

ジブン・アップデートVol.1

田中：

どうもこんにちは田中です。

今回は『ジブン・アップデート』の完全最終章、平成ももう終わるということで、最後に僕のブレーンであり、ビジネスパートナーでもあるMr.Gと一緒に対談形式で、

今の時代、平成の時代を振り返ったりとかしつつ、今後どんな感じでアップデートを自分にかけていながら、QOL高い人生を作っていく。

どういう風なスタンスでやれば、これから先の時代、ものすごく変化してるこの時代も、いい感じでやっていけるのかをテーマに話をしていこうと思います。

それでは、Mr.G よろしくお願いします。

Mr.G：

よろしくお願いします。

田中：

元気ですか？

Mr.G：

ぼちぼちです（笑）。

田中：

ぼちぼちですか（笑）。まず今回の音声で、初めてMr.Gという存在を知る人も結構いらっしゃるので、軽く最初にMr.Gの紹介をしたいんですけど

Mr.Gとか言っている時点で、「平成最後の怪しさ」みたいな感じになっているので（笑）。

Mr.Gというのは、さっきもちよっと言ったけど、僕がこの10年間くらい、まあ情報発信ビジネスであったり、色々なビジネスをやっているんですけど、戦略だったり色々なアイデアだったりのアドバイスを貰ったり、

まあ本当にブレイン的な、頭脳的な形で協力してもらっている方でもあり、一緒に事業をやったりとかしている方なんですけど、

Mr.Gの本業というのは、ちょっとだけ軽く自己紹介してもらってもいいですか。

Mr.G :

わかりました。一番の本業は、法人さん相手の企業コンサルになります。

それだけではなくて、病院とか街の小さなお店、不動産のお店や建設会社、あとは大学さんとか、そういう公の組織、官庁関係の仕事もやりつつ、

田中っちと一緒にやっているような一般の方、サラリーマンの方とかの個人指導など、まあ教えるビジネスを全般的にやっています。

田中 :

結構オールジャンルというか、色々なジャンルの組織だったり団体、色んな所にアドバイスをするみたいな、戦略を授けたり問題解決をする専門家みたいな感じで仕事されてますよね。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

もう今、それって結構長いですか。今のスタイルになってどのくらいですか？

Mr.G :

今私がやってる会社が8年目なので、大体10年くらいですかね。

田中 :

10年ぐらいこのスタイルで、いろんな業界を見て、いろんな会社を見て、それこそいろんな会社ですよ。

僕が知ってるだけでもMr.Gのクライアントって本当いろんな業種ですよ。医療から建設からITから、何かあと団体か。まあそういう活動をしていると。

その活動をしてる中で、今の現実、色々な人、あるいはビジネス、色々なものの問題点、

よく言われることかもしれないけど、時代が完全に転換期で、色々な所で変化の潮目みたいなものが、変わっているというのは、みんな感じていると思うんですけど。

Mr.G :

うん。

田中 :

その辺をね、Mr.Gのその知識というか、経験というか、感覚で、今僕らが個人、僕のメルマガを読んでくれてる人っていうのは基本的にお勤めの方が多くて、まあ起業したいっていう人も結構いるのかな。

自分の人生を自分で舵取りをして、自分が生きたい人生を作りたい、QOL高い人生を作りたいっていう人が多いので、

その人達に、これから平成が終わるというこのタイミングで、備えるべきことだったり、意識すべきことだったり、考えなきゃいけないこと、

具体的に着手した方がいいことを教えていただきたいなと思って、今回セッティングさせてもらったんですけど。

Mr.G :

はい。

田中 :

今ってどうですか？

Mr.Gから見て、例えば色んな人が、よく言われてる「副業ブーム」だったりとかあるじゃないですか。

もう終身雇用も終わり、年功序列みたいなものも終わり、組織に依存している生き方というのは、本当に危なくて、いつ大企業というのも、いきなり変わるってことも普通にあるわけじゃないですか。

だから自分でビジネスを持とう、みたいな人も多いんだけど、いろんなやり方っていうのは、それこそインターネット叩けば、いっぱい出てくるじゃないですか。

で、うまくいく人がいる一方で、まあ多くの人が結構、いろんな理由で結果が出ないとか、うまくいかないとか、

色々な問題があると思うんですけど、その状況って、Mr.G的にはどんな感じで見てます？

Mr.G :

