

# 要塞の中でつかまえて。

人間性の完成態は・・・適切な方針を持って活動することにおいて実現されるのである。共同体の完成を真剣に配慮するためには、個人の完成を真剣に配慮するときと比べて、一段と高い徳が必要とされる。(Leo Strauss)

## 【「行動」のための土台～正しい MSP の考え方～】

面談をしていて、一貫して感じることがある。僕がよく言うコメントに「つまらない」とか「工夫がない」とか「もっと考えろ」とかそういう類のものがあるが、僕がそう言う場合は、すべて共通のものをイメージしながら言っている。それは何かと言え、新田君との対談でも大きなテーマとなっていたけれど、

「くっつける」

ということだ。

セミナー本編でも2つ以上のものをくっつけることで、それも1.5流くらいの実力があるものを2つ以上くっつけることで、オリジナルな、ユニークな土俵、つまり「独壇場」が作れるんだ、という話をしてきた。みんなそれは理解できているから、実践してくるのだけれど、理解が少しばかり浅いのか、僕の伝え方がイマイチなのか、出てくるものが例外なく「つまらない」のである。

なにがどう「つまらない」のか、みんながやっていることを、少し大げさな例で見てみたい。

ネットサーフィンをしていて、偶然こういう人のセミナーの募集が目に入ったらどうだろうか。

「全日本ボディビル選手権7位、NFD フラワーデザイナー1級、ハイデルベルク大学を17世紀ドイツ観念論をテーマにした卒論で首席卒業した男がマーケ

ティングの極意を教えます！」

ある意味でこのセミナーに興味はあるが、それは単なる怖いもの見たさ的な興味であって、「この人についていけばばっちりだ」という安心感はない。つまり、この人をリーダーとして認めたい気持ちは起こらないし、自分の人生をかけて、共に歩いていきたいとも思えない。

これだけ面白いバカみたいな肩書があるなら素直にくっつけても確かに「面白い」が、それは瞬間最大風速的な面白い以上でも以下でもないのだ。しかも、普通はこんなエキセントリックな人間はいないから、大体の場合単にロクでもないものになる。

例えばこんな具合だ。

**「英検2級、マイクロソフト認定ソリューションアソシエイト、極真空手歴6年の23歳マーケッターが次世代ビジネスについて暴露します！」**

いやあ、バカみたいじゃないだろうか。

一体誰がこのセミナーに行くんだろう。

他人事だとバカみたいだと思うはずなのだけど、驚くなかれ、僕の所に持ってこられる MSP の大部分はこのレベルである。

「1. 5流をくっつけろ」というのは、ただそのまま並べろと言っているのではない。どっかのセミナーで言ったが（新田君解剖セミナーかライティングワークショップかな？）、

「抽象度を一段以上上げたレベルでくっつける」

ことに意味があるのである。ここで、僕が口を酸っぱくして言っている「抽象度を上げる」という作業ができないと、この壁を超えることができない。犬、

猫、ゾウ、という3つのものがあったとする。これを例えば「動物」とするか、「陸上生物」とするか、「哺乳類」とするか、「四足動物」とするか、それは必要に応じてやれば何でもいいのだが、とにかく抽象度を上げるとはこういうことである。

これと同じことを、英検二級、マイクロソフト以下略、極真空手歴6年、マーケッター、という4つの要素について行う必要があるということだ。この4つの「共通因数」は何なのか。それが分からないなら、この4つを「くっつける」ことはできないということである。くっつけることができないということは、この4つをくっつけて新しい土俵を作ることにはできないということである。新しい土俵を作るとは、 $1 + 1 + 1 + 1$ が4ではなく100とか1000とかになることを言うのだ。ただ並べたってこうはならないに決まっている。

例えば僕は卒業大学も言わないし（というか卒業していないが）、毎年いくら稼いでいるのかなども言わないし、どういう人脈が具体的にがあるかも言わないし、本を何冊持っていて何冊読んでいるかも大々的には言わないし、普段どんな生活をしているかとか、そういう話もしない。「それっぽい」肩書きすら作っていない。

