

② 業種が同じに近い。業種は1万もある。

③ 弱者の戦略でまとめている。これは差別化の大きな案件になる。

④ 実践的で、応用しやすい。

実践的とは制作者自身が何かで1位になり、しかも5年連続で守った経験があること。こういう人が作ったものは応用の手順が解るばかりか、大事なところの注意点も説明されているので効果が早く出る。

いろんな本の寄せ集めで作った教材は、実践的でないことになる。

学歴が良く、大会社に長くいてコンサルタントになった人は、大会社の組織作りと強者の戦略が中心になる。カッコは良いが業績が悪くなってしまふ。

差別化力がある良い教材かそうでないかは、制作者の経歴を調べると解る。まず本を買う。次は低価格のCDがあれば、これで確かめてみると失敗が少なくなる。

1位以外は無意味

今、社長が経営戦略実力を高めるための学習方法について説明しました。社長が経営戦略実力を高める方法としてよく使われているのが、成功した社長の体験談を聞く方法になります。いろんな社長の体験談を聞いてそれをまとめると、良い方法が出てくるということによってよく利用されています。

実はそのやり方は、昭和40年の中頃(1970年頃からは)本格的に実行されるようになりました。いろんな大きな経済団体が成功した社長を連れてきて、それを体系的にまとめると「良い経営のやり方」が出るのではないかというところで、大々的にプロジェクトチームを作って実行しました。こういうやり方を「帰納法」と呼んでいます。

ところが実際にやってみたらどうもうまくいきませんでした。なぜでしょうか。それにはいくつか理由があります。

その1つは、プロジェクトチームを作ってまとめると一ダラーの経営戦略実力が、ズバ抜けて高くなければなりません。

次は、いろんな業種の社長の話を聞いてこれをまとめるには、レベルが高い創造性、または独創性が要求されます。

しかし2つの条件を兼ね備えた人はそんなに何人もいません。結局高い金をかけてやった割に、うまくいかなかったのです。

本を読むとよく出てくるのが「仮説・検証法」になり