

真面目に楽しい教育を  
発信する

# Do★Do★Do

http://www.hipstergate.jp

2014

**HEADLINE** ドウ★ドウ★ドウ  
ヘッドライン **SPECIAL NUMBER**

**特集** 実行力を高める社員研修のススメ

自己変革型ビジネスゲーム

## 「Do★Do★Do」の 凄い研修効果とは!?

インタビュー |  
導入企業の担当者が本音で答える!!

### 「Do★Do★Do」の 効果を検証する!

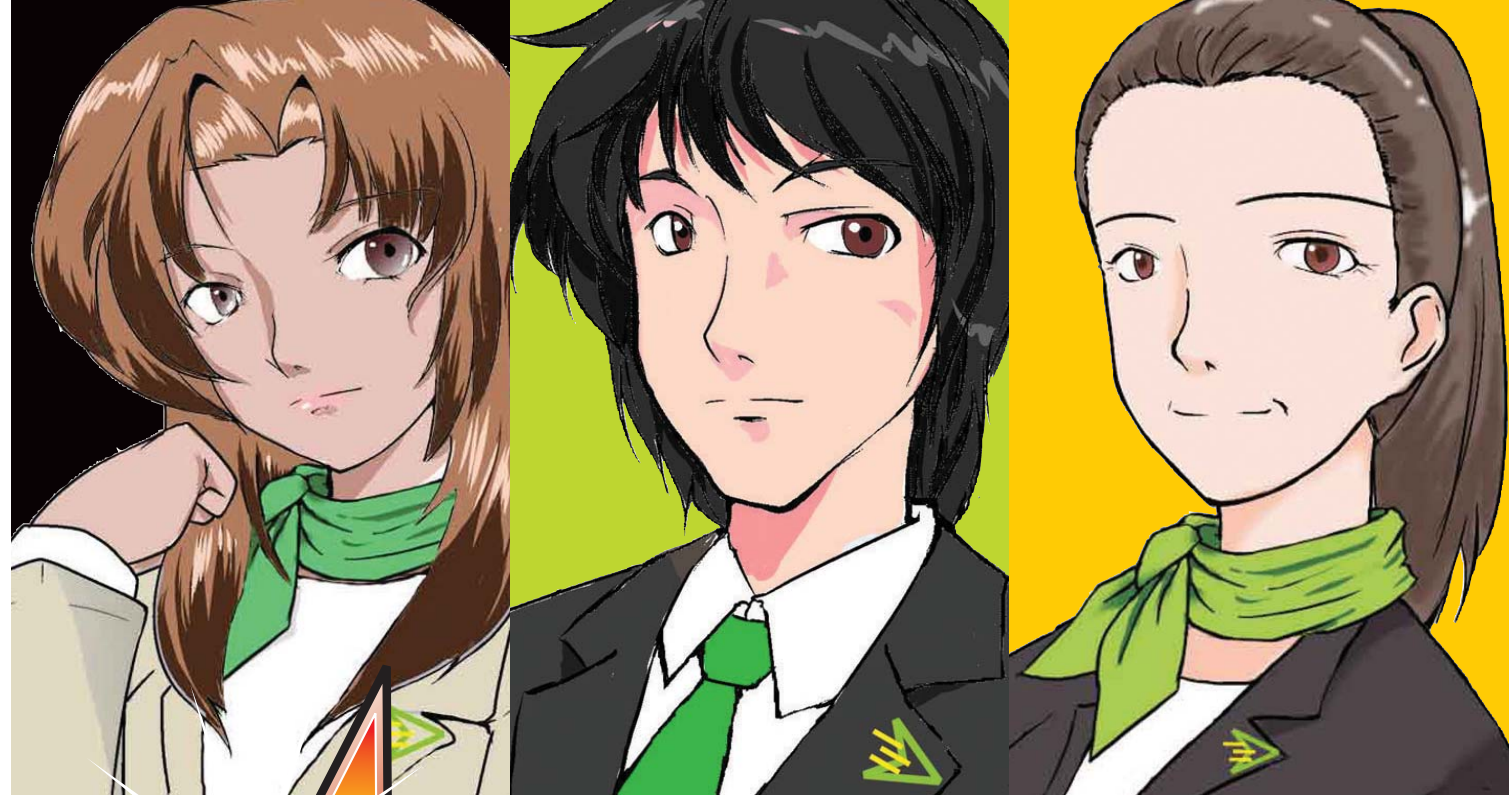
**01** 株式会社FUJITSUユニバーシティ  
鮫島範子

**02** 株式会社インタースペース  
平野利明・星野千枝

**03** 三井住友信託銀行株式会社  
佐伯英之

**04** 株式会社かんき出版  
山縣道夫

特集2 |  
2014年度新入社員  
労働に関する  
意識調査



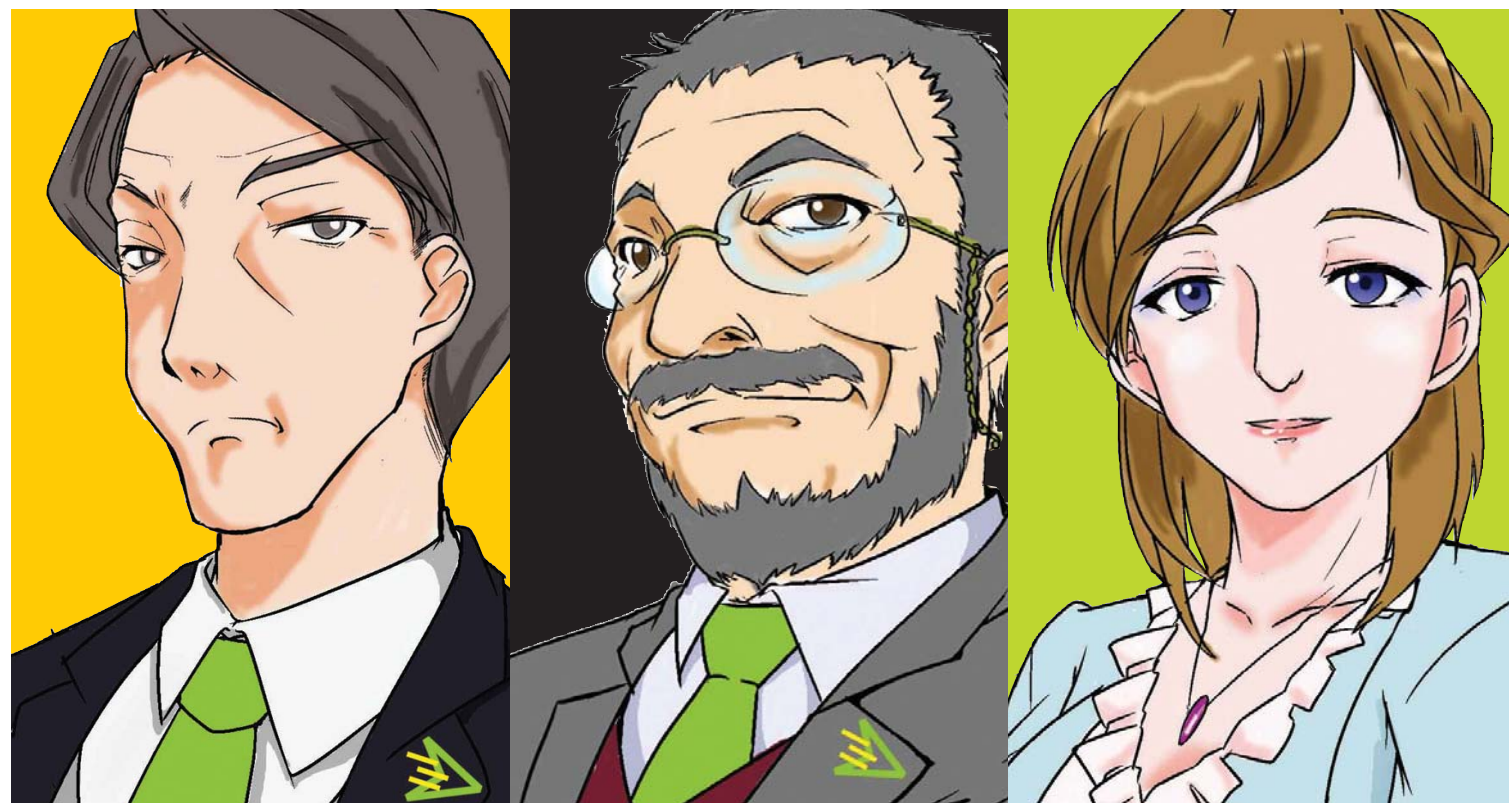
## 実行型人材を創出するビジネスゲーム型研修

【お問い合わせ】株式会社ヒップスターゲート  
TEL.03-5777-2642 <http://www.hipstergate.jp>

ヒップスターゲート

検索

真面目に楽しい教育を創造する研修メーカー  
**HIPSTERGATE**  
Do it first. Do it fast.



Do★Do★Do HEADLINE 2014

Do★Do★Do  
ヘッドライン

SPECIAL  
NUMBER

Do★Do★Do ヘッドライン SPECIAL NUMBER 2014年7月15日発行 株式会社ヒップスターゲート発行 発行人・渡邊良文  
編集部・〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-8-25 日総第3ビル11F TEL.03-5777-2642 <http://www.hipstergate.jp/>



CONTENTS

特集

# 実行力を高める 社員研修のススメ

自己変革型ビジネスゲーム

## 「Do★Do★Do」の凄い研修効果とは!?

●開発責任者インタビュー 株式会社ヒップスターゲート 代表取締役 渡邊良文



INTERVIEW

導入企業の担当者が本音で答える!!