「年収3億円、政財界に圧倒的な人脈を持つ東大卒のマーケッターが、再現性100%のグローバル新ビジネスについてすべてを語ります！」

などとやるのが、きっとセオリーなのだろうが、たぶんこういうのを見たら、みんなは僕のセミナーには来ないのではないか。そして、随分と毛色の違う人達が群れを成してやって来るのではないか。

このMSP的な何か寒いのは、要素も各々寒いけれどそれ以上に、それらをただ並列させているだけだからというところに理由がある。つまり、せっかく複数の要素があるのに、その一段深い本質に全く迫ることなく、ただバカみたいに並べているだけだから、何となく読んだ人はバカにされている気がしてしまうのだ。そして、それをバカにされていると感じない本物のバカが、このセミナーに行くことになる。

## 【もう一つの「寒さ」】

これらの例の寒さのもう一つの理由は、

「せこさ」

である。例えばフェイスブックなどで、ブランド品をしきりにアップしたり豪華な食事やパーティー風景をアップしたりしている人がなぜ痛々しく見えてしまうのかと言えば、それは「必死にそうしているように見える」からだ。

子供がテストで100点を取って帰ってきたときのことを想像してほしい。「いつも」100点を取っている子は、おそらく普通にテストを親に渡し、いつも通り冷蔵庫でも開けておやつを探したりするだろう。しかし、3年ぶりに100点を取った子は、大騒ぎして、自慢して、一日中そのことを話題にするに違いない。何なら、夏休みにおばあちゃんの家に戻った時にまで自慢が始まるかもしれない。そうすれば、おばあちゃんがお菓子やおもちゃをご褒美に買ってくれるかもしれないから。

それと同じことだ。

毎日必死こいて自慢している人というのは、「それがその人にとってすごいこと＝珍しい滅多に起こらないこと」だから自慢していると、僕らは直感的にわかってしまう。そういう「器の小ささ」みたいなのが透けて見えてしまうのである。

「年収3億円、政財界に圧倒的な人脈を持つ東大卒のマーケッターが、再現性100%のグローバル新ビジネスについてすべてを語ります！」

というのを見た時に感じるのは、明確に言語化はされないかもしれないが、

「ああ、この人は今の瞬間最大風速的な年収と、人脈と、学歴しか自慢できるものがなくて、これがこの人のすべてでなんだろうなあ、余すところなくそれをアピールして1円でも多く稼ぎたいんだろうなあ、ご褒美がほしいんだろうなあ」

ということなのである。つまり、その器の小ささに加えて、「少ないリソースを少しでも有効利用してやろう」というせこさを感じてしまうことが、寒さの原因なのだ。今フェイスブックなどで大々的に行われているらしい「自慢大会」的な生活は、僕は5年くらい前に終えてしまっていて、今ではある意味で「まったく一般的には想像がつかない」ような生き方をしているのだと思うけれど、それをいちいち「ほうら！ほうら！！ほうら！！！」と見せびらかしていたらそれだけでかなり気持ち悪い。というか、そもそもみんながうらやましがるような生活はしていない。

そう言えば、当時の僕を知っている人は、いかに僕が毎日ダイヤをキラキラ身に着けていたか、記憶にあると思う。総額1000万円を身に着けた男がさらに1000万円の現金を持って街を歩いていた。これが「普段の装い」だった。そのバッグを電車に忘れてたりして、取りに行ったときカバンの中を見て駅員が青ざめていたのは記憶に新しい。多分、いや、十中八九、ヤクザだと思ったのだろうなあ。

大企業のコンサル依頼で、初めて偉い人に面通しに行った時もそういう格好で、名刺も持たず（というか作ったことがない）、ダイヤの時計に指輪をキラキラさせて、23歳くらいの若者が50過ぎた取締役に偉そうに自己紹介したりしていた。いやあ若さってすごい。

