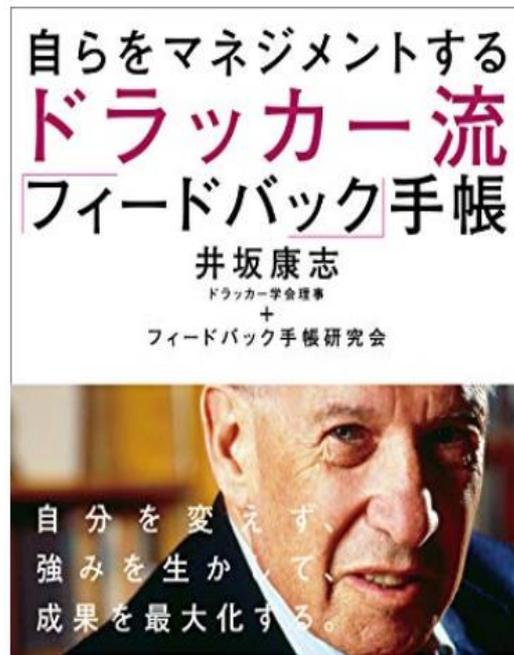


# N01 ドラッカーのマネジメントを実践したらこうなった

明治大学サービス創新研究所 客員研究員  
ドラッカー学会 正会員  
日本ゴルフフィットネス協会 チーフプロディーサー

# 着想の原点



**ドラッカー ≡ 経営理念 ≠ 事業**

**ドラッカー実践の壁**

## 「成果」について考えてみた

- 売上・利益は最重要

でも社会情勢次第でどうにでも転ぶ

⇒努力は報われる時代

⇒努力は報われない時代

⇒努力しなくても報われる時代

- 組織にとって「努力」「評価」「成果」って何？



## 成果をあげる組織とは

1. **変化の発見能力**を持っている
2. **課題発見能力**を持っている
3. **「核となる課題」**の発見能力を持っている

## 組織の成果とは何か

3つの能力を持つこと ⇒ 社会情勢に左右されない成果

## No2 部下に成果をあげさせる方法

# 成果をあげるための必須条件

- 「変化」 発見能力

← 変化を記録している人

- 「課題」 発見能力

← 結果と目標を照合している人

- 「核となる課題」 発見能力

← 「結果」と「課題」を記録・分析する人

# 成果をあげるための「4つの習慣」

- 一回一回の努力が次に繋がっている人

← 習慣1 フィードバック

- 日々の目標課題とゴールを合わせている人

← 習慣2 「核となる課題」

- 自分自身をコントロールできる人

← 習慣3 「言い聞かせワード」

