



**藤沢久美のマネーのマナー**

携帯サイト「日経 Book サブリ」での連載をまとめたマネーのエッセー集。年金や保険から、投資信託、株式投資まで、マネーに関する素朴な疑問に分かりやすく答えている。短い文章でエッセンスがまとまっており、マネーのビギナーにもとつきやすい（日本経済新聞出版社）

シンクタンク・ソフィアバンク  
副代表

**藤沢久美**

**PROFILE**

大阪市立大学卒業後、国内外の投資運用会社に勤務。1996年に日本初の投資信託評価会社を起業。1999年に同社をスタンダード＆プアーズ社に売却し、2000年にシンクタンク・ソフィアバンクの設立に参画。2003年社会起業家フォーラム設立、副代表。2005年より法政大学ビジネススクール客員教授も兼務。

日経活用のスペシャリスト

**06**

先を読む力を鍛えるのに  
いい方法はありませんか？  
情報を得たら、仮説を立てる習慣を付けましょう。

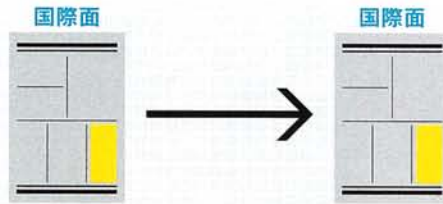
時代を  
読む力を  
アップ

## 藤沢流 日経新聞読みこなし術

### 1

#### 定点観測

一つのコーナー、一つの企業、一つの業界など、何でもいので継続的に追っていく。

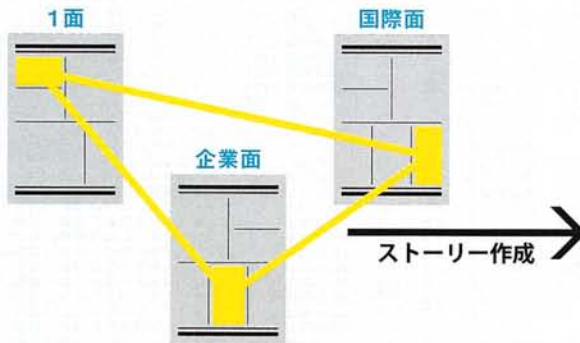


- 例)
- 共感できる一人の識者の記事を継続的に読む。
  - 相場のデータを毎日ノートに書き写す。

### 2

#### 物語作成

三題ばなしのように一見関係ないジャンルの記事をつなぎ合わせ、自分なりの物語(仮説)を組み立てる。



- その後の新聞記事で、仮説を検証していく。
- 仮説の立証に必要な記事がないかどうかを継続的にウオッチする。

### おすすめの新聞の読み方 「定点観測」と「物語作成」

私が所属しているシンクタンクの主な仕事は、社会の未来について予測や提言を行うことです。そのためには、判断の材料となるものが必要であり、日々の情報収集は欠かせません。

そんな中で、日経新聞というのは、日本の経済において、特に重要な情報をきちんと選別し、フレキシブルな状態で提供してくれる貴重な存在。情報の信ぴょう性という点においても、一定の信頼が置けるメディアだと考えています。

今でこそ、日々当たり前のように読んでいる日経新聞ですが、実は社会人に成りたての頃は、なかなか読みこなすことができませんでした。そこで始めたのが「定点観測」です。

これは、何かしらテーマを一つ設定し、それを継続的にウオッチし続けるという読み方。テーマは、「企業」でも「業界」でも何でも構いません。当時の私が選んだテーマは「株式相場」。毎日掲載される株式相場の解説や、日経平均および出来高を、ひたすらノートに書き写していました。こうすることによって、相場感や専門用語を体に覚え込ませたのです。

「定点観測」は、お気に入りのコーナーや、共感できる記者の記事でもいいでしょう。大切なのは、ある一人の意見を読み続ける中で、自分なりの考えを整理すること。賛同するにせよ、反対意見を持つにせよ、他者の見解をうのみにするのではなく、自分の考えを持てるようにしましょう。

