

ピカイチ先生の
生活経営セミナー

2017年11月
算数で考える資産運用
(③ 足し算)

ネクストライフ・コンサルティング

〒975-0038
福島県南相馬市原町区日の出町167-3
info@next-life-consult.com



ピカイチ先生

ピカイチ先生

検索

夫婦は一心同体

男と女は、ものの見方が違う。

男性は、空間全体にまばらに視点を走らせる。このため、目の前にあるものを見逃す癖がある。

一方、女性は、ものの表面をなめるように見る癖がある。また、女性のピンク系の色の違いを見分ける能力は、男性の十数倍とも言われている。これらの能力のおかげで、女たちは、赤ちゃんの顔色の変化を見逃さず、食材の良し悪しも上手に見分ける。

神は、この世に、男性脳と女性脳をお創りになった。片方は、空間全体を把握して、すばやく危険を察知したり、獲物までの距離を正確に認識したり、複雑な図面を理解したりする。もう片方は、自分の周囲を密に把握し、もの言わぬ赤ちゃんの健康管理をし、食べ物の腐敗を見分け、他人の嘘を見抜く。

男女のものの見方の違いを思うたびに、この世に、二つの違う脳があることの意味を思い知る。この組み合わせは、とても合理的だ。脳を遠近両用のハイブリッドにすると、判断が遅れる。どっちかに集約しているからこそ、瞬時に危険を見分けられるのだ。遠くの危険と、近くの危険を瞬時に見抜く脳の組合せが夫婦というものなのだろう。

「夫婦脳」(黒川 伊保子)より

「夫婦脳」 = 「男性脳」 + 「女性脳」

「地球」へ

次元を上げる

日本

会社

(男性腦的)

家庭

(女性腦的)

次元を上げる

家庭(夫婦脳)

