

ジブン・アップデートVol. 2

田中：

どうもこんにちは田中です。

それでは『ジブン・アップデート』の最終章ということで、Mr.Gとお届けしている対談シリーズなんですけど、

第2話ということで、今回も対談を始めていきます。Mr.G よろしくをお願いします。

Mr.G：

よろしくお願いします。

田中：

平成最後の『ジブン・アップデート・プロジェクト』ということで来ましたけど、これよく考えたら、去年の後半ぐらいから、僕ら始めてるんですけど、

今年に入って、このプロジェクトを聞いたとか、エントリーしたという人も結構いらっしゃるんですよ。

半分以上が、今年2月かな、僕がメルマガで登録してくださいみたいな感じで、募集して増えた人がいると思うので、

そもそも「アップデート」というのはどういうものなのか、ちょっとおさらいしたいと思うんですけど、よろしいでしょうか。

Mr.G：

なるほど。分かりました。まずジブンアップデートというのは、「自分を変化させる」ということなんですね。

多くの人は、いろんなものを学んで、自分を成長させようとしていると思うんですよ。

だけど、今のように直線的に発展してない時代においては、自分を成長させ続けていった延長線上に目指すべきゴールがないとか、その路線じゃ行けないということも多いわけです。

つまり古い昭和の考え方で、これからの令和の時代をめっちゃ頑張ったところで、ピントがずれているかもしれないですね。

だから今の自分をどんどん成長させても、それは昭和スタイルが成長しただけで、それでは生きていけないと。

必要なのはアップデート、つまり「成長」ではなく「変化」であるというのが、自分アップデートの基本的な考え方です。

成長ではなく変化が必要な時、何が重要かと言うと、それは知識ではなく「概念」なんですよ。

田中：

概念。

Mr.G：

概念の理解というのが大事なんですよ。

今インターネットを使って、知識はいくらでも簡単に手に入る時代になりました。

でもその知識というものを処理する自分自身の脳とか、考え方、価値観、概念というのが、古い時代の価値観のままだと、どんな新しい情報を与られても自分なりの思い込み、偏り、「バイアス」っていうやつですね。

それをかけて自分の思い込みで判断してしまうので、結局使いこなせないんですよ。

だから自分自身、つまりコンピューターで言うハードウェアそのものをアップデートしていくことで、新しい情報、新しいソフトを使いこなせる自分になるということなんです。

田中：

なるほど。結構、肌感覚で感じている人も多いと思うんだけど、色々なものが変わっていますよね。

例えば昔から考えたら、買い物の仕方も変わっているし、検索の仕方、探し方も変わってるし、いろんなものが変わっている。

もう生活自体に新しい概念というのが、どんどんオンされていく中で、今までの自分、例えば昭和とか平成の初期の頃とかの自分自身じゃなくて、

そういった変化を受け入れて、使いこなせる自分自身に変化させることが大事ですよってことですよね。

Mr.G :

はい、そうです。

田中 :

まあ1話目のおさらいなんですけど、いろんなものは変わっていると。

それはMr.Gが、コンサルタントという立ち位置で、いろんな法人だったり、団体だったり、個人だったり、いろんなその現実を見て、物凄く変化してきているわけですよね。

今までは物凄くうまくいっていた会社が、ここ最近になって、同じようなやり方で、手抜きもせずにやっているのに、

分かりやすく言ったら、売り上げが一気に下がるとか、お客さんが変わるとか、色々なことがあると。

それは法人（会社）だけじゃなくて、個人レベルでも色々起こるから、そういったアップデートとか AI とか、IoT とか、色々言われるそういったものが、

自分に関係ないと思ってる人は多いけど、そのままだと、あまりよろしくないですよって話ですよ。

Mr.G :

