

顧客に伝わるメッセージを生む思考法

顧客へ伝わるメッセージを考えるというプロセスは、実は何故この事業を行うのかという本質的な問いかけになります。これを、価格勝負ではどうにもならない状況にありながら、中高年齢層が主な顧客の架空の小規模な食品スーパーを例に、顧客に伝わるメッセージの事例を紹介します。

1. 商品特性を説明するメッセージ

事例の食品スーパーでは、競合他店との差別化を図るため、周辺の農家に声を掛けて、地元産の野菜を中心に商品力を強化することにしました。そこで、以下のようなメッセージをチラシに謳い、店舗に掲げました。

「地元産の美味しくて新鮮な野菜です。顔の見える生産者が作った安心の野菜です。今晚の食卓にいかがですか」

悪くはありませんが、今では大手から中堅の食品スーパーまでが、地元産の野菜を売るコーナーを設けています。どういう商品を販売しているのかを説明していますので、市場から仕入れた商品と比較してモノが良ければ、顧客は買ってくれるでしょう。しかし、それだけです。

2. 事業のプロセスを説明するメッセージ

そこで、仕入れにまつわり工夫した点をメッセージに沿えることにしました。どんなに素晴らしい商品を厳選して提供しているのかを顧客に知ってもらい、購買意欲を掻き立てるためです。たとえば、次のようなメッセージです。

「地元で美味しいと評判の農家に掛けあい、自家消費分を分けてもらっています。しかも、早朝に収穫したものをその日に店頭で並べています。そして、ただ美味しくて新鮮なだけではありません。すべて有機無農薬（減農薬）栽培のものだけを選びました。健康に優しい野菜です。美味しさと安心で満たされた食事はいかがですか」

最初のメッセージは、売っている商品は何かを説明していただけでした。そこに、企業がどのようにして商品を提供しているのかというノウハウやプロセスの説明を加えたのが、事業のプロセスを説明するメッセージです。大手スーパーがやっているような、大量仕入販売でない点分かり、しかも自家消費分という希少

性を伝えています。農家が自分で食べるためのものを買えるというメリットが分かります。有機や農薬使用の有無は安心という価値を伝えることで、価格を割高に設定しても納得して買ってもらう理由にもなります。つまり、どのようにして事業を運営しているのかを顧客に伝えることは、商品自体の特性を単に伝えるよりはメッセージ力が高まります。

3. 事業の立ち位置を説明するメッセージ

しかし、事業のプロセスを説明するメッセージも、単に商品の優位性を説明しているのに過ぎません。ですから顧客は、同じような事業ノウハウやプロセスで同様の商品を競合他社が提供すれば、メッセージ力は弱まります。そこで、何故、このような商品を顧客に提供しようとしたのかという、事業の立ち位置をメッセージとして伝えることにしました。それが次のメッセージです。

「地域ならではの豊かな食文化があるのは、その地域の恵みを受けた食材を産する生産者と、その価値を理解している消費者がいるからです。当店は、その両者の橋渡しをし、いつまでも豊かな食生活があり続けることを願っています。

当店は、食する方々が住まう地域で自然の恵みを受け、有機無農薬で大事に育てられた美味しくて安心の野菜を厳選して提供します。そして、美味しかったというお客様の言葉を、そのまま生産者の方々に伝えます。より美味しく安全な野菜を作って頂くために。

当店の自信を持って提供する、生産者の思いが詰まった野菜を今晚の食卓にいかがですか」

3番目のメッセージは、どういう事業を行うとしているのかという、事業者の思いや事業の立ち位置を伝えています。しかし、商品特性や事業のプロセスを説明するメッセージにあるような普遍性はありません。このメッセージでは、それに共感するか否かがはっきり分かります。共感しない顧客はその価値が分からず、他店に流れるかもしれません。しかし、共感する顧客は、たとえ同じような商品が他店にあったとしても、この店で買います。事業者の思いに購買する価値を見出すからです。事業者の購買者と生産者との橋渡しに関与し、より美味しく安心な地場の野菜の生産に貢献したいと思うからです。

事業の立ち位置を説明するメッセージには、事業の方向性を定める戦略があります。事業の方向性があるからこそ、顧客から出る野菜の生ごみを堆肥化して生産者に還元する。生産者のお宅訪問で日頃の苦労話や工夫を顧客が直接聞いたり、美味しかったという感謝の言葉を伝える場を設けるなど、より生産者と消費者とを密接に繋ぐという事業力を強化する方策が次々と浮かびます。事業の立ち位置を説明するメッセージを考えることは、難しい作業となりますが、それだけの事業価値を生むことでもあるのです。

ヘリオバヤージ合同会社 代表社員 廣瀬 幸義