

異業種の動向・事例を明日のヒントに活かそう⑥

・・・「やらざるを得ない」なら・・・居直ってみたら
・・・どこも2割の「お馴染みさん」で商売が成り立っている

農村報知新聞社 編集顧問 鈴木 肇

事例1

「やらざるを得ない」なら・・・居直ってみたら

横浜で偶然入ったスーパーでの話だが、平日の午後にもかかわらず、店内に活気があふれている。その正体はすぐわかった。意外に思われるかも知れないが、活気を吹き出しているのは値札だった。

まず、全体がA4サイズくらいと大きい。書かれている文字は産地名、品名、値段だけ。品名の上に産地名、下に値段、それらが品名の1/2ほどの大きさに書かれているから勢い、「群馬産キャベツ ○○○円」と読めてしまう。そばに近寄って見なければわかりにくい値札が多いなか、このスーパーの値札はこれだけでも目立つのに、もう一つ仕掛けがある。それは、すべての名札に脚をつけ、空中に浮かしていることだ。そこで、店内のあらゆるところから、「□□産□□□ ○○○円」が競い合うように呼びかけてくる。

こうした値札設計がもたらしてくれるものは、店内の活気だけではない。「当店は、全国各地から産地を厳選して仕入れています」、そう客に思わせるアピール効果も生み出している。それが「中国産」とあっても「これは安心していただける中国産ですよ」と言っているのだろうと思わせることも上手い。

「産地名表示は義務だから」と仕方なく小さく表記—そういう小売店が大半だが、「やらざるを得ないなら逃げずにやろう、それよりもこれを販促に活用できないか」・・・多分このスーパーはそう考えたのだろう、そこが凄い。

何かにつけ「やらされる」「協力させられる」ことが多い農業界だが「居直ってみたら」見えてくることも、やってみたら面白いことも、ある。

今回の事例は、それらを雄弁に物語っていると思えてならない。

事例2

どこも2割の「お馴染みさん」で商売が成り立っている

たまたま立ち寄った某自動車メーカーのディーラーA社、友人はここで中古車を衝動買いした。次の車検まで2年間ある車だった。

応対してくれたセールスマンから、料金は前払いだが、半年毎の定期点検、オイル交換1回は無料という、「メンテナンスサービス○○○」を勧められ、契約した。2万円近い料金を支払った。点検時期が来たら電話連絡がある約束だった。

半年過ぎたある日、ディーラーA社から定期点検を勧める電話があった。話を進めるうちに今日の電話は、同じA社でも別の営業所からと判明した。

あのメンテナンスサービスは、A社のどこの営業所でも利用できる、お客さまのお住まいなら当営業所の方が近い、そう電話の向こうは強調した。

結論からいうと、友人はA社の新たな営業所でメンテナンスを受けたが、ディーラーA社の評価は最悪となったばかりか、その車をつくる自動車メーカーも信用できないと、こき下ろす。

「点検時期は連絡すると明言した、当初セールスマンの約束不履行はどうでもいい」と友人は言う。

ビジネスがわかっていないセールスマンがいる会社に「引っかけってしまった」自分が腹立たしい、それが口惜しいという・・・それは、理解できる。

一般に売上高の8割は、2割の「お馴染みさん」からもたらされるといわれる。しかも、この2割の顧客のために必要なエネルギーと費用に比べれば、新規の顧客開拓に必要なそれは、比べようがないほど膨大で、高コストという。

それ故、「一度つかんだ顧客は絶対に離さない」これがビジネスの鉄則となるはずだが、これを軽んじているらしいA社、その親会社らしい自動車メーカーに、彼は不信感を持ってしまったということになる。

最終的に農産物を食べてくださる、評価して下さる一般消費者との直接おつきあい、こういうおつきあいは農業界にとって不慣れだろうから、敢えて、ダメ押しさせていただく。

「一度できたご縁は絶対、自分の方から切っけはいけない」・・・「自分の方から切ってしまったことになるご縁は、悪口の泉になりかねない」。

以前、ここの別企画の連載でも書かせていただいたが「文句を言ってこないから、大丈夫だろう」—この種の習性も、「命取りになりかねない」。くれぐれもご用心ください。

この連載は、今回で終了させていただきます。1年間お読みくださり、ありがとうございました。(完)

食品あんしん制度をご存知ですか？ (3月2日の一斉FAXでお届けしました)

この制度は、加入者が製造・加工販売する食品(農産物)によって、消費者に健康被害等が生じた場合に、各種の損害賠償や費用損害等に対し、保険金をお支払いする保険制度で、当協会では会員限定の制度として取扱いをしております。

具体的には、異物混入等により製品に欠陥が生じ、消費者に食中毒等の健康被害を発生、または発生させる恐れが生じた場合、

1. 消費者に対する損害賠償
2. 販売店に対する損害賠償
3. 事故の影響による喪失利益
4. 食品の回収費用
5. 信頼度回復のための広告宣伝費用等をお支払いする内容です。

食の安全が求められる今日、「もしも」に備えて加入を検討されてはいかがでしょうか。ご関心のある方は、3月2日に送信している「様式1. 食品あんしん制度申告書」にご記入の上、FAXいただければ、すぐに掛け金の見積もりをお送りします。

なお、詳細は、担当：名取まで。

■事務局より

6回にわたる、鈴木 肇氏の連載は今週号で終了です。会員の間でも大変人気の高い読み物でした。

事務局もその読者の一員として、「連載、どうもお疲れ様でした」と感謝の言葉を送りたいと思います。



「アグリビジネス経営塾」240号
2005年3月10日発行

発行：
社団法人 日本農業法人協会
東京都港区虎ノ門1-25-5
虎ノ門34MTビル
〒105-0001



Tel : 03-5156-0365 Fax : 03-5156-0366
E-mail : hojin@nca.or.jp
HP : http://www.hojin.or.jp/