

# ジョブタイトルの役割について

M051870 藤井新子

## 1. 研究の目的

グローバル化が進み、外資系企業の日本への進出が増加し、そこで働く日本人従業員も増加している。外資系企業の多くではアメリカ的な制度や組織構造が採用されているが、「ジョブタイトル」もそのひとつである。ジョブタイトルは、明確に役割分担された個人の職務を具体的に表すものであるが、ジョブタイトルを持つことで日本人従業員がどのように感じているのか、聞き取り調査に基づいて明らかにすることが本研究の目的である。

## 2. ジョブタイトル

### 2-1 ジョブタイトルの定義

ジョブタイトルを①職務の具体的な内容を表す名前、②組織の中で個人の役割を明確にするもの、③組織外に個人の役割を知らせるもの、と定義する。

### 2-2 ジョブタイトルと組織構造

ジョブタイトルを持つ組織に特徴的な組織構造は、明確な個人の役割分担、明確な権限と責任による自律的な働き方、職務給等である。こうした制度や構造が、ジョブタイトルの運用を可能にしている。

### 2-3 ジョブタイトルに関する先行研究

ジョブタイトルの役割について先行研究をレビューした。

#### (1) ジョブタイトルと役割意識

ジョブタイトルが変わったことで、担当者や管理職の役割意識が変化した。また、異なるジョブタイトルを持つ管理職や担当者は、異なる役割意識を持つという調査結果がある。

#### (2) アイデンティティ

ジョブタイトルは、持つ人の所属、自分は誰で、何をするのか、というアイデンティティをあらわすものである。周囲の人にとっても理解しやすいものである必要がある。

#### (3) 自尊心の源泉

ジョブタイトルは、社会的な役割を示すものであり、持つ人にとって、自分の価値を示し自尊心の根拠となるものである。

#### (4) ジョブタイトルの限界

従業員の職務が複雑になるにつれ、従来のジョブタイトルでは収まりきれなくなってきた。

## 3. アイデンティティ

先行研究のレビューから、ジョブタイトルは個人の役割やアイデンティティに関わるものではないかと考え、アイデンティティに関する先行研究をレビューした。アイデンティティの下位次元として職業アイデンティティがあるが、職場において個としてのアイデンティティと関係性にもとづくアイデンティティの2つの軸に沿っての発達が必要である。

## 4. 調査

### 4-1 調査の対象

外資系企業でジョブタイトルを持って働く日本人従業員4人と日本企業の従業員3人を対象とした。

### 4-2 調査の課題

ジョブタイトルを持つことで従業員がどのように感じているのか、またどのような影響を受けているのかを検討する。調査で得られたデータから、先行研究における指摘や理論に関連した部分を抜き出し、先行研究の内容を追認するもの、否定するもの、新しい知見の3つのカテゴリーに分類して考察を行った。

### 4-3 調査の方法

対象者にできる限り自由に語ってもらう半構造化による聞き取り調査を行った。

## 5. 考察

### 5-1 先行研究の内容の追認

ジョブタイトルと役割の不一致や、ジョブタイトルの変更に対して、不快感や不安感を持った経験が語られた。ジョブタイトルはアイデンティティを表すという考え方も支持された。

### 5-2 先行研究の内容の否定

日本では、一般的にジョブタイトルが使用されておらず、社会的にも認知されていないため、ジョブタイトルはアメリカほどには社会的な役割を持たない。また、ジョブタイトルが英語であるため、ジョブタイトルがあることで、かえって理解されにくいという問題がある。

### 5-3 新たな知見

日本社会、特に今回調査対象とした製造業は、男性中心の社会であり、女性が男性と同じジョブタイトルを持った場合、男性に比べてより多くの努力が要求される、というジェンダーに関連する問題が指摘された。