

| NO | 初版年 | 書籍タイトル |
|----------|-------|---------------------|
| 1 | 1939年 | 経済人の終わり |
| 2 | 1942年 | 産業人の未来 |
| 3 | 1946年 | 会社という概念(企業とは何か) |
| 4 | 1949年 | 新しい社会と新しい経営 |
| 5 | 1954年 | 現代の経営 |
| 6 | 1957年 | オートメーションと新しい社会 |
| 7 | 1957年 | 変貌する産業社会 |
| 8 | 1964年 | 創造する経営者 |
| 9 | 1966年 | 経営者の条件 |
| 10 | 1969年 | 断絶の時代 |
| 11 | 1969年 | 知識時代のイメージ |
| 12 | 1974年 | マネジメント |
| 13 | 1976年 | 見えざる革命 |
| 14 | 1979年 | 傍観者の時代 |
| 15 | 1980年 | 乱気流時代の経営 |
| 16 | 1981年 | 日本 成功の代償 |
| 17 | 1985年 | イノベーションと企業家精神 |
| 18 | 1986年 | マネジメント・フロンティア |
| 19 | 1989年 | 新しい現実 |
| 20 | 1990年 | 非営利組織の経営 |
| 21 | 1992年 | すでに起こった未来 |
| 22 | 1992年 | 未来企業 |
| 23 | 1993年 | ポスト資本主義社会 |
| 24 | 1995年 | 未来への決断 |
| 25 | 1995年 | 往復書簡1 挑戦の時 |
| 26 | 1995年 | 往復書簡2 創生の時 |
| 27 | 1998年 | 経営論集 |
| 28 | 1999年 | 明日を支配するもの |
| 29 | 2002年 | ネクスト・ソサイエティ |
| エッセンシャル版 | | |
| 30 | 2000年 | プロフェッショナルの条件《自己実現編》 |
| 31 | 2000年 | チェンジリーダの条件《マネジメント編》 |
| 32 | 2000年 | イノベータの条件《社会編》 |
| 33 | 2000年 | テクノロジストの条件《技術編》 |
| 34 | 2001年 | マネジメント【エッセンシャル版】 |
| 小説 | | |
| 35 | 1982年 | 《小説》最後の四重奏 |
| 36 | 1984年 | 《小説》善への誘惑 |
| 関連図書 | | |
| 37 | | ドラッカー名言集 経営の哲学 |
| 38 | | ドラッカー名言集 仕事の哲学 |
| 39 | | ドラッカー名言集 変革の哲学 |
| 40 | | ドラッカー名言集 歴史の哲学 |

ピーター・F・ドラッカー氏は、1909年に生まれ、2005年に逝った。実に100年近く、世界を見つめていた。二つの世界大戦、世界恐慌、コンピュータの出現、ベルリンの壁の崩壊、インターネットの普及、eコマースの出現等々、数々の社会の節目を視てきた。激動の20世紀を視てきた。視ただけでなく、その時点を起点にして、過去から未来を掘り起こしている。常に「あるべき姿」を私たちに問う。

最初に書かれた「経済人の終わり」は、経済学ではなく、社会学であり、政治学である。氏は、マネジメントの父と言われている。マネジメントを体系化させ、マネジメントを科学に昇華させた。他の科学に働きかける動力を作りだした。マネジメントだけでなく、政治、経済、社会と広い範囲で人間の思考と行動を解いた。

左に挙げたリストは氏がまとめた書籍である。できれば、すべての書籍を読むのが良い。一度読むだけでなく、二度、三度と読んで欲しい。二度目、三度目と回を重ねるごとに、組織と社会への理解を深めるだろう。氏の多くの書籍を読めば、自らの知識が体系化されていくことに気づかれるだろう。

手に入れるのが困難になっている書籍もある。多くは再販されている。マネジメントを自らの仕事の中で活かすには十分であるはずだ。

マネジメントを組織内に浸透させ、組織力を高める

《参考資料》マネジメントの原則 ドラッカーに学べ

ピーター・F・ドラッカー氏が遺した最後の書籍は2002年に書かれた「ネクスト・ソサイエティ」である。現在から10年以上が過ぎている。「現代の経営」は1954年に書かれているから半世紀以上が過ぎている。如何にも古典のようである。

だが、最近に出版されている経営学、マネジメントの書籍が、ドラッカー氏の書籍を超えているものはないように思える。ハーバードビジネスレビューも、ドラッカー氏を踏襲している論文はあっても、超えるものを未だ見つけられないでいる。体系化され、知識が機能化されているものをほとんど見ない。

氏の書かれた書籍は、仕事上で事に及んで、助けに成り得るはずである。時間が取れるとき、自らの教養として、学んでおくのも良いはずである。

ドラッカーに学ぶマネジメントの原則・・・以下に示した内容は、記憶し、常に念頭に置き、日々の活動、思考に適応させていきたい事柄である。

組織の3つの役割『マネジメント』より

- 第一に、組織特有の使命すなわち目的を果たすことである。
- 第二に、組織に関わりのある人たちが生産的な仕事を通じて生き生きと働けるようにすることである。
- 第三に、自らの組織が社会に及ぼす影響を処理するとともに、社会の問題に貢献することである。

