

# 私たちの道

## —— MC WAY を感じる ——

### アフターコロナの世界を想像する

---

#### 1. 最近のお客さまの声から

---

- ・需要が蒸発した（飲食業）
  - ・在庫が溜まり、キャッシュが回らない（食品加工業）
  - ・サプライチェーンが寸断し、販売先に納品できない（建築資材メーカー）。
- 現場は、悲鳴にも似た「今を生きる」方策を模索している。  
一方、このショックを成長チャンスと捉え、冷静に見ている社長も。この「違い」は何か。

#### 2. 「平時」に「非常時」を想像し、「非常時」に「平時」を想像する

---

- ・危機ほど楽しいものはない。困難と出会うたびにそう思う。克服することで、会社がますます強くなるからだ。（日本電産 永守会長）
  - ・不景気が一番の利点は、社員が成長できることです。経済が上向きの時は、人間は成長しません。でも不況になれば、何とかしようと努力します。むしろ、一番困るのは、好景気が長続きすることです。社員が成長しませんから。（ニトリ 似鳥会長）
- 危機に立ちすくむのではなく、大転換の後に、どういう世の中になるのかを想像し準備したい  
（札幌支社ではアフターコロナ・ディスカッションを開催）

#### 3. 経営者に伴走する者としての心構え

---

- ・「次はどうなる？」をいつも念頭に置いて、社長へ効果的な問いを行う。
- ・自社の「変える部分」と「変えない部分」を冷静に見極める。
- ・エンカレッジ（元気づける・勇気づける）。