

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第39回

---

<タイトル>

「情報を捨てる勇気が必要」

<本文>

情報化社会、ネット社会と言われ、様々な情報が簡単に入手できるようになった。紙媒体から電子媒体へ移行しつつもその情報量は格段に増加している。

昔は「情報を求めているところに集まる」と伝えてきたが、今ではこの解釈が複雑になってきたと言える。なぜなら求めていなくても、情報が送られてくるようになったからである。

しかし、これは情報の量に関して言えるわけで、情報の質としては依然としてアンテナを張り、求めている所に欲しい良質の情報が集まってくる。ということは、多くの情報が送られたり得られたりするなかで、必要な情報のみを取捨選択しなければならないということである。

多くの新聞、雑誌、メールマガジンなどに目を通していけば、ビジネスに必要な情報が確保されているかといえば、それはノーである。これからは情報を収集する皆さんが、より一層具体的な仮説やテーマを持つ必要がある。例えば、「人材」について「評価」したいのか、「採用」したいのか、「教育」をしたいのかと言ったことは当然、さらに、具体的に執行管理能力があり、人員二十人クラスの管理経験がある所長候補を年収四百五十万 五百五十万円で「採用」したいと言った具合である。

確かに「採用」に関しては、条件を絞ればそれだけ当てはまる人材がないということになるが、ここで言いたいことは、採用の具体的なイメージを持っているのか、いないのかということによる物事の前進か後退か現状のままかというように状況が大きく変わってくるということである。

要するに何もイメージがないより、具体的なイメージを持って進めればよいか悪いかも早期にわかってくるものである。「採用」に関して条件が細かく、確保できないとわかれば、年齢幅を拡げたり、勤務形態を変えてみるということである。

多くの情報が得られる今の社会では情報を捨てる勇気と皆さんの欲しい情報内容の仮説と具体性が皆さんの意思決定スピードとその質を変えることは間違いない。