

16 株式会社諸岡

支援テーマ : 社員の状況把握・意識改革
実施タイプ : 3回コース



MOROOKA



自社に合ったタレントマネジメント構想と 実行計画の可視化

設立 : 1966年11月
本社所在地 : 龍ヶ崎市
代表者 : 代表取締役社長 諸岡 昇
業種 : はん用機械器具製造業
HP : <https://www.morooka.co.jp/>
従業員数 : 236名

▶人の暮らしと地球の未来を技術で守る

建設機械、農林業機械、環境機械のメーカー

世界中の現場で人々の生活を切り拓く、高品質で独創的な商品を提供しています。タフな使用環境にありながら、納品から10年以上使われている例も多数あり、人と自然環境の調和を目指し、豊かな社会づくりに貢献しています。



コンサルティングの経過

1. 概要

実施日

1回目：2025年10月31日（金）

2回目：2025年12月5日（金）

3回目：2026年1月27日（火）

課題

◆社員のキャリア自律や育成に関して必要性は感じているが、何から始めればよいか明確でないうえ、制度だけが先行し、現場の納得感や運用が追いついていない状態だった。
◆タレントマネジメントも経営からの要請を受けて人事担当部署が動き出したものの、目的や意義の整理が十分でなく、展開の構想に至っていなかった。

取組

◆タレントマネジメントの基本理解と導入意義の明確化
◆必要な情報項目の洗い出しと、設計・浸透のためのToDo整理
◆経営層・管理職・社員それぞれに向けたアプローチ設計と実行計画の策定

成果

◆タレントマネジメントの導入目的と共通言語が明文化され、社内説明の軸が定まった
◆タレントマネジメントの導入から浸透までのToDoとロードマップを策定

2. コンサルティング内容

◆ タレントマネジメントの自社構想と仕組み化設計

「経営戦略と人材戦略の連動」を実現するため、タレントマネジメントを単なる人材情報管理の仕組みではなく、社員の配置・育成・活躍の質を高める仕組みとして構想した。導入のWHY（なぜ実施するのか）を経営視点と社員視点の両面から明確に言語化し、必要となる人材情報項目（スキル・志向・価値観等）を洗い出すとともに、設計に関与する関係者や運用フローを整理した。

また、「社員が情報を入力する意義を実感できること」や「現場が活用する価値を感じられる仕掛け」を組み込むことで、実際に“使われる”状態にすることを目指した設計を検討した。

◆ 展開・定着に向けたアプローチと社内説明の準備

タレントマネジメントを社内に展開・定着させるにあたり、経営層・管理職・社員の三層それぞれに対して、適切なメッセージとアクションを設計した。経営層に対しては、導入の目的や中長期的な効果を明確に示し、タレントマネジメントの戦略的価値としての位置づけを共有した。管理職に対しては、キャリア対話や1on1を通じて“支援者”として社員を理解し、関わっていく役割を明確にした。社員に対しては、自身の情報を登録・更新することの意味や価値を伝える趣旨文案を提示し、共感と納得を得られるメッセージ設計を支援した。さらに、登録や活用のタイミング、運用ルールなどを踏まえた実行計画のたたき台を作成し、今後の社内展開に向けた準備を整えた。

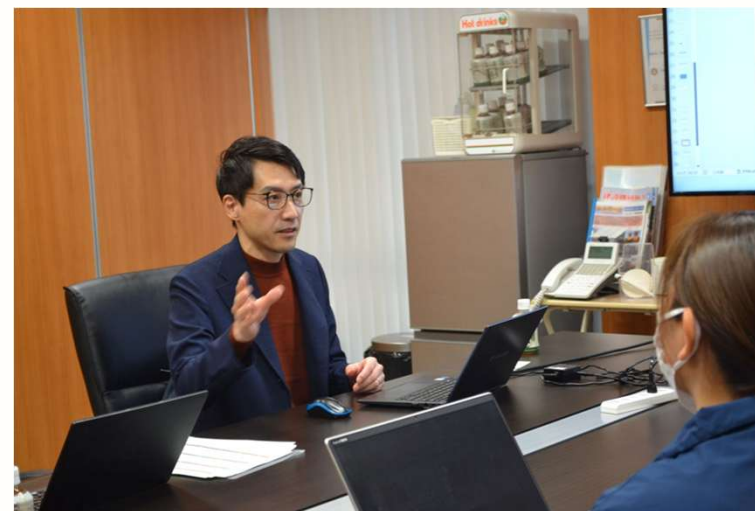
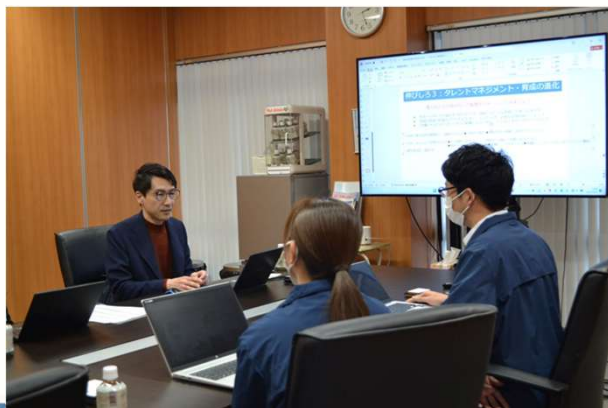
コンサルティングの成果と今後に向けて

