

～トレンド総研・ブlogger実態調査～

若手社会人必見！ブログの仕事活用術

4人に1人が「ブログは昇進の近道」と回答！

「モチベーション維持」や「文章力・思考力の強化」にも有用…

朝礼よりもブログ!? 上司から部下へのメッセージツール

放送作家・鈴木おさむ氏が語る「ブログのビジネス活用法」も紹介

生活者の意識・実態に関する調査をおこなうトレンド総研では、このたび、20～50代の会社員男女300名を対象に、「ブログの仕事活用」に関する調査をおこないました。

本調査では、ブログを書いている社会人2年目以上のビジネスパーソンを、「部下を持つマネジメント層」150名、「後輩を持つ先輩社会人」150名に分けて質問を実施。調査の結果、ブログはさまざまな面で仕事に活用できることがわかったほか、会社における役割が変わるとともに、その活用法についても変化がみられることが明らかになりました。

また、今回の調査結果を受けて、放送作家の鈴木おさむ氏がブログの「仕事活用術」について語ったインタビューコメントについてもご紹介いたします。

【調査概要】 ・調査期間:2014年5月21日～5月22日 ・調査機関:楽天リサーチ ・調査方法:インターネット調査
 ・20～50代 会社員男女 300名(社会人2年目以上の方、日常的にブログを書いている方)
 ※部下を持つマネジメント層:150名、後輩を持つ先輩社会人(部下のいない方):150名

■人とのつながり、文章力、情報感度…ブログを通じて高まる「仕事力」

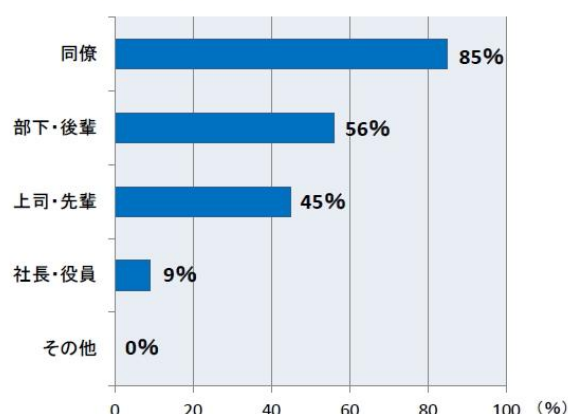
まず、「会社内で、あなたがブログを書いていることを知っている人は誰ですか?」と質問したところ、「同僚」が最も多く(85%)、以下、「部下・後輩」(56%)、「上司・先輩」(45%)、「社長・役員」(9%)と続きました。[グラフ1] 同僚だけでなく、上司や部下などにもブログをオープンにしている人が多いようです。なお、利用しているブログサービスとしては、トップの「アメーバブログ」(46%)をはじめ、「FC2 ブログ」(20%)、「楽天ブログ」(19%)、「Yahoo!ブログ」(15%)、「ライブドアブログ」(8%)などの大手サービスが上位を占めています。

続いて、「ブログが仕事に役立つと思う点」を聞いたところ、下記のような回答が上位にあがりました。

- ・「読者が増えることで新しい人とのつながりができる」(46%)
- ・「文章力・表現力が身につく」(40%)

[グラフ1]

Q:会社内で、あなたがブログを書いていることを知っている人は誰ですか?

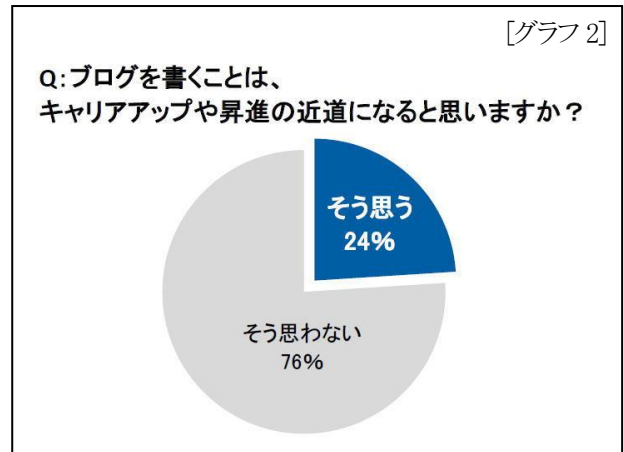


[グラフ 2]

