〔Bコース GD記録用紙（発表資料①〕

グループの旗

QCサークルリーダー研修会（中級）
2023年11月15日

B 6 コース
B－6G グループ

グループのネーミング
ギャンブラー

シンボルマーク



チーフアドバイザー
田中
グループアドバイザー
田村

メンバーと役割分担

No.	役　割	氏　名	会社名
1	リーダー	木村	大豊工業(株)
2	書記作1	栓山	トヨタ紡織(株)
3	書記2	池田	(株)オティックス
4	発表係	松浦	(株)アイシン
5	質問係	砂川	(株)桑商店
6			
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	否定しない	○
②	発言する	○
③	5S	○
④		
⑤		

※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）〕

酒造メーカーのいしんをかけビールで勝っていうことを意識

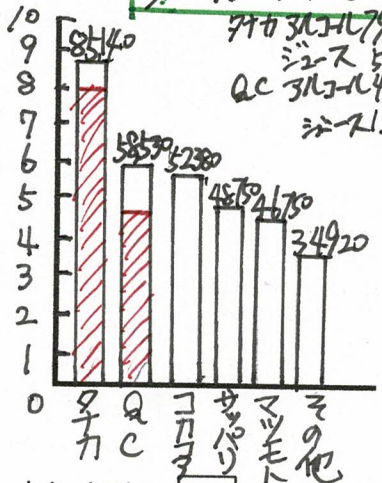
Bコース 6G グループ

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）

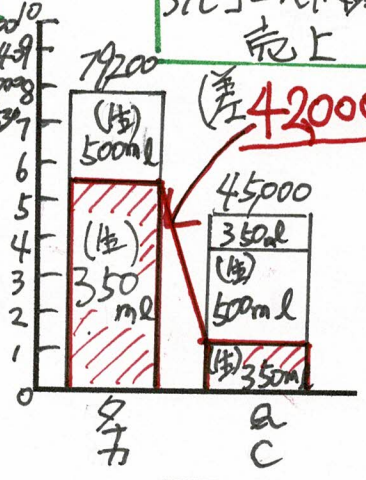
自販機 層別

メーカー別売上



タナカ アルコール79,200
ジュース 5,940
QC アルコール45,000
ジュース13,530

アルコール内容量売上



差42000円

わかったこと

総売上がタナカビールに2660円売上が負けている。アルコールでは34200円負けている

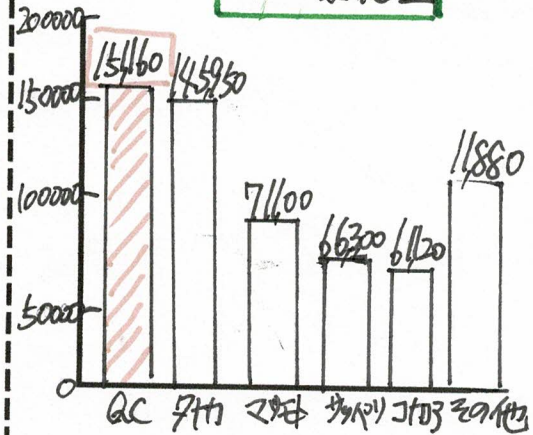
わかったこと

(生)350で42000円の差がある

わかったこと

海の家 層別

海の家売上



わかったこと

海の家の売上はQC酒造が1位の売上がある

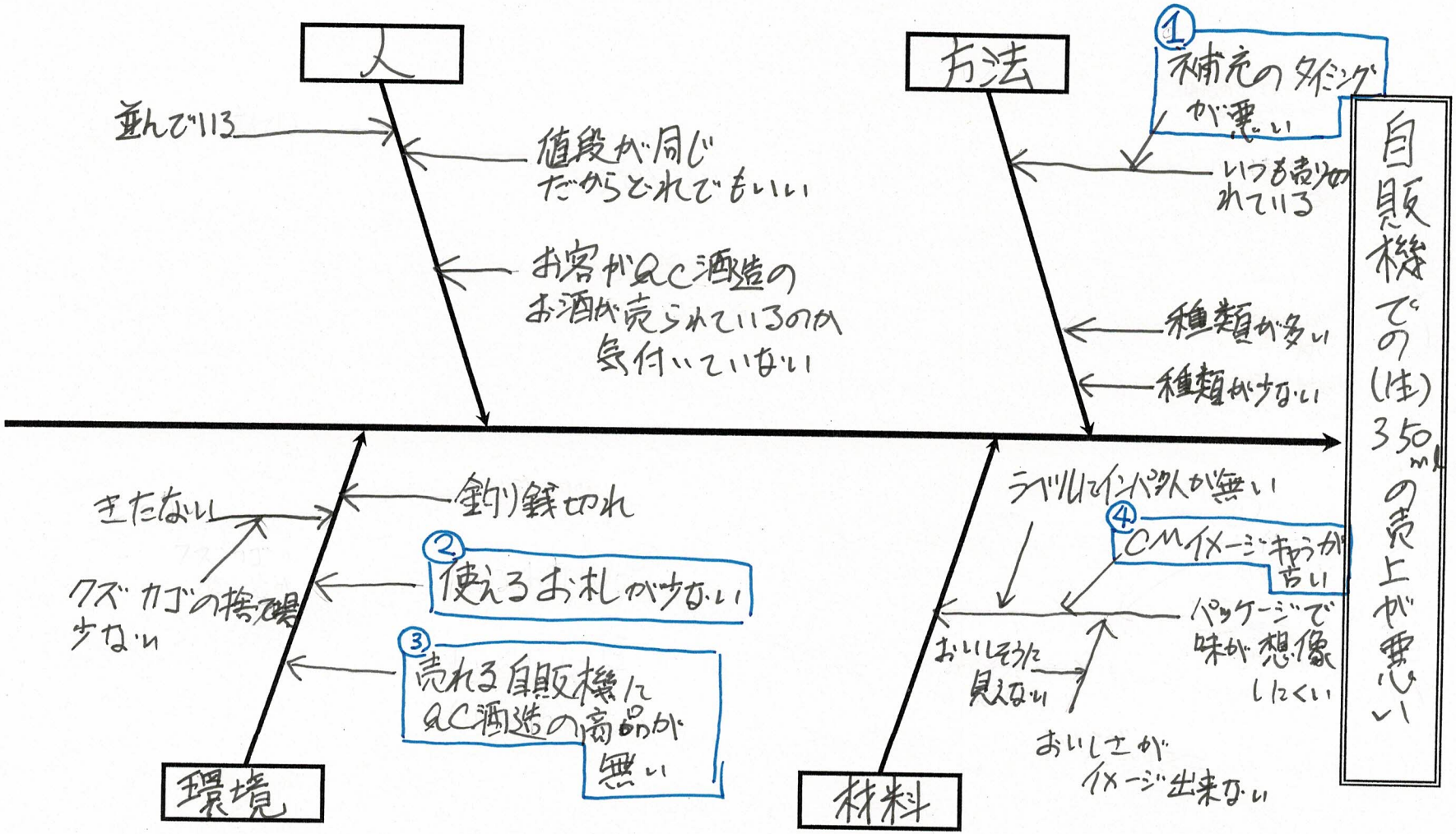
目標の設定

自販機での(生)350mlの売上を42,000円UP!

〔Bコース GD記録用紙（発表資料③）〕

Bコース 6 グループ

要因解析



作成年月日：2023年11月15日
作 成 者：Bコース 6グループ

〔Bコース GD記録用紙（発表資料④）〕

Bコース 6 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	自販機の補充頻度が少ない	QC酒造の頻度①⑥⑨1回/3日，タナカビール②⑤1回/2日	可
2	自販機の使用可能紙幣が限られている	QC酒造⑥以外は紙幣が使えない	可
3	売れる自販機にQC酒造が入っていない	①にQC酒造を入れており，①は売れてない	可
4	CMのイメージキャラが古い	QC酒造だけイメージキャラが古くインパクトが弱い	可

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑤）〕

Bコース 6 グループ

系統図＆マトリックス図による対策の立案

〔評価基準〕
◎：５点
○：３点
△：１点
×：０点

350cc のビールを売るには？

一次手段

売りもれをふせぐ

自販機を使いやすい物にする

QC酒造が入っている自販機をより使ってもらう

商品イメージを変える

