

どうしようもなく分離して行く  
2つの想いを胸に、  
これからの未来について  
今、ここで語るしかないと思った。

和佐大輔

どうも、和佐です。今回は小レポートとして、今僕が直面している問題意識についてシェアしようと思います。「今、ここ」で語っておくべきことだと直感的に感じています。できるだけ早く読んでもらえると嬉しいです。

## 和佐大輔の悩み

僕が何かに悩み、苦しんでいる姿を想像できる人はあまりいないと思います。外から見れば僕の姿は悩みや苦悩からは無縁で、あったとしても寝たら忘れるぐらいの感じに見えているかもしれません。

実際、多くの人が悩んでいることに対して、僕自身は「言葉としては理解できるけど、感覚として共感できない」という感じです。例えば、「会社員を続けるか、起業するか迷っています」と言われたら、「わかるけど、辞める必要があるなら辞めるしかないよね」という風に、身も蓋もない答えをしてしまいます。

よく「和佐さんは感覚の人ですよ」と言われますが、そんなことはなくて、あくまでも論理をベースとして考えているし、時には「感覚的に嫌なこと」でも、論理的に必要ななら心を押し殺して実行に移します。

そんな僕が、今、かなり悩んでいます。

いや、正確に言えば「答え」はもうすでに出たんですが、悩んでいた問題そのものが、かなり「これから自分で自分の人生を切り開いて行くつもりの人にとって、重要なもの」だと思ったので、シェアしようと思ったわけです。

# 未来は僕らの手の中にあるのか？

ブルーハーツの歌に「未来は僕らの手の中」という曲がありますが、本当に未来は僕らの手の中にあるのでしょうか？それとも、このまま時代の流れに飲まれて行くのでしょうか？

結論から言えば、

時代の流れは変えられないし、止まらない

というのが僕の考えです。この前提で、僕らは未来の自分の生き方について考える必要があります。

何かの問題について考えるときには、「**問題自体を正確に把握する**」ということがとても重要です。「僕らはこれからどのようにして生きていくべきか？」という問いがあった時、問題なのは「**これまでではどんな時代で、これからはどんな時代になると予想されるのか？**」です。

過去・現在を踏まえ、未来を予測する。その上で、どんな風に生きていくことが考えられるかを考え、いくつかの選択肢の中から生き方を選び、デザインする。めんどくさいことだと思いますが、今僕らに求められているのは、「**めんどくさいことからどれだけ逃げずに立ち向かえるか**」ということだと思います。

いや、別に、生きてさえいればなんでもいい、という場合は、めんどくさいことは考えずに生きていればいいと思いますが、僕なんかは「自由」を手放したくないわけです。守りたいものもあるわけです。

となると、真剣に未来について考えざるを得ない。

また、「ビジネス」という側面から見ても、僕らは何かしらの価値を提供しているわけで、それは必ずしも「即効性があるもの」や「副作用がないもの」とは限りません。コンテンツビジネスという括りで言えば、多くの場合は「即効性は無いし、副作用があるかもしれない」という代物です。

というか、教育全般がそうです。誰もが当たり前のように学校で数学や理科を学んでいる。これには即効性はないけど、将来的に子供の頭の働きを良くするとか、いい大学に行けば就職できる確率が上がると言われている。だから勉強する。

時代が違えば、剣術が数学と同じ役割だったかもしれません。つまり、「**今、何を学ぶか**」と「**今、何を教えるか**」の、どちらかの立場にいる人は、未来について考えておく必要があるということです。

今学んでいること、教えていることは、将来的に役に立つと思われるかもしれないけど、実際はどうなるかわからないものです。僕は1人の教育者として、改めて今、この問題に取り組んだわけです。

# これまでの5年間とこれからの5年間

学ぶことと教えることについて、僕はこんな基準を持っています。「10年先に使えることを積極的に学び、今後5年間は使えるものを教えよう」と。もちろん、一生涯使える知識もありますが、一生涯使える知識ばかりだと、かなり説教くさいコンテンツになります。

