

【リスクリング（学び直し）】を人生の希望に。  
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. 45 2022年12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

#### 『戦わないマーケティング』

水瀬まい 著(B08K4CSCT4、2020年9月)

・戦わない新メソッド【3S分析】①「Company(自社)」と「Self(自身)」②「Competitor(競合)」と「Supporter(サポーター)」③「Customer(顧客)」と「Sharer(共有者)」。市場に頼るな、市場を創れ。

・「人」をリニューアルするマーケティング。ブランディングとは、存在定義である。自分から見た自分と、他人から見た自分のギャップ。

#### 『近江商人学入門 CSRの源流「三方よし」』

末永国紀 著(サンライズ出版、2017年6月)

・大阪商人、伊勢商人とならび江戸時代より活躍した近江商人のシンボルとして有名な「三方よし」。「売り手よし、買い手よし、世間よし」。CSR(企業の社会的責任)

・「安く売りすぎたかな」と悔やむような取引を極意とせよと、顧客満足度を高めることを重視する。あつい信仰心に裏打ちされた勤勉、始末と世間への奉仕精神も重要な要素だった。

#### 『ガーバー流 社長が会社がいなくても回る仕組み経営』

堀越吉太郎 著(KADOKAWA、2014年2月)

・社長が会社にいなくても仕事がまわる「仕組みをつくる」ことが、社長の一番の仕事。多くの社長は、社長本来の仕事をサボっている。優秀な人材は、いつかは辞めると思え。

・社長は「人」に頼るな、「仕組み」で戦え！ 誰がやっても同じ成果が出る仕組みを作ることが大切。人に仕事を当てるのではなく、仕事に人をあてる。社員を「社長の頭」に変えなさい！

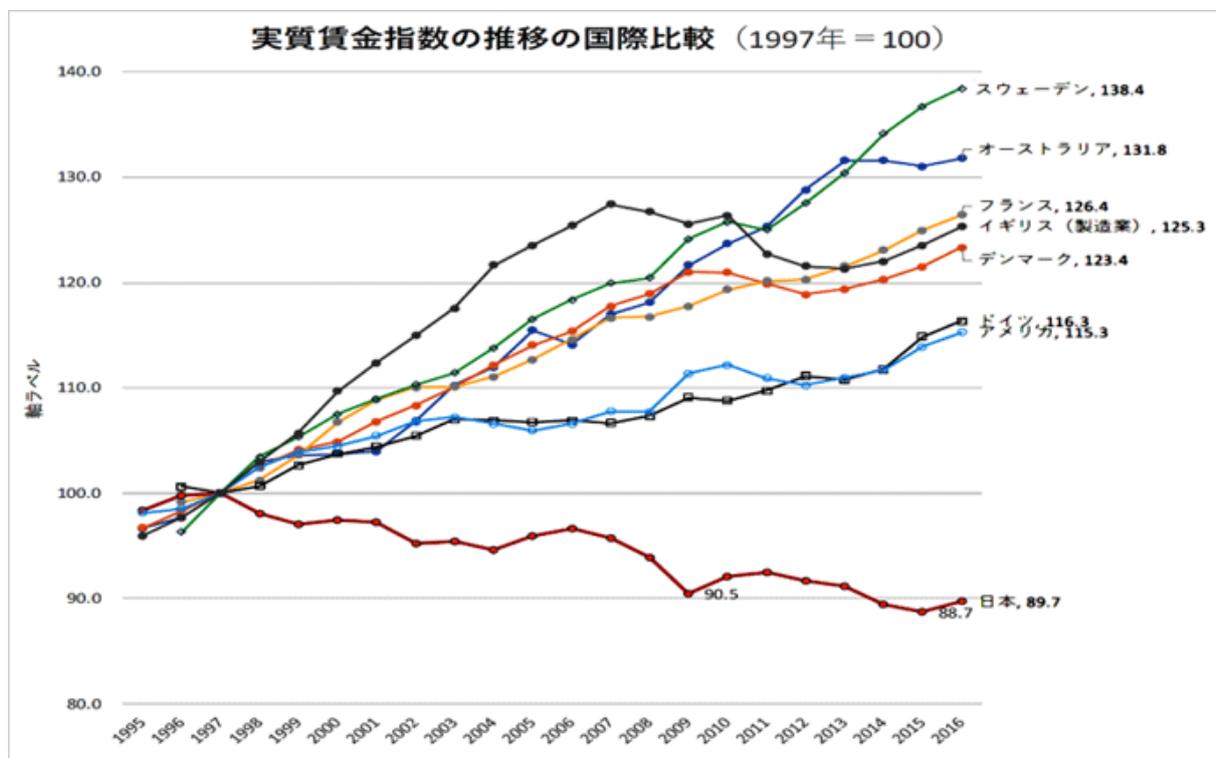
## 『良いチームは機能しない』

ITmedia エグゼクティブ(鬼塚俊宏さん)。海外ベストセラーに学ぶ。2012年1月

- ・チームの一番の目標がグループの調和を取ることであれば、メンバーはビジネス目的を見失ってしまう。
- ・チーム管理者は、バランスのとれた態度、称賛、健全な議論、プランニング、柔軟性を提供しなければならない。チームの経験、優先順位、貢献を尊重すること。

## 「成長と分配」を実現する生産性向上を目指して(1) -DX時代を勝ち抜く人材・人事-

経済産業研究所(岩本晃一さん/リサーチアソシエイト、アジア太平洋大学)。2022年6月



出典: oecd.statより全労連が作成(日本のデータは毎月勤労統計調査によるもの)。  
注: 民間産業の時間当たり賃金(一時金・時間外手当含む)を消費者物価指数でデフレートした。オーストラリアは2013年以降、第2・四半期と第4・四半期のデータの単純平均値。仏と独の2016年データは第1~第3・四半期の単純平均値。英は製造業のデータのみ。

## 『衰退の法則。 日本企業を蝕むサイレントキラーの正体』

小城武彦 著(東洋経済新報社、2017年5月)

- ・破綻企業と優良企業の日本組織の問題点は実は同一。しかし、そこに違いをもたらすものは、2つの「くさび」が優良企業にはあること。それは「事実に基づく議論」と「(偉い人の恣意性や好みを排除した)強い人事機能」。
- ・破綻企業と優良企業は紙一重。プロ経営者がいない、経営陣に目利き力がない。投資余力が乏しい、成功例が出ても失敗の議論しかできない。

## 『ウクライナ戦争は世界をどう変えたか。「独裁者の論理」と試される「日本の論理」』

豊島晋作 著(KADOKAWA、2022年8月)

- ・ユーラシア大陸は現在、プーチン・習近平・金正恩の3人の独裁者を抱えている。その3国に隣接している日本は地理的にとても危うく、いつ「次のターゲット」となるかわからない。
- ・理念だけの平和主義はもはや盾にはならない。日本の自衛隊は現在、決してロシア軍の間抜けさを笑えるような盤石な体制ではない。

## 『「君しかない！」と言われる人になる。何があっても食いつぱぐれないための起業家的習慣』

今井 孝 著(イースト・プレス、2021年8月)

- ・人生を変えたかったら、環境を変えることが近道。いまより少しだけ良い環境に身を置いてみることから始めてみる。環境の力に身を任せれば、理想の未来が自然にやってくる。
- ・自分がしてきたことに誇りを持つ。そうすると、大きな自信を得て、さまざまなことに前向きに取り組めるようになる。誰もが社会に貢献している。その価値に気づくと未来の扉が開く。

## 『PMBOK対応 童話でわかるプロジェクトマネジメント』

飯田剛弘 著(秀和システム、2017年9月)

- ・プロジェクトマネジメントとは、「チームで成果を出す技術」。3匹の子ブタ ～プロジェクトを成功に導く「段取り」～ 助け合うとプロジェクトの失敗を減らせる。
- ・ウサギとカメ ～みんなが同じ方向を向ける「ゴール設定術」～ 自分たちで目標を決めると自発的になる。まず見るのは「相手」ではなく「ゴール」。

## 『ゼロからつくるビジネスモデル』

井上達彦 著(東洋経済新報社、2019年11月)

・「発想する」という行為は技術。 アイデア創出から、ビジネスモデル構築、事業の循環まで。 既存のものを分析し理解するところからはじめる。

・電球を発明した人は誰か。 多くの人がエジソンと答えるだろうが、実際に電球を発明したのはジョゼフ・スワソン。 実はエジソンは電球を電灯として商用化した人物。 普及させたからこそ、知れ渡っているのだ。

