

## DMでも「自分を信じること」と「感謝すること」

### 北京オリンピックのキーワード

北京オリンピックで入賞した日本人選手のインタビューを見ていて、感じたことがある。どの選手からも、「自分を信じること」と「感謝」という言葉が聞かれたように思う。今までのスポーツの大会でもこんなにこの2つの言葉が、多く口にされてきたのだろうか。この2つのキーワードは、世の中のトレンドのようにも感じている。少なくとも筆者自身は、この2つのことを意識する機会が多くなっている。

自分を信じることは、必ずできると確信することであり、感謝することは、置かれた状況の中でプラスの要素を見いだそうとすることだ。「自分を信じること」と「感謝すること」。この2つは、スポーツの世界であっても、ビジネスであっても、プライベートなことであっても、すべてを成功に導くに必要な要素だろう。

### 子供のころは成功することは簡単だった

子供のころを振り返ってみると、成功することがとても簡単だったように思う。成功と言っても子供の世界だからその内容は大きなものではなく、運動や勉強でも昨日できなかったことができるようになるとか、大人や周りの自分より年上の人がやっていることが少しできるようになるとか、その程度のことだ。

なぜ子供のころは成功することが簡単だったのだろうか？ それは成長期だから、すべてが今日より明日、明日より明後日、と発達をしていることも理由の一つだと思う。しかし、一番大きな要因は「できないという発想がない」ということだと思う。言ってみれば、成長過程におけるほとんどすべての体験は成功体験だから、何事もやればできるようになると普通に信じていた。たとえ今はできないことだとしても、「自分はまだ小さいからできないだけで、大きくなったらできるだろう」

と100%何の疑いもなく思っていた。

### 大人の成功を邪魔するものは

子供のころを思い出せば、「なんだ、成功するなんて簡単なことではないか。成功することを100%信じればいいのだ」と気づく。しかし大人になった今となっては、方法として「成功を信じること」は簡単なのだが、実行はそんなに容易ではないことも多い。

なぜか？ 100%成功を信じることを、邪魔するものがあるからだ。それは、過去に失敗した記憶であったり、思うようにならなかった経験であったり、耳年増的に収集してしまった他者のうまくいかなかった経験談だったりするのだろう。「成功するには、成功するまでやればいい」とも言われるが、実は成功するまでやり続けることは簡単ではない。理由は同じ。必ず成功すると思う心を邪魔する思いがあるからだ。

こうなると、大人の成功にはほとんど引き算の世界だと思う。いかに余計な思いを排出するかが、自分を信じることを実現させてくれるカギではないかと思う。

### 練習の効果

北京オリンピックでは、オグシオペアに代わって、バドミントンのスエマエペアの活躍も話題になった。筆者も中学時代バドミントンでは、北信越大会（全国大会の一つ前）3位という経歴を持つので、久しぶりにテレビ観戦を楽しんだ。そのころ県内の大会では負けなしだった。実際にはライバル校の選手とは、よく一緒に練習をしており、実力ではほとんど差がなかった。だが公式戦では、負けることはなかった。こちらにしてみたら、試合を重ねるごとに、勝つことが楽になっていた。そう、相手の中にメンタルブロックができていたのだ。負ける経験をしたために、その失敗体験が

佐藤靖子（サトウ・ヤスコ）  
大学卒業後、外資系エアエクスプレス会社入社。財務経理本部を経てマーケティング本部で、顧客接点プロセスの改善を図る。2003年からは営業本部に新設されたダイレクト営業部のマネージャーとして、顧客コミュニケーションレベルの向上に注力。ダイレクトマーケティングを活用した、「営業・マーケティング活動の仕組み」を確立。ROI（費用対効果）1000%を超えるプログラムの導入・実行は、社内外・海外オフィスにておいても高く評価される。2007年ドルチェ・マーケティング株式会社を設立、代表取締役に就任。B to B企業向けダイレクトマーケティングの総合プロデュースによって、「ビジネスシーンにおける世界一のコミュニケーションづくり」を目指す。

心の中に残ってしまい、同じ相手に勝つことを信じることができなくなっていたのだ。

当時はお盆とお正月とテスト前以外は、毎日毎日練習をしていた。「1日練習を休むと、取り戻すのに3日掛かる」と当時の顧問教師は言っていたが、練習の本当の効果は自分を信じる力を付けることにあるのだろう。あれだけ練習したのだと思えば、できないわけがないと自然に思える。試合で自分に裏切られることはない。

### ネットショップでも大切な“人気（ひとけ）感”

このところ、弊社で少し前に始めたDMの制作・販売サービス『めるドルチェ』のインターネット販売に向けて、準備を進めている。いわゆるネットショップの運営について、セミナーに出席して学んだりしているのだが、面白い発見も多い。

インターネットショップの運営で大切なものは、実は“人気（ひとけ）感”だという。リアルな店舗と違い、姿の見えない相手から商品を購入するには、やはり不安も大きい。その時にまずサイト上で大切なのは、人気（ひとけ）が感じられることだという。ちゃんと運営されている、運営している人の気配が感じられる、そういった演出や作り込みが重要なのだ。受注後のメール配信なども、すべて自動で配信ができるとしても、その中にアナログ的に手動配信メールが混ざっているほうが、好感度は上がるという。そして、極め付けはやはり商品に同梱する、店長からの手紙。できれば手書きで書かれたものが、一番だという。

セミナーでは、店舗やネットショップで販売につなげるキャッチコピー作成の方法と法則が書かれている本として、「売り上げがドカンとあがるキャッチコピーの作り方」（竹内健礼著・日本経済新聞社）が紹介されていた。読んでみると、筆者が日々DM制作で感じていることと、通じることが書かれていた。この本の著者は冒頭で、今

やネットショップ運営に欠かせないメールマガジンについて、一番重要なのは「売れろ！」という強い気持ちを込めて書くこと、だと言っている。「これは売れないんじゃないかな？」と半信半疑で書いたメールマガジンは、どんなにがんばっても売れない。ここでも自分を信じないと、勝つことはできないようだ。

### DMでも「自分を信じること」と「感謝すること」

「自分を信じること」と「感謝すること」を、DMの世界で考えてみよう。筆者も常々思ってきた。喜んでもらえるDMは、まず送り手自身が100%の自信をもって送り出すものでなければならない。この自信とは、完成度やクオリティではない。言ってみれば、「相手のことを思って、可能な限りを尽くして作った」という自信とでも言おうか。

やはりDMでも、心のこもっていない言葉は弱い。送り手の自信のなさが見えてしまう。自信をもってメッセージを送るには、自社の中にその裏付けとなるものも必要だ。商品の魅力であったり、カスタマーサービスのクオリティであったり、顧客志向の文化であったり。やはり“練習”に当たるような、自信を揺るぎないものにする、日々の活動が必要だ。その活動があつてこそその、DMなのだから。

「感謝すること」はどうだろう。これは何事からも良い面を見だし、感謝すること。そういう思いを持っていれば、「DMでアピールするようなことがない」と思うことはないだろう。どんな状況でも、どんな会社であっても、感謝できることや実は自慢できることがあるはずだ。事実の一つであっても、世の中を見るフレームによって、プラスにもマイナスにも映ってしまうのだから。筆者も日々、自分を信じて感謝する心を忘れず、DMに携わっていきたいと思っている。