

「働き方改革」が叫ばれた2017年 離職率改善に向け意外な盲点！？
社内から「顔と名前を覚えてもらっている」と感じる人ほど
離職意向は低下傾向に

「覚えられていない」と感じる人に比べ、3割以上も低いことが判明

～顔と名前が覚えられている人ほど、会社への満足度、仕事へのモチベーションが高い傾向に～

働き方改革をリードする株式会社カオナビ（本社 東京都港区、代表取締役社長 柳橋 仁機）が運営する、HRテクノロジーや組織・人事領域の先端研究機関「カオナビHRテクノロジー総研」は、20代～50代の会社員、男女600名を対象に「社内コミュニケーションと働き方」に関する調査を行いました。

労働力人口の減少が深刻となり、長時間労働の是正や多様な働き方の実現を目指した政府主導の「働き方改革」が進められている中で、企業としても時代に即した人材管理の対応を迫られています。今後は、社員一人ひとりの個を把握し引き出すことで、いかに生産性を上げていくかを人事だけでなく経営者も考えることが求められています。

そんな中、先日、厚生労働省が発表した調査^(※1)によると、新卒就職者の3年以内での離職率が2年ぶりに増加し、依然32.2%と高いことから、働き方改革が進むも人材管理が上手く進んでいないことがうかがえます。

そこで、個を把握する上で最も基本的な“顔と名前の認識”に着目し、一般社員600人に、「あなたは職場内でどのくらい認識されていると思いますか？」と質問したところ、社内の人から顔と名前が「よく覚えられている」「まあ覚えられている」^(※2)と感じる人は47.3%、「あまり覚えられていない」^(※2)と感じる人は52.7%という結果となり、半数以上の人から顔と名前が「あまり覚えられていない」と感じていることが分かりました。

調査結果の要旨は以下の通りです。

(※1) 「新規学卒者の離職状況（平成26年3月卒業者の状況）」2017年9月15日 厚生労働省

(※2) 認識されている割合 70～100%： 顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人
40～60%： 顔と名前が「まあ覚えられている」と感じる人
10～30%： 顔と名前が「あまり覚えられていない」と感じる人

調査サマリー

顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人は・・・

- 「あまり覚えられていない」と感じる人より、離職意向が高い人の割合が3割以上低い！
- 「あまり覚えられていない」と感じる人より、仕事へのモチベーションが高い人の割合が約4割高い！
- 会社への満足度が高い人の割合が6割超え！

【調査概要】

調査期間：2017年11月10日～11月13日

調査方法：インターネット調査

調査対象：従業員数100人以上1000人未満の会社で働く会社員（非管理職）

男女20歳～59歳

サンプル数：n=600

以下の年齢、性別でn=75ずつ均等割付で回収。

(20歳～29歳 男女 / 30歳～39歳 男女 / 40歳～49歳 男女 / 50歳～59歳 男女)

トピック① 離職率改善につながる！？顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人は「あまり覚えられていない」と感じる人より離職意向が高い人の割合が3割以上低かった！

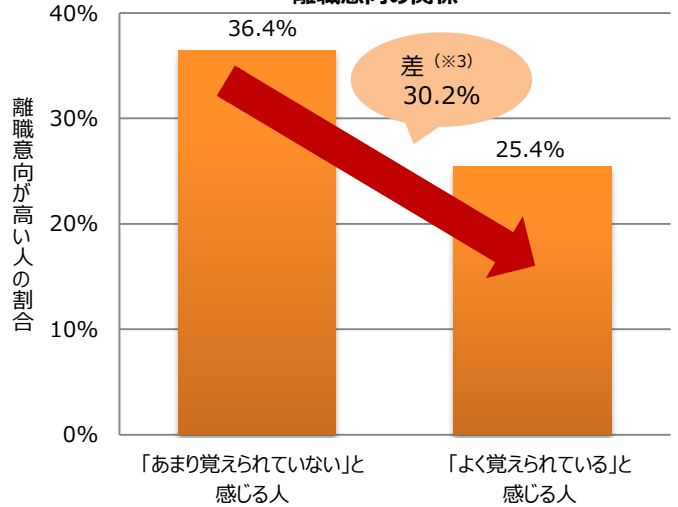
社内の人から顔と名前が覚えられていることによって、離職意向にどのような影響があるのかを調べてみました。【図1】

