2026年版

データでわかる！「360度フィードバック」（360度評価・多面評価）導入・活用状況



Copyright © CBASE All Rights Reserved.

目次

- はじめに ・・・・・・ P.2
- 調査概要 ・・・・・・ P.3
- 調査結果の概要 ・・・・・・ P.4
- 調査結果の詳細
  1. 導入・活用状況 ・・・・・・ P.8
  2. 従業員がもつ認識 ・・・・・・ P.26
  3. 施策の実施効果 ・・・・・・ P.36

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

はじめに

本調査は2022年の開始以来、今回で第5回目を迎えることができました。
継続して本調査へご協力いただいている皆様に、心より御礼申し上げます。

360度フィードバック（360度評価・多面評価）は、個人とチームの成長を促進し、組織全体のパフォーマンス向上に寄与する重要な施策として定着しつつあります。一方で、その導入形態や運用方法は多岐にわたり、自社の組織課題に合わせた適切な設計が欠かせません。第5回となる今回の調査では、以下の3つの観点から実態を明らかにすることを目指しました。

1. 導入・活用状況の把握

・施策の普及度合いおよび、どのような人事課題の解決に活用されているか

2. 従業員（回答者・対象者）の意識調査

・施策に対して回答者・対象者がどのような意識や受け止めを持っているか

3. 施策の実施効果と改善アプローチ

・360度フィードバックの導入によって得られる具体的な効果
・より高い効果を生み出すための運用改善策

本レポートが、貴社において360度フィードバックをより効果的にご活用いただくための実践的な指針となれば幸いです。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査概要

調査手法		WEBアンケート
調査抽出フレーム		弊社提携モニター（クロス・マーケティング社保有モニター利用）
対象者条件		◆スクリーニング調査対象者 ・全国、男女20歳以上 ・企業の社員・経営者（人事調査のみ請負社員も対象） ◆本調査対象者 ①社員調査：360度評価(多面評価)を会社が導入、回答者or対象者 ②人事調査：経営/人事業務関与　& 組織開発/人材開発/人事評価業務関与 & サービス導入等に関与
対象者数	本調査	①人事調査：300 ②社員調査：1,000
調査期間		2026年 8月

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の概要 (1 of 4)

1．導入・活用状況 (1/2)

企業の45%が導入し、主要な人事施策の一つとして一定の普及がみられる。
活用目的は、従来の人材開発・人事制度文脈に加えて、次世代リーダーの発掘・選抜やタレントマネジメントなど、戦略的人材活用へ広がる。

▶ 導入率

全体の45%が360度フィードバックを導入。2,000名以上の企業では概ね5割前後と中堅規模企業も増加傾向。
企業規模を問わず、導入の広がりが見られる。

▶ 導入/非導入企業比較 会社が抱える課題感 (人事調査)

導入・非導入を問わず**「次世代リーダーの育成」「管理職・リーダー層の負担」**は上位。導入企業ではさらに、管理職のマネジメント力や中堅・若手の育成、離職・人材流出、現場の声が経営層に届きにくいといった課題認識が高い。

▶ 活用目的 (人事調査)

「次世代リーダーの早期発掘・選抜」「タレントマネジメント」「人材開発」「人事評価・目標管理」が上位。タレントマネジメント目的での活用は年々増加しており、**人材の把握から選抜・育成・配置・登用へつなげる活用**が進む。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の概要 (2 of 4)

1．導入・活用状況 (2/2)

▶ 運用方法(人事調査)

「フォローアップ面談」をはじめ、**実施前説明、上司・部下面談、強みフィードバック**など、**結果の理解・受容を促す対話型の施策**が上位。一方、アクションプラン策定や継続フォローはまだ少なく、**気づきを行動化・習慣化につなげる支援には余地**がある。

▶ 満足度 (人事調査)

人事満足度は68.1%で前年から3.7pt上昇。満足点は**「社員一人ひとりの気づき」**が最多で、管理職育成、人事評価、次世代リーダー発掘、配置・登用、タレントマネジメントなど、**人材育成・活用・制度運用の幅広い領域**に及ぶ。

▶ 不満点 (人事調査)

不満は**「企業理念・バリューの浸透」「管理職の能力開発」「自社調査との連動」「人事評価・目標管理」「タレントマネジメント」など幅広く**分散。得られた結果を**次の人事・組織施策へ十分につなげきれていない**ことや、**管理職負担**などが課題として表れている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の概要 (3 of 4)

2. 従業員がもつ認識

回答者・対象者とも6割弱が実施意義を実感。
面談等の対話や行動化・継続支援がある層では意義実感が高い。
一方で、運用内容の認知にはギャップもみられる。

▶360度フィードバック・実施意義の実感割合（回答者／対象者）

実施意義を感じる割合は**回答者58.7%、対象者56.7%。アクションプラン策定や定期的な面談・コーチング、継続フォローなどがある層では8割前後**と高い。一方、従業員の**4人に1人超が運用方法を「わからない」としており、人事側との認識差**もみられる。

▶360度フィードバックで良い／悪いと感じる点（回答者／対象者）

良い点は、回答者・対象者とも**「自身の強みや改善点への気づき」**が最多で、管理職育成や縦のコミュニケーションなども上位。不満では、回答者は**率直な評価への不安や結果活用の見えにくさ**、対象者は**評価への納得感や実施後の効果の見えにくさ**が目立つ。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の概要 (4 of 4)

3. 施策の実施効果

継続意向や強み・改善点の認識は、アクションプラン、対話、継続フォローなど行動化を支える運用がある層で高い傾向がみられる。

▶従業員の今後の継続意向

継続意向は全体で4割弱と前年並み。**アクションプラン策定・継続フォローや定期的な面談・コーチング**がある層では**6～7割台**と高い一方、**「わからない」層では2割未満**にとどまる。**「受けて終わり」にしない事後支援**が重要と考えられる。

▶従業員の強み・改善点認識（運用方法別）

「強みの再認識」は47.1%で前年から6.0pt上昇、**「改善点への気づき」は48.3%**。いずれも**アクションプランや対話・継続支援**がある層で高く、**結果の理解・受容から行動・振り返りまでを支える運用**を設計・推進することの重要性が浮かび上がる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の詳細

1. 360度フィードバック 導入・活用状況

POINT　45%が導入、次世代リーダー発掘・戦略的人材活用へ領域が広がる

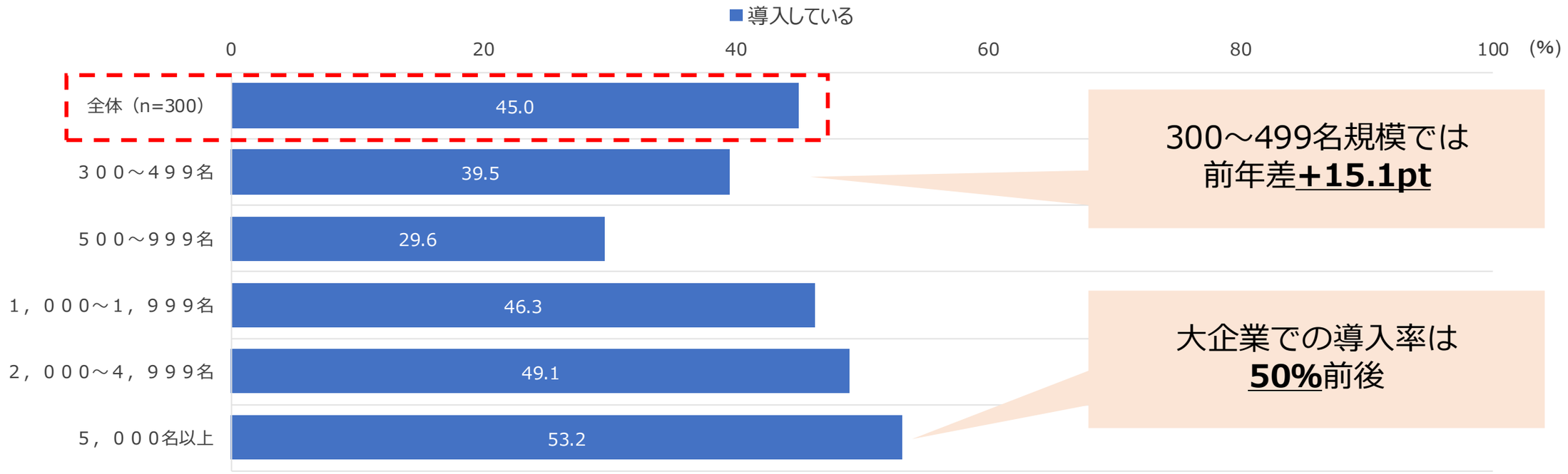
全企業規模の45%が360度フィードバックを導入。導入企業では管理職・次世代リーダーを中心に複合的な組織・人事課題への認識が高く、活用目的も「次世代リーダーの早期発掘・選抜」「タレントマネジメント」など戦略的人材活用へ広がっている。人事担当者の満足度は約7割。一方、導入時・継続運用では、人事工数や社内理解、活用用途の明確化に加え、事務運用と結果活用支援の双方で負荷が生じている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

導入率 / 従業員規模別

導入率は全体で45%で前年(44%)とほぼ同水準。人事施策として一定の普及が見られる。
1,000名以上の企業では、規模が大きいほど導入率が高くなる傾向がある。

Q. あなたの勤務先では３６０度評価（多面評価）を導入していますか？



300～499名規模では
前年差**+15.1pt**

大企業での導入率は
50%前後

※2024年までの導入率を問う設問から、対象や条件を変更しています。

【ベース】調査対象(人事)（n=300）

POINT

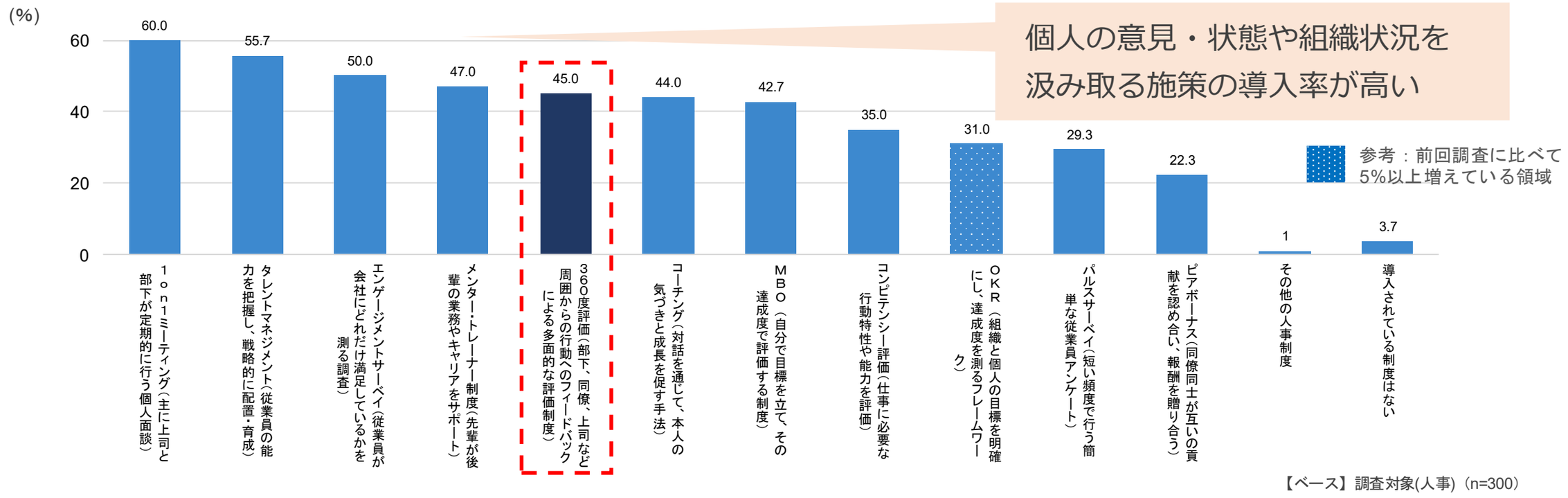
1,000名以上の企業では導入率が概ね5割前後と高い水準にある一方、300～499名規模でも導入率が前年(24.4%)から上昇。大企業だけでなく、中堅規模企業にも活用の裾野が広がりつつある。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】企業における人事施策の導入状況

360度フィードバックは導入施策のうち、導入率 5位に入っている。
上位 TOP.3の「1on1」「タレントマネジメント」「エンゲージメントサーベイ」は導入率が5割を超える。

