

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.30 2021年9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

『一流の人は、本のどこに線を引いているのか』

土井英司 著(サンマーク出版、2016年10月)

・小説は「消費」、ビジネス書は「投資」。読書とは数千行の中から自分の未来を拓く「1行」を見つける行為。「おもしろいかどうか」はどうでもいい。「全体」を見るな、「部分」を見よ。

・「結果」を見るな、「原因」を見よ。原因とは「ボウリングのセンターピン」である。「同じ」をつくるな、「ちがひ」をつくれ。「ちがひ」は「組み合わせ」でつくられる。「中身」を読むな、「背景」を読み。背景を知りたいければ「現場」に出よ。

『リスクに背を向ける日本人』

山岸俊男、メアリー・C・ブリントン 著(講談社、2010年10月)

・「冒険心がない」、「日本はミスを許さない社会」等。リスクに背を向ける結果として国際的な競争力が低下。それを回避する為には周りを気にせず失敗を恐れない文化と平等なチャンスを家庭から作っていくべき。

・「セカンドチャンス」のない日本社会のほうがリスクが大きいので、日本人の多くの人が「リスク回避行動」をとりがち。「資格」よりも「場」に帰属することで「安心」を得たいのが日本人。

『日本の「安心」はなぜ、消えたのか。社会心理学から見た現代日本の問題点』

山岸俊男 著(集英社インターナショナル、2008年2月)

- ・日本人は「人を見たら泥棒と思え」と考え、アメリカ人は「渡る世間に鬼はなし」と思って生きている！？
 - ・「安心社会」(閉鎖的で限られた人々との間でしか取引をしない社会)と「信頼社会」(オープンで誰とでも取引をするけれど、その分リスクもある社会)の比喻として「武士道」と「商人道」。
-
-

『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、2012年2月)

- ・小さいことはいいことだ！「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に追い風。
 - ・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！ 大企業では応えられない、小さいけれど確実なニーズが存在する市場を狙わなければ生き残れない。
-
-

『コトラーのマーケティング・コンセプト』

フィリップ・コトラー 著、大川修二 訳(東洋経済新報社、2003年5月)

マーケティングとは、製品ではなく価値を創造することであり、その価値は顧客が決定する。マーケティングとは、イノベーションと両輪となって経営を支えること。つまり、経営する環境は常に変化している。その変化に柔軟に対応できる組織体こそが生き残ることができる。

- ・マーケティングは費用ではなく、利益を生み出すための源泉または投資である
 - ・顧客をセグメントし、顧客視点でなくては事業の成功はない
-
-

思い切りAIを使い倒せ！

日本経済新聞出版(『AIに勝つ！ 強いアタマの作り方・使い方』著者 野村直之さん/メタデータ代表取締役社長、東京大学大学院医学系研究科研究員)。2019年11月。

- ・「AIに仕事が奪われるかも」……そんな議論はもうやめよう！ AIは100%“道具”。嫉妬する必要などない。AI時代にこそ人々が楽しくクリエイティブに働いて幸福となるビジョンを描きたい。
 - ・新しい道具が一つできたら、数種類の仕事ができる。AIを恐れる必要はない。それよりも、AIによって生み出される新たな仕事、新たな楽しみに思いを馳せたいもの。
-
-

採用は若手社員に任せるとうまくいく

日経BP総研 中小企業経営研究所 田中淳一郎さん。2018年1月。

- ・企業は普通の採用活動をしていても、人が採用できない時代。採用活動においては、学生や転職者に対して、より魅力的な会社に映るようにすること。

・5～7人の「リクルートチーム」にするのが適切。各部署の入社1～5年目の若手社員を中心に構成。そこにチームをまとめる30～40代の中堅社員にリーダーとして入ってもらう。気を付けてほしいのが、男女のバランス。女性がチームに加わるのが重要。

（講演録）人口、生産性、経済成長

財務総合政策研究所(吉川 洋さん／立正大学学長)。2020年6月。

・生産性を上げるには、供給側のテクノロジーを活用することは論をまたないが、重要なのは需要である。供給は本質的に需要によって規定される。経済成長は、短期だけでなく、長期でも、「需要の飽和」を打破する需要創出型イノベーションによって続いていく。

・イノベーションの枯渇が懸念されるが、イノベーションは結局のところ、人間の平均寿命を延ばすことに貢献してきた。超高齢社会を支えるイノベーションは当然あり得て、そのモデルを超高齢社会の日本は構築すべきであり、それを実現するなかで生産性も上昇していく。

『すべて名もなき未来』

樋口恭介 著(晶文社、2020年5月)

・失われた未来を求めて本書を読み、無数の物語を生きることで、あなたは、無数の未来を創り直すことができる。

・本を読むこと、物語を生きることは、未来を創ることと今も同義である。未来は無数にあり、認識可能な選択肢はつねに複数存在する。だからこそ、わたしたちは書物を読み、物語を生き、未来を創造せねばならない。

『あの営業マンが選ばれる「本当の理由」』

お客様にとって唯一無二の存在になる時、お客様と営業マンの間に何が起きているのか

一戸 敏 著(日本実業出版社、2019年10月)

・「好かれる」のではなく「嫌われない」を意識する。「チャンス」よりも「リスク」を常に考える。お客様は、責任の重さ、深さを常に考えている営業マンを選ぶ。是々非々を貫け。

・伸びる会社は基本に忠実。凡事徹底。当たり前のことを当たり前にやる。

『お金の流れで読む日本と世界の未来。世界的投資家は予見する』

ジム・ロジャーズ 著、大野和基 訳(PHP研究所、2019年1月)。新型コロナ発生の1年前の本。

・少子高齢、経済力の弱体化、過剰な規制、財政の破綻状態などで、衰退の道を歩んでいる。 成功したければ、将来を予測しなければならない。 人と同じ思考はするな。変化に対応せよ。

・確実に言えるのは、大恐慌、リーマンショックを上回る金融・経済危機が100%くる。 アメリカ、中国、日本がやっている金融政策は、紙幣増刷だけで実態がともわない絵空事。 GDP以上のマネー増刷は異常。 私たちが収入以上の借金を続ければ、そのうち家計が破産するのと同じ。

『人に困らない経営。すごい中小建設会社の理念改革』

森本尚孝 著(あさ出版、2019年2月)

・社員が主役になり、会社が成長するための6つのキーワード: ①経営理念、②組織活性、③採用、④会社の発展はすべて社員次第【成長・定着】、⑤「誇り」が社員自らを成長させる【ロイヤルティづくり】、⑥企業を永続させるために選ばれ続ける存在になる【営業戦略】。

・組織の風通しをよくする。 誰をも公平に主役にする。 経営理念をみんなで確認し連帯感を強める。 社長であっても「例外」は許されない。 相談制度をつくる。 全社的な教育体制を設ける。 社員の自主性をさらに高める等。

『儲かる会社は人が1割、仕組みが9割。今いる社員で利益を2倍にする驚きの方法』

児島保彦 著(ダイヤモンド社、2017年3月)

・利益を確実に生み出す会社にするための第一歩は、「人材などいない」ことを認めて「人材を欲しがらない」こと。 そして「今いる社員のままで利益を出す方法を考える」こと。

・「人材」の幻想を捨てる。 人材はいない、集まらない、育たない。 だから、普通の社員を動かす仕組みが大事。 社員の自発性や意欲、モチベーションに左右されない仕組みをつくれればいい。

