

「学ぶ」に勝る投資なし。 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. 41 2022年8月

仕事とイノベーション

成長・発展＝経営革新(イノベーション)×人材育成

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……

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

『統計で考える働き方の未来。高齢者が働き続ける国へ』

坂本貴志 著(筑摩書房、2020年10月)

・非正規、所得格差、未婚問題は同時並行で進んだ。退職で辞めたいと思う人が大半だが、年金収入では生活できない。働き続けねば生計はもたない。悠々自適の老後は過去の産物。高齢者も働けるうちは働く。

・社会保障制度を維持するには年金の給付額を下げるか、または高齢者が働き続けるしかない。政治的は後者の選択しかなく、加えて若者は長く働き続けることを前提に働き方や生き方を変えてきている。

『好奇心が未来をつくる。ソニーCSL研究員が妄想する人類のこれから』

ソニーコンピュータサイエンス研究所 著(祥伝社、2019年3月)

・テクノロジーは人の苦しみを取り除く手段。人間にとって大事なのはアナログ。「個人の自由」と「全体の最適化」との調和が大事。「役に立つか役に立たないかわからない」ことにも、まず打ち込んでみることに道がある。

・未来＝イマジネーション×好奇心。空想は科学に挑戦し、科学は空想を刺激する。人間の創造性：存在証明のような意味。研究者の役割：創造性を発揮して風景を変えること。

『起業家の思考法。「別解力」で圧倒的成果を生む問題発見・解決・実践の技法』

平尾 丈 著(ダイヤモンド社、2022年3月)

・不確実性が高く、過去の成功例や全員が賛同する意見が通用しない「正解がない時代」。頑張ってもなかなか結果に表れない。別解力とは、他の人ではたどり着けない、自分の頭で考え答えをだす力。

・正解ではなく、別解を目指せ。先の見えない未来に向け、自分で意思決定し、リスクを取って事業を成長させている「起業家」の5つの力：「発見力」「別解力」「実現力」「失敗力」「成長力」。

『New NORMAL 早稲田大学MBAの教授陣が考えたビジネスの新常識』

浅羽 茂、入山章栄、内田和成、大滝令嗣、川上智子、川本裕子、杉浦正和、鈴木一功、長谷川博和、平野正雄、堀江 徹、米田 隆 著 (KADOKAWA、2021年12月)

・知るは最高の投資。日本は知の探索が苦手。知の探索は、時間もコストもかかり失敗がつきもの。日本は目先の利益を追い求めるので、知の探索よりも儲かりそうなものを深堀りする知の深化に傾いているためイノベーションが起きない。

・できるだけ遠くに探索へ行き、知を幅広く見て、持ち帰り新たな組み合わせをすることでイノベーションにつながる。混乱時における最大の危機は、混乱そのものでなく、従前の陳腐化している理論に基づいて行動することである。

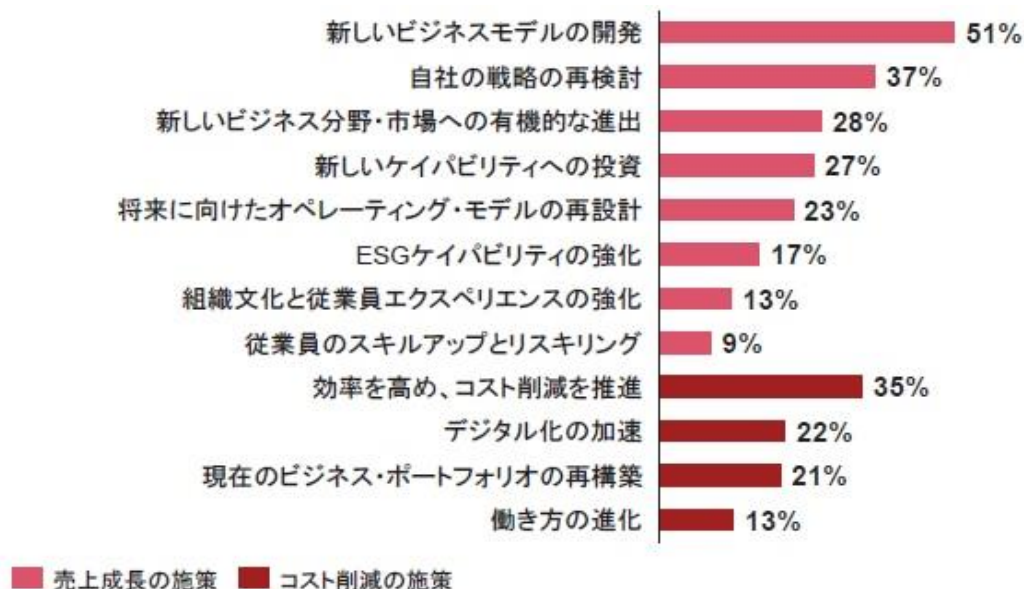
大いなる期待：世界の経営者はビジネスの混乱にいかに対応しているか

成長に向けた変革と再構築による価値創造の機会

PwC Japan。2021年12月

経営者の大半は将来について楽観的で、成長に向けた計画を立てており、変革の重要性が増していることを認識。

2021年以降の戦略的優先事項（全回答者）



『善と悪の経済学』

トーマス・セドラチェック 著、村井章子 訳(東洋経済新報社、2015年5月)

・成長至上主義は限界に来ている。現代人はあまりに富の魅力に眩惑されている。人間はこれだけ好き勝手にやっっているが、それほど幸福でないとしたら悲しいこと。経済学は、その始まりのときと同じように、倫理の問題を取り扱うべきだ。

・現代経済に欠けているものは「中庸」。経済学者は将来の予測はできない。ゼロ成長に備えよ。既存の公的債務を減らす。そして、赤字を増やさないために、成長をスローダウン。

『ドーナツ経済』

ケイト・ラワース 著、黒輪篤嗣 訳(河出書房新社、2021年7月)

・経済成長なき未来をどう生きるか？ 環境問題や貧困問題を解決しながら、幸福な社会を提案する〈まったく新しい経済モデル〉！ 成長ではなく繁栄を目指す。

・目標を変え、全体を見る。人間性を育み、システムに精通する。分配を設計し、環境再生を創造する。成長にこだわらない。

『ザッソウ 結果を出すチームの習慣。ホウレンソウに代わる「雑談＋相談」』

倉貫義人 著(日本能率協会マネジメントセンター、2019年8月)

・ホウレンソウだけでは、チームのコミュニケーションが機能しなくなっている。「効率化」だけでは成果は上がらない。良いチームの条件は、気軽に雑談と相談ができること。

・これからの仕事に求められるのは「創造性」。生産性と創造性には人間関係が構築された「心理的安全性」が必要。

『脳と人工知能をつないだら、人間の能力はどこまで拡張できるのか。脳AI融合の最前線』

紺野大地、池谷裕二 著(講談社、2021年12月)

・脳と人工知能をつないで「脳を改造」したら、会話せずに相手に思っていることを伝えられる。念じるだけでインターネット検索ができる。脳の健康状態をAIがチェックして、うつになる前にメンテナンスしてくれる。アインシュタインなど過去の偉人の“脳”を借りられる。コンピュータ上に自分の脳を再現できる。

・人間が人工知能から何をどのように学ぶかという点の方が重要。脳が人工知能とともに進化できれば、人間が持つ「脳の限界」自体がどんどんアップデートされていくかもしれない。

『5000日後(2035年)の世界。すべてがAIと接続された「ミラーワールド」が訪れる』

ケヴィン・ケリー 著、大野和基 編、服部 桂 訳(PHP研究所、2021年10月)

・インターネットが商用化されてから5000日後(約13年後)にソーシャルメディア(SNS)が勃興を始めた。そして現在は、SNSの始まりからさらに5000日が経ったところ。次の「これからの5000日」にはすべてのものがAI(人工知能)に接続されたAR(拡張現実)の世界「ミラーワールド」が訪れると予測。

・これから50年間は「AIの時代」が続く。仕事と遊びが融合する時代。退屈な仕事はAIに任せ、クリエイティブな仕事で生きられる時代に。AI時代には「問いを考える」ことが人の仕事になる。

『アマゾンの最強の働き方。Working Backwards』

コリン・ブライアー、ビル・カー 著、絆川 謙、須川綾子 訳(ダイヤモンド社、2022 年1月)

・「無駄なコミュニケーション」をなくす。6ページ資料で伝える、提案する。意思決定の質を上げる。「パワーポイント」を使ってはいけない。決断したら「迅速」に行動する。

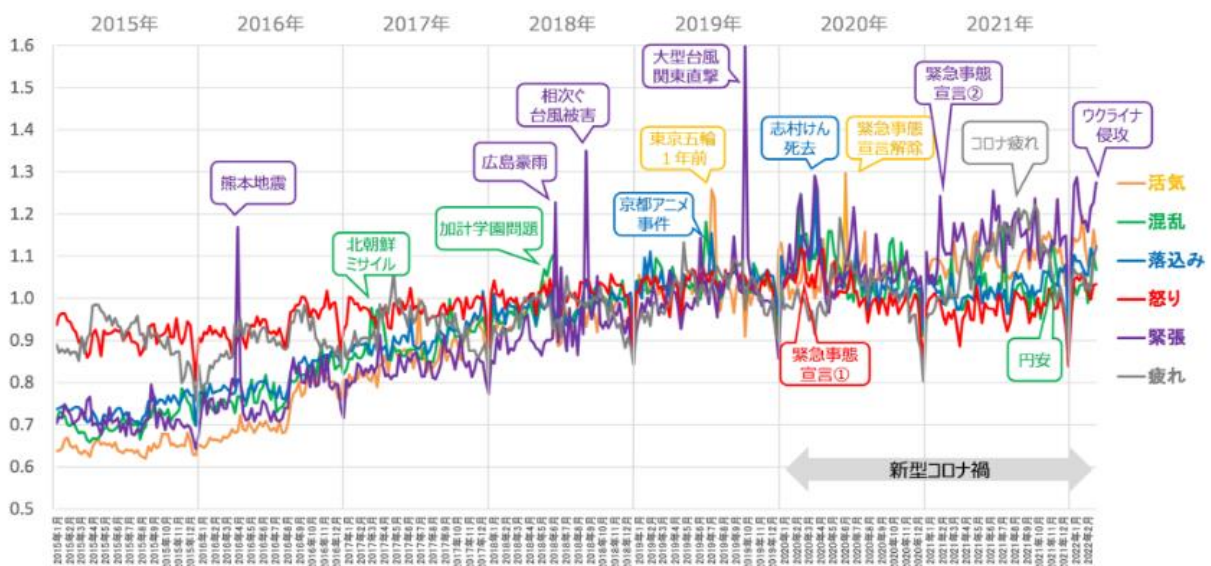
・「顧客の立場」からものを見る。「顧客へのこだわりと長期的思考」を貫く。「最良の顧客」を囲い込む。「差別化と無関係な重労働」が時間を奪っている。

