

■ タカハタインターナショナル 仏事ギフト対応のグルメリ メチヨイスを発売

チヨイスカタログ

㈱タカハタインターナショナルでは、このたび仏事ギフト対応のグルメリメチヨイスギフトカタログ『サンク』を発売した。これは三〇〇〇円、四〇〇〇円、五〇〇〇円（システム料込、税別）の三種類で、それぞれ一八種類の食品ギフトが選べるというもの。

このチヨイスカタログについて、同社の高畑泰久社長は次のように述べている。

①今回のチヨイスカタログを作った経緯や仏事ギフト市場への認識について。

「当社では、輸入品等を取り扱う五〇年以上前より仏事ギフトを取り扱ってきました。当時は繊維を中心に卸していた関係で寝装品を小売店に販売し、葬儀社にはその小売店から手数料を払うスタイルが一般的でした。

そして三〇年程前より、箱が小さく軽くて消耗品をとの要望から日本

茶ギフトが主流になっていき、当社でもオリジナルの日本茶ギフトを中心に卸すようになりました。その頃から葬儀社に直接卸すようになっていきました。

二〇年程前にこの仏事用のチヨイスカタログを製作しましたが、まだ時代が早かったのか定着せず廃盤となりました。

そして再チャレンジをしました。今回は時代の流れに乗せられると考えています。

仏事ギフトの市場については、引出物の数量は亡くなった方の子の数に比例し、施主の方が現役でお仕事をされているかどうか、会社の規模、役職等でプラスされるものと考えます。それを前提にしてこの二〇年間に、亡くなった方の子の数が激減したことで、長寿の影響で葬儀時に



パンフレットより

施主が現役を退いていることが多くなったことなどが仏事ギフト減少の大きな要因と考えています。しかし、もう底に近づいているのではと考えます。今後は安定した市場に戻ると思っています」。

②ギフトとしての今回のカタログの特色。

「日本茶ギフトが仏事ギフトの主流という地域が、米券やビール券などの商品券などに代わったということも多々あります。しかし商品券では業者の利益があまりに少なすぎ業界の衰退に繋がる恐れがあるのではと危惧しています。これは先にも触れたように小さく軽いギフトへという仏事ギフトの流れ故であって、もっと利益のあるチヨイスカタログでも良いのではないかと思います」。

③他の仏事食品チヨイスカタログと比較して特徴や差別化点、などについて。

「今回チヨイスカタログを作成するにあたって最も気をつけた点はまず品質、そして上代価格の整合性と掛け率のバランスです。

いくら掛け率を良くしても上代価格の設定が高すぎではすぐ飽きられてしまいます。それとカタログ、箱、葉書等を全て海外生産でコストカットしている点が貿易会社である当社しか出来ない強みだと思います」。

問い合わせは同社まで。

〇四九四（二三）二二二一