二次手段

自販機の商品補充頻度を増やす

自販機の使用可能紙幣を増やす

QC酒造が入ってる自販機を目立たせる

販促キャンペーンをする

CMのイメージキャラを変える

三次手段

補充に来る回数を増やす

記念品を配げる試飲キャンペーン

呼びこみ予かけ

白ほうさんから話題の人に変更

パッケージを変える

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
海の人に補充してもらう	◎	△	△	7	
QC酒造で補充要員を増やす	◎	△	◎	11	○
海の家に両替をたのむ	○	○	△	7	
のぼりを立てる	◎	◎	◎	15	○
ポスターを貼る	○	◎	◎	13	―
小さいカップで試飲キャンペーン	◎	△	◎	11	○
人を立てて呼びこみ	○	△	◎	9	
録音データでの呼びこみ	○	◎	◎	13	○
両替機をおく	○	×	×	3	
夏をイメージできる絵をのせる	△	×	×	1	
流行のアニメキャラをパッケージにのせる	△	×	×	1	

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 6 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）
1	売り切れ防止	商品を補充回数を	1回/2日	海水浴場	各C酒造担当者	1回/3日→1回/2日に変える	6,600
2	自販機使用者増加	宣伝用ののぼりを	常時	自販機横に	↑	お客さんから見える位置にのぼりを立てる	5,700
3	QC酒造製品のおいしさを周知	小さいカップで自社製品を	3日間日中	海水浴場	↑	お客さんに飲料をふるまう	1,500
4	自販機使用者増加	録音した宣伝データを	↑	↑	スピーカーで	お客さんに聞こえる様に音を流す	1,500

目標値	42,000 自販機売上げを増やす	合計効果額	15,300

~12:15

〔Bコース GD記録用紙（発表資料⑦）〕

Bコース 6 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
売り切れ防止の為に	商品補充要領書を	8月末	QC酒造の事務所	QC酒造の担当者	要領書を作成する
自販機使用者増加の為に	宣伝用要領書を	↑	↑	↑	要領書を作成する

【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
売り切れ防止を日常管理する為	日常管理チェックシートを	8月末	QC酒造の事務所	QC酒造担当者	チェックシートを作成
のぼりの宣伝効果を日常管理する為	チェックシートを	8月末	QC酒造の事務所	QC酒造担当者	チェックシートを作成
のぼりの宣伝効果を教育する為	宣伝要領を	担当者交替時	現場で	前担当者	後任に要領書を用いて教育する

〔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？

①前提条件の確認が不足していた（自販機内での自社製品の入れ替え可）
②海の家に関する情報を考慮していなかった。
③人の流れに着目出来ていなかった。

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？

①目標設定は、1位になれる数値目標を立てたから良い。
②前提条件の確認をしっかりすべきでした。