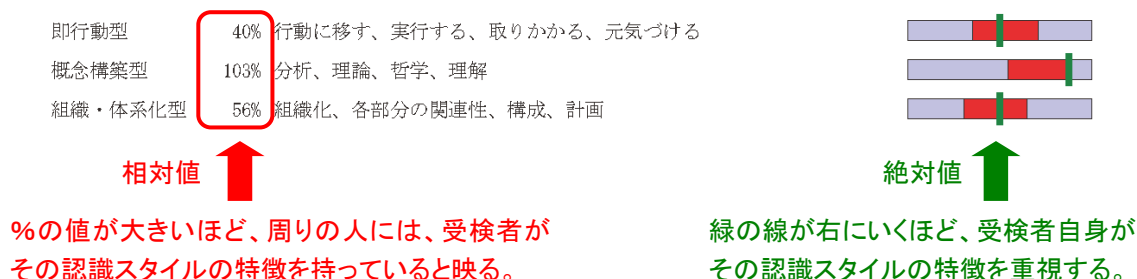




レポートの絶対値と相対値

パーソナルレポートでは、絶対値と相対値という2種類の値を使って分析結果を説明しています。相対値は%、絶対値は緑の線で表示されています。

表示例: セクション2



絶対値と相対値の違い

名前	判断基準	意味	表示箇所
絶対値	受検者のスコア	受検者自身がその認識スタイルをどれほど重要視しているか(主観的)	<ul style="list-style-type: none"> セクション1の解説 セクション2のグラフの緑の線の位置
相対値	日本のスタンダードグループ※と受検者個人のスコア差	周りの人と比べて受検者がその認識スタイルの特徴をどれほど持っているか(客観的)	<ul style="list-style-type: none"> セクション1の解説 セクション2の% コミュニケーションの% ホイールの%

※ スタンダードグループ: 国別に、過去アイワム診断テストを受けた人の約66%が分布している典型的な母集団

なぜ二つの値を使うのか?

認識スタイルの中には、相対値と絶対値の診断を併記したほうが、より正確な結果が出せるものがあります。

1) 診断の焦点が受検者個人の場合

絶対値によって、その受検者が自分のテスト結果をどのように受け取るかがわかります。絶対値は受検者個人が自分のスコアについてどう感じるか、またその人の認知思考がそれぞれの認識スタイルについてどのように機能しているかの指標となります。絶対値は、受検者がその認識スタイルが持つ特徴をどれほど重要視しているかを示しています。また、絶対値の位置によって受検者がそれぞれの認識スタイルを好む順番がわかります。

2) 診断の焦点が集団(国、組織、グループ)の文化の場合

相対値によって、スタンダードグループという母集団に代表される、同じ文化の中にいる他の人々がその受検者をどのように判断するかがわかります。また、相対値は受検者がより大きなスタンダードグループや文化の中にいる時に、ある認識スタイルを使う程度を表します。よって、その認識スタイルを受検者自身がどう処理するかという点において、本人にとって一番重要でない、または影響力が強くない場合でも、受検者をその人が属する文化と比べる時にはその認識スタイルは重要なものになることがあります。

フィードバックでの留意点

クライアントにフィードバックをする際、絶対値と相対値という2つの視点を前もって伝えておくと、自らが認識している自分と他の人の目に映る自分がなぜ違うのか、その理由を理解してもらいやすくなります。特に、クライアントがフィードバックの内容に納得していない場合、クライアント自身の認識が重要になります。まず、クライアントの認識が相対値と絶対値のどちらに近いのかを確認し、その状況に応じてフィードバックを進めてください。



絶対値と相対値が併記されている箇所

パーソナルレポートのセクション1では、受検者の認識スタイルの特徴を文章で解説しています。ほとんどの分析結果は相対値を基準にしていますが、以下に挙げる4か所では、絶対値を基準にした診断と相対値を基準にした診断が併記されています。フィードバックの時にクライアントが混乱しないよう、絶対値と相対値の併記があることを前もって伝えておくことをお勧めします。

