

# 事例集・解説編

## 3. 引き出物カタログ

Before



こちらは高級梅干しのカタログです。  
一粒 500 円以上する、とても高価な梅干しです。

高級梅干しの需要は、ほとんどがご贈答用。  
そうなるとうとうもお中元やお歳暮の時期に売上が偏ってしまうため、  
通年の売上を見込み、引き出物業界に進出しました。

……が、結果は思ったほどではありませんでした。

そんな折に「カタログを改善して、引き出物での売上をあげたい」とご依頼を頂きました。

早速、競合の引き出物カタログを端から取り寄せ、  
改善前の高級梅干し（引き出物）カタログと見比べてみました。

するとやはり、デザインこそ違うものの、全てのカタログが同じような内容です。  
**商品名、写真、金額、個数しか伝えていません。**

**引き出物選びは大変です。**

結婚前のただでさえ忙しい新婦さんが大量のカタログに目を通し、  
その中から何が良いのかを自分で考えて、自分で選ばなくてはいけないのです。

それを勘案し行き着いた答えは、

**「忙しい新婦さんに、喜ばれる引き出物の選び方を教えてあげよう」**  
というものでした。

After



- ・疲れにいいとされていること (クエン酸)
- ・ちょっと変わった品物 (引き出物では使われていない)
- ・自分用にはなかなか購入しない (1粒 500円以上)
- ・想いが伝わる (縁起物)

など、喜ばれる理由や、実際に引き出物でこの梅干しをもらった人の体験談を書いたところなんと**昨対で218%にアップ**しました。

新婦さんから見て「**どれも同じ**」に見えてしまっていたカタログから、「**参列者に喜んでもらう品物選びを手伝ってくれるカタログ**」に変わることができたんですね。

新婦さんが持つ**悩みに着目し、その解決法を伝える**。  
それによって品質、価格を変えずに売上がアップした例です。

貴社もぜひこのタイミングで

商品の品質・価格を変えることなく、売上UPを目指してみませんか？

また、この「**伝え方**」を変える方法は効果的ですが、

実は数ある方法のうちの一つでしかありません。

**自社商品の新しい伝え方**や、他の様々な方法に興味のある方は

**ぜひお気軽にご連絡ください!**

売れるデザイン研究所

メール  **master@syaraku.jp**

株式会社 写楽

〒104-0061 東京都中央区銀座1-14-10 松楠ビル 4F

電話番号 : 03-5579-9420

「解説編3を見て  
連絡しました」  
と、お気軽に  
ご相談ください!