

【発売わずか2日でギガ速の重版】 トヨタの暗黙知が凝縮された『トヨタの会議は30分』

株式会社すばる舎は2021年4月12日（月）に発売した元トヨタエンジニアである山本大平氏の著書『トヨタの会議は30分』の重版を決定しましたことをお知らせいたします。本書は「書籍が売れなくなった」とも言われる時代に、販売開始からわずか2日で1万部を突破しました。

しかし、異例のスピードで受注が殺到し、現在 Amazon でも在庫切れが発生する場合がございます。弊社としても急務の対応を取っておりますので、その場合はご安心して少しお待ち頂ければと思います。またすでに沢山の反響やお問い合わせを頂いておりますので、みなさまのご期待にお応えできますよう、他のネット書店や全国各地のリアル書店での販売にも、より一層、力を入れて参りたいと考えております。

Amazon 公式販売サイト：

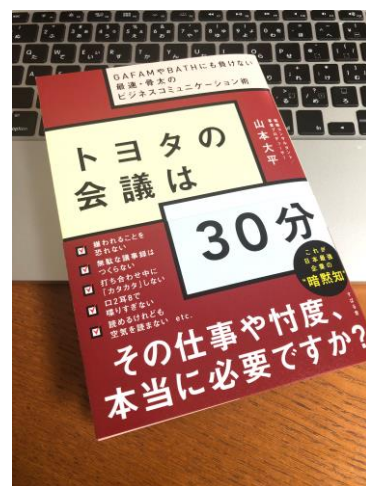
<https://www.amazon.co.jp/dp/4799109499/>

■ Amazon カテゴリランキング 1位獲得！ リアル書店でも1位を獲得！

Amazon では「ナレッジマネジメント」カテゴリで発売開始から僅か1日でベストセラー1位を獲得。またトヨタのお膝元である愛知県の三省堂名古屋本店のビジネス書ランキングでも1位を獲得と、急速に販売数を伸ばしております。



三省堂書店名古屋本店のビジネス書コーナーにて



表紙拡大

■ 書籍出版の背景

日本経済が停滞していた平成には、世界を席卷したメイドインジャパンの昭和モデルが色あせ、ことなかれ主義や忖度のカルチャーが日本社会全体に根付いてしまいました。その結果、日本と世界との差は今後も益々広まる一方で、今一度「ボトムアップ」で仕事の生産性について考え直す必要があります。特に多くの日本企業では、今でも尚、社内のエース級人材に海外 MBA を取得させたり、外資系コンサルに莫大な金額を払い経営相談をしたりしていますが、いつまで経っても“絵に描いた餅”から脱せずにあります。会社を下支えしている現場力全体の向上無くして真の経営強化は実現されません。

そんな中、「トヨタ」は、今もグローバルの第一線で世界の名だたる企業と肩を並べ走り続けています。トヨタの強みは何なのか？「トヨタ生産方式」や「カンバン方式」といった形式化されたシステム（仕組み）については既に世に知られていますが、その仕組みを継続的に生み出せる社内の「現場力」こそがトヨタのリアルな強みです。そしてトヨタの現場力は、トヨタで実際に行われている「日々のビジネスコミュニケーションのあり方や企業文化」によって醸成されています。本書は、そんなトヨタの「中の人」しか知らない、まだ世に知られていないトヨタの現場に創業期から深く根付いている“暗黙知”を公けにし、日本経済を“頭からではなく足もとから変えていくこと”を目的に書籍化されました。

■書籍内容の紹介

新卒で新車開発のエンジニアとして「トヨタ自動車」に入社し、トヨタイズムを徹底的に叩き込まれた山本大平氏が、世にまだ知られていない「トヨタの強み」の秘密を明らかにします。

トヨタを飛び出し、TBS で人気テレビ番組（半沢直樹、SASUKE、日本レコード大賞、オールスター感謝祭 etc）のマーケティングや、アクセンチュアでの経営コンサルタントなど、著者が異業種で結果を出し続けたことで、改めて再認識したどこでも通用するトヨタの「ビジネスコミュニケーション術」を世界で初めて体系化し明らかにします。