一流の女性リーダーに学ぶ、相手を最高に喜ばせる「接待の極意」

プレジデントオンライン(マナーコンサルタント 西出ひろ子さん)。2020年8月。

・お互いが一緒に時間を過ごしてよかったと思えるWin-Winな関係づくり ・人間関係を深め、お互いにメリットとなる「接待」を ・相手に合わせて自分で考えて行動することで、おもてなしの心が伝わる

『部下の強みを引き出す。経験学習リーダーシップ』

松尾 睦 著(ダイヤモンド社、2019年10月)

・弱みに目を向けるだけでは、部下は成長できない。「経験から学ぶ力」を最大限に高める人材育成法。

・育て上手の指導法：①強みを探り、成長ゴールで仕事を意味づける ②失敗だけでなく成功も振り返らせ、強みを引き出す ③中堅社員と連携しながら、思いを共有する。

『ボトム・オブ・ジャパン 日本のどん底』

鈴木傾城 著(集広舎、2020年8月)

ネットカフェに住む「住所なき」難民から、シングルマザーの苦境、引きこもりの実態など。油断していると「どん底」に落ちる。不安な時代に備える30のリスト。

- ・貯金をする事
 - ・贅沢しないこと
 - ・稼げない仕事は続けないこと
 - ・稼げる仕事は辞めないこと
 - ・肉体的・精神的な病気にならないこと
 - ・相談相手を持つこと
 - ・自分の味方を作ること
-
-

『エッセンシャル思考。最少の時間で成果を最大にする』

グレッグ・マキューン 著、高橋璃子 訳(かんき出版、2014年11月)

・選択と集中。成功したいなら、やることを取捨選択せよ。「何をしないか」を選択する。本質を見極め課題を明確にして、そこに時間とエネルギーを集中させる。「より少なく、しかしより良く」。優先順位をつける。完璧主義を捨てよ。

・人生も仕事ももっとシンプルに。編集の4原則：「削除する」「凝縮する」「修正する」「抑制する」。これを日々の習慣にする。断ることの重要性。シンプルであれば、ほとんどの問題は解決する。

『逆ソクラテス』

伊坂幸太郎 著(集英社、2020年4月)

・自分は知らない、ということを知っている。ソクラテスにかけて「自分は知っている、つもりで知らない」。惑わされるな。敵は、先入観。世界をひっくり返せ！

・大人が子どもよりも優れているわけでも偉いわけでもなく、むしろ大人の方が子どもよりも間違っていたり、子どもだからこそ大人には見えないものが見えていたりする。自分は子どもの目にどんな大人として映っているのか。

『働く君に贈る25の言葉』

佐々木常夫 著(WAVE出版、2010年10月)

- ・仕事が上手くいかないのは能力ではなく、やり方の問題
- ・よい習慣は才能を超える
- ・失敗を恐れず何度でも挑戦するしか成功に近づく道はない
- ・欲をもちなさい。欲が磨かれて志になる

『21世紀の資本』

トマ・ピケティ 著、山形浩生、守岡 桜、森本正史 訳(みすず書房、2014年12月)

・現代の資本主義社会の問題は、ずばり「格差の拡大」。強欲資本主義。資本収益率が産出と所得の成長率を上回るとき、資本主義は自動的に、恣意的で持続不可能な格差を生み出す。

・蓄積されている富も、所得もトップ層に偏在している。富(資本)の収益率は経済成長率より常に高い。富める者はますます富み、貧しき者はますます貧しくなる。

『東大No. 1 頭脳が教える 頭を鍛える5つの習慣』

水上 颯 著(三笠書房、2019年9月)

・「才能」でも「素質」でもなく「習慣」で頭は鍛えられる。トライ&エラー。「勉強」、「読書」、「記憶」、「時間」、「アウトプット」の5つ。

・一気にやったことはすぐ忘れてしまいが、少しずつ勉強して覚えたことは「積み重ね」として知識となっていく。①小さなゴールをクリアしていく、②読書と時間を大切にしている、③知的好奇心をもって考える。肩の力を抜いて70%くらいの力で取り組むことが大切。

『なぜゴッホは貧乏で、ピカソは金持ちだったのか？』

山口揚平 著(ダイヤモンド社、2013年3月)

・生きることとは創造すること。お金は「コミュニケーションツールの一つであり、絶対的なものではない」、「価値の結果であるとともに、信用を数値化したものである」。

・使命(ミッション)が価値(バリュー)を生み、信念(プリンシプル)が信用(クレジット)を生む。しかし、覚悟(コミットメント)がなければ、使命と信用は強化されない。そして、価値と信用の相互作用でお金(マネー)が得られる。

『お金と豊かさの法則』

リズ・ブルボー 著、浅岡夢二 訳(ハート出版、2011年5月)

・豊かさや幸福の引き出し方は心のあり方によって左右される。自分自身がすでに与えられている豊かさに気づき、感謝すること。作物の収穫を得るためにまず種を蒔くように、受け取るためにはまず財産や愛を惜しみなく与えること。

・仕事について、お金を稼ぐことを目的として働くのではなく、自分の能力を発見し、自分を乗り越えるために、そして自分を更に高めるために必要な物を手に入れるために働くこと。

俳優に学ぶ営業のテクニック

ITmedia エグゼクティブ。海外ベストセラーに学ぶ、もう1つのビジネス視点(鬼塚俊宏さん/コンサルタント)。2012年4月。

・営業とは、人と関わる仕事。何かを売るためには、その商品やサービスが買い手にとってどれくらいメリットがあるものかを伝えなければならない。その場所たるものが、顧客の前で魅力的で共感を得るプレゼンテーション。

・売り込むには、第一印象を良くしなければならない。それには3つの演技手法を活用する。
①堂々とする、②影響力のある話し方をする、③相手に特別な経験をさせる。「顧客に感動を与える」ことは俳優も営業も同じ。

『小さな三代目企業の職人軍団。教科書なきイノベーション戦記』

竹延幸雄 著(日経BP、2020年4月)

・大阪のペンキ屋に婿入りした著者。身を挺した壮大な実験。国宝級の職人技を伝承するため、元アニメーター、元自衛官、外国人などを三倍速でプロに育て上げ、驚異の業績アップ。

・「レモネードの原則」(不利な状況を飛躍のバネにすること)と「クレージーキルトの原則」(ネットワークの活用)の徹底的な実践。あくなき探求心と強い信念から次々と業界の非常識を常識に変えていく。

『ゴールドマン・サックス流 女性社員の育て方、教えます。』

励まし方、評価方法、伝え方 10ヶ条

キャシー 松井 著(中央公論新社、2020年7月)

①女性活躍はトップダウンで ②男性より少し多めに励ましましょう ④女性は男性よりセルフプロデュースが苦手と心しましょう ⑤女性社員にメンターをつけてみませんか ⑨悩める女性には、あえて、難しい仕事をさせてみませんか? ⑩人材争奪戦の時代に改革は急務です!

