

ジェームズ・C・コリンズ、ジェリー・I・ポラス著「ビジョナリー・カンパニー

- 時代を超える生存の原則 - 」日経 BP 出版センター 1995年9月29日刊を読む

時を告げるのではなく、時計をつくる

- 1 . (1) 昼や夜のどんなときにも、太陽や星を見て、正確な日時を言える珍しい人に会ったとしよう。
(2) 「いまは 1401 年 4 月 23 日、午前 2 時 36 分 12 秒です」。
(3) この人物は、時を告げる驚くべき才能の持ち主であり、その時を告げる才能で尊敬を集めるだろう。
(4) しかし、その人が、時を告げる代わりに、自分がこの世を去ったのちも、永遠に時を告げる時計をつくったとすれば、もっと驚くべきことではないだろうか。
- 2 . (1) すばらしいアイデアを持っていたり、すばらしいビジョンを持ったカリスマ的指導者であるのは、「時を告げること」であり、
(2) ひとりの指導者の時代をはるかに超えて、いくつもの商品のライフサイクルを通じて繁栄し続ける会社を築くのは、「時計をつくること」である。
(3) わたしたちの調査結果の第一の柱として、この章では、ビジョナリー・カンパニーの創業者が概して時を告げるタイプではなく、時計をつくるタイプであったことを明らかにしていく。
(4) こうした創業者にとってもっとも大切なのは、会社を築くこと、つまり、時を刻む時計をつくることであり、ビジョンのある商品アイデアで大ヒットを飛ばしたり、魅力ある商品のライフ・サイクルの成長カーブに乗って飛躍することではない。
(5) ビジョンを持って指導力を発揮する、カリスマ的指導者になることに全力を傾けるのではなく、建築家のようなやり方で、ビジョナリー・カンパニーになる組織を築くことに力を注ぐ。
(6) こうした努力の最大の成果は、すばらしいアイデアを目に見える形にすることや、カリスマ性を発揮することや、エゴを満たすことや、自分の富を築くことではない。
(7) その最高傑作は、会社そのものであり、その性格である。

P37

[コメント]

大切なことは、時を刻む時計をつくること、企業文化づくりであることを、経営学の古典ともなりつつあるこのビジョナリー・カンパニーは教えてくれる。

- 2010年8月8日林 明夫記 -