

人づくりにも、明日への展望を切り開く【先読み】にも使えるノート

優良図書、有用情報の所在案内（『生涯学習の友』）

## 『取って置きのノート』<sup>®</sup>

NO.9 2019年12月

### 仕事とイノベーション

思考×行動＝商売繁盛のヒントがいっぱい

中小企業の発展、地域・地方の活性化

イノベーション(新しい組合せ): ヒト、モノ、カネ(資本)、情報、仕組み、資源、時間、夢、アート、デザイン……

新しい考え方、新しい働き方、新しい商品、新しい営業、躍動ニッポン

人間力(意識改革。日々新た)×経営力(イノベーション)＝我が国の元気、幸福度アップ

### 『失敗の科学。失敗から学習する組織、学習できない組織』

マシュー・サイド 著、有枝 春 訳(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2016年12月)

・だから人は、同じ過ちを繰り返す。「完璧な集中」こそが事故を招く。すべては「仮説」にすぎない。人はウソを隠すのではなく信じ込む。脳に組み込まれた「非難」のプログラム。

・「物語」が人を欺く。難問はまず切り刻め。失敗と向き合え、学べ。誰でも、いつからでも能力は伸ばすことができる。その失敗を乗り越えないと成功はない。失敗から学び成長。

### 『マイケル・ポーターの競争戦略』

ジョアン・マグレッタ 著、マイケル・ポーター:協力、櫻井祐子 訳(早川書房、2012年9月)

・競争に勝とうとするなら、競合他社より良い製品・良いサービスを提供することを思い浮かべるが、それは間違い。なぜなら他社も同じような動きをするため、最終的には製品やサービスが似たような性質になり価格競争になる。

・正しい競争戦略には独自性が伴う。ターゲット顧客のニーズ「のみ」を満たす。1位を目指すのではなく、収益を高めることを目標にする。そのためにはポジショニングを明確にする必要がある。

### 『人はなぜ集団になると怠けるのか。「社会的手抜き」の心理学』

釘原直樹 著(中央公論新社、2013年10月)

・集団の人数が増えると1人当たりのパフォーマンスは低下する(リンゲルマン効果)。人数が増えると調整の難しさが発生することと、社会的手抜きが生じることが原因。

・このような社会的な手抜きを防ぐために重要なのは動機付けで、役割と責任をはっきりさせる。適度な監視、情報の共有、部下の意見を聞く。作業中にも適時フィードバックを素早く行う。努力を可視化する。 集団の中のコミュニケーションがスムーズにいくようにすることも有効。

---

---

### 『品位ある社会。〈正義の理論〉から〈尊重の物語〉へ』

アヴィンヤイ マルガリート 著、森 達也、鈴木将頼、金田耕一 訳(風行社、2017年12月)

「喫緊の課題は、正義にかなう社会ではなく品位ある社会である」(シドニー・モーゲンベッサー)。  
品位ある社会とは、その制度が人びとを人間として尊重し〈屈辱を与えない社会〉をいう。

---

---

### 『50代、後悔しない働き方』

大塚 寿 著(青春出版社、2020年7月)

・50代は、なぜ“40代の延長”ではうまくいかないのか？ 50代は”40代の延長”ではない。  
「定年」そして「そのあと」をどう考えるのか。

・50代で将来設計をしっかりと始めておく。 要は自分に市場価値(スキルとキャリア)を。

---

---

### 博報堂マンが見つけた「出世よりも大切な事」

プレジデントオンライン(博報堂のグループ会社QUANTUMで  
クリエイティブディレクター 川下和彦さん)。2019年2月

・人生は有限。自らが向かうべき方向を示す「北極星」。「やりたいこと」×「自分の強み」。

・職業＝アイデンティティにする必要はない。自らが向かうべき方向を示す“北極星”を見つけるセンスが大事。北極星に向かう過程を楽しめれば人生は豊かになる。

---

---

### 『これからの時代を生き抜くための生物学入門』

五箇公一 著(辰巳出版、2020年9月)

・生物学を学べばヒトはもっと強く、もっと優しくなれる。ダニの世界にもあるオス間闘争。生物学的にはオスは悲しい生き物。人間は自然淘汰に逆らい、助け合うことで生き残った。

・「奇人・変人」を排除すべきではない。生物多様性があるから人間社会はここまで発展できた。かつては里山が生物多様性を支えていた。グローバル化の象徴である外来生物。

## 『座右の古典』

鎌田浩毅 著(筑摩書房、2018年9月)

良書は一度読めば終わるというものではない。自分の人生と共に常に座右にあり、経験と知恵の深さに応じて感銘を受け続けるものである。古典とは自分の成長と共に読めばよい。

「生きがいを感じているひとは、他人に対してうらやみやねたみを感じにくく、寛容でありやすい」(神谷美恵子『生きがいについて』)

## 『ひらめかない人のためのイノベーションの技法』

篠原 信 著、植田たてり/イラスト(実務教育出版、2020年1月)

・AI時代の人材の重要な要素に1つが「創造性」だが、センスがなくてもイノベーションできる。「どうせ」を「どうせなら」に変える。「高尚なもの」を引きずり下ろす。誤解は発明の母。失敗や余計なことを喜ぶ。

・“おもしろがる”ことから始まるイノベーション。現場のやる気を邪魔しない。「期待しない・驚く・面白がる」で人を動かす。

## 『最軽量のマネジメント』

山田 理 著(サイボウズ株式会社取締役副社長 兼 サイボウズUS社長。ライツ社、2019年11月)

・サイボウズが捨てたマネジメントに関する6つの「理想」: ①マネジャーは「地位」ではなく「役割」である ②必要なのは「スキル」ではなく情報を公開する「覚悟」 ④組織図は「ピラミッド型」から「キャンプファイヤー型」へ ⑥目指すのは「ホワイト企業」より「透明な企業」

・たどり着いたのは「100人100通りの自立」。チームが「おかしいとき」って、情報が「共有されていないとき」。課題は日の当たるところに置く。一人で抱え込んでいると腐る。

## 『非常識な成功法則【新装版】』

神田昌典 著(フォレスト出版、2011年10月)

・まずは「やりたくないこと」を発見してストレスを軽減させる。「やりたくないこと」が明確になると、「やりたいこと」も明確になる。そして、「やりたくないこと」と「やりたいこと」の両方が明確になれば、人生の生きる目的や意味が明確になる。

・自分を信じて行動する。「成功したらいいな」という気持ちはみんな持っている。ところが「成功したらいいな」ということと「成功に向かって行動する」ということの間には、大きなギャップがある。

## 『広く弱くつながって生きる』

佐々木俊尚 著(幻冬舎、2018年3月)

・従来の人間関係は会社や学校、家族の中だけで形成される濃く、狭く、強いものだった。しかし、終身雇用制度が危うくなり、リストラが起き、人口が減り、家族形態が変わってきたことで、働き方や暮らし方が多様化した今、人間関係で消耗しているのは勿体無い。

