

Apple ウォッチが発売されましたね!

実際に付けてる人はまだまだ少ないと思いますが、Appleが出す新しい製品として話題になっているので、その存在自体はご存知の方も多いのではないのでしょうか？  
私自身はまだゲットしていませんが、友人が早速購入してましたので、色々触らせてもらいました。今回は少しファーストインプレッション的なものを書かせていただきたいと思います。

まず、良いなと感じたところは、かなりカッコよくオシャレです。バッテリーも一日持ちそうです。  
イマイチと感じたところは、操作の反応がやや鈍いのが気になりました。

で、そもそもAppleウォッチで何ができるのか？何が新しいのかと言いますと、要はiPhoneの小さな外部ディスプレイ&リモコンです。  
iPhoneを鞆に入れたままでも、メールが届いたり、LINEが来たりした時に、時計の画面に通知情報が表示されます。  
乱暴な言い方をすれば、これが今のAppleウォッチの全てです。

「iPhoneを鞆に入れたまま、通知画面が見れるなんて便利！」とピンと来られた方は今すぐAppleウォッチを買いに行きましょう。  
「ええ〜、そんなのiPhoneを鞆から出せばいいじゃない…」と思われた方は、まだ必要ないと思います。  
厳密にはもっと出来ることや光る可能性はあるのですが、動作がややモッサリするので、さっさと鞆からiPhoneを出した方が早いかなという印象です。

と、現時点では、新しいもの好き、Apple製品好きの方のおもちゃかなあというのが正直なところですが、今後もっと洗練されてきて、そしてスマホがどんどん大型化、高性能化されていけば、この2つの使い分けが当たり前になっていくのかもしれないですね。



藤田憲一  
取締役最高技術責任者  
季節の変わり目は、髭剃り負けが酷くて困っています。

サブカラーは、メインで選んだ色を補う色を選ぶようにします。具体的にはメインカラーのイメージを補うと考えるとうまく配色できます。例えば、冷静な印象を与えるためにメインを青にした場合、より冷静さを伝えたい場合はサブに紺色や水色などを選びます。また冷静さにプラスして安全な印象も与えたい場合、サブに緑色などを利用します。

アクセントカラー  
配色の構成要素の中で、最も小さい面積でありながら、もっとも目立つ色です。全体を引き締めたり、ユーザーの目を引く効果(役割)を持っています。アクセントカラーは目立たせるための色なので、メインカラーとサブカラーと比較して目立つ色を選ぶようにしましょう。目立つ色を選ぶポイントですが、色相・明度・彩度のうち、2つ以上がメインカラーと異なる色を選ぶ事がポイントです。

この3つの要素に対する厳密な面積比率はありませんが、おおまかにメインカラー7割、サブカラー2.5割、アクセントカラー0.5割とされています。この面積比率を守ると、美しい配色に仕上がります。

リウムスマイル!のデザインスキンは、配色の面積比率にも気をつけて作成していますが、ご自分でバナーを作成される場合は参考してみてくださいね!



のーちゃん  
WEBデザイナー  
合宿いったり、試合に出たり、水泳熱が上昇中です!



じゃすみん  
WEBデザイナー  
もう台風が来る季節ですね.....

サイトさんをちらほら見かけるようになってきました。  
CCライセンスの条件は表示(作品クレジットの表示)、非営利(営利目的の使用不可)、改変禁止(作品の改変禁止)、継承(元の作品と同じ組み合わせのCCライセンスで公開)の4つです。この条件は組み合わせることができ、6種類のライセンスを作成することができます。また、「CC0」という著作権放棄のライセンスもあります。  
素材サイトで素材を借りるときは、しっかりライセンスを確認しましょう!

WEBデザイナーのーちゃん  
デザインのある生活

メインカラー・サブカラー・アクセントカラーの基本ルール

頻繁に配色を悩む方や、デザインの途中で配色を変えてしまう方は、メインカラー・サブカラー・アクセントカラーの基本ルールを正しく理解すると、配色を考えるのが簡単になります。

メインカラー  
配色の構成要素の中で、最も大きな面積を占める色のことをメインカラーといいます。全体のイメージを作り出す役割を持っています。メインカラーは、ユーザーに何を伝えたいかで選ぶことが大切です。色にはそれぞれ印象があり、赤ならアクティブ、青ならクールなど様々です。与えたい印象を選べば、色選びで迷うことも少なくなります。

