

未来創造志塾 8期最終第12回 (H2 2.2.15)

2019年キーワード「主体性」～全て自分の問題であるという問題意識～

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

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 直観的 洞察思考
17世紀近代古典科学のパラダイム	21世紀脱近代複雑系パラダイム

統合の思想」と企業経営の関係性 (154p)

低い思想 分離思想」	高い思想 統合思想」
自己と他者、敵と味方が明確に分かれてしまう お互いの権利の主張がエスカレート!	敵が味方になる! 悪を善に変える! 醜い世界が美しい世界に!
「主観」と「客観」を分離	「主観」と「客観」を統合
機械論的思想	有機体的思想

参考著書 :まず、世界観を変えよ (複雑系のマネジメント) 田坂広志 英治出版 1500円
 複雑系の経営のリメイク版 (1997年)

統合の思考 (有機体的思考) の5つの価値

1. マイナスをプラスに転換させる
2. 悪を善に、偽りを真実に、醜いものを美しいものに転換する
3. 敵を味方に変える
4. 企業の問題は全て自分の問題である」という問題意識 (174p)
 客観的から主体的に (自責)
 企業活動の敵とは? 「自社の問題」
 常在戦場 (長岡牧野藩・河合継介) 問題意識を共有
 自社で発生させた問題は、すべて自分の問題である」と受け止める問題意識 正しい根拠は3つ
 この価値観で捉えた時から、仕事が楽しくなる 自己の課題
 仕事が自分を成長させてくれている成長意識 天からの使命
 能率が上がる、周囲の人が全力で助けてくれる チェンジリーダー
 人間は仕事をしている時、楽しいか苦しいかどちらか!
5. 問題は価値創造の源泉である」という問題意識が持てる (177p)
 クレーム= 未来の為に絶対に必要である! 「したたな価値観」= 飛躍の絶好のチャンス!
 問題は忌み嫌うものではなく、歓迎すべきもの!
 問題は不都合ではなく、価値創造の原資である!

良い会社ほど、問題は山積み 優先課題

レベル1= 戦略の改革	組織を変える・・・選択と集中
レベル2= 業務の改革	制度を変える・・・業務プロセス改革 (顧客本位 全体最適へ)
レベル3= 風土の改革	意識 価値観を変える・・・メンタルモデル・コンテキスト

問題発生

= リーダー、その存在を深く自覚する！

相手にとって「よれ」も「自分にとって」を考える

その問題と向き合う 自己 が採る方針	その問題と向き合う 自我 が採る方針
態度 決断	対策・手段
意思決定	テクニック
抜本対策	対処療法
・自分は何者なのか？ ・自分はどようしたいのか？ ・自分にとって何者なのか？	・相手にとり自分は何者？ ・会社にとり自分は何者なのか？ ・何者にとり自分は何者なのか？
自己に基づく主体性	自我に基づく客体性
強いリーダー	弱いリーダー

リーダーシップとは？

陣頭指揮ではない！ **迷いを晴らすこと**

単なる率先垂範ではない **不確かな未来に一歩が出る勇氣**

下等なリーダーシップ 上等なリーダーシップ

判断力

洞察力

決断力

リーダーシップを発揮する為には猛烈タイプは決して、決定的な条件ではない！

「笛吹けど踊らず」とは陣頭指揮型のリーダーシップの限界を示す言葉なのである！

Y 理論の人間観に立って自己を管理		X 理論の人間観に立って部下を管理	
使命・バリュー主義	自己組織主義	温情主義	専制主義
貢献・奉仕	発憤・成長	妥協・寛容	統制・監視
人間個人の内発的動機により 企業の発展に尽くし、自己実現を遂げる		人間を企業の道具と考える価値観	

リーダーの実践的課題の5項目

1. 現状打破 現状に満足しない！ 学習・革新し続ける
2. 価値観の共有 リスクに対し主体性をもって撰ぶ
3. 協力育成 粘り強くあきらめない・創意工夫
4. 率先垂範 パラドックスに向き合う
5. 支援激励 価値観を重く見る

追加

お勧め著書 梶し高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら

岩崎夏海 ダイヤモンド社 1600円

アイデアの斬新さ(視点の切り換え)

経営マネジメント 高校野球の女子マネージャー (青春小説)

AKB 48のアイドルメンバーモデル

イラストきょうさぎ 漫画・ゲーム

企業事例研究 小林製薬の魅力

1886年創業 家庭用医薬品・日用雑貨

あったらいいな！を形にする
潜在ニーズを掘り起こし商品化する！

マーケティングの定義 = とにかく分かり易さ！

消費者が不便に思っていることの解決策ついでの商品を開発・提供する会社
新市場開拓で製品開発。発売時は競争相手不在、追随者が出てても創業者の強みで市場リード
平均開発力期間は13か月とスピード経営。経営利益率14%と高収益。
社員同士仲良く、「さん」と呼び合う自由な雰囲気、元気一杯な職場

小林製薬の魅力

たぐいまれなネーミングセンス

そのまま系名付け = とにかく分かりやすさを重視！「問題提起解決型」

説明しなくてもイメージ出来る！（広告3秒）

+ 言葉の響き

熱さまシート

アンメルツヨコヨコ

トイレの消臭元

ただいまポット洗浄中

チン！してふくだけ

トイレその後に

のどぬ～るスプレー

髪の毛集めてポイ

ガスピタン

ナイトール

イージーファイバー

こんがり魚焼きパック

通称「ドロドロ開発」～あなたのためにもがき苦しみ考える～

STEP1 消費者インタビュー

STEP2 アイデア会議

STEP3 実験

STEP4 社長プレゼン

「社員提案制度」年間35000件以上新商品提案や業務改善アイデア

「お客様志向」お客様相談室、暮らしのヒントお知らせ隊