

令和 2 年 4 月 23 日現在

機関番号：20102

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K17181

研究課題名(和文) NPOと企業のパートナーシップにおける共通認識の形成に関する研究

研究課題名(英文) The framing process between Non-profit organizations and companies.

研究代表者

松野 奈都子 (Matsuno, Natsuko)

釧路公立大学・経済学部・准教授

研究者番号：40732475

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の成果は、実体験とそれによって生じた自己意識的感情が、NPOと企業のパートナーシップにおける共通認識の形成を促進することを解明した点である。フレーミングは、共通認識となる特定のフレームの形成を促す活動である。先行研究では、フレーミングの主体が提示するフレームの顕著さと信頼性が向上すると共通認識が形成されることが指摘されてきた。しかし、非言語的コミュニケーションの影響は十分に検討されてこなかった。本研究では、実体験と自己意識的感情が、フレームの顕著さと信頼性を向上させ、共通認識の形成を促進することを明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の主な学術的意義は、フレーミングにおける非言語的コミュニケーションの影響を明らかにした点である。本研究は、従来の研究が見落としてきた実体験のような非言語的コミュニケーションや自己意識的感情が、共通認識の形成を促進することを明らかにした。

NPOと企業のパートナーシップは異質性の高い組織間関係であるため、単なる情報の交換のみでなく、様々なコミュニケーション方法によってパートナー間の共通認識を形成していく必要がある。非言語的コミュニケーションの影響が明らかになったことで、パートナー間で非言語的コミュニケーションを含む相互作用の場を提供することが有用である可能性が示唆された。

研究成果の概要(英文)：The result of this research is actual experiences and self-conscious emotion influence the process of framing between NPOs and Companies. Framing is meaning construction by movement organizations or movement activists. This activity involves not only the generation of interpretative frames but also the shifting of the frames from existing ones. The resultant products of this activity is collective action frames as common understanding between partners. Previous research suggests that collective action frames generate if the frame of credibility and salience raised. However, they have not studied about the effects of actual experiences and self-conscious emotion on the framing process. This research indicates the credibility and salience of frames is raised by actual experiences and self-conscious emotion.

研究分野：組織論

キーワード：NPOと企業の協働 フレーミング 価値観の共有 フレーム 資源依存理論

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

1998年以降、日本においても、行政や企業では対応できない社会的ニーズに対応する非営利組織 (Not-for Profit organization: NPO) の活動が活発になっている。しかし、NPO の活動は必ずしも十分な収益が生まれるわけではないため、多くの NPO が組織の活動に必要な経営資源の慢性的な不足に悩まされている。このような状況において、NPO と企業のパートナーシップは、NPO が企業から資源を得ることを可能にし、1つの組織のみでは解決が困難な社会問題に取り組みうえで有効な手段の1つとして実務家と研究者の両方から注目されている。

しかし、実際には NPO と企業のパートナーシップの形成・実行は順調に進んでいるとは言い難く、成果を出せずにパートナーシップが壊れてしまうことも少なくない。その理由の1つとしては、NPO と企業は目的、戦略、価値観などに違いがあるため、パートナーに対する誤解や、特定の社会問題の解決のために優先すべき事柄の相違、パートナーシップの目的の不一致などの問題 (Vlaar, Van den Bosch, and Volberda, 2006) が生じるからである。

上述の問題の発生を防ぐために、先行研究はパートナー間の価値観や目的を一致させることの重要性をたびたび指摘してきた (Austin and Seitanidi, 2012; den Hond, de Bakker, and Doh, 2015; Wohlstetter, Smith, and Malloy, 2005; 横山, 2003)。しかし、共通認識が形成されるプロセスはほとんど検討されておらず、いかにすればパートナー間で共通認識が形成されるのかについては十分に明らかにされていない。

2. 研究の目的

本研究の目的は、言語的コミュニケーションと実体験が共通認識の形成に与える影響を明らかにすることである。先行研究は、組織や個人の主観的な側面にあまり注意を払ってこなかったため、共通認識が形成されるプロセスについては十分に明らかにされていない。また、従来の研究は、主に議論や会話のような言語的コミュニケーションが与える影響に着目してきた (Maitlis and Christianson, 2014)。それゆえ、実体験 (支援対象者/支援者の活動を実際に見たり、生活を体験したりすること) が共通認識の形成に与える影響は十分に検討されていない。

しかしながら、申請者による事例調査では、言語的コミュニケーション以外のコミュニケーションによって、潜在的パートナーに対する理解を深め、パートナーシップの形成を促進したという現象が確認されていた。そこで、本研究では言語的コミュニケーションと実体験が共通認識の形成、特に解釈の枠組みとなるフレーム (Benford and Snow, 2000) の形成にどのような影響を与えるのかを明らかにした。

