

THANKS

(VOL. 144)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成21年6月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-1118
埼玉県所沢市けやき台 1-41-11
TEL:04-2922-1417
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

「ロジカルシンキングの基本（その6）」・・・演繹法と帰納法の関係

THANKSでは、ロジカルシンキング（論理思考）の特集を組んでいます。
前回、前々回と論理的に考えるための思考方法である「演繹法（えんえきほう）」と「帰納法（きのうほう）」について説明してきました。
少しおさらいをしておきましょう。

基本的な思考方法

1. 演繹法（えんえきほう）

演繹法とは複数の情報を関連づけて、結論を導き出す方法。
いわゆる「三段論法」の考え方です。

数学的に言えば、

$$A = B$$

$$B = C$$

ゆえに、 $A = C$

<例題>

- ・人間はいつか死ぬ
- ・伊藤は人間
- ・ゆえに、伊藤はいつか死ぬ

2. 帰納法（きのうほう）

帰納法とは、複数の観察事項（現象、数値）から共通的にいえることを発見し、結論を導き出す方法です。

観察事項Aから、 $X = Y$ がいえる

観察事項Bからも、 $X = Y$ がいえる

観察事項Cからも、 $X = Y$ がいえる

ゆえに、 $X = Y$ は正しい

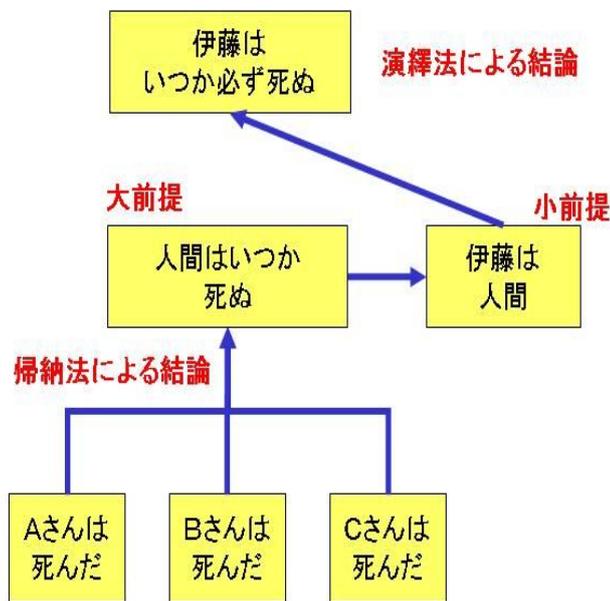
<例題>

- ・ 不良品Aは9月30日に製造したもの
- ・ 不良品Bも9月30日に製造したもの
- ・ 不良品Cも9月30日に製造したもの
- ・ ゆえに、9月30日製造分はロット不良の可能性大

「演繹法」と「帰納法」の関係

これまで、上述の2つの思考方法をバラバラに説明してきましたが、実は、この2つの方法は密に結びついているのです。

下記の図をご覧ください。



「伊藤は死ぬ」という結論の大前提は、「人間はいつか死ぬ」ということです。
「人間はいつか死ぬ」ということは、当たり前ですよ。
しかし、それだって、もともとは、「Aさんが死んだ」「Bさんが死んだ」という事実の積上げから明らかになった「結論」なのです。

つまり、演繹と帰納の関係としては、以下の式が成り立ちます。

帰納法による結論 = 演繹法の大前提

例えば・・・

- ・ ディズニーを扱ったビジネス書が売れた …事象①
- ・ サウスウエスト航空を扱ったビジネス書が売れた …事象②
- ・ ノードストローム（百貨店）を扱ったビジネス書が売れた …事象③
- ・ アメリカの先端的なサービス業を扱った書籍は売れる …帰納法の結論かつ、演繹法の大前提
- ・ スターバックスはアメリカの先端的サービス業 …小前提
- ・ ゆえに、スターバックスを扱った本は売れるだろう …演繹法の結論