当時を思い出して感じるのは、決して本人は「キラキラしている」つもりがなかったという点だ。ただダイヤが好き、好きなブランド品を身に着けている、ほしいものはとりあえず買う、相手が誰であろうと関係ない、俺は俺なんだ、という感覚ただただで、これと言ってそれ以上の意味もメッセージもないつもりだった。

でもそれは違うのだ。本人にその意識がなくても、「体現」されたメッセージは勝手に伝わってしまう。

派手にダイヤやブランド品を身に着けて、名刺も持たずに登場すれば、常識のない、若くしてまぐれで成功した若者が勘違いしてやってきた、と思われても仕方ないのだ。

僕の場合は幸い実力と中身が（一般のコンサルなどと比較すればまだ）あった

から、相手が「試験」として出してきた無理難題を、相手の想像をはるかに超える結果を出すことで認めてもらうことができたけれど、今にして思えば、まだまだ不勉強で、ある意味で「不自由」な生き方をしていたなあと感じる。

大百科でも言ったような気がするが、メッセージはギラギラアピールのように「叫んだら終わり」なのである。「大声を出す」というのは、芸も経験もない若手芸人が声を張るのと同じで、「若さと勢いしかありません！ボク必死です！！」というアピール以外の何ものでもないのだ。そういう雄叫び系メッセージは、どうしても「勘違い」「寒い」「気持ち悪い」と思われるリスクが跳ね上がることになる。

だから、そういう人のセミナーや教材を買うというのは、そういう若手芸人を観に劇場に行くのと同じで「応援」以外に理由はない。そのつもりならば、そういうセミナーや塾に参加していても、僕は何も言うことはない。しかしそれならば「使えない」とか「詐欺」とかいう批判は全く見当はずれであって、黙って応援してやれと言いたい。応援以外の目的があるなら、行かなければいいだけの話だ。「買うことは応援すること」という当たり前の感覚がないから、そういう痛い目を見ることになる。

## 【二種類の興味とリーダーに必要なもの】

特に「自分にとって」どうでもいいことを大声で語られ続けると、人はげんなりしてくるものだ。それがたとえ一時的に面白くても、ずーっと耳元で大声で語られていたら、疲れてくるだろう。

人は、自分のバラ色の未来には本質的な興味があるが、しゃべってる相手のビル一本一本の詳細な構造とか、どれだけ日頃贅沢しているかなどには、刹那的な興味しかない。だから僕らは「彼らの」バラ色の未来を語り続けるべきであって、「自分が」ボディビルで何位になったとか、フラワーデザイナーの資格を持っているとか、毎晩六本木や銀座で豪遊しているとか、そういう話は「適度に」とどめておくべきなのである。

そのバランス感覚がない人に出会うと、僕らはげんなりし、「寒い」と感じてし

まうのだ。だって僕らは本質的に自己中心的にものを考えてしまう生き物だから。自分と関係ないことを、それも自慢話みたいなのをずーっとしゃべっている人が目の前にいたら疲れるのと同じことだ。

ところで、今言ったように、「興味」には実は二種類ある。

1. 刹那的な興味
2. 本質的な興味

だ。娯楽は刹那的な興味を刺激するもので、テレビや漫画や映画などのエンターテインメント、あるいは遊園地やショッピングモールなどの施設もすべて、刹那的な興味をいかに効率よく刺激するかを考えてデザインされている。実はコンビニなどもそういうデザインになっている。

人間にはこの二種類の興味があるのだから、どちらがよいとかダメとかそういう話ではない。刹那的な興味をフェイスブック上で刺激しまくって何とか自分の高額塾やセミナーに誘導しようという意図も、まあ分からなくはない。

