

本来感と優越感が職場における知識提供動機に与える影響

向日恒喜

1. はじめに

知識は企業にとって重要な資源と言われて久しく、知識提供行動の規定要因に関する多くの研究がみられる。その規定要因に知識提供動機、そして職場における自己価値の認識である「組織内自尊感情(organization-based self-esteem)」の概念が挙げられる(Pierce et al., 1989)。この組織内自尊感情は1次元の尺度で測定されているが、自尊感情の議論においては、自尊感情の多元性が指摘されている。たとえば、Deci and Ryan (1995)は自尊感情を、自分の価値を信じる健全で安定した「真の自尊感情」と、他者からの評価などにより変化する不安定な「随伴的自尊感情」とに分類し、随伴的自尊感情が他律的動機に、真の自尊感情が自律的動機につながると指摘している。また、伊藤・川崎・小玉(2011)は、自尊感情を自分らしくいられる感覚である「本来感」と、他者との比較に基づく自己肯定感である「優越感」とに二分して検討している。そして、本来感が真の自尊感情、優越感が随伴的自尊感情に類似した概念と位置付けている。このような議論を踏まえるならば、組織内自尊感情も本来感と優越感に二分して、その影響を検討する必要があると考えられる。

職場における本来感とは、Van den Bosch and Taris (2014a, 2014b, 2018)の一連の研

究がみられる。彼らは外発的動機を自律性に基づいて段階的に分類した自己決定理論(self-determination theory, Deci and Ryan, 1995)に基づいて職務動機を細分化し、本来感がそれらの動機に与える影響について検討した結果、本来感は自律性の高い動機にポジティブな影響を与えていることが示されている。その一方で彼らは、職場における本来感は環境によって影響されやすい概念であるとも述べている。もしそうであるならば、職場における本来感とは生活全般を含んだ一般的な本来感よりは職場における他者からの評価などの外的な要因に随伴している可能性があり、結果、他律的動機との関連も強くなる可能性がある。このことを確認するためには、職場における本来感だけではなく、一般的な本来感をも含めて検討し、双方が知識提供の自律的動機、他律的動機に与える影響の大きさを検討することが期待される。しながら、これらの影響を取り扱った研究はみられない。

以上から、知識提供動機の規定要因として組織内自尊感情を捉える際に、自尊感情を本来感と優越感の視点から検討すること、またその際に、職場だけではなく、一般的な本来感と優越感をも含めて検討することが期待される。そこで本研究では、職場における本来感、優越感と、一般的な本来感、優越感が自己決定理論に基づいた知識提供動機に与える影響を検討する。

2. 研究背景

2.1 職場における知識提供動機

(1) 職場における知識提供動機と知識提供行動
知識提供行動の規定要因の1つに知識提供動機が挙げられる。先行研究では、知識提供動機を外部の報酬に基づく外発的動機と興味関心に基づく内発的動機に二分した研究が多くみられ、一般的に内発的動機が知識提供行動を促進することが明らかにされている(e.g., Lin, 2007; 向日, 2015b)。ただ、外発的動機と内発的動機に一定の強さの関係がみられることから、動機を細分化して検討する必要性が指摘されている(向日, 2015b)。

自己決定理論では、外部の価値観を内部に取り込む内在化の程度に従い、外発的動機を4段階に区分している(e.g., Deci and Ryan, 2002; 櫻井, 2009)。向日(2015a)は以下の通り、自己決定理論を説明している。最も内在化の程度が低い「外的調整(external regulation)」は義務感のみに基づく最も他律的な状況で、「指示、命令、報酬、罰則に従い仕方なくする」との動機である。つぎに内在化の程度が低い「取り入れ的調整(introjected regulation)」は、価値を認めつつも義務感が伴い周囲の評価を懸念した状況で、「やらなければいけないので行動する」との動機である。内在化が進んだ「同一化的調整(identified regulation)」は価値を認識して自発性が伴う状況で、「自分にとって重要だからする」との動機である。内在化の最も高い「統合的調整(integrated regulation)」は外部と自己の価値観が一致した状況で、「自分の価値と一致しているからする」との動機である。同一化的調整や統

合的調整は、目的が外部にある点においては外発的動機であるが、自律性が高い面では内発的動機に近い概念であり、内発的動機とともに自律的動機に区分される。これに対し、外的調整と取り入れ的調整は、自律性が低いことから他律的動機に区分される(図1)。また、統合的調整は内発的動機との弁別は難しく、アンケート調査では外されることも多い(櫻井, 2009)。

