

## はじめてのBtoBマーケティング

第76回

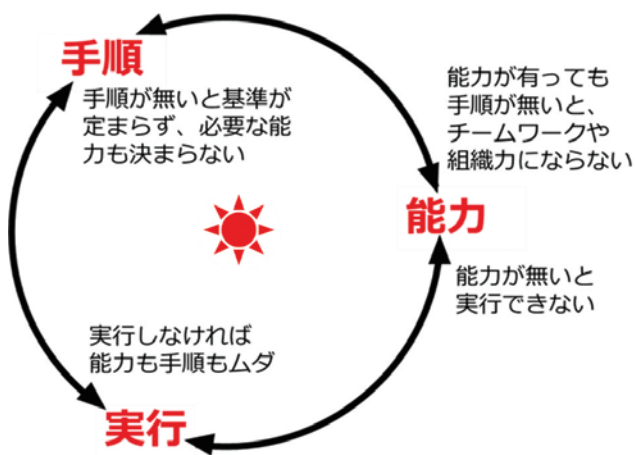
## Xの時代（後編）

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。

## トランスフォーメーション (transformation) :

物体・物質の構造の転換・変態。変化を表すチェンジ (change) よりも劇的な変化を表す。服を着替える場合は「服をchange」、イモムシが蝶に変態する場合は「蝶にtransformation」と表現する。英語圏ではXと省略表記する。

今回は、前回Vol.75「Xの時代（前編）」の後編です。前回は、変化への対応を自社にとっての正解にするための3要素を説明しました。「自社にとっての正解」が重要です。そして、3要素とは「手順」「能力」「実行」です。3要素の関係は下図の通りでした。



Xはtransformationの省略表記。トランスフォーメーションとは、イモムシがサナギとなり、蝶へと変化する様な「劇的な変化」です。地を這うモノが、空を飛ぶ。生存領域、能力、行動などあらゆる事が、まったく違う状態になる劇的な変化を表しています。

## ●ビジネスにおけるXとは

ビジネスでは、「何」を劇的に変化させるのでしょうか。端的に言うと、「実行」の劇的変化こそが、トランスフォーメーション「X」の本質です。実行とは、つまり行動。そして、「誰の実行（＝行動）を変えるか」という対象が重要です。自社＝自分なのか、顧客・社会あるいは競合相手という他人なのか、自分と他人の両方なのか。自分たちの行動にせよ、自分以外の他人

の行動にせよ、その基本要素と相関は上図の通りです。

## ●行動を変えるためには

行動を変える時には、何らかの意思が働きます。あなたご自身の行動を変える事を想像してください。自ら望んで行動を変える時には、きっと「心＝気持ち」の変化があるはずです。

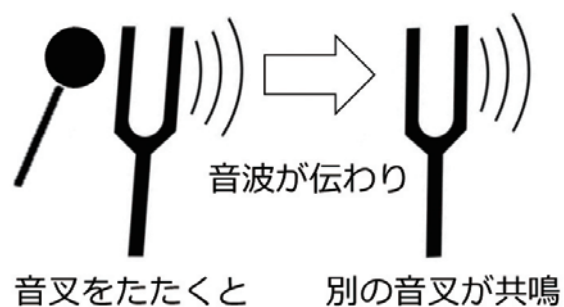
無理強いされて行動を変える事は、心地よくなく、できるだけ避けたい気持ちになりませんか。気持ちの伴わない行動は、生産性が低く、継続しないことが多いのではないのでしょうか。行動変化が多きいほど、気持ちの変化も大きいではありませんか。

## ●気持ちのXが重要

マーケティングの本質は「気持ちを作る」といっても過言ではありません。気持ちを作るときに有効な方法は、共感です。説得や強制ではなく、レゾナンスという概念が大切になります。下図のように、音叉をたたくと、別の音叉が共鳴・共振するように、人間も情緒を情感が伝わっていくと共感して「新たな気持ち」が生まれます。

共感や共鳴が起こるためには、いくつかの条件が必要です。音叉の場合は、固有振動数が同じであることが必要です。人間の場合、「目」が共感を作る重要な役割を果たしています。

