

富山商業高等学校 特別授業用資料 (2年生)

2026年6月15、16日

デザインコンサルタント 岸本吉生

自己紹介

デザインコンサルタント 合同会社岸本吉生Office代表
人生と仕事をデザインするときに伴走します。

農山漁村、離島半島において自然、文化、価値創造に貢献する仕事を応援している。輪島塗と播州織を手がけている。

生きる動機と目的を経験するキャリア教育を公立小中高校で教えている。ものづくり文明機構で常若甲子園を主宰している。

技術とローカルの視点から日本の将来を考えるコラム「ホモデウスと日本」を金融ファクシミリ新聞にて連載している。

東京大学法学部卒業、コロンビア大学修士国際政治経済専攻

1985年通商産業省入省。総理官邸政務担当補佐、環境経済室長、経営支援課長、愛媛県警察本部長、九州経済産業局長、経済産業大臣秘書官を経て2023年退官。1962年神戸市生まれ。

目 次

◎四つの習慣	p.4
◎1年生の作文ふりかえり	p.5-10
◎他己社会	p.11
◎問いを立てる力 好奇心と違和感	p.12-16
◎川上のマーケティング	p.17-19
◎TOMISHOPの振り返り	p.20
(宿題) 今年の計画	p.21
◎思いを形にする	p.22-23
◎生きる動機と目的	p.24
◎動かない希望の星	p.25-30
◎常若	p.31
◎常若甲子園	p.32-37
◎あとからくる者のために	p.38
◎(宿題) 自分の人生を顧客とした五つの質問	p.39-44

四つの習慣

①他人を尊重する。

生きる動機と目的は個性です。個性を尊重することに他人と自分は同じです。他人と比べても個性はみつかりません。

②知らない言葉はすぐに調べて書き留める。

言葉の定義に対する共通のベースを持つことで、物事や問題に対する誤解や認識の違いを減らすことができます。

③大切だと思ったことはペンですぐに書き留める。

手を動かして書くことは、聞いたことを頭の中に焼き付けるのに役立ちます。

④考えたことを文章にして行動に移す。

文章を作る時は、5つ以上の言葉を盛り込みます。盛り込む言葉を書き出して道理を考えて文章にします。何度か推敲して仕上げます。考えたことを行動に移したいときは文章を書いてみましょう。

1年生の作文ふりかえり

宿題1： 1年生の特別授業で書いた作文の内容をおさらいしてください。
(p.6-10を参照)

宿題の回答は全てGoogle Formsから記入してください。

<https://forms.gle/65aM1Z3jpZjXXo3k9>

人生の目的を考える（1年生）：作業の流れ

キャリアアン
カー診断

診断結果の
確認と選択

過去の棚卸しと
人生の目的

自分の過去
をベースに、
人生の目的
が浮かび上
がる

目的に応じた道のりをデザイン

ありたい自分の姿をイメージする。
自分らしさに紐づいた仕事とは。
欠かせないものは何か。
いま、毎日をどう生きるのか。
社会や世間へのかかわりと位置づけ。

デザイン思考でアプローチ

観察
問題定義
創造
プロトタイプ
テスト

友達と磨きあう

自分の考えに他者の良いところや視点を取り入
れ、内容を磨き上げる

発表する(400字以内)

- 人生の目的
- 人生の目的と紐づいたありたい自分
- 人生最後の日を迎える自分にあてた手紙と動画を制作する

1. キャリアアンカーの結果確認

キャリアアンカーの診断結果：

診断結果は（ ）タイプ。自分は（ ）（及び ）タイプだと思うことにした。

2. 過去の棚卸し、人生の目的

自分の過去を棚卸ししてみる：過去を振り返って自分が好きなこと、嫌いなこと、得意なこと、苦手なこと、成功したこと、失敗したこと、うれしかったこと、悲しかったこと、怒りを感じることに後悔していること、幸せを感じたこと、自分の良さなどを書き出してみよう。

人生の目的を自覚する：過去を棚卸しすることで、人生の目的が自覚できる。

・ 人生の目的（例：何かを明るくする、何かで苦しむ人を助ける、誰かの生活を支えるなど）

3. 人生の目的に応じた道のりをデザインする 1年生

目的を自覚することで、ありたい自分の姿が明らかになり、そこに向かう道筋をデザインできる：目的を遂げるために、自分はどうかである必要があるのか。ありたい自分の姿をイメージしよう。過去の棚卸しや自分らしさと紐づけて何をするか、目的に欠かせないものは何か、いまをどう生きるのか書いてみよう。世の中とのかかわり、世の中の役に立つ行動などを書いてみよう。

自分事に引きつけてデザインすることが大切である。

キャリアをデザインするにあたり、デザイン思考の手法を使ってもよい。

- ・ 目的に至るためにありたい自分の姿（例：何かで活躍している自分、何かを作っている自分など）

- ・ 何をするか、欠かせないものは何か、いまをどう生きるのか

- ・ 世の中とのかかわり、世の中の役に立つ行動

4. 自分の考えを友達と磨きあう

自分の考え、自己評価に他者の視点を取り入れて改善する：自分で作った資料を友達と見せ合い、話し合う。自分が気付いていない良さ・強さを友達から教えてもらい、付け加える。成長したいことを共有して励ましあう。何度か繰り返して内容を磨き上げる。

・気が付いた良さ、強さ

・成長したいと思うこと

5. 発表

社会に出る日を迎える自分にあてた手紙と動画を制作する

- ・ 生きる動機と目的
- ・ 社会に出る日にそうありたい自分
- ・ 卒業証書を受け取る日にありたい自分
- ・ 在校中にそのために励むこと

◎ 他己社会

- 自分と他人を比べると違いがあります。優劣があると言われます。
- どちらが優れているかは他人の勝手です。いのちに優劣はありません。
- いきものは助け合って生きています。争わないで折り合いをつけて生きています。自他の価値の違いを楽しんで生きています。それを「社会」といいます。
- 他人に喜ばせてもらおうと嬉しいですか。他人に喜んでもらおうと嬉しいですか。
- どちらが大切ですか。

問1： 家族や同級生との経験を3人で話してください。

◎ 問いを立てる力 好奇心と違和感

問いを立てる力の出発点は好奇心と違和感です。
好奇心とは知りたい経験したいという意欲です。
違和感は変えたいという行動を起こす意欲です。
きょうは違和感を言葉にして考えてみます。
成果につながる問いは、問い続ける価値のある問いです。
問いを立てる力が成果を生みます。

生きる動機と目的につながる問いを立ててみましょう。
最初は答えがわからなくても、あるときふとわかります。

問いを立てるときに大切なこと

問いは「何をわかりたいか」「何をするか」の出発点です。

- 知識、経験、行動力に足りないものがわかると行動に移れます。
- 好奇心と違和感を出発点にして問いを立ててみましょう。

問いを立てるときは、抽象と具体を往復して考えます。

- 抽象：複数のことを包含する概念 論理的思考に向いている
- 具体：概念を出来事で考える たとえ話 会話に向いている
- 抽象と具体を往復することで、考えが整理され実行力しやすくなる

