

# 従業員エンゲージメントを高める コミュニケーションの役割

経営学科 4年 高橋徳行専門ゼミ

内田 巧

## 要旨

本論文は、従業員エンゲージメントが低い日本がコミュニケーションの活性化に力を入れるべき理由と、その際に重要となる要因を論じていく。従業員エンゲージメントとは、組織の目指す目標に従業員が共感しており、その実現のために自発的に行動しようとする度合いを表す。従業員エンゲージメントが高まると、消費者満足度や売上の向上、離職率の低下などの効果がある。残念ながら、国際比較を行った先行研究によると日本の従業員エンゲージメントは低い。また、日本企業の多くは従業員エンゲージメントを高める社内コミュニケーションに問題を抱えている。これらのことから、筆者は研究目標を「従業員エンゲージメントを高める一つの要因であり、また日本企業が苦手とするコミュニケーションに着目して事例調査を行い、従業員エンゲージメントが高い企業がコミュニケーション活性化に向けてどのような取り組みをしているのか分析する」こととした。調査の結果、ただ会話の頻度を上げるのではなく、魅力的な理念を用意し、従業員が共感できるようにコミュニケーションの機会を増やすべきだと分かった。現行の働き方改革はコミュニケーションよりも時短勤務や在宅勤務にばかり焦点が当てられている。今後、日本の従業員エンゲージメントを高めるために、企業が理念の見直しを行い、社内に浸透させるためのコミュニケーションの機会を増やしていくように変わっていくことを願う。