

手に取ってもらうはじめての一步 ~おいしいミカンが“売れない”ときは~

企画連携課 情報・デザイン担当 福岡 崇

「新しい製品を開発したんです。今までにない、素晴らしい機能を持っているものだと自負しているのですが、なかなか興味を持ってもらえなくて…」このようなことで悩んでいる。という企業さんのご相談を受けることがあります。展示会などに出品すると、多くの方が「素晴らしい、こんな製品がほしかった」と言ってくれるから、ニーズはあるはずだということです。さて、いったいなぜ、この製品は売れていかないのでしょうか。

今シーズン、我が家ではおいしいミカンに出会うために、毎回新しい銘柄のものに挑戦しています。価格もお店もばらばら。一体なぜそうなったのか？

実はここ数年、我が家にはお気に入りがありました。ところがどうしたわけか、今シーズンはそのブランドのミカンちっともおいしくなかった。これがそもそもの発端です。

●新しいものは待ち望まれて…いない!?

製品を開発するついで、ユーザは「新しいものを探し求めている、だからモノが良いならきっと売れる」と考えてしまいがちです。しかし、今回ミカンを探し回ったのは、たまたまいつものものがおいしくなかったから。でなければ隣に新製品、つまり今までにない、でももっとおいしいものが並んでいても手は出さなかったと思います。

満足しているのにわざわざ新しいものに挑戦する、という人はそれほど多くありません。冒頭の企業さんの悩みは、実はこれに起因しています。

でも、新しいものがまったく目に入らないかということ、そうでもありません。実際には、見た目や広告にひかれたり、袋の説明文を読んだり、誰かの話を聞いてみたり、何回かに1回は新しいものを試してみたり、しています。

この時に引っかかってもらう工夫が必要なのです。

●どんなことに“引っかかる”か？

例えば、私がいくつかのミカンが店頭で並んでいる時に、どうやってその中から一つを選び出してきたか？

今までのブランド名はもう基準になりません。初めは「小粒だけど皮が薄くて甘い」という売り文句を信じることにしました。ところがなんと、これは「小粒」以外は期待外れ。

そこで次は「手づくり」という、一つ一つ手をかけていそうな雰囲気期待しました。が、これも勝手な思い込みであることを思い知らされました。

最後に、知り合いの「結構おいしい」という、いわゆる口コミを頼って、一箱購入。これは10個に1個ぐらい、まあまああものが入っています。でも、残り9個は…ミカンジュースとミカンジャムになりました。

●心に“引っかかる”条件

失敗続きなのはさておき、ここで買い手の心理がいくつか見えてきたのではないのでしょうか？ブランド名や説明の言葉、そして誰かが下した評価。パッと見ただけではわからないと

き、人はこういった情報を頼ります。

では、具体的には？またまたミカンで試してみましょう。まずはストレートに特徴を伝えてみます。

「ジューシー」「甘い」とか「無農薬」「限定生産」とか。

これは他との違いが見えにくい。パッと見ただけで「食べてみたい!」と思わせるにはもう一工夫要りそうです。

では意味は同じでも、人が使わない言い方で示してみる。

「手でむけるジュースです」とか「虫と戦ってきました!」「○○○さんしか作れない」とか。

どうでしょうか?「お、これは!?!」という感じがしませんか?

では視点を変えましょう。一旦ミカンは忘れて。何か上等なもの・高級なものをイメージしてください。それはどんなふうになっているのでしょうか?

- ・形や色合いがきれい、整列している、整理されている
- ・ピカピカに磨かれていて、手入れが行き届いている

これなら中身もきっと、それに見合うものに違いない、と感じませんか?では、これ以外にはあるのでしょうか?

- ・ガラスケースに入って、ガードマンがついている
- ・何かの賞をもらっている
- ・特別な時にしか見せてもらえない…

よくわからないけど、これほど大切に扱われるものなら、きっとすごいものだろう!というわけですね。ミカンでこれをやるとやりすぎな感じですが、売りたいものによっては、この方法もあると思います。

こうやって接点ができ初めて次のステージ、つまり製品の素晴らしさを全て伝える段階に進めるのです。

●こんなことでお悩みの時は

今回挙げた以外にも、様々な解決方法があると思います。もし、このようなことでお悩みの場合は、情報・デザイン担当までご相談ください。

ちなみに、我が家のおいしいミカン探しの旅は、「今年はこのミカンも出来が悪かった」という結論になりました。来年はまた、お気に入りのブランドを買おうと思います。

【お問い合わせ先】

京都府中小企業技術センター
企画連携課 情報・デザイン担当

TEL:075-315-9506 FAX:075-315-9497
E-mail:design@mtc.pref.kyoto.lg.jp