

訪れた行き先・地域にも目を向けていただく、新たな社員旅行のご提案 「シン・社員旅行」プロジェクト始動 社内エンゲージメント向上にはイベントが鍵？ 社員旅行実施企業では「会社が好き 63%」

株式会社エイチ・アイ・エス（本社：東京都港区 以下、HIS）は、エンゲージメント・コミュニケーション意識調査の結果と、企業の社会的責任や SDGs をはじめとする世の中の社会貢献意識の高まりを受け、訪れた行き先・地域の今後にも目を向けていただく、新たな社員旅行のご提案となる「シン・社員旅行」プロジェクトを始動しました。

シン・社員旅行とは

従来の、企業やその社員の皆様のための社員旅行というだけでなく、
訪れた行き先の国々や地域にも目を向けていただく、新たな社員旅行のご提案のこと。

【社員旅行にサステナブルな要素を】

世界各国や日本各地を訪問し、環境に配慮したアクティビティに参加いただくことで、サステナブルな観光を体験する。

【観光地を元気に】

コロナ禍で打撃を受けた世界や日本の観光地を訪問していただくことで、人や物が流通し、地域を元気にする。

【人材の育成・投資として】

地域課題に触れ、環境について考えるきっかけを作る。環境の変化を捉え対応する柔軟性、主体性などを養う。

シン社員旅行 <https://www.his-j.com/corp/shin-companytrip/>

「シン・社員旅行」を活用した事例

サステナブルな観光の一例：ハワイの自然・環境を知る「ゲンキ・アラワイ・プロジェクト」

以前のような美しいアラワイ運河を取り戻そうと、ハワイの非営利団体が企業や教育機関を巻き込み「ゲンキ・アラワイ・プロジェクト/Genki Ala Wai Project」を始動しています。HIS でもその活動に共感し、ヘドロを除去する作用のある泥団子「ゲンキボール」作りから、アラワイ運河に投入していただくプログラムを実施しています。

＜ご参加いただいた企業のお客様の声＞

- ・元気アラワイプロジェクトが個人的には一番印象に残りました。
海外に行った際、現地の方々と交流できるチャンスが非常に良い経験になると考えているためです。
- ・元気玉プロジェクトはハワイの自然浄化にも貢献でき印象的でした。

＜エンゲージメント・コミュニケーション意識調査＞

コロナ禍でリモート化が進み、社内コミュニケーションやエンゲージメントにどのような変化があったかを調査するために、20～50 代男女 1,100 名を対象に、「エンゲージメント・コミュニケーション意識調査」を行いました。その結果、社内イベントの機会や頻度が、エンゲージメント・帰属意識に影響していることがわかりました。

調査対象：全国の 20～50 代 男女合計 1,100 名

調査方法：HIS 法人営業本部メルマガなどを利用したインターネット調査

調査時期：2022 年 11～12 月

【調査結果トピック】

コロナ禍でリモート化が進み、エンゲージメント・帰属意識が低下、全体では「会社が好き 32%」

社内イベントの実施がエンゲージメント向上のキーポイント!? 社員旅行を実施企業では「会社が好き 63%」

「あなたは、所属している会社が好きですか？」という設問に対し、「好き 23%」、「どちらかという好き 9%」の合計が 32%となり、コロナ禍のリモート化によりコミュニケーションの希薄化などが影響しているのか、低調な数値となりました。

一方、社内イベントを実施している企業に所属している方の回答は、「会社が好きですか？」の設問に対し、軒並み高い数値となりました。

- ・「社員旅行」実施企業に所属の方で抽出：「会社が好き 31%」、「どちらかという好き 32%」→合計「63%」
- ・「方針発表会」実施企業に所属の方で抽出：「会社が好き 26%」、「どちらかという好き 36%」→合計「62%」
- ・「永年勤続行事」実施企業に所属の方で抽出：「会社が好き 22%」、「どちらかという好き 34%」→合計「56%」