

フレームワーク思考

数年前、ロジカルシンキングをはじめとする思考ノウハウが、ちょっとしたブームとなった。

そうしたものの一つに「フレームワーク思考」がある。

フレームワークとは現象を理解するための思考の枠組みのことで、経営環境を分析する「3C」、自社を分析する「SWOT」、マーケティングの「4P」などが古典的なものとして知られている。これがブーム時には、外資系コンサルティングファームなどを出所に「7S」、「5 フォース」、「PPM」、「PLC」、「PEST」、「VRIO」、「バリューチェーン」・・・と百花繚乱、実に 100 を超えるフレームワークが登場した。

それから数年が経ち、フレームワークの知識は一般化した感がある。しかし、これを実際に使いこなすことはなかなか難しい。本で学んだ程度ではありきたりの分析結論しか得られなかったり、事象をフレームワークに無理矢理当てはめてしまい、かえって問題の本質を見誤ってしまったということがよく起こる。

「知識」を「知恵」として活用するためには、繰り返し実地で使いこなして血肉化するしかない。しかし、そんな機会があるのはコンサルティング会社や大企業の企画・マーケティング部門など、ごく一部。有用性はわかるものの、普通に仕事をしているなかでフレームワークを本当に身につける機会などなかなかない・・・

そんなふうに思うなかで、興味を惹かれる練習法を耳にした。それは、もっとも一般的なチャートである「マトリクス」を日常生活のなかの様々なものに当てはめてみて、自分でフレームワークを作ってみるという方法だ。

ビジネスから離れて、個人的関心の高いテーマを選ぶ。野球好きならプロ野球選手を「推定年俵×出塁率」のマトリクスで分類してみる。テレビが好きなら女性タレントを「身長×ヘアスタイル」で、食べ歩きが趣味なら飲食店を「中心価格帯×ネット上の評価」で分類してみるなど。他にも、買いたい家電、子供の進学先候補、戦国武将のキャラクターなど、テーマはいくらでも見つかる。できれば「1日〇個」とノルマ化する。

最初はありきたりなものしかできないが、ときおり斬新な切り口が見つかったりする。続けているうちに、「分析の一方の軸は必ず金額だな」、「物を買うときに自分の好みより世間の評価を重視しているな」などと、自分が無意識に持つものさしや価値観に気づくこともある。

そうこうしているうちに、ビジネスでも、「自社の顧客はどのような分析軸で切ることができるか」、「自社の商品はどのようなマトリクスで切ることができるか。一方競合は？」などと、フレームワーク思考が自然に生まれてくるようになり、分析軸を設定する能力も高まってくるという。

頭の体操と思って、試しに実践してみたいだろうか。

(K. H)