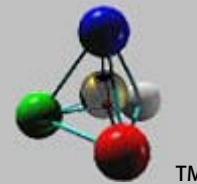


概念デザイン研究所(R)

Gai nen des ign .co m



Presented by Conceptual Design Laboratory

(C)Copyright 1995-1998 all right reserved by Taikoh Yamaguchi

No download, No utilize please without asking!

These are all created by Taikoh Yamaguchi

CTN:Creative Talent Nucleous

<以下は”21世紀のビジネスシナリオの改訂版です…”>

概念デザインによる調和的な創造行為推進のためにもっとも重要なことのひとつが、”創造的な才能の核”の形成である。これは、企業の既存の組織体のなかに新しく形成される、少人数の”異端的集団”である。社内外にたいして、情報発信をしながら、影響力を行使し、社内において、次なる才能の核を生成化育していくことになる。この英語訳は「Creative Talent Nuleous= CTN」である。

CTNは概念デザイナーを中心として、社内外のメンバーによって構成される集団で、5～6人あるいは10人程度の規模をもつ。調和的創造行為、即ちCreamonyの推進を効果的におこなうためには、CTNは大規模にはなりえない。

これは、21世紀というネオパラダイムにおいては、この程度の小

規模の集団が、世の中をリードする最先端組織となるからだ。最先端組織には、密接な直接コミュニケーションと、最先端情報の完璧な共有化と、コンセプトの一元的展開が必要である。

21世紀は創造型社会になることはあきらかであるが、そのとき創造型企業として最先端でありつけられるのは小規模の組織体である。つまり現況の大企業は創造型社会では社会をリードする最先端組織体にはならないのである。大企業がすべて消滅していくわけではないが、大企業は、みずからの組織体のなかにCTNのような小規模異端的集団をかかえるか、小集団連合体が外見的に大企業を形成するという形態をとることになると考えられる。

CTNは、社内に次のCTNを継続的に形成するように動くことになる。CTNは異端的集団であるとしたが、そもそも”異端”の概念はOldパラダイムによって培われてきた概念で、定型、画一的なものの外側に存在する事物であり、しりぞけられるべき対象として”異端”は位置づけられている。21世紀的にいえば、CTNは企業体のなかに当然存在すべきものであり、”異端”ではなく、”超先端探査／実行体”として必要不可欠な組織である。（CTNの具体例が異業種連合による先行探査組織。）

現況の大企業を組織体質的に転換させていく場合、”異端的”あるいは”異端者”という位置づけによって、既存の概念破壊をしながら概念デザイナーの優秀な卵をみいだし、公認させていくことは、方法論的にはいたしかたないことではある。差別化戦略はなやかなりし頃も”異能者集団”がもてはやされたが、それらはあくまでも発想法のひとつの展開手段として、企業に余裕があるときに活用されうる組織であり、CTNの意味合いとは大きく異なる。

実際に1980年代後半に大きく広がった”異能者による創造”集団の多くは、不況下のリストラという一陣の風によってそれらの多くが

消滅してしまっている。CTNはこのようにリストラの対象として、まっさきに切り落とされる小規模集団ではない。また、そうした観点で組織されるものでもないのである。

CTNは最先端探査／実行機能組織として、組織という生命体が存在するかぎり永続的に必須な小規模組織体である。21世紀的な経営の推進においては、好況不況などの経営環境に関係なく、CTNは存在させなければならない。

