

常盤塾

日時：2014年12月13日（土）15：00～18：00

場所：新国際ビル MBF ハウス

文責：常盤塾ライター 福井悠太

（0）次回の書籍

- 「21世紀の資本」松崎さん、今田さん
- 「ハイコンセプト」
- 「モチベーション3.0」
- 「申し訳ない、御社を潰したのは私です」
- 「戦略サファリ」
- 「住み分けの世界史」
- 「BMW 物語」
- 「経営の失敗学」
- 「ブランド戦略全書」
- 「岡潔」

新年の議論

- 「質」とは何か
- 「価値」とは何か

図書委員

臼井さんが新しく

（1）常盤先生の話

●常盤さん

前回は中国のものの考え方や見方を見てきた

今回は日本について

中国の復習として「天」、天を実態のあるものとして捉えている

「天」を恐れ、「天」を敬う

天はいろんなところに出てくるが、一番は政治

皇帝は天と地を媒介する、天の命を受けたものが皇帝と考えられていた

「天地人」、陰陽の気など様々な思想につながる

一方、インドでは「ヴェーダ」、一番は「リグ・ヴェーダ」

ブラフマンとアートマンを一体化させた生き方こそ真の生き方

どうしてこの考え方が出てきたかという、輪廻が根幹にある
輪廻を断ち切るためには、ブラフマンとアートマンを一体化することが必要
思想は宇宙と自分が一体となるという

日本の場合は「天」「宇宙」に対応するものとして「自然」
神も自然から生まれてきた
自然を恐れ、敬ってきた。自然は師なり、友なり

「山川草木悉皆成仏」
自然の中の一つ一つのは仏になりうる。
そのためには自然と共に生きる、一体化する必要がある。

エコとは何か？
環境に優しい、自然に優しいと言っているが
多くの過剰なものを生みだしながら、言葉だけエコと言っている
エコとは、そもそもエコロジー。
自然のなかで生き物がどう生きるかということ
エコと言っているが、廃棄物や消費物は増えるばかり
目に見えないエコを考えないといけない。目に見えるものばかりを考えがち。
イノベーションなどは流行りで、本質ではない
エコも同じで本質を考えないといけない
目に見えるエコ、目に見えないエコどちらも考えないといけない
エコの本質とは「自然の掟に沿って生きる」ということ
春夏秋冬の中で生き、それぞれの季節の中で恵みを受けて生きているという考え
春夏秋冬の循環、成長と休息の中で生き物は生きている
成長だけではダメ。次なる成長のために休息が必要
これは企業においても同じで、成長一本やりでもダメ。
これを考えると、見えないエコに本質があると考えられる

ニッチ
ニッチの本来の意味は住み分け
生き物はそもそもニッチな生き方をしている
日本語では否定的な意味が強いが本来は自分らしい生き方という意味

変化には二種類ある
「流れていくもの」と「積もっていくもの」

変化の本質は流れゆくものの中に積もっていくもの、蓄積していくものがある
情報社会では多くの情報が流れていくが、本質的な部分は蓄積していく
しかし、人々は流れていく情報ばかりに目を奪われている

自然が先生だと考えると、これからの企業の生き方はもっと深くなる
安倍首相はとにかく景気を良くしようとしているが、景気をよくしてどこへ向かうのか？
経済を、自然を無視して考えると、大事なものを見失う
豊かさとは景気だけで測れるものではない

