



AI-assisted training

思考を具体化する力が生む競争力

思考を具体化する力は、目標を達成し、組織や個人の競争力を高めるために欠かせないスキルです。**抽象的な目標を現実の行動に変換する**ことで、成果を持続させることが可能になります。しかし、多くの人は目標を設定する際に抽象的な表現にとどまり、具体的な行動に移すことが難しいと感じています。具体化のスキルを身につけることで、行動が明確になり、意思決定や課題解決がより効果的に進むようになります。この文書では、思考を具体化するための訓練の重要性とその具体的なアプローチについて解説し、思考を行動に変えるプロセスを体系的に示します。



社会人の条件設定思考 XR HRD® 自分で考え行動できる条件設定をアシスト

目次：

1. 目標を行動に変える具体的な訓練の重要性
2. なぜ思考を具体化できないのか？
3. 思考を具体化する人とできない人の違い
- 4. 思考を訓練するポイント**
5. 思考を訓練するケース例
- 6. 思考を訓練するケース作成のポイント**
7. 思考を具体化する力を身につけるための訓練と実践の頻度・量の目安
8. 結論：思考を具体化する力を未来へとつなげる

1. 目標を行動に変える具体的な訓練の重要性

思考を具体化する訓練は、組織や個人の目標達成能力や競争力を高めるために必要不可欠です。具体化された思考は、単なる目標設定にとどまらず、実行可能な戦略と行動に変換され、成果に直結します。なぜ思考の具体化が必要なのか、その理由を掘り下げて解説します。

1.1 目標を現実の行動に変えるため

目標が抽象的なままでは行動に移せないため、思考を具体化することが求められます。 漠然とした目標では、どのような行動を取るべきかが不明瞭であり、目標達成のための道筋が見えにくくなります。たとえば、「売上を上げる」という目標があっても、「どの顧客に何を提案するか？」という具体的な行動の条件設定がなければ、実行に移すことは難しいです。思考を具体化することで、現実的かつ明確なアクションに変換され、効果的な行動が可能になります。

1.2 効果的な意思決定を行うため

思考を具体化することにより、因果関係の理解が深まり、より論理的で根拠のある意思決定が可能になります。具体的な行動条件を設定し、実行するプロセスを通じて、次に何をすべきかが明確になるため、戦略的な意思決定が促進されます。具体化された思考は、仮説立案と検証を繰り返すことで、選択肢を精査し、効果的な解決策を見つけ出す力を養います。これにより、組織全体でより迅速かつ的確な意思決定が可能となり、競争力が向上します。

1.3 課題解決能力を高めるため

思考を具体化する訓練は、問題解決のプロセスを効率化します。抽象的な問題に対して具体的な行動条件を設定することで、解決へのステップが明確になり、課題解決までの道筋が整理されます。たとえば、「顧客満足度を上げる」という目標を、「顧客のフィードバックを定期的に収集し、サービスを改善する」といった具体的な行動に落とし込むことで、実際に満足度を向上させるためのプロセスが明確になります。こうした具体化が、持続的な改善と成長を支える要素となります。

1.4 組織全体のパフォーマンスを向上させるため

思考を具体化することは、目標達成のプロセスを共有しやすくします。個々のメンバーが具体的な行動条件を理解することで、チーム全体の方向性が揃い、一貫した取り組みが可能になります。具体化された目標や行動条件は、各メンバーにとって明確な役割と責任を持たせるため、組織全体のパフォーマンスが向上します。個々の役割が具体的であるほど、協力や連携がスムーズになり、チーム全体の生産性が高まります。

1.5 成果を持続させるため

思考を具体化する訓練は、持続的な成果創出に貢献します。目標達成に必要な行動を具体的に設定することで、成功体験が積み重なり、自信と自己効力感が高まります。これは、さらなる行動への意欲を生み出し、継続的な成果へとつながります。具体的な行動に移すことで、結果がより早く得られ、その結果をもとに次の行動を調整するフィードバックループが形成されます。これにより、改善の速度が速まり、長期的な成功を支える基盤が構築されます。