- 自分自身を理解できている人

← 習慣4 セルフチェックリスト

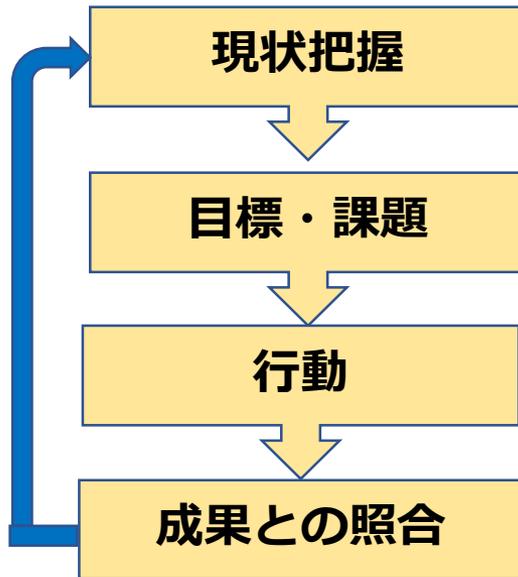
# 習慣1 フィードバック（ビジネス）

B社の「目指す姿」

A社への販売を黒字化する

B社の強み ⇒ 高機能、高品質

問題点 購買部の厳しい価格要求



## 今日の活動

目標・課題の設定

- A社に新製品の売り込み
- 対A社の利益率を上げる

実践

- 購買部に売り込み実施

照合

- 価格交渉難航、粗利率5%

現状把握

- 事業利益ベースで赤字
- 納入条件が厳しい（納期）

## 明日の活動

目標・課題の設定

- 高機能を求める顧客を探す
  - 購買部以外の売先を探す
- ⇒我々の顧客は誰か？

実践

- 研究開発部に売り込み実施

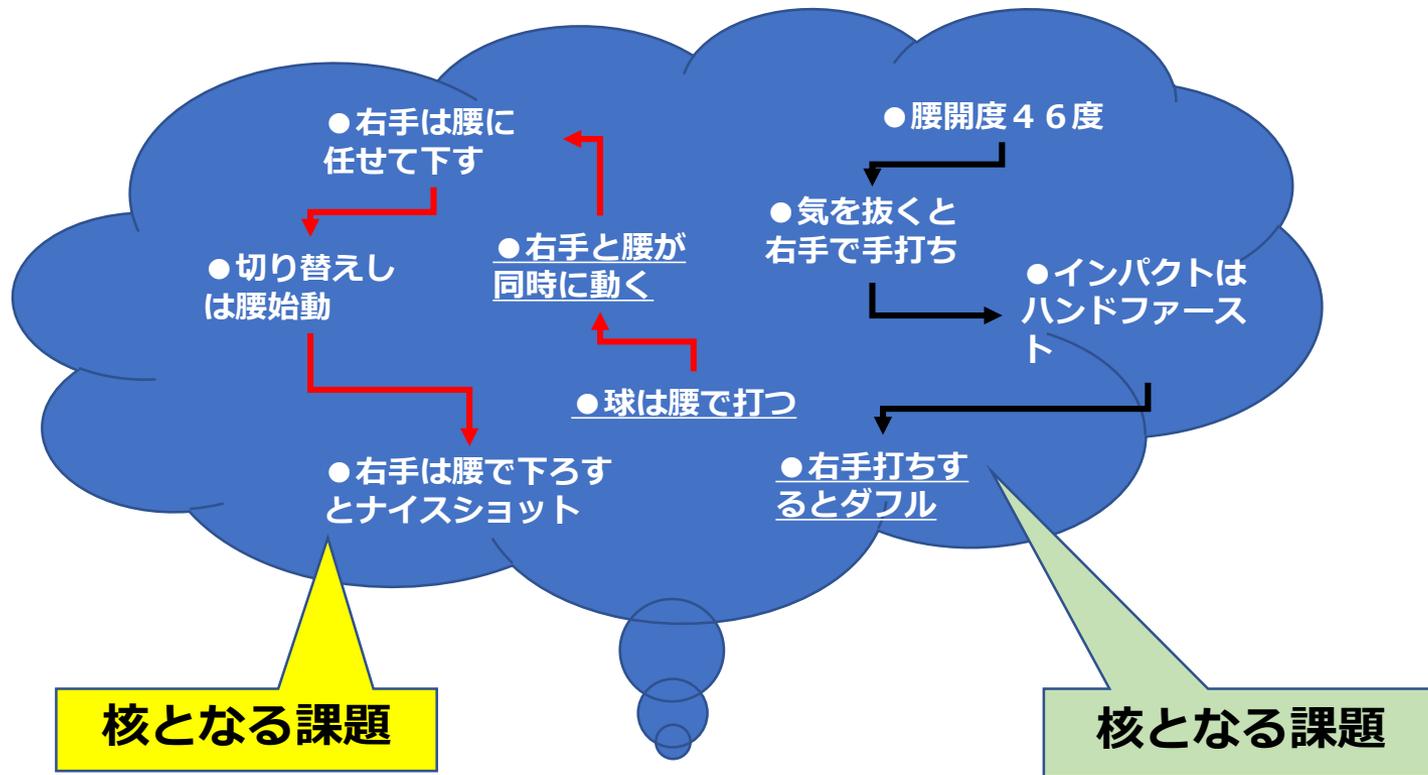
照合

- 高機能が喜ばれた

現状把握

- 売り先を研究開発部に変更
- 量産品で、黒字転換

# 習慣2 核となる課題の発見



必ず何度も現れる課題

解決すれば、必ず成果があがる「課題」のこと

# Connecting the Dots

**成果・発見、できたことを一本の線でつなぐ**

**その先に未来があり、成功がある**

# No3 組織におけるフィードバックの実験 (週報・日報の復活)

# 部員の日報

成果	成果
問題点	問題点
行動	行動
課題	課題

# 上司の週報

成果	事業の成果
問題点	事業の問題点
行動	戦略・戦術
課題	次の課題