それこそ、哲学書や古典とされている本を読めばいい。でも、そればかり、ってわけにはいかないので、例えば僕なら「Facebookを使ったリストの集め方」など、新しいことも学び、教えるわけです。

新しい知識やテクニックは即効性が高く、持続性は低いです。逆に、古くから言われている普遍性の高い知識は即効性が低く、持続性が高い。僕は教育とはこの2つのバランスを取りつつやっていくものだと考えています。自分が学ぶときもバランスを考えます。

で、その基準が「10年後に使える・5年間は使える」ということなのですが、そう考えると、僕は常に「5年先の未来がどうなっているか？」を予想しながらコンテンツを作ることになります。もちろん、僕は預言者ではないので正確な未来予測ができるわけではないですが、それなりに当ててきました。

「僕がやっていること、教えていることは3年～5年後に流行る」という傾向があるので、今学んでおけば、2年後、ブームに先んじて一手を打てるかもしれない、ということです。

で、ここからが重要なんですが、僕はこれから先の5年は、これまでの5年とは大きく違うと考えています。「5年後」というのが正確な数字かはわかりませんが、遅くても10年以内に、状況は大きく変わるだろう、と。

だから今、僕らは人生やビジネスの方向性を考え、決める必要があると思うのです。人に何かを教えている人、あるいはこれから教えようとしている人は尚更です。お客さんの人生に関わることだったりしますから。

家電業界でよくあることですが「次世代競争」というものがあります。各家電メーカーが、次の5年間のスタンダードを争い、様々な新製品を出す競争です。例えばブルーレイや4Kテレビなどが記憶に新しいと思います。

僕なんかは新しい家電が好きなので、まだ定着していない家電などを買い、結局それが定着もせずに生産中止、ということがよくあります。「DVDに直接書き込めるビデオカメラ」とか、今ではもう骨董品です（苦笑）

これってしょうがないことですが、こと「教育」と考えると、そうそう簡単に「しょうがない」とは片付けられないと思うんです。コンテンツを作る側は、「5年後、やっぱりスタンダードにはならなかった、ごめんなさい」で、簡単に済ましてはいけません。

もちろん、最終的には間違いもあるでしょう。それはしょうがない（苦笑）でも、ギリギリまで悩み、考え、できる限り手を尽くす必要があると思います。

## これからの5年間についての予測

僕は経済学者ではないので、細かいエビデンスを集めているわけではないですが、  
「インターネット業界の未来」についてはざっくりとこんなことが言えると思います。

### 1. 消費の中心である中間層の減少による売上の低下

まず1つ目は、簡単に言うと「財布の紐が固くなる」ということです。正確に言えば、「ある分野には徹底的に金を使うが、それ以外にはほとんど使わない」というライフスタイルが一般化するということです。

これは単純な話で、人々の所得の平均が下がり、物価が下がらないということは、衣食住に使う金額や趣味に使う金額を減らさざるを得ない、ということです。「高級マンションに住み、高級車に乗り、美女と付き合う」というようなステレオタイプの成功者が減り、

例えば「イケダハヤト氏」のようなランニングコストを減らし、QOL（クオリティ・オブ・ライフ）を高めることを軸としたライフスタイルが新しい「成功者」の定義になっていくかもしれない、ということです。「ノマド」なんかもその一種で、物欲よりもQOLを高めることを良しとしています。

もちろん、この逆も考えられます。海外に住み、定住地を持たず、世界中を飛び回るような生活をする成功者像も生まれてきていますが、でも、結局は同じことで、「東京で贅沢な暮らしをするよりもコストが安い」というのが大きな理由です。

コストが安くなる上に、見た目は派手になるので、このタイプは今後5年・10年で急増する可能性があります。そしてこれは、「無駄なお金を使わない」という、これからの5年を生きる一般人の感覚にマッチします。

そして、成功者像の変化は一部の人にしか影響はないですが、それよりも例えば、恋愛やダイエットや語学などにお金をかける人の「総数」が減っていく可能性があります。そんなものにお金をかけている余裕が減っているからです。

