

仕事の目標を達成するための意外な秘訣とは！？

## 「仕事ができる人」への近道は、社内の人の顔と名前を覚えることだった！

**顔と名前を覚えている人の方が、覚えていない人より  
業務目標を達成している割合が36.1%高いことが判明**

～プライベートの充実やパートナーの有無にも関係あり！？～

働き方改革をリードする株式会社カオナビ（本社 東京都港区、代表取締役社長 柳橋 仁機）が運営する、HRテクノロジーや組織・人事領域の先端研究機関「カオナビHRテクノロジー総研」は、20代～50代の会社員、男女600名を対象に「社内コミュニケーションと働き方」に関する調査を行いました。

新年度を目前に控え、「新たな環境で結果を残そう」と意気込む人も多いのではないのでしょうか。しかし、「働き方改革」が叫ばれる中で、単に時間をかけて仕事をするのではなく、限られた時間で成果を出すことが求められる時代となりました。そのような社会情勢を受け、生産性を上げながら目標を達成するためには、何をしたら良いのかと悩む方も多いでしょう。

今回、「カオナビHRテクノロジー総研」では、社内の人の顔と名前を認識している度合い（※1）に着目し、顔と名前を覚えることによって業務目標の達成度やプライベートの充実度にどのような影響があるのかを調査しました。一般社員（非管理職）600名に「あなたは普段仕事に関わる人たちについてどのくらい認識していますか？」と質問したところ、社内の人の顔と名前を「よく覚えている」「まあ覚えている」人は46.2%、「あまり覚えていない」人は53.8%という結果となり、半数以上の人が社内の人の顔と名前を「あまり覚えていない」ことが分かりました。

調査結果の要旨は以下の通りです。

- （※1）認識している度合い 70～100%： 顔と名前を「よく覚えている」人  
40～60%： 顔と名前を「まあ覚えている」人  
10～30%： 顔と名前を「あまり覚えていない」人

### 調査サマリー

顔と名前を「よく覚えている」人は・・・

#### ■ 仕事ができる！

業務目標を達成している人の割合が「あまり覚えていない」人より36.1%高い

#### ■ 周囲の好感度がアップ！？

挨拶される側の75.3%の人が、名前も一緒に呼んでもらうと嬉しいと感じる

#### ■ 仕事だけでなくプライベートも充実し、異性からモテる！？

パートナーがいる人の割合が「あまり覚えていない」人より22.3%高い

##### 【調査概要】

調査期間：2017年11月10日～11月13日

調査方法：インターネット調査

調査対象：従業員数100人以上1,000人未満の会社で働く会社員（非管理職）  
男女20歳～59歳

サンプル数：n=600

以下の年齢、性別でn=75ずつ均等割付で回収。

（20歳～29歳 男女／30歳～39歳 男女／40歳～49歳 男女／50歳～59歳 男女）

<報道機関からのお問い合わせ>  
株式会社カオナビ 広報担当：宮地

TEL：03-5775-3821 FAX：03-5775-3824 MAIL：pr@kaonavi.jp

**トピック① 社内の人の顔と名前を覚えている人ほど仕事ができる！**

業務目標を達成している人の割合は、顔と名前を「よく覚えている」人の方が「あまり覚えていない」人に比べ36.1%高い

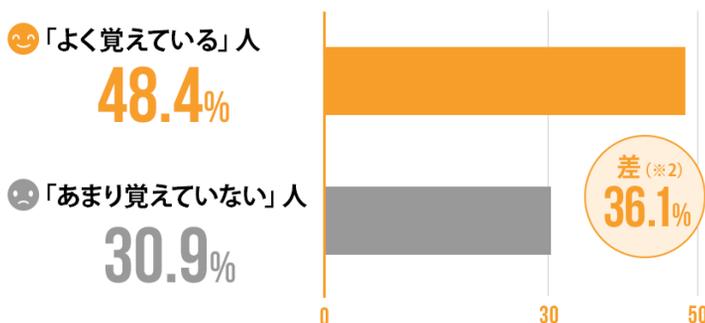
社内の人の顔と名前を覚えていることと、業務目標を達成することに関係があるかを調べました【図1】。

