

経営のヒント224 アメリカンドリームの幻想

あなたは、どちらに近い考えを持っていますか？

- A 自分を信じ、明確な目標を設定し、懸命に努力すれば、どんなことでも成し遂げることが可能だ。
- B 機会に備え、機会を見極め、機会に基づいて行動すれば、多くの事柄を成し遂げることが可能だ。

ほとんどの人は A と答える。

経営幹部、軍の将校、非営利組織の指導者を対象としたワークショップでも結果は同様に、参加者のほとんどが A を選択する。

これはなぜだろうか。

A を一字一句注意深く読めば、おそらく同意することはできないはずだ。

しかし、そもそもこうした考え方はどこから生まれるのだろうか？

確かに A の考え方にはあらいがたい魅力がある。明らかに誤っているにもかかわらず、この考え方を支持する人が多いと言う事は、それなりの理由があるはずである。

アメリカンドリームの幻想

アルジャーが1881年に著した伝記「舟渡しの少年、大統領をめざす」では、貧しい少年がアメリカの大統領となった実話が描かれている。全般的に見れば、アルジャーが書く人物は、無一文から大金持ちになった庶民の英雄であり、「なせばなる」というアメリカンドリームを作り上げたのである。

この伝統は、物語に織り込まれた教訓とともに、ナポレオン・ヒルの「成功哲学」、ノーマン・ビンセントピールの「積極的な考え方のかい」、そしてアンソニー・ロビンスの「瞬で自分を変える法」といった書籍の形で、20世紀にも引き継がれている。

しかし、戦略の視点から見ると、こうした事例を通俗的に解釈することは、人に誤った考えを植え付けてしまう危険性があることに気づく。つまりこれらの物語は、人はどんなことでも達成可能であり、成功はすべて本人の努力の成果である、とらことを暗に示しているからだ。

外的要因は全く除外され、内的要因だけが評価されるために、つい信じてしなやかな考え方である。戦略において、なせばなる精神のくびきから逃れるためには、アメリカという国を「夢がかなう場所」ではなく、「機会を与えてくれる場所」と捉え直す必要がある。

ダガンが本書の中で、未知の戦いとして選んだ事例は、コペルニクスに始まり、脳科学、ナポレオン、孫子、クラウゼビッツ、仏陀、ビル・ゲイツ、グーグル、キング牧師、グラミン銀行、ピカソ、アポロ計画と多岐にわたる。これら一つひとつは、皆さんにもなじみ深いものだろう。

と同時に、これらはすべて別々のものとして認知されてきただろう。

しかし、戦略的直感というフィルターを通して見ると、全く異なった世界観が広がる。

点と点がつながって、線や面になるのだ。

「目標ありきではなく、まずは小さな労力で効果の大きい機会を探し、その中から目星をつけてゴール設定すべきだ」「旧和見主義的な経営が柔軟性をもたらす」「ゼロからの思考はありえない」「偉人は皆盗み上手」「右脳・左脳のような二分はなく、人の脳はすべてモザイク型」

戦略的直感力を養い、その威力を十分に発揮するための秘訣として、ダガンは「過去に学び、脳に蓄積しておくこと」「リラックスして頭を空っぽにすること」「既存の情報を組み合わせ、新たなアイデアを着想すること」「アイデアを思いついたら即実行すること」の4点をあげている。

昨今の不況から学ぶべき教訓は、不況とは変革と混乱をはらむ。

このような環境下であっても、起業家精神を育む資本主義経済は、経営者や起業家に対して、点と点を結びイノベーションを創造するチャンスを与えてくれる。

ジョセフ・シュンペーターの有名な言葉を借りれば「創造的な破壊」ではなく、「建設的な創造」をこれから過去の起業家精神の例に見出すことができるだろう。

参考著者 戦略は直観に従う ウィリアム・ダガン