野村総合研究所、日本社会の空気感の変化をSNS情報から読み取る指標「日本の空気感指数」を開発

～「活気」「混乱」「落込み」「怒り」「緊張」「疲れ」の6指標で計測～

野村総合研究所。2022年3月

図1：日本の空気感指数の変動と主要な社会事象
(日次データを週次に換算して表示、2015年1月～2022年2月)



注：2017～2021年の平均値を1.0とした場合の値
出所：NRI

『欲望の資本主義(1) ルールが変わる時』

丸山俊一 著、NHK「欲望の資本主義」制作班 著(東洋経済新報社、2017年3月)

- ・この星は欲望でつながっている。やめられない、止まらない、欲望が欲望を生む世界。経済が成長しないのは、これ以上成長する必要がないから。経済政策の転換で、安定成長は可能。
- ・今の時代、疲弊しながら生きており、何が欲しいかも、何が必要かもわからないままに生きている。政府の政策転換：テクノロジー、インフラ、教育への投資を増やし、経済構造の転換を促し、不平等の是正に取り組む。

『ひきこもりはなぜ「治る」のか？ 精神分析的アプローチ』

斎藤 環 著(筑摩書房、2012年10月)

- ・対人関係があれば「ニート」、なければ「ひきこもり」。人間は一生をかけて成熟する。攻撃すると攻撃が、良い対応をすると良い反応が返ってくる。「治る」ということは、「自由」になるということ。
- ・家族の対応方針：「家族の常識」を疑う。まず「安心」と「共感」を。会話は「あいさつ」から。誠実でわかりやすい態度を。経済的な将来設計を！。

『社員が成長するシンプルな給与制度のつくり方』

大槻幸雄 著(あさ出版、2018年1月)

- ・限られた経営資源を効率的に配分する一方で、社員のモチベーションをいかに維持させるか(優秀な社員を辞めさせないか)。社員が安心して働き続けられる合理的な給与制度の確立。細かすぎて、結果的に不平等と混乱を生む可能性。
- ・責任等級性という考え方を軸に、社員のやる気の総和が最大になるように、シンプルかつオープンな賃金を設定する。程よい競争意識が出る。公平で分かり易い。年齢に応じた最低限の生活給保証。

『大廃業時代の町工場 生き残り戦略 ～浜野製作所奮闘記～』

浜野慶一 著(浜野製作所代表取締役。リバネス出版、2018年10月)

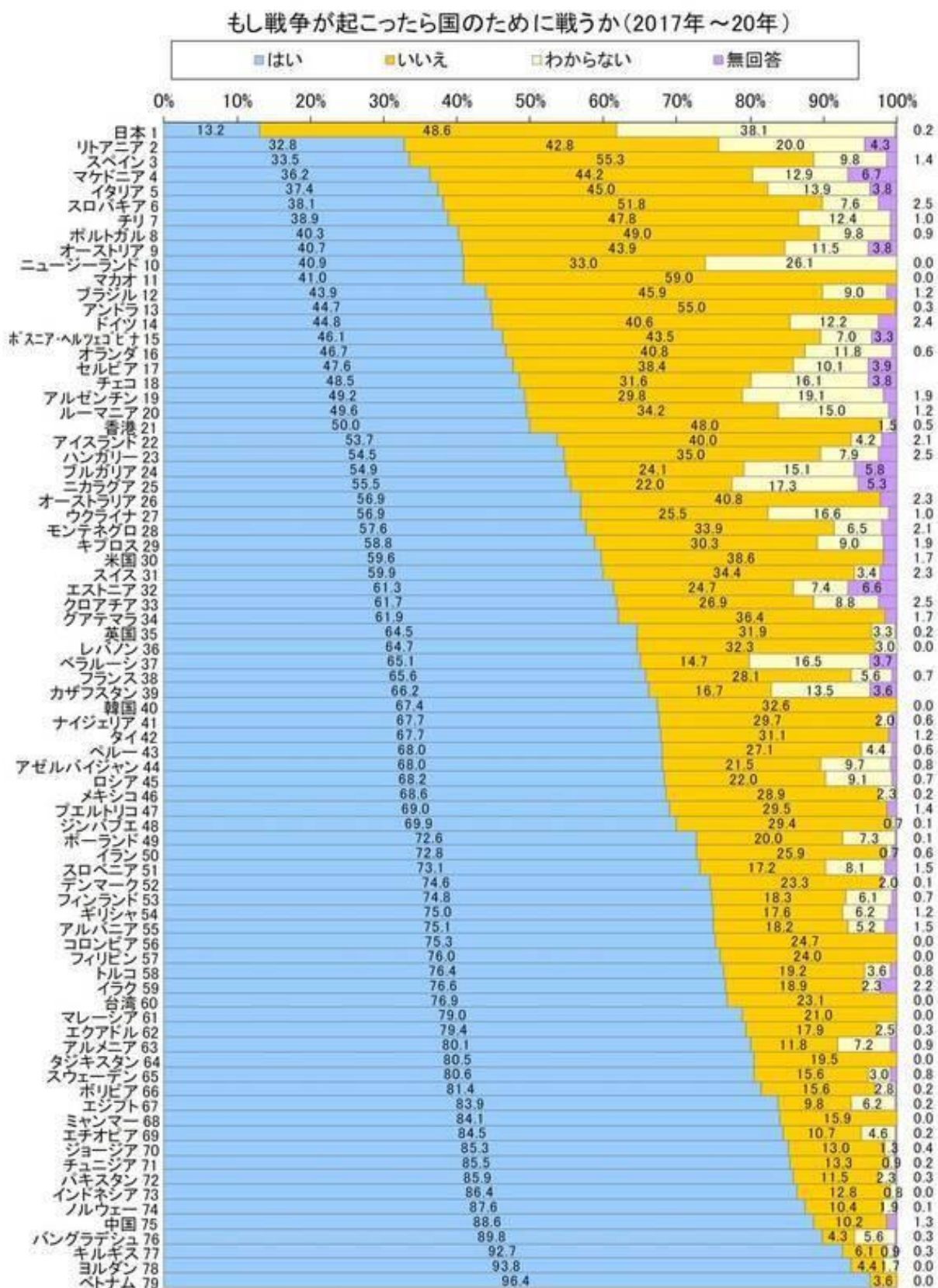
- ・「お客様、スタッフ、地域」への感謝、還元を経営理念としている。跡継ぎがいなくて町工場を廃業するか、新しい仕事を生み出し地域に活気をもたらすか、すべては「社長次第」。
- ・他社ではできない世界一の加工技術で飯が食えるのが一番いい。が、どこの会社もそんな技術はない。技術がない会社は成り立たないのか。違う。大事な的是お客さんから信頼されること。

「国のために戦いますか？」日本人の「はい」率は世界最低13%。50歳以上の国防意識ガタ落ちの意外な理由

プレジデントオンライン(本川 裕さん／統計探偵、統計データ分析家)。2022年6月

「最近の若者は国を守る気概に欠ける」のではなく、「最近の中高年は国を守る気概に欠ける」。これは、「戦後民主主義」の洗礼を受け、戦争は悪と叩き込まれた団塊の世代が、若い頃の精神を保ちながら中高年の域に達したから。

図表1 「国のために戦いますか」に日本人は世界最低の回答率



(注) 各国の全国18歳以上男女1,000～2,000サンプル程度の意識調査結果
(資料) World Values Survey HP (2021.1.29)

『アンソニー・ロビンズの自分を磨く』

アンソニー・ロビンズ 著、本田 健 訳、(三笠書房、2014年10月)

・自分の価値観とルールは変えられる。「価値観」が人生すべての決断を左右する。あなたの心の中には巨大な力が眠っている。今こそ、その力を揺り起こす時である。

・心を整理してコントロールしていくことが大切。「信念」が人生を切り拓く。自分の「羅針盤」は、「優先順位」がはっきりすれば、迷わない・動じない！「結果」を変えたいなら“原因”に意識を向ける。

『ビジネスと人生の「見え方」が一変する 生命科学的思考』

高橋祥子 著 (NewsPicksパブリッシング、2021年1月)

・多様性・意志・感情・寿命・時間……。 「生命の原則」を知れば、人生はもっと自由になる。一度きりの人生を迷いなく生きるための思考法！ ものごとを客観的に捉える。

・積極的にエネルギーを使って行動しないと、個体としての形を保つことができない。 企業経営も同様で、何もしなければ組織は崩壊し、ビジネスモデルは陳腐化し、企業として存亡の危機に瀕する。

最高のチームが勝つ：リーダーのための5つの規律

採用サポネット。『The Best Team Wins』(初版2018年2月)をもとに。

①世代を理解する ②一人ひとりの個性を管理する ③生産性を加速させる ④何にでも挑戦する ⑤いつも顧客を忘れない

本書の世代区分：【ブーマー世代】1946年から1964年生まれ 【X世代】1965年から1984年生まれ 【ミレニアル世代】1985年から2004年生まれ 【Z世代】2005年以降生まれ

『地方の小さな会社が入社したい企業全国9位になった理由』

鈴木一輝 著(あさ出版、2022年1月)

・東海・北陸でエステサロン「シェアラ」を展開するテルズ&クイーン。 その答えは「人」と「環境」づくり。 経営企画書は、社内教育の教科書。 社員は大切な仲間であり、家族。 自分の専門性を生かすチャンスがある。

