

連載 目からウロコがぼろぼろ落ちる

はじめてのBtoBマーケティング

第43回

マーケがブレると
人材が流出する

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。

春以降、人材の採用と定着をテーマにした講演を多数依頼され、各地でセミナーを行ってきました。セミナー聴講者の多くは、東京圏以外の中小・中堅の企業。業種は製造業、設備業、サービス業などなど多岐にわたります。

人材採用と定着に課題を抱える企業に共通するのは、マーケティング軸がブレている点にあります。

●イマドキの若者と言いつけて……

イマドキの若者

国立教育研究所調査による大学生像

- 1) 教えられたことは暗記するが**考える力がない**
- 2) **思慮が狭く、浅薄で、長続きしない**
- 3) 自ら考える力が乏しく、**受け売りの知識**
- 4) **過保護に育てられ、社会性が低い**
- 5) 主体性が無く**空気に流され、孤独に弱い**
- 6) 責任感が乏しいのに、**権利は主張する**

上に示した「イマドキの若者」とは、いつの時代の若者像だと思いますか？

自ら考える力がなく、(仕事なども)長続きしない、過保護で社会性が低い(常識がない)。

権利ばかり主張するくせに、責任感が乏しい……ひどい人物像です。

実は、この若者像は1962年の調査結果です。俺の若い頃は、と語る人たちも、若いときにはこういうものだったのです。

学校でも、大学でも、社会人としての責任感や常識、礼儀作法などを習う授業はありません。どの世代の若者達も、社会に出てから、社会人の先輩たちから指導されたり、学んだりして、大人に成長してきました。

●人間だけが持つ能力

全ての動物には「学習能力」が備わっています。自らの力で、学び取り、自分の力としていく能力。それが学習能力です。人間にももちろん備わっています。しかし、人間には、どんな動物にも無い能力がありま

す。それが「教育能力」です。

イマドキの若者を嘆くばかりで、若者の学習能力に期待しているだけでは、人間的な組織とはいえません。イマドキの若者を、次の世代の担い手へと育てていく「教育」の能力が、今再び重要になっています。

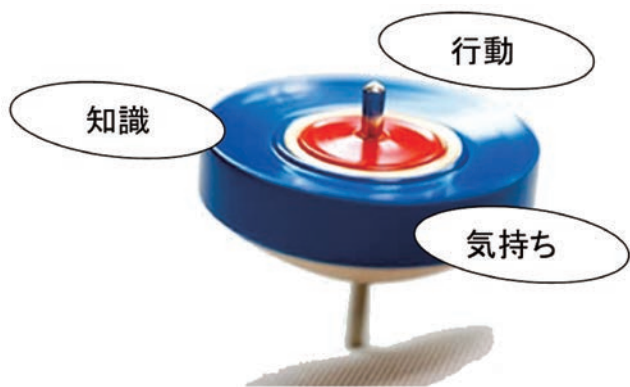
学習は
チンパンジー
もします教育は
人間にしか
できません

●教育の構造は「コマ回し」と似ている

まず能力とは、モノゴトの基準と手順の事を言います。基準を理解(知識)し、理解したことをクリアできる手順(行動)を身につける。知識と行動が2つ揃ってこそ、能力です。

人は、「気持ち」が向くと、知識を覚えたり、技術(行動)を身につけるコトが容易になります。「気持ち」が向かわないと、いくらガミガミ叱りつけても、知識も技能も身につけにくいものです。しかし、「知識」を持つことで「興味(気持ち)」がわいたり、行動の仕方を理解することができます。さらに、行動してみると、知識の意味が理解できたり、行動することで気持ちが変わったりする。「知識」「行動」「気持ち」の3つは、相関しているわけです。この3つの相関がコマのようにぐるぐると回り続けると、やりがいを感じつつ優れた組織能力を発揮するようになり、人材の定着率も高まります。

学習能力は、自らの力で知識と能力を覚えていく力。これはすべての動物が持っています。対して、教育能力とは、「学習意欲を生み出す力」です。「気持ち」を向かわせることが教育能力です。



●コマが回り続けるためには軸が大切

くるくるとよく回るコマは、軸がしっかりしています。軸がブレているコマは、すぐに止まってしまいますね。組織も同じで、軸がブレると「知識」「行動」「気持ち」が回り続けなくなります。そうすると、まだ仕事を覚えきっていない若年人材は、やる気がしぼんだり、知識が身につかなかったり、正しい仕事の手順をマスターできないままになります。そして、転職という道に進んでいきます。

では、組織における軸とは何か？ 実は、時代によって軸に該当するものは変化しています。安定成長期

のマーケティング、変化の時代のマーケティング、グローバル化時代のマーケティング、テクノロジー駆引のマーケティング、デザイン駆引のマーケティング、などなど、マーケティングにも様々なコンセプトがあります。特に、現代のような多用で変化に富んだ時代には、マーケティングも多様なのです。多様であるがゆえに、「良いとこ取り的」軸ブレ・マーケティングに陥ることが少なくありません。多様性の時代だからこそ、軸を意識してみることで、人材定着から売上拡大まで一気通貫で整えることが大切なのです。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
 NHNホールディングス株式会社 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

誤努力

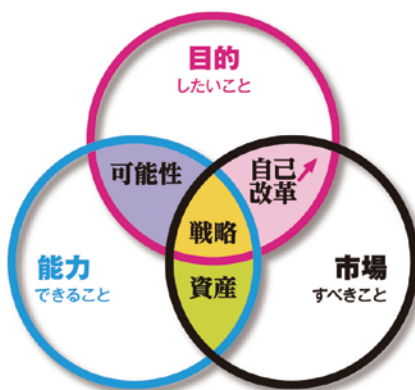
誤努力しなければ、必ずハナヒラク
 人生に生きるマーケティング

書籍名 **ごどりよく**

著・中井 淳夫
 (なかい あつお)



定価 1,500円+税
 ISBN978-4-88647-246-5



9割が「誤努力」で自滅!

本書はサッカーのOWNゴールのような自滅に向かう誤った努力=「誤努力」からの脱出をテーマにしています。自滅しないようにすれば、状況すべてを好転させることができるのです。誤努力からの脱出は、いつでもだれでも簡単にできます。その方法を著者がセミナーで伝えているマーケティング思考をベースに、「あなた自身のために」応用できるようにまとめています。社会経験の少ない新社会人、就職を目前としている方に向けて、やさしく解説しています。

発行・発売元 株式会社 SCC ※全国の書店・アマゾン・楽天ブックス・オムニ7でご購入いただけます。

「マーケティング」・「営業と販売」をテーマとした出張セミナーも承ります。

株式会社 創英 E-mail: b2b@soway.co.jp 〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 神楽坂Nビル