

特集 本シエルジュが読む中小企業診断士の未来予想図

終章

豊かな人生に貢献する 感動・共感・ワクワクの時代



安藤 準
埼玉県中小企業診断協会

前章まで、組織人事、マーケティング、生産・技術、財務の各分野でこれからの4.0、つまり、今後の社会の姿を考察してきました。これらを踏まえてこれからの中小企業診断士、つまり診断士4.0として何が求められるのでしょうか。

1. 各分野の4.0はどうなる？

あらためて、組織人事4.0、マーケティング4.0、生産・技術4.0、財務4.0を整理し、それぞれどのような時代になるのか。また、その結果、どうなるのかを考察していきたいと思えます。

まず、組織人事4.0では、「個人主義の時代からより独立した個人事業主の時代になる」と予想しました。これは、特定の組織に依存することなく、テレワークやクラウドワークも併用した仮想的組織によって自由に働く時代になる可能性があると考えます。

マーケティング4.0では、「商品そのものの価値だけでなく、自己実現に寄与するもの、つまり、自分自身が共感し、自分の豊かさにつながるものの時代になる」と予想しました。物の価値だけでなく、ソフト的な価値と自分の感性がつながることに価値を感じることを意味します。

生産・技術4.0では、第4次産業革命を中心に、人工知能、AI、IoT、ビッグデータなどさまざまな情報技術を用いて、部分的な自動化

だけでなく、社会全体の自動化や機械化が進むと予想しました。これは換言すれば、人間にとっては「より自分のやりたいことをやる時代」といえます。単純作業の労働から、より人間らしい感動や豊かさを作るような仕事を中心になると予想します。

また、財務4.0では、「従来の銀行だけでなく、アマゾンなどのキャッシュレス決済に代表される第三プレイヤーを中心とした金融システムができていく」と予想します。つまり、価値交換がグローバルレベルで流動化していくということです。

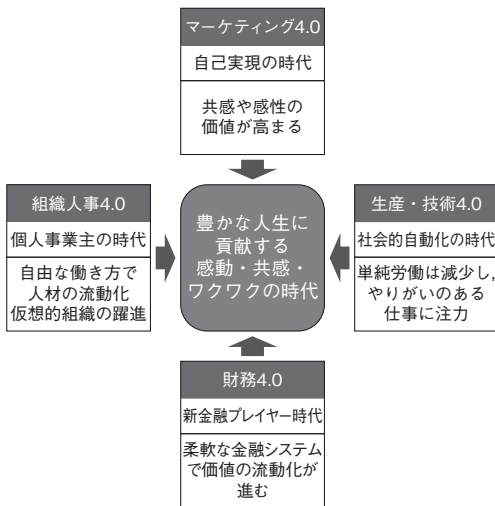
2. 感動・共感・ワクワクの時代

これらの結果、次の4.0時代はどうなるのでしょうか。それぞれの予想から共通点を見出そうとすると、「個人」、「共感」、「幸せ」、「やりたいこと」、「柔軟」、「流動化」といったキーワードがぼんやりと見えてきます。つまり、1つの考え方として、組織人事もマーケティングも生産・技術も財務も、より個人の幸せや共感を大切にする、柔軟で流動的な社会といえるのではないかと思います。

働く人は今までよりも個人の幸せな人生を実現する手段で働くようになります。また、消費者としても、ただ生活するだけなら機械で作られたもので満たせるため、より豊かな人生のために自己実現を満たすものや感動や共感できるものにお金をかけるようになるか

と思います。たとえば、エンターテインメントやコンテンツ、スポーツ、夢や人とのつながりなどが重要になるのではないのでしょうか。

私はこれを「豊かな人生に貢献する感動・共感・ワクワクの時代」と表現してみたいと思います。



3. 4.0時代に必要なスキルは「感性」

では、このような時代において中小企業診断士には何が求められるのでしょうか。多様な働き方や組織の中で、人材が活力を持って働くためには、従業員という雇用形態は古くなっているかもしれません。自動化された社会では、やりたいことをやる価値が高まります。すると、会社の思いに共感した人たちが集まり、価値を創造していく力をつけることが大切です。

