

連載 目からウロコがぽろぽろ落ちる

はじめてのBtoBマーケティング

第33回 コミュニケーションを使いこなす-1

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。

コミュニケーションという言葉を書かない日、使わない日は無いと言ってよいほど、私たちの日常にあふれています。

コミュニケーションを辞書で調べると「情報のやり取り、連絡、伝達」あるいは「共感、感情的なつながり」、さらには「交流」などと書かれています。しかし、強いて日本語に変換するとこのような言葉になる、ということであって、コミュニケーションという言葉が必要になった理由や、コミュニケーションという行為によって何を作り出そうとしたのか、という本来の意味性を反映したものではありません。

言葉に込められている「意図（言葉に込められた思惑や目指している事）」を理解することが、その概念を道具として自在に使いこなす秘訣です。

●コミュニケーションという概念のはじまり

コミュニケーション（communication）の語源はラテン語のcommunicatio。日本語風に発音すると「コムニカティオ」。この言葉が意図しているのは「他者と、頭の中にある事を分かち合い共に見て、新しい関係を始める」です。なぜ、このような考えを持つようになったのか、そこが今回のコラムの一番大切な部分です。

陸続きで隣国と接している国々は、ある時には戦い合い、ある時には力を合わせて一つの事を成し遂げる、という歴史を繰り返してきました。昨日の敵は今日の友、という歴史です。が、ある時には激しく戦った相手と、今度は力を合わせる友となる、というのはたやすいことではありません。言葉を尽くすだけ、誠意を尽くすだけでは成し遂げられない新しい関係を創り出す。そのために産みだされたのが、コミュニケーションです。

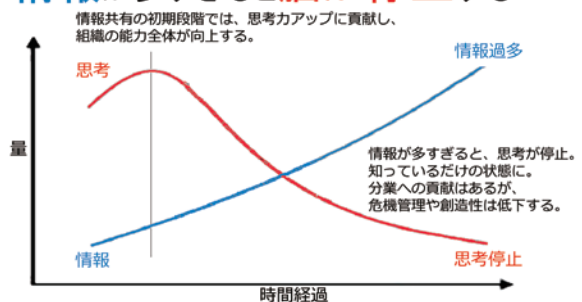
現代の日本人どうしなら、方言の違いはあれども「日本語という共通プラットフォーム」が存在します。が、大陸の国々は、現代でも隣国と言語が違うことも珍しいことではありません。食文化や宗教なども異なることがあります。言語が違う、食文化が違う、宗教が違うと、頭の中に思い浮かべるイメージも様々です。例えば、「山」という言葉から連想する形も色も、山という言葉に例えられる比喻も、あらゆる概念が異なるのです。

ラテン語は、ローマ帝国の公用語となり、「コムニカティオ」という概念はローマ帝国のもう一つの武器となりました。武力でのみ広大な帝国を統治することは不可能です。人々をローマ人として緩やかに包含していくためにコミュニケーションが駆使されました。

●情報共有は組織能力を損ねる

図のように、人の思考能力は情報がある程度あると最大に高まりますが、情報が多すぎると停止します。判断しなければいけないが多すぎた時に思考停止という、一種のパニックに陥ることがあります。また、情報がたくさんありすぎた時にも、手におえなくなって思考が停止することがあります。情報共有は初期の段階においては、組織能力（組織の思考力）を高めました。しかし、多すぎる情報は、組織の思考能力を奪うこととなり、行き過ぎた情報共有はマイナスであることがわかっています。このことが証明しているように、情報共有はコミュニケーションの一部ではありますが、コミュニケーションに期待する効果とは逆行しているのです。

情報が多すぎると脳が停止する

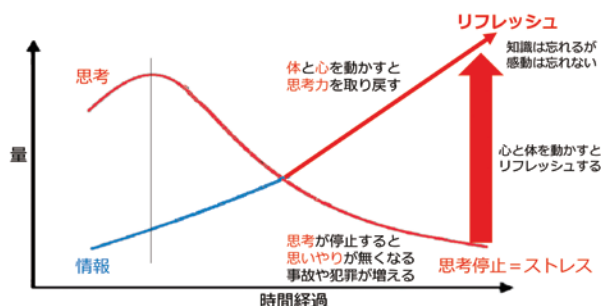


次号で詳しく解説しますが、コミュニケーションにおいて大切な要素に「情緒の共有」があります。

もう一点、次ページの図をご覧ください。人は、心がリフレッシュされると、思考能力を取り戻すことができます。つまり、情報のインプットでは思考が停止し、情報に隷属するだけの行動となりがちです。そのため、新しい行動を生み出すことは無くなります。しかし、人は、感情が動く

何か新しいことを始める気分になることがあります。「感動すると、何かしたくなる」これは人間に顕著な特徴です。

気持ちをリフレッシュすると



●コミュニケーションとは新しい「何か」を作り出す技術

コミュニケーションを目的から理解してみましょう。コミュニケーションとは、疎通できない相手の行動を変えることを目的としている概念です。ただし、マインドコントロールの様な、こちらの都合だけで相手を変える技術とは違い、相互理解を通じて、相互の行動を変えていくことがコ

ミュニケーションの特徴です。武力の力でも、情報による思考停止でも、治安と統治を両立することはできないのです。ストレスは荒廃と反乱を生み出すからです。

次号では、コミュニケーションの構造から、その使いこなし方を解説します。



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

MARKETING REBORN

「努力が成果になるマーケティング」への再生

株式会社 創英

東京都新宿区水道町3-14 〒162-0811 神楽坂Nビル

BtoBのマーケティングと営業活動に関する
コンサルテーション、社員向けセミナーのご相談は
下記メールアドレスにお願いいたします

E-mail: b2b@soway.co.jp



著書「誤努力」全国の書店、ネット通販でお買い求めいただけます