

内外交差点

経営者から、同僚から、自身への注目が向上に繋がる

土橋 豪氏 (特定社会保険労務士) 第9/12回

深刻な労働力不足により、需要はあるのに供給が追いつかないというもどかしい状況がタクシー業界も続いています。特に12月のこの時期には、皆様一層のもどかしさを感じておられるのではないのでしょうか。さらに近年の法改正により、働く時間は短くなる一方です。2024年問題の課題のひとつに、労働時間が減少しても賃金を維持することが挙げられています。ここで会社に求められるのは、生産性の向上です。しかし、タクシーにおいてどうやって生産性を上げるのか、その課題解決は今だ見えてきません。何人かの経営者や管理者の方とも話をしましたが、皆さん明確な答えはまだ無いといった感じを受けました。ドライバーズアプリのような新しい設備投資を行うことも難しいのも現実です。そこで、すでに手元にあるもので何ができるか考えてみました。そこで思いついたものとして、心理学的な現象「ホーソン効果」を意識した対応をご紹介しますと思います。

■ホーソン効果？

ホーソン効果とは、人間は自分が注目されていると感じると、自身の行動を向上させようとするという現象を指します。この理論は90年以上前の研究から生まれましたが、その有効性は今日でも変わらずに認められています。

■ホーソン効果をタクシードライバーに応用する

タクシードライバーは基本的に一人での作業が主であり、さらに給与形態が歩合制の場合が多いため、自分自身の売上（給与）に直結する自己管理意識は現時点でも高いと考えられます。一方、集団意識の発展にはまだ余地があるように思われます。そこで、他者からの期待を感じる感覚を加えることでホーソン効果を引き出すことはできないかと考えました。すぐに実行できる手法として、①経営者から

の積極的なコミュニケーションが挙げられます。異業種でも、経営者が直接現場に足を運び、挨拶をしたり、名前を覚えて声をかけたりすることで職場の雰囲気を変えていくことがあります。

多忙な経営者にとっては困難かもしれませんが、「経営者が自分を見てくれている」という感覚は労働者としては嬉しいもので、仕事への意欲を高めることにつながります。②次に、他のドライバーの走行ルートや営業実績（時間帯・場所などがわかればなお良い）などの共有、それに基づくコミュニケーションスペースの提供、あるいはチーム単位での売上目標設定なども効果が期待できます。極論方法は何でも良いのです、大事なことはドライバー同士がお互いを注視する仕組みを作ることです。③さらに、ドライバーが自身の経験やアイデアを発表できる機会も効果的と考えられます。これは他のドライバーの事例から学ぶためだけでなく、自分の考えを他人に伝えることで自分自身への理解が深まるからです。

①経営者からの注目、②同僚からの注目、③自分自身への注目、これら3つの注目がホーソン効果を引き起こし、結果として生産性の向上につながることを期待しています。

会社が強制したものではなく、自然にドライバー間の交流の場が生まれてくれるとより効果が期待できますが、それを作り出すためにはまず会社はその土台を用意する必要があります。

■最後に

人は皆、自分がどう見られているかという自意識に左右されるものだと思います。その自意識が、私たちを行動に駆り立て、ときにはいつも以上の力を発揮させることもあります。自意識は我々の力となり得るのです。一人で働くドライバーだからこそ、他者からの注目は良い刺激となり、生産性を向上させる余地があると考えられます。

課題に直面したとき、既存の手法だけでなく、他業種から学ぶこと、新しい視点を持つことも重要です。タクシー業界がこれから直面するであろう多くの挑戦の中で、一緒に新たな道筋を見つけていければと思います。

