

オンラインコミュニケーションが職場に及ぼす影響に関する調査結果 -2018年11月調査

【はじめに】

Chatwork 株式会社では、「Chatwork」というビジネスチャットの開発・販売をおこなっております。ビジネスチャットは、従来のコミュニケーションツールに比べ、コミュニケーションのとりやすさ・障壁の低さが良いことは体感的には多く知られるところとなりましたが、いまだ学術的にその効果が明らかにされているものは多くはありません。

当社では、2018年度より学術的な視点からビジネスチャットの効用を明らかにすることを試みており、本調査はその第1回目の結果です。

【目次】

1. 要旨(本調査の結果概要)
2. オンラインコミュニケーションの定義
3. 調査方法の概要
 - i. 調査機関および先行研究
 - ii. 分析のモデル
4. 調査結果
 - i. オンラインコミュニケーションを促進する要因は何か
 - ii. オンラインコミュニケーションが職場および個人に及ぼす影響
 - iii. 中途採用者と新卒採用者との差異

【調査概要】

- (1) 調査期間:2018年9月-2018年11月
- (2) 調査対象
 - 1 Chatwork ユーザー且つ Chatwork 導入から十分日数が経過している企業
 - 2 社員数 20~300 人規模の企業
- (3) 調査データ:4社,310人
- (4) 質問票によるアンケート調査(WEB 調査)

〈本件に関する照会先〉
マーケティング部 越ヶ谷(marketing@chatwork.com)

1. 要旨(本調査の結果概要)

オンラインコミュニケーションの効用として【A:オンラインコミュニケーション(以下「OC」)への積極性】、【B:OCの仕事への有意義性】、【C:OCのコミュニケーションへの有意義性】の3つの因子が抽出された。

その中でも最も多く個人に及ぼす影響が多かった【B:OCの仕事への有意義性】についての成果を要旨としたい。すなわち、「Chatworkは仕事を進めるうえで有意義である」という主観は、以下の5つに影響を及ぼしていることがわかった。

- 1 モチベーション($\beta = .228, p < .01$)
- 2 組織コミットメント($\beta = .213, p < .01$)
- 3 離職意思(の低減)($\beta = -.210, p < .01$)
- 4 成長感($\beta = .197, p < .01$)
- 5 文化的社会化(会社の慣習や暗黙のルール、人間関係などの理解)($\beta = .194, p < .01$)

2. オンラインコミュニケーションの定義

本調査における「オンラインコミュニケーション」とは、Shannon and Weaver(1949)のモデルに則り、情報発信者がなんらかの情報・意図を特定のチャネルを通し受信者に伝えることを想定した。なお、ここでいう特定のチャネルは、テキストチャット・ビデオチャット・ボイスチャットのいずれか、またはそれらを複合したコミュニケーション(Chatwork)を指しており、一般的なメールツールを用いたコミュニケーションは含んでいない。

3. 調査方法の概要

i. 調査機関および先行研究

調査モデルの設計および分析は、甲南大学経営学部経営学科の尾形真実哉教授に依頼した。尾形教授の論文「中途採用者の組織適応モデルの提示(2018)」では、中途採用者が組織適応を進めるうえで「人的ネットワーク(know-whom)」を構築することが肝要であるという結論がある。

当研究所では、その人的ネットワーク構築が、オンライン、すなわちビジネスチャットでも補完できるという仮説をもち、尾形教授に調査分析を依頼した。

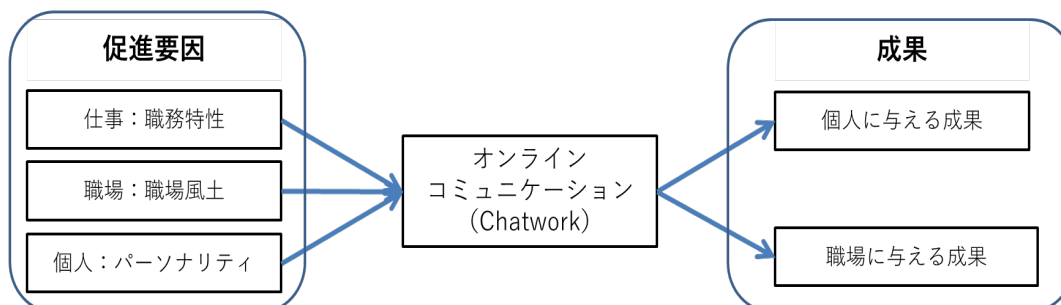
【尾形教授プロフィール】

- 神戸大学大学院経営学研究科博士後期課程(経営学)修了
- 専門:組織行動論、経営組織論
- 研究テーマ:若年就業者と中途採用者の組織適応に関する研究や育成型リーダーの育成に関する研究など
- 著書:『人材開発研究大全』『日本のキャリア研究』など(分担執筆)
- 論文:「若年就業者の組織適応エージェントに関する実証研究:職種による比較分析」『経営行動科学』第25巻第3号など多数。2014年人材育成学会賞論文賞受賞