・人材こそ、最大の差別化の手段。 新卒採用が会社を変える。 社員を輝かせるのは成長への意欲。 同じ目標を持つ仲間が成長を後押しする。 やりたいことを叶えていく。

『実学入門 不景気に効く会計(クスリ)。 会社の問題をみつける財務会計編』

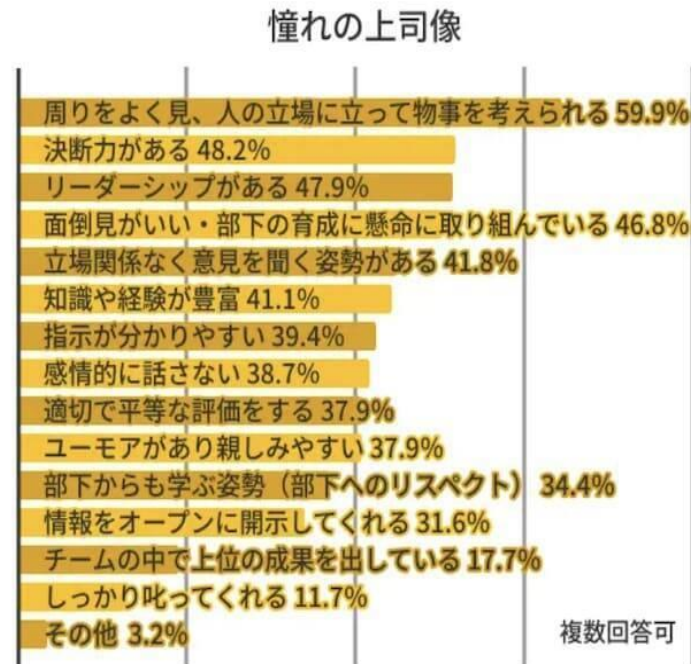
田中靖浩 著(日本経済新聞出版、2003年3月)

・株価を上げるといった目的のためにやらねばならないことは、リストラでみかけの業績をよくすることではない。 従業員と共にグッド・マネジメントの体制をつくりあげること。

・会計は使われる物ではなく、使う物。「会計を学ぶ」のではなく、「会計で学ぶ」姿勢が大切。

「理想の上司」も変化？ 決断力やリーダーシップを抑え1位になった「憧れの上司像」とは

All About (Job総研を運営するライボ「2022年 職場の上司に関する調査」)。2022年5月



『日本電産 永守イズムの挑戦』

日本経済新聞社、日経、日本経済新聞 編(日本経済新聞出版、2004年12月)

・倒産寸前の三協精機を従業員の意識改革によりわずか半年で再生。知恵を出すということとはそんなにむずかしいことではない。今自らがやっている仕事を1秒でも早く楽にできる方法を考えてばよいのである。ヤル三原則(すぐやる、必ずやる、出来るまでやる)。

・誰でもできる簡単なことで差をつける。情熱・熱意・執念、ハードワーキング、すぐやる・必ずやる・出来るまでやる、3Q6S、加点主義。情熱・熱意・執念があればできないことはない！

『マルクス・ガブリエル 危機の時代を語る』

丸山俊一、NHK「欲望の時代の哲学」制作班 著(NHK出版、2020年9月)

・人々が小説を読み始めた結果、社会の暴力は減少した。小説とは、常に他人の目を通して世界を見て、別の世界とはどのようなものかを想像するトレーニングだから。(ダニエル・ケールマン)

・純粹哲学をやらなければ応用哲学もない。歴史の中でチャンスをものにできない。中国の人はこれを行っている。彼らには強い哲学的イデオロギーがある。現状では私たち(日本人)にはなにもない。

『戦略的思考とは何か 改版』

岡崎久彦 著(中央公論新社; 改、2019年8月)

・先進国の大学で、戦略や軍事と題した講義を聴けない国は日本だけ。平和を望むなら、戦略論の教養は欠かせない。超大国間の戦争が起った場合、日本のような戦略的に重要な国には中立はあり得ない。日本が生き延びる道には、アングロサクソンの欧米との同盟しかない。

・日本の旧軍の欠点として、アングロサクソン風の情報重視戦略でなく、プロイセン風の任務遂行型戦略を採用したこと。国家間の交渉は、究極的には、軍事力をバックにしたパワーゲーム。

『現代病「集中できない」を知力に変える 読む力。最新スキル大全: 脳が超スピード化し、しかもクリエイティブに動き出す!』

佐々木俊尚 著(東洋経済新報社、2022年1月)

・スマホで「気が散る」時代。人間は集中することが苦手な生き物。集中することに集中しない。「5分の集中」を重ねるだけ! 「断片的な知識・情報」を「知肉」に変えて、「思考力」につなげる。

・読書は「学び」であるのと同時に娯楽。情報源をふるいにかけ、「読むべきもの」を選別。自分の頭で「深く読み解く」。メモはコンピュータに保存し、概念は頭に保存する。

『集まる場所が必要だ。孤立を防ぎ、暮らしを守る「開かれた場」の社会学』

エリック・クリネンバーグ 著、藤原朝子 訳(英治出版、2021年12月)

・人が集まる場「社会的インフラ」。災害が頻発し、二極化が進む社会で安心安全に暮らせるレジリエントなまちづくり。コロナ禍を経験した今こそ、私たちには集まる場所が必要。高齢者を外出させるしくみ。

・ばらばらになる社会。道徳的な警告は役に立たない。社会的インフラが命を救う。物理的なインフラがないと、人は孤立し、災害時の助け合いやお互いの生活をよりよくするような地域づくりが行えなくなる。

休日何してる。大人になってから行って面白いと思ったところ

CanCam.jp(株式会社レビュー調べ)。2022年4月

①美術館 ②動物園 ③博物館 ④図書館 ⑤能・歌舞伎などの伝統文化系の芸能鑑賞 ⑥植物園 ⑦クラシックコンサート ⑧座禅教室・写経教室

「子供は誰でも芸術家だ。問題は、大人になっても芸術家でいられるかどうかだ」 ピカソ

「花を与えるのは自然。編んで花環にするのは芸術」 ゲーテ

『なぜ会社は変わらないのか。危機突破の風土改革ドラマ』

柴田昌治 著(日本経済新聞出版、2003年10月)

・「言ってもしかたがない」「やっても無駄」。改革の最大の障害となるそれらの人間をどう変えていくか。「変わらない」ではなく「変わらない」。旧態依然の組織風土をどのように変えていくのかはトップが鍵を握る。

・変化が激しいビジネス環境では、“年の功”は役に立たない。すべての働き手が自律していながら秩序がある「自律分散」から生まれる「早くて柔軟な組織」に変革する。“気楽に真面目な話をする場が必要”。

『会社に左右されない仕事術。仕事は「自由」を獲得するゲーム』

三田紀房、モーニング編集部 著(講談社、2010年2月)

・「仕事ができる人」とは、人間関係を円滑に運べる人のこと。仕事が面白くなるのは「人から与えられた仕事」ではなく、「自分で作り出した仕事」をしているとき。人は失敗と挫折で「大化け」できる。

・自分の利益のために働く。会社から命じられた気乗りのしない仕事にも、なにか自分の利益を見出していく。そうすることによって、はじめて本気になれるし、責任感も湧いてくる。

『意識が高くない僕たちのためのゼロからはじめる働き方改革』

坂本崇博 著(PLANETS/第二次惑星開発委員会、2021年11月)

・定時に消灯するなどの強制退社施策(オイダシ作戦)は働き方改革ではない。自分の「働き方」は、自分で「改革」できる。個人の単位で「仕方」を変える、仕事と生き方の大転換。

・これからの時代、より「個(私)」の能力発揮・自立が求められる。そうした時代にはますます自分で自分の働き方を変えるという「私の働き方改革」が重要になる。

『10年後の人事部』

滝田誠一郎 著(労務行政、2021年3月)

・変わるべき方向性：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。

・戦略人事とは経営・企業業績に貢献する人事。人事担当者へのメッセージ：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・インテリジェンスを高めよう。人事は言葉の魔術師たれ！

『寝ながら学べる構造主義』

内田 樹 著(文藝春秋、2002年6月)

・構造主義とは特定のひとりの思想家の専売特許ではない。人間の考えや表現は、純粋な個人の主張などではなく、当人が置かれている国や文化や歴史的背景に大きく左右される。

・私たちはつねにある時代、ある地域、ある社会集団に属しており、その条件が私たちのものの見方、感じ方、考え方を基本的なところで決定している。だから、私たちは自分が思っているほど、自由に、あるいは主体的にものを見ているわけではない。

『ビジネスNo.1理論。「勝ちグセ脳」をつくる3つの力』

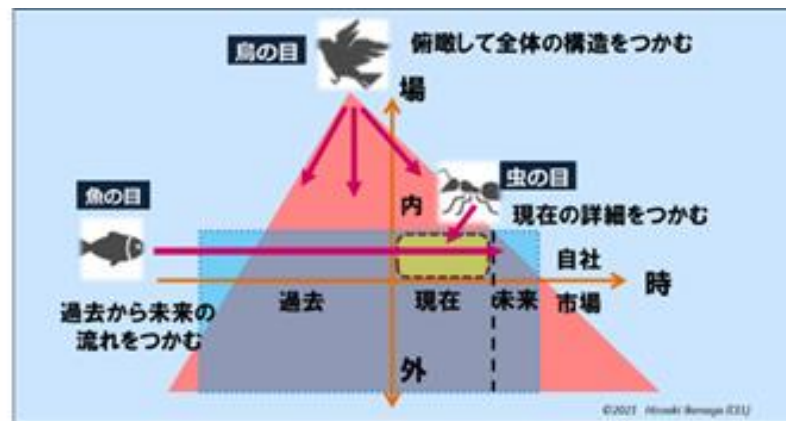
西田一見 著、西田文郎／監修、「元気が出る本」出版部 編(現代書林、2014年7月)

・普通の人、人生経験を重ねると、失敗に臆病になり「自分の枠」を小さくしてしまう。しかし、天才や大経営者は違う。どんなピンチや苦境にあっても、不思議なほどワクワクしている。成功者と凡人の決定的な差は、「成功できる」と思えるかどうか。

・「勝ちグセ脳」に絶対に必要なのが「3つの脳力」：①成信力(せいしんりょく)=成功を信じる力
②苦楽力(くらくりょく)=苦しい状況を楽しめる力 ③他喜力(たきりょく)=他の人を喜ばせる力。

