

2013年12月10日

## 【新刊発売のご案内】

ビジネスを蝕む  
「思考停止ワード44」

著：博報堂ブランドデザイン

博報堂のビジネスコンサルティング専門組織「博報堂ブランドデザイン」は、いまの時代に生きるビジネスパーソンにとって重視すべきと思われる「思考停止ワード」を収録、ネガティブな影響から抜け出すためのヒントをまとめた『ビジネスを蝕む思考停止ワード44』を発売いたしました。

本書では、どれも現代のビジネスでは“常識”とされる言葉が多く収録されています。しかし、ビジネスの現場で耳にする“常識”の一部には、実は意外な落とし穴があります。一見するとなんの変哲もない言葉が、無自覚のうちに判断の放棄や、ステレオタイプな決断を招き、人や企業、そして組織から活力を奪っているケースが考えられます。言葉に目を向けることで、ビジネスを新しい視点で捉え直し、視野を広げるための一助としてお役に立ていただければ幸いです。

是非、ご一読いただき、貴媒体での掲載やご取材など、ご検討賜れますと幸いに存じます。



## 『思考停止ワード44』

著者： 博報堂ブランドデザイン

判型： 新書判

ページ数： 248 ページ

定価： 743 円+税

発行： 株式会社 KADOKAWA

アスキー・メディアワークス

書店発売日： 2013年12月10日（火）

## &lt;博報堂ブランドデザイン プロフィール&gt;

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。（リーダー：宮澤正憲）

博報堂ブランドデザイン公式 HP <http://www.h-branddesign.com>

hakuhodo brand design

## 本書の特徴

### ■ その言葉はビジネスの活力を奪っていないか？

普段何気なく使っているビジネスワードであるが、実は一部の言葉が人や企業、そして組織から考える力を奪っている可能性が高い。たとえば「ゆとり世代」という言葉は、「コミュニケーションが取れない」「仕事をしてくれない」「親が欠勤の連絡を入れてくる」といった社会的にネガティブなイメージしかない。ビジネス、とくにマーケティングでは、人口構成規模も小さく、さらに「消費しない世代」というイメージもある。しかし彼らの行動をこと細かに観察してみると、他の世代に比べて通信やインテリア、カフェの利用などにお金をかけており、消費行動が変化していることが読み取れる。つまり「ゆとり世代」の価値観を深掘りすれば、近い将来、彼らが中核的な存在になった際に新たなビジネスチャンスを掴むことができるのである。ネガティブなレッテルを貼り、「彼らは異なっている」と開き直っているのなら、ビジネスパーソン自身の未来を否定しているも同然だ。

### ■ 1000人のエピソードからキーワードを抽出

本書に掲載されているワードは、1000人のビジネスパーソンに「どういうときに思考が停止していると感じられるか」と問いかけ、エピソードを募集。その結果をチーム内で検討を重ね、44のワードに集約している。「顧客第一」「成功例」「差別化」といった漢字系のワードが19個、「ターゲット」「ニーズ」「セオリー」といったカタカナ系のものが17個、「きてる」「しかたがない」などのひらがな系のものを8個、計44のワードを収録している。なぜこれらの言葉が組織や企業に停滞をもたらすのかを局面ごとに解説し、ビジネス改善の手がかりを示す。

## 目次

### はじめに 言葉ひとつで、人も、企業も、変わる

#### 第1部 「漢字系」の思考停止ワード

顧客第一・うちの業界・ゆとり世代・景気の踊り場・成長・効率・多様性・成功例・技術力・品質がいい・差別化・空気を読み・自由に・時間がない・一般的・想定外・現実的・非合理・常識

#### 第2部 「カタカナ・英字系」の思考停止ワード

ターゲット・イノベーション・グローバル・コンプライアンス・リサーチ・ニーズ・SNS・フレームワーク・セオリー・リスク・KPI・ノルマ・リーダーシップ・マーケティング・ブランド・カタカナ語・ルール

