

2018.7.28

・アマトリーション

・サクレバ27歳

④

田中

作

元

NANAHITO

〒105-0003 東京都港区西新橋二丁目8番1号
株式会社 G G K
代表取締役 平野 輝 美
☎/FAX 03-3504-2600

あなたは、整然と論破する…?

それとも、一応 耳を傾ける…?

『菜根譚』 洪自誠

P.12

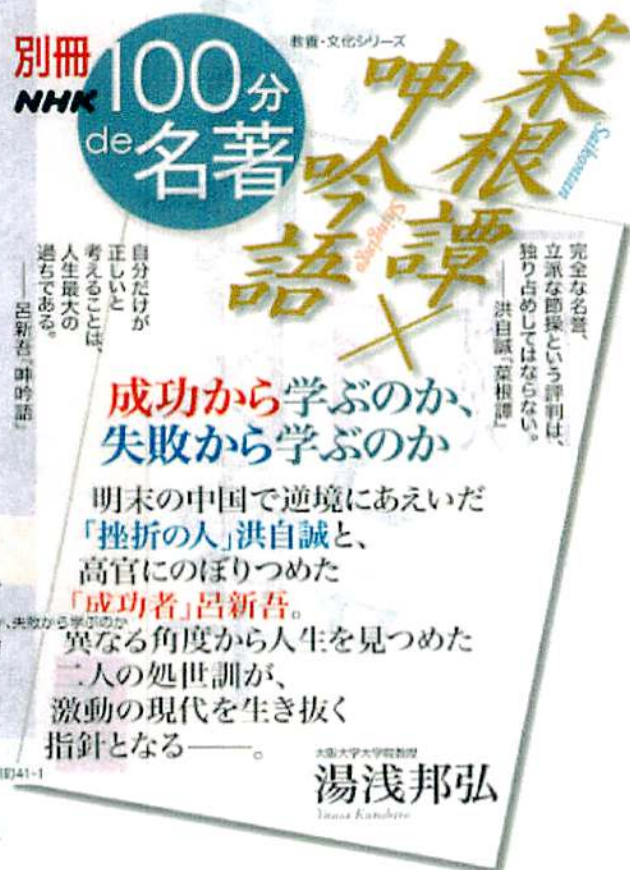
『菜根譚』とはどんな本?

『菜根譚』を書いた人物は洪自誠。字の自誠をとって、洪自誠と呼ばれています。これほどのロングセラーの著者ですから、どんな人物だったのか興味をひかれるところですが、およそ明時代の末期頃に生きた人物であることはわかっているものの、詳しい記録が残っていないため、出身地も、生没年も、どのような官職・役職についていたのかも、いっさい謎となっています。そのため『菜根譚』の記述から推測するしか手だてがないのですが、本を読んでいくと、ある程度の人となりや境遇は見えてきます。

おそらく洪自誠は儒家として学問を学び、一時は官僚として働いていた人物だと思われまふ。しかし、事件に巻き込まれて失脚したのか、あるいは政治的な争いに敗れたのか、なんらかの事情でわりと早い時期に官職を引退し、その後は田舎に戻って、人生を振り返りながら『菜根譚』を書き上げたと思像できます。

別冊NHK100分de名著
菜根譚×呻吟語
成功から学ぶのか、失敗から学ぶのか
2017年(平成29年)6月30日 第1回発行

著者 湯浅邦弘
©2017 Yusa Kunihiko, NHK
発行所 小泉公二
発行所 NHK出版
〒150-8081 東京都渋谷区宇田川町41-1
電話 0570-002-042 (編集)
0570-000-321 (注文)
ホームページ <http://www.nhk-book.co.jp>
版権 00110-1-49701
印刷・製本 廣済堂



別冊NHK100分de名著

菜根譚×呻吟語

成功から学ぶのか、失敗から学ぶのか

湯浅邦弘

NHK

P.10

明末期に処世訓が誕生した理由

明は一三六八年に元を破った朱元璋が立てた王朝で、二百年以上にわたって安定の時代が長く続いていました。しかし、十四代・万暦帝の時代になると、儒教道徳が形骸化し、一気に政治が乱れていきます。政治家や官僚たちは、民衆のことなど気にかけずに派閥争いに明け暮れ、私利私欲ばかり追い求めるようになったのです。その結果、優れた人材が追いつきとされ、ずるがしこい人物がとりたてられるような社会になっていきました。

倫理や道徳が形骸化した時代には、人々は生きていくうえでの指針を失ってしまします。なにを信じて生きていったらいいのか、なにを心の拠り所に暮らしていったら

P.9

中国における処世訓の歴史

中国の人々が書物から処世術を学ぶようになったのは、周王朝の権威が衰退し、諸国乱立の時代が始まった春秋時代(前七七〇〜前四〇三)です。乱世の時代を迎えたことで経済、軍事、外交などの問題に頭を悩ませるようになった為政者たちは、過去の歴史書に、国を治めるためのヒントを探そうになります。つまり、もともと中国では歴史書を処世訓として読んでいたのです。

やがて、国の治め方や、人間の生き方そのものを説いた書物が登場してきます。

P.13

『菜根譚』というユニークなタイトルは、宋の汪信民の一人、常に菜根を噛み得ば、即ち百事做すべし(『野菜の根は堅くて筋が多いけれど』いつもそれを苦にせず、よく咬んでいけば、何事もなしとげられる)という言葉に由来しています。

