

ニュースぶらす

Biz ワザ

新型コロナウイルス下で在宅勤務になった人は多い。しかし社員同士でモチベーションを高め合ったり、他部署の社員と交流したりする上では、オフィスの方が便利な場合もある。限られた出社機会を効率的に使うコツや、社内人脈を広げる方法を探った。

出社の機会フル活用

感染者数が減ってくれば、出社の機会を増やす企業が出てきそうだ。「ニューノーマル」最強仕事術の著者の浜田秀彦さんによると、限られた出社の時間では①新たな仕事に携わるチャンスを得る、②人間関係をメンテナンスする、③同僚と意見交換してアイデアを生む、といった目的意識を持つとよいという。

その日たまたま出社していた人との雑談でも得られるヒントはあるが、当日に会いたい上司や同僚には「事前にアポイントを取る」ことが重要(浜田さん)だ。

アポイントの文言も「A社への融資の件で相談したい」と用件だけを書くよりも「A社への融資について、前任として長年担当されてきたBさんに教えてほしいことがある」などと、助言を求める意思を明確に書いた方が、相手



LINE Fukuokaはオンラインでも社員の交流の場を設けている

傾ける。会社の足元の動向を伝えて、社員の帰属意識を高めることも大切だ。

同じチームの社員の出社が重なると、オンライン上と変わらないいつもの業務の話に終始する可能性がある。クラウドファンディングを運営するREADYFOR(レディフォー、東京・千代田)は、今夏に移転する新しいオフィスでは社員が出社する頻度を月に1〜4回にする予定。人事担当者が事前に調整して、同じ部署の社員が集まり過ぎないようにする。多様な会話が広がることを期待している。

オフィスにいると隣の部署や年の離れた先輩社員との会話で、自分のキャリアの指針を定めやすくなる。出社が難しいければ社内イベントやオンラインを活用するのも手だ。IT関連企業のガイアック

は、都内のコワーキングスペースや郊外の施設、地方の宿坊などで、部署の異なる社員が集まるワークショップを開いている。それぞれが仕事に取り組みつつ、空いた時間には適切な距離をとったうえで雑談や意見交換を促す。食事の際には会話をしないといったルールを設け、感染対策も徹底している。

LINE Fukuoka(福岡市)は部署の異なる社員が様々なテーマで話せる「オンラインチャットランチ」の時間を設ける。子育てをテーマにした時は、出席前の社員が育児中の社員から仕事との両立のコツを聞くなど、交流が生まれた。その後、参加者らが社内の子育て部を作り、情報交換を続けている。ランチの参加者を対象にしたアンケートでは、回答者の8割以上が「参加をきっかけにした出会いや学びがあった」と答えた。社内の人脈形成に一役買っている。

三井住友海上火災保険は、3部署以上の社員を集めて意見交換をする「クリエイティブテーブル」という取り組みを、今年からオンラインに移行した。参加者からは「顕著な成績を取った他部署の先輩から具体的なコツを聞き、勉強になった」などの声も上がった。

部署越え交流、人脈広げる

限られた出社を有効活用し、モチベーションを高める会話のコツ

久しぶりに出社し、上司や同僚と話す時は

「仕事のアイデアを得る」といった目的意識を明確に

〇〇についてお伺いしたいので、お時間いただけませんか



話をしたい上司や同僚がおり、出社日が重なる場合は、事前にアポイントメントをとる

上司が部下の近況を確認する時は

個別に話す時間を設けて、部下の不安や疑問に耳を傾ける

「はい」「いいえ」の二者択一での答えにならないよう質問の仕方を工夫



会社の動向を伝え、部下の帰属意識を刺激する

会話の内容が目先の業務内容に終始しないように、出社メンバーをコントロールする

人事担当者は

オフィスならではの雑談や人脈形成を、どの程度オンラインに置き換えられるかは、企業の規模や業務内容によって異なる。グロース経営大学院・常務理事の田久保善彦さんは「自分たちのオフィスの役割を再定義し、実空間に集まる目的を明確にすることが大切」と指摘する。そうすることでメリハリのついた働き方ができそうだ。(荒牧寛人)

若手のアイデア頼りに



プロフェッショナルバンク常務 高本 尊通氏

部署や職種が異なる社員との交流を広げると大きな仕事を任せてもらったり、自らの適性にあったキャリアプランを築いたりする上で役に立つ。20〜30代の若手のうちに社内人脈の形成に取り組んでおきたい。人材紹介などを手がけるプロフェッショナルバンク(東京・千代田)の高本

尊通氏にコツを聞いた。

「社内はもちろん、取引先など社外の人と仕事をするときの双方でメリットがある。

社内では自身の仕事で行き詰まった時に、気軽にアドバイザーをもらうことができる。部署横断のプロジェクトを担う時も、人となりが分かっている方が円滑に進められるので声がかかりやすくなる。

「会社間の交流では、同僚の紹介を通じて取引先の担当者」と知り合うことが多い。社内人脈を広げて自分の評判を高めておくと、紹介される際に最初に名前が挙がりやすくなる。結果として社外でのつながりも広がる。

「社内では同じ部署の先

は。大企業では同じ部署の先

輩や後輩との『縦の人脈』、年次や年齢の近い同僚との『横の人脈』が作りやすい。だが同じ先輩でも、他部署の人や若手社員など『斜めの人脈』を作ること意識した

「社内では同じ部署の先

は。大企業では同じ部署の先

をしたりすることがある。その時に返信のコメントを書きこんだり、笑顔の絵文字をつけたりとすると良い。発言者の心証が良くなり、実際に会った時に交遊が深まるきっかけになる。

「デジタル・トランスフォーメーションを図る中で現場の声を求めている会社は多く、20〜30代の若いアイデアは頼りになる。多くの人が見える場で、自らの意見を発信することも大切だ」

「従業員同士で気軽に感謝の気持ちを伝え合うことも重要だ。私の会社では、社員が社内イントラ上で『サンクスカード』というデジタルの感謝状を互いに贈ることができるようになっている」

「社内では同じ部署の先

は。大企業では同じ部署の先

就活のリアル

採用面接では、企業は「悪い」ではなく「合っているか」で学生を評価している。合ってもいない企業に、まして受かるつもりで受ける破られるし、仮にうまく入社後に苦しむことになる。だから素の自分を見せ、否を企業に委ねるのが、むしろ自然で、合っ