知識提供動機に自己決定理論を応用した先行研究(向日, 2015a; Stenius et al., 2016)では、統合的調整を取り除いた、外的調整、取り入れ的調整、同一化的調整、内発的動機と知識提供行動との関係が検討されているが、これらの結果では同一化的調整が知識提供行動を促進する傾向が強いことが示されている。また、外的調整は知識提供行動を抑制したり、知識の隠匿を促進したりすることが示されている。以上の研究から、知識提供に関する同一化的調整が知識提供行動を促進し、外的調整が知識提供行動を抑制すると考えられる。

(2) 自尊感情と知識提供動機

Wang and Noe(2010)は先行研究のレビューから、知識提供行動の規定要因の1つに、職場における従業員の自尊感情である「組織内自尊感情」を挙げている。組織内自尊感情はPierce et al.(1989)によって提唱され「個人が組織の成員として自己を有能で価値のある重要な存在と捉える度合い」(Pierce et al., 1989; 松田他, 2009, p.115)と定義されている。そして組織内自尊感情は、内発的動機、組織市民行動など、従業員の動機や行動にポジティブな影響を与えていることが明らかにされている(e.g., Pierce

外発的動機			内発的動機	
外的調整	取り入れ的調整	同一化的調整	統合的調整	内的調整
他律的動機			自律的動機	

図1 自己決定理論の動機の区分

et al., 1989)。

向日 (2015b) は、知識提供動機を内発的動機と外発的動機に二分し、組織内自尊感情が知識提供動機に与える影響を検討し、組織内自尊感情が内発的知識提供動機を高めることを示している。さらに向日 (2015a) は、知識提供動機を自己決定理論に従い細分化し、組織内自尊感情と動機との関係を検討し、組織内自尊感情が同一化的調整と内発的動機、つまり自律的動機を高めることを明らかにした。

2.2 職場における本来感、優越感

(1) 自尊感情と本来感、優越感

Pierce et al. (1989) によって作成された組織内自尊感情の尺度は1つの次元で構成されているが、自尊感情については、その多元性について議論がなされている。たとえば、Deci and Ryan (1995) は自尊感情を、自分の価値を信じる安定した「真の自尊感情」と、他者からの評価などにより変化する不安定な「随伴的自尊感情」とに分類した。そして、随伴的自尊感情が高い状況では、その感情を維持するために評価を獲得することに注意が払われ、他律的に動機づけられるのに対し、真の自尊感情が高い状況では自己の価値に従い自律的に動機づけられると指摘している。

また、伊藤・川崎・小玉 (2011) は、自尊感情を「本来感」と「優越感」に二分して検討している。本来感は、自分らしくいられている全体的感覚であり、真の自尊感情に類似した概念とされる。優越感とは他者との比較に基づく自己肯定感で、随伴的自尊感情に類似した概念とされる。そして、本来感、優越感と自尊感情の源である自尊源との関係を検討した結果、本来感は生き方などに関する自尊源と、優越感とは個人の特技などに関する自尊源と相関があることが示された。

このように、一般の自尊感情においては、多元的に測定する試みがなされている一方

で、組織内自尊感情は1次元のみで測定されているのが現状である。職場は業績を上げることや他者からの評価が重視される環境であることから、優越感に基づいた行動が生じやすいと考えられる。その一方で、近年、従業員を尊重した働きやすい職場や、内発的動機に基づいた自律的な働き方が改めて注目されていることから (e.g., Pink, 2009; 坂本, 2008)、他者との比較や他者からの評価ではなく、本来の自分の価値や信念など自分らしさに基づいた自律的な行動が重要になってきていると考えられる。そのため個人の自律的動機に基づいた行動を規定する要因を明らかにする上で、職場における自尊感情を本来感と優越感の観点から分析することが期待される。

(2) 職場における本来感

このようななか、近年、職場における本来感に関する研究もみられる。中村・岡田 (2016) は職場における心理的居場所感の研究で、「居場所本来感」が職場の居場所感を構成する因子の1つであることを示している。

また、Van den Bosch and Taris (2014a) は、職場における本来感の尺度を構築するとともに、それらを用いて本来感が個人のウェル・ビーイングや生産性を高めることを示した (Van den Bosch and Taris, 2014b)。さらに Van den Bosch and Taris (2018) は、自己決定理論に基づく職務動機の尺度を用い、本来感、動機、ウェル・ビーイングとの関係を検証し、本来感が外的調整や取り入りの調整を抑制し、同一化的調整や内発的動機を促進すること、また内発的動機がウェル・ビーイングを促進することなどを明らかにした。そのため、知識提供動機においても、本来感が同一化的調整や内発的動機、つまり自律的動機を促進することも考えられる。

