

組織内広報と外見リスクマネジメントの関連について


——ウェブモニタ調査の結果から——

帝京大学文学部 吉野 ヒロ子

シン 石川 慶子

日本広報学会第25回研究発表全国大会

2019.10.20



目次

目的

- ビジネスコミュニケーションにおける外見リスクの影響を検討する
- 外見リスクマネジメント行動への組織内広報の影響を検討する

手段(ウェブモニタ調査の概要)

結果

- 外見リスクに関する結果
 - 外見の影響に対する意識
 - 忌避経験の有無(性別/年代/年収階層)
 - →忌避の理由とビジネスへの外見の影響(自由回答)
- 組織内広報制度に関する結果
 - 従業員規模別クロス集計
 - 組織内広報制度と経営理念の浸透等に関する平均の差のt検定の表
- 外見リスク行動頻度を従属変数とした多変量解析

考察と実務への活用

- 外見リスクに関して
- 組織内広報制度の効果に関して
- 実務への活用

本発表の目的(1)

ビジネス・コミュニケーションにおける外見の影響

ビジネス(広報活動も含む)においては、対人コミュニケーションも重要

対人コミュニケーションには外見が影響すると言われている

●メラビアン『非言語コミュニケーション』(1971)

言葉と声のトーンやボディランゲージが矛盾するメッセージが発せられた時、人は声のトーンやボディランゲージを中心にメッセージを解釈する傾向がある

●小林盾『ライフスタイルの社会学』(2017)

自分の容貌を高く評価している男性は出世している(女性には差がない)

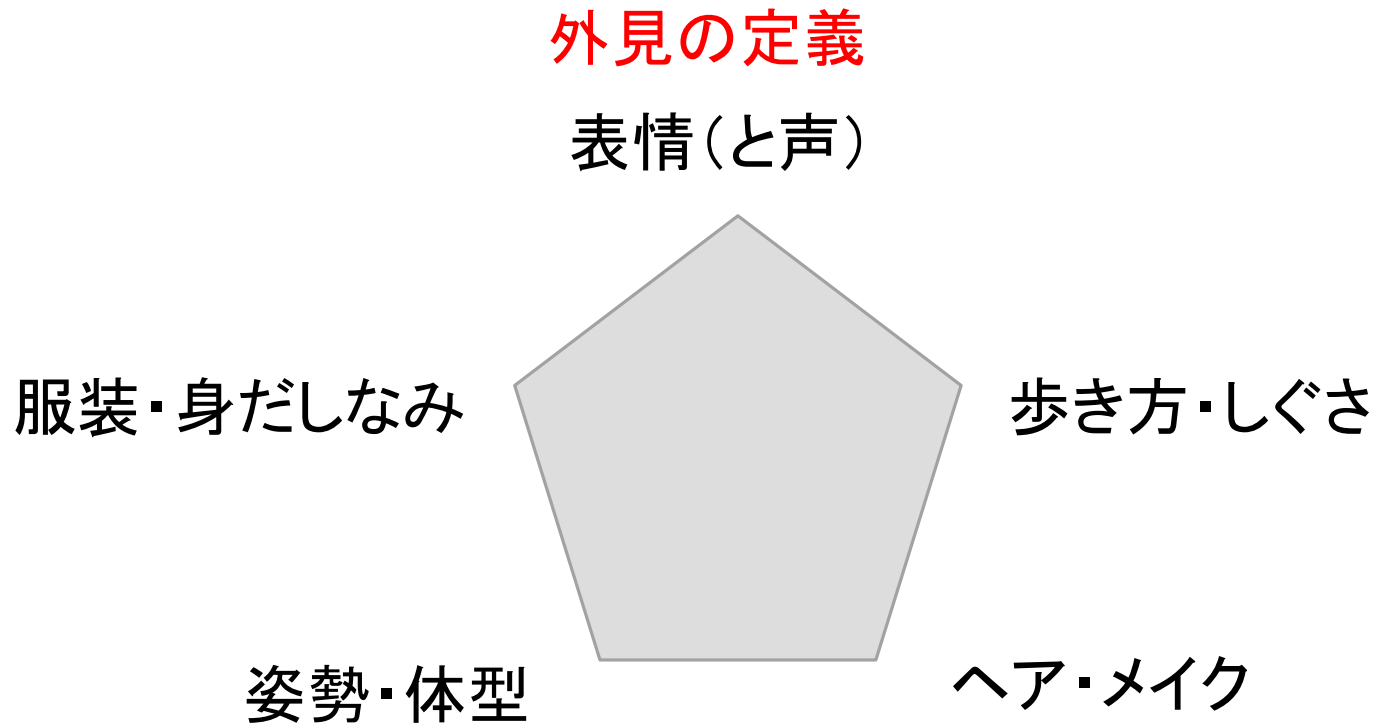


どれくらい外見がビジネス・コミュニケーションに
影響しているといえるのか

「外見リスクマネジメント」という観点から検討する

本発表の目的(1)

