

連載 目からウロコがぼろぼろ落ちる

## はじめてのBtoBマーケティング

## 第16回 10年後に無くなる仕事

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。

今後10年ほどの間に約47%の仕事が自動化され、職業から消える。これは、UKのオックスフォード大学で人工知能などの研究をしているマイケル・A・オズボーン准教授らの研究結果で、今、全世界で話題となっています。

今後自動化される47%の仕事とは、米国労働省のデータに基づいた702の職種のうち、コンピュータ技術によって自動化されるかを分析し、90%以上の確率でなくなると予想された職業の割合です。

図1

## あと10年で「消える職業」「なくなる仕事」

主な「消える職業」「なくなる仕事」	
	仕立屋（手縫い）
	時計修理工
	税務申告書代行者
銀行の融資担当者	図書館員の補助員
スポーツの審判	データ入力作業員
不動産ブローカー	彫刻師
レストランの案内係	苦情の処理、調査担当者
保険の審査担当者	簿記、会計、監査の事務員
動物のブリーダー	検査、分類、見本採取、測定を行う作業員
電話オペレーター	映写技師
給与・福利厚生担当者	カメラ、撮影機器の修理工
レジ係	金融機関のクレジットアナリスト
娯楽施設の案内係、チケットもぎり係	メガね、コンタクトレンズの技術者
カジノディーラー	殺虫剤の混合、散布の技術者
ネイリスト	義歯制作技術者
クレジットカードの申し込み承認・審査を行う作業員	測量技術者、地図作製技術者
集金人	造園・用地管理の作業員
パラリーガル、弁護士助手	建設機器のオペレーター
ホテルの受付係	訪問販売員、路上新聞売り、露店商人
電話販売員	塗装工、壁紙貼り職人

※英オックスフォード大学「雇用の未来-コンピュータ化によって仕事は失われるか」

## ●ビッグデータとロボット技術のインパクト

オズボーン氏によると「これまでロボットはルーチ的な作業しかできないとされてきましたが、ここ10年間にけるロボットの能力向上は目覚ましいものがあります。ロボットが完全に人間の知性を手に入れるにはあと少なくとも50年はかかると言われていますが、その過程で、多くの仕事が機械の脅威にさらされるのがわかってきました」。

さらに、「最近の技術革新の中でも注目すべきはビッグデータです。これまで不可能だった莫大な量のデータをコンピュータが処理できるようになった結果、非ルー

チン作業だと思われていた仕事をルーチン化することが可能になりつつあります」と語っています。

このように、ビッグデータの活用によって、ルーチンでないと思われていた仕事が、実はルーチン化できるようになってきたことが、大きな要因です。

ルーチン化できれば、オートメーション化、ロボット化が可能になるわけですから、そうした仕事を人間に依存する必要がなくなるわけです。

## ●過去にもあった職業壊滅

こうした技術革新による「職業壊滅」はこれまでも何度となく行われてきました。1960年代、日本の失業率はほぼ0だったそうです。健康であれば、老若男女が何らかの仕事についていました。産業技術やIT技術の進化に伴い、職業そのものが消えたり、縮小したりしました。なので、オックスフォード大学のレポートをセンセーショナルに感じたとしても、今までも繰り返されてきた必然の変化にしかすぎません。

明日の天気予想されていたら、天候に一喜一憂することよりも、備えることが大切です。10年後の予想を、未来に向けての備えとすることが大切です。

## ●マーケティングの10年後

マーケティングの目的とは、販売の苦勞をなくすることです。販売という活動そのものは、すでにネットというITによって席卷され始めています。なぜならば、販売の本質は「モノ」と「カネ」の交換なので合理的かつスピーディーであることが優先されます。ネット通販であれば顧客が商品を選び、納品先と個数を入力し、自らレジを行い支払い処理をします。これほどミスなく効率よく販売することは、人間を介して行うことは不可能です。

図2

## 営業 無くして 販売 無し

営業力は、  
売りたいモノを売る力

買う理由を作って  
自社が有利なモノを  
より高く、納品しやすく

顧客の話を聞く  
価値基準(需要)を作る

ブランド感・対応・提案

販売力は、  
用意したモノを売り切る力

売れ漏れ、売り逃しなく  
注文通りの品と質を  
注文通りの価格と納期で

セールストーク  
顧客の需要に応える

品質・価格・納期対応

しかし、販売の前に行う営業活動の本質とは、顧客の声に耳を傾けることで「顧客の行動を変えていくこと」にあります。声を聞く、すなわち顧客が語るためには、人間が相手でなければいけません。まだまだ、ロボットに新製品開発のことを相談するほど進化した時代ではありません。

これからは、営業という活動が、より一層重要になってきます。

## ●BtoB分野でますます重要となる営業力

そして、高度情報化社会がさらに進化していくことで、一つの物事に対しての価値基準が今まで以上に多くなります。高度情報化の本質とは、情報が増えることではなく、価値のバリエーションが増えることであり、一つの物事にいろいろな価値解釈が生まれることです。そのため、情報を集めるほどに価値基準が増えるため、決断や決定が困難になります。

オックスフォード大学のレポートが指摘しているように、ビッグデータからルーチン化する場合は、AIによって処理ができますが、何かを新たに作り出すときには一種の「思考のジャンプ」、いわゆるヒラメキが必要となるので、まだまだ人間の領域だろうと予測されています。

ということは、イノベーションを生み出す場面、例えばクリエイティブな開発の場面では、ビッグデータ活用

だけではなく人対人の営業活動が、今まで以上に求められるようになると予想されます。

## ●そこで問題なのが企業のコミュニケーション能力

市場動向の先読みのようなマクロ的な分析は、今後AIなどによって人間の出番はなくなるかもしれません。しかし、顧客一人一人、あるいは一社一社という、粒度の小さな事はデータ量が乏しいため、AIによる分析はまだまだ不可能です。そして、いかに合理的思考をする人間であっても、自らが発する言葉とそれに対する相手の反応によって、意識は変わっていきます。

つまり、顧客の声を聞いて対応することで、必ず顧客の行動や選択基準は変化します。いわば「気が変わる」のです。人と人がビジネスをする限り、マーケティングにおけるコミュニケーションの重要性は、ますます増していきます。



著者●中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役  
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。相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

SMASSh (スマッシュ)

これはAR広告です。無料アプリLayarをインストールしたスマホやタブレットをかざしてご覧ください。 [Layar](https://www.layar.com/)

**SMASShは、動画とスライドをシンクロしたコンテンツを配信するシステムです。**  
**BtoBのプロモーション、セミナーや研修など、多くの成長企業に採用されています。**



©SMASSh 開発元 株式会社シエロアスール 特許出願中(出願2009-228071)  
※商品写真および画面はイメージです。実物と仕様異なる場合があります。  
この広告に記載されている会社名、システム名、製品名は登録商標または商号です。

### PC・タブレット・スマホのマルチデバイス対応

最新のスマホ機種などにも自動的に最適配信をします

### 動画とスライドをシンクロする制作システムが無料

配信サーバーをご契約いただくと、無料で制作できます

### ID/パスワード管理、公開設定、有料課金配信に対応

<用途例> 社員研修、プロモーション、有料セミナーなど

### 利用料金は動画容量に応じた月額固定

コンテンツ再生回数や、同時アクセスによる追加費用なし  
・初期費用10万円 月額利用料4万円～(税別)

SMASShとAR広告のお問い合わせは

株式会社 創英

〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 ビズフィールド神楽坂  
E-mail : b2b@soway.co.jp TEL. 03-5225-1031 FAX. 03-5225-1032