【交流篇】悩む企画部長 — コロナ禍のこれからが見えない

エネルギー・文化研究所 顧問 池永寛明さん。note日経COMEMO 2021年12月27日掲載



『自立へ追い立てられる社会』

広瀬義徳、桜井啓太、桜井智恵子、迫川緑、岡村優努、濱口一郎、田口康明、元井一郎、四方利明、岡崎勝、西田浩之、伊藤書佳 著、広瀬義徳・桜井啓太 編(インパクト出版会、2020年7月)

・「自立」を強要する社会。端的な例が「ひきこもり」や生活保護受給者に対するバッシング。人間は本来共生して生きていく存在。つまり誰かに頼って生きる「依存」的な存在。お互いさま。

・他者へ「依存」した状態から自己が脱却し、自律的に意思決定することが個体の成長として目標化される。「自立」という考え方が各分野の隅々にまでいかに浸透しているか。

『相手を洗脳する文章テクニック。人の心を虜にし、思いのままに動かす』

宮川 明 著(日本実業出版社、2008年10月)

・「お客がつい買ってしまうくなる売り文句」「上司が思わず太鼓判を押してしまう企画書」「好感度がどんどんアップするメール文」。「事実、感情、要点」。「視覚、聴覚、感覚」。NLP(神経言語プログラミング)理論。「人間性」+「魅せるテクニック」。

・「私が」ではなく、「あなたが」主体の文章を書く。わざと主語を省略し、一般化する。潜在意識にアクセスする。物語を取り入れる。会話文(カギ括弧)をうまく使う。五感を移動させる。人としての関係性は「信頼」と「相手を気遣う」こと。

『収益多様化の戦略。既存事業を変えるマネタイズの新しいロジック』

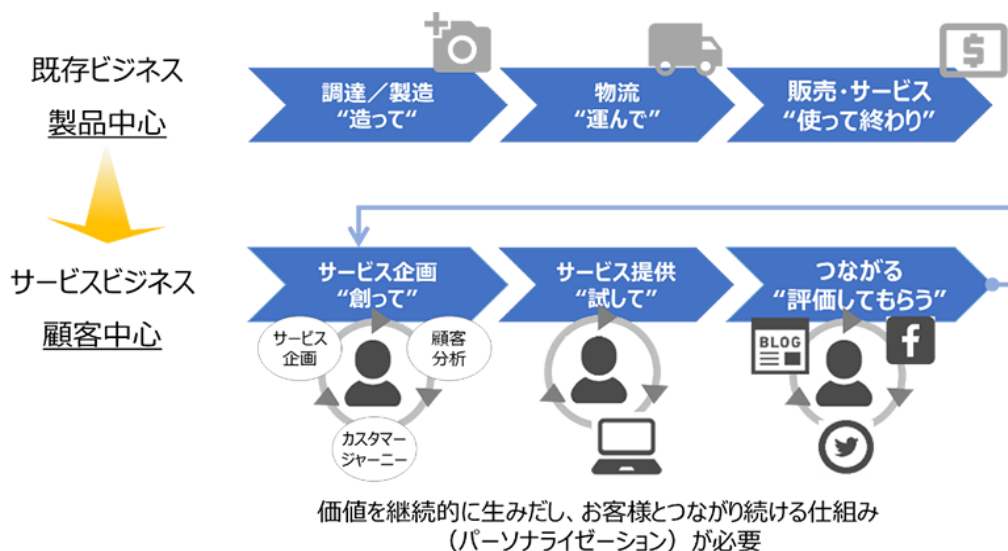
川上昌直 著(東洋経済新報社、2021年11月)

・価値創造(新規事業)だけではない。喫緊の課題は、既存事業をどのように立て直し、利益獲得のためのイノベーションを起こしていくかにある。価値獲得の視野を広げる。

・収益源を多様化する。長い目で儲けられる仕組み、ビジネスモデルの組み立ては3つ:「顧客価値提案」「儲け方」「価値提供プロセス」。

ものづくり企業はもっと強くなれる ～サービスビジネス創出のための構造変革～

NTTデータ(難波経太さん、鈴木沙織さん、小川敬造さん、藤野智和さん)。2022年3月



『世界を戦争に導くグローバリズム』

中野剛志 著(集英社、2014年9月)

・アメリカの凋落は、皮肉なことに自ら主導したグローバリズムの帰結。グローバリズムは中国の経済成長を促し、軍事大国化を可能にし、その一方でアメリカ経済の土台を崩して、あの金融危機まで引き起こした。その結果が、アメリカの衰退と世界の多極化。

・グローバリズムが第二次世界大戦前の国際秩序崩壊の原因でもあったという歴史的な事実。
こうした厳しい現実から目をそむける日本に未来はあるのか。

『セールス・イネーブルメント。世界最先端の営業組織の作り方』

山下貴宏 著(かんき出版、2019年12月)

・営業は非常に魅力的な仕事。セールス・イネーブルメントは「成果を出す営業社員を輩出し続ける人材育成の仕組み」。①「顧客視点の営業プロセス」へと見直す、②成果起点の育成フレームワーク。

・営業成果に繋がっていないと意味がない。マーケティングと営業の間でこぼれ落ちるリード顧客はインサイドセールスが拾い上げる、ここが受注拡大の鍵。

『情報断食。空っぽになるほどうまくいく生き方』

鈴木七沖 著(きずな出版、2020年10月)

・見えない未来。他人の価値観や考えが飛び交う環境下で「自分らしく」生きることを忘れ、いつの間にか「他人の人生」を歩んでしまっていないですか？ ならば、今、吹き抜けるこの風を感じて、自分の命の時間を生きる。気付いたら動く。

・脳と心が休まり穏やかな気持ちになれる！ 思考が内側に深まることで新しいアイデアが湧く！そして、自分の役割と使命が明確になる！ 人生を、人と繋がりながら、自分模様に編んでゆく。シンプルに。

中小企業のためのアイデンティティ型デザイン経営読本

近畿経済産業局(デザ経(関西からデザイン経営を)、株式会社SASI)。2022年5月

・アイデンティティ型デザイン経営とは、デザインの魅せ方や考え方で仲間と付加価値を増やす経営。

・今求められる「デザイン経営」と「デザインの役割」

9つの入り口：①歴史や強みを棚卸しするIdentity ②心をつかむモノ・サービスをつくるExecution ③魅力ある物語を発信するStorytelling ④意思と情熱を持つMission ⑤実験と失敗を繰り返すPrototyping ⑥社内外の仲間を巻き込むCollaboration ⑦未来を妄想するVision ⑧人を観察・洞察するInsight ⑨社員の行動変容を促すBehavior

・アイデンティティ型デザイン経営 - 失敗の繰り返しによる成功の活路 -

・アイデンティティ型デザイン経営が地方を変える



『HAPPY STRESS (ハッピーストレス) ストレスがあなたの脳を進化させる』

青砥瑞人 著 (SBクリエイティブ、2021年4月)

・ストレスは私たちを苦しめる。しかし、ストレスの力を借りて、私たちの成長を促すことも、幸せを見出すこともできる。ストレスとつき合う第一歩は、「内側」の世界に注意を向けること。

・ストレス＝悪という固定観念がストレスを増幅させる。「葛藤」の情報処理が、脳を大いに成長させる。ネガティブな情報に囲まれても、ポジティブな情報に注意を向ける。楽しみを受け身でなく、能動的に見出す。ささやかなことにもポジティブな情動反応を導く。

『イシューからはじめよ。知的生産の「シンプルな本質」』

安宅和人 著 (英治出版、2010年11月)

・「イシュー」とは、「2つ以上の集団の間で決着のついていない問題」であり「根本に関わる、もしくは白黒がはっきりしていない問題」の両方の条件を満たすもの。だいたいの問題とされていることは解決する必要がない(解決しても生産性の向上があまり見込めない)。

・まず問題の見極めから。目的を達成するために手段にこだわるな！ 達成できない手段を選ぶよりもできる手段を探せ！ できない手段で悩むことは無駄！ できる手段を探せ！

日本はフルタイムで働いても「普通の生活」が出来ない国

Newsweek(舞田敏彦さん／教育社会学者)。2021年10月

表1 普通に働く有業者の所得分布(%)

	男性			女性		
	正規	非正規	フリー	正規	非正規	フリー
100万未満	0.3	1.3	12.6	1.2	4.3	36.4
100万～	3.3	21.6	19.0	13.0	44.0	36.0
200万～	19.9	45.6	24.7	36.8	40.2	17.4
300万～	22.9	19.4	19.4	22.9	8.3	6.3
400万～	18.2	6.3	11.8	12.0	2.3	1.6
500万～	12.6	2.7	4.2	7.0	0.5	1.4
600万～	7.6	1.5	3.5	3.6	0.2	0.7
700万～	5.8	0.7	1.1	1.8	0.1	0.0
800万～	3.6	0.5	1.7	0.8	0.1	0.2
900万～	2.1	0.1	0.8	0.2	0.0	0.0
1000万以上	3.7	0.4	1.0	0.6	0.0	0.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

* 年250～299日、週43～48時間働く有業者の年間所得分布。

* 総務省「就業構造基本調査」(2017年)より舞田敏彦作成。

『未来を実装する。テクノロジーで社会を変革する4つの原則』

馬田隆明 著(英治出版、2021年1月)

・今の日本に必要なのは「テクノロジー」のイノベーションよりも、「社会の变え方」のイノベーション。前提としてデマンド(需要、要求)が必要。価値観を共有することが大事。社会に働きかけ、より良い社会を作っていく。

・社会実装とは、新しい技術を社会に普及させること。成功する社会実装の4つの共通項: ①インパクト(理想と道筋を示す)、②リスク(不確実性を飼いならす)、③ガバナンス(秩序を作る)、④センスメイキング(納得感を作る)。

『成熟社会のビジネスシフト。10年後も会社が継続のために』

並木将央 著(総合法令出版、2019年10月)

・「ビジネスの常識」からの脱却。常識をアップデートせよ! 社会が変化するならば、ビジネスも変化しなければいけない。成長社会から成熟社会へ思考をシフト。成熟社会は感情管理が一番大切。

