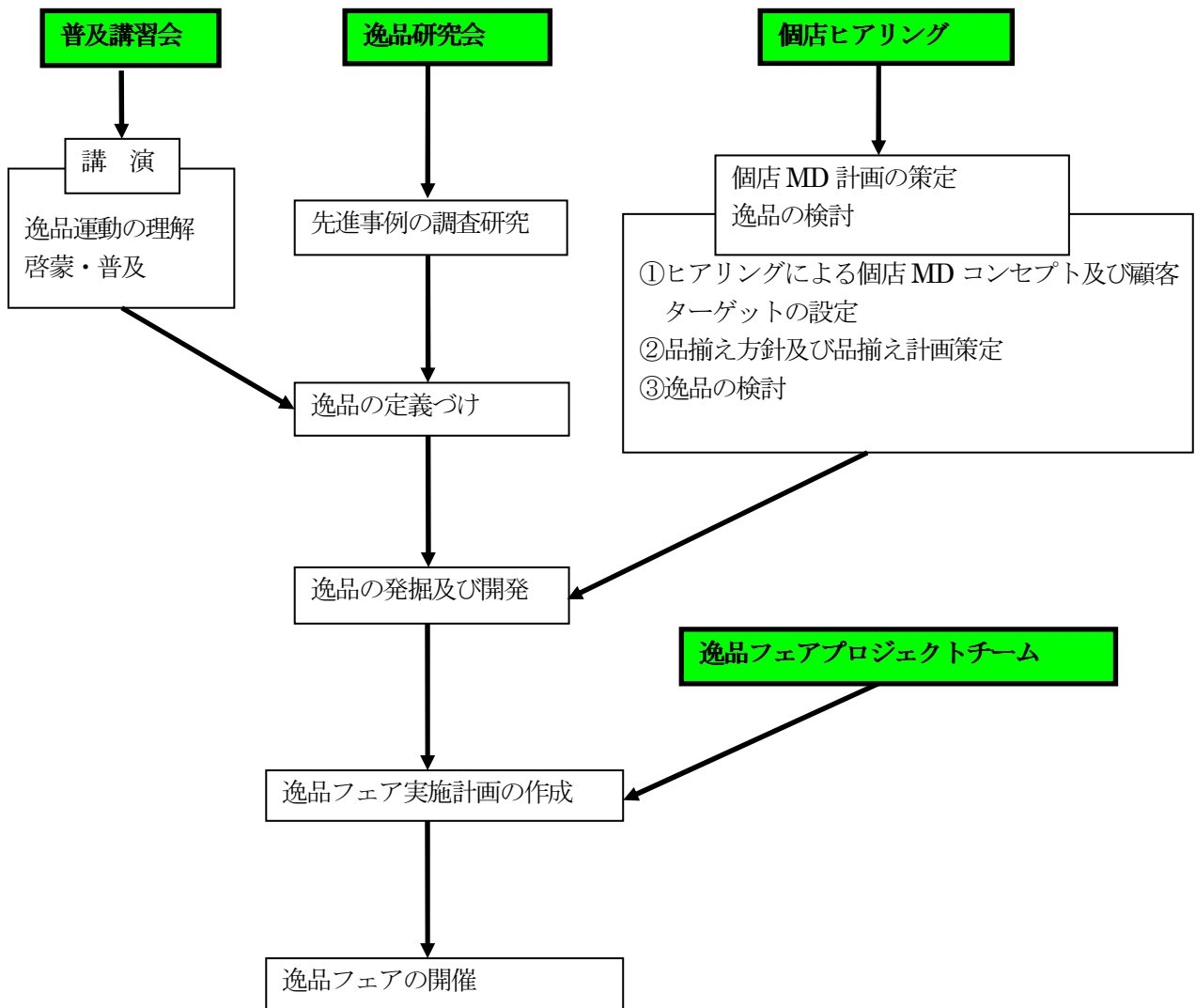


# 一店逸品運動の進め方



## 逸品フェア開催までの流れ（他市の事例）

会 議	対 象	実施日	内 容
普及講習会（1回目）	参加希望店	8/下	一店逸品運動の啓発及び参加店の募集
普及講習会（2回目）	参加希望店	9/下	一店逸品運動の啓発及び参加店の募集
普及講習会（3回目）	参加希望店	10/下	一店逸品運動の啓発及び参加店の募集
第1回逸品研究会	各グループ	11/24	班編成について、今後の取組みについて グループミーティングの進め方について 自店の現状（お客様の年代、セス、趣味等）発表 次回の宿題（私のおすすめ商品）の提示
第2回逸品研究会	各グループ	1/28	私のおすすめ商品（他店の逸品候補の推薦）を グループ内で発表
第3回逸品研究会	各グループ	2/7	逸品候補の提出（第1回目） 逸品の評価（その逸品候補についてグループ内 で意見交換）
個店MD ヒアリング	各個店	2/8～10	参加店の個別訪問によるMD ヒアリング
第4回逸品研究会	各グループ	3/7	前回の続き
第5回逸品研究会	各グループ	4/4	前回の続き 逸品を検討するためのキーワードについて
第6回逸品研究会	各グループ	5/9	前回の続き、逸品アセスメント（分析評価）
第7回逸品研究会	各グループ	6/6	逸品フェアプロジェクトチームの結成 （PR 部会、イベント部会の結成）
PR 部会（1回目）	各部会	6/7	カタログ、販促物等のデザイン検討
イベント部会（1回目）	各部会	6/8	イベントの検討（スタンプラリー、逸品ツアー等）
個店逸品ヒアリング	各個店	6/7～9	逸品自己申告書をもとに個別ヒアリング
第7回逸品研究会	各グループ	7/4	各店の逸品の検討 逸品の位置づけについて
第8回逸品研究会	各グループ	8/1	各店の逸品の検討 逸品カタログのキャッチコピーについて
イベント部会（2回目）	各部会	9/5	イベントの検討
PR 部会（3回目）	各部会	9/5	カタログ、販促物等のデザイン検討
逸品内覧会	全参加店舗	10/16	各参加店の逸品の内覧展示会
逸品フェア準備	全参加店舗	10/20,21	各個店の逸品陳列・POP 等の巡回指導 逸品カタログ、販促物（のぼり、POP 等）配布
<b>逸品フェア開催</b>		<b>10/21（金）～11/3（木）</b>	
逸品反省会	全参加店舗	11/28	各個店の反省点等の発表

## 私のおすすめ商品

記入者	記載日
店名 1	
おすすめ商品	
推薦理由	
店名 2	
おすすめ商品	
推薦理由	
店名 3	
おすすめ商品	
推薦理由	

## 「お店の魅力」自己チェック票

店名：	業種：
-----	-----

### ①商品について

品種 (アイテム)	売上構成比 %	備 考

### ②客層について

年齢区分	～12	13～18	19,20代	30代	40代	50代	60代	70～
