

日本の若い世代における具体化・抽象化能力の不足と その原因についての考察

A study of the lack of concretization and abstraction skills
among the younger generation in Japan and the causes of this lack

渡辺 パコ WATANABE Paco

デジタルハリウッド大学 教授
Digital Hollywood University, Professor

日本の大学生から若手ビジネスパーソン能力開発の中で、特に不足している能力として、抽象化・具体化能力が挙げられる。抽象化・具体化能力は学問を通じて（あるいは高等教育を通じて）涵養される基本的な能力と言ってよいが、実際には大学生からビジネスパーソン全般を通じて、この能力の不足が特に顕著である。本論では、抽象化・具体化能力を定義し、その不足がもたらす問題と、不足をもたらした理由について考察した。

キーワード：論理思考、人材育成、ビジネスパーソン、抽象化、具体化

1. はじめに

1.1 学問修得とビジネスの実践力

日本では実学重視が叫ばれ始めた1990年代前後から、大学教育とビジネスとの連携が検討され、その結果としてビジネスに直結しない学びが軽視されるようになった。大学では一見地味で学問的な探究を中心とした学びを次第に放棄し、実学重視への転換を行ったが、それと引き換えるようにして学問探究や哲学に代表されるような教養に学生を向き合わせるものがなくなった。このような大学を卒業して社会人になった若手たちは、ビジネスの実践力が高まったのか。実践力の面で能力が身につけていない部分はないのか。

実際のビジネスパーソンを観察すると、抽象化・具体化の能力が身につけておらず、それによってビジネス上の課題を特定することができず、解決策があいまいになる事例が多く見られる。またこのような特性は、若手に多く見られるものの、実は年齢を問わずに50代にいたるまでに見られる。このことが、日本のビジネスのアップデートを遅らせていると見ることができる。

本稿では、思考力の中でも特に抽象化・具体化の能力に着目し、高等教育で身につけておくべき思考力の基礎が身につけていないことで、ビジネス上の実践力が不足している若い世代の現状を分析し、その背景にも目を向ける。

1.2 研究の方法

本論考では、主に筆者が行っている思考力をトレーニングする講義と研修の実践を通じて見いだされた事実を用いて、推論によって学生や若手ビジネスパーソン思考能力上の課題を明らかにする方法を採用する。日本国内の状況に対する論考のため、日本語での先行研究をあたったが、類似の先行研究は見当たらなかったため、推論による方法をとった。

2. 抽象化・具体化能力の不足

2.1 ビジネス上の抽象と具体

筆者は2019年に『56の質問カードで身につくプロの課題解決力』^[1]を上梓し、質問カードメソッド^[2]に基づいた教育実践を3年にわたって行ってきた。この間の受講者は500名を超え、主な受講者は大学生から40代のビジネスパーソンまで多様である。

質問カードメソッドで受講者がつまづきやすいのが、6段階あるSTAGEの中のSTAGE2で、事実の洗い出しを行うSTAGEである。受講者には少なくとも20件以上の事実を書き出すように伝えて、ワークシートに記入させるが、実際には20件以上の事実を書き出せる受講者はごく少数である。

ここで用語を整理する。このSTAGEで書き出すように指示しているのは事実である。しかし実際に書かれているのは複数の事実をまとめて抽象化した内容や、事実とは言えない書き手の感想、想像した内容、憶測を含んだ発言などが記述されている。これら事実とは言えない内容を記述したものと、事実を記述したものを総称して情報と呼ぶ。

受講者が仕上げたワークシートを観察すると、事実の数を書き出せない理由は書いている内容が抽象的に過ぎ、具体的な事実ではないことが理由になっている。この点についてはメソッドの開発当初からわかっていたため、受講者には特に具体的に書くように伝えており、さらに具体的に事実を書くとはどういうことかの例も挙げている。にもかかわらず、実際に受講者が取り組むと、事実（具体性のある情報）が足りず、抽象的にまとめた記述になるために、書き出せる情報の絶対量が少なくなってしまう（本来なら複数の事実を書くべきところを抽象的にまとめてしまうために情報量も減ってしまう）。

