

常盤塾

日時：2015年6月13日（土）10：00～13：00

場所：MBFハウス

文責：常盤塾ライター 中條雄大

メンバー：常盤先生、大下さん、松崎さん、昌子さん、丸山さん、今田さん、安梅さん、古城さん、出井さん、松山さん、松永さん

常盤先生の話

●常盤さん

世の中大きく変わろうとしている。根底からいろんなことが変わっている時代である。

ギリシャの時代からはじまりアレキサンダー大王が制覇ローマの時代は西の領土を制覇パックスロマーナなどの言葉があるように。そのあと大航海時代でイギリスが覇権を持つパックスブリタニカ。そのあと1960年代パックスアメリカーナ今度はパックスチャイナなどと言われている。

大きな流れの中でジンギスカンが大きな支配をした。

モンゴルがハンガリーまで統一、上はフィンランドまで。

そんな時代の流れを認識した中で我々はいろいろなことを経験しながら今日になっている。我々の置かれている位置もあとから何々時代とか分類されるけどその時代に生きている人は何の時代がわからないけど今は変革の時代にあると思う。

I o Tにあるように

大きく変わった産業革命も蒸気というエネルギーを電気に変えた。それが次は電子に代わってCPを動かすエネルギーに、そして今後はそれを横につなげようという時代に来ている。

今は胎動期であって動いているけど今後いっぺんに出てくる期待がある。どんな社会に変わっていくのかというどんな時代にするのかイメージを持つ事が大事。

作ると売るということが一体になったことが最近どんどん出てきている。

スーパーも最近PBなど出している。川下から川上を管理しようとしている。

30年くらい前からPBを作ることがスーパーの夢であった。少しずつ、PBが増えてきている。そのようなブランドの中で自分たちの位置を作っていこう。

作ると売るとの対立ではなくものと一緒にモノのブランド価値を作る技術も自分たちに入ってくる。

S P A (special store retailer of private label apparel) の言葉のようなことをみんな目指している。最後にはお客さんまで繋ごうとしている。家電メーカーも遠くのお客につながるようとしている。

