



新人・若手向け 教育研修サービス ガイドブック 2018

HIPSTERGATE
<http://hipstergate.jp/>

HIPSTERGATE

本資料の一部または全部を、無断で複写・複製することを禁じます。

新人・若手向け 教育研修サービスガイドブック2018

Are you ready?

数字で分かるヒップスターゲート

ガムシヤラに結果にこだわり結果を出す人材

入社から3年で結果は決まる
結果を出す人のヒミツ

ヒップスターゲートが提唱する

ビジネスアスリート育成3カ年計画

社会人1年目
社会人2年目
社会人3年目

ヒップスターゲートが提供する
研修サービス

GROWTH★NOTE

真面目に、楽しく。夢中で、学べ。

SPECIAL INTERVIEW

- 01 株式会社JMCケンウッド 布伊久雄・井出智江子
- 02 株式会社東急ハンズ 川口純奈
- 03 株式会社NTTぷらら 尾玉憲生・近藤雅恵

新人・若手における社員教育のコツ

個人と会社の目指す方向性を一致させる
教育・研修制度を効果的に機能させる
「社内・外部」研修のメリット・デメリット
良い研修会社を見分ける9のチェックポイント
もう迷わない！研修効果を測定する4つの方法

データから読み解く新入社員2018

人事に代わって聞きました新入社員1672名のホンネ
研修現場の最前線で活躍する講師124名に聞きました
2018年度新入社員の「強み」と「弱み」を教えてください

講師在籍数124名実績豊富な
講師が研修成功をサポート

Company Profile

Are you ready?

2020年、東京オリンピック。

選手は想像を絶する過酷なトレーニングと、熾烈な代表選考を勝ち抜いてオリンピック出場の夢を叶えました。

“積み重ねた練習を信じ、最高のパフォーマンスを出して成果を上げること”

今も、その実現のための日々が続いています。

“失敗を恐れないこと”

“高い成果目標を掲げること”

“自分の成長を信じて諦めないこと”

それこそが

プロフェッショナルアスリート。

最高のパフォーマンスで

私たちが魅了する彼らのように、

チャレンジを繰り返し、

見出した成果と成長で、

ビジネスに感動をもたらしたい。

ビジネスアスリートであるために。

東京オリンピックの大会ビジョンは、

“スポーツには世界と未来を変える力がある”

優れた人材を育成することにも

世界と未来を変える力がある。

さあ、準備はいいですか？

高評価を支える独自の仕組み

たとえば、新入社員が300名を超える場合は、複数クラスに分かれて研修を実施します。このとき心配になるのが、講師のスキルに差があることによる、研修効果のバラつきです。

この問題を解決するための仕組みが **1 厳密な講師選定** **2 講義の平準化**です。

※4
10クラス

※4 同一企業における同日・同テーマ最大同時開催数(終日研修)



1
厳密な講師マネジメント
ヒップスターゲートが選定から実施までを一貫して行うことで、登壇講師の質の高さを保証しています。

選定

講師の選定

書類審査および面談を経て選定した、経験豊かな講師が担当します。講義スキルが高だけでなく、ビジネスパーソンとしての素養(身だしなみ、言葉遣いなど)も重要視して厳選します。

- 一選考基準(※)より一部抜粋
- 1.高いビジネススキルをもつ
- 2.前向きで明るい
- 3.受講者が相談しやすい雰囲気をもつ
- 4.ビジネスマナーが実践できている
- 5.社会人としての実務経験がある
- 6.講師経験が豊富である

※研修規模や日数、お客様のご要望により異なります



準備

講師勉強会の実施

研修のコンセプトや目的、お客様のご要望を講師と共有する勉強会です。担当講師全員に参加義務があります。

研修テキストの配布

細かな内容を理解してもらうため、研修マニュアルを各講師に配布します。不明点は勉強会の前後を問わず、講師が理解できるまで説明を行います。



実施

事前ミーティング

研修の流れを再確認し、重要事項を改めて共有します。変更点の申し送りや、受講者への対応を含め、講師や運営側との連携体制に不備がないか確認を行います。

研修後の事後ミーティング

進捗を確認し、クラスごとの状況やメイン講師の意見などを吸い上げます。アシスタント講師、巡回スタッフの気付きも共有し、修正点を洗い出します。



2 講義を平準化する講師用テキスト

講師用テキストは、受講者用ページを参照しながら、時間配分や講義のポイントなどを確認できるようになっています。これが複数クラスでも**同一のクオリティ**で講義が進行できる理由の一つです。

テキストの特徴

時間の目安

ページごとに時間配分を記載して、適切なタイムマネジメントの指標とする

見やすいアイコン表示

個人ワーク・ペアワーク・グループワーク・講義などを時間付きアイコンで表示して、進め方の統一を図る

解答例

ワークに対する解答例を記載して、クラスごとの事例紹介に差異を生じさせない

講義ポイント

各ページで受講者に伝えるべきポイントを記載しているため、まとめる際のブレがない



「数字で分かるヒップスターゲート」

新人・若手社員教育における実績

総受講者人数 ※

16,000人



創業から8年、私たちは新人・若手教育を通して、「知っている」を「できる」に変えるプログラムをご提供してまいりました。

様々な業界、業種、職種のお客様との豊富な研修実績とノウハウで、これからも皆様の人材教育をサポートしていきます。

※ 2010~年2018年度実績

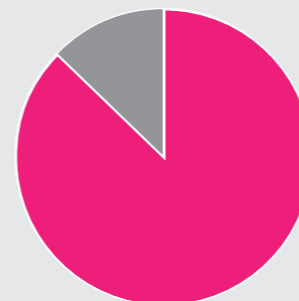
2018年は
3,500人を突破!

新人・若手社員研修における
受講者人数の推移



リピート率 ※3

87.4%



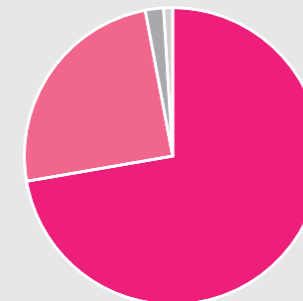
※3 2010~2017年実績

研修評価 ※2

「有益であった」以上の回答

97%

実施した研修についてどのような印象をお持ちですか?



- 大変有益であった
- 有益であった
- あまり有益でない
- 有益でない

※2 2018年4月新入社員研修アンケートでの回答

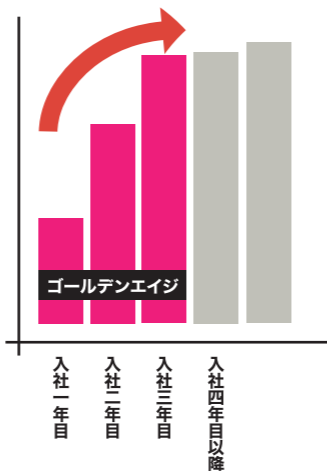
POINT

入社から3年で 結果は決まる

スポーツの世界に「ゴールデンエイジ」という言葉がありますが、ご存知でしょうか。9歳～11歳頃の3年間のことを指し、トップアスリートを目指すためには、この時期に基本の型や姿勢を身につける必要があると言われていいます。つまり、行動習慣や癖、考え方は良い意味でも悪い意味でも、生涯にわたって定着し続けるということです。

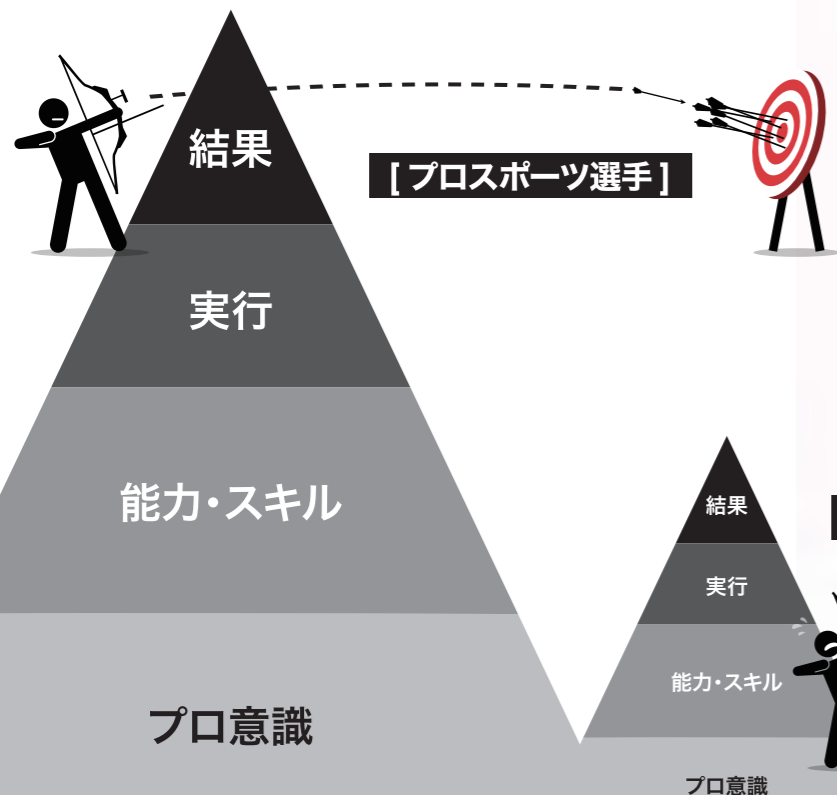
同様の期間がビジネスパーソンにもあると考えられており、一般的にそれは入社から3年間と言われていいます。どのような意識で、どのような環境で、どのように仕事に取り組んでいくのか、この大切な時間をどう過ごすかで、その後の成長が決まってくるのです。

入社後3年間の取り組みが重要



POINT

結果を出す 人のヒミツ



同じ社員教育を受けていても、人によって結果に差が出るのはどうしてでしょう。

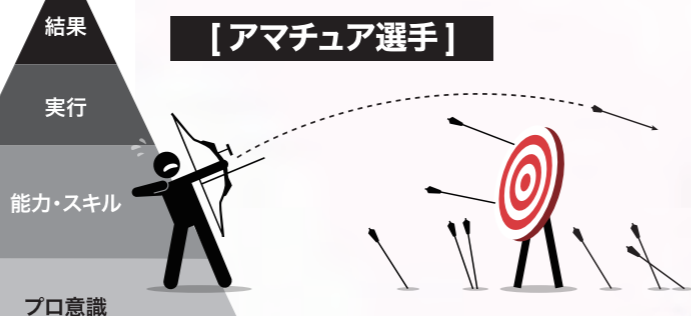
実は私たちが目にする“結果”の下には、3つの要素が隠れています。

それが「プロ意識」「能力・スキル」「実行」です。一見すると、「能力・スキル」さえ伸ばせば、すぐに結果に結びつくはずだと思いがちですが、そこに真剣さや情熱、想いがなければ、結果はついてきません。

日々の高い意識を持って取り組むことによって、能力・スキルが身につき、結果が出ます。意識が低い状態では意味がない、ということです。

想像してみてください。プロスポーツ選手とアマチュア選手では、真剣さも情熱も比べものにならないはず。プロスポーツ選手は、食事や睡眠といった健康管理をしっかりと行い、目的を明確に持ってトレーニングに打ち込んでいます。そうした「プロ意識」が根底にあることで、能力・スキルに大きく影響を与え、最終的な結果にプラスの働きをします。

【アマチュア選手】



ガムシヤラに 結果にこだわって 結果を出す人材

ヒップスターゲートが提唱する

ビジネスアスリート

育成3年計画



社会人1年目

社会人として身に付けておくべき基礎的知識・スキルを習得し、失敗を恐れずに果敢に挑戦するマインドを持っている



社会人2年目

当事者意識を持って自ら考え行動することができ、業務遂行に必要なスキルを有している



社会人3年目

チームや組織における自己の役割期待を理解し、周囲を巻き込みながら率先して課題を見つけ、行動することができる

各年次のゴール

時期

到達目標

推奨研修

研修実施の おすすめタイミング

上半期
(4月～9月)

下半期
(10月～3月)

上半期
(4月～9月)

下半期
(10月～3月)

上半期
(4月～9月)

下半期
(10月～3月)

- Q 社会人として適切な振る舞いができる
- Q 自分に足りない部分を認識している
- Q 会社組織で働くことの自覚を持っている

- Q 粘り強く物事に取り組むことができる
- Q 報告、連絡、相談の習慣が身に付いている
- Q PDCAサイクルを回すことができる

- Q 主体的に業務を計画して遂行できる
- Q 論理的に話す、書く、考えることができる
- Q 根拠を持って、仕事を遂行することができる

- Q 優先順位をつけて効率的な仕事ができる
- Q 周囲に関心に向け、常に問題意識を持っている
- Q プレッシャーを克服し、持てる力を発揮できる

- Q リーダーシップを発揮し、目標達成できる
- Q 新人や後輩の指導的役割を担える
- Q 自己のキャリアビジョンが明確である

- Q チームで成果を上げる意識を持って行動できる
- Q 自分ならではの改善案を提案することができる
- Q 人を動かすコミュニケーション能力がある

- ビジネスマナー □ ビジネスマインド
- 仕事の進め方
- ビジネス文書
- 会社のしくみ
- 組織コミュニケーション
- ビジネスゲームDo★Do★Do
- 登山研修

- 新人フォローアップ
- PDCA強化
- ズ 営業職向け □ 営業版ビジネスゲーム Do★Do★Do2

- ビジネスクライム
- ロジカルシンキング
- ロジカルライティング
- プレゼンテーション基礎編
- 後輩指導者
- ズ 営業職向け □ マーケティング

- アサーティブコミュニケーション
- ストレスマネジメント
- 2年目フォローアップ

- OJTトレーナー
- キャリアデザイン
- 問題解決力
- クリティカルシンキング
- ホスピタリティ
- ズ 営業職向け □ 営業力強化 (電話・Eメール)

- フォロワーシップ
- インバケット
- プレゼンテーション実践編

🕒 4月～5月
ビジネスゲームDo★Do★Do
導入研修で基礎的なビジネススキルを学び、実践を通して定着させます。アウトプットの場として、新入社員研修の締めくくり最適です。

🕒 5月～6月
登山研修
GW後は新入社員の気が最も緩む時期。研修の場から一旦離れ、自然の中で体を動かすことが五月病の防止に役立ちます。

🕒 10月
営業版ビジネスゲームDo★Do★Do2
配属から数ヶ月経ち、少しずつ営業の基礎が身に付いてきたタイミングでの実施がおすすめです。着実に早期戦力化を実現することができます。

🕒 10月～11月
新人フォローアップ
会社の期末、年末年始、年度末の3月末は離職者が多くなります。貴重な人材流出を避けるためにも、秋口にしっかりとフォロー体制を確立することが大切です。

🕒 4月
ロジカルシンキング
後輩社員が入社する4月に、論理的な思考をしっかりと身に付けておくことで、指導や育成に活用することができます。

🕒 9月
ビジネスクライム
徐々に任される仕事量が増え、業務難易度と負荷が高まる時期は、タスク管理を学ぶ絶好のタイミングです。

🕒 10月
アサーティブコミュニケーション
2年目社員は、研修や面談の機会も少なく、周囲との関わりが希薄になりがちです。不安や悩みを一人で抱え込み、孤独感を感じやすい時期ですので、社内コミュニケーションの活性を図ります。

🕒 4月
OJTトレーナー
上位者としての自覚を促すよい時期です。後輩社員への指導やレクチャーは、自身の仕事の進め方を確認する良い機会にもなります。

🕒 4月
キャリアデザイン
仕事にも慣れ、このままでいいのかといった漠然とした悩みや不安を抱えやすい3年目社員。今後のキャリアアッププランを策定し、モチベーションを高めるのが定石です。

🕒 10月～11月
フォロワーシップ
フォロワーに期待される行動を体得し、後輩を牽引しながら、チームに貢献する意識と行動を学びます。将来、リーダーとなる際に、より実行力ある組織として運営することができるようになります。

🕒 1月～3月
インバケット
適切な意思決定、判断能力を持った4年目社員になるために、現状の仕事の実践力(業務遂行能力、全体最適、周囲との協調)を把握し、自身の足りない部分を再認識します。



OJTを効果的に実施するための究極支援ツール!!

