

人づくりに、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.20 2020年11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

### 『人の使い方』

井原隆一 著(日本経営合理化協会出版局; 新装版。2019年3月)

1910年生まれ。14歳で埼玉銀行(現・りそな銀行)に入行。筆頭専務にまで上りつめた。

・経営者の避けて通れない、盛衰の掟。自分1人の力は高が知れている。人を上手に用いる人は成功する。常に下の者に対して尊敬の念を払う。人の下で働いたことのない人間は使われる者の気持ちはわからない。

・部下の心を知れ。常に危機感を持つ。功績を上げた者には必ず賞を与えよ。賞罰は公平であれ。目的意識を強く持つ。創造とは準備である。用いて育てよ。自己能力の限界に挑戦せよ。功は部下に、責めは己に。部下に寛、己に厳。逆境を楽しめ。

### 「さまざまな知識×論理的に考える力」が問われる時代に

日立製作所 Executive Foresight Online(出口 治明氏 立命館アジア太平洋大学 (APU)学長 / 山口 周氏 独立研究者・作家)。2019年10月。

・なぜ日本の成長率は低迷しているのか。人材も働き方も産業構造の変化に対応できていない。成長のカギは性別、国籍、年齢フリーにあり。

・日本の生産性が伸びないのはマネジメントの問題。マネジメントに問題があるのも、勉強する時間がなかったから。リーダーは謙虚な姿勢で、他人の5倍も10倍も学べ。常識を疑い、ファクトとロジックで考える。

## 『漫画 バビロン大富豪の教え。「お金」と「幸せ」を生み出す五つの黄金法則』

ジョージ・S・クレイソン 著、坂野 旭／イラスト、大橋弘祐／企画・脚本(文響社、2019年10月)

・金融の起源と言われている古代バビロニアから伝わる「人類不変の知恵」。お金は「おまけ」。お客様は「感謝」を「お金」に変えて支払っているだけ。感謝されるために今を一生懸命働く。そうすれば、お金は後からついてくる。

・お金を得るうえで一番大事なのは、知恵を働かせ、お金を稼ぐ方法を見出すこと。知恵は知識となり、行動に移せば経験となる。知恵を得るためには、自己投資することが何より大切なこと。

## 『2025年のデジタル資本主義。「データの時代」から「プライバシーの時代」へ』

田中道昭 著(NHK出版、2020年5月)

・アメリカのGAFA(グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン)、中国のBATH(バイドゥ、アリババ、テンセント、ファーウェイ)といった巨大テクノロジー企業に情報と富のすべてが集中する現在。行き過ぎたデータ経済への反動から、彼ら“デジタル・プラットフォーマー”が利益の源泉としてきた個人情報保護する動きが、欧米を中心に高まっている。

・Withコロナ、ポストコロナとして ①地球と人類のなかで本質的な変化を加速させる。②成果が上げられなかった旧体制は淘汰される。③成果を上げて支持された組織が台頭し、新たな覇権を握る。

## 『パーパス・マネジメント。社員の幸せを大切に経営』

丹羽真理 著(クロスメディア・パブリッシング、2018年8月)

・ミッション、ビジョンはもう古い。一番大事なのはパーパス(目的、存在意義)である。働き方よりも重要なこと。そのキーワードは「幸せ」。世代間のギャップを乗り越えられる「幸せ」という指標。

・満足度ではなく幸福度を高める。社員をハッピーにすればイノベーションは起こる。

## その幸運は偶然ではないんです。

米スタンフォード大のクランボルツ教授「計画された偶発性理論」

個人のキャリアの8割は予測しない偶発的なことによって決定される。幸運を呼び込む行動特性は ①好奇心、②持続性(継続は力なり)、③楽観性、④柔軟性、⑤冒険心。

## 『稼ぐ力：「仕事なくなる」時代の新しい働き方』

大前研一 著(小学館、2013年9月)

・これからのホワイトカラーは「時間ではなく、仕事で縛る」。社員一人ひとりの「能力」と「成果」、言い換えれば「稼ぐ力」が厳しく問われる時代。業績を上げ続けることの大切さ、新規事業へのチャレンジこそが真の安定。

・選択と集中の対象は「商品」でなく「機能」。仕事は自分から探し創る。人ができないことをやるのが「仕事」であり、誰でもできることをやるのは「作業」。プレゼンで最も大切なことは、たった一つの物語。その物語さえ相手に伝わればチャートも映像も必要ない。

---

---

### 『投資で一番大切な20の教え。賢い投資家になるための隠れた常識』

ハワード・マークス 著、貫井佳子 訳(日本経済新聞出版、2012年10月)

・本質的価値を下回る価格で買う。そうすれば、低リスクと高リターンは両立する。ほとんどの人が間違ったタイミングで間違った行動をとる。この繰り返しが永遠に続く。

・企業の本質的価値を理解する。潜在リターンが高いもの、割安感が強いものを見つける。投資は相対選択の学問だ。分析力、洞察力に加え、心理学が必要。大切なのは「本質を見抜く力」。

---

---

### 『本物の思考力を磨くための音楽学。「本質を見抜く力」は「感動」から作られる』

泉谷閑示 著(精神科医、作曲家。ヤマハミュージックメディア、2019年6月)

・「生きる意味」を見失った現代人。生きる「意味」とは美と真理と愛を味わいながら探究していくこと。生きる意味を実感するための音楽。

・いかに作曲者の意図を汲んで、音符ではなく音楽を奏でるか。そこにはリズム、奏法、様式への知識、奏法などがからんでいる。また、弾く会場の性質、湿度や温度などの環境を考えた柔軟な対応が必要となるという。音楽が音楽になるのかは、その辺で決まると。

---

---

### 『40歳からの会社に頼らない働き方』

柳川範之 著(筑摩書房、2013年12月)

・一生会社を頼りにする時代は終わった。年齢を問わず何時どうなるか分からない。備えておくことが大事。どんな人でもスキルを磨く必要がある。

・40歳を目安に組織に頼らず、生き抜く準備をしておく。仕事で得た知識を学問で体系づける「学び直し」をする。未来の働き方を自分のものにする。

---

---

### 『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか？ 経営における「アート」と「サイエンス』』

山口周 著(光文社、2017年7月)

