

はじめてのBtoBマーケティング

第82回

分析から 創造的思考へ

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。

前回、自分自身のコトを3C分析してみよう、というテーマをお送りしました。

要点は、Customer（顧客）・Competito（競合）・Company（自社）を、顧客は「ターゲットとする相手やバトルフィールド（場）」、競合は「ライバル」、自社とは「自分自身」に置き換えて分析してみる。その結果「知っているつもりだったが、新たな財産が得られる」かも、という内容でした。今回は、分析を活かして「財産を資産にするヒント」をお届けします。

●財産と負債と資産

資産とは、新しい価値を生み出すことのできる財産の事を言います。逆に、新しい価値を生み出すどころか、財産維持のためにお金が出ていく場合には負債です。

例えば、土地を持つことは財産を持つことです。でも、土地を購入した時にはお金が出て行きます。また、土地を活用しなければ税金などの維持コストが出ていきます。ですから、土地を生かした価値づくりを行わないと、土地は財産で負債ではあるが、資産ではありません。

負債をも資産化することが、マーケティング的発想です。

●考えるとは？

ところで、負債を資産に変えるためには、今までにない発想が必要になります。つまり、「考える」という作業が必要になります。さて、「考える」とはどういうことでしょうか。二つの「考える」を例にして、＜考えるとはどういうことか＞を考えてみたいと思います。

一つは、分析的に考えること。もう一つは、創造的に考えること。

分析とは、①物事や事象をいくつかの要素に分ける②その要素を、成分とか構成とかで細分化するコトです。そして、分けたモノを組み合わせたり、他と比較したり、再構築したりすることが「分析的に考える」です。分析的に考えるときには、知識や経験・技術に

よって思考時間を短縮することができます。

創造とは、飛躍・ひらめき・今までになかった何かを生み出すコト。「創造的に考える」を「ジャンプ&スパーク」と表現します。

多くの場面で私たちが求める「考える」とは、「現状を変えるジャンプ」「その手があったかというスパーク」を求めていることが多いようです。分析的な考えで、問題点を指摘されても「で、その解決のためのアイデアは？」とイライラした気持ちで問いたくなる経験に心当たりはありませんか。

多くの人は、「分析的な考える」を＜説明・批判＞と感じ、「創造的な考える」を＜意見やアイデア＞と感じる傾向があるようです。

●人類最大の発見・発明

「すりつぶす」このことは、人類最大の発明だといわれます。穀物をすりつぶし、ふるいにかけて分別し、加熱・化合して創出した新しい食品。大げさな書き方ですが、要はパンです。3万年前の人類はすでに、麦からパンを作って食していました。この「すりつぶし→ふるい→水と混ぜる→火にかける＝パン創出」は今日の産業の基盤にも通じ、私たちの発想方法の原型でもあります。

さて、分析を「すりつぶし」、創造を「粉と水と混ぜてみる」というジャンプ&「火にかける」というスパーク、とイメージしてください。分析+ジャンプ、分析+スパーク。これが、数万年にわたって人類が行ってきた創造のメソッドです。

●ジャンプ・スパークの原動力

人と他の動物の大きな違いの一つに、「現状に満足しない」という性質があります。人類は自然環境に適応するという他の動物のような進化ではなく、環境を変える努力をするという進化を遂げてきました。寒ければ火を手に入れる、毛皮を着る、洞穴よりもっと快適な住居を求める。「現状に満足しない」という人類の衝動は、探し求めるという行動を生みます。人は、何かを探しているときに、目的外の思いがけない発見

を得ます。例えば、見知らぬ街で食堂を探していたとします。そうすると、食堂以外の和菓子屋や電気屋や色々なものが目に付く経験をしたことはありませんか。この思いがけない発見が、ジャンプ・スパークを生み出します。「満足しない」という衝動が、ジャンプ・スパークの原動力です。



創造的に考えるためには、分析を大切にしても恭順せず、負債も含む財産を「何とか活用したい」という

「無い物ねだり」をすることがまず大切です。

思考のタガを外して、規律や束縛から離れて自由に考えることを自らに許すことを意識してください。タガを外すことを自由になってみるためには、常識と非常識を自分の意志で自由に行き来してみる。自由自在に行き来できると「ジャンプ&スパーク」がきっと手に入ります。

最後にもう一点、「公正な方法で」「プロセスや活動実践を生み出す」というルールを厳格に守ることが「正しい創造的思考」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「諛努力」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

水だけで尿石を除去

ウルトラ
 ファイン
 バブル

尿石除去ポンプ

目に見えない微細な泡「ウルトラファインバブル」の力によって薬剤を使わない“水だけ”の尿石除去を実現します。



ウルトラファインバブル尿石除去ポンプ設置前



ウルトラファインバブル尿石除去ポンプ設置 4 週間後

設置 4 週間
 この効果！

泡の力で尿石が除去される様子は
 こちらから ▶



流し水自体が尿石除去効果を持つ水になるため、使えば使うほどトイレがきれいになります。

導入メリット

コストの削減

定期清掃の効率化/配管詰まりによる緊急工事の減少等、長期スパンでのコスト削減が可能です。

環境負荷の軽減

水だけで尿石除去が可能のため、薬剤を使用しない清掃を実現できます。

ヒトへの負担軽減

尿石除去に関連する労働負荷の軽減のほか、ニオイや感染症対策にも効果があります。

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。



大型・中型・小型のポンプがあり、施設規模に合わせて柔軟に対応が可能です。ポンプ設置が難しい場合にはポンプレスタイプでの対応も可能です。

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

お問い合わせ

資料請求

は右記の企業まで。

「尿石除去の広告を見た」と、お伝えください。

03-6823-6211

https://ufb-m.com/

製品企画 NHNホールディングス株式会社

〒178-0063 東京都練馬区東大泉 7-15-27-307

03-5933-2781 ufb@nhn.co.jp