

「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』）

NO.37 2022年4月

## 仕事とイノベーション

ビジネス、地域活性化の3要素「考え方、構想力、行動力」

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

### 『未来への決断。大転換期のサバイバル・マニュアル』

P.F.ドラッカー 著、上田惇生、林 正、佐々木実智男、田代正美 訳(ダイヤモンド社、1995年9月)

・未来を迎えるためにはどうしたらよいか。今日の変化を解釈し、何を、なぜ、いつ、いかに行うべきかを知ることである。情報は集めるものではなく、使うもの。これからは、分析よりも知覚が重要になる。

・本来あるべきである社会保障や福祉は、平等のための金銭的な権利を得ることではなく、能力や誇りを取り戻し市民社会に復帰するための足掛かりでなければならない。

### 『スクラム。仕事が4倍速くなる“世界標準”のチーム戦術』

ジェフ・サザーランド 著、石垣賀子 訳(早川書房、2015年6月)

・計画は最初から固めるな。チームは最大9人まで。多機能なチームを作れ。肩書は捨てよ。仕事は「スプリント(優先順位と期間)」に分割せよ。スプリントの最後には成果物を出せ。

・仕事はストーリーでとらえよ。タスクは付箋で管理せよ。毎日の会議は15分で強制終了。会議では3つの質問だけ聞け。マルチタスクは厳禁。仕事をしすぎるな。無駄は「罪」である。

### 「安いニッポン」が日本復活の起動力に

資本市場研究会(武者リサーチ 代表 武者陵司さん)。2021年12月

・日本の初任給は新興国並みになった。日本の技術者給与は中国以下。日本の賃金抑制は円高のせい。賃金が円高デフレの犠牲にされた。「安いニッポン」をどのようにして是正するのか、①円高誘導か、②賃金上げか。

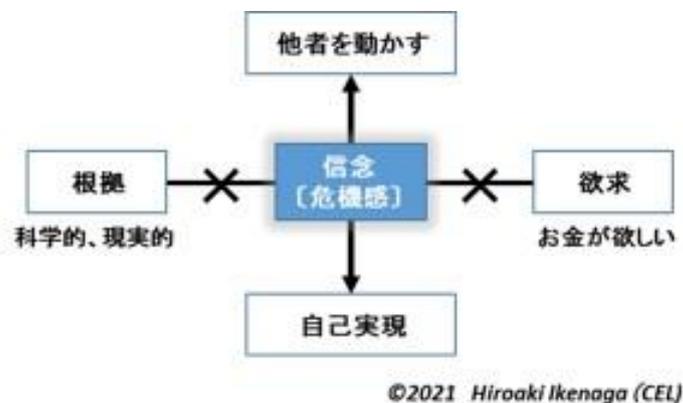
・世界一「高いニッポン」が凋落の起点であった。「安いニッポン」はいいこと。日本凋落の根本原因は明確に、価格競争力の低下であり、「高いニッポン」と円高がそれを引き起こした。

## 日本の時計を動かす「戦略」(中)

エネルギー・文化研究所 顧問 池永寛明さん。日経COMEMO 2021年10月27日掲載

「信念」が日本の時計を動かす。

「これからこうなる」「これでいこう」と断定的に語る人がでてこないといけない。

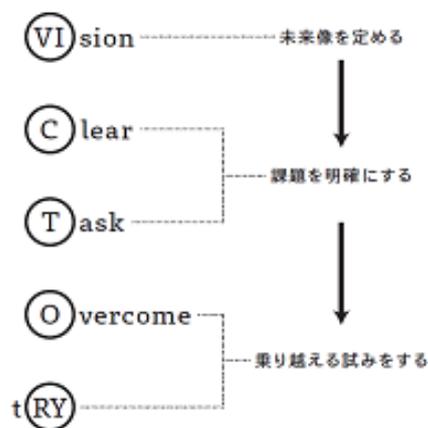


## 『社長のワンマンチーム会社からワンチーム会社へ。年商30億円超え組織をつくる One Team Meeting』

佐々木啓治 著(セルバ出版、2021年5月)

- ・社長のワンマン会社は「社長が組織を引っ張る」という組織構造である場合が多い。
- ・しかし、社長が最前線に立たずとも成長する会社であるワンチーム会社になるためには、「ビジョンが組織を引っ張る」という組織構造にする必要がある。
- ・勝てるチームをつくる【VICTORYステップ】

勝てるチームをつくる【VICTORYステップ】



## 『予測マシンの世紀。AIが駆動する新たな経済』

アジェイ・アグラワル、ジョシュア・ガンズ、アヴィ・ゴールドファーブ 著、小坂恵理 訳(早川書房、2019年2月)

- ・AI(人工知能)の持つ根本的な役割は「予測」を安上がりに実行すること。
- ・一方、AIはデータが少ない領域や例外的な処理は不得意であり、さらには予測以外のタスク(判断や行動)についても、その大半は汎用的なスキルを持った人間が担うので、人間は機械によって駆逐されるのではなく、それぞれの得意分野によって分業することが可能。

## 『経営に終わりはない』

藤沢武夫 著(本田宗一郎と二人三脚で世界のホンダに育て上げた名経営者。文藝春秋、1998年7月)

・ある特定の人が為替をいじって1億円儲けたとすると、コツコツ働いて少ない利益しかあげられない多くの人たちは情熱を失ってしまう。儲けるならみんなの働きで儲けるのだ。苦しんでも皆が誇りを持てるほうが大切だ。本業以外で儲けることはやらない。社長が苦しいときに従業員も苦しむのが大切。

・人間を判断するときは、まずはその人の家庭をみる。人と人を結びつけるのは信頼感であり、その基本は家庭にある。家庭を大事に出来ない人はダメだ。家庭も経営も芸術だ。

## 中小企業の5割、DXは「経営課題」。実際に「取り組んでいる」企業は1割に満たず

大阪シティ信用金庫(中小企業におけるDXの取り組み状況)。1,335社が回答。2021年12月

・取り組み目的は、①業務プロセスの改善(業務の効率化や生産性の向上) ②(各種データの活用による)商品・サービスの開発 ③ビジネスモデルの変革。

・取り組み内容は、①オンライン営業(商談・取引・販売) ②ペーパーレス化、③キャッシュレス化、④各種データベース活用、⑤テレワーク。

## デジタル人材化計画 ～マインドと組織文化変革によるDX人材育成～

NTTデータ。2021年12月

・デジタルの知識が足りずに、目指す方向性が統一できていなかった。自分たちが携わる仕事は全てDX。一人ひとりが自分事化。知識の習得、マインドの変革。

・デジタルを使う＝DXではない。X、トランスフォーメーションが重要。つまり変革を起こす部分。お客さまと一緒に課題を考え、解決策を提案する。顧客満足度も向上。

## 『ニューコンセプト大全。仕事のアイデアが生まれる50の思考法』

電通Bチーム 著(KADOKAWA、2020年7月)

・新しいことは常に、裏から、小さくはじまる。ある時は「個人的」。ある時は「壁」を越える&壊す。「逆」に行く。「既存」を最高に生かす。物語で試作。

・自分の足で歩いてイノベーションを起こす。プロセスを入れ替える。それだけで意外な発想が。予定調和を脱する。大前提を忘れる。本当の価値は大前提とは別のところに。

## 『すべての仕事は「問い」からはじまる。たった1秒の「問題解決」思考』

大嶋祥誉 著(SBクリエイティブ、2016年10月)

・なぜ？を繰り返していきながら、深掘りしていく。すべての仕事において、「その仕事の本質は何か」「その目的は何か」を意識しておくことは非常に大切。

・人生の質を高める問い。Howばかりを問うと、本質的な問題の解決にならない。Where(問題のありか)、Why(原因)、How(対策)それぞれで問いを立ててみる。

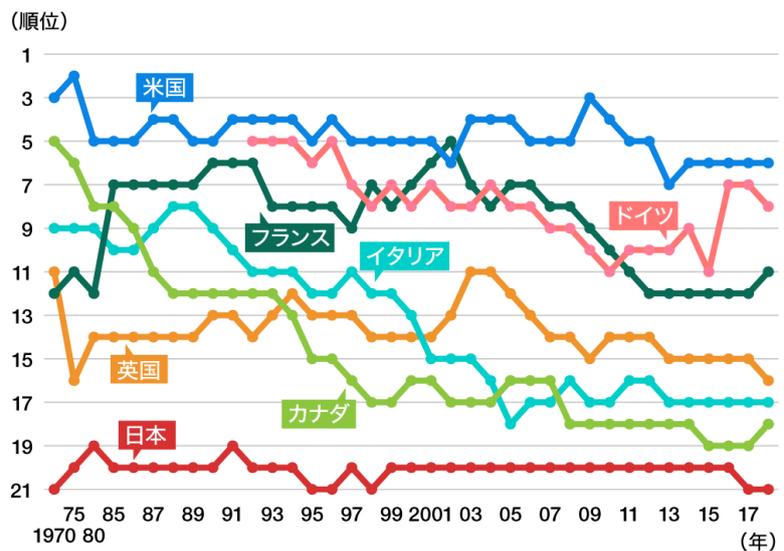
## 日本の生産性、経済協力開発機構(OECD)加盟38カ国のうち23位

先進7カ国(G7)中では70年以降最下位が続いている。

米国(8282円)の6割(5086円)の水準で停滞。賃金を上げるには生産性の引き上げが必要

日本生産性本部発表。2020年の労働生産性の国際比較。2021年12月

### G7諸国の時間当たり労働生産性の順位の変遷



出所：日本生産性本部

nippon.com

## 『アフリカ。人類の未来を握る大陸』

別府正一郎 著(現役NHK特派員。集英社、2021年2月)

