



ALL DIFFERENT 株式会社

# LEARNING INNOVATION AWARDS 2022

## 導入事例集

人と組織の未来創りにおいて、優れた取り組みをされている企業をご紹介します

# 目次

ALL DIFFERENTでは、人材育成に取り組む企業へ様々な企業の事例を紹介し、新たな知見や視点を提供したいという思いから、年に一度「ラーニングイノベーションアワード」を開催しています。

本イベントでは、当社サービスご利用企業のうち、特に「人と組織の未来創りにおいて優れた取り組みをされている企業」を表彰いたしました。本資料ではその取り組み内容を企業別にご紹介します。

## 2022年受賞企業

- |                        |                        |
|------------------------|------------------------|
| 01   株式会社アマナ           | 09   株式会社プラスパシステムズ     |
| 02   キャロルシステム株式会社      | 10   株式会社マグエックス        |
| 03   株式会社コーチャー         | 11   株式会社ライフスクエア       |
| 04   CMエンジニアリング株式会社    | 12   株式会社ロイヤリティマーケティング |
| 05   株式会社ダイテック         | 13   ロゼット株式会社          |
| 06   株式会社日環サービス        |                        |
| 07   株式会社ネクスコ・メンテナンス新潟 |                        |
| 08   株式会社不二サッシ関東       |                        |



新入社員育成の部

## 株式会社アmana

コロナ禍での就業環境の変化等がきっかけとなり、毎年30名程度入社する新入社員の研修において新たな取り組みをスタートした株式会社アmana。

すでに23年春入社予定の内定者からも期待を寄せられている素敵な新入社員研修のお取り組みについて、新卒育成担当の今井様、プロジェクトメンバーの黒柳様・若本様にお話を伺いました。



# amana

事業内容：ビジュアルコミュニケーション事業  
従業員数：933名（2022年1月1日現在）  
本社：東京都品川区東品川2-2-43  
企業サイト：<https://amana.jp>

\*本研修を通じて制作されたアウトプットの一例です

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、  
当時目指していた姿を教えてください。

2020年（新型コロナウイルスの影響が出た初めの年）にある一部署で実施していた取り組みを、2021年より他の部署も合同で実施するようになり、今年で2回目の取り組みです。

#### ①サービスの多様化に伴う業務フローの変化

サービスの多様化により、部署によって関わる領域やフェーズに変化がありました。他部署の業務を理解した上で、業務全体を俯瞰して捉え、それぞれの場面で求められることを理解してもらう必要がありました。



新人撮影研修プロジェクトメンバー  
若本 重花様 今井 美沙様 黒柳 勇人様

#### ②就業環境の変化

コロナ禍の影響で在宅勤務の流れが加速し、直接現場で教える機会が減少したことから、新入社員研修の内容を一部見直す必要性が出てきました。

#### ③社内ネットワークの構築

研修期間に社内のつながりを作っておくことで、実際に業務で関わる際にスムーズにコミュニケーションがとれるようにするねらいもありました。

### 今回の取り組み内容

アmanaの得意領域である「ビジュアルコミュニケーション」を軸に、翌年入社してくる内定者向けに「ビジュアルメッセージカード」を制作することが、今回の取り組み内容です。

プロデュース業務を一貫して体験することで業務を俯瞰的にとらえ、「主体性を発揮する」「アmanaの提供価値を理解すること」を目指します。7～9月の累計10日間でプロジェクトチームを組み、研修を行いました。

体制として、新入社員5-6名と先輩社員（研修担当プロデューサー+先輩クリエイター複数名）の合計10名程度で1つのチームを作ります。本取り組みでは、人事をクライアントに見立てヒアリングをするところからスタート。その後「誰が、いつまでに、何を」を行うかを決め、全体企画→コピーライティング→デザイン→撮影→編集→入稿→印刷→納品という上流～アウトプットまでの流れを体験することができます。さらにプロセスの途中で見積書の作成、納品後は内定式でカードの内容解説、配属部署向けの成果発表会も行いました。新入社員は、最初のうちは先輩の指示に基づいて仕事を進めることもあり、目の前の仕事に焦点を当てがちですが、プロデュース業務は広い視野が必要です。「いかに全体像をつかんでもらうか」「自分ゴトとして体験してもらうか」を重点的に実現することを目指しました。

### 取り組みの結果と変化

新入社員および参加した先輩社員への実施後のアンケートでは、様々な効果を実感する声が集まりました。大きくは以下の4点です。

#### ①仕事の意義の理解が深まり、仕事の進め方がよりわかるようになった

- ・企画・見積・制作・納品を一貫して行うことで、業務の流れを体験できた
- ・業務において、なぜそれを聞かれているかを考えるようになるなど言葉の受け取り方が変わり、指示されたことの意図を理解できるようになった

- ・物事を決めるには目線合わせが大事、といった座学で学んでいたことを実感できた
- ・先を見越して人を巻き込みながら仕事を進めていくことを体験できた

#### ②自社に対する理解が深まった

- ・ビジュアルメッセージカード制作を通して、アmanaがどういう価値を提供する会社かが理解できた
- ・アmanaの一員としての自覚をさらに持てるようになった。「ビジュアルメッセージカードに書いてあるような、新入社員たちが期待する会社の姿を実現しないとな」「会社をこうしていきたいな」というマインドの変化があった

#### ③主体性を発揮する経験ができた

- ・率先して動く大切さがわかった。自分たちがアシスタントという感じではなく、主体的に取り組み、みんなでよく考えていこうという雰囲気があったことがよかった

#### ④社員同士のつながりを作ることができた

- ・いざ一緒に仕事をするとき、お願いしやすくなり、業務がスムーズに進むようになった
- ・新入社員同士の団結が強まった。内定者から見て、風通しのよい雰囲気をポジティブに伝えることができた

その他にも、過去にはこの取り組みを基にして、同期でチームを組みコンペに応募し入賞する、お客さまにワークショップの形でアレンジして提案するという、副次的な効果もあったようです。

### 取り組みのポイント

取り組みのポイントは大きく3点あります。

1点目は、人選です。研修担当プロデューサーは、今後チームを牽引することを期待され、上司の推薦を受けた方々です。先輩クリエイターも含め、関わった全員が、「新入社員のために頑張ろう!」と前向きに取り組んでくれました。思わぬ効果として、このプロジェクトに関わったメンバーの中には、新人育成を通じて会社に対するロイヤリティが高まり、中堅メンバーとしての役割意識が芽生えた、自分自身の育成や棚卸の機会になったと感じた方もいたようです。

2点目は、役割分担です。通常は一つの案件にプロデューサーは1名ですが、今回は合計10日間という限られた日程で行うため、新入社員のうち1名をリーダー

とし、他にもそれぞれ渉外担当・会計担当・スケジュール担当などの役割を決めて、仕事に責任を持てるようにしました。関わる人数が多く、異なる立場の人たちがいる中で、意思疎通を行う難しさや、任された役割をやりきることによってプロジェクト全体が動くことを実感できました。また研修の過程で、思うようにいかない場面もあり、その際は「転んだことが勋章!失敗してもいい、次のチャレンジに活かそう!」というメッセージを伝え続けました。最初は本人には抵抗があったかもしれませんが、今のうちに間違っておくことで、実際の業務でつまずきやすいポイントを体感し、今後活かすことができます。その経験と、周囲からのアドバイスを基に、スケジュール交渉や追加依頼の際など「相手がどう思うか」といった視点をもち、一緒に働く人に配慮する大切さも学ぶことができました。

3点目は、時間配分です。研修内では限られた時間の中でアウトプットをする必要があり、さらに配属先の業務を並行して覚えていく中で、全員が同じ目標に向かう大変さは常にありました。新入社員の今後の成長を期待してそのままやってもらうべきか、先輩社員たちが巻き取るか、その見極めが難しくもありましたが、都度地道にコミュニケーションを取り、目的やゴールに照らし合わせながら、一つ一つ解決していきました。

### 担当コンサルタントから

この取り組みを通して、社員同士のつながりが作られたことや、自社に対する理解や愛着が深まった以外にも、自身のキャリアについて新たなビジョンを持った方も出てきたそうです。単なる新入社員研修の一つのコンテンツという域を超えて、「アmana様の組織文化」をより発展させる取り組みになっていることがとても印象的でした。ビジュアルメッセージカードを実際に見せていただきましたが、どれも本当に素敵で、内定者の方がカードを受け取ったときの感動・ワクワクを体験できた気がしました!

