〔Bコース GD記録用紙（発表資料①〕

QCサークルリーダー研修会（中級）
23 年 11 月 15 日

グループの旗

B コース
B－4 グループ

グループのネーミング
スナック ゆみ

シンボルマーク

スナック
ゆみ

チーフアドバイザー
田中 郁雄
グループアドバイザー
石川 あや

メンバーと役割分担

No.	役 割	氏 名	会社名
1	リーダー	中川 裕美子	三菱電機
2	書記	吉野 雄哉	豊臣機工
3	〃 2	桟敷久 大雅	豊田合成
4	発表	改森 光祐	日本高圧電気
5	情報	中村 元希	オティックス
6	5S・質問	甲川 陽大	ジェイテクト
7			
8			

※役割は必要に応じて追加・削除しても可。但し一人一役は担当すること

グループの決め事

No.	内 容	評価
①	笑顔を絶やさない	
②	意見は否定しない	
③	全員が話す	
④	みんなで仲良く	
⑤	名前で呼び合う	

※評価は○・△・×等で発表前に評価してください

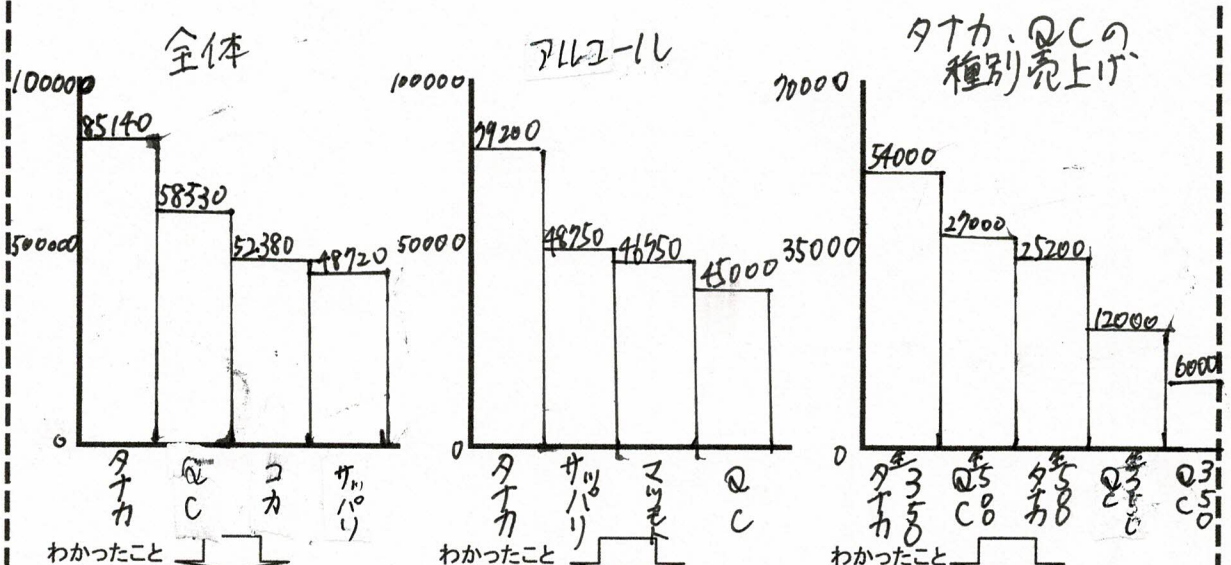
〔Bコース GD記録用紙（発表資料2）〕

Bコース 4 グループ

現状把握

※ 事前情報1～5のデータを層別し、問題点を出していく。
（棒グラフ・パレート図などで問題点を整理し、明確にする）

自販機 層別

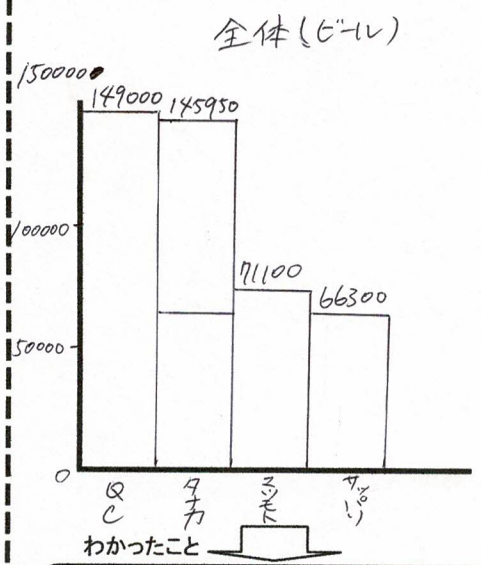


全体ではタナカが1位でQC酒造と差が¥26,610円ある。

アルコールではQCが最下位

500では差がほぼないが350での売上で42000の差がある。

海の家 層別



全体ではQC酒造が1位（ビール）

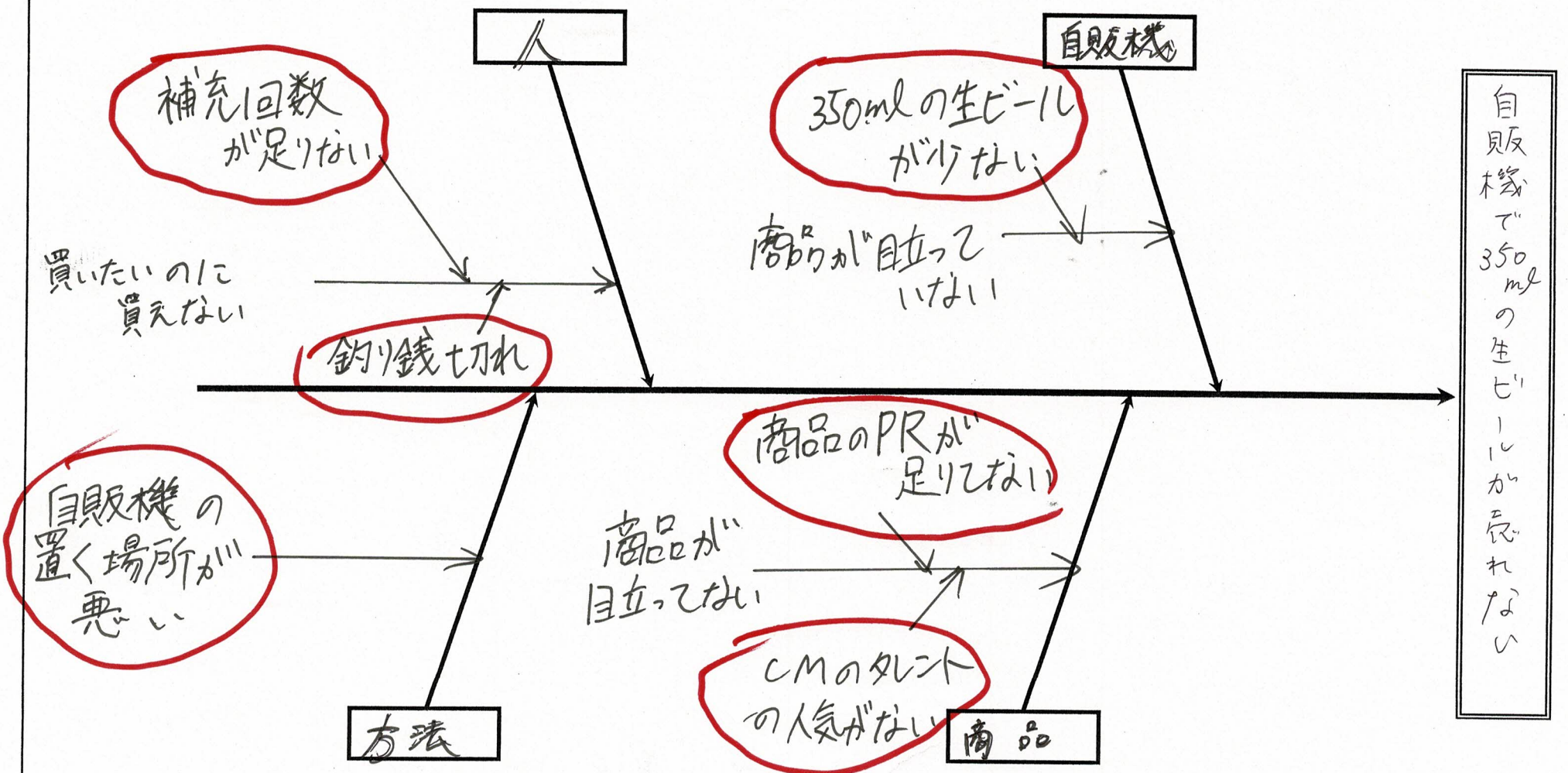
