

常盤塾議事録

日時：2017年5月13日（土）10:00～13:00

場所：新国際ビル MBF ハウス

文責：常盤塾ライター 鈴木雅也 秋元裕太

メンバー：大下さん、丸山さん、安梅さん、松山さん、出井さん、古城さん、古川さん、松崎さん、片平先生、常盤先生、昌子さん

常盤先生ご著書「楢円思考で考える経営の哲学」

ディスカッション・発表

大下さん

イグノーベル賞以外の表彰を作るべき、多くの人に言い残したいことを募集する評価

=企業は乗っからないかもしれないが有益なことが出るのでは

楢円は座りの良い図形。しかし、それを数式で証明することができるのか？

丸山さん

楢円思考のケーススタディ、星野リゾートのお話

愚直とは・・・

フラットな組織文化づくりを徹底=日本的経営

経営学の教科書通りにやること=米国流の経営

また、

ポジショニング=米国流

マルチタスクのサービスチーム

スタッフをサービスのクリエイターへ=日本流（労働者が価値の源泉）、日本旅館

メソッド：社員のモチベーションの維持

陰と陽：経営における内部と外部（日本流、米国流）

少し高いという印象、泊まりたいという憧れ
→客もきちんとした振る舞いをするのでは。
ホテルの従業員のモチベーションを保つのは大変。

(ex.帝国ホテルのサービス)

栽培という有為、自然という無為（両方で成り立っている）

安梅さん

揺らぎ発達楕円モデル（資料配布）、秩序と変動・定常と超越

人間の発達はその等距離を揺らぎながら回っている。

発達には環境が関与

楕円の中のどこに人があっても、素晴らしい人生。

全体を見据えることが大切

尊厳＝存在だけで素晴らしい

超越＝現在老人にしか使われていないことば

定常でないものを全て超越としたい（今までは正常・異常）

超越しても、やがて定常に戻る（ホメオスタシス）

意志の力で動かすことができる

時々によって二つの軸の重み付けが違うが、常に存在はする。

楕円を繰り返し、より次元の高いところへ。

まち、ブランドでは時々大きい変化が起こる（丸の内 2001 年）

＝超越のフェーズ

しかし、定常がないと（芯）揺らいで消えてしまう。

変＝変動の変だと思えば良いのでは

環境は教育者が形成するもの？

＝コトづくり

出井さん

医薬品と楕円思考、仕事のお話

研究所の紹介、新人向けに楢円のお話をした。
医薬品の開発の際、主薬効と副作用は楢円の中にある。
副作用がないのが良いのでは？＝化合物は何らかの作用をするもの。体にとって良いか悪いか、どちらかだけはありえない。
その人の状態とか相互作用が揺らいでいく。

本を読んで一番納得したのは終章。
良き仕事とは？
常盤塾の話は、経営者からの視点が多い
末端の社員に対する問いかけを進めていけたら良い。

(仕事について)

仕事と人生はイチョウの葉 (は元は一つ、先は2つ)
難度の高い仕事をやるという目標＝自分を追い詰める
評価のためになりがちだが、本来は成長のため
自分の周りでは、頑張っただけで残ってきた女性は仕事重視。仕事も家庭も大事という文化で生きてきた方は少ない。自分がそのモデルになりたい。

会社の中で存在するために、ひたすら業績が必要だった時期があった。
最近では家庭を顧みる働き方が社会で求められ始めている。
日本の海外勤務が今のスタイル。しかし、その人が必要でない働き方が構成され、戻ってきてもいない？＝グローバル化における日本の欠陥では。
(産休、育休と同じ課題)

古城さん

経営の哲学と *Honda Way*

- ・働く人を大切にする日本的システム：人間尊重（自立、平等、信頼）
 - ・利益の源泉は金・モノからヒトへ
 - ・人が自ずと育つ組織：the power of dreams
- 社員が奮い立つこと (ex.レース)

