カオつく！

No. 11
2022 Summer
powered by kaonavi

特集

社員が自社のファンになる
テレワーク時代のエンゲージメントの高め方

カオナビユーザーでつくる、人材マネジメントの未来

特 集

社員が自社のファンになる

テレワーク時代のエンゲージメントの高め方

エンゲージメントの向上が組織と個人の成長を促進する

コロナ禍で一気に普及が進んだテレワーク。
フレキシブルな働き方の普及が進む一方で、
社内でのコミュニケーション不足や、仕事に対するモチベーションの低下など、
さまざまな問題が指摘されています。
それらを解決するために意識すべきキーワードとして注目されているのが
「従業員エンゲージメント」という考え方です。
今回の特集では、従業員エンゲージメントの向上やコミュニケーション活性化の
ヒントとなる取り組みをご紹介します。

P.01
特集
社員が自社のファンになる
テレワーク時代のエンゲージメントの高め方

P.07
人事クローズアップ

P.08
Dr.KのHRクリニック

P.09
KAONAVI NEWS
社員の現場から

P.10
KAONAVI INFO
KAONAVI REPORT
media

エンゲージメントを向上させる施策に取り組めていますか？

エンゲージメントは「婚約」や「誓約」などの意味で、組織に対する従業員の愛着心を表す言葉として使われています。エンゲージメントが高まって、「個人と組織が深くつながり、成長に貢献し合う」ことで、組織の生産性向上やイノベーションなどにつながると考えられています。

従業員エンゲージメントが向上すると…

さまざまなメリットが！

- 離職率の低下
- 生産性向上
- 採用活動への協力

従業員エンゲージメント向上やコミュニケーション活性化のヒントとなる取り組みをご紹介

CASE 01

株式会社島田電機製作所

エレベーター用意匠器具メーカーとして世界的ブランドを確立した株式会社島田電機製作所。好業績の一方、**工場では黙々と仕事をこなすことに終始し、改革や挑戦が生まれにくい状況**でした。危機感を持った現社長が代替わりを機に組織改革に着手。自分らしい働き方を選べる新人事制度など、さまざまな施策に取り組んでいます。

課 題

『閉鎖的で、黙々と製品を製造する』という工場特有のイメージを払拭し、能動的に「働きたい」と思って欲しい

CASE 02

リコーリース株式会社

リースおよびリース関連のファイナンスサービスを提供するリコーリース株式会社。事業領域の拡大で、中途採用の社員が増えていくなか、部署間でのコミュニケーションの活性化が課題となっていました。部署を超えたコラボレーションで組織の力を高めるためにも、「プロファイルブック」の情報を拡充し、社内にどんな人がいるかを可視化。「サンクスメッセージ」の導入など、さまざまなコミュニケーション活性化施策を推進しています。

課 題

事業領域の拡大による中途社員の増加で、希薄化した社員間のコミュニケーションを活性化したい

ゆるやかな公私融合で社員も家族も会社のファンにする

総務部長
工藤 学 様

株式会社島田電機製作所

設　　立	1949年2月
資 本 金	1,200万円
社 員 数	51名
事業内容	各種エレベーター、エスカレーター用操作盤、表示器の製造及び販売

人事制度改革を軸に全社員が“働きたい”会社へ

当社はエレベーターの押しボタンや表示灯などを手掛け、オーダーメイド品を強みに安定した業績を継続してきました。海外進出にも成功し、業務改革を進める中で、新たな挑戦への機運を生み出す組織改革の必要性を実感。2013年の現社長の就任を機に**「黙々と目の前の仕事をこなす」ではなく、自分らしく生き生きと働ける「誰もが働きたい会社」をめざし**て、エンゲージメントの醸成を意識した施策に着手しました。理念やミッションを記した「島田ブック」の作成に始まり、当社のマスコットキャラクターの誕生やバーの設置、さらに「自分を活かす」人事制度などへと展開しています。

島田電機の「自分を活かす」人事制度

自分のスタンスや価値観に合わせた3コースの働き方が選べ、さらに役割を10段階に分類。ステップアップを応援する「1on1頑張り応援制度」「360°らしさ応援制度」「SOS成長応援制度」などを設けています。また自分で設定した目標を書いた「やる気ボタン」を毎日出退勤時にオン・オフするなど、目標を日常的に意識する工夫も施しています。