ただ、もちろん本当は言うまでもないことなのだけれど、それは長続きがしないのだ。

刹那的な興味というのはあくまでもエンターテインメントであり、スパイスである。本丸は当然本質的な興味であり、それとのバランスを考えて混ぜることを意識しておかなくてはいけない。決して、刹那的な興味がメインになってはいけないのだが、なぜならそれはその名が示す通り「短期的な刺激」に過ぎないからだ。

短期的な刺激ばかりになれば、普段テレビばかり見て、愛読書は少年ジャンプ、仕事が終われば飲み屋で愚痴ばかり言っていて、でも「楽しんで一攫千金」を夢見る、いわゆる「一般的な大衆」が興味を持ってやってくることになる。するとあら不思議、今ネットで頻繁に見られる「バカがもっとバカを搾取する構図」が出来上がってしまうのだ。

ここでちょっと（さらに？）脱線するが、勢いついでにバカについて話してみたい。



僕と新田君とで一致している見解として、どうしてネットビジネスをやっている有名な人はバカばかりなのだろうか、いやあ残念なことだ、というのがあ  
る。僕などは残念と思うけれども、「バカでも稼げるなんてラッキー」と思  
うおめでたい人も少なくないらしい。

まあ、それはそれとして、そういう「バカなくせに成功しているらしい人」と  
の付き合い方のガイドラインをここでは考えてみたいと思う。そんなガイドラ  
インに意味があるのかという真つ当な疑問はここでは受け付けない。

まず、相手はバカなのだから、基本的に話を聞く意味はほとんどない。なぜな  
ら、バカだからだ。トートロジーだけれど、仕方ない。1+1は2。それ以外の  
答えはない。バカな人が100のことしゃべっているとして、その中で意味の  
あることは1くらいだとする。バカでない人が100しゃべればそれが30く  
らいにはなる。賢い人がしゃべれば80くらいになったりする。

もちろん、キャパシティとして1以上のものを受け取れない人は、30とか8  
0とか話されても寝ちやうから、1だけ話してくれる人の所に行くべきではあ  
るけれど、一般論として、同じ時間を使って、あえて1しか意味のあることを  
しゃべらない人の話を聞く必要はないのではないかと個人的には思うのだ。ど  
うせなら80の意味あることをしゃべってくれる人の方が、大切な時間を使う  
意味を感じるのではないかなど。

ただし。

どうやら彼らは結果を出しているらしい。なぜ結果を出せているのかが気にな  
る。そういう気持ちはあるかもしれない。もしかしたら「なんで俺よりバカな  
くせにあいつが」という気持ちもあるのかもしれない。僕は別にそういう気持  
ち自体は否定しないが、処理の仕方を間違わないようにしよう、と言っている  
のだ。

「なぜ彼らがバカのくせに自分より結果を出せているのか」の答えは、実は彼  
らは知らないのである。万が一知っていたとしても、語れないのだ。「成功の秘  
密は普通語らないものなんだから当然だ」なんてそれっぽいことを言っている  
人も多いようだが、全く違う。それは彼らを買いかぶりすぎている。彼らが成  
功の秘密を語らない理由の一つしかない。なぜなら彼らはバカだからである。  
語らないのではない、語れないのだ。



## バカには、語るべき言葉がない。

だから、もし結果を出しているならば、そしてその理由が知りたいのならば、彼らの行動を見て分析すればよい。具体的な「結果」を出しているとするならば当然その背後には具体的な「原因」があるはずで、それを観察し、分析し、抽象化し（このプロセスが大事）、理解すればよい。その意味で、話を聞く意味はほとんどないが、観察する意味はあるかもしれない。

ただこれだけのことなのに、多くの人がこれをやらないのは二つの理由があつて、

1. 観察分析が面倒だからてっとり早く秘密を教えてほしい気持ちがある
2. 外からは絶対見えない「秘密」があると錯覚している

の二つである。はっきり言って、どちらもお話にならない。1も2も単なる怠慢で、申し訳ないが騙されたとしても当然だと言わざるを得ない。「怠慢」というのは、いつの時代も狡賢いやつが「つけ入る隙」でしかないからだ。