日経新聞の読み方として、もう一つおすすめなのが「物語作成」です。これは、三題ばなしのように、一見関係のないジャンルの記事をつなぎ合わせて、自分なりの物語(仮説)を組み立てるというもの。この仮説が正しいかどうかは、その後の新聞記事で検証していきます。「自分の仮説を立証するのに必要な記事がないか?」という観点で新聞を読んでいると、それに該当する記事を見つけたときに、パズルが解けたときのような爽快感を味わうことができます。「見当外れだったらどうしよう」と萎縮する必要はありません。外れたら、外れた原因を、考えればいだけのことです。

「物語作成」のメリットは、2つあります。1つは、常に考えながら新聞を読むことで、個々のニュースに関心を持てるようになること。いくら新聞を読んでも、「自分には関係のない話」と思っているうちは頭に入ってきません。

## 広告から情報を読み取る

新聞広告は情報の宝庫。  
隠れた重要メッセージを  
見逃さないように！

新聞広告は、  
世の中の関心事をつかむ  
手掛かりになるだけではなく、  
企業の状態を表す  
バロメーターでもある。

大きな広告が出ている



この会社は  
業績が  
好調なのかな？

この商品に  
社運を  
懸けている？

意見広告が出ている



近いうちに  
何か大きな  
動きがある？

新聞から読み取れる情報というのは、  
文字で書かれている情報だけではない  
です。例えば新聞広告。そもそも広告と  
いうのは、社会の関心事やトレンドなど  
が反映されたものが多いので、経済や企  
業活動の大きな流れをつかむのに有用で  
す。単純に「何々がヒットしている」と  
いう文字情報だけでなく、「大きな広告  
を出せるということは、この企業は業績  
が良いのかな？」とか、「この商品には  
かなり力が入っているな？」といったこ  
とも推測できますね。

もう一つは、一見バラバラに見える物  
事のつながりを発見する力を鍛えら  
れることです。新聞を読んで、記事と記  
事の関連性が見えてくるようになれば、  
世の中の大きな流れが自然とつかめるよ  
うになります。

### 記事の背景まで読み取る 新聞の名探偵になろう

また、広告の中には、「商品広告」だ  
けではなく、「意見広告」というタイ  
プもあります。企業が意見広告を出すとい  
うことは、「企業イメージを変えたい」  
といった狙いがあるはず。キャッチ  
コピーを読んで「ふん、そうなんだ」  
で済ませずに、「社内に何か課題を抱え  
ているのかも？」などと推測してみるの  
もいいと思います。

### 感性で読む本紙と 理性で読む電子版

日経新聞は、本紙と電子版のそれぞれ  
に異なるメリットがあると思います。  
本紙のほうは、見出しに大小があり、  
1つの面にたくさん記事が並んでいる  
ため、視覚的にスッと情報が入ってくる  
イメージです。いわゆる一般的な関心事  
をつかむのに便利です。  
一方、電子版のほうは、本紙のように  
見出しの大小があまりなく、記事が整然  
と並んでいます。私は、このようにフ  
ラットな状態で情報に接することができ

### 歴史は繰り返す だから古い情報も保管

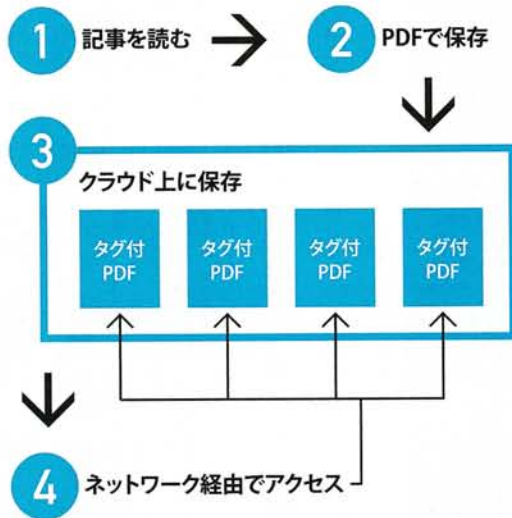
私は、日頃から情報の保管を電子版で  
行っています。気になった記事があると  
PDFで保存し、タグになる簡単なキー  
ワードを付けて管理するというスタイル  
です。PDFはクラウド上に保存して、  
いつでもアクセスできるようにしてあり  
ます。  
いったん収集した情報は、古くなって  
も捨てずに保管しています。一度起きた  
出来事は、時と場所を変えて再び現れる

