

立教大学学術推進特別重点資金(立教SFR)
 大学院学生研究
 2015年度研究成果報告書

研究科名	立教大学大学院	現代心理学	研究科	心理学	専攻		
研究代表者 (2016年3月現在のものを記入)	在籍研究科・専攻・学年		氏名				
	現代心理学研究科	心理学専攻	博士課程後期3年	廣川 佳子	印		
指導教員	所属・職名		氏名				
	現代心理学部	教授		芳賀 繁	印		
自然・人文・社会の別	自然	・ <input type="checkbox"/> 人文	・ 社会	個人・共同の別	<input type="checkbox"/> 個人	・ 共同	名
研究課題	経営理念の浸透が組織成員に及ぼす影響						
研究組織 (研究代表者・共同研究者) ※2016年3月現在のものを記入	在籍研究科・専攻・学年		氏名				
	現代心理学研究科	心理学専攻	博士課程後期3年	廣川 佳子			
研究期間	2015年度						
研究経費 (1円単位)	(支出金額) 200,000円 / (採択金額) 200,000円						

研究の概要 (200~300字で記入、図・グラフ等は使用しないこと。)

本研究では、経営理念の浸透が組織成員の心理や行動に与える影響を検証した。これまで経営理念に関する研究は、主に経営学の分野で行われてきた。経営理念を組織アイデンティティと捉える視点や組織文化論の文脈で検討するといった経営学的知見をふまえ、組織成員に及ぼす影響を心理学の観点から検証した。本研究は企業の調査協力を得て、1)経営理念の浸透の程度を定量的に測定する尺度の開発、2)経営理念が組織成員に与える影響(心理と組織行動)の検討、3)経営理念の浸透に関わる心理プロセスの解明の3点を目的として実施した。

キーワード (研究内容をよく表しているものを3項目以内で記入。)

{ 経営理念の浸透 } { 測定尺度 } { 組織成員 }

研究成果の概要 (図・グラフ等は使用しないこと。)

本年度に行った研究の概要をテーマ別に記載する。

< 経営理念浸透尺度作成 >

本研究では、3回の質問紙調査を実施した。経営理念浸透尺度を分析した結果、3因子構造が確認された。現在2社の結果に基づいて、質問項目を精査している。

調査 (A 社)

2015年5月11日～5月24日 B支社に所属する246名

2015年11月30日～12月25日 C支社に所属する715名を対象に分析した。

経営理念の「成り立ちを知っている」「内容を理解している」「内容を覚えている」など経営理念を知っているという『認知』と経営理念の「内容に納得している」「共感している」「抵抗なく受け入れることができる」などの『共感』、経営理念を「意思決定の拠り所としている」「部下や後輩に伝えていこうと思う」「実現するために必要な提案を行っている」などの『行動』であった。

調査 (B 社)

2015年7月13日～7月24日 426名を対象に分析した。

経営理念の「存在を知っている」「社外にどのように公表されているか知っている」など経営理念を知っているという『認知』と経営理念の「効果を知っている」「個人目標までのつながりを知っている」などの『理解』、経営理念と「自分の価値観にギャップを感じない」「抵抗なく受け入れることができる」「体現できていると思う」などの『共感的行動』であった。

< 経営理念の浸透が組織成員の心理に及ぼす影響 >

2社の調査結果から、組織コミットメント、集団同一視、エンパワーメントへの影響が明らかになった。

組織コミットメントは、組織への帰属意識を表す概念である。情動的コミットメント(組織全体への感情的な愛着や同一化、関与の強さ)、継続的コミットメント(組織を辞める際のコストに基づくもので「組織に残る必要がある」から残るという意識)、規範的コミットメント(組織への忠誠心)の3つの要因からなる。経営理念への『共感』と『行動』がすべてのコミットメントに正の影響を及ぼした。経営理念を理解し、共感して行動することが、組織へのコミットメントを高めることが示唆された。知っている(『認知』)だけでは、組織コミットメントに影響を及ぼさない、もしくは負の影響を及ぼすことも示された。

集団同一視とは、対象の考え・感情・行動などを無意識のうちに取り入れ、その対象と同じような傾向を示すようになる心的過程である。組織に対する同一視とそこで働く組織成員に対する同一視の2つがある。組織への同一視が経営理念への『共感』『行動』と比較的高い相関があった。経営理念への共感や経営理念に基づく行動をとることで、組織と自分を同一視しやすいことが示された。

エンパワーメントとは、内面的に動機づけられた状態を示す概念である。有意義(仕事の目的が自己の価値観と適合している度合)、有能さ(職務を上手く遂行できるという確信)、自己決定感(ある行動を自己決定できたと認識している度合い)、インパクト(会社の目的達成や成果に影響を与えていると実感している度合)の4要因である。経営理念が浸透していることで、4要因に正の影響を与えていた。

研究成果の概要 つづき

<組織の価値観と個人の価値観の関連>

本研究では、組織の価値観と組織成員個人の価値観の関連と組織の価値観が組織成員に及ぼす影響をインタビュー調査に基づいて検討した。2014年12月から2015年1月に企業に勤める14名を対象にインタビューしたデータを分析した。その結果、1) 組織の価値観と組織成員個人の価値観は一致もしくは関連することで、職務満足やモチベーションの維持・向上につながる、2) 組織の価値観が明示されることで、組織の一体感の醸成、組織成員のモチベーションの維持・向上に影響する、3) 組織成員間で共有されることによって、共通の判断基準となり、業務上で必要な行動が促進されることが確認された。以上のことから、明文化された経営理念を表面的に理解するだけではなく、それが自身の価値観とどのように関連しているのかを組織成員自身が認識する必要があることが示された。つまり、企業は経営理念を一方向的に学習させるのではなく、組織成員個人の価値観と融合させるという観点が重要であることが示された。

<大学生にとっての経営理念の意味>

本研究では、企業のステークホルダー（顧客・求職者）である大学生にとって、経営理念がどのような意味を持つのかを質問紙調査とインタビュー調査を通して検討した。2015年10月から11月に1-3年生222名を対象に質問紙調査を実施した。経営理念については、顧客としての関心よりも求職者としての関心の方が高かった。求職者としての経営理念への関心は、職業キャリアレディネスとも中程度の正の相関がみられた。4年生（大学院2年生）には、就職活動終了後の2015年12月にインタビュー調査を実施し、就職活動を通じて感じた経営理念の意味や効果を尋ねた。一般的に、経営理念はエントリーシートや面接対策として利用されると思われるが、経営方針や目標も含め、企業を判断する基準になっていることが示された。今後さらに詳細に検討する。

研究発表 (研究によって得られた研究経過・成果を発表した①～④について、該当するものを記入してください。該当するものが多い場合は主要なものを抜粋してください。)

- ①雑誌論文 (著者名、論文標題、雑誌名、巻号、発行年、ページ)
- ②図書 (著者名、出版社、書名、発行年、総ページ数)
- ③シンポジウム・公開講演会等の開催 (会名、開催日、開催場所)
- ④その他 (学会発表、研究報告書の印刷等)

④ その他 (学会発表)

廣川佳子・宮崎弦太・芳賀繁(2015). 経営理念浸透尺度作成の試み—尺度の信頼性と妥当性の検討—第 31 回産業・組織心理学会大会, 2015 年 8 月 29-30 日: 明治大学

廣川佳子・芳賀繁(2015). 経営理念を反映した組織の価値観と個人の価値観の関連
第 79 回日本心理学会大会一般研究発表ポスター発表, 2015 年 9 月 22-24 日:
名古屋大学