

出版企画書（2）

●タイトル：

仕事の悩みは、東洋思想で 9 割解決する
— ビジネスで使える 2000 年の歴史の知恵

●帯キャッチコピー

部下が動かない。上司と合わない。人が辞めていく。
2000 年前に、そのお悩みへの答えがあった。

ハーバード流経営学と東洋思想の融合。
900 人を救った知恵の教科書！

●著者プロフィール

児玉 充晴（こだま みつはる）

1953 年生まれ、大阪府堺市出身

工学博士、経営士、第三者評価員

MOT 総研代表、算命学経営活用研究会代表

（過去の経歴と実績）

NTT で管理職を 21 年間経験し、NTT コミュニケーションズの法人営業の金融 SE 統括部長などを歴任。

NTT の企業派遣でハーバード大学のビジネススクール（PMD）修了。

中部大学経営情報学部教授（17 年）や京都大学産官学連携センター特任教授などを歴任。

高野山大学の高僧に師事し 10 年間、東洋思想（陰陽五行など）を習得して人生への活用を研究。

西洋経営学と東洋思想を融合した、独自のお悩み解決法を確立し、約 900 人のお悩み相談を実施。

年間最大 91 回登壇の講演実績を持つ人気講師でもある。

（関連実績）

(1) 主宰する「算命学経営活用研究会」にて、3 年半で過去セミナーを約 150 回実施

<https://sanmei-keiei.com/>

(2) 歯科新聞社発行「アポロニア 21」にて約 2 年半、歯科医院内のお悩み解決の記事を連載

発行部数：21,000 部

(3) <KYOTO SMART CITY EXPO 2022> での招待講演

「経験やカンに頼る経営からの脱却 ～算命学の壮大な理論体系に基づく経営とは？～」

<https://www.youtube.com/watch?v=NffzRuTSMb0&t=387s>

(4) 千葉県経営者協会（加入 1639 社）にて毎年「人手不足の上手な解消法」のセミナーを実施

（将来の目指す方向への自分の寄与の思い）

人手不足や人事配置、事業承継などの問題に直面して、仕事で悩んでいる人たちをお救いしたい。
士業や経営コンサルタントに、クライアントから相談される「仕事のお悩み解決の知恵」を提供したい。

＜過去に出版した著書＞

『図解 利益を生み出すビジネス手法と事例 108』

<https://amzn.to/46ypmeO> 約 1 万部の販売実績

発行：日経 BP コンサルティング（2005/5/28）

発売：日経 BP マーケティング ISBN978-4-86130-095-0

2005 年 5 月 28 日 第 1 版 1 刷 2006 年 10 月 30 日 第 2 版 1 刷

2008 年 9 月 12 日 第 3 版 1 刷 2018 年 3 月 30 日 第 3 版 5 刷

●テーマと企画意図、時代背景

（１）本書のテーマと企画

日々の仕事でのお悩み解決においては AI 時代になっても、最後に求められるのは「知恵」である。
そのお悩み解決の知恵を養うため 2000 年受け継がれてきた東洋思想を活用する方法を解説する。
西洋の経営理論では解決できない、東洋思想での仕事上でのお悩み解決法を紹介している。

（２）仕事の悩み、不安、課題が出る時代背景

生成 AI の普及により、「知識」は誰でも手に入る時代になっている一方で、「人を見る力」「判断する力」「信頼を築く力」といった能力は、ますます重要になっている。
企業では、人手不足、離職率の上昇、世代間ギャップ、心理的安全性、エンゲージメントなど、人間関係に起因する課題が経営の中心となっているが、それらは西洋の経営手法だけでは解決できない。
さらに人間にしかできない能力として、人を見る力、信頼の構築、リーダーシップ、課題解決の知恵と判断方法の重要性が高まっている。
このような時代だからこそ、西洋の経営の仕組みだけではなく、「人」を中心に考える東洋思想が再び注目されている。