- ・「(ネタ集めを意識することで)情報感度が高まる」(36%)
- ・「社外の人とのコミュニケーションのきっかけになる」(31%)
- ・「(目標を明言することで)モチベーション維持に役立つ」(29%)
- ・「(自分の考えをまとめることで)深い思考力が身につく」(29%)
- ・「社内の人とのコミュニケーションのきっかけになる」(24%)

文章力・思考力の強化やモチベーション維持、社内外の人とのコミュニケーションなど、社会人の多くが、ビジネスにおけるさまざまな面において、ブログを書くメリットを感じている様子が見えてきます。

ちなみに、「ブログを書くことは、キャリアアップや昇進の近道になると思いますか?」という質問では、24%と4人に1人が「**そう思う**」と回答。[グラフ 2] ブログを通じたモチベーション維持やスキルアップがキャリアの近道になり得ると考える社会人は少ないようです。



■社会人1年目からのブログスタート、7割が「メリットあり」と回答

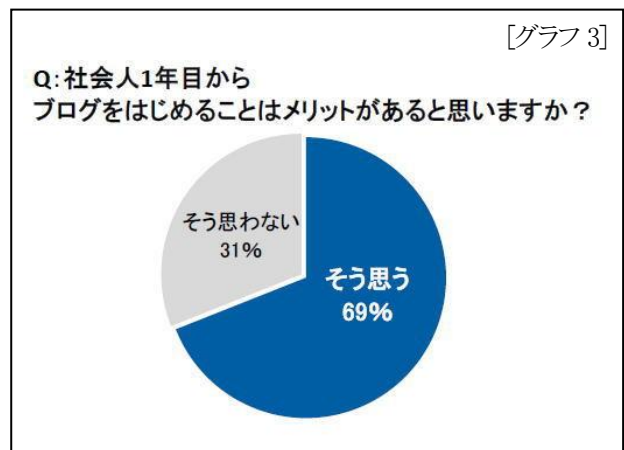
そこで今回、社会人2年目以上のビジネスパーソンたちに、「社会人1年目からブログをはじめるとはメリットがあると思いますか?」と聞いたところ、69%と約7割が「**そう思う**」と回答。[グラフ 3] 具体的にメリットと感ずることとしては、下記のような回答があがりました。

- ・「後から成長の過程を振り返りやすい」(30%)
- ・「文章力・表現力が身につく」(27%)
- ・「(ネタ集めを意識することで)情報感度が高まる」(22%)
- ・「知らなかったことについて、詳しく調べる習慣がつく」(20%)
- ・「(自分の考えをまとめることで)深い思考力が身につく」(19%)
- ・「(読者が増えることで)新しい人とのつながりができる」(16%)

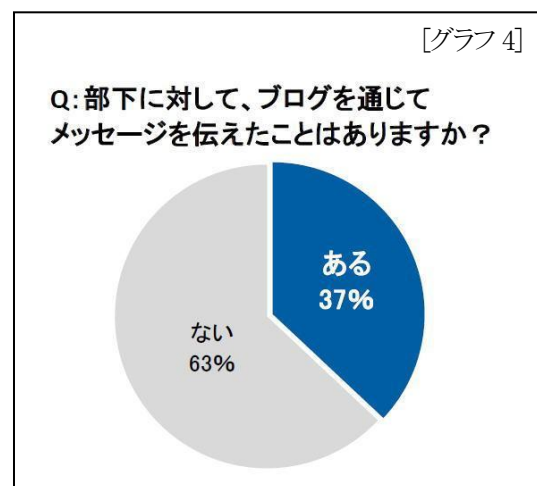
最も多かったのは「後から成長の過程を振り返りやすい」(30%)という回答で、長く記録が残せるブログならではの結果と言えそうです。またそのほかにも、「上司・先輩の立場になった時に、新入社員の気持ちをブログで振り返って指導できる」(16%)、「家族(両親など)に、仕事の様子を伝えて安心させられる」(12%)といった声もあがり、若手社員だからこそそのメリットも多いと言えます。

