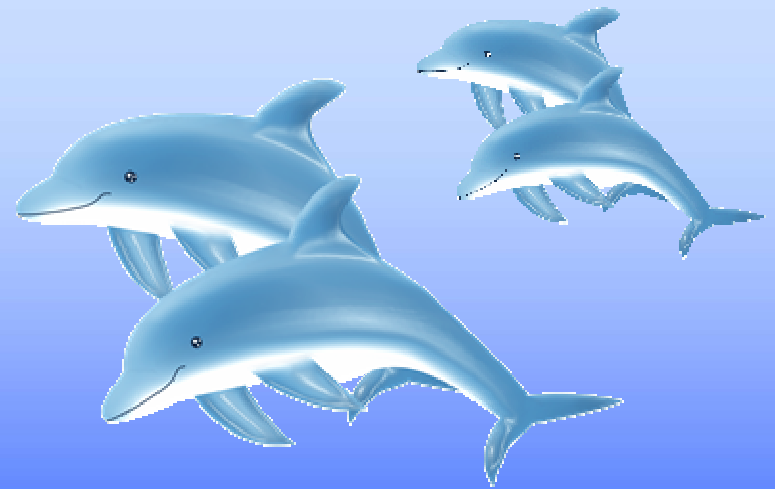


いま

# 大型商業施設 在り方のヒント





テーマ

また、来たくなる 街・お店に

また、来てしまおう 街・お店に

# トリトンスクエアの立地特性

**住宅立地**



**オフィス立地**



**集客立地  
(繁華街)**



# ポジショニングマップ

他地域からの  
集客力

銀座

台場

丸の内

汐留



AEON



住宅立地

オフィス立地

# 晴海地区 資産図



晴海三丁目西地区  
第一種市街地再開発事業



都バス  
駐輪場  
695台

第2-4街区  
建設建築物



駐輪場  
491台

江戸バス  
南循環

都バス

晴海ビーンタワー  
自治会



朝潮運河親水公園  
拡張整備



晴海4丁目  
住宅自治会

新設公園整備  
(区画整理事業地内)

第2-5街区  
建設建築物



中央清掃工場

新設公園整備  
(防潮堤岸上部)