ここで重要なのは「総数が減る」というだけで、「消費総額が減る」とは限らないということです。今までなら例えば29800円で売っていた恋愛マニュアルが売れなくなり、逆に20万円以上する恋愛塾が売れるようになるかもしれません。

ライザップなど、最近流行っているダイエットジムも「高額だけど、徹底的」ということがヒットの要因かもしれません。「安く、一般的なもの」を買う一般人、が減るのです。

もう少し深く考えてみましょう。

「コンテンツビジネス」や「アフィリエイト」などのインターネットビジネスを考えると、主力となっている商品は「一般人でも手が届く夢のある商品」です。高くても15万円ぐらいで、買えないことはない。

無料オファーで集客して、10～15万円程度の商品を販売して利益を出すのが主流だと思いますが、これが通用しなくなるかもしれません。いや、正しくは通用しますが、今のようなバブルはもう終わる、ということです。

「バブル」というものにも僕は定義を持っていて、僕の中では「売上が実質価値の5倍を超えるとバブル」です。例えば僕が50万円のコンサルを販売したとします。バブルの時は「僕のコンサルをなぜ受けにきたんだろう？」と思えるような人がかなり多く申し込みをします。

要するに、正確にその商品やサービスの価値を判断できずに、流れや空気に乗って申し込んでしまうわけです。僕の場合は「審査」などを設けて、半分以上はお断りするわけですが、文章の審査だけでは落としきれない人もいます（可能性は感じるけど、まだ早いかも、という人）。

ICCというコンサルティングサービスを販売した時は、募集定員が100名のところ、400名から申し込みがありました。審査で100名に減らしたものの、この100名にも「まだ早いかも」という人が含まれるので、実質の「僕が提供したい価値」の5倍ぐらい申し込みがあったことになります。

これは完全にバブル状態です。

ネットビジネス大百科に関しても、すでに正確な数字は把握していませんが4万本は売れていると思います。これもバブルと言えるでしょう。バブルは意図せずに起こるものだったので、必ずしも「悪いこと」ではないんですが、問題はこれが「当たり前だ」と勘違いし始める奴らがいることです。

正しいやり方でDRMを行えば、バブルは簡単に起こせますが、それはあくまで「時代性が合う」という条件付きです。同じことで何度もバブルが起こるほど甘くはありません。

今の時代、これまでの時代は全体的に「インターネットバブル」でした。しかし、これからの時代はそれが「適正なサイズ」になっていく時代です。ここで僕ら経営者が考えるべきなのは、「最悪、売上が5分の1になるとして、どう動くか？」です。

年商1億なら2000万、2000万なら400万に、です。まあ、5分の1は大げさすぎるかもしれませんが、あり得ない話ではありません。備えあれば憂いなし、です。

この後の話にも続きますが、「売上が5分の1になるインパクト」は壮絶なものです。そもそもビジネス自体が成立しない可能性がある。逆の一手を打って「カスタムメイドなサービス」を高額で少人数に提供して、売上を伸ばす会社も出てくると思います。

僕が言いたいのは「全部ダメになる」ということではなく、「これからどんな一手を打つか？」に全てがかかっている、ということです。

で。

ビジネスをやっている人には2種類いると思います。

1. すでにビジネスが軌道に乗っている人
2. これからビジネスを軌道に乗せる人

僕個人が相手にしているのは後者の「これから」の人です。そして、僕が10年間言い続けてきたメッセージは「**自分の力で成功しよう**」ということです。つまり、自分がマーケッターであり、コピーライターであり、コンテンツホルダーである状態が理想的だ、と言い続けてきたわけです。

まさに「生きてるだけで丸儲け状態」ですね。

でも今、この理想が危ぶまれる流れにあります。年商1億円以上の売り上げが見込めるようなビジネスの場合は問題ないわけですが、例えば年商1000万円とか、2000万円レベルだとどうなるでしょう？

