

拝啓

皆様、こんにちは！ 夏本番ですね。 熱い夏に負けずに頑張りましょう！  
ビジネス経営の最前線で頑張っておられる方の役に立つ情報となればと思います。喜んで頂ければ幸いです。

## 経営者の「選り取る」センス次第

### オーナーの「感度」

小売業界では、コンビニエンスストアが圧勝しています。  
しかし、同じセブン・イレブンの店舗でも、ものすごく売上の高い店もあれば、苦戦していて業績がさっぱりのお店もあります。  
一番、はやっている店は、平均の四倍以上を売り上げるそうです。  
かたや一日の売上が十万円を割る店もあるそうです。  
確かに立地の違いがあるかもしれませんが、品揃えなどの面ではそれほど大きな隔たりがあるわけではありません。にもかかわらず、こえだけの格差が出てくるというのです。  
それは何故でしょうか？

**この差はオーナーの感度によると言います。  
それがすべてだと言う方さえいました。**

あるオーナーの言葉です。

「現場でやるべきことはみんなわかっています。しかし、たとえば自分のお店の前にゴミが落ちていたとしましょう。すると、無意識にぱっと拾ってポケットに入れるオーナーと、ゴミが落ちているのにそのままボーとお店に入って行くオーナーの二通りがあります。」  
ゴミが落ちていたら拾いなさいということは、必ずマニュアルに書いてあります。

**みんな頭では理解しているのですが、  
そのとき気づけるか、  
行動できるか、  
その感度が問題です。  
それによって業績が歴然と違うというのです。  
これは社風もいっしょだと思います。**

ノーベル賞をもらった生化学者で、アルバート・セント・ジョージという人がこういうことを話しています。

**「発見というのは他人と同じものを見ても、違ったことを考えるところから出発する」**

同じ現象を見ても、

**「これはたいへんだ。いますぐ手をつけなければ」**

と思う人もいれば、

**「異常なし」**

と言ってそのままにして通り過ぎてしまう人もいます。

つまり、経営者自身が何を選り取ってくるか、その感度が問われているということです。

**このことは企業経営だけでなく、家庭の教育などすべていえることではないでしょうか  
気づいたら、すぐ行動に移すようにしたいと思います**

最近、私の顧問先の研修にて、実践学習としてコンビニエンスストアをベンチマーキングしております。

セブン・イレブン、ローソン、SHOP 99など。相対的に比較すると違いが歴然と分かります！

やはり スタッフが違うのです。だから店の雰囲気はどこが違うのですね。

何となぐ繁盛している理由が納得出来ます。

?? 定点観測として継続的に変化を見ていくこともお勧めです。絶対的ベンチマーキングです。

この1年間のセブン・イレブンの変化、凄いですよ。

変化に気づくかどうか？ 経営者やリーダーは、その感性を磨きましょう！