

Raymac press



レイマックプレス

2019年2月号 Vol.126

何のために起業するのかをとことん考えた

株式会社ナチュラル・メイ
代表
神谷吾一



父が経営する飲食店が破たん。保証人の自分も破産した。飲食ビジネスの厳しさを身をもって体験した後、足りない部分を勉強し、強みを伸ばすために修行を重ねた。起業は恐かったが、「やっぱり自分でやってみたい」という思いに至り、起業。なぜ起業するのか？何がやりたいのかを妻ととことん話し合っただけで決めた「フレンチのお惣菜」事業は今、多くの人の支持を集める事業に。行動の人、神谷吾一代表に会って、これまでのこと、これからのことをじっくり聞いてきた。(インタビュー＝豊田礼人)

ー今メインで手がけているお仕事はどんな感じですか？

店舗でのお惣菜の販売と、製菓会社に特化した法人向けのお弁当の販売です。製菓会社向け事業は、各病院で薬の説明会を開催する時にお弁当を提供します。それで、私たちはそのお弁当を製造して配達するという仕事をしています。今は法人向けのお弁当が売り上げの約4割を占めていますね。

ーKITTE名古屋やジェイアール名古屋タカシマヤに入っている店舗は、全て直営店ですか？

全て直営店です。ここ（名古屋市守山区）にはオフィスとセントラルキッチン（集中調理施設）があって、各店で販売するお惣菜などを作っています。基本的に、フレンチのお惣菜とお弁当は「ベベのお惣菜」というブランドで展開をしていて、法人向けのお弁当にはそれ以外にも、昔ながらの洋食をコンセプトにした「明治レンガ食堂」、そして

和食の「お弁当の麴屋」という3つのブランドがあります。

「お弁当の麴屋」は、みりんを作った後にできるみりん粕を仕入れ、お魚やお肉を麴漬けにするというコンセプトのお弁当です。

ーふむふむ。どれも美味しそうですね。では現在の事業に至った経緯は後程お聞きするとして、いつもこのインタビューでは小さい頃のお話から始めています。神谷さんはどんなお子さんでしたか？

小さい時は、冬でもランニングと短パンで過ごしているような、元気な子供でしたね（笑）。小学校1年生の時から毎年、夏休みや冬休みにキャンプへ行かせてもらっていました。その延長で、小学校4、5年生の時に長野県の泰阜村というところに山村留学をして、田舎暮らしを体験しました。夏休みと冬休みには帰ってくるのですが、2年間親元を離れて現地の学校に通い、昔ながらの生活をするというプログラムです。共同生活をしながら食事は子供たちで作り、薪を割ってお風呂に入ったり、陶芸をしたり、5年生の時にはみんなで家も建てるんですよ。親がそういった経験をさせてくれたおかげで、自立心を育

今月の内容

- 経営者インタビュー
株式会社ナチュラル・メイ 神谷吾一さん
- 経営コラム グラミン銀行のゆっくり着実な成長
- 書籍解説 『デジタルマーケティングで売上の壁を超える方法』
- メルマガバックナンバー ●レイマック豊田のひとりごと

んでこられたのだと思います。

-すごく面白い体験をされたのですね。山村留学が終わってからは？

6年生は地元の小学校で過ごして、そのまま地元の中学校に入学しました。中学校の時はバスケット部に明け暮れていましたね。中学校2年生の時に夏休みの1ヶ月間だけ、アメリカに短期留学をしました。ホームステイではおじさん1人の家に派遣されて滞在したのですが、夜はその方が働きに出ていたので僕1人だったんです。朝はおじさんと一緒にご飯を食べて語学学校に行くのですが、ある時、朝起きたら警察が来ていて、僕が寝ている間に泥棒が入ったらしくて。それで、「起きていたらお前は殺されていたぞ」と言われましたね。僕が色々と「やってみたい」と思うようになったのは、父が商売をしていた影響かもしれません。僕は物欲よりも体験の方が欲求としては強いのだと思います。

