

リクルーター養成ゼミ概要（第2回）

〔実施会場：千葉クラス_9/2（金）／柏クラス_9/6（火）／成田クラス_9/8（木）〕

【テーマ】会社独自の魅力と求める人物像を設定する

『第2回のポイント:従業員の数だけ存在する自社の魅力を応募者に応じて使い分けるリクルーターになれ』

➤ふりかえり

- ・採用と育成(職場活性化)をセットで実施する新しいプログラム
- ・PBL(課題解決型学習)やアクティブラーニングの考え方を導入し、知識習得よりも行動変革(実践)を重視した設計!!
- ・自社の魅力や課題は社内だけではわからない!!
社外ネットワークを作って、情報交換できる場づくりを行う。
- ・最初から「一度で伝わる」という考えを捨て、下手でも繰り返し伝えることが重要!!
- ・自分の価値観ではなく、相手の価値観に合わせたメッセージ開発が重要!!
- ・指示した行動ができない原因がどの階層にあるのかを見極める
- ・価値観に合わせたメッセージが、どこまで深層に届いたのかを、都度確認することが大事
「何を言ったか？」ではなく、「何が伝わったか？」

≪グループワーク：課題を実施したふりかえり≫

グループの中で順番を決めて、以下のテーマなどに関して共有（1人10分目安）。

＜テーマ例＞

- 「前回の研修で、気づいたこと・学んだこと」
- 「課題実施において、工夫した点や課題点」
- 「課題実施を通じて、気づいたこと・学んだこと」
- 「上司評価とのギャップと改善方法」

➤本日の Mission

≪宿題①②次回までに提出≫

①「研修活動シート」

②「会社の魅力分析シート」

『現場スタッフ等との対話を通じて会社の魅力をまとめる』

- 1、経営者や営業責任者などへの取材を通じて、会社の3C分析をまとめる
- 2、本日習得した『アイデアの出し方』を使って、50個のアイデアから会社の魅力をまとめる
- 3、1・2を「会社の魅力分析シート」にまとめ、別紙「研修活動シート」と共に上司等に

提出して活動報告を行い、評価コメントもらう

- ・ 終身雇用制の崩壊

終身雇用制と欧米型成果主義の考え方が混乱し、企業・労働者共に混乱している状況

⇒従来型の HRM やマネジメントでは対応できなくなっている

- ・ 新しいマネジメントシステム

「目に見える報酬(給与・評価)」ではなく、「目に見えない報酬(能力・仕事・成長)」を重視したマネジメント!

⇒雇用の保証を約束するのではなく、キャリアの広がりを意識させる

(「一生面倒見る」ではなく、「一生食べられるスキルを習得させる」)

⇒社内価値よりも、対外価値を意識したマネジメント

(「会社のために頑張る」ではなく、「自分の成長のために頑張る」)

⇒Off-JT などの社外交流により、就職相場観を身につけさせる

(他社(他人)と比べた自社(自分)の評価点・課題点を意識させる)

- ・ マネジメントの変遷

≪グループワーク従来型の「ヒト・モノ・カネ・情報」を管理するマネジメントではなく、個人の自律を前提とした主体的な成長と会社・組織の成長の方向性を調整・統合させていくマネジメントが必要となる

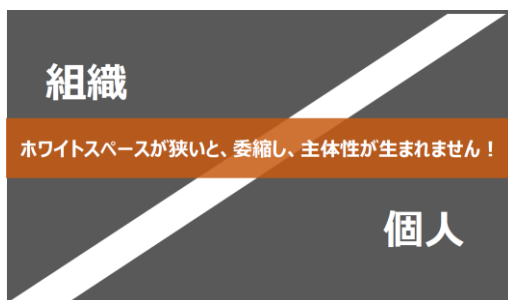
- ・ マネジメント原則のまとめとホワイトスペース

マネジメントとは、「人と組織を通して、仕事の成果をあげること」

マネジメント上の「ホワイトスペース」

⇒「ホワイトスペースが狭いと、萎縮し主体性が生まれない。一方、メンバーに権限を委譲し、「ホワイトスペース」を広くすると仕事の失敗リスクは増える。

※個人が自由に発想・イメージし、人と交流することで、創発や相互啓発が生まれ、組織と自分の仕事の価値をしっかりと認識・調整するスペース



(ホワイトスペース)

