



令和元年 NO.02

お盆が過ぎて、一気に秋の気配です。

(でも8月なので夏号です！笑)

自転車に乗りたいですが、ハイキングもいい！

夏の運動不足解消のため、

地元の心をおおいに満喫したいと思います。



その  
お金

あなたは  
何に支払いますか？



昨年、登山マップのお仕事をいただきました。下見のために観光協会さんにご一緒していただき、久しぶりに山登りをしたら紅葉がとても綺麗でした。今年もまた登る機会がありそうなので、トレッキングシューズを新調することにしました。一日で決めたかったので、専門店がいくつもあり、旧モデルでも品数が多いアウトレットに行きました。最初に買ったAのお店は登山ウェアの有名ブランドです。お客さんはそんなに多くなく、全体的に高めの価格帯でした。遠慮がちに眺めていると、しばらくして店員さんが静かに声をかけてくださいました。登山の経験やどんな山に登るのか、など尋ねられて、ひとつひとつ商品の説明をしてくれました。ちよつと予算オーバーかな…そう感じて迷っていると、「他のお店は行かれましたか？」と、「いろいろ履いてみられるといいと思いますよ」と言われたので、また来ますと店を出ました。

Bの店もアウトドアの有名ブランド店です。金額は思ったより安くデザインも抱負です。店内はお客さんでいっぱい、シューズを手に取ると店員さんが「サイズおっしゃってくださいな」と声をかけてくださったので出してもらいました。紐をほいほいと、店員さんは他のお客さんに呼ばれて「ごゆっくり」と笑顔で行ってしまいました。履き心地は悪くないので一応キープ。もう幾つか試したかったのでデザイン違いを見つけて別の店員さんに出してもらいました。その店員さんも、シューズを私に手渡すと他のお客さんの対応でどこかに行ってしまう。履いてみると若干横幅がきつかったので、Aの店に戻ると先ほどの店員さんが、「どつでしたか？」と声をかけてくださいました。試着をお願いすると、店員さんはシューズから中敷きを抜いて床に置き、「足を乗せてみてください」と言われました。そして「サイズ、大丈夫そうですね」と試着の仕方を教えてくれました。かかとを軽く床にトントンと打ちつけてから紐を結ぶこと、そして私が不器用に紐をかけていると、結びましょうかと、丁寧に紐を上からクロスしてかけてくださいました。「このほうが摩擦でよく締まるんです」と。歩いてみると、横幅が少しきつい。すると店員さんは、どこかきついのか尋ね、その部分は紐を少し緩めにして他はしっかり締めてくださいました。立ち上がる時、きつかったところがとても楽になって驚きました。そして結び方や靴下の厚さのことも教えてくださいました。

そうなんです。結局、予算オーバーにも関わらず、わたしはAでシューズを買いました。価格差、約5千円。何がわたしを動かしたのか。もちろん商品自体の品質が良かったこともありました。けどわたしはそれ以上に、Aのお店のサービスにお金を支払った気がしてならないのです。一人のお客さまに一对一で時間をかけて話を聞き、商品の説明をし、そして購入後にもちゃんとそれを扱えるよう教えてくださいました。納得して買ってほしいという姿勢と一連のやり取りに、わたしはとても満足したのです。少しでも安く商品をお客さまに提供することもお客さまを思う気持ちかもしれません。だけど、初めて使うものは専門家の知識やアドバイスをほしいお客さんも多いのです。そしてそれはネットの情報だけでは決して得られない「体験」なのです。ものが溢れ返る今、ひとは商品だけでなく、購入までのプロセスや購入後の満足度も全て含めて価値として求めています。時間をかけ、丁寧な対応に堂々と値段をつけることは真つ当なことであり、それに納得できればお客さまは喜んでお金を払うのです。Bのお店は客数は多いけど滞在時間は短く、店員さんはバタバタと対応に追われていました。接客が行き届いてなくても安ければいい、望んでいるかどうかは別として、そういうお客さんを選んでしまっているような気がしました。事実わたしのような客を一人逃してしまったのです。「それはあなたの勝手やん」と言われればそれまでの話。アウトレットだね。

### 新たな価値を生み出すために

また消費税が上がります。たとえ数%でも経営者にとっては大問題です。お客さまにご迷惑をかけたくない、でも値上げしないと利益率が下がる、どうすればいいでしょう、と以前も尋ねられたことがありました。わたしはいつも思うのです。消費税が上がるのは仕方がないこと、それによって売上げが下がることを危惧するよりも、上がった分の価値をお客さまに受け取っていただければいいのではないかと。それはもしかしたら、商品を改

ほつ  
とことこ



良してグレードアップすることかもしれません。商品の情報を店頭でより詳しくお客さまに伝えるポップを作ることもかもしれません。そしてお金をかけなくても、お客さまに対して心から笑顔で接すること、お客さまとの対話を増やすこと、ご意見をいただき次へ活かすこと、これも立派な価値であるとわたしは思っています。そしてそれは、経営者一人が思うのではなく、そこで働く人全員が気持ちを共有し実行することで初めて、そのお店や企業の姿勢としてお客さまに伝わっていくものだと思います。

デザインと  
イラストと  
きかく

小路好美

制作ルーム / 大阪府南河内郡河南町 148-2

www.d-i-p-shouji.com

mail@d-i-p-shouji.com

デザインとイラストときかく FB ページ(作品)/

https://www.facebook.com/y.shouji1214