

ウォルター・アイザックソン著「スティーブ・ジョブズ」第2巻、講談社2011年11月1日刊を読む

### 第27章<CEO>

- ・発表の準備ができるまで秘密を守ろうとする。(P125)
- ・シンク・シークレット。徹底した秘密主義。
- ・ジョブズの製品ショーは緻密に組み立てられている。どのスライドも6～7回は修正する。
- ・すごくこだわります。全体を流してみても、単語を一つか二つ直すと、また、全体を流すのです。
- ・ジョブズのデモは、ある意味、アップル製品とよく似ている。小道具も少なくすっきりしたステージでシンプルだが、じつは驚くほど緻密に用意されている。(P126)

### 第28章<アップルストア>

- ・我々のメッセージを店で伝える方法を見つけなければだめだ。
- ・アップル直営店。
- ・アップルが成功するためにはイノベーションに勝利しなければならない。そして消費者に伝えることができなければ、イノベーションで勝利することはできない。
- ・アップルストアは、入り口を一つだけにしよう。そのほうが来店客の体験をコントロールしやすいからだ。店に入った瞬間、どこに何があるかがわかることが大事なのだ。(P133)
- ・優れた会社は「印象」を大事にしなければならない。パッケージからマーケティングにいたるまで、すべての面で、会社の価値と重要性を伝えなければならない。店舗はブランドの強烈な物理的表現になります。楽しくて、使いやすい、ヒップで創造的というアップル製品の雰囲気的印象付けるものにするわけだ。(P135)
- ・製品を中心にするのではなく、人々がしたいことを中心にレイアウトすべき。(P139)
- ・素材へのこだわり。いい色のものでなければならない、完全なものでなければならない。(P142)

### 第29章<デジタルハブ>

- ・ジョブズは毎年、トップクラスの社員だけを集めて「ザ・トップ100」という研修会を開いている。選定基準はシンプル、「救命ボートに乗せて次の会社に連れていけるのが100人だけならば誰を連れてゆくか」である。(P146)
- ・システムの主な要素はすべてエンドツーエンドでコントロールすべき。
- ・ハードとソフトウェアの両方を管理できる事業でなければ足を踏み入れるべきではない。(P150)
- ・シンプルにしろ。曲でも、機能でも3クリック以内でたどり着けなければならないし、どこをクリックすべきか直感的にわからなければならない。(P162)
- ・クジラの白さ。単なる白ではだめ。「ピュアー」ホワイトでなければならない。
- ・機器だけでなく、イヤホンやそのワイヤ、電源も「ピュアー」ホワイトでなければならない。
- ・イヤホンの白いワイヤが描く曲線も、iPodが「偶像」となった一因だ。(P165)

- ・ iPod とその白さが持つ偶像的な雰囲気祝福するものにしたい。(P166)
- ・ 詩心と工学の融合、芸術・創造性と技術の交わり、大胆でシンプルなデザインである。(P160)
- ・ アップルが勝ったのは、僕ら一人一人が音楽を大好きだったから。みんな、iPod を自分のために作ったんだ。自分のため、あるいは自分の友だちや家族のために努力するなら、適当にかましたりしない。大好きじゃなければ、もう少しだけがんばるなんてできない。もう 1 週間と頑張れやしない。音楽を好きな人と同じだけ、現状を何とかしようと努力なんてできないんだ。(P101)
- ・ ハードウェア、ソフトウェア、機器、コンテンツ販売を統合するというジョブズの戦略に対抗するために必要なものはすべてそろっているのに、なぜ、ソニーは失敗したのだろうか。(P102)

### 第 31 章<ミュージックマシーン>

- ・ アップルの物づくり。たたき台を作ったあと、それを改良して改良して、デザインやボタンや機能など、細かなモデルを作るんだ。大変な作業ではあるけれど、繰り返すうちにだんだんと良くなり、最後は、こんな一体どうやったんだ。ネジはどこに行ったんだって具合になるんだ。(P211)
- ・ ヨーヨー・マ。ジョブズは、純粋さが感じられるアーティストに心を動かされることが多く、すぐ彼のファンになる。(P220)

