復興金融ネットワークメンバーによる復興に関する取組事例②

団体名	株式会社東日本大震災事業者再生支援機構
取組名称	支援事業者のテストマーケティング及びグループインタビューによる商品分析
取組概要	 当機構が東京都内某商店街の店舗スペースを賃借し、支援先(約20社)の商品を販売(テストマーケティング)するとともに、モニ
	ターによるグループインタビューを実施し、各商品に対する消費者の評価を収集。
	当該店舗は、スタッフと顧客との会話が活発に行われる中、スタッフが購入顧客にアンケート調査を実施してくれるほか、グループイ
	ンタビューを実施するスペースを備えているなど、消費者の生の声を収集することが可能。バイヤーを経ずに直接、最終消費者に商
	品を販売することで、商品の持つ価値がお客様にうまく伝わっているのかを評価・分析し、その価値を顕在化させるためにどのような
	取組みが必要となるのか、そのヒントを得るための施策。
	事業者の悩み等
	自社に出来ることは 全てやりつくしているはず 商品の実力 チェック
	品 の 売 上 高 広 た た 方法の見直し
	商品には自信がある 商品の魅力がお客様に十分に 伝わっていないのではないか 商品改良の 用意がある の の の の の の の の の の の の の の の の の の の
	る 新商品開発 の必要性を 感じている 商品の改良方向は絞れている ので、反応を確認したい 新商品開発の 方向性確認
取組成果	 店頭販売、グループインタビューでの顧客の声を踏まえて、当機構が支援先各社の改善ポイント等を整理の上、レポートを作成。
	│ │ 当該レポートを活用して、事業者と機構担当者が深度ある経営対話を実施。消費者の生の声を還元することで、事業者が誤った
	「こだわり」を捨て、消費者のニーズに応える柔軟な経営体制を構築することに貢献。本取組を通じて、事業者の意識改革を推進
	し、商品改良・新商品開発への取組に繋げている。
その他	_
URL等	_
I	