まず前提として、皆さんに知っておいて欲しいなと思うのが、今スピードが速い、世の中の変化のスピードが速いって言っているじゃないですか。

そもそもそれは何でだっていうところから大事なんですよ。

例えば、技術の進化で世の中スピードが速くなっている。それは確かにそうなんですけど、技術だけじゃなくて、元々昭和平成の時代というのは、世の中を動かしてた一番の大本というのは、国だったんですよ。

国の方針、国の方策で、こうしよう、ああしよう、だったので、かなり緩やかだったんですよ。

でも今、世の中を動かしているインフラ的なものは、企業がどんどん形にしてるんですよ。

企業のサービスで、世の中の流通とか、世の中が動いてると言っても過言ではなくなってきました。

そうすると、例えば国とかは、国民とかが、こうして欲しい、ああして欲しいって言うから、それをやりますよって言う政治家が現れて、やるようになるっていう緩やかな変化だったのが、

企業というのは、もうやった方が自分達の利益になるから、もうバツバツにスピードを上げて、自分たちを改善していくじゃないですか。

だからどんどん新しいサービス、新しい概念、新しい稼ぎ方とかが出てきて、それが社会に浸透するのが早いんですよ。

田中 :

なるほど。

Mr.G :

だからこそ世の中のインフラ的なサービス。今インターネットってインフラですから、すごい速さで変化してきていると。

だからそれを使っている、つまりスマホで検索している我々は、そのスピードにどうしても巻き込まれるんですよね。

田中 :

嫌でもというか、別にそんなのは自分に関係ないよとか思っている人も、例えば『GAFA』ですか。

Googleだったり、Appleだったり、Facebook、Amazon、色々なものを普通にインフラとして使っていますもんね。

Mr.G :

メールのやり取りをそこでやっている人も多いじゃないですか。Facebookでやり取りしてる、LINEでやり取りしてるとかね。

ということは、もうFacebookやLINE、Googleの変化の速度に寄せられちゃってるっていうわけなんですよ。

その上で生きていくわけだから、自分がその流れに乗っていないと、つまり古い自分のままだと、世の中はどんどん便利になって、それを使いこなす人はどんどん先に行ってしまうのに、自分だけ古い時代のやり方に残されてしまう。

例えば、インターネットでお客さんを集めるというのも、昔はホームページを作れば集められたじゃないですか。

でも今ホームページ作ったってしょうがないっていうときもありますよね。

例えば、私のクライアントで、不動産の会社さんがいるんですけど、昔はホームページを作って、そこからお客さんが入ってきてたんですよ。

ところが今だと、検索結果の上位がSUUMO(スーモ)やHOME'S(ホームズ)といった、そういう超大手の会社が全部取っちゃうんですよね。

そうすると、もう大手のリクルートに勝てないので、そこでホームページを作ってせこせこ更新するよりかは、SNSを使った方がいいとか、Googleの新しいサービス「Googleマイビジネス」を使った方がいいとかいう風になるわけですよ。

でもほとんどの会社さんは、そういうコンサルを入れてないので、古い情報のままホームページを作って、ブログを一生懸命書いたら、いつかお客さんが来てくれる、SEOが上がるとかまだ思っているんですよ。

田中：

確かに。なんかそうですよね。

僕は基本的にコンサルティングをやるのは、個人が多いんだけど、ちょっとだけ法人も見てもらうのが、もちろん個人の感覚、感度の違いというか、格差ってめちゃくちゃあると思うんですよ。

今はインフラを使って当たり前に行えることというのが、この数年で一気に変わり、この1,2年でも一気に変わってきたのに、それを当たり前に使っている世代、あるいは当たり前に使っている人。

それを中々意識的に使えていない人の格差ってあるんだけど。

これ、法人（中小の企業）って、まあびっくりするくらい、例えばGoogleとかそういった先進的な、

まあGoogleまではいなくても、インターネットとか、そういった今の新しいテクノロジーみたいなのをバリバリ採用している会社と、全然使っていない会社の格差って、まあ酷くて。

ほとんどの中小は、特に地方とかね。東京でもそうなんだけど、まあ古いやり方、感度低くやっているのが現実ですよ。

Mr.G：

そうですよね。

田中：

結構ヤバイよね。それでやれると思ってるから、結構ヤバイような気がする。

Mr.G :

そうそう。それで売上が下がっているのに、新しいものを学んでいないから下がってるとは思わずに、「今は景気が悪いからしょうがない」とかとぼけたこと言ってるんですよね。

田中 :

