



リニューアル版 ラップニュース

VOL.115

2012.10.1

発行：ラップ東京有限公司

<http://www.raptokyo.co.jp/>

(無断転載厳禁)

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「求める価値は何？」

テレビ東京の番組「ガイアの夜明け」で、市場が縮小傾向になり、さらなる価格競争にある家電量販店の現状を見ました。ネット通販も加わり、競争は加熱。量販店の買収・再編が行われているようです。量販店という「価格勝負」というイメージが強かったのですが、私が番組の中で興味を持ったのが、「設置や修理」に力を入れている量販店チェーンでした。そこは自社のサービススタッフ以外にも「町の電器屋さん」と連携しサービスを展開しているというのです。昔は、近所に必ずあったあの「町の電器屋さん」です。

通常、家電量販店は、大規模にチラシをまいて店舗で多数の商品を揃えています。しかし、結局は待ちの営業、お客様が来店してくれるか？どうかにかかっています。一方、「町の電器屋さん」など長い間、地元で営業してきたお店はお客様に近い存在です。ちよつとした故障、取扱説明書を見ても操作がわからないといったことでも、量販店では対応しにくいサービスを展開して生き残ってきた店も多いはず。しかし、実際に購入するときは量販店となつてしまっていました。そこで、ある量販店は自社の在庫を同じ販売価格で「町の電器屋さん」が販売することができるようにしたのです。取付けや修理も近所ですから、スピーディに対応できます。親子3人で1億3千万円を売り上げるお店もあるそうです。

一般的に労働集約産業というのはコストに占める労務費の割合が高いもの、つまり人的サービス業などを行います。生産性を効率よくすることが難しいといわれていて、家電修理などのサービスもそうです。それでも、労働集約産業の重要性を改めて感じました。「人」が提供するサービスにはまだ可能性があると思います。

大量に仕入れ大量に安く販売するという今までの展開から、それぞれのお客様がそれぞれに求めているものに対応しようとする流れは家電業界だけでなく、様々な業種にあてはまるのではないのでしょうか？ 価格よりも重視するもの、個々のお客様に価値があるものは今後どんどん変わっていくのだと思います。

先日、ある会社のホームページをリニューアルするという事で打ち合わせをしているとき「ネットのお客さんは価格のことばかりだよね」と担当者の方が言っていました。確かにネットのユーザーは「比較好き」で、ネット以外のお客様も価格ありき、なのかもしれない。しかし、個々のお客様が求める価値は変化してきたように思います。そのサービスが自分にあっているか？自分の考えや価値観にマッチしているか？自分はここをこうしたい、この部分はこうあって欲しい、そんなことにプロの視点から様々なアドバイスを求めるようなお客様も増えていくのではないのでしょうか。

お客様のことを知り、そのお客様には何が必要か、最も価値のあるものを見つけ出して提供する。難題ですが、私も、多くのお客様に出会い、様々な努力を積んでいかななくてはいけないと痛感しました。

ご案内

オリジナルのパンフレット作成

オリジナルのロゴ作成

販促の企画（ホームページ・広告）

様々なご相談をいただいております。

インターネット関連のことはもちろん、文章の作成やデザイン、写真、撮影、

印刷などお困りのことがありましたら、

ラップ東京へお気軽にご相談ください。

TEL:042-349-3535 へどうぞ。

■ ラップニュース読者の皆様へ。
ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったらご意見をお聞かせください。