

～CMから20年を経て、いまなお「オー人事」のCM認知は60%以上～

SNSの登場などで変化する職場環境で起きている

“オー人事”ストーリーを5人分描いたWEB動画を制作

「SNS部下」篇ほか4本を10/23(月)PM0時^{オー人事}22分より公開

【20～50代男女を対象に「職場の本音」に関する調査も実施】

SNSでの仕事アピールが好きな上司。発表前の情報をSNSで投稿する上司も約8%存在。

一方、部下の工作中的SNS投稿は不快！50代女性は8割以上が嫌悪感を示す。

人材総合サービスを全国で展開する株式会社スタッフサービス・ホールディングス(本社:東京都千代田区)は、「スマホ」や「SNS」の登場による、IT・コミュニケーションツールの進化や、国をあげての「働き方改革」の推進などワークスタイルが劇的に変化するなか、現代ならではの“オー人事”を題材にしたWEB動画「SNS部下」篇、「自撮り会議」篇、「席替えの時間」篇、「誰が何を言うか」篇、「スタンプ上司」篇の5つのWEB動画を10月23日(月)PM0時22分(022=オー人事)より公開いたします。

1997年に初めて放映されたTV-CMは、当社のフリーダイヤルの番号(0120-022-022)をもじった、「上司、同僚、部下、会社に恵まれなかったら、022(オー人事) 022(オー人事)」というフレーズに加え、チャイコフスキーの「弦楽セレナーデ」の旋律が話題を集めました。TV-CMは一躍人気を博し、国内のみならず、海外の広告賞でも数々の賞を受賞。今回、初CMから20年を経て、現代ならではの“オー人事”を題材にWEB動画としてリバイバルします。



動画公開に合わせ、首都圏在住の20～50歳代男女の会社員を対象に「職場の本音」に関するアンケート調査を実施しました。その結果、上司(担当部長・次長以上)の方がSNSで仕事に関する投稿をした経験が多く、「約8%が発表前の情報をSNSで投稿したことがある」といった実態が明らかになりました。また、部下の工作中的SNS投稿を不快に感じる人が多く存在するなどリアルな「職場の本音」が浮き彫りになりました。

「職場の本音」に関する調査の詳細についてはP.3以降をご参照ください。

本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社スタッフサービス・ホールディングス

担当:長谷川・尾関

TEL:03-5209-7177 FAX:03-5209-7193

メール:ssg-pr@staffservice.ne.jp

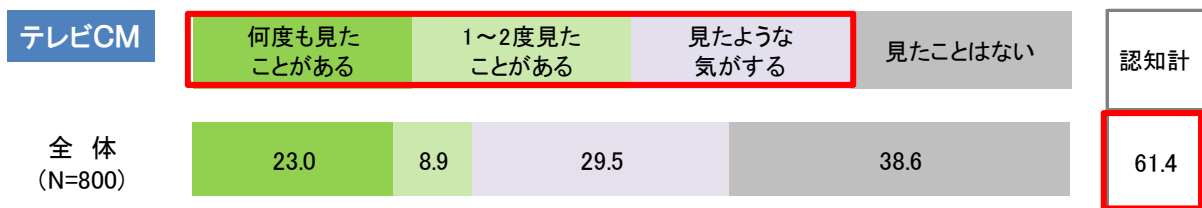
【目次】

- P.2 「オー人事」のテレビCMの認知について
- P.3 WEB動画について
- P.5 「職場の本音」調査結果について
- P.6 調査結果:上司に恵まれているか?
- P.6 調査結果:部下に恵まれているか?
- P.7 調査結果:理想の上司について
- P.8 調査結果:理想の部下について
- P.8-10 調査結果:仕事とSNSについて

【参考】

■「オー人事」のテレビCMの認知は61.4%

[グラフ] スタッフサービスの「オー人事」のCMをテレビやYoutubeなどで見たことがあるか。(ひとつだけ) n=800



注) 数値は回収数を100とした%

■WEB動画について

■公開日:10月23日(月)