マネジメントの原理原則『チェンジリーダーの条件』より

- 第一に、マネジメントは人間に関わることである。人が共同して成果をあげることを可能とし、人間の強みを発揮させ、弱みを無意味なものにすることである。
- 第二に、マネジメントは、人と人との関係に関わるものであり、したがってそれぞれの国、それぞれの土地の文化と深い関わりを持つ。
- 第三に、あらゆる組織がその成員に対し、仕事について共通の価値観と目標をもつことを要求する。それなくして、そもそも組織は成立させない。
- 第四に、マネジメントは、組織とその成員を成長させなければならない。組織はすべて、学習と教育のための機関である。
- 第五に、組織は、異なる仕事をこなす異なる技能と知識をもつ人たちからなる。したがってそこには、意志の疎通と個人の責任が確立していなければならない。
- 第六に、組織とそのマネジメントにとって、成果の評価基準は、産出量や利益だけではない。マーケティング、イノベーション、生産性、人材育成、財務状況などのすべてが、組織の成果として、また組織の存続に関わる問題として重要である。
- 第七に、もっとも重要なこととして、組織にとって、成果はつねに外部に存在する。組織の成果は顧客の満足であり、病院のそれは患者の治癒であり、学校のそれは生徒が何を学び 10 年後にはそれを使うことである。組織の内部には、コストが発生するに過ぎない。

イノベーションの七つの機会『イノベーションと起業家精神』より

- 第一が 予期せぬことの生起である。予期せぬ成功、予期せぬ失敗、予期せぬ出来事である。
- 第二が ギャップの存在である。現実にあるものと、かくあるべきものとのギャップである。
- 第三が ニーズの存在である。
- 第四が 産業構造の変化である。
- 第五が 人口構造の変化である。
- 第六が 認識の変化、すなわちものの見方、感じ方、考え方の変化である。
- 第七が 新しい知識の出現である。

生産性を高める六つの条件『明日を支配するもの』より

知識労働者の生産性を向上させる条件は、大きなものだけで六つある。仕事の目的を考えさせる。生産性向上の責任を負わせる。イノベーションを行なわせる。継続して学ばせ教えさせる。量よりも質が問題であることを理解させる。彼らをコストではなく資産として遇する。

情報について・・・「情報」を安直に使いすぎている。データと情報は違っている。知識と情報も違う。情報の意味をよく考え、情報を上手に使う。

『すでに起こった未来』より

●豊富なデータを知識までとはいかなくても、せめて情報に高めるためには何をしなければならないのか。●コミュニケーションは知覚することである。これに対して情報は論理である。従って、情報は純粋に形式的であり、意味を持たない。情報は非個人的であって、人間関係を含まない。情報は人間的要素・すなわち情緒、価値観・期待・知覚から解放されるほど、有効かつ信頼できるものとなる。●効果的な情報の要件は、効果的なコミュニケーションの要件とはまったく正反対のものである。例えば、情報は常に個別限定的なものであるが、コミュニケーションにおいて知覚されるのは全体像である。

『マネジメント・フロンティア』より

●情報型組織は平板である。従来の組織よりも経営管理の階層が少ない。ある大手の多国籍メーカーでは情報を中心に組織の再設計をおこなったところ、12の経営階層のうち7つを廃止できたという。
●情報型組織は、必ずしも先端的な情報技術を必要としない。必要なのは、誰が、どのような情報を、何時、どこで必要としているかと言う問いを発する意志である。●情報型組織はまた、多様性を許容する。例えば、同じ組織構造の中に、既存のもの最適化を担当する経営管理的部門と、既存のものを陳腐化し、今日とは違った明日を創り出すことを担当する企業家的部門とを共存させる。●情報型組織は、責任に基礎をおく。流れは、下から上へ向かった後、再び下に向かって循環する。情報型組織は、組織内の個人および各部門が、自らの目標、優先順位、他との関係、意志の疎通に責任を持つ場合にのみ、有効に機能する。●情報型組織においては、皆が「如何なる貢献と業績が期待されているか。何が責任か。自分が行おうとしていることを、組織内の誰が知り、理解すれば、協力しあうことができるか。組織内の誰に、如何なる情報、知識、技術を求めればよいか。誰が、自分の情報、知識、技術を求めているか。誰を支援すべきか。誰に支援を求めるべきか」と問わなければならない。

『新しい現実』より

●専門家集団は、同僚や顧客との意識的な情報を中心に、自分たちの仕事の方向づけと、位置づけを行うようになる。●たんなるデータではなく、情報そのものに関心を移すや、意志決定のプロセス、マネジメントの構造、仕事の処理の仕方が、大きく変わることになる。●データに意味と目的を付加したものが情報である。したがってデータを情報に転換するためには、知識が不可欠である。●情報化組織に働く者はすべて、自分が仕事を行い、組織に貢献する上で必要な情報が何であるかについて絶えず徹底的に考える必要がある。ところがこの点に関しては、実は、コンピュータ化された企業ほど遅れている。それらの企業では、データが多ければ情報が多いと考えている。もちろん、データが少なかつた頃には、そのように考えることも間違いではなかった。しかし、生のデータが豊富すぎる今日では、そのような考えは、データの洪水とともに、本当に必要な情報の不足を招くだけである。●情報の専門家とは、道具屋に過ぎない。彼らは椅子張りに必要な道具が何であるかを知っているだろう。しかし、そもそも椅子張りをする必要があるかどうかの判断が、問題なのである。●トップや現場の専門家は、自分にとって必要な情報が何であるかについて、自ら徹底的に考えなければならない。自分が何をしているか、何をしていなければならないか、あるいは、どの程度よくそのことをしているかを知るうえで必要なデータが何であるかについて、徹底的に考えなければならない。