・これまでのような「分析」「論理」「理性」に軸足をおいた経営、いわば「サイエンス重視の意思決定」では、今日のように複雑で不安定な世界においてビジネスの舵取りをすることはできない。

・サイエンスとは論理、アートとは感性。「直感」と「感性」の時代。「論理」と「理性」では勝てない時代に。

---

---

### 『クリエイティブ・コーリング。創造力を呼び出す習慣』

チェイス・ジャービス 著、多賀谷正子 訳 (CCCメディアハウス、2020年4月)

あなたは自分の人生に夢中になれているか。創造性で大切なのは技術ではなく、習慣。心の声に従えば創造力が生まれ、向かうべき道が見えてくる。

---

---

### 『コンセプトメイキング。変化の時代の発想法』

高橋宣行 著 (ディスカヴァー・トゥエンティワン、2007年11月)

・企業も人も商品も猛スピードで変わりつづける時代。そんな時代でサバイバルするカギは、「人とは違う」こと。「違い」を打ち出しつづけるための「核(コア)=コンセプト」。

・「コンセプト」づくり4要素：①現状認識 ②時代洞察 ③発見 ④言語化。

---

---

### 『心。人生を意のままにする力』

稲盛和夫 著 (サンマーク出版、2019年6月)

心がすべてを決めている。すべては「心」に始まり、「心」に終わる。人生の全ては自分の心が映し出す。どんな心で生きるか、心に何を抱くかが、人生を大きく変えていく。

---

---

### 『サイボーグ時代。リアルとネットが融合する世界でやりたいことを実現する人生の戦略』

吉藤オリイ 著 (PHP研究所、2019年1月)

・「できない」がソリューションを生む。選択肢を知っているか否か、選択肢は知らないと選べない。柔軟な心で他人やテクノロジーと融合して行けたら人を隔てるいろんなものはきっと消えていく。

・人々がポジティブに生きていくために、何でもこなしていくより、好きなことを極めた「適材適所社会」の実現。そのための指針は、①「なりたい」じゃなくて「やりたい」を目指す ②夢中になれることを探す ③興味を発見できるコミュニティに所属する ④興味を削ぐコミュニティ・人からエスケープする。

## 『ゆっくり、いそげ。カフェからはじめる人を手段化しない経済』

影山知明 著(大和書房、2015年3月)

・不等価交換。つまり貸し借りが生まれる関係性こそが持続するビジネスにつながる。カフェでいうと、コーヒー1杯に値段以上の価値を感じたお客がリピートする、あるいはその店の価値を高めるような行動をとる。

・「利用しあう関係」ではなく「支援しあう関係」を築いて、お互いに「健全な負債感(持ちつ持たれつ、お互い様)」を抱えることが、暮らしを経済を豊かにする。

## 『なまけもの時間術。管理社会を生き抜く無敵のセオリー23』

ひろゆき(西村博之) 著(学研プラス、2020年4月)

・「時間どおり」が評価される時代は、とっくに終わっている。時間どおりに来て、何のアイデアも出せない人は「悪」。コツコツ時間をかけるより、「勝てる波」に乗ったやつが勝つ！

・集中する時間は「遊びに8割、仕事に2割」。「時間は有限」というけれど、使い方次第で「けっこう余っている」。イヤなことに時間を使わない。とりあえず、やってみたもん勝ち。なるべく、頑張らない。

## 『働く大人のための「学び」の教科書』

中原 淳 著(かんき出版、2018年1月)

・健康寿命80代まで働く時代、ひとつのスキルや技能で“一生食べる”時代ではない。このことは40代、50代のミドル世代も、20代、30代の若手世代も、うっすら感じている。

・「大人の学び」7つの行動：①タフな仕事から学ぶ ②本を1トン読む ③教えられて学ぶ ④越境する ⑤フィードバックを求める ⑥場をつくる ⑦教えてみる

## 『生活保護から考える』

稲葉 剛 著(岩波書店、2013年11月)

・収入が途絶え、さりとて蓄えもなく、親族からの援助が得られない場合、国民は誰でもこの制度を利用することができる。誰でも、ホームレスの人たちでも。ドイツ、イギリスは人口の10%近くが受給している。一方、日本では2%にも満たない。理由は、第一に「水際作戦」と称して役所の窓口で受給申請を却下しているから。

・非正規雇用で解雇や失業、あるいは事故や病気等予期せぬ出来事で生活基盤が壊れてしまうと自分自身や家族の努力だけで立ち直るのは極めて困難。現実の生活保護利用者が、どんなに肩身の狭い思いをしながら、必要最小限のお金を受け取っているか。

## 『潜在価値マーケティング』

平野 淳 著(幻冬舎、2018年8月)

・「潜在価値」とは「自分たちの本当の強み」。優良顧客を獲得するのに必要なのは、企業の「潜在価値」を認識し、ユーザーに伝え、その心を動かすこと。「企業の埋もれた蓄積資産」と「顧客の気づかない問題」を発見する。

・ブランディングとは、自分がナンバーワンになれるカテゴリーを創り、これを認知してもらうこと。ユーザーとの信頼関係を構築することが売上を伸ばす近道。

## 『子どもの貧困。日本の不公平を考える』

阿部 彩 著(岩波書店、2008年11月)

・子どもの貧困は、この国の未来の国力に影響する。少子化対策と子どもの貧困対策は分けて考えるべき。「母子世帯対策」ではなく「子ども対策」を。女性の公民権も子どもの公民権も十全に機能していない。労働市場の改革も必要であるし、そしてやはり、公教育の改革が必要。

・子どもには何の責任もない。そして、子ども時代に貧困にさらされると発達に影響が出たり、十分な教育機会が与えられないなど、貧困の再生産につながる可能性が高い。

## 労働政策フォーラム：「就職氷河期世代」の現在・過去・未来

労働政策研究・研修機構。2019年12月。

日本の若者の学校から労働市場への移行は、90年代初めまで円滑に進んできた。だが、長期にわたる不況のため、「就職氷河期」と呼ばれる概ね1993～2004年に学校を卒業した若者たちは、目の前でドアが閉ざされ、社会に入る際に多くの苦難にぶつかることになった。