・2050年、アフリカ大陸の人口は25億人に迫り、世界の4人に1人が「アフリカの人」と言われている。人口激増は食糧問題や経済発展、環境破壊に大きな影響を及ぼす。

・つまり、人類全体の未来は、アフリカを抜きには語れないということ。そのアフリカは、経済発展している一方で、砂漠化、飢餓、貧困、紛争など、グローバル資本主義の矛盾も多く抱えている。

## 『アフリカ経済の真実。資源開発と紛争の論理』

吉田 敦 著(筑摩書房、2020年7月)

・豊富な資源があっても、国民のほとんどが貧しい。 外資が開発をしても、豊かになれない。そして、終わりなき紛争と大量の難民……。 アフリカは、これから発展する「希望の大陸」ともいわれるが現実とは違っており、その貧困には日本を含めた先進国の人々も大きく関わっている。

・強者(先進国、権力者、テロ組織)に収奪される豊かな資源と困窮する民衆。 グローバル経済の負の側面。 我々日本人もアフリカの「病」の原因をつくっている、という視点を持つ必要がある。

---

---

### 『人口戦略法案 人口減少を止める方策はあるのか』

ここ2、3年に手を打たなければ日本人1億人維持は難しくなる

山崎史郎 著(元内閣官房地方創生総括官・前駐リトアニア特命全権大使。日本経済新聞出版、2021年11月)

・人口は国力の源である。 人口問題に「即効薬」はない。 子どもを生み、育てるのは社会全体の責任。 不妊治療と妊娠前ケア、結婚支援が重要。 複眼的思考が求められる移民政策。

・海外のシンクタンクは、いずれ日本は1億人を割り、「小国」へ向かっていくと予測する。 そして日本人は「小国として生きるすべを学ぶ」道を選び、「感情を表さずに優雅な冷静さを保ちながら、消えゆく村落や国富の減少を淡々と受け入れる」、この国の将来像を描く。 ダリル・ブリッカー、ジョン・イビットソン著『2050年世界人口大減少』(文藝春秋、2020年)

---

---

### 『本当のブランド理念について語ろう。「志の高さ」を成長に変えた世界のトップ企業50』

ジム・ステンゲル 著、川名 周／解説、池村千秋 訳(CCCメディアハウス、2013年1月)

・世界を良くする、人々の暮らしを良くする。 人間の5つ基本的価値：①喜びを感じさせる ②結びつくことを助ける ③探究心を刺激する ④誇りをかき立てる ⑤社会に影響を及ぼす。

・「ブランド理念の木」(5つのルール)：①ブランド理念を発見する ②企業文化を構築する ③理念を伝達し、共有する ④理念に沿った顧客体験を提供する ⑤理念に照らしてビジネスと社員を評価する。

---

---

### 『新しいキャリアデザイン。ニューノーマル時代をサバイブする』

見舘好隆／著、監修、保科学世、牛山佳菜代、奥村命子、佐野 達、高中公男、永川幸子、森部昌広、柳田健太 著(九州大学出版会、2021年3月)

・重要な5つのキャリア原則： マインドセット。 エクスペリエンス(これまでになかった体験)。 リーダーシップ。 データ。 スキル。

・新時代に必要な8つのスキル： セルフマネジメント。 経験から学ぶ力。 問いを立てる力。 ロジカルシンキング。 クリエイティブシンキング(枠組みにとらわれない自由な発想)。 異文化理解力。 自らを発信する力。 グリット(やり抜く力)。

---

---

### 『雑の思想。世界の複雑さを愛するために』

高橋源一郎、辻 信一 著(大月書店、2018年11月)

・雑談・雑音・雑学・雑種・雑用・複雑・煩雑・粗雑・雑煮・雑誌……。現代社会が否定してきた「雑」の中に、多様性や民主主義の根があり、市場主義や「生産性」に代わる価値観の手がかりがある。

・「雑」を捨てざる危険性。生きること自体が雑である。教育は3つのH: ヘッド(Head)、ハート(Hear t)、ハンズ(Hands)のバランスが大切だがヘッドに偏っている。経済の全体像(カール・ポランニー)は「互酬性」「再配分」「市場交換」。

## 『バリューサイクル・マネジメント。新しい時代へアップデートし続ける仕組みの作り方』

沢渡あまね 著(技術評論社、2021年5月)

・マネジメントキーワードを「点」ではなく、「面」で捉えて立体的に解決する。問題解決には組織内外のコラボ(協働)が不可欠。聖域などない。すべてのプレイヤーが正しく変わる、アップデートする。それが改革や変革の本質。

・アップデートとコラボがキーワード。小さな変化を起こすことはできる。それがまわりの人たちの共感や賛同を生み、徐々に大きなうねりになり、世論になる。それが世界を動かす原動力になる。

## 『CHANCE チャンス』

犬飼ターボ 著(飛鳥新社; 文庫。2017年12月)

・あなたはビジネスで成功したいのですか? それとも人生で成功したいのですか? 成功する自分になるとは成功する器になる。成功する性格になる。成功する取捨選択をしると言うこと。

・どんな人も成功者として生まれている。成功者になるのではなく、成功する自分になったとき、初めて自分が成功者だったと気づく。生きている「素晴らしさ」。挑戦し、たとえ失敗しても恥ずかしいことではない!

## 『心理的安全性の作り方』

石井遼介 著(日本能率協会マネジメントセンター、2020年9月)

・個性を輝かせ、チームで学び成長する。「心理的安全性」とは、チーム全体の成果に向けて「率直な意見」「素朴な質問」「違和感の指摘」が気軽に言い合える状態を指す。新しい視点や個性は大歓迎。

・「チーム」には心理的安全性を、「メンバー」には心理的柔軟性を。結束したチームが良いとは限らない。大切なのは「長期的な」行動。誰しも「チーム(会社)を変えた歴史上の人物」になれる。

## テレワークのメリット

ITmedia ビジネスオンライン(NTTドコモモバイル社会研究所調べ)。2021年12月

①通勤時間を有効活用できるようになった ②家族との時間が増えた ③上司に会わなくていい

デメリット: ①仕事と仕事以外の切り分けが難しい ②他の人が何をしているのか分からない ③業務遂行にあたって対面でないので相談しにくい ④テレワークではアクセスできない情報がある

---

---

### 『転職と副業のかけ算。生涯年収を最大化する生き方』

moto(戸塚 俊介) 著(扶桑社、2019年8月)

・終身雇用は終わり、これからの時代をどう生きるか。本業、副業、転職。すべてをリンクさせて「かけ算」、生涯年収を最大化する。

・会社員を続けながらスキルを磨く。稼ぐ力は、簡単には育たない。自分の市場価値(独自性)を考えて行動せよ。思考停止に陥らない。問題や挫折に直面しても簡単にはあきらめない。

---

---

### 『世界のマーケターは、いま何を考えているのか?』

廣田周作 著(クロスメディア・パブリッシング、2021年11月)

・物語によって、商品の価値は変わる。価値観が多極化する中で、いかに共感されるか。ユーザー一人ひとりが、「主人公」になる時代。自分で自分のブランドをつくる。

・マニフェストのように未来を語れ。「正しさ」よりも、ユニークさと個性が共感を集める。世界を変えるテックこそ、「現実」を語れ。対話と問いを繰り返す中で、意味はつくられる。

---

---

### 「不可能とは、可能性だ。不可能など、何でもないのだ」 モハメド・アリ

「成功は偶然の出来事ではない。勤勉、忍耐、練習、研究、謙虚。そして何よりも愛情が必要である」 ペレ(元サッカー選手)

「準備しておこう。チャンスはいつか訪れるものだ」 エイブラハム・リンカーン

「人生の中でなんどもなんども繰り返し私は失敗した。それが私が成功した理由だ」 マイケル・ジョーダン

---

---

### 『最強組織をつくる人事変革の教科書』

デロイトトーマツ コンサルティング 著(日本能率協会マネジメントセンター、2019年12月)

