「モノ部門」総合評価報告書

サービス（店舗なし）業

評価結果

戦略項目	平均値	レベル	コメント
製品・サービスの企画開発	3.6	Ⅳ	良好な水準です
立地・店舗・設備	3.3	Ⅲ	標準的な水準です
マーケティング・営業力	3.9	Ⅳ	良好な水準です
物流・在庫		***	***
ものづくり		***	***
顧客・アフターサービス	3.5	Ⅳ	良好な水準です
IT	3.5	Ⅳ	良好な水準です

※平均値、レベル、コメントは自動的に表示されます

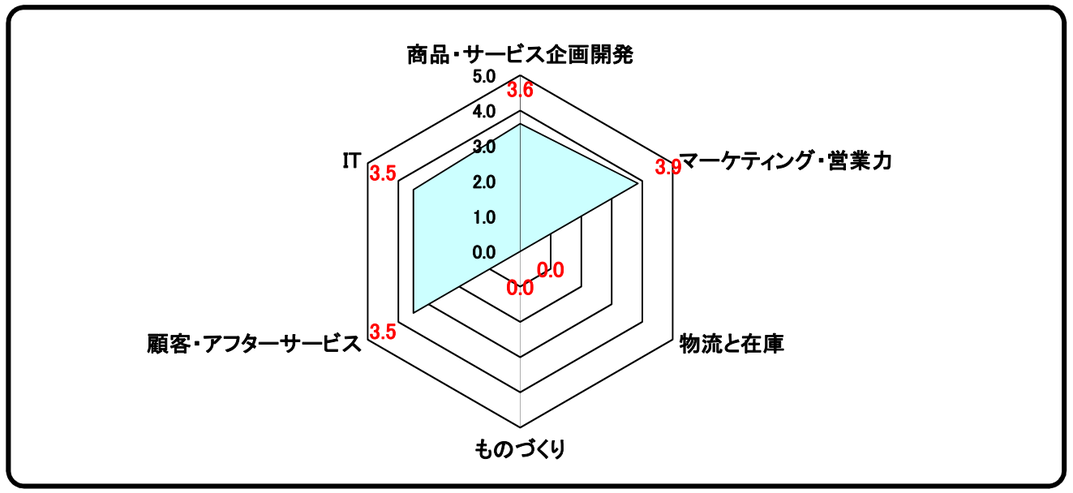
総合評価	Ⅳ	良好な水準です

バランス配分によるコメント
各項目において良好な水準を維持しています。
特にマーケティング・営業力では大きな強みを築いています。
一方、立地・店舗・設備は標準的な水準ではありますが、C事業においては強化が必要となっています。

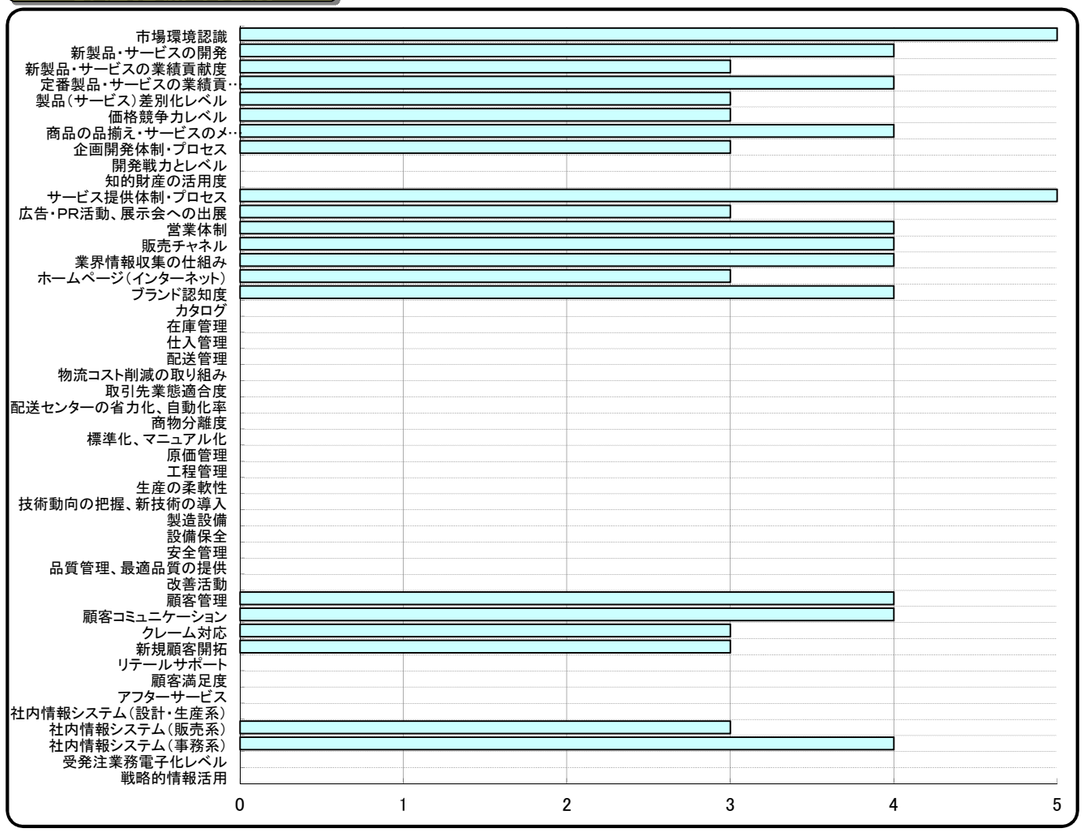
モノ部門総合評価
環境変化の大きな広告事業だけでなく、安定収益が見込めるストックビジネスへの進出など、明確なビジョンのもと臨機応変な経営が行われています。
各事業の商品性、サービスは優れたものとなっていますが、多角化事業の1つの柱であるC事業では、サービスや立地に関して
試行錯誤が見られます。現在、サービス内容や立地の見直しの努力がはかられていますが、今後も事業環境変化の大きい当該事業では
事業環境変化、競争環境変化、顧客要望を反映した事業推進が望まれます。