『9割捨てて10倍伝わる「要約力」』

山口拓朗 著(日本実業出版社、2020年7月)

・「くどい」「長い」「伝わらない」。ビジネスで必要とされるのは、数多くの情報がある中から、それを効果的に相手に伝えること。①情報収集 ②情報整理 ③一番大事なのが「相手に簡潔に伝える」。

・くどい前置きは話すな! 「幹→枝→葉」の順番で話す。ひと言で全体図を伝える。「数字」「固有名詞」を意識して使う。語尾に注意を払うだけで一気に変わる。

【 経営理念に対する認識は企業によって異なる】



《一般的に使用されている3つのパターン》

- ① ミッションと同様の概念として扱う
- ② ミッション・ビジョン・バリューと同様の概念として扱う
- ③ ミッションの上にさらに経営理念が存在する

『CREATE WORK. 自分だけのキャリアをつくれる人が入社1年目から大切にしていること』

ピョートル・フェリクス・グジバチ 著 (SBクリエイティブ、2020年1月)

・仮説を持ち、「分からないから、できません」をなくす。これからは自ら開拓し(当事者意識)、成長意欲があり(好奇心)、学習能力を持っている(継続学習能力)人材が求められる。

・専門分野+αを持つ”越境人材”が強い。言語化能力と、ネガティブな状況からも学ぶ姿勢が優秀であるための条件となる。

『ダークサイド・スキル。本当に戦えるリーダーになる7つの裏技』

木村尚敬 著 (日本経済新聞出版、2017年7月)

・きれいごとだけでは生き残れない。人を操る「ヒューマンスキル」を手に入れよう！

・7つのダークサイド・スキル：②KYな奴を優先しろ ③「使える奴」を手なずける ⑤
煩悩に溺れず、欲に溺れる ⑦部下に使われて、使いこなせ

『BIG MAGIC 「夢中になる」ことから始めよう。』

エリザベス・ギルバート 著、神奈川夏子 訳 (ディスカヴァー・トゥエンティワン、2017年10月)

・充実した人生を送りたければ、どんなときも創造的であること。「恐れ」よりも「好奇心」を原動力とする。完璧主義を捨てれば創意工夫の余地が生まれる。

・インスピレーションとともに生きる。誰もが「やりたいことをやる自由」を持っている。

『渋沢栄一とドラッカー 未来の創造の方法論』

國貞克則 著 (KADOKAWA、2020年11月)

・物事の本質がわかれば何をすべきかが見えてくる。意味ある変化をもたらすために知識を使う。「無我夢中」がイノベーションと成果をもたらす。

・愛国心ではなく市民権として「この国のために」生きる。多種多様な経験が価値を生む。古いものの上に新しいものを乗せて一体化する独創性。決定的に重要なのは実行である。

『行動が結果を変える。ハック大学式 最強の仕事術』

ハック大学 ペソ 著 (ソシム、2020年12月)

マインドセット→ 学ぶ→ 考える ⇒ 動く→ 伝える→ 管理する

- ・スキルを身につけ力を発揮する人： マインドセット＋学ぶ＋考える＝スキルアップ。
 - ・他者へ働きかけ市場価値を高める人： 動く＋伝える＋管理する＝市場価値アップ。
-
-

『「ありがとう」がエンドレス』

田口ランディ 著 (晶文社、2015年5月)

- ・人間関係の交通ルール。お先にどうぞ、ありがとう！ ・目が覚めたら、まず「起きた」って喜ぼう！
 - ・「ありがとう」がエンドレス。それが、幸せってこと。 ・仕事が楽しいのは、人の役に立てるから
-
-

『反脆弱性 [上]。不確実な世界を生き延びる唯一の考え方』

ナシーム・ニコラス・タレブ 著、望月 衛／監修、千葉敏生 訳 (ダイヤモンド社、2017年6月)

移り変わりの激しい不確実な現代を渡り歩くには頑健だけでは不十分で逆境を成長の糧にする反脆性が重要。あらゆる事象は「脆い」、「頑健」、「反脆い」の3つに分類できる。

×「脆い」……ランダムな事象により損失を被る。

△「頑健」……衝撃に耐えて現状をキープするだけ。変動性や無秩序から害をこうむることも利益を得ることもない。

◎「反脆い」……ランダム性や不確実性、ストレス、小さな失敗を好み、衝撃を糧にして利益を得る。

失敗がキャリアの成功につながる理由

Forbes JAPAN (Caroline Castrillonさん)。2020年1月。

- ・失敗はエゴを抑制する
 - ・失敗はポジティブな変化を引き起こす
 - ・失敗により新たな視点が得られる
 - ・失敗の克服は回復力を育てる
 - ・失敗により、自分が求めるもの(と求めているもの)が分かる
-
-

『成功の要諦』

稲盛和夫 著(致知出版社、2014年11月)

- ・経営の極意は利他にあり。利他の心があれば必ず成功できる。世のため人のために尽くす。才能を私物化せず世のため人のため使う。
 - ・会社を成功させたりお金持ちになったり、そんなことのために人生があるのではない。感謝、慈悲、忍耐。人生を生きる意味とは、自分の魂を磨くことにある。
-
-

『社長になる人に知っておいてほしいこと』

松下幸之助 著、PHP総合研究所 編(PHP研究所、2009年8月)

- ・好景気よし、不況もまたよし！。つまり考え方。良いときもあれば悪いときもある。意識の高さと目線の高さと使命感の強さ。道は無限にある。
 - ・誰にも負けない熱意と相手を思いやる気持ち、真摯な姿勢が必要。
-
-

『SDGsが問いかける経営の未来』

モニター デロイト 編(日本経済新聞出版、2018年12月)

- ・17ゴールを眺めるだけでは見えないSDGsの本質。SDGsの背景にある「問いかけ」を理解し、ビジネス言語へ「翻訳」せよ。
 - ・SDGsが照らす新たな経営モデルへのシフトに向けた戦略。何を目指して変革を進めるか、どこで戦うか、どう勝ち抜くか、新たにどんな能力を備えるか。
-
-

『やるべきことがすぐわかる！ SDGs実践入門。中小企業経営者&担当者が知っておくべき85の原則』

泉 貴嗣 著(技術評論社、2020年12月)

- ・SDGsの手順：①旧来のビジネス観からの脱却 ②自社の現状チェック ③実践する ④発展させる、リスクを予防する ⑤実践を持続させる

・「どれだけ稼ぐか」ではなく「どのように稼ぐか」。「自律的な思考」と「倫理的な行動」。「共感という資本」を獲得する。「ワクワクできる組織」にこそ人は集まる。

『ビジネスと人生に飛躍をもたらす、使命の本質』

松島 修 著(幻冬舎、2020年8月)

- ・人生で一番大切なことは使命。激動の時代を乗り切るために必要なものが使命。
 - ・使命は生まれる前に与えられているもので気づくもの。使命に向かって進むと、どんどん自分の才能を発揮でき、あるいはそれを超える知恵やチャンスが与えられる。
-
-

『ブランディングは中小企業を救う！ 思考を習慣化する心理学』

櫻山貴文 著(セルバ出版、2020年8月)

- ・「ブランディング」は戦略の核心。経営課題は、すべて「ブランディング」で解決できる。「ブランディング」は「考え抜くこと」、かけがえのない「習慣」。
 - ・新型コロナ時代の大変革期の中で、今、すべての企業が存在意義(あなたの会社でなければならない理由)を問われている。
-
-

『イノベーションはなぜ途絶えたか。科学立国日本の危機』

山口栄一 著(筑摩書房、2016年12月)

- ・かつて「科学立国」として世界を牽引した日本の科学とハイテク産業の凋落が著しい。制度的・構造的な要因が大きい。要は文理融合型の人材育成。
 - ・10年後の未来は、現在の土壌の中からしか生まれない。「技術」ではなく「科学」、それも「コア学問」が不可欠。哲学、心理学、経済学などの人文社会科学を含む「コア学問」「基礎科学」の研究力が、実はイノベーションのもっとも重要な推進力。スモールビジネスにイノベーションが宿る。
-
-