そうですね。みんな新しい技術というのが、「これが新しい技術ですよ。始まりますよ」っていうような形で、目の前に現れると思ってるんですよ。

でも本当は、そんなの誰の許可を取らずに生活の中に染み込んできているんですよ。もう今みんな使ってる話なんですよ。

例えばスマートフォンで、顔認証でロックが解除できるのもAIなんですよ。

AIがパターン認識で分析してるから、例えばマスクをしていてもちゃんと認証してくれたりするんですよ。

あれは、昔の単純に顔が合っていますか、合ってませんか、というコンピューターではできなかったことなんですよ。

あとはインターネットでチケットを買うとかもそうで、インターネットでチケットを買う時に販売するホームページのAIが、勝手に値段を調整してたりする時があるんですよ。

これも数年前からヤフーのチケットでは動いてるんですけど、人気がある時のチケットは自動的に少し高くして、人気がない時のチケットは自動的に安くする。

これを例えば裏側で人間が一生懸命やるんじゃなくて、AIがアクセス数とかで判断をして、自動で処理するんですよ。

そうすると、よくみんな旅行するときに安いサイトを探したりするじゃないですか。

ああいうのもAIが値段をどんどん自動で調整するようになると、「安い」「高い」という概念が基本なくなっていくんですよ。

結局、昔はこのサイトで取ると高い、このサイトで取ると安い、みたいなのは、設定したタイミングが違うとか、担当者が違うとかで値段が違っていただけなんですよ。

それをAIが最適化するという風に大本が全部やってしまえば、値段の差が生まれない。

だからその利ざやを取ることも出来なくなるんですよ。紹介系ビジネスをやっている人には大打撃かもしれないですよ。

最安値を常にお客さんが見ることができるわけですから。

田中：

なるほど。

僕らの生活の中にそういったものが普通にどんどん入ってきてると。だから関係ないことじゃないんですよっていう話なんですけど、

やっぱり実感がなくて、よく「時代が変わる」って言われる、テクノロジーもどんどん変化してアップデートされているから、そういったものを使いこなせばいいんだけど、

それができなくても「得」にならないだけで、そんなに問題はないよねって思ってる人達というのは、

1話目で話したかもしれないけど、結構いるような印象なんです。いろんな人と話をしててね。

そのままでしたら、何て言うんだろう。自分にアップデートをかけずにいたら、これから先、今の時代を生きていく中で、分かりやすいところで言うと、こういった問題点があるんですか？

Mr.G :

結局、自分の自由な選択肢が狭くなっていくんですよ。

つまり社会のサービスとかインフラはどんどん良くなっていくので、「なんとなく」は生きていけるんですよ。

特に今の若い人たちが、強烈な欲望とかを持ってないのは、スマホ一台でなんとかなるとか、スマホ一台で充分楽しいし、安い牛丼屋とかに行っても十分美味しいとか、

「それなり」レベルの満足を物凄く低コストで手に入れることができるからですよ。

一方で、ちょっと外国に行ってみたいとか、世界の果てを見てみたいと思った時に、それはできないわけですよ。

例えば、働いてる人が明日は行きたくないって思っても、それは基本許されない。

つまり自分が「やりたいこと」が出来た時、それがあの場合、それをやるためには自分自身が使い手側に立っていないといけないし、与えられる側、家畜側ではダメなんですよ。

ちょっと言葉は悪いですけど、与えられるものを貪っているだけで、衣食住保証されているんだから、欲を出さずに生きるよって言われるのは、飼われているのと同じだと思うんですよ。自分の意思で檻を出ることができないので。

でも自分の力、問題解決力があれば、出たいときには出られる、中にいたければいても良い。

もし自分の身体が病気になったとか、治す為に数百万軽くなる、というときでも、ちゃんとした力があれば、それは対処できるんですよね。

でもそういうのを全て諦めて生きていたら、それは保険外だから諦めなさいとか、そんな高額の治療はできませんって我慢する人生になるわけですよ。

田中：

なるほど。そこなんですよ。

僕が「QOL」という概念を大事にして、QOLコンサルタントとして情報発信をしているところに凄くリンクするのがそこで、

人生のスケール、「QOL」という人それぞれのハッピーというスケールが、気付かないうちに小さくなっていく。

だからそこに格差が生まれるようになるんですよ。

自分にアップデートをかけていかなかったら、もっと本来だったら、今の時代に合った選択肢とか、作れる現実というもののスケール感がどんどん小さくなる。

で、そこに痛み、ゆでガエル症候群じゃないですけど、強烈な痛みがあるのであれば、やらなきゃいけないというのがあれば、すぐアップデートかけるんだけど、

そうじゃなくて、ジワジワと茹でられているというか、気付いたときには、圧倒的な格差がついてしまっているみたいなことになってしまうから、

今だったらまだ遅くないけど、今アップデートをかけないと、それこそMr.Gとの対談シリーズなので、ビジネスをやりたいとか、ビジネスをやってる人にすごく相性がいいと思うんですけど、

今からビジネスをやっていききたい、起業したいとか、もう既に自分でビジネスをやっている人なんかは、そういうアップデートをかけないと、これから先、もうこれはヤバいじゃないですか。

