

常盤塾

日時：2014年3月8日（土）10：00～13：00

場所：新国際ビル MBF ハウス

文責：常盤塾ライター 永藤佳奈

（1）常盤先生のお話

マーケットの人間化について

・市場（しじょう）と読むと、金とモノの交換の場にしか聞こえないが、市場（いちば）と読むと、人の温もりがモノの売り買いと一緒に発生するように聞こえる

・モノが量から質へという議論はなされるが、そのモノに込められた作り手の想いというのがマーケットの中で作られるようにしたい

・マーケットを一度擬人化して考えてみよう。この仕組みがなければ、いつまで経っても価格と言うものがマーケットの中で売れるか売れないかの最大の指標となってしまう

道の駅…まさにそういう売り場で、作り手の〇〇さんが今日の朝摘んできたものを持ってきましたよ～という風に売っている、モノと一緒に人の思いが伝わっていく点が魅力。

周りのスーパーも変わってきた…千葉の〇〇さんが作ったものですっていう風に、顔写真つきで紹介されていることが多くなった

コンビニ…店員さんが「こんにちは」と言ってくれるか、今日寒いねって言ってくれるか、お店に人の温もりがあるかどうかっていうのは大切な要素

デパート…パコ・アンダーヒル（著書：『なぜこの店で買ってしまうのか』）の研究によれば、上手にお客さんに話しかけて、人と話すすと大体 1.5 倍売れる。試着室まで連れて行くと 2 倍売れる。

・売り場に人の思いが漂うようなことをすると、いいのではないかな。

・いい売り場がないといいモノはできないと逆に思う。売り場の質がやっぱり弱いと思う。

・いい音楽の聴き手がいるから、いい音楽が生まれてくるのと同じ。（絵画も同じ）

・自動車でも、売るセールスマンの質がいいと、そっちの車買っちゃいますよね

・お客さんと語り合う場をつくるとか、工場で自分たちの思いを伝えるとか、売り場の質をあげよう

・「とらや」も、売り場の質がいいから、売っているモノも高く評価される

・売る立場からの質の向上がないといけない

・日曜日の朝にNHKの番組で放映されていた内容：

日暮里の町もだんだん寂れてきてしまったが、お客さんに売るっていうのを一番に考えるのではなくて、お客さんに来てもらうにはというのを地道に考えていかなければならない

・ミシンなんて、1台買ってしまえばそれ以上はいらないけれど、朝にミシン教室を開いて様々な人を呼ぶ

- ・八百屋さんでも、季節の野菜が入ると野菜の調理法を店頭で紹介する。買ってくれないとしてもそれがまたお店に来ることにつながるかもしれない
- ・そういうことを、各お店、商店街全体でやっている
- ・モノを買うことを通して、今まで知らなかった知識を得て、豊かになっていく
- ・ヒトのぬくもりのある市場（大・中・小）をつくろう、それを通してこそ質と言うものが評価され、作った人の想いがお客さんに伝わっていくんじゃないかな
- ・量の世界は、価格の世界、そこには人の顔はない
- ・価格競争の裏側には、売る方の（作る方でもあるだろうけど）問題があるんだろうね

●片平

- ・ベントレー（3000万～5000万程度の価格帯、年間280台くらい売れる）のセールスマンがめちゃくちゃ優秀だった
- ・売るのに大切なのは売る空気と雑談力、観察力、
- ・シガー、時計、スーツ、靴、ファイナンスを客に負けずに語れないとダメ
- ・他の富裕層を知っていることを生かして、別のところで聞いた話をこっちで言うという形で話していると、ちゃんと富裕層とも通じるようになる
- ・ベントレーの本社は出来が悪くて、そんなこと全然教えてくれないけど（笑）、全部自分で考えて始めたらしい
- ・BMWは、ドイツの軍隊のような教育だからよくないらしい

●常盤

- ・これをもっと大衆化していく知恵がないとね、車なら車っていう限りにならないように
- ・サミットストア…魚を目の前でさばきますっていう、お客さんとの接し方というのをよく研究している
- ・ちょっと発想を変えるだけで、温かいお店になる
- ・冷たくて売だけの店に、高くて質の高いものを置いても、絶対ダメ
- ・効率、コストと言われがちだが、その前に夢がないと
- ・日本製品はグローバルマーケットの中では劣勢になっているのも、そのせい
- ・人を育てるではなくて、人が育つっていうように考えよう（自動詞で捉えよう）
- ・私はアベノミクスには批判的、女性の活用、規制緩和、国家戦略特区とか、何も価値を生み出してない、仕掛けを作っているだけ
- ・アベノミクスに行く着く先なんてないと思う、もっと人の心の豊かさ夢とか、定性的なところに重きを置かなければならない、数字の議論だけに終始してしまっちはいけない
- ・日本経済が本質的に回復するためには、createがないといけないと思う

