

## News Release

各位

2011年4月28日  
株式会社リンクアンドモチベーション

### 2011年 新入社員モチベーション調査

#### 新人を活かす職場づくりのカギは、「ロールモデル効果」と「サンクス効果」 ～ 素敵な先輩・上司がいて、ありがとうの言葉が飛び交う職場を～

経営コンサルティングを手がける株式会社リンクアンドモチベーション(東証一部、本社:東京都中央区、代表:小笹芳央、以下LM)の研究機関『モチベーション研究所』は、2011年の新入社員に対してモチベーションに関するアンケート調査を行いました。

新入社員の入社動機および有効なモチベーションマネジメントを調査することによって、企業と新入社員との望ましい関係の在り方を探るという目的のもと、LMが提供する新入社員研修の受講者に対して調査したものです。

今年で6回目の実施となる当調査は、新人を活かす職場づくりのカギとなるモチベーションマネジメントと、その実践例も併せてご報告しますので、ご活用いただければ幸いです。

#### 調査概要

- 【調査名称】 「2011年 新入社員モチベーション調査」 2005年にスタートし今年で6年目
- 【設問概要】 LM独自の「組織への所属動機となる8つのモチベーションファクター」  
「ワークモチベーションを高める16のモチベーション効果」をもとに構成した設問:40問  
＜内訳＞ 質問 動機(モチベーションファクター)に関する質問:8問  
『あなたは今の会社を選ぶにあたり、どのようなことを求めましたか?』  
質問 モチベーション向上のポイント(モチベーション効果)に関する質問:32問  
『あなたは仕事をするにあたり、どのような状況でモチベーションが上がると思いますか?』
- 【回答形式】 無記名マークシート形式  
質問 「非常に強く重要視した(5)」～「まったく重要視しなかった(1)」まで5段階にて回答  
質問 「非常に上がる(5)」～「まったく上がらない(1)」まで5段階にて回答
- 【対象人数】 1,475名 2011年度入社の新入社員で、LMの実施する新入社員研修の受講者
- 【調査期間】 2011年3月29日～4月10日

#### 調査結果

入社前の動機としては、待遇よりも仕事を求める傾向だが、入社後の職場に対しては、仕事よりもつながりを求める傾向となっており、入社前後での複雑な感情が伺えます。

##### 入社動機(=組織への所属動機)

評価や安定といった待遇の魅力よりも、やりがいや意義といった仕事の魅力を求めて入社を決断している  
(結果)“仕事内容”“事業内容”が高く、“会社基盤”“制度待遇”が低い

##### 有効なモチベーションマネジメント(=モチベーション効果)

ありがとうの言葉や仕事を通しての貢献実感、憧れの存在や真似したい上司や先輩を求めている  
(結果)“サンクス効果”が最も高く、“ロールモデル効果”が2番目に高い

高業績者の集まりや有望人材の選抜研修、習慣化された決まりごとや学びの振り返りは求めている  
(結果)“ファーストクラス効果”が最も低く、“ルーティン効果”が2番目に低い

## 職場における有効な取り組み

調査結果より、受け入れる企業と新入社員との望ましい関係を築くには、“ロールモデル効果”と“サンクス効果”を用いることが有効なモチベーションマネジメントといえます。

これらの効果を有効に生かした取り組みや施策によって、企業と新入社員との望ましい関係を構築することができると思います。ここでは、職場で「素敵な先輩、上司」がいて、「ありがとうの言葉」が飛び交う職場づくりを実践する、具体的な処方箋を効果ごとにそれぞれ2つ例として挙げました。

### ロールモデル効果（“あの人のようになりたい”という憧れの存在を示すこと）

**ロールモデルの設定**：他部署も含め、ロールモデルとなりうるような憧れの先輩や上司を新人に対し設定する

**< Scene > 新人「特にやりたいことはないんです・・・」**

(実践例)「やりたいことは明確に決められなくても、なりたい姿は決められるんじゃないか？他部署も含めて考えると、君がなりたいと思える先輩は誰だろう？」

**スキルの分解**：目標とするスキルを分解することで、全人格的な憧れでない目標を示す

**< Scene > 新人「なりたいと思える先輩がいないんです・・・」**

(実践例)「完璧に自分がなりたい姿と一致する先輩なんていないんじゃないか？例えば段取りなら さん、依頼スキルなら さん、というように分解してみると学べる対象はたくさん見つかるはずだよ」

### サンクス効果（感謝の気持ちを組織全体に充満させること）

**サンクスカード**：月に1回、“ありがとう”の気持ちを交換しあう場を設ける

**< Scene > 新人「仕事のやりがいが見つからないんです・・・」**

(実践例)「(ありがとうを伝え合う場で)君が毎日元気にあいさつしてくれることで、職場が前より明るくなった気がするよ。まだできることは少なくとも、きっとその調子でいけば素晴らしいビジネスパーソンになれるはず。頑張れ！」

**業務のつながり実感**：自分の仕事は顧客や職場にどのように貢献しているのかを実感させる

**< Scene > 新人「私の仕事って意味があるんでしょうか・・・」**

(実践例)「じゃあ、次の機会にはお客様先に実際に行ってみようか。社内で君が頑張ったことが、お客様にどのように貢献しているかを見に行こう！」

## お問合せ先

本調査報告に関するお問合せ先

株式会社リンクアンドモチベーション R&D本部 モチベーション研究所 所長 田中 康之

TEL:03-3538-8671 FAX:03-3538-8672 E-mail:motiken@lmi.ne.jp

本リリースに関する報道関係者のお問合せ先

株式会社リンクアンドモチベーション コーポレートデザイン本部 社長室 結城 典子

TEL:03-3538-9517 FAX:03-3538-8672 E-mail:pr@lmi.ne.jp

株式会社リンクアンドモチベーション <http://www.lmi.ne.jp/>

代表取締役社長:小笹 芳央 資本金:979,750,000円 証券コード:2170(東証一部)

本社:東京都中央区銀座3-7-3銀座オーミビル Tel:03-3538-8671(代表) 創業:2000年4月

事業内容:モチベーションエンジニアリングによる企業変革コンサルティング

モチベーションマネジメント事業(組織・ブランド戦略)、エンターテインメント事業(採用戦略)

グループ会社:株式会社リンクインベスターレーションズ、株式会社リンクプレイス、株式会社リンクツーリスト

株式会社リンクスポーツエンターテインメント、株式会社リンクダイニング

株式会社モチベーションアカデミア、株式会社レイズアイ