

団体名		有限会社 武蔵野交流センター						
①	指標名	年間売上額			目標値	108,000千円	実績値	104,762千円
	過去の実績	平成25年度	平成26年度	平成27年度	達成率	97.0%	達成状況	未実施・ <u>未達成</u> ・達成
	(単位:千円)	119,791	¥120,237	¥109,442				
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・客数アップにつながるイベントを定期的開催した。 ・端境期の商品確保の為に仕入れ先を再構築した。 ・各生産者との緊密な情報交換を行い、顧客にフィードバックする事で、現有顧客の囲い込みを図った。 ・中道通りを通行する人が店舗に入りたいと思うような雰囲気作りを図った。 						
	一次評価	<ul style="list-style-type: none"> ・店外催事に積極的に参加することで新規顧客の獲得を目指したが、思うような結果が出なかった。 ・新規商材が若干見つかったものの、端境期の品不足を解消するまでには至らなかった。 ・9つある友好都市のうち、1都市を除く他の友好都市をこの2年で視察することが出来たので、友好都市の魅力についてはある程度説得力のある言葉で伝えられるようになってきた。ただ、より一層のレベルアップが必要。 ・店舗西側及び向かい側の大規模工事の影響があり、入りたいと思う雰囲気作りについては未達成。店舗の再構築については、継続課題とする。 						
二次評価	ホームページやSNS等による情報発信のさらなる強化や店舗へ入りたいと思う雰囲気作りを検討し、来店者の確保・増加に努めていただきたい。							
②	指標名	販売利益率			目標値	23%	実績値	22.3%
	過去の実績	平成25年度	平成26年度	平成27年度	達成率	97.0%	達成状況	未実施・ <u>未達成</u> ・達成
	(単位:千円)	22.6%	23.5%	23.4%				
	取組内容	来店者数の減少が続いているので、来店者数を増加させて売上げの回復及び生鮮品ロス削減につなげるために、アンテナショップ独自の強みであり、集客力を見込める生鮮品の品揃えを再構築した。						
	一次評価	特に端境期において、少ないアイテム数の中から無理にボリューム感を出そうとした為、同じ品目ばかりが多くなった結果、大量のロスを生み、未達成の要因となってしまった。						
二次評価	生鮮品はロス率が高くなるリスクが高いが、一定の集客力が見込める商品である。引き続き消費者ニーズを捉え、販売利益につなげるよう努めていただきたい。							
③	指標名	人件費の効率化			目標値	15,250千円 (給与手当総額)	実績値	15,234千円
	過去の実績	平成25年度	平成26年度	平成27年度	達成率	100.1%	達成状況	未実施・未達成・ <u>達成</u>
	(単位:千円)	15,558	15,978	15,256				
	取組内容	売上額の減少傾向が続いているため、人件費等の効率化は必須と考えており、新任店長をサポートするため社員の残業代が増加した前年に比べ、業務の効率化に努めることで人件費の削減を図った。						
	一次評価	人件費の効率化目標は達成したものの、売上額が減少したために、売上高に対する人件費比率が増加してしまった。引き続き、要改善課題とする。						
二次評価	目標を達成したことを評価する。今後も、労働意欲を損うことなく、人件費の効率化を推進することを期待する。							