

申込み団体：釧路和商協同組合

臨店参加店：6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	108.5%
客数：前年度平均	101.3%

●取り組みの経緯・背景

組合の重点目標の一つとして「地域に信頼される和商市場」を掲げている。そのため、各店が地元客に支持される売場作りと、接客を行なうことが必要であると認識しているが、具体的な取組や意識統一がされていない。以前より販促活動等には力を入れてきているが、組合員が満足できる結果がでていないのが現状である。

昨年度、同市内の他商店街が「個店経営研修事業」に参加し、研修後に来店者の増加という結果を出したことを受けて、他店の模範・モデルとなる「核店舗」創出を図り、そこから改善の取組みを波及していきたいとの考えにより事業に参加した。

●取り組み内容

□臨店研修

各店舗が抱える課題に対して、改善に向けた課題を設定し、店主自らが納得した上で、行動できるように指導した。

- ①DMの予算づけなどを見直し、定期的に発行できるよう改善した。
- ②来店を促すための入口の看板設置と共同掲示板を活用した。
- ③来店客とコミュニケーションがとれるようなレイアウトに変更した。
- ④商品陳列の変更と併せ、プライスカードから商品のお勧めの理由やエピソードを書いた「コトPOP」へ変更した。



【共同掲示板の活用】

□参加店会議

各店舗がレイアウトや商品陳列の変更、POPの刷新、DMの強化等、行動したことを発表した。また、臨店研修参加店のことだけでなく、道外視察や市場内のBGMの解禁、主な出入口以外への掲示物の解禁等、市場全体のことにも具体的に話し合うようになった。



【コトPOP】

●取り組みの成果

□全体的には、各個店共通の指導内容である商品陳列の変更、レイアウト変更、POPやプライスカードの強化により客数の増加が複数店舗で見られた。

・陳列変更やレイアウト変更実施後、来店客と店主側の両方から商品が見やすくなった。お客様との対話も広がり、結果として商品購入につながった。(H店主)

【商品陳列の変更】



・DMの絵柄や文字の配置を丁寧に変更したことにより、店主の気持が伝わり売上が増加した。また、初めてのお客さまに丁寧な礼状を添え始めたことにより、好印象を得ることが出来た。(K店主)

□年末年始の和商市場の店内マップの掲示、入口への看板設置が集客につながった。

・風除室に看板（ブラッグボード）を設置し、書き換えも頻繁に行なったことにより、市場内での反響が得られた。(S店主)

□参加店会議を通じて、店主同士が刺激し合い、研修以外の場でも改善を意識するようになった。臨店研修参加店の改善行動が波及し、参加していない店舗も看板を設置した。



【入り口看板設置】