2. なぜ思考を具体化できないのか？

多くの人が抽象的な目標に留まり、具体的な行動に移せない背景には、いくつかの深い理由があります。これを理解することで、私たちはより効果的に行動を導き出し、目標達成への具体的なアプローチを見つけることができます。

2.1 経験不足

多くの職場では、上司の指示や既存の手順に従うことが重視され、自ら考え、条件を設定する経験が限られています。たとえば、営業の現場では、「売上を上げる」という抽象的な目標は設定されるものの、具体的に「どの顧客をどのタイミングで訪問するか」「どんな資料を用意すべきか」、さらには「訪問の目的は何か？」といった詳細な条件を考える機会は少ないのが現状です。

具体的な訪問の目的は、顧客との関係性によって異なります。関係が浅い顧客の場合、まずは「信頼を築くこと」を最優先し、「顧客の現状の課題や悩みを丁寧にヒアリングし、最適な解決策を模索する」といった訪問が求められます。この段階では、顧客の仕事がよりスムーズになる支援を提供し、信頼関係の基盤を築くことが上位の目的となります。

一方、すでに信頼が構築されている顧客に対しては、「新商品を紹介し、具体的な提案を行う」「次回の契約更新に向けた話し合いをする」といった訪問が求められますが、これらの**行動の背後**には「顧客のビジネス全体をより良くし、成長を支援する」という**上位の目的**があります。具体的には、顧客が新たな市場を開拓できるようサポートしたり、業務効率を向上させる新しいソリューションを提案したりすることです。このような訪問は、単なる取引の継続にとどまらず、顧客が競争優位性を高め、長期的なビジョンを実現するためのパートナーシップを築くことにあります。

このように、「どのような関係性を築きたいのか？」だけでなく、「どのように顧客をより良い状態に導くか？」という視点で条件を設定し、訪問の目的を明確にする経験が不足しています。その結果、抽象的な目標にとどまることが多く、「自分で考え、動く力を育てる場」が十分に整備されていないことが、思考が具体的な行動に結びつかない大きな要因となっています。

2.2 スキル不足

思考を具体化するために必要なスキル、たとえば「観察力」「論理的思考力」「仮説立案力」などが十分に身につけていないことも、行動に移せない理由の一つです。これらのスキルは、**単に知識として学ぶだけでなく、実践を通じて磨かれるもの**ですが、日常業務の中では十分な訓練の機会が少ないのが現状です。

例えば、顧客対応の場面では、あらかじめ「顧客の業務効率を向上させる」「顧客の売上を支援する」といった状態のイメージがあります。この目的に近づくためには、顧客の反応を観察し、その反応に基づいて次の行動を調整することが前提です。具体的には、「顧客が新しい提案に対してどのような反応を示すか？」を観察し、「その反応の背後には何があるのか？」という仮説を立てる必要があります。

例えば、提案を受けた顧客が「すぐには決められない」といった反応を示した場合、その理由として「提案内容に対する理解不足」や「提案が自分の仕事をよりスムーズにするイメージが湧かない」といった要因が考えられます。この仮説に基づき、「提案内容をわかりやすく再説明する」だけでなく、「提案が顧客の業務にどのように役立ち、具体的に仕事をスムーズに進めるかを示す」といった行動が必要です。

しかし、こうしたスキルを磨く余裕がない現場では、「次に具体的に何をすべきか？」が見えにくくなり、条件設定や行動への結びつきが弱くなります。その結果、思考が漠然としたままになり、行動の焦点が定まらなくなる。

3. 思考を具体化できる人とできない人の違い：特徴とその要因

目標を具体的な行動に変え、結果を生み出す人と、抽象的な目標にとどまり行動に移せない人との違いを理解することで、思考の具体化スキルを向上させることができます。思考を具体化できる人は、目的を動的なイメージや理想の状態として捉えることで、目標達成への道筋を具体的に描き出します。