ビジネス・コミュニケーションにおける外見の影響



※「外見リスク」の定義

こう見られたいと思っている姿と実際に見られている姿が一致していない状態

石川(2015)

本発表の目的(2)

外見リスクマネジメント行動への組織内広報の影響

●吉原・古川(2007)

組織価値を内在化している者は、「会社の名前や商品、サービスのイメージを向上させるために努力する」など当人の裁量で組織の外部評価を向上させるよう行動(裁量職務行動)する傾向がある

→ビジネスにおける身だしなみも裁量職務行動の一つとして考えられるのではないか

身だしなみ行動は、構成員が組織のアンバサダーとしての自覚を持って行動しているかどうかの指標になりうる可能性がある。



組織内広報は、身だしなみ行動に影響しているのか

手段 ウェブモニタ調査の概要

利用サービス: (株)ジャストシステムのウェブモニタ調査サービス「FastAsk」

実施期間: 2019年6月28日から7月5日

対象者: 20代・30代・40代・50代・60歳以上の男女社会人(専業主婦・パート・学生を除外したフルタイム勤務者。公務員を含む)各100名ずつを目標として配信

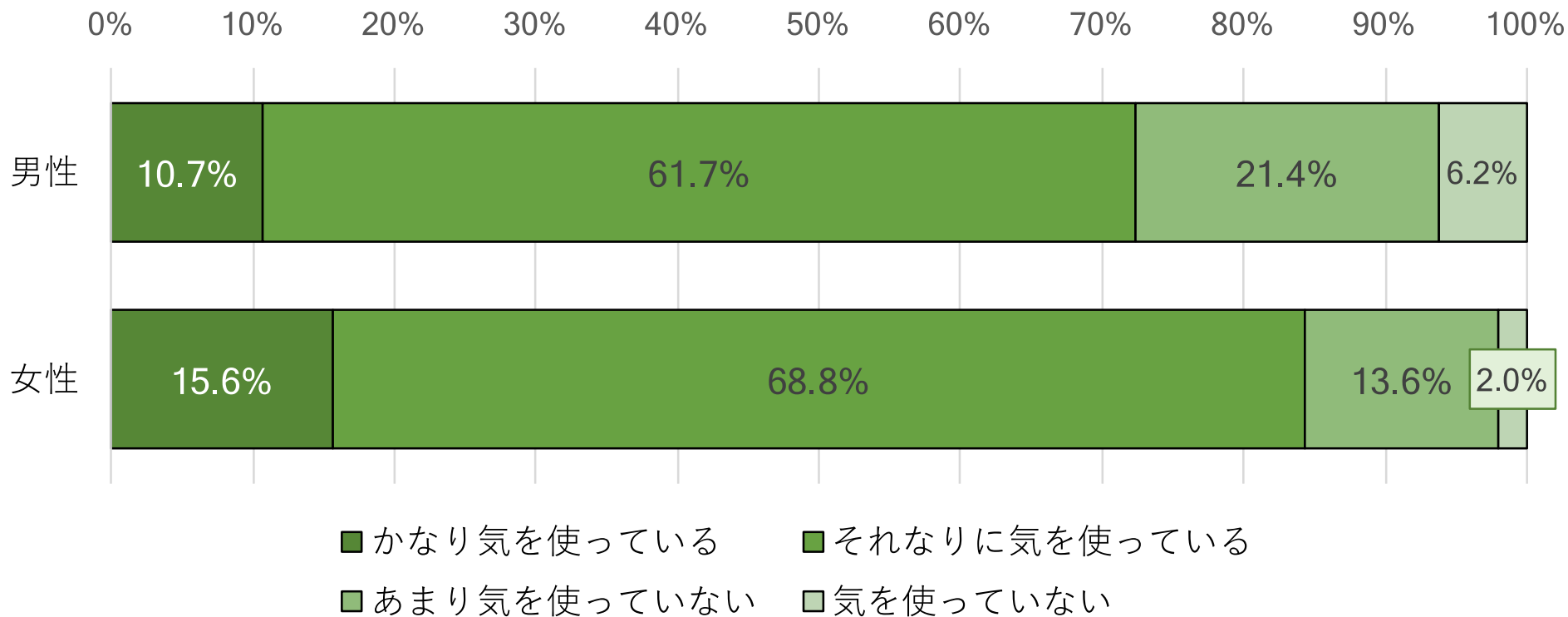
→回収した1063サンプルのうち、回答の精度が疑われる66名を除いた997名の回答を分析対象とした。

回答者の年代と性別

	20代	30代	40代	50代	60代	総計
男性	104	103	105	100	92	504
女性	102	107	98	94	92	493
総計	206	210	203	194	184	997

