

# 竹田陽一の経営随筆集

2022年5月3日 第10号



## 良い本・悪い本・普通の本 その6

### 7. 実態調査をしてない、の続き

#### a. 実態調査は意外な結果をもたらす

「実態調査はしばしば意外な結果をもたらす」という教訓があるように、私が行った「市場占有率と従業員1人当たりの経常利益、及び小売業における売上高と売場面積の関係調査」も、意外な結果をもたらしました。

しかもこれらの結果は、自分独自の経営理論になるので、本を書くときや講演をするときには、自信を持って説明できます。

昨年の秋、アメリカの「アンジェラ・ダックワース」が書いたグリットの本を読みました。(ダイヤモンド社)  
この人は「人の能力」についていろんな実態調査をしていましたが、学歴と仕事の実績との関係を何人もの人を調査した結果、相関関係がないことを発表しています。

「学歴と仕事の実績の間には、はっきりした関係はない」といった人は何人もいますが、実態調査をしてデータを発表したのは、恐らくこの人が最初になるでしょう。

アンジェラさんは、これ以外にいくつもの実態調査をしています。

#### b. 実態調査も創造性がある

ではいくつもある分野の中で、「何を実態調査の対象」にすれば意外な結果が出て役立つか、これは全く知りません。  
調査をするきっかけは「発明や発見」と同じで、研究する人の「性格や過去の経験」、それに本を読んでいるときや、コンサルタントが制作したCDを聞いているときに、「なんとなく疑問に思った」などの「ヒラメキ」が、実態調査をするキッカケになるからです。  
しかしどのようにしてヒラメキが起きるかは、いまだに解っていないようです。

次に、なんとなく疑問に思ったとしても、その思ったことを、「どのような方法」で実態調査をし、調査をした結果、その中からどうやって「一定の法則」を導き出すか、これについても全く知りません。  
これはその人の「創造性能力」、または「発明性能力」が重要な要因になるからです。

これ以外に最も大きな障害になるのが、実態調査をするとき必要になる、「多くの時間と、多くの労力」になります。しかも実態調査は発明と同じで、「当たりハズレ」があり、失敗に終わることがいくつもあります。

もちろん調査をするテーマによっては、多くの資金が必要になる場合があります。

私が市場占有率と利益の関係の研究を始めたときは、日本経済新聞社から出版されていた、上場企業の会社年刊を毎年買いました。現在の価値に直すと8万円位になるでしょうが、当時はサラリーマンだったので、毎年8万円を払うのは大きな負担になりました。デパート名鑑とスーパーマーケット名鑑の本は2年ごとに買いましたが、これも少なからず、負担になりました。

しかし実態調査をすることは、学歴や職歴、それに本人の知名度とは一切関係がありません。

このような事情から実態調査をすることは「学歴や経歴が不利な人」が、逆転できる大きなチャンスになるのですから、こういう人は積極的な考えで挑戦してみるべきです。

初めは失敗するでしょうが、続けていると「あなた独自の理論」または、「〇〇の法則」というのが見つかるでしょう。  
こうなれば仕事に自信が出ます。  
以下は、次号に続く。



ランチェスター経営（株）



〒810-0012 福岡市中央区白金 1-1-8 チュリス薬院 301

TEL 092-535-3311 FAX 092-535-3200

メールアドレス customer@lanchest.co.jp HP <https://www.lanchest.com>