

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	58,000千円	実績値	50,823千円
	過去の実績	令和元年度	令和2年度	令和3年度	達成率	87.6%	達成状況	未達成
	(単位:千円)	67,431	65,001	55,411				
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 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。 都内や近隣他店では取り扱いのない商品を多く取り揃えた。 						
	一次評価	<ul style="list-style-type: none"> 物価高騰や電気料金の値上げ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。 今後は行動制限の緩和に伴い、友好都市への訪問・視察を通して、友好都市の魅力発信につながる新商品等を発掘し、他店との差別化を図る。 						
二次評価	年間売上額の目標には届かなかったが、設立当初の理念に立ち返り、友好都市の魅力発信を行うために多文化共生・交流課との連携をはじめとする、原点に立ち返ったアンテナショップらしさの追求は評価できる。今後もアンテナショップの設立目的に沿いつつ、安定的な経営を継続するための、広報の手法の検討や周辺店舗との差別化に取り組んでいただきたい。							
②	指標名	売上総利益率			目標値	33.6%	実績値	34.0%
	過去の実績	令和元年度	令和2年度	令和3年度	達成率	101.2%	達成状況	達成
	(単位:%)	29.4%	31.1%	33.3%				
	取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 生鮮食品等の廃棄や賞味期限目前商品の割引販売を減少させ、食品ロスの削減や利益額の確保に努めた。 エアレジデータの検証をすることで、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。 						
	一次評価	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。						
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、目標値を超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だきたい。							
③	指標名	SNSフォロワー数の拡大			目標値	380人	実績値	405人
	過去の実績	令和元年度	令和2年度	令和3年度	達成率	106.8%	達成状況	達成
	(単位:人)	219	270	333				
	取組内容	<p>Facebook、Twitterで各友好都市のフェアや特産品入荷情報、友好都市の観光PR動画の情報を提供し閲覧数を増やした。また、閲覧した顧客が来店したくなるような内容とした。</p> <p>Facebookフォロワー 359、Twitterフォロワー 46 (令和5年6月9日現在)</p>						
	一次評価	Facebook、Twitterでの情報発信に力を入れ、新商品や提案商品、季節商品の情報を発信した。Twitterではプレゼントキャンペーンを実施し、目標としていたSNSフォロワー数を達成できた。今後は投稿頻度を増やし定期的に情報を発信することで、フォロワー数のさらなる拡大を目指す。						
二次評価	SNSフォロワー数の拡大に向け、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ていただきたい。また、投稿した記事を読覧した顧客が来店し、購買につながるような工夫についても引き続き検討していただきたい。							