一例を挙げると、「仕事が属人化している」という情報を書いた場合、これに対応する具体的な情報は「A社の販売管理システムについて知っているのはXさんだけだ」「B社との商談の内容について知っているのはYさんだけだ」となる（情報量としては2倍になっている）。さらに実態を観察すれば「A社の販売管理システムについてA社から問い合わせが来たが、そのときにXさんは休んでおり、Xさんと同じチームのZさんはまったく回答できなかった」というように具体化できる。「属人化⇔Xさんしかわからない」というように、抽象的な言葉（「属人化」）から具体的なXさんについての記述を書き出したり、さらにそれを実際にあったある日のエピソードにつながる能力が抽象化・具体化能力である。当然だが、抽象化と具体化は一方通行ではなく、一方が出てきたら、他方を想起することができることが重要で、両者を自在に行き来できると、抽象化・具体化能力が十分にある、と言える。

受講者が書き出せる量が少ないという状況は、受講者の抽象化・具体化能力が不十分であることを端的に示しているのである。

2.2 抽象的であることに気付けないビジネスパーソンたち

質問カードメソッドを使い始めた当初、このような抽象化・具体化能力の不足は、日頃このような能力を使う必要がないという習慣によるもので、能力がないからではなく、いわば忘れていただけだと考えた。そのため動画による副教材を作成して、具体化することの重要性を強調し、具体化の事例を挙げた上で、質問カードメソッドに取り組んでもらうようにしたが、大きな改善が見られなかった。

さらに研修中に「この属人化の部分を書き具体的に書いて説明してください」と直接促すなどして観察したが、具体化と言われても、どのような考え方をすればいいのかわからないという反応だった。そこで、上記のような例を挙げて書くように促した結果ようやく記述できるようになったが、その内容に具体性は乏しく、講師(筆者)が想定するレベルに達するものは少なかった。それと同時に、そもそも最初の記述である「属人化」という言葉が「抽象的」な内容であるという指摘にピンと来ていないという反応が、受講者の平均的な状況だった。

以上の状況から、受講者が抽象と具体という思考法を使って何かを考えたことがほとんどなく、その研修(講義)ではじめて体験する頭の使い方であると感じているらしいことも想像できた。少なくとも、抽象化・具体化を習慣的に往復するような思考をしている人は少数者であると見なすことができた。

3. 抽象化できないことによる弊害

3.1 抽象化の不足と応用の不足

人間にとって抽象化の能力とは、汎用化と普遍化の能力だと言える。先の「A社の販売管理システムについてA社から問い合わせが来たが、そのときにXさんは休んでおり、Xさんと同じチームのZさんはまったく回答できなかった」という事象に出合ったときに、それを「仕事が属人化している」と抽象化することで、別の事象でも同類のことが起きることを推論したり、職場のさまざまな場所でも同類の問題が起きていることを発見することが可能になる。ひとつの事象の経験を、他の事象に応用することができるようにするのが、抽象化能力である。

多くの受講者に見られるように、抽象化・具体化の往復がスムーズにできなければ、仕事の中の経験を活かす(他に応用する)ことができない。多くの仕事が単なる作業の繰り返しではなく、新たな知見の獲得やその応用になっている現在のビジネス環境では、経験を活かし、応用することができないと、仕事人としての役割を果たせない。

3.2 キーワード探しと応用力不足

ここで改めて考察しておきたいことは受講者が「属人化」という抽象的な言葉を発見できていることだ。受講者は実務を観察し、属人化という概念を発見できている。つまり具体から抽象を抽出することはできている。であれば、ここまで筆者が問題にしてきた抽象化⇔具体化が不十分という指摘は、杞憂に過ぎないのだろうか？

筆者はここに落とし穴があると考えている。

もし受講者が仕事上の事象を十分観察し、それを具体的に認識した上で、属人化という抽象概念を抽出しているのであれば、筆者(講師)から具体化するように指摘されたときに、スムーズにできたはずだ。しかし実際には前述の通り、それが困難だった。

このことからわかることは、受講者は抽象化⇔具体化の思考を使いこなしているのではなく、偶発的に出合った「属人化」という言葉をキーワードとしてとらえ、そこにすぎるように、問題をとらえようとしたと考えられる。実際には同じ社内の上長などが、「属人化」という言葉を使っているのを聞き、それをそのまま受け入れて、都合のよいまとめの言葉として使っている可能性も高い。

