



2023年 はたらく人の創造性アンケート調査 意識と取り組みの日米比較

2023年9月29日

はたらく人の創造性コンソーシアム

目次

■ 調査概要

- ・ 目的、調査方法
- ・ 設問、回答者属性

■ 調査結果

- ・ 創造性重視の態度
- ・ 自分自身（個人）の行動・環境・アウトプット評価
- ・ チームの行動・環境・アウトプット評価
- ・ 会社の取り組み・アウトプット評価

■働く人の創造性 アンケート調査概要

【目的】

働く人の創造性に対する意識と取り組みの現状を把握する
特に「個人」「チーム」「会社」各層での意識・取り組みを分けて捉える

【対象】

会社員、公務員・教職員など（一般・管理職）
年齢 25～64歳

【方法】

インターネットによるアンケート調査（委託先：株式会社クロスマーケティング）

※日本は、創造性重視する/しない チーム創造性重視する/しない、会社での奨励・支援の有無で400人ずつスクリーニング。
上記質問は5万サンプル回収し、出現率を回収サンプルに掛け合わせるウエイトバック集計を実施。

【回収サンプル数】

日本：3200人、アメリカ：1200人

【実施時期】

2023年3月

■ 調査における言葉の定義

「創造性」「チーム」については、言葉の解釈が多様であるため、以下のように定義して回答を依頼

【創造性】

あなたのお仕事における創造性について伺います。

創造性とは、組織にとって新しく、潜在的に役に立ちそうなサービス・商品・技術・システム・ビジネス・業務プロセス等のアイデア、その他、日々の創意工夫など有形・無形を問わず、仕事における何らかの新しい価値を作り出すこと全般を指します。

【チーム】

あなたが所属する仕事のチームについて伺います。チームとは、同じ目的を持った集団を指します。複数のチームに所属されている場合は、最も一緒に過ごす時間が長い身近なチームについてお答えください。

■ 結果概要

創造性に対する重要性について、日米で大きな意識の差（日本は、重視する人の割合が少ない）

個人

チーム

会社

創造性向上につなげる取り組みも日米で大きな差。日本の約40%が「何もしていない、あてはまらない」。その中に、創造性が重要だと思っているグループも含まれる

個人

チーム

日本では、創造性向上につながる会社の制度・取り組みが「ない」という回答が44%と高い（米国は6.8%）

会社

設問・回答者属性

■ 設問項目（回答者属性）

SC1：あなたの性別をお知らせください。

SC2：あなたの年齢をお知らせください。

SC3：あなたのお住まい（都道府県）をお知らせください。

SC4：あなたの職業をお知らせください。

SC5：あなたの役職について、お知らせください。※兼任の場合は上位優先でお答えください。

SC6：あなたご自身の所属する会社や組織をお知らせください。

SC7：あなたのお勤め先(派遣先)の所属部署・担当部門について、お知らせください。

SC8：あなたのお勤め先(派遣先)の従業員規模をお知らせください。※海外に支社・支局がある場合は、海外の従業員数を含めてお答えください。

設問項目

SQ1 : あなた自身の仕事で、創造性が高いことは重要だと思いますか (1つを選択)

SQ2 : あなたが所属する仕事のチームでは、創造性が重要視されていますか (1つを選択)

SQ3 : あなたの会社や組織では、創造性の発揮が奨励・支援されていると思いますか (1つを選択)

Q1 : あなた自身が仕事に関して行っている情報収集や学習などについて教えてください (複数選択可)

Q2 : あなた自身の仕事や業務環境について、あてはまるものを教えてください (複数選択可)

Q3 : あなた自身の仕事のアウトプットは、新しくて有用だと高く評価されていると思いますか (1つを選択)

Q4 : あなたのチームは何人ですか (1つを選択)

Q4SQ : あなたはチームで新たな事に取り組むとき、どのような役割を担うことが多いですか (複数選択可)

Q5_1 : あなたが所属するチームの環境にあてはまることを全てお知らせください (複数選択可)

Q5_2 : 現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください (3つまで選択可)

Q6_1 : あなたが所属するチームの状態にあてはまることを全てお知らせください (複数選択可)

Q6_2 : 現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください (3つまで選択可)

Q7 : 創造性を高める取り組みについて、あなたのチームにあてはまるものを選んでください (複数選択可)

Q8 : チームで新たなことに取り組もうとするとき、どのような障害がありますか (複数選択可)

Q9 : あなたのチームのアウトプットは、新しくて有用だと高く評価されていると思いますか (1つを選択)

Q10_1 : あなたの会社や組織では、どのような制度や取り組みがありますか。あてはまるものを全てお知らせください (複数選択可)

Q10_2 : 現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください (3つまで選択可)