『トレイルブレイザー。企業が本気で社会を変える10の思考』

マーク・ベニオフ、モニカ・ラングレー 著、渡部典子 訳(東洋経済新報社、2020年7月)

- ・「善き行いと成功はビジネスの必須要素であり、バリュー(価値観)は世界を変えるための最も強力なエンジン。これを牽引するのが、トレイルブレイザー(開拓者)。
- ・成功(doing well)と善行(doing good)が同義である文化。セールスフォース(SF)のバリューは「信頼」「カスタマーサクセス」「イノベーション」「平等」の4つ。

85歳以上の日本の「長老」たちが不戦を掲げて立ち上がったワケ

「東アジア不戦 推進プロジェクト」の提言。2020年8月。

・発案者は元早稲田大学総長の西原春夫さん(92歳)、元東京大学総長の有馬朗人さん(90歳)。瀬戸内寂聴さん、茶道裏千家大宗匠の千玄室さん等20人。

・私たちは、戦争時代を直接体験した最後の世代に属する者として、まずもって東アジアの全首脳が次のような共同宣言、又は個別同時の宣言を発出することを提言する。

1: 東アジア全首脳の間宣言

(1) あらゆる対立を超えて人類全体の連帯を図り、人類絶滅の危機を回避するよう努力する。

(2) 少なくともまず東アジアを戦争のない地域とする。

2: 日本国政府のこの宣言への参加を熱望する

3: 東アジアの政府を動かす運動を切望する

4: 東アジアのみならず、ほかの地域の戦争放棄に一步近づきたい

・戦争の原因は「対立」。確かに対立を「解決」することは困難。しかし「超克」することはできる。

『覚醒せよ日本人！ AI2.0時代の生き残りをかけたゲリラ戦が始まった』

大澤昇平 著(宝島社、2020年5月)

・2045年、シンギュラリティ。人間を超えるAIが誕生し、モノ(有形資産)の価値が失われる。そして、私たちの生活やビジネスは一変する。ビジネスで個の力が試される「ゲリラ戦」の時代がやってくる。

・これからの人材は、「読み・書き・ソロバン」の代わりとしての、「英語・経済学・プログラミング」を習得しなければならない。こうした文理融合スキルを用いて、既存の実体経済を仮想化(あるいは「データ化」)し、サイエンスとして分析できる人間だけが、新しいAI2.0の世界で生き残っていけるだろう。

動物も人間も「弱者ほどいい戦略を持っている」という不思議

プレジデントオンライン(ワンキャリア取締役の北野唯我さん)。2020年8月。

・強者という人たちの戦略は極めてシンプル。それは「強いやつ同士で手を組む」ということ。

・優れた戦略とは常に「弱者」のためにある。ここで言う弱者とは「現時点でなにも持っていない人や会社」を指す。「自分に合った戦略」を選ぶのが成功の秘訣。「個体としては強くない」動物でも生き残るために多くの知恵を使い、戦略を持っている。その戦い方は本当に千差万別。

「部下がぜんぜん成長しない」 そうグチる上司が必ず勘違いしていること

プレジデントオンライン(人事コンサルタントの望月禎彦さん)。2021年3月

・育てベタの上司は部下の「印象」に縛られて、部下の人間性を間違ったまま、同じ指導を繰り返していることが多い。それでは部下は成長しない。

・いい上司の条件：①部下の印象にとらわれない ②指導のPDCAを回す

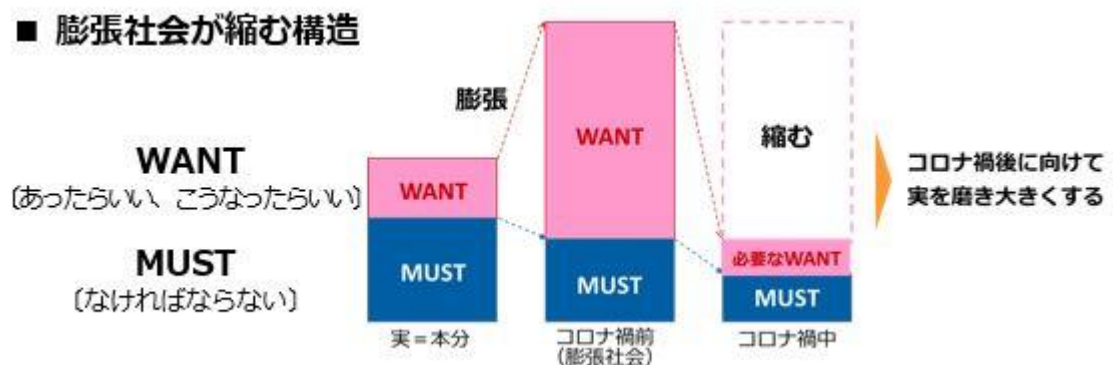
あなたの実を磨き、大きくする。膨張社会が縮んだあとに

エネルギー・文化研究所 顧問 池永寛明さん。日経新聞社COMEM 6月2日掲載

・コロナ前に、虚である「WANT」を増やして社会を膨張させ、実である「MUST」を弱めてしまった。問題は、その膨張した社会が縮んでいこうとすると、「WANT」が消えるだけでなく、大切な「MUST」をさらに減らしてしまうこと。

・実＝本質＝本分に戻る。自らの実とはなにかを考え、その実を磨き、実を大きくする。

■ 膨張社会が縮む構造



ビジネスに必要な「創造性」の本質的要素

- ・自己の経験から直接得られる「直観」 Intuition
- ・ビジョンや使命感から生まれる「意志」 Will
- ・創造性を感じたときに得られる「喜び」 Joy
- ・恐怖、批判、リスクなどに耐える「強さ」 Strength
- ・他の人の創造性をも引き出す「思いやり」 Compassion

『本物のリーダーは引っ張らない。チームをつくる4つの感情スイッチ』

河合太介 著(講談社、2018年11月)

・ミッションやビジョンだけでは組織は機能しない。問題が複雑になり、メンバーの多様性も進むなか、チームでいかに成果を上げていくのか。そうした時代のリーダーに必要なのは、「あたり前」とも言える「心配り」。

・リーダーとは、①メンバーが力を出せる環境をつくるのが仕事。②他責ではなく自責。自分が変わる、成長すること。支援型のリーダーシップ。

仕事ができる人に共通するスキル “周囲を巻き込む力”を身につけよう！

CANVAS。2020年9月。

担当するというだけでなく、関わる人に当事者意識を持ってもらい、より主体的にその仕事に関わってもらう。そのために必要になるのは目標の共有や共感、信頼関係。

『未来の働き方を考えよう。人生は二回、生きられる』

ちきりん 著(文藝春秋、2013年6月)

・変化を恐れて過去にしがみつくとではなく、変化を前向きに受けとめ、新しい時代の可能性を楽しもうとする姿勢が、時代の変わり目には重要。自分がやりたいことが明確になれば、人生はものすごく楽になる。

・今後、人生100年の時代になれば、ストック(資産、人脈等)が多いことより、その時々になんらかの価値を生み出し続ける「フロー(稼ぐ)力」の方が重要になる。

『ある明治人の記録。会津人 柴五郎の遺書』

石光真人 著編(中央公論新社、2017年12月)

・明治維新に際し、朝敵の汚名を着せられた会津藩。降伏後、藩士は下北半島の辺地に移封され、寒さと飢えの生活を強いられた。明治33年の義和団事件(1900年に起こった、中国の清朝末期の動乱)で、その沈着な行動により世界の賞讃を得た柴五郎は、会津藩士の子であり、会津落城に自刃した祖母、母、姉妹を偲びながら、維新の裏面史ともいべき苦難の少年時代の思い出を遺した。