・お金が沢山ある＝幸せではないこと、充実感と安心感はお金では得られない。いい人間関係があれば、仕事は入ってくるので、「お金がなくなったら、稼げばいいか？」程度に考えられるようになればしめたもの。

---

---

## 『法則』

船井幸雄 著、サンマーク出版編集部 編(サンマーク出版、2016年10月)

・上手に生きるには、「正しいルール」を知り、「単純万能のコツ」を知ること。世の中で起きることはすべて、必然、必要であり、ベストのことしか起こらないようになっている。

・成功の3条件とは、①素直、②プラス発想、③勉強好き。組織は、トップ一人で99パーセント決まる。ツクためには、ツイているものとつきあうこと。

---

---

## 悩むより行動すると道が開ける、本当の理由

ライフハッカー[日本版](古川武士さん/習慣化コンサルタント)。2017年12月。

・行動することで道は開ける。行動を続けることでフィードバックを受け取り、それを2次行動、3次行動と発展させることで問題は解決し、実現に向かって加速していける。

・試行錯誤をすること、失敗を恐れないこと。行動することで道が開ける。

---

---

## 『苦労して成功した中小企業のオヤジが新人のボクに教えてくれた「上に立つ人」の仕事のルール』

嶋田有孝 著(日本実業出版社、2017年9月)

・時代が移っても決して変わらない「仕事の基本」。会社には、あえてダメ出しをするようなうるさい人間も必要。業務改善を提案しても、実行されなければ意味がない。結果を恐れず、「行動すれば、必ずうまくいく」と信じる。

・ゴキブリは、隙間にひっそりと生き、常に周囲の物音に敏感で、すばしっこい。中小企業は、ゴキブリのようになるべきである。大企業が進出しないような隙間を狙って、そこで徹底的に強みを磨く。そして、世の中やお客様のニーズに敏感に反応し、スピード感溢れる経営をする。ゴキブリのようになることで、大企業からも怖がられる企業になり、長い間生き残れる。

## 『参謀の思考法。トップに信頼されるプロフェッショナルの条件』

荒川詔四 著(ブリヂストンCEO。ダイヤモンド社、2020年6月)

- ・単なる「優秀な部下」にとどまるか、「参謀」として認められるか。上司は「機関」と考える。従順であることは「美德」ではない。リーダーの「先」を行くのが参謀。
- ・上司とは異なる「自律性」を堅持する。「理論」より「現実」に学ぶ。自分を俯瞰する「視点」を常にもつ。「原理原則」を思考の軸とする。参謀は常に「自分の言葉」で語る。「制約」こそが思考の源である。

## 『ポジティブ心理学の挑戦 “幸福”から“持続的幸福”へ』

マーティン・セリグマン 著、宇野カオリ／監修、訳(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2014年10月)

- ・ウェルビーイング(身体的、精神的、社会的に良好な状態)の構成要素「PERMA」: P: ポジティブ感情、E: エンゲージメント、R: 関係性、M: 意味・意義、A: 達成の5つ。
- ・富の目的は、さらに高いGDPを生み出すことではなく、さらに多くのウェルビーイングを生み出すことでなければならない。精神的健康とは精神的疾患がないことではなく、持続的な幸福感が存在すること。

## 『最後の相場師』 是川銀蔵から学ぶ投資の3つの心得

LIMO。2020年7月。

- ①過大な思惑はせず、手持ち資金の中で行動する
- ②株価には妥当な水準がある
- ③値上がり株の深追いは禁物

## 『中国人エリートは日本をめざす。なぜ東大は中国人だらけなのか？』

中島 恵 著(中央公論新社、2016年10月)

- ・中国人、とくにエリート層の関心はモノではなく、ずばり「日本買い」に向かっている。東大、京大、東工大、早稲田……。日本の一流大学をめざす予備校まで日本に存在する。「日本を一流大学を卒業して、日本の一流企業に就職する。そして将来は日本に永住したい」という彼ら。
- ・競争、我慢、忍耐。これが中国人の人生。日本の素晴らしい生活環境やカルチャーなどに共感して日本を選択しているという中国人にとっての“楽園”。それは日本だった。

## 『2050年 世界人口大減少』

ダリル・ブリッカー、ジョン・イビットソン 著、河合雅司／解説、倉田幸信 訳(文藝春秋、2020年2月)

・2050年、人類史上はじめて人口が減少する。その原因は、「都市化と女性の地位向上」。いったん減少に転じると、二度と増えることはない。この震撼シナリオが進むとすると、米中の覇権争いは予想外の展開を見せ、インド、そしてアフリカの台頭も早まるだろう。世界経済の行方、温暖化や格差・貧困などのSDGs問題、われわれの人生もが激変する。

・少子高齢大国・日本は、世界の未来の姿だ。日本については移民を受け入れるか、移民を受け入れずに人口減で国が縮小していくのに甘んじるかのどちらかで、日本人は後者を選択するだろうと予測。

---

---

### 『コールド・リーディング。人の心を一瞬でつかむ技術』

イアン・ローランド 著(マジシャン、エンターテイナー)、福岡洋一 訳(楽工社、2011年5月)

・多くの占いがインチキ。質問を偽装しながら、相手から情報を引き出す。インチキとはいえ、高等技術。ペテンと呼ばれるものは、人の心理の隙間をつく。体が弱った時に風邪をひくように、心が弱った時にペテンに入り込まれやすい。

・共感力、コミュニケーション力。営業(セールス)、恋愛、尋問等で応用ができる。

---

---

### 『ダイアログ。対立から共生へ、議論から対話へ』

デヴィッド・ボーム 著金井真弓 訳(英治出版、2007年10月)

・人はなぜ対立するのか。なぜ関係が行き詰まるのか。不毛な争いを避け、皆が望む未来をつくる「対話(ダイアログ)」。

・対話(ダイアログ)とは、①情報やアイデアではなく「意味」を共有 ②明確な「目的」を定めなくてもいい ③人を「説得」することは必要ない ④あらゆる「想定」を保留することが重要。

---

---

### ワクワク、ドキドキ願望の現代人。社員がワクワクする組織のつくり方

「ビジョン」、「目標」、「戦略」、「ミッション」、「価値観」、「コミットメント」、そして実績(成長、成功)。これらは組織リーダーが部下にワクワクさせるような職場をつくるための重要なキーワード。

「世の中に、自分で試してみないで分かることなんかひとつもない」 五木寛之

---

---

### 『「思い」と「実現」の法則』

ウォレス・D・ワトルズ 著、佐藤富雄 監訳(イースト・プレス、2014年4月)

・心のなかで偉大なことを考えないなら、現実の外の世界で偉大なことを行うことは決してできない。偉大なことを考えるためには、あなたは本当に誠実な人間でなければならない。

