



# 曾根田通信

第46号

令和元年9月

株式会社追客力 電話：03-4455-9265 F A X：03-5539-4783

■■■この曾根田通信は、私達がこれまでご縁のあった方にだけ差し上げている個人通信です■■■

今年の夏はすごく暑い、と予想されましたが、8月の終わりごろは雨も多く、どちらかという去年より涼しかったような気がします。季節はもう秋ですね。食欲の秋、スポーツの秋、読書の秋。皆さんはどんな秋にする予定ですか？私はあることを復活しようと目論んでいます…

## ◆巨大迷路に息子と二人で◆

幕張メッセで開催されていた8大迷路のイベントに参加してきました。それぞれの迷路にテーマがあるのですが、その中でも面白かった1つが鏡の迷路。

迷路内の壁がすべて鏡で、どこが通り道なのか、手探り状態。なかなかわからず何度も入口に戻ってしまいましたが、出口に到達したときは「出られたー」とほっと一息です。もう1つ楽しかったのが体内迷路。



迷路を通して、体内のことを学べる。もちろん、口から入ります。小さいころに、とても小さくなる乗り物に乗って病気を倒すアニメがありました。こんな感覚だったんでしょう。食道、胃、口から入って… 小腸、大腸を通してゴールはもちろんお約束の巻き〇〇。子供は本当に大好きでみんな登っていました。息子も笑顔で登頂。他にも様々な迷路があったのですが、混雑しすぎて7つで終了。



お約束の！



午前中で終わり、昼ご飯をと思って近くのイオンモール海浜幕張に行くと、ちょうど夏休みイベントでチョコプラのTT兄弟が来店するイベントが！TT兄弟のネタを家でもやってしまうくらい好きな息子はもちろん、生でチョコプラを見たい！しっかりと目に焼き付けました。家に帰って聞いてみたら、迷路よりもTT兄弟に会えたことのほうが嬉しかったようです。複雑な心境ですが、楽しんでもらえたらなら何よりですね。



運動会でのTを発見！

## ◆震度7はとてつもなかった◆

小学校のイベントで避難訓練に参加をしてきました。消防署、消防団、区役所、町内会、PTAの方が集まって、消火体験や煙の中の歩行体験、炊き出し体験をしたのですが、その中でも一番すごかったのが地震体験。



隠れ遅れる息子

テレビで見たことがありますが、実際に自分で体験したのは初めて。まずは息子が震度6で体験。結構揺れていましたが、息子は余裕の表情。最後に私も体験。大人には震度7です。揺れ始めが大きい。歩くなんて無理。立ち上がることも難しい。机の下に隠れようとしても、滑り落ちるようにしか移動できません。震度7ってこんなにすごいのか。大地震の時はまずは収まるのを待つことが大切だと、身をもって感じました。一通り体験した後、家に帰って自宅に常備している防災グッズの食料や賞味期限や電池



右側のピンクが曾根田。生まれたての小鹿のようにガクガク

の寿命など改めてチェックしました。のど元過ぎれば熱さ忘れると言います。年に1回でも、こんな体験ができるのはありがたいですね。

## ◆ 5年ぶりの南越谷阿波踊り ◆

日本三大阿波踊りの一つ、南越谷の阿波踊りを家族で見に行きました。5年前に見に行った時には50万人の人出だったのですが、今年は70万人の人出だったとか。5年で20万人も増えるとはすごい勢いです。実際凄い熱気でした。お祭りは人の心をワクワクさせますね。会社でも様々なイベントを開催したいと思います。



## ◆ 追客サブリ ◆ メールマガジン。3つの目的

メールマガジンは使い古されたツールと言われていますが、それでも多くの会社が今でもメールマガジンを利用しています。LINE やインスタグラムといった SNS が台頭してきていますが、企業アカウントに「いいね！」や友達になってくれた人に限られます。

