

⇒ 大コン事業 参加店舗の声 ⇐



松坂屋静岡店 秋山 幹男さん

松坂屋地酒倶楽部を通して「デジタルとリアルを融合する」という経営課題に取り組んできました。
学生の後押しを頂き、着実に踏み出すべき一歩を踏み出せた実感しています。



アクアリウム ミクロ 石谷 真人さん

在庫整理をしたことで店内がスッキリし、ホームページの重要性にも気づかされました。
また、「大人の金魚すくい」が親子連れに受けている様子を見て、お客様への訴求力が向上したと感じています。



静岡おでん おがわ 中津川 真生子さん

当店は若者の目線を必要としていました。
学生の学ぶ場、サポートを受ける店舗側のWin-Winの関係がとても良かったです。
非常に有意義な半年間でした。



レストラン浮殿 久保田 暁子さん

学生のアイデアや意見は、SNS戦略において非常に力になってくれました。
私共からは会議の進行方法等ビジネスについての学びをお伝えできたかと思います。
こんなにも健全なWin-Winは見たことがありません。



大コン事業コンサルティング対象店舗の募集について

- 募集期間
毎年4月上旬～5月中旬
- 対象店舗
 - 1 静岡市内に店舗を構えていること（小売業、飲食業など）
 - 2 昼間営業していること
 - 3 店舗の改善を具体的に考えていること
 ※ 応募後、静岡県立大学と静岡市で選考し、店舗を決定します。（最大4店舗）

問い合わせ先

静岡市 経済局 商工部 商業労政課 商業・まちなか活性化係
電話：054-354-2306 FAX：054-354-2132 E-mail：shogyo@city.shizuoka.lg.jp

この冊子はユニバーサルデザインフォントを使用しています。

10th Anniversary

令和3年度「大学生によるお店コンサルティング事業」

通称

大コン事業

「大コン事業」での取り組み内容をお店の魅力向上の参考に！

静岡市・静岡県立大学 岩崎ゼミ 連携事業

Marketing



Shizuoka City



Consulting

Iwasaki Seminar



大コン事業とは…

本市では商業の振興に向けて、①魅力あふれる「個店」の支援、②連携して地域課題に取り組む「商店街」の支援、③個店・商店街が育つ豊かな「まちづくり」を3本柱として取り組んでいます。

その中で大コン事業は「個店」への支援の一環として、静岡市と静岡県立大学経営情報学部・岩崎ゼミが連携し、魅力的で個性のある個店を増やすため、マーケティングを学んでいる学生が個店に対してアドバイスやコンサルティングを行う事業です。

「お客様の声を聴きたい」、「効率的なプロモーションを考えたい」、「お店の強みをさらに磨きたい」等、具体的な取組みを考えているお店に対して、学生がアンケート調査やヒアリング等に基づき、アドバイスを行い、店主と学生が力を合わせて、一緒にお店の魅力向上に取り組んでいます。

教授・ゼミ紹介



岩崎邦彦 教授

<プロフィール>

静岡県立大学 経営情報学部 教授・学長補佐・地域経営研究センター長

【主要研究テーマ】

地域に関連するマーケティング課題の研究

【主な著書】

「地域引力を生み出す観光ブランドの教科書」(日本経済新聞出版社)
 「農業のマーケティング教科書:食と農のおいしいつながり」(日本経済新聞出版社)
 「引き算する勇気:会社を強くする逆転発想」(日本経済新聞出版社)
 「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」(日本経済新聞出版社)
 「小が大を超えるマーケティングの法則」(日本経済新聞出版社) 他

