

経営のヒント202 「得るためにまず捨てる」ジョブズのヒント

挑戦することと力を分散することを区別しなければならない」

新しいこと始めるのは、「あれもこれも」やることとは違うのだ。

何かを捨てて初めた挑戦こそ、結果に結びつく。ジョブズは、「ノ」をためらわずに言う裏付けは自信、ビジョン、執念である。では、どのように具体化されるのか。

過去の成功にノを言うこともそのひとつだが、捨てる」ことにも集中的に発揮される。

アップルに復帰した時のジョブズの行動を見れば、それがよくわかるだろう

1996年当時のアップルは、慢性的な経営不振で、もはや末期的な状態だった。

ジョブズのいない間に製品が増え続け、その数は40種類にも達していたのだ。

しかも、それぞれに特徴がない。ジョブズが担当者に、品番4400と3400はどう違うのかと聞いても、誰も明確に答えられないようなありさまだった。

これではカタログだけはにぎやかだが、売れず、利益が出ず、経費がかさむだけだった。

ジョブズは、社内に乱立する製品グループ、研究グループの全員と面談した。

そして、残すべきものを選択していった。残された製品は、わずか4種類。

アップルが本当に得意とする分野に絞ったのだ。

ほかの商品はすべてノを突き付けられ、消えていくことになる。製品も組織もシンプルになった。

こうして選りすぐりの人材を将来性のある研究に投入する。

そこからMaなどの強力な新製品が生まれ、アップルは見事に復活した。

ちなみにジョブズは、選りすぐりの人材をAクラスと呼び、普通に優秀なBクラス、それ以下のCクラス、Dクラスと区別している。表面的な平等主義にノを言うことも、彼の特徴の一つである。

「ノ」が仕事力をつける

世界的なスポーツ用品メーカー、ナイキのCEOマーク・パーカーが、かつてジョブズにアドバイスを求めたことがある。ジョブズ氏が言ったことは、ただひとつだった。

「ナイキには世界最高の製品がいくつかある。その一方で、つまらない製品もたくさんつくっている。つまらないものは捨てて、すぐれた製品に集中するんだ」

パーカーは深い感銘を受けた。

対談後「彼は完全に正しかった。ナイキには編集が必要だった」と語っている。

あらゆる決断の中で最も難しいのは、撤退だ。

何かを新たに始める決断や人事に関する決断にも勇気がいるが、撤退には、それに倍するエネルギーがいる。「捨てて何をやるんだ」「これまでの投資はどうなる？」

と言う声も、すべて受け止めたうえでの決断だからである。

しかし、**捨てれば必要なものだけに集中できる。**

ジョブズはそうやって、誰も考えなかったような製品を生み出してきた。

ジョブズがアップルに復帰したのは、マイクロソフトの「ウインドウズ95」発売の翌年にあたる。

ウインドウズ95は世界的なヒットとなり、OSのデファクトスタンダード(事実上の世界標準)になった。

ひとつの製品を改良しながら売り続けるマイクロソフトの勝利だった。

アップルには過去を否定した新製品が必要だったが、過去に対して強烈なノを言えるジョブズのような人間は、いなかったのである。

ノはそれほど難しい。だからこそ、仕事力をつける大きな要素になるのである。

参照「スティーブ・ジョブズだったらどうするね！」カリスマリーダーの問題解決力 桑原晃弥 あさ出版

<経営のヒント> ジョブズのヒント売れない多数を捨てて、売れる少数に集中せよ」