

女性管理職が語る

予測より変化への対応力

久しぶりに海外からビデオが来日しました。約2週間、彼らとじっくり

話をする中でいくつかの気づきがあったのでお話ししたいと思います。

打ち合わせの際、自分たちが当たり前として話したことに対し「なぜこのプロセスが必要なの

か」「そもそもどんな意味があるのか」など、根源的な想定外の問いを

されて戸惑う場面があり、振り返って考える

と、この会話にはいくつかの重要な示唆が含まれていたと感

まず、これだけ環境変化が激しいなかでは、「長

い間、重要とされていたもの」さえ変わることがあり、常に前提を問い直す必要があるということ

です。私たちはこの数年で予想しないことが起りうる

ことがよくわかりました。普遍的で変わらないものと、前提が変われば

極める必要があり、自分たちが普遍的だと思っていたものも実は変化への

対応が必要なものかもしれないという点です。

そして、未来が予想できない不確実な世界な

日本HPコンシューマー事業本部 本部長

沼田 綾子氏



めまた・あやこ 2001年、コンパックコンピュータ(現日本HP)入社。Eコマースやマーケティングの部署を経て16年にコンシューマーPC製品部へ異動。17年5月から現職。

その一つの解だと思

のは「シンプル化」です。

日本人は勤勉で決め

られたことを丁寧にや

多少の問題があっても

「現場力」でどうにか

することも多いと思

す。ただ、そうならば

るほど「その人にしか

せられない」仕事が増

組織や人材も硬直化

す。各個人が専門性

キルを高めることは

ですが、業務が属人

固定されてしまうのは避ける必要がありません。

その上で、シンプル化

することで空いた工数を

新たな価値の創造に使う

ことがとても重要だと思

います。

一方で、「シンプル化」

は言うはやすし、実行す

るのは非常に難しいで

す。なぜなら物事を大き

く変えて簡略化していく

には、物事の本質を理解

し、変更により起こる多

少の問題も受けとめる覚

悟、そしてなにより実行

力が必要だからです。

これまで通り、新しく

度、継ぎ足すほうが楽か

もれません。ただビジネスは、継ぎ足し続ける

ことで味に深みが増す老舗料理店のたれとは異なる

ことで仕組みが複雑怪奇になり、一つのことをす

るにも調整に時間がかか

るには、定期的な見直しが必要だと思

をしていると、常にお客

様や市場の変化を気にし

ています。それと同じよ

うに、自分たちも変化す

るのが当然と考えるべき

かもしれません。今回の

打ち合わせを通じ、これ