問いを立てるときは主観と客観の両方を使います。

- 主観：情緒、感情、直観、経験、願望
- 客観：データ、事実、概念、論理
- 主観に客観を加えて論理的に考えましょう。
- かもしれないが解決の糸口です。

自分事になる問いを立てると行動につながります。

- 他人事を自分事として考えるとわかることがあります。
- 他人がよろこぶことは、仕事をする喜びになります。

問2 他人の死に関わる出来事を自分事にした問いを一つ立ててください。三人で話してください。

いのちの他人事を自分事にするると客観が主観に変わります。

問3 自分がそうありたいと願うことを起点に、問いを一つ立ててください。三人で話してください。

考え続ける価値のある問いを立てるときは、客観と主観、直観と論理の双方を使います。行ったり来たりします。

事例 1：ロイヤルホールディングス菊地会長が立てた問いと答え

- **従業員がロイヤルホストで働く誇り**
低価格化することで本来の提供価値から離れてしまった。専門店の料理、美味しい料理をお客様に喜んでいただく経営を考えた。従業員は本来の価値を提供できる誇りを取り戻せた。
- **人手不足は現場の悩み**
人手不足は構造的な問題であると認識した。24時間営業の廃止、営業時間の短縮、定休日を実施した。現場に余裕が生まれた。顧客満足を維持向上する時間ができた。売り上げ増につながった。限られた人数で価値を生み出す店舗運営ができた。
- **現場力を引き出す経営**
現場の力は意欲があって余裕があって発揮される。現場が頑張れる環境をつくる経営を考えた。情報技術とロボット技術の導入、外部との連携を進めることにした。
- **感じのいいサービス**
お客様がよろこぶのは感じのよい接客である。感情労働と名づけた。多様な働き手と価値観の多様性を生かすマネジメントを心掛けた。多様な働き手が多様な働き方を経験することで価値観が変わった。自分の感情をコントロールして常に感じのいいサービスを提供できるように変わりつつある。

事例 2：榊田酒造店榊田隆一郎社長が立てた問いと答え

- 榊田さんが、岩瀬のまちづくりで「ここを変えた」と感じることは何ですか。
（景観・空き家再生・人の流れなど）
- 榊田さんが大切にしている美意識と価値観は何ですか。それに賛同しますか。
- 榊田さんが世界に目を向けるのはなぜですか。それに賛同しますか。
- 榊田さんの経営は行き当たりばったりだと思いますか。なぜそれが実を結ぶのでしょうか。

◎ 川上のマーケティング

思いを形にするのに役に立つのがマーケティングです。
ゼロから 1 を生むときに役立つのが川上のマーケティングです。
仕事は、生きる動機と目的、能力、価値観を使って、仲間とやり遂げていくものです。川上のマーケティングはその出発点になります。

マーケティングの定義（P.F. ドラッカー）

マーケティングの理想は、販売を不要にすることである。

顧客を理解し、製品とサービスを顧客に合わせ、おのずから売れるようにすることである。（ドラッカー名言集 (Japanese Edition) (Kindle版 No.278)

顧客の欲しいものを知り、顧客が支払っても良いと思う価値を知り、顧客が買いたい方法を知って、それらを整える。

マーケティングはこれらすべてである。

営業は製品からスタートし、自分の都合で顧客に売り込む。

マーケティングは顧客のニーズに合った商品を用意して、顧客が探し出してくれる商品を用意する。

五つの質問

事業を遂行する上で常に「考えるべきこと」「決めるべきこと」「行うべきこと」を質問の形にまとめたもの。

人生の目的につながる仕事を見つけるために、自分に五つの質問を問いかけてみよう。答えはひとりひとりの個性が出ます

5つの質問 ～ドラッカー理論の核となる経営の最重要5大原則～

1. **第一の問い あなたの使命は何か：何のための事業なのかを問いただしてくれる**
使命（ミッション）とは、「わが社が社会で実現したいこと」を言い表したものの。経営理念は「想い」、使命は「行動」、ビジョンは「結果」。
 1. **第二の問い あなたの顧客は誰か：誰をお客様とすべきかを明らかにしてくれる**
企業の使命と目的を定義するときには、顧客を出発点とし、顧客のことを知らなければならぬ。「われわれの顧客は誰か」を追究した企業は強い。
 2. **第三の問い 顧客の価値は何か：お客様にお応えするために何をやるべきかをはっきりさせてくれる**
お客様は商品、サービスを通じて得られる「満足」や「価値」を買っている。お客様の变化、声を体系的にとらえることが必要。
 3. **第四の問い あなたの成果は何か：お客様に起こる良い結果に向けて方向づけしてくれる**
事業の成果は事業の向こうにいるお客様で起こる。成果は掲げた使命と整合すべき。
 4. **第五の問い あなたの計画は何か：事業の存続と繁栄に関わる重要なことに注意を向けさせてくれる**
計画は「使命に向かい主体的に進むための旗印」。これまで決めてきたことを、社員一人ひとりの日常の仕事に落とし込み、確実に成果をあげるようにする。経営陣はマーケティング、イノベーション、人、金、物、生産性、社会的責任、利益それぞれに目標を設ける。
- **5つの質問は主語がすべて「あなた」である**
一人ではなく、チームで取り組んでこそ効果がある。
同じに問いに対して全員が同じ答えが出てくる状態になるまで話し合いを続ける。

TOMISHOPの振り返り

宿題2： 昨年のTOMISHOPでやったことの振り返り（商材、課題など）。
今年のTOMISHOPの計画（どんなメンバーで何をやりたいか）。

昨年の振り返り。

宿題の回答は全てGoogle Formsから記入してください。

<https://forms.gle/65aM1Z3jpZjXXo3k9>

今年のTOMIショップであなたは何をお客様に提供するか

その店をする目的は なにか	
お客様は誰か	
お客様が期待する価値は何か	
身の回りに起きる 成果は何か	
チームはどう行動する のか 自分の役割は何か	

◎ 思いを形にする

- 思っていることを形にする方法はどんな方法がありますか。身体を動かす、歌う、描く。言葉にする。祈る。
- 自分に大切な思いはどんな思いですか。「自分のしたことを誇らしく思う」のはどんなときですか。「胸が熱くなる」のはどんなときですか。

