

## 企業におけるビジネスマナーの意識調査

### A Survey of Business society's Views on Manners

金 田 桜 子    大 西 紀 夫

KANEDA Youko and ONISHI Norio

#### I はじめに

バブル経済崩壊後、経済低迷から抜け出せないまま、企業はかつてない厳しい状況下でさまざまな努力と模索をしている。

一方、電子技術が急激に普及し、情報化、国際化の波に洗われ、企業をとりまく環境は大きく変化している。

このような企業現場の中では、最も大切なのは「人」である。いかに情報技術が進歩し、国際化が進み、社会の仕組みが変化しても、企業を支えるのは「人」である。

市場にあふれる商品や情報には、ほとんど品質に大きな差がなくなっているのが現状である。したがって他の企業と差をつけるのには「人」によるサービスやイメージが重要視される。応対に出た人の印象でその会社の評判が、広がり売り上げに結び付くことにつながる場合もある。また企業現場の一人一人のマナーが会社全体のイメージにつながるとも考えられる。そこで本調査ではビジネスマナーについてどのように考えているのか意識調査を試みたので以下に報告する。

#### II 調査概要

調査内容：現役のビジネスマンやOLが、日頃の業務の中で使っている、あるいは接しているビジネスマナーについて、どのように考えているのか、また自分自身のビジネスマナーのスキルをどのように認識しているのかなどを調査した。

調査対象：富山県の企業に勤務する133人

調査日：平成15年5月10日～6月21日

調査方法：富山短期大学経営情報学科の学生を通じて直接アンケートを配布し回収した。

回答者の内訳：男性48名、女性85名

(合計133名)

#### III 結果と考察

##### 1 難しいと感じるビジネスマナーと身につけた方法

ひと口にビジネスマナーといってもさまざまなものがあるが、今までに苦労したことがある、難しいと感じるビジネスマナーは、

かねだ ようこ    おおにし のりお (経営情報学科)

図1 ビジネスマナーで苦労したこと、難しいこと

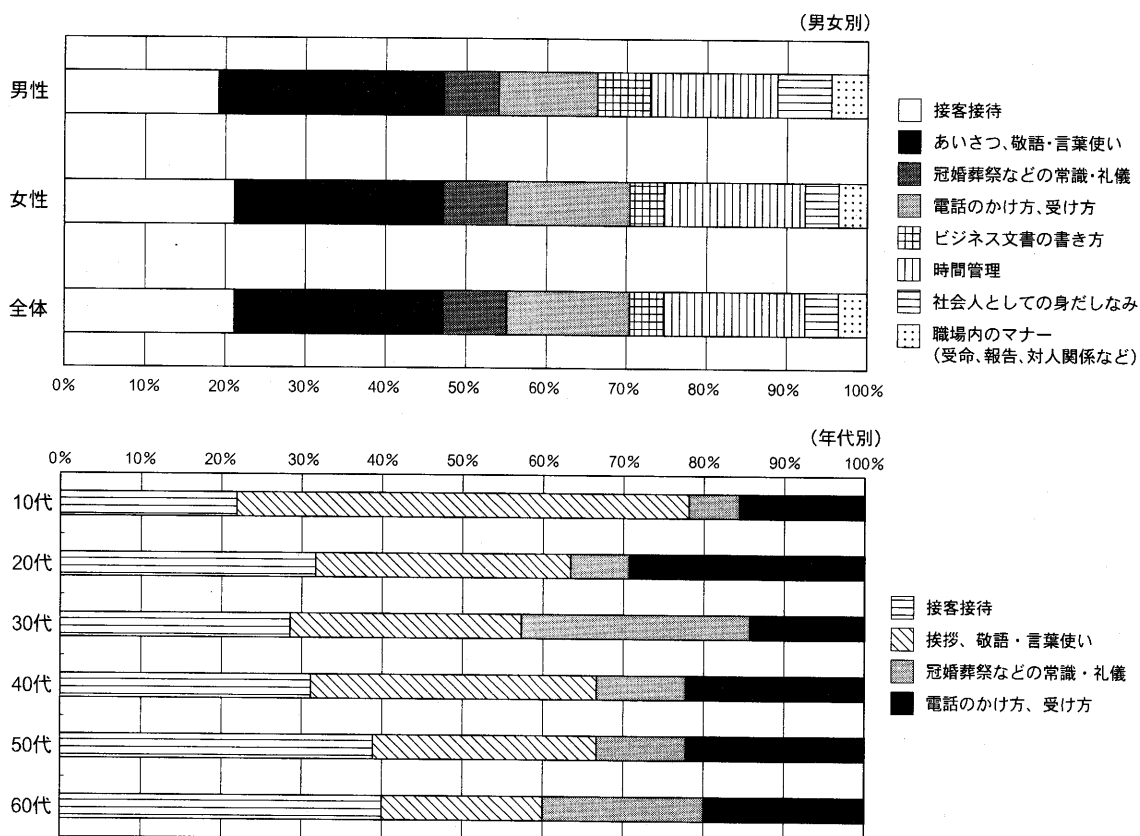
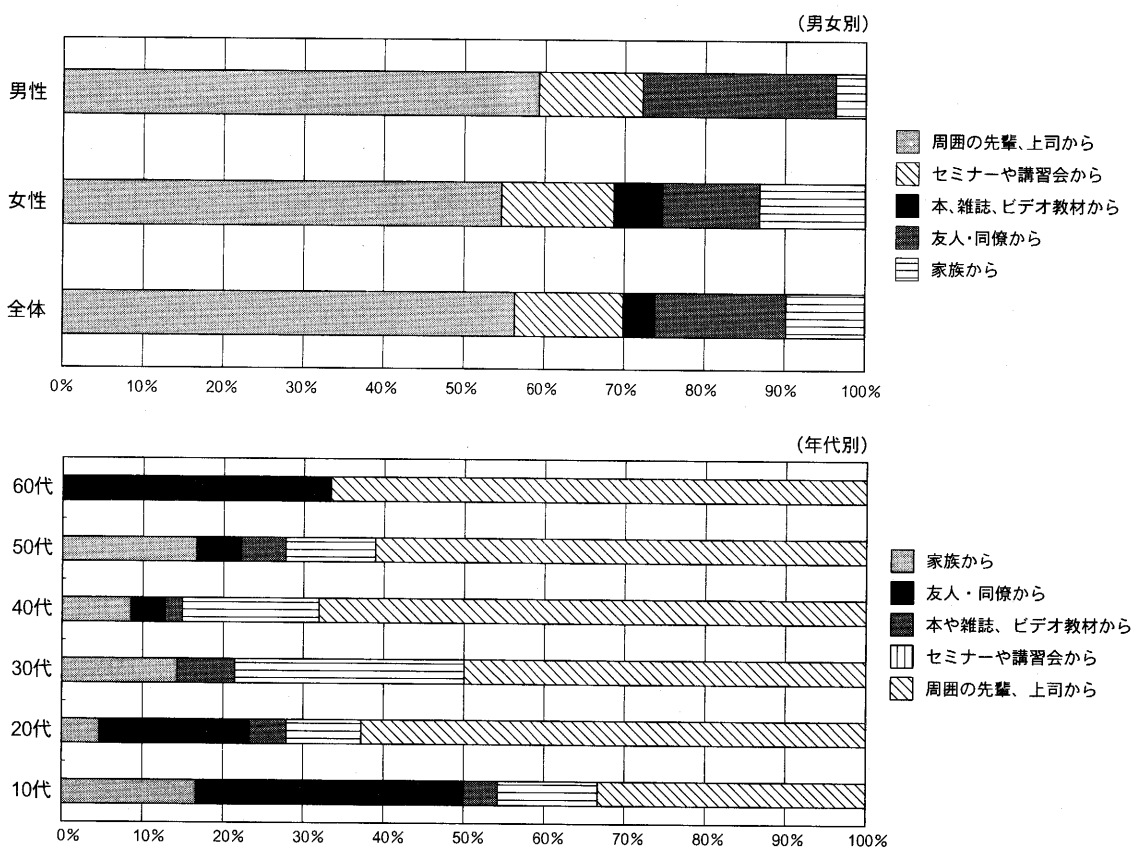