「あなたは、今の会社を辞めたいと思ったことはありますか？」という質問をしたところ、離職意向が高い人（辞めたいと「しばしば思う」「常に思っている」）の割合が、社内の人から顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人の中では25.4%、「あまり覚えられていない」と感じる人の中では36.4%という結果となりました。離職意向が高い人の割合は、「よく覚えられている」と感じる方が30.2%低く、「顔と名前を覚えられている」と感じるほど、離職意向が低下することが推測できます。

社員の離職を防ぐ解決策の一つとして、社員の名前を呼んで挨拶する、声をかけるなどして、社内の人から「顔と名前を覚えてもらっている」と認識させることが有効だと言えそうです。

(※3) 「あまり覚えられていない」と感じる人を100%としたときに、「よく覚えられている」と感じる人との差を割合で算出。これ以降の調査結果は、すべて値が大きい方を100%として、比較対象との差を割合で算出している。【図2】～【図6】も同様。

【図1】顔と名前が認識されている度合いと離職意向の関係



トピック② 顔と名前を覚えることが社員のモチベーションアップのカギ！？顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人は、「あまり覚えられていない」と感じる人と比べ仕事へのモチベーションが高い人の割合が約4割高いことが判明

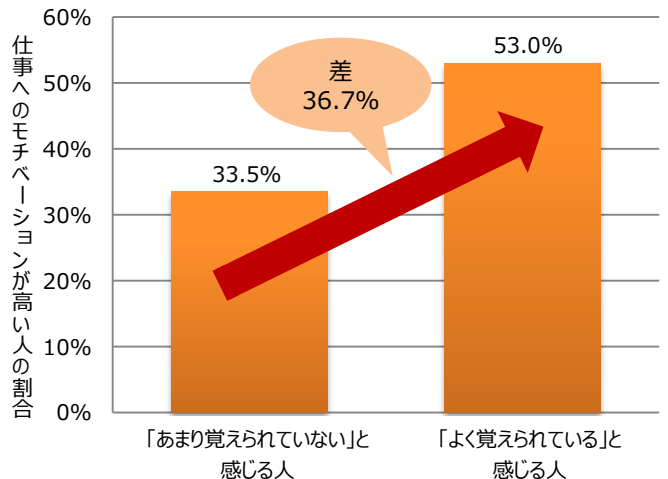
次に、社内の人から顔と名前が覚えられていることによって、仕事へのモチベーションにどのような影響があるのかを調べてみました。【図2】

モチベーションの高い人（モチベーションが「とても高いと思う」「高いと思う」）の割合が、顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人の中では53%、「まあ覚えられている人」と感じる人の中では41.7%、「あまり覚えられていない」と感じる人の中では33.5%という結果となりました。

「よく覚えられている」と感じる人の方が、「あまり覚えられていない」と感じる人と比べ、モチベーションが高い人の割合が約4割高く、また「顔と名前を覚えられている」と感じる度合いに比例して、モチベーションが高い人の割合は増加傾向にあることも分かりました。

「顔と名前を覚えられている」ことで、自身が認識されていることに喜びを感じ、自信につながるため、仕事へのモチベーションが上がるのではないのでしょうか。

【図2】顔と名前が認識されている度合いと仕事へのモチベーションの関係



トピック③顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人の中で会社への満足度が高い人の割合は6割超え！