## 『技術力で勝る日本が、なぜ事業で負けるのか。 画期的な新製品が惨敗する理由』

妹尾堅一郎 著(ダイヤモンド社、2009年7月)

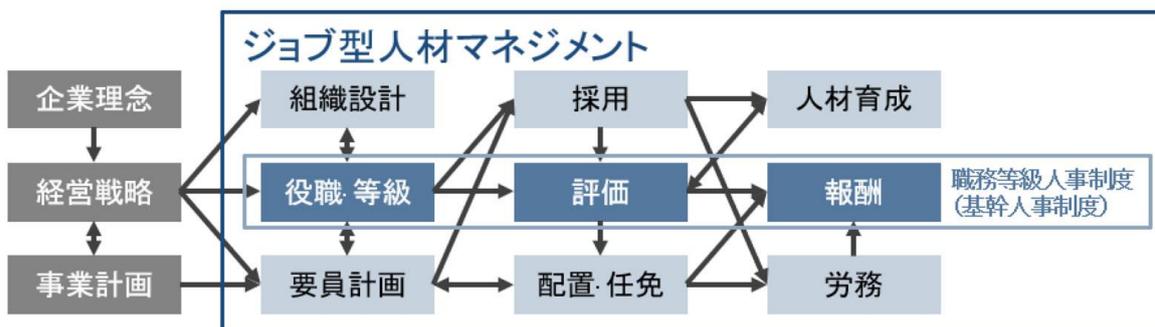
・今日は欧米主導で新興国も参加した国際分業によるオープン・イノベーションの時代。 日本企業はこうしたモデルにうまく参加できていない。 戦略概念をもたない日本企業の弱点。

・「プロイノベーション時代」における処方箋—「科学技術大国」から「科学技術立国」へ。

## 自社の状況に合わせた ジョブ型人材マネジメント導入に向けたヒント

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(三城圭太さん、桑野大吾さん)。2022年7月

ジョブ型人材マネジメントの全体像



## 『Humankind 希望の歴史(上) 人類が善き未来をつくるための18章』

ルトガー・ブレグマン 著、野中香方子 訳(文藝春秋、2021年7月)

・近現代の社会思想は、「性悪説」で動いてきた。 ホブズズいわく「万人の万人に対する闘争」。 アダム・スミスによると、人は損得勘定で動くホモエコノミクス。 ダーウィンが唱えた、自然淘汰説など。

・なぜ人類は生き残れたのか。民主主義や資本主義や人間性の限界を踏まえ、いかに社会設計すべきか、どう生き延びてゆくべきか。人間は本質的に善良であるという前提が世界を変える。

## 生産性課題に関するビジネスパーソンの意識調査

日本生産性本部。2022年7月

- ・【生産性阻害要因】無駄な業務が多い。価値観や仕事のやり方が以前と変わっていない。仕事のデジタル化が進んでいない。新しいことにチャレンジしにくい。
- ・【生産性向上への改善策】新しいビジネスモデル創造。イノベーションを起こす。現状の業務改善を進める。

## 『しがらみ経営。価値を生み出す「関係性」のマネジメント』

木村雄治、徳岡晃一郎 著(日経BPマーケティング／日本経済新聞出版、2017年1月)

- ・慣行や因習、風土など「不合理なしがらみ」が会社を窮地に陥れる。相次ぐ企業不祥事。あるいは経営不振。その背景には、必ずと言ってよいほど、組織の内外に抱え込んでしまった「しがらみ」という問題がある。
- ・企業経営の課題に切り込み、自社を分析し、悪いしがらみを上手に捨て、組織内外に価値向上に繋がる好循環の関係性を創り出していく。良い「しがらみ」の連鎖で企業の価値を創造。

## 『おいしいニッポン。投資のプロが読む2040年のビジネス』

藤野英人 著(日本経済新聞出版; New版、2021年11月)

- ・問題山積だからこそ、日本にはチャンスがいっぱい！さらば悲観論。思考も行動も変えて新たな時代に向けた準備をしよう。
- ・【新たなビジネス】穴を発見し、それを埋める方法を考える。【老害】思考がアップデートしていない人。【2040年に明るい未来を迎える】未来に向けて準備をし、何らかのアクションをした人だけ。

## 『経営はロマンだ』

小倉昌男 著(ヤマト運輸創業者。日経BPマーケティング／日本経済新聞出版。2003年1月)

- ・やればわかる。うまくいかなかったら、反省してやり直せばいい。しかし、やらなければ絶対にわからない。やらない限り、目標には近づかない。目標を決めたら、それに向かって歩いていくしかない。

・経営には、倫理が必要。利益とは目的ではなく、収入から経費を引いた結果。一生懸命いい仕事をしてその結果、ご褒美として利益が出る。利益の確保は事業を永続させるための手段。

## 『コーチングよりも大切な カウンセリングの技術』

小倉 広 著(日本経済新聞出版、2021年8月)

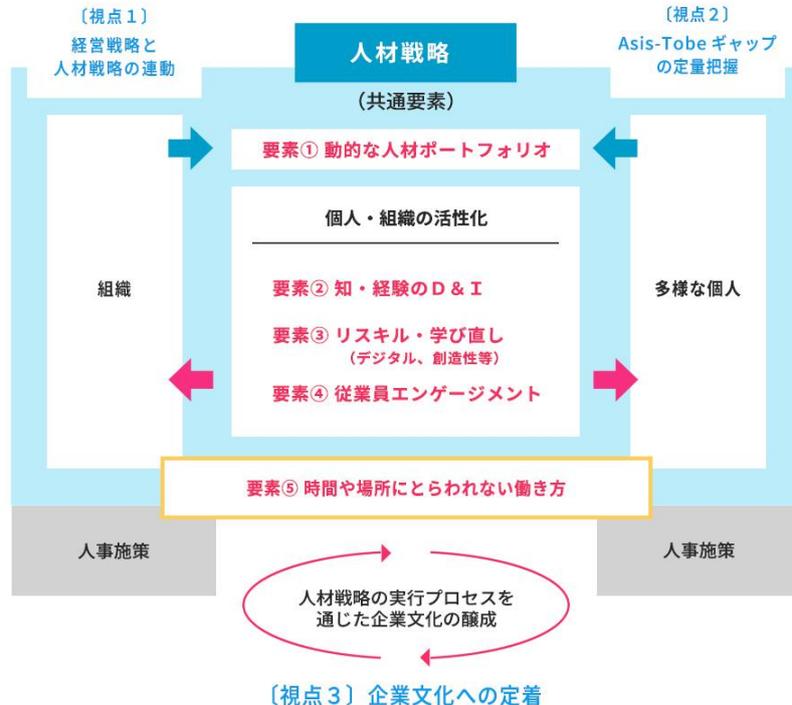
・コーチングに加えてカウンセリングが求められる時代。メンバーに語らせる。意見をしない。カウンセリングの技術は、「質問よりも傾聴」し、相手が話す環境をつくること。

・現状認識をまず共有することが大切。個人で自分の道しるべを作らせる。相手を認めて寄り添う。

## 人的資本経営が潮流の中で ～人材育成のあり方を問い直す～

産業能率大学 総合研究所。2022年7月

人材戦略に求められる3つの視点・5つの共通要素(3P・5Fモデル)



## 『税金を下げろ、規制をなくせ。日本経済復活の処方箋』

渡瀬裕哉 著(光文社、2020年10月)

- ・1980年代、日本は世界で最も勢いのある経済大国だった。しかし、90年代に入ってバブルが崩壊、経済は停滞して「失われた10年」と呼ばれた。その後も不況から脱出できず「失われた30年」に。
- ・その原因は何か。すべては「税金と規制」の問題に集約される。この30年間、家計収入は横ばいなのに社会保険料は倍！消費税を上げれば社会保障は上がらないは幻想。

---

---

## 『ノルマは逆効果 ～なぜ、あの組織のメンバーは自ら動けるのか～』

藤田勝利 著(太田出版、2019年2月)

- ・「自分ごと」になっていない目標は全て「ノルマ」。「ノルマ」という重荷。ノルマが組織と人の力を奪う「逆効果」と、ノルマのない会社に共通する「習慣」。
- ・「使命、ミッション」に立ち返る。事業の目的と意義を明確にする。社員がやりがいや自己成長を促しながら主体的に考え行動するようなマネジメントへと転換。