図2 ビジネスマナーをどのように身につけたか



(図1)「あいさつ、敬語・言葉遣い」(28%)、「接客接待」(22%)であり、二つ合わせると約5割(48%)が苦労した、難しいと答えている。次いで「職場内のマナー(受命、報告、対人関係など)」(17%)、「電話のかけ方、受け方」(15%)のいずれも約2割となっている。「冠婚葬祭などの常識・礼儀」「時間管理」「社会人としての身だしなみ」は約1割とわずかである。男女差については、どの項目も同様な傾向を示すが、「接客接待」「職場内のマナー(受命、報告、対人関係など)」は男性より女性のほうがわずかに高く、逆に「あいさつ、敬語・言葉遣い」については女性より男性がわずかに高い。年代別では、かなり差異があり、10代では「あいさつ、敬語・言葉遣い」(33%)が他の年代の中でも最も高値を示した。20代では「電話のかけ方、受け方」(37%)が高値であり、次いで「接客接待」(28%)、「あいさつ、敬語・言葉遣い」(25%)の順である。普段の業務で直面する項目ほど上位を示していると考えられる。

学生時代から、社会人になった時、職場では地位、業種、職種などが異なるさまざまな人と接する。その時期、回答者がビジネスマナーの知識をどのように得たのか(図2)では、周囲の「先輩、上司から」(56%)が圧倒的に高い。次いで「セミナーや講習会から」(21%)、「友人、同僚から」(16%)、「家族から」(14%)の順である。「本、雑誌、ビデオ教材」はわずかであった。

性別では、男性の場合「周囲の先輩、上司から」(59%)が女性より高値である。次いで「友人・同僚から」(25%)であり、

女性の2倍を示した。しかし「本、雑誌、ビデオ教材から」については、女性のみにもみられ男性は皆無である。

一方女性の場合「周囲の先輩、上司から」(54%)が男性の場合と同様で高値である。「セミナーや講習会から」(15%)、「友人・同僚から」(15%)は同値であるが、「家族から」(13%)は男性に比べ、約4倍を示し意外である。

年代別ではかなり差異があり、上位を占めるのは10代、20代では「友人・同僚」、30代、40代では「セミナーや講習会から」との回答が多い。50代では「家族から」、「本、雑誌、ビデオ教材から」となっている。

## 2 電話応対について

電話はビジネスマナーの中でも、最もポピュラーでかつ重要なものである。即時性＝瞬間に伝わる、信頼性＝相手の肉声が聞こえる、確実性＝確認、質問が容易といった面が必要になる。社会人として最低条件ともいえる電話応対についてどのような意識があるのか問うた。

