

マーケティングの出番ですか？

第79回 ビジネストランスフォーメーション

武道誠芳 (株) テンプロクシー 代表取締役

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

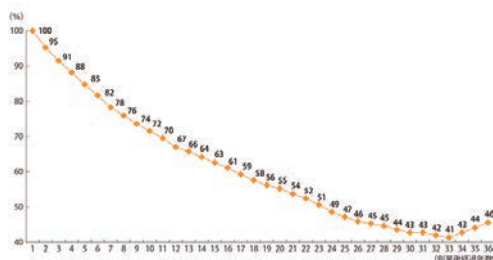
今回は、デジタル化が進展するビジネス環境におけるビジネストランスフォーメーションについて体験を交えてご紹介させていただきます。

●改めて、ビジネストランスフォーメーション (BX) とは？

ビジネストランスフォーメーションとは、製品やサービスの陳腐化、人材の高齢化、組織の硬直化等の内部環境や、市場競争の激化、新しい規制、新技術の台頭等の外部環境の変化において事業継続が危ぶまれる事態に直面、またはその様な事態が将来的に予想される場合に、ビジネスのあらゆる要素を根本的に変える取り組みです。

リストラクチャリング、ビジネスイノベーション、デジタルトランスフォーメーション等、様々な事業変革の方策がありますが、詰まる所、それらの最終、究極の策がビジネストランスフォーメーション (BX) と言えます。

企業のライフサイクル (幼年期～成長期～成熟期～衰退期) を超え、生存し続けるためには、衰退期から成長期へ劇的に変わる、離れ業が求められます。



参考グラフ：中小企業の生存率 (出典：中小企業庁)

因みに、BXを推進する組織には、以下のステップが必要とされています。(Wikipediaより引用)

- ・変更の必要性を認識し、変更が必要であるという利害関係者間のコンセンサスを得る
- ・変化がどのような形をとるべきか、変化の目的、そしてより良い未来を説明するビジョンに合意する
- ・組織の何から変えていくのか、何を詳細に変更する必要があるのかを理解する
- ・新しい組織的な働き方とそのサポートと管理を設計する
- ・波状的、段階的な変更テストと実装を行う (数年にわたる場合あり)
- ・組織が元の状態に戻らないように対処する

●グローバルなビジネス環境

昨年は、コロナ禍を巡る各国の対策、社会、経済動向、米国大統領選などなど、海外ニュースに触れる機会が多かったのではないのでしょうか。

そして、デジタル化がグローバル市場において如何にパワフルであるかを痛感した年でもありました。

海外企業とのやり取りでも国内企業と同様に以前よりメール、電話、ビデオ会議システムが利用されていました。もっとも、電話はビジネスタイムの違い、ビデオ会

議システムはアプリの種類や習熟度において一般化しておらず、コミュニケーションに課題を抱えていました。が、今般デジタルインフラが一挙に普及したことでビジネスタイムの調整、ビデオ会議システムの利用の頻度が高まり、格段にコミュニケーションが改善されました。

そして、この様なコミュニケーション環境のもと、各社のWebコンテンツ、Webシステム、マーケティング手法、サポートサービスも充実、洗練されてきており、ビジネスコンセプト、対象顧客、サービスの特徴等が飛躍的に理解しやすくなってきています。

昨年、弊社が専門的なビデオ会議システムの評価プロジェクトでカナダ、イギリス、ブルガリア、ノルウェー、米国に拠点を有する各企業にコンタクトした際、グローバル化×デジタル化によるビジネスフローの標準化が進展していることを実感しました。ストレスの少ないコミュニケーションとビジネスフロー、加えてここ数年のWEBブラウザの翻訳精度の飛躍的な向上も相まって、グローバル市場がダイナミックに形成されています。

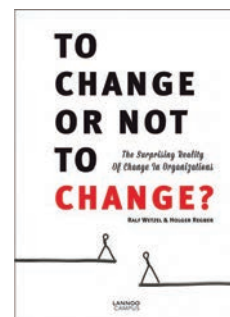
また、昨年より国内でも印鑑から電子署名へシフトが始まりましたが、契約ドキュメントの電子化、電子署名が普及している海外企業との契約手続きもデジタル化の恩恵を大いに感じる点です。

