

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	55,000千円	実績値	56,609千円
	過去の実績 (単位:千円)	令和3年度	令和4年度	令和5年度	達成率	102.9%	達成状況	達成
		55,411	50,823	52,812				
	取組内容	・友好都市へ訪問し、商品の生産者との意見交換会、販売店、園場の視察を行った。 ・WEB／SNSを活用した発信に加え、近隣へのポスティング、各イベントでのリーフレット配布を実施し、ターゲットに合わせた有効な情報発信の強化に取り組んだ。 ・レジデータを検証し消化率、回転率を精査し仕入に生かし売れ筋の確保、売上拡大に繋げる。						
	一次評価	・友好都市への訪問が新規商品・取引先の開拓に繋がり、より友好都市の魅力を発信できる店作りや・他店との差別化を進めることができた。 ・レジデータ検証により発注の精度向上、売れ筋確保につながり売上上位(主力商品)商品の売上拡大となった。 ・WEB／SNS等のデジタル媒体だけでなく、近隣へのチラシ投函、店外イベントへの出店や、他業種・他店とのコラボイベント開催により、新規顧客獲得と店舗・友好都市の認知度が向上し、売上が拡大し、目標を達成することができた。						
二次評価	年間売上額の目標を達成したことはもちろんのこと、友好都市への訪問と意見交換が新規商品や取引先の開拓につながり、友好都市の魅力を発信できる店作りや他店との差別化が進められたという点も評価できる。また、レジデータの活用により売上上位商品の売上拡大につながったことは、適切な経営判断につながる取組みだと考えられる。今後も友好都市の認知度向上と売上の拡大に努めていただきたい。							
②	指標名	売上総利益率			目標値	34.2%	実績値	33.8%
	過去の実績 (単位:)	令和3年度	令和4年度	令和5年度	達成率	98.8%	達成状況	未達成
		33.3%	34.0%	34.2%				
	取組内容	・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、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。 ・安定的な売上が確保できる近隣飲食店などからの受注を強化した。						
	一次評価	・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。 ・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。						
二次評価	わずかに目標達成には届かなかったものの、販売データの分析と評価に基づく戦略構築や安定的な売上確保のための近隣飲食店からの受注強化も良い取組みだと言える。今後も売上高の向上と利益率の確保を目指し、経営の安定化に向けた取組みを実施していただきたい。							
③	指標名	SNSフォロワー数の拡大			目標値	650人	実績値	736人
	過去の実績 (単位:人)	令和3年度	令和4年度	令和5年度	達成率	113.2%	達成状況	達成
		333	405	605				
	取組内容	・Facebook、X (旧Twitter)、Instagramの各SNSで定期的に新商品や提案商品、季節商品の情報を発信した。 ・友好都市の観光情報等についても周知を図るなど、フォロワー数の拡大に向け、投稿内容を工夫した。また、麦わら帽子の旬の商品や店内の様子をリアルタイムで知ってもらうことで、顧客の来店意欲の向上を狙った。 ・新規来店客にSNSを紹介しQRコード記載のチラシ配布。						
	一次評価	・Facebook、X (旧Twitter)、Instagramの各SNSで定期的に新商品や提案商品、季節商品の情報を投稿し、131人のフォロワーが増加した。引き続き、魅力的な写真の投稿など、来店につながる発信を試みる。 ・友好都市の観光情報等についても合わせて投稿することで、友好都市の魅力を手軽に発信することができた。						
二次評価	各種SNSを活用した積極的な情報発信や、新規来店客へSNSの紹介などの地道な取組みでフォロワー数の拡大に努め、目標達成に至っている点は評価できる。また、情報発信の内容についても、友好都市の観光情報を絡めて投稿し、友好都市の魅力発信に寄与している。今後も継続して、SNSフォロワー数を拡大し、認知度の向上を目指していただきたい。							