## 「Do★Do★Do」の 効果を検証する!

- インタビュー File01  
株式会社FUJITSUユニバーシティ 鮫島範子 ——— 12
- インタビュー File02  
株式会社インタースペース 平野利明・星野千枝 ——— 14
- インタビュー File03  
三井住友信託銀行株式会社 佐伯英之 ——— 16
- インタビュー File04  
株式会社かんき出版 山縣道夫 ——— 18

特集2

## 2014年度新入社員 労働に関する 意識調査

編集後記



# Instruction navigate book

《インストラクションナビゲートブック》

「Instruction navigate book (インストラクションナビゲートブック)」とは、  
研修内製化を支援するために開発された、社内講師向けの補助ツールです。  
企業が研修の内製化に当たり、最も苦慮するのが講師の育成とカリキュラムの作成です。  
そこで、研修運営に不安を持つ人事担当者様や社内講師の方の為に  
プロ講師のノウハウをそのままテキスト化し、  
スムーズな研修運営を進められるように開発したのが、  
この「Instruction navigate book」なのです。



point  
1

講義の組み立てができているので、そのまま実施!

point  
2

“ワークの進め方”や“講義のポイント”が  
記載されているので安心!

point  
3

1冊5万円の低価格で、プロ講師のノウハウを獲得!

●お問い合わせ:株式会社ヒップスターゲート  
TEL.03-5777-2642 <http://www.hipstergate.jp/>

真面目に楽しい教育を創造する研修メーカー  
**HIPSTERGATE**  
Do it first. Do it fast.

# 実行力を 高めめる 社員研修の ススメ

自己変革型ビジネスゲーム  
『Do★Do★Do』の  
凄い研修効果とは!?

「課題に対し、限界を決めてすぐにあきらめる」「失敗を恐れて、前に踏み出せない」といった新人・若手社員における症状をよく耳にする。このような症状を放置しないための策として、どの企業も社員研修を行うなど対策に追われている。社員研修といっても内容は千差万別だが、ゲーム作りの考え方や手法を取り入れ、「実行型人材の創出」を実現する研修プログラムがあるという。株式会社ヒップスターゲートの『Do★Do★Do』という研修だ。

「真面目に楽しむ(シリアスファン)」「要素が強く、「難しそう」ではなく、「面白そう」と感じるノウハウを注入した研修プログラムで、受講者は最後までリタイアすることなくゴールできるという。開発責任者でもあるヒップスターゲート社長の渡邊氏に詳しく伺った。



「Do★Do★Do」は、「答えのない課題に、  
恐れず挑戦できる人材」への自己変革を促し、  
「**実行型人材の創出**」を実現します。——渡邊

「Do★Do★Do」の特徴は、  
ビジネスの流れを疑似体験で  
できること。受講生は知育ロボ  
ットの企画・製造・販売を行  
う仮想企業「株式会社ドゥー  
イング」の社員となり、ビジ  
ネスの現場を忠実に再現した  
環境で、実際に仕事（受講）  
を行う。ビジネスマナー、報  
連相、議事録作成など、業務  
スキルの発揮場面が随時用意  
されており、それぞれが鍛え  
られるように工夫されている。  
これは、ビジネスマナーやマ  
インドの研修で学んだ一つひ  
とつのスキルを、実践の場（Do  
★Do★Do）で繰り返す事によ  
って、習慣化を促すのが目  
的なのだそう。「研修を受け  
てから職場に戻ると、実践力

「知っている」を  
「できる」に変える  
実践プログラム

「知っている」を「できる」に変える実践プログラム  
は、ヒップスターゲートのゲ  
ーミフィケーションプログラ  
ムにおいて中心的なサービ  
スの一つだという。同社のホ  
ムページで「真面目に楽しい」  
のキャッチフレーズで紹介さ  
れている、この研修の概要を  
紹介してもらった。

「ゲーミフィケーション」という言葉がある。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することで、ユーザーは楽しさを感じたり、熱中したりしながら

「Do★Do★Do」の狙いは、大きく分けて3つある  
「Do★Do★Do」研修の狙  
いは、大きく分けて3つある  
「勝ち負けを強調はしませんが、  
研修ストーリーに没頭すれば  
するほど、他チームに負けた  
くないという気持ちになりま  
すね。短い研修日程ですが、  
チーム運営や個の能力、貢献  
意識が確実にゲームの成果を  
左右します」  
「Do★Do★Do」研修の狙  
いは、大きく分けて3つある

「知っている」を「できる」に変える実践プログラム  
がついていいることが分かりま  
すよ」と渡邊氏は断言する。  
確かに、「知っている」と「で  
きる」の違いは大きい。ビジ  
ネスの現場を忠実に再現して  
いるのは、まさに「できる」  
能力を受講者に身に付けても  
らうためなのだ。  
「受講者はチームに分かれて、  
楽しくて子供たちのためにな  
る知育ロボットを、ブロック  
を使って開発します。チーム  
ワークが必要で、時間的・  
物質的なコストも意識しなけ  
ればなりません。情報共有、  
JOBアサインが上手くでき  
ないチームは、途中で組織と  
して崩壊します。すると当然、  
売上は上がりません」  
ゲームには勝敗が付き物。「Do  
★Do★Do」も例外でない。  
勝者・敗者を分けるのは、仕  
事の成果として開発した商品  
の売上である。

「知っている」を「できる」に変える実践プログラム  
サービスを受けられるのだ。  
このゲーミフィケーションを  
反映し、多くの企業の間で評  
判となっている研修プログラ  
ムがあるという。  
「『難しそう』ではなく、『面

「Do★Do★Do」の  
3つの狙い

- 1 目的意識の強化**  
どのような仕事であれ、ゴール設定を行い、そこに向かって全エネルギーを注ぐ。
- 2 自責思考意識の強化**  
どのような結果であれ、その原因を周りに転嫁することなく事実と向き合う。
- 3 自己管理意識の強化**  
どのような状況であれ、他者貢献を第一に考え自分を律する。

と渡邊氏。「目的意識の強化」「自責思考意識の強化」そして「自己管理意識の強化」だ。商品販売するには、時間的・物質的に制限がある。その中で効率を考えなければならぬため、チームには目的意識が必要となる。同時に、メンバー一人ひとりにかかる責任やストレスを克服しないといけないため、自責思考意識・自己管理意識を強める必要も生じるのだ。

「Do★Do★Do」  
使用ツール例

「知っている」を「できる」に変える実践プログラム  
白そう」と感じるノウハウを  
注入した研修プログラムが「Do  
★Do★Do」です。受講姿勢  
を強固なものにするだけでな  
く、「真面目に楽しむ（シリ  
アスファン）“要素も強い

「知っている」を「できる」に変える実践プログラム  
で、受講者は最後までリタイ  
アすることなくゴールできる  
のです」  
開発責任者でもあるヒップ  
スターゲート社長の渡邊氏は  
そう説明する。「Do★Do★Do」

特集 | 実行力を高める社員研修のススメ  
自己変革型ビジネスゲーム  
「Do★Do★Do」の  
凄い研修効果とは!?

●開発責任者インタビュー  
株式会社ヒップスターゲート 代表取締役 渡邊良文 氏



Yoshifumi Watanabe  
1976年神奈川県生まれ。富士通株式会社を経て、人材育成業界へ転身。トップ営業として数多くの研修を企画、運営してきた。2007年、日本を代表する大手電機メーカーの新入社員1200人の研修を総責任者としてマネジメントし完遂。生来のチャレンジ精神、粘り強さに磨きかける。現在、新人から管理職まで人材開発を幅広く手掛けており、支援企業は100社を超え育成にかかわった受講者数は1万人にのぼる。自ら考案するビジネスゲームは受講者が研修に没頭できる環境をつくり、研修クオリティを恒常化した革新的な内容となっており、業界の注目を集めている。



自己変革型ビジネスゲーム  
「Do★Do★Do」  
●スタイル: ビジネスゲーム型研修  
●受講対象: 内定者～新人・若手・中堅社員 ●所要日数: 1日～2日間 ●適正人数: 10名～30名 ●主な導入シーン: 内定者研修、新入社員研修、新人フォロー研修、各階層別研修など



「Do★Do★Do」の研修風景

「Do★Do★Do」レンタルツール



アニメーションを見せることで、より現場のリアリティを忠実に再現したビジネス体験を実現。



## 受講者がセリフに集中するメカニズムとは

ヒップスターゲートのホームページには、「Do★Do★Do」の登場人物であるキャラクターが6名紹介されている。そのうち5名は、「株式会社ドゥーイング」の幹部なのだそう。「Do★Do★Do」は、一部が動画で進行する仕組みになっている。実際に使われる映像を見ながら、プログラムの流れを説明してもらった。まず、スクリーンに実写のオープニングムービーが映し出される。男性の出動風景からは、仕事に立ち向かいチャレンジする気持ちが伝わってくる。続いてキャラクターが登場し、アニメーション画像が流れて本編が始まる……と、ここで二つの疑問が生じた。研修プログラムに動画を使用するのは何故なのだろうか。

「アニメーションの利点は、単純に垣根が低いということですが」渡邊氏はそう説明する。「初めは緊張していた受講者たちも、

アニメーションが流れると『何だ?』という表情になり、自然とキャラクターのセリフに集中します。研修の狙いに繋がるキーワードやストーリー展開で、重要な部分をキャラクターに話させるようにしているのです、より印象的に伝える事ができるのです」

アニメーションにすることで、受講者がキャラクターのセリフに集中するというメカニズムを利用しているのだ。そもそも受講者は、研修会場でアニメキャラクターに出会うとは思ってもみないから、その登場にまず驚く。この驚きこそが一番の仕掛けなのだろう。

ここでもう一つ疑問がわく。多くの研修では、目的やストーリー展開を伝えるために講師がいる。「Do★Do★Do」では、その役割をキャラクターが行っている。では、このプログラムにおける講師の役割は何だろうか。

「研修は伝える側と受け取る側のやりとりが不可欠です。「Do★Do★Do」でもより納得感を高めるために、講師がファシリテーションをします。登場するキャラクターは、それぞれが株式会社ドゥーイングの本部長という役職ですが、講師にもちゃんと役職があるんですよ。だから研修中、受講者と講師は

「部下と上司」の関係で進行します」

なるほど、オープニングムービーが流れた瞬間から、研修会場は完全に株式会社ドゥーイングとなるわけだ。受講者をストーリー展開や世界観に引き込む仕掛けも、そこかしこに施されているという。例えば研修で使用する備品。商品企画して販売するまでに提出する数種の帳票には、株式会社ドゥーイングの会社ロゴがデザインされている。受講者にリアルなビジネス体験をもらうための拘りがよく分かる。