### 第 32 章<ピクサーの友人>

- ・ 最初の作品がなぜ成功したか、本当にわかっていないとき、往々にして、2 作目は失敗する。(P227)
- ・ 適切なビルは文化に大きく貢献する。ピクサーの建物は、スティーブ自身の映画なのです。(P228)
- ・ 素晴らしい作品を作るだけでなく、素晴らしい会社を作ることも僕はずっと目標としてきた。  
(P247)

### 第 33 章< 21 世紀のマック >

- ・ 急ブレーキをかけて根本的に考え直す。純粋でないものを感じたのだ。(P250)

### 第 34 章< 死を恐れることなかれ >

- ・ 今日はみなさんに私の体験を 3 つお話ししようと思います。それだけです。特別な話をするつもりはありません。体験談を 3 つです。(P265)

### 第 35 章< iPhone >

- ・ 自分たちでやろう。売られている携帯電話はひどいものばかり。とにかく複雑すぎるんだ。電話帳のように、こんな使い方がわかる人なんているはずはないと思うような機能がたくさんある。わかんないよ。自分たちが使いたいと思う電話を作ろう。(P280)
- ・ スクリーン上でキーボードをソフトウェア的に実現したとき、どれほどのイノベーションが可能となるか考えてみる。こうして、電話をかけたい時には数字のパッド、文字を入力したいときには

タイプライターのようなキーボード、あるいはまた、別の何かをしたいときには必要とされるボタンが表示された機器が生まれたわけだ。しかも動画は画面いっぱい楽しめる。ハードウェアをソフトウェアで置き換えた結果、インターフェイスが流動的で柔軟になった。ジョブズは、6 か月間、毎日必ずこのディスプレイの改良を手伝った。(P280)

### 第 37 章< iPod >

- ・すべてをスクリーン優先で考えていく。「たくさんの機能やボタンでディスプレイからユーザーの注意をそらすことのないように、どうしたら邪魔をしないでいられるかを考えるわけです」(P316)
- ・製品のあらゆる側面をコントロールしたい。(P318)
- ・必要だとはだれも思わなかったのに、ふと気づくとこれなしでは生きてゆけないと皆が思ってしまうガジェットを作り上げることにかけて彼は並外れた力を持っている。(P323)
- ・ふつうの人にとっては使いやすいモノがいい。スティーブがすごいのは、どうしたら物事をシンプルにできるのかを知っていることだ。そのためにはすべてをコントロールしなければならないこともあるんだよ。
- ・文字も読めない 6 歳の子供が使い方を教えられなくても使えるパワフルなコンピューターをスティーブ・ジョブズは作り上げたのです。これを魔法と呼ばずして、何を魔法というべきだろうか。(325)
- ・会社には起業家精神と機敏さを重んじる文化を植え付けなければならない。(P343)

### 第 38 章< 新たな戦い >

- ・ぼくはユーザー体験に丸ごと責任を持ちたい。金儲けがしたいからではない。すごい製品を作りたいからやるんだ。アンドロイドみたいにガラクタじゃなくてね。(P340)
- ・これは僕らの仕事じゃなくて人生だからね。
- ・デジタル時代にまた一つ、地殻変動を起こそうという想いで気力は充実していた。(P375)
- ・たくさんの危機を同期するなんて気が狂いそうだよ。(P376)
- ・このシンプルなコンセプト—すべてが一体となって機能する—こそアップルの強みである。(P377)

### < コメント >

アップルの創業者、スティーブ・ジョブズの公式伝記である本書は、顧客本位のイノベーションと標準化の生きた教科書といえる。人工頭脳や IoT を議論する大前提は iPhone, iPad の基本思想を、本書から学ぶことと確信する。是非ご一読ください。

— 2017 年 7 月 15 日 (土) 22 時 12 分 林明夫 —