



おかげ様で、創業86年

2
月号

いつもありがとうございます！

月刊

商売繁盛のツボ



本誌は、いつもお世話になっているお客様、名刺交換をさせて頂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



会
社
案
内



容易に権威付けを行う方法 書籍出版によるハロー効果を狙う

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」。



ハロー効果(後光効果)と呼ばれる心理学用語をご存じでしょうか。優れた特徴が目につくと、あたかも商品やサービス全体が優れているかのように見えてしまうことを指します。

広告の世界では、「権威付け」などという表現をされることもあります。「あの有名人も使っている!」「満足度ナンバーワン!」など、意図的に「権威」をつけることでハロー効果を生み出そうというものです。日本人は特に権威に弱いため、これだけの「権威」があるのだから間違いないだろう、という判断をしがちです。

権威付けは効果的な手法ですが、簡単ではありません。そこでおすすめしたいのは、「出版」です。

デジタル化の進んだ現在でも、書籍のチカラは依然として強大です。たとえば社長が本を書いていれば「この分野の専門家なのだろう」「業界のトップランナーなのだろう」といった評価を得られ、すべての活動においての成功率が向上します。

しかし、出版も他の権威付け手法と同様に、実現するにはかな

り高いハードルがあります。ハードルの高い出版をなぜおすすめするかというと、そこにはいくつかの抜け道と活用方法があるからです。

第一に、POD(プリント・オンデマンド)の活用があります。いわゆる「受注発注方式」の出版形態で、売れるごとに印刷・製本をするというものです。当然ながら割高になるのですが、主目的は権威付けであり、書籍の売上ではありません。つまり、売れないことを許容することで自費出版のリスクを低減させることができます。

第二には、自社で出版社登録をしてしまうという手法があります。出版社として登録を行い、書籍用のバーコード(ISBNコード)を発行できるようにするためには、どのくらいの投資が必要かご存じでしょうか。実は、わずか数万円の投資で済みます。売れないことを許容さえすれば書籍出版の大幅な近道になります。

書籍はノベルティとしても活用でき、ハロー効果も生む金の卵です。有効活用すれば、ベストセラーにはならなくとも、代わりに御社の商品をベストセラーにしてくれるはずで



オンライン環境を整える

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。



コロナをきっかけにオンライン会議が増えました。移動時間が無くなり時間的にも肉体的にも楽です。しかし、オンライン会議を終えるといつも以上に疲れ果てている自分に気づきます。原因を考えると目の前に相手がいないので相手の反応が分からない。いつも以上に相手に伝えようと自然と声が大きくなる。相手の声が聞こえづらいためにいつも以上に集中力を高めて聞こうとする。そして発言を確認するために聞き直す頻度が増えて会議時間も意外にかかってしまう。これらはパソコン備え付けのカメラやマイク、スピーカーの性能が大きく影響します。オンライン飲み会であれば各自が気ままに言いたい放題、相手が正しく理解しているかどうかは気になりません。しかし、会議ではそうはいきません。若干投資は必要ですがオンライン専用のカメラやマイク、スピーカーを用意してよりよい画像や音声で会議ができるようにすべきです。それによって会議やセミナーが効率的にス

ムズに行えれば投資は回収できます。どんな機器を買ったらいいか、どうやってパソコンと接続するかは、YouTube(ユーチューブ)にいろいろと紹介されているので一度覗いてみてください。そしてもう一点大事なのがネットワークです。最近はWi-Fi接続が主流ですが、有線LANでの接続をお勧めします。有線LANはケーブルで接続しなくとも、時代遅れと思うかもしれませんが、有線LANはWi-Fiに比べて通信状態は安定します。Wi-Fiでは途中途切れることがよくありますが、有線LANにすれば大幅に減ります。オンラインで仕事が効率的になったはずが、オンライン環境が不十分だと逆に非効率になってしまいます。結果的にコストアップになっているかもしれません。会議の効率化のためにはオンライン環境を整えることが大事です。社長向けに「利益を生み出すカイゼンのポイント」をまとめた小冊子が出来上がりました。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。



ジレットモデルはカミソリやプリンターしかできないの？

本体を無料で配ったり、安く売ること
で、そのあとの取り換え部品（消耗品）
を販売して収益を得る手法は「ジレット
モデル」などと言われています。

今でも有名なジレットはカミソリの本体を無料で配り、その
後の付け替えの刃を売ることによって収益を上げていたのです。今
ではプリンターもその1つです。

このモデルはカミソリやプリンターだけの特権でしょうか？
僕はWEBを使えばそんなことはないと思います。逆にマッチ
しなさそうな業種ほどSNSなどでバズる可能性があると思っ
ています。

例えば美容室が「マイハサミ」として顧客に販売するのはどう
でしょうか？コロナの影響で他人とモノを共有するといふこ
とに対して敏感になっている今、「自分のハサミ」で切ってもら
える美容室ができたなら、予約ポータルサイトで常に新しい
お店を探しているような人が常連客になってくれるかもしれ
ません。

