

学びの源泉 三谷 宏治

第 49 号 『正しく決める力』出版記念：第 2 弾！

#300 羽のアヒルたち

1 月 16 日、遂に発売となった新刊だが、この本には「アヒル」がデザイン上、多用されている。

カバーに、表紙に、章の扉に、小見出しの上に、そして、書く図表にほぼもれなく。

また、節のレベルの見出しの上にある逆三角形は、アヒルの足跡だったりする。数えてはいないが、全部で 300 羽近くになるだろう。

なぜアヒルかと言われれば、それはずばり 175 頁の「アヒル曲線」から。資源投入を少しケチれば、成果は激減する、という奴だ。

これは私のオリジナルのカーブなのだが、この変形 S 字カーブに名前を付けたくて、考えた。

「片側ヒステリシス？」「逆ロングテール？」「ネッシー？（死語）」「ヘビ？」…

言っている内容がシリアスだから、逆にカワイクしたいなあ、と思ううちに辿り着いたのが「アヒル」だった。なので、この図には最初からアヒルが書かれていた。

じゃないと、流石になぜアヒルが分からないものねえ。

それを見た編集者女史が「これ、いいですね～」そして、アヒルたちの増殖が始まった。

#「アヒル曲線」の真実

この世の中で、インプット（資源投入）とアウトプット（成果）の関係が直線状であることは、まずない。

勉強時間を増やしただけ成績が上がるなら誰も苦労しないし、訪問回数を積み上げればモノが売れるなら営業も簡単だ。

世の中そう甘くはない。

大抵、そういったインプットとアウトプットの関係は「S 字状」になる。

立ち上がりはゆっくりと。そして急激に伸びを見せ、最後は飽和してなかなか上がらなくなる。

多くの人がそこまでは分かっている。だから最初は我慢しよう、って思う。しばらくは成果が出なくてもしょうがないと、資源投入を続ける（実際には、我慢仕切れないヒトも多いが…）。

でも、もう一つの真実がある。それが詰め的重要さだ。

最後の一押しでアウトプットは格段に良くなる。逆に、最後の一押しがなければ、本当の成果は上がらない。

飲料大手 K 社でマーケティングの「神」と言われた M さん、本部長に上がってからは若手を育てようと頑張って（我慢して）いた。でも…

「あいつらさあ、途中までは良いんだよ」「でも、最後に『ゴミ』にしちゃうんだよなあ（溜息）」

新商品マーケティングは、細部に神が宿る芸術作品。最後の詰めが甘くなると、どれだけインプット（資源投入）していようとアウトプット（成果）としてはゼロになる。

いや、赤字だからむしろマイナスか。そうやって沈んでいった新商品は数限りない。

古人の言は、けだし正しい。

「行百里者、半於九十（百里を行く者は、九十里を以て半ばとせよ）」（「戦国策」より）

最後の十里の厳しさ、険しさを 300 羽のアヒルたちは表現できていただろうか。

#最近の読者：書評プロガーたち

新刊の上梓は約 1 年ぶりである。たった 1 年だが、読者の反応形態がちょっと違う気がする。

すぐに分かるのは、ブログへの書評のアップスピード、数、そしてその内容だ。

ダイヤモンド社から本が出荷されたのが 1/16。

首都圏の大手の書店の本店では、その日のうちに店頭に残りだりする。でも、Amazon では 1/17 から順次発送なので、読者が手にするのは 18 日以降が普通だ。

でも、Amazon 上のレビュー 1 号は 19 日、mixi 上だと 17 日、一般のブログだと 18 日に初出が見られる。みんな、読むの速いねえ。

ブログでの紹介数も 2 週間で 10 あまりを超えた。これも前回、前々回より多い。

そして、内容。

感想やコメントと共に、読後の自分の整理として要点をまとめるブログが多い。

その一例が内田洋平さんのこれ。

<http://entrepreneur1986.seesaa.net/article/113152054.html>

自分の枠組みで、内容の再整理を試みている。

さらに極めつけは遼遠さんのこれ。

<http://d.hatena.ne.jp/starbow/2009012>

本の中で提唱した「重要思考」をそのまま使って、内容をまとめている。これはまさに著者の作業の領域。（つまり私がやるべきだったまとめ？）

こういったプロシューマー（Professional + Consumer）が、増えている。

#最強の読者：出版編集者

でも、もちろん最強の読者は、プロ自身だ。つまり出版社の方々。

このヒトたちは、他社のモノも含めて年に数百冊を読みこなす。良いネタはないか、面白い執筆者はいないか、次のトレンドは何か。

『正しく決める力』の発刊後 2 週間だけで、3 社あまりの出版社から連絡があった。挨拶レベルではなく、新しい本の企画の相談、具体的依頼、等々。

でも既に、次の本『発想の視点力』を夏までに出すことは決まっている。それ以上は、書けません。絶対ムリ。内容が薄くなるのもイヤだし。

とはいえ、折角いただいた出版のお誘い。断るのは誠に忍びない。どうしようか…、と悩む新人(?) 作家(?) なのであった。

正しく決め、実行するための 3 つのワザ、『重要思考』『Q&A 力』『喜捨法』

これを使うと、答えは簡単・・・？

初出：CAREERINQ. 2008/02/16