

つるのおんがえし



31号 平成22年7月発行

発行:感動・創庫
〒259-1211
平塚市ふじみ野2-14-6-101
TEL/FAX:0463-67-1896
mail:info@kando-soko.com
http://kando-soko.com
発行編集責任者:芦川永光

一方、ポストイングはチラシを家のポストに直接お届けするので、チラシお断りのマンションなどを除けば、約8〜9割の世帯にチラシが届けられます。伊勢原市は幸い『田舎街』なので、拒否をされる家はほとんど無く、かなり高い到達率で配付が来ています。

ワールドカップの盛り上がり勢いそのままに、Jリーグも(湘南ベルマーレも)盛り上がりつつくれたらなあど願ってやまない、サッカー観戦大好き、やるのは素人、芦川永光です。これが届く頃には梅雨明け、してるかもしれない。暑い夏は好きですが、暑過ぎる夏はキライです(分かります)

にくい?)。クーラーのきいた部屋にこもらず、デスクワークのストレスを走って紛らわしたいと思います。さて先日、お客様から「新聞折込とポストイング、ナニが違うの?」と唐突に質問されました。気づけば私、この場で詳しく説明したことがまったく無かつたんですね。前職のポスト

では改めて、 ポストイングって!?

まず最初に質問の答え。新聞折込との違いですが、「新聞を読んでいない世帯へも配れる」、これが単純な答えです。2010年現在、神奈川県下の新聞購読率は「読売」「朝日」「毎日」の主要3誌で約6割程度にまで落ち込んでいます。簡単に言うと、この3誌全部チラシを折り込んで、約4割の家には到達していないのが実情、という訳なんです。

こんな話があります。5000世帯のマンモス団地と、70世帯の農村地域にポストイングをしたというお話。チラシのお師匠さん(お寿司屋さん)の実験です。駅からも近い団地にはピザ屋さん、お寿司屋さんといった多くの業種のチラシがポストイングされていました。一方、団地のさらに奥で、住宅地からは距離がある

↑この時はやせ始め(顔がちよっと丸め)



犬好きには悪い人はいない、と私は考えます。

↑高橋家のいたずら坊主達と一緒の図



めっちゃ×2うまそうなお肉を前に、満面の笑顔

農村地域。家と家の距離が離れていて、デリバリーも遠くて行きづらい、そんな場所に誰一人ポスティングになんていくはずありませんでした。

田舎ほど効果を

発揮するワケとは

しかし、お師匠さんはここに目をつけます。「チラシ慣れしていない家にこそ、商機アリ」と、約2時間をかけてわずか70世帯を徒歩で配ったのです。その結果、5000世帯からのオーダーは数件。一方70世帯からは10件以上のオーダーがあったのです。しかも！農村という家柄、おじいちゃんから孫まで数世代が同居している方も多く、時には数万円のオーダーもあつたのだとか。

私がポスティングをご提案する上で大事にしている4割の差は、くまなく配ることで生まれます。価格が高くと感じる人も少なくはありません。でも、私はそれで全然イイと思っています。「チラシ慣れしていない家」へチラシが届くことで、費用以上

の高い効果を理解してくれているのが、今のお客様だと思っています。

まもなく梅雨が明けて、アツい夏がやってきます。配付スタッフにはとつても過酷な時季です。そこで私は「お客様の喜びの声」を常に伝え続けています。ポスティング後に起こる好反響に、スタッフは「よし、また頑張ろう」という気持ちになります。それを直で実感できる場所に居られることが、この事業を営む一番の理由です。マンパワーだからこそ出来るポスティング。伊勢原の街は私達が「手となり足となり」盛り上げて行きます。目指すは日本一のポスティング事業です。伊勢原以外の方でもポスティングに興味がありましたら、お気軽にご相談くださいね。



こんなお仕事もほんの一例



あ、ハル... だめだよ

先月ちょこっと登場しましたが、改めて...皆様、はじめまして、トデザイナーとして感動・創庫の一員に加わりました「たがはしさきえ」と申します！わたし、かれこれ10年以上、デザインのお仕事をしています。スピード最優先の不動産チラシ、フリーペーパーのような冊子といった紙媒体。そしてデパートのディスプレイのような立体的なモノまで、専門学校を卒業してからずっと広告デザインがメインでした。デザイナーと言うと、どうも華やかなイメージを持たれるのですが、かなりの誤解だと思います。締切間際に慌てて深夜まで作業したり、マウスを動かすすぎて荷物が持てない程の腱鞘炎になったり、とツライこともありました。なのになぜ10年以上も続いたのかな？と考えると、結局、大好きなんです！デザインのお仕事。偶然が偶然を呼び、とても素敵なご縁に恵まれ、こんなに暖かくて熱意のある場所で、今こうしてデザインのお仕事をさせて頂いて、ほんとに感謝〜!!しております。ただデザインは大好きでも、文章を書くのがあまり得意ではなく...昔から日記やブログも続かないんですよ〜わたしの...感動・創庫っていろいろやるんだ...何事もまあ、経験ですよ、...どうにか皆様との心のつながりが持てますように！お気楽〜極楽〜な感じで来月以降も書いていきますので、お時間のある時にも読んでみてください。



