

野畑商店かわら版

東和コーポレーション
155ニュートワロン

新製品

誰でも知ってるゴム手袋の王者「トワロン」に新製品が出来ました。
シームレス13ゲージの裏布で、とにかく柔らかくてビックリします。

98号で紹介の先行販売の「耐油トワロン」と同じ様に特殊気泡すべり止め加工で濡れても非常にすべりにくいのです。

たまたまタイミングのあったお得意様にはトワロン自身が商品アピールにお邪魔させて頂きました。

展示会もどきのヌルヌル棒を持つてのデモンストレーション付きです。説得力も違います。

都合がつけばいつでもトワロンがお邪魔します。

是非ニュートワロンをよろしくお願ひします。

新製品

357ゴム引き10双組

あなたの街にもトワロンがヌルヌルした棒を持ってやって来るかも!!



ほんつとに柔らかいしすべらないです

155ニュートワロン



特殊な気泡が濡れても強力にグリップします

相変わらずあんまりバック物の得意でない当社ですが、これはあまりに安いので採用で

働くのばちゃん 春の臨時増刊号



2足組ニッカも色々扱っています(カタログ19ページ)、オニ底(底が厚い)タイプの新製品です。
白のみのS3741とカラーのS3743です。お願ひします。

グリンのゴム引きの10双組です。しかしどんな物でも安くなりますね。



新製品

10双組

ゴールデンウィークのお休み土、日曜祭日がお休みの当社ではゴールデンウィークは暦通りのお休みです。

				27	28	29
						SAT
30	1	2	3	4	5	6
SUN	8	9				

先月号で紹介の力王鉄人が、入荷遅れで迷惑をお掛けしていますが、実を言うと鉄人は白も作っているんです。それこそ更に数が少なく一体いつ頃揃うのか分かりません。ちよつと気になります。

力王鉄人

プラスチェック先着入

発行者 (有)野畑商店
〒246-0001
横浜市瀬谷区御本町9279-37
TEL 045-921-3561
FAX 045-921-5337
毎月20日発行 春の臨時増刊号

力王鉄人 白

のば博士の営業日誌



のば 毎度おー!

のば おや、お珍しい。偉い人がどうしたんだい。

のば まあまあ、ちよつと通りかかったもんでな。

のば 別にセールスって言うんじやなくても、たまには顔を出したっていいじやろ。

のば おつ、この手袋は何ですかな?

のば ああ、コレね。

のば コレはココがこうなってこうだからちよつと面白いと思ってるね。

のば ふむ。おつ、コッチは何ですかな?

のば ああ、コイツはコレコレこうなもんだから入れて見たんだよ。

のば いやいや、おたくはいつ来ても目新しいモノがありません。

のば 本当に勉強になりますぞ。うん。ウチはそれだけは自信があるんだ。

のば と言うよりどこよりも早く新製品を置こうって言うのを運営の基本にしてるんだ

のば よね。

のば なるほど。

のば 今何でもかんでも安売り、安売りの時代だろ。そりゃもちろん価格は大切な事だからやっぱりウチだって相場に合わせて安く売るモノだつてたくさんあるよ。

のば どこでも置きはじめたら必ず値崩れしていくしね。

のば そうじゃな。大衆に広まって成熟した商品になった時点で必ず価格競争になつてしまふからな。

のば 最初から値崩れしてる商品だつてあるけどね。

のば でもそれだけを追い続けちゃつたらどうなる?

のば ウチだけじゃなくって皆が皆、体力を消耗していくだけじゃないか。

のば 価格だけを追い求めるんじやなく「あの店に行くといつも目新しいモノがある」「どこよりも早く新製品が並んでいる」「珍しいモノがある」とか、ウチはそんなイメージを作つて行きたいんだ。

のば うーむ。分かりますぞ。一時期流行ったディスカウ

のば ントがあんまり良くないらしいですもんね。

のば 酒やパソコンのディスカウ

のば ントもどどん潰れたからね。価格だけに走ればいずれそうなるよ。

のば もちろんディスカウ

のば 必要だけどうでない何かも作り上げていかないといけないって事ですな。

のば 素晴らしいお考えですぞ。

のば いや、博士に誉められると照れるじゃないか。

のば いや全く素晴らしい!

のば ところで今日はちよつと通りかかっただけじゃったんじやが、何故か車の中に新製品がいっぱいなんじや。

のば もちろん見て頂きますな。ひえー。

のば やっぱり博士にはかなわないよ。

新製品、目新しい商品は出来るだけ早く扱って新鮮さをアピール。どこでも置きはじめた成熟した商品は必ず値崩れしますね。



気付きのタイムラグ

サイバー 早すぎて要人に見えぬ、ごくごく少数
インベーター 業界の中でも早い人!%程度
ビームズのターゲット オビニオン ビームズでの販売が成り立つ早い層
ファッションだと一般ピープルがマネッコして着始めたら、高感度な人達つてもう絶対着ませんよ。だから常に大衆に行き渡る前に商品の供給はやめて店自体の高感度なイメージを維持し続けるんだぞです。

ファッションとはこれまた遅いですが、常に新製品を置くのが早いお店さんよりは、なかなか置かないお店さんよりはお客様に魅力を感じて貰えるのではないのでしょうか。それにそれが動きの遅い大手さんにはマネ出来ない個人の専門店さんならではの強みなんですし。

値崩れの話とは少しだけ意味が違いますが、若者に人気の衣料品店ビームズの考える「気付きのタイムラグ」も非常に勉強になる話です。商品の調達は大衆化の前に絶対に打ち切るのを徹底する事で、常に大衆より一歩進んだ高感度なイメージを作り上げていきます。品揃えで客層とが店の存在意義つて変わりますもんね。