

# 対人サービス従事者における職場での感謝経験が 働きがい（ワーク・エンゲイジメント）に与える影響

氏名 財前 了也

指導教員 日下 勇歩

## 要旨

本研究は、対人サービス従事者を対象に、職場における感謝経験がワーク・エンゲイジメントに及ぼす影響を実証的に検討したものである。感情労働が常態化するサービス現場において、従業員の活力をいかに維持・向上させるかは喫緊の課題である。本研究では、これまで一元的に扱われがちであった感謝を、その発生源に着目して「社内（上司・同僚）」と「社外（顧客・利用者）」に区別し、それぞれの感謝がワーク・エンゲイジメントに与える影響を検証した。GAWS および UWES-9 を含む質問紙調査データを分析した結果、第一に、職場感謝（GAWS）はワーク・エンゲイジメント（UWES-9）と強い正の相関を示し、重回帰分析においても有意な関連が確認された。第二に、具体的な感謝経験では、顧客からの直接的な感謝（社外感謝）はワーク・エンゲイジメントと正の関連を示し、有意傾向が認められた一方、社内からの感謝は有意な関連が確認されなかった。これらの結果に基づき、本研究では組織マネジメントの視点を提示する。従来研究が指摘してきたように、感謝は対人サービス従事者の動機づけや心理的資源として、組織マネジメント上も重要な意味をもつ。そこで本研究では、「新たな視点を提示する」というより、既存の理論を踏まえ、報酬・資源の捉え方を整理し直すために、エネルギーモデルの比喻を用いる。金銭的・地位的報酬を供給に限界のある資源に、顧客からの感謝を反復的に得られる資源に位置づける。この整理に基づけば、対人サービス組織においては、感情労働に伴う心理的負荷を、顧客からの感謝経験を受け取ることによって一定程度緩和しうる可能性があり、それを持続可能な「資源循環」として運用することが重要だと示唆される。なお、本研究では感謝を社内（上司・同僚）と社外（顧客）に区別して検討した点に特徴がある。もっとも、本研究は横断データに基づくため、因果の解釈には留保が必要である。

キーワード： 対人サービス、ワーク・エンゲイジメント、感謝、感情労働、社外感謝