

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## 「早い・安い・普通」

私がお世話になっている会社のお話です。その会社はある商品を販売していますが、品質にこだわり業界内でもいち早く、自社で商品に保証をつけて販売しています。現在もその路線は変わらず、品質のよいものを提供するためにたくさんスタッフがその商品に関わり、お客様に満足してもらえようように営業されています。当然、バンバンと安売りできる商品ではありません。そして、その商品を購入するにはちよつと予算が厳しいというお客様をターゲットに、もうひとつの商品群を作りました。手厚い保証等はないが、十分に役割を果たす商品を販売したのです。

しかし、その新しい商品群を販売していると、「お客様に良いものを提供したい、お客様も良い商品が欲しい」という思いに押しされ、その商品群の価格が保証付きのものに近づいてしまったというのです。良いものを提供したいというスタッフや会社の思いは当然といえば当然で、その結果、良い商品を作るために品質や価格がアップしてしまい段々とターゲットからズレはじめてしまったという話を伺いました。

当社でも先日、新規のお客様より、制作物の相談がありました。ヒヤリングを行うと、「適当とは言わないけれど、そんなに凝らなくていいよ。」と言われました。当社では、意図的に力を抜くというか、適当にするということが考えもつかなかったのですが、あまり時間をかけずに一般的な内容で作成してみると、費用面でもお客様に喜んでいただくことができました。

お客様にとって良い商品とは何なのでしょうか？ 良いサービスとは？ またひとつ考えさせられました。

以前は、情報を収集する手段が限られていましたから、何をするのも専門業者やプロに任せざるを得なかったことも、最近

ネットで検索し、情報を得ることができません。お客様によっては様々な情報を集めたり勉強もしたりしています。そんな背景があり、一部のお客様は、良い意味での「適当」を望んでいるのかもしれない。

売り手は、良い商品売りたい、そして、お客様に喜んでもらいたい。買い手も当然、良いものが欲しい。高品質でとても安いというのがベストなのでしょうが、なかなかそういうものはありません。良いものだが通常価格という商品、お得で安い品質はイマイチ、いわゆる「二級品」。後者のニーズもたくさんあり、商品やサービスによってはそこが新しい市場かもしれません。

ご紹介した会社もそうですが、何年も何十年もお客様のために、常にニーズを模索し、あれこれと改善を行ってきた結果、この次の市場が見えてきたのだと思います。いま、この会社はさらに新しいニーズを発掘している最中です。

さて、お客様の要望度の高い、「早い・安い・うまい」といえば牛丼の吉野家です。私は、仕事の合間に食べることで助かっています。創業時は「うまい、早い」だったそうです。早く、お腹にいっぱいになりたい忙しい人をターゲットにしていたことは今も昔も変わらないわけですね。その吉野家もファミリー向けやアルコール類も提供する店もオープンしているとか。新しい市場と言わず、小さな会社では、「新しい選択肢」を増やしていくという考え方もいいと思います。

## ご案内

### ●パンフ、販促品も!

サンキューレター(ハガキなど)  
会社案内、商品カタログ、  
DM、チラシ制作



### ●ネットも!

ネット広告の運用・アドバイス・ホームページの活用



### ●相談だけでも!?

お話をお伺いし、  
ご提案します。



※ラップニュース

バックナンバーもホームページからご覧いただけます。

※アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。

今後ともどうぞよろしくお祈りします。