

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』®

NO.29 2021年8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

『自由になるための技術 リベラルアーツ』

山口 周 著(講談社、2021年3月)

・リベラルアーツとは、自分たちを縛り付ける固定観念や常識から解放され、自らの価値基準を持って行動するため手段。教養の幅を広めることが、自由になる秘訣。

・正解のない時代には、感性、主観、人間性が重視され、問題解決よりも問題提起。いかに「問いを立てて、意味づけができるか」が問われる。

VUCAの時代で何が変わる？ 取り残されないための4つのスキルとは

d's JOURNAL。2020年12月。

・「VUCA(ブーカ)」とは、ビジネス環境や市場、組織、個人などあらゆるものを取り巻く環境が変化し、将来の予測が困難になっている状況を意味する造語のこと。「Volatility:変動性」「Uncertainty:不確実性」「Complexity:複雑性」「Ambiguity:曖昧性」。

・OODAループの4つのステップ: ①「Observe(観察)」 ②「Orient(状況判断)」 ③「Decide(意思決定)」 ④「Act(実行)」

『グローバリズム以後。アメリカ帝国の失墜と日本の運命』

エマニュエル・トッド 著(朝日新聞出版、2016年10月)

・グローバリズムが先進国の中間層を解体し、社会を分断する。民族の自律性と民主主義への懷疑が黒雲のように広がる。不平等に一番寛容なはずの人々でも堪忍袋の緒を切らすことがある。

・英国EU離脱と移民により解体に向かう欧州。白人死亡率の上昇が如実に示す米国の疲弊。世界経済のグローバル化を率先して進めてきた英米であるが、その国民がグローバル化に疲弊した。

中高年社員はマネジメントしづらい存在か。

70歳雇用・組織高年齢化時代、企業の人材コスト見直しに「正」はあるのか

d's JOURNAL(パーソル総合研究所の石橋 誉さん)。2021年1月。

・組織の高年齢化によって生じる問題：①世代継承性の低下 ②労働生産性の低下 ③資格、役割≠処遇状態にある社員の増加 ④ミドル・シニア社員のパフォーマンス低下

・生じた問題を解決するには、人事制度、採用、配置、評価処遇運用、代謝、人材開発などと、多岐にわたる取り組みが不可欠。

たとえば労働生産性の低下⇒賃金制度改革、厳格な評価・処遇運用

『売る力、心をつかむ仕事術』

鈴木敏文 著(文藝春秋、2013年10月)

・主語は誰？ お客様が来店することで幸せを感じ、来て良かった！ また、来たいと思われるために何をし、何を止めるべきか？ 仮説→検証→改善を繰り返し顧客満足度を上げる。

・今までの成功体験に溺れても、胡坐をかいてもいけない。時代と共に、お客様の趣味嗜好、欲求は変化するもの。だからこそ、逆に面白い。新たな発想、視点、着想なき者は去り、飽くなき挑戦し続ける者だけが、果実を享受できる。

『マッキンゼー流 最高の社風のつくり方』

ニール・ドシ、リンゼイ・マクレガー 著、野中香方子 訳(日経BP、2016年7月)

・「なぜ働くのか」動機は ①楽しさ、②目的、③可能性、④感情的圧力、⑤経済的圧力、⑥惰性の6つ。前半の3つを最大にし、後半の3つを最小にすると総合的動機が最高になる。

・モチベーションの高い組織づくりには、「仕事の楽しさ」を感じられることが最も重要。

選択する未来 2.0 報告

内閣府。2021年6月

①なぜ、いま人材への投資なのか ～成長と雇用の好循環に向けた「ヒューマン・ニューディール」へ。 10 年かかる変革を一気に進めるために。

②人材への投資により目指すべき姿

- ・若者の活躍を支援し、将来世代への責任を果たす
- ・能力に応じた活躍の促進、適材適所を通じた個々人の多様な能力発揮
- ・デジタルを活用し、一人ひとりを支える雇用・教育・社会保障
- ・多様な価値観の尊重と包摂的な社会

ESG と企業経営のあるべき姿 ―経営者の力が差別化要素となる―

野村資本市場研究所(東京都立大学大学院 教授 松田千恵子さん)。2021年6月

・環境・社会・企業統治(ESG)への取り組みに多くの企業は悩んでいる。その背景には「経済的な成功」と「社会的な貢献」を対立軸として捉える企業の社会的責任(CSR)的な考え方が、本業における経営課題設定のパラダイムシフトを受け入れる障壁になっていることが挙げられる。

・「E(環境 Environment)」と「S(社会 Social)」を踏まえた世界観と戦略思考を持って将来像を追求する経営者の役割は益々重要になる。「G(ガバナンス Governance)」による規律付けもそれを後押しするだろう。

『目からウロコが落ちる奇跡の経済教室【基礎知識編】』

中野剛志 著(ベストセラーズ、2019年4月)

・デフレ状況下では、供給過多であるため、「物の価値 < お金の価値」の状態となる。ゆえに、価値のあるお金は貯蓄され、企業は投資しない。国民は消費しないし節約志向が高まり、更に貯蓄へとつながる。

個人レベルでのこの行動は合理的であるが、経済全体として見た場合、需要低下・景気悪化に繋がり、結果個人レベルの節約志向が更に高まるという悪循環を生む。(合成の誤謬)

『藤原和博の必ず食える1%の人になる方法』

藤原和博 著(東洋経済新報社、2013年8月)

・能力を掛け合わせ、レアな人になると無敵になる。希少性がより貴重になる。

・まずは全ての人に共通する3条件をクリアして「8分の1」の人になれ。その3条件とは、①パチンコをしない ②ケータイゲームしない ③月一冊以上、本を読むこと。

『心理マーケティング100の法則』

酒井とし夫 著(日本能率協会マネジメントセンター、2018年3月)

・どんな商品やサービスを扱っていても、商売にはたった1つの共通項がある。それは・・・お客様は人であるということ。人は心で好き嫌いを判断して、心で買う買わないを決める。

・商売は心理学。簡単な客単価アップ法：選択肢を3つにすると、真ん中を選ぶ。オマケを付けると、本体が魅力的に見える。総額では高く感じても、単価で示すと安く感じる。

『自分とチームの生産性を最大化する 最新「仕組み」仕事術』

泉 正人 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2017年4月)

・自分が働かなくてもいい仕事は、「仕組み」に働かせる。マニュアルや仕組みを作ることで、頭をつかう仕事を減らし、作業に変えることで、他人に任せやすくなり、外注にも頼れる。

・①誰が見てもミスが発生しないマニュアルを作成する ②ミスしたら再発防止する仕組みを考える(そのためにミスをメモしておく) ③チェックシートを活用して、誰もが同じ成果を出せるマニュアルを作成する。

『職場の理不尽に怒らず、おだやかに働く技術』

横山信治 著(秀和システム、2016年9月)

・コロコロ変わる上司には2パターンある。「保身タイプ」と「閃きタイプ」。閃きタイプは経営者や役員に多い。そのタイプによって対応を変える方が良い。

・リスクをとることには価値がある。成功するためには、行動しなくてはならない。行動にはリスクが必ず伴う。リスクなしで成功はありえない。

コロナ禍、進む顧客対応のDX。CX(顧客価値創造)に遅れる日本企業

エコノミックニュース(ガートナー調べ)。2021年6月

・顧客対応のDXはコロナ禍ゆえに行われているものではなく時代のトレンド。この戦略の中で用いられるのがCX(顧客経験)という概念であり、これは顧客の製品の認知、購入の検討、購入後のサポートまでのプロセスにおける体験または価値を表し、顧客がそのプロセスから得られる価値の体系のこと。

・CXを販売戦略に組み込み顧客からのロイヤリティを勝ち取ることがDX時代の企業戦略の課題。

『独学大全。絶対に「学ぶこと」をあきらめたくない人のための55の技法』

読書猿 著(ダイヤモンド社、2020年9月)

