

タイトル	組織アイデンティフィケーション研究の新展開 - 関係アイデンティティとアイデンティフィケーションに注目して -
著者	金, 倫廷; KIM, Yunjeong
引用	開発論集(108): 65-76
発行日	2021-09-30

組織アイデンティフィケーション研究の新展開

—— 関係アイデンティティとアイデンティフィケーションに注目して ——

金 倫 廷*

1. はじめに

これまでの組織アイデンティフィケーション (organizational identification) 研究は、上位集団として組織とその下位集団であるチームや部門などの集団レベルを対象にしてきた。一方近年では、アメリカを中心に、役割関係をベースとする関係アイデンティティ (relational identity) と関係アイデンティフィケーション (relational identification) の研究が注目されつつある。なぜなら、この関係レベルの議論は、ダイバーシティ (Brickson, 2000), 社会的交換関係 (Flynn & Brockner, 2003; Flynn, 2005), 組織的公正 (Johnson, Selenta, & Lord, 2006), 交渉 (Gelfand, Major, Raver, Nishi, & O'Brien, 2006), および顧客関係 (Carador & Pratt, 2006) など、さまざまな組織現象を解明する新たなアプローチとして期待されるからである。

日本で組織同一視、組織的同一化とも訳される組織アイデンティフィケーションは、心理学の社会的アイデンティティ論を理論的背景としている (Mael & Ashforth, 1992; Dutton, Dukerich, & Harquail, 1994)。社会的アイデンティティ論では、人が職業、所属集団、宗教、性別、世代などの社会的カテゴリーの中に自分を位置づけて定義することを社会的アイデンティフィケーションと呼ぶ。組織論では、このような社会心理学の知見を援用し、組織アイデンティフィケーション概念が提案され、議論されてきた。そして、多くの研究者は、組織アイデンティフィケーションの認知的な側面を強調する Ashforth & Mael (1989) と Mael & Ashforth (1992) の定義を採用してきた。それは、社会的集団に対する成員性 (membership) の認知によって、個人が集団の特性を内面化し、自己定義する程度のことを指す。つまり、組織アイデンティフィケーションは、所属する組織に対する一体感 (oneness) や所属感 (belongingness) の認知として捉えられ、組織と個人の価値や信念が一致している程度と言える。この意味で、組織アイデンティフィケーションは社会的アイデンティフィケーションの一形態と見なすことができる。

また、組織アイデンティフィケーションは、個人と組織の心理的つながり (sense of linkage) であり、自分を職務集団や組織の一部として認知する心理的な状態とも言える (Rousseau, 1998)。心理的状态に関連して言えば、所属集団のアイデンティティと個人とし

* (キム ユンジョン) 北海学園大学開発研究所研究員, 北海学園大学経営学部講師

でのアイデンティティを認知的かつ心理的に一体化させるプロセスとして組織アイデンティフィケーションを捉えることも可能である (Mael & Ashforth, 1992)。このような組織アイデンティフィケーション研究は、後述のように大きく3つの流れに整理できる¹。

1つ目は、先行要因と結果要因に着目した研究である。まず先行要因について、Mael & Ashforth (1992) による代表的な要因のみ紹介すると、組織威信、組織の評判と目標、組織への満足感、在職期間などが挙げられる。結果要因は、組織行動論で多く取り上げられている職務満足と転職意思 (Mael & Ashforth, 1992) から、役割外行動と向社会的行動 (Kramer, 1993)、組織市民行動 (Dutton et al., 1994)、不正行為への関与 (Dukerich, Kramer, & McLean Parks, 1998) まで多岐にわたっている。2つ目は、アイデンティフィケーションの多重性に着目した研究である。初期の組織アイデンティフィケーション研究では、アイデンティフィケーションの対象として組織内下位集団は想定されてこなかった。だが、実際の組織メンバーは、複数の集団——職務、仕事集団、部門、事業部、組織——に同時にアイデンティフィケーションし、入れ子状態のアイデンティティをもつことが明らかにされたのである (Ashforth & Johnson, 2001)。3つ目は、アイデンティフィケーションの多様性に着目した研究である。それは、「アイデンティフィケーションの対象から自分を積極的に分離する (Dukerich et al., 1998, p. 245)」脱アイデンティフィケーション (disidentification) と、「役割関係の観点による部分的な自己定義 (Sluss & Ashforth, 2007, p. 15)」という人間関係に注目する関係アイデンティフィケーションについての研究である。

