

# BUSINESS ビジネスシンカー THINKER



7  
July  
2018

## “きっちり”し過ぎて損をしていないか？ ビジネスは〈だらしな系〉 のほうがうまくいく？

### きっちりすることは 本当にいい結果を生むのか？

書店のビジネスコーナーでの定番の一つに“整理術”がある。「これですっきり〇〇整理術」「〇〇的整理法」などといったタイトルを見て、思わず手を伸ばした経験がある人は少なくないはずだ。

確かに整理の行き届いた空間は、見ていても気持ちがいい。それだけで「仕事ができそう！」という気がする。しかしこれほどまで「整理術」がもてはやされているのは、結局のところ「これは！」という決定的整理術がないのかもしれない。あるいは現代ビジネスマンの多くが、おそらく「もっと効率的で効果的な整理法があるはずだ」と一種の強迫観念が働いている可能性もある。どこか、見た目は十分痩せているのに、本人がまだまだダイエットしたがって

る女性にも似ている。

もしかしたらもう私たちは十分整理術を体得して、逆に非効率になっていたり、本来の目的を見失っているのかもしれない——ある種の確信をもってそう思わせてくれるのが、アメリカの名門コロンビア大学ビジネススクールの教授エリック・エイブラハムソンと技術コラムニストのデイヴィッ



ド・H・フリードマンの二人の論だ。

二人はこれまで〈だらしな系〉と呼ばれていた日の当たらない世界を見聞し、検証してみたところ、「きっちり系が常にいい結果を生むとは限らない」と確信し、「実のところきっちりするには、驚くほどの多額のコストがかかる」ことがわかったという。（『だらしない人ほどうまくいく』）

### コンピュータ管理の書店と 人の記憶頼りの管理法の書店は どちらが生き残るか

たとえばこんな事例がある。ニューヨークのブロードウェイに通りを挟んで向かい合う2軒のマガジストア。

1軒は雑誌が整然と並べられ、在庫はコンピュータで管理されている。もう一方は雑誌のジャンルや並べ方も気にせず、複数のタイト

ルの雑誌が重なっていたりしている。でもこれはしょうがないことなのだ。この店にはコンピュータがなく、どの雑誌が売れたのか、どの雑誌を仕入れる必要があるのかわからない。頼るのは人間の記憶だけで、棚の整理は客の少ない時間帯や閉店後に“ちょこちょこ”と行われる程度。当然ながら、店は前者のほうが客も多く、雑誌も売れていた。

この2軒のマガジストアのうち、どちらがだらしな系かはお分かりだと思う。そう、後者だ。前者はきっちり系。しかし2軒のうち最終的に生き残ったのはだらしな系のほうだった。雑誌はあまり売れなかったものの、儲けはきっちり系の店より多かったのだ。なぜか。

理由は単純で、商品をきれいにならべるための人件費や在庫を管理するためのコンピュータシステムの導入などといったコストがかからなかったからだ。日本的発想からすれば、きっちり系が店をたたまざるを得なくなったのは、在庫管理の徹底や人材教育が十分でなかったからということも言えなくもない。しかしこのきっちり系の店のようきっちりすることを重視するあまり、「利益を上げる」という目的にたどり着けないケースは世の中には多々あるのだ。

## いろいろある <だらしな系>

二人がいう<だらしな系>とは、机の上が常に散らかっていたり、新聞や衣類が散らかっていたりする部屋だったり、時間にルーズだったり、衣類のコーディネートがばらばらだったり、着方もシャツが出ていたり、シューズのかかとを踏んだま

まだったりする人のこと。

ふつうの人がふつうに想像できる、いわゆる「だらしない人」だ。

二人はこんな風に定義している。

「大雑把に言えば、システムを構成する要素が散乱していたり、入り混じっていたり、多様であったりするとき、要するに誰が見てもまとまりがないと感じるときは<だらしない>ということになる」。きっちり系はその逆ということになる。

一口に<だらしな系>といってもさまざまだ。二人はだらしな系を次のように分けている。

◆ **散らかり系** — 多くのものが本来あるべき場所になく散乱している。部屋のあちこちに散らかった衣類とか。雑然としている職場のデスクとか。

◆ **ごちゃませ系** — 多くのものが無造作に並ぶか、本来あるべき場所で混在している。コンピュータのデスクトップ上に表示された各種のファイルや、買ってきた順に棚に突っ込まれたCDや本など。