・学ぶことで人は変わる。方法論(how to)より、何を学ぶか(what)が大事であり、またそれよりも動機付けや継続性(why)が重要。

・勉強できない最大の理由：①勉強に時間を配分していないから、②勉強の優先順位が低いから。

『プロフェッショナル経営参謀』

杉田浩章 著(ボストンコンサルティンググループ日本代表、日経BP、2020年6月)

・未来がまったく予測できない今、経営トップも意思決定の難しさに頭を悩ませている。そんなトップに対して、違う視点からの問題提起を行い、議論を活性化させ、時には周囲と衝突しながら、より質の高い意思決定へと導いていくのが、いま求められている「経営参謀」の仕事。

・参謀とは、意思決定者を正しく動かす役割を負い、それを実現するために最適な仕事をデザインする人物。成功するための単純な「ノウハウ」は存在しない。

『NEW POWER. これからの世界の「新しい力」を手に入れろ』

ジェレミー・ハイマンズ、ヘンリー・ティムズ 著、神崎朗子 訳(ダイヤモンド社、2018年12月)

・20世紀は、大企業、大組織、政府などが権力を持つ「オールドパワー」の時代だった。21世紀は、個人が権力や影響力を持てる「ニューパワー」の時代。

・オールドパワーは「少数が独占」「競争」「プロ」などが特徴。ニューパワーは「多数でシェア」「コラボ」「アマ」などが特徴。すべてを「徹底的に透明化」しないと、人を引き付けられなくなった。

『裸の錬金術師。今すぐ人生を大逆転させる魔法の言葉 81』

大成信一郎 著(サンライズパブリッシング、2017年11月)

・なぜ人生が生きづらいのか？「それは裸になれないから」「ありのままの自分になれないから」。自分のありのままの思いを持って突き進むことの大切さ。

・「実践できていること」「わかってはいるけどできていないこと」「今まで知らなかったこと」。

これからの時代、「自己変革力」が必須な理由と高める方法

グロービス(村尾佳子さん/グロービス経営大学院 経営研究科 副研究科長)。2020年12月。

自己変革は、社会を変革するよりずっと難しい。自己変革力を身に着けるため3ステップ

- ①健全な危機感を持つ ②自己肯定感を持つ ③自己認識力と自分なりの方法論を持つ
-

未来はどうなる？ 人工知能(AI)との正しい付き合い方

日本経済新聞出版(『人工知能が変える仕事の未来』の著者・野村直之さん)。2018年2月。

・今世紀中にシンギュラリティが到来することはない。今後、重要なのは知識労働から『知能労働』へシフトするときに、AIの知識を身につけた人材を育てること。

・AIは便利だが癖のある道具。ただし、「実態を見ず、プロジェクトに適したAIを使わなければ意味はない。またAI自体を使いこなす知識がなければ、失敗に終わるのは当たり前。だからこそ、ビジネスの道具として役立つAIを選び、その使い方を具体的に知る人を育てることが大切。

『ニュータイプの時代。新時代を生き抜く24の思考・行動様式』

山口 周 著(ダイヤモンド社、2019年7月)

20世紀的優秀さは終わりを迎える。今すぐ思考・行動をアップデートせよ！「オールドタイプ」から「ニュータイプ」へ

- ・「正解を探す」→「問題を探す」
 - ・「綿密に計画し実行する」→「とりあえず試す」
 - ・「ルールに従う」→「自らの道徳観に従う」
 - ・「奪い、独占する」→「与え、共有する」
-

『IDEA FACTORY。頭をアイデア工場にする20のステップ』

アンドリー・セドニエフ 著、弓場 隆 訳(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2017年4月)

・すぐれたアイデアを発想することほど、ビジネスに成功と喜びをもたらすものはない。天才と大多数の人たちの違いは、子どものころの創造性を維持できるかどうかである。アイデアは才能ではなくたゆまぬ筋(脳)トレ。

・思い付く。潜在力、潜在意識、睡眠、練習。あるかないか分からない天才性に賭けるよりも意識的に思考して眠るを繰り返す＝最初からいいアイデアを出そうなんて考えるな。失敗など気にせずどんどん新しいアイデアを生み出して修正していけばいい。

『日本の国難。2020年からの賃金・雇用・企業』

中原圭介 著(講談社、2018年4月)

・2020年前後から世界経済の大きな流れが変わるなか、少子高齢化が世界でいち早く進む日本は、ITやAIといった技術革新によって本当に国民生活を豊かにできるのか。経済政策や金融政策はいつまで誰のために存在するのか。

・21世紀の技術革新は、既存の産業を駆逐すると同時に、雇用も破壊し続けていき、人々の生活の利便性や快適性が高まっていく反面、それを上回る生活水準の低下や格差の拡大を生み出していく。

『ブラック・スワン[下]。不確実性とリスクの本質』

ナシーム・ニコラス・タレブ 著、望月 衛 訳(ダイヤモンド社、2009年6月)

・「ブラック・スワン(黒い白鳥)」とは、ほとんどありえない事象、誰も予想しなかった事象の意味。3つの特徴がある。①予測できない。②非常に強いインパクトをもたらす。③いったん起きてしまうと、いかにもそれらしい説明がなされ、実際よりも偶然には見えなくなったり、最初からわかっていたような気にさせられたりする。

・私たちは自分で思っているほど実際には物事をよくわかっていない。チャレンジ(少なくとも何かをはじめる)はしないと、先に進まないの、「出来るだけ数を試す」「失敗を最小限に抑える」。

『いちばん大切なのに誰も教えてくれない段取りの教科書』

水野 学 著(ダイヤモンド社、2018年10月)

・段取りは「目的地」を決めるところから。すべての仕事は「ルーティン」。「ルーティン」が余裕を生み、仕事の質も上がる。仕事は小分けにして、適切な時間ボックス(1時間、1日、3日、1週間、1ヶ月)に入れる。

・脳内で管理をしない。①紙に出す、②スマホに入力、③人に振る。抱え込まない。完成度は低くてもいいからとりあえず形にしてとにかく投げる。目的。共有。本音。「チーム」を超えて「仲間関係」をつくる。

『会社の老化は止められない。未来を開くための組織不可逆論』

細谷 功 著(亜紀書房、2013年4月)

・会社とは人間同様、生まれた瞬間から老化の一途をたどり、けっして若返ることはない。老化が始まると、定例会議やルールが増え、スタンプラリー(承認印回覧)が始まる。見えない未来よりも、わかりやすいコストやリスクばかりが論じられる。折衷案と多数決で物事が決まり、アイデアと人材は凡庸化する。

・手段の目的化が進み、ルーチンワークがクリエイティブワークを駆逐する。社内評論家、政治家が増殖し、イノベーターが迫害される。

『スティル・ライフ』

池澤夏樹 著(中央公論新社、1991年12月)

・この世界がきみのために存在すると思っはいけない。世界はきみを入れる容器ではない。幸福は私欲や情欲の中に見出されるものではなく、本来シンプルな生活の中で見つかるもの。

・大事なのは山脈や、人や、セミ時雨などからなる外の世界と、きみの中にある広い世界とのあいだに連絡をつけること。 一步の距離を置いて並び立つ二つの世界の呼応と調和をはかることだ。たとえば、星を見るとかして。

企業が抱える7つの経営課題は2つの取り組み（経営計画・人事評価制度）で解決

日本人事経営研究室(株)。2020年10月

・企業が抱える経営課題：①人材確保 ②人材育成 ③生産性向上 ④技術力・開発力強化
⑤ブランド力の向上 ⑥顧客満足度の向上 ⑦コスト改善

・経営課題の解決に必須の2つの取り組み：①経営計画に沿った経営で生産性の課題を解決 ②人事評価制度の見直しで人材育成の課題を解決。 経営課題の解決には仕組みづくりが必要。

『未来予測入門。元防衛省情報分析官が編み出した技法』

上田篤盛 著(講談社、2019年10月)

・未来予測は、ピンチを予測してチャンスに変え、リスクを回避するだけでなく、リスクを把握することでよりアグレッシブに行動するためのツールである。

・なぜ予測は外れるのか？ ①人間はポジティブな情報より、ネガティブな情報により敏感に反応する ②未来に起こる科学技術上のブレークスルーを、なかなか想像できない。 比較的当たる領域のものを中心に予測し、それをベースに修正を加えていく。