- ・ 日本企業の勝ち目は「質」：三つの喜び
- ・ 「異」から始める革新：ワイガヤの3原則（共通の目的、異質の人々、対等の関係）

「差ではなく、違い」

研究所からソフト室へ異動

河本さん（社長）、ダジャレを言う

古城さんは認知されており、上司の態度が変わる

古川さん

生産と消費をつなげる人材の必要性

メーカームーブメントが世界的な潮流（個人が作りたいものを作るイベントなど）で、そのプラットフォームに注目が。さらにそれを取り巻くエコシステム（材料、決済、物流など）も形成されてきている＝一過性ではない。

一方で、鰹節やお酢など「真っ当」な食材は絶滅。

＝変化する時代のルールに対応していない

＝ルールを変える必要がある

ex.玄米は発芽する??ブランド米は発芽しない!

生産者はびっくり。＝作る人はその人のルールでものを作っている。

対して、消費者にもルールがあり、実はつながっていない。

・・・新しいルールは、共通の理解から始まるのでは。

ex.未病という文化を形成する努力

作る・使うの間に「つなげる」という歯車。

モノはコトの中で意味を持ち、コトはモノの中で成立。コトづくりを通じて新しいルールを作る必要。ex.TCR

つなげる人たちの存在感、評価がまだ足りない。

落語家が大成するかどうかは了見の広さ

了見=つなげる役割

鯉節と味の素。味の素は「作る」と「使う」で回している

=本来的に美味しくない？

=了見が狭いのでは

educate する姿勢が大切

作る側の勉強と啓蒙が必要なのでは。

儲からないのが問題？

=使う側の文化ができていない (market education)

生産と消費の間に、大スーパーなどが出来上がってしまっている。

そこをどうするのか？

せっかく QR コードなど便利な技術があるのに、伝えるやる気の問題である。

メルセデスベンツのカタログ。安全について細かく書いてある冊子を配ることで、安全について深く、高みから啓蒙する努力をしている

つなげる人=両方知っている人。

どういう人が入るのかというモデルがない。

フィードバック<->フィードフォース (マーケットに提案するアプローチ)

が今は弱い。

歯車を逆回転。その原動力が「モノ」

医薬品の業界、モノに対する情報供給は多い。

先生を集めて勉強会という仕組みもある。(他のメーカーと比べて違うところ)

今後のメーカーの姿勢のヒントになるのでは

一般の人向けに、病気をテーマにした講演会をした (メディカルドクターから)

ところたくさんのお応募

=一般の人は知りたいと思っている。

ウェブページでのエンジニアトークなどには強いこだわりがある。
=>内部の人間のプライドに、ユーザーも感心する。

臼井さん

農業の陰と陽

農業の天文学、科学の時代である現代でも、農業は季節や天候の影響を受ける。

：二十四節気

世界中がシームレス化している中、情報源の発達の一方で、自然の摂理を無視してはいけない。：人間はすごいと錯覚してはいけない。

松山さん

西洋と東洋

西洋：人間が自然を支配

東洋：人間は自然の一部

・・・なぜ考えが分化？

猿と人間の違い＝食料をお互いに分け与えるかどうか。人間の分化はミトコンドリアの系譜をたどることで調査可能。「ミトコンドリア・イブ」

松崎さん

企業と消費者

市場に初めて商品を出すことの意味。商品のベネフィットを正しく伝え、選びやすくなるように。

和辻哲郎「古寺巡礼」風呂という文化の起源について、生活が宗教といかに関わってきたか。

企業が伝えたいことだけではいけない。生活者が知りたいことに寄り添うべき。

片平先生

日本の伝統的仕事観

「三方よし」の精神。創業者の生い立ちなどをたどることの重要さ。

岡潔の言葉、「他人が先、自分は後」

祖父祖母の生まれた時代には、「三方よし」「陰徳善事」「先義後利」があり、創業者はそれを学んだ。ものづくりを通じて、自分自身の心が物の中に映し出される。

昌子さん

医療、未病

医療の世界では、on/offで動くことが多い。その中で「未病」という考え。

次回 6/10、「サピエンス全史」発表：松山さん