◆ **時間にルーズ系** — 仕事やイベントの予定があいまいだったり、まったく組まれていなかったり、優先順位が決められていなかったりする。アバウトな計画しか立てず、いきあたりばったりの旅行とか。

◆ **場当たり系** — 手順や作業内容プロセスが前もって決まっていない。目の前の仕事をただ黙々と片付けるだけの社員とか。その日の仕入れでメニューを考える料理人とか。

◆ **一貫性なし系** — プロセスや手順が頻繁に変わる。思いつきで仕事のやり方を変えるきまぐれな上司とか。

◆ **ノイズ混濁系** — プロセスや情報がときとして有害な外的影響にさらされる。上司の顔色をうかがって業績に手を加える営業マンとか。

◆ **境界があいまい系** — カテゴリー化の方法がまったく定まっていなかったり、しばしば無視されたりする。どこまでが自分の責任範囲かはっきりしない仕事とか。

◆ **注意力散漫系** — 焦点が定まらず、行ったり来たりする。いくつもの仕事に同時に手を出す、どれも中途半端に終わる人とか。

◆ **予測不能系** — やりすぎや型破りのために予測がつかない。決められたルールを無視して自分勝手にふるまう人とか。

どのタイプも思わず「そうだそうだ、いるいる！困ったもんだ」と膝を打ってしまいそうだ。しかし、こういっただらしな系の人々はきっちり系にはない効用をもたらすと二人の賢人は言うのである。

## だらしないと思われることには、きっちりにはない魅力と効用がある!

たとえば、散らかり系タイプでは、机の上のものが雑然としていても、必要なものがすぐ手の届く範囲にあたりする。本人は無意識にものを置いていたりするので、何かを取り出すときも“なんとなく”そのあたりを探るだけで必要なものが取り出せたりする。

確かに目的のものをより素早く取り出すには、ジャンル分けや時系列に分類したりしてファイリングしてインデックスをつけ、棚や

引き出しにきちんと整理されているほうが便利ですが、その労力と時間を考えるとどちらが有効なのだろうか。

ほかのだらしな系でもさまざまな効用がある。

ごちゃませ系タイプでは、買ったCDや本をそのまま無造作に棚に入れていけば、ほぼ最新のもの常盤に端に来るようになり、最新のものを取り出しやすくなるのは便利だ。

時間にルーズ系タイプの行き当たりばったりの旅をする人は、目的地までの時間が読めなかったりするが、予想もしなかった感動や発見に出会う可能性がある。

場当たり系タイプでは、その日の仕入れでメニューを決める料理人のように、あるものの中で利益を出すことが考えられるようになるし、一貫性なし系では、きまぐれでころころやり方を変える上司がいる一方、良いと思った部下の意見をすぐに取り入れ臨機応変にやり方を変えることができる。

また、ノイズ混濁系タイプでは、知人の何気ない一言で、斬新な商品を開発したりする企画マンがいたりする。

境界があいまい系タイプには必要な時に必要な人材を集め、動かすことができる機動的な組織である可能性があり、注意力散漫系タイプには、一つの仕事をしているときに、ほかの仕事のヒントが生まれ、別の仕事の行動にすぐ移せるような人がある。予測不能系タイプでは、社内の常識にとらわれず、必要であれば新しい発想で独自のルールをつくって適応させたりする……。

このようにだらしな系はそれぞれに“しっかりとした”効用があ

るのだ。にも関わらず、それが十分組織や社会で認めてもらえなかったのは、近代社会が「きっちりイコール正義」というような刷り込みがなされてきたからかもしれない。ただ、だらしないというイメージが、だらしな系の組織や考え、その人を拒絶していることが多いのだ。

### 人は合理的でないものも 無意識に受け入れている。

実際だらしないかどうかは、人の尺度で変わってくる。

たとえば、ある人がCDをよく聴く順に棚に並べていたとしたら、その棚を初めてみた友人はその棚が「きっちりしている」とは思わないだろう。でも、本人にとっては「よく聴く順」という明快な秩序があって、それは“取り出しやすさ”という効用を生み出しているのだ。

一方きっちりしている、整理されていることが正しいと思っている割には、私たちはだらしな系のものを結構受け入れている。

たとえばいまや誰もが使うPCのキーボード。たいていの人はひらがな入力ができるにも関わらず、ひらがなよりストローク数が2度、3度多いローマ字入力で日本語を打ち込んでいる。漢字を使う場合は、さらに数回キーをタッチしないと目的の用語にたどり着けない。きっちり考えれば、ひらがな入力が入力したほうが、早く便利だが、学校などでも初心者にはローマ字入力を勧めている。

もちろん、ローマ字入力の基本配列は英語において最も使用頻度の高いアルファベットを効果的に配列している。しかし日本語では

それが何のメリットになるのだろうか??