（３）著者がこの本を書ける理由

著者は、ハーバード大学で西洋経営学を学び、東洋思想も 10 年間、京都の阿闍梨様から学んできて、その 2 つを融合した独自のお悩み解決モデルを構築してきた実務家である。
これまで 32 社を支援し、離職率改善や生産性向上、事業承継の成功などの成果を上げてきた中で、約 900 人の仕事でのお悩み解決を、この「仕事の現場を知って解決法を案出する専門家」という立場で、行ってきた実績があり、この具体的な体験を紹介したい。

(4) この本が読者に受け入れられる(売れる)背景、理由

本書は、2000 年以上受け継がれてきた東洋思想を、現代のビジネス課題に結び付け、「部下が動かない」「決断できない」「人間関係がうまくいかない」といった読者の具体的な悩みを切り口に解説している点は、類書には見られない。

さらに、ハーバード・ビジネス・スクールで学んだ西洋経営学と東洋思想を比較・融合し、現代の仕事でのお困りごとに対する新たな判断軸を提示している点が、本書の最大の特徴である。

知識を学ぶ本ではなく、「明日から仕事で使える判断の知恵」を身につける本として、多くのビジネスパーソンに受け入れられることを目指している。

(過去の実績) 約 900 人の仕事でのお悩み解決の一例

例 1 : 上司との意見対立でうつ病を発症し休職だった女性管理者の、対立原因の分析から上司との付き合い方をアドバイスして、職場復帰を果たした事例

例 2 : タイで活躍中の日本人の士業の方の、使えない日本人スタッフへのお困りごとへの解決策として、タイに移住した退職者をパートで使う「爺や・ばあや作戦」をアドバイスした事例

例 3 : 定年退職を機に会社から提示された次の就職先に迷っている方への、次の最適な進路をアドバイスした事例

例 4 : 後継者の専務が、後継を強く望む父親の社長からの圧力で、仕事が手につかずに困っていたことから、自分の適性に合った仕事のアドバイスで立ち直った事例

例 5 : 保険会社のトップ営業担当が独立するのに際して、自分の強みを棚卸してビジネスプランの作成を支援した事例

<時代背景を実証する資料>

(1) 総務省『情報通信白書』(生成 AI 特集/2025 年版)では、生成 AI の急速な普及により、情報収集・文章作成・分析など知識労働の多くが AI で支援可能になっている一方で、最終的な意思決定やマネジメント、人間理解の重要性が高まっているとしている。

これは「知識」ではなく「判断する知恵」をテーマとする本書の必要性を裏付けている。

(2) 中小企業庁『中小企業白書』(2025 年版)では、「人材の確保・定着」が最重要課題の一つとなっており、採用よりも「辞めない組織づくり」が重要になっている。

ここでは「人を育てる」「信頼を築く」という東洋思想の価値につながる内容が示されている。

(3) 厚生労働省『労働経済白書』(2023 年版)では、人材不足、世代間ギャップ、多様な働き方、メンタルヘルスなど、管理職に求められる役割が拡大しているとして、「部下が動かない」「人間関係が難しい」といった本書のテーマと直結している。

(4) World Economic Forum『Future of Jobs Report』(2026 年版)では、AI や自動化の進展に伴い、分析力だけでなく、リーダーシップ、創造力、共感力、レジリエンスなど人間的能力の重要性が高まると報告しており、東洋思想が扱ってきた「人間理解」「判断」「信頼」が今後さらに重要になることを示している。

●想定読者

40～50 代の中間管理職（部下を持つが経営権はない層）

●構成案

はじめに — AI 時代だからこそ、「考え方の知恵」が武器になる。

西洋経営学では、目標を明確にし、成果を測定し、権限を与え、評価する。

これは組織運営に欠かせないが、「仕組みで組織を動かす管理」だけでは、人は動かない。

AI は知識を教えてくれるが、仕事のお悩み解決まではできない。

東洋思想は、お悩み解決の指針となる「考え方」や「判断基準」を与えてくれる。

本書では、仕事のお悩み別の、各種の東洋思想の活用法を紹介する。

●第 1 章 部下が動かない — 人は「管理」ではなく「信頼」で動く

・仕事の悩みの例：

指示しても部下が自分から動かない。任せると失敗が怖くて口を出してしまう。若手が育つ前に辞めてしまう。

・西洋経営学の視点：

「目標管理（MBO）」という言葉がある。上司と部下で目標をすり合わせ、達成度で評価する仕組みで、多くの企業が導入している。ただしこれは「何をやるか」を管理する仕組みであり、「なぜやる気になるか」までは扱わない。

