

『NEWLDD思考』のすすめ

—これからの時代に求められる思考法とは

前田章雄

Maeda Akio



これまでの日本は、効率化を求めたゆめぬ努力を続け、社会を発展させてきた。しかし、発展の陰で大事な「なにか」が忘れられてしまっていないだろうか。

これからの社会を考えるうえで、『発想の起点に『NEWLDD思考』を据えてから始めよう』という新たな提言を試してみたい。

「まえだ・あきお」

大阪ガスネットワーク(株)エネルギー・文化研究所研究員。1991年、大阪ガス(株)入社。産業用エネルギー部門において、主に工業炉分野の都市ガス営業から営業企画、技術開発等を経た後、2019年より現職。業界専門誌『工業加熱』にて「産業史に学ぶ」を2年間連載。また、これから求められる発想法として、昔からある古い手法に潜む本質を現代の技術で取り戻そうというNEWLDD思考を提唱している。

CELサロンで気づかされた視点を伝える重要性

ダイバーシティの本質とは

第11回CELサロンを2022年9月6日に開催した。テーマは「エネルギー大変革へのパラダイムシフト ～新たな発想を得るために」である。

カーボン・ニュートラルをはじめとして、さまざまなシーンで変

革を迫られている私たちは、どのような視点でものごとを捉え、いま起きている事象の本質をつかむべきなのか？

これからの時代を乗り切る思考法を探る目的で、オンライン視聴を含め総勢100余名が参加した。

ゲストの江田健二氏(RAUL株式会社代表取締役社長)は、サロン冒頭で次のように主張した。

「心の『ざわつき』や『ひっかかり』を言語化してみよう！」

ある情報にふれたとき、賛成でも反対でも疑問でも、心のなかで生まれたなんらかの感覚をそのままにせず、なにかしら言葉にしてみよう、というものである。

言葉にするということは、とても大事だ。ぼんやりとした感覚を自分なりに整理できるようにになる。なにより、言語化することで人に伝えて議論できるようになる。

与えられた情報を鵜呑みにするのではなく、そこに「自分なりの解釈」をもち、さらに言語化することで、他者との対話を通じてより広い意見を取り入れる。知と知の組み合わせによって、より高度な思考へ昇華させていく。

同じ性別、同じ年齢層、同じ組織、同じ経験、同じような価値観。そういった同質性から脱却した多様な意見を身近におくこと、これがダイバーシティである。

だが、せっかく多様な意見にふれても、それを受け入れる受容性がなければ意味がない。違いを認め、いったん受け入れてから思考を深めていく。これがインクルージョンだ。

こうした多様性と受容性を実現

させていくためには、各個人の「自分なりの解釈」が言語化されていないければ、前には進まない。まずは言語化してみる。これがダイバーシティ&インクルージョンの本質なのかもしれない。

視点を改めてみよう！

さらに、江田氏は次のように発言されている。

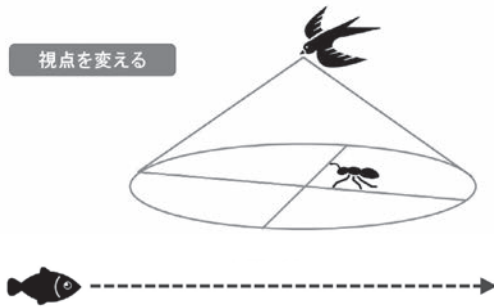
「無意識の情報遮断を自覚しよう！」

これは、誰しもが思い当たることではないだろうか。「自分なりの解釈」にしても、自分の興味や無意識の願望によって、バイアスがかかることがある。あるいは、情報にふれているにもかかわらず、自分の興味の外にあるがために排除していることもあるだろう。

目には入っているが、頭には入っていない。このような思考状態では、多様な意見をうまく受容することなんてできるはずもない。では、どうすれば無意識の情報遮断を回避することができるのだろうか。

サロンで議論されたのは、自分の視点を強制的に変えてみるこ

■ 図1: 鳥の目、虫の目、魚の目



である。「鳥の目」「虫の目」「魚の目」は、視点を変える一般的な手法である。鳥は全体を俯瞰し、虫は当事者の視点で観察し、魚は横串で、すなわち過去から未来へむかう時間軸で見通す(図1)。

これらを組み合わせると自分の視点を変えなければ、どれかひとつの視点に固執すると、落とし穴にはまってしまう。

魚の目には「過去から学ぶ大切さ」もあるが、過去のレガシーに固執してしまう失敗もある。虫の目には「生活者の視点で見えること」もあれば、実行不可能な単なる文句に終始するケースだってあるだろう。鳥の目は「多方面に配

慮した方策」になるはずが、実現性はあるが誰のためかわからない政策に陥ることもある。

こうした落とし穴にはまらないためにも自分の視点を変える工夫が必要なのだが、江田氏の言う「無意識の情報遮断」を回避するためには、「逆の目」を意識してみよう。

「逆の目」とは、対立する相手の立場に立つことである。ここでいう対立相手とは、競合相手を意味することもあるが、サービスの相手の場合もある。もちろん、逆の目が鳥や虫や魚であることもありうるだろう。

すべての人に当てはまることだが、当事者であればあるほど周りが見えなくなっていく。そのためにも、「逆の目」だけでもつねに意識することで無意識の情報遮断を回避することができるのであれば、これはこれで有用な方法だろう。

サロンでは、ビリヤードに例えた話も好評であった。白球を力強く打てば、次々と球に当たって動いていく。世の中の現象も同じだ。球の動きを分析し議論している間に、ほかの球とぶつかりあいなが

