

申込み団体：網走まちなか商店街振興組合

臨店参加店：4店舗

研修期間：平成23年11月～平成24年2月

臨店参加店の取組み成果

売上：前年度平均 103.0%

客数：前年度平均 112.6%

### ●取り組みの経緯・背景

中心市街地活性化会議を立ち上げ、将来の商店街のあり方・方向性について議論を始めた中で、課題としてあげられたのが、来街者の回遊性である。回遊性を上げるには、各個店に魅力＝個店の力がなければ、その期待はできない。一方で、市民アンケート調査により、「街の顔としての中心街」への関心が高いことが分かった。商店街の若い世代が活動の中心となりつつある現在、商店街の連帯感も強まっている。少子高齢化の時代を向かえ、ますます物が売れなくなる現状と今後を見据えたときに、商店街の活性化は必要不可欠となってくる。

本事業に参加し、各個店はできる所から改善し、1つ1つ効果を挙げていくことを目指す。そして、それにより他店舗への波及、商店街の活性化につなげていくことを目標とする。

### ●取り組み内容

<共通課題>

- ・店舗や商品に顧客が「ハッ！」とするような強烈なインパクトが感じられない。
- ・各店舗ともに看板商品となりえる商品を消費者に伝えていない。
- ・季節感のある店内装飾や思わず買いたくなる商品演出等の仕掛けがされていない。
- ・お客様から共感を得られる、美味しさや季節感が伝わるシズル感たっぷりのコメントやPOPが商品につけられていない。
- ・定期的に販促イベント等を仕掛けて常に話題性を発信していない。

<改善への取組み>

- ①視認性を高めるために、ポスター類やタペストリーの取り付け位置等を見直した。安心して入ることが出来、出やすい店づくりを行った。
- ②購買促進に向け、POPやシズルコメントを作成した。また、ケース内やオープン陳列商品のプライスカードを改善した。



【“春色”をテーマにしたディスプレイとPOP】

### ●取り組みの成果

- ・今まで改善に関わっていなかった従業員達も、ディスプレイに興味を持ち出し、全員で店づくりができるようになった。(K店主)
- ・陳列に際してスタッフを交えて「どうする?」「こうする?」というような会話が増えてきた。(H店主)
- ・今まで自分一人で悩みながら行ってきた店づくりが、今回の研修を共に受講した家族が理解者となってくれ、仕事に張り合いがでてきた。(R店主)
- ・看板商品にしたい既存商品があるため、その商品に詳しい新人スタッフを加え、商品強化に取り組むことにした。(Y店主)
- ・靴屋と洋服屋の商品のコラボレーションにより演出の幅を広げることが出来た。商品の貸し借りにより、両店とも客数増加に繋がった。
- ・今回の研修を通して提案した、各個店の強みを活かす「網走職人通り商店街」の取組みが期待される。



【コラボレーションの靴店】