3つの働き方

- **コアワーク** ＞ **技術力**を軸に働きたい人
- **エンワーク** ＞ **人間力**を軸に働きたい人
- **デベワーク** ＞ **開発力**を軸に働きたい人

コアワークは技術力を軸に働きたい人。**エンワーク**は丸いエンやエンゲージメントという意味から人とのつながりや調整など、人間力で仕事を回す人。**デベワーク**はデベロップメント（開発）のデベをとり、会社をよりよくする新しい企画を考えていきたい人。**3つのコース**のいずれかを選択します。

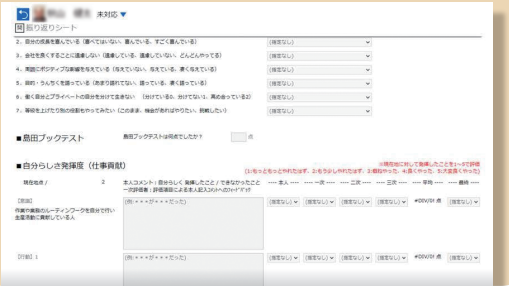
エンゲージメント UP

1 カオナビに記録・蓄積し 島田ブックの理解度と 評価を連動

島田電機の価値観が理解できているかどうか、年に１度、島田ブックの内容に関するテストを実施。ミッションやビジョンなど、組織の価値観を改めて振り返る機会になっています。**結果はカオナビの「プロファイルブック」に記録・蓄積され、今後は評価とも連携させる予定**です。

「プロファイルブック」で テスト結果も参照

自分の働き方と組織の価値観などを照らし合わせることで、改めてエンゲージメントを意識する機会に。



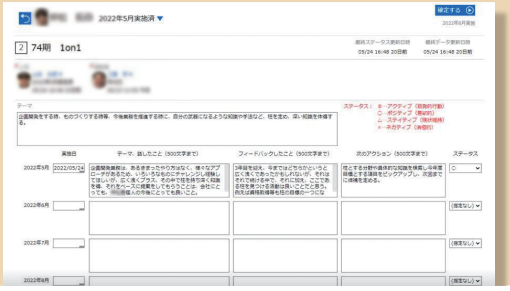
エンゲージメント UP

2 1on1のミーティング& 360°評価で、 成果のみの評価から脱却

年１回かつ成果のみの評価から、**月1回の上司との1on1ミーティングでの多様な定性情報による評価へと変更**。グループ全員から感謝や期待の声がもらえる360°フィードバックも実施しています。「スマートレビュー」で管理することで振り返りと共有が容易にできるようになりました。

「スマートレビュー」で 評価の振り返りも容易に

評価ワークフロー機能「スマートレビュー」を使った振り返りでコーチングを行い、各人の成長にも貢献。



エンゲージメント UP

3 自己研鑽に使える予算を用意 利用状況はカオナビ上で可視化

『成長応援制度』として、外部研修やスクールなどの実務直結予算だけでなく、**趣味などの「人としての魅力」を高める費用として予算を計上**しています。使用目的をカオナビの「プロファイルブック」に記録することで、制度の利用状況を可視化し、活用促進につなげています。

使った費用・用途は 「プロファイルブック」に記録

自己投資先がわかることで“人となり”が見える化。社内コミュニケーションにも一役買っています。

+1 エンゲージメント UP

SNS発信の強化でメディア露出増 家族に自慢できる会社へ

本社の壁一面に設置した「1000のボタン」は工場見学会でも大人気。ほかにもマスコットキャラクターの「ボタンちゃん」や無料でお酒が飲める社内バーなど、**ユニークな取り組みがSNSで注目され、メディア露出も急増**。家族にも自慢できる会社になってきました。

ほめ合う文化の浸透で、コミュニケーション活性化

人財本部 人事部 人事課長
山越 昭明 様

人財本部 人事部 人事課
笠井 悠平 様

人財本部 人事部 人事課
緒方 りか 様

リコーリース株式会社

設　　立	1976年12月
資 本 金	78億9,686万円
社 員 数	1,227名（連結ベース、2022年3月31日時点）
事業内容	リース＆ファイナンス事業、サービス事業、インベストメント事業