だが、いまさ

らそんな異を唱えて

たととしても、現実にはローマ字入力主流である流れは変わらない。それは単純に言えば「かな入力にするより、アルファベットのキー配列に慣れたほうが手取り早い」からだ。

屁理屈、と思われるかもしれない。でも冒頭に紹介した2軒のマガジンストアでは、コンピュータシステムを導入して、その操作法や管理システムやメンテナンス、新たな人材教育システムの導入などもろもろの時間やコスト、心理的な負担よりも、多少雑で、発注ミスが起こったとしても、人間の記憶を頼りに管理したほうが安上がりになる、というだらしな系の発想が店を守ったのだ。

### 学歴と収入が高い人ほど、 仕事場のだらしなさが アップする

もっと身近で永遠の課題——そう、“机の上問題”についてはどうだろう。

いまや企業において、机の上のきっちり具合は昇進をも左右する事態に発展している。

整理整頓が行き届いていない部下に対して、上司が命令権をもって整理や掃除を指示することができるとする社則を持つ会社も増えている。

場合によっては裁判に発展することもある。

オーストラリアの郵便局では、友人と一緒に遊びにいった写真を机の上から片付けなかったとして、







職員の女性がなんと24,000ドル（約240万円！）の罰金を受けた例がある。その職場では3つまでは私物を置けたが、その写真は彼女にとって4つ目の私物だったからだ。

人類は果たしてそこまで机を<きっちり>する必要があるのだろうか。

きっちりするための時間がどのくらい必要かは、仕事の複雑さや受け取る書類の量や種類によって大きく違ってくる。それでもエイブラハムソンとフリードマンは「余計な時間には違いない」と言い切っている。

「書類を置きっぱなしにしないためには、それをファイルに閉じるか、捨てるか、誰かに渡すかしなければならぬ」し、「ファイルをつくってキャビネットにしまえば、見た目はすっきりする。必要なときに書類を取り出すためには、中身に目を通し、それを正しいファイルに綴じなければならない」し、分類するにしても「1つのクライアントに2件のファイルがあり、一つは緊急度が高く、もうひとつは緊急度が低いとき、クライアント別にまとめるべきか、緊急度別にまとめるべきかを考えなければならない」。しかも「用が済んだらファイルに綴じて、もう一度キャビネットにしまいこまなければならない」。

でもだらしな系の机なら、急ぎの仕事から処理をする時は便利だという。

なぜなら「だらしな系の人は必要なものをすぐ手に入れる方法を

無意識のうちに身につけている」からで、「より重要で、より緊急性の高い書類は、たいてい手許近くに置かれている。その一方で、無視してもいい書類は奥のほうに埋もれていることが多い」から、「実に合理的ではないか」と。

もちろん、書類を探すのにある程度の時間がかかるのはいたしかたないだろう。でもきっちり系と比べてどれほど差があるのだろうか。だって必要な書類はたいてい手近などところにあるのだから。

二人が行ったインタビューでは、「いつも机が整頓されている」と答えた人は「散らかっている」人より、平均で36%以上長い時間を、「さがしもの」に費やしているそうだ。

さらにアメリカの人材派遣会社「アジロン」社の調査によれば、学歴や収入や経験値が高くなればなるほど、仕事場のだらしなさがアップする傾向があるという。

### 会社はきっちりとした戦略がないほうがうまくいく

二人の著書にはさらにこんな衝撃的な話も載っている。

それはビル・スターバックというあるコンサルタントが調査した、戦略プランの話だ。スターバックが世の中の戦略プランに再検討を加えたところ、戦略プランニングの行為そのものがおよそ無駄であることを指摘したのだ。

現代の企業において戦略の重要性はいまさら語るべくもない。しっかりと戦略は、企業の未来をより明確に描く。トップから一般社員まで戦略をしっかりと共有することで、明確な意思統一が図れ、社員の無駄な動きをなくし、しかるべきベネフィットを手にするこ

