

# ミルコミ

Macromill Communication

Vol.173

## マクロミルコミュニケーション

♪まとまる つながる 強くなる



ミルコミ Vol.173 2023年11月1日発行

マクロミルコミュニケーション まとまる つながる 強くなる

POKKA Sapporo

レモン  
1個分<sup>※1</sup>  
果汁

ビタミンC  
1350mg<sup>※2</sup>

コラーゲン  
1000mg<sup>※2</sup>

ヒアルロン酸  
10mg<sup>※2</sup>



飲んで始める  
身だしなみケア

飲んで始める  
身だしなみケア  
BE CARE BE CARE BE CARE

\*レモンの酸味と炭酸の刺激でリフレッシュ、身だしなみを整えて頑張るあなたを応援します。

※1:レモン1個分=レモン果汁約30mlとして、1本当り1個分以上の果汁が含まれています。 ※2:1本当り

広告 ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社は、消費者理解・プロモーションにおいてマクロミルのサービスを活用されています

MACROMILL  
a Macromill Group company





CONTENTS

若手社員 × 執行役 Be True, Be Open な座談会 .....	6
執行役員に聞いた コミュニケーションで大切にしていること .....	10
つながりつって力を発揮！ 各部署のアクション .....	14
関係深まる♪リアルな交流 .....	20
まとまり、つながり、強くなる組織を目指して .....	24

# 読者の声をご紹介します

発行後は、毎回読者アンケートを行っています。前号 (Vol.172) の評価は、「とても面白かった」「やや面白かった」の合計が97%でした (n=67)。皆さんの感想を一部ご紹介します。



Web版では、本誌以外のバックナンバーもご覧いただけます。

## Q.面白かった・良かった記事をお選びください。(複数回答)

1位



意外な人が意外なものを育てていて、非常に興味深かったです。思ってもみなかったものばかりで驚きでした。

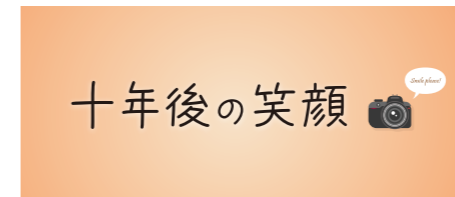
私も納豆が好きなので、納豆作りをやりたいと思いました！わが家ではオクラとトマト(水耕栽培)とパセリを育てています。

自分は特別育てているものはないので、何か見つけたいです！



皆さんすごく個人的で面白いなと思いました、それをこうやって公開してくれるのもすごいなと思いました。

2位



10年以上働く方から見たマクロミルのキャリアパスは私が想像できないもので、読んでいて面白かったです。自分が全く同じキャリアを歩むわけではないので、私も新しいロールモデルの一つになりたいと思いました。

勤続年数の長い方々の経歴を知ることができて、自分の将来を考える良い機会になった。



「こんな人になりたい」「こんな働き方があるのか」など、自分のできることや、やりたいことを考えるきっかけになりました。

3位



長く働いていると、自分の環境が良いのか普通なのか、よく分からなくなってくると思います。今回のように客観的にマクロミルのワークプレスを捉えて情報発信することは良いことだなと思いました。

「より良いワークプレイス」という観点で職場のことを考えたことがあまりなかったので、良いきっかけになりました。マクロミルの特長でもある“風通しの良さ”を生かして、メンバーからボトムアップで声を上げていくことが大切だと感じました。

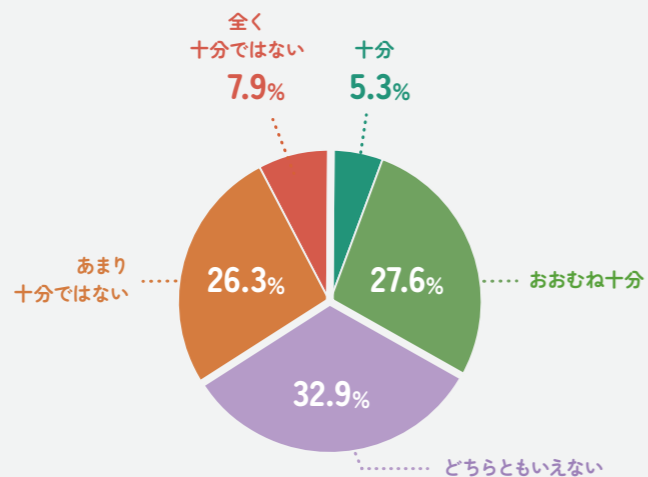


## 編集部から

ミルコミを読んで、「同期にこんな趣味があったなんて知らなかった!」「同じチームの先輩のキャリアについて初めて知った」など、身近な方の知られざる一面を発見できたという声を寄せていただくことがあります。仕事の話は頻繁にしている、プライベートやキャリア遍歴については、なかなか知る機会が得られないこともありますよね。ミルコミはこれからも、皆さんにとって価値のある情報を届けるとともに、皆さんをつなげるようなメディアでありたいと思っています。

## マクロミルグループ内における コミュニケーションの量・質は十分？

マクロミルグループ内のコミュニケーションについてあなたの考えをお聞かせください。  
グループ共通の目的を達成していく上で、現在のマクロミルグループ内のコミュニケーションは  
量・質ともに十分なものだと思いますか？ (n=76)



「■十分だと思う」「■おおむね十分だと思う」の合計が32.9%、「■あまり十分ではないと思う」「■全く十分ではないと思う」の合計が34.2%と、回答は分かれる形に。自由回答を見ると「『NOW』や『ミルコミ』などで情報発信や事例共有は十分にされている」「過去に在籍していた企業と比べるとコミュニケーション手段の自由度が低く、量も圧倒的に少ない」など、人によって課題感もさまざまであることが分かりました。

※その他の自由回答の一部抜粋はP.24,25にも掲載しています

奏でよう!