Q.あなたの会社で現在導入している／されている人事制度をすべてお答えください。



個人の意見・状態や組織状況を汲み取る施策の導入率が高い

【ベース】調査対象(人事)（n=300）

POINT

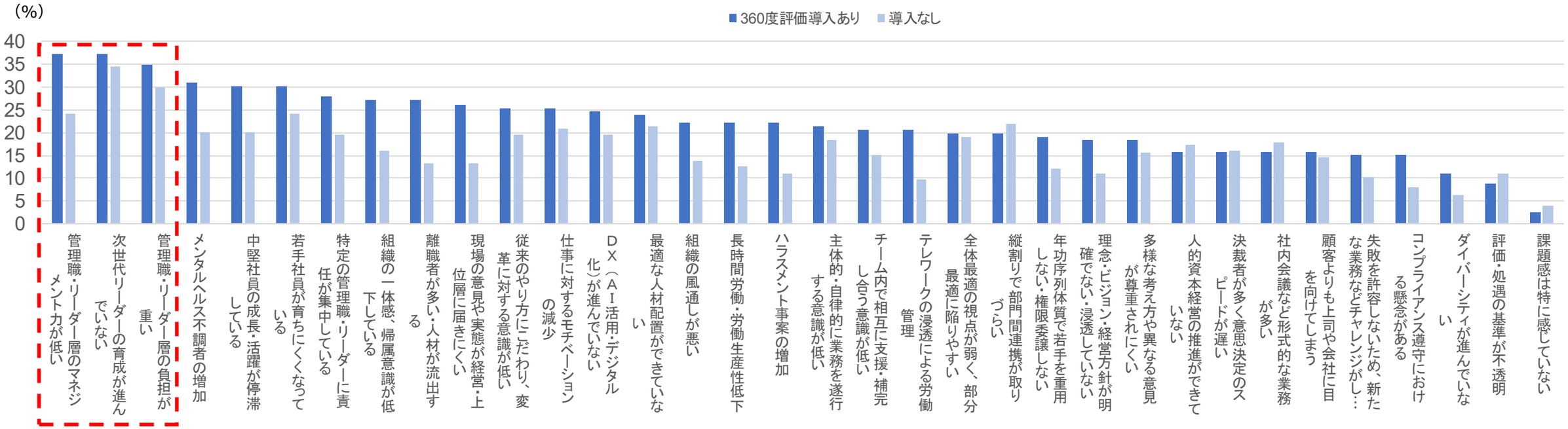
個人の意見・状態や組織状況を汲み取り、組織開発やマネジメント強化につなげる施策が上位を占める。一方、OKRは増加傾向だが、パルスサーベイ、ピアボーナス等、比較的新しい仕組みの導入はまだ限定的である。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

導入/非導入企業比較 会社が抱える課題感

導入・非導入を問わず、「次世代リーダーの育成」「管理職・リーダー層の負担」は上位の課題。導入企業ではさらに、管理職のマネジメント力や中堅・若手の育成、離職・人材流出、現場の声が経営層に届きにくいといった課題認識が高い。

Q.あなたの会社で抱えている課題感についてあてはまるものをお答えください



【ベース】人事300名（導入あり135／導入なし165）

POINT

導入企業は非導入企業に比べて多くの項目で課題認識が高い。特に「管理職・リーダー層のマネジメント力」「離職・人材流出」「現場の意見や実態が経営層に届きにくい」などの問題意識を持つ企業で活用されている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】会社が抱える課題 × 役立ちそうな人事施策

課題によって「有効だと思う人事施策」は異なる。360度フィードバックは、人材開発・マネジメントにとどまらず、組織風土や制度運用など幅広い課題領域で期待されている。

360度評価よりも施策優先順位が高いもの

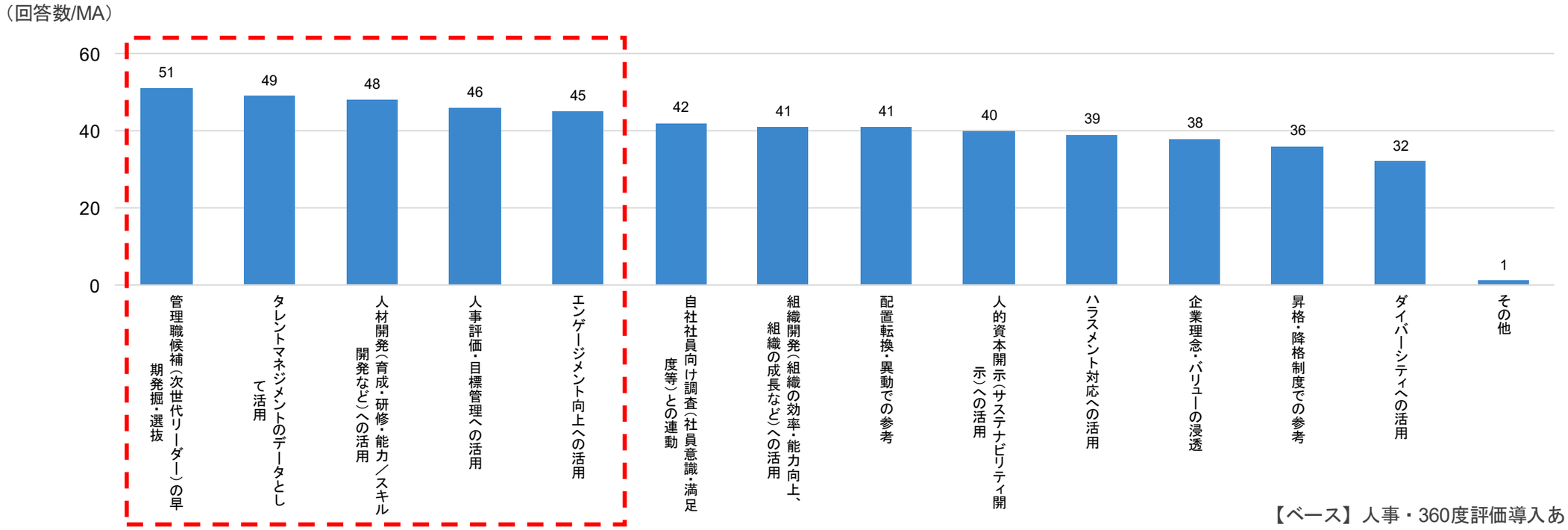
会社が抱える課題	該当数	360度評価（多面評価）	360度評価の施策順位（参考）	MBO	OKR	コンピテンシー評価	1on1ミーティング	メンター・トレーナー制度	コーチング	タレントマネジメント（計画的な人材活用・配置）	従業員意識・満足度調査	ピアボーナス	その他の人事制度	わからない
理念・ビジョン・経営方針が明確でない・浸透していない	42	33.3%	1	19.0%	21.4%	19.0%	28.6%	21.4%	21.4%	19.0%	23.8%	2.4%	0.0%	9.5%
評価・処遇の基準が不透明	30	30.0%	1	10.0%	13.3%	20.0%	16.7%	10.0%	20.0%	30.0%	10.0%	6.7%	0.0%	26.7%
多様な考え方や異なる意見が尊重されにくい	50	28.0%	1	24.0%	16.0%	22.0%	20.0%	16.0%	20.0%	20.0%	20.0%	8.0%	0.0%	14.0%
中堅社員の成長・活躍が停滞している	73	27.4%	1	26.0%	17.8%	15.1%	26.0%	15.1%	26.0%	26.0%	17.8%	5.5%	1.4%	12.3%
管理職・リーダー層のマネジメント力が低い	89	27.0%	1	15.7%	12.4%	16.9%	16.9%	21.3%	25.8%	22.5%	14.6%	5.6%	1.1%	9.0%
人的資本経営の推進ができていない	50	26.0%	2	14.0%	18.0%	24.0%	20.0%	16.0%	14.0%	36.0%	16.0%	6.0%	0.0%	8.0%
組織の一体感、帰属意識が低下している	62	21.0%	2	17.7%	16.1%	17.7%	24.2%	14.5%	11.3%	19.4%	19.4%	8.1%	0.0%	14.5%
コンプライアンス遵守における懸念がある	33	30.3%	3	15.2%	6.1%	12.1%	33.3%	15.2%	18.2%	33.3%	12.1%	3.0%	0.0%	21.2%
テレワークの浸透による労働管理	43	25.6%	3	14.0%	18.6%	32.6%	27.9%	16.3%	20.9%	20.9%	25.6%	4.7%	0.0%	7.0%
全体最適の視点が弱く、部分最適に陥りやすい	58	24.1%	3	29.3%	22.4%	13.8%	25.9%	13.8%	13.8%	22.4%	13.8%	6.9%	0.0%	10.3%
次世代リーダーの育成が進んでいない	107	21.5%	3	13.1%	14.0%	17.8%	19.6%	16.8%	29.9%	27.1%	8.4%	2.8%	0.9%	12.1%
仕事に対するモチベーションの減少	68	20.6%	3	20.6%	13.2%	11.8%	32.4%	16.2%	11.8%	27.9%	20.6%	7.4%	0.0%	10.3%
若手社員が育ちにくくなっている	80	20.0%	3	15.0%	10.0%	16.3%	23.8%	18.8%	16.3%	26.3%	17.5%	8.8%	1.3%	15.0%
ダイバーシティが進んでいない	25	20.0%	3	16.0%	16.0%	16.0%	8.0%	12.0%	28.0%	32.0%	12.0%	4.0%	0.0%	20.0%
従来のやり方にこだわり、変革に対する意識が低い	66	19.7%	3	19.7%	18.2%	21.2%	15.2%	18.2%	16.7%	25.8%	18.2%	6.1%	0.0%	18.2%
現場の意見や実態が経営・上位層に届きにくい	56	19.6%	3	14.3%	10.7%	23.2%	26.8%	12.5%	14.3%	12.5%	16.1%	5.4%	0.0%	16.1%
チーム内で相互に支援・補完し合う意識が低い	52	19.2%	3	11.5%	23.1%	19.2%	19.2%	19.2%	17.3%	28.8%	7.7%	11.5%	0.0%	13.5%

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

活用目的

活用目的では「管理職候補・次世代リーダーの早期発掘・選抜」「タレントマネジメント」などが上位。
人材の評価だけでなく、将来のリーダー候補の把握や戦略的人材活用につなげる動きが見られる。

Q. ３６０度評価（多面評価）はどのような目的で導入していますか。



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

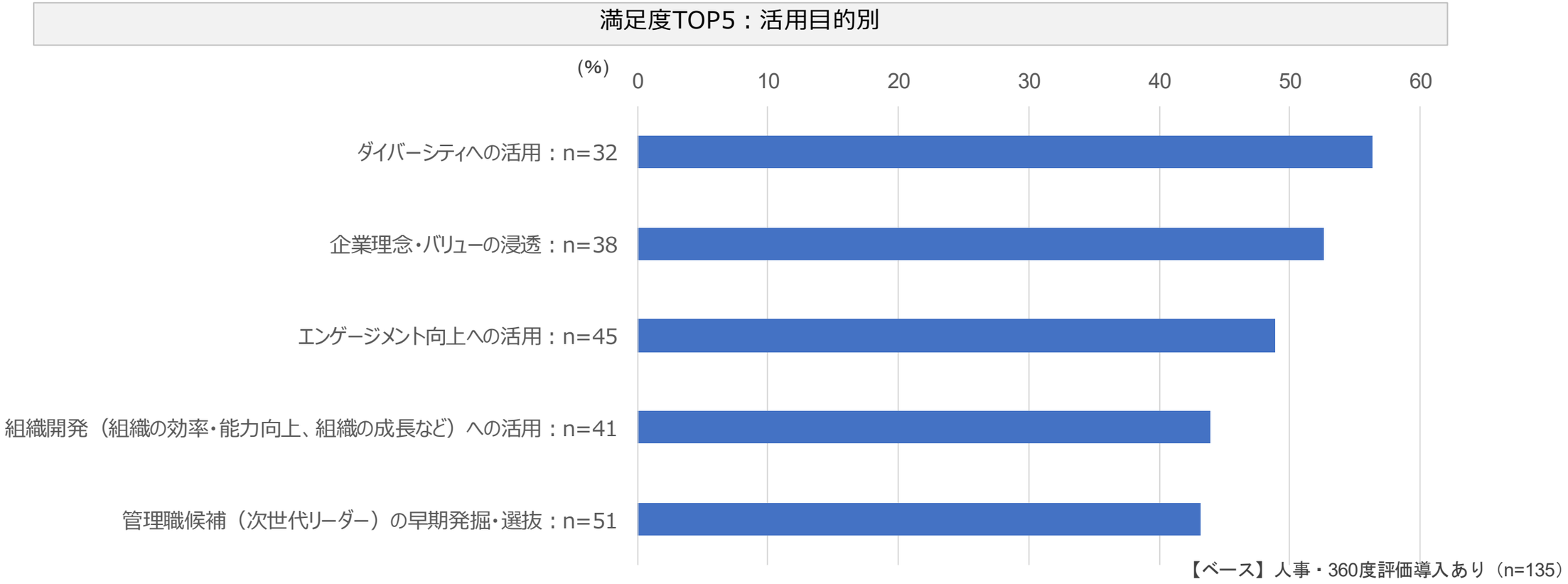
POINT

「次世代リーダーの発掘・選抜」が上位に入る背景には、360度フィードバックを、評価にとどまらず、将来のリーダー候補の把握から育成・配置へつなげる戦略的人材活用の起点とする動きがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】満足度TOP5：活用目的別

