

=====
はやぶさ 第324号 2019年09月13日(金)

=====
E G M (エンゲージメント) の基礎と実践

6回シリーズ 第4回 エンゲージメント経営の実現にむけて社長の実践項目(其の壱)

著者: 株式会社 I&C・HosBiz センター 企業と人 事業推進部長
株式会社 E n g r a n t 代表取締役

新井 賢治

=====
今回は、新6回シリーズ「E G M (エンゲージメント) の基礎と実践」の第4回目です。

なお、はやぶさバックナンバーは、下記のURLを参照ください。

https://理念経営.net/mail_magazine/hayabusa.php

永続できる中小企業の条件

1. 中小企業存続の実態
2. 目指すべきエンゲージメント経営
3. エンゲージメント経営がもたらす効果
4. エンゲージメント経営の実現にむけて社長の実践項目(其の壱)
5. エンゲージメント経営の実現にむけて社長の実践項目(其の弐)
6. 業績は努力とその継続の結果

みなさんこんにちは

エンゲージメント経営の支援をしておりますエングラントの代表で新井賢治と申します。

前回、前々回とはやぶさの連載をお読み頂きありがとうございます。

今回の第4回と次回の第5回で迎え、いよいよエンゲージメント経営を実現していく為に、経営者の実践項目について、何に取り組んでいくのかお話していきます。飽きることなく最後までお読みいただけたら嬉しいです。よろしく願います。

4. エンゲージメント経営の実現にむけて社長の実践項目（其の壱）

4-1 年に1度の健康診断

皆さんは年に1回健康診断を受けて、ご自身の健康状態を把握してますよね。その結果、中性脂肪が高いとか、血糖値が悪いとか、診断項目ごとに数値化されて自分の身体の状況が分かります。私もお酒が好きで、必ずと言ってよいほど再検査になる項目があるんです。

冷静にみれば、再検査になっている箇所を放っておいたら、状況は更に悪化しいずれ大病になってしまう。という警告という風に素直に受け止める必要があるわけです。

皆さん、健康診断の結果を軽視してませんか？再検査が必要な場合は必ず指定の病院で検査してください。

4-2 会社の健康診断

では、今度は会社の健康状態はしっかり把握できているでしょうか？ある経営者に質問すると、「うちは業績も良いし、従業員満足度も高いし特に問題ないよ」とお答えいただくケースが多いのですが、それは健康診断のように会社を隅々までしっかり見たうえで、お答えいただいているのかは、正直不明です。業績や従業員満足はあくまでも結果であって、健康診断言うならば、見た目の体つきや表情の1つでしかないということです。

大事なので、会社を支える従業員が会社に対してどんな思いで日々就業しているかを、しっかり把握することです。すなわち会社の健康診断が必要で、さらに言えば、年に1度定期的に実施して定点観測することです

【お問い合わせページ】 <https://理念経営.net/kigyohito/contact.html>

4-3 従業員からみた会社

会社の健康はエンゲージメント診断で把握でき、4つのカテゴリーから把握します。

- ① 経営手法について
- ② 上司の指導や振る舞いについて
- ③ 日々の仕事内容について
- ④ 職場環境や同僚について

この項目について従業員がどう思い、感じ、仕事に取り組んでいるのかを、健康診断同様に数値化していくことで、会社の健康状態がわかります。業績もよく、従業員満足度も高いけれども、どこかに不満分子や、膿があるかもしれません。

どのように数値化していくかははやぶさ第2回目でお伝えしているので気になる方は、それを読んでください。大事なのは数値化された結果をどう生かしていくかという事です。

4-4 可視化された結果から改善

話を健康診断に戻しますが、結果が悪く再検査判定されてしまったら、嫌だけど医者に行って、解消するために再検査を受け、通院や薬による治療がスタートし、やがて治癒しますよね。

エンゲージメント診断も全く同じで、可視化された結果をもとに、改善項目を明確にし（再検査）改善（治療）していくという事です。

例えば、職場環境についてエンゲージメント診断の結果が悪かったとします。数値だけでは何が悪いが具体的にはわかりませんので、より具体的に作る為のプロセス（再検査）が必要です。

多くは結果だけを見て、経営者が一方的改善指示を出す傾向が考えられますが、エンゲージメント診断では、それは厳禁です。なぜなら従業員から見た会社の状況を可視化しているからです。

4-5 ボトムアップという治療

先ほどの職場環境に対する改善手法について、どんなプロセスが効果的なのか？それは従業員に改善策を考えてもらい、その提案に対して経営者が判断するということが最も効果的であります。

例えば職場環境でいうと、職場環境が与える影響が一番大きいのは従業員です。分かりやすく言うと、働きやすい職場か、働きづらい職場か一番知っているのは、そこで毎日仕事をしている従業員です。

なので、どうしたら良いのか、どうして欲しいのか、現場を担当する従業員が答えを持っているのです。このような現場からの改善提案手法をボトムアップと表現しますが、中小企業も積極的にこのスタイルを導入すべきです。

4-6 最終決定

とはいえ、会社経営において最終決断をするのは経営者やTOPリーダーなわけですから、現場の改善提案を聞き、しっかりと判断する必要があります。

判断する基準としては①成果や効果が見込めるか？②提案内容を全員が共通認識しているか？③コストがどれだけかかるのか？④実現にむけた難易度はどれほど高いのか？など幾つか基準を決めて最終決定をしてください。

従業員は日々の業務を通じて、業務改善や職場改善など口には出さなくても、心では思っています。

4-7 今回のまとめ

最後までお読みいただきありがとうございます。

今回のはやぶさはここまでとしますが、エンゲージメント経営を実現する為に経営者が何をしなければならないか今一度まとめましょう。大きな実践項目としては下記を行います

- ① 会社の健康（エンゲージメント）診断を実施する。
- ② 可視化された結果を把握する
- ③ 数値の低い項目をボトムアップ式で改善（再検査）する

【お問い合わせページ】 <https://理念経営.net/kigyohito/contact.html>

(株) I&C・HosBiz センター

理念経営.net <http://理念経営.net/>

メールアドレス： hos_biz@hosbiz.net

発行責任者：平本 靖夫、 編集長：木滝 和宗

配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

http://kai11.net/stepmail/dela.php?no=xxewhs&a_mail=shibakuru26%40gmail.com