# マクロミルコミュニケーション

まとまる つながる 強くなる

コロナ禍を経て、私たちの働き方と共にコミュニケーションの形も大きく変化しました。  
また、マクロミルグループでは今、事業の急速な変革が続いています。

その中で皆さん一人ひとりがグループの方向性や各事業への理解を深め、パフォーマンスを  
最大化するには、組織内コミュニケーションが今まで以上に重要となっていきます。

そこで今号は「経営陣と従業員をつなぐタテのコミュニケーション」、「部署やグループ会社を  
またぐヨコのコミュニケーション」の2つにフォーカス。Macromill Valuesに沿って経営陣の  
皆さんの思いや各部署の取り組みなどを紹介し、これらを音楽に見立てて紡いでいきます。

『ミルコミ』は“マクロミルコミュニケーション”を意味するメディア。

一体感のある強い組織作りにつながる、これからのコミュニケーションの在り方を、  
皆さんと一緒に探っていききたいと思います。

執行役 CCO  
土肥太郎さん

代表執行役社長 CEO  
佐々木徹さん

第1事業本部 RD  
元木美月さん  
(2021年入社)

第2事業本部 アナリスト  
江越誠一郎さん  
(2021年入社)

第1事業本部 リサーチャー  
秋葉晴香さん  
(2022年入社)

第2事業本部 営業  
坪田陽登さん  
(2022年入社)

オンライン参加 /

# Be True, Be Openな座談会

「経営陣と従業員をつなぐタテのコミュニケーション」の場として、異なる職種で活躍する入社3年未満の若手社員4名と佐々木さん、土肥さんとの座談会をセッティング！  
若手社員からの率直な質問に、本音で答えてもらいました。

Question1  
お二人のキャリアや性格、  
プライベートについて知り  
たいです！



元木さん

**元木** お二人のスタッフプロフィールを拝見し、キャリアやプライベートについて詳しくお聞きしたいと思いました。佐々木さんは一度マクロミルを退社されていますが、戻られた理由は何だったのでしょうか？

**佐々木** 私は2003年に入社し、最初の職種はRD※でした。その後11年間で営業など、14回ほど部署異動を経験。異動の度に新しいことが吸収でき、とても良い経験になりましたね。2014年に一度退社したのですが、「戻って来ないか」と声をかけてもらい、再入社しました。戻る決意をした一番の理由は、マクロミルの魅力を再認識したから。外に出てみて、マクロミルほどデータを豊富に保有している会社は限られており、本当に可能性にあふれた会社だと気づきました。また、人と人のつながりが良好で、これほど対人ストレスが少ない会社も他にないなど。マクロミルで成し遂げたいことも残っており、もう一度チャレンジしたいと思ったんです。

性格は……私は結構、根暗なんです(笑)。でも、ビジネスは先へ先へと進むためのポジティブな思考が必要ですよ。だから、私はビジネス用の性格を持つようにしています。本来の自分を変えらるというより、仕事をする時は性格をビジネス仕様に切り替えているんです。

**土肥** 私は社会人歴が40年近くになります。新卒からいくつか欧米外資系企業に勤めた後、日系製造業やインド系スタートアップ企業での経験を経て、マクロミルに入社しました。私が会社選びで大切にしていることは

**佐々木** Macromill Valuesの「Be True, Be Open」がマイバリューなのですが、これに近い考えとして「誠実なれ」ということは最も重きを置いていますね。あと、人生は一度きりなので「反省はするけど、後悔はしない」ということも大事にしている考えです。

**秋葉** そういった考えは、いつ頃から築くことができるのでしょうか……。

**佐々木** 20代前半には全く考えられていなかったですよ(笑)。でも、周囲に優秀な人が多い中、マクロミルで自分のポジションをどうやっていくかは、常に考えていましたね。「やりたいこと」「できること」を整理し、「できること」を中心に自分の力を発揮できるように取り組んでいました。そうやって自分自身と向き合いながら仕事をすることで築いてきた価値観なのかなと思います。

**土肥** 私も行動・言動に軸を持つことを大事にしていますが、振り返るとその軸は変わってきていますね。だから時々立ち止まって、今の自分が大事にしていることは何かを考えるようにしています。例えば、私はこれまで「Vision&Work Hard」(目標を持ち、それを目指して一生懸命働く)を実践してきましたが、今大事にしているのは「Work Hard」ではなく、「Work Efficient」(効率的に良い結果を出す)という考えにシフトしています。

若い頃は「New Year Resolution」(新年の抱負)として、年始にその1年間で大事にすることと追求することを決め、取り組んでいました。そのくらの感覚でさまざまなことに挑戦し、追求してみることも、自分の価値観や軸を築くためには効果的かもしれないですね。

ChallengeやChangerです。マクロミルは従業員にとって働きがいのある良い会社だと感じています。まだまだ挑戦や変化が必要な点もあります。そこに魅力を感じ、入社を決めました。プライベートでは、自身の趣味も多くありますが、最近は娘が興味を持っている演劇と一緒に楽しんだりして、家族内で共通の関心事を持つことを大切にしています。

※リサーチディレクターの略。調査票の提案や実査工程のディレクションを行う職種

Question2  
人生の核となる価値観って  
ありますか？



秋葉さん

**秋葉** これからキャリアを歩んでいく上で、指針となる考えがあった方が良いのと思っています。お二人は人生の中心に据えている信念や、仕事についての価値観をお持ちですか？

Question3  
20代の仕事への向き合い方・  
モチベーションの保ち方を  
教えてください！



坪田さん

**坪田** 仕事と思うように進められなかったり、時には失敗したりすることもあります。そういう時の立ち直り方や、モチベーションの保ち方をお伺いしたいです。

**佐々木** 私の場合、落とすとところまでとことん落としますね。根暗なんで(笑)。と言っても自分自身を否定はするわけではありません。とことん落とすとというのは、振り返りをきちんとするということです。なぜうまくいかなかったのかをひたすら考える。そうすると、次に取るべきアクションが明確になり、落ち込んでいる時間はないと気づきます。失敗やモチベーションの低下は誰にでもあります。だから、自分がどんな時にモチベーションが上下するのかを理解しておくことがとても大事です。日頃から自分と深く向き合い理解することで冷静に対処していけるようになりますよ。

**土肥** 例えば結婚式のような大舞台など、時には吉事でもストレス要因になり得るそうです。まずは自分にとって何がストレスになるかを理解することが

大事です。そしていざ、ストレスを感じた時は、自分にとってのストレス解消法を何個も書き出して、一つひとつやってみるという方法もありますよ。打たれ強さやレジリエンス<sup>※</sup>をすぐに身に付けるのは難しいですが、こうした乗り越え方を身に付けるのも一つの手かなと思います。

