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.１７　　２０２０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**

『食卓の経営塾。DEAN　&　DELUCA　心に響くビジネスの育て方』

横川正紀　著（ハーパーコリンズ・ジャパン、2020年6月）

2003年の日本上陸以来、「食のセレクトショップ」というコンセプトとともに人気を博し、全国で50店舗を超えるまでの成長を遂げたディーン&デルーカ。

・哲学を共有する。「本質力」が未来に残る仕事をつくる。　ブランドの前に人がある。　価値をつくるのは看板ではない。　看板よりも人に価値がある。

・好きこそ仕事の上手なれ。　興味の熱量がすべてを決める。　頭の中を「ビジュアル化」する。ネットワークとは信頼関係である。　感性を共鳴させる。

『コミュニティ・オーガナイジング。ほしい未来をみんなで創る5つのステップ』

鎌田華乃子　著（英治出版、2020年11月）

・コミュニティ・オーガナイジングとは、「仲間を集め、その輪を広げ、多くの人々が共に行動することで社会変化を起こすこと」。「仕方がない」から「仕方がある」へ。　ハーバード発、「社会の変え方」実践ガイド。

・子育て、介護、防災といった身近な課題から、雇用や賃金の格差、差別、地域の慣習、時代に合わない法律や制度など身近なことから変化を起こす。　関係構築＝価値観でつながる。　みんなの資源をパワーに変える戦略作り。

『日本企業の勝算：人材確保×生産性×企業成長』

デービッド アトキンソン 著（東洋経済新報社（2020年3月）

日本在住30年、元ゴールドマン・サックス「伝説のアナリスト」。日本を愛するイギリス人。

・今の日本企業は、人口が増加していた時代にできた制度に過剰適応。 日本人の給料が上がらないのも、働き方改革が広がらないのも、女性活躍が進まないのも、格差も少子化も、すべてそれが原因。

・実力はあるのに「結果」が出せない日本企業。 人口減少時代に入った以上、時代に合った経営に根本から変革するしか選択肢はない。 日本企業の生産性が低いのは、規模が小さすぎるからだ。

なぜ「人間には十分な報酬を払うべき」なのか？ ドラッカーはこう答えます。

現代ビジネス（大原 浩さん／国際投資アナリスト。人間経済科学研究所・執行パートナー）。2020年9月。

・知識社会では人件費を下げるのは誤り。 報酬は金だけではない。 長い目で見て、仕事の質を落とさず給与の支払い額を減らしたいのであれば「終身雇用」を維持すべき。 終身雇用制度（忠臣）であれば、企業の業績が厳しい時に給与カットが行われても「将来の会社の復活」に賭けて頑張れる。

・時間単位の勤務で企業への忠誠心が保てるのか？ 企業の成長の鍵は人間力。 人間の心に愛情を持って接する企業が、最終的には成功する。

同僚や仕事相手に「ありがとう」を伝えた方が絶対いい理由

ライフハッカー[日本版]。2019年9月。

短くてもいい。 相手に感謝を伝えよう。 感謝を伝えることが仕事を生み出すことも。 とにかく、なぜ相手や相手との仕事に感謝しているかを伝えるだけでいい。

『ザ・セカンド・マシン・エイジ』

エリック・ブリニョルフソン、アンドリュー・マカフィー 著、村井章子 訳（日経BP、2015年7月）

・蒸気機関の発明によるファースト・マシン・エイジは18世紀後半に始まった。 いま、コンピュータを中心としたセカンド・マシン・エイジに突入した。 さあ、マシン(人工知能)と分業する時代をどう生きる？

・セカンド・マシン・エイジの進歩が、人間の仕事のやり方や組織の在り方の変革を迫り、機械に代替されるような「定型的な仕事」は激減し、低スキルの人間の賃金は下がっていき、結果収入の格差は拡大していくだろう。

体感が価値を生む時代

快い体感が得られるものが消費者に選ばれる。

東レ経営研究所　エグゼクティブエコノミスト 増田貴司さん。2019年9月。

カッコ良いものは、当初は反体制的、反抗的、不健全な領域の中から生まれる。 保守派が眉をひそめるようなライフスタイルに関わる商品が一大ビジネスになる場合が多い。

「自己不信」を克服　自信をつける10の方法

Forbes JAPAN（Frances Bridgesさん）。2020年3月。

①他人の言葉は気にしない　②自分を許す　④付き合う人を適切に選ぶ　⑤一歩ずつ自信をつける

⑦自分を他人と比較しない　⑩失敗は成功に近づいている証し

楠木　建×山口　周『仕事ができるとはどういうことか』

日立製作所　Executive Foresight Online（楠木 建さん／一橋ビジネススクール教授、山口　周さん／独立研究者・著作家・パブリックスピーカー）。2020年1月。

・仕事のできる人というのは一発芸が優れているのではなく、一つひとつを見ると別に大したプレーではないけれども、並べてみると、その人独自のストーリーがある。

・スキルのデフレ。 スキルとセンスは「混ぜるな危険」。 自分のセンスを知り、磨く方法は「フルスイングで空振り経験を増やす」ことではないか。

上司ガチャに失敗してハラスメント体質のモンスター上司に当たった時の対処法

ライフハッカー[日本版]。2019年11月

・お人好しな人間関係を卒業。 Noと言ったら人生変わるかもしれない

・非がないことには謝らなくていい。 自分が悪くないことまで、つい謝っていませんか？

・パワハラ、セクハラ、いじめ・・・・・。イヤなら「逃げて」しまえばいい

・突然キレる、文句ばかり言う。「攻撃的でうるさい人」に対処する3つの裏ワザ

①「yes, but」で言い返す　②黙って下を向く　③「こっち側」に巻き込む

激変する時代を生きるリーダーに必要なもの

東レ経営研究所　シニアコンサルタント　手計仁志さん。2019年9月。

どんなに激動で不透明な時代になろうが変わらない価値、それは人としての徳。 徳を積むということは、目に見えない宇宙自然の理。 ことわり（＝道）の存在を認め、それに従う心を持つこと。 これが道徳。

『小さなチーム、大きな仕事。働き方の新スタンダード』

ジェイソン・フリード、デイヴィッド・ハイネマイヤー・ハンソン 著（早川書房、2016年12月）

・会社を成功させるのに、事業拡大も、派手な広告も、会議も、徹夜も、長期計画も、オフィスも必要ない。 少人数でシンプルに、臨機応変に。

・「常識」や「世間」に惑わされず、いかに自分らしく仕事ができるか。

「旅するおかげで、我々は確かめることができる。 たとえ各民族に国境があろうとも、人間の愚行には国境がない」 プレヴォ

『内向型人間のすごい力。静かな人が世界を変える』

スーザン・ケイン 著、古草秀子 訳（講談社、2015年12月）

・内向型の人とは、喋るよりも他人の話を聞き、パーティで騒ぐよりも一人で読書をし、自分を誇示するよりも研究にいそしむことを好む人のこと。 社交的で自己主張が激しい外向型のイメージがあるアメリカ人だが、実際にはその3分の1が内気でシャイな内向型。

