



18

本紙六月八日号の本コラムにて紹介した当地若手経営者の勉強会で「もしドラ」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(略して「もしドラ」)を教材としてとりあげました。ご存知の方もいらっしゃると思いますが、とある高校の野球部のマネージャーが、ドラッカーの『マネジメント』を参考にしながら、野球部を甲子園に連れて行く物語です。

会の規則に従いメンバー

「もしドラ」を読んで

「全員が本書を読み込んだ上で勉強会に臨みました。まず、代表を務めるKさんが基調報告で問題提起。その後、ディスカッションを踏まえて、Kさんが補足説明をしました。私の役割は、全体の議論を聞きながら最後に講評をするということでした。」

文字どおり「真摯に」議論することが出来ました。異業種でバックグラウンドも全く異なるメンバーでしたが、議論が面白い、とても有意義でした。いかなる組織であれ、総力を高めていくために「マネジメント」がとても重要であることは異論のないところです。よきマネジメントを行うためには、まず、自社(あるいは属する組織)の目的と使命、事業を明確に定義しなければ

ばならない。その際、「顧客は誰か?」という問いかけから思考をスタートする。そして、自社の顧客がどのような現実を抱え、何を欲し、どのようなものに価値を見出しているか、参加したメンバー全てがこの思考プロセスを共有しました。

すると、いろいろ新たなことが見えてきました。電気工事業社を営むTさんは、これまでの顧客は工事を依頼してくる方というふうを考えていたが、実は電気を使う全ての人が(潜在的な)顧客だったのではないかと感じました。建設資材卸商社を営んでいるWさんは、ゼネコンや工務店がこれまでの顧客と見ていたが、建物に住む人、使う人全てが(潜在的な)顧客だった

のではないかと、思うようになったそうです。兩名とも、直接的な顧客の背後にある様々な幅広いニーズを踏まえて、自社の強みを活かしていく余地がないかどうか改めて考えたことでした。

さて、私が所属する日銀という組織の場合に当てはめると、私たちがとって顧客なる存在は直接的には金融機関であり、政府であり、マスコミ、エコノミスト、学者であったりしますが、究極的には国民ということになります。国民が、何を思い、中央銀行に何を求め、何に価値を感じるか、必ずしも一様ではないため、とても難しいのですが、こうしたことを常に念頭に置きながら、日々政策や業務を運営すべきだということになります。

公的機関においても、組織として不断の「イノベーション」(進化、革新、刷新)を行い、わかりやすい情報発信を含め、質の高いサービスを提供できるように、自ら律していくことが益々重要だと改めて感じました。

(日本銀行旭川事務所長) ※毎月第二週に掲載します

尾家啓之(おいえひろゆき) 一九五八年(昭和三十三年)東京都生まれ。八一年(同五十八年)日本銀行に入行。米田ワシントンでの勤務や、橋本内閣の行政改革会議事務局への出向、総務人事企画役を経て、〇七年(平成十九年)から旭川事務所長。趣味は音楽全般、ミュージカル鑑賞、社交ダンス。