➤ アイデアの引き出し方

- ・ アイデアを引き出す方法

① アイデアは、“質より量”

短時間で複数のネタを作る力を訓練することが重要。

②アイデアの源泉は、「既存の要素」の数

日常生活で、どれだけ「既存の要素」を収集するかが鍵

1. アイデアを引き出す場合には、“広げる時”と“絞る時”を分けて、“絞る時”に時間をかける
2. アイデアを“広げる時”は、「くだらない」「ムダ」と思わず、短時間で複数の方法を書き出すことが重要!!

※良いアイデアを出そうとすると、アイデアは出なくなる

《ワーク：コンビニの新サービスを考える①》

コンビニエンスストアの売り上げ拡大のために、新商品や新サービスをできるだけたくさん書き出してください。(制限時間 10 分 アイデア 50 個)

- 思いつくままにすべて書き出すこと
- 連想ゲームの要領で、アイデアの旅を楽しむこと
- 思いついたアイデアを否定しないこと

《ワーク：コンビニの新サービスを考える②》

自分で書き出したアイデアの中から、3つのアイデアを作り出して、ポストイットに記入してください。

- 一言で語れない商品（サービス）はヒットしない
- 他の人が読んでも「ワクワクする」ようなキャッチコピーを考える！

1. アイデアを引き出す場合には、“広げる時”と“絞る時”を分けて、“絞る時”に時間をかける
2. アイデアを“広げる時”は、「くだらない」「ムダ」と思わず、短時間で複数の方法を書き出すことが重要!!
3. 会社の魅力は、従業員の数だけ存在する。したがって、絞り込んだ共通の魅力だけでなく、従業員から数多くの「小ネタ」を収集し、応募者に応じて使い分けることが重要!!

※オンリーワンの会社の魅力で勝負できる会社はほとんどない

➤会社の魅力の分析

・経営を構成するピラミット

メンバーと【How】だけでなく、【Why】【What】の対話を行うことで、意志決定基準に関する目線合わせを行う

- ・なぜこの会社は存在するのか (Why)
- ・「何を」価値として生み出していくのか (What)
- ・「どのように」価値を生み出していくのか (How)
- ・「強い現場力」とは
 - ⇒自ら問題を発見し、自ら問題を解決する現場
 - ⇒「顧客接点がすべての基本」と認識している
 - ⇒顧客接点とPDCAの中に、喜怒哀楽が集中している
 - ⇒実行レベルを、「やる」から「やりぬく」まで高めている
 - ⇒コミュニケーションが良好
 - ⇒意思決定基準がはっきりしている
- ・価値マネジメント3C分析
 1. お客様に対して、高い価値を提供する企業ほど対価としての売上が高い
 2. 企業に対して、高い価値を提供する労働者ほど対価としての給料が高い

★「チームや自分自身がお客様に対して、どのような価値を提供しているのか?」
を認識することが重要!!

《ワーク：マクドナルドとモスバーガーの違い》

マクドナルドとモスバーガーに関して、3C分析フレームを使って、顧客・競合・競争優位性の観点で違いを対比して考えよう。

- 1、お客様がいるかぎり、すべての事業に魅力がある。どのようなお客様に対して、どのような価値を提供しているのか知ること、仕事の魅力だけでなく、事業全体の魅力を自覚させることが重要。
 - 2、経営者や人事が考えた魅力を、一方的に現場に浸透させるのではなく、現場スタッフのアイデアを収集してまとめていくことが重要。
- ※ミスマッチ防止のためには、リクルーター個人で作成するのではなく、現場スタッフとの対話の中で、合意していくことが重要!!

以上