

橋本元司の「価値創造の知・第 132 夜」:『魅力がなくなるコト』が根本原因 ①いったい、将来をどうするのか？

投稿日: 2018 年 4 月 12 日 2018 年 4 月 13 日 投稿者: 橋本元司

2018 年 4 月 12 日 3つの力「①洞察力、②魅了力、③構想力」

本夜は、前夜(第 131 夜:将来の価値観)をもう一步踏み込んだ内容を綴ります。

今のままの延長上では、

- ・経営危機が訪れる
- ・地域の衰退・崩壊

という右肩下がりを超えて、「維持できない衰退」への不安が多くの会社／地域にあります。

実際に、リストラや給与カットを体験し、多くの業種・業態を見てきました。

その真因は、

『魅力が無くなるコト』が根本原因にあります。

それは、会社であれ、地域であれ同じ構図です。

- ・グローバル化
- ・コト消費

⇒個別の事象が連なった総体である「一連の体験」を対象とした消費活動のこと

- ・コモディティー化

⇒日用品のように一般化したため品質での差別化が困難となった製品やサービスのこと

- ・過疎化、シャッター街
- ・企業誘致の難しさ
- ・AIoT 化、インダストリー4.0 化

...

等々、身近にいっぱい事例がありますね。

どうしてでしょうか？

事態が大きく変わっています。

- ・「消費」の対象や「ライフスタイル」等の顧客の価値観が変わる
- ・「競争相手」が全く変わって、「質・次元」が変わる

・「規制緩和」の制度変更

...

どうしたらいいのでしょうか？

「改善・改良」で対応できない事象が増えてきました。

「改善・改良」は現状維持なので、後退・衰退していると思ったほうがいいですね。どこかで綴りますが、1940年体制の護送船団方式に慣れてしまった弊害があります。

「事実」は「魅力が無くなっているコト」です。

ただ世の中は、『諸行無常』です。

『変化』することが「常態」という認識です。

つまり、継続的に「革新＝イノベーション」することが当たり前が求められます。

さてさて、どうしたらいいのでしょうか？

それは、前夜(第131夜)にその一部を提示しました。

「将来の価値観(北極星)」に向けて、会社／地域を創りなおすコトです。

それでは、「将来の価値観」を引き寄せるにはどうしたら良いのでしょうか？

その為に、必要な『3つの力』があります。

この3つの力が不足しているのです。それを図解と共に綴ります。

一つ目は、適切な『構想力』(図の上部)を持つことです。

「構想力」とは、「全体」を組立てる力です。「想い」を仕立てる力です。

「構想力」が不足しているので、私たちが皆様に呼ばれるのです。

最初に、「魅力がなくなるコト」が原因と記しました。

なので、「構想力」には、社会・顧客が惹かれる「魅力」が必要です。

それが二つ目の、『魅了力』(図の左下)です。

『魅了力』とは、「心を惹きつける力」です。

それがなければ、革新につながる「構想力」に届きません。

どうしたら、社会・顧客から、「心」を惹きつけられるのでしょうか？

それが、バリュープロポジション(第37夜)です。

そこでは、「心」と「ロジック」の両方を使うことが必要となります。

そして、その「魅了力」を見出すのが、3つ目の「洞察力(図の右下)です。

世の中の変化、顧客の価値観の変化、将来の行方の「本質を見抜く力」です。

その本質を見抜く力が、前夜(第 131 夜)の図解の Insight・Foresight の両サイト (sight) です。

如何でしょうか？

- ①洞察力:モノゴトの本質を見抜く力(第 130 夜)
- ②魅了力:社会・顧客の「心」を惹きつける力
- ③構想力:革新につなげる「全体」を組立てる力(第 67 夜)

これが「順番」であり、それを磨いて、「次の一手」「次の柱」に向かえます。

そのことで、核心⇒確信⇒革新(第 118 夜)があります。

つまり、上記①②③が揃うことで、「魅力のある会社／地域」の革新(=イノベーション)と成長の道筋が見えてきます。

逆に言うと、それが無ければ、魅力のある『革新』には届かないのです。

これまでたくさん手の内を明かしてきましたが、更に『価値創造の革新』の手の内を明かしてゆきます。

是非、皆さんの会社／地域を「①洞察力、②魅了力、③構想力」で蘇らせてください。

価値創造から、「事業創生・地域創生・人財創生」へ

