

新製品開発におけるフロント・エンド・ローディング
'マーケティングから外交へ'
— 2030年の技術 —

(株)ジヨンケイルコンサルティング 落合 以臣

A Front End Loading in New Product Development
'From marketing to diplomacy'
-Technology of 2030-
Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

Keywords:競争・外交・マーケティング・陳腐化・上市・変革

あらゆる部門で競争が激化する中で、その競争に勝っていかなければなりません。確かに競争によって、新たなものが生まれ、社会が発展してきたので、競争は必ずしも悪いことではなく、むしろ歓迎すべきことなのかもしれません。直本文郎編集（リベラル社2015/1/15再版）“心に冴えわたる論語”の一説である「君子は争う所なし」によれば、均整の取れた競争からルールがあるようでない熾烈な戦いを余儀なくされている社会では、競争相手を蹴落したり、騙したり、陥れたりする行為がまかり通る時代が到来するだろうが、そうした混乱期にあっても礼儀をもって臨み、相手を負かすことよりも自分の技巧や精神を高めることに重きを置いた方が、最終的にフェアな価値を得ると説いています。外交の手段に技術というカードを切りながら、世界に挑戦してきた我が国の姿のように思います。言い換えれば、右手に技術、左手に外交、いわば右脳と左脳をバランスよく運用してきたといえます。

こうしたことに鑑みますと、どのような社会構造になろうともフェアプレイな精神をもって、粛々と新たな技術の開発を推し進めることが重要であると思います。しかしながら、現代は技術開発が終了してから商品化を行うという旧態以前とした方法ではなく、技術開発と商品化、上市が同時に行われる時代になりました。まさに、技術と外交の時代が到来したといえます。今後、益々ルールが薄れていく社会構造の中で、それに打ち勝つためには、模倣的な技術ではなく、斬新的な技術開発を率先して実施していくことが、世界を牽引していくことになると思います。これは、日本国政府が音頭をとるといふ他力本願的な思考ではなく、企業、そこに働く人々が英知を絞って、日本全体を牽引していくことが必要です。ややもすれば日本人は、経験的に二番という言葉を好み、決して一番を目指さないという暗黙の不文律を戒律としてもっていました。しかしながら、現代のようなドラスティックな変貌を余儀なくされている時代においては、半歩先んじた技術ではなく、誰もが追従できない技術を持つことが、外交の特権になるのではないのでしょうか。もう一度、技術の重要性の再確認が必要であり、商品を上市する、いわゆるマーケティングという手法は、すでに陳腐化していると考えべきでしょう。このマーケティングを外交に置き換えれば、今まで以上に上市の方法に大きな変革をもたらすと思います。

本来であれば、外交政策は後になって現象として顕在化したときに、「ああこういうことなのか」ということを知らされるものでありました。つまり、外交政策は粛々と秘密裏に行われるもので、初期の段階では決して公にはされないという、いわば外交密話的なものが存在していましたが、現在では憶測が蔓延しかなりの部分が露呈してしまう、あるいは露呈させてしまう時代になったといっても過言ではないでしょう。ある意味では、ITの発達によって世界中のニュースが同期化され、瞬時に知ることができるようになった事も本来の外交をやりにくくさせた一面もあるかもしれません。しかしながら、外交という手段は、世界を駆逐する力を持ち、今後はこの手段を商品化に応用できた企業が先端を行くと思われれます。

この JQ International Review が、愛読される方の背中をさらに押すことができれば幸いです。