

そろそろ“アフターコロナ”の予測はやめませんか

コロナ禍の今後が不透明です。

日本では、感染者が減りもせず、爆発的な増加もない“微増”という状態です。一方、ヨーロッパでは、再び都市のロックアウトが行われようとしています。

そんな中「アフターコロナの経済や市場はどうなるのか？」と考えつつも、上半期は“様子見”で終わってしまった企業も多いのではないのでしょうか。

落ちてしまった業績の挽回策を講じる参考にと、書店のビジネス書コーナーを覗くと「緊急出版！アフターコロナの経済を予測する」という類いがたくさん並んでいます。いずれも参考にはなりますが「ウチの会社にとって何が正解なのか」と、悩んでいる経営者・管理者の方も多いのではないのでしょうか。

過去の歴史的な大変動を振り返ると、事前に予測できていたことはほとんどなかったようです。比較的身近な例でも、世界的金融危機の発端ともいえる「サブプライムローン問題」（2007年）を予測した人はいたのでしょうか。

このように、人的行為による変動さえ予測が難しいのに、まして、ウィルスなどの自然が相手では、とても太刀打ちできるものではありません。

未来は予測するものではなく、構想するもの

世界の勝ち組と言われるGAF A（アップル、グーグル、フェイスブック、アマゾン）の創業者たちは、市場予測ではなく「自分が欲しいもの（サービス）」を構想してきたと言われています。

コロナ禍で下降した業績挽回のためには、もう様子を見ている余裕はありません。アフターコロナの世界で、自社（部門）はどうあるべきか、その構想、戦略を本気で考えるときです。

弊社では、事業構想、戦略立案のお手伝いをするためのオリジナル研修メニューをご提案しております。

是非、ご興味・ご質問のある方は、

研修企画担当：秦野（m-hatano@nkb-net.co.jp）、もしくは、下記までご連絡下さい。

> お問い合わせはこちら