

ITを活用して販路拡大を!!

「ここよかねっと」鹿児島ブランドショップオンライン店」

インターネット利用者の増加、時間を問わず利用できる利便性、ならびに事業者の情報発信やサービス提供等の機能が進歩し拡大していることから、ネット通販は大きな流通チャネルになってきています。

当協会では、現在、県産品「ここよかねっと」に「鹿児島ブランドショップオンライン店」を出店し、県産品についての情報発信並びに宣伝・販売に取り組んでいるところです。特に、九州新幹線全線開業後は、当協会のホームページ等を見た県外の消費者や問屋・小売店、また、マスコミ等からの問合せが増えています。

中国で6億人が保有する銀聯カード。その銀聯グループが運営する公式ショッピングモールに、当協会は「鹿児島臻品小舗」(鹿児島の高質な商品を取り扱うかわいなお店)を出店しました。企業間取引では輸出が困難な畜産加工品等についても、**常温の国際速達郵便**を利用することで、一般消費

この機会を捉え、

ネット上の地域物産観光展の開催など各種イベントをとりいれながら、当協会の特産品販売サイトの

内容を更に充実し、県産品の需要拡大に取り組むこととしております。

是非、出品をご検討ください。

(問合せ先)

ブランドショップ課 羽島

TEL099・225・6120



ここよかねっと「鹿児島ブランドショップ店」

中国銀聯グループ公式ショッピングモール

者への販売が可能となります。

現在、薩摩焼、薩摩切子、焼酎、漬物、畜産加工品など約70品目を出品しております。中国での販路開拓等に関心をお持ちの方は、この機会に**是非、出品をご検討**ください。

(問合せ先) 流通企画課 永田
TEL099・223・9177

「2011かごしまの新特産品コンクール」入賞商品決定!

「2011かごしまの新特産品コンクール」が平成23年10月14日(金)に開催され、県内の企業等**180社(過去最多)**から素材や製法に工夫を凝らした商品180品目の応募がありました。今回は、より質の高い商品開発を促すため、日本百貨店協会より審査委員の派遣と後援をいただき、いろいろなアドバイスをいただきました。

工芸品では、「面白いアイデア、新しい感覚の商品が多かった」「作り手の情熱を感じる」「ストーリー性・デザイン性があり、海外でも通用する」と評価する意見、「実用性が乏しい」「せつかくの素材の良さが活かされていない」「面白い商品だが、パッケージにもうひと工夫ほしい」など改善を求める意見が出されました。



工芸品部門入賞商品

食品では、「素材の良さを上手に活かし商品化できている」「商品開発のアイデアも商品そのものも消費者の視点に立っており、今後が楽しみ」「地域や素材の強みや希少性を活かして味も良く仕上がっている」という意見がある一方、「表示に不備がある」「パッケージの色や見た目に工夫がほしい」などの意見がありました。



食品部門入賞商品

審査の結果、新設の日本百貨店協会会長賞を含む22点の入賞商品が決定しました。入賞商品については、今後、県内外いろいろな機会をとらえて、宣伝・紹介していきます。

【入賞商品については当協会ホームページ(<http://www.k-p-a.jp/>)をご覧ください。】

＜かごしま特産品モニター内訳＞

		20代~30代	40代~50代	60代~	小計	合計
県内	男性	4	8	8	20	100
	女性	20	40	20	80	
九州	男性	10	25	15	50	180
	女性	30	80	20	130	
中四国	男性	1	2	2	5	20
	女性	8	5	2	15	
関西	男性	10	15	5	30	100
	女性	30	35	5	70	
関東	男性	7	10	15	32	100
	女性	30	30	8	68	
合計		150	250	100	500	500

先般、「かごしま特産品モニター」を募集したところ、定員400名予定のところ、全国から1,200名を超える方々からお申込みをいただきました。本県特産品やものづくりに対する消費者の関心の高さを改めて実感したところです。そこで、左記内訳のとおり500名に増員し、先日、1回目の調査に入り、会員企業から希望のあった商品を各モニターへ送付し、アンケートへの回答をお願いしました。

