

時間経過による信頼回復についての研究
～不祥事を起こした組織を用いた調査～

氏名：相原かな

指導教員：大沼進

信頼を得るのには長い時間がかかるが、失うのは一瞬であるという信頼の非対称性が知られており、企業の不祥事は信頼を一瞬にして失墜させる事例の一つである。しかし、一度不祥事を起こした企業の信頼がかなり長期的に回復しないとすると、私たちは企業に対する不信ばかり抱えて生活していることになる。本研究では、企業が不祥事を起こしたことで信頼の低下がどれくらい続くのか、仮に信頼が回復するのであればどのような要因によって回復するのかについて検証した。まず、かつて不祥事を起こした企業であっても時間の経過によって信頼が回復していると考えた。また、信頼が回復している企業とそうでない企業が存在しているとすると、社会や自分への影響度と行為者の意図性の有無によってその違いが生まれると予想した。これらの仮説を検証するために、三つ調査を実施した。まず、企業が不祥事を起こした際に信頼が失墜しているのかを確かめる一つの指標として株価を調べた（調査 1）。次に、不祥事を起こした企業とその内容を提示し、その不祥事に関してどのような印象を受けるかについて調査した（調査 2）。そして別の参加者に、かつて不祥事を起こしたことは伏せ、企業の信頼とイメージについて回答してもらった（調査 3）。調査 1 では、株価は不祥事直後に低下するが、長期的に低下し続けるとは限らず、5 週間ほどで多くの企業は不祥事発生前の水準に回復していた。調査 3 では各企業の「信頼」と、その企業が不祥事を起こした日からの「日数」に正の相関がみられ、日数によって信頼が回復していた。調査 2 では不祥事を起こした企業の「信頼」と不祥事の「社会的インパクト」との間に強い負の関連が見られ、社会にとって深刻な影響があると判断するほど信頼を失墜させていた。一方、「信頼」と「当事者インパクト」とは有意な関連がみられず、自分にどれだけ被害や不利益が及ぶかは信頼に対して影響を与えていなかった。また、調査 2 「信頼」と「意図性」では有意な関連がみられず、意図性の有無が信頼に直接影響を与えるという現象は観察されなかった。次に、調査 2 での不祥事に対する企業の信頼と、不祥事を伏せ企業名のみを提示した調査 3 の信頼との関連を調べたところ、強い正の相関がみられ、不祥事から受ける当該企業への信頼が、企業そのものの信頼と強く結びつくことが示唆された。