

価値をいかに伝えるか

一本当は素晴らしい価値があるのに、相手に今一つ伝わっていないことはないでしょうか？
一部の方々には喜ばれ(時には熱狂的と言えるほど喜ばれ)ているにも関わらず、それが一部のひととどまっているのなら、「価値が伝えられていない」だけなのかもしれません。—(講師メッセージより)

《ワークショップレポート》

今回は、京都の着物産業に携わる小林重之さん(三善工芸(株)代表取締役社長)から課題事例をいただきました。

内容は、「時代の流れで、着物は『普段着』から『儀式着』となり、需要が大きく減少したため、着物という伝統産業は、危機的な状況となっている。日本独自で進化してきた着る物(着物)、文化、技術、技法、等を継承して未来に伝えるために、京都きものルネッサンス研究会では、『京都きものルネッサンス』により、日本の『きもの』を変え、裾野を広げる運動をしています。この取組を進めるために、知恵をいただきたい」とのこと。

《参考》京都きものルネッサンスのWEBサイト

<https://www.kyotokimonorenaissance.net/>

着物の価値を成功するビジネスに変換するために、講師から、

- ・ 素晴らしい価値であっても、それだけでは売れない。市場に知らしめなければならない。
- ・ 人は絶対的な価値の基準を持っているわけではない。商品を選択するまえに、何かと「価値と価格」を比較している。
- ・ 顧客が比較対象を決める前にこちらが決めることで、それが「価値の比較基準」となり、より価値を正しく伝えることができる。

との講義がありました。

ワークショップでは、まず、「どういう人が買ってくれそうか？」という質問で顧客を洗い出し、その顧客の中から、他の顧客に影響力のある重要な顧客(ここでは「アイドル」)を選びました。

次に、「その人にとって、着物は『〇〇よりも××だ』という質問で、重要な顧客の「価値の比較基準」を考えました。

着物は流行りのブランド服よりも「個性が目立つ」、「世界中どこに行っても一番おしゃれ」など、着物の価値を伝える表現がたくさん集まりました。この表現を活用し、「京都きものルネッサンス」がますます広がるのが楽しみでなりません。

《今回の学び》

私自身、「価値を創る」ことばかりに気を取られ、「価値を伝える」ことを疎かにしていることに気が付きました。「価値があっても、相手にその価値が伝わらなければ、その商品は受け入れられない」ということ、価値を伝えるためには、「価値の比較基準」を決めることが有効だということが実感できました。今後は、相手の気持ちになって、その人に価値が伝わるように、今回の学びを活かしていきます。

《事例発表》

今回も、TOCの手法を行政の現場で実践している方に事例を発表していただきました！！

「取り締まり」から「支援」へ～三方良しの環境行政の取組 埼玉県、LIXIL



集合写真

講師・ファシリテーター 岸良裕司



株式会社Goldratt Japan CEO。
全体最適のマネジメントサイエンスであるTOC(Theory Of Constraint:制約理論)をあらゆる

産業界、行政改革で実践。最先端のTOC知識体系の、「楽しく」、「わかりやすく」、「実践的」な講義と、参加者をワークに集中させるファシリテーションから、たくさんの学びが得られると大好評である。

全体最適の行政マネジメント研究会について

・ 全体最適のマネジメント理論TOC(制約理論)を活用し、「お金を使わず 知恵を使って」を合言葉に、行政、民間の参加者が垣根を越えて、日本をよくするために知恵を出し合い、問題解決に取り組むNPO法人。そのセミナーは、身近な行政課題を題材に、TOCを実践的に学べる場となっている。

・ 次回のセミナーは、12月8日(日)に、東京で開催します(参加費無料)。当会のWEBサイトかQRコードからお申込みください。