・明治の日本人の精神性の高さを、世界に感動を与えた武士道精神の真髄を体現した武人の生き様。権力にしがみつくと無能者がいつも国を滅ぼす下地は、明治時代から変わることなく現代も続いている。

『1分間バフェット お金の本質を解き明かす88の原則』

桑原晃弥 著(SBクリエイティブ、2012年12月)

世界最高の投資家＝ウォーレン・バフェットのメッセージを88個紹介。

・逆を行くことだ。ただし正反対では芸がないな。あわてずに待とう。時間が幸運を連れてくる。

・公開情報を深く読め。裏情報なんてカモを釣る餌だ。得意分野の外に出るな。臆病は危機管理になるんだ。いつも「誠実」の側に立て。

「選ばれる小さな企業」の経営戦略

日本政策金融公庫総合研究所 藤田一郎さん、小瀧浩史さん。2020年8月。

・「選ばれる企業」の5つの共通点：「顧客を選んでいる」「自社をさらけ出す」「アドボカシーを活用する」「顧客の「利用価値」を最大化する」「ホールドアップを回避する」。

・ 選ばれた先にあるもの：①顧客基盤の安定。顧客基盤が安定すれば、業績も安定する。
②イノベーションの具現。顧客が自社のことを真剣に考えてくれるようになると、新たな可能性が顧客からもたらされる。その可能性は顧客の力を借りて形になっていく。

『京都大学の経営学講義Ⅳ。社会の問題解決こそ、企業価値創造の源である。京都大学経済学部・人気講義完全聞き取りノート』

川北英隆、奥野一成 著編(ダイヤモンド社、2020年1月)

・企業の価値創造。企業が利益を上げること＝顧客にとっての問題を解決していること＝社会の問題を解決していること。

・顧客のニーズを捉え、顧客のためにわが社に何ができるか。それぞれの経営者がどうやって顧客や世の中の問題を解決し、それを利益につなげているのか。利益は問題解決の対価。

中小企業の特性を踏まえた人材育成の考え方

東芝デジタルソリューションズ(伊藤 晃さん/HR-コンサルティング 代表、シニア・コンサルタント)

・取組みは絞り込み、「メッセージマネジメント」を丁寧に行う。人材育成を大切に考えていることが伝わるのが最も大切。

・人事は「そこから何を学んだか」という施策からの人材育成における成果を冷静に振り返り、発見し、次に繋げていくことが大切。

差別化×接近戦×集中＝ No. 1

小が大に勝つ ランチェスター戦略

ぶぎんレポート No.246 2020 年 8・9 月号(福永 雅文さん/ランチェスター戦略コンサルタント)。

顧客とのコミュニケーション活動のことをランチェスター戦略では「接近戦」と呼んでいる。この接近戦の量と質がライバルを上回らなければ、差別化しても勝てない。

接近戦の量の優位性を築こうとするなら、接近すべき顧客を絞り込む必要がある。すなわち、「集中」である。集中して接近戦を展開するので顧客がわかり、ライバルがわかり、市場がわかる。ゆえに、どのように差別化すれば勝てるのかがわかり、差別化が向上できる。

私たちが失いつつある3つの言葉

エネルギー文化研究所 顧問 池永寛明さん。日経新聞社COMEMO 2020年8月28日掲載。

・「それ、ほんまか？(真偽を見分ける)」「なんでや？(背景を知る)」「要は、こうやな？(本質をつかむ)」。

・3A(トリプルA)― 足・汗・頭。

『自分を成長させる極意』

ピーター・F・ドラッカー、クレイトン・M・クリステンセン 著、ハーバード・ビジネス・レビュー編集部 編・訳(ダイヤモンド社、2016年1月)

・自分をマネジメントする。「弱み」を克服するより、「強み」を伸ばす。つねに「その場にあるもの」で間に合わせる。人生で強い動機づけとなるのはお金ではなく、学習し、責任のなかで成長し、他者に貢献し、成果を認められる機会だ。

・身体・感情・知性・精神のレベルを底上げする。聞いて理解し、人に話して学ぶ。「自分で自由に使える時間」を大幅に増やす。

『ファンをはぐくみ事業を成長させる 「コミュニティ」づくりの教科書』

河原 あず、藤田祐司 著(ダイヤモンド社、2020年6月)

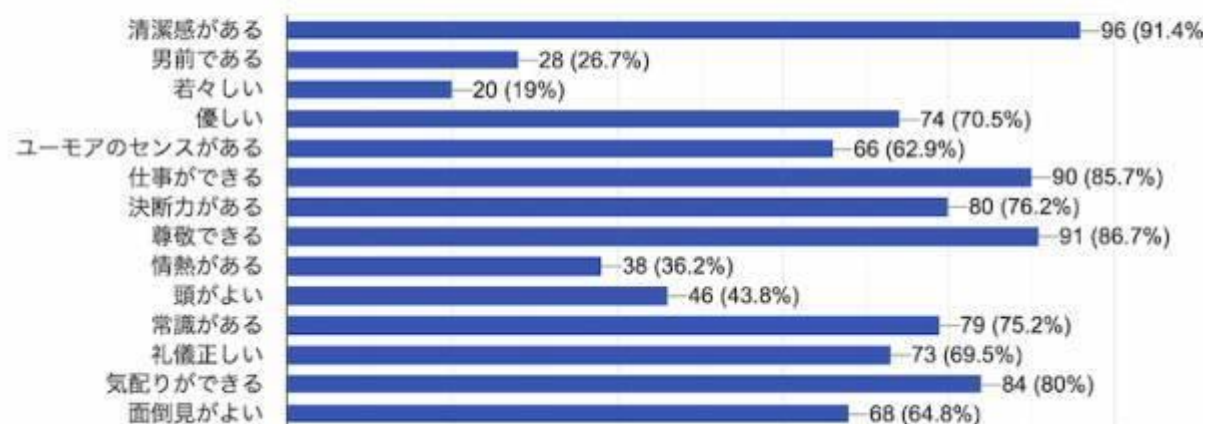
・これからの企業にとって必須機能である「ビジネスコミュニティ」。どんな危機や環境変化に直面しても、熱心な常連やファン(=コミュニティ)に支えられていれば、安定的に利益を生みだし、揺らがずに成長することができる。

・企業と顧客の関係は、以前のような売る人買う人の関係ではなく、「ファン」「仲間」であることがキー。

男性上司、必見！ 20～30代女性スタッフは上司のココをチェックしている

ROGEN(ロージェン)調べ。20代、30代女性118名が回答。2021年4月

理想の男性上司について当てはまるものに全てチェックをお願いします
105件の回答



『営業はいらない』

三戸政和 著 (SBクリエイティブ、2020年2月)

・「すべての商売において営業力は基本」だが、いまだに多くの企業が、新規顧客獲得のファーストコンタクトを「飛び込み営業」と「テレアポ」に頼っている。しかしそのテレアポの成功率は1%以下。人口減少の時代、世界はテクノロジーを活用しつつ「営業不要」で成功しはじめている。

・営業がなくなるわけではない。テクノロジーの進化、社会の変容によって、個人の営業力頼みの古い営業では結果は出ないし淘汰される。営業についてその手法を考え直すとき。