収入で言えば月収50～100万円ぐらいいは取れると思うので、今の一般基準で言えばかなり裕福な生活ができます。そして、実際にこのぐらいいのレベルでコンテンツビジネスをやっている人・やろうとしている人はかなり多いです。

例えばこれまでのパラダイムで言えば、「月額2000円の通信講座に1000人集めればいい」とか、「1万円の教材を500本、5万円のバックエンドを100本売ればいい」という話だったわけですが、肝心のお客さんの総数が減る可能性が高いわけです。

もちろん、商品の分野にもよりますが、一般的なもののほど売りづらくなるでしょう。売り上げが半分になったら、年商1000万円程度のビジネスでは食っていけなくなります。これまでのパラダイムでは「年商5000万円以下のスモールビジネスでメシを食う」ということが可能だったけど、今後は少し状況が変わる、と。

年商1000万円程度のビジネスを複数作り、総合の売り上げを上げる手もちろんありますが、「これから始める人」や、「3年・5年後から始める人」にとっては、いきなりハードルが上がってしまうわけです。

昔なら「まずは無料ブログで50万円の売り上げをあげて、そこから広告を出す」などの戦略が、

戦略として成立していたわけですが、最初の売り上げが10万円だったらどうなりますか？次につなげることすら、難しいのです。

これまでのような中流の消費者が減ることだけで、「好きなことでメシを食う」というハードルが格段に高くなる可能性があり、今上手くいっているビジネスも、同じことの繰り返しをしていたらかなり危ない、ということです。

ちょっと暗い話が続きますが、まだまだ続きます（苦笑）

## 2. 競合が増えることによるスタートアップの難易度上昇

いわゆる「リストホルダー」はビジネスを簡単にスタートアップさせることができますが、まだ無名の人これからビジネスを始める場合、スタートアップのハードルがかなり上がっています。そしてこれからもっと上がります。

「今からやる人」は、時間をかけて2年、3年とブログなどで情報発信をすることによって、スタートアップを成功させることができますと思いますが、問題は3年後、5年後から始める人です。これは相当難しいと予想されます。

もちろん、中には強いメッセージ性があり、魅力的なコンテンツを持つ人がいるので、これも全部ダメ、というわけではないですが、その人の真価が問われることになります。バブルという服を脱がされた時、裸の姿がどれだけ魅力的か、ということ。

丁度「一発ネタブームが去った後のお笑い業界」のようなもので、キャラ芸人は真価を問われたわけです。「本当に面白いのか？」と。そんな中を勝てる人は勝つし、あるいは、新しいポジションを見つけて、「グルメ芸人」や「家電芸人」などになった人もいます。

こんな風に、これから先、ますますスタートアップの時点で「真価」が問われる時代になるのです。競合に正面から打ち勝つか、違うポジションを作るか、実際にやっていることは今と変わりはありませんが、難易度は上がるでしょう。

## 3. 情報が増えることによる知識の二極化

僕の予測通りに「無駄なことには徹底してお金を使わない人」が増えるとしたら、すでにコンテンツビジネスで成功している人たちは、「一般の興味が薄い人たちにリーチすること」よりも、「**どれだけ興味が濃い人を集めるか？**」ということを考え始めるでしょう。

その方法は、「**オウンドメディア**」か「**バズメディア**」か、という流れにあります。要するに、マニアックな情報を発信するか、より一般に認知されるような面白い情報を発信するか、の二極化です。

そして、「面白さ・興味性」を比較的簡単に付加する方法は、「有料のものの無料化」です。例えば、TBSなどはTBSオンデマンドで、先週のドラマを無料放送しています。「見逃した人はお金を払って見てくれ」という暗黙のルールを変えたのです。

僕のようなテレビを見ない層にとっては、オンラインでテレビや映画が無料で見れること、しかもオフィシャルとして観れることはかなりありがたいことです。FC2動画などの違法サイトに頼らなくてもいいし、何より気分がいい。

こんな風に、もはや海賊版という概念は無くなり「無料なのが当たり前」となるかもしれません。僕自身も公式のYoutubeでかなりの部分を無料化していますし、「和佐・木坂ラジオ」などの実験的な企画もやっています。