・ビル・ゲイツもガンジーもウォズニアックもみんな内向型人間だった

・内向型であることが矯正すべき欠点ではなく、素晴らしい才能である。

「人間が持っている能力を使い切るには、人生は短い」 羽生善治

Yahoo!ニュース。2018年8月。

AIがやっていることは、確率的な精度を上げること。 言葉を換えると、全体のなかで最適化を図るということ。

それが一人ひとりの個人にとって良いことなのか悪いことなのかは、全く別の話。そういうものがあるなかで、いかにして自分なりのものを見つけていくのかが問われると思う。

『明日を支配するもの。21世紀のマネジメント革命』

P.F. ドラッカー 著、上田惇生 訳（ダイヤモンド社、1999年3月）

・今、直面している危機的状況は、世界経済が一大転換期を迎えたことのあかし。 これから起こる変化は、過去の産業革命や大恐慌、第2次世界大戦後の構造変化よりも大規模で急激であり、その時にリーダーたる者は、諸問題を解決する能力を持っていなければならない。

・企業をはじめ組織の寿命は30年そこそこ。たとえ存続しえたとしても、構造、活動、知識、要員は変わらざるを得ない。 全員が成功するわけではない。自らのうるべき所（Where Do I Belong？）を知るには、強み、仕事の仕方、価値観の3点セットを問わねばならない。

『自信をもてない人のための心理学』

フレデリック・ファンジェ 著、高野 優 訳（紀伊國屋書店、2014年8月）

・あなたの人生を難しくしている〈思い込み〉から自由になろう。 自信は、〈自己評価〉〈行動〉〈自己主張〉から成り立っている。

・自信を持てなくさせる7つの〈思い込み〉： ①私には能力がない ②いつでも人から愛され、認められなければならない ③私はダメな人間だ ④何事も完璧にやらなければならない ⑦人を信頼してはいけない

『知的戦闘力を高める 独学の技法』

山口 周 著（ダイヤモンド社、2017年11月）

・誰もが簡単に情報を入手できる時代で、情報の価値はますます安くなり、もはや「知識」だけでは武器にならない。 単なる物知りでは生き残れない時代、戦える武器を効果的に手に入れ、自分なりの視点や洞察を生み出す知的生産術＝独学こそ、最強のスキルである。

・知的戦闘力を高めるとは、意思決定の質を高めるということ。 本を読む目的は知識を蓄えることではなく、そこから得られた事実に対し、仮説を立て抽象化し、他分野への応用や実践してみることが重要。

なぜ日本は「職場の人間関係」が世界一悪いのか

プレジデントオンライン（鈴木賢志さん／明治大学国際日本学部教授・学部長）。2019年9月。

・和を重んじる日本の職場が平和的と限らない

・職場の人間関係が大幅に悪化。 多様性の時代に対応が追いつかない。

最近の職場の変化といえば、新卒プロパー社員に女性が増え、さらに中途採用者や契約社員、派遣社員、パートタイマーなど、雇用契約上の地位や働き方が多種多様な人々の割合が上昇した。 つまりこのような多様性の増加が、職場の人間関係に影響を与えていると考えられる。

『時間とテクノロジー』

佐々木俊尚 著（光文社、2019年12月）

・目的もゴールもない現代に、人間はどう生きていくべきか。 人間は他の生命にはない自意識を持ち、「因果の物語」によって世界を認識することで、文明を発達させてきた。 しかし自意識は同時に、「因果の物語」に沿って人生の目標やゴールを決めなければならないということを強制してくる。

・テクノロジーの進化により、我々が気が付かないうちに時間という概念が変わっている。 リアル感も含めて ”今ここに” すべてが存在する。 そこには過去も未来も現在もなく、「生きよう」と思った瞬間に「生」はただ立ち上がるのだという直感的な認識、哲学が必要なのではないだろうか。

『野生化するイノベーション。日本経済「失われた20年」を超える』

清水　洋 著（新潮選書、2019年8月）

・「アメリカのやり方」を真似すれば、日本企業の生産性は向上するはずだ。 そんな思い込みが、日本経済をますます悪化させてしまう。

・イノベーションは「移動する」、「飼いならせない」、「破壊する」。 イノベーションには「パターンがある」。

・老化する日本企業、硬直化する日本企業。 野生化＝ヒト・モノ・カネの流動化。

『仕事と心の流儀』

丹羽宇一郎 著（講談社、2019年1月）

・問題が多いことを喜べ。それは懸命に生きている証　　・つらい仕事ほど、人を成長させる。日々奮闘

・能力や適性に大差はない。開花するかは『どれだけ努力したか』の違いだけ　　・嫌な上司は反面教師に

・誰にだってチャンスはある。でも勉強しないとチャンスはつかめない　　・空気は読んでも顔色は読むな

「愛と繁栄を実現する経営改革」 ダメ会社、良い会社、悪い会社

コンピュータソフトウェア協会（戦略経営コンサルタント　山田隆明さん）。2019年10月。

・「良い会社」と「ダメ会社」の違いはどこにあるのか？　一言でいえば「顧客志向かどうか」。 良い会社は顧客志向だが、ダメ会社はそうではない。 ちなみに、「悪い会社」とは、いわゆるブラック企業。

・この「顧客志向」の基本は不変。 GAFAの強さの本質もここにある。 これを誤ると第四次産業革命版のGAFAにはなれない。

GAFA：　Google、Amazon、Facebook 、Apple の主要IT企業の頭文字。

『すごいヤツほど上手にブレる』

アル・ピタンパリ 著、岩崎晋也 訳（TAC出版、2017年6月）

・優れたトップリーダーの多くは、一度決めたことにこだわるようなことはせず、説得を受け入れ、ブレることで成功をおさめている。

・その共通点は、 ①「自分の意見が間違っている可能性」を認め、 ②「説得を受け入れる心の柔軟さ」を持ち、 ③「指摘を受けて計画を大幅に変更する」。そして ④「失敗にめげず、やり方を改める」ことで成功をつかみとった。

『成功する日本企業には「共通の本質」がある』

「ダイナミック・ケイパビリティ」の経営学

菊澤研宗 著（朝日新聞出版、2019年3月）

・企業のケイパビリティ(能力)には、次の2つの種類がある。 ①オーディナリー・ケイパビリティ(通常能力)、 ②ダイナミック・ケイパビリティ(変化対応的な自己変革能力)。

・このうち、②の「ダイナミック・ケイパビリティ」が、成功した日本企業を特徴づける能力であり、その保持が持続的な繁栄のために重視すべき「成功の本質」である。

『結婚と家族のこれから。共働き社会の限界』

筒井淳也 著（光文社、2016年6月）

・現在の私たちは、「男性は仕事、女性は家庭」という近代以降に形作られた性別分業体制を脱し、「共働き社会」に移行しつつある。 しかし、この共働き社会では結婚しない(できない)人の増加、子どもを作る人の減少といった、「家族からの撤退」をも生じさせた。

