The background features several overlapping orange speech bubbles of various shapes and sizes, creating a dynamic and conversational feel. The text is centered and overlaid on these bubbles.

第6回 Facebookビジネス活用実践塾

みんなが集えば**文殊**の知恵
リアル勉強会

【活動報告】

三浦 一志

ヘアースalon髪切屋

www.facebook.com/kamikiriya



ヘアースalon髪切屋

いいね! 158人・話題にしている人102人・チェックイン 319件

✓ いいね! しました

メッセージ



- ◆ スパ・美容、パーソナルケア
- 📍 〒997-0033 山形県鶴岡市泉町4-20
- ☎ 0235-26-5198
- 🕒 月曜日の9:00 - 19:00まで準備中

基本データ



写真

👍 158

いいね!



地図



イベント

1

【活動報告】

三浦 一志

ヘアースalon髪切屋

www.facebook.com/kamikiriya

こんな事もやっちゃいます(。・w・。)アアッ
今までなら東京タワーなんでしょうけど
今はスカイツリーですね(^▽^)
なっちゃんありがと~(*≧▽≦)

一応、レディースデーという事で(*^^*)
スツクリ、サツパリ 娘~

どうしようかなあ~言っちゃおっかなあ~(*'艸`)
バットマンの正体見ちゃった(*▽*)
すごい身近な所にバットマンが居たんだね~(笑)



【活動報告】

前田 美樹

金沢屋 羽黒のそば蔵

www.facebook.com/sobakanazawayaya



金沢屋 羽黒のそば蔵

いいね！ 110人・話題にしている人34人・チェックイン 181件

✓ いいね！しました

メッセージ ※ ▼

¥ (0~1,000円) ・日本料理店

〒997-0166 山形県鶴岡市羽黒町三ツ橋字前田163

☎ 0235-62-4564

🕒 月曜日の11:00 - 16:00まで準備中

基本データ



写真

👍 110

いいね！



地図



イベント

【活動報告】

前田 美樹

金沢屋 羽黒のそば蔵

www.facebook.com/sobakanazawayaya

第2回みんなで集まれば文殊の知恵。金沢屋さんの美味しい蕎麦を食べて、楽しく勉強会、スタートです！！

<https://www.facebook.com/events/394861690580038/> 一橋口 昭紀さん、他26人と金沢屋 羽黒のそば蔵にいます。



いいね! · コメントする · 宣伝する · シェア · 友達をタグ付け 160 36 7

美人女将がいる美味しい美味しいおそば屋さん(^^)うちの祖父と祖母が大好きで、小さい頃から連れてきてもらってました♪

私のお気に入り「合鴨つるし焼き」!

そばだけでなくサイドメニューも最高です☆

...続きを読む 一前田 美樹さんと金沢屋 羽黒のそば蔵にいます。



いいね! を取り消す · コメントする · シェア

46 4

【活動報告】

大井 俊子

千山閣

www.facebook.com/yakiniku.senzankaku



千山閣

いいね！ 255人 · 話題にしている人75人 · チェックイン 584件

✓ いいね！しました

メッセージ * ▾

- ◆ カテゴリを追加
- 📍 〒997-0184 山形県鶴岡市城南町15-1
- ☎ 0235-24-3517
- 本日12:00 - 14:00, 16:00 - 22:00

基本データ



写真

👍 255

いいね！



地図



ようこそ！千山閣へ

1 ▾

【活動報告】

大井 俊子

千山閣

www.facebook.com/yakiniku.senzankaku



携帯アップロード

写真にタグ付け オプション シェア



大井 俊子

2012年11月13日 (携帯より)

タイムラインに表示

真っ最中ですよー 一緒にいる人: 後藤 浩一郎さん、前野 智さん、三浦 一志さん、他19人 場所: 千山閣

いいね! を取り消す・コメントする・投稿のフォローをやめる・シェア

あなたと工藤 友香さん、佐藤 久さん、畠 江梨子さん、他278人が「いいね!」と言っています。

シェア4件

コメント35件をすべて見る



Yuko Yamada 楽しそう 美味しそう
ところで徳之君はどこだ? 山形のお酒は何が美味しいのかな お鍋も美味しいんだろなあ
2012年11月15日 1:19 · いいね! · 1



