

各位

2017年1月27日

会社名 株式会社ラクーン

代表者名 代表取締役社長 小方 功

(証券コード：3031 東証第一部)



<小売店の「コト消費」に対する動向調査報告>

**売り上げや来客数増加などの手応えを感じている
小売店は約9割を超える。中小小売店による「コト
(体験サービス)」は顧客との交流がカギ。**

株式会社ラクーン（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小方功）が運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」は、会員小売店を対象に独自調査を行いました。今回は、「モノ（商品）」よりも「コト（体験サービス）」に価値を感じる最近の消費傾向に対して、地方の中小小売店はどのような工夫を凝らしているのか調べています。

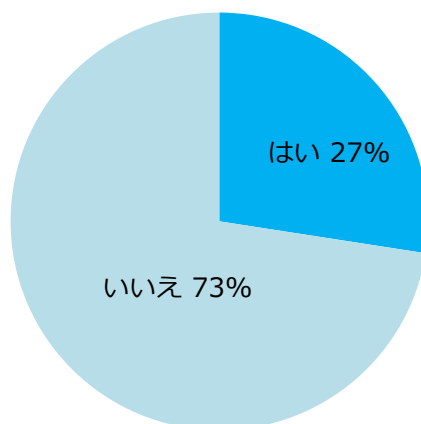
■調査結果のポイント

1. 商品販売以外に「コト」を提供している小売店は全体の27%と少数派。
2. 「コト」を提供する目的は「顧客との交流」が73%と一番多く、次いで「集客のため」が54%、「モノ（商品）を販売するため」が44%と続く。
3. 実際に「コト」を提供する小売店の91%が、新規顧客の増加、売り上げの増加、来客数の増加など何かしらのプラスの影響を実感している。

■徐々に広がりを見せる「コト（体験サービス）」提供の実態

【設問1】商品販売する以外にお客さんに提供している「コト」はありますか？

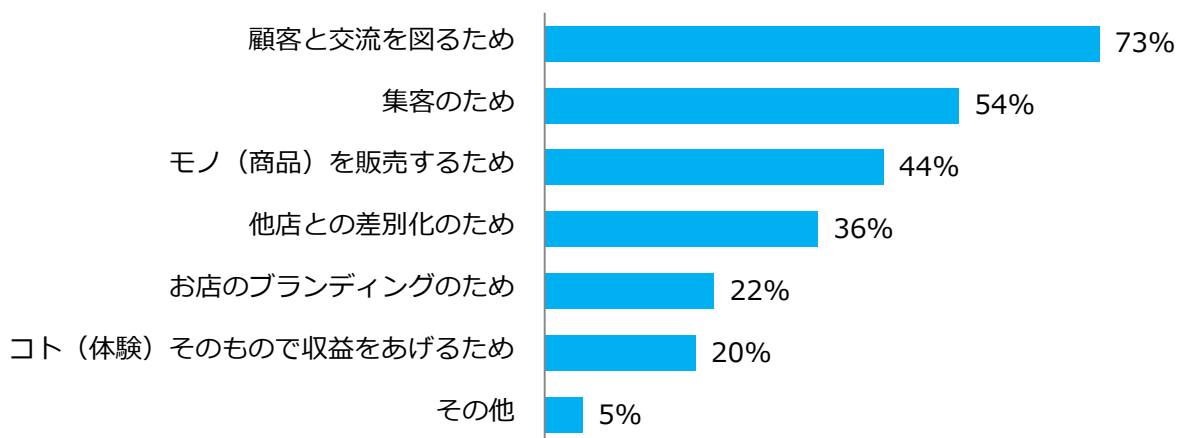
(有効回答数：317)



商品以外に「コト」を提供していると回答した小売店は27%と、全体の4分の1程度にとどまる結果となりました。一方で、現時点で「いいえ」と回答した73%の小売店のうち、約1割は、今後「コト」を提供していきたいとの意欲をみせており、小売店が「コト」を提供する流れは拡大するとみて間違いありません。