1. 仕事へのアプローチ: 即行動型、概念構築型、組織・体系化型

◆ セクション1

プロジェクトや仕事にとりかかる時、あなたはどのような内的プロセスをたどるでしょうか？内的プロセスは「即行動」、「概念構築」、「組織・体系化」で構成されています。「即行動」は行動力と実践力、「概念構築」は分析力と論理的処理能力、「組織・体系化」は統合力を指します。あなたは普段、これら3つの要素をどの順序でたどり、課題をこなすのでしょうか？

絶対値を
基準にした
診断

概念構築から即行動（“概念構築型” > “即行動型” > “組織・体系化型”）:

あなたは、まず仕事やプロジェクトの理論や概念を構築することから始めます。仕上がり像を理解しておくことが業務の遂行には必要だと考えます。“なぜ”と“どのように”を知ることによって行動に移しやすくなるのです。次に、この概念を具体化するために実際の作業に取り掛かります。この過程を踏むことで、最初の段階がより良く、より深く理解できるようになるのです。最後に、様々なリソース（資料・参考文献など）を体系化し、リストを作成し、断片をつなぎ合わせる作業に入りますが、この段階にはほとんど時間をかけないでしょう。

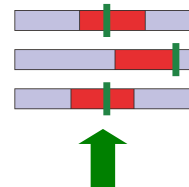
相対値を
基準にした
診断

スタンダードグループの平均的な人々と比較すると、仕事を始める時、

- あなたは、業務やプロジェクトの理論、概念、結果について考える作業が大切だという思いが強く、物事をじっくりと考えます。

◆ セクション2

即行動型	40%	行動に移す、実行する、取りかかる、元気づける
概念構築型	103%	分析、理論、哲学、理解
組織・体系化型	56%	組織化、各部分の関連性、構成、計画



◆ 順位の違い

	相対値	%の値	絶対値	緑の線の位置
1位	概念構築型	103%	概念構築型	右から一番目
2位	組織・体系化型	56%	即行動型	右から二番目
3位	即行動型	40%	組織・体系化型	右から三番目

2. 変化・相違対応:同一性重視型、進展重視型、相違重視型

◆ セクション1

あなたは、どのくらいの周期でプロジェクトや仕事を変えたいと思いますか？どの程度の変化を求めますか？頻繁に変化することを求めますか？それとも長期間の安定や変化しないことを求めますか？仕事が一段落して新しい課題を前にした時、変化を歓迎する人もいれば、燃え尽きて前向きに取り組めない人もいるでしょう。あなたは「燃え尽き症候群」のタイプでしょうか？

絶対値を
基準にした
診断

同一性重視型:

あなたは長期にわたる仕事でやる気が出るタイプです。8~15年ほど同じ業務に携わると、新しいプロジェクトや仕事に移りたいと考えるようになります。あなたが意欲的に働くためには、何よりも安定していることが重要で、8~15年間は安定して同じ業務に携わることが出来ます。「燃え尽き症候群」になることは滅多にありませんが、3~5年周期での変化が続くと、抵抗を感じます。

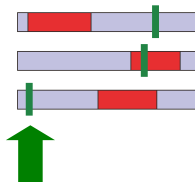
相対値を
基準にした
診断

スタンダードグループの平均的な人々と比較すると

- あなたは、今までの状態を維持したいという意識を非常に強く持っています。変化に抵抗を感じることもあります。
- あなたは、新しいプロジェクトや仕事にそれほど興味がありません。

◆ セクション2

同一性重視型	201%	同じ、共通の、似た、そっくりの
進展重視型	26%	改善、改良、違うが似ている
相違重視型	-116%	新しい、変化、違い、ユニークな、変更、急展開



◆ 順位の違い

	相対値	%の値	絶対値	緑の線の位置
1位	同一性重視型	201%	同一性重視型	右から一番目
2位	進展重視型	26%	進展重視型	右から二番目
3位	相違重視型	-116%	相違重視型	右から三番目

3. 社会的欲求: 権力重視型、親和重視型、達成重視型

◆ セクション1

あなたのモチベーションを高める基本要素は何ですか?“権力重視型”、“親和重視型”、それとも“達成重視型”ですか?
 “権力重視型”ならば、権力欲があり、人や物をコントロールしたいと考えるでしょう。
 “親和重視型”
 (または人気)ならば、周りの人に好かれたい、集団に属したいと考えるでしょう。
 “達成重視型”
 (または成果)ならば、目標達成に向かってひたすら突き進みたいと考えるでしょう。
 あなたの中で、これら3つの要素の割合はどのようになっているでしょうか?