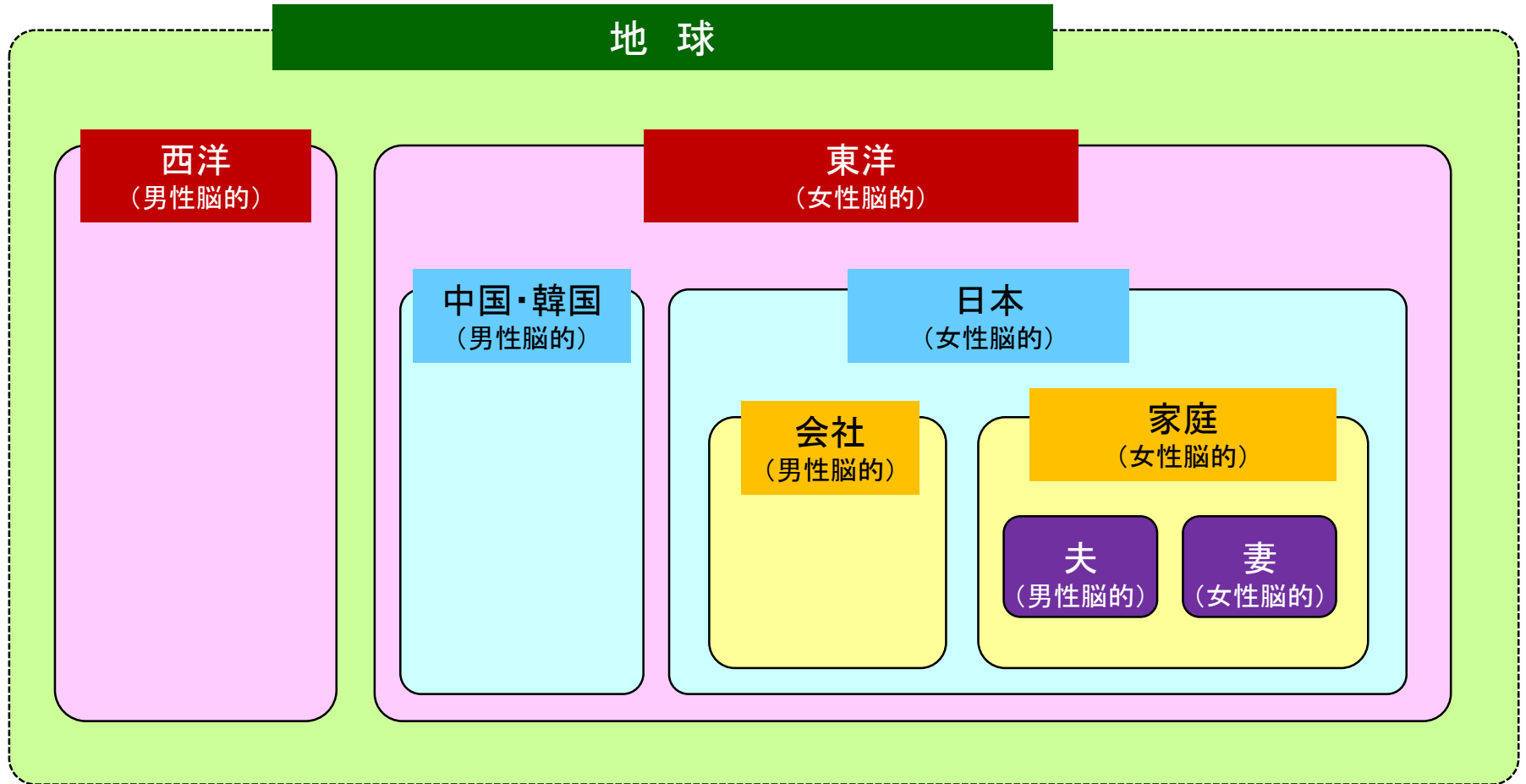
夫

(男性腦的)

妻

(女性腦的)