・直感を信じ続け、自ら考えて行動する。自分を人と比較しない、妬まない。野心を持たない、見返りを求めない。人に考えを押し付けて、支配しようと考えない。他人に利用されることなく、うまく協力する。

## なぜ管理職の年収は高いのか？ ～中国古典から学ぶ～

リクルートワークス研究所(茂木洋之さん)。2020年3月

・中国史には、日本人が昔から好きな時代が2つある。一つは三国志の時代。劉備と関羽と張飛が荒廃した後漢を救うために立ち上がり、その後、諸葛亮を有し蜀を建国し、魏の曹操らと戦う場面は人気。もう一つは「項羽と劉邦」の時代。

・管理職の年収が高いのは生産性が高く、裁量が大きいからだけではない。どんなに優れた営業や現場の人がいても、管理職が適材適所の人事をしなかったり、誤った作戦を取れば、組織は全滅しかねない。また部下が能力を発揮し易いような環境を整えることも重要。

## 『学習する組織。現場に変化のタネをまく』

高間邦男 著(光文社、2005年5月)

・今日の厳しい環境変化に対応して組織が生き残るには、環境の変化に対応して学習できることが必要条件。企業にとっては学習する組織になることが、変革の重要なテーマ。

・人を大切に、人間的つながり強化する。組織ビジョンをことあるごとに語るリーダーがいる組織の業績は高い。上からの押し付けで進める改革は失敗する。各個人をいかに取組みに参加させるかが改革成功のポイント。

## 『人が自分をだます理由。自己欺瞞の進化心理学』

ロビン・ハンソン、ケヴィン・シムラー 著、大槻敦子 訳(原書房、2019年2月)

・人間は様々な高尚な理由(恵まれない子供達のために募金しよう、芸術追求は尊い活動だ、教育による知的能力向上で社会を豊かに……)を掲げて、それに基づいた社会制度・文化を生み出してきたかのように思えるが実はそれは聞こえの良い建前上の理由。

・「自分が勝ち抜くため」という醜い本音は、実は当の本人もそう思っていない、分かっていない。つまり生存競争に勝つためという利己的な目標を達成するため、あえて自分自身をも騙し、高尚な理由を唱え大義名分を得ることで気兼ねなく生存競争ゲームに邁進することができるという仕組み。

## 『デジタルマーケティングで売上の壁を超える方法』

西井敏恭 著(翔泳社、2017年10月)

・マーケティングとは「売れ続ける仕組みづくり」「買いたい気持ちづくり」と定義。デジタルの持つ特性(検索性、双方向性、即時性を低コストで実現できる)を活かして顧客とのコミュニケーションをいかに工夫するか。

・売上を爆上げする”魔法の杖”はない。重要なのは新規顧客と継続顧客に分け、特に2回目の顧客(F2)が重要。なぜなら、F3、F4へと継続率は高くなるため。F2をいかに増やすかが事業の安定性を高める。

## 『才能の正体』

坪田信貴 著(幻冬舎、2018年10月)

・「自分には才能がない」は、努力をしない人の言い訳。すべての人に“才能の芽”はある。その“芽”を、どうすれば見つけ、花開かせることができるか？ やるべきは、今ある状況の「認知」、目的へ向かうための「動機づけ」。そして「正しい努力」。

・「IQ」は、才能とは関係ない。できる人の行動を「完コピ」すると、たちまち伸びる。「指導しようとする」と、人は伸びない。ただ、見守ればいい。居心地のいい仲良し組織は、弱い！

---

---

## 『新版 安売りするな！「価値」を売れ！』

藤村正宏 著(日本経済新聞出版、2017年7月)

・商品やサービスに独自の価値はない ・時代は「つながりの経済」へと移行 ・好きなことをしているとそれが価値になる ・売り込みではなく情報を発信 ・お客さまを「かたまり」として捉えない

・「つながり」の時代に、商品・サービス・ブランドを独自化し、その価値を伝える。逸脱は新しい価値を生むエネルギー。

---

---

## 『問いかける技術。確かな人間関係と優れた組織をつくる』

エドガー・H・シャイン 著、金井壽宏 監修、原賀真紀子 訳(英治出版、2014年11月)

・人間関係のカギは、「話す」ことより「問いかける」こと。思いが伝わらないとき、対立したとき、仕事をお願いしたいとき、相手が落ち込んでいるとき……。日常のあらゆる場面で、ささやかな一言で空気を変え、視点を変え、関係を変える「問いかけ」。

・謙虚に問いかけるは結局のところ相手を思いやる心。その時々で必要な相手に対してへりくだる気持ち。仕事を達成するために、時として私たちは誰かに頼る。そのことによって、私たちはこの種の謙虚な気持ちを持つようになる。支援を求めやすい風土は上司の責任。

---

---

## 『はたらきほん100。毎日がスタートアップ』

松浦弥太郎、野尻哲也 著(マガジンハウス、2017年9月)

・期待のしすぎは、自分のエゴ ・失敗しない人は何もしていない人 ・課題に情熱を持とう  
・誰だって、楽しい人が好き ・つまらないことに、支配されない

・「やらないルール」を決める ・面倒くささの中に宝物が眠っている ・難しい仕事は、分解してみよう  
・仕事は、初動で8割が決まる ・雑用も楽しく ・仕事上手は、休み上手

---

---



## 『富を「引き寄せる」科学的法則』

ウォレス・ワトルズ 著、山川紘矢 山川亜希子 訳 (KADOKAWA、2007年12月)

ウォレス・ワトルズ：1860年米国生まれ。南北戦争の時代を生き、貧困に苦しみながらも様々な宗教や哲学を学び、独自の成功哲学を構築した。

- ・人間の最大の幸福は、自分の愛する人に利益(愛)をもたらすこと。愛の最も自然で自発的な表現は「与える」という行為。与えるものを何も持っていなければ、夫や父親として、あるいは市民として、人間として、自分の役割を十分に果たすことが出来ない。
- ・自分で考える。願うではなく行動する。素直に実行。競争心は捨てなくてはならない。あなたは創造者。すでにあるものを人と競争して勝ち取る必要はない。

## 『PRE-SUASION 影響力と説得のための革命的瞬間』

ロバート・チャルディーニ 著、安藤清志、曾根寛樹 訳 (誠信書房、2017年12月)

- ・6つの影響力の武器(返報性・好意・権威・社会的証明・希少性・一貫性)に真の威力を与える。第七の武器：説得前のプリ・スエージョン(下準備)こそが成否の鍵。
- ・相手を説得するためには、前もって注意(関心)をひくこと。もう一つ重要な点は連想が人の行動に影響するという点。共感を誘う際には、類似性とお世辞が有効。

