

未来創造志塾 19期第4回(2020.8.17)

帝王学「ビジネスに役立つ中国古典」「東洋思想・価値観学習」

参考テキスト: 守屋洋著「ビジネスに効く中国古典」 竹内日祥著「企業再構築の仕掛け」

キーワード=悪い流れに飲まれない!(嵐が過ぎるまで待っていたらダメ!)

…顧客の時間は変わっていない!「時間・お金・場所・空間をどう動かすか?」

…人は人として生きるためには必需がある!(人間にとって、不要不急とは?)

…選別消費=両極端(真ん中がなくなる)

独りだと落ち込む!(悲観的,閉じこもる、行動しない、やる気がなくなる)

→ポジティブに学び合う仲間が必要!(誰と付き合うか?)

アフターコロナ ビジネスの3要素

ビフォー・コロナの世界	アフター・コロナの世界
もの・サービス軸	1. ファン客(絆・支援客)との関係性強化=顧客軸
ゴールが販売(狩猟型)	2. 新規・既存客のフォロー=販売時がスタート(育成型)
問題解決型(改善活動)	3. 自社の強みをより強くする(価値創造=共創の場)

コロナエフェクト⇒「既に起こり始めていた変化が加速する」

DX (デジタル・トランスフォーマー) 出来ない企業は淘汰される!

「その場で買う、観る」という行動に新たな価値を生む出せれば、消費者の支持が得られるリアルとバーチャル、自前とアウトソース、対立から融合がニューノーマルの特徴となる
「守り」だけでなく、収束後に「攻め」に転じるためには、対立軸を両にらみする「複眼思考」で自社の強みを見直すことが欠かせない。

コロナ抑制と経済の両立→統合・第3の道

分離思考から統合思考へシフト

アメリカ4半期(4~6月) GDP ▼32.9%

日本(4~6月)速報値 ▼26.52%

→コロナ、いつまで続くのか?(短期的対策から中長期継続する対策へ)

→→→70%経済を前提に経営する!「低成長×不安定の時代へ」

コロナ後に「生き残る会社」「食える仕事」「稼げる働き方」=参考著書、遠藤功氏

目指すは「真の豊かさ」=経済的な豊かさ×精神的な豊かさ

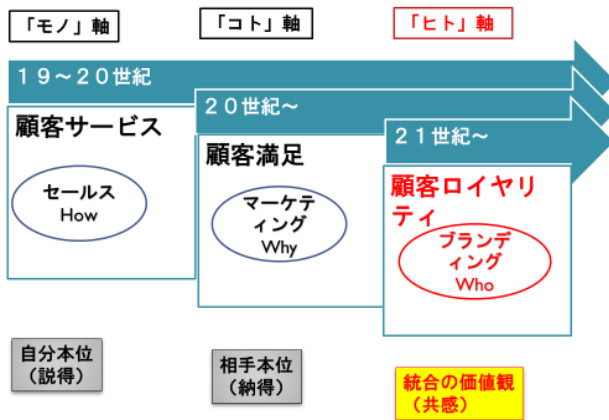
経済的な豊かさ 大	リッチだが心はギスギス	ポストコロナに目指す姿
小	経済的にも精神的にも貧しい	
	精神的な豊かさ 小	精神的な豊かさ 大

19～20世紀はセールスからマーケティング 21世紀はブランディング

「顧客の地」→顧客は「リピーター」「絆顧客」「応援者」の3つに分かれる！

…モノ発想から「ヒトにフォーカス」する！→「商品戦略」から「顧客戦略」へシフトしているか？

CS顧客満足経営の変化



ゴールデン・サークル

中から外へ！
理念・信条からスタート。
最後に商品・サービスへ



Why
見えない世界(直観)
信条・理念・意義・価値

How
プロセス・具体的行動

What
一番見える世界！
(目標・何をやるか)