問4： もう一度経験したいこと、いつまでもそうあってほしいことは、どんなことですか。3人で話してみましよう。

本気で思うことはかなう

- いま違和感を感じていることはどんなことですか。
- 家族のこと、学校のこと、社会の正義に関わること。
- 大人になったらやり遂げたいこと。

問5： 3人で話してみよう。

- 本気で口にする言葉は毎日の元気の素です。
- 本気で思うことを言葉にすると毎日が本気の毎日になります。
- 本気で思うことはいつかかかいます。

◎ 生きる動機と目的

社会に出たらどう生計を立ててどんな動機で生きますか。

生きる目的は何ですか。

- 信用を築く。
- 折り合いをつける。
- 社会に貢献する。挑戦する。
- 自分が大切に思うことをやり遂げる。
- 他人から頼まれた仕事をやり遂げる。
- 稼ぐために仕事をやり遂げる。

◎ 動かない希望の星

人生の目的 動かない希望の星を見定める

- 動かない希望の星とは、自分の過去や心を振り返るうちに見つかり、明確になる人生の目的。「なりたい自分」というよりも「ありたい自分」。なりたい自分になればおわり。次々に現れる。ありたい自分は、あなたが死ぬその日まで続く。

動かない希望の星

- 他人を大切にしたいと行動するときにはどんなときですか。まわりがたとえ賛成しなくてもやりたいことはどんなことですか。

問6： 3人で話しあってください。聞いた人はそうだと感じますか。

- 「そう思う」と感じることは、自分が集中できることです。それをしてしていると嬉しく感じて何回でもしたくなることです。動かない希望の星は、ありがたい自分である時間を与えてくれる目印です。それは自分の中に隠れています。言葉で言えた時に見つかります。動かない希望の星が見つかったら毎日が生き生きとします。

人生最後の日、自分はどうありたいかをイメージしてみる。 その上で生きる動機と目的を考えてみよう

- 人生最後の日をどう迎えるか、それはその日までどのように生きるのかということにつながっています。
- 人生最後の日の自分のあり方をイメージするようになれば、人生の動機や目的を意識したり、学校を卒業して初めて社会に出るまでの日々や、いま、これからをどう過ごすべきかを考えることにもつながるでしょう。
- どのような自分でありたいのかをいつも心の中に描きながら生きてみませんか。