自然の基本は

「変化」を「相互依存」

後者はお互いに寄り添って生きていくこと。「お互い様」。
誰かが困った時に助け、自分が困ったときに助けてもらう
そういった安心感が豊かさとも繋がってくる

またケアの本質とは「時間を他人にあげること」

これは「相互依存」であり、自然の基本の考え方。

自然を人と文化が繋がって本当の生き方

自然から多くのことが考えられる

●片平先生

昨日、ASEANの9カ国の学生が集まって自分たちの生活を発表してくれた

この国では違うが、アジアでの繋がりが深まってくると次世代はどうなっていくのか
東南アジアはこうした繋がりが突出して強い

さらに、前の日にバングラデシュやスリランカが加わった大人の議論があった

日本が出てくると盛り上がった

彼らは大変努力している

●常盤さん

今年の漢字は「税」

震災の時は「絆」だったが、これは流行りで終わらしたらいけない

成長戦略もいいが、本当の意味での豊かさを考えないといけない

●松永さん

漢文をやった人間とやっていない人間は想像力が違う

生き物はなんでも食べるわけではない

小さい動物ほど自分たちの食べ物をしっかり決めて棲み分けている

ジョブズも禅を重視した

それを表現する力があるのかどうかはわからない

●古川さん

形にならないものを勉強する人はいる

日本では職がすごく多様である

変化の循環が生まれる関係

●片平先生

一つの知識に長けた人

●常盤さん

これからの社会をつくるのは

「オタク」と「マニアック」

●松永さん

7歳で数検2級を取った子供がいる

漢字が読めないのがネックらしい笑

●今田さん

自然とネイチャーでは思い浮かべる情景がちがう

地域・国でも自然像が違う

●常盤さん

日本では共存の意味、西洋では対峙の意味が強い

しかし、現在では共に生きるというより、商売の対象として捉えている

形而上的なエコを議論する必要がある

LTEの使用電力は三分の一になっても、使用機会が三倍以上になって意味がない

●古川さん

最近は全世界で物質文明への転換が進んでいる

●常盤さん

物質文明がこの先どれだけ続いていくのか

物質的な豊かさには限度がある

●松永さん

ネイチャーテクノロジーもその考えであった

●丸山さん

貨幣経済から評価経済に移っていく可能性

どれだけの人と繋がっているか、評価されているか

そのためには「オタク」、何かに突出している必要がある

●常盤さん

何かをいただけるというのは貨幣経済の臭いがする

(2) 安梅さんの発表

発表資料参照

●安梅さん

負けないゾウさんから変わった名前はなんだと思いますか？

●常盤さん

青空

あおぞうら、、、笑

やるぞう

仲間だぞう

●今田さん

頑張るゾウ

●古城さん

ゾウ産体制が整った笑

要介護体操第一、、笑

●安梅さん

生きがいブランディングを企業に当てはめると？

●今田さん

ケアは消費をするだけで、生産はしない

企業は銭になるケアはやるかもしれないが、銭にならないケアはやらない

ケアから付加価値が生み出されるのであれば企業はやる

●松永さん

タブレットを百円で売っていたが、生きがい売っているという名目で売っていた

物の中に生きがいを乗せていくというのはあり得る

一方で、サービスの中に乗せるのは難しいかもしれない

●上原さん

社会の中に居場所がある企業かどうか

社会的に必要な企業かどうかがこの文脈にあっているのでは

赤福やペヤングのように危機に瀕した時に、居場所、居がいがあると社会に求められ復活する

●常盤さん

気持ちのいい場所を提供しているかどうか居がいブランディングである

●片平先生

ブランドとは、消費者の顔を並べたとき、笑顔が並ぶもの

品質だけではない幸せの長期化

例えば、ハーレーダビッドソンが世になかった時には悲しむ人は多い

●安梅さん

ケアは一方的なものでなく、双方向的なもの

●片平先生

高い価格には寄付のような意味合いもある

●上原さん

お客さんサイドからの企業へのケア

歌手へのお金も、原価自体はないが、次の製作にむけて寄付をするような形になっている

●片平先生

ヘルマワンの 13C の 5 番目くらいの章にケアがある

例えば、**price** は **correnncy** だ。価格は世の中が決める

●常盤さん

卵の白身と黄身の議論

白身があるから黄身がある

多様性はいい言葉だが、人にしか当てはめないから問題になる

察しの文化「忖度」

レマン湖の写真

天と地をひっくり返しても同じ

●古川さん

可塑性は大人になっても育つものなのか？

●安梅さん

育つ

認知症になると育たない

●古川さん

大人になると頑固になる、変わりにくい

●片平先生

change ばかり言っているが **change** してどうなるのか

●古川さん

response と **adjust** はどう違うのか

●片平先生

前者は反応すればなんでも含まれるが、後者は環境にしっかり適応しないとイケない

(3) 常盤塾のあゆみ

●丸山さん

宿題をしっかり出してもらおう

●常盤さん

文章としての体裁を整える必要がある

●今田さん

刷るのに安い会社を知っているので、出すものは早く出しましょう

●丸山さん

フォームをしっかりしていただきたい

一行 30 文字 22 行で出していただきたい