

ウィークリーニュースレター7号 2026

<シール交換ブーム到来>

昨年の社員旅行で経理の富田とお土産店を探索。すると「あっ！ボンボンドロップシールだ！娘に買ってこよう！」と喜んでいました。話を聞くと子供たちの間でシール交換が流行っている。立体感のあるボンボンドロップシールはレアで希少性が高いそうです。こんな所で見つかるなんて！と驚いていました。そんなブームに私も驚いていました。

後日、会食の席でその話になるとシールブームの火付け役は大人だそうです。スマホのカバーは透明にしてシールをはさんでいる。そのシールの交換からこのブームは始まったと教えてくれました。

<たい焼キッチンカーのシール>

年始の挨拶に訪問した、たい焼のキッチンカーでお店のロゴ入りシールを2種類販売していました。1枚100円。やはり親子連れの反応が良いようです。話を聞くと元々シールは販売していました。お客様でロードサイクルのお客様が多いので自転車に貼る人向けに作ったのがキッカケです。シール交換ブームがこのお店に追いついてきた感じです。結果的にシール交換のために購入する人が増えているそうです。たい焼以外の商品売ろう！と以前ニュースレターで書いたことがあります。置いておくだけで売上げが作れる。実演販売では売上に限界があります。たい焼の横に並べておくだけで手に取ってくれる商品はお店にとっても魅力的です。では物販で何を販売すればいいのか？食品は比較的扱いやすいです。ついで買いしたくなる商品であれば何でもOKです。

<物販の実績例>

弊社のお客様ではこれに取り組む人が増えてきました。大福・和菓子・エッグタルトにりんご飴、置いておくだけで売上げになります。ただし食品はロスがある。シールは賞味期限がない。ここに着目したこのたい焼キッチンカーのオーナーは流石です！



訪問した時このオーナーさんはオリジナルのパーカーを着ていました。今後は物販にも力を入れそうです。

<お店のグッズは何のため？>

そもそもグッズを制作する理由とは？ブランディングが理由？お店の認知度を高めるためにグッズは作ります。ただ、個人的にはその考えは個人商店にはあてはまらないと思っています。沢山の人が購入してもらってブランディングは成立する。個人商店では沢山の数は販売できない。では何故作る意味があるのか？

それはお客様の生活の中に溶け込むための道具としてグッズがあると私は考えます。お客様にとってそのお店のロゴやキャラクターが目にとまることで常連さんの日常生活に存在します。目にする回数が増えればお店のことを思い出し、来店回数は上がるはず。今は少量でもオリジナルのグッズが作れる時代です。まずはシール作りから始めましょう！少しでもお客様の日常の目にとまる意味でも効果ありです。

<2月の当選番号確定！！当選番号が5個です！>

2022年3月からスタートした納品書番号のおみくじです！今一度、ルールのご説明。納品書の番号が抽選対象の数字です。下の番号と一致した場合、納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました！」とメールか電話、LINEでご連絡をいただくと確定です。申告の締切は翌月の1日が締め切りです。「3852」「3921」「3986」「4058」「4166」最後のチェックを忘れずに！！

