

特別寄稿



一流のビジネスパーソンは、本のどこに線を引いているのか

～結果を出せる人のビジネス書の読み方～

エリエス・ブック・コンサルティング 代表取締役 土井英司

エリエス・ブック・コンサルティング 代表取締役

土井英司 (どい えいじ)

元Amazon.co.jpバイヤー。出版コンサルティング会社エリエス・ブック・コンサルティングを創業し、世界625万部のベストセラー『人生がときめく片づけの魔法』をはじめ、数多くの書籍をプロデュース。読者数5万7,000人を有するメルマガ「ビジネスブックマラソン」の編集長としても知られる。自著『「伝説の社員」になれ!』が10万部超。近著に、ビジネス書の読み方の極意を書いた『一流の人は、本のどこに線を引いているのか』がある。

ビジネス書の正しい読み方を 知っていますか？

書評メルマガ『ビジネスブックマラソン』を4,500日以上休まずに書いていますが、その間、「速読法を教えてください」と「読み方を教えてください」をよく聞かれました。拙著『一流の人は、本のどこに線を引いているのか』には、この二つに対する答えを書きました。

まず、速読についてですが、人間は知らないことを速く読むことはできません。でも、ビジネス書読書の目的は、知らないことを知ることですから、速読には意味がないのです（もしどうしても速く読みたいなら、コツは「目的を絞り込む」ことです）。

そして読み方についてですが、ビジネス書と小説では、明らかに読み方が違います。小説の場合、目的は心を豊かにすることですが、ビジネス書の場合は、学ぶことで「結果」につながる「原因」を見つけることです。その助けとなるのが、本に引く「一本の線」。では、その「一本の線」をどのように引けばよいのか。拙著でもご紹介したノウハウのエッセンスをお伝えしましょう。

ビジネスは、 「一本の線」から動き出す

一冊の本に自ら引いた「一本の線」が、ときに革新的

なアイデアをもたらしたり、人生を変えてしまうほどのインパクトをもたることがあります。これまでの私にとって代表的な一本の線は、情報産業の到来を予言した民俗学者、梅棹忠夫氏の名著『情報の文明学』（中央公論新社）に引かれています。「情報の時代には、情報の批評家ないしは解説者が不可欠である」。私はこの一行から、現在の出版コンサルタント、ビジネス書評家のビジネスを思いつきました。このほかにもたくさんの線が思い浮かびます。マクドナルドの創業者、レイ・クロックの自伝『成功はゴミ箱の中に』（プレジデント社）に引いた線は、不動産投資の重要性を教えてくださいました。神田昌典氏の『仕事のヒント』（フォレスト出版）に引いた線がヒントになって、私のビジネスはおそらく年間数百万円単位で恩恵を受けています。高級スーパー「成城石井」の創業者、石井良明氏の『成城石井の創業』（日本経済新聞出版社）には、「アトレ恵比寿」に出店した際、地域性からプロユースを強く意識し、他店にはない食材や調味料を充実させた、と記されていました。「プロユース」という言葉が新しい視点を与えてくれます。自分のビジネスにおける「プロユース」を考えれば、あなたも自社内で新たな事業を発案できるかもしれません。一本の線には、これほどのインパクトがあるのです。

一冊に百本の線を引くよりも、 百冊に一本ずつの線を引く

ビジネス書の読書には、二つの大きな誤解があると思います。まず一つ目は、「面白い本が良い本」という誤解です。本の内容が面白いかどうかなど、あなたのビジネスには何の関係もないわけですから、面白いかどうかでビジネス書を判断してはいけません。もう一つの誤解

は、「全部読まないといけない」という誤解です。私は書評家ですから、評価するためすべてを読む必要がありますが、皆さんはビジネスパーソンですから、そんなことにとらわれる必要はありません。すべてを一気に読む必要性はありません。いま、あなたが気になる部分だけを辞書的にピンポイントで開き、いくつか線が引ければそれでいいのです。実際、私の知り合いで、ごく一部だけを読んで、その本の価格の数万倍の実績を挙げた人がいます。拙著『成功読書術』（ゴマブックス）を読んだ方の話です。彼は、ある分野で最大規模を誇る専門家集団のトップで、東京・新宿の大きなビルにオフィスを構えています。この本の中で私は、伝説的な相場師、是川銀蔵のエピソードから読み取れるアイデアを紹介しています。景気循環と鉄鋼生産のタイムラグが、鉄鋼株の動きにどう現れるかという法則を書いたのです。すると、知人はこれをヒントに、株で大儲けしたというのです。