※困難や逆境などのストレスに対し、しなやかに乗り越え回復する力のこと



モチベーションの維持は誰でも難しい  
自分を知ることが解決につながるはず

Question 4

マクロミルを中長期的には  
どんな会社にしていきたい  
ですか？



江越さん

**江越** 目の前の数値目標を必死で追いかけていると、時々ふと何のために働いているのか分からなくなることもあります。会社のMission・Vision・Valuesはありますが、お二人の思いや中長期的なビジョン、目標を教えてください。

**佐々木** 我々は今Visionとして「Build your Data Culture」を掲げていますが、端的に言うと、「データ力でマーケティングを変えていきたいです。そして、マーケティングの全ての過程をデータの力で支援することで、お客様である企業が国際的に競争力を持ち発展していく未来を目指したい。そのためには、有効なデータを簡便に取り出せる仕組みと、データの価値を最大限に引き出せる人の成長が必要だと思っています。最終的には「マーケティングの成功はマクロミルなしでは難しい」という状態を作っていきたい。その下地は十分に整ってきていると思います。

また、モニターの皆さんの声を企業の意思決定に生かすことがマクロミルのビジネスモデルの基本です。我々が介在することで良い商品やサービスが生まれれば、生活者の幸せにつながると信じています。マクロミルグループの事業を通じて、より良い社会の実現に貢献していきたいですね。

**土肥** 今、マクロミルグループは過渡期にあります。Visionは大きく変わらないと考えています。仕事の意義を感じてもらうためにも、まずはMission・Visionという

**土肥** 皆さんはマクロミル以外の就業環境を経験していないので、今教わっているやり方だけが正しいと思ってしまうこともあるかもしれません。ただ皆さんがそう捉え、疑うことなく全てをそのまま受け継いでいってしまおうと、いざ変化が必要になった時に変わることが難しくなります。若くて頭が柔らかい皆さんだからこそ、思いつけるアイデアが必ずありますので、ぜひ考えてみてほしいですね。そうしたアイデアを発言する場は必要なので、コミュニケーションの機会は今後どんどん増やしていきたいと思っています。



対談を終えて...

話してみてください

若手社員がこれまでのやり方に  
ミスを入れ、変化をしていくこ  
とも重要であると学びました。  
お二人の熱い思いも聞くことが  
でき、マクロミルの可能性と魅  
力が再確認できた時間でした！

まだ若手だからできないではなく  
若手だからこそできることがある  
こと、そのチャレンジができる  
環境がマクロミルにあることを  
あらためて実感しました！

人生相談のような質問にも豊富  
な経験をもとに真摯に答えてく  
ださり、新しい気づきを得ること  
ができました。若手への期待を  
お聞きし、モチベーションが上  
がりました！

お二人の間らしい一面を感じる  
ことができました。後日開催さ  
れた全社キックオフであらためて  
Valuesの重要性を説いていただき、  
この日の私の声が届いた気がし  
て内心とてもうれしかったです！



Build your Data Cultureによって  
お客様の企業が発展していく未来を目指したい



次世代プラットフォーム準備室  
関口暢康さん

自分が楽しんでこそ相手を楽しませられると思いますし、コミュニケーションを含めた仕事全般において、主体的に動かなければ楽しさを得られないと考えています。コミュニケーションは相手がいり成り立つものです。私の中では、人によって態度を変えるのはタブーであり、相手が誰であっても、常に等身大の自分でフラットに向き合うようにしています。同期、同僚、上司、お客様、すべて「ご縁」です。たくさんの「ご縁」に感謝しつつ、皆でそれを生かしていきたいですね。

誰にでも等身大の自分で向き合う

Own It, Enjoy It!



グローバルリサーチ本部  
小池直さん

能動的なコミュニケーションを大切にしたい

Be True, Be Open

社内外問わず、良いことも悪いことも包み隠さず伝えることが、関係性を構築する上で重要だと思っています。またメンバーには、こちらから積極的に話しかけるなど、フラットに接することも心掛けています。コミュニケーションにおいて、特に大切に考えているのは直接会話です。皆さんにも能動的なコミュニケーションを意識してもらいたいと思いますし、一番の基本として、気持ちの良い挨拶も大切にしたいですね。



執行役員 に聞いた!

# コミュニケーションで大切にしていること



マクロミルグループの前進のために、日々成長を推進している執行役員の皆さん。大切にしているMacromill Valuesとコミュニケーションで心掛け

メンバーの士気を高めながら管掌領域の組織内のコミュニケーションにおいて特にその理由、また、メンバーの皆さんとのことをお聞きしました。



立場や役割にとらわれない「前提」を大切にしたい

Own It, Enjoy It!

業務上だとしてもコミュニケーションは楽しいものであって欲しいですし、私にとって「コミュニケーション」を通して皆さんの人となりを理解すること自体がとても楽しいです。メンバーとのコミュニケーションで大切にしているのは、私よりメンバーの方が知っていることもたくさんあるという前提。この前提を忘れると、「自分の判断が常に正しい」という発想になってしまうからです。リスベクトの気持ちを持って、向き合いたいと思っています。

第2事業本部  
西部君隆さん



率直な会話で物事を前進させる

Act Now, Act Together

事業統括本部は事業横断のハブ部門なので、全社の皆さんと密に連携しながら前進していきたいと思っています。メンバーとのコミュニケーションで特に大切にしているのは、相手を尊重しつつ、自らの意見を率直に伝えること。そして、それが可能な関係性を築くことです。もちろん言葉選びは必要ですが、回りくどい言い方では本質が伝わらないこともありますし、物事を進めるには自らの言葉の力も重要だと思っています。飲み会やキャンプ、登山が好きなので、ぜひ気軽に声を掛けてください!

事業統括本部  
後藤新さん



コミュニケーションの原点は、自身と他者の幸せにあり

Act Now, Act Together

環境変化の激しい時代に適応し続ける重要性を日々痛感しています。今後は物事をよりアジャイルに検討・実行していく力が重要ですが、そのためにはチームワークとコラボレーションが大切です。メンバーに対しては、相手への興味を示す、簡潔に分かりやすく伝える、表情や視線に気を配る、認める姿勢、適度な自己開示の5点を大事にしています。社会的欲求や承認欲求を満たすには、他者の存在が不可欠。皆さんも、自身や周囲が幸せになれるよう、日頃のコミュニケーションを大事にしてもらえたらと思います。

第1事業本部  
小林則行さん



お互いの深い理解が 良いコミュニケーションの鍵

Own It, Enjoy It!

仕事をする上で、自責思考や自分事化、主体的に動くことを大切にしたい。それはコミュニケーションのスタンスとしても同様に重要だと考えています。メンバーと向き合う上で意識しているのは、傾聴と自己開示。自己開示は、私のパーソナリティを知ってもらうことを意識しています。質の高いコミュニケーションには、お互いを深く知ることが必要です。些細なことでも気軽に相談して欲しいですし、飲み会などもぜひお誘いください!