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz CAMPUS Basic/Liveの部

## キャロルシステム株式会社

事業展開するうえで、ビジネススキルの強化に乗り出しているキャロルシステム株式会社。その一環で定額制オンライン集合研修 ライブ配信型「Biz CAMPUS Live」を導入し、3年連続で受講率100%を維持されています。同社社長の唐鎌秀輝様、常務取締役の原田直幸様、管理部の岡川絵里子様に、高受講率の秘訣はもちろん、受講の質を上げる取り組みについてもお聞きしました。



事業内容：Webサイト企画・構築/  
業務システム開発/  
エンジニアリングサポート  
従業員数：85名(2022年12月時点)  
本社：東京都渋谷区南平台町16-25  
養命酒ビル10階  
企業サイト：<https://www.carol.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。

ソフトウェアの受託を生業しており、これまでは技術スキルを高める取り組みを行ってきました。しかし、エンドユーザーに近づいて仕事ができるようになってきた事業面の変化と、若いリーダーが多い組織上の特性を踏まえ、対人スキルや教えるスキルといったビジネススキル(人間力)を高めないと良いサービス・価値を提供でき

ないのではないかとこの結論に至りました。

過去にビジネススキルを高める取り組みとしては以下3つを行っていました。

- ①顧問によるリーダー合宿の実施
- ②一部メンバーはロジカルシンキングとクリティカルシンキングの外部研修に参加
- ③新入社員向けにビジネス講座を社内で開催

こうした取り組みは良い点も多かったのですが、一方で継続性や研修後のフォローアップといった「仕組み」になっていないという点が課題として残っていました。



管理部 岡川 絵里子様  
常務取締役 原田 直幸様  
代表取締役社長 唐鎌 秀輝様

### 今回の取り組み内容

Biz CAMPUS Liveを活用することで、全社員に対し半期に1回・年間2回の研修受講を行うよう働きかけています。

研修受講を人事評価項目に組み込み、受講できなかった場合はペナルティを課す仕組みを設けて運用を行っております(これまでペナルティを受けた社員はおりません)。

研修受講に関する取り組み詳細は以下の通りです。

#### 1. 研修テーマ選定

- (1)社長・役員・人事が約20個の推奨研修テーマを決定(半期ごとに更新)
- (2)社員が自身に不足しているスキルに関連する研修テーマを選定(リーダーの人が若手向けを受講してもOK、再受講もOK)

#### 2. 研修受講促進

- (1)人事から半期締切りの2カ月前を目安に全社アナウンス
- (2)人事から管理職にリマインド
- (3)管理職から個別に「○○さん受講していないけど大丈夫?」と声かけ

#### 3. 受講報告・フィードバック

- (1)受講報告書の提出までが「研修の受講」というルールの設定
- (2)管理職向けに、ラーニングエージェンシーの「フィードバック手法体得講座」を実施

### 取り組みの結果と変化

上記を継続することで、以下4つの結果・変化を得ることができました。

#### 1. 学ぶ意識の醸成

特に若手には「Biz CAMPUSで学ぶことが普通だね」という感覚を持ってもらえています。社内研修(技術研修)に対しても前向きになった印象です。

#### 2. 共通言語や体系的知識の獲得

Biz CAMPUS Liveは研修メニューが大きく変わらないので、研修内容を社内でも共通言語化することができています。また、必要な知識・スキルを体系的に学ぶことができています。社内のメンターには「傾聴力の基本」研修を受講してもらったおかげで、全員が一定の知識を得て制度運用できています。

3. 部下とのコミュニケーションの質と量の向上  
部下の受講状況を確認したり、報告書へフィードバックしたりすることで、部下が何の研修を受講しているのか、研修から意識していることは何かが分かるようになりました。

その結果、共通言語での会話ができるようになり、普段の指導がしやすくなったようです。

#### 4. フィードバックの質の向上

部下の受講報告書を確認するという活動を通じ、管理職のフィードバック力が向上したと感じます。報告書内の行動宣言に対し、具体性を問うようなフィードバックが増えてきています。今後、他業務でも活用できるのではないかと期待しています。

・半期毎の期間中に受講が難しい場合は、必ず人事へ報告してもらうよう全社へ呼びかけている。

#### 3. 無理しすぎない目標設定

1年目は受講してもらうことを意識しました。いきなり仕事に紐づけることは難しいため、受講を最優先にし、全社員が年2回受講することをゴールと置きました。

#### 4. 運営側の人員選定

社内で顔が利く人事社員に入ってもらったことで、経営層の巻き込み、マネージャーの巻き込み等を行いました。



### 取り組みのポイント

取り組みを行う中では、4つのことを意識しました。

#### 1. 目的の伝達

Biz CAMPUS Live(ビジネススキル研修)導入の目的を会社の方向性と紐づけて、会長・社長より伝えました。

#### 2. 運用方法

周知などは簡単に済ませることもできましたが、以下のようなひと手間加えることを意識し続けました。

・半期の締め切り1カ月前に、研修予約ができていない社員をピックアップし所属長へ報告。その後、所属長よりメンバーへ声かけを行ってもらう

\*ピックアップすることで、研修受講のチェックがされている(放置されていない)ことを意識してもらっています。

### 担当コンサルタントから

「俺も怖いけどやる、みんなも一緒にやろう」サービス導入時、全社員向けのキックオフミーティングで常務の原田様がお話された言葉です。取り組みのポイントでご紹介した会長・社長からの導入目的の伝達とともに、論理と感情で社員を巻き込んだ点がスムーズなスタートを実現された秘訣かもしれません。また、キャロルシステム様とお打ち合わせは、いつも明るい雰囲気が進みます。これは唐鎌社長・原田様・岡川様の関係性がとても良いからであり、日常からコミュニケーションがかなり取られているがゆえなのだと感じています。「経営と人事の連携力」、これも人材育成が前に進む大きな原動力になっているのでしょう。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz CAMPUS Onlineの部

## 株式会社コーチョー

動画研修を活用して階層別教育に注力されている株式会社コーチョー。同社では、定額制オンライン研修 動画配信型「Biz CAMPUS Online」を使い、上期・下期ごとに階層別教育計画の作成や複数人での動画視聴など様々な工夫をされています。同社の渡邊副社長と甲斐総務部長に、取り組みの背景から効果、実施のポイントを伺いました。



事業内容：ケア商品事業/福祉事業企業  
従業員数：144名（2020年6月時点）  
本社：静岡県富士市厚原字川窪295番地  
企業サイト：<https://www.kochoco.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。

階層別教育を実施する以前は、現場社員のOJTに必要なことをその都度教育していました。しかし、OJTだけでは社員への教育にばらつきがあり、社会人としての基礎的なスキルが不足しているという問題意識がありました。特にマネージャーのマネジメントに関する基礎的なスキルの向上は、優先的に取り組みたい課題の一つでした。



総務部 部長 甲斐 譲治様  
取締役副社長 渡邊 俊様



### 今回の取り組み内容

3つの階層に分けた、階層別教育を実施しています。マネジメント、リーダー、スタッフの3階層に分けて、それぞれの階層に対して適切な教育テーマをラーニングエージェンシー（現：ALL DIFFERENT）さんと相談しながら決めていきます。上期と下期でそれぞれテーマを選定して、受講スケジュールや受講順番なども計画しています。

基本的には半期で計画を立てて、半期の始まる前に部長陣に展開をしています。人数が多い部署については、一人ひとりで研修を受けることが難しいため、集団で研修を受けている部署もあります。

また、製造部の社員はシフトの合間を縫って研修時間を確保しています。忙しくてなかなか研修時間が確保できない場合は、一つの動画をまとめて視聴するのではなく細切れに視聴することもあります。動画を視聴できた時間を記録しておいて、「今日は動画のここまで見たから、次回はここから見よう」と、忙しい中でも工夫して研修を受講しています。



### 取り組みの結果と変化

社員の具体的な変化としては、まだわからないというのが正直な感想です。すぐに結果が出てくるものではないですし、教育については結果が目に見えてわかるものでもないと考えています。だからこそ、ある程度継続していった先に、どのような変化があるのかを見ていかなければいけないと思っています。

ただし、組織としてやる気のある社員に教育の機会を提供できるようになったとは感じています。やる気のある社員が何かを学びたいと思ったときに、推奨のプログラムを用意できていることは一つの変化だと思います。

また、この階層別教育をきっかけに、社員の学びへの意欲が高まっていくことも期待しています。業務に関する資格を取得したいという声社員から上がってきたりもしているので、忙しい中でも自己成長していきたいと感じる社員が増えていくのかもしれない。研修がきっかけで管理職を目指していきたいと思ったり、専門性を磨いてスペシャリストを目指していきたいと思ったりすることは嬉しいことです。社員の学びへの意欲が高まっていく機会にもなり得るのではないかと考えています。

### 取り組みのポイント

階層別教育を実施する上で、現場の管理職が教育に対して前向きであることが大きなポイントだったと思います。現在の部長陣はほぼ全員社内異動の経験があり、各部署の業務内容に対して知識と経験があります。業務に対する幅広い知見をもっているからこそ、教育が必要だと感じる部長陣が多く、教育が浸透しやすいのではないかと思います。

また、現場サイドも忙しい中で研修の時間を確保してくれています。ここについては社員のシフトにあらかじめ研修時間を組み込んでおきました。社員のシフトが入れ替わる時間は従来空

白の時間になっていましたが、この時間を有効的に使うようにしました。業務の繁忙によっては、この時間も使えないほど忙しくなってしまう時もあるので、メンバーを選抜して研修を受けさせる、研修受講テーマ数を見直すなどさらなる工夫も考えていきたいです。



### 担当コンサルタントから

コーチョー様は階層別研修を詳細に設計しつつ、多忙な中でも工夫して研修の受講に取り組んでいらっしゃいます。階層別研修を企画すると現場から反発されてしまう、そもそも階層別研修の企画の仕方がわからないとお悩みの企業様は多いのではないのでしょうか。半期ごとの教育計画や集団での動画研修視聴は非常に素晴らしい取り組みですので、階層別研修の企画・浸透に迷われている企業様の参考になれば幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



