



毎度お世話になっております。株式会社シロクマです。3月を迎え、これからは三寒四温で春本番に近づいていきそうです。この時期、多くの方が花粉症に悩まされますが、今年はスギ、ヒノキ花粉の飛散量が昨年比で大幅に減少というありがたい予測が発表されています。とは言え、季節の変わり目、体調を崩さないよう十分にご自愛ください。

今月のホット情報

貴社オリジナルのモノ作りをお手伝いします！

レーザー加工で各種素材を切断、彫刻、マーキング



各種素材を自由な形に切断したり、文字や絵柄を彫刻して、オリジナル製品や販促品、記念品を作りたい。それもできるだけ小ロット・低コストで——シロクマはレーザー加工機を駆使して、貴社のそんなご要望にお応えしています。

加工可能な素材は亚克力、木材、天然皮革、人工大理石など。素材に凹凸を付けることで、名入れやゴム印・表札などの加工を行います。データに濃淡を付けることで、彫りの深さを調節、レリーフのような立体感も表現できます。

細かい文字やマーク、模様などのマーキング加工も可能。アルマイト剥がしや、塗装された金属などの塗膜剥がしによるマーキングもできます。

レーザー彫刻は時間が経っても、印刷のように薄くなったり、剥がれたりする心配もなく、文字や絵柄がいつまでもキレイ。切断と彫刻を組み合わせることで、さらにモノ作りの幅は広がります。

詳細につきましては、どうぞお気軽に弊社までお問い合わせください。



セミナーレポート

マッチング・ビジネスとしてのマーケティングとは？



先日、日本を代表するマーケティング研究者の一人である慶應義塾大学大学院経営管理研究科ビジネス・スクールの池尾恭一教授のセミナーを受講する機会がありました。少し堅い話になるかもしれませんが、その要旨をご紹介します。*****

企業の商品政策から販売促進に至るまでの一連の市場活動を意味するマーケティング。その考え方がアメリカから日本に入って来た1956年当時は、買い手が未熟で無難なものを買うことが一番、画期的な差別化商品はリスクいとされ、好まれなかったようです。未熟な消費者にとって、購買時の大きな判断材料となったのは「信頼の印」としての企業名ブランド。同質的なマーケティングで、連続的に製品を投入することが、有効だったといえます。しかし、消費者が判断力を高め、賢くなればなるほど、識別手段として個別ブランドを重視。同質的なマーケティングは価格競争だけになります。

メーカーが流通を囲い込む販売代理型から、個々のユーザーニーズに合った商品をいかにそろえるかという購買代理型へと日本のマーケティングは変革を遂げています。いかにニーズを把握してマッチングさせるかという個別対応、識別対応(=マッチング・ビジネス)は生産財の分野では当たり前でしたが、消費財の分野でも広がつつあります。その先行指標になりそうなのがネット販売の世界。ここでいうマッチング・ビジネスは製品のオーダーメイドという意味だけではなく、サービスなども含んでいるわけです。