デジタルトランスフォーメーション(DX)普及の背景

金融経済ナビ(明快◎けいざいニュース)。2021年1月。

・DXというのは、様々なものやサービスの「デジタル化」を進めて、企業が行う業務を効率化させたり、人々にとって必要で、かつより便利なものを提供したりする取り組み。

・企業がデジタル化に取り組み、働き方や業務の効率を改善させることは喫緊の課題。 従来のやり方のままでいると大きく取り残される心配があるし、結果的にDXを導入するのと同程度かそれ以上に、人件費やその他のコストも重くのしかかって、企業の成長を妨げる可能性がある。

『はじめの一步を踏み出そう。成功する人たちの起業術』

マイケル・E. ガーバー 著、原田喜浩 訳(世界文化社、2003年5月)

・熱意とスキルをお金に換える。顧客と何を約束するか？ 収益を生み出す事業を定型化して、パッケージにしてしまう。自分がいなくても、スタッフ、メンバーが同じように事業を回せる仕組みをつくること。

・人生を豊かにするために事業がある。聞いたことは忘れてしまい、見たものは記憶に残る。しかし、自ら実践しない限りは何も理解することはできない。システム(物語。顧客へのサービス)が顧客を満足させる。

『一瞬で「信頼される人」になる！ できる大人のことばの選び方』

松本秀男 著(青春出版社、2019年11月)

まわりから好感を持たれ、信頼される人は、こう「言いかえ」る。

- ・「ステキです！」より「元気もらえます！」：事実だけでなく影響に踏み込む
 - ・「また失敗した！」を「また成長した！」に：全ての失敗はチャレンジの証し！
-
-

『AI分析でわかったトップ5%社員の習慣』

越川慎司 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2020年9月)

・成長はじっくり、成果はしっかり。「目的」のことだけを考える。「弱み」を見せる。「挑戦」を「実践」だと捉える。常に「ギャップ」から考える。テレビより書籍によって情報収集する。

・リスクを抑えながら行動の数を増やす。縦の専門性よりも、幅広い知識と知見をもつ。労働時間を減らし、浮いた時間をスキルアップに充てる。マネジメント:問題を見える化し数値で表す。

真面目にイノベーションは、あり得ない

国際貿易投資研究所(鶴岡秀志さん/信州大学先鋭研究所特任 教授)。2020年10月。

- ・歴史的にみて、イノベーションは富国強兵、夢の実現、危機の克服という大きな目標が原動力であるが、もう一つ、若者にはトキメキが必要。
 - ・秀才的真面目な投資からはイノベーションは生まれない。
-
-

『売上最小化、利益最大化の法則。利益率29%経営の秘密』

木下勝寿 著(ダイヤモンド社、2021年6月)

・会社の弱点が一発でわかる「5段階利益管理」(①売上総利益(粗利)、②純粗利、③販売利益、④ABC利益、⑤商品ごと営業利益に分けて管理)と少数精鋭集団で他を突き放す「5つの戦略」。

・これまでは、売上が上がれば利益が上がるが常識だった。これからは「売上最小化、利益最大化」がキーワードになる。今こそ売上OSから利益OSにして売上最小化、利益最大化を目指すべきだ。

これからのリーダーに求める条件

東芝デジタルソリューションズ(大西 みつるさん/ヒューマンクエスト代表取締役社長、立命館大学経営学部客員教授)。

・管理職への期待と、行動が合致していないのが課題。古い思い込みが、行動を制限してしまっている。一言で言ってしまうと、これまで企業内で繰り返されてきた「習慣」のせい。

・自分は「選ばれた」という自覚と、もつべき覚悟に気づかせる。管理職の役割はもっと研ぎ澄まされ、重要になっていく。

野村マネジメント・スクール。NSAM TOP NEWS リーダーインタビュー

「経営陣が変わらなければ会社は変わらない」 西島剛志さん(横河電機 代表取締役会長)

「事業を通じていかに人を育てられるか。これからはその勝負になる。」 木藤俊一さん(出光興産 代表取締役社長)

メンバーから信頼され「一緒に働きたい！」と思われる上司の人物像とは

「一緒に働きたい！」と思われる上司の周りは、社員エンゲージメントが高まる

d's JOURNAL。2020年8月。

・「自分を気にかけてくれる人」と一緒に働きたい ・「ヒーロー的上司」と一緒に働きたい ・「人として温かみのある人」と一緒に働きたい ・メンバーは「上司自身が言ったことを実行しているか」を見ている

セルフモチベーションの育て方

日本の人事部(岸川里枝さん/(株)ビジネスサポート)。2020年10月。

・周囲ができることは、部下や後輩が「自分で自分を励ませるように」「自分で自分を動機づけできるように」。そう思えるように環境を整えること。

・セルフモチベーションとは、自分自身で「自分は、その組織の成果に貢献できる」「その仕事には価値を感じられる、誰かの役に立てる」「目標達成を通じて、“ありがたい自分”になれる」と感じられること。

顧客だけ増やしても意味がない！ 顧客を自社のファンにするファンマーケティング

プレジデントアカデミー。2020年11月

・ファンマーケティングが重要な3つの理由：①ファンが売上の80%を占める ②信頼できるファンの口コミが新規ファンを生む ③日本の人口減少

・顧客をファンに育てる5つの施策：①商品力による満足 ②記憶に残るサプライズ ③接触回数＝信頼の構築 ④VIP待遇 ⑤アンバサダー制度

『ネクスト・リーダーシップ』

古田直裕 著 (PHP研究所、2020年10月)

・コロナ禍でビジネス環境は一変し、問題が顕在化した。問題が顕在化したことで、やるべきことが明確になったとも言える。これはチャンスだ。企業も、組織も、マネジメントも変わらざるを得ない。

・自らの価値を高めたければ、辺境(フロンティア)で磨け。大切なのは、「脱スペック向上思考」「ハードからソフトへの転換」「情実から成果へ」「ファクトベース」「コミュニケーション」「責任感」。

『リープフロッグ。逆転勝ちの経済学』

野口悠紀雄 著 (文藝春秋、2020年12月)

・リープフロッグとは蛙飛びのように、それまで遅れていた国がある時急速に発展し、先を行っていた国を飛び越えて世界の先頭に躍り出ること。経済大国だった日本は中国に追い抜かれてしまったが、このリープフロッグは国レベルだけでなく、個人や企業についてもありうる。

・偶然のチャンスに期待するのではなく、実力を蓄えることで逆転すること。それに向かって努力すること。こうしたことがなされるならば日本は世界最先端国のグループに復帰できる。

周りと違う発想や行動をしてもよいと思える職場を目指そう

リクルートマネジメントソリューションズ(村本由紀子さん/東京大学大学院 教授)。2020年10月

・「自律的に働く」について考えるとき、見過ごせないことの1つが「職場の空気」。職場特有の空気、暗黙のルールに縛られてしまう。暗黙の規範を変えるのは決して容易なことではない。

・組織内の空気を本気で変えたいと思ったら、諦めずに小さな行動変容の事例を増やしていくことが大事。小さな行動変容が重なるとあるとき一気に空気が変わる。

『仕事がデキる「新人・若手社員」になる！ 潮田式 "1on1" ビジネス基礎研修』

潮田滋彦 著 (ごま書房新社、2020年8月)

・問題意識を高めて、受け身の仕事から卒業しよう。「自分の言葉」で自分を語ろう。「自分への期待」を正しく知ろう。コミュニケーション力を高めて、周りから信頼されるようになろう。

・本質をしっかりとらえて、思考を深くしよう。「自分の当たり前」は、「他人の当たり前」ではない！提案力を高めて、仕事を面白くしていこう。時間を上手に活用して、さらに大きく成長していこう。

