

日経

ベンチャー

攻めの経営実務情報

2003 2月号

NIKKEI VENTURE No.221

- 特集……お客の心をつかむ
会社の秘密
- アングル……再起の道を拓く「経営リセット」



文化越境

酒井 弘樹 パーティカル 社長

大手新聞社の書籍編集者から転じ、日本の現代小説やノンフィクションを世界に紹介する野望を抱いて渡米。3年余の試行錯誤を経て、今春、4冊の書籍で米出版市場に乗り出す。

新事業・新商売

観光地で試供品セットを配布 スキー場から遊園地まで客層に応じて対応



シャンプーや歯磨き粉、鎮痛剤、スナック菓子などの試供品を一つのパッケージにして、観光地の人通りが多いスポットで配布する。こんな販売促進サービス「パッケージ・コネクション」が米国で注目を集めている。

これは、マーケティング・コネクションズ・インターナショナル社（以下MCI、ニュージャージー州モンクレア）が二年前から始めたサービスで、同社は現在、製菓大手のファイザーや食品大手のナビスコなど約三〇社の大企業を顧客に抱える。

MCIでは、観光地をスキー場、ゴルフ場、テーマパーク、クルーズなど六つの分野に分け、その分野別に配布して欲しい試供品を



試供品はシャンプーや歯磨き粉、鎮痛剤、スナック菓子などが多い。パッケージの配布は、観光地の人通りが多いポイントで行う

複数の企業から募る。

スキー場で配るパッケージには若者をターゲットにしたハンドクリームや日焼け止めローション、テーマパークで配るパッケージには、子供連れの家族を対象にした子供用歯磨き粉、スナック菓子といった試供品が入る。

一商品当たり一五〇万個配るのが基本で、配布料金は試供品一個当たり五セントから一八セント。試供品は配る時期に応じてまとめて募集するので、同梱できる試供品が多いほどMCIにとっては利益率が高くなる。

観光地での試供品の配布が注目されるのは、販促効果が高いからだ。調査会社のナショナル・リサーチによれば、消費者が受け取った試供品を利用する割合は、通常は四〇%程度だが、旅行先では約八〇%に跳ね上がる。また、旅行先で試供品を使った人が、実際にその商品に乗り換える比率も二五〜三〇%と、ほかの配布方法に比べ高くなるという。

同社のブライアン・マーティン社長は、「今後は、もっときめ細かく客層に応じたパッケージを考案し、事業を拡大していきたい」と言う。

（在米ライター＝佐藤みゆき）

経営者専用の PC何でも相談室



ITコンサルティング会社、中小企業IT振興会（東京都豊島区、吉本俊宏代表）が、昨年四月に始めた経営者向けの会員制パソコンサポートサービス「ITよろず相談室」が人気だ。

会員登録した経営者に、担当カウンセラーが付き、ワープロソフトの使い方からインターネット接続の方法まで、幅広い内容を電話で相談できる。

料金は月額一万四八〇〇円。平日の午前九時半〜正午と午後一時半〜五時までなら、相談回数や時間に制限は無い。パソコンに詳しい社員の仕事を中断したり、パソコンに詳しい社員を新たに雇わずに済むのがメリットで、現在、会員企業数は一三〇社に達する。

相談を受けるカウンセラーは現在二人。「一見、数が少なすぎると思うが、短時間での確に回答するノウハウを蓄積しており、一人のカウンセラーで一〇〇社ほど対応できる」（吉本代表という）。

同サービスが好評なことから、吉本代表は「今年中にも、会員企業数を五〇〇社程度まで増やしたい」と話す。

（フリーライター＝小池嘉美）

書店の雑誌棚が広告スペースに 本の分野に関連した商品を宣伝し、訴求効果をアップ



書店の雑誌棚や本棚を広告スペースとして活用する。グローバルメディア（群馬県伊勢崎市、細井利晃社長）がこんなサービスを展開し、書店の人気を集めている。

車雑誌が置いてある棚に自動車のポスターを貼ったり、マネー雑誌が並ぶ棚には証券会社の資産運用の案内を入れたカゴを引っかけるといった具合だ。

「お客が買おうとしている本や雑誌の近くに、関連した分野の広告を出せば、目を引きやすい」と細井社長は話す。

実際、ファッション誌の棚に美容室の広告を掲示したところ、「雑誌に広告を打つのと同じくらいの効果が上がった」と広告主から好評だった（細井社長という）。

料金は広告の種類や掲示期間などで異なるが、本棚に文字だけの広告を三カ月掲載する場合で二万二〇〇〇円。このうち約一五%が書店に手数料として入る。

場所を提供するだけで、副収入が得られるため、書店の評判も上々だ。書店の契約数は、昨年六月の約九〇〇軒から、現在、約一四〇〇軒に増えている。

グローバルメディアは昨年四



グローバルメディア社と契約する書店の数は急増している



月にサービスを始め、これまで英会話教室やクレジッド会社など延べ五〇〇社を広告主として獲得。月商はサービス開始当初の五〇万円から、昨年二月には四五〇万円に拡大した。もともと書店に勤めていた細井社長が二〇〇一年一月に同社を設立したのは、元同僚で現副社長の西村啓司氏から「本屋には、新刊本など出版物の広告しかない。通常の広告も出したらどうか」と提案されたのがきっかけ。

（ジャーナリスト＝星望）