ii. 分析のモデル

職務特性、職場風土、パーソナリティの3つを促進要因とし、それらがオンラインコミュニケーションにどのような影響をもたらすのか、またその影響が個人や職場にどのような成果をもたらすのかを分析した。

- 1 【成果】Chatwork を利用することで、個人・職場にはどのような成果をもたらすのか
- 2 【促進要因】また、職務特性、職場風土、個人特性が、なんらかオンラインコミュニケーションに影響を及ぼすのか



		用いられる変数	
促進 要因	仕事:職務 特性	どのような特徴 の仕事が OCを促進する のか?	職務自律性, スキル多様性, 組織外との相互作用, タスク完結性, タスク多様性, 問題解決, タスク依存性, 仕事の複雑さ
	ストレス:職 務ストレス	どのような職務 ストレスが OCを阻害する のか?	過度の圧迫, 過度の負担, 役割曖昧性
	職場:職場 風土	どのような職場 の特徴が OCを促進する のか?	コミュニケーションの活発さ, 同僚の忙しさ, 革新意識, 競争意識, 学習意識
	個人:パー ソナリティ	どのような個人 が OCを有意義に 用いるのか	コミュニケーションスキル, 内向性, ネットワーク活用力, ネットワーク構築力

		用いられる変数	
成 果	個人への成 果	主観的業績, 組織コミットメント, 組織社会化, 成長感, モチベーション, 離職意思 (-)	
	職場への成 果	チームワーク, 職場パフォーマンス,	

質問票の概要

- 1 WEBでのアンケート調査
- 2 5段階で回答(非常によくあてはまる-どちらでもない-全くあてはまらない)
- 3 所属企業、性別、勤続年数、採用経緯(新卒・中途等)、雇用形態、所属部署の属性で分類

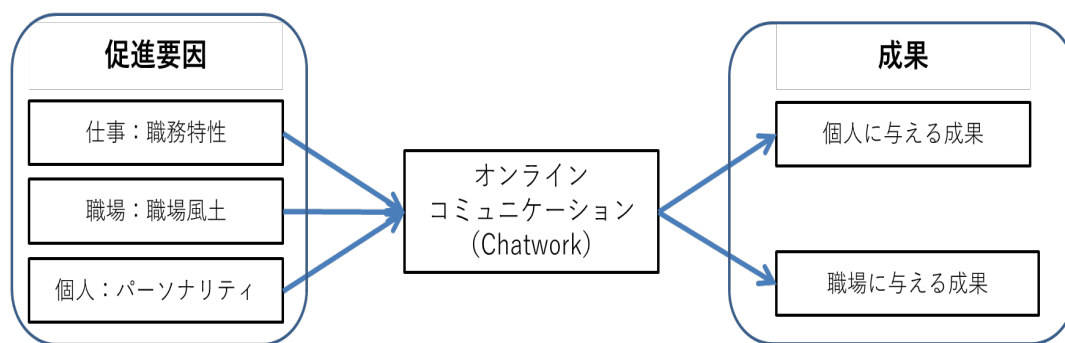
4. 調査結果

i. オンラインコミュニケーションを促進する要因は何か

因子分析の結果、OC利用の特徴は以下3つに分類された。

- A) OCへの積極性:
「OCを積極的に利用している」
- B) OCの仕事への有意義性
「OCは、仕事の成果に重要な役割を果たしている」
「OCは、仕事の情報収集に非常に有益である」
- C) OCのコミュニケーションへの有意義性
「OCは、それほど親しくない人とも情報交換がしやすい」
「OCは、質問がしやすい」

因子分析で抽出された3つの側面を何が促進するのか。「仕事の特徴」「職場の特徴」「個人のパーソナリティ」の3つの観点から分析する。分析モデルは、以下の赤ボックスで囲まれた箇所。