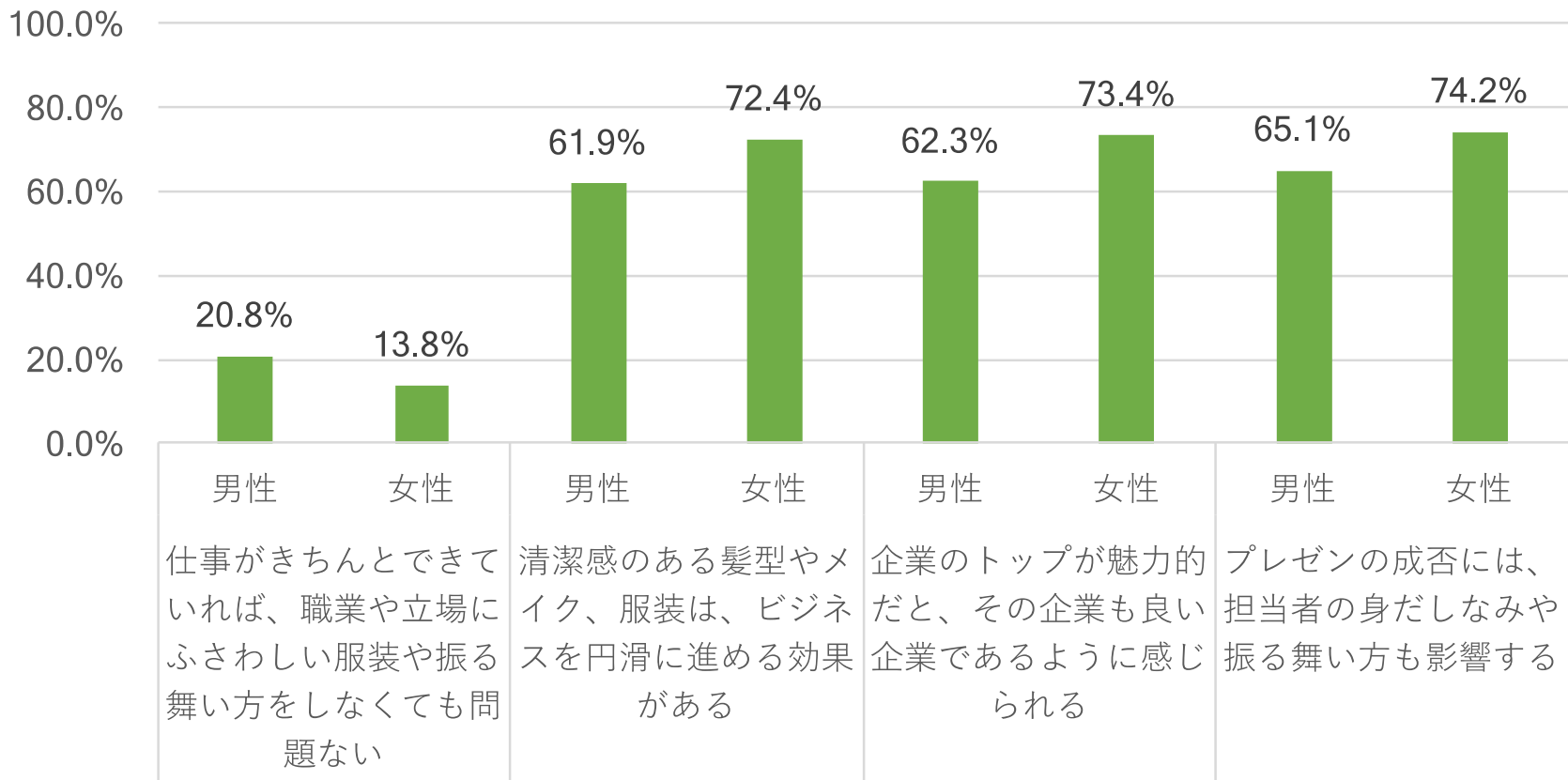
結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

