

2010/10/16

常盤塾

常盤先生のお話

解す（ほぐす）・解く（ほどく）

組織には慣れ，しがらみ，甘え，仲間意識が絡み合っている．放置すると，惰性，マンネリになる．組織は同質的な集まりになりがちで，異質を嫌うという性格がある．知らぬ間に，型ができてしまって，自分の組織でしか通用しない行動様式ができてしまう．

イノベーションは同質の中からは生まれてこない．

30 歳前後で会社のことも覚え，仕事も覚えてくる．この時期に異質との接触がないと，大変だ．この時期の人材育成を考える必要がある．人事部がやっているようなものではだめだ．

同質が集まって，「異質を作ろう」といっても異質は生まれてこない．

解す

- ・まとまっているものをばらす
- ・緩める

球の外面（販売，購買など）は外と接しているが，中心部分（人事などの管理系）はほとんど外と接することがない．

解して捨てる．過去，しがらみ，周りとの関係に縛られていると，現在・未来に生きられない．

セイコーエプソンでは，機械式時計を解体させ，また組み直すという研修を行っている．パーツの役割を理解させただけで，パーツ間の関連性を理解させる．

解したら，異質とつなげる．

分析と解すの違いは？→関係を見据えて，またつなぐ．

全体を見なくてはいけないという考え方と，まとまっているとは分からないという考え方．

人事が最も保守的で，会社の目指す方向性を体現する人材を採っていない．人気企業の採用方法はどこも同じ．ブランド作りの重要なポイントは社内なのに．

トップと人事部との関係．人事部がほめられることはないけれども，トップが積極的に関与することによって，何とかなる可能性がある．人事部とはという概念が 20 年以上変わっ

ていないのではないか。

人事部長をすべての会議に出席させていた。他人事ではだめだ。

松崎さん

- ・日本人のモノ観。文化、宗教などから。
- ・だからどうする？企業が作ったものをどう使うかは、コントロールできない。
  - ・コントロールはできないが、啓蒙はできる
  - ・販売量を減らしてしまうかも。
- ・これを知ることから、広告表現に援用できるか？
  - ・否定的な現状に合わせた広告か、理想的な状況を示す啓蒙的広告か。

坊さんは草食系。「無」＝諦観、不景気におけるあきらめ。「縁」＝関係を重視する？  
それでいいのか？向上心，ガツガツしないのは，宗教的にはいいのかもしれないが，仕事のスタイル，消費のスタイルとして望ましいのか？

心の付加価値

安全基地としてのモノ。それが大人になっても続いているのが，豊かさの精神病理。モノ語る者