

【 論 文 】

ヒューマン・サービスにおける感情労働とバーンアウトに関する一考察
－ 保険業の営業職従事者を事例に －

A Study of Emotional Labor and Burnout in Human Services
- A Case Study of Insurance Sales Professionals -

大島 建 (OSHIMA Ken) *

大島 安奈 (OSHIMA Anna) **

【 要 旨 】

顧客と直に接する職種であるヒューマン・サービスにおいては、感情労働が求められ、上手く感情をマネジメントできなければバーンアウトに至る可能性も指摘されている。本稿は、保険の営業職従事者に焦点を当て、感情労働の実際やバーンアウトとの関係を中心にインタビュー調査を実施した。その結果、顧客との接点において感情労働は行われているが、感情労働それ自体のストレス強度は低く、むしろストレス回避のスキルとして感情労働がポジティブな影響を与えている可能性があることが明らかになった。したがって、感情労働の肯定的議論を支持する結果となった。

キーワード：サービス・マネジメント、ヒューマン・サービス、感情労働、保険の営業職、バーンアウト

はじめに

先進諸外国をはじめ、現代日本においてはサービス経済化が進展し、サービス産業、すなわち第3次産業に従事する人の割合は就業者全体の約7割を占める¹。今や、経済活動の中心はモノの生産からサービスの提供に移っており、サービス産業が日本経済の基幹となっている。サービスの本質的特性である「生産と消費の同時性」は、顧客との直接的な接触度が高いことを意味し、一定の知識や技能、経験とともに、表情や声、態度による顧客への適切な感情表現が職務として求められ、感情管理（マネジメント）の必要がある。感情管理を強く求められる職種として、医師や看護師、介護士などの医療従事者や教員、飲食業や宿泊業、テーマパークといったレジャー関連サービス従事者、一般企業などの営業職がそれにあたる。これらの職種はサービス産業の中でも、とりわけ顧客との接触度が高く、感情管理が必要であり、「ヒューマン・サービス」と呼ばれる。

ヒューマン・サービスの従事者は、常に職務として感情操作を行っており、それに伴うストレスの蓄積をうまくコントロールできなければ、精神疾患や自殺に至るケースもある。日本の自殺死亡率は他の先進諸外国より高く、令和2年の自殺者数は21,081人²であり、看過できない社会問題である。労働者が職業ストレスによって心身の不調に陥ることは、労働者本人のみならず、雇用者にとっても望ましいことでは

* 独立行政法人日本スポーツ振興センターハイパフォーマンス戦略部開発課 コーディネーター

** 大阪商業大学公共学部専任講師

¹ 総務省統計局 「国勢調査就業状態等基本集計結果 結果の概要」2017年

² 厚生労働省社会・援護局総務課自殺対策推進室「令和2年度 我が国における自殺の概況及び自殺対策の実施状況」2021年

なく、社会的損失といえる。ヒューマン・サービス従事者が直面する就労環境や心的状況を把握し、何らかの対応策をとることは急務であるといえる。

こうした問題意識は、これまでの研究でもみられ、「感情労働研究」として一定の蓄積がある。しかし、研究対象の業種別割合は看護師をはじめとする医療・介護職の割合が大きく約40%を占める。また、感情労働と精神的負担との関連を実証的に考察するものが主で、そのほとんどがケア分野の分析であり、研究対象に偏りがある。研究対象や内容に偏りがあることの問題は、実証等によって導き出された知見を普遍化することが困難である点である（山本ら, 2019）。医療分野以外を対象とした研究として、教員を対象とした研究（伊佐, 2009）、保育者を対象とした研究（神谷, 2011）、飲食業従事者を対象とした研究（須賀ら, 2007）が散見されるが、ヒューマン・サービスの感情労働を俯瞰的に考察できるほどの事例の蓄積はない。したがって、医療分野以外にも焦点を当て、感情労働研究を蓄積していく必要がある。