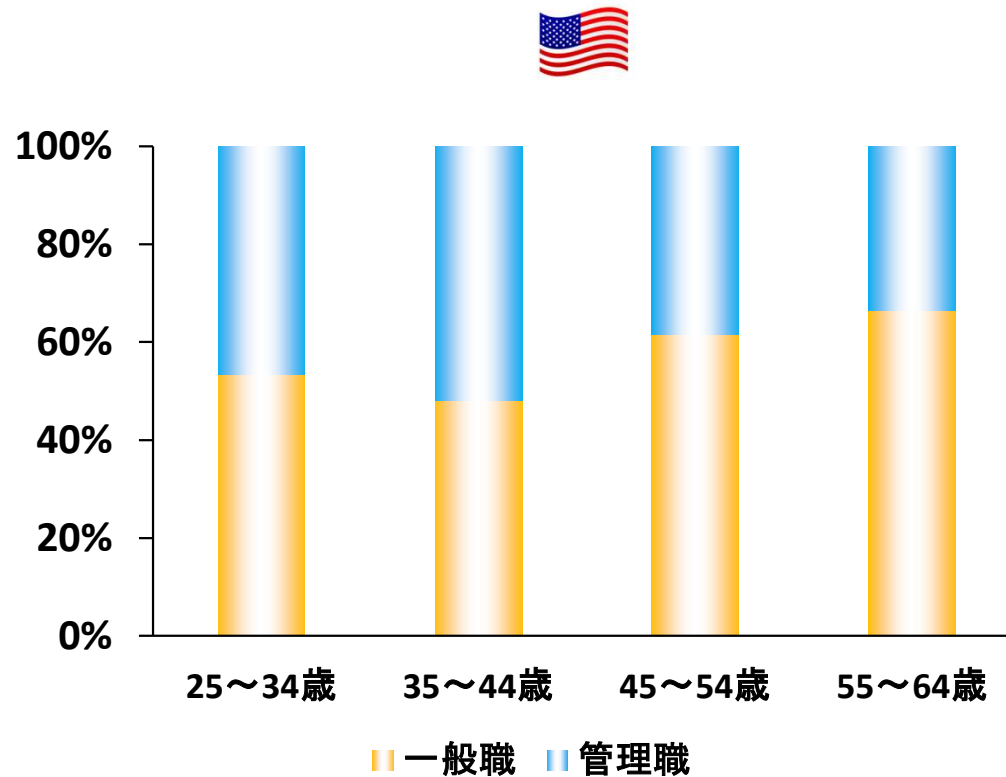
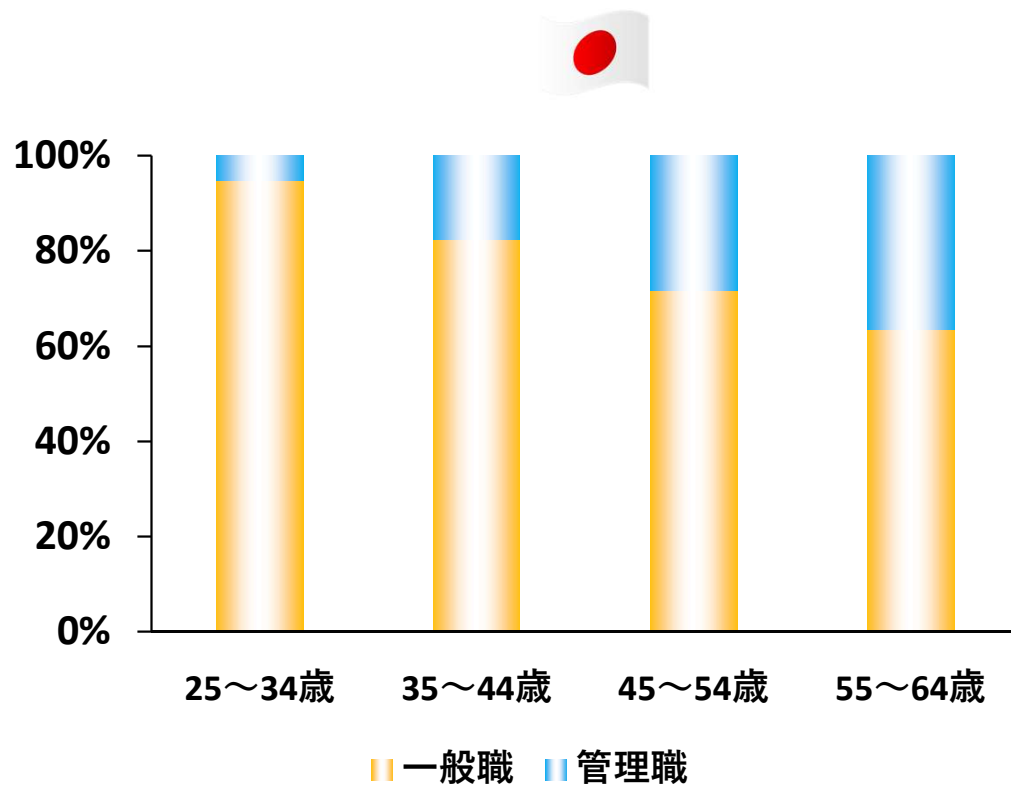
Q11 : あなたの会社や組織では、業界の中で新しくて優れた価値を提供していますか (1つを選択)

