サザエさんをさがして

モーレツ社員

ここは、マスオが勤務するオフィスだろうか。足早に出社してきた男性社員が着席するや、かばんから何やら取り出し、鼻にセット。そこに受話器を置いて電話しながら、書類を次々さばいていく。思わずマスオもびっくり。

タイトルは「モーレツ社員」。漫画が掲載された1970（昭和45）年頃、モーレツ社員やモーレツサラリーマンという言葉がはやっていた。掲載作を収める単行本は「根性とやる気が重視され、会社への忠誠心と、会社の目的のためがむしゃらに働く社員のこと」と解説する。



営業マンらの強化合宿で「やる気！」と絶叫する社員＝1969年

モーレツ社員という言葉は、前年の69年に流行した丸善石油（現コスモ石油）のCM「Oh！モーレツ」にちなむ。同年6月9日付の朝日新聞紙面には「モーレツ時代の社員特訓」との特集記事が。「根性とかバイタリティが歓迎される世相」と、営業マンらの強化合宿訓練を紹介。写真説明に「太いゴムホースをたたきつけ『やる気！やる気！』と絶叫する社員」とある。

ときは高度経済成長期。モーレツ社員とともに、「企業戦士」という言葉も使われた。80年代後半のバブル経済期には、栄養ドリンクのCM「24時間戦えますか」のキャッチフレーズが流行。多くのサラリーマンが会社のために尽くし、働き、それが日本経済を支えた。

その後、バブルが崩壊し、「失われた30年」へ。いま、働き方改革が求められる時代に変わり、仕事と生活の調和を指す「ワーク・ライフ・バランス」という言葉が浸透。モーレツ社員は聞かれなくなった。

実際、若者たちはよく知らないようだ。電通総研の調査（2015年）によると、18～29歳の男女3千人中、モーレツ社員という言葉を知っているのは21・7％、企業戦士は31・2％で、大半は知らなかった。三省堂国語辞典からは企業戦士の項目が22年の改訂で削除されている。

少子高齢化 働き方にも変化

昭和から令和へ、企業の働き方はどう変わってきたのか。コンサルタント会社「ワーク・ライフバランス」取締役の浜田紗織さんに聞くと、「かつては優秀な人がモーレツに働く企業が勝ったが、いまは助け合うチーム戦の働き方が求められています」。どういうことか。

浜田さんによると、1960年代半ばから90年代半ばまでは、生産年齢人口（15～64歳）の比率が多い「人口ボーナス期」だった。「若い労働力が豊富で、経済が発展しやすい人口ボーナス期は、男性が長時間働くモーレツ型が合理的でした」

だが少子高齢化が加速し、経済にとって重荷となる「人口オーナス期」に入った。浜田さんは「人手不足の解消には人材の多様化が欠かせない。仕事の全体量を見直し、全ての人が価値を発揮できる。そんな人口オーナス期に対応した働き方として、ワーク・ライフ・バランスが大切なのです」と指摘する。

再び掲載作へ。モーレツ社員の隣で仕事をするマスオに、がむしゃらに働くイメージはない。どちらかと言うと、毎日仕事をこなしながら、家族と過ごす時間を大切にしている印象だ。昭和のサラリーマンだったマスオは、案外、ワーク・ライフ・バランスの先駆者と言えるのかもしれない。（石平道典）

1970年1月19日朝日新聞朝刊　©長谷川町子美術館

◎ 朝日新聞社　無断複製転載を禁じます。
すべての内容は日本の著作権法並びに国際条約により保護されています。