

グローバル人材の育成

株式会社グッドバンカー
リサーチチーム

最近、日本企業が特に力を入れているのが、グローバル人材の育成です。少子高齢化等の影響で、日本の人口は減少傾向をたどることが予想されており、業種によって多少の違いはありますが、海外市場の開拓は、今後の成長のために不可欠な要素となっています。そうしたなか、海外事業の拡大に向け、教育プログラムの強化や、若手従業員・マネジメント層の積極的な育成がみられます。

まず、海外グループ拠点への派遣や、トレーニー制度を通じた人材育成が進んでいます。あるメーカーでは、現地法人への派遣にあたり、中堅層以上だけでなく若手の登用を増やしています。新人研修の一環として、国内工場で行っていた実習を、希望者を対象に海外工場で研修させる制度を導入した企業もあります。さらに、マネジメント層の育成として、国内の店長と本部の管理職全員を海外拠点に派遣したり、商品開発や生産部門についても海外赴任させる計画を立てている企業もあるなど、組織全体のグローバル化を進めています。

また、語学教育やダイバーシティ研修の強化にも取り組んでいます。上級管理職への登用条件として、英語ともう1か国の語学習得を義務付けたり、社内公用語を英語に切り替えるところもでています。これらの企業は、従業員の語学研修を積極的に支援しています。そのほか、海外拠点との人事交流の促進や、海外スタッフと連携した異文化理解研修などへの取り組みもみられます。多様な人材と協働できる能力を高めることは、コミュニケーション力の強化だけでなく、新たなビジネスモデルやイノベーションをもたらす重要な要素にもつながるでしょう。イノベーションの多くが外国人との協働から生まれているという、大手米国消費財メーカーの報告*もあります。

従業員が、人種・国籍・文化などが異なる人々と交わり経験を積むことは、グローバル市場での競争力向上につながり、ひいては、世界における日本のプレゼンスを高めることにもなるでしょう。仕事と生活の両立支援と同様、従業員に対する教育も、将来の成長を見据えたものであり、長期的な視点が必要となります。SRIの評価においても、各社のこのような施策を注目していきます。

*プロクターアンドガンブル社 アニュアルレポート 2008 より