

ORACLE Executive Business Seminar

～知識労働者による企業改革と現場改革～

日本オラクル

知識社会における企業タレントの生産性向上



主催：(株)ビジネス・フォーラム事務局 共催：日本オラクル株式会社 協賛：東洋経済新報社

「日本のホワイトカラーは生産性が低い」。こうした声は経営者だけでなく、エコノミストや行政など各方面から発せられている。生産性の向上は企業の部門によらず、企業経営の大きな課題となっている。「21世紀の知識社会」は、IT革命を経て、知識や知恵が企業の最大の資産となる時代を迎え、現実に到来している。知的付加価値を組織的かつ効率的に生み出す仕組みの構築こそ、今、企業競争力を高める最も重要な要素といえるだろう。今回で3回目を迎えた「オラクル・エグゼクティブ・ビジネスセミナー」では、「ホワイトカラーの生産性向上」をメインテーマに、知識社会における新たな人材と組織について考察した。

思考し続ける人材が価値を創造する

慶應義塾大学 総合政策学部 教授
浅野史郎

2007年8月1日、第3回オラクル・エグゼクティブ・ビジネスセミナーが開催された。経営者やマネジメント層を中心に多数の参加者が詰めかけ、テーマ「ホワイトカラーの生産性向上」に対する関心の高さがうかがわれた。まず、特別講演「知識社会における新たな人材とは?個と組織が生きる社会に向けて」では、慶應義塾大学総合政策学部の浅野史郎教授が、20世紀型組織と人材の弊害、そして知識社会に求められる組織、人材の条件を語った。

具体的には、旧型組織の問題点として、コンプライアンスを切り口に情報公開の不十分さに伴う透明性の低さや誤った忠誠心による隠蔽体質に言及。「現代とは、無謬性神話の崩壊の時代。トップも判断を誤る可能性があることを前提に、徹底した情報公開を推進することで組織の意識改革は達成されま

す」と提言した。そして、知識社会型組織を支える人材の条件として、社員も常に「自分がトップだったらという視点で、思考し続ける」ことの重要性を訴えた。

続いて登壇したのは、KaTaNa New York, Inc., 取締役、兼、ISPI Japan Chapter、プレジデントの坂本裕司氏。「ホワイトカラー(=知識労働従事者)が、維持・管理型業務から構造・改革型業務にシフトし、成果を中心とした時間生産性を向上させることから、21世紀における競争優位性は生まれる」と解

説した。なかでも「生産性向上は、能率性 (= 効率性) を肅々と追及したうえで、これからは効果性の向上を意識することが重要」と訴求し、新たな視点に聴衆の関心を引き寄せた。さらに成熟社会の宿命として「ホワイトカラー一人ひとりが経営者感覚を持ち、付加価値を創造する思考習慣を継続しないと企業価値は向上できない」という提言は、多くの共感をよんだ。

生産性向上の実践とは何か

三番手は、日本オラクルの吉川剛史執行役員で、テーマは「生産性を上げる仕組みとは～M&Aを通じてわかった組織論・人財論」。過去2年間で30社以上を買収し、トータルソリューションで企業の価値向上に貢献してきたオラクルならではの、企業の実践的事例が披露された。企業経営に問われる「鋭敏な感知力」と「スピーディーな対応力」を実現するための組織のフラット化や、生産性を上げるためのコミュニケーションの強化法など興味深いエピソードが紹介された。



キヤノン電子 代表取締役社長
酒巻 久

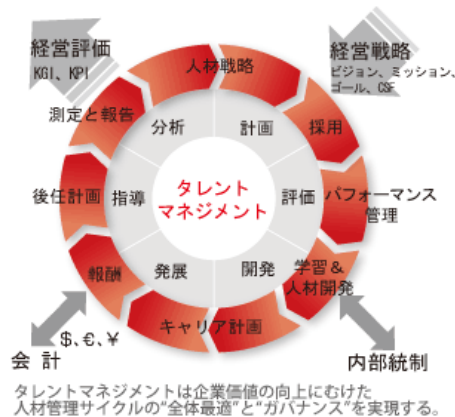
セミナーを締めくくったのは、キヤノン電子の酒巻久代表取締役社長。就任6年で同社の売上高経常利益率を1.6%から12.9%へと劇的な向上を達成したトップの「ホワイトカラーの生産性向上と企業競争力 経営の視点からみた人材戦略」と題した講演だけに、会場内の期待も自ずと高まった。

メッセージは理路整然。まず、企業ビジョンと数値目標を経営陣が明確化する。そして、経営目標を全社員で共有したうえで、社員各自の意識改革、行動改革につなげていく。「目標の達成手段として、すべての要素を半分にする」「社員の意識改革には、全社員参加の標語募集が効果的」「行動改革には、遊びの要素を取り入れた表彰制度が有効」などの実例が語られた。

経営戦略に不可欠なタレントマネジメント

つまり、付加価値創造時代の企業モデルは、“適材適所”ではなく“適所適材”なのである。まず、明確な経営戦略があり、戦略を正確にブレイクダウンすることで部門の目的も明確になる。そこで、求められる人材の資質 = タレントもクリアになる。企業独自の価値を創造するためには、どのようなタレントが必要なのかを明確化することが、タレントマネジメントである。これをトータルにサポートしているのが、本セミナーを共催している日本オラクルだ。

オラクルの特長は、「ヒト」「モノ」「カネ」という要素を包括し、グローバルにも及ぶ経営戦略全体に対してトータルソリューションという価値を提供している点にある。ビジネスアプリケーションベンダーのリーディングカンパニーといわれる所以である。



タレントマネジメントも同様に、「ヒト」に特化した人事アプリケーション領域で、世界No.1のオラクルにしかできない人材トータルソリューションである。経営戦略にマッチした人材モデルの明確化、人材の知識・経験・スキル・モチベーションの要素までふまえたデータベース化、さらなる人材の発掘や採用、育成、人材への評価・報酬という一連のサイクルの“全体最適”と“ガバナンス”を実現する。主観的ではない、きわめて客観的な人材戦略を可能にするのだ。それは、アーリーステージ・成長・再生・グローバルなど企業フェーズを選ばない。これからの時代、高い企業価値を生み出す経営戦略には、トータルなタレントマネジメントという新しい

フレームワークが必要なのである。

トップや組織、個人の各役割を明確にする意識改革、それらの意思を一体化させたタレントマネジメントを軸とした企業改革こそが、大競争時代を勝ち抜く経営の絶対条件であることを、来場者に深く納得させたセミナーだったといえよう。

制作・東洋経済広告局企画制作部



[お問い合わせ](#): Oracle Direct TEL: 0120-155-096

[日本オラクルのWEBサイトへ](#)

[| サイトポリシー |](#) [個人情報取り扱い](#) | [お知らせ](#) | [広告掲載のご案内](#) | [会社案内](#) |

Copyright Toyo Keizai, Inc., all rights reserved.

[東洋経済新報社](#)