

C O N T E N T S

【トピックス】「賃金事情」コラム

- 【1】 産業の競争力
- 【2】 職場を考える(58) 【無意味な数値】
- 【3】 生き生き施設づくり(49) 【感染症対策5】
- 【4】 信頼のある職場(58) 【生産性】
- 【5】 少年硬式野球チームのコーチと目標管理(68) 【大切な目標2】
- 【6】 孫の運動会

MBO実践支援センターのメールマガジンをお届けします（このメールマガジンは、MBO実践支援センターのメンバーが面識を得た皆さまに、近況報告のつもりで1回/2カ月のペースで送らせていただいています）。ご覧いただければ幸いです。

中嶋 哲夫

【トピックス】

- (1) 「賃金事情」No. 2813（2020. 10. 20発行）のコラム「人事も歩けば」に『建物のリユース』が掲載されます。
- (2) 「賃金事情」No. 2811（2020. 9. 20発行）のコラム「人事も歩けば」に『稗田環濠集落』が掲載されました。

【1】 産業の競争力

新型コロナウイルス禍は、新しい事実気づく機会にもなっているようです。遠隔授業を行うと、教室とはことなるコミュニケーションが生まれます。教室では黙っている学生が、チャットでは発言するのは、その典型です。また、通勤に使う時間をレポートの添削に充てると、学生の文章力は着実に高まります。企業研修において、複数のグループ・ミーティングを遠隔支援すると、1カ所に集まったときと、アドバイス内容が変わっていることを感じます。メディアが変わると、無意識のうちメッセージが変わるようです。

中嶋

【2】 職場を考える(58)

【 無意味な数値 】

目標管理の一般的教科書では、「計数で表現された目標」の大切さが説かれています。たしかに、前回は述べた「意味ある数値」については、結果の測定は大切です。しかし、最近目立つのは、「無意味だが客観的」数値を掲げる傾向です。その傾向は、説明責任という言葉が使われるようになってから強まったと感じます。つまり、目的を達成すること以上に、客観的言い訳をすることに力が入る防衛的姿勢から生まれていると感じています。筆者がよく体験する無意味な数値目標の例に、「勉強会の回数」や「研修会の回数」というのがあります。多くの場合は、「〇〇力を高める」というのが本来の目標ですが、その代理指標として「勉強会の回数」「研修会の回数」を掲げます。しかし考えてみてください。勉強会の回数が能力アップにつながる保証はありません。スポーツを例に取れば、「練習の回数」といっているに過ぎないわけです。練習の強度や、フォームの正しさ、怪我のしにくさなどの要素が考えられなければ、能力アップにはならないはずで、つまり、勉強会の強度や、勉強方法の効率性、勉強方法の正しさ、実践機会等々の要素が複合されて「〇〇力」が上がるわけです。

同様の数値目標に「顧客満足度」があります。多くの場合、顧客への簡単なアンケートを集計して「顧客満足度」を測ることになります。通常、顧客アンケートに答えてくれる人は限られるので、アンケートの回収率が低いはずで、つまり、データには偏りがあるはずで、従って、顧客アンケートの結果を顧客満足度の代理指標として用いることが適切かは、よく研究する必要があります。顧客満足度、企業への信頼度、技術競争力、従業員の能力レベルなどは、企業にとって重要だが、計数化することの困難な要素です。安易に「測定できる範囲の数値で目標を設定する」のではなく、「本当に大切なことを目標に設定する」ことが大事でしょう。

中嶋

【3】生き生き施設づくり(49)

【 感染症対策5 】

いつもご紹介している東京都内の介護施設。
いまだ寄せては返す波状攻撃にさらされています。
主なものだけでも、2月下旬に職員が倦怠感と発熱の症状を訴えて休み、PCR検査を行って陰性。3月以降は毎月のように体調不良の職員が出るたびに、保健所と連絡をとって検査を実施しこの段階では大事には至らず。
8月上旬にディサービスご利用様が帰宅後発熱し、検査の結果陽性。ご本人がご利用された日に濃厚接触の該当者がなかったため、営業継続。そして、とうとう8月下旬に同じディサービスでご利用者様2名が陽性。職員からも複数名陽性者が出たため、2週間にわたりディサービスを閉鎖。9月より再開。今月10月に入って、S区の方針で介護施設職員全員のPCR検査を実施したところ1名が陽性。その職員に濃厚接触した者がいなかったため、職員当人を休業させて営業継続。
世間的にはコロナ慣れした感じがあって、4月、5月の緊急事態宣言の時のような緊迫感が薄れていますが、市中に無症状の感染者がいる状況が変わらない限り、コロナウイルスの攻撃はまたやってくるはずなので、日常からできる備えを怠らないことと、起こったらその都度最善を尽くしてしのぎを怠りません。間断なく強いられる緊張の日々が、施設のチームの体力を奪わないことを祈るばかりです。
パートナー・三宅敬司

【4】信頼のある職場(58)

