

連載 “Well-being” ことはじめ 第 48 回 働き方のホープを描く

臨床心理士・公認心理師・カウンセラー
三村 和子

本メルマガの 7 月号で、日本生産性本部「働く人の意識調査」(第 6 回、7 月 16 日)において指摘があったコロナ禍が長期化する中での「テレワーク疲れ」、そしてオンライン OJT について検討しました。この調査は 4 半期に一度継続して行われており、10 月 21 日に 7 回目の調査結果が公表されました。今回の調査では、以下の 5 つが主な特徴として取りまとめられました。プレスリリースより、見出しを引用します。

1. わが国の景況感：引き続き景況感に明るい兆し、楽観的な見通しは過去最多
2. ワクチン接種状況と感染不安：ワクチン接種も感染不安・外出自粛は一定程度継続
3. 希望する働き方とキャリアプラン：キャリアプラン、7 割弱が「特に考えていない」
4. 仕事能力の向上に責任を持つ主体：「働く人自身」が最多だが、割合は年代別で差
5. 働き方の変化：宣言・措置の全面解除後もテレワーク実施率は約 2 割で定着

この 5 つの中で、項目 5 のテレワーク実施率が 2 割で定着しているという特徴が気になりました。10 月というタイミング、つまり「国の緊急事態宣言・まん延防止等重点措置が全て解除された 9 月 30 日から約 10 日経っている」状況で行われたことによる影響であると想定される次のような言及があります。「全体のテレワーク実施率が低下しなかった背景には、一定程度の定着が見られる」こと、そして「リバウンド防止措置」等の事業者向け制限継続や中堅・大企業の慎重姿勢が寄与している」とあります。つまり、テレワークを積極的に推進しようということではなく、感染拡大予防を目的に出勤を自粛しようという姿勢であると想定できます。従来働き方にテレワークという選択肢を加え、そのことを継続して行うことによる変化を想定して、新しい価値を創り上げるとのこと、そして働く人それぞれのウェル・ビーイングを組織として支えるきっかけになるのではないかと期待していましたが、慎重な姿勢がとられているとのことで、とても残念に思います。

次に項目 3 の特徴が気になる内容です。キャリアプランの有無について、以下のような結果となりました。

<キャリアプランの有無：全体および年代別>

(単位：%)

	明確に 思い描いている	大まかに 思い描いている	特に 考えていない
全体：20代から60代	5.5	26.4	68.2
年代別			
20代	6.0	28.6	65.4
30代	5.8	30.8	63.5
40代	4.7	23.3	72.0
50代	3.8	26.1	70.1
60代	4.8	25.5	69.7

全体として7割近くが「特に考えていない」という結果に驚きます。そして、最も「特に考えていない」と回答した年代は40代で72.0%でした。この点について、調査では「業務経験を積むことで、自身のキャリアプランを明確につくり上げていく様子はない」とコメントされています。また、今の20代の多くは、中学・高校時代や大学などでキャリア教育を何等かの形で受けていると思われる世代です。未来を担う若者が自分の働き方を描けていない現状が想定されます。

大企業は人材育成上のキャリアプランを必須と考えて、積極的に推進していると考えている人は多いと思われます。しかし、同設問の従業員規模別の結果では、1001名以上が[明確に思い描いている]6.6%、[大まかに思い描いている]37.5%であり、これらを合わせた「思い描いている」割合がやっと45%近くであり、それでも5割に満たない状態です。何年か前に、希望する企業に就職したものの20代後半に転職した人から「数年経つと、入社時に描いたキャリアプランやキャリアパスについて、上司から全く話題にされなくなった」ことを退職の理由に述べられた方がいました。組織的なキャリアのPDCAがうまく機能していないことが想定されます。

以前の調査では、コロナ禍でOff-JTへの意欲は向上したとの報告がありましたが、この動きは資格取得や知識・技術を得るといった短期的な目標設定にすぎないという懸念があります。経済はもちろん、社会全体が停滞ムードに満ちているため、多くの人が小さなスコープを設定して目先の利益に捉われてしまっているという懸念があります。このままでは、自律や成長の機会が失われるのではないのでしょうか。

ここで、大事なことは長期的視野に立って、本メルマガでもたびたび紹介してきた心理的資本のホープやエフィカシーを増大させる観点を取り入れていくことです。現在、日本社会のホープは見えにくく、先のことが見通せない状態にあるとおもわれます。働く人それぞれ

がホープやエフィカシーを含む心理的資本を高めて、粘り強く前へと進むことが必要です。同時に、経営者は働く人が自ら積極的に何かを変えよう、自分も変えられるとの確信を持つことができる組織づくりを目指すことが必要です。IS 産業においても同様の取り組みが急務と考えます。プロジェクト・マネジメント全体にわたる体系化の元でのプロジェクト・メンタルプロセスを定着させることが求められます。

先日、ネオ・サイバネティクス研究会と当学会基礎情報学研究会との合同開催による連続研究会「情報と創造性」第 5 回に参加しました。タイトルは「経済社会の情報ネットワーク化による『価値創造する市場』の成立— 基礎情報学との接合についての試論」です。広告企業でマーケティング事業に携わられており、基礎情報学の研究者でもある安藤元博氏が登壇され、講演されました。内容は、市場経済をめぐってこれまで言われてきたことや、安藤氏自身が実践されている様々な事柄について、基礎情報学上の意味と価値について分析・検討された内容を発表されました。

質疑応答の際に、安藤氏にとっての「創造とは」を問われた際に、以下の趣旨の回答をされました。「世の中の仕組みを考察して、売れるものを懸命に企画してつくる。しかし『それだけでいいのか』と自らに問いかけて、自分として考えてつくりたいものをつくる。『売れるもの』に『自分として考えて』を合わせてつくるのが創造である」。

IS 産業においても、「世の中の仕組みを情報システムとして考察し、その本質を捉える」専門家である IS 技術者に向けた、情報システムのプロジェクト・マネジメントの体系化を進め、プロジェクトを成功に導く実践レベルにまで普及させることが必要であると考えます。

引用・参考 URL

*1) 第 7 回 働く人の意識調査 2021 年 10 月 21 日 公益財団法人 日本生産性本部

<https://www.ipc-net.jp/research/detail/005529.html>

*2) 基礎情報学／ネオ・サイバネティクスの研究, 論考発表サイト

<https://www.digital-narcis.org/>