ところで、1の怠慢は分かりやすいが、2が怠慢であることがピンとこない人は多いらしく、この話をするとぼかんとされることが多いので少し言葉を足しておく。

2が怠慢なのは、

「自分でしっかりと観察・分析を行わず、またそれをするだけの修練を普段してこなかった自分を棚に上げて、自分には見えないすごい秘密があるという逃げ道を作っているから」

である。簡単に言うと、

「あの人は天才だから成功できたんですね」

と言って、自分の努力不足を棚に上げている状態と同じということだ。こういうメンタリティがあるうちは絶対に自分の成功法則など作ることができない。その意味で、

「私が成功した秘密を全て暴露します！！」

と（バカとしか思えない人が）言うのは、二重の意味で嘘である。

1. 秘密なんかない
2. 暴露・伝達できる頭なんかない

という、当たり前の理由によって。こんな当たり前のことが、どうやら多くの人には理解できないらしい。だから、僕が前から言っているように、バカがもっとバカを搾取する構図、というのがなくならないのだろうと思う。

・・・さて、ようやく話を戻そう。

リーダーからは、「余裕」というものが滲み出ていなければならない。必死に叫ぶ余裕のなさ、せこさ、器の小ささ、品格のなさ、そういうものが滲み出てはいけない。本当の意味での余裕が見えなければ、人は安心してついてくることができない。本当の余裕は、世間で言われているのとは違って「実績」や「自信」からくるのではないことは新田君セミナーでも話したけれど、それがほぼ全ての人にはないのがもったいないなあと個人的には思っている。

さっき話した通り、叫ぶのは間違った結果になる。しかし謙遜して不当に低く言うのも違う。何も言わないのはもっと違う。「余裕を持ってあるがままを言えばよい」「事実をただ囁けばよい」のだが、その「あるがまま」に価値が認めもらえるステージまで成長している人がほとんどいないのだ。でも逆に言えば、その「余裕」が手に入るだけで頭一つ二つ抜きんでることができるということだ。

## 【余裕を手に入れるために】

本当の意味で余裕を手に入れるのは簡単ではないが、やること自体は単純だ。新田君との対談でも言った通り、

### 「自分だけのビルを、でっかいビルを建てること」

である。それも、できれば複数のビルを建てて「要塞化」していきたい。

昔から僕は「ふり幅を大きくしろ」ということを言っていたが、それはこのビルの距離を遠くしろ、なるべく遠いところのビルを渡り廊下でつなげ、という意味である。例えば哲学からビジネスへ、あるいは量子論からビジネスへ、というのは、相当遠いように感じるのではないだろうか。でも、だからこそそこをつなぐことには非常に大きな意味があって、実際につながった暁には、ほとんど誰もこの土俵には上がってこられなくなる。

こういう移動の大きさはとても重要で、例えば体育系の大学を出て大学院に行って解剖学を少し研究してスポーツトレーナーになりました、などはほっそいペンシルビルが広い荒野にぽつんと建っているようなもの。音声でも言ったことだが、もう僕らにはあのすばらしい愛をもう一度などと悠長なことを言っている時間はない。

高いビルが離れたところに二本建つということ。

これが大切なのだ。ビルとビルの間が広いほどいろんなビルが入りやすいことは言うまでもないというのは分かると思う。隣り合ったビルの中に新たなビルを建てることは難しいが、東京と福岡の間には、大量の新しいビルを建てていくことができる。

ただ、少し頑張ると、案外この距離というのはみんな確保できるものである。最初の方に挙げた「全日本ボディビル選手権7位、NFD フラワーデザイナー1級」というのも、相当距離が遠いけれど、このように「単に距離が遠ければいい」のであれば、そんなに難しくはない。

