

40年以上続くロングセラー商品『明星チャルメラ』など、即席麺の製造・販売および乾麺、冷凍麺、調理済み加工食品の販売を行う明星食品株式会社。同社では2010年10月、全社的に営業部署でマイクロソフトオフィススペシャリスト(MOS試験)を導入しました。

営業企画部 管理課長の松阪勝美さんに、導入の経緯や研修方法、その効果などについてうかがいました。

2011年に営業部全体で導入

—— Excel[®]スキル向上の必要性から

明星食品株式会社(以下、明星食品)は、2008年より日清食品グループの事業会社として、「おいしさ、キラリ☆」をスローガンに多種多様な即席麺などを世に送り出しています。

同社で、マイクロソフト オフィス スペシャリスト(以下、MOS試験)を取り入れるきっかけになったのは、営業部からの要望が発端だったとのこと。営業企画部 管理課長の松阪勝美さんに導入の経緯をうかがいました。

「営業部では独学でパソコンを使っている人が多く、お客様に提出するExcelでの資料づくりに思いのほか時間を要していました。加えて、最近では高度なExcelのスキルが必要とされる資料作成の場面も増え、現場からExcelの講習をしてほしい、という声が挙がってきたんです」

そこで、通信講座なども含め検討した結果、最終的にMOS試験にたどりついたと松阪さんはおっしゃいます。

「社長を含む幹部会でMOS試験の説明をして、導入が決定しました。そこでまずは、要望のあった営業部で先陣を切ってMOS試験のExcel 2007を受験することになりました。」

今回MOS試験を採用したのは、会社にとって必要なスキルが身につくこと、資格の取得は個人のプラスにもなること、難しすぎないのとっかかりやすかった、という3点が大きな要因です」

受験対象は、営業部の課長職以下の社員とし、受験料は会社負担とされました。そうした設定のなか、対象外だった幹部クラスもほとんどが受験希望に手を挙げたそうです。

「自己負担でも受験するという人が多く、Excelの講習に需要があることを実感しました。これまできちんと勉強したい、と思いつつ、なかなか時間の取れなかった人も多はず。今回はそんな人たちにとっても、良い機会となったようです」

全国を回ってMOS試験の勉強会を実施

—— 競い合うことでモチベーションアップ

受験は2011年3月と設定され、期日までに集中して学習する流れが組まれました。そのなかでは全国の営業所を回った勉強会も開催され、講師は営業企画部の2名で担当。そこでまずは、松阪さんご自身がMOS試験の受験に臨みました。「自分たちで勉強会の講師をやることになったため、2010年の12月、ひと足先にMOS試験を受けました。取得していない身で教えるのではあまりにも心もとなく、説得力がないと思いました。実際、自分が勉強したことでみんなにどのくらいのペースで勉強してもらえばよいのかもつかめました」

営業部全体の受験希望者は100名。まずは、みんなのパソコン習熟度を測るため、数問の模擬問題を独自に作成して実施。その結果は芳しくなく、松阪さんはこのままでは合格率は50%程度かもしれない、と感じたそうです。しかしながら、勉強会を重ねるうちに、受講者のレベルが変わっていくのを実感なさったとか。

「基本的には独学で勉強してもらいましたが、2011年の1、2月には重点的に勉強会を開きました。全国各所で月に2回は開催できるよう巡回し、本社では週1回の勉強会を設定。対策教材の模擬問題を全員で一緒に解きました。私自身、教えることに不慣れで、満足のいく講習ができたか自信はありませんが、勉強会を重ねるうちに、全員の習熟度が上がっていくのをリアルに感じる事ができ嬉しかったです。その他の勉強会の成果としては、みんなで集まることでお互いがライバルとなり、競い合う側面が出てきたのがモチベーションアップにつながったと思います。同時に、“自分だけ不合格になりたくない”という気持ちも芽生えたようで、一人で勉強していたら、ここまで闘志に火はつかなかったかもしれません」

