

はじめてのBtoBマーケティング

第91回

失敗と成功の価値

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。

読者の皆様、あけましておめでとうございます。今年の干支は寅。干支は、色々な国にあるそうで、日本の寅年は、ブルガリアでは猫、トルコでは豹だそうです。

寅という漢字の原型は、「両手で矢をまっすぐ引く」形を表していて、寅の字には成長が始まる、という意味が込められているそうです。皆様にとって、きっと縁起の良い一年となりますでしょう。

「失敗は成長の糧」という言葉があります。確かに、失敗から学び成長した経験をした方は多いかと思えます。成長には失敗も糧ですが、糧ばかりでは失敗肥満症です。

●失敗と成功の価値を見極める

誰もが、失敗はせずに、成功だけを得たいと思うのではないのでしょうか。でも、失敗と成功はコインの裏と表の様に、切り離すことのできない関係。では、発想を変えて、失敗の価値をよく理解しておくことが大切です。

新しい何かを始めるときには、100の小さな失敗から見出した成功には、大きな価値があります。失敗を経験せずに、成功できたとしても、一つの成功事例という小さな価値といえます。では、成功に至らなかった小さな100の失敗の価値は？

小さな100の失敗は、別の成功への糧となり、決して無駄ではなく、チャレンジを続ける企業にとっては大きな価値を持っています。

読者の皆様から、反論の声が聞こえてきそうです。失敗は糧になっても、事業では成功にこそ価値があり目的なのだから、失敗の価値はナンセンスだ、と。

●失敗のトラウマ 成功の呪縛

成功体験の呪縛が、事業の失敗を招いた例は、ご説明する必要もないと思います。

しかし、失敗がトラウマになって、チャレンジできなくなることも少なからずあります。

社員が成功体験を積むことで「やる気を増す」「成功事例を学んで販促に活かす」というように、成功体験には良い側面がたくさんあります。失敗が重なると、キズモノ・ハレモノ事業とレッテルを貼られたり、メンタルを病むような苦しみに陥ることもあります。

失敗のトラウマ、成功の呪縛、どちらも扱い方を間違えると破壊力があります。

成功のエッセンスが、真に新しい事を創出することが意外に難しい事も、事実です。成功した事業のエッセンスを、新規事業に活かす。美しく、憧れるフレーズですが、矛盾しています。

本当に新しい事とは、誰も歩いたことが無いので、まだ道がついていない新天地を切り拓くことと同じです。「世界の都市を歩きつくしたエッセンスを活かして、未開のジャングルを進む」と表現を変えてみると、矛盾にお気づきいただけでしょうか。「自社にとっては新規事業」だが「他社の既存事業」という場合には、他社の成功エッセンスに学ぶことができます。

●失敗から勝ち筋を見つける

先例のない革新。イノベーションを目指すときには、利用できる成功事例はあるのでしょうか。人は歴史に学び、イノベーションの活路を見い出してきましたか

同じ失敗は堂々巡り



一歩踏み出すから新しい失敗も



ら、「ある」とも言えます。が、多くのイノベーションは、小さな失敗から学んで独自の活路を見い出してきました。モノゴトには、やってみなければ分からない事もたくさんあります。日本の成長期の精神を表す言葉には、「やってやれないことはない やらずにできるわけがない（平櫛田中：ひらくしでんちゅう、彫刻家）」や「やってみなはれ（サントリー）」「失敗を恐れて何もしないなんて人間は、最低なのである（本田宗一郎）」といった様に、失敗を糧として未来を切り開く言葉が多くあります。今日でも、「失敗は失敗で得られるものがあるから、悪いことではない。むしろ頻繁に失敗した方が得られるものが多いのだ。（Google：ラリー・ページ）」などなど、引用しだせばきりがないほど、失敗から得られるチャンスについての名言が多くあります。

同じ失敗は繰り返してはいけません。失敗を繰り返すのは、同じ場所を堂々巡りしているのと同じです。未来を切り開くためにチャレンジすれば、失敗も避けられない。避けられない失敗から得られる宝に目を向けるべきなのです。

小さな失敗を100個することは、100のチャレンジをするという事です。失敗を避けるために、チャレンジしない事も、同じ失敗を繰り返しているだけの堂々巡りも、未来が遠ざかるだけの誤った努力です。

●厳しさと寛容さ

同じ過ちを繰り返すこと、失敗を恐れすぎてチャレンジから逃げてはいけません。しかし、どんな些細なことでも、新しいチャレンジによる失敗には、チャレンジしたことを肯定し、1度目の失敗には寛容さを。これが、失敗を糧にする基本です。ガミガミ失敗を叱っていても、未来は遠のくばかりです。厳しさと寛容さを正しく使い分けましょう。

一年の計は元旦にあり。一年を展望できる余裕があるから、失敗を糧としたチャレンジができるのです。成長の一年とするために、失敗からも価値をつかみ取ってください。



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

目に見えない小さな泡の先端技術 ウルトラファインバブル洗浄機

水だけで
尿石を除去！

トイレの流し水をバブル化
トイレを使えば使うほど、キレイに



尿石除去の
映像はこちら

電源不要でコンパクト
ポンプレユニット



常設タイプ

通常水の
洗浄力アップ！

水以外の
洗浄溶液も
バブルとの
組み合わせで
洗浄効果アップ

ポータブル
タイプ



食品洗浄で
細菌を抑制！

既設の洗浄ラインに
設置するだけ！
食味も向上！

食品洗浄
タイプ



MUFB マルヤマウルトラファインバブル
Maruyama Ultra Fine Bubble

性能とコストパフォーマンスを両立した MUFB 製品群は、
産業・アグリ・飲食など、様々な分野での活用が進んでいます。

1mlあたり
ウルトラ
ファイン
バブル
億単位

瞬時に高濃度な
ウルトラファインバブル生成

PROSPEC プロ仕様の“確かな品質”

お問合せ・資料請求は
右記まで

■ 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

03-6823-6211 平日 10:00 ~ 17:00

info@ufb-m.com

ウルトラファインバブル マインドシェア



■ 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

「日刊工業新聞の広告を見た」とお伝えください