組織マネジメントの7Sの基本と導入時のポイント

アピステ

・7Sとは、世界的に有名なコンサルティングファームであるマッキンゼー・アンド・カンパニー社(マッキンゼー社)が提唱する、組織マネジメント(組織の改革・課題解決)を考えるうえでのフレームワークのこと。

7S:【ハードの3S】①戦略(Strategy) ②組織(Structure) ③システム(System) 【ソフトの4S】④スキル(Skill) ⑤人材(Staff) ⑥スタイル(Style) ⑦価値観(Shared Value)

・組織を改革する際は、「ハードの3S」と「ソフトの4S」のどちらの視点からもバランス良く取り組むことが大切。

歴史に学ぶ日本再興への道

日本総合研究所(石川智優さんのコラム)。2019年11月

江戸時代に藩政改革を成功させたとして、よく例に挙げられる歴史的人物の一人は、長州藩の村田清風(1783～1855)であるが、同時期に驚くべき改革を行った人物が他にもいる。

備中松山藩(岡山県高梁市)の山田方谷(1805～1877)である。山田方谷は当時200億円とも500億円とも言われている藩の借金をわずか7年で完済した上に、それと同額の財政収入を得ることに成功。

山田方谷は財政再建を行うにあたり、七大改革(政策)を実施。具体的には、①産業振興、②負債整理、③藩札刷新、④上下節約、⑤民政刷新改革、⑥教育改革、⑦軍制改革である。

「デジタルトランスフォーメーション」対談 DXは経営課題である

HULFT。内山悟志さん(ITR 会長、エグゼクティブ・アナリスト)と、小野和俊さん(セゾン情報システムズ 技術顧問)。

・DXを進めるための4つのステップ:「why、where、what、how」。なぜしなければならないのか(why)。どこを目指すべきなのか(where)。具体的に何をすればいいのか(what)。具体的に現状のシステムや制度、人をどうするのか(how)。

・データがビジネス資源になる時代。まずは「経営資源としてどのようなデータを持っているのか」。そして「データがどこにあって、どう活用できるのか」をしっかり把握できる基盤を持つことが経営の必須要件。

『2040年の未来予測』

成毛 眞 著(日経BP、2021年1月)

・「今日」には、これから起こることの萌芽がある。現在を見つめれば、未来の形をつかむことは誰にでもできる。ひとつ確実なことがある。それは、人間が必ず歳をとること。すべての問題は、高齢者が増えること。

・70歳まで働くなら、今と同じ額の年金はもらえる。衣・食・住を考えながら、未来を予測する力をつける。貧しくなる日本にシェアリングは不可欠。「水」が最も希少な資源になる。

『Beyond MaaS 日本から始まる新モビリティ革命。移動と都市の未来』

日高洋祐、牧村和彦、井上岳一、井上佳三 著(日経BP、2020年3月)

・トヨタ自動車、ホンダ、JR東日本、東急、小田急電鉄、JR西日本、近畿日本鉄道など、自動車・交通業界のあらゆる有力企業が、成長戦略の「一丁目一番地」として取り組むモビリティ革命「Maas(マース Mobility as a Service)」。

・スマートシティ時代に必要な3つの視点【ビジョンの共有】【官民データ連携】【データ駆動型のプロセス】。人口減少、超高齢化、都市の渋滞、地方の過疎化など、課題山積のニッポンで、社会課題に寄りそいながら、持続可能なビジネスモデルを築く。

『組織力を高める。テレワーク時代の新マネジメント』

成瀬岳人 著(日経BP、2020年9月)

・管理者が部下の一举手一投足を監視するような「マイクロ・マネジメント」から、部下の行動を「支援する」管理への転換。 そのためには部下が自分で動く「自律自走」する組織を作っていく必要。

・組織(チーム)の土壌をつくる。 人と組織を育てるチームコミュニケーション。

『テレワーク歴15年の達人が教える、うまくやる人のリモートワーク術』

山内貴弘 著(すばる舎、2020年9月)

・リモートワークはリアルとは異なる「劣化版コミュニケーション」。 コミュニケーションは少し過剰なくらいがちょうどいい。 オンライン化で人はよりお互いに気を配り、密になれるという不可思議現象。

・「リモート協働」。 こんな時代だからこそ、今後は「対面の打ち合わせ」「出張」が違う意味を持つだろう。

『ビジネススクールで身につける 会計×戦略思考』

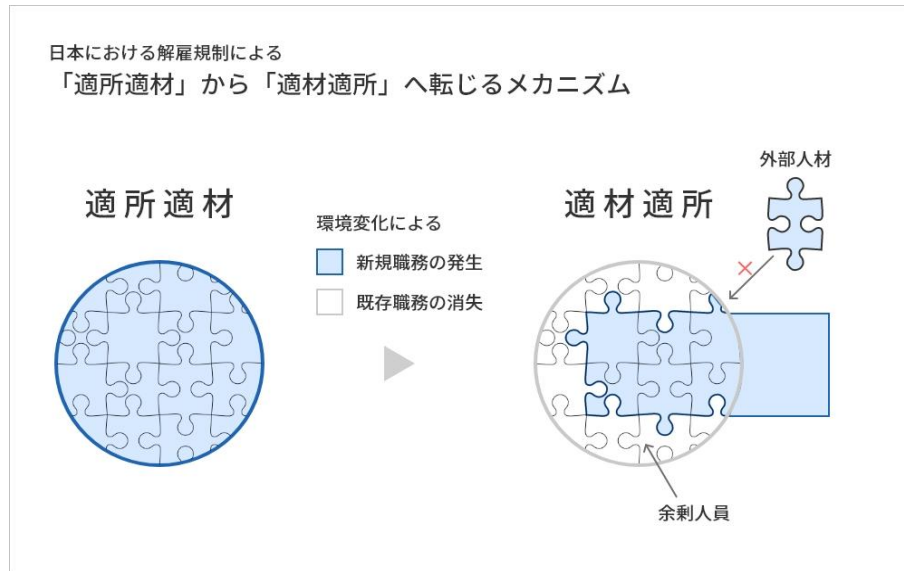
大津広一 著(日本経済新聞出版、2021年1月)

・ビジネスには会計数値を読み解く力＝会計力と、企業活動を考察する力＝戦略思考力が必要。「WHY?」「SOWHAT?」の2つのキーワードで、決算書をロジカルに深く読み解き、2つの力を一度に身につけよう。

・会計を面白くする思考習慣。数値を数値としてみるのではなく、戦略と紐づける。数値を見る前に仮説を立てて、効率的に数値を分析する。

ジョブ型人事制度を取り巻く誤解と導入に必要な覚悟

ジョブ型人事制度導入を取り巻く3つの誤解：①「ジョブ型人事制度下では人事評価が不要」という誤解、②「ジョブ型人事制度＝成果主義」という誤解、③「ジョブ型人事制度＝適所適材」という誤解。



『10年後の人事部』

滝田誠一郎 著(労務行政、2021年3月)

・戦略人事とは経営・企業業績に貢献する人事。変わるべき方向性は4つ：①戦略人事化、②HRテクノロジー化、③データドリブン化、④個別最適化。

・人事担当者(社長)は人間的魅力を発揮して、社員をモチベートしよう。エモーショナル・インテリジェンス(感情を認識、制御、評価する能力)を高めよう。人事は言葉の魔術師たれ！

3割を超える企業が従業員の兼業・副業を認めている

都内企業における兼業・副業に関する実態調査

東京都。2021年4月

・従業員の兼業・副業を認めている理由：①柔軟な働き方による優秀な人材採用 ②人材の定着(離職率の低下) ③従業員のモチベーション向上 ④働き方改革の促進 ⑤人材育成・従業員のスキル向上

・従業員の兼業・副業の課題・問題点：①従業員の健康管理上の問題 ②社内業務への支障 ③従業員の労務管理上(労働時間・給与管理等)の問題 ④従業員の労務管理上(労働災害等)の問題 ⑤会社のノウハウや機密情報の流出

なぜ日本の物価は上昇しないのか

東京財団(小黒 一正さん／法政大学経済学部教授)。2021年5月

日本における上下水道②、保育所保育料③、介護料④、大学授業料⑤、病院サービス⑥の物価上昇率は0.5%未満となっており、日本のサービス全体の物価上昇率も極めて低い水準に留まっている。

