

あなたのお店で多いのは初めてのお客様？常連さん？  
**【事業継続の秘訣】お店の売上増を目指す  
リピーター・ファンづくりワークショップ**

---

第15回しまもと・にぎわい・地域活性化交流会(2018年度3回目)

**議事録**



平成31年3月6日(水)14:00~16:00 in 島本町商工会

岩橋マネジメントサービス 中小企業診断士 岩橋 亮

# 本日の構成と進め方

---

1. しまもと・にぎわい・ねっとわーく推進委員会・長井会長より

2. これまでの経緯のご確認

3. 事例に学ぶリピーター・ファンづくり

～ 休憩(10分程度)～

4. リピーター・ファンづくりワークショップ

# 1. しまもと・にぎわい・ねっとわーく推進委員会・長井会長より

## <メモ欄>

- ・住民委員会で地域活性化セミナーを行う。住民の方に商工会の取り組みを知っていただく。実はここ4～5年でにぎわいができるきているという話をしてもらう。全然知識がない人向けに話しをする。
- ・商工会の会議についての情報発信ができていない。
- ・離宮の水ブランド化など、島本町の広報に掲載していても、必要なところしか見ないので全然知られていない。
  - ・手作り市実行委員会はよくなってきていて、創業したい人が出ている。しかし、手作り市がどうやっているかも住民はわからない。
- ・フェイスブックの「しまもと・にぎわい・ねっと」もおっちゃんは見ない、知らない。
- ・本日のテーマであるリピーターの獲得・維持は私の実感としても大きいものがある。

## 2. これまでの経緯のご確認

# 「しまもと・にぎわい・ねっと」における地域活性化の定義

---

- (1) 町内外の多くの人に島本町のことを知ってもらうこと
- (2) イベントの結果として、島本町内商工業者の業績向上につながることに
- (3) 観光・イベント目的で町外から人を島本町に集めること
- (4) 自然、歴史、文化等島本町の魅力・観光資源をアピールすること
- (5) 島本町の住民に島本町をもっと好きになってもらうこと

# しまもと・にぎわい地域活性化交流会の役割

---

島本町を良くしようと活動するお互いの相互理解を深める場

積極的に行動する人が気づきや、協力、コラボを得られる場

新しいメンバーを積極的に受け入れ、新たな連携を構築する場

島本町にぎわい地域活性化の  
最新情報の共有と連携のきっかけづくりの場

# しまもと・にぎわい地域活性化交流会の歩み①

平成  
25

H25.5.31 第一回『島本音楽フェス』開催

平

H26.6.9 1回目 自己紹介と地域活性化の目標共有

成

H26.7.14 2回目 横のつながりの強化

2

H26.9.8 3回目 『島本町のにぎわい・活性化』のためにこれから何をすべきか

6

H26.10.27 4回目 『短期的に実現可能性の高い企画と具体的な中身の検討』

年

H26 フェイスブックページ『しまもと・にぎわい・ねっと』開始

度

H27.1 みなせ名店街『MINASE MARKET PLACE』 H27.4 水無瀬商店街『第三土曜日』・開始

平

H27.4 広報しまもと『しまもと・にぎわい・ねっと』欄開始

成

H27.7.10 5回目 『Kenchiくん・MINASE MARKET PLACE発表・しまもと・にぎわい・ねっと』

2

7

H27.10.22 6回目 『しまもと・にぎわい・ねっと運用方針検討、  
しまもと・にぎわい・ねっとわーく推進委員会発足』

年

度

H27.12.5 『第三土曜日』『MINASE MARKET PLACE』『Kenchiくん』『100円商店街』同時開催

# しまもと・にぎわい地域活性化交流会の歩み②

平成28年度

H28.5.24 7回目 しまもと・にぎわい・ねつとを商売繁盛につなげる方法

H28.8.2 地方創生加速化交付金事業に島本町の『水と緑のおもてなしのまち 島本町 西国街道をつなぐプロジェクト』が選ばれる

H28.9.27 8回目 各団体の取り組みについての意見交換・地方創生加速化交付金事業

H28.12.16 「離宮の水」ブランド協議会設立

H29.2.8 9回目 各取り組みの進捗状況の共有と意見交換

H29.3.5 アメリカ合衆国ケンタッキー州フランクフォート市との姉妹都市提携

平成29年度

H29.6.28 10回目 加速化交付金事業の現状

H29.8.1 離宮の水ブランド認証商品お披露目(11品目)

H29.8.7 島本町公式マスコットキャラクター決定 『みづまるくん』

H29.10.16 11回目 ゲストハウス、体験、離宮の水で島本町の観光事業をこの先どうする？

H30.2.19 12回目 島本のにぎわいと事業の今後をつなげて考える



# しまもと・にぎわい地域活性化交流会の歩み③

平成30年度

H30.6.29 13回目 しまもと・にぎわい・ねつとを商売繁盛につなげる方法

H30.7.2 第11回しまもと手づくりコミュニティ市で摂津市と相互協力実現

H30.7 離宮の水ブランド認証商品追加(4品目)

