



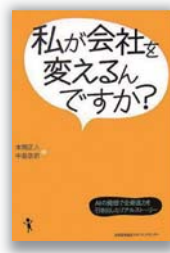
中小企業診断士がおすすめする書籍のご紹介



■なぜ会社は変わらないのか
危機突破の企業風土改革 (ビジネス戦略ストーリー)

上からの改革はかけ声だけ、社員は残業を重ねているのに会社は赤字、口先だけの評論家が氾濫…。こんな「日本では普通の会社」を本当に蘇らせた「風土・体質革新手法」をドラマで説明。

出版社 日本経済新聞社
著者/編集 柴田昌治
価格 ¥1,680



■私が会社を変えるんですか?
AIの発想で企業活力を引き出したリアルストーリー

従来型の組織風土改革で挫折を味わいながら、組織の隠れた力をまとめあげることに成功した物語をベースに、欧米で注目される「組織開発手法:AI」をわかりやすく解説。

出版社 日本能率協会マネジメントセンター
著者/編集 本間正人、中島崇昂
価格 ¥1,890



■人を動かす 新装版

社会人として身につけるべき人間関係の原則を具体的に明示して、あらゆる自己啓発本の原点となった不朽の名著。

出版社 創元社
著者/編集 デール・カーネギー、山口博
価格 ¥1,575

※価格はすべて税込です。



中小企業診断士がアドバイス!

経営トレンドニュース

MANAGEMENT TREND NEWS VOL.11

人材活用について学ぶ



中小企業診断士がおすすめするwebサイトのご紹介



東京商工会議所 【中小企業の人材育成10カ条】

経営者が取り組む上で重要と思われるポイントを10カ条にまとめたもの。

<http://www.tokyo-cci.or.jp/survey/training/>



東京都 TOKYOはたらくネット 【中小企業技能人材育成大賞】

都内の中小企業等で技能者の育成と技能継承について特に成果をあげた中小企業等を表彰。

http://www.hataraku.metro.tokyo.jp/school/skill/jinzai_ikusei/



ちば若者キャリアセンター 【中小企業人材育成好事例集】

元気ある中小企業がいかにして若者を採用し、どのようにして採用した若者を職場へ定着させ、育成しているのかを紹介

<http://www.ccjc-net.or.jp/~jobcafe/company/book/list.html#example>



Canon キヤノンマーケティングジャパン株式会社

〒108-8011 東京都港区港南2-16-6 CANON STOWER

●お求めは信用のある当社で

2013年12月現在

Ver.1.0 20131215

「自律型人材」の育成は情報共有によって促進されます。」

いま多くの企業では、自ら学び・考えて・行動できる「自律型人材」が求められています。この「自律型人材」を育てるためには、自社の環境を適正化しておくことが大切です。経営者の理念やビジョンを明確にして社員に役割や権限を与える「ビジョナリー経営」を行っていることを前提に、個々の社員が持っているさまざまな情報が現場に流れやすい環境も必要になります。

たとえば、顧客情報の収集が不十分な中で営業が行動すると、現場で間違った判断を生みやすくなります。

間違いが増えると失敗を恐れて、営業先で自ら考えて行動することやめてしまいます。社員が持っている顧客や経営に関する情報のほか、営業や開発・製造に関する知識、トレンドやノウハウなどの様々な情報は、その1つ1つが曖昧だとしても、集積されると精度の高い情報となります。「人材活用」をすすめるために、身近な社員同士のコミュニケーションを円滑化して情報共有することから考えていきましょう。



「日頃の情報共有がスピード重視の場で役立ちます」

情報共有は大切ですが、顧客からの要望への対応は、社内の同僚に相談したり、経営者に稟議を上げる時間がないことも多々あります。スピードが重要視される状況で対応内容の検討に時間をかけすぎると、判断が遅れ、状況が悪くなってしまう場合もあります。つまり完璧でない判断をしたとしても、あとで修正すれば良いこともあるわけです。

社員一人ひとりが現場で何か起きたときにアジャストできるよう、日常的に業務の中でさまざまな人と情報交換を行っていることが大切です。会社での立ち位置や顧客との距離を知っていることが、臨機応変な行動ができる「自律型人材」の育成に役立つのです。



「有意義な意見交換ができる「オフサイトミーティング」」

それでは、社員間のコミュニケーションをより活発にするにはどんな方法があるのでしょうか。社内会議では、部署の利害や上下関係、セクショナリズムに偏った議論がなされがちです。また、本質を捉えることなく自分の役割を果たそうとするため、上辺の部分でしか話ができないことがあります。本音を引き出して有意義な意見交換ができるようにするために、会社から外に出て「この会社をよくするにはどうすればいい?」などの漠然としたテーマでコミュニケーションをとれる場をつくと効果的です。立場を離れて会社にとって本当に必要なものは何かを言い合える「オフサイトミーティング」と呼ばれる場です。たとえば営業部が持ち帰ってきた顧客からの評価を製造部に伝える場としても利用できるでしょ

う。情報を共有しあいながら、自分のポジションや顧客との距離感を掴むことができるのです。また「オフサイトミーティング」を経験した人間が職場に帰ると、自分の部門でも同じような場を持つようになり、情報がどんどん伝播してコミュニケーションが活性化していきます。横の繋がりが情報共有を促進し、現場で臨機応変な判断ができる人材を育てる基盤となるのです。



「企業におけるコミュニケーションの種類と特徴」

コミュニケーションをとる方法はさまざま、それぞれにメリットやデメリットがあります。多くの企業では前述した「オフサイトミーティング」の機会が少ないようですが、自社に足りない部分を考えてそれぞれの特徴を活かして情報共有を促進していくとよいでしょう。



1) オンサイトミーティング

オフィス内で行われる従来どおりのミーティング。

良い点 話し合って決まったことは、決定事項や方針として効力をもつ。

悪い点 自分の部門の看板を背負っているため、型にはまった議論がされやすい。立場の強い者の独断で、結論が出されてしまうことがある。



2) オフサイトミーティング

オフィス外で行われるフランクなミーティング。

良い点 フランクな情報共有によって、立場を超えた普段得られない情報が得られる。

悪い点 あくまで情報共有なので、結論には至らないことがある。



【人材活用】を成功させる3つのポイント。

中小企業診断士 東條裕一



「良い会社とは、自ら考え臨機応変に行動できる社員がたくさんいる会社です。経営者が指示をしなくても、経営に対する思いが伝わっていて、それに沿った行動が自然にできたら・・・素晴らしいですね。」

「大切なのは、社員を尊重する風土です。仕事を認める、個性を認める、存在を認める。経営者の皆さん、社員を褒めていますか?」

「良い判断を下すためには、普段から様々な物事の理解を深めておくことが大切です。同僚の立場、他人の価値観、他社の考え方、お客様の気持ちなどにたくさん接しておくことが、正しい判断基準をつくります。」