人事評価業務の効率化からカオナビの運用をスタート

もともとは評価業務の効率化が目的でカオナビを導入し、「スマートレビュー」を活用して社員へのフィードバックや資料作成などの省力に成功しました。その後、事業領域が拡大し、**社員も増える中で「社内にどんな人がいるのか」「部署間の壁を感じる」という声が聞かれるように**なり、使い慣れていたカオナビを社員の情報基盤とすることを考えるようになりました。

従業員のコミュニケーションを促す施策を段階的に進める

コミュニケーションを活性化するには「どこにどんな人がいるか」という情報を共有することが必要です。そこでまずは、カオナビを「社員の情報はなんでもわかる」情報基盤とし、次に「この人はどの部署にいるのか」「この業務について誰に聞けばいいのか」を検索できるようにし、さらにコミュニケーションの種となる「サンクスメッセージ」をオンラインでやり取りする仕組みをつくりました。コミュニケーションの活性化により、**気軽に声をかけたり、相談しやすくなったりすることで部署を超えてチーム、組織としての力が高まることを期待**しています。

「スマートレビュー」で社内浸透が進んでいたことが、社員の情報基盤としてカオナビを選んだ理由でした。

コミュニケーション UP

1 「プロファイルブック」への情報登録と検索で社員同士をより知るきっかけに

かつてカオナビには、社員の顔写真と氏名、部署名、役職など最低限の情報しか登録されていませんでした。そこでまずは異動履歴などの人事情報を登録し、次に社員に自己紹介シートとして業務概要やフリーコメントなどを入力してもらい、情報を拡充させていきました。また**情報更新の度に「カオナビアップデート」として社内に周知し、現在では約９割の社員がカオナビで相談相手やミーティングの相手を検索・閲覧**するようになっています。

「どんな人か」がわかることでコミュニケーションしやすく！

自己紹介シートには業務関連だけでなく、スキルやプライベートの情報なども掲載したことで交流が活性化。

サンクスメッセージは「シートガレージ」機能でソートして閲覧可能！

受け取ったメッセージの一覧は社員情報をソートして誰でも閲覧できます。それがモチベーションアップにつながることも。

コミュニケーション UP

2 お互いにほめ、お礼を伝える「サンクスメッセージ」をオンライン化

以前から当社にはお礼を書いたメモでやり取りする「サンクスメッセージ」の文化がありました。しかし、コロナ禍もあり、組織の大きい本社ではなかなかリアルでの施策は難しい。そこで、誰もが慣れているカオナビを使って、全社員のページにサンクスメッセージのシートを作成し、そこにお礼を入力するというシンプルな方法で運用を開始しました。**導入から半月で、社員の2割ほどがメッセージのやり取りをするように**なりました。

人事クローズアップ

エンゲージメント向上に つなげる人材データ活用術

解説した人
イグニション・ポイント株式会社
ワークデザイン
シニアマネージャー
石橋 誉 様

人事領域においてうまくデータを活用できていない方に向けて今回は、身近な人材データを特にエンゲージメント向上施策に活かす方法をご紹介します。※2022年1月20日（木）に開催したセミナーの内容を要約してお届けします。

データはあるけど分析できない!? データ活用の 5 段階

まずはデータ活用の段階について、図を使って解説します。

■データ活用レベル

Level.0（アナログ）	Level.1（デジタル化）	Level.2（コード化）	Level.3（一元化）	Level.4（データ活用による変革）
電子化されていない	電子化はされているが分析視点でデータ整備されていない	分析視点でデータを整備	分析視点で整備されたデータの一元化/分析	一元データを活用した意思決定

「PDFの状態で生のデータは手元にない」といったLevel0〜1のようなケースは意外と多いです。ここから、Level2〜3、4になると「データが構造化され、傾向が定量的に把握できるようになる」「分析結果を用いて予測や意思決定ができる」状態になります。ただこの状態でも、タレントマネジメントのシステムは持っていても、評価運用の「効率化」などに留まってしまっています。ではこの先はというと、**評価の「効率化」から「納得感の向上」、さらには「エンゲージメントの向上」につなげていくのが理想**です。まずは、評価を受けた人がどんな気持ちになったのか、その人はどんな仕事を行っているのかなどのデータを集め、つなげて見てみる必要があるでしょう。

“項目のかけ合わせ”で 課題が見える!

