

04

PUBLIC RELATION WORK STYLE PHOTONICATION SNS

OOP



















Photo by Takashi Yasui Instagram @_tuck4















広報ツールの制作会社として 日々活動する中で 出会った方やお仕事を ご一緒させていただいた方から得た ノウハウやインスピレーションを じっくりシェアし 私たちのものづくりに 前向きな刺激を与えたい―― そんな思いで発行しているのが 「SHARE」です

Editor Naoharu Tsuru Aya Nishio

Designer Yuichi Nomoto

Publisher
Taiheisha Publishing Dept.

年2回春秋発行

©Taiheisha 本誌掲載記事の無断転載を 禁じます。

お問い合わせ SHARE編集部 T E L: 03-3631-7196

MAIL: share@taiheisha.co.jp





やりがいは、 事を通じて得られる喜びや楽しさ、 満足度や業績が向上するわけではありません。一方、 うと提唱しています。 やりがい」両方を足し合わせた「働きがい」を高めましょ いと不満につながりますが この働きやすさとやりがいの両方が合わさっては しかしながら私たちは、 社員の力が発揮され、 あればあるほどモチベーションにつながり カス している会社がほとんどだと思い 就労条件や職場環境といった働 一定以上あるからといって 会社の業績も向上するの さは一定以上整っていな 「働きやすさ」と「仕事の 達成感などの 仕

しょうか。 とに誇りを持っているの 社員がどんな時に仕事の楽しさを感じるのか、 ないからです。 でうまくい 理者を信頼し、 いる人たちと連帯感を持てる会社」だと定義しています。 では、 をすれば働きがいが高まるか ビジョンや業務内容、文化はそれぞれなので、 働きがいのある会社とはどのような会社なので 私たちは、 った施策がB社でも必ずうまくいくとは限ら ションが欠かせないのです。 自分の仕事に誇りを持ち、一緒に働いて 自社に合っ 社員から見て「会社や経営者、 かを知ることにあります。 た施策を見つけるヒント 会社ごとに異なりま どんなこ 管

> も共有できるのも利点です。 め、今後どのように取り組むつもりなのか、 とし込むことで、 社の意向を社員に伝えるのも良いでしょう。 ない会社と比べて働きがいが高い傾向にあります。 社はオープンな姿勢が社員の信頼につながり、 忘れてはいけないのが、 トを定期的に実施している会社も多い 働きやすさや仕事のやりがいについて、 その場にいなかった人や社員の家族に 実際、 社内報などの広報ツ その結果を会社がどう受け止 ックを行っている会 社員アンケー を利用して会 ツー きちんと回 行っ ルに落 ーっ

もので、 組めるようになったと大好評でした。家族の理解が得ら こで社員に仕事のやりが です。すると、仕事の大変さや困っている人を助けると 手続きしたり交渉したりする現場は日々 まとめたことがありました。損害保険の支払いについて がいを感じる瞬間についてアンケー ある損害保険会社で、 ドを冊子にまとめて社員とその家族に配布したの タフな体力と精神力が求められるそうです いが家族にも伝わり、 自身の働きがいを高めることにもつなが 社員アンケートの結果を冊子に いを再認識してもらおうと、 胸を張って仕事に取り をとり、 トラブルが そのエ つき p

ポイントは、 一方通行ではなく双方向のコミュニ

る場を用意するなど現場の声を聞く工夫が必 T ションを仕掛けることです。 ら経営側が言い まう場合が多く見受けられます 社員からの意見や質問に答え たいことを一方的に伝達 社内向けの施策は、 経営

要です

導入 てい を組み合わせて の中にポスタ ところもあり 位の会社では、 える手段や言 サイ ばイ 社員とひと口 定期的に ツ る「働きが している会社もあります。 ン の層 ルは多様化して ラネ ジを取 まし シリーズを組んで放送している 社員向けに専用の動画を作成 ſ١ 何 ツ を貼ったり、 のある会社ランキン を伝 1つだけではなくいくつもるのです。働きがいの高い るのです。 た。 しも変えてい ・やデジ 他にも、 え た ŧ あらゆるツ エ 自販機に小さ 弊社が発表し き に 0) 紙の冊子もあ たいもので ベ つ て グ」上 ジを タ いル

報の皆さんに他ならないのです。 、距離を縮められるのか――その仕掛人どうやったら経営者と社員が思いをう うやったら経営者と社員が思いをうションチャネルを意図的に組み合わ 働きがいを高

T

いと思います。

略 せめ 的に る ん。 ため 経 社内のコミュ ľ 営 لح は、 現場両方 社員 ニケ \wedge σ 0) 目 abla線 シ ョン を ケティ ŧ を考える必 ち、 ング 客観 的 欠 要が か か つ せ あ 戦ま

外に自 も社員のや はずです。 が る の 持てたりう 分たちがどのよう 見て、 ij Oが 広 自 いを高 報 一 分 た しく感じたり ち める効果が な会社 の姿 を 社 , する かア 認 あ 識 r L° ことがある で ル す き、 L 社 7

連帯感にはたどり着けません。 h 背景や には、 有することが必要です。 感じているのかという「コンテクスト(文脈)」を共 いを高めることができます。 いる仲間とは した「一緒に働いている人との連帯感」を得る さらに、 \dot{o} いみ込まれ は恥ずか キャ なぜその人がここで働いているの ここが共有されてい 働きが リアの希望、 強い るように感じる人 しさもあり、 一体感が のある会社の定義で どんなことにや コンテクスト 聞き方によっては土足 勇気を出して話し合 ない ŧ b ソナルな話を聞 を共有して 1. かと や が W) いう ため

が

を

コンテクストを共有するための取り組み例をご紹介す

働きがいを高めるには 社員へのマーケティングが不可欠

岡元 利奈子

Okamoto Rinako 「働きがい」に関する調査・分析を 行い、一定の水準に達していると認 められた会社や組織を各国の有力 なメディアで発表する活動を世界 約60カ国で実施している専門機関 Great Place to Work® Institute Japan代表(株式会社働きがいの ある会社研究所代表取締役社長)



てみてください。 会を利用して、 めて持てたりするといいます。 いるなと分かったり、 を聞いてみると、 った話を披露することにしている会社もあります。 入社理由や取り組んできたプロジェ ある会社では社員の誕生会を開き、 しているそうです。 コンテクストを語り合う場をぜひ みんな同じところでやり 社会を支えているという実感が改 朝礼の時間に当番制でそう 歓迎会や忘年会などの機 誕生日 などを を感じて うく 1 O

ません。 と」という見方が多くなっ 員とのコミュニケーションをなおざりにしてし にあっても生き残れる可能性が高く すことが目的です。それができれば ではなく、 おいて クト やりがいを高めるための取り組み 働く喜びや楽しさを忘れてしまって 働きが 経営側と が見えづらく、 働きやすさだけでなく、 かといって、 働き方改革に 会社の活力・ポテンシャルを最大限引き出 いの向上は、 社員の信頼関係が崩 人材が集まってくるので好循環が生ま 売り その予算や手間を惜し 社員を楽しませることが目的 って、 てしまったように感じます 上げ や業績に即効性は れて なります どんな経営 経営的 しまうでしょ まっ あり いこ 採用 環境 あ 1 7 汁