

発寒北商店街振興組合



派遣情報

- 派遣期間: 2025年2月19日~2025年3月7日(全2回派遣)
- 派遣応援隊員: 鈴木 俊介(オールマイティー部門)
- 派遣内容: 新規獲得のための事業戦略の策定 ほか



悩み

- ✓ 組合員の新規獲得するための具体的な方法がわからない

組合員の新規獲得という目的だけが設定されており、その手段としてパンフレット作成のみが検討されていた。

一方で、新規獲得の勧誘の対象となる未加盟事業者のターゲットが設定されておらず、また組合加盟を促すメリットも明確に説明できない状態であった。

そのため、誰に向けて、どのようなメリットを、どのような方法で提案し、新規加盟を促すのか判断ができず、具体的な行動に移れないでいた。

パンフレット作成という手段についても、それが最も効果的か判断する材料が無く、「ただ作ってみたい」というアイディアに過ぎなかった。

このままでは、組合員の新規獲得という目的を達成するのは難しい状況であると判断し、まずは事業戦略という形で狙いを明確にするべきと課題を設定した。



取組

- ・組合員新規獲得の戦略立案
- ・戦略実現のためのアクションプラン検討
- ・加盟促進PRのコピー検討
- ・アクションプランの具体化



マッチング

北海道よろず支援拠点札幌にも在籍し、法人・個人と幅広く支援の実績がある
鈴木俊介さんを派遣



取組の結果

- ・組合員新規獲得のための事業戦略が完成した。
- ・事業戦略の実現のための行動を具体的に整理したアクションプランが完成した。

事業戦略まとめシート 事業者名： 発着北海道地産地消会 2025年3月4日
事業名： ハツキタ西店街 組合員加盟促進プロジェクト (株)RFA/鈴木俊介

事業者	ターゲットとつながる価値	ターゲット顧客
想い・目的	ターゲットとつながる価値	属性
強み	3つの顧客接点戦略	15年以内の経験・創業事業者
弱み	商品・サービス戦略	2階層の本格入事業者
ストーリーがある？	販売戦略	トレンドに勝っている？
地域・音楽	PR戦略	市場環境
	差別化できる？	チャンス
	競合他社・商品	ピンチ

←アクションプラン



商店街の声

◎昨加盟促進の必要性を具体的に整理出来、今後の取り組みが明確になりました。

今後ツール制作に入りより具体的な活動内容につなげることが出来れば
良いと思います。