

## QUESTORY'S MESSAGE

ブランドのファンづくりの技を学ぶ……ミッションレター①

## “選ばれる理由”がなければ、 購入のステージに上がれない時代



### 「古町糰製造所」の“古町糰物語”というパンフレット

尊敬する経営者の一人に(株)和僑商店の葉葦正幸社長がいます。「銀座十石」というおむすびの専門店を首都圏で3店舗運営し、さらに「古町糰製造所」という糰を使ったスイーツの店を新潟で展開しています。この「古町糰製造所」には、ご来店いただいたお客様にお渡しをしている“古町糰物語”というA3サイズ・二つ折りのパンフレットがあります。

このパンフレットには商品やサービスのことは書かれていません。書かれているのは、『糰とは何か』、『糰と出会ったいきさつ』、『糰に魅せられてしまった理由』、そして『古町糰製造所を開店した思い』が、葉葦社長の言葉でつづられています。その中にこんな一文があります。

「私は店の役割というものが、少しずつ変わってきていると思っています。店がモノを売るということで、世の中にどんな役割を担えるのか？ そんなことを思い描きながら、古町糰製造所を立ち上げました。例えば、私たちが提供する一杯の糰、糰そのものの価値を伝えることはもちろんですが、地域の財産ともいえる蔵や、糰を創り上げる技術を、結果として持続的に残す役割を担うことになります。」

### 情報が消費者の購入の選択肢を増やしている

お客様は商品の価値や価格だけで購入を決めているのではありません。その商品を作った会社の姿勢や選んだ店の考え方も含めて購入の選択肢にしています。極端に例だと感じるかもしれませんが、自分が好きな企業や店の品ならば、無条件で購入するという顧客も存在します。ブランドが目指すファン心理とはそういうことなのです。

その反面、こんな声も聞こえてきます。『どんなにいい商品でもあの会社で作ったものはイヤだ』『欲しい品はあるけれども、あの店からは絶対に買いたくない』これらの声の意味するものは何でしょうか。商品というカタチあるモノの価値や価格だけでは、消費者のハートを揺さぶることは出来ないということです。

供給過多の状況のなかで、供給側と消費者や顧客の情報格差がどんどんなくなりつつあるのを感じます。それを後押ししているのは、インターネットや口コミです。インターネットで検索をすれば、商品の概要はもちろんのこと、購入者の声も知ることも出来ます。当然、作った会社や販売している店の評判も調べられるのです。

### 消費者が求めている“Why”という情報

供給側はどうしたらいいのでしょうか。消費者や顧客が求めている本質をいままで以上に追求することです。こう言ってしまうと簡単ですが、それに対する答えは一筋縄ではいきません。誰が作っているのか(Who)、何を作っているのか(What)、どう作っているのか(How To)、これに加えて、「なぜ作っているのか(Why)」が求められているのです。

“作っている”と書きましたが、創り手だけではなく販売側も同様です。“なぜ販売しているのか”の答えが求められています。冒頭ご紹介した「古町糰製造所」の“古町糰物語”には、明確に“Why”が示されています。とくに伝統の食材でありながら、その奥深さが知られていない糰だけに、“Why”がなければ完結しないのです。

“Why”を軸にして、企業や店の在り方を明確にしたのが「ミッション」です。経営理念、経営ポリシーなど様々な表現がありますが、その根本は“選ばれる理由”です。そして、それは「なぜ作っているのか、販売するのか(Why)」から組み立てられたものでなければ消費者の腑に落ちないのです。

### “選ばれる理由”をまとめたミッションレター

お客様は「ミッション」などに関心があるわけがない。そう感じる方も多いと思いますが、それはお客様を侮った見方です。長引く景気の不振は、お客様のシビアな選択眼を作り出しました。新商品や話題の品だからといって簡単には飛びつかないのです。高額な品やこだわりの商品であればあるほど、じっくりと検討をして購入するかどうかを決めています。

神戸大学大学院が行った調査によりますと、飲料などのコンビニでの平均販売期間はわずか14週間だそうです。しかも、1年後の生存率は8%と言いますから驚きです。商品のライフサイクルが以前とは比べようがないくらい短くなっているのです。新商品を開発しなければならぬ企業はたまったものではありません。

あなたの会社や店の“選ばれる理由”は何ですか。それは、“Why”から組み立てられたものですか。そして、その「ミッション」は目指すべき顧客にきちんと伝わっていますか？それを伝えるツールを弊社は「ミッションレター」と呼んでいます。次回は、あなたの思いを盛り込んだ「ミッションレター」の作り方をご説明いたします。