---

---

## 『未来が変わる働き方』

慎 泰俊 著(ディスカヴァー・トゥエンティワン、2013年2月)

- ・行動すること。起業や転職をしなくてもよい。とにかく、今、ここで自分にできることを探して、始めてみる。そうすれば、いつも何気なく過ごしていた時間がまったく違うものに見える。
- ・1人の100の行動より、100人の1つずつの行動によって、世の中は、ゆっくりと、でも確実に変わってゆく。誰にだって、世界をよりよいものにする力がある。まずは自ら行動を起こすこと。

---

---

## 『Anthro Vision(アンソロ・ビジョン)。人類学的思考で見るビジネスと世界』

ジリアン・テット 著、土方奈美 訳(日本経済新聞出版、2022年1月)

- ・「極端な不確実性」に直面する現在、過去の延長戦で考えるのは危険。「見えていないもの」を正しく「見える」ようにする。いま求められるのは、広い視野と「WHY」を突き詰める視点。
- ・人類学者のように「虫の目」で世界を視て、「鳥の目」で集めた情報と組み合わせることで「社会的沈黙」に耳を澄ます技術「アンソロ・ビジョン(人類学的視野)」。未知なるものを身近なものへ。

## 『地球ミッション。この世は魂のトレーニングジム』

ぐるぐる 著(日本文芸社、2016年9月)

- ・人は何のために生きているのか？ なぜ不安から逃れられないのか？ 人生の役割に気づく、あなたが今ここにいる理由。
- ・思い込みへの気づき、自己の使命への目覚め。人生で大切なのは、自分自身の力で本質と向き合い、成長すること。その力を、すべての人が持っている。

## 『やっつけのける Do it — move yourself without will !』

ハイディ・グラント・ハルバーソン 著、児島 修 訳(大和書房、2013年9月)

- ・やるべきことをわかっているのに、行動できないのはなぜか？ 自分のモチベーションを上げるには、どうすればいいか？ 「頭のでき」は才能では決まらない。
- ・筋肉と同じく、自制心(セルフコントロール)は鍛えなければ衰えていく。目標達成する能力はだれでも高められる。「なぜ？」を考えるとやる気が出る

## 『現場から見上げる企業戦略論。デジタル時代にも日本に勝機はある』

藤本隆宏 著(KADOKAWA、2017年7月)

- ・付加価値は設計情報に宿る。生産とは設計情報の転写である。現場、現物の洞察や産業経済の論理に基づかない悲観論は何も生まない。根拠なき悲観論も、根拠なき楽観論も害毒。
- ・テクニック以前に重要なのは、ものづくりのフィロソフィー(哲学)を徹底すること。地道にやっている中堅企業は、容易に人を辞めさせない。安売りはしない。買い手のことを考える。いわゆる三方よし。

## 経済で失敗しまくった天保の改革。呉座勇一が考える水野忠邦の問題点とは？

SPA！(呉座勇一さん／歴史学者)。2022年10月

- ・幕府権威の復活を企図した天保の改革(1841～)は、主要な目的であった物価安定化を果たせないままに進行。小手先の政策を乱発。
- ・財政悪化の根本原因は、改革に至らぬまま。負のスパイラルに陥っていた江戸幕府は、何を見落としていたのか？

## 『17歳からの民主主義とメディアの授業。ぶっちゃけ、誰が国を動かしているのか教えてください』

西田亮介 著(日本実業出版社、2022年3月)

・若者はずっと不況の社会を生きている。コロナで活動を制限され、社会には「自己責任論」が蔓延し、政治や社会の恩恵を受けていないと感じることも多々ある。それでも、日本は「暮らしやすい豊かな国」なのか？

・政治や日本のことを知らなくても、生きていける。でも、どうして、政治に興味を持たないのか。それは「価値」と「コスト」が見合っていないから。

## 『長期腐敗体制』

白井聡 著(KADOKAWA、2022年6月)

・悪徳の3拍子がそろった時代。【不正】間違った政治理念を追求。ないしは、その理念に動機付けられている。【無能】統治能力が不足している。【腐敗】権力を私物化し、乱用している。

・日本は腐敗した衰退途上国だ。やってる感だけの政治家。選ぶ主体の有権者の多くが思考停止。エリートがしっかりすれば国がうまくいくわけではない。

## 『稲盛和夫の実学 経営と会計』

稲盛和夫 著(日本経済新聞出版、2000年11月)

・売上は最大に。経費は最小に。経営者は、自社の経営の実態を正確に把握した上で、的確な経営判断を下さねばならない。そのためには会計原則、会計処理にも精通していることが前提になる。

・筋肉質経営の原則：固定費の増加を警戒すること。間接人員は増やさない。余裕を持って持ち堪えられる範囲で固定費を増やし、利益率の低下には注意。

## 『「強い円」はどこへ行ったのか』

唐鎌大輔 著(日経BP/日本経済新聞出版、2022年9月)

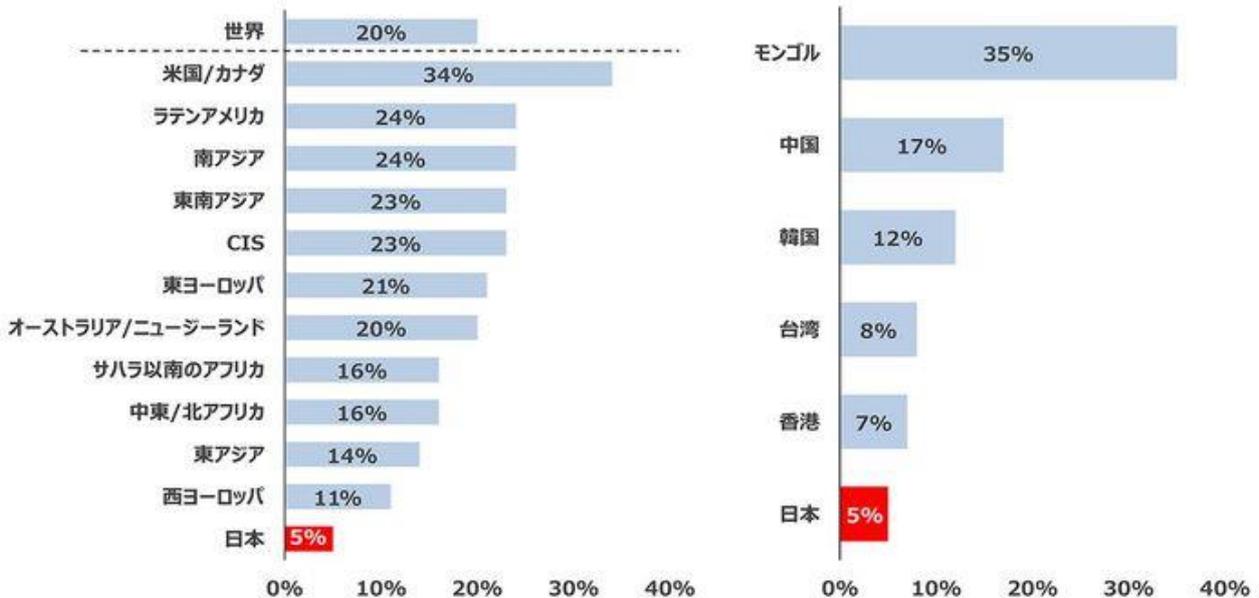
・「成熟した債権国」の夕暮れ。債権取り崩し国。つまるところ「円安は日本売り」であり、経済低迷に根本的な手を打たない日本政府に対する市場からの警鐘。

・円安で得をするのは、輸出や海外投資の還流に近いグローバル大企業だけ。内需主導型の中小企業や家計部門にはデメリットが圧倒的に大きく、結局、円安は両者の格差を拡大する。

## 日本人の「勤め先に期待しない割合」は世界最悪

経産省が「これはヤバい」と顔面蒼白になった衝撃データ  
プレジデントオンライン(平井裕秀さん/経済産業政策局長)。2022年6月

**図表2** 日本企業の従業員エンゲージメントは、世界全体でみて最低水準にある。



(注) 「エンゲージメント」は、人事領域においては、「個人と組織の成長の方向性が運動していて、互いに貢献し合える関係」といった意味で用いられる。  
(出所) GALLUP "State of the Global Workplace 2021"を基に経済産業省が作成。

## 『ワン・シング 一点集中がもたらす驚きの効果』

ゲアリー・ケラー、ジェイ・パパザン 著、門田美鈴 訳(SBクリエイティブ、2014年1月)

