

要旨

1. 研究の背景

厚生労働省が 2022 年に実施した調査によると、2019 年 3 月に大学を卒業して就職した新卒社員のうち、3 年以内に仕事を辞めてしまう人は 31.5%である。離職率の高さによる人材不足が懸念される現在において、若手の離職率の低減に繋がるルール・対人関係などの観点からコミュニケーション手法を研究する。

2. コミュニケーションの課題

我々を取り巻く環境は日々変わってきている。例えばコロナ禍においてリモートワーク・ハイブリットワークの増加による意思疎通の難しさや、価値観の多様化に伴う昔とは違う考え方によるすれ違いである。このような環境変化の中、人間関係・価値観の多様化・リモートワークの 3つの観点からコミュニケーションにおける課題を洗い出した。

我々はこれらの課題を解決するコミュニケーション手法の足がかりとして、心理的安全性に注目した。

3. 心理的安全性とは

心理的安全性とは、心理学用語で「チームの他のメンバーが自分の発言を拒絶したり、罰したりしないと確信できる状態」と定義されている。

心理的安全性の重要性を証明した例としてプロジェクトアリストテレスがある。このプロジェクトは、Google 社が発表した生産性が高いチームの条件が何かを見つけ出すものであり、その中でチームを成功へと導く柱の一つとして心理的安全性が挙げられた。

なお心理的安全性は、話しやすさ因子・助け合い因子・挑戦因子・新奇歓迎因子の 4つの因子で構成されている。心理的安全性が高いと、提案が活発になり、ポテンシャルが最大限に発揮でき、快適に仕事ができるようになった結果、職場への定着率が上がるという好循環のサイクルが生まれると想定される。

4. 検証方針

先に挙げた課題の中で、それぞれの課題が心理的安全性のどの因子に結びついているのかを考えた。

- ・人間関係の課題 : 話しやすさ因子・助け合い因子
- ・価値観の多様化の課題 : 挑戦因子・新奇歓迎因子
- ・リモートワークの課題 : 話しやすさ因子・助け合い因子

上記の通り、3つの課題の内、2つに話しやすさ因子と助け合い因子が結びつくため、より重要な因子であると考え、この2つの因子を対象を絞り、研究を進めることとした。

また、心理的安全性を高める施策は、一般的にリーダー視点によるものであるが、リーダー以外の 20 代の視点から心理的安全性を高めることはできないかと考えた。

要旨

5. 検証方法

我々は心理的安全性の因子毎に以下の施策を考案した。

- ・話しやすさ因子 : 上司への印象改善インタビュー
- ・助け合い因子 : Web ミーティング時の個人の状態アピール

『上司への印象改善インタビュー』は、上司に対する話しにくい印象を改善し、お互いに話しやすい印象に変える施策である。

『Web ミーティング時の個人の状態アピール』は、心身の健康状態について、コロナ禍前では入社することで顔色や服装のみだれ等でお互いに気づくことができていたが、リモートワークでは難しくなっている。そのような状況を改善し、リモートワーク時でもメンバー間での助け合いを促進する施策である。

6. 検証結果

『上司への印象改善インタビュー』の検証結果は、上司に対する話しにくい印象がなくなり、もっと話をしてみたいと思うようになった結果、雑談が増えコミュニケーションが活発になった。

『Web ミーティング時の個人の状態アピール』の検証結果は、リモートワーク時でもメンバーの心身の健康状態の良し悪しがひと目でわかるようになり、メンバー間での助け合いを促進できた。

7. まとめ・提言

今回の研究ではあえて若手からのアプローチで心理的安全性を高める方法について検証したが、職場の心理的安全性を高める施策を取ることができるのは、何も若手だけではない。職場の人間関係を改善するためには、若手、上司の立場に関係なく、心理的安全性を高めるように努め、また行動を起こしている人を見かけたら、周囲からサポートするよう心がけることも重要である。その結果として、定着率の高い働きやすい職場を作ることができるのではないだろうか。

※ 厚生労働省「新規学卒就職者の離職状況(平成 31 年 3 月卒業者)」(閲覧日:2023/1/17)

https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000177553_00005.html

※ Google LLC「効果的なチームとは何かを知る」(閲覧日:2023/1/17)

<https://rework.withgoogle.com/jp/guides/understanding-team-effectiveness/#help-teams-take-action>

※ Google は Google LLC の商標または登録商標です。

文章内の記載の会社名および製品名は、各社の登録商標または各社に帰属する標章もしくは商号です。