

神田のカルチュラタンから

『あなたは持っていますか？「魚の目」』

「うおの目」ではなく、「さかなの眼」と読んでください。
ものごとの観察する目として、「虫の目」、「鳥の目」があり、これからの時代に必要と考えられるのが、「魚の目」、「蝙蝠の目」と考えられます。

少し古い放送ですが NHK の「頭フル回転シリーズその 3 人と違う発想をする」という番組で、4つの目は以下のように定義されていました。

「虫の目」対象と直接関わる情報を五感をフル活用して見つけ出す目

「鳥の目」高い所からより広い範囲を俯瞰し、さまざまな場所やシチュエーションまで視界を広げる。

「魚の目」目に見えない時間の流れや世の中の流行などを感じとる目。

「蝙蝠の目」物事を反対から見たり、普通の見方に捉われず想像を膨らませたり、固定観念を崩して見る目。

出典：NHK オンライン www.nhk.or.jp/hanamichi/p/110919.html

この4つの目を我が国産業、ビジネスに当てはめると次のようになります。

「虫の目」は、ものづくりの目。

「鳥の目」は、企業あるいは事業の経営者の目。

「魚の目」は、マーケティングの目。

「蝙蝠の目」は、発想の転換ですから、出口志向、ニーズ志向の目。

ドラッカーは「イノベーションと企業家精神」においてイノベーションの7つの機会を取り上げています。その中で一番分かり易く、大きな変化は人口構造の変化だと言っています。世界の人口増加、我が国等の少子高齢化と人口増が引き起こすエネルギー・環境問題、医療問題です。これだけ大きな変化=ビジネスチャンスが眼前に展開されており、我々日本はその変化に対応する知識、技術を持った数少ない国です。

やはり、「見えている」ということと「見る」ということは別物なのでしょう。見えない振りをしているとすれば論外であり、国の将来は危ういと言わざるを得ません。

「見えている」ものを見ない、あるいは自分に都合の良いようにバイアスを掛けてしまう第5の目＝「人の目」が悪さをしているようです。特に和を以って貴としとする日本人は良くも悪くも「人の目」が強い様です。

我が国の行く末が皆目見えず、責任を持って方向を示せる人もいない中、目の前にあるものをあるがまま見て、自ら判断し、行動しなければならない時代が来ています。