情報の無料化は「無料にし始めた競合他社が増える事」によって、まるで渡り鳥が1羽の先駆けによって次々と飛んでいくように、一気に増えていくでしょう。

情報の無料化が進むとどうなるのか？

経済面と同じように二極化が起こります。「頑張って見る人」と「全く見ない人」に分かれていく。例えばこれが大学の授業などの場合、勉強する人としらない人が極端に二極化していくということです。

無料だからといってみんなが見るわけではなく、むしろ無料情報が膨大に増えた分、1つ1つにかける時間や質が減り、「バカはよりバカに」という悪循環が進むのです。「貧乏人はより貧乏に」と同じ原理です。「本人次第」なので、誰にも文句は言えないところが二極化の恐ろしいところです。

今、コンテンツビジネスとして成立している分野の情報は「誰かが始めた時から」無料化が始まるでしょう。これによって、スタートアップの人の難易度もまた上がることになります。

## 4. 職業化と分業化によるスピードの上昇

年商が1億円を超える規模が見込めるビジネスの場合「全てを1人でやる」よりも、「分業化」するほうが効率的な場合があります。僕自身はコンテンツビジネスはできるなら1人でやったほうが良いと思っていますが、技術の進歩のスピードの早まっているので、分業化がもっと普通になっていくはずですよ。

例えばコピーライターや広告屋など、職業化が起こります。職業化は一見いいことですが、自由度は下がります。悪く言えば現実的ではあるけど、夢はない、ということです。

インターネットの世界も、現実世界と同じように「組織で動くこと」が当たり前となり、一歩間違えば官僚化が進みます。官僚化が進んだ組織は効率的ですが、変化に弱くなります。

職業化と分業化で生産スピードが上がります。コンテンツビジネスで言えば、セールスレターを書く人、広告を出す人、WEBサイトを作る人、コンテンツを作る人、などがそれぞれのノルマを達成するわけなので、1人でやるよりも何倍も早くなるでしょう。

でも、関わる人数が増えるということはコストがかかるということです。年商1億円程度で3～4人の雇用が限界でしょう。売り上げを上げるとなると、複数のビジネスを同時進行させることになります。

実際、すでに「コンテンツビジネスファクトリー」と言えるぐらいの生産力を持った会社はいくつかあります。ただ、こうなってくると他の一般企業と同じで「売り上げ」が第一目的となり、教育の理念やクリエイティビティなどは失われがちです。

また、コンテンツホルダーは最終的にないがしろにされる可能性が高く、現在、訴訟問題に発展しているところも多くあります。果たしてこのビジネスに関わる人たちのQOLは高いんでしょうか？

.....

と、こんな風に、インターネットビジネスの業界だけを覗いても、これだけ大きな変化が今後5年・10年で起こると予想されます。簡単にまとめると、

- ・年商2000万円以下のビジネスは厳しくなる
- ・年商1億円以上でも組織化すると自由は失われる
- ・誰もが簡単にコンテンツビジネスなどで成功する時代が終わる
- ・本当の価値が問われ、価値がある者だけが生き残る

ということです。残念でしょうがないですが、これが事実です。

さて。

これらの予測を踏まえた上で、ちょっと「和佐大輔の立場」になって考えてみてください。僕の主なフィールドは「これからビジネスを成功させたい人・もっと飛躍したい人相手」です。しかしこのフィールドは先ほどの予測では「先細り」なわけです。

これまでの時代は「新人が勝てる可能性が高い時代」だったわけですが、これからの時代（5年後以降）は「新人が勝ちにくい時代」です。まあ、こんなことはずっと前から予測してきたわけですが、僕はもうあと5年と勝手に予測しています。

つまり、「**これからの人は今すぐ勝負して、5年以内に成功を目指す**」必要があって、僕自身は

「次の5年間・10年間の人の役に立つこと」を模索する必要がある、ということです。僕が今後5年間、変わらず今と同じことを続けていたら、5年後、結構やばいと思います（苦笑）

「口だけ」になってしまう。時代が変わったのに武士の教えを説いているようなものです（苦笑）  
武士は武士でも、これからの武士の生き方を考え、教えなければならない立場にあります。

あなたならどうしますか？

.....