晴海三丁目  
第3地区G街区  
月島警察署移転計画

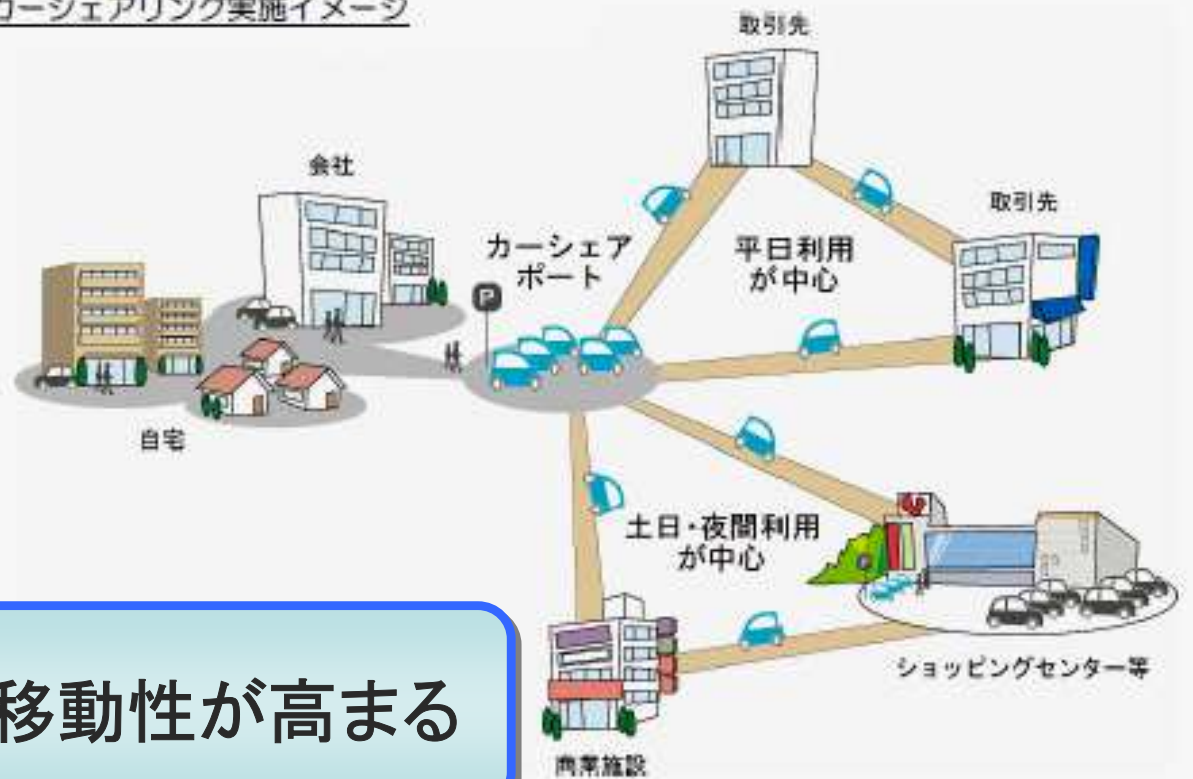


色	名称・内容	概要
オレンジ	建設予定地	1階建て、2階建ての住宅用地
青	公園	公園用地の指定区域
緑	公園整備予定地	公園用地の指定区域
赤	公園整備予定地	公園用地の指定区域
黄	公園整備予定地	公園用地の指定区域
紫	公園整備予定地	公園用地の指定区域
白	公園整備予定地	公園用地の指定区域
黒	公園整備予定地	公園用地の指定区域
...	...	...