第1事業本部  
安部太一朗さん



H.M.マーケティングリサーチ  
恒藤優さん

働く上でも人との信頼関係を大切にしたいので、そのベースとなる自己開示や情報共有を特に心掛けています。また、コミュニケーションの際には、自分のペースだけで話さないようにして、相手の感じ方や考え方に向き合うことを意識しています。私にとって働く醍醐味は、仕事を通じて新しい出会いがあり、色々な人の話を聴けること。マクロミルグループというせつかくの縁なので、業務上の接点がない方とも、交流できたらうれしいです。

**Be True, Be Open**  
働く醍醐味は、  
出会いとコミュニケーション

**Think New, Think Deep**  
求められているのは判断かアドバイスか、  
次のアクションは明確か

経営者としての私の仕事は、深い思考と新しい発想で事業を運営、推進することです。一方でその発言力は、良くも悪くも放った一言の通りに会社を動かしてしまう強さがあるため、コミュニケーションにおいては必要十分な関与にとどめることを意識しています。特に相談を受ける場面では、それが判断を求められているのかアドバイスを求められているのか、それぞれに合わせた回答を心掛けて、相談者が次に何をすればよいかの視界をクリアにすることを大事にしています。



電通マクロミルインサイト  
鈴木利幸さん



グローバルテクノロジー本部  
宮坂雅輝さん

**Think New, Think Deep**  
背景を伝え合うことで、  
相互理解が深まる

マクロミルをより強い会社にするためには、新しい視点で深いところから再構成する必要があります。新しい視点で深いところから再構成する必要があります。コミュニケーションは双方向のもので、相手の背景にあるものを理解するとともに、自分の背景にあるものを伝えることを大切にしています。その結果、コンテキストの共有がなくてもきちんと相互理解ができる状態が理想です。会話からいろいろなアイデアが生まれると思っていますので、ぜひランチや飲み会に行きましょー！

**Think New, Think Deep**  
相手を「動かす」ための  
さまざまな工夫を

目的によってコミュニケーションの仕方も多様と捉えています。特に相手の心を動かし、行動につなげて欲しいのであれば、相応の工夫が必要だと思えます。メンバーとのコミュニケーションにおいても、単なる伝達で終わらぬよう、共感や理解を促し、行動への意欲を引き出すための動機付けを重視しています。また、相手の気持ちや性格、環境によって受け取り方が異なる場合もあるため、「その人その時に応じた伝え方」が求められるものと考えています。ただ言うは易しで実際は上手に伝えられないことも多いため、なるべく多くをくめるよう日々心掛けています。



財務経理本部  
高橋勇生さん



ライフサイエンス事業本部  
吉田昂平さん

自分にとって都合の悪いことや言いづらいことも、隠さずフェアに伝えることを大切にしており、そうすることでメンバーとの信頼関係や組織内の心理的安全性の構築を図っています。自分が思っているよりもずっと、伝えたいことは伝わっておらず、伝えたくないことは伝わってしまったものもです。また、当たり前ですが人は皆、考え方や価値観、受け止め方などが大きく異なります。それを常に念頭に置いて、メンバーと向き合うようにしています。

**Be True, Be Open**  
大前提は、「違うこと」への理解

**Be True, Be Open**  
皆さんが遠慮なく  
相談できる環境をつくる

コミュニケーションにおいては、事実だけでなく、背景情報なども可能な限りオープンにすることが大切だと考えています。それに加えメンバーに対しては、皆さんが必要な時に遠慮することなく私にコミュニケーションを取れるように、体制や仕組み作り、心理的安全性の高さを含めた雰囲気醸成を心掛けています。オーソドックスな方法ですが、さまざまな部署の方と定期的に食事会も開催しています。引き続きON/OFF両面で密にコミュニケーションを取っていきましょう。



経営戦略室  
高橋亮さん

## 業務中の“ちょっとしたありがとう”を伝え合う

第1事業本部



会社や市場が変化していくことを大海原に例え、そこに出る船の舵輪(だりん)をモチーフに本部内用のロゴを作成

＼この方々に伺いました／



青木康佑さん 福川里央さん 武田和也さん

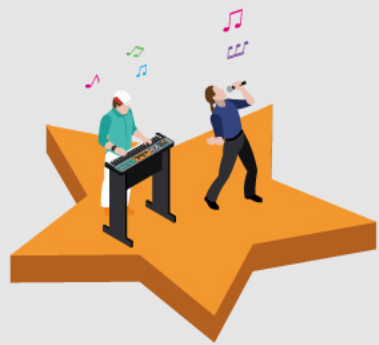
第1事業本部では、組織戦略の中に「働きがいのある組織の実現」という目標があり、その一施策として「SHARK」の導入を導入しています。業務中の、ちょっとしたありがとうをポイントと一緒に送受信でき、送られた人にとっては小さなご褒美にもなるんです。導入後は「誰かの役に立っていると感じる機会が増えた」という声もあり、仕事のモチベーション向上や、部署を越えた関係性の強化につながっていると感じます。10期は、約1万3千件のコメント送付があり、感謝を伝え合う文化の浸透・定着が進んでいます。

※「SHARK」は、第2事業本部、事業統括本部でも利用中で、本部を超えたやりとりも可能

いいね！ポイント



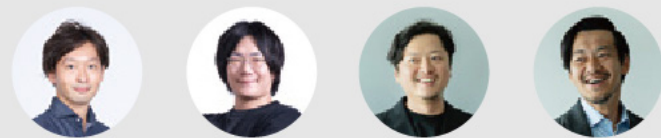
実際の「SHARK」の画面。質問の回答に対するお礼や案件対応後のねぎらいの言葉などが送られている



## グループ会社間の連携でシナジーを最大化

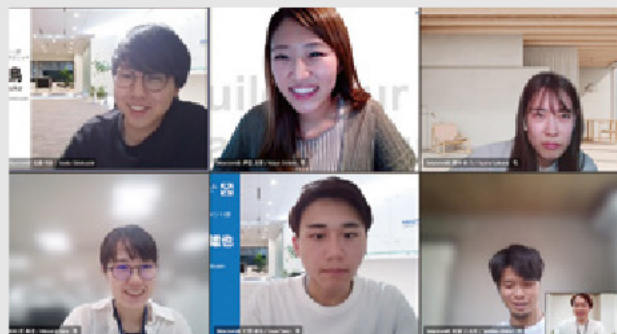
エイトハンドレッド

＼この方々に伺いました／



村岡洋輔さん 河野将希さん 結田康太さん 勅使川原晃司さん

エイトハンドレッドは、マクロミルグループの資産を活用した新たなコンサルスの価値を作り出すこともテーマにしています。その実現のために、事業価値の究明とポテンシャルの探索を行うべく、マクロミルとの連携をより強めています。まずは、エイトハンドレッドを知ってもらうために、ユニット単位や案件単位で定例会を実施。最近では、商談同行にも力を入れていて、各営業チームのリーダーと連携してご支援ができれば、なおお客様をヒアリングしています。実際に同行し、お客様社内での勉強会や案件化につながるアポイントを取り付けるなど大きな効果がありました。



