

2008年3月24日  
社団法人日本印刷技術協会

### JAGAT 新刊書籍：『こんな"間違いDM"作っていませんか？』

～目からウロコの改善提案 70～

2008年3月23日刊行

社団法人日本印刷技術協会（略称：JAGAT、本社：東京都杉並区、会長：大鹿洪司）は、2008年3月23日に新刊『こんな"間違いDM"作っていませんか？』を刊行し、それにともない発売を開始いたしましたのでお知らせいたします。

#### 内容

DMは、誰しもが最も馴染みのあるメディアであり、ツールです。印刷関連企業にとっても特に身近なものです。しかし、残念ながらDMと呼べない「不完全」なものはもちろん、「まがいもの」「もどき」が多々あります。

本書では、無意識にしまっている「間違い」や「おかしな点」への気づきを通して、真に1対1の親密な会話関係を育て強化するDMを作るための、70の「視点と工夫」を示し、解説しています。本来の「ダイレクトマーケティング」の意義をきちんと理解したうえで、効果的にデザイン・制作するための1冊です。

企画・営業担当者のみならず、コピーライター、デザイナーなどDMに携わるすべての方が、「人を動かすDM」「対話できるDM」づくりを学んでいただく内容となっています。本書を通して、よりお客様の心に「届く」「響く」DMを企画・制作していただけるようになります。

#### データ

タイトル：こんな"間違いDM"作っていませんか？

著：大槻 陽一

定価(税込):2,100円(本体価格:2,000円)

判型：A5判

頁数：168ページ

ISBN：978-4-88983-093-4 C 3063

発行：社団法人日本印刷技術協会



## (目次)・70の「視点と工夫」

### 序章 ダイレクトマーケティングを知っている？

- 1 DMって郵送(宅配)するチラシ？
- 2 "名指しのコミュニケーション"であることをわかっている？
- 3 「ゴミを送っているのかも…」という謙虚さを持っている？
- 4 「お金かけて作っているのに、レスポンスはいまひとつ」なDMになっていない？
- 5 このDM、もらって嬉しいと思う？
- 6 ダイレクトマーケティングを知っている人は少ない!?
- 7 ダイレクトマーケティングの定義を調べたことはある？
- 8 用語をみんな同じ意味で理解している？

### 第1章 これってマーケティングしているつもり!?

- 9 クーポンつければみんなが来店すると思っていない？
- 10 オファーを"オマケ"と考えていない？
- 11 「締め切り」の設定を忘れている？
- 12 「AIDMAの法則」を活用している？
- 13 発送日も大切なマーケティング事項だと思っている？
- 14 "タイミング"を逃していない？
- 15 申込先電話番号は申込欄だけに入っていればいいと思っていない？
- 16 何か入れておけば開封してくれると思っていない？

### 第2章 DM設計の基本を知らない!?

- 17 記入例はなぜ左側なのか知っている？
- 18 申込方法・申込用紙を真剣に設計している？
- 19 返信用ハガキには必ず「目隠しシール」をつけている？
- 20 封入物を入れる順番があるのを知っている？
- 21 "仏作って魂入れず"になっていない？
- 22 ハガキと封書だけがDMの形状？
- 23 雨の日にDMの重さを量ったことがある？
- 24 "白"を使う怖さを知っている？
- 25 切手を貼るのは面倒だと思っていない？
- 26 どこから送っても同じと思っていない？
- 27 宛名ラベルにも神経を使っている？

### 第3章 このデザインどこが変!?

- 28 折り紙で鶴を上手に折れる？
- 29 チラシを折り畳んで入れておかしいと思わない？
- 30 "買う気"にさせるデザインになっている？
- 31 ブローシャーばかりに力を入れていない？
- 32 レターを"流し込み"程度で安易に処理していない？
- 33 冊子タイプのブローシャーは必ず1ページ目から読んでくれると思っていない？
- 34 外封筒を単なる"容れもの"と考えていない？

- 35 コスト意識を持ってデザインしている？
- 36 申込ハガキは「2g以内」と即座に答えられる？
- 37 「料金後納マーク」もPRに使えるって知っている？
- 38 「色覚特性」に配慮してデザインしている？
- 39 封筒の大きさが正しく言え、展開図が作れる？
- 40 再生紙を使えば環境対応OK？

