

エンゲージメントサーベイの目的

〔1〕エンゲージメントサーベイ（ES）とは

- ESは「従業員が会社との“つながり”をどれだけ強く感じているか」を定量的に把握するための調査です
- エンゲージメントが高いほど、従業員は働きがいを感じていると言えます
- 調査結果は今後、エンゲージメントをより高めるための**各種取組みを検討する材料**として活用されます

※ 従業員個々人の回答を特定することではなく、評価への反映など他の目的に使うこともありません

〔2〕エンゲージメントサーベイの実施目的

（1）会社・職場・仕事への愛着の強さを把握する

- ・従業員の「会社・職場・仕事」への現状の愛着の強さを可視化し、数値で把握します
- また、回答を通じて、従業員自身が「会社・職場・仕事」との関係を再考するための機会になることを期待します

（2）会社として取組むべき課題領域を押さえる

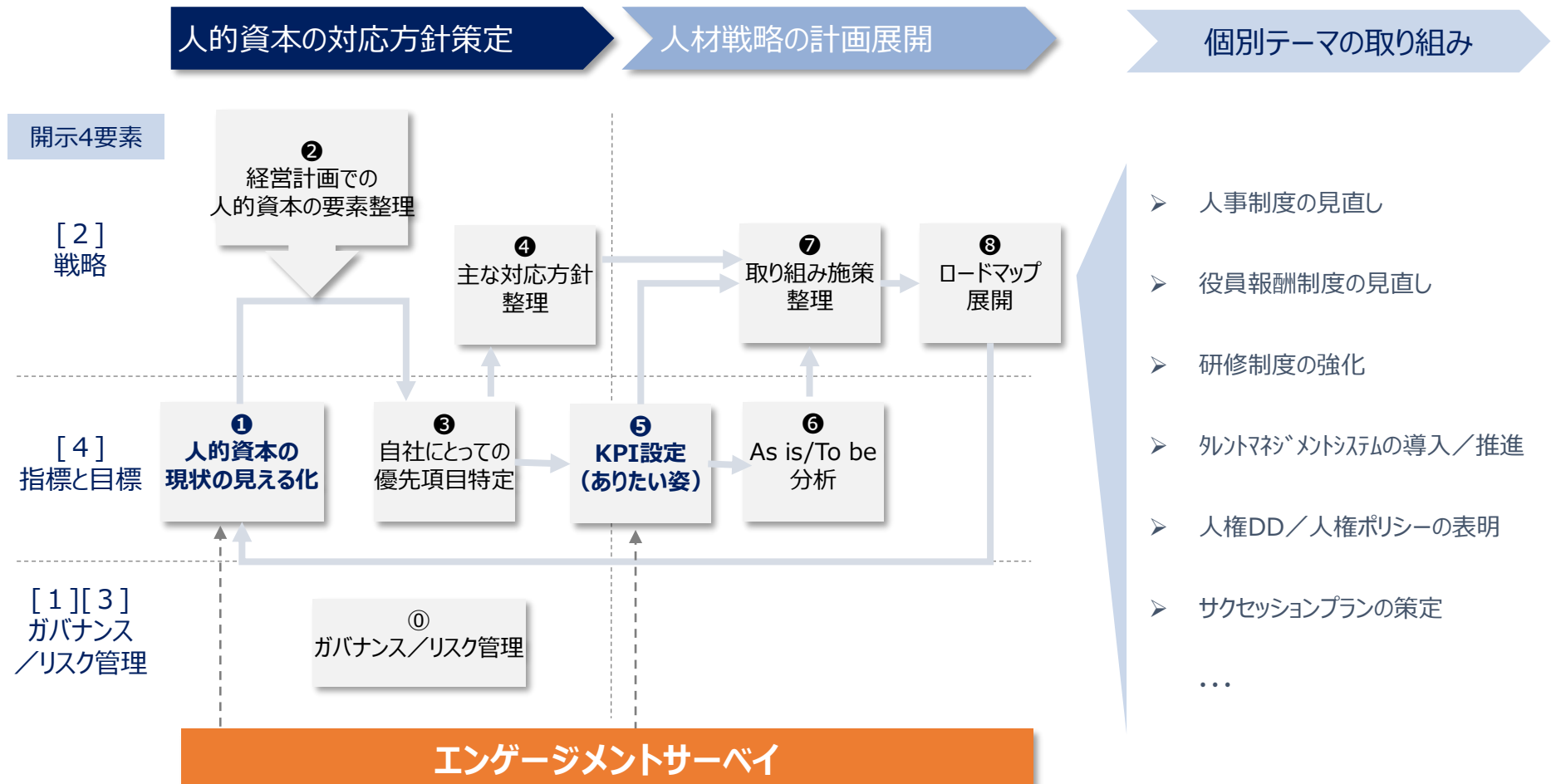
- ・調査結果に基づいて、会社として取組むべき“課題”を定めて、将来ビジョン・組織運営・人事政策・働き方等々の働きがいにつながる様な諸環境をより良くしていくことを目指します

