

# 「今なぜドラッカー人気か」を問うことが、 今なぜブームになったか



ドラッカー学会代表 立命館大学経営大学院 客員教授  
**上田 惇生** (うえだ あつお)

1964年慶應義塾大学経済学部卒業、同年経団連（現日本経団連）事務局入局。国際経済部次長、広報部長、経済広報センター常務理事、ものづくり大学教授を経て、現職。『ドラッカー名言集』全4巻の編集・翻訳のほか、ドラッカー主要著作のすべてを翻訳。2006年9月『ドラッカー入門—万人のための帝王学を求めて』刊行。

<http://www.iot.ac.jp/manu/ueda/>

萌え風の表紙に目を奪われ、帯で謳われたドラッカー学会代表推薦の文字に騙されたかとも思いつつも、既に半年を超えてベストセラー街道を驀進中の通称『もしドラ』、『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』を買ったところ、電車の中というのに、涙がぼろり。何度も本を閉じなければならなくなったという人がある。マネジメント書で泣かされるという不思議な初体験。早速娘にもと買ったなら、もう読んでいて何年ぶりかに父娘の会話が盛り上がったという小さな、しかし大きな奇跡。

## 死せるドラッカー 日本を動かすか

著者の岩崎夏海さんに凄いですねと誰かが言ったら、夢は13歳以上の全日本人に読んでもらうことと返された。そのご相伴で、今、主人公の川島みなみが教科書にしたというロングセラー、『エッセンシャル版マネジメント』に火がついている。

NHK『仕事学のすすめ』から発展した勝間和代さんを聞き手とするユニクロ柳井正さんの『わがドラッカー流経営論』も快調。この夏には、PHP研究所から『ドラッカーと松下幸之助』『ドラッカーの実践経営哲学』、東洋経済新報社からクレアモント大学院大学でのドラッカー記念講座講義録『ド

ラッカー・ディファレンス』が立て続けに刊行される。没後四年半、死せるドラッカー日本を動かすとなるか。

NHK『クローズアップ現代』が「よみがえる経営の神様 ドラッカー」を取り上げ、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌がドラッカー人気を特集。しかも特集テーマは、一様に、「今なぜか」である。実は、一様の問いかけが行われる時とは、答えが分かっている時である。問いかけは、その答えを強調するために、反語の形で提起されたにすぎない。「今なぜドラッカー人気か」なる問いかけへの答えは、もちろん、「最近世の中おかしいから」である。「ドラッカーさんならヒントをくれそうだから」である。

振り返ってみれば、昨年末、派遣切りの横行に雨宮処凛さんが「21世紀になってまだこんなことが」と漏らしていたころは、「今ドラッカーならば何と言うか」が多様な媒体に共通した特集テーマだった。その時も、答えは誰もが知っていた。

## 教養とともに去りぬ

既にドラッカーは、1966年、『フォーチュン誌』の編集者で友人のウォルター・ガザーディが書いた『若き経営エリートたち』（ダイヤモンド社）への「推薦の言葉」で、現代のペリシテ人、教養なき俗物が闊歩する世の中を憂えていた。



教養すなわちリベラルアートとは、自由人すなわち社会の指導的地位にある者、同時に勉学のための時間と手段を持つ者が身につけるべきものだった。ギリシャ・ローマに発し、キリスト教の教義が加わり、ルネッサンスによる古典の復活があって、近代合理主義における諸科学の重視があった。こうして教養の中身は変化した。

しかし、二つのことだけは、いつになっても変わらなかった。クレアumont大学院大学のジョセフ・マチャレロによれば、高等職業教育の前提としての教養であり、それぞれの文化における善悪の観念の土台としての教養だった。（『ドラッカー・ディファレンス』）

ところが1966年に行われた『フォーチュン誌』の大掛かりなインタビューとアンケートによる若手経営者の調査では、既にアメリカが、教養を馬鹿にする効率一点張りの文化になっていることが浮き彫りにされていた。彼ら若き経営エリートたちが読む物といえば、せいぜいがイアン・フレミングの007だった。

## 感動のDNA

『もしドラ』の読者の多くが最初に涙する場面が、読み始めて10分も経っていない19ページである。

みなみは、その部分をくり返し読んだ。特に、最後のところをくり返し読んだ。

一才能ではない。真摯さである。

それから、ポツリと一言、こうつぶやいた。

「…真摯さって、なんだろう？」

ところが、その瞬間であった。突然、目から涙があふれ出してきた。

さらに早くも56ページでは、野球部の定義が行われる。

「そうよ！『感動』よ！顧客が野球部に求めていたものは『感動』だったのよ！それは、親も、

先生も、学校も、都も、高野連も、全国のファンも、そして私たち部員も、みんなそう！みんな、野球部に『感動』を求めているの！」

「私、知ってるの。一人、野球部に感動を求めている顧客がいることを！ そうなんだ、彼女が顧客だったんだ。そして、彼女が求めているものこそが、つまり野球部の定義だったんだ。だから、野球部のすべきことは、『顧客に感動を与えること』なんだ。『顧客に感動を与えるための組織』というのが、野球部の定義だったんだ！」

『もしドラ』は既に三回読んだ。ストーリーはすっかり頭に入ったというのに、涙の量は読むほどに増えていく。

## 理想企業を求めて

ドラッカー最晩年の一年半をドラッカーとそのクライアントおよび元学生たちへのインタビューに投じたエリザベス・イーダスハイム博士によれば、証券会社エドワード・ジョーンズ社のトップ、ジョン・バックマンは、ドラッカーの大作『マネジメント—課題、責任、実践』を読み、心を打たれ、ドラッカーに何通も手紙を書いたという。「全社を挙げて心酔しており、コンサルティングをお願いしたい」

「とにかく立派な会社にしたかった。そこへドラッカーの『マネジメント』に出会った。社内の皆が、これが目指す会社だといった。個を大切に会社にしたかった。厳しく、しかもフェアな会社にしたかった。社員の強みを引き出す会社にしたかった」

この実話を紹介するイーダスハイムさんの著書『P・F・ドラッカー』の副題が、「理想企業を求めて」だった。

ドラッカー本人と相談し、その『マネジメント』を英語のまま圧縮して翻訳し直したものが『エッセンシャル版マネジメント』であり、実業家バックマンと同質の感動を得た作家が、岩崎夏海さん

