

⇒ 大コン事業 参加店舗の声 ◀



おりじなるすまいる 安本 昌隆さん

6月からスタートし、楽しく12月の発表会を迎えることができました。イベントも盛りだくさんで私達にとっても挑戦でした。一緒に走り切ってくれて心強かったです。本当に感謝しています。機会がありましたら、またどこかで一緒に仕事をしましょう。



ぶどうの丘 草薙 大畑 守さん

今回のコンサルは、授業の一環とは思えない位、お店のこと真剣に考えていただけました。どうすればより多くのお客様に来店していただけるようになるのか?より満足していただけるようになるのか?皆さんの本気度に100%応えなければと、私達も仕事に気合が入る良い機会になりました。また、私達にはない視点からの分析をしていただき、今後につながる事業となりました。



おべんとうの竹酔 三宅 純平さん

大学生に参加していただき、店舗レイアウトや SNS活用など、自社では気づくことのできない視点で、今までにない方法を多数実施することができて感謝しています。何度も打合せを重ね、また実際にお客様へのアンケート調査なども積極的に実施することで、具体的な対策を数多く実施することができました。



食鮮市場 Food marche CHOHO 小倉 圭太郎さん

後回しになっていた問題点を改善することができ、一步前に進むことができた半年間でした。店舗の特性上難しい課題をお願いしたと思いますが、真摯に我々の要望を聞いて素晴らしい提案をしていただき感謝しています。ゼミ生の皆さんの教養・スキルの高さには脱帽でした。熱意を持ってお店の発展に取り組んでくれたため将来また一緒にお仕事させてもらいたいなと感じました。



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。

令和5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」での取組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>

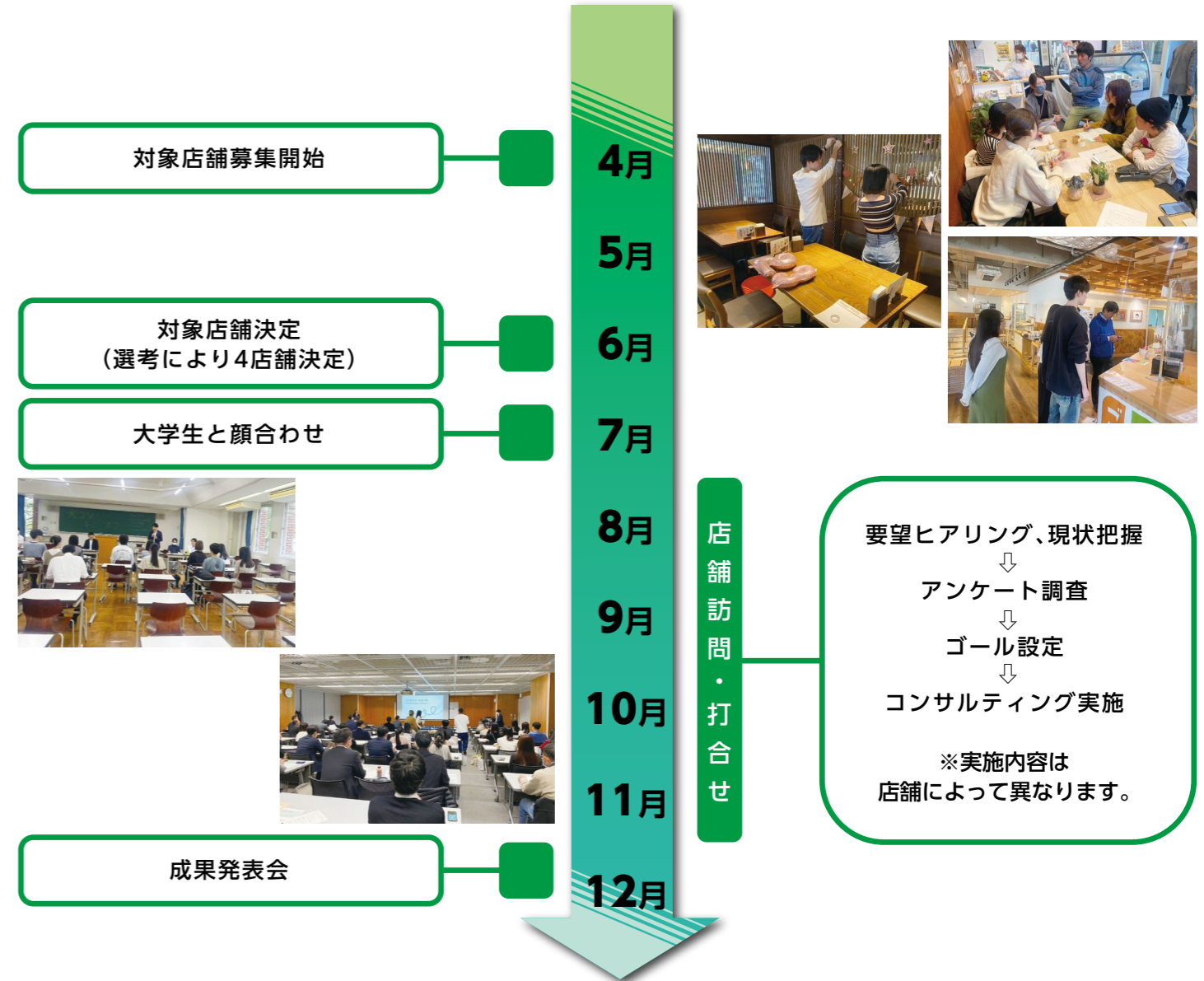
マーケティングを研究テーマとしているゼミで、地域の抱える諸問題の解決や地域経済の発展に資する研究・情報発信・実践活動を行い、「地域の元気」に貢献することをモットーとしている。

