

# CREATIVE ENTREPRENEURSHIP

The idea of designing for life that is truly your own.

クリエイティブアントレプレナーシップ

自分らしい人生をデザインするための考え方

## はじめに アタマ、ココロ、カラダの理解

2020年から2023年に猛威を振るった新型コロナウイルスの影響は、世界の形を大きく変えました。特に目覚ましかったのはコミュニケーションテクノロジーの発展です。

日本では長らく無理だと言われていたオンラインワークの普及は、このタイミングで一気に進みました。そして、2022年にリリースされた「チャットGPT」を筆頭にした生成AIの進化はまさに、開発者のオープンエアイの最高経営責任者であるサム・アルトマン氏が言うように「暴走列車」のように様々な常識を塗り替えています。

このような社会における価値観や常識が根本から変わるパラダイムシフトは「イノベーション」と呼ばれます。そして、そういった事象が起きる時、人々の受け止め方は大きく分けて「変化を上手に利用する人」「変化に戸惑い立ちすくむ人」「変化を否定し破壊しようとする人」という3つに分類されると言われています。

私はちょうど高校卒業からアメリカ留学という時期に、インターネット革命を目の当たり

にした世代。古くはBBS（電子掲示板：Bulletin Board System）での交流からはじまり、アップルのiPhone登場を経て、アマゾンや楽天などのECサイトの普及、SNSカルチャーの台頭といった30年ほどの歴史をオンタイムで経験してきました。

思い返せば2000年代頃、ネット通販は「日本はカード文化ではないから難しい」と否定され、SNSも「匿名じゃないインターネットなんて危険」と疎まれていたものです。

しかし、そのどちらも現在では日常の一部になり、否定していた人がいたことなんて忘れ去られています。そういった経験から、私は社会が変わるようなタイムミングにおいては、「それを上手に利用する人」にまずなってみよう、と考えるようになりました。

ではどのようにすれば上手に利用ができるのか？

先ほどの「暴走列車」の比喻にあるように、それまでの社会通念を破壊するようなイノベーションには、ポジティブとネガティブ両面の影響があります。そして、既得権益をもつ一定の人にとって都合が悪いネガティブ面ほど、世論という名の大きな声で否定されがちです（このことはイノベーションの歴史が証明しています）。

だからこそ、大切なことは社会の声よりも「自分にとってどうなのか」を考える習慣をも

つことです。しかもただ考えるだけではなく「アタマだけで考えない」ように意識をすることが大事です。

能楽師、論語研究家、古代文字研究家といった顔をもつ安田登氏によれば、「人が社会や物事の有り様をアタマで理解しようとするのは近世の流れで、そもそもはココロやカラダの理解のほうが行っていた」そうです（同様の話はアメリカの心理学者ジュリアン・ジェインズ氏や、カナダのジャーナリストのダン・ガードナー氏も著書で語っています）。

スマートフォンが普及し、常時インターネットという巨大なデータベースにアクセスできるようになったことで、私たちは道に迷うことも、レストラン選びを間違うことも減りました。SNSやネットニュースを眺めているだけなのに、世界中の色々なことを何もかも知っているような気分にもなれます（あくまでも錯覚なのですが）。

けれども、それはアタマの理解だけが過度に優先された歪んだ世の中の理解です。テクノロジーの進歩により、昔に比べると便利になったことと引き換えに、ココロやカラダを使ってゆつくりと考える機会がどんどん減っていることに気がついていてはいませんか？