ビジネスチャンスも一次二次三次産業のくくりではなくなってくる。これから変わってい

く大きな流れがある。

●丸山さん

昔はPBはNBより安く売るのが最近「金の～」とか高く売っている
作ったメーカー名もだすようになっている。

●常盤さん

ブランドまで持ってかかれている。

昔は花王の製品の隣に、そのまねの製品も必ず並べて売っていた。しかし安いことだけでは儲からない。最近はやり方を変えてきた。

このように仕組みが流れの中で変わっている。これを意識するべき

そういう意味でものを考える基本は部分と全体。この考えが古い。部分は全体があって初めて価値が出る。逆もしかり

「楢円思考」二つの焦点を認めながら一つの輪を描く。1つの世界が自分のものでも相手のものでもあるという思考をベースに考えると良い。

I型とT型の人のアプローチがある。みんなが認めてくれて価値が出るのがスペシャリティである。

これを横に広げるにはスペシャリティをプロデュースしていく演出価値が必要になってくる。

イメージはビジョンに近い。ビジョンが自分の頭の中で可視化できていないと。それぞれの立場でビジョンを持っていかないといけない。

ビジョンを作るのは発見である。発見は大げさであるが大きなことをしなくてはならないわけではなく日常生活の中である。

「私口たちの毎日は発見に満ちている。身近なことに気付くことが発見である。少しでも良い発見をしようそれが人生を豊かにしてくれる」

発見に気づきながらビジョンを作っている

これからは生き方自体が問われてくる。

自分がどんな場所に立ってどんなことを考えているのか

同じ場所に立っていたらだめだから発見のためには立ち位置を変えることも重要

先月休みの時に下町とか森とか海に行くと発見ができた。

そういうことでいろんなことが見えてくる。可視化されてくる。ビジョンは可視化されて初めて行動につながるのである。

研究でもなんでも作りたい絵がみえてくるはず。見えない分子も見えてくる。そうすると前に進むことができるのだ。

例えば昔界面は見えないけど頭の中では見えている。そうすると一段上の段階にいける。

これから変わっている世の中をそれぞれビジョンを持ってという事。

見えるビジョンが見えることが重要なんじゃないかと。

モノづくりの心塾で～

塾長として面白い話が

金融業でファンドをやっている人が言うにはお金の使い方には投機と投資がある。

投機はギャンブルで失敗もあるし成功もお金は基本中心で行動すること

それに対して、投資はそうではなく先の夢を見て資金を市場に出す。それによって夢を実現する事。冬季は日本昔話のよくばり爺さん投資ははなさか爺さんのイメージ。

これを聞いてはなさか爺さんはいいことを重ねてその結果でいいリターンを得る。よくばり爺さんは金稼ぎだけ。

猿かに合戦だって全部同じ事である。

よくばり爺さんの事ではなくはなさか爺さんの経営をしていくべき。

投機と投資は、先にビジョンがあるかどうか、行動に移せるかどうかにつながっている。

これからのいろいろなことを進めていく上で日本昔話を参考に商売を進めていくべき。ビジョンを持つ事がすごくたいせつな事

ありふれてはいるが断片的に、鳥の目、虫の目は両方必要なことである。

鳥でも小さい鳥を見ていると細かいものまで見ている。カラスはあれだけど・・・

スズメは虫まで見えている。両方持っている動物もいっぱいいる。そんな生き方がとても大切である。物事を円で考えるのではなく楕円で考える。

このまえ見つけた面白い記事～

高倉けんさんある行きつけのコーヒー店があった。普通はラウンドテーブルがあってそこに中心があるもの。でもその机は楕円だった。座る場所によって見えるものが違う。ここは座る場所で違ったものが目に入ってくると彼は言う。これは楕円の持つ一つの価値である。

歌と踊りのコラボとしてシンガーソングライター寺尾の話

踊り、舞踊が得意で踊りと歌の組み合わせでソングライターとダンサーを組み合わせれば新しいジャンルができるのではないか

楕円の夢というグループを作っている。

このように自分に何か関心があると全く関係ない記事がぱっと入ってくる。

人が生きて行くことは間を持つ事である。

そうすると生き方と合うように情報が入ってくる。間を持つと全て雑音になってしまう。

間を持たないと何にも見えない。

いい間を持つには間を持つ事が大事。忙しい忙しいはダメで仕事とここで勉強するのどっちが大事かはその人の判断である。

どっちが大切かということが常にある。それは自分が常に間を持つ事。そのために間を持つ事。ドタバタしては間が持てない。

「間を取って考えよう」

というハンドアウト

過去のことをいくらやっても我々は未来に向かっていくわけであるから未来に向かって生きて行かないといけない。今生きるのは未来の自分に会いたいから。

●大下さん

金と間 一本杉というのが大ヒットした。

住むところもなくいろいろな考えてその間が大事だと言って成功した。

●常盤さん

工程は別として実行するのが大事

●松崎さん

P Bについてコンビニで話した。今はPOSの次のポイントカード、例えばポンタとかTカードを管理している人によってコンビニの戦略が変わってくる。

メーカーからユーザーを見るのはなくなってきている。

AKB、E-g i r l sによって志向がちがう

コンビニ以上の情報を持つ事になる。コンビニの情報だけではない

製販一体ということ

でもものを作れないと意味がないから全体の一部の特化という形に変わってきている。

●松永さん

商品としては、コンビニが流通を支配し、マーケティングをした結果売れる商品作り上げても、その下流のポイントカード会社が流通への影響力を増し、店頭に出される商品をコントロールしても、売れること最大限に重視したビックヘッドの商品であり、マスの発想の商品になる。

ある地域で子どもの給食に何を出すか？を検討し、いくつかサンプルを出しアンケートをとったところ、選ばれたのはファミレスの味だった。ファミレスは、どのように味を決めているかと調査を進めると、コンビニの味だったという話がある。マスの食品の味の浸透力は強靱であり、おいしさは刷り込まれている。都心のラーメン激戦区でつぶれそうになった店舗が、インスタントラーメンに手を加えて出したら売れたという話もある。

一方で、日本料理や精進料理のように文化に根差した料理は、素材の味を生かすこと大切にしており、素材の味の大切さは、フランス料理でもシェフ共通の認識でもあり、精進料理では淡味と呼び大切にしている。マスではない価値や感性も含めてどのように扱うか、多様性が出ると良い。

