

ウェブの大切なお客様へお届けする“情報レター”

平成19年1月発行  
第8号



# 福来(笑)売

わっはっは〜  
みくらいしゅうばい



SEO担当  
鎌田です

コロコロ..

## 今月のワクワク笑点

- ★商売は情報戦！
- ★みのもんた症候群！
- ★あっ?!と、驚く意外性で売れ！
- ★クライアントさんの声
- ★お知らせ ★編集後記

## 商売は情報戦！

商売には、情報・アイデアがものすごく重要です。当たり前かもしれませんが、常に何かないか探しているのが、経営者ではないでしょうか。

儲かりそうなネタを探すと、リサーチをして仮説を立てて、とりあえずやってみる。

そして、繰り返しながら検証を行い「儲かるビジネスモデル」が「システム化」されていく。システムとは、コンピューターのシステムエンジニアのことを指すのではなく、「儲け続ける仕組みを作ること」が、システムなのです。

ここで、おもしろい漫画をご紹介します。ドラゴン桜で有名な三田紀房が書いた「マネーの拳」。ドラゴン桜は、偏差値40以下の駄目高校生を一年間の指導で東大に合格させる漫画で有名です。



超！おすすめ本

ホンマ、勉強になるで〜(^^)

TVDドラマ化されており、この本もビジネスに非常に参考になります。一方、マネーの拳は、元世界チャンピオンだったボクサーが引退して、ビジネスの世界でのし上がっていく漫画です。

この漫画の中に商売の参考になる言葉がいっぱい隠されています。(マジで)一文を出してみると..

- ① 商売はね、競争だと言うけれど、それは大きな間違い。「楽しんで儲けるのが本当の商売だ」。(..ん〜奥が深いねー)
- ② 組織ってのは、まともなのが三人いれば充分なんだよー。金はなー、欲しいと思うやつしか集まらない。(..まさにおっしゃる通り！)
- ③ 売れるとって市場を満たしては短命で終わる、長く売るためには適度な空腹感で市場をコントロールする。(..アダルト産業がまさにこれ！)



真の儲け術に興味ありませんかー

なんか、おもしろそうでしょー？ とりあえず読んでみてください。下手なビジネス書を読むより、ホント参考になりますから..。

この漫画に、「儲け続ける仕組みのエキス」が詰まっているのが、分かると思います。

最後に..僕はいいものしかニュースレター等では、紹介しませんから、騙されてください。(笑)今年もニュースレターをがんばって書いていきますから、ぜひ愛読して下さいねー。

## みのもんた症候群！

「これ効くんです、お嬢さんっ」。軽妙な口調で紹介された商品は、あっという間に店頭から消えるらしい。消費者の過剰とも言える反応を、「みのもんた症候群」と皮肉る人もいる。



平日の正午になると、右手にペン、テーブルにメモを置いてテレビに向かう、主婦ノリコさん（61歳）は、日本テレビ系の番組「午後は〇〇おもしろいテレビ」で健康情報を仕入れるのが日課となっているという。

朝の「はなまるマーケット」（TBS系）で一日が始まる。夜は「ためしてガッテン」（NHK）、「伊東家の食卓」（日本テレビ系）。週末は「発掘！あるある大事典Ⅱ」（フジテレビ系）をチェック。出掛けるときはビデオに録画する。

「趣味の山登りを続けるためにも元気でいたい。体にいいって聞くと思わず買っちゃう」とノリコさん。「コレステロールの代謝を促す」ココア、「免疫機能を高める」バナナ、タマネギ、ホウレンソウ、オクラ…。「なんだ、結局何でも食べろということなの」みたいな感じで、振り返るとありとあらゆる青果物を食べてきたらしい。

おもしろいテレビの視聴率は平均 10 パーセント。その時間帯にテレビを見ていた人の占拠率は約 25 パーセントで、四人に一人は見る計算です。

「以前の健康番組は、病気の人向けだった。しかし現在は、『健康な人が健康を維持するための健康番組』、それがコンセプトらしい。折からの健康ブームで「健康なままで長生きしたい」と考える人が多い。そこに「食に関する健康情報の需要がある」という感じですかねー。

日本生活協同組合連合会のアンケートでは、食や健康の情報源をテレビから得ている主婦らは八割を超え、ある食品が体に良いことを知ったら、「試してみる方だ」が七割を占めた！という。

「ちょっと試してみようか」という気軽な消費行動が大きなウネリとなり、青果物の流通をのみ込むまでになっている。「過去、テレビでニラが体に良い」と紹介されたら一気に品薄になって大変だったらしい。

