流通とＳＣ・私の視点

2012 年４月 22 日

視点(1566)

（思考と研究の概念編）

一を聴いて十を知るのメカニズム!!

「一を聴いて（あるいは一を知って）十を知る」という格言があります。奥の深い洞察をする天才は、１つの情報（聴く・知る・学ぶ・経験する）から、より深い大きな事実や正確な動きを解明する時に使われます。

この「一を聴いて十を知る」という現象のメカニズムを日経新聞（2012 年４月 19 日夕刊）に**「和田昭允氏」（東京大学名誉教授）**が書かれていました。その内容は以下の通りです。

頭の中には、きれいに整理されきちんと説明できる**「形式知」**があります。加えて、その何千倍になる**「暗黙知」**が直感や勘の働きで取り込まれたまま整理されずにフラフラ漂っています。

この形式知と暗黙知が融合することにより、一を聴いて十を知ることができると述べています。

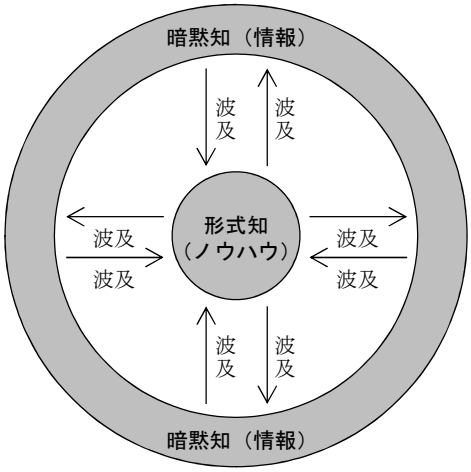
これを雪のできる現象を比喩論で説明しています。

雪は、温度零下の高空の過飽和水蒸気が空中の極微粒子を核にして凝集し、精緻六角形の美術品を創ります。まるで暗黙知みたいにはっきりしない水蒸気が集まって六角結晶（まさに形成知）が姿を現します。「一を聴いて十を知る」には多くの暗黙知が頭の中をノラついていることと、そして聴いた“一”の中にその風来坊達を糾合する“核”を見出す鈍い勘が不可欠です。

この「一を聴いて十を知る」のメカニズムを私なりに解明すると次の通りです（六車流：流通理論）。

私は常日頃から「井の中の蛙になってはいけない!!」と流通関係者に言い続けています。ミクロの専門バカになってしまったら、時代の変化（自ら変わらなければならない進化の方向性）が見えなくなります。また、問題に直面しても解決する方策が自分の少ない知識や経験のみからしか判断できなくなります。

そこで「形式知のことを流通・ＳＣのノウハウ」、「暗黙知のことを流通・ＳＣの情報」と考えました。概念図で示すと次の通りです。



形式知のみでノウハウを確立しても、井の中の蛙型ノウハウとなってしまい、世の中が変化していない時にしか使えないものになります。完成度の高いノウハウの追求や変化する時代に対応するノウハウを確立するには暗黙知（多くの情報）が必要となります。ただ単に暗黙知のみを単独で知るのみではモノ知りになることができても、世の中の高い評価は得られません。多くの人々が同じ情報（暗黙知）を得る機会に面しても得る方の感性の違いにより感じ方が異なります。感じ方が少ないと自らの専門領域へ応用する場合の完成度のレベルが低くなります。

１つの現象を見て「何も感じない（理解できない）人」と「感じる（理解はできている）が行動に起こせない人」と「敏感に感じて行動を起こせる人」…等がいます。いつも問題意識を持っている人は１つの現象を見ると感性が高く「一を聴いて十を知る」人に近づくことができます。この**問題意識が「雪をつくる時の核となる極微粒子」**です。常に、問題意識（極微粒子）を持っていない人はいくら情報（過飽和水蒸気）があっても気付かないか低いレベル（雪にならないレベル）でしか感じません。**常に、変革と挑戦意欲を持つと感性が高くなります。**

(株)ダイナミックマーケティング社[+5]
代　表　六（む）　車（ぐるま）　秀　之

Copyright (C) Dynamic Marketing Co. Ltd. 2012 All rights reserved.