

理念を共有した 一体感のある強い組織づくりを支援する 「共感モニタリングサービス」

新しい生活様式の普及にともない、対面でのコミュニケーションが減少し、組織の一体感低下や消費者離れが懸念されています。日立の「共感モニタリングサービス」は、従業員や消費者に向けて発信したメッセージに対する共感度を可視化し、改善施策を提案するサービスです。一体感のある組織づくりや消費者からの信頼を獲得し、企業価値やブランド力の向上を支援します。

組織の一体感低下や消費者離れが課題に

新型コロナウイルス感染症の流行による世界的なビジネス環境の変化は、ニューノーマル（新常态）時代での企業・組織のあり方や従業員の働き方など、事業継続そのものに大きな影響をもたらしています。

特に、テレワークの急激な普及によって、多様な働き方が促進される一方で、コミュニケーション機会が減少し、組織としての一体感や働きがい、パフォーマンスの低下が懸念されています。こうした状況の中でも組織としての一体感を高め、企業のめざすべき方向や価値が共有された強い組織風土の構築が、これまで以上に重要な課題となっています。

そこで日立は、企業や組織の理念やビジョン、施策など、さまざまなメッセージへの共感度合いを分析し、従業員エンゲージメント^{*1}向上を促す「共感モニタリングサービス」の提供を開始しました。

本サービスは、企業や組織のめざすべき方向性、価値に共感し、高いモチベーションと一体感を持って従業員が働ける強い組織づくりを支援するだけでなく、企業が消費者向けに発信するコンテンツや商品ブランドイメージへの共感度合いの分析など、マーケティングやブランド戦略のサーベイでも活用でき、ブランド力や価値の向上にも貢献します。

^{*1} 従業員が働いている会社に対し、愛着や思い入れを抱くこと。また、働きがいを感じながら、会社に貢献する成果を出すために、自発的に取り組んでいる状態

共感モニタリングサービスの特長

本サービスは、マーケティング・ブランド論・消費者心理学などを専門とする一橋大学大学院 阿久津研究室と共同開発したサーベイ・分析手法をもとに、日立がそれらのノウハウをシステム化して提供するものです。

メッセージの“どの部分”が“どのように”受け止められ

ているかを容易に把握できる「共感度合い可視化サービス」と、その結果から浸透を阻害する原因をコンサルタントが分析し、改善のための施策立案を支援する「改善施策コンサルティングサービス」から構成されています。

共感度合い可視化サービス

定量的な結果が得られる従来のサーベイとは異なり、従業員や消費者などの受け手がメッセージの“どこ”に対して“どのように”感じているのかを具体的に可視化することができます。共感度合い可視化サービスでは、個別のサーベイ設計を行うことなく、企業理念やトップメッセージなどのテキスト資料のほか、動画コンテンツやオンラインでのセミナーそのものをサーベイシートとして、すぐに調査を開始することができます。

これにより、従業員にどう感じてほしいかの期待値と実際の受け止められ方とのギャップや、職位・属性別でのとらえ方の傾向などをスピーディーに把握でき、客観的なデータに基づく改善・対策につなげられます。

また、テレワーク環境下での発信でも、リアルタイムに聴講者の反応を把握できるため、オンラインでの双方向コミュニケーションを実現するツールのひとつとしても役立ちます。

改善施策コンサルティングサービス

共感度合い可視化サービスで収集したサーベイデータを、コンサルタントがより詳細に分析し、改善施策を提案するサービスです。「GTA (Grounded Theory Approach)」^{*2}と呼ばれる質的調査手法を応用した、独自の手法を用いて、従業員の受け止め方の背景にある原因（周辺環境・価値観・行動様式など）をデータに基づいて仮説化し、構造

的に可視化することが可能です。これにより、発信内容・発信方法の見直しにとどまらず、従業員の行動・実践につなげていくための、より本質的な組織変革の施策検討に生かすことができます。

これらのサービスを活用することで、想定質問に回答する従来のサーベイとは異なる新しい形での共感の可視化や、可視化の結果現れた現象がどのような原因や背景によって生じているかを構造的に理解することができ、メッセージ内容の改善など、具体的なアクションにつなげることが可能です。