## 「個人の判断を組織で支える」。独創的な製品でニッチ市場を席巻する白山工業の人材育成とは

d's JOURNAL。社長の吉田 稔さんの話。2020年8月。

- ・地震計測をはじめ、環境計測の技術分野でひととき存在感を見せる白山工業。「ニッチ市場でオンリーワンになる」という経営戦略の下、ユニークな製品開発で防災システム事業を拡大。「面白いモノをつくらう」と発信。社員がのびのびと仕事をできる環境がある。
- ・中小企業は採用したいときに採用できない。大学とのネットワークを構築し、優秀な人材を集める。「大学の先生からの紹介」が多い。エンジニアや研究者が自由にチャレンジできる環境を与え、現場で伸ばす。

## 『ステレオタイプ科学。「社会の刷り込み」は成果にどう影響し、わたしたちは何ができるのか』

「できない」と言われると、人は本当にできなくなってしまう。

クロード・スティーレル 著、藤原朝子 訳 (英治出版、2020年4月)

- ・チームで女性が「1人」から「2人」になるだけで、女性が実力を発揮できるようになる。
- ・高齢者が記憶力テストを受ける前に、「年齢と記憶力はほぼ無関係だ」という説明で成績が上がる。

・勉強が苦手だと思われる子どもたちでも、授業の冒頭15分で、「自分が大事にしているもの」を書かせると、長期にわたり成績が上昇する。

## 『地上最強の商人』

オグ・マンディーノ 著、稲盛和夫 監修(日本経営合理化協会出版局、1996年9月)

成功させる方法は、日々の積み重ね、一步一步の積み重ねが唯一かつ王道。良い習慣をつくり、自ら、その奴隷となる。知識の吸収と実践、その繰り返しが、現実をつくりあげる。

- ・弱者は、自分の思いに支配され、強者は、自分の思いを支配する。
- ・私は、今、ただちに行動する。行動、実行しなければ知識を实らせることができない。

## 「最強の時短仕事術」で、毎朝やるべき1つのこと

ニューズウィーク日本版ウェブ編集部。2020年6月。

その日に取り組む必要のあるタスクを明らかにして順番を決めておけば、意識が散漫にならずにタスクの処理に集中できる。

効率がいいのは一つのタスクに集中する「ワンタスク」

## 『インビジブル・インフルエンス 決断させる力』

ジョーナ・バーガー 著、吉井智津 訳(東洋館出版社、2016年12月)

・決断の裏にある「見えない影響力」(インビジブル・インフルエンス)。大きくは、①模倣・同調のバイアスと ②差別化バイアスがある。前者①によって、行列ができていう理由だけで行列店に並んだり、後者②によって隣人と同じ車を買うのを避けたりする。どちらのバイアスが働くかは、その他人が誰であるかで決まる。

・広告やマーケティングに活かせる。流行には同質さと差別化の両方が大切。実は我々の決断は、99.9%までが他人によって方向づけられており、むしろ他人の影響を受けない意思決定や行動を見つける方が難しい。

## 『リーダーは空気をつくれ』

小笠原隆夫 著(星雲社、2018年6月)

・リーダーの何気ない言葉一つで、見違えるほど空気はよくなる ・多くのリーダーが、「チームのため」と言いつつ利己的な要求をしている ・自分の持ち味を知らないリーダーほど悪い空気の元凶

・設定すべきは「高い目標」でなく「適切な目標」 ・自己中なリーダーほどメンバーに「あうんの呼吸」を求める ・空気がつくれぬリーダーは、「管理」と「マネジメント」の違いを知らない

## 「奇跡」のレッスン。今日から理想の自分になる4つの法則

オグ・マンディーノ 著、関根光宏 訳(実業之日本社、2015年11月)

「自尊心の欠如」。これこそが人を失敗に導く原因。自分自身を愛し、他人を愛しながら法則を実践しなさい。

- ①自然の恵みに感謝しなさい
- ②自分のかけがえのなさに気づきなさい
- ③自分の枠を超えて、一歩先に進みなさい

## 『無敵の経営』

北川八郎 著(サンマーク出版、2015年7月)

・人は「何を成したか」よりも「どんな生き方をしたか」が問われる。「刀⇒ 家柄⇒ 学歴の時代」から「人柄の時代」へ。「敵がない」のではなく、「敵をつくらない」企業へ。

・利より信、善意・好意、感謝。「モノ」から「心」へ。「剛」から「柔」へ。「戦術と戦略」から「愛と信用」へ。「貨幣経済」から「人間経済」へ。

## 『弱いつながり。検索ワードを探す旅』

東 浩紀 著(幻冬舎、2016年8月)

・「かけがえのない個人」など存在しない。私たちは考え方も欲望も今いる環境に規定され、ネットの検索ワードさえグーグルに予測されている。それでも、たった一度の人生をかけがえのないものにしたいならば、新しい検索ワードを探すしかない。それを可能にするのが身体の移動であり、旅であり、弱いつながりだ。

・自分を変えるためには環境を変えるしかない。人間は環境に抵抗することはできない。環境を改変することもできない。だとすれば環境を変える＝移動するしかない。

## 「日本化」をデジタル化で防げ

日本のデジタル競争力は63か国中23位、日本の豊かさをデジタルシフトで取り戻せ！

国際貿易投資研究所 研究主幹 高橋俊樹さん。2020年6月。

・例えば、日本ではオンラインでの申請手続きに次から次へと問題が発生し、結局は利用できないケースが多い。デジタル化が進めば、一連の作業はかなり簡素化され迅速な処理が可能はずなのに。

・日本のデジタル競争力を低下させている要因の中で、日本企業が機会や脅威への対応や敏捷性に欠けるという問題は、新規事業への転換・決定が遅れることを意味。

・日本が諸外国と比べて相対的に豊かさを失いつつあるのは、日本の物価水準と所得が長期にわたって上がらないのに対して、米欧だけでなくアジアでも所得の上昇が著しいため。日本の豊かさをデジタルシフトで取り戻せ。

## 『これからの社員の教科書』

社内外のあらゆる人から今すぐ評価されるプロの仕事マインド71

田端信太郎 著(SBクリエイティブ、2019年12月)

・「人並み」を目指すか、「プロ」を目指すか。プロは勝負どころで休まない。ここ一番で遅刻する残念な人。欠勤するなら、仕事の状況を報告する。

・「情報収集」が君のオリジナリティをつくる。「現地・現場・現物」に価値がある。仕事のためのアウトプット前提で本を読め。

## 部下を“正しく叱る”には「し・か・り・ぐ・せ」を押さえるべし

HARBOR BUSINESS Online(産業医の武神健之さん)。2017年8月。

・「いま・ここ・私」を意識する。①いま叱るべきか ②この場所・この場面で叱るべきか ③そして私が叱るべきか。部下を叱るときに守ってほしい「し・か・り・ぐ・せ」。

「し」：身体的接触は絶対禁止 「か」：過去は責めずに、隔離し2人で

「り」：理論的に 「ぐ」：具体的に 「せ」：性格を責めない

## 入社して「女性社員が感じた不快な思い」。自分のキャリアを守るには

LIMO。2020年2月

□「女性なんだから・・・」にうんざり ・女性への配慮のない会社 ・男性優位が根強い職場

□明確なキャリアプランを自分視点で描く。自分のキャリアは自分で守る意識を持って転職しよう。企業の情報をしっかりチェック！

## 『【新版】小さな会社★儲けのルール』

竹田陽一、栢野克己 著(フォレスト出版、2016年7月)