Japanの平均的な人々と比較すると、あなたの特徴は以下の通りです。

相対値を
基準にした
診断

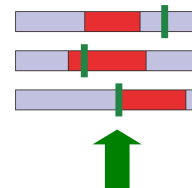
- とても高い“権力重視型”:
権威や権力が手中にあり、人や物を支配できる状況で、モチベーションが非常に上がります。
- 低い“親和重視型”:
周りの人に好かれている状況でも、モチベーションが上がることはありません。
- とても低い“達成重視型”:
達成できる状況でモチベーションが上がることはありません。自分の業績が目目され、それによって周りの人に感謝され、尊敬されることでやる気になることもありません。

絶対値を
基準にした
診断

あなた自身は、3つの要素を以下の順番で重要視しています。“権力重視型” > “達成重視型” > “親和重視型”

◆ セクション2

権力重視型	143%	指揮する、管理する、権威、指導する、影響、名声
親和重視型	21%	所属、友情、グループで、メンバーである
達成重視型	0%	達成、成功、挑戦、能力、競争



◆ 順位の違い

	相対値	%の値	絶対値	緑の線の位置
1位	権力重視型	143%	権力重視型	右から一番目
2位	親和重視型	21%	達成重視型	右から二番目
3位	達成重視型	0%	親和重視型	右から三番目

4. 認知パターン A. 知覚チャンネル: 視覚型、聴覚型、読解型、体感覚型

B. 意思決定: 回数重視型、直感重視型、疑心型、期間重視型

◆ セクション1

あなたは、新しく知り得た人や物をどのような方法で認知し納得するでしょうか？納得するために、情報をどのようにして集め、処理するでしょうか？

A. 知覚チャンネル

あなたは、納得するための情報をどのように集めますか？証拠を見て、何かを聞いて、書類を読んで、それとも実際に行動して納得しますか？

絶対値を
基準にした
診断

テストの回答から判断すると、あなたが納得するための知覚チャンネルとして、**視覚：見ること**が最もモチベーションが上がる要素です。

相対値を
基準にした
診断

Japanの平均的な人々と比較すると：

- あなたが納得するためには、見て確認する必要があります。
- あなたは、聞くことでは納得しません。
- あなたが納得するためには、情報や説明書を読んで確認する必要があります。
- あなたが納得するためには、実際に作業したり、扱ったりして確認できることも大切です。

B. 意思決定

あなたが納得して確信を得るためには、集めた情報をどのように処理する必要があるでしょうか？一定量のデータを何回か確認しますか？一定期間データを集めますか？最初の事例を確認している最中に納得してしまいますか？それともあらゆるデータを何度見ても納得することはないですか？

絶対値を
基準にした
診断

“期間重視型”：あなたが納得するためには、一定期間、一貫している情報を必要とします。

◆ セクション2

視覚型	86%	見える、視覚、見る、はっきり	
聴覚型	-12%	聞こえる、～のように聞こえる、聞く	
読解型	86%	読む、書類に目を通す	
体感覚型	47%	行う、行動、扱う	
回数重視型	32%	事例、十分な回数、十分な例を挙げる	
直感重視型	26%	仮定する、直感的に、当然だと思う、素早く決断する	
疑心型	12%	一貫している、継続中、繰り返し、毎回	
期間重視型	150%	時間をかけて、十分な期間、ゆっくりと、必要な時間をかける	



◆ 順位の違い

	相対値	%の値	絶対値	緑の線の位置
1位	視覚型	86%	視覚型	右から一番目
〃	読解型	86%	体感覚型	右から二番目
3位	体感覚型	47%	読解型	右から三番目
4位	聴覚型	-12%	聴覚型	右から四番目
1位	期間重視型	150%	期間重視型	右から一番目
2位	回数重視型	32%	回数重視型	右から二番目
3位	直感重視型	26%	疑心型	右から三番目
4位	疑心型	12%	直感重視型	右から四番目

参考文献

Carl L. Harshman. *Decoding Behavior To Improve Results*. US, 2009.