

教えて！西野先生
『モノづくりと、とっても大切な「お金」と「集客」の話』

- 第0章:はじめに
- 第1章:クオリティーとはなにか？

挑戦を阻むもの

お金

生活するためのお金
作品を作るためのお金

集客(広告)

お客さんが来なかったら潰れる、途絶える

挑戦し続ける、夢を実現するためにはお金と集客の問題を解き続けなければならないといけない
挑戦をするためにお金の使い方を覚えなくてははいけない。
でも、日本ではお金の話をすると銭ゲバとか、お金好きとか言われる

料理を作るためには包丁の使い方を覚えなくてははいけないが、包丁の話をすると
「包丁が好きなんですね」と言われるようなもの

いままでは学ばなくてもよかった。
確固たる正解があった。アメリカの真似をしていればよかった。

不確実な世の中になっているときに、お金のことを教えないのは無責任

<技術>

学校で教えてくれる

<お金>

学校で教えてくれない

抑えておかないといけないこと

お金の使い方、集客の仕方が大きく変わっている

<CHIMNEY TOWNの例>

イベントでチケット売る

安いところから、B席、A席、S席、スタッフになれる権

一番早く売れるのはスタッフになれる権

受信するだけでは飽き足らず発信したがつている

なぜなら SNSでいいね、フォロワー数が欲しい

流行っているコンテンツはすべて発信

あつもりはお金を使って発信している

ここを抑えないと「すべて詐欺でしょ」となる

労働の対価としてもらうのではなく、いい発信ができるならお金を払う

→BBQ型 自分で食べたいものを自分で作りたがつている

昔はレストラン型

発信するためにお金を払うということを抑えておかないといけない

第1章

クオリティーとはなにか？

クオリティーの定義が変わった

昔のクオリティーは品質の高さ

いまの品質は、お客さんが参加できる余白が設計されているかどうか

世界一のマジシャンのショーをただ見る5時間はツライ

友だちといっしょにマジックの練習をする5時間は大丈夫

ただ黙ってみているのはつらくなってきている。写真をとる、ツイッターに投稿する

<ダイノジさん>

万人規模のお客さんを沸かす

年末のDJダイノジはすごい。

ステージに上がれる権を売っている。

ダイノジ大谷さんは人気がない。変わりたいという4人ぐらいおじさんしか応募してこなかった。

ステージ上のおじさんは踊るがうまく踊れない。

ダメダメダンスをみて、お客さんは恥ずかしくないと思ってみんな踊りだした

EXILE、DaPumpではこの景色を創れない。お客さんが参加できる余白を設計できているか

お客さんにプレイヤーになってもらい、プロはサポートに回る

シュートを決めてもらうのはお客さん

第2章

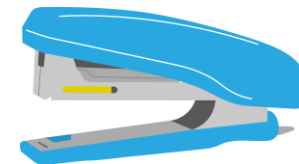
機能検索と人検索

商品には2つある

商品には役に立つ商品と意味がある商品の2つある

<役に立つ商品>

コンビニにいけば、ハサミ、ホチキスは1種類しかない
→役に立つ商品は1つでいい。NO1だけでいい



<ジュース、たばこ>

一番はひとによって違う。ひとによって意味があるもの
→ひとそれぞれ違うので複数の商品が残る



役に立つ商品(機能勝負)は世界一にならないと生き残れない。
機能勝負なら世界1位を狙わないとだめ
昔はグローバルでないから、地域ごとの1位が生き残れた。
いまはグローバルだから地域の1位は世界1位に駆逐される

<チームラボの猪子さん>
グローバルハイクオリティの作品か
ローカルでコミュニティを味方にしたもの
しか残らない(参考)

ローカルでコミュニティを味方にする

ラーメン屋さん

幼馴染の田中くんがやっている800円のラーメンと
知らない人がやっている700円のラーメンのどちらを選ぶ？

これからはみんなにとっての田中くんにならないといけない
→ひとで選ばれないといけない

ファンをつくることが大事。あの人だから買うということが大事
ここをやらないとグローバルに飲み込まれる
→ブランドになる、ファンをつくることで経済のルールが変わる

自分が商品にならないといけない。

これを否定するとシリコンバレー(GAFAM)に勝たないといけなくなる。

オンラインサロンはガード。経済のルールが違う。
詐欺、ぼったくりと違うのはお金を出すひとがわかっているかどうか

昔は隣のひとに肉じゃがを上げるという光景があった
→コミュニティに入っていることが大切だった

どうやってファンをつくるのか

コロナでいろんなお店がクラウドファンディングをやったが
全員が成功するわけではない
顧客で回しているか、ファンで回しているかが成否をわける

<鳥貴族>

<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20200818/k10012571781000.html>

