

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

全国の経営指導員のうち、 今日、何人の経営指導員が研修を受けていますか？



この質問は先日、商工会の経営指導員を対象に実施した研修での問題です。この問題に即答できる方はおそらく、いらっしゃらないかと思います。

「外部情報を企業の経営計画策定にいかにか活用するか」という研修テーマのご依頼を受け、外部情報の出所だけでなく、活用の仕方をお伝えしました。

分析において、さまざまな外部情報を組み合わせたり、抽出したりする一方で、必ずしも自分たちが得たいデータが存在しないこともよくあります。

そこで、今回の研修でお伝えしたのが「フェルミ推定」という考え方です。フェルミ推定とは特定できない数値や、実際に調査するのが難しいような数値（市場規模）を、さまざまな考え方や手がかりから論理的に推測し、短期間で計算することです。近年では、コンサルティング会社や外

資系企業の採用試験に活用されています。

冒頭の問題の「全国の経営指導員のうち、今日、何人の経営指導員が研修を受けていますか？」についても、参加した経営指導員の方は「全国の経営指導員数」「自分自身が年間受講する研修日数」「研修実施時期」などを手がかりに、受講人数を推定していました。発表を聞いたところ、論理的に検討された、よい推定ができた印象でした。その後、中小企業の経営計画策定に関連した、フェルミ推定の演習を通じて、企業ごとに異なる外部情報の調査方法やフェルミ推定の実施方法を習得してもらいました。

中小企業の経営計画における、外部環境分析（今回で言えばフェルミ推定）の目的は、精緻な分析結果を導くことというよりも、企業経営者が、狙いたい市場に向けた期待と自信を醸成することだと思います（その反

対で諦めることもあります）。市場規模の推定により、経営計画の実現可能性をより高め、そのことにより、経営者に自信を持たせることとなります。そして、行動後、成果が実際に出了のかどうか検証をすすめます。このような支援が伴走型支援の一つの形だと私は思っております。

フェルミ推定を詳しく知りたい方は、『地頭力を鍛える 問題解決に活かす「フェルミ推定」』（細谷 功著：東洋経済新報社）『過去問地頭力』（大石 哲之著：東洋経済新報社）などを読めば、基本的な理解ができると思います。ただし、読むだけで終わらず、関与されている企業の経営計画策定において、市場規模などを検討する方がより実践的ですので、是非一度トライされてはいかがでしょうか？



Book review 「未来は言葉でつくられる 突破する1行の戦略」

著者：細田高広 / 価格：1,620円(税込) / 出版社：ダイヤモンド社

現在、複数企業において、ビジョン策定のご支援をしております。どの企業でもイメージが沸く分かりやすいスローガンやキャッチフレーズを希望されており、その参考となる本をご紹介します。

本書は大きく2部構成になっており、前半は「未来を発明したビジョナリーワード」「時代」「組織」「商品・サービス」を発明した、それぞれ言葉の事例紹介とその背景の解説があります。例えば以下のような言葉で、みなさんご存じのビジョナリーワードがあるかも知れません。

時代
10年以内に人類を月に送り込む
by ジョン・F・ケネディ

組織
僕たちはエンジニアじゃなくてアーティストなんだ
by スティーブ・ジョブズ

商品・サービス
通過する駅から、集う駅へ
by エキュート/JR東日本

時代
世界中の情報を整理し、
世界中の人々がアクセスできて使えるようにする
by グーグル

組織
地上でいちばん幸せな場所
by ウォルト・ディズニー

商品・サービス
第三の場所
by ハワード・シュルツ/スターバックス

後半はビジョナリーワードの作成について、3つの要件とステップについて説明されています。その要件とは、絵はがきに例えて、「解像度」「目的地までの距離」「風景の魅力」としてあり、「ビジョンの内容が具体的か?」「ビジョンまで到達できそうか? (到達可能性)」「ビジョンの内容が魅力的か?」とも言い換えることができるかと思えます。

また、ビジョナリーワードの作成ステップとして「言葉をつくる」「ひっくり返す」「喩える」「ずらす」「反対を組み合わせる」といった手法が説明されています。具体的な事例を用いながら、説明されているので、訪問先の企業の経営者の言葉から、よいよいビジョナリーワードを作成する手がかりとして活用できるオススメの一冊です。

writer

吉田 英憲

