

社会を知覚する

組織は社会で機能している。社会がなければ組織は存在しない。人も、社会で役割を得ている。

最適な仕事、仕事の発展の実現ために、社会を知覚しなければならない。自己実現のためにも、社会を知覚する。

組織を中心に、社会を視てみよう。市場が存在しているが、市場は一つではない。複数の市場が重なり合って、自社市場が存在する。顧客にとって自社は中心にない。顧客が必要とする極僅かな部分である。顧客は社会の状態によって必要とするモノが変わる。顧客にとって価値あるモノを探す。自社を必要としない非顧客が要る。自社を明らかにするための要素を探りだしてみる。

社会の観察対象

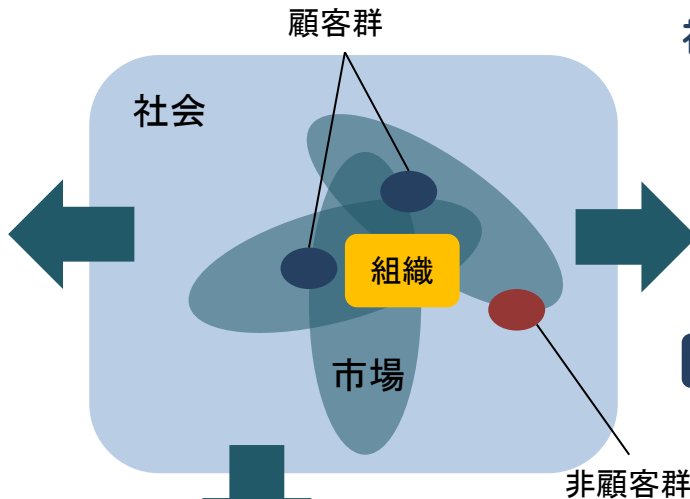


社会全体を視ることは出来ない。規定しなければ漠然と見てしまう。取り留めもなく、勝手な見方(自分都合)が出来上がる。たがら、いくつかのテーマに絞り込んで観察し、核に成る要素、変化、付帯事項を取り出し、追いかける。変化を見るには、定期的に見ていくしかない。

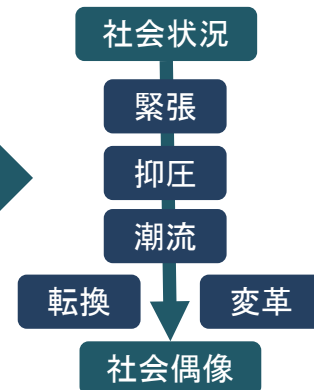
業種に関わらずビジネスに必要な視点を7項目挙げた。この中で一番大切なのは、個人の生活形態である。生活が歪めば社会は歪になる。生活が発展していく形で無ければならない。

他にも文化、歴史、習慣、芸術、事件、自然、等々の見るべきモノがある。これらは業種と関わりあって、または事業展開に応じて観察しなければならない。

必ず、自社に大切な機会を発見する要素になるはずである。



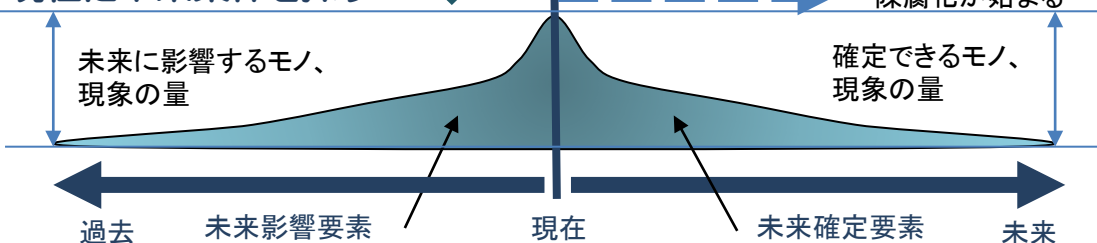
社会の感覚を測定



社会を感じる事が大切である。感じ取れるデータを見いだすことが大切である。データとして全て引っ張りだすのは難しい。仮にすべてを分析できていたとしても、材料が機会を教えてくれるはずがない。

そのポイントが、図に挙げた「緊張」「抑圧」「潮流」「転換」「変革」である。世の中のどこかに、必ずこの5つが潜んでいる。絡みあって潜んでいる。これらは革新を促そうとしている。自らの業務が取り組めるべき問題があり、自らの得意が解決できる問題が現れている。

現在に未来条件を探す



社会は続いている。いきなりの明日は来ない。過去から、現在、未来へと続いている。だから、既に現在までの中に未来が含まれているはずである。現在に現れている未来の要素を見いだすことこそ、明日を創り出す基本になる。

社会の観察対象 + 社会の感覚 + 現在の中の未来 を探る