



昨年202万部売れたという、超ベストセラー小説「もしドラ」は、その本の長い題名:「もしも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」の略です。左のようなアニメが表紙になっているので、逆に買い難い感じもしますし、大衆迎合感も手伝って、なかなか手が出なかったのですが、年末に思い切って買ってみました。そしたら結構面白かったのです。

「もしドラ」の内容は、ひょんなことから野球部のマネージャーをやることになった女子高生がドラッカー著の「マネジメント」を、題名だけで中身を見ずに野球部のマネージャーの仕事の参考書として、購入してしまったという誤解からスタートします。「マネジメント」の著者 PF ドラッカーは、経営学・社会学の父とも呼ばれる偉人です(不肖私はもちろん存じ上げておりませんでした)。そして、「マネジメント」の内容を、部の改革に取り入れたら、意外に上手くいったというお話です。ですから、見方によれば青春チャレンジものですし、見方を代えれば経営学入門書とも読めます。したがって、この本を応用して、『もしも酪農家の後継者が読んだら』とか、『もしも獣医師が読んだら』に置き換えると、さらに興味が湧いてきます。

特に興味深かったのは、『高校野球の顧客とは誰か』という問いに対して:野球をやるためにお金を出してくれたり、協力してくれたりする人たちと考えると、親、先生、学校、東京都、都民、高野連、全国の高校野球ファン、マスコミ、スポンサーなどの関係者が顧客となり、また野球部員自体が野球部の従業員でもあり一番の顧客でもあるということになるのです。そして、野球部を『顧客に感動を与える組織』と定義し、『甲子園に出ること』を目標とします。さらに、企業の目的である『顧客の創造:マーケティングとイノベーションを行う』ことを野球部で実践しようとしています。そして、野球部全員の意識の把握や戦術の改革を行い、他の運動部との練習や、少年野球チームへのボランティア交流などを通じて『甲子園に行く』意識を高めます。結果、物語としてはそれが実現するのですが…

これらの、いわゆる「企業の基本」を酪農家個々の「会社」に当てはめてみたら:

『もしドラ』の主人公『みなみちゃん』の場合、まず目標を『甲子園に出ること』としました。これは、誰もが納得する目標であり、高校野球の顧客全員の利益に繋がる目標です。

私は、当地の全ての酪農家の目標は『わが国の食を支えること』にしてはどうかと提案したいと思います。この目標は、間違いなくどんな酪農家にも当てはまる目標です。公共性(=社会貢献度)があると同時に、他の酪農家や、他業種と共存できる目標であり、かつ全ての顧客の利益に繋がる目標です。ですから、誰もが納得できる目標です。

一方で、他の農場の事は切り離して、とりあえずその農場の繁栄を第一義的に目標とされる方を多くお見受けします(大学時代や、セミナーなどで)。例えば、『何頭搾りたい』とか『何t搾りたい』とか『放牧/フリーストール/繋ぎでやりたい』などという目標です。しかし、この種の目標では社会貢献度や顧客への利益が2の次になってしまっています。それに、この種の目標は経営の目標ではなく、経営手法です。

仮に、単年度の目標が収支の黒字であり、中長期の目標がその積み重ねであったとしたら、その目標は酪農業に限らない『前提』です。また、将来は経営を大きく発展させようと考えていても、時代背景や、自分側のありようでは経営手法を変えざるをえない事態が起こりえます。ですから、経営手法は目標に据えるべきではないと言えます。

『わが国の食を支える』という目標は、農場従業員さんや実習生などに、農場作業の意味や大切さを伝える強いメッセージになるはずで、さらに、個々の農場がこの目標をかけた、多くの農場が共鳴すれば、『わが国の食を支える』という目標は、酪農基地である当地においては町ぐるみ、地域ぐるみの目標ともなりえます。なりえると言うよりすべきだと思います。そうなれば一般消費者さんたちの理解も得易くなると思うのです。