-お父様はどんなご商売を？

父はもともと喫茶店をやっていて、僕が高校生の頃には居酒屋に業態を変えて、2店舗運営していました。父の店から独立した方がいたので、グループで7、8店舗ぐらいの規模でした。しかし僕が高校を卒業する間際に父の店が傾いてきました。中学を卒業したらすぐに海外に出たかったのですが、両親に「友達や人間関係ができるから、高校には行きなさい」と言われて進学しました。高校の時からすでに父の商売を手伝うようになり、料理と接客の道に入りました。夏休みに部活を引退してからはバイト中心の生活だったので、高校は単位ギリギリで卒業し、3年生の冬休みにはすでに一人暮らしを始めていました。

-すごく自立していたのですね。お父さんのお店に入ってみてどうでしたか？

今振り返ると、飲食業界のことも接客のことも何もわかっていなかったのですが、ただ好きだったのだと思います。小さい頃から父とご飯を食べに行くと、「なんでこの店は流行っているんだろう？」というような視点で話をしていたんですよ。だから僕も自分で商売をやる前から、自然とそういう感覚で食事をするクセがついていました。18歳で父の店を手伝いだして店長も経験し、バイトの面接やお店のメニュー開発などもしていました。父親とずっと一緒に仕事をしていたということもあり、他の店でも勉強したいと思い、夜に週4、5日バイトもしていました。朝6時から18時まで父の店で働いて、20時から朝の4時ぐらいまでバーで働いていたので、ほとんど寝ていなかったですね（笑）。

-うわ。すごいですね。成長欲求がプワーツと湧き出してくる感じで。

はい（笑）。でも結局、父の商売がうまくいかず、破産しました。僕も保証人になっていたので、24、25歳の時に自己破産しました。父のお店を閉めることになった時に思っていたのが飲食業の経営を勉強することです。真剣に中小企業診断士の勉強をしようと思ったこともありました。一方で、料理も中途半端でしたから、どうせ飲食をやるなら一から勉強しないといけない、勉強するなら和食かフレンチにしようと思ったんです。どちらにしようか悩んでいた時に、たまたまフランス料理のシェフに声をかけていただいて、フレンチレストランで働くことになりました。今思うと、料理ができなくても飲食店を経営されている方はたくさんいますが、僕はきちんと勉強してペースを作りたいと感じていたんですね。

-若くして破産を。それは大変でしたね。フレンチレストランでの修行はどうでしたか？

料理の世界では18歳から修行をする人が多い中で、僕がフレンチの世界に入ったのは24、25歳の時です。この6、7年のブランクを埋めるために、始発でお店に行き終電で帰り、休みの日も自分で食材を買って、お店の厨房で練習をするという日々でした。みんなより遅れているということにプレッシャーを感じていましたし、このブランクを埋めるには人の倍は頑張らないといけないという気持ちでした。下手すると手が出るぐらいの時代でしたから、精神的にかなり追い込まれた時期もありましたが、「やるしかない」という一心で突き進みました。

-人生の踏ん張りどころでもんですね。

はい。最初のフレンチの店は、母体の会社の都合で半年で閉店することになりました。それで一番上のシェフの方が独立することになり、一番下の僕を誘ってくれたんです。その店では、シェフが銀行からお金を借りるために事業計画書を書くのを手伝うところからスタートしました。銀行の担当者さんが熱心な方だったので、手の込んだ事業計画書の書き方を教えてもらい、商圈内の人口を把握するため



に国勢調査のデータを見たり、地図をマッピングするなど、マーケティングも経験しました。そのオーナーシェフの元で4、5年修行をし、辞めることになったのが28、29歳ぐらいです。次は自分が全ての料理を作る立場で小さなワインバーに入り、オーナーのソムリエさんと一緒に仕事をしました。この店で思ったのは、料理は1日に5万円分ゼロから1人で作ろうと思うとかなり準備が大変なのに対し、ワインは5万円のワインを1本開けたら5万円の売り上げになるということです。だからどう考えてもワインの売り上げにはかきません。でも、ワインに合う料理を求められたり、ワインの知識を増やさないとお客さんと会話もできませんので、必然的にソムリエの勉強をし、資格を取ることができました。

-おお。ソムリエに。ワインバーで働いていた時に、ゆくゆくは自分の店を持ちたいと思っていたんですか？

いや、破産していたということもあって、フレンチのお店の時も、ワインバーの時も、独立をするつもりは一切なかったんですよ。でもいろんなことを経験し、色々考えたあげく、そちらの方向に進んで行った、という感じです。