それから20年余りが経過して、「就職氷河期世代」は中年期を迎えている。

- ・40～44歳でも残る「就職氷河期世代」のフリーター
- ・病気やけがで働けないニートが多数
- ・2002年の男性社員の3人に1人は正社員になれず
- ・ニートの高齢化は世帯収入にも影響
- ・就職氷河期とひきこもり。対人面で不器用な人が多い
- ・企業や医療福祉、地域との連携が重要に

## 『残念な「オス」という生き物』

藤田紘一郎 著(フォレスト出版、2018年9月)

・女はバカ、男はもっとバカ。メスのわがままに翻弄される生物界のオスたち。「自分を棚上げする男」と「客観的でしたたかな女」。たとえば仕事、完璧を目指すよりもまず終わらせろ。

・成功者のほとんどは 低テストステロン(アンドロゲンに属するステロイドホルモンで、男性ホルモンの一種)な男性。

---

---

## 『社会人の生き方』

暉峻淑子 著(岩波書店、2012年10月)

・社会人とは本来、自分たちの社会をともに作り上げる人びとのこと。だが、今の日本では、若者たちの就職難や格差の拡大、無縁社会化に見られるように、社会人として生きていくのが困難になっている。

・社会は、歴史が積み重ねて来た、国境を越える知恵と経験の宝庫である。そこから何かを得、またはそこに何かを付け加えることなくして、何の生きる意味があるというのだろう。社会に支えられると同時に、社会をより良く変えていく社会人の生き方の中に、未来への希望を見出したい。

---

---

## 『SELFISH (セルフイッシュ)』

トマス・J・レナード、バイロン・ローソン 著、秦 卓民／監修、糟野桃代 訳(祥伝社、2019年11月)

・自分本位。それは自己中心ではない。無理をしない。未来に期待しない。ゆとりを持つ。つまり、自分に対して自然に生きる。それがいちばん利他になる。

・「今この瞬間に生きる」「他の人の期待に応えない」「状況を自分のために利用する」「良い人(Nice)=臆病者(mice)」「余裕=成長」「我慢を手放せ」など。

---

---

## メンタルが強いと思う人の特徴ランキング

フルーツメールランキング。2013年11月。

- ①ポジティブ ②プラス思考 ③本番に強い ④自分をしっかり持っている ⑤積極的 ⑥他人の意見に流されない ⑦楽観的 ⑧我慢強い ⑨目標がしっかりしている ⑩他人の意見が気にならない

「自分自身の素晴らしさを信じなさい。他の誰でもない自分自身であることに誇りを持ちなさい」 デニス・ウェイトリー

---

---

## 本田宗一郎流 情熱の燃やし方「まずはやってみろ。やればできる」

プレジデントオンライン(野澤正毅さん)。2016年5月。

- ・頭でっかちにならず、まずはやってみろ。 ・目標は高く、評価は厳しく。

## なぜ成功は常に失敗から始まるのか

エグゼクティブブックサマリー(海外ベストセラーに学ぶ、もう1つのビジネス視点)2012年6月

- ・失敗はもがき苦しんだり、自分は正しいと主張したりするのではなく、進化を後押しするもの。柔軟な思考がビジネスや人生に変革をもたらす。
- ・失敗のリスクを減らすには、部下を信じること。部下に主導権を握らせ、取り組む時間を与えること。生き残るために必要なものは適応力。

AIにはできない、人間のもつ能力。それは「芸術的ともいえる創造的な構想力」。つまり夢を見る力。

「成功できる人っていうのは、「思い通りに行かないことが起きるのはあたりまえ」という前提を持って挑戦している」 トーマス・エジソン

## 『未来企業。生き残る組織の条件』

P.F. ドラッカー 著、上田惇生、田代正美、佐々木実智男 訳(ダイヤモンド社、1992年8月)

- ・お粗末な意思決定や行動は直せば済むが、逃がした機会は二度と元には戻って来ない。機会を捉えて行動することこそ、われわれ企業人の社会的な責任。
- ・アウトソーシングは時代の本流。仕事を定義し直し、行う必要のない仕事をやめる。

## 『武器は走りながら拾え』

高橋克明 著(ブックマン社、2019年11月)

- ・ハードワークしまくった先に成功があるのは事実。とにかく動こう！ 動きながら考えたらいいやん！「明日があるさ」ではなく今やろう！ やってみなければ分からない。恐れずまずは行動！
- ・人生、二度なし！ 一度の人生、全身、全霊、全力で勝負しろ！ 「無理をしないで」と言ってくれる人がいるから無理ができる。

## 『感情を動かす技術』

中西健太郎 著(アチーブメント出版、2019年7月)

- ・相手になってほしい感情に自分が先になる。人の感情を動かすものは高いエネルギーであること(姿勢と声は自身のエネルギーを表す)。



・自分自身を商品として捉え、その商品価値を高めること(商品価値とは必ずしも容姿が整っている美男美女のことではない)。

---

---

### サラリーマン プロへの道(キャリア アップ)

- ・キャリア・アップ＝仕事(実務、失敗)＋教育研修＋自己啓発＋師(モデル的人物)
- ・プロとは、お金に換えられる「商品価値(能力やスキル)」を持っている人
- ・「協調性」と「自己主張」のバランス感覚が大事
- ・読み、書き、ソロバン ⇒ 英語、インターネット、パソコン
- ・「人のために何ができるか」を常に考える
- ・人生を豊かにする読書と旅。「夢ありて生あり」「万象皆師」

---

---

### ビル・ゲイツとスティーブ・ジョブズが私に教えてくれた「大切なこと」

『イノベーターズ』の背景とは？

現代ビジネス(ウォルター・アイザックソンさん/テュレーン大学教授、ジャーナリスト)、2019年11月

- ・デジタル時代の発明は、ほとんどがチームワーク、コラボレーションのなかから生まれてきた。そこには独創的な人間や、少数ながら真の天才まで魅力的な人間が数多く関わっている。
- ・つながりたい欲求は、人と機械をもつなぐ。文系と理系の交差点に立てる人にこそ大きな価値がある。デジタル時代の真の創造性は、芸術と科学を結び付けられる人から生まれてきた。

---

---

### 『若者保守化のリアル。「普通がいい」というラディカルな夢』

中西新太郎 著(花伝社、2019年12月)

