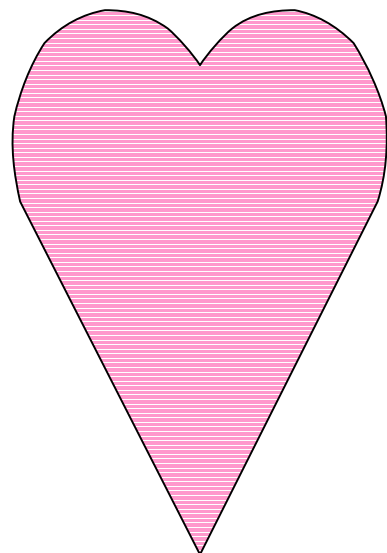
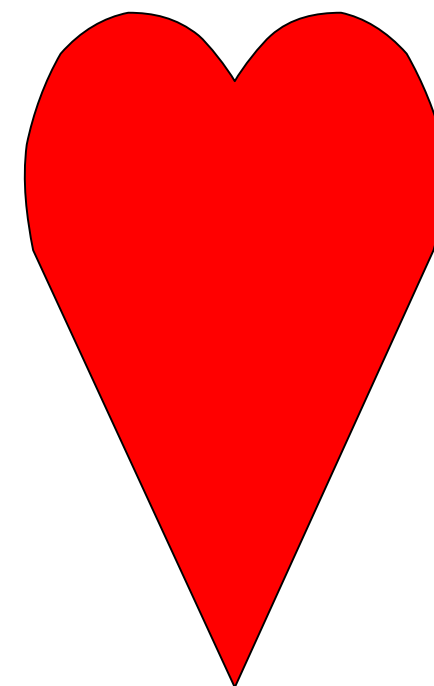
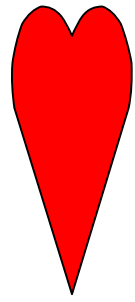


宮古市の活性化

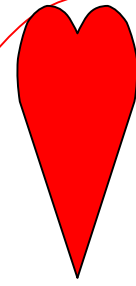


岩手県立宮古商業高等学校
流通経済科
3年3組H班





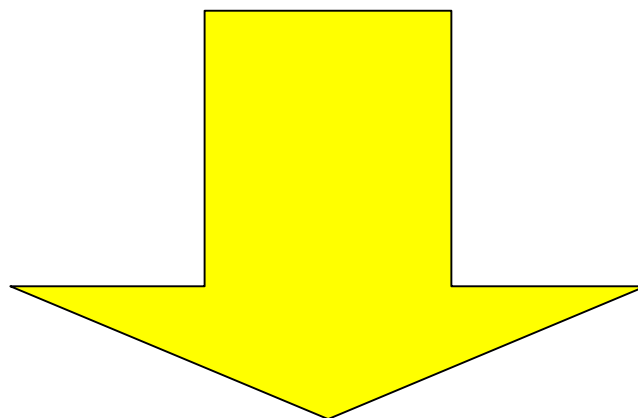
研究仮説



宮古の活性化において
消費者ニーズに答えた
店舗を開くことによって町
の活性化になるのではないかと考える。

研究意義

宮古市の活性化



お客様のニーズにあった店舗を開くことが大切である



基本構想図



実態

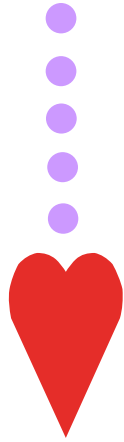
店舗に魅力がないため、
開いても人が来ない。

改善策

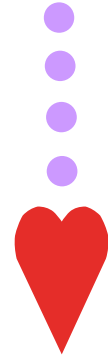
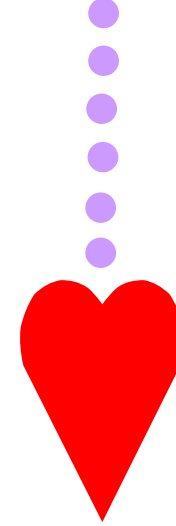
今の現状を知り、お客様のニーズ
に応えられる店舗を提案する。

結果

お客様が来るようになり、
さらなる店舗の発展が期待できる。



研究目的



そこでこの研究は、
この地域に**必要**な店舗とは
何かを明らかにし、
店舗の**発展**に役立てようと
するものである。

★取材先について★

キヤトル

約30店舗の専門店を構えるビル

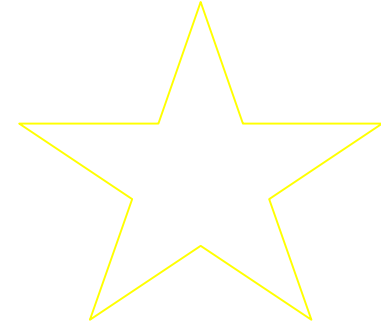
- ・宮古や沿岸地域への情報発信を目指している。
- ・「マインドヤング」を方向性にし、若々しく健康的なライフスタイルを提案している。
 - ・主な商圈は、陸中宮古と釜石。
(宮古市、山田町、川井村、田野畑村、岩泉町、釜石市、大槌町)

取材活動の様子

場所・日時
「キャトル」さん
9月14日

取材した人
「キャトル」の社長
関口 隆さん

スムーズに取材は進行した。
取材の間には「キャトル」さんで
販売されている、パンをいただきました。
美味しく楽しく取材できました。




質問内容



◇ 顧客のニーズに対応して、どのようなサービス・商品を提供していますか？

→チラシは**重視**しない、一時的な売り方はしたくない。

この商品売るのではなく、お客様がほしいと思った商品を置く!!