自分の電話応対に自信が「ある」と答えた項目では(図3)「非常に自信がある」(7%)「多少自信がある」(31%)をあわせると38%である。「あまり自信がない」は50%である。「全く自信がない」をあわせると52%となった。男女差については、男性の方が「ある」と答えたのは43%で、女性は33%であり、男性のほうが高値である。しかし反対に「全く自信がない」では、男性の方が女性の2倍も多く、この点矛盾を感じた。

年代別では、30代が高値であり、「非常に自信がある」と「多少自信がある」をあわせると67%に上った。なかでも10代、20

図3 電話応対に自信があるか

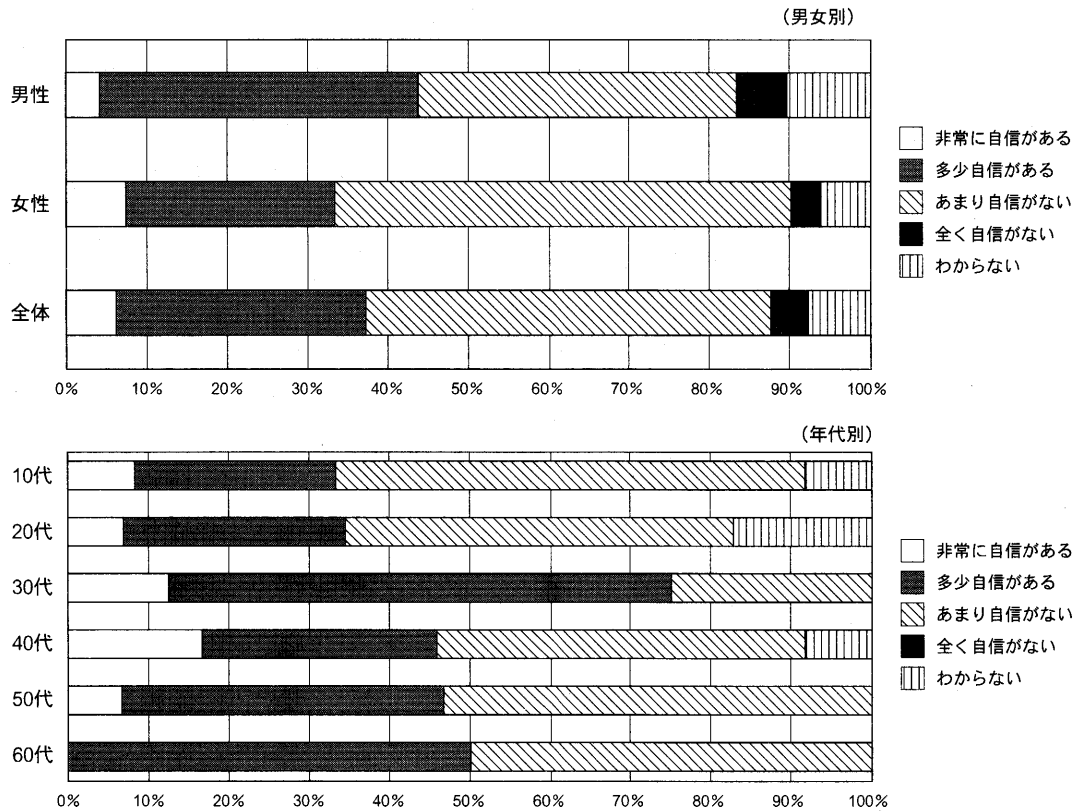
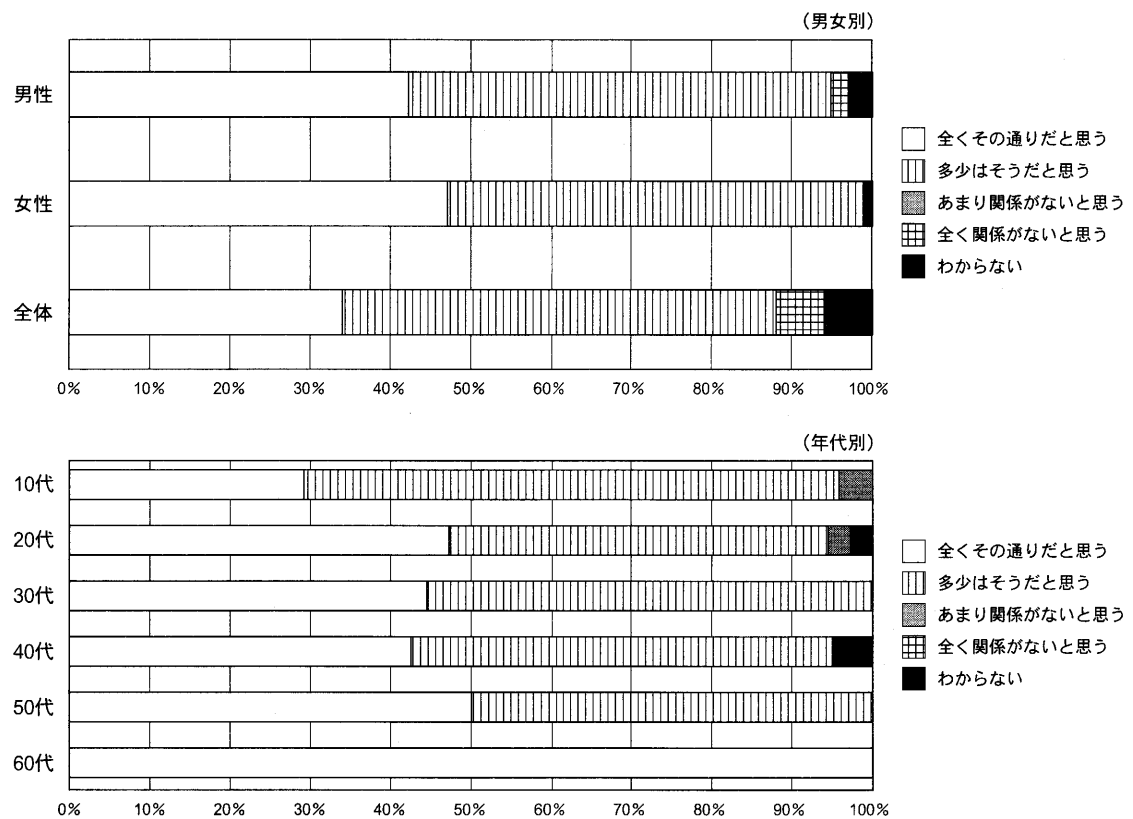