仲卸業者が言うには、ニラ一束（百グラム）七十円で量販店と契約したが、放送後は一気に百七十円に跳ね上がり、四十万円もの損が出たらしい。

一方で、「放送日の十日から二週間前に、おおよその内容は分かる」と語る量販店のバイヤーは、放送後一週間で例年の三倍のニラを売り上げたという。

番組の予告や雑誌のチェックはもちろん、取引のある食品メーカーや流通関係者、広告代理店から連絡が入る。確証を得たら直ぐに、該当商品を発注。放送後、押し寄せるであろう消費者を売り場で待ち受ける。要は放送内容に照準を当てている。

消費者、流通関係者、マスコミが相互に作用して形成してきた「食の情報市場」。最近ではテレビで紹介された翌日は売り上げが伸びるが、すぐ下火になるという傾向も出始めているらしい。

「情報の賞味期限が短くなっているということでしょうね。消費者が次々と新しいものに飛びついているから」と日本果物商業協同組合連合会の鈴木誠一事務局長が言っている。情報に振り回されて、食卓が迷走している状態ですねー

信者は、前述の番組で提供する情報は「絶対！」と思っているのです。（どう見ても情報に踊らされているとしか思えません。）繰り返し番組を見ることによって、またマスコミの影響のあり、「みのもんたか堺正章」が教祖に見えてくる。心理学でいう\*「服従の心理」的なものが働いている感じです。

\*服従の心理とは・・・自分にとって正当な権威などを持った人から命令（指示）されると、それが理不尽に感じてもついつい従ってしまう心理状態のことです

もちろん上手く使えばビジネスに応用できます。身近な例では「カリスマ販売員」です。「ジャパネットたかた」がわかりやすい例ですねー。

カリスマと呼ばれる人は「あの人の言うことは間違いない！」みたいな信者を持っています。

その信者に情報を流し、販売意欲を刺激することは難しくないでしょう。ですから、商売でも、はたまた芸能人でも、信者を持つ人が情報の主導権を握っているわけです。だから、情報を制するものは世界を征服するなどと言う言葉に結びつけることができます。

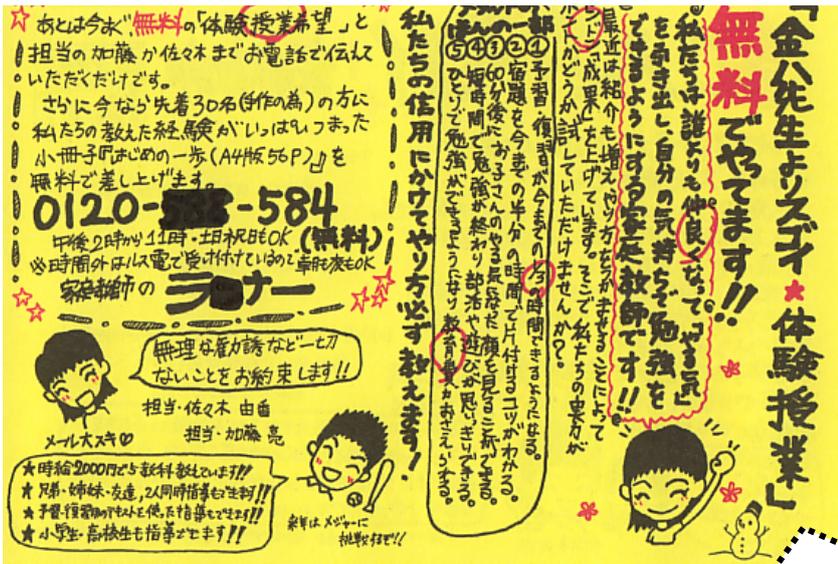
# 今月のウェブマーケティング

## ダントツ戦略の勧め②

地域一番店になるために

新年早々だからこそ、「アツと驚く意外性」で売れ！ について・

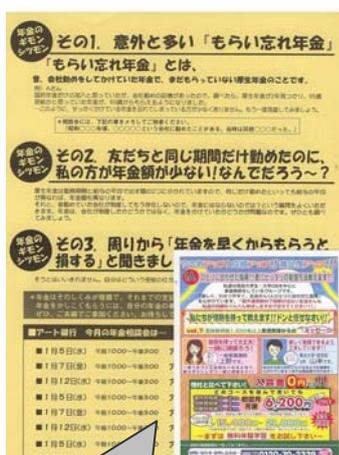
人間は規格や常識から外れると目を奪われる性質を持っています。感情バランスが崩れるのでしよう。例えば、大抵の新聞チラシはB4サイズです。ですから



DMのタイトルに使っている「金八先生」という言葉は、当然TBSドラマ「金八先生」です。驚くことにTBSに許可を頂いて使っていて、だから著作権にも引っかからないという。スゴイ執念・

