

感謝のデジタル化と信頼関係の向上に関する実験

渡部 佳織[†] 山本 純一[†] 菅原 収吾[†] 浅沼 爽汰[†]

NEC ソリューションイノベータ株式会社[†]

1. はじめに

ギャラップ社による「State of the Global Workplace Report 2021」によると、日本の従業員エンゲージメントスコアは 141 か国中最下位であり、企業にとって従業員エンゲージメントの向上が大きな課題の一つとなっている。

「仕事の要求-資源 (JD-R) モデル」によると、ワーク・エンゲージメントは仕事の資源によって高められ、仕事の資源には「何かあったら助けてくれるであろう」という上司や同僚からのサポートへの期待が含まれる。山岸[1]は、信頼を「自分にとって不利な行動を相手がとらないという期待」と定義しており、信頼と期待は強く関係している。一方、ALGOE[2]の「find-remind-and-bind」理論では、2 人の間で口頭によって感謝の気持ちを示すことが、対人関係における信頼を強化することを確認している。したがって、感謝による介入が信頼を仲介してワーク・エンゲージメントの改善に寄与すると考えられる。

私たちは、スマートフォンアプリを用いた感謝（以下、デジタル感謝）のワーク・エンゲージメントへの効果を研究している。現在の対面コミュニケーションが減少した状況では、デジタル感謝はより必要性が増している。私たちは、以前研究で、感謝を組織内で送り合うスマートフォンアプリを開発し、地方自治体役場内の実験によって、感謝ネットワークの複雑さとチーム内の実験前の信頼感に有意で強い相関 ($r=.80, p<.001$) があることを確かめた[3]。しかしこの実験では、デジタル感謝の介入効果は確かめられなかった。本稿の目的は、デジタル感謝の介入効果を実験的に確認することである。

2. 実験方法

実験参加者は、NEC ソリューションイノベータ株式会社調達部の 6 グループ 61 名であった。

実験は、2021 年 4 月から 8 月までの 5 ヶ月間に渡って行われた。初めに、心理状態を測定する事前アンケートに回答してもらい、次に 2 か月間にわたってデジタル感謝を送受信するスマートフォンアプリを利用してもらった。最後に事後アンケートに回答してもらい、2~3 か月後に実験結果を参加者に報告した。実験期間中は、アプリの利用推進を目的として、参加者全員に週 1 回電子メールを送信した。

アプリには、私たちが開発した NEC Thanks Card を使用した。アプリの主な機能は、感謝を示すスタンプに短いコメントをして送受信することであり、送受信された感謝データは、送信ユーザーID、受信ユーザーID、画像 ID、コメントとともにデータベースに格納される。

事前事後のアンケートには、独自開発した組織エンゲージメント[3]、チームの心理的安全性[4]、一般的信頼感[1]を使用した。組織エンゲージメントについては、「同僚への信頼」「上司への信頼」「風通しの良さ」「仕事の充実感」「組織への愛着」を抜粋した。回答には、リッカート式 7 件法を用いた。

3. 実験結果

本実験には 61 名が参加し、58 名（男性 50.0%、女性 41.4%、無回答 8.6%）が事前事後のアンケートに回答した。アプリで送られた感謝は、全体で 958 件であり、1 人あたりの平均送信数は 16.52 件、最大 87 件、最小 0 件であった。

表 1 に事前事後のアンケート結果の平均点の差分を示す。事業部全体では、同僚への信頼 ($\Delta = 0.24, p<.011$)、風通しの良さ ($\Delta = 0.25, p<.009$)、一般的信頼感 ($\Delta = 0.16, p<.032$) に有意差が見られた。特にチーム 3 では、風通しの良さ ($\Delta = 0.55, p<.018$)、チームの心理的安全性 ($\Delta = 0.32, p<.016$)、一般的信頼感 ($\Delta = 0.36, p<.007$) が改善した。

An Experiment on Digitalizing Gratitude and Improving Trust
[†] NEC Solution Innovators, Ltd.

