

# コーチング心理学実践の現状と可能性の検討

○石川利江(桜美林大学)・松田 C. 与理子(桜美林大学)

キーワード: コーチング心理学, 職位, 認識

## 目 的

コーチングは欧米のビジネス領域に導入され、人材育成のための包括的な組織化された介入法とみなされ、近年飛躍的な成長をとげている。一方、心理学分野での研究は始まったばかりであるが、これは心理学研究が学術的研究を重視し、ビジネス分野での実践的活用に興味を示してこなかったこともその一因と考えられる。明確な背景理論をもたないビジネス先行の状況は、現在のコーチングの学術的基盤を不確かなものにしていくといえるだろう。それに対しオーストラリアや英国の心理学会を中心としてこのようなビジネス偏重であったコーチングの流れを、心理学の1つの応用分野であり、学術的基盤に基づいた専門的な実践領域として発展させようとする動きが高まってきた(Palmer & Whybrow, 2007)。本邦においてもポジティブ心理学への関心の高まりとともにコーチング心理学への注目も高まりつつある。しかしながら、一般的なコーチングのイメージは、スポーツ場面の指導方法であるあるいはビジネス場面では対人場面で役立つコミュニケーションスキルとして役に立つといったとらえ方がなされる場合が多い。また、コーチングの効果評価は費用対効果をはかるためにも必要とされているが、時間的制限や批判につながるのではないかという恐れなどから実施されることが少ない。そこで本研究では、実際にコーチングを受けた経験や経験したコーチングの方法などによってコーチングに対するイメージや効果の認識の相違について検討し、今後のコーチング心理学実践の可能性を検討することとした。

## 方 法

### 調査手続き・調査対象

調査方法は約100万人のモニターを有するWeb調査会社に、22歳~65歳までの勤労者を対象とした調査を委託した。調査会社から調査協力の依頼が該当者になされ、調査目的や協力に際しての個人情報取扱い等について明示され、同意が得られた場合のみ回答画面に進む形式とされた。データの開示と保管において個人情報の保護には十分な配慮を行い、個人を特定できないようプライバシーの保護に関して十分な倫理的配慮を行ない、本調査を実施した。

### 調査内容

基本的属性(性別・年齢・職位・勤続年数)、コーチング経験の有無、コーチングの経験ありの対象者に対しては、コーチングの目的・方法・費用負担、コーチングの回数と時間およびコーチングを受けた実際の効果について尋ねた。全対象者に対して、コーチングに対する認識、予想されるコーチングの効果(15項目)、コーチング態度尺度(話をきく、承認する、注意する、フィードバックする場合の各12項目)職場自尊感情尺度(8項目)

利益相反開示: 発表に関連し、開示すべき利益相反関係にある企業などはない。

## 結 果

回答が得られたのは男性702名(平均年齢47.2歳 SD8.2)、女性598名(平均年齢43.4歳 SD9.0)の計1300名であった。勤続年数は男性(17.7年 SD 10.5)、女性(14.2年 SD9.1)であり、年齢と勤続年数において性差が認められた。企業規模、職位については、部長職以外は男女でほぼ同様の人数であった。コーチングを受けた経験については全体の25.2%

あたる249名が「ある」と回答したが、コーチングを知っているかの質問に対する回答の割合は「全く知らない」24%、「聞いたことがある」41%であり、「少し知っている」26%、「よく知っている」は9%であった。コーチングを受けた経験者だけの回答をみても少し知っているという回答が最も多かった。コーチング経験は職位によって有意性が認められ、一般職ではコーチングを受けた経験が少なかった。性による経験の差には有意性は認められなかった。経験したコーチング形式についての回答の割合をみると集団研修が最も多かったものの、経験者の40%は対面式の個別コーチングを受けたと回答した。コーチング費用の負担に関しては全体の80%が会社負担であり、自己負担でコーチングを受けた割合は少なかった。コーチングを受けた目的としては、リーダーシップと人材育成が過半数をしめ、キャリアアップやモチベーションアップなどもコーチングの目的とされた。これらコーチングの目的と職位とは関連性は認められなかった。コーチング経験の効果を実感できたかについては、「良く実感できた」、「やや実感できた」という肯定的な回答が72%と「あまり実感できなかった」、「全く実感できなかった」という回答を大きく上回った。集団式のコーチング研修よりも個別コーチングを受けた人の方が実感できたとする回答が有意に多かった。

予想されるコーチングの効果についてのコーチング経験者と非経験者では比較では、「離職者を減らすことに効果がある」では有意な差が認められなかった。「組織全体の業績向上につながる」、「職場の信頼関係が高まる」、「創造的な企業風土をうみだす」ではコーチング経験者の方が高い評価を示した。

## 考 察

本調査はコーチング心理学に基づく介入の効果の評価したものではなく、現在ビジネス領域で実施されているコーチングについての調査結果である。その結果では、職位の高さや企業規模などはコーチング経験の有無に影響しており、自己負担でコーチングを受ける人は少ないのが現状といえる。自分の目的に合った信頼できるコーチングを受けるためにはどのようにしたらいいのかといった情報が少なく、コーチングを受ける機会はほとんど勤務する会社に依存していると考えられる。

本邦においてコーチングが一般化してきたとされているものの、その認識は十分に得られているとは言えず活用も限定的であるという現状がうかがえる。しかしながら、コーチングの効果については、コーチング経験を有する者の方が高い評価を示しており、今後コーチングの活用が様々な領域や目的に応じて拡大する可能性を示唆している。このような従来のコーチングによるアプローチそのものがどのようなものであったのかについてさらに詳細な検討が必要であろうし、コーチング心理学によるアプローチとはどのように違うのかについてより明確にしていくことで、コーチング心理学の有効性に対する認識を高めていくことができるであろう。心理学の理論に基づいた実践により、その有効性を客観的な信頼できる指標を用いて確認していくことが求められている。

(ISHIKAWA Rie, MATSUDA C. Yoriko)