

株式会社伊東商会様

8割の社員がマインドと行動に変化を実感した ITO Winning Academy

全社員参加型

「コーポレート・トランスフォーム」プロジェクト

モノとモノ、人と人、企業と企業、アイデアとアイデアを結び、組み合わせることで、今までに無かった価値を創造することをミッションに掲げ、日本のモノづくり現場の課題解決・ソリューション提案をする株式会社伊東商会様はまもなく創業70周年を迎えます。

2020年～2022年を ITO 第二の創業の2ndステージと位置づけ、会社全体で「コーポレート・トランスフォーム」をするために、社員一人ひとりの良さを大切にしつつも、更なる能力発揮を目指し全社員を対象に、ALL ACCESS PASS®(以下AAP) を利用した、プロセス・ラーニングをご活用いただきました。

90日間かけ、毎週全社員が研修を通し学ぶ機会を得るという一大プロジェクトを「ITO Winning Academy」と命名。

今回は全社で導入するに至った背景と、取り組んだことによる社内の変化等をヒアリングさせていただきました。

導入に至った背景を教えてください

— 社員一人ひとりの能力をさらに引き伸ばし、アップデートしていく

岩城・杉本：2020年～2022年を ITO 第二の創業の2ndステージと位置づけ、ありがたい姿を実現させるために、変革のキーワードを3つ掲げました。

- 1、お客様にとっての戦略パートナーになる
- 2、多様性の価値を活かそう
- 3、CX (カスタマー・エクスペリエンス) と DX (デジタル・トランスフォーメーション) で変革を実現しよう

これまでも能力開発を大切にしてきましたが、会社が大きく形を変え、コーポレート・トランスフォーメーションをするには、社員一人ひとりの考え方や行動を変えることが鍵だと考えていました。トランスフォームを加速する方法を模索した中で出会ったのがフランクリン・コヴィー・ジャパン (以下FCJ) でした。

「7つの習慣®」と「プロジェクト・マネジメント・エッセンシャル」を全社員で学び、役職、職種に応じて「ヘルピング・クライアーツ・サクシード®」「リーダーのための4つの本質的な役割」「5つの選択®」を短期間で一斉に、かつ全員で学ぶことで、トランスフォームを加速させようと考えました。職種や役職、年齢等で受講社員を限定することはせず、「全社員で学ぶ」ということに拘ったことで、共通したマインドを持って、受講後の成果として同じパラダイムで仕事に取り組むことができるメリットを最大限に享受できました。会社の軸となるような、物事の捉え方、ありがたい姿、マインドを共通したもので認識できることは、変革を掲げ、第二の創業の2ndステージに立つ我々にとって、1つの強みにもなり、よい組織風土、文化醸成へも影響を与えています。



取締役 グローバルビジネス本部 本部長
マーケティング室 室長
伊昇機電貿易(上海)有限公司 董事長

岩城 様

FCJに依頼したことで営業力のスキルだけではなく、マインド部分まで一貫性を持ったアプローチができたと考えます。

どのような課題がありましたか？

— 変化・変容・トランスフォームに対する社員の反応は十人十色

トランスフォームの必要性を掲げたことで、覚悟を持ってワクワクしている社員もいれば、現実には長い歴史の中でつられてきた、「今見えている景色が正しい」という思いや考え、「変化の必要性は理解できても不安だ」等、パラダイムシフトすることへの戸惑いが少なからずありました。長年培ってきた経験や誇りを大切にしつつも、時代の変化に自らをうまく適用させていく必要があります。今あるパラダイムを変え、行動を大きく変えることがトランスフォームの鍵だと考えていました。その鍵を持たずにトランスフォームする扉の前に立っている、つまり変化に対するマインドが十分でなかったり、一人ひとりに温度差があったことが課題でした。