筒井 重浩 1枚でその場の雰囲気が一発でわかる写真って素晴らしいですね (^_^) /
ホント、ますます行けなくて残念&ゴメンナサイ。
阿藤さん、馬場さん、そして運営に関わって頂いた皆さま、
ありがとうございました。
2012年11月15日 9:40 · 編集済み · いいね! を取り消す · 4



阿藤 淳一 あ〜... 筒井さんがいればもっと盛り上がったのに〜(T_T) って、お風邪は大丈夫ですか?
2012年11月15日 9:41 · いいね! · 2



筒井 重浩 阿藤さん、おかげさまでだいぶ良くなり



コメントする...

佐藤 洋子

あつみ温泉 いしぐろや

www.facebook.com/e4968



あつみ温泉 いしぐろや

いいね! 89人・話題にしている人78人・チェックイン 103件

✓ いいね! しました

メッセージ * ▾

- ◆ ¥ (0~1,000円)・ショッピング・小売り・カテゴリを追加
- ◆ 〒999-7204 山形県鶴岡市湯温泉甲232
- ☎ 0235-43-2006
- 🕒 月曜日の7:30 - 19:30まで準備中

基本データ



写真



いいね!



地図

フェイスブックでまんじゅう完売

SNS (交流サイト) でモノを売るのは難しい、という声もあがり始めたなかで「フェイスブック (FB) でまんじゅうがあつという間に完売した」という話を聞きつけた。早速、情報を提供してくれた山形県鶴岡市のFB研究会「みんなで集えば文殊の知恵」の阿蘇淳一さんに話を聞いてみた。

その商品は同市のいでゆまんじゅう製造本舗いしぐろやが販売する「あげまん」。研究会の仲間が「おいしいか

竹内謙礼の
KINOKOZUMI
▶6

ら買った」とFBでつぶやいたところ、コメントを見た仲間が次々と買いに来て50個ほどが完売したという。

もともと研究会は、地元企業や商店で働く人を中心に40人ほどで立ち上げた。最初は地元の情報交換の場としてFBを利用してはいたが、これら情報に接した仲間たちが消費行動を起こすこ

とがわかった。そこでFBに販促情報を積極的に流し、お互いにお客さんを呼び合うツールとして活用し始めた。

鶴岡市は人口13万人で、地元住民は活動エリアが限られるため、情報を得てから消費行動に移るまでの時間差が小さい。研究会はわずか40人だが、周辺の住民に情報が波及する分も含め、



研究会参加者の店にとっては、ありがたい「団体客」となる。

FBという自己増殖的に人の輪が広がる「規模の大きさ」に目が向きが

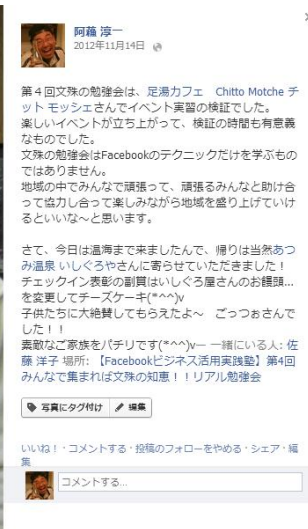
ちだ。だが、実は地方都市のような地域では、小規模のネットコミュニティが大きな影響力を発揮することもある。業者らが核となって住民を巻き込んだり、業者が地域色の強いFBに参加したりする形で仲間の輪を広げれば、それはより大きな顧客の塊になる。疲弊した地方都市の業者にこそ、こうしたネットコミュニティとの上手な付き合い方を研究する価値がある。(マーケティングコンサルタント)

【活動報告】

佐藤 洋子

あつみ温泉 いしぐるや

www.facebook.com/e4968



【活動報告】

北村 薫

カメラの七桜

www.facebook.com/camera.nanao

FUJICOLOR デジカメプリント

潤いコラーゲンでぷるんとハリ肌
独自のナノ技術でお肌の「ハリ」に実感を



カメラの七桜

いいね！ 99人・話題にしている人51人



✓ いいね！しました

メッセージ



カメラ/写真

カメラときれいなカラープリントの店 FUJIFILMアスタリ
フト店 山形県酒田市中町2丁目3-15

公式ホームページ

基本データ



写真

👍 99

いいね！



イベント



FUJIFILM アスタリ...

