

日本経済新聞

土曜版

お笑いをスキルとして捉え、学ぶ動きがビジネスパーソンの間で広がっている。ビジネストークを磨きたい営業職や、飲み会の減少で若手とのコミュニケーションが減った管理職など受講生はさまざま。お笑いを職場の潤滑油にどの狙いがあるようだ。

「なんでやねん」。1月中旬、神奈川県鎌倉市のビルで、男女が漫才を繰り広げていた。ビジネスパーソンの間でお笑い講座「笑伝塾」だ。吉本興業出身の元お笑いタレント、殿村政明さんが手がけている。

この日は「ツカミのテク」「笑いのメカニズム」がテーマ。コミュニケーションスキルを学ぶのが主眼だ。漫才中も「相手の話に感心した感じを出して」とと厳しい声がかけていた。

「まずは相手に興味を持つのが大事」と殿村さん。リアクションを大げさにして「あなたの話をもっと聞きたい」と示すと距離がぐっと近づき、笑いが生まれやすい関係になるという。

東京都新宿区の男性コンサルタント(37)は2年前から同塾に通っている。「ビジネストークを磨きたかった」。話術が巧みな同業者に惨敗した経験がきっかけとなった。

「自分がいかにコミュニケーションをさぼっていたか分かった」。あいさつや雑談では声を張り、相手が

営業トーク磨く



漫才の練習を通じてコミュニケーションスキルを学ぶ (神奈川県鎌倉市)

仕事に笑いのイロハ

話したいことを考えて聞くように。「会話に笑いが生まれ、顧客から飲み会に誘われる機会が増えた」と手応えを感じている。

なぜお笑いなのか。コミュニケーション講師の大嶋利佳さんは「これまでの研修はプレゼンなど人前で振る舞いが中心。日々の雑談までは教えてこなかった」と指摘。「上司とのコミュニケーションが苦手な若手が増え、1対1の会話術を教えるお笑い講座に注目が集まった」と分析する。

お笑いセミナーを開く「株式会社俺」(東京・千代田)の中北明代表は「場を仕切る芸人の姿はビジネスに通じる」と話す。「お笑いスキルを学ぶ人の中に管理職の姿も目立ってきた」。最近の若手は飲み会を敬遠する人が多く、コンプライアンス意識も高い。そんな若手とのコミュニケーションを円滑にしようという講座に申し込むという。

東京都内のメーカーに勤める福田直由さん(38)もその一人。カスタマーサポ



お笑いセミナーを受講する管理職が増えている

若手との関係円滑に

1部署で3人の部下がいるが、最大で10歳ほど年が離れた会話が少なかった。「お笑いをマネジメントにしたい」と中北さんのセミナーを受講した。

講座では話し出しの「アイティール」③オチーとトピックの流れを学んだ。②で話の筋を暗示し、③で予想を裏切って笑いを誘う基本的な技術という。「部下との会話に活用できて、雑談や仕事の相談を受ける機会が増えた」と笑う。

研修に取り入れた企業も。横浜市の中古車用品販売「アップアレジ」は新入社員に漫才を考えさせる。プロの放送作家を招きコツを学ぶ。人事部が決めたコンピが数時間で披露する。考え社員の前に披露する。

12年に中途入社した河野映彦社長も当時、新卒社員とコンピを組んだ。最初は戸惑ったが「セールのトーク向上はもちろん、お笑いが社内の公用語になる効果もあった」と話す。

座学では笑いを取る「オチ」と導入となる「フリ」を学ぶ。「今のはフリが弱いです」と先輩に突っ込むなど、多くの社員がお笑いを意識して仕事をしようになった。「接点が少ないベテランと若手がコンピを組む研修も考えている」と河野社長。お笑いは職場の雰囲気向上にも役立っている。(宇都宮想)

職場の雰囲気も醸成

新人社員研修で、ビジネスマナーに加え、ユニークな取り組みをする企業もある。計測器大手のHIOKIは寺で2泊3日の座禅合宿を行う。午前5時に起きて、1日最大4回、30分の座禅を組む。担当者は「自分と見つけ合って考えを深めてほしい」と狙いを明かす。

TDKはタイマー作りで正確さを競う。「企画力やコミュニケーション能力を育てたい」と話すのは大和美術印刷(兵庫県姫路市)。20年から研修にそらめん作りを導入する。地元の製麺会社の協力で麵生地から作るという。同社はこれまでしょうゆ作りにも取り組んできた。人手不足のなか、大切な人材を早く戦力にしようと、各社は研修内容に心を砕いている。

座禅・しょうゆ作り 社員研修 多様に