

# raymac press



レイマックプレス

2015年1月号 Vol.77

## モノを語るな。お客様を語れ。

あだちねっと美米屋  
代表 足立和重

商品のことをどれだけ宣伝しても、お客様は反応しない。お客様がどんなふうに喜んでくれたか、なんとという言葉が発したかを注意深く観察し、それを他のお客様に伝える。するとお客様は動き出す。お客様視点に立つことの大切さを学んだ足立和重さんは、継いだ米屋を「ネット化」して急成長。楽天で数々の賞を受賞するまでになった。ネット業界で大注目される現在でも、その根底にあるのはお客様を喜ばせたいという気持ち。そんな米屋の3代目が歩んだ奮闘物語を詳しく聞いた。

(インタビュー＝豊田礼人)

— **今**日は、あだちネット美米屋(うまいや)代表の足立和重さんにインタビューします。足立さんは家業であるお米屋さんを継いだ後、ネットでお米を売ることによって業績を向上させました。楽天のショップオブザイヤーを何度も受賞するなど、ネット業界では知る人ぞ知る方です。楽天の年間ランキングで総合3位に輝いたこともあるんですね。すごいです。私もある講演会で足立さんのお話を聞いて、成長の秘密を是非詳しくお聞きしたいと思い、今回のインタビューを申し込みました。今日はよろしくお願ひします。こちらこそ、よろしくお願ひします。

—さて、足立さんが厳しい経営状態だった家業を継いで、いかに復活させ成長軌道に乗せたのか？というのが本日のメインテ

マなんです、その前に、このインタビューの恒例として、いかにして起業家(企業家)になったのか、から聞いて行きたいと思ひます。そもそも、足立さんは小さい頃はどんな子供だったのですか？

勉強はせずいたずらばかりしてました。ガラス割ったり、ケンカしたり。ヘビを捕まえてしっぽを持ってグルグル振り回したり(笑)。

—ひと言でいうとワンパク(笑)。

(笑)。そうですね。でも成績は悪くなかったです。一応授業は聞いていたのかな？中学になるとハンドボール部に入って、もうそればかりという感じでした。

—高校は？

岡崎西高というまずまずレベルの高校に滑り込みました。

### 今月の内容

- 経営者インタビュー  
あだちねっと美米屋 代表 足立和重さん
- 経営コラム なぜ海外経験が経営に効くのか？
- ベストセラール解説 「エッセンシャル思考」グレッグ・マキューン著
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

あだちねっと美米屋 代表  
足立和重 あだちかずしげ 1974年 愛知県生まれ  
大学卒業後、家業である米屋を継ぐ。米販売店業界全体が低迷する中、いち早くネット販売に進出して成功。今、最もネットで米を売っている店として注目されている。

自転車で40分かけて通学したので大変でしたね。引き続きハンドボールを一生懸命やって。勉強は数学と理科は好きだったので成績は良かったけど、英語や国語は嫌いだっただけでダメでしたね(笑)。

—仲間の中ではどんな位置だったんですか？

うーん、まあ「みんなの中の一人」という感じで、特に目立った感じでもなかったですね。キャプテンでもないし、ムードメーカーでもないし。普通。何かをやりたいなという気持ちはその頃から持っていましたけどね。

—進路についてはどう考えていたんですか？

昔からパソコンをいじっていたんです。当時すごく高いパソコンを買ってもらって、マニアックなプログラミングをしたりして遊んでいました。それで、大学はコンピュータを勉強したいと思い、電子情報工学科に進みました。ただ、当時の本音としては、周りがみんな大学行くから自分も行こうか、ぐらいの感じで(笑)。

—家業のお米屋さんを継ぐ意思はあったんですか？

無かったですね。親も継げとは言いませんでした。とにかく、「ここから出たい」と強く思っていました。それで九州、関西、北海道、東京の大学を受けて、結局、北海道の北海学園大学の電子情報工学科に行くことになりました。

