



ハイライト:今回のテーマは

「スローライフ」

Business Insight
ファーストとスローの
バランス・ライフ

The 特集
スローフード、スローライフ
そして、LOHAS とら考え方

Brain 89ers
仙人流の新しいビジネス

目次:

	ページ
Business Insight	1
The 特集	2
気になるデータ 2005	2
Brain89ers	3
お知らせ & トピックス	4
発行書籍の ご案内	4
ビット89 インフォメーション	4

見識・洞察 インフォシェフ吉田健司のBusiness Insight

「ファーストとスローのバランス・ライフ」

産業革命を境に、ベルトコンベアに代表される大量生産活動が始まり、多くの人は慌ただしい労働生活へと移行した。本来、人々の生活を楽にさせてくれるはずの自動車や電車などの交通機関に追い立てられたり、携帯電話やメールなどの通信機器に追まわられているのが今日のIT社会となっている。とうとう個人(プライベート)の空間や時間までもが取り上げられてしまい、ゆっくり休めるような場所や時間を探し求めて、癒しブームが起きているのだろうか。

日本では戦後の高度経済成長期に「エコノミック・アニマル」や「企業戦士」だけでなく、さらに「過労死」などという有り難くない言葉まで生まれた。すなわち「滅私奉公」として、個人の生活より組織の繁栄を優先してきたのが、「それ行けトンドン」型の右肩上がり「経済の時代だったのかも知れない。しかし、終身雇用」「年功序列」などの日本的経営が崩れ出すと、組織への依存から個人の自立を考えるようになってきた。

理想を言えば、「個人」「家庭」「会社(職場)」という3生活時間のバランス感とメリハリが求められる。ビジネス界ではますますスピードが要求されている今日、「会社」生活ではテキパキと仕事を早く進めていかねばならず、プロ意識に基づいた「ファーストライフ」となるが、「家庭」および「個人」生活においては自分のペースで時間を味わえる「スローライフ」としたいものである。このファーストとスローのバランスが重要であり、1週間のなかで日曜日があるのもそのためである。

しかし時間配分ができてさえいけば幸せとも言えない。会社生活でも楽しんで仕事をしている時間の割合が大きければそれだけ充実感があり、個人生活の時間が多くてもイヤイヤ過ごしている時間の割合が多ければ決して望ましい状態とは言えない。また進め方や速度も個人差があるので、自分のモノサシをそのまま他人に押しつけることも問題がある。「ゾウの時間」で考えたり行動する人がいる一方、「ネズミの時間」で発想したり飛び回る人がおり、個人特有の波長を活かした取り組み方をしたいものである。



参考写真 スピードを競わないクラシックカーレース
ミッドミリアジャパン

ファーストライフやファーストフードからは「利便性」「効率的」「人工的」「デジタル」のようなイメージが浮かぶが、スローライフやスローフードからは「手作り」「自然」「アナログ」のようなどこか優しさが感じ取られる。

豊かさについて、20世紀は目に見える物的金融財産を所有している「土地持ち」や「カネ(金)持ち」が資産家として高いステータスをもっていたが、21世紀は目に見えない知的情報財産などを所有している「知価持ち」や「ヒト(人)持ち」、そして「トキ(時)持ち」の評価が高まる時代である。さらに、「健康持ち」、特に現代では精神上的「ココロ(心)持ち」でありたい。何れにしても、物的な金融財産も生活していく上に必要なので、スローライフの真髄はやはりこのバランス感であり、自分自身を失わない生き方ではなからうか。

企業も個人も競争激化の現代、負けたり失敗することで学べる貴重な経験もある。「急がば回れ!」ではないが、「遠回り人生は、人を大きくさせてくれる」ということも是非知っておきたい。「負けるが勝ち(価値)」ということかも。