- ・持続可能な社会を目指すというと聞こえがいいけれど、核心にあるのは自分たちの生きる環境をこれ以上悪化させたくない、仕事も生活も普通の状態に保ちたいという願望であり感情ではないか。
- ・そう願うのは、普通の状態を維持することが難しく、いつそこから滑り落ちてしまうかわからないぎりぎりの世界で生きているという認識、日本社会の受けとめ方が潜んでいるためだろう。

---

---

### 『日本の生き筋。家族大切主義が日本を救う』

北野幸伯 著(扶桑社、2018年12月)

・「根性があればなんとかなる」という「不毛な精神論」が、「日本停滞の原因」。「国民の善良さ」というものは「国家の品格」のバロメーター。この「善良さ」のためには「余裕」が大事で、「格差解消」を図らねばならない。

・時間的・経済的な「余裕」が必須。「家族大切主義」に則った真の働き方改革、少子化対策、給食革命と農業の再生、地方の復活。そして日本国民の幸福度アップ。

---

---

### 『「なんとなく生きづらい」がフツとなくなるノート』

前田泰章 著(クロスメディア・パブリッシング、2019年7月)

・その「生きづらさ」、あなたのせいではない。自分では気づかない思考・行動パターンを変えれば、「フツと」なくなる！

・自分の心理状態を確かめる。自分の感情をコントロールする。「ネガティブ思考＝悪」ではない。

---

---

### 『手書きの戦略論。「人を動かす」7つのコミュニケーション戦略』

磯部光毅 著(宣伝会議、2016年4月)

・広告でいちばん面白いのは表現じゃない。戦略だ！「人を動かす」ためのコミュニケーション戦略の原点は心理学。

・すべての戦略は一長一短であり、クライアントの課題に対し組み合わせで効果を出すべし。

---

---

### 『トップ3%の人は、「これ」を必ずやっている 上司と組織を動かす「フォロワーシップ』』

伊庭正康 著(PHP研究所、2020年2月)

・組織の成功の鍵は「部下の主体性」。課題発見型のフォロワーシップ。

・フォロワーシップとは、一言でいえば「(できる)部下力」。役職に関わらず、組織をより良くするために、上司の「不足している点」や「見えていない点」を積極的にフォローし、影響力を発揮する行動のこと。

---

---

### 『不機嫌な職場。なぜ社員同士で協力できないのか』

河合太介、高橋克徳、永田 稔、渡部 幹 著(講談社、2008年1月)

・あなたの職場の雰囲気は大丈夫ですか？「困っている人がいても助けない」「部署内での会話がな」「チャレンジしない」。いま多くの日本の職場が病んでいる。

## 『insight (インサイト)。いまの自分を正しく知り、仕事と人生を劇的に変える自己認識の力』

ターシャ・ユーリック 著、中竹竜二／監修、樋口武志 訳(英治出版、2019年6月)

・仕事での成果や良好な人間関係、そのカギは「自己認識」にある。しかし、多くの人は思い込みにとらわれ、自分の可能性を狭めてしまっている。いま世界で極めて重要とされる心の知能指数(EQ)、共感力、影響力、説得力、コミュニケーション力などは、全て「自己認識」がベースとなっている。

・自己認識には(自分自身を明確に理解する)「内的自己認識」と(周囲が自分をどう見ているかを知る)「外的自己認識」があり、その二つには相関関係はないが、両方の視点を持つことが重要である。

## AIに関わるリスク

AI 活用による効果を最大化するためにはその特性を認識し、適切にリスクに対応することが必要

SOMPO未来研究所。2019年11月

AIに関わる課題・リスクの例 - 経営・戦略 -

経営戦略	デジタル・トランスフォーメーションの遅れによる競争力の低下、戦略・人材・リテラシーの不足等により投資に見合う効果が享受できない
人材教育	開発部門…… AI 専門人材が確保・育成できず、開発・保守が難航
	事業部門……リテラシー不足による開発の難航、業務革新を伴わずAI利用の効果減、AI に対する過信、目的に見合わない精度のAI の利用、検証等の不足

(出典)SOMPO 未来研究所

## 年間3000人が視察！ NASAも認める快進撃の秘訣は「社員提案の働き方改革」

HILLTOP株式会社、「高い利益率を維持するIT鉄工所」とテレビで紹介。

d's JOURNAL(同社 山本専務)。2020年2月。

・工場の自動化で鉄工所の働き方を変革。人がやるべき仕事は、デザインや設計、企画など創造力が必要な知的作業。

・会社の最大の存在理由は、社員のスキルやモチベーションを上げること。業界平均を上回る利益率を実現。これからも、社員教育と働きやすさを徹底していく。

## 『いい空気を一瞬でつくる。誰とでも会話がはずむ42の法則』

秀島史香 著(J-WAVEやNHKなどで人気のラジオDJ。朝日新聞出版、2017年3月)

・機転の利いた切り返し、ボケ力。「褒め」のちツッコミで信頼感アップ。「でも」を封印すると感じが良くなる。媚びない。やさしいおせっかい。小さな好奇心と観察。地道にコツコツ。

- ・自分の機嫌をとるのは自分。トークは合気道。 会話は、「よくぞ聞いてくれた」というものが盛り上がる。

---

---

### 『アリババ。世界最強のスマートビジネス』

ミン・ゾン 著、土方奈美 訳(文藝春秋、2019年10月)

アリババは主に二つの軸によって経営されている。一つは、データインテリジェンス。これは、大量のデータを集めてそれを分析してビジネスに活用することで顧客を満足させ、フィードバックを得てさらに改善していくというもの。

もう一つは、ネットワークコーディネーションである。これは、それぞれの独立した会社や組織などをネットワークを通じて柔軟に調節して調和させるという概念。

---

---

### 『経済成長主義への決別』

佐伯啓思 著(新潮社、2017年5月)

非難すべきは、資本主義ではなく、経済成長主義なのだ。私たちは実に大きな「誤解」をしている。経済成長が人々を幸福にする—という思い込みだ。すでに到達してしまった豊かな社会でこれ以上の成長至上主義を続ければ、人々の「ふつうの生活」は破壊され続けるだけなのだ。

---

---

### 『ブレイクスルー。ひらめきはロジックから生まれる』

木村健太郎、磯部光毅 著(宣伝会議、2013年4月)

