

? 仕事の合い間に間違い探し!

よく見ると左右のイラストには異なる箇所が7つあります。正解は巻末に!



招来招福 その159

～人間関係育てる所感入りチラシ～

岐阜県の人口七千人ほどの町で時計・宝石貴金属の店を営んでいる女性店主が、不思議なチラシを七年間出し続けている。そこにはあまり商品のことは書かれておらず、彼女のエッセーのようなおもむきで、個人的な出来事や様々なことに対する所感が書きつづられている。

この店のチラシも、最初はどこにでもある商品と価格が羅列されているものだったらしいのだが、反応が悪く、結局「もうこの田舎町で時計を訴えてもしょうがない、私を訴えない」と思い、このような形になっていったそうだ。

こうして自分の個人的な出来事や所感を町中の人に向けて発信し続けていると、町中の人との人間関係ははぐくまれていく。たとえば彼女が町のスーパーで買い物していると、よく声をかけられる。「あ、あの〇〇さんところの」と見られる。突然「先月のあれ読んだけど感動したよ」と話しかけられる。なんとも面白い現象だ。

私は常々、現在の商いでは、商人とお客との人間関係をはぐくむことが不可欠だと思っている。そこで、既存客に対してはきちんと名簿を作って、たとえば定期的にDMを送ることを推奨している。そのDMの内容に不可欠なものが個人的な出来事や所感を語ることなのだが、この例をみると、そうしたコミュニケーションが不特定多数の対象者にも効果的であることがわかる。実際に町で彼女に注目する方のすべてが既存客であるわけではなく、なかには見ず知らずの人もある。それでも関係ははぐくまれるのだ。

彼女の七年間のたまものは町の人々との「関係」だ。そしてそれは商売の基盤だ。彼女のチラシを読んでいる人のなかにはまだこの店を利用したことがない方も少なからずいるが、既に彼らにとってこの店は特別な存在なのである。

日経（招客招福より）