

経営デザインシート(事業が1つの企業用)

自社の目的・特徴・事業概要

県内外の食品メーカーの輸送を手掛けている。特徴としては自社配送センターを持ち、メーカーから商品を集荷し自社センターから関東甲信越地方に自社便にて輸送することにより個口配送(1ケースから)を可能としている。メーカー様の納品先は主に食品スーパーマーケット・コンビニエンスストアの配送センターである。

経営方針

楽業偕悦 業を楽しみそれらを皆で楽しむこと

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

内部資源
冷蔵用トラック
社員
配送センター

知財
運転免許証(中型・大型)

外部調達資源(誰から)
・協力会社

知財
運送仲間

資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

センターを使用し、細かな配送を可能にできた

誰と組んで
食品メーカー

提供先へのアクセス情報

知財の果たしてきた役割

提供してきた価値

提供先(誰に
食品メーカー

何を
1ケースからの個口配送による共同配送

提供先から得てきたもの
御用聞きのような頼られる存在

内部資源

知財

外部調達資源(誰から)

知財

資源をどのように用いて価値を生み出すか

どんな相手と組んで

提供先へのアクセス法

知財の果たす役割

提供する価値

提供先(どんな相手に)

何を

提供先から得るもの

これまでの外部環境

+要素
エリア別の強み

-要素
配送できないエリアもある

市場状況
都心への配送が群馬近辺のメーカーからの荷量が少ない

事業課題(弱み)

配送単価が安すぎる

「これから」の姿への移行のための戦略

これまで

これからの外部環境

+要素

-要素
PB化による単価の崩壊

市場予測
量販店のPB化がさらに加速し商品単価の崩壊が発生し、大企業の一人勝ちになる

移行のための課題

輸送に関しては、PB商品でもNB商品でも経費は同じと言う事の常識を植え付ける必要がある

必要な資源

知財

解決策

輸送に関しては、PB商品でもNB商品でも経費は同じと言う事の常識を植え付ける必要がある

これから