

GLOBAL EYE

前回までの話の流れが一旦切れますが、年初なので、海外展開の目的について改めて皆さんと共有したいと思います。2014年はNSDの総受託量の約30%の海外物件の受託がありましたが、この傾向は今後も続く予測されます。現状では、海外経験や体制も不十分のまま手探り状態で進めています。結果、その都度壁にぶつかり、それを後追いで改善していくような状態です。そのため、ストレスを感じながらプロジェクトを推進しなければならないことも多々あります。しかしながら、今さら引き返すことは出来ないのも現実です。2020年東京オリンピックのプレ期は国内需要が高まるものの、ポスト期はどちらに転ずるかは予測出来ません。国内景気の変動に大きく左右されることのない体力を付けておくことが不可欠になります。その主たる手段がグローバル展開です。世界をマーケットにし、受託、収益を安定化させることは当然ですが、最も大きな目的は、NSDのブランド力を世界レベルに引き上げることです。世界標準のデザイン、サービスにもまれ、それに打ち勝っていくことで、付加価値の高いデザイン事務所として成長します。結果、国内外問わず評価が高まり、良質な物件の受託、高報酬の確保に繋がります。当然、個々のデザイナーにも還元され、モチベーションがさらに高まります。そして何よりも、次世代のNSDの大きな飛躍のためにも、我々が今乗り越えなければならないハードルになります。今はハードルが高いと感じるかも知れませんが、ベクトルを合わせて総力で跳んでしまえば、数年後には、もっと高いハードルが欲しくなるはずですよ。

大久保豊

バックナンバー・・・01、02、03、04