—なぜ北海道だったのですか？

遠くに行きたかったんですよね(笑)。親もそれに関して特に何も言わず、自由にさせてくれました。札幌市内の真ん中にキャンパスがあって、繁華街の近くで。居酒屋やバーテンのアルバイトをして稼いで、スキーとかやって。ゼミの教授が厳しかったので、勉強もそれなりにやりました。北海道時代は全体的に楽しかったですね。でも当たり前ですけど、冬は寒かったです。最初のアパートは隙間風が酷くて、朝起きたらふとんの上に霜が降りていたこともありました(笑)。

—(笑)。それはすごいですね。卒業後の進路についてはどう考えていたんですか？

家業を継ぐ気はなかったもので、東京の会社を中心に就職活動をしました。コンピューター関連の会社から内定をもらい、10月に内定式に出ました。するとその1週間後に姉から電話があったんです。「父親が倒れた」と。ぜんそくをこじらせてICU(集中治療室)に担ぎ込まれて、3日間こん睡状態でした。帰って店を継げとは言われませんでしたけど、帰らないと家がなくなる可能性があります。当時で1億円以上の借金があったので、米屋を辞めたら家も土地も無くなります。内定式に出た後で、さんざん悩みましたが、帰

る家がなくなるのは寂しすぎるという結論に至り、内定を辞退し、家業を継ぐことに決めました。米屋という商売うんぬんよりも、生まれ育った家がなくなるということに耐えられなかったんです。内定式の1週間後に辞退すると言いつつ出したので会社や大学の関係者たちはビックリ仰天でしたが、なんとか理解してもらって、実家に戻ってきました。

—米屋さんの仕事はどんな感じだったんですか？

昔は米の流通は政府が管理していて、米屋の数も規制されていました。ですから私の祖父の時代は、米屋は非常に儲かっていたんです。でも時代が変わり、制度も変わり、誰でも自由に米を販売できるようになりました。私が戻る5年くらい前のことです。米屋に入った時の仕事は、サザエさんの三河屋さんみたいな感じで、各家庭に「そろそろお米、どうですか？」と御用聞きに回り、配達するというやり方でした。あとクリーニングの取り次ぎと灯油の販売もやっていました。田舎なので配達距離も長いので1日300キロくらい走っていましたね。でも利益は出てなくて、資金繰りに窮していました。借金を返すために借金する、みたいな状態。当時は経営のことも数字のことも良く分かっていなかったけど、ヤバイなことだけは分かっていました。でも自分たちの給料は出ていて、普通に生活して、遊びに行ったりもしていました。不思議ですよ(笑)。

—その状況を抜け出すきっかけはあったんですか？

借金があって、資金繰りも苦しい。当然このままではいけない。でも目の前の仕事をこなすことで精一杯で、何をどうすれば良いか分かりませんでした。父は寝たきりになっていて、経営のことも良く分かっていない。母親が店を切り盛りしているけど、財務的なことは今一つ把握しきれていない。経理は20年来の従業員のおばちゃんがやっていますが、「まあなんとかかなるでしょう」と言うだけで(笑)。誰もこの店をどうしていけば良いか分からない、非常に危ない状態でした。それで藁をもつかむ思いで米屋の集まりに参加したり、勉強会やセミナーに参加したりしたのですが、ピンときません。米の同業者はみんな集まって「売れないね」と言い合ってるだけで、何も進まない。そんな中で生命科学研究所という会社を運営している遠藤先生と



いう変わった先生に出会ったんです。この先生は米屋向けにある商品を卸す仕事をしていて、それに付随するサービスというか、先生の自己実現のためののか、とにかく米屋さんのサポートをしていたんです。この先生に出会ったことが、私の分岐点ですね。出会っていなかったら今の自分はいないと思います。