<静岡県立大学 経営情報学部 岩崎ゼミ>

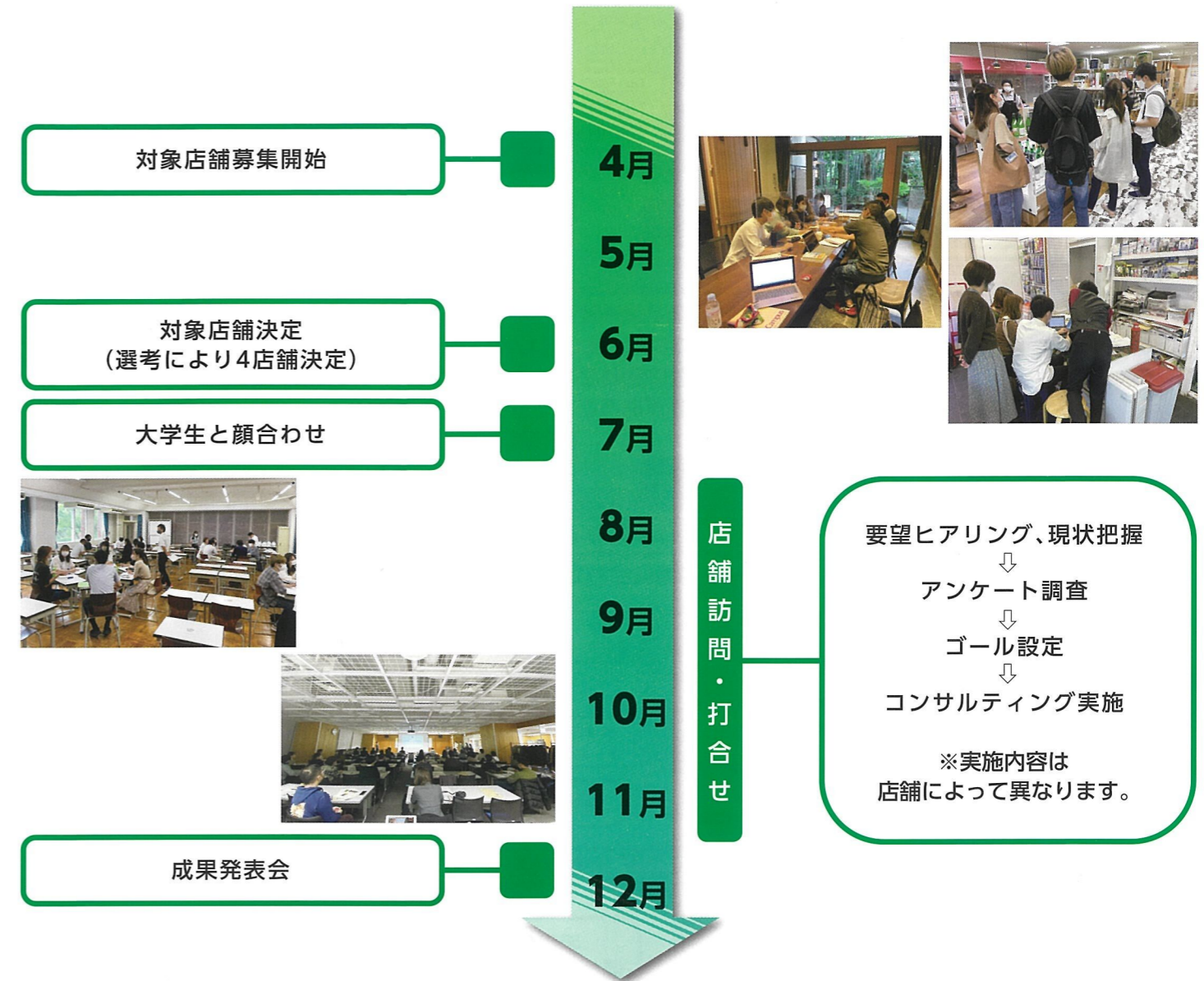
マーケティングを研究テーマとしているゼミで、地域の抱える諸問題の解決や地域経済の発展に資する研究・情報発信・実践活動を行い、「地域の元気」に貢献することをモットーとしている。

大学でマーケティングを専攻する学生が、静岡市内のお店のコンサルティングを行う「大コン」は、学生にとって貴重な学びの機会です。ご支援をいただいている静岡市のみなさまに心より感謝申し上げます。

学生は、コンサルティングを通して、お店が抱える様々なマーケティング課題を体感し、マーケティングの方向性を真剣に考えました。コンサルティングの現場では、受診企業の皆様から多くを学ばせていただきました。コンサルティング成果は、学生と受診企業の共働から生まれたものです。今回の事業が、静岡市の個店の発展に少しでもお役に立てたのなら幸いです。

静岡県立大学経営情報学部 教授 岩崎邦彦

<事業のスケジュール>



松坂屋静岡店 【葵区御幸町】

JR静岡駅前の地域密着型百貨店

依頼内容 「地酒情報といえば松坂屋地酒倶楽部」というイメージの定着

ゴール設定 「松坂屋地酒倶楽部」(地酒紹介コーナー)の認知度向上



アンケートによる現状把握

調査概要

松坂屋地酒倶楽部の認知度と現在の顧客層を把握するために30名の来店者にアンケートを実施。

調査結果

- 地酒やその飲み方についてのブログを読みたい人が3割。
- 場面に合わせて地酒の紹介にも必要があることが分かった。
- 回答者の8割がLINE利用者。
- 蔵元・酒造について興味がある人が7割以上。

取組内容

① ブログの改善

アンケート結果から、社員によるレビューや場面に合わせた地酒を紹介するブログを作成

純米酒って、乳製品と相性がいいらしいという情報を仕入れたので、カブレゼを作りました🍷合う

「プレゼントに送るならどの地酒?」というテーマ別のブログも!

