

3 消費地からのホットニュース、トピックス

(1) 終わりの始めに

おいしい山形地域特産物交流会も大勢の来場者を集めて盛会裡に終わることが出来ました。昨年と同じ会場であったこともあって、皆さんが特に構えた風情でもなく、大方が満足して帰られたのではないのでしょうか。業種業態の異なる出展者と来場者とのお見合いの場を提供出来たことは、販促企画としては好かったと自画自賛したい気分ではあります。出展者の皆さんが夫々の想いをどれだけ多くの来場者の胸に届けられたか、その結果が待ち遠しいですね。

会場を回りながら感じたのは、商品を闇雲に並べただけで何を強調したいのか、売り込みたいのかが判らないブースが多かったことでした。カタログやパンフも全般的な紹介であって興味を呼び起こさせるようなものは見受けられませんでした。展示会は商品を出品してお披露目することが大切ですが、同時に“少なくとも今日はこれを中心に据えて・・・”という意思を打ち出したところが見られなかったように思います。展示イベントが学校の文化祭のような雰囲気となつては、それなりきの結果しか生み出すことが出来ませんね。

来場者は見て回っていると云いながらも別の考えごとをしていることも多く、目線の上でオヤッ?と足を留めたくくなるような展示であり、キャッチコピーなど読み易い大きな文字で端的な表現が欲しいものです。また、出展者にとっては思いもよらない業種の人と一斉に交渉できるチャンスでした。交わした名刺は大きな財産です。

交流会というイベントは終わりましたが、これを活かすも殺すもこれからの営業にかかるでしょう。来場者は、会場から出た瞬間に想いも熱気も冷めてしまう怖れが大です。相手からの便りを待つのではなく、忘れられない前に一週間十日の内に一報を入れませんか。電話でもファックス、メールでもまずは何らかの行動をとる必要がありますね。それが無ければ交流会の意義も皆無となってしまうのではないのでしょうか。

(鈴木重雄筆)