5 ▾

北村 薫

カメラの七桜

www.facebook.com/camera.nanao



榎本幸作

舟盛りに満面の笑顔♪ — 工藤 友香さんと食事処 海鮮どんや とびしまにいます。



いいね! を取り消す · コメントする · 投稿をフォローする · 2012年12月5日 12:19 (携帯より)

あなたと阿藤 麻美さん、工藤 友香さん、三浦 一志さん、他48人が「いいね!」と言っています。

コメント7件をすべて見る



村岡 勉 至福の時

2012年12月6日 7:54 · いいね! · 1



工藤 友香 至福の時、この後清腹の時^^

2012年12月6日 9:12 · いいね!



工藤 友香

カメラの使い方教わったので、うまく撮れるような気がしてきました(^o^)

し北村 薫北村 薫先生のお話おもしろ〜い!! — 北村 薫さんと一緒にです。



いいね! を取り消す · コメントする · 投稿をフォローする · 2012年12月5日 14:37、山形県酒田市付近

あなたと佐藤 久さん、榎本幸作さん、三浦 一志さん、他35人が「いいね!」と言っています。

特別講演

「売れない時代にローカルビジネスをもっと元気に」



講師プロフィール 竹内謙礼 氏

大企業、中小企業問わず、販促戦略立案、新規事業、起業アドバイスを行なう経営コンサルタント。有限会社いろは代表取締役。

大学卒業後、雑誌編集者を経て観光牧場の企画広報に携わる。

楽天市場等で数多くの優秀賞を受賞。

現在は雑誌や新聞に連載を持つ傍ら、全国の商工会議所や企業等でセミナー活動を行い、「タケウチ商売繁盛研究会の主宰として、多くの経営者や起業家に対して低料金の会員制コンサルティング事業を積極的に行っている。

特にキャッチコピーによる販促戦略、ネットビジネスのコンサルティングには、多くの実績を持つ。

NPO法人ドロップ SHIPPING・コモンズ理事長としてネット副業の支援と普及にも力を入れている。

著書に『売り上げがドカンとあがるキャッチコピーの作り方』（日本経済新聞社）、『御社のホームページがダメな理由』（中経出版）、「会計天国」（PHP研究所）ほか、多数。

有限会社いろは <http://e-iroha.com/>

※竹内氏最新刊

お客の心が読めるメガネ ¥1,365

<http://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4761268670/>

本日の講座のテーマ

Facebook等のSNSは、
本当にローカルビジネスの販促で
使えるのか検証



自己紹介

竹内謙礼

(たけうち けんれい)

雑誌編集者、観光施設広報を経て、経営コンサルタントとして独立。キャッチコピー、販促企画、ネットビジネスを中心に商工会議所、企業等でコンサルティング活動を行う。日経MJ・日経レストランにて連載。

