

花園神社 西の市 東京都新宿区新宿 5-17-3

アイロベックスオフィスがある新宿近辺のオススメのお店をご紹介します。

第1回目はお店ではありませんが、西の市をご紹介します。11/27 は三の西で社員全員で参加してきました。毎年、花園神社にお参りし、熊手を購入しています。今回はオススメのお店ということなので出店のご紹介をします。

お好み焼き 『丸六家』

外がこんがり中はふわふわで東京ではあまり見かけない美味しさです。昼も夜も行列ができています有名店です。

黒いテントが目印で、毎年靖国通り沿いの鳥居前に出店していますのでお近くにお寄りの際はぜひ食べてみてください。屋台の概念が変わります！

丸六家はたこ焼きのお店もあり、こちらもお好み焼きと同じくふわふわで美味しく、

且つボリュームも十分です。

場所は靖国通りの鳥居から入って、次の赤い鳥居を過ぎてすぐです。こちらも目印は黒いテントです。

見世物小屋

他にもいろいろなお店がありますが、日本で唯一らしい見世物小屋が見れるのも花園神社の西の市の特徴です。内容は少々過激なのでご紹介は控えさせていただきますが、へび女なるものが登場するそうです。怖いものが好きな方はどうぞ。

飲み屋

最後にご紹介するのは、飲み屋です。露天だけではなく、椅子とテーブルに屋根がついた“ちゃんとした”お店もあります。お祭りの活気を感じながら、でも落ち着いて飲みたいという方にはピッタリです。

丸六家



▲お好み焼き

▲たこ焼き



◀見世物小屋



◀飲み屋

The 集客

「Web 担当者 Forum ミーティング 2013 Autumn」
Web 脳を捨てよう！

記事: Webコンサルティング部
山田 美穂



▲お気づきになりましたでしょうか。後ろの広告が…アイロベックス！

去る 11 月 14 日、「Web 担当者 Forum ミーティング 2013 Autumn」にて行われていた株式会社 KDDI ウェブコミュニケーションズ 高畑 哲平氏による基調講演のお話をします。内容は「Web 担当者さん、あなたの仕事は会社の業績にホントに役に立ってますか？～企業 Web 担当者・Web マーケターが持つべきマインドセット & 思考トレーニング～」です。

マーケティングにおいて、Web 担当者の大敵になってくるのが“Web 脳”というお話でした。“Web 脳”とは人の行動すべてがインターネット上で行われるという前提で物事を考えてしまうことです。

例えば、出先や移動中の電車の中などで人がスマホをさわっている光景を見ると、「Web を見ている」という固定概念が生まれます。しかし、実際は Web など見えず、ゲームなどアプリをやっている方が大半です。

このような方たちにいくらリスティングなどの Web 広告を配信してもゲームはオフラインなので見ても見えません。もしかしたらリスティング広告よりも駅や電車に広告を出したほうが見えてもらえるかもしれません。

高畑さん自身の事例で説明します。先日彼は、ルイ・ヴィトンのお財布を購入したそうです。しかし、ルイ・ヴィトンが大嫌い、興味もない、ましてや Web で検索もしないのに、なぜ購入に至ったのでしょうか。

【気づき】

六本木のルイ・ヴィトンのショーウィンドウで草間彌生の等身大フィギュアと水玉のオブジェを見た時、草間彌生の作品は好きということで、「あ、なにか草間彌生とコラボしているのかな？」という気づきがあった。

【興味】

別のルイ・ヴィトンの店舗の前を通った時、マネキンが草間彌生モデルの財布を持っているのを見た。初めてルイ・ヴィトンの商品を見て、かっこいいと興味湧いた。

【検索】

かっこいいと思ったので、ルイ・ヴィトンに興味はないが Web で検索をし、商品を確認した。

【購入】

Web 上で商品の情報収集を行った結果、意志が固まり最初に見た六本木の店舗で商品を購入した。

【共有】

商品に満足したので、そのお財布を Facebook でシェアしたところ、それを見た友人 2 人が購入した。

この事例のように、ターゲットではない人を取り込むにはオン・オフの境目なくマーケティングすることが必要です。

Web 担当を長くやっていると、Web 上での施策ばかりに囚われがちです。では、自社商品を知らない、興味がない人を取り込むにはどうすればよいのでしょうか。

そこで出てくるのがオフライン広告です。いくら興味のない方も街や電車の広告は目に入ってきます。そこで気づき、興味を持ち、検索へとつながっていきます。みなさんも覚えがあるはず。駅の階段で毎日目にする広告。興味がなくとも覚えてしまっているはず。