・私たちは日々、多くのタスクに追われている。どれもが「早くやれ！」と私たちをせつつ。しかし、全部を気に掛ける必要はない。

・大事な「1つのこと」を見つけ、そこに力を集中すれば、あとは、小さなドミノが次々と大きなドミノを倒していくように、目覚ましい成果がもたらされる。

## 『マッピング思考。人には見えていないことが見えてくる「メタ論理トレーニング」』

ジュリア・ガレフ 著、児島 修 訳(東洋経済新報社、2022年7月)

・頭がいい人は、地図を描くように情報を見きわめ、スマートな「最適解」を導いている。「マッピング思考」とは、物事をまるで地図を描くように“俯瞰的に”とらえようとする事。

・物理学者の故リチャード・ファインマンいわく「自分に嘘をつかないことは、なによりも重要だ。だが、自分ほどだましやすい人間はいない」。人間は自分の欠点やミスを認めるのがおそろしく下手。

## 『構造化思考トレーニング。コンサルタントが必ず身につける定番スキル』

中島将貴 著(日経BP、2022年9月)

・構造化思考とは、仕事や問題解決のゴールを明確に定めて、それを解き明かすための論理構造を明らかにするアプローチ。キークエスチョンにたどりつかなければ、すべてはムダ。

・構造化思考の“トライアングル” ①論点を分解する ②解き方を整理する ③解を整える。

## 『リーダーの戦い方。最強の経営者は「自分解」で勝負する』

内田和成 著(日経BP／日本経済新聞出版本部。2020年6月)

・正解はないが答えの見出し方が重要。リーダーシップに「正解(シングル・アンサー)」はない。あなただけの答えを見出せ！ 優れたリーダーは「自分が最も得意とする戦い方」で勝負する。

・自分の「型」を知ってこそその型破り。自分の力でコントロールできることと、できないことを区別しよう。両者を混同すると、リーダーとして適切な手を打てない。

## 『6つの思考スキルが最高評価をつくる 脳内編集力。正解がない世界で自分らしく生きる思考法』

北村嘉崇 著(マネジメント社、2022年8月)

・価値観や心を大切に。評価の9割は脳内編集力で決まる。思考はスキルであり、そのカギは「脳内編集力」である。明確な目標、具体的な目標があれば行動もそこに向かって変わっていく。

・考える「プロセス」を変えろ！ 脳内編集力で人生を豊かにする。①「人生」×「脳内編集力」②「人間関係」×「脳内編集力」③「健康」×「脳内編集力」。

## 『YOUR TIME ユア・タイム。4063の科学データで導き出した、あなたの人生を変える最後の時間術』

鈴木 祐 著(河出書房新社、2022年10月)

・時間術は生産性を上げない。時間の効率を気にすると効率が落ちる。「時間をマネジメントする」という考え方に無理がある。

・過去の経験と未来への態度から、適した時間管理術を導き出す。時と場合によって方法を使い分けることでより上手に時間を使いこなすことができる。

---

---

## 『儲かりたいなら、まずココから変えなさい！赤字から最短で脱出する「正しい手順」』

小山 昇 著(朝日新聞出版、2018年11月)

・赤字から抜け出す「8つ」のステップ：①社長が営業マンとなって、一番働きなさい ②無借金はやめて、銀行からお金を借りなさい ⑦やってもやらなくても同じ「人事・給与制度」を変えなさい ⑧「残業ゼロ」で生産性を上げなさい。

・儲からないのは、変わらない、無知である、働かない。キャッシュフローを重視した経営を行うこと。経営は「下手な鉄砲数うちゃあたる」が基本。良いことはやらずに成果が出ることをやる。

---

---

## 『儲かる中小企業になるブランディングの教科書』

寺嶋直史 著、岩本俊幸／監修(日本実業出版社、2019年9月)

・自社の強み＝価値を浸透させるブランディングの活動を営業・販促・マーケティングと連携させる。

・営業・販促・マーケティング・ブランディングは、同じ売上アップの手法であっても現在市場がバラバラである。これらを融合して手順化すればいい

---

---

## 『中小企業のための全員営業のやり方』

辻 伸一 著(総合法令出版、2015年9月)

・「全員営業」こそが、中小企業にとって最強・最善の営業戦略。営業マンを増やさずに、今いる社員、今ある商品で売上を倍増させる。

・「全員営業」5つのノウハウ：①まず、視点を変える ②余計を増やすな、余力を生み出せ ③人に頼るな、仕組みで儲ける ⑤金で釣るな、心をつかめ。

---

---

## 『小さな会社こそが絶対にほしい！「化ける人材」採用の成功戦略』

- ・「化ける人材」が小さな会社を大きくする。これからの倒産理由は「ヒト」になる。採用力を上げるには「知名度」と「投下資源」の2軸の強化が必要。
- ・採用とは、中小企業が自社の存在意義を語り、成長を加速させ、未来をつくる最重要業務。

## 『オープン・サービス・イノベーション。生活者視点から、成長と競争力のあるビジネスを創造する』

ヘンリー・チェスブロウ 著、博報堂大学 ヒューマンセンタード・オープンイノベーションラボ、TBWA博報堂/う監修(CCCメディアハウス、2012年10月)

- ・サービス重視の経済が加速する昨今、オープン・イノベーションとサービス・アプローチを組み合わせることがビジネスの成長と競争にとって効果的な方法。
- ・製品中心からサービスを中心にするイノベーションへ考え方を転換し、オープン・イノベーションにより顧客と共創することで、持続可能なビジネスモデルが生まれ、継続的に顧客価値が創造される。

## ローカルSDGs(地域循環共生圏) ビジネスの先進的事例とその進め方

環境省。2022年6月

ビジネスを通じて地域循環共生圏の形成を推進し持続可能な社会を実現



## 『社会貢献でメシを食う。 だから、僕らはプロフェッショナルをめざす』

竹井善昭 著、米倉誠一郎／監修(ダイヤモンド社、2010年9月)

- ・社会的課題に付加価値をつけて解決する。社会貢献を仕事にする道はたくさんある。自分を活かし、世界と共に人生を歩む道がたくさんある。希望があれば本当の自分に会えることができる。
- ・自己犠牲ではなく、自己実現の姿勢。社会貢献とは希望を生み出す仕事。希望を共有すること。豊かさとは多くの選択肢を持つこと。

## ソフトウェアに飲み込まれる世界。 生き残るために必要な力とは？

KPMG(茶谷公之さん／KPMG Ignition Tokyo社長兼CEO)。2022年6月 Forbes JAPAN Onlineに掲載

ソフトウェア時代に必要な3つの力

学習力: どんどん出てくる新しいことを、次々と吸収していく能力

探索力: 自ら新分野を好奇心を持って探索していく能力

連想力: 一見無関係に見える事象、現象を関連付けて理解できる能力

## 『突破するデザイン。 あふれるビジョンから最高のヒットをつくる』

ロベルト・ベルガンティ 著、安西洋之／監修、八重樫 文／監訳、立命館大学経営学部DML 訳(日経BP、2017年6月)

- ・アイデアが多すぎて迷いがちな時代に、最高のヒット商品・サービスを生み出す新たな開発手法「意味のイノベーション」。まずは自分: ストレッチ。自身の仮説を、批判精神を持って、深め、広げる。
- ・最高のヒットをつくる大原則: HOW(手段)でなく、WHY(目的)から始める。ユーザーの意見でなく、自分のアイデアから始める。たくさんのアイデアはいらない、1つを大事に育てる。

## 『今日からはじめる情報設計。 センスメイキングするための7ステップ』

アビー・コバート 著、長谷川敦士／監修、安藤幸央 訳(ビー・エヌ・エヌ新社、2015年10月)

- ・情報設計とは、ものごとの各部品をわかりやすく整理する方法。混乱を見極める ⇒ 意図を表明する ⇒ 現実を直視する ⇒ 方向を決める ⇒ 距離を測る ⇒ 構造で遊ぶ ⇒ 調整に備える。
- ・人々が目にしている話題にはしない混乱に着目。「情報」とは、出会ったものごとから「受け手が解釈するすべて」。情報「そのもの」を送り手が「作る」ことはできない。

