

## 【WIN-WIN 時代の能力開発】

企業も個人も過去の栄光や知名度にパラサイトするのではなく、未来に焦点をあて、VISION、目標を大いに語り(着眼力)、行動できるか(着手力)がこの時代を生き抜くためのカギだ。

企業と社員の関係も「パラサイト関係」ではなく「パートナー」=「対等」というスタンスで「自社・自分ブランド」を構築していくことがこれからの「教育投資」のポイントではないだろうか。

### 『魅力的な人財はステージを選ぶ』

良いパートナー関係を続けていくには、お互いに進化・成長しつづけていくことが大切である。まさに「共育」の時代なのだ。

企業は社員にとって魅力的な組織であるために「人事制度の見直し」「成長を支援するための教育の機会提供」をしているか？

社員は「企業のパートナー」として、また「一人のビジネスパーソン」(自立した「個」)として自己の能力を磨き、企業や社会(お客様)に貢献しているだろうか？

これからの教育のキーワードは「人生の主役は自分！」「ビジネスの主役はお客様！」で、テーマは大きく分けると4つある。

- ①パートナーである社員の自立(律)・自己実現の支援教育(個人&ビジネスパーソンとして「自分ブランドの確立」支援)
- ②お客様に選ばれる「企業ブランド」確立のための教育
- ③女性社員のキャリア教育
- ④部下の能力を引き出す上司のコミュニケーション能力向上教育(コーチング etc.)

中でも今まで後回しになりがちだった「女性の能力開発・キャリアデザインの支援」は企業教育の大きなテーマであろう。

先日お伺いした(株)ニチレイは、まさにこのパートナーシップ(WIN・WIN)の考え方を実践している好例だろう。「仕事を通じた個人と会社のフェアな関係構築」を柱に、社長以下経営のトップ陣で構成する「人財委員会」と人事部とが協力して、「ポジティブ・アクション」にもかなり積極的に取り組んでいる。

「会社は一人ひとりのステージ」そのステージがフェアであるかは非常に大切なことだ。そのステージを作っていくのが人事部の腕の見せ所。「魅力的な人財はステージを選ぶ。」

### 『増える非パラサイト受講生』

最近「一人のビジネスパーソン(個人)」として自分のVISION(To be)に向かって、また自分ブランドを確立し市場価値を高めるために、「自己(律)啓発」を自費でする人が増えてきた。会社にすべてお金を出してもらって「パラサイト受講生」ではなく、自分にとって必要な物は自分の力・お金で身につける=「自己投資する時代」なのだ。

今年、あるビジネス誌に、主に大手企業に勤める若手社員を対象にした意識調査の結果が掲載されていた。それによると、会社による研修以外に自己(律)啓発のために投資している人は45%に上るといふ。

本来「学ぶ」ということは会社のためではなく「自分のため」にやることであるから、「自分のVISION や目標」が問われるものだ。その意味では内定時から入社後まで、正解も保障もなく、一人ひとりが企業において「自立(律)」しなければやっていけない今の状況は、「学ぶ」意味そのものも問われる時代なのかもしれない…。

| <研修のポイント>  |   |
|--|---|
| 個人   | 企業人   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>① どんな人生を送りたいか？</li><li>② 自分の人生の価値観、VISION、目標は？</li><li>③ なぜ、自分はこの業界・会社にいるのか？</li><li>④ 仕事を通して何をしたいのか？ テーマは？</li><li>⑤ 一人のビジネスパーソンとしてのVISION、目標は？</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>① 自分の会社のVALUE、MISSION、VISION、目標は？</li><li>② 会社のパートナーとしての自分の役割・責任は？</li><li>③ 自分が選んだ業界・会社は今どんな状況か？</li><li>④ 目標達成のパートナーとして、今どんなスキルを身につける必要があるのか？</li></ul> |

## 『ライフ&キャリアデザイン研修の必要性』

今までの企業教育は「会社の業務」に必要な内容を中心に教育プログラムが組まれてきたが、企業と個人がWIN・WINの時代には「個人の自己実現の支援プログラム」と「企業目標達成に必要な教育プログラム」の両方が必要と考える。まさに「職業教育」だけでなく「キャリア教育」の時代なのだ。

ここで「キャリア」の定義に触れておきたい。キャリアとは「個人が生涯を通して持つ一連の職業(職業経歴)とか、仕事を中心として余暇やその他の生活場面を統合した個人の生涯に渡るライフ・スタイル(生き方)」をいう。

「ライフ&キャリアデザインの研修をやってもすぐに業務に直結しない、数字に表れない。どうやって成果を数値化できるのか」といって、テクニカルな研修ばかりする企業もあるが、「個人の人生・キャリアの充実なくしてビジネスがうまくいくだろうか？」

私の研修経験からも1日目に「ライフ&キャリアデザイン研修」でWHY・WILLを確認してから2日目に「ビジネススキル研修」を行うと参加者の吸収度がかなり違うことを実感している。

終身雇用、年功序列ではやっていけない今、「50歳からのライフプランセミナー」ではなく、新入社員の段階から「自分の生き方、働き方を考える＝自分と向き合う時間」＝「ライフ&キャリアデザイン研修」をすることがお互いのために最初の第一歩なのではないか？

国際競争が厳しくなっている。企業はますます「ブランド」を確立していかなければ生き残れない。企業人としての教育のポイントはまず「企業のVALUE・MISSION・VISION」の徹底であると思われる。

## 『まずはオープンな情報提供を』

上記を進めていく上で人事の方々が悩んでいるのは「教育コスト」の点であるが、「企業は人なり」である。ここを惜しんでは成長できない。ぜひ将来の投資と思って時間とお金をかけるべきである。

個人目標達成の支援教育では予算が十分とれないのなら、情報提供だけでも良いのではないだろうか。

「セミナーの案内」は教育担当者には山のように送られてくるが、社員一人ひとりにはほとんど届かない。担当者や上司の判断だけで全部署の社員に情報が回されることもあれば、ごみ箱に捨てられることもある。その情報を欲しいと思っている社員がひよっとしたらいるかもしれない。今の業務に直接関係なくても将来の自分のために「自費でも学びたい」と思っている人は前述したように最近増えているのだ。

先日も公開セミナーの講師をしたが、ほとんどの方が会社から一方的にいわれて来たとのことであった。「公開セミナー情報がオープンになっていない、もっと情報が欲しい」との声が多かった。

研修もあたりはずれがあるので、個人で判断するには難しいのも現状だ。社員が何を目標にしているかがわかれば、ある程度会社がスクリーニングした情報をイントラネットや社員が見る掲示板に掲示するという方法もある。

パートナー同士が輝くためには「教育」も「必要なものは自分でチャンスをつかむ」「言われる前にチャンスを提供する」というお互いの能動的な ACTION が求められる。

個人も企業も目先のことを追うのではなく、3～5年先の積極的な「教育投資」が必要だ。

Copyright(C) Prime Time, Inc. Atsuko Sakamoto