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>



おりじなる・すまいる 【葵区馬場町】

八百屋が営むジェラート専門店



依頼内容
 ・新フレーバー考案
 ・商店街の活性化
 ・若者への認知拡大

ゴール設定
 店舗の認知拡大
 個店の魅力度 UP

取組内容

① フレーバー総選挙



一番人気はピーチマンゴー！

消費者参加型企画

目的：イベントでの販売開始に向けてお客さんとの距離を縮めながら新フレーバーを考案

内容：学生が考案したフレーバー案のなかで食べてみたいと思ったフレーバーに投票してもらう



販売数53個
 イベントの売上数1位

駿府城夏祭りにて
 学生自ら販売！

② 葵煎餅とのコラボ商品の販売

商店街にある
 お店同士でコラボ

商店街の活性化



～葵煎餅さんを選んだ理由～

- ・味噌味煎餅とミルクベースのジェラートの相性がよい
- ・和の焼き菓子と洋のスイーツの意外性が話題になるのでは

長政祭りにて限定販売
 120個ほど販売

葵煎餅さんからまたコラボ
 したいとお声を頂きました

③ Instagram の改善

～改善前～



フォロワー数
 1039人

正しい情報を
 分かりやすく伝える

205人増加

お店に訪れやすい環境作り

～改善後～



フォロワー数
 1244人

ハイト機能の各アイコンを新たにデザインすることで、
 情報をカテゴリー別にまとめ、認識しやすいものに改善

取組の効果

- ①お客さんを巻き込むことで興味を持ち続けてもらい、お客さんとの距離を縮めることが出来た
- ②商店街のお店同士でコラボすることで商店街の活性化につながった
- ③お店の基本情報を正しく伝えることで来店への懸念点を減らせた

ぶどうの丘草薙 【清水区草薙】

落ち着いた雰囲気でのビュッフェレストラン



依頼内容
 SNS を通じた集客改善、
 学生の集客

ゴール設定
 来店者の増加

アンケートによる現状把握

調査概要

目的…大学生の来店動機を把握
 対象…県大生103人
 期間…1か月
 媒体…GoogleForm

調査結果

- ・通常の食事と比較して、祝い事の予算は約2倍
- 祝い事には予算をかける人が多い
- ・お店を口コミで知る人:53%
- ・お店を通りがかって知る人:43%
- 通りがかった人が目を引くような掲示物が効果的

取組内容

① パースデープランの考案

改善前

通常の食事プランに
 追加料金を支払う
 デザートプレートを提供

改善後

独立したパースデープランを作成
 ・飾り付けグッズの貸出サービス
 ・チェキ撮影サービスを追加

利用者満足度100%を達成

54人の利用者全員が満足と回答

親子で飾り付けできたのが楽しかった！



② 外観の改善

改善前



フェアに関するのぼり
 やボードのみ
 料金や雰囲気が
 分からない。

改善後



料金表と店内写真を横断幕で掲示！

料金がわかるとお店に入りやすい

通行人 T さん

ここにお店があったんだ！

県大生 S さん

③ Instagram の活用

- ・Instagramを利用してパースデープランの詳細を投稿
 広告を見たユーザーをプロフィールや予約サイトへ誘導する
 ような文章を追加し、予約までの導線を確立！
- ・ストーリーズの作成
 利用時のイメージが湧きやすいように、動画を掲載



取組の効果

- ①パースデープランを新規に考案し、1か月間で54の方に利用していただくことができた。
- ②横断幕を設置することで、お店を通りがかる方に効果的に情報発信ができるようになった。
- ③Instagramの発信により、クリック率1.7%を達成することができた (Instagram広告平均1%)

お弁当の竹酔(茶木魚店) 【葵区追手町】

栄養もボリュームも満点! お弁当専門店



依頼内容 店舗レイアウトの改善
SNSの活用による
お客様開拓

ゴール設定 SNSの活用による
魅力発信力の向上

アンケートによる現状把握

調査概要

目的…店舗利用者の現状把握のため
期間…8月7日及び8月9日
対象…お弁当の購入者
調査方法…現地で用紙配布
有効回答数…73人

調査結果

- 男性の利用者が約7割、年齢は40代~60代が6割を占める
- 週に1日以上お弁当を購入している人がほとんど
- 約8割が市役所内で勤務
→市役所内で働く、中高年男性のリピーター客が多い
- 食べたいメニューの自由回答では多様な回答が得られる
→野菜から肉まで幅広くバランスの良い内容が好まれる

取組内容

①店舗レイアウトの変更

•掲示物の整理
Before



•分かりやすいPOPの作成



アンケートでのお客様の声をもとに
シンプルなPOPに!