・東洋思想の知恵：

論語に「これを道びくに政を以てし、これを斉うるに刑を以てすれば、民免れて恥なし。これを道びくに徳を以てし、これを斉うるに礼を以てすれば、恥ありて且つ格る」という言葉がある。法律や罰則で人を従わせても、人は恥を感じず、隙あらば逃れようとする。徳と礼で導けば、人は自ら恥を知り、正しい行いに近づいていく、という意味である。

老子には「太上は下これ有るを知るのみ」という言葉がある。最も優れた指導者とは、部下が「上司がいる」とにすら気づかないほど自然に組織を機能させる者だ、という考え方である。

・西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「目標と評価の仕組みで人を動かす」と考える。東洋は「信頼される人格をつくることで、人は自ら動く」と考える。仕組みだけでは部下は面従腹背になりやすい。まず信頼を築く東洋思想の発想が、現場では長く効いてくる。

実践法：明日からできる 3 つの行動

- 一 部下に指示を出す前に、「これは罰で従わせようとしていないか」を自分に問う
- 二 部下の失敗を頭ごなしに叱る前に、まず本人の言い分を最後まで聞く

三 週に一度、部下の仕事ぶりを「見ている」ことが伝わる一言を、評価とは別に声をかける

●第2章 決断が難しい — 成功する人は「タイミング」を見ている

仕事の悩みの例：

投資判断で踏み切れない。新規事業を始める時期に迷う。転職や昇進のタイミングが分からない。

西洋経営学の視点：

「シナリオプランニング」という言葉がある。将来起こりうる複数の展開を想定し、それぞれに備える計画手法である。分析としては優れているが、実行に移す「今この瞬間」を選ぶ判断力までは教えてくれない。

東洋思想の知恵：

易経に「窮すれば則ち変ず、変ずれば則ち通ず、通ずれば則ち久し」という言葉がある。行き詰まった状態は、変化することで初めて道が開け、道が開けば長く続く、という変化の法則を説いたものである。

孫子には「勝兵はまず勝ちて而る後に戦いを求め、敗兵はまず戦いて而る後に勝ちを求む」という言葉がある。勝つ軍は勝てる状況を先に作ってから戦い、負ける軍はとりあえず戦ってから勝とうとする、という意味である。

西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「分析して決める」と考える。東洋は「今は動くべき時かを見極めてから決める」と考える。分析はいつでもできるが、動く時期を誤れば、正しい分析も結果につながらない。

実践法：明日からできる3つの行動

- 一 迷っている案件について、「今は勝てる状況か、それとも待つべきか」を自分に問う
- 二 行き詰まりを感じたら、同じやり方を続けるのではなく、あえて変えてみる選択肢を一つ出す
- 三 決断の前に、「これは勢いで動こうとしていないか」を一呼吸置いて確認する

●第3章 人間関係がうまくいかない — 人は論理ではなく感情で動く

仕事の悩みの例：

上司と話が噛み合わない。部下がすぐに感情的になる。社内の派閥や政治力学に振り回される。チームの空気が悪く、成果が出ない。

西洋経営学の視点：

「心理的安全性」という言葉が近年広まっている。これは、部下が上司に本音を言っても不利益を受けないと感じられる状態を指す。仕組みや制度でこれを整えようとするのが西洋的なアプローチである。

