

QUESTORY'S MESSAGE

ブランドのファンづくりを学ぶ⑮……絆②  
「ミッション」が絆を創る



事業の目的は「社会に貢献する」ことです

ブランドのファンづくりには、「①認知、②関心、③信頼、④愛着、⑤絆」という5つの段階があります。これまで「①認知、②関心、③信頼、④愛着」をご説明してきました。前回から最後の「⑤絆」に入っています。前回のテーマは「ファン・コミュニティが絆を創る」です。今回は「ミッションが絆を創る」。では始まり、始まり……。

店でも会社でもそうですが、事業の目的は「社会に貢献する」ことです。もちろん、売上や利益は必要、でも先にありきではありません「社会に貢献する」ために利益を得る必要があるのです。別な見方をすると、「社会に貢献した結果の対価」として利益が得られるのです。利益は事業の目的である社会に貢献することを達成するための手段なんですよ。

誰でもそうだと思いますが、人に喜ばれ、感謝されるとうれしくなりますよね。個人だけではなく店や会社も同様です。あなたの店や会社は誰をどのように喜ばせるのですか？何を持って社会に貢献するのですか？「社会の中で果たすべき自社の役割」とは言いかえれば、社会から「選ばれる理由」と言うことになります。

ピーター・F.ドラッカーの「経営者に贈る5つの質問」

言い方は「理念」でも「コンセプト」でも構いませんが、「誰に」、「どんな価値を」、「どのように提供するのか?」。これをまとめたものが「ミッション」です。ただし、「ミッション」はこうでなければいけないという決まりはありませんし、よそと比較するものでもありません。100社あれば100通りの「ミッション」があってしかるべきなのです。

経営の神様と言われた「ピーター・F.ドラッカー」が書いた「経営者に贈る5つの質問」と言う本があります。ドラッカーは本書の中で、「組織はすべて人と社会をより良いものにするために存在する。すなわちミッションがある。目的があり、存在理由がある。」と書いています。ドラッカーの言葉の含みは真理を教えてください。

ドラッカーは5つの質問に答えていくことにより、「組織のミッションを明確にし、人と社会をより良いものにし、成長させていくことが出来る」としています。5つの質問とは、「①われわれのミッションとは何か?」「②われわれの顧客は誰か?」「③顧客にとっての価値は何か?」「④われわれにとっての成果は何か?」「⑤われわれの計画は何か?」です。

気に入ってもあの会社の商品なら買わない

成熟社会の消費者は、商品(店や会社も同様に考えられます)の機能性や便利性、価格だけで購入を決定しません。つまり、機能やデザインが優れた商品を作っても売れるとは限らないのです。機能やデザインが気に入ってもあの会社が作ったモノならば選ばないと言う消費者がいるのです。いいものを提供すれば役割を果たせる時代ではないのです。

消費者は店や会社の考えやモノの見方を感じ取り、その本質を見極めようとし始めています。逆を言えば、しっかりとした志を持った店や会社は高い支持を得ることが出来る時代なのです。これまでは、店や会社が消費者の期待や要望を把握し、それに応える商品やサービスを提供し、消費者に近づくことが当たり前でした。

しかし、消費者自身も要望や期待がはっきりと答えられないのです。不確かなものに右往左往するのではなく、明確な「ミッション」を打ち立て、それに共感するお客様の方から近づいてきてもらうような関係づくりが必要になってきています。「ミッション」で商品やサービスをくるんで提供するイメージですね。こう考えるとわかりやすくなりませんか

「ミッション」は現場の一つひとつの行動にあり!

ここですごく大事なことがあります。「ミッション」に基づく経営をしようとするのなら、向かう先はお客様ではなくまずは社員です。すべての社員が目指すべきお客様の方を向いて、同じ「ミッション」を持ちながらいっしょに仕事をするのがすごく重要です。勘違いしないでくださいね、「ミッション」は販促や広告のメッセージではないですよ。

ところが、会社側も「ミッション」をしみ込ませようとして、時おり勘違いをします。「ミッション」がしみ込むということは、社員の中に「ミッション」を投げ入れることではありませんよ。共に学び、その意味を問い直す対話の繰り返しにより、社員一人ひとりの「腑に落ち」、日々の仕事で達成されることのほうがはるかに重要なのです。

大事なことは、社員はミッションそのものだけに共感するのではなくミッションを実現しようと必死になっている会社の姿に共感するということです。この共感が繰り返され、社員の腑に落ちた時に強い絆が生まれ、「ミッション」の実現に本気になって取り組む燃えるチームが出来上がります。このチームがお客様との間に「強い絆」を結ぶ源になります。