

OB・OG 会長の挨拶 —伝統と革新—

第1期ゼミ長 白木 俊介

「変」—— 2008年の世相を表す漢字は「変」という言葉でした。この漢字は「変わり者」、「変な」といった普通ではない状態を表すだけでなく、「変化」、「変革」といったうつりかわる状態の意味合いも含んでいます。2008年の漢字が示すとおり、2008年は本当に変動の激しい年でした。ガソリンの高騰、それに伴う物価の高騰、サブプライムローンによる経済危機、リーマン・ブラザーズの破綻、円高。2007年はゼネラルモーターズに次いで世界販売台数は第2位という好調な成績を収めたトヨタ自動車ですえ、2009年3月期の連結決算で営業赤字に転落する見通しです。



このような変化はニュースや新聞といったマスメディアで見聞きするだけでなく、実際の我々の仕事環境にも影響を与えています。2008年度の輸入車の国内販売台数は前年比17.3%の減少となり、輸入車インポーターのマーケティング予算は激減しています。その影響で2009年度に開催される東京モーターショーに出展しないメーカーが続出する見込みです。また、社員数を現状の半数にまで減らすことを決定したインポーターも少なくありません。つい、先日まで一緒に仕事をしてきた人が、一ヶ月後には会社を去らなくてはならない状況を目の当たりにすると、変化がすぐ自分の近くにまで押し寄せていることを実感します。多くの事業会社が成長の可能性が大きい中国やインドのマーケットにマーケティング予算を投下するのに対し、人口が減少していく日本のマーケットに予算は徐々に減らされています。そして、日本国内でのマーケティング予算の減少は、私に関わっている広告業界の利益にも大きく影響を与えます。その上、広告コミュニケーションのメディア環境も大きく変化をしてきており、既存の広告業界のビジネスモデルでは今までと同じような収益を上げられない状況になりつつあります。

過渡期に立たされている企業は、「今までのやり方を続けるべきかそれとも、新たな道を切り拓くべきか」とても迷っています。このような過酷な状況に立たされて、新たなやり方を模索している人も多い一方で、変わることを拒み、変わらないことが安住であると信じている人も多そうです。人間、年を重



TOKYO MOTORSHOW 2007にて。著者は2列目左端。
(2007年は大半の車メーカーが出展したが、2009年はどうなるだろうか。)

ねれば、重ねるほど、新たなことに挑戦することは、とても億劫になってきます。自分の会社を見ていても変わることのできない年長者はたくさんいます。しかし、このような過渡期であるからこそ、変革に挑戦できる人材が求められる世の中なのではないでしょうか。

◆ 我々が学ぶべきことは何か。

このような激動の時代であるからこそ、現実の変化を冷静に認識し、的確に改革を断行できる能力が必要とされ、また、斬新なアイデアを生み出し、抵抗勢力を説得し、社会を大きく変容させる志を持つ人物が必要とされています。年齢を重ねてからではいけません。まだ、色々な慣習に染まっていない若いうちにこそ、学ぶべき資質です。

- ・ INPUT だけでなく、 OUTPUT ができる人であること。
- ・ 受け身ではなく、自らの意見を持ち、それを伝えられる人であること。
- ・ 変わることを恐れず、変革に挑戦できる人であること。

1期生が入会した当初は、上記のような意識を大切にゼミを運営してきました。1期生は自らゼミの方針を決定できる新規ゼミという環境に身をおいたからこそ、この後、何十年と続くこの研究会をどのような研究会にしていくかという組織の構築についても議論を重ねてきました。よくつるの屋に集まって、「いいちこ」を飲みながら次回の本ゼミの企画を話し合ったものです。2年間、同じ研究に打ち込むためには、強いモチベーションを持ち続ける必要があります。このモチベーションを維持し続けるためにいろいろな企画をたて、個々のゼミ生と密に連絡を取り合いました。