#### —先生はどんなことを教えてくれるんですか？

サイズは問わないから紙を用意して、そこに各自で何かを書いてきてチラシ・誌面みたいなものを作るんです。それを持ち寄ってみんなで話し合おうという会でした。といっても先生からずっと叱られっぱなしなんですけどね(笑)。「これじゃ、全然意味が分からない！」って。先生は、人が何かを買う時は、その人の響く言葉があるからだ、と言います。なぜなら感情が動くからです。感情をいかに動かすがすごく大事で、そのために誌面に書く時には「モノを語るな、お客様を語れ」と教えてくれました。これが今でも私の中の根底にあります。それで毎月毎月、お米のことではなくお客様のことを書いていました。これを5年間続けたことで、自分の中に「お客様目線で考え行動する」という軸がしっかりとできました。

#### —お客様を語るとは、どういうことですか？

お米のことを書こうとすると、品質のことや価格のことになってしまのですが、例えば、Aさんに朝10キロのお米を届けたら「ありがとう！これで昼から外出できる」と喜んでくれたとか、Bさんにいつもと違う品種のお米を届けたら「子供たちは気付かなかったけど、旦那さんは美味しいって気付いてくれた」と喜んでくれた、みたいなことを書くんです。すると読んだ人は情景が浮かぶでしょ？情景が浮かぶようにきちんと言葉を選んで書くと、読んだ人はあたかも自分が体験したような気持ちになるんです。感情が動くんです。そうするとお客様は「ああ、こういう米屋さんで買ってみよう」と思うんです。そうやってファンを獲得していくんです。それをもっと進化させていき、最終的には「無」という状態になるのです。さりげなく、何気なく、そこにいるのが当たり前になる存在になる。出しゃばらない。だけど、いないと非常に困る存在。言い換えると、いることでとてもありがたがられる存在。そういう存在になることを目指すのです。東日本大震災が起きて東北・関東地区でモノが足りなくなった時、あらゆる手段を駆使してその人たちにお米を届けました。そこで出た利益は自分のものではないと思ったので、水やレトルト食品などの物資に換えて、送り届けました。ああいう行動を自然に出来たのは、「必要とされる米屋でありたい」「存在価値のある米屋でありたい」と考え続けてきたからだと思います。

#### —お客様のことを語ったチラシを作って、まずはそれを配ったんですか？

そうです。毎月12000枚を、母と2人で毎日、3時間かけて配りました。1人1時間で配れるのってせいぜい300枚ですからね。毎日やらないと追いつかないんです。これは本当にきつかったですね。きつかったけどやり切りました。即効性は無いんですけど、ジワジワと地域に受け入れられている実感はありました。毎年3%~4%ぐらいずつ売り上げは増えていきました。

#### —効果はあったんですね。

そうですね。ただ、この田舎で人口密度が低い地域で配達をメインにしたスタイルは厳しいな、とも感じていました。同時に、将来的に考えて「売る人一買う人」という単純な関係ではビジネスが成り立たなくなるのではないかと、も思っていました。店を構えて商品並べて、「はい、どうぞ買ってください」というスタイルはきつくなる。そうじゃなくて、店を中心にコミュニティを作って、そのつながりを活用しながら売っていくスタイルがいいのかもしれない。そこで、米粉を使ったパン教室を開きました。うちの店を中心に人が集まるコミュニティを作りたかったんです。製粉メーカーもまだまだ手探り状態で、いっしょになって米粉の開発をしながら、妻を先生にしてパン教室を始めたんです。妻の母親は生け花の家元で、そういうお稽古教室の先生はどうあるべきかを知っていたんですね。たちまち人気の教室になって、大成功しました。生徒さんの中から先生を育てて、その先生が新たに生徒を集めて・・・という感じであつという間に拡大していきました。すごいスピードでしたよ(笑)。月間3000人くらい生徒を抱えて、先生も7、8人になって、東京などにも教室ができました。時流に乗ったんでしょうね。そんな絶好調の時、リーマンショックが起きたんです。

#### —2008年ですね。



そうです。34歳くらいのときですね。世の中の人が不要不急の商品やサービスをパタッと買わなくなりました。パン教室なんて、行っている場合じゃない(笑)。一気に生徒が減りました。先生も維持できなくて散り散りになり、教室を続けるのも苦しくなってきました。その頃、楽天のネットショップで米を売り始めていて、そっちも軌道に乗ってきたので、パン教室は終了することになりました。