・何かの課題が与えられたら、①課題が解決された未来図を想像し(未来図)、②未来図実現の障害となる壁を突破するアイデアを出し(突破口)、③突破口のアイデアを具体的なアクションに落とし込む(具体案)という3つのステージに分けて考える。

・人間の思考方法を、意識・論理・サイエンスの世界である「街の思考」と、無意識・直感・アートの世界である「森の思考」に分け、未来図・突破口・具体案のいずれを考えると、この「街の思考」と「森の思考」の行き来が大切。

---

---

### 「ウルトラウェット」な社風とは？

日本ニューロン株式会社(京都)「報酬・厚生」と「やりがい・いごち」が両立するモノづくり企業 d's JOURNAL(同社 岩本社長)。2020年2月。

- ・ウルトラウェット企業とは、社員を家族のように思い、とことん世話を焼く組織・企業のこと。

・うちの会社は社内外含め最大数の多くの方に「幸せだと感じてもらえる存在にしていくよ」と宣言。「やりがい」と「いごち」。 本当に大切なことは、明文化できない領域にこそある。

---

---

### 組織を変える3つの改革

- ・戦略(資源、構造)
- ・業務(仕組み、プロセス)
- ・風土(意識、行動、プロセス)

風土の改革が一番難しい。行動を変えないと風土は変わらない。  
行動が変わるためには意識、考えを変えないといけない。

---

---

### 『プレイフル・シンキング』

上田信行 著(宣伝会議、2009年7月)

- ・職場こそが学びの場。職場こそが遊びの場だと思おう！
  - ・情報化された現代では、知識は誰にでも利用可能で、それを持っているだけでは役に立たない。問題の本質を捉え、新しい価値を産みだすことが求められる。そのためには、より柔軟に考え、他の専門家と協働するだけでなく、なによりも面白く仕事をしなければならない。
- 
- 

### 人生100年時代における働き方

ゆうちょ財団(東京大学社会科学研究所教授 玄田有史さん)。2019年11月

- ・2040年代以降65歳以上人口は減少し、75歳以上人口も2030年以降、増加率はマイナスになることが予想される。課題は少子化であり、政策も現役世代のためでなければならない。
  - ・雇用と収入の両面で現在深刻な状況にあるのが就職氷河期世代。性別役割分業も課題。加えて8050問題の回避には、ひきこもり等の中老年が親と共に働く機会の整備も必要。
- 
- 

### 「商いの原点」を忘れた日本企業、相次ぐ不祥事の「根幹」にあるもの

江戸商人の教えに学ぶ

現代ビジネス(森田健司さん/大阪学院大学経済学部教授)。2019年10月

- ・「修身齐家治国平天下」。道徳を重んじ、各個人が修養を行い(修身)、各々の家が安定し(齐家)、国が適切に治まることで(治国)、世の中が平和になる(平天下)という考え方。
- ・利益追求の中こそ道徳を。現代の企業の多くは「利益の獲得のみならず、それに加えて、環境問題や人権問題も積極的に考えなくてはならなくなっている。

## 『不良のための読書術』

永江 朗 著(筑摩書房、2000年5月)

・本を最後まで読むのはアホである。一般大衆に流されない「不良」になるのは大変。そのためにたくさんの本を読む必要がある。大事なのは本に書かれていないことを、どう読み取り、何を考えるか。

・いかに人生を無駄にするかが、人生をおもしろく楽しく過ごす秘訣。すなわち、ためにならない本、悪い本、無駄な本をたくさん読むほど人生は豊かになる。

## 逆境に直面したとき、活路が開く3つの言葉

プレジデントオンライン(日本航空株式会社 特別理事 大川順子さん)。2019年11月。

- ①とにかくあきらめない ②常に明るく立ち向かう ③目の前のことに全力で取り組む

## 『ザ・コピーライティング。心の琴線にふれる言葉の法則』

ジョン・ケーブルズ 著、神田昌典／監修、齋藤慎子、依田卓巳 訳(ダイヤモンド社、2008年9月)

広告は見出しが命。「広告の父」デビッド・オグルヴィが本書で学んだ7つの原則

- ①成功(最大限の費用対効果)へのカギは、広告のあらゆる要素を絶えずテストすることにある。  
②どう言うかより、何を言うかのほうが重要。③ほとんどの広告では、見出しが1番重要。④1番効果的な見出しは、相手の「得になる」とアピールするか、「新情報」を伝えるもの。⑤中身の無い短い見出しより、何かをきちんと伝えている長い見出しのほうが効果的。

## お金持ちは哲学を学ぶ？ 哲学と収入の関係

All About。2019年11月。

- ・評価される人間は習慣的に意見や主張を持つ
- ・哲学から導き出される意見は収入につながる
- ・哲学で思考法を学ぶ。哲学から答えのない問いに向き合う

午堂登紀雄 著「年収1億の勉強法 年収300万の勉強法」(学研プラス)

## 『じぶんの学びの見つけ方』

山崎直子、石戸奈々子、柴田元幸、村上恭和、中島子嶺麻、ルーカス・B.B、石橋 純、大月ヒロ子、島田潤一郎、成瀬正憲ほか 著(フィルムアート社、2014年7月)

学ぶことは、生きること。自分の人生をつくること。そして学びは人それぞれであり、ライフワーク、人生を生きるうえでのスタンスと言えるものにまで昇華されていく。

- ・「好奇心」と「失敗」からの学び
- ・「？」と「！」からの学び
- ・「教えないこと」からの学び
- ・気づきの技術という学び
- ・孔子とアリストテレスからの学び 等

### 『それでも読書はやめられない。本読みの極意は「守・破・離」にあり』

勢古浩爾 著(NHK出版、2020年3月)

・読書の「守」：不自由な読書だった。読書の「破」：名著と格闘する。読書の「離」：もっと自由な広い世界へ。

・読書には4つの目的：①世界を知るために読む。②個人が成長するために読む。③書くために読む。④楽しむために読む。

### マンネリズムはなぜ悪いか(志賀直哉)

「本来ならば何度も同じことを繰り返していれば段々〈うまくなる〉からいいはずだが、悪いのはうまくなると同時に〈リズムが弱る〉からだ。

精神のリズムがなくなってしまうからだ。〈うまいがツマラナイ〉という芸術品は皆それである。

いくらうまくても、作者のリズムが響いてこないからである」

### 少子超高齢化した日本を襲う「2022年危機」そのヤバすぎる現実

「週刊現代」2019年10月5日号より

#### ①2022年 健保の危機

「2022年危機」とは、実はこの年から、推定800万人といわれる団塊の世代(1947～49年生まれ)が75歳になり、総人口「1億2400万人」に対する75歳以上の人口が約1900万人と2割近くに迫る。