問題は純粋なビルの高さや遠さではなく、渡り廊下を含めた「ビルとその周辺」全体の規模である。

さっき、「要塞化」という単語を使ったけれど、これが全てを表している。バラバラのビルが何本建っていても意味がない。それらは有機的につながり、ひとつのまとまりとして統合されて初めて意味を持つ。この、有機的につながられた「全体」をユニットとして、その規模が重要になる。「ボディビル」と「フラワーデザイナー」というビルが、ただ遠くでバラバラに建っていても意味がないのである。

細く高いペンシルビルを建てること、それでもなんとなく食ってはいけるかもしれないが、食っていくことしかできない。それでは「全体の規模」で言えば、長屋(広く浅いだけの人)に負けるかもしれない。繰り返しになるが、重要なのは「ビルと渡り廊下群全体の規模」なのである。

ここで、僕が去年会った中で一番「エリート」だなと感じた人の話を例に出してみたい。

彼は当時20歳だったが、18歳で入学した米国イエール大学を首席で卒業し、そのまま大学院に進むことが決まっている。大学院では生物学系の研究をすると言っていたが、僕では具体的に何を言っているのかよくわからなかった。とにかく生物学系の研究をするために大学院に進学することだけは理解したので、将来はその道の研究者になってノーベル賞でも目指すのかと聞いたら即答でNoという答えが返ってきた。

彼曰く、30歳くらいまでは研究するかもしれないが、そのあとは国際的に活動できる弁護士になる、と。ノーベル賞なんて名誉賞欲しくないと言っていた。毎日勉強ばかりで忙しいのかと聞けば、どちらかという趣味でやっている空手の方が生活の中では大きなウエイトを占めているらしく、全米の代表候補として強化合宿などに行かないといけないから大変だと。

ちなみに彼は日本人である。

こういう人は、日本ではあまり見かけないが、世界に出ると結構見かける。「完全なバイリンガル」「空手の全米代表候補」「イエール大学を20歳で首席卒業」「生物学関係の博士号を持った国際弁護士(候補)」といった具合に、今出てき

た情報だけでこれだけ遠いところに、太く高いビルが建っている。

幸い(?)、僕が話した感じではこれらすべてが深いレベルで有機的につながっているとは感じなかったが、しかしながら、こんな人と同じ土俵で勝負したいと思うだろうか。僕だったら絶対に勝負したくない。まかり間違ってもこの全てが、そしてこれから建つビルのすべてが一つの要塞に統合された時、同じ土俵に乗っていたとしたらもう後悔してもしきれない。

こういうモンスターみたいな人とともに勝負したくない場合、自分だけの土俵を作ればよいのだと気が付いたのはほんの数年前のことである。新田君解剖セミナーで、僕は仮にブラッドピットが相手でも全く気にならない、なぜなら「どちらがモテるか」「どちらが俳優として優れているか」などという土俵に乗るつもりはないからだ、例えば Stay Gold セミナーという土俵なら僕は絶対に負けない自信がある、というようなことを話したと思うが、その感覚を持てると本当に「落ち着いて」生きていくことができる。

「余裕」が出てくるのだ。

「余裕」の半分は、絶対的な、自分だけの土俵が作れた時に、土俵からルールからすべてを自分が作れた時に、初めて実感することができるようになる。

もう半分は、絶望からくる。

## 【余裕の先にあるもの】

余裕を持てたということは、今見てきたように、自分だけの土俵をきちんと作ることができたということの意味する。つまり、MSP もしつかり提示できているし、まるで帝国のような「要塞」もできている。もしこれでコミュニティができないとしたら、情報発信がゼロだということ以外に考えられない。だから早いところ情報発信をするべきなのだが、その際ひとつ気にしてほしいことがある。