「夫婦脳」の世界（フラクタル現象）



「足し算」と「掛け算」

$$『1 + 1 = 2』$$

【成立の前提条件】

- 同一性
- 独立性
- 時間の排除

全てを満足

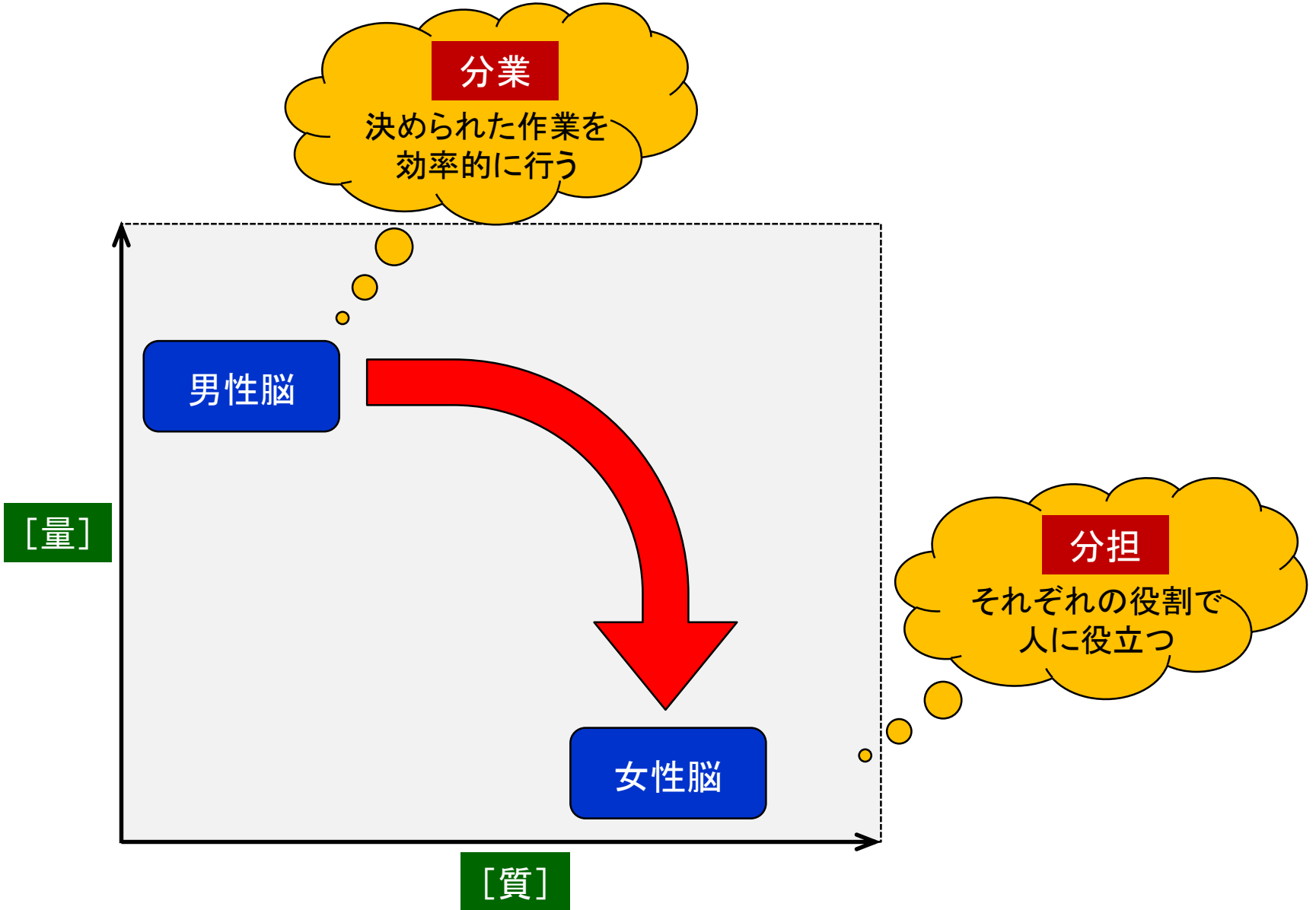
$$『1 \times 2 = 2』$$

1個のリンゴと1個のミカンを合わせても、
2個のリンゴにならない

