

## 第5回経営基盤・人材部会 議事録要旨

- 行政、経済団体等で研修を実施しているが、情報を入手していない人が多いので広く周知する方法があればいいと思う。例えば、帯広市が帯広市内の主だった研修を行なっているところの情報を一元化したホームページを構築するなど。
- 研修の講師実務経験があるなどの適性が必要。
- 商工会議所に限らず他のいろいろな団体で研修事業を行なっているので、それらの情報を規模の小さい企業にも周知できればいい。加えて、そういった企業が気楽にアクセスしてもらえそうな体制が大切である。
- 商工会議所から研修の情報が送られてくるが、その情報をなかなか従業員に伝えられていない。反省点なので、まずは自分で一度受講してみなければならぬと感じた。
- 商店街では視察ベースで研修を行なっている。先進地などに赴き、どのように取り組んでいるかなどを勉強してきている。しかし、こういう人たちに参加して欲しいなど、目的を明確に位置付けしていなかったので反省している。
- 研修の情報は届いているのだが、その内容について十分確認しないまま必要性を判断してしまう。だから、情報提供する際には、この研修を受講するとこういう効果が期待できるという点を明確に伝えて欲しい、そうすれば、参加してみようという気になる。
- 研修情報がなかなか周知されていないという問題点と研修を受けない企業はどうして受けないのだろうかという問題がある。

研修を受けない企業は、費用の問題、時間的問題、小企業であれば一人かけると仕事が立ち行かないという問題、専門的なテーマは関係ないという意識の問題などを抱えているのだろう。しかし、帯広市全体の底上げのためには、そういった企業にも研修を受けられるような環境などについて見直す必要がある。
- いい研修があると仲間の経営者に薦めるのだが、「時間がない」、「費用がかかる」という返事が多い。根本的に経営者の意識に、研修を受けたからといっ

てすぐに売り上げにつながらないので意味がないという思いがある。「我慢して続けないと成果は出てこないのだ」と話しても、乗り気にはならない。

また、経営者には現状満足という意識も強い気がする。企業規模の拡大などを考えていない人が多い。そのため、社員教育に対する意識が低い。

- 商店街では売り上げに直結しない研修は関心をもたれない。マナーなどであれば、わかっているという雰囲気になってしまうためである。また、商店街は一人、二人で店を営んでいるところばかりなので、時間的余裕がないという面もある。人的な問題、費用の問題等もさることながら、今いろいろな価値観が絡み合っているため、どういった研修をすればいいのかわからないという状態である。
- 研修情報が送られてきても見て終わりになってしまうことがある。また、毎日この時間を割いて受講するという事は難しいという話になってあきらめるということがある。
- 前に受講したことのある講師の研修であれば、勝手にあの話かと思ってしまう。だから、研修の情報提供を行なう際の伝え方が重要。単純にFAX等で情報提供されても行きたいという気にはなかなかならない。
- 経営者が研修の必要性を認識している企業は、相当程度研修を社内で行っている。そして、その優秀な経営者たちが人材育成についてどう取り組んでいたか、自分の企業経営にとって、あるいは企業の成長過程でどのくらい人材育成が大事だったのか等について講師として話してもらおう。中小企業の経営者が人材育成というものをしっかりと認識してもらおうことがスタートである。
- 本当に人材育成に取り組む気があるのであれば、時間など作れるものである。研修内容をテープなどで聞かせて感想文を書いてもらう仕組みなど、取り組もうと思えばできるものである。
- 研修の一つのツールとしてジャンル別に整理されたライブラリー形式のものがあれば、中小企業の経営者も取り組むやすくなる。研修内容が収録されたテープを貸す等である。図書館から、こういうテープを含めた資料があると情報発信していけばいい。
- 老舗企業の倒産等により危機意識を強めている経営者が多くなっている。

これをピンチと捉えるのではなく前向きに取り組んでいくため、「企業経営に必要な研修があります」、「社員教育向けにこういう研修があります」などと情報提供して研修の必要性を理解してもらおう。その提供は、行政に限らず融資を行なう金融機関等も行なえるようにする。