そこで、本稿はヒューマン・サービスにおける感情労働について、これまで傾倒していた医療分野以外の事例を検討することとする。本稿では、離職率が高いことが問題となっているものの、これまであまり着目されてこなかった「保険業の営業職従事者」に焦点を当て、感情労働の実際とストレスやバーンアウトとの関連を中心に、インタビュー調査により探索的に明らかにする。

まず初めに、感情労働の概念の確認と先行研究の検討を行い、本研究の位置づけを確認したうえで、保険の営業職従事者を対象としたインタビュー調査結果をもとに、感情労働の実際や、ストレスやバーンアウトとの関係を考察する。

第1章 先行研究の検討

第1節 感情労働とは

感情労働（emotional labor）とは、米国の社会学者 A.R.ホックシールド（1983）によって提唱された概念であり、職務遂行にあたり「公的に観察可能な表情と身体的表現を作るために行う感情の管理」（ホックシールド 1983, p7）と定義されている。別の表現をすれば、『「労働者が労働場面において、その職業や状況にふさわしい言動が求められ、常に自己の感情の管理を余儀なくされる労働形態」を指し、「肉体労働」「知的労働」に次ぐ、「第三の労働」ともいわれる』（山本ら, 2019, p237）

感情労働には「表層演技」と「深層演技」の2種類の演技がある。表層演技は、「自分の外見を変えようとする方法であり、ボディランゲージや作り笑いや気取って肩をすくめるしぐさ、計算されたため息のなかにある」（ホックシールド, 1983, p39）。たとえば、本当は怒っているのに笑顔で対応するというように、何らかの感情を抑制したり、抱いていない感情を抱いているかのように振る舞ったりすることが表層演技に該当する。また、深層演技は、「感情の働きの自然な結果であり、行為者は幸せそうにあるいは悲しそうに＜見えるよう＞に努力するのではなく、むしろ自己誘発した感情を自発的に表現する」（ホックシールド, 1983, p39）。たとえば、顧客に不愉快なことをされても、「この人は子どもみたいだ」と考え、「実際それが彼の姿なのだから」と思うことによって、腹を立てないで対応できることは、深層演技に該当する。

サービス経済化が進展した現代の日本において、就業者全体の約7割がサービス関連業を含む第3次産業に従事している。つまり、私たちのほとんどは、他者や自分自身の感情をある程度操作する必要のあるヒューマン・サービスに従事しており、多少なりとも演技をしながら労働している。以下に、私たちが感

情労働の必要性に直面している事例をホックシールド（1983,p12）から引用し示す。

自分の会社を「親切で信頼できる」会社として、あるいは自分の上司を「有能な」人物として宣伝して活気ある職場を作り出す秘書、「楽しい食事の雰囲気」を作り出すウェイトレスやウェイター、私たちに歓迎の気持ちを感じさせるツアーガイドやホテルのフロント係、熱心に気遣う様子でクライアントに「自分は心配されている」という気持ちを抱かせるソーシャルワーカー、「流行の品」という趣を作り出すセールスマン、恐怖心を抱かせる集金人、遺族に「わかってきている」と感じさせる葬式会館の現場責任者、保護的で至れり尽くせりだが公平な心遣いを感じさせる牧師—これらの人々はすべて、何らかの点で＜感情労働＞の必要性に直面しているに違いない。

第2節 感情労働研究の特徴と課題

感情労働はホックシールド（1983）が提唱した概念であり、国外研究に比べ遅れをとるものの、日本においても感情労働研究は盛んに行われている。日本で感情労働に関する研究が始まったのは1990年代半ばからであるとされ、『The Managed Heart-Commercialization of Human Feeling』の日本語訳『管理される心—感情が商品になるとき』が出版された2000年から本格的な研究の広がりが見られる。（山本ら、2019）

日本における感情労働研究の課題を CiNii 登録文献の分析をもとにレビューした山本ら（2019）によると、国内の感情労働研究の特徴として、大きくは次の2点があげられる。