日本の低インフレやデフレは金融政策の問題ではなく、政府の価格統制などによる構造的な問題であり、この問題に切り込まない限り、2%の物価目標を達成することは難しいことを意味する。すなわち、日本の物価上昇率を引き上げるためには、サービス産業の構造改革が必要。

(単位：%)

		米国	日本			米国	日本
	財（モノ）全体	0.2	0.3		サービス全体	2.7	0.2
①	耐久消費財	0.6	1.5	⑮	レストランでの外食	3.4	0.9
②	テレビ	-20.2	0.2	⑯	洗濯代	4.0	1.8
③	パソコン	-1.3	-1.4	⑰	理髪料	2.8	0.1
④	電話機器等	-14.8	0.2	⑱	家事関連サービス	1.8	1.3
⑤	自動車	0.6	0.3	⑲	ホテル	2.0	-2.0
⑥	一般家具	2.4	0.7	⑳	携帯電話通話料	-2.7	-5.7
⑦	玩具	-6.9	2.5	㉑	鉄道運賃	21.8	0.0
⑧	婦人洋服	-0.3	1.1	㉒	上下水道	3.0	0.2
⑨	男性洋服	1.9	0.0	㉓	保育所保育料	2.7	-0.5
⑩	医薬品	0.0	-0.6	㉔	介護料	2.8	0.0
⑪	ガソリン	-7.1	-4.8	㉕	大学授業料	2.5	0.4
⑫	食品（米・パン・麺など穀類）	1.2	1.0	㉖	病院サービス	2.1	-0.2
⑬	食品（肉）	0.8	1.3	㉗	住居家賃	3.4	0.0
⑭	食品（魚介類）	0.3	-0.5	㉘	帰属家賃	3.3	0.0
					総合	1.7	0.3
					総合（除く食品・エネルギー）	2.4	0.6

『経営者のための「戦略人事」入門』

古田勝久 著(ダイヤモンド社、2021年3月)

・人事とはまさに「経営」にほかならない。個人や組織が最高のパフォーマンスを発揮できる状態をつくり出すこと。それが経営への最大の貢献である。

・実態は採用手法が複雑化するにつれ採用担当者へ丸投げするようになり、採用活動が単なる実務的な業務になってしまっているのでは。人材採用の成否が組織の競争優位に直結するわけだから経営者の優先課題であるべきだ。

『実践 経営哲学』

松下幸之助 著(PHP研究所、2001年5月)

・企業は社会の公器、利益は報酬、人をつくる。「計画」や「目標」を越えた理念や哲学を持っているか。大きな活動を機動、推進し、人を動かす「精神」がそこに存在するか。

・経営者として人を得たいと思うならば、まず自らがしっかりとした使命感、経営理念を持つことが先決。

『社長の危機突破力』

三條慶八 著(かんき出版、2020年11月)

- ・経営環境の激変にどう対応するか。会社のお金の悩みとどう付き合うか。どんな危機でも、道はある。危機のなかで人は成長し、危機のなかで人は本物になる。
- ・もっとも大事なのは、失敗から学ぶこと。失敗をどう生かすかで、発想や才能を引き出し、変化に対応することができる。強い信念が、強い人を作り、集団としての企業となる。

強かった日本はどこへやら、もう東アジアの中でも霞んだ存在。これはやっぱり、政治が悪い。

Yahoo!ニュース オリジナル 特集(付度しない経済作家、高杉 良さんが語る日本)。2021年5月

- ・三権分立だなんて言っているけど、圧倒的に政治が強い。かつ、その政治を仕切っているのは、過去にしがみついた高齢者ばかり。古い人は、自ら退くべき。
- ・そして、若い人、特に女性をもっと登用してもらいたい。能力のある女性たちに、もっと自由に活躍してほしい。そうすれば、日本全体が底上げできる。

『逆・タイムマシン経営論。近過去の歴史に学ぶ経営知』

楠木 建、杉浦 泰 著(日経BP、2020年10月)

- ・これまで多くの企業が、日本より先を行く米国などのビジネスモデルを輸入する「タイムマシン経営」に活路を見いだしてきた。だが、それで経営の本質を磨き、本当に強い企業になれるのだろうか。
- ・半世紀にわたって「崩壊」を続ける「日本的経営」。雑誌は10年寝かせて読め。過去記事は最高の教材。変化する歴史を振り返ると、一貫して変わらない「本質」が浮かび上がる。

『人事の組み立て。脱日本型雇用のトリセツ 欧米のモノマネをしようとして全く違うものになってしまい続けた日本の人事制度』

海老原嗣生 著(日経BP、2021年3月)

- ・欧米の仕組みを付け焼刃で取り入れる愚策。飛びつくのはちょっと待って！ 成果主義、コンピテンシー評価、職責・役割給、ジョブグレード……。過去60年の「脱日本型」失敗と同じ轍を踏まないために。
- ・ジョブ型はまずポスト主義で、ポストで給与が決まり、そこには定員がある。そして管理職は最初からキャリアパスが違う。対して日本型は個人の等級で給与が決まり、その等級には定員がない。習熟次第で昇進できるが、全員が階段を上がり続けることを要求されるきつさもある。

『成熟日本への進路。「成長論」から「分配論」へ』

波頭 亮 著(筑摩書房、2010年6月)

・既に成熟フェーズに入った日本は必然的に国家ヴィジョンを差し替えないといけない。そして、税による富の再分配で経済政策や政治の仕組みを再構築しなければ、社会は一層暗く沈滞していくだけ。

・国民のだれもが衣食住を保証される国づくり。そのために必要な追加コストはたったの24兆円。財源は、消費税増税、金融資産課税、相続制の大幅アップ。安心して生活できれば、弱者に対する相互扶助の気持ちも出てくる。

『超★営業思考』

金沢景敏 著(ダイヤモンド社、2021年2月)

・「売る＝営業」という思考法を捨てた結果、次々と「あなたから買いたい」と顧客からの連絡が入るようになった。結果は「出す」ものではなく「出る」もの。

・お客さんとの時間を楽しむ、お客さんのためだけを考える。営業とは「僕という人間」を買ってもらふこと。「棚」に「ぼた餅」を置かなければ、絶対に「棚からぼた餅」は落ちてこない。

ミドル630人に聞く「転職軸」意識調査

エン・ジャパン調べ。2021年3～4月

30代・40代は「給与・待遇のアップ」。50代では「経験・能力が活かせる仕事ができる」がトップに。

全体順位	回答	30代	40代	50代
1位 (51%)	給与・待遇のアップ	1位 (53%)	1位 (54%)	3位 (38%)
2位 (50%)	経験・能力が活かせる仕事ができる	2位 (42%)	2位 (48%)	1位 (71%)
3位 (39%)	社風や風土が合う	3位 (40%)	3位 (39%)	4位 (36%)
4位 (31%)	希望する仕事に就ける	5位 (28%)	4位 (29%)	2位 (41%)
5位 (25%)	勤務時間・休日など勤務条件の改善	4位 (34%)	6位 (24%)	7位 (14%)

『20社のV字回復でわかる「危機の乗り越え方」図鑑』

杉浦 泰 著(日経BP、2020年8月)

