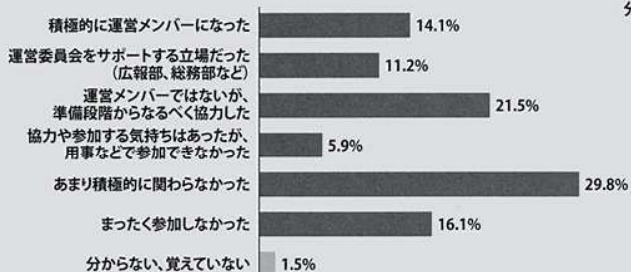
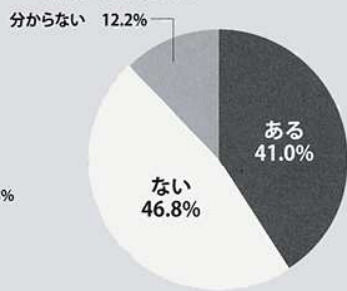


Q2 その企画に、どのように関与しましたか？
Q1で「ある」と答えた方 N=205



Q1 主に社内活性化を目的とした
社内行事がありますか？



Q4 どんな社内企画なら、より積極的に参加しますか？

【交流が深まる】上下関係なく交流できる／昔ながらの運動会など。世の中が、そのような交流を求め始めている気がする
【負担がない】日帰り旅行。宿泊を伴うと休日がなくなる／時間がかからず気軽に参加できるイベント／同世代の昼食会／飲み会などは時間が拘束されて若い人は嫌がるので、交流ランチなど 【メリット大】比較的豪華な景品がもらえる、普段味わえない体験ができる／会社負担で屋形船 【スキルアップ】自己高められるような講師の講演／最先端施設の見学会／ノウハウを皆に見てもらえる企画、業務改善のアイデアコンクール
【社会貢献】河川の清掃や道路清掃なら／早朝の清掃など地域に根ざしたボランティアに参加したい／省エネ啓蒙活動【家族OK】ボーリング大会と日帰り旅行は子どもも連れて行けるので参加しやすい／家族ぐるみで参加できるイベント

Q3 どのような企画がありますか？

それに対してどう感じましたか？ Q1で「ある」と答えた人

※ポジティブな意見を中心に紹介
キャンプ、忘年会：普段の業務では話す機会のない人たちと接点が出て楽しい／地元のお祭りに企業として参加：毎年の事なので多少マンネリ化しているが、地域貢献を考えて必要な事だと思う／コンサートや家族の参観日：家族サービス兼社員の家族同士の親交の場にもなる／月に一回「感謝会議」とし今あることに感謝して、昼食時にお弁当を食べる：団結できて良いと思う／女性が生き生きと働くためのプロジェクト：女性社員のモチベーションアップにつながった／上司と定期的に1対1で対話するプロジェクト：話し合いを通して、誤解などを解消することができ、効果があった／ISO取得委員会：社会貢献や組織運営の勉強になった／社内資格取得の研修：モチベーション向上や技術向上にサポートが徹底されており、良いと思った

〈調査概要〉対象：20代～50代以上(各世代均等)の会社員・団体職員(いずれも契約含む)、公務員 方法：インターネットリサーチ 調査期間：2009年1月16日～19日 有効回答数：500 協力：ネットマイル

案外高い、「積極的に参加」約4割

広報や総務など、元々サポートする立場の人を除いても、社内企画に積極的に参加する人は約4割と案外高い印象(※社内企画が「ある」と答えた人を対象)。どのような企画に、どんな感想を持っているかを聞いたところ、ポジティブな意見が挙がったもので目立ったのは、勉強系の企画。社内活性化よりも仕事上のスキルアップの方が目的として大きいと思われるが、結果的に「仕事へのモチベーションが上がった」という声があり、参加したくなる企画という点では今の時代には良いのでは。ワークショップ形式なら、他部署の人と話す機会も生まれるため、効果が見込めそうだ。また、社内活性化を推奨する姿勢を制度として打ち出している企業も、「コミュニケーションを図るための行事を申請できる制度があり、1人年間1万円の会社補助が出る。社内行事が減り、加えて不景気のため、雰囲気殺伐としがちだが、社内でコミュニケーションを活性化させる機会を増やせる施策は貴重だと思う」といった、現実味のある意見もあった。「常に家庭的な雰囲気。取り立ててイベントの必要性を感じない」というコメントも。こうした理想の状態に近づくと企画のコツを、次のページから探ってみよう。

広

報や総務など、元々サポートする立場の人を除いても、社内企画に積極的に参加する人は約4割と案外高い印象(※社内企画が「ある」と答えた人を対象)。

特集

社員のきずなを深める イベント& プロジェクト

この時勢だからこそ、社員の気持ちを一つにし、
厳しい現下を乗り越えていくことが必要だ。

その際、帰属意識を高めるきっかけになるのが社内イベントやプロジェクトだ。
しかし、派手なものを行えば良いわけではなく、協力が得られないことも多い。
推進のポイントと、今求められる効果的な企画を探った。



社員の生き生きとした姿は、
周囲にも広がるもの