

代理店経営情報

シンニチ
代理店版

事業拡大のために奮闘する代理店が増える一方で、未来への不安を抱えるケースも少なくありません。このままでは「時が過ぎるだけで、変わるのは年齢と保険会社の要求の厳しさだけ」という未来を迎えかねません。そこで今月は、「社員とのコミュニケーションの重要性」を取り上げ、組織を拡大するプロセスで効果的な「1on1ミーティング」について考えましょう。きっと価値ある取組みになると思います。

社員コミュニケーションの重要性

1on1は雑談？

上1on1を継続しており、その効果の大きさを実感しています。

近年、「1on1(ワンオンワン)ミーティング」を取り入れる代理店が増えてきました。「1on1ミーティング」とは、社員と上司が1対1で継続的に行う社員面談の方法です。弊社でも、10年以

てみたものの、世間で言われるほどの価値を感じない」と首を傾げる経営者も少なくありません。たとえば、以下のご相談のようなケースです。「流行の1on1に挑戦し

ましたが、社員から出てきたのは愚痴や私生活の話ばかり。疲れた割には手応えがなく、今後も1on1を続けるかどうか迷っています」。

経営者も専業主婦も多忙ですから、雑談のような内容だと「本当にこの時間に意味があるのだろうか」と感じるのも当然です。しかし、導入直後に手応えを感じなくとも、ぜひ諦めずに1on1を継続してみてください。なぜなら、1on1とは「ミーティングの目的や内容を段階的に進化させる」として、人材育成に繋げる「マネジメント手法」だからです。

目的は何？

1on1を進化させていくプロセスは、大きく「ステップ1:現状把握」と「ステップ2:成長支援」の二つに分けられます。現状把握とは、社員の能力や心の状態、抱えている問題を把握すること。成長支援とは、問題の解決法を共に考え、P

DCAをサポートすることです。現状を把握して成長支援に活かすには、まず社員の悩みや困りごとを正直に話してもらう必要があります。しかし、

上長や経営者に最初から心を開ける社員は多くありません。まして、始めから目標や成長の話をするよりも、社員は素直に余計に本音を隠してしまっています。ですから、最初は「現状把握」に徹し、社員の話をしっかり聴いて信頼関係の基盤づくりが必要です。また、愚痴や雑談は決して無駄ではありません。私には幾度も社員の愚痴や雑談からモチベ

ションの源泉や、隠れた組織課題を見つけて驚いた経験があります。「無駄」ではなく「貴重な情報」として向き合うことで、また違った景色が見えるかもしれません。

伴走で「成長支援」

ミーティング回数を重ねて信頼関係が十分に育つと、愚痴や雑談の割合は自然と減っていきま

す。その段階に至ったら、徐々に「成長支援」のウエイトを高めていくのです。成長支援のために大切なのは、1on1を「批判」や「管理」の場にならないことです。社員と目標を共有し、今ある課題の解決法を共に考え、現状に必要なら必要な支援を提供す

だければと思います。このように伴走の勢を書けば、1on1をにして社員一人ひとりのPDCAが回り出し、するとチームの生産性上がり、やがては1on1が会社全体のレベルアップに繋がっていくので、1on1は、年齢も立場も違う社員とお互いを解し合い、結束を強めるための貴重な機会でもあります。「最近の若い人は」というセリフもありません。私も初めは手

面談との「1on1」の比較表

項目	面談	1on1
目的	業務指示	能力開発
内容	評価・指導	達成へ応援
関係性	上下関係	双方向
雰囲気	緊張感	オープン
主役	上司	社員
時期	不定期	定期的

誰も教えなかった! 137 保険代理店が「家業」から「企業」になる方法

シリーズ3

株式会社ブレインマークス
代表取締役 安東 邦彦



【プロフィール】

保険代理店が持続的に成長するための組織化、経営の仕組みづくりを支援するコンサルタント。著書:『社長が3ヶ月不在でも成長する会社のつくり方』運営組織:プロ代理店経営アカデミー

<https://www.brain-marks.com>

社長が3か月不在でも 持続成長する代理店を目指す!