

声が高まっていた。そうして誕生したのが、劇場で毎日公演することによってファンと絆を作り上げていくAKB48のスタイル——さらに彼女たちは、フィードバックやイノベーションを重ねることで成長を続けた。

「劇場では、常にお客さんのリアクションが窺える。だから、私たちプロデューサー側の人間は、できるだけ足を運び、ステージではなく客席をじっくりと見ます。誰のパフォーマンスで盛り上がるか、どんな企画だと観客は喜ぶか——その反

## 『もしドラ』とは？

都立高校の野球部マネージャーとなった主人公の川島みなみが、ドラッカーの『マネジメント』の教えをもとに野球部の強化に取り組む青春小説。野球部にとっての顧客とは誰か、どうすれば高校野球をイノベーションできるかなどの難題をドラッカーの言葉を引きながら解決し、チーム改革を果たしていく。



応をフィードバックし、次回公演に活かします。

イノベーションに関して、頻繁に新規メンバーを加え、人気投票によってチームの顔役を選抜する。立ち止まったら終わりという感覚を全員が共有しています」

# 「パナソニックの社名変更」から「ユニクロの下着戦略」まで 日本のドラッカーリアンたちはかく成功した

ドラッカーの思考に共感し、ビジネス現場で実践する熱心な「信者」たちを一般に「ドラッカーリアン」と呼ぶ。

パナソニック会長の中村邦夫氏や富士ゼロックス相談役最高顧問の小林陽太郎氏はその代表格だ。

経営コンサルタントであり、『図解で学ぶドラッカー入門』（日本能率協会マネジメントセンター刊）著者の藤屋伸二氏はいう。

こうしてAKB48は、既存のアーティストとは異なる新たな市場を開拓し、ドラッカーのいう「顧客の創造」をなし得たと岩崎氏は振り返る。

ちなみにAKB48は、『もしドラ』の人物設定に影響を与えている。同作主人公の川島みなみのモデルは、AKB48メンバーの峯岸みなみ（17）だという。

「彼女はメンバーを張る存在ではないが、自分が生き残るために担わなければならない役割を認識している。彼女の魅力は、歌やダンスではなく、あまり喋らないメンバーたちに話をふり、他メンバーの面白さを引き出すこと。人を目立たせることによって、自分のポジションを確立しています」

「中村さんは、事業部制を廃し、社名から「松下」の冠を外した。ドラッカーがいうところの市場ニーズに合わせた「イノベーション経営」です。一方、小林さんは、ドラッカーが常々指摘していたCSR（企業の社会的責任）を日本に広めました」

「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングCEOの柳井正氏も自らドラッカーリアンであることを公言

「ユニクロのヒット商品といえば、発熱する下着『ヒートテック』ですが、今年から汗や湿気を吸収する夏用の下着（シルキードライ）を販売しています。過去の成功に甘んじることなく、改善、付加価値、革新という3つのポイントを忘れず、新たな顧客の獲得に余念がない」（藤屋氏）

「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングCEOの柳井正氏も自らドラッカーリアンであることを公言

「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングCEOの柳井正氏も自らドラッカーリアンであることを公言

「ユニクロのヒット商品といえば、発熱する下着『ヒートテック』ですが、今年から汗や湿気を吸収する夏用の下着（シルキードライ）を販売しています。過去の成功に甘んじることなく、改善、付加価値、革新という3つのポイントを忘れず、新たな顧客の獲得に余念がない」（藤屋氏）

ドラッカー学会会員にな