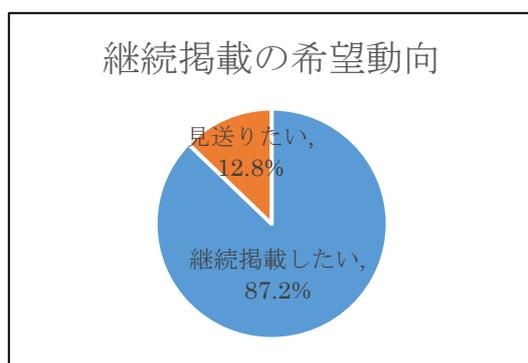
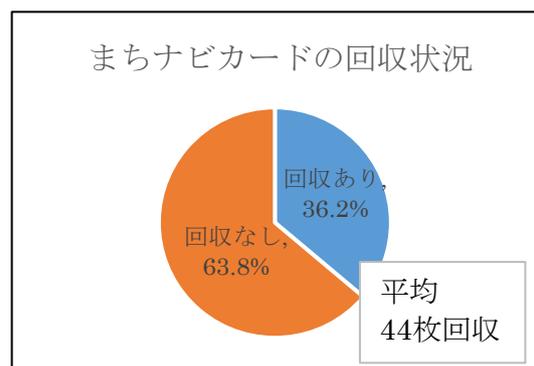
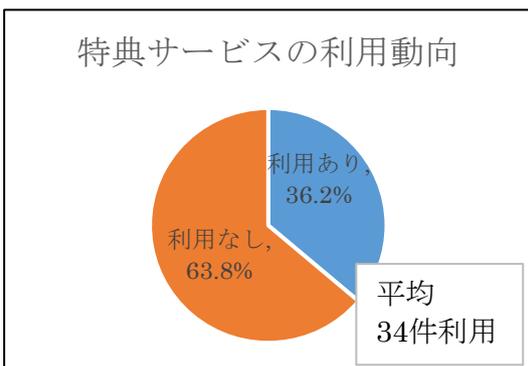
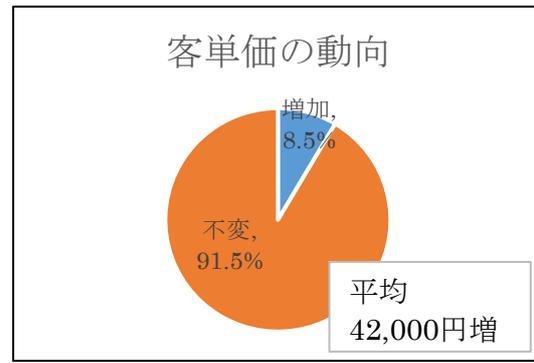
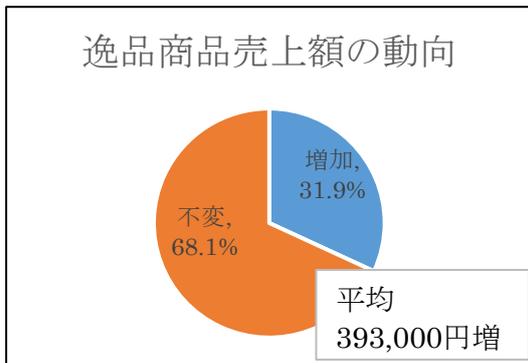
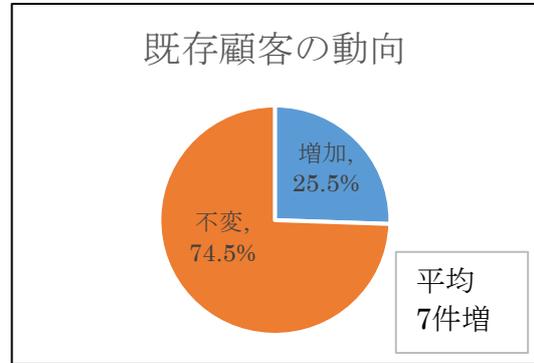
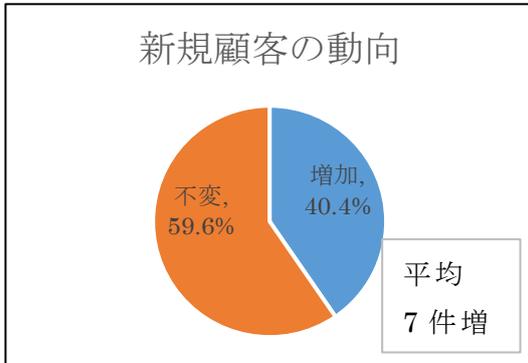


令和2年度自慢の逸品事業に伴う効果検証結果

1) 顧客・売上額・客単価の動向分析



2) 逸品事業者からの意見・要望・反響等

【顧客動向（店舗）の反応】

- ・逸品カタログの内容を理解してサービスを行ったところ喜んでくれた。
- ・県プレミアムクーポン券の反響があり、12月のクリスマス、お歳暮に利用される方が多く売上に反映した。
- ・お土産の需要につながり、お客様のニーズにあったサービスができた。
- ・特典があることを知らないお客様が多いと感じた。

【商品券の反応】

- ・プレミアム付商品券の併用や特典サービスのおかげで大変喜んでくれた。
- ・プレミアム付商品券の額面が1,000円で助かった。
- ・効果はあったと思うがP商品券に慣れて有難味が減ってきている気がする。
- ・コロナ需要で殺到しプレミアム付商品券を買えなかったという人が多かった。
- ・プレミアム付商品券の販売が平日だと仕事で買えないという方がいた。

【まちナビカードの反応】

- ・コロナ影響もあり来店客が減少したが、街中をめぐる動きがみられた。
- ・お土産や贈答に利用していただき、逸品を打ち出すメリットがあった。
- ・他店を参考にお客様に利用してもらえるようなサービスを考えたい。
- ・まちナビカードの内容を検討して再度取り組みたい。

【来年度の改善要望等】

- ・お店の存在を意識してもらうためにも発行を続けてもらいたい。
- ・事業者への周知が行き届いていなかったように感じるため検討いただきたい。
- ・サービスを受けづらそうにしていたので利用しやすい提案が必要と感じた。
- ・サービスの利用方法を知らない人が多いと感じたので検討いただきたい。