・ランチェスター法則とは、中小・零細企業が生き残るための戦略。「戦略と戦術」の違いを知り、商品・客層・エリアを絞り、小さい部分で1位を作り、シェアを徐々に拡大していくというもの。

・また、大企業に競合しない戦略・戦術を打ち立て、顧客に忘れられないような戦術を行っていくという「勝つための法則」。

## なぜか売れない商品ばかり企画してしまう、ヤバい日本企業の典型的な特徴2つ

プレジデントオンライン(桶谷 功さん／(株)インサイト 代表取締役)。2020年6月。

人々の潜在的なニーズ(インサイト)を的確につかみとり、商品開発に生かす。アフターコロナの変化が激しく正解がない時代には、そうしたマーケティングセンスがますます重要になる。インサイトを生かすきれない日本企業の共通点とは……。

- ・組織のなかで喧々囂々(けんけんごうごう)の議論をする習慣がない。
- ・「売り上げ1.3倍」「売り上げ〇〇億円達成」というように、上から目標数字は降ってくるけれど、それをどうやって達成するかという戦略について、はっきり話し合わない。

---

---

## 『アナロジー思考』

細谷 功 著(東洋経済新報社、2011年7月)

- ・新しいアイデアは「借りてきて組み合わせる」ことで生まれる。では、どうやって既存のアイデアを「借りてくる」のか? そこで用いられるのがアナロジー思考。
- ・「多様な知識や経験」+「アナロジー(つなげる力)」=アイデアマン。アナロジーが足りないと単なる物知りで終わる。

---

---

## やる気のない部下を「エース社員」に変えるには?

PRESIDENT 2016年9月12日号(佐々木圭吾さん/東京理科大学大学院教授)

給料アップでは満足は高まらない。仕事のやる気は「仕事の有意義性」と「自律性」、「フィードバック」の掛け算によって決まる。

---

---

## 『「辞める人・ぶら下がる人・潰れる人」さて、どうする?』

上村紀夫 著(クロスメディア・パブリッシング、2020年3月)

- ・離職、モチベーション低下、メンタル不調など、「人」にまつわる問題が増えている。社員が「病む」のにはパターンがある。業務負荷の増大、働き方改革の強制、希望にそぐわない配属や昇格、……。
- ・個人のマイナス感情が周囲に影響し、連鎖反応が起こる=伝染していく。「個人活性3要素」=「心身コンディション、働きやすさ、働きがい」。悩める組織を救うのは「ターゲティング戦略」。

---

---

## 『自分の仕事をつくる』

西村佳哲 著(晶文社、2003年10月)

- ・日本の算数教育では、 $4+6=\square$ という形で設問が用意されるが、海外のある学校では、 $\square+\square=10$ という設問で足し算を学ぶと聞いた。 $\square$ の中に入れる組み合わせは自由であり、自分で考えるしかない。

・人間は「あなたは大切な存在で、生きている価値がある」というメッセージを探求する。楽しい仕事があるんじゃなくて 楽しい働き方がある。そしてそれは自分で見つけて選べる。

---

---

トップは3年以上の先を見る。リーダーは指導者、文字通り指さす方向に“夢と希望”を与える人のこと。

「ポジティブ思考」ではなく「思いやり思考」を心がける。親切はタダ。

気が利く人は「他人」を喜ばせ、利かないひとは「自分」を喜ばせる。

---

---

### 『白いネコは何をくれた？』

「今日と同じ明日」がイヤなら、明日を変える戦略がいるんじゃ！

佐藤義典 著(フォレスト出版、2008年10月)

・能力、才能、学歴、資格、運……だけでは成功できない。すべて「勝つための戦略」があるかないか。実際の成功者は戦略的に日々生きている。

・マーケティングは「売る」ためだけのものではない。マーケティングは「仕事」「恋愛」「人生」すべてに使える。「人生の戦略」はマーケティング戦略を使うのが実は一番効果的。

---

---

### 『潜在意識を使いこなす人、ムダにする人』

井上裕之 著(フォレスト出版、2016年6月)

・「人間には、自分でも驚くほど強力な知恵と勇気が隠されている。我々は自分の潜在力に気づいていないだけである」 デール・カーネギー

・明確な「ミッション・ビジョン・目標」があるからこそ、人は潜在意識を使いこなし、常にフロー状態で活動することもできる。

---

---

### 『アホは神の望み』

村上和雄 著(バイオテクノロジーの世界的権威。サンマーク出版、2011年4月)

・世界を変えるのはアホ＝大愚であることが多い。神様に好かれる「アホ」な生き方。素直で正直、器が大きなアホであれ。実直であり継続できる力、利他心を持って愚直に生きる。

・人のために何かすることで、結局自分が喜びを感じ、救われ、幸せになる。自分のことよりもまず他人の役に立つことを考える。すべての生命は縦にも横にも繋がっていて、我々は「おかげさま」で生かされている。

## 『ハーバードはなぜ日本の東北で学ぶのか』

世界トップのビジネススクールが伝えたいビジネスの本質  
山崎繭加 著、竹内弘高 監修(ダイヤモンド社、2016年8月)

・ハーバード・ビジネス・スクール(HBS)が正規の人気授業プログラムとして5年連続で東日本大震災の被災地を訪れている。そして、参加した学生たちのみならず、彼らを受け入れた現地の企業や学校にも、さまざまな気づきと進化をもたらしてきた。

・ビジネス・リーダーシップの本質。それは好奇心、感受性、人格、責任感、目的意識、よそ者への寛容さ、成長への食欲さ、他者への信頼と尊敬といった、頭脳や知識にプラスアルファで欠かすことのできない「人間力」。

## 「人と社会」をつなぐ。価値を生む人財マネジメント

日本能率協会 JMA MANAGEMENT Vol.7。2020年3月。

- ・マーケットで勝てる組織をつくる
- ・働きやすく働きがいのある会社こそが新たな価値を創造できる
- ・社員と社会をつなげるインナーブランディング。組織の一体感を生み出す。
- ・「適所適財」に向けた人財マネジメントで個人と企業の同時成長をめざす

## 他人と自分を比較しない！「我が道を行く10カ条」

女性自身(JINSEIのスパイス！第70回)。2020年4月。

- ①自分を誰かと比較しない
- ②自分の子どもを他人の子どもと比較しない
- ⑤自分の価値観を他人に押し付けない
- ⑥みんながそうでも自分は我が道を行く
- ⑨自分は自分、他人は他人
- ⑩だから自分も絶対に他人についてとやかく言わない