■動画タイトル:「SNS部下」篇(0:32):<https://youtu.be/2-0syhvW10s>

「部長、めっちゃ怒られています」、「部長、英語苦手ッス」など部長に関する投稿をしまくる部下。ついには、謝罪会見の様子までシェアしようとし、「写真は撮るな!」と怒る部長に対して、部下が放った言葉とは…。

調査では、部下の勤務時間中のSNS投稿に対して嫌だ・不快だ(男性:51.3%、女性71.5%)と感じる人が多くいるので、SNS投稿はくれぐれも慎重に。

「自撮り会議」篇(0:32):<https://youtu.be/99xK0hexVPk>

スマホに向かって「会議、白熱中〜!」やら、自撮り棒で撮影を始める職場のメンバー。

「おい、オマエら!」と声を荒げる上司は注意するかと思ったら…。

調査では、上司(担当部長・次長以上)の方がSNSで仕事や社内情報の投稿をした経験が多く、約8%が発表前の情報をSNSで投稿したことがあるようなので、情報の取り扱いには注意が必要です。

「席替えの時間」篇(0:32):https://youtu.be/Ov_zTdPtTGw

ノートPCでのオンライン会議で、海外の顧客との商談がまとまった矢先、突如として懐かしいあの曲が…。

調査では、約56%が上司に恵まれていると回答。動画で描かれている職場は、流行のフリーアドレスを取り入れ、コミュニケーションを活性化させようと努力するなど、考えようによっては上司に恵まれていると言えるのかもしれませんが。

「誰が何を言うか」篇(0:32):<https://youtu.be/tinACxyjJQg>

「新商品の広告には最先端の表現が合うと思うんです」とプレゼンする部下。会議に参加した上司の「このご時世、誰が何を言うか…」という一言から、完成したCMはとんでもない仕上がりに…。

調査では、部下は「仕事ができる上司」やリーダーシップがあり「頼りがいがある上司」を高く評価しており、動画のような事なかれ主義が過ぎて本質を見失っている上司は辟易されている可能性も。

「スタンプ上司」篇(0:32):<https://youtu.be/4ut68ojo3IM>

「会議の資料、明日までにできるよね」と部下に確認する上司。その直後、部下のスマホに上司からスタンプが…。

調査では約80%が上司とはSNSでつながりたくないと思っているので、可愛いスタンプを使えば部下とのコミュニケーションが円滑になるとしている人は要注意です。

■URL:「オー人事」スペシャルサイト / <http://www.staffservice.co.jp/lp/022.html>

■カットデータ



「SNS部下」篇



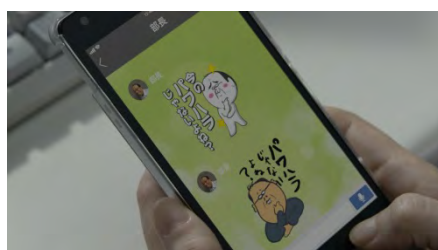
「自撮り会議」篇



「席替えの時間」篇



「誰が何を言うか」篇



「スタンプ上司」篇

調査結果トピックス

上司に恵まれているか？

- 約56%が上司に恵まれていると回答。特に20代は3人に2人が上司に恵まれていると感じており、他の年代より10ポイント以上高い。

部下に恵まれているか？

- 一方、部下に恵まれていると思う人はちょうど50%。40～50代では半数以上が恵まれていないと感じている。

理想の上司について

- 男女の求める上司像に明確な違い。女性は男性に比べ、「性格」や「面倒見の良さ」などといった側面はあまり重要視せず、「仕事ができる」、「頼りがいがある」ことを強く求める傾向。一方で、男性は「性格」や「面倒見の良さ」も一定数が評価。