OJTの方法がよく分からない先輩社員、
効率的・効果的なOJTの方法に悩むマネージャー、経営者の方々必見!!

GROWTH★NOTE

¥1,400
税抜

OJTで自己成長を記録!

OJTの新しいカタチを一冊のノートに
「GROWTH★NOTE」とは

「GROWTH★NOTE」は、OJTで新入社員の成長を促進するための補助ツールです。
新入社員は入社時、「モチベーションは高いが不安も大きい心境」。そこで、新入社員には、会社のこと、仕事の進め方、業務などの基本スキルを1日も早く習得してもらう必要があります。そのためには、OJTとして上司・先輩の指導が不可欠です。
この指導の際に、指導経験が少なくても、意図的、計画的、継続的にOJTを推進できるように設計されているのが、「GROWTH★NOTE」です。

OJTを助ける魔法のノート
「GROWTH★NOTE」の特長

「GROWTH★NOTE」は、新入社員が指導を受ける際、常に持ち歩いて多くのことを書き込むことを目的としています。
そこで、最初は、入社したときに指導者が説明する内容「企業理念と経営ビジョン」「自分(自社)を中心にした取引関係図」「職場ルール」などを記入することができるようにしてあります。
また、仕事の進め方を説明しながら理解してもらうために「初期スケジュールの作成」「日報」「行動指針」を記入欄があります。
さらに、ビジネスの基本スキルを振り返りたいときに確認できる「PDCA」「指導の受け方」「報・連・相」などのポイントを記載した補助テキスト(OJTサブメント)付加されています。

日報

このページのポイント!

日報は、業務の報告書です。前日に設定した目標と予定に対し、実績はどうであったか、どのような仕事をしたか、目標はどれくらい達成したかなどを記入します。
日々の仕事を事実として正確に記録しながら、課題を見出し改善し実行するといった、PDCAサイクルで仕事を進めることができます。

報・連・相

このページのポイント!

ビジネスパーソンとして必要な仕事の進め方やマナーなど、基本的なスキルを確認することができるように補助テキストが付加されています。
掲載されている項目は、ビジネスマナー、PDCA、指示の受け方、報・連・相、電話対応です。
新入社員がこれらのスキルを確認したいときに活用することができます。

指導を受ける姿勢のチェックリスト

このページのポイント!

新入社員が指導を受ける際、「OJT指導者が説明してくれるのは当たり前」という態度が見受けられることがあります。
OJT指導者が「もっと指導してあげよう」という気持ちになるためにも、新入社員には常に感謝の気持ち・姿勢で指導を受けることが大切です。
そこで、指導を受ける際の姿勢ができていかどうかを定期的に振り返ってもらうためのチェックリストを用意しています。

職場でのルール

このページのポイント!

入社して最初に理解してもらう必要があるのが、職場でのルールです。
出欠や遅刻する際の連絡方法、勤務表など日々の勤務に関する提出書類。仕事を進めていく上での環境として、昼食時間、昼食当番、支給される備品、緊急時の対応など。
このようなルールを新入社員と確認しながら記入してもらうことができます。

POINT 1



OJTの全体像を把握できるので
新入社員の早期成長に繋がる!

POINT 2



新入社員とOJT指導者が「共に進み、共に成長する」ことができる!

POINT 3

あえてITに頼らず、書いて理解を深めるアナログのノート形式を採用

POINT 4

自社のOJT制度に合わせてノートの内容をカスタマイズ可能!
※別途料金がかかります

新入社員は、OJT指導者や先輩社員から指導を受ける際、常にGROWTH★NOTEを持ち歩き、多くの事を書き込むようにします。指導を受けたあとも振り返ることができ、また自分の仕事の計画や見直しをするのに実用的なので成長の過程として活用することができます。

真面目に
楽しく。
夢中で
学べ。



“had better” な学びは効果がない 「～ねばならない」「～すべきである」



社会人が学ぶ場、特に企業研修は、この「had better」が基本軸にあるため、受講者の動機付けは常に課題の一つです。一方で、個人的に始めた習い事や趣味には、「好き」というこの上ない動機があります。しかも、夢中で取り組むことにより技術が身につく、自ら課題を発見して目標を設定していくことができます。企業の教育担当者が、研修受講者の動機付けにこだわるのは、学習の身のつき方に大きく差が表れるからです。

Do★Do★Doの研修シリーズは、ヒップスターゲートが開発したビジネスゲームシリーズで、現在、2タイトルがリリースされています。企業での1年間をダイナミックに疑似体験できるDo★Do★Do。営業職に特化した業務フローを体験するDo★Do★Do2。

研修講師が上司役を担って受講者に接することが二つのプログラムに共通する特徴です。座学型研修のように講師が一方的に進行することはないので、研修開始の際に動機付けがされていない受講者でも、講師の演じる上司や顧客の指示・要望に適宜応対しながら、時間を有効に構築していくよう変化し始めます。プ

ログラムのストーリー性と環境設定が、次第に受講者を本気にさせていくのです。

このシリーズは、ビジネスの現場を模したビジネスゲームですが、疑似であっても受講者の体験は本物です。仕事を楽しいと思ったり、また、悔しいと思ったりする気持ちに偽りはなく、受講者のリアルな感情から貴重な「気づき」が生まれ、学習効果が高まっています。ゲーム作りの考え方や手法をゲーム以外のサービスに応用し、ユーザーが楽しみを感じたり熱中したりしながらサービスを受けられる仕組みをゲーミフィケーションと言います。

Do★Do★Doの研修シリーズはこのゲーミフィケーションを取り入れ、研修を「難しそ〜」ではなく、面白そ〜に変えるプログラムなのです。

さて、受講者に何を気づいてもらいたいのか、企業の育成計画や受講者年次によって、その目的は異なります。しかし、ビジネスゲームはパッケージ化されていることが多く、斬新で楽しそうではあっても、研修目的との合致が難しく、導入を見合わせる企業も少なくありません。しかし、Do★Do★Doの研修シリーズは、指導ポイントのチューニングが可能という、もう一つの共通した特徴があります。

例えば、「ビジネススマナーをトコトン実践させたい」「PDCAを回しな

がら仕事を実践させたい」など、導入企業のご要望に相応する上司役の個性（タイプ）を設定し、受講者の反応を見ながら研修目的に沿った指導をします。パッケージプログラムでありながら、カスタマイズを可能とするプログラムとなっています。

「知っている」を「できる」に変える

Do★Do★Doは新入社員を中心とした若手社員を対象とするプログラム。受講者は仮想企業の社員となり、チームに分かれ、予算を割り当てられた企画開発課として、知育ロボットの企画・製造・販売を行います。チームワークはもちろん、時間的・物質的なコストの意識がなければ正常な収支バランスは保てません。最終的な経常利益がチームの勝敗を分けますが、この過程で、他チームに負けたくないという気持ちが生まれ、チーム運営や個の能力、貢献意識が醸成されていきます。

また、ビジネススマナー、報連相、議事録作成など、業務スキルを発揮する場面が随時用意されており、それぞれが鍛えられるように工夫されています。これは、入社時の導入研修や職場での指導で学んだ「ひとつのスキルを、実践の場であるDo★Do★Doで繰り返すこと」によって、習慣化を促すことが目的です。「知っている」と「できる」の差は大きい。Do★Do★Doの登壇講師が本

気で上司役を演じるのは、ビジネスの現場を忠実に再現し、実践の場で「できる」能力を受講者に身につけてもらうためです。

Do★Do★Do2は、営業プロセスを学習するプログラム。受講者の年次を問わず、新任の営業担当者が対象です。Do★Do★Doと同様に仮想企業の社員となり、企業内大学で営業職訓練生として新規案件の発生からクロージングまでを疑似体験します。個性の異なる複数の顧客との商談を重ね、訪問前の事前準備や役割分担などチーム営業の醍醐味を味わうことができます。

受講者はチームに分かれて提案をしますが受注できるのは一チームのみ。顧客のニーズを具体化した商品化できたチームに軍配が上ります。商品化のためには、顧客情報を含め、ニーズを正確にかむ必要性があります。情報は訪問頻度に比例して受講者に与えられ、顧客との信頼関係の大切さにも気づけるように作られています。営業の仕事は厳しく泥臭いもの。だからこそお客様との信頼関係の構築がDo★Do★Do2の大きな学習テーマなのです。

商談訓練中の発言やビジネススマナーなどは、訓練終了後に講師からフィードバックを受け、その内容を振り返ることができます。

例えば、講師から顧客

企業のイメージキャラクタの名を間違えていたことを指摘された受講者は、それ以来、企業名や担当者名、商品やサービス名の呼称について幾度も確認をする癖がつき、ミスがなくなりました。また、ヒアリングしながらベーン回しをしていた受講者には、落着きがなく不安気に見えるため、話すときはペンを置くなど行動にメリハリをつけることがアドバイスされています。

商談中だけでなく、サービスの訴求がされているか、顧客の立場で提案内容をまとめようとしているかなど、商談準備の段階もフィードバックが可能です。これは、Do★Do★Do2に3名の講師がそれぞれの役割で登壇することで実現しています。

- ①受講者を直接指導する「セールスマスター」
 - ②顧客となり受講者と商談に臨む「ペルソナ」
 - ③受講者の営業活動を厳しい目で評価し、受講者1人ひとりへフィードバックする「セールスマナージャー」
- それぞれが指導において重要な役割を担います。

Do★Do★Do 研修シリーズが指示されるワケ

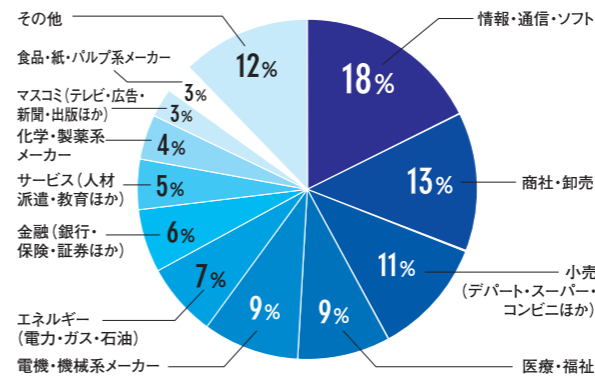
多くの企業は新入社員研修でDo★Do★Doの研修シリーズを導入されています。ヒップスターゲートでは毎年約1500人の新入社員に意識調査を実施しており、調査から抽出された新入社員全体の傾向を把握した上でプログラムをブラッシュアップしています。そうすることで時代に即した内容となり、プログラムの品質が保たれます。

ここ数年の意識調査では、新入社員が真面目で素直なことが分かります。協調性もありコミュニケーション力に優れています。その反面、主体性や当事者意識に課題があり、行動力、実行力が低い傾向にあります。Do★Do★Doの研修シリーズの2タイトルは、受講者自らが何をするかを決定し、講師にアプローチをしていかなければなりません。主体性が求められるこのシリーズが、今、必要とされるプ

プログラムであると言える意味が、お分かり頂けるかと思えます。

また、講義インスタラクションについてマニュアル化を徹底していることも選ばれる理由の一つ。複数クラスを同時に開催する新人研修などの場合は、受講者が平等な学習環境を享受できることが理想です。しかし、従来の研修の質は講師の力量と個性によるところが大きく、同じカリキュラムであっても、複数クラスには複数クラスの研修が存在していました。そこで、ヒップスターゲートでは講義インスタラクションをマニュアル化することで、研修の質の均一化を図りました。新入社員数の多い企業には非常に好評であると同時に、私どもを信頼いただける要素の一つです。

図1 「Do★Do★Do研修シリーズ」における業種別導入実績（2015～2017）



①ビジネスゲーム型研修の対象者はどの階層が適切か？
 Do★Do★Do研修シリーズであれば、新入社員研修44%、新入社員フォローアップ研修17%、若手社員向け研修12% (2015～2017の統計) で、新人・若手向け研修として実施されている企業が多い事がわかります。(中堅社員、管理職に対しては、ゲームレベルのチューニングをしようで実施)

②講師以外の登場人物？

現在のDo★Do★Do研修シリーズは、一部が動画で進行する仕組みになっています。オープニングに実写の動画があり、続いてキャラクターが登場しアニメーション映像が流れて本編が始まります。Do★Do★DoにもDo★Do★Do2にも受講者と講師以外にアニメーションのキャラクターが登場します。アニメーションである利点は、単純に垣根が低く、かつ世界観を作りやす

解明「Do★Do★Do研修シリーズ」(図2)

いということ。研修の目的に繋がるキーワードなど、重要な部分をキャラクターに話させることで、より印象的に伝えることが可能です。受講者に求める

図2 「Do★Do★Do研修シリーズ」におけるカテゴリ別導入実績（2015～2017）

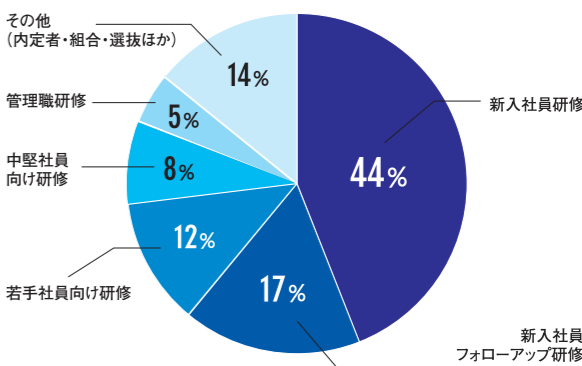
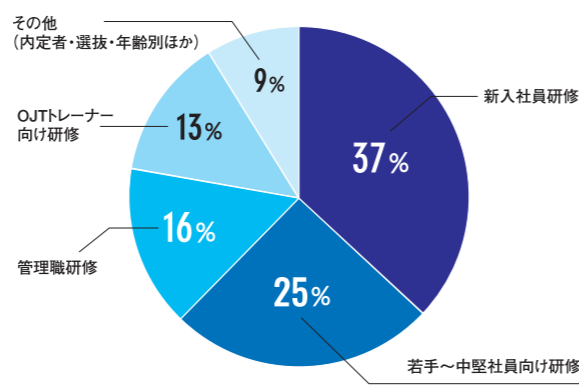


