



1on1で社内の エンゲージメントを アップする

有限会社デジタルプラネッツ 代表取締役社長

池内浩子



所属 有限会社デジタルプラネッツ（1998年設立）
名前 池内 浩子
出身地 大阪府寝屋川市
役職 代表取締役社長
主な資格 GCS認定コーチ／ロジック・ブレイン認定トレーナー／
戦略MG マネジメントゲーム認定インストラクター



有限会社デジタルプラネッツ

事業内容

- セールスプロモーションツール全般の企画・制作
- 制作スキーム コーディネート
- デジタルマーケティング
- ブランディング
- ロジック・ブレイン
(ロジック・ブレイン認定パートナー契約)

主な取引先

敬称略・50音順
(株) 大日本印刷
(株) DNPコミュニケーションデザイン
(株) 電通tempo
凸版印刷(株)【大阪/東京】
(株) 博報堂
丸紅(株)
(株) 和光



制作実績



- タブロイド
- ポスター
- POP
- ランディングページ
- SPグッズ
- カタログ
- パンフレット
- キャラクター
- パッケージ
- ロゴデザイン
- キャンペーンビジュアル
- 等々・・・



1ON1ミーティングとは

1ON1ミーティングとは、上司と部下が**1対1で行う「対話」**のこと。

従来行われてきた「目標管理」や「人事評価」を行う時間ではないことを、

上司と部下が双方に理解しながら進めていくことが大切です。

また**「短いサイクルで定常的に実施する」**ことが通常的面談と1on1の大きな違いです。

1ON1は、たいていの場合、**週に1回、最低でも月に1回実施**します。

また、1回の実施時間は30分程度で設定している企業が多いようです。



1ON1の実施目的

1on1は、**部下の成長を促進することが目的**です。

上司が報告を求め、指摘するような「管理のための時間」ではありません。

部下の現状や悩みに寄り添いながら部下の能力を引き出す**「部下の育成のための時間」**。

そのため、1on1が終わったあとに、**部下が「話してよかった」と思えること**が、

まず第一のゴールになります。



1ON1の始め方

Step1

1ON1 を開催する目的を共有する

Step2

会議の日程を設定する

Step3

1ON1 の実施と記録

Step4

継続的な1ON1 の実施

1ON1の始め方

Step1

1ON1 を開催する目的を共有する

1on1を実施すると言われても、スタッフ全員が従来行われてきた【面談】とどう違うのか、どのように行われるのかなどわからない状態からのスタートだということを聞き手の上司やマネージャーこそが理解して進めなければなりません。

何をどこまで話せばいいのか、評価に影響するのではないか、など不安になる部下もいるでしょう。そのためはじめに「1on1は部下の成長のための（成長を手助けするための）時間である」ことを伝えることが大切です。

また、意欲的に取り組んでくれる部下がいる一方で、「忙しいから時間が取れない」「面倒だ」と反発をする部下もいます。また、上司側も今までの通常の業務に負荷がかかるといって1ON1ミーティングを継続できないケースも多々ありますが、確かに短期的にみると、時間をとられる活動であり、効果が分かりづらい面もあるでしょう。そのためにも、上司側もどのような結果を望んでこの取り組みを行うのかをしっかりと認識することと、そして部下へは中長期的な視点で意義があり、部下にどのように成長していったほしいのか、を伝えることが大切です。

1ON1の始め方

Step2

会議の日程を設定する

会議は上司が自ら設定しても、部下に設定してもらうようにしてもどちらでも構いません。

ただし、都度設定する形にすると、どうしても業務の関係で優先度が下がりがちになります。

やると決めたら、定期的な予定として組み込み、どうしても都合がつかない場合は必ず日程変更するというルールを徹底することをおすすめします。

1ON1の始め方

Step3

1ON1 の実施と記録

人の成長には、継続性・連続性があることが大切です。

毎回同じ話題を話す必要はありませんが、一度話した内容に対して、上司がその内容を忘れてしまっただけでは、信頼関係の構築することはできません。

形式は問いませんが、前回話した内容などを上司（マネージャー）自身が忘れないようにする工夫を必ず取り組んでおいてください。

1ON1の始め方

Step4

継続的な1ON1 の実施

最初は1on1の効果を上司側も疑問を持つことがあるかもしれません。

しかし続けていくことで、日常のコミュニケーションの量や質が変わってくることを実感できるはずです。

また、わざわざ時間を決めなくても「何かあったら声をかけて」と上司ひと声かけておけばなどと考えるでしょうが、部下からすると普段からコミュニケーションを十分に取れていない、忙しい上司に【何か報告すべきこともないのに】気軽に声をかけられない場合は少なくはありません。

1on1を定期的、継続的に行うことで、部下⇄上司相互へのコミュニケーションがスムーズなり、社内のエンゲージメントを。

1ON1のプラン・計画の例

1on1は「部下の育成のための時間」という基本的な考え方を守れば、1回のミーティング時間、頻度、内容などに明確なルールがあるわけではありません。

しかし、今までざっくばらんに会話する、といった関係性や習慣がなかった場合、いきなりそういった会話をお互いに行うことは難しいため、まずは基本となるアジェンダを作って実施してみることをおすすめします。

