

組合事業計画策定 協同組合カラコロチェーン

協同組合カラコロチェーンでは、平成27年度大阪府組合等事業向上支援事業における「事業計画作成支援」に取り組み、事業計画を策定しました。

当組合は、昭和35年の創業、昭和52年の設立以来、広域に展開する地域密着型の靴のボランタリーチェーンです。近年の業界を取り巻く環境は、大手チェーンの安売り寡占化やネット販売の普及等により来客数が伸びず、組合員は厳しい経営環境下であり、その変化への対応力に欠けることから、組合が中心になり、組合員の販売促進を支援するための共同宣伝事業の再構築に焦点を当て、組合事業計画を策定されることとなりました。

組合事業計画は組合員企業のインタビューや組合員による5回の検討会議を通じて現状・課題分析し、その特徴を生かして提案されるなど、組合員の熱心な意見交換、専門家のアドバイスを心得て策定することができましたが、これに加えて「組合員のそれぞれの思い（生の声）を聞くことができた」と好評をいただきました。

事業計画の目的

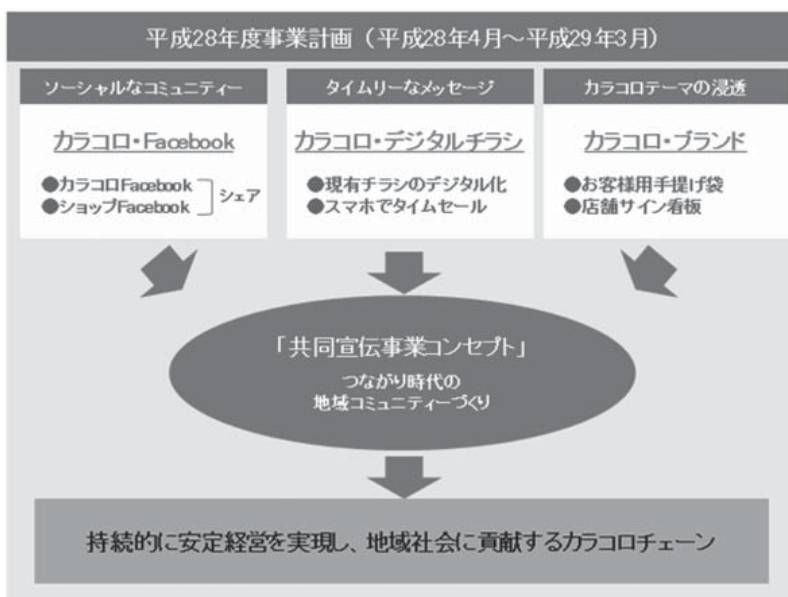
当事業計画では、ネット社会が日常生活の中に深く根を下ろしている新しい時代にあって、顧客の生活環境に対応したカラコロチェーンのCI戦略を具体化していくところに狙いを絞った。顧客の購買におけるインターネットの浸透を踏まえて、新しい顧客層の開拓というテーマも視野に入れながら地域に密着したコミュニティづくりも行っていくような事業計画にしていくものである。

事業計画のコンセプト

店舗ビジネスは地域に密着して、商圈における顧客とのコミュニティを築いていくところに価値がある。そしてそのコミュニティが出来上がっていく過程において、地域社会に貢献していくことが出来れば持続的に経営が安定していくと考えられる。また、その持続的な安定経営を通じて地域に根差してなくてはならない存在となる。そのような信念をもった店舗の集まりがカラコロチェーンである。最終的な事業計画の着地点を「持続的に安定経営を実現し、地域社会に貢献するカラコロチェーン」と位置付けた。

また、当事業計画の柱である共同宣伝事業のコンセプトとして、東日本大震災以降、特に注視されているネットワーク社会におけるつながりというキーワードを取り入れて、「つながり時代の地域コミュニティづくり」とした。

事業計画のグランドデザイン



「持続的に安定経営を実現し、地域社会に貢献するカラコロチェーン」という着地点。「つながり時代の地域コミュニティづくり」という共同宣伝事業のコンセプト。これらの着地点とコンセプトが達成できる様な具体策を当事業計画に盛り込むべく、カラコロチェーンの次世代経営者たちと知恵を絞り大きく三つの方向性を決定した。