つまり、組織アイデンティフィケーション研究の発展とともに、その研究対象とする現象の多様化が進んでいるが、アイデンティティは多重かつ多様な側面を有しているため、従来の知見を統合するアプローチが求められる (Sluss & Ashforth, 2007, 2008)。また後に述べるように、この統合的アプローチとして関係レベルのアイデンティティとアイデンティフィケーションが多く関心を集めているのである。だがしかし、関係アイデンティフィケーションもさることながら組織アイデンティフィケーションも日本ではあまり研究されていないのが実情である。したがって、本稿では、これらの概念の理論的背景、捉え方、組織アイデンティフィケーションとの関係を紹介するとともに、統合アプローチとしての可能性について検討したい。

2. 理論的背景としての自己概念志向

Sluss & Ashforth (2007) が提唱した関係アイデンティフィケーションは、Brewer & Gardner (1996) の自己概念志向 (self-concept orientation) の関係志向 (relational self) にもとづいて生まれた概念である²。自己概念志向とは「アイデンティフィケーションの過程で表れる個人の態度や傾向 (Brewer & Gardner, 1996; Brickson & Brewer, 2001; Cooper & Thatcher, 2010; 金・大月, 2013, 2016)」である。Brewer & Gardner (1996) 以前の社会心理学は、アイデンティティの次元を「個人—社会 (もしくは社会的集団)」、「個人—他者」の

図表 1. 自己概念志向

分析レベル	自己概念	自己評価の根拠	準拠枠	社会的動機の根拠
個人	個人的	特徴	個人間比較	自己利益
対人関係	関係的	役割	反映	他者利益
集団	集団的	集団プロトタイプ	集団間比較	集団繁栄

出典：Brewer & Gardner, 1996, p. 84（日本語訳：金・大月, 2016, p. 20）

図表 2. 自己概念志向とアイデンティフィケーションの対象

自己概念志向	同僚 (Coworker)	職務集団 (Workgroup)	組織 (Organization)
個人主義者 (Individualist)			
関係主義者 (Relationist)	×		
集団主義者 (Collectivist)		×	×

出典：Cooper & Thatcher, 2010, p. 528（日本語訳：金・大月, 2016, p. 23）

ように二分法的に捉えてきた。そこで Brewer らは、総合的な観点から自己概念を 3 次元に分類し、それぞれの特徴を明らかにした（図表 1）。

図表 1 のように自己概念志向は、個人 (personal)、関係 (relational)、集団 (collective) レベルに分けられ、各レベルによって自己概念、自己評価の根拠、準拠枠、社会的動機の根拠が異なる。ただし、この分類は社会的文脈を前提としているため、組織的文脈においては違う傾向がみられると考えられる³。この問題に対して Cooper & Thatcher (2010) は、組織における自己概念志向とアイデンティフィケーションの関係を図表 2 のように提示した。ここで注意が必要なのは、図表 2 の分類は、組織におけるアイデンティフィケーションのターゲットに着目しており、組織以外の社会的集団や社会的カテゴリーは含まれていないということである⁴。

図表 2 では、Brewer & Gardner (1996) の 3 次元が個人主義者、関係主義者、集団主義者と表現されている。個人主義者は、アイデンティフィケーションの対象をもたないのがその特徴であり、そもそも組織内でアイデンティフィケーションすることはないと予想される。その一方で、関係主義者と集団主義者は、アイデンティフィケーションはするが、その対象は異なる。つまり、関係主義者は上司や部下をも含む同僚へと、集団主義者は組織とその下位集団へとアイデンティフィケーションするのがその特徴と言える。

特筆すべきは、Brewer & Gardner (1996) が「自己カテゴリゼーションのレベルの変化は、自己に対する見方の違いだけでなく、価値観、目標、規範などの世界観の違いを反映している (p. 96)」と論じているように、3 つの分類は理念型にすぎない点である。言い換えれば、私

私たちは実際に3つの側面をすべて有しており (Ashforth & Johnson, 2001), さまざまな状況要因によってレベル間の認知的変化が引き起こされ, どちらかの志向性が顕在化されるのである (Baldwin, 1994; Pratt & Rafaeli, 2001; Gaertner, Sedikides, Vevea, & Iuzzini, 2002; Gardner, Gabriel, & Hochschild, 2002; Sluss & Ashforth, 2007)。