3. 研究の方法

本研究課題の研究方法は、先行研究のレビューと質的データに基づく事例研究である。まず、先行研究をレビューし、事例研究のための概念枠組みを構築した。その後、NPO と企業に対して聞き取り調査とアンケート調査を実施した。収集したデータは、分析ソフト NVivo12 を使用し、主にグラウンデッド・セオリー・アプローチ (Charmaz, 2006; Glaser and Strauss, 1967; 戈木, 2016) に従って、コード化した。本アプローチの手順に従い、収集されたデータを基にコードの内容を決め、その後、コード化したデータにラベル名をつけ、カテゴリーと呼ばれるグループに分類した。これらの作業を繰り返し、分析者のバイアスがかかったデータ分析を回避することを試みた。

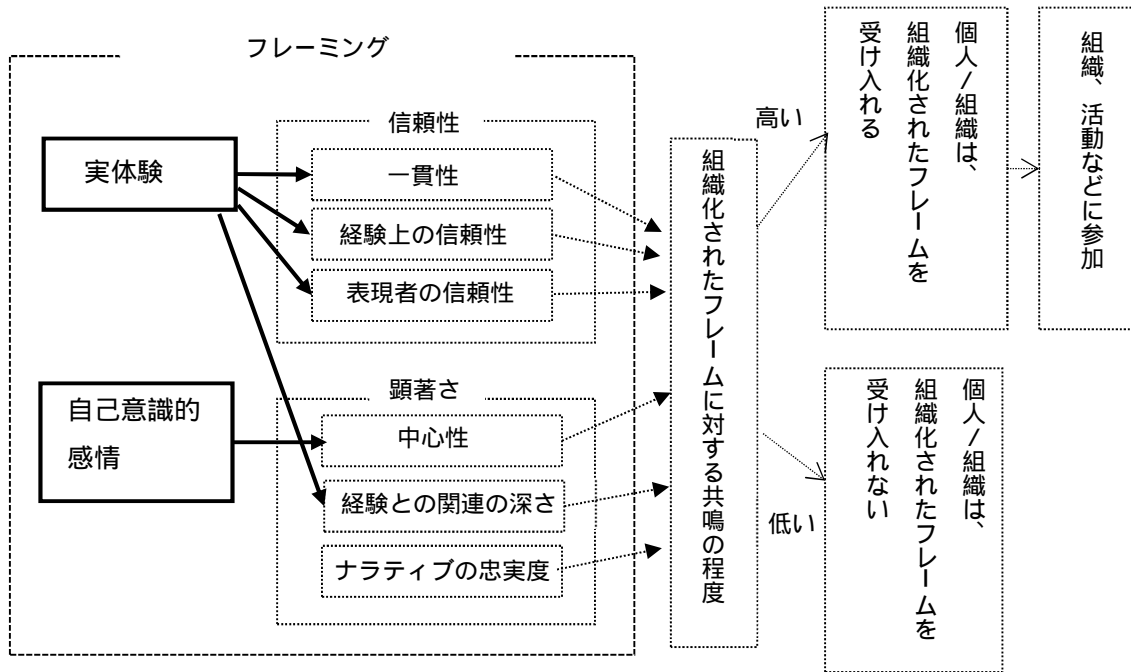
4. 研究成果

本研究の成果は、共通認識の形成を促進する要因として、これまで明らかにされていなかった実体験と自己意識的感情を特定したことである。

本研究では、共通認識となる特定のフレームの形成を促す活動として、社会運動論で注目されてきたフレーミング (Benford and Snow, 2000; Lefsrud and Meyer, 2012; Snow, Worden, Rochford, and Benford, 1986) に注目した。従来のフレーミング研究では、フレーミングの主体が提示するフレームの顕著さと信頼性が向上すると、フレーミングの受け手は提示されたフレームを受け入れることが明らかにされてきた。しかし、顕著さと信頼性を向上させる要因は十分に検討されておらず、特に非言語的コミュニケーションの影響は明らかにされていなかった。

本研究では、会話のような言語的コミュニケーションのみでなく、実体験やそれらによって生じた自己意識的感情が、フレームの顕著さと信頼性に与える影響を事例研究により検討した。その結果、実体験は信頼性と顕著さに、自己意識的感情は顕著さに影響を与えることが明らかになった。

図 修正されたフレーミングプロセスの概念図



太線の矢印が、本研究により修正された部分である。
出所：松野奈都子(2019)より。

上述の成果は、NPOと企業のパートナーシップに関する研究の以下の限界を克服した。まず、パートナーシップの形成・実行プロセスにおける主観的な側面を明らかにしたことである。従来の研究は、個人や組織の主観的な側面にあまり注意を払ってこなかった。しかし、主観的な側面に注目することは、認識の違いによるパートナーシップの崩壊を防ぎ、成果を出すためには重要なことである。本研究の概念枠組みは、パートナーシップの主観的な側面を分析することが可能になると推測される。さらに、これまでの研究は、言語的コミュニケーションに焦点が当たっていたため、非言語的コミュニケーションや、実体験によって生じる人々の感情 (Cunliffier and Coupland, 2011) の影響を見落としてきた。本研究の結果から、実体験とそれによって生じた自己意識的感情が共通認識の形成を促進することが明らかになったため、今後は他の非言語的コミュニケーションが与える影響を検討していく必要がある。

