

■□要旨■□

1. 山口講師の経歴

大学では文学部で美術史を専攻。表現力を活かせる広告作りの仕事に就きたいと電通に入社するも配属は営業職に。仕事の中で自分で考え、自分で決める事の大切さを学び、顧客へ踏み込んだ提案を続けていくと、広告とは関係のない、経営アドバイスを求められるようになる。

自然に経営コンサルティングの仕事に興味を持ち、30代で戦略コンサルティングファームの業界に。事業戦略などの提案を続けていく中で、組織を動かすのは人、リーダー育成の重要性に気づき、2011年に組織開発を専門とするヘイ・グループに参画、現在に至る。

2. イノベーションとは

イノベーションとは、「何かを新しくするのではなく、自分を変える」こと、古い価値観を捨てることの難しさがイノベーションを阻害している要因である。日本におけるイノベーション実現のカギは組織とリーダーシップの在り様にある。

3. リーダーシップを発揮する人

リーダーシップを発揮する人には、組織内で権力が与えられた人と、必ずしも誰からも権力を与えられていなかった人の2種類いるが、イノベーションを起こすのは後者にも多くいることを忘れてはならない。リーダーシップとフォロワーシップは同時に生まれる。イノベーションは「俺がやる」と決断するリーダーと、「あいつがやるなら」と協力するフォロワーがいて初めて実現される。

4. 日本企業でイノベーションが起きない理由

①組織風土

イノベーションを起こすのは新参者。権力格差指標の高さ、多様性の無さ(新卒一括採用や終身雇用による人材の流動性の低さ)がイノベーションを阻害する。

②コンセンサス重視の決定プロセス

イノベーションはリーダーによる最終決断で実現する。コンセンサスを重視する過度な民主主義からはイノベーションは生まれにくい。

③行き過ぎた経営管理

イノベーションは論理的に説明できないもの。経営学のリテラシーが高まること自体は良いことだが、経営管理の行き過ぎはイノベーションの弊害となる。

④目標管理型人事制度の普及

イノベーションの実現には長い時間が必要。可視化出来る短期的な目標設定ではイノベーションは評価出来ない。

■□今回の学び ひとことというところ■□

イノベーションを起こす為の課題は？どうすればイノベーションを起こせるのか？これは誰にも答えの出せない「問い」である。しかし、この「問い」を持ってビジネスに携わり、考えて続けて行くことがイノベーションを起こす為のカギとなる。



■□感想■□ 山口先生の知識量の多さ、どんな話題にでも対応できるのであろう引き出しの多さに、とにかく感嘆しました。3時間半にわたる講義は、日本企業をもう一度イノベーションの起こせる組織にした！という先生の熱い思いが伝わるもので、時間があっという間に過ぎました。まだまだ聞いていたいと思える素晴らしい講義、ありがとうございました。