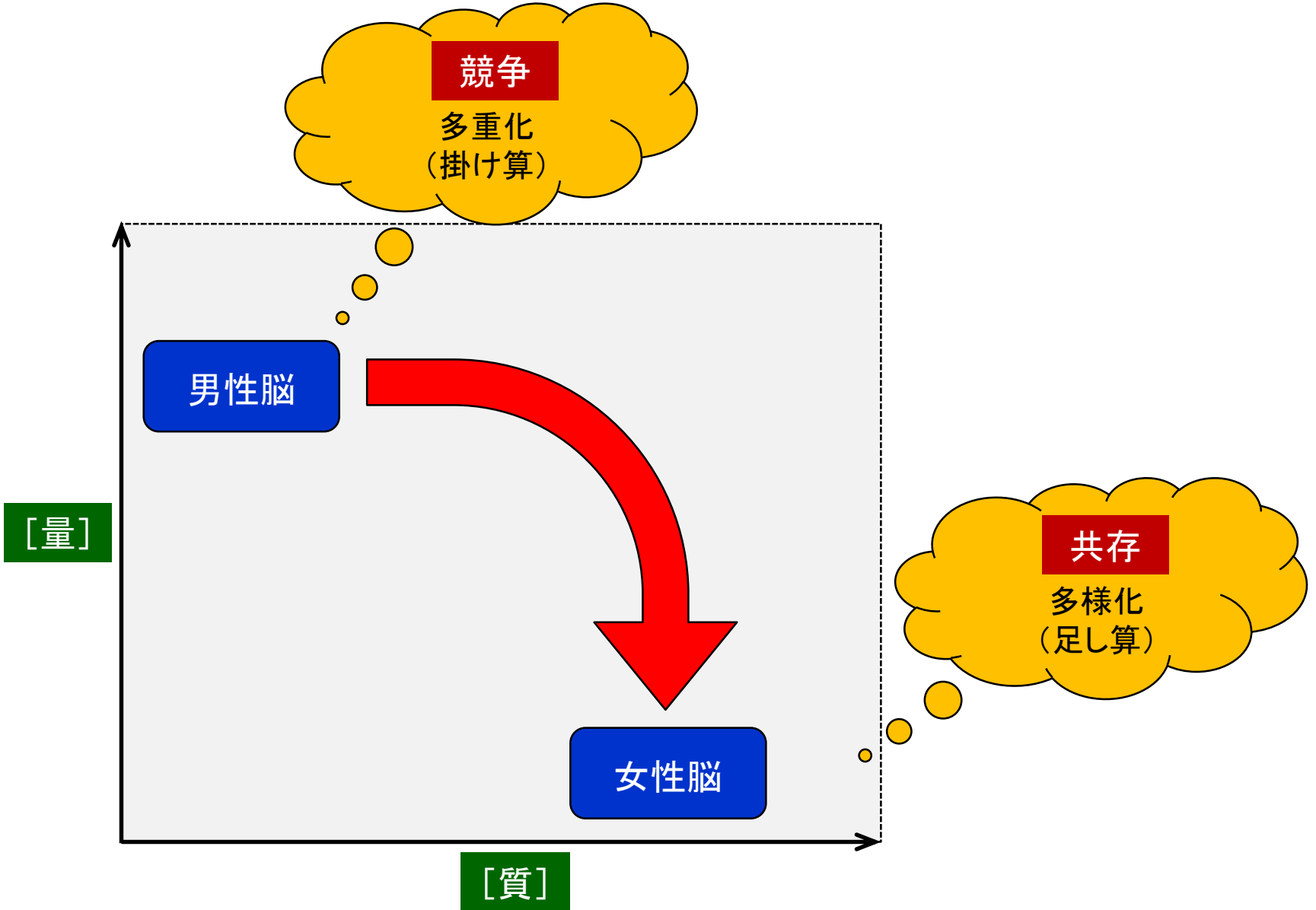
1塊の粘土と1塊の粘土を合わせると、
1塊に合体する

1匹のネズミ(雄)と1匹のネズミ(雌)
を合わせると、
1年後には繁殖している

「分業」から「分担」へ

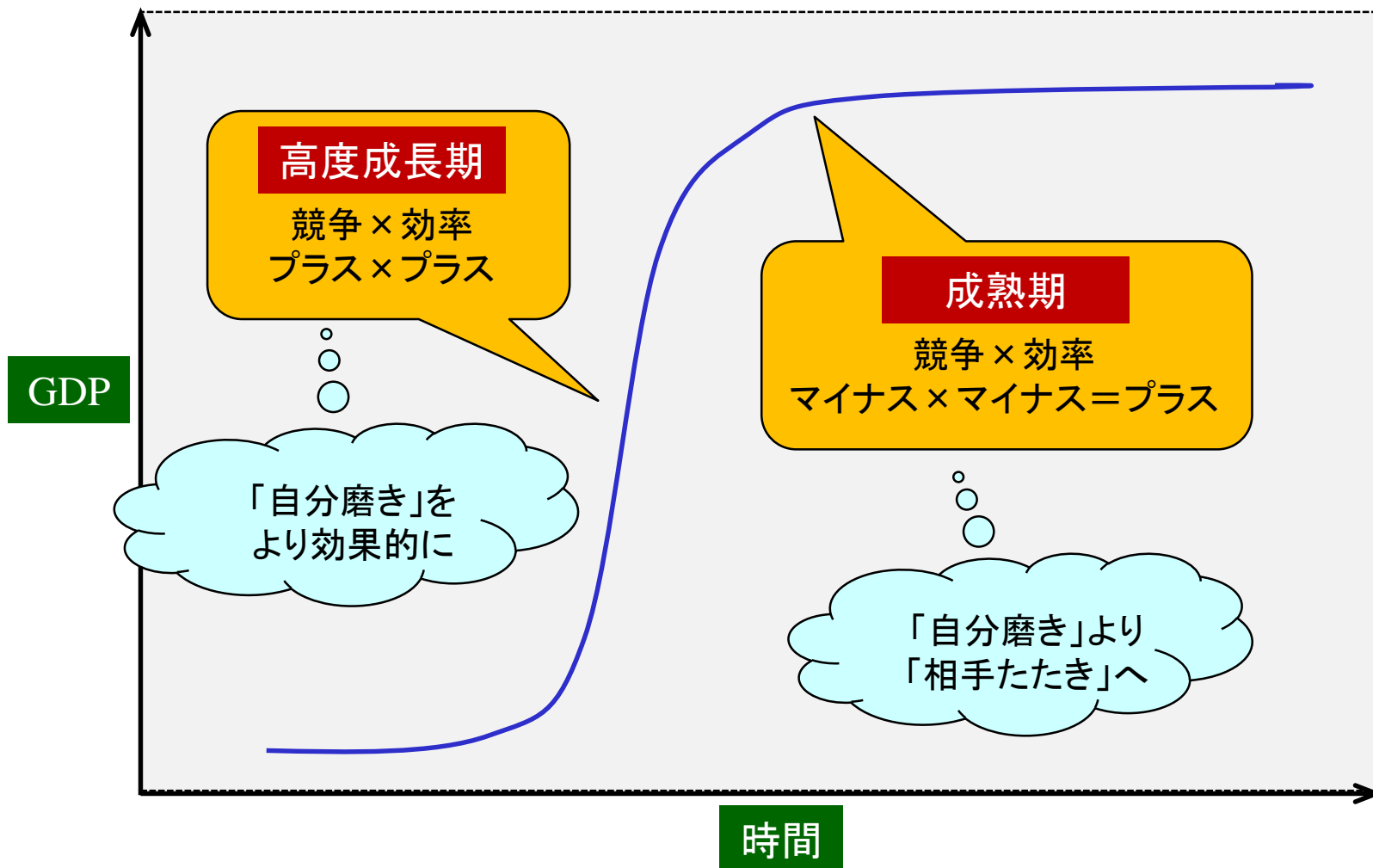


「競争」から「共存」へ



ポスト資本主義とは？

資本主義 = 競争 × 効率



会議は踊る (1/2)