来店客構成比	%	%	%	%	%	%	%	%
顧客の傾向	・男女比 (男性        : 女性        ) ・店として狙っている客の年代 (    歳～    歳) 顧客の傾向について日頃感じていること							

### ③店の特徴 (特別な取り組みや、日頃特別に店として意識して行っていること)

品揃え、商品などで特徴的なこと
•
サービスで特徴的なこと
•
その他(店づくりや経営上で特徴的なこと)
•

### ④今後の方針

今後伸ばすべきだと感じている店の強み
•
今後克服すべきだと感じている店の弱み
•
将来取り組んでみたいと思っていること
•

## 逸品自己申告用紙

(記入して勉強会で発表しましょう)

店名			
作成者		作成日	
当店のターゲット			
当店の品揃え方針			
当店の逸品	<p>&lt;逸品の名称(ネーミング)案&gt;</p> <p>※商品名のほかに、サービスや情報提供のアピールなどでの工夫もできます。 例、サービス「〇〇資格専門家のいるお店」、情報「〇〇ちゃんのお薦めラインナップ」等</p>		
なぜ逸品なのか(当店の特徴、その商品に対する思い入れ・こだわりなど)	<p>&lt;逸品としての販売開始予定&gt; (期間限定の場合はその期間も)</p> <p>&lt;逸品の種類&gt; 新商品の開発・旧来の商品の再発掘・売り方改革・独自のサービス、など</p>		

※ ほかに資料や画像などあれば裏面へ添付ください。

逸品登録票 平成 年度 (勉強会で発表した結果を記録して下さい)

勉強会での発表日／平成 年 月 日 テーブルメンバー／
メンバーからの参考意見／
<p>※逸品評価のポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・その品がなぜ逸品なのか、理由はわかりやすいですか？</li> <li>・逸品の目的は明確ですか？ (品揃えの見直し・業種業態の転換・店のイメージチェンジ・入店のきっかけ作り・店の存在アピール、など)</li> <li>・この逸品で目指しているお店のコンセプト(客層・品揃え・お店の特徴など)は明確に感じられますか？</li> <li>・あなたがお客様だったら、買ってみたい・食べてみたい・体験したい、と思いますか？</li> </ul>
逸品カタログへの掲載について
店名と業種(例、「△△のお店〇〇屋」など)／
逸品のネーミング(キャッチコピー含む)／
逸品カタログでの紹介文(100文字以内)／
備考<個店でのPRプラン>
店頭／POP・のぼり・サンプル・その他( ) 印刷物／ポスター・パンフレット・チラシ・折込・他( ) 粗品等／DM・試供品・ティッシュ・その他( ) イベント／発表会・試食会・その他( ) ネット／webサイト・ネット通販・オンライン出店・他( )

※テーブルグループの賛同により、逸品に登録できます。