

組織コミットメントがテイキング・チャージに与える影響に関する研究 —役割範囲の認知に着目して—

M126621 大上麻海

研究の背景と目的

近年我が国の企業をとりまく環境は厳しい。企業の生き残りには何が必要なのだろうか。これに対しKatz & Kahn (1966) は、従業員ひとりひとりが自発的に革新的に行動することが重要であると述べたが、その行動を説明する概念は数多く存在し、概念整理が十分とはいえない。また、その行動を規定する要因として組織コミットメントがあげられるが、その下位次元により規定のしかたがどう異なるのかも研究の蓄積が十分でない。

本研究の目的は、自発的で革新的な行動の概念整理を行い、その行動に組織コミットメントの各下位次元がどのように影響を及ぼしているのかを明らかにすることである。

1. 先行研究レビュー

まず、自発的で革新的な行動を説明する様々な概念のうちテイキング・チャージ (taking charge) はその定義および特徴から、より組織機能の向上に寄与し、より組織をよりよいものに変えようと動機づけられた、より具体的な従業員行動であることが明らかになった。また、自発的で革新的な行動は多次的に捉えられていることも明らかとなった。

次に、組織コミットメントには多次元性があり、自発的で革新的な行動に対しそれぞれ異なる影響のしかたをしていることが明らかとなった。また、直接的な関連だけでなく、役割範囲の認知(その行動を自分の仕事だと思うかどうか)を経由して行動に影響を与える (Morrison, 1994) ことも明らかとなった。

しかし、先行研究の蓄積の中では、多次的である自発的で革新的な行動と組織コミットメントの各下位次元間の関連はいまだ明らかにされていない。実際の従業員行動をよりよく捉えるためには両者を多次的な概念として捉え、関連を確認する必要があるだろう。

2. 本研究の分析枠組み

本研究では、先行研究の知見から組織コミットメントがテイキング・チャージに影響を及ぼす直接的な効果に加え、役割範囲の認知を経由してテイキング・チャージに影響を与える間接効果についても検討した。

3. 研究対象と分析方法

調査はWeb調査会社に登録するモニターの中から、

製造業、保険・金融業、ソフトウェア・情報サービス業の企業に勤務する事務系従業員1,002に依頼をし、調査票への回答を求めた。また、分析方法は、組織コミットメントの各下位次元を独立変数、テイキング・チャージの各下位次元従属変数とし、役割範囲の認知の間接効果を確認するパス解析を行った。分析には統計ソフト Amos を用いた。さらに、追加分析として「外部環境の変化の認識」を調整変数とした交互作用の確認のため、統計ソフト HAD を用い階層的重回帰分析を行った。

4. 分析結果と考察

分析の結果、以下のことが明らかになった。

まず、テイキング・チャージは「革新」と「現状維持」の下位次元に分かれる。

次に、組織コミットメントの愛着要素を持つ従業員は役割範囲の認知の持つリスク軽減効果の有無に関わらず革新テイキング・チャージをとる。

第3に、内在化要素を持つ従業員は役割範囲の認知の持つリスク軽減効果の有無に関わらず革新テイキング・チャージを取り、現状維持テイキング・チャージをとらない。

第4に、規範的コミットメントが高いほどテイキング・チャージを自分の役割の範囲内だとは感じない。また、革新テイキング・チャージはあまりとらず、現状維持テイキング・チャージをよりとる。

最後に、存続的コミットメントを持つ従業員は役割範囲の認知、革新テイキング・チャージ、現状維持テイキング・チャージをとるとはいえなかった。しかし、業界の技術革新はめざましいと感じる場合には、存続要素を持っているかどうかに関わらず、革新テイキング・チャージをとる。

5. 含意と今後の課題

本研究で明らかにされたのは、組織コミットメントは各下位次元によりテイキング・チャージへの影響のしかたが異なることである。内在化コミットメントが最も革新的な行動に寄与し、他方、日本的な規範的コミットメントは革新的な行動の足を引っ張る要素であることが明らかとなった。

本研究ではWebを通じて調査を行った。Webを用いた調査には虚偽回答や重複回答の問題が指摘されている。この問題を解決するために、今後Webを用いない方法で追試を行い、データの信頼性を確保したい。