堅い野菜の根は、ひとくちかじって「ああ、おいしい」と舌が喜ぶような食べ物ではありません。しかし、最初は堅くておいしくないと考える野菜の根であっても、噛み続けていくとやがては味わいがでてきます。つまり、苦しい境遇にあっても、それを苦と思わず耐えることができれば、その先には味わい深い人生が待っている、という洪自誠の思いがこのタイトルには込められていると思っていいたし。

また、『菜根』という言葉には、質素な食事、そしてそれを厭うことなく質素な暮らしをよしとする心情も表現されています。それからすると、この本が逆境を跳ね返し、最終的には王侯貴族のような裕福な生活をつかみ取ろうとする生き方を説いたものではなく、金銭や地位にはめくまれなくても、心豊かに過ごすことが幸せであるという「清貧」をすすめる書物であることがわかります。

ちなみに『菜根譚』は、出版されてすぐにベストセラーになったというわけではありません。初版から二百年ほどたつてから再発見されて評価を受けたのをきっかけに、多くの人に読まれるようになったと伝えられています。

いいのが見えなくなってしまう。そうすると人々は、なんらかの生きる指標を求めはじめます。そこで「苦難の時代を乗り切るための知恵」を説いた一般向けの処世訓が必要とされるようになったのです。つまり処世訓は、時代の要請から生まれたものと言つていいのかもしれない。

また、明の時代に処世訓が広く読まれるようになったのは、印刷技術が進歩したことも関係しています。版木に文字を彫り、そこに墨を塗りつけ、紙をあてて写し取る木版印刷の技術が宋代（九六〇～一二七九）に確立されて以降、書物は「筆写するもの」から「印刷するもの」へと変わり、さらに本のスタイルも卷子本（巻物の形をした本）から、読みやすい冊子体へと変わっていききました。こうした印刷・製本技術の進歩により、かつては一部の知識人だけのものだった書物が、広く庶民の教養を支える重要なツールになっていったのです。ちなみに今もロングセラーとして読み継がれている『三国志演義』『水滸伝』『西遊記』『金瓶梅』なども明の時代に出版されています。

菜根譚

中村璋八・石川力山



講談社学術文庫 742

¥1250

菜根譚

中村璋八
石川力山

菜根譚

中村璋八 石川力山

1986年6月10日 第1刷発行
2011年4月19日 第3刷発行

発行所 講談社

東京都文京区千駄木2-11-21 〒112-9001

電話 編集課 (03) 5345-3112

販売課 (03) 5345-3117

発行人 (03) 5345-3115

印刷 講談社印刷部

製本 株式会社国産印刷

© Nakamura & Ishikawa 1986 Printed in Japan

耳中常聞逆耳之言、心中常有私心之事、纔是進德修行的砥石。若言言悅耳、事事快心、便把此生埋在鴿毒中矣。

耳中、常に耳に逆うの言を聞き、心中、常に心に私るの事有りて、纔かに是れ徳に進み行を修むるの砥石なり。若し言々耳を悦ばし、事々心に快ければ、便ち此の生を把りて鴿毒の中に埋せん。（前集五）

（耳にはいつも聞きづらい忠言や諫言を聞き、心にはいつも受け入れがたいことがあつて、それではじめて、道徳に進み、行動を正しくするための砥石となるのである。）

もし、言葉がすべて耳に心地よく、事柄がすべて快適であれば、それは、この人生を自ら鴿毒の中に埋没させてしまうようなものである。）

これは非常に面白いことを言っています。他者から忠告されたり、立場が自分より下の人から諫言を受けたりするのは嫌なことですが、そうした耳に障る言葉があつてこそ、道徳は前に進んでいくと、ここでは説いています。忠告や諫言を否定するのではなく、それを「自分を磨いてくれる砥石と思え」という言葉は、謙虚でありながらも力強さを含んだ素晴らしい表現だと思います。

不責人小過、不發人陰私、不念人旧惡。三者可以養德、亦可以遠害。

人の小過を責めず、人の陰私を発かず、人の旧惡を念わず。三者は以て徳を養うべく、亦た以て害を遠ざくべし。（前集一〇五）

（人の小さな過失を責め立てず、人のプライバシーを暴露せず、自分の道徳心を養い、また、危害を遠ざけることができる。）

小さなことをしつこく責め立てたり、人に知られたくないプライバシーを暴露したり、過去の過失をいつまでも覚えておるのはよくない、と具体的な例を挙げていますが、ここはもっと広義にとらえて「道徳を養うためには、他者に対する寛容な精神を持つことが大切」と説いていると思つていいでしょう。こうした道徳に関する処世訓も、ただ頭の中で想像したものではなく、厳しい競争社会でさまざまな体験を積み、過酷な浮き沈みを見てきたなかで発せられたものだと思います。

三「ヤシオリ会」ファシリテーター募集のご案内 三

昨年作成した企画書

2017 年 7 月 1 日

GGK 関係各位

「ヤシオリ会」事業企画書（案 01-b）

西角井造

【ヤシオリ会】

- ・中小企業の事業承継のために、社長と子息※の人材育成（教育）及びその関係の調整（糊代）を目的とした GGK の営利事業機関の名称。
- ・また、対外的には「事業承継支援」組織・プログラムそのものの名称でもある。