活用目的別の満足度では、「ダイバーシティへの活用」が56.3%で最も高く、「企業理念・バリューの浸透」も52.6%と5割を超える。「エンゲージメント向上への活用」「組織開発」「次世代リーダーの早期発掘・選抜」が続く。



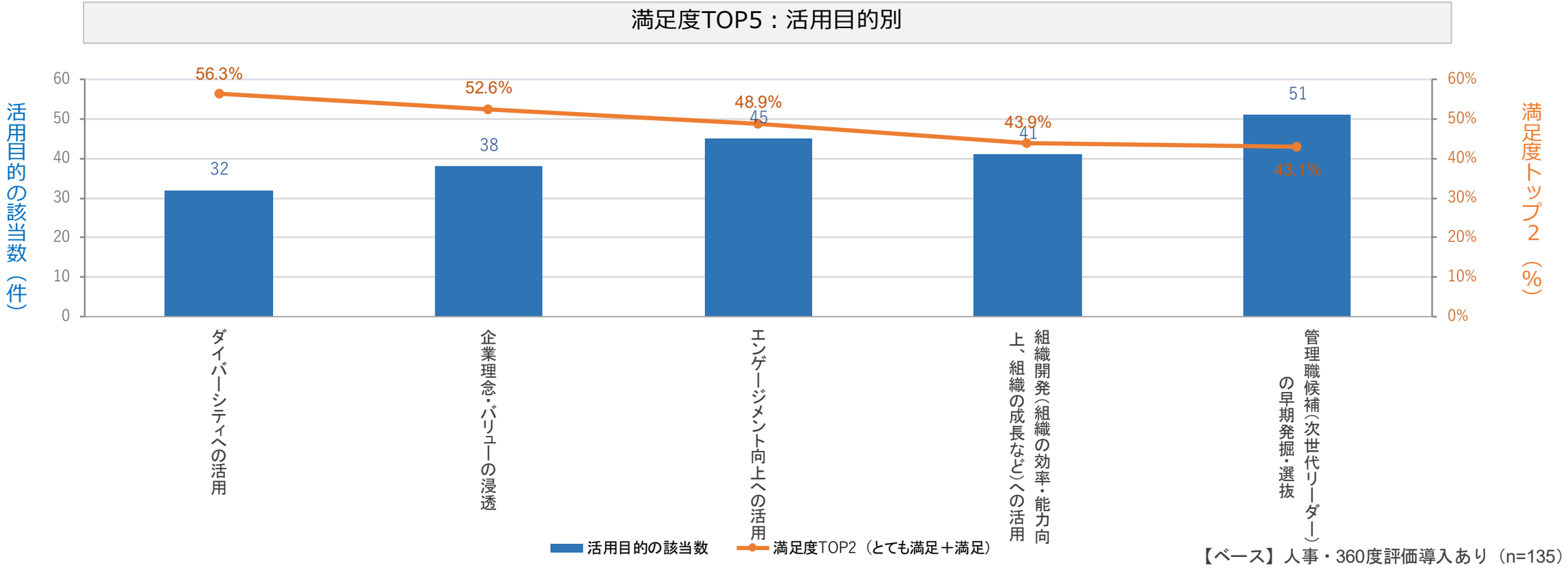
POINT

満足度上位には、ダイバーシティや理念・バリュー、エンゲージメント、組織開発などが挙がる。
組織風土・組織づくりに関わる活用目的が複数みられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】満足度TOP5：活用目的別

活用目的別の満足度では、「ダイバーシティへの活用」が56.3%で最も高く、「企業理念・バリューの浸透」も52.6%。さらに「エンゲージメント向上活用」「組織開発」「次世代リーダーの早期発掘・選抜」が続く。



POINT

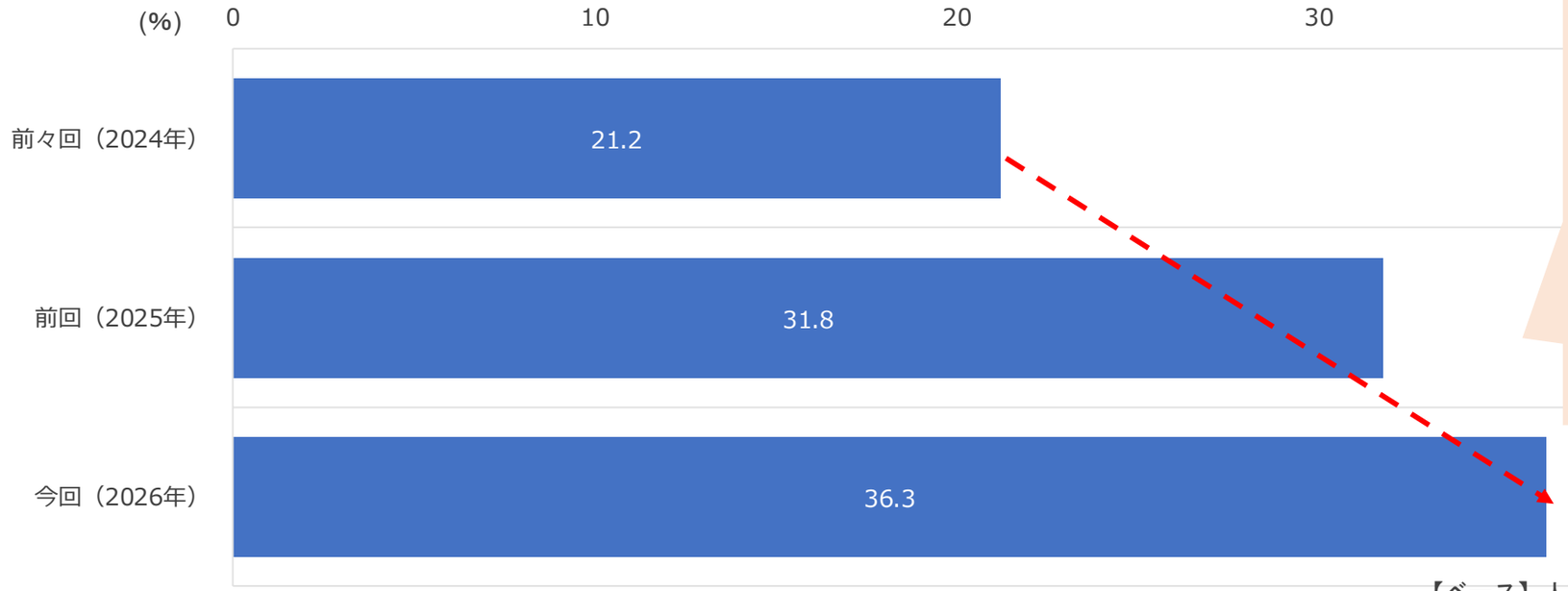
活用目的としての該当数の大小にかかわらず、高い満足度がみられる領域がある。特に「ダイバーシティへの活用」「企業理念・バリューの浸透」は、該当数が相対的に少ない一方で、満足度は5割を超えている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】タレントマネジメント活用の高まり

360度フィードバックデータを「タレントマネジメントに活用する」の選択率は年々増加傾向。
2年間で約15ptの上昇が見られる。

タレントマネジメント目的での活用：選択率



「タレマネに活用する」
を回答で選択した率

24年度 21.2%
↓
26年度 36.3%
（+15.1pt）

【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

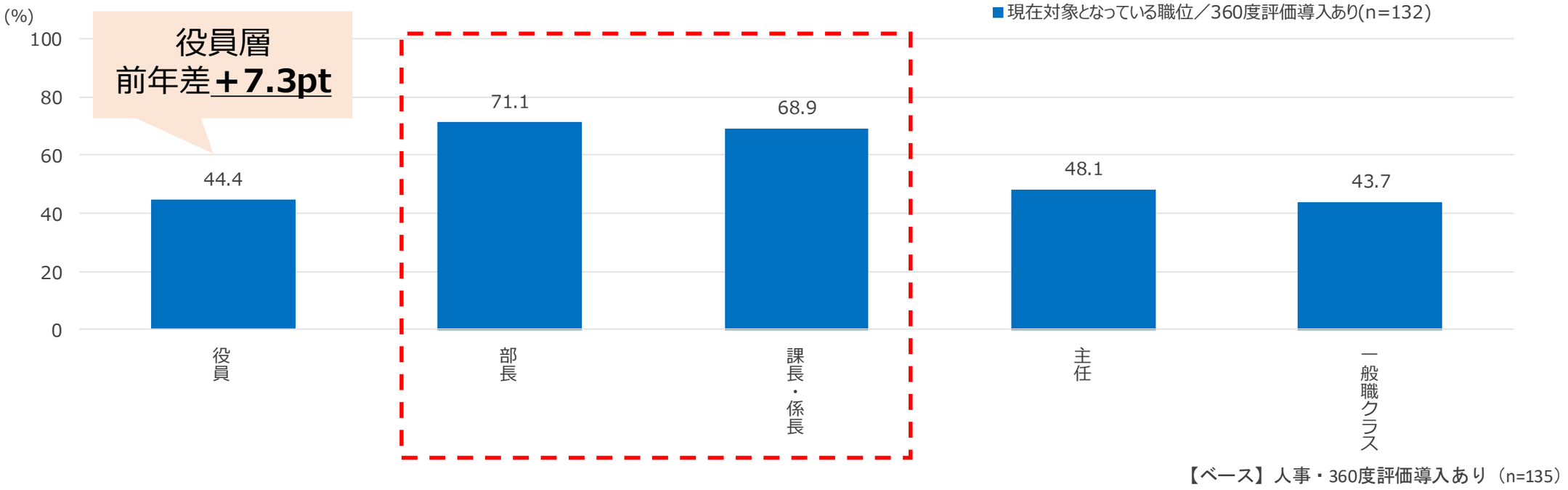
人的資本経営や情報開示対応の進展を背景に、360度フィードバックの活用領域も拡大。次世代リーダーの発掘・育成や配置・登用につなげるタレントマネジメントの一環へと広がっていることがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

対象者の職位

対象者は「部長層」が最も多く、次いで「課長・係長」ともに約7割になっている。

Q. ３６０度評価の対象職位についてそれぞれお答えください



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

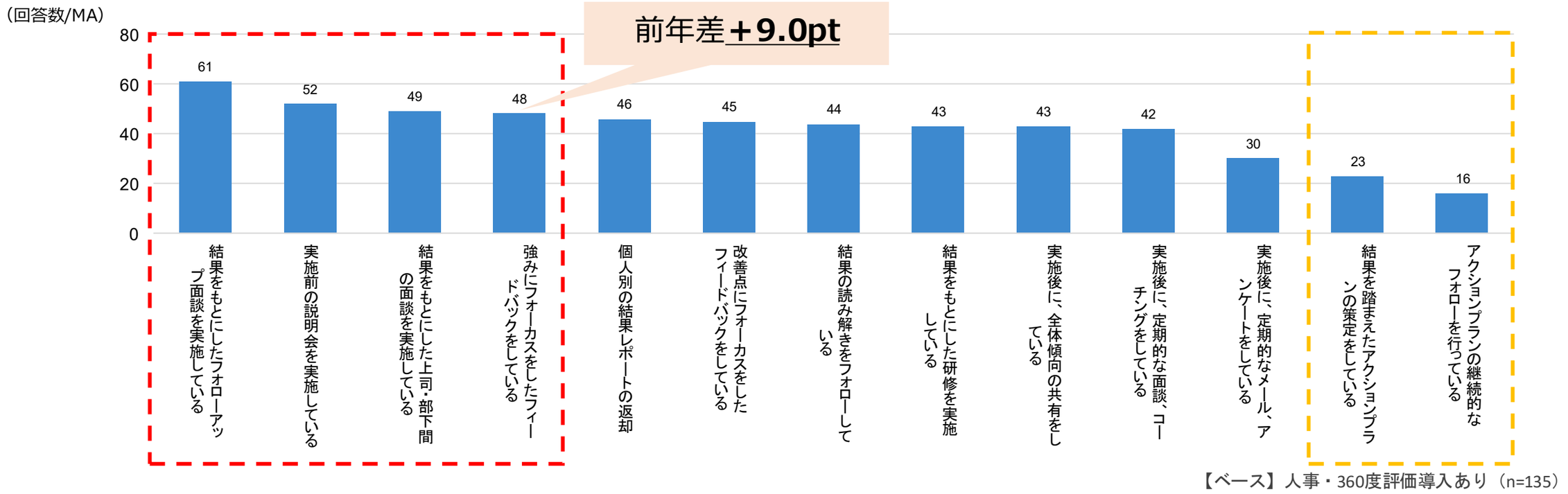
管理職層を中核としつつ、対象は役員から主任・一般職まで広がっている。とくに役員層での活用は前年から増加しており、より上位の経営層にも360度フィードバックの活用が広がってきていることがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

