

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の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。