

日本で〇〇が一番の会社

キラッと輝く
中小企業!

第6回

年間教育時間が一番の会社 A社（情報サービス業）

社員の成長が企業を繁栄させる「人本主義」を実践



門田 政己（かどた まさみ）

人材育成・組織活性化を専門に過去支援してきた組織は500以上。ベストセラー『日本でいちばん大切にしたい会社』著者の坂本光司教授（法政大学大学院）の研究室に所属し、全国の優良企業を精力的に視察する。著書に『小さくてもいちばんの会社 日本人のモノサシを変える64社』（坂本光司教授他共著：講談社）

■ MON株式会社

〒104-0061

東京都中央区銀座5丁目6番12号 bizcube 7F

●メール：info@moncompany.co.jp

●電話：03-6311-7584（代表）

●WEB：http://moncompany.co.jp

A社は、情報サービスを取り扱う会社として1991年（平成3年）に創業された会社です。神奈川県に本社を構え、社員約60名でシステム開発を行っています。昨今、情報サービスに代表されるIT業界は飛躍的に企業数や従事者数が伸びていますが、そのなかでA社が突出して素晴らしい点は社員に対する教育投資です。

教育研修に1人年間 170～270時間を費やす*

具体的には、社内外で行う年間の教育訓練時間は、少ない社員でも最低170時間（月間15時間）、多い社員では270時間（月間20時間）を費やしています。1日に置き換えれば、社員1人ひとりが毎日30分～1時間の教育を受けていることとなります。しかも一番教育が必要な入社3ヵ月以内に行う新入社員教育はこの時間には含まれていません。

このように紹介すると、「1日30分～1時間の教育なら弊社でも日常的に現場で指導をしています」という意見が出そうですが、A社が行っている教育訓練とは、日常業務を通して行うOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）ではなく、集合研修に代表される

ようなOFF-JT（オフ・ザ・ジョブ・トレーニング）であり、実務から離れて時間と場所を設けて行う教育に時間を費やしているのです。

日本企業の教育研修は 平均39.5時間に留まる*

皆様の会社では年間で1人当たり何時間のOFF-JTを行っているのでしょうか？ 人事に携わる皆様には、ぜひ世の中の相場観として他社がどれぐらい社員教育を行っているのかを知っていただきたいと思います。

図表は、厚生労働省が行っている能力開発基本調査から産業別・事業所規模別・年齢階級別の「OFF-JTを受講した正社員の延べ受講時間平均」を示しています。自社の業界や規模に照らし合わせてご覧ください。ちなみに最新版の平成23年度調査では、正社員の延べ受講時間平均は、39.5時間でした。ということは、いかにA社の教育時間（年間170～270時間）が群を抜いているかが分かります。

