

情報コミュニケーションに焦点を当てたワークモチベーションの組織心理学的研究

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2022-03-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 東海, 詩帆 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10291/22279

「博士学位請求論文」審査報告書

審査委員 (主査) 商学部 専任教授

氏名 村田 潔

(副査) 商学部 専任教授

氏名 風間 信隆

(副査) 商学部 専任教授

氏名 山下 洋史

1 論文提出者 東海 詩帆

2 論文題名 情報コミュニケーションに焦点を当てたワークモチベーションの
組織心理学的研究
(英文題) An Organizational Psychological Study on Work Motivation with a Focus on
Information and Communication

3 論文の構成

本学位請求論文は以下に示すように、序論と、3部構成で8章から成る本論、そして結論から構成されている。

<序論> 本論文の目的・問題領域と前提条件

<本論>

第1部 組織における情報の非対称性に焦点を当てた従業員の行動モデル — 情報コミュニケーションの観点からみた上司・部下間の信頼関係構築 —

第1章 組織における情報の非対称性と利己的行動モデル・利他的行動モデル

第2章 上司と部下間の情報共有を促す組織心理・情報コミュニケーション的要因

第2部 上司のパワーに焦点を当てた従業員の行動モデル

第3章 上司の社会的パワーフレームワークの提案

第4章 上司の社会的パワーモデルとその実証分析

第3部 従業員のパーソナリティに焦点を当てたワークモチベーション構造分析

第5章 従業員のパーソナリティが上司の使用するパワーの知覚と従業員の組織態度に与え

る影響

第6章 従業員の内発的・外発的職務満足が組織態度に与える影響の検討

第4部 従業員の文化差に焦点を当てたワークモチベーション構造分析モデル

第7章 職場における上司のパワーが従業員に与える影響の日台比較

第8章 従業員の内発的・外発的職務満足が組織態度に与える影響の日台比較

<結論> 研究成果のまとめと今後の研究課題

4 論文の概要

本学位請求論文は、本研究における基本概念の定義や問題設定・前提条件といった理論的基盤を固める序論と、論文提出者が独自の分析モデルやフレームワークを提示する本論の第1部（組織における情報の非対称性に焦点を当てた従業員の行動モデル；第1章と第2章）、第2部（上司のパワーに焦点を当てた従業員の行動モデル；第3章と第4章）、第3部（従業員のパーソナリティに焦点を当てたワークモチベーションの構造分析；第5章と第6章）、第4部（従業員の文化差に焦点を当てたワークモチベーション構造分析モデル；第7章と第8章）および結論から成っている。以下、順を追って概要を説明する。

序論では、本論文の目的と背景、論文の構成・問題領域、基本概念の定義と位置づけ、前提条件と限界、さらに従来本研究の特徴を整理し、本論文の理論的基盤を固めている。

本論の第1部は、情報の非対称性に焦点を当て、上司と部下の関係に関する新たな研究視座を提示している。第1章では、情報をポジティブ情報（正の内容的価値を持つ情報）とネガティブ情報（負の内容的価値を持つ情報）に分け、それぞれの情報の非対称性における利己的行動と利他的行動をモデル化している。第2章においては、ポジティブ情報とネガティブ情報の価値構造を定式化した上で、上司と部下の間でこれらの情報の共有を促す要因について考察している。これにより、職場の集団内で、従業員が情報共有を選択することでその集団から心理的報酬が得られるようになることが従業員にとっての重要な誘因であることを示唆している。

第2部は、「組織心理学的観点」から上司と部下との間のパワーの非対称性に注目し、部下に対する上司の正当なパワー行使と不当なパワー行使について考察している。まず第3章では、正当な社会的パワー行使と不当な侮辱的管理行動を一つのフレームワークの中に組み込み、上司の手続き的公正についての従業員の知覚が、日頃の社会的パワー行使の仕方および侮辱的管理行動によって影響を受けることを明らかにしている。続く第4章においては、前章で提示したフレームワークを基に、上司の行使するパワーが従業員の組織態度に与える影響に関する現職者と離職者の2つのモデルを統合した新たな回帰分析モデルを構築し、この新たな分析モデルにおける未知のパラメータ（重回帰分析の偏回帰係数に相当する）の最小二乗解を導いている。これにより、上記の現職者と離職者との間の比較を容易にしている。

第3部は、上司のパワー行使と従業員の組織態度との関係に対して、従業員の個人的特性、とりわけパーソナリティ（神経症傾向、誠実性傾向、調和性傾向）の与える影響について検討している。第5章においては、こうした上司のパワーと従業員のパーソナリティの統計的分析（t検定）により、従業員の神経症傾向、外向性、誠実性が、上司による侮辱的管理に影響を及ぼすことを明らかにしている。第6章では、従業員の職務満足を内発的動機づけと外発的動機づけによる満足の2つの要因を主要因として位置づけ、こうした主要因に対する下位因子を探

索した上で、それらが組織コミットメントに対して与える影響について検討している。これにより、従業員のパーソナリティ傾向を中心とする個人特性が職務満足や組織コミットメントに重要な影響を与えていること、とりわけパーソナリティ傾向のなかでも外向性の高さが職務満足に非常に強い影響を与えていること、また開放性や誠実性も大きな影響を与えていることを確認している。

