

とっぴ通信

2024年9月30日発行

258号

「とっぴ通信」は
読んでとっぴ。
いつも読んでくださ
ありがとうございます。

こんにちは！平川です。日中はまだ汗ばむ暑さですが、朝夕は過ごしやすくなりました。いかがお過ごしでしょうか。さて、私が起業したばかりの頃です。売上が伸びずに悩んでいたら、たまに読んだ本に書いてあったサンマの話を読んで、大きなヒントをもらいました。そして今でも、モノが売れずに困った時は、このサンマの話を思い出そうにしています。

では今月もはりきっていきましょう。

今から18年前、オラルひとしくみ研究所の代表、小阪裕司氏の講演会で聞いた話です。小阪氏は職業柄、さまざまな業種の経営者とお会いされます。そこでよく聞く悩みは、「モノが売れない」という一言らしいのです。そこで小阪氏は言われます。「今、商品が売れないのではないのです。お客様に買う理由が分からないのが原因なのです。だからお客様に買う理由を分かりやすくちゃんと教えてあげなければいけません。さて、買う理由を分かりやすく教えるとは、いったいどういう事でしょう。

そのことについて、小阪氏の著書「儲けを生み出す悦びの方程式」に分かりやすく書いてあります。

あなたならどちらのサンマを買うか

ある食料品店を小阪氏が訪ねた時の話です。実はこの社長「お客様に買う理由を分かりやすく教える」という小阪氏のセミナーを受講したにもかかわらず、以前と何も変わっていません。POPにはミカン一箱500円。サンマ一匹130円とプライスしか書いてありません。どうしてかと小阪氏が尋ねると、「うちは普通の食料品店です。特別な商品売っている人なら書くことがあるでしょうけど」という返答です。お客様に買う理由を教えてあげるといのは、そういうことじゃない。そう思った小阪氏はある二種類のサンマに気づきます。一匹は130円。もう一匹は150円。不思議ではありませんか？どうして20円高いサンマがあるのでしょうか。どうして高い方のサンマを買わないといけないのでしょうか。そこで小阪氏が尋ねる



「景気が悪くて安い方のサンマばかり売れるんだ」と。本当に不況が原因なのでしょう。小阪氏はさらに値段の差について尋ねました。「大きさが違うんですよ。大きさが？」並んでいるサンマをよく見ましたが、大きさは一緒です。すると社長は、こう答えました。

「そうじゃないんです。サンマというのは背で見ると、背で。背で見たらほら、150円の方の背が厚いでしょ。こっちのサンマの方が脂のりがあって美味しいんですよ。」

ご存知でしたか？サンマの背のこと。この話を聞いたら、あと20円出して高い方のサンマを買いたいと思いませんか？次にこのお店の野菜売り場に行きました。そこでも尋ねます。



「社長、これ北海道のブロッコリー350円と書いてますけど、どうして北海道産がいいんですか？」ああそれは、ブロッコリーはここらへんのスーパーは全部輸入物なんです。でもうちは国産物にこだわってるんですよ。野菜は、この北海道産は何がいかにという、ゆがいた時の歯ざわりが違うんだな。サクッと感じなんです。って社長、それをPOPに書かないと。」

小阪氏は言います。お客様が買わなくなった理由は不況だからではない。このサンマの例のように、なぜ20円高い方を買わなければならないのか、その理由が分からないからだと。なるほどですね。私もレストランへ行って時々思うのが、メニューを見てもよく分からないことがありません。どんな料理かイメージ出来ないのです。お酒なんか特にです。銘柄だけでは、まったく味が想像出来ません。色々と挑戦したいのですが、つい飲みなれたお酒を注文してしまいます。売り手にとっては常識なことでも買い手は素人ですから、分からないことって沢山あります。ここに機会損失の回避につながるヒントがあるような気がします。

この本は初版が2003年と古いですが、今でも内容は十分通用します。読み終えた後、すぐにでも実践したくなるおススメの一冊です。

「儲けを生み出す悦びの方程式」小阪裕司著。その儲けには理由がある。

発行／有限会社アサム 平川雅樹
〒819-1127 福岡県糸島市有田中央 2-14-36
Tel: 092-321-4001 Fax: 092-321-4002
・伊都倫理法人会ブログ : <https://itorinri.com/>