

令和 4 年 6 月 16 日現在

機関番号：32685

研究種目：若手研究

研究期間：2019～2021

課題番号：19K13783

研究課題名（和文）職場におけるモチベーション伝播の影響要因に関する研究

研究課題名（英文）Research on factors that influence social contagion of motivation in the workplace

研究代表者

菊入 みゆき (Kikuri, Miyuki)

明星大学・経済学部・教授

研究者番号：10760598

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,900,000円

研究成果の概要（和文）：職場におけるモチベーション伝播に関し、その影響要因を明らかにすることを目的として面接調査と質問紙調査を実施した。企業組織の従業員10名に対する半構造化面接調査を実施し、得られた回答を意味内容によって分類・集計した結果、顧客志向、組織への貢献、自己の成長など仕事に関する価値観の類似性がモチベーション伝播に関わることが示唆された。この結果を実証的に検討するために企業組織で働く20歳から60歳までの男女515名を対象に、質問紙調査を実施した。また職場環境（テレワークの頻度など）が伝播に及ぼす影響を実証的に検討するために、企業組織で働く20代から60代の男女500名程度を対象に、質問紙調査を実施した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

面接調査という探索的な検討段階ではあるものの、職場におけるモチベーション伝播に関し、仕事の価値観の類似性が示唆された。これまで、モチベーションの高さにおける類似性(Radel, Fournier, De Bressy, D'Arripe-Longueville, 2014)や同じ大学、同じ性別(Loersch, Aarts, Keith Payne & Jefferis, 2008)であることが伝播に及ぼす影響は示されていたが、本研究では価値観という認識や考え方の類似性が伝播に影響することが示唆された。

研究成果の概要（英文）：An interview survey and questionnaire surveys were conducted for the purpose of clarifying the factors that influence social contagion of motivation in the workplace. As a result of a semi-structured interview survey of 10 employees of a corporate organization and classifying and aggregating the answers according to the meaning and content, the similarity of work-related values such as customer orientation, contribution to the organization, and self-growth was suggested to be involved in social contagion of motivation. In order to empirically examine this result, a questionnaire survey of 515 men and women between the ages of 20 and 60 who work in a corporate organization was conducted. In addition, in order to empirically examine the effect of the work environment (frequency of telework, etc.) on contagion of motivation, we conducted a questionnaire survey of about 500 men and women in their 20s and 60s who work in corporate organizations.

研究分野：産業・組織心理学

キーワード：モチベーション伝播 類似性 関係性要因 環境要因 テレワーク

1. 研究開始当初の背景

モチベーションは社会や組織が発展するための重要な要因の1つであるが、日本の働く人のやりがいには中長期的に低下する(内閣府, 2009)等、大きな問題を抱えている。ワークモチベーションを新しい視点で捉え直し、その向上策を探ることが、社会においても組織経営においても求められている。研究の新しい視点の1つが、組織におけるモチベーション伝播の検討である。組織内で上司から部下へ、同僚間でモチベーションが伝播し、組織全体の活性化が期待される。これまでのモチベーション伝播の研究は、多くが海外で行われ、学習の場(例えば Wild, Enzle & Hawkins, 1992; Radel, Fournier, De Bressy, D'Arripe-Longueville, 2014)、や実験室環境(例えば Loersch, Aarts, Keith Payne & Jefferis, 2008)における検討が多い。課題を抱える日本の職場において、モチベーション伝播の実態を解明し、影響要因を明らかにすることが必要と考えられる。また、まだ検討が進んでいない発信者のリーダーシップなどの個人要因、価値環境の共有度合いなどの関係性要因、組織風土などの職場の環境要因がモチベーション伝播に及ぼす影響について焦点を当てて検討することが必要である。

2. 研究の目的

本研究は、職場におけるモチベーション伝播に関し、発信者の個人要因、発信者と受信者の関係性要因、組織の環境要因が及ぼす影響を明らかにし、「職場におけるモチベーション伝播モデル」と、伝播の発信者の特徴を測定する「モチベーション伝播性測定尺度」を作成することを目的とする。

研究1でモチベーション伝播の発信者の行動傾向等の個人要因と受信者との関係性を探索的に検討し、研究2で研究1の結果を実証的検討、研究3で研究2の結果をもとにモチベーション伝播発信性尺度の開発を行い、研究4で組織の環境要因が伝播に及ぼす影響の検討と「職場におけるモチベーション伝播モデル」の作成を行う。

3. 研究の方法

研究1では、モチベーション伝播の発信者の行動傾向等の個人要因と受信者との関係性を探索的に検討するため、組織の従業員10名に対する半構造化面接調査を実施し、回答者に「モチベーションが高いと思う同僚」を思い浮かべてもらい、その同僚について、モチベーションが高いと推測した内容、行動の特徴を尋ねた。

研究2では、研究1の結果に基づき、質問紙を作成し、企業組織で働く20歳から60歳までの男女515名を対象に、質問紙調査を実施した。回答は、調査会社のモニターに依頼した。回答者に、「モチベーションが高いと思う同僚」を思い浮かべてもらい、その同僚について、モチベーションの特徴、仕事に関する価値観、回答者との類似性について尋ねた。尺度は、「同僚は、難しいことでも自分なりに努力してやっている」(同僚の達成動機の推測)(菊入・岡田, 2014)、「仕事を通して所属する部門や組織へ貢献すること」(労働価値観尺度)(江口・戸梶, 2009)、「同僚と自分には、その行動や考え方に似た点がある」(関係性)等を使用した。伝播の因果関係を正確に把握するため、2時点で同じ質問紙調査を行い、交差遅延効果モデルを用いて分析することとした。

