

2. 教材の種類

従業員 100 人以下は、フルラインが必要になる。

① 経営の全体像と経営を構成する大事な要因を説明したもの。

② 利益性の善し悪しを決定付ける、利益性の原則を説明したもの。

③ 戦略と戦術の違いを、解りやすく説明した教材。

④ 強者の戦略と弱者の戦略を、解りやすく説明した教材。

⑤ 規模の大中小で変わる、社長の役目の違いを説明したもの。

これらは経営の原則になり、基本の中の基本になる。

⑥ 商品戦略。 ⑦ 地域戦略。 ⑧ 業界・客層戦略。

⑨ 営業戦略。 ⑩ 販売戦術。 ⑪ 顧客維持の戦略。

⑫ 組織戦略。 ⑬ 社員教育。

⑭ 資金戦略・経費戦略。 ⑮ 簿記 3 級。

⑯ 時間戦略。 ⑰ リーダーシップ。

⑱ 人柄・人格向上、の教材がいる。

これらはカケ算になるので、どれかが弱いとそこが会社の弱点になる。社長にとってはフルラインが必要になる。しかしフルラインを揃えている人は、200 人に 1 人か 250 人に 1 人位しかいない。残りの人はこれらを揃えていない。見方を変えればこれはチャンスになる。

業績が思わしくない場合原因はいくつもあるが、最もウェイトが高いのは次の 4 つになる。

① 規模の大中小で変わる、社長の役目が解ってない。

② 利益性の善し悪しが決まる利益性の原則を理解していない。

③ 戦略と戦術の区別がつかず、戦術だけが経営の大事な仕事と思い込んでいる。

④ 強者の戦略と弱者の戦略の区別がつかず、カッコが良い、強者の戦略が正しいやり方と思い込んでいる。

これでは従業員 1 人当たりの粗利益が 1 年に 100 万円～200 万円も少なくなってしまう。これではたいがいひどいことになる。

これらは経営の基本の中の基本になるので、これらをきちんと学習してから先に進むべき。

3. 質が高い教材を準備

教材は差別化の根拠にもなる。実践的な良い教材で学習すると、経験だけに頼っている人と比べ、戦略実力が 3 倍～5 倍も早く高まる。そのためには差別化力がある良い教材の準備が欠かせない。

① 経営規模。説明されている内容の規模が同じか近いこと。3～5 倍迄。10 倍以上は誤解の原因になる。