「受講者が現実に戻ってしまわないように、帳票類や備品も実際に企業で使用することをイメージして作りました。アニメーションにしても、ここまで作り込むと、プログラムを更新する時は一仕事ですが、研修運営の観点では質の標準化が可能なので都合がいいです。当社では「Do★Do★Do」ツールのレンタルもしていますが、こうした作り込みがあつてこそ展開です」

何でも社章バッジを作成する案もあったが、コストがかかるのと本編に関係がないという理由で、さすがに見送りになったのだと、渡邊氏が裏話を明かしてくれた。

## 研修の内製化を支援するサポート体制

ところで、渡邊氏が口にした「Do★Do★Do」ツールのレンタルとは何だろうか。研修プログラムの実施はしても、貸し出すという話はまだ聞いたことがない。

「内製化支援の一環でサポートしました。研修の内製化は、企業にとって教育研修費用の削減、文化の継承などのメリットがあります。当社ではそうした研修内製化を企画するHRD部門への支援サービスを進めており、登場される社内講師向けのマニュアルをはじめ、コミュニケーションを学ぶ教育ゲーム等の貸し出しも行っています。「Do★Do★Do」はご覧のようにツールが多いですし、展開も単純ではないので、しっかりと支援体制を整えました」

確かに、動画などの数あるツール類を使いこなすのは難しいだろう。まして社内講師を立てる場合、その人の経験や実績に基づいた得意分野で登場することが多いはず。研修会社が実施してきたプログラムを、本当に自社で進行できるのだろうか。

「問題ありません。「Do★Do★Do」を社内講師で実施すること

が決まったら、まず勉強会の機会を設けます。また登壇される方、アシスタントとして補助をされる方を対象に『体験会』や『説明会』を実施し、一度リハーサルをする事もおすすめています」

体験会では、講師役の社員が受講者となって「Do★Do★Do」に触れ、このプログラムから学ぶべきモノを自分自身で掴んでもらう。ストーリーやツールの使用方法は、この時に実地として覚えらる。リハーサルでは、「Do★Do★Do」に登壇しているプロの講師が、フィードバックの仕方、

基本的な所作などのアドバイスも行う。研修を実施する日の流れも把握できるので、体験会は非常に有益なのだという。

会社で働く事をモチーフにした研修には、様々なアプローチがある。最近のトレンドは、指導側の問題提起を受講者が議論する事によって答えを見つけるもの。自ら気づきを得られるので納得感があり、受講者にもHRD部門の担当者にも人気がある。しかし、このスタイルは、受講者側がどのような着想をするか予想がつかない場合があるので、高度なファ

シリテーション能力を要する。社内講師がプロの講師のような成果を生むには、相應の訓練が必要なのだ。「Do★Do★Do」は、定められたプラン通りに進行すれば、受講者の反応が予想できるまでに作り込まれている。指導側が気をつけなければならないのは、ストーリー展開や研修ツールの使い方間違ってしまうこと。些細なことを受講者に不信感を抱かせてはならないという。

実際に説明会で使っている資料を見せてもらった。分刻みで記されたレスプラン、写真やイラスト入りのマニュアル、プログラム中に予想される受講者の行動などが細かく記されている。分かりやすく書かれているが、そこそこ分量もあるため、思わず「これを全部覚えなさい」と聞かされた。「進行が曖昧だと受講者の心は離れてしまいます。ですので、資料に記載した事柄はすべて覚える必要がありませぬ」

でも大丈夫です、と渡邊氏は笑顔を

## <プログラム例>

上期 (1日目)	●オリエンテーション<目的の共有>
	●配属前適性検査<自己分析・目標設定>
各四半期の活動	●入社ガイダンス
	●第1四半期開始<目的意識の強化> ● ※夏季休暇
	●第2四半期開始<自責思考の強化> ● ※世界金融恐慌の発生
	●室長の補講<議事録・チームビルディング等>

●戦略会議の実施<議事録作成>	●商品の企画・開発
●決算報告会の実施<報告、プレゼン>	

下期 (2日目)	●上期の振り返り<目標達成の進捗確認>
	●下期目標設定<目的の共有・目標設定> ● ※人事異動の発生
各四半期の活動	●第3四半期開始<自己管理意識の強化> ● ※社内風土活性化プロジェクトの発生 ● ※冬期休暇
	●第4四半期開始<実行意識の強化> ● ※社内風土活性化プロジェクトの成果発表
	●表彰式

●戦略会議の実施<議事録作成>	●商品の企画・開発
●決算報告会の実施<報告、プレゼン>	



## Interview file 01

参加した社員たちが「研修に参加して良かった」  
「今後の業務に活かせる」と思える有益な研修を提供したい

株式会社FUJITSUユニバーシティ  
ビジネス研修グループ  
ビジネス人材開発 プランナー **鮫島範子**



## Interview file 02

ワクワクしながら取り組める  
「Do★Do★Do」は、効果が高いと実感しています

株式会社インタースペース  
取締役  
コーポレート本部長 **平野利明**    コーポレート本部 人事総務部  
人事グループ マネージャー **星野千枝**



## Interview file 03

「チャレンジして良かった」  
新人にはそんな気持ちで研修を終えてほしい

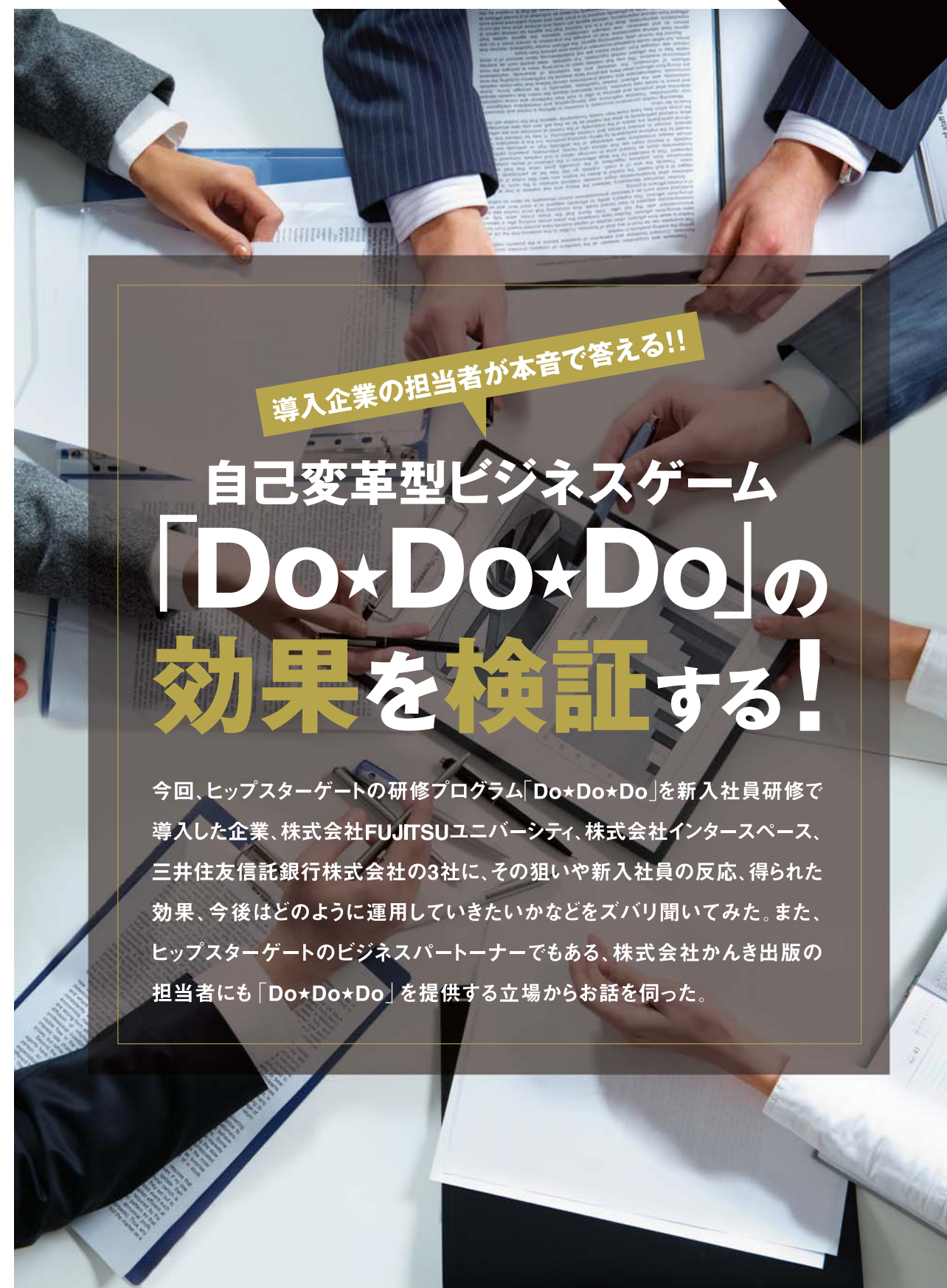
三井住友信託銀行株式会社  
人事部 人材育成チーム  
主任調査役 **佐伯英之**



## Partner Interview file 04

課題に対して求められる知識や解決方法の中で、  
何が最適なのかお客様と議論し、提案していくのが私たちの役割

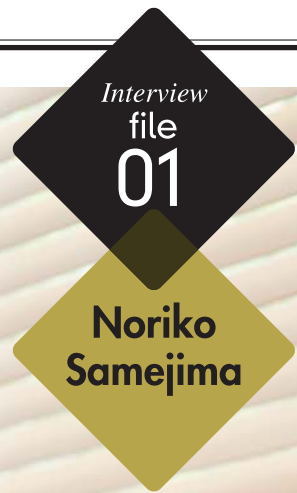
株式会社かんき出版  
教育事業部 課長 **山縣道夫**



導入企業の担当者が本音で答える!!

