

モチベーション・マネジメント 戦略クリニック R/2

Strategic Clinic for Motivation Management (SCM²)

活力ある組織の為の、戦略的モチベーション向上の実現

義務化された「ストレスチェック」(平成26年法律第82号)の結果を踏まえて有効なマネジメント施策を持っていますか？

ストレスに対する処方箋は専門医を頼るべきことですが、マネジメント上は **仕事のやる気** を可視化した上で
戦略的なモチベーション・マネジメントを実現すべきです。



SCM²のコンセプト

スクウェイブは、心理学者デイビッド・マクレランドのスリー・ニーズ理論に立脚して、**通常の従業員満足度(ES)調査では測定できない潜在意識下にある真に仕事をしたいと思う欲求(単なる愚痴・不満と分離)**について調査・分析します。その上で、有効なビジネス戦略を推進する上で欠かせない“モチベーション向上”のための方策策定を支援します。

<3N(スリー・ニーズ)分析>

アメリカの心理学者デイビッド・マクレランドが提唱する仕事をする上での3つの欲求 (Need for achievement, Need for power, Need for affiliation)に関して、業務の遂行にどの欲求がより強い影響を与えているかを分析する手法です。

Need for
Achievement

達成への欲求

Need for
Power

周りに対して影響を与えたい
欲求、出世欲など

Need for
Affiliation

周りに受け入れられたい欲求、
仲間意識・一体感への欲求など

潜在意識下の欲求タイプ

3つのニーズの組み合わせにより、13種類のニーズタイプに分類します。各タイプは、便宜的にそれぞれキャラクター設定されています。

Ac: Achievement
Po: Power
Af: Affiliation

Type	ニーズ順位 (ポイント大小)	キャラクター・イメージ
1	Ac > Po > Af	職人気質
2	Ac > Af > Po	周りが気になるナルシスト
3	Ac > Po = Af	一匹狼
4	Po > Ac > Af	戦国武将
5	Po > Af > Ac	親方
6	Po > Ac = Af	カリスマワンマン
7	Af > Ac > Po	伝統ある同好会
8	Af > Po > Ac	伝統ある体育会
9	Af > Ac = Po	姉御肌
10	Ac = Po = Af	名優
11	Ac = Po > Af	絶対王制
12	Ac = Af > Po	隠れ八方美人
13	Po = Af > Ac	世話好き屋

例

<<例: 戦国武将タイプ>>



威圧的リーダーシップが目立つが、
責任は自分がとるタイプ

職責と目標や手法に拘りがある。適
切な昇進を渴望する。

<<例: 伝統ある体育会タイプ>>

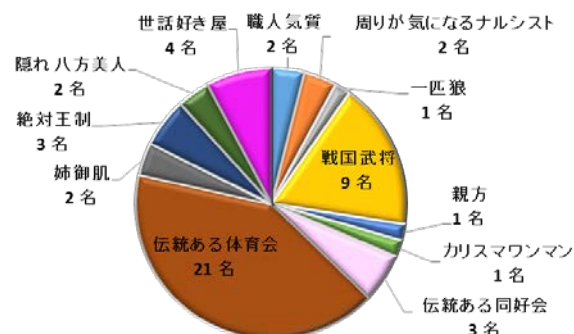


行動姿勢はやや体育会系的だが、
所属組織のことは真剣なタイプ

所属組織に誇りを求め、上下関係
の礼節を大事にする。

<<例: 調査結果>>

貴社スリー・ニーズタイプ分類



SCM²の特徴と導入のメリット…ストレスチェックでは分からない仕事のやる気を可視化

- 1 潜在ニーズと顕在ニーズのギャップを見ることで、真の課題をあぶり出します。 → 潜在的なニーズに即したモチベーション・マネジメントの方向性を検討することができます。
- 2 スタッフ個々人が仕事をより積極的に行いたいと思う要素(3N:スリー・ニーズ)に焦点を絞って調査、分析します。 → 仕事をしたいと思うモチベーション状況に応じた改善施策の検討を開始できます。
- 3 企業のビジョンや方針、さらには、各組織を取り巻く環境に合致した行動を促進する施策の立案を支援します。 → 朝礼、会議など、診断対象組織固有の状況に適した行動パターン別の動機付けが可能になります。