しつこいですが、もう一例。

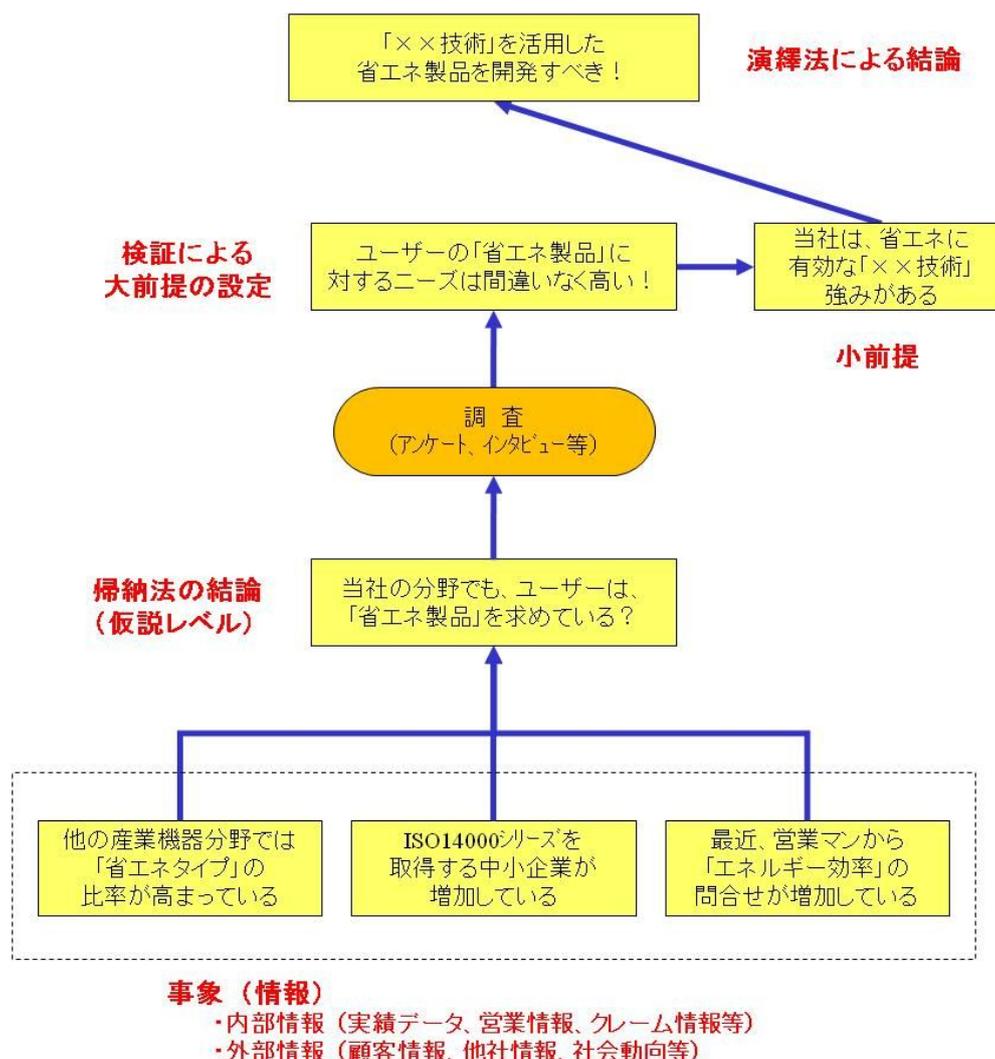
- ・ 3月2日に生産した製品Aが不良だった
- ・ 3月2日に生産した製品Bも不良だった
- ・ 3月2日に生産した製品Cも不良だった
- ・ よって、3月2日の生産分は、ロット不良の可能性大 …結論かつ大前提
- ・ 製品Dは3月2日の生産分
- ・ よって、製品Dも不良の可能性が高い …結論

帰納と演繹の関係。

物事を証明したり、説明したりする際に非常に重要な考え方です。

実務への応用方法

「演繹法」「帰納法」の説明の最後として、より実務に近い応用方法を説明します。
添付の「実務への応用例」をご覧ください。
下記の図を参照ください。



まず、帰納法により演繹法の大前提となる「結論」を導き出しますが、積み上げる事象（情報）は、通常、「内部情報」と「外部情報」です。

「内部情報」とは、社内の中から得られる情報。

具体的には、販売実績データや、営業現場から報告される営業情報や、クレーム情報等があります。

一方、「外部情報」とは、社外の情報源から収集した情報。

具体的には、行政機関や業界団体が公表している統計資料や、雑誌や新聞で取り上げられる記事等があります。

しかし、いくら帰納法で情報を積み上げて、必ずしも「確定した結論（＝絶対に間違いない結論）」を導きだせるとは限りません。

一般的には「結論」よりも「仮説（＝たぶん××だろう）」を創出する程度がせいぜいでしょう。

例えば、上記の例でも、事象から言えることは「当社の分野でもユーザーは『省エネ製品』を求めているのでは？」ということくらいです。

それは、それでOKです。

創出された仮説を調査等によって「検証」するのです。

そして、検証されたものが、結論として「大前提」に昇格。

その後は、いつも通り、大前提から「結論」を導き出します。

大事なことは「仮説」づくりです。

誤解してはいけないのは、「仮説」は単に「思いつきや勘ではない」ということ。

「仮説」は、諸々の情報を基に、いろいろ考えて創出し、検証するものなのです。

「なぜ、このような製品を開発するのか」

「なぜ、このような戦略にするのか」

社内においても、周囲にしっかり説明し、納得してもらうことが必要でしょう。

今回の例示のように、仮説→検証に基づくものであれば、相手の「納得」を得ることは容易です。

<次回へつづく>