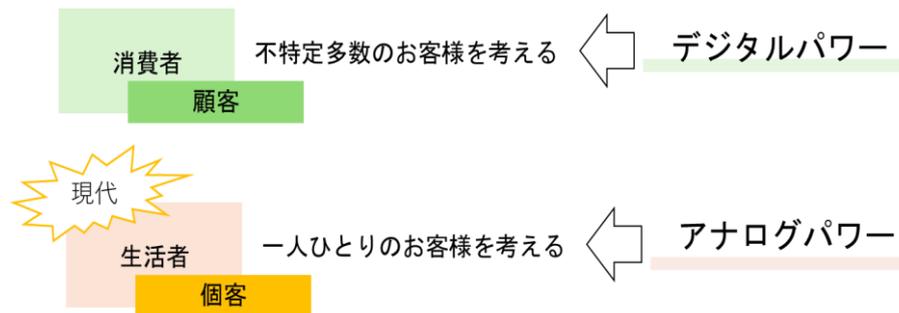


～ タイムリーな情報を、いち早く皆様にお知らせします ～

◆日本の中小企業がますます求められる時代

①「生活者の要望に応えることができるのは日本の中堅中小企業だけ」

一人ひとりの生活を見ながら何を求めているのかを考えなくてはいけない時代になっている。そのためには、単なる「消費者」として捉えるのではなく、「生活者」として捉える視点が不可欠となる（消費者は不特定多数のお客様、生活者は一人ひとりのお客様を意味する）。消費者の要望はデジタルパワーで十分応えることができるが、生活者の要望に応えるためには、デジタルパワーだけでは不十分であり、アナログパワーが求められる。このアナログパワーで生活者の要望に真に応えることができるのは、日本の中堅中小企業だけである。しかし、日本の中堅中小企業には、自身が持つ素晴らしい技術力を自覚していない場合が多い。生活者の要望に応えるだけの技術や能力を持っていながら、その価値を十分に認識していないことが課題。



②「日本の技術で世界に豊かさを提供する」

日本は、生産技術の開発や治工具の開発において、他国に比べて優れた技術力を持っている。現在これらの技術は自社での活用だけにとどまっておらず、その潜在力は十分に活かされていないのが現状。日本の中小企業の製造は非量産ではあるが、その生産技術は世界で大量生産を行う上での重要な基盤となり得る。その価値づくりができるのは、日本の中堅・中小企業だけである。しかし、日本の中小企業は自分達の技術をお客様に認めてもらうのが下手である。その独自の生産技術とアナログパワーの価値を伝えるための努力が必要である。世界中の人々にその価値を理解してもらうことで、日本の生産技術を通じて世界中の人々の生活をより豊かにすることができる。

③「日本のモノづくりは現場から」

日本のモノづくりの本質は現場にある。その現場から生まれる想像力とアナログパワーがモノの価値を高めており、日本のモノづくりを支えている。一般的にはこの現場力を身につけるには10年程の経験が必要とされている。しかし、現代の企業はその時間を待てる余裕がなく、短期間で育成プログラムに頼りがちになっている。この結果、現場での実践経験が不足し、十分にアナログパワーを発揮できないままの人財が増えている。日本のモノづくりが持つ力を発揮するためには、最低でも4～5年は成長のための辛抱が必要になる。短期的な育成に頼るのではなく、長期的な視点で人財を育成し、現場力を高めることが求められている。

◆西山語録①「教育とは」

教えると育てるは違う。教えるは、自分が楽をするために相手にできるようになってもらうこと、育てるは将来その人が活躍できるようにその人のためのものである。画一的な教育ではなく、その人の良さを育てるような多様性のある教育が必要。

◆西山語録②「共通認識」

共通認識があって初めてお客様に伝わる。認識がないところでいくらやっても一方通行でしかなく何も伝わらず共通化できない。まずは共通認識を持ち、そこから観察力、伝達が重要になる。例えば「1+1=8」をどうやって共通認識させるか。どうやって興味を持たせるように仕掛けていくかが重要である。認識できなければ自分の勝手な判断でどんどん進めていってしまう。



※この画像は生成AIにより生成されました。

詳しい記事やその他の情報は、BSOのホームページ <http://www.bso.co.jp> へ

情報てんこもりは、弊社の協働活動（受託事業・企画事業・出版事業）のタイムリーな情報をいち早く多くの方々に知っていただく為に発信しております。（お問い合わせは shienkikaku@bso.co.jp まで）