大事なこと

● 人生の動機と目的

何のために生きるのか、そのために何をを目指すのか

● なりたい自分 と ありたい自分

遠くに輝く希望の星、そうありたいけれどそうなれるとは限らない状況。
ありたい自分であるために何になるのか

● 仕事 と 稼ぎ

お金がもらえなくてもする時間にすること、お金をもらうためにする時間

動かない希望の星

動かない
希望の星

- ・ ありたい自分とは？
世の中の役にたつ、人に親切にする、
礼儀正しくする、感謝して生きる、
稼いだ金を他人のために使う。など

40年後
の自分

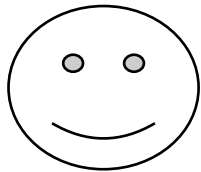
大人は独立しているか？

- ・ 独立とは？
組織の中で独立、世間の中で独立、
家族・親戚の中で独立、住んでい
るところで独立、、、
→他人のために役立つこと

20年後
の自分

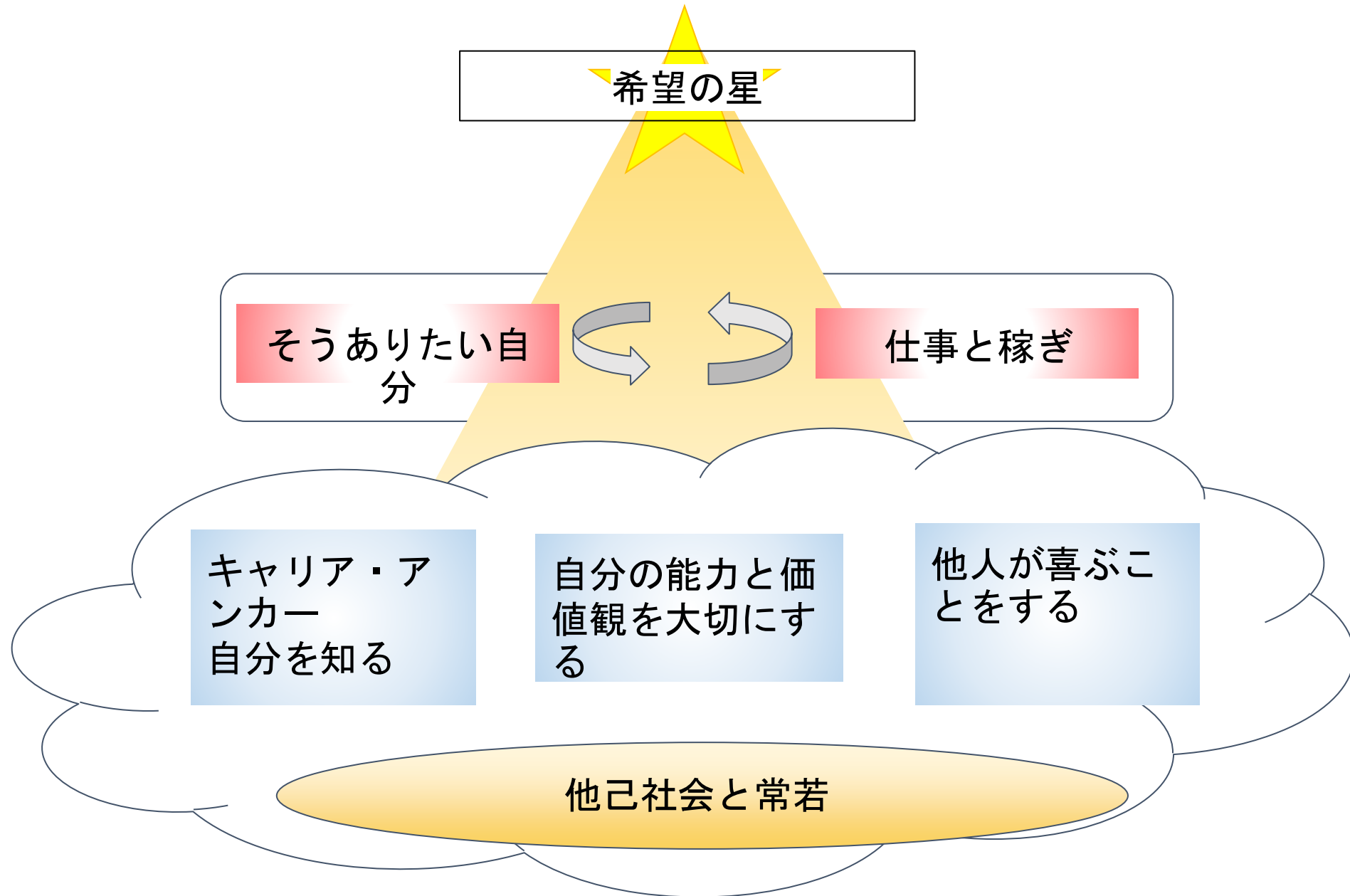
10年後
の自分

- ・ なりたい自分とは？
好きな職業に就く、資格や特
技を身につける、地位や財産
を得る、他人に勝つ

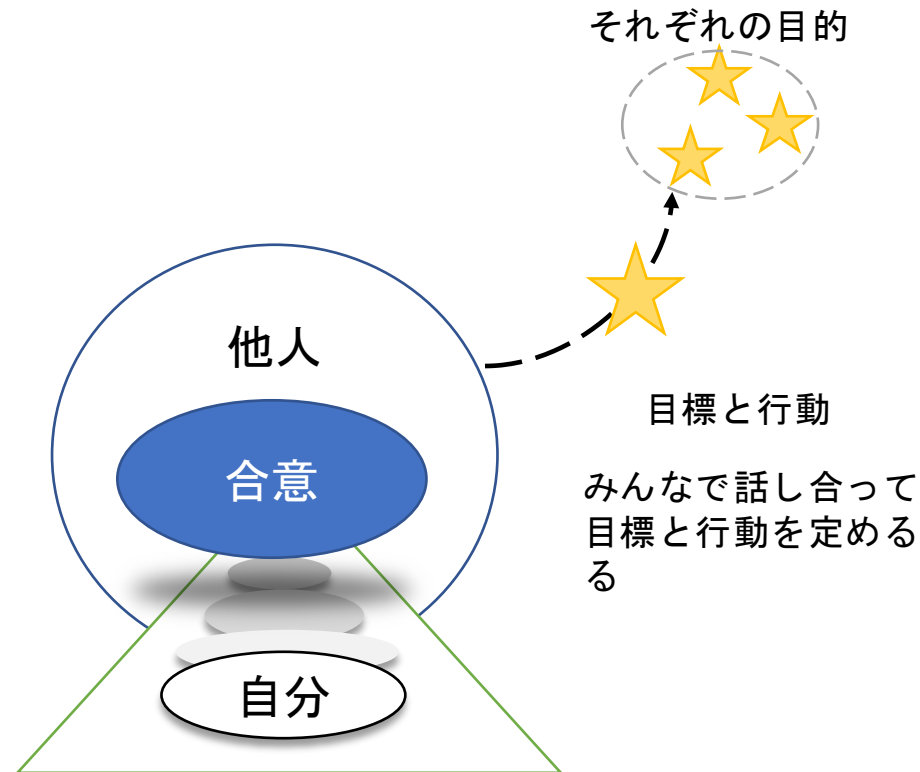


扶養されている
自分

動かない希望の星の見つけ方



集団の目標と行動 折り合いをつける



集団の目標と行動は話し合って定める。話し合いの過程で他人を尊重する。違うところは折り合いをつける。

それぞれが生きる動機、能力、価値観を発揮して助けあう。

◎ 常若

ひとつの命は生まれて死にます。集団としては元気に生き続けます。それが常若です。

来年の今日、自分のいのちが病気でなくなるとわかったら何をしますか。他人を大切にしたいくなりますか。

問7： 3人で自分のことを話してください。

◎常若甲子園とは

動かない希望の星ーそうありたい自分ーを発表する場所があります。

常若甲子園です。ものづくり生命文明機構が主宰しています。

動かない希望の星を持つ仲間がつながる場所です。

○出場するとどうなるの

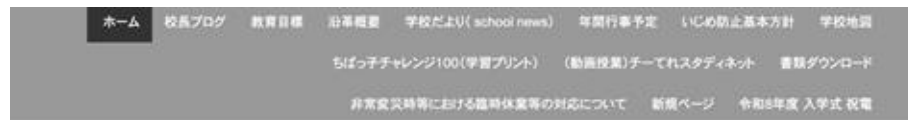
1. YouTubeで自分の未来を発表してそれに共感する仲間ができます。
2. 同じようなライフワークをもつ仲間と世代を超えてつながる。
つながった仲間と助け合い学び合えます。
3. 知らない場所や仕事を体験するきっかけになります。

◎ 常若甲子園2025

- 常若甲子園2025には千葉県八街市の朝陽小学校6年生と富山県富山市の富山商業高校の3年生が参加しました。

常若甲子園2025参加校

- ・ 富山県立富山商業高等学校
- ・ 千葉県八街市立朝陽小学校



◎ 常若甲子園 2026

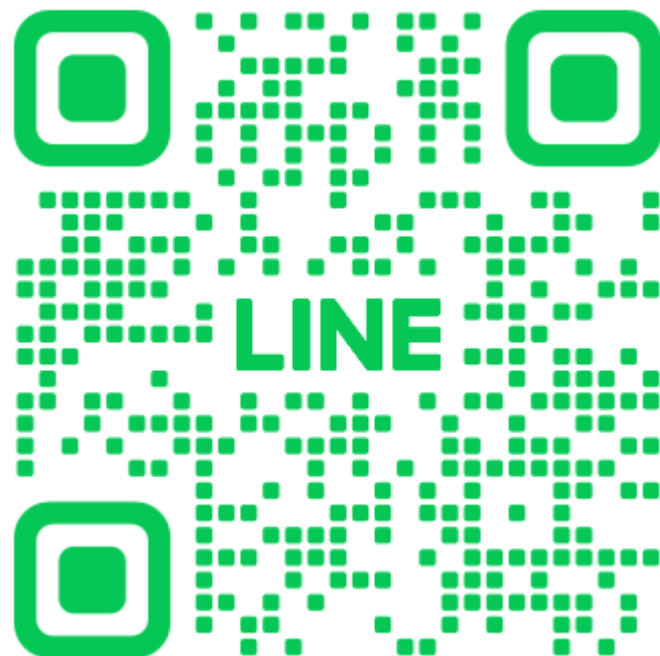
- 常若甲子園2026の参加者を募集しています。400字の作文を基に参加をお願いいたします。
- 作文ができたら先生と相談して出場を考えてください。

https://moseibun.jp/contents_35.html

常若甲子園の公式ラインを
開設しました！
右記QRコードから参加できます。

QRコードでLINEの友だちを追加

LINEアプリの友だちタブを開き、画面右上にある友だち追加ボタン＞[QRコード]を
タップして、コードリーダーでスキャンしてください。



常若甲子園 2026 の内容（作文「生きる動機と目的」をもとに）

違和感を覚えることで仕事にしたいこと

目に見えないもので大切にしたいこと

そうありたい自分

◎ 常若甲子園2026出場者募集について

- ① 目的・趣旨

「社会に出てやってみたいこと」「かなえたい夢」、そして「会って話を聞いてみたい人（経験者）」について考え、自分の言葉で発信することで多くの人に自分の考えを届け、ご縁を広げることを目的としています。