備考：色付き部分（総合評価、バランスによる評価、モノ部門総合評価を必要に応じて入力してください。
点数とレベルの閾値は、次のとおりです。
Ⅰ：1.0～1.9、Ⅱ：2.0～2.7、Ⅲ：2.8～3.3、Ⅳ：3.4～4.0、Ⅴ：4.1～5.0

戦略項目のバランス



評価指標の比較



「モノ部門」総合評価報告書

戦略項目		評価指標	点数	コメント	平均値
商品サービスの企画開発	1	市場環境認識	5	主力事業以外に多角化でB事業やC事業に進出し、市場環境認識及び対処ができている。	3.6
	2	新製品・サービスの開発	4	主力事業以外の新規サービス事業の開拓に努めているが、成果についてはこれからである。	
	3	新製品・サービスの業績貢献度	3	主力事業以外の新規サービス事業の開拓に努めているが、成果についてはこれからである。	
	4	定番製品・サービスの業績貢献度	4	主力事業のA事業は、経営環境変化の影響はあるが収益の柱である。	
	5	製品（サービス）差別化レベル	3	プロモクリエイティブ性強化や広告チャネル多様化等を意識しているが、成果はこれからである。	
	6	価格競争力レベル	3	付加価値が求められる事業で経営に大きな影響はない。	
	7	商品の品揃え・サービスのメニュー	4	A事業にて、地場の幅広い広告・宣伝の要望に対応できている。	
	8	*企画開発体制・プロセス（OP）*	3	優秀な担当者のここの力に頼っているイメージはあるが、外注先等は組織化されている。	
	9	*開発戦力とレベル（OP）*			
	10	*知的財産の活用度（OP）*			
立地・店舗・設備	11	商圏・立地（一部の製造業は対象）	3	C事業では、一部店舗・サービスの撤退等整理等を行い、これから業績に貢献する	3.3
	12	競合他社（店）対策	3	C事業では、一部店舗・サービスの撤退等整理等を行い、これから業績に貢献する	
	13	入店促進効果			
	14	店舗コンセプト	4	C事業の充足率が高くなってきており、施設のコンセプトは十分に作られてきている。	
	15	レイアウトの効果性			
	16	店舗・設備の充実度			
	17	クリンリネス管理			
マーケティング・営業力	18	広告・PR活動、展示会への出展	5		3.9
	19	営業体制	3	A事業では、人材育成も含め継続的に体制整備に取り組んでいる	
	20	販売チャネル	4	A事業では、顧客に偏りがあるが、新規顧客開拓の成果は出つつある。	
	21	業界情報収集の仕組み	4	経営トップ含め、地場企業として継続的に情報収集に努めている。	
	22	ホームページ（インターネット活用）	4		
	23	サービス提供体制・プロセス	3	当社のビジネス特性により、十分活用できている。	
	24	*ブランド認知度（OP）*	4	マニュアル化まではなくともOJTも含め、十分な体制ができていると思われる。	
	25	*カタログ（OP）*			

注：(OP)は、オプション項目です。
　また、当該業種において、対象外となる評価指標には「***」としています。

戦略項目		評価指標	点数	コメント	平均値
物流・在庫	26	在庫管理			
	27	仕入管理			
	28	配送管理			
	29	物流コスト削減の取り組み			
	30	取引先業態適合度			
	31	*配送センターの省力化、自動化率（OP）*			
	32	*商物分離度（OP）*			
ものづくり	33	標準化、マニュアル化			
	34	原価管理			
	35	工程管理			
	36	生産の柔軟性			
	37	技術動向の把握、新技術の導入			
	38	製造設備			
	39	設備保全			
	40	安全管理			
	41	品質管理、最適品質の提供			
	42	現場改善活動			
顧客・アフターサービス	43	顧客管理	4	地場の有力企業として、見込顧客含め必要な管理は行っている。	3.5
	44	顧客コミュニケーション	4	A事業の要員を中心とした顧客起点の活動が貢献している。	
	45	クレーム対応	3		
	46	新規顧客開拓	3	A事業で地場の特定顧客への依存度が高いことを認識し、新規顧客開拓に取り組んでいる。	
	47	リテールサポート			
	48	*顧客満足度（OP）*			
	49	*アフターサービス（OP）*			
IT	50	社内情報システム（設計・生産系）			3.5
	51	社内情報システム（販売系）	3	A事業における要員には、一定レベルの情報装備がある。	
	52	社内情報システム（事務系）	4	A事業における要員には、一定レベルの情報装備がある。	
	53	*受発注業務電子化レベル（OP）*			
	54	*戦略的情報活用（OP）*			