LEARNING SYNERGY 賞

## CMエンジニアリング株式会社

半導体設計とIoTシステム開発のサービス会社として、数多くのお客さまの製品開発パートナーを目指しているCMエンジニアリング株式会社。社員の技術力向上を目指して、2010年会社設立の翌年よりプロジェクト報告会を実施しています。プロジェクト報告会は、社員の横同士のつながりを作ることやノウハウ共有を目的としているそうです。10年以上続いてきたプロジェクト報告会のポイントについてお伺いしました。



事業内容：LSI第三者検証サービス/通信/情報処理/  
半導体関連商品の開発/設計/製造および販売  
従業員数：78名(2022年12月現在)  
本社：東京都品川区西五反田2丁目18番2号  
五反田KYビル  
企業サイト：<https://cmengineering.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。



管理部 部長  
齋藤 早苗様

プロジェクト報告会は、2010年会社設立の翌年より始めました。プロジェクト終了時に振り返りを行い、成功事例や失敗事例を社内でも共有することで、次のプロジェクトに活かすための取り組みとして、技術部門のみで開始しました。ただ次第に、新人が研修の成果発表を行ったり、営業から展示会出展の成果報告を行ったり、技術部門だけでなく全社に拡大して開催しております。さらに、経営トップも参加し、自社商品の開発状況報告や経営トップからのメッセージを発信するなど、今では社員全員が参加できるコミュニケーションの場として発展しております。



### 今回の取り組み内容

プロジェクト報告会は、毎月1回、1時間から1時間半程度でオンライン開催をしております。報告会での発表時間は、質疑応答を含め15分または30分から選択してもらいます。発表時間をあえて短めにする事で、伝えたいことを簡潔にまとめる力を養うとともに、発表のハードルを下げ、発表しやすい雰囲気作りを目指しています。年間スケジュールを期初に発表し、社員が計画的に取り組めるようにもしています。発表内容としては、報告会実施当初より実施している技術ノウハウや設計資産情報共有、成功事例や失敗事例の報告、若手ではBiz CAMPUS Online受講による学びの成果報告などがあります。最近では、管理職も報告会にて発信するようにしています。

新型コロナウイルス対策とし、2020年6月よりオンライン開催に形態を変更しました。オンラインにすることで、本社以外の国内拠点、海外拠点からも参加することができるようになり、参加者が増えました。今では、社員の7割以上が参加しています。オンラインであることから、今まで参加が少なかったエンジニア以外の営業や管理部の参加も増え、社長が全社員に発信する機会にもなっています。

### 取り組みの結果と変化

取り組み後の結果としては3つあります。

1つ目は、社員間のつながり、会社と社員のつながりを深めることができていることです。新型コロナウイルスをきっかけに当社でも在宅勤務を実施しております。在宅勤務では、部署が異なる社員と接点がなかなか持てないため、プロジェクト報告会は社員間のつながりを作る機会になっています。また、新人や若手が会社のことを知る場にもなっています。2つ目は、技術、知識、スキルの見える化、資産化ができていることです。受託開発の場合、プ

ロジェクトに関する情報は担当者のみしか知ることができません。その結果、社員がどんな業務を担当している、何に詳しいのか、どんな技術を持っているのかわからない状態ができてしまいがちです。プロジェクト報告会では、機密情報に触れない範囲で情報共有を行っており、社内の暗黙知が形式知になっています。過去の資料はすべて社内にて保管されており、社内の暗黙知が形式知になっています。過去の資料はすべて社内にて保管されており、社内の暗黙知が形式知になっています。3つ目は、社員がプレゼンの経験を積むことができることです。エンジニアもお客さま先でプレゼンが必要になる場面があるため、社内で経験を積むことが社員のプレゼン能力の向上につながっています。

### 取り組みのポイント

取り組みのポイントは、社員が自ら考える仕組みを作ることです。具体的には2つあります。

1つ目は、発表者の立候補方法の工夫です。以前は、主催者よりメールで立候補を促していましたが、発表者が集まらないこともありました。そこで、社内システムを活用することで、主催者が立候補を募らなくても社員が自ら立候補できる仕組みを作りました。まず、期初に1年間の開催日時を確定し、社内の掲示板(フォーラム)にて告知します。これにより社員は発表テーマ、内容、時期などの計画を半年または1年の目標管理の中で、主体的に検討することができます。上司と合意できたら、発表月、発表テーマ、概要を自分でフォーラムに投稿してもらいます。計画をフォーラムに投稿することで、有言実行する体制を作っています。また、年間スケジュールや発表テーマを事前確認できるため、参加者の増加につながっています。2つ目は、ベストプレゼンターの選出です。プロジェクト報告会で発表することへのモチベーションを向上するために企画しています。半年ごとにベストプレゼンターを決定し、1-3

位には商品を進呈しております。ベストプレゼンターの選出方法は、社内システムのアンケート機能を活用しています。持ち点10点で、発表資料(5点)とプレゼン(5点)にそれぞれ投票します。欠席した方も発表資料にのみ投票が可能です。発表資料は社内にて公開しますので、業務都合で参加できなかった社員も含め全員が投票に参加することができます。出席者が多い方が点数を多く獲得することができるため、立候補時にフォーラムに投稿する事前告知文を工夫する必要があります。発表者は、より多くの方に興味を持ってもらえるような告知を考えることも必要となります。



### 担当コンサルタントから

CMエンジニアリング株式会社様では、社員の主体性を大切にしながら、10年以上プロジェクト報告会を実施されています。作成された資料は、会社の資産として残っており、担当者様は宝の山とおっしゃっていらっしゃいました。社内にて実施している勉強会になかなか参加者が集まらない…、発表者が募らない…という課題を感じている企業様も多いのではないのでしょうか。ぜひ、CMエンジニアリング株式会社様のお取り組みをご活用いただけますと幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



LEARNING SYNERGY 賞

## 株式会社ダイテック

自社の研修ハウスに従業員を毎月集めて、教育に注力されている株式会社ダイテック。同社では、「講師派遣型研修」によって営業と顧客支援のメンバーに月1回研修を実施。メンバー同士のロールプレイングやサービス勉強会、会議なども研修と併せて実施し、営業力・お客さまサポート力の標準化に取り組んでいます。同社経営統括部長の江谷様に、取り組みの背景から効果、実施のポイントを伺いました。



事業内容：石油販売業向け情報処理サービスの開発・運用/建設業向けCADの開発・販売/住宅産業向けクラウドの開発・提供  
従業員数：309名  
本社：東京都品川区南大井6丁目16番19号 大森MHビル  
企業サイト：<https://www.daitec.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。



経営統括 部長  
江谷 見様

背景としては大きく2つあります。1つ目は、トップダウンで全事業部に対して改めて教育や研修に力を入れるように指示が降りてきたことです。弊社は教育にとっても力を入れており、岐阜市には最大70名が宿泊できる宿泊棟を併設した研修施設があります。2つ目は、施策対象となった事業部のメンバー間でスキルの標準化ができていなかったことです。若手社員や新入社員が、上司や先輩社員によって指導内容が違っていると感ずることが多いという課題がありました。原因としては、上司や先輩社員、先輩指導を担当するOJT社員それぞれの経験やスキルが異なり、営業力・お客さまサポート力に対する共通認識を持っていないことが考えられました。全員が共通認識を持つために、まずは基本的な営業のやり方・お客さまサポートのやり方についてインプットしていくことになりました。

### 今回の取り組み内容

3つある事業部の中で、最も新しい事業部のメンバーに対して、下記内容の研修を実施いたしました。メンバーには全国の事業所から集ってもらい、対面型の集合研修で実施しています。

目的：営業力・お客さまサポート力のスキル標準化を図る  
内容：営業研修と電話対応研修を実施  
新規開拓営業研修(全8回)  
・電話アポ・メール・飛び込み  
・案件管理、行動管理  
・商談準備、商談  
・提案書作成、プレゼンテーション  
・クロージング など  
電話対応研修(全2回)  
・顧客支援課への期待、電話対応の基礎  
・クレーム電話対応 など  
形式：自社研修ハウスにて実施する対面型集合研修

また、研修を実施するだけでなく、研修実施の翌日にはメンバー間でのロールプレイングやシステム勉強会を実施しました。他にも、会議にて社内ルールの確認や研修テキストのマニュアル化なども実施し、スキルの標準化を図っていきました。研修実施にあたってラーニングエージェンシーさんと毎月打ち合わせを実施して、テキスト内容のすり合わせやプログラムの確認を行っていました。



### 取り組みの結果と変化

#### 1. 新規開拓営業研修について

実際の営業の中で、今までになかった工夫がみられるようになりました。案件管理においても共通認識を持って管理ができるようになった、主観によるバラツキが減ったと感じています。また、部門の責任者からやってよかったという声ももらえました。定量的な変化を把握することは難しいですが、継続的に実施して意識改革をこれからも行っていきたいと考えています。

#### 2. 電話対応研修について

今までは我流で行っている部分がありましたが、お客さま対応に統一感が生まれました。話すスピード、お客さまを待たせない対応、話した内容の復唱、自分の名前を名乗り責任の所在を明らかにするなど、電話で話す内容が変化して、より丁寧な対応になりました。これらの取り組みは社内ルール化もされており、電話対応の基準となっています。基準ができたことで日ごろの業務で評価をしやすくなりました。