■ 商品販売以外の接点を求める小売店

【設問2】コト（体験サービス）を提供する一番の目的は何ですか？（有効回答数：81）

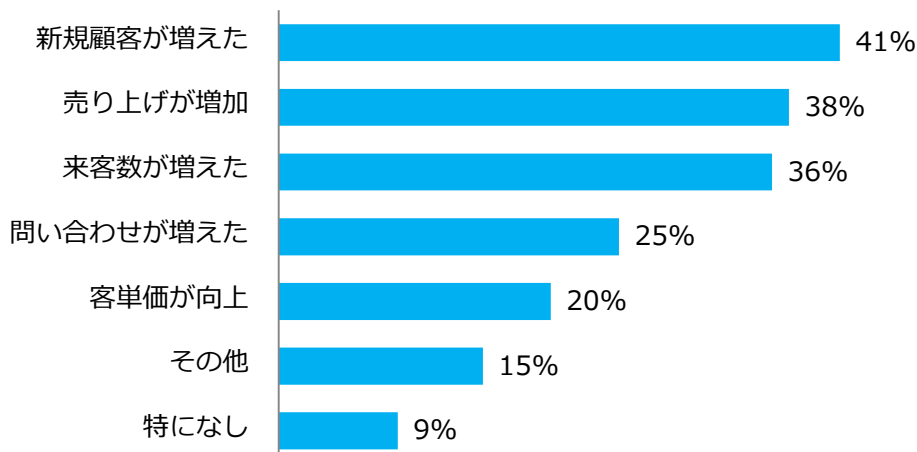


「コト」を提供する目的として一番多かったのは「顧客との交流を図るため」で、小売店の73%が回答しています。次いで「集客のため」が54%、「モノ（商品）を販売するため」という回答が44%となりました。一方で「コト」そのもので収益をあげようとする小売店は20%と少ない結果になっています。中小小売店は短期的な売り上げよりも、顧客との信頼関係を得て、来店頻度やリピート客獲得につなげることを重視しているといえます。

■ 商品販売へ影響はあるのか？

【設問3】コト（体験サービス）を提供した結果、どのような影響がありましたか？

（有効回答数：78）



「コト」を提供していると回答した 80 店舗のうち 73 店舗（91%）が何かしらの影響を感じていると回答しています。内訳としては「新規顧客の増加」「売上げの増加」「来客数の増加」を実感している小売店が約 4 割ずつとなりました。

また、回答のあった小売店のうち約 5 割が、「コト」の提供による影響を複数回答していることから、「コト」の提供は様々な側面から商品販売をサポートしているようです。

■コト（体験サービス）の具体的な内容

実際に提供している「コト」の内容に関する設問には 80 件の回答が寄せられました。ワークショップや各種イベントを開催する、店内をレンタルスペースとして貸し出す、カフェスペースを作りお茶や菓子類を提供するといった、**地域に根差した小規模店舗だからこそできる「コト」を提供している小売店が多く見受けられました。**以下、抜粋して掲載します。（表現に一部編集を加えています）

- 子供むけにお祭りイベントをやったり、フラレッスンの体験会を主宰したりしている。（新潟県／ベビーキッズ）
- お年寄りの方の送迎サービスや配達。（茨城県／レディースアパレル）
- ワークショップ、ライブイベント、貸しスタジオ、機材レンタル。（北海道／家電）
- 雑貨の販売の他に店舗の一番奥に小さい喫茶を設けている。喫茶店が皆無なので喫茶だけのお客様もいらっしゃる。（長野県／レディースアパレル）
- 店舗内で料理などカルチャーイベントを開いている。（熊本県／インテリア雑貨）
- 雑貨フェスタのイベントを主催。90 店位が参加してくれている。（兵庫県／服飾雑貨）
- 不定期でファッションショーを開催したり、クラブイベントに協賛している。（福島県／レディースアパレル）
- 市内の手作り作家さんの団体と提携して、毎月様々なワークショップを開催している。（福井県／レディースアパレル）
- 商店街ぐるみで、まちゼミというセミナーをしている。（福岡県／レディースアパレル）
- お客様の作品を展示するページを設けている。（広島県／インテリア雑貨）
- ゴルフコンペを開催している。（青森県／レジャースポーツ用品）
- 貴金属、金券類の買い取り。（神奈川県／その他）
- コーヒーの淹れ方教室、多肉植物寄せ植え教室、アイシングクッキー教室など自分の興味のあることをお客様と共有している。（香川県／メンズアパレル）

【調査概要】

■調査方法:インターネット調査 ■調査期間:2016年12月19日~2017年1月5日

■調査対象:スーパーデリバリー会員(全国46都道府県の中小小売店) ■有効回答者数:317名

スーパーデリバリーは、優れたサービスを表彰する日本初の表彰制度、第1回日本サービス大賞で『地方創生大臣賞』を受賞しました！



■スーパーデリバリー <http://www.superdelivery.com/>

スーパーデリバリーは、商品を卸したいメーカーと仕入れをしたい小売店が取引できる卸・仕入れサイトです。2002年2月から運営を開始し、商品掲載数は約59万点。メーカーにとっては、地域を超えた全国61,098店舗への販路拡大ツールとして効果を発揮し、小売店にとっては1,174社の出展企業とインターネットを通して取引でき、仕入先を大幅に拡大することが可能です。メーカーと小売店の取引で発生するコストや手間、リスク等を解消し効率的な取引を実現します。(数字は全て2016年10月末現在)

ra((oon 株式会社ラクーン

代表者 : 代表取締役社長 小方 功
所在地 : 東京都中央区日本橋蛸殻町1丁目14番14号
設立 : 1995年9月
資本金 : 821,570千円(2016年10月末時点)
株式 : 東京証券取引所市場第一部上場
証券コード 3031
URL : <http://www.raccoon.ne.jp/>

本件に関するお問合せ先

広報 : 大久保・督永(とくなが)
TEL : 03-5652-1692