この日は、マクロミルの第1事業本部 第1アカウントセールスUの皆さんと情報交換

つながりつって力を発揮！

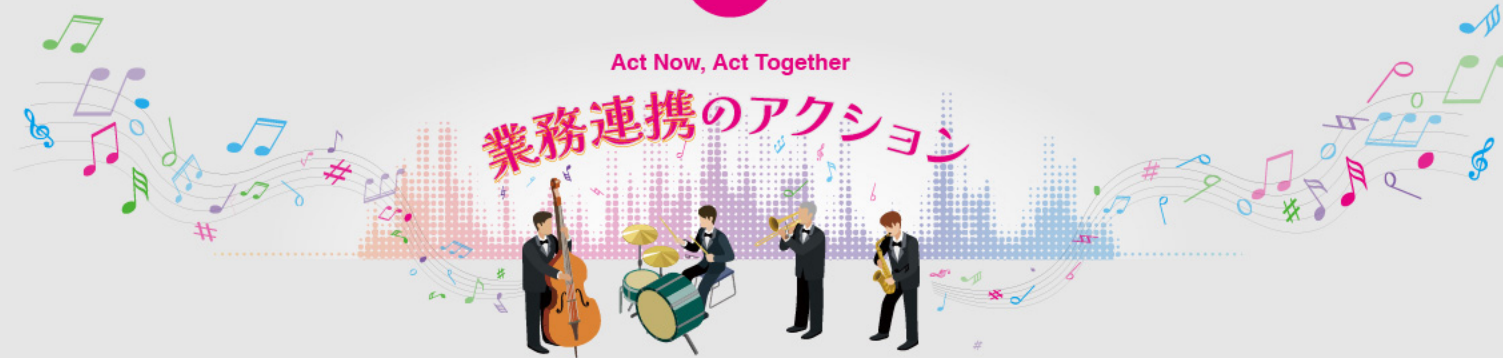


マクロミルグループでは、部署や拠点、職種といった範囲をまたいださまざまなコミュニケーションの取り組みが実施されています。このページでは、業務連携や相互理解を深めるため、各部署で実施していることをまとめてお届けします。

01

Act Now, Act Together

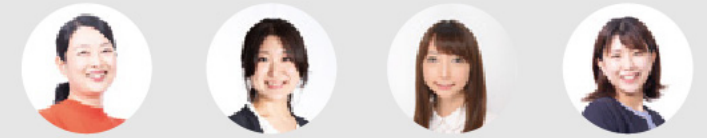
## 業務連携のアクション



## プロダクト企画×営業の連携で認知・売上拡大を目指す

デジタルマーケティング本部

＼この方々に伺いました／



朴京子さん 小野由梨香さん 服部羽瑠奈さん 稲井美帆さん

デジタルマーケティング本部では、「プロダクト事例・サンクスアクション施策」を実施しています。主に営業向けの施策で、デジタル・パネルプロダクトについての成功事例や感謝したい取り組みを毎月収集し、プロダクトWikiで記事として紹介する取り組みです。事例を横展開することで、売上の創出に寄与することと営業活動へのモチベーションアップを目的に開始。始めたばかりの取り組みですが、記事の公開時はアクセス数が急上昇します！この取り組みがプロダクトの認知拡大、案件獲得につながればうれしいです。

※デジタルマーケティング本部で運営している営業向けの社内サイト



実際のプロダクトWikiの記事。本部長からの評価コメント付きで紹介される



## 自己開示で業務・プライベートともに距離を縮める

マーケティングDX推進部



メンバーお気に入りのラーメンを紹介。  
プライベートでの共通点の発見にも役立っている



この方に伺いました／



川端佑弥さん

マーケティングDX推進部では、コロナ禍以降「リモートワークでも部署内のコミュニケーション量を担保する」「知識の幅を広げることを楽しむ」の2点を目的に、「カジュアルインプット」という会を始めました。週1回40分の開催で、新人さんや異動してきた方の自己紹介、脳波分析や統計学といった個人の専門分野の発表など、内容はさまざま。発表者の専門分野を知ることによって、担当するプロジェクトに応用がきたり、趣味の紹介により部署内にカメラ好きが増え、休日に撮影会を楽しんだり、業務・プライベートの双方で良い効果がありました。



## マネしたい！ あの人のコミュニケーション

丁寧なやり取りでいつも円滑に業務を進めてくれる、そんなコミュニケーション上手な方が皆さんの周りにもいるのではないのでしょうか。ここでは、アンケートにて従業員から推薦があったうち2名を紹介！社内コミュニケーションにおいて普段意識していることを伺いました。



**第1事業本部 齊藤博希さん**  
マクロミルの業務は一案件の関与者が多く、また自分自身が中途入社ということもあり、自己開示をすること、相手の人となりを知ることが意識しています。例えば、仙台オフィスの方と電話でやり取りする際、積雪状況やお盆の様子を聞くなどちょっとした雑談も楽しんでいます。最近はお互いの人柄を理解し合っている方が増え、スムーズな連携ができるようになりました。また、自分への周囲からの期待値や指す姿と現在のギャップの理解にも役立っています。

**マネしたい人**  
圧倒的なコミュニケーション力！誰に対してもフレンドリーかつフランクに打ち解けられています。

マネしたい人



第1事業本部  
吉倉未来子さん

**マネしたい人**  
正式な依頼の前にチャットで状況を教えてくださるので動きやすい。連絡時の言葉も丁寧ですがです！

マネしたい人



法務総務本部  
伊藤藍子さん

Think New  
Think Deep

情報セキュリティ部  
津吾井杏奈さん



基本的なことですが、お礼やおわびの言葉を欠かさず伝えるようにしています。また、冗長な表現は避け、必要な情報を簡潔に伝えることを意識しています。そのために行っていることは、自分からコミュニケーションを取る際に、相手の立場に立って伝えるべき情報を整理すること。相手の時間を無駄にしないためにも、すぐに内容を把握できるように、目的、理由、背景、期限（急ぎなのか）といった情報を最初に伝えるように心がけています。