以下が分析結果。

職場特性	職場の革新意識 ($\beta = .139, p < .10$)	OC への積極性
職務特性	組織外との相互作用 ($\beta = .132, p < .05$)	
	タスク依存性 ($\beta = .120, p < .05$)	
	ネットワーク活用力 ($\beta = .230, p < .001$)	
個人特性	ネットワーク構築力 ($\beta = .115, p < .10$)	
	内向性 ($\beta = -.139, p < .10$)	
<hr/>		
職場特性	職場の学習意識 ($\beta = .148, p < .10$)	OC の仕事への 有意義性
職務特性	タスク依存性 ($\beta = .145, p < .05$)	
職務ストレス	タスク完結性 ($\beta = -.120, p < .10$)	
	役割曖昧性 ($\beta = -.100, p < .10$)	
個人特性	ネットワーク活用力 ($\beta = .306, p < .001$)	
<hr/>		
職場特性	職場の競争意識 ($\beta = .175, p < .01$)	OC のコミュニケーションへの 有意義性
職務特性	タスク完結性 ($\beta = .141, p < .05$)	
職務ストレス	仕事の複雑さ ($\beta = .110, p < .10$)	
	過度の圧迫 ($\beta = -.171, p < .05$)	
	コミュニケーションスキル ($\beta = .251, p < .001$)	
個人特性	ネットワーク活用力 ($\beta = .208, p < .01$)	

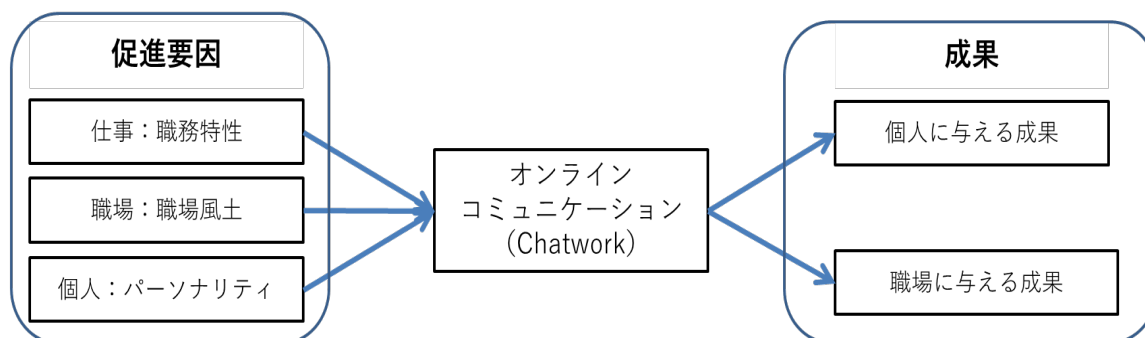
「OC への積極性」を促進する要因は、職場の革新意識が高いこと、組織外との仕事が多いこと、職場内のメンバー間の仕事の依存度を高めること(タスク依存性)、ネットワークを構築する能力と活用する能力のある個人であることが重要である。一方で、「OC の仕事への積極性」を阻害するのは内向的な性格であることが分かった。

「OC の仕事への有意義性」を促進する要因は、職場メンバーの学習意欲が高い職場であること、職場内のメンバー間の仕事の依存度を高めること(タスク依存性)、ネットワーク活用力のある個人であることが重要である。一方、「OC の仕事への有意義性」を阻害してしまうのは、タスク完結性(最初から最後まで自分で仕事を終わらせること)であった。最初から最後まで自分ひとりで仕事を完結させられるのであれば、OC を用いて情報交換や情報収集を行う必要はなく、そのような仕事に取り組む個人は、OC の仕事への有意義性を低下させてしまうと考えられる。また、職場内での役割は曖昧(役割曖昧性)であればあるほど、OC への仕事への有意義性を低下させてしまうことが分かった。