継続していく中で、会社や個人にあった内容に改善することを行ってください。

1ON1のプラン・計画の例

【仕事への取り組みや日常的なものごとの共有など】

業務において緊急度が高いことは上司に相談しやすいものですが、期限が決まっていないことについては相談するタイミングが難しいものです。

1on1ではそういった「緊急度は低い重要なこと」を対話していくことがよいでしょう。

その際について具体的なアドバイスをしてしまいそうになるのですが、課題に対しての取り組みや考え方、心構えのようなことをアドバイスなどを行い、具体的な行動などは、各自で考えさせると良いでしょう。

そうすることで自分自身で考えるきっかけになり、部下の成長につながるのです。

一回の1on1にかける時間は短くてもよいので、週次で実施すると効果的でだと言われています。

週1回、15分程度。私の場合は従業員全員と行っているのですが、毎週は負荷が高く1ヶ月に1度、1時間の枠で行っています。

<アジェンダ例>

- 緊急ではないが課題や日常で困っていることなど
- 小さなことでも最近の気づきや学びなど
- 単純に最近のよかったことなど
- 次にチャレンジしたいことなど

1ON1のプラン・計画の例

【専門性の向上と、目標達成に向けての課題への協力】

専門性が高くスキルによっては上司よりも優れたものを持っている部下の場合、上司もどのように部下の成長に貢献できるか不安になると思います。

優れたスキルや経験を持った部下も自分なりの答えを探しているものなので、上司の経験や立場だからこそできる「壁打ち相手」になれるように傾聴、相槌、質問をしましょう。

隔週か少なくとも月次では実施することをおすすめします。

<アジェンダ例>

- 今取り組んでいるテーマの共有
- 課題や困っていることへの問題解決への協力
- 上司が力になれることがないかとの問い

1ON1のプラン・計画の例

【コミュニケーションの量を増やす】

単純に部下とのコミュニケーションの量が少なく、人となりなどがわからないという方もいらっしゃると思いますが、そのような場合にはまず信頼関係をつくるために相互理解ができるような会話をしましょう。

プライベートに関する話や時事ネタ、価値観についてなどの雑談からでも相手のことを知ろうとすることが重要です。

また、自分の話をするのが苦手な部下には上司自身の話をすることも効果的です。

<アジェンダ例>

- プライベートに関する話を聞く（趣味など）
- その出来事に対する感情を聞く（楽しかった？など）
- 価値観を探る（何をしているときが楽しい？）

1ON1のプラン・計画の例

【今後のキャリアについて考える機会を持つ】

キャリアについては根本的な不安として抱えている方も多い話題です。

所属している組織で自分が描くキャリアパスが描けないと思われてしまうと離職にもつながります。

できれば3ヶ月に1度は1on1の中で部下とキャリアの話をするとういでしょう。

「将来何がしたいの?」といったような漠然とした質問をするのではなく、部下のキャリアに沿ってレベルを合わせて深掘りしてあげることで、心的ハードルを下げるのが重要です。

<アジェンダ例>

- 実現したいキャリアなど
- 直近で一番力をいれた業務など
- 自身の強み・弱みなど
- 今の業務でのやりがいや、大切にしていること
- 今後のキャリアの希望や方向性、それに対する課題など

VUCA時代に必要なもの

VUCAと呼ばれる時代に必要なのは「自走型組織」と「支援型のリーダーシップ」 それらを可能にする1ON1ミーティング

「VUCA」の時代とは、不確実性が高く将来の予測が困難な状況であることを示す造語です。

「**V**olatility（ボラティリティ：変動性）」

「**U**ncertainty（アンサートウンティ：不確実性）」

「**C**omplexity（コムプレクシティ：複雑性）」

「**A**mbiguity（アムビギュイティ：曖昧性）」

急速かつ、不確実な市場の変化が起こっている昨今では、これまでの経験や物差しが通用しないことが多くあります。

また新たな取り組みには、そもそも正解がないため、いくら上司であっても解を持ち得ないことが多くなってきました。

特にコロナ禍において、労働環境の変化や業務や状況の変容に私たちは大きく影響されています。

このような状況下においては、「指示待ち組織」ではなく、社員が自ら考えて主体的に行動する「自走力」を持った組織が理想です。

上司と部下が信頼し合い、権限を委譲し、拙速ではあっても前に進む力を持つことがこの時代に必要な組織のあるべき姿ではないでしょうか？

有限会社デジタルプラネットの場合

開始当時の組織の課題

1. 会議での決定事項や詳細など、スタッフ全員に周知したいことが伝わらない
2. 課題解決のための協議もリーダーたちを含め、自分事として捉えていない
3. 典型的な指示待ちの型の組織で動きにもスピード感がない
4. 新たな取り組みについての意味や意義が伝わっていない
5. 私自身が、スタッフひとり一人の個性や仕事への取り組みなどの温度感がつかめていない

有限会社デジタルプラネットの場合

[1on1を実施した社員の声](https://www.youtube.com/watch?v=DePfdnNcLE4) <https://www.youtube.com/watch?v=DePfdnNcLE4>

