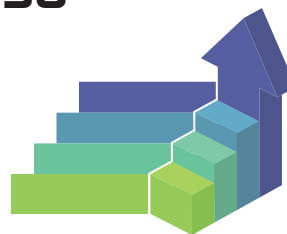




商品の価値を比較で伝える



①差別化は「比較」が最大のポイント

以前から、商品やサービスの差別化を検討する方法として「比較」が重要だという話を書いてきましたが、今回はその続き、応用編になります。

食品メーカー様などから「商品の強みがわからない」「差別化するにはどうしたら良いのか？」などの質問をいただいた時に、「類似した商品と比較すること」そして、「比較して違いを明確にすること」で、差別化要素が見えてくるというお話を書きました。差別化とは、そもそも他との違いを表すことなので、「比較する」ことが最大のポイントになります。

②比較は価値を伝える有効な手段

一見、生麺のラーメンに劣っていそうなカップラーメンですが、キッチンと比較すれば「お湯があれば3分で作れる」「長期保存ができる」「子供でも簡単に作れる」などの差別化要素が見えてきます。また、セミナーなどで講師が使用する差し棒ですが、一見、レーザーポインターに劣っていそうですが、「狭い会場であれば明確に場所を示しやすい」「講師が動きのある説明ができる」ことに加え、「電池が切れることが無いので、電池切れで慌てない」「落として壊す可能性が低い」などの差別化要素があります。これらの差別化要素は、商品の価値を伝えることができるので、営業トークにも使えますし、売場であればPOPに書くことでお客様の購入動機を刺激することもできるでしょう。このように比較することは差別化することに加え、価値を伝えることに有効な手法と言えるでしょう。

③比較して価値を伝える手法

比較を行う場合、類似品や競合品と比較する以外に、「関係するものと比較する」「まったく違うものと比較する」ことで価値を伝える方法があります。例えば「東京ドーム10個分の広さ」のような表現が良く使われますが、これはわかりにくい規模感をわかりやすく伝えることができる表現です。「レモン10個分のビタミンCが含まれます」というような表現もありますが、これもわかりにくい成分含有量をわかりやすく伝える表現です。これらの表現は使いやすく、わかりやすいですが、実際には東京ドームの大きさを正確に把握している人は少ないですし、レモンのビタミンC含有量を知っている人も多くは無いと思われる。このように「商品等に対してあまり知識が無い相手」に対しても、「イメージできる他のものと比較する」ことで、なんとなく価値を伝えることができる手法と言えるでしょう。ちなみにレモンがビタミンCの含有量で使用される理由ですが、特別にビタミンCが多いからという理由では無く、レモンに含まれるビタミンCの量が、可食部100g当たりで100mg、果汁100gあたりで50mgと丁度良い数字だからとされています。

④実際に比較による表現を行うコツ

実際に価値を伝えるために比較表現を活用する際には、「感覚的に誰にでもわかりやすいこと」「具体的に利用シーンなどが浮かぶこと」「比較する対象の価値がわかること」などの点が必要になります。例えば果汁100%のりんごジュースの価値を伝える場合、「りんご7個分の果汁が入っています」という表現をすれば、イメージがし易いですし、比較しているりんごの値段が100円～200円くらいと推測できるので価値が伝わり易いでしょう。また、「A4サイズのファイルが入るサイズ」「500円硬貨が・・・」など、統一された規格やサイズ、重さを使用する方法や、「何回分の量」「何日分の量」と言う時間軸と比較する表現を使うことも効果的です。

いくら良い商品を開発しても、価値が伝わらなければ売り難い商品になります。「価値を伝える」ことを少し工夫すると、営業活動や販売実績に大きく影響するので、定期的により良い表現方法を検討してみると良いでしょう。

Book review 『古生物のサイズが実感できる! リアルサイズ古生物図鑑 古生代編』

著者：土屋 健 出版社：技術評論社 監修：群馬県立自然史博物館 価格：3,456円（税込）

この本は古生物を紹介する本ですが、メディアで多く紹介されたことで、この分野の書籍としては異例の大ヒットとなっています。大昔の古生物、大型の爬虫類や両生類、昆虫などを紹介している本は多くありますが、色や形の珍しさはわかっていても、いまいちサイズ感がわかりません。メジャーな恐竜であれば、ジュラシックパークなどの映画に出てくるので、人と比較したサイズ感がわかりませんが、古生代の海の覇者アノマロカリスや大型の両生類イクチオステガはマイナーでサイズ感などが良くわかりません。この本では、アノマロカリスが鮮魚売場に並べられ、イクチオステガが舞妓さんと比較されています。大型のトンボであるメガネウラは昆虫採取する子供と比較されていますが、とても捕まえることができそうにありません。

全てのページが美しい絵とユニークな構成で彩られており、大人から子供まで楽しめる一冊になっています。かなり驚くような比較が満載なので、商品やサービスの価値を伝えるアイデアを考える際にも良い刺激と与えてくれる本だと思います。