## コロナ禍で懸念される少子化の加速

NIRA総合研究開発機構 わたしの構想No.60 2022年6月

日本の出生数は約84万人(2021年)と過去最少を記録。日本の少子化は、コロナ禍の前からすでに深刻な状況。若者や女性が力を発揮できる社会づくりを。

### 人口問題への関心

- ・人口減少が消費と投資を減少させる
- ・出生率低下の原因は**社会構造**にある  
「結婚した女性が子どもを育てながらどう仕事をするか」

### 社会政策の発展

- ・**予防的社会政策**を提唱
- ・貧困、失業等の発生を予防する
- ・社会による**人的資本への積極的投資**  
「経済にプラスとなる社会政策」

### 現代の課題への展開

### 人口政策・社会政策・経済政策の一体化案

- ・自ら進んで子どもをもとうとするように社会を変える
- ・個人の義務と見なされがちな子どもの**養育負担を国家が賄う**
- ・人口の量的増大だけでなく**質的向上の重要性を強調**
- ・幼若年層へのよりよいケアを通じて、**広義の労働生産性を向上させる**

出所)藤田菜々子(2009)「1930年代スウェーデン人口問題におけるミュルダール——「消費の社会化」論の展開」経済学史研究 第51巻第1号 pp.76-92、藤田菜々子(2008)「1930年代人口問題におけるケインズとミュルダール」経済学史学会第72回全国大会口頭発表、渡邊幸良(2015)「ミュルダールの予防的社会政策」中央大学経済研究所年報 第47号 pp.447-460をもとに作成。

## 『アートシンキング。未知の領域が生まれるビジネス思考術』

エイミー・ウイテカー 著、電通 京都ビジネスアクセラレーションセンター  
編、不二淑子 訳(ハーバーコリンズ・ジャパン、2020年2月)

・アート×ビジネス。アートシンキングとは、そもそも「これは実現可能か？」という問いを發すること。専門分野にとどまらず、広角レンズで世の中を見ること。不安や孤独の中においても自分自身を心から信頼すること。

・無駄なものは何もない。未完成にこそ価値がある。創造的プロセス vs 創造的成果。判断すること vs 把握すること。観察は把握の重要な要素。どこが違うか？ どう違うのか？

## 『未来の科学者たちへ』

大隅良典、永田和宏 著(KADOKAWA、2021年11月)

・研究者の醍醐味、世界で自分だけが知っている。研究は「おもしろい」から。一番乗りよりも誰もやっていない新しいことを。安全志向の殻を破る。「解く」ではなく「問う」を。

・「役に立たない(=文化)」 「失敗から学ぶ」。人生の選択はおもしろい方を。乗り遅れ症候群になるな。科学は「発見」、技術は「発明」。これらが日本では混同されている。

## 『ビジネスロードテスト。新規事業を成功に導く7つの条件』

ジョン・W・ムリンズ 著、秦孝昭、出口彰浩、兎耳山晋 訳(英治出版、2007年9月)

・ビジネスチャンスの本質を理解し、失敗を未然に防ぐ。新規事業は、たいてい失敗する。新規事業には、不確定要素がつきもの。だからこそ、時間をかけてビジネスプランをまとめる前に、それらを取り除かなくてはならない。

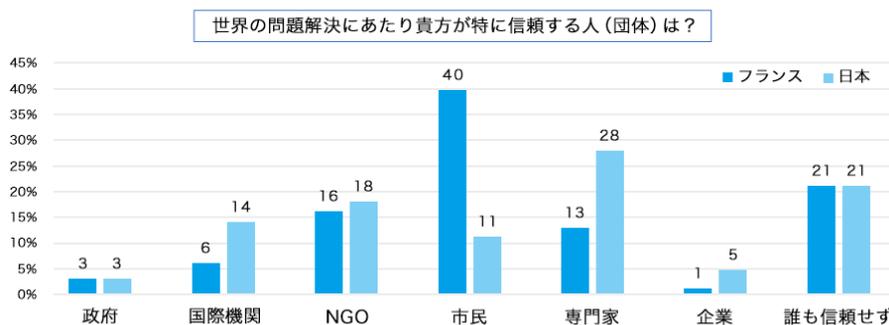
・「市場」と「業界」の違いを理解し、「ミクロ」と「マクロ」の両面を見て、起業チームを評価し、アイデアに将来性があるかをチェックする。

## フランスに見る、世界を変えた「市民」の力。未来に向けて行動する若者たち

電通総研(永田公彦さん/Nagata Global Partners代表)。2022年6月

フランス市民を支える哲学。次世代を考えて行動するフランス市民。それを受け入れる政府も「市民の子」。フランスは国策でスタートアップ大国に。

### 市民の力を信じるフランス人、専門家に頼る日本人



出所：TIME TO QUESTION 『コロナ後の持続可能な社会についての国際意識調査』  
(130問、2020年5月27日～8月31日、サンプル数：日本4,112、フランス243,272)

## 『DXの実務。戦略と技術をつなぐノウハウと企画から実装までのロードマップ』

古嶋十潤 著(英治出版、2022年6月)

・根本的な問題は2つ。DX戦略構築/実行の「型」が欠けている。DX実現に不可欠の「技術的考察」が欠けている。DX成功の鍵は「戦略と技術をつなげる力」。

・本気でDXを行うならばデータ利活用の標準的な考え方を身につけ、主要技術を理解することが不可欠。

---

---

## すぐ実践したくなる！ お金持ちだけが知る2つの法則

All About。2021年8月

①小さな努力が連鎖を生み出す「ドミノ効果」 ②小さな努力が大きな成果につながる「複利効果」

---

---

## 『新エクセレント・カンパニー：AIに勝てる組織の条件』

トム・ピーターズ 著、久保美代子 訳(早川書房、2020年2月)

・人が1番！。人の活力、想像力をもっと活かせるのではないか？ 実践こそ戦略。そして実践するのは人！ そのかけがえのない人と向かい合い、私たちみんなが夢に向かおう！

・みんながワクワクして、熱意と実践で成長していける組織をつくりたい。利益は副産物。優秀な人を発掘し育て、クライアントの利益のためにその能力を活用すること。私たちの利益をあげながらそれを継続していくこと。

---

---

## 『未踏の時代のリーダー論。挑戦する経営者たち』

日本能率協会 編(日経BPマーケティング／日本経済新聞出版、2019年3月)

・「大きな方向性を示し、誰もわからないこと、決められないことを決めるのがトップの役割」 出口治明(立命館アジア太平洋大学(APU)学長)

・第一線で活躍を続けるリーダー18人のインタビューを通じて見えてきた共通点は「人一倍強い危機意識」と「社会をよりよくしたい」という思い。未来を見据える視座。多様な視点が組織を変える。

---

---

## IMD「世界競争力年鑑2022」からみる日本の競争力

日本の競争力総合順位は34位(63カ国・地域中)

三菱総合研究所(酒井博司さん)。2022年9月

順位	国名	21年からの 順位差	順位	国名	21年からの 順位差	順位	国名	21年からの 順位差
1	デンマーク	△ 2	22	エストニア	△ 4	43	カザフスタン	▲ 8
2	スイス	▲ 1	23	英国	▲ 5	44	インドネシア	▲ 7
3	シンガポール	△ 2	24	サウジアラビア	△ 8	45	チリ	▲ 1
4	スウェーデン	▲ 2	25	イスラエル	△ 2	46	クロアチア	△ 13
5	香港	△ 2	26	チェコ	△ 8	47	ギリシャ	▲ 1
6	オランダ	▲ 2	27	韓国	▲ 4	48	フィリピン	△ 4
7	台湾	△ 1	28	フランス	△ 1	49	スロバキア	△ 1
8	フィンランド	△ 3	29	リトアニア	△ 1	50	ポーランド	▲ 3
9	ノルウェー	▲ 3	30	バーレーン	—	51	ルーマニア	▲ 3
10	米国	△ 0	31	ニュージーランド	▲ 11	52	トルコ	▲ 1
11	アイルランド	△ 2	32	マレーシア	▲ 7	53	ブルガリア	△ 0
12	UAE	▲ 3	33	タイ	▲ 5	54	バレー	△ 4
13	ルクセンブルク	▲ 1	34	日本	▲ 3	55	メキシコ	△ 0
14	カナダ	△ 0	35	ラトビア	△ 3	56	ヨルダン	▲ 7
15	ドイツ	△ 0	36	スペイン	△ 3	57	コロンビア	▲ 1
16	アイスランド	△ 5	37	インド	△ 6	58	ボツワナ	△ 3
17	中国	▲ 1	38	スロベニア	△ 2	59	ブラジル	▲ 2
18	カタール	▲ 1	39	ハンガリー	△ 3	60	南アフリカ	△ 2
19	オーストラリア	△ 3	40	キプロス	▲ 7	61	モンゴル	▲ 1
20	オーストリア	▲ 1	41	イタリア	△ 0	62	アルゼンチン	△ 1
21	ベルギー	△ 3	42	ポルトガル	▲ 6	63	ベネズエラ	△ 1

