

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

2021年度 商学研究科

博士学位請求論文（要旨）

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

東海 詩帆

1 問題意識と目的

経済がサービス化し、従業員と顧客との接点が増加するにつれて、顧客の満足を得るためには、まず内部顧客である従業員のニーズを満たすべきであるという考えが広がっている。しかしながら、厚生労働省により実施されている職場における従業員のメンタルヘルスに関する実態調査において、仕事や職業生活に関する強い不安、悩み、ストレスを感じる等、何らかの不調を抱えている労働者は全体の割合6割近くおり、不調をきたす原因の上位に「職場の人間関係」「上司・部下のコミュニケーション不足」が挙げられている。この現状を踏まえると、職場における上司と部下との人間関係を良好にすることが喫緊の課題であるといえよう。

本研究は、部下のワークモチベーション向上をもたらす「上司と部下間における良好な信頼関係の構築を導く上司の効果的な管理行動のあり方」を探索するための分析枠組みを提示することを大きな目的としている。従業員のワークモチベーションを向上させる重要な要素として、主に、「上司と部下との人間関係」に焦点を当て、上司による2つの管理行動が信頼関係向上にどれだけ寄与し得るかについて考察する。上司による管理行動の1つ目として、上司と部下との間でのコミュニケーションを通して得られた部下の所有する情報に対する上司の管理行動が両者の信頼関係や社会的資源の交換へ与える影響メカニズムについてモデル化し、それを論証することを試みる。

2つ目として、パワーを源泉とした上司による部下に対する管理コミュニケーションが部下の組織コミットメント、職務満足、組織への定着意図などの組織態度に与える効果について「組織心理学的観点」から検証することで、部下との信頼関係を高め、部下の組織態度向上をもたらすための、上司の適切なパワー行使の在り方を探索することを試みる。

本研究では、情報コミュニケーション的観点と組織心理学的観点の両方向から上司と部下の信頼関係を中心とした影響メカニズムについて包括的に検討することで、部下のワークモチベーションを向上させる上司の適切な管理行動についての示唆を導出すること試みている。

2 構成及び各章の要約

本研究は、4部・8章からの構成となっている。第1部では、組織内部での「情報」の管理をめぐる上司と部下との間の関係を議論している。第2部では、第1部で検討した、上司による部下の情報の管理方法が、上司の部下に対する社会的影響や部下の組織態度（職務満足・組織コミットメント・離職意図）にも影響を与えることを理論的・実証的に明らかにしている。第3部では、第2部で検討された上司の使用するパワーの知覚に関する従業員の個人特性（パーソナリティ）についての分析を試みている。第4部では、第2部と第3部において日本人を対象に行った組織心理学的観点からの分析に関して、国際比較を展開することで、本研究において組織心理学的な観点から分析した「上司によるパワーを源泉とした管理コミュニケーション」が、部下の組織態度に与える影響関係の普遍性ととともに、文化的独自性の検討を試みている。

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

組織において部下の貢献意欲を高める重要な要因として、適切な「部下の所有する情報に対する上司の管理行動」から形成された上司・部下間での信頼関係の構築を位置づける視点を指摘する。ここでは、上司・部下間のコミュニケーション⇒信頼関係⇒社会的資源の交換というプロセスにおける学習型循環メカニズムの存在を指摘する。そのために、まずポジティブ情報やネガティブ情報を占有あるいは共有した場合の個人の心理状態について組織心理学的な検討を試みている。その上で、上司と部下間のコミュニケーションを通じた「部下の所有する情報に対する上司の管理行動」を6つに分類し、それぞれが部下の上司に対する信頼に与える影響について考察している。さらに、その信頼関係の高低に応じて両方で交換される社会的資源が変化するという視点を提示することで、信頼関係構築は、部下だけでなく上司にとっても価値の高いものとなる点、およびここで交換される社会的資源の質量の大きさが「関係ベースの信頼」を生み出し、それに伴って、部下は上司のキャラクターに対する信頼を再形成するという2者間での関係の循環的な深化メカニズムを明らかにしている。

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1章で得られた知見に基づき、上司と部下間の情報共有を促し信頼関係を高める要因を探索するために、利害関係のある2者間（主に、上司と部下の関係）について2つのアプローチから検討を行っている。まず、「組織心理学的アプローチ」により情報占有よりも情報共有の方が利得となることの根拠や背景に関して考察している。次に、「情報コミュニケーション的アプローチ」により2者間で特定の情報を所有する者としらない者にとっての情報の価値構造を「内容的価値」「占有的価値」の観点から、「ポジティブ情報とネガティブ情報の価値構造統合モデル」として提案している。