3.1 思考を具体化できる人=自分で考え行動できる人の要因

因果関係を意識し、仮説検証を行う

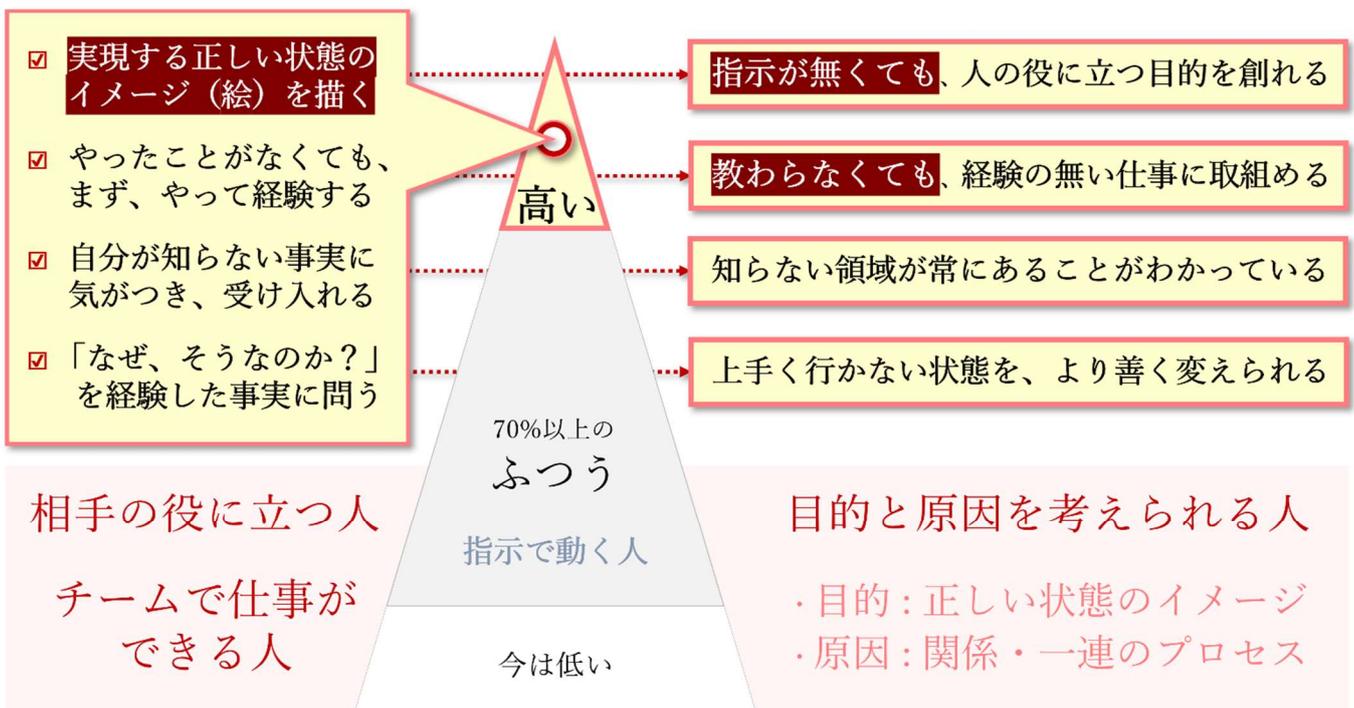
- 目的を動的なイメージや理想の状態として捉える。目標を数値やタスクとしてではなく、理想的な状態の変化として考え、具体的な行動の方向性を明確にします。
- 行動と結果の因果関係を正確に捉える論理的思考力が高い。「A をすると B が起きる」という因果関係を意識し、行動と結果の関連を理解しやすいです。
- 仮説を立て、行動の前提条件を明確にし、実行と検証を繰り返す習慣がある。行動の前に仮説を立て、その仮説に基づいて行動を試し、結果に基づいてフィードバックを取り入れるプロセスが確立されています。

思考を具体化できる人は、行動の目的を動的なイメージや理想の状態として捉える習慣があります。彼らは目標を単なる数値やタスクにとどめず、「理想の状態への変化」として考えるため、行動がどのように理想的な状態を生み出すかを理解しやすいです。たとえば、「売上を上げる」という目標を、「顧客が満足し、再注文につながる関係を築く状態」としてイメージし、具体的な行動に落とし込みます。



smart creative management®

組織行動科学®で「自分で考え行動できる」社員が増える



3.2 思考を具体化できない人の要因

因果関係の意識が弱く、仮説検証を行わない

- 目的を動的なイメージや理想の状態として捉えられない。目標を数値やタスクとしてのみ捉え、理想の状態への変化を具体的に想像できません。
- 行動と結果の因果関係を捉える論理的思考力が不足している。「A をすると B が起きる」といった因果関係を考えるのが苦手で、行動の結果を予測することが難しいです。
- 仮説を立てる習慣がなく、行動の結果を予測することが難しい。仮説に基づく行動を試すことに対する自信がなく、具体的な行動条件を見つけられないため、行動が漠然としたままになりがちです。

