



Title	心理的エンパワメントに関する実証研究 [論文内容及び審査の要旨]
Author(s)	吉野, 有助
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(経営学)
Dissertation Number	甲第14478号
Issue Date	2021-03-25
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/81819
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	doctoral thesis
File Information	Yusuke_Yoshino_abstract.pdf, 論文内容の要旨



学位論文内容の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（経営学）

氏名：吉 野 有 助

学位論文題名

心理的エンパワメントに関する実証研究

経済のグローバル化や競争環境の変化を背景に、企業は伝統的な動機づけパラダイムを超える新しいパラダイムへと移行する必要性があると言われている。そのパラダイムとは、最前線の従業員から経営幹部まで、全従業員の知識、思考力、行動力、創造力のすべてを活用・連動させることであり、その鍵を握るのが心理的エンパワメントである。なぜなら、従業員が心理的にエンパワーされることで、潜在的な能力を最大限に発揮することができ、結果的に組織業績を高めることが可能になるからである。この点に関し、「個人が自身の仕事をコントロールしていると感じるのに必要な一連の心理的状态」である心理的エンパワメントは、意味、能力、自己決定、影響という4つの次元から構成されており、従業員のウェルビーイングや業績にポジティブな影響を与えることが明らかになっている。

先行研究では、心理的エンパワメントの決定要因として、状況的要因に比べて個人的要因が検討されることが少なかった。また、心理的エンパワメントの各次元が結果要因に与える影響、および次元間の関係については十分に解明されていない。こうした状況を踏まえ、本研究は、①心理的エンパワメントの決定要因として「学習志向」、結果要因として「ワーク・エンゲージメント」を取り上げ、心理的エンパワメントを構成する4次元の媒介効果を定量的に明らかにすることに加え、②定性的研究を通して、状況的・個人的な決定要因が心理的エンパワメントの各次元に与える影響を検討するとともに、各次元間の関係を探索的に明らかにすることを目的としている。

本論文は、6章から構成されている。第1章では、研究を進める前提となる背景や問題意識、心理的エンパワメント研究の現状や課題を踏まえて、本研究の目的を説明した。

第2章では、先行研究のレビューを行い、心理的エンパワメントの概念や測定尺度を確認した上で、状況的要因と個人的要因から成る「決定要因」、および心理・態度要因と行動・業績要因から成る「結果要因」に関する定量的な実証研究を整理し、研究課題を明らかにした。その上で、「学習志向は、心理的エンパワメントの4次元を媒介して、どのような形でワーク・エンゲージメントを高めるのか」「状況的要因と個人的要因は、どのような関係しあいながら心理的エンパワメントに影響を与えているのか」「心理的エンパワメントの4次元は、相互にどのように関係しているのか」という3つのリサーチ・クエスチョンを提示した。

第3章では、リサーチ・クエスチョンを検討するために実施した定量的分析および定性

的分析の方法について説明した。定量的分析に関しては、急性期病院の看護部に所属する看護師 427 名に対する質問紙調査を統計的に分析する方法を説明した。定性的分析に関しては、大手シティホテルチェーンの従業員 14 名に対するインタビュー調査、および質的分析手法であるグラウンデッド・セオリー・アプローチを説明した。

第 4 章では、看護師を対象とした質問紙調査データを用いて、共分散構造分析によってモデルを検証した。分析の結果、学習志向がワーク・エンゲージメントを直接的に促進していること、心理的エンパワメントの 4 次元のうち、学習志向とワーク・エンゲージメントを媒介していたのは「意味」と「影響」の次元であることが明らかになった。このうち、特に、心理的エンパワメントの意味次元がワーク・エンゲージメントに強い影響を与えていた。

第 5 章では、ホテル従業員に対するインタビュー調査データをグラウンデッド・セオリー・アプローチによって分析した結果、心理的エンパワメントに影響を与える 11 のカテゴリーが抽出され、カテゴリー間の関連性が明らかになった。具体的には、①「あこがれ・夢」→「接客志向性」→「サービスの工夫」→「顧客との関係性」というパスが、仕事の意味を形成する主要なパスであること、②心理的エンパワメントの 4 次元が影響し合いながらエンパワメント・プロセスが形成されていること、③個人的要因と、状況的要因が組み合わさりながら、中核カテゴリーである「サービスの工夫」を可能にしていたことが明らかになった。

第 6 章では、定量的・定性的分析を通して得られた発見事実を整理した上で、理論的・実践的インプリケーションを提示し、研究上の問題と今後の課題について述べた。本研究の理論的貢献としては、第 1 に、定量的・定性的分析において、心理的エンパワメントの 4 次元における意味次元の重要性を示したことである。第 2 に、定量的分析で示された「学習志向」以外にも意味次元を規定する様々な要因が確認され、サービスの工夫を中核とする心理的エンパワメントの形成プロセスを明らかにすることができた。第 3 に、心理的エンパワメントの 4 次元は、それぞれが独立的に働くのではなく、連動し合って最終的な活動の成果に至ることが示された。今後の研究課題としては、他業種、他職種、異文化においても同様な調査を行い、本研究のモデルを検証すべき点を挙げることができる。