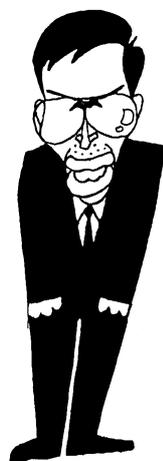


小嶋 彰副委員長

「情報に対する私の眼」



これは「眼」のコラムである。従

来から良く利用されている眼（目線・視点）に関する記述に『鳥の目（マクロの目）、虫の目（ミクロの目）、人の目（心の目）を持って、商業施設の開発、運営を考える』ということがある。

過去は、比較的鳥の目としてのデータ情報（数字情報≠定量情報）

に関心が集中されていたと思われる。数字をチェックしていると、「さも、ミクロに分析し、細かく物事に対応している」というような考えがあったと思われるが、実は、数字データは過去状況の把握であり、マクロで物事を見ているだけであり、未来戦略構築の際には役立ちの限度があると考えられる。

近年、虫の目≠定住情報としての顧客のライフスタイル実態把握や心

の奥底を探る努力等が、真のミクロ

型の情報対応であり、未来戦略構築の際の重要課題であると考えられたり、人の目≠心情報を持って、人間の喜怒哀楽の心等の動きによる諸行動を推測し対応することが、商環境の同質化競争における差別化創造の重要課題であると見なされつつある。

更に近年、もう一つの目が重要になってきた。クリティカルな目である。情報氾濫の中で、「この情報は本当に正しいのか、核心を突いているのか？」を常に問いつづけるようなクリティカルな目が必要になってきた。

例えば、

○出版書籍に書かれている内容について、おかしいなと思うと自分で裏付け事実の確認をする（間違い事例

も数多くある）。

○新聞、情報誌等で紹介されている施設の現場へ行き、その場の空気を吸い、顧客の状況を見、そこで食べ、体験する（発表状況とは違うというケースも数多くある）。

○複数の情報源を比較すると、全く違った内容を伝えている事例もある。どちらの情報に自分は納得するのかを考えねばならないケースがある。

○講演会で話を聞いた場合、話しておられる内容が、古いな、一方的だな、間違っているなど思うこともある。

正に、情報があふれている時代だからこそ自分自身で、クリティカルな目で確認していく必要があると思う。

「学ぶ」ということは、結果、複

眼構造の判断力を持つということだと考えると、「本当に良いこと・物」を判断する際に、「その場、その時、それに対応する個人、そして、その状況等」の視点を明確に持って、その都度判断をしていかねばいけないと感じる次第である。場が変わる、時が変わる、個人が変わる…とすべてが変わると知ることが、今、一番大切なことだと思っている。そのような眼（目）をもって、情報に對峙していきたいと念じている。

小嶋 彰（こじま あきら）

1975年(株)船場入社。83年フルブライト留学生として渡米。ニューヨーク州Univ. of Rochester大学院にてマーケティング及びコンピューターインフォメーションシステムを研究。85年MBA（経営学修士）を取得。99年(株)船場 総合開発本部本部長を経て現在取締役企画開発担当。