

はじめに

みなさんこんにちは。私は菅原 齋（カンバラ サイ）と申します。

22年にわたり、2社でサラリーマン生活をしていましたが、「日本に従業員が生き活きと働ける会社を1社でも多く作りたい」と強く考えるようになりまして、2008年に経営コンサルタントになろうという思いから退職をしました。

しかし、会社を退職してすぐに仕事があるわけではありません。当時、すでに存じていましたコンサルタントの先生に相談へ行きましたところ「ディズニーで働いてみたら？」とアドバイスをいただきました。

その方はディズニーの出身で、全国を講演活動で飛び回っていらっしやる、超がつくほどの有名人です。私も以前から、『いつかはディズニーで働いてみたい』という夢がありました。エリアごとに異なるカラーの塗装で彩られている、きれいに清掃された歩道や個性的な建物。そして、少し離れたところに見えるパレードで楽しい音楽に合わせて踊るダンサーたち。ポップコーンの匂いも心をくすぐります。

キャスト（働いているスタッフ）の顔にも、ゲスト（来園者）の顔にも笑顔があふれている。とても魅力的な職場だと思っていました。

そして、独立開業までの1年間を東京ディズニールランドで働かせていただくことになったのです。

その経緯は、決して特別なルートではありませんでした。ディズニーでは毎月面接会が行われているのですが、そこに参加して幸運なことにその場で採用が決定したのです。

職場の担当は『ハングリーベア・レストラン』というカレーライスを提供するレストランで、入社時の時給は950円でした。

仕事を楽しみながらも一生懸命働こうという真摯な気持ちが半分と、ディズニーが成功している秘密をほんの少しだけでも知ることができたという下心が半分ありました。

そんな気持ちでいた私が、ディズニーで働いている日々の中で本当の魔法に気づかされたことがあります。

それは、一貫性です。

それまでの私は、さまざまなものがさまざまな人たちに満足を提供している多様性が、ディズニールランドの魅力だと思っていました。でも実は、ウォルト・ディズニーの考え方ひとつにおいて、ディズニールランドは具体化されているということだったのです。

豊富なアトラクションや、年齢・性別にかかわらず楽しむことのできるパレード。ショーを見ながら食べられるコース料理から、日常で慣れ親しんでいるカレーライスや担々麺など。食べ歩きができるス

モーキーターキーレグやチュロスのようなワンハンドなもので、多種多様なフード施設があります。そして、いろんな内装のトイレやカラフルに彩られたゴミ箱にいたるまで、ゲストとして来園する私にとつて、ディズニールンドはゲストを飽きさせることのないバラエティが特徴だと思っていました。

しかし、通年で働いてみて実感したのですが、このようなバラエティはウォルトの一貫した熱い思いで支えられていたということだったのです。

多くの人が、この熱い思いをディズニールしさと感じており、共鳴しているからこそ開園して以来30年以上の長い間にわたり、顧客満足ナンバーワンを達成し続けているのだということに気がついたのです。このウォルトの熱い思いを、トップからパートタイマーまで全員に浸透させる仕組みがディズニーにはあります。私は、自分が実際に働きながら体験したディズニーの仕組みを分析し、「新トップダウン経営」としてまとめました。

「新トップダウン経営」には、このように7つの魔法があります。

- ① あやまらないためのあやまる経営
- ② 社員ファースト、顧客セカンド
- ③ マルチプロセッサ社員
- ④ 朝にトップダウン、夕にボトムアップ
- ⑤ 魔法のコミュニケーション 5つの鉄則
- ⑥ 5S運動
- ⑦ ネガティブ／ポジティブ・ヒヤリハット

この本では、多くの経営者や管理職、そしてリーダーの方々に使っていただくことができる、『魔法のコミュニケーション 5つの鉄則』について書き綴っています。

『魔法のコミュニケーション 5つの鉄則』では、組織コミュニケーションをわりやすく5つに分類してお伝えいたします。この5つは、どれも1番というわけではありません。バランスが取れていることが大切です。