理想の部下について

- 明確な評価基準を持つ女性たち。女性は仕事ができる部下を高く評価。

仕事とSNSについて

- 会社の人とはSNSでつながりたくないと感じている人が多く、特に女性で顕著であり、約80%と高いスコアに。
- 意外と仕事アピールが好きな上司。なんと、約8%が発表前の情報をSNSで投稿した経験あり。
- 部下の工作中的SNS投稿を不快に感じる女性。特に50代女性は8割以上が嫌悪感を示す。

※上司、中間管理職、部下の定義について

- ・上司：担当部長・次長以上
- ・中間管理職：担当課長・副長・係長相当
- ・部下：主任・スタッフ・事務職相当

■調査の概要

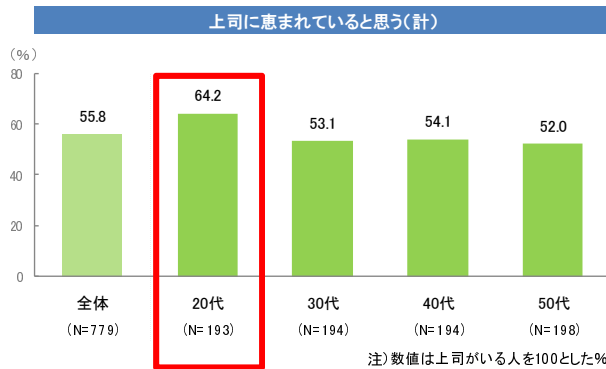
- ・実施時期：2017年9月30日(土)～10月1日(日)
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査対象：首都圏在住の20～50代男女の会社員(正社員)
- ・サンプル数：800サンプル(性×年代均等割付・各100サンプル)

上司に恵まれているか？

■約56%が上司に恵まれていると回答。特に20代は3人に2人が上司に恵まれていると感じており、他の年代より10ポイント以上高い。

20～50代の会社員の男女に上司にどの程度恵まれているかを聞いたところ、55.8%が「恵まれていると思う」もしくは「やや恵まれていると思う」と感じているようです。特に、20代ではおよそ3人に2人(64.2%)が「恵まれていると思う」もしくは「やや恵まれていると思う」と回答する一方で、30～50代は20代と比べ、10ポイント以上スコアに開き(30代:53.1%、40代:54.1%、50代:52.0%)があることから、30代頃を境に上司への不満を感じる人が増えるようです。

[グラフ1] 上司にどの程度恵まれていると思うか。(ひとつだけ) n=779

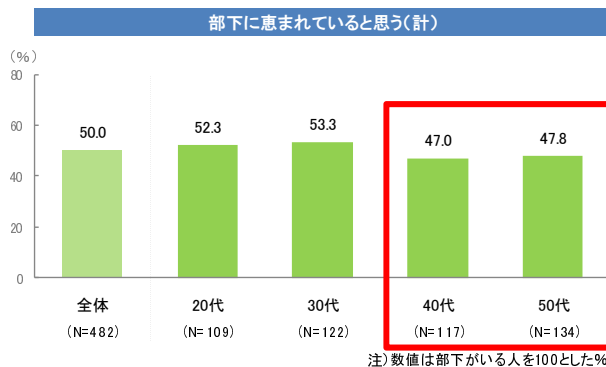


部下に恵まれているか？

■一方、部下に恵まれていると思う人はちょうど50%。
40～50代では半数以上が恵まれていないと感じている。

20～50代の会社員の男女に部下にどの程度恵まれているかを聞いたところ、半数の50%は「恵まれていると思う」もしくは「やや恵まれていると思う」と感じているようです。ただ、40～50代では「恵まれているとは思わない」、「あまり恵まれているとは思わない」というスコアが半数を超える(40代:53.0%、50代:52.2%)結果となり、部下に何かしらの不満を抱えている人が他の年代に比べ多く存在することがわかりました。

[グラフ2] 部下にどの程度恵まれていると思うか。(ひとつだけ) n=482



理想の上司について

■男女の求める上司像に明確な違い。女性は男性に比べ、「性格」や「面倒見の良さ」などといった側面はあまり重要視せず、「仕事ができる」、「頼りがいがある」ことを強く求める傾向。一方で、男性は「性格」や「面倒見の良さ」も一定数が評価。

