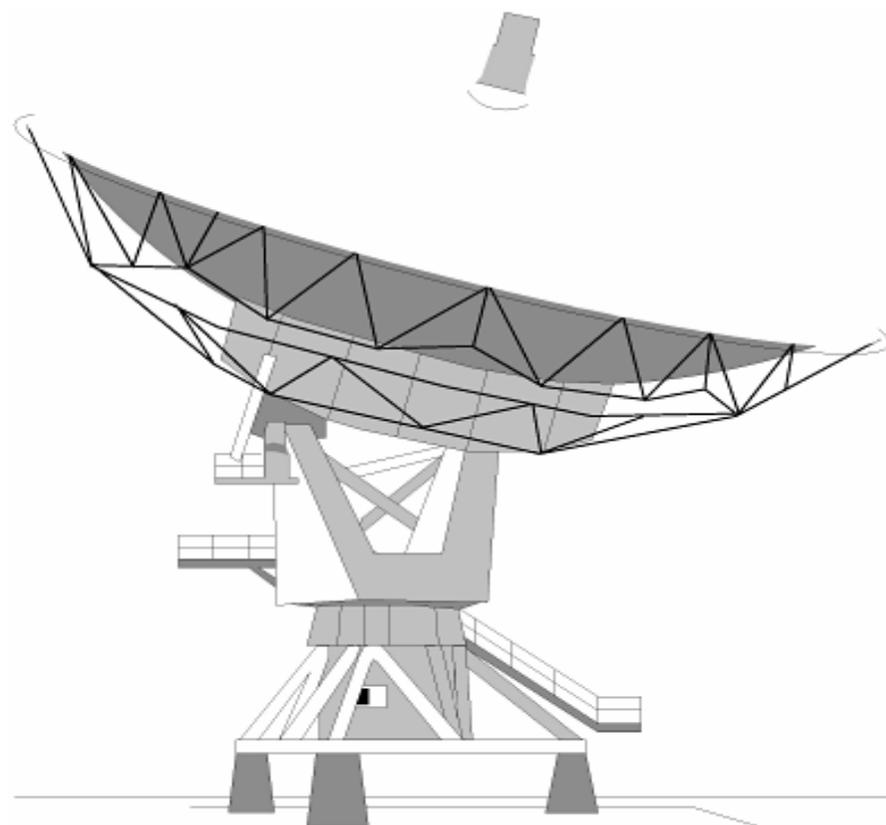


三二情報

Mainichi Media



Speedy 迅速に

Correctly 正確に

Politely 丁寧に

No.254

2007年(平成19年)10月号



株式会社

毎日メディアサービス

<http://www.m-media.co.jp>

福岡

〒812-0004 福岡市博多区榎田1-7-17

Tel(代)092-471-1122 Fax 092-474-6466

北九州

〒800-0251 北九州市小倉南区葛原5-3-3

Tel(代)093-475-0300 Fax 093-475-4750



10月



論語 述而篇
 疏食を飲くみ水を飲くみ 脰ひじを曲まげて之これを枕まくらとす。樂たのしみまたその中なかにあり。不義ふぎにして富とみみ且かつつ貴たかきは我われに於おいては浮雲うきぐもの如ごとしと。
 粗末こまつな食物じきを食くべ 水みづを飲くみ 食け後は脰ひじを曲まげて枕まくらの代しろわりとして休やすむ。こんな
 貧ひしいくらしをしていても、人生じんせいの樂たのしみはそのなかにある。不正ふせいや不義ふぎを働こいて富とみ
 貴たかな身分身分になるよとなし、私わたしに於おいては浮雲うきぐもの如ごとしにはなかなく縁ゆかりのないものだ。
 人間の幸福しあわせは經濟けいぎ的てきな豊とよかさや社会的地位しゃかいていの高たかさだけでもたらされるものではないと。

富貴はわれにばつは
 浮雲の如しと

君が行く 道の長手を 繰り畳ね 焼き亡ぼさむ 天の火もがも

万葉集卷十五・3724 狭野弟上郎女

狭野弟上郎女は、宮中の「蔵司」の雑役に従事する微官だったが、天皇の身近に奉仕して、神器や祭祀の器具、衣類などを保管する役目だけに、男と通じることが許されなかった。だが、中臣朝臣宅守との恋が露見し、宅守は越前に流罪となる。

あなたが行く配所への長い道、その道をくるくると手繰り寄せ、折り畳んで焼き減ばしてくれるであろう天の火よ、どうかあれを焼きつくしておくれ。万葉集中、最も有名な絶唱のひとつである。



帰りける 人来れりと 言ひしかば ほとほと死しにき 君かと思ひて

万葉集 同・3772 同上

帰って来たぞ、人が着いたぞ、と人々が言ったので、すんでのところでは死ぬところでした。あなたかと思つて。



データ 1~3頁

- * 全国百貨店8月売上高 2ヵ月ぶり増 都市圏好調
- 九州・沖縄百貨店8月売上高 0.8%増
- * 07年度上半期(4~9月)車名別新車販売台数 ワゴンR首位
- * 書店の6割売上高減(06年度)売れ残り返品 業界の重荷に

九州・山口 4~8頁

- * 財政健全わずか8町村 九州・山口324市町村
- * AOKI、九州進出 福岡都市圏来春1号店 5年で計50店舗
- * 佐賀の2酒造が金賞 大吟醸「飛天山」「鍋島」
- * 天神口フト11月15日開店 福岡市に九州1号店
- * 新車効果で日産九州活況 「ローグ」「デュアリス」

