

企業のダイバーシティ戦略について

株式会社グッドバンカー
リサーチチーム

多様な人材の個性をいかすことで、企業の競争力につなげようという動きが、多くの企業で見られます。それが、「ダイバーシティ（多様性）推進」です。日本では、まず職場における女性の存在感を高めることから着手しているようです。

厚生労働省が今年7月に発表した「平成21年度雇用均等基本調査」によると、女性の能力発揮促進に積極的に取り組んでいる企業の割合は30.2%で、前回調査に比べ9.5%、今後取り組むとする企業の割合は10.7%で同4.0%上昇しました。また、係長相当職以上の管理職全体に占める女性の割合は、8.0%と過去最高でした。

ダイバーシティには、性別や国籍のほか、働き方、雇用形態などさまざまな意味があります。しかし、ダイバーシティ推進において共通していることは、自分とは異なる属性に対する理解が必要であるということではないでしょうか。現在、グローバル人材戦略に取り組む企業も増えていますが、その国の言葉だけでなく風習や文化を理解することが、現地の人々とのコミュニケーションを円滑にし、ビジネスを進める上で非常に効果的であるといえます。グローバルで業績を伸ばしている韓国のサムスンも、真の国際化をめざし、社員を世界中に派遣し、その国の言語や習慣、文化まで習熟させて、日々の生活から人脈作りまで自力で行うことで、その国の専門家となる人材を育成しています。その他、日本でもグローバル人材育成のために、世界の歴史や古典、哲学、芸術などの講座を開く語学学校も出てきています。

性別や世代の相違においても、互いの理解を深めるさまざまなフォーラム活動やセミナーが、多くの企業で実施されています。男性と女性、上司と部下、それぞれの考え方や認識の違いを知ることで、まずは社内のコミュニケーション向上と意識改革を図ることをねらいとしており、これも多様性理解の一つと言えます。このような相互理解の土台があってこそ、多様な人材が個性を発揮していくことができ、結果として女性の能力発揮促進につながるのではないのでしょうか。

ダイバーシティを推進する上では、違いを受け入れ、尊重することが重要です。これらの意識が高まることで、多様な人材が活躍し、国内外において競争力を高め、強い企業となっていくことを期待します。