

<セリング・ラボ 佐藤 正明 発行>

新しい営業スタイルを提案するメールマガジン

【寝て待つだけの営業活動】

～戦略的殿様商売のすすめ～

【今回のテーマ】 Vol.8

「過ぎたるは猶及ばざるが如し」 ～ 亀田騒動に学ぶ～

~~~~~

おはようございます。  
セリング・ラボの佐藤正明です。

さて、ボクシングの“亀田騒動”が収まりません。  
ネット上では、相変わらずホットな戦いが続いているようです。  
そこで、今回はこの問題を考えてみたいと思います。

まず、マーケティングの視点から今回の結果を見た場合、  
「過ぎたるは猶（なお）及ばざるが如し」  
という古い格言が、そのまま当てはまると思います。

「父子鷹」とか「家族愛」といったキーワードや、若者が大きな夢を求めて、厳しい試練に立ち向かう、という絵姿は、日本人好みのコンテンツです。  
それに合致するような「素材」を探し、時間をかけて“金のなる木”に育てる、という戦略は、基本的には間違っていないと思います。  
また、一連のシナリオを描いていた某大手広告代理店では、この案件を  
「100億円プロジェクト」  
と、呼んでいたそうですから、意気込みのほどが分かります。

そして、この“100億円プロジェクト”は、とても順調に進んでいました。  
経歴を詐称した、弱い外国人選手に勝たせることで実績を作り、無理やり世界ランキングに潜り込ませた上で、世界タイトル戦を組むところまでは、ほぼ完璧です。  
その世界戦の対戦相手であるランダエタ選手は、といえば、来日してから、ほとんど練習らしい練習を行わず、秋葉原あたりで買物を楽しんでいたそうですし、恒例となっている公開スパーリングさえやらなかったことから、ボクシング担当記者の間では、「????」という話になっていました。  
試合は単なるセレモニーに過ぎず、すべてはこの“100億円プロジェクト”を成功させるための小道具だった、と考えると、妙に辻褄が合います。  
亀田選手の、あのまるでチンピラのような立ち居振る舞いにしても、それが地なのか演技なのかは分かりませんが、少なくとも、それを許していたのは周囲の大人ですから、演出の1つとして利用していたことだけは確かです。

しかし、あの「疑惑の判定」で、すべてのシナリオが狂ってしまいました。  
マスコミを利用して派手な演出を続けて来たことがアダになり、振り子が反対側に振れてしまったのです。  
スポーツは、スポーツという枠内での演出を行なうに留めるべきであって、それを、エンターテインメントにしてしまうのは、あまりにも無理があります。  
完全な「マーケティング戦略の失敗」と言うことができると思います。  
まさに、「過ぎたるは猶及ばざるが如し」の見本のような話です。

そして、これを営業の視点から見ると、どうなるでしょう。

私には、時期尚早のクロージングを行なって失注したような、大間抜けな営業行為と同じものに映ります。

同じジムの大先輩でもある具志堅用高氏が、新聞で亀田選手の実力に疑問を投げかけていたましたが、見る人が見れば、彼がまだ世界レベルの実力を持っていないことは、はっきりしていたはず

です。  
その段階で無理に世界戦に挑戦させても、上手くコトが運ぶとは限らないということくらい、最初から予想できます。

いくら台本が立派でも、演じるのが大根役者では、「それらしい演技」ができないからです。

このような時期尚早で無理のある企画は、まだ「その気」になっていないお客様に対して、契約書への捺印を求めるにも等しい、オバカな行為だと思います。

営業もマーケティングも、「お客様から契約をいただく」というゴールから戦略を組み立てなければなりません。

そして、買うか買わないかの意思決定権は、お客様の側にあります。

ならば、お客様がソッポを向いてしまうような無理なシナリオは、自滅へと続く道であることを、肝に銘じて覚えておきたいものです。

発行元 : セリング・ラボ

編集人 : 佐藤 正明

所在地 : 〒180-0002 東京都武蔵野市吉祥寺東町 2-34-13-102

連絡先 : [magmag@brains-works.com](mailto:magmag@brains-works.com)

個人のスキルアップはこちら : <http://www.selling-lab.com>

企業の営業力向上はこちら : <http://brains-works.com>