図3 ヒップスターゲートにおける2017年度カテゴリ別導入実績



ベルや質を、キャラクターの見た目や言動によって際立たせることができます。

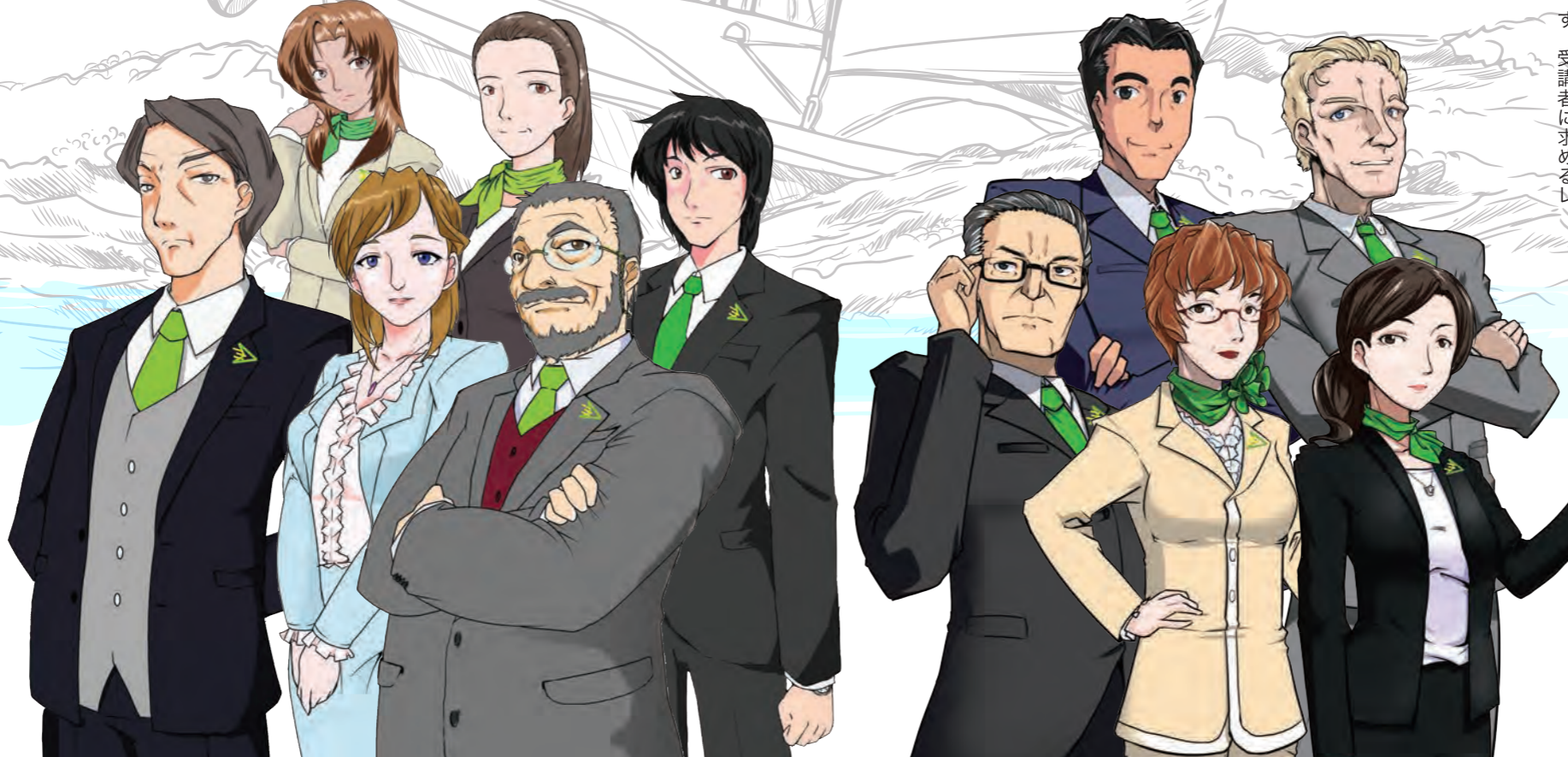
③ディテールが細かすぎる？

受講者が入社する仮想企業には、会社ロゴや社員証があり、帳票類や備品も企業で使用することをイメージして作っています。これは、ストーリー展開や世界観に受講者を引き込み、現実に戻ってしまわない仕掛けとして重要なディテールです。また、アニメーションの導入は、プログラムのカスタマイズや更新に不向きで、その作業は手間、コストともにかかりますが、企業を模擬体験する以上、新入社員をとりまく上司や先輩が複数人登場することが理想です。アニメーションでのキャラ

クターも、受講者に本気で研修に参加してもらうために必要なディテールの一つです。

Do★Do★Do研修シリーズは、ビジネスの楽しみ方を本能的に学習できる研修です。どうすれば営業成績が上がるか、ではなく、どうすればビジネスそのものを楽しくめるか、です。昨今、会社からの管理職オファーを拒否する傾向があると言います。もしそれが、責任や負担を避けたいことが理由ならば、それはビジネスの楽しみ方を知らないのです。

ヒップスターゲートはこのシリーズの提供を通じて、ビジネスは楽しいというメッセージを伝えていきます。テーマによっては座学型研修が適していますが、受講者は苦痛でつまらないのが本音です。そのような受講者の本音と真剣に向き合うと、時間を忘れて夢中になれる研修でなければと心から思います。それが私どもヒップスターゲートです。



私どもはDo★Do★Do研修シリーズの商品力に自信があります。しかし、世の中あらゆる商品にあてはまるように、他社の研修プログラムも個性があり有用で、それほどの差があるわけではありません。では、どこに強みがあるのか。それは、私どものオペレーション力、チームワークかもしれません。必ずチーム全体で一つの案件を遂行し、目標、目的が共有されています。強いて言えばそれが競合優位性です。営業が商品を提供し、入手した情報やお客様の声を瞬時に反映させて開発者が商品をつくり、今、ヒップスターゲートは抜群のサイクルを回しています。

Do★Do★Do研修シリーズは更に進化します。ご期待ください。

Do★Do★Do2の特長

- 1 緻密な営業ストーリーで受注の喜びをリアルに体感!
- 2 個性ある複数のお客様への柔軟な営業対応を学習!
- 3 講師の個別フィードバックで具体的な改善点を抽出!



営業の基礎知識がないまま現場に配属されるので、とても不安…

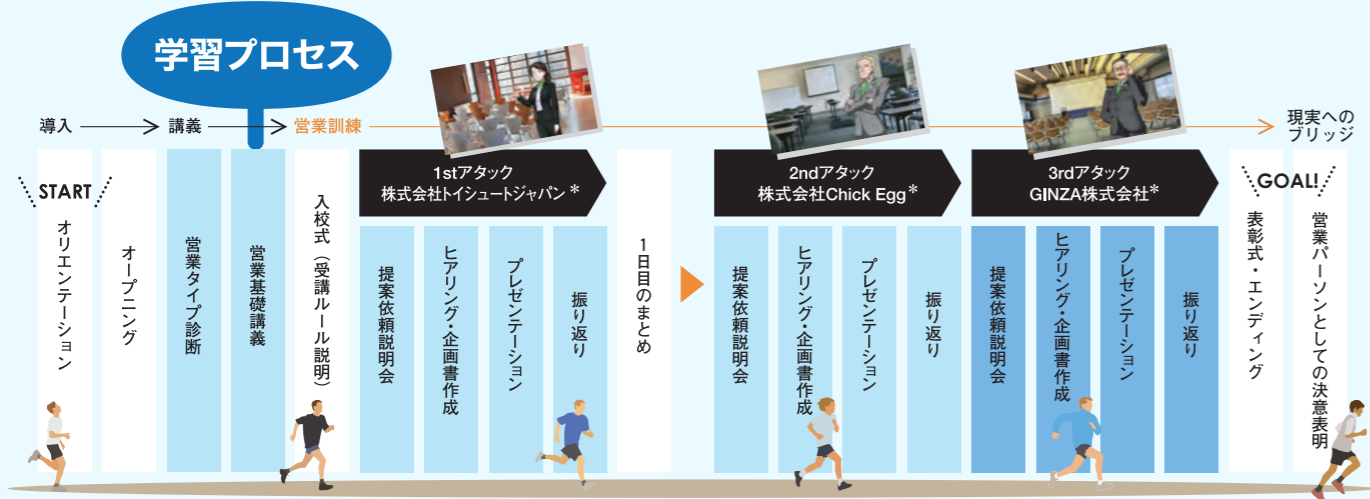
個別のフィードバックが得られるような、営業研修を探している…

新米営業パーソンの育成で、こんなお悩みありませんか?

新米営業パーソンを早期に戦力化したいが、その方法が分からない…

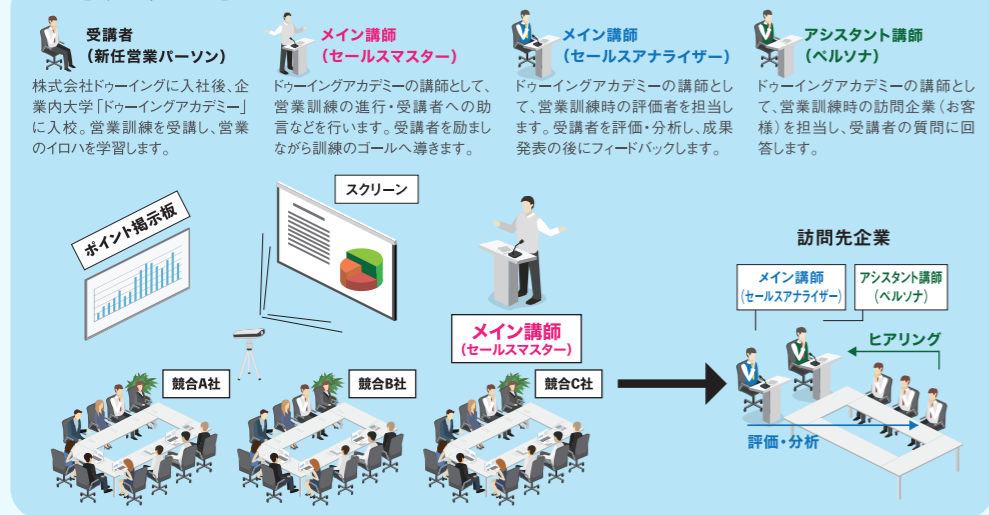
実際の現場のような緊張感ある営業体験をさせたい…

そのお悩み、Do★Do★Do2で解決いたします!



*研修用の企業名であり、実在する企業とは一切関係がありません。

レイアウトイメージ



研修風景



3つの意識強化

- 1 顧客視点
- 2 仮説思考
- 3 目標達成意欲

BUSINESS BOOK(テキスト)



実施概要

- ◆受講対象…新人若手営業パーソン
- ◆研修日数…2日間
- ◆研修時間…9:00~17:30(昼食休憩1時間含む)
- ◆推奨人数…1クラス18名(6名×3チーム編成)
※18名を超える際は複数クラスでの実施をお願いしております。
- ◆指導体制…メイン講師2名、アシスタント講師1名/1クラス

Do★Do★Doの特長

- 1 職場を忠実に再現した環境で仕事の進め方を学習!
- 2 困難な課題にチームで取り組み組織活動の重要性を理解!
- 3 上司・他部署への協力依頼で実践的な報連相を体感!



フォローアップ研修で、若手社員の弛んだ気持ちを引き締めたい…

内定辞退を防ぐため、入社前にチームワークを高めたい…

若手社員の育成で、こんなお悩みありませんか?

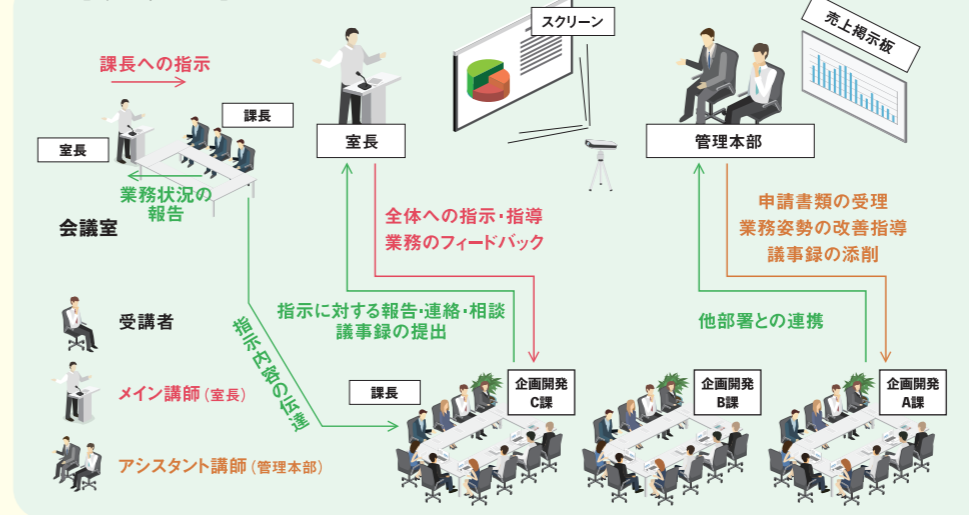
新入社員の甘えた考えや意識を、早い段階で変革させたい…

新入社員の配属直前に、総合的・実践的な研修を行いたい…

そのお悩み、Do★Do★Doで解決いたします!