以上のように, アイデンティティの観点から組織行動を解明するためには, 3つの側面すべてを考慮に入れる必要がある。だがしかし, すでに述べたように, これまでの組織アイデンティフィケーション研究では, 組織と組織内集団を対象とするアイデンティフィケーション現象に主眼がおかれ, 関係レベルすなわち組織内他者へのアイデンティフィケーションは看過されてきた。そんな中, 2007年 Sluss & Ashforth の論文が AMR に掲載されて以来, 関係アイデンティフィケーションが本格的に議論されるようになった。そして, 関連研究のほとんどは Sluss & Ashforth (2007) をベースとしている。したがって, 次節では, Sluss らの議論を中心に関係アイデンティティと関係アイデンティフィケーションの定義や捉え方について検討する。

3. 関係アイデンティティと関係アイデンティフィケーションの捉え方

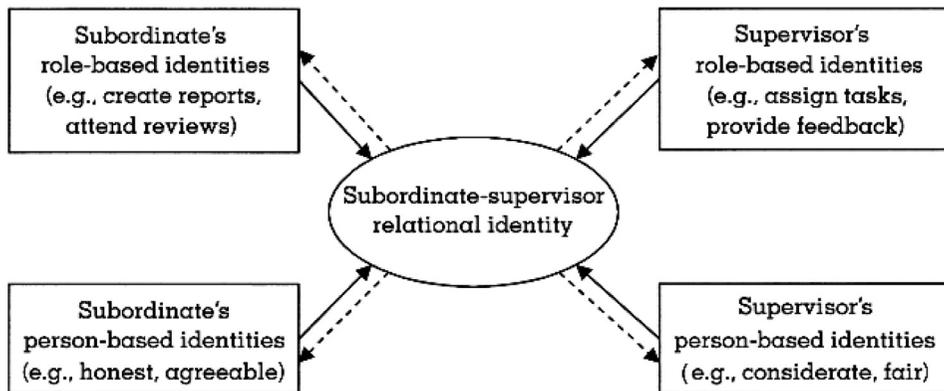
3.1. 関係アイデンティティ

Sluss & Ashforth (2007) は, アイデンティティとアイデンティフィケーションという用語が従来心理学では明確に区別して使われてこなかったと指摘し, 関係アイデンティティと関係アイデンティフィケーションの定義づけを試みている。特に重要なのは, 両概念とも役割関係にもとづいていることである。また, ここでいう役割とは「社会構造の中の所定のポジションに関連する行動的期待の集合体 (Ebaugh, 1988, p. 18)」であり, 組織を構成する基本要素と言える。それゆえ, 組織メンバーのアイデンティティは, その程度の差こそあるが, 組織アイデンティティと関係アイデンティティをも包含する入れ子構造をもち, 役割の目的と意味はその役割が組み込まれている補完的な役割のネットワークに依存する (Biddle, 1979)。換言すれば, 役割関係は, 部下がいなければ必然的に上司も存在せず, 逆に上司がいなければ部下も存在しない二者以上の相互依存的な関係から生まれるのである (Sluss & Ashforth, 2007)。

上述の役割の観点からして, 関係アイデンティティは「上司と部下, 同僚と同僚のような役割関係の性質 (Sluss & Ashforth, 2007, p. 15)」と定義される。また, 関係アイデンティティは「私たちの関係性はどのようなものか」として捉えられ, 上司一部下, 同僚一同僚といった同一組織内の役割関係に限らず, 営業担当者—顧客の関係など所属組織外の特定他者との関係にも適用される。そして, 関係アイデンティティは4つの部分から構成され (図表3), 2つの認知的階層をもつとされる。

まず図表3は, 上司と部下の関係アイデンティティの構造を表したものである。上司と部下の関係アイデンティティは, いずれも役割ベースのアイデンティティ (role-based identities)

図表 3. Relational Identity



Note: The dotted lines represent feedback loops.

