

# 今期の経営方針・スローガン及び重点具体策

会社名(ABC青果)

## I 今期の経営スローガン

(目指したい姿の一言集約。~しよう)

# お客様視点で、 品を提供しよう

経営者が今期の  
重点思考としても  
キャッチフレーズ  
を聞き、記述する

# お客様に商

前期の反省、今期の対  
策(売上・原価・経費・資  
金・社内体制対策)から  
出た内容

## II 今期の経営方針

(今期実現したい経営の姿。反省と中期ビジョンを参考に)

1	新仕入市場の商材投入で、量販店全般に売上増
2	ネット商材拡大と広告費拡大(地元産品、乾燥加工品投入)
3	乾燥加工品、ひと手間野菜の出荷(量販、道の駅、一部飲食店)
4	病院・介護施設の納入拡大(野菜、果物)
5	葉物ロスをなくす取組(物流時にルール化、ペナルティ徹底)
6	
7	

## IV 今期の重点具体策と年間執行スケジュール

重点具体策	重点具体策を実行する為に必要な準備、段取り、詳細内容(具体的に行動内容が見えるような表現。誰がいつまでにどのようにと言える様な具体的な行動項目)	誰が行う 又は担当 部門	いつに は	担当は、固有名詞 を書く。○○部と いう表現ではなく、 A部長と書く	半期中に何処まで進める(チェックできる具 体		第2四半期中に何処まで進める(チェックで きる具体的な予定、大よその月度も入れる)		第3四半期中に何処ま で進める(チェックでき る具体的な予定、大よそ の月度も入れる)		第4四半期中に何処ま で進める(チェックでき る具体的な予定、大よ その月度も入れる)	
					予定	結果	H25年7月～H25年9月	H25年10月～H25年12月	H26年1月～H26年3月			
1 新仕入市場の商材投入で、量販店全般に売上増	新仕入市場の安定商材を選定と既存スーパーへの情報調査	社長	H25年5月まで	●石 ●ヒアリング調査結果の集計と仮説づくり(6月販売 会議で)	●毎月の会議でAランク の報告(その都度対策を							
	AランクスーパーへPR開始(バイヤー提案、店舗毎青果 担当への提案)	卸営業	H25年4月～									
	B、Cランクスーパーへの全店営業	卸営業	H25年6月～	結果								
2 ネット商材拡大と広告費拡大(地元産 品、乾燥加工品投入)	地元産品収集(観光課から情報収集、物産館と提携)と 商品選定	社長	H25年7月まで	●社長が物産館の○館長から情報収集後、6月会 議で最終決定	●地元産品の生産者と契約交渉を進める (9月までには最低1業者と契約) ●Web業者とどんなテストマーケティングが 可能か提案を貰いWebに掲載(9月まで)							
	Webに地元産品掲載(業者とすり合わせしながら)	専務	H25年9月まで									
	乾燥加工品のテストマーケティング(Web、メルマガ、プロ グ、facebook等によるマーケティング)	専務	H25年10月まで	結果								
3 乾燥加工品、ひと手間野菜の出荷(量 販、道の駅、一部飲食店)	乾燥加工品のデータ作成とsample、販売促進チラシ作 成	社長と専務	H25年7月まで	●食品試験場へデータ分析依頼(社長が5月まで に) ●販促チラシの素案、コンテンツ決定(6月会議ま で)	●販促チラシ印刷(7月まで) ●営業時にチラシPR開始(8月～)							
	量販店、道の駅、物産館、飲食店へ営業PR(現場試食 会の企画と実施)	全員	H25年7月～									
4 病院・介護施設の納入拡大(野菜、果 物)	Aルート担当のD君、E君が週間単位で確実に訪問営業	D,E	H25年4月～	●訪問計画表を作成し週間単位で専務がチェック (4月会議時に) ●ニーズ調査分析(6月に一度検証を販売会議で)	●新物流サービスを型決めし、病院、介護 施設へ営業開始							
	病院、介護施設の細かいニーズを聞き出し、物流や検 品の先方負担を軽減するルールを構築	社長、専務とDE										
5 葉物ロスをなくす取組(物流時にルー ル化、ペナルティ徹底)	現場営業がスーパー青果担当から物流の課題を調査 (社長名で調査票を送り、ヒアリング調査)	全営業	H25年5月～	●顧客調査内容の決定(ヒアリング項目と聞き方を4 月会議で) ●毎月の会議で情報収集状況の報告	●ロス対策マニュアルの勉強会と冊子化(8 月末まで)							
	アンケート結果対策づくりの検証	社長、専務とDE	H25年7月									
	各スーパーへ取り組み姿勢説明	全員	H25年9月～	結果								