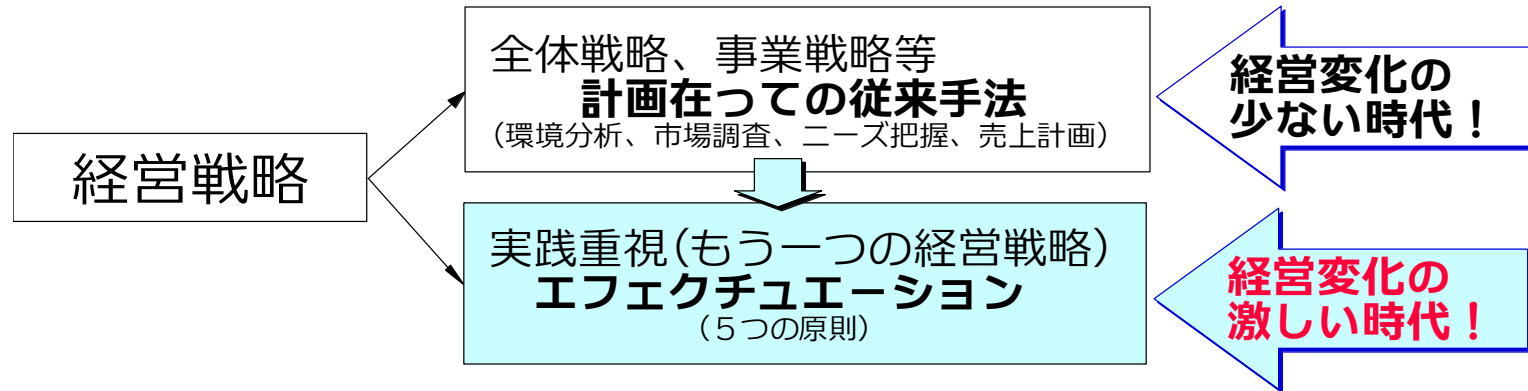


7. もう一つの経営戦略

エフェクチュエーション



一般に経営戦略と言うと「市場調査」「売上目標」等を、事前に十分な検討を行い事業計画書を作成して実行します。

経営者の中には、「感」とか「まずはやってみる」の実践を重視する方がおられます。そして、出会いやコミュニケーションしながら人的ネットワークの構築を行い、変化に対応する経営を実践されています。

エフェクチュエーションとは、サラス・セラスバシー教授がカーネギーメロン大学の博士課程在学中に、ノーベル経済学賞受賞のハーバード・サイモン教授の指導のもと実施した研究から発見されました。