・「親密な他者との情緒的つながり」を我々は結婚にも求めている。 しかし、現代の趨勢である「共働き社会」は「親密な他者との情緒的つながりをすべての人に実現する」ものになっていない。

『人はなぜ、同じ間違いをくり返すのか』

野崎昭弘 著（ブックマン社、2014年6月）

・人は間違える動物。 学校は「間違い」が許される場所。 「間違えさせる授業」で考える癖をつける。 間違えなければ、本当にはわからない。 「難問・奇問」こそ、考える力を養う。

・ネットの普及で暗記の価値は下がってきた。 考えることの価値は今後ますます高くなる。 ものごとを俯瞰して見ることの大切さ。 視点を変えることで盲点を減らしていく。

『ビジネスで一番、大切なこと。消費者のこころを学ぶ授業』

ヤンミ・ムン 著、北川知子 訳（ダイヤモンド社、2010年8月）

・現代のビジネスパーソンに必要なことは、斬新な指針でも技術的なイノベーションでもなく発想のイノベーション。「差別化」は手段ではなく、考え方や姿勢である。

・豊かな時代は終わった。 豊かでなくなったからではなく、豊かさが私たちの憧れの的としての地位を失ったから。

「学のあるバカは、無学のバカよりおバカさんですよ」　モリエール（喜劇『女学者』）

「人間とは何か？　愚かな赤ん坊だ。無駄に努力し、戦い、いらだち、何もかも欲しがりながら、何にも値せず、小さな墓をただ一つ得るだけだ」 カーライル『何に役立つか』

「人間の最後の発見は、人間それ自身がちっとも偉くなかったということだ」 石川啄木『ローマ字日記』

「悪書を読まないことが、良書を読むための条件である」 ショウペンハウアー

・新しい切り口を見つけよ。

・文章は、最初の3行で人の心をつかめ。 つまらなければ読んではもらえない。

・歴史は敗者の側から見ないといけない。 勝者の方から見ると必ず間違える。

『超実践！　楽しく儲かる社風経営』

山地章夫 著（クロスメディア・パブリッシング、2019年6月）

・ 経営は楽しければ上手くいくとは限らないが、楽しくなければ上手くいかない。「楽しく儲かる経営」へ意識を変える。 後回しにしがちな「社風」こそが重要。

・働き方改革ではなく「働き甲斐」改革。「商品」と「理念」をつなげる。 営業活動はチームで作戦を企画し、実行する。 顧客とは対等なパートナーであるよう戦略を練る。

知性のある人とは　（野村正樹／作家）

○他人のモノサシではなく、自分のモノサシで生きていける人。

○自分で人生目標を決め、自分で戦略を立て、自分で自分を評価できる人。

×組織の中で生きていると、知らず知らずのうちに他人のモノサシに染まりがち。

〇お金の使い方と時間の使い方を思い切って見直す。 自分なりに有効活用する。

「働く技術とは、仕事について何を考えるか、仕事についてどう感じるか、その仕事に関して何をするか、ということからなっている」 W・A・ピーターソン

「エキスパートとは、ごく限られた分野で、ありとあらゆる間違いをすべて経験した人である」 ニールス・ヘンリク・ダヴィド・ボーア

「生き生き働ける」人とは？ 組織とは？

リクルート ワークス研究所。2019年9月。

阿部修士さん

・「人のため」は先天的に備わった動機かもしれない

・理性には限界がある、根本的に環境を変えるのも一つの手

・小さな目標をコツコツ達成させる

藤井直敬さん

・職場の関係性をリセットする場や習慣をもつ

・会社とは異なる関係性があれば、抑圧状態が固定化されない

・社会の構造は、瞬間瞬間で変わる。 だから今だから行えるチャンスだってゴロゴロ転がっている。「意味」なんてその瞬間に考えればいい。

『コンセプトのつくりかた』

玉樹真一郎 著（ダイヤモンド社、2012年8月）

・「世の中に新しい価値観をつくる」ことが まさにコンセプトをつくること。 ものづくりであれば、商品を通じて。サービスであれば、お客様に提供するものを通じて。 起業であれば、これから生み出すビジネスを通じて。

・コンセプトとは、世の中を良くすること、それは皆で考えるもの（ブレーンストーミング）。コンセプトさえ見つかれば、差別化もデザインも不要。

『立ち上がれ日本人』

マハティール・モハマド（マレーシアの哲人宰相）著、加藤暁子　訳（新潮社、2003年12月）

・日本人よ誇りを持て。　日本は、いつまでアメリカの言いなりになり続けるのか。　なぜ欧米の価値観に振り回され、古きよき心と習慣を捨ててしまうのか。

・日本人には、先人の勤勉な血が流れている。　現代日本に過去の栄光を取り戻させるのは、強いリーダーと愛国心。　日本人よ自信を取り戻せ。

『学びなおす力。新時代を勝ち抜く「理論とアート」』

石川康晴 著(PHPビジネス新書、2019年8月)

・「学び」が思考を前向きにする。　想像力と共感力を鍛えると、視野が広がる。

・ビジネスパーソンこそ、アートに触れる。　アート鑑賞に知識はいらない。　アートで学べる「組み合わせの妙」。

・地方はビジネスの宝庫だ！　地域とつながる「協働力」。　地域に思いを馳せる。

「ビー・ジェントルマン」　クラーク博士

紳士たれ。紳士とは何か。手前で考えよ。

“Boys, be ambitious!”

「カッコいい人間たれ」

カッコいいとはどんなことか。自分で考えよ。

成功者とは「自分の時間を意のままに使える人」である。

ライフハッカー[日本版](Peter Cohanさん／訳：コニャックさん)。2015年3月)

自己評価に基づいて自分の適正や希望を考え、したい仕事を見つけたなら3つのチェックを行う。

・仕事に情熱を持てているか。　　・市場は、仕事に十分な報酬を与えてくれるか。

『未来を共創する 経営チームをつくる』

鈴木義幸　著（ディスカヴァー・トゥエンティワン、2020年12月）

・会社は経営チームで決まる。　＜ 1＋1＋1＞が5にも10にも100にもなる〝共創するチーム〟継続的な右肩上がり〟を実現している会社は、経営チームが〝チームになって〟いる。

・経営はヒトとチームが作る。　チームであることの定義（3条件）：　①共通の目標を持つ　②パフォーマンスを総和以上にする　③メンバーが互いに”気持ちのつながり”を感じ、ひとつにまとまっている。