表 1. 事前事後のアンケート結果の平均点の差分

	チーム1 (n=8)	チーム2 (n=2)	チーム3 (n=14)	チーム4 (n=14)	チーム5 (n=14)	チーム6 (n=6)	事業部 (n=58)
	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ	Δ
組織エンゲージメント							
同僚への信頼	0.46	0.17	0.21	-0.05	0.24	0.67*	0.24*
上司への信頼	-0.06	-0.75	0.25	0.05	0.45	0.42	0.19
風通しのよさ	0.00	0.25	0.55*	0.29	-0.05	0.54	0.25**
仕事の充実感	0.09	0.50	0.16	0.09	0.05	0.79	0.19
組織への愛着	0.38	-0.38	0.25	-0.11	0.11	0.21	0.12
チームの心理的安全性	-0.09	-0.57	0.32*	0.05	0.23	0.40	0.16
一般的信頼感	0.10	0.25	0.36**	0.06	0.05	0.28	0.16*

(*p < 0.05, **p < 0.01)

チーム 6 は、同僚への信頼 (Δ = 0.67, p < .041) に有意差が見られた。p < .10 の指標については、チーム数を増やすことで優位になる可能性がある。

表 2. アンケート結果の差分と感謝データ数の相関

		1人あたりの チーム 内感謝数 の平均値 (n=5)	1人あたりの チーム 間感謝数 の平均値 (n=5)
		r	r
事前事後のアンケート結果の平均点の差分	組織エンゲージメント		
	同僚への信頼	0.92*	0.81
	上司への信頼	0.18	-0.32
	風通しのよさ	0.42	-0.10
	仕事の充実感	0.90*	0.40
	組織への愛着	0.51	0.77
	チームの心理的安全性	0.35	-0.27
一般的信頼感	0.47	0.13	

(*p < 0.05)

表 2 に、事前事後のアンケート結果の差分とチーム毎に集計された感謝データ数の相関を示す。チーム 2 は、メンバー数が 2 名であり、1 人の心理的揺らぎがデータに反映されてしまったため、異常値として本表では除外した。チーム内の感謝データ数と同僚への信頼の差分の間に、強い正の相関がみられる。これは、デジタルデバイスによる感謝が、チーム内の信頼に影響を及ぼしていることを示している。また、チーム内の感謝データ数と仕事への充実感との間にも正の相関がみられた。

4. 考察

本実験では、デジタルデバイスを用いた感謝の介入により、同僚への信頼、風通しの良さ、

一般的信頼感が有意に改善された。一般的信頼感は見ず知らずの人に対する信頼を示し、同僚への信頼は見知っている職場の同僚に対する信頼を示す。つまりこの 2 つの指標は、自分と同程度の等級の人に対する信頼感を示す指標であると考えられる。

5. 結論

本研究では、デジタル感謝が信頼の改善を仲介してワーク・エンゲージメントの向上に寄与することを想定して、デジタル感謝がチーム内の信頼改善に寄与することを確かめる実験を行った。

実験の結果から、デジタル感謝とチーム内の信頼の変化に相関がみられ、改善効果が示唆された。これにより、デジタル感謝による介入がワーク・エンゲージメントの改善にも有効である可能性が高まった。

ただし、本実験では、アプリの継続利用を促すために電子メールによる介入を行っており、より多くのチームで利用する場合には障壁となる。今後の課題として、アプリケーション自体に継続利用を促す機能が必要である。

参考文献

- [1] 山岸俊男. 信頼の構造. 東京大学出版会, 1998.
- [2] ALGOE, Sara B. Find, remind, and bind: The functions of gratitude in everyday relationships. *Social and personality psychology compass*, 2012, 6.6: 455-469.
- [3] YAMAMOTO, Jun-ichi, et al. Digitalizing Gratitude and Building Trust through Technology in a Post-COVID-19 World—Report of a Case from Japan. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2022, 8.1: 22.
- [4] EDMONDSON, Amy C. Teaming: How organizations learn, innovate, and compete in the knowledge economy. John Wiley & Sons, 2012.