-それで、いよいよ独立、と。

退職してから独立するまでに1年ぐらいあるのですが、その時に妻とたくさん話し合いましたね。失業保険をもらいながらハローワークに通っていたのですが、ちょうどその時に小牧のポリテクスセンター（職業能力開発促進センター）で、経営全般の浅いところを一通り網羅する10ヶ月間のカリキュラムがあって、そこでパソコンの操作からマーケティング、プレゼン資料の作り方などを一通り覚えました。カリキュラムが終わる頃に、色々なお店からお誘いいただいていたので、どこで働こうかなと思っていたのですが、妻に「結局、吾一君は自分でやりたいんじゃないか？」って言われたんですね。その言葉が「やろう」と思うきっかけになりました。それで、独立するなら「何のためにやるんだろう？」ということを妻と徹底的に話し合っていて、それが今の会社の経営理念につながっています。もともとこういう性格なので、自分でやった方が向いているのだと思います（笑）。

-応援してくれる奥さんがいると心強いんですね。で、何をやることに？

業態として行き着いたのが「フレンチのお惣菜屋」という形なのですが、まずひとつ目に娘がまだ2歳だったんですよ。子連れでレストランには行きづらいし、かといってスーパーのお惣菜では味気ない。だから、子供も一緒に楽しめて、安心して与えられるようなものが欲しいと思いました。そしてもう一点が、フランス料理って、高級店に



入ったり、有名なシェフを目指す方はたくさんいますけど、一般消費者にまで裾野を広げたいという人はあまりいません。イタリアンではサイゼリアさんが全国に広がっていますが、フランス料理はまだ「ハレの日にのみ食べるもの」というイメージですよ。『フランス料理が日常になれば、より選択肢が増えていいんじゃないか』と思いました。それで、『フランス料理を日常に』というところに重点を置こうと思いました。

-ふむふむ。面白いですね。

あと、飲食業界は職人の世界ですし、長時間労働が多いので、結婚してからも続けていくのは大変です。問題点を突き詰めると、やはり他業種に比べて生産性が著しく悪い。その時に調べた人時生産性（従業員1人1時間当たりの粗利益）のデータでは、トヨタ系の工場が8000円ぐらいなのに対し、飲食の平均は2000円～3000円程度です。その飲食の水準で、アルバイトに時給1000円払ったら利益が残るわけがありません。それで『飲食業界の労働環境を変えたい』という目標も作りました。労働環境を変えるには生産性を上げるしかなく、生産性を上げるには一箇所でセントラルキッチンを作って出荷できる形を構築するしかないと思ったんです。小さい店でやっても『お客様の日常食』にはならないし、労働環境を改善できたとしても、業界自体を変えられるわけではありません。そうすると初めから多店舗展開が必要だと思い、それに合った業態を考えた時に『惣菜屋』に行き着きました。ただ、この業態ですと僕は料理人ではなく経営者になるしかありません。やっぱり料理も好きですし、田舎で小さな家族経営のレストランをやっていくのもいいかなと思いましたが、迷った挙句、最終的には経営をやりたいと思い、この方向で独立することになりました。

-最初からセントラルキッチンを作ってスタートしたのですか？

いや、最初はお金がないので、プレハブ事務所のような8坪

の場所を改築してスタートしました。ただ、その物件のオーナーさんが2、3年後にマンションを建てるということでしたので、期限付きです。僕がやりたいのは多店舗展開ですし、数年でせつかく作った店が壊されてしまうので、それまでには次の展開をしないとはいけません。テイクアウトの料理はこの時に初めて挑戦したのですが、レストランの料理とは全く違い、時間を置くとどんどん劣化します。真空パックでの販売や法律についても全くわかっていなかったもので、勉強しながら試行錯誤の毎日でした。ワインバーにいた時のお客さんのつながりで、この時にはすでに製菓会社のお弁当も一部スタートしていましたね。