『「組織が結果を出す」 非常識でシンプルなしくみ』

田島大輔、久野和禎 著、苫米地英人 監修（開拓社、2017年8月）

・大量生産大量消費の時代から付加価値の時代に移行した現代は、最低限の仕事では付加価値は生み出せない。 個々人が付加価値を生み出せなければ生き残れない。

・「have to～」（～ねばならない）ではなく、「want to～」（～したい）のマインドでどんどん革新を起こしていく中で、初めて付加価値が生み出される。

やさしい経済学～教育をデータで斬る ②学歴に意味はない

経済産業研究所 成田悠輔さん（客員研究員）。2020年2月18日 日本経済新聞「やさしい経済学―教育をデータで斬る」に掲載。

・猫に「マタタビ」、人に「ガクレキ」。 そう思われるほど学歴は人間の好物。 しかし、有名校に入ると人は幸せになるのでしょうか。

・ニューヨークやボストンの有名公立高、ハーバード大やエール大のような有名私大でも、成績や収入を伸ばす効果は普通の高校・大学と大差ないという研究があります。 有名校に入っても学生の未来が明るくなるとは限らないのです。

『やさしい経済学～教育をデータで斬る』シリーズ ①測れるもの、測れないもの ③民間の力が持つ効果 ④幼稚園が将来収入を左右 ⑤旧制高校が「身の丈」を変えた ⑥日本が遅れを取り戻すために ⑦「市場化」の効果は微妙 ⑧AI先生の難しさ ⑨デジタル化がもたらす恩恵

やさしい経済学～教育をデータで斬る ⑩計り知れない未来へ

経済産業研究所 成田悠輔さん（客員研究員）。2020年2月28日 日本経済新聞「やさしい経済学―教育をデータで斬る」に掲載。

・データを使って分析できるのは、データを生み出した過去の教育だけ。 しかし、教育は常に新しい問題に直面し、様々なプレーヤーが試行錯誤を重ねている。 日本でも、貧困や困難に直面した子どもに居場所や学びの場所を提供したり、デジタル教育を推進したりする教育起業家たちが増えつつある。

・過去のデータをもとに既にある教育の効果を測れるだけ測り、古びた悪手とは決別しよう。 そしてデータは忘れて計り知れない未来へと跳躍しよう。

陰陽道からひもとく「出世する男」を見極める3つのポイント

ウレぴあ総研。2015年1月

・①夢を持っている人 ②童心を持っている人 ③私事で行動して仕組みを作っている人

・陰陽道で言い伝えられている真の男：「勇気のある男」、「決断力のある男」、「意思が強くブレない心を持った男」。

陰陽道： 陰陽説は宇宙の現象事物を陰と陽との働きによって説明する二元論。 五行説は万物の根源を「木火土金水」の5元素におき、それらの関係、消長によって宇宙は変化するという自然論的歴史観。

『「まだない仕事」で稼ぐ方法』

吉角裕一朗 著（ワニブックス、2019年9月）

・ドラえもんの「ひみつ道具」が続々実現する「テック革命」時代が到来。 誰でも「四次元ポケット」を使いこなせる。

・「四次元ポケット」を使いこなせばビジネスは100％うまくいく。 「夢＝妄想力」を持っている人が、これからはお金持ちになる時代。

新時代の富裕層、収入源は複数？ その方法、マインドとは

LIMO。2019年10月。

稼ぎ方は考え方次第。 長期的な資産運用と情報収集。 富裕層は自分の資産を守るためにもしっかりお金のことを勉強し、さらに増やす行動をしている。 富裕層のマインドを学びつつ、個人で稼ぐ準備をするなどの対策も進めておくと安心感が高まる。

重要な情報の8割は「人」から入ってくる。自分から与え続ければ、返ってくる

プレジデントオンライン（石井誠一さん／アイ・エス・ガステム 会長）。2018年3月

・人を喜ばせるのが商売だ ・一番の難関は、新規顧客をつかまえること ・商売の本質は「時間」を売ること ・われわれは「信用」を買ってもらっている

「仕事は一所懸命やれば必ず面白くなる。そして働くことでのみ人は救われる。仕事は、とにかくまず着手せよ。まず一歩を踏み出せ。

さすれば、次の一歩がより具体的に見えてきて、さらにたやすく進める」 ヒルティ

「過去から学び、今日のために生き、未来に対して希望をもつ。 大切なことは、何も疑問を持たない状態に陥らないことである」 アインシュタイン

「イチロー」と同じ精神でやれば店は繁盛する

プレジデントオンライン（横田英毅さん/ネッツトヨタ南国相談役、ビスタワークス研究所顧問）。2019年10月。

いい会社とはいい人が集まっている会社。「お客様を大切にする」サービス。 ささいなことにも手を抜かない。 当たり前のことを人並みはずれた熱心さで実行すること。 これが凡人と非凡人の違いである。

先進国・日本が「世界で一番安全」でも「外国人が働きたくない」国である“3つの理由”

文春オンライン。2019年10月。

・英国・エコノミスト誌の調査部門「エコノミスト・インテリジェンス・ユニット（EIU）」が発表した「世界の都市安全性指数ランキング」では、東京が1位、シンガポールが2位、、3位は大阪だった。

・一方、「各国の駐在員が働きたい国ランキング」（英国・金融大手HSBCホールディングス調査）では、日本は調査対象33カ国（地域含む）中32位という結果になっている。

・理由として、①お金持ち、中間層に適したサービスがない ②教育の場が少なすぎる ③整備されていない行政サービス

『座右の銘はない。あそび人学者の自叙伝』

石毛直道 著（日本経済新聞出版社、2019年7月）

・人生の予定路線などつくらずに、その時どきの「おもろい」ことにうつつを抜かし、寄り道だらけで、何処へいくのか、自分でもわからない人生の時を過ごすのも悪くない。

・楽しければそれでいい。 人生を何事かを達成するための「生産の時間」とは考えずに、「消費の時間」として生きている。「おもろい」ことで時間を消費し、その副産物として、結果としての生産や創造ができたら、もうけものだ。

『潜在意識をとことん使いこなす』

C・ジェームス・ジェンセン 著、大沢章子 訳（サンマーク出版、2015年2月）

「見える世界」を変えたければ、「見えない世界」を変えなさい。 自分を変えるには、「自分が自分をどう見ているか」を変えればよい。

価値観＝ その人の生き方、哲学、ライフスタイル。

カネは価値を手に入れるための媒体。 生き甲斐には「働き甲斐（仕事）」と「暮らし甲斐（生活）」がある。 受け身ではどちらの「生き甲斐」も得られない。

“シン・ニホン” AI×データ時代における日本の再生と 人材育成

財務省資料（安宅和人さん／慶大 環境情報学部教授、ヤフー株式会社CSO）。2019年10月。

・今までの基礎教養、すなわち人を使う側と使われる側を分ける力は「母国語なり世界語で考えて伝える」プラス「問題をきちんと設定して解く」という力だったと思うが、ここに、さらに「データやAIを使い倒すリテラシー」が加わってくるのが我々の子、孫たちの世代の基本になる。

・プログラミングは大事だが、世の中を変 えているベースはむしろ情報科学、データサイエ ンス系。

人口減少社会のデザイン

広井良典 著（東洋経済新報社、2019年9月）

・「集団で一本の道を登る時代」昭和。「失われた30年」平成。 そして、「人口減少社会」令和が始まった。 「拡大・成長」という「成功体験」幻想を追い続け、「先送り」されてきた、「持続可能な社会」モデルを探る。

