

はじめてのBtoBマーケティング

第41回

成功する新規事業
開発のキーワード

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。

8月23日名古屋にて日刊工業新聞社主催の「今さら聞けないBtoBマーケティングの基礎セミナー」を行います。詳しくは、日刊工業新聞社のホームページを御覧ください。

●リボーンの時代表

新規事業開発といっても、時代によって成功の鍵は異なります。かつての成功メソッドに従っても、今の時代には通用せず失敗に終わる例も少なくありません。

日本では、戦後の復興成長期、前回の東京オリンピックから1990年頃までの成長から安定の時期、そして現在のリボーン期という、大きく分けて3つの時代状況があります。

それぞれの特徴をごく簡単にご説明します。高度成長期は、今までできなかったことに挑戦していくことが最大の特徴でした。メイドインジャパンといえば世界の粗悪品と呼ばれていた時代。日本人には10階建て以上の高層建築物を立てることは不可能だ、と世界から見られていた時代。その次代のキーワードは、「できないから挑戦する」でした。ただし、日本にとっては未知の分野でも、世界を見渡せば実例がありました。考え、学び、想像し、工夫を重ねることで「不可能に見えたこと」を次々と克服していくことができました。この時代には、手本とする答えが世界には存在していません。

次に、メイドインジャパンと言えば世界の一流品と評価されるようになってきた時代。1960年台から1990年頃は、自らが作り上げてきた成功をさらに昇華させていく時代でした。世界をリードできるようになった日本は、自らの過去から学び、より一層レベルを高めていきました。しかし、品質や機能が高まりすぎ、市場ニーズを上回る製品が生まれたり、本格的なグローバル競争の中で後進国モデルといわれる低価格製品との戦いの中で苦労が増えてきました。

そして、現代。世界に学び不可能を克服する方法でもなく、自分たちの過去に学んだメソッドも通用しない、新しい時代に突入しています。一言でいうと、生

まれ変わる＝リボーンの時代表です。

●リボーンの特徴

人の一生に例えると、できなかったことを克服していく時代は、赤ちゃんから子供へと成長していく時代。昨日はできなかったことを毎日克服して成長していきます。知識を増やし能力を高め、一年も経つと見違えるように成長する。そんな時代。子供が、自分の過去の経験にばかり頼っていたら滑稽に見えるでしょう。成長の時代は、未来を考え、過去を振り向かないという特徴があります。そして、そんな子供もいつか、学校を卒業し社会に出ます。それが日本にとっての1960年台からの時代です。過去の経験も活かしつつ、未来に向けての挑戦にも取り組む。さらに歳を重ねていくと、蓄積した経験を活かした安定した「大人な思考」で、リスクを回避する傾向が強くなります。未知への挑戦よりも、予測し計画できることを求めるようになっていきます。そして、命は必ず終りを迎えます。

しかし、現代は、生まれ変わる「再生、リボーン」の時代。過去の人生経験では理解が困難な時代に突入しています。この時代に必要なことは、まさに想像力です。まだ、天体観測が発達していなかった時代に、宇宙は光よりも速い速度で膨張している、と気づいた人物がいます。その気づきを与えたのは、単純な疑問でした。それは「なぜ夜は暗いのだろう」です。もしも、空に太陽の光を反射する鏡があったら、夜にも太陽の光が届いて、夜も明るはず。事実、宇宙には無限の星が太陽の光を反射している。なのに、夜は暗い。その理由は、星々が光よりも速い速度で遠ざかっているから、太陽の光が届かない。と考えた人がいました。

また、ガリレオは、「それでも地球は回っている」と言い残し死刑に処されました。当時の常識に反した「正解」を想像し実証したからです。

現代、様々な分野で過去の常識を覆す新たな正解が生まれています。それがリボーンの時代表の特徴です。新しい正解とは、新たな価値ではなく、新たな意味です。

What does this mean?



●意味によるマーケティングの時代

極端ないいかたをすると、戦後からの復興の時代は、技術が経済発展の動力源（ドリブン）でした。「テクノロジー・ドリブン」の時代だといえます。成長から安定の時代は、需要（市場価値）が経済発展の原動力でした。ですから、「マーケット・ドリブン」の時代。そして、リボーンの時代には、意味が経済の牽引力となります。モノゴトに新しい意味を与えることを、デザインといいます。ですから、現代は「デザイン・ドリブン」の時代。表面的な装飾ではなく、「モノゴトの意味を変える」デザインが重要になります。

1本3,000円のペンを思い浮かべてください。仕事

で使うなら、ペンの意味は筆記具です。しかし、リボンをかけて大切な人に贈ると、「感謝や思い」を表すという意味を持ちます。

かつてのデパートは、「晴れ着を着ていく場所」という意味が宿っていました。今日のアウトレットモールは、たしかに安いという価値もありますが、わざわざ遠くまで出かけて行きたくなる意味を持っています。意味を提供できる場所やビジネスは発展し、価値のみを提供するビジネスは熾烈な戦いにまみれています。

リフレッシュした心と脳で想像の翼を広げると、新しい事業の意味を発見できるかもしれません。



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。相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

誤努力

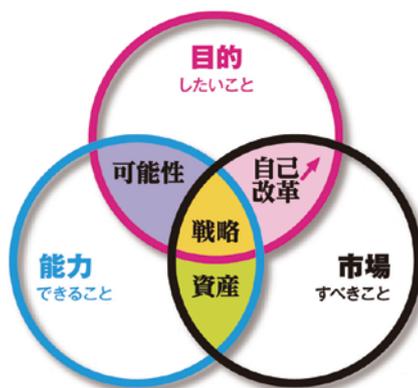
誤努力しなければ、必ずハナヒラク
人生に生きるマーケティング

書籍名 ごどりよく

著・中井 淳夫
(なかい あつお)



定価 1,500円+税
ISBN978-4-88647-246-5



9割が「誤努力」で自滅!

本書はサッカーのOWNゴールのような自滅に向かう誤った努力＝「誤努力」からの脱出をテーマにしています。自滅しないようにすれば、状況すべてを好転させることができます。誤努力からの脱出は、いつでもだれでも簡単にできます。その方法を著者がセミナーで伝えているマーケティング思考をベースに、「あなた自身のために」応用できるようにまとめています。社会経験の少ない新社会人、就職を目前としている方に向けて、やさしく解説しています。

発行・発売元 株式会社 SCC ※全国の書店・アマゾン・楽天ブックス・オムニ7でご購入いただけます。

「マーケティング」・「営業と販売」をテーマとした出張セミナーも承ります。

株式会社 創英

E-mail: b2b@soway.co.jp 〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 神楽坂Nビル

資料請求番号 11708-04901