よろしくです！

不動産関係の情報紙です。不動産を営む皆さん!! 私と一緒に反響が出るチラシを考えてみませんか？

わたしのデザインの鉄則48か条 その1 「時間がない事を言い訳にしない」

工夫次第で、時間がなくても良いデザインを作る事は可能なのです。

LOVE

mail address/sakie@kando-soko.com

今回は、「つるのおんがえし」初
期間限定サービスの
ご案内です！



↑最近結構やせました。(1ヶ月-3キロ)

感動・創庫の

ロゴ デザイン

Logo Design

あなたの会社・お店には自慢できるロゴマークがありますか？それは理念や考え方に沿った「らしさ」を感じられるロゴマークですか？

私たち人間は、初めてお会いする人の顔つきや表情で、受ける印象を無意識に変化させています。いわゆる第一印象、というやつです。ご商売をされている方でしたら、いかに第一印象が大事かはご理解されていると思います。私も若い頃、多くの先輩方から営業を教わる上で口ずぱく言われ続けました。

会社・お店の印象も、実はロゴマークで第一印象が大きく変わるといっても過言ではありません。極論すると、ロゴマークだけで購入判断をされることも少なくありません。ラーメン屋さんであれば、美味しいそうorマズそう。看板を見て無意識に店を選んだり、誰もが当然のようにしていますよね。銀行さんであれば誠実そう、明るそう、場合によっては入りづらい・堅物と言ったマイナスイメージまで。この「〇〇そう」という無意識を作るのが、そう、ロゴマークなのです。

また結構ありがちなのですが、看板、名刺、封筒などバラバラなロゴや文体を使っていると、お客様にはやはりイメージが伝わりにくくなりますね。これもロゴで一つにまとめた方が記憶にも残りやすくなるわけです。

「そんなこと言っただって、本格的なロゴマークを作るためには膨大な費用がかかるでしょ！」

そうですね。必要だと思っても、結局そうやってあきらめてしまった方もいらっしゃると思います。自分でいざ作ろうと思っても、そう簡単にパッと作れるものではありませんしね。

そこで！！

この夏、スタッフも増員しデザイン力アップの、ニュー「感動・創庫」が今回、あなたのお店・会社であらゆる場面に使えて、100年の信頼も築ける『ロゴ制作キャンペーン』をいたします。

ロゴマークで印象力アップ！そして長期的計画で売上もアップです！この機会に、一番愛されるロゴを私たちと一緒に考えてみませんか？

■ロゴマークがあると、こんな素晴らしいことが…

例えば、宅急便のトラック、『二匹の黒い猫→クロネコヤマト』、『江戸時代の飛脚→佐川急便』、『カンガルー→西濃運輸』、これらのトラックは、その辺を走っているだけで無意識に「あ、〇〇のトラックが来た」と認識できますよね。

ロゴマークが顧客の心に浸透して、ロゴマークの露出が直接的な営業をすることと同等以上の効果(単純接触の法則)を発揮している代表的な例です。

制作事例



桶越商店は60周年



特別企画 ロゴ制作キャンペーン

- 1デザイナー 1案コース ¥19,800
- 2デザイナー 1案ずつコース ¥39,800
- 2デザイナー 2案ずつコース ¥52,500

★ あなたの会社・お店の『イメージ』、『理念』にぴったり合うように、しっかりヒアリングをさせていただきます。
★ データは、使いやすいai, jpg, pdfをCD-Rに入れてお渡しいたします。

期間は、2010年12月末まで

デザイナー紹介

坂井 涼子 sakai ryoko



本当にいいロゴは、何年経っても古い印象になりません。私は、お店や会社さんと共にずっと長く歩んでいけるロゴを創ります。

高橋 咲恵 takahashi sakie



ロゴは一番最初に目に入る大事な顔。会社・お店のポリシーや希望がたくさん詰まった夢のあるロゴをデザインします。

手を抜く癖がある

木村拓哉 (俳優)

最近ほとんどドラマを見なくなってしまった人でも、今回のキムタクのドラマは面白かったみたいですね。今回は私も撮りだめしてあるので、いつか暇な時に見ようと思っています。

美容師やパイロットなど、演じる役が若者の就職活動にも影響するという超人気俳優、木村拓哉。そんな彼のストレートな性格そのままの名言。手を抜くってそういう捉え方が出来るんですね。仕事に没頭しすぎた自分も肯定できそう…。

編集後記

こんにちは、芦川です。かねてから調子が悪かった携帯電話を機種変更しました。今回、私が選んだ機種は6月の発売時は大騒ぎになりました。そう、iPhone4です。

「覚」とまで言われていたのが、うん、そうそうーと納得してしまうほどです。

とある社長さんから「あんた、ソフトバンクのセールスマン？」と言ってしまいそうなほどのアツい勧誘を受け、購入にいたりました。使い始めて2日目にコシを書いていますが、ウソのようなホントの話、たった2日で仕事の進め方が信じられないくらい変

わりました。「月6000円で優秀な秘書を雇っている感覚」とまで言われていたのが、うん、そうそうーと納得してしまうほどです。

次、次と売れて行ってるんだ、しょうね…。これをブランド力の成せる業。感動・創庫もこんなブランドを目指したいなあ…。

基本的にApple社の出すものが好きなのです。



基本的にApple社の出すものが好きなのです。



おいら今月で8歳になりました。誕生日ケーキっとうんまいなあ～また1年我慢しなあがんの？

長男ハクの 今月のひとりごと