

未来を作ろうとしている組織やチームがまず取り組むべきことは、このマックス・ニーフの普遍的ニーズの考え方に従い、今の自分たちの事業や企業はどの普遍的ニーズを満たすために存在しているのかを議論することです。この9つの大きなレベルのニーズは、過去から現在、そして人間が人間である限り、未来も存在し続けるものでしょう。この普遍的ニーズを土台に、いま、自分たちの事業や組織が、製品やサービス提供を通じて豊かにしようとしている生活者のニーズはどのエリアなのか、自分たちは何のために存在しているのかを内省します。それにより、ただ目の前の売り上げを上げるため、一過性の流行り物を作るための事業に追われるビジネスパーソンの視座を引き上げます。そして、時代によらない普遍的・社会的価値と接続することを目的としています。