

# はじめてのBtoBマーケティング

第78回

## グチも宝

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。

皆さんは、長所を伸ばすことを大切にしていますか。長所を伸ばすことは、確かに良い事です。でも、長所に拘泥しすぎると、思わぬ落とし穴があります。松下幸之助は、「自分の長所にうぬぼれてはならない。自分の短所に劣等感を持つ必要もない。長所も短所も天与の個性、持ち味の一面。」という名言を残しています。君主論で知られるマキャベリは「長所は必ず、短所を伴う。」という言葉を残しています。すべての長所を持つ法人と個人は、必ず短所も伴っています。長所だけを活かすのではなく、短所も活かす、いや「短所こそ活かす」事が、マーケティング発想です。今回のテーマは「グチを社内へのマーケティングに活かす」です。

### ●なぜ人は挨拶をするのか

文化とは、「特定の集団が無意識に行う、モノの考え方、行動様式、流行」と、「その伝承の仕方」です。特に、モノの考え方は、価値観や習慣、信条、道徳の事で「アイデンティティ=らしさ」の根幹です。考え方が行動を作り、行動によって流行が生まれます。

世界共通の文化の一つに「挨拶」という行動があります。今も昔も、どんな言語や宗教、人種でも、人と人が挨拶をするという行動は人間社会に普遍的に共通する行動です。「挨拶」の起源は、「私はあなたの敵ではありません」という意思を態度で表している、とされています。

### ●文化が違うと腹が立つ

全人類に定着している文化「挨拶」。挨拶をしない人には、攻撃されたような不愉快な気持ちを感じることも少なくないでしょう。

文化に反することをされると人間は、腹が立ちます。企業の文化にも同じことが言えます。特に、自らが悪い文化だと感じているときほど、腹が立つ傾向は強くなります。

仕事帰りに、職場の人たちと居酒屋で一献酌み交わす。最近では、少なくなったこうしたシチュエーションの時に、「職場や仕事のグチ」が出ることがあります。グチが出ると「まーまー、気持ちはわかるけど、簡単には変わらないよ」という様な共感とも、慰めともつかない応答もありがちな事でしょうか。グチがエスカレートすると、聞いている方が腹立たしい気持ちになることもあります。悪い文化を批判されているからです。

### ●グチは繁栄の材料

グチにもまた、文化と似たところがあります。無意識、集団的に蔓延する、否定されると腹が立

つ、そして伝承されて世代を超えて繰り返される。グチもまた、一種の文化だと思って付き合ってみると、意外な発見がもたらされます。

グチにはいくつかの種類があり、財産になるのは「強みの裏返し」から生じるグチです。聞くに堪えないゴミグチもありますが、強みが裏返ったグチは、繁栄を生み出す宝だとイメージを変えてください。長所から発生しているグチには、未来の長所を生み出すヒントが隠されています。

ここで、もう一つ松下幸之助の言葉を要約して引用します。「よそへ行って愚痴を言わずに、うちで愚痴を言ってください。よそへ行った時、<松下電器（現パナソニック）はいいところだ>と言ってもらいたい。不平はよそで言わずに社内で言う。社長に言う。よそへ行ったら、<皆がんばってお役に立つような仕事をしよう>と言っております。一所懸命やらせてもらうよう申しあわせております」というように言ってください。」

経営の神様といわれた幸之助氏は「グチは社内で言う」との言葉を残しています。

### ●グチの活かし方

「怒りは願望の裏返し」とも、いわれます。願望が裏切られたときに、怒りの感情が起こる場合があります。グチを聞いて腹が立つときは、自分の願望とリンクしていて、叶わぬ願望を聞かされるから腹立たしくなる。と想像してみてください。

グチを活かすときには、他人事と思えるかどうかの一つ目のコツです。社内の人間では、うまくグチを収集できない原因は、怒りや不快感を感じてしまうからです。また、収集したグチを経営陣に伝えると、それを収集した社員も同じ考えを持っている、と認識され人事評価に傷がつくことを恐れる心理も働きます。法人も個人も、真の問題点を発見し、解決方法と欠点の活かし方を見出す事が大切です。だからこそ、他人事として、グチに向き合う事が最初の心得です。

もう一つは、グチを封じない事です。グチを押さえつけるほど、グチがさらに溜まります。グチは、生鮮食材と同じで、放置して溜め置くと腐敗し、病原菌や悪臭を発生するヘドロになっていきます。ヘドロになると、腐臭を放ち組織を蝕むモンスター。フレッシュなグチは、活かしようで宝にも変わる事を忘れないでください。

### ●正しいグチの集め方

もし、あなたの会社が、風通しならぬ「グチ通しが良い」時は、ここから先は無用です。でも、グチ通しが悪いと感じた時は、二つのポイントが必要です。

一つ目は、誰のグチかわからないようにする。誰のグチか会社側にわかると、言葉を選びます。5名前後の少人数で「本音を話そう」というヒアリングにする方が効果的です。

二つ目は、グチの内容に対して反論や議論をしない。社外の人に聞き取り役をしてもらうのも方法です。私の経験でも「匿名にしますが、ヒアリング内容はレポートします」と伝えても、本音が続々と出ます。

### ●集めたグチは必ず財産にする

最後に、最も悪い対応について説明します。それは、「ナシの礫」です。礫とは、「投げた石」の事です。ナシは、果物の「梨」と、反応「無し」のかけ言葉です。反応「無し」は礫と同じ。石を投げつけたと同じなのです。



グチを集めたからには、必ず何かの対応が必要です。最低限の対応として、長の立場の人は読みましょう。例えば、部内のグチを集めたなら、部門長が必ず読む。できれば、担当役員までは読むとなお良いです。そして、グチに対して言い訳したり封じ込めをしないことです。グチを出すことを「膿を出し切る」という考えをする人がいますが、大きな誤りです。「宝を出し切る」と発想を変える事が大切。宝を与えてくれた相手には、礼を尽くした挨拶をしますね。でも、膿が出たと思えば、「礫」を返してしまいます。

グチの活かし方は、社内に対するマーケティング活動です。



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。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

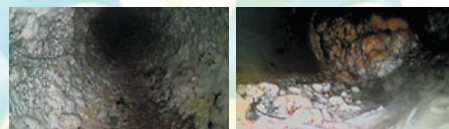
水と空気です尿石を除去します。人や環境に悪影響を与える強い洗浄剤も、人手負担になる「つらい清掃・緊急工事」も必要ありません。



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。

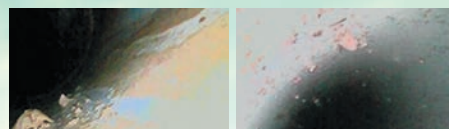
### 尿石除去実績

#### 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