■年代・役職

SC2：あなたの年齢をお知らせください。 / SC5：あなたの役職について、お知らせください。

日本は、回答者のうち一般職が**78%**、管理職が**22%**で一般職が多かった
また、年齢層が上がる方が管理職の割合が高い傾向があった

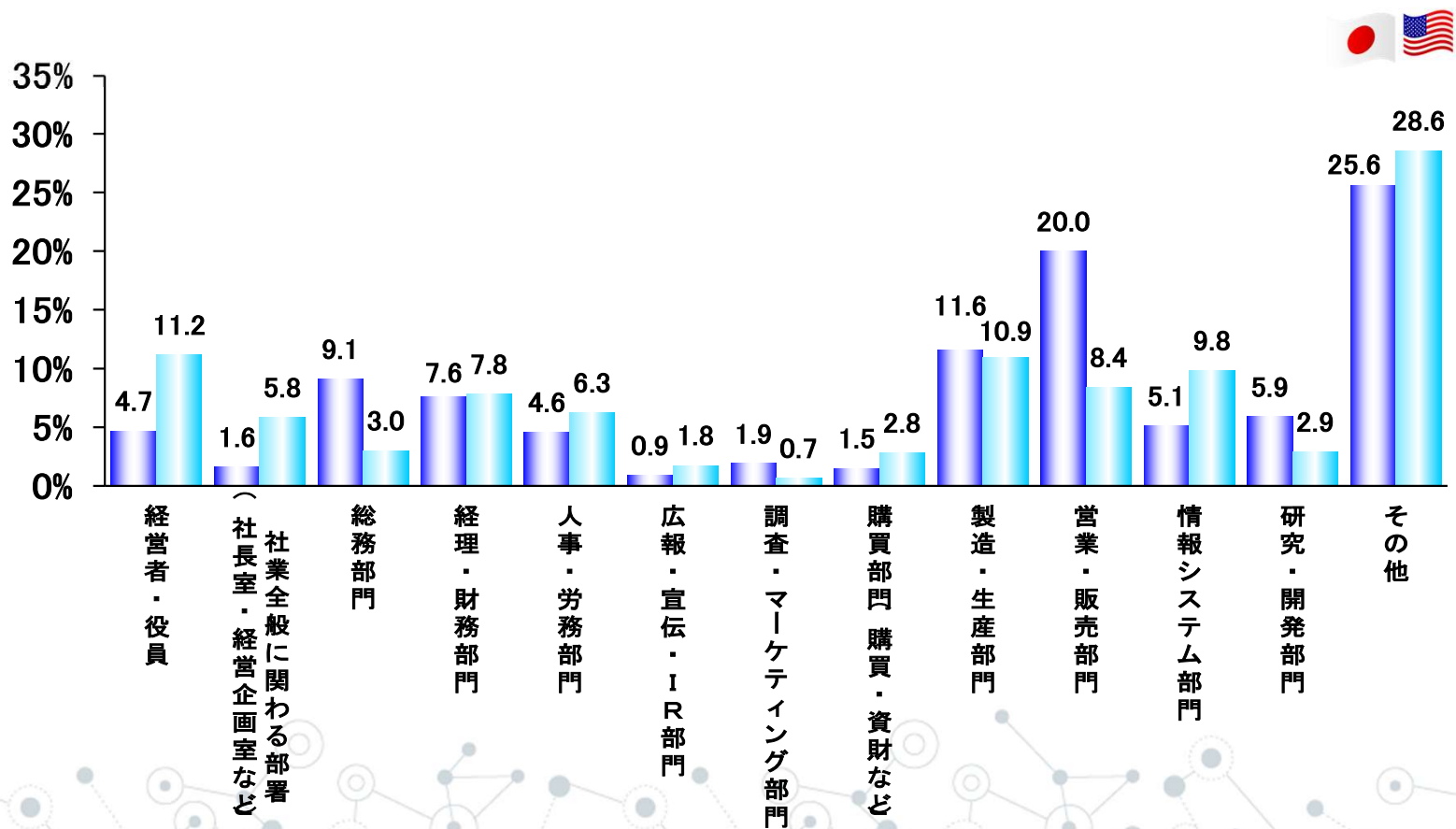
米国は、一般職**57%**、管理職**47%**で管理職の割合が高く、年齢が若い方が管理職の割合が高い傾向