・人事は企業と世界を変えていくことができる。人事は「従業員一人ひとりの世界」に影響を与える。人事 4つの機能不全: 「独りよがり」人事。「成り行き」人事。「管理者」人事。「アナログ」人事。

・人事の人事が不在。抵抗勢力は2:6:2の法則では捉えられず、想像以上に多い。人事の顧客は誰か。その顧客は人事に何を期待し、どんなサービスを求めているのか。

## 『組織が変わる。行き詰まりから一步抜け出す対話の方法2 on 2』

宇田川元一 著(ダイヤモンド社、2021年4月)

・組織にはびこる【慢性疾患】は、どうして、なくなるのか。問題解決型リーダーに一番大事なものは「自分もその問題の一部である」と気づくこと！「組織を変える」でなく「組織が変わる」。

・こんな状況を変えるには「対話」が必要。4人1組で行う、新しい対話の方法「2 on 2」。人の力を借りられるようになる。ひとりで悩まなくなる。上司と部下が協力し合える。

## 『戦略の地政学。ランドパワーVSシーパワー』

秋元千明 著(ウェッジ、2017年8月)

・世界は今、戦争でも平和でもない、グレーな時代。地域紛争の多発、国際テロの激化、中国やロシアの拡張主義。そして、ポピュリズム(大衆迎合主義)の昂揚による民主主義の危機など、平和と戦争のはざまにある不確実な時代が現代。

・世界の警察官を返上した米国。ウクライナに固執するロシア。海洋進出を進める中国。オーストラリアの孤独。新たな同盟を模索する日本。本格化する日英協力。「ネットワーク型の同盟」へ。



## 『盾と矛。2030年大失業時代に備える「学び直し」の新常識』

ロバート・フェルドマン、加藤 晃 著(幻冬舎、2021年9月)

・「繰り返し」の仕事は消滅する！ 新たな時代のニーズを掴め。人生100年時代と「一所懸命」モデルの崩壊。盾(守り)と矛(攻め)。知識やスキルのアップデート=学び直しが必要。学び続けられないものは生き残れない。

・DXの本質は、ビジネスモデル変革。DXによって学んだことの賞味期限はどんどん短くなる。AIとDXを自分の言葉で語れるようになろう。

## 円高、円安。円安は家計を圧迫

### 円高=円が高い事 円安=円が安い事



fx-zukan.com



www.lfx.jp



www3.nhk.or.jp



www.jiji.com

## 円の実質実効為替レートの歴史的な低下の意味

～購買力平価による水準評価から考える円相場の現在地～

国際通貨研究所 経済調査部 上席研究員 橋本将司さん。2021年12月

実質的な所得の伸び悩みに加え、過大評価であった円(実質円相場)が調整されたことも要因。貧しくなった日本?と円安。円の実質実効為替レートの平均回帰の可能性は低い。

## 『Amazon Mechanism (アマゾン・メカニズム)。イノベーション量産の方程式』

谷 敏行 著(日経BP、2021年11月)

- ・ベンチャー起業家の環境×大企業のスケールー大企業の落とし穴＝最高のイノベーション創出環境
- ・「普通の社員」たちを「起業家集団」に変えるための仕組み。失敗と人事評価を分け、チャレンジし続けられる環境づくり。大切にしてきた価値観は「顧客中心」「発明」「長期思考」。

## 『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)

・答えのない時代の必修科目【デザイン】。デザイン思考は幸せに生きるためのライフスキル。新しいことを生み出す6つの感性：①デザイン、②共感、③物語、④遊び心、⑤調和、⑥意義。

・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きる

## 『お金をかけずに今日から繁盛店にする新発想 ゼロコスト集客術』

勝田耕司 著(秀和システム、2019年7月)

・繁盛店には目には見えないけど、お客様が心地よく感じる透明資産がある。透明資産の元は、“ころ”。透明資産をつくれるかどうかは”ころ”の使い方できまる。だから、お金がかからない。

・重要要素として、**Q**クオリティ、**S**サービス、**C**クレンリネス(清潔さ、衛生)、**A**アトモスフィア(空気、雰囲気)、**V**バリュー、**M**メディア。加えて**P**プライス、**T**タイム。

## 『《新装版》第3巻 販売戦略、市場戦略』

一倉 定 著(日本経営合理化協会出版局、2017年7月)

・販売なくして事業なし。成果は顧客によって得られる。「天動説」(自己本位)を捨てよ。販売は社長の役割。自らの商品は自ら売る。開拓営業は社長の役割。「相手を儲けさせる」ことこそ、我が社の儲けを増大させる道。

・販売ツールは時代によって変化するが、販売という営みを支える「思想」は不変。この思想こそが「戦略」。マーケティングとは「顧客の要求とは何であるかをつかむこと」。

## 『組織は「言葉」から変わる。ストーリーでわかるエンゲージメント入門』

黒田天兵 著(朝日新聞出版、2020年2月)

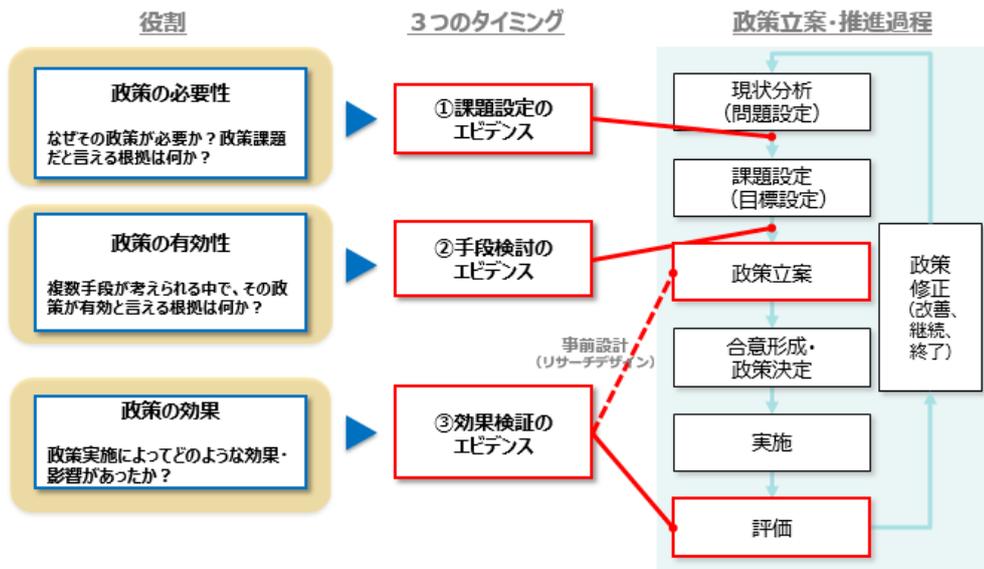
・エンゲージメント＝「誰か・何かに貢献しようとする志」。ビジョン・ミッション(パーパス)・バリュー。社員の主体的な創造性を引き出し、成果に直結する働きがいを生み出す。

・強い組織＝言葉づくり・浸透活動・相互理解。 熱意が人を組織を変える。 WHYを軸に個人・組織の存在価値を定義(言語化)する。

## EBPM促進のための「3つのエビデンス」の理解

EBPM(エビデンスに基づく政策立案)、エビデンス(証拠・根拠)

みずほリサーチ&テクノロジーズ(森安亮介さん)。2021年7月



## マネジメント[エッセシャル版] - 基本と原則

ピーター・F・ドラッカー 著、上田惇生 訳(ダイヤモンド社、2001年12月)

・「変化」のときこそ、「基本」を確認しなければならない。 企業の目的は社内にはなく、あくまで外部の顧客の欲求から掘り起こすもの。 不確実な未来に対して、「リスクを取って」今ないうる決断をしていくことこそが戦略。

・マネジメントの役割は成果を上げること。 組織とは一人ひとりの人間に対して、何らかの貢献を行わせ、自己実現させるための手段である。

## 『原則中心。 会社には原則があった!』

ジェームス・スキナー 著(キングベアー出版、2014年11月)

・人の行動はすべて、ニーズを満たすためにある。 経営の王道: 生きること、愛すること、学ぶこと、貢献すること。 あなたの会社には魂はあるのか?