#### —楽天での販売はどんなきっかけでやり始めたんですか？

最初はネットで売ることまったく興味なかったんです。ただ、パン教室の予定表を生徒さんたちに知らせるためにホームページは作る必要があったんです。ホームページを作って運用するためには、パソコンを揃えるなどいろいろと経費が掛かるので、じゃあネットでも利益を出すために、ちょっと米でも売ってみるか、と楽天に出店したんです。結構軽い気持ちで(笑)。

#### —ネットショップを始めるに当たって、何かコンセプトというか、そんなものはあったのですか？

う〜ん、どうかなあ(笑)。とにかく米の専門店として売ろうとは思いました。最初はネットで米屋なんて成り立たないだろうと思っていたので、地域を売るとか、ちょっと変わったものを売ろうとかか考えたんですが、そんなものはダメでした。とにかく米屋としてちゃんと米を売る。それがコンセプトかな。はじめをつけるために、ネットショップをやり始めて半年で目標に届かなかったらやめようと思っていて、まだ全然売上が無かった時に、20万円の広告を出すことにしたんです。売上ゼロの時に20万円の広告枠を買うのってかなり勇気が必要です。清水の舞台から飛び降りる決意とは正にこのことですよ(笑)。これでダメならやめる気持ちでした。この時、その年の新米発売の直前でタイミングはいい。しかも愛知は他県と比べても新米が少し早いので他より先行して販売できる。それからどんな農家を作ったのかを米に明記するのが流行していて、それもしっかり押さえました。タイミング、流行、安心感、美味しさの演出、そして顧客に確実に届く高額な広告枠。これだけそろえば当たるでしょ？(笑)。と思ってやりました。

#### —どうでした？

おかげさまで見事に成功しました(笑)。楽天で1回セールを打つと3日間で300万円くらい売れるんです。当時、実店舗の売上が1か月で300万円だったから、どれだけネットがすごいか分かります。売上が倍々で増えていく魅力はすごく、一時は利益を度外視して売上を作っていましたね(笑)。楽天への納金や広告費などを含めると大して利益が出ていない時期もありました。そのあたりも次第にバランスをとれるようになり、利益も出るようになりました。

スタートして10か月後には月商1500万円になり、翌年には月商5000万円までいきました。さらに一年後には月商1億円を超えました。そこが楽天のピークでしたね。何か分からないけど売れまくってました。成長ではなくて膨張ですね(笑)。そこまで急激に売上が伸びると人も機械も追い付かなくて、人がどんどん辞めていきました。私は会社に勤めたことがないので、人をどのように扱っていいのか分かりません。私、ひどい上司だったんだと思います(笑)。会社の中はぐちゃぐちゃで、目の前の仕事をこなすだけ。つらかったですね。今は少し落ち着いて、前年比120%ずつくらいの成長です。若い社員が4人いて、今は人を育てることに力を入れています。すごく頑張ってくれていて、私よりできるようになる人材だと期待しています。パートさんも含めると今17人体制で営業しています。

—17人もいるのですか。そんなお米屋さん、珍しいですよ。そうですね(笑)。一般消費者向け小売りをやっている米屋としてはこの規模は珍しいでしょうね。

#### —今後はどんな展開を考えているんですか？

国内の楽天以外のネットモールですべて売上1位の米屋になりたいですね。その後は海外展開もしたいです。今、楽天のシンガポールに出店していて、それを軸にして海外での活動を広げていきたいですね。向こうに会社を作って、周辺のアジア国で米ビジネスをしたいです。日本の米作りの技術ってすごくて、アジアの国の倍くらい生産性が高いのです。もちろん品質も高い。この技術を持っていけたら、すごく喜んでもらえると思います。世界一愛される米屋になりたいので、これはやりたいなと思います。

