

# 常盤塾

日時：2013年5月25日（土）10:00～1:00

場所：学術総合センター内 一橋大学神田キャンパス

文責：常盤塾ライター 秋庭愛子

## アジェンダ

< 1 > 常盤先生のお話

< 2 > 「イノベーション・オブ・ライフ」

< 3 > 本の紹介

< 4 > 合宿について

## < 1 > 常盤先生のお話

これからのものづくりの在り方

- もっと個性のある、いかにも日本的なものづくりを目指そう
- 明治維新：中江兆民と福沢諭吉
- 中江兆民：フランスの思想を学んできた  
日本の持つ文化をぐらつかせていいのだろうか、と疑問に思った
- 哲学を大切にしなければいけない、ということを西洋から学んだ
- 西洋に傾くけれども、日本にはいいものがたくさんあり、それを大切にしなければいけない
- もっと本質的にその会社の文化・風土・伝統、そして会社の哲学から会社を論じることをしなければいけない
- お金を越えたところで、わが集団はどう生きるかという哲学が必要
  
- 東日本大震災で津波に流された物が最近アメリカ・オレゴン州に打ち上げられ、日本に帰ってきた
- 「おかえりなさい」「ごくろうさま」といいながら、帰ってきた物を迎えた
- 物には心が込められている、心は物とつながっているということがよくわかった
- 物と人が一体になって、というのが本来の生き方であって、そこからものづくりを考えなくてはならない

- 惣：物と心
- 足立区でランドセルを作っている小さな会社がある
- 社長や従業員が言うには、工場で大量を作っているわけではない：製品ではなく工芸品
- 自分たちが作るランドセルに想いがつまっている
- 今は大量に物を作ってコストを下げて、マーケットシェアを気にしているが、そのような気持ちでするものづくりでは日本は新興国には勝てない
- 日本のもものづくりには本来立ち直る力は充分ある
- 単に立ち直るだけではなく、跳ね返すような復元力を認識することが重要
- それには従来のようなものを作るだけという発想ではだめで「良いもの」を再定義しなければいけない
- 松下幸之助の言葉
- お客様に幸せになってほしい、快適であってほしい、という思いがお客様に届かなければいけない
- この想いが伝わらなくとも、作る人の技を向上させるはず
- 作る側だけではなく使う側にも責任がある
- 音楽の世界：良い聞き手があるから良い音楽がある
- 日本で売れるものは世界のどこへ持っていっても売れる、と考えて日本に進出してくるメーカーが多い（例：P&G）
- 良いものを評価してくれる日本人はすばらしい、と言われることがある
- ものをしっかりと見ていく目（評価眼）が大切
- 日本が世界で評価される要素とはなんなのか、という議論が必要
- そこにあるのが消費者の評価眼
- ものづくりは現場が大切、と皆言うけれど、現場から何を感じ取って我々がそれを行動につなげるかを考える必要がある
- 感じ取ったものから自分の中で一つの枠組みを作らなければ、それは強みにはならない

- 現場で感じるのは悟性（感性、理性とは別）
- 経営者の最大の問題は、現場の力を利用する能力が弱くなっていること
- 企業価値を基本的なところから考え直す必要がある
- 物と心を込めた物作りが本来あるべき姿だと思う

#### 悟性

- 理性は抽象的
- 悟性は経験を通して得られる知性
- 理性を感性につなぐものが悟性
- 現場で感じ取ったものを一つの体系として科学的に考えるために必要な知性

#### コメント

##### 片平

- 広告とブランド
- **brand truth** : 会社のコンセプトを説明するもので、これができるには悟性が必要
- ワイデン&ケネディーと **KUMON** : 「自分で学び発見することを助ける場」という一行を考え出すのに1年間かかった
- 広告作りをものづくりの一つと考えると、心を込めて現場をまわり、クライアントのエッセンスを見て会社の心を感じ取っている広告は長続きする
- 例 : **JR九州のCM**

##### →常盤

- 心を込める、という本質的な議論が必要

#### 大下

- 消費者の評価眼について
- パッケージがすごくきれいな化粧 **BOX** は、日本がすごく優れている
- どん底、物が無い時を知っている人が経済を支えてきたからこそ日本はここまで到達することができた
- 日本人は一つ一つの物を大切にせざるをえなかった
- その時代を知らない今の世代の人たちには難しいので、しかけ作りが必要

だと思う

→常盤

- それを言ってしまったらおしまい、ということもあるが
- 最近では BOP が注目されているが、TOP(top of the pyramid)もしくは MOP(middle of the pyramid)の方がいいのではないか