■ 担当部門

SC7：あなたのお勤め先(派遣先)の所属部署・担当部門について、お知らせください。

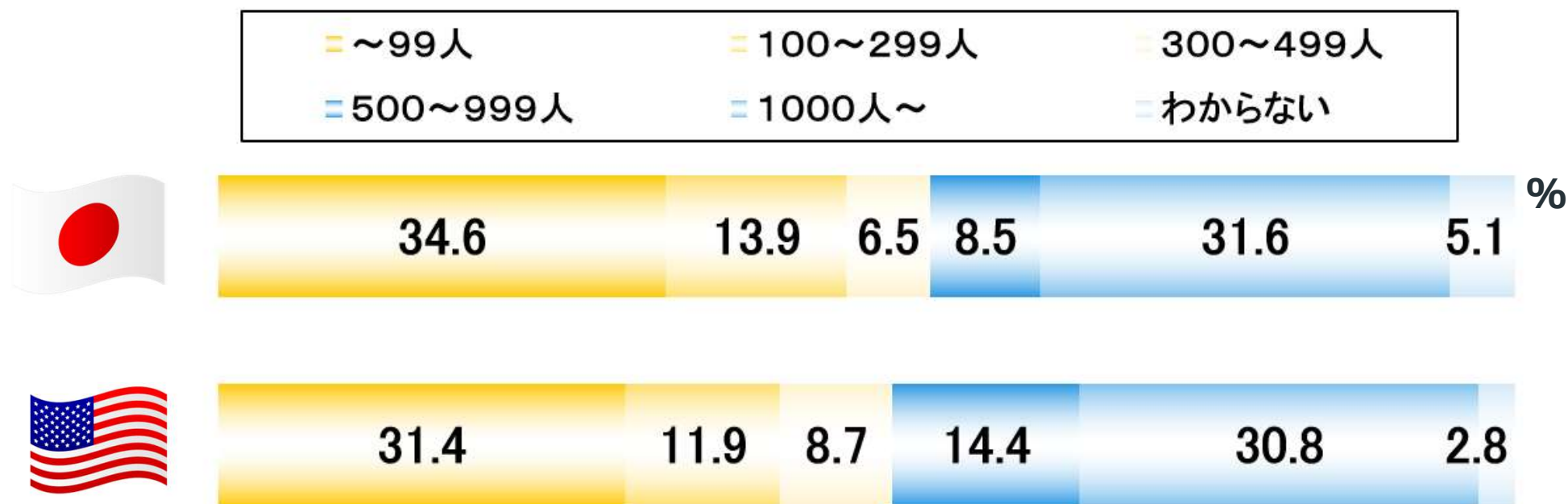
日本・米国とも対象部門に大きな偏りはなかった



■ 従業員規模

SC8：あなたのお勤め先(派遣先)の従業員規模をお知らせください。※海外に支社・支局がある場合は、海外の従業員数を含めてお答えください。

日本・米国とも対象従業員規模に大きな偏りはなかった



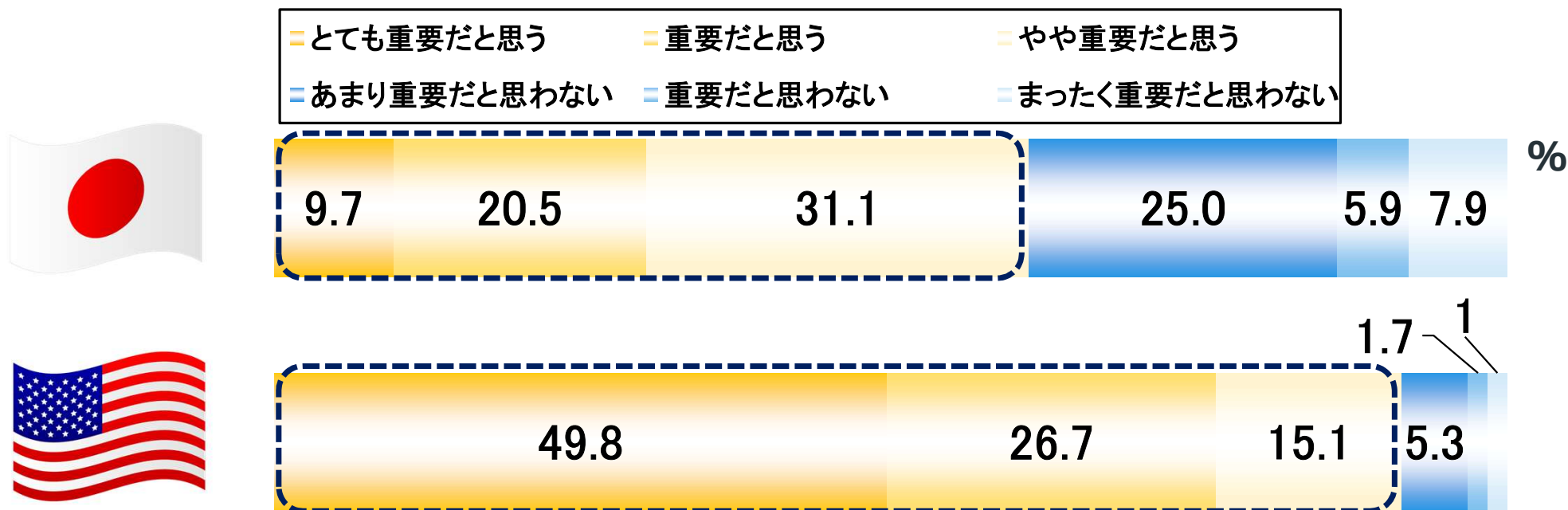
創造性重視の態度

■ 「自身の創造性が重要」の割合

「SQ1：あなた自身の仕事で、創造性が高いことは重要だと思いますか（1つを選択）」

重要だと思うの回答割合 **日本 61.3%**に対し、**米国 91.5%**

※とても重要、重要、やや重要の回答割合



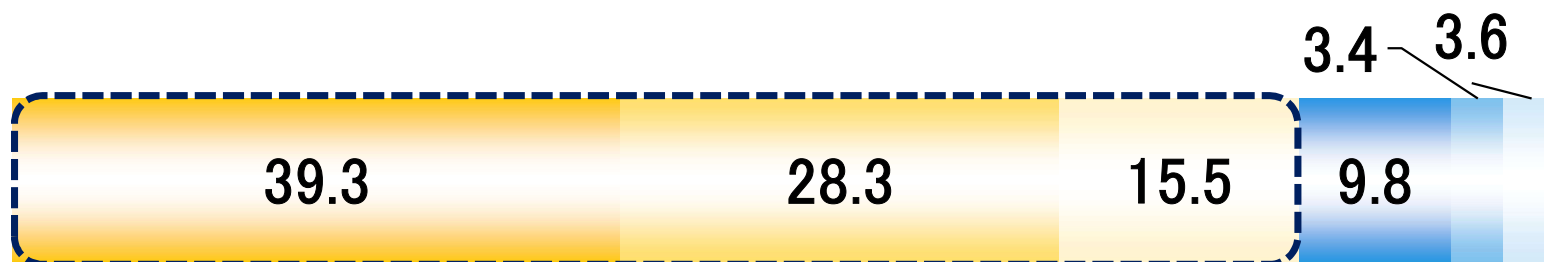
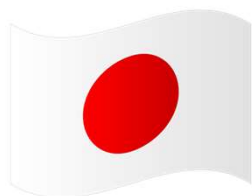
■ 「チームで創造性が重要視されている」の割合

「SQ2：あなたが所属する仕事のチームでは、創造性が重要視されていますか（1つを選択）」

重要視されていると思うとの回答割合 **日本 58.4%**に対し、**米国 83.2%**

※とても重要視、重要視、やや重要視の回答割合

- | | |
|------------------|---------------------|
| ■ とても重要視されていると思う | ■ 重要視されていると思う |
| ■ やや重要視されていると思う | ■ あまり重要視されていると思わない |
| ■ 重要視されていると思わない | ■ まったく重要視されていると思わない |

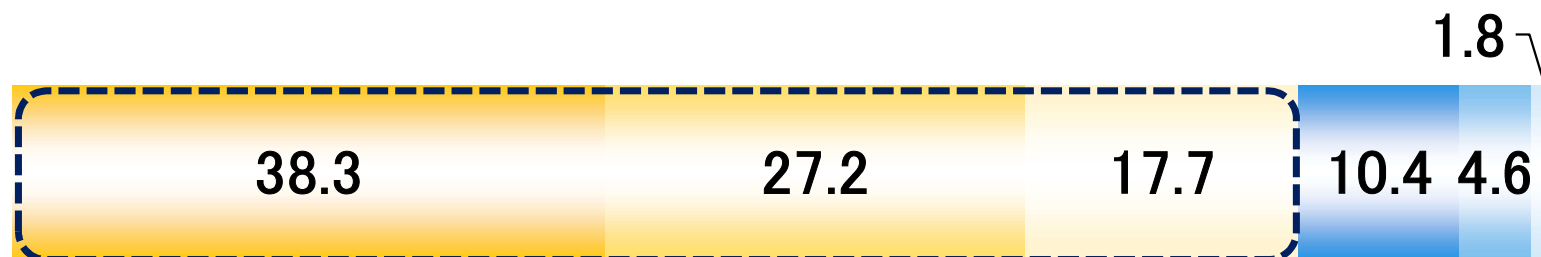
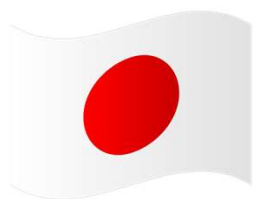
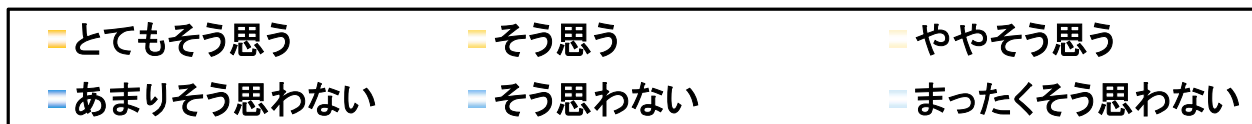