図4 電話応対でその会社の印象が決まると思うか



代は低値であり「あまり自信がない」の値が「自信がある」よりかなり上回っている。50代、60代は「自信がない」（約50%）と「自信がある」（約50%）とは同値であった。ちなみに20代で「全く自信がない」の回答が18%もみられる。

電話応対は互いに表情や態度が見えず、声と言葉だけのコミュニケーションであるため、無愛想であったり、要領を得ない話し方で相手に不快感を与え、それが会社の信用を落としてしまうことにもなりかねない。（図4）

「電話の応対で会社の印象が決まると思うか」では、「全くその通りと思う」（43%）、「多少その通りと思う」（54%）が9割弱で電話応対は会社にとって影響があると考えていることがわかる。男女差では、男性の場合、「全くその通りと思う」が34%、「多少その通りと思う」が54%である。女性では、「全くその通りと思う」（47%）、「多少その通りと思う」（52%）で女性の方が男性より強く電話応対の重要性を考えていることがうかがわれる。

年代別では、どの年代も電話応対で会社の印象が決まると思っていることがわかった。特に50代、60代の高い年代ほど「全くその通りと思う」が高値である。また、10代、20代の低い年代においては若干であるが、「全く関係ないと思う」「わからない」の回答がみられ、社会経験のないことが影響しているのではないかと考えられる。

ビジネスにおける電話応対には、あいさつの仕方や取り次ぎ方、言葉遣いなどがある。実際の電話の受け・かけで気をつけていることでは（図5）「的確に伝える・答える」「敬語や言葉遣い」「はっきりと話す」「相

手の話をよく聞く」の4項目である。

男女別では、男性の場合「的確に伝える・答える」が女性と比べ若干高い。反対に女性の場合「敬語や言葉遣い」について男性より若干高値である。また「臨機応変な対応」では男性の方に顕著に認められる。

年代別では、10代～30代の若い年代では、「敬語や言葉遣い」「はっきりと話す」が、若干高いが、反対に40代、50代の高い年代では「相手の話をよく聞く」「事務的になり過ぎないように務める」が高値である。「的確に伝える・答える」はどの年代も同様な傾向を示し、重要と考えていることがうかがわれる。

### 3 敬語・言葉遣いについて

敬語は相手に敬意を表し、相手を大切にする心配りの気持ちを伝える言葉、そして人と人とのコミュニケーションの多くは言葉によって表されている。言葉は自分の気持ちや考えを相手に伝え、また相手を理解する手段として重要な役目を果たしている。

自分の敬語や言葉遣いに自信が「ある」と回答した項目では（図6）「非常に自信がある」（6%）「多少は自信ある」（35%）を合わせると41%である。反対に「あまり自信がない」（47%）、「全く自信がない」（7%）を合わせると54%で半数以上が、自分の敬語や言葉遣いに自信がないと回答した。

男女別では、女性の場合「あまり自信がない」が43%と、男性が女性に比べわずかに低値である。しかし「全く自信がない」では、女性（3%）、男性（14%）と男性の方が女性よりかなり高値であり、男性は敬語や言葉遣いについてかなり自信がないことがうかがわれる。

