

PCSA アクションレポート（コスト問題研究部会）

平成 30 年 4 月版

第 149 回コスト問題研究部会 in 江崎グリコ株式会社様 工場 グリコピア・イースト訪問

開催日時 平成 30 年 4 月 12 日（木） 午後 1 時 45 分～午後 4 時 45 分

開催場所 江崎グリコ株式会社 グリコピア・イースト 会議室

出席人数 部員 6 名、賛助部員 5 名、賛助会員オブザーバー 2 名、合計 13 名

出席者 <リーダー>

佐藤 千恵 株式会社セントラル伸光 営業部 課長

<部員>

上田 芳己 株式会社日本ヒュウマップ 景品事業担当（新規事業）
（株式会社ダイナムジャパンホールディングス）

呉 允博 株式会社日本ヒュウマップ 景品事業担当（新規事業）
（株式会社ダイナムジャパンホールディングス）

佐々木 晃司 株式会社ニラク

春原 明美 アメニティーズグループ（株式会社アメニティーズ） 営業支援部 係長

原田 明光 株式会社三永 顧問・コスト管理担当

<賛助部員>

園田 悦志 株式会社大商 関東統括支店 支店長

小林 不二雄 株式会社ユーギシステム 専務取締役

堀金 泰陽 グローリーナスカ株式会社 営業推進部 サブマネージャー

伊藤 真祐 株式会社 DMM.com 第一営業本部 アミューズメント 事業部 渉外統括補佐

齊藤 信孝 株式会社山宝商会 専務取締役

<正会員オブザーバー>

宮本 千秋 株式会社ダイナム 購買部 景品担当

<賛助会員オブザーバー>

前川 竹志 株式会社インターコスモス 取締役本部長

城 秀和 株式会社インターコスモス 営業統括マネージャー

1) 工場 グリコピア・イースト見学

名称：グリコピア・イースト

住所：埼玉県北本市中丸 9 丁目 55

概要：工場見学をしながら、お菓子の世界を「見る・知る・学ぶ」ことを目的に建てられた施設。工場に隣接しており、見学所要時間は約 70 分。

2012 年 4 月に埼玉県北本市で操業を開始した北本ファクトリー内に同年 10 月にオープンした。1 階には「カレッジホール」「グリコタウン」「フォトスタジオゾーン」「おもちゃ展示ミュージアム」が設置。3 階にはポッキーの製造工程の一部を見学できる「ポッキーストリート」と「スタジアムホール」、6 階にはプリッツとポッキーの製造工程を見学できる「プリッツストリート」が設置されている。

見学：・「カレッジホール」にて江崎グリコ株式会社、創業者 江崎 利一氏による創業、現在までの沿革を映像で視聴した。

- ・1 階「おもちゃ展示ミュージアム」にて、これまでに出品された膨大な種類のグリコのおまけや、キャラメル自動販売機などを見学した。
- ・3 階「ポッキーストリート」、6 階「プリッツストリート」にてオートメーション化された工場ラインを見学した。
- ・3 階「スタジアムホール」にて工場見学の締めくくりとしてクイズ形式の映像を視聴した。

2) プレゼンテーション「消費者購買傾向から考察する市場動向 →消費者ニーズへのアプローチ」

江崎グリコ株式会社 営業本部 首都圏菓子食品統括支店 統括支店長 河野 泰幸 様
 横浜第一支店 兼 横浜第二支店 支店長 松田 晴男 様
 営業本部 首都圏菓子統括支店 横浜支店 チーフ 樋口 貞実 様
 営業本部 首都圏販売計画室 マネージャー 吉田 和弘 様

概要：

1.ご質問への回答

Q1:マーケティングで一番重要に考えている点。

- 継続的な顧客満足と競争優位
- ブランドの強化
- 消費者(購入者)の理解

Q2:原価を下げる工夫は、どの様な流れで採用されるのか。

- 日々のボトムアップ活動とトップダウン
- 年間製造計画に合わせた要員計画
- 原材料ロスの軽減
- 系外排出品を出さないラインの実現
- 不良在庫を出さない品質保証
- 物流コストの削減
- 販売商品構成の指定

Q3:省エネの取り組み、実績、今後の課題を教えてください。

- トップレベル認証の取得
- 社員全員の意識向上が課題

Q4:ターゲットにしている市場とその理由。

- 海外市場
- アクティブシニア層
- 40~60 代の女性層

2.当社商品のご紹介・ご提案

- 新規顧客層(ターゲット層)を獲得
- ロングセラー商品の復活
- 年齢層の拡大
- 食シーンの拡大
- インバウンド需要の取り込み
- 訴求方法の変更

“目に入るか・目立つか”がポイント!

魅力のある景品で誘導する

新規顧客獲得(幅広い層の獲得)による集客 UP =ホール売上 UP→固定費の吸収

3) アンケートまとめ

Q1:工場 グリコピア・イースト見学の内容についてご意見ご感想をお聞かせください。

- ・グリコの商品の良さを知る事が出来て良かった。
- ・健康" を考えると取り扱いを増してお客様に喜ばれるような商品として提供していきたい。
- ・最新の工場を見学でき設備の充実ぶりを TV とかでなく実際に見られて良かった。
- ・創業者の思いを知れて勉強になった。
- ・ある程度想像していた場内のイメージがあったのだが、それを越える充実な設備に驚いた。

Q3:プレゼンテーション「消費者購買傾向から考察する市場動向」の内容についてご意見ご感想をお聞かせください。

- ・商品を作り上げていく改良などのポイント、会社の考え方が分った。
- ・企業としてのブランディングの重要性を理解出来た。
- ・製造業として日々のボトムアップ+トップダウンが企業活動のベースになっているのがよくわかった。
- ・パッケージのデザインを変える事で売上が 3 倍になると聞いてマーケティングの難しさを感じた。
- ・ブランド力の強化、ターゲットにしている市場、年齢層をじっくり聞いて良かった。
- ・新規顧客層の取り込みを戦略的に考えられている事がよくわかった。

Q4:第 149 回コスト問題研究部会の内容についてご意見ご感想をお聞かせください。

- ・メーカーとホール側との考え方、思いの相違点がよくわかった。
- ・日頃、コンビニやスーパーで目にしている商材をじかに見る事が出来て、かつ企業の取り組みを担当者から直接聞いた良い機会だった。

Q5:ご意見・ご感想・ご要望などございましたらご自由にお書き下さい。

- ・業界によるコスト削減の考え方の違いを知った。

4) 次回開催

平成 30 年 5 月 10 日 (木)

午後 1 時～5 時

PCSA 会議室

以上