新しい市場や産業の創造という、極めて不確実性の高い問題に繰り返し対処してきた熟達した起業家を対象に意思決定実験を行い、共通して活用する思考様式を見出しました。

① エフェクチュエーションとは

偶然の**ヒラメキ**(思いつき)があった！

自社の新しい**ビジネス**につながらないか！

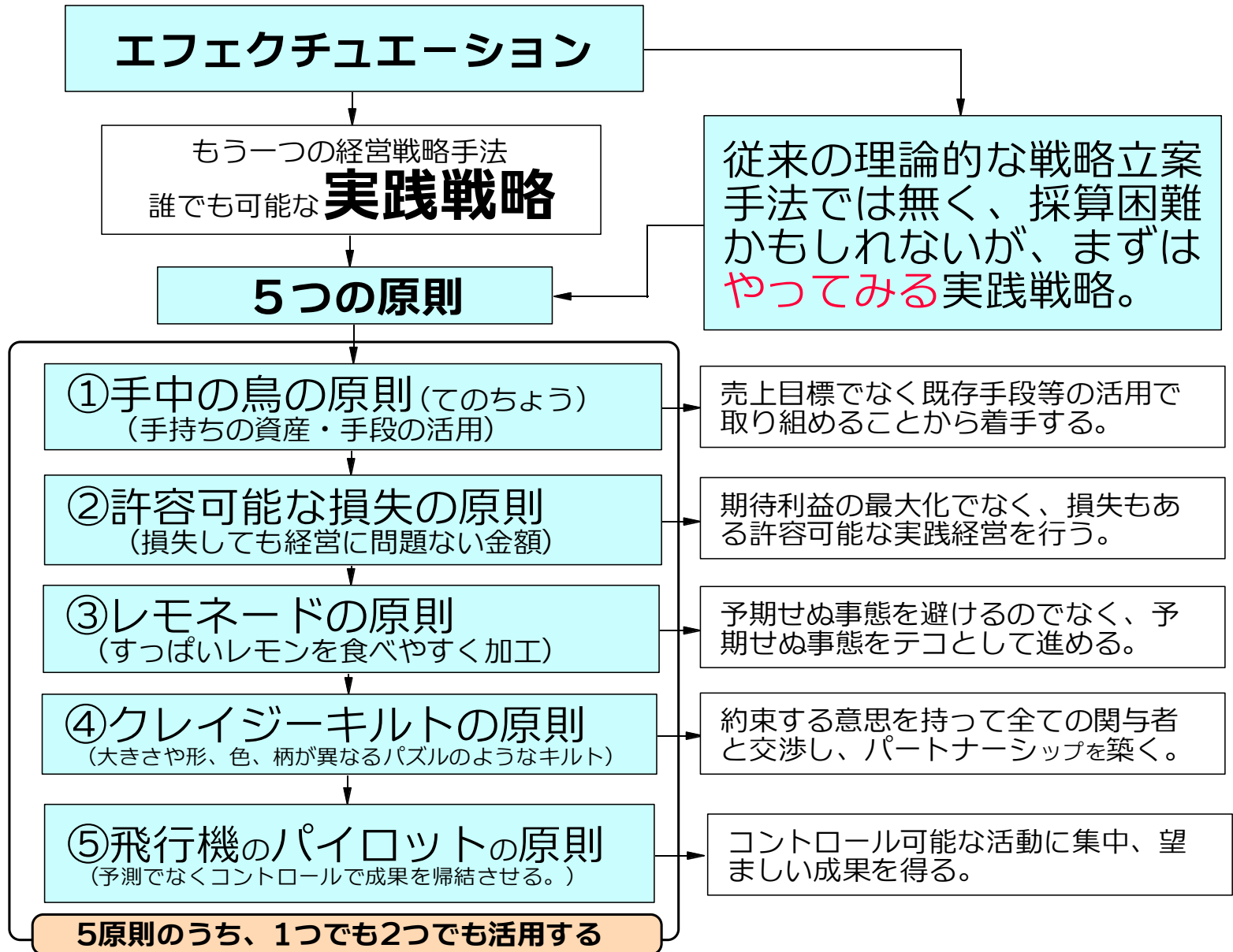
今までの考え方

1. 環境分析 (外部/内部)
2. ニーズはあるか？
3. 資金は？
4. 他の社員の考えは
5. 今一歩踏み出せない等

エフェクチュエーションは

1. 手持ちの経営資源(人・物・金)で取り組めることから始める。
2. 許される損失の範囲で実践する。
3. 予期せぬ事態が発生したら、それをデコに前向きに考えて見る。
4. 共感する関与者と交渉してパートナーシップを築く。
5. その事業に対してコントロール可能な行動に集中して成果を上げる。

② エフェクチュエーションの全体図



③ビジネスの始まりは小さな質問から！

自分の脳へ小さな質問をします。その質問は扁桃体(感情反応を担当)を通して前頭前野(知的創造性を担当)に到着して創造力を働かせます。そして、海馬でヤル気をアップして中枢神経・末梢神経を通して行動力に繋がります。

