

地域社会における酒販店、商店街の役割

‘ 0 4 ・ 5 ・ 1 2

- . 急減する小売店舗・急減する商店街。減少の理由は消費者の拒否権

- . 消費者が求める店への期待
 - 1 . 信頼の強さ 楽しさ 便利さ 入りやすさ
 - 2 . 割安性 便利性 専門性 安心性 人間性

- . セルフ販売と対面販売・・・それぞれの使い分け
 - 1 . 対面販売・・・価値伝達・価値創造の役割
 - 2 . セルフ販売・・・ライフラインの役割・それなりの価値伝達
 - 3 . その中間・・・セルフ型の専門店・VMDによる価値伝達

- . 生き残っている中小店・・・店内加工機能と近隣専門性の店
 - 1 . 酒・ベーカリー・専門SM・和菓子・惣菜・花・ホビー・生鮮・他
 - 2 . それぞれなりの革新努力・組織への参加と自己責任・自助努力・他

- . 酒販店の役割・やっている店とやらない店の差は明瞭
 - 1 . 商品を育て消費者に価値を伝えて需要を創造する役割
 - 2 . 顧客にいいカタコト提案をして満足と購買を創る役割
 - 3 . 酒飲みマナーの伝達などセルフやVMに出来ない役割
 - 4 . 店を明るくして地域防犯や和みづくりに貢献する役割
 - 5 . 祭りの主導やショッピングイベントなど賑わい作りの役割
 - 6 . 高齢化社会での訪問宅配など地域安全便利業への役割
 - 7 . ビンカンなどリサイクル化と再生流通づくりへの役割
 - 8 . 問題はやり続けることによる感動

- . 酒販店の経営努力・基本は専門店への道・さまざまな可能性
 - 1 . 入りやすさ・楽しさ・便利さ・選びやすさ・よろこび・話し・他
 - 2 . 商品知識・商品管理・飲酒提案・飲酒マナー・試飲会・配達・他

- . 土俵での競争・いずれはホンモノだけが生き残る
あら探しより相ぼめが効果的。欲しい国税庁からの小さな贈り物