・10の論点と提言： ①将来世代への借金のツケ回しを早急に解消 ④「都市と農村の持続可能な相互依存」を実現する様々な再分配システムの導入 ⑤企業行動ないし経営理念の軸足は「拡大・成長」から「持続可能性」へ ⑥「生命」を軸とした「ポスト情報化」分散型社会システムの構想 ⑦21世紀「グローバル定常型社会」のフロントランナー日本としての発信 ⑧環境・福祉・経済が調和した「持続可能な福祉社会」モデルの実現

『次の時代を先に生きる。まだ成長しなければ、ダメだと思っている君へ』

髙坂 勝 著（ワニブックス、2016年10月）

・もう、やめよう。 できもしない成長を目指す、無理ながんばりをやめて、幸せこそを目指そう。経済成長なんてクソ喰らえ。 その神話から、イデオロギーから脱出しよう。

・今までの暮らしを「Re Life」し、働き方を「Re Work」し、人生を「Re Design」する時が来ている。 ただ消耗させられる「消費者」から、仕事も、食べ物も、住まいも、エネルギーも自ら創り上げる「クリエイター」へ。

「私をユニークにするのは、こんな欠点のおかげ」 映画『アンドリュー』から

「天才はすなわち忍耐である」 ビュフォン

「何でもやりたいことをやれ。 そして変わり者だなんて誰にも言わせるな。
人の思惑なんて気にするな」 ジョン・シングルトン

「運を天に任せない。どんなに苦しくても神頼みにして諦めたりしない」 佐藤研一郎（ローム社長）

聞き上手な人が実践している7つのリアクション

スゴレン。2020年5月。

①あいづちを打つ　②復唱する　③「その気持ち、分かる。」など、気持ちを理解してあげる

⑥「キッカケは何だったの？」と動機を聞く　⑦顔を向ける。（作業しながらは聞かない）

『豊かさとは何か』

暉峻淑子 著（岩波書店、1989年9月）

・人生にとってカネは手段であり目的ではない。 家族や愛する者との健康で楽しい生活。 趣味、生きがいのある仕事。 人生の充実感、無目的な友情、自然とともにある安らぎ。 それらが充たされれば、限りなく財テクやマネーゲームに目を血走らせる必要はないはず。

・効率を競う社会の制度は、個人の行動と連鎖的に反応し合っているから、やがては生活も教育も福祉も、経済価値を求める効率社会の歯車に巻き込まれるようになる。 競争は人を利己的にし、一方が利己的になれば、他の者も自分を守るために利己的にならざるをえないから、万人は万人の敵となり、自分を守る力はカネだけになる。

『営業の一流、二流、三流』

伊庭正康 著（明日香出版社、2015年11月）

・一流と呼ばれる人は、「お客様の困っていることは何なのか」「お客様に満足いただけるアウトプットにするにはどうすればよいか」など、お客様の立場になって考え抜き、実行する。「相手が知りたいことを「結論」から手短に伝える」。

・機微とは、ほんのちょっとした違い。その違いを「知っている」か「知らない」かだけで結果が大きく違う。 機微がわかれば営業はますます面白くなり、成果はグングンと伸びる。

『好きなことしか本気になれない。人生100年時代のサバイバル仕事術』

南　章行 著（ディスカヴァー・トゥエンティワン、2019年8月）

正解がなくても意思決定をし、歩く道を決め、実際に歩いていかなければ、僕たちは生きていけない。 正解を探すのではなく、選んだ道を自分で正解にしていく。

・キャリアアップよりも大事なのは、自分のストーリーを生きること。

・人はアウトプットでしか成長できない　等

「短い人生は時間の浪費によって、いっそう短くなる」　サミュエル・ジョンソン

『松下幸之助に学んだ「人が育つ会社」のつくり方』

青木仁志 著（PHP研究所、2016年12月）

・どちらが正しいかではなく、何が正しいかを考える　　・目標と計画と実践のくり返しが成功への道

・お客様、社員、会社の3者がハッピーになる経営判断を志向する。

・自分のなかに確かな使命感をもつ。　自分の使命につながる知識スキルをもつ。

『なぜ、あなたの仕事は終わらないのか。スピードは最強の武器である』

中島　聡 著（文響社、2016年6月）

・遅い天才より、速い凡人がトップに立つ。時間を制する者は、人生を制す。困難は分解せよ。

・2割の期間で8割の仕事を終わらせる。2:8の法則が、あなたの仕事を変えていく

・仕事は「ラストスパート」ではなく「スタートダッシュ」

『日本一稼ぐ弁護士の仕事術』

福永活也 著（クロスメディア・パブリッシング、2019年7月）

・「論理的思考力」×「直感的実行力」。　スピードと時間量は誰でも持ち得る武器である。　スピードは最強の専門性。

・志よりも一日一日の積み重ねが大切。　他人ができることは自分も必ずできる。　二者拓一ではなく、多くのことを同時に試してみればいい。

『リーダーに強さはいらない。フォロワーを育て、最高のチームをつくる』

三城雄児 著（あさ出版、2017年5月）

・「フォロワー」とはリーダーと一緒にチームを動かしてくれる人。　つまり2番手、3番手、あるいは右腕、知恵袋のこと。　フォロワーを活かしながらリーダーも共に成長していく。

・強いチームには強い「フォロワー」がいる。　異質のフォロワーがいることで会社は大きく成長する。　優れたフォロワーがいなければ、リーダーは孤立し組織やチームは分裂しかねない。

3つの開発：　自己開発、商品開発、市場開発　（石原薬品、経営理念）

3つのC：　Creative　　Communication　　Challenge　（伊藤ハム、企業姿勢）

『秋本　治の仕事術』

『こち亀』作者が40年間休まず週刊連載を続けられた理由

秋本 治 著（集英社、2019年8月）

こつこつと積み重ねた日常が大きな結果に結びつく。 きちんとした生活とリズム。 批判は受け流し、褒めてくれる人の声に応える方が建設的。 とりあえず叩き台をつくることが肝要。 変化を恐れず、取り入れていく。 常にアンテナを広げて情報収集する　等。

「ユダヤ人の成功哲学」から現代人が学ぶべき3つのポイント

LIMO。2019年10月。

世界の人口のたった0．2%しかいないユダヤ人。 彼らは学術分野やビジネス分野で非常に大きな成果をあげている。 世界の富豪の中にも名を連ね、ノーベル賞は約20%、フィールズ賞（数学の分野で著しい業績を上げた研究者に贈られる賞）は約25%と大きな存在感を放つ。

・ユダヤ人は教育を大事にする　・ユダヤ人はお金と冷静に付き合う　・ユダヤ人は集中する

『うまくいっている人の考え方』

ジェリー・ミンチントン 著、弓場　隆 訳（ディスカヴァー・トゥエンティワン、2013年4月）

・人生がうまくいっている人の特徴は「自尊心」が高いこと。 自尊心とは、自分を大切にしようとする心。自尊心のある人は常に自信に満ちあふれ、失敗やまちがいを犯しても、それを前向きにとらえて次のステップの土台にする心の余裕がある。

