

若葉台からの風

鳥取環境大学経営学部



磯野 誠

経営組織にとって、ビジョニング（ビジョンを持つこと）は極めて重要だ。その好例が鳥取青年会議所だろう。青年会議所とは、地元の比較的若い経営者の集団であり、

経営組織にとって、ビジョニング（ビジョンを持つこと）は極めて重要だ。その好例が鳥取青年会議所だろう。青年会議所とは、地元の比較的若い経営者の集団であり、

その土地を活性化すべく、その土地でのさまざまなイベントを主催している。

例えば鳥取砂丘イリュージョン、鳥取方式の芝生化展開活動、いなばステキ発見隊（青少年育成）活動、これらは皆、鳥取青年会議所に属する経営者集団によるものである。すなわち、この鳥取の活性化は（あまり知られていないかもしれないが）この青年会議所（比較し「市場ビジョニング」、すなわち自社が活用可能な経営資源によってどのようなニーズを満たし得るのか、そしてそれによりどのような

近年のイノベーション研究において、イノベーションを創出し続ける企業は（そうでない企業と比較し）「市場ビジョニング」、すなわち自社が活用可能な経営資源によってどのようなニーズを満たし得るのか、そしてそれによりどのような

ビジョニングの力

なぜこの青年会議所が、これほどの成果を達成し続けることができるのか。彼らはこれで報酬を得ているわけではない。活動は完全に自主的であり、むしろかなりの費用を負担している。これを通して彼らそれぞれが経営する会社の宣伝をしているわけでもない。純粹に自主的に、地域活性化のために活動している。その彼ら突き動かすものは何なのか。

（いまだ存在しない）市場を創出することができるかを想像する力にたけていることが主張されている。

この鳥取青年会議所のケースも、組織としてしっかりとしたビジョンを持つことによるその組織成果に対する効果を示している。翻って、50年後、組織が実現する世界を真剣に思い描き、それを共有している組織がどれほどあるだろうか。

（准教授）



鳥取砂丘イリュージョン