レイアウトイメージ



研修風景



3つの意識強化

- 1 目的思考
- 2 自責思考
- 3 自己管理

BUSINESS BOOK(テキスト)



実施概要

- ◆受講対象…若手社員(内定者~入社3年目)
- ◆研修日数…2日間
- ◆研修時間…9:00~17:00(昼食休憩1時間含む)
- ◆推奨人数…1クラス32名/1グループ8名推奨
- ◆指導体制…メイン講師1名、アシスタント講師3名/1クラス



株式会社NTTぷらら
事業推進部長 広報室長 兼務
尾玉 憲生

株式会社NTTぷらら
事業推進部 マネージャー
近藤 雅恵

INTERVIEW

interview file 03

interview file 01

株式会社 JVCケンウッド
人事部 課長 主事
布伊久雄

株式会社 JVCケンウッド
人事部
井出 智江子

interview file 02

株式会社東急ハンズ
総務部 人事グループ
川口 純奈



SPECIAL



株式会社 JVCケンウッド

〒221-0022
神奈川県横浜市神奈川区守屋町三丁目12番地
<https://www.jvckenwood.com/>

2008年設立。映像・音響・無線技術を融合し、グループ総力を結集することで「オートモーティブ」「パブリックサービス」「メディアサービス」の各分野において事業を展開中。お客さまの課題を解決する「顧客価値創造企業」への変革を目指している。



株式会社 JVCケンウッド
人事部 課長主事

布 伊久雄

株式会社 JVCケンウッド
人事部

井出 智江子

SPECIAL INTERVIEW01

スペシャルインタビュー 株式会社 JVCケンウッド

企業ビジョンを推進していき 自立型プレイヤー

御社では、どのような人材を求めていますか？

布 当社の企業ビジョンである感動と安心を世界の人々へ届け続ける役割を担う人材です。当社は高年齢の社員が多く、若年齢が極端に少ない年齢構成となっていますので、あと十年もすると高年齢が一気にいなくなることで、技術の継承がおろそかになり、若年齢への負荷が急激に拡大する恐れがあります。私たちは、培ってきた技術や企業ビジョンを次の若い世代へと繋げていく必要があります。もう一つは、一人ひとりが主人公になって絶

え間ない変革を起こせる人材を求めています。一言でいえば自立型プレイヤーです。高感度で自立性と実行力に溢れ、誠実な行動に徹することのできる人材です。

当社製品はカーオーディオやカーナビ、ビデオカメラなどが知られていますが、他にも無線機やプロジェクター、さらには医用機器の開発、生産、販売も行なっています。事業分野が多岐にわたるため、当社内における自身の役割と業務の目的・目標をしっかりと持ち、自身のキャリアプランを実行してもらいたいと思います。

新人教育の基本コンセプトを教えてください。

布 社会人として必要な態度や能力を身につけ、配属された職場にスムーズに馴染めるようにすることです。また自社製品だけでなく、業界に対する理解を深めることも、新人教育のコンセプトになっています。

当社では、短期集中ではなく、半年程度の長い期間で研修を行います。ビジネススマナーなどの基本スキルはもちろんのこと、会社概要や各事業分野についても学びます。ものづくりの現場を知る製造実習や、お店でお客様と接する販売実習にも取り組んでいます。商品作りを体験し、お客様に買っていただく喜びを体感してもらうことが目的です。時間をかけて様々な学習経験を積むことで、自社や他社の製品の良し悪しを学ぶことも、座学にこだわらない理由の一つです。

井出 長い研修期間を掛け、その人にあった配属先をしっかりと考えてあげたいという狙いもありますね。私たちは新入社員の個性を把握し、その特性を活かせる事業分野への配属を考えます。本人が思う以上に、その人の魅力や個性がたくさんあるんですよ。実際に研修中に様々な経験をすることで、新しい一面を垣間見ることがあります。入社前と入社後に、希望の配属先を聞きますが、全員をその通りに配属できるわけではありません。その人の適正を見極め、配属する人数や業務内容などを十分に考慮しています。

布 昨年までは新入社員が20名程度でしたが、今年は41名、来年はさらに倍の人数の採用を予定しています。新卒採用数が増えることで、今までのように、一人ひとりと接する時間が少なくなるため、研修計画の組み直しを検討しなければならないと考えています。

今年の新社員の様子はいかがですか？

井出 例年よりも人数が多いということもあり、とにかく元気。それは今年のキャラクタールなかなと思います。すれ違うお客様や先輩社員にも大きな声で「おはようございます」「こんにちは」と挨拶をするので、私たちが遠くにも聞こえるほどです。

挨拶運動みたいなものはないのですが、新入社員たちが率先して挨拶することによって、先輩社員も良い刺激を受けているようです。ヒップスターゲートさんには、ビジネススマ

「研修も担当していただいていますので、やはり教えてくださる講師の先生が良いのだと思いますね。外部講師の方は新入社員が理解しているか、していないかをしっかり分析してくださいませ。理解できていなければ、理解するまで表現や表情を変えて何度も伝えてくださるので、彼らにしっかり伝わっていると感じられます。」

布 研修期間は集団行動することが多いです。例えば、出退社時に、社外で賑やかにしている姿を先輩社員が見ていて、お叱りを受けることもあります。まだ学生気分が抜けきれていない部分があります。

素直なので注意すると反省できるため、研修を通じて払拭したいです。そのためにヒップスターグートさんには、ビジネススマナー研修を厳しく行なっていただいています。私たちが指導するより、外部講師の方に注意された方が彼らの受け止め方がまったく違います。

また、今年の新入社員たちは、発想が自由というのも大きな特徴です。自走式のロボットを作って競争させる研修では、基本ルール以外自分たちで考えたルールを追加して良いこととしたとき、例年はだいたい同じようなルールになるのですが、今年は私たちが予想もしなかった斬新な提案がありました。

井出 例えばチーム毎にロボットのコンセプトを書いたポスターを作成する課題では、色の違う模造紙を用意し、好きな物を選びます。大抵は一枚をそのまま使うのですが、彼らは模造紙を二枚にカットし始めたのです。カットした理由は、半分ずつ色を変えてポスターを作りたいということだったのですが、私

メンターは教育係の役割もあります。職場でのルールや業務を遂行するために必要なスキルを六ヶ月間教わり、より早く自立(自律)できるようにしています。職場研修に近いです。メンター制度終了後の二年目は、特に研修はありません。三年目になったときに、同期入社社員の社員を集めて、三年目研修を実施します。

井出 二年目は放置と云いますか、期間をあげるにより、自分でなんとかしなければならぬ、という気持ちになりますよね。その成長を確認できるのが、三年目研修です。当社は新入社員研修を半年程度実施し、その後メンター制度を半年と、濃密な一年間になります。先輩に



二年目にあえて空白期間を設ける。その理由は……

たちとしては、「切る」という発想が全くなかったので、少し驚きました。

また、女性のリーダーシップが強いのも今年の傾向ですね。当社としては、従業員一人ひとりのダイバーシティ(多様性)を尊重し、活用することで、働きがいのある職場を実現し、活力のある風土作りを目指す取り組みを始めています。そういった人材は非常にありがたいですし、これからも伸ばしていきたいと考えています。

二年目、三年目の教育制度について教えてください。

布 当社は、配属後にメンター制度を運用しています。新入社員は、配属先の先輩1名に六ヶ月間、一対二で公私ともに面倒をみてもらいます。当社のメンターは、ちょっとした相談も含めて、「こういうことがわからないければ、○○さんに聞いてみたさ」とか、「○○職場に確認したら?」というような水先案内人的な役割を担います。右も左も分からない新入社員は、職場メンバーや関係部署の方たちとスムーズにコミュニケーションが取れるようになります。もちろん「〇〇」も必要なので、

教わる一年目、教わったことを実践し自立への一歩を踏み出す二年目です。つまり、チャレンジするための元年という感じですね。

研修の有無に限らず、適宜フォローはしています。彼らの親役として接するように心がけていますし、彼らもそういう認識で頼ってきてくれます。そういった点では信頼関係ができてきているかな、と思います。

三年目になると、自分は何ぞこの仕事をやっているのだらうとか、職場の上司や同僚と上手く付き合うにはどうしたらいいのだらうかなど、いろいろな不安がでてきます。それらを払拭するためにフォローアップ研修などを実施しています。ただ二年目に関しては、そうした研修は特にはありません。

また、配属から二年、三年となると、話す言葉にも凛々しさを感じます。例えば「二つ大きな仕事を任せました」とか、「お得意様との交渉に行ってきます」とか、「海外出張が増えたので、語学力とプレゼン力を勉強します」など、凛とした雰囲気と言われると、「大人になったな」と思います。

布 当社の場合、新入社員の研修期間中は人事部預かりとなっていて、井出が日々付きまわりの状態です。彼らが職場に配属された後も、井出を頼って、いろいろなことについて報告や相談してくるので、職場や市場の状況など多種多様な情報を私たちが吸収できる良い面もあります。

井出 そう言った意味でも、お互いに情報を共有できる、良い関係でありたいと思いますね。



新人・若手教育において、今後の取り組みを教えてください。

布 来年度の新卒採用は80人の予定で、販売実習には長い期間が必要で、実習を受け入れてくださる多くの販売店舗様を確保することが一番の課題です。座学であれば広い会場さえ確保できれば全員まとめて研修できますが、販売実習では店舗数によっては、二部制でのローテーションを検討しなければならぬと思っています。研修効果が高まるシフト制を早急に考える必要性があります。

井出 ただ二部制にもメリットとデメリットがあると思います。たとえば初めに全員で行うビジネスマナー研修や他の座学・見学などの経験を積むことにより、試行錯誤した上で販売実習先店舗に立ち、気持ちのいい接客マナーや、質の高い提案がでるのではないかと考えます。一方で、ビジネスマナー研修のみで、販売実習を行えば無邪気で元気のいい挨拶や、型にはまらない提案、商品知識の暗記である程度の説明ができるのではとも思いますが、座学先行が良いのか、市場体験を先行するのが良いのか、全く未知の世界です。二部制によってどのような違いがあり、どのような障害が出るのか、全く見えないのが現状ですね。どのように彼らをフォローしていくのかも考えていかなければなりませんね。

布 販売実習前に各事業分野について理解する、商品知識を高める、各種研修を受講することで、JVCケンウッドの社員である自覚や誇り、自社製品の知識、愛着心などが形成されると考えられます。もし逆であれば、また違う成果が得られる可能性もありますが、販売実習の目的の一つである「当社製品の販売促進に貢献する」という目標が達成できないことが危惧されます。

彼らが販売実習の目的をあまり理解せず、当社製品を販売するただけに店頭に立っていると、モチベーションが上がらなせんし、研修の意味を成しません。懇々と説明した上で販売実習に臨むべきと考えます。過去の新入社員研修における販売実習では成果が得られている事実を鑑みると、販売

均一的な研修効果の確保に向けて

実習はぜひとも実施したいです。新入社員の動機付けと最大限の研修成果を考えたとき、店舗での実習タイミングや期間は本当に難しい課題です。

井出 会社では学校生活とは違い、年配の方や全く違う考え方をもっている人や性格的に合わない方がたくさんいる中で、同じ目的・目標にむけてチームで働いています。

考え方や答えは一つではなく、納得のいかないことも少なからずあると思います。ですが夢や希望を失わず、まずは優秀なフォロワーとなり、日々精進し自身のスキルアップを図りつつ、自由闊達に社内新しい風を吹かせて欲しいです。

新入社員研修で教わることは、必ず役に立つと信じています。



株式会社 JVCケンウッド
人事部

井出 智江子

1992年 日本ビクター株式会社入社
オーディオ事業部 生産・技術部
1999年 日本ビクター株式会社 人事部
2011年 株式会社JVCケンウッド 人事部



株式会社 JVCケンウッド
人事部
課長主事

布 伊久雄

1986年 日本ビクター株式会社入社
ビデオ事業部 サービス技術部
2004年 日本ビクター株式会社 関係会社へ出向
情報管理部ITグループ
2015年 株式会社JVCケンウッド人事部

※経歴は、インタビュー時のものです。



自ら考え、責任と熱意を持って 仲間と協業でできる人材

御社についてお聞かせ
ください。

「お客様の生活文化の創造をお手伝いする」
ことが当社の企業理念です。約40年前に、
東急不動産のチャレンジ事業として東急ハンズ
が発足しました。東急不動産は、家を守る
のが仕事ですが、東急ハンズでは、その先のお
客様の生活を創り出すことを目的としていま
す。お客様が、東急ハンズで新しい発見・発想
と出会い、暮らしを創り出すヒントを見つけ
ていただくお手伝いをするのが、私たちの仕
事です。ペンを一本買うにも、欲しいから買う
ことはもちろんですが、このペンで何をしたい
のか、といったお客様のその先にあるものをと
ても大切にしています。当社ではこれを「ピン
ト・マーケット」と呼んでいます。また、当社の
ロゴは「手の復権」がテーマになっており、「手
で新たなものを創造しよう」というコンセプ
トにも通じています。

求める人材像をお聞
かせください。

当社では様々なことに好奇心をもって取り
組み、自ら考え、責任と熱意を持って行動でき
る人材を求めています。東急ハンズはハンズ業
態だけで50店舗（の含む）あり、店舗ごとに
仕入れや品揃えも異なります。社員一人ひと
りからの積極的な意見や提案が必要となる
ため、ルーチンワークをこなすだけではなく、
自分から情報を集め発信し、仲間と協力しな
がら行動に移せる人を理想の人材像として
掲げています。

私は、契約社員として東急ハンズに入社し
ました。入社当時、好奇心はありましたが、正
直、自ら考え行動することはあまりなかった
と思います。しかし、契約社員とはいえ、裁量
の幅が非常に広く、自分から積極的に取り組
まなくてはいけないことに気がきました。一年
ほど経った頃から、自分の仕事ではないこと
も、自ら率先して行い、自発的に仕事を覚え
ていくようになりましたね。契約社員の頃は、
与えられた仕事を間違いないこなすことが責
務だと思っていましたが、正社員になると、全
体をマネジメントする立場に変わり、店舗の
ことだけでなく、東急ハンズとしてどうあるべ
きかといったことも考えるため、より仕事に
責任をもって取り組むようになりましたね。

どのように仕事を覚え
ていったのでしょうか？

リーダーや先輩方の働きぶりを観察する、
人事グループに配属されてからは年上の方と
接する機会が増え、社長や役員、室部部長の
お話を聞くことも大きな刺激になりました。
また正社員登用後の研修で、社会人としての
基礎も改めて学びました。



株式会社東急ハンズ
総務部 人事グループ
川口 純奈

最近の新人・若手社員の
印象を教えてください。

私は2016年から新入社員を見ていま
すが、東急ハンズが求める人材のごとく、素直で
明るく元気な方が多いです。また良くも悪く
も、みんなと同じが嬉しいといったような協
調性が非常に強い社員が増えてきた印象が
あります。その一方で、研修で質問がなかな
か出ない、遠慮をして意見を言えない様子など
が見られ、自分の思いや考えを発言する力が
弱くなっていると思います。そうした傾向を
考慮して、特に研修では安心で安全な場づく
りを意識しています。例えば、研修内で出た意

スペシャルインタビュー 株式会社東急ハンズ

SPECIAL INTERVIEW02

見は他の場で公言しないこと、どんなに些細
なことでも話していいことを最初に伝えてい
ます。そうすると、少しずつ勢いが出てきま
すね。

当社では、四月に実施する研修が新入社員
にとって最初の仕事になります。研修は全員
でつくるものだと伝えていますが、全体的に
指示を待つ受け身の姿勢があります。また、
次に何をしなければいけないのか、考える前
に答えを求めてしまうのも、最近見えてきた
傾向だと思います。仕事には正解がないと認



株式会社東急ハンズ

1976年設立。お客様の暮らしに根ざしたベーシックな
商品をはじめ、多様なご要望にお応えするための商品
を幅広く取り揃えている。この豊富な素材こそが「ハン
ズの商品力」であり、ハンズならではのモノやアイデア
を発見するよるこびをお客様一人ひとりに提供してい
る。ブランドステートメントは、いまのあなたにとっての
「ヒント・マーケット」。

