

まえがき さあ、新しい羅針盤を手にしよう！ 2

「いい買つか」ではなく、「誰から買つか」の時代の到来
繁盛という実業の種はお客様の「。」の中にこそある
メーカー・シャツ・鎌倉……………命をかけてつくって売る——高い志の実践が本場を魅了
story-rich product（物語性豊かな商品）を手にするための三つの質問 118

PROLOGUE 明日のヒントは今日の事実の中にある

人口減少・少子超高齢社会では、これまでの成功法則は通用しない 14	おひとりさま社会の到来で、お客様のニーズは大きく変わる 18
消費意識・スタイルは、時代と共に常に変わり続ける 22	一人の生活者の中で、一極化する消費志向を理解する 26
SDGsとコロナ禍が商いの環境を大きく変えた 30	あふれる情報の中で、ビジネスは「顔」を見せる時代へ 34
売れるしくみづくりは、新しい四つの「P」から始める 38	

13

CHAPTER 3 PERSONALITY あなたらしい「個性・人柄」を磨く

「いい買つか」ではなく、「誰から買つか」の時代の到来 124	飯田屋……………一人ひとり行列ができる人財を育てる三つのルール 124
安心堂白雪姫……………隅を照らす商いと人柄が多くのお客様の心をつかむ 124	カタカナ……………物を通して人を笑顔するために「さがしモノの旅」は続く 124
やまと辻田……………人のお客様のために、心からの誠実を尽くす王道の商い 124	ペンズアレイタケウチ……………まちゼミを通して磨いた個性と人柄がファンを育てる 124
personality（個性・人柄）を磨き、伝えるための三つの質問 158	

123

CHAPTER 1 PHILOSOPHY 商いの「哲学・理念」を確立する

消費者は価格の安さよりも、あなたの哲学・理念を求めている 44	売れるものより、「おいしいもの」だけを売る 44
まるおか……………損得より善悪を優先する地域一番店の志 44	芝寿し……………売上げを追わない常識外れの100食限定店が支持される理由 48
伯食屋……………売上げを追わない常識外れの100食限定店が支持される理由 48	コスコジ……………創業の志を忘れなければ、どんな危機も乗り越えられる 48
いとじや……………「誰に」という対象を絞り込むと、多くのお客様に末永く愛される 48	philosophy（哲学・理念）を確立するための三つの質問 78

38 34

13

CHAPTER 4 PROMISE お客様との「約束」を果たし、「絆」を結ぶ

わざわざ行きたくなる店になり、どうしても会いたくなる人になる 164	商品と講座を通じて、まつとうな食事のあり方を約束 164
福島屋……………危機にあって真価を見せた三人のパートナーとの固い絆 164	生活の木……………儲からない頼みにも全力で向き合った姿をお客様は見ている 164
ウイー東城店……………「変わり者」と言われても、未来につながる食にこだわる 164	渡辺商店……………日本一の魚屋は量の拡大よりも質の充実を追求する 164
角上魚類……………promise（約束・絆）を果たし、強くするための三つの質問 198	promise（約束・絆）を果たし、強くするための三つの質問 198

158

123

CHAPTER 2 STORY-RICH PRODUCT 「物語性豊かな商品」をつくる

どこのもある商品を超えて、語る価値ある商品を育てよう 84	主婦の店さいち……………一心にいのちをつくれば、売上げは後から必ずついてくる 88
ファクトリー……………業界常識を超えて「語れるもので日々を豊かに」をめざす 208	マルニジーンズ……………「ただわりはお客様のために」——途な思いに共感が集まる 204

83

13

CHAPTER 5 EPILOGUE 愛される商人の10の心得

商売十訓……………商人の強さは愛と真実に宿る 204	経営指針……………損得より先きに善悪を考えよう 208
学習観……………創意を尊びつつ良い事は真似ろ 212	立脚点……………お客様に有利な商いを毎日続けよ 210

203

13