

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	67,000千円	実績値	55,411千円
	過去の実績	平成30年度	令和元年度	令和2年度	達成率	82.7%	達成状況	未達成
	(単位: 千円)	72,024	67,431	65,001				
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュレス決済 (d払い、auPAY、paypay) の導入により、新規顧客の獲得を図った。</li> <li>・顧客への積極的な声掛け、手書きPOPの強化等、地域密着型の店舗ならではの強みを生かすお店づくりに努めた。</li> <li>・むさしのプレミアムについて、イベントごとの需要に合わせた商品展開、レイアウトの工夫等により販売を拡充した。</li> </ul>						
	一次評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス自粛期間の解除等に伴い、周辺店舗が営業を再開し、顧客が分散したことにより目標達成には至らなかったが、手書きPOPの拡充や店頭での声かけなど、麦わら帽子ならではのオリジナリティを強化した。</li> <li>・強化商品である武蔵野プレミアムについて、イベントごとの需要に合わせた商品展開にするなど工夫したことで、売上前年比は139%となった。</li> </ul>						
二次評価	周辺店舗の営業再開による顧客分散の影響により、年間売上額の目標値には届かなかったが、キャッシュレス決済の導入や手書きPOPの作成、イベントごとの需要に合わせ商品展開など顧客目線に立った創意工夫を行ったことは評価できる。今後は、周辺店舗との差別化を図るような工夫や取組み、広報の手法について検討いただきたい。							
②	指標名	売上総利益率			目標値	32%	実績値	33.3%
	過去の実績	平成30年度	令和元年度	令和2年度	達成率	104%	達成状況	達成
	(単位: %)	23.2%	29.4%	31.1%				
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生鮮食品等の廃棄や賞味期限目前商品の割引販売の件数を減少させ、食品ロスの削減や利益額の確保に努めた。</li> <li>・エアレジデータの検証を行うことで、仕入れの精度向上や顧客ニーズの把握・分析の強化に取り組んだ。</li> </ul>						
	一次評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・適切な仕入れに取り組んだことで、生鮮食品の廃棄や割引販売等の件数を減少させた。その結果、売上の向上や経営の安定化に寄与することができ、目標値の達成につながった。</li> </ul>						
二次評価	レジデータによる顧客ニーズの分析や検証、それに基づく適切な仕入れ、販売に取り組んだことで、目標値をこえる売上総利益率を達成することができた。引き続き顧客データの分析、検証に取り組み安定した経営状態を維持するとともに、売上総利益率の向上に向けて取り組んでいたきたい。							
③	指標名	SNSフォロワー数の拡大			目標値	350人	実績値	333人
	過去の実績	平成30年度	令和元年度	令和2年度	達成率	95.1%	達成状況	未達成
	(単位: 人)	200	219	270				
	取組内容	Facebook、Twitterを通して旬な情報を提供し閲覧数を増やす。また、閲覧した顧客が来店しなくなるような内容とする。						
	一次評価	Facebookに加え、Twitterでの情報発信に力を入れ、新商品や提案商品、季節商品の情報をこまめに発信したことで、目標としていたSNSフォロワー数は達成できなかったものの、大幅にフォロワー数を伸ばすことができた。今後は定期的な投稿に加え、新たなSNSのツール (インスタグラム等) も活用して情報発信を行っていききたい。						
二次評価	SNSフォロワー数の拡大に向け、新たにTwitterでの情報発信に力を入れ、各種情報発信に努めたことは評価できる。今後も引き続き顧客のニーズに沿った情報発信に努めるとともに、その他ツールの活用についても検討いただきたい。また、投稿した記事を閲覧した顧客が来店し、購買につながるような工夫を検討していただきたい。							