1 つ目は研究対象に偏りがあることである。国内における感情労働研究が対象とする業種別割合は、看護師をはじめとする医療・介護職の割合が大きく占め、看護師だけで研究全体の約30%、介護士と合わせると約40%にものぼり、ケア分野の実証研究が主である。この点について三橋（2006, p48）は、「日本の実証的な感情労働研究は、感情労働者の直面する困難（短絡的な疎外論）を前提にしたものが多い。しかも、その調査対象はケア労働の領域に大きく偏り、その偏りの影響なのか、あたかも『感情労働＝ケア労働』であるかのような乱暴さが見られる」としている。

2 つ目に、日本において新たな論が展開されていることである。感情労働の概念を提唱したホックシールドは、感情労働を行うことでバーンアウトや感情を自分のものと認識できなくなる「自己疎外」の可能性を指摘している。現在の感情労働研究の傾向として、ホックシールドの概念を継承した感情労働の否定的議論と、感情労働をスキルと捉え、積極的に活用することを提唱する肯定的議論が存在する。日本では職務遂行にあたり、自律的に感情管理を行うことで、自己疎外等からの回避を目指す新たな論が展開されている。

このように、感情労働研究は対象及び内容に偏りがあるのが特徴であり、それによる弊害は、得られた知見を普遍化することが困難となることである。今後の感情労働研究における包括的な議論のためには、ケア分野以外の職種を対象とした事例研究を蓄積する必要がある。サービス職従事者が多く、自殺率も高く精神的な疾患が社会問題となっている日本において、社会的実情からも、ケア分野以外のサービス職にも研究対象を広げ議論する必要があるといえる。

第2章 調査の概要

第1節 調査対象者

調査対象者は、本稿の研究対象である保険の営業職に従事している4名である。4名はすべて日本国内において生命保険会社に勤務する男性であり、勤続年数は1年半～4年の者である。4名全員は同じ生命保険会社に勤務しており、職務内容は主に顧客のライフプランのヒアリング、保険設計書の作成、保険商品の提案、申込手続き、保険証券の郵送、保全（給付金請求の対応、保険内容の見直し等）である。調査対象者4名の属性を表1に示す。

表1 調査対象者の属性

	職種	性別	年齢	勤続年数	職務内容
A	保険の営業職	男性	27歳	1年6か月	顧客のライフプランのヒアリング、保険設計書の作成、保険商品の提案、申込手続き、保険証券の郵送、保全(給付金請求の対応、保険内容の見直し等)
B	保険の営業職	男性	29歳	2年9か月	
C	保険の営業職	男性	27歳	3年2か月	
D	保険の営業職	男性	31歳	4年6か月	

出所) 筆者作成

第2節 調査の方法と倫理的配慮

調査対象者4名に対する1対1の半構造化インタビューを実施した。インタビュー内容は調査協力者の同意を得て、メモ及びICレコーダーによって記録した。インタビュー調査実施日は2022年9月10日であり、1人あたりの所要時間は約30分程度であった。インタビューデータはすべて文字に起こし、逐語録を作成し、比較検討の際の資料とした。

インタビューガイドラインとして、属性、職務内容、職務場面における表層演技と深層演技の実際、ストレスとの関連や程度、営業成績への影響、バーンアウト経験を軸となる質問項目として設定した。

調査をする上での倫理的配慮として、調査協力者には、インタビューを行う前に、文書及び口頭で研究の目的と意義、研究成果の発表方法、質問への回答は任意であること、個人が特定されないよう個人情報の保護を行うことを説明し、同意書を得ている。

第3章 調査結果

本章では調査対象者4名のインタビューデータの逐語録をもとに、保険の営業職の感情労働とバーンアウトに関する知見をまとめ、調査項目ごとにその傾向を考察する。調査項目は、表層演技の実際、深層演技の実際、感情マネジメントの習慣、感情労働と営業成績、感情労働とストレス、保険の営業職とバーンアウト経験である。