目標の設定

自動販機で350mlの生ビール缶を¥26,610円以上売上高を上げます

〔Bコース GD記録用紙（発表資料③）〕

Bコース 4 グループ

要因解析



作成年月日：23.11.16
作 成 者 ：中川・吉野・甲川・改森・中村・桟敷

〔Bコース GD記録用紙（発表資料④）〕

Bコース 4 グループ

重要要因の検証

No.	重 要 要 因	情報シートによる検証結果	対策可否
1	補充回数が少ない	「QC」の売場(1.6.9)に対して、全ての自販機で品切れになっている。 →補充回数は他より少ない（1/3回/日）	○
2	自販機の置き場所が悪い	人の流れが少い場所に置いてある。	×
3	CMタレントの人気が無い	他社より人気が少ない（今ときではない）	○
4	商品のPRが少ない。	垂れ幕の数が他社より少ない	○
5	つり銭切れしている。	QCの売場(6.9)のつり銭切れが多い	○
6	自販機に350m缶のビールが少ない	各自販機(No.1.6.9)に1本ずつしか置かれていない。	○

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑤）〕

Bコース 4 グループ

系統図＆マトリックス図による対策の立案

自販機で350m缶ビールを売るには…

一次手段	二次手段	三次手段
補充回数を増やす	回数を2日に1回に変更 毎日補充	
CMタレントを代える	人気のあるタレントに代える	
商品PRを増やす	外幕の場所を変更する。 POP、外幕を増やす。	
つり銭の補充を増やす。	補充はなくても良い方式にする。	両替機を設置する
350m缶ビールを増やす		

〔評価基準〕
◎：5点
○：3点
△：1点
×：0点