ただ彼らは、職場での本来感を個人の特性ではなく状況によって変化する概念として捉

えている (Van den Bosch and Taris, 2014b)。もしそうであるならば、職場における本来感¹は一般的な本来感よりは職場の他者との比較などの外的な要因に随伴している可能性があり、結果、他律的動機との関連も強くなる可能性がある。このことを確認するためには、職場における本来感だけではなく、生活全般を含んだ一般的な本来感をも加えて検討し、双方が知識提供の自律的動機、他律的動機に与える影響の大きさを検討することが期待される。

3. 研究仮説

以上から、知識提供動機の規定要因として組織内自尊感情を捉える際に、自尊感情を本来感と優越感の視点から検討すること、またその際に、職場だけではなく一般的な本来感と優越感をも含めて検討することが好ましい。そこで本研究では、職場における本来感、優越感と、一般的な本来感、優越感が自己決定理論に基づいた知識提供動機に与える影響を検討する。

以下、本研究では職場における本来感と優越感をそれぞれ「職場本来感」、「職場優越感」と呼ぶ。また、一般的な本来感と優越感をそれぞれ「一般本来感」、「一般優越感」と呼ぶ。

Deci and Ryan (1995) は、随伴的自尊感情は他者からの評価の影響を受けることで他律的動機を高め、真の自尊感情は自分の価値に従うことから自律的動機を高めると主張している。随伴的自尊感情を優越感、真の自尊感情を本来感とするならば、優越感²は他律的動機を、本来感³は自律的動機を高めることが想定される。先行研究 (Van den Bosch and Taris, 2018) においては、本来感が同一化的調整と内発的動機、つまり自律的動機に影響を与えていた。以上から、本来感⁴は自律的動機に、優越感⁵は他律的動機に影響を与えると考えられ、また一般優越感/本来感、そし

て職場優越感/本来感ともに、このような傾向があることが予想される。そこで以下の仮説を設ける。

仮説 1：一般優越感は一般本来感に比べて他律的知識提供動機に正の影響を与える

仮説 2：一般本来感は一般優越感に比べて自律的知識提供動機に正の影響を与える

仮説 3：職場優越感⁶は職場本来感⁷に比べて他律的知識提供動機に正の影響を与える

仮説 4：職場本来感⁸は職場優越感⁹に比べて自律的知識提供動機に正の影響を与える

その一方で、Van den Bosch and Taris (2014b) は、職場における本来感を状況によって変化する概念として捉えている。そのため、職場本来感¹⁰は一般本来感¹¹に比べ他者からの評価に随伴している可能性があり、結果、他律的動機への正の影響が一般本来感よりも強くなっている可能性がある。そこで、以下の仮説を設ける。

仮説 5：職場本来感¹²は一般本来感¹³に比べ、他律的知識提供動機に正の影響を与える

4. 研究方法

4.1 調査対象者と調査方法

仮説の検証には向日 (2015a) で用いられたデータを用いる。アンケート調査はネットリサーチ業者に依頼し、従業員 10 名以上の株式会社の正社員で、知識労働に従事しているモニターに対して実施した。知識労働者の抽出の際には Davenport (2005) のナレッジワーカーの概念を参考にし、「仕事では自分で判断する機会が多い」、「多くの知識や情報が必要とされる」、「創造性が必要とされる」、「ルーティンワーク (日々、決まってしまう業務) が少ない」の 4 つの選択肢から 3 つ以上選んだモニターを抜き出した。調査時期は 2014 年 3 月で、500 名からアンケートを

回収した。回答者の内訳は、業種は製造業、職種は研究・開発・技術と営業・販売、勤続年数は15年以上、年齢は40代と50代、性別は男性が多くなっている。これらの内訳の詳細を表1に示す。

4.2 調査項目と分析方法

一般本来感の尺度は伊藤・小玉(2005)の尺度を、一般優越感の尺度は小塩(1998)の尺度の一部を準備し、また職場本来感と、職場優越感の尺度は、それぞれ本来感と優越感の尺度を職場に適用したものを準備した。これらの項目を因子分析したものの、想定通りの因子が抽出されなかった。本研究は一般本来感/優越感、職場本来感/優越感の影響を比較することを目的としていることから、改めて項目を一般と職場に分けて因子分析を行ない、クロンバックの α 係数で信頼性を検討した。その結果一般本来感/優越感は5項目ずつを、また職場本来感/優越感は最終的に