・お金の力だけではファンは生まれない。 やる気のなさで発生する損失は計り知れない。 必要なのは親切。 自分自身を変えないと組織は変わらない。

## 『THE CULTURE CODE。カルチャーコード。最強チームをつくる方法』

ダニエル・コイル 著、楠木 建／監訳、桜田直美 訳(かんき出版、2018年12月)

- ・チームワークは魔法ではない。効果的な協調と協力は、3つのカギとなるスキルから生まれる。安全な環境をつくる、弱さを共有する、共通の目標を持つ。
- ・チームの文化は、メンバーが「誰」であるかで決まるのではない。メンバーが「何」をするかで決まる。上も下もない、横のつながりだけがチームを強くする。

## 『スリーエックス。革新的なテクノロジーとコミュニティがもたらす未来』

三菱総合研究所 著編(ダイヤモンド社、2021年5月)

- ・DX(デジタル)、BX(バイオ)、CX(コミュニケーション)という3つのトランスフォーメーション(3X)によって生まれる新しい社会像とそのプロセス。多様性で分断を乗り越える。
- ・人口爆発、平均寿命の延伸、自然環境の悪化という条件下で、人類の持続可能性のために新たな変革が求められている。 <3X>と<共領域>を両輪に、豊かな未来をつくる。

## 『パーパス経営：30年先の視点から現在を捉える』

名和高司 著(東洋経済新報社、2021年4月)

- ・資本主義における基本資産は、カネ(金融資本)とモノ(物的資本)だった。そしてヒト(人的資産)は、資産ではなく費用(コスト)として計上されるという欠点があった。
- ・「パーパス経営」の源泉は、人の思いを中心とした「パーパス(存在意義、志)」という目に見えない資産。これからは、志に基づく顧客資産、人的資産、組織資産などの無形資産をいかに蓄積していくかが経営の鍵となる。

## 『AI支配でヒトは死ぬ。システムから外れ、自分の身体で考える』

養老孟司 著(ビジネス社、2021年9月)

- ・流行に背を向け、地に足をつけて生きる。「自足」+「自立」=「修身」。この「修身」を忘れた現代人。「本気」を失った日本人。「地方再生」は地方の「自足」から。
- ・病院に行けば、医者は病人そっちのけでパソコン画面のデータ把握に余念がない。銀行では本人を目の前にして本人であることの証明を要求される。一人ひとりのヒトが持つ個性は、ノイズとして処理される。それらを先導しているのがAIである。

## 『ザ・ビジョン [新版] やる気を高め、結果を上げる「求心力」のつくり方』

ケン・ブランチャード、ジェシー・リン・ストーナー 著、田辺希久子 訳(ダイヤモンド社、2020年7月)

・ビジョンの3要素：①有意義な目的 ②未来のイメージ ③明確な価値観。いまがなければ、未来もない。視界が開ける。会社、チーム、個人のビジョン。

・ミッション(目的)、ビジョン(未来のイメージ)、バリュー(価値観)。「3つのいかに」でビジョンを現実にする：「いかに創造するか」「いかに伝達するか」「いかに実践するか」。

---

---

## 変革のススメ vol.2

情報処理推進機構 社会基盤センター「変革のススメ」シリーズ

### 【吉田 創さん(Dialogic Consulting Inc.)】

・組織変革に起こりがちな課題は：①担当者に本気度がない ②トップのコミットメントがない ③変革へのカルチャーがない

### 【沢渡あまねさん(あまねキャリア工房)】

・変革を邪魔しているもの(人)は：①組織間階層間の壁 ②外を知らない、みようとしない ③中間管理職オーバーフロー ④スキル不足、経験不足 ⑤同調圧力 ⑥制度が時代遅れ等

### 【吉田裕美子さん(株式会社Hyper-collaboration)】

・組織変革に起こりがちな課題は：①自分軸(価値観)がない ②マネジメントの学習不足

・推進役に必要な素養・経験は何か？：①共感力 ②人に頼る力 ③自分の価値観と向き合う

---

---

## 『幸せな会社の作り方。SDGs時代のウェルビーイング経営の教科書』

本田幸大 著(扶桑社、2021年2月)

・社員の幸せを考えて経営すれば、業績は上がり、離職率は下がる。幸せ＝個人が経済面、健康面、人間関係面のすべてにおいて満たされた“ウェルビーイング”(幸福)の状態であること。そして社会性を持ち、他者と共存していること。

・物質的な豊かさ≠幸せ。「幸せになりたい」ではなく「不幸にならない」。はたらくとは、傍(はた)を楽(らく)にすること。

---

---

## 『経営参謀としての士業戦略。AI時代に求められる仕事』

藤田耕司 著(日本能率協会マネジメントセンター、2019年6月)

・AIを脅威と思うのではなく共存していく。そして、社会で生き残っていくためには人間性、個性が重要。その1つが「共感」。作業から「コンサル」へ。資格だけでは飯は食えない時代へ。

・専門性を持つ作業者から脱却し、参謀(相手の理解+幅広い視点+達成支援)になれ。重要なスキルとして、質問力/共感力に加えその会社の悩みに詳しい人材たれ。士業は形を変え生き残る。

## 人口減少と社会保障



syukatsu-life.com



www.ac-illustr.com

## 『「科学的」は武器になる。世界を生き抜くための思考法』

早野龍五 著(新潮社、2021年2月)

・共通するプロの仕事：プロジェクトを率いる、情報を発信する、人を育てる。科学的思考を軸に判断する。研究は自分でやるもの。人がやらないことを見つける。

・楽しそうにやる。面白い姿勢は全てに通じる。アマチュアの心でプロの仕事をする。先入観にとらわれず、無垢な気持ちで何事にも接することの重要性。

## 『鬱は伝染る。最もありふれた精神疾患は、どのように蔓延ったのか、どうすれば食い止められるのか』

マイケル・D・ヤプコ 著、福井義一／監訳、定政由里子 訳(北大路書房、2020年8月)

・人が抑うつを蔓延させうる。あまりにも多く、深く考えすぎる:行動を起こすことを学ぶ。あなたの道連れに他人を落ち込ませたりしない:「気楽にする」ことを学ぶ。

・人間関係が冷え込むと、抑うつは増加する。他人に対する保護の姿勢を育てる。他人のために何かすることで、自分自身のためになる。散歩をして、世界を見よう。

## 『生贄探し 暴走する脳』

中野信子、ヤマザキ マリ 著(講談社、2021年4月)

・「なぜ、誰かが得すると自分は損した気になるの？」幸せそうな人を見ると、なぜモヤッとするのか？ そんな負の感情が連鎖しやすい傾向こそ、日本人の脳の特徴。

・なぜ、日本では陰湿な炎上が起きるのか。攻撃する側の脳内を満たす快感。「得していそうな人」が生贄になる。想像力の欠如がヒトを危険生物化する。自他ともに失敗が許せない時代。

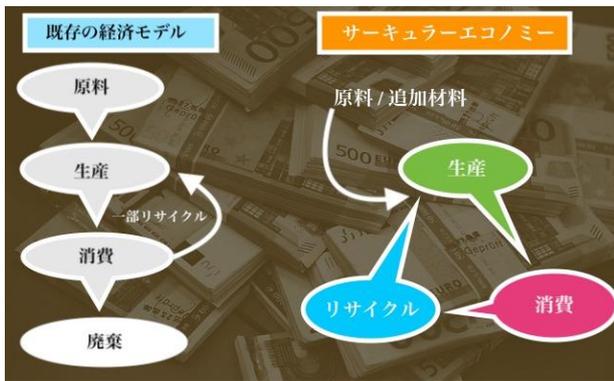
## 『組織は変わるか。経営トップから始まる「組織開発」』

加藤雅則 著(英治出版、2017年12月)

・何を引き継ぎ、何を捨て、何を新しく創るか。「あるべき論」の前に「ありたい論」。先回りし過ぎて、相手の思考プロセスをコントロールしない。

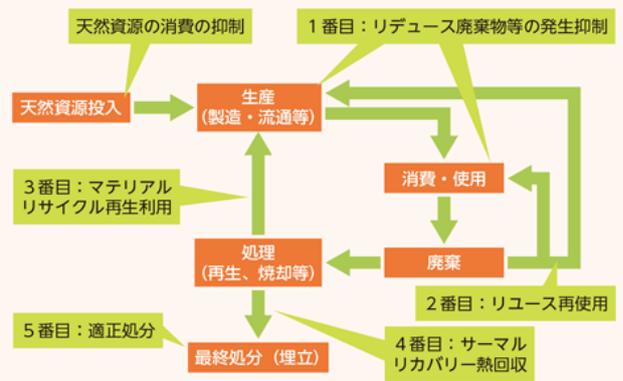
・「制度で動かす」⇒「試行錯誤のプロセスを制度で支援する」。自身のことは棚に上げて、無責任にコメントをし合う機会&それをできる前提の共有。