四次手段（具体的対策内容）	総合評価 効果	経済性	実現性	評価点	採否
木曜と土曜に補充	◎	○	◎	13	○
毎日補充	◎	△	◎	11	
ダウンタウンに変更	◎	×	△	6	×
A.D.E.H.Kに外幕を設置	◎	○	◎	13	○
通路に外幕を2つ設置	◎	○	◎	13	○
No.6.9の間に設置する。	◎	△	◎	11	○
飲料補充時と同時に補充	◎	◎	◎	15	○
No.1.6.9の普通ビールとトマトを入替	◎	◎	◎	15	○

制約条件
1) ①～⑪設置の自動販売機の移動はできません。
2) 新しく自動販売機の増設はできません。
3) 自動販売機の中身を他銘柄から自社銘柄に変える事はできません。

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑥）〕

Bコース 4 グループ

対策の行動計画

＊ 発表前に
アドバイザーが評価します

対策の実行計画							対策の効果
No.	なぜ	何を	いつ	どこで	誰が	どのように	（3日の換算効果額）
	売切れをなくす為	補充	2日に1回	自販機	営業	木曜と土曜に.	¥6,600
	商品PRを増やす為	タレ幕の場所	ただちに	海の家	営業	A.D.E.H.Kにタレ幕を設置	¥5,700
	〃	〃	〃	〃	〃	通路にタレ幕を2つ設置	
	つり銭が切れないようにする為	両替機	ただちに	自販機	営業	自販機(No.6.9)の間に設置	−750
	つり銭が切れないようにする為	つり銭	2日に1回	自販機	営業	飲料と同時に補充	¥3,600
	350mm缶(生)のビールを増やす為	350mm缶(生)ビール	ただちに	自販機	営業	自販機(No.1.6.9)から 普通ビールとトマトジュースと入替える.	¥12,900