-製菓会社？

製菓会社はそれまで夜の接待が主体だったのですが、コンプライアンスの問題で夜の接待を廃止するという時代背景がありました。そうするとお昼のお弁当の需要が伸びると聞いたので、他社はレストランの延長でやっていたのですが、うちは営業マンも入れて本格的に参入しました。その頃にはすでに守山区に店舗を作り、今の半分ぐらいの大きさのキッチンがありました。その後、製菓会社のお弁当が増えてきて、1、2年で手一杯になってしまったので、今の場所に移りました。そうした意味では、製菓会社向けのお弁当事業はひとつの転機だったと思います。その後は大手ポータルサイトが何社か参入してきましたが、うちはそういったところには入らず独立してやっています。製菓会社専用のポータルサイトが何社かあって、愛知県全体でこの市場が年間20億から25億ぐらいと言われているので、月で2億円ぐらい。大手のポータルサイトさんがA社、B社、C社とあって、それぞれ6000万、5000万、4000万円ぐらいを占めています。そうすると大手で合計が1億5000万円なので75%を占めていて、うちは一社単体で残り5000万円のうちの1000万ぐらいを請け負っています。

-少し話は戻りますが、最初にお惣菜店を出した時はすぐにお客さんがついたのでですか？

ポリテクスセンターで勉強をした後に、ウインクあいちの「創業プラザ」で創業の準備をしました。そこで、事業計画の書き方や補助金、プレスリリース、チラシの勉強もしたので、創業当時はプレスリリースを打ったり、チラシを撒いたりもしましたが、最初はお客さんが来すぎてしまって、オープン3時間ぐらいでお店を閉めなくてはならない状態でした。スタートの売り上げは良かったのですが、そこから一気に評判も落としてしまい、取り戻すのに時間がかかりました。やはり、宣伝しすぎると期待値が上がりすぎてしまうので、興味をそそるぐらいにしておくといけないですね。

-でも、今では各方面から出店依頼がくるほどになったわけですね。

そうですね。フレンチのお惣菜って珍しいジャンルですよ。地場でセントラルキッチンを持っているところは他にないので、色々なところからオファーはいただきます。ただ、うちはまだ店舗の商売で課題が山積みなので、今は出店を全て断っています。例えば、デパートに出す時には、賞味期限の付け方や食材の細かい表記、企画書の作成など、たくさんことが求められます。食材の表記を誤ってしまった時には、全出荷先と消費者庁に連絡をして、資料も提出しなければいけない事態になりました。レストランとは違って、まずはこうしたことがきちんとできなければダメだということですね。

-今後はどんな展開を予定されているのですか？

新規事業として、社員食堂のケータリングサービスを4社共同でスタートしています。料理の監修をしてレシピを作る会社と、IT系のアプリを開発する会社、デザイン広告の会社、そしてうちです。うちはレシピごとに毎日このセントラルキッチンで料理を作って配達する業務を担っています。基本はホテルのビュッフェのような形態のデリバリーサービスで、発注元の社員さんと一緒にセッティングをして、各社を周った帰りに回収して戻ってきます。今後は1日1000食を目標に横展開していくつもりです。決済機能の付いたアプリで発注していただくので、ケータリングで使った麺やお醤油なども販売できますし、今年はこのサービスをパッケージ化していくことが目標ですね。

-すごくおもしろそうな事業ですね。最後に、これから起業しようと思っている人や、起業したばかりの人たちに一言いただけますか？

迷っているのであれば、まず「やる」って決めないと解決しないと思うんですね。起業してからの新規事業でも同じですが、一度やると決めたら方法はどこかで出てきますし、自分でやるって決めないと前に進まないんじゃないかなと思います。

-本日は貴重なお時間をありがとうございました！

【プロフィール】

神谷吾一 かみやごいち 愛知県生まれ
株式会社ナチュラル・メイ代表
「べべのお惣菜」運営
名古屋市守山区永森町202
<http://bebe51.com/>



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。

グラミン銀行のゆっくり着実な成長

■グラミン銀行が貧困を救う

グラミン銀行はマイクロクレジットと呼ばれる方法で貧困層の「稼ぐ力」を支援している銀行です。バングラデシュの貧しい人々を救済したいという思いで、当時バングラデシュのチッタゴン大学の学部長だったムハマド・ユヌス博士が1983年に創設しました。その後、バングラデシュだけでなく世界各国に広がり、2018年9月に日本にも上陸しました。

グラミン銀行は、貧困に苦しむ女性たちに少額のお金を融資し、彼女たちはそのお金によって小さなミシンを買って服を作って売ったり、竹を仕入れて籠を作って売ったり、家畜を買ってそれによって収益を生み出したりします。つまりマイクロクレジットとは、自らが小さな事業を起こし、それによってお金を稼ぎ、貧困から抜け出すことを支援する仕組みなのです。