出典：Sluss & Ashforth, 2007, p.11

と個人ベースのアイデンティティ（person-based identities）からなる。役割ベースのアイデンティティとは「特定の役割と典型的に関連する目標、価値、信念、規範、相互作用スタイル、そして時間軸（Ashforth, 2001）」である。その一方、個人ベースのアイデンティティとは「役割を有する人の個人的な資質」のことをいう。たとえば、上司の役割ベースのアイデンティティは、タスクの割り当て、フィードバックの提供、戦略立案などが想定されるが、もし部下との関係アイデンティティにおいて戦略立案が無関係であれば除外されることになる。そして、上司の個人ベースのアイデンティティを思いやりと公正とすれば、上司は部下に役割を任せる際に無理やり仕事を押しつけたり、不当な評価をしたりすることはないと予測される。したがって、個人ベースのアイデンティティが役割ベースのアイデンティティを形成し、役割ベースのアイデンティティが個人ベースのアイデンティティを形成するといった関係が成立するのである。

加えて、Sluss & Ashforth (2007) の関係アイデンティティ・モデルは、前述の Brewer & Gardner (1996) の自己概念の3つのレベル（個人ベースのアイデンティティ＝個人レベル、関係アイデンティティ＝関係レベル、役割ベースのアイデンティティ＝集団レベル）にそれぞれ対応している。このように個人ベースと役割ベースを統合する関係アイデンティティ概念は、多様なアイデンティティを同時に維持・実現することを可能にし、個人レベルと組織レベルを橋渡しする可能性がある（Sluss & Ashforth, 2007, 2008）。

次いで、関係アイデンティティの認知的階層は、一般化された関係アイデンティティ（generalized relational identity）と特定化された関係アイデンティティ（particularized relational identity）に分けられる。たとえば、前者は営業部の部長 A としての自分のことであり、後者は営業部の部下 B 氏の上司としての自分ということである。一般に上司は複数の部下をもつため、営業部長 A 氏は部下たちとのそれぞれの関係において1つ以上の特定化された関係ア

アイデンティティ——たとえば、部下 C 氏、部下 D 氏、部下 E 氏——を有するようになる。また、これらは相互に影響しあう関係にある。上司 A 氏は、部下 B 氏、C 氏、D 氏、E 氏との役割関係によって特定化された関係アイデンティティの経験を通して上司としての一般化された関係アイデンティティを構築するのである。

要するに、関係アイデンティティは、役割ベースのアイデンティティと個人ベースのアイデンティティ、一般化されたアイデンティティと特定化されたアイデンティティの相互作用によって形成されると考えられる。

3.2. 関係アイデンティフィケーション

既述のように、関係アイデンティティは「役割関係の性質」であるのに対し、関係アイデンティフィケーションは「役割関係の観点からみた自分（焦点人物）の部分的な定義（Sluss & Ashforth, 2007, p. 15）」と定義される。すなわち、関係アイデンティフィケーションは、個人が特定の役割関係からみたアイデンティティを部分的な自己定義としてどの程度内面化しているか（Aron & Aron, 2000）、役割関係を自分の自己定義にどの程度反映しているかに関わる⁵。

この程度の問題について Sluss らは以下のように述べている。アイデンティフィケーションは主観的重要度と知覚的魅力によって影響される。つまり、関係アイデンティティの魅力や望ましさが高ければ高いほど、その関係に対するアイデンティフィケーションはより大きくなる（Aron & Aron, 2000; Sluss & Ashforth 2007, 2008）。特にタスクや社会的ニーズを満たす関係アイデンティティは、重要かつ魅力的と見なされやすく、その結果アイデンティフィケーションが促進される。ただし、重要度と魅力度の主観的認識は、実際は強い相関があると思われるが、概念的には異なることに留意する必要がある。

上記について Sluss & Ashforth (2008) で取り上げられた例に修正を加えて考察してみたい。医薬品メーカーの営業担当者アイザックは、最大顧客企業の購買担当者アンナとの関係性から（仕事上）自分自身を強く定義しているかもしれない。アイザックの仕事の成果は、アンナに大きく依存している（主観的重要度が高い）のは確かだが、アイザックはアンナの態度と行動にどうしても好感をもてない（知覚的魅力度が低い）。この場合、主観的な重要度と魅力度は相関関係にあるとは限らないのである。まとめると、それぞれの役割関係が関係アイデンティフィケーションの程度に影響を及ぼすことは、前節の役割ベースと個人ベースといった関係アイデンティティの構造と、一般化されたアイデンティティと特定化されたアイデンティティといった階層性に関連していると思われる。

通常、関係アイデンティフィケーションは、共感、好意、協力、役割内・役割外のパフォーマンスをもたらす心理的に健全な状態と見なされる（Sluss & Ashforth, 2007）。そして、当事者間の関係が成熟するにつれて変化し、役割関係に対してポジティブに評価するほど、関係アイデンティフィケーションの程度は強くなる。とはいえ、行き過ぎたアイデンティフィケーションは、関係が集団かに関わらず共依存や腐敗行為への共謀などといった機能不全をもたらす恐れ