Q.あなたは普段、仕事での身だしなみや着こなしに気を使っていますか。



結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

Q.ビジネスにおける個人の印象の影響について、あなたの考えにあてはまるものを選択してください。



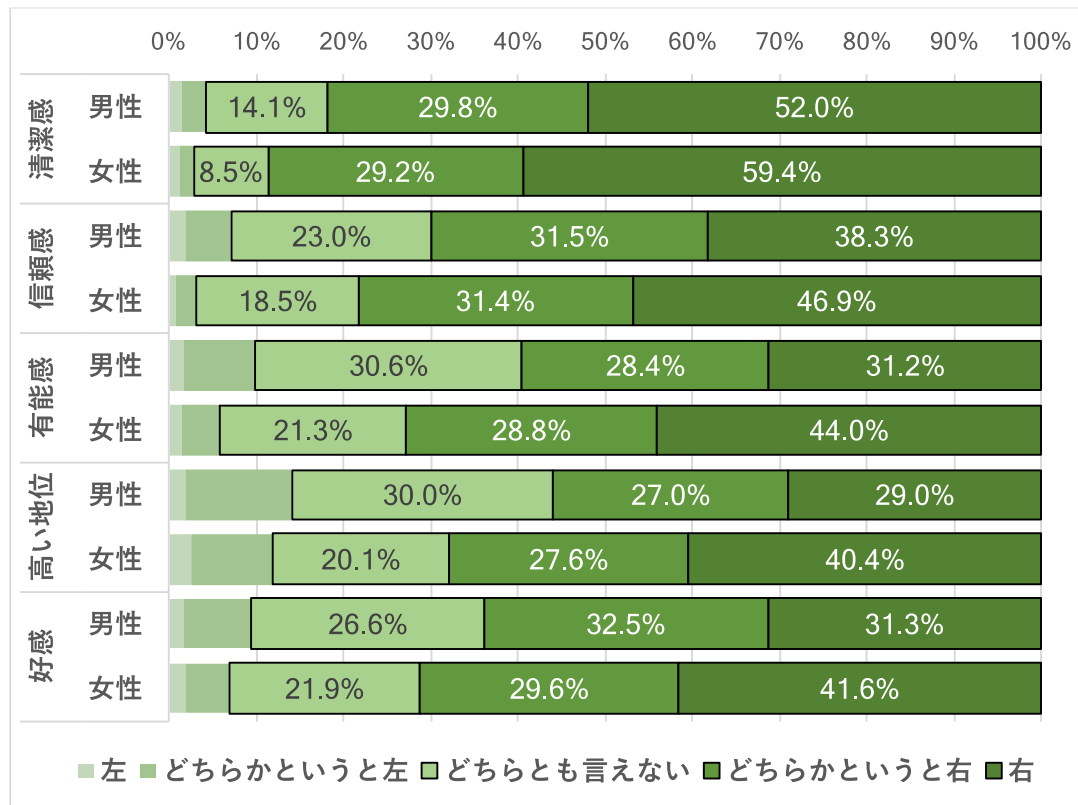
*5件法で訊ね、「よくあてはまる」「あてはまる」と回答した者を合算

結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