とができる。実際に企業において戦略プランを練ることの重要性は幾度となく検証されている。

だがスターバックが調べた結果、戦略プランニングに力を入れた企業は、それほど力を入れなかった企業に比べ、目に見えた効果を発揮したとは言えないことがわかったのだ。

従来調査が戦略プランニングを「効果的だ」と示すのは、その対象が主に幹部役員で、主観的に判断されたためというのがその理由だ。

スターバックによれば、管理職の地位は肯定的な評価によって上がり、否定的な評価で下がる。そのために肯定的な面が強調されるよう情報が歪曲される。疑問を抱く人がいても、トラブルメーカーとみなされることを恐れ、何も言いたせない。かくして部下からの正しい情報は上がってこなくなるというもの。

しかも、仮に正しい情報が上がってきたとしても、数ヶ月先の市場を読むことは難しい。くるくる変化する消費者やライバルの動きを的確に予測できないし、常に新しいトレンドが生まれ、政治も変わる、気候変化や天変地異も起こる。

それは「コインを投げて表裏で決めるようなもの」（スターバック）と言う。だから「過去と現在のあいまいな認識に基づいたプランニングが役立つわけがないのだ」と。

でもスターバックは、「だからと言ってなんら恥じる必要はないのだ」とも言っている。むしろ長期的な戦略プランにしばられないほうが、ビジネス環境に予期せぬ変化が生じて、臨機応変に素早い対応をとることができるのだと。ゆえにきっちりとした戦略プラン

にこだわる企業は利益を生まず、むしろ足かせになるのに対し、戦略プランのないだらしな系企業は、ビジネス環境の急変にも対応でき、生き延びやすいと結論付けている。

## 社是が「働くな」「ハウレンソウなし」で、業界トップの利益率のメーカーがある

もちろん、常識的には全く戦略が役立たないとは思えない。要は必要以上に戦略プランに時間と人材をかけて精緻な絵を描くよりも、ざっくりとした方針のもと社員にすべきことを任せ、臨機応変に対応していく企業が高収益を上げることが多いということだ。

実際、岐阜県にある住宅向けの配電盤や工具、工場向けの電気設備などを手掛ける「未来工業」などはその典型だろう。何しろ社是が「働くな」だから。

実際同社は日本一操業時間の短い製造業として、厚生労働省から表彰を受けたことがある。別に仕事がなくして時短をしたわけではなく、社員の自主性を促す目的でそうしているという。

生産現場では、服装は自由。遅刻早退、おとがめなし。営業マンに対してはノルマを課さず、むしろ客先に「売るな」と言っているほど。ノルマがないから、上司への報告はなし。いわゆる「ハウレン・ソウ」の義務付けがない。



また能力別の人事評価も取り入れず、年齢給。選択と集中が当たり前の世の中で、売れ筋が3、4種類の商品に100を超えるラインナップを揃えて、いまだに“無駄な”商品を増やしている。まるで<だらしな系>の見本のような企業だが、パナソニック電工や古河電工など大企業を相手に、その倍の利益率を誇っているのだ。

## だらしな系の効用とは？

このように改めてだらしな系について考えると、さまざまなメリットが見えてくる。

実際どのようなメリットがあるのだろうか。

エイブラハムソンとフリードマンはだらしな系のメリットとして次のようなことを挙げている。

◆ **柔軟性**— だらしな系は素早く、劇的に多様に、より少ない労力で状況に対応し、変化することができる。これに対してきっちり系は需要の変化や予期せぬ出来事、新たな情報に対して融通が利かず、対応が遅れがち。

◆ **何でも取り込む懐の深さ**— だらしな系は異質なものを簡単に内側に取り込むことができる。きっちり系は内に含めるものの量や種類を制限する。有益なものや不可欠なものを排除してしまうことがある。

◆ **共鳴性**— だらしな系は環境や情報と馴染み、そこから有益な影響を受けられる。きっちり系は外部からの影響を遮断して、決して相容れることがない。

◆ **創造力**— だらしな系はさまざまな要素に触れることで、変化を促し、問題を顕在化させ、

新たな解決策を導きだしてくれる。きっちり系は不測の事態や未知の存在が現れると即座に排除しようとする。

◆ **たくましさ**— 柔軟性や懐の深さをもっているだらしな系は、大きく異なる要素でも内側に取り込めるため、攻撃や妨害や模倣に対する抵抗力がある。きっちり系は、堅牢さ磐石さをもっているようだが、強さと脆さを併せ持っている。たやすく破壊されたり、失敗したり、混乱したり、模倣されたりする。