なお、国内研究においてケア分野以外の職種における感情労働研究が少ないことから、本稿では保険の営業職従事者の感情労働に関する語りの生データに意義を置き、インタビューの語りの表現をそのまま記載し、引用しながら考察する。

第1節 表層演技の実際

顧客との接点である保険の営業場面において、インタビュー4名全員が表層演技をしていた。また、マネージャーとの面談場面における表層演技もみられた。表層演技をする場面は、顧客が保険に加入するかどうか迷っている時や保険の契約を拒否する場面で、顧客に寄り添ったり、背中を押してあげようとすることを示すために表情やジェスチャーで表層演技をしている。また、顧客やマネージャーとの良好な関係づくりのために、明るく振る舞うことを意識して表層演技をしているケースも見られる。さらに、顧客から嫌なことを言われる場面においても、本心の嫌悪感とは裏腹に笑顔で対応している。これらから、相手（顧客、マネージャー）との良好な関係性をつくるために、効果的に表層演技をしていることがわかる。

以下にインタビュー4名の表層演技に関する実際の語りを示す。

A: お客さんが（その場で契約せずに³）1回考えてもいいですかっていう時は、表層演技をしているかもしれないですね。相手のお客さんのために表層演技をしているイメージ。背中を押してあげるとか。

B: お客さんから（保険に対して）反対が来るときに、ああそうですねと思いながら、内心は早くやった方がいいよと思いながらやってます。（...中略...）お客さんの気持ちをわかってあげつつ、背中押してあげるときは、早く決断した方がいいよって思いながら、寄り添うようなジェスチャーとか表情をつくる。

C: 保険いらないと言われる時は、基本的に Yes で受けて、ずっと笑顔では対応しているかな。例えば、Z社（仮名）って有名じゃないですか、えっZ社なの？みたいな感じで、何か怪訝にされるみたいな時は、内心はムッとするんですけど、そこは隠して笑顔で対応したりとかはよくしますね。

D: ちょっとキャラづくりはしているかも。明るく振る舞うとか。

<明るく振る舞う理由は？⁴>お客さんに気持ちよくなってもらいたいから。

あとは、会社に来てミーティングの場面とか、マネージャーとの面談の時とか（に表層演技をする）。

<マネージャーに表層演技する理由は？>

個人的には明るく振る舞いたいっていうのがあって、あとは機嫌とりする必要はないんですけど、そういう。

第2節 深層演技の実際

インタビュー4名全員が職務遂行場面で深層演技をしている。深層演技をする際の特徴として、ネガティブな感情の場面で、その感情を回避するための言葉を自分自身に言い聞かしている様子が読み取れる。以下下線で示した箇所がネガティブな感情を回避しているプロセスである。

A: どれだけ背中を押してもお客さんって納得しないと動かないと思うので、（保険の営業場面で）「帰った

³ （ ）内は補足説明として筆者が加筆している。これ以降も同様である。

⁴ < >内はインタビューによる発言を示している。これ以降も同様である。

いって普通は思うだろう」と自分の中で持つようにはしている。

どんな人が来ようとも、「自分の手のひらで転がせるぐらいの器を持てたらいいな」と、変な人が来たりとかしても、「人間この人1週目ぐらいなんかなあ」と思い込んでいる。

B:商談に行くときに、保険屋かあみたいなりアクションされた時に、その場はめちゃくちゃ嫌だけど、話を聞いてもらって、契約してもらったら嬉しいことなので、「目的を忘れないように」と思いながら感情をコントロールする。

今ここに起きていることにフォーカスすると、感情を揺さぶられてしまうと思うので、自分の目的だったり、この人と何で今これを言っているのか、何でわざわざ嫌なことをしているのかという、その先に目指すものを意識している。