「OC のコミュニケーションへの有意義性」を促進する要因は、競争意識の高い職場、タスク完結性の高い仕事、複雑な仕事であることが分かった。複雑な仕事であれば、色々と相談せざるを得ない状況になり、OC でコミュニケーションを取り合うことを促進すると考えられる。また、個人特性としては、コミュニケーションスキルのある個人とネットワーク活用力のある個人が、OC のコミュニケーションへの有意義性を促進することが分かった。一方で、過度の仕事負荷による圧迫は、コミュニケーションへの有意義性を阻害してしまうことが分かった。多くの仕事を抱え込み、それをこなすことで頭がいっぱいになり、コミュニケーションを取ることが後回しになっている可能性がある。

ii. オンラインコミュニケーションが個人と職場に与える効果

次は、オンラインコミュニケーションが、個人と職場にどのような効果を生み出すのかについて分析を行う。分析モデルは、以下の赤ボックスで囲まれた箇所。



以下が分析結果。

OC への積極性	個人への成果	主観的業績 ($\beta = .147, p < .05$)
	職場への成果	—
OC の仕事への有意義性	個人への成果	モチベーション ($\beta = .228, p < .01$)
		成長感 ($\beta = .197, p < .01$)
		組織コミットメント ($\beta = .213, p < .01$)
		文化的社会化 ($\beta = .194, p < .01$)
		ネットワーキング __ Know-whom ($\beta = .159, p < .05$)
職場への成果	離職意思 ($\beta = -.210, p < .01$)	
	チームワーク ($\beta = .161, p < .05$)	

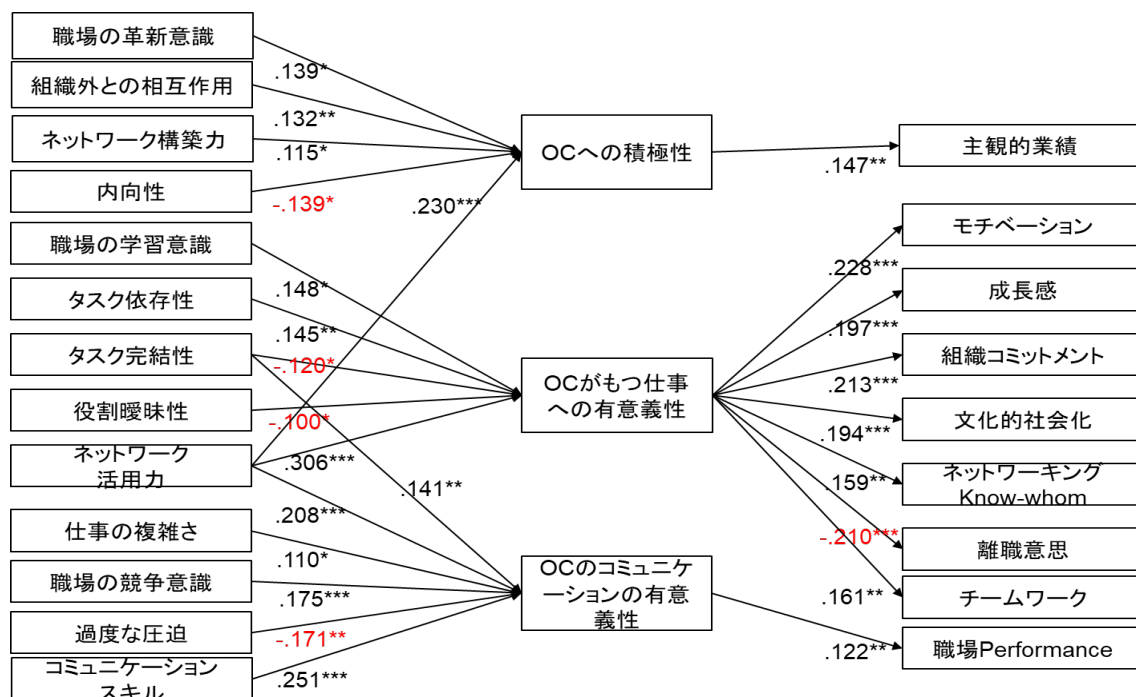
個人への成果
 OCのコミュニケーションへの有意義性
 職場への成果
 職場パフォーマンス ($\beta = .122, p < .05$)

「OCへの積極性」は、主観的業績に影響を及ぼす。OCへの積極性は主観的業績につながるということが分かった。

「OCの仕事への有意義性」は、最も多くの成果に結びついていることが分かった。まず、個人への成果としてモチベーション、成長感、組織への愛着(組織コミットメント)、組織文化への適応(文化的社会化)、Know-whom(誰が何を知っているのかの知識)、離職意思の低減という効果を生み出している。また、「OCの仕事への有意義性」は、職場のチームワークを高めることが分かった。