言語は違っても多くの国で「腹が立つ」「腹落ちする」「胸がざわつく」といった身体に關

連した慣用句表現があるように、そもそも私たちにとって「考える」とはもともと身体的な行動だったはずなのです。

実際、近年の研究において思考は、脳と腸の対話行為であることがわかってきています。

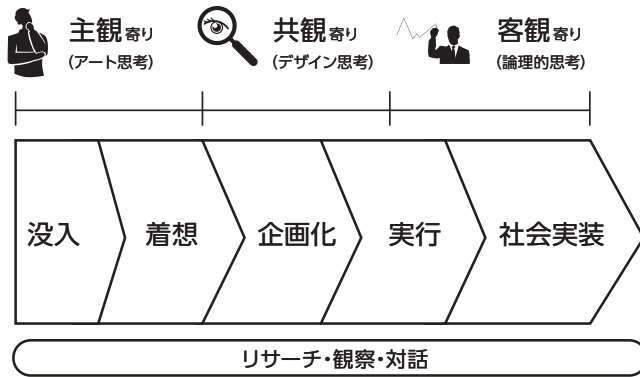
例えば、腸は1億以上の神経細胞と、人体細胞を超える数の細菌やウイルスの集合体であり、この臓器の反応が人の気持ちや考え方を左右しています。これは「脳腸相関」と呼ばれ、近頃だとサプリメントの解説文にさえ使われています。

この本の内容は私が担当した北九州市立大学大学院 マネジメント研究科「アントレプレナーシップ」の授業内容をもとに、加筆修正を行い再構築したものです。アントレプレナーシップについての詳細は本編にて解説しますが、私はそれを「自分らしい人生をつくるために自らがリスクをとって挑戦するマインドセットのこと」と定義しています。

そして、それを実行するためには「客観（アタマの理解）・論理的思考」「共観（ココロの理解）・デザイン思考」「主観（カラダの理解）・アート思考」の3つを柔軟に使い分けられるようになるべきだと教えています。

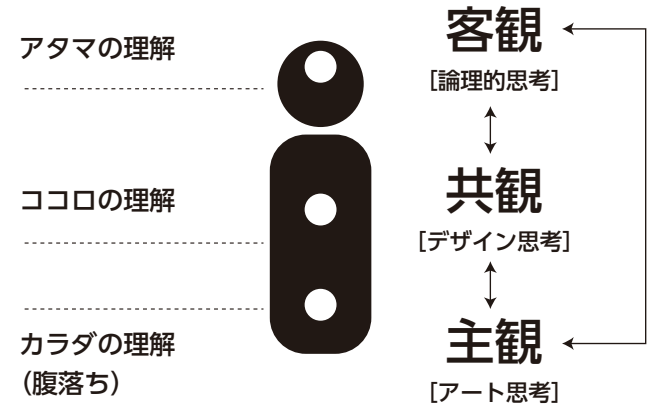
私の話を変化を好機にしてチャンスを掴もうとする方のガイドランスになれば幸いです。

この本のテーマとなるフレームワーク②



3つの理解と思考法をベースに、どのようにアントレプレナーシップをもった企画を進めていくためのフローチャート

この本のテーマとなるフレームワーク①



アントレプレナーシップを発揮するために必要とされる3つの理解 (客観・共観・主観) についての考え方

## DAY1

### アントレプレナーシップの理解と定義

はじめに アタマ、ココロ、カラダの理解

アントレプレナーシップという言葉の定義	2
アントレプレナーシップの歴史	6
アントレプレナーシップの行動エンジン	10
日本のアントレプレナーシップの現状	16
① 既得権益や規制緩和といった問題	20
② 安定感のある雇用状況や景気との関係	23
③ 出る杭が打たれる空気感	28
アントレプレナーシップを発揮するために	32

## DAY2

### アントレプレナーシップの理解と定義

アントレプレナーのプロジェクトタイプ	38
社内企業	40

## DAY3

### アート思考とエフェクチュエーション

プロジェクトの質とは	72
3つの視点をかけあわせる	78
「没入〜着想」のプロセス	83
I…内観・自己分析	88
II…問いとの向き合い	91
III…未知のBの言語化	94

ソーシャルビジネス	42
ファミリービジネス	44
課題設定についての考え方	46
① 自分事感の設計	47
② 適切な目線の設計	52
クリティカルシンキングについて	56
余談①…共感と教養	61
余談②…イノベーションの定義	65



