

はじめてのBtoBマーケティング

第80回

変化を祝う

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。

節分は「季節を分ける」という意味で、立春・立夏・立秋・立冬の前日を指します。「豆まきの節分（2月）」は、冬から春に代わる新しい四季の始まりなので、新年という意味を持ち大切な節目とされています。

立春とは、太陽黄経が315度の時のことで、2月4日頃に訪れます。2021年の立春は2月3日で、今年の節分は2月2日です。節分が2月2日になるのは、明治30年（1897）2月2日以来124年ぶりです。

立春という言葉は、古代中国で生まれました。季節の巡りを民に知らせることは、王の重要な役割でした。王が春の始まりと宣言することで、農業の備えなど人々の暮らしに変化が生まれます。

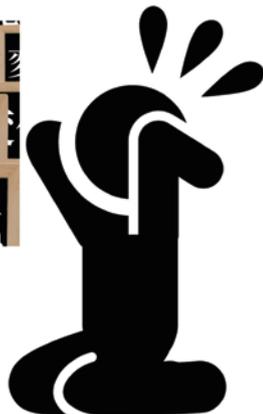
●優れた脳は、変化が嫌い

生命にとって、経験したことのない新しい事態は命の危険と通じています。つまり、変化は生命の危機である可能性が大きいわけです。特に、人間は多くの経験と知識から、未来を想像できる優れた脳を持っています。簡単に言うと、パターンを読んでこれから起こることに備えることができるわけです。しかし、パターンの読めない変化は、人間の優れた脳にとっては大きなストレス。ですから、脳は変化が大嫌いなのです。

無限には、2種類あります。10÷3は、3.3333と3が無限に続きます。ですが、法則性がある無限です。



変化なんて、
大嫌い!!!



対して、円周率のようにこの先どのような数字になるのかが未知な、無限なのかどうかもわからないものもあります。変化も同様で、パターンの読める変化と、パターンの読めない変化があります。パターンの読めない「未知なる変化」を脳は最も嫌います。

●新しいことを嫌うのは本能

現代は、変化のスピードが激しく、しかも予測しがたい変化も多くあります。ですから、優れた脳にとってはストレスの多い時代です。優れた脳とは、自分の役割や人生など、様々なことに対しての「枠組み」を持っている脳です。つまり、大人な脳です。対して、未成熟な子供な脳では「枠組み」が確立されていません。言い方を変えると「枠組みという資産」が少ないのです。資産の多い大人な脳は、資産が活かせないと恐怖を感じ、そのような変化を忌み嫌います。資産が少ない脳は、変化に対する恐怖が少なく、逆に変化を楽しむことすら可能です。

「資産を多く持つ優れた脳」は、変化に強い抵抗を感じ、変化を忌み嫌うのは、人間の本能なのです。

●変化を妨害するのも本能

新しいことに挑戦することは、過去の経験や知識の枠組みが通用しない「変化への突入」です。しかし、優れた脳は「変化に抵抗」しようします。組織が変化に立ち向かうとき、抵抗勢力のようになってしまう人たちが生じるのは、優れた脳ゆえの本能ともいえます。「抵抗勢力のようになってしまう」と書いた理由は、ほとんどすべての人たちは「知性では変化に取り組まねばならない」ことを理解しているからです。抵抗する気持など持っておらず、良かれと思う行動が変化への取り組みに掉さしてしまっている場合がほとんどです。

チャレンジする組織にとって、変化に抗うと「ねじれ」を生じます。「ねじれ」を別の言い方をすると「邪

気」といいます。邪気に陥ると、組織を病むこととなります。ただし、優れた脳が本能的に行ってしまうことなので、邪心のない邪気であることが厄介です。優秀な脳が邪気を発すると、問題はさらに複雑です。

●節目を付けることで邪気を払う

昔の王が春を宣言せねばならなかった理由の一つは、邪気を払うことにあります。まだ寒く「冬の真ただ中」にもかかわらず、「明日より春であるぞ!」と節分の宣言をすることで、人々の気持ちを切り替えたのです。冬の気持ち、冬の行動から、新しい気持ちに切り替えて変化を促す。春に向かう行動を生み出す。節分にはこうした知恵が込められていました。

現代の生活にも、入社式や年度替わりの行事など、節目を付ける習慣が多く残っています。新しいプロジェクトの立ち上げのときにも、キックオフミーティングを行うことで、気持ちが切り替わります。辞令を受け取ると、気持ちが切り替わり変化への覚悟も生まれやすくなります。

●節分を仕事にも生かす

変化の時代だから、変わらねばならない。と一方的に言われても、人の心は動かしがたいものです。しかし、節分の豆まきのように、楽しいイベントで節目を祝うと、変化もまた楽しいものになります。人間は、体を動かすことで心も動きます。

今、リモートの時代なので、概念上だけで様々な変化に取り組まねばならない状況が増えています。リモートの時代だからこそ、新しい節目の作り方を工夫してみませんか。



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

水と空気ですべてを除去します。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 3-3-11
 03-6712-2419 ufb@nhn.co.jp