※2 質的な社会調査手法のひとつで、得られたデータを文章化し、特徴的な単語をコード化して分析する手法。定性調査の多くは、データを集めた後は各自で考え、分析・評価するのに対し、本手法では、分析者の印象や直感ではなく、データに基づいて仮説や理論を構築することを重視している点が特徴

共感モニタリングサービスのユースケース

理念やメッセージへの共感による一体感のある強い組織づくり

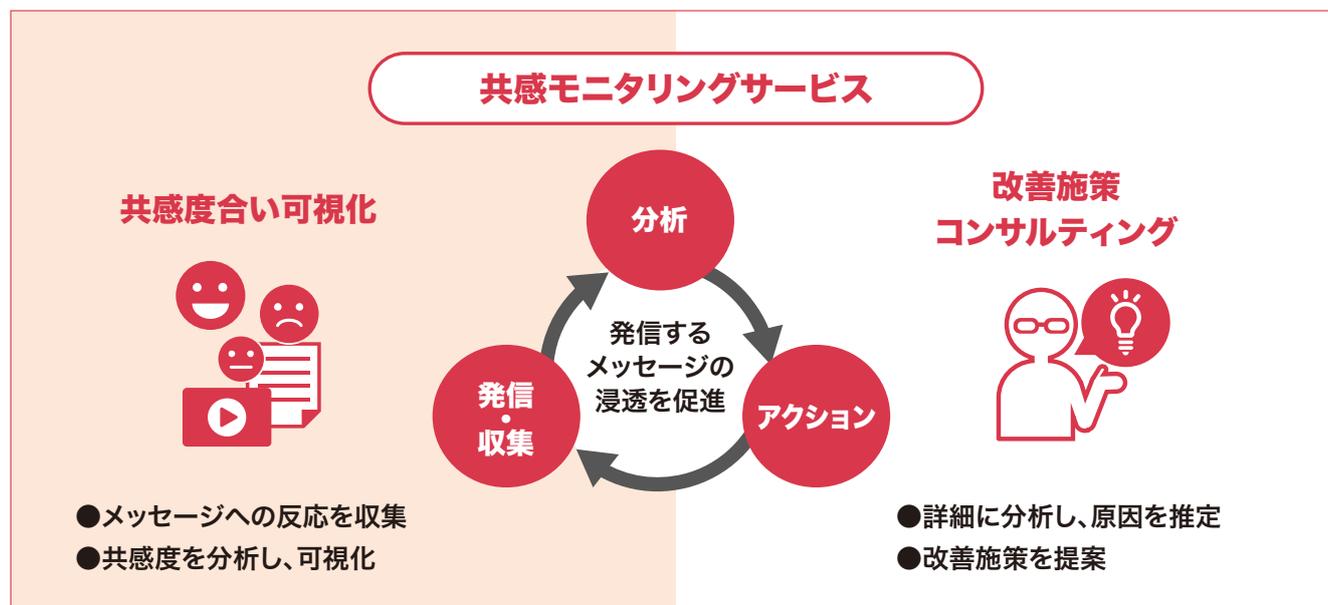
従業員へのメッセージに対する共感度合いを可視化

し、より浸透に向けた施策を検討していくことが可能です。これにより、従業員がビジョンに共感し、モチベーションと一体感を持って働ける組織づくりを支援します。また、従業員に定着している価値観を可視化し、その表現を把握することで、企業理念を明文化することにも役立ちます。

企業や商品に対する消費者の信頼や愛着を獲得

消費者パネル調査に本サービスを活用することで、企業から消費者へ発信したメッセージに対する共感度や、発信したメッセージの“どこ”に対して、“どのように”感じたかなどを、具体的に可視化できます。これをもとに改善を図ることで、より共感を生むメッセージの発信や、消費者の信頼や愛着の獲得につながります^{※3}。

※3 本サービスは、消費者パネル調査を行うものではありません



「共感モニタリングサービス」の概要

お問い合わせ先・情報提供サイト

(株)日立製作所 アプリケーションサービス事業部
<https://www.hitachi.co.jp/empathy-monitoring/>