【地区の資産図】

# カーシェアリング実施イメージ



近隣移動性が高まる

## コミュニティサイクル導入イメージ

### 《施設間の整備》

- 施設間は、自転車走行空間を整備し、レンタサイクルが走行する空間を確保



### 貸出システムイメージ

- 専用ICカードでタッチすると自転車のロックが解除される貸出システム

キーワード  
①

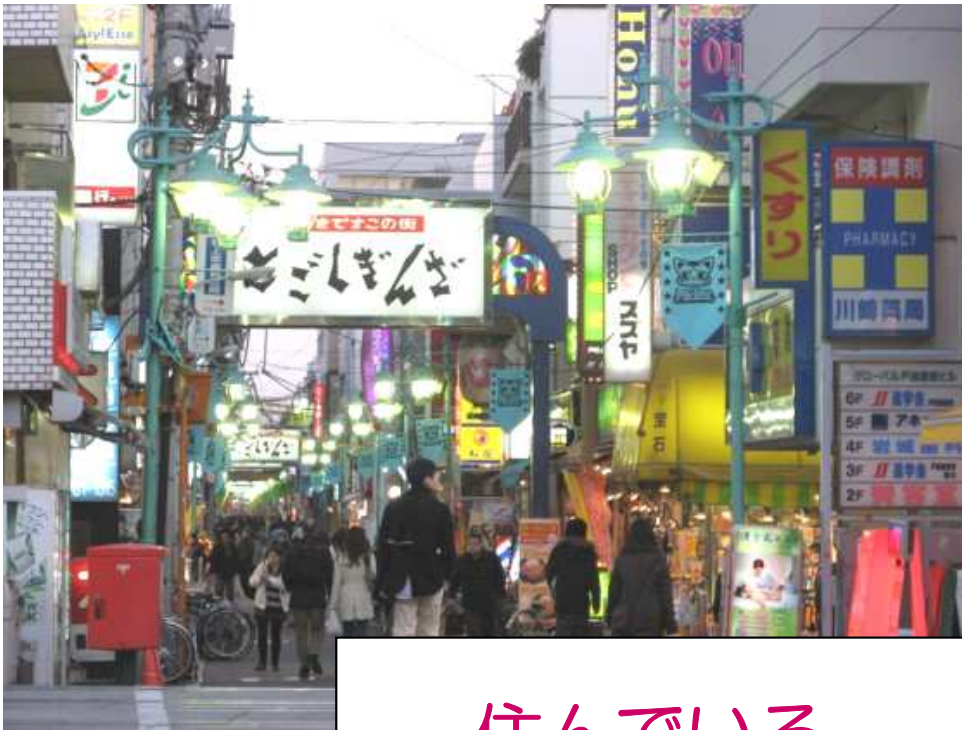
WARM

COOL



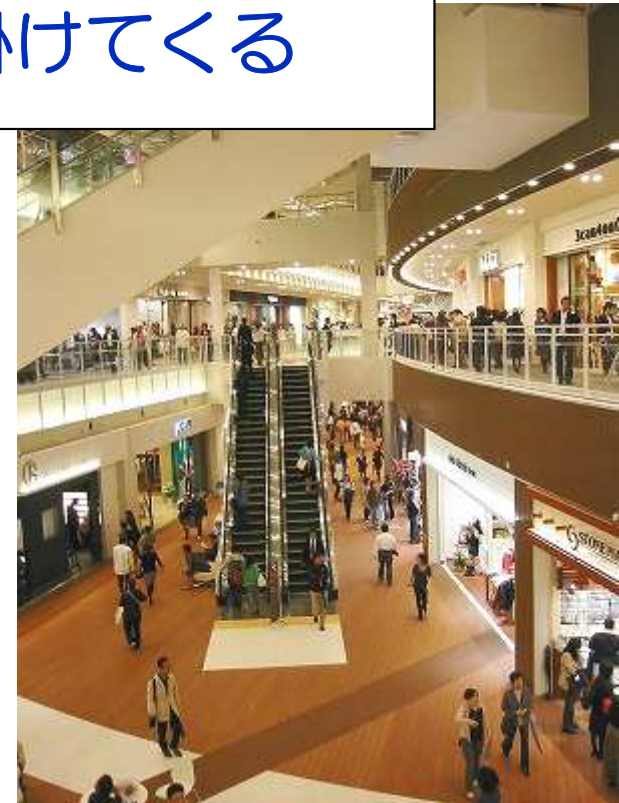


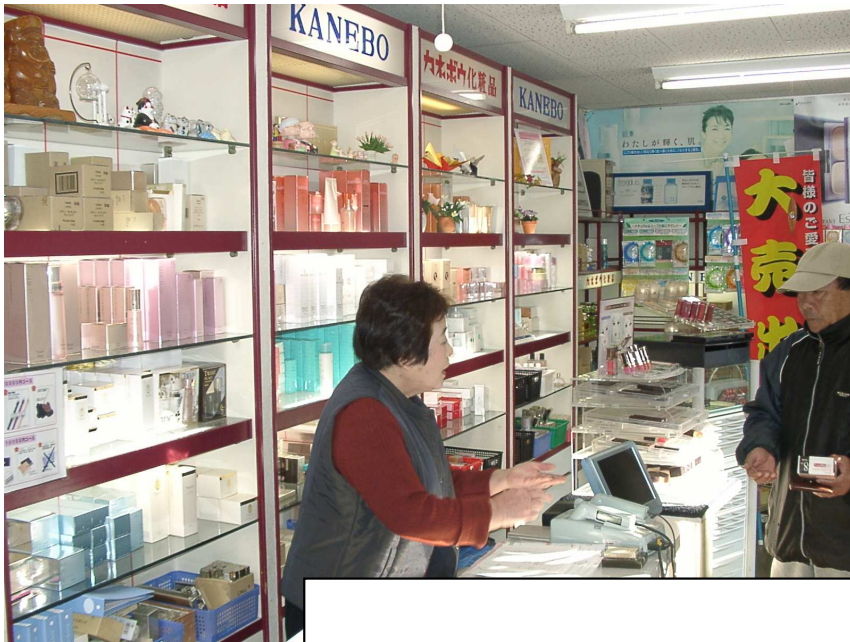




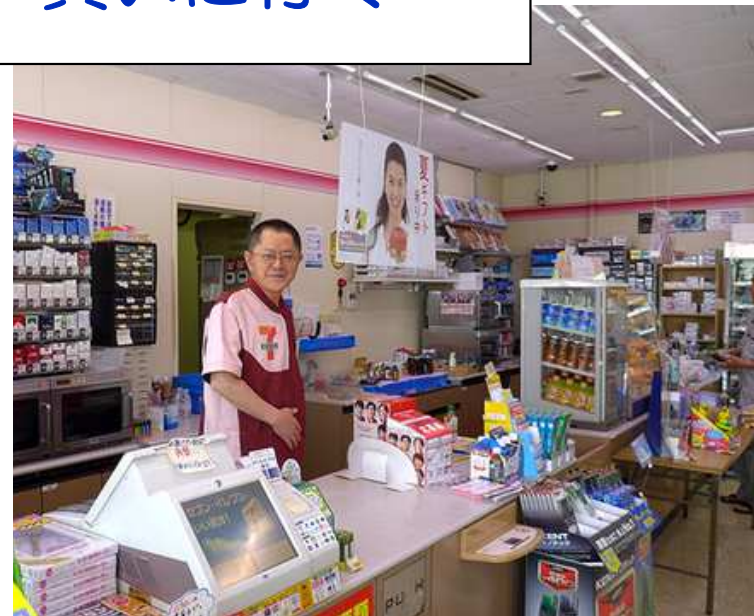