■ 「会社において、創造性の発揮が奨励・支援されていると思う」の割合

「SQ3：あなたの会社や組織では、創造性の発揮が奨励・支援されていると思いますか（1つを選択）」

そう思うの回答割合 **日本 45.1%**に対し、**米国 83.2%**

※とてもそう思う、そう思う、ややそう思うの回答割合





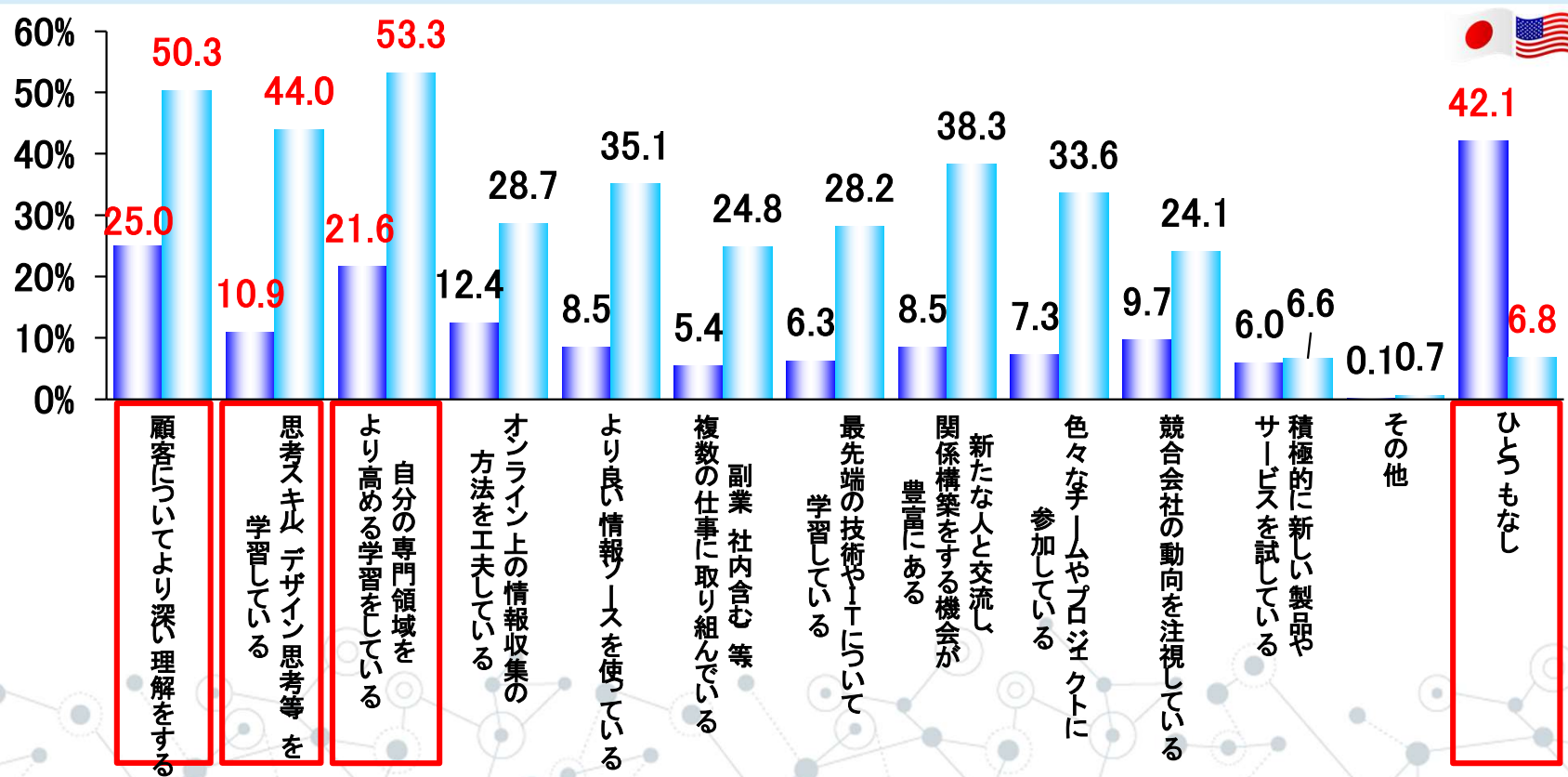
**自分自身（個人）の
行動・環境・アウトプット評価**



■ 自身の情報収集や学習

Q1：あなた自身が仕事に関して行っている情報収集や学習などについて教えてください（複数選択可）

情報収集・学習について、米国と比較すると何かに主体的に取り組んでいる人の割合自体が低い。特に、「ひとつもなし」については、米国の6.8%に対し日本は42.1%
 米国では、自身の専門領域や顧客に関する情報収集・学習をしている人が50%以上であるのに対し、日本は25%以下。その他の情報収集・学習の取り組み割合も低い