〒160-0022

東京都新宿区新宿6-27-30

新宿イーストサイドスクエア 3F

<https://www.tokyu-hands.co.jp/>

識して入社しているものの、どこかで正解があることを期待しているように感じます。そして、失敗することを非常に怖がりませぬ。失敗したくないがために、慎重すぎる程に下準備をする人もいます。書類一枚記入するにも、下書きのための下書きをするような感覚ですね。

新人・若手社員の育成計画を教えてください。

学生から社会人へのシフトチェンジ、ビジネスマナーの学びと実行、課題を見つけてクリアしていくという一連の流れを実現していく為に、一年間を5つのステップに分けた「育成計画シート」(図参照)を活用しています。まず、

新入社員には、新入社員・チームメンバーの仕事は、チームの一員としてリーダーを補佐し、一丸となって成果を発揮していくことだと伝えます。その後、半年間はOJTトレーナーがついて指導をしていきます。

当社は、二、三年に一度キャリアアローテーション異動があり、ずっと同じ部署に居ることはあまりありません。この育成計画は、最初の一年間でちゃんと自律した人間になってもらうことを目標として、二年前に導入しました。異動は、店舗、管理部門、法人営業、バイヤーなど、とにかく全く違う部署に配属されることもあります。しかし、東急ハンズの全体像を把握してもらい、多種多様な仕事をする中で経験を積んでもらえるという意味で必要なことですね。

育成計画シートで段階的にステップアップできる仕組み



育成計画シート (図)

※本シートは2018年度版を基にしています

OJT期間					
期間	ステップ1 4月1日(日)～5月20日(日) 4/1～4/15 導入研修(前半) 4/16～ 各店配属	ステップ2 5月21日(月)～6月30日(土) 5/21～5/26導入研修(後半)	ステップ3 7月1日(日)～9月30日(日) 7/1 本採用	ステップ4 10月1日(月)～12月31日(月)	ステップ5 1月1日(火)～3月31日(日)
業務習得チェックシート					
	振り返り	振り返り	振り返り	振り返り	
テーマ	社員としての基礎固め・従業員基本行動の理解	基本業務の理解・実践	基本業務の確実な実行	社員として・チームの一員としての行動ができる	チームの成果に貢献するための基礎固めをする
内容	<ul style="list-style-type: none"> ○企業理念の理解 ○社会人としてのマナーの実践 ○ビジネスマナーの習得 ○配属店舗・フロアールールの理解 ○小売業の理解・ハンズの仕事の理解 ○フロアでの基本業務の流れを知る ○リーダーとしての土台を作る ○販売員としての基本姿勢の習得 	<ul style="list-style-type: none"> ○基礎実務を確実に実践する ○接客対応の基本姿勢を実践する ○担当カテゴリの商品知識を身につける ○ヒントラック・ヒントステージ立ち上げの流れを理解する 	<ul style="list-style-type: none"> ○業務改善へのアイデアを出す ○仕事に責任感を持ち、正しく実行する ○基本実務の指導をすることが出来る ○チームの一員としての役割を理解する 	<ul style="list-style-type: none"> ○顧客のニーズを収集し、ヒントの提案を目指す ○自分の役割を認識し、顧客視点で仕事を行う ○基本実務の指導をすることができる ○チームの一員として協働する意識を持つ 	
ビジネススキル	集合研修実施項目 <ul style="list-style-type: none"> ・企業理解、ビジネスマナー、ビジネスマインド(報連相)(P DCA) ・社会人基礎力、ダイバシティ、あるべき姿を考える(トレーナー合同) ・問題解決 ・東急不動産ホールディングス新人合同研修(グループ各社理解) 				
業務知識	OJTにて強化する項目 <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマナー実践 ・報連相の実践 				
	集合研修実施項目 <ul style="list-style-type: none"> ・接客、レジ、承りカウンター、ハンズの仕事の仕組み・ラッピング ・小売業の理解、PDA、HDB ・食品管理、電話対応 ・コンプライアンス、法令、個人情報保護 ・VMD研修、人事制度について ・PDAフォロー、適正在庫研修 ・食品管理フォロー、接客(購買心理) ・実務習得の確認とフォロー ・計数の理解 ・クレーム対応基礎 ・計数の理解 				
業務知識	OJTにて強化する項目 <ul style="list-style-type: none"> ・館内規則の理解 ・店舗ルール/フロアールールの遵守 ・基本業務の習得 ・商品知識習得 ・従業員基本行動の実践 ・従業員基本行動の実践 ・基本業務の実践 ・商品知識習得 				

特徴
振り返り、自己評価をすることで、ステップ毎に自分の成長度合いがわかる

育成計画の評価や振り返りはどのように実施されていますか？

ステップ毎に業務習得チェックシートを記入させ、「挨拶はできているな」「この仕事はまだ課題だな」といった具合に、自己評価してもらいます。さらにOJTトレーナーからも評価してもらい、自己評価との相違を可視化し、事実関係を確認しながら育成計画を進めていきます。自己評価をすることで、ステップ毎に自分の立ち位置がわかり、同期同士と比較して切磋琢磨することも多いようです。もちろん、店舗ごとに覚える内容は異なるため、単純に比較することはできませんが、自分だけ未経験の業務があるとわかると、自らトレーナーに教わりに行くなど、自発的に行動する人も出てきます。一年間での仕事量はとても多いですが、ステップ5の時点で、今の自分の課題を見極め、二年目以降に繋げていきます。

この取り組みを始めたきっかけは何だったのでしょうか？

新入社員から、自分たちの目指すところがわからないと言われたことがきっかけでした。部署ごとに目標を掲げ、達成に向けて取り組んでいるものの、新入社員の教育に関して、トレーナーや管理職からも、本社は何を求めているのかという声がありました。方針が社員に伝わっていない現状を変えるために、ステップ5までの育成計画を導入しました。実は、このシート自体は以前に実施していたものを二年前に復活させたものなのです。復活させるにあたり、いまの状況に必要なものを落とし込んでいきました。導入以前の社員は、この計画シートがあれば、自分たちの現状をもっと把握できたと、今の新入社員を非常に羨ましがっていますね。また、ステップ毎に分けて計画を立てることで、目指すべき大きな目標に対する焦りも少なくなっているように思います。人事としても、店舗ごとの教育事情や、新入社員の成長を個々にチェックできるようにしたことは大きいですね。育成計画を導入してまだ二年目のため、ステップ毎の内容の見直しや、研修への組み立てという観点では、まだまだ改善の余地があると思っています。

育成計画が終わったあと、二年目以降はフォローがあるのでしょうか？

現状二年目以降は、こういった育成計画はなく、等級ごとに必要とされるスキルの提示のみです。以前に、入社から異動までの約三年間を視野にいたった育成計画の話が出たのですが、管理面で課題があり、まだ実現に至っていません。しかし、ゆくゆくは自分がこれまでやってきた業務や培った能力などを異動先にしっかりと引き継げるものとして、何か形になるものを制作したいと考えています。人事が店舗の巡回をして、直接社員に話

しかけることもあるため、このシートのおかげで、具体的にその社員の仕事や目標に寄り添った声かけができるようになりました。トレーナー側の状況も把握できるので、そうした活用もしていますね。今後は、他の面でも活かせるように方法を考えていきたいです。



今後に向けての取り組みを教えてください。

私たちの世代は、観察して覚えるという精神がまだ残っていますが、今の新入社員には、それが通じないため、これまでの教育方法を変えていかなくてはいけないと思っています。何かを覚えるときはマニュアルがないと不安な様子で、寄り添って教えていくことが大事になると感じています。当社では新卒採用を行っていなかった時期があったため、30代の社員が少なく、トレーナーになる社員は主に入社数年の若手が、40代・50代です。そこに大きな世代間ギャップが生じてしまうこともあります。双方に研修を行っていますが、その中でお互いの考えの相違をさらに伝えていく必要があります。研修を通して、若手の考えを初めて理解し、今までの違和感に納得するトレーナーも多いですね。しかし、実際に店舗で仕事をするとすれば、当然お客様が一番優先のため、トレーナーがいつでも手取り足取り教えるわけにはいきません。」もっと丁寧

に教えてもらえると思っていた」「放置されている」といった声が例年新入社員からあがるため、特に「この二年は、常に誰かが側にいて教えてくれるわけではない」としっかり伝えていきます。これが社会人の仕事の在り方だと認識してほしいですね。

また人事グループでは、社会人としての教育を重要視しており、「コミュニケーションやリーダーシップなどの研修に力を入れていますが、店舗の人員不足によって物理的に研修に割ける時間が少なくなっています。二年目、三年目ともなると、店舗に気持ちに向くため、時間を割いて研修をして何の意味があるのかという気持ちが出てくる傾向にあります。そうすると研修に対するモチベーションも下がってしまうため、これを防ぐ方法を模索していきたいですね。研修を受けたことよって出た成果をしっかりと測定し、研修の必要性を浸透させることが大切なことだと考えています。

社会人としての仕事の在り方を認識して欲しい



株式会社東急ハンズ

総務部 人事グループ

川口 純奈

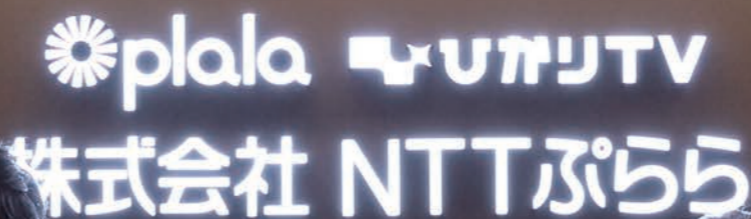
- 2011年 11月 株式会社 東急ハンズに契約社員で入社
ららぽーと豊洲店 管理グループにて勤務(庶務会計)
- 2015年 9月 社内採用社員登用制度にて社員へと昇格
- 2015年 10月 ららぽーと豊洲店 フロアにて勤務(ハウスウェア)
- 2016年 4月 本社 総務部人事グループ 研修担当



「ぷらら版働き方改革」とは？

SPECIAL INTERVIEW03

スペシャルインタビュー 株式会社 NTTぷらら



株式会社 NTTぷらら
事業推進部 マネージャー

近藤 雅恵

株式会社 NTTぷらら
事業推進部長 広報室長 兼務

尾玉 憲生

クライアントの増強です。

社員の声は、どのようにして集めているのでしょうか？

近藤 昨年は自由に意見を記入できる閲覧板を全社員にチーム単位で配布しました。意見を出しやすい空気を醸成するために、いくつかの要望案をサンプルでつけました。現在当社には約400人の社員がいますが、この閲覧板には約690件の意見が集まり、全社員に意見を出してもらったという感触が得られました。その声をもとに、実際に実現したのもあります。たとえば、朝食無料提供、集中業務スペース、会議システム導入、シン

尾玉 働き方改革の目的は、社員一人ひとりが元気で、モチベーションの高い状態で働ける職場づくりです。そこには二つのこだわりがあり、一つは社員の声を形にすること、もう一つは社員自らが働き方を変えていける参加型の改革であることです。大切なのは、そういった考えを社員に理解してもらうこと、そしてどうやって意欲的に参加してもらうかです。これが肝だと思っています。閲覧板の件もやはり、手作りポスターを作成して、働き方改革の今後のスケジュールが分かるように社内に掲示し、会社がいま何を考え実践しようとしているのか認知してもらえよう、特にこの一年はじっくり時間をかけて取り組ん

できました。自分が意見を言ってもよい、発言することで変わる可能性があることを認識してもらい、働き方改革に参加する意欲が継続的に高まるよう取り組んでいます。

こうした全社的な取り組みに社員を巻き込んでいくための工夫を教えてください。

尾玉 働き方改革といっても、一般的にはトップが発言して浸透させていくケースが多ですが、当社は、社員自ら働き方を変えて

御社についてお聞かせください。

尾玉 当社の事業概要は大きく二つあります。一つ目はSP（インターネットサービスプロバイダー）事業、二つ目は「ひかりTV」という映像配信サービス事業です。当社はこのグループに属しており、その中でも創業以来ずっと「新しい事業領域の開拓」を企業ミッションとして掲げています。グループの中でも今までにない事業を積極的に開拓しているという運営をしている会社です。

当社では2017年度から「働き方改革」に取り組んでいます。きっかけは、職場における社員モチベーションの低下にありました。当社では毎年、モチベーションサーベイを通して全社員のモチベーションを測っており、一時はグループの中でもモチベーションの高い会社の一つでした。しかし、新たに取り組む事業は競争環境も激しく、さらに事業を維持していくことは決して容易ではありませんでした。映像配信事業は、事業の柱にまで大きく成長しましたが、会員数が300万人を突破したあたりから同じようなスピードでの成長は困難になりました。そうした背景もあり、社員のモチベーションに少しずつ陰りがみえてきました。これは調査の結果からもわかり、対策の

一つとして始めたのが「働き方改革」でした。「働き方改革」と聞くと、時間外勤務の縮減などに捉えられることが多いと思いますが、当社の場合、社員のモチベーション向上を目的に取り組んでいます。単なる働き方改革ではなく、NTTぷららしい独自のものを表現しよう、と、こだわりを込めて「ぷらら版働き方改革」と呼んでいます。具体的には、仕事と生活の大きな二つの軸をもとに「仕事イキイキ」「生活イキイキ」のカテゴリーに分けました。一方的に会社から働き方を提供するのではなく、社員が望んでいることを社員自ら実現していく改革になるように取り組んでいます。決して「働かせ方改革」にならないよう、とても意識していますね。

株式会社 NTTぷらら



株式会社 NTTぷらら
NTT Plala Inc.
〒170-6024 東京都豊島区東池袋3-1-1
サンシャイン60 24階
<http://www.nttplala.com/>

1995年設立。映像配信サービス「ひかりTV」では、専門チャンネルや地上デジタル放送、BSデジタル放送を最大105チャンネル提供し、ビデオオンデマンド（VOD）は約132,000本の作品を提供している。「お客様中心主義」を基本理念に掲げ、お客様満足度の高いサービス提供を追求し続けている。

いつてほしいと強く感じていて、そのために働き方改革を一つの旗印にしようと思い入れた背景があります。良い例は、リモートワークの実現ですね。現在私たちは、外でも在宅でも仕事ができる状態ですが、以前はこのリモートワークを禁止していました。なぜなら、セキュリティと労務管理に対する懸念があったからです。この状況を変えていくと、まずはトライアルで実際に社員にも参加してもらい、セキュリティや労務管理のリスクが小規模で収まる範囲で実践しました。この時のメン

バーは自分たちで壁を取り払いながら、働きやすい環境、望む環境を手にしていくという気持ちで、参加していました。社員参加型というのはまさにそういうところですね。そのおかげで、リモートワークは働き方改革の目玉となり、現在では社員の半分に行き渡っています。今年九月頃には、全社員に導入できる予定です。これは、会社が決めたことではなく、社員が自らこの環境を実現したんですね。二年前には考えられなかったことです。自分たちで声を出して、成果を証明して獲得し