C:(深層演技をした場面) この前出会った人で、プロスポーツ選手と会って話を聞いていくうちに、変な話、お金まわりも適当ですし、保険の知識も無く、競技以外知識が全くない、プラス態度もあまり良くないみたいな、横暴な感じで。「プロですっとその業界で業務に携わってるし、しっかりお金も貰っているから、社会的知識がつかないのは当たり前だ」みたいな感じで、自分の中で思いを抑えた感じはありますね。

D:深層演技はしますね。マネージャーとの面談のときとか。言いたくないんだろうなってことも言ってくれるので、前向きに捉えている。

第3節 感情マネジメントの習慣

ヒューマン・サービスでは顧客との接点において、感情のマネジメントが求められるが、顧客との接点から離れた場面において感情をマネジメントするための習慣はあるのかについて聞いたところ、4名全員が感情コントロールの方法を持っていた。AとBは「平生を心がけよう」「多少ストレスを感じることをしている自分はいつか上手くいく」という自己意識への働きかけ、CとDは音楽を聞く、瞑想をするといった行動面での習慣があった。対人サービスでは、その場での感情労働が求められるが、普段から感情をマネジメントするための習慣を持っていることがわかる。

A:平生。今までは、見よう見真似で、平生をちゃんとしようと、プロ意識を持とうと、結局見えないところでの細部のこだわりが出たりするのかなあと、普段からの生活とか基本的なんですけど、ちゃんとしようと意識している。

<きっかけは?>

マネージャーがきっかけで、平生を心がけるようになり、そこから1年ぐらいですね。自分の中に落とし込むのは時間がかかったが、そこから自分でという感じですね。

B:僕のそもそもの考え方は、楽して上手くいくことはないと思っているので、多少ストレスを抱えることをしている自分は、いつか上手くいくだろうなと思いながら、我慢している。

C: 音楽聞くようにしているかな。音楽を聞こうと思ったのは、商談前に同じ音楽を2曲聞くんですけど、それは何かちょうどその音楽を聞いていて、たまたまその商談が2週間連続で上手くいったという経験があったから、それを続けている。今、3年ぐらいずっとやっていますね。

D: 基本的に僕はあまりブレないんですよ。最近、マインドフルネスってあるじゃないですか。瞑想とか。それを結構やっていて (...中略...) それをすると、落ち着きます。

第4節 感情労働と営業成績

本研究でインタビューした4名が勤める会社は、営業成績が評価や給与に直結するシステムをとっており、職務特性上、常に営業成績を意識することになる。そこで、感情労働と営業成績との関係についてインタビューを行った。インタビューのうち1名のみが、感情労働は営業成績に良い影響があると回答しているが、他3名については感情労働に対してポジティブに捉えてはいるものの、営業成績に直結するほど明確な重要性は語られなかった。

A: どうなんですかね。あるかもしれないですね。良いと思っているものを健全なメンタルの状態でお客様と話したりできるので、心の状態的にもわりと良い。

B: 感情労働はやらないよりは、やった方がいいと思う。

C: これ、ぶっちゃけ(感情労働と営業成績の影響)あると思うんですよね。変な話、変にポジティブとか、笑顔でずっというとなると、何かそういう幸せとかポジティブなことって、結構まわりから来るイメージがあって、例えば、案件が出たりとか、紹介を頂けたりとかっていう、Cさんっていつも楽しそうですよねっていう感じで紹介もらったりとかするので、それはすごいあるかなと思います。

D: 感情をコントロールする習慣として、瞑想をしてから感情のコントロールはしやすくなっている。営業成績も上がってきているので、効果は出ていると思う。人にも優しくなれる。

第5節 感情労働とストレス

感情労働をすることによってどの程度ストレスを感じているかについて、「全くストレスを感じない」を1、「辞めたいほどのストレスを感じる」を4とし、4段階で自己評価してもらった。その結果、4名全員がストレス強度2の「ややストレスを感じる」を選択しており、感情労働それ自体が離職につながる程のストレス要因にはなっていなかった。

