

はじめてのBtoBマーケティング

第19回

競争力を表す樽

この連載ではBtoB分野のマーケティングを「目からウロコが落ちたように」くっきりスッキリと理解していただき、今すぐ使える手法と発想をお届けします。

健康でいるためには、バランスの良い食事が大切です。ほんのわずかしかな必要のないミネラル分であっても、それが欠乏すると、他の栄養素を十分に摂取していても健康は損なわれます。

企業も同じです。必要な能力がバランスよく備わっていることで、生産性の高いビジネスが実現します。例えば、モノづくり力とは、「開発力」「製造力」「生産力」の3つの総合力です。画期的な製品を開発すれば、その製造方法の確立が必要となります。そして、品質問題を起こさず、その上で低コストに安定した生産を実現するためには、さらなるノウハウが必要となります。ファブレスにより、自社に生産設備を持たない企業も増えていますが、ファウンドリ側にノウハウが移動しているだけで、ノウハウが必要なことには変わりはありません。

●最も低いレベルに影響される

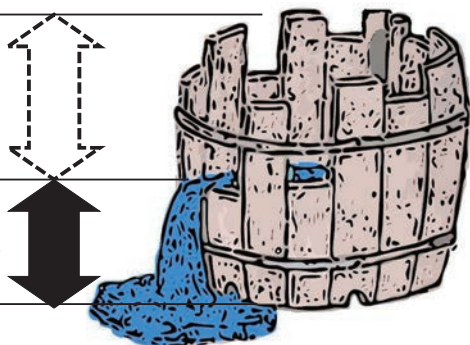
いくつもの要因が、その結果にどのように影響するのかを分析する考え方の一つに「ドベネックの樽」というものがあります。樽の板いちまい一枚が、要因を表します。樽にたまる水の量が結果です。

樽の中に水を入れていくと、一番低い板のところまでしか水はたまりませんね。樽にたまる水の量を結果として考えると、結果は、最も短い板＝もっとも未熟な要因によって決まる、ということを表しています。

企業が、実力通りの稼ぎを得られないのは、水漏れした樽と同じ。製品力に対してマーケティング力が劣っていれば、販売で苦勞する。逆に、マーケティング力が優れていて製品力が劣っていれば、品質問題が多発するかもしれない。能力のバランスが大切である。

企業の実力を
ロスしている
稼げたはずの
収益が水漏れ

力があっても
一番低い能力で
企業の収益力が
決まってしまう



●企業の競争力も、もっとも未熟な要因によって決まる

企業の競争力をどう考えるかについては、様々な見解があります。最もシンプルなものには組織能力と戦略の二つから発想する方法です。優れた戦略は組織能力が無ければ実現困難ですし、組織能力が優れていても戦略がブアーでは競争力は得られません。また、「顧客を惹きつける力」「良い製品・サービスをローコストで作る力」「高く売る力」という3つの力で考えることもできます。それは、「魅力」と「モノづくり力」と「マーケティング力」の三位一体による競争力です。

さらに、企業活動を細かく分析していけば、経理の能力が営業の足を引っ張ることもあれば、市場クレームが市場拡大を阻害する負の財産として悪影響を残し続けていることもあります。競争力を生み出す要因の最高点を見れば申し分ない力を持っている企業が、思わぬ苦戦を強いられるときには、もっとも未熟な部分が足を引っ張っている場合が、少なからず存在しています。

●板が短かければ対策は簡単ですが

さて、企業の競争力を樽とその板にたとえましたが、単純に板の長さが足りていない(＝未熟)ことが競争力を低下させているわけではありません。考え方によっては、板の長さが短い(未熟)ケースだけなら対応も簡単ですが、小さな穴が、あちらこちらに開いているような「水漏れ」の場合には、対策が難しくなります。

昔話に「ふるやのもり」という話があります。子供が、おばあさんに「鬼や狼よりも怖いものは何か?」と問うと、それは「ふるやのもり」だと答えます。恐ろしい病をまき散らし、死を招く。なのに、それを退治するのは難しい。それが「ふるやのもり」だ、と説明します。その時、家人を襲って食べようと軒下に潜んでいた狼もこの話を聞き、恐怖します。そうするう

ちに、雨がしとしと降ってきました。おばあさんが「そら、ふるやのもりが来た」といったものだから、狼は慌てて逃げ出した。というお話。さて、この「ふるやのもり」とは「古屋の雨漏り」のことです。

屋根が無ければ、誰もが対策する。だけど雨漏りは、見た目ではわからない。雨が降ったらわかるけれど、雨の時には修理はできない。雨が上がれば、気にならない。だけど、家を腐らせ、じめじめと病を蔓延させ、命をも奪う怖いもの一というお話です。

戦後経済の黎明期には、このような板の長さが足りない、いや、板が一枚抜けている、というような企業も存在しましたが、今日にはそこまで未熟な会社は存在しません。しかし、じわじわと競争力の雨漏りをしている企業は決して少なくありません。

●水漏れを止めれば勝つ

例えば、ルートセールスを主体とした「営業行動を重視した企業」の場合、水漏れとは「営業マンの行動量を害する要因」のことを示します。伝票処理が煩雑

だったり、カタログが不足していたり、提案書の作成に手間がかかっていたり。小さなことですが、営業活動に向けるべき貴重な時間というリソースを奪っていることは意外と多いものです。敵と戦う以前に、自分たちの能力が水漏れして目減りしている一まさに自滅としか言いようがありません。

持てる力を漏れなく発揮できた時が、自社の競争力が最大化した時です。競争力の樽から水漏れしていないか、「ふるやのもり」が起きていないか、意識を向けてみてはいかがでしょうか。競争力が発揮できない原因の9割、それは水漏れ要因に潜んでいます。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
BtoBマーケティングを専門にしており、昨年開催したセミナーの受講者は700名以上。受講者の96%が満足し、企業規模にかかわらず活用できる内容と高く評価されている。一般社団法人組織内コミュニケーション協会を創設し代表理事を務め、産学連携で躍進企業の社内マーケティングを研究してきた。相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp



これはAR広告です。無料アプリLayarをインストールしたスマホやタブレットをかざしてご覧ください。



SMASShは、動画とスライドをシンクロしたコンテンツを配信するシステムです。
BtoBのプロモーション、セミナーや研修など、多くの成長企業に採用されています。



●SMASSh 開発元 株式会社シエロアスール 特許出願中(出願2009-228071)
※商品写真および画面はイメージです。実物と仕様が異なる場合があります。
この広告に記載されている会社名、システム名、製品名は登録商標または商号です。

PC・タブレット・スマホのマルチデバイス対応

最新のスマホ機種などにも自動的に最適配信をします

動画とスライドをシンクロする制作システムが無料

配信サーバーをご契約いただくと、無料で制作できます

ID/パスワード管理、公開設定、有料課金配信に対応

<用途例> 社員研修、プロモーション、有料セミナーなど

利用料金は動画容量に応じた月額固定

コンテンツ再生回数や、同時アクセスによる追加費用なし
・初期費用10万円 月額利用料4万円～(税別)

SMASShとAR広告のお問い合わせは

株式会社 創英

〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 ビズフィールド神楽坂
E-mail : b2b@soway.co.jp TEL. 03-5225-1031 FAX. 03-5225-1032