

## 特集

### 「ロジカルシンキングの基本（その3）」・・・ロジカルシンキングの重要性

THANKSでは、ロジカルシンキング（論理思考）の特集を組んでいます。  
今回は、前回の続きとして、「ロジカルシンキングの重要性」について解説します。

#### ロジカルシンキング（論理思考）とは？

前回の復習として、まずは、ロジカルシンキング（論理思考）の意味を確認しましょう。

ロジカルシンキング（論理思考）とは・・・

「物事を筋道を立てて考えること」

ロジカルシンキング（論理思考）とは、複雑なものを、分類したり、整理したり、組み立てたりしながら、分かりやすくして考える思考方法のことを言います。  
ロジカルシンキングの対極にあるのが、行き当たりばったりで、経験や勘頼みの考え方です。

#### ロジカルシンキング（論理思考）の重要性・・・前回のつづき

### 1. 相手に納得してもらいやすくなる！

前回、前々回で解説した「納得できない主張」を思い出してください。  
自分としては、当然と思って話をして、相手からみれば「なぜ」がさっぱり分からない・・・  
結果として、自分の主張と相手の主張は平行線です。  
「やりたいこと」「なりたい姿」を実現するためには、自分の考えを論理的に伝え、相手に納得してもらうことが不可欠です。

————— ここまで前回 —————

## 2. 発想が豊かになり、多くのアイデアが出せる！

20年近くも前、私がコンサルタントになったばかりの頃のこと。  
ウォークマンを開発した某S社（もう時効だから、どこの会社だか分かってもいいでしょう）のマーケティング戦略を策定するプロジェクトを担当しました。  
S社と言えば、言わずと知れた日本を代表する企業。  
もちろん、マーケティングに関しても定評があります。  
「なぜ、S社が我々のようなコンサルタント会社に、マーケティング戦略の策定を依頼するのか？  
業界のことは、自分たちが一番良く知っている訳だし、優秀な社員も沢山いるはずなのに・・・」  
プロジェクトを担当しながらも、私はずっと疑問でした。

ある日、プロジェクトリーダーであるS社の役員の方と話をする機会がありました。  
「なぜ、貴社のような会社が、コンサルタント会社にこのような仕事を依頼するのですか？」  
思いきって訊ねる私。  
「確かに当社は、人材は豊富だし、マーケティングもそれなりに評価してもらっています。  
しかし、最近、どうも、やっていることがワンパターン。  
自分たちが持っているデータや情報を、コンサルタントの方々ともう一度、論理的に分析したり、加工することによって、新しいやり方が見えてくるのでは、と思ったのです。」  
「なるほど・・・」  
リーダーの方の言葉に、思わず唖ってしまいました。  
現状に満足することなく、常に新しいことにチャレンジする姿勢。  
さすがS社です。

ちなみに、この理由は、その後、私がコンサルティングの営業をする際に非常に役に立ちました。  
「私たちは、この業界で、もう何十年も仕事をしているのですよ。  
業界のことをよく知らないコンサルタントの方々に、教えてもらうことはないでしょう・・・」  
特に、中規模クラスの会社に行くと、よく言われました。  
その時に出すのが上記のS社の話（当然、社名は出しませんが）。  
「へえ～ やはり一流企業は、貪欲なんですね・・・ 言われてみれば、我々がやっていることもワンパターンですね・・・」  
お陰さまで、結構、仕事をいただきました。

経験は、もちろん大事なこと。  
しかし、それだけに頼っていると、殻を破ることはできません。  
いろいろな角度で分類したり、組み立てたりすることによって、新しい発想が生まれます。

## 3. 手段の有効性が高まり、成功確率が上がる！

これも私の昔話。  
十数年前に、日本を代表するパソコンメーカーであるN社から、「マルチメディア」に関する戦略策定の依頼がありました。  
「マルチメディア」という言葉は、もはや死語ですが、当時は、ちょうどインターネットの黎明期。  
金融、娯楽、医療、小売・・・  
その将来性について、いろいろな議論がなされていました。

「果たして、どの分野から注力すべきか？」

あまりにも多様な可能性があるために、N社の中でも、意見が割れていたようです。

我々の役割は、市場調査を行い、「どの分野から攻めるべきか」を論理的・客観的に示すこと。N社としては、我々の提言を参考にしながら、重点分野を決めようとしていたのです。

