

改善提案を前に勧めたい

§ 2024/06/27時点の改善提案とその資料に対して §

- 全体
 - プレゼンや主張の結果として進んでいないわけではない
 - 2021年の記述も実現可否の判断がされていない状態で新規の投稿があってもすぐには実現されない
 - 改善提案対応チームが動いていないから
 - むしろ改善提案の対応チームを動かすための対策や方法を提案したほうが早いのでは？
- 健康管理委員会
 - やりたいことはわかるけどメリットが希薄
 - 特にppt(社員の健康管理提案)の3枚目について根拠や具体性がない
 - Excelのまとめの数字等
 - コストに加味されていないものがある
 - 人件費
 - 空間や場所等
 - 期間におけるランニングコスト(年一回程度買い替えが必要なもの,半年に一回更新する資料etc)
 - 実際に対応した際にも効果を検証しづらい(因果関係を保証できない)
 - 委員会立ち上げとなるとその人選によって方向性が変わる可能性があるのでは？
 - 例:「味噌汁は塩分が多いので健康に悪い:味噌汁は塩分を排出するから適量なら健康に良い」という意見の対立
 - どちらの意見も視点が違うだけで間違ったことは言っていない
 - 意見や視点の違いを会社で公に内部広報し辛い
 - 現状の「保険屋さんからのチラシ」や「健保協会からのお知らせ」が客観的意見として回せる限界
 - 実現の可否:健康は宗教と一緒になので個人ごとに価値観があり、委員会は難しいので救急箱ぐらいまでか
- オフィスカジュアル
 - 「ルール化は難しいので、誰かがやって線引をしよう」という話がリーダー会議で出た
 - この話の中で現状以上のオフィスカジュアルはあまり求められていなかった
 - 全員の意見はまとめられない
 - 全員参加のイベント(会議,ショー)などは実現が難しい
 - 目的のズレにもなる(やりたいことは「オフィスカジュアルの実現」)
 - 実現の可否:制度自体はこのまま進めば今夏にはある程度できそう
 - (「夏になったらポロシャツとか着れるようになってたらいいな」という話があった)
- SNSを用いた就活生,社員へのアプローチ
 - コストが記述されていない
 - SNSを運用するとなると人件費が高い
 - 過去にTwitter(現X)とFacebookを使って広報をしていたがその人の仕事時間の半程度のコストが掛かっていた
 - 範囲の固定
 - 派遣社員等に対しては社員サイト(社内向けCMS)にログインすらしていない人がいるのに効果があるのか？
 - SNSとは何をどこまで運用したいのか
 - 一般的な[X][Facebook][Instagram]のようなものから、[youtube][tiktok]のような動画共有、[Eight]や[LinkedIn]のような仕事に特化したものなどある
 - 就活生にと前置きしておいて「企業のイメージ」「魅力」とすると目的が分かりづらい
 - SNSを広義に捉えるとマイナビのような就職支援サイトもSNS
 - 情報漏洩や投稿ミスなどのリスクの記述がない
 - これらの問題があったときの損害が大きいことを無視できない
 - 実現の可否:メリットよりコストやリスクが大きいのでその対策ができる状況を提案しないと厳しい