Be True, Be Open

## 相互理解のアクション



この方に伺いました／



鈴木昌彦さん



## 対面研修で拠点間の理解を深める

エムキューブ



研修には総勢39名が参加。この日初めて対面で会うという方も

※マクロミルが提供する時系列購買履歴の分析システム

エムキューブでは、「相互理解を深めるとともにお客様の仕事を理解し、for client につなげる」をテーマに、品川本社と仙台オフィスのメンバー合同で、対面研修を実施。コロナ禍以降、久しぶりに業務理解や相互理解を深める場ができればと考えました。当日は、各グループからの業務内容プレゼン、お客様の仕事理解、お客様のデータ活用事例紹介および「コロコロCDM」を使ったアウトプット体験の3部構成で進行。研修を通じて交流ができたことはもちろん、実施後には「品川本社の業務が理解できた」「こんなに楽しい社内研修は初めて」といった声があり、実施した意義を感じました。

この方に伺いました／



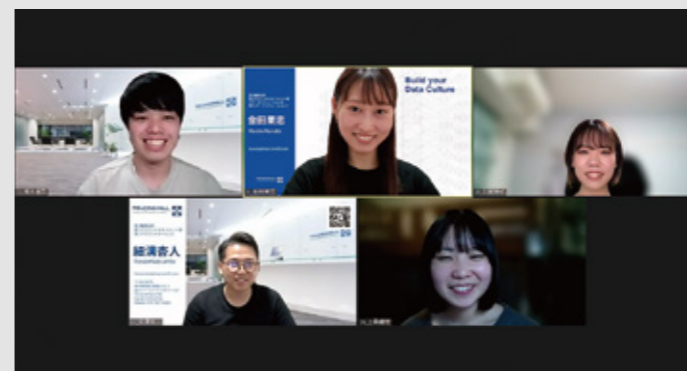
三浦謙さん



## ナナメの先輩との交流で 相談しやすい環境づくり

第2事業本部

第2事業本部では、メンバーのエンゲージメント向上施策の一つとして「ナナメの交流プロジェクト」を実施しています。四半期に1回、中途・新卒社員、女性社員など、それぞれ対象の先輩と後輩を集め、オンライン飲み会やパネルディスカッションを実施。毎回20〜40名が参加しています。少人数に分かれて、普段あまり接点のないメンバー同士で交流を楽しんだり、キャリアの悩みを先輩に相談したりと、有意義な時間になっています。この取り組みにより、心理的安全性の担保、業績向上や離職率低下にもつながると良いですね。



23新卒と先輩社員のオンライン飲み会の様子。年次の近い先輩との交流が生まれた

Think New, Think Deep

## 経営陣と従業員をつなぐ 新たなアクション



広報・ブランドマネジメント部では、コロナ禍にできた従業員と経営陣の距離を近づけることができます。10期には新卒1・2年目の社員にアイデアを募り、新たな試みとして「New Year Café」経営陣×新卒ランチ会」の2つのイベントを開催。「New Year Café」では、リフレッシュルームにて経営陣がシフト制で入れ替わり、従業員にお菓子やドリンクを提供しました。延べ700名以上が参加しアンケート回答者の98%が「満足」または「やや満足」と回答。役員と初めて会えた、話すことができた、という声を多数いただきました。また、「経営陣×新卒ランチ会」では、コロナ禍に入社した20〜22新卒社員を対象にランチ会を実施。普段関わることが少ない経営陣とカジュアルにコミュニケーションを取ってもらうことで、相互理解を深めました。従業員の皆さんの声ができるだけ今後の施策に生かしていきたいので、アイデアや意見を気軽に寄せてもらえるとうれしいです。

### 経営陣との 対面接点を作るために

広報・ブランドマネジメント部

この方に伺いました



飯尾美貴さん

### New Year Café



短時間でちょっとしたコミュニケーションと息抜きができるのが良かったです

その場に行くだけで役員の方と話すきっかけになるのでとても良い取り組みだと思いました



会社を盛り上げていこうという雰囲気が伝わってきて、マクロミルの社員で良かったと思いました

1月10日〜13日の4日間、品川本社のリフレッシュルームにて開催。年始のあいさつや日頃の感謝など、経営陣から従業員の皆さんに直接伝えてもらいました。新卒社員から当日のお手伝いスタッフを募ったことで、経営陣との新たなつながりも生まれていたようです。

### 経営陣×新卒ランチ会



もっと長い時間を確保して経営に対する考え方を対面で伺ってみたいと思うようになりました



思っていたより本当にアテンドに話すお時間をいただいたので新鮮でした

定期的にこのような機会があるととてもうれしいです

1〜4月にかけ3回に分けて実施。当日は少人数のグループを作ってもらい、各テーブルに経営陣が着席しました。仙台オフィスに配属された新卒社員ともオンラインでつなぎ、業務やプライベートに関する質問、キャリア相談など会話が弾んでいました。

Own It, Enjoy It

## 組織や個人のスキルアップのアクション



この方々に伺いました



堂前香織さん



仲井幸四郎さん



石川桃衣さん

### 職種を越えて新卒社員の成長を支援

第2事業本部

第2事業本部に配属された新卒社員を対象に、「成長共有会」を実施しています。年に3回、自身の経験と最も共有したい学び、課題・スローガンなどを発表してもらい、メンター・上司・他職種のマネージャーからフィードバックをもらう機会を設けています。さらに、発表後には他職種の新卒社員同士でグループディスカッションを実施。これまでの成長の棚卸だけでなく、他職種や同期メンバーの業務理解につながることも期待しています。第2事業本部では製販一体をさらに強化すべく、今後も職種を越えたメンバー同士の理解を深めていきます。



昨年品川本社で開始した本取り組み。今年は初の試みとして拠点間をオンラインで接続し、さまざまな職種の皆さんからフィードバックが得られた

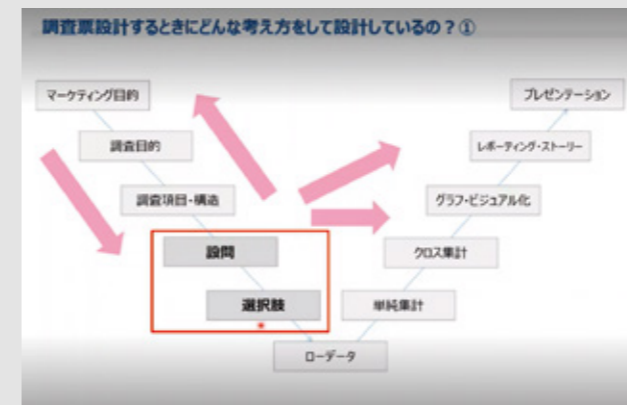
この方に伺いました



伊賀美里さん

### それぞれが持つ個人知を組織知へ昇華

セールスディベロップメント部



リサーチャーから他職種の皆さんへ業務フローや調査票設計の考え方を紹介

セールスディベロップメント部では、毎日夕方の30分で「ディリー共有会」を実施しています。「お客様の成功へ伴走できる営業パーソンになる」という目的を達成するために、顧客課題や日々の業務につながるテーマでそれぞれから発表。最初は営業だけで実施していましたが、11期からはRDやリサーチャーも参加し、双方に対して「こうしてくれると助かる」「こんな時どうしよう」といった相談が気軽にできる場となっています。和気あいあいとした雰囲気で行っており、案件でも連携しやすい関係性を築けていると感じます。