感情労働とストレスに関する語りにおいても、4名全員が顧客に対する感情労働それ自体にストレスはさほど感じていなかった。

A:感情労働に関してストレスはあまり感じない。

B:ストレス、まあ疲れはありますけど、ほんとに保険はあった方が良くと思うので、お客さんが決断しやすいようにって感じなんで、ストレスはあまりない。

C:<仕事をする場面で、表層演技と深層演技のどちらを使用することが多いか？>

深層演技の方が多いですね。表情とか表層でやるのは疲れるんで、内面で考えを完結させて、外に出した方が僕的に楽なので、深層演技の方がストレスは少ない。

D:お客さんに対する表層演技にストレスは感じないけど、マネージャーに対する表層演技はストレスを感じますね。

第6節 保険の営業職とバーンアウト経験

表層演技と深層演技によって表現と感情が分離した際に生じる心理的な緊張状態を「心理的不協和」と云い、不協和を抱き続けながら働くことは、感情労働には必ずついてまわる。それが、「バーンアウト・シンドローム（燃え尽き症候群）」という極度の心身の疲労と感情の枯渇状態に至り、結果的には職務満足度の低下や離職意識の上昇にも影響する。（神原，2019）感情労働を求められるヒューマン・サービスでは、いかに自身の感情をマネジメントし、バーンアウトを回避するかが重要になる。

そこで、保険の営業職におけるこれまでの経験を振り返り、バーンアウト経験について聞いたところ、4名全員が程度の差こそあるが、燃え尽きた経験があると回答した。しかし、バーンアウトの原因は感情労働とは直接関係はなく、4名全員が営業成績と関係する要因であった。これは前節の感情労働によるストレスはあまり感じていないという結果からも予測できる。

具体的には、A、C、Dは頑張ったにも関わらず目標を達成できなかった時、Bは営業成績が評価されて目標を達成した後に燃え尽きた経験があることが語られた。また、燃え尽きた状態からの回復方法については、マネージャーと話をしながら再起したケース、一旦仕事に邁進することから離れたケース、仕事の活動量を増やすことや大きな声で挨拶することを意識する等の身体的な働きかけをすることで回復したケース、自己と他者を客観視することで再起したケースが語られた。

A:追い込んで追い込んだけど、目標としていた数字に達しなくて、それがコロナで止まった猶予が失効して、それまでに割と動いていて、でも僕が前もって準備していなかったんですけど、その時にやる気が全然出てこなくなって、その時に1度だけ転職しようかなって考えました。

<どのようにして転職を回避したのか？>

その時辞めようかなって思ってたんですけど、でもこの状態で辞めて、またどこか行くと同じことになるんじゃないかなあと思って、それなら期間決めてやりきって、それでもダメなら転職する方が自分のためにも会社のためにもなるんじゃないかと思って、そこからマネージャーとよく話しながら再起していったという感じですね。

＜マネージャーからの言葉は影響したか？＞

そうですね。わりと自分のことを認めてくれる、煽てるとかじゃなくて、こういう部分があって、ここを活かしていけばいけるとか認めてくれたので、そこは考え方が変わったり、僕が一步踏み出す上では有難かったですね。

B:辞めたいと思ったことはないが、大変だなと思ったことはある。ボーナス（営業成績の評価）をもらってある程度余裕が出てきて、一度気が抜けた。

＜そこから再び頑張ろうと思った方法は？＞

一通り遊んで面白くないと思って、結局、仕事を一生懸命している中で遊んだ方が面白いと思った。

C: （営業成績が）連続タコとか、2か月ぐらい挙績（契約件数）が上がらなかった時は、もう向いてないんじゃないかと思いました。

＜その状態から、どのようにして乗り越えたのか？＞

挙績の面でいうと、タイミングよく（お客さんの）引継ぎがあったので、そこから活動量が増えたというのが1つと、行動の部分でいくと、支社に挨拶する時は、絶対に大きな声で「おはようございます」とか「戻りました」とか、大きな声で言うように意識していたら、何かみんなの見方が変わってきて、結果的に良い方向につながった。

