

ビジネスにおける“気づき”

グローバル化の進展により、世界経済は結びつきを強め、何と何がつながっているのか、一つの現象がどのくらいの影響力を持つのかという連立方程式を解くことは一層困難になっている。また国内においても、社会構造が変化し消費が成熟するとともに、ニーズの分散化・潜在化傾向が強まる一方である。一つの枝の先にたくさんのニーズがぶら下がっているのではなく、枝分かれした先に少しずつぶら下がっている状態、さらに言えば、土中の根の先で収縮している状態なのかもしれない。

このような複雑な連立方程式を解き、細い枝先や土中の根の先に辿り着くことは簡単ではないが、その第一歩として、経済や消費者の動きに“気づく”能力が非常に重要になってきている。今回の特集では、このような認識のもと、『街かど景気調査を利用する』『「顧客心理」をとらえよ』『「見える力」を高める』という3本の論文を取り上げた。

C O N T E N T S

- 街かど景気調査を利用する
濱田 康行 …… 4
- 「顧客心理」をとらえよ
国友 隆一 …… 8
- 「見える力」を高める
小宮 一慶 …… 12