変化や成長、トランスフォームすることは間違いなく社員のWINであり、その力があると今も信じています。

導入してよかったと思われたことはありますか？

— 共通言語が生まれ、社内外でのコミュニケーションが活性化

コロナ禍で、対面で会う機会が少なくなる中、WEBで社員の顔を見ながら研修を受けることができ、一人じゃないという気持ち、メンバーの一員であるという気持ちで安心感と一体感の両方を感じることができた多くの社員が口にしています。

また、研修でのディスカッションやグループワークを通し、社員同士が名前と顔が一致したことで、受講後には部署を超えた会話がしやすくなり、普段話さないメンバー同士が互いを理解する機会ともなりました。

また、研修を通して学んだ言葉が共通言語となり、それを使えることで、目指すべき方向やありたい姿など、コミュニケーションが導入前よりも格段にスムーズになっています。3ヶ月の研修後に組織編成があった中でも、社内で新たな共通言語ができていたことにより、意思疎通や役割を一人ひとりが主体的に考え、明確化できるようになりました。

さらに「7つの習慣®」を導入されているお客様がいらっしゃり、会話を通し更に距離が近くなったことや「社員の対応が素晴らしい、一体どんな学びをされてきたのですか？」と嬉しい質問をいただいたりと、思わぬ副産物もありました。

— 継続的な学びを通し互いに高めあえる雰囲気醸成された

「7つの習慣®」を人事評価の1つである行動評価に取り入れたことで、個人やチームはそれぞれの役割を深く考えられるようになり、影響の輪も意識するようになりました。日々の行動レベルで意識できる学びであったため、社員一人ひとりがよりよい方向へと進みだしているように感じています。

学びを通し、全員が同じ方向を向き、同じことを体験する経験ができたことで、トランスフォームの入り口に立つ準備が整えられたと感じています。

社員からは研修は「仕事にのみ活かす、活かせるもの」というイメージ強かったのですが、「7つの習慣®」はプライベートにも活かせ、仕事を超え、自身の人生までも考える機会となる有意義なものだったとの声が多くあがりました。



人材・組織開発室
キャリア・組織開発グループ
グループリーダー

杉本 様

参加者の声を教えてください

— 具体的なフレームワークとHow Toでパラダイムシフトと行動変容と自信に繋がった



カルチャーの1つとして、この考え方でやっていこうという、基礎ができました。
(例)話を聞くとは…『理解に徹してから理解される』など



考え行動する際に、同じ思考、同じ目線で考えをすり合わせることができ、捉え方が大きくずれることがなくなりました。(ソリューション営業の基礎の基礎を学び、このシナリオを使って動くことが当たり前という指針を得られました。)



『刃を研ぐ』ということが、ただの心がけだけではなく、あらためて重要なことであると認識でき、肉体と関連し、健康意識、管理に「7つの習慣®」が活き、本を読む数が増えました。



役割が明確になったので、複数人で営業に行った際に、話を立て直す役、Win-Winに至る傾聴に持ち直す役など役割分担ができ、横のつながりを強めることができました。



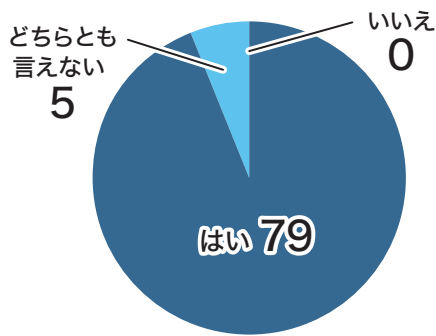
「7つの習慣®」を学んだことで自分の変化を実感しただけではなく、周りも変化しているなと実感できました。



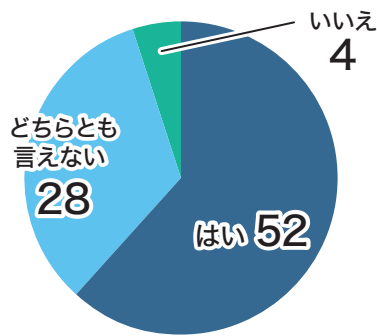
「7つの習慣®」を学んだことで、今まで自分がやってきたことに間違いはなかったんだって、さらに確信が持てるようになりました。