※現時点では男子のみを対象とする

【ヤシオリ会 準備室】

- ・当座は「ヤシオリ会」設立準備のための「準備室」を設立し、機能させる。
- ・「準備室」では、先ず、事業承継の問題の実態を把握する（頭で考えるだけではダメ）。
- ・具体策①として、中小企業庁の把握データを収集・分析する。 →《主担当：初村さん》

【ヤシオリ会 準備室 発起人会】

- ・具体策②として「準備室」に「発起人会」を発足し、会員を募り、彼等から生の声を収集する。

- ・「発起人会」で実施する(仮)の当座研修プログラム「**ver.00** (零号)」を策定する。

→《主担当：西角井》

- ・「発起人会」会員募集（4～5 名目標） →《主担当：大藺さん、副担当：片上さん》

・「準備室」収支（案）

- ・「**ver.00**」プログラムの概要、収支を、現段階で以下と想定する。

《**ver.00**》

1) 親会 年 6 回（偶数月）会合

- － もしくは個別報告・情報交換・要望ヒアリング

3 万×6 回（交通費別途）

2) 子会 年 6 回（奇数月）会合 … GGK ファシリテーター3～5 名程度とする。

- － 《課題》※について考えたことの発表、意見交換等

※初回会合時には課題を設けない

3 万×6 回（懇親会費：直収・¥1,000-）

3) 合計、 $(18 万 + 18 万) \times 1.2$ (経費) = 43.2 万 ⇒ ¥466,560 円 (税込／年) 程度

4) GGK 社員の業務報酬は 2.4 万／人・日単位とし、事前準備費は経費から充当する。

- ・「準備室」での成果・課題を下に「**ver.01**」のプログラムを策定し【ヤシオリ会】に移行する。

- ・なお、対外的には「準備室」「発起人会」の呼称は用いず、「ヤシオリ会」の名称のみを用いる。

以上

中小企業庁によると、中小企業の経営者平均年齢は66歳（2015年）でした。20年前の1995年では、平均年齢47歳でした（日刊工業新聞）。これが意味するところは！？、中小企業経営者の世代交代が進んでいないということでしょう。あまりに停滞しています。このままでは、新陳代謝がすすみません！

日本経済は400万社ともいわれる中小企業の力に依っています。

株式会社GGKでは、事業を円滑に継承して、企業の活性を継続・維持することが日本社会、日本経済に資すると考えています。

具体的にはどうでしょうか？株式会社GGKでは、中小企業経営者のご子息の活動を支援し、円滑な継承を支援しようと準備しております。そのために、

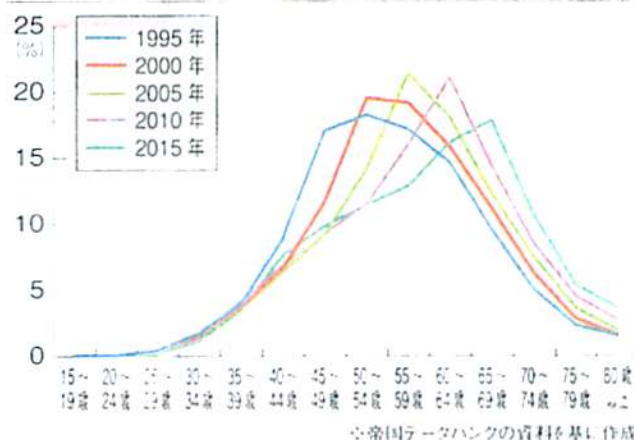
適切に課題を理解して設定することを支援する

課題を解決する手立てを支援する

課題を解決するツール構築を支援する

このように具体的に共に歩みます。

中小企業経営者の年齢分布（年代別）



▶□八塩折

事業継承の課題を八岐大蛇ととらえ、大蛇を退治するために八塩折の酒を酌み交わしながらその手立てを探りましょう。そして、大蛇の尻尾から草那芸之大刀な手に入れましょう。草那芸之大刀は事業継承の大きな力になるでしょう。

▶□八塩折会

みなさんの力を醸成し、熟成し、発揮するために、八塩折の会に参加ください。秘めた力を引き出し、顕在化しましょう。

八塩折会は、親会と子会で構成されます。株式会社GGKのファシリテーターが八塩折の酒を経て、現世代と次世代を維ぎます。

▶□八塩折の会（親会）偶数月開催

中小企業を経営する経験豊かな方々の交流と想いを維ぎます。

▶□八塩折の会（子会）奇数月開催

中小企業を承継するための経験を蓄積し、秘めた力を引き出します。

▶□八塩折会会場

当面の会場は、株式会社GGK・新橋事務所にて開催します。みなさま、ぜひご参加下さい。



〒105-0003 ☎090-3694-7864
東京都港区西新橋二丁目8番1号ワカサビル4F
☎/FAX 03-3504-2600

技術士業務のマーケティングについて 所長 技術士（化学）平野輝美

▶市場に合わせること

技術士事務所として活動し、そして業務を実施して、生計を立てる・・・前号で、技術士試験に新規合格の方々にエールを送らせていただきました。みなさま、企業などにおいて経験を積み、そして自分の足で歩み始める時期も来るでしょう。

その時、多くの方が営業活動に直面すると思います。技術士業務であっても、それは個人事業主であり、業務を得て仕事を進めるのでありますから、顧客を得ることが必須です。そこで、鋭意営業活動を始めるとおもいます。

