

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34回 コミュニケーションを使いこなす-2

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。

皆様、あけましておめでとうございます。本年も、引き続きよろしくお願いたします。

さて、新年第一弾は11月号で掲載した「コミュニケーションを使いこなす」の続編からスタートです。11月のコラムでは、コミュニケーションとは「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」ことである、とご説明しました。そして、情報共有にだけ依存することは、コミュニケーションの目的とは逆行し、場合によっては組織能力の低下を招くことがあると解説いたしました。

さて、今回は、その続編。コミュニケーションの構造と、その使いこなし方です。

## ●コミュニケーションの構造

現代を生きる全ての人々にとって、コミュニケーションの重要性は説明するまでもないでしょう。しかし、コミュニケーションを的確に説明できる人はどのくらいいるのでしょうか。親子のコミュニケーション、会社内でのコミュニケーション、得意先とのコミュニケーション、異文化とのコミュニケーション、恋人とのコミュニケーションなどなど、コミュニケーションは相手や状況によって様々なカタチがあります。つまり、ワンパターンではなく、多様であるということです。しかし、コミュニケーションの構造そのものはシンプルです。

コミュニケーションにとって必要なのは情報交流だけではなく、情緒の交流が極めて重要です。情緒と情報の交流によって、コミュニケーションは成立しています。

情緒とは、その場にいる人たちには共有できる「空気や雰囲気」。文字や記号で記録したり保存することが難しいニュアンスです。情緒が交流することを、人と人の絆や、心と心の響き合(レゾナンス)という言い方で表されることもあります。情緒には心を動かす力があり、人は心が動くと感動を覚えます。そして、人は心が動いたり、感動すると、新しい行動を生み出す気持ちが芽生えます。

対して情報とは、文字や記号、数字などで表すことができ、データベース化することができます。情報をマニュアルやレシピにすると、多くの人々と共有することができます。それによって分業や共同作業を行うことができるようになります。そして、情報は、行動を決定する時に役に立つので、情報発信はアナウンスや命令という表現をされることもあります。

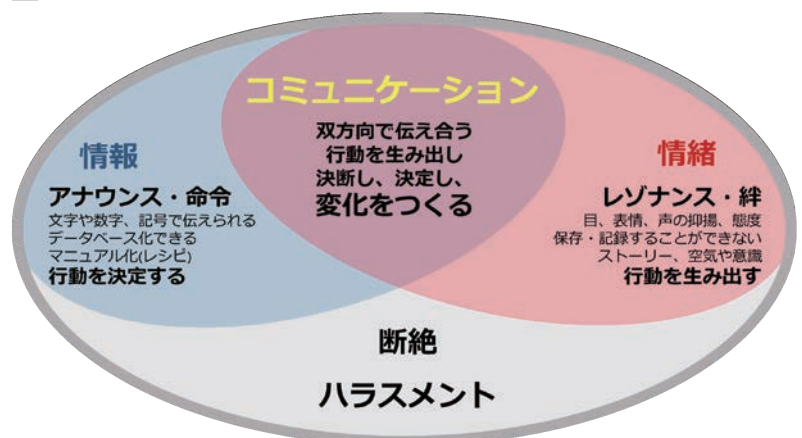
この情緒と情報を正しい手順で組み合わせると、コミュニケーションという交流関係が構築できます。コミュニケーションが成立すると、新しい行動を生み出し、その行動を決断し、変化を生み出すことができるようになります。例えば、映像(動画)は情緒と情報を組み合わせる方法なので、人の心と行動を動かす効果が優れています。

情緒と情報の両方が断絶した関係のことをハラズメント(嫌がらせ)といいます。

## ●情緒を伝えてから、情報を伝達することが大切

前回のコラムで解説したように、多すぎる情報だけを伝達すると、人間は思考停止状態になります。組織においても、ある程度までの情報共有は組織能力を高める効果がありますが、一定の量を超えると組織能力を低下させることが、研究によって明らかにされています。人は、多すぎる情報を受け取ると、情報オーバーロードといわれる状態に陥ります。多すぎる情報の中から適切な情報を見つけられなくなったり、多すぎる情報を利用

図 コミュニケーションの構造



して適切な判断を行うことができなくなっています。その結果、常識では考えられないような愚かな判断に走ってしまったり、多すぎる情報へのストレスからイライラしてでたらめな行動に走ってしまう「一種のパニック」に陥ります。

しかし、人には心があります。情報を判断する知性はオーバーロードに陥りやすいのですが、心の側、感性は知性のオーバーロードを回復させる力があります。だから、私たちは興味を持ったことに対しては、膨大な情報に溺れることなく理解していくことができます。しかし、心が向かない時には、情報を理解する能力が著しく低下します。

だから、他人と何か新しいことを共に始めるときには、まず情緒の交流を行う事が大切なのです。

### ●情緒が動かないと全てをリスクに感じる

私たちに人類にとって、イライラした気持ちや不愉快な気持ちは、生命が危険にさらされている時の危機感と同じ。イライラや不愉快は、本能的な部分では生命の危機という「最大のリスク」と混同されます。いかに知性の優れた人間でも、本能の部分が発する「これはリスクだ」という警告に抗うことは困難です。

多すぎる情報は、思考を停止させ、イライラや

不愉快さを感じさせてしまうため、革新的なことや新しいことを情報提供で説得することは、逆効果となります。

革新的なことを成功させた人たちのスピーチでは、つかみといわれる「心を動かす部分」が必ずあります。しかし、それは秀逸なジョークや話術のことではなく、コミュニケーションの構造を理解していたから成し得た術なのです。話し方が下手な人であっても、「まず心を動かし、次に情報を伝える」という順番を理解している人は、コミュニケーションが上手だと評されます。

このことは、企業のコミュニケーションでも同じです。革新的な新商品やアイデアで新たな市場を創出する時、ぜひコミュニケーションの力を活用してみてください。



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

商品名「ムーブック」 ※ボタン位置は2パターン

# パッツ

と開くだけで、  
**動画を再生するパンフレット**

開けば自動再生、閉じれば電源オフ。  
約200gの軽量さだから、アポが取りにくいキーマンにもダイレクトに郵送できます。

会社支給PC・タブレットで

## YouTube 閲覧禁止企業 全体の42.4%

販促に、顧客開拓に、研修に、動画を活用したい!!けど、

**YouTubeもDVDも視聴厳禁!が増加中。**

パソコンにはDVDやCD再生する

ドライブが無い。USBメモリーを差すこともセキュア違反!

### 動画を見てももらえない?!

そんなジレンマを、ビデオカードが解決します。

Web閲覧を制限している企業割合

- ・101~1000名規模の企業..... 66.4%
  - ・1001名~規模の企業..... 89.2%
  - ・製造業は特に制限が厳しい..... 74.3%
- ※キーマンズネット2015年9月Webアンケート(N:365)

製造 株式会社ワイノット取次代理店

株式会社 **創英**

お問合せは

b2b@soway.co.jp

ビデオカード取次代理のお問い合わせは

TEL 03-5225-1031 もしくは b2b@soway.co.jp  
〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 神楽坂Nビル