## 『「幸せ」をつかむ戦略』

富永朋信 著、ダン・アリエリー:答えた人。(日経BP、2020年2月)

・ものには「意味」がくっついている。所得や学歴よりも自己決定が幸福感に強い影響を与える。幸福度をアップさせるには、自己コントロール性が重要。

・会社が面白くない時は「やらされ感のある仕事」ばかりやっている時で、自分が「イキイキとやりがいを持って取り組める」のは自分でコントロールできる時。

## 『2025年、人は「買い物」をしなくなる』

望月智之 著(クロスメディア・パブリッシング、2019年11月)

- ・ショッピング体験の進化で、人々は「買い物」をしなくなる。いま、リアル店舗の数は確実に減少し始めている。「デジタルの棚」を握る者が次の時代をリードする。
- ・いままでお店にあった「リアルな棚」が、手のひらのスマートフォンの中にある「デジタルの棚」に置き換えられる。日常生活で「買い物」をしている感覚はなくなっていく。

## 『リーダーとして覚えておいてほしいこと』

野村克也 著(PHP研究所、2020年2月)

- ・組織はリーダーの力量以上には伸びない。上司の言葉一つで部下は変わる。
- ・判断とは「捨てる」こと。部下が雑な気持ちになるのを防ぐ。仕事は、小さなミスを防ぐことから始まる。不振のとき、チームをどう鼓舞するか。

## 仕事もできてモテる男の共通点は4つの「力」があることだった！

Menjoy!。2017年4月

- ・一緒にいて楽しい「コミュニケーション力」
- ・相手の気持ちを察する「想像力」
- ・相手を知るための「情報収集能力」
- ・仕事と家庭(恋)を両立させる「プランニング能力」

## なぜか上層部から評価される社員たち ～彼らの意外な特徴と「日々の心がけ」とは～

LIMO。2020年2月

- ・すぐに行動する
  - ・簡潔に報告する
  - ・先読みして行動する
- 努力を積み重ね、意欲的に仕事に励むのが一番の近道

## 事業戦略に向けた戦略立案 「イノベーションの考え方、スキル」

～大きく考え、小さく始めて、素早く展開する～

みずほ情報総研 事業戦略部 宮田隆司さん。2017年11月。

- ・グローバルに物を考え、アイデア(思いつきではなく、着想とか見解という意味で)を徹底的に揉み、まずは「やってみる」。このことこそが、イノベーションに繋がっていく。



・「大きく考える」とは、初めからグローバルに考え、既存事業を破壊しようということまで考える。そして、企業のため、利益を上げるためなどではなく、世の中のためになるのかを徹底的に考えるので、必然的に大きくなる。

---

---

### 『夢をかなえる方程式』

苫米地英人 著(フォレスト出版、2011年8月)

・最新の脳科学と心理学によれば、「脳は『過去の自分にとって重要な情報』しか見えない。だから、「過去の延長線上の未来」しか来ない。

・脳には、「ダマされやすい」という性質がある。この性質をうまく利用すればいい。

Imagination(想像＝理想)×Vividness(臨場感)＝Reality(現実)。

---

---

### “利益ではなく価値の創出を”

「サステナブル(持続可能な)・ブランド国際会議」が横浜市で開催された。2020年2月

企業とは「利益を追求するもの」が従来の考え方。しかし、SDGs(持続可能な開発目標)や環境保護・貧困の絶滅が叫ばれる今、社会貢献なくして企業が発展し続けることはないだろう。

「社員一人ひとりに儲けではなく、社会課題の解決が大事だと意識させたい」 小川恭範(セイコーエプソンCTO)

---

---

### 『できるリーダーは失敗が9割。自分史上最高の営業利益を手に入れる「仕事」の極意』

小山 昇 著(マガジンハウス、2020年4月)

・「失敗の数」＝「リーダーの実力」。なぜなら、失敗の数が多いほど、修羅場を切り抜けた経験が多いから。トライ&エラーで“昨日の自分”を超えろ。

・社長(管理職)は「スター」になるな。「リーダー」になれ！ 【できるリーダー3つの条件】  
①自分が経験したこと(成功&失敗)を、教訓として伝える ②人よりも早く気づき、的確な指示を出す ③成果が出るまで、誰よりも粘り強く汗をかく。

---

---

### 『CSV経営戦略。本業での高収益と、社会の課題を同時に解決する』

名和高司 著(東洋経済新報社、2015年10月)

・CSV(共通価値の創造)とは、社会価値(世のため)と経済価値(収益の追求)の双方を追求すること。これは慈善や非営利の事業ではなく、本業としての経営戦略に組み込むことで初めて実現できる。

・課題先進国と云われる我が国において、旧来の日本的経営の良さを継承しつつ、それを進化した形で日本的なCSV経営を実践する企業を増やせば日本経済の活性化につながるのではないかと。

---

---

### 『両利きの経営』

チャールズ・A. オライリー、マイケル・L. タッシュマン 著、入山章栄、富山和彦、渡部典子 訳(東洋経済新報社、2019年2月)

・知の探索+知の深化。 イノベーションで既存事業を強化しつつ(深化)、従来とは異なるケイパビリティが求められる新規事業を開拓(探索)し、変化に適応する両利きの経営。

・両利きの経営が行えている企業ほどイノベーションが起き、パフォーマンスが高くなる傾向。 成熟企業にとっての永遠の難題は、中核事業を維持しながら同時にイノベーションを起し新たな成長を追求していくこと。

---

---

### 『いつも結果を出す部下に育てるフィードフォワード』

久野和禎 著(フォレスト出版、2018年7月)

・「これからどうしたいですか？」という問いかけによって、未来を意識し、未来に働きかけるだけで、あなたは成果を上げ、幸せになることができる。

・ポイントは、質問①「現状はどうですか?」。 質問②で「これからどうしたいですか? これからどうしますか?」の未来地点を作ることで、現在と未来とのギャップを埋めようとする脳の力を活用する。

---

---

### 『会計士・税理士はこれからどう生きるか。AI時代にも稼げる「働き方の未来地図」』

freee株式会社 著(KADOKAWA、2020年5月)

・日々の税務業務をそつなくこなすだけで生き残るのは、もはや不可能。

・カギとなるのは、「他者とのつながり」。 コミュニティは、最新の情報をが飛び交う宝庫。 経営者の「相棒」としての存在感を出せ。

---

---

### 『思い描いた未来が現実になる。ゴールドビジョン』

久野和禎 著(PHP研究所、2016年12月)

・時間は未来から流れてくるもの。 人生皆失敗や挫折を繰り返しながら、思い悩み生きて行くもの。 脳は現状維持を好む。

・未来をまずはビジョン(思い描く)の設定。 ゴールの実現に必要な不可欠な「自分を信じる力」。

## 『小さな習慣』

スティーヴン・ガイズ 著、田口未和 訳(ダイヤモンド社、2017年4月)