18年度の社会保障給付費の総額は、年金が約57兆円、医療費が約39兆円、介護費が約11兆円で、そのほか諸々を含めて約121兆円。これが'25年度には年金が約60兆円、医療費が約48兆円、介護費が約15兆円で、社会保障費は約140兆円にまで膨らむ。さらに'40年度には社会保障費は190兆円を超えると試算されている。

#### ②企業の採用の現場でも「2022年危機」

2000年代はじめより急速な「少子化」が進んだが、その影響が新卒採用の現場に出始める。さらには、'22年から'30年代にかけて、日本では若年人口の減少と定年退職者の増加により、約800万人の労働力が不足する可能性がある。

③カネの流れが止まる。日本全土が「負動産」に。インフラの老朽化で崩落・陥没事故が多発。

## 部下の逆パワハラに悩む管理職。社畜マインドの負の連鎖から抜け出すには？

LIMO 。2020年2月

世間のパワハラに対する風当たりが厳しいことで企業のコンプライアンス意識が過剰になり、特に管理職へのプレッシャーが増している。それが逆に部下たちの度を越えた権利意識を生み、「逆パワハラ」が横行しやすくなっている場面が少なくない。気をつけなければいけないのは「過労や心労による病気」。

- ・コミュニケーションがしっかりとれる関係を作るためのアクション
- ・組織的なフォロー

## 『学習優位の経営。日本企業はなぜ内部から変わるのか』

名和高司 著(ダイヤモンド社、2010年2月)

- ・企業には事業を続けてきたそれぞれの歴史があり、そこで育まれたDNAが生きている。自社のDNAのどの部分を残し、どの部分を捨てるか。
- ・需要が不確実で先が読めない中で、まず実践してみてそこで市場からフィードバックを得て、その結果から次の手を打つ。これを繰り返し、経験を積むことから新しい知恵が生まれる。

## 『人は仕事で磨かれる』

丹羽宇一郎 著(文藝春秋、2008年2月)

- ・人の能力にはそんなに差はない。経営にとって最も重要なものは「人と技術」。人は仕事で磨かれ、読書で磨かれ、人で磨かれる。
- ・<見える報酬> = 給料。 <見えざる報酬> = 自分の成長。あなたの評価は、他人がする。何のために働くのか、どう働くのか。視野を広く、高く持ちながら、社会のためにあなたの能力を生かし続けてください。

## 『「アタマのやわらかさ」の原理。クリエイティブな人たちは実は編集している』

松永光弘 著(インプレス、2018年10月)

- ・クリエイター(創始者、創設者、創造的な仕事に携わる人の総称)と呼ばれる人たちの思考には共通点がある。それは「ひらめき」ではなく、「発見」を重視していること。
- ・彼らは新しい価値を「ひらめく」のではなく、「見つけて」いる。そして、その発見のために、アタマのなかでたえず行われているのが情報の「編集」。

## 『プラットフォーム革命』



経済を支配するビジネスモデルはどう機能し、どう作られるのか

アレックス・モザド、ニコラス・L・ジョンソン 著、藤原朝子 訳(英治出版、2018年2月)

・産業・社会・生活の隅々に変化をもたらし、経済全体を再編しつつあるプラットフォーム。Facebook、アリババ、Airbnb……人をつなぎ、取引を仲介し、市場を創り出すプラットフォーム企業。

・直接的なビジネスが、商品やサービスを作ることで価値を生み出すのに対して、プラットフォームはつながりを作り、取引を「製造する」ことで価値を生み出す。

---

---

### 『GAFAXBATH 米中メガテックの競争戦略』

田中道昭 著(日本経済新聞出版社、2019年4月)

・GAFAXBATHを、①Eコマースの「アマゾン×アリババ」、②スマートフォンの「アップル×ファーウェイ」、③SNSの「フェイスブック×テンセント」、④検索の「グーグル×バイドゥ」に分類。

・昨今の米中関係(米中摩擦)を、「先駆者利益を確保する米国」と「それを模倣し事業展開した中国」という短期的な構図から離れて、「貿易×テクノロジー覇権×安全保障」の戦いの構図で長期的に見ていく必要。世界が米中で分断されるとどうなるか(新冷戦の本質)。

---

---

### 『売れない時代にすぐ売る技術』

4000万人の購買データからわかった！

大原昌人 著(サンマーク出版、2019年10月)

・売上＝「訪問数」×「転換率」×「客単価」。売上が出ない人の典型的なパターンは、「お客が来ないから売れない」「安くしないから売れない」など、「訪問数」や「客単価」に原因があるだろうと「勘違い」している。売上が出ない原因のほとんどは、じつは圧倒的に「転換率」にある。

転換率＝「商品を見たお客(訪問数)のうち何人が買ってくれたかという確率(%)」

・客数や客単価をいきなり10倍にすることは、ほぼ不可能。しかし、転換率を1%から10%にするのは意外なほど簡単。

---

---

### 迷ったときは面白いと思った道を！

「自分で決めた道なのに、自分で迷うことばかり」 大谷徹柴

---

---

### 『人材を人財にアップデートする新しい手法と5つのポイント』

田中隆司、新谷典子 著(ダイヤモンド社、2018年12月)

・グローバル人材は「集める」から「育てる」。「どんな環境でも成果を生み出せる人材」が企業が求めるグローバル人材の定義。持って生まれた「適性」よりも、自社の戦略や役職ごとに求められる「知識」と「能力」を引き上げる。

・自ら課題を見つけ出す能力。「自利利他」の精神を持つ人材に育てる。共感力によって多様性の相乗効果を高める。完全主義と減点主義からの脱却。身に付けた知識を、問題解決の力に変える。

---

---

### 『主体的に動く。アカウントビリティ・マネジメント』

ロジャー・コナーズ、トム・スミス、クレイグ・ヒックマン 著、伊藤 守  
監訳(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2009年9月)