「あなたは仕事の目標（数値、業務）をどの程度達成していますか？」という質問をしたところ、業務目標を達成している人（達成率100%以上）の割合が、社内の人の顔と名前を「よく覚えている」人は48.4%、「あまり覚えていない」人は30.9%という結果となりました。業務目標を達成している人の割合は、「よく覚えている」人の方が36.1%高く、「顔と名前を覚えている」人ほど業務目標を達成している傾向にあると言えます。

仕事ができる人になるための第一歩として、まず社内の人の顔と名前を覚えることに注力してみてもいいのではないでしょうか。

図1

社内の人の顔と名前を認識している度合いと業務目標を達成している人の割合



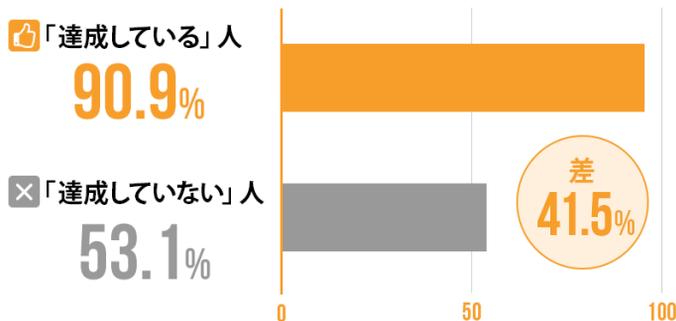
(※2) 「よく覚えている」人を100%としたときに、「あまり覚えていない」人との差を割合で算出。これ以降の調査結果は、すべて値が大きい方を100%として、比較対象との差を割合で算出している。

また、業務目標を達成していることと、目標達成のために社内メンバーとの協調を重要視する傾向に関係があることが分かりました【図2】。

目標達成のために社内メンバーとの協調が重要だと感じる人は、業務目標を達成している人（達成率100%以上）では9割以上が重要だと感じているのに対し、業務目標を達成していない人（達成率50%以下）は53.1%と、業務目標を達成している人ほど、目標を達成している上で社内メンバーとの協調が重要だと感じているようです。

図2

業務目標達成と社内メンバーとの協調が重要だと思う人の割合



## トピック② 顔と名前を覚えると好感度がアップ!?

挨拶される側の75.3%の人が、名前も一緒に呼んでもらうと嬉しいと感じる

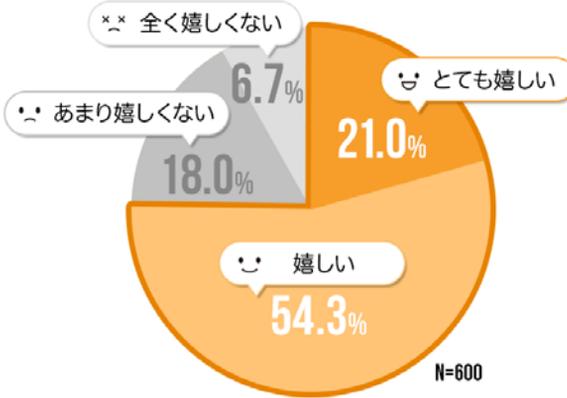
次に、挨拶をされる際に名前を呼んでもらえると嬉しいと感じるかを質問したところ、75.3%の人が嬉しい（「とても嬉しい」「嬉しい」）と思うという結果となりました【図3】。

挨拶や声をかける際に名前を呼ぶことによって、名前を呼んだ相手から嬉しいと感じてもらえることから、顔と名前を覚えることが円滑なコミュニケーションをとる上で重要なカギとも言えそうです。

トピック①②の結果から、社内の人の顔と名前覚えることで、周囲の人とコミュニケーションがとりやすくなり、結果的に仕事が上手くいくことが推測できます。

図3

挨拶をされる際に名前を呼んでもらえることと  
嬉しさの関係



## トピック③ 社内の人の顔と名前を覚えている人はプライベートも充実し、モテる!?

パートナーがいる人の割合は、社内の人の顔と名前を「よく覚えている」人の方が「あまり覚えていない」人より22.3%高い

社内の人の顔と名前を「よく覚えている」人、「あまり覚えていない」人でプライベートの充実度に差があるのかを調べました。

まず、社内の人の顔と名前を「よく覚えている」人、「あまり覚えていない」人でパートナーがいる（「結婚している」、「恋人がいる」）割合を見ると、顔と名前を「よく覚えている」人が67.0%、「あまり覚えていない」人が52.0%で、「よく覚えている」人の方が2割以上高いことが分かりました【図4】。