た、いわば権利のような働き方です。だから「働き方改革」ではなく「働き方改革」であり、そこに「ふら版」という意味があるので、この成功体験をもとに、さらに働き方改革を広げようとしています。ここには私たちの自負がありますね。自分たちで働き方を作っていくという、この社員の満足感の中に、会社が元気になっていく要素があると思います。

社員の特徴や傾向をどのようにつけていきますか？

尾玉 若手社員に関しては、非常に賢い人が多いと思います。自分の将来像を入社後すぐ語れたり。私が新人で入社したときは、まずは与えられたことをこなそうという感覚だったので、自分と比較すると偉いなと思いますね。そういった意味ではとてもしっかり者で、よく考えていると思います。社会に採まれない印象は受けません。物事の考えに幼さが残るといふか、特に人とのコミュニケーションなど関係構築の場面でそう感じます。

賢く考えているが故に、自分のキャリアや最終的なゴールを意識して、自分は今のままで大丈夫なのだろうかと思いつつも、出てきたように感じます。今のこの仕事をやっていて、この先どうなるんだろうという漠然とした不安ですね。それは、自分でキャリアプランを立てて、マネジメントする知識やノウハウがないために、そういった思いに駆られるのだと思います。

十年ほど前、いろいろな企業でキャリアマネジメントが盛んだった頃は、仮に今やっている仕事に不満があったり、満足度が得られなかったりしても、長い人生のその先にあるゴールを考え、現状の意味合いをきちんと解釈できる社員が多かったと思います。今はその傾向がなくなってきたため、自分のキャリアをしっかりと考える機会を設ける必要性が出てきたと感じています。

「チャレンジ精神」も「スピード感」をもつて、モチベーション高く仕事に取り組んでほしい

また上司が部下のキャリアについて話を聞きアドバイスをするのにも、知識やノウハウが必要ですね。そこも併せて解決していかないと、社員一人ひとりがキャリアを考えて満足できる状態は生まれませんと思っています。

直接話をする中で、ユーザー目線の大切さを学んでもらっています。こういった社風にしつかりマッチできるように、若手社員や新入社員の方たちへの意識付けと、実際に身につくようなカリキュラムを意識しています。

若手の人材育成において、特にどのような部分に注力されていますか？

尾玉 新しいことにチャレンジできて、スピード感を持って実践していけるようになることです。この二つを非常に重要視しています。その意味で主体性というのは、チャレンジしていく中で当然必要だと思っています。また会社が変革の時期ということもあり、新たなビジネスやサービスを積極的に創造することは大切です。当社の事業はコンシューマー向けサービスでもあるため、若手の育成や定期的な面談の中で、お客様第一主義の重要性に加えて、積極性の必要性を伝えていきます。新入社員や若手社員は、技術職の人が多く、サービスを作ったりプログラムを書いたりすることにはとても長けています。決まった仕様に基づき、その通りに作ることは当然必要ですが、実際にそのサービスを使うお客様の気持ちやわからないことの危険性を避けるために、早い段階でお客様の立場に立って、サービスを作るマインドを育てることはとても大事だと思います。大学院を出て技術やプログラミングの勉強をしてきた人たちも、入社してすぐに技術の仕事をするのではなく、まずはカスタマーセンターに配属して、お客様と

近藤 実際に入社一年目に、カスタマーサービス部での研修があります。若手社員は基本的に技術の部隊に配属されることが多いのですが、配属後、お客様の声を実際に聞いてもらうために、一ヶ月間の研修を受講します。研修を通して、サービスを世の中に出す責任を最初にインプットすることができます。自分の配属される部署の業務内容を知った上でCS部に一ヶ月間〇〇に行くため、自分の現場や技術部隊の現場にどう活かせるかという課題を持って帰ってもらっていると思います。この研修期間に実際に聞いたお客様の声をもとに、自分の部署でやりたいことを見つけられることが、研修の前後で変わるころだと思っています。

尾玉 新入社員の育成係として、社員をトレーナーにしていますが、送り出す上司や、そのトレーナーに、この研修が終わった後の発表会でアドバイスをもらう機会を作っています。実は、上司もトレーナーもこの時新鮮な気持ちになっています。たとえば、技術開発という仕事を長くやっていると、顧客視点を忘れてがちになるのですが、新入社員や若手社員を育成する側の立場で接することによって、自分の中でも顧客視点の重要性を思い直すことができます。若い社員だけではなく、指導する社員にも研修は良い影響を与えていると思います。

近藤 さらには一年目の自分の仕事を振り返る機会を設けています。一年間の業務の中で課題を見つけ、解決するために取り組む姿勢は、チャレンジ精神にもつながると思います。課題を見つけて、自ら解決に取り組むことの重要性をしっかりと伝えていきたいです。



育成三年間の集大成は、 世の中にサービスを出すこと



カリキュラムや育成計画について、具体的にお聞かせください。

尾玉 若手の育成期間は三年のスパンで考えています。特徴的なものは、三年目の育成期間卒業のタイミングで、自分たちで実際にサービスを作る試みを取り入れていることです。これは、自分たちでサービスを考案し、社内のリソース確保も含めて検討してもらい、社長や幹部に提案するというものです。育成期間の中で、一番のチャレンジですよ。自分たちで考えたサービスを世の中に出すために、自分たちだけですべて段取りをすることは、若手にとってある意味無茶振りかもしれません。しかし、三年間でチャレンジ精神やスピード感を意識付けながら育ってきた人たちなので、自分たちでやるんだという意欲があります。若い社員同士で検討し、意見合うこの機会は、魅力的だと思います。

また、成功するサービスを作れたかということ以上に、自分たちでサービスを世の中に出すまでのプロセスを知ることがとても重要です。そこにどんな難しさがあるのか、社内のどの人たちの協力が必要なのか、そうした困

難や一連の流れを把握するには、とても良い内容だと思います。自分たちの考えたことを世に出すチャンスがあることを知ってもらったことも大切ですね。

三年間の育成期間で学んだことや考え方が、社員にどこまで根付いていて、それがどう発揮されるのか、これは一つの集大成です。実際にやってみると、意欲やチャレンジ精神だけではうまくいきません。しかし、これから会社の中心となって活躍していくために、自分たちに足りないところに気づくタイミングにもなりますし、社内の人脈を広げるチャンスにもなります。これで育成期間は終わりますが、今後さらに成長してもらおうきっかけになればと思っています。

研修で若手社員に伝えたいことは何ですか？

尾玉 研修を通して伝えたいことがあるのではなく、伝えたいことがあるから、その手段として研修があると思っています。先ほどもお話しましたが、新しいことにチャレンジできる、スピード感を持って実践していけるマインドという部分が大いいですね。もちろん研修の中にはビジネスマナーなどいろいろありますが、私たちが一番大事にしていることは、このマインドが社員の中にどう育つかということです。これはとても重要な位置付けにあると思います。

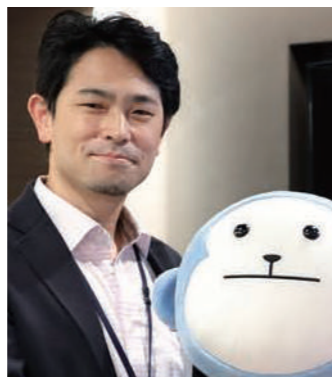
近藤 ヒップスターゲートさんの研修は、自責思考や主体性につながってくるもので、上司や先輩の指示を待つだけでなく、自ら行動することの重要性をメッセージとしていただいていると思っています。特に一年目は、自分から動き出そう、疑問があれば聞きに行こう、自分でスケジュールを管理してみようというマインドをしっかり伝えていきたいと思っていますね。



株式会社 NTTぶらら
事業推進部長
広報室長 兼務

尾玉 憲生

1995年 日本電信電話株式会社入社
1999年 NTTコミュニケーションズ株式会社
ビジネスユーザ事業部 NI営業推進部
2009年 株式会社NTTぶららへ
営業部 担当部長
2015年 企画総務部 担当部長
2017年 事業推進部 部長



株式会社 NTTぶらら
事業推進部
マネージャー

近藤 雅恵

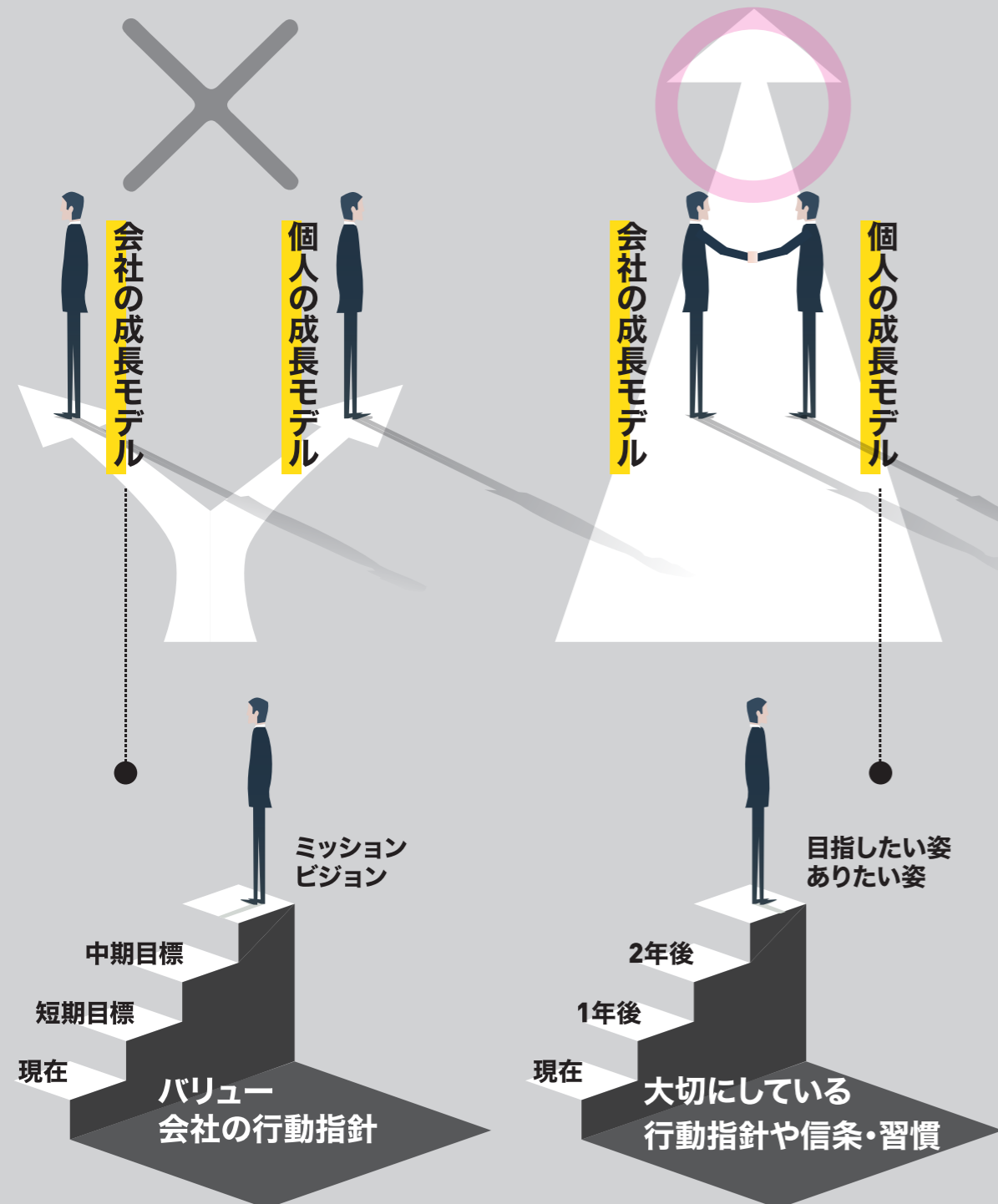
2003年 NTTコミュニケーションズ株式会社入社
2008年 株式会社NTTぶららへ
営業部 担当
2017年 企画総務部 チーフ
2018年 事業推進部 マネージャー



※経歴は、インタビュー時のものです。

個人と会社の成長がリンクするように、 教育計画を立てることが大切

「個人の目指したい姿・ありたい姿」と「会社のミッションやビジョン」が異なる方向を向いていると、個人の成長スピードは減速し、会社への貢献意欲の減退につながります。結果として、会社の成長が阻害されてしまうことになるのです。



CHECK!

個人と会社の
目指す方向性を一致させる

新人・若手における 社員教育の コツ



社内研修と外部研修の 上手な使い分け

社内研修

- ・自社のミッション・ビジョンの浸透が可能
- ・自社独自の社内制度やシステム、仕事の進め方を周知できる
- ・他部門の社員との交流にも有効である
- ・講師役の社員の成長が期待できる

- ・第三者の意見が入らないため、客観性に欠け、狙い通りの効果を達成できるかの判断がつきにくい
- ・社内講師の指導力不足が、受講者のモチベーションを下げる可能性がある

外部研修

- ・プロ講師による確かな指導力が期待できる
- ・受講者が適度な緊張感を持ち、参加することができる
- ・研修のプログラム作成、実施を研修会社や講師が効果的な研修となるように組み立てる為、人事担当者の負担が少ない
- ・公開型研修の場合は、社外の方とのコミュニケーションを取ることで、自身の意識を改める機会となる

- ・講師の質が、研修の成否、効果に大きな影響を与える
- ・講師の質や研修価格が様々である為、研修会社の選定は慎重になる必要がある

メリット

デメリット

まとめ

普段とは異なる価値観や環境の中でこそ、多くの学びが得られるものです。受講者に刺激を与え、意識を変えたいという目的が明確であれば、外部研修が良いでしょう。外部研修を行った後は、内容を社内で共有して今後どのように活かしていくことができるかを検討します。こうして社内にノウハウを溜めていくことで、効果の高い社内研修の企画・運営を実現できるようになります。



CHECK!

「社内・外部」研修の メリット・デメリット

あなたの会社は大丈夫?!

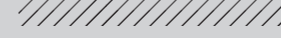
うまくいく新人・若手教育の 要因をチェックリストで簡単判定!



研修目的が明確である



受講者の知識・スキルの
バラつきが少ない



現場の上司・先輩が新人・
若手の育成に関心がある



研修後にアフターフォロ
ーがある



効果測定をしている



ヒップスターゲートの解説

研修を計画する際は、『欲しい結果にフォーカスする』必要があります。『結果』を明確にすることで、研修実施後に生じる「こんなはずじゃなかった」を減らすことができます。「以前から実施している研修だから…」「他社でもやっている人気の研修だから…」そんな理由で研修を実施していませんか?