ここから実際に、データを組み合わせてエンゲージメントの課題に取り組んだ事例をご紹介します。

■役割・年齢別の「やりがい」スコア

若手・滞留した中高年の意欲が低い　平均＝3.15

	一般職	係長相当	課長相当	部長相当
〜19	3.55	—	—	—
20〜24	3.24	—	—	—
25〜29	3.10	2.94	—	—
30〜34	3.36	3.31	5.00	—
35〜39	3.10	3.34	4.16	—
40〜44	3.07	3.29	3.93	3.67
45〜49	3.07	3.38	3.97	4.61
50〜54	3.16	3.36	3.80	4.34
55〜59	3.37	3.25	3.85	4.08
60〜	4.33	4.00	—	—

©2020 IGNITIONPOINT Inc. All Rights Reserved:　出典：N社社員意識調査結果

たとえば、上の表のクロス分析の事例のように、セグメントを分けて見てみるのも1つ。

役割を横軸、年齢を縦軸に取ると「管理職以上は非常にエンゲージメントが高い」「25〜29歳の年代と、中高年の係長以下の層のエンゲージメントが低い」といった課題が見つかります。そこでまずは**若手社員向けに、早期離職を回避するため、異動配置の制度を整備。異動希望調査をもとに積極的に抜擢も行いました。**中高年の係長以下の社員は生産性の低下で、**いわゆるぶら下がり状態にならないように、キャリア自律支援制度を確立。仕事の意味づけにつなげるプログラムの提供を開始**しました。

1on1 も手段の 1 つ! 足りないデータの集め方

カオナビユーザーのとある企業様では、顔と名前の一致や評価運用の効率化はできたものの、どの社員が優秀な社員なのか、ハイパフォーマーの発掘や育成・配置に活用できていませんでした。そこで「足りていないデータ（採用時の情報・異動履歴）を集約」「**会社が持っていないデータ（資格やスキル）を社員から集める1on1の導入・運用**」「属性と紐づけたいエンゲージメント調査は、属性を取らないハラスメント系のアンケートと分ける」という3つの施策を実施しました。

ゴールからの逆算が成功への近道

タレントマネジメントは、「こういう結果を得たい」というゴールから逆算して考えることが大事。「データの一元化」の次は、「社員基本情報」をハブにしてデータを使える状態にすることをめざしてみてください。

人材データを活用する 3つのポイント

- ✔ 評価を受けた人がどんな気持ちになったかなどの情報も集める
- ✔ 足りない定性データは1on1で集めるのも1つの手
- ✔ 「こういう結果を得たい」というゴールから逆算して考える

● 人事担当者やマネージャーの方向けのセミナー開催中 ●

今回解説した人材データの活用方法に限らず、人事担当者やマネージャーの方向けに多数のセミナーを開催しています。気になる方はぜひ参加してみてください。
https://www.kaonavi.jp/seminar/

Dr.Kの HR クリニック

神出鬼没の“人事専門”産業医Dr.K。
彼にかかれば、どんな人事のお悩みも
カオナビを使って解決!

お悩み

従業員満足度の推移を把握したい

Dr.Kからの提案

年に1度、従業員満足度調査を実施し、調査結果をもとにエンゲージメント向上施策に取り組む中で気になるのが、これまでの取り組みによる変化。そこで今回は、過去の従業員満足度調査のデータを登録し、推移を確認する方法をご紹介します。

処方箋

従業員満足度調査のデータをグラフ化する

従業員満足度は**『ボイスノート』を使って、総合満足度と5つの項目別満足度で調査**。各項目の調査データは、CSV入出力で従業員情報に登録しましょう。

従業員満足度調査 変更履歴を表示

実施日	2021年3月
【総合満足度】	
やや満足	
【項目別満足度】	
仕事内容への満足度	やや満足
人間関係への満足度	やや満足
上司(マネジメント)に対しての満足度	満足
組織風土への満足度	満足
人事制度・待遇への満足度	やや不満