D:燃え尽きた経験はありますね。去年社長杯外したんですけど、コロナの影響とかも結構あったんで、仕方ないというか、諦めというか、今年はもういいかなみたいな、辞めたいとかではないけど燃え尽きて、ノルマに対して今年はいいかなと。

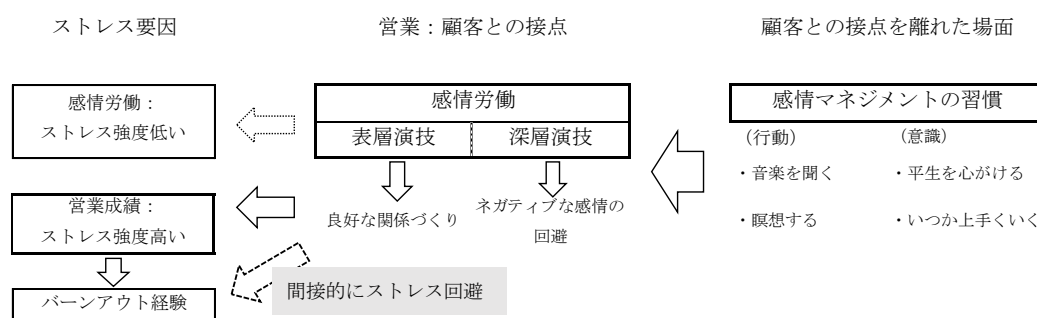
＜今年はどういいかなと思った状態から、どのように再起したのか？＞

社長杯って1つの壁じゃないですか、そこに到達しなかった自分と今到達している人たちがいて、自分の家族も（社長杯のお祝いイベントに）連れていけてないんで、それだったらやっている意味ないなと思って、今年はやってやろうと。

第4章 考察

前章では調査項目ごとにインタビュー結果をまとめたが、本章では保険の営業職従事者の感情労働とバーンアウトとの関係の全体像を考察する。まず初めに、本調査によって明らかになった研究成果の全体像を図1に示す。次に、図を用いながら、本調査結果について考察していく。

図1 本研究結果の全体像：保険の営業職従事者の感情労働とバーンアウトの関係



出所) 筆者作成

本稿では4名の保険の営業職従事者に対してインタビュー調査を実施したが、顧客との接点である保険の営業場面において、感情労働を構成する表層演技と深層演技が実践されていた。表層演技については、顧客との良好な関係づくりのために、深層演技については、ネガティブな感情になる局面において、それを回避するために行われるという傾向が見られた。また、ヒューマン・サービスにおいては、顧客との接点において感情労働が求められるが、感情をマネジメントするための習慣を4名全員がもっていた。具体的には、音楽を聞くことや瞑想をするといった行動面からのマネジメント方法や、自己の意識への働きかけといった習慣がみられた。これまでの研究において、感情労働による心理的不協和がバーンアウトにつながるケースが報告されており、ホックシールド（1983）が自己疎外の可能性を指摘しているように、感情労働の否定的議論が存在する。しかし、本調査では感情労働に対するストレス強度は低く、バーンアウトの原因にもなっていなかった。ストレス強度が高い要因は、保険の営業成績に関わることであり、4名全員のバーンアウト経験の要因にもなっている。これは数字による成果が求められる営業職を対象として調査したことや、特に本調査対象者である4名の職務評価が営業成績と直結するシステムであることが関係していると考えられる。感情労働と営業成績との関連については、1名が営業成績に良い影響があるという断定的な発言をしており、他3名については営業成績に直結はしないが、ポジティブな影響はあると回答している。これらから、ストレス強度の高い営業成績それ自体に感情労働が直結しないまでも、顧客との良好な関係づくりやネガティブな感情を回避することによる営業場面でのポジティブな影響があるとすれば、間接的に営業成果に影響を与え、ストレス回避につながっていると考えることができる。したがって、感情労働が自己疎外の状況を回避するためのスキルとして機能していると考えることができ、本調査では感情労働の肯定的議論を支持する結果となった。

