



「電球1個からでも駆けつけます!」をモットーに 地元密着の親しみやすいお店をつくる

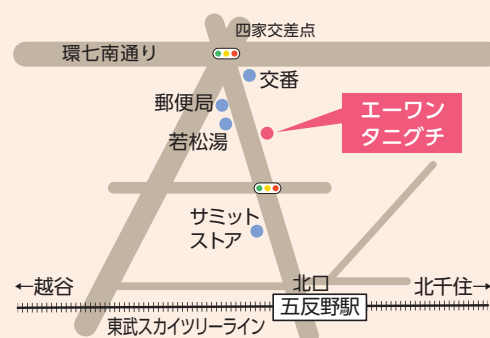
地域密着型電気店

エーワンタニグチ



五反野駅前通り銀座会（足立区）

access



足立区弘道 1-28-2

✉ info@a-one-taniguchi.jp

https://a-one-taniguchi.jp

活用した事業

・店主スキルアップ事業



店の間口は広く、中まで見通せるので入りやすい雰囲気。店頭には新たに入荷した商品などタイムリーな情報を手書きのブラックボードで表示。



飛騨市の直売所「そやな」の商品販売コーナー。飛騨高山名物のラーメンや、季節のお菓子などが並び、これを楽しみに来店するお客様も多い。

手書きのPOPやチラシで
地元のお客様にアピール

地元密着第一、「電球1個からでも駆けつけます!」がモットーの“町の電気屋さん”。お客様の役に立ちたい、転ばぬ先の杖でありたいと昔ながらの「ご用聞き」を続けている。広々とした店内は、季節の装飾で彩られ、あたたかい空間に包まれている。

社長の谷口博信さんは、70年近い歴史のあるこの店の2代目だ。2016年の店舗建て替えの際、明るいイメージを目指したが、「レイアウトや雰囲気が古々しい感じだったので、イメージを今風に一新したい」と「店主スキルアップ事業」を活用することに。当初から、主に販売促進とPOP広告などにテーマを絞り、専門家の派遣を依頼した。

「女性アルバイト2人と一緒に手書きPOPを学び始めましたが、この2人がずば抜けてできる。じゃあ手書きのチラシも作ってみようかとトントン拍子に話が進みました」。その結果、専門家が「プロの目から見ても修正するところがない」と絶賛するほど、質の高いチラシが作れるまでになった。

売りたい商品を明確にした訴求コーナーの設置で
若い人や新規客も立ち寄る店に

派遣された専門家は、全国でPOP研修を行う第



テレビでもおなじみ、手書きPOPで売り上げを伸ばした「飯田屋」のコーナー。POPは女性スタッフが作成する。ここもお客様の注目度が高い。



店の女性たちが作る手書きのPOP。使った体験を想像できるような購買意欲をそそる内容。



専門家も太鼓判を押した手書きのチラシ。おすすめの家電製品の紹介をはじめ、訴求コーナーの新商品の入荷情報、スタッフの日常などが書かれている。親しみやすいイラストもすべてスタッフが描いたもの。

一人者。地元密着した電気店の事情にも精通しており、的確なアドバイスが得られたという。

「手書きのPOPやチラシのほうがお客は読むんだと提案され驚きました。早速、手書きのブラックボードを店頭に出したところ、すぐにお客様の反応があったんです。プロってすごいと感心しました。町の電気屋さんの魅力についてもよくご存じで、当店のモットーが一番刺さるメッセージだから、前面に出したほうがいいと。自分たちにとっては当たり前のことでしたが、あらためてそれが強みなんだと気付かされました」。

この専門家を通してつながりのできた、手書きPOPで売り上げを伸ばした家庭用品店や、岐阜県飛騨市の直売所の商品販売コーナーを店内に設置し、集客アップも図った。これらのことをきっかけに、新規のお客様や若い人たちが来店するようになったという。

専門家のアドバイスにより
良い方向への変化を実感

このほか、会社のロゴ作成などCI（コーポレートアイデンティティ）の実施、店舗ディスプレイなどについても支援を受けている。公社事業の活用も2年目に入り、今後はイベントの拡充やSNSを利用した情報発信などを手がけたいという。

「若い人は家電を量販店で買うのが当たり前。でも高齢になると、機能の説明がわからないなどで町の電気店を訪ねてくる方が増える。だからこそ、なるべく入りやすく、親しみやすいお店にしたい」という谷口さんの思いは、着実に実現されつつある。

「支援を受け店舗の変化を実感しました。うちの店にドンピシャの専門家からアドバイスをいただけて、非常に満足しています」。