国内事業の現状と問題認識20181014

- 事業
  - マーケティング
    - 企業の社会的な存在意義が問われている
      - マーケティングの概念が変ってきている
      - 企業文化の競走で周回遅れ
        - 死屍累々
      - 自社のやり方に固執
      - *旧態依然の体質*
    - イノベーションが進まない
      - デザインの意味が技術とマーケティングで違う
      - コンセプトの意味が企業ごとに違う
      - 発想、アイディアをちゃんと評価できない
      - 良いアイディアが社内を通らない
      - *共通言語となるメソッドが無い*
  - 技術
    - 大胆、情熱的な商品
      - 規制の少ない市場環境
      - 先端技術重視の商品
      - 海外の成長市場
      - *躍進、好循環*
    - 売りやすい（わかりやすい技術）商品
      - 規制の多い市場環境
      - 販促重視の商品
      - 国内の成熟市場
      - *停滞、閉塞感*
  - 経営
    - オペレーション偏重
      - 発想が広がらない
      - ポリシーが弱い
    - プロ経営者の不在
      - 以前は、現場力で通用した
      - 先行する欧米を模倣すればよかった
      - *理念の欠如*
    - 社内の論理優先
      - 過去の成功体験の呪縛
      - 顧客（市場）を見ていない
      - *イノベーションマインドの欠如*
    - M&A展開
      - 経営者の目利きと胆力が求められる
      - ものづくり企業は、理念、情熱の共有が成否を分ける
  - バリューチェーン
    - 大企業とスタートアップとの共創は容易でない
    - 商流、物流
      - amazonの構想力、展開力は脅威
      - 生活協同組合の独自性は潜在力あり
      - *イノベーションドライバーか？*
  - 特徴
    - 個性が見え過ぎるのは不安
      - 個人の意思が弱い
      - 回りの目が気になる
    - みんなでいると安心
      - 失敗が目立たない
      - 共通性が心地よい
      - 自分で楽しいことを見つけられない
      - 従属意識が強い
    - 小さく一歩を踏み出す
      - 組織の同調圧力が強い
      - リスク嫌い、失敗嫌い
      - *日本人の本質？*
  - 組織
    - ノープラン、ノーエラーの風土が蔓延
      - 上意下達
      - 挑戦する熱量が無くなっている
    - 思考停止
      - 失敗が許されない
        - 思考方法を忘れる
    - 情報、知識が経験までになっていない
      - メンター（頼りになるアニキ）の不在
      - 人材育成が急務
      - *モチベーションの欠如*