我々が小野晃典研究会で学ぶことは、マーケティングの知識だけではないのです。学んだ知識をいかに OUTPUT して自ら発言をしていくか、どのようなゼミ組織を構成していくか、どのようにリーダーシップを発揮していくかという過程こそ、本当に大切になってきます。正直にいえば、学問で学んだマーケティングの知識は、社会にでてその半分も使えていればよいと思います。マーケティングの知識というバックグラウンドは社会でも重要ですが、それ以上に社会で求められることは、現実の世界にその学問をいかに適用し、人を説得できるかということに他ありません。だからこそ、小野晃典研究会で重要視すべきことは、単に知識を習得 (INPUT) するだけではなく、議論をして人を説得 (OUTPUT) する力です。

◆ 「伝統と革新」—現役生へのメッセージ—

「伝統と革新」とは、英国の4WD オフロード自動車メーカー「ランドローバー」が大切にしている言葉です。一見、相反する意味合いを持つように思えるこのふたつの言葉は、歴史や文化を重んじ、先人が培ってきたものを大切に守っていきながら、常に新しく刺激的なものを創造し、既存の常識、殻を破っていく気概を指しています。

小野晃典研究会も2009年度には7期生を迎えることとなります。少しずつではありますが、伝統ができあがりつつあります。この伝統は時には大きな助けとなり、現役生の道しるべとなる一方で、伝統に奢り、甘えることにもなります。是非、既存の考え方、やり方に大いに疑問を持ち、自らの力で小野晃典研究会の新たな伝統を創り出してください。何を伝統として残し、どのような既成概念を破壊していくのか。その取捨選択こそが自らの鍛錬につながります。トヨタ自動車は、時代を先読みしてハイブリッドカープリウスを発売し、世界のどの車メーカーよりも秀でた存在となっています。これは時代を先読みして既成の

車づくりの概念を取り払って猛進した結果生まれた革新なのではないでしょうか。是非、小野晃典研究会も時代の先を読み、今以上にハイブリッドになって欲しいと切に願うばかりです。

◆ 「connecting the dots」 —OB・OG へのメッセージ—

この言葉は、アップルコンピューターCEO のスティーブ・ジョブスが 1995 年のスタンフォード大学の卒業式の式辞でスピーチした中に出てくる言葉です。「点と点をつなぐ。」彼はスピーチの中でこのように説明します。

“You can't connect the dots looking forward; you can only connect them looking backwards.”

「先を読んで点と点をつなぐことはできません。後から振り返って初めて点と点をつなぐことができるのです。」

小野晃典研究会は 6 期生を含めると総勢 106 名となります。100 名超もの会員数となると、顔と名前が一致しない会員の方も多くなりました。しかし、すべての会員が濃密な小野晃典研究会での 2 年間で過ごしてきたからこそ、初めて会う人でさえ、様々なことが相談できる仲間となりうると思います。ここで生まれた友達は本当に大切です。私自身も社会人になって、さらにその気持ちは増大しました。なぜなら、社会に足を踏み入れると、問題は複雑さを増し、時には不条理なこともあるからです。また、変貌を遂げる社会の中では、今まで以上に人との接点が大事にされるからです。複雑で、不条理な社会であるからこそ、情熱を注いで取り組んだ 2 年間で共有する小野晃典研究会のメンバーは信頼に値します。1 年に一度の OB・OG 会となりますが、この機会に是非、過去を振り返って、そして、何らかの点と点がつながること (connecting the dots) を願います。また、現役生も是非、社会に出て大きく飛躍する OB・OG と何らかの接点を持ち、自分の糧にできるようにしてください。同じ道を歩んだ小野晃典研究会の OB・OG であるから、必ず適切なアドバイスをくれるはずです。



LAND ROVER EXPERIENCE 2008
(米国カリフォルニア州カーメルにて)

◆ 最後に

私ごととなりますが、社会人となって 6 年が経とうとしております。それでもなお、小野晃典研究会にいたときと変わらずに、「自分の何を大切にしたいか、何を伸ばすべきか。」を考え、社会に疑問を持ち、その解決策を考えながら自分の道を切り拓いています。2009 年も新たな挑戦の年となります。大いにもがき苦しみ、自分なりの最大の結果を出したいと思います。もしも、社会の不条理さや厳しさに疲弊したときには、小野晃典研究会を訪れて現役生のピュアで情熱的な議論に触れ、新たなパワーをもらいたいと思います。