【IBM】「ものづくりの会社」から「サービスの会社」に生まれ変わって危機突破

【良品計画】成功体験に縛られた組織文化を一新して危機突破

【日本マクドナルド】地に落ちた信用に、「原点回帰」で危機突破

【伊勢丹】「行動と価値観の変化」を正しく捉え、リスクをとって危機突破

『実況！ ビジネス力養成講義 ファイナンス』

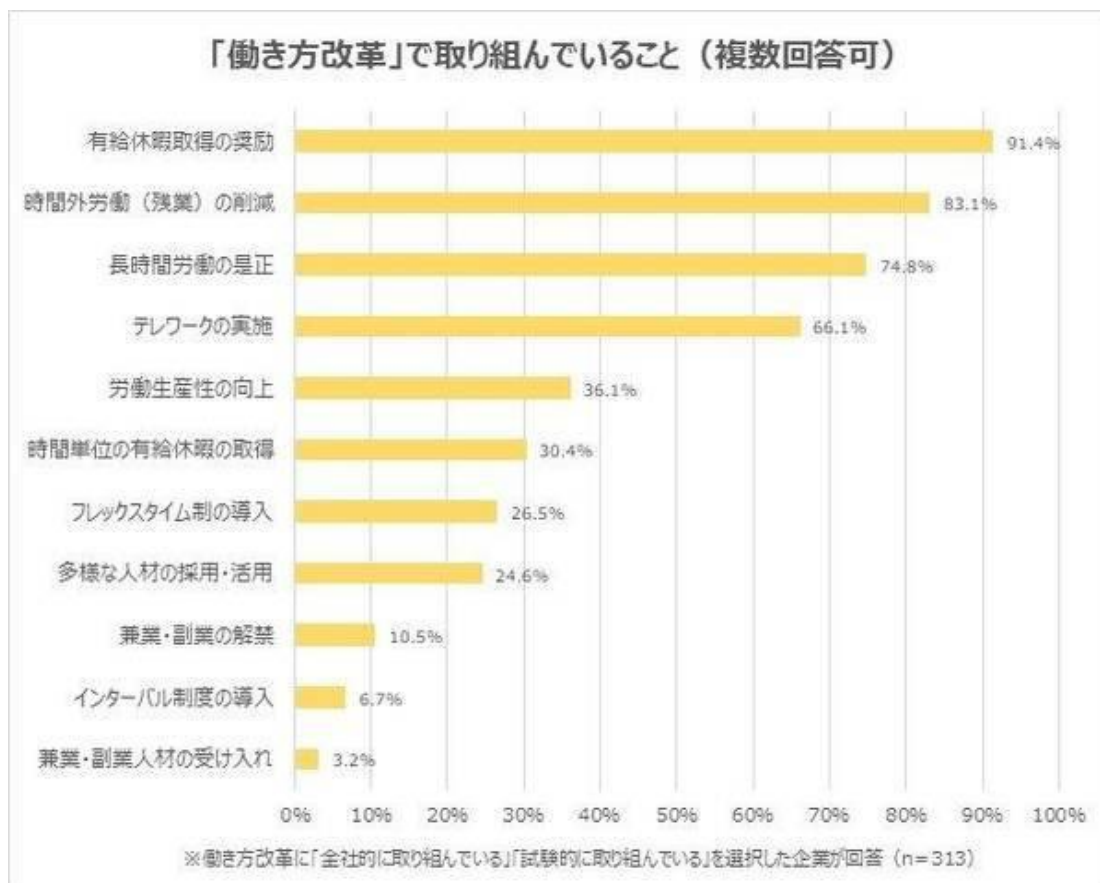
石野雄一 著(日本経済新聞出版、2021年2月)

・ファイナンスと会計の違いをおさえる(PL経営からBS経営の時代へ)。会計(過去思考、利益主義)とファイナンス(未来思考、現金主義)。

・企業の運用利回りを理解する(投下資本利益率と資本コスト)。ファイナンスは未来を見る。配当と成長はトレードオフ。企業価値の最大化は最終目的ではない。企業価値の向上⇒事業の継続⇒使命・ビジョン実現。

働き方改革、9割近くの企業で実施。有休取得奨励、残業削減、時短が3本柱

J-CAST会社ウォッチ。就職情報サービスの(株)学情調べ。2021年4月



『なぜ共働きも専業もしんどいのか。主婦がいないと回らない構造』

中野円佳 著(PHP研究所、2019年6月)

・長時間労働や無制限な転勤など、終身雇用・年功序列という制度で回してきた「日本のサラリーマンの働き方」。これらの制度は、主婦の妻が夫を支える前提で作られている。

・専業主婦前提の制度は、会社だけではない。丁寧すぎる家事、保育を含む教育への予算の低さ、学校の仕組み……。問題は社会の様々なところに偏在し、それぞれが絡み合って循環構造を作っている。

『戦略思考 コンプリートブック』

河瀬 誠 著(日本実業出版社、2003年7月)

・“サラリーマン”から、デキる“ビジネスパーソン”へ。ある課題について、いくつもの「仮説立案→仮説検証」という流れの中から「最適解」を柔軟に導き出すスキル、それが戦略思考。

・右脳でボケて 左脳で突っ込む。「左脳の論理力」と「右脳の創造力」をミックスしながら、優れた戦略を立案。自分の力で考え、解決することの楽しさ。

『お金持ちになる人の心理学』

大嶋信頼 著(PHP研究所、2020年12月)

- | | |
|------------------------|------------------------|
| ・感情に流されると「貧乏神」が寄ってくる！ | ・「申し訳ない」の罪悪感で貧乏くじを引く |
| ・「自信がない」の劣等感でチャンスを奪われる | ・「緊張しちゃう！」の緊張感でチャンスを逃す |
| ・「嫌われている」などの孤立感で目的を失う | ・「寂しい」の孤独感で時間とお金を奪われる |

『無敗営業 チーム戦略。オンラインとリアル ハイブリッドで勝つ』

高橋浩一 著(日経BP、2020年10月)

・需要の喪失や先送り、コロナショックにより客先訪問もままならない営業活動。今、必要なのは、個人の技量に過度に頼らない「強いチーム」で営業活動に臨むことではないか。

・勝ちパターンをつくる。活動の実態を「見える化」する。人が育つ仕組みをつくる。コミュニケーションのバランスを整える。オンライン商談は「段取り」と「納得感」で決まる。営業は「知的創造活動」の時代へ。

「中小企業のイノベーション促進に向けた提言」(概要)

東京商工会議所。2021年6月

- ①未来の社会構造、自社のありたい姿を見据えた「未来志向」の重要性
- ②イノベーション創出に向けた経営者の強い意志、変革スピードの重要性

- ⑤経営理念・ビジョン・中長期の明確な目標の浸透による社員の前向きな意識醸成、組織づくりの重要性
 - ⑦事業再構築補助金など支援施策の有効活用を通じた新規事業のリスク軽減
-
-

『つながり過ぎた世界の先に』

マルクス・ガブリエル 著、大野和基 編、高田亜樹 訳 (PHP研究所、2021年3月)

・危機は倫理的進歩をもたらす。 ウィルスは、倫理的行動こそが問題の解決であることを教えてくれた。 コロナ後は環境の危機と経済危機が間違いなくやってくる。 その解決は、経済的価値体系を、倫理的価値体系と一致させること、「ネイチャー・ポジティブ」な経済である。

・21世紀は倫理資本主義の時代である。 世界で最初に持続可能で、かつ倫理的な資本主義体制を作った国が、21世紀で最も豊かなスーパーパワーになるだろう。

『ザ・コーチ』

谷口貴彦 著 (プレジデント社、2009年12月)

・あなたの中にある無限の可能性は、目覚める時をずっと待っている。 そして、ある日突然、未来の自分が変わり出す！ 「知る」は、「できる」の始まり。 結果を出す人は行動力がある。

・夢と目的と目標とゴール。ゴールを設定することは、最高の自分になると決めること。 自分に正直に生きる。あなたが本当に心から望んでいる未来は、あなたの手によって必ず叶えられる。

『がんばらない戦略。99%のムダな努力を捨てて、大切な1%に集中する方法』

川下和彦、たむらようこ 著 (アスコム、2021年2月)

・「がんばる」はある意味、経済合理性という前提の中で必要とされてきたメンタルスキル。 2020年はコロナ禍も加わり、日本型の働き方の限界も実感。 がむしゃらに働く人生から脱却し、本当に必要な努力に注力できる自分になる。

・限られた時間の中で、すべての物事に全力で取り組んできたこれまでを見直し、自分の目的達成のために本当に必要な努力だけをする。 それ以外は決断や思考を必要としない仕組みを作る。

『相手を巻き込む伝え方』

鵜川洋明 著 (フォレスト出版、2019年7月)