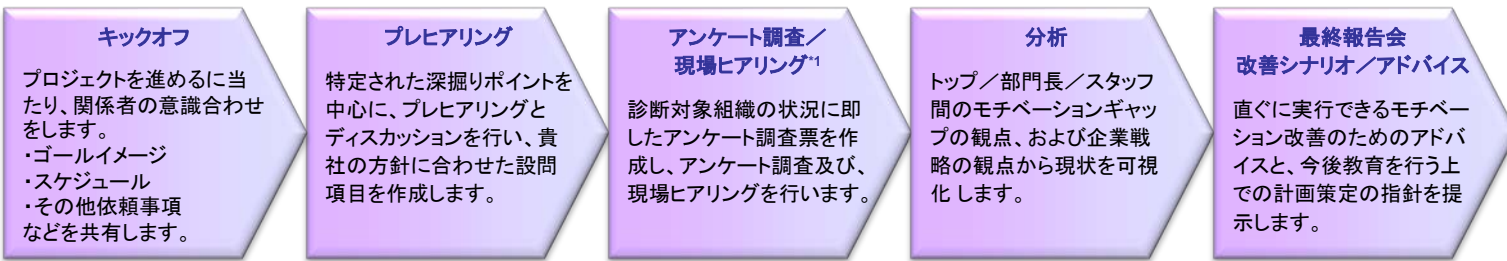
“専門医が居ないとよく分からないストレスのみに焦点を当てるのではなく、組織として打ち手が明確なモチベーション・マネジメントの実現を支援します！”



SCM² サービスの流れ

SCM²サービスは、下記の流れでサービスを提供します。

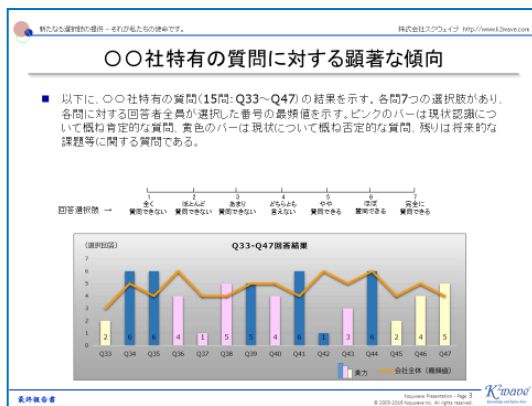
改善提案策定 期間:3ヵ月程度



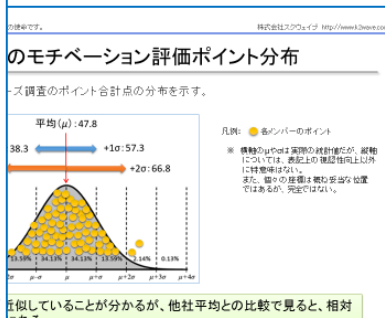
*1 動機付け及び啓発を兼ねた現場ヒアリングはオプション(有料)となります。

SCM² 成果物イメージ

- ・ 組織向けの報告書では、モチベーションギャップが可視化され、必要な施策の方向性が明らかになります。
- ・ 個人フィードバックでは、自身や上司のニーズが明確になり、組織内で自身の行動を最適化する指針が得られます。



<報告書例>



類似していることが分かるが、他社平均との比較で見ると、相対的に平均的な位置にある。

※ モチベーション調査は実施時期によっても変化することが多いが、必ずしも今回の結果と他社の平均を単純点対比で比較することは出来ない。が、参考として、今回の結果はスクウェイブ社の保有するデータの中で相対的に見て全体的にはわりと高、位置にポジションニングされることは間違いない。



<個人フィードバック例>

SCM² 価格

標準価格: 350万円(税別)から

- * 上記標準価格は、対象者が50人までの場合となります。
- * 対象人数が50人を超える場合は、個別見積もりとなります。
- * 「現場ヒアリング」を実施する場合は、別途オプション料金が必要となります。

また、調査実施先が東京近郊以外の場合、交通費・宿泊費は、実費精算になります。