

2018年7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69回

<未来像を描く>

企業は多くの人々が共感できる経営理念が基軸となり、自社の明確なビジョンを描き、それに向けて具体的な行動目標が生まれ、日々の時が刻まれていきます。この経営理念やビジョンの持つ「未来像」の持つ意味は絶大です。

多くの働く人にとって、会社の未来像は冒険や挑戦への試みを生み出し、これらは仕事を通じて素朴なワクワク感をもたらし、ビジネスの持つ醍醐味にも結びつきます。明日を生み出す行動エネルギーの源にもなるのです。

私達のコンサルティングにおいても、クライアントの経営ビジョンをまず確認します。そして現実の経営の姿を客観的に精査、分析して「見える化」します。この時「ありたい姿」や「あるべき姿」と現実とのギャップが「問題」として見えてくるのですが、この未来像が明確でないと場当たりの問題解決策は見えても、「時代を超えて繁栄に繋がる本来取り組むべき問題」そのものが見えてきません。

昨今の経営環境において、人財の募集や育成方法も含めた各種人事施策、売れる仕組みをつくり出せる商品やサービスの開発、共創できる組織やネットワークの構築、ホワイトカラーも含めた生産性向上、長期的展望に基づく財務戦略など取り組むべき問題、課題はどここの企業でも山積しています。そのとき、未来に向けた明確な方向性（ベクトル）がいかに重要であるかを認識できます。

<われわれは何のために存在するのか>

「自分はどうありたいのか」「どうありうるのか」という未来の可能性が見えてはじめて、過去に蓄積された知識やノウハウは意味を持つようになり、再構成される。そして未来と過去が一体となったとき、現在（今、ここ=**here and now**）の刻一刻の生き方がわかる。過去が今を決めるのではなく、未来というものを置くことによって、過去が意味づけされ、今が決まる。未来によって主導されてこそ、今というときが日々、生き生きと刻まれるのです。

— 出典：「イノベーションの本質」野中郁次郎、勝見明 共著 —