多くの個人事業主（に限りませんが、法人であっても同じです）では、マーケティング活動を経て、市場からの要望に合わせて業務を進めるものと思います。

▶業務のマーケティング

技術士業であってもマーケティングの考えと活動は重要かつ必須でしょう。

そう、自分を振り返っても、自営の初期の頃は自分の領域や業務をどのように設定すべきか、市場をどのように読むべきか、頭を捻りました。720°くらい捻って、元に戻ってしまうこともままあります。ものの本には自営業や起業などの営業指南などなど、たくさん出版されていると思います。弊研究所ライブラリシリーズの一冊であります「技術士三試験」も参考になるかもしれません。

多くの場合、技術士が開業すると、どこからともなく色々な話が舞い込んできます。いわく、業務紹介業で連携しましょう・・・、人材紹介で登録してください・・・顧問企業を紹介します・・・などです。これらは、大変ありがたく、開業したての技術士は、まずは、なんであれ業務を受けて、経験を蓄積することになります。

この初期の業務を受けつつ、マーケティングを考えるでしょう。既述のような紹介業務や開発業務や顧問業務など、その市場にあわせる必要があるものと考えてでしょう。これは真っ当かつ当然な行動ですね。

ここで、少し考えてください。既述の業務市場は、きっと定年退職された製造業企業OB・OGがたくさんいらっしゃることでしょう。その方々は、企業年金を得ているでしょう。大手企業であれば、厚生年金など、さらに追加的な支給もあり得ます。

技術士事務所として開業した技術士は、そのような強力であり経験豊富であり、かつお財布をもった“エンジニア”の方々と競争していくことが求められます。大変ですね（笑）

▶マーケティング3.0

現在のマーケティングのトレンドの一つとして、マーケティング3.0という概念が示されています。これは、マーケ

ティングの神様ともいわれる、フィリップ・コトラー氏の提示している概念です。

マーケティング1.0、2.0そして3.0の違いをまとめました。

あくまで個人的な捉え方ですが、これらのマーケティングは、いわゆる“市場”に対して“自己”を設定して、その相互関連を構築する行動であると思います。いわゆる製造業企業OB・OG、そのほかの事業主や専門家と、正面切って競争することになります。

マーケティング	1.0	2.0	3.0
中心	製品中心	消費者志向	価値主導
目的	製品を販売すること	消費者を満足させ、つなぎとめること	世界をよりよい場所にすること
可能にした力	産業革命	情報技術	ニューウェーブの技術
市場に対する企業の見方	物質的ニーズを持つマス購買者	マインドとハートを持つより洗練された消費者	マインドとハートを持つ全人的存在
主なマーケティング・コンセプト	製品開発	企業と製品のポジショニング	企業のミッション、ビジョン、価値
価値提案	機能的価値	機能的・感情的価値	機能的・感情的・精神的価値
消費者との交流	1対多数の取引	1対1の関係	多数対多数の協働

引用 コトラーのマーケティング3.0 ソーシャルメディア時代の新法則（2010.朝日新聞出版）P19

▶技術士事務所のマーケティング

さて、技術士事務所・業務では、苛烈な市場（製造業企業OB・OG+お財布）に飛び込み、マーケティングするのでしょうか。また、せざるを得ないのでしょうか。

マーケティング3.0であっても、市場と自己を考えて、自己の位置をどのように設定するか、すなわち、いくつかの軸を有する市場空間で、自己の位置や方向を設定するという概念でしょう。すなわち、市場空間における“自分”を考えているのです。

ここは、考え所です。技術士事務所や技術士業務では、この市場空間に対して、自己を基準とした空間・位置の再設定を試みるのが肝要ではないかと考えています。

スティーブ・ジョブズの得意技であった現実歪曲空間（Reality distortion field）の技も学ぶべきだと思います。すなわち、マーケティングの主導を、市場空間座標から自己の絶対座標（現実歪曲空間）へと変換するのです。この変換によって、製造業企業OB・OGのような競争相手との競争軸を分離することができます！

▶技術士事務所毎に異なる絶対座標の市場空間

技術士事務所には、それぞれの技術士の絶対座標に基づく固有の市場空間、すなわち固有の時空泡（星界の紋章・森岡浩之著参照）を展開することが肝要だと思います。それぞれの時空泡は独立ですから、不要な競争軸はありません。確かに、それぞれの時空泡に含まれる物質量は限界（すなわち絶対的な業務量が限られている）があるでしょう。でも、その質量（すなわち業務量）は、一人の技術士にとって、十分過ぎるくらいです。事業法人には小さくて見えないかもしれませんが、技術士には十分な食い扶持でしょう。ぜひ、固有の絶対座標市場空間を構築してください。

夢と狂気の研究会！？

所員技術士(経営工学)：西角井造

▶椅子が足りない！？

最近の創造工学研究会は、独立自営を果たした、もしくは独立自営を志す方々の出席が多くなっています。研究会の時に椅子が足りなくなることが出できました。

▶期待と不安

独立自営前後は、期待だけではなく様々な不安も沸き上がってくる時期です。

私もそうでした。

でも、踏み出してみなければ見えない景色もあります。

▶ジョブズ

2005年6月12日にスティーブ・ジョブズが、米スタンフォード大学の卒業式で行ったスピーチは有名ですのでご存じの方も多いと思います。彼は卒業生に3つの話を紹介しました。「点をつなげる」「愛と喪失」「死」についてです。

「点」としての経験をつなげたことが後々生きたこと、アップルを追われても仕事を愛し続けたことが出逢いや再開につながったこと、そして癌で余命宣告受け死を覚悟した時、ドグマに囚われず心の声に素直に従えば良いのだと確信したことを自らの体験を通して語りかけたのです。

▶"Stay hungry. Stay foolish."