どちらが自分の上司として理想かを聞いたところ、

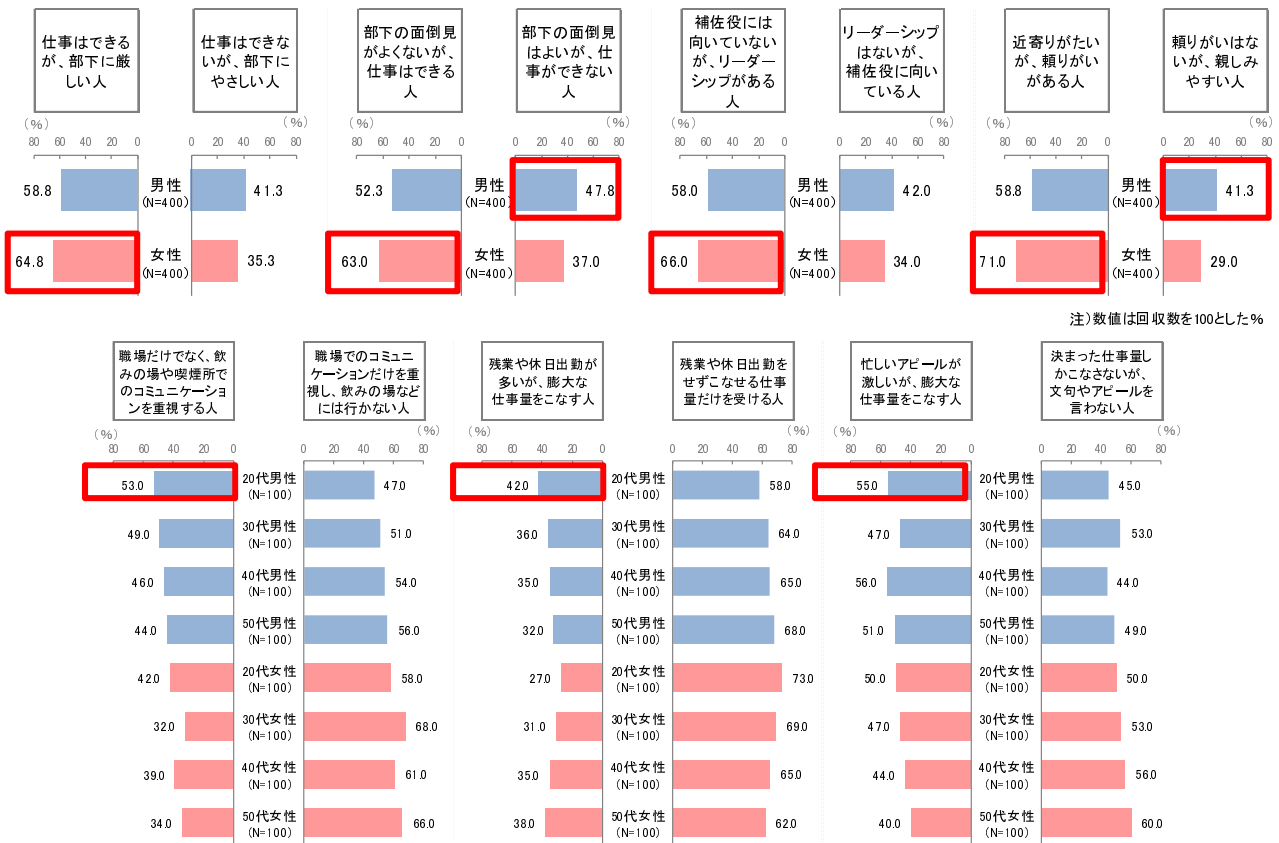
女性は「仕事はできるが、部下に厳しい人」(男性:58.8%、女性64.8%)、「部下の面倒見がよくないが、仕事はできる人」(男性:52.3%、女性63.0%)、「補佐役には向いていないが、リーダーシップがある人」(男性:58.0%、女性66.0%)「近寄りたいたいが、頼りがいがある人」(男性:58.8%、女性71.0%)の評価が男性より高い結果に。

