

「日本3.0」

Vol.19

日本3.0時代に活躍する人の条件

text by Norihiko Sasaki

文 佐々木 紀彦

最近、「仕事ができる人」がどんどん減っているような気がします。より正確には、時代が求める人材像と、既存の人材のギャップが広がっているように思えてなりません。その代表例がメディア業界です。

今後のメディア人は、最低3つは得意分野がないと厳しい。これまでのメディアは、大企業で分業して作品を作るのがメインでした。今後もチームワークはもろろん大切ですが、より個の能力が問われます。

今までのメディアは、役割がきちつ

と決まっただけで監督が上から細かく指示する「野球型の組織」が中心でしたが、今後は、得意分野を持ったうえで、領域や役割を横断しながら自律的に動いていく「サッカー型の組織」でないといけないと思います。これはメディア業界に限らないトレンドです。

例えば、どんな得意分野があればいいかというと、自動車、IT、金融といった産業領域の専門性でもいいですし、動画、写真、デザインといった表現手法の専門性でもいいです。もちろん、アメリカ、中国、中東といった地域の専門性も武器になります。

それぞれの専門がトップクラスで、3つ以上の専門性を組み合わせること、新しい付加価値を出せる人材。もしくは、そのポテンシャルがある人材。そうした人材ならすぐに引く手あまたになります。

メディア業界全体でいうと、もっとも需要が大きいのは、コンテンツとビジネスとテクノロジーの3つがわかる人間です。

とくに、日本のメディア業界は、ビ

ジネスとテクノロジーの領域が極めて弱い。基本的に、ビジネスとジャーナリズムの両方を深く理解している人は、ほぼゼロと考えていいと思います。

私は経済メディアという仕事柄、一流のビジネスパーソンに会う機会が多くありますが、最前線のビジネスパーソンの知見に比肩するビジネスセンスを持ったジャーナリストに会ったことは一度もありません。

であれば、他業界からメディア業界に移る人がいいのですが、日本にはそういう流動性がありません。それだけに、基本レベルのビジネスパーソンとしての知識・経験があると大きな差別化になります。

編集者として筆者を開拓できるし、自分で取材して記事も書けるし、イベントも企画できるし、事業の採算管理もできる。こういう人材になれば、もう怖いものなしです。メディアのよくな古い業界ほど、実はキャリア面でもチャンスにあふれているのです。



Profile

NewsPicks編集長

1979年福岡県生まれ。慶應義塾大学総合政策学部卒業、スタンフォード大学大学院で修士号取得(国際政治経済専攻)。東洋経済新報社で自動車、IT業界などを担当。2012年、「東洋経済オンライン」編集長に就任。リニューアルから4カ月で同サイトをビジネス誌系サイトNo.1に導く。2014年7月から経済ニュースサイト「NewsPicks」の編集長を務める。著書に「米国製エリートは本当にすごいのか?」「5年後、メディアは稼げるか」がある