

## マーケティングの出番ですか？

第63回 人が隠居を生きる上で原動力となる  
コミュニケーションとは

日置孝子 (株) ウェルコインターナショナル 代表取締役

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

今回は、マーケティングの応用編として、定年を迎えた社会人に必要とされるコミュニケーションスキルについて考察してみたいと思います。

## ●前提、人は本来孤立しない

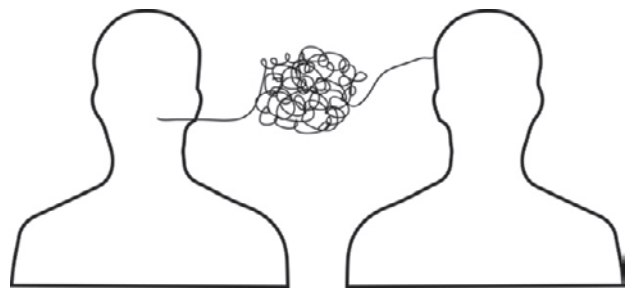
ホモサピエンスは長期の子育てのために群れを作り、この群れの習性の中、伝え、互いに理解し知恵を継承して生き延びてきました。人は本能的に集団（組織）を形成し、人と意思疎通をはかる動物です。しかし、昨今は、この本能に逆らう、「失コミュニケーション」が、蔓延しています。シニアが率先して、洗練されたコミュニケーションスキルを持って、この状況を打破し、明るい日本を再建しなければ、若者も明るい未来を描けません。

## ●本能に逆らう昨今の事例、要因と解決案

ここ数年、コミュニケーションスキル不足による以下のような現象が目にとまります。

- ① 洋服屋、ネイルサロン等のお店で、店員に上から目線の物言いをする30代前半、40代の独身女性の増加（仕事、人生のうっ憤を店舗で晴らしているのでしょうか？）
- ② ネット通販の利用機会が増える中、スーパー、コンビニでの購入時、接客されることに不慣れで、応対に要領を得ない（挙動不審になる）客
- ③ コーヒーショップやファミレスでの女性同士やママ友の会話は、互いに自分の仕事や生活、家の話や悩みを一方的に語るだけで会話が成立していないケース（話すことでストレス解消はできている模様ですが？）
- ④ 相手の嫌な部分や考えが異なる部分は、軋轢を避け、見ないようにするケース（同調圧力の悪影響でしょうか？）
- ⑤ 高齢者は、過去の経験談、食べ物、テレビの話題が中心となり話が盛り上がらないケース
- ⑥ シニア男性は、聞かれるばかりの状況になれ、相手とコミュニケーションを取るための話題を提供できないケース
- ⑦ ディベートが苦手な、論理的に議論が深められないケース

これらの現象は、長年、競争力や効率性、成果が過剰に追求される中、「考える」、「感じる」、「おもんばかり」を通じて意思疎通する余裕を失い、人との関係性に疲弊し、また、スキルを育む機会も無いまま、自己中心的な考え（主義）に陥っていることが一因と考えられます。



これを解決するには、より良い集団（組織）形成においてコミュニケーションスキルが必要不可欠であるとの認識、現状、そのスキルが足りないことの自覚から、年齢に関係なくスキルを高める目標を持つことが必要です。

## ●「この先をどう生きるか 暴走老人から幸福老人へ」からのヒント



「この先をどう生きるか 暴走老人から幸福老人へ」藤原 智美 (著)、文藝春秋 (2019/1/12)

昔は、年を取ると人は丸くなると言われましたが、この本では、丸くならず自己主張や自己肯定に走り、暴走や寂寥に繋がる高齢者が語られています。長寿社会、高齢化社会、人生100年に惑わされることなく、自分の今を見つめ、少しでも楽しい暮らしを作り上げるためには、自分に問いかけ、人生の初期化を行い、リボンし、染みついた上下の語法を対等の語法に切り替え、暮らしを新たな価値観で組み直すことが提言されています。

## ●幸福老人になるチェックリスト

近未来調査の内容を参考に、話題豊富なコミュニケーション力ある幸福老人となる15のチェックリスト（要素）をまとめてみました。

- ① 多面性を持っている
- ② 周りの動向に関心を持っている
- ③ リアルのコミュニケーションを大切にしている
- ④ 「あうんの呼吸」の人間関係がある
- ⑤ フラットな人間関係を重んじる
- ⑥ 性格、嗜好が少し異なる人と良い距離感を保っている
- ⑦ 周りを元気にする人である
- ⑧ 周りを元気にする人がいる
- ⑨ その時々で、いいと思ったことを楽しむ
- ⑩ 合理性一辺倒でない価値観を持っている
- ⑪ 日々、変化する
- ⑫ 直観に触れる
- ⑬ 失敗経験や挫折を大切にしている
- ⑭ 世のため、人のためになることを行っている
- ⑮ 気づいていなかったことを発見する

これからの10年は、様々な分野における技術革新から社会も生活も大きく変化することが予想されています。ひょっとするとAIやIoT、またボイスコンピューティングなどが、今まで無かった表現領域や形式へとコミュニケーションスタイルを拡張するかも知れません。そんな時代の到来を期待しつつ、その前にしっかりとコミュニケーションの土台を固めておきたいものです。



### 日置孝子

東京学芸大学卒業 出身：京都  
株式会社ウェルコインターナショナル代表取締役  
<http://www.wellco.org/>  
主要事業：定性リサーチ及びマーケティング コンサルティングサービス  
略歴：1984年より独立系マーケティング会社にて、40余社の市場調査、商品・事業開発に従事。2001年、富士通株式会社のイン 日置孝子 ターネット新規事業「iMiネット」の立ち上げに参画、2002年、同事業独立会社の株式会社ライフメディアに転職。インタラクティブマーケティング研究所所長を経て、2003年、ウェルコインターナショナルを設立し現在に至る。著書、執筆「私の定年準備220のアイデア」、「女性マーケター の為の手引書」  
日本マーケティング学会 会員 問合せ先：info@wellco.org

# 女性の視点で

## approach to customers in marketing

<https://robobakkon.jp>

デンプロクシー  
ウェルコインターナショナル

〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13ザ・ピーク4F号  
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿重友ビル 8F

Tel. 03-6412-8780  
Tel. 03-6418-5519

info@robobakkon.jp  
info@wellco.org