Q.左の人物と右の人物の印象を比べてください。



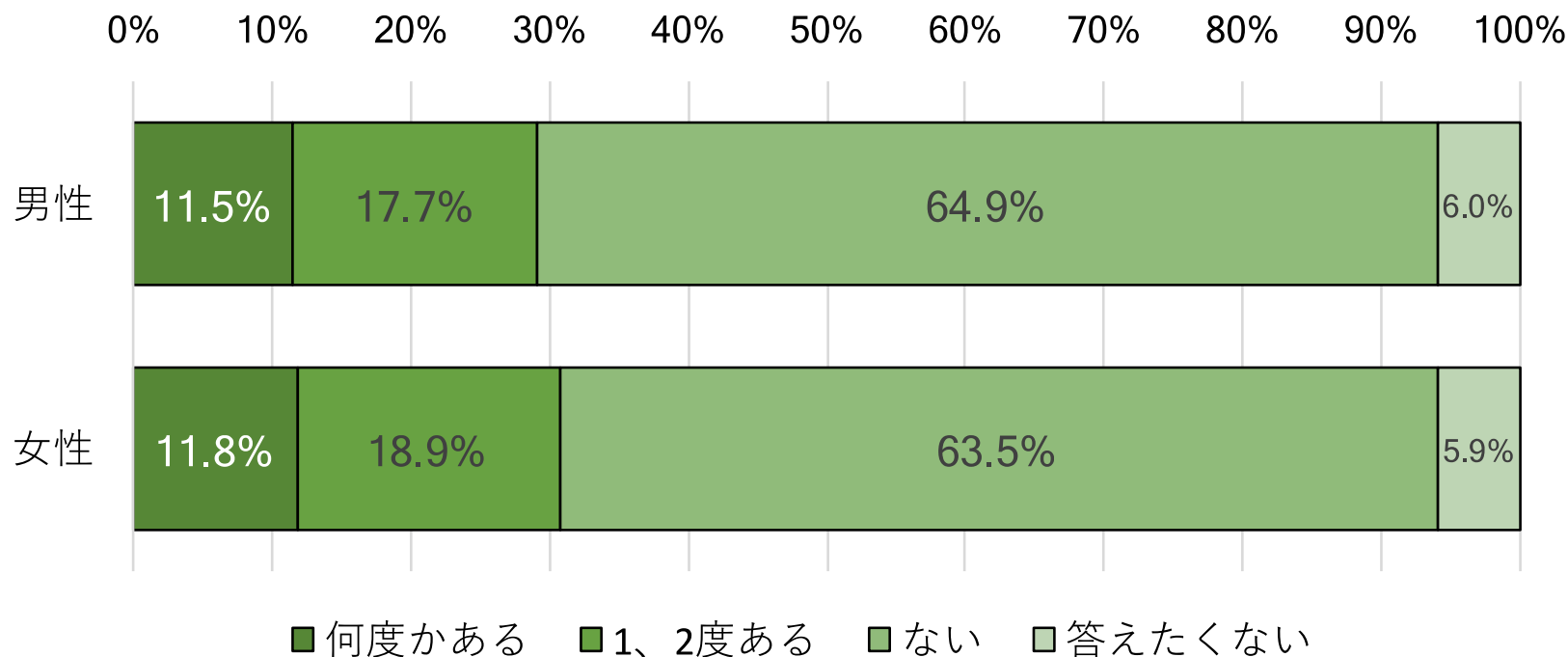
左



右

結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

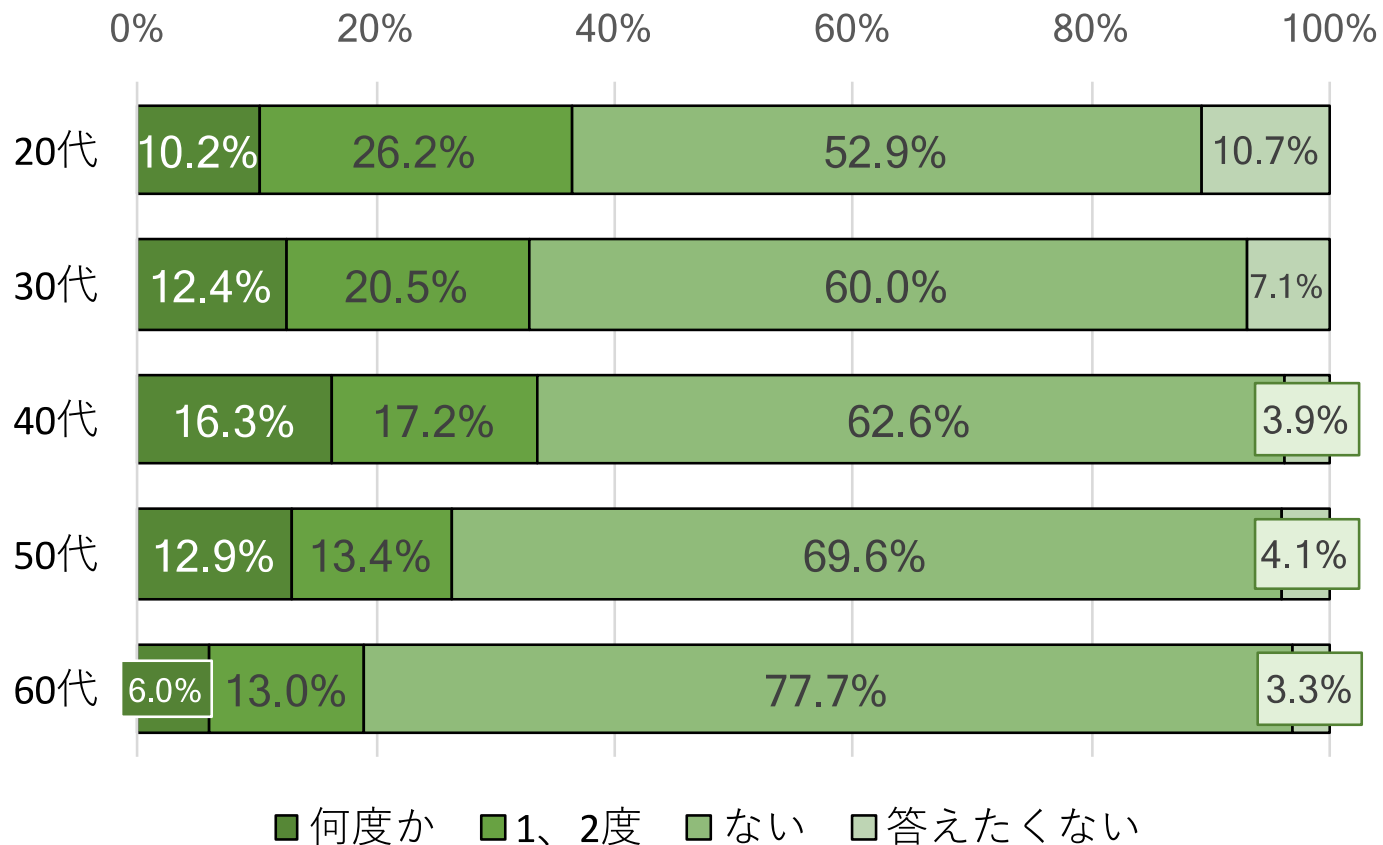
Q.職場や取引先の人で、その人の身だしなみや着こなし、立ち居振る舞いが不快で、交渉を打ち切ったり、わざと疎遠にしたことはありますか？