僕らは、コミュニティのリーダーなのだけれど、そのリーダーというのは、翻

訳家でもあるのだ、ということだ。では、翻訳家とは何をする人のことか。ここで言う翻訳家とは、

## 個人的な体験・言葉を、一般的な体験・言葉に翻訳する

人のことである。

これが、案外わかっていない人が多い。一般的な体験・言葉とは、文字通り一般的に共有できるものという意味である。

例えば、「この焼肉はマジでうまい！」は個人的な体験と言葉である。リーダーがこればかり言っていたら、ただのバカだと思われる。これを「一般的な体験と言葉」に翻訳して伝えていかなければならない。そこでよく使われるのが「グラム1万円、きめの細かいサシの入った最高級A5ランク松阪牛を使い云々」といった、客観的な事象を用いて説明する手法である。もちろんこれもダメではないが、面白みがないのが欠点である。「ユニークなリーダー」となるためには、そこに「オリジナリティ＝ユニークさ」を足していきたいところだ。

次に使われるもの、コピーライティングなどを学んだことがある人にとってはむしろこっちの方が一般的かもしれないが、 testimonial や権威の推薦文を用いる、いわゆる社会的証明という手法がある。

実は、ほとんどすべての人がきちんと理解できていないが、社会的証明というのは、「信用を得る」ために使うというのはその通りなのだけれど、一段抽象化して話せば、個人的な体験・言葉の一般化のために必要なのである。これは何を意味するかというと、つまり地の文だけでそれらが一般化できるのであれば、社会的証明はあってもなくてもよいということだ。

僕が書いたレターやメルマガといった文章は瞬く間にパクられていくらしいことをいろんな人から随時チクられているが、しかしそのパクっている「有名な人たち」「無名人たち」の中で、僕のレターにほとんど社会的証明が入っていない理由をきちんと説明できる人はいないのではないかと思う。せいぜい「ブランドが出来てるから」とかそういうレベルでしか理解できない人がほとんどだろうが、そうではないのだ。真実は、社会的証明がやるべきことを地の文でやっているから、つまり社会的証明などというものが不必要だから省いている

だけなのである。

## 文章というのは、書きすぎても書かなすぎてもダメ。

必要な要素がないのも困るが、いらぬものを書いてはいけないのだ。当たり前のことなのだが、これが実に難しい。

社会的証明については、上述の通り「ブランド化のために必要なですよね」と思っている人が多いが実際には違う。なぜ「社会的」の意味を素直に理解しないのだろうか。本当は、個人的なものを社会的にする、つまり一般化するために必要なのだ。

その結果として、ブランドができる人もいるというだけの話であって、そこを履き違えているから、ほとんどの人は寒いことになる。ほしい結果はブランド化かもしれないし、社会的証明は確かにその一助になりうるが、実はダイレクトには結び付いていない。ブランド化に至る間を自分なりに埋められる人は他者から安定感と確からしさを認めてもらえるようになるし、埋められない人は無理矢理あるいは偶然ブランドが出来たように感じられるようになる。

この差は相当に大きい。

ある概念を抽象化して本質に近づくことの重要性がここでもわかってもらえるかと思う。抽象化することができれば、既知の概念について、一段深い理解が得られる。推薦文を載せるべきか、お客様の声を集めるべきか、ストーリーをどうするか、保証をどうするか、あらゆることが明確な根拠を持って判断することができるようになる。

## 逆に抽象化できなければ、常に砂上の楼閣で不安と戦いながら、大声マーケティングから逃れられなくなるのである。

この一般化であるが、「俺は UFO を見た！」などの場合はちょっと面倒くさい。なぜならば、この現象自体が一般化しにくいからだ。いくら詳細に語っても「見間違い」の可能性が消えないし、写真があっても「合成」の可能性が消えない。実はここ10年余りで、UFO やネッシーなどの目撃情報が激減しているというデータがある。なぜなのか、と言われると、それは携帯やスマホの普及によっ



て、カメラが当たり前に誰もが持っている時代になったからだといわれている。

「自分で自分を騙せなくなった」

と、ある専門家は分析しているが、こうなってくると逆に「UFOを見た」みたいな極めて個人的な体験は、ますます「胡散臭いオカルト」の категорияに押し込められていくことになる。UFOほどひどくなくても、例えばコンサルとか、カウンセラーとか、コーチとか、あるいはヒーラーなんていう生き物は、この「体験と言葉の一般化」がとても難しい。結局「個人差があります」という注釈を外せないからだ。先日も面談している人が悩んでいた。

