



新年度、各企業とも清新な気持ちでスタートを切ったであろう。各職場にはフレッシュマンが配属となり、それぞれ懸命な日々を送っているに違いない。フレッシュマンは、初心を忘れず、自己研さんを図り、一日も早く企業の戦力となってほしい。そして各企業とも、フレッシュマンをしっかり育て上げ、自らの企業の発展、ひいては地域経済の活性化が図られるよう期待したい。

## 人材育成が難しい時代に 必要な若者の戦力化

仕事柄、県内の会社、商店、工場など職場を訪問することが多いが、企業トップや管理者から「最近の若者はなかなか職場に定着しない」「若者たちが思うように育たないので苦労している」という話を聞く。企業の上に立つ人たちの若かったころと、いまでは、時代の風潮とか、勤労の意識とかが大きく変わっているだけに、さまざまな隔たりがあるのは不思議ではない。だが、お互いに求め合って採用し、採用されたせいかくの人材が定着しなかったり、うまく戦力化できないということはもったいないことである。

ひとりに比べれば、採用、教育などかなり徹底されているにもかかわらず、こうした悩みが発生していることは、それだけ人材を育てることの難しさを示している。

いまなぜフレッシュマンの戦力化が必要なのかと言うと、一つは企業経営の中で経営資本として「人財力」が求められ、その中核的担い手は若者であるからである。どんなに機械化が図られても企業を支えるものは人材であることは論をまたない。これからも生産力とか設備力といったハードはもちろん大事だが、技術力、デザイン力、販売力、情報力というソフト面も重要である。この技術力、デザイン力、販売力、情報力を生かす経営力の中心は人材であり、それを最も得意とするのが若者たちである。

二つめは、企業の経営課題の一つに「人件費比率」の低減をいかにして図るかがある。その対応の大きな柱が潜在的能力を顕在化し、労働効率を高めることである。若者はその潜在的能力を持ち合わせている。従って若者のモラルアップによる効率的労働を図ることが急務とされている。モラルアップは自己啓発と、企業内における育成策によるところ

大だが、自己啓発も本人の意識と意欲まかせでは効果が薄いし、育成策もそのねらいや目的、そして育成のカリキュラムを確立しておかないと実が上がらない。

三つめは、企業は創造的事業活動が求められているからである。「創造」には豊富な経験に基づく側面もあるが、何より柔軟な発想が必要である。それには若者が最も適性を備えている。若者は時代の先端を吸収し、新鮮な物の見方、発想を取り入れており、事業創造に、こうした特性を生かしていって損はない。

## 信頼関係を築くことから始まる ヒューマンリレーションこそが不可欠

さて、その若者の戦力化を図るためにはどうしたら良いだろうか。業種、業態によっていろいろの指摘があるが、ひとりでいうと職場内のヒューマンリレーションを正常に築くための努力—ということに尽きる。

とかく、企業の新人教育は、フレッシュマンの個性や、優れた能力を発揮できるよう手助けするという姿勢に欠け、企業の独断と偏見に基づいたものになりがちである。そこで言いたいのは最初から上司と部下という関係を押し付けるのではなく、まず信頼関係を築き上げることである。それには、友だちのような付き合い方、親や子に対するようなアプローチの仕方もあるし、先生が生徒に対する接し方もある。しかし、このいずれにしても相手の身になって教えることが必要であろう。そうでないと、口ではわかったと言って表向き従っていても心のなかでは反抗していることが多い。人は上に立つ人、尊敬する人の背中を見、さらに周辺の動きをみてそれを真似ながら成長していく賢明な動物であることを知るべきである。

そして、職場のヒューマンリレーションには、対話が重要なのは、誰もが認めることであろう。しかし、「どうも若者たちと話すのは苦手な人」という人が多い。しかし若者との対話を面倒くさがっているのは始まらない。最も効果的な方法は、上に立つ者が、自分の仕事の夢を語り、そして若者の夢を聞いてやることだろう。その中で、自分はどうすれば良いか、その夢へのプロセスを語り合うことである。そこから上司と部下の目的共有となって行き、職場は確実に変わるはずである。