

はじめてのBtoBマーケティング

第65回

本業崩壊と
事業の遠近感

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。

最初に弊社からの告知を一つお届けします。

トイレ産業展に出展いたします。ウルトラファインバブル技術で、トイレの尿石を除去する製品、ならびにオゾンのUFBを手軽に利用できる機器を展示します。

- ・11月13日(水)～15日(金)
- ・東京ビッグサイト
- ・NHNホールディングス株式会社
- ・西展示棟W22-08

●本業の崩壊

今回のテーマは、本業の崩壊です。本業の崩壊とは、文字通り「本業の事業が存在不可能になって、消え去る事」です。

落語には、代書屋という職業が出てくる噺があります。代書屋とは、文字が書けない人のために、履歴書や、手紙などを代理で書く職業です。落語の舞台となる江戸時代は、多くの子どもが学校に通い、「読み書きそろばん」と言われる基本的な学力を身につけていました。貧しい町人の子ですら文字が読め、当時の識字率は7割以上。しかし、約3割は読み書きができませんので、代書屋という職業が成り立っていました。ですが、現代には代書屋という職業は、存在していません。

落語に出てくる職業を例えに、本業が時代の変化と共に消える、という事をご説明しました。そして、現代においては、もっと頻繁に本業の崩壊が起こっています。

例えば、富士フィルム。社名に「フィルム」の言葉は残っていますが、ご存知のように、今の富士フィルムの2.322兆円の売上は、写真フィルムではない新たな事業内容です。

読者の世代によっては、写真フィルムを知らないかもしれません。かつては、写真や映画は、フィルムといわれる感光体に映像を記録されていました。この世に写真や映画がある限り、フィルムが無くなるとは、その当時の人たちには想像できないことでした。しかし、写真フィルムはデジタルに置き換わり、市場が崩壊していくつかの名門企業は消滅しました。

●本業の崩壊を乗り越える

巨大産業である自動車は、電気へとシフトしていま

す。近い将来「エンジン」を搭載した自動車は、一部を除き消える可能性があります。「エンジン」という重たくて高熱を発する動力源から、電気モーターという高熱を発しない動力源に変化したら、様々な企業の本業が崩壊します。熱くて重い「エンジン」を搭載しているから、ボディーは金属。しかし、電気モーターを動力にするならば、ボディーは金属である必要がなくなります。強度が保てれば、樹脂でも良い。もし、ボディーが樹脂ならば車重は軽くなる。そうすると、ウインドーはガラスという重い素材よりも、軽い透明な樹脂素材の方が適しています。事実、トヨタ自動車は2016年に発売した「86（ハチロク）」で100台限定ですが、樹脂ウインドーの自動車を発売しました。クルマのウインドーはガラス、という常識はすでに崩壊し始めています。

世界で年間1400万台以上生産されているクルマが、電気自動車に変わる時は必ず起こり、同時に本業崩壊が、様々な分野で起こり得ます。

では、どうやって本業崩壊を乗り越えて、さらに繁栄していくために何が必要なのでしょう。それは、「能力の遠近感」を見誤らず、残すべきものと捨てるものの選択をすることです。

●能力の遠近感

遠くのは小さく見え、近くにあるものは大きく見える。これが遠近感です。関東の町からも富士山が見える場所があります。日本一高い富士山は、東京から見ると小さく見える。しかし、本当は巨大です。能力にも同じことが言えます。未来に活かせる大きな能力を、小さく評価してしまうと、大きな過ちを犯します。



そして、もう一つ大切なことが、移転した本業で必要になる「新しい能力で、協業する柔軟性」です。言葉としては簡単ですが、本業移転に失敗した企業は、能力の選択を誤り、努力するほど自己破壊を拡大していきます。

●能力としての大きさ

モノづくり企業の場合、本業で培った最大の能力は「モノづくり能力」です。

例えば、フィルムを作る技術と能力とノウハウは、様々な点で化粧品を作ることに応用できます。ですから、フィルムメーカーが化粧品を作ることは、大きな能力が生かせる。しかし、商品としてのフィルムと化粧品の違いは大きく、遠く感じます。なぜ、遠く感じるのか。その原因は、顧客・販売の仕方・ブランドの作り方・商習慣・競合相手など、マーケティングの違いが大きいからです。

●「能力の遠さ」を埋める

マーケティングは、新規事業領域でのノウハウを持つパートナーと協業することで、短期間に習得できる能力です。ですが、モノづくり能力を育むためには、

長い歳月を経た経験が不可欠です。モノづくり企業が本業崩壊を乗り越える時に必要なのは、現有するモノづくり能力で新しい分野にチャレンジする勇気。そして、マーケティング業務は、ターゲット分野に長けたパートナーと協業する柔軟さです。

前回の東京五輪の時代、新しいモノづくりにチャレンジし、世界という未経験のマーケットを席卷しました。今再び、リボーンの時です。



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

クサイ・詰まる・落とせない、トイレの大問題「尿石」。 尿石除去ウルトラファインバブル (UFB) ポンプは 「尿石」を水だけで除去します。

1 低価格 高性能

高性能 UFB 発生テクノロジーと大手ポンプメーカーの技術力により、低価格なのに高性能を実現しました。



UFB ポンプ
尿石除去 UFB ポンプ

2 簡単な 設置方法

小型化・簡易化により、設置時間を大幅に短縮。配管施工は、約2時間程度で設置可能です。

3 地球にやさしい

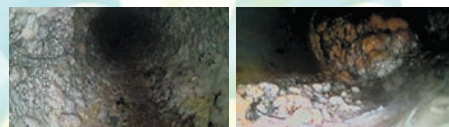
水と空気で尿石を除去します。人や環境に悪影響を与える強い洗浄剤も、人手負担になる「つらい清掃・緊急工事」も必要ありません。



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

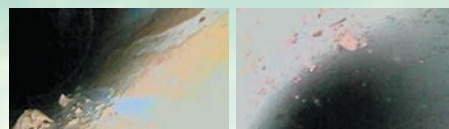
尿石除去実績

尿石除去 UFB ポンプ設置前の状態



尿石が壁のように蓄積。毛と絡まり「鉄筋コンクリート」のような頑強さでした。

尿石除去 UFB ポンプ稼働 4 週間後



尿石の壁がなくなり、尿石が除去できました。尿石除去剤では、ここまで除去できたことはありませんでした。

お問い合わせ 資料請求 は、
下記の企業がご対応いたします。
「尿石除去の広告を見た」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 6F

03-5232-6880 担当: 川村
<https://www.mindshare.co.jp>

製品企画 NHNホールディングス株式会社
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 3-3-1
03-6712-2419 ufb@nhn.co.jp