

2017年11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65回

歳月人を待たず

2017年もあと二ヶ月を余すところまで来て、18年も視野に入って参りました。経営環境の変化スピードが最近益々アップされ、人手不足とも重なり、今迄に増して日々の業務に追われている企業が増えています。そして、売上げが増えているにもかかわらず、「営業利益が増えていない、在庫が増えている、製品が少量多品種化している、品質不良や納期などの遅れが増加傾向になっている、等々」の問題・課題を抱えているところも多いようです。

成長を見込める市場には新たな参入企業が多くなり、市場のリーダー企業も他社との合併や戦略的なアライアンス（提携）等で競争優位を目指し、技術革新による代替製品も登場し、メガコンペティション（大競争）が一層加速しています。一方、成熟産業では市場起こしに向けて、戦略的に商品やサービスの変化を自らつくり、ゼロサムゲームを打開する創造力が求められています。

このように市場環境の変化が著しい時は、自社の事業方針を再確認しつつ市場動向を組織ぐるみで調査、分析しながら経営資源の見直し等も含めて対策を立てねばならないでしょう。製品開発力、コスト競争力、技術力、営業力などを人事も含めて再構築する絶好の機会到来かも知れません。

国内では10月22日に衆院選挙が行われましたが、マクロ環境の変化要因とされている、P（政治）、E（経済）、S（社会）、T（技術）等による想定外の変化やピンチが到来しても「市場に潜在する機会を発掘するチャンス」と前向きに捉えて戦略を練るたくましさが必要な時かと思われまます。

<常に時代の流れを読む習慣を持つ>

機会をとらえるには先を見通す洞察力が必要で、時代とのギャップは最も大きいコストになる。時代の潮流に逆らって成長することは困難であるばかりでなく、労多くして、衰退への道を歩むことにもなる。

経営者は常に潮流の変化（潮目）を真剣に読まねばならない。寝ても覚めても常に五感をフルに働かせ、第六感のような気運や兆しを感じるセンスを磨く事が大事。時代を読む眼力とは現在起きている未来を感じる目でもある。経営センスとは、変を捉え、変に応じ、機を逃さないことでもある

— 出典：「イノベーションが咲く<活・人・経・営>36の核心ポイント」

水野修 著 —