（3）社外への開示情報に活用する

- ・昨今、企業が人的資本をどのような方針・施策で充実させようとしているかが、社会から注目されています
- 自社の方針と取組み内容に関連する開示情報としてESを活用することが重要になっています

人的資本の検討におけるエンゲージメントサーベイの位置づけ

- 人的資本の検討に際しては、まず自社の「人的資本の対応方針策定」が起点となります。その上で、「人材戦略の立案」として、ありたい姿としてのKPI目標の設定を行い、達成のための取組み施策の整理とロードマップ展開を行います。
- この取組みの前段階における現状認識のため、或いは進捗確認のために、従業員へのエンゲージメントサーベイは有効です。
- 日本経営システムは、エンゲージメントサーベイを踏まえた人的資本の検討、それに基づく様々な個別テーマの取り組みについてのコンサルティングも可能です。



日本経営システムの「エンゲージメントサーベイ」の3つの特徴

- 日本経営システムは、長年に亘る人事制度構築や従業員満足度調査の知見とノウハウを活かして、特徴あるエンゲージメントサーベイが可能です。



① エンゲージメントの“総合評価”と“個別要素”の相関を明確化

➡ エンゲージメントの“総合評価”を向上にさせるために改善すべき“個別要素”を把握できる



② 網羅的な業種別データに基づく業界比較を実現

➡ 貴社の同一業種における客観的な位置づけを把握できる

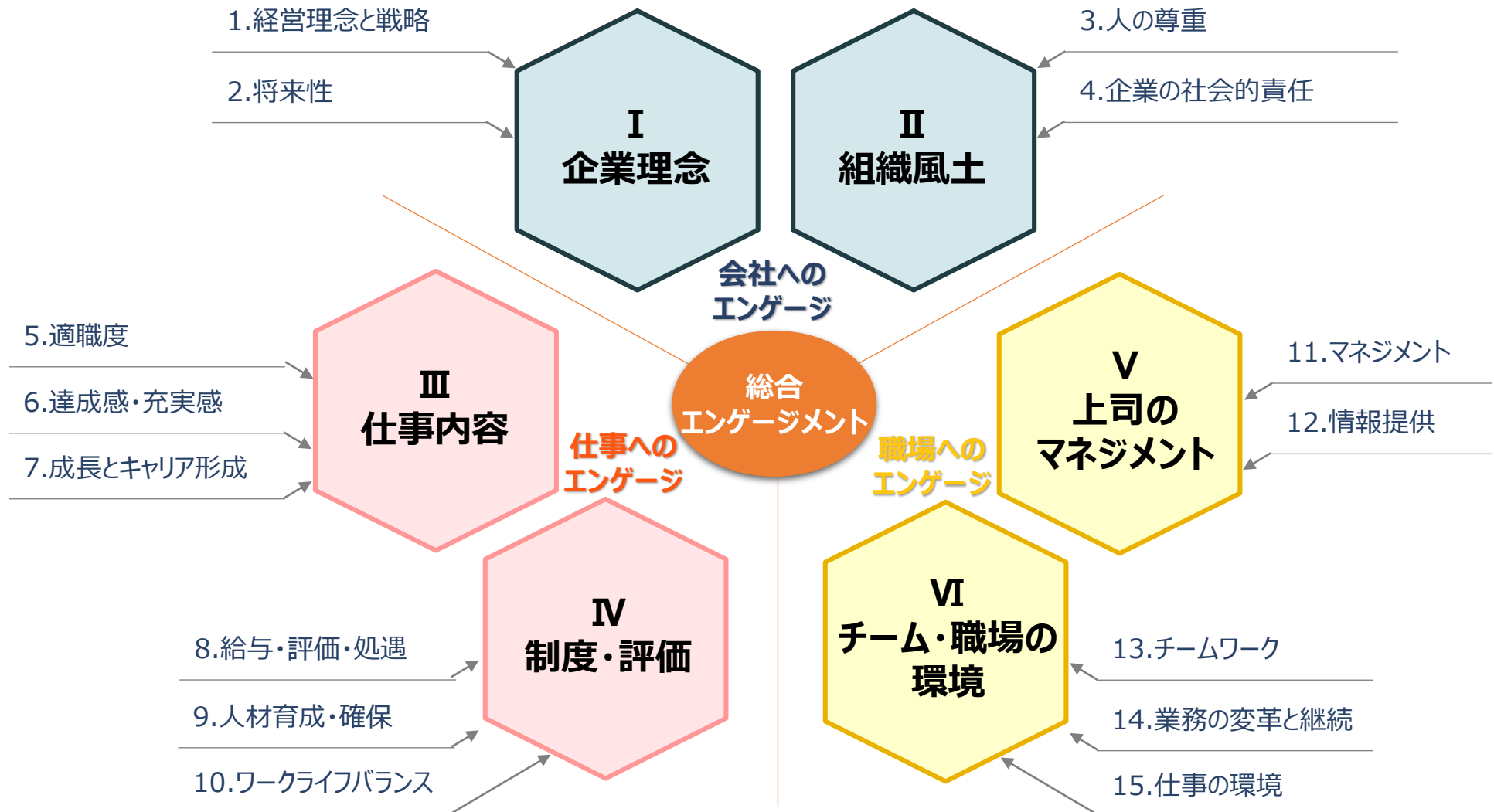


③ 人的資本の情報開示に対応した設問体系

➡ 政府が示す人的資本開示の項目区分について、社員の受け止め方を確認できる

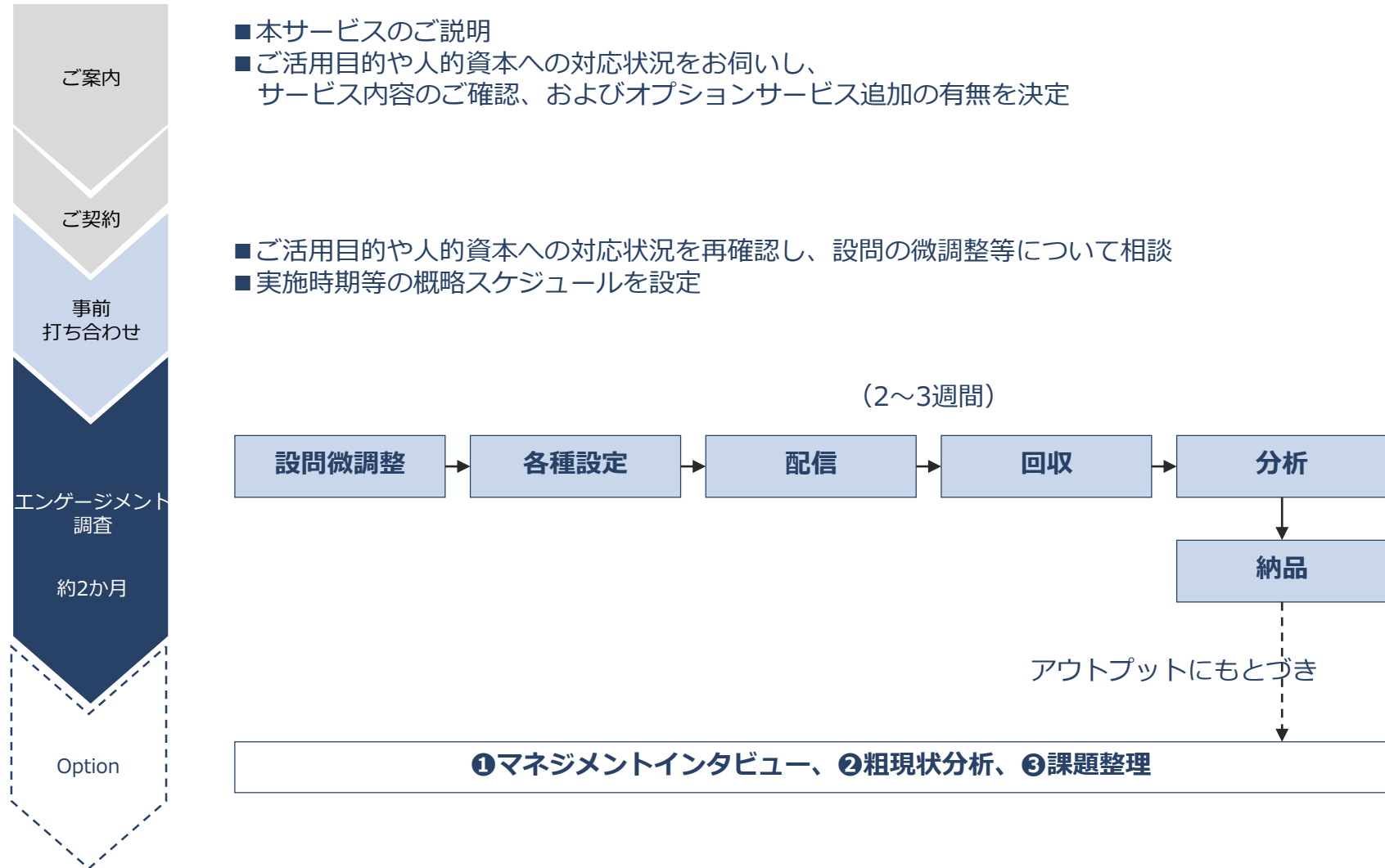
エンゲージメントの構成

- 「会社・仕事・職場」に対する総合的な愛着の状態を「総合エンゲージメント」として把握します
- 総合エンゲージメントを左右する要因を、「会社」「仕事」「職場」の3つの観点から「6構成区分」「15エンゲージメントドライバー」に展開して確認します



ご案内からアウトプットまでの導入に係る全体フロー

- 標準設問・分析の場合、約2か月の検討期間を想定しています。
- なお、必要に応じてトップインタビュー/現状分析/課題整理なども別途対応が可能です。



エンゲージメントサーベイ後の課題検討

- エンゲージメントサーベイは人的資本経営の検討の入り口に位置づけられ、現状や施策の効果を把握するのに有効です
- エンゲージメントを高める課題は人的資本以外にも考えられ、結果に基づく様々な課題領域について、引き続きご支援が可能です

