

10月の KBS創研



マーケティング
事業部長
谷口純平

10/9は「寒露」。本格的な秋の訪れを告げます。秋商戦もこの頃がピーク。ここを過ぎてからの1ヶ月間は1年で一番の開散期です。次年度に向けた戦略をじっくりと構築していきましょう。

今年の9月は残暑が厳しかったですね。私は気持ちだけでも秋を味わおうと、どんぐりを探しに山へ出かけたりして小さい秋を楽しんでいました。これからの季節は空気が澄みはじめ、空や海の青、野山の緑、そして紅葉の赤という「光の三原色」のコントラストが楽しめるようになります。ちょっとカメラを持って出かければ、額に飾りたくなるようなワンショットが撮れるかもしれませんね。

さて今月のTogetherは、観光・サービス業のプロモーションに欠かせない写真撮影のノウハウについてです。観光・サービス業の商品は手に取って確かめることができないため、消費者にイメージを喚起させる写真が重要となります。しかし、プロのカメラマンに丸投げしたり、高性能なデジタルカメラで撮影するだけでは、思うような結果は出ません。ホームページや広告媒体のプロモーション効果を上げる写真撮影のご支援も、KBSにお任せください！

写真はホームページや広告媒体の効果を左右する重要な要素！

観光・サービス業の プロモーション効果を 飛躍させる 写真撮影のノウハウ ご提供します！

伝えたいコンテンツに連動した写真が 消費者にイメージを膨らませ、受注へと導く！

最近はホームページなどを通じて手軽に情報発信ができるようになりました。その反面、内容の精査が不十分となり、正しい情報が伝えられていなかったり、良くないイメージを与えてしまっているような事例も散見されます。

観光・サービス業の商品は、消費者が事前に見たり、触ったりすることができません。また、販売した後に生産と消費が同時に行われるという特徴もあります。そのため、**プロモーションにおける工夫が非常に重要になります。そのひとつが写真です。**

そこで料理写真を例に挙げ、**伝えたいコンテンツに連動した写真によって、正確な情報を伝え、消費者にイメージを膨らませ、受注に結びつけるノウハウ**をご紹介します。

1 品数や料理の内容を伝える写真では 料理の質や素材の良さまで伝わりません。

「料理が強み」とおっしゃっているにも関わらず、それが感じられない写真が使われている事業者様が少なくありません。

例えば、右の旅行パンフレットに掲載されているような写真。

宿泊プランに含まれている料理の内容を伝えるには有効ですが、料理の質や素材の良さを売り物にしていることまでは伝わりません。



宿泊プランに含まれる料理の内容を伝えるのに有効な写真。でも、「この料理が食べたいから泊まりに行こう」とは思いませんよ。

2 料理の質の良さ伝えるなら、 単品料理をクローズアップした写真が効果的

右の写真は、1の写真の一皿をクローズアップしたものです。技術の高さや素材の使い方などがよくわかり、食指も動きます。**料理の質の良さを伝えるには、単品料理をクローズアップした写真が効果的なのです。**

この写真に、文章で料理長の経歴や素材のこだわり、盛り付けの工夫などを付け加えれば、消費者のイメージをより膨らませることが可能になります。



技術の高さやこだわりを伝えるのに有効な写真。上の同じ料理より、あきらかに美味しそうですね。

3 イベントやブライダルなどの特別な料理は、 「美味しく食べられる雰囲気」の伝わる写真が効果的

右の写真は、1の料理をテーブルセッティングも入れて撮影したものです。特別な食事ができそうな印象を受けます。期間限定の料理プランやディナーショー、ブライダル事業でよく行われている試食会など**特別な料理の写真は、「美味しく食べられ雰囲気」まで伝わる写真が効果的です。**

料理の美味しさは「料理そのものの美味しさ」だけでなく、「料理を食べる雰囲気」にも大きく左右されるからです。



特別な食事ができる印象を与えるのに有効な写真。場の雰囲気が、料理に美味しくそうなイメージを与えていますよね。

クライアント様自身で撮影できる ノウハウを実践の中でご提供します！

写真撮影をプロのカメラマンに丸投げしていませんか？丸投げすると、通常、1のようなボリュームを伝える料理写真しか撮影してくれません。そのため、**効果のせる写真を撮影するためには、伝えたい内容に合わせて、どんな写真が必要なのかをカメラマンと共有することが大切です。**

KBSではこれまで培ったノウハウをもとに、クライアント様からの撮影のご要望にお応えするだけでなく、効果的な撮影カットについてのアドバイスや、クライアント様自身で撮影していただくための実践サポートも行っております。

ホームページのリニューアルや媒体効果へのお悩みなど、写真という観点からもプロモーションのお手伝いをさせていただきます。どうぞ、お気軽にご相談下さい。



コンテンツと連動した写真。「結果を出す」ことへのこだわりや、消費者を引き付けるポイントを知り尽くしているからこそ撮影できるカットです

お問い合わせ・ご相談は、KBSマーケティング事業部までどうぞ！（担当：谷口）
E-mail: j-taniguchi@kbsbiz.com

Topics

日本経済新聞社主催経営セミナー

『採用を成功に導くホームページ活用術』を開催！

【セミナー概要】

日時:10月24日(水)
13:30~16:30
会場:日本経済新聞社
大阪本社8階会議室
定員:100名(予約制)
受講料:8,000円

KBSが日本経済新聞社主催の経営セミナー「採用を成功に導くホームページ活用術」を開催します。第一部は**働いてみたいと思わせるホームページのコンテンツ**について(講師:小社マーケティング事業部長の谷口)、第二部は**企業の採用サイトの成功事例・失敗事例**について(講師:小社のパートナー企業(株)スマイルヴィジョンの代表取締役杉若氏)レクチャーさせていただきます。

昨今はバブル期以来の売り手市場となり、とりわけ中小企業を中心に採用環境が大変厳しくなっております。**観光サービス業は、人こそが資産です。**ぜひこの機会をご活用ください。

セミナーの詳細ならびに、ご参加の方法はこちらをご覧ください。

<http://www.nikkei.co.jp/kansai/seminar/kseminar/top132.htm>

編集 後記

カメラ、パソコンなどのデジタル機器が身近なものになりました。そのため、写真撮りやチラシ作りも自分達である程度のレベルのものができるようになりました。単にプロに任せるのではなく、まずご自身でトライしてみましょう。そうすれば、自分達でできるものとプロの力を借りるものとの区別が自ずと見えてくると思います。(小泉)

株式会社 KBS 創研

本社・関西本部:〒661-0003 兵庫県尼崎市富松町1-9-15-103 TEL:06-6423-5561/ FAX:06-6423-5571
東京本部:〒103-8246 東京都中央区日本橋2丁目6-5 日本橋2丁目ビル6階
TEL:03-3246-1314/ FAX:050-3588-6709

ホームページ(リニューアルいたしました!) <http://www.kbsbiz.com> E-mail koizumi@kbsbiz.com
ブログ「観光コンサルの旅日記」 <http://blog.livedoor.jp/sushi100/>

代表取締役:小泉 寿宏
事業内容:観光・サービス業の
経営支援
設立:2004年4月
地域オフィス:本部/関西・東京