

「帰納法」と「演繹法」

1. 民主主義と帰納法

右掲は、帰納法と演繹法を簡単に表しています。いささか難しい話から入りますが、物事を考えるのに「帰納法」と「演繹法」の2種類がある事を、まず、認識したいと思います。簡単には、物事の共通項を見つけ出して、そこから導かれる仮説に普遍性があると推論するのが「帰納法」であります。従って、「共通項」という最小公倍数を見つけ出す方式とも言えるので、民主主義の多数決論理で言えば、できるだけ皆が賛成しやすい項目に絞り込んで「賛成」の数を多くして決めるやり方とも言えます。これに対して「演繹法」は理詰な推論なので、完全一致を目指すので、民主主義の多数決には向かないのです。

この事は、日本の政治状況が物語っているのです。「決められない政治」と揶揄されるように、皆が賛成しやすいように共通項を絞り込むと新しい事、特に、身の切る改革や痛みを分かち合う改革が進まないのです。

「帰納法」

一般的にある共通する現象が見られるから、それから導かれる仮説は普遍とする考え方。しかし、数学的には帰無仮説(上記の「ある現象が正しい」として立て、一つの例外を示して普遍的ではないと論破するので、つまり、上げ足をとる方法にも使います。

「演繹法」

一般に3段論法と呼ばれるもので、 $A=B$ 、 $B=C$ 、ならば、 $A=C$ という考え方で普遍性が証明される。

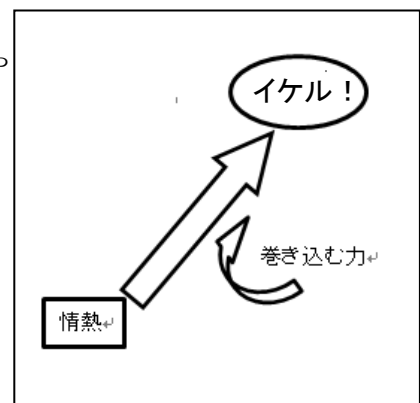
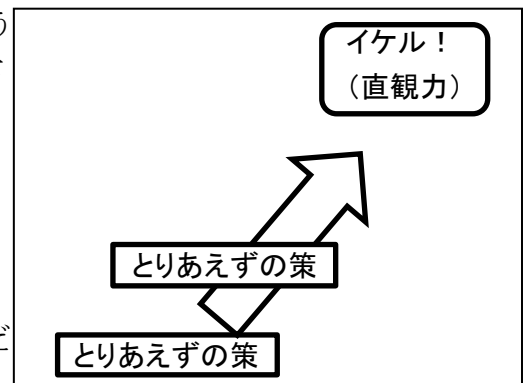
2. ビジネスにおける論理展開

右の図は、私が考える行動の論理です。まず、「イケル！」というヒラメキ(直感力)があり、その根拠を少しでも掴めれば、それを信じて「とりあえず」という形で動き始めて、まず、「イケタ！」という成功の実績を築くのです。この実績をもとに、つぎの「とりあえず」を実践して実績を積んで行くというプロセスを続けると故船井先生の「3回安定10回固定の原則」が働いて、「イケタ、イケタ、また、イケタ！」という勢いで「3回安定」ができるのです。

これは、「イケル！」という着想がスタートなのですが、これにこだわって考え込むと身動きが取れなくなってしまうのです。これは、あくまでも着想なので「一部」に過ぎないのですが、その「一部」が「イケル！」とヒラメキなら、その直感を信じて「帰納法」的に仮説とするのです。その仮説を実証するのに「とりあえず」という実現しやすい事柄から実績を積み上げて行くんです。この実績の積み上げは「実績」=「実績」=・・・=「実績」という繋がりが連鎖すれば、仮説が普遍性を持つと誰もが考えるようになるのです。

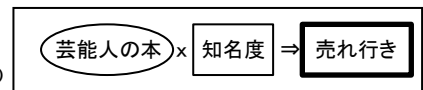
しかし、人間の行うことなので永遠の真理などないのです。社会環境が変われば、新しい仮説が必要になるのです。この新しい仮説を帰納法的に最小公倍数で「イケル！」と信じて、実際に現場で「とりあえず主義」で実証するという事が重要なのです。