勉強会は、自身の勉強の進み具合を確かめる

明星食品株式会社 <http://www.myojofoods.co.jp/>

所在地 東京都渋谷区千駄ヶ谷3丁目50番11号
従業員数 316人(2011年8月31日現在)
1950年設立。「おいしさ、キラリ☆」をスローガンに、「明星チャルメラ」「中華三昧」などの即席麺製造・販売および乾麺、冷凍麺、調理済み加工食品の販売を全国にて展開。2008年から日清食品グループの事業会社に。時代の流れに応じた商品の開発、品質の向上を追求し、健康で豊かな食生活の実現を目指している。

取材ご協力



営業本部 営業企画部
管理課長
松阪 勝美 さん

ためにも、モチベーションを上げるためにも功を奏したようです。

予想以上の合格率の高さ

—— 習得スキルを実務で効果的に活かす

2011年6月時点での受験者数は84名、合格率は75%でした。受験前に想定していた合格率を上回る結果に、喜びと同時に驚きを感じていると松阪さんはおっしゃいます。「今回は、決してパソコンを使い慣れているとは言えない50代を含め、30～40代の受験者がメインでした。これは、国内のMOS試験の受験者年齢層と比較しても年代が高いようですが、そうした傾向から鑑みても75%という合格率は予想以上の成果でした」

資格取得後は、お客様に提出する企画提案書等の資料作成に手間取る人も減ったそうです。また、これまで部下にデータ集計や分析を任せていた管理職の人がExcelを操作する姿も見られるようになりました。

「合格が最終目的ではなく、勉強してきたスキルが身につく、自身のレベルが上がっていくことが重要です。現在は、習得したスキルを実務でどのように使用していくかのアフターフォロー研修なども検討しています。例えば、大量のデータを複数の条件に絞り込んで表にまとめる際は、いくつかの関数を複合的に組み合わせで作成すれば作業効率はかなり上がります。私自身、資格取得後は1つしか知らなかった方法に、いくつかの方法が選択肢として加わり、ずいぶん作業時間を短縮できるようになりました。得たスキルをさらにブラッシュアップしてもらいたいと考えています。今後、こうしたExcelの知識がみんなのスタンダードとして浸透すれば、セールスの効率も上がると確信しています」

さらなるスキルアップを標榜し続ける

—— 個々が『蛻変(ぜいへん)』の意識を持つ

今回はExcelの受験でしたが、思わぬ波及効果もあったと松阪さんはおっしゃいます。「MOS試験の受験後に、各営業部署からPowerPoint[®]で資料作成してもらおう機会がありました。PowerPointは日頃使い慣れないアプリケーションですが、多くの方が割と見栄えの良い資料を

提出してきました。Excelスキルを習得したことで、似たような機能も含まれているPowerPointにも応用されたようで、思わぬところにもスキルが活かされているようです」

営業にとって、プレゼン時に「見た目の説得力」を発揮するのも能力の一つ。これを機に、PowerPointの勉強も全社的に行っていきたいとのこと。

「資格は、目に見える形で“変化”を感じられるのでとても良いと思います。社員が資格を取るとは、会社のためにもなりますが、勉強したことは自分個人に一生ついてくるもの。これからも、こうした自己啓発になることをどんどん応援していきたいと考えています」

さらに今後は、社員のより良い“変化”が大切になってくると、松阪さんはおっしゃいます。

「弊社の山東(代表取締役社長)が最近よく口にするのが、『蛻変(ぜいへん)』という言葉。これは、蟬などの卵が幼虫からさなぎになり、羽化して成虫になっていく様子を言いますが、これまでの自分の殻を破り、まったく違った自分に生まれ変わる、という例えでもあります。我々も現状に甘んじることなく、常に新しい知識の吸収などを通して『蛻変』していくことが求められています」

こうした全社的な意識が、今回受験対象ではない人も、自発的にMOS試験の受験に挑んだ結果とつながっているのでしょう。これまでの自分を恐れることなく脱ぎ捨て、一段レベルアップした自分に生まれ変わる。こうした『蛻変』を成し遂げようとする一人ひとりの意識の高さが、日本を代表する即席麺メーカーである明星食品に、新たな潮流を巻き起こす力を生んでいます。



営業部の様子