1冊の「ふせんノート」で
人生は、はかどる

作者：坂下 仁
出版社：フォレスト出版
価格：1,404円(税込)

前々回、仕事やコミュニケーション以外に、付箋を使って思考力を鍛えるという話をお伝えしました。今回は、その付箋に関連した書籍をご紹介します。本書のタイトルにあるように付箋を使ったノート術で、仕事でも勉強でも家庭でも様々なシーンで活用できるノウハウを紹介しています。考え方はシンプルで、ノートを「付箋を貼る台紙」にして、付箋をノートに貼ることを原則としています。気軽に書き込める「付箋」と、情報を1箇所にまとめられる「ノート」のそれぞれの特徴を活かした活用術とオススメのアイテムが紹介されています。機能性や自由度などの利用者の目的に応じて、付箋をどのように持ち歩き活用する方法も複数記されています。例えば、スマホカバーを活用して、付箋カバーにする点など著者の試した工夫点などが具体的に記載され、読者である我々が活かす上での参考になります。なお、本書の後半にはデジタルツールなどとの連携、情報管理・検索なども記載されています。原則はシンプルで運用方法は柔軟性に富んでいます。身近にある付箋を使って、生産性向上や企画力アップなどに活用したい方にはオススメの一冊です。

Writer 吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業継承などの支援を行っている。中小企業診断士

人材育成ツール・アセスメントの紹介

中小企業の人手不足はますます深刻化しています。先日もある経営者とお話したところ、「新卒採用のために県内の高校をすべてまわったが1名も獲得できなかった。今後もこのような状況が続くことが十分に考えられるので、今いる従業員をひとりも辞めさせないこととその人たを育成していくことを今まで以上にしっかり考えていかなければならない。」とおっしゃっていました。今回は人材育成のためのツールやアセスメントについてご紹介したいと思います。

■ビジログ <https://busilog.go.jp/>

つい先日オープンしたばかりのWEBサイト（無料）でカリキュラムのテーマは以下のとおりです。

①キャリア・オーナーシップ

「仕事を通じてどうありたいか、どのように自己実現したいか」をひとりひとりが考え、納得のいくキャリアを築く行為のこと。

②社会人基礎力 ※先行WEB配信中

「前に踏み出す力」「チームで働く力」「考え抜く力」のことで「人生100年時代」で役に立つ力。

③専門知識

「人手不足解消術」「生産性向上術」「人づくり術」など、目的別の7テーマを設定。各業界の中核人材に必要な知識を、実践的な科目から最先端の科目まで学べ、事例でイメージを確認することもできる。専門知識をより高めるためには、その土台となるキャリア・オーナーシップと社会人基礎力を同時に身につけることが重要となる。

本サイトの特徴は、従業員に教育の機会を与えるだけでなく、受講者の特性・理解度・進捗を可視化・一元管理できるため、人材育成の共通の「ものさし」ができるという点です。新入社員から中核社員まで対応できるカリキュラムが予定されているのも魅力的で、今後のWEB配信が楽しみです。

■ストレンクス・ファインダー

アメリカの世論調査と組織コンサルティングのギャラップ社が40年にわたって行ってきた「人間の強み」に関する研究に基づいて人々に共通する34の資質を言語化し、それを発見するために開発されたアセスメントツールです。177問の質問に答えることで34種類の資質の中から自分を特徴づけるTOP5の資質を知ることができます。（有料：約2,000円 ※34すべての資質の診断は約7,000円）このツールの特徴は、「人は自分の弱みを改善するよりも、自分の強みに意識を向けそれを活かすことで最大の能力を発揮する」という考え方に基づき開発されるという点で強みを活かすというのが経営の王道であるように、個人の強みを仕事・仲間・会社（もちろん本人の人生にも）に活かしていこうという働きかけに有効であると考えます。2017年末の段階で、全世界1700万人以上が受講しており、日本の中小企業でも導入が進んでいるようです。

ちなみに私自身も診断を受けたところ、資質のTOP5は、①最上思考、②着想、③個別化、④内省、⑤学習欲という結果でした。（どんな人間かという、新しいことを知り、考え、考えている時におくる突然のひらめきにワクワクする。アイディアやプランをもっと良くするために考えている時間が至福の時。・・・といった資質になります）この資質を今後どう活かしていけばよいか日々考えながら過ごしています。

人材育成には時間もコストもかかります。自社・自社の従業員にマッチしたツールの選択はなかなか難しいですが、比較的低コストで活用できるものもありますのでうまく活用したいですね。



『さあ、才能に目覚めよう ストレンクス・ファインダー2.0』

著者：トム・ラス 価格：1,944円(税込) 出版社：日本経済新聞出版社

Writer 小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングを行っている。中小企業診断士