- ・習慣で成功しよう！「小さな習慣」がなぜ優れているかという「脳には新しい変化を嫌い、同じ行動の繰り返しを好む」から。すべてのことは、習慣化し夢を叶え、人生を変えることができる。何しろ「小さ過ぎて失敗しようがない」。
- ・無理せず習慣化がコツ。小さな事に限ってバカにしてやらない。その習慣自体が諸悪の根源。

リーダーの仕事はみんなが納得する危機感を探し出して、全員にそれを自覚させること。組織に働く意欲と動きを与える。平凡な人に非凡な働きをさせる。

「新しいリーダーは戦略家というよりむしろ構想者であり、命令者というより語り部であり、システムの構築者やエンジニアというよりも変革の促進者であり、人に奉仕する者でなければならない」 ボイエット

## 『好奇心とイノベーション。常識を飛び越える人の考え方』

坂井直樹 著(宣伝会議、2020年5月)

- ・危機のなかであっても事態を好転させる推進力。それが「好奇心とイノベーション」。人間の心の中には「原型」が存在し、過去と未来がスパイスとして作用しデザインが生まれる。
- ・好奇心、もっといえは創造性であり、想像力。一次情報を持つ。つまり、自ら直接見て、人に会って、情報を仕入れる。「慣習にはとらわれない」という思想。自ら発信することが自らを変える。

## 「可能性がある」とは、確率でいうと何%程度か

大和総研 金融調査部 研究員 田中大介さん。2020年6月。

可能性の高低ではなく、その有無に対する問いかけであることから、答えは0%以外であれば何%でもよい。

IPCCの報告書の「可能性の表現」（発生する可能性）

IPCC: 国連気候変動に関する政府間パネル

「ほぼ確実」 99～100% 「可能性が極めて高い」 95～100%

「可能性が非常に高い」 90～100%

「可能性が高い」 66～100% 「どちらかといえば」 50～100% 「どちらも同程度」 33～66%

「可能性が低い」 0～33% 「可能性が非常に低い」 0～10% 「可能性が極めて低い」 0～5%

「ありえない」 0～1%

## 『世界を変えるビジネスは、たった1人の「熱」から生まれる。』

丸 幸弘 著(日本実業出版社、2014年2月)

- ・“PDCA”でイノベーションは起こせない。これからのビジネスは“QPMI”

Q【question】たった1人の崇高な問題意識や疑問。 P【passion】それを解決したいという強い情熱。 M【mission/member】周囲を巻き込んでプロジェクト化する環境を作る。 I【innovation】結果として革新的なビジネスが生まれる。

- ・経営者の仕事は社員の熱＝パッションに火をつけること。
- 
- 

## 『スタンフォード大学 夢をかなえる集中講義』

ティナ・シーリグ 著、高遠裕子 訳(CCCメディアハウス、2016年1月)

- ・まずやってみることが先。情熱なんて、なくていい。それは、あとからついてくる。アイデアも、創造力も、解決策も。ひらめきを生んで実現するのは、才能ではなくスキル。いつだって選択肢は無数にある。どれを選ぶかは自分次第。あなたの人生に革新を起こせるのは、自分自身だけ。

- ・想像力がクリエイティビティを生み、クリエイティビティがイノベーションにつながり、イノベーションが起業家精神を呼び起こす。こうしたサイクルに行動をのせることにより、夢をかなえることが可能になる。

---

---

## 『「ない仕事」の作り方』

みうらじゅん 著(文藝春秋、2015年11月)

- ・どんな仕事であれ、「やりたいこと」と「やらねばならぬこと」の間で葛藤することが多い。そこで肝心なのは、そのときに「自分ありき」ではなくて、「自分をなくす」ほど、我を忘れて夢中になって取り組んでみる。新しいことはそこから生まれる。

- ・人生どうなるかなんてわからないが、ひとつははっきりしていることは、他人と同じことをしては駄目だということ。なぜかという、つまらないから。皆と同じ人気職種を目指し、同じ地位を目指すのは、競争率も高いし、しんどい。それよりも、人がやっていないことを見つけ、達成するほうが、楽しいじゃないか。

---

---

## 『戦争のほんとうの恐さを知る財界人の直言』

品川正治 著(経済同友会終身幹事、国際開発センター会長。新日本出版社、2006年7月)

- ・平和憲法を持って国際平和を本当に希求する国になるのか、戦争国家アメリカに追随し、その手下になって世界中の嫌われ者になるのかという選択をしなければならない状況に直面している。

- ・一人勝ちの経済は続くわけではなく、結局自分も不幸になる。遠くで搾取されている人のことを思いながら、今自分ができることは何かと考えれば、生きることはとても意味のあることになる。

- ・紛争はなくなる。けれども「紛争を戦争にしない方法」はありえる。「国家経済」にではなく、「国民経済」に軸足を置く。

## 人材育成のプロが警鐘 「経済活動再開後、深刻すぎる人手不足がやってくる」

プレジデントオンライン(有本 均さん/ホスピタリティ&グローイング・ジャパン社長)。2020年6月

・コロナ時代は上司と部下のコミュニケーションの量は減る。そこで、問われるのはメッセージの質。昭和式の阿吽の呼吸は通用しない。育成の原理原則を踏まえたうえで、タイミングを見計らい、意識して声かけて初めて“伝わる言葉”になる。

・同時に、誰もが将来に不安を抱く今こそマインドを変えるチャンスでもある。力強いメッセージで中長期の会社のビジョン、育成の方針を伝えれば聴き手の心に響くはず。

## 『ワーク・コントロール。仕事に振りまわされないための [スマートマネジメント] 』

行本明説 著(CCCメディアハウス、2015年10月)

・インターネットの普及でビジネス環境は情報の洪水に見舞われてどんどん複雑になっている。最新情報・最適情報の収集に日々追われて、かえってビジネスパーソンの自律性や決断力が低下している。これが、いまの日本の「現場」の状況だろう。ホワイトカラーの生産性が下がっている。根本的な原因も、ここにあると思われる。

・スマートマネジメントは、誰にも(社長から新入社員まで)、どんな仕事にも(企画書作成からコピー取りまで)あてはまる「仕事のしくみ」から導かれた「ロジック(考え方)」「ノウハウ(具体策)」「ツール(道具の活用法)」を指す。

## 抜本的な医療保険制度改革は「待ったなし」。迫りくる「2022年危機」対応の最後の機会。

医療保険制度改革議論の先送りはコロナ問題下の消費抑制を一層高める

野村総合研究所 木内登英さん(エグゼクティブ・エコノミスト)。2020年6月。

・2022年危機: 団塊の世代が75歳の後期高齢者に入り始めることで、現行制度の下では給付総額は一気に高まる。

・2025年問題: 団塊の世代がすべて75歳以上となる。

・2040年問題: 保険料支払いで制度を支える現役世代が大きく減少を始める。

## 『小さな会社・お店のための 値上げの技術』

辻井啓作 著(CCCメディアハウス、2014年2月)