◇ お店の対象としてお客様は何歳くらいですか？

→ ターゲットとしては **マインドヤング** を対象としている。

◇ お客様が来店しやすいように工夫
していること

→店の雰囲気はシンプルisベスト
いつ来てもいいサービスを提供すること
営業時間をpm9時までにした。

◇ 外見に気を使っていることは
ありますか？

→建物が昔のままなので、今はとにかく**化粧**

をさせたい。

外見が変わらない限り、お客様に「どこが変わった？」と思われてしまうの

で、建物の**デザイン**は重要である

◇ 従業員のみなさんは、全部で何人ぐらいいますか？

→ 全部で**210**人。その中で
正社員は180人。
また、7割が女性。



何か接客する際に、工夫していることはありますか？



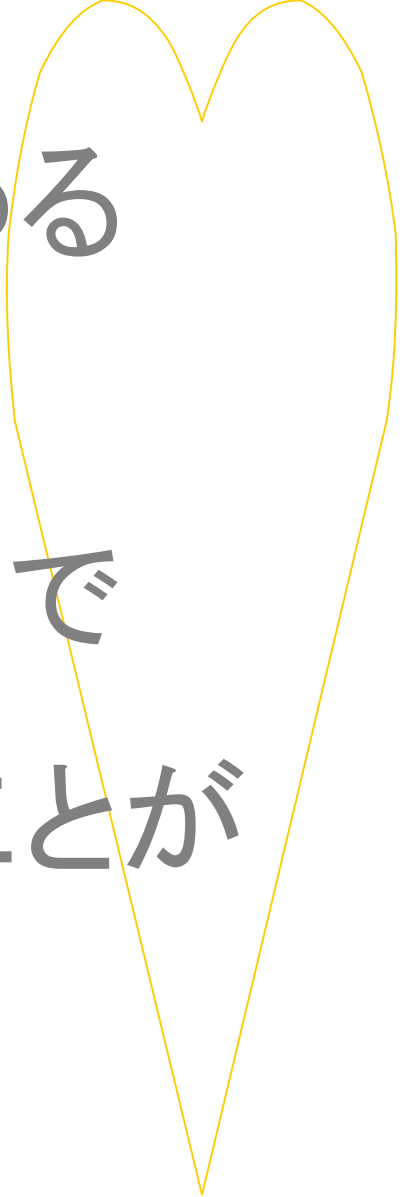
**接客はキャトルの
弱点である。**

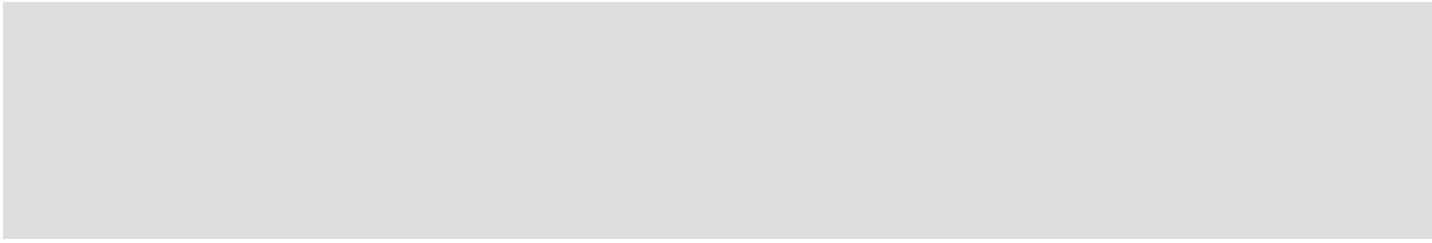
◇ このお店の顔と言える店舗はなん
ですか？

→今までのキャトルにない**ブラッツ**は
キャトルの顔である。

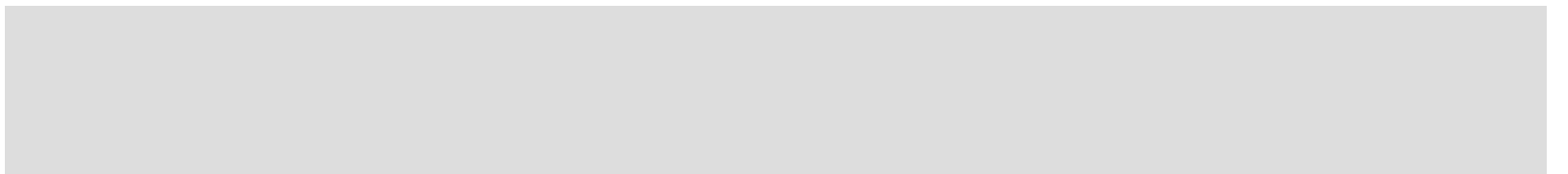
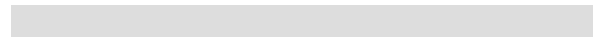
* 感想 *

キャトルでは毎年変わる
状況に応じて
経営理念を変えることで
お客様に答えていることが
わかりました。





考 察



I. お客様のニーズに応えた
商品を揃えることは

必要なことである。

しかし、対象者を絞らないと
商店街など個人の小さな店舗では

経営は難しい。





よって、対象者を絞り、

各店舗が専門店として成り立てば

経営困難にもならず、

お客様の細かなニーズにも

応えていけるのではないだろうか。

II. キャトルの

「**マインドヤング**」効果は、
商品の対象者を**若者**にし、
店舗の**雰**囲気を明るくすることで
お客様全体の**気持ち**も
若返らせることができる。





そこでこの取り組みを**参考**にし、
各店舗の**雰囲気**を**明**るくすることで

商店街全体が

活気にあふれてくるのでは

ないだろうか。