4차시
모리 미술관에서 배우는 역량개발과 활용

학습 내용

1. 남의 것을 전시하는 미술관
2. 잘 빌리는 사람들의 시대
3. 고객이 원하는 것에 역량을 집중하라

1. 남의 것을 전시하는 미술관

- 일본 동경에 있는 모리 미술관은 전 세계에서 몇 안 되는 자체 소장품이 없는 대형 미술관 중 한 곳인데, 별도의 건물이 아닌 모리타워의 52, 53층을 사용하고 있다.

- 평단과 일반 관람객 모두로부터 호평을 받으며 일본을 대표하는 세계적인 미술관 중 한 곳으로 성장했는데, 그럴 수 있었던 가장 중요한 요인은 '외부역량'을 잘 빌려온 그들의 능력이었다.

- 그들은 작품 자체는 물론, 미술관의 초기 역사를 만들어 낸 사람들, 미술관 내외부의 시설까지도 적절하게 잘 빌려 왔다.

2. 잘 빌리는 사람들의 시대

- 현대 기업에서는 과거처럼 단순히 원조, 오리진(origin)이 누구냐에 대해 따지는 것은 더 이상 큰 의미가 없다. 대신 누가 어디서 필요한 것들을 잘 가져와서 자신들의 것으로 만들어서 보다 큰 가치를 만들어 제공하느냐가 더 중요해졌다.

- P&G와 같은 기업에서는 C&D라하고, 많은 기업들은 오픈 이노베이션(Open Innovation)이라 하여 기업 경영의 매우 중요한 부분으로 인식하고 있다.

3. 고객이 원하는 것에 역량을 집중하라

- 과거 폐쇄형 혁신구조(Closed Innovation)에서는 고객이 아닌 기업 자신이 보유한 기술, 서비스의 관점에서 고객에게 어떤 것을 줄 것인지를 생각해 왔다.

- 탁월한 기술력을 보유했던 제록스 연구소가 70년대 말부터 80년대 초중반까지 겪었던 실패와 어려움들은 지나치게 내부 R&D 역량을 중심으로 사업을 경영하려는 경향에서 기인한 바가 크다.

- 바뀐 환경에서는 원조(origin)가 아니라 독창성(originality)이 보다 더 각광받는 시대가 될 것이다.