## サーキュラーエコノミー（CE = Circular Economy. 循環経済）とは



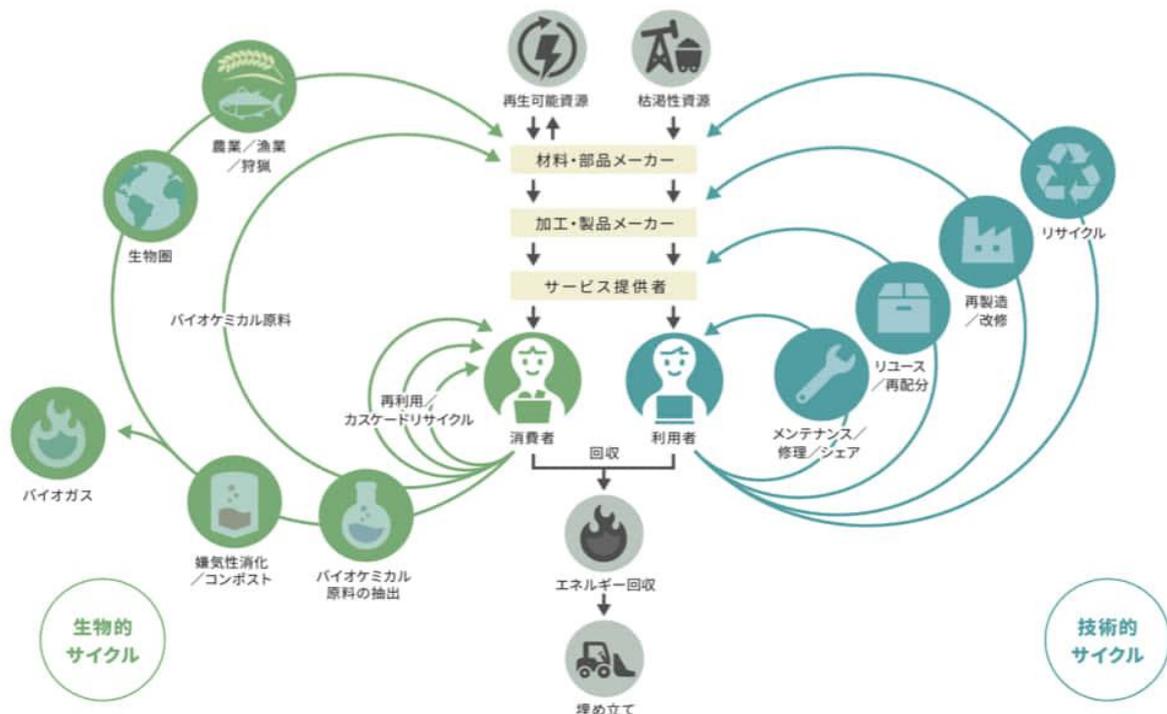
traumhaus.tokyo

図 3-2-1 循環型社会の姿



資料：環境省

## CIRCULAR ECONOMY BUTTERFLY DIAGRAM



Ellen MacArthur Foundation Circular economy system diagram (February 2019)  
 「Drawing based on Braungart & McDonough, Cradle to Cradle(C2C) より CE」作成

## 『ウィニングカルチャー。勝ちぐせのある人と組織のつくり方』

中竹竜二 著(ダイヤモンド社、2021年2月)

・目には見えない「組織文化」を知り、変え、進化させるウィニングカルチャー(常勝文化)。言葉にはできないけれど、組織の中で誰もが共有している暗黙の価値観。組織の中に漂う「空気」をどう変えるのか。

・組織文化は唯一無二の競争力。組織文化を「知る」、「変える」、「進化させる」。組織文化で競争する時代に。組織文化は模倣されない。組織文化で選ばれる時代へ。

## 『ヒットの教科書』

奥井真紀子 著(日経BP、2014年10月)

・今までの商品に、消費者は本当に不満がないのか。実際に商品を使う人の深層心理や行動に変化はないのか。この商品は、世の中のためになるのか。先入観を捨てて、真っさらな状態で状況を見つめ直す勇気を持たせた開発者にこそ、勝利の女神はほほ笑む。

・成熟市場の壁を打ち破る。買わない人を振り向かせる。新たな生活習慣を創る。たくさんの社員の知恵と技術、それにやる気。微差が大差を生む。社是を裏切るに近いくらいの冒険。

## 『武器としての理系思考』

武田邦彦 著(ビジネス社、2021年3月)

・利権、利害があれば事実も曲がる。利権に群がるマスコミ、政治家、評論家、科学者らは結託してその意義を妨げて事実を歪めており、そういう人々がデマやフェイクを流し、害をなして私腹を肥やす。

・容易に人やマスメディアを信じるな。自分のアタマで地道に考えろ。情報やデータのウラをとれ。事実を知って客観的にモノを観る。

## グレート・リセット

より良い世界をもたらすために、私たちの社会と経済のあらゆる側面を見直し、刷新すること。



「売り手」「買い手」「世間」

世界から注目される  
近江商人の考え

## 『ブルシット・ジョブ。クソどうでもいい仕事の理論』

デヴィッド・グレーバー 著、酒井隆史、芳賀達彦、森田和樹 訳(岩波書店、2020年7月)

・やりがいを感じないまま働く。ムダで無意味な仕事が増えていく。人の役に立つ仕事だけど給料が低い。それはすべてブルシット・ジョブ(クソどうでもいい仕事)のせいだった！

・金融化がブルシットジョブ＝無意味な仕事を増殖させている。くそどうでもいい仕事5例：取り巻きの仕事、脅し屋の仕事、尻拭いの仕事、書類穴埋め人、タスクマスター。

## 『世界の99%を貧困にする経済』

ジョセフ・E・スティグリッツ 著、楡井浩一、峯村利哉 訳(徳間書店、2012年7月)

・現代の米国では富が上位1%に集中して下位99%は貧困に喘いでいるという。なぜ繁栄の分け前は1%の最上層によって独占されるのか？

・これまで米国社会が誇りにしてきた「機会の平等」が崩れてしまった。そして、格差拡大がアメリカの民主主義を脅かすまでに至っている。処方箋として累進課税・相続税の復活、雇用拡大、教育への投資、金融の規制、等の富の再配分政策を提言。

## 『上流思考。「問題が起こる前」に解決する新しい問題解決の思考法』

ダン・ヒース 著、櫻井祐子 訳(ダイヤモンド社、2021年12月)

・私たちは「ちょっと変えればいいだけ」のことをしていないために、毎日、膨大な「ムダな作業」をくりかえしている。なぜ、いつも「起こったこと」にバタバタと対応するだけで、根本からの問題解決をしないのか？ 誰かが率先しなければ誰もやらない。組織を「内側」から変える。

・「設計」が間違っているから「結果」も間違う。成功の秘訣は「試行、錯誤、錯誤、錯誤」。「不要なこと」をする動機をなくす。「惰性」という壁がある。「なぜ、こんなやり方なのか」を考える。

## 渋沢栄一に学ぶ、相手を説得するテクニック。「いや」「でも」と否定しない

SPA!(真山知幸さん)。2021年3月

・相手の言い分をきちんと受け止める ・気持ちは同じであることを強調。「自分も同じ思いだ」と語る ・反対ではなく「論を進めている」

・お互いの共通したビジョンを確認しながら、遠くまで見据えた意見をぶつけ合おう。すんなりといかない議論は、むしろ相手との関係を強化するよいチャンス。

## 「キャリア自律推進」の背景とその落とし穴

パーソル総合研究所 シンクタンク本部 上席主任研究員 小林祐児さん。2021年11月

定量調査のファインディングスは、総合的な「ピオトープ」のようにまとめられる



## Society 5.0時代の学びII ～EdTechを通じた自律的な学びへ～

日本経済団体連合。2021年3月

・企業、学校、家庭。そして社会全体が自ら関心を広げ自発的に学ぶ。多様性を重視した自律的な学びが急務。これを実現するためにEdTech(教育×テクノロジー)による学びのデジタルトランスフォーメーション(DX)が必要。

・育むべき能力や資質：①協働力、コミュニケーション能力、自己肯定感 ②好奇心、問題発見能力、洞察力 ③プログラミング的思考力、技術活用力、問題解決能力

## 『ものづくり経営学。製造業を超える生産思想』

藤本隆宏、東京大学21世紀COEものづくり経営研究センター 著(光文社、2007年3月)

・グローバル化が進展する世界では、「どこで何をつくるか？」ではなく「どこで何を設計するか？」が重要。日本で何を設計するのか、設計すべきなのか。設計して外国に勝てるのかを真剣に考えて戦略を練り、そのあとでそれをどこでつくるのがベスト(最適)なのかを思考していく。

・現場の能力構築を起点にする経営戦略(体育会系の戦略)を持て。欧米型・中国型の「頭を使う戦略」「弱いものに楽に勝つ兵法」に学びながら、いわば宮本武蔵流の「体を鍛える戦略」「強いものに辛くも勝つ戦略」をミックスしてバランスを取る。

## 『DXスタートアップ革命』

守屋 実/監修(日本経済新聞出版、2021年7月)

・DXとは単なるIT化を指すのではない。組織やビジネスモデルのあり方を変革し、提供する顧客価値の質を抜本的に変えること。動いた人にだけ道は拓ける。既成の価値観が覆る今こそ「新たな事業の力」で世の中を変えよう。

