

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp) から

## 「見えない商品」

普通、私たちは目に見えるもののほうが目に見えないものよりも価値を見出しやすく、また信じやすいものです。例えば、車というと新車は有形の商品ですから、お客様にとっても自分のニーズや好みに合う1台を選び、購入後のイメージもふくらみやすくなります。一方、無形のもの、形もなく目に見えないため購入前に実感するのが難しい面があります。同じ車でも、レンタルやリースなどは車そのものというよりもレンタル、リースというサービスに価値を見出してもらう必要があります。車の修理なども同様だと思います。

このように考えてみると、実物をハイッと見せることができないサービスを提供している業種はたくさんあります。お客様にその価値を見出してもらい、自社のサービスを利用してもらうためにはどのような方法があるのか考えてみました。

有形の車（新車）はその販売価格、燃費、スペックなどのデータが決まっているので理解しやすいのですが、一方の無形サービスでもできるだけ「見える化」が必要だと思います。そのサービスを裏付ける技術、資料、データなどを揃え、できるだけ具現化するのも一つの方法ですが、何といたってもお客様のニーズは多種多様です。一概に「これでOK」とはいえませんが、ホームページやブログなどを利用して情報発信し、お客様にサービスの価値を見出してもらうことも重要だと思います。

多様なお客様のニーズですが、お客様自身も気づいていない隠れたニーズもあります。特に無形サービスの場合はその価値を見出しにくい分、隠れたニーズを吸い取ることができれば、ビジネスチャンスが広がる可能性があります。Aというサービス（商品）を希望していたお客様の話をよくよく聞いてみると、もしかしたらBというサービス（商品）の方がニーズに見合っているのでは

ないか？メリット・デメリット、費用なども含めて提案したところ、お客様自身も気が付かなかったニーズに近づく事ができ、少々費用が高くなったがお客様から喜ばれた。私が以前、伺ったことがあるお話です。

このような無形サービスを対象にしているのを「サービス・マーケティング」というそうです。最近では、商品やモノ自体を販売するマーケティングから、サービスを主体としたマーケティングが主流になってきました。モノがあふれる現代では、有形サービスにもさらなる付加価値が必要になってきます。また、より良い無形サービスを求められる時代にもなっていくしますので、やはり無形サービスにも付加価値が必要になるのだと思います。

ネットの登場により、見えにくい無形サービスは「価格」などわかりやすい指標で比較されがちです。情報発信としてのネットの利用は必要ですが、お客様との接点は「オンライン上」だけではなく、直接ヒアリングをしたりする動きも大切なのではないでしょうか。

お客様ひとりひとりの要望を吸い取り、それに合った、いえ、それ以上の提案ができるようお客様との接点を重要視するようにしていきたいと思っています。

## ご案内

- ロゴ制作（原本マニュアル）
- ホームページ制作・運営
  - ・ドメイン取得からレンタルサーバーの手配、管理
  - ・ホームページの企画制作
  - ・ホームページの文章作成、表現の仕方をはじめ、写真やイラストなどお困りのことはありませんか？
- 広告やチラシ、会社案内の作成
- 御社オリジナルのA4クリヤファイル、A4ポケットフォルダ、社便箋、名刺などの作成

まずはお気軽にご相談ください！

- ラップニュース読者の皆様へ。  
ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。  
<http://www.raptokyo.co.jp/>

※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。