◆ **効果的**— だらしな系は明確な戦略がないので、いろいろな戦い方を組み入れることができ、結果として最大の効果を得やすい。いわば急がば回れ的な効果を発揮する。比較的少ない労力で目標を達成することができる。また労力の一部をアウトソーシングできる。きっちり系のシステムを維持するには、常に大きな労力がある。

## <だらしな系>をどう取り入れていくべきか

ではこのだらしな系を、私たち人類はビジネスにどのように取り込んでいくべきなのだろう。二人はそのポイントとして以下のようなことを挙げている。

### ◆ できる範囲から始める—

きっちり系の組織にだらしな系のメリットを取り入れるときは、できる範囲のちいさな部分から始めるとスムーズにいく。それは顧客のニーズに優先順位をつけないというような突飛なアイデアさえも、成功体験を重ねることで組織全体に浸透していく。

◆ **妥協点を探る** — 当たり前のことだが、ビジネスでは妥協点を持つことが重要。何を捨て、何を取り、何を優先するかをウエイト付けで決める。

◆ **ざっくりする** — だらしな系の方はルールが嫌い。大まかなガイドラインを決めて、あとは好きにさせる。事前にきっちり計画を立てるのではなく、走りながら考える。

◆ **即興性を入れる** — とくに

サービス業では、きっちり系は没個性化しやすい。外観やメニューを統一したチェーン店、その接客マニュアルなどしかり。でもだらしな系はあそび心に富んでおり、時にはほかとは違う個性を生み出す。即興で生み出されたサービスは客に驚きと感動を与えることがある。

いかがだろうか？ これまでだらしな系だと思っていたことがこれほど

まで魅力的なこと、創造的なことに思えてこないだろうか。先の見えにくい今だからこそ、だらしな系の効用を積極的に評価し、取り入れるべきかもしれない。皆さんの日常の周りのだらしな系、積極的に評価しなおしてみたいだろうか。職場が、仕事が、日常が劇的に変わるかもしれない。もちろん、いい意味で、だ。■

## POINT

- きっちりするには意外に多くのコストがかかっている
- だらしな系がうまくいくという考えを阻止しているのは、「きっちりがいい」という先入観
- 先の見えない時代は、だらしな系の柔軟さを活用する
- だらしな系の方は必要なものをすぐ手に入れる方法を無意識のうちに体得している
- だらしな系は見方、考え方でもある
- あまり明確な戦略を持たないほうが強い経営を実現する
- だらしな系の創造性、包容力、柔軟性、たくましさを身につけよ
- きっちりしすぎることの「ムダ」に目を向けよ



いよいよ8K地上波放送開始

## 8K動画は人間の感覚をどう変える？

**AQUOS | 液晶テレビ アクオス**

アクトストップ > 製品ラインアップ > X500ライン > LC-70X500 特長

ツイート いいね! 1,632

究極のリアリズムを追求した、  
業界初<sup>※1</sup>の「8K対応<sup>※2</sup>液晶テレビ」  
70V型 AQUOS 8K 誕生。

**AQUOS**

VGP 2018 批評家大賞  
VGP 2018 金賞 8K対応液晶テレビ  
VGP 2018 SUMMER 金賞 8K対応液晶テレビ

**8K**  
LCD Technology  
7,680×4,320 画素

※1 2017年12月1日発売予定。8K映像の表示が可能な画素数7,680×4,320の液晶パネルを搭載し、8K映像の入力が可能なHDMI入力端子を搭載した民生用液晶テレビとして。  
※2 7,680×4,320画素液晶パネル搭載。地上・BS・110度CSデジタル放送チューナーを搭載しますが、BS・110度CSによる4K・8K放送の受信機能は搭載していません。  
受信機能を搭載した外部機器(別売)と接続する必要があります。

シャープHPより




先日NHKはついに、今年の12月1日より4K / 8Kの衛星放送（BS）の開始を発表した。すでに一部有料衛星放送（CS）では4K放送が始まっているが、いよいよ4Kはもとより8K放送が当たり前になる。これは言わずと知れた2020年の東京オリンピックにタイミングを合わせて進めてきた総務省、TV業界の次世代放送プロジェクトだ。