・モノづくりのDX。建設業界のDX。介護市場のDX。サービス販売のDX。無人販売のDX。オープンイノベーションのDX。働き方のDXなど。

---

---

### 『担当者になったら知っておきたい 中堅・中小企業のための「DX」実践講座』

船井総合研究所 デジタルイノベーションラボ 著(日本実業出版社、2021年8月)

・デジタル化を進める際に、必ず立ちはだかる大きな壁：たとえば、部署によって導入されているシステムがバラバラでデータの連携ができていない。DXを推進する中心人物が不在だったり、いても権限が与えられていない。目的が明確でなく、DXそのものが目的になってしまっている等。

・DX 3つの要素：業務効率化、新しい価値の創造、業績の向上。DXの目的：業績向上(人的生産性の向上)、リアルタイム経営の実現、データドリブン経営の実現。

---

---

### 『確実に成果を出す「業務変革型DX」の進め方』

水田哲郎、福永竜太 著(日経BP、2021年6月)

一口にDXといっても、新しいサービスの立ち上げや新しい市場に参入する「事業創造型DX」と、業務を変革して生産性を向上したり新たな付加価値を創出したりする「業務変革型DX」の2つに分けられる。

---

---

### コロナ禍の政府の危機管理を反面教師として何を学ぶか

危機(クライシス)発生時の初動対応から事態沈静化までの成功要因と失敗要因

C&Sコンサルティング(デロイトトーマツの調べから)。2021年7月

【成功要因】①トップのリーダーシップ、トップダウンでの迅速な意思決定がなされた、②クライシス発生に備えた事前の組織の枠組みができていた、③情報収集・伝達ルートと収集情報の分析・判断のルールが整備されていた

【失敗要因】①クライシス発生に備えた事前の準備ができていなかった、②外部専門家を活用しなかった、または有効に活用できなかった

---

---

### 『「日本でいちばん大切にしたい会社」がわかる100の指標』

坂本光司、坂本光司研究室 著(朝日新聞出版、2015年3月)

・いい会社といわれるのはどんな会社か。とことん人を大切にしたい会社だから、業績もよくなる。あなたの会社の健康度、そして本当の実力がわかる。

・経営の目的・使命⇒「人」の幸せの追求 経営の本質⇒人を育てること

## 『ザ・ブランド。世紀を越えた起業家たちのブランド戦略』

ナンシー・F. ケーン 著、櫻村志保 訳(翔泳社、2001年11月)

・経済的、社会的変化が顧客のニーズ!にどんな意味をもつかを本能的にとらえ、常に顧客に目を向け、顧客に耳を傾けることで、彼らが期待する以上の商品、サービスを提供するブランドを築き上げ、それを維持する組織をつくりあげた。

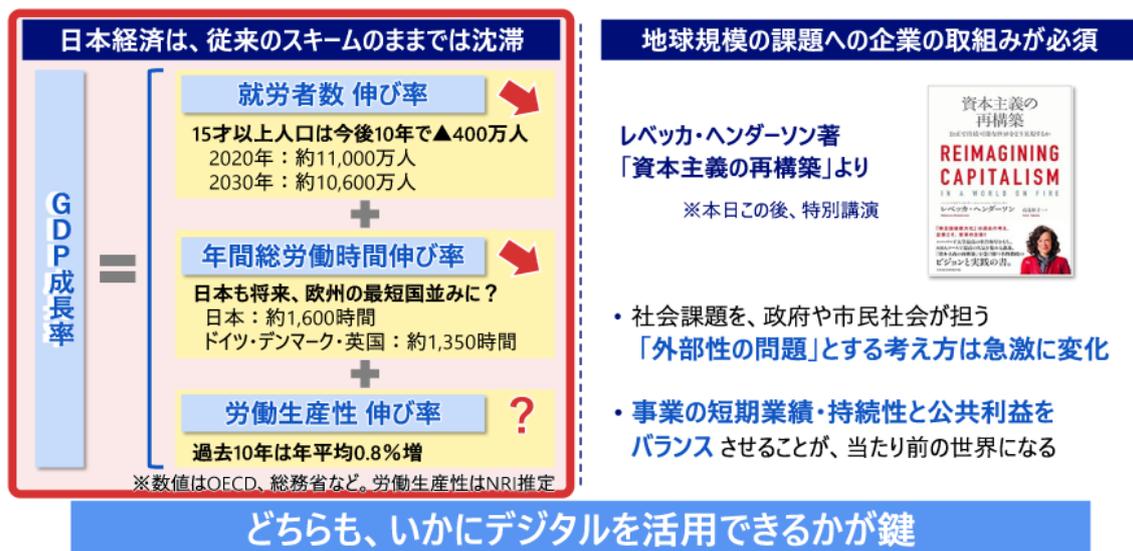
・千里の道も一歩から。 ブランド=ビジネスの原則の積み重ね。

## ポストコロナの近未来像と日本企業のとるべき道筋とは

経済成長と持続可能な社会の両立に向けた「デジタル・ファースト経営」への転換

野村総合研究所 NRI未来創発フォーラム2021を開催。2021年12月

日本は、2つの大きなパラダイム転換の必要を迫られています



(出所) 野村総合研究所

## 『デザインのデザイン』

原 研哉 著(岩波書店、2003年10月)

・デザインには「意図、もくろみ、計画、企て、構想」といった意味が含まれている。「情報の美」とは「分かりやすさ」「独創性」「笑い」で構成されている。モノからコトへのデザイン変革。デザイン=感動。

・デザインは技能ではなく物事の本質をつかむ感性と洞察力。モノだけではなく、あらゆるコトが「デザイン」されている。その証拠に、提案書やPOP広告から、車まで、それをつくった人の「センス」を感じる。

## 『世界を変えた10人の女性科学者』

キャサリン・ホイットロック、ロードリ・エバンス 著、伊藤伸子 訳(化学同人、2021年8月)

・女性には男性と対等な権利を与えない。しかもそれが差別だとは認識されない時代が長く続いてきた。これは倫理的な公平性の観点のみならず、功利的に考えたとしても、社会全体にとって大きな損失。

・科学の研究は創造力と判断力とそして運。運は発見にもノーベル賞の受賞にも作用する。最初からやりたいことが定まっていたわけではない。時代に翻弄されながらも人との出会いを手繰り寄せ、信じたことをやり続けた。女性が仕事に就き続けることが難しかった時代からのメッセージ。

---

---

## 『ど素人でもわかる経営学の本』

中川功一 著(翔泳社、2019年8月)

・新しい事業を創造する「イノベーション論」・売れる仕組みをつくる「マーケティング論」・事業のかたちをつくる「事業システム論」・会社の方針を描いて決める「経営戦略論」・自分の働き方を考える「組織行動論」・会社を動かす仕組みを知る「経営組織論」

・スマホアプリが無料で儲かるのはなぜ？ フリーミアム＝「無料利用と有料利用」を上手に混ぜておこなうビジネスモデルの1つ

---

---

## 『チャレンジャー・セールス・モデル。成約に直結させる「指導 適応」「支配」』

マシュー・ディクソン、ブレント・アダムソン、ニール・ラッカム 著(三木俊哉 訳(海と月社、2015年10月)

・営業担当 5つのタイプ：「勤勉タイプ」「論客タイプ(チャレンジャー)」「関係構築タイプ」「一匹狼タイプ」「受動的問題解決タイプ」。この中で景気に関係なく成績のいいのは「論客タイプ」であった。

・顧客は営業担当から人間関係づくりのためのアプローチやニーズ把握のための質問されるのを煩わしく感じていて、課題解決のための知見を欲していることがわかった。つまり、顧客は「私の時間を無駄にするのはやめて欲しい。私が知らない新しい情報を教えて欲しい」のである。

---

---

## 『日本`式、経営の逆襲』

岩尾俊兵 著(日経BP、2021年6月)

・トヨタ自動車の効率的な生産方式の源流である「カンバン」とか、研究開発を自社で囲い込まず外部資源を活用して進める「オープンイノベーション」、昨今話題となっている「両利きの経営」。これらは日本の経営モデルに端を発している。

・自らの強みに気づかず、米国流の経営モデルに踊らされ、結果として成長を損ねている。日本は、日本の経営技術を信じる力で負けているのである。

---

---

## 『ボイステック革命。GAFAMも狙う新市場争奪戦』

緒方憲太郎 著(日本経済新聞出版、2021年6月)

・広告に関しては、音声広告は他の広告よりも、ブランド想起効果が高い。速攻刈り取り型のインターネット広告とは違い、長期的に強固な信頼を築くことができる。声は心に響きやすい。GAFAMによる耳の奪い合い。