職場本来感4項目、職場優越感5項目を用いることとする。それぞれの因子分析の結果と、その因子に基づいた尺度の信頼性(クロンバックの α)を表2、3に示す。職場本来感の項目に関しては、中村・岡田(2016)の職場における「居場所本来感」の尺度と一部、重複した項目がみられる。

知識提供動機については、向日(2015a)が作成した、外的調整、取り入りの調整、同一化的調整、内発的動機から構成される尺度を用いる。因子分析の結果と、その因子に基づいた尺度の信頼性(クロンバックの α)を表4に示す。

仮説を検証するために、一般本来感/優越感、職場本来感/優越感を説明変数、知識提供動機の外的調整、取り入りの調整、同一化的調整、内発的動機を目的変数として重回帰分析を行なう。また、コントロール変数に性別(男性=0、女性=1)と年齢を投入する。

表1 内訳

業種	人数	%	職種	人数	%
製造業(企業向け)	145	29.0%	営業・販売	107	21.4%
製造業(消費者向け)	61	12.2%	研究・開発・技術	137	27.4%
卸売業(企業向け)	13	2.6%	総務・人事	31	6.2%
卸売業(消費者向け)	4	0.8%	財務・経理	18	3.6%
卸売業(総合商社・各種商品)	13	2.6%	企画・マーケティング	31	6.2%
小売業	25	5.0%	広告・広告・デザイン	10	2.0%
ソフトウェア・情報処理業	61	12.2%	事務職	31	6.2%
サービス業(企業向け)	51	10.2%	管理職	92	18.4%
サービス業(消費者向け)	55	11.0%	会社経営・役員	11	2.2%
その他	72	14.4%	その他	32	6.4%
従業員数			勤続年数		
10～49人	69	13.8%	1年未満	18	3.6%
50～99人	41	8.2%	1年～3年未満	36	7.2%
100～299人	98	19.6%	3年～5年未満	39	7.8%
300～999人	96	19.2%	5年～10年未満	80	16.0%
1,000～4,999人	93	18.6%	10年～15年未満	89	17.8%
5,000～9,999人	39	7.8%	15年以上	238	47.6%
1万人以上	64	12.8%	性別		
年齢			男性	427	85.4%
20代	25	5.0%	女性	73	14.6%
30代	117	23.4%			
40代	175	35.0%	合計	500	100.0%
50代(60才を含む)	183	36.6%			

表2 因子分析の結果（一般本来感／優越感）

	第1因子	第2因子
一般本来感 ($\alpha=0.879$)		
いつも自分らしくいられる	-0.113	0.907
いつも自分を見失わないでいられる	0.041	0.779
人前でもありのままの自分が出せる	0.055	0.707
いつでも揺るがない「自分」をもっている	0.157	0.677
自分のやりたいことをやることができる	0.062	0.650
一般優越感 ($\alpha=0.914$)		
周りの人達より、優れた才能を持っていると思う	0.927	-0.077
周りの人に影響を与えることができるような才能を持っている	0.850	0.017
才能に恵まれた人間であると思う	0.796	0.052
周りの人達より有能な人間であると思う	0.762	0.051
周りの人が学ぶだけの値打ちのある長所を持っている	0.704	0.091
累積寄与率	54.650	64.391

最尤法，プロマックス回転，値はパターン行列，太字は0.4以上のもの

表3 因子分析の結果（職場本来感／優越感）

	第1因子	第2因子
職場本来感 ($\alpha=0.852$)		
職場ではいつも自分らしくいられる	-0.103	0.939
職場ではありのままの自分が出せる	-0.048	0.835
職場ではこれが自分だ，と実感できるものがある	0.266	0.590
職場ではいつも自分を見失わないでいられる	0.342	0.423
職場優越感 ($\alpha=0.905$)		
職場の人たちの中では、有能な人間であると思う	0.911	-0.090
職場の人たちの中では、優れた才能を持っていると思う	0.835	-0.020
職場の人たちの中では、才能に恵まれた人間であると思う	0.826	-0.012
職場の人たちの中では、仕事を上手くこなせる人間だと思う	0.730	0.092
職場の人たちの中では、周りの人に影響を与えることができるような才能を持っている	0.719	0.077
累積寄与率	54.679	64.621