そして、スピーチの最後に、ある雑誌[※]の最終巻の裏表紙に記されたメッセージを贈りました。

"Stay hungry. Stay foolish."

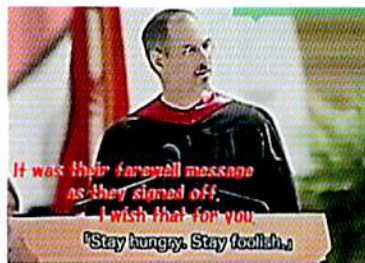
※全地球カタログ(Whole Earth Catalog 1968年-1974)

▶そのまの言葉でとらえたい

「ずっと無謀でー」と訳した人がいるようです。

言葉は、その言葉が属する文化圏の概念や個人個人の経験で様々な解釈されますので、ジョブズの言葉を受け取った人がそれぞれに解釈することが許され、そしてそのどれもが間違いではないと思います。

この言葉を自分のものにして、自分の力に変えることがこのメッセージに報いることになるでしょう。



▶つながった「点」

もやもやしていた「点」がつながったお話をひとつ…

今年4月に映画監督の高畑勲(たかはたいさお)さんが亡くなりました。監督の『火垂るの墓』を「通信」で紹介したことがありますので、覚えていらっしゃる方もいるかもしれません。

遺作は「竹取物語」に題材に取った『かくや姫の物語』で、2013年に公開されました。興業的には振るわなくて、製作費を回収できなかったと聞いています。

▶儲けること

高畑監督は興業的成功、つまり「儲け」は二の次で仕事をしていたようです。

『かくや姫の物語』を見ても胸に落ちない点が多く「今の時代のエンターテインメントとしては難しい…」高畑監督は何を訴えかけたかったのだろうか?と思わずにいられませんでした。

聞いても答えが帰ってこない今になって気になり出したのです。「うーん、ちょっと待てよ…」と。

それから、監督の著作や様々な情報を漁ることになりました。

今でも理解しきれていませんが、少なくとも監督は「儲け」を至上命題にしていなかったことは確かです。いえ、高畑監督がそうだというより、そのまわりの仲間からしてそうなのです。

具体的に名前を挙げれば、高畑勲、鈴木敏夫(すすきとしお)、宮崎駿(みやざきはやお)の3人です。

▶スタジオジブリ

誤解を恐れずに言ってしまうと、「トトロ」をトレードマークにしているスタジオジブリは、鈴木敏夫氏をプロデューサーとして、高畑・宮崎両監督が映画をつくるために設立された会社でした。日本の映画興業の記録を次々と塗り替えてきましたが、その成果を支えてきたものは紛れもなく作品の品質高さです。

宮崎監督はサービス精神旺盛ですので、普通の人々が普通に鑑賞すればその内容を理解することができます。しかし、高畑監督は頭が良すぎて一般人に理解できないレベルで映画を創るため、生半かな見方では何を言っているかわからないのです。(この辺を話し出すと終らなくなるので、止めておきます)



▶『夢と狂気の王国』

『夢と狂気の王国』は2013年に公開された「スタジオジブリ」を題材としたドキュメンタリー映画です。監督は『エンディングノート』の砂田麻美。以前から気になっていた作品ですが、この機会にDVDを購入して観てみました。個人的に一番気になっていたのはタイトルです。

「おかげさだよなア」…と。

▶熟成と瞬間

良い酒は熟成するまで時間がかかります。

もやもやが続いていたある時、何がきっかけだったかわかりませんが、ある瞬間に”Stay hungry. Stay foolish.”と「夢と狂気」がつながりました。

「同じことを言ってる…」自分の中で点と点がつながった瞬間です。

「そこまで好きで渴望する!熱狂できるからこそ結果につながられるんだ!」

▶ 熱狂

サラリーマンには丈夫で正確で効率的な歯車であることが第一に求められます。でも、独立自営はそうはいきません。自分を突き動かす何ものかが必要です。

その答えは自分でみつけるしかありませんが、「儲けること」を第一義にしている人で成功した例を私はあまり知りません。好きで渴望し、熱狂し続けられる何ものかが必要なのかもしれません。