・成熟社会のキーワードは共感。ものの見方を変える。自分にとっての「当たり前」を疑う。成熟社会を生き抜くためには多岐に渡る革新と不断の努力が求められる。

『武器としての交渉思考』

瀧本哲史 著(星海社、2012年6月)

・交渉とは、単なるビジネススキルではない。ときには敵対する相手とも手を組み、共通の目的のために具体的なアクションを起こしていく。そのための思考法。学ぶこと、議論すること、決断すること。

・相手の視点に立つこと。相手を分析すること。自分の立場ではなく、相手の「利害」に焦点を当て。本気で世の中を変えたいなら、スキルの前に相手を知り、言葉を磨き、一歩を越える勇気を。未来も変えられる。

『コンセプチュアル思考。物事の本質を見極め、解釈し、獲得する』

村山 昇 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2022年2月)

・正解のない時代。「意の思考」である「コンセプチュアル思考」。「ロジカル思考」「デザイン思考」に続く第3の思考法。画期的な製品は、【知】頭で考える、【情】五感で考える、【意】肚で考えるの3つの思考が揃い、巧みに組み合わせることで、はじめて生み出される。

・コンセプト・在り方・哲学・意味などを洞察し、創出する力が求められている。人間の「生き方」の本質は、最初に「分析・理論ありき」ではなく、どういう意味があるのかを問う「意味づけ」にある。

『末広がりのいい会社をつくる。人も社会も幸せになる年輪経営』

塚越 寛 著(伊那食品工業 最高顧問。文屋 編(サンクチュアリ出版、2019年5月)

・会社経営は、社員の「幸せ」を図りながら、世の中にできる限りの貢献をするために存在する。
会社が利益(付加価値)を得るのは、社員の幸せのため。

・よく学び、そこから導き出した理念にのっとり、勇気をもって、人の行かぬ道を歩む。時代の変化をしっかりと見極めながら、次代を担う経営者や社員たちに必要な研究開発投資をおこなう。

『メンバーの才能を開花させる技法』

リズ・ワイズマン、グレッグ・マキューン 著、スティーブン・R・コヴィー／序
文、関 美和 訳(海と月社、2015年4月)

・世の中には、メンバーを仕事のできる人間にする「増幅型リーダー」と、メンバーの知性と能力を損なう「消耗型リーダー」がいる。リーダーにとって大切なのは、メンバーの知識をどれだけ活用できるか。チームメンバーがどれだけ賢いかではなく、その能力をどれだけ引き出し、使えるかに着目すること。

・足し算超えて掛け算式のリーダーと、原点方式の消耗体質リーダー。才能の発掘のステップは、才能を見出す⇒検証⇒活用。課題を1人ひとりの「わたくしごと」に落とし込んでいく。

『人工知能と経済の未来。2030年雇用大崩壊』

井上智洋 著(文藝春秋、2016年7月)

・AIが発達すると、2030年以降には人口の1割しか働かない世界が有り得る！？ 第1次産業革命の蒸気機関、2次の内燃機関/モーター、3次のPC/インターネット。そして4次は汎用AIと全脳アーキテクチャが2030年頃には現れる。

・労働+機械からAI+機械へ。純粋機械化経済が実現すれば、全人口の一部しか働かない未来が2045年くらいにくると予測。そこで、ベーシックインカムが必要となってくる。

ベーシックインカム(BI)：国民に一律に支払われる最低限の生活費。

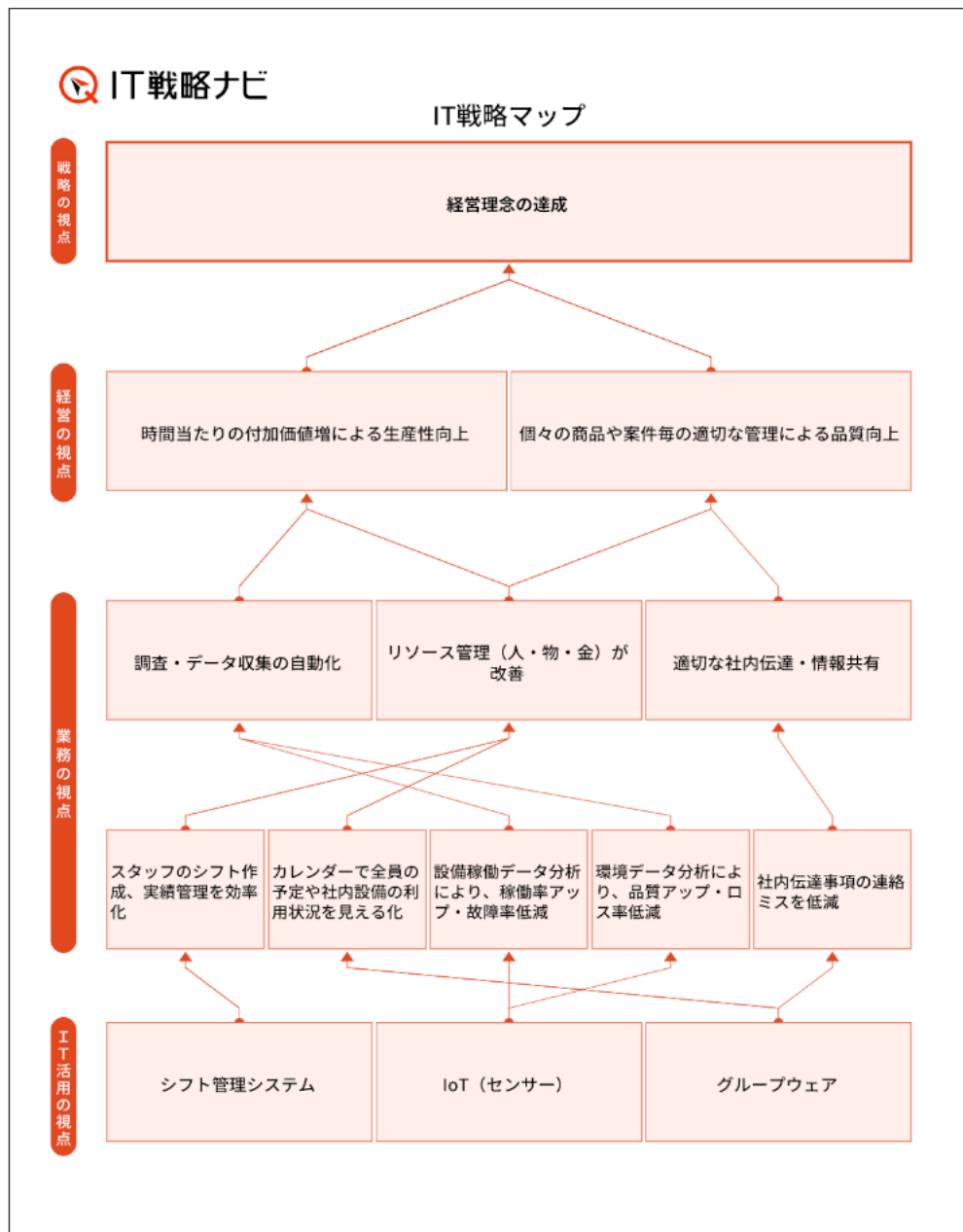
『人類が進化する未来。世界の科学者が考えていること』

ジェニファー・ダウドナ、デビッド・A・シンクレア、リサ・ランドール、ジョセフ・ヘンリック、ジョナサン・シルバータウン、チャールズ・コケル、マーティン・リース、ジョナサン・B・ロソス 著、大野和基 訳(PHP研究所、2021年11月)

・科学者としての成功のカギは、頑固であること、ひらめきを信じること。老化の進行は生活習慣で決まる。老化を防ぎ寿命を延ばすには、生活習慣の改善、適度に運動、過食を避けるなど。適度な運動と社会貢献で老化を防げ。

・なぜヒトだけ文化を創造できたのか？ それは「真似る」ことができたから。他者の真似(コピー)は文化創造の原点。

IT戦略マップ



『経営戦略の論理。ダイナミック適合と不均衡ダイナミズム』

伊丹敬之 著（日本経済新聞出版、2012年9月）

・経営戦略とは人間くさいもの。戦略とは、「将来のありたい姿」と「そこへ至るための変革のシナリオ」の流れの設計。シナリオ構想の順序は、①目標、②ありたい姿、③現状、④変革のシナリオ。

・目的を達成する戦略に必要なのは、顧客ニーズをダイナミックにとらえ、競争優位を構築し、資源・技術を利用蓄積し、人の心を動かすこと。戦略の要因分析は外部要因（顧客、競争）と内部要因（資源、技術、心理）に分けられる。

『地球のなおし方。限界を超えた環境を危機から引き戻す知恵』

デニス・メドウズ、枝廣淳子、ドネラ・H.メドウズ 著(ダイヤモンド社、2005年7月)