この文章の無断転載を禁じます。

THE 特集 スローフード、スローライフ、そして「LOHAS」という考え方

ここ数年ストレスに関する記事を数多く見かける。高度成長期におけるファーストライフのストレスが徐々に体を蝕み、突然死や精神障害など今迄にない障害要因で、健全な社会生活が脅かされることが多くなってきた。発展途上国における豊かさのキーワードは経済力であるが、先進国においては、豊かさをあらわすキーワードはお金ではなく時間であろう。そこで今回は、スローフードとスローライフについて考察してみたい。

用語解説

スローフード協会:

1986年イタリア北部の小さな町ブラで結成された「アルチ・ゴラ」という美食の会がマクドナルドのローマ進出などを背景に、1989年に「スローフード宣言」が世界食会の名称も「スローフード協会」と改称した。活動指針として次の3点を掲げている。

- ・消えつつある郷土料理や質の高い小生産の食品を守ること。
 - ・質の高い素材を提供してやる小生産者を守っていくこと。
 - ・子供たちを含めた消費者全体に、味の教育を進めていくこと。
- 健康志向や環境への関心の高まりにより、その運動は「スローフード」という言葉とともに世界に広がっている。

- ・会員数(全世界):77,870人
- ・会員数(日本):200人
- ・コンヴィヴィウム(支部):45カ国800カ所
- ・日本のコンヴィヴィウム数:32カ所

LOHAS:

Lifestyles of Health and Sustainability の略。社会学者ポール・レイと心理学者シェリー・アンダーソンの著書「The Cultural Creatives? How 50 Million People Are Changing The World」で提示された概念。レイらは、全米の成人15万人を対象とした調査によってLOHAS志向を持つ「Cultural Creatives」という層が、Traditional(信心深い保守派)、Modern(民主主義と科学技術を信奉する現代主義者)に続く、第3の集団として確認されたとの報告を行った。

【1】スローフード五感で味わうことの喜び

スローフードという概念が語られ始めてから、かれこれ20年ほどになる。語源としては、1986年ローマにマクドナルドが進出する際に、スローフード協会の前身である「アルチ・ゴラ」という会のメンバーが、ファーストフードに反抗する意味で、スローフードという言葉の口にしたことが発端といわれている。イタリアが世界の中でも食という行為を最も大切にしている国であることを考えると理解できる。実際、イタリアの人たちはどんなに忙しくとも、食という行為をおろそかにしない。時にはビジネスに支障がでるとしても、である。つまり、食に対する優先順位が日本のビジネスマンとは大きく異なっているのだ。

近年の日本では、グルメ志向が高まっているものの、日常生活における食の優先度は低い。特に20代前後の若年層では顕著だ。そもそも日本人は、四季を通じて山や海の素材をふんだんに使い、五感に訴える料理を作り続けてきた民族のほうである。しかし、ファーストライフによって、食欲という欲求を満たすことが優先され、食事が本来持っていたはずの五感で味わう楽しみが犠牲にされてしまった。

これが、スローフード先進国のイタリアのように1食に2時間以上費やしてみると、食事という行為が、様々な感覚を充足するための数多くの要素で成り立っていることが分かる。その料理が出来るまで、また素材が育まれるまでの時間、プロセス、労力はもとより、出来上がった料理の盛り付けの美しさ、素材の色合い、香り、食味、食感。そして何よりもその時間を一緒に過ごす相手や食べる場所などの環境など数え切れない要素の1つ1つが、食事という行為そのものの満足度を大きく左右していたことに気づく。食事という行為そのものに対する見方、考え方を見直す必要があるだろう。

【2】スローライフ:時間を大切にすること

そもそもスローライフには、時間に関する概念を根本から変えてみるという発想がある。スローライフの概念で生活行為に時間を十分かけるとどうなるか?これが実際にしてみると、驚きと発見、そして感激の連続であることに気づく。時間の価値はまさに、様々なエモーショナルエクスペリエンス(感情的経験)を得ることにある。例としてモノの消費を考察してみる。現代の大量消費の時代でも、多くの熱心なファンを持つブランドやモノは歴史的背景や卓越した技術、文化的価値を持っていることが多い。



