

事例：協同組合東広島ショッピングモール ～お客様目線を導入した売場実現へ～

1. 全体要旨

アドバイスの流れ

- アドバイスのきっかけ…オープン当初個店の業績悪化等の理由により組合員の入退店が激しかった。そのため個店の意識改革および店作りをアドバイザーに依頼
- アドバイスの内容…お客様目線からの売場づくりを提案。また若手勉強会を活性化させ、次世代を担う人材の育成を行う
- アドバイスの成果…個店のレベルアップのほか、組合の販促活動等、成果が表れる
⇒お客様に支持される売場作りと組合活動の基盤づくりがアドバイスのメインテーマ

2. 事例先概要紹介

組合名：協同組合東広島ショッピングモール（広島県東広島市）

組合員数：16名

組合の特徴：大手総合スーパーが核店舗の大型ショッピングセンター内に協同組合のショッピングセンターが存在する形態。高度化認定で初めてのケース。

3. アドバイス依頼内容

1) 課題

要旨：個店の業績向上を果たし組合員として定着してもらうこと、および、組合財務の健全化を図ること

組合員合計の売上高は、年度によって浮き沈みはあるものの、全般的に減少傾向をたどっている。オープン2年目の売上高を基準としたオープン9年目（平成21年10月期）の売上高は83.7%となっている。

組合員個々では業績に差がある。これまで業績の芳しくない組合員は一定期間を過ぎると退店し、その都度組合が組合員を誘致することを繰り返してきた。組合員の業績を安定化させると定着率が高まることは分かっていたものの、組合は店舗運営に関するノウハウを有しておらず直接組合員にアドバイスをすることも出来なかった。

また、組合事務局の維持費等は高く、将来的に現在のかたちで組合を維持していけなくなることも懸念されていた。

2) 背景

高度化事業を活用する初期段階で関与したアドバイザーに、外部目線からの個店診断および組合運営のアドバイスを依頼した

客観的視点を持たない組合が「外部の専門家にアドバイスを求めたい」と広島県に相談。県は以前より当組合に関わってきたアドバイザーを紹介しアドバイスが実施さ

事例：協同組合東広島ショッピングモール ～お客様目線を導入した売場実現へ～

れることとなった。アドバイスがはじまるまでは、場当たりの対応が多く、計画的に物事を遂行することは稀であった。

4. アドバイザーからの支援

要旨：来館者アンケートを実施しお客様目線での改善策を提案。また「若手勉強会」を開催し、後継者の育成と新たな販売促進策を実施する

アドバイザーは「お客様に支持して頂けない店舗は生き残っていくことが出来ない」との考えから、まずは来館者アンケートを実施することを提案した。アンケートからは商圏・顧客層が把握できたほか、個店が取り組むべき課題（品揃え・接客など）と、組合として取り組むべき課題（ショッピングセンター内での組合持ち区分の回遊性向上・トイレの照度向上など）が明らかになった

このアンケートを起爆剤とし、その後、数々の支援が行われていった。

(1) 若手勉強会の活動

アンケートの結果を受け、若手勉強会が動きだした。アンケートの内容について精査し、まずは実態をつかむこと、共同店舗内での店作りの考え方をアドバイザーは説いて回った。

なおこれまでも若手勉強会は、将来を担う若手により、毎月実施されていた。毎月、アドバイザーが目標に応じた宿題を出しチェックをしており、後継者育成の機能も果たしている。

(2) 外部目線導入による個店経営改善

事業者の場合、どうしても売場の中から陳列・品揃え・接客を考えてしまう傾向が強い。しかし、お客様視点（＝アンケート）からは商品力・接客力が競合店に比べ弱いことが明らかになった。そこでアドバイザーは、地元の消費生活アドバイザーの力を借り、お客様の声を反映した売場作り・接客を進めている。店頭のパラメータを定期的に変え季節感を醸成すること、商品構成を競合店と同じにしないことその他、POPに記載する内容や色使い、優しい接客の実施方法など、かなりきめ細かなアドバイスをしている。