—楽しみですね。愛知県から海外に羽ばたくお米屋さんですね。さらなる成長を期待しています。今日は楽しいお話を聞かせて頂き、ありがとうございました。

こちらこそ、ありがとうございました。😊



#### 【企業プロフィール】

有限会社足立米穀店 あだちねっと美米屋

所在地: 〒444-0226 愛知県岡崎市の中島町中道24-1

電話: 0564-43-2305

楽天内ショップ: <http://www.rakuten.co.jp/adachi-umai/>



豊田礼人(とよたあやと)  
レイマック・コンサルティング代表  
「クライアントの成功が私の成功  
である」がモットー。

## なぜ海外経験が経営に効くのか？

### ■起業家は海外経験者が多い？

輝いている起業家にはある共通事項があります。それは「海外経験」です。3人に1人、とまではいきませんが、それに近いくらいの割合で海外で何らかの経験を経て起業した、という方が多いのです。しかもその人たちは例外なくとても充実した仕事をし、自分の進むべき道が明確に見えているように感じます。

例えば、レイマックプレスの創刊号(2008年9月)で登場して頂いた鶴田浩さん。インテリアショップを全国で展開するリアルスタイル株式会社の経営者です。鶴田さんは、就職した会社を数年で辞め、バックパッカーとして1年半に渡って世界中を旅しました。そこで著名な建築家の建物を見て、さらには外国の文化や宗教に触れます。旅の途中、鶴田さんは知り合った外国人たちがみな宗教を持っているのに対し、特に宗教を意識したことがない自分を発見し、改めて「日本」という国について、その文化や宗教について考えることになったそうです。その後日本に戻ってインテリア・家具の販売や建築設計などを手掛ける会社を起業し、さらには日本のものづくりを活性化するNPO、「メイド・イン・ジャパン・プロジェクト」を立ち上げました。

### ■ガーナ大学を経て起業した女性

アフリカのガーナで採取されるシアの実からとれる「シアバター」で保湿クリームと石鹸を作り、日本で販売しているアフリカ工房。天然成分100%の商品は、ナチュラル志向の子育てママさんの間で大人気となっています。そのアフリカ工房代表の前田眞澄さんは小さい頃から「自分と違うもの」に強い興味を持つ子供だったそうです。黒い肌を持つアフリカの人たちは自分と明らかに違う。そんなことからアフリカに惹かれ始め、ついにはガーナ大学に進学することになります。充実した大学生活を送ると同時にガーナの貧しさや人々を取り巻く様々な問題を知ります。ガーナの人たちを支援したいという気持ちが自然と湧き起り、卒業後は青年海外協力隊に参加し、引き続きガーナに滞在します。そこで、前田さんはガーナのズオ村という村の女性たちが作っていたシアバターに出会い、これを産業化することで彼女たちが収入が得られるようにしようと決意します。日本に戻り、体制を整え、まずは保湿クリームのネット販売を開始しました。その後パリエーションを増やし、さらには石鹸をラインナップに加え、業績を伸ばしてい



ます。自分たちが頑張ることで、アフリカの仲間たちの生活が向上することが何より嬉しいと前田さんは話してくれました。

### ■イタリアでワイン修行

自動車の町、愛知県豊田市でワインを作る「アズッカエ アズッコ」の須崎大介さんも「海外組」です。大学を卒業して就職してみたものの、しっくりこない。そんな時、思い浮かんだのが、卒業旅行でイタリアを旅した時に見たぶどう畑の風景。「もう一度、あの場所に行きたい」と思った須崎さんは、奥さんと一緒にイタリアに渡り、ワイナリーに住み込んで働き始めます。3年間でぶどうの栽培方法とワインの作り方を身に付けて帰国した須藤さんは、様々な規制に縛られながらも日本で農家になる訓練を受け、農地を借り、ぶどうの栽培を始めます。昨年(2014年)の11月には念願のワインの醸造所(ワイナリー)を完成させ、ぶどう栽培からワイン製造、販売までを一貫して手掛ける体制を整えました。須崎さん夫婦が作るワインは、全国のワイン好きの人たちからも注目され、すぐに完売してしまう人気商品です。数々の壁を乗り越え、さらに前進する須崎さんの姿は、多くの起業家に勇気を与えてくれます。

