

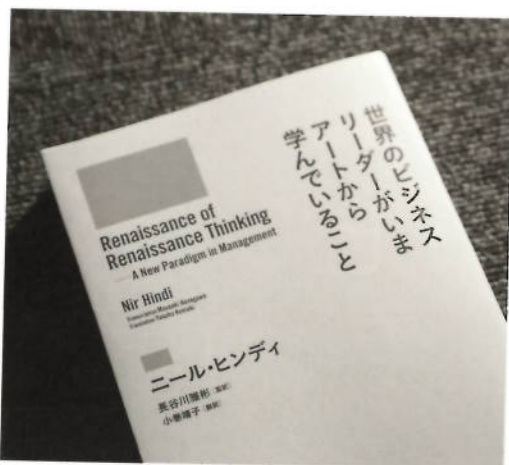
イノベーションをもたらす鍵として、「アート思考」が近年注目されている。昨年、「世界のビジネスリーダーがいまアートから学んでいること」(クロスメディア・パブリッシング刊)を上梓したニール・ヒンディさんは、そのメンターとして世界を駆け巡る。ヒンディさんが支持される理由は、アートとビジネスという両面に軸足を置いているから。起業家として、また美術館の役員としての視点に立つ彼の言葉は、聞く人の潜在的な能力を引き出し、気づきをもたらし、クリエイションのためのフィールドを耕す。

### デザイナーとビジネスリーダーの両方になりたい

ニール・ヒンディさんは、経営者層や起業家に向けて、なぜアートの考え方がビジネスに有効なのかを説き、共働方法として、アーティストをプロジェクトに招き入れるアーティスト・イン・レジデンス(AIR)プログラムの施行など、具体策まで含めたレクチャーを各国で展開している。

「アート思考」そのものは、日本では2016年に一橋大学イノベーション研究センター長の延岡健太郎さんが用いたことで知られるようになった。アーティストに代表されるクリエイターの発想や哲学を経営に取り入れることで、イノベティブなアイデアを導こうというものである。一方、それより10年程前より広まったのが「デザイン思考」で、こちらは、課題を解決する策として、人々のニーズをとらえて、テクノロジーを開発し、ビジネスと結びつけていくためのメソッドであるという違いがある。

8歳でゴッホの「ひまわり」に感銘を受けたというヒンディさん。絵画教室で模写に励んだことがアートとの最初の接点だった。アートは生活のなかにあり、将来は建築家や写真家、デザイナーになることを夢見ていたという。同時に、ウォーレン・バフェットやリー・アイアコッカの伝記を読みあさり、起業家となり「事業を築くこと」も夢に描いていた。しかし、デザイナーと



著書「世界のビジネスリーダーがいまアートから学んでいること」。日本語訳は、IEビジネススクール出身でアーティスト・作家の長谷川雅彬さんが担当した。本書でAIの時代を生き抜くには、アートにみる考える力と、それをロジカルにとらえることが不可欠であることをいくつかの事例を交えて述べている。

Renaissance of Renaissance Thinking—Why Business Needs The Art was translated into Japanese by artist and creator Masaaki Hasegawa who graduated from IE Business School. Through many case studies, the book stresses that the ability to think as seen in art and to grasp it logically is essential for surviving through the age of AI.

## アートはツールではなくマインドセット

ビジネスリーダーの両方になりたいという夢は、やがてヒンディさんを苦しめることになる。それは社会からどちらを選ぶか「選択」を迫られたからだった。

著書の表現を借りると、「この社会では、右脳型—創造的・直感的・主観的・共感的、あるいは左脳型—論理的・分析的・客観的、のどちらか一方でなければならぬ」という選択があり、同時に「社会はまた、選択を迫るだけでなく、倫理的・客観的思考の方を信頼している。つまり、この思考法で行く方が成功しやすい」という事実が、行く手を阻んだ。ヒンディさんは、成功への道筋を選ぶならば、左脳型であるべきという思いから、経営学とウェブ技術を選択した。果たして、若くして起業家になるという夢は叶えたが、アートの世界で力を発揮したいという思いは断ちがたくなっていった。仕事以外の私的な時間でギャラリーや美術館に通いはじめ、やがて、アーティストやデザイナーといった創造的な人々と知り合うようになった。起業家とアーティストを深く知るようになると、両者に通じる点がありありと見えてきた。「なぜ彼らは組まないのだろう」と思ったことが、現在の活動の起点となっている。こうした実体験に基づく素直な視点が、ヒンディさんの言葉の強みになっている。

### 誰もがクリエイティブの素地は持っている

「アーティストは、体制を受け入れることはせず、常に疑問を持って生き、下から上へと挑戦します。スタイルを変えることに怯まず、挑戦を続け、未来の世界を思い描こうとしています。そして、その将来を概念化する能力に長けています。企業は、アートやクリエイティブな力を取り込むことによって、新しい才能を会社に引きつけることができます。どんなビジネスにとっても、その才能を引きつけることはひじょうに大切です」と、ヒンディさんは力を込める。

昨今のデザイン思考からアート思考への流れは、何を意味しているのか尋ねた。

「デザイン思考は、問題を解決するツールとして、世界中の企業で教えられ、浸透しました。経営層はこのツールで、イノベーションが起きると考えましたが、どれほどのイノベーションが起きたでしょうか。大切なのはツールでなく、人がイノベーションを起こすという視点です。アートはツールではなく、人のマインドセットなのです」。

アートは人生であり、アートと人生は互いに影響し合うとも指摘する。「美術館で絵を観るということは、絵を描いた人の考えに触れていることにほかなりません。デザイン思考では、共感し、観察することを教えま



来日した短い期間に、企業や大学などでの複数のカンファレンスをごなした。背景にあるピラミッド図はヒンディさんが考える「創造的組織」のあり方を示したもので、上からアクション、メソッド、スキル、カルチャー、コミットメント。アート思考はコミットメントに関わるもので、全体を支えるものとなる。

Hindi's core axis of activity is to connect the power of entrepreneurs with the creativity of artists. Other than conducting a program to foster the spirit of entrepreneurship in artists at IE Business School in Madrid, he is active in reinforcing the power of artists in business, including his collaboration with the Petach Tikva Museum of Art in Israel.