

# 商いの新しいものさし

株式会社創造研究所  
代表取締役  
松本 大地

第127回

## 「創造的思考」こそが新時代を切り拓く

コロナを経験した生活者は、コロナ前の生活者とは違う価値観と行動変容によって、モノやサービス購入に大きな影響を及ぼす。デジタル・トランスフォーメーション(DX)化の加速により、場所や時間に縛られない働き方、買ひ物が当たり前になる。その新たなマーケットの大変化を見据ると、既存業態劣化に陥り顧客は去っていく。

2015年12月、野村総合研究所は英国オックスフォード大学との共同研究にて、国内601種類の職業に対し、人工知能(AI)やロボットな

どで代替される確率を試算した。30年には日本の労働人口の49%が代替可能になるとの衝撃的な発表だった。代替される職業としては、自動運転普

及を予測したタクシー運転手、ロボティクスによる宅配配達員、ドローンで可能となる新聞配達員、自動レジの普及によるスーパー店員、デジタル化による一般事務員、その他受付係や銀行窓口係など100種の職業が抽出された。直近では遠隔操作ロボットでの在庫整理や商品陳列の実用化



Hisayao Odori Park  
最北に出店した天狼院書店

もメドが付き、DXによる無人化が一気に進むことで、30年を待たずとも代替可能性が早まる動きにある。

一方、AIやロボットに代替される可能性の低い仕事も明確になった。時代の変化に対し、有意義な着想からイノベーションや新事業を開発する「創造的思考」の職種である。創造的思考はどのような職種にも不可欠であり、コミュニケーションスキルによってチーム力を発揮し、実現させる人材はさらに囑望される。

活字離れや電子書籍の普及により、紙書籍の市場規模は10年前の7割の水準に落ち込んだ。アマゾンはそのネット通販がスタートであり、欲しい書籍が即座に見つかるネットの便益は大きい。年々リアルな書店が無くなる中でも、創造的思考で躍進を続けているのが「天狼院書店」である。

13年、池袋にオープン以来、福岡、京都や最近は渋谷のミヤシタパーク、名古屋のヒサヤオオドオリパーク、パルコ心斎橋など10店舗に広がった。書店コンセプトは「READING LIFESTYLE」。「本との出会い」だけでなく、その先の体験・体感を提供する次世代型の書店である。大きなスペースで本と雑貨のクロスマーチャндаイジングでサードプレイス化した葛屋書店とは対照的に、小さなスペースながら来店客に良い本を提案するこだわりのセレクトショップだ。体験価値では各店舗別にユニークな講習会やイベントを開催し、同好者が集つコミュニケーションがつけられる。本

気度小説家を目指す人には「天狼院文芸部(小説家養成ゼミ)」で指導し、「天狼院起業ゼミ」は起業に必要なことを学び、バックアップするといった単に本を売るだけでなく顧客との間に踏み込んだ関係性を構築する。天狼院書店店長は「時間や場所にとらわれずに、遊牧民のように自分を探するための場所を提供する『ノマド』的存在かもしれない」と語った。

併設されたブックカフェでは個性的なメニューが揃い、「元彼が好きだったバターチキンカレー」(通称「元カレー」)は、スタッフの女性が元彼の胃袋をつかむために作ったレシピを採用し、「コタツのある書店」として名物のコタツ席でまったりと過ごす場づくりも天狼院らしさを彩る。

実はこの書店の最大武器は、読書好き、本の文化が好きなスタッフが集まっていること。話しかけると喜んで評価や作者のことを教えてくれることで、スタッフに対する心の満足度が高くなる。店内では大半の来店客は、スタッフと話すことが好きなファンが集まっているようだ。本と顧客との間に介在する精神的効用を促すことで、覗くだけのつもりが知らず知らずの間に多くの本と出会い、そして購入する。これは到底AIやロボットではできないことであり、精神的消費に直結する創造的思考ビジネスだと会得した。

リアル店舗はネットで買っただけでは満足できないコトを常に創造し、人材を生かし、常にアップデートする創造的思考のものさしを磨くことは重要さを増す時代だ。そこにポストコロナの成長方程式があると読む。