

奨励金No.1520

ICT化・With コロナ時代における労働の二極化： 対面性の価値と感情労働の観点から

崎山 治男

立命館大学産業社会学部 准教授

The Bipolarization of Labor in the era of ICT and with Covid19: From the perspective of value of face-to-face interaction and the emotional labor

Haruo Sakiyama,

College of Social Sciences, Ritsumeikan University, Associate Professor



本研究は、グローバル化とICT化、そしてWith コロナ社会における労働の変容を感情労働論から読み解き、労働が二極化されるありさまを捉えることを目的とした。

調査研究の成果としては、感情労働が単純化されることは必ずしもあり得ず、またそこに職務満足もあることが示唆された。またさらに、コロナ禍以降進んだオンライン業務の進展が、かえってそれでは達成されない業務として対面での関係性の価値を上昇させることが明らかとなった。

The purpose of this study was to decipher the transformation of labor in the context of globalization, ICT, and the with-Covid19 society from the perspective of affective labor theory, and to capture the polarized nature of labor.

The results of the study suggest that emotional labor cannot necessarily be simplified, and that there is job satisfaction in emotional labor. Furthermore, it became clear that the development of online work after the Covid-19 disaster increased the value of face-to-face relationships as work that could not be accomplished through online work.

1. 研究内容

本研究は、グローバル化とICT化、そしてWith コロナ社会における労働の変容を感情労働論から読み解き、労働が二極化されるありさまを捉えることを目的とした。

具体的には、コロナ禍にともなって多くの労働がリモートワークやICT化、AIによる代替へと急速に進む中で、単純な対面事務はAIやリモートに置き換わる、あるいは単純な感情労働のみとなり、職務のやりがいが増える。一方では、企画立案・交渉のみを企業の中核部がオンラインを併用しつつ対面で行ったり、きめ細かい接客を感情労働として提供する中で職務のやりがいが増える

という仮説にたった調査を行った。

コロナ禍という制約の中でなかなか協力対象となる企業を見つけることが困難であった。しかし、2023年9月から2024年6月に渡って、単純な感情労働としてはコールセンター業務に着眼したA社、企画調整部門としては旅行代理店であるB社でのべ40名弱のインタビューを確保して調査を行うことができた。調査の手法としては、あらかじめ感情労働の実態を中心とした半構造化インタビューを一時間程度おこない、主として各々の感情労働の特徴と、リモートワークやICTへの代替という事柄を中心に伺った。

調査の成果としては主に2つの点を挙げること

が出来る。

まず第一には、単純な感情労働と目されがちなコールセンター業務であっても、実際にはマニュアル通りにおこなわれなかったり、音声のみでのやりとりであったりする複雑な感情ワークをとまなうことである。その中でも、特に音声のみであることにより、感情を伝えることの重要性が増すもののそれが確認出来ないというジレンマがあったりした。また、感情労働の心理的な否定的効果は、離職率の高さ等に見られるように確かにあるが、音声のみであることにより顧客からのクレームを上手く聞き流したり、演技で対応する等の技法が見られた。また同僚間でのサポート体制も見られた。このように、単純な感情労働という事柄は少なくともコールセンター業務には妥当せず、また職務上のやりがいについても顧客からの感謝等のリソースがあることが判明した。

他方、高度な感情労働と見なされる企業での企画調整部門での業務においては、顧客や取引先とのやりとりが一部あるときにはそれに対して人為的に感情操作をおこなうことが意識されるものの、それ以外の社内での同僚とのやりとりは、複雑な感情表現や競争が見られるものの、それを「感情労働」としてあまり意識しない点が顕著な発見であった。むしろそれは、同僚との間で円滑に業務を協業するスキルとして無意識のうちに身につけられている側面を持つ。そして、企画立案の対立等の場であっても、それを否定的な感情経験として捉えず、むしろより良い企画へ結びつけるためのやりがいであると見なしたりもしていた。このように、意識化されないほど洗練した感情労働をいかに捉えるかは今後の課題である。

第二に、ICTの進展にともなうリモートワークへの転換やAIへの代替については、現時点ではまだまだ困難が生じることがインタビュー調査からは伺えた。まず、コールセンター業務に関しては、確かに一部は例えばチャットポットなどで代替しうるかもしれないが、他方で顧客が主として高齢

者でありICTに不慣れであり、そもそも利用者自身が人相手の関係を望んでいることが明らかとされた。また、それであるが故にコールセンターでの受電時での待ち時間や対応時間などに、必ずしも厳密な規則を持たせていないことがうかがわれた。

他方、企画調整部門においては、多くの会議をリモートワーク化することにより会議の効率性や在宅ワークなどの可能性が広がるものの、その「手軽さ」故にかえって会議のスケジュールが増加してしまう事が問題となることがうかがわれた。またさらに、議題となる案件の「重さ」如何によって対面とリモートワークを使い分けることがなされていた。

これら調査で得られた知見から、本研究課題について2つの結果が示唆される。まず第一には、感情労働においては必ずしも単純化されたそれは存在しないこと、並びにそれとして意識されない程洗練されるレベルもあることである。前者に関しては対人関係である以上、顧客のニーズを定めたりクレームを受け止めたりすることは一定の技術が必要であり、そこに単純さは必ずしもない。また、それによる心理的な効果は肯定的・否定的なもの双方があり得る。

また後者に関しては、感情労働として意識されない程の洗練化がいかになされるのか、職業キャリアや研修体制等の分析の必要性がある。さらには、関係の洗練化についての歴史的経緯を説いたインフォーマル学派の知見からの分析も必要であろう。

第二には、with コロナ・アフターコロナにおいて、対面性の価値が上昇したことである。例えばコールセンター業務等は多くはICTやチャットポットを導入しているが、それで解消されないが故に顧客がコールセンターの受信者との音声での関係を望んでいることがある。また、企画調整部門においても重要な事案では対面の方が好まれる傾向がある。

本調査で得られた知見は感情社会学やICTを用いた相互行為のさらなる分析に活かされよう。