Mr.G :

うん。

田中 :

だからみんなに関係ある話だよと思って、この平成最後にメルマガで取り上げる内容として、Mr.Gとの対談シリーズを持ってきたんですけど。

これって具体的に例えばさ、今どういったものが変わってきているというか、まあよく言われる AI もそうでしょし、IoT とか言われるものとか、ビジネスだけでも色々な様式が変わってきていると思うんですよ。

その辺をこの音声を聞いてくれる人とかにも分かるレベルで、理解できる範囲内で教えて頂きたいんですけど。

Mr.G :

なるほど。そしたらお金の稼ぎ方というのが、一番大きく変わってきてるんですね。

これは個人でも法人でも。例えば10年、20年前にフリー戦略というのがあったじゃないですか。フリーペーパーとか、最初に無料で渡すことで、利益を生める。

あれって出た時は物凄く衝撃的でしたよね。タダなのに利益が出るってどういうこと、みたいな。あれは利益を生むキャッシュポイントをズラしたってことですよ。

でも次の時代になってきて、みんな買うことだけが目的じゃない、使うのが目的だ、でも効率よく使おうというので、「シェアリングエコノミー」という発想が増えたじゃないですか。

カーシェアリングとか民泊とか、そういったシェアリングですね。

それも通り越して、今は「サブスクリプション」という考え方になっているんですね。

これは日本では「定額課金サービス」と思われがちなんですけど。

田中 :

みんなそう思っていますよね。サブスクリプションと言うと、定額のなんかって思ってますよね。上っ面で。

Mr.G :

そうそう。「月額課金の」みたいな。

田中 :

なんかビジネスの先生とかが、月額課金というものをサブスクリプションと言っているから、上っ面でそう捉えている人多すぎるけど。

Mr.G :

でも実はこのサブスクを支えているのが、正にAIとかのテクノロジーなんですよ。

例えば、一番大きいサブスクリプションモデルって、AmazonプライムとかNetflixスなんですね。

あれって毎月の課金で使うけれど、どんなものも見たいとか、どんどんサービス元が学習していくじゃないですか。

で、貴方におすすめはこれですよって自分の見たそうなものを何十万、何百万本ものの中から出してくれる。

それがどんどん精度が上がっていくから、自分にとって最適なサービスにお互いに進化していくんですね。

こちらのクリックしたもの、こちらが視聴したものを向こうが学習して、こちらに最適なサービスを出してくれる。

つまり「痒いところに手が届き続ける継続課金」みたいなものがサブスクリプションなんですよ。

それを支えているバックボーンは、やはりAIとビックデータなんですね。それが無かったら、ただの月1000円で借り放題というサービスになっちゃうんですね。

こういう新しいビジネスに今どんな企業もシフトし始めているわけですよ。

例えば、今は物のサブスクリプションというのも多くなってて、トヨタとかが、好きな車に毎月乗り換えることができる。

月々いくらだけ払っておけば、もう好きな車を一月単位で所有できるという、車のサブスクリプションをやっていたり、

三菱商事とかでは、家具のサブスクリプション。ベッドとかは、買っても今度は捨てるのが大変じゃないですか。

だけど必要なときだけ、例えば月1000円とかでレンタルしておいて、2,3年経って、もういらぬいな、引っ越すなっていうときは返却しちゃうと。

そしたら買うのとは大差ない金額で、捨てる手間とか、そういったものが一切ないんですよ。

という風になってくると、みんなこっちの方が便利じゃないって気付き始めて、そっちに寄るじゃないですか。

だからこの時、「サブスクリプション？シェアリングエコノミー？そんなのものは関係ない知らないよ」って言っていた法人の人達が、バタバタと倒れて行くんですね。

だってもう世の中は動いているので、自分たちに関係ないって考えを遮断してしまうと「これはチャンスじゃね」って思って動いている人達にどんどん差をつけられるだけなんですよ。

だからこそ自分も一緒に走り出しておかないと、ひたすら取り残されて、美味しいものが何も回ってこないという風になっていくわけです。

田中：

なるほど。例えば、このサブスクだけとってみても、こういう話をしたら、さっきも言ったように、

それってデカイ会社が、デカイ資本を持ってる所にしか関係ない、取り入れられないようなやり方でしょって思っている人が結構多いと思うんですけど、

例えば、僕がやっているようなメルマガの読者さんたちと関わりのあるQOLコンサルタントとしての活動。

いわゆる情報発信とかでも関係ないわけではないですよね？

Mr.G :