最尤法，プロマックス回転，値はパターン行列，太字は0.4以上のもの

5. 分析結果と考察

5.1 分析結果

各変数間の単相関を表5に、重回帰分析の結果を表6に示す。説明変数間の相関が高いことから、VIFによって多重共線性について確認したが、値がやや大きいことから多重共線性の影響を受けている可能性がある。

そこで、仮説1と2を検証するために一般本来感と一般優越感を投入したモデルを、仮説3と4を検証するために職場本来感と職場優越感を投入したモデルを、仮説5を検証するために一般本来感と職場本来感を投入した

モデルを検討する。

まず、一般本来感と一般優越感を投入したモデルに注目する(表7)。他律的動機である外的調整と取り入的調整への影響については、一般優越感は正の有意な影響を与えているのに対し、一般本来感は有意な影響を与えていない。つまり一般優越感是一般本来感に比べ他律的動機に正の影響を与えていることから、「仮説1：一般優越感是一般本来感に比べて他律的知識提供動機に正の影響を与える」は支持された。自律的動機である同一化的調整と内発的動機への影響をみると、一般本来感是一般優越感と同程度に自律的動機

表 4 因子分析の結果（知識提供動機）

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
外的調整 ($\alpha=0.842$)				
知識を提供することは規則のようなものため	0.798	0.071	0.032	-0.095
知識を提供しないと周囲の人がうるさいため	0.728	-0.167	0.066	-0.021
会社が奨励するため	0.648	0.128	-0.056	0.070
周囲の人から知識を提供するように言われるため	0.646	0.105	0.001	0.048
金銭的な報酬を得るため	0.620	-0.118	0.205	-0.065
周囲の人が当たり前のように知識を提供しているため	0.512	-0.025	-0.047	0.156
取り入れの調整 ($\alpha=0.887$)				
自分の評判を高めるため	0.115	0.117	0.771	-0.130
周囲の人に能力があると思われたいため	0.089	0.006	0.782	0.078
周囲の人からほめてもらうため	0.241	-0.072	0.629	0.116
同一化的調整 ($\alpha=0.778$)				
会社の成長につながるため	0.135	0.762	-0.054	-0.108
知識を提供することは私の大切な仕事のため	-0.005	0.757	0.074	-0.035
私の持っている知識が他の社員にとって有益な知識のため	-0.115	0.722	0.003	0.040
自分の成長につながるため	-0.105	0.444	0.086	0.229
内発的動機 ($\alpha=0.763$)				
知識を提供することが楽しいため	0.099	0.034	-0.025	0.775
人の役に立つことが楽しいため	-0.169	0.261	0.100	0.562
関心のある議論や質問があるため	0.259	0.239	-0.118	0.408
累積寄与率	37.014	49.619	53.244	55.759

最尤法、プロマックス回転、値はパターン行列、太字は0.4以上のもの

表 5 単相関の結果

	平均値	標準偏差	一般 本来感	一般 優越感	職場 本来感	職場 優越感	外的調整	取り入れ 的調整	同一化的 調整
一般本来感	3.38	0.75							
一般優越感	3.23	0.82	0.641**						
職場本来感	3.32	0.77	0.699**	0.511**					
職場優越感	3.39	0.79	0.625**	0.795**	0.637**				
外的調整	2.90	0.76	0.221**	0.377**	0.299**	0.241**			
取り入れの調整	2.89	0.93	0.214**	0.378**	0.235**	0.254**	0.710**		
同一化的調整	3.61	0.68	0.456**	0.460**	0.491**	0.491**	0.311**	0.299**	
内発的動機	3.38	0.73	0.454**	0.458**	0.464**	0.384**	0.476**	0.460**	0.643**

**：p<0.01

表 6 重回帰分析の結果

	外的調整	取り入れの調整	同一化的調整	内発的動機	VIF
性別	0.065	0.036	0.018	0.041	1.063
年齢	-0.136 **	-0.152 **	0.040	-0.020	1.059
一般本来感	-0.179 **	-0.120	0.082	0.114	2.485
一般優越感	0.568 **	0.522 **	0.158 *	0.368 **	3.085
職場本来感	0.330 **	0.181 **	0.257 **	0.308 **	2.315
職場優越感	-0.309 **	-0.200 **	0.149 *	-0.177 *	3.387
R ²	0.226	0.191	0.312	0.298	
F 値	23.999 **	19.345 **	37.184 **	34.843 **	

