

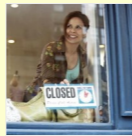





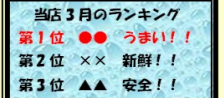




5 今後取り組む事業

目標①	実施事業（検討含む）		
	戦略	実施時期	具体的内容
組織の統一化	共通認識の強化	短期	総会などでの説明の徹底 
		中・長期	組合員とテナントの連携強化の検討
	組織改革	中期	婦人部会の創設
		長期	組織の細分化 (例) 理事、会計、青年部、広告宣伝委員、事務局長、婦人部
	組合員等の連携強化	リーディング	親睦会などの開催 
統一的な営業	長期	開店・閉店時間の統一化の検討 	

目標②	実施事業（検討含む）		
	戦略（連携先）	実施時期	具体的内容
周辺地域との協調	地域（全般）	リーディング	こども110番の市場を実施し、地域が安全で安心して暮らせる環境づくりの推進 
		短期	市場をさるくコースに追加し、観光客の獲得を図る 
	自治会・子供会	中・長期	自治会・子供会と交流を深め、連携した事業の実施 (例) 清掃活動など
	学校	短・中期	小学生や中学生を対象とした職場体験の実施 
	民間企業	短期	近隣駐車場をチラシに掲載し、駐車場を消費者へ周知
周辺の美容院、銀行、病院などに市場のパンフレット（一店逸品など）などを置いてもらい、消費者へ周知			
地元大型店	中期	大型店の空きスペースを借りて、市場のPRなどを実施 (例) イベント（学校や学童の行事）の実施、市場の紹介、市場取り扱い商品の試食など	

目標③	実施事業（検討含む）		
	戦略	実施時期	具体的内容
接客向上	専門家による研修	短期	接客術、POP・ディスプレイなどの研修 
	商品PR	短期	各店が商品の魅力・調理法・保存法・商品の見分け方などショッピングセンターにない専門知識を活かして、POPでの表示や消費者に直接説明を実施
		短・中期	個店の魅力を紹介する自家製のポスターなどを掲示 (例) 店主自己紹介（似顔絵入り）、他店にはない魅力の紹介（一店逸品）
	市場施設内の改善	リーディング	雨の日の対策として、傘袋だけでなく、床をお客様が滑らないようにする対策などを実施 
		中期	市場の案内図や特売ボードの設置
	営業時間の延長	長期	店舗内に空きテナントが発生した場合、パイプ椅子などを設置し休憩コーナーをつくる
定休日の前日に、1時間、時間延長を実施 (※延長の周知を市場内のマイクにて消費者に周知)			

目標④	実施事業（検討含む）		
	戦略	実施時期	具体的内容
新規顧客の開拓	イベント等実施	短期	買物ラリー（例）市場内店舗を3店舗周り粗品進呈 
		短期	こどもを対象とした、イベント、教室等を開催 (例) ちびっこ祭、風船教室、料理教室など
		中期	割引デーやワンコインデーを特定の消費者を対象に実施 (例) 自治会は日曜日、10%オフ
	PR事業	短期	市場各店の売れ筋ランキングを季節ごとに消費者へ発表 
		長期	メール会員を募集し、メールにて情報発信 
顧客の囲い込み	長期	宅配事業の実施 	
			市場内で使用できるスタンプカードやポイントカードの実施
			市場専用のエコバックをつくり、割引などを実施