- ② 募集内容

上記のテーマについて、自分の考えや思いを自由にまとめた2～3分程度の動画作品を制作・提出します。BGMはこちらで編集する時に手配します。

- ③ 応募資格

高校卒業までの18歳以下の方が対象です。中学生や小学生の皆さんも参加できます。学校などグループでも応募できます。

- ④ スケジュール

常時受け付けています。提出された動画は、順次[常若甲子園YouTubeチャンネル](https://www.youtube.com/channel/UC...)で公開されます。

- ※詳しい条件や応募方法、動画の形式などの詳細については、必ず公式の募集要項ページをご確認ください。https://moseibun.jp/contents_78.html

○連絡先 NPOものづくり生命文明機構（2006年設立。理事長：中井徳太郎）

<https://moseibun.jp/>

岸本吉生（理事） kishimoto@forothers.jp

事務局 info@moseibun.jp



常若産業甲子園 2 0 2 1

予告編映像

本編映像

予告編映像URL

<https://www.youtube.com/watch?v=gHs8IFCpQvI>

本編映像URL

<https://www.youtube.com/watch?v=9jwWStm19Mo&t=4s>

◎ 詩の朗読 「あとからくる者のために」（坂村
真民、2001年）

あとからくる者のために

苦勞をするのだ がまんをするのだ

田をたがやし 種を用意しておくのだ

あとからくる者のために

しんみんよ お前は詩を書いておくのだ

あとからくる者のために

山を川を海をきれいにしておくのだ

ああ あとからくる者のために

みなそれぞれの力を傾けるのだ

あとからあとから続いてくる

あの可愛い者たちのために 未来を受け継ぐ者たちのために

みなそれぞれ自分でできる何かをしてゆくのだ

2年生二学期の授業までの宿題

自分の人生を顧客とした場合、どんな満足を与えるか、5つの質問に答える形で400字の作文をしてください。

自分の人生を顧客とした場合、どんな満足を与えるか。

思いついた言葉を並べる

ひとつの文は40字以内

並べた言葉の順番を整える

書いたら何度でも推敲する

次に推敲するのは何を書いたか忘れた頃

ありたい自分とそこに向かう道筋を発表しよう

このページについて:

二年生のマーケティングでは、一年生の作文を出発点にして、自分を顧客に自分がどのようなサービス提供するか400字で作文します。ドラッカーの五つの質問に答えます。作文を動画に制作します。

川上のマーケティングを実践する（2年生）：作業の流れ

ドラッカーの5つの質問に答える

- あなたの使命は何か
- あなたの顧客は誰か
- 顧客が期待する価値は何か
- 身の回りの成果は何か
- あなたの計画は何か

「感じる、考える、行動する、共感する」サイクル

- 課題の発見
- 意思決定と合意
- 合意に従って協働
- 振り返り

デザイン思考

- 観察
- 問題定義
- 創造
- プロトタイプ
- テスト

「感じる、考える、行動する、共感する」サイクルやデザイン思考で答えを考える

動機と目的

使 命

身の回りの成果

計 画

友達と磨きあう

自分の考えに他者の良いところや視点を取り入れ、内容を磨き上げる

発表する(400字以内)

- 生きる動機と目的
- 自分を顧客として自分はどのようなサービスを提供するか
使命、提供する価値、身の回りの成果、あなたの計画

3. 自分の人生を顧客とした五つの質問の答案 2年生

1年生の時に見出した自分の人生の目的を、具体的なものにする：自分の人生を顧客として、ドラッカーの五つの質問への答案はあなた自身が作ります。

「感じる、考える、行動する、共感する」サイクルやデザイン思考を使ってグループで仕上げましょう。

- ・ あなたの人生の動機と目的は
- ・ 他人から見たあなたの能力と価値観は
- ・ あなたが毎日大切にすることがあなたの使命
- ・ あなたが身の回りで起きてほしいことがあなたの成果
- ・ 人生の最後の日まで続けることは座右の銘

4. 自分の考えを友達と磨きあう

自分の考え、自己評価に他者の視点を取り入れて改善する：自分で作った資料を友達と見せ合い、話し合う。自分が気付いていない良さ・強さを友達から教えてもらい、付け加える。成長したいことを共有して励ましあう。何度か繰り返して内容を磨き上げる。

・気が付いた良さ、強さ

・成長したいと思うこと

5. 発表

自分を顧客にして、どのような動機と目的で人生をおくるか
提供するサービスについて、400字の企画書と動画を制作する

- ・あなたが考える人生の目的とその価値を踏まえた上で、次の企画を考える
- ・あなたが想定する顧客
提供したいサービス
あなたのミッション
あなたの成果
あなたの計画