目標値	¥26,610	合計効果額	¥28,050

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑦）〕

Bコース 4 グループ

標準化と管理の定着

【標準化（ルール）をつくる】効果を持続する対策を制定･改訂する

なぜ	なにを	いつ	どこで	誰が	どのように
売切れをなくす為	補充	2日に1回	自販機	営業	木曜と土曜に
商品PRを増やす為	タレ幕の場所	ただちに	海の家	〃	A及E.H.Kにタレ幕を設置
〃	〃	〃	〃	〃	通路にタレ幕を2つ設置
つり銭が切れない様に	つり銭	2日に1回	自販機	〃	飲料と同時に補充
350mℓ(生缶)ビールを増やす為	350mℓ(生缶)ビール	ただちに	〃	〃	自販機(No.1.6.9)から普通ビールとトマトジュースを入替える

【管理の定着をはかる】標準化した内容を担当者や関係者に周知徹底･教育訓練し、維持･管理する。

なぜ	なにを	いつ	どこで	誰が	どのように
売切れをなくす為に	補充回数	毎日	会社	担当者	チェックリスト・スケジュール表を確認する。
つり銭が切れない様に	つり銭	〃	〃	〃	〃

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑧）〕

反省と今後の進め方

収集できなかった情報提供資料を見て、どういう検討が不足していたか？

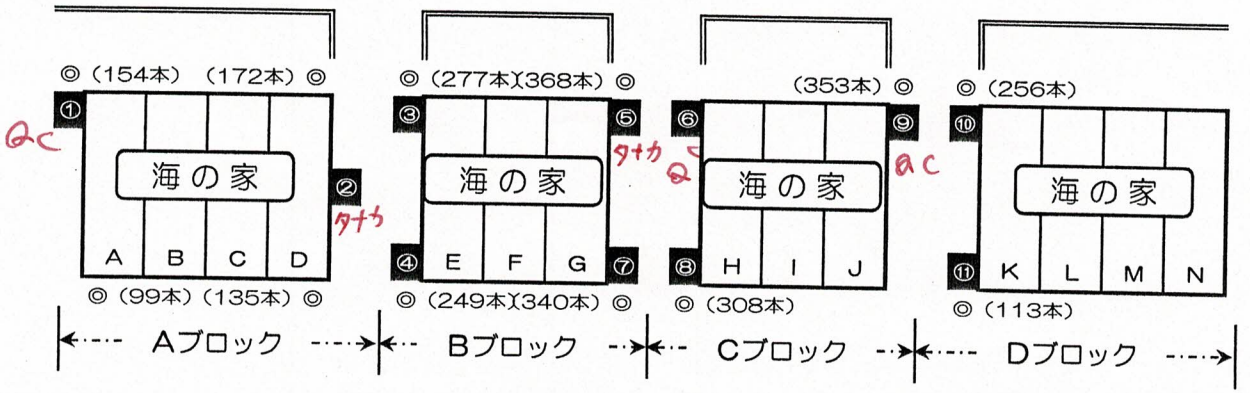
つり銭切れのところで、利用貨幣の仕様状況を見落としていた。
自販機一択で着眼していたので、海の家のデータもあれば、もっと要因が深堀りできたのではと、思います。
↓着目

