

| | | | | | | |
|-----|--|--|--------|--------|--|----------|
| 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 | 53,000千円 |
| | 過去の実績 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | (過去の実績についての説明) | |
| | (単位:千円) | 65,001 | 55,411 | 50,823 | 武蔵野プレミアムの強化や訴求力の高いPOP等の活用、SNSによる情報発信により、目標の達成を目指してきた。 | |
| | 財政援助出資団体に対する指導監督の基本方針(平成21年2月改正)の具体的な取組の該当項目 | | | | (1)経営健全性の確保 | |
| | 設定理由等 | 令和5年6月の株主総会において承認された金額により設定。 | | | | |
| 業 | 取組内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・友好都市への訪問、視察により友好都市の魅力発信につながる地域限定商品や特産品、新商品を発掘し、他店との差別化を図る。 ・他業種、他店とのコラボイベント開催により、新規顧客獲得と認知度向上、売上拡大を図る。 ・WEB/SNSを活用した情報発信のさらなる強化・拡大。デジタル媒体だけでなく、近隣へのチラシ投函も実施することで、ターゲットに対する有効な宣伝方法を検討する。 | | | | |
| | 内容 | | | | | |
| ② | 指標名 | 売上総利益率 | | | 目標値 | 34.9% |
| | 過去の実績 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | (過去の実績についての説明) | |
| | (単位:%) | 31.1% | 33.3% | 34.0% | 厚利小売の販売方法を強化し、無駄を省いた経営により、目標値を達成することができた。 | |
| | 財政援助出資団体に対する指導監督の基本方針(平成21年2月改正)の具体的な取組の該当項目 | | | | (1)経営健全性の確保 | |
| | 設定理由等 | 令和5年6月の株主総会において承認された金額により設定。 | | | | |
| 務 | 取組内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、大量仕入れに伴う売れ残り処分を減少させる厚利小買の経営姿勢をより一層強化する。 ・天候、景気に左右されず新規購入も多いスイーツ商品を強化し、女性客及びリピーターを獲得する。 ・販売データ(エアレジ、キャッシュレス決済等)の分析と評価に基づく戦略構築により、ロスの減少、消化率の高い品揃えに努める。 | | | | |
| | 内容 | | | | | |
| ③ | 指標名 | SNSフォロワー数の拡大 | | | 目標値 | 450人 |
| | 過去の実績 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | (過去の実績についての説明) | |
| | (単位:人) | 270 | 333 | 405 | Facebook、Twitterを活用し季節商品等を写真付きで発信したことで、目標値を達成することができた。 | |
| | 財政援助出資団体に対する指導監督の基本方針(平成21年2月改正)の具体的な取組の該当項目 | | | | | |
| | 設定理由等 | SNSを活用することで、新規顧客及びリピーターを獲得する。 麦わら帽子の旬の商品や店内の様子を知ってもらうことで、顧客の来店を狙う。 | | | | |
| 部 | 取組内容 | Facebook、X(Twitter)で定期的に新商品や提案商品、季節商品の情報を発信する。 | | | | |
| | 内容 | | | | | |