

神田のカルチャータンより

イノベーションの「目利き」

イノベーションを起こすには、「目利き」人材が必要であると言われます。ところが、「我が社には『目利き』人材がないから、イノベーションが起きない」とぼやく経営者が多いようです。しかし「目利き」とはどのような人材か、どうすれば育成できるかを考える経営者も少ないようです。そこで「目利き」について書かれた文献を探してみましたが殆どありませんでした。

数少ない文献から、業種は化学や ICT 等と違っても、目利き人材に要求されるものは共通しているとの考えから、ファッション業界の目利きである藤巻幸大氏の『目利き力—ぶれない判断ができる人の 47 の習慣』(株PHP研究所 2012.3.5) をベースに「目利き」について次ページの図表の通り整理してみました。

その図表から「目利き」は以下の通り要約されます。

「目利き」人材とは、

- 思考の中心に「ヒト」を据え、より良い環境づくりを目指す人材。
- 「ヒト」を観察し、本質的な価値を見出す人材
- その価値実現に向けて信念を持って行動する人材
- 知識、感性を磨き、ぶれない軸を持つ人材

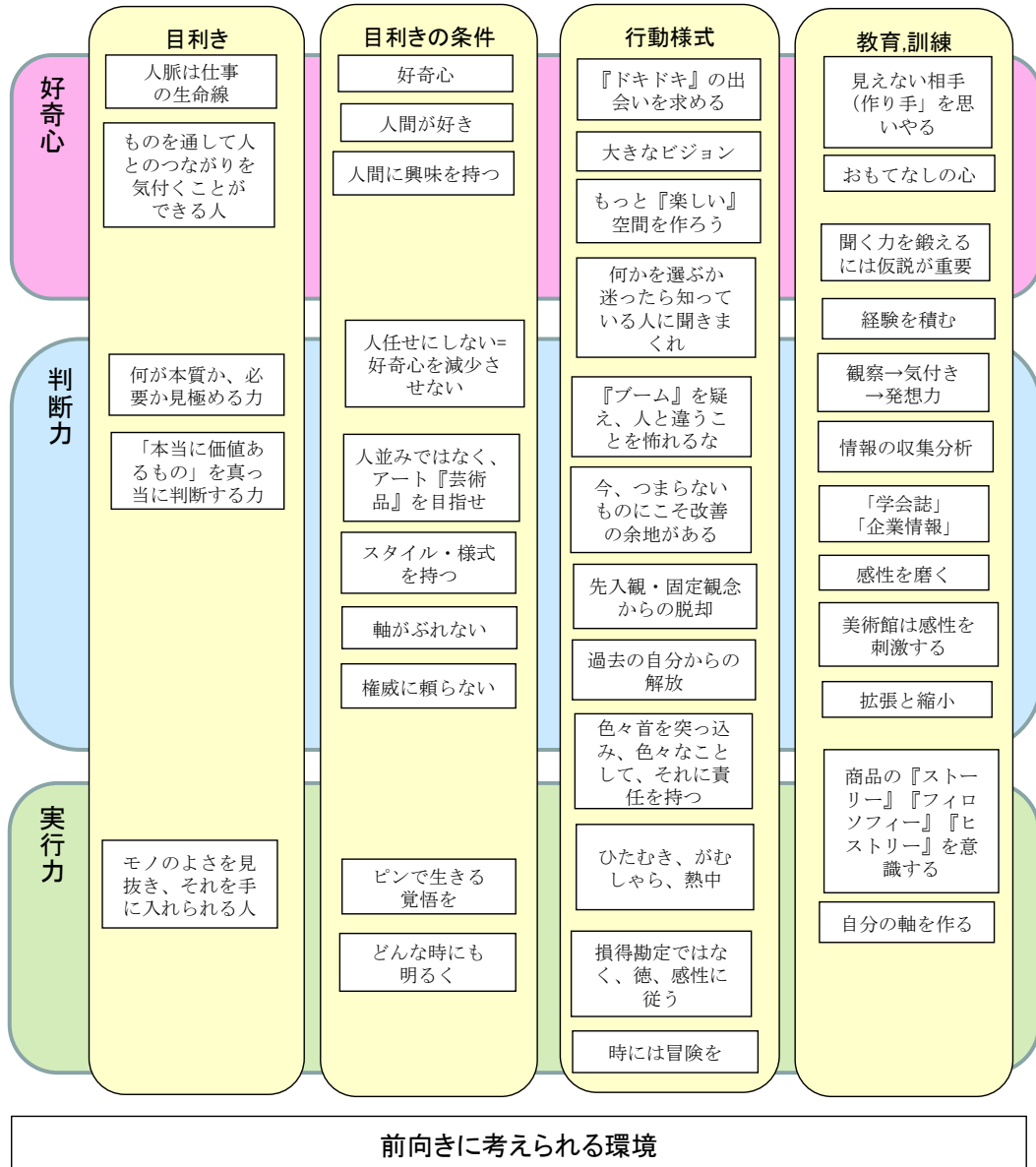
但し、目利きには一朝一夕になれるものではなく、「教育・訓練」が必要です。

新商品・事業開発の目利きを想定した場合、アップルのジョブズ氏のようなワンマン経営であれば、社長や CEO 等が目利きであればよいでしょう。日本の大企業のように機能が分断された縦型の組織の場合、一概には言えませんが、それぞれの部署に目利きがいて、統括者も目利きであることが必要と考えられます。自分の担当に責任を持つに留まらず、前後の部署に思いを致し、改善が提案でき、次第にその輪を広げ、顧客にまで思いが届いたときに本当の「イノベーション」ができる、そういうものだと考えられます。

何にも増して、そんな目利きが育つ環境づくりが大事でしょう。

イノベーションの芽を摘まないで、イノベーションの目利きを育てていただきたい。組織の上位者は、目利き候補人材から提案があっても、いきなり成果の予測を求め、枝葉末節の質問攻めで、やる気をなくさせないように注意いただきたいものです。

図表 「目利き」ってどんな人



参考までに、名経営者と言われる方々の言葉を2、3、紹介させていただきます。

稲盛和夫(京セラ名誉会長)「バカなヤツは単純なことを複雑に考える。普通のヤツは複雑なことを複雑に考える。賢いヤツは複雑なことを単純に考える。(余分なものを取り去って問題の本質だけを見る)」

鳥居信次郎氏 (サントリー創業者)「やってみなはれ、やらなわからしませんで」

樋口廣太郎(アサヒビール名誉会長)「前例がない。だからやる。」