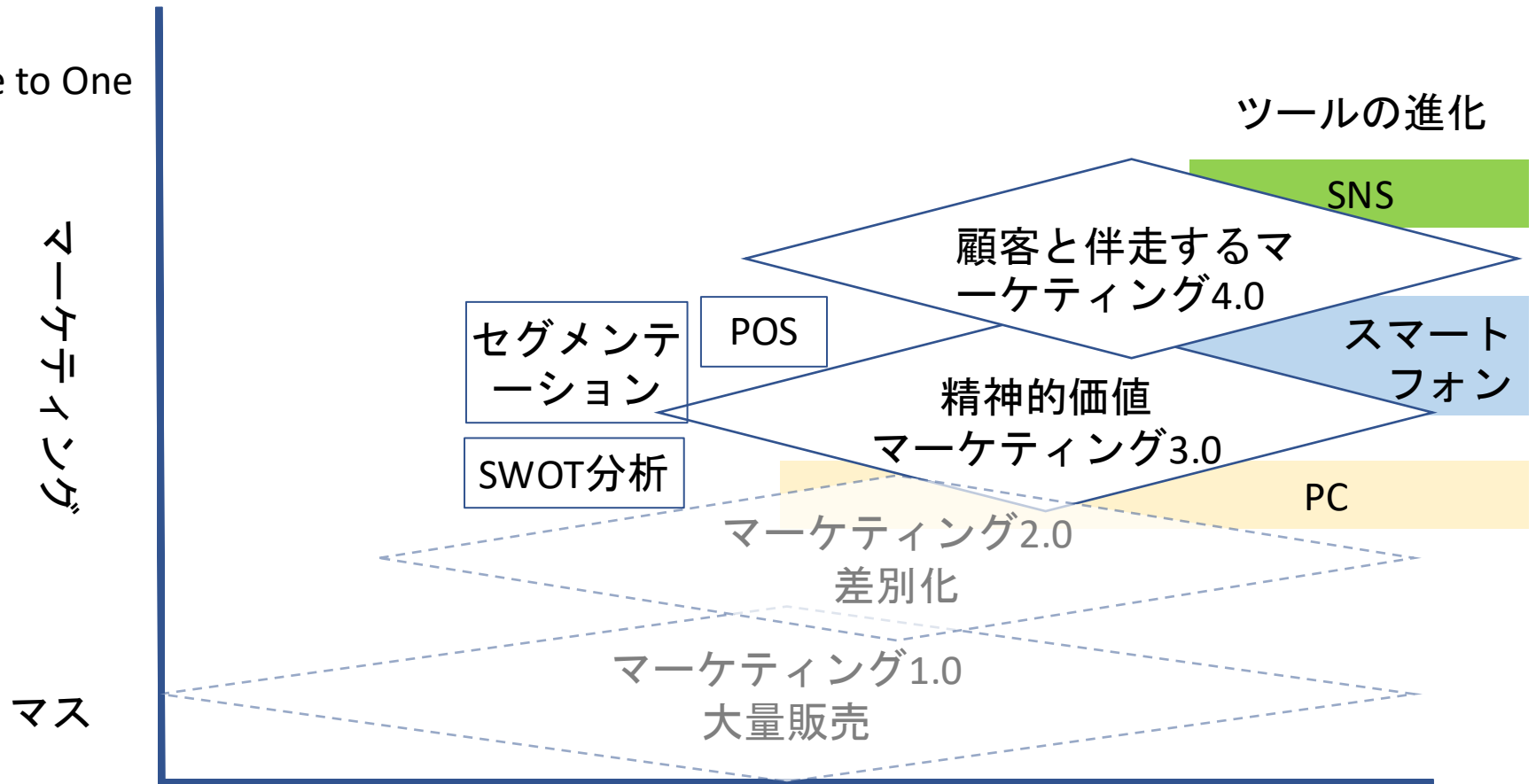
このページについて：

マーケティングは十年単位で変化を続けている。求められる価値と、それに成功した企業の移り変わりを確認しよう。

顧客が企業と関係をもつ動機は多種多様である。知りたい、手に入れたい、楽しみたい。知らせたい。

マーケティングの手法を工夫することで企業は顧客との新しい関係を築くことができる。デジタルの活用、D2Cはその一例である。

マーケティングの体系の変容



1900年代	1970～80年代	90～2000年代	2014年～
規模の利益	他社との差別化	UX主導	他己社会
4 P	STP	3 I	5 A
フォード	トヨタ	MS、Apple、Amazon	Apple、FB、D2C

このページについて：

数年前からD2C（Direct to Consumer）という業態が注目を集めている。D2C企業では、顧客と企業は共に価値を実現しようとするコミュニティにおいて対等な関係にあり、使用体験、常時接続をベースにしたone to one marketingを実現している。

D2C企業では体験価値（使用前、使用中、使用後の時間）が売上になる。テクノロジーを使って消費者の共感を得られる体験価値を提供できる仕組みを作ることができれば、小さな事業でも顧客とともに成功する可能性がある。

D2C : Direct to Consumer

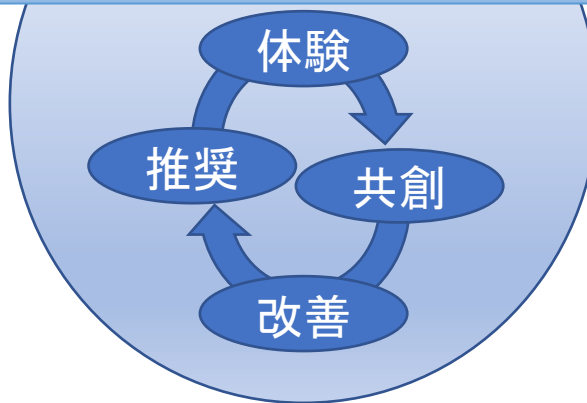
生産者が自社のECサイトなどを通じて直接消費者に販売するビジネス。商品や創業の想いに関する世界観などを企業が消費者に直接訴えて共創することなどが特徴

D2C企業が提供する価値

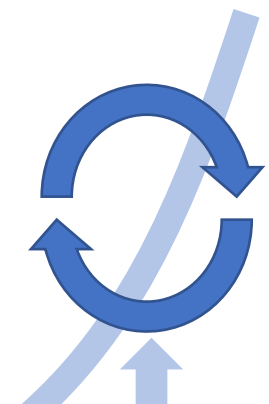
- BULK HOMME（バルクオム、男性化粧品）
→メンズビューティー
 - ベースフード（栄養食品）
→完全栄養食となる主食
- etc.....

企業と顧客のコミュニティ

- 独自の価値を目指す企業に顧客が参加し、ともに改善、成長する
- 目指す価値を共有するコミュニティを形成



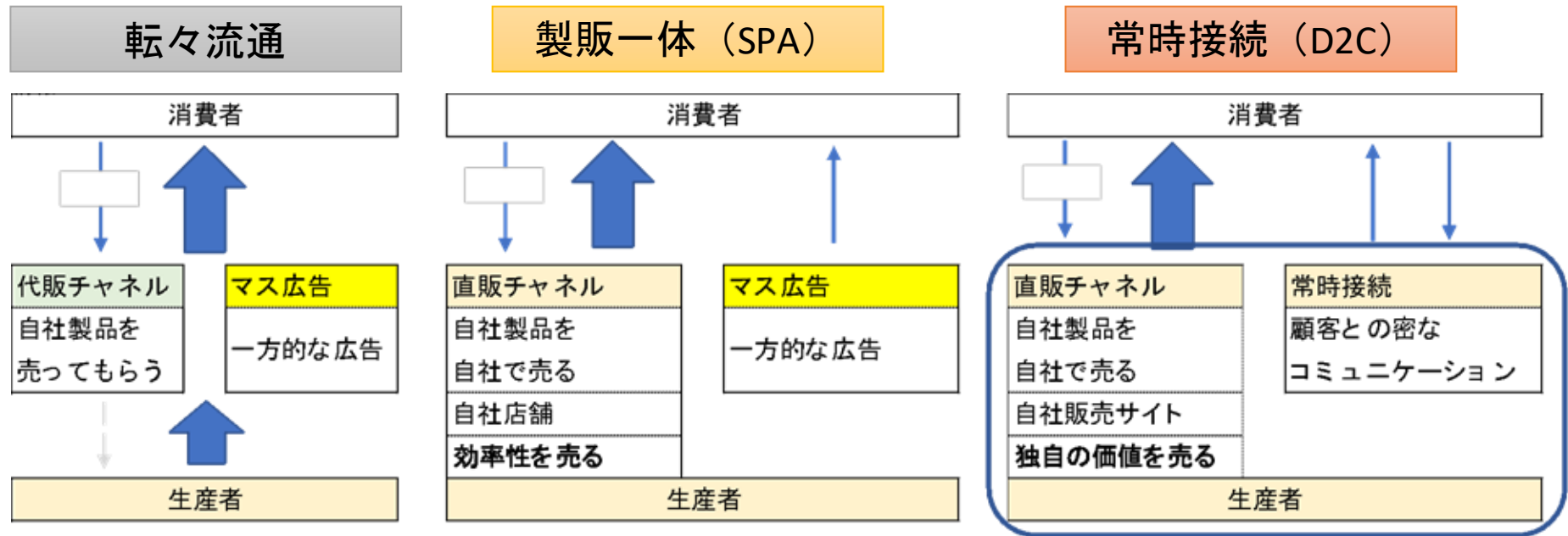
企業の利点：大量のフィードバック、顧客情報が得られ、随時修正できる。
顧客の利点：価値がフィットするので見込み違いが減る。安心感。意見反映で満足感。



