

「仮説と検証」を行な  
つていますか？

執筆担当者

孫田 猛

「仮説をたて、実行  
してみてその結果を検  
証する。これを繰り返し  
することがビジネスだ。」

セブン&アイ・ホール  
ディングス会長兼最高  
経営責任者である鈴木  
敏文氏の持論である。

これからのマーケテ  
ィングを実践していく  
上で、とても重要な考  
え方だと普段から注目  
していた。そんなおり、

先日セブْنَイレブンジ  
ヤパンの方にお会いす  
る機会があつたので、  
普段どのようなことを

この会社では実践され  
ているのかを伺つてみ  
た。

ポイントは、デー  
タはすべて過去の結果  
である。だから仮説を  
たてる材料にはしない。

仮説を立てる材料は、  
顧客が何を望むかを推

測することによる。

仮説をたて実行し  
たならば必ず検証する。

顧客に聞いてもだめ、  
顧客はそこまでの意識  
はない。だから現場の  
スタッフがたえず顧客  
の立場に立つて考え、  
その状況を推測する。

そして企業はたえ  
ず変化し続けること。  
という回答が返つて来  
た。

業界の中でダントツ  
のトップを走り続ける  
企業のスタンスは、非  
常に魅力的である。そ  
うであるならば、あそ

こはすごい」で終わら  
せることなく、自社で  
応用ができないか、そ  
れこそ「仮説と検証」

をしてみる価値がある  
のではないだろうか。  
業績が停滞している  
企業はこの5つのポイ  
ントが全て逆に向かつ

ているように思える。  
忙しい毎日が過ぎてい  
るのに、いつこうに結  
果が出ない。資金繰り

や銀行の対策のことば  
かりが経営者の頭の中  
をよぎっている。そん

な状況を従業員は察し、

顧客への質の高いサー

ビス提供など考える余  
裕すらない。こんな悪

循環から抜け出すため  
には、前述の から  
の内容を自社で実践す  
ることをお勧めする。  
まずは部門ごとにす  
ぐできることから始め  
ること。やってみると

結果がみえる。うまく  
いくと小さな自信が生  
まれる。久しく忘れて  
いたやりがいらしき気  
持ちも出てくる。もし

て旅館の中が元気にな  
つてくる。  
セブْنَイレブンの本  
社ビルには「変化への

対応と基本の徹底」と  
いうことばが掲げられ  
ているそうだ。

客商売の原点はもち  
ろん旅館業にもそのま  
ま通じるものだ。前向  
きに経営を展開するた

めの方法として「仮説  
と検証」にトライして  
みてはいかがか。

<http://www.ikmag.jp>

[otai@ikmag.jp](mailto:otai@ikmag.jp)