

Keywords : 金融・証券・モメンタム・表裏一体・テーマ創造・一步半先・一丸・ブレない

金融・証券分野で使われているモメンタムとテーマ創造

金融・証券の分野で使われていますモメンタム (momentum) という用語があります。直訳としては、「勢い」となりませんが、金融業界で使いだした、いわゆるクオンツと呼ばれる方たちの意味合いは、チャート上でトレンドを示すことを意味し、アップトレンド・ダウトレンドというように日本語でいうところの「方向性 (Direction)」と同義語であるようです。

もう少し分かりやすく応用的に意味合いを解析するとすれば、大きな動きのある相場だけを追いかけ続けると、その後に来る反動、つまり大きな揺戻しがくることに気づかず、大失敗を起こすということを言いたいのでしょうか。しかしながら、モメンタムを的確に捉えることができれば、上下の大きな揺れに左右されることなく、安定的な運用ができるとも言えます。

こうした金融・証券分野で意図されている、モメンタムという用語の意味合いこそは、まさに 2021 年の新製品開発を目指す方向を暗示しているのではないかと思います。それは、テーマという存在は、一見夢を託し輝かしい未来を感じられる匂いをはらんでいます。一方では表裏一体の言葉として、言い方は良くありませんが「当たるも八卦当たらぬも八卦」という言い方もあります。それらのどちらになるのか、実際に新製品を世に送り出して、消費者の反応を見ることによって、先ほどのどちらの言葉になるのかが分かることとなります。それではテーマ創造は天国か地獄かという見方になってしまいます。実は、そうではなく、テーマ創造とは一攫千金のような大波を狙うのではなく、知識、勇気、理念、大義、執念など様々な要素をバランスよく保つ、つまりブレない姿勢があってはじめて本当のテーマに辿り着くと言えます。言い換えますと、その場過ぎしのテーマではなく、粛々と積上げ培ってきたものが、モメンタムという勢いに乗ることができるのでしよう。

モメンタム時代の到来と新製品開発

では、どのようにすれば、このモメンタムを創り出し、その先のモノづくりにつなげることができるのでしょうか。それは、開発から上市までの一貫したプロセスを連動経営と位置付け、可視化・定量的リスク法を基本に起きながら、現在の製品価値から一步半先をテーマとして創造することであると言えます。つまり、夢物語のテーマを創造するのではなく、経営者、企画部門、調達部門、開発現場、生産現場などが一丸と成れるようなテーマと言えます。

このような言い方をすれば、それは当たり前のことで夢がないという人々も多々いるでしょう。しかしながら、上述しましたように、大波を狙う、言い方を変えれば斬新なテーマを狙うようでは、一步半先の顧客ニーズを的確に掴むことができないと言えます。先ほど来、一步半先・一步半先と述べておりますが、一步半先とは何だろうかという疑問を抱くことでしょう。それは、ものの価値観の遍歴ともいえるでしょうか、時代の大きな流れの中で、ゆっくりとももの価値観は変わって行くものですが、新型コロナウイルスの影響でたったの 1 年でものの価値観が変わってしまいました。つまり、5 年、10 年先という長いレンジを通してものの価値を見ることができなくなったために、せいぜい 1 年半先であれば、人より先んじた顧客ニーズに応えるテーマ創造ができていないかという観点から、一步半先と位置付けました。

ここしばらくは、その一步半先を見ながら新製品開発の方向性を定めることができれば、消費者ニーズの勢いに乗ることができると思います。まさしく、新製品開発の 2021 年はモメンタム時代の到来と言えるのではないのでしょうか。言い換えますと、新型コロナウイルスの影響で大変だ・大変だではなく、重複になりますが、知識、勇気、理念、大義、執念など様々な要素をバランスよく保つ、つまりブレない姿勢が問われる時代とも言えます。