女性は「仕事ができる上司」やリーダーシップがあり「頼りがいがある上司」を高く評価する傾向が明らかになりました。

一方、男性は「部下の面倒見はよいが、仕事ができない人」(男性:47.8%、女性37.0%)、「頼りがいはないが親しみやすい人」(男性:41.3%、女性29.0%)と「性格」や「面倒見の良さ」も評価する

20代男性の理想の上司像としては、意外にも「職場でのコミュニケーションだけを重視し、飲み場などには行かない人」より「職場だけでなく、飲み場や喫煙所でのコミュニケーションを重視する人」の支持率が唯一半数を超え(53.0%)、全年代でトップ。その他にも「忙しいアピールが激しいが、膨大な仕事量をこなす人」や「残業や休日出勤が多いが、膨大な仕事量をこなす」など、膨大な仕事量をこなす人に対する評価も他の年代と比べて高く、「膨大な仕事量をこなしながら、コミュニケーションを図る」上司に支持が集まる結果となりました。

[グラフ3] どちらが自分の上司として理想か。(ひとつだけ) n=800



(注) 数値は回収数を100とした%

(注) 数値は回収数を100とした%

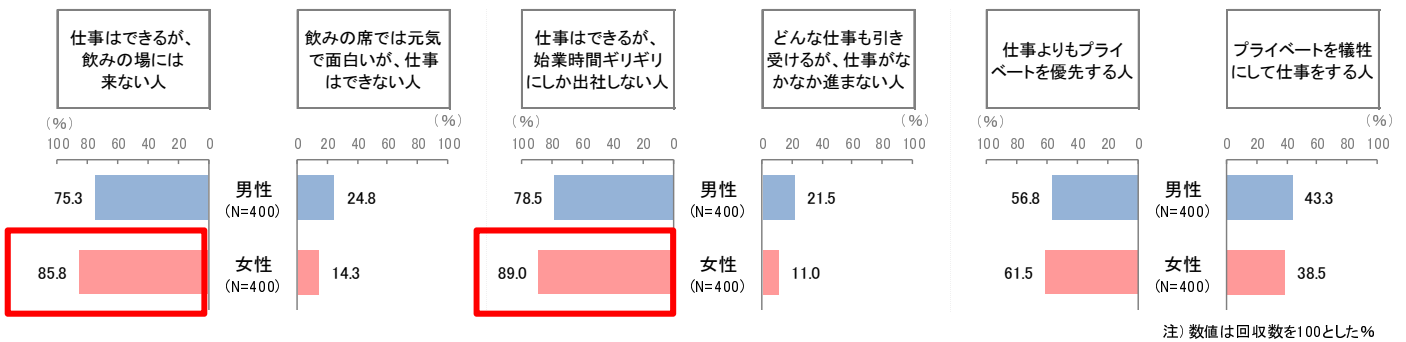
理想の部下について

■明確な評価基準を持つ女性たち。女性は仕事ができる部下を高く評価。

どちらが自分の部下としてよいかを聞いたところ、

「仕事はできるが、飲みの場には来ない人」(男性:75.3%、女性85.8%)、「仕事はできるが、始業時間ギリギリにしか出社しない人」(男性:78.5%、女性89.0%)に対して女性が男性より評価が高い結果に。女性は、仕事がきちんとできれば仕事外での振る舞いは気にしていない、といった明確な評価基準を持っているようです。

