



® 平成31年 3 月 1 日(金)

No. 14882 1部370円(税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会
東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)
郵便番号 104-0061
[電話] 03-3535-3052 [FAX] 03-3567-4671

近畿本部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4
(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <http://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

- 知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆成長戦略に必要な経営理論《知財版》⑥…(1)

成長戦略に必要な経営理論《知財版》⑥

知財人財における“戦略的思考”のケーススタディ (その12: “経営” についての人間性に関するセオリー)・完

正林国際特許商標事務所

所長弁理士 正林 真之

1. 果たして“名経営者”は、どこに居るのか

自分が大人になって思うことは、ことに何らかの組織なりでそれなりの地位を得、そしてそれによって初めて参加できるような会合に出られるような身分になって殊更強く思うのは、「大人って、ちょっとも大人じゃない」ということである。そう、子供の頃に思っていた“大人”って、もっと大人だと思っ

ていたのに、実際の大人社会の一員になってみると、いわゆる大人っぽい大人なんて、居やしない。殆どが子供のまま大人になったような大人ばかりで、ことに組織の上のほうに行くと、その割合が多くなるような気がする。むしろ、中間管理職で頑張っている人たちのほうが“大人”の割合は多いと、そんな感じすらするものである。

けれども、子供っぽいからといって、それが全



SINCE 1891

特許業務法人 浅村特許事務所

〒140-0002 東京都品川区東品川2丁目2番24号 天王洲セントラルタワー

電話: 03-5715-8651(代) FAX: 03-5460-6310・6320 asamura@asamura.jp www.asamura.jp

代表社員 弁理士 金後山 井藤口 晴康 建男
弁理士 後山 藤口 康幹 明生
弁理士 山 岡 幹久 司之
弁理士 亀 岡 本 誠太
弁理士 金 橋 本 亮
弁理士 田 原 野 光
弁理士 岡 野 光

代表社員 弁理士 浅池 村田 昌弘
弁理士 水本 幸義
弁理士 白野 義光
弁理士 浅野 克則
弁理士 亀山 裕一郎
弁理士 松宮 育也
弁理士 伊藤 尋也
弁理士 大日方 和幸

会長 弁理士 浅平 村山 皓
弁理士 望月 良次
弁理士 望 中 孝之
弁理士 畑 弓 卓
弁理士 篠 田 博
弁理士 中 田 祐
弁理士 林 山 銘

弁理士 井下 上 洋 一
弁理士 大 塚 克
弁理士 岩 見 一
弁理士 北 川 晶
弁理士 水 野 裕
弁理士 菊 間 修
弁理士 和 田 宣

浅村法律事務所

所長 弁理士 浅村 昌弘
弁理士 和 田 高

電話: 03-5715-8640(代) FAX: 03-3540-1997 E-mail: law@asamura.jp

弁理士 後藤 晴男

弁理士 松川 直樹

弁理士 和田 研史

て「悪」ではない。「あの社長さんは、いつまでも少年の心を持っている人だ」とか言われるように、ロマンティックな側面から肯定的に評価されることもあるくらいである。実際、そういったロマンチストというのは、どことなく人間的な魅力があり、それがそのままリーダーシップの代わりを務めたりすることもあるくらいである。それはつまり、「経営にはビジョンが必要だ」「理念なき経営は意味が無い」と言われたりする中で、明確なビジョンや万人に受け入れられる理念が無かったとしても、経営者のロマンがあれば、それに惚れて追随する者が出てきて、一見するときちんとしたリーダーシップを発揮しているかのように見えてしまうのである。

しかし、どこかのオタクの話ではあるまいし、少年の心を持ち続けているような人が組織を引っ張っていたりしたら、それこそ危険極まりないことである。当のご本人は良いかもしれないが、それに付き合わされる面々は、たまったものではない。その理由は簡単で、当の組織の当事者にあえて聞くまでも無く、その組織の行く末を見れば自ずと明らかになる。そう、そうした組織というのは、ほぼ確実に、そんなに長続きはしないのである。たいていは、経営上の理由、特に資金繰りの点で問題が生じ、その組織の継続ができなくなる。それが現実である。

ここで、先に私が「一見するときちんとしたリーダーシップを発揮しているかのように見えてしまうのである」と言ったことについて、それとて立派なリーダーシップではないかと思われた方も居られるであろう。そう、たとえそれが良いリーダーシップであろうと、悪いリーダーシップであろうと、人を引っ張っていくことができたとしたらば、それはリーダーシップであることに変わりはない。そしてまた、リーダーシップというのは、その人の性格や体力、生活スタイルといったものと同様に、個性的であり、極めて主観的なものである。

しかしながら、ロマンだけでは経営はできない。それは、経営というのはあくまで、損益計算書(P/L)や損益計算書(B/S)といったものによってその優劣が評価される極めて客観的なものだからである。言うまでも無く、経営するのに必要なキャッシュが尽きてしまえば、それでジ・エンドである。そこに百億の価値のある経営理念やビジョン、ロマ

ンのようなものがあつたところで、何にもならない。

けれども、なぜか最近、そういったロマンのような類のもの、経営理念、ビジョン、ポリシー、ミッション、バリュー、クレドといったものが、以前より流行ってきているように思える。また、SWOTやVRIOにも見られるような“フレームワーク”も全盛である。もちろん、こうしたものについては、その多くをこのシリーズで紹介もしてきたし、特にプラットフォーム事業がもてはやされている現在においては、その重要性は、今更ここであえて述べる必要も無いくらいである。

だが、大人になりきれないロマンチストがそれらのフレームワークを多用しても、それは単なる玩具遊びにしか過ぎない。それが証拠に、「ある事業において適切なフレームワークを選び出し、それを使うことによって事業の促進力を高める」ということが行われずに、あるときにはそのフレームワークに熱中したかと思えば、暫く経つと別のフレームワークに注意が切り替わってしまい、以前のフレームワークには目もくれなくなるといったような現象が生じる。

要は、「そのフレームワークを使うことによって、売り上げないしは利益がどのくらい伸びるのか」といった最も基本的なことの議論がなされずに行われるからである。その結果として、当然のことながら「それ(売り上げないしは利益の向上)が現れるのは直ぐなのか、それとも暫くした後なのか」、「何のリスクも無しにそれは行えるのか」、それとも「一度損を出した後に訪れるものなのか」といったようなことについての検討も全く行われないうまま、事業に対するアドバイスが行われることになる。別の見方をすれば、ただ単にフレームワークの当て嵌め等が目的となってしまう、それが事業を良くするための手段であることが忘れられているかのようにも見える。

では、経営者として必要な資質は何なのかというと、たとえロマンなり、経営理念、ビジョン、ポリシー、ミッション、バリュー、クレドといったものに塗れることになったとしても、算盤をきちんとハジき、損得勘定を忘れないこと、ただそれだけである。言い換えれば、先に述べた「それは、経営とい