**：p<0.01, *：p<0.05, 値は標準回帰係数

表7 重回帰分析の結果（一般本来感と一般優越感）

	外的調整	取り入れの調整	同一化的調整	内発的動機	VIF
性別	0.068	0.037	0.034	0.047	1.058
年齢	-0.137 **	-0.153 **	0.047	-0.019	1.058
一般本来感	-0.032	-0.045	0.273 **	0.273 **	1.696
一般優越感	0.396 **	0.407 **	0.285 **	0.282 **	1.697
R ²	0.170	0.172	0.259	0.256	
F 値	25.432 **	25.651 **	43.151 **	42.684 **	

**：p<0.01，値は標準回帰係数

表8 重回帰分析の結果（職場本来感と職場優越感）

	外的調整	取り入れの調整	同一化的調整	内発的動機	VIF
性別	0.062	0.032	0.013	0.031	1.060
年齢	-0.142 **	-0.157 **	0.037	-0.026	1.058
職場本来感	0.243 **	0.124 *	0.300 **	0.368 **	1.685
職場優越感	0.086	0.176 **	0.298 **	0.148 **	1.686
R ²	0.122	0.102	0.296	0.230	
F 値	17.129 **	13.994 **	51.951 **	37.023 **	

**：p<0.01，*：p<0.05，値は標準回帰係数

に正の影響を与えていることから、「仮説2：一般本来感は一般優越感に比べて自律的知識提供動機に正の影響を与える」は棄却された。

つぎに、職場本来感と職場優越感を投入したモデルに注目する（表8）。他律的動機への影響をみると、外的調整には職場本来感が職場優越感に比べ強い正の影響を与えており、取り入れの調整には、両変数がほぼ同程度の正の影響を与えている。このことから、職場優越感が職場本来感に比べて他律的動機に正の影響を与えているとは言い難く、「仮説3：職場優越感は職場本来感に比べて他律的知識提供動機に正の影響を与える」は棄却

された。自律的動機への影響をみると、同一化的調整には両変数とも同程度の正の影響を与えているが、内発的動機には職場本来感の正の影響が大きくなっている。つまり、職場本来感と職場優越感に比べ自律的動機のうちの内発的動機により正の影響を与えていることから、「仮説4：職場本来感と職場優越感に比べて自律的知識提供動機に正の影響を与える」は一部支持された。

さらに、一般本来感と職場本来感を投入したモデルについて検討する（表9）。他律的動機である外的調整へは、職場本来感に正の有意な影響を与えているのに対し、一般本来感には有意な影響を与えていない。つまり職場

表9 重回帰分析の結果（一般本来感と職場本来感）

	外的調整	取り入れの調整	同一化的調整	内発的動機	VIF
性別	0.064	0.038	0.025	0.041	1.061
年齢	-0.140 **	-0.154 **	0.043	-0.022	1.058
一般本来感	0.027	0.099	0.222 **	0.256 **	1.956
職場本来感	0.279 **	0.166 **	0.335 **	0.284 **	1.960
R ²	0.118	0.088	0.268	0.251	
F 値	16.495 **	11.980 **	45.313 **	41.395 **	

**：p<0.01，値は標準回帰係数

本来感は一般本来感に比べ他律的動機に正の影響を与えていることから、「仮説5: 職場本来感は一般本来感に比べ、他律的知識提供動機に正の影響を与える」は支持された。

5.2 考察

(1) 学術面における考察

Deci and Ryan (1995) の主張に基づき、優越感是他者からの評価により規定されることから他律的動機を高めるとの仮定に従い、仮説1と3は設けられ、本来感は自分の価値に従うことから自律的動機を高めるとの仮定に従い、仮説2と4は設けられた。

一般の本来感と優越感との比較では、一般本来感是他律的動機に影響を与えていないのに対し、自律的動機には正の影響を与えており、仮定通りの傾向を示していることから、一般本来感は仮定通りの特徴を持った概念であると考えられる。これに対し、一般優越感是他律的動機、自律的動機すべてに正の影響を与えているものの、他律的動機への影響の方が自律的動機への影響よりも強くなっている。そのため、一般優越感とは仮定よりも自律的動機への影響は大きいものの、それ以上に他律的動機に強い影響を与えるとの意味では、仮定通りの傾向を示しているともいえる。