星隼平さんと家仲間の皆さん

# メンバーのお誕生日をお祝い

広報・ブランドマネジメント部の星隼平さんは、家長を務める家制度のメンバー交流会を実施。プライベートの話や、「社会人生活には慣れた？」など会話が弾みます。また、この日は事業統括本部の米田浩平さんの誕生日のお祝いサプライズもクラフトビールと、ビールがおいしく飲めるグラスをメンバーからプレゼントしたそうです。



# 関係深まる♪リアルな交流

この半年でオン・オフ問わず従業員同士で顔を合わせる機会が増えているようです。リアルなつながりはお互いを理解し、共感し合う機会となっているはず。ここでは、皆さんの交流をご紹介します。



村松昂洋さんと元・家仲間の皆さん



ミルサー登山部の皆さん

# 自然の中で交流を深める



第2事業本部の赤堀美欧さんが参加しているミルサー<sup>※</sup>の登山部は、社歴も部署もさまざまなメンバーが集まっており、和気あいあいとした雰囲気。登山中にはいろいろな話が交わされ、お互いを深く理解する機会にもなっているそうです。もちろん、山頂での絶景と達成感を共有することも楽しみのひとつ。新メンバーは随時募集中のこと。きっと個性的なメンバーが温かく迎えてくれるはずです。

※マクロミル公認のサークル活動

# きっかけは家活動♪

マクロミルの家制度<sup>※</sup>をきっかけにキャンプや釣りなど、さまざまなアクティビティを仲間と楽しんでいる第1事業本部の村松昂洋さん。家制度の期間が終わってからも交流が続いていた4人に新たなメンバーが加わり、最近では5人でよく集まっているそう。仲の良い同期が飛び入り参加することもあり、普段は関わりが少ない部署の方とも交流が増えました。業務についての相談先を紹介してもらえたり、仕事における良いこともあったそうです。「後輩メンバーたちには話を聞いてもらう機会が増えて、いつも元気をもらっています！」とのこと。

※会社理解や社内人脈の形成促進のため、新卒社員が先輩社員とグループで交流する取り組み



# バスケットを通じてグループ間交流

鈴木舜也さんとDMI球技部「ボールミーツ」の皆さん

第1事業本部の鈴木舜也さんは、電通マクロミルインサイト(以下、DMI)の同期である神田裕太さんから誘いで、「ボールミーツ」というDMIの球技サークルの活動に参加しているそう。「活動をきっかけにグループ会社の同期とも仲良くなり、人脈も広がりました」と、マクロミルグループの同志として一緒に汗を流すことで、親交が深まっているようです。



エイトハンドレッドの皆さん

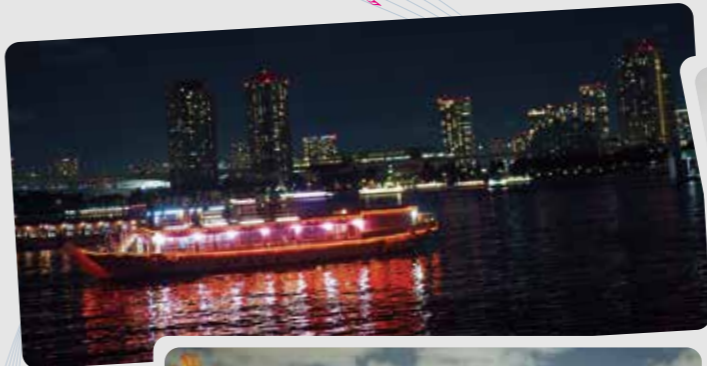
# 祝! 設立1周年

2023年7月に設立1周年を迎えたエイトハンドレッド(以下、EHI)。そのお祝いパーティーが10月に開催されました。当日は、記念ムービーの上映や、この秋に海外の大学を卒業した新卒社員2人の入社式のほか、ユニークな催しも実施。当日司会を務めた嶺岸遼希さんからは「なかなか対面で集まる機会がない中で、今回は良い交流の場となりました。『楽しかった!』という参加者の声が多かったので大成功です!」とのコメント。終始笑顔の絶えない、EHIらしいすてきな会となりました。



グローバルリサーチ本部の皆さん

# 季節ならではのイベントで一体感を醸成



「働きやすい環境づくりは、まずはコミュニケーションから」という考えのもと、グローバルリサーチ本部では矢野美紀さんを筆頭に斉木彩さん、三宅千恵子さん、長山大雅さん、岡本歌織さんらを幹事メンバーとして、今年8月に納涼会を開催しました。準備は大変だったそうですが、タテ・ヨコのつながり強化を目的として行われた本会は、参加後アンケートの満足度も100%と大成功。当日は全員が協力してイベントを作り上げ、部署の雰囲気とノリの良さを再認識できました。さらなるコミュニケーションの活性化やチームワークの強化を目指し、次回のイベントも既に計画中だそうです。



