

従業員エンゲージメントが求められる今こそ

ワーク・モチベーション測定調査

導入のチャンスです

エンゲージメント調査の落とし穴 ～その問題点に気づいていますか？

近年、非財務価値である「人的資本」への注目とともに、従業員対象の“エンゲージメントサーベイ”を取り入れる企業が急増しています。

企業の持続的な成長に従業員のエンゲージメント向上が不可欠なことは確かですが、何年か続けていくうちに、スコアと現場の実態にギャップがみられるという企業や職場が散見されています。

さらに、このようなお悩みも・・・

- ☐ 制度や働き方を改革し、教育にも力を入れているが、**あまり成果が感じられない**
- ☐ 組織診断やサーベイを毎年やっても、**結果を部署に返すだけ**になっている
- ☐ 採用が思うようにいかない。**若手の離職が増えてきた**
- ☐ エンゲージメント調査のスコアは高いのに、**職場に活気がなく不平不満が多い**
- ☐ そもそも従業員のやる気を高めても、**会社の業績が上がらない**

その調査、正しく測定し 正しく使うことができますか？

ワーク・モチベーション測定調査 は、
学術理論に基づいた**正確な診断技術**と
全国規模データとの比較により、
組織の健康状態を見える化。
課題を特定し、対策を立て改善を行うことで
組織のありたい姿へ導くための**サーベイツール**です。



Point1

本音に迫る測定手法

応用社会心理学研究所（アспект）では30年以上にわたり、社会心理学、経済学、行動計量学の専門家を交え、モチベーションの研究を行っています。組織的不正の未然防止にも役立つ内発・外発指標の測定のほか、弊社のワーク・モチベーション測定調査は、従業員の本音を引き出す調査項目および測定手法とそのアウトプットに定評があり、多くの組織に採用いただいています。

Point2

アクションフェーズの支援も安心

調査後のステップとして、結果の解釈を深め対策を導き出す分析会議や、日本能率協会（JMA）、日本経営協会（NOMA）など企業経営における課題解決を支援する組織とのパートナーシップにより、アクションフェーズの具体的なご相談にも応じることができます。

Point3

様々な組織の課題にも柔軟に対応

冒頭に記載のお悩みのほか、



製造業Aさん

自己流のアンケートを行っているが、このまま続けていいのだろうか？

毎年行っている組織診断の結果（数値）は向上しているのに、現場が良くなっていると思えない



サービス業Bさん



小売販売業Cさん

人事制度を変えて管理職が部下のマネジメントに苦労しています

といったお悩みにも、ぜひ「ワーク・モチベーション測定調査」の導入をご検討ください。モチベーション以外にも、様々なニーズに対応するテーマ分析など、柔軟に対応し、貴社の組織課題の解決を支援します。

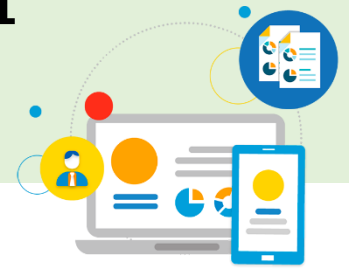
パッケージ分析以外のテーマ分析（一例）



経営理念・ビジョンの浸透、ダイバーシティ、エンゲージメント、人事制度・評価の納得性、キャリア展望、上司と部下のコミュニケーション、業務負荷とメンタルヘルス、コンプライアンス、安全意識、顧客志向、働き方の変化、WLB、女性/若手/中高年に特有の課題など

ワーク・モチベーション測定調査

5つの特徴



1 質問数はわずか60問



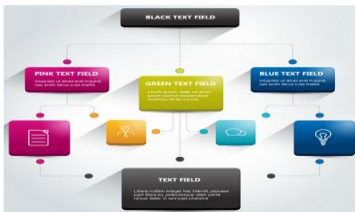
質問は属性項目（性別、年代、部署など）を合わせて約60問。
ワーク・モチベーションの全体像を把握するために最適な質問が
あらかじめ絞り込まれているため、従業員に大きな負担をかけることなく、
回答は10分程度で済みます。

2 業績に結びつく“やる気”のバランスがわかる

人の行動原理の解明を専門分野とする社会心理学（動機づけ理論）の学術知見と、
30年以上にわたる全国約500組織、260万人の意識データの蓄積。これらをもとに
開発されたプロセス指標から、貴社のモチベーション・バランスを測定します。
多様な業種からなる全国規模データによる“一般的な社員像”と比較する ことで、
強みと弱み、今後の課題を明確にします。



3 意識実態の背景を知り、対策の優先順位をつける



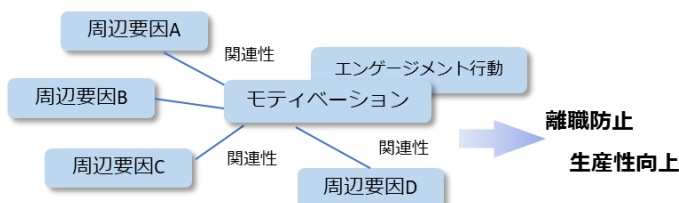
組織の強み・弱みを可視化できても、それだけではなぜそうなっている
のか（意識実態の背景）がわかりません。
ワーク・モチベーション測定調査では、モチベーションに影響を及
ぼす要因を多変量解析によって明らかにし、対策の優先順位をつけます。

