

◆事例 06： 激変する広告業の「本来と将来」を読み解く

・業種： 広告業／シナリオプランニング

A.課題： 従来の広告の在り方では限界がきている。どのような変化が起きているのか？どのような複数の可能性があるのか？を、不確かな時代を読み解く「シナリオプランニング」で将来世界一枚で整理（見える化）して、方向性を決めて強みを磨いていきたい。

B.提案： 将来を洞察するためには、過去と現在を豊かに観ていく必要があります。広告業の「本来と将来」という視点で、社内横断でメンバーを集めて、「シナリオプランニング」で多様な世界を明示することが可能です。「事業（企業）は人なり」という言葉がありますが、熱意と意欲をもった人材を育てること、当事者意識をもって推進していく人財がどうしても必要です。「本来と将来」の基盤となる羅針盤づくりと人財づくりを同時に達成することを提案します。

C.結果： 「広告業の本来と将来」をテーマとしたプロジェクトが発足し、5人のメンバーで「シナリオプランニング」を活用して、2軸でできる4つの将来世界を見える化／魅せる化して、経営会議で発表した。その後の戦略の土台になって、中期計画に反映しています。