スローフード中心のイタリアの朝食

たとえばシャツなら、綿という植物素材の育成過程にはじまり、紡績、デザイン、縫製などトータルで考えると数ヶ月から数年の時間軸で作られている。様々な国の様々な人々の手間とヒマをかけて商品は作られているのだ。この労力を考えると、モノの大切さが自然に身につくとくると、モノだ。このようにモノの文化やプロセスの価値を改めて知ることスローライフの大切な要素である。

もうひとつの例として、散歩という行動について考えてみよう。ここに多くの時間をかけると、莫大な視覚情報の発見に結びつく。たとえば通勤の一部を車から徒歩に変えて、移動速度を物理的に20分の1以下変えると、たった100メートル歩いただけで、こんな場所にこんなものがあったのか!という数多くの驚きと喜びが体感でき、立体的に記憶が生成される。このように、時間を贅沢に使い、それを五感を総動員して楽しむ感覚や方法を養うことは、真のクオリティライフの実現に結びつくことだけではなく、知恵と工夫を凝らす事で、人生の時間価値を何倍も高めることが出来る。スローライフはまさに、人生の生涯現役化を実現するためのポジティブシンキングの概念である。

【B】「LOHAS(ロハス)」

スローライフと似た言葉で最近よく耳にするものにLOHAS(ロハス)がある。米国で生まれたこの言葉はLifestyles of Health and Sustainabilityの頭文字をとった略語で、健康を重視し、持続可能な社会生活を心がける生活スタイルを示す。物理的な豊かさを志向せず、健康や環境を重視する傾向を持つLOHAS層は米国の成人人口の4分の1以上を占めるとみられており、成長市場として注目されている。

気になるデータ2005 LOHAS層市場 関連データ

米国のLOHAS層市場
(2003年)

市場規模 :4,400億ドル
年間成長率 :6.3%
米国経済に占める割合 :4.2%
LOHAS人口 6,800万人

出典 :Nutrition Business Journal

日米におけるLOHAS層の割合
米国(2004年) 日本(2005年)

	シェア
LOHAS	27%
NOMADICS	37%
CENTRISTS	29%
INDIFFERENTS	8%

出典 :Natural Marketing Institute

	シェア
LOHAS層	29.3%
生活堅実層	27.0%
中庸無難層	28.0%
個人利便層	15.7%

出典 :ソトコト

Brain89ers の視点 仙人流の新しいビジネス

湯本 裕和 (ゆもと・ひろかず) 設楽農学校 代表]

学校出てから32年、初めの10年は未来工学研究所というシンクタンク研究員、あとの17年は、山の中で設楽農学校という有機農業体験学校を開いて、そして最近の5年は、農学校の活動から距離をおき、ほとんど隠遁生活、そして、今後の5年は新たなネットビジネスを立ち上げる予定、というのが私の過去と未来です。

現在は外見上は隠遁生活で、実は新しいビジネスの準備に多忙をきわめる、という生活です。シンクタンクの研究員時代、寝ても醒めてもモノを考えていました。仕事とはいえ、熱心なものでした。今でも懐かしく思い出すのは、同僚のうるさ型で通っていた美人研究員が退職のとき、数十名の研究員のなかであなたがいちばんモノを考えていた、と言ってくれたことです。

当時はそのことを気にも止めていなかったのですが、最近5年間の隠遁生活で再びモノを考えるようになったとき、なんだか古き良き時代の思い出として記憶がよみがえったわけです。年をとったのでしょう。山の中の仙人シンクタンクなどと自称しながら、新聞、テレビは見ず、インターネットばかりで世の中と接触してきました。絶望の未来学から、バラ色の未来学へと大変身をとげたのがこの5年です。今のバラ色の影には、深く大きな絶望があるのだよ、とここで特に言っておきたい気持ちです。とにかく仙人には仙人なりの、深~いうっ屈があるのです。

一言で言えば、古き良き時代の人情をいかに取り戻すか。そのために自分はどのように行動できるのか。その答えが、なんと、新しいネットビジネス、と言うのだから、われながらあきれた仙人です。しかしそう思いこんでしまったのだから、やるっきゃないだろー、ですね。そこで問題は、それは今のビジネスとどこが違うのか、何が新しくバラ色になれるのか、ということです。?