できるだけ多くの見込み客にアプローチする方法として、メールマガジンの存在は大きいのです。

一方で、メールマガジンを送っても効果がない、という声もあります。

ここで思い出していただきたいのは、メールマガジンは目的ではなく、一つのツールであるということです。

メールマガジンを何かしら送っておけばいい、と考えているとなかなか効果を得られません。

それではメールマガジンはどのような目的で送ればいいのでしょうか？

主な3つの目的とそれぞれのコンテンツ例についてご紹介します。

### 1 記憶してもらう

ネット反響は薄いと言われ、なかなか来店・来場につながらないという特性があります。

ただ、吟味してみると、ネット反響は検討初期段階のお客が多いという事実があります。

そのため、本格的に相談したい、というステージまで検討が進んだ時に、自社が相談される選択肢となるよう、忘れられないためにメールマガジンを送付します。

ただ、この目的だけですと、例えば、仲介売買会社のシステムであるような、希望条件を登録したら条件に合致した新着物件・値下げ物件を毎日送ればいい、という発想になります。

特に売買仲介業で外部の物件管理システムを活用している場合には、ほとんどの場合でマッチングメール機能があります。お客様が複数の不動産会社の HP で会員登録すると、同じようなメールが何通も届くことになり、とユーザーからは売り込みだと敬遠され、読まれなくなる可能性が高くなるので、注意が必要です。

### 2 教育する

お客様は自分のペースで検討を進めますが、その検討を促進するために自社が情報を提供していくという目的です。例えば、「人気のエリアランキング」といったものから、「来店・来場時に気を付けたいチェックリスト 15」というような家探しに具体的

に役立つ内容など、いわゆるコンテンツと言われる内容をユーザーに提供します。

お客様にとってはほとんどの場合、人生で初めての大きな買い物ですので、読んでみたい内容のひとつです。

ただ、昨今、このようなコンテンツは、誰でも作れるような環境になっています（本やネットで検索すれば簡単に入手可能）。

そのため、どこかのウェブページをコピー＆ペーストしたようなコンテンツを送ると、お客様は「なんだ、こんなものなら知っている」と判断し、以後メールマガジンを開かないというリスクがありますので、コンテンツの中身には注意が重要です。

なお、イベントやキャンペーンの告知もお客様を教育する一つのコンテンツと言えます。

### 3 自社を選んでもらう

1と2だけでも十分な効果がありますが、さらに一歩進んで、お客様に選ばれるために、ブランディング目的でメールマガジンを配信することができます。

1と2ではあくまで客観的な情報を提供するだけで、お客様が自社を選ぶ理由にはなりません。（情報提供してくれているというアドバンテージはあります）

そこでせっかくメールマガジンを送付するのであれば、お客様が熱くなったタイミングで、競合を検討せず自社にストレートに相談がくるようにするためにメールマガジンを送付します。

よくあるコンテンツとしては、引き渡しをしたお客様の声を紹介したり、注文住宅であれば新しい施主宅のご紹介をしたりなどです。

ただ、他社も同じようなコンテンツを送っている可能性もありますので、どのように違いをだしていくか検討する必要があります。

以上の他にも、マーケティング・オートメーション等と紐づけるためにメールマガジンを送付する、という目的もあります。

がテクニカルなものなので、今回は割愛します。

メールマガジンで効果が出ない、とお悩みの方は、まずメールマガジンは手段であって目的ではないことをご認識いただきたいと思います。

メールマガジンを使って何をしたいのか。そしてメールマガジンだけでそれが達成できるのか。ご紹介した3つの目的を念頭に置いて、メールマガジンの中身についてご検討いただきたいと思います。

## ◆ まるちゃんコーナー ◆

【爬虫類・両生類・深海魚…LOVE】

我が家の壁で「ヨロヨロ」しているヤモリが可愛い！  
まるやまです(\*ω\*)

幼き頃からはなぜかカエルが好き。ヤモリが好き。深海魚が好き。「未来の朝霞を想像して絵を描け」という小学校の課題では、将来朝霞市は海の奥底に沈み、辺りにはリュウグウノツカイが泳いでいる、という絵を描いていたことも。その話を知った大学の後輩は私にうってつけの場所を教えてくださいました。それは静岡の「沼津港深海水族館」と「あわしまマリンパーク」。