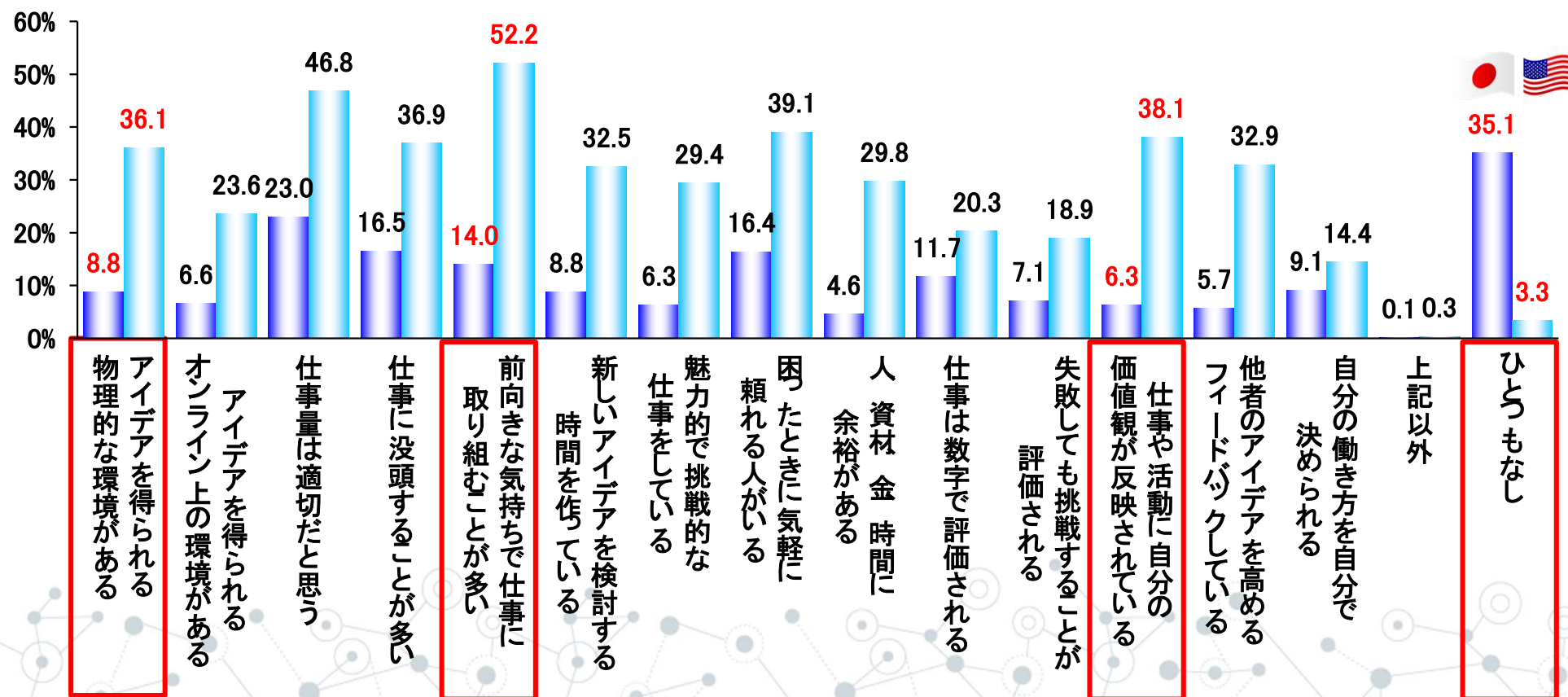
■自身の業務環境

Q2：あなた自身の仕事や業務環境について、あてはまるものを教えてください（複数選択可）

創造力を発揮するのに関係すると言われる環境について、日本は該当するものが少ない

「ひとつもなし」については日本が35.1%であるのに対し、米国は3.3%

取り組みの割合で日米の差が大きかったものは、「前向きな気持ち」「自分の価値観の反映」「アイデアを得られる物理的な環境」

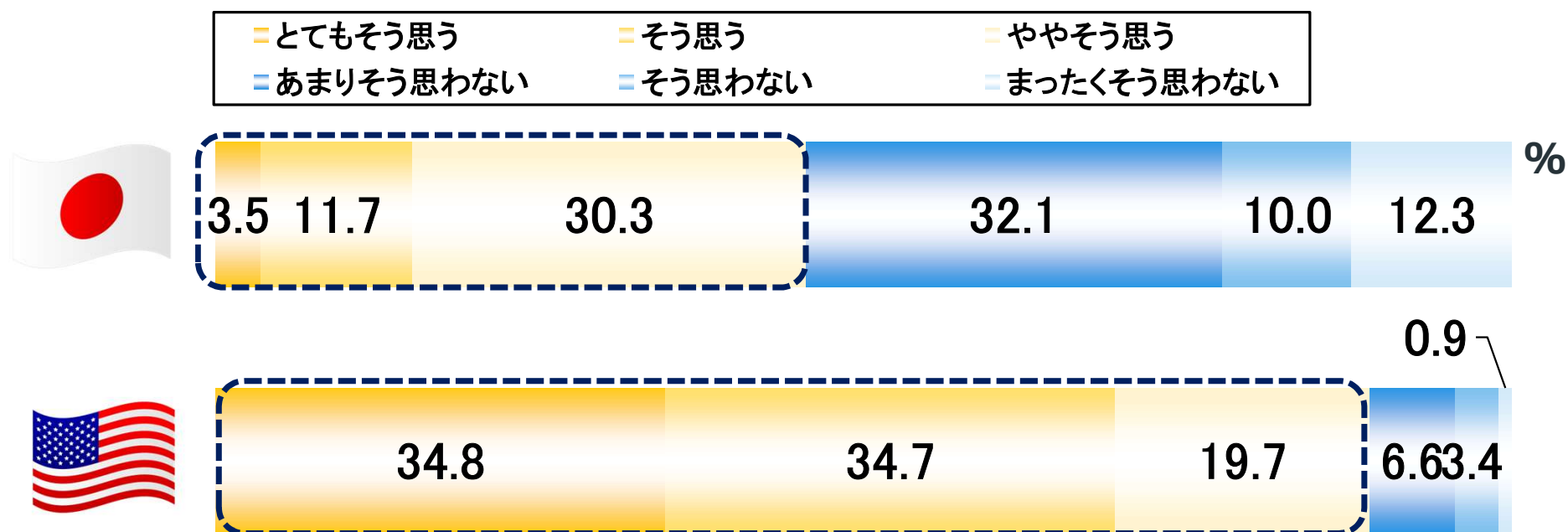


■ 自分自身のアウトプットの新規性、有用性

Q3：あなた自身の仕事のアウトプットは、新しくて有用だと高く評価されていると思いますか
(1つを選択)