運用方法

フォローアップ面談をはじめ、実施前説明や上司・部下面談、強みフィードバックなど、対話やフィードバックを通じて結果の理解・受容を促す施策が上位に挙がっている。

Q.所属している会社で３６０度評価（多面評価）はどのように運用されていますか



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

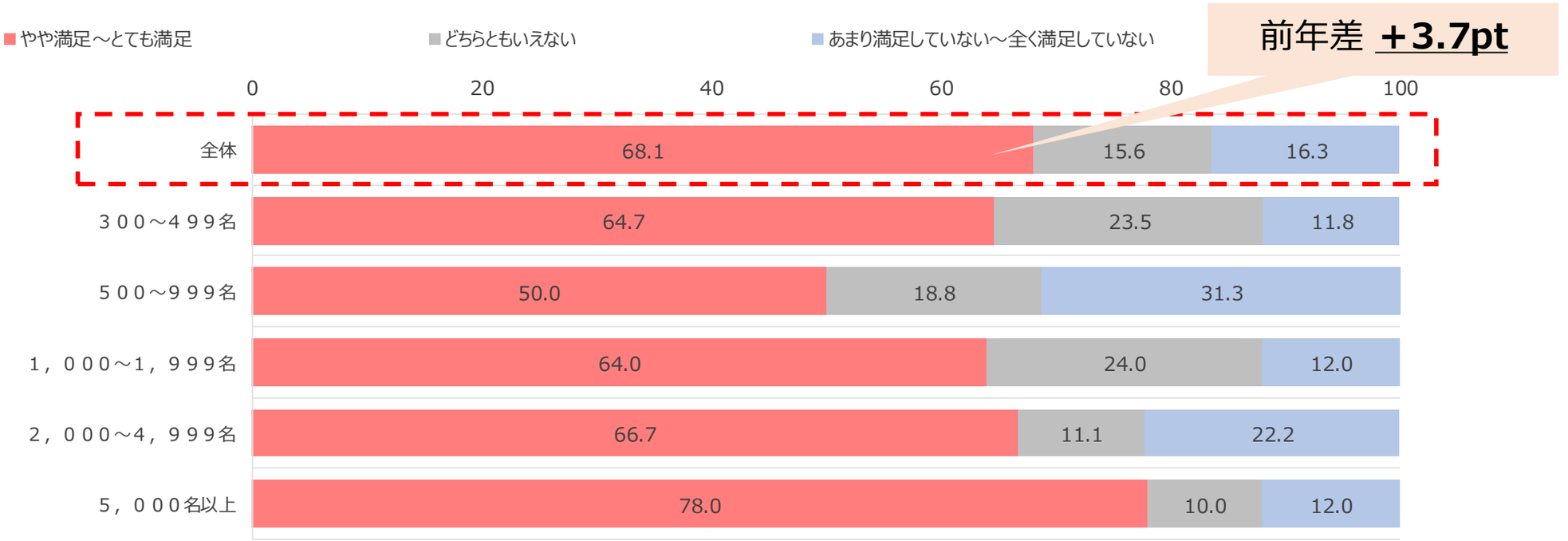
フォローアップ面談や実施前説明、強みフィードバックなど、結果を本人の気づきや自己理解につなげる施策は前年から増加傾向。一方、アクションプラン策定や継続フォローは実施率が低いままである。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

人事担当者の満足度

人事担当者のうち、約7割が360度フィードバックに対して一定の満足を実感している。

Q. ３６０度評価（多面評価）に対して人事に関与する立場としてどのようにお感じになりますか。



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

全体の満足層は68.1%（前年から3.7pt上昇）。企業規模別では満足度に差がみられ、特に5,000名以上では78.0%と高い。一方で、満足度にはばらつきもあり、さらなる活用深化の余地がある。

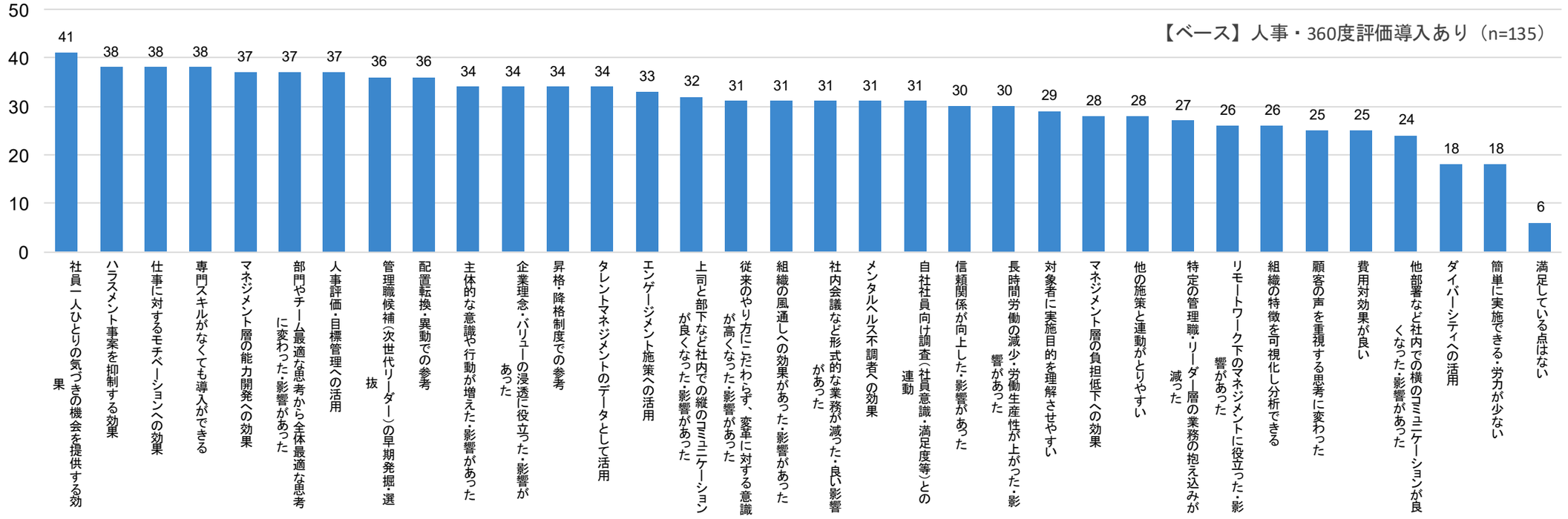
Copyright © CBASE All Rights Reserved.

満足している点 (人事担当者)

満足している点は「社員一人ひとりの気づきの機会」が最多。さらに、モチベーションやハラスメント抑制に加え、管理職育成、人事評価、次世代リーダー発掘、配置・登用など人材育成・活用・制度運用の幅広い領域で満足がみられる。

Q. ３６０度評価（多面評価）について満足している点をお答えください

（回答数/MA）



POINT

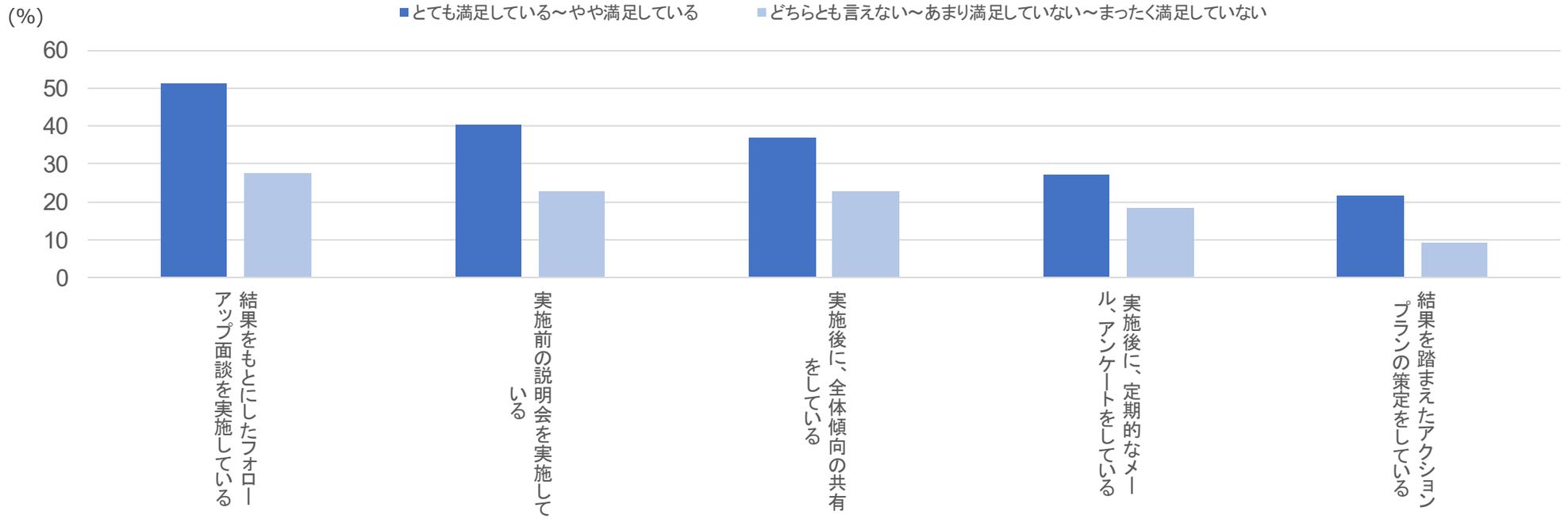
満足点は本人に気づきを与える効果だけでなく、人材を見極め、育て、適切な配置や選抜・登用の領域にも及んでいる。360度フィードバックが、個人の成長支援と人材活用の双方に取り入れられていることがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【参考】満足層/非満足層で実施差が大きい運用方法

満足層では「フォローアップ面談」が51.1%と最も多く、不満足層との差も最大。加えて、実施前の説明、全体傾向の共有、定期的なメール・アンケート、アクションプラン策定など、実施前後の支援で差が大きく出ている。

Q.所属している会社で３６０度評価（多面評価）はどのように運用されていますか。



【ベース】人事・360度評価導入あり：満足層＆不満層（n=79）

POINT

満足層では、結果をもとにしたフォローアップ面談や実施前の説明、実施後の全体傾向の共有が不満足層に比べて多い。結果を返すだけでなく、対話や情報共有を通じて次の行動につなげる設計が重要と考えられる。

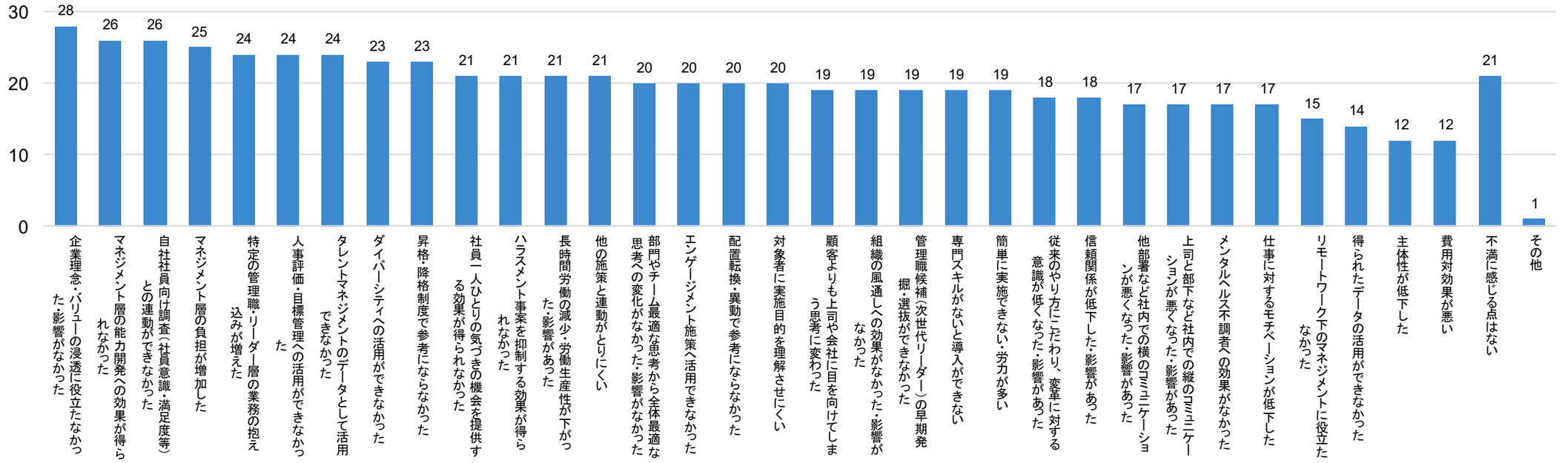
Copyright © CBASE All Rights Reserved.