研修内容に関する知識やスキルについて、受講者間で大きなバラつきがあると、均一的な学習効果を得ることが難しくなります。例えばPCスキル研修を実施する場合、普段からエクセルやパワーポイントを活用している上級者と、PCを全く使わない初心者、プログラム内容やクラスを別にしたほうが無難でしょう。

新人・若手の成長に無関心な先輩がOJTトレーナーとなれば、仕事の目的や意義を教わらないまま、「先輩の背中を見て育て」という事態が発生します。配属後の育成を現場任せにしまったばかりに、新入社員はやる気や自信を失ってしまうことも珍しくありません。

新人・若手社員への教育は集合研修であることが多く、「研修は研修、現場は現場」ということが起こりがち。受講者が学んだことを現場でも実践できるような支援やフォロー体制が必要です。具体的には、レポートを作成させる、事後課題を提出させる等、受講者と周囲が研修内容を共有できる機会を作るとよいでしょう。

研修終了後にアンケートを実施し、内容の理解度や満足度を分析していますか?回答結果によっては、次年度での研修内容を見直す必要も出てきます。また、配属先の上司・先輩からの受講者評価を活用し、本当にその研修が有効であったかどうかを検証することも可能です。

CHECK!

教育・研修制度を 効果的に機能させる

こんなお悩みは、ありませんか？



- ☞ 研修の目的を達成できたかどうかを確認したい。
- ☞ 研修効果を数値化して測る方法を知りたい。
- ☞ 研修での気づきが、受講者にもたらした変化を知りたい。

代表的な研修の効果測定方法

1. アンケート

受講後アンケートは、最も一般的な測定方法です。全体的な印象だけでなく、理解度、講義ボリューム、難易度、講師評価を確認することで、次回以降のプログラム改善に活かすことができます。また、客観的な評価だけでなく、どんなことに気づいたのか感想を引き出すような質問も有効です。

2. 事前事後テスト

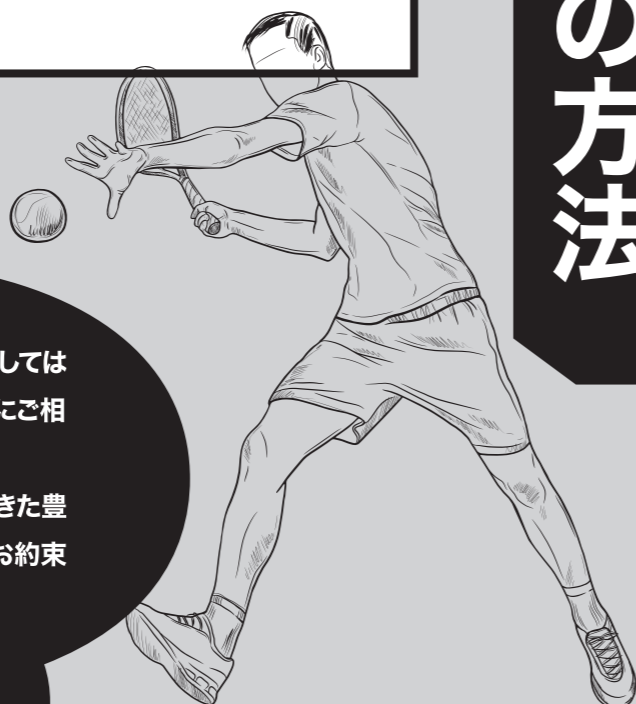
研修前後に受講者の知識・技術のレベルをテストし、どのくらい向上したかを確認する方法です。受講後すぐにテストを行う場合と、期間を置いて実施することで、定着度合いを見るケースなどがあります。例えばPCスキルや業務知識の習得を狙いとする研修では、効果的な測定方法です。

3. インタビュー

研修での気づきが、その後の行動や態度にどのような変化があったかを受講者に直接聞く方法です。インタビューは研修前にも有効で、どんな学習目標を持って研修に臨むか、研修に期待していることは何かなどをヒアリングすることは、受講者のモチベーション強化にも役立ちます。

4. 360度フィードバック

事前に受講者の上司や部下・同僚から本人の行動や知識、技能、態度についてアンケートを収集しておき、研修後に再度アンケートを行います。その変化を測定することで、様々な視点で客観的・多面的に受講者を捉えることができるのが大きな特徴です。



研修の成否を分ける要素は多くありますが、重要なポイントを押さえておくだけで、研修効果は大きく異なります。ここでの情報を参考に、ぜひ自社の教育研修の在り方を見直してはいかがでしょうか。お困りのことがあれば、ヒップスターゲートにご相談ください。数多くの新人・若手社員教育をバックアップすることで培ってきた豊富な知見とノウハウで、真に価値ある研修を提供することをお約束いたします。

CHECK!

研修効果を測定する4つの方法 もう迷わない！

ココだけは押さえない、 研修会社の評価ポイント！

- | | | |
|--|--|---|
| ✓ 1
自社・自業界のことを事前に調べているか
////////// | ✓ 2
自社の教育担当者の視点でヒアリングをしているか
////////// | ✓ 3
自社の課題を明確にして、提案をしているか
////////// |
| ✓ 4
担当者が最後までフォローしているか
////////// | ✓ 5
準備物や運営など、段取りをサポートしているか
////////// | ✓ 6
要望や質問に対して、迅速に対応しているか
////////// |
| ✓ 7
登壇する講師と密に連携がとれているか
////////// | ✓ 8
研修会社の特徴・強み・実績を説明しているか
////////// | ✓ 9
研修終了後、現場活用のためのフォローまで考えているか
////////// |

研修会社の

Good? or Bad?

研修会社には、得意としている専門分野や内容、講師レベルなど、さまざまな特徴や強みがあります。研修の目的は現場で成果を上げることです。つつい有名な研修会社や講師を選びがちですが、自社の要望に即した研修プログラム、ノウハウを持った研修会社を活用しましょう。

	GOOD!	BAD!
研修の目的	結果を出すこと	研修をすること
商品・サービス	問題解決としての研修	裏付けがなく、一般化された研修
提案	OJTとの連動、仕組化、フォロー、シリーズ化	単発・単品の研修
テキスト	カスタマイズ	使いまわし
研修当日	オブザーブ、運営サポート	講師の運用に任せる
フォロー	今後に向けての課題提起・アドバイスがある	なし
効果測定	アンケート、インタビュー、360度フィードバック	なし

CHECK!

9のチェックポイント 良い研修会社を見分ける

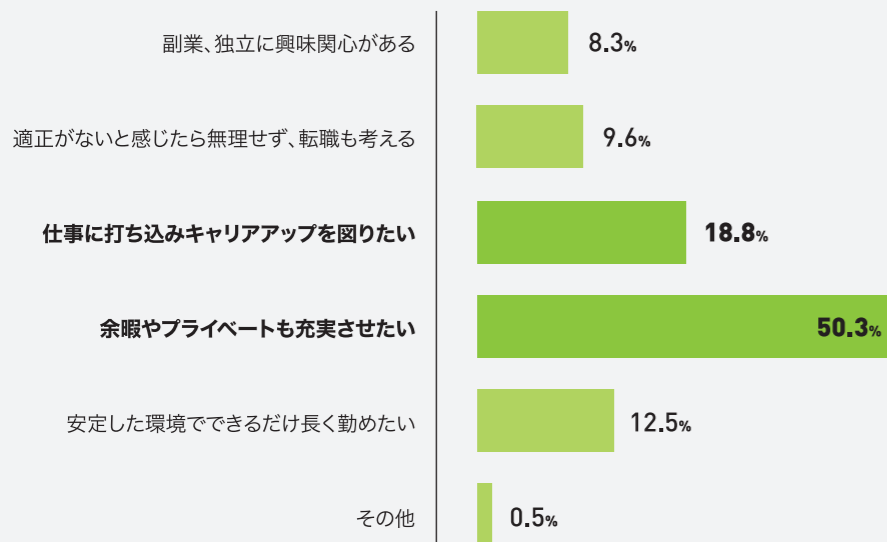
\\ 人事・教育担当者様 必見! //

データから読み解く 新入社員 2018

新入社員の仕事への意識や
価値観の傾向とは？
さらに「強み」も「弱み」も
丸わかり！



Q4



働き方について

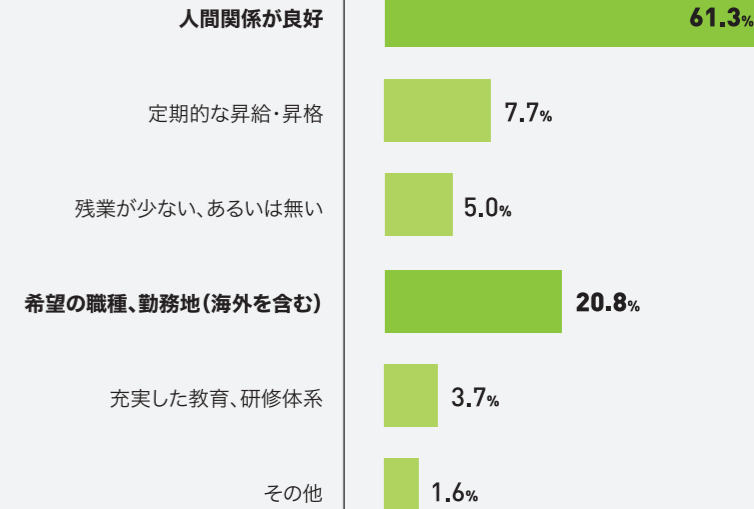
「余暇やプライベートも充実」が50.3%で約半数の回答となり、仕事への取組み姿勢を聞いた他の選択肢と大きく差が開いた。新入社員にとって、仕事をする意味は、より個人的であり、組織人の意識が醸成された受け入れ側との乖離が予想される。

Q1

「人間関係が良好」と回答した新入社員が9.3%と過半数を占めた。「職種・勤務地」「定期昇給」といった実質的な「やりがい」、「就労時間」「教育体系」などの「業務そのもの」に関する項目を、本人のメンタルにかかわる項目が大きく上回った。

会社に対して望むこと

1672名



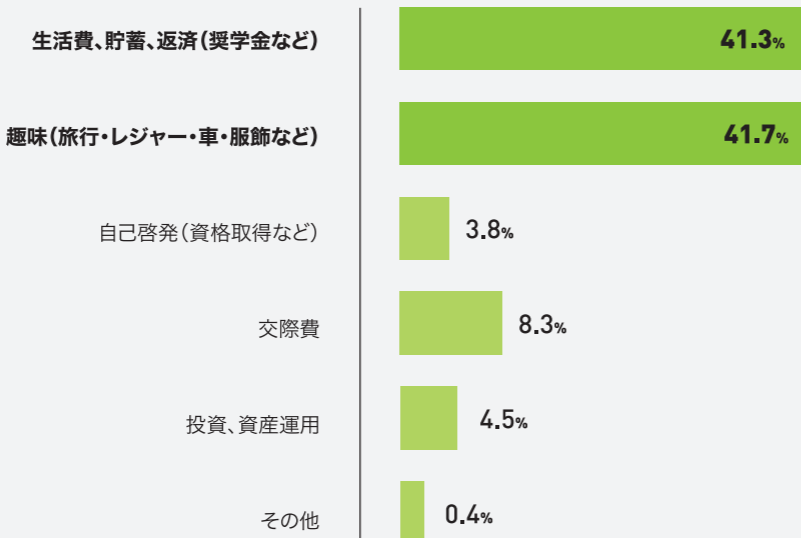
人事に代わって聞きました

新入社員のホンネ

Q5

給与・賞与の使い方

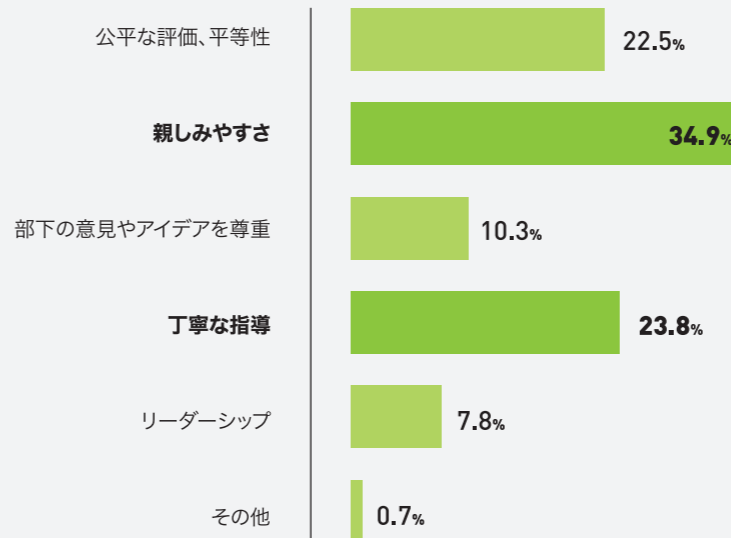
一位、二位回答が「趣味」「生活費」で、それぞれ41.7%、41.3%とほぼ同率。前設問で「余暇やプライベートを充実」と回答した、その内容がこれに当たることよ。新入社員が具体的に何を大切にしたいかがわかる。



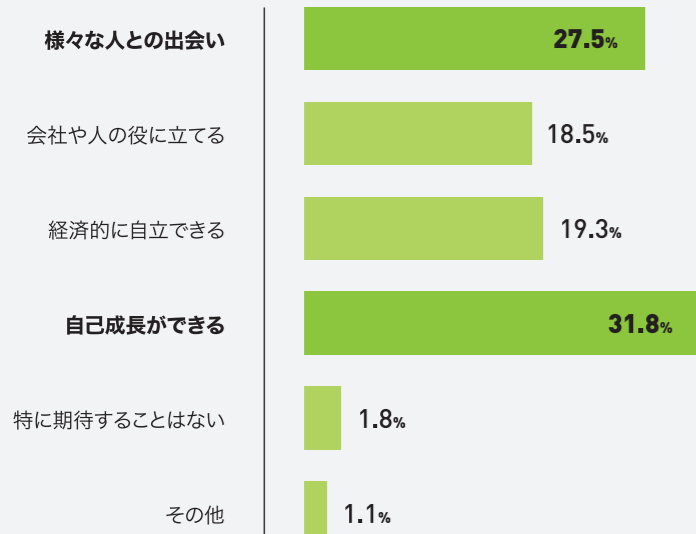
Q2

上司に対して望むこと

「親しみやすさ」34.9%が一位回答。次いで「丁寧な指導」23.8%、「評価・平等性」22.5%といった結果となり、「意見の尊重」「リーダーシップ」といった主体性や厳しさが求められる項目には回答が集まらなかった。



