

「景品」「販促」「チラシ」の三位一体が 地域に根付いた強い店舗を作る

中小店舗が激しい競争を勝ち抜くためのキーワード、その一つに挙げられるのが地域密着だ。体力がものをいう消耗戦のなかで、いかに小回りを生かし独自色を打ち出していくのか。地域性に合わせ、地元とともに活性化の道を探る真摯な姿勢で、地元に愛される店舗を目指す。こうした理念を具現化するため、「チラシ」を活用する画期的なアイデアが登場した。



地元商店のクーポンが開発された（甲子園五反野店）の折込チラシ。地道に高店街を挨拶し回り、掲載店舗数は確実に増加している。



クラブ・パール会員になれば店内の週末で簡単に「Eチップ」の獲得や商品の申込みが出来る。用意された商品は500アイテム以上。自宅に配達可能なため、徒歩や自転車でも来店してお客様でも大きな商品が安心して申し込める。その利便性が受け、現在取引店舗は約400店に達している。

パールマーケティングソリューションズ(株)

販促・景品交換システム

クラブ・パール

◆お問い合わせ先

TEL 04-0031 東京都中央区京橋 1-1-6 越前屋ビル5F

TEL 03-3517-6810

FAX 03-3517-6803

www.pearl-ms.co.jp



「昔ながらの下町情緒を残した地域性。地域に愛されることが大きなテーマ」と語る橋津孝一（右）と、取材に同意いただいたパールマーケティングソリューションズ営業部の中山理広。

「パール社さん協力の功も、地元開店街に足を運ぶことが地域と交流が図れ、お店の賑いを感じていた。また、また地元を活性化させようという思いを共有できた」とは当店にとって大きな財産でした。と振り返るのは、甲子園五反野店の橋津孝一（右）です。開店では、パール社共同で折込チラシの裏面に地元商店のクーポンを無料で掲載、チラシの付加価値を高めることも、掲載店舗の販促活動に貢献するという試みもスタートさせた。

開店では昨年10月のリニューアルを機にパール社の特許景品交換システムを採用した。同社は、同社は埼玉野玉専用の会員を募り、貯めたいポイントに応じて景品を提供する仕組みの。店舗には商品カードを置き換えることで申し込むという、いわゆるカタログ景品であり、パラーの景品管理コスト削減に貢献する。また、会員向けの販促活動として、パール社が実施する来店ポイントシステム「Eチップ」や会員登録なしで暫定的に端玉を貯玉させ、後に正規会員へと誘導する（景品申込みには正規会員カードが必要）「PDF LEXカード」等、会員獲得・リビトへ向けたサポート体制も万全だ。

「立地にも地元のお客様が中心となる商圏。いかに地元を大切に、地元のお客様に愛されるかがテーマである。今、今回のパール社さんの提案も非常に魅力的なものでした。とは前出の橋津氏。大商店の出店への切り替えが激化する中、新入居者等も消費戦ではなく、地域に根付いた強いお店作りへ方向転換が必要だと将来を見据え、今後は地元商店のクーポンを品に採り入れる等のコラボレーションを積極的に実現していきたい」と、こちらのシナテムを開店の特徴として、今後も推進していく構えだ。