住んでいる

• 出掛けてくる





会いに行く • 買いに行く



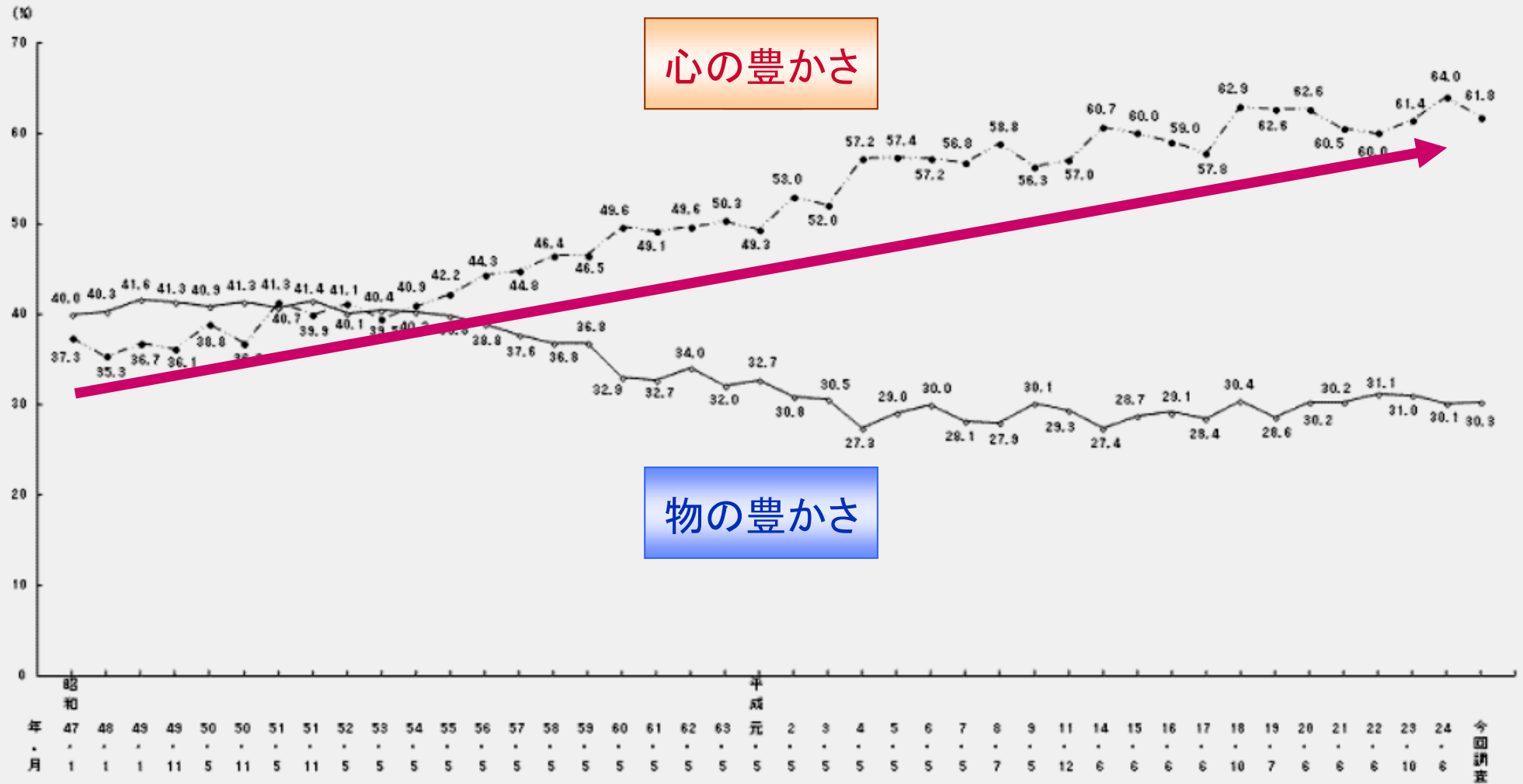
## 自動販売機になってはいませんか？



声を出して挨拶をする販売機もある！

更には、お客様に合わせてお薦め商品を提案するモノも！

図35 これからは心の豊かさか、まだ物の豊かさか（時系列）



(注) 心の豊かさ → 「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をすることに重きをおきたい」  
物の豊かさ → 「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」



