

氏 名(本籍) 斎藤 悦子(東京都)

学 位 博 士(学術)

学位記番号 博乙第9号

学位授与年月日 平成9年3月8日

学位授与の要件 学位規則第5条第2項該当

論 文 題 目 **組織文化におけるジェンダーロールと女性労働に関する研究**

論文審査委員 (主査) 教授 伊藤 セツ

教授 岩脇 三良

教授 福場 博保

教授 新田 健一

明治大学教授 山田 雄一

論文内容の要旨

本研究の目的は、ジェンダーロールを用いた企業の雇用管理を、組織文化(企業文化)概念を用いて解明し、組織文化と日本的経営を女性労働との関わりにおいて理論的に結合することである。ジェンダーロール支配が強い日本において、組織文化論の「ジェンダーリング」(ジェンダー視点で分析し理論化すること)は、いまだ行なわれていない。本研究の独自性は、日本における「組織文化論のジェンダーリング」の最初の試みという点にある。

研究方法は、従来の経営学における組織文化論の蓄積をもとに、ジェンダー視点を組織文化/組織文化論に導入する理論的手法と、その理論を実証する複数の調査からなる。

本研究は三部から構成されている。第Ⅰ部で、本研究の目的と組織文化に関する予備的考察が行なわれ、第Ⅱ部で、労働市場に入る前の個人のジェンダーロールの形成に及ぼす諸要因が、内的側面(意識)と外的側面(社会化)の両面から考察された。第Ⅲ部では、組織文化へのジェンダーロール視点の導入により「組織文化のジェンダーリング」が行なわれ、女性労働に関する諸問題の検討と、家庭生活への影響が分析された。

まず第Ⅰ部、第1章 問題の所在と本研究の構成では、本研究の問題の所在と本研究の目的を示した。さらに、本研究で使用されるキーワードを規定し、本研究の構成と枠組を提示した。第2章 組織文化・企業文化におけるジェンダーロール視点の重要性では、組織文化論の先行研究をフォローし、系統化した。さらに、組織文化へのジェンダーロール視点の導入の意味と、その有効性を論じ、最後に、本研究における筆者独自の、組織文化のモデルと、定義を示した。

第Ⅱ部は、ジェンダーロールの形成を、個人の内的側面と外的側面から把握することを目的

とした。第3章 日本におけるジェンダーロール意識の考察では、ジェンダーロールの性差心理学的文献を概観した上で、現代の日本の若年男女の性度(女らしさ、男らしさ)の調査結果を示した。第4章 日本におけるジェンダーロール社会化では、マスメディアによるジェンダーロールの社会化に焦点を当てた。この章の調査研究は、その対象をテレビコマーシャルに限定し、日本、アメリカ合衆国、オーストラリアのテレビコマーシャルを数量的に比較し、日本のテレビコマーシャルのジェンダーロール描写の特徴を明らかにした。

第Ⅲ部は本研究の中心部分である。ここでは、組織文化にジェンダーロール視点を導入し、筆者独自のジェンダーロールによる組織文化論、すなわち「組織文化論のジェンダーリング」を展開している。第5章 組織文化と女性労働は独立した三つの節からなる。まず第1節では、組織文化におけるジェンダーロールを日本的経営と関連づけ、従来の日本的経営論が捨象してきた女性労働の問題点を指摘し、組織文化が果たすべき役割を論じた。第2節は、就職前の男女大学生を対象としたキャリアへの動機づけに関する調査結果を示し、ジェンダーロールを含んだ組織文化が、女性労働者の就職後の動機づけをいかに規制するかを予測した。第3節は、企業内の組織文化(企業文化)と企業外の生活文化のパイプ役を果たしているヒープ(Home Economists in Business)職につく女性労働者を対象に、筆者が実施した調査をもとにしている。この調査は、女性労働者のキャリア開発過程や職場における平等の現状を把握するために行なわれたものであり、女性労働者のキャリア開発は、「組織文化のジェンダーリング」にとって実践力となることが明らかにされた。

第6章 企業文化と生活文化は、企業文化に内包されるジェンダーロールの家庭生活への影響を、調査と理論により解明した。企業文化の家庭生活領域への浸食状況を実証するために、生活時間調査を実施した。理論的には、企業文化と生活文化を対置させ、両者の相互作用を検討し、企業文化が生活文化をいかに規定するかを論じた。その結果、ジェンダーロール支配的な企業文化を変革するためには、企業文化の対抗文化として、生活文化が位置づけられなければならないことが結論づけられた。

最後に、終章 日本型組織文化の修正と女性労働の将来では、第Ⅰ部、第Ⅱ部、第Ⅲ部の総括がなされ、各節ごとに行なわれた「組織文化のジェンダーリング」を、「組織文化論のジェンダーリング」として統合した。

本研究はこれらを通じて、最終的には、従来の組織文化論に欠落していたジェンダー視点を理論に組み込み、「組織文化論のジェンダーリング」により、組織文化論を再構築したものである。