# 自己変革型ビジネスゲーム 「Do★Do★Do」の 効果を検証する!

今回、ヒップスターゲートの研修プログラム「Do★Do★Do」を新入社員研修で導入した企業、株式会社FUJITSUユニバーシティ、株式会社インタースペース、三井住友信託銀行株式会社の3社に、その狙いや新入社員の反応、得られた効果、今後はどのように運用していきたいかなどをズバリ聞いてみた。また、ヒップスターゲートのビジネスパートナーでもある、株式会社かんき出版の担当者にも「Do★Do★Do」を提供する立場からお話を伺った。



株式会社FUJITSUユニバーシティ  
鮫島 範子  
ビジネス研修グループ  
ビジネス人材開発 プランナー

samejima-nori  
ビジネス研修グループ ビジネス人材開発 プランナー  
富士通株式会社に入社後、ハードウェア開発  
技術者として従事。その後、教育部門に異動し、  
ハードウェア開発技術者向けの教育を企画・運営。  
現在はFUJITSUユニバーシティのビジネス研修  
グループにて富士通グループの様々な研修の企画  
や運営を担当。ビジネススキルの底上げや、インベ  
ーティブな人材の育成を目指して日々奮闘している。

Interview & Text:Takeki Goto Photographs:Kenji Sakurai

# 参加した社員たちが「研修に参加して良かった」「今後の業務に活かせる」と思える有益な研修を提供したい

日本を代表する企業の一つである富士通グループ。その人材育成を引き受けているのが、FUJITSUユニバーシティだ。ここではFUJITSUユニバーシティの研修プランナー 鮫島範子氏に、2014年度から新入社員研修に自己変革型ビジネスゲーム「Do★Do★Do」を導入することになった経緯や、2013年度までの研修との違い、得られた成果などについて聞いた。

## 新しい研修を導入する際には、目的と達成目標をしっかりと設定

「まず御社についてお聞かせください。」

当社は富士通の各ビジネスグループや人事部門と連携しながら、事業戦略、人事戦略に基づく教育プログラムを提供し、戦略的な

## ビジネスの流れがリアルに体験できる点に共感

「新入社員研修においては、どのようなことをされているのでしょうか。」

3週間の新入社員導入教育では、3つの目的、①FUJITSUの価値観や社会における役割を理解する、②社会人としてふさわしいマインドと基本行動を身に付ける、③働く意義を自分の言葉で語る、を達成することを目標としました。2つ目の目的を達成するための講座、「ビジネスの基本」としてビジネススマナーを1日、ビジネスコミュニケーションを1日設けています。ビジネスコミュニケーションの目的は、会社の一員として仕事を疑似体験する中で、仕事に必要な能力（ビジネススマナー、仕事の進め方：PDCA・報連相・時間管理など）について、知っていることと出来ることとは違うということに気づき、継続実践の必要性を認識することでした。

「2014年度はヒップスターゲートさんの「Do★Do★Do」を採用されたそうですね。」  
はい。昨年まで行っていた「仕事の疑似体験」は、「グループで顧客への提案書を作成し、顧客にプレゼンをする」ことがゴールでした。上司や顧客のアポイントをとるため

材育成の役割を担っています。「ビジネス環境の変化に対して、社員が主体的・自律的に成長し続け、新たな価値を創出するための「場」を提供することが、当社の目指す姿です。組織は、ビジネスリーダー育成、プロフェッショナル育成、ベースライン教育、ワークライフデザイン支援、という4つの機能で構成されており、私はベースライン教育の部隊に所属しています。国内には100以上の富士通グループ会社

がありますが、各会社の人事部門や人材育成部門とも連携して人材価値の向上を追求することにより、グループ全体の発展と社会の発展に貢献することがミッションとなります。私としては、研修ではビジネススキルの底上げや、変化に対応できるインベティブな人材を育てられるよう意識しています。

「新しい研修を導入するにあたって、気をつけた点は？」  
企画段階では「この研修で何を

の日程調整や対面コミュニケーション、時間管理などに苦労していましたが、みんなポテンシャルが高く、それなりにできてしまうのです。結局その場限りで終わってしまうので、体験したことが自分事として捉えられない様子だったんです。さらに、上司から「もうちょっと金銭感覚を取り入れた研修がいいのでは」というアドバイスもあったので、社会人として「ビジネスに関わっていく自覚」を促せるような、新しい研修を導入したいと考えました。

いろいろな探してはみたものの、どれも無難なプログラムだと感じました。そんなとき、ある無料セミナーに参加した社内講師から、「よさそうな研修を見つけてきたので一緒に説明を聞いてほしい」と言われて、その時に出会ったのが「Do★Do★Do」でした。  
昨年まで実施していた仕事の疑似体験は提案止まりだったのに対して、「Do★Do★Do」は企画・製造・検査・宣伝・販売・決算報告といったビジネスの一連の流れを網羅したビジネスコミュニケーションだったので、「これだー」と思いました。さらに、コミュニケーションを運営する講師の数が多いことによる手厚さ、しっかりと連携が取れている運営体制もプラスでした。講師勉強会にも参加可能とのことだったので、当社の想いを直接伝えることができるのも思っていたのです。チャレンジではありましたが、それ以上

上にメリットを感じて採用することになりました。  
「導入する際に気をつけたのはどんな点だったのでしょうか。」

1クラス約36名、全部で15クラスありますので、講師によって教える方や研修内容にばらつきが出るのは困ります。標準化を図るために、研修のカリキュラムを基準にしながら、ヒップスターゲートさんとは1週間に1回のペースで定期的打ち合わせをしました。講師用マニュアルには、詳細な流れが記載されていたので、「講師の方にはこういう説明をしてほしい」「こういうコンテンツを加えてほしい」など、カスタマイズを要請。また、「Do★Do★Do」はゲーム感覚で終わらないように、新入社員導入教育の目的の一つである、自分で考えて社会人として行動できる基盤をつくる、ことを意識し、全体の流れに沿うように配慮しました。

## 例年の研修より「Do★Do★Do」が多かったです

「実際に導入されてみていかがでしたか。」

15クラスを数日間に分けて実施しましたが、毎回営業担当の方たちが運営を手厚くサポートしてくれたのは心強かったです。進行時にホワイトボードの書き方、金額の単位など細かな変更依頼をしても

すぐに修正していただくことができました。このように研修スタート後も私たちの要望を受け入れてもらえたのはよかったですね。

また、外部の方から違う視点で富士通グループを見てもらうことの利点も感じました。グループ内では暗黙知の事柄や当たり前だと思っている用語が通じないことなどに、改めて気づかされたり、他社の導入事例などが聞けたりしたこととも収穫でした。研修を聴講した上司の評価もよかったです。  
「新入社員の方たちの反応はいかがでしたでしょうか。」  
昨年度までも皆、真剣に取り組んでいましたが、「Do★Do★Do」は売上、経常利益という目に見える結果が出るので、例年より危機感を持って真剣に取り組んでいるのが印象的でした。アンケートには「自分のことに精一杯で周りが見えなかった」など反省点を書く新入社員も多かったですが、「実際にPDCAを回して具体的な成果が上がるのが体験できた」、「コミュニケーション能力の必要性を感じた」、「メンバー一人ひとりの役割や仕事の方性をチーム全体で共有することで、チームの作業効率が大きく改善されることを実感した」など、仕事の現場をイメージした気づきも多かったと感じています。「Do★Do★Do」では、「良い製品でも販売のタイミングを逃せば無駄になる」【お客様ニーズに答えないと利益

「つながらない」といった、様々な要素が含まれていたのもよかったですと思います。

また、学生時代にはお金の回る仕組みまでは実感できなかったはずですが、自分が社員であることだけでお金が発生すること、利益を上げる難しさなどもリアルに体感してもらったことができ、社会人になるための自覚を身につけてもらえたと感じています。  
「今後、ヒップスターゲートさんに期待することはありますか？」  
今回は準備期間が短かったこともあり、全てをカスタマイズできませんでした。ただ、「どうすればよりフィットさせられるか」ということはお互いに共有できていますので、今後さらにいいものを作っていければと思います。また、しっかりバックアップしていただいたので、これからも引き続き協力していきたいですね。今年度は富士通本体での導入でしたが、グループ会社数社からオプザイパーに来ていただきました。今後はグループ全体に「Do★Do★Do」を紹介できればと思っています。

株式会社FUJITSUユニバーシティ  
川崎市中原区下小田中1-14-1  
http://jp.fujitsu.com/  
「富士通グループおよび業界をリードする高度人材の育成」を実現するために、富士通グループのナレッジを結集して設立された人材育成機関。高い付加価値を提供できる「プロフェッショナル」人材の育成や、グローバルレベルのリーダーシップを発揮できる「ビジネスリーダー」の育成、トータルプロバイダーとしての「ベースライン」の強化など、グループの事業戦略と密接に連動した人材育成戦略を立案している。

# 株式会社インタースペース 平野利明

取締役 コーポレート本部長

# 星野千枝

コーポレート本部 人事総務部  
人事グループ マネージャー

Interview & Text: Takeki Goto Photographs: Shinichi Suga

インターネット広告会社のインタースペースは、マザーズにも上場している注目の企業だ。同社では、2014年から新入社員研修に「Do★Do★Do」を導入した。その狙いや新入社員の反応、得られた効果、今後はどのように運用していきたいかなどを聞いた。

## 活躍できるのは、 明確なビジョンを 持った人材

「インターネットスペースさんではインターネット事業を展開されているそうですね。」

★Do」で戸惑いつつも行動できた経験があったので、実際の業務でスムーズに行動できているのだと思います。

平野 例年の新入社員研修は事業理解やビジネスマナー、論理的思考といったテーマで3週間かけて研修を行っています。今年はそこに「Do★Do★Do」を研修の締めとして導入しました。

## 研修内容に停滞感を 感じている企業にお勧め

「なぜ「Do★Do★Do」を導入しようと思われたのでしょうか？」

星野 私がたまたまヒップスターゲートさんをSNSサービスで見つけたのですが、ゲーム要素が強い研修なのでどれほど効果があるのか、はじめは半信半疑でした。そこで、まずは人事が実際に体験してみたいです。体験を通じてわかったのはゲーム性があると押しつけ感が少なく、ワクワクしながら参加できるといこと。これなら受け身にならずに研修に参加できそうだなと感じました。平野 遊び心がある割に、気づきが多いのもよかったですね。自分が視野を広く持っている点、狭くなっている点を把握でき、どうすれば改善できるかも理解できる。効果が十分に体感できた

平野 はい。当社ではインターネットにおける成果報酬型の広告、いわゆるアフィリエイト広告を主に軸に、様々なサービスを提供しています。同様の事業を海外でも展開しており、上海、バンコク、ジャカルタの3か所に現地法人を設立。それぞれ現地の人たちを中心に事業を運営しています。御社で活躍されているのはどんな素養のある方なのでしょう。平野 持ち味は各々ですが、当社で活躍している人材の共通点として、「ビジョンを明確に持っている」ことが挙げられます。知