歳暮

取り上げた地酒と合う料理を例示することで飲む場面を想像しやすく

僕はこのお酒を飲食店を営んでいる父にプレゼントしようと思います🍷!

「購買きっかけ」を促せるよう工夫

② 公式LINEアカウントの作成

井出さん、はじめまして! 友達追加ありがとうございます。松坂屋地酒倶楽部です(〇^〇)

このアカウントでは、松坂屋地酒倶楽部のブログについての情報を配信します。松坂屋静岡店のお酒売場に週替わりで来てくださる蔵元さんのお話や、蔵元さんご来店情報、そして私たちの地酒への熱い取組みを部活動としてお届けいたします。

地酒の情報はこちら↓↓ <https://shopblog.dmdpart.jp/shizuoka/>

松坂屋地酒倶楽部 | 松坂屋地酒倶楽部 | 松坂屋地酒倶楽部のブログです。松坂屋

手書きで温かみのある紹介

公式ラインでブログの更新をお知らせ!

大コン事業で公式LINEを始めることになりました! 静岡の地酒や酒造についての情報がわかるので是非追加してください! 神国県立大学 岩崎 啓

お友だち登録はこちらから▲

ブログへアクセスできるようにリンク先を提示

③ 蔵元さん来店イベントのPR

• POPを作成

背景を黄色にすることで、よりお客様の目に留まりやすく!

以下3点を記入したシートをファイリングし、松坂屋地酒倶楽部コーナーに設置

- 商品の良さ
- 蔵元さんの個性
- 酒造の所在

• 蔵元さん紹介シートを作成

取組の効果

- ① ブログを改善したことで、該当ブログのページ滞在時間が2.5倍増加した。
- ② 公式LINEを開設したことで、地酒の情報をいち早く読者の方々に届けることが可能になった。
- ③ 蔵元さん来店イベントをPRしたことで、通路として利用しているお客様の目にも留まりやすくなった。

アクアリウムミクロ 【葵区人宿町】

人宿町の小動物ペットショップ

依頼内容 地域に愛されるお店になりたい

ゴール設定 地域からの認知度・信頼度 UP



アンケートによる現状把握

調査概要

近所のお店を調べるときに重視することを把握するために市内大学生162人を対象に調査。

調査結果

気になるお店を知りたいときに参考にするものの中でホームページが69.1%と大きな割合を占めたほか、ホームページがないお店に不安を感じる人が83.9%いることも分かった。

取組内容

① 内装改善

• 商品の整理整頓・レイアウト改善

• 手書きイラストのPOP作成

Before

After

余裕のある空間

Before

After

味のある手書き!

② ホームページ作成

店主の冒頭挨拶文に店舗に対する思いやストーリーを載せて共感や信頼を得る工夫

営業日カレンダーやGoogleマップを載せることで直感的に!

アイコンを押すとリンク先に飛べるように!

③ 常磐朝市への参加

• 大人の金魚すくいを出店

※七間町夜店市に向けて企画したが緊急事態宣言や台風の影響により出店を急遽、常磐朝市に変更した。来年度は七間町夜店市への出店を希望している。

試作

大人が立ってできる高さに

本番

写真を撮ってくれた人も!

取組の効果

- ① 内装改善を行うことで入りやすく、欲しいものが見つかりやすいお店になった。
- ② ホームページ作成で情報発信力がUPし、地域からの認知や信頼感が向上した。
- ③ 大人の金魚すくいでのいろんな年齢層に楽しんでもらい、お店を知ってもらえた。

静岡おでんおがわ 【葵区馬場町】

創業昭和23年の静岡おでんの老舗



依頼内容

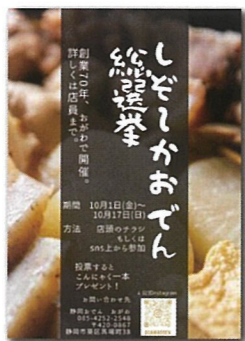
- ・SNSの強化
- ・静岡おでんの認知度向上

ゴール設定 静岡おでんを知ってもらう
きっかけづくり

取組内容

① しぞ〜かおでん総選挙の開催

期間：10月1日～17日
参加方法：店頭・Instagram
参加特典：こんにやく1本サービス



160人の方に投票
いただきました!!!



