

日美三二通信

【今月のメイン記事】

- 色で守るブランド
- ミックスDM成功例！
- 光って…ない!?

海が好き!!



◆日美三二通信は人に優しいUD書体を使用しています。

色にこだわりブランドを守る!

農産物の
適熟度カラー
チャート印刷

印刷された色や質感が実物と比べた時に、「どこか違うな」とか「こんな色合いではなかった」という経験はどなたもあると思います。図鑑や図録の印刷物から受ける印象と、実際の展示物では時に大きな差がある場合もあり「やっぱり本物は良いね」という感想をもたれた方もいらっしゃるでしょう。

商品や製品カタログなどはその企業のブランドイメージを消費者に伝えるためにも、色合いや質感の再現は大切な要素です。特に「見本」となる印刷物では対象物の情報を正確に伝えねばなりません。

農産物(ぶどう)の適熟度の見本となる

カラーチャートの印刷時には、「このチャートが、適切な出荷時期の判断の助けになる」というクライアント様の気持ちが我々にも伝わり何度もデータ修正と色校正を繰り返しました。

また、このカラーチャートは仕上げにPP加工(印刷面にポリプロピレンのフィルムを貼り表面を保護する加工)を施すため、加工後の色の変化も予測する必要がありました。これには当社オリジナルのPP加工を施したカラーチャートを参考にしながら色を合わせ込みました。

結果、クライアント様には喜んで頂けました。兼業農家の私も各農産物に、正確な

出荷基準チャートがあれば便利だなと感じました(もちろんチャートの色だけで出荷時期を判断するわけではあませんが)。

現状、実物と印刷物には差があります。その差を埋めるために技術の向上に努めておりますが、この“実物との差”は印刷技術者泣かせでもあります。と同時に、貴重なノウハウを積む研鑽の場でもあります。これからも色、質感にこだわり「100%」の仕上がりを達成したいと思います。



ぶどうの
収穫時に
使います

商品生産部 田中

ニュースレター3種
+チラシ2種の組み合わせで
訴求力あるDMに

ミックス型DMで効果アップ!!

既存顧客を掘り起こし、購入数や単価の向上を図ることは、新規客の取り込みと並び売上げアップのカギと言えます。

ひまし油を主とした健康関連の商品を取り扱っている有限会社テンプレビューティフル様(横浜)では、既存顧客の購入数アップを目的に数種類の印刷物を組み合わせ合わせたDMを企画されました。

DMは主力商品であるひまし油製品をテーマにした2種類のニュースレターと、別途新着製品のご案内。そして販売促進ツールとしてA4とA3(2つ折)チラシの計5種類を同封するボリュームたっぷり内容となりました。

DMの結果は、

1. 様々なツールで、再度ひまし油の良さを伝えられた為、しばらくご購入頂いていないお客様からのご注文が多かった。
 2. 高級感ある商品カタログとはイメージを変えたスーパーのチラシ風のデザインによって「意外さ」と「気軽に購入したくなる」雰囲気アピール出来た結果、チラシ掲載品の売上が伸びた。
- とのことで、既存顧客様の購入のアップが図れたそうです。

また会社の原点であるひまし油製品の良さを、お客様に伝え続ける事の大切さを再確認出来たことも大きな成果であったとのことでした。

目的に合わせた数種の印刷物を組み合わせ効果を上げた今回のDMですが、それもテンプレビューティフル様の商品への熱意と、「お客様に健康になって頂きたい」という思いがあればこそと感じ、これからもそのお手伝いをさせて頂ければと改めて思いました。



「テンプレビューティフル様」について詳しくはこちらへアクセスしてください!⇒<http://www.caycegoods.com/>

お客様サポート部 宮澤



まだまだ私が入社2年目ぐらいだった頃の話ですが、ある文化施設の利用案内のお仕事をいただきました。

利用案内でしたので、勝手に上質系の用紙と決めつけてしまって、何も考えずに進めてしまいました。そんなある日「プルル〜プルル〜」工場から突然の内線が鳴りました。

「印刷の色が合わないけど確認してほしい」との内容でした。すぐに工場に行き、刷色を確認して驚きました。

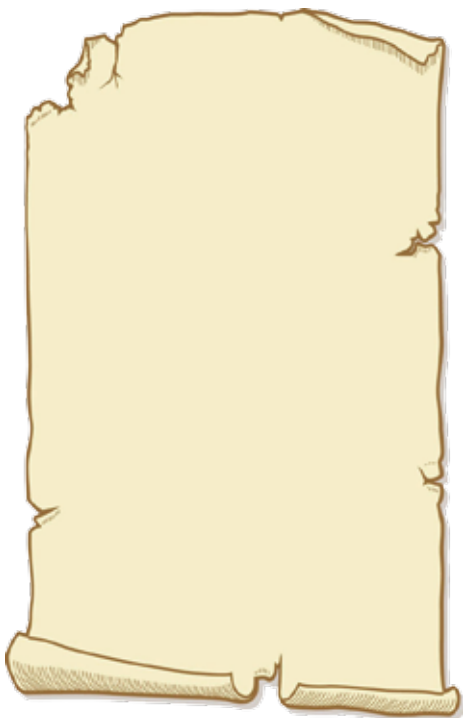
印刷の色が合わないというレベルではなく印刷の光沢感が全然違っていました。刷色と

同様私の顔も青ざめていたと思います。

調べてわかったのですが、どうやらマットコート紙と上質紙を間違えていたようです。思い込みで進めてしまっていたため、手触り等もあまり気にすることなく進めてしまったことが原因でした。

用紙を取り直して印刷したため、お客様にご迷惑

新入社員紹介



編集後記