●安梅

- ・人の温もり「共感」の部分が大事、自分に見返りがなくても人のために動くっていう研究もたくさん出ているので、その共感を育てる教育にもっと時間とお金をかけるべきでは

●古川

でも、そのような教育ってなされたことがあるのか、マスを送り出せていけばいいっていうのに留まっているよね

昔は限られたエリートが社会を担っていくような仕組みはあったけど

●安梅

でも大学だと手遅れじゃないですか？

●今田

保育園では「共感」っていうのを大事にしている

通園時以外のことも、子育てに関しては全てフォローすべきって言う方針になっている

●常盤

- ・昔はコミュニティが子供を育てるっていう仕組みがあった（下町とか）
- ・親父よりも隣の八百屋の親父の方がこわかったけど、温かかった、うまく言葉にはできないけどね

・一つの理由はサイエンスのせいじゃないかなって言う風に思っている、科学的に理論的にどうなるんですかっていう考え方をしすぎ

・2〜3割しか、科学的には説明できない、それを「非科学」っていうから言うからいけないのであって「異科学」っていう言い方をすべき

・キリスト教でも、「異キリスト教文化」のように、イスラムにはイスラムの文化があるっていう言い方をすべき

●古川

・ずっと科学の時代だけど、それに対極になる言葉が生まれてないので、そちらの方がすごく弱くなってしまったのではないかと思う

・人の温もりとか、科学に対比するような言葉が強くなってこないといけない

●常盤

イザヤ先生（言語学者）

- ・語源の言葉はどうやって生まれたかと問われると分からなくなるよね
- ・言葉と宗教は密接に関わっている
- ・言葉は宗教の中から生まれた、それはヒトの想いから生まれた
- ・犬ってなんで犬なのって聞かれても、分からないでしょ？

●古川

同僚の松井さん「言葉とマーケティング」

- ・癒しっていう言葉は、社会の中でいろんな意味で使われるようになった
- ・言葉も生まれて育つ

●松永

・戦後の初期には、大学は本読めるところという憧れがあった。教えることが取引みたいになってしまうから、モンスターペアレンツみたいなのも出て来る。

●古川

- ・ゼミに入ると「何教えてくれるんですか？」っていう質問をしてくる（笑）
- ・分からないことがあったら、教えてあげるってよりは一緒に考えてあげるっていうほうがよい

●松永

- ・今の問題を扱っているものばかりではなく、一度は体系化されているもの（医学とか、経済とか理学・工学とか）を学ぶ価値もあると思う。

●古川

- ・大学としては、社会的な問題の活動を解決できるかという教育も求められている
- ・原発のところにボランティアに行くのに支援金を出して奨励したりすると、モンスターペアレンツが反発してきたりする

●松永

- ・社会的な問題を考える際にも、「歴史から学べ」と多くの実務者は言う。

●古川

大学として、片平先生はどう思いますか

●片平

- ・大学の先生は、究極の人と人との触れ合い、できたら何か築いてほしいけど、少なくともいい人に会ってというのだけは教えた
- ・挨拶をちゃんとするとか、そういう些細なことをするだけで人が寄ってくる人になる
- ・大学の時の教授が、ずっと教授にはあがらず助教授だったが、周りからも「宮下さん」という風に呼ばれていた
- ・そういうふうにあろうと意識したって駄目だから、めちゃくちゃにやっていますよ（笑）
- ・大体試験だけ書いて単位をとっていくっていうのが、東大経済学部生のライフスタイルだけど、片平先生の授業では毎回コメント書かせていた。
- ・100点満点のうち、30点を出席店にして、50点が期末テストで、それだけ受けても単位は来ないようにしていた（阿部先生もそうらしい）
- ・「昨日の慶応戦で2トライしました」って論述に書いた生徒に、満点をあげたらしい（笑）
- ・今日の春夏冬（秋ない＝あきない）京のあきんど訓 ⇒見てみてください！

