

Title	経営課題としての社内恋愛：社内恋愛は会社にとって益か不益か
Sub Title	
Author	前野, 美月 (Maeno, Mizuki) 齋藤, 卓爾 (Saito, Takuji)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2013
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2013年度経営学 第2824号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002013-2824">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002013-2824</a>

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.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2013 年度）

論文題名

<p>経営課題としての社内恋愛 —社内恋愛は会社にとって益か不益か—</p>
--

主査	齋藤 卓爾先生
副査	渡辺 直登先生
副査	小幡 積先生

2014 年 2 月 28 日 提出

学籍番号	81230200	氏名	前野 美月
------	----------	----	-------

## 論文要旨

(内容の要旨)

海外では OFFICE LOVE、WORKPLACE LOMANCE として研究がされている社内恋愛だが、日本では未だに経営上の課題としての認識が足りない。しかし、会社実務の専門雑誌で弁護士による対応策の特集が組まれたり、大手転職サイトの上位ページに社内恋愛の影響で職場を自主退職した女性の相談が取り上げられたりしていることを考えれば、社内恋愛が既に日本でも問題に発展していることは明らかである。女性の社会進出が進み、組織の中に女性の割合が増えれば、社内恋愛に発展する可能性を持つ男女は今後ますます増えていくだろう。現に、2012年にカネボウ化粧品の新入社員に対して行った調査によれば、社内恋愛を希望する新入社員は3割以上であった。社内恋愛を経営上の課題であると認識することができれば、何が問題であるかを把握し、どのように対応していくべきかを検討することができる。本論文では、社内恋愛が会社に与える影響を明らかにし、社内恋愛が日本においても経営上の課題として認識されることに寄与したい。

分析手法として、国外で行われている先行研究から社内恋愛に関するメリット、デメリットとされているものを抽出した。その上で、インターネット掲示板から2143件のデータを収集し、有効データ文字数27,668文字をデータマイニングソフトKH-CORDERにかけ、先行研究から抽出したメリット、デメリットに反応するかを分析した。さらに、前後の文脈から判断しなおし、再分析を行うことで詳細を確認した。その結果、業務上の繋がりが有益になるというようなメリットや、キャリアを脅かす、不要な気遣いを周囲にさせるなどのデメリット、双方に合致するものが確認された。分析結果を先行研究と比較した際に特徴的である点は、メリットに該当する部分が極端に少なく、デメリットに該当する部分が非常に多いという結果である。この結果は、社内恋愛という事象についての日本企業の取り組みが足りず、生じていた問題点を放置していた結果として生み出されたものであろう。社内恋愛が発覚し、問題になったあとから女性社員が人事的な対応をされるような現状の仕組みには、すでに限界が生じていたことを示唆しているとも考えられる。社内恋愛が会社のパフォーマンスを向上させる上でメリットとなるという結果を先行研究が見出している以上、そのメリットは各会社の工夫次第で日本の企業においても享受できるものである。各会社の雰囲気に応じた対応策を立て、社内恋愛が会社に与えるメリットとなる部分を伸ばし、会社全体のパフォーマンスを上げていくことで、デメリットとなる部分を表出させないように対策を練るべきだ。