【コミュニケーションの環境改善】×【ビジネスフローの標準化】×【スピーディな契約(送金)手続き】が、グローバルビジネスを更に加速させています。

●変わるものと変わらないもの

ガリバー旅行記の作家スウィフトは「この世で変わらないのは、変わるということだけだ。」との格言を残しています。他方、日本では「変わらない本質を保ちながら、時に応じて変化を取り入れる=不易流行」という考え方があります。

これらの本来的な変化のありようとは別に、人は変化に対して以下のような様な認知バイアスを持っていると言われています。



- ・「変化に対して前向きではない、現状維持を最優先に頭を働かせる」
- ・「自分にとって都合の悪い情報を無視したり、過小評価したりする」
- ・「目先の損失を回避、先送りする」

本来的な変化を見定めつつ、これらのバイアスを取り除き、変化の可否を冷静に見極めることが求められます。

是非もなくコロナ禍で10年早まったと言われるデジタル化ですが、一足飛びの変化による弊害や後戻りも散見される中、国内のビジネスがこれからどの様になるのか？、変わらないのか？、今年が本格的な転機の年になると思われま

●変える

年齢を重ねるとともに飛距離が落ちた知人が、スイングを『変える』と一念発起してコーチのレッスンを受け、ゴルフ人生で初めて空振りをしたと笑っていました。

明暗を分ける転機にあっては、『変わる』ことを待つよりも、先んじて『変える』ことが妙手に思われます。

一個人、一企業の変化は、顧客、取引先、ときに社会にまで伝搬し、相互作用、影響をおよぼします。社員が

活性化し (collaboration)、顧客との関係が深まり (connecting)、最適な組織から (cooperation)、画期的な商品を産み出し (marketing)、より良い持続的な社会を創造する (Sustainable)。ビジネスのあらゆるシーンが一人ひとりの『変える』果敢な挑戦を待っています。

当コラムのより詳細なオリジナル版は、<https://www.mo4ma.org>でご覧頂けます。



武道 誠芳 (マネジメントコンサルタント)

所属：(株) テンプロクシーにて、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、ロボットビジネスを展開

生年：1960年生まれ

出身：富山県出身

学歴：横浜市立大学商学部卒業

経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイバ

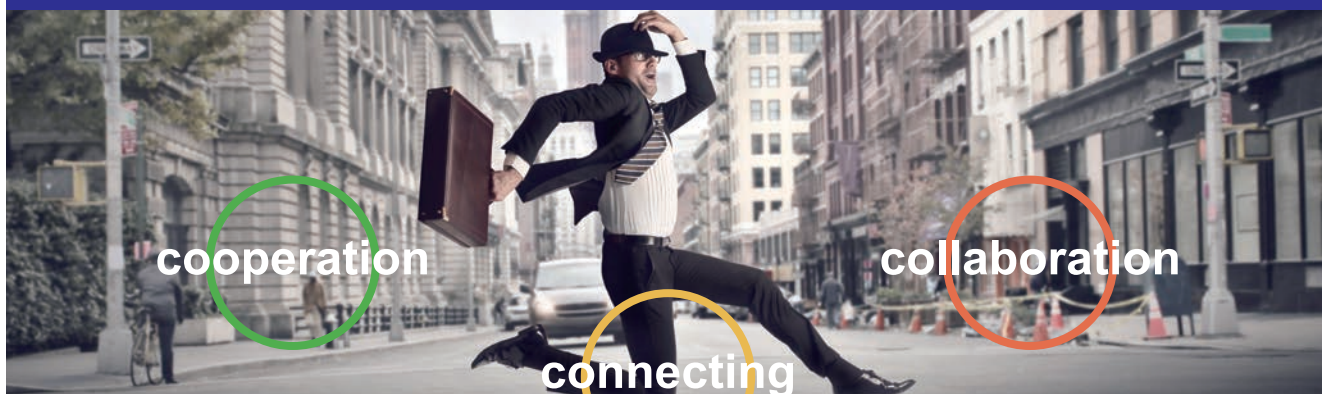
ン航空事業への参画後、1996年起業

問合せ先：s.budo@tenproxy.co.jp

独創的な新製品／サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

mo4ma

thership rkers



mothership4marketers は、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ (Connecting)、共同 (Cooperation)、協力 (Collaboration) することで新製品／サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



mo4ma
<https://www.mo4ma.org/>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町 2 丁目 50 番 13 号 13 階 ピーク 4F 号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org
ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-10-9 原宿筆友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12101-03701