

西俊輔の「毎日楽しく」

Vo1.70 2011年6月号

今月もピーター・ドラッカーの言葉をご紹介します。企業の存在意義に関する有名なフレーズです。

「企業とは何かを理解するには、企業の目的から考えなければならない。企業の目的は、それぞれの企業の外にある。企業は社会の機関であり、目的は社会にある。したがって、企業の目的として有効な定義は一つしかない。顧客の創造である。」

「顧客の創造」、というと難しい感じがしてしましますが、ドラッカーを信奉するユニクロの柳井氏によれば、要するに、自分たちが何を売りたいか、ではなく、お客様が何を求めているかを考えることだといいます。ただし、注意しなければならないのは、お客様が求めているものは必ずしも目に見えるものばかりではない、ということのようです。すでに目に見えている需要に対して何かを提供するだけでは、本当の意味で顧客の要望に答えていることにはならず、お客様が潜在的な需要として持っているものに対して、具体的な商品なりサービスなりの「形」にして提供することによって、初めてお客様の求めているものに答えているといえるのだそうです。

まだ顕在化していない潜在的な需要に応えることができれば、これまでお客様ではなかった人があらたにお客様になる可能性が高いわけですから、お客様の求めに応えることはたしかに、「顧客の創造」ということがいえそうです。そういえば、お客様の潜在的な需要に応えるということは、セブンアンドアイの鈴木敏文氏も同じことをおっしゃっていました。以前の「毎日楽しく」でも書いたことがあります。お客様自身が気づいていない需要についてはアンケートなどをとってもあまり意味がなく、目の前に現物を提示されて初めて、「こういうものが欲しかった」と気づくそうです。

ドラッカーは次のような言葉も残しています。「企業は、社会や経済の許しがあって存在しているのであり、社会と経済が、その企業が必要にして有用かつ生産的な仕事をしていると見なすかぎりにおいて、その存続を許されているにすぎない。」

この言葉は企業に限らず、学校や病院、国や自治体などあらゆる組織にもあてはまりそうです。