「OCのコミュニケーションへの有意義性」は、個人には効果を生み出していなかった。一方で、職場のパフォーマンスにつながっていることが分かった。

以上の「OCを促進する要因」と「OCが生み出す効果」のをまとめたのが、以下の図となる。



iii. オンラインコミュニケーションの効果の比較—新卒採用者と中途採用者

オンラインコミュニケーションは、中途採用者の組織への適応を促進すると考えられる。

- 1 尾形教授の従来の研究では、中途採用と新卒採用で差があるとされていた(新卒のほうが良い結果となる)。これは、一般的に、新卒採用者に比べて、中途採用者の組織導入トレーニング(オンボーディング)はそこまで手厚くなく、それでいて早期に結果を出すことが求められるという難しい状況に起因すると考えられる。

- 2 尾形教授の研究では、こうした中途採用者の組織定着がうまくいかない理由を分析し、それを「中途ジレンマ」と名付けている。また、その中途ジレンマを解消する方法として、人的ネットワークの構築がパフォーマンス創出につながり効果的であるとしている。
- 3 今回の調査では新卒採用と中途採用に統計的な差異があるとは認められなかった。これは、OC(Chatwork)が、中途採用者の組織適応を促進し、ジレンマを解消する作用がある可能性を示唆しており、中途採用者の早期パフォーマンスアップ・組織定着化、ひいては、離職防止に効果的である可能性を示している。

0=新卒採用者, 1=中途採用者

	採用方法	度数	平均値	標準偏差
主観的業績	.00	50	2.7900	1.02564
	1.00	254	2.9882	.86079
モチベーション	.00	50	3.9700	.82937
	1.00	254	3.9606	.80046
成長感	.00	50	3.4200	.88271
	1.00	254	3.5354	.80924
組織コミットメント	.00	50	3.8400	.88893
	1.00	254	3.7205	1.00719
文化的社会化	.00	50	3.7500	.63487
	1.00	254	3.7106	.68433
職業的社会化	.00	50	3.2133	.86441
	1.00	254	3.2953	.76303
離職意思	.00	50	2.5700	1.17807
	1.00	254	2.6043	1.06690
ネットワーキング_Knowwhom	.00	50	3.7133	.60986
	1.00	254	3.8241	.67884
ネットワークの数	.00	50	3.4333	.76857
	1.00	254	3.3045	.84818

全ての成果変数で新卒採用者と中途採用者の間に有意な差はなかった。つまり、オンラインコミュニケーションの存在が、新卒採用者と中途採用者の間の上記の変数の差を生じさせていない可能性がある。

特に、ネットワークの「Know-whom」と「ネットワークの数」は、新卒採用者と中途採用者の間で差が生じ易いと考えられるが、そこに差が生じなかったのは、オンラインコミュニケーションが何らかの役割を果たしている可能性が考えられる(統計的には未検証)。

【考察 特筆すべき実務応用性】

以上の調査から、オンラインコミュニケーションがもたらす個人・職場へ有用な影響は以下のようなものと考えられる

- 1 パーソナリティ 組織に存在する様々なコミュニティを活用し、自らの経験やベネフィットに転換することができる「ネットワーク活用力」がある人材は、オンラインコミュニケーションをもっとも有効に活用する事ができる。
- 2 組織風土 他拠点の事業、あるいは複雑な勤務体系で、組織成員が一同に会することが

できない組織では、今後 OC が活躍することが大いに考えられる。

- 3 職務特性 個人で完結しないような職務デザインが有効といえる。仕事を進めるうえで、他部署や上位職、あるいはチーム内でレビューを実用とするなど、なんらかコミュニケーションを介する仕組みが有効といえる。
- 4 具体的利用シーン「離職防止への効果」OC を組織導入トレーニング(オンボーディング)に利用することで、パフォーマンスアップ・組織定着化、ひいては離職防止に効果を期待することができる。これは中途採用者に特に有効であり、「中途採用者のジレンマ」と呼ばれる、中途採用者特有の組織定着に関する課題を解消する作用がある。

【最後に】

以上の結果から、OC(Chatwork)が、個人・職場へ有用な影響をもたらすことが確認できた。しかし、導入すれば自動的に結果が出るのではなく、職務・職場・個人、それぞれの特性条件を如何にそろえる必要があるかということも確認できた。これは今後のユーザー企業のオンボーディングにも反映できると考える。

また、中途採用者のジレンマを解消する可能性があることが確認できたことは、今後の労働市場の効率的なマッチングに寄与できると考える。

以上