

明日への力



日本総合研究所

リサーチ・コンサルティング部門

コンサルタント 藤本 一輝

85

VUCA時代を生き抜く企業にとって、機能や性能の違いで製品やサービスの差別化を狙う「勝ちパターン」の構築は難しくなっている。むしろ、それら製品やサービスが生活者に購入され、利用される理由・シーンを、各地域の文化的な背景もふまえた深いレベルで理解することが求められている。このような背景により、「ビジネスパートナー」として「人類学」への関心が高まっている。人類学はフィールドワークなどを通じて同時に生きる多様な人々と事象への理解を深

めていく学問であり、非連続な変革イノベーションやトランスフォーメーションを志向する企業の経営課題解決に寄与する可能性を秘めている。

2024年7月、株式会社日本総合研究所(以下「日本総研」)および合同会社メッシュワーク(以下「メッシュワーク」)は、人類学の知見を取り入れたコンサルティングモデル(以下「本モデル」)のサービス提供を開始した。本モデルは、多くの顧客基盤を有しクライアント企業の経営課題を理解する日本総研と、人類学的なアプローチを用いて

者と関係性を築きながらフィールドワークを実践し、単発のインタビュー調査や観察では得られないリアルな情報、声を収集する。

第二に、気づきの導出を目的としたワークショップを行う。本モデルでは、人類学者とともにワークショップ形式で参与観察の結果を振り返り、単なる個別事象の把握にとどまらず「背景にある価値観・文化は何か」という視点から事象同士を関連づけ、新たなニーズや課題を導出する。コンサルタントはその過程で、難解になりがちな人類

経営課題解決の鍵となる、現場に根差した「人類学」アプローチ

既存の仮説や課題を根本から明らかにする手法を持つメッシュワークとで共同開発した。両社は、現場に根差したリサーチによって常識を覆した新たなものの見方を構築する人類学のアプローチを、新規事業開発・組織人材開発・ステークホルダーとの関係構築など、多様な分野に活用することを目指す。

本モデルでは、第一に、情報収集を目的としたフィールドワークを行う。人類学者は、研究の過程で、調査対象である異文化集団の一員となり、人々の暮らしをありのまま記録する「参与観察」を実践している。地域への定期的な訪問や短期居住などの形で他

学者の視座・思考を参加者に翻訳する。

第三に、戦略・施策への落とし込みを目的としたミーティングを行う。企業は、参与観察とワークショップを通じて導出されたニーズや課題から、新たな視点、気づきを得られる。一方、それらのニーズや課題は、魅力的ではあるものの、実際の事業領域や経営資源からはアプローチが難しいものも含み

得る。本モデルでは、実現が難解なニーズ・課題に対しても、コンサルタントのバックキャスト思考と豊富な経験を通じて、実行性の高い中長期的な戦略・施策を導出する。

サービス展開の一例として、日本総研がかねてより提供する「未来洞察」と融合したプログラムの提供、具体的には、「研究開発部門における新規研究テーマ創出」「経営企画部門における経営ビジョン・パーパス策定・実行支援」を予定する。そもそも未来洞察とは、10〜20年といった長期的な時間軸で「あり得る未来」の可能性に目を向け、新たな可能性に気づくための手法である。例えば、「IoT家電に囲まれた暮らし」「人々の習慣化/慣習化のメカニズム」といったテーマは、企業・組織にとって長期的な時間軸で取り組む意義があり、極めて重要なものの、つかみどころがないテーマで把握は難しい。人類学と未来洞察は、組織が見逃してしまいがちな機会や脅威を発見して意味づけ、従前の慣れ親しんだ課題定義や戦略を問い直すアプローチとして共通しており、複雑なテーマとの親和性が高いといえる。このように人類学と未来洞察を掛け合わせることで、企業が自組織の「らしさ」や現場の声に向き合いつつ、不確実な未来に対応できるようにする。

※詳細はQRコードからご覧ください。



*記事に関する
問い合わせは
web@ml.jri.co.jp
までお願い致します。