▶ 『仕事道楽』

『仕事道楽 新刊』（2014、岩波新書）。鈴木敏夫プロデ

ューサーの著書です。副題は「スタジオジブリの現場」です。

その冒頭に鈴木敏夫
ロデューサー手書きに
よる「新刊のはじまり
に」が載っています。そ
してそこには、こんな
歌詞が書かれています。

※※青島幸男作詞 植木等歌「だまって俺について来い」

▶ 「畳の上の水練」

「畳の上の水練は畳の上の水練にしか過ぎない」本田尚土前所長の言葉です。

TPP11 協定の署名、米国を巻き込めるのか？今後の動向

〈<https://lac-japan.amebaownd.com>〉
所員 技術士（建設）山下直樹

▶ 1. 2018年3月8日、米国を除いた TPP11 が署名される

2018年3月8日、11カ国でチリの首都サンチャゴにて署名された「包括的および先進的な環太平洋連携協定」

（英語略：CTTP、通称 TPP11）を取り上げます。つい先日、2018年5月18日には日本の衆議院本会議にて協定内容が国会承認されました¹⁾²⁾。

TPP については、本ビジネスコラム第4号（2017年9月22日）でも取り上げました³⁾。そこでは、筆者は TPP の今後の展開を①11カ国での発効、②米国の離脱は、いわゆる“*No, but*”の交渉プロセスに過ぎず、復帰も視野にある、あるいは、③将来的なトランプ政権の交代による米国の方針転換、などと予測していました。この頃、米国を除く11カ国での調整には時間を要する、米国復帰の可能性はかなり低いと言われていましたが⁴⁾、日本の主導により署名に漕ぎ着けましたし、米国は TPP 復帰を検討すると表明⁵⁾したことから、かの国の“*No, but*”は交渉の基本通りともいえるのではないのでしょうか。ただ、現在のところ米国が交渉の主導権を握っているとは言えないように思われます。

▶ 2. TPP11 が日本とラテンアメリカを繋げるインパクト

ここでは、TPP11 が日本とラテンアメリカの署名3カ国（メキシコ、ペルー、チリ）との関係にどのようなインパクトを与えるのか、ラテンアメリカ協会の資料から見ていきます⁶⁾。その資料は、ラテンアメリカ・カリブ研究所の内部研究会であるラテンアメリカ・カリブ政策フォーラムに参加する官産学のラテンアメリカ専門家25名への無記名方式アンケートの結果を整理したものです。

関係上最もプラスになる点は、「通商拡大」（32%）、次いで「企業活動環境の改善」（28%）、「政策対話の促進」（24%）と回答されています。また、副次効果として特に注目されるのは、「太平洋同盟」（14%）、「TPP への米国復帰の促進」（12%）、「ラテンアメリカの日本市場への関心増大」（12%）となっています（複数回答方式）。

TPP11 は関税削減の効果だけでなく、新しい貿易ルールの導入による資源配分や生産性の向上、サービス貿易や投資拡大が期待できる、さらに今後の FTA のモデルになる可能性を秘めており、アジア太平洋のみならず他地域でも

規範になり、他メガ FTA との補完性の改善に役立つ、とある論説で主張されています⁷⁾。その一方で、TPP11 に参加するオーストラリア、カナダ、ニュージーランド、シンガポールは、「太平洋同盟」と「準加盟国」資格について2018年2月からメキシコ、ペルー、コロンビア、チリと交渉に入っており、メキシコ、ペルー、チリにとって、TPP11 の発効は必ずしも最優先事項ではないのかもしれないとの指摘もあります⁸⁾。または、「米国がいなくても、TPP 11 は人口5億4,400万人の市場を開拓して、世界3位の経済国である日本へ特恵待遇措置が講じられることで、参加国に新たな機会を提供する」との専門家の分析も紹介されています⁹⁾。また、世界銀行はペルーが TPP 合意の最大の受益者として2030年までに輸出が10%増加し、またチリおよびメキシコも輸出が5%増加すると予想されているそうです⁹⁾。

▶ 3. TPP11 から TPP12 へ、米国を巻き込めるのか？

先頃までは、TPP11 の署名にリーダーシップを発揮したはずの日本での発効に向けた国会審議が遅れていること、署名した他国がその行方を見守る姿勢を取っていることから、先頃までは目標とする2019年の発効は不透明との懸念が指摘されてきました。しかし、そこはクリアされる方向に動いているように見られます¹⁰⁾。課題は、超大国米国を TPP に復帰させられるか、という点でしょう。

米国を含む TPP12 と TPP11 は別個の協定とすることで、下表は、米国の参加有無での TPP が世界シェアに占める GDP と貿易額を示しています¹¹⁾。この表にあるとおり、米国の参加有無でその経済的規模が大きく変わってきます。域内輸出額は、米国が抜けることで1兆8,470億ドルから3,580億ドルにまで縮小するそうです⁸⁾。米国トランプ政権の視点で考えると、TPP12 は知的財産権に関する課題を重視する協定であり、また共和党の指示母体である商工団体や農畜産団体は TPP12 への復帰を政権に働きかけているといえます。同政権は、北米自由貿易協定（NAFTA）の再交渉に注力しているところで、また2018年11月には中間選挙を控えているので、動きがあるのは2019年初頭からとなるでしょうか。

▶ 4. TPP11 から TPP12 へ、米国を巻き込めるのか？

米国の TPP12 への復帰には全体的な再交渉が不可欠と予想され、それには日本を含む TPP11 署名国は否定的的

ようです¹²⁾。他方、韓国、台湾、インドネシア、タイ、フィリピンの5カ国がTPPへの参加に関心を表明しており、これが実現すれば同協定の利益は3倍となり、米国の不在を補うものとなるそうです。これがすなわちTPP16と呼ばれる一つの可能性です。韓国は2018年3月27日に米国と妥結したFTA再交渉で不利な条件を呑んで渋面しているそうです¹³⁾。このように、米国抜きのオプションが進化したなら、米国の不利益が拡大されることが予想され、そうすると米国の交渉の仕方も変わってくるということが考えられます。米国に妥協すべきでないという論調のマスコミが多いですが、私は条件の一つ一つを精査した上で日本の国益に繋がる形での米国のTPP復帰を促すべきと考えます。