次に、パートナーがいる人に、パートナーとコミュニケーションが上手いっているかを質問すると、上手いっている人（「とても上手いっている」「上手いっている」「まあまあ上手いっている」）の割合は、名前を「よく覚えている」人の方が「あまり覚えていない」人と比べ、14.1%高いという結果となりました【図5】。また友人とのコミュニケーションが上手いっている人の割合も、パートナーとの関係と同様に名前を「よく覚えている」人の方が高いことが分かります【図6】。

これらの結果から、社内の人の顔と名前を覚えている人は、私生活での対人関係も上手いっており、仕事だけでなくプライベートの充実度も高いと言えます。

図4

社内の人の顔と名前を認識している度合いと  
パートナーがいる割合

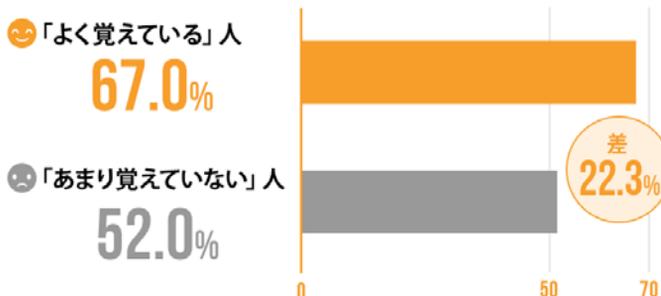


図5

社内の人の顔と名前を認識している度合いと  
パートナーとのコミュニケーションの関係

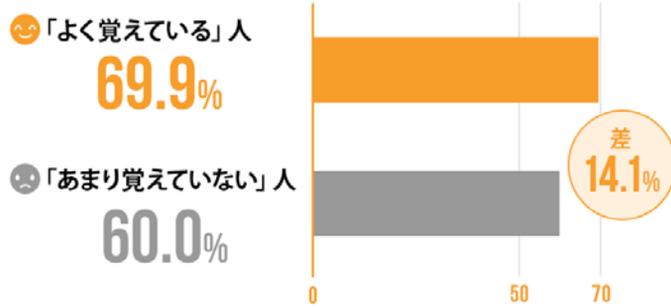
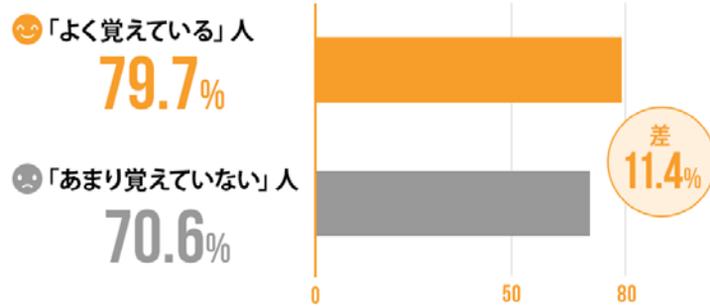


図6

社内の人の顔と名前を認識している度合いと  
友人とのコミュニケーションの関係



## 専門家からのコメント

### 早稲田大学研究戦略センター 枝川義邦教授

早稲田大学研究戦略センター教授（早大ビジネススクール兼任講師）。  
1998年東京大学大学院薬学系研究科博士課程修了、博士（薬学）。  
2007年早稲田大学ビジネススクール修了、MBA（経営学修士）。

同年早大大学スーパーテクノロジーオフィサー（STO）の初代認定を受ける。脳の神経ネットワークから人間の行動まで、マルチレベルな視点による研究を進めており、経営と脳科学のクロストークを基盤とした執筆や研修も行っている。著書に『「脳が若い人」と「脳が老ける人」の習慣』（明日香出版社）、『記憶のスイッチ、はいつてますか』（技術評論社）、『タイプが分かればうまくいく！コミュニケーションスキル』（共著、総合法令出版）など。最近のメディア露出はNHK総合「視点・論点」、「記憶力UPゲーム シーホースパワー」、テレビ朝日「モーニングショー」、日本テレビ「スッキリ!!」、毎日放送「林先生が驚く 初耳学」、日本経済新聞 NIKKEI STYLE、日経WOMAN、プレジデント、anan 等。