●古川

- ・京都とかだと、皆で人を育てていくっていうようなイメージはありますよね！

●常盤

- ・外人に色々なにおいを嗅いでもらうと、わび・さびっぽい香りを「Naturalだね」と言われたらしい。そういうことで、通じていく
- ・自分のできる範囲で「香」の文化を伝えていきたいと言っていた
- ・彼らの文化と、自分の文化をつなぐ言葉を作らなければというように思うらしい

●今田

すみだ水族館の例

・ちょっとチャットっていう制度をつくったおかげで、それがリピーターの数として跳ね返っている

●片平

- ・世界の食で宗教によって色々な食事の制限があるけど（コーシャとかハラール）、ここは「No Pork」というような表示をするようにしている
- ・外人が墨田区に来て気持ちよく帰れるようにしている

(2) なんちゃって資本論（担当：今田）

今田的行き詰まり

●常盤

- ・下町の哲学的な問題提起がいいと思いますよ

●古城

- ・文系だけじゃなくて、理系も行き場ないよね…

●今田

- ・日系BPも理系しかとらないって、はっきり言っているらしい

●古川

・お金を貯めるっていう意識の中には、将来に対する不確実性とかリスクのために備える気持ちがある

- ・自分の子どもの子どもの頃には、もう大ピンチっていうのが分かってはいるけど

●常盤

・この問題の解決には到底及ばないけれども、直線的な発想から循環の発想に変えていかなければいけないなあと思う

- ・森羅万象の中から何が本質かっていうのを抽出したのが、循環ってことだと思う。

- ・今の資本主義に対抗するような、もう一極が出てこない限りは、解決しないと思う。

・チャーチル…民主主義ほど悪いほどない。もっと問題は、民主主義を超えるしくみを作り出してないことが問題だという風に行っていた。

- ・資本主義を超える思想が出てこないというところに本質的な問題がある

・働くってなんだとか、生きるってなんだとか、そういうものをもう一つの要素として、考えなければいけない

- ・お金とかモノっていうのを目標にしている限り、欲望というのは尽きることが多い

- ・原料を100%地球に頼っている、今のモノづくりはそれに頼らないと何もできない

- ・環境を破壊しないと、手紙の中身が見れない ⇒ 間違いなく、環境は破壊する

- ・小さなところでもいいから、話をしあうような小さいグループができていかないと

- ・もっと、「地球主義」というような大きな考え方ができるようにならないと

- ・モノは欲しいけれども、地球環境を壊してはいけないなというように強く思う

- ・自分たちの周りにあることを少しずつやっつけていこうという動きが、やがては大合唱につ

ながっていくのでは？（日曜第九）

●安梅

・資本主義の対極って、「人間主義」と言う風に言われることはありますよね

●古川

・今モノづくりを支えている技術と言うか考え方は変わらない「一人でやるよりも、協力してやる方が圧倒的に効率がいい」という

●松永

・この前のメーカーズの議論では、集約した方が安くできて効率的になるなら、それでもいいが、そうでないものは3Dプリンターのように、どこでも生産できるという世界観が提示されていた。