結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

Q.職場や取引先の人で、その人の身だしなみや着こなし、立ち居振る舞いが不快で、交渉を打ち切ったり、わざと疎遠にしたことはありますか？

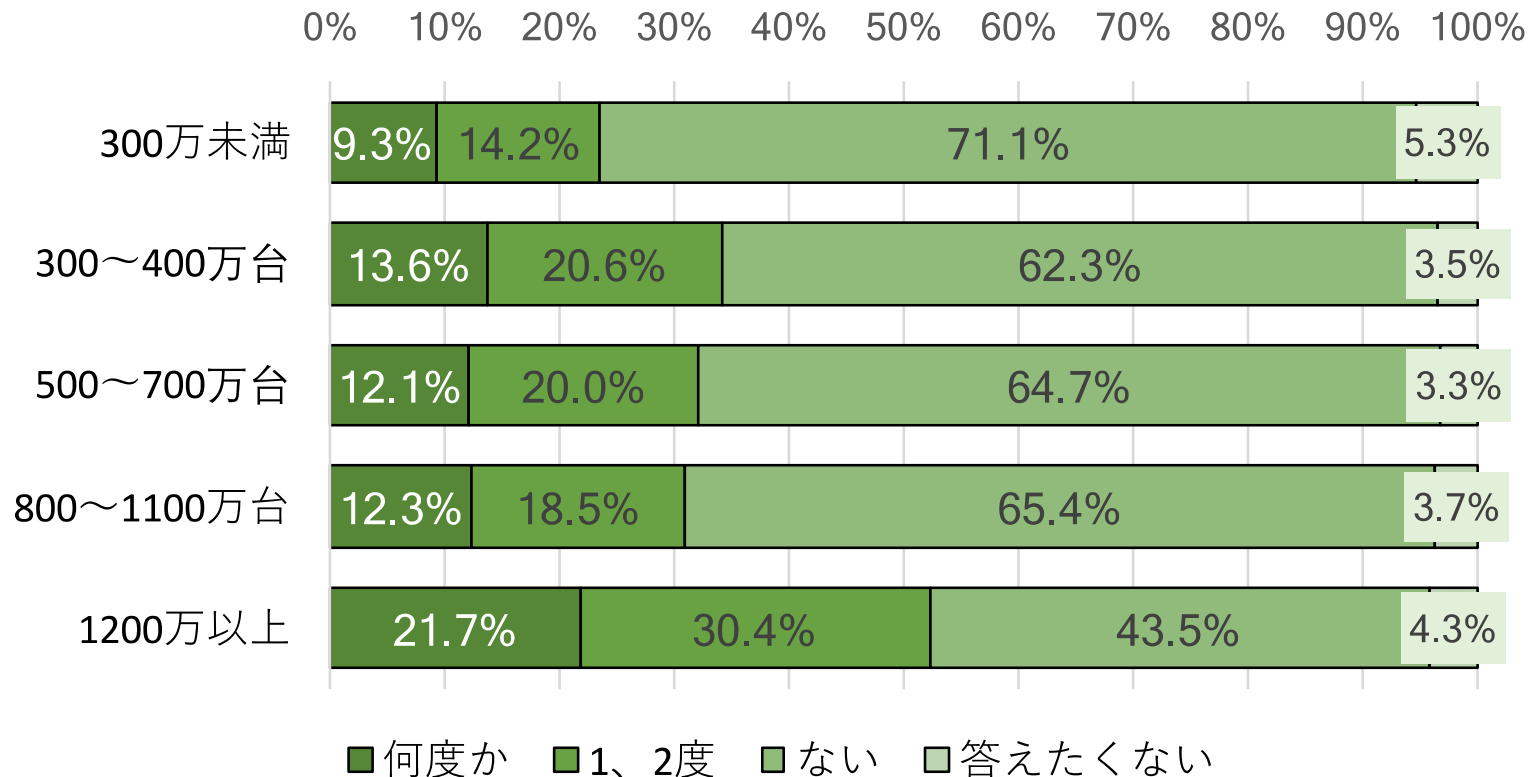
年代別では、若い世代の方が経験者が多く、60代は少ない



結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

Q.職場や取引先の人で、その人の身だしなみや着こなし、立ち居振る舞いが不快で、交渉を打ち切ったり、わざと疎遠にしたことはありますか？

個人年収別では、1200万円以上のグループに経験者が多かった



※個人年収が無回答の137名を除く・個人年収1200万円以上と回答したのは23名

結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

外見が理由で忌避した相手に関する詳細(自由回答)

- | | |
|-------|--|
| 50歳男性 | ある案件で取引前の資料のすり合わせで役所や司法書士事務所などを訪問する際、車で移動したのですが、その人の着ている「ジャンパー」があまりにも超カジュアルすぎて場違いな感じな、いで立ち。。。しかも余り洗ってないような感じの臭いが車内に充満。。。スーツ姿の私たちはネクタイを緩めたと同時に車窓全開。 |
| 47歳女性 | 同僚のフケがとにかくすごくて一緒にランチしなければならないのが苦痛だった。カーディガンの脇に穴があいてて <u>注意できない</u> まま早何年... |
| 26歳女性 | 生まれつきの匂いではなく、お風呂入ってないとか洗髪してないとかだったので、して当たり前な事をしないのは人間性の問題だと思い、関わるのを辞めてしまった。 <u>言いにくい事</u> なのでみずから気づいて欲しい。 |

ビジネスに外見が影響すると思うか(自由回答)