[グラフ4] どちらが自分の部下としてよいか。(ひとつだけ) n=800



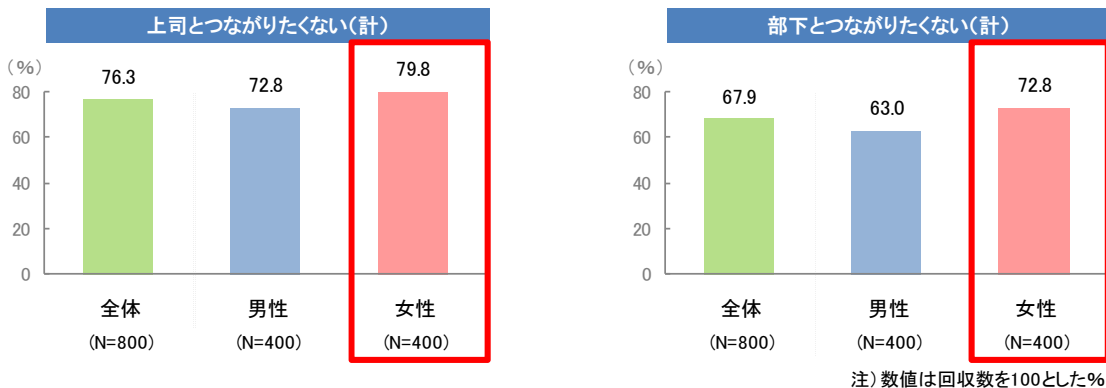
仕事とSNSについて

■会社の人とはSNSでつながりたくないと感じている人が多く、特に女性で顕著であり、約80%と高いスコアに。

上司、部下とSNSでつながりたい(フォローしあいたい)と思うかを聞いたところ、

76.3%が上司とつながりたくないと回答。女性ではそのスコアが高く、79.8%(男性:72.8%)も存在し、約80%が上司とSNSでつながりたくないと感じているようです。一方、部下とSNSでつながりたくないと回答した人は67.9%、女性では72.8%(男性:63.0%)がつながりたくないと回答。女性は男性に比べそれぞれで7~10ポイント高く、プライベートと仕事はきちんと分けたいという気持ちがうかがえる結果となりました。

[グラフ6] 上司、部下とSNSでつながりたい(フォローしあいたい)と思うか。(ひとつだけ) n=800

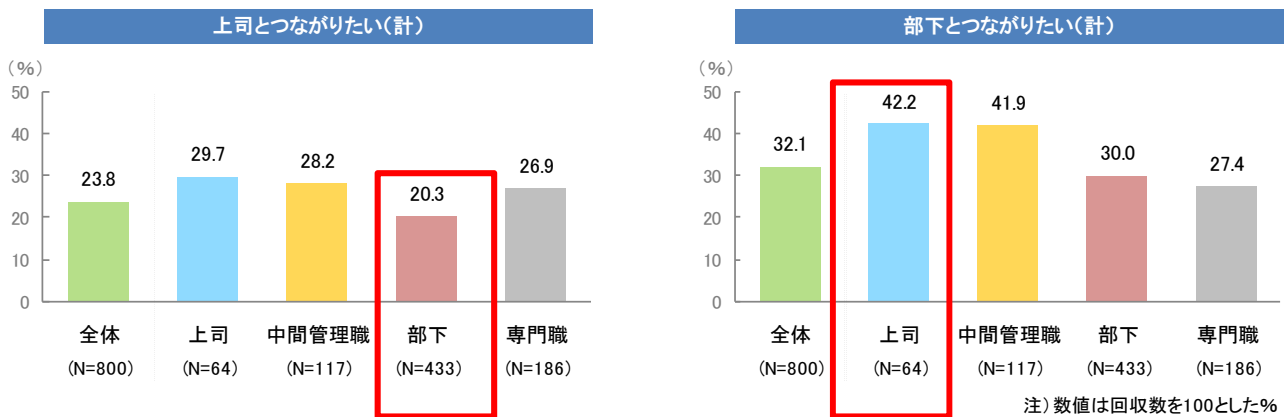


調査結果

■役職が上の人ほど部下とSNSでつながりたいと感じ、それを望まない部下との間に大きな溝が存在。

上司とつながりたい部下は2割(20.3%)にとどまっているが、部下とつながりたい上司は4割(42.2%)を超えており、部下と上司のSNSでつながりたいという意識には大きく温度差が感じられる結果となりました。