それは本当に多いですよ。だから僕がインターネットを使ってる情報発信というフィールドにいるからなのか、

結果を出している情報発信者だったり、いわゆるマーケッター、マーケティングを学んで色々なことをやっている人達が、スキルが高いのは分かるんだけど。

ただ学んで、言葉は悪いかもしれないけど、いわゆるノウハウコレクター的な、結果とかは出してないけど、本を読んだとか教材を買って、マーケティングはちょっと分かったとか、ビジネスはちょっと分かるという人の方が、

これ下手すりゃね、その辺の中小企業とかよりも、圧倒的に知識があつたりするんですよね。

Mr.G :

うんうん、そうですね。

田中 :

バリバリそういうことがある。面白いのが、結構行きつけの小料理屋とか、居酒屋とかに行くと、普通の人アドバイスをしてたりするんですよ。

アドバイスという感じじゃないだろうけど、「なんでここインスタでこういうことやらないんですか」とか、

こういう風にやったらいいのに、っていうのをド素人のお客さんの方が、店長にね、でもやっぱり古い考え方、前時代的な考え方をしている、お店とかだと、

まあ今はあんまりないかもしれないけど、「味さえ良ければ」とか、あるいは「立地さえよければ」とか「価格が安ければ」とか、もう違うじゃないですか。明らかに。

これだけ情報が誰でも調べられるようになっている。その辺のパラダイムがめっちゃくちゃ変わっているから、

なんか今のままだと、これやバいなってしまう個人法人はいっぱいあるような気がするんですけど、Mr.Gから見てて、どうですか。

変化ってどんなところに出てます？法人個人で。

Mr.G :

そうですね。法人個人、特に言うならば、よく「働き方改革」とかも言われるように、働き方、仕事のやり方、収入の得方、というのは法人も含めて凄く変わってきていると思うんですよ。

田中 :

収入の得方が変わってきている？

Mr.G :

ビジネスモデル的なものも含めて。つまりお客さんが何を求めているのかが大事なわけですよ。

昔、昭和の時代というのは、物がなかった。ゼロスタートだったので、物を所有することこそが、ゴールというか嬉しい行為だったんですよ。だから、みんなどんどんものを買ったし、どんどん物が売れたわけですよ。

でも物が全員に行き渡って、飽和してしまうと、物を抱え込むだけしんどいと。維持費もかかるし、部屋も狭くなるからしんどいと。

今は大事なのは持っていることじゃなくて、使えることだと。つまり所有から利用だっていう風に世の中の概念、考え方が変わってきてるじゃないですか。

そういう考え方を受けて、カーシェアリングだとか、月額で高級時計が借りられるとか、毎月服が家に送られてくるとか、そういう月額のサービスが増えたんですよ。

これは企業にしてみても、月額制サービスだから収入が安定する。お客さんにしたら、無駄なものを買ひ込まなくて済むので、安いコストで色々なものを試せる。

もう時代と今の企業の求めるものと、お客さんが求めるものが全部マッチしているから、そうなっているわけです。

だから高度なマーケティングの目線を持てれば、世の中の変化って凄い気付くと思うんですけど、

そういうのがない「ただの消費者」として生きていくと、「あー世の中変わっているんだね」と。

だけど、皆さん働いてるわけですから、自分たちの稼ぎ方、働き方も連動して変えていかないといけないんですよ。

そこに気付いていないと、やっぱり旧時代的な生き方、働き方をしちゃっている。そこが結構、問題だとは思いますがね。

田中：

まさにそうで、オフレコのところというか、例えばMr.Gと飲んでる時とかにさ、こういう話ばかり、しながら飲むからどうかとは思うんだけど（笑）。

それを教えてもらっているから、その感覚で見ると、例えば僕のスタイルでビジネスをやっている人とかでも、

本当に1年前、2年前までは、めっちゃ上手く行って、もうほんとそれこそ爆発的な売上があった人も、同じスタイルでやっていたら、ガチで10分の1とかになっている人も普通にいますよ。

何が変わったって、別にその人のスタイルが変わったわけでもないし、価値が下がったわけでもないし、その人の誠意、パッションみたいなものが疎かになっているわけでもないのに、そうになっているということは、明らかに時代が変わっているわけじゃないですか。

Mr.G：

はい。

田中：

で、凄くここでまた危機感というか、危ないなって思うのが、

そういう人、ちょっと前の今まで通用していたやり方、在り方の人から愚直に学んで、今から起業しようとする人だったりとか、今から何か副業でやろうとする人というのは、

これね、今の時代を見ながら、良いところはもちろん前のやり方でもあるんだけど、アジャストしていかないと、アップデートしてやっていかないと、危ないなと思うんですよ。

Mr.G :

