

第2章 調査の概要

(1) 調査の方法

本プロジェクトに専門委員として参加している企業 6 社から調査協力を得て、事務・技術系正社員を対象とするアンケート調査を実施した。中部電力には 100 部、トヨタ車体とトヨタ紡織には各 150 部、印刷した調査票を配布した。名古屋鉄道には 100 件、トヨタ自動車とデンソーには各 200 件、ウェブに調査票と同様の回答フォームを設定し、回答が得られるように依頼した。

本調査では部下をもつ方(以下では上司層と略記)を対象とした調査票と、部下をもたない方(以下では部下層と略記)を対象とした調査票の 2 種類を用いた。多くの質問は共通しているが、上司層に対しては部下とのコミュニケーションについて回答を求める一方、部下層に対しては同僚とのコミュニケーションを尋ねているなど、いくつかの質問項目が異なっている。

また、上司-部下というタテのコミュニケーションの実態を把握すべく、調査票配布に当たり、上司層向けと部下層向けの調査票をできるだけ同一の部署で配付し、部署コード等で紐付けるように依頼を行った。

調査票は 915 票回収したが、欠損値(未回答や判別できない回答)が多い調査票及び上司層向け調査票に部下を持たない方が回答した調査票 20 票を分析から除外し、895 票を分析対象とした。そのうち、部署コードで上司層と部下層を紐づけできたのは 436 票であり(上司層向け：100 票、部課層向け：336 票)、紐づけできた部署は 100 件であった。