教育に時間が必要なことは言うまでもありませんが、その他には何が必要でしょうか？

自己啓発費用も 半額または全額を会社負担*

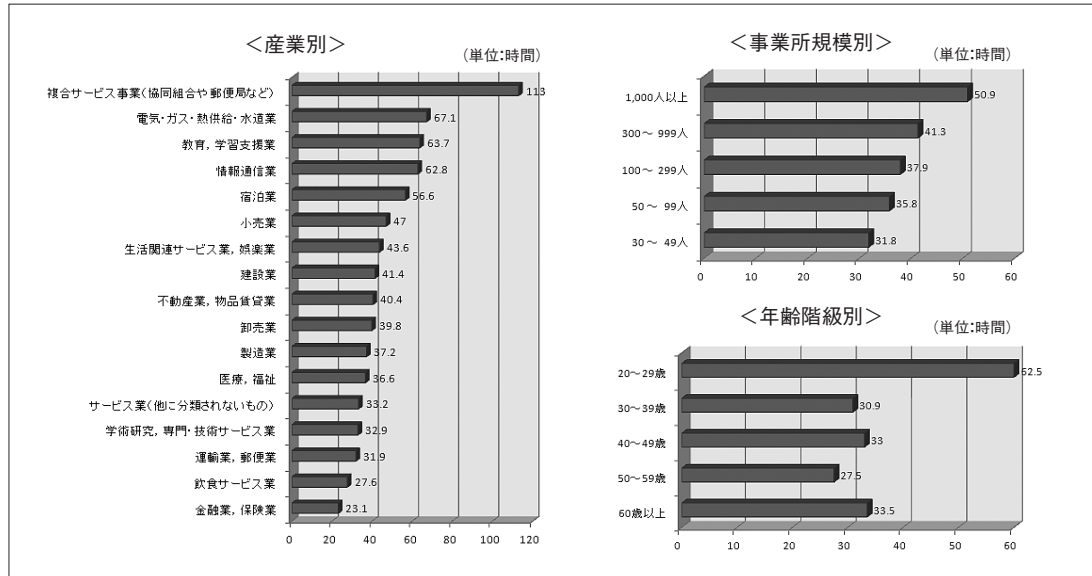
例えばOFF-JTの講師を専門家へ依頼すれば費用がかかるでしょう。また自己啓発などを目的にした外部の催しへ参加すれば、これにも費用がかかります。先ほどの同調査では、「教育訓練に支出した費用の正社員1人当たり平均額」を算出しており、それによればOFF-JTは1.5万円、自己啓発支援は0.6万円（合計2.1万円）という結果でした。

A社でも社員が外部での受講を希望する場合は、自己啓発支援として半額もしくは全額を補助しています。なかでも最先端の技術を学ぶ海外での研修には、積極的に参加できるよう支援しています。どちらにしても教育には、時間と費用がかかることはご承知の通りです。

直接的な費用支出ではありませんが、仮に教育に費やした時間を業務に当てたと想定してシミュレーションをすると、A社が社員研修にかけた時間は売上換算にして1人当たり年間85～135万円に匹敵するといえます。

では、A社がそこまで力を入れて行う教育とはどのような内容なのでしょう？

図表 OFF-JTを受講した正社員の延べ受講時間平均



出典：厚生労働省 厚生労働統計 能力開発基本調査（平成23年度）より著者加工

社員や経営陣が講師となり「仕事力」「人間力」も研修

情報サービスに携わる以上、技術力の向上を重視したスキル研修の講座が一番多く、100以上のレパートリーがあります。しかもこの技術研修は、社内講座として自社運営し、講師を現役の社員が務めているというから驚きです。

また技術を提供する会社としては珍しい「仕事力」や「人間力」を鍛えるための社内研修も行っています。この教育研修は週1回のペースで経営陣が講師となって実施する力の入れようです。

教育投資が好業績を生み好業績だから教育ができる

質の高い技術の提供が商品やサービスである以上、技術研鑽や技

術革新に努めるのは当たり前です。ですが、A社では技術力を高めることと同じぐらい、いえ、それ以上に技術者の人間的成長を願っています。それは、目先の売上といった短期的利益だけではなく、長期的な視点に立ち、一緒に働く社員の成長が会社の成長につながるという考えです。言い方を換えると、社員の成長なくして会社の成長はないという「人本経営」を貫いているのです。

結果的にA社は、社員の成長が企業の成長を牽引し、技術力だけではない付加価値の高い技術集団へと差別化が加速しています。

社員教育をテーマにするとき、「卵が先か？ 鶏が先か？」という議論に陥りますが、社員教育とは何が先で何が後かという話では

なく“何を大切にするのか？”ということでしょう。違う言い方をすれば、“誰を中心に考えるか？”ということなのです。

少なくとも、好業績を続けるA社は社員を大切にし、社員を中心に考える会社でした。

* *

半年間、担当させていただきました『日本で〇〇が一番の会社』の連載は今回をもって終了となります。ご愛読いただきありがとうございます。皆様の組織がキラッと輝くオンリーワン企業となりますことを心より願っています。次号より新連載『データが語る！成果をもたらす人財の真相』（仮）をスタートいたします。どうぞ、よろしく願います。