●松崎さん

スタバが鳥取にできた。みんな東京を目指しているけど本当のおいしさは違う目を持つべき

●松永さん

マスの味の浸透力は強靱で、フィレンツェはコーヒーの文化が高いからスタバは入れないと聞いていたが、進出していた。

●常盤さん

ベトナムに1990年前半に行った時

全部オートバイの世界。

そしてオートバイはホンダというイメージ

そのくらい最初に行った人が何かの価値観の基準を形成するということを感じた。

●古城さん

ヤマハの本田ください(笑)という話もあるくらい

●常盤さん

フィリピンの歯磨気でも同じような話がある。

世の中の変わり目に対していち早く手を打つことがとても大事。

●古城さん

一次期中国製によって売り上げ下がったけど品質悪すぎて今は戻ってきた。

●常盤さん

やはり日本の製品の仕事はすごい。

●昌子さん

作ると売る一体の方が強い

●常盤さん

考えているだけではだめで手を打たないとダメ

P D C A

Pはみんなやる

Dに移らない

行動を起こさないと前に進めないのに、モノの本質がわかっていない

だからサイクルが回らない。ホンダはDからやってしまうことも。Dが大事人間の本質として人から聞いただけだと忘れる。それをやると何が本質か理解できる。

Dによって初めて相手はこういうことを考えているということがわかるのである。

Dが一番大事！シュミレーションはダメ。事前調和のこと。事前合理性。シュミレーションでベストなことは必ず成功するか？それはない

みんな同じ事やったって新しいものは生まれてこない。

シュミレーションは科学的だけど現実的ではない。

僕はやりたいことはやってみろという。

行動は実行の上に乗った計画でありそこでチェックという段階に入れるのである。

●古城さん

ホンダそういろう

「試す人になれ」

●今田さん

児童の発達

周りを真似して声を出せる。2歳になると言葉をしゃべるはず、3歳になるとなんでというようになる

●安梅さん

エジプトで全く言葉を聞かせないで育てたら死んだ

●今田さん

意識獲得の第一歩はDである

●丸山さん

トヨタはPDCA回している、日産はDまで、というイメージ

それぞれの企業文化

●常盤さん

DないとCできない

●松山さん

ホンダジェットは量産化

最初のエンジン開発の方の話

ホンダは研究開発をやっていた。最初は飛行機は作る計画なかった。ボーイングの実験をしたらたまたまシュミレーション上ありえない位置にエンジンを付けるといい結果がでることが分かった。それは羽の上。

これは常識的にありえなかったからボーイングは認めなかった。

日本に帰り追試するとやっぱり羽の上がよかった。

まさしくこれはイノベーションである。

当時キーになったのが樹脂を固める技術

とにかく実験結果で示そうとした。

しかし今までの樹脂だとダメだったからホンダは樹脂から開発するようになった。

最初はみんな反対していたが最終的には認められ、これはまさしくイノベーションであった。

●安梅さん

赤ちゃんは生まれたころから **Do** している。乳児模倣はただの模倣ではなくリズムカルにやっていてやらないと次を要求する。そして自分がやってみる。それは自分が意思を持っているという事。胎児も多分意思がある

生涯発達理論では、SOC理論（選択的最適化とそれによる補償（selective optimization with compensation=SOC））というのがある。

いわば自分のできないことは見ないようにすることで、高齢になってもずっとハッピーでいることができる、という理論である。しかしこの理論は常盤先生の話に逆行している。

都合のいいものばかりに意識を向けてしまっている。

●常盤さん

子供の発達の研究は大人にいかせるのに

子供は人間観察が一番しやすい

●昌子さん

言葉は喋れないけどコミュニケーション取れる。

笑えば笑い返す。

笑顔が認識できる。

●常盤さん

子供から笑って働きかけることもある。

●今田さん

笑いを持っているのは人間だけ

●昌子さん

日本人はN A T Oだ not active talk only

●今田さん

これは海外営業にいるけど海外のアクションに比べたら無茶苦茶遅い

持ち帰ってばかり

中国はとても速い

日本は遅いから出遅れている

●常盤さん

誰が決めるという仕組みがだめ

Dが大事。

●松山さん

半導体のビジネスやってる人の話

日本のりん議

半導体の転写工程は一つの機械で40億円する

この決算を誰がやるか？誰が責任を取るか？

更に日本の場合は歩留りまで減らそうとする。採算が合わないから

韓国中国はそこも考えない。SONYのシーモスセンサーはこれをやっていた。

ロームと言う会社。新品の機会はいらなくて全部中古の機械でラインを作ることができる。

●常盤さん

できるまでやるからできる

ちょっとでもやれるという可能性があればやる

やってみましょうではなくできると思うことが大事

職人魂にはできると信じるのが大事

立ち位置を変えないといけないというのはそういう事

交渉する人に決断権を与えるべき

仕組みを変えることが大事。

仕組みはコストである。

りん議ゼロを目指すべき

●松永さん

ロームは典型的な Do の会社、受注から出荷までの間を、臨機応変に対応することが上手で、立派な中期計画のようなものはやらないと聞き、事業の捉え方の本質を学んだ経験がある。大企業では、ビジネスには不要な中期計画等に多くの時間裂いていることが多く、本当に大切なものが見えなくなる。

●常盤さん

計画はいらない

ビジョンを頭の中で描けたら OK

3年前の事といまのことは全然違うのだから

変化を予測するには台風予報スタイル

それは台風が発生したときに進路を過去の情報から毎日予想変化する状況ごとにベストなことをやっていく

日常も常に次のベストを探していくことが大事

●松永さん

ロームは受注ベースであり、常盤先生のいわれる台風予報スタイル。台風（受注）が発生してから考え始める。

●今田さん

やらずに後悔よりはやって後悔しようっていうけど自分ができていない

●常盤さん

中国は生産大国であるけど生産強国になるべき

日本でも自分をほめるなどいわれている。

●松永さん

オープンイノベーションできないのは、外部と連携することを嫌うことが理由。強みを抱え込むことが資質になっていて、強みを連携させることができない。ドイツがインダストリアル 4.0 では町工場も含め、組織を超えて生産設備をつなぐことを標榜している。

「常盤塾の歩み」計画協議

空白が気になるということで絵とか写真

●常盤さん

写真はあんま入れない方がよい

●今田さん

決めることは中身は OK だから表紙に紙をきめるべき→決定

表紙の色→朱色に決定

サイズは 4・6 ということで

追補に決定。追補の名前は企業民族学の提唱

参考資料の改行をきれいにする

中の写真は全部イラストに！ないものは松崎さんの知り合いの方が描いてくれる。