東洋思想の知恵：

論語には「己の欲せざる所は人に施すこと勿れ」という言葉がある。自分がされて嫌なことは、相手にもしない。

これが人間関係の出発点だと孔子は説いた。

また「和して同ぜず」という言葉もある。相手に合わせて調和はするが、自分を失って迎合はしない。これが健全な人間関係の距離感である。

禅の言葉に「主人公」がある。誰かの評価や反応に振り回されるのではなく、自分自身の芯を持って人と向き合う、という考え方である。

西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「制度で心理的安全性をつくる」と考える。東洋は「己の心を整えることで、相手との関係も整う」と考える。制度を整えるだけでは、人の心までは動かない。まず自分の在り方を整える東洋思想の発想が、現場ではより効いてくる。

実践法：明日からできる 3 つの行動

- 一 部下や同僚に対して、まず「己の欲せざる所は人に施すこと勿れ」を自分に問いかけてみる
- 二 衝突が起きた相手との関係を、「和して同ぜず」の距離感で見直してみる
- 三 誰かの言動に振り回されそうになったら、「自分は今、主人公でいられているか」と自問する

●第4章 成果が出ない — 努力よりも「戦い方」が重要

仕事の悩みの例：

営業成績が伸びない。マーケティングで差別化できない。ライバルとの競争に疲弊している。

西洋経営学の視点：

「ブルーオーシャン戦略」という言葉がある。競争の激しい市場を避け、競合のいない新市場を切り開くという考え方である。理論としては魅力的だが、実際に新市場を見つける具体的な判断軸までは示さない。

東洋思想の知恵：

孫子に「百戦百勝は善の善なる者に非ざるなり。戦わずして人の兵を屈するは善の善なる者なり」という言葉がある。百回戦って百回勝つことは最高ではない。戦わずに相手を屈服させることこそが最高の勝ち方だ、という意味である。

老子には「上善は水の如し。水は善く万物を利して而も争わず」という言葉がある。最も優れた在り方とは、水のようにすべてのものを潤しながら、誰とも争わないことだ、という考え方である。

西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「競争を避けて新しい市場を作る」と考える。東洋は「そもそも争わない在り方そのものが強さである」と考える。競争を避ける戦略も、争う姿勢のままでは長続きしない。争わない在り方を身につけることが、結果として一番の近道になる。

実践法：明日からできる 3 つの行動

- 一 競争を意識する前に、「そもそもこの土俵で戦う必要があるか」を自分に問う
- 二 無理に押し込む営業ではなく、相手にとっての利になる提案から入る
- 三 結果が出ない時こそ、力を抜いて「争わない在り方」に戻れているか振り返る

●第5章 変化についていけない — 時代を読む人だけが生き残る

仕事の悩みの例：

AI や DX の波についていけない。働き方改革にどう対応すべきか分からない。人材不足で組織が回らない。

西洋経営学の視点：

「DX 戦略」という言葉がある。デジタル技術を活用して事業や組織のあり方を変革するという考え方である。手法としては具体的だが、変化そのものへの心の構え方までは教えてくれない。

東洋思想の知恵：

易経に「一陰一陽これを道と謂う」という言葉がある。陰と陽が入れ替わり続けることこそが、この世界の道理である、という考え方である。変化は例外的な出来事ではなく、そもそも自然の姿だと説いている。

老子には「人は地に法り、地は天に法り、天は道に法り、道は自然に法る」という言葉がある。人は地に、地は天に、天は道に、道は自然のありのままに従う、という意味で、無理に逆らわず流れに沿うことの大切さを説いている。

西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「変革を起こして変化に対応する」と考える。東洋は「変化はもともと自然の姿であり、流れを読んで乗ることが大切」と考える。変革を急ぐだけでは疲弊する。変化を自然なものと捉え直すことで、無理のない対応ができる。

実践法：明日からできる3つの行動

- 一 新しい変化に直面したら、「これは異常事態ではなく、自然な流れだ」と捉え直す
- 二 流れに逆らって力任せに解決しようとしていないか、一度立ち止まって確認する
- 三 変化の兆しを、月に一度でも意識的に振り返る時間を作る