す。ただ単に人事が企画するだけではなく、部門の声をしっかりと研修に反映できたのがポイントです。3つ目は、仕組みづくりをゴールとすることで、研修の講義で終わらせるのではなく、学んだことが今日からダイテックのルールになるよう、仕組みにつながる企画設計をしています。研修を実施する際は、研修のテキストがそのままマニュアルになるように設計したり、研修の翌日に会議を行い社内ルールにすべきところを検討したりしています。



### 取り組みのポイント

ポイントとしては大きく3つあります。

1つ目は、リアリティのあるロールプレイングを実施することです。事前にラーニングエージェンシー(現: ALL DIFFERENT)さんと打ち合わせを実施し、現状に即した事例を研修内で取り扱うことを意識していました。教科書的な内容は本で調べたり、ネットで検索したりすれば出てきますので、研修では実務で活かせるイメージが持てるようにリアリティを意識しました。2つ目は、部門の責任者を企画に巻き込むことです。事前打ち合わせには部門の責任者にも参加してもらい、現場の状況を確認しながら研修内容をすり合わせています。部門の責任者が打ち合わせに入り意見交換を行うことで、より現場の実情に即したプログラムに近づいていきま

### 担当コンサルタントから

ダイテック様は仕組みづくりやリアリティを大切に研修の企画をされています。研修を企画すると現場から反発されてしまう、何度研修してもスキルの標準化が図れないとお悩みの企業様は多いのではないのでしょうか。ダイテック様との打ち合わせでは、部門責任者の方のご同席いただけるため、より現場に合わせたプログラムを設計することができています。ダイテック様のお取り組みが、組織内のスキル標準化に迷われている企業様の参考になれば幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



既存管理職育成の部

## 株式会社日環サービス

経営トップ主体で次期管理職候補者の育成に注力する株式会社日環サービス。同社では、定額制集合研修「Biz CAMPUS Basic」を使い、個別教育計画の作成や経営トップと次期管理職候補者との面談、経営トップからの期待を明文化した「3つの期待シート」を作成。経営トップが直接働きかけることで、次期管理職候補者の意識改革につながりました。同社社長の廣瀬進治様に、取り組みの背景から効果、実施のポイントを伺いました。



事業内容：建物のメンテナンス/  
安全生活のメンテナンス/  
みどりのメンテナンス

従業員数：527名

本社：埼玉県川口市 前川1丁目14番15号

企業サイト：<https://www.nikkan-service.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

#### 課題は次世代を担う管理職の育成でした。

次期管理職候補者の育成は各部門長にある程度任せていました。しかし、各部門長もプレイヤーとしての業務が忙しく、マネージャーとしての業務に時間を割くことができない状態が続いていました。その結果として、次期管理職候補者の育成効果がなかなか表に現れなかったため、経営トップが直接的に次世代の管理職候補者を教育する決断をしました。

各部門長の了承を得たうえで、次世代の管理職候補者を3名特別に選抜して、経営トップが直接教育計画を作成することにしました。これが施策の最初のきっかけでした。

ラーニングエージェンシー（現：ALL DIFFERENT）さんと一緒に施策を進めることになったきっかけは、長いお付き合いがあったのももちろんですが、定期的にコンタクトを取り続けてくれていたところ。サービスの利用が途絶えてしまった時期もありましたが、定期的に訪問して研修プログラムの相談にもってくださるとのことでしたので、ぜひお願いしたいと思いました。



代表取締役  
廣瀬 進治様

### 今回の取り組み内容

Biz CAMPUS Basicを使い、以下3点に取り組んでいます。

- ①次期管理職候補者を3名選抜して個別研修受講計画作成
- ②廣瀬社長から、次期管理職候補者への期待を明文化した「3つの期待シート」を作成
- ③次期管理職候補者との個別面談を隔月で実施

#### ①次期管理職候補者を3名選抜して個別研修受講計画作成

まず、下記2点を目的に一人ひとりの課題に合わせて教育計画を作成しました。

- ・プレイヤーとして活躍している次期管理職候補者のメンバーがマネージャーとして仕事を遂行できるようになること
  - ・将来的に経営幹部を任せられるようになること
- 3カ月に1テーマの研修受講を目安にプログラムを組んでいます。

#### ②廣瀬社長から、次期管理職候補者への期待を明文化した「3つの期待シート」を作成

また、受講計画の作成と同時に「3つの期待シート」を用いて、経営トップからの期待伝達の機会を設けました。「3つの期待シート」はこの1年間でどのようなようになってほしいかをメンバー一人ひとりに対して作成・明文化しました。面談の時間を取って、社長から各人に伝えていくと、期待に対して向き合っていくべきかという気持ちも本人たちから見えてきました。

#### ③次期管理職候補者との個別面談を隔月で実施

個別面談は奇数月の最終営業日に15分ほどで実施しています。メンバーと社長、専務の1対2で研修受講後の報告内容を確認し、研修中に作成するアクションプランシートも振り返っています。この時間が忘れていたことを思い出すきっかけになり、自分の行動を振り返る良い機会となっています。

### 取り組みの結果と変化

次世代の管理職としての立ち居振る舞いや意識が3人とも芽生えてきていると感じます。自覚ましく行動が変わってきたというのはまだまだですが、やはり意識が変わらないと行動は変わらないと思いますので、これからの行動の変化にも期待をしています。

例えば、経営トップとの面談の場では、研修を受けてみて「●●に取り組んでいるのですが、なかなか上手くいきません」という話をしてくれます。上手くはいかなくとも、経営トップから伝えた次世代管理職としての期待を忘れずに、自分の行動を変えて挑戦しているという発言が出てきているのは良い変化だと思います。

他にも、我々が様子を見ている中で、ある社員は部下とコミュニケーションをとる際に言葉が強くなってしまったという課題がありました。その社員は、言葉を選びながら発言をしたり、我慢している場面が見受けられます。あるいは、結論ありきで部下にアドバイスをしてしまうという課題があった社員は、部下に考えさせる時間を意図的に作る場面が見受けられます。

人材育成は、本人の考え方や仕事に対する取り組み方を変えていかなければいけないので、すぐに結果や変化はでてこないと考えています。長年培われてきた癖や考え方を変えていくのは非常に難しいです。繰り返し繰り返し、じっくり取り組んでいきたいと考えています。

### 取り組みのポイント

一番のポイントは人任せにしないで、経営トップが決断して教育施策の全てに関わってきたことであると考えています。ただし、今回のような教育施策を決断するには下地が必要です。弊社の場合、社員のスキルアップを目的に希望者を募って読書会を過去に開催しており、その場で経営トップと従業員のコミュニケーションを図りつつ関係性を築いておりました。人事だけが教育施策に関わるのではなく、経営トップが率先して関わって

ることが重要です。

企業によって人材育成にどれだけ力を入れていくか考え方の違いはあるが、経営トップが関わっていくためには時間をつくらなければならない。我々経営トップの仕事は会社をけん引する次世代の人材を育成していくことなので、経営トップが主体的に動き時間をつくる必要があると考えています。

また、今回は経営トップから期待伝達の面談を実施したので、施策が進めやすかったです。1年後にどうなってほしいのかを時間をとってメンバーに伝えることも、メンバーに火をつけるきっかけになったのではないかと思います。人の行動がすぐ変わるとは思っていないので、面談の時間を通じて、自分たちが変われば部下も変わっていくことをこれから繰り返し伝えていきたいと考えています。



### 担当コンサルタントから

日環サービス様は経営トップが直々に人材育成に関わり、メンバーへの期待伝達や面談でのコミュニケーションを図っていらっしゃいます。人材育成に時間を割きたくても、なかなか時間を割けないという経営者の方は多いのではないのでしょうか。トップが主体的に動き、人材育成に割く時間を作る姿勢は全ての経営者が見習うべき姿勢ではないかと考えます。日環サービス様のお取り組みが、次期管理職の育成に迷われている企業様の参考になれば幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz SCOREの部

## 株式会社 ネクスコ・メンテナンス新潟

株式会社ネクスコ・メンテナンス新潟様は、新潟県内の高速道路メンテナンスのプロ集団として24時間365日高速道路の維持・管理に努めていらっしゃいます。同社は人材育成(社員の自己成長支援)に力を入れております。

今回は、技術安全管理部の荒川様に、お取り組みのポイントやその効果について、お話を伺いました。



事業内容：雪氷対策/維持管理/事故復旧/災害復旧/改良工事/技術開発

従業員数：162名(2022年12月1日現在)

本社：新潟県長岡市喜多町字金輪138-1

企業サイト：<https://www.e-nexco-m-ni.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

毎年、階層別研修を実施されておりましたが、次の2点が課題となっておりました。



技術安全管理部 技術管理課 主任 荒川 由里絵様

1点目としては、若手社員の育成が特定の社員に委ねられ、特定の社員の暗黙知に頼る傾向があった点です。その結果、組織ぐるみの人材育成ではなく、属人的な人材育成に依存しておりました。

2点目としては、人材育成のための研修を階層別に一律のテーマで実施していたため、研修転移がうまくいかず、研修へのモチベーション低下につながる傾向があった点です。このような課題感を踏まえ、当社は目指す姿を「会社と社員、双方が成長し続けるためのwin-winの関係性を構築すること」を定義し、新たな人材育成制度の構築に取りかかります。当社は、時代の流れの変化に適応し続けられる「しなやかな会社」になることを宣言しました。