不満に感じる点 (人事担当者)

「企業理念・バリューの浸透」が最多。「マネジメント層の能力開発」「自社調査との連動」「人事評価・目標管理」「タレントマネジメント」など、人事制度運用から人材・組織開発まで幅広い領域に分散している。

Q. ３６０度評価（多面評価）について不満に感じる点をお答えください

（回答数/MA）



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

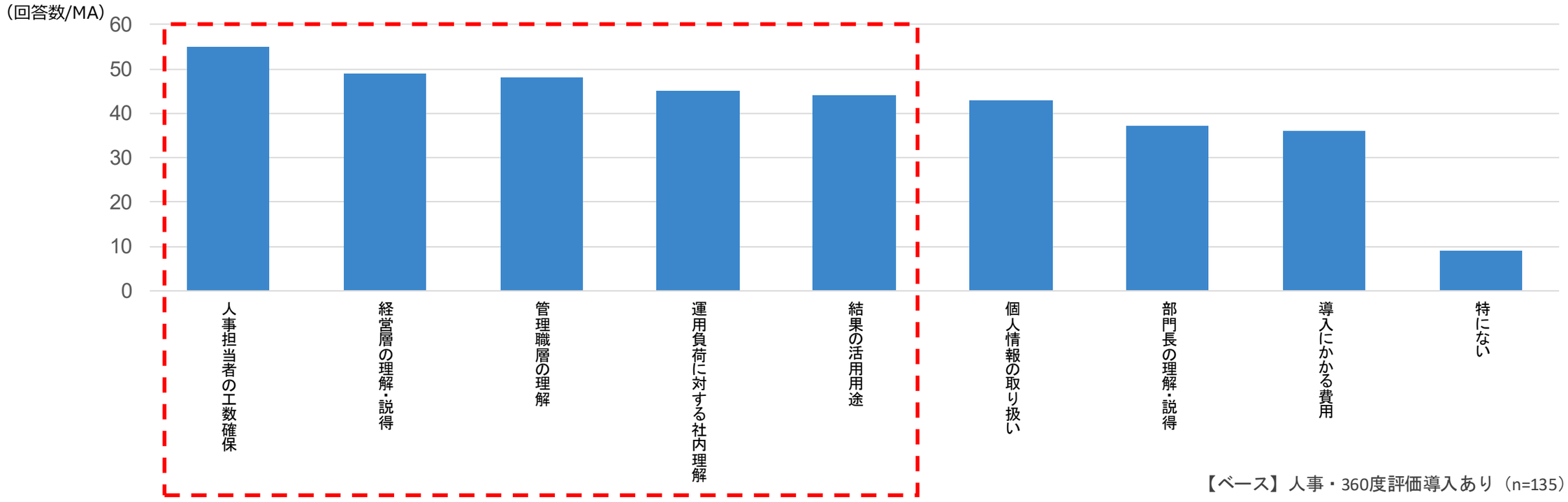
POINT 不満は360度フィードバックの実施そのものよりも、得られた結果を理念浸透や管理職開発、人事データ活用など次の施策へ十分に接続できていないことに表れている。管理職・リーダー層の負担増も上位にあり、活用設計と運用負荷の双方が課題となっていることがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

導入前の障壁・ボトルネック

導入前の障壁は、「人事担当者の工数確保」が最多。「経営層・管理職層の理解」「運用負荷への社内理解」「結果の活用用途」が続き、費用面よりも運用体制や社内合意形成に関する課題が上位を占める。

Q. ３６０度評価（多面評価）の導入を検討する際に障壁・ボトルネックとなったものをすべてお答えください。



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

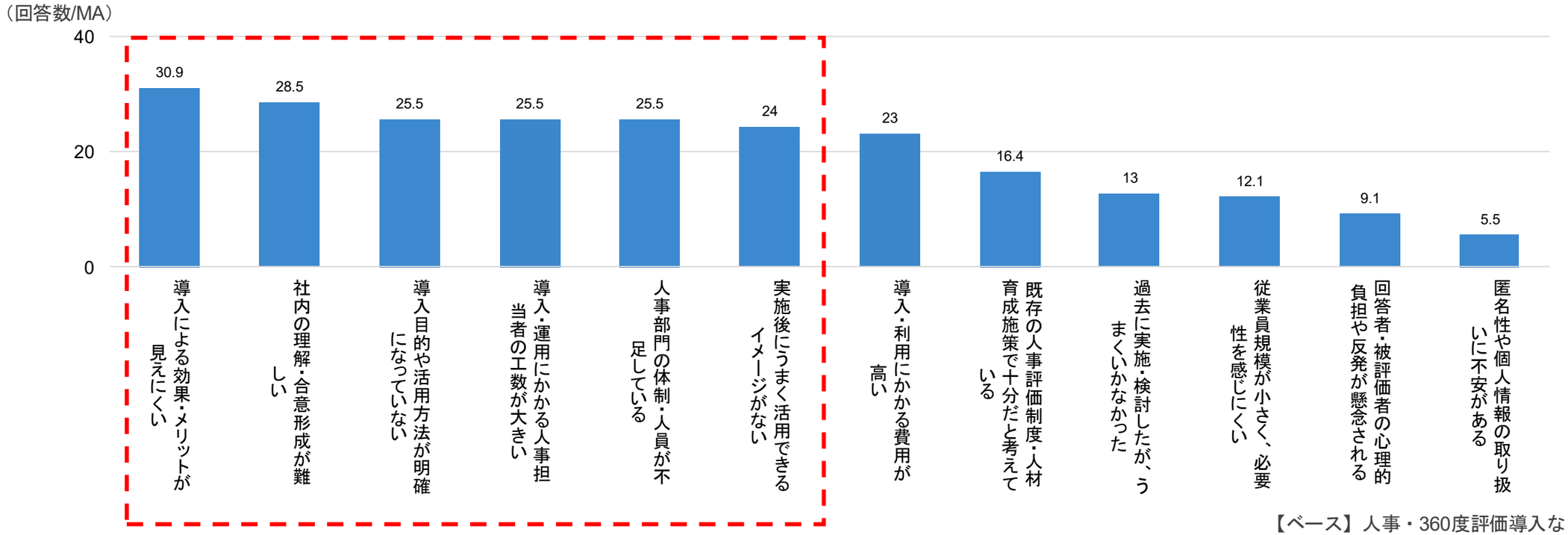
導入時のボトルネックは、費用そのものよりも「誰がどう運用し、誰の何に活かすのか」を社内で具体化・共有できるかにあると考えられ、経営・管理職層の理解や納得を得られる設計が重要となる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

360度フィードバック未導入の理由

未導入理由は「導入による効果・メリットが見えにくい」が最多。次いで、社内理解・合意形成の難しさ、導入目的・活用方法の不明確さ、人事の工数・体制不足、活用イメージ欠如が上位に挙がる。

Q. ３６０度評価（多面評価）を導入していない理由をお答えください。



【ベース】人事・360度評価導入なし（n=165）

POINT

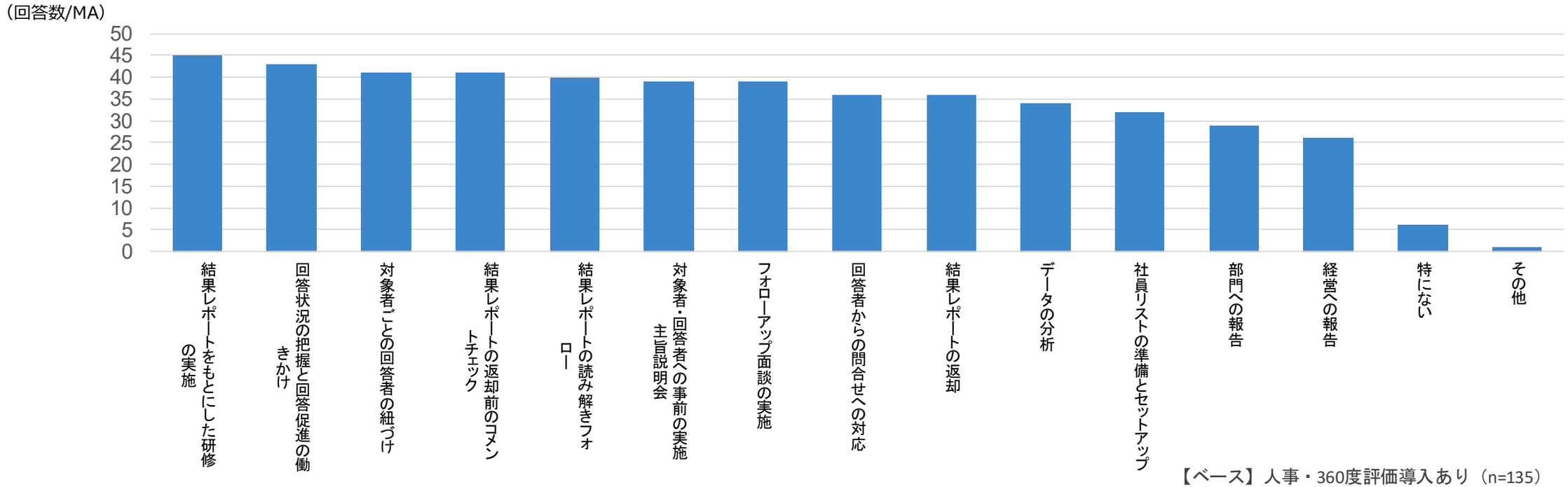
導入後に何が得られ、どのように運用・活用するのかを具体的に描けていないことが障壁となっている。
事前に導入後の運用・活用イメージを具体化し、社内理解を得やすくすることが重要となる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

運用負荷が高い業務

運用負荷は、回答者の紐付け・回答促進・コメント確認などの事務運用と、データ分析・結果フィードバック・面談・研修などの活用支援の双方が運用負荷が高いと捉えられている。

Q．３６０度評価（多面評価）の運用をする際に負荷が高い業務をすべてお答えください



【ベース】人事・360度評価導入あり（n=135）

POINT

施策を回すための事務運用負荷に加え、結果を人材育成や行動変容につなげるための活用支援負荷も大きい。
継続運用には、前者を効率化しながら、後者に十分な時間を振り向けられる仕組みづくりが重要となる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の詳細

