

なぜなぜ分析の10則—2007年度版—

有限会社マネジメント・ダイナミクス

小倉 仁志

以下に、原因追求のための「なぜなぜ分析」を実施する上で欠かせない10のルール(2007年度版)を示します。「なぜなぜ分析」を実施する際のルールについては、1997年に「なぜなぜ分析徹底活用術」(JIPMソリューション刊)において、「7つのポイント」という形にまとめ、次の「なぜなぜ分析徹底攻略ドリル」(2002年発行)では、その7つのポイントをベースに「なぜなぜ分析の10則」を発表してきました。

しかしながら、まだまだわかりにくい点や覚えにくい点があったこと、また近年多発しているヒューマンエラーに対応させるために、2007年度夏より以下の新しい10則に修正した上で、指導を展開しております。

今まで拙著にて「なぜなぜ分析」を学ばれてきた方にはご迷惑をお掛けしますが、決して大幅に変更したものではなく、様々な業種・業務やテーマに対応しやすく、または対応すべく表現を修正したものになっております。

以下に2002年度版の「なぜなぜ分析の10則」も記載しましたので、それとの違いをご確認頂ければ幸いです。

また、拙著「なぜなぜ分析徹底活用術」におきまして、記述はしていましたが、項目として明確になっていなかった「事前のチェックポイント」も追加しております。こちらにつきましても、にて、再度ご確認ください。

「なぜなぜ分析の10則」「5つの事前チェックポイント」2007年度版

「なぜなぜ分析、5つの事前チェックポイント」

事前チェック① 原因追求すべき課題の抽出

事前チェック② 物事の捉え方

事前チェック③ 表現のしかた

事前チェック④ 原因追求すべき対象の理解度

事前チェック⑤ 前提条件の確認

「なぜなぜ分析の10則」

第1則 「現象」や「なぜ」は、ワンカット表現(*1)にする

第2則 出だしの「なぜ①」は発生部位・形態に着眼し、発生原則を基に表現する

第3則 逆に読み返しても、順序よく論理がつながるように「なぜ」を展開する

第4則 前提条件を踏まえて、並列関係にある「なぜ」を漏れなく挙げる

第5則 分析の狙いを踏まえた「なぜ」を展開する

第6則 誰でもが同じイメージのできる「なぜ」を展開する

第7則 形容詞を使う場合は、比較の対象を明確にする

第8則 心の中(臨床心理面)には「なぜ」で踏み込まない

第9則 再発防止策が見出せるまで「なぜ」を繰り返す

第10則 現場・現物で、「なぜ」を検証する

*1 「ワンカット表現」の「ワンカット」は映画用語であり、映画の1コマをさす(マンガ1コマと同じ)

表現をいう。ただし、「ワンカット表現」は筆者の造語である。

「なぜなぜ分析の10則」(2002年度版)

*「なぜなぜ分析徹底攻略ドリル」(JIPMソリューション刊)に記載

- 第1則 「現象」や「なぜ」は主語を1つにし、「〇〇が〇〇した」といった短く簡潔な文章(表現)にする
- 第2則 出だしの「なぜ①」は、現象を発生させている部分そのものに焦点を絞り、発生の原理・原則(または、発生させないための原理・原則)を基に導き出すこと
- 第3則 「なぜ」を考えた後は逆方向に読み返し、「論旨が理屈に合っているか」「論旨が飛躍していないか」をチェックすること
- 第4則 その「なぜ」が発生しなければ、前の「なぜ」は本当に発生しないのかという観点を持つこと。そして、並列関係にある要因を漏れなく挙げること
- 第5則 不自然な「なぜ」には注意すること
- 第6則 誰にもわかる具体的な言葉を使うこと
- 第7則 基準としているモノや事柄にも「なぜ」で追求すること
- 第8則 人間の心理面への原因追求は避けること
- 第9則 再発防止策につながる要因が出てくるまで、「なぜ」を進めること
- 第10則 現場・現物をしっかり検証すること

©2007 HITOSHI OGURA, MANAGEMENT DYNAMICS

ご質問や研修・指導等のご用命は、以下までお願い申し上げます。

有限会社 マネジメント・ダイナミクス

小倉 仁志

Eメール jin-ogura@management-dynamics.co.jp

ホームページ <http://management-dynamics.co.jp>

〒236-0037 横浜市金沢区六浦東3-25-22

TEL 045-788-4725