また、メインカラーに高彩度の色を使うのはあまりお勧めできません。メインカラーは面積が大きいので、高彩度の色を使用してしまうと目がチカチカします。もし高彩度の色をメインにする場合は、使用量を減らすようにすることが大切です。また、そのときはサブカラーとアクセントカラーの使用量も減らし、面積比率は守るようにしましょう。

サブカラー  
メインカラーに次いで面積が大きく、メインカラーを補う役割を持っています。

じゃすみんの  
オミセラブ修行日記

クリエイティブ・コモンズ・ライセンスとは  
クリエイティブ・コモンズ・ライセンス(通称:CCライセンス)ってご存知ですか?簡単にご説明すると、ネットで作品を公開する作者が「この条件を守れば私の作品を自由に使って構いません」という意思表示をするためのツールです。  
主に外国の素材サイトさんでよく見ることが多かったのですが、日本でもようやく認知度が上がってきたのか、CCライセンスを表示している素材

祝発売! 『売れ込まない! ネット集客の極意』  
なんと...穂口大悟のはじめての本が5月末に出版される予定です!  
梅雨を逆手にとりて企画をしかけよう!  
6月は梅雨のシーズン。雨が多くなれば当然お客様の足は鈍ります。そこを逆手に取って、「雨だから」という理由をつけて企画を考えてみましょう!  
梅雨時期にぴったりのアロマ紹介  
今月のメルマガテラプレート(アロマサロン向け)

小さくても愛される“繁盛サロン”に大変身!  
小さなサロンのための ネット音痴なあなたも! 売上200%UP!!  
売れ込まない! ネット集客の極意  
メニューの順番間違いは、突然プロポーズするのと同じ!!  
人間味あるプロフィールの見せ方は感動映画に学ぶ!  
マーケティングコンサルタント 穂口大悟  
数百のサロンを繁盛店に導いてきたコンサルタントが教える  
ホームページ、SNS、ブログをガシコク活用する集客術を一挙公開!!  
これをおさえておけばパーフェクト!!  
セラピー、エステ、ヒーリング...etc. サロンのオーナー必見!!!  
BAB JAPAN

# 祝発売！ 「売り込まない」ネット集客の極意



**穂口大悟**  
代表取締役 お客様係  
趣味の将棋、なかなか昇段しません。  
集中せんとあかんわ・・・

なんと・・・リウムスマイル！をご提供させていただいている会社の社長である、僕、穂口大悟のはじめての本『小さなサロンのための「売り込まない」ネット集客の極意』(BAB出版)が5月末に出版される予定です！いやあ、本って突然発売されるものなんですなえ・・・

ということで、今回はこの場をお借りして、本の宣伝をタププリさせていただく所存であります。



サロンの経営者さんはもちろん、小さなお店をやっている方は「うわ～あるある・・・」と生唾ゴクリで読めるなかなか実践的な本です。もちろん、どうすれば改善できるのかは、図をふんだんにつかってわかりやすく説明しておりますので、パソコン音痴なオーナーさんでもパッチリ理解できると思います。



## 第一章 残念ホームページを『サロンの分身』に変える13のヒント

リウムスマイル！のユーザーさんであれば耳タコなお話ですが、僕はホームページって「自店の分身」ですよ！と申し上げて久しいです。小さな店のホームページって、商品やサービスを売り込まないで、自分のお店のことを丁寧に丁寧にお客様に伝える場所であるべきなんです。

そんな自分や自店の分身のようなホームページづくりと運営でやっちゃいがちな失敗を13個あげ、その解決策としての集客術を解説しています。

## 第二章 「売り込まない」ためのブログとSNS活用9のヒント

第二章では、今や小さな店の集客に欠かせないブログとSNSの活用法について述べています。ブログやSNSの基本や使い分

け方法、「そうやっちゃ効率悪いでしょう！」といったノウハウまでを9個あげて解説しています。この章はすぐに使えるノウハウが多いと思います。ここだけ先に読むのもアリかも。

## 第三章「売り込まない」ネット集客のための下ごしらえ

第三章では、ホームページ作成やブログやSNSでの情報発信の前にやっておかなければならない「下ごしらえ」について解説しています。ほら、みなさんがリウムスマイル！でホームページを作成する前に体験された、あの下ごしらえですよ。