GW＝あなたは自分の仕事を、どう再定義しますか？

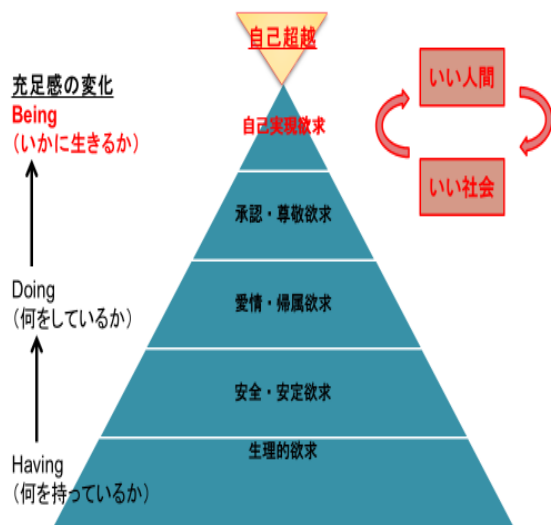
需要と欲求(ニーズ)は似て非なるもの！

ニーズの階層別		
主体的 (絶対的価値) 感性・共感	レベル6	自己実現
	レベル5	ブランド・名声
	レベル4	好き・楽しみ
客観的 (相対的価値) 分析・比較	レベル3	便利さ・快適さ
	レベル2	安心・安全
	レベル1	基本機能

Annotations: A red cloud labeled "大きな壁" (Big Wall) is between levels 4 and 5. A red box labeled "「知覚品質」より高度なニーズ (個人的・心理的)" (Higher needs than perceptual quality (personal/psychological)) is above level 6. A text "基本ニーズ「製品品質」" (Basic needs "product quality") is at the bottom.

マズロー5段階欲求

自己超越を加えたマズローの欲求段階説



深掘り思索

仕事はいわば“完全栄養食”
すべての階層の欲求を満たせる

下の図は、マズロー、アルダーファー、ハーズバーグの欲求階層についてのとらえ方を横並びにしたものです。アルダーファーはマズローが5つに分けた階層を「生存欲求(Existence)・関係欲求(Relatedness)・成長欲求(Growth)」の3つに集約しました。また、ハーズバーグは人間の中に、成長を欲する「人間」|アブラハム」的本性

と、苦痛や不快を避けたい「動物」|アダムの本性を見ました。

3者とも階層分けは異なりますが、低次から高次にグラデーション的にならっていく欲求のとらえ方は共通しているように思われます。一端に物質的な充足と生命・生活維持への欲求があり、もう一端に精神的充足と自己発達への欲求があります。

さて、私たち人間は、食べる、眠る、遊

ぶ、働くなどさまざまな活動をする存在です。それら活動の中で、唯一、「職業に就いて働くこと＝仕事」のみが、上にあげたすべての欲求を満たすことができます。

睡眠や食事、趣味活動、ボランティア活動、親としての活動、学習活動などは生活において大切な活動ではあるものの、一部の欲求を満たすのみです。その点、仕事は低次から高次の欲求までを充足できるまさに“完全栄養食”的な活動と言えます。

人間の欲求階層(3者比較)

自己存在の発達 精神的充足	自己実現の欲求	成長欲求(G) (自動機)	成長欲求[G]	人間 アブラハム 的本性
社会との関わり 人との交流	尊重の欲求	欠乏欲求(D自動機)	関係欲求[R]	
	愛と所属の欲求		生存欲求[E]	動物 アダムの 本性
生命・生活の維持 物質的充足	安全の欲求			
	生理的欲求			

マズロー | アルダーファー | ハーズバーグ

ビジネスに効く中国古典 「論語」人間観察力の極意

孔子 紀元前551年 魯の都曲阜で生まれ、巫女の子、庶生子

仁=恕…(形に表す行動)=礼

忠…(形に表す行動)=孝行

義=孟子



君子と小人の違い

君子=自分で人生を決める人…自分の人生を「何を大切に生きるか」=自分の軸

小人=他人に人生を決められる人

性善説	性悪説
儒教=孟子	荀子 荀子の弟子=韓非子…法家
仁(徳) 修己治人 徳治主義	利(法と術) 刑名参同 法治主義

孟子=仁と義を重んじた理想主義	荀子=規範が必要だと説く現実主義
第1 性善説(徳性には修養が必要) 第2 王道政治(仁と義) VS 覇道(力の政治)	人の性は悪、その善なるは偽なり(性悪説) …性弱説に近い(教育、師匠が必要)
天命思想(天の意思) 善を失った為政者…放伐の思想、革命 ===危険思想	礼儀+規範(法治主義)
徳治思想	法治思想