本研究の派生的な成果としては、資源の重要性を認識するフレームの変化によって、パートナーシップの形成が促進されることを明らかにした。NPOと企業のパートナーシップは、パートナーの持つ資源の利用を目的として形成される場合が多いが、NPO/企業の専門性の高い資源の価値をパートナーが理解することは困難である。特に、NPOの場合には、自身の資源や活動の価値を数値化できないことが多いため、パートナーとなる企業が自身の資源の価値を認識するように働きかける必要がある。研究開始当初は注目していなかったが、研究を進めていくうちに、パートナーシップの形成段階における資源の認識に注目することで、形成の動機を明らかにするために有用であるという考えに至った。事例研究の結果、組織にとって重要な資源を規定するフレームの違いによって、同じ資源であってもその価値に対する認識が異なることが示された。これにより、フレーミングによるフレームの変化によって、自組織の資源の重要性を潜在的パートナーに認識させることができれば、パートナーシップの形成が促進される可能性が示唆された。

<引用文献>

Austin, J. E., and Seitanidi, M. M. (2012b). Collaborative value creation: A review of partnering between Nonprofits and Businesses. Part 2: Partnership processes and outcomes. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(6), 929-968.

Benford, R. D., and Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.

Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London; Thousand Oaks, Calif: Sage (抱井尚子・末田清子訳 『グラウンデッド・セオリーの構築 - 社会構成主義からの挑戦 - 』ナカニシヤ出版, 2008).

Cunliffier, A. and Coupland, C. (2011). *From hero to villain to hero: Making experience*

sensible through embodied narrative sensemaking. *Human Relations*, 65(1), 63-88.

den Hond, F., de Bakker, F. G. A., and Doh, J. (2015). What prompts companies to collaboration With NGOs? Recent evidence from the Netherlands. *Business and Society*, 54(2), 187-228.

Glaser, B. G., and Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Adline (後藤隆・大出春江・水野節夫訳『データ対話型理論の発見 - 調査からいかに理論をうみだすか - 』新曜社, 1996).

Lefsrud, L. M., and Meyer, R. E. (2012). Science or science fiction? Professionals' discursive construction of climate change. *Organization Studies*, 33(11), 1477-1506.

Maitlis, S. and Christianson, M. (2014). Sensemaking in Organizations: Taking stock and moving forward. *Academy of Management Annals*, 8(1), 57-125.

Snow, D. A., Worden, S. K., Rochford, E. B., and Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Review*, 51(4), 464-481.

Vlaar, P.W.L., Van den Bosch, F. A. J. and Volberda, H.W. (2006). Coping with problems of understanding in international relationships: Using formalization as a means to make sense. *Organization Studies*, 27 (11), 1617-1638.

Wohlstetter, P., Smith, J., and Malloy, C. L. (2005). Strategic alliances in action: Toward a theory of evolution. *Policy Studies Journal*, 33(3), 419-442.

戈木クレイグヒル滋子 (2016)『グラウンデッド・セオリー・アプローチ - 理論を生みだすまで - 』新曜社 .

松野奈都子 (2019)「NPO と企業の協働におけるフレームの共有プロセス - She with Shapla Neer を事例として - 」『釧路公立大学紀要 社会科学研究』31, 115-134.

横山恵子 (2003)『企業の社会戦略と NPO - 社会的価値創造にむけての協働型パートナーシップ - 』白桃書房 .

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 松野奈都子	4. 巻 第31号
2. 論文標題 NPOと企業の協働におけるフレームの共有プロセス—She with Shapla Neerを事例として—	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 釧路公立大学紀要 社会科学研究	6. 最初と最後の頁 115-134
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 松野奈都子	4. 巻 17
2. 論文標題 NPOと企業のパートナーシップ形成に関する研究 センスメーカーにおけるフレームの変化に着目して	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 経営戦略研究	6. 最初と最後の頁 61-75
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松野奈都子	4. 巻 -
2. 論文標題 Sharing values in partnerships between non-profit organizations and corporations: Self-conscious emotions in sensemaking	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 早稲田大学産業経営研究所ワーキングペーパー	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件/うち国際学会 0件）

1. 発表者名 松野奈都子
2. 発表標題 NPOと企業のパートナーシップにおけるフレームの共有
3. 学会等名 日本経営学会北海道部会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 松野奈都子
2. 発表標題 NPOと企業のパートナーシップ形成に関する研究
3. 学会等名 2016年度組織学会研究発表大会
4. 発表年 2016年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 松野奈都子	4. 発行年 2021年
2. 出版社 中央経済社	5. 総ページ数 -
3. 書名 NPOと企業のパートナーシップの形成と実行	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----