・「主体的に動く」社員をどうしたら育てられるのか。社員の「アカウントビリティ」を高めることが必要。変質とスピードの時代、勝敗を決めるのは社員一人ひとりのアカウントビリティの育成。

・「アカウントビリティ」とは「被害者意識」の反対で、「自分が問題の当事者であると考え、自分の意志で主体的に行動しようとする意識」。「自分の持っている能力に気づく」こと。

---

---

### 『陸海軍戦史に学ぶ、負ける組織と日本人』

藤井非三四 著(集英社、2008年8月)

・戦中でも適材不適所、年功序列、陸軍での二元人事など非効率極まりない人事がまかり通った日本軍。国力に差があるため、負けるのが必然であったが、負け方が最悪。戦前の状況が現在と類似しており、歴史問題というより今に通じる問題。

・戦地で弾薬を補給するときに、陸軍、海軍と同じ大きさの鉄砲を使っても弾薬の使い回しが出来ないのが日本。米英の連合軍は同じ弾薬が使用できるように初めから設計されていた。陸軍＝悪玉論で語られることが多いが、海軍もまた無責任で無謀な組織だった。

---

---

### 時間管理よりも優先すべきは、仕事や予定を詰めすぎないこと

リクルートワークス研究所(岡崎善弘さん/岡山大学大学院教育学研究科講師)。2019年12月。

- ・時間の経済的価値を気にしすぎると、人はストレス状態に陥る
- ・予定を詰めすぎると生産性は低下する
- ・優先すべきは、時間管理よりもタスクの削減

---

---

### 『銀座のママが惚れる 一流の男』

日高利美 著(銀座のママ歴21年。クロスメディア・パブリッシング、2019年11月)

・一流から学んだ人生哲学。人に好かれようとしない。自分に正直。自分とは違う視点を持つ人や信頼できる人を傍に置いている。末端の人にこそ気を配る。認め、褒め、労う。許す心を持っている。

・普段からよく学び準備している。人のせいにしない。なんにでも本気で全力投球。お礼やお詫びが早い。ひとりの時間を大切にしている。心が元気ではない時の対処法がある。

---

---

### 新人に贈りたい「仕事、人生の名言」

webR25調べ。2015年3月。20～30代の男性会社員200人が回答。

- ・諦めないうちは失敗でない。      ・志を立てるのに遅すぎるとということはない
- ・成長は与えられるものではなく、自らの手でつかみ取るもの
- ・試練は越えられる人にしか与えられない      ・努力する人は希望を語り、怠ける人は不満を語る

---

---

### 『プロフェッショナル・サラリーマン。「リストラ予備軍」から「最年少役員」に這い上がった男の仕事術』

俣野成敏 著(プレジデント社、2011年11月)

・プロは仕事を「つくって」「回して」「稼ぐ」。プロは花形部門の行列に並ばない。プロは「事後報告」を上手に使う。プロは出張に行く前に「報告書」を提出する。

・上司に人間性を求めない。プロは上司を「仕事の仕入先」と思う。プロは会議の書記を自ら引き受ける。プロは群れることに不安を、孤独に安心を求める。

---

---

### いいところは真似したい。働く女性に聞く「職場で早く帰っている人の共通点」

cscala café調べ。2010年5月。22～29歳の働く女性321名が回答。

- ・無駄な作業は絶対にしない(要領がよい)      ・余計な仕事は受け付けない(断るのが上手)
- ・明日できることは明日やる主義(無理をしない)      ・ギリギリに焦ったりしない(段取りを立てるのがうまい)
- ・家事があるから仕事は猛スピードで(家庭がある)      ・なんでもサクサク決めている(決断力がある)

---

---

### 『深く考えるための最強のノート術』

午堂登紀雄 著(パンダ・パブリッシング、2018年2月)

・“本当にできる人”は今も手書きで書いている。人間にとって書くことは想像以上に大切な行為。情報を残すこと以外にも、情報を他の情報と組み合わせ“深く考える”ことを可能にしてくれる。

・自分が感じたこと、打ち合わせの内容や面白い情報を、忘れないようにメモ。大切なのは、それらアイデアを洗練させたり、水平思考して一味違ったものに発展させること。後から何度も見返して加筆し、発展させる。

---

---

### 『働く人の夢。33人のしごと、夢、きっかけ』

日本ドリームプロジェクト 編(いろは出版、2008年4月)

・ヒトは何のために働くのか：①楽しむため ②幸せ(生き甲斐)を感じるため ③成長するため。これって、人生に置き換えるコトができるんじゃないか。

・仕事は夢を実現する手段。夢って社会に出れば必ずから見えてくるというものではなくて、夢を探し出そうとしているか、その意識の違いで目が輝き、笑顔が輝き、人生が輝くかが決まるのだ。

---

---

### 『チャイナ・イノベーション。データを制する者は世界を制する』

李 智慧 著(日経BP、2018年9月)

・近年、中国では支付宝(アリペイ)と微信支付(ウィーチャットペイ)が牽引してモバイル決済サービスが急速に発展した。このモバイル決済サービスがデータ蓄積の起点となって、さらなる生活のデジタル化を押し進めている。そのスピードは、米シリコンバレーを上回るほど。

・人工知能、ブロックチェーン等の新技術が融合し、スマホによるAI活用の与信・貸付、無人スーパー、シェアリングエコノミーなど新サービスが次から次に誕生している。顔認証技術などで世界レベルのスタートアップ企業も続々生まれている。まさにイノベーションの連鎖。

---

---

### 『ナンバーワン企業の法則。勝者が選んだポジショニング』

M.トレーシー、F.ウィアセマ 著、大原 進 訳(日本経済新聞社、2003年7月)

漫然とした経営や戦略では生きていけない。ナンバーワン企業になるためには、3つのポジション(戦略)のどれか、をとるしかない。①オペレーションを工夫し、良い品を低価格で提供していくか、②製品でリーダーになるか、③顧客に徹底的に近づくか、である。

---

---

### 『「あなた」という商品を高く売る方法』

キャリア戦略をマーケティングから考える

永井孝尚 著(NHK出版、2017年8月)