職場の本来感と優越感との比較では、職場本来感是他律的動機、自律的動機すべてに正の影響を与えている。このことは、職場本来感とは異なり、他律的動機にも影響を与える概念であることを示している。Vanden Bosch and Taris (2014b) は、職場本来感とは職場の状況に随伴した概念であると述べているが、本研究の結果は、職場本来感が高い人は、職場での評価から職場本来感が形成され、その評価を維持するために他律的に動機づけられると解釈することができ、彼らの主張を支持しているといえる。

一方、職場優越感とは、外的調整には影響を与えていないが、取り入的調整、同一化的

調整、内発的動機に正の影響を与えている。このことから、職場優越感も仮定とは異なり、自律的動機に影響を与える傾向がある。

以上から、Deci and Ryan (1995) の主張に基づき、職場における知識提供の自律的動機と他律的動機の規定要因として本来感と優越感を捉えるのであれば、自律的動機の規定要因として一般本来感、他律的動機の規定要因として一般優越感を用いるのが好ましいと考えられる。本研究の結果から、職場における本来感や優越感とは、職場における競争や評価などの環境の影響を受けているのに対し、全般的な本来感や優越感とは職場環境の影響が小さいと思われ、Deci and Ryan (1995) が述べる個人が持っている元来の特性が現れやすいと考えられる。そのため、個人の特性として本来感や優越感の影響を検討するのであれば、一般本来感/優越感を扱うことが好ましい。またこのことは、職場の動機の規定要因を検討する際に、職場だけではなく従業員的生活をも含めて検討することが必要であることを示唆している。

(2) 実践面における考察

上記の考察に基づき、一般本来感と一般優越感を説明変数に投入したモデルに基づき実践面における考察を行う。

まず、一般本来感を高めることを通して知識提供行動を促進することが考えられる。先行研究において、外的調整は知識提供行動にネガティブな影響を、同一化的調整がポジティブな影響を与えることが示されていた(向日, 2015a; Stenius et al., 2016)。本研究では一般優越感が外的調整と同一化的調整に正の影響を与えているものの、外的調整への影響の方が強くなっていた。このことは、一般優越感とは同一化的調整を介して知識提供行動を促進する可能性があるものの、それ以上に外的調整を介して知識提供行動を阻害する可能性があることを示唆している。一方、本研究では一般本来感とは外的調整には影響を

えていないものの、同一化的調整には正の影響を与えており、その影響は一般優越感と同程度となっている。そのため、一般本来感は同一化的調整を介して知識提供行動を促進する一方で、外的調整を介した悪影響は与えない。上記の結果を踏まえるならば、一般本来感の高い人、一般優越感の高い人双方ともに知識提供にポジティブな影響を与えることが期待できる一方で、一般優越感の高い人はネガティブな影響をも与える可能性もあることから、企業にとっては一般本来感の高い人の方が好ましい。

つぎに企業は従業員の私生活に配慮する必要があると考えられる。本研究は生活を含んだ全般的な本来感や優越感が職場での動機に影響を与えていることを示しているが、全般的な本来感や優越感、その特徴から仕事以外の私生活で形成される部分も大きいと考えられる。つまり本研究の結果は、私生活での経験が企業内での行動を規定している可能性を示しており、また、職場の生産性を高めるために、企業が従業員の一般本来感が高まるように私生活について配慮が必要になることも示唆している。たとえば、企業がワーク・ライフ・バランスを導入することを通して従業員の私生活が充実し、従業員が家庭やコミュニティで様々な経験を積むことで、全般的な本来感が高まっていく可能性が考えられる。

(3) 今後の研究課題

1つ目の課題として、一般本来感と一般優越感が知識提供以外の動機に与える影響を明らかにすることが期待される。職場において、随伴的自尊感情と真の自尊感情が職務動機などに与える影響を比較、検討した研究はみられないことから、本研究の結果を職務動機などに拡大して検討することが期待される。

また、知識提供行動以外の目的変数を置き、自己決定理論に基づいた各動機がもたら

す影響を検討することが期待される。Van den Bosch and Taris (2018) は、自己決定理論に基づく職務の内発的動機がウェル・ビーイングに影響することを示していることから、知識提供動機においても同様の可能性があるものの、その関係は明確にされていない。目的変数を知識提供行動だけではなく、ウェル・ビーイングなどに拡大することで、内発的動機を高める一般本来感と一般優越感の知識提供行動以外への効果が明らかにされることが期待される。

