

事務所からのひとこと

寒さがひとしお身にしみるところとなりました。皆様いかがお過ごしでしょうか。

いよいよストレスチェック制度がスタートしました。実施に当たって、その運用方法や費用に頭を抱えている方も少なくはないでしょう。

そもそもストレスとは、どのようなものなのでしょう。心をゴムボールに例えるなら、押した指の刺激がストレスの原因(ストレッサー)で、これを跳ね返そうとする力がストレスです。辛いことや悲しいことだけでなく、おめでたいことや喜ばしいことなど、心に刺激を与える変化は全てストレスのもととなります。

ストレス対策として3つの方法をご紹介します。1つ目はトリプトファンという物質が含まれている肉・魚類、豆製品、乳製品、などを摂取すること。2つ目は1日20分程度のウォーキングや軽いジョギングをすること。そして3つ目は深呼吸です。心臓などとは違い、呼吸だけが自律神経系統の中で唯一運動を自己コントロールできます。意識的に行うことでリラックスし、身体の調子を整えられるのです。

今年1年のご愛顧に感謝するとともに、健やかなる新年をお迎えになられますよう、心よりお祈り申し上げます。

COLUMN

理念に沿った人材育成
～常識外れが差別化につながる～

売上高経常利益率12%(2015年3月期連結決算)の電気設備機器メーカーA社。企業理念である「常に考える」社員を育てるための取り組みは3つ。

1つ目は上司への報連相禁止だ。社員一人一人に責任と権限を持たせ、最後まで考え抜いてもらうのが狙いである。上司がいちいち指示・命令しては、自分の頭で考えて行動できる社員が育たない。

2つ目は残業禁止。勤務時間内に業務を完結させられるよう、社員に考えることを求めている。定時に退社するため、日々の業務スケジュールを綿密に組み、効率的に働く。早く帰宅し自由な時間を過ごせば、心に余裕が持て、職場で更なる創意工夫を生み出す。

3つ目は提案1件につき500円が支給されるというもの。内容や実施の有無にかかわらず一律500円。提案が採用され、実施されれば最高3万円の報奨金が支給される。提案件数は年間1万件を超えるという。

同社の取り組みは一見、常識外れだ。しかし、それぞれに目的があり、企業理念の「常に考える」を実践している。人材で他社と差別化するならば、自社の価値観に従って育成することが重要である。

明日への指針

人材のブランド化で拓く「未来」～人材は最も重要な経営資源～

「企業は人なり」「企業は人材の質と量の成長以上には成長しない」「よき人を止むる業を企業という」。これらの言葉は、経営の原理原則である。

企業の栄枯盛衰の歴史をひもとくと、会社を大きく発展させているのは人だが、衰退・消滅させているのも人だ。そのような中で、数多くの企業の中から顧客に選ばれ、継続的な成長を実現している企業の共通点を見ると、「人材のブランド化」に積極的に取り組んでいることが挙げられる。人材を差別化のための最も重要な経営資源と考え、人づくりに積極的かつ体系的・継続的に取り組んでいる。

人は、普段の力を1とすると、目的を理解して仕事に取り組むと1.6倍の力を発揮でき、さらに自ら主体的に取り組むとその1.6倍、つまり約2.6倍の力が発揮できるといわれる。そこに加えて社員同士が互いを認め合い、ワイワイ・ガヤガヤと部門横断的に協力するチームパワーが掛け算されれば、他社へ圧倒的な差をつけられるだろう。

米の心理学者アブラハム・マズローの「欲求段階説」は、最上位である第5段階「自己実現欲求」の

上に、第6段階「コミュニティ発展欲求」(自身の所属するコミュニティがより高次にまで発展してほしいという欲求)を想定していたという説もある。継続的な成長を実現している企業で、活躍している人材には、まさに第6段階(利他の視点)で仕事をするブランド人材を見受けることが多々ある。

こうした人づくりや、人材のブランド化には、まず経営者が「人材は自社の最も重要な経営資源だ」と再認識する必要がある。そして、従業員の「価値観」を企業のミッションや顧客価値の視点で統一しつつ、一定の自由度を与え、従業員に「自分が主役」と感じさせる。これによって自ら考える人材をつくり、チームを生かす発想も身に付けさせる。この社風づくり、人材開発の仕組みづくりが大切である。

一朝一夕では実現しない。しかし、継続すれば必ず成果は出る。思いを持った組織には良い人材が集まり、企業は大きく成長していく。

未来に向けて人材をどうブランド化し、企業を発展させるかは、経営者の思いと決断で決まる。次なる変革へ第一歩を踏み出していきたい。

語らせる前に書かせよう

黒田祥子・早稲田大学教授と、山本勲・慶應義塾大学教授の共同研究(経済産業研究所「企業における従業員のメンタルヘルスの状況と企業業績—企業パネルデータを用いた検証—」、2014年4月)によると、2004~07年の企業データからメンタルヘルス不調が業績に与える影響を調べたところ、メンタルヘルス休職者比率の上昇は、中期的に企業の売上高利益率に負の影響を与える可能性があるという。

やる気に燃えていたのに突然、無気力になり、入社拒否へ至る「バーンアウト・シンドローム」(燃え尽き症候群)に陥る人が増えている。従業員の心理状態の不調が業績を左右する以上、企業はストレスチェックだけでなく、従業員のストレスを緩和させる行動を取る必要がある。では、定期的に相談に乗ればよいのだろうか。実は、嫌な体験を誰かに話したところで、ストレス解消の役に立たないとの研究結果がある。

『その科学が成功を決める』(リチャード・ワイズマン著、文春文庫)に、「悩みを他人に相談しても気持ちは晴れない」ことを示す実験事例が紹介されている。1つ目はベル

ギーのルーヴァン大学の心理学者エマニュエル・ゼックと、ベルナール・リメが05年に行った実験。

実験の参加者のうち半数に、自分が最も精神的に苦痛だった出来事を、もう半数には普通の1日の出来事について話させた。そして全員に1週間後と1カ月後、自分が感じている幸福感についてアンケートをとったのである。アンケート結果を見ると、両グループの幸福感の度合いは大差なかったようだ。

もう1つの実験では、解雇されたばかりの人に本音を簡単に書いてもらった。すると、被験者は心身共に元気付けられ、健康が回復し、自信や幸福感が増したという。つまり嫌な体験を人に話すより、それを書き出す方が気持ちは楽になるということだ。

ちなみにペンシルバニア大学のセリグマン教授が05年に発表した論文によると、毎晩寝る前に今日起きた良いことを3つ挙げ、その理由を1週間書き続けるだけで、半年間にわたり幸福度が向上し、抑うつ度が低下するというのである。

いずれにせよ、語らせる前に、まず書かせることがポイントといえそうだ。