②SNSの活用

公式LINE登録キャンペーンの実施

公式LINEの登録者を増やすために、
友達追加してくれた方にPayPayク
ーポンのリンクを送信するキャンペ
ーンを実施
周知のため、チラシを店舗に掲示・お客
様に配布した。

→ LINEの友達数が約2倍に増加!



Instagramリール動画の作成

市役所外のお客様開拓のため、
店舗への行き方のリール動画を作成
→550回再生達成、リール動画への
いいね数約2倍に!



③大コン弁当の発売

大コン事業×大根をかけたオリジナルの
メニュー「マーボー大コン」を大学生が考案。
メニューに加えて「大コン弁当」として1日
限定で販売。



豆腐の代わりに
大根を使用した
「マーボー大コン」



店舗入り口でチラシで
「大コン弁当」を紹介

取組の効果

- ①レイアウト改善により必要な情報が伝わりやすくなり、お客様の利便性をあげることができた。
- ②LINEの登録者数が2倍に増加、Instagramのいいね数も約2倍に増加した事で、情報発信力を高めることができた。
- ③話題性のあるコラボ商品を販売することで、店舗や日替わり弁当の認知度を高めることができた。

食鮮市場 Food marche CHOHO 【葵区七間町】

飲食業者も通う“こだわり食材”の店



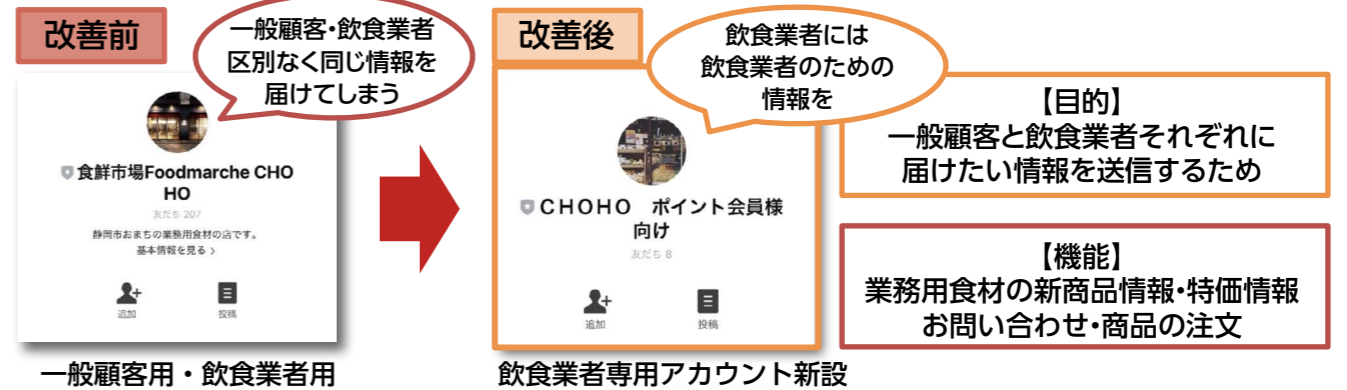
依頼内容 SNS活用による集客
CHOHOブランドの
認知拡大

ゴール設定 地域の飲食業者からの
認知度向上

取組内容

〈食鮮市場Food marche CHOHOの特徴〉
自社ブランド食材・飲食業者向け業務用食材を豊富に取り扱う

①LINE公式アカウントの運用(飲食業者へのアプローチ)



②新キャンペーンの提案(飲食業者へのアプローチ)

新規ポイント会員獲得キャンペーン

10/16~11/15
(1カ月)限定

【目的】
新規ポイント会員数の増加

【対象】
飲食業者

【詳細】
新規加入者・紹介者へ
500ポイント(500円分)進呈



③Instagram広告(認知度向上)

•1回目リール広告結果
を分析し、2回目以降は
ターゲットを「35~54歳」
に絞って発信
•広告は各5,000人以上の
リーチ数を得た

1回目	2回目	3回目
10/24~(15日間) 地元静岡を中心とした 新鮮な野菜や果物	11/2~(10日間) 食鮮市場 Food marche CHOHO 今なら業者様ポイントカード新規入会で 500円分(ポイント)!! CHHO業者様ポイントカード 既存会員様ご紹介いただきますと 500円分(ポイント)!! ※詳しくは係員まで。 キャンペーン期間10/16~11/15まで	11/6~(5日間) 食鮮市場 Food marche CHOHO 7周年記念大特価セール! オイル オランダ産 ゴールドアロー キャノーラ油 16.5kg ¥375 冷凍 String Potatoes ¥3980 ポイントカード入会 キャンペーン実施中! キャンペーン期間11/9~11/11(土)

取組の効果

- ①飲食業者への受注機能・特価情報の発信が可能になり、ポイント会員稼働件数を増加させる仕組みを構築することができた。
- ②新規ポイント会員を獲得する機会が増加し、飲食業者間の繋がりを拡大させることができた。
- ③多くの顧客にお店の魅力を伝え、認知度向上へ繋げることができた。