この時に必要な事は、リーダーは他人を巻き込む能力が必要なのです。右掲のイラストが示すように、自分のヒラメキに情熱を燃やすことがポイントであり、その情熱で他人を同調させる必要があるのです。ビジネスの場合、「とりあえず」で実践した事が「儲け」につながる事が必須条件なのです。人は、「儲かる」という事実弱いのです。逆に、どんな理想論を唱えても現実展開で躓くと誰も賛同しなくなるのです。この事は、外部コンサルタントの指導にもあてはまるのです。難しい事を示しては、誰も実践できないので、現場は動けないのです。現場が動けるように「人肌」と言いますが「とりあえず」のレベルを下げるのがポイントになるのです。



3. 「実績」x「財務力」⇒「ブランド」

現在は自費出版ブームで数多くの本が世に出ているのです。しかし、その殆どは妄想に終わり、身内すら買わないケースが多いのです。出版会社は金儲けですから、本の内容を評価するのですが、その評価が高いものであっても、無名の作者では売れないのが殆どです。右上に、「芸能人の本」と書いていますが、知名度のある芸人が書いた本なら話題性があり、マスコミが取り上げたりして売れ行きに繋がっていくのです。この「知名度」がものを言っているのです。



同じように、政治は国民の支持率が大きくものを言い、ビジネスは何と言っても財務力がものを言うのです。「財務力」とは、実際に持っている資金と調達できる資金力と定義すると「資金力」＝「財産」とも言えるのです。すなわち、蓄財して行かないとどんな立派な事をしていてもパワーにはならないのです。「勝てば官軍」と言ったように「儲かれば官軍」なのです。実際に、財産のパワーは大きくて、銀行も借りてくださいと頼みに来るのです。もちろん、人材も集まるので、どんどんパワーがアップして行くのです。しかも、「人材」は集まって来るのですから、卑近な話ですが給料はそれなりで構わないのです。

このように、「知名度」や「支持率」、「財務力」というモノがものを言うのです。私は、経営コンサルタントとして独立起業する際に、船井総研の客員経営コンサルタントという資格を得て、「知名度」の代わりにしたのです。それから、20年が経過して実績を重ねて来て、しかも、お蔭様で儲かる体質になっているという事でお客様への指導力も高まっていると思っています。「実績」と「儲かっている」は大きなパワーになり、それにより「指導力」が高まり、お客様が実績を挙げれば、その「指導力」に理屈がついてくるという構図になっているのです。

このように、コンサルタントの世界でも「実績」x「財務力」がものを言う訳ですから、ビジネスの世界では、「実績」x「財務力」が大きければ、お客様にも仕入先にも「もの言う」パワーがつくのです。「ブランド」と言いますが、まさに、「実績」x「財務力」がベースにないと「商品」や「サービス」がよかっても築けないのです。

4. 理屈は後から何とでもつけられる

すこし、脱線した感じが強いですが、「着想」(妄想?)を信じて、現場で小さな実績を積み上げて行くという主義でいます。「着想」≡「帰納法」としてとらえ、「小さな実績の積み上げ」≡「演繹法」という考え方で「小さな実績」が大切だと言いたかったのです。もちろん、実際には、「失敗の中に新しい発見がある」というように、何事もあたってぶつかる事から新しい展開が始まるのです。「演繹」という形、すなわち、実践で得る事実の積重ねが重要なのです。

こういう荒っぽい論法だと非難の的になると思いますが、実際に、どんな名案でも思案の段階では何も生まないのです。逆に、名案と思って試行して失敗した中から「発明」が生まれたりしているのです。エジソンの電球も同じで「99%の失敗の中から1%の成功が生まれる」と彼はあとから理屈をつけているのです。有名な青色LEDの発明も失敗の中から生まれたと言われていました。青色LEDが生まれなかったらノーベル賞もなかったのです。

トヨタも同じで、戦後に労働争議を起すほど財務状況が悪化したのです。この時、銀行は冷たいものであったそうです。この反省をして、折からの朝鮮動乱の特需で財務力を回復させ、独自のカンバン方式という「乾いたタオルをさらに絞る」という方式に発展させたのです。そのトヨタは長年の目標であったグローバル10も達成し、強い財務力で独自の世界に入っているのです。幾ら、正論を吐いても「儲かる」⇒「財務力」につながらねば意味がないのです。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryo.html> あります！】