

# 金をドブに捨てよ

内部留保が何億あると会社の力にはならない。会社はパブル崩壊やリーマンショックでそれを思い知らされた。危機を乗り切ることができたのは人材がいた会社。日頃から社内、社外の教育によって厳しく鍛えられ、思考力、行動力、精神力に優れた社員が揃っている会社だった。

## 母親は二千万円教育投資する

愛知県や栃木県宇都宮市とその近辺の、東大入学者数がここ数年顕著に増加しているそうである。トヨタ自動車とホンダの大工場がある地域である。

こうした地域は高収入で教育熱心な家庭が多い。子供が小さい時から塾通いをさせる。勉強ができる子が多いので、学習塾、予備校は主力を投入する。東大合格者が増えれば、塾、予備校は繁盛する。生徒同士の競争が激しくなり、ますます東大など一流大学への入学者が増える。

教育にお金をかけられない家の子は、一流大学に入れない。昔（八十年前）は貧しくても勉強ができる子は、校長、村長、お大尽（財産家）といった有力者が目をかけ、進学校に入れた。学費を出してあげた。その子が東大に入れば学校の、村の名譽であり、またお大尽の人材となるのが約束された。

個人主義と核家族化がこのよき風習をおち壊し、貧しい子が東大に入ることは稀になった。教育にはお金がかかる。このことを一番よく知っているのは家庭の主婦である。子供をいい大学に入れようと思ったら、小学校、幼稚園から有名校を目指す。そのため高い月謝を払って塾通いをさ

せる。公立の小学校なら学費はほとんどかからないが、私立の小学校なら年間八十万円から百万円かかる。

塾、家庭教師も含めて教育機関に払うお金は一人の子供につき少なくとも二千万円、子供が二人いれば四千万円――。

教育熱心な家庭は平均より高い収入があるが、それでも夫の小遣いを値切り、食費などを切り詰めてその分を子の教育費に回す。自分の子を社会的地位が高いエリートにするという「使命」に一点集中する。

学校選び、塾選び、家庭教師選別に精力を注ぎ、熱心のあまり時には学校のクラス担任を「この先生ではウチの子がダメになるから、よい先生に代えてくれ」と校長室に談じ込む。過保護が高じてモンスターペアレンツとなり、世の騒動を買うケースもある。

結果として一流大学を出ても、ペーパーエリートで仕事ができず、期待を裏切る人も少なくない。しかし職業や地位において教育の上層部を占めるのは、十分教育費をかけてもらい、一流といわれる学校を出た人の割合が圧倒的に高率である。

だから公立校の教師が自分の子を私立校に入れ、また親しい父兄に「もし入学金（五十万円から百万円）のゆとりがあるなら私立に

行くことを勧めます」と言ったりするのである。

家庭の主婦（母親）は「女のカン」でこのことが解っている。そのため信念を持って惜しみなく教育投資をする。

## もったいないから教育しない

ある地方の地場産業。従業員三十人。社歴五十年の老舗である。青年会議所で一掃だった友人が社長に「研修を受けてみてはどうか、自分も受けて非常によかった」と研修を紹介した。社長と右腕の部長は営業マンの説明を聞いて、参加を決定した。

翌日、部長から研修会社に電話があった。研修参加を取り消してくれと言った。申し訳なさそうに理由を言った。「会長が、もったいないからやめると言うもんで」「もったいない」は先般なくったノーベル平和賞受賞者、ケニアのワンガリ・マタイ女史が「もったいないキャンペーン」によって世界中に知らしめた日本語である。

食物など物をむだにする悪習が染みついてしまった現在の日本人にも、この道徳の復活は喫緊の課題といえるだろう。会長の「もったいない」気持ち

はよく解る。一個百数十円の商品の利益は十円。十個売って百円。一万個で十万円。スーパーなどに卸している

経営管理講座 275 染谷和巳

って戻ってこない。むだにお金を遣う、金をドブに捨てる気持ちになる。昔、貧しくて上の学校へ行けない子を村長やお大尽が救った話ですが、実はこれはお金よりも親の反対のほうが本当の原因である場合が多かった。

親は何年間も上の学校で、遊ばせる。より、すぐ働かせて収入を得る身になってほしい。だから進学に反対する。無理をすれば学費は出せるが「もったいない」のである。したがって村長やお大尽にとってその親の反対を説得するのが一仕事であった。

このような「学問なんかすると口クナーにならぬ。今からデッサンになって腕を磨いて一人前になることだ」という昔気質の親は今

は少ないが、この会社の会長はこうした親と同じ、「教育なんかするのはいらない」という価値観の持ち主である。この昔気質の価値観には一理ある。猫も杓子も大学出の時代である。そのうち半分は高校を出て職につくほうが妥当な人である。

## 教育にお金を遣い過ぎる会社

ある社長が「教育にお金を遣い過ぎて潰れた会社は一社もない」と言っていた。「もったいない」という人とは別に「外部の教育は口クナーなものがない。社員教育はすべて私がする」と固い信念の元に自分で社員教育をしている社長がいる。二十人三十人の小規模の場合はいが、百人二百人となると無理になる。その時はやはり社長がしたるべき教育を社長に代わってしてくれる外部機関を見つけてはならない。

よって外部教育機関は社長代行業であり、印刷屋と同じ会社の下請けである。社長がお金を払ってもよいところを捜す。営業マンが気に入ってやってきたがダメだった、名前が通って

いるからやってみたが成果なし、安くて手頃なので派遣してみたがやはりダメ。ずいぶんむだ金を遣った。しかしむだではない。期待する成果はなかったが成果ゼロということはない。

いろいろやって、今ようやく満足できる研修に出会った。一人二十五万円の研修だが、高いとは思わない。目に見える成果があるの、むしろ安いと思っている。教育に惜しみなくお金を遣う会社は、人材育成という目標を見据えて選択判断行動している。

本物の人材育成教育にたどりつくまで、一貫して教育重視の行動を続ける。こうした会社は必ず目標を達成する。だから潰れることはないのである。