2. 従業員(回答者・対象者)がもつ認識



POINT

6割弱が実施意義を実感、対話・行動化支援がある層では意義実感が高い

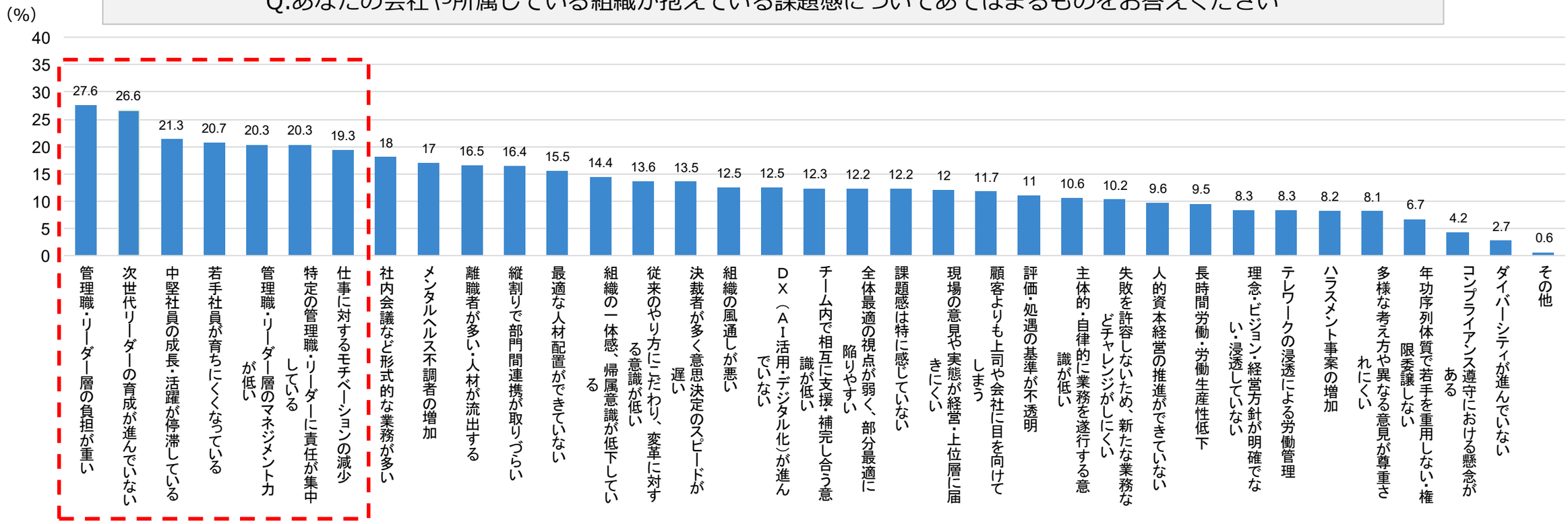
人事・従業員双方で、管理職負担と次世代リーダー・中堅若手の育成が共通課題。回答者・対象者とも6割弱が360度フィードバックの意義を実感し、アクションプランや面談・コーチングなどの支援がある層では8割前後まで高まる。一方、従業員の運用認知にはギャップもみられ、フォロー施策が認識できない層の満足度は3割未満となっている。良い点は自身の強み・改善点への気づきや管理職育成、コミュニケーション、不満点は評価への不安や結果活用・効果の見えにくさが中心となる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【従業員】会社・組織で抱える課題感

「管理職・リーダー層の負担増」「次世代リーダーの育成が進んでいない」が上位。中堅・若手社員の育成・成長や、管理職への業務集中など、マネジメント層および人材育成に関する課題が目立つ。

Q.あなたの会社や所属している組織が抱えている課題感についてあてはまるものをお答えください



【ベース】従業員調査・全体1,000名

POINT

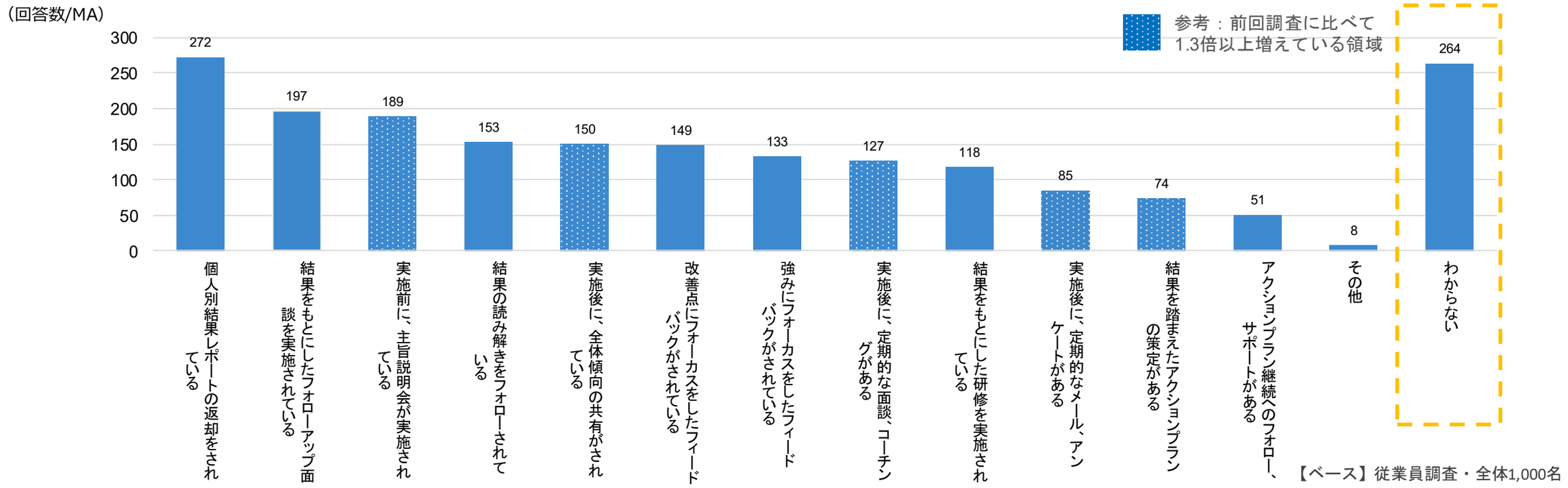
人事（P.11）・従業員の双方で、管理職負担や次世代リーダー、中堅・若手の育成が共通課題として表れている。人事は組織運営、従業員はモチベーションや業務効率の課題を相対的に重く捉える傾向がみられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【従業員】運用方法

従業員が認識する運用では「個人別結果レポート返却」が最多、「フォローアップ面談」が続く。
一方「わからない」は2番目に高く、従業員には運用内容が十分認識されていない可能性がうかがえる。

Q.所属している会社で３６０度評価（多面評価）はどのように運用されていますか



【ベース】従業員調査・全体1,000名

POINT

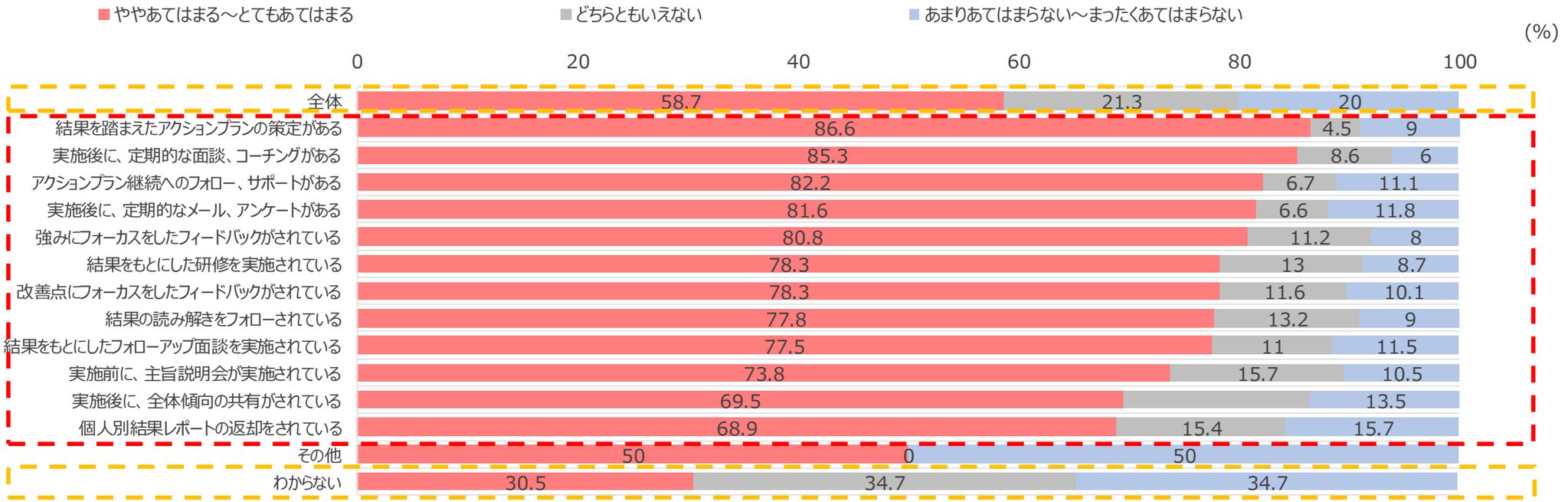
人事側と従業員側の認識にはギャップがみられる。施策を実施するだけでなく、
その目的や実施内容を従業員に伝え、認識される運用にすることが重要と考えられる

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【回答者視点】施策の実施意義 / 運用方法別

回答者の6割近くが360度フィードバックの実施意義を実感。アクションプラン策定や定期的な面談・コーチング、継続フォローなど、実施後の支援がある群では8割前後まで高まっている。

Q.評価をする側の立場として３６０度評価（多面評価）を実施する意義があると感じますか。



【ベース】従業員調査・回答者916名

POINT

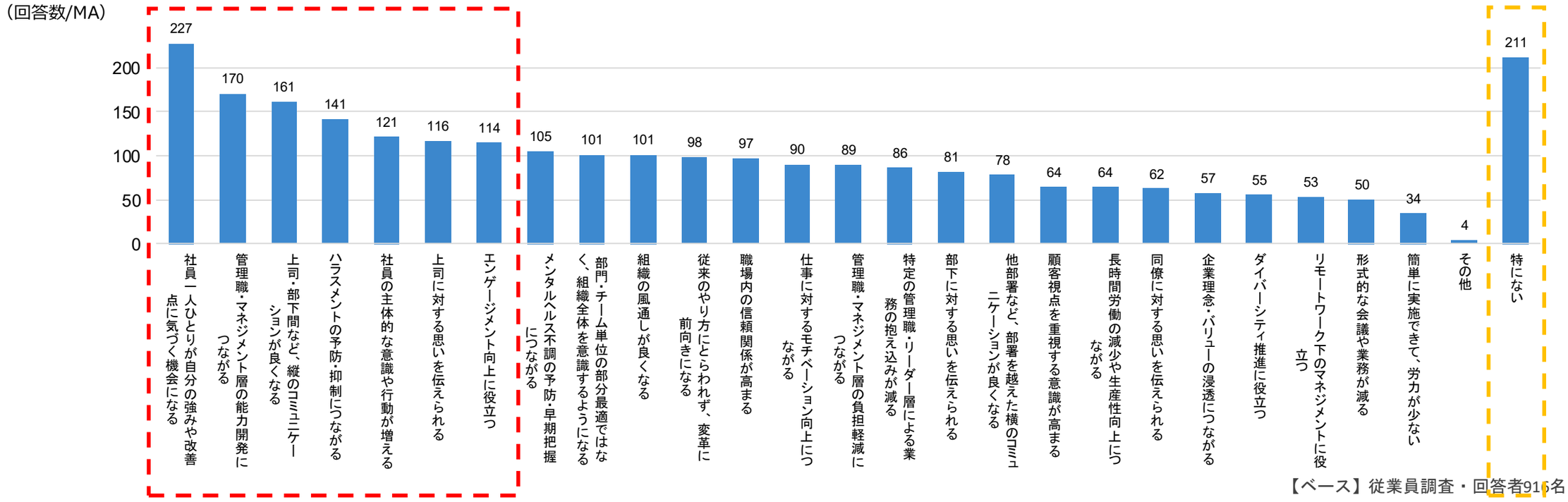
アクションプラン策定や面談・コーチング、継続フォローなどがある層では、より高い意義実感がみられる。
気づきを行動化・継続につなげる支援を設けることが重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【回答者視点】良いと感じる点

「社員一人ひとりが自分の強みや改善点に気づく機会」が最多。次いで「管理職・マネジメント層の能力開発」「縦のコミュニケーション向上」「ハラスメントの予防・抑制」など、自己理解・人材育成・関係性改善に関する価値が並ぶ。