【 生産性 】

テレワークの生産性をめぐる評価が分かれています。
生産性といっても数値や指標で客観的に測れるものではなく、上がったと思うか下がったと思うかという聞き方なので、実際のところは人によって受け止め方はさまざまだろうと思います。
たとえば、通勤や移動の時間が減ったことひとつとっても、その分じっくりと考える時間が増えたという人もいれば、気分転換や仲間との雑談がなくなってアイデアが煮つまったという人もいるでしょう。だから、テレワークがいいかどうかという一般的な問題の立て方はあまり意味がないのではとしたりします。
企業としてはテレワークによって仕事がやりづらくなったと感じている（属性の）人たちの問題を、いかに解決するかが実務家の課題だと思います。
先日行われた陸上の日本選手権で少なからぬ選手が自己ベストを出しました。アスリートにとって、今シーズンの初めは外出自粛で、仲間やコーチとの練習はおろか、グラウンドや体育館に出ることができず、自宅という限られた空間でできることを工夫してやるしかなかったと思います。トップアスリートの創意や自己管理はすごいと感心させられました。
それに近いことをやった人、すなわち会社や組織に頼らずに自分なりのやりかたで課題を解決した人たちも会社のどこかにいるはずで、そのやりかたはぜひ共有したいものです。

パートナー・三宅敬司

【5】少年硬式野球チームのコーチと目標管理(68)

【大切な目標2】

10月に入り秋の気配を感じ始めました。プロ野球も優勝マジックが点灯するなど野球のシーズンも最終段階にきました。一方、リトルリーグはアメリカが本部ということもあり、学校のスタート時期に合わせてなのか9月～新チームによる複数の公式戦(大会)が11月上旬まで続きます。我がリーグも新チームとして8月～活動を開始し、短い期間ではありますが色々なポジションを選手たちに経験させながら、練習を重ねて新チーム初の公式戦(大会)が始まりました。新チームでの初の公式戦の結果は準優勝、優勝には一步届かず、少々残念な結果となりました。ここ数年、優勝という実績を数多く重ねていたのも、監督、コーチ、選手、保護者も含めて皆ががっかりしたのだらうと思っておりましたが、チームの広報が発信したSNSの投稿には公式戦の結果の後に「常勝軍団? いえいえ、上昇軍団です。」とのコメント付きで次なる公式戦へ向けてチームがより高いところに向かうことを宣言するという、「素敵な”キャッチフレーズ!」が掲載されておりました。このコラムでも再三伝えている通りで、リトルリーグ自体が小学生～中学1年生までのまだまだスタートを切ったばかりの段階で、しかも新チーム発足から僅か2カ月弱、準優勝でも凄いこと!です。ましてや先には優勝という目標があり、追いかけるライバルがいるというのは有難いこと!と感じさせてくれました。そして、ライバル以上に、まずは自分たち自身が公式戦を振り返り、何を目標にしている、何が良くて、何が足りなくて、どのようにすべきだったのか?このP(Plan) D(Do) C(Check) A(Action)のサイクルを回すことで上昇させれば良いという目標管理の基本に立ち返る、そんなシンプルな本質が「常勝軍団? いえいえ、上昇軍団です。」というキャッチフレーズには込められていると感じます。コロナ禍で、今年は多くの企業が苦労している真ただ中ではありますが、ネガティブな気持ちを切り替え、PDCAを回そうとすること!それが上昇するためのエンジンに必ずや、なるのでは? 失敗や目標未達・・・落ち込んでいる場合ではない。上昇軍団なのだから。

イケメンコーチ

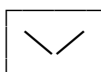
【6】孫の運動会

近所に住む孫(幼稚園)の運動会が10月初めに開催されました。出場園児の保護者が観客コーナーにいて応援し、他の学年の保護者は、まわりで待機。当然マスク着用。園児も手が接触しないように種目を工夫。筆者が気づかない細かな工夫が積み重ねられた上での開催だと思います。修了後、保護者に届いたメールには、「祖父母を含めて、2週間以内に熱が出た場合は、園まで知らせること」とありました。入場したときに親を見つけてはにかむ園児の顔。一方で、最大限の工夫をして準備した幼稚園の先生方。園長先生の「園児に晴れ舞台」を踏ませることへの熱意と勇氣に頭が下がる思いで孫を応援しました。

中嶋

◆◇MBO(目標管理)実践支援センターの考え方

MBO(目標管理)実践支援センターはMBO(目標管理)を組織内で展開するためのノウハウを蓄積し、人事担当者に提供するためのセンターです。営利事業と非営利事業を組み合わせてこの機能をはたしていくつもりです。
<http://www.mbo-mcp.com/>



編集・発行/MBO(目標管理)実践支援センター
代表/中嶋哲夫 <http://www.mbo-mcp.com/>
事務局/(株)MC&P TEL:06-4706-3311

- 最後までお読みいただきましてありがとうございます。
このメールマガジンは、センターの講師陣が出会った方々に感謝の気持ちを込めて送らせていただいています。
もし、ご関心のない場合には、ご面倒ですが解除の手続きをお願い申し上げます。
- このメルマガを読んでもらいたいお知り合いを是非ご紹介ください。
- 投稿または配信停止を希望される場合は、
下記「お問い合わせフォーム」にて、「MBO投稿」または「MBOメルマガ配信停止希望」とご記入の上、送信願います。
<https://secure.mcp.co.jp/contact.html>
- このメールアドレスは配信専用となっております。
返信いただいても対応はいたしかねますのでご了承ください。
ご連絡は下記のアドレスまでお願いいたします。
mbodoor@mbo.mcp.co.jp

※本メールの無断転載・複製を禁じます。