

# 組合ビジョン・中期計画策定 大阪府牛乳商業組合

## 1. 目的・概要

大阪府牛乳商業組合では、2016年8月9日から2017年1月10日に亘り、組合ビジョンの策定に取り組みました。

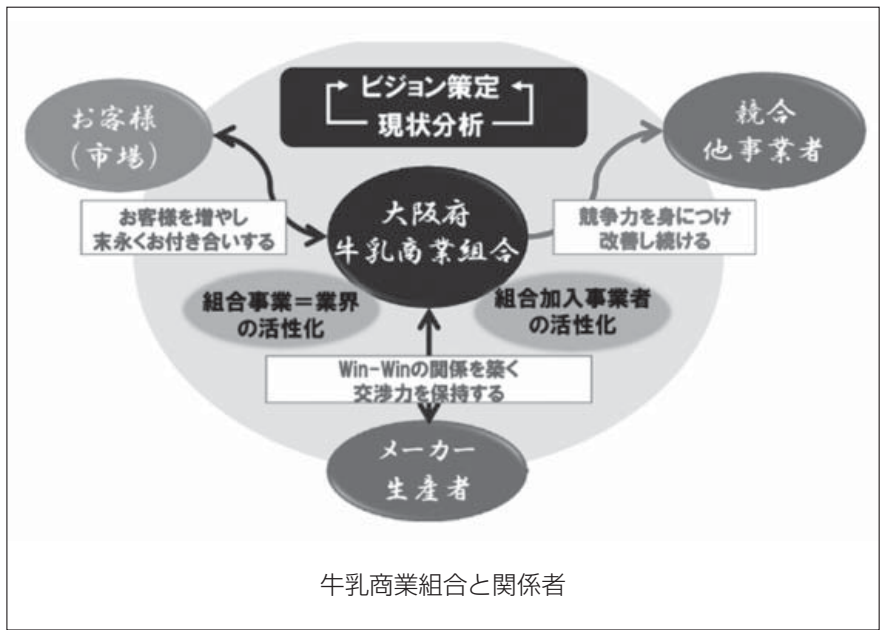
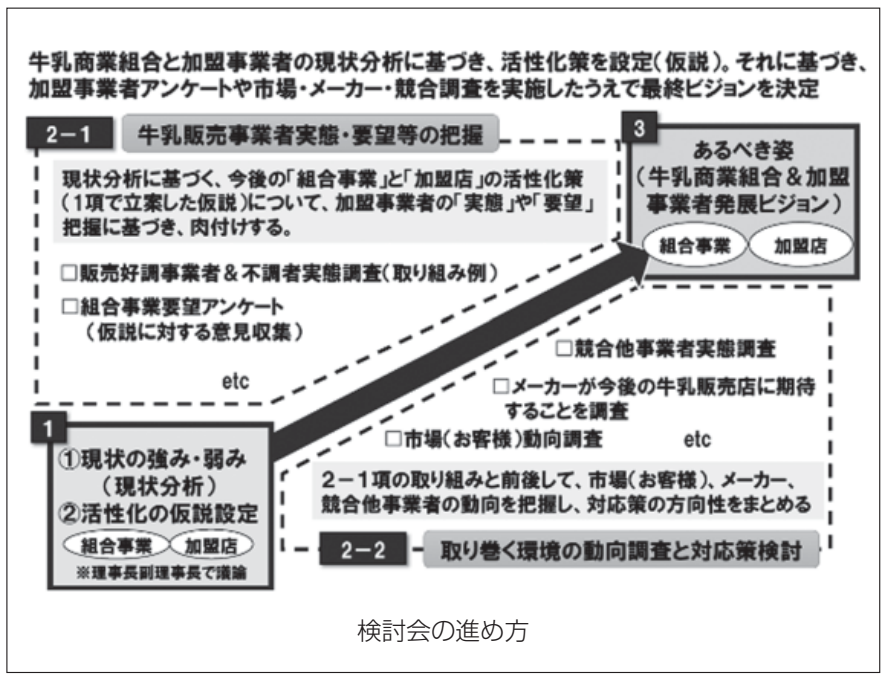
牛乳販売店を取り巻く環境は厳しく、コンビニやスーパーといった競合との価格競争の激化、高齢化に伴う既存顧客の減少、後継者不足による廃業の増加など多様な問題が山積し、牛乳販売だけでは経営が困難になっています。

