



このレポートは、私・和仁が毎月のコンサルティング活動や日常生活を通して気づき、学ばせて頂いたことを書き留めたものです。
お気軽にご笑読頂ければ幸いです。

【今月の気づき】

『全部を、ザックリとまな板の上に乗せてみる。』



「**経**済や経営を少しはわかるようになりたいのですが、日常生活からかけ離れ過ぎていて、身近に実感できない。わたしみたいに右脳派（論理よりも直感的）な人にも理解しやすい方法、ないですか？」ある読者からそんな質問がありました。

そんなときは、一番大きなお金の流れをざっくりつかんで俯瞰してしまうのが手っ取り早いようです。つまり、よく聞く名前を全部、ザックリと1つのまな板の上に乗せてみるのです。

たとえば、一番身近な【家計の収支】からスタートしましょう。これは、会社の人件費とつながり、その【会社の収支】は【国のGDP】とつながります。日本のGDPはざっくり490兆円だとして、1.2億人の国民がそれだけの付加価値を生み出している。（2008年度）

1.2億人の日本のGDP 490兆円 ← 会社の収支 ← 家計の収支

次に、これを水平に伸ばしてみる、つまり他の国もざっくりした数字で並べてみましょう。

	EU	アメリカ	日本	中国	インド	全世界
人口	5億人	3億人	1.2億人	13億人	12億人	66億人
GDP	1,800兆円	1,400兆円	490兆円	420兆円	110兆円	6,000兆円

すると、先進国のEU、アメリカ、日本は人口とGDPがおおよそ連動しているのに、中国は日本の10倍の人口でGDPは同じくらい。つまり今後、単純にGDPが10倍に成長するとは言わないまでも、相当な成長ののびしろがあると感じられますね。ましてやインドは中国と同じくらいの人口でGDPは4分の1。かなりの可能性を秘めていそうです。

こういった比較は、実際には通貨の単位を揃えたり為替が変動するので、厳密な数字を出そうとすると相当な手間がかかり、敬遠しがちです。でも、わたしたちは評論家ではないので、世の中の動きがザックリと身近に感じられればOKのはず。断片的にみるとよくわからないことも、全体を俯瞰すると、見えてくることがありますよね。

【今月の一冊から】

『目のつけどころをよくする方法。』

>あらゆる場面において「普通のこと」しかいえない人、つまり、「目のつけどころがイマ
>イチ」という人は、いまある自分の立場でしかモノをいっていないことが多い。というこ
>とは、会社だったら社員としての立場だけでなく、経営者という立場になったらどうだろ
>うか、購入する側に立ったらどうだろうか、はたまた、人の親という立場だったらどう見
>えるか、そう考えるといい。

>「会社としては儲かりそうだからいいと思いますよ」という意見が、親としての立場に立
>てば、「でも、それって、子どもが口に入れたら危ないですよ」と変わってくるように、
>わりと簡単に違う意見が出てくるようになるものだ。視点とは、つまり切り口のことであ
>る。たくさんの視点のなかで、どれをチョイスするかというのが、目のつけどころのよし
>あしに直結する。だから、目のつけどころがよくなるためには、まずは視点を増やさなく
>てはならない。目のつけどころがいいというのは、その場にいるみんなが思いつかなかっ
>た立場に立つ、ということ。

（『目のつけどころ』 山田真哉 著 サンマーク出版 P.28 より引用）

「みんなが思いつかなかった立場に立つ」とは、言葉にすると簡単そうですが、実際にやるにはかなりの想像力が必要になります。たとえばお客さんの立場に立つとは、お客さんがどう
いう環境で日々生活し、日頃何を気に留め、悩んでいるかを、**お客さんの目を通して景色が見える**ことだからです。それを、経験なしに理屈だけで考えるのは、限界があります。

ということは、目のつけどころをよくしたければ、「興味をもったことは、できるだけ経験する」のが一番よいということでしょう。たとえば、わたしは最近まで携帯電話は電話機能以外、ほとんど使っていませんでした（だって電話ですから）。そのため、iPhoneのような高性能アイテムは「自分には縁遠いもの」という決めつけをしていたのです。そうになると、「iPhoneによって仕事の仕方がいかに改善されるか」を友人がいくら熱く語っても、「ああ、いいですね」と理解はできても、共感ができませんでした。

しかし、そんなわたしも周りの人たちがあんなに絶賛する理由はなにか、という好奇心から、先日ついにiPhoneに替えました。すると、その日から携帯の位置づけがまったく変わり、積極的に活用し始めています。大の携帯オンチ(?)のわたしが、です。そして彼らの言っていた意味が腑に落ち、臨場感を持って共感できました。「iPhoneのような商品が広がることで、ビジネスでどのような可能性が開けるか」といった議論にも、ようやく当事者意識を持って加われそうです。今までやったことがないことをやってみるのは、おっくうさがあります。しかしその先には、「それをやっている人の目を通して景色が見える」ご褒美も待っています。それが、目のつけどころがよくなるはじめの一歩にもなりそうです。