

経営者のための「ほめ育のススメ」

<第4回>

第4回の対談は、サンパーク、代表取締役社長の高木健さん。

レストラン、カフェ、アパレル、アミューズメント施設、リサイクルショップなど、新しいフードビジネスに挑戦し続けるサンパーク。F C店、直営店を含め国内外に13業態40店舗を展開し、現在はオリジナルブランド「豚骨火山らーめん」をタイ、インドネシア（ジャカルタ）、シンガポールから世界に向けて発信している。

今回は高木さんとの対談を通して、「ほめ育」導入での変化について、お伝えします。

——御社の人材育成について教えてください

我々は店舗ビジネス。ピラミッドでいえば、トップの下に店があり、その下に従業員が連なっている組織です。それぞれが独立採算制で成り立っている店の集合体として、トップと店長が同じ考え方や方向性を持っていないといけなく考えていますが、弊社は一業態で多数の店舗があるような会社ではなく、国内外に40店舗、13業態と多岐に渡っているので、ベクトルを同じにしにくい。人材の交流も難しいです。

——「ほめ育」の導入が、御社の人材育成の悩みをどう解決すると思われましたか

弊社の人材交流の難しさ、ベクトル合わせの難しさを解決するキーワードの一つが「ほめ育」だと思いました。「ES



高木社長（左）と原会長

はCSに優先されるべき」といわれますが、まさにその通りで、従業員満足を取上げなければお客様満足は得られない。「ほめ育」を導入することが、この人材難の時代の大きな助けになると思っています。

——御社の人材育成に「ほめ育」を導入して、変化はありましたか

原さんには毎月のコンサルティングをお願いし、各店長にはそこで得たものを店に落とし込んでもらっていますが、国内、海外を問わずどの業態でも「ほめ育」のPDCAを大きな柱にしたことで、既存店で昨年対比110%や125%という数字として結果が出ています。それもかなりの店舗で出ている。私自身も最初は半信半疑でしたが、上がってくる数字を見て非常に説得力を感じており、今後これを人材育成の中心に据えていく方針です。

——離職や採用コストでの効果はいかがでしょう

やはり「ほめ育」に真剣に取り組んだ店長の店は定着率が高い。これは間違いないです。定着率が上がったことで浮いたお金を教育に使うことができ、非常に好循環です。今は募集したらどんどん人が来る時代ではありません。時給を上げ

ても人が来ない。むしろ辞めさせないことが大切な時代です。士気の高い従業員を辞めさせないための方法が必要です。——他にも効果を感じられたことがありましたら、教えてください

昔は今に比べて従業員の見ている方向がバラバラだと感じることがありました。もちろん、個性の強い従業員が多く揃っていたという意味でもありますが、そのころに比べると、今はみんな同じ方向を向いてくれています。

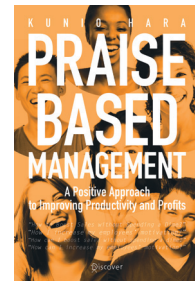
弊社には3つのミッションと10の行動指針があり、これをもとに採用活動を行っています。時間をかけて理念を浸透させる教育の大切さは身に染みて感じていて、その広がりや可能性も感じています。それぞれの従業員たちが自分の無限の可能性に気づくことで、成長し、伸びていきます。人が成長すれば会社も伸びるし、業績も伸びる。

——最後に「ほめ育」の将来性や期待について、お聞かせください

海外店舗にも「ほめ育」を導入していますが、これも効果が出つつあります。具体的にほめられたり認められたりすると嬉しいのは人類共通。そう考えると「ほめ育」は世界共通で、原さんの進めるグローバル戦略とも合致しているし、



【原邦雄プロフィール】1973年生まれ。大阪工業大学卒業後、日本食研に入社。5年後に船井総研に転じる。その後、ラーメン屋チェーン博多ラーメンばんこつに転職し、血洗いから店長までを経験。覆面調査会社C'sを経て、2011年に株式会社スパイラル・アップを設立。2014年には一般社団法人日本ほめ育協会を設立した。クラレ、クラブウを設立した大原家の末裔でもある。



FUJIYAMA、GEISHAの次は「ほめ育」が横文字になる時代が来るのではないのでしょうか。「HOMEIKU」には世界を救うキーワードになってもらいたいですね。

【高木健社長プロフィール】1959年、神戸市生まれ。慶応大学法学部卒業後、東京の百貨店入社。2年間勤務した後、ホテルへ就職。フロント、営業、海外勤務を経て、宿泊マネージャーまで昇格。平成3年、株式会社サンパーク企画室長に就任。常務を経て、平成9年5月、代表取締役就任。フランチャイズ店舗とオリジナル店舗の積極的な出店、及び2012年からの自社オリジナル業態で、海外への積極的な出店を行っている。