



食品メーカー人事部長

山田尚登

プロフィール

やまだ・ひさと ●電気メーカー人事部長、人事労務コンサルタントを経て、現在は食品メーカー人事部長。人事、労務、研修など一貫して人事畑を歩む。心理カウンセラーでもある。中学、高校のスポーツクラブの後援会役員もつとめ、子供たちとの交流も多い。

若い人材の育成と「仕事」観

人事労務の仕事に携わって30年以上自分は成長しているのだろうか、と考えることがある。

まだまだ未熟な私が、日々の仕事から感じとった思いを、拙いながらもお伝えすることができれば幸甚である。

さて、いつだったか、買い物客に付きまとう販売員に対してお客様は「見ただけ〜」という台詞のテレビCMがあった。販売員に就いている方たちは、そのCMを見て、自分も気をつけようと思ったに違いない。一方、消費者には「そんな販売員のいる店舗はスタッフの教育がなっていない」という思いがインプリントされたかもしれない。あれは、商品の宣伝だったのか、企業イメージのPR広告だったのか、制作のコンセプトをぜひ知りたいと思ったものだ。

一般に、販売（商取引）というのは、商品と現金の交換である。この交換に人間の欲求などというものがなければ、生活に必要な最低限のものは自動販売機にお金を投入するだけで商品が出てくるような仕組みにしておけば商取引は完了する。しかし、実際は違つ。

お客様（購入予定者）にはニーズ（欲求）があり、そのニーズに応えられる品物でなければ現実にはお買い上げいただけない。しかし、その場、その時に、「買う」という欲求の充足を予定して店舗に来たのか、あるいはまさしく「見に来た（下調べ）」だけなのか、個々人でまったく異なるだろう。自動販売機で対応するには限界があるということだ。

来店する行動の目的は、急ぎ必要な物、諸条件（価格や機能など）が揃うなら買いたい物、など十人十色だろう。

そういうお客様に、その場で購入意欲を持たせることができるか否かが「販売職の能力」ということもできる。販売の仕事というのは誰でもできそうで実は難しく、自動販売機では対応できない仕事なのだ。

販売（営業）の仕事に就く社員には、「売る」ことが仕事であること、リピート（再来店・再購入）していただく接客が重要であること、等々の販売スキル向上の教育を絶えず行っている。もちろん、商品知識を身につけることは必須となる。決して押し売りではなく欲求充足のための購入意欲を増幅させることが接客の基本となるのだから。

「大学まで出してやったのに売り子か」という親御さんがいる。そう考える親御さんには、販売の仕事というのはとても難しく、やりがいの持てる仕事であることを理解していただく必要があるし、「仕事に上下はない」ことも理解してほしい。同時に、社会に送り出す教育現場の指導者には、「仕事とはなんぞや」という哲学を指導の中に積極的に取り入れていただきたいと考えている。どのような仕事であつても、一人ひとりの適性や興味の方向によって仕事を決め、仕事を通して社会性を身につけ、人間の魅力を高めることがとても重要なのではないかと思つている。一言でいうなら、人格形成のために仕事に就くのである。ホワイトカラーとブルーカラーの2色しかないわけではない。

ある大手企業で採用にかかわったときのこと。入社時の研修も終えてピカピカの新社員たちに配属発表した。実は、その場で泣き崩れる新人がいる

のだ。

理由は、配属先の事業所が本社ではなかったというもの。夢に胸を膨らませて入社し、発表された配属先を聞いた瞬間、「本社でなければ、この会社は大手であっても私の配属された事業所は大手ではない」というなんと奇妙な情けない理由。思わず、こんな子採用しなければ良かった、と思つてしまふ。

また、企画部門なら大手に入社した気分になれるが、他の部門ならその気持ちは萎えてしまふ。大手企業か中堅企業かという区分だけでなく、職種についても新人たちの思いは萎えてしまふことがあるのだ。

もちろん仕事の種類に優劣などない。専門的な知識を要する仕事もあれば、体力勝負の仕事もある。要するに、個人が選択する仕事に就くために必要な能力が備わっているかが重要なわけである。仮にそれらをひと括りに広義のスキルとしよう。スキルは学校教育の中で磨かれることもあるし、社会に出るから磨かれることもある。学校教育の現場で、ぜひとも「仕事」について考え、学ぶ時間を作っていたきたい。

教科の知識だけではなく、「職業観」という素地を少しでも考える場を経験させていただけただなら、企業規模の大小や職種を問わず、企業での教育もやりやすい。そして定着率も高まると思ふのだが……。

若い人材を育成するために重要なのは、学校教育の場と企業教育の場が川の流れるようにつながり、働くことに目的や夢を描けるようにすることだと考えている。