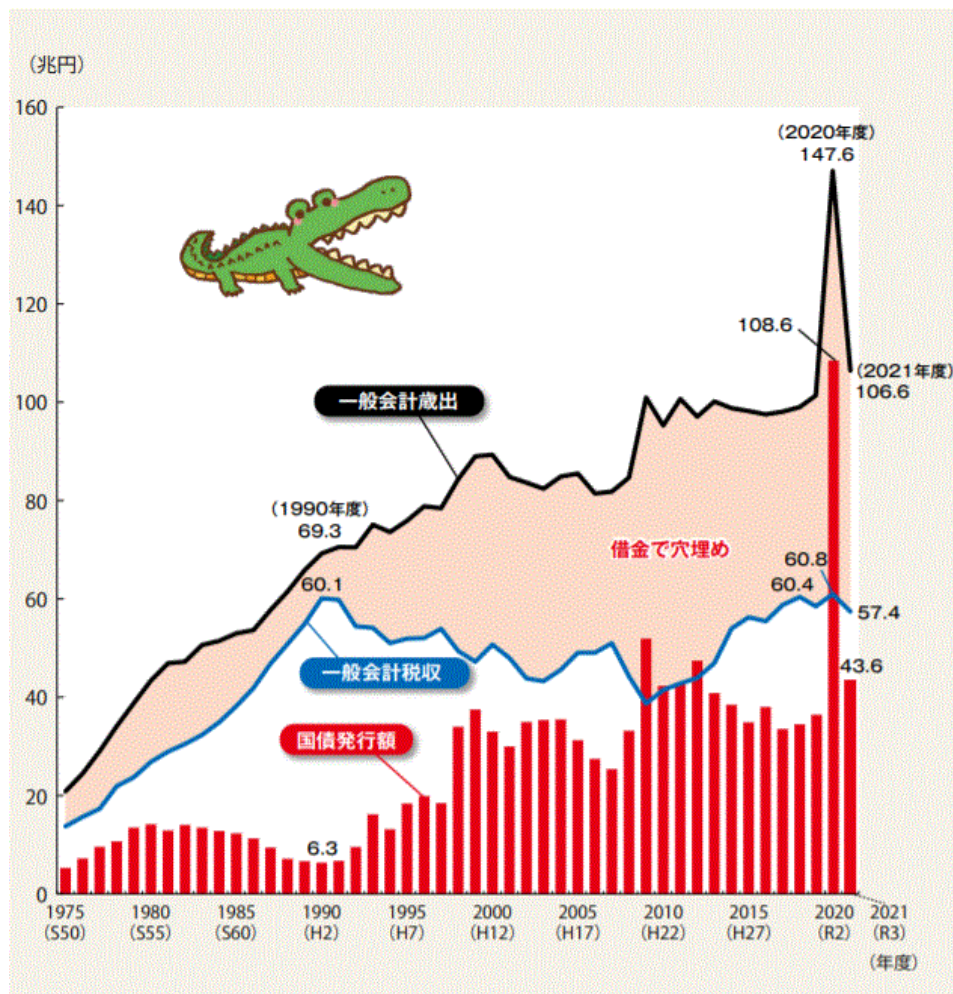
・成長の限界、人類の選択。 全体的なシステムの問題。 まさにポスト資本主義への変革が必要。 で
きごとを見て対処するのではなく、システムそのものを変えていかないと、崩壊は防ぐことができない。

・平和的な変革に向けた5つのアプローチ: ①ビジョンを描くこと、②ネットワークをつくること、③真実を
語ること、④学ぶこと、⑤美しむこと。

国債残高82兆円を「国家財政、破産の危機」と呼んだ時代があった

～財政規律はなぜ軽んじられるようになったか～

オフィス金融経済イニシアティブ (山本謙三さんのコラム)。2022年1月



『コーオウンド・ビジネス。従業員が所有する会社』

細川あつし 著(築地書館、2015年9月)

・稼いだ分だけ、会社とプロフィット・シェアする。 わかちあいの資本主義、しあわせな資本主義。 もうけが適正に従業員、社会に還元されるビジネスモデルの日本への導入を提言。

・米国では民間雇用の10%が「従業員が大株主」のコーオウンド・ビジネス。 普通のビジネスより利益も成長率も高くて、しかも社員みんながハッピー。 会社の持続性も高く、またオーナー創業者の事業承継戦略としても有効性が高い。

『なぜ若者は理由もなく会社を辞められるのか』

中野雅至 著(扶桑社、2021年9月)

・なぜ会社は若者に辞められてしまうのか。本格化する若者激減時代。日本を衰退させる若者の仕事観。生産性を上げたいならば、こまめに人材管理するしかない。これから企業に求められるのは、本当の人事であり、管理職。

・彼らの価値観を受け止めて、共存していくしかない。相手の状況を把握して、的確に判断できるリーダーが必要。「おひたし」：怒らない、否定しない、助ける、指示する。

『世界が称賛する 日本の経営』

伊勢雅臣 著(扶桑社、2017年2月)

・近年の日本企業は、欧米の株主資本主義的経営こそ最新の経営と思い込み、「三方良し」を追求する日本的経営を時代遅れと考えているよう。しかし、人間が成長する存在であることを考えれば、日本的経営の方が経済的パフォーマンスも良く、人々や社会を幸福にするパワーもはるかに優れている。

・グローバルな時代こそ、「日本的経営」が輝く！ 井深 大(日本人の創造力)。本田宗一郎と藤澤武夫の「夢追い人生」。二宮金次郎の農村復興。石田梅岩(「誠実・勤勉・正直」日本的経営の始祖)。

『未来を見る力。人口減少に負けない思考法』

河合雅司 著(PHP研究所、2020年9月)

・戦略的に縮む。今後の日本にとっての最大の課題は「人口減少・少子高齢化」。マーケットは年々縮小、企業も自治体も人材不足に陥り、一人暮らしの高齢者が激増する。

・常識を疑うこと。もうひとつは、発想すること。大切なのは、思考停止にならないこと。モノ(量)の豊かさから、暮らし(質)の豊かさへ。

『じゅうぶん豊かで貧しい社会。理念なき資本主義の末路』

ロバート・スキデルスキー、エドワード・スキデルスキー 著、村井章子 訳(筑摩書房、2014年9月)

・人を自由にするのは「所得」ではなく「財産」。現代システムを中心に巣食っているのは「モラルの低下」。幸福度というものは瞬間瞬間で変化する。大事なのはよい暮らし、よき人生であって、幸福のことは幸福にまかせておけばよい。

・経済成長が最優先目標となったのは、それ以外に目標となりうるものが残っていなかったから。資本主義とは富の創出には途方もない成果を上げたが、富の賢い活用という点では無能であった。

『経営の行動指針 土光語録』

土光敏夫 著、本郷孝信 編(産能大出版部、2009年10月)

- ・部下は上司のうしろ姿を学ぶ。上司が真剣に仕事に打ち込むことが最上の教育になる。
 - ・意思決定は、最後は勇気の問題に帰着する。幹部は勇気を持て。
 - ・60点主義で速決せよ。決断はタイムリーになせ。決めるべきときに決めぬのは度し難い失敗だ。
 - ・真のリーダーは火種のような人でなければならぬ。
-
-

中小企業の経営力を中長期的に高める『価値創造ストーリー』の可能性

南都経済研究所。2022年1月

①前提となる価値観の変化を知る。②価値起点で既存事業を見直す。③新たな価値を構想する ⇒ ④価値創造ストーリー、そして実行(試行錯誤)

イノベーション(新たな価値)実現とダイバーシティ(多様性)経営

『仕掛ける力：売れる広報の鉄則』

三井智子 著(合同出版、2021年10月)

・広報は恋愛と同じ。マニュアルのない生きた広報。売れる広報は「巻き込み力」「共感力」「アンテナ力」で仕掛ける！ 広報は人に始まり人に終わる。

・あらゆるものをポジティブに発信するのが広報。ニュースを生む仕掛けづくりは、現場第一主義から始まる。ニュース性を高めた広報で広告以上の効果を上げる。

『共感経営。「物語り戦略」で輝く現場』

野中郁次郎、勝見 明 著(日経BP、2020年5月)

・共感とは、人、モノ、金、情報に加えて、知識をもっとも重要な経営資源と位置づけ、その知識の中でも、思いや理念などを共有する“六番目の経営資源”。

・物語り戦略については、「自分はどうかしたいのか」という人間の主観や価値観が重要な意味をもち、その戦略のあり方は、きわめて人間中心的となるため、人間としての「生き方」が問われ、生きがいや働きがいを生む。

『業界メガ再編で変わる10年後の日本』

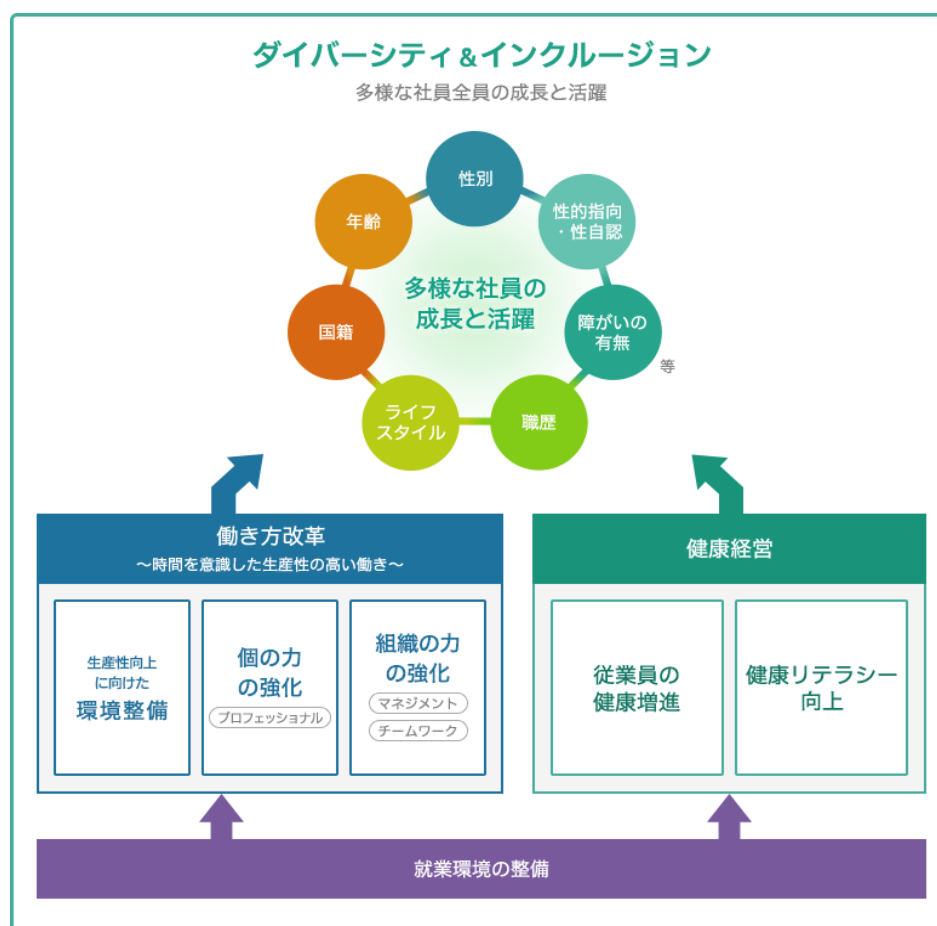
渡部恒郎 著(東洋経済新報社、2017年12月)