また、売るのは単なる機能的価値だけでは社会に受け入れられません。流動化した金融システムでは、世界に多様な売り方が可能となります。そのような社会では、「消費者の自己実現につながる豊かさや共感」が大切になります。そうなる、共感という価値を生み出す企業を支援するためには、診断士自身にも時代をとらえる「感性」が必要になると推測されるのです。

このような観点で、私がぜひお勧めしたい1冊は、山口周氏の著書『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか?』です。本書では、論理や理性のサイエンスの世界から、直感や感性に軸足を置いた経営へと移ること、つまり「美意識」が大切だと述べています。また、同じく山口周氏の『ニュータイプの時代』（ダイヤモンド社）も参考になります。

『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか?』



山口 周 著
光文社

これまでの「分析」,「論理」,「理性」によるサイエンス経営はすでにコモディティ化し、差別化ができない時代になっている。複雑で不安定な世の中ではむしろ、「直感」,「感性」に軸足を置いた経営の重要性が高まっている。本書では、次の時代の価値観として重要な姿勢とスキルがわかりやすく書かれている。

もちろん、中小企業診断士として企業支援を行う際の前提に感性は必要ですが、「感性」や「感覚」だけでは会社の方針を決める際に納得が得られません。山口氏もサイエンスとアート（美意識）の両方が必要だといっています。

では、感性を活用するにはどうしたらよいのでしょうか。中小企業診断士は論理的に説明することに長けている人が多いかと思えます。しかし、感性を説明しようとするとき多くの課題が出てきます。

そのような中でもう1冊ご紹介したい本が、佐宗邦威氏の著書、『直感と論理をつなぐ思考法 VISION DRIVEN』です。イラストやノートを使いながら右脳を刺激し、手で考える手法を具体的に紹介しています。

世の中に感動を与えるのは、論理的に生み出されたものよりも、直感や感性によって生み出されたサービス商品のほうが多いと思います。これらを生み出していく手法としては

もちろん、これからの中小企業診断士としての考え方として参考になります。

『直感と論理をつなぐ思考法 VISION DRIVEN』



佐宗 邦威 著
ダイヤモンド社

社会に大きなインパクトを与えているのは、「根拠のない直感・思い込み」, 「人に理解できない感性・ビジョン」によって突き動かされた人たちである。感性は天性のものであり、センスは生まれながらに持つものという誤解もある。本書では、P&G, ソニーで活躍し、戦略デザインファームを運営し、数々のイノベーション創出に携わってきた著者が、直感からアウトプットを出すための実践的手法を落とし込んだ本である。

4. 中小企業診断士のキーワードはワクワク？

4.0時代の中小企業診断士について、本シエルジュメンバーの三上友美恵さんと対談しました。

安藤：三上さんは堀江貴文さんの『多動力』を紹介されていました。堀江さんといえば昨年、ロケットを打ち上げました。NHKでも特集されていたのですが、見ましたか。

三上：もちろん知っています。やりたいことをやっているという感じすごいです。

安藤：私もニュースでしか知らなかったのですが、NHKの特集を見て、これからの時代を象徴しているような会社だと思ったのです。ロケットが大好きだった大学生エンジニアの稲川貴大さんや堀江さんが立ち上げたベンチャー企業が、人もノウハウも資金もない中で、クラウドファンディングやインターネットを駆使し、何度も失敗しながらついに日本で初めて民間ロケットを飛ばしたというお話でした。今でもチャレンジ中ですから、つい応援したくなります。

三上：話を聞くだけでも感動です。

安藤：ただ、「宇宙に飛ばしたい！」という思いに対して、多くの協力者が現れて実現します。お金のない中でも、「発射ボタンを押す権利1,000万円」はすぐに売れたようです。感動や夢に人は集まるのです。すごいです。

三上：見方を変えると、それだけ打ち込める働き方はうらやましいです。社長は大企業の入社を断って、何もないベンチャーを始めたわけですから、これからの働き方のヒントがあるように思えます。企業の決められたルールや就業規則に縛られるのではなく、個人の思いを發揮するような自由な働き方はこれからの時代に重要な気がします。