・一部の人に嫌われても気にしない。 あなたがよほど問題のある性格でない限り、好かれようとする必要はない。 自分を好きになり、素晴らしい人生を創造するに値する人間だと信じること。

「大丈夫だ。心配するな。なんとかなる」　一休宗純

「悩みによってはじめて知恵は生まれる。 悩みがないところに知恵は生まれない」 アイスキュロス

全ての「頭がいい人」に当てはまる唯一の共通点

プレジデントオンライン（現役東大生の西岡壱誠さん）。2020年1月。

「頭がいい」とは「目的意識がはっきりしている」こと。 目的がしっかりしていると結果に差が出る。

『ジョブ理論。イノベーションを予測可能にする消費のメカニズム』

クレイトン・M・クリステンセン、タディ・ホール、カレン・ディロン 著（ハーパーコリンズ・ ジャパン。2017年8月）

・ビッグデータは顧客が「誰か」を教えてくれても、「なぜ」買うのかは教えてくれない。 数値化できない「因果関係」にこそ、成功するイノベーションの鍵がある。

・顧客が商品を買うこととは、片づいていない「ジョブ(用事・仕事)」を解決するために何かを「雇用」することである。 どんなジョブ（用事、仕事）を片付けたくて、その商品を"雇用"したのか? 顧客の進歩（＝「ジョブ」）をうまく発見し、実現させることが成功のために重要。

『清貧と復興　土光敏夫100の言葉』

出町　譲 著（文藝春秋、2011年8月）

IHI、東芝、経団連、臨調（臨時行政調査会：行政改革組織）のトップを歴任した土光さん。戦後復興に全力を尽くし、高度経済成長を駆け抜け、晩年は国家再建に命を燃やした。私生活では贅沢を嫌い、社長時代も生活費は月３万円。今こそ「メザシの土光さん」の話を聞こう。

・「増税より無駄を徹底的に洗い直せ」、「改革は政府任せでなく、国民運動を」、「農業は補助金をあてにするな」、「予防医療で医療費削減を」等。

・「１日は誰にも公平に24時間与えられている。 仕事を終えて家に帰ってからの時間の過ごし方が長い間に差となって現れる」

村上春樹さん「僕が小説を書くコツは、音楽と同じ」。３つの“共通点”を語る

TOKYO FM+ 。2019年9月

①リズムがなければいけない　②それからハーモニー　③そしてインプロヴィゼーション（即興性）。

よい人間関係を築くための１０カ条

Itmedia（堀内浩二さん）。2008年3月

①人は、不安なものである・・・・・人に自信を与えなさい。

②人は、特別だと感じたがるものである・・・・・誠意を持って人をほめなさい。

③人は、よりよい明日を求めるものである・・・・・人に希望を示しなさい。

④人は、理解してもらいたがるものである・・・・・人の話を聞いてあげなさい。

⑤人は、方向性を失いがちなものである・・・・・人を導いてあげなさい。

⑥人は、利己的なものである・・・・・まず人のニーズに応えてあげなさい。

⑦人は、感情的に落ち込みやすいものである・・・・・人を励ましてあげなさい。

⑧人は、成功したがるものである・・・・・成功を勝ちとる手助けしてあげなさい。

⑨人は、意義のある人間関係を欲するものである・・・・・コミュニティを提供してあげなさい。

⑩人は、自分もこうなりたいと思う理想の人物を求めるものである・・・・・手本になってあげなさい。

職場の足の引っ張り合いに巻き込まれない方法

プレジデントオンライン。2019年10月。

・その人にどんな仕事が与えられるかは、「スキル×経験」の掛け算で決まる。 課長に見合うスキルと経験があればその役割が与えられ、社長に見合うスキルと経験があればその役割が与えられる。

・自分の掛け算値を高める努力を続ければ、周囲が「あの人ならこの仕事ができるだろう」と評価し、それに見合う役割をオファーしてくれる。

『THE MODEL』

マーケティング・インサイドセールス・営業・カスタマーサクセスの共業プロセス

福田康隆 著（翔泳社、2019年1月）

・営業が顧客に初めて接触するとき、すでに商談プロセスの半分以上は終わっている。 この事実の前に、企業のマーケティング、営業活動は変革を迫られている。 分業から共（協）業へ。

・3つの基本戦略： 市場戦略／リソースマネージメント／パフォーマンスマネージメント

チームでいい仕事をするための前提条件

・方向を明確にすること。　　・機会あるごとにミッションを確認。

・アンテナを高くし、情報の共有化と共通認識に努め、悪い情報ほど早く伝える。

・あとはコーディネート。

『成功に奇策はいらない。アパレルビジネス最前線で僕が学んだこと』

平山真也 著（英治出版、2019年2月）

・事業のすべてを有機的に結合する　　・ビジョンに「数字」をつければ、実現への道が見えてくる

・未来がわからないからこそ、「思い」が大切　　・小さな成功を積み重ね、あきらめない心をつくる

読書は人生のレジャー、あるいはバカンス

読書の効用は、分からない「未来」を可能性として自らに分からせ、孤独な決断をしなければならない自身の「心の支え」とすること。

生きる勇気を鼓舞してくれる良書を読もう。　自分とじっくり向き合う人生。

話も文も「簡にして要」であれ！

『門外不出の経営ノート。2泊3日で165万円！　プレミアム合宿LIVE講義』

小山　昇 著（ダイヤモンド社、2020年7月）

・人に仕事をつけがちだが、仕事に人をつけること。　人の器は、やってみて、失敗して、振り返る、ことでしか大きくならない。　今がどん底でも打つ手は無限！

・武蔵野という会社は「リピート型のビジネスモデル(弾を売る)」という業態を展開していて、一度売ったらおしまいの「一発勝負型ビジネスモデル(鉄砲を売る)」に比べて、たとえ低単価であったとしても継続的な利益が見込め、リピート率の高い事業に取り組んでいる。

『人をつくる読書術』

佐藤 優 著（青春出版社、2019年2月）

・よい本を読み、よい友人を持つこと。「読む」「聴く」「話す」「書く」の4つの力のうち、「読む」力を超えることは絶対にない。

・教養とは、想定外の出来事に適切に対処する力。　自分の主体性を発揮し、問題意識をもって、本を読む。　特定の分野に偏らず幅広い視野を持てるように読む。

『いい人財が集まる会社の採用の思考法』

酒井利昌 著、坂本光司 監修（フォレスト出版、2019年8月）

・採用が下手な会社ほど「即戦力」「コミュニケーション能力」を求める

・「誰を採用するか」以上に大切なのは、「誰が採用担当か」　　・「集める」ではなく、「集まる」

・間違えた人を採用したら、どんなに教育してもムリなものはムリ。

「やる気のない社員」が7割

日本は139カ国中132位と最下位レベル。ギャラップ社「やる気度調査」。2017年。

・ギャラップ社が全世界1300万人のビジネスパーソン（仕事や会社に対するワクワク感や幸福感とも言える概念）を調査し、導き出したエンゲージメントを測定する12の質問が「Q12」。

