

よろず支援拠点を通じた専門家派遣を活用してPOP作成→来店者数UP！

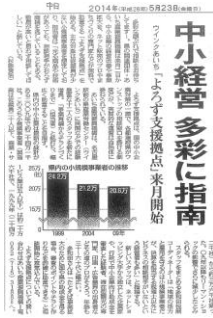
和颯瑠(わっふる) (愛知県)

名鉄小幡駅前。70代の女性が経営する、創業20年の手作りワッフル専門店。

## 1. 相談のきっかけ

- ・経営者の友人が、中日新聞で「よろず支援拠点開設」という記事を発見。
- ・売り上げ不振に悩む経営者が、この友人から「こういう所に相談に行ってみては？」と勧められ、

電話したことがきっかけ。



## 2. 課題整理・分析

- ・材料へのこだわりなど商品の特長のPR不足、店の外観からは何の店か分かり難いことなどの課題を整理。
- ・課題ごとに、販売強化、広告戦略、EC支援等6人のサブコーディネーター(SCO)が代わる代わる支援。
- ・娘さんが後を継ぎたいくなる店を目指すこととした。



## 3. 解決策の提案

- ・商品の特長を訴求するため、HPの改善、POPやブラックボードの活用を提案。
- ・店の存在をアピールするため、看板の設置を提案。
- ・POPの作成についてはよろず支援拠点を通じた専門家派遣を利用し、SCOも現地に同行して支援。
- ・よろず支援拠点の職員で商品を試食し、その感想をフィードバック。



## 4. 成果

- ・店頭ブラックボードを設置し、今までメルマガ会員へのみ告知していた旬のメニューを通行者にPRできるようになった。
- ・レジ付近にもメルマガ会員を募集するブラックボードを設置。登録者が増えた。
- ・店先に掲示する看板を発注して作成。来店者が増加した。

<相談者の声>

「なんとかしなければという問題意識はずっとあったのだけれど、どうすればよいのか分からなかった。親切にご支援いただいて本当にありがたい」との声をいただいた。

