

常盤塾

日時：2013年8月10日（土）15:00～18:00

場所：学術総合センター内 一橋大学神田キャンパス

文責：常盤塾幹事 若林吾朗

アジェンダ

<1>常盤先生のお話

<2>「新しい市場のつくりかた」

<1>常盤先生のお話

- ・タイ、カビンプリ（バンコクから車で3時間の工業団地）のお話
- ・NAXIS
- ・日本はモノづくりに関して、消費者が気にも留めないようなところにこだわっている→これではまずい
- ・これからはどこで作っても同じになっていく
- ・タイでは東西の道路を建設中なので、物流が良くなる見込みがある
- ・ASEANなどに代表される東方経済圏の統合によって、大きな動きが起きている。この先5～10年で大きく世界は変わる（中国は1つの大きなプレーヤーではあるが、あくまで要素の1つにすぎない）
- ・人件費の安さとか為替レートとかいったことは本質的なものではない

- ・日本は西洋（特にアメリカ）式のものの見方に偏りすぎている（経営に関してもそう）
- ・社会や文化を理解する上での基本的な考え方・枠組みがあるが、知らず知らずのうちに日本は西洋の考え方を基準にしてきた
- ・物事には対極が必ずある→東洋の陰陽の考え方（陰があるから陽がある、陽があるから陰がある）
- ・別の杭（西洋式とは異なる視点からのものの見方）をもう1本打ってみようではないか＝2つの視点
- ・片目で物事をみるのはよくない。両目で立体的に、遠近感を持って物事を見ることによって、自分の立ち位置がはっきりする
- ・その典型例として、科学と非科学の問題・・・科学で解決できない領域がある→だからといって“非”科学として排除してしまっはいけない
- ・科学と異科学・・・全て科学で解決できるわけではない→それ以外は“異”科学として、その立場を保障（1つの体系として認める） ex. 西洋医学と東洋医学
これら2つの立場を同等に扱う（異科学をもう1つの杭として採用する）ことによってイノベーションにつながるのではないかと 補足：未科学

・ science, metascience, panscience

・ クロノス（量）とカイロス（質）・・・両者のバランスこそが時間の使い方

→丸山

・ 植物、農業の世界・・・最近色々な植物を見ていると、今まで見てきた工業品だけではなく、違った世界が見えた

・ 工業の世界でも、複雑なものから重要なものをピックアップして考えることはするが、自然の世界はもっと複雑

・ 農業の世界では教科書通りにいかないことが多い、経験的に「こうすればうまく育つ」という知識、技能

=科学的なものではない

→古城

アグリー（I agree）カルチャー

→丸山

ただ最近是人間の経験にはないような異常気象が・・・

→古城

気象（気性）が激しい！

→常盤

マーケティングに関しても、机の上で考えるんじゃなくて、店の前に一日中立ってお客を観察していたほうがわかる！！そういう実地的なものを軽視する傾向がある。

色々な（異論な）意見を求めます。

2. <新しい市場のつくりかた>

【第7～9章】

丸山班：資料参照

コメント

常盤

本の内容を批判するのは後出しジャンケン的なので、自分の思いや考えをもっと展開してくれたらもっと面白くなったのでは？

→上原

価値のエコシステムについて・・・どうして「デザインしろ！」ということにつながるのか？確かにそう出来た方がいいけれど、現実には難しい・・・

→松崎

大阪ガスの話 IH vs. ガスコンロの歴史

- ・IHが急に出てきた
- ・未だにガスコンロのセールストークとIHのセールストークは違う！
- ・顧客側では、ガスの方が料理したとき美味しいと感じていて、IHの方が便利だと感じている（調査済み）

→常盤

立場の違う人間が異なることを言うから物事は発展、普及していく
技術にとらわれないモノづくりのあり方

→古川

集団と集団との境界が課題←たいてい集団同士ってうまくいかない

→常盤

連携の在り方

→上原

業績ばかり気にしていると、目先のすぐに利益が出せるようなことにしか手を出さなくなる
変な事考えてる人が多い方が結局は良いのでは？

→臼井

異文化コミュニケーション←お互いを理解し、受け入れる土壌が必要

→大下

研究成果とシステムの話

→片平

- ・奥井イズム

ディーラーの顧客管理を全て把握していた

1年1回 2泊3日 社長泊まり込み 酒なし、ゴルフなし、宴会なし はじめに社長の
説教3時間？

今はそんなことはない

→古城

ストーリーよがり

→片平

偶然今日はハーレーのシャツを着ています。

【第10・最終章】

松崎班：資料参照

コメント

→片平

東大と阪大の違い→東大には赤門や安田講堂などアイコンがあるが、阪大には何にもない

→常盤

おせっかいな人ってイイ！おせっかいの重要性

モノづくりは日本の文化である、だからこそモノづくりの議論のレベルを高めよう

→片平

無印良品を1号店から手掛ける杉山さんの話

俺は「気分」を大事にしている 今の小売店には「気分」がない

→常盤

「気」 結局これも科学と非科学の範疇

→上原

海外でのモノの売り方について・・・日本で価値があるとされる、日本の価値を反映したものが、文化や価値観が違う海外では売れないことがままある

日本のモノづくりは、海外の価値観に合わせるべきなの？合わせるべきではない（日本の良さをわからせる）の？

→片平

真面目な議論をしてしまうのは良くない

ビクビクしてはダメ 媚びたりするのではなく、「気」のこもった商品を

→古城

何が正解なのか？

→常盤

やっぱり文化だと思われる。

→大下

無国籍が良い。

→片平

innovative な商品はアンチテーゼから生まれる（無駄だらけだけど買いたくなるような、そんな商品） 最近は似たり寄ったりな商品しか出てこない もっとキラキラした商品を！

→常盤

トップに「色」があるかどうか

→上原

ディズニーのように価値を維持しながら多様性を広げている好例もあるが、なかなか難しい

→片平

ディズニー、ナイキ、スタバは人が出たり入ったりしている

ディズニージャパンに入ったゼミOG→お辞めになりました。1年足らず

→常盤

そういう **job hopper** が多いかどうかというのもやはり国の文化

→出井

デコボコのボコ（弱点）の部分直そうとするばかりではなく、セレクトショップのよう

な発想でのモノづくりもしてみては？

→松山

今や、日本がつくったものも韓国がつくったものも見分けがつかない

街並みにしてもそう そんな中でどのようなモノづくりをしていくべきか

→日本人が「ときめく」ものを作ろう、日本の歴史を踏まえたうえで日本人の心に響くものを

→田中

「気」が漂っている、という世界観はモノを捉えるうえで重要な見方だと思った

→秋庭

日本のメーカーは売りが性能とか完璧さだけど、ラグジュアリーブランドは欠点が無いといけない→日本の完璧主義とどう折り合いをつけていくか

→若林

イノベーティブな商品を作っていくためには、前提条件を取り払っていかなければいけないのかなと感じた

→常盤

発想が逆である！

イノベーティブという言葉は目指すものではなく、後から人々によって「あれはイノベーティブだなあ」と言われるものであって、最初からイノベーティブを目指しても何も生まれない