第4部は、本論文で提案した「組織心理学的分析フレームワーク」に関して、新たに台湾の現職者を対象に調査を実施し、同じ東アジアに位置する日本と台湾の現職者の国際比較を展開している。これにより、上司・部下間の関係性の普遍性と、文化独自性の両面を検討している。まず第7章では職務満足と組織コミットメントに対するハーシュパワーとソフトパワーの影響の大きさが、日本と台湾では異なるとする新たな分析モデルを構築し、その最小二乗解を与える正規方程式を導いている。さらに、職務満足と組織コミットメントのウェイトを導入し、交互最小二乗法のアルゴリズムにより、これらのウェイトを推定した結果、職務満足よりも組織コミットメントの方が若干高いウェイトが得られている。続く第8章においては、第6章で日本の従業員に対して行った分析に対して、台湾のサンプルを加え、内発的動機づけと外発的動機づけが、職務満足および組織コミットメントに与える影響について検討している。こうした分析により、従業員のワークモチベーションに与える影響に関する普遍的な側面と、文化適応的な考慮が必要な側面とに分解・識別している。

結論では、本論の各章で展開した議論・考察と、提案したフレームワーク・分析モデルの特徴を整理するとともに、その実証分析から得られた研究成果を明らかにしている。さらに、本論文では論じきれなかった今後の課題を整理し、今後インターナルマーケティングに応用するための展望と課題を明らかにしている。

5 論文の特質

本学位請求論文は、提出者がこれまで積み重ねてきた、商学・経営学と心理学・統計学の学際的アプローチに基づく、企業における従業員のワークモチベーションと管理者のリーダーシップの関係に関する研究を体系化したものである。特に組織における上司と部下の関係に注目し、両者の信頼関係・社会的交換・部下の組織態度に影響を与えるさまざまな要因を、統合的に記述するための新たな枠組みを提案しており、こうした独自の枠組みと分析モデルは高い学術的意義を有している。これらのことを含めて本論文の特質は、以下の3点に集約される。

- ① 組織における上司のパワーと部下のモチベーションの関係に対して、情報の非対称性における情報の内容的価値（相手に情報を提供しても失われない価値）と占有的価値（相手に情報を提供すると失われてしまう価値）や、利己的行動・利他的行動といった研究視座を組み込んだ新たな分析枠組みを提示した。
- ② 本論文の第2部と第4部では、通常の変量解析（重回帰分析）に対して、現職者か離職者か、日本か台湾か、職務満足か組織コミットメントかを表す添え字を導入することにより、これらの違いを直接的に比較することが可能な独自の分析モデルを構築した。
- ③ 本論文は、人的資源管理や労務管理、さらにはインターナルマーケティングといった商学・経営学の研究課題に対して、組織心理学・情報コミュニケーション学や応用統計学を導入した新たな学際的研究アプローチを開拓した。

6 論文の評価

本学位請求論文は、組織における上司のパワーの行使としての管理行動と部下のモチベーションの、コミュニケーションを媒介とする関係を、インターナルマーケティング研究の基礎をなす研究課題として位置づけ、これに対して、情報の非対称性における情報の内容的価値・占有的価値や、利己的行動・利他的行動といった研究視座を組み込んだ新たな分析枠組みを提示している。こうした分析枠組みは、従来の商学研究には存在しなかったものである。また本論文の実証分析では、通常の変量解析（重回帰分析）のパラメータに対して、被調査者のプロファイルを表す添え字を導入することにより、被調査者間の違いを直接的に比較することが可能な分析モデルを構築しており、分析方法の面でも新規性を有している。これらの点で本研究は、インターナルマーケティングをその重要な研究テーマとする商学の発展に寄与するものとして高い学術的意義を持つものであると評価できる。それと同時に、管理者の正しいリーダーシップの発揮と従業員のワークモチベーションの向上という、すべての企業にとっての経営課題の解決に対する示唆を与えるという意味で、実務的意義を有している。さらに、働き方改革が重要な社会的課題として認識されている日本社会の豊かさの向上にとっても意義深い研究であるといえる。

その一方で、本論文には下記のような課題が残されている。

- ① 本論文では上司と部下という二階層の構造を前提に上司のパワーや部下のモチベーションの問題をモデル化している。しかし実際の組織は多段階の階層構造となっているため、こうした多段階の構造へと本論文の議論と枠組みを拡張することが一つの課題となる。これにより、本論文の提案モデルが、より現実の問題へと接近する。
- ② 本論文の第4部の国際比較が日本と台湾のみの比較となっている。しかし第4部の分析モデルは日本と台湾に限定される性格のモデルではないため、他の国、例えば中国や韓国との比較へと分析を拡張することができる。このような国際比較を日本と台湾の他にも広げることは、本論文の分析結果に厚みを与えるであろう。
- ③ 本論文は最終的に企業のインターナルマーケティングに寄与することを目的としており、本論文の学術的研究成果を、いかにしてインターナルマーケティングの実務的アプローチへと結びつけるかという課題が残されている。

今後、こうした課題に果敢に挑戦し、本論文で開拓した新たな学際的研究領域をさらに発展させることを期待したい。なお、本論文の審査のプロセスにおいて、英文題名を、より正確に論文の研究内容を反映させる形で修正することと、参考文献の書式の修正・統一を行うことを審査委員から提案した。

7 論文の判定

本学位請求論文は、本学学位規程の手続きに従い、審査委員全員による所定の審査及び試験に合格したので、博士（商学）の学位を授与するに値するものと判定する。

以 上

主査氏名（自署）