

山寺通信 3 月号

コロナも感染力の強いオミクロ株が主力になり広がっていますが、威力が弱く重症化は少ないようです。しかし、社会生活が変わってしまうような感じはします。ショッピングに出かけることが減り、通販での購入が増えています。現在我々業者も営業活動が制約されているので、直接対話が減り、情報のキャッチボールができなくなっています。インターネット販売が今まで以上に重要な媒体になっています。基本的には、アマゾンや楽天等モール型の WEB サイトが主流になっており、検索エンジンでは常にトップに表示されています。一方、個人で作る WEB サイトの場合は SNS との組み合わせで個性的な主張を発信しています。ただこの場合適切なキーワードが重要なポイントになります。当社が4年続けた Alibaba では、基本的なキーワードが決まっていて、個々のキーワードは役に立ちませんでした。でも Alibaba に掲載した「Teapot」の画像がほとんど Google の画像検索に掲載され、海外向けには助かりました。Google の画像検索にはアバウトなキーワード、例えば「現代の茶器」で検索したところ当社が10日前に掲載した写真が載っていました。Alibaba の時もそうでしたが、画像検索はかなり効果がありました。物も言葉のわからない海外の人達に画像でアピールするのは最も説得力があります。未知の人達に訴えかけるには一番の方法です。それと最近注目されている「MAKUAKE」クラウドファンディングでは茶器をよく見かけます。インターネットを通して応援者を募集して資金調達するのではなく、このサイトは投資を募るものなので製品に幅があり、色々な角度から消費者目線以外でも商品を介しているので参考になります。物には色々な切り口があり、見る人達は自分の利害との関係で見ます。価値は見る人が決めるので、そのための説明は必然的に多岐に渡ります。当たり前の物が、人により新しい発見になります。今回掲載した中国製ガラス製品を写真で紹介します。

耐熱硝子製品は、耐熱ガラスのパイプを使い、ガスバーナーで熟練工が加工して成型します



耐熱硝子を使ってみました