●第6章 リーダーとは何か — 人を動かすのは「権限」ではない

仕事の悩みの例：

役職に就いたが部下がついてこない。後継者をどう育てるべきか分からない。幹部としての振る舞い方に迷う。

西洋経営学の視点：

「サーバントリーダーシップ」という言葉がある。リーダーが部下に奉仕する姿勢で組織を支えるという考え方である。理念としては共感されやすいが、日々の具体的な振る舞いまでは示されにくい。

東洋思想の知恵：

論語に「政を為すに徳を以てすれば、譬えば北辰の其の所に居りて、衆星の之に共うが如し」という言葉がある。徳をもって治めれば、北極星がその場所にじっとしていながら、多くの星がその周りを巡るように、人は自然と集まってくる、という意味である。

老子には「無為にして為さざる無し」という言葉がある。無理に手を出さずとも、すべてが自然と成し遂げられる、という理想の在り方を説いている。

孫子は将の条件として「智、信、仁、勇、嚴」を挙げている。知恵、誠実さ、思いやり、勇気、厳しさ、この 5 つを兼ね備えた者こそ、人を率いる資格があるとした。

西洋と東洋、それぞれの発想：

西洋は「奉仕の姿勢で人を支える」と考える。東洋は「徳を積んだ人格そのものが、人を自然と引き寄せる」と考える。姿勢だけを整えても、人格が伴わなければ人はついてこない。徳を積むという地道な積み重ねこそが、リーダーの土台になる。

実践法：明日からできる 3 つの行動

- 一 部下に何かを求める前に、自分自身の言動が徳にかなっているかを振り返る
- 二 智、信、仁、勇、嚴のうち、自分に最も欠けているものを一つ選び、意識して補う
- 三 権限を使わずに部下が動いた瞬間を見逃さず、そこに自分の在り方が影響したかを考える