そう思うの回答割合 日本 45.5%に対し、米国 89.2%

とてもそう思う、そう思う、ややそう思うの回答割合



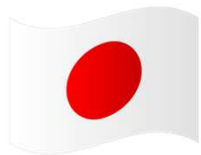


チームの行動・環境・アウトプット評価

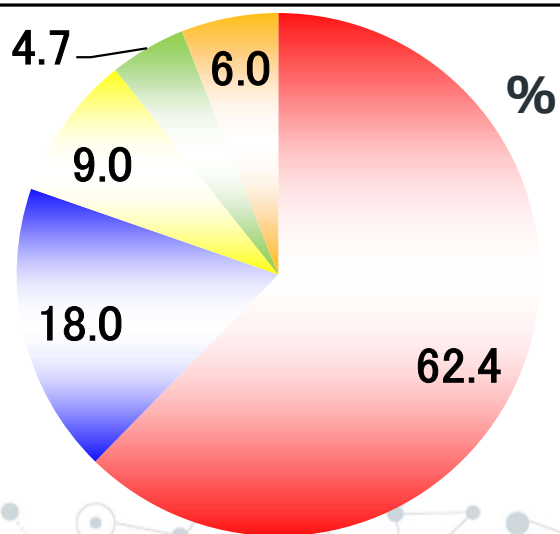
■所属チームの人数

Q4：あなたのチームは何人ですか（1つを選択）

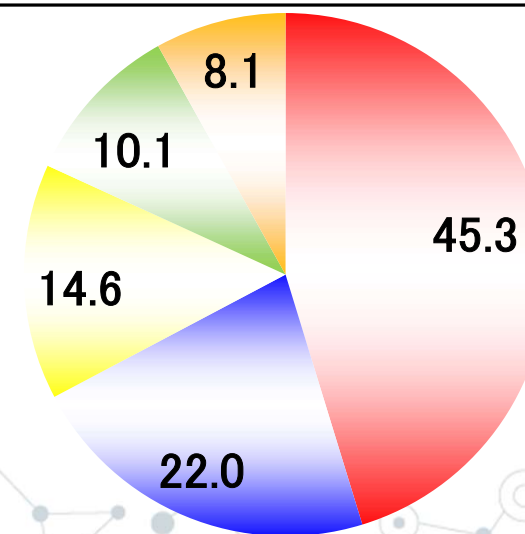
10人以下は日本が62.4%、米国が45.3%でいずれも多数派



■ ~10人 ■ 11~20人 ■ 21~30人 ■ 31~50人 ■ 51人以上



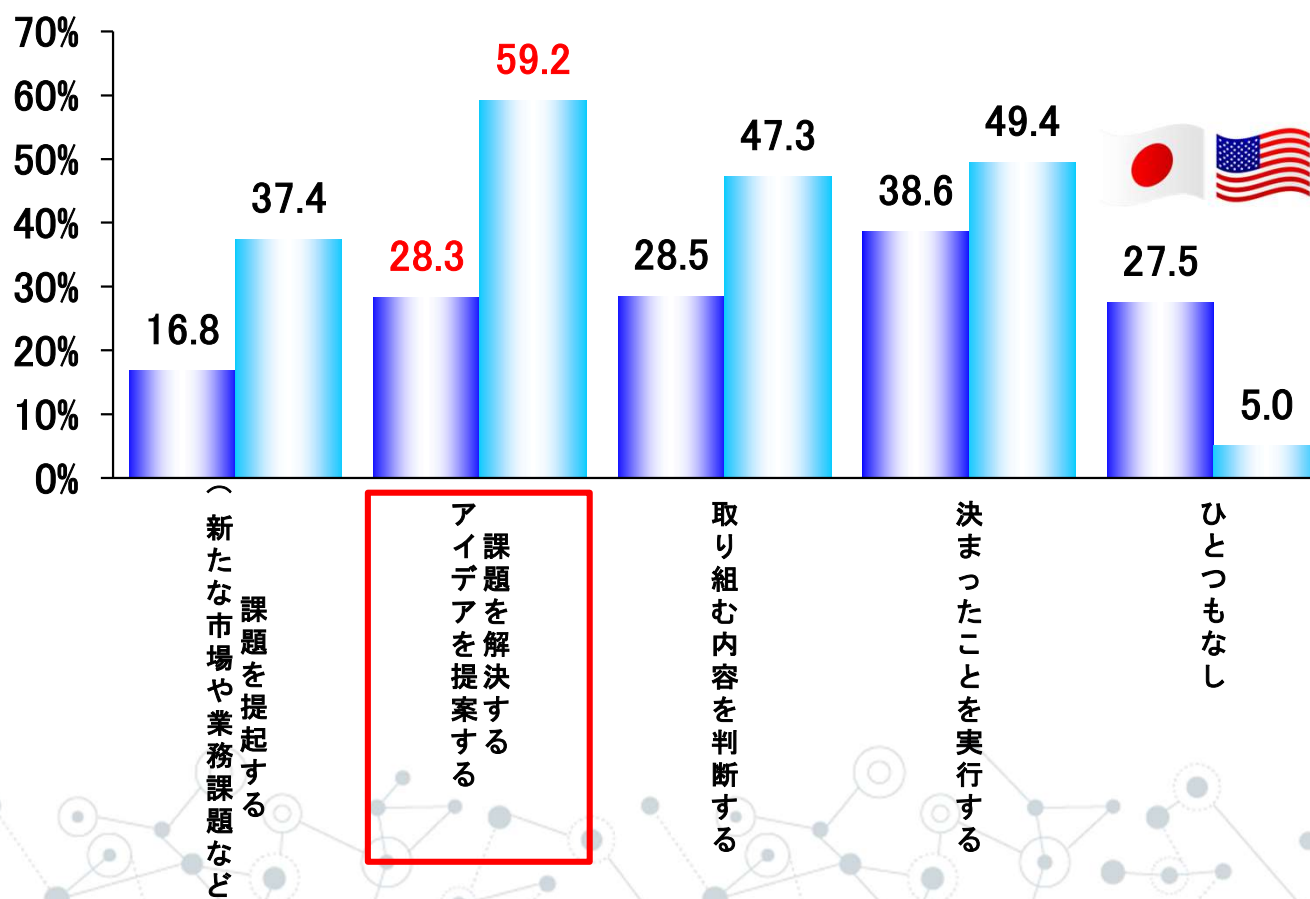
■ ~10人 ■ 11~20人 ■ 21~30人 ■ 31~50人 ■ 51人以上