Q. ３６０度評価（多面評価）について良いと感じる点をお答えください



【ベース】従業員調査・回答者916名

POINT

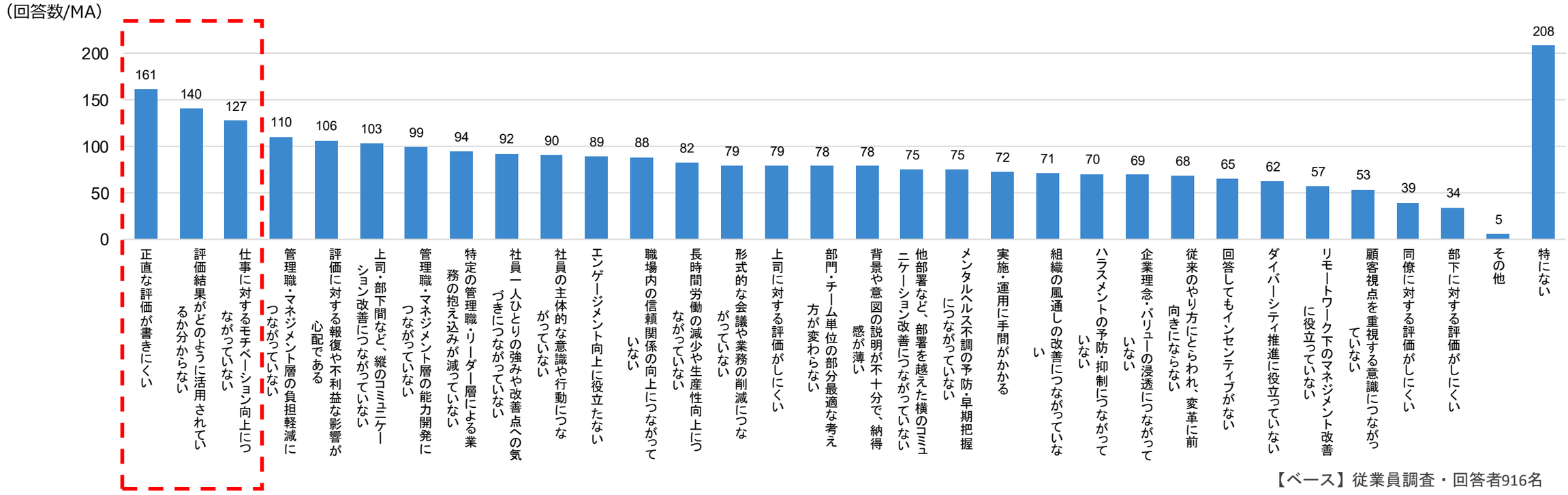
回答者視点では、360度フィードバックの価値が本人の気づきに加え、管理職育成や組織内コミュニケーションの改善まで複数の側面で認識されている。一方「特にない」も約2割ある状況。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【回答者視点】悪いと感じる点

「正直な評価が書きにくい」が最多。次いで「評価結果がどのように活用されているかわからない」が続き、
率直な評価をすることへの不安と、結果活用やメリットの見えにくさが主な不満として表れている。

Q. ３６０度評価（多面評価）について悪いと感じる点をお答えください



【ベース】従業員調査・回答者916名

POINT

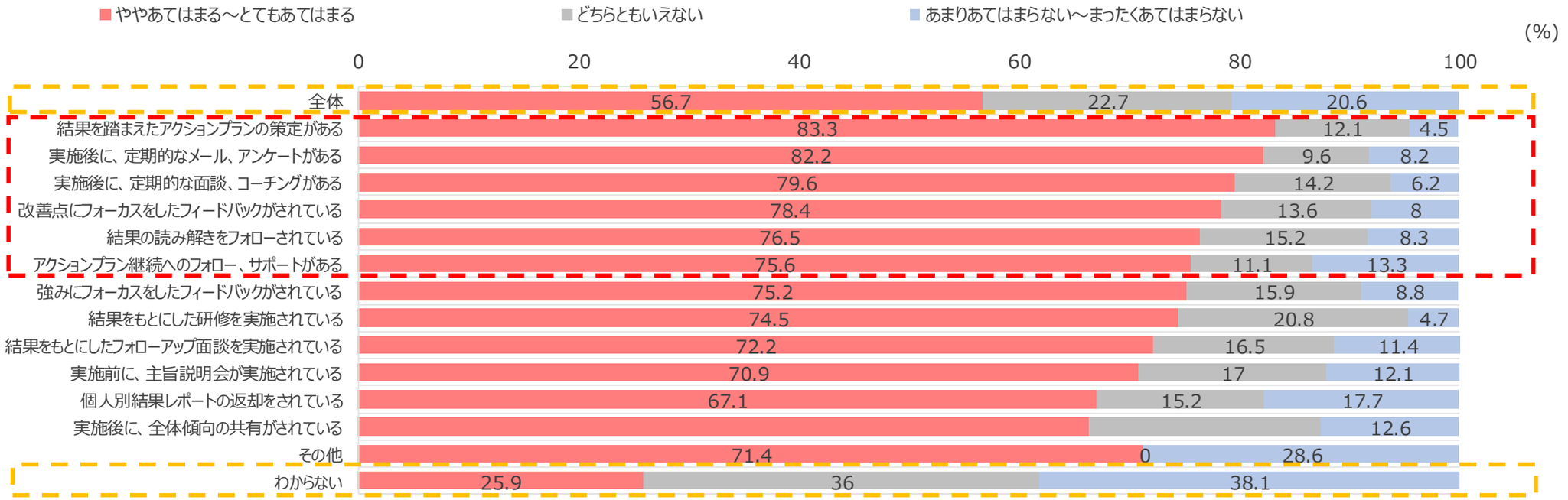
回答者が率直な評価・フィードバックを行うには、施策の目的や回答結果の扱い、その後の活用方法を明確に伝え、安心して回答できる環境を整えることが重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【対象者視点】施策の実施意義 / 運用方法別

対象者全体の意義実感割合も6割弱。アクションプラン策定、定期的な面談・コーチング、強み・改善点へのフィードバックなどがある層では、8割前後が意義を感じている。

Q.評価をされる側の立場として３６０度評価（多面評価）を実施する意義があると感じますか。



【ベース】従業員調査・対象者801名

POINT

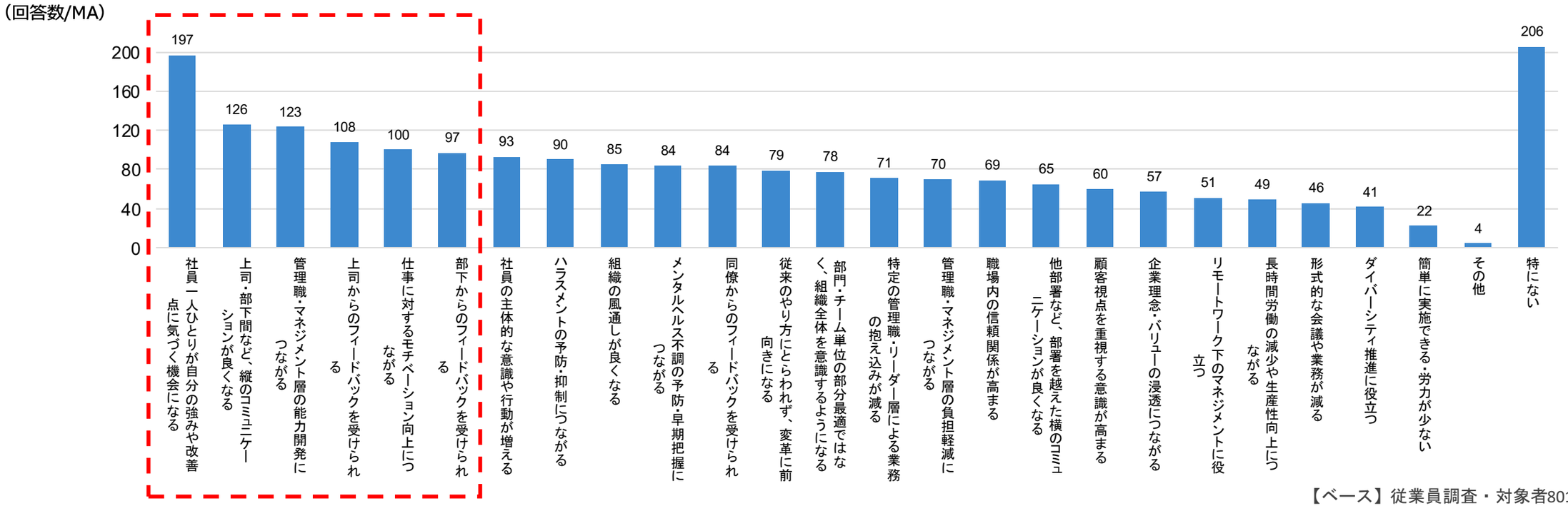
対象者側では自身の強みや改善点を理解し、次の行動を考え、継続的に振り返るための支援がある層ほど意義実感が高い。本人の納得・内省から行動化までを支える運用が重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【対象者視点】良いと感じる点

「強みや改善点の気づき」が最多。次いで「縦のコミュニケーション向上」「管理職の能力開発」「上司部下からのフィードバック」「モチベーション」が続き、多面的な自己理解と関係性の双方で価値が感じられている。

Q. ３６０度評価（多面評価）について良いと感じる点をお答えください



【ベース】従業員調査・対象者801名

POINT

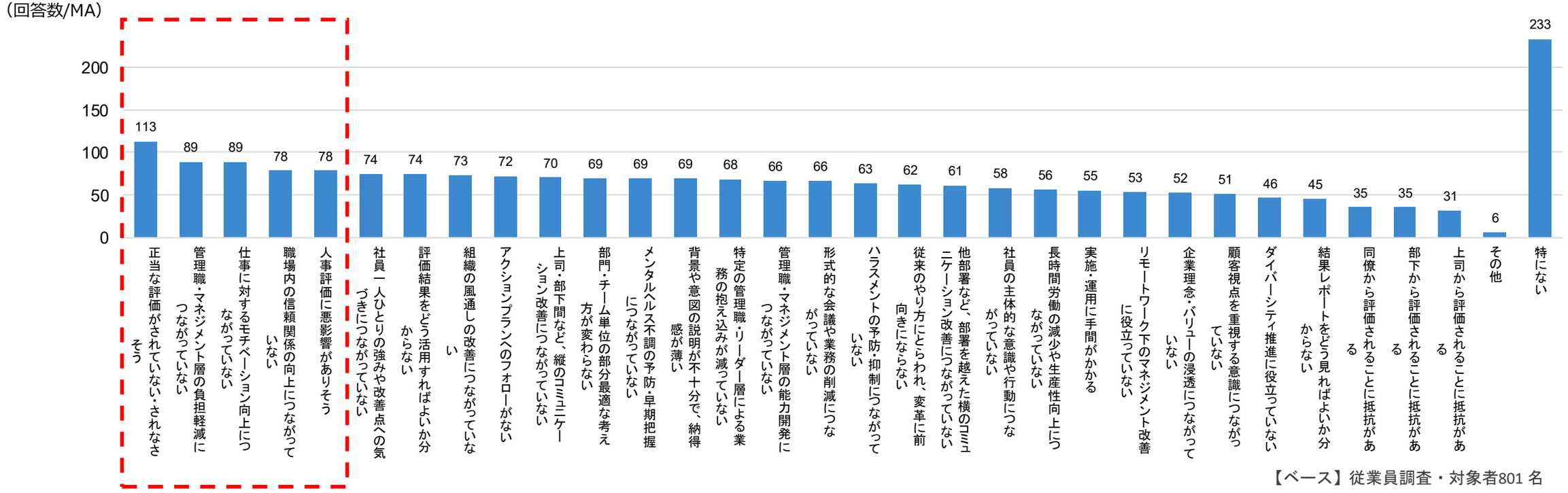
対象者にとってはフィードバックを受けることを通じて、自身の強み・改善点を認識できることに最も大きな価値が置かれている。また意欲向上・関係性改善・育成に関わる価値も一定数挙がっている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

【対象者視点】悪いと感じる点

「正当な評価がされていない・されなさそう」が最多。次いで、管理職負担の軽減やモチベーション向上、職場の信頼関係、人事評価への悪影響など、自身への評価への不安とメリットを感じにくいことへの不満が上位に挙がる。

Q. ３６０度評価（多面評価）について悪いと感じる点をお答えください



【ベース】従業員調査・対象者801 名

POINT

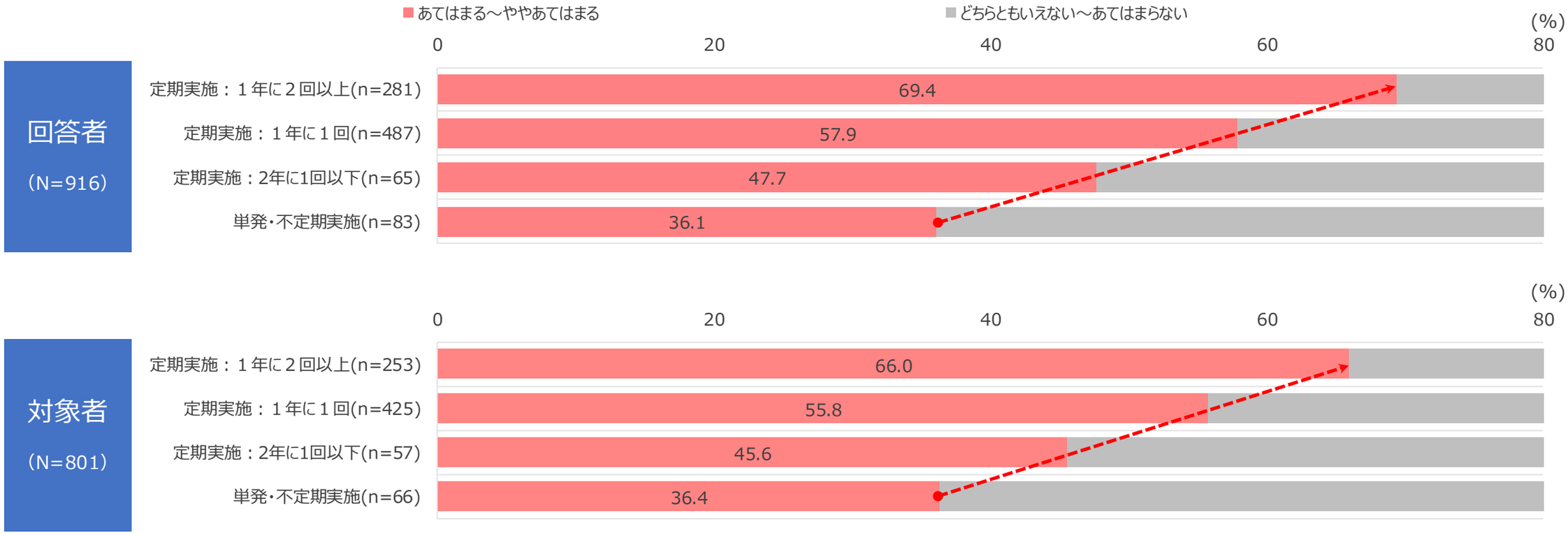
対象者側では、評価そのものへの納得感に加え、360度フィードバックの自身や職場への効果・メリットが感じられないことが不満として表れている。結果を行動や職場での変化につなげる支援が重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