社会人は何を学ばよいか？ ～社会人基礎力と学びの継続性～

産業能率大学 総合研究所 (諏訪康雄さん／法政大学 名誉教授)。2020年1月。

・「知力」「体力」「徳力」に+3つの能力(前に踏み出す力、考え抜く力、チームで働く力)と12の能力要素。

・社会人基礎力は若い人だけに求められる能力ではなく、年齢を重ねていくなかでこの基礎力を鍛え続けなければ、中高年になった際に能力(思考、技能)が衰退していく。

いつの時代でも、本はすごいよ。

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

・10代、20代は、とにかくたくさん活字に触れてほしい。小説でも、新聞でも、童話でもいい。自分が興味を持ったことは、なんでもいい、勉強でもスポーツでも好きなことを続けて、その分野の本を読んで知識を深めていく。

・「これならば自分は負けない」という何かをつかむ、本はその手助けになる。

実は簡単なものばかり。成功者への研究・調査で明らかになった「夢を叶える7つの方法」

HARBOR BUSINESS Online(高田晋一さん)。2019年10月。

- ・とにかく時間と労力をかける
- ・諦めずに粘り強くやる
- ・大好きなことに取り組む
- ・社会的意義があることをする
- ・夢を何度も言葉にする
- ・「夢」を「目標」に転換する 等

日本企業が目指すべき人材マネジメントの在り方

パーソル総合研究所。2021年2月

・日本企業が目指すべき人材マネジメントとは：①「職務・役割」の明確化 ②契約 ③評価・処遇
④現場の人材マネジメント ⑤育成の改革

・今後、人事が取り組むべき5つのアクション：①組織エンゲージメントを高めるための組織開発 ②従業員改革 ③情報共有(トランスペアレンシー) ④リーダーシップ像の改革 ⑤個の尊重

『世界の古典と賢者の知恵に学ぶ言葉の力』

シン・ドヒョン、ユン・ナル 著、米津篤八 訳(かんき出版、2020年4月)

- ・先人の知恵こそ、時代を超えた教科書
- ・言葉はあくまで、自分と世の中を変えるための手段
- ・人生の主人公になる:他人の欲望にとらわれない
- ・知性を広げる道＝読書×経験×傾聴
- ・創造的な人間になるには自分の考えを文章にすること
- ・読書の目的:生き方を変えることにある

持ってる知識でこんなに違う！ デキる営業とダメな営業の「差」はどこだ？

J-CAST会社ウォッチ(藤崎健一さん)。2021年3月。

・辣腕営業がやっているニュース情報の提供。売り込みではなく、お客様にとってお役に立つ情報を提供する。

・人から何かをしてもらったとき、「お返しをしないと気が済まない」と感じる心理のことを「返報性の法則」と言う。メール営業では、「売りたい」を捨てて「お役に立ちたい」を前面に活動することが、結果的には成果につながる。

「100億人・100歳時代」の豊かで持続可能な社会の実現

50年後に向けた未来研究成果を発表

三菱総合研究所。2021年1月

・日本が目指す未来の「豊かさ」：目標A [健康維持・心身の潜在能力発揮]。目標B [多様性の尊重とつながりの確保]。目標C [新たな価値創出と自己実現]

・日本が目指す未来の「持続可能性」：目標D [安全安心の担保]。目標E [地球の持続可能性の確保]

不確実性の時代に「生き残る人」になるためのコツ7つ

ライフハッカー[日本版]。2021年1月

『最強の教養 不確実性超入門』田渕直也 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2016年4月)

- ①新しいことに挑戦して学びの機会にする ③ポジティブな「WHY」をメッセージとして発信する
④コロコロ考えを変えず粘り強く取り組む ⑤仲間の前で成果を認める ⑦未来のビジネス
スニーズを予測した生き方をする

『自由の限界。世界の知性21人が問う国家と民主主義』

鶴原徹也 編(中央公論新社、2021年1月)

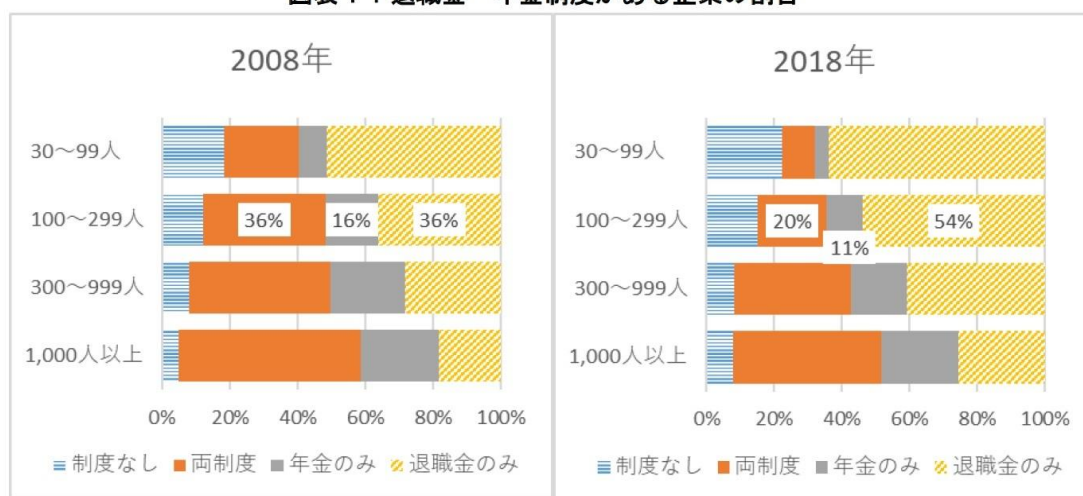
・コロナ禍によって加速する「分断(孤立)」「憎悪」「自利」を克服するために日本がしなければならないことは何か。 コロナ後の世界は「共感・英知・利他」を目指すべき。

・日本は少子高齢化が大問題。人口減少、移民問題をどうするか。これは国民がしっかりと考える問題。

中小企業の確定給付年金・確定拠出年金導入の動向

ニッセイ基礎研究所 客員研究員 東北学院大学 経営学部 北村智紀さん。2021年6月

図表1：退職金・年金制度がある企業の割合



(厚生労働省『就業状況総合調査』2008年及び2018年から作成)

『困難な成熟』

内田 樹 著(夜間飛行、2017年11月)

