

せたがや スタ研 ニュース

第 **42** 号
2004.3.31

発行 世田谷区商店街連合会スタンプ研究会
代表・田中省一
事務局 150-0002 渋谷区渋谷1-8-6
宮益坂STビル902 (有)パルフレックス内
TEL5774-6974 FAX 5774-6975
Eメール iwakiri@palflex.co.jp
編集 (有)商店街情報センター
TEL3674-7390 FAX3674-7359
Eメール hhh-6216@mxd.mesh.ne.jp

『スタ研ニュース・42号』紙面構成

加盟全商店会の実態調査終わる
NEWS & REPORT
スタ研からのお知らせなど

加盟全商店会の実態調査終わる! 最終報告は4/22全体会で

スタ研では今年度の調査事業として、加盟商店会のスタンプ事業実態等についてヒアリング調査を実施した。3月11日の全体会で中間報告、4月22日の全体会を最終報告会とし、当日の参加者に報告書を進呈するほか、各商店会に数部ずつ進呈する。

も実在
厳しい情勢下、発行を伸ばす会
調査の実施期間は1～3月。対象は
加盟25商店会全てと立川市羽衣振組の



ポイントカードに力を入れるチェーン店が増え、それとの差別化を図ることも課題(写真は一昨年12月、烏山駅前通り商店街にオープンしたオオゼキ)

える実態が改めて確認された。

直近年度の発行額が1000万円以上は、烏山駅前通り、下高井戸、尾山台商栄会、桜新町、千歳船橋、等々力の6振組。前年比発行額を伸ばしているのは尾山台商栄会振組、経堂振組のみ。チェーン店の増加などによる競争激化、

計26商店会。調査はスタ研事務局担当の(有)パルフレックスに委託した。調査方法は各商店会を訪問、役員から聞き取り方式。調査項目は、スタンプ事業の仕組み、加盟店数や直近1年間の発行・回収状況、活用店など。報告書はA4判約70ページ。目玉は各商店会ごとに見開き2ページでわかりやすく写真入りでまとめた構成。殆どの商店会は非常に協力的で、細かいデータも積極的に提供してくれたという。

ただ、スタンプ発行状況など実績はおしなべて厳しい。95年のスタンプ発行当初に比べて2割、3割と発行額がダウンしている会が大半で、深刻ともい

既存店の売り上げ低下、廃業・後継者難による会員の高齢化などで商店会事業の運営が厳しくなる状況は殆どの会に共通している。

このような厳しい状況下、売り上げ増や減少の歯止めにはスタンプを活用している店も各会には存在していることも判明した。

本紙でも、新年度は発行額を伸ばしている会、元気な取り組みをしている会、販促に活用している個店などを改めて取材、紹介していく。

スタ研全体会

4月22日(木)午後8時半～三軒茶屋の世田谷区役所分庁舎3階教室

スタンプ事業

スタンプ会が中期計画
広島県・協組神辺わかば会

協同組合神辺わかば会は、昨年6月のスタ研全体会で講演をしていただいた藤井一浩氏の所属するスタンプ会。1つの商店会ではなく、町全域の有志約80店で構成。スタンプ発行額は年間3000万円程度。事業としてはスタンプのほか共通商品券を発行している。

今後、町内に3万平米規模の超大型SCが出店すること、96年のリニューアル後伸び続けてきたスタンプ売り上げが発行額トップの店の経営破綻などで落ち込み始めたことなどで、(財)ひろしま産業振興機構の助成を受け、中期の事業計画を作成した。