- 人材育成は経営者がそれについてどういう取組みをするかにかかっている。経営者が人材育成に取り組もうとしなければ、従業員のレベルアップにはつながらない。そのため、まずは経営者に対する教育が必要である。
- 経営者への教育の一つとして、自社の強み、弱みを把握して、事業計画を作れる人を育てるということがある。計画を作るという作業は、従業員をどう活用して、どう育成しなければいけないかということも含めて全般的な部分を把握したうえで作らなければいけないからである。そして、その作業は誰も教えることができず、自分で考えなければいけない。経営者とは自分で考えられる人であるということが大前提である。
- 自分で考える研修のメニューとして、一つのある会社の様々な問題点について研修参加者が各々自分で考え、意見を述べ合うという方法がある。そうすれば、一人の人に教わるのではなく、様々な意見を聞いて、これは参考にできる、これはわが社には適用できないなどと更に考えることができる。講演式の一方的な研修ではなく、考える、考えさせる方法で経営者の育成を図っていくべきである。
- 自分で考える経営者になれば、従業員に対して日常業務の中で指導して、成長させることができる。
- 研修テープやビデオを従業員に見せても、あまり勉強にならないと思う。
- 従業員教育の前に経営者に対する教育が必要。経営者が互いにディスカッションで切磋琢磨する交流等をもちながら取り組んでいくことが大事である。そのためには、まずそういった勉強する場、交流する場に参加していくことが必要である。
- 研修を通して、互いに会社のことを話すことができる人と出会うことがある。現場で寸暇を惜しんで働くということも大事ではあるが、研修を通していろいろな人と知り合いになるということは、孤独な経営者にとって効果がある

ものである。それは、相手が異業種であっても血となり肉となるからである。

- 研修の周知方法について、例えば、この研修で会社が立ち直ったなどの体験談、物語があると人は参加したくなるものである。やはり、上手に声掛けをおこなう仕組みが必要であると思う。
- 研修で大事な点は、どういう効果があるかということ。その研修の必要性が理解できなければ参加しようとは思わないものだから。
- FAX等で一日数多くの研修案内が届く。しかし、手に取るものは目立つものなのである。一番関心を持っている言葉が大きく入っていたり、対象者が明確で、効果がはっきりと書いてあるものは目立ちやすい。やはり人間がどのような言葉で動くのか、惹かれるのか、真剣に考えて作らなければいけない。きれいにまとめたものではなく、人を惹きつけるものであるとかなり印象度は違う。
- 研修に興味のない経営者を無理やり参加させても、その研修がためになると感じてもらえなければ、次は行かなくなる。どれほど良い話であっても関心がなければ効果はでない。研修の必要性をどう知らしめていくかが課題である。
- 経営者への教育と同時に管理職への教育も必要不可欠。経営者が一生懸命勉強をしていると、下の管理職が冷めてくるというケースが意外とあるものだから。
- 若手を育てる方法の一つに、できるだけ責任を持たせるということがある。実際の仕事で責任を持ったとき、人間はとても成長するものである。その機会を与えていくことが大事である。
- 教える教育ではなく、ともに育つ教育であることが重要。同友会ではそういった取組みをしている。会社の中でも、社員、経営者がそれぞれの立場で育て合うという形になっていくものである。
- 帯広市内の研修メニューで経営者に対する心の研修がかけている。ここを埋める研修が必要である。ともにがんばって育つ、その延長線に地域経営という視点で地域をどう活性化するか、という考え方をもってもらう。

- 研修テーマによって、参加する層は違ってくる。例えば、同じ新会社法という題材で研修をしたとしても、「計算書類の雛形が変わる」というテーマであれば経理担当者が参加し、「色々な形で会社の枠組みが変わる」というテーマであれば、社長や専務が参加する。
- これまで研修会を実施してきた経験から、経営者に1時間講演してもらい、30分でその経営者が話した経営のポイントを解説する形の勉強会を実施できると考えている。
- どういう研修にどういう人が参加しているのかがわかればターゲットを絞りながら研修を実施できる。