思考を具体化できない人は、具体的な行動に移す経験が不足しており、抽象的な目標にとどまりがちです。自分で条件を設定し、行動に移す機会が少ない環境で育ってきたため、目標を具体的なステップに分解する力が弱いのです。指示を待つことが習慣化されているため、独自の条件設定が難しく、上司や組織の指示に依存する傾向が強いです。



相手の立場で

思考を具体化できる人

- ☑ 指示が無くても 人の役に立つ目的を創れる
- ☑ 教わらなくても 経験の無い仕事に取り組める
- ☑ 知らない領域が常にある事がわかっている
- その領域の仮説を立て検証しながら、事実をわかっていく。その結果、
- ☑ 上手く行かない状態を、より善く変えられる

高い

70%以上の

指示から学ぶ人

今は低い

思考を具体化できない人

- 自分の立場と自分の価値観から物事を考える
- 仮説検証より知識と正解やハウツーを求める
- 頭でわかったことは行動できると変換をする
- できている、わかっている、知ってると思う
- 他者の事例を自分に置き換えて学習をしない
- 上手く行ったやり方でパターン処理を続ける
- 立ち止まらない、振返らない、関係づけない (繋がり・流れではなく点で物事を捉え対処)
- 背景の想定をしないため条件設定ができない (=仮説が立たず、AIを活かす事ができない)
- 叱られない必要最低限を見極めて終えられる
- 上手く行かない場合は、自動的に他責になる (問題発生時に「自分は悪くない」と他責化)
- 発言が上から目線になりチームが機能しない
- 上記のように行動していることに気づかない

※ 役割分担された仕事を引き継いだやり方で期限までにより正確に対処する場合は最適

P.11 ※ 過去に「できることを増やす」組織行動科学®の導入で関わらせて頂いた約333,000人の行動データより

3.3 まとめ

思考を具体化できる人は、目的を動的なイメージや理想の状態として捉え、行動と結果の因果関係を意識しながら具体的な行動条件を導き出します。一方で、思考を具体化できない人は、経験不足や目的の不明確さ、仮説検証の習慣の欠如によって、抽象的な目標にとどまり、行動の具体化が難しくなります。動的な目的の持ち方を取り入れることで、思考の具体化をより効果的に進めることが可能になります。

4. 思考を訓練するポイント

思考を具体化するためには、次の5つのポイントに焦点を当てた訓練が効果的です。

4.1 小さな具体化から始める

初めから大きな目標を考えるのではなく、小さな具体的な行動に分解します。たとえば、「売上を上げる」ではなく、「今週中に1件の新しい顧客を訪問する」と具体的な行動に落とし込んでいく事で、焦点が絞られ、行動しやすくなります。小さな成功を積重ねる事で、自信が付き、次の条件を出すことが自然にできるようになります。

4.2 前提条件を意識する習慣をつける

思考を具体化するには、「なぜこの条件が必要か?」「どの条件が達成可能か?」と問いかける習慣をつけます。この前提が明確になると、次の条件設定が容易になります。例えば、「顧客満足度を上げるためには、定期的な顧客フォローが必要」という前提を持つことで、「フォローの頻度をどれくらいにするか?」「フォロー内容をどう具体化するか?」などの追加条件が見えてきます。

4.3 原因と結果を考えるトレーニング

思考の中で「AをするとBが起きる」という因果関係を意識し、仮説を立てながら条件を設定します。このように考えると、次の条件が自然に導き出せるようになります。たとえば、「新規顧客を増やせば売上が上がる」という仮説を立て、それに基づき「新規顧客を増やすためにどのようなアプローチが必要か?」を考えることで、具体的な行動条件が出てきます。

