

2022年5月1日

Value Management Innovation

株式会社ブイ・エム・アイ総研

「活・人・経・営[®]」コラム第92回

＜ボーダーレス化＞

ビジネスを通じて感じていることですが、21世紀は「グローバル化」「メガコンペティション（大競争）」がITの急速な進展と共に加速しており、「ボーダーレス」も同様に加速しています。

最近ではボーダー（境界）が国境だけでなく、業界・業種間、企業間、商品間、企業内組織間、技術分野間、等々にまで及び、従来の境界（線引き）イメージが不透明になってきています。分野を横断する知識や行動が求められ、まさにボーダーレス社会の到来です。

男女間の仕事の境界も昔と比べるとかなりボーダーレスになりつつありますが、学問の世界でも理系と文系、例えば科学と文学に共通点を見出す人も増えてきているようです。企業経営に於いても、グローバル化やメガコンペティションにより分野の相互連鎖が起こり、これらがもたらす経営課題を迅速に対処していくためには、限られた経営資源で現状を乗り切らねばならず、ボーダーレス化が促進しているとも捉えられます。

新商品の開発はメーカーにとっては生命線ですが、開発、設計、技術など専門職だけの仕事ではなくなりつつあります。顧客との最前線に立つ営業部門はカバンの中に商品カタログや価格表と共に自社の工場や知的財産なども入れていく時代になっています。そして営業プロセスでは、自社の開発、技術、製造、設計等が組織総合力で顧客の現場に臨むことにより、顧客企業のニーズの本質を捉えた商品開発が可能になっています。

＜根源的かつ論理的に理解する精神＞

サイエンス・リテラシーというのはどの時代にもあったと思うのですが、その求められる質が20世紀になって劇的に変化したのではないのでしょうか。かつては「理屈はわからないけれども、こうなるんだよね」という経験則としての技術があって、「じつはこういうことでした」と後から科学が解明するという流れが一般的でした。ところが、ある時代からその順番が逆転して、科学的な発見が先にあって、そこから技術の応用が考えられていくようになった。原子力や有機化学などがそうで、物性科学はその典型です。

— 出典：「課題設定の思考力」東大EMP・横山禎徳 著 —