# まとめ、つながり、

# 強くなる組織を目指して

P.5で紹介したアンケートの自由回答から、現在の皆さんが感じているグッドな点・もっと改善したい点をコミュニケーションを担う広報・ブランドマネジメント部の

マクロミルグループのコミュニケーションについて、紹介。皆さんの声から現状を捉えつつ、全社に向けた取り組みをお伝えします。

製販一体組織になって意思疎通がさらに複雑になっている印象。

経営陣と現場、グループ会社間のコミュニケーションが不足していると感じる。部署内のコミュニケーションは活発だと思う。

『NOW』などの社内メディアで各グループ会社の取り組みが十分共有されていると思う。

上司との1on1が週次で行われていたり、「これからどういうことをやりたいか」という希望がすぐに通ったりとスピード感到に驚いている。

## MoTTO!! もっと改善したい点

## GOOD!! グッド!な点

全社でコミュニケーションの理想の在り方について統一した考え方がない。部署によって温度差を感じる。

連絡先、相談先が整備されており、スムーズに連絡できる。また連絡・相談しづらいといった雰囲気がなく、ストレスがない。

現場では部署・グループ会社間の連携がかなり密にできている印象あり。

会社の業務基盤の一つであるマーケティングに関する基本概念・確率・統計・標本についての共通認識が足りない。

社員数が多くなったので仕方がないが、部署名だけでは他部署の方がどのような仕事をしているのか分からない。

お互いの業務範囲の理解は十分とは言えないところもあるが、説明をする・される機会が多く、連帯感は感じられる程度にコミュニケーションができています。

週2回の出社により案件の話もクイックに済ませることができ、雑談をすることで他部署の方とも仕事がしやすくなった。

マクロミル コミュニケーションの  
**GOOD!!  
MoTTO!!**  
皆さんの声

## より強い組織を目指して『ミルコミ』はリニューアルします!

『ミルコミ』は、2002年の創刊から何度かリニューアルをしつつ、これまで長らく、マクロミルの成長の裏側にあるストーリーや働く人を紹介してきました。働き方が大きく変化した今、形態を含め見直しを行い、皆さんにとってより良いメディアとなるべく刷新します。

今回実施したアンケートでは、部内のコミュニケーションは活発な一方、組織をまたぐものは「十分とは言えない」という声も複数見受けられました。広報・ブランドマネジメント部では、こうした部分に光を当て、全社イベント、『NOW』、そして『ミルコミ』といった社内メディアを活用しながら、今後も時勢に合ったコミュニケーションの場を作り続けていきます。皆さんに会社への理解を深めてもらい、今以上に強い組織になれるよう取り組んでいきたいと思えます。

リニューアルします!

### Web社内報『NOW』

利便性向上を目的とした改善を推進しつつ、10期にはコンセプトも見直しました。『NOW』という名の通り、「マクロミルの、今」が分かる」をメインに、皆さんが一息つけるような記事や、周囲の方とつながるきっかけをお届けするメディアを目指しています。

マクロミルグループのコミュニケーションや情報発信は広報・ブランドマネジメント部の役割。全社イベント、そしてWeb社内報『NOW』についての思いをご紹介します。

#### キックオフ、全社MVP表彰

キックオフでは、グループの理念や方針を皆さんに深く理解してもらうため、執行役からの発信頻度を増やす、Macromill Valuesからテーマを一つ設定し経営陣のコミットメントを共有する、双方向性を高めるなど、新たな工夫を11期から開始。また、全社MVP表彰では、オフィス紹介や受賞の瞬間に迫るライブ中継を取り入れました。会社とのつながりを感じてもらい、受賞の喜びをより臨場感をもって伝えられたらと改善を重ねています。



全社MVP表彰をオンライン配信する様子

### グループのタテ・ヨコ・ナナメをつなぐ! コミュニケーションへの思い

## PRESENT

アンケートに回答いただいた従業員の中から抽選で10名の方に下記賞品をプレゼントします。今号のテーマに関連して、編集部が「コミュニケーションに活用してほしいグッズ」を独自にセレクト！また、近年物議を醸している「No.1表示広告」に関する参考書籍『「人気No.1」にダメされないための本』も、お選びいただけます。

2名



禁断の島

プレイヤー全員が探検隊のメンバーとなり、禁断の島が沈む前に4つの財宝を手に入れて脱出することを目指す協力型のボードゲーム。チームの親睦を深めるために活用してみても？

2名



対話するトランプ2

カードを使いながら対話をすることで相互理解を深めるゲーム。お互いを褒め合うことができるので、短時間で信頼関係が深まります。初めて話す人同士のコミュニケーションにも。

2名



カタカナナーシ

カタカナ語のお題を、カタカナ語を使わずに説明して、当ててもらうカードゲーム。ついカタカナ語を使いがちなマクロミルの皆さんには難しいかも!?遊び方次第ではリモートプレイも可能。

4名



「人気No.1」にダメされないための本

「人気No.1」を中心に「国際比較」「都道府県ランキング」「若者の〇〇離れ」などに関するデータの読み解き方を解説。データを扱うビジネスパーソンなら読んでおきたい一冊です！

## 応募方法

QRコードよりアンケートにご回答ください。

アンケート回答締め切り：2023年11月24日（金）

当選者の発表は、賞品のお渡しをもって代えさせていただきます。



## Vol.173

Editor in Chief 飯尾美貴

Designers 田代正和  
星隼平  
松本麻友美  
柳川亜紀子

Editorial Staffs 池田牧子  
岩原希未  
神前愛美  
星隼平  
横田理恵子

Message 今号の「ミルコミ」は、マクロミルコミュニケーションを掲げるメディアとして、一冊まるごとコミュニケーションをテーマにお届けしました。仕事におけるコミュニケーションの重要性は、皆さん感じていることでしょうか。本誌の中でも執行役員の考えや各部署の取り組みについて紹介しましたが、皆さんが意識し、工夫をしていることがうかがえます。しかし、マクロミルグループという大きな組織においてコミュニケーションを円滑にし、結束していくためには、こうした個々の想いや行動をつなぐ存在が必要です。それがMission・Vision・Valuesであり、あらためてそれらを発信していくことの重要性を実感しました。さらに、そのことに対する気づきを得られたのが、若手社員と執行役との座談会（P.6～9）。若手社員からの質問の中に、「執行役が思い描く今後のビジョンとは？」というものがありました。マクロミルのVisionはあらゆる機会でも共有されていますが、執行役の言葉でその想いを聞きたいということだったので。より深い理解や共感を促すには、伝えるだけでなく、このような対話の機会も必要だと感じられた取材でした。さて、前ページにも記載したとおり「ミルコミ」はリニューアルを予定しています。より良くしていくための論点はさまざまありますが、従業員の皆さんの働く力や笑顔につながる情報発信の場を目指していきたいと考えております。

編集部一同

## 『ミルコミ』は新しくなって帰ってきます！

皆さんに、より求められるメディアになるための準備期間として、一時お休みをいただきます。必ず皆さんに役に立つ形となって帰ってきますのでしばらくお待ちください！また会う日まで！

ミルコミは社外にも公開しているマクロミルの社内報です。社内やご自宅でもお読みください。なお、本誌記事の無断転載を禁じます。  
発行 株式会社マクロミル 編集・制作 広報・ブランドマネジメント部

©Macromill, Inc. 2023