Q6



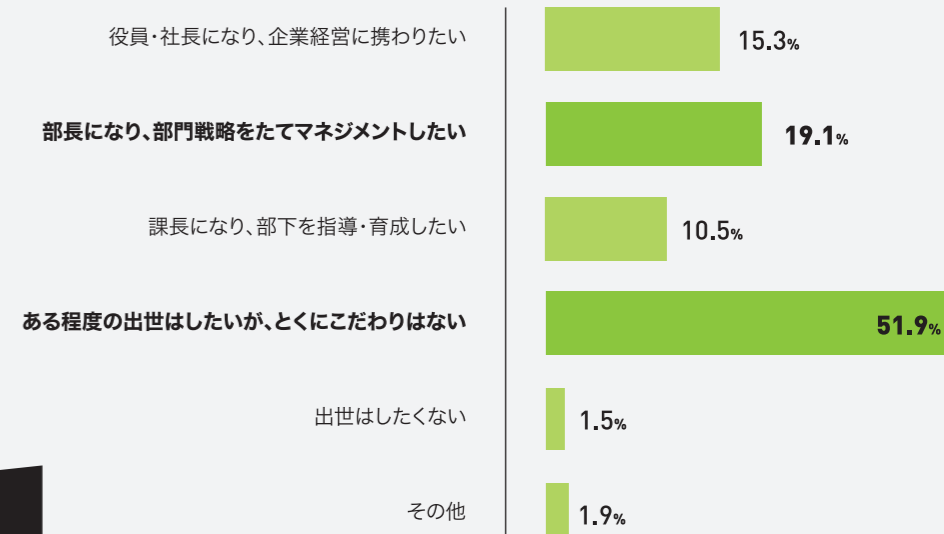
社会人になって期待していること

一位回答「自己成長」31.8%、二位「出会い」27.5%、「経済的に自立」19.3%、「社会貢献」18.5%と続く。学生でなくなり、実質的にはじめて大人として扱われる「社会」への「解放感」と「覚悟」が伝わる。

Q3

昇格、出世について

「とくにこだわりはない」が51.9%と過半数。平社員でいたくないが、出世をして組織に密接に関わっていくことには興味がないといった様子が見られる。現時点での正直な社会人意識の表れであり、組織での仕事を経験しない段階での限界ともいえる。



2018年度

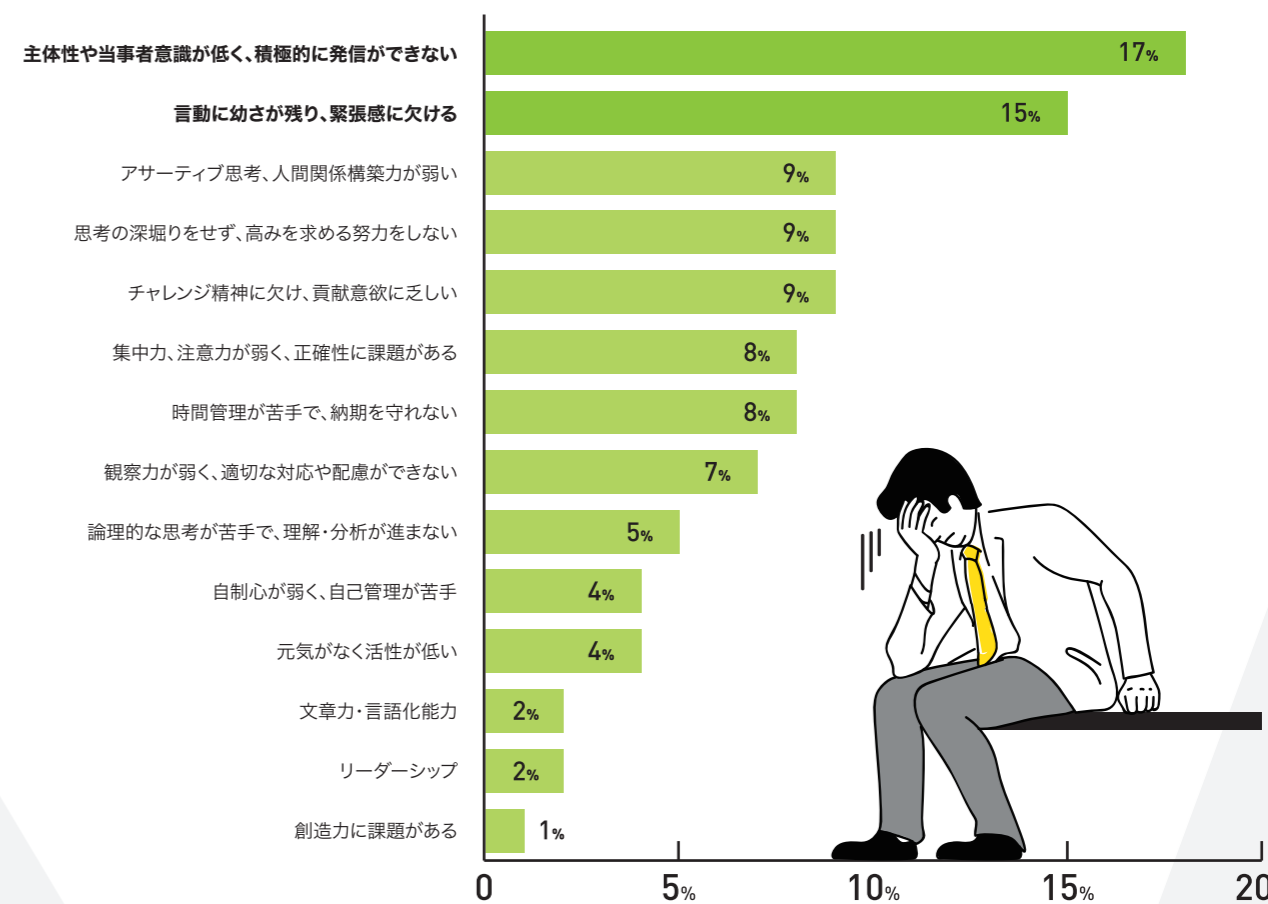
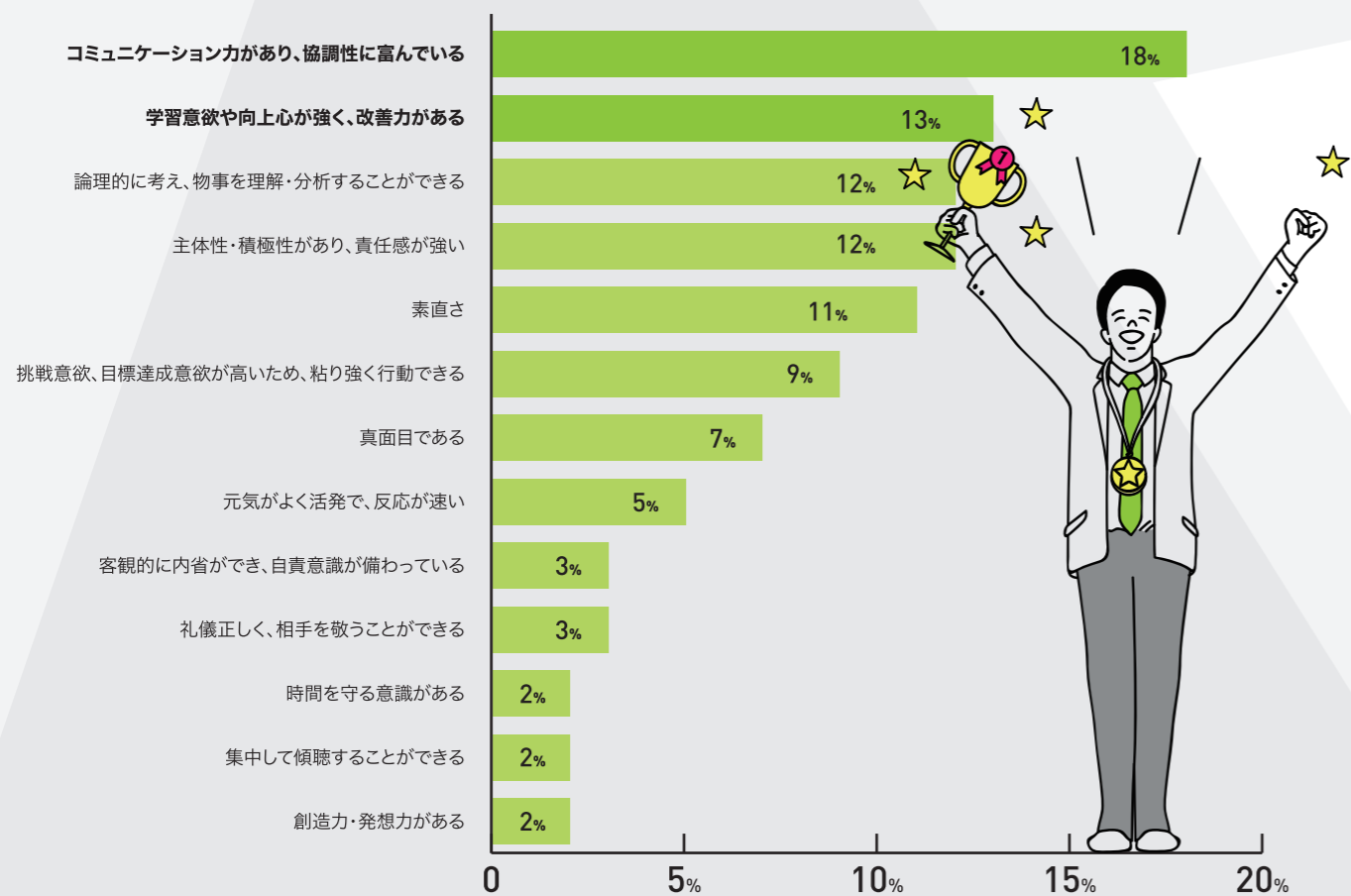
研修現場の最前線で活躍する

講師124名に聞きました(※)

新入社員の「強み」と

「弱み」を教えてください

※講師報告書より集計



2018年度の新入社員の強みは、コミュニケーション力、協調性、学習意欲、論理的思考、主体性で、安定した人間関係構築と整理された思考、行動を特徴としている。

学習意欲が高いと同時に、素直な個性をもつため、物事をよく理解し、修正すべきは改善して、最適を追求することができる。よって研修中のチーム活動を円滑に進めることができ、意見を対立させることなく、結論を導き出すことができていた。

また、責任感が強く、真面目な一面もあり、現時点での役割として、成長を期待されていることを明確に認識している。研修では、目標達成に向けて粘り強く取り組む姿勢が見られた。

過去の調査結果との比較としては、2年連続で数値を上げた「主体性・積極性」が、今年も昨年比4.4%の12.4%と伸びている。

2018年度の新入社員の弱みは、低い当事者意識、幼さで、アサーティブ思考、思考の深掘りと続く。一定の責任感や思考力は感じられるが、最上志向に薄く、目標の設定値が低い傾向にある。

受講態度は真面目だが、集中力、注意力に欠けるため、単純な共有情報が正しく伝わらない。また、意見を展開させて深掘りすることを避け、表層的な結論・結果で折り合いをつける様子がしばしば見られた。意見の対立がおこらない理由として考えらえる。

これらを総合的に判断した「弱み」として、主体性・当事者意識や人間関係構築力の低さが挙げられている。

一方で、当の主体性を弱みとする報告は、年々数値を下げており、16年度は37%、17年度は19%。本年は17%であり、今後も注目をしたい。

調査結果サマリー (新入社員の傾向)

- 会社は、余暇・プライベートを充実させる
- 会社や上司先輩には親しみやすさや丁寧
- コミュニケーション力が高い一方で、思考の

手段として存在し、個人の生活とは明確に区別されている。
な指導を求めている、仕事自体のやりがいよりもその優先順位は高い。
展開や深掘りを避ける傾向が強く、深淵な絆の構築は苦手である。

Company Profile

ヒップスターゲートについて

2010年設立の人材教育・研修コンサルティング会社。

どんなビジネス環境でも結果を出せる、ビジネスアスリートになれるための
仕組みを取り入れた教育・研修サービスを開発・提供している。

主力商品である「ビジネスゲームDo★Do★Do」は、
ゲーミフィケーション手法を取り入れた独自の研修メソッドで、業界の注目を集めている。

我々のミッションは、「真面目に楽しい教育の創造」。

会社名	株式会社ヒップスターゲート
所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-9-11 インテリックス青山通ビル3階
アクセス	東京メトロ 銀座線「表参道駅」徒歩5分 / JR山手線「渋谷駅」徒歩7分
お問い合わせ	TEL 03-5778-4014 FAX 03-5778-4024 info@hipstergate.jp
資本金	20,000,000円
役員	代表取締役 渡邊 良文
主要業務	1. 企業および官公庁・団体に対する人材教育・研修支援 2. ビジネスゲームのコンテンツ企画・開発 3. 研修内製化を促進する教材・ツールの企画・開発 4. 営業力強化および組織変革のコンサルティング
運営サイト	コーポレートサイト： http://hipstergate.jp/ 研修マニュアル通販サイト： https://dododostore.com/

講師在籍数[👑]124名 実績豊富な講師が研修成功をサポート

講師陣は、新人・若手教育でトップクラスの実力を持つビジネスアスリートばかりです。



赤松 美香 MIKA AKAMATSU

豊富なキャリアと研修実績、知識を活かした説得力ある指導が、安定した高い評価を得ている。



岩田 慎太郎 SHINTARO IWATA

人材教育機関での勤務経験を活かし、受講者のモチベーションを上げる双方向講義を得意としている。

加藤田 綾子 AYAKO KATOHDA

受講者を力強くリードする熱意溢れる指導が好評で、お客様からも非常に高い信頼を得ている。



倉本 祐子 YUKO KURAMOTO

分かりやすく納得感のある講義で受講者の好評を得ている。厳しく愛のある指導はお客様からのリピート率も高い。



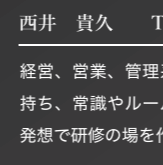
高橋 順子 JUNKO TAKAHASHI

熱意と謙虚さを兼ね備えながらもユーモアを交えた講義が人気。楽しませながら受講者の気づきを促す。



龍田 美千代 MICHIOY TATSUDA

具体性のあるフィードバックを得意としており、熱のこもった指導は受講者から高い評価を得ている。



西井 貴久 TAKAHISA NISHI

経営、営業、管理系と幅広い業務経験を持ち、常識やルールに縛られない自由な発想で研修の場を作り上げる。



野口 昌子 MASAKO NOGUCHI

アナウンサー経験を活かした、分かりやすく伝える技術と軽妙な語り口が、受講者から好評を得ている。



橋詰 尚子 HISAKO HASHIDUME

気象キャスターとしての経験を持ち、論理的で歯切れ良い講義が持ち味。受講者を丁寧にかつ力強くリードする。



原 由美 YUMI HARA

観察力・想像力・行動力を切り口としたアプローチを強みとし、受講者の学びをより一層深めていく。

林 成彦 NARUHIKO HAYASHI

演劇経験を活かし、コミュニケーションをはじめとした様々な角度から切れ味鋭いフィードバックを行う。



平田 香苗 KANAE HIRATA

豊富な登壇経験を活かしたきめ細やかなファシリテートに定評があり、受講者満足度は非常に高い。



山本 浩子 HIROKO YAMAMOTO

受講者の気持ちに寄り添う指導スタイルが好評で、お客様からの高い信頼とリピート率を獲得している。



吉田 竜一 RYUICHI YOSHIDA

論理的かつ明瞭な講義スタイルで、受講者の理解を促進させる。また、営業的観点からの具体性のあるフィードバックも得意とする。