

多様で多彩な 女性の視点が、 日本経済に新風を 吹き込む

停滞を続ける日本経済。変化の激しいグローバル競争のなかで、日本が活気を取り戻すための鍵は何か。

グローバル事業戦略や競争力の権威である、慶應義塾大学大学院教授の石倉洋子氏にお話をうかがった。



いま、世界はかつてない変化の最中にある。経済の中心は欧米からアジアへ、マーケットの主導権は生産者から消費者へとシフトしつつある。また、インターネットの普及が世界の「オープン化」を加速させている。このような激変する社会環境のなかで、日本企業が競争力を手に入れるためには、常に新しいアイデアを生み出し続ける柔軟な風土が必要だ。その鍵となるのが「ダイバーシティ」である。多様な人間、多様な考え方を取り入れる「ダイバーシティ」こそが、激しい変化を乗り越える力をもたらす。

日本国内の労働市場に目を向けてみると、少子高齢化による労働力人口不足が予測され、社会での女性の活躍が喫緊の課題となっている。一方で、近年における女性の社会進出の加速は、「ダイバーシティ」を推進する絶好の機会である。女性は、仕事、家庭、そしてプライベートと、いくつもの異なる世界を巧みに切り替え、多様で複合的な視点で物事を見ることに長けている。そのような女性たちがビジネスの最前線に加わることは、硬直した日本の組織体系や

考え方に新しい風を吹き込むはずだ。同時に、社会進出により、女性自身の価値観やライフスタイルも多種多様になっていく。そこから生まれるニーズを敏感に捉え、新たなモノ・サービスを生み出していくことが、企業の成長にとって重要な要素となるだろう。

小売業は、直接消費者と接点を持つ存在として、いち早くニーズの変化を読み取ることができると。このニーズの変化にすばやく応え、顧客の支持を得るためには、既成の枠にとどまらず、他社とは違う価値を提供する「ユニーク」な差別化戦略が不可欠だ。

イオンには、経済発展の鍵を握る女性をはじめとした顧客のニーズを捉え、イオンにしか提供できない「ユニーク」な事業やサービスを展開してほしい。イオンは、生活に関わるさまざまな事業、サービスを展開している。この強みを活かし、生活のあらゆるシーンに新たな価値を提案することができれば、人々の生活、ひいては日本に新たな風を吹き込めるはずだ。イオンが日本の「ダイバーシティ」を押し進め、社会の活性化を牽引することを期待している。

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授

石倉 洋子

いしくらようこ/ハーバード大学大学院経営学博士修了。
青山学院大学国際政治経済学部 教授、一橋大学大学院国際企業戦略研究科 教授を経て、
現在、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授。専門はグローバル戦略、競争力。
「ORからANDへ」「ベストよりも、ユニークな戦略を」など、変化の激しい社会のなかで企業が生き残るには、
既成の枠にとらわれず、自身の強みを活かした独創的な戦略を持つ必要がある、と提言する。
【グローバルキャリア】「戦略シフト」(ともに東洋経済新報社)ほか著書多数。