

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず＜企画シート作成上の注意＞をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
カンサイダイガク	ショウガクブ	オカモト マユミ ゼミ
関西大学	商学部	岡本 真由美 ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
オカモトゼミチームビー	ニシ ユウキ	3
岡本ゼミチーム B	西 祐生	

研究テーマ（発表タイトル）

「飲みニケーション」

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究は、多くの日本の社会人が、同じ職場内の人々と仕事終わりに行う『飲みニケーション』について、その効果と有効性、そして効果を一層引き出すためにはどうすればいいのか考察しようと試みるものである。具体的には、社内の人間関係を構築し、仕事を円滑に進めるための効果的な『飲みニケーション』の実態を明らかにすることを目的とした研究である。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

昨今、日本人の早期退職の割合は 30%強と、バブル期から大きく変化していない。その中でも、要因として高かったのが、人間関係。また、社内のコミュニケーションに課題があると思うか？という質問に対して、コミュニケーション不足が大多数で挙がっている。そこで私たちは社内コミュニケーションに着目し、飲み会を社内のコミュニケーションを手段として、飲みニケーションについて研究していく。先行研究からも、服部（2006）によると、社会人生活を営む潤滑油と論じられているように、飲み会はコミュニケーションの手段として有効であると言える。

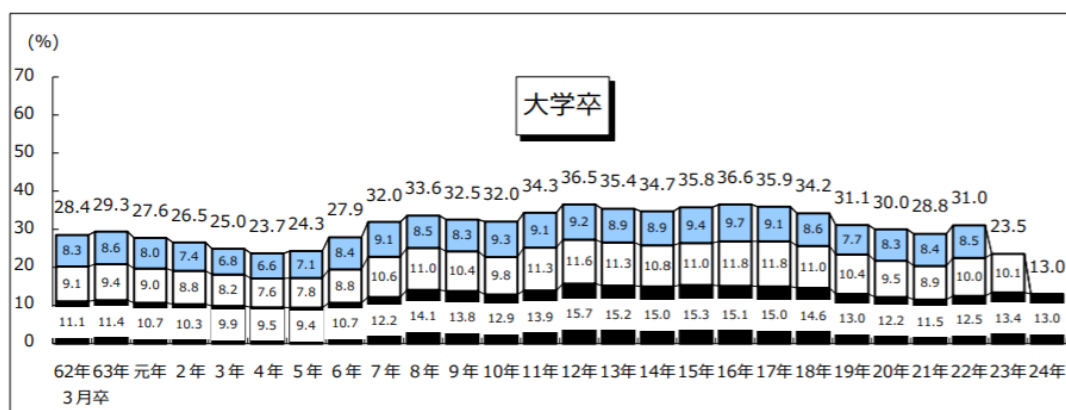


図 1 厚生労働省「労働市場分析レポート」

3. 研究テーマの課題

私たちは、先行研究をもとに、「社内の人間関係を構築し、仕事を円滑に進めるための効果的な飲みニケーションとは」をリサーチクエスチョンとした。

飲み会は、社内の人間関係に良い影響を与えてくれるのか、さらに、仕事を円滑に進めることができるのかを明らかにしなければなら

らない。また、効果的な飲みニケーションとはどのようなものかを提示するために、飲み会に必要な要素を抽出することと、飲み会に対する否定的な意見を抽出する。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

我々の研究では、「飲みニケーション」を積極的に行うことで、社内の人間関係を構築し、仕事を円滑に進めることができると明らかにできた。しかしながら、「飲みニケーション」に対して、ネガティブな意見を数多く目にするのが現状だ。この「飲みニケーション」に対するネガティブな意見を取り払い、飲み会の場を“職場の延長線上の場”ではなく、“プライベートを楽しむ場”として、「飲みニケーション」を推進する会社を増やしていきたいと考えている。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