	世界シェア (%)	
	GDP	貿易額
米国を含むTPP12	38	27
TPP11	14	15

1) NHK News Web

(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20180518/k10011443191000.html>)

2) TPP11は、参加11カ国のうち、6カ国以上が国内手続きを終えてから60日後に発効する。

3) 中小企業の中米米進出を支援するビジネスコラム「TPPの現状 - 米国離脱表明の衝撃とその後の動き」、第4号(2017年9月22日) (<https://lac-japanamebaownd.com/posts/2977029?categoryids=786702>)

4) 米国のトランプ大統領が大統領選挙の公約の一つとしてTPP離脱を掲げ、2017年1月23日には「TPPから永久に離脱する」とした大統領令に署名した。

5) 2018年1月26日、世界経済フォーラム年次総会(ダボス会議)にて、トランプ大統領は「米国は相互互恵主義的な協定をあらゆる国と結ぶ用意がある。これはTPP加盟国を含む。二国間あるいはグループ単位で交渉してもいい」と述べた。「日本経済新聞」2018年1月27日付。

6) アンケート集計結果「TPP11とラテンアメリカ協定が与えるインパクトを検討する」2018年4月23日

7) 浦田秀次郎 ピーター・ベドリ(2017)「TPPの行方：離脱不利益 米に説得を」経済教室 日本経済新聞、11月6日

8) 『ラテンアメリカ・フ研究所レポート』「TPP11協定の意義 - 日本とラテンアメリカ3カ国の視点を念頭に置いて」桑山幹夫著、2018。

9) 「ペルーとチリにとっては、アジア市場向けの国際商品(コモディティ)セクターへのアクセスが改善されることで利益が拡大する」、上記文献9)での専門家分析の紹介より

10) TPP11関連法案は、2018年5月24日に衆議院本会議を可決、TPP11は、参加11カ国のうち、6カ国以上が国内手続きを終えてから60日後に発効するが、日本はメキシコに続き2カ国目の国内手続き完了を目指す。「日本経済新聞 電子版」他 (https://www.nikkei.com/article/DGXMZ030906460U8A520C1000000/?n_cid=SPTMG002)

11) 『ラテンアメリカ・フ研究所レポート』「安倍政権主導のTPP11の行方：ラテンアメリカ3参加国(チリ、メキシコ、ペルー)の交渉姿勢?」(上)、桑山幹夫著、2017。

12) 例えば、「参加国の多くは、アメリカを呼び入れるために長く厳しい交渉をやり直すことに前向きでない。」ニューズウィーク日本版、2018年4月6日、(<https://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2018/04/tpo11-1.php>)

13) 米朝韓は米国基準のまま韓国で販売できる米国車の枠を増やす反面、韓国産のピックアップトラックの関税撤廃時期を2021年から2041年に20年延期した。文献8)より。

創造工学研究会へのお誘い

副所長 技術士(化学) 創造工学研究会主催：清水隆男

創造工学研究会

私は独立開業してこの4月で11年目に突入しました。前号でもお話ししましたが、この10年、会社員時代の専門技術知識は殆んど使えていません。しかし、どうやらこうやら技術士業をこなしながら無事に「還暦」を迎えられたのは、自己を知って現状の自分に合った“固有の市場空間”と言うものが構築できたからかな?とも思います。

現在の私は、主に調査業務を生業としています。調査テーマは多岐に渡りますので、その都度新たな知識を仕入れることになります。歳をとると文字が見え難くなったり、理解力が薄れたりですが、結構楽しんで業務をこなしています。

私にとっての創造工学研究会は、知識欲の低下を防止でき

る勉強会です。毎回、「何を話そうかな?」「専門技術分野が異なる参加者と共有できる話題は何か?」と考えて発表資料を用意します。

6月の研究会では「仕事道楽」というテーマでの発表がありました。そのなかで、私が気に入った言葉は「今が大切」「目の前の事をこつこつ」「教養の共有」でした。好きで始めた技術士業、今の自分にとって熱中できる仕事を着実に、そして人との縁や世の中の縁を大切にしていって行きたいものです。

創造工学当研究会では、参加者が興味のあるテーマや自己の専門技術に関する発表をすることを原則としていますので、ジャンルは問いません。また最近では、これから技術士を目指す人、独立開業を目指す人も参加しています。当日は17時から参加者有志による懇親会となります。先ずは懇親会からでも大歓迎ですので、ご参加をお待ちしています。

アクセス：創造工学研究所は、西新橋二丁目8番1号にあります。地図を載せます。右端の駅が新橋です。上が東京方向です。近くまでお越しの際はぜひお立ち寄りください。



創造工学研究所 <<http://www.ceri.co.jp>>

▶所長 平野輝美 (hirano@ceri.co.jp) 技術士(化学)、労働安全コンサルタント(化学)、博士(工学)

▶副所長 清水隆男 (shimizu@ceri.co.jp) 技術士(化学)

▶所員 西角井造 (nishitsunoi@ceri.co.jp) 技術士(経営工学)、一級建築士

▶所員 矢部肝晶 (yabe@ceri.co.jp) 技術士補(化学)