### 第4章 これはコピー違反!?

- 41 「業界トップ!」「世界初!」で心が動くと思っていない？
- 42 カッコいいのがいいコピーだと思っていない？
- 43 エモーションなコピーを"もっともだ"と思っていない？
- 44 「今すぐ!」「無料」「先着」「限定」は下品な言い方だと思っていない？
- 45 本当にお客様にとって「重要」だと思っている？
- 46 「どんどん買わせる」という言い方に疑問を感じない？
- 47 「落ち着きがない」と言われたら、嬉しい？
- 48 ロングコピーは読まれないと決めつけていない？
- 49 「皆さま」と言って何もおかしく思わない？
- 50 「あなた」と自然に語れるようになれば一人前!?
- 51 レターを"時候の挨拶文"と思っていない？
- 52 レターを"名無しのゴンベエ"にしていない？
- 53 レターの肝は"追伸"にあるって知っている？
- 54 "無料"には誰もが反応すると思っていない？
- 55 フリーダイヤルは誰もが無料と知っていると思っていない？
- 56 校正って"誤字・脱字チェック"だけだと思っていない？
- 57 "特別"をつけると大袈裟だと思っていない？
- 58 同じことを繰り返すのは"しつこい"と思っていない？
- 59 ネガティブ表現は何かあってもNGだと思っていない？
- 60 「御中」を日常的に使っている？

### 終章 DMのいい悪いはここで決まる!

- 61 一石二鳥、三鳥、四鳥の欲張りDMも知恵次第!
- 62 意識的にDMコレクションしている？
- 63 優秀な営業マン、1人頭80円也!?
- 64 「リレーションDM」って知っている？
- 65 「可変印刷」すれば One to One 対応は完璧？
- 66 送られてきて「嬉しい」「面白い」と思う？
- 67 外食の時、必ず「ごちそうさま」と言っている？
- 68 "私"コピーから、"あなた"コピーへ
- 69 これからのDMはもっとデジタル化すると思う？
- 70 「ユニバーサルデザインの7原則」をスラスラと言える？

## 著者

大槻 陽一

1956 年生まれ。京都府出身。蟹座の O 型。大学は文学部で、魯迅・親鸞・ドストエフスキー・万葉集などを学ぶ。

レナウン宣伝部でコピーライターとしてブランド・マーケティング、日本初のダイレクトマーケティングエージェンシーである第一企画ラップアンドコリンズ（現 ADK ダイアログ）のクリエイティブディレクターとしてアメリカ流 One to One マーケティング、そして大広のコピーディレクターとしてマスマーケティングに基づくマス広告を数多く経験した後、独立。ダイアログを理念とするプランニングブティック（有）大槻陽一計画室のコミュニケーションストラテジスト。エスモードジャポンや日本デザイナー学院等で広告論の講師も歴任。（社）日本印刷技術協会ではセミナー講師と共に、『月刊プリンターズサークル』で連載と AD コラムを持つ。他に、全国の JA 中央会で、広報・イベント企画やアイデア開発の講師も務めている。全日本 DM 大賞審査委員、ポスタルフォーラム「DM 制作教室」講師、「レスポンス広告塾」講師としてダイレクトマーケティングのコピーライターの教育・育成にも力を入れている。

著書に『よくわかる販売促進入門』（日本能率協会マネジメントセンター）、『DM・チラシで実践するマーケティング発想力（通信教育テキスト）』（日本印刷技術協会）など。

## 社団法人日本印刷技術協会とは

社団法人日本印刷技術協会（Japan Association of Graphic Arts Technology : JAGAT）は、印刷に関する技術の開発・向上により、印刷および関連産業の発展、貢献を目的として 1967 年に創立された経済産業省（旧通商産業省）認可による公益法人です。

### お問い合わせは

#### 【書籍に関するお問合せ先】

〒166-8539 東京都杉並区和田 1-29-11

社団法人 日本印刷技術協会

書籍販売担当

TEL 03-3384-3115 FAX 03-3384-3216

URL : <http://www.jagat.or.jp/books/index.htm/>

#### 【リリースに関する件】

広報担当 まで

TEL 03-3384-3112 FAX 03-3384-3116