

# タイムマシン経営とは

タイムマシン経営とは、海外（特に欧米）で成功した事業モデル・サービスを日本に持ち込み、いち早く展開する経営手法を意味する。海外と日本の間には距離的な情報格差に基づく数年間のタイムラグがあり、海外の最先端事業をコピーして日本で展開することで、タイムマシンで未来から事業アイデアを持ってきたかのよう成功を目指することから、この名称が付けられた。

タイムマシン経営の名付け親とされている孫正義氏がタイムマシン経営に着手したのは、世

界的にインターネットの利用が拡大を始めていた1990年代である。当時、孫正義はアメリカにてインターネット関連のスタートアップやベンチャーをメ

インターゲットに投資を行っていたが、その中には創業から間もないYahoo!社(米)も含まれていた。Yahoo!社に

可能性を感じた孫正義氏は、1998年に同社と合併で日本に「ヤフー」を設立する。その後もインターネット関連企業を次々と設立し、出資した企業を次々に上場させるなど、タイムマシン

経営による時間差を利用した

## 志 悟 藤 工 大 学 園 学 校 長

経済経営学部准教授



高度成長期以降の近過去を調べること、これらの時代のステレオタイプを取り除き、物事の本質を見極めることで、企業戦略や事業における大局観をつかむという方法論のことである。

令和の時代において、タイムマシン経営の有効性を疑問視する意見が多く存在する。最近は容易に世界中の情報へアクセスできるようになり、日本で知られていない有望な事業モデルに出会うことが極めて困難になっているからだ。こうした状況下で、タイムマシン経営を効果的に活用するための施策を紹介する。

### ■逆・タイムマシン経営

逆・タイムマシン経営論とは、

YAMU・YACU 一橋大学大学院商学研究科博士後期

課程・単位取得退学。東京大学助教、国立研究開発法人産

業技術総合研究所(AIST) 招聘研究員などを経て、2

023年4月より現職。文部科学省科学技術・学術政策研

究所客員研究員、東京外国語大学、上智大学非常勤講師など

兼任。専門は経営戦略、経営管理、イノベーション・マ

ネジメント。

今後は、東アジア地域(主に中国)を模範とするタイムマシン経営が加速していくと考える意見がある。タイムマシン経営は対象となる海外と自国との間の情報格差が大きければ大きいほど成功しやすいとされている。現在はIT技術の進歩により欧米と日本の情報格差が小さくなっている。そのため、従来の欧米を規範としたタイムマシン経営では成功確率が低下してきており、欧米ではなく、他の地域とのタイムマシン経営を模索した方が良いという発想が生まれた。

令和の時代においては、情報格差の縮小を主な理由に掲げて、タイムマシン経営の有効性を疑問視する意見も少なくなっている。こうした状況下で、タイムマシン経営を効果的に活用するために、「逆・タイムマシン経営」と「中国から学ぶ」という二つの施策が注目されている。