Q1： 職場で自分が何を期待されているのかを知っている

Q2： 仕事をうまく行うために必要な材料や道具を与えられている

Q3： 職場で最も得意なことをする機会を毎日与えられている

Q4： この7日間のうちに、よい仕事をしたと認められたり、褒められたりした

Q5： 上司または職場の誰かが、自分をひとりの人間として気にかけてくれているようだ

Q6： 職場の誰かが自分の成長を促してくれる

Q7： 職場で自分の意見が尊重されているようだ

Q8： 会社の使命や目的が、自分の仕事は重要だと感じさせてくれる

Q9： 職場の同僚が真剣に質の高い仕事をしようとしている

Q10： 職場に親友がいる

Q11： この6カ月のうちに、職場の誰かが自分の進歩について話してくれた

Q12： この1年のうちに、仕事について学び、成長する機会があった

・日本企業はエンゲージメントの高い「熱意あふれる社員」の割合が6％で、米国の32％と比べて大幅に低かった。「周囲に不満をまき散らしている無気力な社員」の割合は24％、「やる気のない社員」はなんと70％。

・強みを伸ばし熱意ある社員を増やせば業績向上につながる。 上司と部下が一緒になってどう結果を出すか、部下をどうやって成長させていくかを考えることが上司の仕事。

企業が求める「コミュニケーション能力」とは、

・対人コミュニケーションのベースにあるのは、セルフ・コミュニケーション（自分との調和）。 自分自身を知ったうえで、自分自身と気持ちよく調和をすることがセフル・コミュニケーション。

・苦手な相手とどうやって仲良くなるかではなく、この人を苦手と思う自分自身の問題点は何かと考える。 自分を責めるのではなく、苦手だと思ってしまう自分の中の要因を見つけていく。

「考える力」をつける8つの方法

STUDY HACKER（上川万葉さん）。2019年6月。

・これからの時代に求められている「考える力」とは、課題を見つけ、解決のためのプロセスを選択し、新しい価値を生み出す能力のこと。

・「考える力」が低下してしまう悪習慣： ①睡眠不足 ②朝食を食べない ③長時間座りっぱなし

『プロデュースの基本』

木崎賢治　著（集英社インターナショナル、2020年12月）

アグネス・チャン、沢田研二などのプロデュースをし、数多くのヒット曲を生み出す。

・ものづくりの基本は好きだとかいいと感じたら、実際につくってみること。　つくるからこそ見えてくることを徹底分析すること。　ストーリーがあると新しい価値が生まれる。　強制的にドキドキワクワクする。

・変わらないために変わる。　経験が邪魔をする。　心が動いた瞬間に見えているものを記憶する。「新しいもの」とは新しい組み合わせのこと。　意外な組み合わせが面白さを生む。

「未婚中年や実は多い夫の引きこもり」まで働き盛りが家に籠もる理由

LIMO。2019年9月

「不登校」、「人間関係がうまくいかなかった」、「受験の失敗」といった若い時代のものに加え、「職場になじめなかった」、「病気」、「リストラ」、「定年退職」等。

いわゆる8050問題（80歳の親の年金で50歳の子どもの生活を支えている）に該当する世代。引きこもり夫はサインを出している！？

・自己肯定感が低い　・頑張りすぎる性格　・自分の意見を発言できない等

「中年の引きこもり」がドイツではありえない理由

東洋経済オンライン（サンドラ・ヘフェリンさん）。2019年9月。

ドイツ社会は「社会から自ら距離を置く人」に対して容赦なく、日本よりも厳しい。

・「親離れしない」のが格好悪いドイツ　・「わが子」と「世間体」どちらが大事か

・「子の自立」を妨げる日本社会　・ドイツでは「長時間労働」はあり得ない

話し下手でも相手にわかりやすく伝える会話のコツ。仕事ができる人の特徴

ライフハッカー[日本版]（沖本るり子さん）。2019年11月。

「何が言いたいのかわからない人」「話が長い人」＝「仕事ができない人」の印象

・1文を短く切って話す。　話がまとまらず、長くなりがちな人は「結論から話す」のも良い。

・受けた質問を活用する。　質問は結論だと考えて話し始める。

『働き方の問題地図。「で、どこから変える？」 旧態依然の職場の常識』

沢渡あまね、奥山 睦 著（技術評論社、2017年12月）

・管理者は生産性を上げる仕事作り　　・部門やチームの役割/責任（R&R）を明らかにする

・出社主義に依存しない。 在宅勤務でも仕事がこなせればOK、出社してもさぼる人はさぼる。

・業務の種類や分野によっては、外の専門家へ頼んだ方が良い場合がある

『マネーの公理。スイスの銀行家に学ぶ儲けのルール』

マックス・ギュンター 著、林 康史、石川由美子 訳（日経BP、2005年12月）

・第10の公理 「大多数の意見は無視しろ。それはおそらく間違っている」。 ただ勉強するのではなく、その勉強で儲ける。 何が正解で何が不正解かは結局誰にも分からない！。 人は何かに執着したり、安定を求めるが、常に変化し成長することが一番の安定。

・安全第一の生き方は一般的だが、暮らし向きも一般的。 リスクを取らずして、リターンは得られない。そもそも無リスクの人生など退屈。 リスクを楽しめ。 船が沈み始めたら、祈るな。飛び込め。

行動分析学マネジメント。人と組織を変える方法論

舞田竜宣、杉山尚子 著（日本経済新聞出版、2008年12月）

・人を変えるためにはその変える”対象”と”変え方”が重要。 「頑張り」「努力」「よい仕事をする」という抽象的な言い方ではなく、できるだけ具体的に考える。 働き方の中の「どの行動」を強化（または弱化、消去）すればよいのかを、まずは突き止めなければならない。

・行動は、行動直後の状況の変化によって変わる（行動随伴性）。 そして、4つの要素（強・弱・好き・嫌い）とその組み合わせによって基本的に成り立っている。

『トップ１％に上り詰める人が大切にしている、一生使える「仕事の基本」』

鳥原隆志 著（大和出版、2015年10月）

・ビジネスは自分を売り込むこと。 期待値を超える。 当たり前のことや自分の仕事に満足するな。

・人と違うことをしよう。 ユニークな発想には価値がある。 スキルより考え方を盗め。

『常勝集団のプリンシプル』

自ら学び成長する人材が育つ「岩出式」心のマネジメント

岩出雅之 著（日経BP、2018年3月）。プリンシプル：原理、原則

岩出さんは、帝京大学ラグビー部監督。2018年1月、全国大学ラグビー選手権で9連覇を達成。

・勝ち続ける組織とは「メンバー一人ひとりが自律的に考え、行動し、仲間と助け合いながら、自ら学習、成長する集団」。

・技術や根性だけで勝てる時代は終わった。 4年生が神として、圧力（＝恐怖・やらされ感）をかけるのではなく、雑用は4年生がやり未成熟な1年生は自己にフォーカス。 1年生は先輩に感謝して育ち、4年生になった時にそれを後輩に還元。

