

## QUESTORY'S MESSAGE

ブランディング 4 つの法則：第 3 の法則「物語の発信」

## 物語は「伝える力」です



### 素晴らしいことも、伝わらなければゼロ

前回から強いブランドに共通している 4 つの法則の第 3 の法則の「物語の発信」に入っています。ところで「物語」という言葉からあなたは何を思い浮かべますか。小説、映画、芝居、テレビドラマなどと答える方が多いのではないのでしょうか。また、物語仕立て、物語形式という言葉があるように、表現方法のひとつとしてとらえる方も少なくありません。

しかし、ビジネスや商売における「物語」はジャンルや表現方法とは異なります。経営の観点から言うところの「物語」は“顧客への約束=店が選ばれる理由”を伝えるコミュニケーションのシナリオです。販売面からの「物語」は、商品のモノとしての価値に、独自の世界観や意味性と言った情緒的な価値を付加するマーケティングのシナリオです。

どんなに素晴らしい顧客への約束や商品も目指すべき相手に伝わらなければゼロでしかありません。“一生懸命努力すれば必ず人は見ている、いい商品であれば間違いなく売れるはず”、これは自分勝手な思い込みでしかありません。伝わってこそ、初めて欲しいが生まれるのです。(念のために、努力やモノづくりを否定しているわけではありませんので……)

### “もしドラ”が 80 万部も売れた理由

“そんなことは言われなくても分かっている、実際にいろいろな方法で店や商品の魅力を伝えているよ”こんな声が聞こえてきそうですが、本当にあなたの思いやこだわりは伝わっているのでしょうか。伝えているつもりでも、伝わっていないケースをたくさん見てきました。相手がまったく関心を示さない情報発信が山ほどあるのです。

先日、いま話題の本のひとつである「もしも高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」を書いた作家の岩崎夏海さんの講演を聞きました。通称“もしドラ”と言われるこの本が 80 万部も売れた理由のひとつは、経営学の巨人と言われるドラッカーと高校野球部の女子マネージャーの組み合わせにあります。

しかも本書は、青春小説の構成になっており、わかりやすく楽しみながら自然とドラッカーのマネジメントがわかるようになっていきます。難しいと思われているドラッカーがぐっと身近に感じられるのです。実際に著者の岩崎さんは、作家を目指していた時に持っていた小説のネタを存分につぎ込んで書いたと語っていました。

### ワールドカップを盛り上げる「物語」の力

いま南アフリカで 4 年に一度のサッカーワールドカップが開催されています。普段それほどサッカーに関心がない人でも盛り上がるのはなぜでしょうか。もちろん試合の勝ち負けのおもしろさもあります。世界の一流選手の華麗な技も魅力でしょう。しかし、もっと奥底にあるのは勝ち負けや技術とは別なことではないでしょうか。

先日の日本とカメルーンの試合の時のことです。前半は本田選手の 1 点で終了しました。後半戦で猛攻をかけるカメルーン、それを必死に守る日本選手。僕の頭には 1993 年のイラク戦でロスタイムに同点にされ、予選敗退に終わったドーハの悲劇、1 勝も出来ずに予選リーグで敗退した前回のドイツ大会がよみがえりました。

ドーハの悲劇やドイツ大会での予選リーグ敗退という「物語」が、テレビから目を離せない状況を作り出していると言ったら言い過ぎかもしれませんが、これらの「物語」の力は結構大きいはずで。勝った瞬間には、“自国以外のワールドカップでの初勝利”という新しい物語が誕生しました。

### サービスマインドが「物語」を作る

“素晴らしい内容でも必ずしも伝わるとは限らない”という事実を目を向けてください。なぜ伝わらないのでしょうか。それは伝えたい内容に相手がワクワクしていないからです。先ほど述べたように、自分には無関係と思っているのです。内容が大事であることはもちろんことですが、伝わるように研究工夫することも重要なのです。

伝える力こそが「物語」です。“宝石には強いこだわりを持っています”ということよりも、“実際に海外の宝石の産地に行ってきました”というひとことの方に、心が引かれる理由はここにありません。人は“海外の宝石産地を訪問”という言葉に、ワクワクするような「物語」を感じるのです。これは実際に企画で展開して実証済みのことです。

“要は「物語」ってテクニックのひとつでしょう”と言われる方もいますが、「物語」の背景にはテクニックを超えたサービスマインドがあります。テクニックとして“物語的なトーク”を使っても、いまのお客様は裏側の計算を見抜きます。“この思いをわかって欲しい、宝石の楽しさを知って欲しい”という気持ちが「物語」を作り出すのです。