「あまり覚えられていない」と感じる人より24.1%高いことが判明

社内の人から顔と名前が覚えられていることによって、会社への満足度にどのような影響があるのかを調べました。【図3】

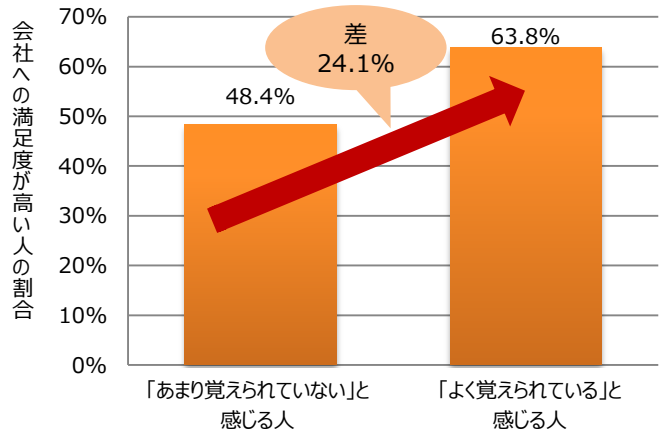
会社への満足度が高い人（「大変満足している」「満足している」「やや満足している」）の割合が、顔と名前が「よく覚えられている」と感じる人の中では63.8%、一方、「あまり覚えられていない」と感じる人の中では48.4%という結果となり、「よく覚えられている」と感じる人の方が24.1%高いことが分かりました。

また、モチベーションと同様に、会社への満足度が高い人の割合は、「顔と名前を覚えられている」と感じる割合が高くなるほど増加傾向にあり、「顔と名前を覚えられている」と感じるほど、社員の満足度が上がると推測できます。

ここまでの調査結果から、社内の人から「顔と名前を覚えられている」と感じることで、仕事に対するモチベーションだけでなく会社への満足度も上がることが分かりました。職場内で「顔と名前を覚えられている」と感じるということがいかに重要であるかがみてとれます。会社に満足しモチベーション高く働くことによって、結果的に「辞めたい」と思う気持ちの解消につながるのではないのでしょうか。

「顔と名前を覚えられている」ことが、脳科学や心理学的な観点でみてどのように作用しているのか、早稲田大学研究戦略センター 枝川義邦教授に伺ってみました。

【図3】顔と名前が認識されている割合と会社への満足度の関係



早稲田大学研究戦略センター 枝川義邦教授

早稲田大学研究戦略センター教授（早大ビジネススクール兼任講師）。

1998年東京大学大学院薬学系研究科博士課程修了、博士（薬学）。

2007年早稲田大学ビジネススクール修了、MBA（経営学修士）。

同年早大スーパーテクノロジーオフィサー（STO）の初代認定を受ける。脳の神経ネットワークから人間の行動まで、マルチレベルな視点による研究を進めており、経営と脳科学のクロストークを基盤とした執筆や研修も行っている。著書に『「脳が若い人」と「脳が老ける人」の習慣』（明日香出版社）、『記憶のスイッチ、はいってますか』（技術評論社）、『タイプが分かればうまくいく！コミュニケーションスキル』（共著、総合法令出版）など。最近のメディア露出はNHK総合「視点・論点」、「記憶力UPゲーム シーホースパワー」、テレビ朝日「モーニングショー」、日本テレビ「スッキリ！！」、毎日放送「林先生が驚く 初耳学」、日本経済新聞 NIKKEI STYLE、日経WOMAN、プレジデント、anan 等

顔が見える組織運営の大切さ

人間は自身が属するコミュニティがあることを求めます。これは、幼少期から生じる本能的な欲求であり、大人になっても「自分の居場所」がないことは大きな不安感に繋がります。

顔と名前を覚えられていることは、その場所を「自分の居場所」だと強く感じられるようにするので、安心感が増すことやそのコミュニティに対するコミットメントを感じることに繋がります。また、「知っている顔がいる」と思える場所には親近感も増し、さらに、その場所でコミュニケーションがうまく行ったという体験があれば、なお選好性も増していきます。

