

事例

2-2)-21 入社約1年で、地方営業拠点の責任者候補に

業種

専門・技術サービス業



100人以下

- L社は、関東、中部、関西エリアをマーケットとして消防施設・設備の施工・保守管理・メンテナンス等を営む小規模の会社であり、数人規模の営業拠点を各エリアに設けている。
- 人材不足から、最近2年間に4名の若手社員を雇用した。うち1名は採用後まだ日が浅いだが、1年以上経過した3名はそれぞれ、関東、中部、関西の営業拠点に配属している。
- 関東配属の社員（27歳）は、同社入社直前まで北海道で通信キャリアの営業所長をしていた。中部配属の社員（34歳）の前職はいわゆる“フリーター”である。関西には元警備員（27歳）を配属した。
- 社長からみると、いずれの若手社員も正社員として採用し、意図的に仕事を“任せる”ことでモチベーションは高め、維持できているようである。地方に点在する営業拠点で働いているのだが、スカイプ等を使ったコミュニケーションを通じて、その様子は十分に把握できている。
- 社長は「モチベーション」をとても大事にしている

る。若手社員たちにもっと活躍してほしいとの思いを込めて、北海道での営業�験をもつ関東配属の若手社員を、「新たに展開する北海道エリアの営業所長になつてもらおう」と考えている。同社員も、社長の打診に對しては意気に感じていることである。入社約1年の若手社員としては大抜擢だと言えるだろう。

- それだけではない。「中部に配属した社員は出身が九州。だから、新たに展開する九州エリアの営業に活用しようと考えている。」という。
- 最近、各営業拠点の社員全員を集めて、年に1度の懇親会を催したこと。その時に撮った写真には全社員のやる気の笑顔が写っていた。「いい写真でしょう。」と社長が目を細め嬉しそうに話してくれた。若手社員のモチベーションは確かに高まっているようだ。

事例

2-2)-22 後輩が講師をつとめる研修の実施

業種

専門・技術サービス業



100人以下

- L社は、関東、中部、関西エリアをマーケットとして消防施設・設備の施工・保守管理・メンテナンス等を営む小規模の会社であり、数人規模の営業拠点を各エリアに設けている。

- 社員はそれぞれのエリアに分散して働いているが、関西の拠点事業所に全社員が集まることがある。それが社内研修である。