ひらの・としあき  
2006年に入社したのち、広告事業の営業、営業統括、人事などに従事。2011年、取締役役に就任。人事、総務、法務、情報システム室の責任者として管理や運営を行っている。



## ワクワクしながら取り組める

## 「Do★Do★Do」は、効果が高いと実感しています



ほしの・ちえ  
2010年に入社後、人材の採用や育成に従事するほか、社内制度の整備にも携わる。人事グループ6名を率いるマネージャー。社会保険労務士の資格を持つ。

ので、採用することになりました。

実際に研修を受けていた新入社員の様子はいかがでしたか。

星野 率直によかったと思います。苦戦していたものの、とても楽しんでましたね。「もう一回挑戦したい」という声もたくさんあがりました。

平野 ビジネスマナー研修を実施していますが、実践できるかどうかは別。習ったからといって必ずしもできるわけではないことを研修の中で体感でき、いい学びになったようです。

講師の方の印象はどうだった

識や技術の有無ではなく、今後どうなっていきたいか。そういうマインドを持った人間がブレずに進んでくれています。

星野 「反論を受け入れられるかどうか」ということも重要ですね。当社の事業ではアイデアを出すことが多いのですが、その場合は、当然各方面から反論も起ります。しかし、そこでその反論をアイデアに対する指摘と感じるか、そのアイデアを出した自分に対する指摘と感じるかによって、その後の取り組み方は違ってくる。反対や反論

を受けても萎縮せず、前へ進む力が求められます。

## 今年の新卒は エンジンの始動が早い

今年度の新卒採用状況についてお聞かせください。

星野 2012年、2013年ともに4名と、ここ数年は新卒の採用人数は控えめでした。しかし、今年に関しては14名と大幅に増えました。

平野 事業の拡大とともに組織

新卒出身者の割合を高め、より基盤を強固にしたいと考えたからです。

14名のうち、11名は広告事業部門に配属しました。各人の希望部署は分かっていたのですが、あえて一旦は事業部付にし、「アポイントを取る」「契約を取る」といったタスクを設定。これを達成することにポイントを付与し、合格点に達した者から希望部署に配属できるようにしました。採用人数が多かったこともあり今年からこのシステムを取り入れたのですが、早いは5月の半ばに希望部署の配属権を獲得しています。

星野 配属先の上長からは、「今年の新卒はスイッチが入るのが早いね」という声も多く聞かれています。情報を処理しながら、具体的な行動に移すことができているのだと感じます。

やはり今年から、ヒップスターゲートさんの研修「Do★Do★Do」を採用されたからでしょうか。

星野 そうだと思います。「Do★Do★Do」を2日間実施したのですが、1日目はスタートダッシュが悪く、やきもきして見えました。でも最後には完全にスイッチが入り、いいパフォーマンスを見せてくれた。一度「Do★Do

「戦力となるまでにどれくらいの期間が必要か」という問いに対し、学生は「半年」、企業は「3年」という回答が多かった。このギャップは、新入社員に「自分は活躍できない」という思いを生じさせ、早期離職の原因にもつながります。その差を埋めるためにも、はじめに「Do★Do★Do」で実務の難しさを体験してもらうのは効果的だと思います。

今後、「Do★Do★Do」をどのように運用していきたいですか。

星野 この研修は、実際の職場と同じような環境で行うため、実務に結びつく要素が多い。アレンジを利かせられる幅が広いと感じているので、今後はより当社にフィットするようにしていきたいですね。平野 どの分野に重点を置くか、その年の学生の傾向を見ながらすり合わせできればより効果が出るのではないかと感じています。また、社内から講師を立てることも挑戦してみたいですね。

株式会社インタースペース  
東京都新宿区西新宿2-4-1  
新宿NSビル8階  
http://www.interspace.ne.jp  
1999年設立。PC、モバイルによる成果報酬型の広告事業を中心に、それに付帯するサービスを提供。東京、大阪、福岡にオフィスを構えるほか、上海、バンコク、ジャカルタに現地法人を設立するなど、海外展開も積極的に行っている。広告主とWIN-WINの関係を築きつつ、明日の社会を担う企業を目指す。





# 「チャレンジして良かった」 新人にはそんな気持ちで研修を終えてほしい

顧客から資産を預かり、大切に運用することが求められる銀行業務。他社や新規参入企業との競争も激化する中で、どのような人材を求め、どんな育成方針を持っているのだろうか。今回、新入社員向けの研修プログラム「Do★Do★Do」をレンタルサービスという珍しい形で導入し、実際に使用した感想を人材育成チームの佐伯氏に伺った。

三井住友信託銀行株式会社  
**佐伯英之**  
人事部 人材育成チーム 主任調査役

さきき・ひでゆき  
2013年より人事部人材育成チームで、教育体系の企画、各種研修の設計・運営、自己啓発の推進等を担当。



Interview & Text: Kazuyuki Koenuma Photographs: Kenji Sakurai

## 従来の研修では 得られなかった 効果を期待

異業種からの新規参入など、信託銀行を取り巻く競争が激化していると感じます。競争力という観点から、御社ではどのような人材を求めていますか？

当社はリテール、ホールセールといった銀行業務のほか、受託事業といった信託業務、さらに不動産業務と幅広い事業を1社で行っていることが特徴であり強みでもあります。こうした強みも十分に発揮するには、社員一人ひとりが高度な専門力を持ち、他の分野の専門家と相互に触発し合いながら、常に新たな付加価値を生み出していく必要があります。競争力の強化のために、そういった「専門性」と「総合力」を発揮できる人材を求めています。

## 新入社員の育成方針についてお聞かせください。

先行き不透明な環境の中にあつては、常に、自ら主体的に考え、工夫し、行動する人材を育成することが大事です。お客さまや

社会の求める状況の変化に応じて、より多くの声に信託のプロとしてお応えするには、常に自己研鑽に励み、主体性をもって取り組み、チャレンジを行っていく必要があります。このため、新入社員には、まずは何にでも興味を持って、積極的にチャレンジし、たくさん失敗してもらえばと思います。その中で壁にぶ

つかることもあると思いますが、周りのサポートを受けながら、自ら考えて工夫することで乗り越えられる人材を育てていきたいですね。

御社は新入社員向けの研修プログラムで「Do★Do★Do」を導入されていますが、その経緯を教えてください。

新入社員研修では、学生から

社会人への意識転換を図ってもらうとともに、主体的に考え、工夫し、行動することの重要性を理解してもらうことが大事です。しかし座学だけでは、頭で理解することはできても、仕事の場で体現していくのは難しいもの。実際に体験を通じて、行動変容を促すプログラムがないかと探していたときに「Do★Do★Do」を知り、導入しました。

自社社員が講師を務めるレンタルプログラムで「Do★Do★Do」を導入されましたが、当初の期待や不安などをお聞かせください。

当社の方針として、プログラム自体の素晴らしさはもとより、全てを外部の講師の方に頼るのではなく、社員自らが自分の言葉

で伝えることが大事だと考えています。そのためレンタルプログラムで導入したのですが、新入社員は素直で真面目で吸収力が抜群なので、間違った伝え方をするとそれが社会人としてのベースになりかねない。そういう意味で、正しく扱えるかという不安はありました。ただ、ヒップスターゲートさんに事前の体験会や説明会に始まって、リハーサルの実施、本番におけるサポートなど、経験に裏付けされた有形無形のサポートをしていただいたので、不安はほとんどなくなりました。むしろ、従来は得られなかった効果が得られるのではないかと期待の方が大きかったです。

「社員が自分の言葉で伝える」ことを重視されたとのことですが、研修内容にはどのような反映されたのでしょうか？

伝えたいことをあまり多くせず、自ら考え行動し、周りを巻き込む点を心掛けた。例えば、研修の途中で、講師である私が各グループのリーダーを呼び出し、目標数字の進捗報告をしてもらう場面があります。そのときに「その方法で本当に達成できるの？」「それは言い訳ではないか」「あなた

## 「Do★Do★Do」は 効果の高い行動学習

実際に研修を進める中で、問題はなかったのでしょうか？

当社は新入社員が約380名おり、一度に研修を行うことができません。このため複数の部屋に分けて研修を実施したのですが、各部屋で講師も違いますし、それが原因で新入社員が受ける印象や学ぶポイントがずれてはいけません。しかし、ヒップスターゲートさんが事前勉強や演習、認識共有の場を作り、丁寧に運営していただいたので、本番では問題なく研修が進められました。

また、本番でもサポートについてくださり、新入社員一人ひとりの個人の行動特性や性格に応じたアドバイスもいただくことができました。

体験なので、失敗しても良いのです。挑戦して試行錯誤するプロセスの中で、多くの気づきを得ることが大事です。プログラムの中で、最終的に売り上げが一位にならなかったとしても、「チャレンジして良かった」という気持ちで研修を終えて欲しい、と思っています。

研修が終わった後の手ごたえはいかがでしたか？

プログラムが進むにつれて、新入社員の目つきや真剣度が大きく変わっていくのが印象的でした。中でも遠慮がちで大人しかった社員が、プログラムの中で積極的にグループに働きかけて、自分から提案して動くようになりました。

その後も人が変わったように元気になり、同期と交流している姿を見て、この研修を導入して良かったと思えましたね。研修後に懇親会をしたのですが、そのときも新入社員たちが、先輩社員をもてなすために会場や料理の手配など自ら企画し積極的に動いていました。現場に出た後も、教えてもらったのを待つのではなく、仕事の意味を考え理解しながら率先して取り組んでいるようです。

研修を通じて、新入社員に最も伝えたいのはどのようなことでしょうか？

当社の育成方針の通り、「二人ひとりが自分でできることは何かを考え、失敗を恐れずに積極的に周りに働きかけ行動して欲しい」ということです。研修は模擬体

最後にヒップスターゲートさんへの今後の期待を教えてください。

ヒップスターゲートさんの研修の特徴は、単なるヒューマンスキルの習得や、座学で経験とノウハウを伝えることだけでなく、行動学習を通じてそれらを理解させ行動変容をもたらすことです。通常の座学研修と比較して非常に効果が高く、事前のサポート体制があるため、当社の意向を汲んで臨機応変に対応してもらった面が多々あります。もちろん、コストパフォーマンスにも満足しています。今後も膝を突き合わせて検討させてもらいながら、効果の高い研修プログラムをご提案いただければと思います。