・お金だけでは簡単に作ったり交換できない、知識とか人間関係とか評判という価値が注目され始めている。お金がなければなにもできないという世界観とは対極的に。

・問題なのは、急激な成長の中で、全て「供給型」になってしまったこと。供給すると必ずばらつきが出て、余剰が出る。「足るを知る」という考え方は構造的に希薄になる。

・文系の人間の仕事がなくなるという意見があったが、モノづくりに関していえば、ロボット化したら、理系の人間も同じだ。

●古川

・僕らの世代は車に乗って見たかったけど、今のゼミの学生は車に乗らない

●古城

・もし飛行機が安くて安全なら、飛行機乗ってみたいよね！

●古川

・海外旅行もしたけど、こんなもんかって思うよね

●古城

・「幸奉主義」っていうのはいいと思う。ビットコインなんかは、全世界で使えばいいじゃないかっていう風に考えていたんだけどね。

・今はもう地球にそろそろ限度があるけど、太陽のエネルギーは私たちが使っているエネルギーの1億倍もあるんですよ、それを上手く利用できたらいいと思いますけどね

●古川

・モチベーションは夢かお金かっていうことは別にして、お金がないとモノも替えないし、循環していかないよね

●松永

・モノをつくることの楽しさが失われてきたという状況もある。

●古川

・でも、ただ「足るを知る」というのでは目標にはならないよね

●松永

・欧州の国立公園の中に気持ちよく住んでいる人もいて、お金に縛られてしまうのではな

く、お金の幻想から少し離れて、モノづくりができるか考えられる人が増えればと思う。

●常盤

・答えのない議論だけど、議論し続けなければいけないね

●古城

・サステイナブルじゃなきゃいけないっていうのは確かだけどね

●常盤

・切り離して考えるのは、本質的な議論じゃないと思う。だって自分一人で生きているわけではなくて、周りにインフラが溢れているから生活できるんでしょ

・東京の人が分散化しちゃったら、行くところがないでしょうね

・最大の問題は「人の絶対数が多い」というところから議論を始めないといけないと思う
何やっても、食料は足りないわ、エネルギーは足りないわという風に行き詰る

●古川

・原発がもうすぐ再開するかもしれないが、持続可能なエネルギーでも（地熱、風力とか）何とかなるかもしれない。少し技術的に成功例がでてきたりすれば、いいのかなと思う

●古城

・再生可能エネルギーとか、「大規模ソーラーパネル」とか全然進まないですもんね

・病院とかにいと、電気がとまってしまったら即死してしまうなあとか思いますよね

（２）輪読『GROW 本当の企業理念について語ろう』（担当：松崎）

発表は、資料参照。

●松崎

（背景）

・コミュニケーション・デザイン

ブランドを高めるには製品が原動力になることは間違いないことと思いますが、常盤先生の冒頭のお話にありました売り場の革新、お客さまにワクワクを現場でどうつくるかというのは、最大のテーマだと思います。

製品革新がどんどん進んだ時代と異なり、00年以降業界標準化やコラボの多用で、業界再編も随分おきました。

現在はモノだけでなくコミュニケーション全体で選ばれるものと考えています。

今田さんのお話にあった、すみだ水族館はその典型だと思います。

たとえ仕様上は類似の製品であっても（OEMなどは典型）、売り手の想いで伝わり方は違うので。

（取り組み）

・お客さまと理念ベースで共感、期待していただけるようにする =本の骨子に共感

ノーリツは社員とお客さまと一緒に交流するブランド体験イベントなどノンユーザーへのコミュニケーションや新たな接触機会の増加に取り組んでいます。

3年間で若年層の開拓にも、少しずつですが成果が出始めています。

お客さまの満足（CS）というよりも、期待水準をあげられるような仕掛けを丁寧に行っていきたいと思います。

期待していただけるようにすることが私の仕事です。

調べていたら、HONDAさんのWEB-TVにぶち当たり、感動しました。

●片平

- ・With C なのだけど、更に一番重要なのは C を超えること（BeyondC）

●常盤

私も、まさにそれが言いたかった

顧客をうならせながら、顧客と一緒にいることが理想

●片平

- ・でも、With C がないと、上から目線の超顧客はダメ

・ルイ・ヴィトンの5代目も1年に1回は日本に来て、予約をした顧客と話をし、聞きながらデザインを描く（ハーレー・ダビッドソンも同じようなことをしている）

●丸山

- ・この博報堂の表では切り口が変化しているだけで、本質は昔から変わってないと思う

●古川

・サッカーのチームなんかでも熱烈なファンの人はいるように、会社を越えてる C はいいると思うけれど

●片平

- ・そういう風に並大抵のことじゃないよねっていう甘えがあるから、進歩がないんだよ

・ベントレーのセールスの人は富裕層の奥様達が集まるカフェで情報収集しているらしい、とてもカッコいい人だけど、地道にやっているのがすごい

- ・やっぱり雑談力なんですよ

・ある車ブランドの担当をしているが、お金をかけて改変したにも関わらず、セールスの話がつまらないのなんの（笑）

- ・何をしなきゃいけないかっていう議論が、的外れなんですよ

●古城

- ・話を20分聞いていても「飽きない」のが「商い」の基本ですね

●常盤

・ほんとにワクワクさせなきゃと思った時に、どうワクワクさせるかっていうのはもう企業の問題なんですよ

- ・どうすればワクワクさせられるの？という質問をした瞬間に思考停止ですよ

- ・P&G ってすごくマーケティングリサーチしているよね

●安梅

- ・消費者に寄り添ってない感じがする…
- ・日本人としては寄り添ってほしいですね！

●常盤

- ・アームレンダス、近づきすぎてもダメ、遠すぎてもダメ

●安梅

- ・ケアでも寄り添うっていうのは、向き合うってよりは、隣で支えるっていう感じ

●片平

- ・私もその距離感に同感、根っこの人間力っていうか、無駄なことをやってもいいのでは？

●古城

- ・この本の題名が「GROW」っていうのが、もう成長を前提としているよね

●片平

- ・順序が逆だね

To be continued…