調査内容は、組合員対象には、経営状況、スタンプや組合運営についての意識、消費者対象には、買い物傾向やスタンプについての意識など。

調査は広島市のコンサルタント会社に委託したが、任せ切りではなく、多くの組合員が委員会やワークショップなどに参加した。

また、現状分析だけでなく、今後3年間の年度別に、加盟店数、スタンプや商品券の発行額目標を立て、その目

標達成のための事業計画をつくったのが特徴。

当面は、加盟店の拡大、既存店のスタンプ完全発行、個店の経営力強化、住民との連携に力を入れる。

加盟店強化では、担当理事を設け、3月から、各店に1店以上加盟候補店を紹介してもらい理事と勧誘に回る。

既存店のスタンプ完全発行では、広報活動の充実やスタンプに期待する消費者の声の紹介、活用研修会などの開催により、少しずつでも積極的に出してもらおうと努める。

個店の強化では、希望する店に、経営指導、接客、情報管理、レイアウトなどテーマ別のコンサルタントを派遣する。04年度は県中小企業団体中央会から支援してもらおう。

住民との連携では、ベルマーク方式を参考に、学校でスタンプを集めてもらうような企画をつくる。

スタンプ実績

発行225万円
回収235万円

羽衣振組・狭山園の03年度実績

スタ研全体会に毎回のようによろしくお泊りして参加されている、立川市羽衣商店街振興組合・狭山園(池谷健治代

表)の03年度(4~3月)商店街スタンプ購入額は225万円で前年度比100%、回収額は235・1万円で前年度比17%増(02年度は216・5万円)。回収額が発行額を4%上回った。

枚数では発行が112・5万枚、回収が159・9万枚で、回収が42%上回った。しかも、イベントなどの回収もあるので、加盟店回収に占める同店の割合は30%前後になりそうだ。

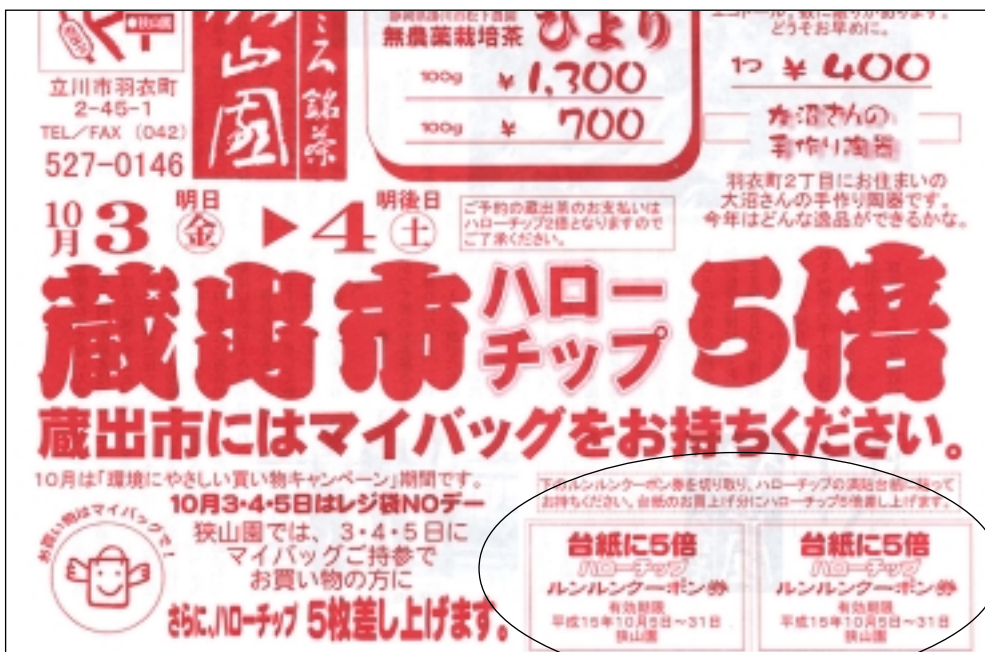
発行は前年と同じで、回収が17%増えたのは、前年以上に売る努力、情報発信、そして台紙を回収する工夫をした結果。

具体的には、昨年始めた「ルンルンクーパー券」(台紙での買い物にスタンプを5倍サービスする同店独自のサービス券)をDMに同封したり、店頭渡しの情報紙「いっぴく」に印刷したことなど。