#### 第3部 「ひらがな系」の思考停止ワード

きてる・つかえない・ただししい・しかたがない・かんたんだから・がんばれ・できない・かんがえる

### おわりに 思考停止ワードが教えてくれること

## ご参考

# —博報堂ブランドデザインの書籍—



## 『「応援したくなる企業」の時代～マーケティングが通じなくなった生活者とどう付き合うか～』

事業改善の成果が顕著に表れない最大の原因は、企業の文化的背景や価値観が古くなっているのに気付いていない等、ビジネスパーソンが無意識においてしまいがちなビジネス上の前提を「不可思議前提」とし、その前提を疑っていくことで社会・生活者の価値観の変化を改めて考え直すきっかけを提供し、解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2011年6月10日)



## 『あなたイズム』～ムリなく、自分らしく、でも会社に愛される働き方～

いま、社会人の3人に1人が「仕事がつまらない」と感じているそうです。個人の「らしさ」が職場で生かされるようになるには？など、個人主義でも集団主義でもない、自分らしさを活かしながら企業の目標達成に貢献していくための働き方について解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2011年6月10日)



## 『ビジネスは「非言語」で動く』～合理主義思考が見落としたもの～

「正しくやった」のに「うまくいかない」こと、ありませんか？ —ビジネス界の最先端では、「非言語領域の情報」に対する関心が高まっています。人間が言語化して意識できる情報は5%。残りの95%は言語化されない、とされています。本書では「非言語領域の情報」の重要性を改めて提起し、「非言語領域を活用したビジネスコミュニケーション」を読み解きます。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2012年8月10日)



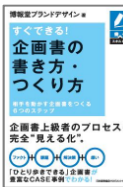
## 『ビジネス寓話50選』～物語で読み解く、企業と仕事のこれから～

ビジネス界には「寓話」が数多くあります。ビジネスの要諦や視点を短いストーリーで比喩的に表現したもので、さまざまなビジネスシーンで折に触れて引用されています。本書では、洋の東西を問わず、ネット上に流布する最新の寓話からはるか紀元前に綴られた物語まで、これから10年のビジネスを見据えたうえで「本当に使える」珠玉のビジネス寓話を、厳選して解説しています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2012年8月10日)



## 『チームのアイデア力。～アイデアが出るチームになるための5つのステップ～』

チームを率いてアイデアをつくり、形にしていく際の基本的な考え方やノウハウを1冊の本にまとめました。オリジナルの発想法「リボンフレーム」をはじめ、チームでアイデアを創り出すために必要となる、リーダーシップやコミュニケーションスキル、アイデア出しの場づくりに関する心得とともに、具体的なアイデア出しのステップと方法論を紹介しています。  
(発行：日本能率協会マネジメントセンター 定価：1,575円(税込)発売：2013年4月27日)



## 『すぐできる！企画書の書き方・作り方』

社会人1年～5年目までの、これまで自分で企画書を書いたことが無い人を対象に「ストーリー思考」を活かした、自分らしい企画書をつくるための考え方とノウハウをまとめています。上級者が無意識に行っている「6つのプロセス」で企画書作成を“見える化”することで、初心者でも企画書の内容をわかりやすく伝え、相手を動かすことができる「企画書のカギ」について解説しています。  
(発行：日本能率協会マネジメントセンター 定価：1,575円(税込)発売：2013年4月27日)



## 『2回以上、起業して成功している人たちのセオリー』

起業経験が複数回ある“連続起業家”21人を取材し、導き出された法則を抽出しています。「連続起業家」がコトを起こして成功するためのノウハウである「8つのセオリー」を明らかにすることで、起業に限らず、新規事業開発や、組織や個人が創造性を発揮していくための“イノベーションのヒント”として、ビジネスにお役立ていただくことを目的としています。  
(発行：株式会社 KADOKAWA アスキー・メディアワークス 発売：2013年8月12日)