おわりに

本研究では、これまでの感情労働研究がケア分野に偏りがあり、普遍的な議論が困難なことや、サービス経済化が進展するなかで、他職種を対象とした議論が求められることから、保険の営業職を対象にインタビュー調査を行った。本研究によって、これまで事例の少ない保険の営業職の感情労働の実際とバーンアウトとの関連や傾向が考察され、感情労働を肯定する結果となった。インタビューによる生データを収

集し、一定の傾向を読み取れたことは本研究の意義であるといえる。

しかし、本調査は調査対象者4名が同じ会社に属することや職歴や年齢が近い人を対象としたため、今後は調査対象者のサンプル数を増やし、より多様な事例を収集する必要があるといえる。本研究によって明らかになった保険の営業職従事者の感情労働とバーンアウトに関する知見をもとに、さらなる研究の深化を図ることを今後の課題としたい。

【参考文献】

- Hochschild, Arlie. (1983). *The Managed Heart—Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: Univ. of California Press. (＝石川准・室伏亜紀訳 (2000). 『管理される心』—感情が商品になるとき』世界思想社.)
- 伊佐夏実 (2009). 「教師ストラテジーとしての感情労働」『教育社会学研究 (日本教育社会学会)』 84, 125-144.
- 神谷哲司・戸田有一・中坪史典・諏訪きぬ (2011). 「保育者における感情労働と職業的キャリア—年齢、雇用形態、就労意識との関連から—」『東北大学大学院教育学研究科研究年報 (東北大学大学院教育学研究科)』 59(2), 95-112.
- 神原理 (2019). 『サービス・マーケティング概論』ミネルヴァ書房.
- 久保真人・田尾雅夫 (1992). 「バーンアウトの測定」『心理学評論 (心理学評論刊行会)』 35(3), 361-376.
- 厚生労働省社会・援護局総務課自殺対策推進室 (2021). 「令和2年度 我が国における自殺の概況及び自殺対策の実施状況」.
- 三橋弘次 (2006). 「感情労働の再考察—介護職を一例として—」『ソシオロジ (社会学研究会)』 51 (1), 35-51.
- 大塚弥生・久村恵子・山口和代 (2000). 「働く人をめぐる感情労働の様相—インタビューの質的分析によるカテゴリー生成—」『アカデミア 人文・自然科学編 (南山大学)』 19, 45-63.
- 関川大輝・湯川進太郎 (2014). 「感情労働尺度日本語版 (ELS-J) の作成」『感情心理学研究 (日本感情心理学会)』 21(3), 169-180.
- 総務省統計局 (2017). 「国勢調査就業状態等基本集計結果」<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/kekka/kihon2/pdf/gaiyou.pdf>.
- 須賀知美・庄司正実 (2007). 「飲食店従業員の感情労働的行動とパーソナリティとの関連—セルフ・モニタリングおよび自己意識との関連—」『心理学研究 (目白大学)』 3, 77-84.
- 山本準・岡島典子 (2019). 「我が国における感情労働研究と課題—CiNii 登録文献の分析をもとに—」『鳴門教育大学研究紀要 (鳴門教育大学)』 34, 237-251.

【 Abstract 】

In the human service field, where workers are in direct contact with customers, emotional labor is required, and it has been pointed out that burnout may occur if the workers do not manage their emotions well. This paper focuses on

interviews with insurance salespeople, focusing on the reality of emotional labor and its relationship to burnout. The results revealed that although emotional labor is performed at the point of contact with customers, the stress intensity of emotional labor itself is low, and in fact, emotional labor may have a positive impact as a stress avoidance skill. Thus, the results support the positive argument for emotional labor.