・「戦わずして勝つ」のが真の戦略。「自分の強み」を育てる。「自分のため」から「社会のため」へ。

- ・リスクを下げて何度も挑戦する。失敗があなたの武器になる。

## 『大人げない大人になれ！』

成毛 眞 著(ダイヤモンド社、2009年11月)

- ・好きなことを、好きなようにやれば、成果は最大で、ストレスはゼロになる大人げなさとは、好奇心、熱狂的、おバカ。「好きなことを好きなようにやる」こと。
- ・年をとるにつれて、顕著になる特徴は、保守的、悲観的、独善的の3つ。大人になって、縮こまってしまった自分の感性を解きほぐしていくためには、「大人げなさ」が必要。またそれは人生を楽しむ道具である。

## 仕事に行くときはONに、我が家に帰るときはOFFに

- ・平凡な発想も組み合わせればオリジナル。大事なことは地味な平凡なことの積み重ね。コミュニケーションは挨拶から始まる。
- ・ノウハウ。どんな優れた方法論も、それを使う人に力がなければ生きてこない。人間力を磨くことをお忘れなく。
- ・「思い込み(固定観念)」にとらわれ過ぎていないか。余裕が人を強くする。中途半端がいちばんいけない。何でも思いきり。

## 『経営のすべてを顧客視点で貫く《社長の最強武器》戦略BASiCS』

佐藤義典 著(日本経営合理化協会出版局、2014年4月)

どうすれば自社の強みを活かした顧客視点の経営ができるのか。その実戦の道具が「戦略BASiCS」。

要素は5つ ①戦場・競合(B:Battlefield):顧客にとっての選択肢である戦場・競合はどこか ②独自資源(A:Asset):どんな資源を持てば、競合にマネされない圧倒的な強みを築けるか ③強み(S:Strength)競合とどう差別化すれば儲かるか ④顧客(C:Customer):どんな顧客ニーズに応えれば儲かるか ⑤メッセージ(Sm:Selling message):自社の強みをどんな価値(売りモノ・売り方)に変換すれば儲かるか。

## 『世界最先端のマーケティング。顧客とつながる企業のチャンネルシフト戦略』

奥谷孝司、岩井琢磨 著(日経BP、2018年2月)

- ・「チャンネルシフト戦略」とは、①オンラインを基点としてオフラインに進出し、②顧客とのつながりを創り出すことによって、③マーケティング要素自体を変革しようとする戦い方。

・オフライン店舗におけるデータ取得は、店舗オペレーション効率化が目的となってしまうが、本質は顧客との対話(顧客の行動データ、企業からの提案)によるつながりの創造である。

---

---

## 『アイデアのちから』

チップ・ハース、ダン・ハース 著、飯岡美紀 訳(日経BP、2008年11月)

・流行や社会現象を起こす3法則: ①少数の目利きに浸透する、②記憶に粘る、③背景が味方する。

・決して忘れないメッセージ、人を行動に駆り立てるような言葉 6法則: ①単純明快である(Simple) ②意外性がある(Unexpected) ③具体的である(Concrete) ④信頼性がある(Credible) ⑤感情に訴える(Emotional) ⑥物語性(Story)

---

---

## 『がんばらない成長論』

心屋仁之助 著(学研プラス、2016年3月)

まずは自己肯定することの大事さ。成長したい人は、努力も、目標も、向上心も、ぜんぶ捨てる。がんばらないで、ダラダラーッとしてみてください。「好きなことだけ」していればいいんです。楽しんで、サボって、みんなに甘えてみましょう。

①気の乗らないことはしない ②仕事を人に任せて、遊びに行く ③「私、すごいんです」と、周りに宣言する

---

---

## 21世紀のビジネスにデザイン思考が必要な理由

佐宗邦威 著(クロスメディア・パブリッシング、2015年8月)

・MBAでは論理的思考ベースの「ビジネスのより効率的な進め方」を教えるアプローチが取られているのに対し、デザインは今までの延長線上にはない「まったく新しい事業、商品やサービス、プロセス等を創る創造的問題解決の方法」。デザイン思考は幸せに生きるためのライフスキル。

・従来型の単なるモノの製造・販売から脱却し、オープンイノベーションによる新規事業作りが広がっている。21世紀のビジネスでは、デザイナーのように課題を独自の視点で発見し、創造的に解決する「デザイン思考」の実践によるイノベーションの創出がカギとなる。

---

---

## 『最終講義 生き延びるための七講』

内田 樹 著(文藝春秋、2015年6月)

・どうやって共同体を形成するのか。 どうやって他者と相互に助け合い、認め合い、許し合って共生するのか。 それを教えることが学校教育のいちばん大切な目標の一つ。

・危機的局面であるほど上機嫌であれ。 危機的な局面を切り抜けるには、自分の知的・身体的なパフォーマンスを最高レベルに維持する必要がある。 上機嫌でいることが、判断力や理解力を最大化する。

## 『ブランディングの科学。誰も知らないマーケティングの法則 11』

バイロン・シャープ 著、加藤 巧／監修、前平謙二 訳(朝日新聞出版、2018年7月)

- ・既存顧客を維持する方が安い、という説は幻想。 実際にコントロールできるのは新規顧客だけ。
- ・差別化の効果は薄い。 それより独自性を求めよ。

購買回数をコントロールすることは難しい。 購買回数は基本的にマーケットシェアと比例する。

## 『このまま今の会社にいていいのか？ と一度でも思ったら読む 転職の思考法』

北野唯我 著(ダイヤモンド社、2018年6月)

・転職に必要なのは、情報ではなく思考法。 転職できなきゃ、自由になれない。 一生食えて、心から納得のいく仕事を見つける。 転職に必要なのは「情報」でも「スキル」でもなく、確かな「判断軸」。

・働き続けるための知恵。 To do型の人間と、being型の人間がいる。 特別な才能を持たないほとんどの人間にとって重要なのは、どの場所にいるか、つまり「ポジショニング」。

## 中小企業 少子高齢化時代の新ビジネス ～キーワードは4つのN～

日本政策金融公庫 総合研究所。2015年8月

- ・新たなニーズ(Needs)を読み取る力
- ・ノウハウ(Know How)を確立する力
- ・ネットワーク(Network)を構築する力
- ・経営者の熱意(Netsui)

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5月 改訂)

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。