結果はこちら→→→

店頭用ポスターの作成や
InstagramでのPRを実施。

アンケート調査

しぞ〜かおでん総選挙内で
アンケートを実施。

調査結果

- ・現在の主要客層
40代以上77%
男性 64%
- ・年代ごとにおでんの人気に差がある。
(しのだまきなど、名前から味が想像しづらい
ネタは若者にあまり人気がない)

→40代以上の利用者が多かったため、若者との接点づくりの強化を実施

② インスタグラムの改善



Instagram
からHPに
とべるように
リンクを変更

Before

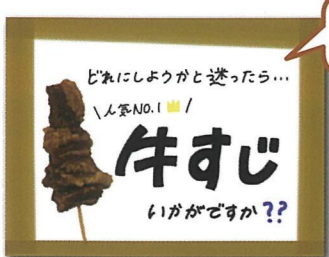
#宅配便静岡おでん
#全国へ静岡おでん
#継ぎ足しスープ

After

#静岡グルメ
#静岡おでん

検索に引っかかりやすいような
ハッシュタグに変更

③ POPの作成



総選挙第1位
の牛すじ



若者の認知が低い
しのだまき



静岡おでんと言ったら
黒はんぺん

取組の効果

- ①おでんの人気順を明確にすることで、一度に注文する本数が増えた。
- ②Instagramのフォロワーが約100人増加した。
- ③おでんの魅力を知ってもらうきっかけづくりにつながった。

レストラン浮殿 【葵区紺屋町】

「浮月楼」敷地内にある、高級感のあるレストラン



依頼内容

- ・若いお客様に来てもらうための施策
- ・SNSの効果的な活用

ゴール設定 若者が入りやすい
お店作り

アンケートによる現状把握

調査概要

目的…「浮殿」「浮月楼」の認知度
調査のため。
対象：静岡県内の大学生
期間：7月19日～7月26日
手法：Googleフォーム
有効回答数：163人

調査結果

- ・浮殿を知らないと回答した人が全体の95%。
→若者からの認知度が圧倒的に低いことがわかる。
- ・若者は浮殿に対して「高級」「高い」というイメージを持っている。
→若者は浮殿の値段や敷居の高さを気にしていると考察。

取組内容

① Instagram・ハッシュタグ

- #ukidonocafe
- #庭園カフェ
- #浮殿
- #レストラン浮殿
- #浮月楼
- #テラス席
- #テラスカフェ
- #庭園
- #スイーツプレート
- #静岡駅
- #静岡カフェ巡り
- #静岡カフェ
- #静岡市カフェ
- #静岡スイーツ
- #葵区カフェ

・名前の分かりやすさ
・浮殿のハッシュタグとして
ブランド化

浮殿の投稿に
辿りついて
もらう

② Instagram・投稿欄

顧客が知りたい
情報のみを簡潔に

【公式】レストラン浮殿(うきどの)
レストラン
日本庭園のある和食レストラン
喫茶での利用もできます
◆静岡市葵区紺屋町11-1(静岡駅北口徒歩5分)
◆定休日【月曜】【水曜】
※コロナウイルス感染拡大に伴い現在は不定休
※夜のご利用は予約をお願いします
◆営業時間 昼11:30～14:30
詳しくはこちらから↓
fugetsuro.co.jp/ukidonof/

ハイライトに
メニューやチラシを
まとめる
→大事な情報が
一目で分かる



改行・区切りを
取り入れて
読みやすさを意識

投稿時のフィルターの一
→投稿に統一感が出る

③ Instagram・キャンペーン

【内容】

カフェ利用者がストーリーを投稿するとディナーで利用できる
デザート優待券をプレゼント。

【条件】

- ・浮殿のアカウントをメンションすると飲食代5%オフ。
- ・「#浮殿」を付けて投稿をすると追加で優待券をプレゼント。



取組の効果

- ①Instagramフォロワー数は活動開始前の231人から404人へと173人増加した。
- ②リーチしたアカウント数は、改善前の3カ月は6,280件だったが、改善後は10,680件と、170%増加した。
- ③Instagramの効果で、カフェでの売上が2020年10月から前年度比8倍になるという成果がでた。