

|     |          |                                                                                                                                                                                                               |        |        |     |        |      |        |
|-----|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-----|--------|------|--------|
| 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 | 実績値  | 52,812 |
|     | 過去の実績    | 令和2年度                                                                                                                                                                                                         | 令和3年度  | 令和4年度  | 達成率 | 99.6%  | 達成状況 | 未達成    |
|     | (単位: 千円) | 65,001                                                                                                                                                                                                        | 55,411 | 50,823 |     |        |      |        |
|     | 取組内容     | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客への積極的な声掛け、特設コーナーや手書き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>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。</li> </ul>                                                            |        |        |     |        |      |        |
|     | 一次評価     | <ul style="list-style-type: none"> <li>物価の高騰、電気料金の値上げ、円安等の影響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掛けなど、麦わら帽子ならではのオリジナリティを強化できている。</li> <li>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、より一層他店との差別化を図ることを期待する。</li> </ul> |        |        |     |        |      |        |
|     | 二次評価     | 目標とする年間売上額には届かなかったが、友好都市の魅力発信のため特設コーナーや手書きPOPの強化、店頭での声掛け等を活用した取組みは評価できる。<br>引き続き、周辺店舗との差別化を図るとともに、安定的な経営の継続に努められたい。                                                                                           |        |        |     |        |      |        |
| ②   | 指標名      | 売上総利益率                                                                                                                                                                                                        |        |        | 目標値 | 34.9%  | 実績値  | 34.2%  |
|     | 過去の実績    | 令和2年度                                                                                                                                                                                                         | 令和3年度  | 令和4年度  | 達成率 | 98.0%  | 達成状況 | 未達成    |
|     | (単位: %)  | 31.1%                                                                                                                                                                                                         | 33.3%  | 34.0%  |     |        |      |        |
|     | 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。</li> </ul>                                                    |        |        |     |        |      |        |
|     | 一次評価     | <ul style="list-style-type: none"> <li>販売管理費の圧縮や、生鮮食品の廃棄や割引販売等のロスを減少させる適切な仕入れに取り組み、経営の安定化に寄与することができている。</li> <li>今後は売上高をさらに向上させることによって利益率を確保することが期待される。</li> </ul>                                            |        |        |     |        |      |        |
|     | 二次評価     | 目標とする売上総利益率はわずかに達成できなかったが、食品ロス削減や利益額確保に向けた取組みを進めたことは評価できる。<br>今後、販売管理費の圧縮や適切な仕入れ等に取り組むとともに、売上高のさらなる向上を図っていただきたい。                                                                                              |        |        |     |        |      |        |
| ③   | 指標名      | SNSフォロワー数の拡大                                                                                                                                                                                                  |        |        | 目標値 | 450人   | 実績値  | 605人   |
|     | 過去の実績    | 令和2年度                                                                                                                                                                                                         | 令和3年度  | 令和4年度  | 達成率 | 134.4% | 達成状況 | 達成     |
|     | (単位: 人)  | 270                                                                                                                                                                                                           | 333    | 405    |     |        |      |        |
|     | 取組内容     | Facebook、X (旧Twitter) に加えInstagramを本格的に開始し、各SNSを原則1日1回の頻度で更新した。各友好都市のフェアや特産品入荷情報等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。<br>Facebookフォロワー 379、X (旧Twitter) フォロワー 97、Instagramフォロワー 129 (令和6年6月18日現在)          |        |        |     |        |      |        |
|     | 一次評価     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook、X (旧Twitter)、Instagramでの新商品や提案商品、季節商品の情報を定期的に発信したことで、目標としていたSNSフォロワー数を達成できた。</li> <li>今後も継続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が期待される。</li> </ul>                       |        |        |     |        |      |        |
|     | 二次評価     | 目標を大きく上回るSNSフォロワー数を獲得したことは評価できる。<br>SNSIによる影響力は非常に大きく新規顧客の確保の手段としても有効であるため、引き続き閲覧した顧客が来店したくなる記事の投稿、継続的な情報発信に努めていただきたい。                                                                                        |        |        |     |        |      |        |