

2020年9月4日

### 経営ゼミナール③

## 令和時代の

## 新・マネジメント

中小企業診断士 平井彩子氏

本誌で「企業成長の処方箋」を連載する平井先生のセミナーが開催されました。昭和、平成の経営と令和の経営は、大きく異なると言います。その理由と、令和の時代は何が変わったのか、経営幹部層にヒントをくださいました

「これからの時代、会社の成長には、働き方改革やダイバーシティ経営が必要だとメディアなどで言われています。しかし、名前だけが一人歩きし

て、いかにしなやかに、どうやって世の中に貢献できるか考えてください。実際に自動車メーカーは人工呼吸器を、家電メーカーはマスクを製造して、新たな価値を創造しています」

### 売れる仕組みをつくる

お客さまから選ばれるには、価格競争ではなく



ていませんか？ 実践できている会社はどれだけあるのでしょうか？」

会場とリモート、両方の参加者に問題を投げかけます。「言わなくてもわかるよね」といった阿吽あうんの呼吸でマネジメントをしていた昭和や平成の

顧客視点を持った売れる仕組みが必要だと言います。「誰（顧客）に何（商品）を、というステップを踏むこと。自社の価値を真に理解してくれるお客さまを対象に絞り、ライバルとの違いをつくり続け、商品・技術・サービスの質を深めることが必要です」

お客さまから選ばれる企業の本質について学びました。

経営は、令和の時代には通じないと先生。

「働き方改革を実現すると、デジタルを活用することで対面する機会が減ります。また、ダイバーシティ経営では、幅広い年代や性別、国籍を超えた人たちと働くことになりますね。

つまり、阿吽の呼吸ではこれらは実現できない。今後、会社の成長には、よく話し合い深くお互いを理解することが不可欠なのです」

鍵は言語化がどれだけできるか。令和は「価値観の違いを乗り越える対話のマネジメント」の時代に変わり、その変化に対応するには自律した会社へのステップアップが求められるそうです。

「コロナ禍を昭和、平成脳から令和脳にチェンジするチャンスだと思って、経営者は社員の自律を促し、しっかりと言葉で伝えるよう努めてください」