・成熟とは自己創造のこと ・教育とは「おせっかい」と「忍耐力」 ・トラブルは「問題」ではなく「答え」

・人間が不機嫌なとき、暗い気持ちのときに下した判断は、だいたい間違っている

ソフトスキルを重視した「伸びしろのある人材」でDXを推進！ アグレックスの採用戦略とは

採用サポネット((株)アグレックス 平野裕章さん、山岸泰久さん)。2021年6月

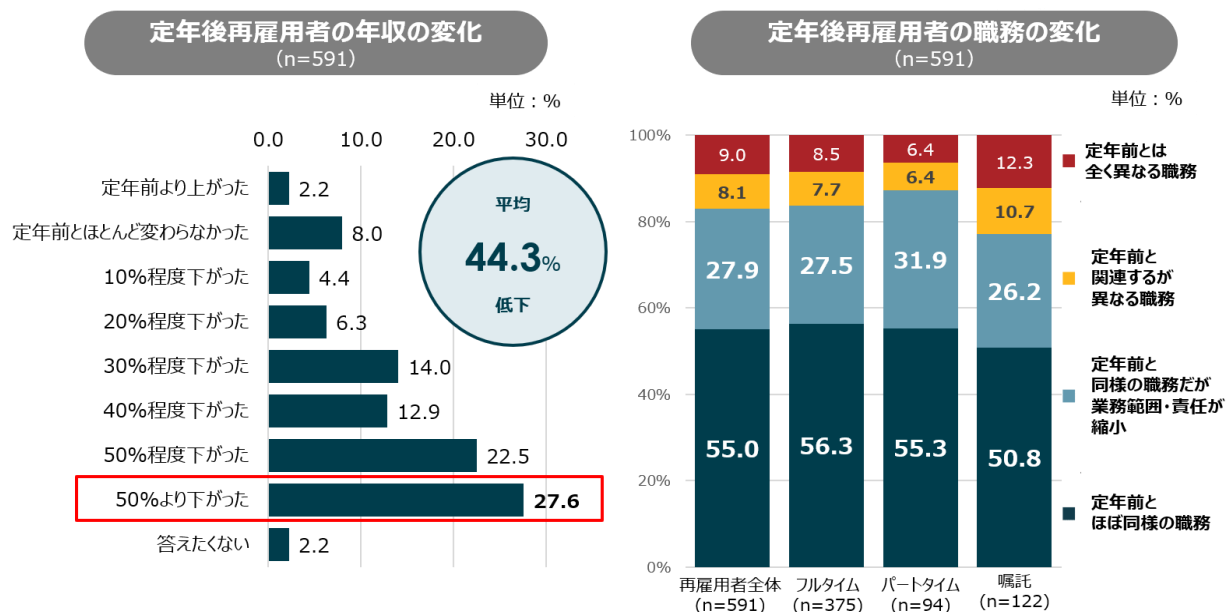
・ITを「ツール」として捉えて課題解決ができる人材の見極め。ソフトスキル(人柄)があれば、IT知識などのハードスキルは後から追いつく。育成できるスキル、そうでないスキルを見極める。

・充実したソフトスキル+IT知識で「DX人材」は育成できる。課題を発見し、解決の糸口を探り当てることのできる人材が必要。その時に必要になるのは、IT知識よりもビジネススキル。

定年後再雇用で年収は平均44.3%減。過半数は職務変わらず

70歳までの就業時代に向け、シニア人材の実態や若手への影響に関する調査

パーソル総合研究所調べ。2021年5月



『AI時代に生きる数学力の鍛え方。思考力を高める学びとは』

芳沢光雄 著(東洋経済新報社、2020年12月)

・クリエイティブになるには数学力を高めるのが早道。試験対策の「暗記数学」では考える力が身につかない、創造力や応用力が育まれない。

・「不思議だと思うこと、これが科学の芽です」 朝永振一郎(1965年のノーベル賞学者)

『LOONSHOTS ルーンショット。クレイジーを最高のイノベーションにする』

・ルーンショットとは誰からも相手にされないバカげたアイデア。クレイジーと思われるが、実は世の中を変えるような画期的アイデアやプロジェクト。

・そのバカげたアイデアを潰されないようにどう守り、育て、実現するか。優れたアイデアは3度死ぬ。既存モデルを守るだけでは衰退する。

外国人が嫌う日本人のマネジメントとは

パーソル総合研究所 シンクタンク本部 小林祐児さん。2020年7月。

・同質性の高い職場のマネジメントは、「勘」と「経験」の世界でなんとかあった。しかし、急激に増えた外国人部下のマネジメントについては「経験」には頼れず、参考になる客観的な羅針盤が必要。

・日本に足りないマネジメント・スキルは、「言葉による表現力」。「あうんの呼吸」など通じない。

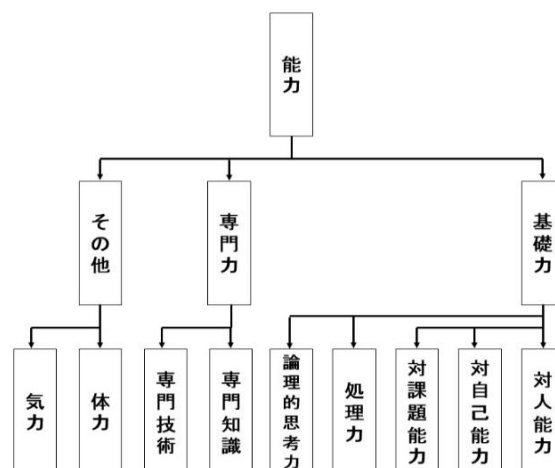
・職場の指示系統を見直す。短期的には、コミュニケーションの「様式」を整える。外国人材のマネジメントツールの一つとして、一つ一つの業務に対して「業務指示書」を作成する企業もある。「いつまでに」「誰に」「どのように」「なにを」といった仕事の要素をすべて「文章」で指示する。

変容する価値観。定年後、能力はどう変化するか

リクルートワークス研究所。2021年3月

対人能力は伸び続けるが処理力・論理的思考力は低下

職業能力の構造



大久保幸夫『キャリアデザイン入門Ⅰ・Ⅱ』(日経文庫)を参考に作成。

「プレジデント」が名言から三菱財閥の強さを特集

- ・景気の悪い会社の社長は胸を張って、いつも朗らかな顔をして歩け。
- ・男性が会社人間をいいことに家庭を大事にしないのは間違っている。
- ・経営者は教育者でなければならない。
- ・利那な利益を得るために信頼を失うな。
- ・人材にエネルギーとコストをかけて良質な組織をつくり上げる。

『自分を最高値で売る方法』

小林正弥 著(クロスメディア・パブリッシング、2018年8月)

・副業解禁の今、個人が取るべきキャリア戦略は「自分の価値」をパッケージ化して、複数の顧客を持つこと。

・まず本業で結果を出し、そこで培った職業的な知恵を体系化し他の顧客に教えることで第2の収益とする。「モノを売るのではなく、価値を売る」と言われるが、自分を最高値で売っている人たちは「顧客の成功(カスタマーサクセス)」を売っている。

しっかりせんとあかん、日本。アジアの未来

エネルギー・文化研究所 顧問 池永 寛明さん。日経新聞社COMEMO 5月28日掲載

異なるものどうしを融合しハイブリッドなモノ・コトを生み出すためには、自由であること、柔軟であることが求められる。現代日本は果たしてそれができるのだろうか。

■ コロナ禍リセット・コロナ禍後へのアプローチ



『若手を動かせ』

中村トメ吉 著(エイ出版社、2018年3月)

「若手を動かせる人」こそ、成功できる。若手を動かす新常識。ここを間違えると、人は動かない！

×モチベーションを与える：○モチベーションを守る ×やらせようとする：○やりたくさせる

×価値観の合う人と働かせる：○価値観が真逆な人と働かせる

「何度教えたら分かるの？」は、自分(上司、先輩)の教え方が悪いと思え！。

『余計なことはやめなさい！』

ガトーショコラだけで年商3億円を実現するシェフのスゴイやり方

氏家健治 著(「ケンズカフェ東京」オーナーシェフ。集英社、2018年11月)

- ・忙しすぎて、儲けることをおろそかにしていませんか？ 余計なことをやめるたびに会社が大きくなった。
- ・余計なものを削り、一つ際立ったものをつくる。手放すべきものを手放すと視界がクリアになり、優先順位をつかめるようになる。

他者との交わりで、人は動きだす。キャリアの「共助」に潜む5つのパワー

リクルートワークス研究所 中村天江さん。2021年5月



『稼ぐ話術「すぐできる」コツ。明日、あなたが話すと、「誰もが真剣に聞く」ようになる』

・稼ぐ人は、「起・承・転・結」でなく「結・結・結・結」で話す。一番伝えたい「結論」が明確になって、説得力が格段に高まる。信頼の差は「メリット」を一言で伝えられるかどうか。