年代別では、10代、20代、では「非常に自

図5 電話の受け方・かけ方で気をつけていること

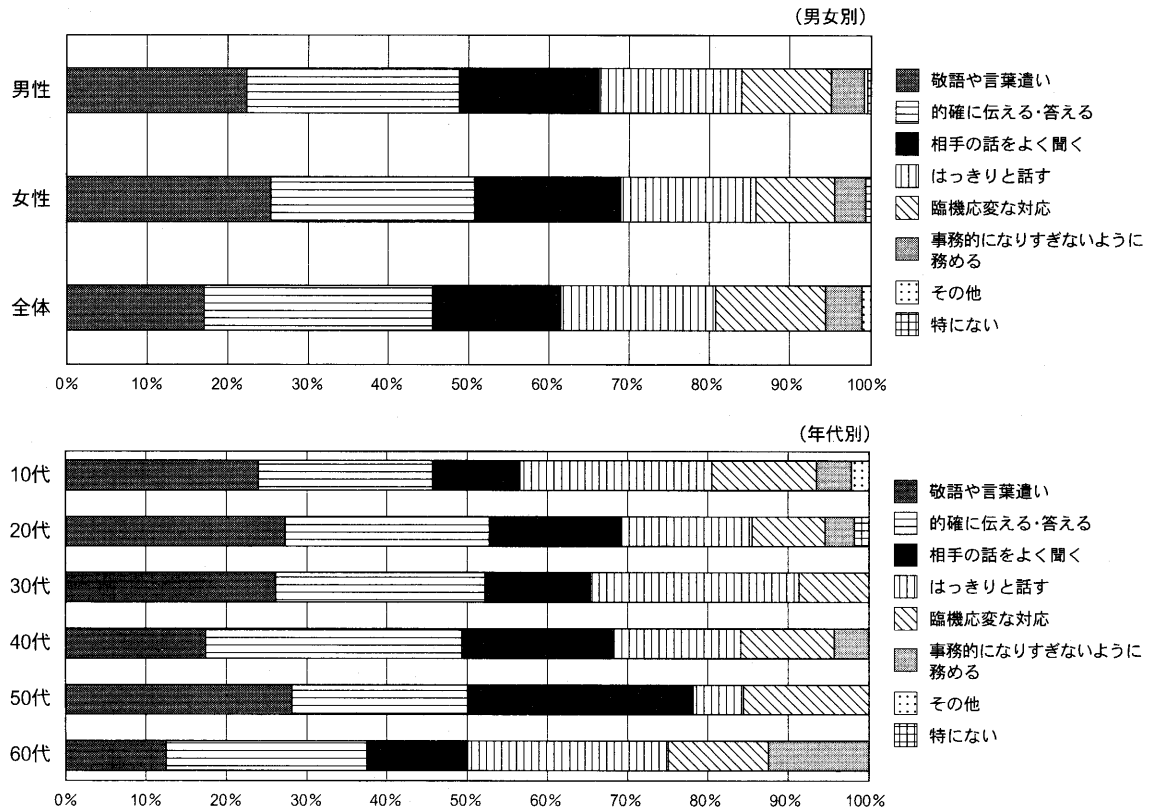
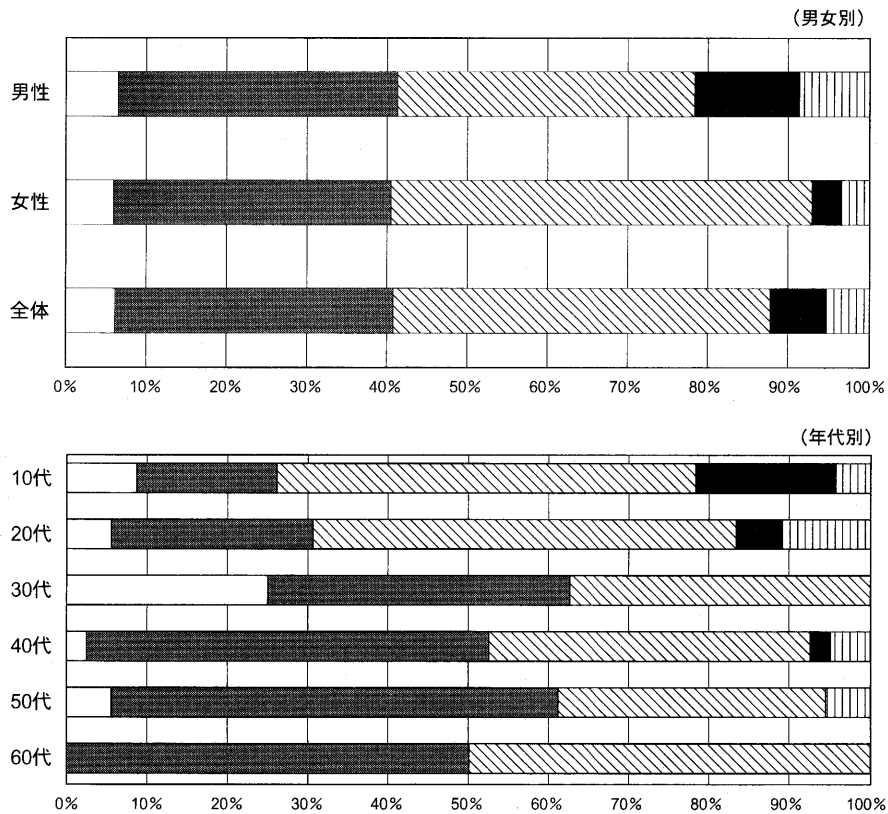


図6 自分の敬語や言葉使いに自信があるか



信がある」「多少自信がある」を合わせると(30%)前後であるが、30代、40代、50代、60代では50%~60%強と高い年代ほど自分に自信があることが認められる。しかし「あまり自信がない」については、どの年代とも40%~50%であり、特に10代、20代は低値である。さらに「全く自信がない」「わからない」の回答もみられる。

他人の敬語の間違いや言葉遣いが気になるかどうかでは(図7)「非常に気になる」(9%)、「やや気になる」(19%)と他人が気になるの回答は全体で28%と低値である。反対に「あまり気にならない」は66%と高値であり、さらに「全く気にならない」(6%)もみられ意外である。男女別では、「気になる」には性差が認められない。「あまり気にならない」では男性も女性も約60%~70%と高値である。ちなみに「全く気にならない」については女性にはほとんど認められないが男性の方に12%と回答者が多い。

年代別では、10代、20代では「非常に気になる」「やや気になる」を合わせると60%~70%と半数以上が他人の敬語や言葉遣いを気にしていることがわかる。30代、40代、50代になるとさらに高値であり、68%~85%である。60代では100%で高い年代ほど他人の言葉遣いが気になる傾向がある。

ちなみに10代、20代にのみ「全く気にならない」の回答がみられる。

敬語や言葉遣いの考え方として(図8)「きちんと正しくできて当たり前」としたのは全体の33%。「ある程度はできないと一人前とは言えない」は60%で9割以上が敬語や言葉遣いは必要であると考えている。性別についてもほとんど差は認められない。年代別では10代、50代で「きちんとできて当たり前」が100

