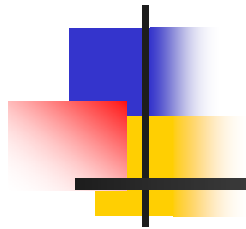


ジャパンブランドの取り組みに 対しての提言



株式会社三越 執行役員
(百貨店事業本部店舗開発推進部
日本橋本店計画室長 兼 本店副店長)

鈴木 庸



ジャパンブランド5つの課題

アイテムの広がり過ぎのケースが多々ある
ブランド管理体制の欠如
販売に関する専任スタッフの欠如
マーケティング不在
いきなり海外市場狙いの無理

三越日本橋本店での ジャパンブランドの取り組み事例

松江商工会議所	NEW松江菓子の会
会津商工会議所	BITOWAフェア
燕商工会議所	ennキッチン&ダイニングウェア ブランドフェア
山形商工会議所	カロツェリア型ものづくりフェア
加茂商工会議所	加茂木ブランドフェア

三越日本橋本店が 全国産品を展開している場

菓遊庵(本館B1F)



味匠庵(本館B1F)





『モノが売れていく為に 大切なポイント』

MD (商品開発)

・・・マーケティングの裏付け

接客・サービス (販売員の選定)

CRM ユーザーとの接点作り

販売場所 (空間) の厳選