

## 申込み団体:郷ノ浦商店連盟

臨店参加店:4店舗

研修期間:平成23年11月~平成24年2月

## 臨店参加店の取り組み成果

売上:前年度平均 107.8%

客数:前年度平均 100.3%

### ●取り組みの経緯・背景

当連盟では、以前より共同販促事業などを行ってきたものの、商店街における個店の経営改善に関する取り組みが不足していた。課題として「経営改善に関する個店の意識改革」「リーダーの育成」があげられ、これらの課題解決のため本事業の参加に至った。参加にあたり、組織として取り組むことにより、商店街全体への波及を目指す。また、物販だけの商店街ではなく、地域密着のふれあいの場としての商店街を目指す。

### ●取り組み内容

#### □臨店研修

- ①ポスターの撤去、ガラスと天井の蛍光灯の清掃等、ファサードを改善し、店舗を“見える”ようにした。



【ファサードの改善“ビフォー”】



【ファサードの改善“アフター”】

- ②商品を“見せる”ために、店頭・店内商品のグルーピング化や店内の整理整頓を行った。  
③来店客が「色」「価格」等、何をポイントに商品を購入するかを考え、お客様が欲しい商品を“見分けられる”ようにPOPを作成したり、商品配列等を改善した。

#### □参加店会議

参加店会議を活用し、臨店参加店ツアーを実施。今回参加の4店舗を参加者全員で訪問し、各店主から取り組み内容の説明を受けることにより、店主同士でさらなる刺激を受け、改善意欲も増した。

### ●取り組みの成果

- 商品のグルーピングやPOPを作成したことにより、来店客が店内の商品を見分けることが出来るようになり売上が上がった。これからは本当の挑戦になるため、お客様に何をどのように見せるかを日々考えるようになった。(T店主)
- 地元のお客様から「雰囲気が変わった」「商品が見やすくなった」と言ってもらえた。販売員の意識が変わり始め、責任を持って商品をコーディネートするようになった。また、単価の安いものをレジ前に置いたところ、“ついで買い”により商品が売れた。(O店主)
- 狭い店内であるが陳列を変更し商品が見やすくなった。また、障害物(ハンガーラックや棚)を無くすことにより売り場が広くなり、商品のグルーピングを図ることで統一感が出てきた。自分自身でも「お、変わった」と思うので、手ごたえを感じている。(H店主)
- “お客さま目線”で店内を見ることが出来るようになり、意識が変わった。ショーウィンドウの改善や店内の清掃、整理・整頓により、お客様が入ってくださるようになった。(M店主)