「孟子」の思想 57p

「至誠にして動かざる者は、いまだこれあらざるなり」

「為さざるなり、能わざるに非ざるなり」

「人の徳慧術知あるは、恒に疾疾に存す」

→与えられた試練をバネに自分を磨け！ →→→天命・使命

孟母三遷の教え(墓地、商家、学校=環境によって人の人生は変わる)

孟母断機(学問、継続こそ力なり)

「天の時は地の利に如かず、地の利は人の和に如かず」

絶交のチャンスは地の利を得ていることに及ばず、地の利は団結力に及ばない」→孫子と逆の優先順位

荀子の思想62P

「およそ人の患いは、一曲に蔽われて大理に闇きにあり」

…全体把握、大局俯瞰(感情に左右されるな)

「その利を見て、その害を顧みざることなかれ」

…有利不利比較検討…

「信を信じるは信なり、疑を疑うもまた信なり」

…情報=判断力

「禍の由って生ずる所は、繊維より生ずるなり。この故に君子は速くこれを絶つ」

…先を読む力、洞察力

「学はその人に近づくより便はなし」=プロに頼む

出藍の誉れ「青は、これ藍より出でて藍より青し」

…弟子「韓非子」と「李斯」

第3章 激動の時代は…パラダイムシフトを要請している！

参考テキスト(出典):企業再構築の仕掛け バリュー・マネジメント 竹内日祥 現代書林 2006年6月

能力:客観的合理性…個人主義者…分離思考＝客観的(分析)目標達成…能力・技術が必要
思想:主体的責任性…共同体主義…統合思考＝主体的(洞察)目的達成…思想・哲学が必要

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

学習棄却の必要性、アンラーニングの本当の意味(107p)

人生最大の敵は、実は自分自身の低いパラダイムにある！(107p)→読み合わせする！

…正当化する思考性

⇒「人生の失敗の原因はすべて自分にある」

学習棄却(アンラーニング)の意味について(109p)

⇒囚われるのをやめる

全体性の中で再構築、新しい関係性の中で価値を創造(111p)→読み合わせする！

…捨てるのが、成長につながる！「**自分の思考の主体性の内容を変える、深める**」

高いパラダイムの入口は、まず自己のパラダイムについて理解すること(112p)

第1 体験の備蓄(同じ失敗を繰り返す)＝感性のストック

第2 **思考の合理化(原理原則、法則性、判断基準、優先順位)**

成功する基準は、時代が変わることにより変わってしまいます。(115P)

…**企業の成功の基準が変わる**！(時代の変化に付いていくことが絶対不可欠な要素)

企業が景気が良い理由は2つ

第1は、パラダイム転換し、組織のイノベーションに挑戦して、新しいビジネスを次々と自らが創造したことにより景気が良くなっている場合(マーケティングとイノベーション)

第2は、得意先がたまたま景気が良く、次々と自社への発注量が増える流れになってきたことでその企業が潤っている場合(これ要注意！)

→→→求められる商品とニーズは自社で創出するものです！

パラダイムを活かし、チームとしての成果を達成する(118p)

パラダイムは新しい課題・テーマを発見し、成功への意思決定を助けてくれる(120p)→読み合わせ！

責任を伴う主体性のある区別

自分にとって、この問題はどんな意味があるのか？

信じるから見える(122p)…洞察→読み合わせ

結論(123p)

法則もシステムも目には見えません。しかし、パラダイムについての学習で高いパラダイムの本質を把握し、その意味が判ってくるとことにより、これまで気づけなかった法則やシステムが洞察できるようになります。

それが、「人間として成長する」という意味の本質であり、深い智慧が身に付いた人間であり、世界の本質を正確に、かつ過不足なく、しかも十分に把握できた人間の姿なのです。