

部下のやる気を引き出す、やる気にさせる具体的手法と実践【会場】（4122127）

現在、「社員のモチベーションの再生」は経営にとって緊急の経営課題になっています。マネージャー自身、自らのモチベーションを高められるようになると同時に、メンバーに動機付けが出来るマネージャーを養成するための考え方とスキル、仕組みを学びます。

開催日時	2022年10月18日(火) 10:00-17:00
カテゴリー	業務遂行スキル ヒューマンスキル
講師	石橋正利 氏 (株式会社総合教育研究所 取締役会長) 新潟市に生まれる。獨協大学卒業後、株式会社リコーに入社し、コンピュータ事業部に所属。リコー販売会社の営業マネージャーを体験した後、本社販売計画部門で販売促進・商品企画のスタッフ業務にたずさわる。業績至上主義の反省から、「人間学」に興味をもち人財開発・組織開発をライフワークとする株式会社総合教育研究所を昭和62年に設立し、代表取締役を経て現在に至る。 組織に依存して生きる人生から、組織に貢献する人生へ。人間に与えられている無限の潜在能力を引き出し、個々の使命・役割の実現に邁進する自立して生きる人生への転換を理念とした人材開発を推進している。さらに、日本経営品質賞の評価基準に基づいた組織文化の醸成や人材が育つ人事システム等を総合的にコンサルティングしている。
参加費	J U A S 会員/ITC : 33,800円 一般 : 43,000円 (1名様あたり 消費税込み、テキスト込み) 【受講権利枚数1枚】
会場	一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会 (日本橋堀留町2丁目ビル2階)
対象	中堅リーダー・マネージャー 中級
開催形式	講義、グループ演習
定員	20名
取得ポイント	※ITC実践力ポイント対象のセミナーです。(2時間1ポイント)
特記	・お申込み後マイページより受講票をダウンロードして内容をご確認ください。
ITCA認定時間	6

主な内容

■受講形態

会場のみ(オンラインなし) **【Co-lab-po (2 階会議室) 施設利用にあたっての取り組み】**

■テキスト

当日配布

■開催日までの課題事項

特になし

部下のやる気を引き出す、やる気にさせる具体的手法と実践
ーメンバーが自らチャレンジしたくなるモチベーター養成講座

■受講者の声

- ・事例が多く、また最新の情報もうかがえた(化粧品製造販売業)
- ・なぜモチベーションが上がらないかわかり、今後何をやっていくべきかわかった(製造系情報子会社)
- ・すぐに実践できることが多くあった。また、当たり前前に思っていることが思考を止めていることが分かった(情報通信業)
- ・経験豊富な講師だった(金融系情報子会社)

モチベーションとは、人が一定の方向や目標に向かって行動し、それを維持するために不可欠な意欲の源になる「動機」を意味します。モチベーターとは、この動機付けが出来る人のことを言います。

野村総研が実施したモチベーションに関する調査によれば、現在の仕事に対して無気力を感じる人が75%にも達し、いま多くの組織で、社員のモチベーションの低下が深く進行しています。さらに企業にとって大きな問題は、3年前と比べて成長した実感がなく答えている社

員が42%を超えており、学習意欲が停滞していることです。現在、「社員のモチベーションの再生」は経営にとって緊急の経営課題になっています。

本セミナーでは、マネージャー自身、自らのモチベーションを高められるようになると同時に、メンバーを動機付けが出来るマネージャーを養成するための考え方とスキル、仕組みを学びます。

■目的

- 1 マネージャーとして自らのモチベーションを上げることで、メンバーに好ましい影響を与えられるようになる。
- 2 動機づけを周囲から与えられなくても、自らモチベーションを高められるメンバーを育てられる。
- 3 うまく事が運ばなくても、諦めることなく、チャレンジし続けられるメンバーを育てられる。
- 4 メンバーの志向性に合わせた動機付けができる。
- 5 周囲から期待される目標に対して、メンバーが前向きにコミットできる面談ができるようになる。

■プログラムの構成

1 モチベーション危機の要因は何か

時代の変化から読み取れる社員のモチベーションの変化と、なぜ経営課題として取り上げる必要があるのかを検証することで、問題意識を深化させます。

- ・間違った成果主義がもたらしたもの
- ・仕事観の意識の変化
- ・社員のモチベーションが及ぼす業績への影響度

2 モチベーションに関する基本理論

モチベーションという捉えにくいテーマを見える化し、手が打てるようになるためのモチベーションの基本理論を学びます。

- ・マズローの動機階層構造モデルとハーズバーグの動機づけ二衛生理論
- ・ローラーの期待モデル
- ・エンパワーメント環境と業績の相関関係
- ・「働きがいのある会社」の指標

3 モチベーションをいかに高めるか

誰でもやる気のある元なる動機は同じかと言うとそうではありません。個々の多様なレベルと志向性・価値観の違いに合わせてモチベーションを高める方法と、メンバーが自らチャレンジしたくなる効果的な面談のやり方を学びます。

- ・モチベーションレベルの診断と対応策
- ・キャリア志向区分によるモチベーションスタイルの診断と対応策
- ・価値観区分によるモチベーションスタイルの診断と対応策
- ・効果的な面談のやり