

月刊 MARUSHO

2017年 6月号

丸庄発、選りすぐりの情報をお届けします。



トップの思いを伝えるPRツールです

改めて伝えたい 今だから伝えたい 社長の **理** が 届けます

既にお手元にお持ちの方もいらっしゃるかもしれませんが、お客様のつづやきをヒントに「社長の理」が完成しました。今回は、誕生秘話と内容をご紹介します。

お客様の声をヒントに

ある会社の社長様との打ち合わせを行っていたときのこと、ちょっとした雑談で「最近社員と温度差を感じる。若い人も増え、会社を立ち上げた当時の大変さを知っている人もすっかり減った」と少し寂しそうに話されていました。会社案内などとは異なり、創業者や社長の「思い」や「ビジョン」を若い人たちにも伝わりやすく体裁の良いものは作れないだろうか・・・?という考えから、社内で何度も話し合い現在の形になりました。

商品名「社長の理」の「理—ことわり」とは?

「理—ことわり」とは、物事の筋道、条理、道理のこと。社長の「思い」や「考え」を最終的に、誰に伝えたいのかということをも明確にし、インタビュー、そして原稿・デザイン制作を行っております。商品名を



「社長の理」としてありますが、例えば「研究者の理」「医者」の理」「工場長の理」「営業の理」など、思いを伝えるツールとして、さまざまな展開もアリですよ!?

◆こんな用途でお使いいただけます。

1. 採用活動のツールとして

貴社の魅力や、ビジョンを元にどんな人材を求めているのかを明確に伝えるツールとして。

2. 社員の意識統一、意識改革のために

社長就任時、新しい戦略立案、新しい取り組みを始める時など、経営トップのビジョンや具体的に成し遂げたいことを浸透させるツールとして。

3. 販売促進ツール、会社案内、周年記念として

商品のこだわりやサービスのセールスポイントを整理し、営業や販売員のセールトークや営業手法を標準化するツールとして。

実物を見たいという方がいらっしゃいましたら、担当営業までお気軽にお声かけください。サンプルをお手元にお届けいたします。

また、こういう形で作りたいなど、ご要望、ご相談がございましたら、お気軽に問合わせください。

■ 「社長の理」

印刷物仕様／仕上り：A4
展開：A3
加工：2つ折り
色：両面4色
部数：500部

デザイン／規定フォーマット

中面左ページ文字数：3,000字程度

※規定フォーマット以外は別途オプション料金となります。
営業までお気軽にお問い合わせください。



■ 取材原稿&写真データ (CD-ROM)

社長様 ポートレート撮影 (3カット)

社員様・スタッフ様 撮影 (6カット)

* 撮影・取材範囲／東京23区内



※社長様の取材原稿や写真は、貴社の会社案内やホームページ、または営業ツールなど他メディアへの展開にご活用いただけます。

¥198,000 (税別/送料別)



展示会の豆知識

梅雨に入ると、外に出るのも億劫になりますが、そんな時こそ展示会を訪れてみてはいかがでしょうか？ ある協会の調査では、展示会の開催が最も多い月は10月で、その次が5月、1月と続き、4番目に多いのが6月なのだそうです。予想していない企業との出会いがあったり、新しい商品やサービスを見つけたり、既に知っている商品やサービスについて理解をさらに深めることができる機会です。ご自身の携わる業界の展示会には、是非行ってみたいかがでしょうか。

改めて知る「展示会」と「見本市」の違い

見本市と展示会の違いは、英語表記を見るとよくわかります。見本市を表す英語はTrade ShowもしくはTrade Fairで、「Trade (売買)」という文字がついています。これに対して展示会は単なるShow、Fair、もしくはExhibitionという表現になります。つまり展示会は、「Exhibit (展示する)」つまり見せることに重点を置いたイベントということになります。

展示会とは、物品などの製品や、サービスの説明ブースを設けたりして、ビジネス関係者だけでなく一般の人達にも広く宣伝したり企業イメージを伝えるもの。見本市とは主にビジネス関係者向けに自社製品やサービスの展示と説明を行い、直接商談へ繋げていくためのもの。見本市の場合は、ビジネス関係者向けが多いということもあり、招待状がないと入場すらできないなど敷居が高いものですが、展示会も招待状を有料で発行することもあります。また話題性として展示会はニュースで取り上げられることが多いですが、見本市はあまり耳にしません。日本では違いが分かりにくいですねえ・・・。

展示会の歴史は意外と長かった!?

展示会の歴史は博覧会の歴史から始まります。明治4年(1871年)、「京都博覧会」が京都市の西本願寺で有力商人を中心に開催されたのが始まりだそう

で、その後、明治10年(1877年)には、政府主催の「第1回内国勸業博覧会」が国家プロジェクトして東京上野で開催されました。その後4回にわたり開催され、万国博覧会の礎となるものになったそうです。第二次世界大戦後、日本の全国で博覧会が開催され、昭和45年(1970年)には大阪で「日本万国博覧会」(大阪万博)が開催され、183日間の会期で6421万8770人を記録し、日本が世界に発信する博覧会のターニングポイントとされています。「太陽の塔」など記憶にある方は多いのではないのでしょうか。

一方では、各産業分野ごとによって、展示会が開催されるようになり、昭和29年(1954年)には「全日本自動車ショウ(現東京モーターショー)」、「エレクトロニクスショー(現 CEATEC JAPAN)」が昭和37年(1962年)に開催されました。それから、より専門性に特化した展示会が開催されるようになり、BtoCの博覧会からBtoBへの展示会への需要が高まってくるようになりました。今ではさらに細分化され、専門性の高い展示会が増え、BtoBだけでなく、日程で分けたり、一般的に広くにPRするイベントとしてBtoCも兼ねた展示会が増えていきます。それに合わせブースもビジネス色の強かったものが、個人でも楽しめるよう工夫されてるものが増えてきているように感じます。

効果的な展示会のキャッチコピーとは

その場、その瞬間が正念場の展示会では、上に掲げている商品のキャッチコピーが直接集客につながります。例えば、「これで集客大幅倍増!」と「なぜ先月より5%も集客率が上がったのか…」この2つのコピーのうち、どちらの方が惹かれますか？ 前者の「倍増!」という文字は気になりますけど、後者の「5%」と「上がった」という文字の方が気になりますよね？ 具体的な数値には、想像力をかき立てて、人を惹き付ける説得力があります。単刀直入でわかりやすいキーワードを抽出し、キャッチコピーに組み込みましょう。

まるカタ商材
売れ筋ランキング1位

タペ・バナー

小間サイズに左右されない
簡単設置の宣伝ツール
繰り返し使えるので展示会の後は、
店頭・商談スペースでも利用可能

月刊MARUSHOを見た方は
この機会にぜひお試しください

詳しいご質問・お問い合わせは弊社営業担当まで。

Tel. 03-3881-2131 (代)



株式会社丸庄



株式会社丸庄



キング通信工業株式会社様



株式会社高研様

ミニサイズもあります。

 防災対応

仕様：トロマット/片面カラー
最少ロット：1枚/最短納期：6日

タペ・バナー	
W620×H1500 or 2000mm	W920×H1500 or 2000mm
¥12,000	¥14,300
タペ・バナー【ミニ】	
W400~450×H450×1200mm	W450~600×H1600~1800mm
¥13,300	¥20,600