次に『ダッシュボード』を使い、従業員満足度調査のグラフを年単位で作成。**縦軸となる集計項目をメンバー数、割合を決める凡例項目を各調査項目で設定**すると、自動でグラフが形成されます。

カオナビ設定手順

1. 『ボイスノート』で総合満足度と5つの項目別満足度で調査
2. 『ダッシュボード』で従業員満足度の調査項目をグラフ項目に追加する
3. 『ダッシュボード』でボードとグラフを作成する
4. 作成したボードをダウンロードする

従業員満足度のグラフはPDFファイルでダウンロードすることも可能。経営陣への提出資料や採用ページを作成するときに利用できます。

● 現場のお悩みに、明日から使える活用アイデアを掲載中 ●

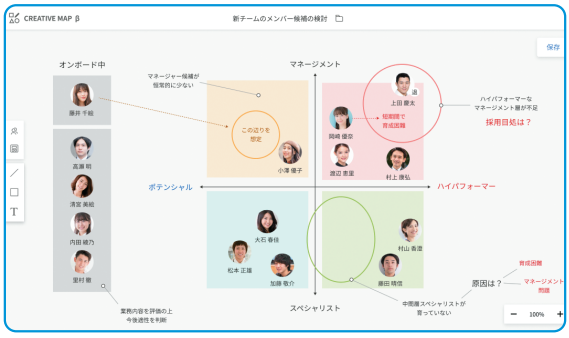
ユーザーの皆さまの事例やお薦めの活用方法など続々と展開しています!「使い道をもっと知りたい」「何が解決できるのか知りたい」ときはぜひチェックしてみてください。
https://www.kaonavi.jp/knowhow/

KAONAVI NEWS

頭の中のチームイメージを自由に可視化できる！

新機能「クリエイティブマップ」β版をリリースしました

「クリエイティブマップ」は、フリーフォーマットのキャンバス上に、プロファイルブックに登録している顔写真や、図形・テキストを使って自由に作図できる機能。頭の中のイメージを可視化し、ほかのメンバーにも簡単に共有できます。



イチから作成はもう不要！

「プロファイルブック」にシートテンプレート機能を実装

スキル管理など項目を作成する際に役立つシートテンプレートが、レイアウト設定からダウンロードできるように。業界や用途ごとに各種テンプレートを多数用意しています。

「データ連携開始」をクリックするだけ！

「ボイスノート」の回答データを「プロファイルブック」に自動連携

自動で「プロファイルブック」のシート作成と回答データの反映が可能に。これまでの「CSVファイルのダウンロード＆アップロード」や「シート作成」は、不要になりました。

社員の現場から from kaonavi

「この機能があったら絶対に使う」開発者の強い思いで実現した新機能

企画推進本部 新規開発部
部長 VPoE
福田 健

私の仕事

頭の中のチームイメージを形にできる新機能「クリエイティブマップ」の開発を指揮しました。元々私自身、カオナビからダウンロードした顔写真を並べたり図形やテキストを使ったりして、頭の中にある開発チームのイメージを可視化。各チームのマネージャーに共有していました。その結果、**思考の整理はもちろん円滑なコミュニケーションにもつながっており、カオナビの一機能として再現できないかという思いから開発を始めました。**開発で特に重視したのは、スピード感です。私自身が**「カオナビにこの機能があったら絶対に使う」**と感じたからこそ、同じように求めているお客様がいらっしゃると感じ、早くこの価値を提供したいと思ったんです。そのために、あくまでも「頭の中のイメージをフリーフォーマットで自由に可視化できる」という目的を軸に置き、その目的を達成する機能のみに特化して開発のスピードを速めました。フリーフォーマットで自由に作図できるからこそ、いろいろな使い方ができる「クリエイティブマップ」。人事担当者様だけでなく、一般の社員様にも開放し、まずは触ってみていただけたら嬉しいです。

今後の予定をご紹介

KAONAVI INFO

\ 7,8月の開催予定 /

ハジメル

スタートアップセミナー(WEB)
開催日｜7/7(木)、19(火)、8/2(火)、18(木)