### ■海外経験は起業家に何をもたらすのか？

海外経験が経営にどんな影響を与えるのでしょうか。まず思い浮かぶことは、多様な価値観に触れることで、素の自分と出会えるのではないかと、ということです。日本にいてだけでは分からない外国の人たちの考え方や文化、さらには宗教。そういうものの中にどっぷり浸かると、自分という存在の小ささに気づき、視野の狭さを思い知るのだと思います。そして、素の自分が本当に大事にしたいと思うことは何か、本当にやりたいと思うことは何か、そもそも自分とは誰なのか、と何度も自問し、その過程で自分が進むべき方向性を見つけたり確信したりするのでしょうか。そ

の結果、自分の仕事にコミットし、強い信念で突き進む強いメンタリティが形成されます。この強いメンタリティがかなり経営に効くのです。

海外経験が経営に与える効果の2つ目は、「自分独自の時間の流れ」を持てるようになる、ということです。世の中や周りの人たちの常識に惑わされることなく、自分のタイミングで自分のスピードで仕事を進められる強さを持っている人が、「海外組」の人の中には多い。そもそも長期で海外に滞在した人というは、自分のキャリアの中に「海外生活」という特殊な期間を挟むことになります。それが、常識的なキャリアの流れから脱出する良い機会になります。起業前の私がそうであったように、「国内組」は、高校→大学→就職というレールの上を途中下車することなく歩き続けます。そうすると、人と違うタイミングで何かをやめたり始めたりすることに非常に慎重になります。決められたレールを正しく歩くことには慣れているが、自分の考えに従って能動的に意思決定することに慣れておらず、チャレンジ精神に乏しくなり、最初に就いたキャリアにしがみついてしまう傾向があります。一方で海外組は、「キャリアは自分の好きな時に、好きなように変更してよい」とい

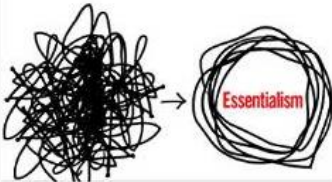
う考え方を持っています。この柔軟性が、経営に効くのだと思います。

私も含めて国内組も、海外組の強いメンタリティと柔軟性を身につければ、もっと事業を伸ばすことができるはず。これは今からでも、すぐにでもできます。まず、自分の視野を広げるために、自分とは違う環境にいる人や異なる価値観を持つ人と関わる時間を増やす方法があります。単純に海外に行くというのもいいですし、海外が無理でも田舎の人は都会に、都会の人は田舎に行ってそこにある文化を感じるだけで意味があります。また年齢が極端に離れた人と接触してみてもいいでしょう。オジサンが高校生や大学生と話すだけで新鮮な学びが得られます。新入社員を毎年迎えるということは、そういう意味でも重要です。また、慣れあった同業者と会うよりも、全く異分野の人と会うことも大切です。また、思い切って長期間の休みを取ってみることも良いと思います。世の中の流れに流されるのではなく、自分の意思で時間をコントロールする経験をすることで、自分がやりたいことをもっと柔軟に、好きなタイミングでやっていいのだということを思い出して欲しいと思います。



## エッセンシャル思考

最少の時間で成果を最大にする  
グレッグ・マキューン 著 高橋洋子 訳



ダニエル・ピンク『モチベーション3.0』著者  
クリス・ギレボー『12時間 著者』  
アダム・グラント『GIVE & TAKE』著者と共に著者紹介  
絶賛する全米ベストセラー、待望の翻訳!  
apple・google・facebook・Twitterのアドバイザーを務める著者の