H30.10.22 14回目 参加理由から『ニーズ』と『宣伝方法』を考えるワークショップ

H31.2.22 高槻市と観光振興に関する連携協定を締結

H31.3.6 15回目 お店の売上増を目指すリピーター・ファンづくりワークショップ

# フェイスブックページ『しまもと・にぎわい・ねっと』の現状

## <“いいね！”数推移>

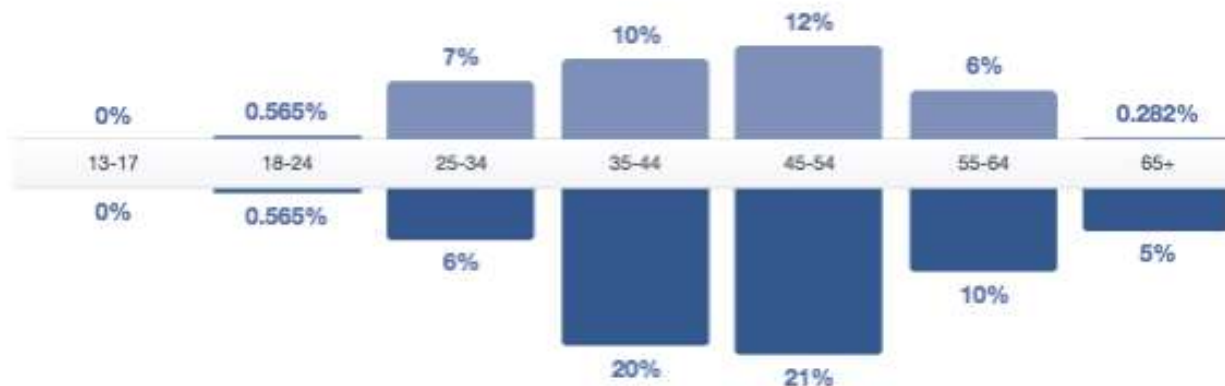
2015.3.31・・・183人  
 2016.3.31・・・269人  
 2017.1.31・・・321人  
 2018.2.10・・・354人  
 2018.6.19・・・360人  
 2018.10.22・・・360人  
 2019.2.19・・・354人

内訳	2017/1/31	2018/10/22	2019/2/19
島本町	105	143	139
高槻市	38	38	37
大阪市	44	30	30
京都市	23	18	17
茨木市	9	10	11
大山崎町	5	6	3
その他	97	115	117
合計	<u>321</u>	<u>360</u>	<u>354</u>

## <年齢構成>

女性  
 ■ 36%  
 ファン

男性  
 ■ 64%  
 ファン



### 3. 事例に学ぶリピーター・ファンづくり

事例でリピーター・ファンづくり事例を紹介。

- ・旅館のDM活用
- ・ハンバーガー店のランクアップするポイントカード
- ・干物屋のDM・お客様の声活用
- ・焼肉店の年間パスポート 他

リピーター・ファンづくりの3ステップ

1. 顧客・見込み客・ファンリストを整備する
2. 上得意客の把握
3. こちらからアプローチする

どれだけ新規顧客を集めても、それ以上に既存顧客が流出してしまえば売上は増えない。

## 4. リピーター・ファンづくりワークショップ

# グループ別意見交換

## 【テーマ】

『リピート・ファンづくりで取り組んでいること、顧客として体験したこと』

## 【進め方】

① 初対面の場合は簡単な自己紹介（1人1分以内）

② グループで意見交換  
まず司会・書記を決定

③ グループで話し合ったことを代表者が全体発表

## 【ルール】

1 発言1分以内  
(全員が1度は発言する)

前向きで楽しい  
雰囲気づくりを心がける

批判厳禁 → 前向きな  
コメント、感想を

## 1. 発表者の決定

## 2. 発表内容のまとめ

『リピート・ファンづくりで取り組んでいること、顧客として体験したこと』

**目安：特に共有したい意見・アイデアを3点**

# グループディスカッション要旨

---

## ■ ブログでファンづくりをするライフスタイル提案サイト

- ✓ 業界の素人が社長に取材し、消費者目線で、やりとりを関西弁のまま伝える
- ✓ セミナーを告知すると1日で満席に

## ■ 壁紙屋のホームページ

- ✓ 営業色がない
- ✓ 家族のことや、仕事への熱い想いが書かれており、人となりが伝わる
- ✓ いろいろ調べた結果、価格が安いのではなく、頼むならココと決めた

## ■ 工務店のブログ

- ✓ 相見積もりが一番高かったが、過去のブログを遡ってみて、信用できると判断された

## ■ 不動産会社

- ✓ DMを送っていることは知っていたが、うちには来てなかった
- ✓ これが不満でリピートがないなと思った

## ■ よく行くお店

- ✓ 「いつもありがとうございます。」と言われるのがすごく嬉しい
- ✓ 「おかえり」と行くと言われるお店
- ✓ 一度行ったことがあるだけだったのに、すごく覚えていてくれる

## ■ お店からのアプローチ方法

- ✓ 許可を得て、DM、携帯SMSを送る
- ✓ 親子割で、次世代の顧客を育成する

# おわりに

---

リピーター・ファンづくりの大前提は、  
店舗・商品・サービスの継続的バージョンアップ

顧客・イベント参加者にとって、  
誰かに話したくなるような体験を

顧客フォローで、忘れられない存在となり、  
消費者の心に居続けるお店に