たった1カ所役立てば、あとはすべて無駄でも構わないのが、ビジネス書です。1勝できれば、残りは全敗でもトータルで勝てる。「1勝9敗」でいいのです。

「結果」ではなく、「原因」に線を引く

ある事象を、「原因」と「結果」に分けて考えてみると、線の引き方は劇的に改善できます。結果ではなく、

実際に線を引いた名文

思わずつたり、線を引くだけでなく困ってしまった名文。現在は隠されているものがクールということに気がかされた。

「クール 脳はなぜ「かっこいい」を買ってしまうのか」(P316)より
ステイブンクウォーツ、アネット・アスプ著、渡会圭子訳 日本経済新聞出版社

を
使
っ
て
い
ぬ
。

は、
価
格
で
は
な
く
情
報
コ
ス
ト
の
高
い
隠
れ
シ
グ
ナ
ル

現
在
の
ク
ー
ル
な
商
品

USJのセンターピン(重要視する点)がわかる一文。ビジネス書を読む際は、センターピンを探ることで、俯瞰的な読み方ができる。

「USJを劇的に変えた、たった1つの考え方」(P16)より
森岡駿著 KADOKAWA

ど
う
や
っ
て
伸
ば
す
の
か
?

の
要
素
で
あ
る
「
集
客
数
」
を

お
け
る
ト
ッ
プ
ラ
イ
ン
の
最
大

す。
(
中
略
テ
ー
マ
パ
ー
ク
に

額
)を
大
き
く
伸
ば
す
こ
と
で

は、
ト
ッ
プ
ラ
イ
ン
(
売
上
金

に
期
待
さ
れ
る
第
一
の
仕
事

は、
ト
ッ
プ
ラ
イ
ン
(
売
上
金

社
か
ら
マ
ー
ケ
テ
ィ
ン
グ

原因に線を引くのです。私がこれに気づいたのは、世界で600万部以上売ったマネジメント教科書の著者であるステイブン・P.ロビンスの『マネジメントの正体』（ソフトバンククリエイティブ）に触れたのがきっかけです。そこには、こんな一文が書かれていました。「モチベーションは、じつは結果である」。やる気があるから仕事ができるようになるのではなく、仕事ができるようになったからやる気が出る。つまり、モチベーションの有無は結果にすぎず、その原因は仕事ができるかどうかだということです。驚きました。採用面接でモチベーションを重視し、「やる気があります!」と語る人を採用したら、やる気がなくなった時点で無能になってしまいます。やる気は、仕事ができるようにさえなれば自然と高まるのだから、仕事ができるようにしてあげるこそが肝要だと説いているのです。

私は、この読書体験を経て、原因と結果を見極めなければ、すべての戦略が間違ってしまうことに気付かされました。「結果」ではなく、「原因」に線を引く。これはビジネス書に線を引く上で、最も大切なことです。

読むべき本を立ち読みで見抜く11の戦略

私のメールマガジン「ビジネスブックマラソン」は、読者が約5万7,000人いるため、出版社さんから毎日15冊ほどの献本が届きます。その中から瞬時に、今日読むべき3冊を選ぶのですが、どんなことが書いてあったら読むべきなのか。11の戦略をお伝えして、この寄稿を終えましょう。これまでに述べてきたノウハウと、この戦略で、読書をより充実したものにしてください。

【11の読書戦略】

- ① 経営者本は「創業者」か「中興の祖」を選ぶ
- ② 「プロフィール」で本物か偽物かを見極める
- ③ 著者は「一流の変態」を選ぶ
- ④ 「コンサルタント」から学ぶのは王道の戦略
- ⑤ 著者が「専門外」を書いていたら避ける
- ⑥ 本の「タイトル」にだまされてはいけない
- ⑦ 「固有名詞」の多い本を選ぶ
- ⑧ 冒頭の数ページで「いい線」が引けそうな本は買い
- ⑨ 膨大な「データ」に立脚した本を選ぶ
- ⑩ 「翻訳書」は良書の率が高い
- ⑪ 「箇条書き」に注目する（実行すべき内容のある証）