いま、求められているのは  
**人肌のぬくもり**

= 個店(人)への愛着

# 旅館 澤の屋

美味しい経験は忘れるが、  
人とのふれあい経験は心に残る。  
リピーターを生む秘訣

東京の下町、谷中にある家族旅館



和室		
部屋タイプ/ 部屋数	バス・トイレ無し	バス・トイレ付き
1人部屋(4.5畳)	¥5.040	-----
2人部屋(6畳)	¥9.450	¥10.080
3人部屋(8畳)	¥12.915	¥14.490

(上記の金額はルームチャージとなっております。)

お食事(朝食のみ) 洋食 ¥315

コーヒー、紅茶は無料サービス

(上記料金は消費税5%込の料金です、サービス料はいただきません。)



キーワード

②

居心地

居場所





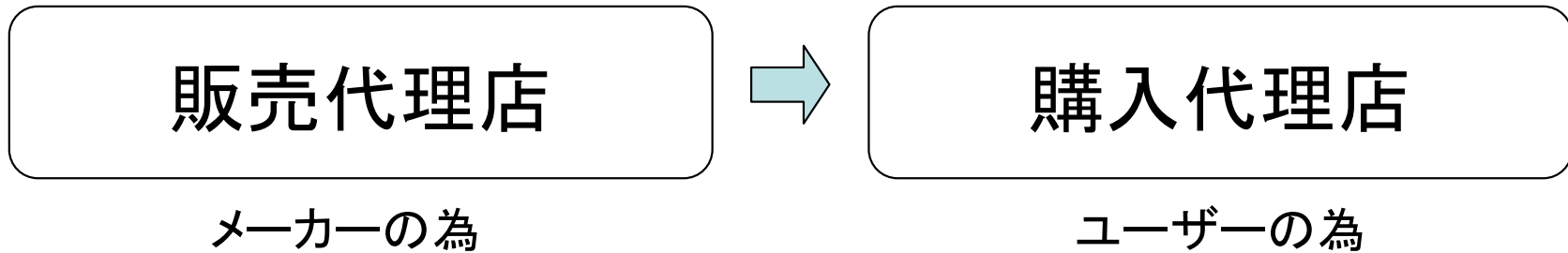
# 提案書

ABC電機店 様

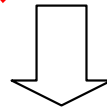
現 状	<ul style="list-style-type: none"><li>・<b>大型家電量販店への顧客流出。</b>（品揃え・価格面で弱い）</li><li>・主な顧客は<b>セッティングや補修などのサービスを必要とする高齢者</b>にシフト。</li><li>・新製品サイクルが短い大型家電の在庫リスクが大きい。</li></ul>
対 策	<p style="text-align: center;"><b>「客寄りベンチ」作戦</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・まずは、<u>休憩場所としてベンチを設置</u>することで、ゆっくりとテレビを見られるようにする。 （店前にある一部の定番陳列を整理し、スペースを確保）</li><li>・<u>お茶などが自由に飲める用意</u>がされていると更に良い。</li><li>・お店が暇なときには、話し相手になり、ついでに「地デジ」の話しなどをする。</li><li>・テレビの前に（周辺に）、高齢者に<u>お勧めの商品・情報を配置</u>する。 （「こんな商品が売れた・・・」情報も）</li></ul>

# お店とは？

購入者との関係



~~売る・売りつける・売ってあげる~~



提案する・紹介する  
ご用意をする

(ご参考)

## “下町百貨店・ダイシン” (東京・大森)

客層の60%以上が60歳代以上。

シニア向けに力を入れるスーパーが、そのための視察に訪れるという人が後を絶たない創業60年の「ダイシン百貨店」です。

「“こうしてよ、ああしてよ”と言う、簡単に言えばわがままなのがシニア客。

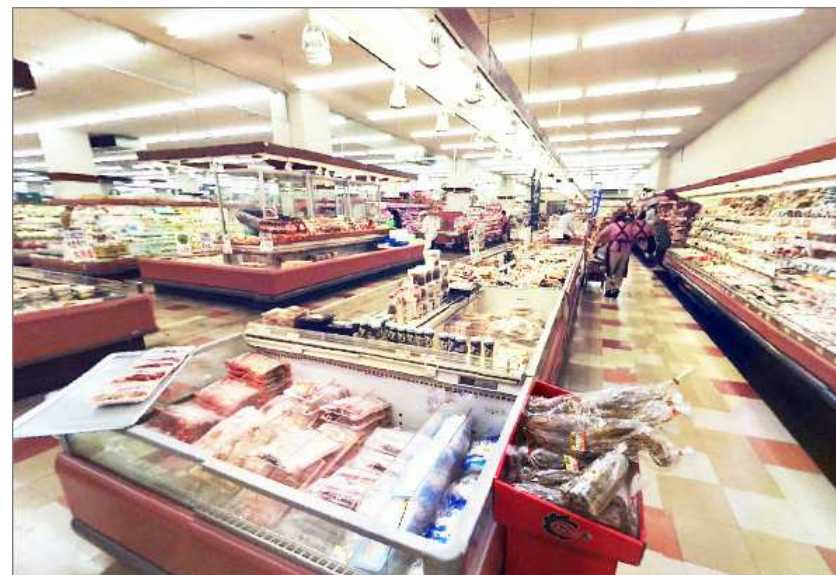
わがままを言った客がまた来る。これがシニア層の1つの特徴ですね。」と西山社長が言うとおりの店作り。

