

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！”第54回

---

<タイトル>

「トップの参加によつての意識向上の強化を図る」

<本文>

会社運営においてその組織の発展途上において権限の委譲は不可欠である。しかし組織や管理者の成熟度、能力に応じてそのタイミングが早すぎると負担が重く、つぶれてしまふし、遅すぎても成長の足かせになってしまう。そしてこれらはその職務内容にもよることが多い。経営活動において組織が成熟し、管理職が育てても任せられない活動の1つに「会議」と「教育・研修」がある。

当然の事ながらトップの業務は多忙であるし、任せられる事はほとんど人任せでいくべきであるがこれらの2つはそれを回避する必要がある。理由はトップ自らが「会議」「教育・研修」に参加することによつて緊急感が走る、見られているといった意識が働くという要因もあるが、それよりも重要な意味を成すのがその「会議」「教育・研修」の重要性と同じ時、同じ場所で1つの情報を受発信しているという一体感が参加者の意識向上に拍車をかける。なかには「会議」は参加しているが「教育・研修」は参加していないというトップも多いのではないだろうか。実はその成果は「教育・研修」の方に強く表れる。「会議」はもともと業務における強制力が強く、「教育・研修」は任意における自由度が少しならずとも入ってしまうからである。例えば「クレームが発生しました」「重要クライアントから急にアポイントが入りました」となれば前者の欠席は基本的は許されないが、後者は「仕方がない」となってしまうことがよくある。また「教育・研修」へのトップの参加度合いも全開催に参加する必要はなく、できるだけ多く参加すればそれだけでも受講者の意識は格段向上する。

我々がいくら頑張ってもコントロールできない教育・研修の時間対効果、費用対効果の部分である。また我々の多くの研修実施事例からも「成功した」「効果が出た」と言い切れる研修はいずれもトップ参加型である。「会議」「教育・研修」の人任せには禁物です。それが社外で行われるセミナーや研修ではなおさらである。1名の参加であれば何を教えられたのかを知る術が本人の報告書のみになる。またトップが参加する最も大切な時はこの研修目的を伝えることができる初回であることもお忘れなく。