三井住友信託銀行株式会社  
東京都千代田区丸の内1-4-1  
http://www.smb.jp/  
銀行業務に加えて、資産運用・管理、不動産の仲介や証券代行などの幅広い業務を展開。銀行・信託・不動産等の各機能を融合させることで、お客さまの資産に関する専門的・総合的なソリューションを提供している。

株式会社かんき出版
東京都千代田区麹町4-1-4
西船ビル
http://kanki-pub.co.jp/
仕事に役立つ本を中心に、経済、経営、自己啓発、実用、人文、語学など幅広いジャンルの書籍を出版。そのノウハウをもとにした研修プログラムでは、書籍の著者が講師となって、短期のセミナー形式から長期のアクションラーニング形式のトレーニングまで、多種多様な研修ニーズに対応している。



課題に対して求められる知識や解決方法の中で、何が最適なのかお客様と議論し、提案していくのが私たちの役割

株式会社かんき出版
山縣道夫
教育事業部 課長

やまがた・みちお
1970年、東京都生まれ。東洋大学卒業後、出版社を経て人材ビジネス会社に15年在籍。主に大手企業におけるシステム・アウトソーシングを通じて、企業の採用活動を支援する。2012年よりかんき出版教育事業部にて、効率的且つ効果的な教育ビジネスのソリューションパートナーとして現在活動中。



Interview & Text: Kazuyuki Koenuma
Photographs: Kenji Sakurai

ビジネスに役立つ書籍を作り続けながら、その著者たちの知見を元にした研修事業を行っているかんき出版。ヒップスターゲートとはビジネスパートナーという関係で、多くの企業に、研修プログラム「Do★Do★Do」を提供している。という経緯でパートナーシップを結ぶに至ったのか。また「Do★Do★Do」から得られる効果や期待についても、同社の教育事業部をけん引する山縣氏に聞いた。

研修前と
研修後で見られる
大きな変化

まず御社の教育事業について教えてください。
かんき出版は「学ぶ。みがく。変わる。」というコンセプトを元に、著者の経験や研究、知見を書籍にして展開してきました。しかし、「分かりやすく伝える」という観

点からすると、Face to Faceの方が効果的な場合もあります。その役割を担っているのが2001年に設立した教育事業部で、主に企業の人事・教育担当者様に、当社の教育プログラムを研修として提供しています。流れとしては、最初に企業様から課題をヒアリングし、どの講師による研修プログラムが最適かを考えてマッチングを行い、実際に研修を企画・運用していくというものです。

コーポレートマークのサポテンにはどのような思いが込められているのでしょうか？
サポテンは水も栄養も少ない砂漠でも、深く根を張って成長する植物です。変化が激しく殺伐とした現代においても、サポテンのように生命力に溢れ、人々に元気が潤いを与える会社でありたい、という願いを込めています。
ヒップスターゲートとは、どのような経緯で事業提携をするようになったのでしょうか？

当社の課題として、若手社員向けの教育プログラムの販売強化がありました。そんなときにヒップスターゲートの渡邊社長とお会いして「Do★Do★Do」のことを知ったんです。コンパクトな日程の中で最大限の効果を上げることででき、ちょうど私たちが探していた実践的なプログラムでもあったので、2011年からパートナーシップを結びました。

「Do★Do★Do」はこれまでに何人ぐらいが受講しているのですか？ またどのような業種の企業が多いのでしょうか？
業種を問わず、これまでに延べ1500人以上が受講しています。特に「時代に合わせて変化しなければいけない」という意識を持っている老舗企業様からは引き合いが多数あります。
受講した企業からは、どのようなフィードバックがありましたか？

「研修前と研修後で、受講者の顔つきが全く違う」と言われることが多いです。研修内容を一日でマスターすることは難しいことかもしれないませんが、自主的に行動するようにになった、という声も多々あります。そんな様子を見た人事担当者様から、「来年もぜひお願いします！」とお声掛けいただきますね。

幅広い層に
実践型プログラムを
展開したい

パートナーとして、ヒップスターゲートはどのような存在でしょうか？
一言で言うと、安心して任せられるパートナーです。研修の企画を立てるとき、我々がお客様からヒアリングした内容はもちろん、当社の営業担当が戦略として考えている内容を、ざっくりばらんに相談できます。それをそのままアウトプットするのではなく、「こういうプログラムではこうした効果も狙えますよ」と、さらに良いプログラムの提案をしてもらえます。

私たちはパートナーとしてのヒップスターゲートを信頼していますし、その考えを大切にしています。実行型人材を世の中に排出していくという考えや、渡邊社長自ら現場で営業として取り組まれている姿勢を見てきました。想いと行動が伴っている方で、非常に心を打たれました。今後もぜひ一緒に、より多くの展開をしていきたいと思っています。

ヒップスターゲートへの今後の期待や要望はありますか？
クライアントとディスカッション

をして、営業職や技術職に向けても展開できる、実践型プログラムを提供してもらえればと思います。

人材教育において、今後はどのようなことが必要だとお考えですか？
「行動」と「意識」の二点です。まず「行動」ですが、若い方たちは「考えてから行動をする」あるいは「考えて行動をしない」ではなく、「行動をしながら考える」ことが非常に重要です。その重要性はお客様にも理解いただいています。また「Do★Do★Do」を通じて、その根拠をよりきちんと説明して伝えていきたいです。

次に「意識」ですが、特に管理職層において、目の前の業務や目標数字に追われて何もしないのではなく、結果を自分事だと捉えて、「行動を変えていく意識が教育では重要だと感じています。最後に研修の導入を考えている方へのメッセージをお願いします。

私たちの競合に該当するのは、いわゆるコンサルタントと呼ばれる方々です。お客様に相談を受けた際、要件を整理して伝えるだけのコンサルタントが多いのが現状ですが、私たちはそれ以上のことを追求していきます。課題に対して求められる知識や解決方法

ヒップスターゲート渡邊社長
コメント
かんき出版の山縣さんは、単なる下請けではなく、対等なパートナーとして私たちを見てくださっています。どんなお客様でも全て任せてくださるので、私たちが常にもやりにくいを持って仕事に取り組みることができています。
営業活動においても、お客様に何度も直接お会いして、宿題をもらってはまた訪問する、という方法をされています。営業は効率ではなく、「汗をかいて足で稼ぐ」ということを体現しているのが結果に繋がっているのだと思います。そんなリーダー山縣さんの背中を見て育ってきた部下もたくさんいる。心から信用できる会社組織ですので、今後もしもお付き合いさせていただきたいです。



# 2014年度新入社員 労働に関する 意識調査

2014年度新入社員1467名を対象に意識調査を実施いたしました。近年の新入社員は学習指導要領や社会環境が目まぐるしく変化するなかで成長をしてきました。よって職場での新入社員との関わり方は年ごとの試行錯誤となっているのが現状です。その一例として1990年代後半からのネット社会へのドラスティックな変移は、現在、各職場でリーダーとして活躍している世代と新入社員との間にコミュニケーションの溝を作り出しています。企業の持続的な経済性の追求を果たすために、人材育成、とりわけ新入社員教育は質の高さが求められます。当意識調査では、講師陣にも新入社員の「強み」「弱み」をヒアリングしています。人材育成の手助けになれば幸いです。



2014  
2013  
2012  
2011  
2010



【調査名称】2014年度新入社員 労働に関する意識調査

◆受講者に対するアンケートの実施

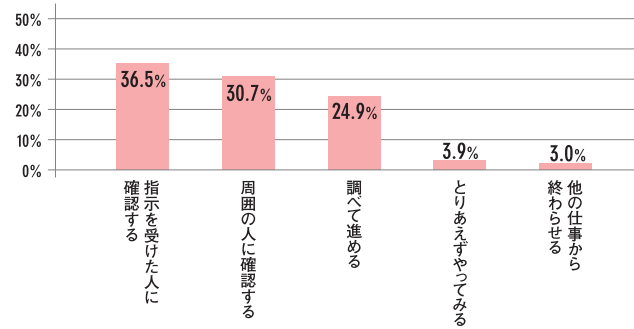
【調査方法】アンケート調査(選択式)

【対象人数】1467名 ※ヒップスターゲートが提供する新入社員研修の受講者

【調査期間】2014年3月30日～5月23日

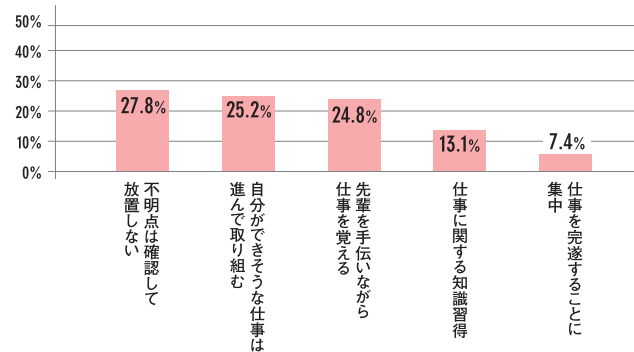
【対象職種】電気機器・石油・情報通信系・化学・金融

## Q4 指示を受けた仕事で不明点があった際はどのようにしますか？



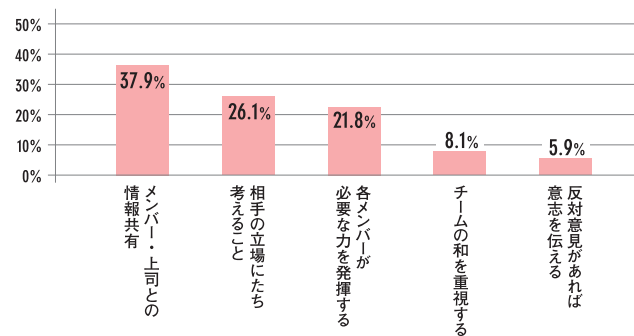
「指示を受けた仕事で不明点があった際はどのようにするか」について、回答が集中したのは「指示者への確認」36.5%、「周囲への確認」30.7%、「調べて進める」24.9%の3つでした。次点の「とりあえずやってみる」(3.9%)、「他の仕事から終わらせる」(3.0%)は上位の回答と比較して、さすがに低い回答率でした。しかし、ここで言及したいのは研修中に見せた新入社員の振舞いです。プログラムの仕掛けとして意図的に分かり難く指示をした場合も、講師に質問をする方はごく少数でした。明らかに不満で、相当に困っているのですが、「質問」することには躊躇があるようです。研修での出来事であり、そのまま職場に重なるのは粗っぼいですが、「思っただけで口にしないう、行動にできない」傾向があるのは事実でしょう。「目立ちたくない」気持ちや、「指示内容の不備を指摘すること」が戸惑われるのかもしれない。この点を考慮に入れ、新入社員の意見や思いを汲み取る指導が望まれます。