住まいの情報 9頁

- * 自然光豊かな3階建て住宅 大和ハウス工業

カー情報 10~12頁

- * 「レクサス」走行性向上 スポーツタイプ766万円 トヨタ
- * 10月からバイオ燃料に 農水省公用車 経産省も準備
- * 自家用代わりに活用 レンタカーやカーシェア ガソリン高利用者増加

外食産業 13~16頁

- * なじみの味 値上げ パーモントカレー・サッポロ一番、一割
- * 「鉄人カレー」神戸を救う 売上げの一部、街おこしに エム・シーシー食品発売
- * 焼き芋焼酎 全1400店に投入 女性客増加を期待 モンテローザ
- * 大容量デザート続々 健康志向の反動で人気 セブンイレブンなど

人ひと 17頁

- * 2年でフロア構成見直す 開店10年・岩田屋とシェア拡大図る 福岡三越店長 市川 純夫氏

売れ筋 18~19頁

- * 人気商品・新製品



話題 20~24頁

- * 10年前より女性ほっそり 男性は太りました 経産省報告
- * HowTo商い「客とのキャッチボール」 がっちり受け止める努力を
- * 賃金より「自分の成長」社員が感じる働きのいいは 出世5%
- * 「ミサワ」対決 坪40万円 戸建て新商品発表 ミサワ・インターナショナル
- * 日産車ナビから24時間宿予約 楽天が情報サービス

ネットビジネス 25頁

- * 電子書籍など携帯で直販 TBS

ユニークな店舗訪問 26頁

- * カフェ併設店で品定め 眼鏡や雑貨 くつろぎながら

データ 27頁

- * 主要スーパー8月販売実績 0.5%減
- 広告宣伝費1.5%増(06年度)トヨタ12年連続首位

ホームページ 28頁

- * 「チラシの見せ方・伝え方」 他

ホームページ

チラシの見せ方・伝え方

“違いがわかれば買いやすい。”

話題の商品 - 注目の商品を売る



消費者ニーズ

効率優先で拡大してきた量販店は、何でも揃っているが、欲しものが何もない、と冷やかに消費者にソッポを向かれた。

どこの量販店も、売れ筋商品を追うため他店との差がない売場になってしまうのだ。これは総合量販店の破壊を意味するものと言える。そこで各社は「総合から専門へ」、「同質化から差別化へ」と転換している。

消費者の立場で品揃えができれば、体質改善ができるのはわかっているが、巨大化した組織では思うように川上と川下の意思疎通がはかれない。

「売れ筋商品と売り筋商品」を巧みに使い分け、いま「話題の商品」へのこだわりを徹底することも消費者視点へ近づく方策の一つだ。



話題の商品の訴求のポイント

消費者は商品を買わない訳ではない。節約を前提にしながらも、むしろ買いたくしてしょうがない心理なのである。商品には導入期、成長期、衰退期があり、定番商品になる前に通るのが話題の商品である。今、流行っていると買うことが食品以外でも旬ということになる。

“話題の商品の訴求のポイント”は、いかに話題の商品になったか。なぜ、話題の商品かを写真とコピーではっきりとくくりをつけて印象づけることである。

『折込チラシの絶対法則』 堀内敬一 著より

会話が弾んで楽しくなりますよ

日頃、極く自然に話す言葉、その通常の表現が、どんな歴史的由来に基づき、どんな意味を含んでいるか、身近な言葉や言い廻しの、素性や使いつ方の勘所を少し……。

いすかのはし 「いすか」って何のこと？

物事が食い違い、思うように進まないとき、「やる」となすこと、「いすかのはし」だよ」と嘆息する。
この「いすか」は鳥の鶉のこと、スズメよりやや大きいこの鳥の特徴は、くちばしの上下がびつたり合わずに交差していること。要するに、くちばしが食い違っているのである。そこから、「いすかの嘴」というユーモラスな言葉が生まれた。ただし、鳥のいすかは、自分のくちばしが食い違っていても、それを嘆いたりはいしない。針葉樹の種をついばむには、そういう形のほうが都合なのだ。

谷沢永一、教養が試される341話 幻冬舎より

消費者の声 新聞読者投書より

自然の涼届く 築100年の我が家

暑い日が続きますが、私の家の土間に一歩入ると、ひんやりとしているので、来客の方が「ああ気持ちいい」と言われます。
私の家は100年以上前に建てられた民家です。玄関である土間は6坪(約20平方尺)あり、土がたたき固められています。夏の暑さ、湿気に耐えられるよう床下は高く、網戸にして障子やふすまを開放すれば風を通すことができます。土間に立って目を上げると、太い柱の上に大きな屋根裏があり、太陽熱を遮り、涼しさに役立っています。
家の周りの生け垣や築山の樹木は日陰を作り、風を通して冷やしてくれます。手入れが必要ですが、冬には風を和らげてくれます。
すき間だらけの私の家にはクーラーは付けられません。しかし、緑の中の田舎暮らし、家そのものがクールビズ仕様で私にとっては快適です。元気に暑い夏を乗り切りたいです。

山本 悟 (84) 鳥取県倉吉市・無職

新聞休刊日(予定)のお知らせ

平成19年の新聞休刊日・折込出来ない日(予定)は下記の通りです。
11/12(月) 12/10(月)