ビジネスの始まりは
すべて「小さな一歩」

①小さな質問をする

②小さな思考を活用する

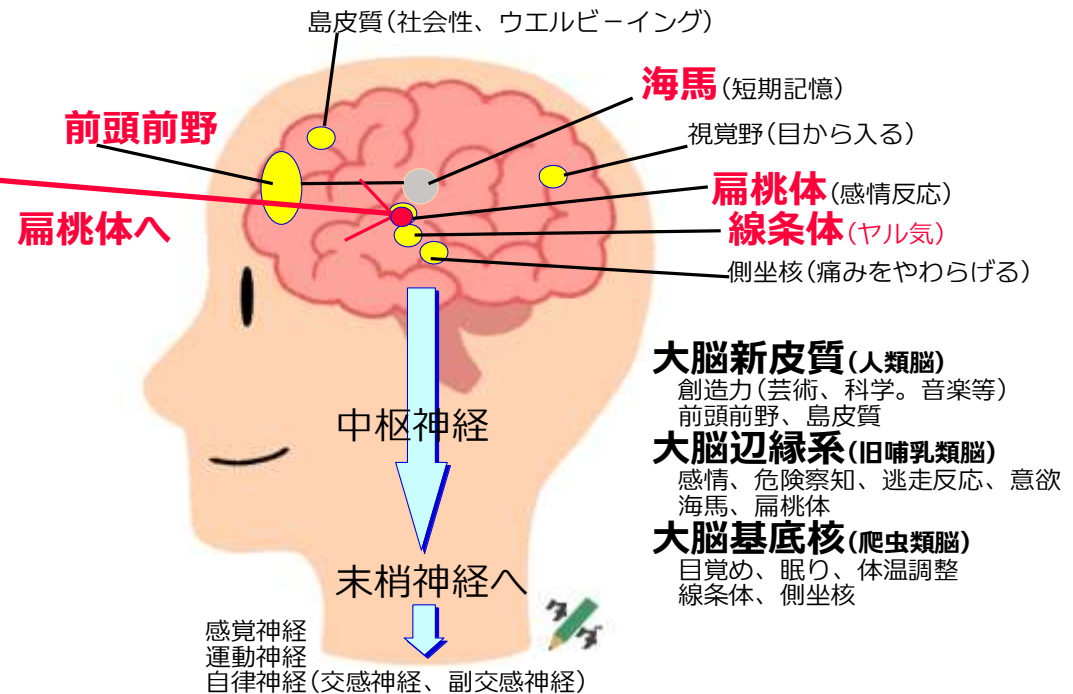
③小さな行動を起こす

④小さな問題を解決する

⑤小さなご褒美を与える

⑥小さな瞬間を察知する

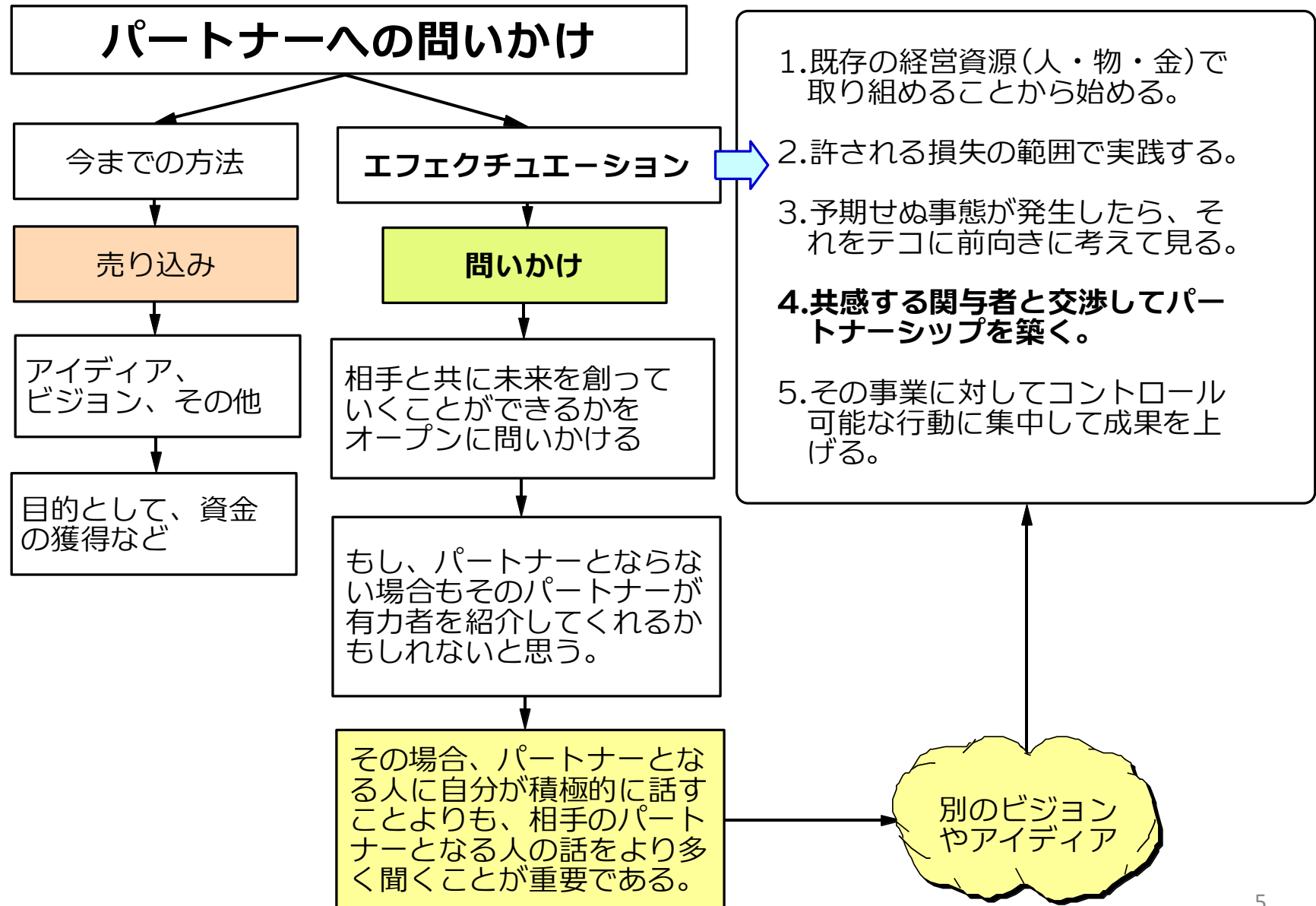
脳科学



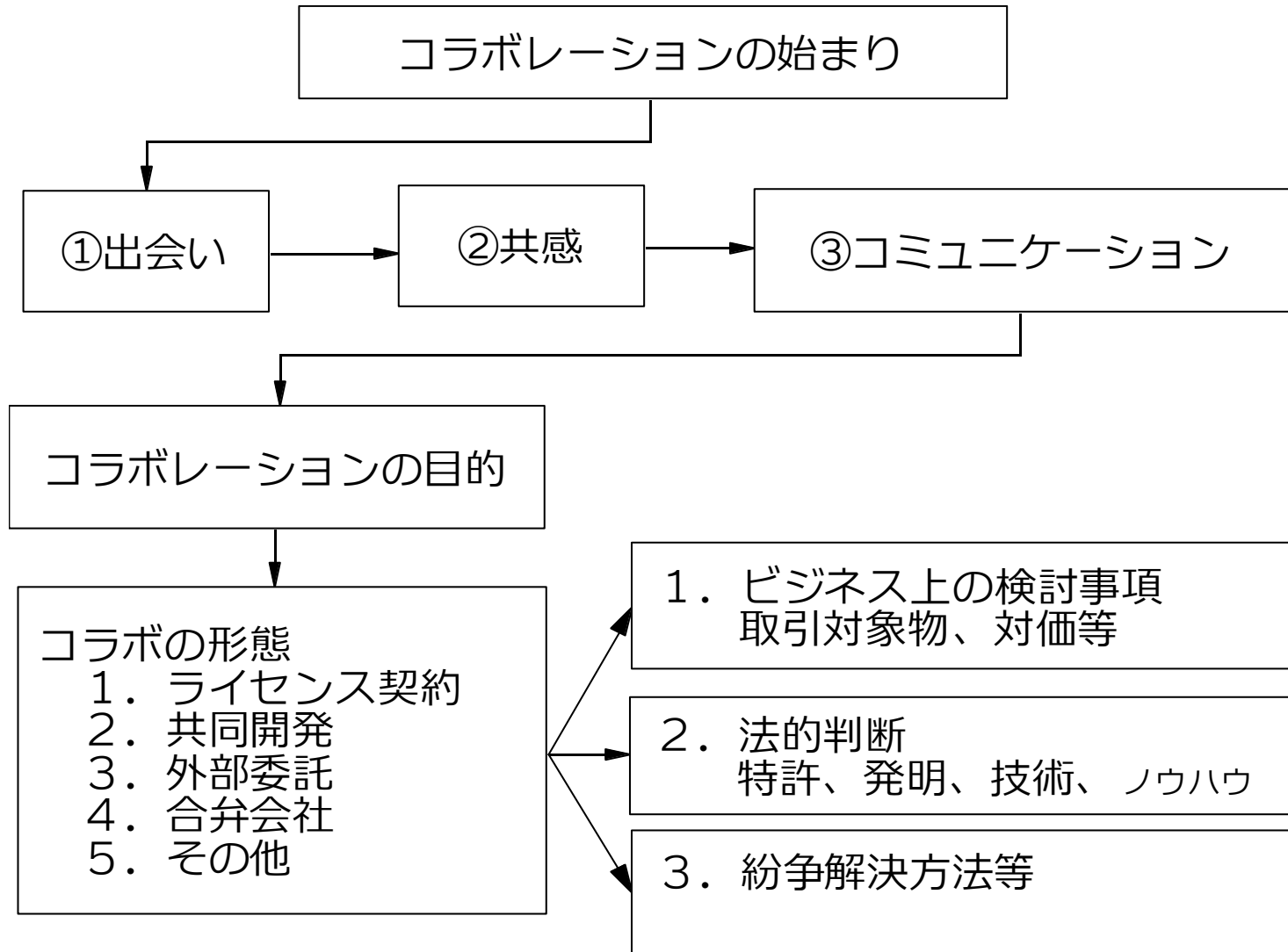
脳が教える1つの習慣(ロバート・マウラー著)講談社

脳が教える1つの習慣(ロバート・マフラー) 講談社