【沼津港深海水族館】

ここへはリュウグウノツカイを求めていきましたが、目を奪われたのはレプリカではない本物シーラカンス！しかも5体！さらにそのうち2体は生冷凍。シーラカンスなんてどうぶつの森でしか見たことない（小声）。



おっけい！大迫力！

シーラカンスの名前の語

源はギリシャ語で「脊柱」。固

い背骨が無く、脊柱と呼ばれるホース状の管が頭から尾鰭までつながっているのだとか。立派な胸ビレと腹ビレをもって歩くように泳ぐそう。このヒレには大きな骨と関節があるのが特徴。他の魚には見られない部分。魚類から両生類へ変化する過程のままの姿・特徴を継続しているのではないかとされています。

ちなみにシーラカンスは筋肉が繊維質で食べても美味しくないのでか。濡らした歯ブラシを噛んでいる触感と表現した人も。ん〜…美味しくないので生き残っているのかな。

【あわしまマリンパーク】

淡島まではフェリーで向かうので何ともワクワクしてしまいます。到着したマリンパークは…。素朴で親しみやすい！イルカやペンギン、ウミガメ等もいるのに素朴。水族館の様にキラキラしているわけでは無いですがとても見どころ満載！カエル館は展示種数日本一。色鮮やかなヤドクガエル！綺麗！（苦手な方ごめんさい）お土産にゆるいカエルのぬいぐるみを買って帰りました。



触ったら危ない！

両生類好きな方は是非行ってみてください！ちなみにアニメ「ラブライブ！サンシャイン！！」の聖地にもなっているので賑わっていましたよ。

## ◆ 「埼玉の逆襲」 ◆

実写映画「翔んで埼玉」で埼玉が少し皆様の視界に入ってきたでしょうか。そんな中、埼玉こそ「逆襲」という言葉が相応しい。先日日本屋でふと目に入った1冊です。埼玉なんて知らない！興味ないし！という方は多いかと思いますが、どうかお付き合いください。



【埼玉ってなんかバラバラ】

埼玉県って東西北で県民のタイプというか文化の違いを感じます。それは仕方がない話かもしれませんが。（最初にこれだけは…。東京の前進である江戸は秩父氏の領土でした。平安末期の武士の時代、武蔵国で最大勢力を誇っていたのが秩父氏。その秩父氏から誕生したのが江戸氏であり、江戸の統率や発展に尽力したとか。秩父凄くないですか…？）

江戸時代後、廃藩置県で新たに武蔵国に3つの県が生まれ、一旦荒川以東の地域が埼玉県、以西が入間県。その後ちょっとややこしいことに、入間県は誕生2



県のマスコット、コバトン

年後に群馬と統合されて熊谷県に。しかし地域性の違いから熊谷県のうち旧武蔵国に属していた地域は再び埼玉県へ戻されたのだとか。とりあえず3つの県が存在し、県庁も1つではなかった。県の中心どこよ…まとまりもつの難しい。難治の県です。

【ダサいの語源は埼玉説】

「所詮、なにをしても東京にはかなうまい。だって埼玉だもん。」→だって埼玉→だ埼玉→ダサイ…以上！！

【なにもないは処世術】

出身どこ？埼玉？…へえ〜（ω）と話の盛り上がりを見せることの少ない埼玉。ただ、なにもないを受け入れているからこそ強情にならない。争いごとを好まない、（埼玉で揃ってしまうから）大きな生活の転換を望まない、何事にも動じないマイペースさ。そんな気質があると著者は語ってくれています。

【結構凄いいんじゃないか？埼玉！】

- ・「世界のホンダ」本田技研工業和光本社
- ・サイゼリヤ本社
- ・かっぱ寿司本社…etc。結構本社多いですよ？

何もないとか言いながら、秩父や川越、吉見百穴、山田うどんに彩果の宝石、結構色々ありますし。埼玉に限らず郷土史はとても興味深いと思うので、他都県についても知っていきたいです！