自社に合ったタレントマネジメント構想と実行計画の可視化

本コンサルティングを通じて、タレントマネジメントの導入を「人材情報の一元管理」や「制度対応」として捉えるのではなく、社員一人ひとりの意欲・強み・成長に関わる支援の仕組みとして捉える視点が醸成された。経営計画で掲げられた「挑戦を当たり前にする」や「社員が自らキャリアを考える組織づくり」とも接続しつつ、タレントマネジメントの目的・設計要素・活用イメージの言語化が進んだ。

また、制度の設計や情報の整理にとどまらず、経営層・管理職・社員それぞれに対し「どのようなメッセージを届けるべきか」「どのように巻き込んでいくか」といった展開・浸透の工夫についても議論を行い、導入フェーズと活用フェーズの具体的なToDoを整理した。設計フェーズでは、必要な情報項目の定義、既存制度との整合性、体制構築などを洗い出し、浸透フェーズでは、1on1面談との接続やタイミング設計、更新の促し方など、現場運用に耐えるレベルの構想まで検討した。

これらの成果を踏まえ、「実行計画のたたき台」を作成し、社内説明や経営報告にもそのまま活用できる形で取りまとめた。今後は、この実行計画を基礎として関係者との合意形成やブラッシュアップを進めながら、諸岡らしいタレントマネジメントの実装に向けて、着実に一步を踏み出せる状態が整った。



今後の取り組み

◆タレントマネジメントの設計と準備

- 導入目的と活用方針の整理
- 人材情報テンプレートの作成
 - 目的や活用の方向性を社内で共有し、登録・更新しやすい人材情報テンプレートを整備する。

◆社内展開と関係者への浸透

- 経営層への報告と承認
- 管理職・社員への説明と参画促進
 - 経営層には実行計画を報告し、承認を得る。現場には「自分ごと化」できる伝え方で参画を促す。

◆運用と継続的な改善

- 一部部署での試行と振り返り
- 1on1、目標管理との連携
 - まずは一部で試行し、改善点を確認。既存の面談や制度とつなげて、現場で活用される運用を目指す。

企業担当者のコメント

気付いたこと、学んだこと

タレントマネジメントは人材情報を一元化し、配置や育成の質を高めるための仕組みであると理解しました。表面的な情報だけでなく、個々の特性や将来性まで可視化する点が重要だと学びました。また、日常業務に少しずつ取り入れるスモールスタートが効果的だと気付きました。

課題に感じたこと、苦労したこと

タレントマネジメントの導入には情報整備や現場の理解など、多くの課題があり、個々の深い情報を扱うためには、丁寧な仕組みづくりが必要だと実感しました。また、急な変革では現場との距離が生まれやすく、自然な浸透のさせ方が難しいと感じました。



担当コンサルタントからの総評



ファシリテーションコンサルタント

野村 圭司氏

タレントマネジメントという抽象度の高いテーマに対し、「自社でどう活かすか?」「制度だけでなく社員の成長につなげるには?」という視点で丁寧に対話を重ねてこられたことが、非常に印象的でした。第1回では「社員一人ひとりがキャリアを主体的に考えられる組織を目指したい」という想いを確認し、その後のコンサルティングを通じて、“制度をつくること”よりも“仕組みが現場で使われ、社員にとって意味のあるものになること”を大切に考えてこられたご担当者様の姿勢が際立っていました。

また、単にタレント情報を集めるのではなく、社員の強みや価値観といった“人となり”を活かす情報のあり方や、それをどう育成や配置につなげていくかという構想は、今後の人的資本経営の柱となる可能性を感じました。全3回のコンサルティングを通じて、目的・設計・展開のプロセスが可視化され、社内外への説明にも活用できる実行計画の土台が整ったことは、大きな成果だと感じています。

今後の社内展開においては、“諸岡らしさ”を大切にしながら、制度と運用の両輪で推進していかれることを心より期待しています。管理職や社員が「自分のためになる」と実感できる工夫を積み重ね、タレントマネジメントが自然に根づく組織文化をともにつくっていただけると幸いです。