僕の答えを話しますが、これから先、僕がやれることは4つあると思っています。

1. 売れるコンテンツホルダーを見つけて、プロデュースし続ける
2. すでに結果が出ているビジネスの手伝いをする
3. 人間の真価を高める活動をする
4. 職業としてのコピーライターやマーケッターを育てる

読めばわかると思いますが、「できる奴を相手にするか、まだこれからの人を相手にするか」の違いです。僕は「できる奴を相手にする」ってことが、基本的には嫌いです。なぜなら、できる奴を10人も集めれば、僕の世界はそれで完結するから。

ビジネスも上手くいくだろうし、たぶん、人とあまり会わなくなってしまう。

当然ですが、人口の99%は「これからの人」であり、できる人は1%です。まあ、甘く見積もっても95：5ぐらいの割合でしょう。どう思いますか？これって。

僕は1%のために生きるのは嫌です。

僕が実際に関わる人数は日本人口1億2000万人の1%にも満たないわけですが、思想として、選民的なエリートだけの世界を作りたいわけではない、ということです。なんというか、「可能性は誰にでもある」ということをギリギリまで信じたいわけです。

さて、ここでまた大きな問題です。

## 「本当に可能性は誰にでもあるのか？」

正直、僕にはわかりません。人種的な能力差があるかもしれないし、DNA的な優劣があるかもしれない。でも、人間社会で自分の価値を発揮する程度のことなら、別に自分の遺伝子の全ての力を使わなくたってできるはずですよ。

遺伝子の優劣が10%あったとして、「100の人」と「110の人」がいたとして、実際使ってる力は30ぐらいだと思います。30の力を上手く発揮すれば成功できるのが、この世界だと思うわけですよ。だから僕は可能性に賭けたい。

とはいえ、じゃあ無条件にオールインしてもいいのか？と。

それは違います。僕の体も時間も有限なわけですから、どっかのSF映画のように「1万年間、人類の進化を見守る」とかできないんで（苦笑）僕に限られた世界で、僕のできる可能な限りの可能性の追求をしなければならない。

だから僕は2つの方向性を打ち出します。冒頭で「どうしてもなく分離していく2つの想い」と書きましたが、その正体は「現実」と「理想」です。僕にはどちらか一方を取るなんてことはできない。

矛盾するようですが、両方の方向性で、僕の次の5年間のビジネスを構築して行こうと思っています。

具体的に言うと、

現実的な方向性（時代の流れに逆らわない形）

### 1. 職業訓練としてのコンテンツビジネス

（ライスワークラボやコンテンツビジネスエリート養成講座）

### 2. コンテンツホルダーとマーケッターの出会いを生むビジネス

（Spinsという企画とISMという企画を構想・準備中）

理想的な方向性（時代の流れを踏まえて、乗り越えた形の模索）

### 1. イレギュラーを生み出す環境を提供するビジネス

（大人の大学など）

### 2. 人間の真価を高めるビジネス

（邪!!男塾を準備中）

です。これまでに生み出してきたコンテンツは、職業訓練としての利用以外は、無料か、無料に

限りなく近い価格で公開していきます。というか、もうやってます。

わからない人にはわからない、微妙な問題だったと思いますが、「希望を与えて、才能の芽が出るのを待つ」というスタイルから、「**絶望を与えて、潰れない芽をあぶり出す**」という、さらにマッチョなスタイルに路線変更する、ということです。

希望と絶望、一見すると希望の方が多くの人にリーチできると思われがちですが、実は違います。これも重要なポイントなので、話しておきますが、例えば「17歳で1億円を稼いだ男の物語」は、希望へのアプローチですが、これは特殊な人しか反応しません。要は、これを聞いて「いいなー」と思った人だけきてくれたらいい、というスタイルです。