さらに、本来感の影響を詳細に検討することが期待される。職場における本来感が注目される一方で、職場で自分らしくあることが好ましくない状況があるとの議論もみられ (Ibarra, 2015)、本来感が有効に機能する状況と機能しない状況があると考えられる。本研究の結果は、本来感の種類によってその効果が異なることを示しているとともに、本来感と目的変数との関係が弱いケースもみられことから、これらの関係を調整する要因が存在する可能性も示唆している。今後、本来感の影響を詳細に検討することで、本来感が有効に機能する状況が明らかにされることが期待される。

引用文献

- Davenport, T. H. (2005) *Thinking for a Living*, Harvard Business School Press (藤堂圭太訳 (2006) 『ナレッジワーカー』ランダムハウス講談社).
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. 1995. "Human Autonomy: The Basis of True Self-Esteem," in Kernis, M. H. (eds.), *Efficacy, Agency, and Self-esteem*, Plenum Press, pp. 31-49.
- Deci, E. L. and Ryan, R. M., (eds.) (2002) *Handbook of Self-Determination Research*, University of Rochester Press.
- 速水敏彦・田畑治・吉田俊和 (1996) 「総合人間科の実践による学習動機づけの変化」『名古屋大学教育學部紀要』Vol.43, pp.23-35.

- Ibarra, H. (2015) "The Authenticity Paradox," *Harvard Business Review*, Vol.93, No.1 / 2, pp.53-59.
- 伊藤正哉・川崎直樹・小玉正博 (2011) 「自尊感情の3様態：自尊源の随伴性と充足感からの整理」『心理学研究』Vol.81, No.6, pp.560-568.
- 伊藤正哉・小玉正博 (2005) 「自分らしくある感覚（本来感）と自尊感情が well-being に及ぼす影響の検討」『教育心理学研究』Vol.53, No.1, pp.74-85.
- Lin, H. F. (2007) "Knowledge Sharing and Firm Innovation Capability: An Empirical Study," *International Journal of Manpower*, Vol.28, No.3/4, pp.315-332.
- 松田与理子・柴田恵子・石川利江 (2009) 「組織内自尊感情—本邦の産業保健領域における活用可能性」『ヒューマン・ケア研究』Vol.10, No.2, pp.114-126.
- 向日恒喜 (2015a) 『組織における知識の共有と創造』同文館.
- 向日恒喜 (2015b) 「組織内自尊感情と知識提供動機が知識提供行動に与える影響」『経営情報学会誌』Vol.24, No.1, pp.1-17.
- 中村准子・岡田昌毅 (2016) 「企業で働く人の職業生活における心理的居場所感に関する研究」『産業・組織心理学研究』Vol.30, No.1, pp.45-58.
- 小塩真司 (1998) 「自己愛傾向に関する一研究：性役割観との関連」『名古屋大学教育学部紀要(心理学)』Vol.45, pp.45-53.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L. and Dunham, R. B. (1989) "Organization-Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement, and Validation," *Academy of Management Journal*, Vol.32, No.5, pp.622-648.
- Pink, D. H. (2009) *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*, Riverhead Books (大前研一訳 (2010) 『モチベーション3.0』講談社).
- 坂本光司 (2008) 『日本でいちばん大切にしたい会社』あさ出版.
- 櫻井茂男 (2009) 『自ら学ぶ意欲の心理学』有斐閣.
- Stenius, M., Hankonen, N., Ravaja, N. and Haukkala, A. (2016) "Why Share Expertise? A Closer Look at the Quality of Motivation to Share or Withhold Knowledge," *Journal of Knowledge Management*, Vol.20, No.2, pp.181-198.
- Van den Bosch, R. and Taris, T. W. (2014a). Authenticity at Work: Development and Validation of an Individual Authenticity Measure at Work," *Journal of Happiness Studies*, Vol.15, No.1, pp.1-18.
- Van den Bosch, R. and Taris, T. W. (2014b) "The Authentic Worker's Well-Being and Performance: The Relationship between Authenticity at Work, Well-Being, and Work Outcomes," *The Journal of Psychology*, Vol.148, No.6, pp.659-681.
- Van den Bosch, R. and Taris, T. (2018) "Authenticity at Work: Its Relations with Worker Motivation and Well-being," *Frontiers in Communication*, Vol.3, 21.
- Wang, S. and Noe, R. A. (2010) "Knowledge Sharing: A Review and Directions for Future Research," *Human Resource Management Review*, Vol.20, No 2, pp.115-131.