

# MMQC ニュース

Vol.104  
平成30年8月1日(水)  
発行:(有)エー・エム・アイ

「ちらし」づくりのコツをご紹介します。  
弊社は、平成6年に船井総研の客員経営コンサル  
タントの資格を頂きました。以来、販売促進をメイン  
にして次号でご紹介する予定のFaxマーケティング  
で頑張ってきました。今回は小売の折り込みちらし  
の事例をご紹介します。ご参考に。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

## 「ちらし」づくりのコツ①・・・折り込みちらし編

右掲は、2000年3月に弊社が作った「折り込みちらし」の事例です。弊社は卸売業がメインなので小売業の事例はこのお店だけです。フル・カラー印刷だったので色使いに苦労しました。まず、「ちらし」の大原則に「Z配置」があります。人の眼は左から右に動くという特性があり、左上が重要な意味を持つのです。皆様も新聞折り込みの状況をご存じと思いますが、何枚ものちらしが折畳まれているのです。この何枚もの「ちらし」の中で、自店の情報として認識して頂く工夫が必要です。このお店に対してはフリー素材からペンギンを選び、文具店らしく鉛筆を持つデザインを提供してCIにしたのです。

次に、テーマを告知しています。意外に、この告知が無視されるケースが多いですが、弊社は「ちらしはお客様の手紙」が信念ですから、このちらしはどのような主旨で制作しているかを宣言して、その趣旨に沿った商品をトップに配置しているのです。このように、「Z配置」が始まり、順に下段の方へ移って行くのですが、最終行はエンド・メッセージを入れます。この表面は、「5つの安心」とお店の情報と地図をしっかりと載せています。裏面では次月使用できるクーポンなどの特典を配置して「お得感」で再来店を促す仕掛けを入れています。

「Z配置」は皆様もご存じの方が多いのですが、意外に知られていないのが真ん中の特等席なのです。この



### 「Z配置」の真ん中は特等席！

表面では、真ん中に赤い下地の商品を3つ配置しています。この「真ん中」は目の動きで何回も通る箇所なので、お店が売りたい商品を配置しています。この場合、「2+1」商品、クリア・フォルダーの特価品、元気が出るノートの3種が配置されています。ウソみたいな話ですが、「元気が出るノート」は社長様の友人が作られた趣味的な物でお店に置いていても売れなかったのですが、この特等席に配置した事で視認され現場で問合せがあり、少し接客すると結構な数量が出たと喜ばれたものでした。また、右下にトーンを変えて売りたいお薦め商品コーナーをつくり、この中でZ配置しています。赤地を背景にしたラーメンは意外性も手伝って人気になり、レジ周り商品の定番になりました。

全体的に3色(青・黄・赤)でグラデーションを使って変化をつけています。意外にも黄色のグラデーションが効果的で集客効果に寄与していると喜ばれました。商品名は青色、価値ポイントは黒色、価格は赤色と決めて編集して、それぞれ安さ感を引き出していました。

肝腎の売上ですが、 $売上 = F(m, n)$   $m$ : 光る商品数、 $n$ : 総商品数という故船井先生の理論通りにB4両面で140点の商品を掲載したので初日は雨の木曜日でしたが、開店前から行列が出来て、さらに、予想以上の売れ行きで在庫補充に追われたとの事で、平日が約50万円程度のところが160万円にもなって、お店の方々は非常に追いまくられたとの事でした。

また、掲載商品の補充状況を記録してもらった所、万遍なく売れていたのですが、左上や真ん中、エンドというポイントにある商品は格別な売れ行きであり、特にラーメンはその日の内に仕入先にオーダーをかけても追いつかない程の勢いであったと喜ばれました。「ちらしはお客様への手紙」が弊社の信念ですが、入念の準備した「ちらし」はお客様の反応も良くて、その後も継続されています。

### ワンポイント・アドバイス

今回は小売店のちらし制作のコツを簡単にご紹介しています。ベンリーナ君と名付けたペンギンのマスコットは、お店の雰囲気を表していると喜ばれ、今もCI的に使用されています。ちょっとした工夫ですが視認性に優れており、お店の看板代わりになっています。多くのちらしの中から目に飛び込む効果は絶大であります。マスコットを制作される事をお薦めいたします。