があることも忘れてはいけないのである (e.g., Aron & Aron, 2000; Dukerich et al., 1998)。

さらに、古典的なアイデンティフィケーション (Kelman, 1961) と関係アイデンティフィケーションは同一の概念ではない。このことについて、Kelman (1961) は「相手のようになりたい、あるいは実際になりたいといった個人へのアイデンティフィケーションと、相互の役割関係へのアイデンティフィケーションは異なる。… (中略) … 2人の当事者の役割を互いに参照し、定義される (pp.63-64)」と指摘している。関係アイデンティフィケーションは、人々の関係性、特に関係アイデンティティを構成する役割ベースと個人ベースのアイデンティティの両方に焦点をあてている点において古典的なものと明確に区別されると言えよう。

4. 関係アイデンティフィケーションと組織アイデンティフィケーション

4.1. 関係レベルと組織レベルの対比

繰り返しになるが、既存の経営学や組織論分野では、組織もしくは職務集団に対するメンバーの所属感や一体感を表わす組織アイデンティフィケーションが主に議論されてきた。だが、従来のような集団レベルの分析では、同僚—同僚や上司—部下のような特定の役割関係を見落としかねない。この問題に対して Sluss らの議論は、組織内の人間関係に注目するだけにとどまらず、関係レベルがどのようにして個人レベルと集団レベルを統合していくかをも明らかにしようとしている (e.g., Sluss & Ashforth, 2007, 2008; Sluss et al., 2012)。そのために、関係アイデンティティとアイデンティフィケーションについての研究は、組織アイデンティフィケーション研究の延長線上にあるもの、すなわち新潮流として位置づけることができよう。

組織アイデンティフィケーションと関係アイデンティフィケーションの最も大きな相違点は、そのターゲット——相互に役割関係をもつ相手 (パートナー) かそれともチーム、部署、部門、組織などといった集団か——にある。さらに、関係アイデンティフィケーションは、役割ベースと個人ベースのアイデンティティを対象とし、アイデンティフィケーションを通じて自己拡張していくものである (Aron & Aron, 2000)。関係アイデンティフィケーションは、健全な自己拡張を随伴し、その結果、役割関係の観点から自分を部分的に定義するといった関係アイデンティティが形成され、確立されていくと考えられる。

また、Sluss & Ashforth (2007) は、関係レベルと組織レベルのアイデンティフィケーションを4つの心理学の概念——個人化 (personalization)、対人魅力 (interpersonal attraction)、役割超越 (role transcendence)、一般化 (generalization) ——を用いて区別している。第1の個人化の観点では、組織アイデンティフィケーション研究が個人の特性ではなく、集団プロトタイプをベースに非人格化された個人間の相互作用を議論の対象としているのに対し、関係アイデンティフィケーション概念を用いることで個人間の相互作用が個人化されていくことが示される。第2の対人魅力の観点では、関係アイデンティティとアイデンティフィケーションは個人の資質に惹かれるという対人魅力、組織アイデンティティとアイデンティフィケーシ

ンは所属集団の資質に惹かれるという集団魅力と密接な関わりをもつ。第3の役割超越の観点では、組織レベルの場合どちらかの役割が完了すればその当事者間の関係性が終わり、その後の交流も必要とせず「役割を超えた関係にはならない (Sluss & Ashforth, 2007, p. 17)」。関係レベルの場合は、役割が完了してもその関係性が友情へと発展し、継続するかもしれない。最後の一般化の観点では、下位集団へのアイデンティフィケーションが上位集団へのアイデンティフィケーションへと一般化する (Ashforth & Johnson, 2001) ように、他者へのアイデンティフィケーションによって当事者間で共有する社会的集団やカテゴリーへのアイデンティフィケーションが導かれる。言い換えれば、人は集団を役割の延長として捉えるということである。このような一般化プロセスは、関係アイデンティティとアイデンティフィケーション、社会的 (組織) アイデンティティとアイデンティフィケーションに共通してみられる現象ではあるが、上記の個人化、対人魅力、役割超越の点で相違がある。