[グラフ7] 上司、部下とSNSでつながりたい(フォローしあいたい)と思うか。(ひとつだけ) n=800



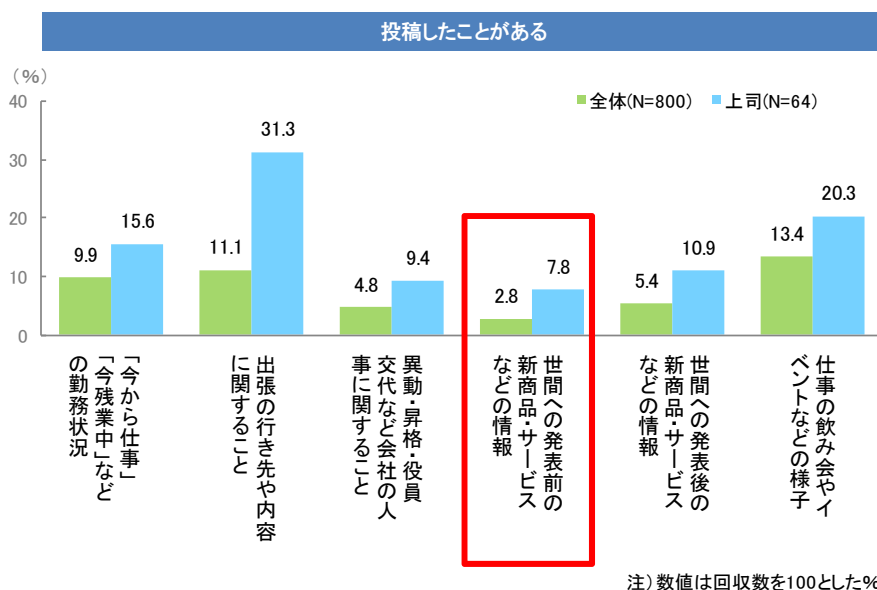
■意外と仕事アピールが好きな上司。

なんと、約8%が発表前の情報をSNSで投稿した経験あり。

仕事に関する内容をSNSで投稿したことがあるかを聞いたところ、

仕事に関してSNSで投稿したことがあるのは1割前後にとどまっている中、意外にも上司の投稿の割合が多いことが判明しました。仕事についてのアピール願望があるのか、出張の行き先や内容に関すること(上司:31.3%、中間管理職:14.5%、部下:8.5%)、仕事の飲み会やイベントなどの様子(上司:20.3%、中間管理職:15.4%、部下:12.7%)、世間への発表後の新商品・サービスなどの情報(上司:10.9%、中間管理職:9.4%、部下:4.4%)について投稿経験ありと回答。世間への発表前の新商品・サービスなどの情報を約8%(7.8%)が投稿してしまったことがあるというSNSの使用実態も明らかになりました。

