

## 第2章 社長の差別化学習法

大きな本屋に行くと、経営のやり方について書かれた本がたくさん並んでいます。こういったビジネス書を読むとどれにも出てくるのあります。それは「業績を良くするには商品の差別化がある」、「業績を良くするには地域の差別化がある」、「業績を良くするには営業の差別化がある」というものです。

差別化というのがビジネス書に出てくるようになったのは、およそ「45年前」から。45年位前からこのような本に差別化の重要性が出てくるのですが、45年も前から言われていながら、実際にされている経営をみると差別化力があるとは、どう考えても実行されているとはいえません。

その原因はいろいろあるでしょうが、1章で説明したように差別化の経営をすることは、社長自身が「差別化力のある学習方法」を身に付けておかないと、差別化力がある経営ができません。つまり経営の差別化が必要であるということは解っているのですが、社長自身の学習の差別化がされていないことに本当の原因があるのです。

つまり経営の差別化を実行するにはその前に、社長の学習の差別化が必要になるのです。この第2章では、社長の差別化学習法ということについて説明していくことにしています。

## 学習効果＝社長の素質×教材の質×学習方法×回数

または学習時間の4つで決まる。

次は、この3つに対して差別化が必要になる。

a. 素質が高くななくても、自分に合った良い教材を揃え、かつ効果性が高い学習方法で学習回数を多くすると**戦略実力**が高まる。

b. 素質は低いのに、自分に合った教材は揃えず、効果が出る学習方法もなく、回数も少なければ**戦略実力**が高まる見込みはない。

### 1. 社長の素質

同業者が多数いるときは、パレートの法則が成立する。

① 100人中10番が中位になる。上の部は3番以内。20番は中の下、40番は下になり、60番は番外になる。

② 社長の9割は、100人中**10番以内**に入っていると考えている。つまり多くの人は自分の実力を10倍高く考えている。

③ 1人当りの経常利益を、業界平均と比較してみる。

④ 1人当りの自己資本を、業界平均と比較してみる。

⑤ 媒さんに聞いてみる。

⑥ 不明のときは、中位か中の下になると辛目に考える。