## レゾナンスとは共鳴・共振



## ●言葉だけではパワー不足

私たち人間は、言語と言語以外でコミュニケーションをとっています。言語とは、話し言葉だけではなく、

メールや書類などの文字も含まれます。言語以外とは、声の抑揚・イントネーション・表情・身振り手振り・動作や所作や見た目。広い意味では、空間の雰囲気やニオイ・温度も含まれます。

「おもてなし」は言葉以外の要素を示す概念です。敬意を込めた所作や、心地よい空間、手際よい動作などによって、もてなしの心が伝わります。言葉だけを尽くされても、もてなされたと思えず、軽んじられたと感じることも少なくありません。私たちは、言葉以外の部分で共鳴し共感を生じています。

さて、「実行」「手順」「能力」の三要素を説明している図が、前編の時とは一か所違いがあることにお気づきになったでしょうか。真ん中の「太陽のようなイラスト」の部分が前回と違う部分です。真ん中の太陽のイラストは、心=気持ちを表しています。真ん中の太陽が軸になって、「能力」「手順」「実行」が動き始めます。

## ●レゾナンスのコツは「目」

人間には、はっきりとした白目と黒目があります。言葉が未発達だった原始の時代から、人間は白目と黒目を活用した「アイコンタクト」で協働してきました。目によるコミュニケーションが人の心を最も動かす。

これが人間の本能です。本能は私たちを根源から動かす強い力。だから「目」の活用がレゾナンス創出のコツです。音叉が共鳴するように、人は目で共感と共鳴します。

マスクをしていても、リモートミーティングでも、私たちは「目」という武器が活用できます。対面の場合ではなおさら「目」が活かれます。

優れた能力を「目」に見せて、「能力を身に付けたいという意欲」を生む。手順をマニュアルで伝えるだけではなく、手本となる所作で「目に焼き付ける」。実行している努力と勇気を「目にもの見せる」という発想をしてみませんか。Xの時代を切り拓くカギは「目」にあります。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役  
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。著書「誤努力」が、流通科学大学、神戸芸術工科大学のテキストとして採用された。  
相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

## クサイ・詰まる・落とせない、トイレの大問題「尿石」。 尿石除去ウルトラファインバブル (UFB) ポンプは 「尿石」を水だけで除去します。

### 1 低価格 高性能

高性能 UFB 発生テクノロジーと大手ポンプメーカーの技術力により、低価格なのに高性能を実現しました。



UFB × ポンプ  
尿石除去 UFB ポンプ

### 2 簡単な 設置方法

小型化・簡易化により、設置時間を大幅に短縮。配管施工は、約2時間程度で設置可能です。

### 3 地球にやさしい

水と空気だけで尿石を除去します。人や環境に悪影響を与える強い洗浄剤も、人手負担になる「つらい清掃・緊急工事」も必要ありません。



ウルトラファインバブルポンプの活用は、SDGs (持続可能な開発目標) の実現にも貢献します。

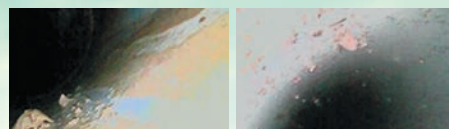
## 尿石除去実績

### 尿石除去 UFB ポンプ設置前の状態



尿石が壁のように蓄積。毛と絡まり「鉄筋コンクリート」のような頑強さでした。

### 尿石除去 UFB ポンプ稼働 4週間後



尿石の壁がなくなり、尿石が除去できました。尿石除去剤では、ここまで除去できたことはありませんでした。

お問い合わせ 資料請求 は、  
下記の企業がご対応いたします。  
「尿石除去の広告を見た」とお伝えください。

販売 株式会社マインドシェア  
〒108-0073 東京都港区三田 3-2-8 Net2 三田ビル 6F

03-5232-6880 担当: 川村  
<https://www.mindshare.co.jp>

製品企画 NHNホールディングス株式会社  
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 3-3-11  
03-6712-2419 ufb@nhn.co.jp