

Title	企業フィランソピー推進のためのストラテジー
Sub Title	
Author	牛尾奈緒美(Ushio, Naomi) 関本昌秀
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1993
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1993年度経営学 第984号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001993-0984

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名

牛尾奈緒美

主査 関本 昌秀

副査 青井 倫一

高木 晴夫

花田 光世

所属

関本 昌秀 研究室

企業フィランソロピー推進のためのストラテジー

本研究は、今後日本企業は効率性重視経営から脱却し、社会性を念頭に置いた経営理念を確立していかなければならないという前提に立ち、現時点でその姿勢を打ち出している富士ゼロックス社をモデルケースとして捉え、そこにおける社会的経営施策推進のあり方や、それに対する組織の反応について調査・分析を行った。よって本研究の目的は、

- ①社会性を重んじた経営理念と実際の組織・人事制度との整合性
- ②社会的経営施策に対する理解・浸透の度合いはサンプルの属する階層の特色により影響を受けるのか
- ③同じくそれは部門の特色により影響を受けるのか
- ④同じく年齢層の特色により影響を受けるのか
- ⑤同じく帰属意識の特性により影響をうけるのか、

という五つの観点から質問紙調査を行い、その結果を踏まえ、短期的には非営利的要素をもつ企業価値を営利企業に導入する際の組織的問題点、或いは促進要因を面接調査によって明らかにすることにある。そしてその中から日本企業全般に対する提言を導き出すことを最終的な目的とした。調査の結果、組織を階層別、年齢層別、部門別に分類した際、社会的経営施策に対する認知・評価・制度利用度について反応のパターンに差異が認められた。特に認知に関し管理職、並びに高年齢層が高いスコアを示していた。部門別では、階層や年齢層ほど大きなかい離はなかったが、経営施策全般の評価については生産部門が、各制度については本社スタッフ部門が高得点をあげていた。帰属意識別では、「自己主体型」が極めて肯定的な態度を示しており、今後の活動の展開上参考にすべき興味深い結果が得られていた。