出所:IMD「世界競争力年鑑」各年版より三菱総合研究所作成

## 『創造と変革の技法。イノベーションを生み続ける5つの原則』

堀 義人 著(東洋経済新報社、2018年9月)

- ・可能性を信じ、志を立てる。人を巻き込み、組織をつくる。勝ち続ける戦略を構築し、実行する。変化に適応し、自ら変革し続ける。
- ・実践すべきは魅力的な場を作ること。トップが率先して楽しむこと。やるべき仕事は「自分しかできないこと」「人がやりたくないこと」。面白く生きる。知らなかった世界に飛び込む「好奇心」。

## 『企業価値を高める事業戦略がわかる 戦略経営バイブル』

高橋宏誠 著(PHP研究所、2010年3月)

- ・経営企画担当者は得てして売上あるいは利益の「責任」を負わない。事業責任者はその責任を負う。これは大きなスタンスの違い。
- ・戦略は、あくまで道具であり、現実を切り取るフレームにすぎないが、その戦略の考え方、その道具やフレームをどう使うか。なぜ成功が続かないのか、どうして失敗がくりかえされるのか。

## 『イノベーションの法則』

DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー 2021年 4月号 [雑誌]

ダイヤモンド社 著、DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー編集部 編

- ・口先だけでは未来をつくれない。経営者の覚悟が世界を変える。機能ではなく物語で価値を提供する。消費者の頭の中を塗り替える。
- ・技術や市場ありきで考えない。人々の価値観と習慣を変える。「新しい現実」に目を向けよ。イノベーションは顧客の問題発見から始まる。

## 『ビジョナリー・カンパニー4 自分の意志で偉大になる』

ジム・コリンズ、モートン・ハンセン 著、牧野 洋 訳(日経BP、2012年9月)

- ・低コスト、低リスク、低ディストラクションで大量に試す。上手くいったものに大量投資する。常識を越えてバッファを用意しておく。未来は正確に予測することができない。
- ・栄枯盛衰から時代を生き抜く企業。実証的想像力。運は等しく降り注ぐ。それに気づくかどうか。ひたむきな行動。人が全てを変える。

## 『未来をつくる経営者。20人のグローバル経営者からのメッセージ』

国際経営者協会(IMA) 著(生産性出版、2009年5月)

- ・時代の変化を先取りする経営。自分流で世界とつながる。努力について判断できるのは自分自身だけ。「誰もできなかったこと」に取り組む。
- ・アントレプレナーシップで未来を切り拓く。自分と天運を信じて突っ走れ。あなたにもできる！。

## 『ミレニアル・スタートアップ。新しい価値観で動く社会と会社』

裙本理人 著(中央経済社、2021年10月)

- ・「技術ありき」でマーケットに参加するな。まず、目を向けるべきなのは「市場」と「顧客」。社会全体の幸福を考える。100あるものを取り合うのではなく、知恵を絞り、全体を200にする考え方。
- ・まずは自分自身の幸せの定義を定める。責任とは相手の期待を超えるアウトプットを出すことであり、達成出来なかった時に全て自分ごととして原因分析/再発防止を徹底する。

## 『自分のスキルをアップデートし続ける。 リスキリング』

後藤宗明 著(日本能率協会マネジメントセンター、2022年9月)

・リスキリングとは、「新しいことを学び、新しいスキルを身につけ実践し、そして新しい業務や職業に就くこと」で、主に企業の人材戦略の一環。

・リスキリング経験が自分の人材としての市場価値を高める。 未来に向けて現状を変えようとする「未来志向」。 変化への適応力。 ストレス耐性。 目標達成能力。

## 『世界を巻き込む。 誰も思いつかなかった「しくみ」で問題を解決するコペルニクの挑戦』

中村俊裕 著(ダイヤモンド社、2014年2月)

・「明かり」がない。 たったこれだけのことが、暮らしにどんな影響を及ぼすか想像できるだろうか？ 「シンプルなテクノロジー」で貧困を削減する！ 国連、スタンフォード大発ベンチャー。

・トップダウンだけでは、変わらない現実がある。「現場に行く」ことの大切さ。 複雑な技術ではなくシンプルだけど、現地のニーズに合致する製品が貧困国に届けば生活を大きく変えられる。

## 『This is Service Design Doing サービスデザインの実践』

マーク・スティックドーン、アダム・ローレンス、マーカス・ホームズ、ヤコブ・シュナイダー  
著、長谷川敦士／監修、安藤貴子、白川部君江 訳(ビー・エヌ・エヌ新社、2020年2月)

・モノからコトへの時代に求められるサービスデザイン。 アイデアそのものに特別な価値があるわけではない。 アイデアは良いものでも悪いものでもなく、単に役に立つ可能性があるだけ。

・データサイエンスは「何か」を幅広く大規模に、エスノグラフィは「なぜ」を深く濃く明らかにする。 これら2つのテクニックを合わせれば、とてつもない力が生まれる。 忘れてはならないのは感情の効用。 感情は行動を促す最大の要因である。

## これからの時代のリーダーシップに欠かせない10の考え方

ライフハッカー(matonoさん)。2015年12月

①信ぴょう性と透明性が大事 ②ブランドが評価になる ④コラボレーションは新しい通貨 ⑦コミュニティが非常に重要 ⑨情報を共有することが影響力となる ⑩肩書は要らない

## 『お金は銀行に預けるな。金融リテラシーの基本と実践』

勝間和代 著(光文社、2007年11月)

- ・年金不安、所得格差が進む中、私たちが身につけなければならない能力は、自分のお金は自分でコントロールする知恵。金融資産を銀行に預けて、減らないから安心だというのは逆にリスク。
- ・自分のリスク許容度に応じて、金融資産の一部を運用(長期、分散、積立)に回すことは成熟国に住む日本人にとって必要かつ重要なポイント。

## 『勝手に売れていく人の秘密。信頼と卓越の戦略 マーケティングと営業<7+7>の法則』

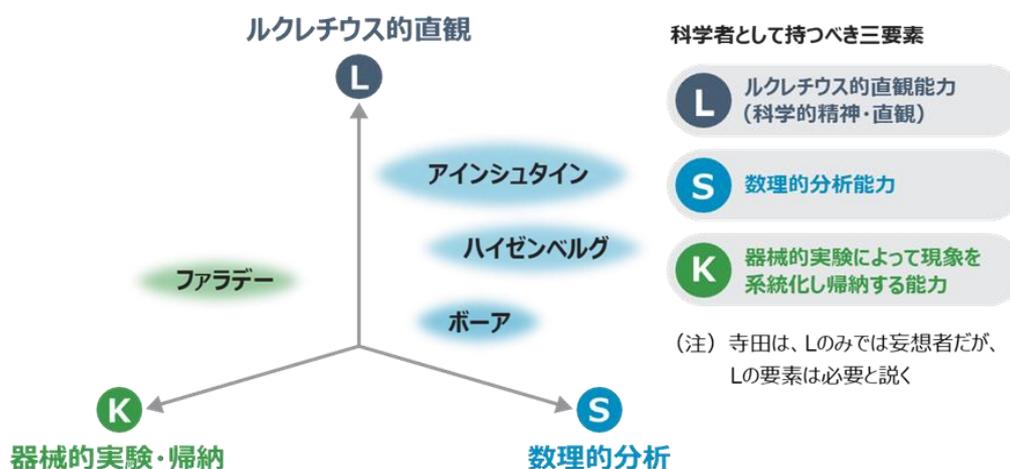
清水康一郎 著(ダイヤモンド社、2012年3月)

- ・やっぱり、信頼！ ニーズの把握！ 信頼関係を構築するカギは、人格、目的、能力、実績の4つを示すこと。自分を信じること。自分を好きになること。
- ・「勝手に売れていく人」は「マーケティング」と「セールス」の両輪(ベースとして、心理学)を理解している。買っていただくためには、お客様に気付かせなくてはならない。お客様の意識を変えるためには、お客様との信頼関係が必要である