Kとは1000の意味で、通常のハイビジョン放送が2Kとされている。これはテレビの水平方向の画素数を意味しており、原稿のハイビジョンが1920画素＝約2000ということから2Kとなっている。これに垂直方向の画素数が1080画素がかけ合わさって、私たちが見る2Kのハイビジョン放送は約200万画素で表現される画面を見ている。

4Kは縦、横がそれぞれ2Kの倍で（2倍×2倍）で約800万画素となる。8Kは縦、横が2Kの4倍×4倍（16倍）ということで、約3300万画素となる。その表現力の豊かさは圧倒的となる。

総務省はNHKをはじめ、BS朝日、BSジャパンなどBS放送を持っている在京キー局に認可をおろしているため、12月から順次4K / 8K放送が始まっていくとしているが、8Kで認可を受けているのはNHKのみだ。

また総務省では12月以降開始する放送を4K / 8Kではなく、「新4K / 新8K」と呼んでいる。とくに画面の画素数は変わらない。これは対応するアンテナとチューナーの違いを意味している。従来はCS向けだったが、

	画素数	画面サイズの例
2K	約200万画素 水平1,920画素 × 垂直1,080画素 = 2,073,600画素 水平画素数約2,000=2K	32インチ等 
4K	約800万画素 (3,840 × 2,160) = 8,294,400 約4,000=4K	65インチ等 
8K	約3,300万画素 (7,680 × 4,320) = 33,177,600 約8,000=8K	85インチ等 

8Kは現行ハイビジョンの16倍の画素数。さらに高精細で立体感、臨場感ある映像に！

12月以降はBSに広がるので、それに対応したアンテナとチューナーが必要になる。

4K対応テレビや現行でも4Kテレビは販売されているので、実際に視聴した人もいよう。問題は8Kだ。

現行では8K対応のTVはシャープだけが対応している。ただまだ実際に4K放送しか始まっていないので、電気店の店頭で見る映像は4Kの映像を8Kに置き換えて映し出している。12月から、NHKのBS番組でようやく本当の実力が発揮できることになる。

先の話となるが、今後技術が進めば、8Kの先に16Kが生まれてくるのか？

もし生まれるとしてもかなり先の話となるだろう。

というのも人間が実際に目にしているリアルな世界とバーチャルな映像空間との差は、8K以上では認識できないとも言われているからだ。

4Kなど先端画像処理をいち早く必要とするのは、コンシューマーではなくB2B、とりわけ医療などのニーズは高かった。たとえば、内視鏡シェアトップのオリンパスは、すでに8K内視鏡を完成させ臨床中だ。

だがオリンパスは当初、4K開発には乗り気でなかったという。拡大率を上げれば十分だと考えていたことと、ほかに赤外線や3Dなど用途に応じた内視鏡も開発していたからだ。

しかし試しに4Kを試作し、医師に提供すると「画像がわかりやすいだけでなく、立体的に見える」と好評だったという。

つまり人間の視覚では4K、8Kと高詳細化するにつれ、立体的な再現性も高まり、奥行き感なども精緻に捉えることができるのである。

筑波大学の情報工学系准教授でメディアアーティストの落合陽一氏は、AIや映像技術が進化すれば、リアルとバーチャルとの境目がなくなり、人間はバーチャルな世界に

#### 試作した 8K 硬性内視鏡手術システム



国立がん研究センター、オリンパス、NTTデータなどが協力、開発した8K内視鏡システム。(国立がん研究センタープレスリリースより)

融合されるとしている。

「いま見ている世界がリアルな世界なのか仮想空間なのか判別できなくなる」というのが彼の見立てだ。

となれば、8K時代にふさわしいビジネスのあり方も問われてくることになるだろう。たとえば、カメラや録音機材が現地にあれば、わざわざ現地に視察に行く必要もなくなるだろうし、ネットショップ、テレビショッピングの力はより強くなるかもしれない。会議のスタイルもどんどん変わるだろう。集会やセミナー、教育のスタイルも変わる。もちろん医療も変化するだろう。

単に美しいだけではない、8Kを活用したビジネスや教育のあり方を根本から変えていくパラダイム・シフトが起こってくる。それは思いの外、早く訪れそうな様子だ。