そうですね。特にノウハウコレクターの人って、ノウハウを溜め込むじゃないですか。

でも特に技術的な話とか、マーケティング的な話って、本当もうここ2,3年とかで大きく変わったところってあると思うんですよ。

例えば、世界的に有名なマーケッターの大師匠みたいな人が、言っているやり方すらも通用しなくなったりとかするので、

ノウハウコレクターの人が、色々な本で学んだ、色々なやり方を知っているから、自分がやるときはそれを使ってみようと思っても、それ全部使えなかったりするんですよ。

だからもう2,3年以上前の、特に技術的なものとか、マーケティング的な話は、一旦全部忘れて、捨てた方がいいくらいの変化も起きているんですよ。

田中 :

なるほど。もちろんそれは起きていて、それっていうのは、ちゃんと知って、その時代に合うやつ、これから先の今の時代に合う形で自分をアップデートして、やっていくのは、大前提として大事なんですけど。それをしなかったらキツイので。

で、なんて言うんでしょう。漠然とみんな不安があるというか、例えば、このままじゃマズいなんて思う気持ちと、

色々なテクノロジーが発達して、AIだったり、色々な昔、映画とか漫画の想像の世界だったものが、ガチで現実みたいになってきているじゃないですか。

これってどんどん加速していくと思うんだけど、その不安とワクワクが混在していると思うんですよ。みんなね。

だから例えば寿命が延びるとか、健康寿命が延びるみたいなことっていうのは、テクノロジーの発達というか、進化で必ずあるじゃないですか。これってどう考えても、事故って死なない限り寿命って延びるじゃないですか。

本来、生き物としてはハッピーなことなんだけど、ただこれって一概には…、もちろんハッピーなことなんですよ。

健康に生きてれば、健康なまま寿命が延びればハッピーだし、ちゃんと生活のできるお金だったり、自分がやりたいことができるお金があって、寿命が延びる。

これはハッピーなことなんだけど、そのポイントを見落として、病気で長生き、これは拷問だと思うんですよ。

生きてればそれだけで丸儲けみたいな考え方があるかもしれないけど、僕はQOLコンサルタントなので、QOLっていう概念を考えたら、たぶんあんまりハッピーではないよね。

あとお金も全く無い、凄く困って、時代にも取り残されて、長生き。これもしんどいと思うんですよ。

Mr.G :

はい。

田中 :

だから、周りの人と話していて思うんだけど、これを何となくみなさん感じるから、自分の価値を作って、起業してとか、何かインターネットを使って、マネタイズする、何かビジネスをやるとか、色々な手法でビジネスをやろうとしている人、多いと思うんですけど。

その価値を作って、自分でお金を作っていく、自分をお金に換えていくことの必要性っていうのに気付くというか、その感度って大事だと思うんですけど、

それがあったとしても、さっき話したような、ちゃんと時代が変わってきていることを踏まえた上でやっていかないと、キツイよって話ですよ。

Mr.G :

そうですね。

田中 :

じゃあこれね、どうすりゃいいのって話になると思うんですけど、なんか例えば今まで言われてるようなマーケティングのやり方だったり、在り方だったりというのが、

もちろん、マインドセット的な部分とか、中心の部分、本質というのは変わらないんだけど、色々なところが変わっているわけじゃないですか。

実際、僕らも変えているわけじゃないですか。色々なところをずっと。常にね。

これってどんな感じで、考えればいいんでしょう。

というかね、これって俺には関係ないって思っている人がいたら結構ヤバいんだけど、思っている人が多いような気がするんですけど、

例えば「俺はずっと会社勤めするから」とか「今うまくいってないわけじゃないから」って思っている人が多いような気もするんですけど、これどうですかね？

Mr.G :

まず今働いている、このままずっと働くから、って思っている人は、心して聞いて欲しいなっと思うんですけど、

働いているサラリーマンというのは、結局自分の労力、労働力を会社買い上げてもらっているわけじゃないですか。

だからサラリーマンにとってのお客さんというのは、自分の会社なんですよ。その会社のお客さんじゃないんですよ。

でもその自分の労働力とか、そういったものを価値を見出してくれる会社が、自分が年を取ったときに、定年で、そろそろ貴方はいいですよって切ってくるわけですから、

残された自分というのは、もうそんなに価値がないよって社会的に判断された自分という風になっちゃうんですよ。

でも今もう定年って早いじゃないですか。55とか60とか。どう考えても70過ぎまで働かないと生きていけないのに。

そのときに何も準備していなかったら、じゃあいい年になった、中年通り越していますけど、どこか雇ってくださいって、また自分を売り込みに回るのかっていう話になるんですよ。みんなそういうのを分かっているから、漠然とした不安を持っていると思うんですよ。