4.4 理想と現実のギャップを見つける

思考を具体化する際には、「理想の状態と現実の状態はどう違うか?」を常に意識し、そのギャップを埋めるためにどの条件が必要かを考えます。たとえば、「理想的には顧客が自分のサービスに満足しているが、現実にはクレームが多い」という場合、「クレームの原因を分析する」「対応の質を上げる」などの具体的な条件が生まれます。

4.5 仮説を立てて検証する力を養う

思考力を高めるためには、「もし、こうしたらどうなるか?」という仮説を立て、それに基づいて条件を出し、実行するプロセスを意識的に行うことが必要です。たとえば、「新しい販売戦略を試すことで売上が上がるかもしれない」という仮説を持ち、それに基づき「どんな戦略が効果的か?」「どの顧客層をターゲットにするか?」などの条件を具体的に考えます。

5. 思考を訓練するケース例 ※ 対象者が直面する具体的な課題を題材に AI がケースを作成

6. 思考を訓練するケース作成のポイント

6.1 背景理解を深める

- 現状の問題点を明確にする：ケースの出発点として、具体的課題や現状の問題点を示します。これにより、思考の焦点が絞られます。例:取引先が他の供給者を選ぶ理由や、それに伴うビジネス上の課題を設定します。
- 目的を動的に設定する：単なる数値目標ではなく、「理想的な状態」や「変化するプロセス」を目的として設定。例:「顧客との信頼関係を築く」「取引先に新たな価値を提供する」といった動的な目標を持たせます。

6.2 具体的な問いを導入する

- 問題の核心に迫る問いを設定する：問いを通じて、仮説を立てさせるプロセスを促します。問いが具体的であるほど、行動条件も具体化しやすくなります。例:「なぜ取引先は他の流通店から窓を購入しているのか?」「どのような付加価値が必要か?」など、具体的な問いを設けます。
- 行動条件を示す問いを含める：思考を進めるために、次のステップでどのような行動条件が求められるかを考えさせる問いを組み込みます。例:「どのようなプロセスで顧客の信頼を獲得できるか?」といった具体的なアプローチを考えさせる問いを設定します。

6.3 仮説立案と検証を促す

- 仮説の立案を支援するフレームを作る：ケースの中で、複数の仮説を試しながら最適な解決策を探るプロセスを組み込みます。これにより、仮説を立てて検証する思考の流れを自然に促します。例:「取引先が価格を重視している」といった仮説を立て、それに基づくアプローチを試しながら修正を重ねる場面を設定します。

6.4 前提条件を明確にする

- ケースにおける前提条件を設定する：思考のベースとなる前提条件を明確にすることで、具体的な行動条件を引き出しやすくします。例:「顧客はコスト削減を求めている」「サポート力が強みである」といった前提条件を提示します。
- 前提条件を見直す場面を設ける:仮説を検証する過程で、前提条件を再考する場面を意図的に組み込みます。これにより、柔軟な思考を育てることができます。

6.5 行動結果とフィードバックの活用

- 行動の結果をフィードバックするプロセスを設ける：ケース内で、行動の結果を振り返り、次のアクションにどう活かすかを考える場面を設定。これにより、PDCA (Plan-Do-Check-Act) を体験させる事が可能。例:「取引先の反応を観察し、提案をどのように修正するか」といったフィードバックプロセスを盛り込みます。
- 改善の機会を意識させる：結果の振り返りを通じて、改善点を具体的に見出す場面を用意します。これにより、思考を次の具体的な行動に結びつけやすくなります。

6.6 理想と現実のギャップに焦点を当てる

- 理想と現実の差を明確に提示する；思考を進めるために、理想的な状態と現実のギャップを具体的に描写。例:「理想的には顧客がサービスに満足しているが、現実には不満が多い」といったギャップを示します。
- ギャップを埋める具体的な行動条件を考えさせる：ギャップを意識させることで、具体的な改善策や行動条件を導き出す力を養います。例:「クレームの原因分析」や「対応の質を高める行動」を設定します。

