

ゆ・て・み

商い創造研究所の
松本大地代表から閉
塞感のある時代を切
り開くような内容の
メールが届いた。そ
の中に一切アルコー

ル類を出さない富山市の寿司屋
や長野県松代のウナ半屋に触れ
ている。ひたすら客においしく
食べてもらうため、がその理由
とか▼利益率の高い酒は大きな
収益源。両店ともやんわり断ら
れたという。「看板商品の味に
は偽りがなく、地方には特有の
こだわりを持ち、大手がまねで
きない業態がまだまだある。顧
客満足の最大化とは、その店の
ポリシーやこだわりに共鳴する
ことかもしれない」と結んでい
る▼「価値を生み出す力」「価
値を伝える力」と、このところ
価値の提供をテーマにした様々
な動きが出てきた。ルミネの花
崎淑夫会長は、テキスタイルな
どの国内産地へ積極的に足を運
ぶ。「ルミネの原点は同質化へ
の闘いであり、差別化や独自性
の追求」が背景にある▼「サイ
ナーやバイヤーが原点の価値を
知り、売の場に伝え、売の場は
さらにその価値を客に伝えるこ
とがファッションビジネスの本
来の姿と説く。物作りの現場に
足を運び、ルミネストコンテス
トなどで賣の高い接客を追求す
るのも「お客様に本当の価値を
伝えるため」と言う▼勝ち組に
目を向けるばかりでなく「価値
組」の商いをもっと育てたい。