・自分の内なる思いや熱から発生した提案は、もしかすると合理性や客観性を欠いたものかもしれないし、到底実現できなさそうなものかもしれない。 しかし、だからこそ周囲の人が考えもしなかった目新しいものになる可能性もまた高い。

・パワフルに人を巻き込む人が共通して持つ「思いの強さ」。提案を物語にする ①未来=Vision ②今なぜ=Why ③価値=Happy。

『2021年以後の世界秩序 ～ 国際情勢を読む20のアンクル』

渡部恒雄 著(新潮社、2020年12月)

「世界の力の均衡点はアジアに移行しつつある」「アメリカ・ファーストは不変である」「中国の国際機関支配は止まらない」「米国の裏庭・中南米を中国が侵食する」「空気を読まない「インド」の存在感が高まる」「北朝鮮の核開発は着実に進む」「米・イランの神経戦は続く」など。

コカ・コーラシステム全6社で同性パートナーの就業規則・福利厚生整備を完了

食品産業新聞社ニュース。2021年5月

コカ・コーラシステムでは、サステナビリティ戦略のひとつに「多様性の尊重」を掲げ、自社が製品を提供する市場の多様性を反映したインクルーシブな(多様性を尊重する)文化の醸成を目指す。



『格差は心を壊す。比較という呪縛』

リチャード・ウィルキンソン、ケイト・ピケット 著、川島睦保 訳(東洋経済新報社、2020年4月)

・「金持ち」だって幸せになれない。格差は社会全体の学力を低下させる。不平等な社会ほど子どものいじめが激しい。

・格差は私たちの自信を打ち砕く。私たちを追い詰める“他人の目”という呪縛。激しい格差は、人類の競争本能を暴走させる。平等な社会は生活の質を別次元の高さへと導く。

『ZERO IMPACT あなたのビジネスが消える』

鉢嶺 登 著(日経BP、2021年3月)

・「20年後、人々は1日3時間、週3日間しか働いていない」アリババグループを創業し、世界有数の企業に育てたジャック・マーさんの言葉。

・あらがうか、向き合うか。すべてのコストはゼロになる。コストゼロ時代にどう生きるか。「覚悟を決めて挑戦せよ！」(三木谷浩史さん/楽天会長兼社長)。

『科学的な適職。4021の研究データが導き出す、最高の職業の選び方』

鈴木 祐 著(クロスメディア・パブリッシング、2019年12月)

何を基準に選んだら良いのか？ 仕事の幸福度を決める7つの徳目：①仕事内容や働き方に自由度がある ②仕事に達成感がある ③自己のモチベーション向上に合っている ④ビジョンや評価軸が明確 ⑤仕事内容に多様性がある ⑥社員に助けてくれる仲間がいる ⑦世の中に貢献していることが明確。これらを重視して仕事を選ぶことにより、人生の満足度がはるかに向上する。

『デジタル化する新興国。先進国を超えるか、監視社会の到来か』

伊藤亜聖 著(中央公論新社、2020年10月)

・中国、インド、東南アジアやアフリカ諸国は、今や最先端技術の「実験場」と化し、決済サービスやWe Chatなどのスーパーアプリでは先進国を凌駕する。一方、雇用の悪化や、中国が輸出する監視システムによる国家の取り締まり強化など、負の側面も懸念される。

・資金の提供者として、インフラの供給者として、新興国に“与える”立場だった日本。今や日本が新興国から学び、共創する時代が変わった。

『デジタル化時代の労働力変革に向けた10の原則』

PwC Japan(デニス・キャグラー、キャリー・ドゥアルテ 著、三井健次、室井浩気 監訳)。2020年2月。

デジタルによる労働力改革を進めるためには組織文化の改革がポイント。既存従業員のスキル向上が、才能に秀でた労働力を確保するための一つの回答。これに加え、会社の業務を再検討する必要。

①今優先すべきものを1つか2つ選ぶ。優先順位をつける。どのように変わってほしいかを従業員に明確に示すことができる。 ③感動的な体験を創り出す ⑤まずは行動を変える

⑥参加型の変革を促進する ⑧組織文化のインフルエンサーを巻き込む

『プロトタイプシティ。深圳と世界的イノベーション』

高須正和、高口康太 編著。澤田 翔、藤岡淳一、伊藤亜聖、山形浩生
著 (KADOKAWA、2020年7月)

・まずは手を動かす人や企業が勝利する時代となった。スーパーシティよりもプロトタイプシティ。頭でっかちに計画を立てるよりも、手を動かして試作品を作る。そして、先進国か新興国かを問わず、プロトタイプ駆動によるイノベーションを次々と生み出す場、「プロトタイプ・シティ」が誕生し、力を持つことになった。

・試作品をスピーディに市場に放つことをプロトタイプ。産業の中心は「非連続的価値創造」にシフト。

『DX実行戦略 デジタルで稼ぐ組織をつくる』

マイケル・ウェイド、ジェイムズ・マコーレー、アンディ・ノロニャ、ジョエル・バービア 著、根来龍之／監修、武藤陽生、デジタルビジネス・イノベーションセンター 翻訳 (日本経済新聞出版、2019年8月)

・カギは、組織リソースの協働。社内に分散しているさまざまな人やデータ、インフラをかき集め、連携させることで、新たなカスタマーバリューを創出する。あるいはデジタル・ビジネスモデルを実現する。

・日本企業におけるDXの取組は、組織変革を伴うDXまでたどり着いておらず、AIやIoTを活用した実験工房に留まっている。部門間調整という難題に取り組む。

『2025年を制覇する破壊的企業』

山本康正 著 (SBクリエイティブ、2020年11月)

・5年後の未来はこの11社が決定づける。Google、Amazon、Facebook、Apple、Microsoft、Netflix、テスラ、クラウドストライク、ロビンフッド、インポッシブル・フーズ、ショッピファイ。

・世界最先端11社の思惑と3つのメガトレンド：①業種の壁崩壊とコングロメリット化 (複合企業やグループ会社) の再来 ②ハードでもソフトでもなく「体験」が軸になる ③データを制するものが未来を制す

『女性たちは見ている、10年後の消費社会』

市場の8割を左右する「女性視点マーケティング」

日野佳恵子 著 (同文舘出版、2021年2月)

・「モノからコトへ」「コトから意味へ」「意味から意義へ」。昭和、平成、令和。大量生産、大量消費の時代は終わり、モノからイギ消費へ、「感じる」マーケティングの時代になった。

・女性は単にモノが欲しいわけではなく、そのモノを利用しているシーンを想像し、そこに登場する多くの人物にとって必要なものが何かまでもも思考する能力を有している。言い換えれば、消費に際して女性はマルチ思考ができる。

『不寛容論：アメリカが生んだ「共存」の哲学』

森本あんり 著(新潮社、2020年12月)

・アメリカ植民地時代に生きたロジャー・ウィリアムズの生涯をたどり、その足跡に沿って伝統的な寛容論を展開。 気に入らない相手にも、必要最小限の礼儀を払うのが「寛容」のあるべき姿。

・嫌いな奴は嫌いだし理解できない奴は理解できないが、仕方なくその存在を認める、という態度が本来の「寛容」。 異なる他者を「尊重」できなくても、「必要最低限の礼節を持って取り扱う」ことはできる。

『それでも習近平が中国経済を崩壊させる』

朝香 豊 著(経済評論家。ワック、2021年3月)

・中国内部のデータを調べると・・・負債は制御不能で、何と日本円で1京円(1兆円の1万倍)を超えた！。 世界一を誇っていた外貨準備高も今や激減。失業率は20%以上に。 失業者は何と1億4千万人を超えた。 隠せなくなった地方財政の大赤字。 トリプルAの「優良企業」が続々倒産。

・新型コロナウイルス感染症の流行から中国人の海外渡航が厳しく制限され、「爆買い」がなくなり、外貨枯渇の延命となっている。 習近平は、最後は経済より共産主義を取る！

