

今回は「人材育成」を取り上げています。4月に入った新入社員でも「差」がつき始めています。この「差」を認識して「鉄は熱いうちに打て」という格言の通りに「場」と「金」という要素を絡めて任せて行く事が重要だと思います。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、動きづくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

## 「改善は人づくり、モノづくり」

前号で、当社が「経営革新計画」承認企業になった事をご報告しました。この際に、「改善の4人衆」という事をご紹介しましたが、今回は、「改善は、人づくり、モノづくり」というスローガンをご紹介します。製造業などでは、よく見かけるものですが、他の非製造業でも同じなので、敢えて「物」を「モノ」としてあります。

「なぜ、『モノ』なのか?」という疑問があると思います。私は、業務改善のコンサルタントをしています。経営者の悩みの中で「社員のやる気が感じられない」というものが多く、いろんな企業で共通する事柄なのです。「やる気」を感じるには、どう解釈すれば良いのかと言う事があると思います。この事を私は、子供に喩えて、「何かを始めると必ず新しいツールが必要になり、買って欲しい」と駄々をこねる例を挙げてお話をしています。私は、駄々をこねない子供は「やる気」という意味では心配になるのと同じように、社員でも「駄々をこねない人は人財として成長しない」と例え話で話しています。

では、社員さんが駄々をこねない大人しい方々ばかりだったら、どうすれば良いかという事が課題になります。受身で育った社員さんに、能動的になれと檄を飛ばすだけでは社員さんは変わらないのです。私は、右上掲の「人づくりの5つの法則」をルール化していますので、この法則に従ったご指導をしているのです。例えば、まず、「商品」(技術やサービス)を会社側や上司が決める必要があります。具体的にになると「事業」(プロジェクト)

### 「人」づくりの5つの法則

1. 「商品」を決める
2. 「担当」を決める
3. 「場」(チェック)を決める
4. 「予算」を与える
5. PDCAサイクルを回す

## 「商品」は、単発物よりも消耗品でリピートする物が良い!

として、進行が数値化でき「見える化」でPDCAサイクルを回せるようにする事なのです。

「商品」を決めプロジェクトとして決定し、「場」と「人」を決めると話しています。まず、①シンプルでどこの企業でも使う方がよい、②単発物ではなく、消耗品で何度でもリピートする物を選ぶ、③「費用対効果」の基準で可能な限り安い方がよいという3点を重点ポイントとして選択するように指導しています。次に、「場」と「人」ですが、まず、「人」を選ぶようにします。この方にプロジェクトを任せて「商品」を展開するのに必要な環境づくりと展開シナリオを描いてもらいます。当然、自分一人の力では叶いませので、「他力」が必要になるのです。「他力」には、社内もあれば、外注業者やイベントなどの外部のパワーも必要になるのです。これらを選択して「プレゼン」して頂くようにしています。このプレゼンの「場」がポイントなのです。例えば、役員会で「プレゼン」という緊張度の高い「場」から、チームで発表するような組織的に責任分担されたような「場」もあります。私は、「役員会」は3ヶ月に1度、「チーム発表」は毎月1回という風な指導をしています。

役員会で、自分一人でプレゼンや状況説明と次への課題を報告するという事で「胆力」がつき、責任感も高揚するものと期待できます。私は、報告に投資となるような要求を入れさせて、役員会で承認する方式を指導しています。スムーズに展開する場合や手こずる場合など様々ではありますが、「壁」を突破してこそ「人間力」が高まるのです。その為に、失敗というような場合でも「再チャレンジ」の機会と「金」を与えるように指導しています。

### ワンポイント・アドバイス

#### 「場」と「人」と「金」を決める

私は、お客様が「うちの社員は...」と嘆くと、必ず、「社長さん、社員さんに期待していますか?」と聞くようにしています。期待しているなら、どれ位の金を任せることができますか? と聞くようにしています。任せられる金額が大きくなる事が重要なのです。