あなたは「7つの習慣®」を受講する前後で意識や行動が変化しましたか？

(変化の大小は問いません)

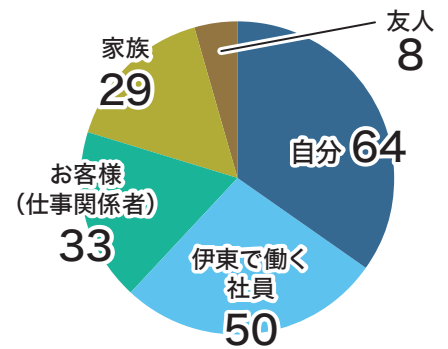


あなたは周囲の仲間(社員)の行動変化を感じていますか？



「7つの習慣®」を学んだことで、良い結果を得られた対象者は誰ですか？

(複数回答可)



独自で工夫されたことはありますか？

導入の際に、何のために学ぶのかというマインドセットや、学んだことを実践し続けるために社員のモチベーションをいかに高めるかという、仕組みを模索しました。学んだことを繰り返し振り返り、実践し続けることが重要だと思っています。

実践し続けるための仕組みは社員一人ひとりのアイデア、主体性をベースにしてつくれるよう、以下の工夫を行いました。

■社内基幹システムのスケジュールカテゴリ(商談、会議、内勤等)に、新しく「大きな石」を追加しました。「7つの習慣®」で学んだ、「最優先事項を優先する(大きな石)」を意識できるように仕組みを活用しています。

■社内基幹システムである全社員のスケジュール表に週に5本、「7つの習慣®」の動画学習ができるようにAAPのURLを埋め込み、各自が主体的に、隙間時間を使って学び直しができるようにしています。

■週次でこの動画の閲覧者ランキングを発表し、学びをリードくださっている方を社内SNSで公表し、主体的な学びの継続と加速を支援してきました。

■社員が毎月目にする給与明細に、「7つの習慣®」に関わるスティーブ・R・コヴィー氏の一言を掲載し、目に触れるきっかけを仕掛けの1つとして活用しています。

■月に1回、全社員が集まる会議においても、学びを通し共通言語となった「信頼貯金」、「影響の輪」、「シナジー」、「WIN-WIN」というワードを活用しています。

(学びの後に立ち足はかかる、実践の壁、実践し続ける壁を越え、行動変容しその効果を体験している社員の発表は、多くの社員が良い刺激を受け、新たに実践の決意や行動の勇気をもたらすものでした。)

■1年を通し少人数単位で実施される社長とのランチ施策(ダイレクトランチ)では、最近実践している「7つの習慣®」は何か?などをテーマの1つに扱うこともありました。



■年1回、全社員が集まるイベント、ITO day。今年のテーマは『「共感」による「進化」を通して新しい世界へ』とし、実施となりました。

■上記イベントで「7つの習慣®」を学んだことで変容した自身の「マイストーリー」を海外メンバー含む全社員から集め、より共感を得たストーリーを4コマ漫画にして紹介しました。互いの学び、気づき、実践をシェアしあう機会を通し、イベントテーマの実現と、継続的な学びと成長を支援するしかけ作りをしました。

「7つの習慣アンバサダー」は、マイストーリーでより共感を得た山崎、須田、「7つの習慣®」の学びの継続・振り返りのための動画学習で、誰よりも多く動画学習を行い、部門にもその促進をした久保に声掛けをして、主体的な思いを受け取りアンバサダー役となりました。

学びから約1年後となった今、追加された活動

研修導入後、学びと実践の継続を目的に様々な取組をしてきました。約1年が経ち、様々な施策の中で主体的な活動をしてきた者が集まり、この秋より「7つの習慣アンバサダー」として継続的学びと実践の施策のバトンを引き継いでいます。