安売りしないで
お客をガッチリ
つかむ技術

竹内謙礼

なぜ1680円の
タンメンが
売れるのか？

売上頭打ちを確実に解決する
不況でも売れる
ネットショップ
の作り方

竹内謙礼 / 株式会社スタッフラボ

今までのノウハウでは生き残れない！

- 「ネットでも売れる商品」の発掘方法
- ネットショップの集客・販売の仕組み
- 集客・販売の仕組み
- 集客・販売の仕組み

最短で結果が出る
「新しい稼ぎ方」
を伝授

月収200万の
ネットショップが
初めてわかる
儲けのコツ

キーワード広告
の使い方

津井 多美氏

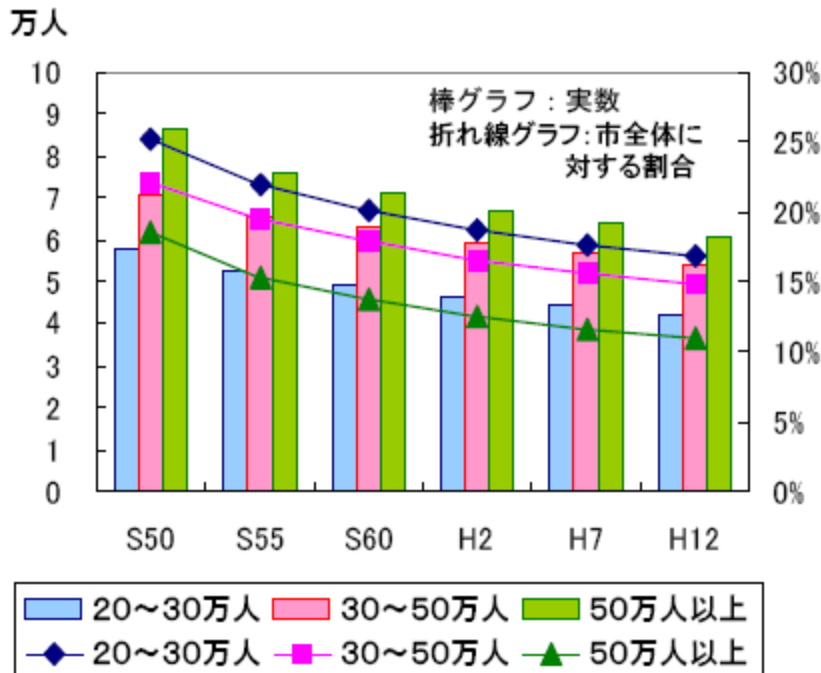
月に100万稼げる
ドロップ
 SHIPPING

本当に儲かる
テクニック！

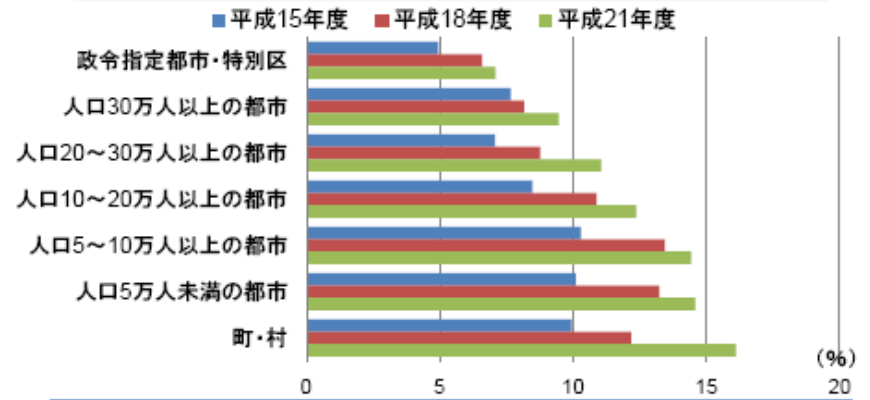
ネットで
売れるもの
売れないもの

地方都市の疲弊が続く

市中心部(3km×3km)の人口推移



商店街における都市規模別の空き店舗率の推移



商店街実態調査報告書(内閣府)

※三大都市圏(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県)以外の地域における人口20万人以上の都市(政令指定都市を除く)を対象として国勢調査を集計。