同店がこのクーポンを始めたきっかけ

は、昨年8月のスタ研全体会でコンサルタントの金尾敏郎氏から「スタンプは回収自体がイベントになる」という話を聞いたことと、地元の情報紙の台紙回収作戦。

その信用金庫の営業マンが、「商店街のスタンプ台紙でも預金できますよ」とお客さんに勧めていることを池



写真は昨年10月の同店のセールを知らせるDMチラシに印刷したルンルンクーパー券

谷さんが知り、「スタンプを発行しない税金に回収されるのはおもしろくない。もっともっと商店は頑張らない」と発奮したことから。

商店会全体のスタンプ発行額は約1500万円で前年度を若干下回った。
*同振組のスタンプは、加盟店が1枚2円で購入、消費者は340枚500円(1枚1・47円)で使える。

ポイントカード

ポイントカードで期待できる5つの効果

- ・固定客確保
- ・売りたい商品の販促
- ・利益もたらず顧客の把握
- ・宣伝費の軽減
- ・必要な品揃えの把握

「日経情報ストラテジー」という雑誌の4月号で、ポイントカードの特集をしている。タイトルは「収益を伸ばす宝の山」。

北海道のセブンイレブンに独自のポイントカードを始めさせたセイコーマートというコンビニチェーンのポイントカードによる固定客確保作戦、自店で売りたい商品を伸ばすためにポイントカードで顧客の購買傾向を把握し、粗利30倍の商品の売り上げを伸ばしているチェーン、これまでわからなかつ

た利益をもたらすお客を把握したスーパー、チラシをなくしDMで効率をあげたスーパー、必要な品揃えを把握し、常連客の不満を解消した店などの事例をあげている。

事例の多くはPOSレジと連動して、どういってお客がどういっ商品を買っているかという情報をつかみ対策をとるといっ、ポイントカードならでの利点を生かしている。

スタンプ台紙の場合は、レジと連動していないので、購買商品の情報は把握できないが、それでも、台紙に氏名や住所等が書いてあれば、回収された台紙から意味のある情報が得られるはずだ。

進呈単位

スタンプ進呈単位は本体価格か総額か、原則明示を!

消費者にスタンプやポイント(以下、スタンプと略)を進呈する単位は消費税抜きの本体価格? それとも税込みの総額?

今まではそれほど気にせず、各店の裁量にお任せとされていた会が多いようだが、消費税法が改定される4月以降は、消費者にも加盟店にも明示するこ

とがより大事になるのではないか?

加盟店がスタンプを消費者に進呈する場合、本体価格に対してか、総額についてか進呈枚数が違ってくることもあるためだ(スタンプだけでなく福引券も同様)。

例えば、本体価格99円の商品を売る場合、進呈単位が本体価格100円なら、進呈するスタンプは0枚だし、総額100円なら進呈するスタンプは1枚となる。

この差を気にする消費者は少ないかもしれないが、納得のいくように会として統一した決まりをつくっておき、それを台紙に印刷するなど、多くの人にわかりやすいようにしておくことが望ましい。

選択肢は3つ考えられる。第1は、

本体価格	総額	スタンプ進呈枚数	
		本体価格進呈	総額進呈
99円	103円	0枚	1枚
100,000円	105,000円	1,000枚	1,050枚

*スタンプ進呈単位は100円の場合

本体価格に進呈、第2は、総額に進呈、第3は会としては取り決めせず各店の自由とする。現在、多いのは第3のケース。ただし、そのことを明示して

おかないと、総額表示が義務づけられる4月以降は「混乱する」消費者が相次ぐこともありうる。

消費税分にはスタンプを出すことについては、「税金に出すのは抵抗がある、二重課税になる、負担が増える」などの理由で「不要」とする店が多いのが現状。

消費税分にはスタンプを出す場合の追加負担率は、本体価格の5%×2%で、しかもその額が100円(スタンプ進呈単位)を超えた分のみなので、0・1%以下。ただ、絶対額が大きければ当然負担額も多くなる。

例えば、本体価格10万円の売り上げなら消費税額は5000円。スタンプはその2%なので1000円の追加負担となる。

これをどう考えるか。「販促のためにそれぐらいなら出そう」と考えるか、「今でも粗利が低いのにこれ以上は無理」と考えるかは、各店のスタンプに対する考え方、粗利率などでいろいろだろ。

