

# ビジネス思考力養成セミナー

## 5月講座テキスト

見本

注意

研修効果を高めるため、講師から指示があるまでこのテキストは絶対に開かないで下さい。

先のページを見てしまうと、解答解説が載っているため、研修効果が半減します。講師の誘導に従ってページを送ってくださいますようお願い申し上げます。

※各ページに掲載の文章・画像の無断転用を禁じます。すべての著作権は(株)監査と分析に帰属します。

キャリアアップ転職、社内ポジションの向上など、みなさんが目標にしていることを達成するために必要なこと、それは良い実績を、なるべく多く、早く積むことです。

普段の仕事を通じてそれができれば一番良いのですが、実際にはなかなか難しいことです。真の思考力は同じ業務を長くやっているだけでは身に付きません。少し、切り口を変えて物事を見る「クセ」をつけましょう。

そのためには「経験を積むこと」が**見本**です。

このセミナーには、多くの経験を一瞬で疑似体験できる要素をたくさん盛り込んであります。みなさんの成長スピードのアップに少しでも貢献できれば幸いです。

本日は短い時間ですが最高の成果を出すために取り組んでいきましょう。

勝間 和代

## (1) MECE編

- ・なぜMECEか？どうやったらMECEを作れるのか？
- ・実際にMECEを作ってみる
- ・MECEからロジックツリーに展開してみる

## (2) 仮説思考編

- ・なぜ仮説思考なのか？どうや~~ったら~~**見本**仮説思考ができるのか？
- ・実際に仮説思考で考えてみる

## (3) ファクトベース編

- ・なぜファクトベースには 이슈アナリシスが必要なのか？
- ・ 이슈アナリシスシートの作り方

# MECEをつくるコツ

CONFIDENTIAL

## ①掛け算に出来ないか？

- 得票数 = 有権者数 × 投票率 × 得票率
- 実質GDP = 名目GDP × 物価上昇率

## ②反対・対称概念を組み合わせる

- ありがちな姿と理想の姿
- 事実 (Fact) と認識 (Perception)

## ③時系列に従いステップ分けする

- 広告、説明会、面接、採用、研修、配属

見本

## ④要素分解する

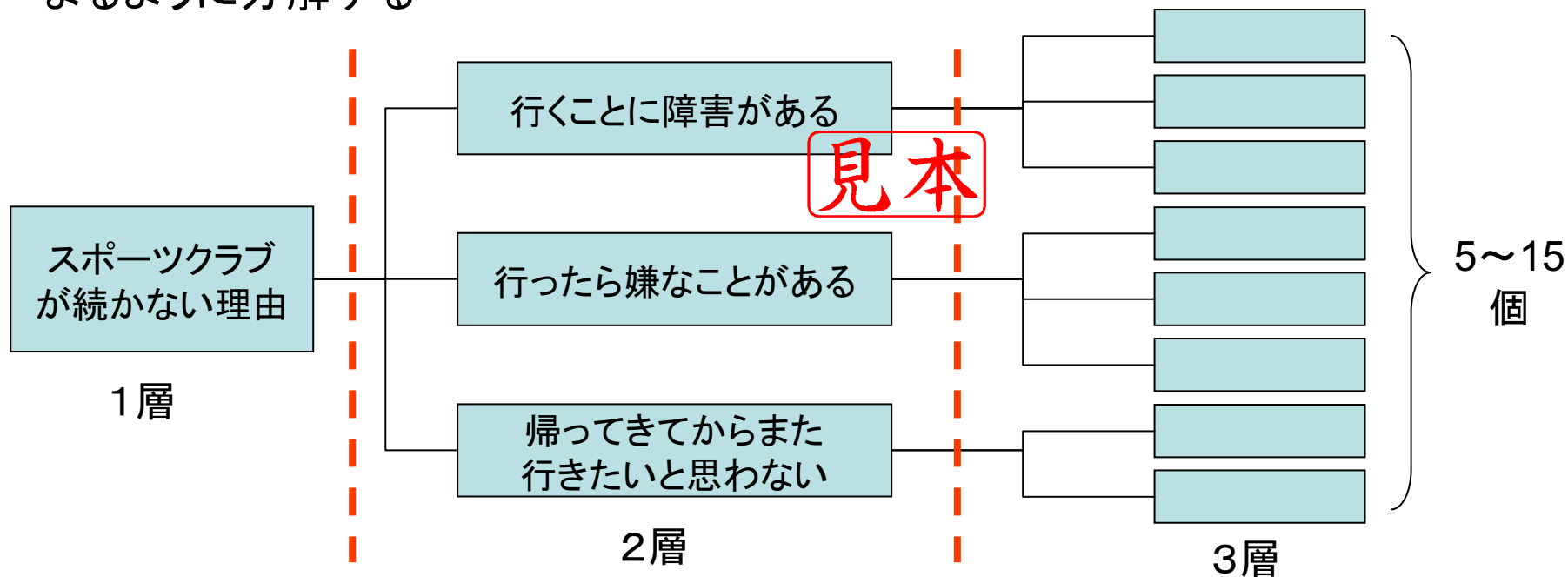
- 4P (Product, Price, Place, Promotion)
- 3C, 4C (Company, Customer, Competitor, Channel)

①～④の視点を何度か試して、どうしても切り口が見つからない場合は、、、

# ロジックツリーへの展開

## ロジックツリーの作り方

- 大問題から次の層へMECEを意識して分解する。その際、どの切り口を使って分解したのかを意識する。
- 通常の切り口以外に、いくつか別の切り口を探してみる。
- 元の問題から3層ぐらいにわけてみて、最後の箱が5から15個ぐらいにおさまるように分解する



## 良い仮説の立て方

- インタビューから得られた少数有力説 を立証する
- 中長期的な大きなトレンドを掴む
- 全体のシナリオに大きな影響を与える要因を発見し、中心に据える
- 海外、過去、他業界などをベンチマークにする

見本

# 例題：イシューアナリシスシート

CONFIDENTIAL

## ●イシューアナリシスシートの例(レストラン)

問題領域			問題点/仮説	分析のイメージ	データソース	アウトプットイメージ	担当	スケジュール
なぜレストランが儲からないのか？	売上	顧客単価	料理	①	②	③	④	⑤
			飲料					
			その他					
		顧客数	新規顧客					
			既存顧客					
	費用	原価	原材料費					
			人件費					
		販管費	設備投資					
			インフラ					
			その他					

見本

「料理」に関して、①～⑤に該当する例を自分で考えてみよう