地方都市で注目された ネットショップ運営

- 地方都市にいながら、全国のお客さんを相手に商売ができる！
- 投資が少なくてオープンできる！
- 中間マージンが搾取されない！

しかし、ネット市場は競争が激化

《理由》

- 競合他社の急増
- 価格競争
- 広告費の高騰
- ノウハウの高度化

⇒ 地方都市の中小零細企業では勝てる市場ではなくなってきた。

《参考》

疲弊するネットビジネスの現状

【楽天】

客単価 2006年／2Q 客単価8300円

2012年／3Q 客単価7088円

商品点数 2004年 500万アイテム

2012年 121,104,189アイテム

・ショッピ！ 2010年に20万ダウンロード

ネットショップが相次いで経営破たん

経営破たんした主なEC企業

経営破たん発生時期	企業名	取扱商品ジャンル	備考
07年2月	サクセス	家電	売上高200億円超 当時家電ジャンルECで最大手
07年6月	オープンゴルフ	家電	計画的閉鎖として問題に。モールが補償サービスを始めるきっかけに
08年4月	T.Jグロスネット	ホビー	売上高20億円。ヤフーショッピング 2007年上半期ベストストア受賞
08年5月	ヒルリード	家具・インテリア	楽天ショップオブザイヤー2005 家具・インテリアジャンル大賞受賞
09年2月	玉喜	酒	楽天ショップオブザイヤー2005ワインジャンル賞受賞 EC事業はドラジェ(本社さいたま市)が引き継ぐ
09年5月	ソフテック東海	家電	「第2の秋葉原OG商会」として問題に。モールは被害者に対して補償
09年8月	インテグラル	PC周辺	売上高5億円 モールで人気を集める
09年12月	ティービーオーベッド	家具・インテリア	楽天ショップオブザイヤー2005 家具・インテリアジャンル賞受賞ほか
10年1月	ヴァイスロイ・インターナショナル	ブランド品・アパレル	EC売上高28億円。楽天ショップオブザイヤー2007のジャンル賞をアパレル・ブランドの両方で受賞
10年1月	シーフーズ海商	海産物	テレビショッピングで人気 負債60億円
10年6月	エースマネージ	アパレル	楽天と共同でアウトレットファッションサイトを開設。特設コーナーで販売
10年8月	ワールドシー	海産物	楽天ショップオブザイヤー2008 食品ジャンル大賞受賞
10年8月	シモカネ	家電	楽天ショップオブザイヤー2006 中国・四国エリア賞受賞

日流Eコマース(2010年8月)

「でも、儲かっているところもあるでしょ？」

- ・原価率が低い
- ・広告費が捻出できる
- ・オンリーワン商材
- ・オープン時期が2003年より前
- ・自転車操業
- ・システム会社

⇒Eコマースは商品点数、低価格、多店舗展開の時代へ

では、どうすればいいのか？

- 全国市場を狙うのを止める。
- 高度なノウハウで戦わない。
- 価格競争に巻き込まれない。

⇒ 地方都市は「フェイスブック」による販促に注目！

ただし、私は今まで
フェイスブック販促の否定派の急先鋒でした。

【理由】

- 手間がかかり過ぎる。
- プッシュ型の販促ではない。
- セールスと相性が悪い。
- 新規顧客が集まりにくい。
- 口コミは“販促”ではない。
- 商品を購入するマインドではない。
- 痛い人、痛いコンサルが多い。
- 面白いコンテンツが作りにくい。
- もっと効果的な販促は山のようにある。

今は反省⇒これは「都市部」の人の発想でした。

鶴岡の事例は画期的！



フェイスブックの勉強会を開く⇒仲間を増やす⇒情報を発信する⇒人を集める

なぜ、この販促は成功したのか？

- 地方都市は「絆」が強い。
- 発信者に対して面識がある。
- 専門知識がいない。
- エリアが狭い。
- 情報や娯楽が少ない。
- 他に効果的な販促がない。

しかし、問題点も抱えている

- 管理運営が面倒くさい。
- 規模が拡大できない。
- 「人」に左右される。
- 抜本的な解決にはなっていない。

フェイスブックへの過度な期待は危険

- ・フェイスブックは下火か？
- ・ネットビジネス事業者の“食いつなぎ”市場
- ・「実態」と「情報」のギャップ
- ・コミュニケーション圧力「ソー畜」(相互監視社会)
- ・「俺様ワールド」の危険性
(「いいね！」の高揚感。もう一人の自分)

※参考:「意識が高い系」という病 常見陽平著

どうすれば、今後、フェイスブックは 地方経済の役に立てていけるのか？

- より蜜な関係性を深める。
- 適正人数を守り続ける（新陳代謝はほどよく行う）。
- 参加者を飽きさせない販促企画。

延長戦上で.....