一方で、社員には、「自分らしいキャリアを積み重ね、自分らしく働き、生きること」が求められました。ラーニングエージェンシー(現:ALL DIFFERENT)さんと一緒に進めることになった理由は、「研修を実施して終わり」ではなく、研修前後(動機付けとアフターサポート)のオペレーションも含め、一緒に親身になって考えていけると感じたからです。

### 今回の取り組み内容

以下、3点を実施いたしました。

1点目は、自己成長支援制度の構築・導入です。具体的には、「自己成長の必要性の理解」「学習領域の習得と把握」「学習の実践と継続」「実務での実践」「自己成長結果の確認」と各ステップを定義し、ステップに応じて支援制度を整理しました。各ステップに応じたOJT・Off-JT・その他の支援施策を整理・立案することで、当社で実施すべきことが明確になりました。

2点目は、女性社員意見交換会の実施です。社員に当事者意識を芽生えさせ、自ら成長したい(変化したい)という気持ちをもっていただく第一歩として企画・実施しました。「自分らしく働き続けるためには」をテーマにした全4回のプログラムを1年以上かけて取り組みました。この取り組みを通じて、「パッチワーク型キャリアの考え方を学び、自分らしい働き方、生き方とは何か」を考えていただくきっかけとなりました。

3点目は、Biz CAMPUS・Biz SCOREの導入です。育成対象者の状況の可視化を行い、個々人にあった各自の能力に合った研修テーマの受講を推進いたしました。



### 取り組みの結果と変化

以下、3点ございます。

#### 1.自己成長支援制度

- ・育成対象者と育成者とのコミュニケーション機会が増加
- ・育成者の部下・後輩育成に対する意識や行動がプラスに変容
- ・育成対象者の自己成長に対する意識や行動がプラスに変容

育成対象者は、年間・半期目標を達成するために、育成担当者とともに前月の目標達成状況をもとに毎月の、目標を設定することで自分の成長状況や、やるべきことが明確になり、行動しやすいという意見が多く挙がりました。加えて、育成担当者は、育成を他人事と捉えなくなり、対話を通じて、育成対象者をサポートする風土が徐々に醸成されてきました。

#### 2.女性社員意見交換会

全4回の意見交換会を通じて、以下のような意見が挙がりました。

- ・自身のキャリアを見つめなおす機会+周りの先輩のキャリアを聞くよい機会になった
- ・現状の課題についてどのように変えていくか、同グループの社員と改善策について話し合うことで現実的なイメージができた

また、「会社をより良くするために」主体的に業務を進めていく社員が多くなってきました。

#### 3.Biz CAMPUS・Biz SCOREの導入

- ・育成対象者のスキルの可視化・全社的なスキル可視化の状況を確認することができました。
- より具体的な効果は今後に期待したいです。

### 取り組みのポイント

今回の取り組みのポイントは、大きく分けて2点ございます。

1点目は、人材育成担当部門が粘り強く取り組んだ点です。

新しい取り組みにはどうしてもハレーションがあるものですが、会社と社員双方が成長するための



施策を考え続けて、企画し、実行いたしました。諦めずに、粘り強く取り組み続けることが大切だと改めて感じました。ラーニングエージェンシー(現:ALL DIFFERENT)のご担当には、客観的なレビューやご支援をいただき、感謝しております! 2点目は、全社で説明会の場を設けた点です。ラーニングエージェンシー(現:ALL DIFFERENT)さんをご相談の上、オンラインで全社員を対象に3回、1時間程度説明会の時間を設けました。メールでの周知や上長を通じた伝達ではうまく伝達が難しいと思い、説明会を実施いたしました。説明会では、研修における主な変更点やBiz SCORE受検の注意点を丁寧に説明し、質疑応答の時間も設けました。これらにより、概ね現場社員には納得いただいたと感じます。今後は、教育制度の定着が課題なので、より社員が成長するための施策を考え、ブラッシュアップしていきたいです!

### 担当コンサルタントから

教育制度の構築について何度もお打合せをいたしました。お打合せの度に「自社を教育でよりよくしたい」という信念を感じ、私も大いに刺激を受けました。引き続き、ネクスコ・メンテナンス新潟様のありたい姿実現に向けて、一緒に伴走できればと思います。ネクスコ・メンテナンス新潟様のお取り組みは、新しい教育施策を模索・ご検討される際のご参考になれば幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz ACTION Programの部

## 株式会社不二サッシ関東

会社のビジョンや教育に対する考えを社員と共有し、全社的に学びの風土を醸成している株式会社不二サッシ関東。同社では定額制集合研修「Biz CAMPUS Basic」と伴走型スキル体得プログラム「Biz ACTION Program」を活用して、社員のレベルアップに取り組んでいます。受講促進に関しては、管理職に理解と協力を求めながら、共通のテーマや社員一人ひとりに合わせたテーマを組み合わせて計画的に取り組んでいます。同社社長の定塚様、管理部の薮下様・大屋様に取り組みの内容や効果、そのポイントを伺いました。



事業内容：サッシその他の建築材料ならびに  
建築金物類の販売、施工  
従業員数：84名（2022年4月1日現在）  
本社：東京都文京区白山2-29-4（泉白山ビル）  
企業サイト：<https://www.fujisash.co.jp/ss/fkanto/>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。

人事評価の基準や、人事考課に対する教育が共有されていなかったため、評価やフィードバックの方法に個人差が発生していました。その問題を解決し、部下を育成していくためには、どうしたらよいのか。これが大きな課題になっていました。また、研修を受講するにあたり、日々の仕事が優先され、受講時間を確保出来ない社員が多く、特にブレインガマネジャーとして多忙な日々を送っている管理職は、受講時間の確保が厳しいという現状でした。まずは受講する気持ちや時間の余裕がない社員に、学びに対する意識を変えてもらわなければなりません。さらに、全社員のベーススキルアップを目的として導入し、受講を続けていたBiz CAMPUS Basicでは、受講したテーマを実務につなげられないケースも見受けられたので、研修内容を日々の業務に活用させる方法を模索していました。



管理部 管理部長 代表取締役  
薮下 俊彦 様 定塚 宗久 様  
管理部 営業支援グループ  
グループ長  
大屋 洋子様

### 今回の取り組み内容

人事評価や部下育成の課題に対しては、2020年4月からBiz ACTION Programの「人事評価フィードバック」や「部下の育成計画策定」をテーマとする研修に管理職全員が参加し、人事考課に対して認識の共通化を図りました。受講時間の確保に対しては、会議の場で管理職に研修を受講する必要性を伝え、改めて理解と参加を求めました。社員に対しては、社長や管理部からも朝礼や全体会議、社内の勉強会の場を利用して「目先のことでだけでなく、5年10年先のことを考えて学ぶべきであり、その時に会社や自分がどう成長しているのか、そのためには何かが必要か」を繰り返し伝え続け、理解を求めてきました。また、Biz ACTION Programの研修は当初、管理職の人事考課共通認識のために実施しましたが、今では社員一人ひとりに合わせた研修を積極的に受講させています。さらに、プロジェクトチームの勉強会では、Biz CAMPUS BasicやBiz ACTION Programで学んだことを、日々の業務に活用させるために、受講後に研修内容の発表や、ディスカッションなど、アウトプットの機会を作っています。

### 取り組みの結果と変化

人事考課に関しては、管理職全員が研修でフィードバック面談のコツを学んだことにより、管理職の評価基準の認識を共通化し、実践する



ことが出来つつあります。このことにより、上司・部下間の評価に対する納得感が以前よりも高まったと感じています。また、管理部が主導して、マナー研修やロジカルシンキングなどの共通のテーマ、社員のスキルに合わせたテーマの研修受講を進めてきましたが、現在では管理職が部下一人ひとりの課題や状況を見極め、本人と話し合ったうえで、推奨したテーマを受講しています。このことにより、今後はさらに効果的な研修が受講出来ると期待しています。さらに、最近では教育の取り組みを続けていく中で、徐々に研修に対しての抵抗感が少なくなったようにも感じています。先日の研修に対するアンケート調査では、多くの社員から「受講して良かった」「役に立った」と言う声が聞かれるようになりました。

### 取り組みのポイント

長期的な目線に立ち、社員教育が重要であるとの強い想いを持っていた社長の考えを、社長自ら社員に伝え続けたことが大きなポイントであったと考えています。さらに、管理職に理解と協力を得たことで、会社全体に教育が浸透し、社員も少しずつ意識の変化が表れてきました。また、導入初期の段階で、管理部が主導して受講テーマやスケジュールを指定して受講を進めて

いたことも、受講を習慣化出来たポイントです。研修受講には、社員の理解や時間の確保が不可欠です。特にBiz ACTION Programのような連続型の研修を、忙しい現場の社員が受講して課題をこなすためには、丁寧な説明と事前のスケジュールの確保をこれからも続けていく必要があります。



### 担当コンサルタントから

不二サッシ関東様は、定塚社長が教育の可能性を信じ、教育の必要性を丁寧に伝達しています。また、管理部の薮下様・大屋様を中心に現場の状況を考慮した取り組みを進めた結果、社員のレベルアップを実現されました。人材育成はその性質上、長期的に向き合わざるを得ない側面がある領域です。そんな状況の中でも、一つひとつの取り組み自体は決して派手なものではないかもしれませんが、本質的な取り組みを継続的に行うことで少しずつ変化を起しています。この育成への向き合い方は、多くの経営者・育成担当者にとって参考になる姿勢だと考えています。育成の効果が中々出ない…と感じていらっしゃる企業様を勇気づけるような事例となれば幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