「とにかく騙されたと思って一回受けてみてください、としか言えないんです」

と。こういう悩みを抱えるのは、大体この手の職業である。体験してもらえばわかるはず、でもその体験してもらうまでに言うべき言葉が見つからないのだ、と。

でも、見つけなければいけない。語れなければいけない。それがリーダーの仕事なのだから。

リーダーはコミュニティのメンバーに自分の背中を見せ、時々語りかける存在だとセミナーでは言ったが、その「語りかける言葉」がリーダー個人の体験と言葉のままであっては共有ができない。聞こうにも聞こえない、理解しようにも理解できない、つまりついて行こうにもついて行けないのである。

個人的な体験・言葉の領域にとどまるうちは、UFOを見たとか、ネッシーと泳いだとか、ビッグフットと一緒に雪崩を起こしたとか、ツチノコを焼いて食べたとか、アカシックレコードにアクセスできたとか、秒速で1億稼いだとか、そういう「オカルト」と同じ領域にとどまっているのだということを、強く自覚してほしい。

先に述べたように、バカは語るべき言葉をそもそも持っていない。だからリーダーはバカであってはならず、常に「脱バカ（＝「今はバカである」という無知の知を忘れないことが学びの前提）」の精神で学んでいなければいけない。しかしせつかくの語るべき言葉も、「一般的な体験と言葉」を語ることのできる「翻訳家」の口から出てこなければ、本当に力を持つことはない。

僕は、僕「個人が」体験し、理解し、感じた真理のようなものを、「一般的な」言葉に翻訳し、文脈を設定し、語っているつもりであるから、ある意味でスタートは「守護霊からメッセージを受け取った」みたいなレベルの、スピリチュアルというか、オカルト的な話である。でもその中で、一般化できると確信したもののみ、そして実際に一般化できたと感じたもののみを、語るようにしている。だから、こうして少なからずの人が文章を読んでもくれるし、話を聞いてくれるのだと思っている。もし僕が

「12次元の世界に存在する、この大宇宙の原理とも呼べるデータにアクセスした結果、この世の真理、神の意図がようやくわかりました。これは、私のハイヤーセルフとも対話して確認した事実になります。このすべてを次回のセミナーではお話しします。引き寄せハピハピ。」

という言い方をしていたら、どうだろうか。多分セミナーの受講者の顔ぶれは、97%くらい変わってしまうだろう。このメッセージが本当か嘘かは誰にもわからない。でも言葉が共有できなければ、そのコミュニティに参加しようなんてそもそも思わないのだ。

リーダーとして僕は「背中を見せる」ことをもちろん重視しているが、しかしみんなが気付かないところで、誰よりもみんなを見ている。なぜなら、みんながどういう言葉を理解するのか、どういう文脈が必要なのか、それを理解しなければ僕からはリーダーの資格がなくなってしまうからだ。その観察の結果を踏まえて、僕は自分の要塞にみんなを招き入れ、要塞ごと、バラ色の未来に向かって進もうとしているのである。いや、もしかすると、そのバラ色の未来すら、要塞の一部にしてしまおうという感覚の方が近いかもしれない。そして次のバラ色の未来を目指すのだ。

いずれにしても、まずは「余裕」を手に入れてほしい。自分だけの土俵、要塞を作り上げてほしい。そうすることで、個人として、あるべき姿の完成に近づくことができる。その上で、翻訳家としての役割を認識しながら、コミュニティのリーダーとして、メンバーをバラ色の未来に向かって引っ張って行ってほしいと思う。次なるフェイズとして、共同体の完成を目指すのだ。そうすれば2014年、必ず道が拓けるのが実感できるはずだから。

木坂健宣