



「コトマーケティング協会とは何ですか？現在の仕事内容を教えてください。」

「コトマーケティング協会とは、「価値を伝えることで、人とつながり、社会とつながり、未来につなげる」という思いのもと、お客様を起点にしたマーケティング」**「コトマーケティング」**を通して全国140万店舗の小売店を活性化することを目的として今年立ち上げた協会です。仕事内容は、僕自身がマーケティングコンサルタントとして12年間で、200社以上の会社やお店の皆さんと一緒に繰り返し販促を実践してきた中で、しっかりと成果が出たことをコンテンツ化しましたので、このコンテンツを活用しながらコトマーケティングアドバイザーの方と一緒に全国の小売店を元気にしてっていきます。少し具体的に話をさせて頂くと例えばクーラーを買ったとしますね、でも本当はクーラーそのものを欲しい訳ではなく、クーラーを買って、涼しく快適に過ごせるコトや、ゆっくり寝るコトがしたいのです。また例えば美味しいお肉を買ったとしても、お肉そのものが欲しい訳ではなく、子供が喜ぶ顔を見るコト、一家団欒で笑顔の食

卓を囲むコトがしたい。だから、結果的に美味しいお肉を買うのです。とするなら、商品やサービス、そのスペック(商品仕様)を伝えるのではなく、誰に、どんないいコトがあるのかを伝えることが大切。伝え方を変えると、お客様の反応が確実に変わってくる。商品は同じで、価格を下げなくても、価値の伝え方を変えるだけで売れる。そんな風にして売り手視点ではなく、お客様視点で如何に価値を伝えるのかを実践しています。

「何故コトマーケティング協会を立ち上げようと思ったのですか？」

僕自身この12年の中で、200社以上の会社やお店の方と業績アップにつながるように、色々な実践を繰り返す中で、もちろん上手くいかなかったこともありますが、たくさんの方の成功事例もでき、その中でノウハウとコンテンツを積み重ねさせてもらいました。ただ、ここ最近では僕一人でする仕事量の限界を感じながら、どうすればいいんだろうかと悩みつつも、まずは目の前のクライアントさんの要望に応えようとやってきました。そんな中、ここ3年ほどで新たな光が見えてきたのです。それは僕が実践してきた「コトマーケティング」のコンテンツを小売店をお客様に持つ企業の中で習得してもらい、マーケティング講習(POP講習やチラシ講習など)を実施してもらった結果、その企業の付加価値にしたり、新事業にして伸ばしたり、中には下請け脱出のきっかけになったりという実績ができてきたのです。

- 食品メーカーがマーケティングを付加価値にして、5年連続増収増益
- 玩具メーカーが、マーケティングを付加価値にして、収益率アップ
- 印刷会社が、マーケティングを新サービスにして2年目で業績アップ
- 製造メーカーが、マーケティングの新事業を1年で確立
- 専門印刷会社が、マーケティングの新事業で下請け率を大幅改善
- 四国中国地方で活躍するコンサルタントが小売店の活性化で大幅に業績アップ
- 地域活性化コンサルタントとして独立して、初年度から成果を上げる

このような事例が、どんどん出てきました。そこで、この内容をさらにブラッシュアップして、必要な方にお伝えし、その方達と一緒に小売店をはじめ、いろいろな業界を活性化していくために協会の設立と言うことになりました。僕自身の経験からも、このマーケティングを通して、自分たちの商品やサービスの価値をしっかりと伝えることによって、もっとお客様とつながり、社会や地域ともつながり、そして未来を自分たちの力で切り開いていくことができると実感しています。

「コトマーケティング協会の現在の状況を教えてください！」

まだスタートして間もないですが、早くも128社186名の方が仲間となり、コトマーケティングアドバイザーとして登録をしております。これは僕の想像以上で正直驚いています。協会というのは、やればやるほど面白く時代にあった取り組みだと実感しています。個人のコトマーケティングとしての「主張」を繰り返すだけでなく、仲間と一緒に「和」と「協調」を大切にしながらお客様にできるコトを考え実践し共有し

ていく。新しい働き方ともいえるのではないかと感じています。
「既に結果が出ている方がいるとお聞きしたのですが」

最初のアドバイザー講座を受けた方々がいきなり翌月から客単価23%アップを達成されたり、集客が3割近く伸びたというような報告が日々届いています。受講された方々が実直に実践をしてもらった結果だともいえますが、その報告を受けながら「やってもらえれば必ず成果が出る」という確信を持たせてもらえるのは本当に嬉しいことです。伝え方を変えるのは、大きな資本がいる訳ではありません。反応の出る伝え方、売れる伝え方を知っているかどうかだけ。モノを伝えるのではなく、コトを伝える。「モノ」売りから、「コト」売りへ変化できるかどうかです。価値の伝え方を、「モノ」から「コト」へ。これを実践していくのがコトマーケティングなのです。