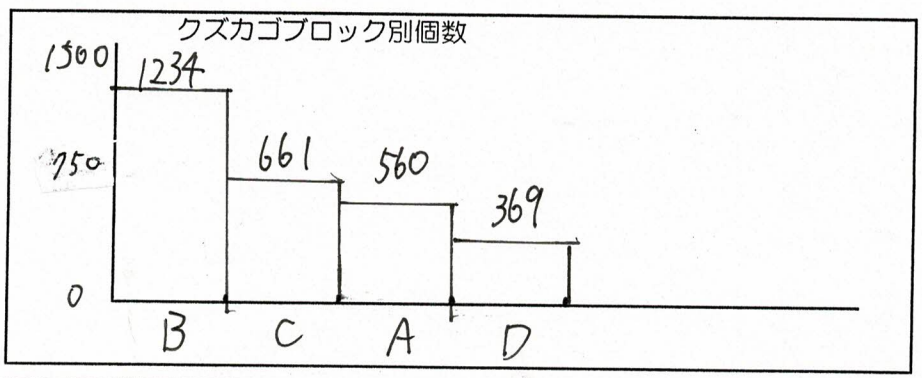
目標設定は良かったか？　どうすると最適な改善に結びつくか？

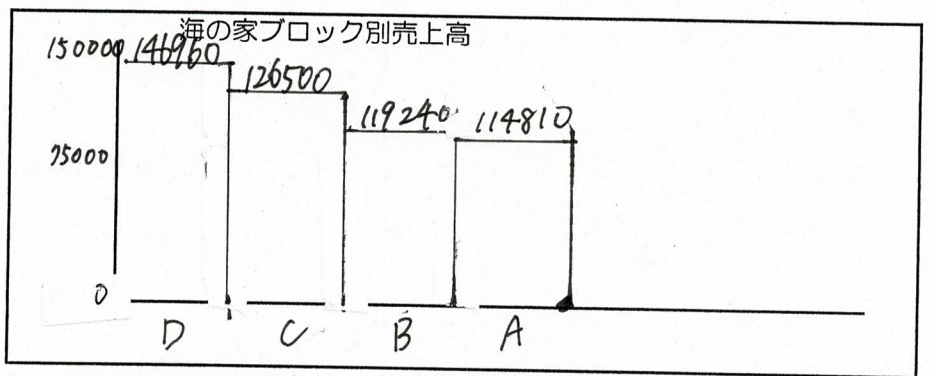
目標設定は達成出来たので良かったです。設備等はコストがかかるので、コストのかからな、
対策をもっと、メンバーと吸い上げれたら良かったかなて。

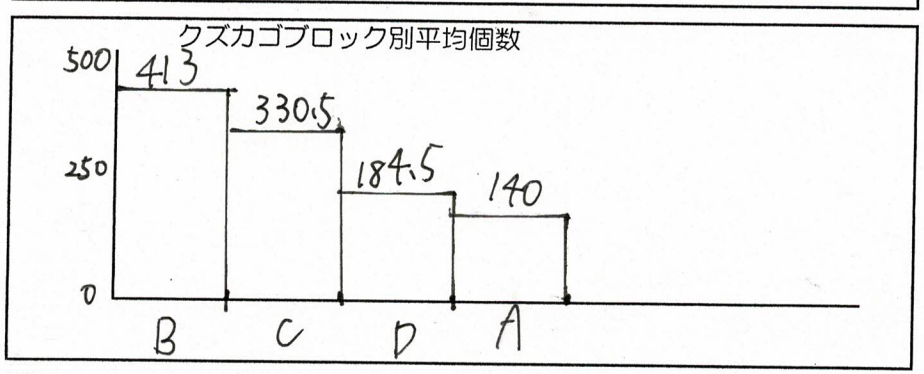
現状把握の活用シート -2

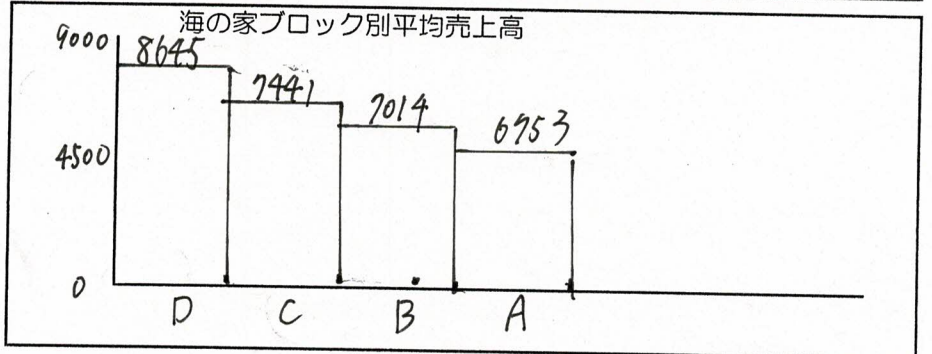
海の家











わかったこと：