Web マーケティングといっても、どこからどこまでが Web 担当の仕事なのかを線引きするのは自分自身です。

会社の事業やビジョンなどを理解し、その為に Web でなにができるかを追求する。Web はあくまで目標を達成させるまでのスキルやツールと考えるようにしましょう。

狙っているお客さまに対して「Web でのアプローチだけで十分なのだろうか？他のアプローチ方法は？」という柔軟な考え方が必要ということを学んだセミナーでした。

編集後記



西の市の賑やかな 11 月も終わり、もう 12 月ですね。これから忘年会のシーズンになることですが、やはり飲みというのは重要なんじゃないかということで新コーナー「今宵の酒は新宿で…」始めました。アイロベックス社員オススメの飲み屋をこれから紹介していきます。
Web コンサルティング部 yamada

アイロベックス通信は
弊社 HP 上からもダウンロード頂けます。
最新号、バックナンバーも掲載中です。

URL→<http://www.ilovex.co.jp/info/newsletter/>

アイロベックスのソーシャルメディア

Twitter→http://twitter.com/ilovex_official

Facebook→<http://www.facebook.com/ilovex.co.jp>

～自社をどう守るのか～
消費税転嫁対策

Movable Type 6(ムーバブルタイプ6)について
マネジメントコーチング研修に行ってきました

社長のひとこと —出世大名 家康くん—

出身高校の後輩に誘われて11月15日に浜松市の「やらまいか交流会」に出席してきました。

浜松を愛する人であれば郷土に関わらず出席できるように、2000円の会費なのに鰻のひつまぶしやら浜松餃子やら、地元になんだか馳走がこれでもかと並んでいました。

郷土愛はあるものの、情報が足りないわたしは、ゆるキャラの出世大名家康くんを初めて知りました。

調子によって写真撮影したのは良いのですが、まさかこんな顛末になるとは・・・。

実は日本一を決める「ゆるキャラグランプリ2013」で、家康くんは中間発表でダントツの1位だったのです。(この時は、市長も絶好調!)しかし、その後の最終の結果発表(11月24日)で栃木県佐野市の「さのまる」に敗れ2位となってしまったわけです。

2位でも私にとっては驚きの良い結果ですが、調子に乗っていた市長は「家康くんが1位になれなかった場合にちよんまげを切り、“出家”大名する」という公約を出していたようです。

どうもこの写真は、「まげ付きの出世大名家康くん」との貴重なツーショットになったようです



代表取締役社長 杉山 淳子

記事：Webコンサルティング部
村上 宜久

消費税込 消費税転嫁対策 ～自社をどう守るのか～

消費税増税は平成26年4月1日からですが、平成25年10月1日から特定事業者(買い手)による消費税の転嫁拒否等の行為を禁止する「消費税転嫁対策特別措置法」が施行されたのはご存知ですか。

消費税増税が行われた際、取引先から「消費税分を負けてくれ」などと言われることがあるかもしれません。自社を守るため、また自社が法律を犯す加害者とならないために「納品側としての対策(売り手)」と「発注側(買い手)の注意点」を簡単にまとめました。

消費税込 消費税転嫁対策 ～自社をどう守るのか～
■禁止される行為とは

1.減額・買いたたき
×消費税分を払わない
×支払の段階になってから消費税分を下げる
×納品物は変更がないのに新しい税率分の上乗せをしない(税込み価格として据置き)

2.商品購入、役務利用または利益提供の要請
×商品購入の要請：売り手が買い手の指定する商品を購入しなければ、消費税の上乗せに当って不利な取り扱いをすることを示唆する
×売り手に商品やチケットの購入をお願いしたり、買い手の施設やサービスの利用を要請したりする
×消費税の上乗せに応じる代わりに、売り手に対して協賛金を要求する
×消費税の上乗せに応じる代わりに、売り手の従業員やスタッフの派遣を要求する
※協賛金や協力金等、名目のいかに問わず行われる金銭の提供、作業への労務の提供等をさせることも該当します。

3.「本体価格(税抜価格)での交渉の拒否」として問題となる具体例
×売り手が提出した「本体価格と消費税額を別々に記載した見積書等」を買い手が拒み、消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させる
×買い手が消費税額を加えた総額しか記載できない見積書等の様式を定めて、売り手にその様式の使用を余儀なくさせる