## 科学史に学ぶイノベーションと人材育成

A I 時代における人材育成の鍵はクリエイティブカ

日立総合計画研究所 機関誌「日立総研」(竹内 薫さん/サイエンスライター)。2022年5月



『ルクレチウスと科学』(1929年・寺田寅彦著)を基に日立総研作成

寺田寅彦のLSK座標

## 『「ものづくり」の科学史 世界を変えた《標準革命》』

橋本毅彦 著(講談社、2013年8月)

・標準化＝製造の革命は、旧体制を破壊し、軋轢も生む。「標準」を制するものが、「世界」を制する！「互換性」は技術者の壮絶な工夫と苦勞の結晶であり、企業と権力の構想と交渉によって誕生した。

・近代技術の本質は「互換性」と「標準化」にある。コンテナの標準化により、トラック、鉄道、船舶等の運送手段を接続させ、巨大な運送システムを生み出し、製造業のあり方をも変えた。

## 『スタンフォード ソーシャルイノベーションの始め方』

スタンフォード・ソーシャルイノベーション・レビュー 日本版

SSIR Japan 編(SSIR Japan、2022年1月)

・社会の不平等や不合理へ関心を持ち、変革の必要性を感じたとき、ソーシャルイノベーションの実践者が「あの人達」から「わたし」に変わる。

・どんな取り組みも一人の「わたし」から始まる。経済合理性では解決し得ないし、起こせないイノベーションがある。「国」「自治体」「学校」「会社」「あの人たち」という主語から「わたし」という主語に戻すことから、新しい選択肢を見つけていく。

## 『〈DTCからの提言 2022〉パワー・オブ・トラスト。未来を拓く企業の条件』

「選ばれ続ける企業」として、信頼を得るための実践知

デロイトトーマツ。2022年5月

変化の時にあって変わらないものは何か。それは「信頼(トラスト)」。「三方よし」、日本企業が立ち返るべき経営の原点。不確実性に向き合うための軸としての「信頼」。「信頼」のアップデート。

### これからの信頼

対象



信頼の対象が  
広がる

広範な「三方よし」  
●自社だけでなくサプライチェーンの端から端、さらには地球にまで  
●売るまでではなく、売った後も

次元



信頼の次元が  
高くなる

守りと攻めのCSRと、社会における価値創出  
●守りに加え、CSV経営の実行  
●産業に留まらず社会への価値重視

時間軸



信頼の時間軸が  
長くなる

長期と、短期の両立

●ステークホルダーとの信頼関係は、長期的な構えと、短期的な足元の活動の両立によって生まれる

## 『アントレプレナーの教科書 [新装版]』

スティーブン・G・ブランク 著、堤 孝志、渡邊 哲 訳(翔泳社、2016年1月)

- ・「製品開発」と「顧客開発」。大多数のスタートアップが、革新的な製品を作りながらもニーズに応えられずに倒産してしまう。その原因は製品開発のみに集中し、市場作りを怠っていることにある。
- ・顧客開発(なかでも顧客発見)は「仮説を事実に変えること」。顧客開発モデルの4つのステップは「顧客発見」「顧客実証」「顧客開拓」「組織構築」。

## 「日本企業の”攻めのDX”実態調査」～成功と失敗の分岐点～

アビームコンサルティング。2022年9月

デジタル変革実現に向けた3つの提言

### “攻めのDX”成功と失敗の分岐点



#### データ/ITアーキテクト

- 守り⇒攻めに転じるためには、データマネジメント・ITアーキテクチャ(基幹システムとフロントサイドのシステムのシームレスな連携)・セキュリティの整備が必要



#### DXマネジメント

- 変化を見据えたビジョン・戦略策定することや、DX計画を一度作るだけでなく柔軟に投資をコントロールすることが必要
- 本社・事業部門の責任・権限を定義することが必要



#### DX人材の確保・育成

- 社外パートナーやJVなど活用し、DX人材を確保・育成していることや、トライ&エラーを許容する組織風土、経営チームのDXスキルを向上させることが必要

### 3つの提言

1

裏のデジタルを活用した  
**価値創出組織・機能**の整備

2

**未来起点マネジメント**  
手法の磨き上げ

3

**挑戦風土**への経営陣と  
ミドルの役割アップデート

## 『リーン顧客開発。「売れないリスク」を極小化する技術』

シンディ・アルバレス 著、堤 孝志、飯野将人／監修、エリック・リース 編、児島 修 訳(オライリージャパン、2015年4月)

- ・「誰も買いたがらないものを開発してしまう」リスク。顧客開発は、仮説と検証を繰り返すことで顧客を理解し、適切なセグメントに向けた製品を迅速に開発する手法。
- ・「なぜ」は5回繰り返して初めて本質を得る(トヨタ式5why)。学ぶことへの飽くなき探究心。不確実性を楽しむ。現実を受け入れ、それを周囲に伝えていくことへのコミットメント。

## 『日本病 なぜ給料と物価は安いままなのか』

永濱利廣 著(講談社、2022年5月)

- ・4低(低所得・低物価・低金利・低成長)の「日本病」。 どうして日本の国力は30年以上も低下し続けているのか？ 日本は家計も企業も過剰貯蓄、はびこるデフレマインド。
- ・日本では、年収200万円未満の世帯が増加、年収1500万円以上の世帯は減少⇒1億総貧困化へ。 大きな可能性を秘めている日本の第一次産業。

## 『イノベーションのDNA [新版] 破壊的イノベータの5つのスキル』

クレイトン・クリステンセン、ジェフ・ダイアー、ハル・グレガーセン 著、櫻井祐子 訳  
(翔泳社、2021年10月)

- ・イノベーション。 それは世界経済の血液であり、世界中のCEOの戦略的な優先課題である。 ジェフ・ベゾス、イーロン・マスク、インドラ・ヌーイ、マーク・ベニオフ、ピーター・ティールといった著名なイノベータたちは、どうやって「すごいアイデア」を思いついたのか？
- ・発見力 5つ： 関連づける力、質問力、観察力、人脈力、実験力。 世界で最もイノベータティブな企業のDNA(実践する人材、プロセス、理念)。

## 『選ばれ続ける必然。 誰でもできる「ブランディング」のはじめ方』

佐藤圭一 著(講談社、2016年8月)

- ・商品に魅力があるだけではダメ。 会社とお客様のズレをいかになくすか。 顧客に「選ばれ続ける」ために、社内をどう変え、お客様に「何を伝えるべきか」「伝えたいことは何か」を共有。
- ・「どんな人たちに愛されたいか」「どんな価値を提供できるか」「どんなイメージを感じさせたいか」を整理し、定義することで、あるべき姿が明確になっていく。

## 『世界と日本を目覚めさせたウクライナの「覚悟」』

倉井高志 著(前ウクライナ大使。 PHP研究所、2022年6月)

- ・日本の安全保障を考える上で、ウクライナの知見が大いに役立つことは間違いない。 他人事ではないこの戦争で、日本人は何を得ることができるのか。
- ・ロシアの軍事侵攻に対し、ウクライナ人が「最後まで戦う」という覚悟で抵抗を続ける精神的な背景には、ロシアとの歴史的関係、なにかんづく近年のロシアによるウクライナへの仕打ちに対する思いがある。

## 『ロシアのウクライナ侵略で問われる日本の覚悟』

グレンコ・アンドリー 著(ウクライナ出身の国際政治学者。日本に留学。扶桑社、2022年7月)

- ・苛烈な旧ソ連支配の暗黒史。国民を覚醒させたクリミア侵攻。祖国を守るために戦う国民の覚悟。日本も「ロシア幻想」から目覚めよ。ロシアの「結婚サギ」にダマされてきた日本。
- ・侵略国家は歯向かう気のない弱い国を狙う。自分の国を自分で守る気概が国際社会を動かす。ウクライナと日本に共通していた「平和ボケ」や独裁国家に対する圧倒的警戒心不足は、日本の明日を考える上で大変役にたつ。

## 『中国人の誤解、日本人の誤解』

中島 恵 著(日経BPマーケティング／日本経済新聞出版、2013年10月)

- ・日本を知らない中国人、中国を知らない日本人が、互いの悪印象を増幅させる。日中関係を覆う「不幸の構造」を解き明かす。人は皆同じ、中国と言えど例外ではない。
- ・レッテル貼りはむなし。日本のアニメは好きだが日本のことはあまり好きではないという人の存在。アニメ好き＝即親日ではない。理解とは誤解の総体。