%であるが、20代、30代、40代では若干ではあるが「形式的なことなので厳しくする必要はない」「別にできなくても問題はない」との回答がある。この点意外であり興味深い。しかしほとんどの回答者は自分の気持ちや考えを相手に表現する手段として重要と考えていることがうかがわれる。

#### 4 ビジネスマナーの自己評価とスキルアップ

自分のビジネスマナーを総合的に自己評価すると(図9)、100点満点中51点~60点、61点~70点においては同値であり(19%)、71点~80点で17%である。全体でみると半数以上が51点~80点の間に集中している。男女差においても全体と同様で51点~80点の間に半数以上が集中しているが、各点数において差異がある。

男性では51点~60点が最も多く、次いで71~80点であり、61点~70点はわずか8%であった。女性では61点~70点が26%と最も多く、男性の3倍強である。次いで51点~60点(16%)70~80点(14%)の順である。しかし女性より男性の方に81点~90点、91点~100点の高得点が多い。年代別では、かなりばらつきがあり、20代では61点~70点(31%)、30代81点~91点(31%)、40代71点~80点(28%)、50代51点~60点(38%)と年代によりかなり自己評価の差異があり意外な結果である。

特に10代では最低点11点~20点から最高点91~100点と得点にかなりひらきがみられる。

次に、自分の不得意なビジネスマナーについて、セミナーや講習会を受講したいかどうかについては(図10)、全体では「費用と時間によっては受講したい」(26%)、「あまり受講したいとは思わない」(22%)と割合はほぼ同値である。また「会社が費用を負