実施頻度別にみる 360度フィードバックの実施意義

回答者・対象者とも、実施頻度が高い層ほど360度フィードバックの実施意義を感じる割合が高い。
年2回以上の実施では7割近くが実施意義を感じているのに対し、単発・不定期実施ではともに4割未満にとどまる。

Q. ３６０度評価（多面評価）を実施する意義があると感じますか。



POINT

単発・不定期よりも、定期的に実施する層で施策の意義が高く認識されている。
継続的に自身や周囲の変化を振り返る機会を設けることが、施策を定着させる上で重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

調査結果の詳細

3. 施策の実施効果（運用方法別）



POINT　対話・行動化・習慣化支援が、継続意向と強み・改善点の認識向上に関連

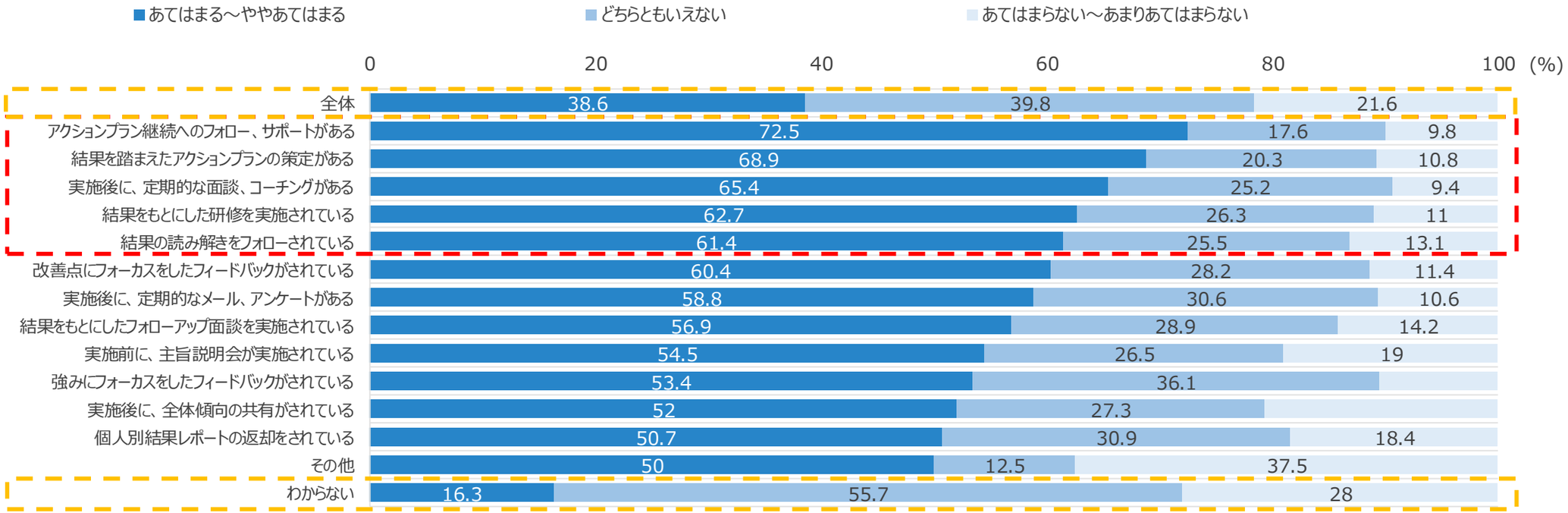
継続意向は全体で4割弱だが、アクションプラン策定・継続フォローや定期的な面談・コーチングがある層では6～7割台と高い。強みの再認識は47.1%で前年から6.0pt上昇し、改善点への気づきも48.3%。いずれも対話や行動化・継続支援がある層で高く、結果を受け取るだけで終わらせず、理解・受容を経て、課題化・試行・振り返りまでを支える運用が重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

従業員の継続意向 / 運用方法別

継続意向は全体で4割弱と前年並み。一方、アクションプランの策定・継続フォローや定期的な面談・コーチングがある層では6～7割台まで高まり、「わからない」層では2割未満にとどまる。

Q. ３６０度評価（多面評価）について、それぞれお答えください。／継続して実施してほしい



【ベース】従業員調査・全体1,000名

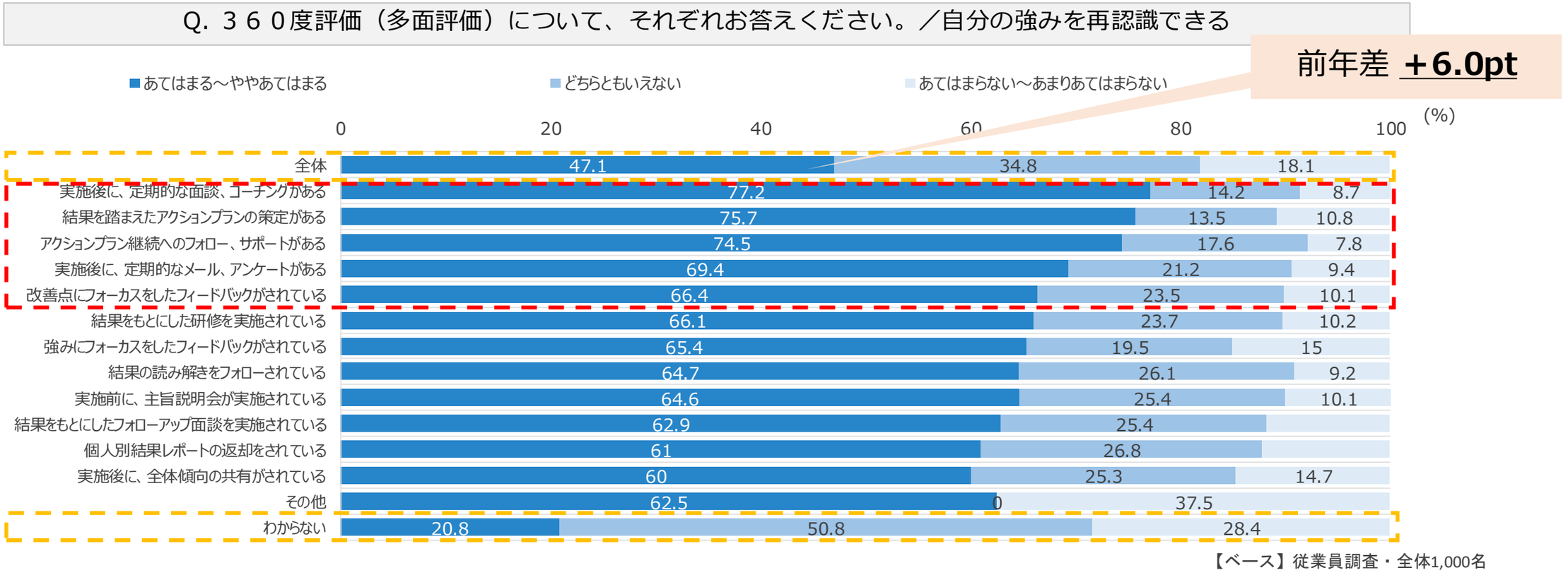
POINT

360度フィードバックは、結果から強み・改善点への気づきを得るだけでは、継続的な活用にはつながりにくい。気づきを具体的な行動に落とし込み、実践をフォローする運用がある層ほど継続意向が高くなっている。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

自身の強みの再認識 / 運用方法別

「自分の強みを再認識できる」は5割弱で、前年から6.0pt上昇。定期的な面談・コーチング、アクションプラン策定、継続フォローがある層では7割台と高いが、「わからない」層では2割程度にとどまる。



【ベース】従業員調査・全体1,000名

POINT

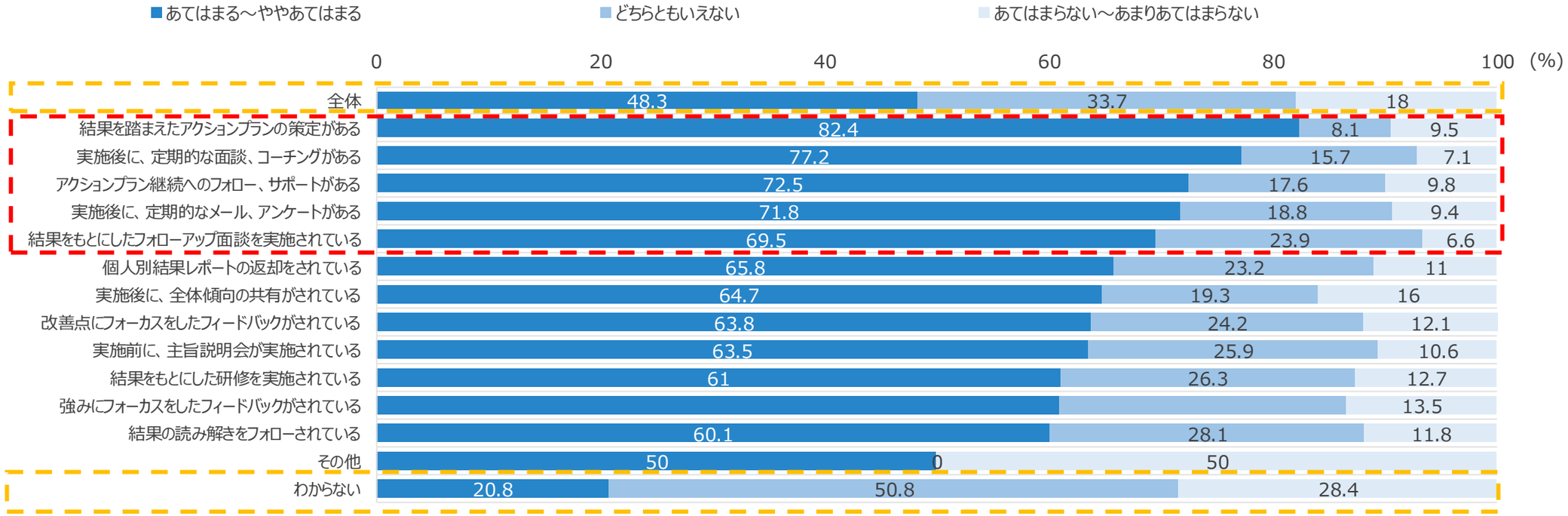
強みの再認識は、結果を受け取るだけでなく、対話やアクションプラン、継続支援を伴う運用がある層で高い。行動・振り返りまでを支える運用が、自己理解の深まりと関連していることがうかがえる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.

自身の改善点への気づき / 運用方法別

「自分の改善点に気づける」は5割弱。アクションプラン策定がある層では8割強、定期的な面談・コーチングでは8割弱、継続フォローでは7割強と高い。「わからない」層では2割程度に後退する。

Q．３６０度評価（多面評価）について、それぞれお答えください。／自分の改善点に気づける



【ベース】従業員調査・全体1,000名

POINT

改善点への気づきは、本人がアクションプランに落とし込み、対話や継続支援を通じて時間をかけて向き合う機会がある層で高い。改善点の理解・受容から、課題化定着化するまでを支える運用が重要と考えられる。

Copyright © CBASE All Rights Reserved.



https://www.cbase.co.jp