

# 「日本3.0」

Vol.21

日本にはもっと美意識が必要だ

text by Norihiko Sasaki

文 佐々木 紀彦

先日、私の周りで話題になっていた1冊の本を読みました。

タイトルは「世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか? — 経営における「アート」と「サイエンス」」。筆者は電通、ポストンコンサルティンググループを経て、現在、コーン・フェリー・ヘイグループのシニア・パートナーを務める山口周さんです。

本書には、今の日本のビジネス界に必要とされているメッセージが、わかりやすく深く記されていました。その主張をおおざっぱに言いますと、

経営の3要素、「サイエンス(ロジック)」「クラフト(実装・オペレーション)」「アート(直観・美意識)」の中で、アートが最上位に来る時代が来た、ということ。

かつ、成功する企業には「真・善・美」を判断するための「美意識」が求められるという内容であり、新興ベンチャーや戦略コンサルティングファームが否定的に取り上げられています。

私自身、著者の主張に頷くところばかりでした。

大企業もスタートアップ企業も、みな目の前の数字や、わかりやすいことばかりに食いつき、中長期的な視点で戦略を考える、周りがワクワクするよくなビジョンを考えると意識が低すぎるように思います。

もちろん、論理や数字は極めて重要なものですが、そこだけに集中してしまうと、正しいのだけど面白くない、どこかで聞いたことのある二番煎じの戦略ばかりがあふれてしまいます。

今後の日本が意識すべきは、サイエンスを大切にしながら、サイエンス一

色にならず、アートやセンスや美意識をビジネスシーンに組み込んでいくことではないでしょうか。

そのためにも、「アートの民主化」が必要です。有名な絵を鑑賞することだけがアートではありません。余暇時間に絵を描く、茶道に親しむ、気に入った絵を気軽に購入する、楽器を弾いてみる、など、日常的にアートに親しむことはいくらでもできます。

企業経営においても、クリエイティブの力を活かすためにも「経営チームにアートのセンスがある人を増やす」「アートのセンスがある社員をより増やす」「社員の福利厚生にアートに関する特典を増やす」などさまざまな策が考えられます。

ここ最近、ロジック、ルール、サイエンス、数字が優先だった経済に、アート、美意識、ワクワク感、直観などを入れていくことによって、「経済をもっとおもしろくする」。より経済と文化が融合するようになれば、日本はもっと豊かな国になるはず。



## Profile

NewsPicks COO (チーフコンテンツオフィサー)

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」の編集長を務めた。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