わがままなシニア客にとってダイシン百貨店は、生活になくてはならないライフライン になっています。

超地域密着経営。

売上げは約80億円。

純利益率は「セブン&アイ・ホールディングス」をしのぐ。



## マクドナルド 接客サービスの改善

昨年11～12月の既存店客数は前年比10%超のマイナス。  
客単価を上げたにもかかわらず、売上高は6.2%ダウン。

この間にコンビニ各社は、手頃な価格で美味しさをうたったドリップコーヒで集客し、サンドイッチなどの拡販につなげる。

「業界の枠を超えてファストフードの客を奪いたい」と攻勢を強める。

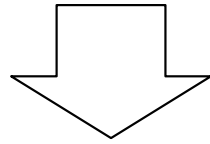
**家族連れの集客力を向上させる。**

既存店への設備投資費を倍増させ、**子供向け遊戯設備の新設や入れ替えを進める。**

家族客が多い店舗は、トレーを運ぶなどの**サービスを専門にする店員**を新たに配置し、小さな子供を連れた親の来店を促す。

店舗・街の設計

売りやすい機能



買いやすい機能

居心地のいい場所



## 溜まり場の法則

- ① 良いものがある場所に、人は集まる。
- ② 安心で快適な場所に人は集まる。
- ③ 夢が見られる場所に、人は集まる。
- ④ 自分のためになる場所に、人は集まる。
- ⑤ 自分を認めてくれる場所に、人は集まる。
- ⑥ 人が集まる場所に、人は集まる。



キーワード

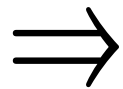
③

自分の存在を認めてくれる

覚えていてくれる

「覚えていますよ」発信力が、サービス力。

客

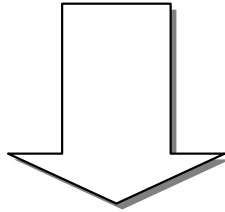


友・顔なじみ

都度の

毎度の

販売代理店



購入代理店

いらっしやいませ

「来る」「行く」「居る」の尊敬語の命令形。  
おいでなさい。

おはようございます

こんにちは

ボンジョルノ

お客様も返事が出来る。

# リピート客をつくる5つの方法

\*「接客」で対応すべき項目



リピート化

顧客情報を踏まえて、顧客毎に商品価値の説明や利用方法を示す。  
併せて、仕入れ・生産を通じて、メールや電話で「あなたにふさわしい商品が入りましたよ」との連絡があると尚良い。

\*「店の運営」で対応

不満	店に入りにくい。
ニーズ	気軽に入店したい。
リピート化	「試着や試食をして、気に入る」 の情報発信をする。

不満	惣菜などの揚げ物・焼き物の
ニーズ	出来立ての美味しい状態で食
リピート化	出来上がり時間を店前掲示

不満	少量・一品では買いにくい。
ニーズ	少量・ひとつでも気兼ねなく買
リピート化	少量・ひとつでも喜んで売りま



「覚えていますよ」サインを挙げてみましょう。

- アイコンタクト … 「どうも…」という感じで軽く会釈する
- 「いつもの〇〇でよろしいですか？」
- 「きょうは、何になさいますか？」
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



珈琲所  
コムン珈琲店

メニュー紹介

店舗検索

加盟相談

甘  
おかげ  
のメニュー紹介



自店のお客様と思ったら・・・

また来て欲しいと思ったら・・・

**決めるのはお店側です！**

マニュアルの見直しをしてみませんか？

オプション・応用編でもいいから・・・





自分の職場を楽しくする  
仕事を楽しむ  
「人」を好きになる

はたらく = 傍(はた)を楽(らく)にする

ありがとうございました。

