

経営のヒント162 右脳と左脳

右脳と左脳の違い

「マーケティング脳VSマネジメント脳」アール&ローラ・ライズ著より参照

面白い翻訳本を見つけました。左脳と右脳の違いを経営に置き換えて解説しています。

War in Boardroom

「事件は会議室で起きている！」

人間の脳は左右二つに分かれている。左右の脳では、情報の仕方がちがう

左脳は言語でものごとを考え、直列的に情報を処理する。

その考えは、直線的で、秩序立っている。

右脳は視覚的なイメージでものごとをとらえ、並列的に情報を処理する。

その思考は、全体を見ることが出来る。

腕に右利きと左利きがあるように、脳にも右利きと左利きがある。

あなたはどちらだろう？

大会社のCEOなら、おそらく、左利きに違いない。判断を下す時、事実とか、数字とか、市場のデータとか、調査結果とかによる裏付けを得たいと考えるはずだ。決算や株価で手腕を評価される世界に身を置いていれば、そうせざるをえない。

マーケティングの人間なら、あなたの脳はきっと右利きだろう。こちらは根拠となる材料が乏しくても、しばしば勘で判断を下す。創造性を求められる世界においては、そういう判断が欠かせない。

両者が特に違うのは、左脳タイプは言葉で考えようとし、右脳タイプは視覚的なイメージで考えようとする点だ。

左脳タイプはスピーチをするとき、たいいていは演台の後ろに立って、あらかじめ用意された原稿を読み上げる。

右脳タイプは、スクリーンの前に立って、図や絵を使いながら、話をする。

起業家は例外なく、右脳タイプだ。

大胆な将来像を描いて、その実現のために全力を尽くそうとし、しばしば短期的には苦しい状況に置かれる。(直感的、総合的にものごとを考える者だから、そういうことができる)

<経営のヒント>

コンピューターは究極の左脳マシンだ。分析したり細かいデータを無数に蓄えたりすることには長けているが、全体像を描くことに関しては、まったく役に立たない。

ウォール街がコンピューターに頼って、投資のリスクを見積もろうとしているのは、まさに左脳的な愚行だ。ウォレン・バフェットはかつて次のように警告した。

「計算式を持ち出す人間には、用心しろ」

電子頭脳は過去を見ることしかできない。

つまり既存のデータを分析することしかできない。

人間の頭脳には、**未来に起こりうることを視覚化する能力**がある。

右脳が発達していれば、なおさらその能力は高い。