

## はじめてのBtoBマーケティング

第84回

## 新しい風を育む

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。

6月。多くの企業では、春に入社した新人への研修が終わり、「期待の新人たち」はそれぞれの部署に配属されたことでしょう。と、同時に、次の採用に向けての活動も始まる季節。多くの企業の6月の風景だろうと思います。

中途採用も含め、組織に新しく加わる人たちに求めることの一つに「組織に新しい風を吹き込んでほしい」という期待があります。ある企業の新人研修では、「(研修を担当する) 私たち先輩社員は、組織の風土に染まりすぎて、新しい風を起こすことが難しい。だから、新人の皆さんが、巻き起こす新風に期待しています。」というスピーチがありました。新しく採用された新卒・転職人材だけへの期待ではなく、人事異動で配属された新メンバーに対しても、「新しい風」の期待は少ないでしょう。

顧問として企業のお手伝いをする私にも、「新しい風」を求めていることは常です。しかし、新しい風はなかなか吹かない、というのも現実です。どうすれば、組織に新しい風が、心地よく吹くのでしょうか。

## ●新しい風を求めるのはなぜ?

新風を求める最大の理由を一言でいうと、マンネリの打開。マーケットや競合といった組織を取り囲む環境は、いやになるほど目まぐるしく変わっています。組織も変わらなくてはいけないのだけど、ヒトはいろいろな意味で変化が嫌いで、本能的に変化を拒絶する性質があります。自らのチカラで変えることができないことを察知しているので、外部から来た新しいメンバーに「変化の起爆剤」を求めているわけです。

変化が必要だと思っていて、自社の社風も理解しているなら、自らの努力で変われるはず、というのは正論ですが、実際には不可能といってよいでしょう。なぜならば、自分の事も含め、組織内の色々な人に対する否定だったり批判につながります。敵を作る可能性の大きい危険な行為です。だから、新風は新人に吹かせてほしいと望むわけです。

## ●でも新しい風は壁に阻まれる

求めているも、ヒトは変化が嫌いなのです。ですから、変化に本能的に抗ってしまうことも、やむを得ま

せん。最初は快く思っていた新風も、不愉快に感じてしまう心理が芽生えます。誰の目にも明らかな大きな壁ならば、解決していくことができますが、取るに足らなく見える小さな壁は、風の流れを乱し、いつしか風を吹かせることを断念させてしまいます。

小さな壁とは、例えば、新しいチャレンジを始めるときのごく少額の経費申請の時に起きたりします。部署や役職を超えて会話するサロンを始めてみたい、こんなアイデアがあったとします。でも、社内の人間が交流するときの飲み物代や、会議室利用、あるいは業務時間中なのか時間外なのか、という「新しい風」のための「新しいルールや許可」が必要になります。小さなことですが、管轄する部署や申請を許可する立場の人にとっては、簡単に済ませられない場合もあります。



## ●目には見えない最大の壁は

ですが、サロンの例で書いたルールや許可のことは、真の壁ではありません。新しい風を阻む最大の壁は、人の心に生じるある感情にあります。その感情とは「不愉快さ」です。新しい風は、古い何かを否定してしまいます。サロンで良いアイデアが出たならば、従来の会議のやり方やリーダーシップの取り方を暗に否定してしまいます。だから、なんとなく不愉快に感じ、小さな手続きやルールを理由に「良いアイデアだけど、私の一存では難しい」「上(ほとんどの場合は誰の事かわからない)にも相談してみるよ」という顛末になることも少なくありません。

## ●もし、本心から新しい風を望むなら

なんとなく面倒に感じたり、積極的に支援できない時の、はっきりと説明できない漠然とした不安さを「不愉快」と表現しました。

不愉快という感情は、人類が危険を回避するために身に着けた「生存に不可欠な重要なシグナル」といわれています。脳の扁桃体が、千分の2秒という瞬時に発し、危機を回避する仕組みが、不愉快（広く言うと「嫌い」）という感情です。ですから、抗いがたい強さがあり、理由を正しく分析できない感情が「不愉快」です。という事は、不愉快は、変化を教える大事なシグナルです。積極的に応援行動がとれない、なんとなくできない理由を考えてしまう。このような現象の裏には、不愉快があるのかもしれません。

## ●悪魔か神か

モノづくりの格言に「悪魔は細部に宿る」という言葉があります。細部に宿る悪魔を駆逐するには、真相を分析し、大きな労力を惜しまず解決に取り組む必要があります。変化を嫌う本能が発する不愉快というシグナルに従うことは、悪魔を宿す事だと想像してみ

てください。

細部への創意工夫を怠らず素晴らしい成果を得る事を「神は細部に宿る」とも言います。「不愉快」とは、ヒトの本能が「変化を感知した時に発するシグナル」です。そのシグナルの意味をどう読み解くかで、悪魔を呼ぶことも、神を招くこともできます。不愉快さを、変化の兆しを感知する優秀なセンサーだと思って活用してみませんか。



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

水を変える革新技术をより多くの方に使ってほしいから

# 今だけ お試し価格でご提供!

目に見えない **小さな泡の先端技術**

**限定10台**

キャンペーン期間 **2021年8月31日**まで  
※無くなり次第終了

## 「ウルトラファインバブル技術」をお得にゲット!!

洗浄等の実用分野から研究開発用途にまで幅広く使えます

油汚れ除去 / 壁・床面洗浄 / 車輻洗浄 / 半導体洗浄 / 大理石洗浄 / コンクリート・モルタル洗浄 / 排水処理 / 尿石除去 / 化粧品開発 / 金属加工・研削効果実験 / ノンケミカル洗浄実験 / 除塩・スケール除去効果実験 など

▶ ご活用例を動画でご覧いただけます



### 業界最高水準

2億個/mlの高濃度UFB水を毎分2ℓ吐出  
 アイドルタイム無しで瞬時に生成

持ち運べて便利なキャリー式

水を入れるだけで使える簡単操作

充電型バッテリータイプ



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

お問合せ・資料請求は下記まで

「日刊工業新聞の広告を見た」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

**03-6823-6211** 平日 10:00 ~ 17:00

info@ufb-m.com

ウルトラファインバブル マインドシェア



■ 製品企画

NHNホールディングス株式会社

〒178-0063 東京都練馬区東大泉 7-15-27-307