

3-17 M2 交渉力とシェアド・メンタルモデルと職場の競争力との関係

M2 交渉力とシェアド・メンタルモデルとの間にも、特長的な関係が認められる。上司向け調査の結果から、職場の競争力を向上させるために、上司が上位者に対して交渉力を発揮することは、職場に価値観が共有されているときには、とくに効果を発揮する。シェアド・メンタルモデルの高低を意味する実線と破線を見れば、シェアド・メンタルモデルH(実線)とシェアド・メンタルモデルL(破線)の両方の系列で、緩やかな右上がりの傾向が見られる。つまり、上司の交渉力が高まるにつれて、職場の競争力が上がるのである。しかしその効果は、価値観やものの考え方が共有されている職場で常に上回り、さらに、メンタルモデルが共有され、かつ上司が強い交渉力を持つ場合(シェアド・メンタルモデルHでかつ交渉力Hのグループ)では、その効果がいっそう際立つのである。

上司の強い発言力や交渉力は、ときとして、逆効果となることがある。上位者に掛け合っ てリソースを確保してみたところで、実際に仕事を実践していく部下との間で考え方や期待が共有されていなければ、仕事をどんどん増やすだけになり、一方的な仕事の押し付けととらえられてしまうだろう。そうならないためにも、メンタルモデルの共有を担保しておきたい。

図 3-17-1
上司向け調査結果

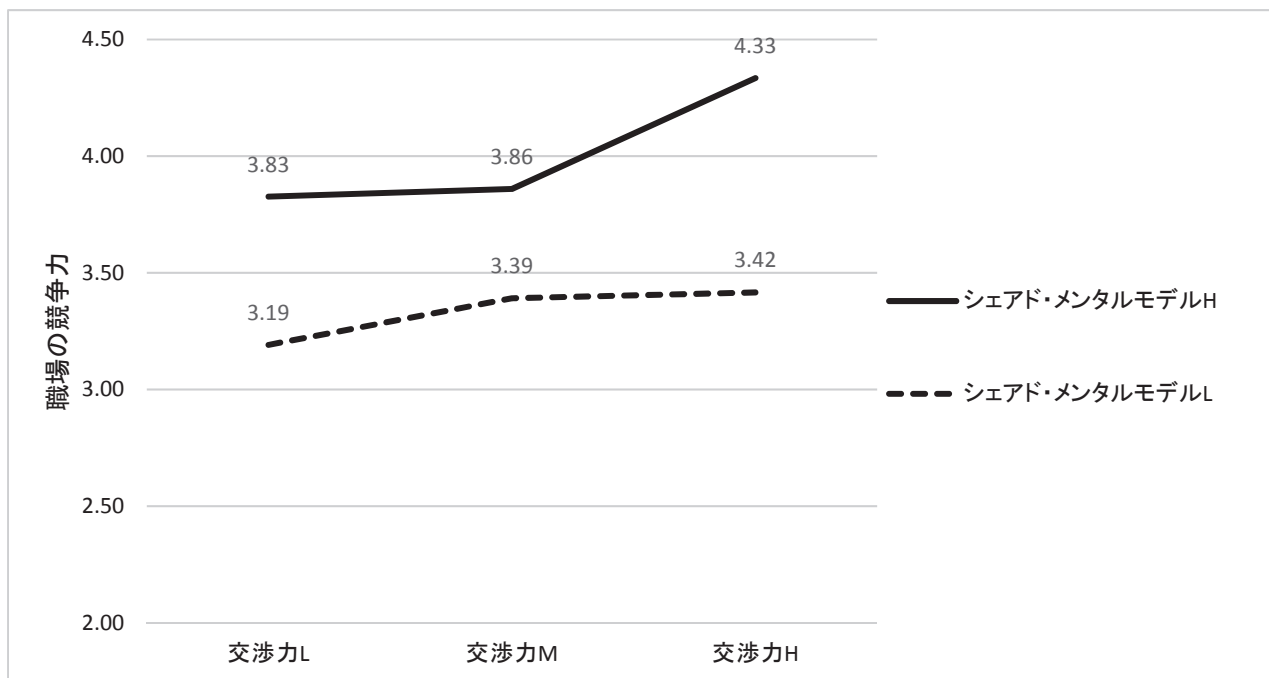


表 3-17-1
上司向け調査結果

	交渉力L	交渉力M	交渉力H
シェアド・メンタルモデルL	3.19	3.39	3.42
シェアド・メンタルモデルH	3.83	3.86	4.33

表 3-17-2
上司向け調査分散分析結果

	自由度	F 値	p 値
交渉力	2	2.22	.311
シェアド・メンタルモデル	1	24.47	.037
交渉力×シェアド・メンタルモデル	2	3.48	.033
残差	173		