

おーびー通信

No. 19

市場の未来予想図

厚生労働省の発表によると、現在の日本は4人に1人が65歳以上の年金受給対象者だそうです。また、50代以上で見ると2人に1人がシニア対象となり、消費支出は140兆円で、個人消費全体の60パーセントを占め、国内消費市場の主力バッターとなりました。

そんな一大市場であるシニア層向けの販売戦略が進んでいますが、その中で積極的なアプローチをかけているのが百貨店です。近年、百貨店全体の売上げは約6兆円、スーパーをはじめとするチェーンストア全体の売上げは約12兆円。かつては「消費の王様」と呼ばれた百貨店がプライドをかけ、売上げアップのために他店と明確な差別化を図ろうと注目したのが「食品売り場」。食品売り場に新店舗を導入したり、売り場全体をリニューアルしたり、何らかのテコ入れを行った百貨店は着実に売上げを伸ばしているようです。

その背景にはシニア世代のニーズの変化が大きく関係しているのです。まず、定年退職などにより外食の機会が激減すること。それに加えて、持ち帰って家で食べる「中食」志向の高まりがあります。中でも「価格については比較検討するが、商品の特徴や価値観に納得すれば、少々高くても買う。」というシニアのニーズをキャッチした売り場、提案が受けているようです。特に惣菜などはシニア層の「少量」を「いろいろ」、そして「健康」というキー

今月のテーマ

シニア層のニーズをキャッチ「百貨店グルメ」

ワードで販売されています。これまでも「少量パック」はあったものの、その内容は和食が中心でしたが、洋食、中華、イタリア料理など、ジャンルも広がりを見せています。

かつて百貨店の食品売り場の中心は「贈り物」でしたが、今では完全に「個人消費」の割合が多くなっています。その比率は「贈り物：3」に対し「個人消費：7」。シニア層の増加により、「これまで頑張った自分にご褒美」という気運も高まっているのかもしれない。

一昔前までは、百貨店はお客様を最上階へ誘導し、上から下への流れを作る「シャワー効果」という販売戦略が主流でした。しかし、時代は変化し、今や地下の食品売り場で関心を集め、下から上への流れを作る「噴水効果」と、「シニア層の囲い込み」へと完全にシフトしているようです。



キーワードは「少量」、「いろいろ」、「健康」

ビジネスHOTアイテム

絵本でつながる孫との絆 ブッククラブ「絵本の本棚」(クレヨンハウス)

今、日本で一番お金を持っているのはシニア世代ではないでしょうか。現役時代にコツコツと貯め、さらに年金をもらい、お金に余裕のあるシニアの方は実は結構いるようです。そんなシニア世代が惜しみなくお金を使うのは自分のためではなく、「孫のために」という人が圧倒的に多いとか。お年玉、誕生日、外食、クリスマスなど、シニアが一年間で孫のために使うお金の総額はなんと26万7000円(2011年大垣共立銀行調べ)。中でも最近では、孫へのプレゼントに「絵本」を贈る方が増えているそうです。東京・表参道の絵本専

門店「クレヨンハウス」のブッククラブ『絵本の本棚』は毎月会員数が増加、売上げも絶好調!このシステムは毎月1回クレヨンハウスから絵本が届くというもの。送り先をお孫さんの住所にして毎月絵本を贈られる方が多くいらっしゃるようです。

絵本を介した、お孫さんとシニアの心温まるエピソードが多数寄せられています。良い本との出会いは一生の宝物です。そして孫の喜ぶ顔は、おじいちゃんおばあちゃんの何よりの宝物ですね。



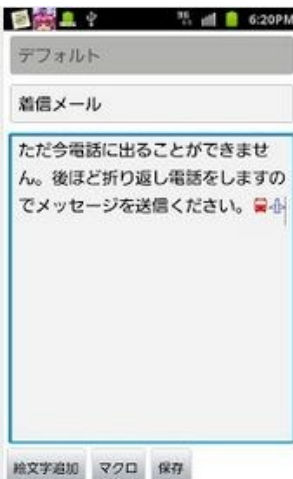
【詳細】<http://www.crayonhouse.co.jp/shop/c/c>

Android 今月のイチオシ! アプリ iPhone

留守番メール(無料)