『問いかけ続ける。世界最強のオールブラックスが受け継いできた15の行動規範』

ジェイムズ カー 著、恒川正志 訳（東洋館出版社、2017年11月）

① 品性(ロッカールームの掃除。決しておごることなく、小さなことを大事にしよう)

②適応（隙を突け。ゲームを支配しているうちにゲームの方向を変える） ③目標 ④責任 ⑤学習

⑥ファーナウ（身勝手なやつはいらない） ⑦期待 ⑧準備 ⑨圧力 ⑩真正 ⑪犠牲

⑫言葉 ⑬儀式 ⑭ファカパパ（良き先祖になれ。決して見ることのない木を植えろ） ⑮遺産

日本人の思考力と言語力

国際貿易投資研究所（三輪晴治さん/（株）ベイサンド・ジャパン 代表）。2017年9月

・社会を発展させ、企業を成長させるには、国民が ①ものの本質の究明力、 ②相手に対する説得力、 ③イノベーション力を持つこと。 だが、残念ながら問題の本質をとことん究明するという癖と能力が日本人にはないのでは。

・正しく5回質問すれはどんな難問も解決。 グローバル化、国家主権、民主主義のトリレマンの解決は、そしていろいろの分裂の修復は、お釈迦様の「三性の理」や「三方よし」、東洋思想を持った日本人がやる仕事である。

従業員のスキルアップを図るために人事がすべき5つのこと

東芝デジタルソリューションズ。

・企業を支える従業員一人ひとりを成長させることができれば、企業を一気に成長させることも夢ではない。 スキルアップとキャリアアップ。

・従業員のスキルアップのために必要なこと: ①スキルの棚卸し（見える化）をする ②スキルアップの先にあるメリットを見せる ③現状と目標のギャップを埋めるキャリアプランを策定する ④目標管理制度の導入と人事考課との連動を図る ⑤必要な研修の実施やLMS導入を行う

『武器としての決断思考』

瀧本哲史　著（星海社、2011年9月）

・ディベートとは 今の最善解 を出すということ。　正解なんてない。 大きな問題に対しては幾つかの要素に分解して それぞれディベートする。「いまの最善解」を導き出して、とにかく行動することが重要。

・武器は持っているだけでは意味がない。 根拠を比較して得た結論を、とりあえずの「答え」にしよう。前提が間違っていたら修正して、また行動すればいい。 それが、さらなる最善解に近づくための「決断思考」。

『戦略プロフェッショナル。シェア逆転の企業変革ドラマ』

三枝　匡　著（日本経済新聞出版、2002年9月）

・日本企業に欠けているのは戦略を実戦展開できる指導者。 社内データの掘り起こし。 競合ポジションの仮説を立てる。 競合相手の力を探る。 企業戦略は「絞り」の道具。 トップダウンからの脱却。

・経営思考×シンプル思考×フレームワークの洗練。 シンプルな戦略であるからこそパワフル。 不安定化で組織を刺激する。 不安定のなかを生きる。 論理と熱き心の結合。 プロだけがプロを育てることができる。

『なぜ「戦略」で差がつくのか。戦略思考でマーケティングは強くなる』

音部大輔　著（宣伝会議。2017年3月）

・戦略とは目的と資源。 企業のリソース（資源）は有限であり、「ヒト・モノ・カネ・情報」という経営資源を如何に上手く使い、競合とは差別化した唯一無二の優位性を持って、持続的に成長していくのか。

・戦略とは「未来創造力」。 目的を達成するために資源を最大限に活用すること。 資源の少ない挑戦者が「戦略」なしで、競合に戦いを挑むことは無謀以外の何物でもない。 競争に勝つためには、「戦略」の正しい理解と、使い方の知識が欠かせない。

『半市場経済。成長だけでない「共創社会」の時代』

内山　節　著（KADOKAWA、2015年9月）

・競争原理の市場経済に関わりながらも、よりよき働き方やよりよき社会をつくろうとする「半市場経済」の営み。「半市場経済」とは、経済の展開と社会の創造が一体化しうる経済のかたち。

・現代社会には3種類の経済が並存している。 ①市場経済、②非市場経済、③市場を活用してはいるが市場原理だけで営まれてはいない経済、すなわち「半市場経済」。

『小が大を超えるマーケティングの法則』

岩崎邦彦 著（日本経済新聞出版社、2012年2月）

・「全国」から「地域」、「総合」から「専門」、「画一性」から「個性」、「量」から「質」、「無難」から「本物」、「効率性」から「感性」。 時代のトレンドは小さな企業の追い風。

・3つの力：「ほんもの力」「きずな力」「コミュニケーション力」でチャンスをつかみとれ！

『アインシュタイン　150の言葉』

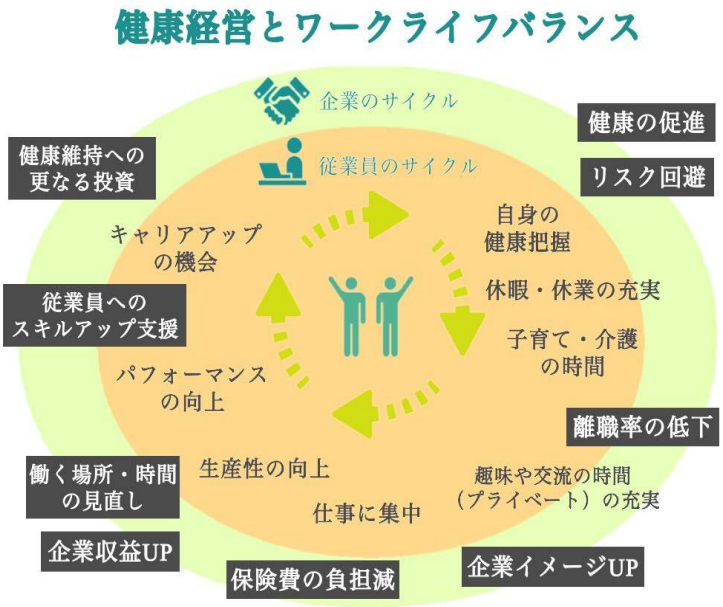
ジェリー・メイヤー、ジョン・P・ホームズ 編（ディスカヴァー・トゥエンティワン、1997年3月）

・どうして自分を責めるのか？他人がちゃんと必要なときに責めてくれるんだから、いいじゃないか。

・我々はいろいろなことをするが、なぜそうするのかを知らない。

・手段は完全になったのに、肝心の目的がよくわからなくなったというのが、この時代の特徴と言える。

・何かを学ぶためには、自分で体験する以上に良い方法はない。



bowgl.com

家庭も職場もコミュニケーションと包容力

・冷たさでない厳しさ　　・甘やかしでない優しさ

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。