会としては、各加盟店が無理なくスタンプをサービスをできるように進呈方法を決め、その結果、各店に対応がまちまちになることが予想される場合は、「原則と、加盟店によってはサービス内容が異なること」を明示することが大事だろ。

イベント

スタンプラリー

尾山台商栄会振組が3月28日～4月4日まで実施。期間中、ポイントカード加盟店で500円以上買い上げのお客様に、各店でラリー台紙にスタンプを押し(1店1スタンプ)、スタンプ数に応じて満点ポイントカード(1枚500円相当)と交換する。
50店で28枚、30店で10枚、20店で5枚、10店で1枚。

第29回しもたか「大さくら祭り」

下高井戸振組が4月3日～4日に開催。スタンプ満貼台紙1冊で1000円分のお楽しみ券と交換するほか、ピノコ大会、エコ交換会、ゴミ減量化にご協力」の抽選補助券10枚でお楽しみ券1枚と交換(夢追い箱抽選)お楽しみ券1枚で夢にチャレンジ(ミニミニ縁日コーナー、エアートランポリン、野菜、フリーマーケットと盛り沢山。

HP掲示板

「お気に入りの店が…」Sさん

経堂振組HP2月16日掲示板より
「貴商店街からいただけるスタンプ

を、以前近くに住んでいたもので、散歩がてらに利用しています。でも、ここ数年、わたしのお気に入りの店が次々と閉店しているのは悲しいことです。フェイストゥフェイスで話せて、信頼できるので良く使っていたのですが、おみこしも担がせてもらたし…もう少し店の種類が増えたらなあ…と思います。」

区商連事務局新体制に!

区商連事務局は新年度から新たな体制になる。

専務理事は三神淳氏(前次長。1月20日就任)、事務局長は木村哲朗氏(4

活用しよう!スタ研共同チケット

スタ研共同チケットは、電話一本でホテル飲食店や旅行、映画等のチケットやパンフなどを入手でき、支払いは消費者が使った後でよく、無駄がありません。交換する台紙冊数は各会が自由に決められる便利な仕組みです。

チケットは、各単会で直接、注文することができですが、初めて注文する場合は必ずスタ研事務局へご連絡ください。また、現メニュー以外でもご希望があれば検討します。

* ホテル食事券は京王プラザ以外は改装などで中断中です。詳細は事務局へ。

月1日就任)、事務局次長は岩垂宏子氏(4月1日就任)、事務局員として中村文香、小野真理恵、清水由美子の3氏。
伊藤紀明専務は1月20日付け、事務局長の川端宗行氏と事務局員の大塚寅雄氏は3月31日付けでそれぞれ退職された。

スタ研MLへの加入申込は事務局へ

Eメールアドレスをお持ちの方に、スタ研メールアドレス(ML)への加入をお勧めします。

入会金や会費などは不要です。商店会名と担当者名を送信してください。Eメールアドレスは

iwakiri@palflex.co.jp

ニュース・投稿歓迎

ニュース・話題がありましたら、本紙編集部、商店街情報センターまでご連絡ください。
連絡先は1頁題字横

『スタ研』バックナンバーはHPで

『スタ研』1号から最新号までの内容がHPからご覧いただけます。アンケートもここからご回答いただけます。

<http://www.w2d.biglobe.ne.jp/icc/setagaya/sutaken/sutaken01.html>

運営委員会報告

3月

日時 30日(火)午後8時半～10時
場所 区役所分庁舎会議室
出席 田中、徳世、上田、岩切、樋口、橋本(小田急観光)

【議事】

1. スタ研加盟商店会実態調査について

- 03年度の事業報告&決算
- 04年度の事業計画&予算
- 04年度の体制

全体会予定

4月

日時 22日(木)午後8時半～10時
場所 区役所分庁舎3階教室

【議事】

- 03年度の事業報告&決算
- 04年度の事業計画&予算
- 04年度の体制
- スタ研加盟商店会実態調査の報告

6月(視察)

日時 17日(木)
場所 江東区・亀戸サンストリート(予定)

* 詳細は後日発表します。