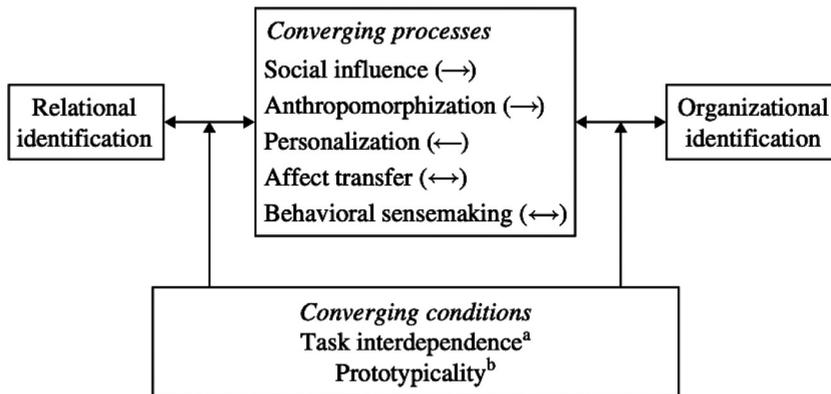
以上のように、対人関係と集団に着目するアイデンティティとアイデンティフィケーション研究は、その理論的背景と、アイデンティフィケーションのターゲットとして何を想定するか、そして前述の心理学的側面によって区別可能である。とはいえ、関係レベルから集団レベルへ一般化する、すなわち統合されることも十分に考えられる。次の節では、個人と組織といった異なるレベルを橋渡しするアイデンティフィケーションの統合的アプローチとその可能性について考察する。

4.2. アイデンティフィケーション収斂プロセス

組織にまつわるアイデンティティとアイデンティフィケーションに関する研究は、多様化してきている。ただし、これまで多くの研究によって明らかにされてきたアイデンティフィケーションの次元は、実際には同時性をもっており、さまざまな状況要因によって顕在化したり拡張したりすると考えられる。そのため、このようなマルチプル・アイデンティティ現象を総合的に捉えるアプローチが求められる。そこで、Sluss & Ashforth (2008) と Sluss et al. (2012) は、関係アイデンティフィケーションが組織アイデンティフィケーションに一般化される (もしくは収斂する) 可能性を指摘し、その一連のプロセスの解明に取り組んだ。

関係アイデンティフィケーションは、どのように組織 (集団) アイデンティフィケーションに収斂するのだろうか。より具体的に、部下と上司の関係がどのように部下と組織の関係に影響を及ぼすのだろうか。また、その逆はどうだろうか。これらの問題に対して Sluss & Ashforth (2008) は、部下と上司の関係を想定して、アイデンティフィケーション収斂プロセス (identification convergence process) ・モデルを構築し、このプロセスは認知的、感情的、行動的なメカニズムによって引き起こされ、タスクの相互依存性と (関係する他者の) プロトタイプ性 (prototypicality) によって条件付けられると論じている (図表4)。要するに、関係アイデンティフィケーションと組織アイデンティフィケーションの関係は、認知・感情・行動メカニズムによって媒介され、タスクの相互依存性とプロトタイプ性によって調整されるの

図表 4. Convergence: Processes and Conditions



^aInherent in the role relationship.

^bOf the relational partner.

出典：Sluss & Ashforth, 2008, p. 812

である⁶。

また、Sluss et al. (2012) では、テレマーケティング業界とアメリカ陸軍の新入りメンバーを対象にしたフィールド調査から、上述のプロセス・モデルが実証的に検討された。その結果、①マルチプルなアイデンティティは相互に排他的ではなく統合的であること、②既存研究で想定されているよりも、組織メンバーシップは個人化されていることが示唆されたのである。特に、新人の自己定義もしくは組織の一員としてのアイデンティティ形成においては、その上司が非常に大きな影響を与えることが確認された。これらの発見は、異なるアイデンティフィケーション対象は競合関係にあることを暗黙的に仮定してきた従来の研究に対して、アイデンティティ間の移行可能性や自己拡張可能性など、一定の貢献を果たすものと考えられる。

5. おわりに

本稿では、関係アイデンティティと関係アイデンティフィケーションについて、その理論的背景、概念の捉え方、組織アイデンティフィケーションとの関係を中心に検討してきた。このような関係レベルの議論の理論的意義は後述のようにまとめられる。

組織アイデンティフィケーション研究は、概念定義についてある程度の共通認識が形成されてから、類型化と細分化とともに多様に展開されてきており、メンバーが組織コンテキストの中で自分自身をどのように定義づけるかが組織に及ぼす影響について、新たな洞察をもたらした。とはいえ、これまでの多く研究では、組織的文脈におけるメンバー間の相互作用すなわち対人関係のパートナーとの関係よりも、メンバーの社会的集団との関係をいかに認識するかに