7. 思考を具体化する力を身につけるための訓練と実践の頻度・量の目安

思考を具体化する力を身につけるには、「定期的な訓練」と「実践」を組み合わせたアプローチが必要です。以下は、最低限の頻度や量の目安です。

1. 毎日の短時間トレーニング (5-10分)

- **内容:** 具体的な目標や行動計画を立てる練習、簡単な仮説立案、日々のタスクの具体化。
- **例:** 朝の5分で「今日の最重要タスク」と、その達成方法を具体化する。
- **効果:** 短時間でも継続することで、思考の具体化を習慣化できます。

2. 週に1回の振り返り (30-60分)

- **内容:** 1週間の行動を振り返り、具体的な成果とそのプロセスを評価し、次の週の具体的な目標を設定。
- **例:** 週末に1週間の目標達成状況を見直し、「なぜ達成できたか／できなかったか」を分析し、翌週の改善点を明確化する。
- **効果:** 定期的な振り返りによって、行動と結果の因果関係を理解しやすくなります。

3. 月に1回の深掘りセッション (1-2時間)

- **内容:** 大きな目標や戦略を具体化するための深掘り、仮説の検証、改善点の特定。
- **例:** 月初に今月の主要な目標を具体化し、必要な行動や条件をリストアップする。
- **効果:** より大きな目標に向けた戦略的なアプローチが可能になります。

4. 1カ月から3カ月ごとのスキル向上研修

- **内容:** 思考の具体化を中心にしたワークショップやトレーニングに参加し、ケーススタディを通じて実践的なスキルを高める。
- **効果:** 定期的な集中研修で、思考の具体化スキルのレベルアップを図ることができます。

5. 日常業務での実践

- **内容:** 日々の業務で、「目標を具体的な行動に落とし込む」習慣を取り入れることが必要です。
- **例:** プロジェクトや業務での目標設定時に、「具体的なステップは何か?」「次に何をすべきか?」を常に考えながら取り組む。
- **効果:** 思考の具体化が「特別な取り組み」から「自然な思考習慣」へと変わり、成果創出がより効果的になります。

これらのトレーニングと実践を繰り返す事で、思考の具体化は「特別な取り組み」から「自然な思考習慣」へと変わります。まずは、自分にとって無理のないペースから始め、徐々に取り組みの深さや頻度を増やすことが理想です。

8. 結論：思考を具体化し、競争力を高め持続的な成果を生み出す

1. 小さな具体化から始める：大きな目標は抽象的で取り組みづらいことが多いため、行動に移すハードルが高くなります。目標を具体的な小さな行動に分解することで、焦点が絞られ、達成しやすくなります。小さな成功を積み重ねると、達成感と自信が生まれ、次の行動に自然と繋がりがやすくなります。結果として、目標に向けた持続的な努力が可能になります。

2. 前提条件を意識する：思考を具体化するには、行動の背後にある理由や達成可能性を常に意識することが欠かせません。前提条件が明確であれば、「何をどのように行うべきか」が具体化しやすくなり、行動の精度が高まります。また、達成可能な条件を考えることで、無理のない計画が立てられ、行動が持続しやすくなります。

3. 原因と結果の因果関係を意識する：行動が結果にどう繋がるかを理解することは、効果的な意思決定の鍵です。因果関係を意識しながら仮説を立て、行動を選択することで、より成果に結びつく行動が可能になります。仮説をもとに行動条件を設定することで、思考が論理的に整理され、行動の効果が見えやすくなります。これにより、無駄の少ない効率的な行動が促進されます。

4. 理想と現実のギャップを埋める：理想と現実のギャップを意識することは、課題解決の起点です。このギャップを具体的に把握することで、どの条件を変更・改善すべきかが見えてきます。これにより、目標達成に向けた具体的な行動が導かれ、現状からの成長を促します。また、ギャップを明確にすることで、解決すべき課題が具体的になり、取り組みやすくなります。

5. 仮説を立てて検証する力を養う：思考を具体化するには、常に仮説を立て、それに基づく行動を実行し、検証するプロセスが必要です。このプロセスを繰り返すことで、行動がより効果的になり、思考の質も向上します。仮説をもとにした行動は、単なる「思いつき」ではなく、結果に基づいた改善を生むため、成果が安定しやすくなります。