## Q5 あなたは先輩や上司から何を期待されていると思いますか？



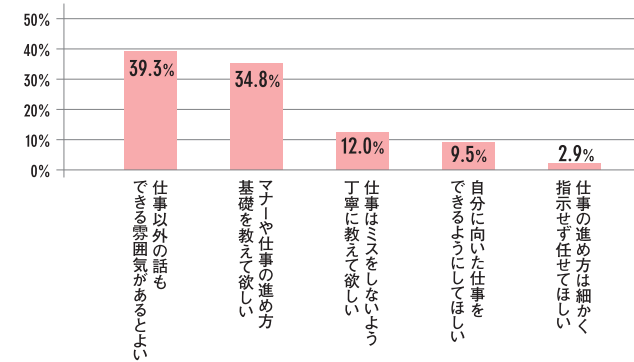
「先輩や上司に期待されていることは何か」は、「不明点を確認して放置しない」(27.8%)の回答が多かったものの、「自分のできそうな仕事は進んで取り組む」(25.2%)、「先輩を手伝い覚える」(24.8%)とは僅差でした。設問1の回答と併せると新入社員の真面目さや失敗をしたくない思いを推測することができます。1990年代生まれの今年の新入社員は、学習指導要領が模索される中で学生生活を送りました。いわゆる「ゆとり教育」世代です。OECD学習到達度調査では学力の低下が明白になりますが、何よりも自分の受けた教育が「ゆとり」と揶揄され、自信喪失の感否めません。詰め込み型の学習を嫌い、学習指導要領の見直しを進める気運を作った私たち大人は、失敗をおそれる思考を新入社員世代に植えつけた責任があると言えます。新入社員が自信を持って仕事に取り組めるように、きめ細かな指導が必要でしょう。

## Q6 今後チームで仕事をする際に、最も大切だと思うことは何ですか？



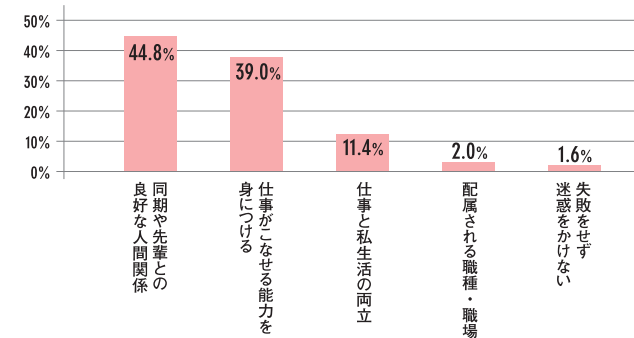
「今後チームで仕事をする際に最も大切だと思うこと何か」は、「周囲との情報共有」(37.9%)が高い数値を示しました。業種別では、化学が58.1%と最も高く、続いて石油43.8%、情報・通信業40%、電気機器36.2%、金融32.5%という結果です。いずれも次点の「相手の立場にたち考える」(26.1%)とは10%以上の開きがあります。これに続くのが「各メンバーが必要な力を発揮する」(21.8%)ですが、どれも設問2同様に組織、チームで共に働くことへの心構えが、早い段階で備わっていることが分かります。

## Q1 会社の先輩や上司に何を期待しますか？



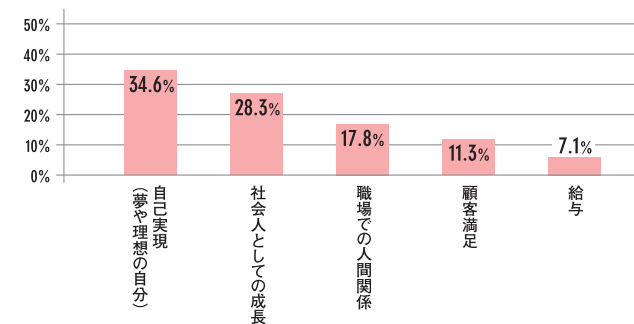
「会社の先輩や上司に何を期待するか」は、「仕事以外の話ができる雰囲気」(39.3%)、「マナーや仕事の基本スキル」(34.8%)が高い数値を示しました。業種別では石油が52.0%と極めて高く、この回答で最も数値の低かった金融とは23.5%の差があります。総計で2位だった「マナーや仕事の基本スキル」は金融が51.4%、石油は27.7%であり、1位回答とは逆転しています。業種や企業風土、また、採用側の人材戦略による差が如実に表れた結果です。「仕事の進め方は細かく指示せず任せてほしい」は2.9%と低く、設問2の1位回答「周囲との良好な人間関係」と併せてみても、仕事を丁寧にやさしく教えてもらえる雰囲気を期待していることがわかります。

## Q2 働くうえで重要だと感じていることはなんですか？



「働くうえで重要だと感じる事は何か」では、「周囲との良好な人間関係」(44.8%)と最も多く、「仕事ができる能力」(39%)がそれに続きます。業種別では「周囲との良好な人間関係」は化学が54.8%と高く、回答の少なかった情報・通信業の36.0%との差は18.8%あります。「仕事と私生活の両立」の回答は、総じて低かったものの情報・通信業は20%で他業種と比較して約10%多い回答率でした。ここでも業種別の個性が表れています。企業に成果主義が導入された2000年代には「仕事と私生活の両立」が大切にされていました。業種別に差はあるものの、今回の結果では11.4%と低く、新入社員達に組織人として働く前提が既にあることを伺わせます。

## Q3 仕事をする上でモチベーションとなる事柄はなんですか？



「仕事をする上でモチベーションとなる事柄は何か」は、「自己実現(夢や理想の自分)」34.6%、「社会人としての成長」28.3%の順で高く、「職場での人間関係」(17.8%)と続きます。業種別では、「自己実現」は化学が45.2%と最も高く、金融の23.9%とは大きな開きがありました。なお、「給与」と回答した新入社員は7.1%にとどまりました。設問2同様の比較となりますが、2000年代の成果主義導入の頃には給与がとて重要なファクターでした。2000年代に入社した現職リーダーとの価値観のギャップは大きいと言えるでしょう。



今回の意識調査では、新入社員が、自分の能力を発揮しやすい環境を整えたい、あるいは整えて欲しいと望んでいることがよく分かります。かつて転職によってステータジを上げていこうとする風潮がありました。今入社した会社で仕事を続けていきたいと考える若者が多いと言われている。厚生労働省の調査でも2000年代に比較すると新卒の離職率は減少しています。仕事と私生活の両立に関心を示す新入社員が少なかったことから推察できるように、ビジネスパーソンとしての成長と個人の価値を高めることが、ある意味、同義なのでしょう。だからこそ、業務以外の環境によって、それが阻害される

ことを嫌うのだと思われま。特に先輩や上司との良好な人間関係は、働く上で常に気になるファクターの一つのようです。裏を返せば、「職場の人間関係が上手くいかない」と、「仕事を辞めたくなるかも」といった不安の表れなのかもしれません。いよいよスピード化するビジネス環境ですが、仕事仲間との和やコミュニケーションを大切にしたいという新入社員の想いは、多くのビジネス上の接点や効果を生み出します。インターネット、SNSなど人や会社をつなぐツールも変化し続けます。それは私たちに想像の出来ない広がりを見せ、新入社員の時代には彼らの方法がビジネスチャンスを生むでしょう。私たち大人は新入社員達が本格的に社会人として歩き出すために、情熱をもって指導していく責務があります。

本調査結果から見えてきた新入社員の3大傾向

「目標を決めてくれれば、全力でがんばります!」

と、ゴールや枠組が設定されていれば驚くべき力を発揮する!

【受講者の3大傾向】

ゴールや仕事の枠組は、指示者が設定してくれるものと受身姿勢

- 「指示してくれればやります!」と自信をもった受身姿勢である
- ゴールがイメージできる、自分にできると感じると、想定以上の結果を出すことができる

失敗から学ぶ力はあるが、失敗を極端に恐れるチャレンジ精神の乏しさ

- 思考力は高いが、一歩踏み込んだ行動は避けて通る
- 失敗時は、自分が失敗要因ではないと切り替えることで、安心できる

周囲との協調性は高いが、他者の行動に対しては無関心

- 周囲に依存して行動を決めることが楽だと感じている
- 言われたことであれば周囲を全面的にサポートするが、言われていないことは関係ないと感じている

新入社員は、最初はモチベーションが高く、やる気も十分!だからこそ、指示されたことをきちんとこなし、完遂させようとする意識・行動は高い。しかし、今年の新入社員に対する声としては、指示をされていないことは「誰かがやるだろう」という当事者意識の低さがある。さらに、予想をしなかったことが発生すると、すぐにあきらめる(避ける)行動が顕著だ、という意見などがあつた。これは、新入社員が育った時代背景も影響しているからだろう。

情報化社会の急速な発展として「情報を簡単に収集することができるツール」(インターネット等)の爆発的な普及や、いつでもどこでも簡単に意思疎通ができる「通信端末の所持」(携帯等)が不可欠になったことなどである。