④パートナーの支援を得たいとき！

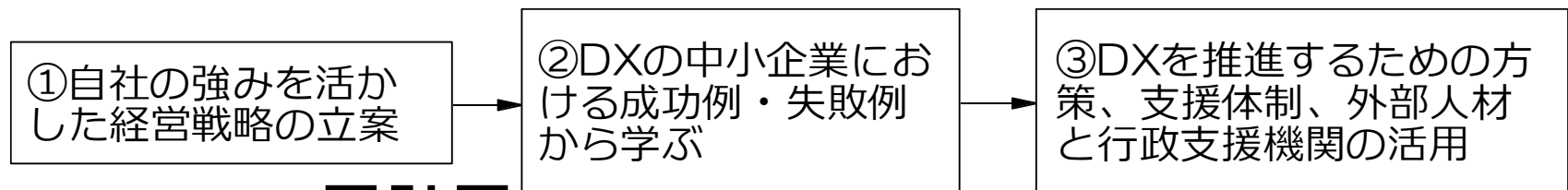


⑤第三者とのコラボ(連携)のポイント



⑥DXを分かりやすく言うと！

1. DXが必要な理由：日本が抱える社会的・経済的な課題の解決
 - 少子高齢化による生産人口の減少、地域経済縮小、災害の頻発と強靱化、インフラ老朽化、データ流通の一層の進展とトラフィックの増加、地球温暖化など。
 - 一人当たりの労働生産性向上、非就労者の労働参加の拡大、都市間格差是正、新たな通信技術の導入など。
 - 今、中小企業のDX推進が急務(次の10年に向けた生き残り競争力)
2. DX取り組み：経営者のリーダーシップの成功がカギ
3. 陥りやすいケース：経営ビジョンが具体的に描かれていない。
4. DX取り組みの土台づくりから出発：理念、ビジョン、デジタル戦略等
5. 県の支援を活用：埼玉県DX推進ネットワークの活用



○埼玉県DX推進支援ネットワーク・・・左のQRコードへ

○埼玉県中小企業診断協会・小規模企業DX戦略調査・研究委員会

⑦ ドラッカーの経営者に贈る5つの質問

経営の見直しが最も求められているのは成功しているときである。
下向きに転じてからでは遅い。

