

マイクロソフトのワークスタイルとDiSC®



日本マイクロソフト株式会社
人事本部ビジネスパートナーグループ
西川 昌邦氏



ワークスタイル変革を支える アセスメントとしてDiSCを導入

日本マイクロソフト(株)では、創立30周年を迎えて社内で「フレキシブルワークスタイルの推進」を経営目標に掲げているが、西川氏には同社のその変革推進とDiSCの活用についてレポートしていただいた。

「当社のフレキシブルワークスタイルの推進は、従業員の利益や働き方の変革というよりも、近い将来見込まれる労働力減少への対応と、当社とお客様のビジネス成長を主な目的としています。具体的には『いつでも、どこでも、誰とでも、必要な対話／情報を交わす』を目標に、離れていても隣りにいるように自然に対話できたり、多様性を大切にしながら、世界中どこにいても仕事ができるワークスタイルの確立を目指しています」

マイクロソフトは、ビジネスとしてデジタル通信技術によるコミュニケーション革新を進めており、外出先、在宅勤務、サテライトオフィスなどから通信機能を使って実際にフリーワークスタイルを実現できるかを実験したという。

「一日だけ従業員を出社させない『テレワークの日』を実施しデータを収集しました。課題として上がってきたのが、電子メールやWeb会議などのコミュニケーションツールを活用した場合、目前にいない相手に自分の行動特性をどう伝えるか、関係性を向上させ、自分の効果をどう高めるかでした。そして、実際にフレキシブルワークスタイルの変革を推進するためには、何か支えてくれるアセスメントが必要であると痛感し、非常に汎用性が高く、柔軟性に富んだDiSCを導入することにしました」

「多様性のある働き方」「持続的な成長」を実現する

「新入社員の内定者研修、新入社員研修にDiSCを導入しています。当社の内定者は国籍や学歴などさまざまであり、できるだけ早くお互いを知ることが必要です。また、新入社員研修は2年間行いますが、最初の2か月の集合研修の中にDiSCを活用しています。内定研修も新入社員研修においても、DiSC導入の最大の目的はチームビルディングです。配属が決まっていななど環境設定が難しい面はありましたが、研修中のトレーニ

ングの中で役割を決めてDiSCを使うなどの工夫により、チームビルディングはもとより、自身、他者の行動特性の理解などに成果をあげることができました」

また、同社の法人営業を担当するテレ・セールスの営業力強化にもDiSCを活用している。

「最初はFace to Faceでない電話によるセールスにDiSCを導入して成果が上がるか心配でした。しかし、Face to Faceでないからこそ、テレ・セールスは電話を通じてお客様と密なコミュニケーションを図ろうとします。そうした中で、相手の特性をいかに理解するかという課題があったのですが、相手の行動特性への理解を深化させるDiSCの導入は非常に効果的でした」と、西川氏は語っている。

いま、マイクロソフトの事業は「Office」や「Word」などのセールスから、企業経営のソリューション提供へと変化しており、その対応のためにも営業管理職のリーダーシップ、営業力強化が求められている。

「そこで、DiSC PPSSとSL II®を使ったコーチング研修を実施しました。当社の場合まだDiSCが共通言語化されていないので、導入に当たっては、DiSCとSL II®をブリッジさせずに、DiSCを先にSL II®を後から導入することで混乱を避けています」

同社では、このほか、従業員の健康管理・増進のためのHealth Care Room Professionalスタッフの顧客サービススキル向上、全社員対象としてキックオフミーティングやオフサイトミーティング、さらには法人営業部門管理職向けトレーニングにもDiSCを活用している。

このようなフレキシブルワークスタイルの推進をめざしたDiSC導入のトレーニング成果について、西川氏は具体的な数字をあげてくれた。「たとえば、『ワークスタイル変革の成果』で見ると、ワークライフバランス満足度が+40%、従業員一人当たり売上高が+26%、女性退職率が-40%、ペーパーレスが-48%などとその成果が現れています。今後の展望としては、継続的な研修の実施、各種の人事施策との関連性の強化などがあげられます」

「多様性のある働き方」「持続的な成長」を実現するためのサポートとしてDiSCがどのような役割を果たしていくか注目される。