



「饒舌」な商品づくりを

江戸川大学 社会学部 教授

藤澤 研二



このような消費者の行動は、そもそも製品やサービスが人を感動させるレベルになければ起こらない。しかし、感動の内容を魅力的、かつ立体的に伝えてもらうには、商品が情報の引き出しをたくさん持っていることも必要だ。それゆえ、作り手は商品の品質を向上させると同じくらいの努力を、商品を情報で包み込む活動に注ぐべきだ。

そのような情報とは、商品に込められた作り手の想いやこだわり、そして商品の誕生にまつわる物語など多様なものだ。それらの情報を基に、消費者は作り手の人柄や暮らしぶり、さらには商品が作られる地域の風景などにまで思いを巡らし、自分の中に

は感動すると饒舌になる。なぜなら、その感動を人に伝えたいと思うからだ。そして、感動的な製品やサービスは、あたかも消費者を営業マンのようにして口コミで伝搬し、ファンを増やしていく。その意味で、特産品こそ人を饒舌にする商品づくりを目指したいものだ。

ふくよかな商品像を作り上げる。そして、その商品像を感動の興奮とともに人に伝える。

商品情報を包み込むことは、次のような観点からも重要だ。例えば、食品を例にとると、いまの消費者は頭でモノを食べている。つまり、情報を食べているのだ。だから、商品の持つ情報を抱きしめて商品を選択し、商品の背景にある情報に共鳴してファンになる。そして、作り手の想いやこだわりが強いほど、心に響き、共鳴の輪は大きく広がる。

さらに、目指すべき究極の商品づくりは、商品そのものを饒舌にすることだ。つまり、多くを語らなくても商品自体がオーラを放し、圧倒的な存在感を持つような存在に仕立て上げることだ。それは、長い年月を通じて顧客に支持され続けてきた老舗の商品だったり、洗練されたデザインであったりする。それらは、まさに「ブランド」を確立した商品群だ。地域特産品は、そのものが地域を饒舌に語ってくれるような商品に仕立て上げたい。

2 人

「饒舌」な商品づくりを

藤澤 研二

3 Pick Up !

養殖クエによる
「A級グルメ」作戦

静岡県 御前崎市

8 ふるさと応援団

魚食普及で
漁業の未来を切り拓く

鹿児島県 阿久根市

10 政策トピックス

地層処分事業と地域振興

経済産業省

12 センター掲示板

- ・平成21年度上期原子力発電施設等
周辺地域企業立地支援給付金について
- ・青森県むつ小川原地域での特産品ブランド化に向けた取り組み
- ・「第4回産品相談・商談会」を開催しました
- ・コンサルティング強化事業の実施報告
- ・Vol.14読者の声から
- ・人事往来
- ・今号でご紹介した電源市町村の発電所データ
- ・読者プレゼント

16 電気のふるさと産品自慢

ジヨミ

青森県 三戸町

今号の表紙



浜岡原子力発電所
(中部電力株式会社)

所在地:静岡県御前崎市

出力:350.4万kW

※上記には運転を終了した1,2号機を含まず
運転開始:昭和51年3月(1号機)

写真提供:中部電力株式会社