

## 制・作・事・例・紹・介

今回ご紹介させていただくのは、弊社が制作を承った(株)ミクロ様のホームページです。

先様は、広島県世羅町青水の果樹園に囲まれた自然豊かな小高い丘の上に工場を構えられ、主に自動車部品や建設機械部品の製作をされています。

特に、1台の油圧ショベルで多くのアタッチメントが利用可能となる「Mロック」と「Kロック」は、(株)ミクロ様を代表する自社製品で、作業の幅が広がり、コスト削減にも貢献できるという大きな特長があります。



今回のホームページ制作は、新規ではなく既存のものを全面リニューアルということで、どのようにしたら(株)ミクロ様の魅力が伝わるか、何度も打ち合わせを重ねました。その中で、必要に応じて設備や製品の撮影をさせていただき、ドローンによる社屋の航空撮影も行いました。



ドローンによる社屋の航空撮影

また、デザイン面(U I)については、(株)ミクロ様の会社ロゴの「M」と主力製品である「Mロック」の「M」を、コーポレートイメージとして強く印象づけること。そして、「Mロック」と「Kロック」2つの主力製品が、トップページだけでも伝わるように意図してつくりました。

ホームページはあるけどしばらく更新していない、刷新したい、作業する時間がとれない、リニューアルしたいのだがどのようにすれば良いかわからない、アドバイスして欲しいなど、新規開設以外にもお気軽にご相談ください。

## column YouTubeの落とし穴

私は何か調べ物をする際に以前はネットで検索することが多かったのですが、最近ではササッと調べる程度ならTwitterやInstagram、もう少し詳しくといった際にはYouTubeで調べることが多くなりました。皆さんも同じではありませんか？

ここからは私の個人的な話ですが、ふと気づくと最近本を読む時間が以前に比べてかなり少なくなっていました。確かに、先に述べたSNSやYouTubeは手軽に調べられ、しかも無料なので、どうしてもまずはそれらで調べたくなります。

ですが、最近調べた情報の定着率が悪くなったと感じるようになりました(決して年齢のせいではありません笑)。やはり本を読んで得る知識というのは、月日が経ってもしっかりと覚えていることが多いものです。そのことについて、少し調べてみました。

それぞれあくまで目安ですが、SNSの文字量は数百字、ネット記事は1~3,000字、本だと1冊あたり5~10万字だそうです。さらにその本を書くため

に著者は参考文献なども読み、さらに自身の知見を整理して書かれているので、情報の量だけでなく質にも大きな差があると思います。

また、YouTubeやSNSは「見つけてもらう」ために、どうしても食いつきの良いキャッチーな題材になりがちで、本来知りたいことからズレてしまう場合があります。

YouTubeやSNSが最高の情報ソースなのは間違いありませんが、やはりそこに本を読むということも忘れずに加えておきたいと思います。



## オリジナルTシャツ



文化祭  
イベント  
スタッフTシャツ  
etc...

## オリジナルうちわ



お祭り  
ライブ  
スポーツ  
ノベルティ  
etc...

## 2023カレンダー



※画像は2022年のカレンダーです

人気のカレンダーは品切れになることもあり、半年前からご準備いただくのがベストです。

## 不織布マスク



## 除菌スプレー



## ウェットティッシュ



## 見積り します

いずれの商品も、名入れ有無、  
どちらでも承ります。小ロットでも  
お気軽にお問い合わせください！

制作室  
より

## 今月の豆知識

### ● 消費者の心理

人はいったん頭の中で価格が固定してしまうと、以後はその価格を自分の中で判断基準として決定してしまいます。これを「錨おろし(アンカリング)」と言います。

その商品の「値ごろ感」が、ターゲットの消費者の相場に反映しているかどうか重要です。



### ● 不合理なリピーターの心理

人はひとつの考えが頭に宿ると、やがてそれがしっかりと固着してしまう傾向にあります。リーズナブルとはいえない出費をしてでも、同じメーカーやブランドの商品を買い続けるリピーターが良い例です。

一つの対象を選択してしまったが最後、その対象について新たに出てくる条件のすべてをプラス方向に解釈してしまうからのようです。

車がブランド名をずっと使い続けているのは、この心理を利用した戦略です。