アメリカの GAFAM や中国の BATH などの世界企業にも負けない「トヨタの現場力」「トヨタのビジネスコミュニケーション力」とは何なのか。

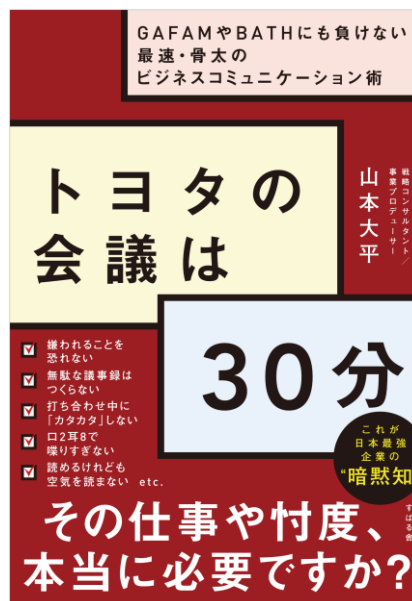
これからの日本企業だけではなく、日本経済全体が成長していくために必要な「トヨタの足もと力」がこの一冊に凝縮されています。

■書籍概要

- ・名称 : 『トヨタの会議は 30 分』
- ・出版社 : すばる舎
- ・発売日 : 2021 年 4 月 12 日 (月)
- ・定価 : 1,430 円
- ・判型・ページ : 四六判・216 ページ
- ・著者 : 山本 大平

■書籍の構成

- ・第 1 章：極限まで無駄を減らす「時短会議術」
- ・第 2 章：確実に相手を仕留める「コミュニケーション術」
- ・第 3 章：トヨタ魂の根幹「本質思考」
- ・第 4 章：スピリットをつなぐ「トヨタの教育」
- ・第 5 章：良好な人間関係を築く方法
- ・第 6 章：人間力を高上げる「配慮」の作り方



■本書に記載されている世間が知らない「トヨタに受け継がれる DNA」(一部抜粋)

・「なぜ？」と「定義は？」でトコトン詰めるのに答えは決して教えない

「なぜを 5 回繰り返す」で終わらず、「なぜを 5 回繰り返すのはなぜか？」までを詰めるのがリアルなトヨタ。また、質問責めを行うが答えは最後まで教えない。それが創業期からのトヨタのカルチャーであり教育方針。自分で考える力を入社時から植え付ける。

・「嫌われてナンボ」。現場のオヤジマインドがトヨタの本質

「よい品 よい考」を印籠にトヨタの現場ではオヤジたちの怒号が日々飛び交う。命を預かる仕事だからこそ、パワハラと言われようが、現場のオヤジはいつでも大卒の若造をビシバシ叱責し鍛え上げる。この循環によりトヨタの DNA が継承されていく。究極のボトムアップ、それこそがトヨタがトヨタである所以？

・究極の時短コミュニケーション

日本一の会社だけが実践している無駄を徹底的に排除した究極の時短術。議事録なんて作らない。メールする暇があればさっさと電話しろ。1 分で読めてしまう資料作成術など、トヨタではコミュニケーションの最速化が行われており、他企業が社内コミュニケーションをトヨタ化するだけで 2 ヶ月分の労働時間を捻出可能。

・「口 2 耳 8」の割合で接する

創業時から絶妙なバランスで今尚受け継がれているトヨタの暗黙知。日本企業で評価される「アピール」とは真逆のスタンス。口 8～10 では寧ろ叱責？ “多様性”の合理的解釈の先にこのスタンスを確立？

・「売値」を自社で決めない？

売値を自ら決める会社は 2 流？ 利益は何のためにある？ 会社は何のために存在？ 働くとは？ 創業者である豊田喜一郎氏から受け継がれるトヨタの哲学とは？

■ 著者プロフィール：山本 大平（やまもと だいへい）

戦略コンサルタント/事業プロデューサー

2004年に新卒でトヨタ自動車に入社し長らく新型車の開発業務に携わる。その後、TBSへ転職。さらにアクセントゥアでのマネージャー経験などを経て、2018年にマーケティング総合支援会社 F6 Design 株式会社を設立し代表取締役役に就任。トヨタ式問題解決手法をさらにカイゼンし、統計学を駆使した独自のマーケティングメソッドを開発。企業／事業の新規プロデュース、ブランディング、AI活用といった領域でのコンサルティングを得意としている。これまでに大手からベンチャーまで数多くの企業の要職を歴任／兼任中。趣味はアウトドア、野球。大阪府出身、京大院卒。