以上のような転嫁拒否等を公正取引委員会等に知らせたことによる取引停止や不当行為は禁止されています。

■禁止されている表示の例

1.消費税増税分を転嫁していない旨の表現

- ×消費税は転嫁しません
- ×消費税は当店が負担しています
- ×消費税はおまけしています
- ×消費税還元セール
- ×消費税増税分を据置きしています

2.消費税の全部または一部を値引きしているような表現

- ×消費税増税分を値引きします
- ×消費税8%還元セール
- ×消費税率の上昇分をレジにて割引

3.消費税に関連して経済上のサービスを提供する表現

- ×消費税相当分をポイント還元、または商品券などで還元
- ×消費税相当分の商品をプレゼント
- ×消費税増税分をキャッシュバック

■値札表示などの表示方法について

値段の表記について税込み価格の表示となつて久しいのですが、今回の5%→8%→10%と税率が変更することもあり「総額表示義務」に特例が設けられます。

具体的には、平成25年10月1日から平成29年3月31日までの間、税抜の価格表示も認められます。9,800円(税抜)という表示から平成29年3月31日まで行えますので消費税率が変更する度に表示方法を変える必要がなくなります。

【注意点】

店内のレジ周辺だけ、商品カタログの申込用紙だけ、Webサイトの決済画面だけといったような誤認防止の価格表示は認められません。店の外に値段表記をしている場合は注意が必要です。

誤認防止表記をしても車などの走行中に目にする看板であれば消費者にとって税抜なのか、税抜

なのかなどハッキリと分かるものでなければ認められない場合もあります。

■転嫁カルテル、表示カルテルについて

転嫁カルテルは、独占禁止法に違反することなく、商店街や事業団体に消費税に基づく計算において、切り上げ、切捨て、四捨五入等、どのような表示にするか決めることができます。ただし、こちらは事前の申請が必要になります。また、3分の2以上が中小企業であることなど許可されるには条件がありますのでその点もご注意ください。

表示カルテルについては、全ての事業者・事業者団体に認められています。

■加害者とならないために

以上のような内容を自社が買い手、売り手のいずれにおいても違反することないように気をつけてください。

注)この記事によるいかなる損害やトラブルの責任は一切負いかねますので、記載した内容だけでなく、財務省などの消費税転嫁対策特別措置法のガイドライン等を確認するようにしてください。



▲消費税額を加えた総額のみを記載した見積書等を再度提出させ、頭を抱える売り手。ニヤリとする買い手。これはいけませんね!!

Movable Type 6(ムーバブルタイプ6)について

2013年10月16日にMovable Type 5から3年9カ月ぶりのバージョンアップとなるMovable Type 6がリリースされました。弊社では、Webサイト構築をご提案させていただく際、Movable Typeをおすすめしています。

なぜ他のCMSではなくMovable Typeなのかをご紹介します。

■商業メディアから自社メディアへ

今まで企業からの情報発信は、商業メディアへの掲載がほとんどでした。しかし、今後は自社が運営するサイトからコンテンツの発信をしていくことが重要になります。

理由として、広告が非常に迷惑なものとして扱われはじめていくことが上げられます。PCやスマートフォンで目的のコンテンツを目指した時に広告が邪魔をしている時があり、それによって広告主である企業の印象が悪くなる場合があります。

自社サイト内のコンテンツであれば、自社の情報をユーザーが見に来た際に広告などでジャックされることはありません。

■CMSの比較

Movable TypeとWordPressを比較してみましょう。WordPressは無料なので導入費は比較的安く抑えられます。ただし、フリーということもあり、サポートが十分とは言えません。

その点、製品版のMovable Typeは、Six Apart社のサポートがあり安心です。

また、Six Apart社の企業継続性とMovable Type 自体のCMSとしての継続性も選定理由に上げられます。

■新機能

今回発売されたMovable Type 6の新機能をご紹介します。

□Data API

APIとは、「Application Programing Interface (アプリケーション・プログラミング・インターフェース)」の略で、主にOSや、アプリケーションソフトウェアなどが、外部のプログラムと連携するために提供している規格や仕様のことです。

具体的には

- ・Movable Type に保存されている記事や、コメントなどのデータを編集する
- ・記事やコメントを新しく追加する
- ・スマートフォンから写真をアップロードする

