

幸本陽平

脱！ 残念な 考え方

ついやってしまいう思考の落とし穴 15

8割以上が満足
信頼できない理由とは？

テレビCMで売れた
因果関係は正しい？

売上前年比+13%
増加を喜ぶべき？

ここで終わるのは、
残念な考えかた！

ロジカルシンキングが

上司と部下の会話でよくわかる！

脱！ 残念な考え方

著：幸本陽平(こうもとようへい)

株式会社東風社 代表取締役。経営コンサルタント、研修講師。

一橋大学卒、中小企業診断士。2002年、日本ロレアル入社。

2010年、幸本陽平事務所(現・東風社)を設立。ロジカルシンキング等を中心とした研修やセミナー、コンサルティングなどを手がける。

これまでの指導経験は300社1,000人以上。北海道から九州まで、商工会議所などの研修や講演の登壇も200回を超える。

著書は『実践トライアングル式 問題解決法』(日本経済新聞出版社)等。

思考が「つながっていない」「浅い」「狭い」…

そんな「残念な考え方」を起点に学びながら

ロジカルな思考を身に付けられます！

会話形式や図解も
入っているので
分かりやすい！
ロジカルシンキングを
初めて学ぶ方にも
ぴったりです。

第1章 残念な考え方「つながっていない」

原因Aが結果Bを引き起こしている
・逆向きにはならない
……因果関係

A → B

気温 → ビールの売上

「気温が高いと、ビールがよく売れる」
気温とビールの売れ行き、この両者の関係は
おそらく因果関係だと思われまます。

気温が高い、すなわち暑いと汗をかき、ビールが飲みたくなるからです。

「気温の高さ」が原因となり、「ビールがよく売れる」結果を生み出している。因果関係と言つてよいでしょう。(おそろしく)つけているのは、ここでは気温以外のその他の要素が売れ行きに影響を与えている可能性もあるからです。詳しくは残念な考え方3「限つた原因と結果」

では、次の関係は因果関係でしょうか。
「気温が高いと、ビールがよく売れる」

気温 → ビールの売上

逆向きはない！

「気温が高いと、ビールがよく売れる」
気温とビールの売れ行き、この両者の関係は
おそらく因果関係だと思われまます。

気温が高い、すなわち暑いと汗をかき、ビールが飲みたくなるからです。

「気温の高さ」が原因となり、「ビールがよく売れる」結果を生み出している。因果関係と言つてよいでしょう。(おそろしく)つけているのは、ここでは気温以外のその他の要素が売れ行きに影響を与えている可能性もあるからです。詳しくは残念な考え方3「限つた原因と結果」

52

残念な考え方
1
反対向きに
つなげてしまふ

部長 おはようございます！この雑誌、見ました？

おはよう。あつ、それって本日発売のコミック雑誌よ。

ライバルのサマサマ化競争のマスカラがまた特集されてますよ！チョコ売れますよ！

そうみたいね。実際に売れデータを見たら半年前から売れ上がくんぐんぐん伸びて、シェア1位になってる。ウチのマスカラの3倍も売れているわ。

えーマジですか、それかなりやばいっすね。

……藤本さん、もう少し社会らしい言葉をいをしてしよかね。

藤本さんはどうしてだと思つ？

あつ、スママセン、それしてもそんなに売れてるんですかね？

うーん、やっぱりCMの力じゃないですか？ほや、今月から放送を始めたCM、人気タレントの共演リサが「びのびまつ毛」こんなの初めて！ってやつててインパクトあるじゃないですか。なんだかんだ、CMの力は大きいと。ウチもインパクトのあるCMを流した方がいいんじゃないですか。

47

<p>貴店番線印</p>	<p>注文</p>	<p>脱！ 残念な考え方</p> <p>四六判 / 288P / 本体1,500円 / ISBN 9784426127039</p>
<p>冊</p>		