・1割の値上げができれば営業利益は2倍になる。値段を知っている相手に値上げはできない。価値を見つける、なければ作り出す。価値を増幅して値段がわからない商品にする。

・値下げ圧力、過当競争、外部環境の変化。それでも値段のしくみを知り、条件を整え、勇気を持って踏み切れば、会社も従業員も、取引先もお客さんも、幸せになれる。

## 『ハーバードの“正しい疑問”を持つ技術。成果を上げるリーダーの習慣』

ロバート・スティーヴン・カプラン 著、福井久美子 訳 (CCCメディアハウス、2015年7月)

・リーダーの価値は、自信を失い、先が見通せない時期にどう対処するかで決まる。キャリアの早い段階で身につけておきたいのは、「重要な問い」に向き合うこと。的確に疑問を抱き、思索し、状況を立て直し、前進する。この繰り返しを習慣化すること。

・ストレスを感じた時の振る舞いを意識する：リーダーは、追い詰められた時の行動を自制できなければならない。

## 『プラクティカル・ドロッカー。英知を行動にかえる40項』

ウィリアム・A・コーエン 著、池村千秋 訳 (CCCメディアハウス、2015年5月)

・ドロッカーはつねに「何をすべきか」と問いかけ、「どのようにすべきか」という具体策は提示しなかった。「みんなが知っていること」はたいてい間違っている。

・企業の目的は利益ではない。過去の成功にしがみつくると失敗する。正しい戦略は、方程式からは生まれない。次の月曜に、どういうふうに行動を変えるつもりかを聞かせてください。

## 『バカなのにできるやつ、賢いのにできないやつ』

千田琢哉 著 (PHP研究所、2015年9月)

・いつも真剣な顔をして、賢く何かを考えているように見えるのに、全く結果を伴わない人がいる。一方で、考えなしのバカに見えるのに、素晴らしい結果を残す人がいる。

・考えるな！ いますぐ動け！ できるバカはとにかく動く。できない秀才は考えるだけで終わる。

## 自分の強みを再発見せよ

経済界、2016年8月

結局は相手にどんな価値を提供できるかだ。改めて「自分のプロフィール」というと、自分の成功体験ばかりを思い浮かべがちだが、実は「失敗体験」こそ、他との差別化に結び付くことが多い。

## 文章を「頭よさそう」に見せようとするほど「バカっぽくなる」理由

「難しい言葉」を使いたい人たち

LIMO (ロミオ・ロドリゲス Jr.さん)。2018年11月。

・文章の3つの鉄則……①シンプル(わかりやすく、簡単に) ②クリア(明瞭に、簡潔に) ③ミニマム(最小限に)

・上司にとって重要なのは「ポイントがわかること」。報告書の「出来のよさ」「見た目のよさ」ではない。

---

---

### 『その数学が戦略を決める』

イアン・エアーズ 著、山形浩生 訳(文藝春秋、2010年6月)

・データは武器となる。将来的には人間の活躍の場は絶対計算のための仮説を作ることに重きが置かれる。観点を換え、新たな変数を考え、それをデータに組み込み積み上げていくことができるような人材の価値が高まっていく。

・人はよりクリエイティブに。分析のインプットとなる仮説を立てること。結果を直感的に判断すること。情報やロジックに誤謬がないか監査すること。

---

---

### 信頼されない上司ほど「なぜ」をくり返す

その質問が部下を追い詰めている

プレジデントオンライン(濱田 秀彦さん/ヒューマンテック代表取締役)。2019年1月

・「いいからやれ」「なんとかしろ」「言われたとおりにやってくれればいい」。これらのセリフは一発退場もの。

・「そうじゃなくて」を言うてはいけない。ポジティブな表現に言い換える力。

---

---

### 『新 自分を磨く方法』

スティービー・クレオ・ダービック 著、干場弓子 訳(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2006年11月)

あなたの進む道はふたつ、前に進むことなく今のやり方に安住し続けるか。あるいは、夢に向かって挑戦を繰り返し、自分の可能性を高めていくか。どちらを選ぶかは、あなた次第。

「自分の考えに気をつけよう。それは言葉になる。

自分の言葉に気をつけよう。それは行動になる。

自分の行動に気をつけよう。それは習慣になる。

自分の習慣に気をつけよう。それは人格になる。

自分の人格に気をつけよう。それは運命になる。」

---

---

### 尊敬する上司像、上司に求めることは？

エン・ジャパン調べ。2017年12月～2018年1月。7,074名が回答。

- ・上司の尊敬する点は「人柄が信頼できる」。若手は「指示のわかりやすさや知識・経験の豊富さ」、35歳以上は「リーダーシップ」に惹かれる傾向。
- ・上司に期待していることは「明確な判断」「人柄の信頼性」。

「上を見て背伸びをすればキリがなく、横を見て肩を並べようとすれば、見栄を張りたくなるのが人間。しかし、そんな感覚でいると、たちまち生活は破綻してしまいますよ。

大切にしてほしいのが、役に立つかどうかではなく、「自分が楽しいと思うこと」「自分に幸福を与えてくれるもの」は何か、という尺度なのです」 三木 卓(作家・詩人・翻訳家)

### 『新装版 10人の法則』

西田文郎 著、「元気が出る本」出版部 編(現代書林、2018年5月)

「感謝」で脳を激変させる「脳と心の法則」。感謝すべき10人全員に自分の感謝をしっかりと伝える。あなたの人生がもっとパワフルに変わるはず。

### 『雑草はなぜそこに生えているのか』

稲垣栄洋 著(筑摩書房、2018年1月)

・雑草は他の植物との競争に弱く、他の植物が生えない場所、具体的には道ばたや畑のような人間が管理をしている特殊な場所を選んで生える。雑草の強さは「変えられないもの(環境)は受け入れて、変えられるもの(種子の残し方)を変える。

・雑草は過酷な環境(場所)を選ぶことで、ほかの植物との競争を避けるという「弱者の戦略」であった。雑草が生き残るためのキーワードは個性(オンリー1)、多様性、自分らしさ。「強さ」ではなくて「弱さ」を土台にしている。

「経営の要諦は、一に粘り、二に執念。難局にどれだけ耐えられるかが勝負の岐かれ目だ」

川上米男(長府製作所元会長)

編集・発行 (同)ドンマイ(快便研究所)

熊本県八代市長田町2900

eメール: info@donmai88.com

HP 「合同会社ドンマイ」で検索

(2021年4月 改訂)

日々、洪水のように流れてくる情報社会にあって、有用で文化的価値の高い情報が散逸したり、埋没したりして失われてしまうことは社会的に大きな損失です。この『ノート』はそれらの優良情報の所在(レファレンス)を広くお知らせすることを役目としています。