逆に、居場所がないと不安を覚えやすく、仕事に対して力を発揮するはずのところ、本筋とは違う情報処理に脳の働きを向けざるを得なくなり兼ねません。自分の職場なのに、いつまでもアウェー感が漂っては、せっかくの能力を存分に発揮したりモチベーションを向けることができなくなってしまいます。

仕事上の対人関係や管理状況がきちんと満たされていないと不満の原因になることが、人間の動機づけに影響を及ぼす要因として知られています。これは、モチベーションを高めるための要因とは別に働きかける因子なので、きちんと「顔が見える」組織運営をしていくことが組織内の不満を少なくすると共に、そのような組織では安心して自身のパフォーマンスを発揮できるというモチベーションも上がっていくといえるでしょう。

「覚えられている」だけでなく自身が「覚えている」ことも大切だった！

社員同士が顔と名前を覚え合う組織こそ社員もモチベーションや会社への満足度が高く、離職率が低下する！？

今回の調査では、社内の人から顔と名前が「覚えられている」だけでなく、自身が「覚えている」ことによって、離職意向やモチベーション、会社満足度にどのような影響があるのかも調べてみました。

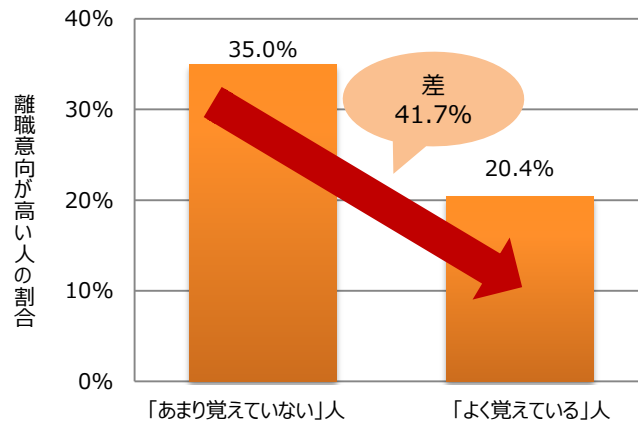
まず、離職意向の変化を見ると、離職意向の高い人が、社内の人を顔と名前を「あまり覚えていない」人（認識している度合い10%～30%）の中では35.0%、一方で顔と名前を「よく覚えている」人（認識している度合い70%～100%）の中では20.4%という結果となりました。離職意向が高い人の割合は、「よく覚えている」人の方が4割以上低く、社員の顔と名前を覚えているほど離職意向は低下傾向にあると推測できます。【図4】

次に、満足度やモチベーションの変化を見ると、社内の人を顔と名前を「よく覚えている」人ほど、会社への満足度やモチベーションが高い人の割合が増加することが分かりました。【図5】 【図6】

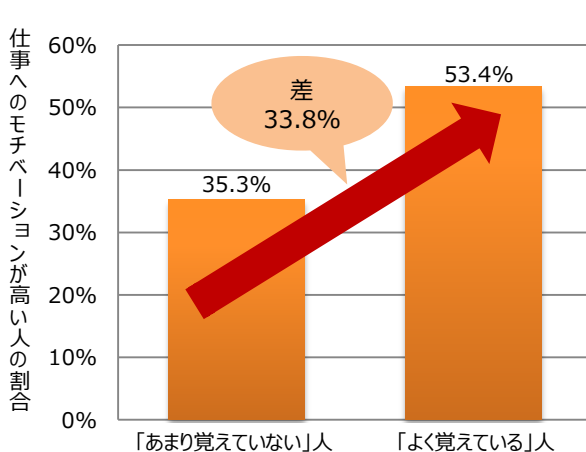
顔と名前を覚えることによって社内の人とのコミュニケーションが活発となり、仕事もスムーズに進みやすくなるため、仕事へのモチベーション、さらには会社満足度が上がるのではないのでしょうか。顔と名前を覚えられるだけでなく、覚えることも自身がモチベーション高く働くに当たり重要だと言えます。

離職率改善や社員のモチベーションアップのためには、社員が互いに、顔と名前を「覚えている」「覚えられている」と感じる“顔と名前が一致する組織”を目指すことが近道と言えるのではないのでしょうか。

