

おかげ様で、創業85年

7
月号

いつもありがとうございます!

月刊

商売繁盛のツボ

晃南印刷
オリジナルキャラクター



本誌は、いつもお世話になっているクライアント様、名刺交換をさせていただきました皆様にお送りしております。

発行: 晃南印刷株式会社・DICアルファ 〒322-0025 栃木県鹿沼市緑町3-8-33



社内
案内

売上UP 販売促進

難しい内容をわかりやすく伝える、最強の方法 漫画広告の効果

スカイプレジャー株式会社 専務取締役
石橋 拓也 (いしばし たくや)
中小企業のブランディングと販促の支援
を行っている専門家。東邦大学非常勤講
師。著書に「販促の反則技33」。



日本人ほど漫画が好き国民はいないでしょう。最近では電子コミックも人気のように、スマートフォンで漫画を読んでいるのをよく見かけますね。これを**広告に用いる試みは、古くから行われてきました。**最も有名であろう漫画広告「日ペンの美子ちゃん」は、初出が1972年というのですから驚きです。そのほか、女性誌などでは、「体験記漫画」などもよく登場します。一度はご覧になったこともあるのではないのでしょうか。

漫画広告が多用されるのは、奇をてらっていて面白いからだけではありません。通常の広告にはできない、**すごいことができる広告手法**だからです。

第一に、**アイキャッチ効果が非常に高い**こと。漫画は、日本においては老若男女に愛される娯楽です。おやっと思を留めさせ、きつと**宣伝しろうけれどとりあえず読もうかな**、と思わせる。これこそが漫画の力です。今でしたらTwitterやInstagramなど、「流れていってしまう」**タイムライン型のSNSとも非常に相性の良い広告手法**です。

第二に、伝えたい内容が「時間をかけて説明しないと理解が難しいもの」の場合、漫画は**非常に高い説得性**を發揮します。例えば保険や金融、教育、それから宗教勧誘などではよく漫画広告が使用されます。漫画の場合、必ず**絵があるのでイメージがしやすい**、という利点があります。そして、漫画広告では主人公役として、その分野に無知な主人公、つまり、読者自身の投影が登場します。そこにナビゲーターが現れ、解説を行っていく……というのが定番のストーリーです。漫画のストーリー展開は、Web上の**ランディングページの手法とよく似ています。**長いストーリーをスムーズに展開できるだけの吸引力と説得性が、漫画にはあるのです。

そして第三に、漫画広告は**「心理的ハードルの高い商品やサービス」に向いています。**高額そうだ、始めるのが面倒だ、マニアックだ……等、「なんとなく自分とは無縁な気がして敬遠している」層が多いようなジャンルのもので、現在では、新進の漫画家やイラストレーターを組織し、漫画広告を専門としたエージェン会社もありますので、低コストで実現できるようになりました。ぜひトライしてみてください。

コストダウン 経費削減

徹底した片付けは ベストか?

株式会社しくみカイゼン研究所 代表取締役
若井 吉樹 (わかい よしき)
中小企業を中心に儲かるしくみ改善の
コンサルを行なう。「世界一わかりやす
いコスト削減の授業」など著書多数。



次の**どちらが望ましい**でしょうか?

①定時になったら作業台の上は何一つ残さずきれいに片付けて帰る。②定時になったら作業台の上のものはそのままにして帰る。**多くの人①に手を挙げる**でしょう。5S(整理、整頓、清掃、清潔、躰)が徹底している職場からすれば言うまでもありません。しかし、**コスト面から考えると変わってきます。**ものづくりの職場で考えてみましょう。①は朝出勤すると作業台には何も無いので、道具や部品の準備が必要です。定時になると退社前に作業台の上を片付けます。もし作業途中であれば完成しなければ片付けもできないので、残業してでもやりきります。もしくは定時前に1台完成して次の1台を始めると残業になると分かれば、早めに仕事を終えてゆっくり片づけになります。一方②の場合は、朝出勤すると作業台の上は昨日退社時の状態なので、

そこから仕事を再開するだけ。定時になればその時点の状態のまま退社です。**①の場合は、始業から定時まで100%仕事ができません。**仕事前の準備。定時きっちり仕事が終わることは少なく、早めに終わるか、残業です。**②の場合は、始業から定時まで100%きっちり仕事ができます。**これはどんな職場でもあてはまるわけではありませんが、みなさんの職場はどうか一度考えてみるといいでしょう。だからといって机や作業台の上に、要るか要らないかわからないものがぐちゃぐちゃに置かれているのは駄目です。

社長向けに改善を確実に利益につなげるポイントをまとめた小冊子が出来上がりました。**毎月先着5名の方に差し上げます**ので、ご希望の方は**03-3449-7358**に住所・会社名・氏名と共に小冊子希望とお伝えください。



御社で「サブスク」やりませんか？

いきなり短いタイトルで、しかも「サブスク」って言われても分からない…
そういうお声を頂戴しそうですが、「サブスク」が人気です。

サブスクとはサブスクリプションの略で、簡単に説明すると「月額課金制」のビジネスモデルです。今やかなり多くのサブスクビジネスが出てきました。huluなどのVOD(ビデオオンデマンド)、エアークローゼットなどの洋服レンタル、コーヒーが月額飲み放題のカフェ、今やパソコンソフトのワードやエクセルなども月額料金で利用できるようになっています。