電車やバスでの移動中や会議中など、対応できない時の電話って困ってしまいますね。そういう場合にこのアプリ「留守番メール」が役に立ちます。かかってきた電話に出られない時、着信相手のメールアドレスが登録されている場合、あらかじめ作って



おいたメールを自動送信してくれるのです。自動送信する相手は、電話帳から個別に登録することもできます。留守番電話にはなかなかメッセージを残してもらえなくて...という方、一度お試しあれ。

MagicSleep Lite(無料)



聞くだけで眠れる睡眠補助アプリ「MagicSleep Lite」は、眠気を誘う音楽やヒーリング効果のある音楽などではなく、子宮内部の音を再現しているというのです。母親のお腹の中にいた時の心地よさや安心感などが、快適な眠りを誘うのでしょうか。

「とても効きます。自動車の運転や重機の操作中に使用しないでください」というほどの効き目、試してみたくありませんか?無料版は10分間限定だそうです。1、2分で眠ってしまう人もいます。



上記のQRコードからダウンロードできます。Google Play や iTunes App Store からダウンロードが可能です。アプリは、アンドロイドのバージョン、iOSによってはご利用になれない場合がありますので事前にご確認ください。

帖々小売商

スーパーやコンビニなどの売場では商品にできるだけ触ってもらおう工夫を行っています。販売心理学によると、消費者は自分の目で見、触り、感じて確かめたいという思いが強いそうです。小売店の方が実際に行っている知恵をご紹介します。

販売のキーワード。「見て、触って、感じて」

百貨店、スーパーマーケット、ドラッグストアなどの売場ではファッション、靴、帽子、食品、化粧品などほとんどの商品をできるだけ触ってもらおう工夫が施されています。なぜなら、お客様は商品を購入する際、自分の目で見て、触り、商品を確かめたいという思いを強く持っているからです。

特にお客様のこだわりが強い嗜好性の高い商品ほど、試食や実体験を通すと購買への確率が高まるそうです。新商品が発売されても、ただ陳列しているだけでは思うように売上げが上がらないのが実情

です。そのため各企業は新商品を作ると広告やスーパーなどで試食のセールスプロモーション活動を積極的に行っているのです。お客様は自分の手で直接触れないと「信用のおけない商品」という思いが先行し、極力リスクを避けた気持ちから、以前購入したことのある商品へと流れていくそうです。販売心理学によると商品やサービスは「See Me（見て）、Touch Me（触って）、Feel Me（感じて）」というキーワードで購入する確率がぐっと高くなるの



試食すると興味・好奇心がぐっと高まる

だそうです。

触るという行為は、人間の持っている「好奇心」と「所有欲」をかりたてる第一歩と言われています。例えば、クルマの場合は試乗する、エアコンでは実際にその涼しさを体感する、ゴルフショップでは試打するとお客様の購買率はぐっと上がるそうです。商品に試乗・体感することで「愛着」や「他の商品との違い」がよくわかり、購入したい気持ちが高まることが研究で分かっています。

具体的な例を一つご紹介いたします。ニューヨークのドラッグストアチェーン「デュアンリード」では、商品の陳列場所を聞かれた場合、お客様を売場までエスコートし、さらに商品を手渡しすることを徹底しているそうです。その場合、80%の人は購入し、売場に案内しただけでは、ほとん

どの人が購入までいかないそうです。また、小売店が積極的にやっているのが「顧客満足度制度」です。購入後、万が一商品に満足できなかった場合、返品できる制度のと。実際、商品を返品するお客様の数は売上げ対比1%以下だそうです。「もしもの時は返品できる」と言うだけでお客様が安心して購入できるので、売上げに良い結果をもたらすそうです。流通業はじめ、各企業はお客様の潜在ニーズを引き出し、商品を感じ、触ってもらい顧客満足度を高めることを常に考え、販売しているのです。



商品のPRは「百聞は一見にしかず」が強い

超一流に学ぶ人生訓

物事の本質を見るために、
私は目を閉じるのです。

(ポール・ゴーギャン／画家)