顧客に新しい体験を提供するためにリアル店舗を出店。企業は顧客の実際の反応を観察し、新しい提案に繋げる。

- ・ 常時接続で顧客の場面に寄り添った体験価値を提案する。
- ・ 集計されたデータをもとにone to one でmarketingする。

転々流通と製販一体（SPA）と常時接続（D2C）



百貨店や問屋を経由して消費者に商品を提供する

Specialty store retailer of Private label Apparelの略。効率的に商品を販売することを目的とする。顧客の好みを取り込む。見込み生産で生産コストを下げる。

顧客が生産者の目指す価値に共感する。常時接続して顧客に寄り添う。体験価値を重視する。

店舗型チャネルとD2Cの違い

店舗型チャネル：一方通行で見込み生産

- 製品、サービスの販売で収益を上げるモデル
- 企業は製品の機能、価格で差別化し、ブランドイメージで顧客に訴求
- 競合との比較にさらされ、価格競争によるブランド棄損や販路の圧迫に直面
- 企業と消費者の関係は広告を通じた一方通行
- 数打てば当たる方法、確率のマーケティングで見込み生産

D2C：体験で結ばれる企業と顧客

- 体験価値（使用前、使用中、使用後の時間）が売上になる。独自の価値を提供し、競争に巻き込まれにくい
- 使用体験、常時接続をベースにしたone to one marketing
- 顧客と企業が共に価値を実現しようとするコミュニティ
- 企業と顧客は共通の世界観をベースにした対等な関係。顧客は独自の価値に共感して企業のfan、influencer、evangelistとなる。SNSが双方向の交流のベースとなる
- 手間がかかる、実践経験を積み上げる

このページについて：

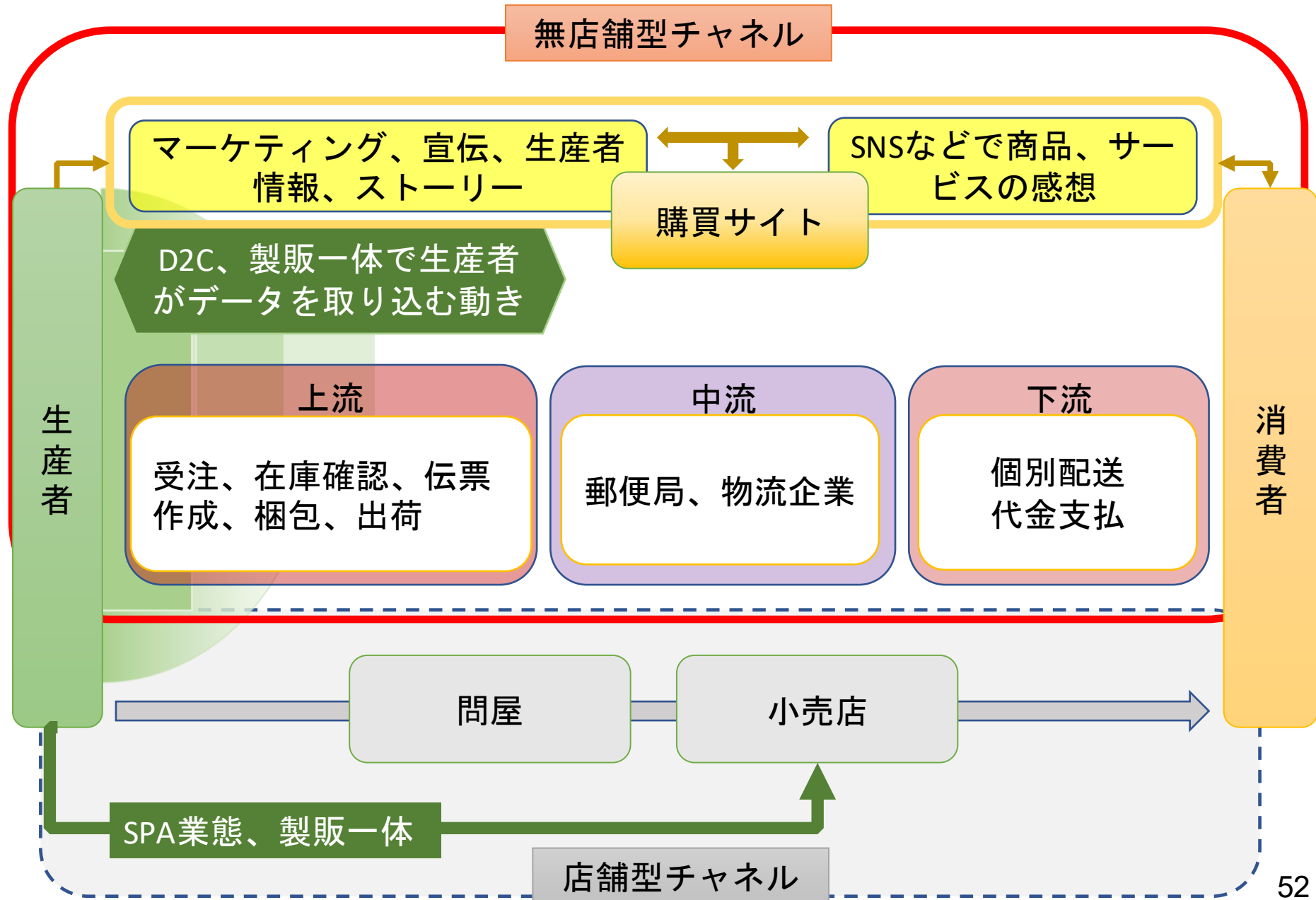
店舗やオンラインなど複数の販売経路や顧客接点を並行して整備するオムニチャネルが広がっている。それぞれに利点がある。

企業は、顧客の声を聞いて、はじめて利便性を高めたり、満足を確認することができる。顧客一人ひとりに寄り添うのが新しい潮流になっている。

顧客同志がSNSで交わす情報は、販売データや顧客の声以上に重要な役割を持つ。他社の評価を含んでいるからだ。それら三つのデータをいかに集めて分析するかが問われている。

