

支援先商店街：協同組合 折尾商連

所在地：福岡県北九州市

臨店研修参加店舗：6 店舗

研修期間：平成 25 年 9 月～平成 26 年 2 月

臨店研修参加店舗の取組成果（対前年度比平均）

売上：対前年度比率 137.2%  
客数：対前年度比率 133.6%

### ●取組の経緯・背景

当商店街は JR 折尾駅周辺の商業集積地であり、アーケード等のメイン通り商店街はなく大きく 3 か所に点在した商店が集まった商店街。現在「折尾駅周辺整備」が進められており、鉄道の高架化や街路整備、区画整理等の工事に伴う店舗の移転・立ち退きによって歯抜け状態となっている。昼間人口（来街者）を増やすこと、併せて店主の高齢化に伴う後継者育成や個店としてのレベルアップが課題となっている。

### ●取組内容

#### 【臨店研修】

「顧客視点のマーチャンドライジング」に徹底的に取り組んだ結果、大きく意識が変わった。商品陳列も顧客視点での見せ方や伝え方になり、実際に店頭での来店客も増えてきた。そして最も大きな変化は、「徹底した顧客満足度の向上への取組」であった。

#### (1) ファサードの改善

- ・ショーウィンドウの掲示物を取り除くことで、ファサードをすっきりさせ、店内を見通せるようにした。（自動車整備・カー用品販売店）



- ・①サービスをPRする手作りポスターを掲示。②ポスターを取り除き、化粧体験やエステ風景など、店内が見えるように改善。（化粧品販売店）



#### (2) 店頭の看板等の改善

- ・自店のウリ商品を強かに PR するように改善された立て看板のデザイン。（パン・菓子製造販売店）

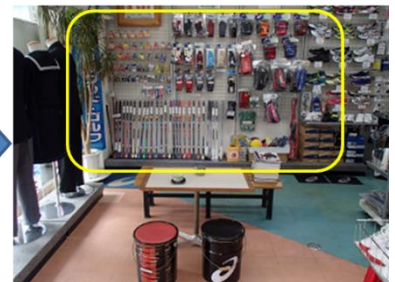


- のぼり旗を立てる位置を変えて、幹線道路からも見えやすいように工夫した。  
(飲食店)



### (3) 店内レイアウトの改善

- 今後アピールしていきたい「グラウンドゴルフ」コーナーを店舗奥から入口付近に移設した。(スポーツ用品販売店)



### 【参加店会議】

長年営業している商連の会員同士ながら、第 1 回会議で名刺交換が行われるなど、これまで交流・連携があまり行われていなかったことが窺えた。しかし参加店会議を通して急速に連携が進み、コラボ商品の検討から、商連としての一体感や認知度の向上について等、参加店間での積極的な話し合いがもたれるに至った。

### 【店舗情報発信】

#### ○タペストリー

折尾駅周辺の整備に伴い、移転や立ち退きが進み、地域内に店舗が点在し、商店街としての一体感に乏しい状況であるため、当商連加盟店であることが一目でわかるように店頭タペストリー（どんな店でも掲示が出来る布製のもの）を作成。そのデザインについては、参加店会議で検討を重ね、地域住民の親しみやすさに視点を置いて「折尾商連」を「折尾“笑”連」と書き換えた図案とした。「笑」のマークを入れることで親しみやすい商店街としてアピールし、常連客の増加をめざす。更に、臨店研修参加店の今後の結束と、当タペストリーが店舗相互に交流する目印となり、加盟店同士への連携、交流を深めることをめざす。



### 【商店街全体への波及】

#### ○商店街活性化のための新しい組織（チーム）の誕生

当初、本研修の趣旨への理解の浅いまま臨店研修に参加した某店主だったが、かねてより懸案としていた後継者問題について、講師の適切な助言を受けて意気投合、本研修への取組姿勢が一変した。

そして参加店会議の席上、「今回の取組を通じて、商店街の団結を図ろう」と発言。臨店研修参加全員がこれに呼应・賛同し、その 6 店舗による「折尾小連」というチームが結成された。今後、折尾商連の活性化に貢献していこうと、研修修了後も毎月 1 回の会合をもつに至る。