そしてそんな私も少し前に赤ワインの頒布会に入りました。月額1万円前後で厳選された2本のワインが送られてくるというものです。頒布会と言えば、昔からあるビジネスモデルですが、古臭く思うかもしれません。しかしそのワインの頒布会すごく考えられてるんです。届くワインと一緒に「シャンパン」「白ワイン」「生ハム」「チョコレート」などの頒布会の案内もしてくるのです。気になって、ホームページを見てみると「ワイン」を軸とした様々な頒布会がありました。とにかくサブスクに徹底しているんです。

株式会社スマートアレック 代表取締役
河井 大志 (かわい だいし)
WEBマーケティングディレクター。著書に「SEO対策 検索上位サイトの法則 52」他がある。



しかもホームページを見た途端、リマーケティングと言って、色んなニュースサイトを見ている、その頒布会に誘導するバナー広告が出てくるようになったんです。てっきり昔ながらの企業かと思えばWEBマーケティングも徹底してやっていたのです。

このようなサブスクは安定的な収益を見込めるうえ、積立式なので、多少の獲得コストがかかっても会員数が増えれば増えるほど収益が増加していきます。継続率の平均値も出しやすいのでマーケティング予算も立てやすいのが特徴です。

例えばホームページ制作会社なども「1回あたりの修正費用」などで収益化するのではなく、「月額修正し放題で9800円」みたいなサービスもやろうと思えばできます。

街の婦人服屋さんも「店内の服をレンタルし放題5,000円」などできそうです。2セットまでレンタルできて、新しい服を着る時は返却する。とすれば、今まで1カ月に洋服を買ってくれるか買ってくれないか分からないユーザーも、毎月5000円支払ってくれる仕組みになるのです。お得にみえて、事業者が安定的に収益を上げれるのがサブスクです。

ぜひ一度自社でも実践できないか検討してみてくださいはかがでしょうか？



正しい印刷物の作り方 ～オリジナル商品券編

印刷物は正しく作って正しく使えば効果はしっかり出ます。印刷物毎に正しい作成方法や使い方を説明していきます。今回はオリジナル商品券編です。今回は一般的な印刷物ではありませんがアイデア+印刷物の事例を紹介します。

商品券という一般的な企業にはあまり関係ないものだと思いますが実は使えるのです。

商品券といえば百貨店や大手チェーン店、たまに商店街共通商品券や地域振興券なども連想されるかもしれませんが、実はどんな企業やお店でも使うことが出来てその商品券で新しい受注が出来たりします。例えば、飲食店でも商品券は活躍するのですがイメージ湧かないですね。割引券やクーポン券はよく使いますが…実は商品券を作るとそれがギフトになるのです。飲食店の売上はお客様がお店に来て料理や飲み物を飲んだお代金か日持ちのするお土産を販売するしか無かったのですが、この商品券を生かせばこのお店に来てもらうこともギフトになります。

感動会社楽通 代表
田村 慎太郎 (たむらしんたろう)
自らも印刷物でお客様を元気にし、印刷業界を元気にするための支援活動を展開中。全国で講演活動を展開中。



いつも食べに来る常連さんがこのお店の料理を親や友達にも食べさせたいと思うとします。もちろんその食べさせたい人に紹介はしますがお金を渡して食べに行かせようとはしないですね。そんな時にそのお店が発行しているそのお店の料理が食べられる商品券があれば、それを買って親や友達に渡して「これで食べてきたら」と言えるのです。

お世話になっている人にギフトとして渡すことも出来るのです。これがあるだけで目の前に人に料理を提供するしか売上にならなかったのがまだ来られていない人にプレゼントというカタチでも商品券を買ってもらうことで売上になるのです。

これは料理を前売りで買ってもらうのと一緒です。特に接待で使えるお店や記念日など祝ってくれるようなお店なら、企業の福利厚生でも使ってもらえることが出来るはず。これは一例ですが、印刷物を使って新しいニーズを作って見ませんか？

あなたのお店や企業でも考えればきっと出来るはず。ぜひ一度自社でも実践できないか検討してみてくださいはかがでしょうか？

★弊社ホームページより「商売繁盛のツボ」と別紙「校正ノート」のバックナンバーをご覧頂き、お役に立てましたら幸いです。 <http://ko-nan.co.jp/>

今月の…
見南印刷
最新NEWS!

濡れない不思議なミスト
ドライ(乾いた) + ミスト(霧) = 快適空間

暑熱対策と
環境装飾のご提案

ドライミストシャワー

「ドライミストシャワー」は、水を細かい霧状に噴出し、気化熱吸収作用を利用することによって、周辺の気温を下げる効果があります。店頭へ「ドライミストシャワー」を設置することで、来店されたお客様、体温調整が難しい小さなお子さまやお年寄りがより快適に過ごすことができます。

植木からの
ミスト噴射も
さわやか!

導入事例: 道の駅もつけ様

お問い合わせはお気軽に。 ☎ 0289-62-4141 ✉ clue@ko-nan.co.jp

今後、本誌が不要な場合は、お手数ですが会社名・FAX番号を明記の上ご返信ください。 FAX 0289-62-2952
会社名・団体名 ()
FAX番号 () □ 今後は不要



売れる広告・デザイン 販促商社 植木県フロンティア認証企業
SINCE 1894
見南印刷株式会社



企業PR支援事業
Design and Information for marketing and Communication