A4サイズやB5サイズのチラシが入ってくると思わず見してしまう傾向にあります。多くの会社「きれいなカラー印刷」が多い中、手書の筆文字チラシはつつい見えてしまう・そういう心理を使用すると1色の小さな白黒チラシでも反響を得ることが出来ます。DMも同じです。ハガキDMも手書きが効果があります。(前号の旭山動物園の話、参照) 左下のハガキは、タイトルが奇抜で面白いです。

もし・可能なら三角のチラシや丸いチラシなど、気になって仕方ない形にすると「まず見てもらえる確率」が飛躍的にアップするでしょう。とにかく常識外の(意外な)ことをすれば目立ちます。また、DMも大抵が定形サイズのハガキか封筒で送られてきますが、別にB5・A4サイズの(大判)ハガキも送ることは出来ますので、「とにかく見てほしい、レスポンスを高めたい場合」はおススメです。ヤマト運輸・佐川急便のメール便で送ると、Aサイズで1通80円で送ることが出来ます。郵便ハガキの数のスペースが使えて、30円違いなら、絶対大判ハガキの方がおススメです。



⇒ DM比較

50円ハガキDM・・・切手代、印刷代は安いですが、紙面が小さく、情報量が乏しい！ゴミ箱へ直行する確率が高い。

封書DM・・・限りなく紙面を使えますが、開封率が極端に低い。印刷費が高い、発送の手間が掛かる。

大判ハガキDM・・・情報量は50円ハガキと封書DMの間ですが、70%~90%の確率で読んでもらえる。封書DMに比べ印刷費もかなり安いし、発送もラク。ゴミ箱へ行きにくい！(おススメ)

裏面も丸々使えば、スペース的には結構な面積です。

50円ハガキと比べてもこの大きさの違い。

大判DMのご依頼は⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

## **感謝！感謝！感謝！クライアントさんの声～ありがとうございます。**



丸新塗装 黒川 社長

楽しんで仕事をし、お客様に喜んでもらいたいですね。

塗装業のイメージをどう思いますか。

きっと塗装屋さんのイメージは、あまり良くないのではないのでしょうか。同業社では訪問販売でお年寄りに不当な金額を提示して無理やりお金を請求するという悪いニュースも聞きますから・・・。

私どもの会社は、職人を抱えておりますから、どこよりも安く・丁寧に仕事をするのを心がけています。

しかし、なかなかお客さんに伝えることが出来ない。

悔しい思いがいっぱいでした。

HP を作り、丸新塗装のイメージキャラクターの作成と毎回建築現場の写真の貼り付けをする。そして、社長のコラムを書いて、お客さんに私たちのことを知ってもらう。それから、私もよく分かりませんが、SEO 対策してもらうことでヤフー・グーグルの検索で上位になるようにする。本当にこんなことをすることで、私たちの仕事をお客さんに伝えることができるのか、不安でいっぱいでした。でも、やらないよりやった方がいいと言うのは、私のいつも考えていることです。やってみました。

結果は、ネットから塗り替え工事がくるようになったのです。私たちの仕事は、ネットには向いていないと思っていましたが、HP を見て依頼してくれるんです。

ウェブの鎌野社長から、月日と共にお客さんの声とか実績を積み込むことでホームページに信頼感が出てくるよー。それによって厚味が出ますから、他社が真似してもその厚味はなかなか追いつけないと言われ、これからもコツコツやっっていこうと考えています。

何事も早くやったものが特ですねー。

### **ウェブからのお知らせ：**

1月5日より仕事初めです。次の日より連休が入りますから本格稼働するのは、1月9日からですね。今年も、皆さんにためになる情報を掲載していければと考えております。そして部数を少しずつのばしていければいいですねー。

あー、また新しいメンバーが追加されます。私がイラスト・文章の作成のセンスを見てスカウトしてきた人です。キャラクター作りの天才ですねー

ニュースレターは、すべてカラーで見ることができます。ホームページに入りニュースレターの項目ボタンを押すとフルカラーで全ページ見れますから、ぜひご覧ください。

ただ、今後は会員さん向けの番号で入れるようになりますので、来月号から会員番号入力してお入りください。

### **編集後記：**

昨年一年ありがとうございました。今年も少しでも皆さんのお役に立つ情報をお届け出来ればと思います。今後とも宜しくお願い致します。

集客のお悩み 119 番⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

発行所：株式会社 ウェーブ  
発行人：鎌野達哉  
〒674-0051 兵庫県明石市  
大久保町大窪 286-1・1F  
TEL：078-937-1210  
FAX：078-937-0478