また、あえていうならば、今までの”異能者集団”の多くは、企業内における第一線のもっとも優秀な人材をうけいれる体制をとつてきていません。

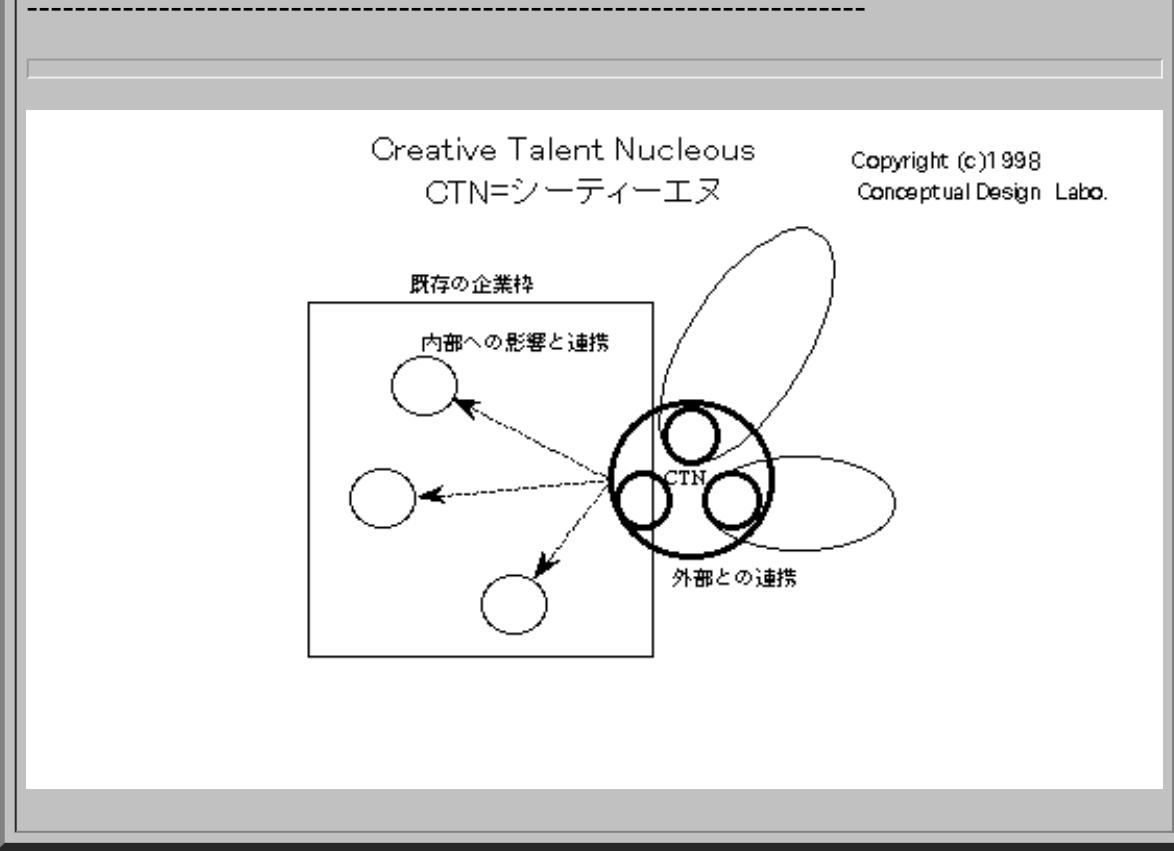
CTNを形成する人材は、創造型企業をリードする重責をにうため、企業内の超優秀な人物でなければならない。実際問題としては、21世紀には経営概念が逆転していくと考えられるので、現況の企業にとって優秀ではないと見えている人物に、じつは高い可能性が秘められているのかもしれない。

CTNの大きな特徴は、それが社内の組織体でありながら、外部にたいして開放系であるということだ。CTNの構成メンバーには、学者やクリエータや他企業の人材もふくまれる。こうした人材のバックグラウンドに存在している、大きな力能空間をも潜在的に確保しているところがCTNの特徴なのである。下図に外部に対して開放系であるCTNのイメージを示した。

CTNは課題達成型の小集団で、自律し完結している。創造型社会では、個的夢想の成就や自己実現などがたえまなく課題として企業におしあせてくるが、それらの課題をCTNが手際よくさばいていくのである。ひとつCTNはやがてその実績や蓄積されたノウハウをベースとして、順次別のCTNを企業内に形成していくことになる。企業内にCTNが複数形成されてきた場合、個々のCTNは、それぞれ

の代表概念デザイナーを連携窓口として、総体としての拡大CTNを形成するようになるだろう。

オリジンのCTNはその意味で、ある企業の組織改革のパイロット組織体でもある。CTNや拡大CTNは自律、完結型であるため、企業経営はホロン的に成立することになる。したがって、CTN化された企業体は分化していくことや、逆にさらなる拡大CTN化も可能である。このような経過をへて、現状の、とくに大企業は人材という貴重な資源を確保しながら、創造型企業として生まれかわることが可能である。



- ◎概念デザインについてのFAQと解説へはコチラからどうぞ
- ◎やさしい“概念”講座…と…商品コンセプト講座へはコチラからどうぞ
- ◎コンセプト・メイキングのノウハウへはコチラからどうぞ
- ◎概念デザイン研究所総合パンフレットへはコチラからどうぞ

[21世紀シナリオ… 概念デザイン研究所ホームページ… E-mail](#)