『自衛隊最高幹部が語る令和の国防』

岩田清文、武居智久、尾上定正、兼原信克 著(新潮社、2021年3月)

・令和日本の最も重要な戦略的課題は、力による現状変更に躊躇しなくなった中国の封じ込めである。 台湾有事は現実の懸念であり、その際には尖閣諸島や沖縄も戦場になる可能性がある。

・共産党政権が崩壊しない限り、中国は「現状変更」し続ける。 台湾は日本防衛の最前線。 日本は台湾に軍事協力せよ。 有事で「自衛隊員が戦いで死ぬ作戦」を本当に遂行できるのか。

『両極化時代のデジタル経営。ポストコロナを生き抜くビジネスの未来図』

デロイトトーマツ グループ 著(ダイヤモンド社、2020年8月)

・企業経営を取り巻く不確実性が、昨今ますます増大している。 その背景には、グローバルとローカル、バーチャルとリアル、経済価値と社会価値など、一見相反する事象や価値観が衝突しながらも互いにその勢いを増幅させる「両極化」という現象がある。

・こうした両極化の時代においては、デジタル・テクノロジーを徹底的に活用しつつ、異なるものや相反するものをつなぎ合わせることを通じて、新たな価値を生み出す経営モデルが求められる。

日本企業は元来、異なる考え方を柔軟に吸収して一つにまとめ上げる「摺り合わせ」を強みにしてきた伝統を持つ。 両極化の時代は、こうした日本企業や日本社会全体が持つ固有の強みを活かすチャンス。

スタンフォード ビジネススクールが教える12の教訓

ライフハッカー[日本版](Jessica Stillmanさん、訳:堀込泰三さん)。2015年10月。

- ①成功者は聴き上手 ③人から好かれよ ④運命は自ら切り開く ⑧自分の弱みを知る ⑨自分らしくあれ ⑩信頼を得るにはこちらから

企業理念に基づき、危機に際しても社員の幸福を第一に考える

リクルートワークス研究所 (小田卓也さん/日本航空 執行役員 人財本部長)。2020年12月。

・リモートワークやフルフレックスの導入。 出社日数は一律ではなく部門・チームごとに検討。社員の自律的な活動から新しい事業を生み出す。

・「JAL OODA(ウーダ)」という考え方を打ち出した。OODAとは、オブザーブ(観察)、オリエント(状況判断)、デシジョン(意思決定)、アクション(行動)の頭文字を合わせたもの。即座に状況判断をして意思決定できるような“自律型の人財”を育てていこうというもの。

『学びを最大化する TTPS (徹底的にパクって進化させる) マネジメント』

中尾隆一郎、鈴木利和、肱岡優美子 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2020年12月)

・TTPS(ティーティーピーエス)は、リクルートで仲間と一緒に試行錯誤しながら事業を成長させていく際に考えついた言葉であり、実践していた方法論。

・四察(観察、考察、推察、洞察)。真似ぶは学ぶこと。共に学び合い成長、進化を生み出す。

『ドラッカー 5つの質問』

山下淳一郎 著(あさ出版、2017年12月)

・成功とは挑戦の結果であって、幸運の結果ではない。①われわれのミッションは何か ②われわれの顧客は誰か ③顧客にとっての価値は何か ④われわれの成果は何か ⑤われわれの計画は何か

・主語がすべて「われわれ」であるということは、これらの問いに対する答えは社長一人で考え込むものではなく、経営チームのメンバーと共に取り組むべきものであることを意味している。さらに言えば、経営チームは答えを共有する前に、問いを共有しなければならない。



「役に立つものは吸収し、そうでないものは捨てる。そして自分ならではのユニークな何かを付け加えろ」 ブルース・リー

『人間心理を徹底的に考え抜いた「強い会社」に変わる仕組み』

松岡保昌 著(日本実業出版社、2020年2月)

・会社を変えるための策として「他社の成功事例」をそのまま取り入れようとしがちだが、同じ業界や業種でさえ、企業の成長ステージや、社風、強みなどが違えば、それを取り入れてもうまくいかない。必要とされる「仕組み・制度・施策」はまったく異なる。

・「強い会社」になるための方法はシンプル。「良い企業文化(残したい企業文化、強化したい企業文化)」「良くない企業文化(変えたい企業文化)」「理想の企業文化」をもとに、自社の状況に合った組織戦略を採り入れること。

『100案思考。「書けない」「思いつかない」「通らない」がなくなる』

橋口幸生 著(マガジンハウス、2021年4月)

・どんな場合でも、いいアイデアを考えてくる人には共通点がある。それは「とにかくたくさん数を出すこと」。1案しか持っていない人のアイデアが優れていたことは、ただの一度もない。

・才能、いらない。センス、いらない。道具、いらない。視点を変えろ。考えろ。工夫しろ。ふせん・パワポ不要＝「考える力」「創造力」を奪う最悪の道具。

2021年、21のトレンド。人材開発と仕事の未来。4つの動向と新たな日常。

マンパワーグループ。2021年5月

【人口動態の変化】①必要スキルの不足、②社会の2極化、③リモートワークの急速な普及、④加速するジェンダーギャップ

【個人の選択肢】⑤仕事の柔軟性、自律性、選択性の向上を求める新たなニーズ、⑥身体的・精神的な健康と幸福の追求、⑦オンライン交流の広がり、⑧消費者でもある従業員は、「勤労者が求めるもの」を反映した、より透明性と公平性を求めている。

【テクノロジー革命】⑨進化し続ける人間と機械の共存、⑩教育の革命と進化

【顧客ニーズの高度化】 【新たなトレンド、注目すべき点】

『世界を変えるSTEAM人材。シリコンバレー「デザイン思考」の核心』

ヤング吉原麻里子、木島里江 著(朝日新聞出版、2019年1月)

・STEAMとは、Science(科学)、Technology(テクノロジー)、Engineering(エンジニアリング)、Arts(アート)、Mathematics(数学)の五つの頭文字を取った造語。

・アップル、Airbnb、ウーバーなど、革新的なイノベーションを生み出し続ける環境には共通点がある。それは、人間性を大事にする「新しいヒューマニズム」の思想、科学技術とアートを融合する「イノベーターのマインドセット」。そして、論理よりも直感を重視する「デザイン思考」。

中小企業のためのデザイン経営ハンドブック

中小企業がデザイン経営を自社に活かすための冊子

特許庁。2021年4月



デザイン経営9つの「入り口」

PART1 会社の人格形成 ～キャラクターの確立からはじめる～

- ①意思と情熱をもつ(MISSION)
- ②歴史や強みを棚卸しする(IDENTITY)
- ③未来を妄想する(VISION)

PART2 企業文化の醸成 ～カルチャーの醸成からはじめる～

- ④社員の行動変容を促す(BEHAVIOR)
- ⑤社内外の仲間を巻き込む(COLLABORATION)
- ⑥魅力的な物語を発信する(STORYTELLING)

PART3 価値の創造 ～モノ・サービスの創出からはじめる～

- ⑦人を観察・洞察する(INSIGHT)
- ⑧実験と失敗を繰り返す(PROTOTYPING)
- ⑨心をつかむモノ・サービスをつくる(EXECUTION)

『CSV時代のイノベーション戦略』

藤井 剛 著(ファーストプレス、2014年7月)

・新しい勝ちパターンは、3つの掛け算＝社会問題解決(大義力)×ルール(新秩序形成力)×組織知(再現力)。

・現代はCSV(create shared value)時代。社会貢献とビジネスの両立が求められる時代。ビジネスの目的は利益の追求ではなく、社会への貢献であり、利益は結果の一部に過ぎない。

特技を2つ持ち、一つを保険にする。

理想の仕事: ①自分の能力と資質をフルに活かせる ②経済的に自立できる確率が非常に高い ③自分に誇りが持てる

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

巷にあふれる雑多な情報の中から、イノベーションを興す素材になるような有用な情報(キーワード)を選びすぐって整理しました。詳しい内容は書籍、情報元から深掘りしてください。そして研鑽、あるいは知恵(付加価値)を生み出す【知的財産】としてご活用ください。