慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	なぜ社員はチャレンジしなくなってしまうのか? : 日用品メーカーにおける実態調査を通じて
Sub Title	
Author	松川, 大輔(Matsukawa, Daisuke) 清水, 勝彦(Shimizu, Katsuhiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度経営学 第3098号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002015-3098

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（　　2015　年度）

論文題名

なぜ社員はチャレンジしなくなってしまうのか？
―日用品メーカーにおける実態調査を通じて―

主　査	清水勝彦 教授
副　査	磯辺剛彦 教授
副　査	井上哲浩 教授
副　査	

学籍番号	81431157	氏　名	松川大輔

論 文 要 旨

所属ゼミ	清水勝彦 研究室	学籍番号	81431157	氏名	松川大輔

（論文題名）

なぜ社員はチャレンジしなくなってしまうのか？
―日用品メーカーにおける実態調査を通じて―

（内容の要旨）

■問題意識

近年、日本経済の停滞を背景として、個人のチャレンジが注目されている。企業も個人のチャレンジを促すことで成長を図るべく、様々な仕組みを導入してきた。しかし、現実はチャレンジ促進に苦心している状態である。私の経験上、組織で個人がチャレンジしたものの、それが継続されず、結局チャレンジを辞めてしまうという光景を幾度となく目の当たりにしてきた。おそらくこのような現象は、他の多くの日本企業においても起きているのではないだろうか。であるならば、チャレンジを促す様々な仕組みを導入する以前に、今一度、組織において個人がチャレンジをしなくなってしまう要因を明らかにすることを行うべきではないか。

■研究目的

本研究の目的は、以下３点である。①組織において個人のチャレンジ実行を阻害する要因を明らかにすること②組織において個人のチャレンジの継続を阻害する要因を明らかにすること③組織において個人がチャレンジを実行・継続するための具体的提言を行うことである。

■研究アプローチ

個人のモチベーションの向上がチャレンジ実行を促し、その結果、成果の最大化につながるという関係を前提とした。さらに、この関係に「チャレンジの実行を阻害する要因」と「チャレンジの継続を阻害する要因」の２つの阻害要因を仮定した。加えて、先行研究をもとに成長欲求と関係欲求の双方の影響によって個人のチャレンジに影響を与えると仮説立てた。その仮説において、以下２つの研究課題を導出し、アンケートによる定量調査とインタビューによる定性調査を行った。

研究① 組織において社員がチャレンジしなくなる要因の構造化

研究② 関係性がチャレンジに与える影響の解明

■研究結果

研究①では、成長欲求に関するチャレンジの実行及び継続を阻害する要因を明確にした。さらに、関係欲求においても個人のチャレンジへの影響が大きいことが明らかとなった。

研究②では、上司と部下の関係に着目し、その関係性を図る指標として、コミュニケーションの頻度・割合・量・質について定量化し、チャレンジへの影響を分析した。その結果、上司と部下の本質的なコミュニケーションの欠如という問題が明らかになった。さらに、上司と部下の関係性だけでなく、同僚や隣のチームの社員も含めた、「タテ・ヨコ・ナナメにおけるコミュニケーションの欠如」という実態も明らかになった。したがって、チャレンジ促進のための本質的課題は「社内コミュニケーションの向上」であると結論付けた。

■提言

以上より組織において社員がチャレンジを行うための本質的課題を「社内コミュニケーションの向上」と再定義し、タテ・ヨコ・ナナメのコミュニケーション向上のための具体的提言を行った。

本研究は、個別企業の事例研究ではあるが、それに留まらない。この事例研究は、日本企業全体が抱える課題とも関係すると考えている。よって、本研究の提言は、すなわち、日本企業への提言へ応用できるものと考えている。