

社員の育成①新人

企業経営漫談士 岡野実空

日本一の人材育成組織は？と問われたら、その答は、文句なく「宝塚歌劇団」。私が最も尊敬する小林一三翁の生み出した数々のビジネスモデルは百年を経ても大半が健在であり、その偉大さを痛感するところですが、中でも歌劇団の存在は、とりわけ異彩を放っています。独特のマーケティングばかりでなく、1世紀を越えて人材を輩出し続ける育成システムは、企業が参考にすべきことの宝庫。その中から今回は、歌劇団入団前の2年間、「清く、正しく、美しく」新人を育てる仕組みのポイントを考えます。

要素1：誇り

「東の東大、西のタカラヅカ」は、毎春恒例の難関入試の象徴。それを突破した入学者が「誇り」を持つのは当然です。しかしながら、それに該当しない大半の学校、またその卒業生を受け入れる多くの企業は、この大切な「誇り」を持たせることに、上手く対処できていません。

とりわけ業界2番手以下の企業は要注意。業種間のランクも含め、多くの新人は、心のどこかに、第1志望に入れなかったという「トゲ」が刺さっているからです。地味ながら、それが早期に抜けるか否かは、非常に重要なこと。そのポイントは「歴史」と「一番」。創業から現在に至る、社会への貢献を理解させるだけでなく、発祥の地などで、その重みを新人に体感させます。また、トップクラスの分野、商品、地域などを紹介し、良い企業に入ったという「誇り」を、早々に実感してもらうことが、その後の意欲や行動と大いに関係するからです。

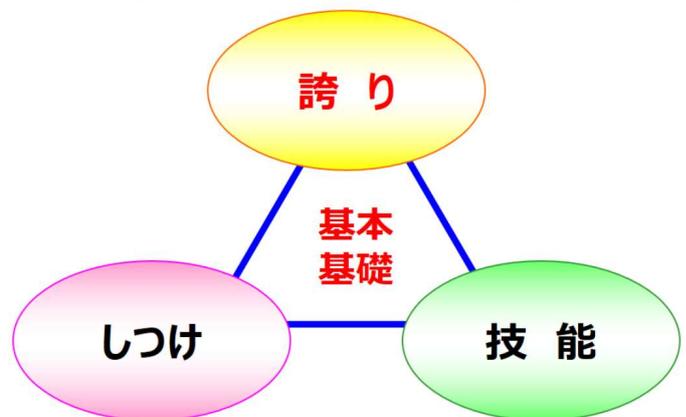
実際、不祥事を起こしたり、倒産した企業では、例外なく上記過程を軽んじ、社員に「誇り」を持たせることに失敗しています。金融、自動車、電機、通信など、ミドルになってもまだ、「実は〇〇会社に入りたかった」など、のうのうと昔話をホザクのを聞くと、こちらは開いた口が塞がりません。

要素2：躰

せつかくの「誇り」が、ときとして誤った方向に行く「勘違い」。企業に入り、自社への納入先などと接していると、自分が偉くなったような錯覚を起こすのは、世の常、人の常。まして、役所でもないのに、名刺一枚で相手のトップに会えるような企業では、「勘違い人間」の大量生産が起きます。あらゆる仕事につうじる、「清く、正しい」言動の基礎や基本は、新人のときに習得しないと、大幅な回り道や将来の挫折につながりかねません。

企業で宝塚音楽学校ほどの厳格さは不要ですが、「人間の貴賤」は言動で判断されることを理解させ、一生の財産として、その習得を促しましょう。

KM 2-16 社員の育成①新人



要素3：技能

「意識」以外の問題で、社員が行き詰まる主因は、基礎的な「知識」や「技能」の基本の習得不足が大半。また、それを絶えず見直し続ける「習慣」の欠如です。宝塚音楽学校の場合は、歌踊り、演劇の基礎や基本。最良の見本を見せ、そこに到達するための「修練」を体得、さらに「習慣化」させます。

グローバル化が進んでも、企業が新人を受け入れ、じっくり育てると我が国の美風は残したいもの。プロ野球の「即戦力」新人が、案外モノにならないように、「簡単に入手できるものは、簡単に不要になる」という鉄則をしっかり理解させ、技能の基礎や基本をしっかり身につけさせます。宝塚歌劇団で、その先に待っているのは、一流になるために必要な下積みと、グローバル企業に負けずとも劣らない、過酷な個人の生き残りレースです。

今回の締めは、必然的に小林一三翁の言葉で。「下足番を命じられたら、日本一の下足番になってみる。そうしたら、誰も君を下足番にしておかぬ。」

平成 29 年 12 月 11 日 実空