



ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

部下や後輩のモチベーションを上げる関わり方とは

もうすぐ新年度となり新入社員が入社してくる職場も多いと思います。部下や後輩の育成には育成担当者となる上司や先輩の関わり方が大きな影響を与えます。今回は、部下や後輩のモチベーションを上げる関わり方についてご紹介します。

①部下・後輩の自己重要感を高める

■自己重要感とは…

人は、「私は必要とされている」「私は役に立っている」等自分の存在を肯定したい、肯定されたいと思う強い欲求を持っています。自分を重要で必要な人間だと思いたいと思うのです。この欲求が自己重要感です。これが高まるとモチベーションが向上します。

■自己重要感の高め方

自己重要感是自己自身でも高めることができますが、他者との関わりの中で認められる方が、より自己重要感が高まります。また、人は自分の自己重要感を満たしてくれる相手のことを大切に、信頼を寄せていきます。職場においてのリーダーシップを発揮するためにも部下・後輩の自己重要感を高めることが必要となります。

■効果的な手法

「褒める」「認める」「承認する」「よいと評価する」ことが最も効果的です。これは、日常業務の中で「いかに評価してあげるポイントを見つけ出すか」がポイントとなり、行動観察やコミュニケーションを通じてプラスのフィードバックをおこないます。

②部下・後輩の自己効力感を高める

■自己効力感とは…

「私はこんなこともできるんだ」「私ならこんなこともできるかもしれない」という自分に対する自信のこと。人は何か行動を起こす際に「その行動を自分ができそうか」をまず考えます。「できそう」と思えば行動し、「できそうにない」と判断すればなかなか行動に移すことができません。つまり、同じ課題を与えても自己効力感が高い人は「やれそうだから」と行動に移すことができても、自己効力感の低い人は「できそうにない」と思ってモチベーションが上がらず、行動につながりません。よって、自己効力感をいかに高めていくかが部下のモチベーションの向上から成果までを決定する原点ともいえます。

■自己効力感の高め方

部下・後輩に成功体験を積ませることで自己効力感を高めることができます。

■効果的な手法

小さな成功体験の積み重ねをさせていくことがポイントです。これは偶発的には達成されませんので、いつ・どんなタイミングで・何をさせることによって成功体験をさせるのかを育成計画を立案することも必要です。

新入社員は職場の活性化のカギとなり、育成がうまくいくことで職場全体の戦力向上につながりますので、受け入れ体制を整えておきたいですね。



Book review 『日めくり 毎日、修造!』

著者:松岡 修造 / 価格:1,080円(税込)

スポーツキャスター松岡修三さんの名言が毎日楽しめる日めくりカレンダーです。ベストセラーになっていると聞き、私も購入しました。松岡修三さんといえば熱い応援が有名ですが、時には取材相手である選手を叱咤することもあります。卓球の石川佳純選手がロンドンオリンピックの個人戦で負けた直後、「本気で応援しているからこそ、厳しい言葉も言わせてもらう。今日は勝てる試合だったのに、なぜ負けたんだ!」と詰め寄っていた姿が印象的でした。のちに石川選手は「あの叱咤がきっかけでさらに強くなれた」と語っており、相手を本気にさせる応援は私たち支援者としての在り方にも通じるものがあると思います。熱い言葉が欲しい方、自分自身のモチベーションを上げたい方におすすめです。



小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士

事業計画はストーリーと適切な項目分けが大切

新年度を迎えるにあたり、様々な補助金の公募が始まっています。そのため、事業計画策定セミナーの依頼を受けることが多くなっています。セミナーの多くは夕方から夜間の開催であり、セミナーの回数も複数回になりますが、多くの事業者様に仕事を終えてからご参加いただいております。みなさまの熱心さに頭の下がる思いです。少しでも多くの方のお役に立てればと思って取り組ませていただいております。

事業計画策定セミナーでは、基本的な環境分析手法やマーケティング手法についての説明をさせていただきますが、最終的に取りまとめる時には「読み手を意識すること」「ストーリー性を意識すること」「適切な項目分けを行うこと」が重要だと説明させていただきます。

まず、事業計画書や補助金計画書については、読み手のわかりやすさが重要になります。金融機関や補助金の審査員の方が読み手であれば、それぞれ興味がある箇所や見るポイントも違います。金融機関の方であればより財務状況や数値計画を重視するでしょうし、補助金の審査員であれば定められた審査ポイントを重視するでしょう。それを意識して事業計画を作成するのとはしないのでは、大きく評価はかわるでしょう。

次に、わかりやすい事業計画は「ストーリー」がしっかりとしています。環境分析が事業展開の根拠に活かされていたり、当社の強みや機会を活かしている内容であったり、ターゲットへのアプローチ方法がスムーズであればストーリー性を感じ、読み手からの評価は高くなるでしょう。

最後に、事業計画を作成する際の項目分けですが、事業計画の様式で「企業概要」「市場の動向」のようにあらかじめ項目分けされているものを更に細分化してわかりやすく記述することおすすめしています。例えば「市場の動向」であれば、「商圏人口の推移」「競合店の状況」「業界の動向」などに分けることができます。項目を細分化した方が記述しやすいことはもちろん、読み手からもわかりやすくなります。

これらは当たり前のことばかりではありますが、私自身、このことを忘れずに取り組みたいと思っています。新年度も宜しくお願い致します。

渡貫 久

大学卒業後、広島市に本社のある食品スーパーマーケットに入社。現場、人事、経営企画、業務改善を経験後、中小企業診断士の資格を取得し、独立。スーパーマーケットや食品メーカー、飲食店等、食や流通関連の企業を中心としたコンサルティングのほか、公的機関や学校、民間企業向けの研修を行なっている。中小企業診断士

人が変わるきっかけ

多くの社長から、幹部候補の社員が「やらされ感」を感じることなく、新しい取り組みをしてもらいたいとのご相談を受けます。一方、幹部候補の社員の中には、現状から次のステージに移りたいと思っていても、自分自身のどの部分を変えるとよいのか悩んでいらっしゃる方も見受けられます。

とある会社では、自己診断ツールを活用して、自分の長所・短所を自己認識してもらいました。通常、短期研修の場合は、短所を知って、今後の目標設定をおこなうのみにとどまる場合が多いです。しかし、今回は長期間にわたる研修（月1～2回の支援を半年以上）であり、その短所を改善に貢献し、かつ幹部育成に伴う実務直結の支援をおこないました。

私にとって、初めての試みでしたが、半年後社長からのコメントをお伺いすると短所がずいぶん改善されたことをお伺いしました。

自分の改善点が具体的に分かるようなツールでしたので、幹部候補自身、意識を集中させて改善することができたようでした。しかしながら、ツールがあれば、成功するものではありません。本人が幹部になりたいという思いがベースにあり、自分の足りない部分を直したいという心底の思いがあってこそ、変革ができたのだと思います。

別のケースでは、部門別損益や損益分岐点や原価計算といった計数管理を学ぶことで、幹部候補の意識が変わるケースも垣間見ました。

人が変わるスイッチは、これといった特効薬はなく、多種多様なのだらうと思います。その方にフィットしたスイッチを短期間で見つけ出し、変わるきっかけを提示するのが私たち支援者に求められることだと思います。それにより、本人にとっても、会社にとってもプラスになるような支援ができたらと思います。今後もきっかけの引き出しを私自身、多く持つことができたらと思います。

吉田 英憲

大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化(IT活用含む)、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士