実店舗で働く人の役割も変わっている。

オムニチャネル～顧客と生産者の体験の共有～



輪島塗と亜麻の衣料品はどうしたら売れるのか

輪島塗は日本を代表する漆の工芸品です。美しさと耐久性が高く評価されています

。

亜麻は古来の植物繊維です。亜麻の衣料品は吸湿性、速乾性、保湿性、抗菌性、保温性を兼ね備えています。

輪島塗、亜麻の衣料品が顧客に喜ばれる方法を考えてみましょう。

【輪島塗の個性】

- 世界屈指の漆工芸。
- 珪藻土と麻布を下地に用いる。
- 耐久性と表面の輝きが秀逸。
- 蒔絵と沈金の技法で図案を描く。
- 1977年4月、国の重要無形文化財。
- 調度品に向いている。
- 永年使う実用品に向いている。
- 保温性に優れ肌触りがやさしい。
- 修理すれば百年以上使える。

時代に合わせて様々なスタイルを生み出す柔軟性をもつ輪島塗



定番のお椀

汁椀 端反型
直径11.2cm×H6.6cm
(出所) 輪島屋善仁

創作漆芸作品



犀の賽銭箱 置物
24cm×10cm×H13.5cm
(出所) 彦十蔭絵

衣替えをするお重



輪島塗 二段重 日本昔話
20 cm x 20 cm 高13 cm
(出所) 田谷漆器店

【亜麻の衣料品の個性】

亜麻とは？

「麻」は、植物表皮の内側にある柔繊維から採れる繊維の総称です。亜麻(リネン)以外に大麻(ヘンプ)、苧麻(ラミー)、黄麻(ジュート)があります。亜麻は織物の最高ランクに位置付けられています。

保温性と保湿性を兼ね備え夏も冬も快適です。抗菌性と消臭性があります。

柔繊維は空洞です。吸水性と速乾性が高く、湿度60%程度の保湿をします。

汗をかいても乾燥しても、サラサラ感としっとり感を同時に味わえます。
古代エジプトのミイラをまいた布は亜麻の布です。



(出所) ASABANショップ あおやま (次ページ、次々ページとも)
<https://www.asaban-aoyama.net/>

播州織100年の門脇織物。

先染め織物で知られる播州織物専門の機屋「門脇織物」は大正8年創業、2019年に100年を迎えます。兵庫県の多可町八千代地区では最古の織屋です。

2011年、何代にもわたり進化を続けてきた播州織の技術で亜麻布に着手しました。

緯糸経糸とも亜麻100%にこだわり、亜麻糸の特性を最大限に生かした生地を織っています。

生地は、光沢を持つ気品あるドビー織です。

使うほどにやわらかくなり着る心地よさが永くつづきます。

使うほどに暮らしになじむ麻。

亜麻の特性を生かした商品は、使えば使うほど心地よく肌になじみます。靴下、肌着、赤ちゃんのおくるみ、ハンカチ、タオル、衣服に向いています。直接肌に触れるとやわらかく肌が心地よくなります。



自然の色で染めて、自然を楽しむ。

古くから伝わる草木染めや藍染めは、植物から色素をいただきます。

桜、梅、くるみ、茜、五倍子(ふし)、桑の葉、お茶、マリーゴールド、紫根。

移りゆく日本の季節の中で育つ草、木、根、花で染める「ASABAN」の布は、温度、湿度、水などの要因により毎回仕上がりが変わります。

繊維の中の気泡に光が入って内側から美しく発色します。

私たちの体には、生きた自然の色がもっとも映えて心地よいと思います。



このページについて：

新しい事業には様々な先様が関わる。そのエコシステムの全体図を確認しよう。

事業を営むまでには、ゼロからイチまでが上工程とイチからあとの下工程がある。

川上のマーケティングは上工程の営みを意味する。川上のマーケティングで大切なのは、顧客の「課題」が何かを考えて試行錯誤すること。「何を、どうする？」かを「考える、感じる、行動する、共感する」サイクルやデザイン思考を使って実践してみる。課題の解決策を思いついたら試作品を作ってみる。そのあとは、下工程で試験的な販売から本格的な販売へと改善を続ける。競争相手とのやりとりの中でサービスの完成度を高めていく。

上行程、下工程ともにデジタルの利用が欠かせない。

スタートアップエコシステムを考える

顧客価値の創造

- ・アート、サイエンス、スキル
- ・顕在化していない価値をフォーサイト、インサイト
- ・CSV (Creating Shared Value) が台頭

スタートアップ (SU) による
CPSPMプロセスの遂行

機能の外部調達

- ・ファンドリー
- ・デリバリー
- ・メンテナンス

アート

スキル

Customer → Problem → Solution → Product → Market
(顧客) (課題) (解決) (商品) (市場)

サイエンス

大学との共同開発

- ・教職員の参加、設備の開放

社会価値
提供型

市場創造型

R&D主導型

SU、ベンチャー／スピリット、
アート、フォーサイト

投資家 (VC) ノスキル、プロフェッショナリズム
・プロデューサー：SUのアイデア、デザイン、技
術をジャッジ、マネジメント、リソースを手配、
提供

同じ船に乗り、by nameで
Co-creation

海外との接合

- ・提携先開拓
- ・新興国VC
- ・外国人採用

ネットワークでSUを海外
とつなぐ



起業の初期段階における製品・サービスの特定プロセス

上工程の実践はデジタル

アート

スキル

Customer (顧客) → Product (課題) → Problem (解決) → Solution (商品) → (市場)

上工程

下工程

顧客価値の創造

- 社会課題に係る価値、衣食住に係る価値のうち、特に社会価値

顧客価値の提供

製品・サービスを顧客に届ける

顧客の反応をみて改善を続ける

デザイン思考

Fact (観察)
Insight (洞察)
Foresight (展望)
Action (行動)

「感じる、考える、
行動する、共感する」サイクル

P→D→C→A
Plan-Do-Check-Act

何を、どうする？

実話を元にしたタイのCM ①

小学生の時に助けてもらった男の子が、その経験を活かしてどんな人生を生きているかを示す動画。

<https://www.youtube.com/watch?v=2fD0MWQ3xWY>

家族愛をテーマとしたタイのCM ②

大切な娘を命がけで守ろうとする父の姿を描いた動画。

<https://www.youtube.com/watch?v=Lx7R0ejUysM>

スティーブ・ジョブズのスピーチ

2005年米スタンフォード大学卒業式における伝説のスピーチの動画。

<https://www.youtube.com/watch?v=o97upTCsRME>

(補足) 課題図書

- 課題読書二点：

①岡潔著「春宵十話」の日本的情緒（p49-59）。私たちがもっている情緒は打算のない行為の元になっています。打算のない行為は善行です。善行を繰り返すと情緒が美しくなります。この本は、学校にいる間に培う能力について書いています。

②谷口正和著「文化と芸術の経済学」のはじめに（p8-37）、コンセプト・トレーニングからU-18（p889-1104）。自分を表現して人生を生きる「生活芸術家」という生き方を紹介しています。量的拡大から質的成熟へと社会が転換することに伴う社会現象です。チームワークや中高生の活動が大切であると書いています。