ら、思いもよらない変化が生じていく。

ここで、江田氏は私たちに問いかけた。

「ビリヤード台は、今までと同じ長方形のままなのでしょうか？」

もしかすると、円形のビリヤード台に変わってはいないだろうか。社会構造そのものが変わっているかもしれないと予見しておかなければ、球の動きだけを見ても未来を予測することはできない(図2)。

このように、サロンではエネルギーの話にとどまらず、視点を変える思考方法について議論が重ねられた。

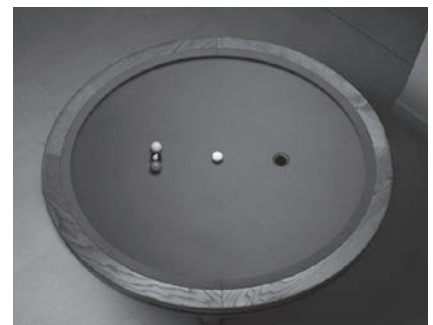
「NEWLDD思考」を起点にして、ものごとの本質を追究する

Newly modified Old life style.

ここから先は、視点を変える別の手法として、ものごとの本質を捉えるための「NEWLDD思考」について紹介したい。NEWLDD思考は九州工業大学橘武史名誉教授と私(CEL前田研究員)が共同で提唱している思考法である。

NEWLDDとは、表題の英語

■ 図2: 円形ビリヤード台



<http://www.loop-the-game.com>

表記のなかのNew+Oldの造語だが、懐古趣味という意味では決していない。古くからある様式に潜む本質(Old)を新しい技術や生活様式(New)で取り戻そう、という思考プロセスを指している。

近代は科学技術が急速に発展し、新しい技術を生活に取り入れる速度が速まっている。技術を採用する最大の目的は、効率化だ。

新しい技術によって効率化されたひとつに、音楽が挙げられる。

その昔、音楽を楽しむには直接演奏者の前に座する必要があった。やがてレコードが発明されラジオ放送が普及すると、音楽が一気に身近なものとなる。ラジオから流れる新曲に心躍らせ、お気に入りのレコードを好きな時に好きな

だけ聴くことができるようになった。CDや楽曲配信により、音楽はさらに手軽に疑似体験できるようになる。

しかし、コンサートへ聴きに行くスタイルがなくなったわけではない。コンサート会場に赴く行動は、日常から脱するハレの体験の場として認知されている。むしろ、リアルな生体験の価値が相対的にあがっているのかもしれない。

ここでいう体感・体験で重要な要素が「同時性」である。同時性のある場、すなわち「同じ時間」と「同じ場所」を共有する場には、予期しなかった偶発性があり、相手の表情や周りの雰囲気によって五感が刺激され、それらの相乗効果によって人々の間に共感が生まれ、連帯感が醸成される。

「同時性」こそが、価値を共有しあう基盤なのかもしれない。

効率性を追い求めたツールによって、音楽のもつ「デジタル的なデータ要素」が疑似体験できるようになった。一方で、音楽のもうひとつの本質ともいえる「アナログ的な表現要素」を人々が追求める姿は、なにも変わっていない。

い。

音楽では今でもこのふたつの本質が共存しているが、効率化の陰に潜む「なにか」を失ってしまった事例は多くあるだろう。

この「なにか」を初めから発想の起点に組み込む姿勢が、これからは求められるに違いない。

ココロを重視する時代へ

人に個性があるように、人が求める対象にも個性 \parallel 多様性が必要である。人によってニーズや目的が違うし、嗜好の違いもある。

あるいは、対象物に秘められたストーリーに共感するケースだけであるだろう。同じ1個100円の饅頭でも、素材や由来の説明書きが添えられている方の饅頭を選んでしまう。これは、その饅頭に込められた「イミ」に共感したともいえる。

ここでいうイミには、共感されるべき価値が含まれていなければならない。共感されるためには、意識されているニーズよりは「無意識のウォンツ」を刺激させる方が望ましい。では、無意識のウォンツとはなんだろうか。

究極の潜在ウォンツとは、言い換えれば「成長願望」とか「変身願望」だ。人には、新しい体験とおして変わりたい願望がある。そこを刺激しなければならぬ。

ここでいう変身願望には「機能的なもの」「感情的なもの」「社会的なもの」の3点がある。

機能的なものとは「どのように成し遂げたいか？」というもので、数値化しやすい。感情的なものは「どのように感じたいか？」なので、定性的な評価となる。先ほどの饅頭は、感性に訴えかけた事例だ。最後に忘れがちなのが、社会的なものである。周りから「どのように見られたいか？」という、第三者から良く思われたい願望だ。

こうした変身願望を刺激する、つまりワクワク感を醸成する「イミ」が、ブランドに込められていなければならない。

これまで、モノを広く普及させることを目的として、効率的な大量生産システムが構築されてきた。だが、持続可能な社会を考えた場合、大量消費を前提とした大量生産システムの一部は変革を余儀なくされるだろう。今のままでは地

球はいずれ耐えられなくなる。

やがて規格化・均質化したモノに対するアンチテーゼとして、「モノからコトへ」という経験価値がクローズアップされはじめた。

しかし、コトという効能だけでなく、本質的な価値をすべて表現できるわけではない。本質はひとつではない。音楽に「デジタル的なデータ要素」と「アナログ的な表現要素」があるように、効率化しやすい本質もあれば、非効率だからこそ価値が認められる本質もある。

そこで、新たな概念として「ココロの重視」を提唱したい。

多様性のある社会を見据えた時に、「人々はそのモノやコトに、どのようなココロの満足(変身願望)を期待するのか」を思考のベースにおかなければならない。そうしたココロの満足は、じつは古くからあるものや様式(Old)に潜んでいるのではないだろうか。

このような思考方法を、NEWILDという単語で表現したつもりだが、この概念をさらにブラッシュアップして、受け入れられやすい思考法に昇華させていきたい。