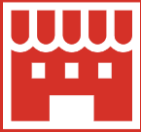


近畿大学生協 店舗での取り組みをご紹介します！



[店舗]

取り組み概要

単位パン企画（主管：店舗班）
期間：1/16～2/3
概要：時期限定商品の単位パンを広報し、店舗の利用を拡げるために実施された企画。目標を超える638個を売り上げた。

おむすび下剋上企画（主管：店舗班）
期間：5/15～19
概要：電子マネーで鮭トロおむすびを買うことで、ポイント還元率が60倍になる企画。期間中の電子マネー支払率は63～67%程だった。

学生目線の企画作りを、
店舗で。

取組.その1 単位パン企画



関西北陸ブロックにおける約75%もの大学生協で取り扱われている、メジャーな商品、「単位パン」。この企画は、そんな単位パンを用いて実施されました。近大生協のコンビニ「Plum」の立地はキャンパスの端。しかし、競合店があるのはキャンパス入口近く。企画を成功に導くためのポイントは、「話題性を引き立たせること」と「目標売上個数を設けること」でした。

「話題性」を生み出すため、いつもパンコーナーに並べられていた単位パンを、入店してすぐの棚（エンド棚）に設置。かつ、店舗前には提灯を付けた広報物を、棚にはご利益のありそうな鳥居を取り付けるなど、学生の目に留まりそうな装飾を考えて作成し、各所に施しました。また、GIのSNSでも積極的に発信し、現場とインターネットの両方から宣伝を行いました。その結果、連日完売が続き、目標を上回る売上を達成しました。組合員の反応も「話のネタになりそう！」等、上々な結果となりました。既に店舗で取り扱われているものを上手く使い、学生のニーズにもうまく合致させた企画となっていました！

取組.その2 おむすび下剋上企画

おむすび売上1位の「漬けマグロ」に、売上第2位の「鮭トロ」が下剋上を図る（売上を上回る）ため、「鮭トロおむすびをアプリで支払うと、ポイント還元率が60倍になる」という企画。コトの発端は、GIの春合宿での班別会議、メンバーからの「店舗班の活動、今はまず、アプリの推進が要ではないか？」というコメントでした。そこで、「おむすびとアプリ」という組み合わせが考案されたのです。

情宣や店内広告の効果もあってか、期間中の鮭トロおむすびの売上個数は漬けマグロを超え、無事に下剋上が成功しました！

「アプリ推進のため」に考えられた本企画でしたが、「おむすびの販促」や「組合員の目を引く面白さ」、また間接的には「学生の食支援」の面もあるなど、様々な要素がミックスされました。それによって、組合員が楽しく参加でき、アプリ推進にもつながる、「企画作り」の教訓的な事例となっていました！