**1%に集中する方法!**  
99%の無駄を捨て



あなたの読書時間を大幅短縮

## ベストセラー1分解説

巷で話題のベストセラーを豊田礼人が読み、その要点をズバットお伝えします

### 『エッセンシャル思考』グレッグ・マキューン 著

■オススメ度★★★★

■読むべき人 生産性が上がらないビジネスマン

#### ポイント1

### ほとんどあらゆるものは徹底的に無価値である

万物の大半はほとんど価値が無く。ほとんど成果を生まない。少数のものだけが非常に役立ち、大きな影響力を持つ。だから我々は価値ある少数のものに集中するために、積極的に「選ぶ」という作業をしなければならない。

#### ポイント2

### 本質目標を決める

本質目標は具体的で魅力的な目標だ。自分にとって大きな意味をもつものである。本質目標を達成することに関係ないものは、断固として断ることが必要。そういうものに対して勇気を持ってノーと言わなければ、将来、大切なものを失うことになる。

#### ポイント3

### 遊びが大切

遊んでいる時、我々の視野は広がり、常識に捕らわれない斬新なやり方が見えてくる。遊んでいる時はストレスが軽減されるし、脳が活性化される。遊びこそが創造性と探求心の源なのである。

### 結論

エッセンシャル思考でいることの有用性を、色々な実例や自身の経験を交えながら分かりやすく解説してくれる。とにかく、「自分は何でもできるのだ」という考え方を捨て、自分が本当にやりたい「本質目標」に照準を定めて行動すべきだと説く。そのためには、気が進まない誘いなどは徹底的に断るべきだ、と。「つきあいだから断れなくて」と家族との時間を犠牲にしてしまっていることは、人生の損失だとする著者の主張には賛成。大事なことや大事なもののために時間を使いたい。良い本でした。

- ★★★★★ 読まないで損をする
- ★★★★★ 読み応えたっぷり、お薦め
- ★★★★ 読み応えあり
- ★★★ 価格の価値はあり
- ★ 人気作だがピンとこなかった



メルマガ  
バックナンバー

連続500週間以上、毎週金曜日に発行しているメールマガジン「愛される会社の法則」のバックナンバーから、特に好評だったものをピックアップしてお届けします。

# パッケージ化すると売れる

(2014年7月18日発行第483号)

## ■ サラヤのやり方

やしのみ洗剤やシャボネットなどの商品で有名なサラヤ。同社はこれらの洗剤や消毒液など、家や学校、会社や工場などを衛生的に保つ商品を製造販売する会社です。

そのサラヤ。商品を売るだけではなく、サービスもくっつけて「パッケージ化」してビジネスをしています。例えば、顧客である食品工場に洗剤や消毒液といった商品を売るとともに、衛生コンサルタントが工場内の衛生管理状態を定期的にチェックするというサービスを付加しています。顧客はこれにより、工場内を衛生的に保つことができ、食中毒などの発生を未然に防ぐことができます。

商品とサービスをパッケージ化して販売することで、顧客はより高い満足感が得られ、愛顧が獲得でき、ゆえに長期安定的に取引を続けることができるのだ、とサラヤのビジネスモデルは教えてくれます。

## ■ 組み合わせて、付加価値を生む

医療関連企業のホギメディカル社。同社はもともと医療用ガーゼを販売する会社でしたが、「オペラマスター」というパッケージ商品を販売したことで、大きく飛躍したそうです。オペラマスターは、手術に必要な部材を、その手術の内容に合わせて取り揃えて、滅菌した後にパッケージ化して納品する商品です。自社のガーゼの他に、他社製の縫合糸、メスなど様々な部材を取り揃えて、手術の日程に合わせて病院に届けます。

病院側は、手術の時間に、届いたパッケージを開けば必要な部材が揃っているので、とても便利。看護師さんが必要な部材を倉庫から集めてくる手間が省けるし、モレや間違いもなくなる。だから人件費が下がり、時間も短縮化する。在庫管理する必要もなくなるから資金繰りも改善するし、1回の手術にかかる部材コストが明確になるから、採算管理が格段にやすくなる。

これらのことから、病院側の満足度は高位安定し、ホギメディカル社は無くてはならないパートナーとして非常に重要な地位を獲得するに至っているのです。

## ■ 選びやすく、買いやすい

商品単体で売るのでなく、他の商品やサービスを組み合わせ、パッケージ化して提供することで、顧客満足が上げられる。またパッケージ化することで、顧客が選びやすくなったり、買いやすくなったりする、という効果もあります。