古川

- アメリカにも中国にも悟性を持っている人はたくさんいる
- 悟性は教育することは可能なのか

→常盤

- 教育はすごく大切だと思う
- 例えば林間学校で自然に触れて、たくさんものを感じる
- 感じるものの積み重ね、回数が大切

今田

- 量産と逸品：スタートとゴールをどこに設定するか
- 本来ほしいのは逸品のはず
- 逸品は規模不要、規模が生むのは雇用、ということは雇用がいらなくなる
- 量産は雇用を創出する
- 雇われ用の教育が主流になっているため、子どもはいい子ちゃんに育てられる
- 雇われ用の教育からは逸品は生まれない
- ドイツでは職人になるか大学に行くかを選ばなければならない
- 量産型をゴールとして目指すようなことがデフォルトになってはいけない

→安梅

- 大学教育の中でも、もまれて独り立ちできる教育をしよう、という試みは前からある

→古川

- 勉強が向いていない人といない人がいるのに、みんながみんな大学に行く今の時代はおかしい

→片平

- 逸品と規模が相反することでは必ずしもない

- 中間層を刺激できれば、逸品を生み規模も大きい会社が増えるのではない  
か

→古城

- 大量の人を雇って同じ車をたくさん作る、ということが昔は効率はよかったが、今はそうでもない
- ロボットや機械の発達で人が必要ではなくなってきた
- 特別な技能がない人はどのように生計をたてるか、という問題は教育だけで解決できるものではない

→松永

- **Maker's**
- コンピュータで諸々できてしまうから、3割の人しか残らない
- しかし実際3割もいない
- 今の量産企業は、逸品の能力がある人が量産にシフトしただけということが多い

→片平

- コンピュータができないのは農業

→常盤

- 本当にいいものを作ろうとしたら、競争が活発になり、人が沢山集まる
- そのため、逸品は雇用をたくさん生み出すはずである

## < 2 > 「イノベーション・オブ・ライフ」

発表：秋庭・玉木・橋本

コメント

常盤

- 自分で人生の目的を設定していくのはなかなか難しい
- 実際に会社に入ると自由に設定するのは難しくなる
- 自分の与えられた場所で一生懸命やっっていくことが次の成長につながる
- 人生の中でどれほど選択できるのかは疑問
- 企業文化を皆軽々しく言うが、重みがあるべき
- 選択を迫られるときに文化は大切

- テセウスの船：アウトソーシングをしすぎると自分がわからなくなってしまう
- 人生のアウトソーシングをやりすぎるのはよくない
- なんでも人に頼ることはよくない

#### 松永

- この本に対して疑問に思うことはたくさんある
- IKEA：もちろん用事を片付ける働きもあるが、若手のデザインを見に遊びに来る人も多い
- HONDA：プライオリティ重視で考えてあのようになったわけではない
- プライオリティをつけることって本当に必要なのか？という考え方も必要
- 「家庭を大切にしようとおもったら全てを大切にしろ」という言葉

#### →常盤

- 家庭はプライオリティという観点から考えられない

#### 丸山

- この本を選んだ理由は、家庭にかける時間について考えることは大切だと思ったから

#### 今田

- HBSを卒業するエリートに対してエリート教授が行ったスピーチの原稿なので、共感しにくい点はあるかもしれない

#### 出井

- 何を大切にするか：自分は常に成長しつづける人間でありたい  
体の成長はどこかでとまってしまうから、その先は心、知識、経験の成長を続けていきたい
- 生きていく上でのルール
  - ①命を大切にする（まずは自分の命、それから周りの人、生きるもの）
  - ②人に迷惑はかけない（規範やルールを守って生きていく）
  - ③自分の言動に責任を持つ

松崎

- 人生の尺度、という考え方は感慨深かった

安梅

- お天道様がいつも見ていてくれるから、人の役にたつ人間になるんだよ、という祖母の言葉を思い出した

古城

- 躰と虐待の境目

→今田

- 手を出すのはきめ玉に取っておいている

片平

- この本の役割：こういうことを考える人、それを本にして人に言おうとする人もいるんだな、これを普遍的に広める価値があると思う出版社がいるんだな、と認識すること

古川

- 島根の山奥の学校が一つになった片側の子どもたちはタクシー通いすることになった
- ある子どもの親は学校の2キロ手前まで車で送り、そこから一緒に歩いて小学校まで通わせた

### < 3 >本の紹介

資料参照