OJTの仕組みの部

## 株式会社 プラスシステムズ

「人材育成はOJTを中心に実施する」という育成方針を掲げている株式会社プラスシステムズ。

その支援策として会社では若手育成に関する取り組みを様々な実施されているのですが、今回は月に1回、毎月第3金曜日に実施されている「OJTリーダー会議」について伺いました。教えてくださったのは開発部部长・鈴木勇一様です。



事業内容：システム開発/インフラ事業/  
SaaS/GIGAスクール

従業員数：62名

本社：東京都千代田区鍛冶町2-3-1 神田高野ビル 8F

企業サイト：<http://prosper-s.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

目的としては、「現場での教育の品質を統一すること」です。

明確に教育のバラつきが起こっていたわけではありませんが、新卒採用を始めて数年が経過し、改めてOJT制度について考えていました。

懸念として、配属先によって教育のレベル・成長スピードが異なる可能性があるという点が挙がり、教育の品質を統一する、すなわち教える側を育成することが必要なのではないかという議論になりました。

誰が指導しても一定のレベルに達すること、ボトムを合わせることが理想にあります。



開発部 部長  
鈴木 勇一様

代表取締役  
田尾 法一様

### 今回の取り組み内容

OJTリーダー会議は毎月第3金曜日の9:00~10:00、全社会議の前に実施しています。

前提としてOJT対象者は1年目と2年目の社員、そして同じ案件の先輩社員(ベテランも含む3年目以上)をOJTリーダーに任命しています。会議ではまず各OJTリーダーから、対象者の当月の業務成果、働き方、気づきなどを共有してもらいます。ただあらかじめOJTリーダー全員が見えるTeamsに投稿するのがルールです。共有に対して、私やファシリテーターを務める開発部部长代理が質問をすることで、幅広い観点で考えてもらったり、様々な意見を出してもらったりしています。こうした情報共有や対話を通じ、リーダーとしての視点のレベルアップにつながっています。

また不定期ですが、OJTナレッジの共有として、ラーニングエージェンシー(現:ALL DIFFERENT)の研修受講内容の共有や感想・意見交換をしています。

#### 過去受講したテーマ例

- ・[現場指導者向け]体系的に学ぶOJTの進め方
- ・傾聴力の基本

この取り組みは約5年間続けています。

### 取り組みの結果と変化

結果として、以下4点が結果・変化として現れています。

#### ①OJTリーダーたちの視点が、担当前後で変化した

担当前は「Take」の意識があったのですが、担当後は「Give」の意識が強くなっています。例えば、社内のQA掲示板において、訊く・教わる側だったのが答える・教える側へ回ってきています。

また、「自分分からないから」「対象者はここ分からない、では自分は何をしてあげられるだろうか」という発言が出てきています。

②OJT対象者の成果のバラつきが減った  
OJT対象者から週報で報告される内容の質が揃った印象を持っています。週報ではGood&Badを洗い出し、要因分析をさせているのですが、こちらが求める一定水準の質で書いてくれるようになりました。

③教える側・教わる側のコミュニケーションが活発になった  
コミュニケーションの量が増え、OJTリーダーが有している対象者に関する情報量が増えたと感じています。

④OJTリーダーからの一定の報告量を担保できるようになった  
最低限、毎月1回はOJTの状況を確認することができるので、全く状況が掴めないということを避けられています。



#### ②OJTリーダーの視点に偏りすぎないための工夫

会議ではOJTリーダーからの情報が多くなりますが、OJT対象者から提出される週報(既出)を手元に置いて会議を進めることで、教える側・教わる側の認識をすり合わせることでできています。多面的に捉えることで、どういったOJTがよいのかを考えるようにしています。

### 担当コンサルタントから

ご訪問すると、社内にある多くの書籍が目が留まるのがプラスシステムズ様です。そういったところからも「社員の成長を重視する」文化を感じられるのですが、「OJTリーダー会議」も一つの具体例です。「仕事の経験70%、上司からの助言20%、研修などのトレーニング10%」これは経営コンサルタントであるマイケル・ロンバルドとロバート・アイチンガーの研究による、ビジネスパーソンが成長する要素と割合です。どれもが欠けてはいけない三位一体と捉える必要があるのですが、多くの要素を占めるOJTの質を高めるのは、企業の成長にとって鍵になると言えるでしょう。ぜひ多くの企業にプラスシステムズ様の取り組みを参考にさせていただきたいです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz CAMPUS Basic/Liveの部

## 株式会社マグエックス

「個人の成長で組織を強くする」を今期のスローガンに掲げ、社員のさらなる学ぶ習慣作りに注力する株式会社マグエックス。同社では定額制集合研修「Biz CAMPUS Basic」を使い、毎日の朝礼で当番制での受講内容の発表を実施。インプットした内容をアウトプットする仕組みにより、社員の学びへの意欲が高まりました。社長の阿部様、管理部の村上様、会長秘書の図師様に、取り組みの背景から効果、実施のポイントを伺いました。



事業内容：プラスチック・マグネットの製造及び販売  
従業員数：114名  
本社：東京都中央区日本橋本石町3-3-10  
ダイワビル6階、8階  
企業サイト：<https://www.magx.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。



取締役管理部 部長 村上 予様  
会長秘書 図師 郁子様  
代表取締役社長 阿部 真也様

目指していた姿としては、社員の学ぶ習慣の形成です。学ぶ習慣の形成を目指していた理由としては、勉強することにより、すぐ目の前の業務や生活に生きてこなくても、学ぶことでアンテナが広がり、仕事でもプライベートでも視野を広く持ち、長い目で見たときに業務や生活に生きてくると考えていたからです。また、学ぶ習慣の形成にはインプットするだけでは社員自身のモノになりづらい点や一人の社員の学びを会社全体に共有することが会社全体としても底上げに繋がる点を踏まえ、アウトプットの機会を設けました。元々、実施していた毎朝の全社朝礼が当番制になっていて、その日迄に受講した研修でインプットした内容を発表することによりアウトプットする仕組みにしました。

### 今回の取り組み内容

Biz CAMPUS Basicやセミナーに参加後、各社員が当番制で全社朝礼にて発表しています。2015年の9月からBiz CAMPUS Basicを社員の学び習慣を形成に向けて、活用しています。対象は役員を含めた本社の全社員です。毎朝実施している5分間の朝礼で社員が当番制にて、社員の前で受講した内容を発表し、阿部社長が発表内容と発表者への期待をフィードバックして、インプットした内容をアウトプットする場を設けています。また、受講を促進するために、各社員の受講状況一覧をメールにて社内配信をして、各個人の受講状況および部署単位での受講状況を可視化しています。このようにして、年間最少2回は受講するという社内ルールを社員一人ひとりが意識する環境を作っています。

### 取り組みの結果と変化

取り組みの結果としては大きく2つあります。1つ目は社員全体の学びへの意欲が高まったことです。研修の内容を「朝礼で発表をする」という前提で研修を受講するので、インプットについて促進されたと思います。現在では自身の階層や業種の研修だけでなく、視野を広



げるために自身の業務以外の研修を受講する社員も増えてきました。ただインプットするのではなく、アウトプットを前提に研修を受講することで、実際の業務にも落とし込みやすくなり、インプットや学びに対して抵抗感が少なくなってきたように感じます。



2つ目が発表をきっかけとした社員同士のコミュニケーション機会が増えたことです。インプットしたことをアウトプットするという流れを社員一人ひとりが実施して、難しさを実感しているため、朝礼の発表者への声掛けや発表を称えるコミュニケーションが増えてきました。一人で学ぶよりも集団で学ぶことの重要性を再認識しました。

### 取り組みのポイント

取り組みのポイントは大きく2つあります。1つ目は社員の朝礼での発表後、阿部社長から各社員に合わせてフィードバックをしている点です。このフィードバックは発表内容だけでなく、各社員への今後の期待も含まれているため、学びへのモチベーションが高い状態を継続できています。阿部社長自身、各社員に合わせてフィードバックするために、社員と共有する時間を意図的に増やしています。例えば、社長室という仕切りをなくして、社員と同じ部屋で仕事をするようにしています。各社員の仕事への姿勢や取り組みを普段から見る機会も増えますし、社員と直接交流する機会

も増えるので、各社員に合わせたフィードバックが可能なのではないかと感じています。2つ目は受講状況一覧を会社内に掲示して受講状況を可視化したことです。どうしても目の前の業務があると研修に参加するスケジュールを確保することが一番大きな障壁になってしまいましたが、個人毎と部署毎の受講率を社内配信し、受講状況を可視化することで、部署内でのコミュニケーションの中で教育や研修促進の声掛けも増えました。また、他部署が仲間であり、良きライバルとして学びを競い合うという意識が芽生えたこともポイントだと思います。



### 担当コンサルタントから

株式会社マグエックス様は、貪欲に常に高みを目指されているという会社であると思います。社員の学びの習慣が形成されていても、次はその質をどのように高めるか、そのために阿部社長の発声の元、村上様も図師様も細やかに社員の方々にフォローされています。朝礼当番表や受講状況一覧も自社に合わせてオリジナルに工夫されており、驚きました。人材育成に限らず、何事も「継続は力なり」という言葉をまさに体現されている企業です。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