安藤：私もそう思います。私はサラリーマンから中小企業診断士として独立して5年が経過しましたが、「やりたい仕事をとことんできる」という幸せが大きいのではないかと思います。

最近の企業は労働規則が厳しく、残業はタブーな風潮があります。それ自体は正しいのですが、一方で、「没頭して打ち込んで働く」ことがやりにくい時代になったと思っています。たくさん働くことが悪のような風潮にも違和感があるのです。

三上：たしかに、そうかもしれません。人々が仕事への価値観として「やりがい」, 「面白さ」を大切にしている風潮が強くなっているように感じます。このあたりは、これからの中小企業診断士の在り方にも影響がありそうです。

安藤：そうです。従来の「統制のとれた組織で、マーケット思考で論理的に導かれた商品売る」という企業の時代はそろそろ終わるのではないかと思います。雇用形態にとらわれず、自由な立場と発想で導かれたワクワクする製品・商品・サービスをいかに作れるか。この点が重要だと思うのです。機能的な製品はあふれていますし、そのような製品はこれから自動化で作られるようになりますから。もう一歩踏み込んで、共

感やワクワクを呼ぶようなものが作れるかがポイントではないかと思います。

三上：なるほど。組織も商品もキーワードは「ワクワク」ですね。ワクワクしない人がワクワクするものは作れないでしょうし。

安藤：中小企業診断士も自らワクワクできるような感性を磨くのが大切なかもしれません。「何だかよくわからないけど面白いからやる」という感じでしょうか。

三上：そういうのはよいですね。でも実際、そのような感じで決断しようとする、普通の組織では説明できず難しそうです。

安藤：大企業ほど、難しいでしょう。何かを企画しても、すぐに「そのメリットは？」、「根拠やデータは？」、「いくら売りが上がるのか？」といった説明を求められてしまいます。株主の発言権が強ければ説明もできません。

三上：そう思うと、根拠がなくても感性だけで決断できるオーナー企業や、フットワークの軽い中小企業のほうが強いかもしれません。楽天やソフトバンク、ユニクロなどが元気なもの理解できます。

安藤：たしかに。オーナー大企業とはいきませんが、小回りという点では、いよいよこれからは中小企業の時代でしょうか。

三上：中小企業診断士としては、そうあってほしいです。安藤さんは最近、法人化されたそうですが、企業としてはどう考えているのですか。

安藤：どのような会社にすべきか、ずっと考えていたのですが、やはりキーワードは「ワクワク」ではないかと思っています。事務所の工事も「いかに面白い雰囲気に見えるか」が鍵ではないかと思ってだいぶ遊んでみました。

三上：ぜひ、遊びに行きたいです。スタッフは雇うのですか。

安藤：できる限り、テレワークやクラウドを駆使して、最小限のスタッフで多くの人たちと緩くつながるような会社を目指そうかと思っています。

三上：なるほど。オフィス4.0ですね。

安藤：そうなれるように頑張ります。そもそも、きちんと事業化しないとはいけません。三上さんは最近ワクワクしていますか。

三上：もちろんしています。幸い、中小企業診断士という資格がそういう機会を広げてくれています。

安藤：たしかにそうです。これだけ多面的な知識をベースにしたネットワークは貴重です。面白い人もたくさんいますから刺激的です。

三上：そう思うと、さまざまな感性を持ち合わせるネットワークで刺激を受けている中小企業診断士は、まさに4.0時代のキーマンになり得る立場かもしれません。

安藤：「診断士4.0」は、より多面的な感性に磨かれた、ワクワクや共感を創出することを支援できるワクワクした人たちといえるかもしれません。そのような中小企業診断士が増えると面白い社会になりそうです。

安藤 準

(あんどう ひとし)

2014年中小企業診断士登録。株式会社アンドイトロボ代表取締役。総合電器メーカー・NECを経て独立。専門はIT活用。現在は、小さな会社がITで強みを生かして元気になるように、IT支援を中心に日々奔走している。