旅行会社が提供するパック旅行も、パッケージ化されていることで、買いやすいし選びやすい。北海道に旅行するとして、交通機関、ホテル、観光スポット、食事するレストランなどを全て自分たちで組み立てようとすると、結構大変です。それを「北海道周遊3日間カニ食べ放題プラン50000円」というようにパッケージ化されていると、とても選びやすいし買いやすい。旅行業界は旅行を「パッケージ化」して販売したことで、旅行マーケットを活性化させた、とされています。

## ■ 自分レベルの視点で

自分レベルではどうでしょうか？みなさんは、商品を単体で売ろうとしていませんか？ちょっと頭を柔らかくして、パッケージ化できないか、考えてみて欲しい。自社の他の商品と組み合わせられないか？他社製品と組み合わせたらどうなるか？

あるいは商品とサービスを組み合わせられないか？それらをパッケージにして、名前をつけて販売できないか？単体では売れなかった商品、あるいは単体では儲からなかった商品が、パッケージにすることで売れるようになったり、儲かるようになったりします。

お客様は選びやすく、買いやすいものを買います。パッケージ化できないか、ぜひ一度考えてみてください。

応援しています。🙏

無料メルマガ「愛される会社の法則」は毎週金曜日の朝8時に配信しています。配信希望の方はレイマックのホームページから配信の申し込みをしてくださるようお願い申し上げます。

# レイマック豊田の ひとりごと..

レイマック・コンサルティングの豊田礼人が(たぶん)役に立つと思われることを勝手に取り上げ、勝手にぶつぶつ、つぶやきます。

## 今月の トピック

### うちの次男の話。

うちの次男は幼稚園の年少です。

去年の4月に入園した頃、幼稚園の制服であるスモックを着るのを激しく嫌がりました。もう泣いて泣いて。だから、クラスでただ一人、スモックを着ない園児(笑)。

まあ、私も奥さんも無理に着させなくてもいいかという考えで一致していたし、幼稚園側も寛大で、うるさいことを言わずに好きにさせてくれました。

それをいいことに、入園して半年経っても着ないんです。自分なりのこだわりがあるんですかね？  
「あんなダサイ制服、着れるかよ」と思ってるのか(笑)。

相当頑固な奴だな～と思いつつ、こういう強い自己主張するわが子を、ちょっと誇らしく思ったりもしていました(完全な親ばかですけどね)。周りに流されない強い意志をもっているな、よしよしと(笑)。

しかしそんな感じだった次男も、正月明けの最近では、何の抵抗もなく、スモックを着て幼稚園に出かけていきます。それも相当ニコニコしながら。

親としてホッとする反面、なんとなく寂しい気もします。

「あ～普通になっちゃたよ」って(笑)。

まあ、制服に関してはどうでもいいのですが、これから生きていく中で、勉強ができるとかできないとかじゃなくて、自分の好きなことを見つけて、自分の意思をしっかり持って生きていける人になって欲しいな、と思います。

## 【愛される会社プロジェクト セミナーのお知らせ】

**35回目**となるセミナーは、社長をやる人が考えるべきことをまとめてお伝えするセミナーです。

### 「社長をやる人が考えなければいけないこと」

日時: 2015年2月18日(水) 19:00~20:45  
場所: ウィンクあいち1004会議室 定員: 30名  
料金: 3000円 愛P会員は割引または無料 講師: レイマック 代表 豊田礼人

【友割】お友達をお誘い頂きますと、本人様・お友達様とも1000円割引いたします。但し初参加の方のみ。



定期購読をご希望の方は、愛される会社プロジェクトにご入会ください。詳細は当方のHP(レイマックで検索)にアクセスして頂き、ご確認ください。

■A1会員 540円  
■A2会員 980円  
■B会員 4320円  
■C会員 12960円  
(すべて月額)