平成24年1月下旬には、冷蔵輸送に対応可能な食品を対象に2回目を実施する予定です。500名全員に商品を送付するということではなく、地域・性別・年代ご

「かごしま特産品モニター活用事業」
ヒット商品を作るために市場調査をしませんか？

とに出品者が意見を聴き取りたい方を対象に調査できます。出品者は、モニター数分のサンプル商品、商品説明書(チラシ、リーフレット等)およびアンケート用紙を当協会に送付していただければ、モニターには、当協会からサンプル商品等を詰め合わせて送付します。モニターからのアンケートは当協会で回収した後、出品者に送付し、それぞれ商品改良や新商品の開発に活かしていただくという仕組みです。

また、個別に送付できない工芸品等については、1月に鹿児島ブランドショップ(鹿児島店・東京店)に数日間展示し、来場されたモニターやお客様より、商品に対するアンケートや聞き取りにより意見を収集いたします。

サンプル商品代等は各社でご負担いただきますが、参加費は無料です。県内外の幅広いモニターから、商品に対する意見等を収集する絶好の機会ですので、ぜひ、この事業に参加して、今後の商品開発・販売促進にご活用ください。

この事業に関するお問い合わせは、当協会ブランド支援センター(木下(きした)まで)お願いします。

What's compliance “マナーアップかごしま” 接遇のポイント(第1回～言葉づかい～)

お客様とのコミュニケーションは「言葉」という手段なしでは得られません。言葉づかいや話し方に工夫をすれば、相手や大切な人に伝えたい事がうまく伝えられます。話したり、聞いたりすることは、共に言葉だけでなく、相手を思いやる姿勢、態度、心づかいが必要です。今回から「接遇マナー」について連載しますので、参考にして、実践していただければ幸いです。

今回は、8月にフリーアナウンサーの中村朋美氏が講演された内容の一部を掲載します。

① 体言止めで話を終わらせない

- ×「これ」「資料」「100円」
 - 「これです」「資料です」「100円です」
- スタッフ間であっても、きちんと話すことでお客様に丁寧な印象を与える。



② 「話し言葉」が「書き言葉」になってはいないか

- ×「出張中です」「離席しています」
 - 「出張しております」「席をはずしております」
- 書き言葉は固い印象を与えるので、できるだけやわらかい話し言葉に変換する。

③ お客様が言った言葉を置き換えない

「電話番号はゼロキョウキョウ・・・」⇒「レイキョウキョウ・・・ですね」
相手がいった言葉は同じ言葉で言ってあげないと「言い替えられた」「指摘をされた」という印象を持つ。また、お客様が間違った言葉はあえて繰り返さない。

④ カタカナや専門用語を避けて話す

「お名前をフルネームで」⇒まず「お名前をお願いします」と言い、お客様が姓しか名乗らない場合は「〇〇様、下のお名前までお願いしますか」

専門用語はできるだけかみくだいて話す。但し、お客様自らが専門用語を話された場合はその言葉を使ってあげるのも親切。

⑤ 長い説明はダメ

長い説明は聞いている方が疲れる。短い言葉で端的に表現する。

⑥ その人に向けた言葉をどれくらい選択できるか

常連さんが何回行っても「ありがとうございます」しか言わない店では、「この店、お礼は言ってくださるけれど私のこと覚えているのかしら?」という気持ちになる。「いつもありがとうございます。」といえば、「自分のことを気にかけてくれているんだな。」という気持ちになれる。

⑦ ありがとうございます

出だしの「あ」はいつもの話し言葉よりも高いキーで発声し、最後の「す」は笑顔で終わる。感謝の気持ちが相手に伝わらないあいさつは意味がない。

⑧ 言葉の直球を投げない

まず「できません」と言わないこと。
言葉には「にょい」や「ニュアンス」がある。五感で得た情報を大事に伝える。