・「規模拡大」「競争」の時代からの脱出「業界再編時代」へ。どの業界も大手4社に集約される。「業界再編」とは、新しいビジネスへの挑戦である。

・変革の時代にますます重要になっていく経営の「志」。業界再編時代に求められるのは競争ではなく協調。あるべき姿を考え抜くことが飛躍的成長につながる。

ダイバーシティ&インクルージョン

三井住友海上



『真説・企業論。ビジネススクールが教えない経営学』

中野剛志 著(講談社、2017年5月)

・イノベーションは、共同体的な組織や長期的に持続する人間関係から生まれる。アメリカは新自由主義的改革による金融化・グローバル化が進んだ結果、生産性は鈍化し、画期的なイノベーションが起きなくなっている。アメリカに学んではいけない。

・アメリカの事例を盲信せず、自分のアタマで考えよ。イノベーションの本質とは、ある理想やビジョンに従って世界を創り変えること。短期のリターンではなく、イノベーションを起こすためのノウハウ蓄積、人材の育成、ビジョンの共有、雇用への社会貢献など。

『日本企業の社員はなぜこんなにモチベーションが低いのか』

ロッシェル・カップ 著(クロスメディア・パブリッシング、2015年1月)

・社員の企業に対する関与及び仕事への熱意を「エンゲージメント」と呼び、この向上がカギ。社員の多くは他の企業に簡単に転職できるようなスキルと思考様式を備えていない。

・労働市場における自分の価値を理解すること。キャリアの目標は自分で立てる。自分のスキル、脳力、将来性をその企業の中だけで考えることなかれ！ リーダーシップに必要な5つのスキル：協力、共感、反応性、回復力、革新。

『[新版]ブルー・オーシャン戦略。競争のない世界を創造する』

W・チャン・キム、レネ・モボルニュ 著、入山章栄、有賀 裕子 訳(ダイヤモンド社、2015年9月)

・競争の激しい市場で戦うのではなく、競争のない市場を新たに開拓していこう。相手の上を行こうとするのではなく、顧客への提供価値を飛躍的に高めて、競争を無意味にする。

・革新と実用性、価格、コストなどの調和。バリュー・イノベーションにおいては価値と革新が等しく重要。市場(お客さん)は、「ここをこうしてくれたらもっと良くなる」、「好き」、「頼りになる」といった視点から見つかるもの。

リープ・マーケティング。中国ベンチャーに学ぶ新時代の「広め方」

永井竜之介 著(イースト・プレス、2020年6月)

・日本企業が学ぶべき4つの戦略：①加点型マーケティング(出る杭は打たず、さらに伸ばす) ②未来型共創マーケティング(パートナーとつながり、未来をつくる) ③ブルーポンド戦略(小さい池ポンドを数多く作り、オーシャン(海)へと広げる) ④ブリッツスケール(高い目標を掲げ、急拡大させる)。

・オリジナル性の高い失敗のない完成品を出すことにこだわるのではなく、他社をベンチマークしながら小さく数多くアウトプットを出していくというスピード。広い視野で、柔軟に、熱意をもって、仕事に向き合う。

『GAFAに克つデジタルシフト。経営者のためのデジタル人材革命』

鉢嶺 登 著(日本経済新聞出版、2019年9月)

・デジタルシフトしない企業は生き残れない。まずは経営者のデジタルシフトから始めよ。トップが、デジタルシフトを戦略の中心に据える決意と覚悟を持つ。①「テックタッチ」を日々心がける ②自分の目、耳、足で確かめる ③情報を常にアップデートし続ける。

・デジタルシフトに必須の「デジタル人材」：①マーケター(人と社会のニーズに応える) ②テクノロジスト(デジタル技術で価値を生み出す) ③クリエイター(ユーザーとの接点の品質や魅力を上げる) ④ビジネスプロデューサー(収益構造を設計)。

『資本主義の預言者たち。ニュー・ノーマルの時代へ』

中野剛志 著(KADOKAWA、2015年2月)

・「高失業率と低成長」が常態化する時代ニュー・ノーマル到来。5人の経済学者が預言する21世紀とは？ 今こそ求められる均衡、「資本主義」を再考する。

・企業の寡占が進み、格差がますます拡大し、営利重視で市場に任せる社会。金融市場が誕生し実体経済(産業)と分裂してしまった資本主義は、本質的に不安定で必ず危機を招く。

『世界のトップデザインスクールが教える デザイン思考の授業』

佐宗邦威 著(日本経済新聞出版、2020年12月)

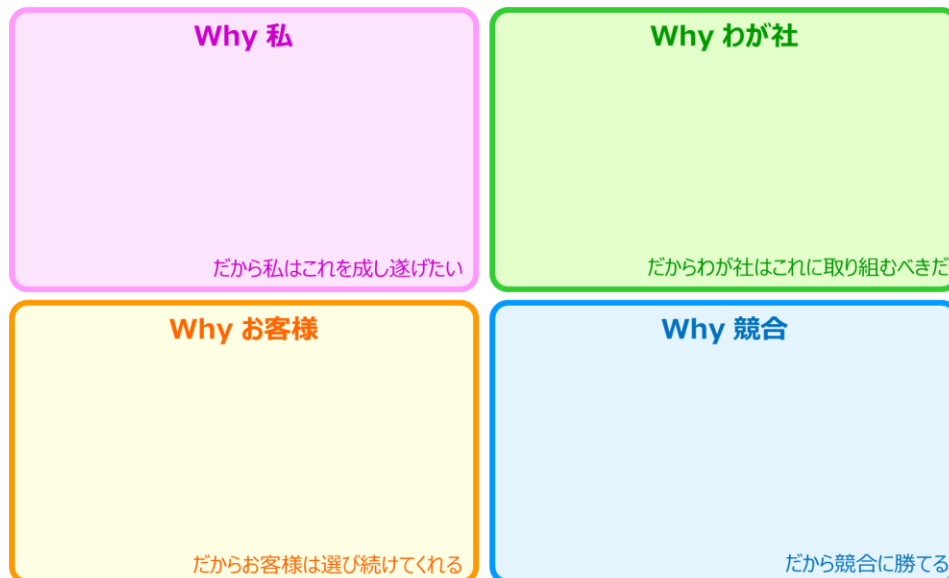
・デザイナーから学ぶ新たな切り口。デザイン思考は幸せに生きるためのライフスキル。デザイン思考の5つのステップ: ①共感、②課題設定、③アイデア発想、④プロトタイプング、⑤検証。

・イノベーションを担う3つの輪: ①構想(デザイン): 人間にとって望ましい姿を構想する ②実現(エンジニアリング): 再現性をもって実現することを可能にする ③商売(ビジネス): 社会にとって影響力を広げていく商売の仕組みをつくる。3つの輪の協働でイノベーションが起こる。

【CS向上を科学する】事前期待の的を絞り込む4つの問い

～事業成長のストーリーを込める～

松井サービスコンサルティング(代表 松井拓己さん)。2022年3月)



『【図解】トヨタの片づけ』

OJTソリューションズ 著(中経出版、2013年11月)

・5S(整理、整頓、清潔、清掃、しつけ)。【整理】いるもの、いらないものに分けていらないものを捨てること。【整頓】必要なものを、必要な時に取り出せる状態を作ること。

・【清掃、清潔】整頓された状態を維持し、綺麗にすること。掃除は雑務ではなく、仕事の一部。
【しつけ】整理・整頓・清掃・清潔のルールを守らせること。これらの徹底によってあらゆる無駄を減らすことができる。

『絆徳経営のすゝめ ～100年続く一流企業は、なぜ絆と徳を大切にするのか？～』

清水康一朗 著(フローラル出版、2022年1月)

・絆徳(ばんとく)経営。日本人が大事にしてきた和の精神で「絆」を結び、「理念」と「経済合理性」を両立。お客様、社員、社会の三方に対してよいことを実践し、絆を結ぶ。それだけで組織は強くなり、より高い次元で理念と経済合理性を達成できるようになる。

・これからの最強の資産は「絆」。5つK：相手が求める企画を立て、きっかけを提供し、関係を構築し、感動を届け、絆を作る。マーケティングとはお客様をよりよい未来に導くこと。

『数値化の鬼。「仕事ができる人」に共通する、たった1つの思考法』

安藤広大 著(ダイヤモンド社、2022年3月)

・数字がすべてではない。ただ、数字を無視して成長した人は誰1人としていない。いったん、数字に強くなれ。営業で成果を上げるために必要なことは、営業における行動を数値化する。

・客観性。共通言語として数字を用いれば、認識の差がなくなる。ただし確率や平均の“数字の罠”には気を付けないといけない。

『経済学は人びとを幸福にできるか』

宇沢弘文 著(東洋経済新報社、2013年10月)

・経済学だけでは、人間は幸せにならない。市場メカニズムや効率性の重視に偏った考え方を批判。経済とは経世済民、大衆を幸せにすること。人間の尊厳や自由を大切にしたい経済社会の構築。

・効率性と人間性。社会的共通資本(自然環境、社会インフラ、制度)は市場原理で運営されてはならない。安易な民営化は悪。自由経済の富を求める世界ではなく万民が心豊かに生きられる世界。

『amazonのすごい会議：ジェフ・ベゾスが生んだマネジメントの技法』

佐藤将之 著(東洋経済新報社、2020年9月)

・無駄な会議がない。無駄な出席者もない。だから、すぐに決まる！アイデアが湧き出る！プロジェクトが進む！

・パワーポイントではなくワードを使用。1枚のレジメで俯瞰的に全体を把握し、残りの6枚で詳細を確認する。企業理念が社員に浸透しているという前提があって初めて成立しているため、会議方法のみを自社に適用してもうまくいかない。

『雇用身分社会』

森岡孝二 著(岩波書店、2015年10月)

・派遣はいつでも切られる身分。パートは賞与なし、昇給なしの低時給で雇い止めされる身分。正社員は時間の鎖に縛られて「奴隷」的に働か、リストラされて労働市場を漂流する身分。こんな働き方があっていいのか。制度的に解消、解決しなければならない。

・正社員と非正規社員の能力差が2倍あると言う事実はない。社会に出る時にレールに乗れたか否かの差である。だが、この点では、世間の見方は優しくない。社会全体で考えるべき問題。