- | | |
|-------|---|
| 56歳男性 | <u>いけないことではあるが</u> 、(外見の)印象というものでその先の話の進み具合が変わってしまう。 |
| 29歳男性 | <u>よく内面が重要と言われるが</u> 、ファーストコンタクトの印象が後々重要なことが多い |
| 51歳女性 | 影響すると思う。それに気を遣う姿勢が、仕事内容や相手に対する <u>思いやり</u> などに通じると思うから。 |

結果(1)ビジネス・コミュニケーションにおける外見リスクの影響

●外見リスクについての結果

外見リスクは対女性、対男性ほぼ差がなく発生している
年代では若い方が、個人年収別では年収が高い方が発生しやすい



●広報にとっての外見リスク

ビジネスにおける対人コミュニケーションは重要な広報手段でもあるため、
広報の視点から見てもできるだけ外見リスクは低減された方がよい

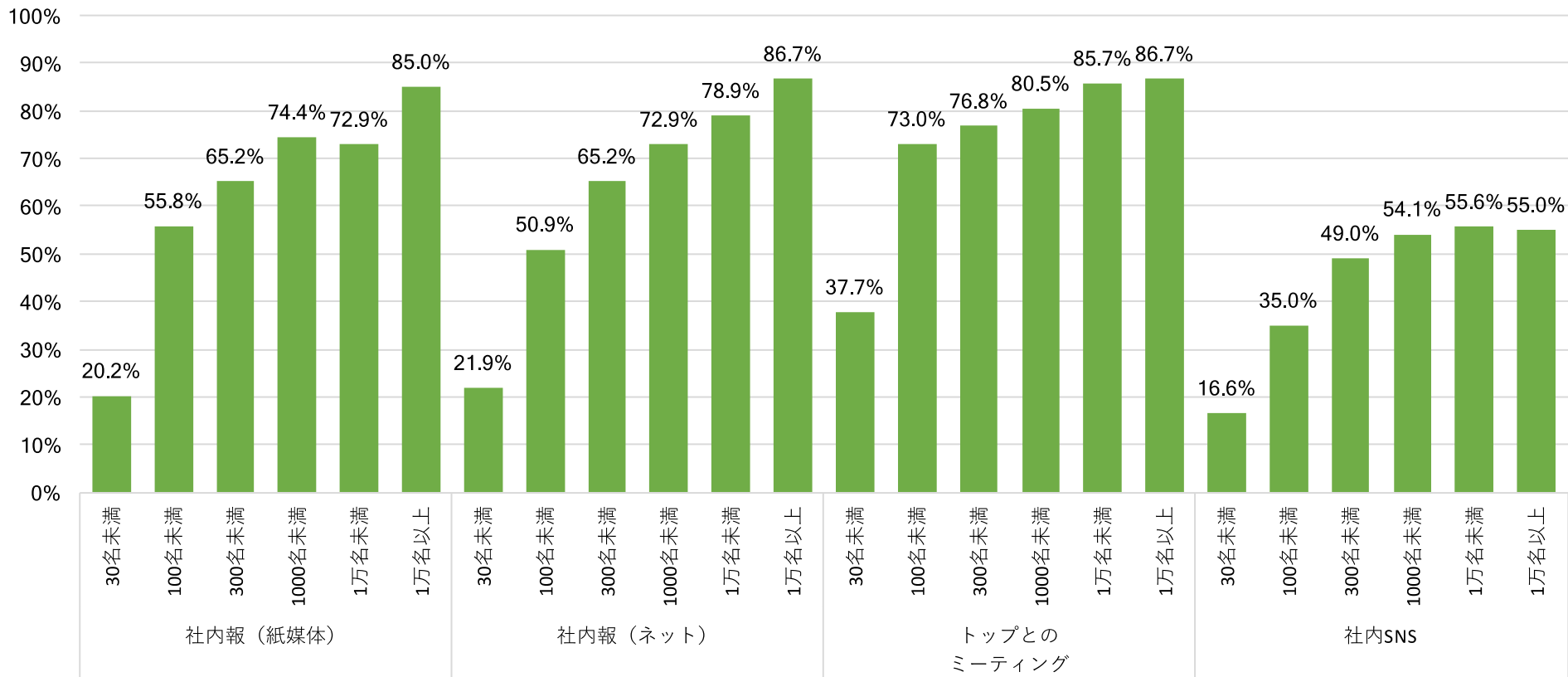


●組織内広報と外見リスクの低減(身だしなみ行動頻度の増大)の関係

組織内広報の目的の一つは、社員に広報マインドを醸成すること
それが達成されている企業なら、外見リスクも低減されている？
→組織内広報活動は外見リスクの低減に結びついている？
→どのような活動が結びついている？

結果(2)組織内広報に関する結果

従業員規模別組織内広報制度の有無



各グループの該当者は、「30名未満」302名、「30～100名未満」163名、「100～300名未満」155名、「300～1000名未満」および「1000名～1万名未満」133名、「1万名以上」60名