なぜ女性たちかというと、バングラデシュでは女性の地位が低く、社会でも虐げられていました。女の子が生まれると食べる口が増えるということと、結婚するときに「持参金」を持たせないといけないという慣習から、女の子は家族の中でも歓迎されない存在だったそうです。結婚すればしたで夫には絶対服従で、外を出歩くことも許されない。夫が十分なお金を妻に渡さない中でも、子供には食べさせないといけない母親は、自らの食べる分を子供に回すしかありません。貧困地域の中で、女性はさらなる苦しい立場に追いやられていたのです。

そういう状況の中でユヌス氏はグラミン銀行を立ち上げ、彼女たちに融資し、貧困から抜け出すための支援を始めたのです。

■「施し」は成長を止めてしまう

ユヌス博士が主張するのは、貧しい人に「施し」をするだけでは何も解決しないということです。つまり、貧しい人に豊かな人がお金を渡すだけではだめだ、ということ。貧しい人を見たり、彼らからお金をねだられたら、つい私たちはお金を渡してしまいます。しかしそれは一時しのぎに過ぎません。お金を渡した方は自己満足し、もらった方は次にもらえる人を探してさまようだけで、何の解決にも

なりません。

「お金を渡すことは、現実の問題から私たち自身を遠ざける一つの方法なのだ。わずかな額の金を渡しておけば、私たちは自分が何かをしたと思えるし、善い行いを貧しい人々と分け合うことができていい気分になれる。しかし、実際には、本当の問題を放置しているだけなのだ。私たちは問題を解決しようとする代わりに、金を放り投げて歩き去ってしまうのだ」とユヌス博士は警鐘を鳴らします。お金に困っているとき、お金をもらえたら助かります。しかし同時に、自分で考えて行動する機会を失うことでもあるのです。

■助成金が会社をダメにする？

日本の中小企業支援の政策でも助成金という名の巨額な「施し」が毎年行われます。この政策もユヌス博士の「施しは何も解決しない」という主張に照らすと疑問が湧いてきます。確かに資金的に苦しい中小企業が助成金を受けることで経済的な余裕ができ、経営がしやすくなるという面はあるでしょう。買えなかった設備が買えたり、ホームページを新しくしたりして、業績に貢献したという事例も報告されています。しかし一方で、「もらったお金」というのは、どうしても使い方が荒くなり、よく考えもしないで使ってしまったたりもします。お金がないときは、どうやって今あるもので勝負するか、を必死に考えますが、「施し」を受けると思考が浅くなります。

実際に助成金を何度も利用した経営者は「助成金は麻薬みたいなもので、最初はありがたく思っ気持ちも高揚するが、そのうちもう一回もう一回と何度も要求するようになり、最後には大金をもらっても何とも思わなくなる」と言っていました。施しを受けた経営者と受けずに自力で頑張った経営者とは、もしかしたら前者の方が成長スピードは速いかもかもしれませんが、「経営力」は後者の方が身につくと思います。それくらい、自分で考えて行動することは会社が成長するために重要だと私は思います。

■雇用ではなく自営を推す

グラミンでは、施しを与えるのではなく、就業先を紹介するのでもなく、自営による自己雇用を重視します。自営

が雇用よりも優れていることをユヌス博士は、①時間がフレキシブルで女性向き、②楽しんでいいる趣味を利益が出る仕事に変化させることができる、③福祉への依存から抜け出し、単に賃金の奴隷になるのではなく、店を開いたり製造業を始めることができる、等の根拠で説明しています。

しかし、今まで自営などしたことのない女性たちが家事をしながら、お金を借りて事業を立ち上げ、利益を出し、借金を返済していくことなど可能なのでしょうか。当初は彼女たち自身がそんなことを信じなかったし、彼女たちの夫は猛反対、さらには地域社会もそんなことを受け入れる雰囲気ではありません。なんせ、女性が外を出歩くだけで批難される社会で、融資を受けて事業を始めるなんてとんでもない話だったからです。