組合員が並ぶ通路

(3) その他

① 回遊性向上のための共同販売促進

事例：協同組合東広島ショッピングモール ～お客様目線を導入した売場実現へ～

当該ショッピングセンターは2核2モールとなっており、組合員店舗はモールの一部を使って営業している。しかし、正面玄関より一番遠い場所に位置しており、全館の中では回遊性が低くなってしまおうという構造的問題を抱えている。そこでアドバイザーは組合の売場中央にある「ときめき広場」を活用し、回遊性を高める施策を提案した。具体的には、地元の小学生などにイベント会場として活用してもらい、その際には地元のフリーペーパーと連携し各種イベントについて告知をしてもらう、などを提案している。

② 組合運営

当初、組合事務所はショッピングモール内にあったが、そこを売場に替え、組合員に店舗として使ってもらうことにより組合収益を増やすことを優先させた。また、組合事務局の人件費を削減させ、組合の財務体質の健全化を図るようアドバイスした。

5. アドバイスの成果

要旨：アドバイスを始めてから、組合員の中には売上高昨年度対比 100.0%をクリアするものが出始めた。また「ときめき広場」でのイベントも定着し始めた。これらは若手を中心とした組合員のモチベーションが上がった成果と言える

徹底したお客様目線からのアドバイスにより、組合全体から個店まで成果が出始めている。

(1) 若手勉強会

毎月の勉強会にて、若手から出てくる提案に対しアドバイスすると同時に、面白い提案に対しては背中を押しその実行を促している。また、「視察に行きたい」と若手の方から提案があった際、全国の成功事例を知っているアドバイザーが視察先の選定等を行っている。

来館者アンケートでは「トイレの評価が低い」ことが確認されたが、実際のトイレの清掃状態を探るべく、若手が時間帯ごとにカメラでチェックするなどし、その原因を突き止め改善した。これら成果を感じられる体験を通じ、若手のモチベーションは着実に向上している。



清潔感があるトイレ

(2) お客様目線を考慮した売場作り



柱周りを使った提案型展示

お客様が抵抗感なく、楽しさを感じながら売場に入ってもらえるよう店頭のディスプレイを変化させてきた。季節感を醸成することは勿論のこと、店の一押し商品を店頭で量感陳列している。

事例：協同組合東広島ショッピングモール ～お客様目線を導入した売場実現へ～

(3) その他

①回遊性向上

組合員店舗の中央に位置する「ときめき広場」でのイベントが定着している。費用対効果の高い告知方法で多くのお客様の誘客を可能とし「ときめき広場」のマグネット化を実現した。また、個店の展示陳列等により、「ときめき広場」から個店への回遊性を向上させることに成功した。



イベントや情報発信の場「ときめき広場」

②組合運営

組合事務所を近隣マンションの一室に移した。また、組合の運営に支障のないかたちで人件費削減を実施し、組合の財務基盤を確立させた。

6. 今後の課題

要旨：組合員の固定化を図ることと、店舗の施設設備の改善を図ることが今後の課題となる

(1) 組合員の固定化を図る

これまで当組合では、組合員が固定化せず入れ替わりが頻繁であった。今後は、組合の理念やあるべき姿を明確にし、それらと合致しない組合員を入居させないなどの対応が必要となろう。そのために若手を中心とし、当組合の存在意義そのものを問いただす議論が必要となる。

(2) トイレの照明入れ替え等施設設備の改修

来館者アンケートで明らかとなった施設の不備な点を改修することも今後の課題となる。本年度は新しく出来た商業支援の法律認定を頂き、トイレの照明を入れ替えるなどし、施設の改善をしていく予定である。

(3) 個店の更なる魅力向上

共同店舗はいうまでもなく個店の集合体である。個店の魅力を向上させお客様に指示され続けないと共同店舗（＝組合）は存在しえない。今後も若手勉強会を活性化させ、個店の魅力向上を継続的に行っていくことが必要となる。

協同組合東広島ショッピングモール
所在地：広島県東広島市西条町御園宇 7206-2
協同組合部分建築面積：1809.85 m²
協同組合部分売場面積：2033.14 m²
組合員数：16名
理事長：多山 幸佐
連絡先：082-431-0331