

コロナ、改革・革新に活かせていますか

スティーブ・ジョブズは『危機に直面すると、物事がよく見えてくる』と言っています。

つまり、コロナ禍の今こそ、本質・目的を見極め、改革、革新を進める絶好のチャンスです。

例えば、コロナ禍で、修学旅行を取りやめた学校が多くあります。しかし、一方で本質を見極め、修学旅行を実施している学校も多々あります。

修学旅行の本質とは何なのでしょう。"遠方に旅行する"ことなのでしょう。そうではないはずです。しかし、いつのまにか"修学旅行=遠方への旅行"と思い込んでいたのではないのでしょうか。

今年、修学旅行を実施している多くの学校が近場への旅行のようです。中には、自分達の学校にキャンプするということもあります。また、地元にある遊園地を貸し切って、思い切り楽しんでもらうというのもありました。来客が大きく減少していた遊園地側にもメリットがある、素晴らしいアイデアだと思います。

また、近場にするにより費用が減少するというメリットもあります。

つまり、必ずしも遠くに行かなくても、修学旅行の目的を達することができています。

このように、コロナ禍は従来のやり方・考え方を見直し、一気に変革するチャンスです。しかし、そのチャンスを活かせていますでしょうか。

コロナ慣れし、それなりに対策も講じていることから、従来のやり方・考え方に戻ってしまっていないでしょうか。改革が中途半端になっていませんか。

特に、コロナ前から経営改革を推進していた企業にとって、コロナは改革を一気に進展するチャンスだったはず（下表例）。

従来	革新
既存事業依存	新規事業確立
内向き風土	外向き(顧客志向)風土
部門間対立	部門間連携
方針軽視	方針徹底
書類文化	デジタル化

それが、また元に戻ったり、速度が遅くなっているとすれば、今後も改革はできないでしょう。

弊社では、経営改革を支援するコンサルティング・研修を数多く実施しております。

是非、ご興味・ご質問のある方、下記までご連絡下さい。

> お問い合わせはこちら