研究4では、職場環境(テレワークの頻度など)が伝播に及ぼす影響を明らかにするため、研究1~2で得られた知見をもとに質問紙を作成し、企業組織で働く20代から60代の男女500名程度を対象に、質問紙調査を実施した。回答は、調査会社のモニターに依頼した。回答者に、「モチベーションが高いと思う同僚」を思い浮かべてもらい、その同僚からの伝播について、尋ねた。尺度は、「同僚は、難しいことでも自分なりに努力してやっている」(同僚の達成動機の推測)(菊入・岡田, 2014)等であった。伝播の因果関係を正確に把握するため、研究2と同様の交差遅延効果モデルを用いて分析した。

4. 研究成果

研究1では、得られた回答データを意味内容によって分類・集計した結果、発信者と受信者の仕事に関する価値観の類似性がモチベーション伝播に関わることが示唆された。価値観の内容としては、顧客志向、組織への貢献、自己の成長などが抽出された。価値観の内容とコメント例を表1に示す。価値観の類似性という関係性要因がモチベーション伝播に及ぼす影響に関する仮説図については、菊入・岡田(2014)における達成動機の伝播に関するパス解析結果をもとに、図1に示す。

これまで、モチベーションの高さにおける類似性(Radel, Fournier, De Bressy, D'Arripe-Longueville, 2014)や同じ大学、同じ性別(Loersch, Aarts, Keith Payne & Jefferis, 2008)であることが伝播に及ぼす影響は示されていたが、本研究では価値観という認識や考え方の類似性が伝播に影響することが示唆された。

仕事に対する価値観	コメント例
顧客志向	共通点は、価値提供ですかね、お客さまに対しての。お客さまのお役に立っているという気持ち 社内事と、いわゆるお客さま事っていうふうに分けたときに、・・・、お客さまのお役に立っている、・・・、そっちを優先するっていうこと
組織への貢献	周りの人たち、協力姿勢を見せてくことで、大きな目標に皆さんで立ち向かえる(と思った) みんなが働きやすく、モチベーション高く仕事に向き合える場所にしていきたいという意味は感じます
自己成長	自主的に勉強する、その学びを、みんなの場で共有をしてくださる 自主的な勉強、自己研さん、そういうのが今後は必要(と思った) 目の前の仕事っていうよりも、その先を見て、そこに向けて、今、自分ももっと努力したいなとか

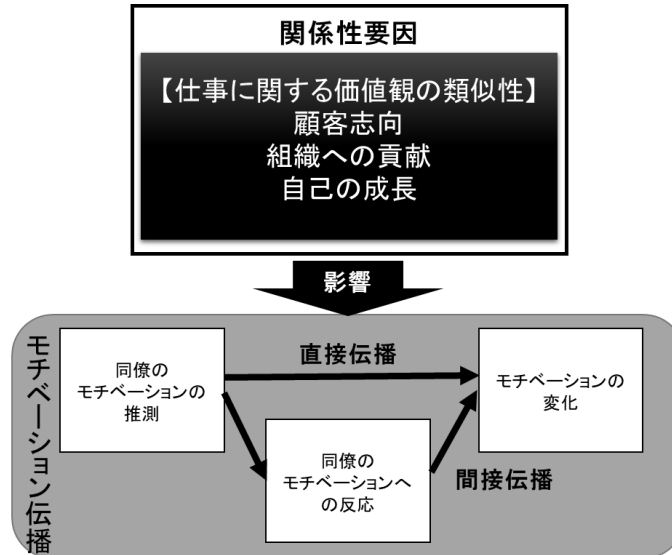


図1 関係性要因がモチベーション伝播に及ぼす影響の仮説図

なお研究2～4については予定通りデータセットを取得し、現在データの解析中である。

<引用文献>

- 江口 圭一・戸梶 亜紀彦(2010). 労働価値観測定尺度の開発 産業・組織心理学研究 23(2), 145-154.
- 菊入みゆき・岡田昌毅(2014). 職場における同僚間の達成動機の伝播に関する研究 産業・組織心理学研究 27(2), 101-116.
- Loersch, C., Aarts, H., Keith Payne, B. & Jefferis, V. E.(2008). The influence of social groups on goal contagion. *Journal of experimental social psychology*,**44**,1555-1558.
- 内閣府(2009).平成20年度国民生活選好度調査.
- Radel, R., Fournier, M., de Bressy, V. & d'Arripe-Longueville, F. (2014). You're too much for me: Contagion of motivation depends on perceiver-model distance. *Motivation and Emotion*, **39**(3), 374-383.
- Wild, T. C., Enzle, M. E. & Hawkins, W. L. (1992). Effects of perceived extrinsic versus intrinsic teacher motivation on student reactions to skill acquisition. *Personality and Social Psychology Bulletin*,**18**,245-251.
- Wild,T.C., Enzle,M.E., Nix, G. & Deci,E.(1997). Perceiving others as intrinsically or extrinsically motivated; Effects on expectancy formation and task engagement. *Personality and Social Psychology Bulletin*,**23**,837-848.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔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
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------