一般的には、人はいきなり抽象的な言葉に出合うのではなく、

具体的な事象に出会い、観察し、そこから抽象的な言葉(概念)を発見することで、全体的な状況を整理して認識できたと感じる。しかし受講者のような若手ビジネスパーソンや大学生は、途中のプロセスを飛ばしてキーワードとして抽象概念を手に入れているため、応用も利かないと考えられる。

4. キーワードの隆盛による抽象化の形骸化

4.1 インターネット検索と思考のキーワード化

ビジネスの現場にインターネットが日常的に利用されるようになり、検索に使うキーワードを適切に選ぶことがほしい情報にアクセスするという目的にとって重要になった。ある検索語で求める情報に出合えなければキーワードを変えることになるが、どのようなキーワードが適切か、なぜそのキーワードではほしい情報に出合えないのかを検討することはあまり重要ではなく、結果的に自分が期待する情報にアクセスできたキーワードが最適なキーワードとなる。インターネット利用の世界では、キーワードの適否を考えるより、結果の適否のほうが重要である。

検索キーワードとは、たいいていの場合抽象化された概念だ。自分の仕事に関する情報がほしい場合、職場や担当案件の個別事情をあらわす単語を使って検索してもよい結果は得られない。そこでほどよく抽象化された単語を選ぶことになるが、個別具体的な状況を適切に抽象化することに時間と労力を使っても得るのが適切になるとは限らず、浅い思考でも可能性がありそうな単語を直観的に思い浮かべ、求める結果に到達できることが、インターネットを活用する現実的な手法となる。

ここからわかる通り、インターネット時代に入り、抽象化する思考に十分時間をかけ、頭を使う必然性がなくなり、その結果として、抽象化・具体化の往復をする機会が減ると同時に、その思考が適切かどうかを問う必要もなくなった。適切でなくても、検索結果が納得いくならそれで十分なのである。

4.2 学問上の訓練機会の不足

加えて高校から大学にかけての高等教育の場でも、抽象化・具体化の思考を実際にやってみる機会や、その適否を指導者から判断され、能力の不足や思考方法の指導を受ける機会も少なくなった。抽象化・具体化の能力を高める適切な指導方法とは何かについて目を向けられてこなかったことも理由のひとつに挙げるべきだ。従来は高校から大学で抽象度の高い概念を使わなければ理解できない形而上学的内容を学ぶ機会を通じてこの能力を鍛えてきたと考えられる。しかし高校での学習内容が大学受験を目的にしたものが多くなり、大学は専門を追求するのではなく学際的な分野が多くなることで、論考すべき対象が広がる一方で、ひとつの対象に対する思考が十分適切かの指導を受ける機会が減った。

これらの結果として、従来であれば高等教育を受けていれば特に思考の訓練を受けなくても、結果的に抽象化・具体化の思考訓練ができていた状況が失われ、4年制大学を出て卒業論文を書いたとしても、抽象化・具体化の思考力は従来ほど鍛えられていない状況になっていると推定できる。

5. 結論

以上の考察から、学生から50代のビジネスパーソンまでの幅広い人々にとって抽象化・具体化の能力が不足していることが示された。より正確には、抽象化・具体化の能力が十分である層が存在しているのか、それはどのようなメカニズムで鍛えられたのかについて論証する必要があり、これについては今後の研究対象としたい。

抽象化と具体化を自由に往復する知的能力は、知的生産には欠かせない基礎能力である。ひとつの事象から知見を抽出して別の事象に対する対応を検討したり、他者の成功事例から成功パターン

を抽出する、失敗のリスクを予見するといったことも、この能力を使っている。

また具体化・抽象化の能力はAI（人工知能）には難易度が高い分野でもあり、AI活用が進むこれからの時代の中で人間はどんな役割を果たすのかという時代の課題に応じていくためにも基礎になる能力だろう。

そこで次の課題として、具体化・抽象化の能力をどのようにして高めるか、そのトレーニングのメソッドを発見し、実践することに取り組む必要がある。今後、この課題に狙いを定めて、新たなメソッドの開発研究に取り組みたい。

参考文献

[1] 渡辺パコ+chigyo labo:『56の質問カードで身につくプロの課題解決力』かんき出版(2019年)

[2] 渡辺パコ『実社会における論理思考の構造と思考能力向上の方法の研究』[DHU JOURNAL vol.6](2019年), 25-34頁.