コナセル

サクセスプランセミナー
人材情報一元管理・見える化編(WEB)
開催日｜7/11(月)

サクセスプランセミナー 評価データ活用編(WEB)
開催日｜7/20(水)

カオナビインフォメーション(WEB)
開催日｜7/21(木)

マナベル

株式会社うるる CHRO に聞く! 本社開催
ビジョンと連動した組織戦略・人事制度の作り方(WEB・カオナビ本社)
開催日｜7/8(金)

SOMPOひまわり生命保険様が実践! 本社開催
自律的キャリア形成を支える社員情報の可視化(WEB・カオナビ本社)
開催日｜7/28(木)

ヒロゲル

テーマはカオナビキャンパスオンラインで発表!
開催日｜月2回開催

もっとカオナビがわかるセミナー、開催中
カオナビ活用のコツや成功事例のご紹介など、お客様のニーズに合わせて豊富なセミナーをご用意しています。ぜひご参加ください!
https://support.kaonavi.jp/seminar

※本誌発行時点での開催予定となります。日程変更の可能性がございますことをあらかじめご了承ください。

セミナー・イベント開催レポートをお届け

KAONAVI REPORT

カオナビ運用以外の文化づくりも重要! 社内コミュニケーション促進のカギ

「社内コミュニケーションについて語る会」と題し、ユーザーさま同士で学び合う交流イベント「ヒロゲル」を開催。リモートワークを取り入れる企業様も多いなか、社内で気軽なコミュニケーションをどうやって生むか、疑問やアイデアを共有しました。「プロファイルブック」で自己紹介シートを公開したり、「エニアグラム」の結果を共有したり、「スマートレビュー」で面談記録を取ったりと、さまざまな方法を共有し合った今回。さらに、カオナビに限らず、企業文化づくりにまで話が及びました。社内のコミュニケーションを活性化する方法はさまざまで正解はありません。だからこそ、他社との交流が活性化施策のヒントを見つけるきっかけになったようでした。

参加者様の声

- ■具体的に聞きたいことがあったので、ユーザーの方のご意見を聞くことができて有益でした
- ■将来弊社が直面するかもしれない課題をいくつか認識できました
- ■解決策を聞くことは難しくても、悩みごとを共有できるだけでも意義ある時間だと思います

「ヒロゲル」では今後も、カオナビの使い方に限らず柔軟にテーマを選定して開催する予定です。「他社の〇〇に関する取り組みが気になる」など、ぜひテーマ案もお気軽にご連絡くださいませ。

詳しくはこちらの記事をご確認ください
https://www.kaonavi.jp/seminar/report/hirogeru-web-20220414/

メディア掲載情報

media

REPORT

【ITR Market View(2022年5月公開)**】**

先日発行された株式会社アイ・ティ・アールの調査レポート「ITR Market View：人材管理市場2022」において、「カオナビ」が、**国内人材管理市場におけるベンダー別売上金額推移およびシェアで、全体市場およびSaaS型(クラウド)市場ともに、第1位を獲得**しました。これにより、2015年度から2021年度(予測)まで7年連続でトップとなります。

カオナビのブランドロゴがリニューアルしました!
2022年6月1日(水)より、昨年11月に策定したパーパス「"はたらく"にテクノロジーを実装し、個の力から社会の仕様を変える」に基づき、ブランドをリニューアル。カオナビ左上に表示されているロゴも一新しました。

Before　カオナビ
After　kaonavi

「画面共有サポート」をご存知ですか?
サポートデスクのお問い合わせでは、電話・メールのほか、Zoomを使用した画面共有サポートもございます。弊社サポートスタッフがオンラインにて操作説明をさせていただきます。
https://kaonavi.zendesk.com/hc/ja/requests/new

Chief Editor 柏崎 直人
Managing Editor / Chief Designer 吉田 祐基
Edit & Design Cue's inc.

「カオつく! No.12」は9月下旬発送予定です。

カオつく!

カオつく!　発行 | 株式会社カオナビ　カスタマーエンゲージメント本部　カスタマーサクセス部　〒105-0001 東京都港区虎ノ門 1-3-1 東京虎ノ門グローバルスクエア 15F、16F　customersuccess@kaonavi.jp

kaonavi