顧客:商品、サービスを買ってくれるひと
ファン:サービスを提供者を応援してくれるひと

チェーン店はファンをつくりにくいけど「やきとり大吉」はダメージが小さい
店主で経営している。住宅街に店をつくっている。

<美容室NORA>

ヘアカットの未来チケットを全国に売った。
NORAにはファン(支援したい人たち)がいるから全国で売れた。

NORAはたまに早く閉めてイベント会場として提供している。
オンラインサロンで飲み会をやるときでも店員さんが残っている。
クーラーボックスの飲み物を拭いたりしてくれる。
「こんど髪きってくださいよ～」という話をオンラインサロンメンバーにしている
お客さんとの接地面積を増やして、技術ではなく、店員さんを売っている

不便益をデザインする

富士登山は頂上まではすぐにはいけない

スペインのサンセバスチャン 2~3杯飲んだら、店を出なきゃいけないという慣習がある
店でなかよくなったひとに街から車で15分ぐらいはずれた工場のような店に連れていかれた

同じお酒が同じ街に安く売っているけど、お店にくる

お店の中には、フランスパン、空のグラスが置いてある。
空のグラスを持って奥の部屋に行く。大きいタンクのお酒を飲みに行く。
水圧がすごいから、2人がかりでないとお酒が飲めない
周りの人を誘ってお酒を入れに行く。共同作業をしないとお酒が飲めない。
コミュニケーションを取れるからそこのお店に行く

不便があるからこそ、協力する。協力するからこそ、お客さん同士がファンになる
なんでもかんでもバリアフリーにするとコミュニケーションが減る
不便、コミュニケーションがなくなるとき、その先に待っているのは機能勝負

共同作業を設計する

まとめ

①お金を払って働いている場合もある
(いい発信ができる)

②サービス内容が劣っている場合でも買ってもらえる場合もある
(同じ価値でもコストが高い店からも買う)

③個人間では納得がいつているが、傍からみたらぼったくられている場合もある

→結果だけを切り取ったら、詐欺とか宗教に見える
(ここを否定していたら日本には未来がない)

グッチのカバンの原価はいくら？
でもグッチを身にまといたいから買うよね

トヨタとベンツの価格差の価値がある？
ベンツを買うひとはブランドで選ぶよね。

これからは人がブランドになる世界。付加価値が人になる

生活をしていくためには

商品・サービスを売らなくてはいけない

夢を追いかける・挑戦し続けるためには商品・サービスを売るということをクリアしないといけない

商品・サービスを売るために意味変が重要になってくる

意味変

意味を変更する。役割を変更する。

90年代後半はCDが一番売れた。

「なぜ売れたのか」を整理しなくてはいけない。

配信がなかったので音楽を聴くためにはCDを買うしかない。

90年代前半にもCDは普及していたはず。それ以外にも理由はあるはず

→CDは1996ぐらいからシングルCDが正方形になった。

(それ以前はアルバムだけが正方形だった)

CDラックが世の中に増えた。

友達の家にはCDラックあって、CDがささっている光景がおしゃれ/カッコよかった

まずはCDラックを買う。スカスカのCDラックを埋めるために中古CD屋に行く

CDラックを埋めるためにCDが欲しかった。

CDラックに変わってタペストリーのようなCD収納も流行った

→1990年代後半はCDの意味がインテリアになった

いまは断捨離、CDはインテリアとして機能しなくなった。

ヒットの裏には必ず意味変がある

ビックリマンチョコ シール集め

AKBのCD 握手券

えんとつ町のプペル絵本 個展会場のお土産(個展を回し続ける限り絵本が売れる)

意味変

絵本をインテリアにした、ギフトにした
売っているものは同じ。側を買えただけ。意味を追加しただけ
買う理由を増やし続けている
その商品/サービスをその意味のまま提供して大丈夫か？
ヒットする/売り続けるために考える必要がある

意味変のやり方

特典をつける

ブランディングで意味をつける

お客さんを感動させるという最終ゴールは変わらない。
クオリティーがよいのは当たり前
それをどう届けるかまで徹底的に考えないといけない

お金の使い方

<Q&A>

こどもに100円をお小遣として渡すときどう渡すか？

→100円を増やしてほうが使えるようになるよ。

雪見だいふくを買うか、増やしてから雪見だいふくを買うか
投資という感覚を覚えておくことが大切

中学生はどうやって稼ぐことを考えたらいい？

→稼ぐよりも、人のブランディングをどうするかを考えた方がよい

お金を稼ぐ人はお金/時間の使い方をよく知っている。

お金も道具、道具は使ったほうが上手に使えるようになる

お金の使い方

消費・・・水道光熱費、食費など

浪費・・・いっぱい食べるなど

投資・・・自分の未来にバックがあること

ほとんどのひとは投資をしない。

学校の先生は否定してはいけない。カリキュラムのなかでやるべきことをやっている
学校で教えてくれないことはなにかを家族で話し合っって教えてあげていく必要がある