顔と名前を覚えている人が業務目標を達成しやすいことには、もともと情報処理能力が高いこともあるでしょう。顔と名前をパターンとして認識して、手際よく記憶情報を引き出すことができるという人は、多くの場面で複雑な情報を紐解き、処理することができるはず。

また、「顔と名前を覚えていられた」という経験は、成功体験として自身の自己効力感を上げるように作用します。自己効力感の向上は、モチベーションを高め、難しい課題へ挑戦するように働くことが知られています。

一方、自分の顔と名前を覚えていてくれることを知ったときには、「自分の存在を認め、興味関心を向けてくれている」という感触に繋がることから、その相手には返礼の意味でも協力したい気持ちが湧き出るものです。

多くの仕事は一人では成し遂げられません。チームを組む・組まないに関わらず、周囲の人たちの協力なしでは前に進まない場面も多々あるものです。そのようなときに、周囲の人たちの協力を仰ぎやすいことで、与えられたハードルを越えて実績を積んでいくことも容易になっていくでしょう。

このようなコミュニケーションが成立している人は、信頼を集めやすく、親和性が高まりやすいことから、多くのチャンスを与えられるようになるかも知れません。

「顔と名前の一致」をコミュニケーションの入口にして、自身のモチベーションを高め、チャンスを掴み、成果を上げていくことも期待できそうです。

## ■ クラウド人材プラットフォーム『カオナビ』について

『カオナビ』は、顔写真が並ぶシンプルな画面から一元化された人材情報をクラウド上で簡単に共有できる人材管理のプラットフォームです。社員の顔や名前、経験、評価、スキル、才能などの人材情報を一元管理して可視化することで、最適な人材配置や抜擢といった人材マネジメントの効率化とともに企業の生産性向上に貢献しています。

サイバーエージェント、日清食品ホールディングス、テルモ、東京ガスなど、業種・業態問わず800社以上の成長企業で活用されています。

製品サイト：<https://www.kaonavi.jp>



## ■ カオナビHRテクノロジー総研について

「カオナビHRテクノロジー総研」は、「HRテクノロジー」や「ピープルアナリティクス<sup>(※)</sup>」など、組織・人事領域をテーマにした調査・研究・情報発信を行う総合研究所です。2018年2月にはサイトを開設し、「HRテクノロジー」に関するレポートや各種の情報発信を継続的に行っていく予定です。HRテクノロジーの進化発展とともに、企業の人事・組織課題の解決、競争力向上に貢献していきます。

所在地：東京都港区元赤坂1丁目2番7号 AKASAKA K-TOWER 5F  
設立：2017年12月  
所長：内田 壮  
研究領域：  
・HRテクノロジー（IT、新技術を用いた人事・組織施策）  
・ピープルアナリティクス（人材データの分析・活用）  
・組織・人事課題の解決  
活動内容：  
・「HRテクノロジー」「ピープルアナリティクス」における調査・研究  
およびレポート等による情報発信  
・人事・組織に関する調査・研究・情報発信  
・産学連携による共同研究

※従業員データを収集・分析し、その結果を社内環境の整備や業務の効率化、人材マネジメントに生かす手法のこと。

## ■ 株式会社カオナビについて

株式会社カオナビは、「顔と名前が一致しない。」という悩みを解決すべく誕生したクラウド人材プラットフォーム『カオナビ』を提供しています。人材マネジメントにおけるプラットフォームとして、日本の「働き方」を変えていきたいと考えています。

所在地：東京都港区元赤坂1丁目2番7号 AKASAKA K-TOWER 5F  
設立：2008年5月27日  
資本金：4億4085万円  
代表者：代表取締役社長 柳橋仁機  
事業内容：クラウド人材プラットフォーム『カオナビ』の開発・販売・サポート  
会社HP：<https://corp.kaonavi.jp/>

※ 本リリースに記載されている会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。

※ プレスリリースに掲載されている内容、サービス／製品の価格や仕様その他の情報は、発表時点の情報です。予告なく変更する場合があります。

<報道機関からのお問い合わせ>  
株式会社カオナビ 広報担当：宮地

TEL：03-5775-3821 FAX：03-5775-3824 MAIL：pr@kaonavi.jp