そうですね。

田中 :

もう個人が副業するとか起業するとか、10年前に比べたらかなり一般的になってきて、自分で価値を創り出して、マネタイズしたいって思う人が相当増えたじゃないですか。

だけどそのやり方が、ちょっと前のアップデート前のやり方だとヤバくて、関係ないって思ってる人がいるけど、関係あるってことですよね。

Mr.G :

そうです。例えば国は「働き方改革」と言ってるじゃないですか。

で、一般の人たちは副業に興味がありますよね。

一方で、コンテンツビジネスというような自分を前に出していきたい、自分でビジネスをやりたい、という人も増えています。

これって全て繋がっているというか、本質は同じなんですよ。

情報を発信というか、それをやろうぜという立場が違うから、そこに見えているものが、国が言うから働き方改革になって、

個人レベルで受け取るから、副業とか、お金が欲しいになって、サラリーマン本人にしてみれば、いつか起業したいになっているだけで、社会の流れはそのようにせよ、という流れになってるんですね。

だからあちこちで同時多発的にそういう発想とか、ブームが起きているわけなんですよ。

それが今の流れなので、今のやり方、今の求められているもの、というものをちゃんと理解して、それを提供できる自分になっておかないと、

5年前、10年前の概念で、なんかノウハウをPDFにまとめたら売れるんでしょとか、よく分からないけどアフィリエイトって稼げるんでしょみたいな石器時代みたいな概念で止まってしまいうんですね。

実際いたじゃないですか。アフィリエイトってよく分からないけど、とりあえずやってるんです、みたいな年配の方。

田中：

そうですね。「準備をしています」とかね。結構多いですよ。

Mr.G：

でも今なんて、企業でアフィリエイトをやって10億とか稼いでる会社の会長と喋っていて、「アフィリエイトなんかこれからやっちゃダメですよ」みたいな、無理ですよ厳しいですよって時代なんですよ。

昔から入ってて足場がある人なら、なんとかできてるけど、これからやる人がやるべきことはそれじゃないと。

それもやっぱり情報のアップデートができてないと、「やりたいこと」と「やるべきこと」がごっちゃになってしまって、結局正しい選択ができないんですよ。

田中：

確かに。本当にそうなんですよ。

例えば、僕がコンテンツビジネスをやっているから、コンテンツビジネスをやりたいっていう人に結構お会いするんですけど、

もちろん、正しいやり方をしていけば、コンテンツビジネスというのは成立するんだけど、実際、5年前と今じゃ、えらく違ってきてる。2年前と今でもえらく変わってきてるじゃないですか。

だから僕がデビューした頃、10年前ぐらいだったら、ノウハウをちゃんと学んでそれを体系化して、必要な人に届けるっていうことをやれば、ビジネスになったんだけど、

それが相当難易度が上がっている、という事を教えている人たちが、確実に秘密にしているので。分かっているはずなのに。だって絶対分かっているはずなんですよ。

今までのやり方で、例えば「ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）」という僕がやっているマーケティング手法、その大本の概念自体は変わらない不動なものだとしても、

細かいところというのは、かなり今風なものを取り入れないと駄目じゃないですか。

なのに新しく今からやろうとしている人達が、インストールしようとしているその概念というのは古いので、

結構、色々なスクールとかこの業界にいるから見てるけど、「これ無理だろうな」って思いながら見ていますけどね。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

だからアップデートをしていかないと、結構大変だよって話なんですけど、20分超えてきたので、

自分をアップデートすることの必要性だったり、いろんなものが、社会の仕組みとしてアップデートされているから、自分もアップデートしていくと。

で、今からビジネスをやりたい人とか、ビジネスを今やっている人とか、僕は結構お金という概念だったり、価値を作ってそれをお金に換える力というのは、みんなが持っておいた方がいいと思っているので、

じゃあ具体的に今後、今の時代にどういう形でやればいいのか、という答えみたいなものを次回の話で、

Mr.Gが色々なものを見てきて、いまオフレコのところで教えて頂いたそのやり方みたいな部分を全部聞きたいと思います。

よろしいでしょうか？

Mr.G :

はい。分かりました。

田中 :

はい、今回はそんな感じで終わりたいと思います。ありがとうございました。

Mr.G :

ありがとうございました。