でも、絶望へのアプローチは「**お前の価値はどこにある？生きてる意味はどこにある？**」という根源的な問題提起なので、今後5年間でグサグサ刺さって、死にそうになる人が増えるはず。たぶん、今でも20～30代を中心に刺さるはず。

僕は「**今よりも多くの人を叩き潰す**」というやり方を採用しようとしているわけですから（苦笑）、これは大きなお世話以外の何ものでもないんです。本来なら、自分の無価値さに気づいた人だけが来てくれればいいところを、強制的に問うわけですから。

でも、そうでもしないとやばいと思うから、この方法を採用するわけで、実際、危機感がない人が「自由に生きたい」とか思っていることが、もはやかなりヤバイ状況になっています。あと数年で、そんなことも言ってもらえなくなる。

緩やかに生活から余裕が消え、無駄な消費が減る。気がついたときには結構いっぱいっぱいの生活で、事故とか、突発的な出来事でパンクするような状態になっているかもしれません。

独り身の場合はいいですが、僕の周りでも最近は結婚したり子供が生まれたりしている人が多いので、「大丈夫なのか？それで。」と心配になります。

備えあれば憂いなし。

今成功している人は次の5年を考え、準備して、これからの人は今すぐに行動を起こす。そうしないと、5年って結構あっという間ですから（苦笑）

・・・以上、僕はこんなことをずっと考えて、そして今後の5年の大まかな方向性を考えました。あなたの人生はあなたのものですから、ぜひ、じっくりと、そして素早く、自分のこととして考えてみてください。

和佐大輔

PS.

どんな時代になろうと「真価」が高ければ問題はありません。つまり、僕の言う「職業訓練としてのコピーライター」などは、真価を高めることを放棄して、売れるパターンで書けるようになるだけでいい、ということではなく、まずは型を覚え、その後に真価が発揮できるように修行しろ、ということです。

これまでの時代は極端に言えば「修行が先」だったわけで、「実戦は修行してから」というものだった。でも、これからは「とりあえず戦えるようになること」を先に目指さないと、どんどん置いてけぼりになって、真価を高めることもできない場合がある、ということです。

一方で、これまでのやり方と同じく「先に修行して、実践」のほうが性に合う人もいる。この場合はある程度の才能が必要となるわけで、「早咲き」の人は実は修行から始めたほうが良いと思っています。

だから僕は早咲きの人は特に心配していません。調子に乗らないってことを誰かが教えれば問題ないと思う。

心配なのは「遅咲きの人」です。人によっては10年かかるかもしれない。これが恐ろしくて、今50歳の人ならあと10年かかってもいいと思うんです。そっちの方が面白いし。でも、今20歳の人が10年間かけるのは、いいのかもしれないけど、もったいない気がするし、何より生きていけるのかが心配。

確率で人間を見るのは嫌いですが、一般的に当てはめたら「クリエイティビティ訓練としてのビジネス」よりも「職業訓練としてのビジネス」をやったほうが良い。そして、ある程度の余裕を生んでから、じっくりと取り組んだほうが良いと思うわけです。

これが「ビッグアイディア」や「イノベーション」を生むかどうかはわかりませんが、現実的な方を目指す人はそれが良いと思うんです。無理に理想を追わなくても。

ちなみに、さらに20年後、30年後の状況は変わっていて「職業としての訓練」なんて時代に合わない可能性もあります。なぜなら、「その程度のことなら人工知能に任せられる」という可能性が高くなるからです。

職業としてのマーケッターやコピーライターが活躍できるのはこれから10年・20年で、それ以降はわからない。どこまで行っても結局は「人工知能には真似できない人間だけの領域」を高めていくしかないわけです。

はてさて、20年後、30年後、僕ら日本人にそんな「余裕」があるのか？僕は結構悲観的で、「一般人にはそんな余裕はない（可能性は認められない）」と思います。だから、今、ここなんです。

悲しいね。未来。それでも生きねば。

3時間程度で一気書き上げたので、誤字脱字やよくわからない部分もあるかもしれませんが、最後まで読んでくれてありがとうございます。