## ～ 発行者コラム ～

### 息子からプレゼントをもらいました！

9月が誕生日の曾根田。息子から誕生日プレゼントをもらいました。何かかなと思って封筒を受け取って開けてみると、そこには細かい紙が沢山。すべて「ぐりぐりけん」と書いてあります。ぐりぐりとは、やったこと or やられたことがある人もいると思いますが、私のほっぺたと息子のほっぺたを密着させて顔を横に振って息子のほっぺたのプニプニを楽しむ遊びです。（息子は嫌がりますが…）わたしがぐりぐりをいつもするので、ぐりぐりが好きなんだろうと、素敵なプレゼントです。



手作りのグリグリけん

でも今はまだ必要なさそう。利用期限は書いてなかったの、息子が中学1年生、高校1年生になったら使ってみようと思います。（曾根田）

### 事務所で暑気払い

事務所で暑気払いを実施しました。暑気払いといってもただお酒を飲むだけではつまらない。何かイベントを、ということでスイカ割りを行いました。10回棒を回ってからスイカに向かいます。全員



当たっても割れない…



へっぴり腰…

しかし、声を頼りにスイカに向かい、力を振り絞って棒を下すと、グシャっという感触。なんとか割ることができました。最後に花を持たせてくれたみんなに感謝です。（曾根田）



なんとか、粉碎！

### 今日は何の日！？

突然ですが9月3日は何の日でしょうか？

ドラえもんのお誕生日と思っただ方！惜しい。我が社社長、曾根田のお誕生日です。かくいう私も当日 Facebook からのお知らせで知った次第でありました。



入社日の朝、丸ちゃんから誕生日をやりたいと相談を受け、ケーキを買ってささやかながら誕生日会をしました。なんせ、サプライズがへたっぴな二人。社長を呼びに行くも冷蔵庫からケーキを出すタイミングがずれ、もうこの辺で隠し通すことも限界だと思った瞬間、ハッピーバースデーの歌とともにケーキを持った丸ちゃんが！この満面の笑みを見ると、当日バタバタの準備になったけれどもお祝いできてよかったなと思いました。

ところで社長、今年で何歳でしょうか。早く見た目年齢に実年齢が追いつくといけアツアツ。皆さんにも誕生日は大切にさせていただきたいです。1年無事過ごせて歳を重ねられた証なので。これからの1年もパワフルな1年となりますように。お誕生日おめでとうございます！！（鈴木）

### ◆ ありがとうのコーナー ◆

ここでは弊社の社員が最近お世話になった方に改めてお礼をお伝えさせていただきます。

- ・青野さん ご紹介、ありがとうございます！
- ・長野さん ご相談、ありがとうございました！
- ・河津さん デザイン、ありがとうございます！
- ・新井さん いつもコメントありがとうございます！
- ・常松さん 暑気払い、ありがとうございました！
- ・高田さん 保守、ありがとうございます！
- ・吉田さん 運用、ありがとうございます！
- ・久保道さん 運用、ありがとうございます！
- ・高澤さん 検定盛り上げありがとうございます！

他にもここには書ききれない皆様へ。いつもありがとうございます！

### 【プロフィール】

【氏名】 曾根田 太郎  
【会社】 株式会社追客力  
【出身地】 東京都江戸川区  
【趣味】 読書（特に歴史小説）、自転車通勤  
【モットー】 七転び八起き  
【その他】 9月でいよいよ最後の30代になりました。久々に妻にプレゼントをもらいました。いくつになっても嬉しいものですね。

【経歴】 大学卒業後、会計系コンサルティング会社を経て、大手不動産ポータルサイト運営会社に営業として転職。ITと不動産について学ぶ。その後、WEBマーケティング会社を経て、(株)追客力を設立。営業マンが尊敬される社会を実現するべく、現在は営業支援システムを開発・提供中。