その三つの具体策の方向性は、

- (1) ソーシャルなコミュニティづくり
- (2) タイムリーなメッセージ発信
- (3) カラコロテーマの浸透

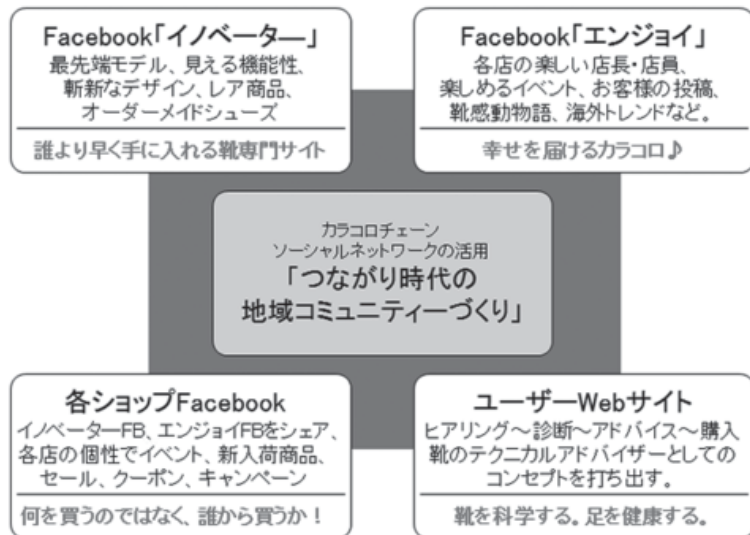
とした。つまりインターネットのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した新しいコミュニティづ

くりを始動させ、お客様の購買意欲をタイムリーに高める案内を発信し、カラコロのお伝えしたい事をお客様のハートに沁み込ませていくのである。

カラコロチェーンのSNS戦略

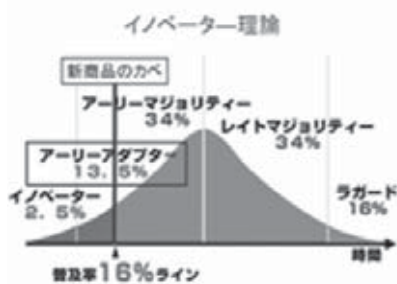
当事業計画の一つであるインターネットSNSの活用について具体的に説明する。四つの具体案がある。

- (1) Facebook「イノベーター」 (2) Facebook「エンジョイ」
 (3) 各ショップFacebook (4) ユーザーWebサイト



(1) Facebook「イノベーター」

新商品が市場に浸透していくときに、その新商品を受け入れるお客様にいくつかの段階がある。新商品が出るとまず飛びつのがイノベーターと言われる層であり経験的にすべての購入者の2.5%と言われている。これに続くのがアーリーアダプターと言われる層で13.5%になる。この二つの層は新商品情報に敏感でかつ口コミなどでも発散していくいわゆるインフルエンサーとなりうる。左下図はイノベーター理論と言われるもので、イノベーターとアーリーアダプターの層を克服出来れば新商品は市場浸透していくと言われている。彼らが欲しいと思われる情報は、最先端モデル



や見える機能性あるいは斬新なデザインやレア商品などの話題性の高いものである。オーダーメイドシューズの紹介なども話題になりえる。誰よりも早く情報を入手できる靴専門サイトとしていくことが成功要因である。このFacebook「イノベーター」はチェーン本部で運営していくか組合員の連携で運営していくことになる。

(2) Facebook「エンジョイ」

SNSで話題がはじけていくのは、面白くて、楽しくて、簡単にできることが多い。各店の楽しい店長や店員の紹介や、お店の楽しいイベント紹介、お

お客様の心温まる投稿や靴感動物話。海外トレンドも面白い。共通したテーマは、幸せを届けるカラコロ♪。とにかく楽しいFacebookにしていきたい。このサイトもチェーン本部で運営もしくは組合員の連携による運営になろう。

(3) 各ショップFacebook

各ショップの個性が前面に出たFacebookにする。イベント案内、新入荷商品の案内、セール告知、クーポン発行、キャンペーン企画などなど。ショップFacebookを充実させていくとともに、「イノベーター」「エンジョイ」の各Facebookをシェア（共有）してさらなる充実を図る。ベースとなる考え方は、お客様は何を買うかではなく、誰から買うか。そのようなお客様から頼られる店にしていきたい。

(4) ユーザーWebサイト

現在のカラコロチェーンのWebサイトは組合員を対象としたものになっており、これとは別にお客様を対象としたWebサイトを開始する。ユーザーWebサイトの目玉として、ヒアリング～診断～アドバイス～購入という靴テクニカルアドバイザーとしてのコンセプトを打ち出す。キャッチフレーズは、靴を科学する。足を健康する。

事業計画の具体策

- Facebook (FB) によるソーシャルなコミュニティづくり
 - ・カラコロチェーンのFB開設と運用
 - ・チェーンFBとショップFBの相互のリンクやシェアの推進
 - ・FB活用のための勉強会開催
 - ・ショップのFB開設と運用及びスムーズな運用のための指導
 - ・Webサイトのユーザー向けの内容検討
- デジタルチラシによるタイムリーなメッセージ発信
 - ・現有チラシのデジタル化の推進
 - ・デジタルチラシ配信の実験と効果測定
 - ・デジタルチラシ配信のためのお客様データベースの整備
 - ・タイムセールなどのデジタル化ならではの企画立案
- カラコロブランドの浸透
 - ・お客様用手提げ袋などのデザイン決定と製品化
 - ・カラコロブランドの訴求のための販促物・什器等の検討
 - ・店舗サイン看板のデザイン決定と実用化
 - ・カラコロブランドイメージのお客様の評価調査