## イラストやマンガはじゃすみん作！

パソコン音痴の方でもわかりやすいように、構成や文章などを工夫し、図をふんだんに使用して「見て解る」本を意識して作りました。そしてさらに！息抜きついでに勉強できちゃう「コンサルタントは見た！セラピスト集客あるある4コマ」も掲載。セラピスト集客のちょっと笑えるあるある失敗談を4コマ漫画にてしています。

実はこのイラストやマンガは、リウムデザイナーのじゃすみんが作ってくれたんですよ～！イラストやマンガのおかげで、パラパラ読んでいても楽しくなる本になったと思います。

ということで、予定通りいけば5月末発売の僕の本のご紹介でした！ご興味あれば読んでみてくださいね！

# 梅雨を逆手にとって企画をしかけよう！

6月は梅雨のシーズン。雨が多くなれば当然お客様の足は鈍ります。そこを逆手に取って、「雨だから」という理由をつけて企画を考えてみましょう！

## 6月のキャンペーンネタ

- |                                    |                                 |
|------------------------------------|---------------------------------|
| <b>梅雨時期の健康不振に</b><br>運動不足対策・メンタル対策 | <b>父の日</b><br>父の日ギフト・パパ応援キャンペーン |
| <b>夏のボーナス</b><br>自分へのごほうび・自分への投資   | <b>夏の準備</b><br>ダイエット・部分痩せ・紫外線対策 |

平均気温	23.5	最高気温	27.8	最低気温	20.0	相対湿度	68
------	------	------	------	------	------	------	----

大阪(1981~2010の平均値) 気象庁HP気象統計情報



## 6月のコラム(ブログ)・メルマガのヒント

6月はこんなコラム(ブログ)の更新や、メルマガを配信してみるとお客様のハートをキャッチしやすいです！

例にあげたタイトルから、自分のお店やサロンでどんな情報発信ができるか考えてみてください。最初は上手にできなくても、慣れていくとコツが掴めるものです！

### ヒーリングサロン・占い

「梅雨で気分が落ち込む時に試したいセルフヒーリング法」

「梅雨で落ち込んだ気分を占いでスッキリしませんか」

### 飲食店

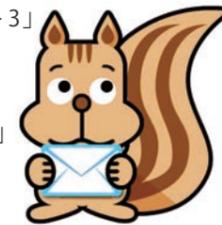
「日頃の感謝をお食事です！父の日コース予約受付」

「梅雨時期に食べたい！スタミナメニュー、ベスト3」

### 保険代理店

「水害の被害に合わないために気をつけたいこと」

「近年の水害被害を振り返る」



## メルマガテンプレートを利用しよう！

今回ご紹介したメルマガテンプレートは

1. リウムスマイル！管理画面「メール」
2. 本文「装飾メール」-「メールテンプレート」アイコンからご利用いただけます！このテンプレートを活用して、オリジナルのメルマガづくりにチャレンジしてみてください！

## 小さなサロンの血と汗と涙の結晶やで！

どのような本かとざっくり言うと、これまで僕がコンサルティングやサポートで関わってきた小さいサロンさんがやっちゃってる「あちゃーな失敗」をあげて、その原因とそうならないための対策・解決策を解説している・・・という感じです。つまり、これまでお世話になってきた小さなサロンさんがやっちゃった失敗の上に成り立った、血と汗と涙の結晶なのです。

Skype 対応

## ネット集客ちょい聞き会！ 6月19日(金曜日)14時～16時

リウムスマイル！ユーザーさんもユーザーさん以外の方もお店のオーナーなら参加自由！なんでも専門家に聞けちゃう気軽な会です！今回は、穂口が書籍執筆の裏ばなしなんかをお話しますよ～もちろん、その他のご質問にもお時間の許す範囲でお答え致します！

料金：リウムクライアント様とそのお友達(無料)  
申し込み：http://riumsmile.jp/webform\_45.html



## オリジナルメニュー開発コンサルティング 「パーソナルサポート」

「自分にはどんなセミナーができるんだろう？」「どんな所で提携したらいいの？」「どんな名刺を作ったらいいんだろう？」  
って方はパーソナルサポートをお申込みください！現在の強みの再分析から、セミナー案の検討、提携先の選定、イベント出席の可能性などをアドバイスします。

料金：60分 / 8,640円 (ご来社・Skype)  
申し込み：http://riumsmile.jp/webform\_40.html



Special Menu