既存管理職育成の部

## 株式会社ライフスクエア

管理職の「発信力強化」を推進されている株式会社ライフスクエア。その一環で定額制オンライン研修 動画配信型「Biz CAMPUS Online」を導入し、知識インプットにとどまるだけでなく、アウトプットの機会を組み合わせ、効果的な研修施策を実行されています。同社総務部・部長の黒田大地様にお取り組みについてお伺いしました。



事業内容：CATV関連工事/  
テレビ受信関連工事/  
電波障害関連工事/  
インターネットリニューアル工事  
従業員数：54名  
本社：神奈川県川崎市宮前区  
馬場 1-25-31  
企業サイト：<https://www.lifesquare.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

管理職が会社や部門の目標を発信すること、  
会社の目標を部門に落とし込むこと、部下に目標達成のための  
行動をさせることがうまくできていないという背景がありました。



総務部  
部長  
黒田大地様

要因としては、部下に、「何のために目的・目標を達成しないといけないのか」を理解・共感させることができていないことであると考え、その解消のために「目標設定能力」、「発信力」を強化していただくことを決定しました。  
取り組み後の理想の姿としては、会社が達成しようとしている目的・目標から、管理している部・課などの目的・目標を設定して、浸透させ、その結果、各社員が部・課の目標達成につながる自己目標を設定し、達成にむけた行動をしている状態を作ることです。

### 今回の取り組み内容

2021年3月より、管理職（取締役・部長・課長）を対象に、発信力の強化を行いました。Biz CAMPUS Onlineの指定研修テーマを毎月受講し、その後毎月の営業会議の中で1時間の勉強会を実施しました。

- ①勉強会の前に実施目的を明確に伝え、管理職に共通認識を持ってもらう  
管理職に対するアンケートやヒアリング、ディスカッションを通して、「発信力の強化が課題である」という共通認識を持ってもらいました。押しつけではなく、「だからやっていきましょう!」というスタンスです。
- ②毎月勉強会のカリキュラムのPDCAを廻す  
勉強会で実施したアウトプットのワークを振り返り、その内容を次月に活かして毎月ワークをブラッシュアップしました。数回に1回はくすっと笑えるワークやゲーム形式を入れてみたり、これまでの経歴や価値観を共有するワークを行ったり、毎回少しずつ会に変化を持たせて、堅苦しくならないように工夫をしています。
- ③事前課題は月に2回リマインドをする  
勉強会直後と提出期日の1週間前にリマインドをすることでこれまで全員が事前課題に取り組んでいます。



### 取り組みの結果と変化

(1)目標設定や目標をどう落とし込むか、マネジメントの話題が頻繁に出てくるようになった

施策開始前は、管理職は自組織の課題を話す時に、部下個人の特性によるものとの発言(例:「○○は行動しない」「○○は気分がむらがある」等)が多かったですが、勉強会開始後は、部下個人の問題ではなく、組織の目的・目標を部下に落とし込めていない、自身のマネジメントの問題であると認識するようになりました(例:「○○は部門の目標から落とし込み、目標の内容もあやふやになって行動に移せていない」。目標は「立てなければいけないもの」という認識から、目標の達成が事業遂行上、最も大事なものという認識になっています。

また、以前は、管理職の間で話をする時に、「目的」や「ビジョン」という単語が出て来ませんでした。「こういうビジョンがあって」「こういう目的があって」と頻繁に会話の中で出るようになりました。

(2)部下の変化

今まで挑戦を避けていた分野で、「チャレンジさせてほしい!」と申告があったり、昇級に消極的だった部下から、「上にいきたいです!」という声が出てきたりしました。これまでは「会社がどう成長していくのかよくわからない」という意識や、中小企業だとありがちな「上が詰まっていると頑張ったところでどうせ先は見えていない」という意識があったと思います。  
それが、会社の成長ビジョンや事業構想などを伝えた結果、「頑張ればそこにいける!」ということが分かり、前向きになったのだと思います。  
会社のビジョンを伝えることは大事ですね。

(3)管理職の成長意欲

施策を通して、管理職たちには学習意欲があって、成長したいと思っていることがわかりました。ただ、どう勉強すれば良いかわからないだけだったんです。勉強方法、やり方を知れば、目指す方向に向かってくれます。会社側が勉強の場を与えるだけでなく、インプットと合わせたアウトプットの場をつくっていかないといけないし、目的も提示しないとわからないとわかりました。  
組織の変化には、共通認識を持つことが重要で、社員の教育全般的にここがすごく大事ですね。



### 取り組みのポイント

一番のポイントは、毎月勉強会のカリキュラムのPDCAを廻し続けたことだと思います。  
管理職は真面目な人間が多いので、勉強会がどうしても堅苦しい雰囲気になったり、ディスカッションで想定よりも全く意見が出てこないなど、全てがうまくいったわけはありません。  
それを毎月、私たちとラーニングエージェント(現: ALL DIFFERENT)様で振り返りの時間を設けて、前回の振り返りをして改善点を洗い出し、次回うまく運用するためにどうしていくのか議論をしています。過去、社内の勉強会で形骸化した施策もあったので、形式だけのものにならないように、毎月新しい刺激を入れながら、やり続けることがポイントだと思います。

### 担当コンサルタントから

Biz CAMPUS Onlineは一人で好きな時に好きな場所で学ぶことができるツールですが、ともするとただ動画を視聴して終わり、になりかねません。そこで、ライフスクエア様はBiz CAMPUS Onlineをただの研修ツールではなく、変革ためのツールとして、アウトプットと組み合わせることで効果を引き出し、進化させていただきました。  
このような取り組みは、管理職だけでなく、他の階層や部門毎の育成にも、応用していただけるかと思っています。今回のライフスクエア様のお取り組みがご教育担当者の方のご参考になりますと幸いです。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



Biz ACTION Programの部

## 株式会社 ロイヤリティ マーケティング

経営・人事・現場管理職が一枚岩となって社員のキャリア開発を進める株式会社ロイヤリティ マーケティング。その一環として同社では、伴走型 スキル体得プログラム「Biz ACTION Program」を活用し、社員自身の課題や伸ばしたい強みについて上長との対話を促し、一段高い成長を促す機会を提供されています。同社コーポレートスタッフグループ 人事部長の相澤倫也様に、取り組みの背景から効果、実施のポイントを伺いました。



事業内容：ポイント事業/マーケティング事業  
従業員数：288名（2022年10月1日時点）  
本社：東京都渋谷区恵比寿1-18-14  
恵比寿ファーストスクエア7F  
企業サイト：<https://www.loyalty.co.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景

改めて貴社が抱えていた課題、当時目指していた姿を教えてください。



コーポレートスタッフグループ  
人事部  
部長  
相澤 倫也様

共通ポイントサービス「Ponta」を運営する当社は、変化の激しい市場環境において、戦略の変化に紐づいて人材やスキルの変化も求められています。そうした状況下で、社員のキャリアパスを会社が用意するのではなく、社員自らが自律的にキャリアを構築できる状態を目指していました。2020年度より社員が望むキャリアの方向性を会社（人事・上長）に共有し、それに基づいたミッションや研修などの成長機会を受けられるよう制度化・運用を進めております（キャリア登録制度の導入など）。Biz ACTION Programは上記取り組みの一環として、2020年4月に導入しました。機会提供にあたっては座学中心の研修ではなく、より実践に近い形で仕事に還元できる研修メニューを求めており、ロールプレイングをはじめとしたアウトプットを繰り返すことでスキルの体得を目指すBiz ACTION Programは最適でした。

### 今回の取り組み内容

メンバーアサイン型の運用によってBiz ACTION Programを活用しています。受講する前にきちんと動機づけを行い、本人の成長につながる研修を受講していただく、これを実現することが狙いです。具体的なメンバーアサイン型の運用は、以下の通りです。

- ①人事部が半期毎にBiz ACTION Programの全メニューを一覧化し、各部門長に案内する
- ②各部門の部長が、半期に一度の評価面談や日常的な1on1面談を通じて感じる現場メンバーの課題の解決や伸ばしたい強化ポイントにつながるよう、受講テーマを選定、人事部へ連携する
- ③人事部が研修予約をし、対象者が研修に参加する

### 取り組みの結果と変化

今回の取り組みを行うことで、以下2点を実現できました。

- ①成長機会の整備  
導入したBiz ACTION Programは、仕事に還元できる実践に近い形の研修であるため、受講した内容を日々の業務で自然と実践できると感じています。また、それまで全社員に提供していた定額制集合研修「Biz CAMPUS Basic」は一部の社員の活用に限られていたため、より広く積極的に活用してもらえよう研修制度を整えられました。



- ②キャリア構築に向けたプロセスの仕組み化  
単に成長機会を整備するだけではなく、動機づけから研修受講まで仕組み化することに成功しました。その結果、受講者自身の研修の参加目的が明確になり、また自分の課題や強化ポイントに合った研修を受講することにつながれたと感じています。

導入して2年が経過しましたが、仕組みが定着し、半年に1度の受講希望エントリーの数は徐々に増加しています。特に若手社員向け研修のエントリーが増加中です。さらに予約に対する参加率も90%を維持することができています。受講済みの研修数は、2年間で227テーマに及びます。（3回セットで1テーマ）

