

万人受けを

狙っている時代ではないのです

## はじめに

選ぶ勇氣、ありますか？

お客さまを選ぶ！

まー、なんと不遜な態度だ！ そう思われるかも知れません。  
が、少し冷静になって周囲を見て欲しいのです。

観察して欲しいのです。

本書に登場する多くの企業、店、商品。

本書に登場はしないけれども、あなたが好きな、お気に入りの会社や店、商品。

実はすべてお客さまを選んでいきます。

いえ、選ぶと言うのが違うなら、選ばれているんです、選ばれたいお客さまに。

そう、この選ばれたいお客さまに、キチンと選んでもらえる生き方と言うか、**在り方**を、  
あなたと一緒に考えて行くのがこの本の趣旨です。

相思相愛と言う言葉があります。

お互い、本当に理解し合った同士が創り上げる強固な関係のことを言います。

お互いが……と言う部分が味噌。一方通行ではないのです。

今の世の中、一方都合のビジネス、自己都合の経営があふれかえています。

お客さまから見たら、「なんでこうなんだろう？」「そんなのおたくの都合でしょ？」と言う  
やり方ばかり。

それでは本当の相思相愛など絶対に手に入りませんよね？

たとえば、ブランドと言う言葉。

これまた実にいい加減な使われ方をしていると感じます。

ブランドとは、長い年月をかけて、揺るぎない想い、変わらない熱のようなモノを、メッセー  
ジとして発信し続け、その堆積の上に成り立つモノだと思えます。

雲母が長い時間をかけて大きな岩になるような……。

『君が代』の歌詞で言えば、「**たぎざれ石**」です。（**たぎざれ石**の意味が分からない方は、良い機会です、  
調べてみてください）

時間をかけて伝え続けるからこそ、その**想い**や**熱**に惚れ込んだ人が、「私はあなた

を信じる！」と言う風に言ってくれる。

ブランドなんて、そうそう手軽に、ちょこちょこっと、らしく演出した位でできあがるモノではないんです。

では揺るぎない想い、熱とはどんなモノか？

それは、たとえばこんなエピソードで説明できます。

ある海外のブランドは、常連のお客さま以外には、いくら現金を積まれても売らないそうです。

どうしてか？

長い時間の付き合いを経てきたお客さまと、その歴史を経ずにお金で解決しようとするお客さま。

どちらを選ぶか？ 大切にするか？ が決まっているからです。

自分を信じ、あなたと共に生きるよ！ と言ってくれる人を「お客さま」と定義しているからですね。

つまり、選び選ばれ……の世界。

まさにこれこそがブランドです。

これが実現すると、何が素晴らしいかって、「もめ事」が起こらなくなる。

だって、「あなたを信じる！」と言う人だけが集まってくるんですから、いわゆる値引きも、クレームも起こりようがない。

それどころか、「売ってください！」となるわけです。これ……幸せでしょ？

選び選ばれる。

それにはいくつもの切り口、指針があります。

本書ではそのなかでも、読者のあなたに分かりやすい切り口を用意しました。

この事例研究から刺激を受け、あなたの会社や店、あなた個人が、選び選ばれる存在になってくれると、本当に嬉しいです。

選ばれるには、選ばれるに足る理由や根拠が必要です。

言い換えれば、好かれるには嫌われることも必要です。

こだわり、とがり、ぶれないからこそ、反作用としての「嫌い」が生まれる。

これ……素晴らしいことです。

本書で登場する名言。

『敵が多い。だから私は幸せだ』

が、そうは言っても、何年も時間をかけて……なんて言う余裕はないよ！ 今、そう思いましたよね。

大丈夫。

本書では、あなたが相思相愛の相手を見つける、コンパクトなやり方を沢山紹介します。

時間をかけなくても、それに準ずる効果が出せる、分かりやすいやり方です。

さて、しゃべりすぎました。

あなたと一緒に、選び選ばれる店へのレールに乗りましょう。

そして目的の駅を目指しましょう。

選び選ばれる『あなた』への旅。

今、スタートです。

# 目次

CONTENTS