●終章 AI 時代に最後まで残る「考え方」とは

AI は知識を代替するが、人を見る力は代替できない。

東洋思想は未来を切り開く教養になる

明日から始める「仕事に役立つ東洋思想」のまとめ

=====

●仕様・体裁

本文 240 ページ前後、モノクロ&カラー（図解多数）

●類書

類書 1：自分とか、ないから。教養としての東洋哲学（鎌田 東二）

近い理由：東洋哲学を親しみやすく紹介し、若い読者にも広く読まれたベストセラー。

類書の限界：教養・哲学エッセイとしての魅力は大きいですが、企業経営やマネジメントへの応用は主目的ではない。

本書の特徴：ビジネスの現場で直面する課題を軸に東洋思想を実践的な判断基準として紹介する。

→ <https://x.gd/F4xUy>

類書 2：なぜ今、世界のビジネスリーダーは東洋思想を学ぶのか（田口 佳史）

近い理由：東洋思想を現代ビジネスに結び付け、「なぜ今必要か」をわかりやすく解説している代表的な一冊。

類書の限界：東洋思想の価値を理解することが中心で、お悩み解決までは踏み込んでいない。

本書の特徴：「部下が動かない」「決断できない」など仕事の悩みごとに章立てし、西洋経営学との比較と実践方法まで示している。

→ <https://x.gd/L7N8T>

類書 3：超訳 論語「人生巧者」はみな孔子に学ぶ（齊藤 徹）

近い理由：『論語』を現代人向けに平易に翻訳し、人生や仕事への示唆を紹介している。

類書の限界：『論語』一冊に特化しており、他の東洋思想との比較や経営理論との対比は扱わない。

本書の特徴：『論語』『老子』『孫子』『易経』など複数の思想を一つの仕事の課題に対して横断的に活用している。

→ <https://x.gd/7kWsH>

類書 4：超訳 孫子の兵法「最後に勝つ人」の絶対ルール（田口 佳史）

近い理由：『孫子』を現代のビジネスや人生に応用したロングセラー。

類書の限界：戦略や競争が中心で、人材育成・組織づくり・人間関係まで広く扱ってはいない。

本書の特徴：「戦略」だけでなく、「人」「組織」「リーダーシップ」「信頼」まで一冊で体系化している。

→ <https://x.gd/NWuX0>

<類書との差別化>

本書は東洋思想の入門書でも教養書でもなく、「AI 時代のビジネスパーソンのための判断力の実践書」という明確なポジションを築いている。差別化ポイントは以下の通り。

1. 「思想別」ではなく「仕事の悩み別」の章立て

類書：「論語」「老子」「孫子」ごとに解説

本書：「部下が動かない」「決断できない」「人間関係がうまくいかない」など、読者の悩みから読み始められる。

2. 西洋経営学との比較

KPI、MBO、心理的安全性、リーダーシップ論などと東洋思想を対比し、それぞれの強みと補完関係を示している。

3. ハーバード・ビジネス・スクールで学んだ経営学との橋渡し

「西洋経営学だけでは解決できない課題を、どう東洋思想が補完するか」について実体験を交えて解説している点は希少性が高い。

4. 実際のお悩み相談事例

抽象論ではなく、実際に起きた問題と改善プロセスを紹介することで、読者が再現しやすくなる。

5. 「明日からできる実践」まで落とし込む構成

各章を「仕事の悩み → 東洋思想 → 西洋経営学との比較 → 実践アクション」の流れで統一し、読後すぐに行動へ移せるようにしている。

● 著者プロモーションの可能性

① 過去のお悩み相談者（約 900 名）への情報発信

過去のお悩み相談者のメールアドレスは保有しており、出版の情報発信を行う。

また、これを契機にメルマガも計画しており、継続的な情報発信も予定している。

② YouTube 動画： URL 集 → <https://x.gd/evBI3>

著者はすでに算命学 × 経営というテーマで、総計約 110 の動画を発信している。

このチャンネルで、人事判断、組織の摩擦、後継者問題などのテーマを扱う。

③ Facebook： <https://www.facebook.com/mitsukodma/>

2023 年 1 月から投稿数は約 200 回、6～7 回／月のペースで投稿。

友達約 450 名、ここで、個人のお困りごとと解決策も発信中。

④ 主宰するコミュニティである「算命学経営活用研究会」： <https://sanmei-keiei.com/>

過去も含めると、数十名のコミュニティで初期販売ができる。

⑤ 士業ネットワーク： <https://nihonkeieishikai.com/topcms/>

経営士で会員数 800 名の日本経営士会の業務執行理事を 2020 年から 5 年間担当
社労士、税理士、司法書士、中小企業診断士などの士業のメンバー約 40 名を活用。

士業→クライアントという拡散導線も確保する。

⑥ セミナー： セミナー紹介集 → <https://x.gd/mLz0F>

過去最高 91 回／年の登壇実績（現状は Zoom セミナーを含めても 10 回／年程度）

千葉県経営者協会（会員企業 1639 社）など毎年恒例で実施しているセミナーを活用

■クラウドファンディングはしない予定

■書店などでのイベントは可能

■独力で売れるルート

(1) 過去にお悩み相談をした約 900 名への告知と販売

(2) 過去にコンサルした 32 社への出版の告知と販売、PR の依頼

社員数合計：約 4,000 人 + 10,000 人（退職会社：NTT コミュニケーションズ）

(3) 算命学経営活用研究会での販売と情報拡散の依頼（OB も含めて累計で 37 名）

(4) 私が所属している経営者・事業家のコミュニティ（Club33：約 60 名）での販売
と情報拡散の依頼

(5) 過去のセミナーで名刺交換した数百名のみなさんへの出版告知での販売

■買い取り

200 部ではいかがでしょうか？

■その他の販促要素

- (1) 本の販売目的での出版記念セミナー、記念講演会を兎玉主催で開催する。
各方面に依頼して集客の支援をお願いできる。
- (2) ダボス会議などに出席し、世界的に活躍している有名投資家の推薦文をもらえる可能性のあるルートがある。(石尾ミミさん → <https://x.gd/tJ9pM>)
SNS による拡散を依頼できるし、コラボイベントもお願いできる可能性がある。
- (3) さらに研修会社など社内のキーマンの無料鑑定もしたことがあり、このような会社への依頼も実施できる。
例：デロイト トーマツ ノビテク株式会社 → <https://www.nobetech.co.jp/>