## 『脳科学マーケティング 100の心理技術。顧客の購買欲求を生み出す脳と心の科学』

ロジャー・ドゥーリー 著(ダイレクト出版、2013年11月)

- ・マクドナルドには独特の美味しそうな匂いがあり、それが一つの価値となっている。シンガポール空港では洗練された五感(視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚)マーケティングをやっている。
- ・定額料金を設定することで、脳の痛みが和らぐ。タクシーの料金は距離ごとに値段が上がるので痛く感じる。「高価だ」と認識され、それを払うのに適正だと認識された物は本当に美味しく感じる。

## 『億万長者の不況に強いセールス戦略。ダン・S・ケネディの“屁理屈”なし実戦ビジネスMB』

ダン・S.ケネディ 著、小川忠洋 訳(ダイレクト出版、2010年9月)

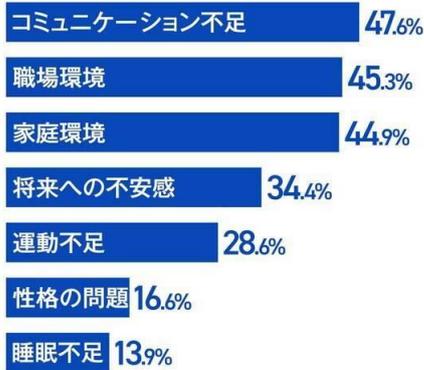
- ・どんなときでも必ず成功への道はある。好況なら誰でも売れるが、不況でも売れるようにはどうするか？ どうすれば「追いかける営業マン」ではなく、「必要とされる営業マン」になれるのか。
- ・退屈なマーケティングが最悪(ビジネスに死をもたらす)。マーケティングの「マニュアル化」と「セールス・プレゼンテーション」の作成が大事。相手に焦点。自我を消す。相手を高く評価。

## 医師1000人が回答、「心の不調」を抱える人に共通する口癖とは？

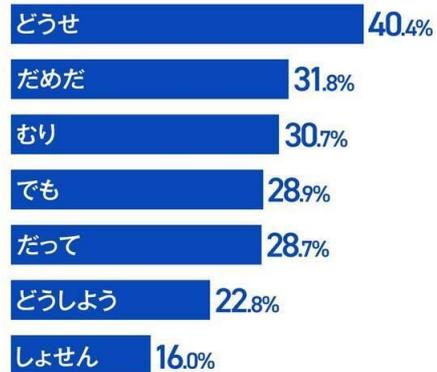
「どうせ」「だめだ」「むり」

All About(ヒューマン・データ・ラボラトリ調べ。全国の医師1000人(心療内科医・精神科医・内科医)を対象、「コロナ禍における心の健康の実情や適切な対処法」について。2022年3月29日～4月1日)。

### 心の不調の原因



### 口癖



## 『自衛隊最高幹部が語る台湾有事』

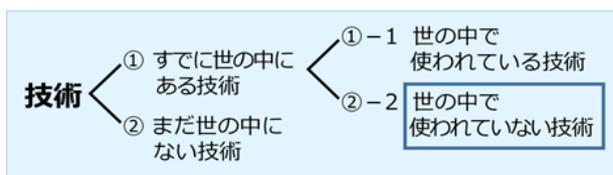
岩田清文 著(新潮社、2022年5月)

・シナリオは、グレーゾーンでの戦いの継続、物理的な台湾の封鎖、全面的軍事侵攻、終戦工作の4本。制度的、能力的、情報収集能力的に日本の無能さが出てくる。中国は脅威との認識を持って。

・「2024年の台湾総統選が危ない」とし、それは取りも直さず日本の危機。台湾、尖閣、与那国を中国が占領した状態で米中が和解してしまうシナリオも。台湾には自立したアイデンティティがあり、安全保障上の意識も高い。

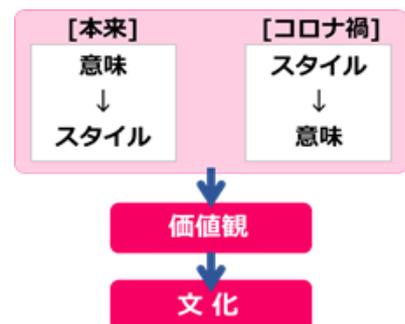
## あなたが見ている人がちがう(下)ー世界経営者会議

エネルギー・文化研究所 顧問 池永寛明さん。note日経COMEMO 2021年11月26日掲載



■ 新しいものが普及するためには

- ① それを考えて作り出す人
- ② それを受け入れ使う人



## 『NETFLIXの最強人事戦略。自由と責任の文化を築く』

パティ・マッコード 著、櫻井祐子 訳(光文社、2018年8月)

・夢中になれる課題を与えられ、有能な同僚と一緒にそれに取り組むことが、何よりのインセンティブ。同社がわずか20年のうちに驚くべき業態進化と成長を遂げた秘訣は、型破りな人事制度に支えられたカルチャーにある。

・すべてのポストに優秀な人材を採用する。業界トップレベルの給料を払う。有給休暇は廃止(従業員の裁量で休む)。これからの業務に適さない人には退職してもらおう。人事考課制度は時間と労力のムダ。

## 『営業の智慧』

中村信仁 著(エイチエス、2016年1月)

・営業の基本は「聴く」「観る」「伝える」この3つ。「聴く」とは耳と目と心で聴く動作。「観る」とは感じるということ。「伝える」とは説得ではなく納得していただくこと。我々は顧客の話を「聴く」ことから全てが始まる。

・成功よりも成長し続けることが成功となる。挑戦した結果のことを成功または失敗という。成功を目指す生き方より、成長をし続ける生き方を軸として勉強を怠らないこと。

## 『アート思考のものづくり』

延岡健太郎 著(日経BP/日本経済新聞出版本部、2021年1月)

・欧米主導のデザイン思考を取り入れるだけでは十分ではない。今後、日本企業がその強みを基盤として輝きを取り戻すためには、アート思考が求められている。

・顧客の声より自分たちの信念、哲学を徹底的に製品に入れ込む。ユーザー満足を目指とするデザイン思考を超えて、ユーザーの想定を超えた感動をもたらすものづくりを目指す。

## 『愛されるアイデアの作り方』

鹿毛康司 著(WAVE出版、2012年5月)

・アイデアとはドラマ。アイデアが生まれる「場」をつくる。徹底的にお客様に向き合う。お客様と視線を合わせる。そこには、技術を超えた「心のアプローチ」があった。

・愛される前に、まず自身の作った商品を愛さなくてはならない。どんな仕事でも結局のところ「伝える相手を大切にすること」「自分の想いを正確に相手に伝えること」。

## 『Good Team 成果を出し続けるチームの創り方』

齋藤秀樹 著(日経BP、2020年6月)

- ・「上への忖度」「事なかれ主義」「他者依存」。ダメな上司、やる気のない同僚、あきらめている自分……。どんな状況であっても、チームは「あなた1人」から変えられる。「Do」より「Be」を大事にせよ。
- ・チームをすくすく成長させる「土作り」。小さな成功体験の積み重ねで「自信」をつける。「目標達成」を自分事にする。目標達成のための「あきらめない精神」を育む。

## 『右脳思考を鍛える:「観・感・勘」を実践! 究極のアイデアのつくり方』

内田和成 著(東洋経済新報社、2019年10月)

- ・検索するな! 整理するな! 覚えるな! 情報は放っておいて、熟成させよう。しゃべる、書く、歩き回る。思い出せない情報は大した情報ではない。ひらめくためには「なぜ」が大事。
- ・ここでいう情報収集や整理は、膨大な情報にアクセスし、その情報をデータベース化し、活用するなどというものではない。入力疲れ、整理疲れで終わってしまって、肝心のアウトプットができない。それでは本末転倒だ。ところが、そういうことが仕事には多すぎる。

## 『独創はひらめかない。「素人発想、玄人実行」の法則』

金出武雄 著(世界的に活躍するロボット研究者。日経BPマーケティング  
/日本経済新聞出版、2012年11月)

- ・遊び心のある素人発想、自分が問題そのものになりきる玄人実行。日本人よ、世界を驚かせよう。単純な発想を緻密に実現するのが真のイノベーション。アイデアは人に盗まれない。
- ・仲間との共想や共創。アイデアは人と話して発展する。人に話して、取られるようなら相手の方が自分よりも上ということ。ひたすら考え続け、言語化する。

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。