結果(2)組織内広報に関する結果

組織内広報制度の有無によって、経営理念の理解などに差はあるのか

*5件法で訊ねた結果を「平均の差のt検定」で分析

	社内報(ネット)				t値
	社内報(ネット)あり		社内報(ネット)なし		
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
経営理念理解(自分)	3.39	0.96	3.35	1.11	0.56
経営理念理解(周囲)	3.32	0.97	3.11	1.04	3.33 **
連帯感がある	3.23	1.03	3.09	1.13	2.13 *

	トップとのミーティング制度				t値
	トップとのミーティングあり		トップとのミーティングなし		
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
経営理念理解(自分)	3.43	0.97	3.25	1.14	2.74 **
経営理念理解(周囲)	3.36	0.93	2.94	1.07	6.12 ***
連帯感がある	3.28	1.03	2.95	1.14	4.52 ***

	社内SNS				t値
	社内SNSあり		社内SNSなし		
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	
経営理念理解(自分)	3.40	0.98	3.35	1.07	0.77
経営理念理解(周囲)	3.41	0.94	3.10	1.03	4.82 **
連帯感がある	3.28	1.00	3.09	1.12	2.77 *

結果(2)組織内広報に関する結果 身だしなみ行動の頻度に影響する可能性がある変数

- デモグラフィック変数
 - 性別／年齢／結婚状態／学歴／個人年収
- 勤務状況
 - 顧客等外部の人との接触頻度：外部の人と業務で接触する人の方が身だしなみに気を使う？
 - 役職者か一般社員か：役職者の方が気を使う？
 - 勤務先の規模：組織内広報制度の有無は勤務先の規模で偏りがあるので、広報制度の有無に効果があるのか、規模に効果があるのか確認する必要がある
- 勤務先への態度
 - 勤務先に愛着があるか：愛着がある方が気を使う？
 - 経営理念を理解しているか：経営理念が浸透している方が広報マインドが醸成され、身だしなみにも気を使う？
- 外見に関する意識
 - ビジネスへの外見の影響：ビジネスに外見が影響すると考える人の方が気を使う？
 - 自意識：周りにどう見られているか気になる人の方が気を使う？

結果(2)組織内広報に関する結果

裁量職務行動と身だしなみ行動の頻度を従属変数とする重回帰分析(設問・尺度の詳細は予稿集参照)

	裁量職務行動(合算)		身だしなみ行動(合算)	
	β		モデル1 β	モデル2 β
デモグラフィック変数				
性別(男=1女=2)	.070 *		0.366 ***	0.337 ***
年齢	.002		0.049	0.042
結婚状態(未婚=1既婚=2)	.051		-0.041	-0.043
大卒以上(ダミー)	.078 **		0.011	0.017
年収300万以下(ダミー)	-.022		-0.021	-0.033
年収800万以上(ダミー)	.027		-0.029	-0.037
勤務状況				
顧客等との接触頻度	.141 ***		0.152 ***	0.117 ***
管理職役員経営者(ダミー)	.078 **		0.076 *	0.073 *
勤務先1000名以上(ダミー)	-.020		0.036	0.029
勤務先への態度				
勤務先が好きだ	.160 ***		0.004	0.01
自分は勤務先の経営理念やビジョンを理解している	.360 ***		0.179 ***	0.123 ***
外見に関する意識				
ビジネスへの外見の影響評価(合算)				0.201 ***
自分がどのような印象を与えているかが気になる				0.086 ***
組織内広報制度の有無(ダミー)				
社内報(紙)	.006		-0.069	-0.076
社内報(ネット)	.040		0.04	0.036
トップとミーティング	.173 ***		0.088 *	0.068 *
社内SNS	-.043		0.015	0.043
定数	7.088 ***		13.996 ***	5.959 ***
R2乗(調整済み)	.363		.209	.268
N	997		997	997

考察と実務への活用

● 考察

● 外見リスクに関して

- ・性別: 外見に関する意識は女性の方が概して高いが、外見を原因とした忌避経験者の比率は男女差がなかった
- ・年代: 若い世代の方が忌避経験者の比率が高い
- ・個人年収階層: 年収が高い方が忌避経験者の比率が高い

● 組織内広報に関して

- ・組織規模: 従業員規模が大きい組織の方が、組織内広報制度が整備されている
- ・組織内広報の有無の身だしなみ行動への効果:
トップとのミーティング制度があると、身だしなみ行動の頻度が増える

*White, Vanc & Stafford (2010) は大学職員へのインタビュー調査から、職員が「自分たちは重要な存在である」と感じるには対面的なメッセージ(特にトップの)が重要だと報告している

←組織内広報では、単なる情報共有ではなく、対面的なコミュニケーションが重要？

● 実務への活用

- 個人年収が高い人とのビジネス・コミュニケーションでは、外見リスクによって忌避されるなどリスクがより高いことが確認できた。
- 特に取引先とのコミュニケーションにおいては個人任せにするのではなく、会社として教育機会を提供する必要があるといえる。