

一店逸品運動事業

概要

- 消費者に自信を持ってオススメできる商品やサービスを「逸品」として発掘・開発し、イベントや広報を通して積極的にPRすることで、個店や商店街のファンを増やしていく事業である。全国で初めて静岡呉服町名店街が実施した。
- 「逸品」は、商店街の店主らが集まる「逸品委員会」で意見を出し合い、発掘・開発されている。原則、商店街のすべての店舗が本事業に参加し、個店ごとに毎年新しい「逸品」を誕生させている。



逸品委員会の様子



逸品フェア(イベント)のチラシ

主な対象

高齢者、30~40代の子育て世帯

予算額

広報費用 約600万円

ねらい

個店ごとに魅力的な商品・サービスを育てることで、各個店の「集客力」を向上させる。また、商店街の全ての店舗が参加することで、商店街のイメージアップに繋がります。商店街全体のお店のレベルの底上げを図っている。

経緯

1980年代後半からの大型郊外店の進出ラッシュで、商店街に人がいなくなることに危機感を感じていたため、理事長の交代を契機に、若手商業者を中心として、本事業を始めた。

ひとこと

★苦心したこと

商店街の全ての店舗にやる気をもって取り組んでいただけるよう、日頃から各店に地道に積極的に声かけや働きかけを行っています。

★工夫したこと

商店街一体の取組となるよう、必ずナショナルチェーンのお店にも参加してもらうようにしています。事業趣旨を理解し、快く事業に加わっていただけるので、大変ありがたいです。



副理事長 池田 浩之 氏(右)
事務局長 網島 由恵 氏(左)

実施手順

だれに?

商店街会員

何をする?

各店舗へのヒアリング

それぞれのお店に眠っている魅力的な商品・サービスの“原石”を発掘する。

ポイント

- ・中小企業診断士などの経営コンサルタントを活用すると、効率的にヒアリングができます。
- ・必ず「全店舗」にヒアリングし、商店街一体となった取組にします。

商店街会員

逸品委員会の開催(「逸品」の検討)

積極的に意見交換を行い、ヒアリングで発掘した各店の商品・サービスの原石を“逸品”に仕上げる。逸品委員会の議事録を作成し、すべての店舗に配布する。

- ・商業者ではなく「消費者」の視点で意見を出し合います。
- ・委員会の議事録を配布することで、すべての参加店舗に当事者意識を持ってもらうことが狙いです。

商店街会員

逸品委員会の開催(「広報手段」の検討)

カタログ・新聞チラシ・SNS(フェイスブック等)・メディアなどをフル活用し、効果的な広報手段について検討する。

当初は新聞チラシを中心とした広報を行っていましたが、若年層を取り込むために、最近は「フェイスブック」での広報にも力を入れています。

逸品フェアの実施(1ヶ月程度)

消費者

アンケート調査

消費者アンケートを実施する。協力いただいた方から抽選でプレゼントを進呈する。

商店街会員

効果検証

- ・プレゼントは、各店から無償で提供してもらう。
- ・アンケートの集計結果は、逸品委員会で共有し、次年度以降の事業に活用する。

当選者には各店舗から直接コンタクト(配送)してもらうことで、今後の商売につなげてもらうようにしています。



お問い合わせ先

商店街振興組合 静岡呉服町名店街

○所在地 静岡市葵区呉服町2-2 3階(JR静岡駅北口から徒歩約8分)

○電話 054-255-8039 ○FAX 054-252-5538

○ホームページ <http://www.gofukucho.or.jp/> ○フェイスブック <https://www.facebook.com/gofukucho/>