・音声は価値になる。音声は人の温もりが伝わるため、感情を動かすことができる。音声による発信は炎上しにくい。テキストの5分の1の時間で伝えられる。

## 『自己肯定感を高めて職場の居心地をよくする方法。会社 の人間関係に悩むあなたに贈る成功法則』

浅野泰生 著(つた書房、2021年6月)

・「自分勝手」ではなく「自分らしく」。空回りしても理想を持ちつづける。時間の優先順位だけを考えておこう。人間性と人間力の両輪が大事。過去と他人は「受け入れ」られなくても「受け止める」。

・ネガティブな感情をポジティブな言葉に置き換える。言葉が変われば見るものが変わる、見るものが変われば解釈が変わる。特別なことより当たり前の積み重ねが価値を生む。

## 『リモート営業で結果を出す人の48のルール』

菊原智明 著(河出書房新社、2021年1月)

・「煽るようなメールの件名は避ける」「即反応を期待しない」「送った人間をハッキリとさせる」ことが大事。「数打ちゃ当たる」式の一斉配信メールは今の時代通用しない。

・第一印象が命で、まずはメールを開封してもらうために「どこの馬の骨」などと思われないように詳しく具体的に記述して素性がわかるようにすること。次に動機についてはなぜメールを送ったのかを明確にする。

## 『デジタルマーケティングの教科書。5つの進化とフレームワーク』

牧田幸裕 著(東洋経済新報社、2017年9月)

・【データドリブン】データによって消費者を理解、消費者にアプローチする。【オムニチャンネル】EC(ネット)チャンネルとリアル店舗をシームレスに統合する。リーダーに求められる「連携力」「統合力」「構想力」。

・見えない未来を予測し、検証する。①環境分析 ②消費者理解 ③セグメンテーション ④チャンネル—シングルチャンネルからオムニチャンネルへ ⑤プロモーション。

## 『ビジネス・ゲーム。誰も教えてくれなかった女性の働き方』

ベティ・L. ハラガン 著、福沢恵子、水野谷悦子 訳(光文社、2009年1月)

・会社とは軍隊チームである。①目的が明確 ②大きな組織が複数の部署に分割されている  
③チーム精神が要求され、上司に逆らうことは許されない。ルールを知ってビジネスに参加し、自分の仕事をしよう。

・ビジネスはゲーム。多くの人が仕事は同じことの繰り返しでつまらないと不平を述べる。しかし、本当のところ、ほとんどの仕事はそう。仕事に興味を持ち続けるためには長期的な目標を設定して、とにかく働き続けること。これに尽きる。チャンスを逃すな。

---

---

### 『いい人材が集まる、性格のいい会社』

佐藤雄佑 著(クロスメディア・パブリッシング、2017年1月)

・重要な経営資源はヒト、ヒト、ヒト、ヒト。外見で勝てないなら、性格で勝負するしかない！ 性格のいい会社とは、社員が「働きがい」を持って多様な働き方に柔軟に対応できる会社。

・性格のいい会社とは、①人に対する考え方がある会社 ②働きがいのある会社 ③多様な働き方 ④経営者のコミットがスタート地点。採用の強さが企業の強さになっていく。

---

---

### 『志ん生が語る、クオリティの高い貧乏のススメ。昭和のように生きて心が豊かになる25の習慣』

美濃部由紀子 著(志ん生の孫娘。講談社、2019年1月)

・懐にカネはなくても心は金持ちになれる。足るを知る、質素な暮らし。モノに執着せず、金に使われない生き方。几帳面でなく、ゆったりした視点を持てば、人生はもっと楽しい。結局のところ「日々是好日」。

・ただ何もしなくて良いわけではない。飯より好きな仕事を選び、仕事を道楽とする。その道楽仕事に、ふだんから勉強・努力・工夫を重ねていく。好きなんだからできるだろう！

---

---

### 『ランチェスター思考。競争戦略の基礎』

福田秀人 著、ランチェスター戦略学会／監修(東洋経済新報社、2008年11月)

・イギリスの評論家ランチェスターが第一次世界大戦の際初めての航空機による空中戦を分析し、兵力量と損害量の関係から2つの軍事的法則を発表。戦力とは兵力数の2乗に個々の単位の武器効率を乗じたものに比例する。

・戦略とは勝ち方そのもの。「市場リーダーシップ戦略」と「ニッチ戦略」。弱者には弱者の戦い方がある。撤退も視野に入れろ。

---

---

### 『Appleのデジタル教育』

ジョン・カウチ、ジェイソン・タウン 著、花塚 恵 訳(かんき出版、2019年3月)

・発見力×理解力×生み出す力でジョブズの創造力を身につける。子供たちに秘められた能力を自ら発見し、限界だと思い込んでいたその先に導く。

・教育はいまや修正や交換をやめてリワイヤリング(配線のつなぎ換え)を始める時期にきている。すべての生徒の可能性を解き放ち、彼らにふさわしい教育の未来を切り開く。

## 『トヨタの会議は30分 ～GAFAMやBATHにも負けない最速・骨太のビジネスコミュニケーション術』

山本大平 著(すばる舎、2021年4月)

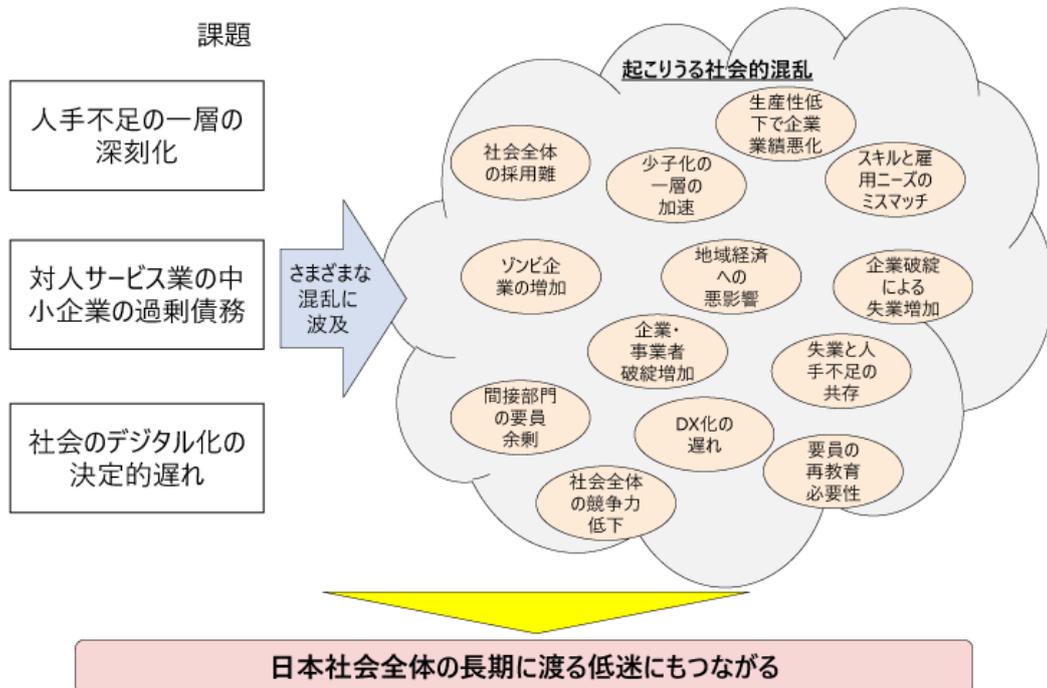
・成長して少し規模が大きくなると、多くの会社では「大企業病」が発生。社内の忖度と事なかれ主義がすべてを覆い、内向きの仕事に時間を取られているうちに、欧米企業と中国企業にすべてを取られる。

・トヨタが大企業病から逃れるうえで重要な要素の一つになっている「社内でのコミュニケーション術」。会議中にメモは取らない。主催者がホワイトボードに要点を整理してまとめたものが議事録として配られて終わり。建設的な議論をしづらい定例会議はいらない。

## 「コロナに打ち克つ社会」に向け、日本はどのような出口戦略をとるべきなのか

野村総合研究所 未来創発センター 制度戦略研究室長 梅屋真一郎さん。2021年12月

3つの課題は複雑に絡み合いながら、長期に渡る混乱や低迷を引き起こす可能性がある



(出所) 野村総合研究所

## 『採用基準。地頭より論理的思考力より大切なもの』

伊賀泰代 著(元マッキンゼーの人事採用マネジャー。ダイヤモンド社、2012年11月)

- ・日本の停滞原因はリーダーシップ不足。公助、自助、共助のうちコミュニティが解体して今の日本では共助がなくなっている。その欠損をすべて公助によって補おうとするから公的負担が増大するばかり。
- ・日本人がリーダーシップキャパシティ(訓練で培えるリーダーシップの総量)を増やして共助を拡大していけば、公助ばかりに頼っての財政破たんも克服できる。

## 『求めない』

加島祥造 著(小学館、2007年6月)

