

申込み団体：長野県諏訪市

本町二丁目商業会、中町商業会、末広二丁目商業会、湖明館通り商業協同組合

臨店研修参加店：6店舗

研修期間：平成24年9月～平成25年2月

臨店研修参加店の取組み成果

売上：前年度平均	106.2%
客数：前年度平均	111.1%

### ●取組みの経緯・背景

当商店街は JR 上諏訪駅前であり、さらに国道 20 号線をはさんだ位置にある。

商店街の主な来訪者は高齢者が多く、徒歩や自転車である人が多い。商店街近傍に高校が 3 校あり、朝・夕は JR 利用の通学生も多く訪れるが、通勤客はほとんどが車通勤であるため少ない。銀行も付近に 2 行あるが、銀行を目的に立ち寄る人がほとんどであり、商店街まで流れてくることは少ない。

2 年前に、駅前にあった百貨店が閉鎖し、その影響で商店街の客数も減少した。

大型店に期待するのではなく、商店街で繁盛店づくりに取り組むことを目指しており、この研修をその機会として位置づけている。

### ●取組み内容

#### □臨店研修

参加店舗はいずれも専門店であるため、専門店としての訴求力の向上を図るとともに、店舗の「見える化（ファサードや店頭の清掃・改善等）」「見せる化（商品陳列・グルーピングやレイアウトの改善等）」に積極的に取り組むことを共通課題とした。

#### □参加店会議

各店舗が実施したレイアウト変更、A 看板の活用、コミュニケーションレターの発行、地元企業とのコラボレーションによる新商品の開発、フェイスブック活用のネット販促等、行動したことを発表し共有を図った。

#### □商工会議所との連携

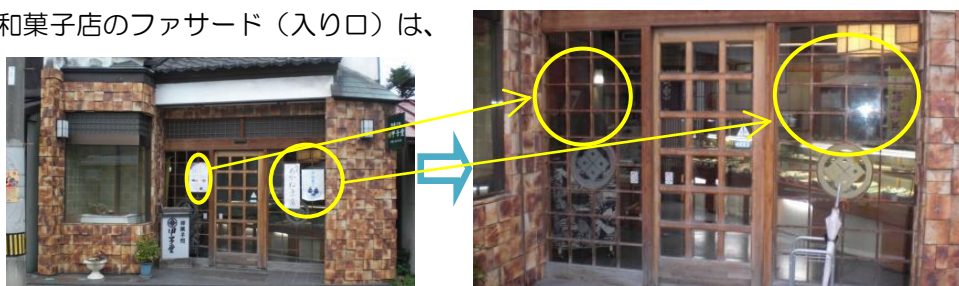
諏訪商工会議所と諏訪 TMO では、「街ゼミ」の開催も計画されており、臨店研修参加店からも 2 店舗が参加予定である。「繁盛店づくり実践プログラム事業」のメンバーと「街ゼミ」に参加したメンバーとの交流も計画されており、将来展望としてこの事業を両輪とした店づくりを志向している。

### ●臨店研修参加店(6 店舗)の取組み

#### (1)「見える化」の向上

□商店街の一番はずれにある和菓子店のファサード（入り口）は、

ポスターやチラシが貼られ店内が見えなかったため、店内の視認性を高めるためにポスター等を撤去したところ、客数の増加に繋がった。



□ファサードの整備を行い店内の視認性を高めるとともに、商品配列を見直して店内の回遊性を高めた。



(洋服店)

(2) 「見える化」の向上

□既存顧客の年齢層が高いため、新規客を獲得するために  
ショーウィンドウに若い層に向けた商品を展示した。  
また季節感を演出したショーウィンドウに改善し、通行客  
への訴求力を向上させた。(総合衣料店)



□活用できていなかったショーウィンドウに見本商品を陳列した。あわせて季節感を出すことで、お客様の注目を集めるよう工夫した。(和菓子店)



【9月の見本商品】



【1月の見本商品】

(3) お客様とのコミュニケーションの改善

□従業員からの発案により、イベントに合わせたA看板の活用に取り組み、お客様への情報発信に積極的に取り組んだ。その結果、お客様からの注目度を高めた。(洋菓子店)



9月



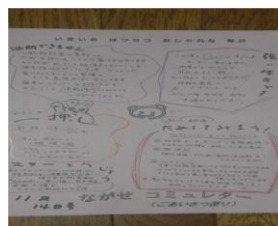
11月



1月

□お客様とのコミュニケーションを深めるチラシの作成は、従業員間とのコミュニケーションにも役立ち、相乗効果をもたらした。

(総合衣料店・酒造店・寝具店)



(4) 専門店としての訴求力の向上

□主力商品「アントルメ」の注目度をさらに高めるために、ディスプレイを工夫し認知度を高めた。(洋菓子店)

□蔵を使ったアンテナショップ内に、歴史を知らせるツールを展示(大正天皇への献上酒へのお礼の手紙)し、お客様の注目を集める仕掛けをつくった。(酒造店)

