

西俊輔の「毎日楽しく」

Vo1.58 2010年6月号

最近のベストセラーで、「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」という本を読みました。一見、「萌え」な表紙なので何の本かと思いますが、りっぱなビジネス本です。ピーター・ドラッカーといえば、数年前に亡くなったマネジメントの父ともいわれる有名な経営学者ですが、あのユニクロの柳井さんもドラッカーの信奉者だそうです。少々長いタイトルにあるとおり、高校の野球部女子マネージャーがドラッカーの「マネジメント」という本を読んで、弱小野球部をいかにして甲子園に連れていくかという小説になっています。通常は会社経営などに使われる「マネジメント」という考え方を高校野球に応用するところがユニークですが、その内容は十分、会社経営に役立つものになっています。この内容どおりのことをやって、弱小野球部を甲子園に連れていく方が実際は難しいかもしれません。

本には、ドラッカーの「マネジメント」の内容をそのまま引用している部分が多く出てくるのですが、その中に、

われわれの事業は何か
事業の定義をするときの出発点は「顧客」しかない
われわれの「顧客」とは誰か

という問いがあります。

ドラッカー自身も、わかりきった答えが正しいことはほとんどない、と言っているように、この問いはなかなか深い問いです。たとえば、1930年代の大恐慌のころ、GMのキャデラックという自動車の事業責任者は、キャデラックという車を購入する人は、車という輸送手段を購入するのではなく、ステータスを購入する人だ、という定義づけを行い、ライバルはダイヤモンドやミンクのコートと考えてこの事業部を成長事業へと導いたそうです。

ふだんは「顧客」と考えないような人まで「顧客」になりうると考えれば、これまで以上に事業の幅は増えそうですね。なお、野球部の例では「顧客」を、観戦に来る観客、学校、地域社会といった野球に関わるすべての人と考え、さらには、野球部員自身も「顧客」と考えます。会社でいうと、従業員も顧客です。これもなかなか深い。