▶所員 片上裕紀 (katakami@ceri.co.jp) 技術士(機械)

▶所員 藤井裕二 (fuji@ceri.co.jp) 技術士(生物工学)、博士(獣医学)

▶所員 大園映吾 (oozono@ceri.co.jp) 技術士(金属)

▶所員 山下直樹 (nyamashita@ceri.co.jp) 技術士(建設)、博士(工学)

おくづけ 創造工学研究所報告 vol. 0035

発行日：2018年7月1日

編集発行：創造工学研究所 平野輝美

発行所：創造工学研究所

〒105-0003 東京都港区西新橋二丁目8番1号ワカサビル4F

年4回発行 季刊 定価 250円

◎ 技術士の自然体

所長 技術士（化学）平野輝美

▶ 木鶏

横綱双葉山は、連勝が69で止まったときに「未だ木鶏たりえず」と言ったとか... 白鵬は連勝が63で止まったとき双葉山の言葉を引いたとか...

木鶏は最強なのでしょう。古事を参照してみましょう。木鶏は闘鶏を育てる名人が最強であると王に進言したとき、その闘鶏が木鶏のごとく泰然自若であり、周囲の状況に惑わされなかった・・・ことに由来していると言われます。

さて、禅では、「木鶏子夜に鳴く」との言葉があります。これは、木彫りの鶏のように落ち着き払った心境でありつつ、人知れず深夜（子の刻：夜12時）に努力を重ねる人こそが優れた人物である、との意味であると言われます。すなわち、誰にも褒められなくても自分の役割を全うする、成熟した心を持つことを示すものでしょう。このような心を持つ人物こそ、最強ということでしょう。

▶ 技術士を知ってもらう

技術士の知名度を上げよう・・・というご意見を時々聞きます。なにゆえに技術士の知名度を上げるのでしょうか。ごく一般的な市民の方々は、産業系の資格(?)である「技術士」をご存知ないことはその通りだと思います。でも、「技術士」の知名度を上げることに意味はあるのでしょうか。

たくさんの方々に「技術士」を知ってもらう意味として、「技術士」の業務を増やそう!というご意見もあると思います。はてさて、たくさんの方に「技術士」を知ってもらうと、業務が増えるのでしょうか?

知名度と業務増加に相関があるのであれば、知名度を上げることも重要でしょう。はたして、「知名度」と「業務量」に相関があるのでしょうか。

▶ マーケティング3.0

前号でマーケティング3.0の議論を紹介しました。技術士の営業活動・マーケティング活動において、「知名度」が有効なファクターなのでしょうか。

▶ 職業は「技術士」

「技術士」は資格でしょうか。先ほど、「産業系の資格」と記述しましたが、はたして「技術士」は資格でしょうか。もし、資格であるなら、「知名度」を上げることに一理あるでしょう。なぜなら、資格者として、多くの方に知ってもらうこと、そして、なんらかの「尊敬」のようなものを得ることも期待できるかも知れません。なんらかの優越感のようなものを得ることも期待できるかも知れません。さて、

産業界で活動している、すなわち、企業や各種法人などに所属して業務を行なっているなら、「資格」としての活用や有効性を期待できるでしょう。

もし、あなたが、「技術士」を資格ではなく、職業として捉えるなら、「知名度」や「業務拡大」など、気にしなくなるかも知れません。

私は、入国申請書の職業欄に「技術士」と記入します（「G I J Y U T S U S H I」と書きます）。「技術士」を職業として捉えるなら、「知名度」や「業務量」について気にするものではないと考えられるでしょう。

知名度：職業としての「技術士」であるなら、お客様に知っていただくことが重要なのであって、たくさんの方に知ってもらうことは意味がありません。発注いただく方々に知ってもらうことです。そして、発注してもらうような事業者や法人などは、それほど多い必要はないでしょう。すなわち、B to Cマーケティングではないということです。

業務量：上記のマーケティングにも関連しますが、職業としての技術士は、たくさん業務を「こなす」事はできません。なにしろ、個人事業主なのです。組織対応できないのです。業務量には明確に限界があります。

▶ 技術士事務所のマーケティング

技術士事務所・業務では、広く市場に向けてマーケティングするのでしょうか。また、せざるを得ないのでしょうか。

前号でも議論しましたが、技術士の位置を設定して、独自の業務空間を構築することによって、独自の収益率が良く、そして適度な業務を得ることができるようでしょう。

ここで、木鶏を考えていただきたいのです。「木鶏子夜に鳴く」との言葉を紹介しました。「技術士」は、だれに褒められなくても、すなわち、たくさんの方々に知られなくても、人知れずとは言いませんが、クライアントの求めに応じて、子の刻に業務を進めることが肝要でしょう。

▶ 技術士事務所の子の刻の業務

それぞれの職業としての「技術士」には、それぞれの子の刻の業務があるでしょう。これは、分野の違った方にご理解いただく事は難しいかも知れません。それぞれの技術士の絶対座標に基づく固有の市場と、業務がある・・・なのでしょう。

もしくは、このような独自の何か・・・を構築すること、これができれば生涯に渡って業務に精進できるものと思えます。

幸いにして、私は90歳まで弊創造工学研究所にて業務を実施する所存です。あくまで予定で、健康の許す限りですけれど、このような業務実施は、被雇用者では考えられないことでしょうけど、「技術士」は職業ですから。