- ・世の中がモノであふれ、生活が便利になればなるほど、自然と離れた存在になっていく。対価を求めない。こだわらない。欲張らない。頼らず、自分らしく生きる。
- ・他人に求めない。自分にも求めない。すると、簡素な暮らしになる。

## 『売れる人がやっているたった4つの繁盛の法則。「ありがとう」があふれる20の店の実践』

笹井清範 著(同文館出版、2021年6月)

マーケティングの成功法則とされてきた4P(Product/Price/Place/Promotion)に代わる「新しい4P」

- ・Philosophy 商いの哲学・理念
- ・Story—rich product 物語性豊かな商品
- ・Personality 個性・人柄
- ・Promise お客様との約束・絆

## 『グローバリズム。その先の悲劇に備えよ』

中野剛志、柴山桂太 著(集英社、2017年6月)

- ・長期停滞。一度失うと二度と戻らない。「グローバル化は善であり、市場主義経済は成長を生む」という理念を信奉している日本は、世界から取り残される。
- ・日本のGDPに占める輸出の比率は20%にも及ばず、元々TPPで得られるものはほとんどなかった。グローバル化や合理化による「底辺への競争」をするのではなく、自国の雇用や産業の守るべきところは守り、真の競争力を付けるための教育や産業育成に投資しなければ明日はない。

## 『一寸先は光です。風の時代の生き方へ』

はせくらみゆき 著(青林堂、2021年5月)

・目に見えるものが大事だった「地」の時代から、目に見えないものが主流となる「風の時代」へ。どうあるかを考える世界から、どう観るかで生きる世界を、軽やかに楽しみましょう。

・いのちを喜ばせる。直観を磨く。心豊かな日々へ。ご機嫌を選ぶ。健やかでいよう。起った出来事を面白がってみる。

---

---

### 『神社に行っても神様に守られない人、行かなくても守られる人。』

岡田能正 著(聖武天皇の命によって創建され、滋賀県近江八幡市で1300年続く賀茂神社に生まれ育ち、将来、50代宮司。(双葉社、2018年6月)

・人は、どんなに今寂しくても、「味方が一人もいない」という状況にあっても「一人きり」ということはなく、神様やご先祖様がいつもそばにいて、見守ってくれている。

・食事は日々感謝をして、残さずきれいに食べること。健康でいることは、「借り物」である自分の体を大切にすることにつながる。神さまは清らかな場所を好むので、日々掃除をして汚れを溜め込まないこと。

---

---

### 『「文章術のベストセラー100冊」のポイントを一冊にまとめてみた。』

藤吉 豊、小川真理子 著(日経BP、2021年1月)

・「シンプル、型、見た目、推敲、わかりやすい言葉、比喩、接続詞」。この7つのポイントを意識するだけで、人に伝える技術が格段に上達。文章は、誰でもうまくなれる。テクニックも大事だが、肝心なのは心。

・見直す時にプリントアウトすると、それを見る時に脳が分析モードになる。

---

---

### 『「論理的思考だけでは出せない答え」を導く あたらしい問題解決』

長田英知 著(日本実業出版社、2021年2月)

・問題解決のアプローチの「あたらしさ」は、感覚的な部分「センス(直感)」「ストーリー(感情)」と「セグメント(論理的分析)」を掛け合わせるところにある。

・問題解決3つのS。「問題」をSense(直感)でつかみ、解決可能な「課題」にSegment(切り分け)して、「解決策」をStoryで腹落ちさせる。

---

---

### 『こどもSDGs(エスディージーズ)。なぜSDGsが必要なのがわかる本』

バウンド 著、秋山宏次郎/監修(カンゼン、2020年7月)

・このままで大人になったときに地球は立ち行かない。みんなの周りのさまざまな問題を理解しよう。自分ごととしてSDGsを考えることが大事。

・SDGsは国連が決めた絶対に達成すべき目標。できない理由を挙げて、あきらめてはいけない。

## 『EQ 2.0 (「心の知能指数」を高める66のテクニック)』

トラヴィス・ブラッドベリー、ジーン・グリーブス 著、関 美和 訳(サンガ、2019年2月)

- ・トップエリートの90%はEQが高く、人生の目的を達成するには、IQよりEQのほうが2倍も重要である。EQ 4つのスキル:「自己認識力」「自己管理能力」「社会的認識力」「人間関係管理能力」。
- ・先天的な知能指数IQとは違い、後天的なEQスキルは自分で向上させることができる。

## 『思いがけず利他』

中島岳志 著(ミシマ社、2021年10月)

- ・誰かのためになる瞬間は、いつも偶然に、未来からやってくる。仏教には慈悲の思想がある。他者の不幸がなくなることを願い、他者に優しく接する。
- ・特別なことを行う必要はない。毎日を精一杯生きること。重要なのは、私たちが偶然を呼び込む器になること。偶然をコントロールすることはできないが、偶然が宿る器になることは可能。

## 『モチベーション革命。稼ぐために働きたくない世代の解体書』

尾原和啓 著(幻冬舎、2017年9月)

- ・モチベーションの源泉である欲望には「達成、快楽、意味合い、良好な人間関係、没頭」がある。努力は夢中には勝てない。「頑張る」よりも「楽しむ」方が、結果は出る。
- ・稼ぐために働きたくない世代。自分の「好き」に没頭する。「好き」が世に価値を生み出し、お金になり、人生に生きがいをもたらす可能性を秘めている。若者の「新しい視点」が「新しい価値」を生み出す。

## 『若者わからん！「ミレニアル世代」はこう動かせ』

原田曜平 著(ワニブックス、2018年6月)

- ・頼んだことは笑顔で「イエス」と答えるのに、やる気を見せない。刃向かわないけど自分の意見をまったく主張しない。「やりたくないことはやらない」……など「スーパーゆとり世代」。
- ・必要なのは「横から目線」。「ハウレンソウ」ならぬ「おひたし」。「怒らない」「否定しない」「助ける」「指示する」。

## 『デジタル時代に知名度ゼロから成功する！ブランディング見るだけノート』

乙幡満男／監修(宝島社、2021年6月)

- ・世界基準のインターブランド 10の視点 ①社内浸透度 ②愛着度 ③保護体制 ④対応力 ⑤安心感 ⑥要求充足度 ⑦差別性 ⑧体験一貫度 ⑨存在感 ⑩一体感。
- ・ブランディングに成功すると、広告費をかけなくとも顧客のほうから企業や商品を選ぶようになる。リピート率が向上し、クチコミで自動的に売り伸ばしを図れる。

## 『社会人10年目の壁を乗り越える仕事のコツ。〈若手でもベテランでもない中堅社員の教科書〉』

河野英太郎 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2021年12月)

- ・社会人10年目前後の「キャリア思春期」10年目は悩みの季節。「気力・体力の衰え」、「やりたいこと不明」、「求められるレベル上昇」など経験を積んできたからこそぶつかる「新しい壁」。
- ・キャリアビジョンはないよりはあったほうがよいが、なくても悩む必要はない。孔子ですら15歳で学問を志してからも、40歳まで惑いつづけ、50歳でやっと天命を知ったのだから。

## 『武器としての会計思考力。会社の数字をどのように戦略に活用するか?』

矢部謙介 著(日本実業出版社、2017年10月)

- ・会計とは「売上」、「費用」、「利益」に関すること。これに対して、ファイナンスは、資金の「調達」と「運用」に関すること。
- ・会計思考力とは、会計を使って「経営の現場を読み解く力(会計基礎力)」+「経営の現実を変える力(会計応用力)」。

## 『自分で考えて動く社員が育つOJTマネジメント』

中尾隆一郎 著(フォレスト出版、2020年10月)

- ・On the Job Training(職場における能力開発、人材育成)。メンバーが自律的に考え、自ら成長して、結果的に自律自転して業績を上げ続ける組織づくり。現場に丸投げしてはいけない。
- ・自分も他人も知っている「公開の窓」、自分が知らない「盲点の窓」、他人が知らない「秘密の窓」、自分も他人も知らない「未知の窓」。盲点の窓はフィードバックし、秘密の窓は開示し、未知の窓は成長に使う。スキルだけでなく、感情(協調)も必要。

## 『事実に基づいた経営。なぜ「当たり前」ができないのか?』

ジェフリー・フェファー、ロバート・I・サットン 著、清水勝彦 訳(東洋経済新報社、2009年1月)

- ・当たり前が難しい。「成功の秘訣」や「通説」に惑わされるな。100年に1度の危機に立ち戻るべき経営の基本。人材の能力は変動する。謙虚に学び続ける姿勢が大事。
- ・組織が人を作るのではなく、人が組織を作る。人の才能は必ず伸びる。失敗も成功も共有して互いに助けあう。人と人との協力を大切にする精神。知恵を出し合うことに価値を置く。

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

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。