一方、「上司」の立場であるビジネスパーソンの中には、若手社員とは異なるブログの使い方をしている人も多いようです。「部下に対して、ブログを通じてメッセージを伝えたことはありますか?」という質問では、**部下がブログを読んでいるマネジメント層のうち37%と約4割が「ある」と回答**。[グラフ 4] その具体的な意図を聞くと、「押し付けがましくならない。また、対面して直接話す時と比べて、読み手にとっても内容を整理しやすい。(35歳・女性)」、「上から目線ではなく、対等な人間としての気持ちを伝えられるため、相手も素直に受け止めやすいと思う。(36歳・男性)」などの声があがりました。個別対面や朝礼の場などとは異なる、新たな部下へのメッセージツールとしてブログを活用する上司たちが多いようです。

[グラフ 3]



[グラフ 4]



■鈴木おさむ氏が語る、ブログの「仕事活用術」とは

また、今回の調査結果を受けて、放送作家の鈴木おさむ氏がブログの「仕事活用術」について語ったインタビューコメントについてもご紹介いたします。(日経レンディネット 2014年5月8日掲載記事より引用抜粋)

▼ブログは、読者の声も含め貴重なネタ帳

ブログは日々、思いついたことをメモしたり、思考を整理するための場です。毎日、何かネタを探して、それについて考えをまとめて綴るのは、実は手間がかかる。でも、自分にとって大切な思考のトレーニングになっているのも事実。パクられない程度に**企画のアイデアを書いておいたり**もします。

TwitterなどのSNSと違ってコミュニケーションに若干クローズ感があつて密なので、自分が主張しておきたいことも発信できるしきちんとした反応がある。記事が蓄積されて、記録の倉庫になってくれるのも違いですね。

ブログを始めてからしばらくして、せっかくなら読者の人が参加した気持ちを味わえたり、何か考えるきっかけになったりしたりいいなど考えるようになりました。僕のブログが「皆さんはどうですか？」と問いかけで終わるのはそのせいで、ブログは皆さんのコメントを含めてひとつのコミュニティだという意識を持っています。

コメント欄は、自分にとってアイデアをもらえる貴重な情報収集の場でもあります。例えば、『美幸』の執筆中、読者の方に「会社にいるムカつく上司にした小さな復讐を教えてください」という質問をしたんです。そうしたら、想像したこともないエピソードがたくさん集まって…。これらはネットの検索では絶対に手に入らない生の声だなと感じます。読者の方だけでなく、ブログを見ている仕事仲間から反応をもらうこともあります。**備忘録的に書いたネタが番組の企画に発展**したことも。

TwitterやFacebookが出てきたとき、ブログはなくなるのかな？とも思いましたが、**今またその発信力は強まっている**気がしますね。僕もブログを軸に、動画などで新しい試みをしたいと考えているし、そういうクリエイターも増えるのでは。

クリエイターに限らず、**ビジネスマンの人もブログで自分の考えをトレーニングとして書いてみるのはいい**と思います。テーマは何でもいい。**人に見せるために発表する文書を作る時点で、考えが整理されるし、普段は見過ごしてしまう原因も見えるかも**もしれない。辛いときこそ有効だし、やってみるべきなんじゃないかな。

※日経レンディネット 2014年5月8日掲載記事より引用抜粋

▽鈴木おさむ(すずき おさむ)

1972年、千葉県生まれ。バラエティを中心に多くの人気番組を手がける。現在は、映画の脚本や小説・エッセイの執筆、舞台の作・演出も手がける。主な著書に『ブスの瞳に恋してる』『芸人交換日記～イエローハーツの物語～』など

⇒ 鈴木おさむ氏オフィシャルブログ:『放送作家 鈴木おさむのネタ帳』 <http://ameblo.jp/smile-osamu/>

今回の調査からは、**ブログが仕事におけるさまざまな面において役立つ**ことが明らかになりました。また、入社したばかりの若手社員、部下を持つマネジメント層など、**会社における役割が変わると、ブログの活用法についても変化がみられる**こともわかりました。

さらに、鈴木おさむ氏によると、**ブログは大切な「思考のトレーニング」の場になる**ほか、読者とのブログでのコミュニケーションから**アイデアのヒントを得たり、新たな企画のきっかけが生まれ**たりすることもあるようです。

若手社会人の方はもちろん、先輩社員・上司の立場のビジネスパーソンの方も、ぜひ普段の生活にブログを取り入れてみてはいかがでしょうか。

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料ご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンド総研 <http://www.trendsoken.com> 担当：山口（やまぐち）

TEL：03-5774-8871 / FAX：03-5774-8872 / mail：info@trendsoken.com