

=====
はやぶさ 第322号 2019年08月16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2回 目指すべきエンゲージメント経営

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 Engr ant 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2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://xn--j2r51vkyqmxi.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。前回の第1回目で中小企業の実態をお読み頂きありがとうございます。

今回は第2回を迎え、エンゲージメント経営について全体的なイメージをお伝えしたいと思います。3回目以降につながる重要な章となりますが、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。よろしくお願ひします。

2. 目指すべきエンゲージメント経営

2-1 エンゲージメントとは？

皆さん、エンゲージメント経営と聞いてどんな経営かイメージできますでしょうか？私と名刺交換した多くの経営者は「エンゲージメンター？」(※注1) って感じで首をひねって聞いてきます。

エンゲージメントの認識はまだまだ低いようですが、「エンゲージリング」という言葉にしたら、何となくわかるかと思ひます。女性なら誰でも憧れるあのエンゲージリングの事です。

これは恋する男女の恋愛が深くなり、結婚をお互いに決意した約束の形の一つとして、男性から女性に送られる婚約指輪ですね。よく給料の何か月分とか大金を果たして恋人に向けた誠意を形にした物です。

これでだいぶ理解していただけたと思いますが、エンゲージとは両者の関係が満足程度のレベルではなく、お互いに幸福感や信頼感とか愛着心を持ち、双方の成長に貢献を得られるような総称として使われております。

男女の結婚に向けて形として示すのがエンゲージリングであれば、会社と従業員の絆を作る為に仕組み化するにはエンゲージメント経営です。間違いなく強く太い絆を形成できるでしょう。

2-2 従業員満足との違い

会社と従業員の絆を強くするのであれば、エンゲージメントではなく従業員満足度（ES）を上げればいいのか！という声も多くの経営者から頂きます。

確かに何となく似ている感じはするのですが、意味合いは全く異なります。

従業員満足は労働環境、上司部下の良好な人間関係、給与賞与含めた福利厚生などの面から見た従業員の居心地の良さを示す指標です。

一方、エンゲージメントは最近あまり聞かなくなりましたが、愛社精神や愛着心、思い入れなど、満足度の更にも上にあるところで、会社は指示しなくとも自らが会社を宣伝してしまうくらい賞賛を示す指標です。

わかりやすく言うと、真夏のある日あなたはのどが渴いていて1本の水を買い、一気にのどを潤しました。

冷たさや量、価格などから得た潤いは満足度であり、エンゲージメントは、その時得た満足感から愛着をもち、また買いたくなる想いれを持ったり、他人にその水を勧めたくなるような状態という事です。

満足度は心のなかがゴールであり、エンゲージメントは他人に良い影響を与えることがゴールとなります。

その差は大きくまったく異なることにお気づき頂けたでしょうか？

2-3 組織が把握すべきエンゲージメント指数

さあ少し気になってこられた方もいらっしゃるのではないかと思います。自社はどれだけ従業員のエンゲージメントが高いのかってところに興味関心が行き始めていると思います。逆にいろんな意味で知りたくないっていう方も同時にいると思います。

エンゲージメントは満足度とは似ていて非なりですから、従業員満足度調査を実施したところで全く把握できません。

エンゲージメントを把握する専門的な診断をする必要があります。

手法はアンケート方式で約50問くらい用意します。

大項目でいうと、「経営手法」「上司について」「職場環境」「仕事内容」とし、中項目を深掘りし、より詳細を質問項目として文章化します。

該当する従業員は各項目を10段階で評価し、「10・9」は推奨者「8・7」は中立者、「6以下」を批判者として判断します。10人の従業員がいたとして、全員が「10」「9」で評価すれば推奨者100%となり、これが一番理想となります。最悪なのはその逆で全員が「6以下」の評価を付けると批判者100%となるわけです。

これを全項目実施しエンゲージメント指数を算出します。

上記の例では少し理解しづらいと思いますので、9月4日のセミナーでデータを使って具体的に説明する予定です。

2-4 エンゲージメント指数で会社を可視化できる

社員にアンケートを実施し集計することで、社員が今の会社に対してどう思っているのかが数字によって可視化されます。どんな結果であろうと経営者は素直に受け入れる必要があります。

もちろん結果によっては「見たくない」と思う事も当然あるでしょう。

結果から逃げてしまっていたら会社の将来はどうなりますか？

社員の未来はどうなりますか？

お客様の期待に応えられますか？

逃げるのは簡単ですが、その先の成長は何一つありませんよね。

エンゲージメント指数はネガティブに捉える必要はありません。

最初の結果はあくまでもスタートラインにしか過ぎません。

定期的実施して指数を少しずつ上げていけばよいのです。

経営者、経営幹部、社員、パート、アルバイト全員で改善に取り組み会社を良くしていけば良いのです。

エンゲージメント指数はまずはどこから着手すればよいのかを教えてくれるツールでもあるのです。

2-5 おわりに

さて、第2回目の目指すべきエンゲージメント経営はいかがでしたでしょうか？

もう少し詳細が知りたいというご意見もあるとおもいますが、少し出し惜しみしております。何故かという文章では「誤解」や「認識違い」が起きてしまうかもしれないからです。

ということで、詳細をお聞きになりたい方は、是非9月4日のセミナーにお越しください。

そこで詳細を出し惜しみなくお伝えする予定です。

次回、第3回は「エンゲージメント経営がもたらす効果」をお伝えします

=====
▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲ お知らせ ▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲▽▲

■EMG（エンゲージメント）セミナー

顧客満足度アップが叫ばれて久しいですが、顧客満足度アップには従業員エンゲージメント（会社に対して自主的に貢献しようとする従業員の意欲）向上も一つの方法です。

営支援を行う方々にとって必須のテーマといえます。

H o s B i zでは、来る9月4日（水）北区王子の北とぴあにてエンゲージメントに関するセミナーを開催いたします。

是非、受講ください。

詳しくは URL : https://理念経営.net/archives/data/mls728/pdf_1_15.pdf

■SDGsオポチュニティー*セミナー10名様ご招待

国連が提唱するSDGs（持続可能な開発目標：17テーマ）は、大企業を中心に企業の存続をかけた取り組みが開始されています。すでにその波は中小企業の経営にも影響を与えつつあります、そこで理念経営を推進するH o s B i zは、理念経営ではSDGsを推進して「世のため・人のため」を実践いたします。

その一環として、8月31日北区王子の北とぴあにて12:00~17:00の予定でオポチュニティー*セミナーを開催します。希望者は10名様限定でご招待いたします。

先着順で受け付けますので、お早めにお申し込みください。

詳しくは URL : https://理念経営.net/archives/data/mls723/pdf_1_172.pdf

■LWセミナー 第7回 ライトワーカー

「本物の経営者になるには「資質&修行」求めればなれる！」

8/22（木）15:00~17:00 JBG・研修室（後楽園）1,000円

* 医者が好きな人も嫌いな人も納得するガンの乗越え方

~ガンを知れば、勝てる戦略が自ずとわかる~

ゲスト講師* （一社）がん治療設計の窓口

事務局長 医学博士 中村健二 氏

日本未病システム学会・ホルミシス臨床研究会・温熱療法協会等に所属

CAP 講話 : : 愛念が全ての決め手 ・生かされている

念じたとおりになる・・・気の大切さ