しかしながら、実は申し訳ないのですが、この問題は微妙過ぎて簡単には語れない、というか、実際の行動を前にして、口に出してしまうのがためられるというか、そんな心境です。お察しください。それでも少しだけ、今流行の「スロー」に引っかけて、言っておきましょう。

ビジネスというのは「忙しい」という意味であり、ビジネスマンは「忙しい人」という意味ですね。そして、忙しいという漢字は「心を失う」という意味ですね。忙しくて一向にかまわないのですが、問題は、心を失うこと、人情を失うこと、世の中がギスギスすることです。昭和初期とか、江戸時代の下町とか、テレビや漫画で見ているのでしょうか、若い人たちにも、古き良き時代への郷愁のようなものが伝わっているらしく、「スロー」という言葉にはその郷愁が染み渡っているように思われます。この郷愁を未来に向けて再構築することが共通の目標となる。この目標が、我々に未来をもたらす。そう思いませんか。

未来へむけてのリストラ(再構築)を我々の手で、それぞれに実行する。それには、古い枠組みを壊し、大胆なリストラを実行するという革命的な「意思」が必要です。「意思」があって始めて、具体的にはどうすればよいのか。何ができるのかが見えてくるのでしょうか。「意思」のない郷愁だけではダメだと思います。新しいビジネスの展開というのは、郷愁と意思の二人三脚ですね。

そして、新ビジネスの「経営」の面白さが、人を魅惑するでしょう。



湯本裕和氏プロフィール

1973年 早稲田大学 理工学部卒業
1974年 (財)未来工学研究所 入社
1984年 同研究所を退社し、設楽農学校を設立、代表

[シンクタンク研究員時代] 何人も一流の人物と知り合えたのが、貴重だった。

[農学校時代] 未来社会とは、脱産業の「農的生活」に基礎を置いた情報社会であるだろう。「農的生活」は空気と同じで、正常ならばとりたてて語るべきことはない。しかし、正常とはなにかが見失われたとき、心が不安に恐れおののくとき、そのありがたさがわかるだろうと実感する。

[隠遁時代] 激変の時代を迎え、自分の頭に染み込んでいる常識を取り払うような経験を重ねる。同時に、趣味として、地域通貨の決済システムなどをインターネット上に公開する。

[現在] 趣味の延長で、インターネット会計のシステム開発に取り組み、近く公開予定。未来型ビジネスのクリエイターでどれくらい楽しめるか?

趣味：未来研究
主な著書：「いのちと農の論理」、
「もう一つの技術」(ともに共著)

“Brain89ers”とは...

ビット89には、さまざまな分野で活躍する豊かな才能、個性を持った方々のネットワークがあります。このネットワーク、"Brain89ers"(ブレイン・エイティナイナーズ)の知性を共有することにより、皆さまのビジネスはより深く広く、味わい深いものとなります。そこで、毎号これらの方々に登場していただき、独自の視点からビジネスや社会、世界情勢について語っていただきます。

BIT89 Book Guide

1.プランB

経済発展の推進が目的である現状のプランAと近未来型循環型社会の推進が目的のプランBについて水資源問題や代替エネルギー問題を中心に、実現可能性や問題点を考察した本
レスター・ブラウン著
ワールドウオッチャー
刊 2625円 税込
ISBN4948754161



2.ナチュラルアドバンテージ

持続的な農業技術として実践されている、有機農法や自然農法などの自然生態系を重視した農法のアプローチとそのノウハウを活かしたビジネスへの応用の仕方を考える。
アラン・ヒークス著
ネクサスインターコム刊
1575円 税込
ISBN443404893-7



3.ソトコト

エコロジーから派生した日本で初めての雑誌。最近ではLOHASを中心にしたライフスタイルの提案が多くなっている。自然派にはおすすめの本。
木楽社刊
800円 税込
雑誌05801-06



