

畑違いに学ぶ人事の知恵

孔子とドラッカー、意外な共通項

ドラッカーの『マネジメント』と孔子の『論語』。学び好きな人事の皆さんなら、既に関連書籍の1冊や2冊は目を通されているかもしれない。紹介するには、やや今さら感のある2冊の古典だが、「両者の学習やイノベーションへの言及には、共通項がある」と聞けば、俄然興味をそそられるのではないだろうか。

有名な一節、「学而時習之。不亦説乎」。論語で最も重要な根本思想を表しているとされる部分だが、一般的には、「学んで適当な時期に復習をする。いかにも喜ばしいことだ」と解釈されている。

だが安富氏は「習」を、論語のほかの部分での使われ方から、「身につくこと」と解釈。この一節を「何かを学び、それがあつた時、自分自身のものになる。喜ばしいことではないか」と読む。つまり学んだことを完全に自らの一部にして、新しい自分を育む「学習」の喜び、大切さを説いているというのだ。



『ドラッカーと論語』

著者／安富 歩
東洋経済新報社 1728円(税込)
2014年6月刊行

こうした見方に立つと、「論語の鍵概念である『仁』は、学習回路を常に開いている状態を指し、そういう状態たり得る者が『君子』だといえます」と安富氏は説明する。

学習回路を常に開いていることや、学んだことを身につけ、自らを育み、変えていくことの重要性を説いた孔子。一方ドラッカーは、「学而時習之」の大切さを、「フィードバック」という言葉を用いて表現していると、安富氏は言う。「意思決定をして行動すれば、他者などの外部環境から反応や評価といったフィードバックが返ってくる。それを通じた学習なくしては、組織も個人も成り立たないというのです」

ドラッカーはマネジメントの本質を、「マーケティング+イノベーション」と表現している。ここで注意が必要なのは、「マーケティングという概念は、ビジネスの現場ではドラッカーの意図とはかけ離れた意味で使われている」（安富氏）という点だ。ビジネスの現場

異分野にこそ、新しい発想のタネがある。人材マネジメントや経営学以外の学問、企業以外の人や組織を扱った本に、学びを探る。

著者について



安富 歩氏

東京大学東洋文化研究所
教授

Yasutomi Ayumu_1963年生まれ。京都大学経済学部卒業後、住友銀行勤務。京都大学大学院経済学研究科修士課程修了。2009年から現職。人々の魂の脱植民地化に役立つ「社会生態学」創設を目指す。著書は『誰が星の王子さまを殺したのか』（明石書店）、『生きるための論語』（ちくま新書）など。

におけるマーケティングといえば、市場を調査してターゲットを定め、そこに向けて商品を訴求するといったイメージが強い。

だが本書は、『マネジメント』の記述を引用しながら、マーケティングとは市場やターゲットといった他者に向けたものではなく、フィードバックと学習を進め、己を知っていくことだと説いていく。

イノベーションも、技術やモノではない。人は学習を通じて、自らを新しくつくり替えていく。「その新しくなった自分が、コミュニケーションのあり方に変化をもたらす。それこそが、ドラッカーのいうイノベーションなのです」（安富氏）

ドラッカーのいう「マーケティング+イノベーション」とは、自らの行いを注意深く観察し、自らのあり方を変えていくこと。それを孔子は、「学而時習之」と表現している。こうした安富氏の見方は、私たちの学習やイノベーションを見る目のウロコを、2枚も3枚も落としてくれるだろう。