⇒「人口」を増やす。

⇒フェイスブック以外からの集客

⇒ネット以外からの集客強化

特別講座

「Facebookイベントを成功に導く3行キャッチコピーづくり」



講師プロフィール 竹内謙礼 氏

大企業、中小企業問わず、販促戦略立案、新規事業、起業アドバイスを行なう経営コンサルタント。有限会社いろは代表取締役。

大学卒業後、雑誌編集者を経て観光牧場の企画広報に携わる。

楽天市場等で数多くの優秀賞を受賞。

現在は雑誌や新聞に連載を持つ傍ら、全国の商工会議所や企業等でセミナー活動を行い、「タケウチ商売繁盛研究会の主宰として、多くの経営者や起業家に対して低料金の会員制コンサルティング事業を積極的に行っている。

特にキャッチコピーによる販促戦略、ネットビジネスのコンサルティングには、多くの実績を持つ。

NPO法人ドロップ SHIPPING・COMMONS 理事長としてネット副業の支援と普及にも力を入れている。

著書に『売り上げがドカンとあがるキャッチコピーの作り方』（日本経済新聞社）、『御社のホームページがダメな理由』（中経出版）、『会計天国』（PHP研究所）ほか、多数。

有限会社いろは <http://e-iroha.com/>

※竹内氏最新刊

お客の心が読めるメガネ ¥1,365

<http://www.amazon.co.jp/exec/obidos/ASIN/4761268670/>

まずは好き勝手やってください

- 深く考えると、非常に難しい媒体です。
- 慣れることが大事です。
- 空気を読むことが大事。
- 「友達」になることが最優先。

1ヶ月ぐらいはSNSで遊んでください。

慣れてきたら、コンセプト作り

- 誰をターゲットにするのか？（町の人？）
- どのようなキャラクター、ストーリーを見せていくのか？
- 目標は？（1日5回発言する等）

※儲けを生み出さない事業は長続きしない。

執筆のネタの注意点

- ・「共感」してもらおうネタを書く。

地元ネタ。「あるあるネタ」。年代ネタ。言われてみればネタ。

- ・スタッフの裏話

まかない料理、フェイスブック限定メニュー、プロが教える魚の美味しい煮付け

- ・「へえ～」を意識する

裏道、お買い得情報、美味しい食べ方

- ・盛り上がっているように見せる

お客さんの行列の写真、食べている写真、コメントの数、いいねボタン

- ・「いい人」でなくてはいけない。

ボランティア活動、子育て、ゴミ拾い

フェイスブックのキャッチコピー術

- いきなり結論から書く。

「6名の友達が今、すし屋にいます！」

- 売り込み情報っぽく書かない。

「セール情報！」⇒×

「すみません、ちょっと助けてください」⇒○

- 「読む人」の個人名をイメージする。
- キャッチよりも「写真」が大事。

表彰式

第5回文殊の知恵リアル勉強会
優秀チェックイン表彰

【ランチ チェックイン】 佐藤 久 アート水引



【勉強会 チェックイン】 北村 薫 カメラの七桜



【町探索 チェックイン】 本間亜紀 エコーグループ



次回勉強会のご案内

※文殊FBグループは、勉強会参加下さった方を登録させていただきます。次回は以下の通り開催。

◆平成25年2月20日(水) PM予定

◆場所 湯田川温泉つかさや旅館

◆定員 30名

※希望者が多い場合は、午前午後に分けて開催します。

◆費用 ランチ & 参加費1300円 お風呂300円

◆テーマ

『facebookプロフィール&カバー写真を最適化する』

⇒今回の第6回勉強会イベントページに詳細案内しました。