■ ゆっくり着実に、が成功のコツ

そんな中で始まったグラミン銀行が、今では全世界にそ

の輪を広げています。なぜそれができたのか？

ユヌス博士は「その秘密は『ゆっくり』という言葉に隠されている」と言います。グラミンに反対したり疑ったりする人がいても、その人たちと対立しないようにゆっくり活動を広める。素早くことを起こして失敗するよりも、ゆっくり着実に、物事を正しい方向に進めていったほうがいいのだ、ということです。この「ゆっくり」こそグラミン銀行の成功の秘密なのだ、とユヌス博士は言います。まさにコツコツ流です。小さく控えめに始めて実験を繰り返す、失敗から学んだことを次の行動に生かして進んでいく。ゆっくりゆっくり。コツコツと。

そして自分で考えて自分で行動する。自分でエンジンをつくり、自分で動かし、自分で磨いていく。それが重要なんだよ、ということをグラミン銀行は全世界で証明しています。ユヌス博士の素敵な教えに強く共感しました。🙏



あなたの読書時間を大幅短縮

気になった本を1分解説

レイマック豊田が最近気になった本を読み、その要点をズバツとお伝えします

『デジタルマーケティングで売上の壁を超える方法』

西井敏恭 著 ■オススメ度 ★★★★★

ポイント1

2回目が重要

ネット上で商品を買ってもらい、長期的なリピーターになってくれる人が多ければ多いほど経営は安定する。1回買った新規顧客が2回目を買うことをF2転換という。Fは「Frequency」で頻度という意味。F2転換すると、3回目まで買ってくれるお客様は飛躍的に増える。ネット販売ではこのF2転換させられるかどうか勝負となる。

ポイント2

デジタル広告の優先順位

デジタル広告は多種多様だがすべてをやることはできない。優先順位をつけて、できることからやり始め、それをやり切ることが大事。優先度が高いのはアフィリエイト、SEM(リスティング広告)。SEOも重要だが難易度が高くなっている。その次にフェイスブックやツイッターなどのSNS広告、となる。

ポイント3

コミュニケーションは熱いうちに

ネットでお客様に申し込みや購入を促すとき、いかに熱いうちにコミュニケーションをとるかということが重要になる。タイミングを外すと売れるものも売れなくなる。例えば、ネット上で申し込んだ直後というのは、お客様にとって不安でもあり楽しみでもある。この時にタイミングよくお客様の気持ちに寄り添ったコミュニケーションができれば、お客様の満足度は増す。

豊田の 結論

野菜のネット通販「オイシックスドット大地」の執行役員であり、チーフマーケティングテクノロジストである著者が、おもにオイシックスでの経験をもとに、ネットでどのように顧客を集め、購入してもらい、さらにはリピーターになってもらうかについて解説している。野菜という消費財での事例が多くなっているが、それ以外の商品やサービスを扱っている会社でも参考になることがたくさんあると思う。ネット上の傾向や特色も押さえて、根底にはマーケティングやブランディングの基本的な考え方が流れていて、腹にすっと落ちる内容だった。デジタル広告の優先順位でアフィリエイトが高いということを再認識し、自分や顧客の戦略にどう生かせるかを考えてみようと思った。分かりやすく、良い本だと思う。

- ★★★★★ 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



動物的に反応し、ストーリーで共感する

(2017年6月16日発行第635号)

■世界に1本のデニム

広島県尾道市に、ONOMICHI DENIM PROJECT (オノミチ デニム プロジェクト) という変わった取り組みが注目を集めています。デニムの産地である尾道で、漁師さんや大工さんにデニムジーンズを1年間貸与し、それをはいて仕事をしてもらった後に回収し、その色落ちなどの「味」をウリにしてジーンズを販売する、というプロジェクトです。

これによって、漁師さんならではの、あるいは大工さんならではの「こすれ」や「汚れ」が、そのジーンズに刻まれます。漁師さんのはいたジーンズは、海水にまみれ、強烈な太陽光によって日焼けし、絶妙な色合いに変化します。大工さんは、常に道具を身に着け、重い荷物を運ぶため、同じ部分がこすれて色落ちします。で、世の中に1本しかないジーンズが出来上がる。価格は1本4万円くらい。これが人気を呼んでいるのだそうです。

■モノにストーリーを乗つける

このジーンズには、漁師さんや大工さん（他にもいろいろな職業のバージョンがあるみたい）のストーリーが乗っかっている。見た目のカッコよさに加え、そこに乗っかっているストーリーに僕たちはワクワクする。職人さんの生き様と、自分の生き方を重ね合わせて気持ちが高揚したりする。