会社の軸となったこの学びをいかに継続し、更に自分達のものにしていくかが鍵となります。社員全員の思いに沿った施策であることを大切に、参加したくなる仕組み、仕掛けを継続していく予定です。

「7つの習慣アンバサダー」達の声（あなたにとって「7つの習慣®」とは？）

アンバサダー 久保 成弘 様（ソリューション推進室・室長）

昨年会社の研修の一貫として「7つの習慣®」を3ヶ月に渡って勉強する機会を得ました。第1の習慣の「主体的である」、第5の習慣の「共感による傾聴」に共感し、仕事面、プライベート面で意識しながら常態化すべく努力いたしました。そのお陰で、弊社の企業理念の1つの“バリューステートメント”のワクワクして仕事をする事が、関係者と出来つつあります。弊社企業理念を体現する、個人の成長に役立つ「7つの習慣®」をこれからも実践し、影響の輪を広げていきたいと考えています。



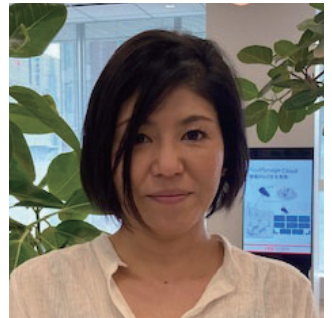
アンバサダー 山崎 功司 様（ソリューション推進室・ソリューションアーキテクト）

無意識で『人格者』として在りたいとは思いますが、「失敗したなあ」と思うことは多いし、「うまく行ったな」と思っている後になって少し違ったかなと後悔することも多い。本当は、これから先の未来の生き方について考えながら行動したいけど、どちらかというと過去を振り返り、そこから学ぶことが多いかなと感じる。今どこに立っているのか、なぜ此処にいるのかを考えると「7つの習慣®」は自分の心に対して納得できる何かを示してくれるGPSみたいなものだと思う。まだ自分がどの方向に進むのか悩んでいる部分も多いけど、「7つの習慣®」をGPSとして活かしながら、意識してでも『人格者』になりたいと思う。



アンバサダー 須田 京子 様（クライアントパートナーシップ部）

「7つの習慣®」を学んでから、生活の色々な場面で意識するようになりました。特に共感を受け、意識していることは、第4の習慣「WIN-WINを考える」です。自分だけではなく、周りの人も一緒に笑顔になれる提案を心掛けています。今後は学んだ全ての「7つの習慣®」を「習慣化」し、もっともっと周りも自分も楽しく、笑顔で過ごせるようにしたいと思っています。



アンバサダーサポーター 田畑 有紀 様（人材・組織開発室）

「7つの習慣®」でミッションステートメントを通して自分自身と向き合うということができました。自分にとってまだまだ模索中のところはありますが、第2の習慣である、終わりを思い描くことから始めることを意識しており、自身がなりたい自分へなるためのチャレンジをし続けています。他にも「7つの習慣®」で学んだ#第1の習慣に「主体的である」がありますが、会議に参加した時、情報共有をしてもらったときに、主体的に考えて、情報を取りに行くことが大事だと感じています。他人事として聞いてしまっていた時もあると反省し、主体的に考え、行動をするということを意識しています。

これからも全社で「7つの習慣®」に触れ続ける機会を通し、ITOグループで働く人、一人ひとりが能力を更に発揮できるような活動をしていきたいと思っています。



株式会社伊東商会

創業：1953年10月30日 従業員数：127名（海外拠点含む）

事業内容：「モノ × サービス × アイデア × 人」を組み合わせ、日本のモノづくり現場の課題解決・ソリューション提案をしています。FA（ファクトリーオートメーション）機器の提案、省エネルギーシステムの提案。社会インフラ機器の提案、国際調達支援サービス。デジタルソリューション・ソフトウェアの販売・提案・課題解決等。

