

未来創造志塾 15期第5回(2016. 7. 11)

アンケート結果前 (前回)

- 1 具体的事例があると分かりやすい! (良いVS悪い, 参加企業や他社の事例など)
- 2 グループ対話 (頭が整理、質疑応答など)
- 3 映像 (写真・ビデオ) 図解やイラスト、パワーポイントを活用
- 4 ロイヤリティマネジメント (集客からファン化までのプロセスデザイン) に興味ある
- 5 正しい方向と努力 (無駄な努力とは?) の深掘り
- 6 共通の課題と宿題=ベンチマークから学ぶ (例=牛タンねぎし。コメダ珈琲。塚田農場など)
→次回までにねぎしに行ってくる! 次回 (8月8日会場は船橋商工会議所、塚田農場にて懇親会開催)

人間学・心理学「複雑系の世界観」①

統合思考と分離思考

- ⇒分離思考・・・部分性・実体性思考・・・客観的・合理的分析思考・・・17世紀・近代科学のパラダイム
- ⇒統合思考・・・全体性・関係性思考・・・主体的・直感的洞察思考・・・21世紀脱近代複雑系パラダイム

1 「複雑系の知」から経営者への七つのメッセージ

(「複雑系の知」の誕生 「分析」はできない、全体を「洞察」せよ、「設計・管理」をするな、「自己組織化」を促せ、「情報共有」ではない、「情報共鳴」を生み出せ、「組織の総合力」ではない、「個人の共鳴力」である ほか)

2 生命論パラダイム (グローバル・プロブレム、フロンティア・プロブレム、求められる「知のパラダイム」の転換、「機械論パラダイム」の限界、「生命論パラダイム」における視点の転換、二一世紀の知の潮流 生命論パラダイム)



複雑系とは?・・・生命的システム (反対は機械的システム)

- ・自己組織性
- ・創発性
- ・・・複雑なものには「生命 (心)」が宿る!! 例: 地球温暖化・イギリスEU離脱
本質は「ガイア思想」 お互いに影響しあっている!
量子 (真空) →ゆらぎ→ビックバン

21世紀に求められるマネジメントの大転換

分離思考マネジメントと統合思考マネジメントの相違

今、企業が生き残りを賭けた分岐点は、全社員の価値観が分離思考から統合の思考へと転換シフト出来るか否かにかかっている

17～20世紀の近代科学要素還元マネジメント	21世紀の脱近代複雑系マネジメント
上司の立場に立つマネジメント	部下の立場に立つマネジメント
上司に問題の答えがある	部下に問題の解答がある
X理論的人間観	Y理論的人間観
指示・命令型人間関係	相互・主体型人間関係
支配・従属的人間関係	協働・共存的人間関係
ピラミッド・垂直型組織	フラット・水平型組織
能力成果至上主義	思考・コンセプト至上主義
分離思考のマネジメント	統合思考のマネジメント

「分離思考」と「統合思考」の違い

分離思考		統合思考	
部分性思考	実体性思考	全体性思考	関係性思考
客観的・合理的 分析思考		主体的・直感的 洞察思考	
17世紀・近代古典科学のパラダイム		21世紀・脱近代複雑系のパラダイム	
判断 決断			

教える教育と育てる教育

教える教育	育てる教育
加算	棄却
知識と情報	智恵と判断
理性と認識	意味と価値
客観性と合理性	主体性と使命性
目標性と方法性	目的性と実体性
自己肯定性の思考	自己否定性の思考
能力的思考性	思想的思考性

3 複雑系の市場論

- ・「複雑なものには、いのちが宿る」
⇒⇒創発性⇒⇒集団心理ブーム⇒⇒デファクトスタンダード（事実上の標準）
- ・「神の見えざる手」
⇒⇒自己組織性、自己創造性
- ・「商品生態系」
パッケージ商品・トータルサービス・オールインワン商品・ワンストップ商品など
例：パソコン、結婚式場など
- ・目に見えない市場競争
- ・自己組織化
⇒⇒散逸構造理論（イリヤ・プリモジン）
「ひとたび起こったことが、ふたたび起こりやすくなる」
例：けもの道、ゲーム機、VHS、ウインドーズ
情報共有から情報共鳴へ⇒⇒⇒創発性

「7つの性質」⇒⇒「7つの問題」に直面する。

- ①計画無効性…市場を計画的に動かすことができない
- ②分割不能性…市場の一部だけを変えることができない
- ③摂動敏感性…市場の小さな変化が大きな変動をもたらす
- ④情報敏感性…市場のわずかな情報にも極めて敏感になる
- ⑤法則無効性…市場のルールそのものが変わってしまう
- ⑥予測不能性…市場の未来を予測することができない
- ⑦分析不能性…市場のニーズを分析することができない

4 ネット革命の本質を見つめる

3つの革命 ①情報バリアフリー革命 ②草の根メディア革命 ③ナレッジ共有革命

「顧客中心市場」が生まれてくる！

A | 「アフター・インターネット」———B | とは決定的に違う

⇒⇒⇒「ニューミドルマン」（新中間業者）が資本主義を進化させる。

ドロッカーから学ぶ「多角化戦略」第5回 多角化の為の組織戦略

参考テキスト(出典):ドロッカーから学ぶ多角化戦略 藤屋伸二著 クロスメディア 2015年8月初版

イノベーションと企業家精神 上田惇生著 ダイアモンド社 1600円

努力は「正しい方向」(178p)

消費者との価値観のギャップ(178p)

Before サービス	After サービス
売る側の論理	買う側の論理
売上は収入 効率を追求 手離れの良さを追求 仕事に対して支払いを受けたい	価格はコスト 効果を要求 アフターサービスを要求 結果に対して支払いたい

市場と業界の構造の変化(182p)

- ・・・ブルーオーシャン戦略(求めるものが変化)
- ・・・顧客を育成(ファン化) 平等から公平ロイヤリティマネジメント(シルバー→ゴールド→ダイヤモンド→プラチナ)
 - ① 集客の商品・サービス
 - ② 売れる商品・サービス
 - ③ 売りたい商品・サービス

金と時間の使い方(199p) + 情報(関係性構築 = SNS)

- ・・・優先順位 価格競争(モノ)から価値競争(付加価値)へ

多角化の為の組織戦略(208p)

事業部制を導入する

=== 独立採算(連邦型組織)・・・本部費用は作業時間に基づいて(売上・利益・人員別×)

新規事業は専任(兼業はダメ)・・・優秀な人材を投入する!(仕事中心・必要な能力スキル)

アクションプラン→組織構造(情報型組織)

= 情報の質とスピード(意思決定には責任が伴う)

モチベーション=仕事の使命感、達成感、面白さ、(昇進などの飴と鞭ではない)

意思決定のルールを決めておく!

(トップ直属・有効期間・他部門への影響・既存事業との貢献関係)

評価制度を既存事業と別にする(230p)

成果とは?

- ① 売上・利益
- ② 顧客貢献度
- ③ システム(仕組み)
- ④ 人材育成・成長・学習

→新規事業で成功したら、ふさわしい地位と報酬を与えること

アンケートをお願いいたします！

本日の満足度を100点満点で表すと……()点

お名前 _____

① 良かった点はどんなことでしょうか？

今後、より良くするために教えて下さい。

① もっと改善する点があるとしたら？

② より深く学びたいことや知りたいこと、やってみたいことなどはどんなことですか？

③ 個別に聴きたいことや相談したいことはありますか？

()ある

()ない

有難う御座いました。感謝。