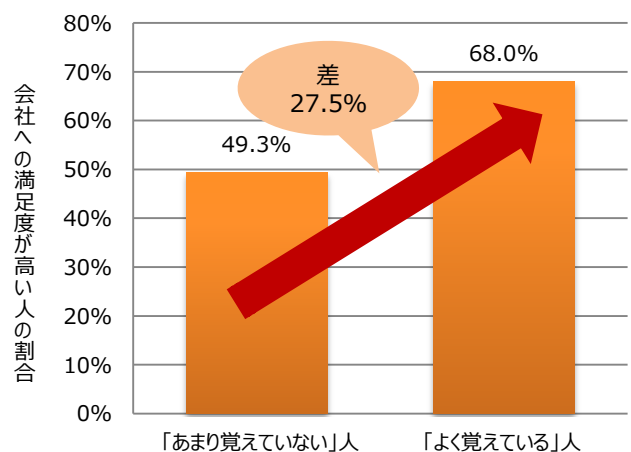
【図4】顔と名前を認識している度合いと
離職意向の関係



【図5】顔と名前を認識している度合いと
仕事へのモチベーションの関係



【図6】顔と名前を認識している度合いと
会社への満足度の関係



■ クラウド人材プラットフォーム『カオナビ』について

『カオナビ』は、顔写真が並ぶシンプルな画面から一元化された人材情報をクラウド上で簡単に共有できるプラットフォームです。社員の顔や名前、経験、評価、スキル、才能などの人材情報を一元管理して可視化することで、最適な人材配置や抜擢といった人材マネジメントの効率化とともに企業の生産性向上に貢献しています。

サイバーエージェント、日清食品ホールディングス、テルモ、トゥモローランド、VOYAGE GROUPなど、現在700社以上の成長企業で人材マネジメントのプラットフォームとして活用されています。

製品サイト：<https://www.kaonavi.jp>



■ カオナビHRテクノロジー総研について

「カオナビHRテクノロジー総研」は、「HRテクノロジー」や「ピープルアナリティクス^(※)」など、組織・人事領域をテーマにした調査・研究・情報発信を行う総合研究所です。2018年2月にはサイトを開設し、「HRテクノロジー」に関するレポートや各種の情報発信を継続的に行っていく予定です。HRテクノロジーの進化発展とともに、企業の人事・組織課題の解決、競争力向上に貢献していきます。

所在地	: 東京都港区南青山2-31-8 Daiwa南青山ビル 4階
設立	: 2017年12月
所長	: 内田 壮
研究領域	: ・HRテクノロジー（IT、新技術を用いた人事・組織施策） ・ピープルアナリティクス（人材データの分析・活用） ・組織・人事課題の解決
活動内容	: ・「HRテクノロジー」「ピープルアナリティクス」における調査・研究 およびレポート等による情報発信 ・人事・組織に関する調査・研究・情報発信 ・産学連携による共同研究

※従業員データを収集・分析し、その結果を社内環境の整備や業務の効率化、人材マネジメントに生かす手法のこと。

■ 株式会社カオナビについて

株式会社カオナビは、「顔と名前が一致しない。」という悩みを解決すべく誕生したクラウド人材プラットフォーム「カオナビ」を運営しています。人材マネジメントにおけるプラットフォームとして、日本の「働き方」を変えていきたいと考えています。

所在地	: 東京都港区南青山2-31-8 Daiwa南青山ビル 4階
設立	: 2008年5月27日
資本金	: 3億1585万円
代表者	: 代表取締役社長 柳橋仁機
事業内容	: クラウド人材プラットフォーム『カオナビ』の開発・販売・サポート
会社HP	: https://corp.kaonavi.jp/

※ 本リリースに記載されている会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。

※ プレスリリースに掲載されている内容、サービス／製品の価格や仕様その他の情報は、発表時点の情報です。予告なく変更する場合があります。