[グラフ8] 仕事に関する内容をSNSで投稿したことがあるか。(ひとつだけ) n=800



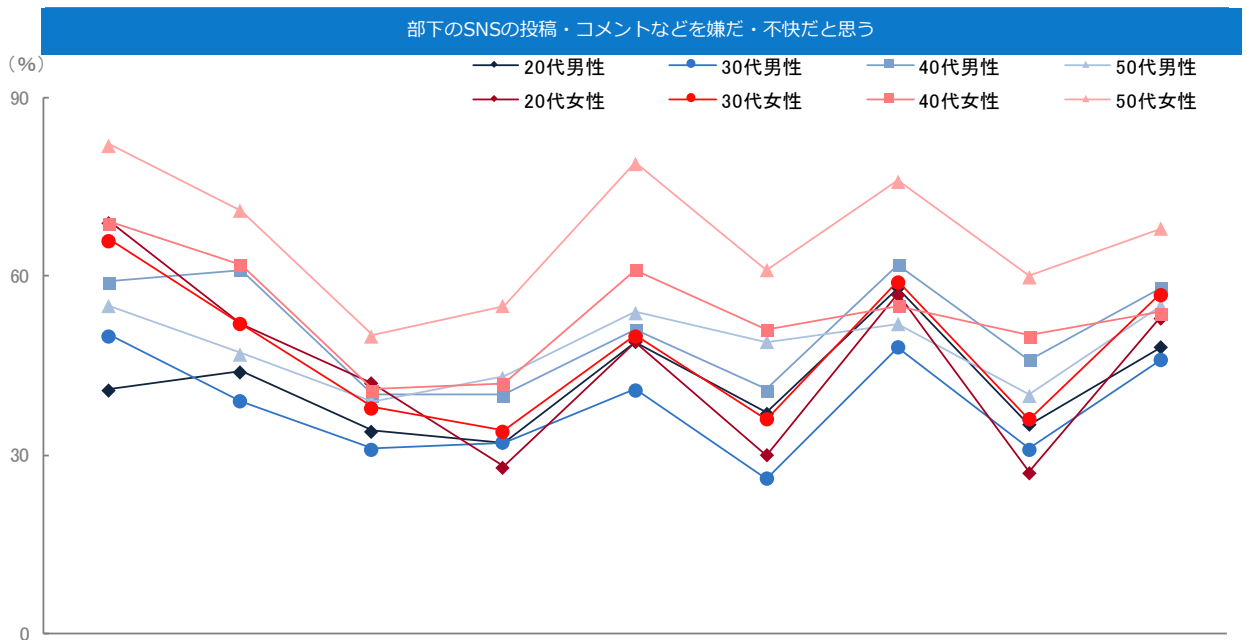
■ 部下の工作中的のSNS投稿を不快に感じる女性。

特に50代女性は8割以上が嫌悪感を示す。

部下のSNS投稿、コメントについて聞いたところ、

女性は勤務時間中のSNS投稿に対して嫌だ・不快だと感じる人が多く(男性:51.3%、女性71.5%)、特に50代の女性では8割以上(82.0%)が嫌だ・不快だという意見が多い結果となりました。女性の仕事をきちんとすることへの意識の高さがうかがえる結果に。特に部下に対しては厳しく、50代女性は「勤務時間中に投稿すること」以外にも「自慢が多いこと」(79.0%)、「タメロでコメントしてくること」(76.0%)、「仕事の指示をSNSですること」(71.0%)に対して7割以上が嫌だ・不快だと感じているようです。

[グラフ9] 部下のSNS投稿、コメントについて。(ひとつだけ) n=800



	回収数	勤務時間中に投稿すること	仕事の指示をSNSですること	タグづけをしていくこと	投稿のハッシュタグ(#)が長いこと	自慢が多いこと	プライベートな投稿についてコメントしてくること	タメロでコメントしてくること	頻繁にコメントすること	仕事内容について投稿すること
20代男性	(100)	41.0	44.0	34.0	32.0	49.0	37.0	58.0	35.0	48.0
30代男性	(100)	50.0	39.0	31.0	32.0	41.0	26.0	48.0	31.0	46.0
40代男性	(100)	59.0	61.0	40.0	40.0	51.0	41.0	62.0	46.0	58.0
50代男性	(100)	55.0	47.0	39.0	43.0	54.0	49.0	52.0	40.0	55.0
20代女性	(100)	69.0	52.0	42.0	28.0	49.0	30.0	57.0	27.0	53.0
30代女性	(100)	66.0	52.0	38.0	34.0	50.0	36.0	59.0	36.0	57.0
40代女性	(100)	69.0	62.0	41.0	42.0	61.0	51.0	55.0	50.0	54.0
50代女性	(100)	82.0	71.0	50.0	55.0	79.0	61.0	76.0	60.0	68.0

注) 数値は回収数を100とした%