図7 他人の敬語や言葉使いが気になるか

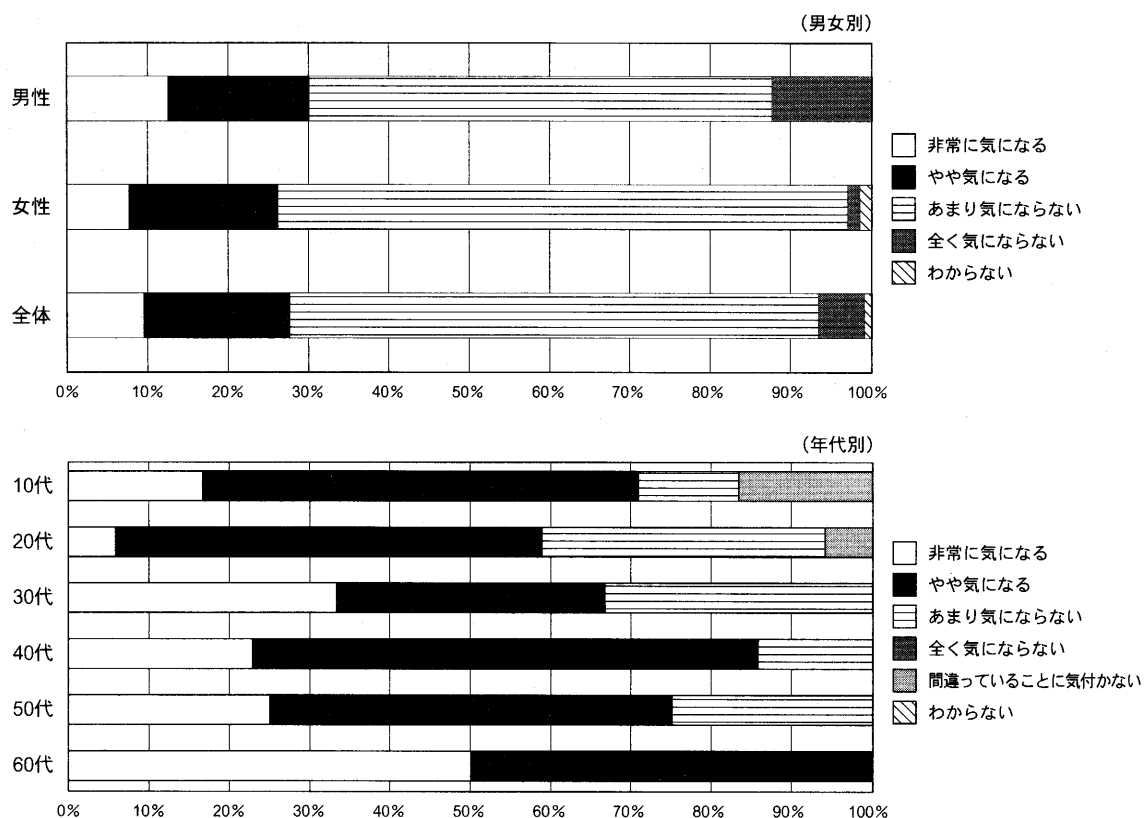


図8 敬語や言葉使いに対する考え方

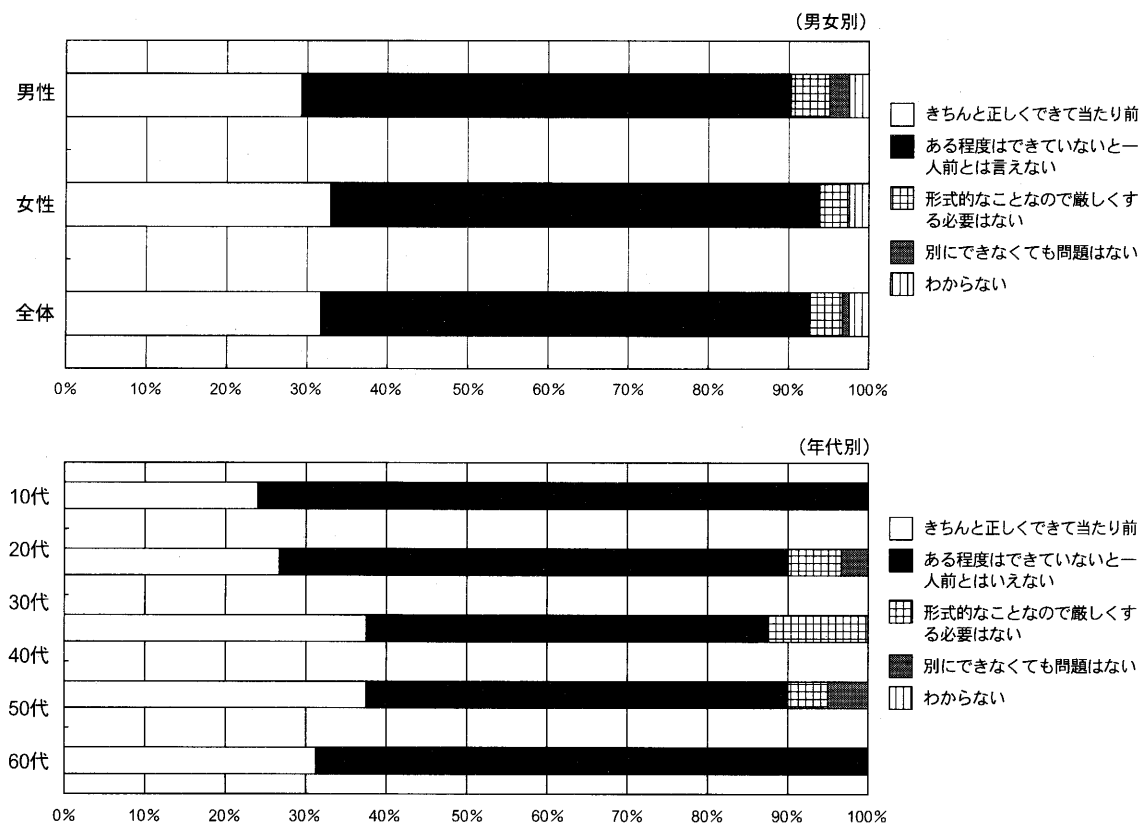




図9 ビジネスマナーの自己評価

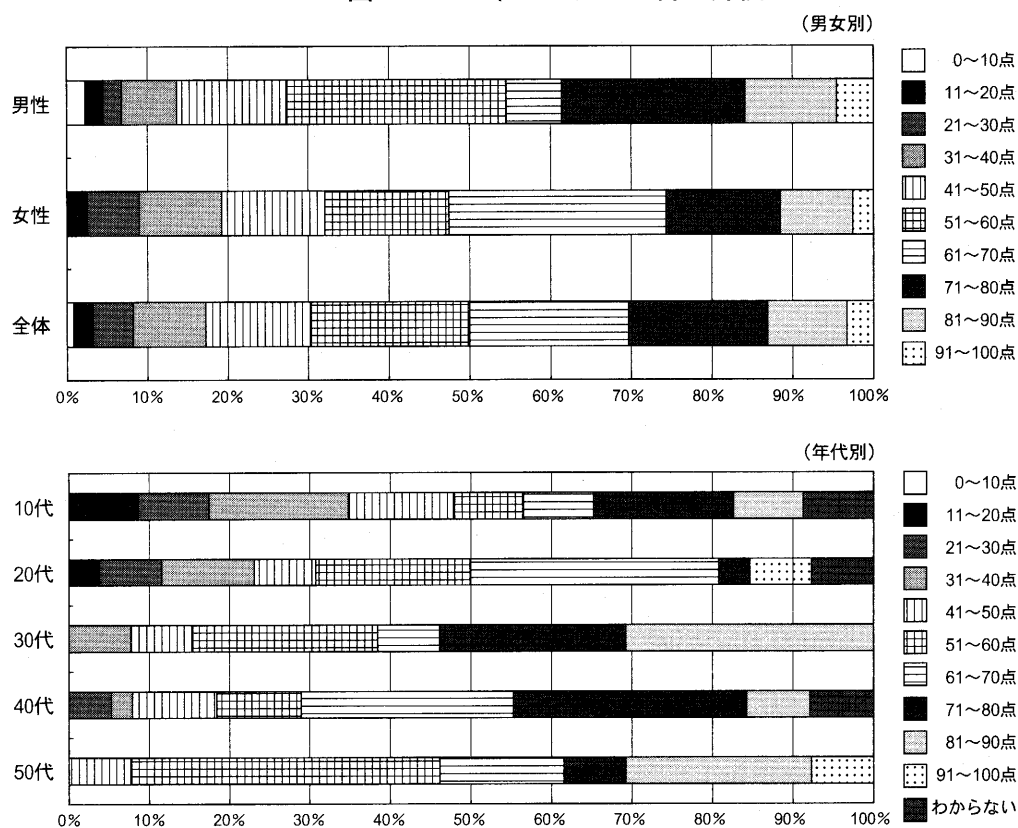
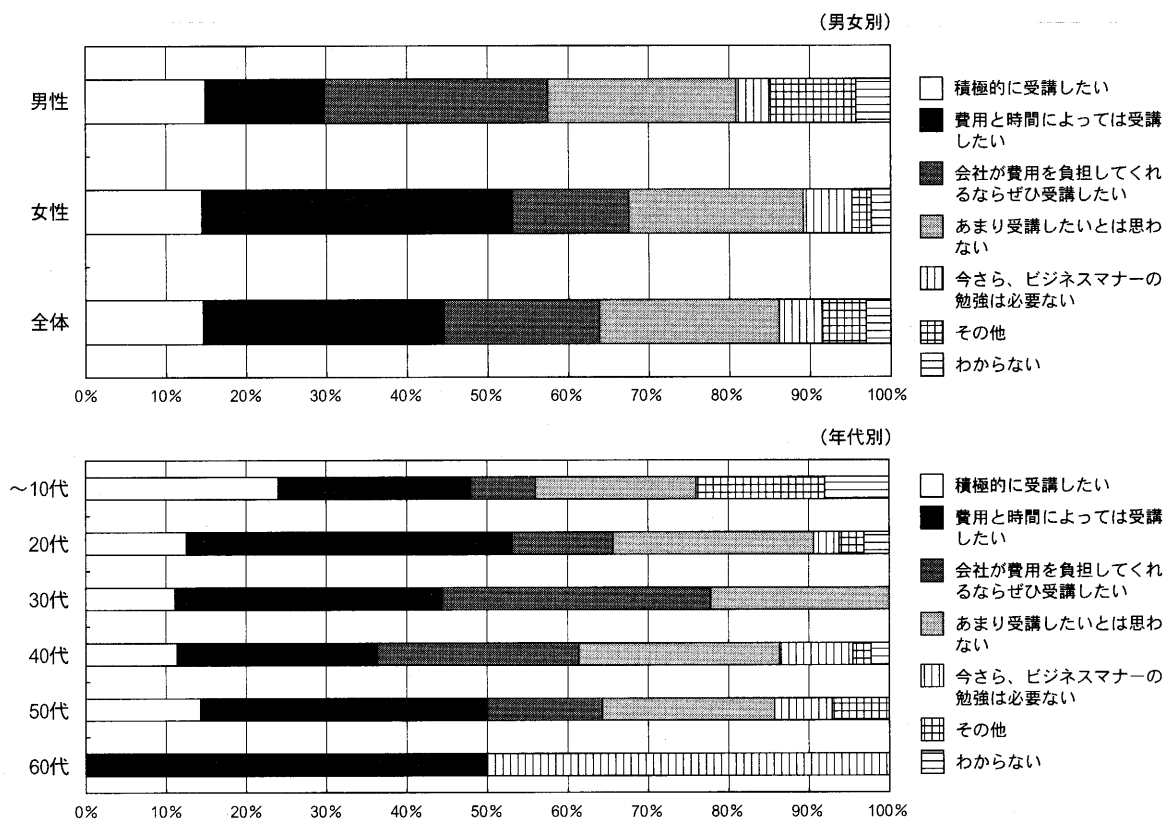


