

■□要旨■□

1. 京仏具小堀

1775年創業 全国のお寺を対象に仏具の販売やお寺の内装工事、一般の家庭への仏壇の販売などを行う。他にも、近くの小学校へ金箔文鎮の卒業記念品の贈呈や、発展途上国へのろうそく寄付などの社会貢献活動も行っている。

2. 伝統技術の伝承

仏壇作りの4つの工程。「木地」→「漆塗り」→「金箔」→「仕立て」

それぞれが別々の職人による分業であり、そしてその職人が使用する道具もまた特殊な物ばかりなので、その道具を作る職人も存在する。つまり仏壇は本当に数えられないほど多くの職人の手によって作られているという事になる。

しかし、職人の技術・知恵の伝承は難しく、職人がどんどんいなくなっている。

小堀では、少しでも伝統技術の良さに触れてもらい、興味を持ってもらいたいという思いから工房見学を実施している。

※実際に工房の見学をさせていただき、間近に職人の技を見ることができました。

3. 満足を超えて感動へ

グーグルアンケート調査によると、感動の理由は？という問いに 1位「期待以上」 2位「自分に出来ないことをやってくれる」 3位「共感」という結果が出ている。そして感動したらそこで買うという人が76%もいるという結果が出ている。

お客様感動を実現する為に、小堀では毎回「感動ミーティング」を実施し、お客様情報を「全員」で共有し、お客様に尽くすという事を「全員」で実践している。「全員」が行うことで初めて感動に繋がる。

そして、その感動を販売に繋げる工夫として、小堀工房新聞(工房見学の内容を新聞風にしたもの)を作成することで、自然に違和感なく広告や支店案内を伝えることが出来ている。(もちろん実績に繋がっている例も多数)

4. 正直であるということ ～仏像紛失事件～

お寺の仏像の修復を依頼された際、何とその仏像を紛失。社内ミーティングで「新しい仏像を作って納めるのもお客様利益になるのでは」という提案に対して・・・当時の社長(小堀さんのお父様)から「すぐにお詫びする以外の方法はない」と怒られた。嘘をつくということは・・・「生涯嘘をついたことを胸に持って生きていくこと」「社長が嘘をつくことで社員にも嘘をつかせること」であり、正直であるということは・・・「信頼関係を生む」ことに繋がる。

5. お仏壇ハッピーエンド物語

仏壇・仏具を「売る」事ばかり考えていた若い頃、注文いただいた夫婦から「小堀さんありがとうございます。これで私達生きていけます・・・」と感謝の言葉を頂いた。その夫婦にとって、その仏具をお寺へ納めて毎日お参りすることは、亡くされたお嬢様に会いに行くことであつたと知った時、「売る」ことばかり考えていた自分を恥じた。お客様は仏具を欲しかったわけではなく「安らぎ」や「生きる力」を求めていただけだと気づいた。

■□今回の学び ひとことというと■□

お客様は本当は何を求めているのか？ それを知ることが顧客満足を超える第一歩。

顧客満足を顧客感動へ昇華させることは一人では出来ない。



■□感想■□

235年という長い歴史の中で守るべき(守ってきた)伝統技術。

それだけでは顧客がつかない時代の中で、顧客マーケティングを地で実践しているんだと感じました。

お客様からの反応(お礼の言葉・購入)を身近に・リアルに感じることで、全体のモチベーションをキープしているように感じました。