

2022年1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90回

＜今起きている未来＞

謹んで新年のお慶びを申し上げます。

昨年は新型コロナウイルスの感染拡大により世界中が大きく影響を受け、更に新たな変異ウイルスの出現でまだまだ油断は出来ませんが、経口治療薬や国産ワクチンの実用化なども見えてきて、今年は明るい展望が開けそうです。

この新型コロナウイルスに対して世界中の国々が国家を挙げてそれぞれ全力で対応していますが、企業経営に於いても経営上のチャンスやリスクが誰にも明らかに見えてくる前に、それらが「兆し」として感じた時点で、全社的にしかも速やかにどのような手を打てるかが、経営者の腕の見せ所でしょう。

事を成功させるためにはトキ（タイミングや時間の流れ）があり、計画するにトキがあり、行動するにトキがあり、退却するにトキがあると昔から言われています。特に、市場のニーズが潜在化している時点でも小さな変化を「兆し」として感じとり、どのように商品やサービスに反映していくかで、マーケティングの優劣は決まってきます。「今起きている未来」を感じる経営的なセンスが、イノベーション創出の原動力になると思われます。

今迄夢物語だった宇宙旅行にとうとう民間人が行ける時代になりましたが、一方で15年にSDGsという持続可能な17項目の開発目標を国連で掲げ、30年を達成年限として現在各国で中・長期的に推進し始めています。タイムリーな短期的対応と併せて、中・長期的な時間軸で物事を大局的に捉えつつ、戦略的に持続可能な経営を目指していきたいものです。

本年も昨年同様ご愛顧賜りますようお願い申し上げます。

＜文明的転換はすでに始まっている＞

これまで、企業が高い競争力を持ち得るか否かの決め手だった4つの競争軸「自己変革力」「マーケットシェア」「価格」「品質」に加え、21世紀市場では生存・発展するために新たなる「第5の競争軸」の理解と行動への落とし込みが必要不可欠となる。一言でいえば、それは「環境革新（グリーン・イノベーション）」と「持続可能性（サステナビリティ）の追求」というものである。これらはもはや「慈善感覚」（メセナ活動）や「企業の社会責任」（CSR）という観点から取り組むものに留まらず、企業の存続そのものを大きく左右する決定的に重要な新しい市場原理となりつつある。

— 出典：「第5の競争軸」ピーターD. ピーダーセン著 —