として近年観光客が急増しているエリアだ。

ジェラート専門店を経営

にオープンする。

ジェラートは南部町を始め山陰地域で収穫される青果物を原材料に商品作りをする。手始めに地元産のトウモロコシや梅の甘露煮などを原料にしたものをつくる。また本場イタリアの健康に良いとされるピスタチオペーストな

▲様々なジェラートが並ぶ

りつかれ仕事の合間に国内外を食べ歩いた。とうとう30歳の時、イタリアに渡りローマやフィレンツェで食べ歩きし、ボローニャ大学でジェラート作りを修学した経験を持つ。

めるに当たり「都心型か郊外型か悩みましたが、目的を持って来て下さる店舗にすることで郊外型にしました」と話している。

積極改革で特損処理

山陰酸素工業決算

山陰酸素工業（株）（並河勉社長、米子市旗ケ崎）は2018年3月期（第100期）の決算をまとめた。売上高はLPガス、LNG事業部とも輸入価格の上昇に伴ない増収となり、完成工事高も前期比71・6%増の18億円台となったことから全体では前期比9・9

整備のため投資有価証券売却で評価損を計上したことや、一般財団法人さんそ財団への最終搬出金2億5000万円を計上したことなどから9億100万円の特別損失が発生。最終利益は

で、綿貫統夫取締役副社長の退任に伴い、常務取締役の並河元氏（39）が取締役副社長（営業本部長）に就任した。綿貫氏はそのまま特別顧問として留任する。

ドローン安全大学校創設

米子自動車学校

学校法人・米子自動車学校は6月1日「ドローン安全大学校」を創設し、27日米子市内のホテルでオープニングセレモニーを開催した。関係者50人が出席した。

柳谷由里理事長は「これからは陸の安全から空の安全が重要になると考え、ドローンの技術習得を専門とする大学校を創設した」とあいさつ。県内では2番目の開校になる。

ドローンは輸送や農薬散布、災害空撮など用途範囲が拡大しているが、反面事故も多発している。同大学校では基本コースと応用コースを設け技術習得を教授する。当面、基本コースはダラズクリエイトボックスで座学・小規模訓練を行い、米子自動車学校では応用コースを実施する。

ドローン講習料金は基本飛行コースで昼間、土・日、夜間の3分類あり学科講習はそれぞれ4時間。技能講習はそれぞれ12時間必要で、料金は16万5240円から18万6840円となっている。

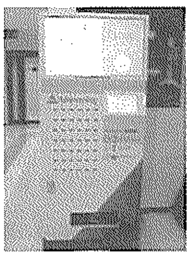
また応用飛行コースは同大学校卒業者を対象に、主に技能講習として4時間と8時間の二つがあり講習料は4時間コースで3万8448円、8時間コースで17万8848円となっている（いずれも税込金額）。

同大学校の技能講習終了書を取得すれば飛行許可を受ける際の申請書の一部を省略することができる。

現在、米子自動車学校やダラズクリエイトボックスで基本・応用コースを実施しているが、近い将来講習場を設ける。

▲4機種のドローンを用意した

「ワメイジング」のSIMカード受取機を同ビル内に設置し、6月25日から提供を開始した（＝写真）。



これは中国、台湾、香港エリアの観光客を対象に、まず現地で「WAmazing」アプリで無料登録し、日本の18空港に設置したSIMカード受取機で同カードを無料で受取る。このカードのメリットは日本の宿

らの手数料が収入
米子空港は香港行
ていることから踏
切った。

18億円、7・

百貨
売上

山陰地区百貨店
総売上高は18億6
円（前年同月比7
となった。
商品群別にみる
み前年割れで推移
年を上回ったか前
ったのは美術・宝
6%増）と菓子類
み）の2商品群だ
個別でみると、
が2桁減となり、
回って推移してい
んまち天満屋が1
微減となっている
ゴールデンウィー
り、各百貨店はイ
開催するなどして
めたが、消費者の
の他、県外流出が
ことが売り上げ減
た。

2018年5月山陰地区百貨店売上高

百貨店名	売上高（百万円）	前年同月比（%）
米子高島屋	349	▲5.8
米子しんまち天満屋	432	▲1.2

わかりやすいマーケティング

効果的な宣伝方法〈上〉

須山倫史

3要素・3Mを理解する

あなたは顧客や売上はどこからくるのか、どの顧客獲得方法がいくらコストがかかって各広告からそれぞれ具体的にどんな成果が得られているのか、あるいは各広告からそれぞれ具体的にどのような成果が得られているのか正確に答えられますか。ほとんどのビジネスオーナーは適当な値しかわからない様です。今手掛けているビジネスに参入した時、同業他社がみんなやっているやり方に注目し、それを模倣した経験がおありでしょう。儲かる広告や効果的なマーケティングについてわからなくても自分の商品やサービスを売り込む方法そのものはよく知っているはずです。少なくとも、メディアを活用し販売技術を強化すると言うことは経験済みでしょう。実際のところ、マーケティング3要素のうち、メディアについては理解していると言うことになります。残りの2つはマーケットとメッセージですが、これを3Mと言います。この事は、ダイレクトマーケティング業界の権威ダン・ケネディが提唱しています。興味あれば著書もありますのでぜひ参考にして下さい。広告、チラシ、DM、WEBサイトなどで何らかのアクションを行う場合には次のルールを参考にされますと成果は得られると思います。

1、常に一つ以上のオファーをする

オファーは興味深く魅力的なものであればあるほどいいですが、基本的にはダイレクトレスポンスのオファーをすることです。例えば、深夜のテレビショッピングのように、「今すぐ申込めばこれをサービスします。さらに、これも付けてなんと何%割引のいくらです」という感じのものです。

2、相手が直ちに行動を起こさずにはいられないようにする

あなたのオファーは、相手を駆り立て今すぐ動こうという気を起こさせなければなりません。それだけ強烈なオファーを送ることです。

3、どのような行動をすべきかわかりやすくする

明確な指示と言った方が適切ですが、混乱した消費者は何もしません。なので、ほとんどの人は指示通りに行おうとするものです。見込み客が行動を起こそうとする前に、焦点を絞って一本道を作り、誘導してあげます。そして、次に何をしたらいいのか、それをいつどのように行うのか、それを行なったら続いて何が起こるのかを正確に伝えればお申込みは完了です。ということは、お買い上げとなります。

さて、これはまだ序の口です。次回はどうやってお買い上げいただいたのかをお伝えします。全部で10のルールを3回シリーズでお届け致しますのでどうぞお楽しみに。

マーケティングコンサルタント
合同会社アイティーエスジャパン代表
mail:info@its-japan.jp