

新製品開発におけるフロントエンドローディング

‘テーマ創造の起源’

— テーマ創造 —

(株) ジョンクイルコンサルティング 落合以臣

A Front-End Loading in New Product Development

“The origin of theme creation”

-The creation of a theme-

Shigemi Ochiai, Jonquil Consulting Inc.

**Keywords :** 新型コロナウイルス・クライシス・経営者・毅然・態度・テーマ創造・起源

### 創立時の企業理念

中国から発症した新型コロナウイルス (Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2, SARS-CoV-2) が引き金となって、世界経済は低迷を余儀なくされようとしています。また、単なる肺炎、または今までにない強い肺炎という言葉から、WHO は「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態」を宣言し、いわば新型コロナウイルスのリスクという現象からクライシスへと被害が拡大しています。

こうしたクライシスとも言うべき状況の中で、おそらく日本企業の 2019 年度の決算は、少なからず新型コロナウイルスの影響を受け、高収益という言葉から予想外な利益の損失、あるいは赤字に陥ったなど、経営者の責任を新型コロナウイルスに転嫁するのだらうと、誰もが予想できると考えられます。しかしながら、このような状況に巻き込まれて利益の変動があったとしても、経営者は毅然とした態度を維持することが重要だと思います。では、毅然とした態度を維持するための原資は、いったい何なのだろうか。それは、創業時の企業理念であると言えます。例えば、チョコレートで有名なゴディバの歴史を紐解いてみますと、ゴディバの資料から 1926 年にベルギー・ブラッセルでマスターショコラティエであったドラップス氏が、自宅の地下室を使い「ショコラトリー・ドラップス」としてチョコレートを作り始めたのが起源となって、現在ではヨーロッパ、北米、アジアからドバイやロシアにいたるまで、世界中で愛されるプレミアムチョコレートブランドへと成長していることは、周知の事実です。確かに、チョコレートの種類も多くなり、多岐に渡っていますが、基本はチョコレートです。いわばゴディバの起源は、チョコレートであり、ゴディバの理念でもあり、それ以上も以外もないわけです。

こうしたことに鑑みますと、経営者が毅然とした態度を維持するためには、企業理念を維持することが重要であると言えます。言い換えますと、テーマ創造の起源が創立以来維持されているのかどうかということになるのではないのでしょうか。

### 我が国のテーマ創造起源

バブル経済崩壊後、「失われた 20 年」という定番みたいな言葉が流行った時期がありました。今になって見れば、懐かしいひとつの流行語であったように思います。しかしながら、経済の崩壊とともに人間が持つべき道徳観、品格なども少なからず崩壊してしまったと言えます。それらの崩壊が、日本のテーマ創造の起源を壊した理由であるとは言えないでしょう。しかしながら、時代の移り変わりということ理由に、お祭り、運動会、懇親会、親睦会など、段々と縮小され、今ではない企業もたくさんあります。

こうした状況の中で、「テーマ創造の起源は企業創設の原点にある」と声高に述べても経営者も社員も誰も耳を傾けることはしないでしょう。しかしながら、テーマが重要・テーマが重要と騒げば騒ぐほど、「テーマ創造の起源は企業創立時にある」と同義語であると言っているのと同じあることを、実は誰も気づいていないのです。ただ、人間の潜在意識の中には、日本人の DNA として、深く潜んでいると考えられます。この潜在意識にあるテーマ創造の起源という DNA に気づき、新たな船出をしようと思い始める企業が、創造的なテーマを発想し、どのような時代に遭遇しても勝ち残れる企業になるのではないのでしょうか。