ある市で、公園を造る計画が持ち上がった。駅前に、比較的大きな土地を確保する市民公園は、市の顔になり、市民の憩いの中心になり、その生活スタイルにも影響する。検討チームは、今流行りの「男女共同参画プロジェクト」に則って、男女半々で結成されたそうである。

さて、私は、このチームの女性から、ちょっとした相談を持ちかけられた。話の最初に男女「半々」と聞いて悪い予感がしたが、結果はまさにその通り。毎回、会議が迷走して收拾が付かない、というのだ。(中略)

男たちは、予算に見合った納まりの良い空間を、時間軸を止めて検証する。時間軸のない彼らには、脳内タイムマシンを自在にあやつって、さまざまな生活シーン、人生シーンの公園のあり方を評価する女たちの会議は、いったいどこへ行ってしまったのかわからない。途方に暮れて、慄然とする。「だから、女はビジネスに向かない」なんてことばを、ごくりと呑み込むのである。

一方、女たちは、運営シーンを軽んじる男たちが、ばかみたいに見える。それこそが公園の機能設計なのであって、どこに広場を作るかは、それに比べてたら些細な問題だ。男性脳は「空間」、女性脳は「時間」の論理が、ビジネス会議でも両者の間に溝を作るのだ。

(次頁につづく)

「恋愛脳」(黒川 伊保子)より

会議は踊る (2/2)

はっきり言おう。この二つの論理は、絶対に相容れない。半々、混ぜこぜに話し合うことは不可能だ。だからといって、高度成長期を終えたこの国では、この二つの論点は、どちらも欠かすことができないのも事実である。効能のないモノは売れない時代、女たちの考え出す「その商品(サービス)が、人生にとってどう嬉しいか」は、後に欠かせないマーケティング・ポイントになる。

私自身は、商品などの企画会議は、男性脳型会議と女性脳型会議に、しっかりわけて話し合うことを薦めている。今日は、男性脳型の会議を行うと決めたら、徹底的に機能と効率について話し合う。この際、その機能周辺に延々と「ものがたり」を紡ぐことは禁止である。ちょっと話題になってもいいが、発展はさせない。

逆に、今日は女性脳型の会議を行うと決めたら、たくさんの「ものがたり」を、自由に出し合う。嬉しいこと、楽しいこと、好きなことをいくらでも。男たちは、どんどん膨らむ「ものがたり」に、剪定のハサミを入れたくなるが、それを我慢して自分も参加する。二十世紀の効率追求型社会で訓練された男たちには、ほとんど苦行に近いが、これこそが二十一世紀の日本企業に必要な企画力アップのコツなのである。

「恋愛脳」(黒川 伊保子)より

数学は問題解決のためのものではない (1/2)

数学は問題を解くための道具ではない。

その反対に問題を見つけだすものだ。少なくとも私が学んできた数学はそうだった。

自分で問題を見つけ、一瞬にして解く。解き方や、解の照明は、そのあとの話で、正直な話、他人がやってくれたってかまわない。

(中略)

数学的思考で生きるとは、誰にも見えていない問題をいち早く見つけて、いち早く解く。できれば、一瞬で解いてしまうことだ。照明はあとでいい。

ビジネスも本来はそうなのだ。

なにか、新しい企画をプレゼンする時、企画者の頭の中には、成功した結果がはっきり見えていなければいけない。

(次頁につづく)

「すべてを可能にする数学脳のつくりかた」(苦米地 英人)より

数学は問題解決のためのものではない (2/2)

しかし、多くの人々は、上司にいわれたからなにか企画を提出し、それがもっともらしく見えるための資料を揃え、プレゼンテーションをする。

そのプレゼンに説得力を持たせるためにマッキンゼー式論理思考などを学ぼうとする。

本末転倒だろう。

ビジネスとはなにか？

その目的はお金を儲けることではなく、他人の問題を解決してあげることだ。解決すれば、自然にお金が入ってくるようになっているのが資本主義社会なのである。

では、なぜ、人は問題を解決できないのだろうか？

それは問題がわかっていないからだ。わかっていないから解決できないのである。

結局、数学でもビジネスでも、問題を見つけることがまず大切であり、しっかり問題を把握できれば、解はおのずと見つかるのである。

「すべてを可能にする数学脳のつくりかた」(苦米地 英人)より