

はじめてのBtoBマーケティング

第98回

乱気流に負けない

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。

経営学者P・Fドラッカーの「乱気流時代の経営 (Managing in turbulent times)」の「はじめに」を引用します。

〈今日われわれが直面している時代について、唯一確実にいえることは、それが乱気流の時代になるということである。乱気流の時代にあっては、組織のマネジメントにとって最大の責任は、組織の構造を健全かつ堅固なものとし、打撃に耐えられるようにすることである。そして、急激な変化に適応し、機会をとらえることである。〉

素晴らしい翻訳ですが、原書とは少しニュアンスが違います。

原書は、In turbulent times the first task of management is to make sure of the organizations capacity for survival, to make sure of its structural strength and soundness, its capacity to survive a blow, to adapt to sudden change and to avail itself of new opportunities. 直訳すると、「激動の時代において、経営陣の最初の仕事は、組織の生存能力、構造的な強さと健全さ、打撃を乗り越える能力、突然の変化に適応し、新しい機会を利用する能力を確認すること。」となります。

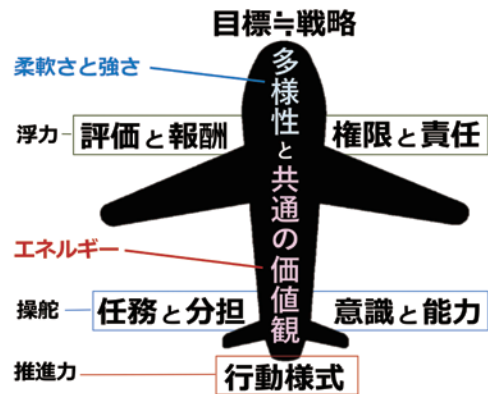
最初の仕事で、能力を確認する事は4つ。①組織の生存能力 ②(生存するために必要な)構造的な強さと、(組織の)健全さ ③打撃(乱気流の影響)を乗り越える能力 ④新しい機会(乱気流の影響)を利用する能力、の4つ。カッコ内は私の補足です

●乱気流に負けない組織体とは

乱気流の時代という比喻は、嵐だけの時代ではありません。先が読めない事を比喻しています。晴れも、嵐も、追い風も、逆風も。乗り越えた先に虹も。



乱気流の中でも墜落せずに飛ぶことのできる飛行機をメタファにして、乱気流時代の組織の要点を解説します。



乱気流でも空中分解しない柔軟さと頑丈さを備えた機体、浮力を捕まえる翼、目標方向に操舵でき、強い推進力と十分なエネルギーがある。まずは、こういう条件が備わっていると、乱気流を乗り越える能力アリと言えます。これが最初に確認する事です。部署やチームでも同じです。ご自身との関わりの中でイメージしてください。

●目標とか戦略は、進路

経営も飛行機も「目的・目標」に向かって進んでいく事が大事。戦略や中期目標は、飛行機に例えると航路上のビーコンです。

●多様性は柔軟さと強さ

多様の対義語は一律。一律な組織は、空気で通じ合える居心地の良い組織です。多様であることは、意見が合わなかったり、面倒なことも多い。しかし、そこから多くの革新が生まれます。また、複合素材は強靱さや柔軟性を生むように、多様性のある組織も強くしなやかです。だから、今日の経営は多様性(ダイバーシティ)を重視します。

●共通の価値観はエネルギー

多様と同時に、価値観の一致が絶対条件です。例えるなら、世界トップのサッカーチーム。プレイヤー個々の価値観も尊重するし、互いに理解もしあう。メンバーの価値観を共に有し合う。個人技がいかに優れていても、価値観がバラバラでは、チームのチカラは発揮されません。共通の価値観によって、多様は強靱に一体化すると同時に、組織にエネルギーを生み出します。

●浮力を生む主翼

「評価と報酬」が片側の翼、もう片側は「権限と責任」

です。評価は平等では無く「公平」に。賃金だけではなく、尊敬と感謝も報酬の一つです。結果は行動によって生まれます。ですから、結果だけではなく行動を公平に評価し、行動に対し尊敬と感謝をすることも大事です。

権限とは「してもよい事」、責任とは「しなければいけない事」です。メンバーの権限に敬意を払っているか、権限の妨害をしていないか。同時に責任とその所在は明快か、担う能力は適切か。これらが確認のポイントです。あなたの組織に翼はあるでしょうか。

●「任務と分担」「意識と能力」が操舵

組織が迷走せず、シッカリと進路をコントロールするための確認項目です。

任務とは、任された役割。分担とは、役割の配分です。頼み易い人に仕事が集まっていますか。役割分担は明確で、メンバーはしっかり認識しているでしょうか。

もう一つは、意識と能力です。能力が高くても、意識が低くやる気が無ければ、その人の能力は発揮されません。意識だけで能力不足も同じです。特にハラスメントは意識を削ぎ、能力を低下させます。

●「行動様式」はエンジン

行動様式とは、価値観に根差し、反復される行動の

しかたです。個々の価値観でもなく、一般論でもない「共通した価値観」が基準です。確認するための問いの一つとして、その行動、その問題解決のしかたは「私達らしいか」「私達の価値感に反していないか」です。行動様式によって、個々のチカラは掛け算効果の大きな推進力を生みます。

飛行機にたとえて、乱気流の時代をチャンスに変えるための確認事項を解説しました。他人事、会社事と思わずに、あなたご自身のかかわりの中からもチェックしてみることで、あなたが感じている問題や課題の解決にもつながるはずです。

緊急告知「本コラム連載記念セミナー、10月に開催決定」

主催：モノづくり日本会議 / 事務局：日刊工業新聞社



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

目に見えない小さな泡の先端技術 ウルトラファインバブル洗浄機

水だけで
尿石を除去!

トイレの流し水をバブル化
トイレを使えば使うほど、キレイに



尿石除去の
映像はこちら

電源不要でコンパクト
ポンプレユニット



常設タイプ

通常水の
洗浄力アップ!

水以外の
洗浄溶液も
バブルとの
組み合わせで
洗浄効果アップ

ポータブル
タイプ



食品洗浄で
細菌を抑制!

既設の洗浄ラインに
設置するだけ!
食味も向上!

食品洗浄
タイプ



MUFB マルヤマウルトラファインバブル
Maruyama Ultra Fine Bubble

性能とコストパフォーマンスを両立した MUFB 製品群は、
産業・アグリ・飲食など、様々な分野での活用が進んでいます。

1mlあたり
ウルトラ
ファイン
バブル
億単位

瞬時に高濃度な
ウルトラファインバブル生成

PROSPEC プロ仕様の“確かな品質”

お問合せ・資料請求は
右記まで

■ 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

「日刊工業新聞の広告を見た」とお伝えください

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