4 報告会議で真の組織課題を導き出す

報告書の提出後、研究員が結果の説明を行います。
あまり知られていないことですが、どんなサーベイツールを使ったとしても、
調査項目の数値の“高い”、“低い”だけに注目して低いところを上げよう、と
いった施策になりがちです。報告会議では調査結果の読み方、扱い方の勘所
をふまえて結果の解釈を行い、課題の真因を導き出します。



5 カスタマイズ設計や多様な分析プランもご用意

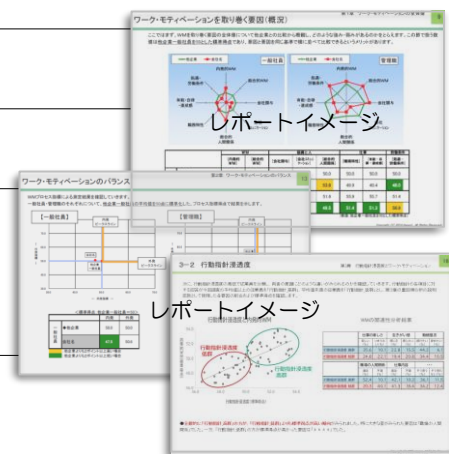


ご相談の際には貴社のニーズや問題意識をお伺
いします。必要に応じて特定のテーマに沿った
質問設計や詳細分析を行うなど、柔軟な対応が
可能です。

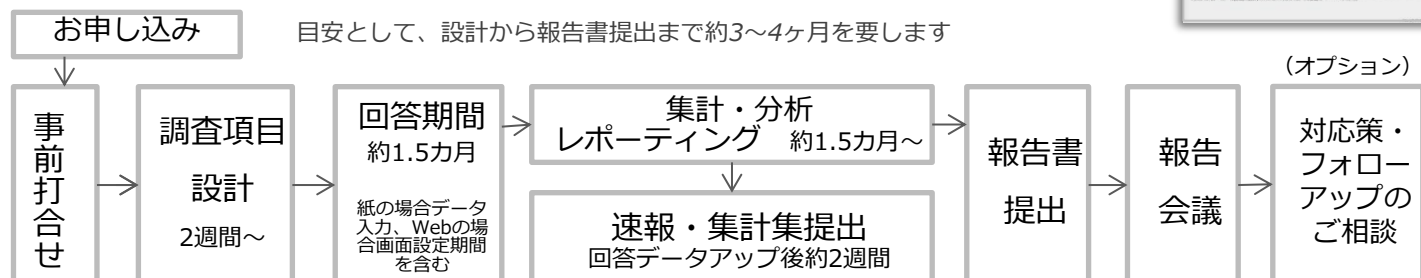
【分析イメージ】問題意識に応じて仮説を立て、モチベーションとの関連を検証します

調査要領

対象者	全従業員（特定の部署・部門なども可能です）
調査方法	WEB調査 または 自記式質問紙調査
納品物	・調査項目の設計および調査票・回答票原本 ・測定結果報告書（調査内容・期間により、速報版報告書も付加） ・資料集（単純集計および属性クロス集計（3属性まで）） ・報告会議の実施



実施フロー



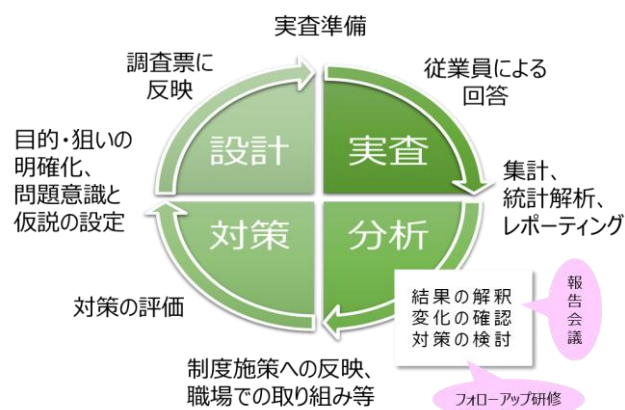
※調査にあたり、担当者様に組織の状況や現在の問題意識などをおうかがいします（事前打ち合わせ）

※上記は標準的な分析に特化した場合の進行イメージです。設計や分析・レポート提出までの期間は、調査内容により前後します。

調査結果を活かしたアクションのために

調査結果を正しく理解するために、報告書提出後に「報告会議」を行います（部署・部門の責任者、役員層など対象）。会議では数値が示す意味を、当事者である企業様との質疑応答を通じて解釈していきます。

さらに、部署や部門のマネジメント層でのグループ討議により、組織の強み/弱みの深掘りを行い、課題解決に向けた具体的なアクションにつなげる分析会議、フォローアップ研修等の実施も可能です（オプション）。



ご不明な点はお気軽にお問い合わせください



06-6941-2171



Email :
wm-survey@aspect-net.co.jp

株式会社 応用社会心理学研究所（アспект）

〒540-0031 大阪市中央区北浜東1-8 北浜東森田ビル5F <https://www.aspect-net.co.jp/>



応用社会心理学研究所は・・・

1987年に日本社会心理学会理事長（当時）の廣田君美を代表に社会心理学者が集まり、設立されたシンクタンクです。

一般企業や行政団体、学校法人等の組織運営やマーケティング活動に関わり、社会心理学を応用した独自のノウハウを活用することで新たな視点を提供し、様々な組織の課題解決を支援しています。