また、バブル経済崩壊のあとの経済停滞を受け、「結果を悟り高望みをしない」「与えられた中で成果を出す」ということも影響しているだろう。

講師報告書

「強み」「弱み」

調査概要

◆講師報告書

【調査対象者】2014年度新入社員研修プログラムに登壇した講師 86名  
【分析方法】 研修報告書に記載した、受講者の強み・弱み・理由より分析

当調査では、2014年度新入社員研修に登壇した講師86名に、新入社員の「強み」「弱み」を複数回答で挙げてもらっています。

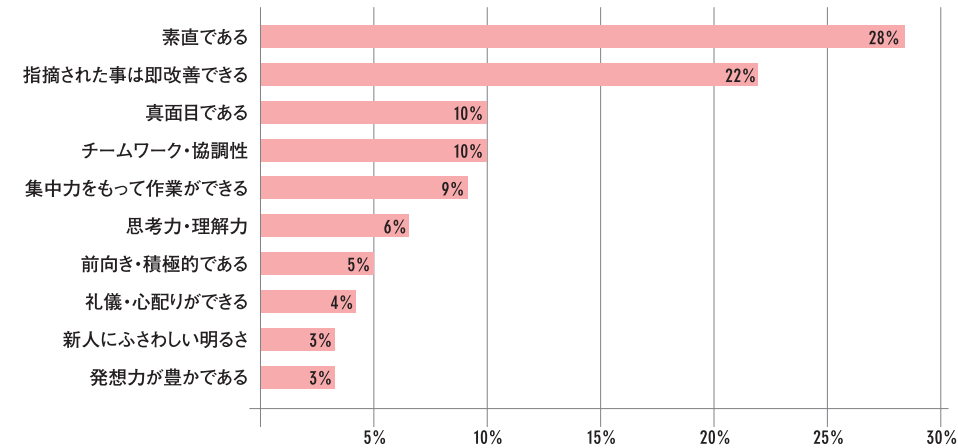
「強み」の1位は「素直である」(28%)、2位は「指摘された事はすぐ改善」(22%)、3位は同率で「真面目」「チームワーク・協調性」(10%)と続きます。講師の主なコメントとして「与えられた課題や状況に従順」「警戒なく素直な行動がとれる」、「学ぶことに積極性があり拒否反応もみせない」とあります。つまり、すべき事を明確にしてあげれば、指示者から要求される姿勢や行動がとれるということです。目標達成の指示にも素直で達成意欲の高さも持ち合わせているといえます。他者から与えられた課題を真面目にこなすことで成長を重ねてきた世代と言えます。

「弱み」の1位は「発信力」(26%)でした。2位「受け身」(16%)とは10%の開きがあり、3位は「マナー」(11%)となつています。講師の質問に対して手があがらない状況はいつの時代でもあることですが、

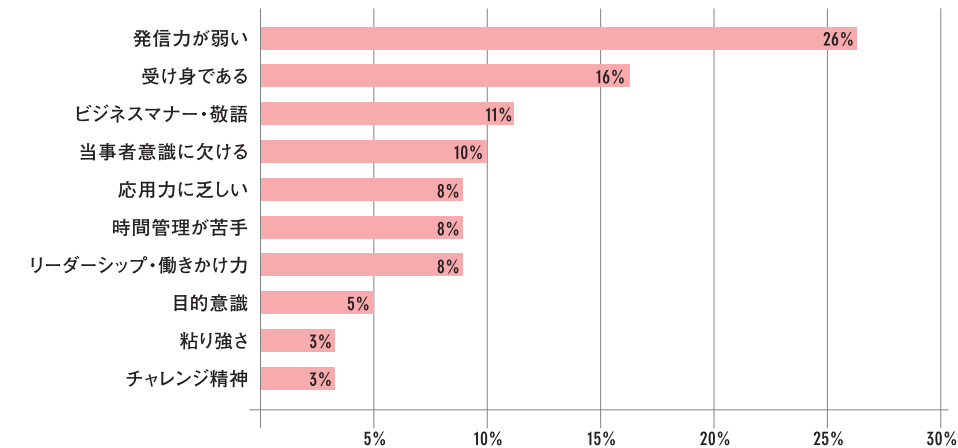
ここで言う発信力の弱さは新入社員同士にも言えることのようにです。「弱み」に発信力をあげた講師のコメントとして、「周囲と同じ意見にまともなる」、「自分だけが目立つことのないように行動する」とあります。一方の「強み」3位には「協調性」があげられ、コメントには「自分の意見を押し付けることなく、全員参加でグループワークができていた」「周囲を気遣う姿が印象的」とあります。

これら講師報告書から分かることは、「人との距離感が巧みでメンバー間のトラブルなく行動する術に長けている」という新入社員の側面です。アンケート設問4のとおり、

講師86人が凄いと感じた新入社員の強み <キーワード集計>



講師86人が残念に感じた新入社員の弱み <キーワード集計>



自分の意見を言葉や態度で示すことに躊躇があるので、メンバーとの意見の応酬も少なくなります。この結果、健全な競争が避けられてしまい、モノゴトが凡庸に終わってし

まうことが懸念されます。発信力の弱さも、受け身である事も当事者意識の弱さに起因すると思われま。自身の問題だという気持ちの薄さから、想像力を働かせて一歩先



# HIPSTER GATE

## COMPANY PROFILE

会社名	株式会社ヒップスターゲート
所在地	〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-8-25 日総第23ビル11F http://www.hipstergate.jp/
アクセス	東京メトロ銀座線「虎ノ門」徒歩6分 東京メトロ日比谷線「神谷町」徒歩4分
お問い合わせ	TEL.03-5777-2642 FAX.03-5777-2643 ask@hipstergate.jp
資本金	1000万円
株主構成	株式会社アクロネット100%出資
代表者	代表取締役 渡邊良文
従業員数	6名
講師数	94名
主要業務	1. 民間企業社員に対する各階層別研修の指導 2. ビジネスゲーム型研修の開発・販売・レンタル 3. 研修内製化支援ツールの開発・販売・レンタル 4. ASP多面評価サービスの提供 5. 研修体系構築及び組織変革のコンサルティング

## 会社沿革

2010年 5月	渡邊良文により東京都文京区に㈱ヒップスターゲートを設立創業、人材育成事業を開始（資本金300万）
2010年11月	東京都中央区日本橋本町2丁目に事務所移転
2011年 7月	㈱ヒップスターゲートの発行済株式の100%を㈱アクロネットへ譲渡し、㈱アクロネットの100%出資会社となる
2011年 7月	資本金を1000万円に増資
2012年 3月	自己変革型ビジネスゲーム「Do★Do★Do」の販売を開始
2012年 3月	㈱足柄グリーンサービスと野外教育事業にて業務提携
2012年 4月	新人研修における延べ受講者数が1,000人を超える
2012年 7月	東京都中央区日本橋本町4丁目に事務所移転
2012年11月	ASP多面評価サービス「GATE360」の販売開始
2013年 1月	OJT究極支援ツール「GROWTH★NOTE」の販売を開始
2013年 3月	教育用カードゲーム「ブラックジャックによるしくゲーム」の販売を開始
2013年 4月	新人研修における延べ受講者数が2,000人を超える
2013年 6月	㈱アークライトと業務提携
2013年 6月	体験型PDCAボードゲーム「フレスコ」の販売を開始
2013年 7月	「OFF-OJT」が特許庁より商標登録を得る
2013年 9月	リスクモンスター㈱と業務提携
2013年10月	定額制研修サービス「サイバックスUniv.」の販売を開始
2013年11月	社内講師向けの補助ツール「講師のカンペ」の販売を開始
2014年 3月	東京都港区虎ノ門3丁目に事務所移転
2014年 4月	新人研修における延べ受講者数が3,500人を超える
2014年 6月	2014年度新入社員の労働に関する意識調査結果を発表する

真面目に楽しい教育を創造する研修メーカー  
  
 Do it first. Do it fast.

## 編集後記

### 「会社案内を刷新するぞ!」

社長のこの一言で「Do★Do★Do HEADLINE」は作られることになりました。今年、事務所を港区に移し、仕事環境は大きく変わりました。会社案内の在庫も残り少なく、「刷新、いいじゃないか、そんなタイミングだな」と気軽に思ったのはホンの東の間。社長が28頁もの大作をイメージしているとは、私たちには想像できていなかったのです。

納期は1ヶ月、、、。社長の思惑が明らかになるとともに、膨れ上がるプロジェクトと予算・・・モノづくりに拘り「これは大変だぞ」を楽しむ——まさにヒップスターゲート。

営業活動のさなか、星のように降っておいでくる社長のアイデアを受け止め、形にしたOマネジャー。商品開発の期限がせまるなか、次第に巻き込まれ、中心となって原稿のチェックをしたNマネジャー。私自身も身を置きながら、この会社のチームワークと機動力に驚かされます。従来、鈍重な私ですが、ここにいるとそうも言うてはいられません。会社のスピード感にはほど遠く、迷惑をかけてばかりですが、何とかついて行きたいと思う“何か”がヒップスターゲートにはあります。今回の「Do★Do★Do HEADLINE」制作にもその“何か”が発動されたと思っています。「大変!大変!」は楽しむべきイベント。真面目に楽しい仕事好きがここに集まっていることを実感した1ヶ月でした。

最後になりましたが、「Do★Do★Do HEADLINE」はお客様にお話しを伺うことで多大なご協力をいただきました。お忙しいなか、ライターとカメラマンを伴っておじゃましましたが、インタビュアーの質問一つひとつに真剣にご対応をいただきました。貴重なお時間を割いていただいたこと、暖かいお言葉、ご意見をいただいた事を心から嬉しく思い、この場を借りて深く感謝申し上げます。また、本当に最後になりましたが、短納期で紙面を仕上げてくださいましたY氏、いつも最高のデザインをありがとうございます。

2014年7月15日  
編集長 渡辺留美子



2014年7月15日第1版発行



発行人 渡邊良文	発行 株式会社ヒップスターゲート 〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-8-25 日総第23ビル11F
編集長 渡辺留美子	Do★Do★Do HEADLINE 編集部 TEL.03-5777-2642
アートディレクター 安永成隆	印刷・製本 昭栄印刷株式会社
ライター 肥沼和之 後藤武樹	
カメラマン 櫻井健司 菅 慎一	

※本誌に記載の記事・写真等の無断掲載を禁じます。本誌に記載の記事内容のお問い合わせや乱丁・落丁本のお取り替えは株式会社ヒップスターゲートまで  
TEL.03-5777-2642(平日9:30~18:00)  
※この本についてのお問い合わせは、Do★Do★Do HEADLINE 編集部 TEL.03-5777-2642で承っております。