焦点があてられてきた。そのため、組織の中の個人のアイデンティティの全体像を捉えるには限界があった。

他方、関係アイデンティフィケーションは、組織の中の人々との相互作用を通じて形成される役割関係から関係アイデンティティを知覚し部分的に自分を定義する程度であり、組織アイデンティティにもとづき自分が所属する組織や組織内集団との心理的につながる程度という組織アイデンティフィケーションとは区別される。この観点から、関係アイデンティフィケーションについての研究は、社会的アイデンティティ理論を理論的背景とする従来の組織アイデンティフィケーション研究の未開拓領域であり、組織メンバー個々人の態度と行動を理解するための新たな視点を提供できる。

Sluss & Ashforth (2007, 2008) でも主張されているように、関係アイデンティフィケーションは、組織における自己概念の全体像を捉えるために今後さらに期待されるコンセプトと言える。本来、組織が2人以上の人々から構成される協働システムであることからすれば、大半の組織現象は対人関係がベースとなっているといっても過言ではない。したがって、協働システムとしての組織は、相互依存的な役割のネットワーク上にあるものとして捉えることもできるかもしれない。特にアイデンティフィケーション収斂モデルを踏まえると、多様性と多重性をもつ複雑なアイデンティティ構造と関連するさまざまな組織現象が明らかにされることが一層期待される。実際、最近の関係アイデンティティとアイデンティフィケーション研究は、本稿で紹介した Sluss & Ashforth (2008) と Sluss et al. (2012) を含むリーダーシップ、人的資源管理と社会資本 (e.g., Grohsjean, Kober, & Zucchini, 2016; Methot, Rosado-Solomon & Allen, 2018) などの研究への理論的拡張を見せつつある。

今後の方向性としては、関係アイデンティフィケーションの先行要因と結果要因／促進要因と阻害要因などの特定化に関する研究、上司一部下以外の組織内の人間関係（たとえば、同僚一同僚）をも対象にする研究、人間関係の負の側面や関係アイデンティフィケーションの機能と逆機能に注目する研究、多様なアイデンティフィケーションの組み合わせを踏まえた研究などが挙げられる。そして、何よりもまだ初期段階にある実証研究を充実させることが重要な課題として考えられる。以上のように、日本ではほとんど研究されていないものの、関係アイデンティティとアイデンティフィケーション研究は理論的にも実証的にも発展可能性が大きい研究領域と言える。

* 本稿は北海学園学術研究助成費（一般研究）令和2年度による研究成果の一部である。

注

¹ 詳細は、金・大月 (2016) を参照されたい。

² Sluss & Ashforth (2007) 以前にも自己概念志向を組織的コンテクストに援用した研究はあった。たとえば、Brickson (2000), Brickson & Berwer (2001), Cooper & Thatcher (2010), 金・大月

(2013, 2016)などが挙げられる。

³ 詳細については、金・大月 (2013, 2016) を参照されたい。

⁴ もしメンバーが、組織外の他者と集団には強くアイデンティフィケーションしているが、組織内ではそうでない場合は個人主義者のような行動をするかもしれない。これについては、金・大月 (2013) を参照されたい。

⁵ Sluss & Ashforth (2007) によると、関係アイデンティティ (関係アイデンティフィケーションも) は個人に関わっている点に注意する必要がある。

