

山寺通信 11月

現在の経済的環境は、国際的にはアメリカと中国の貿易戦争、アメリカの名門デパートの破産、原因になるアマゾンがどこまで販売活動を展開してくるか、結果どこが生き残れるか等、流通は目まぐるしく変化しています。百貨店、スーパー等の実店舗で営業している業態は苦戦しています。実店舗の維持費と人件費、周辺地区の限られた客等コスト面でのハンディー、さらに情報量と、アマゾンには勝てない状況になっています。コンビニエンスの意味は、消費者に好都合、便利なもの、手間がいらぬ重宝なものなどです。今は大手のコンビニが合併したりして資本が大きくなり製品の開発力をつけています。そんな中でも北海道のローカルコンビニで、顧客満足度1位で検討している店があります。希少価値、小回り、人間関係による活きた顧客情報等を武器に営業しています(1000件)。これからは、少子高齢化で今までとは違った環境になり、従来の価値観が通用しなくなります。量や紋切り型の情報では対処できないことが起こります。小規模であることにより強みを出すことができます。中央から送られる情報でなく、自分たちの集めた情報を解析して客に素早くわかりやすい表現をしていくことができます。長所、短所をはっきり提示することにより、顧客に安心感を与え信頼されることが出来ます。ですから自分達の周りの環境を考慮して売る製品にメリハリを付け、基本的には、主力消費者の価格帯を全面にだします。お茶の流通は、製茶茶問屋である工場から直接仕入れしていることになり、他の食料品と比べても優位な仕入れになっています。同業の他店とも被らないものです。これらの現状を顧客にアピールして、売っている製品の飲み方を、そして多くのお茶を陳列していますから解説も画一的でない独自の表現を使うことが必要です。変えることにより消費者の関心を引くことから始まります。一番の売りは、食品添加物を使用していないものです。

有田焼 小茶器



SC-001 ¥10,000 170cc 茶碗 67/H52



SC-002 ¥6,500 150cc 茶碗 45/H38



SC-003 ¥12,000 250cc 茶碗 45/H47



SC-004 ¥10,000 150cc 茶碗 45/H38



SC-005 ¥8,000 140cc 茶碗 60/H35