・稼ぐ人は、相手を「説得」しない。「納得」させる。稼ぐ人は「2W1Hで話す」からムダがない。Why なぜやるの？ What 何が必要？ How どのようにすればいい？

デジタル技術活用企業の約半数は自社人材への研修・教育訓練で人材確保

「ものづくり産業におけるD X (デジタルトランスフォーメーション)に対応した人材の確保・育成や働き方に関する調査」

労働政策研究・研修機構まとめ。2021年5月

- ・半数以上の企業が、いずれかの工程・活動でデジタル技術を活用している。
- ・5割近くの企業が、デジタル技術の活用に向け、自社の既存人材への研修・教育訓練で人材確保。
- ・デジタル技術を活用する理由： ①在庫管理の効率化 ②作業負担の軽減や作業効率の改善 ③開発・製造等のリードタイムの削減 ④生産態勢の安定 ⑤不良率の低下など

『考え方の工夫』

松浦弥太郎 著(朝日新聞出版、2018年10月)

・「正解」はどこにもないご時世。だからこそ、常に自身を問う「思考の工夫」と、それを実践していくための「日々の勇気」が必要。毎日考え、チャレンジしていくことが、行動力を生み出し、自身をアップデートする。

・「売る」とは、未来を考えること。アウトプットは情報ではなく、感動を。人の感情を理解する。戦わない、怒らない、いつも冷静に。時間をつくる、設計する。誰もやらないことの検証。相手に得をさせる。

QOL向上の視点『人生100年時代を幸福に生き抜く方法』 キャリア自律で幸福になる

第一生命経済研究所 山口良司さん。2021年5月

私たちは今、同じ船(会社)に乗り続けられる保証がない時代を生きている。予測不可能なVUCAの時代、私たちは激流に漂う船の櫂(かい)を他人(企業)まかせにすることなく、キャリア自律という櫂を手にし、自ら操舵することが、幸福への最短の航路であることを自覚する必要がある。

『発想の整理学。AIに負けない思考法』

山浦晴男 著(筑摩書房、2020年7月)

急がば廻れ。AI時代における「考える」ことの主体性。主観性と、それと対比する客観性との相互交流。

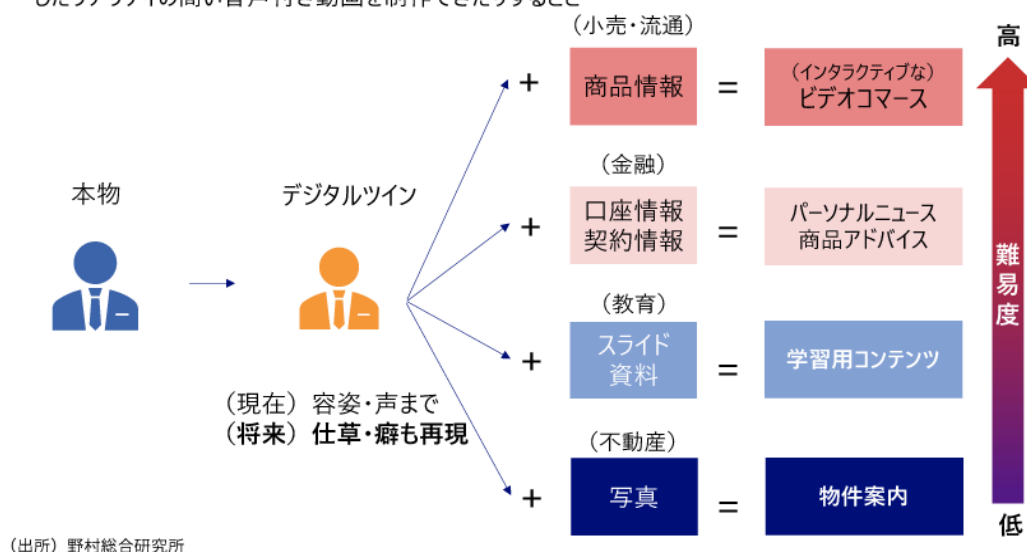
- ①最初に問題意識を明らかにする ②現状を把握することの重要性 ③本質を探究せんとする
④企画を立てる。構想・具体策を練る ⑤実際にやってみる。

「ITロードマップ2021年版」～情報通信技術は5年後こう変わる！～

野村総合研究所(NRI)IT基盤技術戦略室 長谷佳明さん、権藤亜希子さん。2021年5月

シンセティック・メディアは、メディアエンターテインメント、接客、教育と幅広い分野で活用可能

- 最大のメリットは、合成したいテキストを変更するだけで**多言語化を容易に実現**できたり、**パーソナライズ化**したリアリティの高い音声付き動画を制作できたりすること



DX×人材×スキル～ リスキリングの時代

リクルート ワークス研究所。2021年3月

・リスキリング(Reskilling:従業員的能力の再開発)。リスキリングする組織: 人が価値を生み続けるために、デジタル社会を生き抜く企業と個人をつくる。

・リスキリング 4つのステップ: ①スキルを可視化する ②学習プログラムをそろえる ③学習に伴走する ④スキルを実践させる

・リスキリング 8つのキーファクター

『人を伸ばす力。内発と自律のすすめ』

エドワード・L. デシ、リチャード・フラスト 著、桜井茂男 訳(新曜社、1999年6月)

・アメとムチはもう利かない！ 課題に自発的にとりくむ「内発的動機づけ」と、自分が自分の行動の主人公となる「自律性」の重要性。 人間の自由とは、真に自律的であることを意味する。

・内発的動機付けの三要素： 自律性・有能感・関係性。 モチベーションの鍵は「選択肢を与えること」。

組織経営の在り方を考える(下)

— ジョン・P・コッターに学ぶ変革力の意義 —

参議院 財政金融委員会調査室 小野伸一さん。2016年12月

・コッターによれば、リーダーシップとは変革を成し遂げる力。 すなわち、①危機感を持って変革をもたらすビジョン(及び戦略)を策定する ②ビジョンを組織の全ての従事者にコミュニケーション(周知・伝達)する ③ビジョンを実現するため従事者にエンパワメント(権限付与)し、障害を克服する ④以上の取組を持続し、変革の連鎖をつくって組織文化にまで高める。

・要再生企業の傾向(再生前)： 危機感が薄い、当たり前のことが当たり前に出来ない、意識が内向きである、数字に基づく議論がない、ファイナンスに疎い、利益を不適切に利用する、組織・制度が硬直的である。

楽しくてやりがいのある「プロの仕事法」 西水美恵子(世界銀行副総裁)

①どんな職種を選び、どんな道に進んでも指針(使命感)や価値を仕事の中に見いだす。

②知的緻密さを磨く。高レベルな仕事は厳正な分析力と知的好奇心から生まれる。 それは疑問・質問、そしていつでも刷新や問題解決のためのよりよい方法を求めてアンテナを張りめぐらせておくこと。

③誠実さと正直さ。つまりは謙虚さ。 ④チームワーク

イノベーションを生み出す組織づくりの条件 「風土」と「筋力」の2つ

JTBコミュニケーションデザイン 野本明日香さん。2017年12月

・「風土」は、チャレンジを歓迎する、失敗に対して寛容、コミュニケーションが活発、新しいアイデアを守り育てる風土があるかなど。

・「筋力」は、大きく言うと「考える力」「新しいものを生み出す力」。 筋力がないと、いくら風土が良くてもイノベーションは生まれないし、育たない。

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。