本研究の対象者は20歳以上の日本の社会人65人であり、男女比は図2の通りで、男性35人、女性30人である。年齢比は図3の通りで、20歳～30歳48人、30歳以上17人である。また、リサーチクエストの「社内の人間関係を構築し、仕事を円滑に進めることができるための効果的な飲みニケーションとは」を調査するために以下の仮説1～3を立てた。仮説を立証するためにGoogleフォームによるウェブ上でのアンケートを行った。

仮説1「飲み会の環境面である外的な要因から社内の人間関係をサポートする」（企画軸）

1-1 飲み会の開催頻度は社内の人間関係構築に良い影響を与える

1-2 飲み会の費用を会社負担にすることは社内の人間関係構築に良い影響を与える

仮説2「飲み会で構築する関係性は社内の人間関係構築をサポートする」（人間関係軸）

2-1 飲み会で自分と性格が違う人と仲良くなることは社内の人間関係構築に良い影響を与える

2-2 飲み会で無礼講な上下関係を築くことは社内の人間関係構築に良い影響を与える

仮説3「飲み会での会話内容面から社内の人間関係構築をサポートする」（会話内容軸）

3-1 飲み会で仕事の話をすることは社内の人間関係構築に良い影響を与える

3-2 飲み会で共通の話題で盛り上がることは社内の人間関係構築に良い影響を与える

2.性別をお答えください
65件の回答

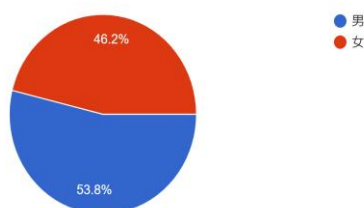


図2

3.年齢をお答えください
65件の回答

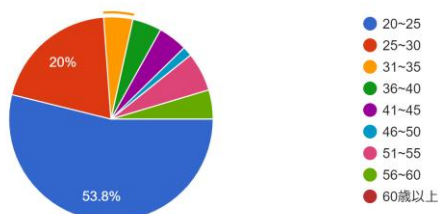


図3

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究を通しての結果は以下の通りだ。

〈企画軸〉

仮説 1 - 1 飲み会は開催頻度が多いと社内の人間関係構築を促進する。

仮説 1 - 2 飲み会の費用を会社負担にすることは社内の人間関係構築には関係性がない。

〈人間関係軸〉

仮説 2 - 1 飲み会で性格が違う人と仲良くなることは社内の人間関係構築を促進する。

仮説 2 - 2 飲み会で無礼講な関係性を築くことは社内の人間関係構築に関係性がない

〈会話内容軸〉

仮説 3 - 1 飲み会で仕事の話をすることは社内の人間関係構築を促進する

仮説 3 - 2 飲み会で共通の話題を話すことで社内の人間関係構築を促進する。

今回は社会人のみを対象とした研究であった。研究していくにつれ社会人の飲み会に対する意識と、我々大学生の飲み会に対する意識に多少乖離があると今回の研究で判明した。そのため今後は二者それぞれの飲み会に対する意識の差を研究する。それとともに近代化に伴い社内コミュニケーションの取り方が、多種多様に変化している状況を受け、飲み会だけでなく他の方法でもより効果的な社内コミュニケーションが行えるかを研究していきたい。

7. 参考文献

日経 BP 社 (2005)「特集 僕らを飲みに連れてって」小野田鶴『"飲みニケーション"の達人に

学ぶ年 120 日、社員と飲む社長の盛り上げテクニク--小山昇 武蔵野社』日経 BP 社、120~123 ページ

服部博之 (2006)『情報の科学と技術』第 56 巻 12 号、594 ページ

安田雪 (2008)『若年者の転職意向と職場の人間関係―上司と職場で防ぐ離・転職―』リクルートワークス研究所

勝地ルミ子 (2012)『情報の科学と技術』第 62 巻 12 号、534 ページ

初耳康行 (2017)『職場の人間関係が若年者の早期離職に与える影響：アイデンティフィケーションからの実証研究』

片桐圭子 (2018)「仕事に効く飲み会のルール」川口穰『AERA』朝日新聞出版

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

なし

●発表時に使用する成果物（例. 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

なし

【企画シート作成上の注意】※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確

認をさせていただく場合がございます。

・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