図10 不得意なビジネスマナーのセミナーや講習会を受けたいか



担してくれるならぜひ受講したい」(20%)とビジネスマナーは、会社の仕事の延長であり、自己負担は必要ないと考えていることがうかがわれる。男女別では、女性の場合「費用と時間によっては受講したい」(40%)とかなり高く、男性の2倍強の値を示した。

「あまり受講したいとは思わない」(21%)も全体と同様である。男性の場合「会社が費用を負担してくれるならぜひ受講したい」が30%と女性の2倍を示め、ビジネスマナーは当然会社が教育するものであると考えていることが推察される。次いで「あまり受講したいとは思わない」は22%、「費用と時間によっては受講したい」は17%であり、女性に比べかなり低い。「積極的に受講したい」は男性、女性とも10%と同値である。年代別では20代、30代が「積極的に受講したい」「費用と時間によっては受講したい」「会社が費用を負担してくれるならぜひ受講したい」を合わせると約80%が、費用を気にしながらも受講したいと考えていることがわかった。40代、50代では20代、30代と比べ若干低く、62%である。

しかしどの年代においても費用について、安価で受講したいと考えていることがわかる。

また60代では「今さらビジネスマナーの勉強は必要ない」は50%と仕事への必要度の影響が関係していると考えられる。

#### IV おわりに

今回、ビジネス現場における社会人に求められるものは何かを、ケースを通し重要な点にしばらく意識調査した結果、以下のことがわかった。

ビジネスマナーでは、「あいさつ、敬語・言葉

遣い」について、どの年代も必要であると感じており、それゆえに企業現場では苦勞し、難しいと感じている。特に低い年代では高値を示し、具体的に話す相手との上下関係、年齢、地位の度合によって正しいことば遣い、適切な表現が必要であり苦勞していると推察される。またビジネスマナーの知識をどのように得たかでは、先輩や上司からが圧倒的であった。その点、ますます学校教育、地域社会で学ぶ機会が必要であると痛感した。さらに社会人として最低条件ともいえる「電話応対」については、性別、年代別をとわず約半数が自信がないと回答している。この点においても、あいさつ、敬語・言葉遣いと同様であり、10代、20代の低い年代では特に顕著であった。特に不得意なビジネスマナーについてのセミナーや講習会を希望するかどうかの問いでは、10代、20代では8割が希望している。したがって今日ビジネス社会現場において、ビジネスマナーに対する対応は急務であると痛感した。

#### 謝辞

本調査にあたりアンケートにご協力いただいた方々、及び経営情報学科2年の学生諸氏に感謝致します。

#### 参考文献

1. 『ケースで学ぶビジネスの基礎』  
元吉昭一著  
早稲田大学教育出版  
2002
2. 『実践オフィスワーク』  
黒田廣美著  
樹村房  
2003