

## 社会的貢献感がワークモチベーションに及ぼす影響 の研究：定型業務を対象にして

有吉, 美恵

<https://hdl.handle.net/2324/2236007>

---

出版情報：Kyushu University, 2018, 博士（心理学）, 課程博士  
バージョン：  
権利関係：

氏 名 : 有吉 美恵

論 文 名 : 社会的貢献感がワークモチベーションに及ぼす影響の研究  
一定型業務を対象にして一

区 分 : 甲

## 論 文 内 容 の 要 旨

本研究では、定型業務のワークモチベーションを向上させる要因として社会的貢献感に着目し、それを規定する自他からの働きかけについて説明できる統合的なモデルを組み立て、事務的業務従事者からのデータを分析することで検証を行った。以下、本論文における各章の概要を説明する。

第1章では、まず定型業務がどのようにとらえられてきたかを説明したうえで、社会的貢献感がワークモチベーション規定因と位置付けられる可能性について論じた後に、先行するワークモチベーション理論が提案された時代背景と対象としてきた職務について概観した。また、社会的貢献感を向上させる要因としてポジティブフィードバックの有用性について議論した後に、貢献経験を自ら振り返り意識化する取り組みの有用性を説明した。さらに、議論をふまえて本研究の意義と独創性について示した後に実証的検討のための仮説モデルの枠組みを提示し、定型業務のもとでのワークモチベーションに関して社会的貢献感が関係することを検証することとした。

第2章では、定型業務がワークモチベーションを抑制する要因として、社会的貢献を含む職務意義との関係について検討した。まず、ワークモチベーションの規定因について先行研究をふまえながら定型業務度との関連を検討し、仮説を構築した。そして、国内の1大学法人、9企業から得られたデータ252名について検証した。相関分析の結果、定型業務度は職務意義とワークモチベーションのほぼ全ての要因について負の相関が見られた。定型業務度を独立変数、ワークモチベーションを従属変数、7つの職務意義要因を媒介変数とした媒介分析を行ったところ、定型業務度がワークモチベーションを抑制する関係に顧客と社会への貢献、自己の成長、達成感が媒介していた。

第3章では、上司のポジティブフィードバックがワークモチベーションを高める関係を媒介する要因として、社会的貢献感に着目しその効果を検討した。1社6事業所のコールセンターで働くオペレーター179名から質問紙調査への回答を得た。調査の結果、上司からのポジティブフィードバックとワークモチベーションとの関係性において、顧客と社会への貢献感と所属組織への貢献感が媒介していることが示唆された。

第4章では、他者への役立ちを振り返り意識化する介入的取り組みが、社会的貢献感とワークモチベーションの向上に効果があるかを検討した。1社5事業所のコールセンターのオペレーター123名のうち53名が取り組みに参加した。取り組み前後において質問紙調査を行い、社会的貢献感とワークモチベーションについて尋ねた。取り組み調査の結果、介入群において社会的貢献感とワークモチベーションに変化が見られ、上司・同僚への貢献感が競争志向モチベーションを有意に予測した。

第5章では、まず第1章から第4章までを要約した。そして第1章でレビューした各領域に対する理論的貢献を考察した。最後に提言と今後の展開への実践的含意を行った。