田中：

確かに。

Mr.G：

でも漠然とした不安を不安のまま持ったところでどうしようもないので、それって改善していかないといけないんですよ。

そのときに私が一番大事だと思うのが、それをちゃんと問題として捉えて解決していく力だと思うんですよ。

インターネットとか、会社とかというのは、結局「やり方」じゃないですか。

本当に貴方は何をしたいのっていうと、お金を稼ぎたい、そして自分自身、充実して生きていたいってことだと思うんですよ。

その為のインターネットもマーケティングも、全部ただの道具でしかないので、そういう風な道具をどう上手く活用できるか、活用するのか。

そういった道具を全部活用できる自分になる、その力をつけることが一番大事だと思います。

田中：

なるほどね。いや本当に正にそうで、例えばさ、僕ね、仲いい先輩の会社が、なんかプロスポーツのAIというか、データの分析とか色々やっているんですけど、

今プロ野球とか、メジャーリーグも含めて、もう今データなんだよね。

ちょっと前までの野球というのは、まあ野球だけじゃないんだけど、個人が色々分析をして、フィジカル的な力だけでなく、そっちの「力」のある人が、もちろんパフォーマンス高かったんだけど、

いま考える部分みたいなものは、全部データでやるから、もうね、考えずに違う領域が求められているんですよ。

だけど、昔のやり方で「俺はこれでホームラン打てるんだ」みたいな感じで、データを使わなかったら、戦い方が変わってるわけですよ。

もうそういうことじゃないですか。

これね、さっき年代の話が出てきたので、前も話したかもしれないんですけど、なんか50代後半以降の人と話していると、

「いま時代が変わっているかもしれないけど、俺らはまあ逃げ切れる」みたいな感覚を持っている人が多いと思うんですよ。

もうそれ若者の話でしょ。なんかGAFAだか何だか知らないけど、AIだかなんだか知らないけど、『PayPay』知らないよ。ペイペイ言ってんじゃないよと。関係ないと。

俺らはこのままって思っている人がまず多いのが、結構ヤバいじゃないですか。

Mr.G :

はい。

田中 :

相当たぶんそのままじゃ逃げ切れなくて、一番僕ヤバいと思うのが、30代くらい。

例えば今の10代、20代というのは、生まれたときから色々なもの、インターネットだったり、色々なITツールというのが当たり前にあって、色々なものがどんどん出てくるのが当たり前。

だから新しいものに乗るスキルみたいなのが、生まれながらあるような世代だと思うんですよ。若い人達というのは。

ゆえに人として弱いんですけど（笑）。

まあそれはそれでいいんだけど、その時代だから。弱い強い言うのが、本当に昭和の凄く古い考え方なので。

でもその世代ってさ、変わったときに多分使えるんですよ。

変わりゆくもの、アップデートされていくもの、アップデートすることが結構当たり前の文化だから。

でもなんて言うんでしょう。平成昭和の人達ってアップデート概念というのがなくて、自分はこうだ、このスタンスだ、この会社だ、このやり方だ、っていうのにこだわっているつもりはないけど、執着があるというか手放さないで、かなり危うい。

で、20代と30代って、そんなに年変わらないのに、見ていると全然違うんですよ。生活様式、思考様式、そのスタンスが。

だから本当に今、このアップデートしていくっていう概念を持たないと、備えを持たないと、ヤバいと思うんだよね。

これはさっきも言ったけど、若者だけに言えることじゃなくて、もうこのまま引退して逃げ切れるって思っている、逃げ切れたらそれはまだいいんだけど、それが結構危ういので、たぶん全部が考えた方がいいんですけど、

結構長くなってきたので、じゃあ具体的に今までの時代、在り方だったり、やり方だったり、お金に対する考えだったり、ビジネスに対するやり方というものが変わってますよ、というのは分かりましたと。

じゃあ今後を生きていく上で、どういう備えがあった方がいいのか、どういうことを考えたらいいのか、どういう価値を作れるようになった方がいいのか、みたいなことを次の音声で、それに対する備えみたいなものを聞かせてください。

Mr.G :

はい。

田中 :

じゃあ今回、第一回目の対談はこの辺で終わりにしましょう。ありがとうございました。

Mr.G :

ありがとうございました。