その結果、牛乳販売店が減少し、牛乳商業組合の加入事業者数も減少し続けています。

このような状況の中、牛乳商業組合として、また、牛乳販売店として今後何をすれば良いか、業界そのものの根源的な課題と個別の販売店の悩みの解決をめざしながら、あるべき姿を表したビジョンを策定し、どのように加入事業者の課題解決や支援ができるのかについて検討しました。

今回のビジョン策定を通して、代々受け継がれている組合の基本的精神や存在意義を再確認するとともに、加入事業者の抱える様々な課題について把握することができました。その結果として、業界並びに組合事業の活性化が喫緊の課題であることを認識し、「組合のブランド価値、認知度の向上」を始めとする実施案が作成され、ビジョン達成に向けての方向性が定まったことが最大の成果でした。

組合等  
事業向上  
支援事業  
関連情報



## II. 強み弱み分析

大阪府牛乳商業組合を取り巻く内部・外部環境について検討した結果、牛乳販売店の強み弱み（SWOT分析）を以下の通り定義しました。

内部環境	<b>【強み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 直接対話できる人間関係と情報を掴んでいる</li> <li>• 牛乳販売業者でしか購入できない商品の取り扱いがある</li> <li>• 配達の利便性と保有設備がある</li> </ul>	<b>【弱み】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 後継者不足</li> <li>• 個人事業者で小規模</li> </ul>
外部環境	<b>【機会】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 個別宅配サービス事業の市場規模が拡大している</li> <li>• 健康志向な高齢者が増えている</li> </ul>	<b>【脅威】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• スーパーやコンビニなど競合の増加</li> <li>• 顧客ニーズ、飲み物の多様化</li> <li>• 牛乳消費量の減少</li> <li>• オートロック式マンションなどの増加</li> </ul>

## III. ビジョン

競合であるスーパーやコンビニとどのように差別化するかを考えた結果、牛乳販売店の強みは、「直接対話できる人間関係と情報を掴んでいる」こと、それにより「消費者へのラストワンマイルを握っていること」などが挙げられました。今後は、古くからの地域やお客様との信用と信頼で牛乳のスペシャリストとして牛乳の良さと喜びを伝えることで、生き残る市場のスキマと生き残る方策を見つけていき、そこに組合事業を集中させる、また、個々の販売店も各々の強みを発揮して同様に集中していくことが発展の道と考え、大阪府牛乳商業組合のビジョンとしてキャッチフレーズとストーリーを決めました。

<b>【キャッチフレーズ】</b>	• <u>美味しさと健康のお届け（玄関まで）</u>
<b>【ストーリー】</b>	• <u>代々地域に根差して、ひとりひとりのお客様に対して、牛乳のスペシャリストとして、『美味しさと健康』を確実にお家にお届けする大阪府牛乳商業組合加盟店</u>

## IV. 今後の目標と具体的実施案

SWOT分析や組合員に実施したアンケートを元に、今後の目標と具体的な実施案を作成しました。大阪府牛乳商業組合が取り組む今後の実行計画としていきます。

目 標	実施案
1. 「組合加盟店と非加盟店との違い」を明確にして組合加盟店の良さを出していく	①大阪府牛乳商業組合のブランド価値、認知度向上 ②牛乳商業組合による販促支援や情報共有
2. 牛乳の種類や特徴などを紹介できる人材を育てる「研修事業」を行えるようにする	①牛乳に関する知識向上 ②教育方法の確立と資格制度の創設
3. 牛乳販売店の経営的問題点について解決策を模索していく	①経営に関する問題への対応 ②市場動向の把握と対応 ③事業承継問題への対応