例えば税理士事務所が顧客専用のエクセルを制作し配布し
たらどうでしょうか？そのエクセルを使ってコンサルティング
をして使い勝手が良ければ、顧問契約してくれるのではないで

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。



しょうか？

例えば街の花屋さんが「花瓶」を無料で提供して、毎月その花
瓶に合うお花をアレンジします。というようなモデルであれば
今流行りのサブスクにもなります。

もちろん、上記のエクセルや花瓶はカミソリやプリンターの
ように「絶対にこの税理士ではないとダメ」ということまでは
囲い込めません、また「別の花屋でお花を買う」ということも
できてしまいます。

ただし、それでも良いと思います。そのサービスを利用した顧
客が100%常連客や顧問先にならなくても、このような取り
組みはインターネットを使えば「おもしろい」「珍しい」と思っ
てもらい、SNSを通じて拡散されるのです。そうすれば100%
の常連を掴めなくても、新規顧客開拓のコストは下がります。
またハサミ、エクセル、花瓶は原価や人件費がかかりますが、
それを無料で配ったとしても話題になって広告効果があれば
「無駄な経費」ではなく「広告費」として考えることができま
す。今はあらゆる企業がインターネットで広告を出しているの
でCPA（1件獲得するまでの費用）が高くなっています。

このようなひと工夫がインターネット広告の広告費用を削減
し、リピーターを生む可能性も秘めているのです。



コロナ禍でも出来る経営戦略とは？

第3回テーマ

「自社商品を作って社内を盛り上げる」

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行
なう。全国で講演活動を展開中。



今回のテーマは自社商品を作って社内
を盛り上げる」です。前にも少し触れま
したが、まだどの業界も前年通りまでは
戻っていないという声が多いのですが、前
年通りの売上を確保するために、みなさんはど

んなことをされていますか？

もう一度原点に戻って今お付き合いがあるお客様のところ
に伺うとか、社内の設備やコストの見直しなどされているとい
うような挑戦されていると思います。もちろんどれも大事で今
すぐ行わないといけないことです。それにプラスして新年から取
り組んでほしいことは自社商品の開発です。今まで下請けで
やってきた製造業や完全オーダーメイドでお客様の要望に応
えてきた中小企業がほとんどです。なかなか自社商品を開
発するという発想に至らなかったり、チャレンジしようとは考
えたことはあっても、社内に忙しくてなかなか自社の製品のこ
とに時間が使えなかったりしたことがあると思います。それに
そんな自社商品を作る時間があればお客様の要望に少しでも
応えることに時間を注いだ方が売上に直結するので優先順位
が低かったかもしれません。しかし、今このような状況になっ
て自分自身感じたのはお客様に依存するのではなく、自社の付
加価値をもっと磨き、お客様を探すのではなく、お客様から選
ばれる会社にならないとこれからの時代を乗り越えていけな
いと痛感しました。お客様を見ていてどんな職種でも自社の付

加価値をしっかりと磨き、自信をもって商品、サービスを提供し
ている企業がこんな状況になっても売上を下げず逆にその会社
にどんどん注文が集中しているということ。では自社の付加
価値を磨いていくにはどうすればいいのか？もちろん設備を新
しくしたり、スキルの高い社員を新たに雇えばいいのかもしれ
ませんがこの状況でどちらリスクが高いので出来ません。そ
こで今回の自社商品を作るということを提案します。やり方は、
若手社員ややる気があるベテラン社員など選抜したチームにし
ます。そのメンバーで自社の技術や設備、協力会社などいろん
な企業にある資産を使って、今までのやり方や考え方にこだわ
らず、今世の中で必要とされているもの、自社でしか作れない
もの、作ると楽しいものなど、今までと違う発想で自社商品の
アイデア出しをすることをおススメします。そうすれば1時間も
すると今まで全く会社の中で出てこなかった斬新なアイデアが
どんどん出てきます。そのアイデアの中で、出来そうで売れそ
うなアイデアをピックアップしてどうすればそれが作れるか？
どんなスケジュールで誰が作るか？作ってどうやって売るか？
などあらゆる角度から考えていくことが結果、自社の付加価値
を再発見することに繋がったりします。本当に売れるかどうか
はやってみないとわかりませんが、必ず携わった社員の意識が
変わりそれが周りに伝染して会社の雰囲気もよくなります。こ
のピンチをチャンスに変えられるいい機会だと思って一度チャ
レンジしてみてください。

★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。 <https://ko-nan.co.jp/>

今月の…
見南印刷
最新NEWS!



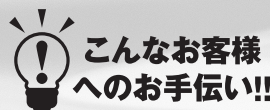
「Webに関するお悩み解決」のお手伝い。
ホームページの制作・リニューアルは見南印刷へ。

Webによる情報発信サービス

Webサイト構築

コンテンツ企画、制作

ネットワークサポート



ホームページを
持っていないお客様

ホームページを
持っているお客様

今までは必要性を感じていなかった／
興味がなかった／Webが分からない
とりあえず作ってしまった／分かる人
が少ない／うまく運用されていない



悩んだら、まずは
見南印刷へご相談ください。

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 栃木県フロンティア認証企業
見南印刷株式会社



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