『なぜ戦略の落とし穴にはまるのか』

伊丹敬之 著(日経BP、日本経済新聞出版、2022年4月)

・「不都合な真実を見ない」「大きな真実が見えない」「己を過大・過小に見てしまう」「似て非なることを間違える」「現状と予算にこだわる」「絞り込みとメリハリが足りない」「事前の仕込みが足りない」「段階を追った流れの設計がない」「現場の心理と学習へのインパクトが小さい」等。

・「志」「ビジョン」といった哲学、「洞察力」「構築力」といった現場的能力を備えろ。敵を欺くために新珍奇も有りだが、理にかなった論理性に立脚していることが前提。

『資本主義の方程式。経済停滞と格差拡大の謎を解く』

小野善康 著(中央公論新社、2022年1月)

・成熟経済ではモノは十分すぎるほど行き渡っており、おカネは消費ではなく貯蓄(資産選好)に回る。だから成熟経済ではいくらおカネをバラ撒いても消費は増えない。

・「格差拡大」は金持ちほどカネが惜しく、資産保有欲が増大するため、カネを消費に回さず、さらにデフレによって資産が増大していく。貧しい人はモノを手に入れるため消費にカネを回す必要があり、なかなか資産を増やせない。

『「いい会社」のよきリーダーが大切にしている7つのこと』

瀬戸川礼子 著(内外出版社、2017年11月)

・儲けるために働くんじゃない、幸せになるために働こう。現実生きるよきリーダーたちの哲学。だからこそ、業績も人も成長し続けている。

・「数字」より「心」を、「スピード」より「順番」を、「満足」より「感動」を、「威厳」より「笑顔」を、仕事に「感情」を、「率先垂範」せず「主体性」を、「効率」より「無駄」を。

『日本の社会保障』

広井良典 著(岩波書店、1999年1月)

・公私の役割分担。社会保障の目的は社会的に悩みのない状態を実現すること。医療、年金、福祉のバランスが非常に悪く、是正の必要性。環境親和的な福祉社会を目指す。

・社会保障の役割は「リスク分散」と「所得の再分配」。医療、年金、福祉にわたる各々の分野の公私の役割分担のあり方を明らかにしながら、社会保障全体の最終的な将来像についての「基本的な選択肢」を示し、議論を深めていく作業を行う。

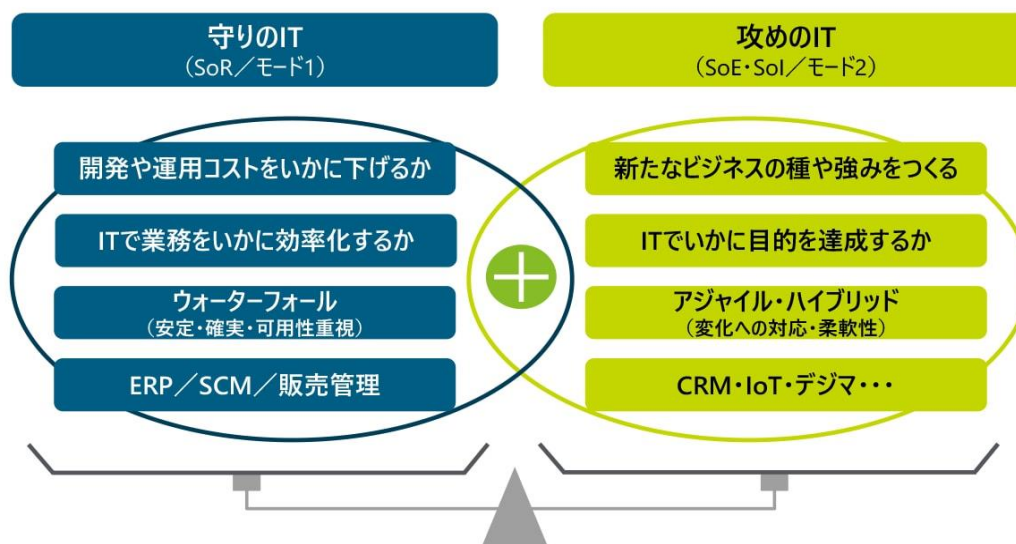
“真のDX”を実行・実現するために

続・モビリティ革命2030 DX編

デロイトトーマツ（桐井健之さん）。2021年12月

変革の担い手となるデジタル組織・人の獲得

図2：二つのITの流儀とバイモーダルIT



『みんなでアジャイル。変化に対応できる顧客中心組織のつくりかた』

Matt LeMay 著、及川卓也／まえがき。吉羽龍太郎、永瀬美穂、原田騎郎、有野雅士 訳（オライリージャパン、2020年3月）

・アジャイルの3つの原則：「顧客から始める」「早期から頻繁にコラボレーションする」「不確実性を計画する」。自分たちの北極星を見つける。

・3つの問い：①チームや組織が将来になりたい状態は？（ゴール）②チームや組織の現在の状態は？③将来になりたい状態になれないと思う理由は何か？

『アジャイル開発とスクラム 第2版。顧客・技術・経営をつなぐ協調的ソフトウェア開発マネジメント』

平鍋健児、野中郁次郎、及部敬雄 著（翔泳社、2021年4月）

・ソフトウェア開発手法「アジャイル」と、その手法の1つである「スクラム」。ソフトウェア開発に自律分散組織を適用する試み。お互いに絶え間なく対話しながら課題や成果を共有し合う。

・イノベーションというのは、言うなれば「思いの実現」。いつ、誰が、どんなメリットを享受できるかを捉え、そこに向かってプロジェクトを推し進め、正しい判断を積み上げていく、その実践知。

スクラム(Scrum)：複雑な問題への適応型ソリューションをチームで開発し価値を生み出すための軽量級フレームワーク。ソフトウェア開発手法の一つ。

『スクラムチームではじめるアジャイル開発』

西村直人、永瀬美穂、吉羽龍太郎 著(翔泳社; 増補改訂、2020年5月)

・scrumの本質は、学びの仕組み：①目標設定 ②タスク分割と優先順位付け ③時間の意識を持つ ④判断基準の明確化。未来はすべて決められないことを前提に、しなやかにゴールに到達するチーム運営。そして、目的ゴールにワクワクすることが大事。

・スクラムは改善の旅の出発点。まず問題に気づく。機能や要求を並べ替える。短く区切って繰り返す。もっとうまくできるはず。失敗は恐るに足らず。失敗から学ぶ。

『採用に強い会社は何をしているか。52の事例から読み解く採用の原理原則』

青田 努 著(ダイヤモンド社、2019年4月)

・いい人材とどう出会うか(募集・応募)、選考でどう見立てるか(選考・面接)、結ばれた(内定・クロージング)内定者に辞退されないためにどうするか。

・人事にとって重要な3つの問い：自社の事業はどうすれば成長するのか？ どのような組織能力が必要となるのか？ 採用は人事施策の一つに過ぎない。人事の役割は「経営に資す、事業に資す」。

『イノベーションの競争戦略：優れたイノベーターは0⇒1か？ 横取りか？』

内田和成 著 編(東洋経済新報社、2022年4月)

・イノベーションとはいかに顧客の行動変容に至るかの競争。顧客の価値観や行動を変え、次世代の社会の常識を創ることで、自らがゲームチェンジャーとして新しい市場やビジネスモデルを創造することができる。競合他社に対する圧倒的な優位性を築くことができる。

・技術革新ではなく顧客の行動を変化させることをゴールとして取り組む。イノベーションの競争戦略とは、顧客の行動を引き起こし、市場における優位性を築くこと。

『シェアド・リーダーシップ。チーム全員の影響力が職場を強くする』

石川 淳 著(中央経済社、2016年11月)

・リーダーシップをシェアするという考え方。職場の誰もが必要ときにリーダーシップを発揮する状態を「シェアド・リーダーシップ」といい、モチベーションや職務満足、業績を高める。

・持論を鍛える。みんなが自分の強みを活かす。分化と統合の実現。目標にむかって主体性を持って行動、発言をしていく環境が重要。リーダーシップは特別な人だけが発揮するものではなく、全員が発揮できる。

ウェルビーイングな社会を実現するハピネスマネジメント

EY 新日本有限責任監査法人(矢野和男さん/日立製作所 フェロー。
(株)ハピネスプラネットCEO)。2022年1月

・変化が変化を生み、加速する「予測不能な社会」に立ち向かう。自ら未来をつくるのに必要なのは「気づく力」。従業員が幸せになると企業価値が高まる。

・「予測不能な変化に立ち向かう4原則」①実験と学習を繰り返す ②目的にこだわり、手段にはこだわらない ③自己完結的な機動力を持つ ④前向きな人づくりに投資する。

『東大連続講義 歴史学の思考法』

東京大学教養学部歴史学部会 編(岩波書店、2020年4月)

・歴史を、成長モデル(一度かぎりの歴史)と周期モデル(くり返す歴史)に大別。歴史学的なものの見方・考え方を身につけ、物事を長期的な視野で見る姿勢を養うのを目的としている。

・「自らの歴史像を提示すること」の重要性。過去から/過去を思考する。地域から思考する。社会・文化から思考する。現在から/現在を思考する。

『ロシア・ウクライナ戦争と日本の防衛』

渡部悦和(元陸将)、井上 武(元陸将)、佐々木孝博(元海将補)著(ワニブックス、2022年6月)

・「ロシアはなぜ失敗しているのか」「何が勝敗を分けているのか」「新しい戦争とは何か」「日本が学べるべき教訓は何か」。サイバー空間の戦い、情報の戦い(偽情報と対偽情報)、ネットワークの戦い、市民参加(市民が情報を提供)の戦い、というように「全領域」での戦いが行われている。

・日本が教訓とすべきこと:「国家指導者のありかた」「国民と国家防衛の意識」「強い国家とは何か」「日本人の極端な軍事アレルギー」「弾道ミサイルへの対応」「軍民一体の作戦の必要性」「日本は市街戦に対応できるのか」。

編集・発行 (同)ドンマイ(快便研究所)

熊本県八代市長田町2900-2

eメール:info@donmai88.com

HP「合同会社ドンマイ」で検索

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。

年間購読料: 会社、自治体、経済団体等 1万円(税込)

個人の場合は、職場の上司に相談のうえ、組織購読をお願いします。