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

上司のリーダーシップに焦点を当て、上司のもつパワーを正当なパワー（社会的パワー）と不当なパワー（侮辱的管理）に分けた上で、上司による部下に対する社会的影響が手続き的公正の知覚を媒介し、部下の組織態度（組織コミットメント・職務満足など）に与える影響について既存研究のレビューを行っている。それらの知見を踏まえ、適切な管理行動へと上司を導くための独自の組織心理学的分析フレームワークの構築を試みている。

第4章 上司の社会的パワーモデルとその実証分析

第3章で提案された分析フレームワークを基に、現職者を対象にその妥当性についての実証分析を行った。その上で、現職者と離職者のサンプルを1つのモデルで比較可能とする統合モデルを提案し、上司の使用するパワーと組織態度との影響関係に関して、現職者と離職者の共通性と相違性を明らかにしている。さらに、こうした分析結果から、理想的な「上司によるパワーを源泉とした管理コミュニケーション」のあり方について考察している。第4章では上記の現職者と離職者との比較に適合するようなパラメータ構造の分析モデルを新たに提案し、その最小二乗解を推定するための最小二乗法のアルゴリズムを提示している。

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4章で検討した、現職者を対象とした調査において、従業員の各構成変数に対する知覚に性差、職位差といった個人差が存在することを示唆した。このことを踏まえ、従業員の個人的特性、とりわけパーソナリティ（Big-Fiveにおける神経症傾向、誠実性傾向、調和性傾向）の違いが、職場における上司のパワー行使

と従業員の組織態度との関係に与える影響について実証分析を行っている。

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

従業員のパーソナリティ傾向に合ったワークモチベーションを高める要因を、より詳細に検討するために、従業員の職務満足を構成する主要因について検討を行っている。とりわけ、従業員の職務満足を構成する主要因について把握するために、職務満足を、内発的動機づけによる満足と外発的動機づけによる満足の2つに分け、それらを構成する下位因子の探索を試みることで、従業員のパーソナリティ傾向に合わせた職場での適材適所での活用に関する考察を試みている。

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2部で提示した分析フレームワークを基に、台湾の現職者に対して実証分析を行い、日本と台湾での国際比較を試みている。こうした日台比較は、上述の分析フレームワークにおける、国や地域を超えた有効性を確認するための一つの試論として位置づけられる。ここでは、日本と台湾での分析結果を比較するとともに、それらの影響関係を一意に比較可能とするために、日台のサンプルを統合して分析するための日台統合モデルを提案し、提案モデルの妥当性と有効性について検討している。これまで、産業心理学・人的資源管理論やインターナル・マーケティングの領域の多くの研究は、実証分析の際に、既存の統計的方法（多変量解析や統計的検定等）の適用に留まっているのに対して、第7章では上記の日台比較に適合するようなパラメータ構造の分析モデルを新たに提案し、その最小二乗解を推定するための交互最小二乗法のアルゴリズムを提示している。

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

第6章で明らかにした従業員の内発的動機づけによる職務満足および外発的動機づけによる職務満足が、組織態度に与える影響に関する日台の比較を行うことで、両国における「上司によるパワーを源泉とした管理コミュニケーション」のあり方に関する共通性と相違性について検討し、国や地域の違いによる文化的な管理コミュニケーションの様式についても考察する必要があることを示唆している。

結論

本研究により、従業員のワークモチベーションを向上させる上司の管理方法について、上司・部下間の信頼関係を媒介としたダイナミズムに焦点を当て、「情報コミュニケーション的視点」と「組織心理学的視点」の融合を図った。その上で、信頼関係を中心とした影響メカニズムについて新たに「情報コミュニケーション的組織心理学」の領域の開拓を試みた。その結果、上司のキャラクターに対する部下の信頼が部下のワークモチベーションに重要な影響を与え得ることを理論的、実証的に確認している。

一方で、残された課題として、主に本研究で提案した影響メカニズムは概念的な分析モデルの提案として留まっており、上司のキャラクターをベースとする統合的な実証分析の必要性が挙げられる。また、本研究で実施した実証分析における調査対象者のサンプルの偏りによる一般化の限界についても指摘しておかなければならない。