## 物事のつながりや 文字に表れていない情報を察知し、 時代を読み解く。

## 電子メディアを活用した情報術

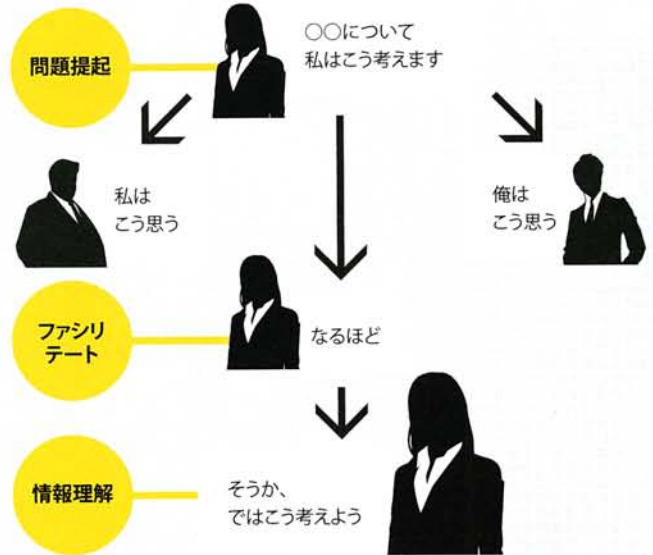
### クラウドでの情報管理

- 1) 気になった記事は、PDFで保存。
- 2) PDFには、タグになるキーワードをファイル名に付ける。
- 3) PDFをクラウド上に保存する。
- 4) ネットワーク経由でPDFにアクセス。



### ファシリテートで情報理解度アップ

- 1) 気になったことをTwitterやFacebookで皆に投げ掛ける。
- 2) 集まった人たちの意見交換をファシリテートする。
- 3) これにより、情報理解度が高まる。



ことが少なくないからです。まさに「歴史は繰り返す」。過去の情報というのは、未来を予測するためのヒントを与えてくれます。

それに、仕事でインタビュアーをする機会が多いので、古い情報というのも結構必要になるんですね。

**ソーシャルメディアで情報の新たな循環も**

私は、2年ほど前から、その日の新聞記事で気になった話題をTwitterでみんなに投げ掛けています。最近では、TwitterからFacebookに舞台を移して同じことを行っています。これは、Facebookの実名主義が、真剣な意見交換の場に向いているからです。

私が話題を投げ掛けると、そこに集まってくれた方々の間で自然と議論が始まり、次第に盛り上がりしていきます。そこで私は議論のファシリテーターに徹していますが、議論の中で情報や知識の循環が生まれ、私自身にとっても大変勉強になるんです。

最近では世の中に情報が氾濫していますので、情報に翻弄されている「情報八方美人」とでもいうべき人が増えているように感じています。そんな中で大切な

は、繰り返しになりますが、自分の意見を持つことなんです。

特に若い人たちにお伝えしたいのが、「いい子にならなくてもいい」「世の中の常識」を気にし過ぎないでほしい」ということです。情報に触れるとき、人に会って話をするときは、余計な先入観を持たないほうがいいと思います。自分の目と耳を大切にしてください。

藤沢久美の社長Talk

さまざまな企業経営者と藤沢氏の対談を収録したインターネットラジオ。かつてNHK教育テレビ「21世紀ビジネス塾」のキャスターとして活躍していた経験を生かし、個性豊かな社長たちの魅力を存分に引き出している。毎週火曜日に公開。  
<http://shachatalk.jp/>

