

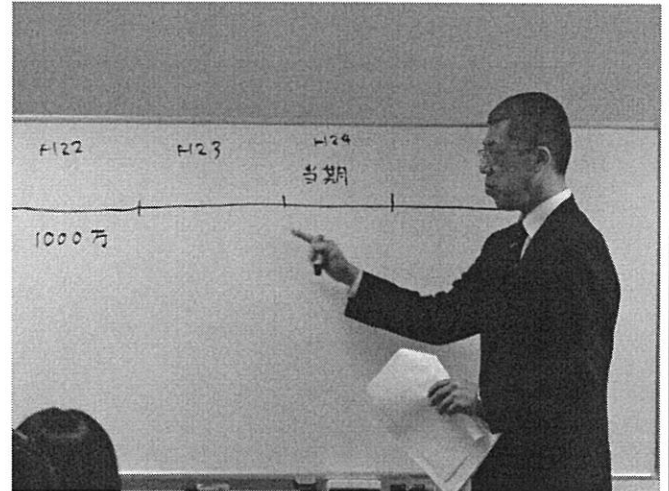
TEL 095-825-1132
FAX 095-827-3658
E-mail info@nagatakaikei.co.jp
URL <http://www.nagatakaikei.co.jp/>

小野講師による改正消費税法セミナー



去る3月27日火曜日、弊社4階セミナー室において
ビジネスセミナーを開催いたしました。

今回は、消費税の課税売上高が5億円超の事業者にとって影響のある消費税の改正がテーマとなりました。冒頭、改正の概要を解説する中で「95%ルール」や「個別対応方式」、「一括比例配分方式」など普段聞きなれない専門用語が出てきたため、今回のセミナーを受講された皆様には、非常に理解のしづらい改正内容だったと思いますが、改正が自社にとってどのように影響するのか、また納税に有利な計算方式の選択は何なのかというポイントについてはご理解頂けたと思います。



4月18日水曜日には、法人税率の引き下げと復興増税、所得税の復興臨時増税など、中小企業経営や個人生活に直結する改正をわかりやすく解説する「改正税法セミナー」を開催いたします。



お申し込みがまだで、受講をご希望の方は弊社までお問い合わせください。



消費者心理が変化の兆し アナログ戦略を見直そう！

インターネットで買い物をするのが当たり前になった現在、店頭でしっかり接客をするお店は少なくなりました。その一方、情報にあふれる消費の現場で、どうやって欲しいものを選べばいいかわからない、消費者が増えていることをご存じですか？消費者はアドバイスを求めています。化粧品と家電の小売事例からその変化を見てみましょう。



サロンバスで高級服飾品を訪問販売

化粧品ブランドのポーラは昨年から、高級サロンバスをチャーターした高級服飾品の移動販売を開始し、話題を呼んでいます。今年1月末に放送されたテレビ東京「ガイアの夜明け」では、バスが東日本大震災の被災地へ赴き数十万円もするアパレルやアクセサリを、何点も購入する主婦達の様子が映し出されていました。全国で予想以上の反響があり、2台目のサロンバス導入を検討しているそうです。

東京・町田に店を構えるでんかのヤマグチは、徹底した御用聞きで有名な地元密着の家電店。名刺の裏面に「裏サービス」を掲載し、電球1つの交換から花の水やり、家の留守番まで家電とは関係ない無料サービスも積極的に受け、顧客の困り込みに成功しました。2つの小売業の事例から浮かび上がってくるのは消費者心理の変化とアナログ戦略の再評価です。

価格重視から丁寧、安心、便利にニーズ

アナログ戦略とは、消費者と直接顔を合わせて接するサービスを徹底すること。一人ひとりの要望に答え、高い満足を提供できるのが最大のメリットですが、時間と人件費が掛かるというデメリットがあります。チェーン店の拡大やインターネット販売の普及により、小売現場では対面型接客の合理化・均一化が進み、激しい価格競争が起こりました。服飾品や家電は最たる商品といっても過言ではありません。

しかし、こうした動きが一巡した今、消費者の購買心理は価格から質の重視へ変化しつつあります。

でんかのヤマグチは定価販売が基本で大手量販店に比べると割高ですが、それでも支持されています。消費者が求めている質とは、商品そのものに対してだけでなく、接客を通じてその商品をどう使用すれば、どう身に着ければいいのか幅広く的確なアドバイスが求められています。ポーラのサロンバスは移動先の訪問販売員が接客。消費者の好みを熟知しているからこそ、高額品でも気持ちよく買ってもらうことができるのです。

的確なアドバイスをもらえれば、わざわざ時間を使って探す手間が省けて便利。年配層だけでなく、若い世代でもそうしたニーズが高まっています。百貨店がスタイリングのコンシェルジュを置くサービスを始め、好評を得ているのが象徴的です。

「丁寧」「安心」「便利」への回帰は小売業にとどまらずサービス業全体にも関わる大きな変化。「早い」「安い」を追求する大手企業には難しく、機動力のある中小企業だからこそ取り組めることです。

今、あらためてアナログ戦略を見直してみてもいいのではないでしょうか。

