『ロジカルシンキング　トレーニング』正誤表

2026年11月4日現在

下記の誤りがございました。ご迷惑をおかけしたことをお詫び申し上げます。

訂正箇所	誤	正
12ページ	3-1 売上が悪いなら、売上を上げるべきか？	3-1 客が来ない店は、どうすれば来店客数を増やせるか？
29ページ　　1行目	目的を置かずに会議の目的と構造に問題があることを確かめるところから始めましょう。進めると、発言は増えても会議の質は上がりません。	会議の目的と構造に問題があることを確かめるところから始めましょう。目的を置かずに進めると、発言は増えても会議の質は上がりません。
84ページ　　表内	3-1 売上が悪いなら、売上を上げるべきか？	3-1 客が来ない店は、どうすれば来店客数を増やせるか？
86ページ　　大見出し	3-1 売上が悪いなら、売上を上げるべきか？	3-1 客が来ない店は、どうすれば来店客数を増やせるか？
86ページ　　問題	ある店舗で、今月の売上が前年を下回り、店長はすぐに販促を強めようと考えました。値引きキャンペーンを行い、SNS広告も増やせば、来店数が増えて売上も戻るはずです。 会議でも「売上が悪いなら、まず売上を上げるしかない」という意見が出ました。たしかに、売上が落ちているなら、売上を戻す施策を考えるのは自然です。 しかし、売上という数字だけを見ていると、別の問題を見落とすことがあります。利益率が下がっているのか、客数が減っているのか、単価が下がっているのか、リピートが減っているのか。あるいは、今は売上よりも別の指標を重視すべき時期なのでしょうか。 あなたなら、まずどの考え方で取り組みますか？	駅から少し離れた場所に、こだわりの雑貨店があります。品ぞろえも買った人の評判も悪くありません。しかし、平日の来店客数は少なく、店の前を通る人も限られています。 店長は、もっと多くの人に来てもらう必要があると考えています。チラシを配る、広告を出す、店頭看板を大きくする、といった案をすでに思いつきました。たしかに、店を知る人が増えれば、来店する人も増えるかもしれません。 一方で、知っていても、駅から遠くて寄りにくいのか。買う理由はあるが、行く理由が弱いのか。来店前の接点が少ないのか。「来ない」という現象にも複数の見方があります。 あなたなら、まずどの考え方で取り組みますか？