どのような会社も投入できる資源は有限。

そして、実行には、スピードが求められます。

大事なことは、重点（ターゲット）を、適切に決定し、そこに集中すること。

それには、単なる思い込みは危険です。

論理的・客観的に冷静に判断することは、厳しい世の中において、特にますます重要になっています。

#### **4. 未経験の難題に対処できる！**

「勘（カン）」

前回のTHANKSでも書いた通り、決して捨てたものではありません。

ただし、「勘」と「ヤマカン」は違います。

ヤマカンは、何の根拠もなく、運を天に任せるもの。

例えば、試験の選択問題で、エンピツを転がして、どの答にするかを決めるようなもの。

確かに、これでは困ります。

しかし、ビジネス上の、いわゆる「勘」は、ハッキリ説明はできないけれども、何らかの根拠に基づいていることがほとんどです。

「たぶん××では？」

それなりの経験を積んでいる人にとっては、かなりの確率で正解でしょう。

しかし・・・

この「優れた勘」も、全ては自分の経験に基づくもの。

自分が経験したことが無い、未知の難題に直面したら、手も足も出なくなってしまうでしょう。

最近、営業一筋の人が、いきなり管理部門のマネジャーとして異動するようなケースが増えています。こうした場合、異動した人は、ハッキリ2つのタイプに分かれます。

1つ目のタイプは、自分には無理とバンザイしてしまう人。

「今まで経験したことが無いから分からない・・・」

つい、こんな弱音を吐いてしまいます。

当然、部下から信頼されません。

もう1つのタイプは、部下や周囲の人から、いろいろな情報を得ながら、適切に課題を設定し、解決できる人。

もちろん、当初は苦労しますが、すぐに成果を発揮します。

前者と後者の違いは、ロジカルシンキングの力の差です。

筋道を立てて考えることができれば、未知の分野でもそれなりの答を出すことは可能なのです。

## 5. 無駄が無くなり、効率的に事を運ぶことができる！

「料理の鉄人」というTV番組を憶えていますか？  
登場する料理人は、まさにプロ中のプロですが、なぜ、彼らは、短時間の中で、あれだけの料理を作ることができるのでしょうか？  
もちろん、「経験」も一因でしょう。  
しかし、それだけなのでしょうか？

私の見方では、彼らは、まさに「ロジカルシンキング」の達人です。  
彼らがまず行うことは、司会者の「お題」に基づき、どのような料理を作るかをイメージすることです。  
「このような料理を、これだけ作ろう！」  
そこからスタートします。  
そして、その次は、段取りのイメージ。  
食材として、何を持ってくるか？  
アシスタントに、どの部分を任せるか？  
明確にしてから、作業に入ります。

私は、ひとり暮らしをしている時に、たまに自分で料理を作りました。  
空腹の時に買い物に行くと、ロクなことはありません。  
「あれも買おう」「これも買おう」  
どうしても買い過ぎます。  
そして、結局、空腹を我慢できずに、総菜まで買う始末。  
結局、買って来た食材は、その日に使われることはありません。  
後日、暇な時に、本を読んで、料理を作ろうとすると、以前買って来たものは、すでにカビが生えていたり、作ろうと思う料理には、食材が足りなかったり・・・  
無駄なお金や、無駄な時間を費やしました。

無駄なく、効率的に仕事を進めるためのポイントは、まずはゴールをイメージして、全体的な段取りをしっかりと決めることです。  
そして、これを上手にできるようになるための重要なテクニックがロジカルシンキングなのです。

ちなみに・・・  
ゴールをイメージしないで、場あたりの仕事をしている人と、しっかりゴールをイメージして、段取りを考えている人は、口癖で分かります。

**場あたりの人の口癖** : 「とりあえず・・・」  
**ゴールをイメージしている人の口癖** : 「まずは・・・」

「とりあえずビール！」  
オーダーを決める前に、居酒屋で言いますよね。  
しかし、後でコース料理が出ることが分かっていたら、言い方は自然と変わると思いますよ。  
「ワインの前に、まずはビール」と。

## 6. 自らの経験を肥やしにできる！

10年くらい前、担当販売店の実績を伸ばした営業マンをピックアップして、「成功要因」についてインタビューをしたことがあります。

その結果は、ざっと以下の通り。

3割：営業マンとしては、特に何もしなかったが、たまたま、お客様（販売店）の要因で伸びた

4割：営業マンとして、確かに良いことを行ったが、本人は、「何が良かったのか」をハッキリ説明できない

3割：営業マンが自分で仕掛けて、結果を出した

もちろん、ベストは最後の3割の人。

主体的に動いた結果ならば、必ず「良い経験」になり、次につながります。

もったいないのは、真ん中の人。

せっかく良いことを行ったのに、奏功した理由を説明できないので、次に同じような機会があっても、また、同じことをするとは限りません。

歩留り（＝学習効果）が低いので、成長できません。

昨年から、競馬の三浦皇成騎手が脚光を浴びています。

その理由は、武豊騎手の新人騎手の勝利数を十数年ぶりに更新したことです。

「なぜ、三浦は強いのか？」

雑誌によると、三浦騎手の最も優れている点は「学習効果」。

勝っても負けても、冷静にレースを分析し、「何が良かったのか」あるいは、「何が悪かったのか」を明確に説明し、次につなげることができるそうです。

だから、たった1年のキャリアでも、今や、日本の中でもトップクラス。

成長のためには、「自分の行為」と「結果」を論理的に結びつけられなければダメです。

「たぶん」「たまたま」では、せっかくの経験が台無しです。

<次号に続く>