⁶ このような関係は一方ではなく双方向であり、組織アイデンティフィケーションが関係アイデンティフィケーションを強めたり弱めたりすることも考えられる。

参考文献

- Aron, A., & Aron, E. 2000. Self-expansion motivation and including other in the self. In W. Ickes & S. Duck (Eds.), *The social psychology of personal relationships*, 109-128. Chichester, UK: Wiley.
- Ashforth, B. E. 2001. *Role transitions in organizational life: An identity-based perspective*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ashforth, B. E., & Johnson, S. A. 2001. Which hat to wear?: The relative salience of multiple identities in organizational contexts. In M. A. Hogg, & D. J. Terry (Eds.), *Social identity processes in organizational contexts*, 31-48. Philadelphia: Psychology Press.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. 1989. Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14: 20-39.
- Baldwin, M. W. 1994. Primed relational schemas as a source of self-evaluative reactions. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 13: 380-403.
- Biddle, B. J. 1979. *Role theory: Expectations, identities, and behaviors*. New York: Academic Press.
- Brewer, M. B., & Gardner, W. 1996. Who is this "we"?: Levels of collective identity and self-representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71: 83-93.
- Brickson, S. 2000. The impact of identity orientation on individual and organizational outcomes in demographically diverse settings. *Academy of Management Review*, 25: 82-101.
- Brickson, S., & Brewer, M. B. 2001. Identity orientation and intergroup relations in organizations. In M. A. Hogg & D. J. Terry (Eds.), *Social identity processes in organizational contexts*, 49-65. Philadelphia: Psychology Press.
- Carador, M.T., & Pratt, M.G. 2006. Identification management and its bases: Bridging management and marketing perspectives through a focus on affiliation dimensions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34: 174-184.
- Cooper, D., & Thatcher, M. B. 2010. Identification in organizations: The role of self-concept orientations and identification motives. *Academy of Management Review*, 35: 516-538.
- Dukerich, J. M., Kramer, R., & McLean Parks, J. 1998. The dark side of organizational identification. In D. A. Whetten & P. C. Godfrey (Eds.), *Identity in Organizations: Building Theory through Conversations*, 245-256. Thousand Oaks: Sage.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. 1994. Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39: 239-263.
- Ebaugh, H. R. F. 1988. *Becoming an ex: The process of role exit*. Chicago: University of Chicago Press.
- Eden, D. 1990.
- Flynn, F. J. 2005. Identity orientations and forms of social exchange in organizations. *Academy of*

- Management Review*, 30: 737-750.
- Flynn, F. J., & Brockner, J. 2003. It's different to give than to receive: Predictors of givers' and receivers' reactions to favor exchange. *Journal of Applied Psychology*, 88: 1034-1045.
- Gaertner, L., Sedikides, C., Vevea, J. L., & Iuzzini, J. 2002. The "I" and the "we," and the "when": A meta-analysis of motivational primacy in self-definition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83: 574-591.
- Gardner, W. L., Gabriel, S., & Hochschild, L. 2002. When you and I are "we," you are not threatening: The role of self-expansion in social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82: 239-251.
- Gelfand, M. J., Major, V. S., Raver, J. L., Nishi, L. H., & O'Brien, K. 2006. Negotiating relationally: The dynamics of the relational self in negotiations. *Academy of Management Review*, 31: 427-451.
- Grohsjean, T., Kober, P., & Zucchini, L. 2016. Coming back to Edmonton: Competing with former employers and colleagues. *Academy of Management Journal*, 59: 394-413.
- Johnson, R. E., Selenta, C., & Lord, R. G. 2006. When organizational justice and the self-concept meet: Consequences for the organization and its members. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 99: 175-201.
- Kelman, H. C. 1961. Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25: 57-78.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. 1992. Alumni ad their alma maters: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13: 103-123.
- Methot, J. R., Rossado-Solomon, E. H., & Allen, D. G. 2018. The network architecture of human capital: A relational identity perspective. *Academy of Management Review*, 2018. 43: 723-748.
- Pratt, M. G., & Rafaeli, A. 2001. Symbols as a language of organizational relationships. *Research in Organizational Behavior*, 23: 93-132.
- Rousseau, D. M. 1998. Why workers still identify with organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 19: 217-233.
- 金倫廷・大月博司 2013 「組織コントロールの規定要因としてのアイデンティティ志向」『早稲田商学』第437号：35-58.
- 金倫廷・大月博司 2016 「組織コントロール戦略の新たなアプローチ——アイデンティティとアイデンティフィケーションの視点から——」『早稲田商学』第447・448合併号：1-34.
- Kramer, R. M. 1993. Cooperation and organizational identification. In J. K. Murnighan (Eds.), *Social Psychology in Organization: Advances in Theory and Research*, 244-268. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Sluss, D. M., & Ashforth, B. E. 2007. Relational identity and identification: Defining ourselves through work relationships. *Academy of Management Review*, 32: 9-32.
- Sluss, D. M., & Ashforth, B. E. 2008. How relational and organizational identification converge: Processes and conditions. *Organization Science*, 19: 807-823.
- Sluss, D. M., Ployhart, R. E., Cobb, M. G., & Ashforth, B. E. 2012. Generalizing newcomers' relational and organizational identifications: Processes and prototypicality. *Academy of Management Journal*, 55: 949-975.