ゴーギャンは19世紀フランスの印象派の画家。芸術にすべてを捧げた孤独な放浪画家として知られる人物です。実は彼は画家になる前は証券会社に勤め、結婚もし、5人の子どもを授かりました。35歳の時、日曜画家から專業画家へ転身を決意しますが、生活は困窮していきます。苦悩と絶望の壮絶な人生を歩みますが、生涯真摯に絵画と向き合いました。

この言葉は「心の目によって、目に見えない真実が見えてくる」という意味。日本でいうと、「心眼」という言葉とよく似ています。「心の目で見るとは容易ではなく、厳しい修練と研ぎ澄まされた想像力、それに集中力があってこそ見えてくるものです」とゴーギャンは説いています。

現代社会では、人間や物事の本質の多くは、一見ただけではよく分からないものです。特に、人間は見た目だけで判断しがちですが、その一方、見た目では判断できない人の良さ、真実を的確に察知する人物もいます。悟りの境地まで行かずとも、まずは一見しただけではわからない本質があるということに気づくことが大切ではないでしょうか。



Eugène Henri Paul Gauguin

ジルコニアがたったの半分？

多くのメーカーから CAD/CAM が発売されていますが、各機械の精度は誤差程度しか変わらなくなってきました。では、材料であるジルコニアブロックには違いがあるのでしょうか？

歯科用のジルコニアブロックには、100%ジルコニアというものはありません。ジルコニア粉末（主に東ソー製）に必ずイットリアなどの調整剤が加えてあります。つまり、ジルコニアを主成分とするものを「ジルコニア」と呼んでいるわけです。各メーカーでは、ジルコニア含有量が約 95%もある高純度のジルコニアブロックを製造しています。しかし、俗に言う海賊版のジルコニアブロックでは、ジルコニアが 50%しか含まれてないものもあるようです。当然のことながら強度は大きく低下します。

粉末状のジルコニアにプレスをかけてブロック状にし、更に半焼結させたものをジルコニアブロックとして出荷されます。私たち技工所では、この半焼結のジルコニアブロックを CAD/CAM で削り出し、専用のファーネスで完全焼結させます。完全焼結時に 20 ~ 25%収縮するのですが、収縮精度に最も影響を与えるのが、前述の「ジルコニア粉末をプレスする工程」です。非常に高額な機器を用いて成型しなければならない為、メーカー以外では適正な収縮率や強度を得られる処理が難しいそうです。

ジルコニアの普及に伴い、海賊版ブロックの購入が容易になってしまいました。インターネットで検索をかけると、純正品の 1/5 程度で販売しているサイトまで見つかります。一部では、このような出どころのわからない安価な海賊版のジルコニアブロックが使用されている事態も生じています。

困ったことに出来上がった補綴物を見ても、製造工程や含有量の違いによる外見での違いがわからないことです。知らずに患者様にセットしてしまったことにより、数年後に破折してしまうということが起こるかもしれません。

弊社では、日本でタイザンシステムを販売している ATD ジャパン社から、純正品であるドイツのシュッツ社製ジルコニアブロックを購入しています。スリービーとしては、新しい材料の導入や変更があった場合などは、その都度情報を開示して、歯科医院様に安心してご利用いただけるように、努めてまいります。

ジルコニア	ZrO ₂	94%
イットリウム	Y ₂ O ₃	4%
ハフニウム	Hf	1%
酸化アルミニウム	Al ₂ O ₃	0.98%
二酸化ケイ素	SiO ₂	0.02%

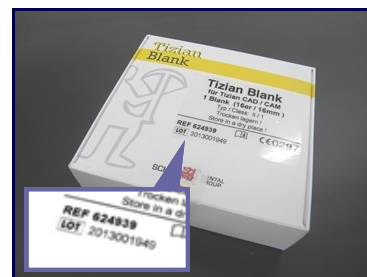
弊社が使用しているジルコニアブロックの成分と配合比



•提供できるもの：自費補綴物全般

(ジルコニア、プレスセラミック、メタルボンド、インプラント技工、ハイブリットレジン、金属冠、ファイバーコア、TEKなど)

- 会社住所 : 東京都新宿区大久保1-2-17 新宿サンエービル
- 連絡先 : 電話 03-3204-8891 / Fax 03-3204-8895
- URL : <http://3b-lab.jp>
- E-mail : technician@3b-lab.jp



パッケージにはロットナンバーが記載されています