

記念講演 II

世界の経営学から見た日本企業イノベーション創出と アナリストへの視座

入 山 章 栄

早稲田大学大学院経営管理研究科
早稲田大学ビジネススクール 教授

目 次

1. 近年のアナリストへの評価
2. 変化・イノベーションが勝負を分ける
3. イノベーションの本質
4. センスメイキング理論
5. DXは「知の探索」のためにある

1. 近年のアナリストへの評価

私は、帰国後、様々なビジネスメディアに出るようになったこともあり、現在、大手企業、中堅企業、ベンチャー企業や投資ファンドなど、複数の企業の社外取締役や顧問を務めている。本日の講演は、経営学者としての視点が中心だが、併せて、様々な立場の方々と交流する中で考えたことをお話ししたい。

最近、経営者と話をしていると、アナリストに対する評価が下がっているように思える。特に変革を好む経営者から、アナリストの目線が低いとの話が出る。もちろん素晴らしいアナリストは多いが、世界から注目されるようなイノベーションを起こせそうな経営者ほど、そのように指摘している。今という時代は非常に複雑で、企業は正解がない問題に直面している上に、デジタル破壊が起きている。そうした時代に、企業を直近のPL(損益計算書)だけで判断してよいのか。ビジネスメ



ディアでもアナリストの評価は低く、若手記者からも、最近は怖いアナリストがいなくなったという声を聞く。現場で経営者と散々議論し、その企業の価値を深く理解するアナリストが減っていると言われている。

グローバル化の問題もある。世界で勝負したいベンチャー企業は、海外から資金を調達する。国内の投資家やアナリストと交流がないとはいわないが、基本的にはそのようなベンチャー企業の経営者は海外目線なのだ。実はそこにギャップがある。日本のファイナンスマーケットは、日本語し