といった事が Movable Type の管理画面を使わずにできるようになります。

Data APIは、次のような特徴があります。

- ・Movable Type のタグが分からなくても、HTML や JavaScript といった既存の技術を使ってサイトを構築することができる
- ・JavaScript や PHP など、Perl 以外の開発言語をつかうことができる
- ・Movable Type の認証・権限管理のしくみを利用しているためセキュアである
- ・スマートフォンアプリなど、Webサイト以外から利用することができる
- ・APIを拡張して、独自のサービスやプラグインなどと連携することができる (Perlの知識が必要)

また、JavaScript のライブラリが Movable Type ライセンスで提供されているので、むずかしいことをあまり覚えなくても使う事ができます。

記事：Webコンサルティング部
山田 美穂

□非表示設定

前のバージョンからも機能があった日時指定に加えて、非公開日時の指定もできるようになりました。掲載を落とす際も自動で設定できるので、当日の作業の手間も省けます。

□クラウド版

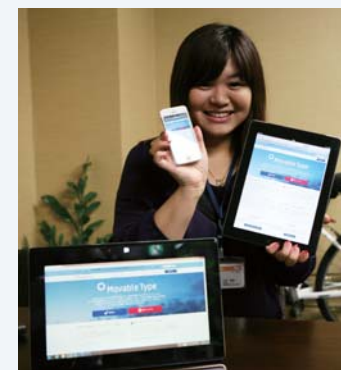
サーバーインストールの手間がないので、簡単に導入できます。

また、常に最新版が使用可能です。また、利用料金の中にメールでのテクニカルサポートが含まれていますので、トラブルがあった場合でも安心です。

導入事例として「ソニー銀行公式ブログ ソニー銀行」で採用されています。金融機関も採用する安全性です。

さらに使いやすく、新機能の追加や、セキュリティが強化したMovable Type 6。

御社も導入を検討されてみてはいかがでしょうか。



▲PC、スマートフォンなどに対応するレスポンス Webデザインテーマも提供されています。

■マネジメントコーチング研修に行ってきました

記事：システム事業部
中村 千穂

今年の6月から11月まで、「マネジメントコーチング研修6カ月プログラム」というものを受けてきました。

コーチングと聞くと、新人教育や社員教育のための手法でしょ?くらいのもので分かったつもりでいました。また、コーチングといえば「傾聴」という言葉が出てくるかと思いますが、自分は人の話をよく聞いているつもりでも学べば学ぶほど、これまで全くできていなかったことに気づかされました。

傾聴とは、自分が聞きたいことを話してもらうのではなく、相手が話したいことを話してもらうことです。相手の立場や状況、感情に寄り添い、共感し、受け入れ、理解することが大切だと言われています。

そのためには、相手の話をよく聞き、自分がどのように受け止めたかを自分なりに要約したり、繰り返したりしながら話してくれた相手に確認します。そうすると、ちゃんと聞いてくれている、理解しようとしてくれているということが伝わります。

また、言葉の使い方ひとつで状況が一変することも学びました。相手に対する言葉もそうですが、自分自身に向けての言葉も同様です。

コーチングをするには、自分自身の状態も良い状態である必要があります。落ち込んでいたり、何かしら不満などを抱えている状態では、人の話をきちんと聞くことはできません。「自分のご機嫌は自分で取る」というのが、研修の合言葉でしたが、どうしようもない状況に陥った時でも、プラスの言葉を発し、プラスの視点を探し出すことで、状況は一転するかもしれません。

外的要因で感情が動かされることなく、自分でプラスの何かを探し出せるようになりたいものですね。



▲西の市で熊手を買いしました! 左から中村、杉山、小幡

買取・リユース業務管理システム



買取依頼、査定～入金までの一連の流れをインターネット上で管理することのできる ASP システム

お悩み 「顧客管理を Excel などで行っているため煩雑」「やりとりが、メールや電話のため買取管理と顧客が紐付いていない」「買取件数、買取金額などの分析に手間がかかる」

「TAKUHAI」を導入すると一連の流れを一括管理できます!!



- ココが Point !
- ・ホームページにリンクを貼るだけ
 - ・宅配買取申込みページとお客さま専用のマイページ
 - ・買取業務の管理画面がご利用可能
 - ・既存サイトのデザインに合わせて変更も可能
 - ・買取サイトの有無にかぎらず簡単導入

まずは、ご相談を!

お問い合わせ：03-3232-2525