

明日への力

日本総合研究所

リサーチ・コンサルティング部門
未来デザイン・ラボ
シニアマネジャー 田中 中
ディレクター 八幡 靖記 晃久



田中氏



八幡氏

はステークホルダーへのメッセージ

前編では、「未来を洞察する手法」を紹介しました。ホライズンスキヤニングなどの手法を活用することで想定外だった変化を想定できるよつにはなりますが、それだけでは企業経営に変化は生まれません。後編では、未来洞察の効果と経営への生かし方を紹介します。

Q：未来洞察手法の導入には、どのような効果がありますか。

A：想定外の変化を想定するという行為は、誰かが策定した未来を前提とするのではなく、自らが未来像を考え、その未来像を

前提にビジネスを構想するということが、これを私たちが「未来をデザインする」と呼んでいます。未来デザインができる企業・組織は、世の中の変化に対して後追いで対応するのではなく、自らが望む未来を主体的に創り上げる下地ができていることになりま

Q：下地ができている、とはどういうことですか。

A：未来洞察を実施するだけでは、企業経営に変化は生まれません。下地とは自らが考えた未来像であり、その未来像を前提と

未来起点の経営とは？

② 未来をデザインする

として、ビジョンやパーパス、中期戦略を策定するケースが多いです。これらの中長期的な「目指す姿」は、現在の姿との距離があり、乗り越える必要がある壁や挑戦が埋め込まれていることが重要になります。

未来洞察を活用すると、自らが考えた未来像を挑戦目標としてバックキャスト思考でビジョン・戦略を組み立てることができるようになります。創り上げたい未来を自ら考えだしており、目標が明確であるので、戦略に挑戦と変革を埋め込むことができるのです。

Q：新事業の創出にも活用できますか。

A：多くの企業は、新しい事業を創出するために広範な検討を実施しています。それでも、競争優位な事業を見いだすことは容易ではありません。その一つの要因は、今の社会、今の生活者、今の業界構造を前提とした「現在起点」だからではないでしょうか。

未来洞察手法では、これまで目にしたことのない情報に触れ、これまでとは異なる思考プロセスを経ることで、これまで発想することができなかった事業を構想します。それは一言でいうと、「未来起点」ということです。未来起点で社会や生活のありようを描き、その社会で必要とされる機能やサ

ービスを他社に先駆けて創り上げることが、事業の成長と拡大につながります。

Q：導入企業にはどのような変化が生まれているのでしょうか。

A：三つの大きな変化があります。一つ目は、企業内に共通認識が生まれることです。自らが考えた未来を共有し、その未来の実現に向かおうとする意志を持つことで、自分たちが何をなすべきかという同じ目的意識を持てるようになります。二つ目に、対話が生まれやすくなっています。未来洞察によって導いた未来像を「未来年表」や「未来シナリオ」などの形で可視化し、未来を語るプラットフォームとすることで、創造的な対話が生まれやすくなる効果があります。三つ目に、志を同じくする他社・他組織ともつながりやすくなります。自分たちが目指している未来像を開示することで、志を同じくする企業や人が集まり、オープン・イノベーションが生まれやすくなります。これらは、近年注目を集めている「Thought leadership」や「パーパス経営」を実践する際にも、必要な変化だと考えています。

未来洞察手法は書籍などを参考に今すぐ始めることができます。小規模なスタートでも構わないので、未来を洞察し、デザインする活動を始めてみられてはいかがでしょうか。

* 記事に関するお問い合わせは prtweb@ml.jri.co.jp までお願い致します。