### 取り組みのポイント

取り組みを成功につなげたポイントは以下の3つです。

- ①現場マネージャー主導で受講メンバーをアサインする運用にした点（管理職の巻き込み）  
人事部ではなく現場の上長が起点となることで、現場での実効性と育成・成長に関する上司・部下の相互理解を促すことを狙いました。その結果、現場マネージャーにメンバー育成ツールとして活用される仕組みが実現できたと考えています。
- ②受講の動機づけを各方面から実施していること（受講の動機づけ）  
人事部から研修予約完了メールを送る際、「所属部門からのアサインを受けて予約しています」といったメッセージを盛り込むことで、受講者に対して上司からの期待と受講目的の理解を促しています。
- ③半期ごとの研修一覧の展開を人事部門ルーティン業務に盛り込んだこと（仕組み化）  
取り組みの起点でもある人事部からの研修周知は、都度対応するのではなく、人事業務として半期に一度実施するような仕組みにしました。



一方で課題もありました。例えば、受講者のビジネススキルレベルと選択した研修レベルが合わないといった事態です。この課題に対しては2つの取り組みを行いました。

- ①受講状況の月次モニタリングと半期に1回の受講者アンケートを実施し、受講者の満足度をチェック
- ②受講エントリーを人事部で取りまとめる際に、過去の受講者アンケート結果を参考に受講者の職務レベルと研修の内容がマッチしているかどうかのチェック

上記2点の取り組みが功を奏し、受講者アンケートで「現場で活用できる内容であった」と回答される割合は常時80%を維持しています。

### 担当コンサルタントから

私が講師を務めるBiz ACTION Programにも毎回参加者がいらっしゃるロイヤリティマーケティング様。研修中、常に前向きな状態で参加してくださっているのですが、その理由が今回のインタビューでよく分かりました。上司は面談や業務の中で部下の強化ポイントを明確にし、人事部は定期的に研修予約を案内しつつ、受講レベルの確認や効果測定も行う。こうした地道とも思える積み重ねを仕組みとして運用していらっしゃる、これがロイヤリティマーケティング様の強みなのではないでしょうか。

\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです



新入社員育成の部

## ロゼット株式会社

「For Your Beauty あなたの美のために」を企業理念に掲げるロゼット株式会社。採用ホームページで藤井社長が「企業は人なり」と語られているように、同社は人材育成に力を入れています。その一環が、「フレッシュャーズキャンプ」という新入社員を対象にした年6回の研修制度です。今回は総務人事部の山崎様に、お取り組みのポイントやその効果についてお話を伺いました。



事業内容：化粧品・医薬部外品の製造販売/  
化粧品・医薬部外品の通信販売/その他/  
従業員数：180名  
本社：東京都品川区東品川3丁目26番10号  
企業サイト：<https://corporate.rosette.jp>

### 表彰事例の取り組みの背景



業務管理本部 総務人事部 係長  
山崎 美菜子様

#### 改めて貴社が抱えていた課題、 当時目指していた姿を教えてください。

もともとグループ会社の取り組みを2018年に導入した事がきっかけです。新人の早期戦力化を目的として、「現場で学べない事を学ぶ」「グループの垣根を超えた同期の絆を醸成する」「円滑な人間関係を社内構築する」事を目指して始めました。参加者の満足度は毎年高く、全6回のフレッシュャーズキャンプが終了する頃には「終わってしまうのは寂しい」「できることなら来年も参加したい」という声が多く挙がります。

### 担当コンサルタントから

「誰一人受け身にならない研修」は、理想とされつつ非常に難しいものです。「2年目社員」が研修を運営するという同社のお取り組みは、まさに発想の逆転です。2年目社員は、最初こそ大きな不安があるかもしれませんが、総務人事部の皆さまは一步離れつつも温かく見守っています。人の育成に携わる私たちは、「自分達が育てる」という意識だけではなく、「育つのを辛抱強く見守る・信じて待つ」という事も重要なだと改めて学ばせていただきました。

### 今回の取り組み内容

フレッシュャーズキャンプの目的は2つあります。「将来の幹部候補生に必要なビジネス感覚や社会人基礎力を養うこと」「同期や先輩との絆を深め、円滑な関係性を構築すること」です。全6回のうち3回はグループ2社と合同で行います。

プログラムは、「目標宣言」から始まります。1人1分で研修当日に取り組む内容を宣言します。限られた時間で意見をまとめる力や人に伝える力といったビジネススキルの習得はもちろん、人前で宣言することによる自律の効果も期待できます。

他には、「ロゼットイズム」というものがあります。藤井社長がロゼットの歴史や経営、新入社員に期待することを語る時間です。これにより新入社員は、自らの役割と責任を理解し、仕事に対して前向きに取り組むようになります。「グループワーク」では、「洗顔バスタに付加価値を付けて売るにはどうすれば良いか」等のテーマを扱います。グループごとに発表を行った後に実際の取り組みについてマーケティング部から講義を受けることで、他部署への理解を深め、全社視点での仕事の進め方を学びます。他には、記事の内容を他者に分かりやすく伝える「日経新聞レポート」等の取り組みがあります。各プログラムが社会人基礎力(前に踏み出す力・考え抜く力・チームで働く力)の視点から構成しているため、1年間を通じて体系的・反復的にスキルの習得が図れる仕組みです。

そんなフレッシュャーズキャンプの最大の特徴は、「2年目社員」が研修を運営することです。研修の企画立案から運営、関連部署との相談など研修の大部分を彼らに任せ、総務人事部はあくまでサポート役に徹します。そのため、同研修では新入社員のゴールだけでなく、2年目社員にもゴールを設定します。それは、「社内外から信頼され仕事を任せられる」「人財」となることです。普段の仕事をごなしながら全6回の研修を企画・運営することは非常にストレッチな業務ですが、その分2年目社員は自分達への期待と捉え、極めて前向きに取り組めます。

### 取り組みの結果と変化

1年目社員と2年目社員に共通して見られる変化は、「主体性の獲得」です。1年目社員が受けるプログラムは、2年目社員が前年に経験した内容をもとに、「2年目社員が」協議・修正します。受講側の視点がふんだんに盛り込まれているため、1年目社員の満足度は高く、主体的に研修へ参加します。

2年目社員は、研修の企画立案から運営、関連部署との相談など運営の大部分を担うため、必然的に主体性が求められます。最初はその責任の大きさや仕事量に困惑しますが、それを徐々に会社からの期待として捉えられるようになります。普段の業務もこなしつつ研修の準備を進めるため、タイムマネジメントや上長への適切な報告・連絡・相談は欠かせません。他にも、チームで円滑に運営を進めるためのコミュニケーションスキルや傾聴力、1年目社員への観察眼や適切な声掛け等、求められるスキルは多岐に渡ります。2年目の社員が経験するには非常にストレッチな業務かもしれませんが、裁量が大きい分、彼らのやりがいに直結しています。「どうすればもっと良くできるだろうか?」という会話が頻繁に行われ、フレッシュャーズキャンプに対する主体的な取り組みを引き出せています。全6回のフレッシュャーズキャンプを終える頃には自信が溢れ、堂々かつ意欲的に仕事へ取り組むようになります。

### 取り組みのポイント

ポイントは3つあります。

- 1つ目は「総務人事部はフォロー役に徹する」ということです。研修の企画・運営を全面的に任せられる2年目社員は、「どうすればうまく進行できるだろうか?」や「どこがダメだったのか?」など分からないこと、不安なことばかりです。そうになると、ついつい総務人事部に「答え」を求めてしまいがちですが、総務人事部はすぐには教えません。「○○さんはどう思う?なぜうまくいかなかったと思う?」と問いかけることで、内省を促すようにしています。
- 2つ目は「モチベーションの引き出し方」です。

2年目社員の視点で構成された研修とはいえ、1年目社員には少なからず受け身の姿勢は生じてしまいます。そこで、より主体的に研修へ参加できるようにするため、マイルストーンを設定しました。研修で身に付けて欲しい社会人基礎力をプレゼン力・協調性・タイムマネジメント等の具体的なスキルに落とし込み、プログラムの内容と紐づける事で、「○○というワークはどのようなスキルの獲得を目指しているのか」「自分はどのレベルまで達成できたか」を可視化しました。2年目社員にもマイルストーンを用意し、成長の軌跡を確認するツールとして活用しています。

3つ目は「現場社員の理解促進」です。特に2年目社員に対する負荷の大きさを心配し、運営方法に疑問を感じる現場の上長も少なくありませんでした。2年目社員は、普段の業務もこなしつつ空いた時間でフレッシュャーズキャンプの準備を進めます。しかし、上長はフレッシュャーズキャンプに参加した経験が無いので、その詳細を把握することができません。そこで、準備から本番までのあらゆる情報を積極的に開示するよう改めました。「振り返りシート」や「目標設定シート」と呼ばれるツールも導入し、いつ、どのような仕事に、どれだけの時間取り組んでいるのかを可視化しました。研修の場の上長を招待し、成果を共有するようにもしました。これにより、フレッシュャーズキャンプに対する上長・現場の理解が進み、全社的な協力を得られるようになりました。



\*インタビュー内容・導入サービスなど掲載内容は取材当時のものです