ある調査（株式会社ヤラカス館調べ）によると、「商品の背景やストーリーまで含めて商品の価値である」という考えに肯定的な人が6割を超えたそうです。

一方で、「商品は物そのものが重要で、物がよければ背景やストーリーは気にしない」という考えに賛成の人は4割以下だったそうです。また別の調査（野村総合研究所調べ）では、「とにかく安く経済的なものを買う」という人が減り、「自分が気に入った付加価値には対価を払う」という人が増えています。

つまり消費者の価値観は、価格よりも、商品やそれを販

売する会社や人に共感を求め、自分の価値観に合えば高くともきちんとお金を払う、というようになってきている、ということです。

■動物的に反応し、ストーリーで共感する

一方で、僕たちはモノやサービスを最初に目にしたとき、動物的に反応し、欲しいか欲しくないかを瞬時に判断しています。だから「見た目」を整えておくことは大事です。

美味しそうな料理の写真を見たり、食欲をそそる香りを嗅いだり、カッコいいデザインのジーンズを見たりすれば、反射的に惹きつけられます。ここまでが第1ステップ。人間の動物脳を刺激するために、ここにこだわることは外せません。ストーリーとか背景とかの以前の問題です。

そして第2ステップに進み、その商品をより深く調べたとき、魅力的な背景や共感できるストーリーが出てくると、強力な買う理由をお客様は得ることになります。動物的に反応し、ストーリーに共感できると思えたら、買うのです。この2ステップは、常に意識したいですね。

■自分レベルの視点で

自分レベルではいかがでしょうか？自分が売っている商品・サービスはどうですか？一瞬で欲しくなるような、分かりやすく、美しく、かつこよく、美味しそうな、そんな第一印象を与えられるようになっているのでしょうか。そして、共感を生むような背景やストーリーを用意しているのでしょうか。

商品だけでなく、あなた自身も同じです。第一印象で惹きつけられるように自分を磨く。そして共感してもらえらるストーリーを持っている。そういう人は、買ってもらいやすくなります。あなたはどうか？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い。



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

友達だからタダでいいのか？

コンサルティングやカウンセリングなどアドバイス系のお仕事をしている人の相談を時々受けます。

彼(彼女)らの悩みのひとつとして、「友達からの相談でお金を取れない」というものがあります。アドバイス系の仕事って原価がかかるものではないので、友達や知り合いが「ちょっと教えてくれる？(もちろんタダで)」と無邪気に頼んでくるんですよ。

スタートアップ期は、経験を積むことが大きな価値なので、まずは無料でアドバイスすることもあります。でも、ずーっとその調子で無料のアドバイスを要求されると、正直、困ります。材料などの物質的な原価はかかりませんが、アドバイス力を高めるために、お金と時間を投資してきているわけですから、「タダで」と言われると悲しくなります。

数年前に見た、落ち目のミュージシャンが主人公の映画でこんなシーンがありました。主人公が知り合いの大学教授の家に食事に招かれる。そこには教授の友人夫婦も来ていて、ミュージシャンに「一曲歌ってくれ」と要求する。教授も「やってくれ」とギターを差し出す。しょうがないからミュージシャンは少し歌い始めるものの中断し、こう叫ぶ。

「俺はプロのミュージシャンだ。これで飯を食っている。だからタダで歌うのは嫌だ。教授、あんただってタダで講義をしないだろ?!」

彼はそう言って立ち去ります。僕は心の中で拍手を送りました。よく言った！

アドバイス系のお仕事をしている方は共感してくれるんじゃないかな、と思います。

【レイマッククラブ主催セミナーのお知らせ】

51回目となるセミナーは、経営者向けのWEB活用の方法についてお話しします。

「経営者のためのWEBマーケティング基礎講座」セミナー

日時: 2019年2月26日(火) 19:00~20:45

場所: ウィンクあいち1004会議室 定員: 30名

料金: 5000円(税込) レイマッククラブ会員は2000円 講師: レイマック 代表 豊田礼人



定期購読をご希望の方は、レイマッククラブにご入会ください。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。

■正会員	2,160円 (月額)
■入会金	5,400円

【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。

 **Raymac**