

カスタードクリーム  
スフレパンケーキ



生クリーム  
スフレパンケーキ



ふわわり、しっとりした食感の  
ほんのり甘いパンケーキに美味しさを添えて  
自家焙煎コーヒーにピッタリのスイーツです

## スフレパンケーキ



たっぷりイチゴの  
スフレパンケーキ



ベリーベリー&ソフト  
スフレパンケーキ

## 招来招福 その163

### ～安売りチラシ乱発をやめる勇気～

あるドラッグストアから興味深い報告が届いたので紹介しよう。

ドラッグストア業界では低価格競争が激化していることは言うまでもないが、この店も同様だった。しかしこの店主はまず三ヶ月間、このコラムでお話ししているもろもろのことを実践し、次いで思い切って今までうってきた安売りチラシをやめた。毎月末に二万枚うっていたチラシをやめるには勇気がいったが、結果売り上げはさほど変わらなかった。

もっとも彼もチラシをやめただけで、ほかに何もしなかったわけではない。先の三ヶ月間で既存客へ直接アプローチができるようになっていたので、売り上げを不特定多数へのチラシに頼る代わりに、既存客へのDMに集中させたのだ。

そのDMでもたくさんの商品を列挙して価格訴求するのは一切やめた。代わりにある月には、自分が自信を持っている商品を二品、丁寧に説明した。

その結果、一方の商品はなんと前年同月比521%を、もう一方の商品も250%を達成した。521%の方は価格千円以上の健康ドリンク、250%の方にいたっては五千円近い価格の保健薬だ。

店主いわく、「今までこの価格帯のドリンクや保健薬は、一生懸命説明して、サンプルを渡して何回かご来店いただいて初めて一個売れるような商品だったのですが、十二月はいきなりお客様の方から「これください」と来るので、むしろこちらの方がたじろぎました」

私は感心した。絞り込んだ二品の伸びもそうだが、何より価格競争しかないと思われがちな業態でも、こういうことが起きることだ。

ここで私は価格訴求型のチラシが無駄だと言いたいわけではない。しかしこのエピソードは、それ以外のアプローチも十分有効であることを物語っている。

日経（招客招福より）