中国出張報告

5月17日～22日、中国に出張し一昨年設立しました合併のシンクタンク「遼寧中旭智業有限公司」の董事会（株主総会と取締役会を合わせたような経営意思決定機関）に参加してきました。今回は、山東省青島市で開催しましたが、この町は赤い屋根に彩られた風光明媚な海岸都市で、青島ビールの拠点工場の町、そして中国最大の家電メーカー海爾（ハイアール）の本社がある町としても知られております。今回はこの2社を訪問し、活気ある中国企業の今を体感しました。



青島市全景

（吉田健司）

恒例 第21回 春の「プラネットセミナー」開催

6月6日（月）、品川区大井町の品川区立総合区民会館「きゅりあん」において、「第21回プラネット・セミナー」を開催いたしました。今回は「経営環境の最新潮流と変化対応型組織の本質」をテーマに、講演とディスカッションを行いました。講演では弊社発行の「サテライト・マンスリー」と「トップシート」で取り上げたテーマを振り返った上で、環境変化を察知し、その変化に対応できる組織の要件などについて論じました。また、ディスカッションでは環境対応型企業に欠かせない要素のひとつである「コミュニケーション」などについて熱心な議論が展開されました。



ディスカッション風景

早稲田大学オープンカレッジ 中国ビジネス成否のカギ」がスタート

6月1日より、早稲田大学オープンカレッジにて4度目となる「中国ビジネス成否のカギ」講座がスタートしました。激動の中国の経済情勢をナマの情報や実戦型ケーススタディも交えながら学べる本講座は7月6日までの6回コースで、毎週水曜夜（19:00-21:00）に早稲田大学エクステンションセンター八丁堀校で開講しています。お問い合わせは早稲田大学エクステンションセンター八丁堀校（TEL 03-5117-2073）まで。



写真左

**実践! MBAトレーニング
中国ビジネスのケーススタディ**

写真右

**即戦力が身につく!
最強のMBAバイブル**

株式会社 ビット89
東京都品川区大井1-6-3
アゴラ大井町ビルF（〒140-0014）
03(3774) 8950
Fax 03(3774) 8951
メール info@bit89.co.jp
HP <http://www.bit89.co.jp>

発行責任者 吉田 健司
編集責任者 鮎 広史

吉田健司 著書のご案内

好評発売中!! 「戦略」「ヒト」「モノ」「カネ」「文化」の本質と応用がつかめる本です。
実践! MBAトレーニング 中国ビジネスのケーススタディ PHP研究所刊 2,000円

好評発売中!! MBAコースのエッセンスをいれとこどりした本です。
即戦力が身につく! 最強のMBAバイブル PHP研究所刊 1,400円

出版社にお申し込み頂ければ、著者紹介価格（10%引き）にて、宅配も可能です。
（合計5000円以上は送料無料）

お申し込み先 PHP研究所 ビジネス出版部 兵庫（ひょうごさん）
FAX:03-3239-7497 e-mail:r-hyogo@php.co.jp

ビット89インフォメーション

発売中の書籍内容に沿ったテーマだけでなく、最新のビジネスメソッドに関する講演、セミナーのご依頼に積極的に応えたいします。また、併せてマーケティングリサーチ、各種ビジネストレーニングおよび経営コンサルティングなどに関するお問い合わせなどは、左記までお気軽にご連絡くださいませ。

皆様の会社が、現在抱えておられるビジネス上の課題を解決してみませんか？ 弊社代表 吉田健司が「経営プラネット」および「ビギナー会員（体験会員）」の皆様を対象に、毎月先着5名様まで頂いた質問にEメールまたはFAXにてご回答いたします。ご希望の方は左記のEメールアドレスまたはFAX番号宛にご質問内容をお送りください。

INTEREST編集部では、INTERESTで特集を組んでほしいテーマを募集しております。左記のメールアドレスより編集担当宛に御社名とお名前を明記の上、お寄せください。