

■人は変わり社会も変わる、
ゆえにニーズも変わり、
だから我々も変わっていこう

修正： 2020.03.01

投稿： 2020.03.01



●人は変わり社会も変わる、ゆえにニーズも変わり、 だから我々も変わっていこう①

クリスマスプレゼントにドローンが人気です。

私が初めてドローンを目にしたのは、大学構内でのことでした。

「何だこれ、うるさいな…」と尻目に見ていたのですが、そのときは、
ここまで注目されるようになるとは、思いもしませんでした。

仏教に諸行無常という言葉があるように、
この世は無常、常に変わると言われています。

その上、未来は何が起こるか予測できず、
文字通り「一寸先は闇」といったところです。

しかしながら、会社経営など、事業を継続させるためには、
未来をある程度予測し、環境の変化に備えることが必要不可欠です。

ここ二十年で、誰もが携帯端末やパソコンを所有し、
いつでもどこでも情報にアクセスできる環境が整いました。

その結果、一昔前までは
書店のライバル店は隣町の本屋さんでしたが、
今となっては Amazonの方が遥かに脅威となっています。

名前で検索すれば、欲しい書籍を瞬時に発見でき、
クリック一つで即座に届けてくれるわけですから、
その点は、リアルな書店より、よっぽど便利です。

「強い者が生き残るのではない、
環境の変化に適応できた者だけが生き残る」
というのは、進化論で有名なチャールズ・ダーウィンの言葉です。

インターネットの台頭という**環境の変化を無視**して、
「**隣町の本屋さんよりも強くなる**」ことしか考えていないようなら、
その書店も、無常な世の中で**生き残ることはできない**でしょう。

(続)

//=====//

●人は変わり社会も変わる、ゆえにニーズも変わり、 だから我々も変わっていこう②

引き続き、チャールズ・ダーウィンの
「**強い者が生き残るのではない、
環境の変化に適応できた者だけが生き残る**」
から学んでいきたいと思います。

「**人間の目は、失敗して初めて開くものだ。**」という格言を残したのは、
ロシアの作家、アントン・チェーホフです。

失敗すると、自分の決断が間違っていたことを思い知らされ、
成功のためにも、何か行動を変えなければならなくなります。
時間をかけて準備してきたものでも破棄しなければならず、
このことから、**失敗はコスト**を意味します。

逆に、成功はリスクとなりえます。

人間、一度でも成功すると、異常なほど自信がつくものです。そして、
自信がつけばつくほど、自分を変えることは難しくなります。

「**変わらなければならないときに、変われない（可能性がある）**」

というのはリスクでありましょう。

このことから、**成功はリスク**を意味します。

最近、「若者のアルコール離れ」という言葉があるように、
以前ほどビールが売れず、ビール市場は縮小を続けてきました。
しかしその中でも、ノンアルコールビール市場は急成長しています。

時代は変化し、度重なる道路交通法の改正により、飲酒運転は、
以前とは比べ物にならないほど厳しく罰せられるようになりました。
ビールを飲みたくても飲めない背景があります。

もはや、**ビールを飲む基準が**
「おいしいか、おいしくないか」だけの時代は**終わった**のです。

にも関わらず、**ビールの味と売上が比例していた時代の成功体験を基にし、**
「おいしいビールを作れば必ず売れる！」
という信念の下、戦略を練っているのだとしたら、その会社は
ノンアルコールビール市場からは完全に取り残されることになります。

一時の成功は時代の変化を前にしてリスクと化します。
「失敗はコスト、成功はリスク」です。

「強い者が生き残るのではない、環境の変化に適応できた者だけが生き残る」、
成功して自信がついたときこそ、気をつけたいものです。

(続)

//=====//

●人は変わり社会も変わる、ゆえにニーズも変わり、

だから我々も変わっていこう③

「諸行無常」と言われているように、

あらゆるものが時代とともに変化していきます。

経営陣の経営感覚が鈍り、社会のニーズをうまく読み取ることができず、
誤った経営判断から大損し、会社が傾いてしまうのも、

開発チームのメンバに先見性がなく、技術の進歩に取り残されてしまい、
しっかりと対策を講じていた競合他社に歯がたたなくなってしまうのも、

世の中が無常だからこそその失敗であり、苦しみです。

そうして歴史を振り返ったとき、

「強い者が生き残るのではない、環境の変化に適応できた者だけが生き残る」
という自然の摂理を思い知らされます。

（個体の強弱を決定するのは、個体の実力などではなく、環境！）

「学生時代はあんなにも輝いていた人が、

社会にでてぱっとしなくなり、埋もれていった…」

という話をよく耳にしますが、これも、

学校から社会という環境の変化についていけなくなったためです。

そうして時代の移り変わりを概観したとき、

目指すべきは、**全力投球の「最強」**などではなく、

後先を考えての「最適」であったことが思い知らされます。

（続）

//=====//

●人は変わり社会も変わる、ゆえにニーズも変わり、 だから我々も変わっていこう④

なぜ人は、絶えず変わっていくのか？

それは、人が常に成長しているからです。

乗り物の歴史一つとっても、
人間の技術の進歩を伺い知ることができます。

古来は徒歩だったものが、やがて馬車となり、
そして蒸気機関が発明されました。
蒸気機関は馬車を押しのけ、普及していきましたが、
次いで台頭してきた内燃機関に取って代わるようになりました。

今でもガソリン車は自動車の主流ですが、
これもいつまで続くかは分かりません。
電気自動車になるか、はたまた、どこでもドアが作られるか…。

技術が進歩すると、**求められるものも大きく変わり、**
したがって、市場の様子は一変していきます。

お客様に生かされている企業にとって、これは無視できない死活問題であり、
常に変化するお客様の満足を、常に考えていかなければなりません。

**「強い者が生き残るのではない、
環境の変化に適応できた者だけが生き残る」**
のチャールズ・ダーウィンの考えにしたがうなら、

お客様目線も、その基本姿勢は、
**「人は変わり社会も変わる、ゆえにニーズも変わり、
だから我々も変わっていこう！」**の精神であることです。

(完)

//=====//

Web サイト：

心を力学する ー原理・原則に基づく生き方を考えるー

著者：

時無 和考(Tokinashi Kazutaka)