

愛知県支部

—こうすれば繁盛する！酒販店の生き残り戦略—

一般酒販店の現況と改善に関する調査研究

本調査報告は、一般酒販店が厳しい経営環境の中で生き残り、繁盛店への成長戦略を実現するための方向性、施策などについて提案するとともに、われわれ中小企業診断士は、どのような視点、手法で支援をしていったらよいか、というテーマについて提言するものである。本報告書は次の4つの章から構成されている。

「第1章 酒販業界の現況と環境変化」・・・酒販業界の現況と課題、消費者ニーズの変化を踏まえた酒販業界の今後の方向などについて展望を示している。

「第2章 酒販店の経営実態」・・・酒販店を6つの類型に分類し、ポジショニング、生き残るための方向性を提案している。酒販店の6類型とは（1）一般酒販店、（2）酒DS、（3）専門店、（4）配達中心店、（5）総合食品型、（6）FC型である。

一般酒販店の生き残りの方向性として、「特化」と「総合化」の2つがある。「特化」はさらにその具体的な変化の方向として「専門化（専門店）」、「高サービス化（配達中心店）」、「低価格化（酒DS）」という方向性が考えられる。「総合化」とは、酒類から加工食品や菓子類へと品揃えを拡大し、酒飲料の充実した総合食料品店へと業態転換することであり、このプロセスを自力で成し遂げる「個店」型（総合食品型酒販店）とフランチャイズの傘下に入る「連携」型（FC型酒販店）に分類できる。第2章は、これら6つの類型についてポジショニングを試み、変化すべき方向性を示したものである。

「第3章 一般酒販店の経営の実態・・・事例研究」・・・経営診断・改善提案を行った3社についての事例を紹介している。また、愛知県内の繁盛店について調査した結果に基づき、繁盛店に見られる経営上の特徴を考察している。事例研究の対象は次の通りである。

（診断実施事例1）配達中心店、（診断実施事例2）総合食品型酒販店、（診断実施事例3）FC型酒販店、（繁盛店の事例）専門店、総合食品型酒販店、配達中心店（業務用）

「第4章 提言 ～一般酒販店と中小企業診断士が目指すもの」・・・第1章から第3章の議論を踏まえ、一般酒販店が経営改善に取り組む方策について次の2つの視点から提言を行っている。

〈視点1〉 一般酒販店自体の取り組み → 「1. 一般酒販店による経営革新の挑戦」

一般酒販店が自社で取り組む経営革新のフローについて、各ステップの取り組み方、手法などを具体的に解説している。経営革新のフローを示せば次の通りとなる。

外部・内部環境分析 → SWOT分析による課題発見 → 経営戦略の再構築 →

ストア・コンセプトの明確化 → 経営計画の策定

〈視点2〉中小企業診断士の診断アプローチ → 「2. 中小企業診断士が行う診断」

- (1) 酒販店の診断を行う際に理解しておくべきポイント
- (2) 酒販店の経営診断手順として、経営環境を的確に分析すること、適切なコンセプトを設定し事業運営の仕組みを提案すること、経営の根本を革新させる提案することの重要性
- (3) 経営診断を行う場合のチェックポイント

などについて提言している。

厳しい経営環境の中で生き残り、繁盛店への成長戦略を模索している酒販店にとって最大の味方は、われわれ中小企業診断士である。中小企業診断士が、適切なコンセプトに基づく事業運営の仕組みを提案し、酒販店経営者が高い志をもって力強く経営計画を推進していくことができれば、繁盛店の実現は手の届くところにあるものとする。