■ チームにおける役割

Q4SQ : あなたはチームで新たな事に取り組むとき、どのような役割を担うことが多いですか (複数選択可)

「課題解決のアイデアを出している」の回答割合は、日本28.3%に対し米国59.2%と2倍以上の差

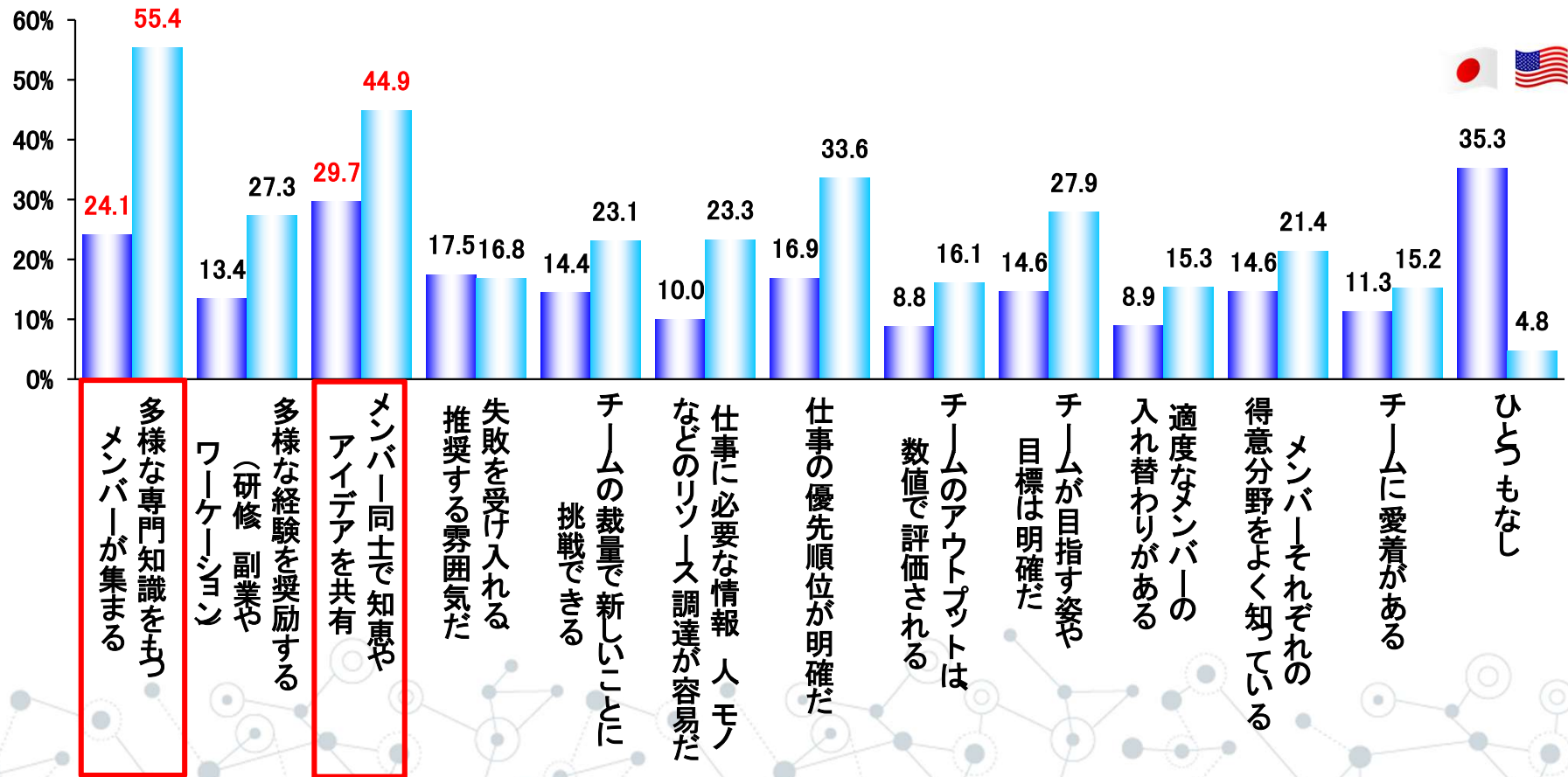


■ チームの環境

Q5_1 : あなたが所属するチームの環境にあてはまることを全てお知らせください (複数選択可)

日本は「ひとつもなし」の項目が最多

米国は多様な専門知識を持つメンバーが集まっており、メンバー同士の情報交換が多い

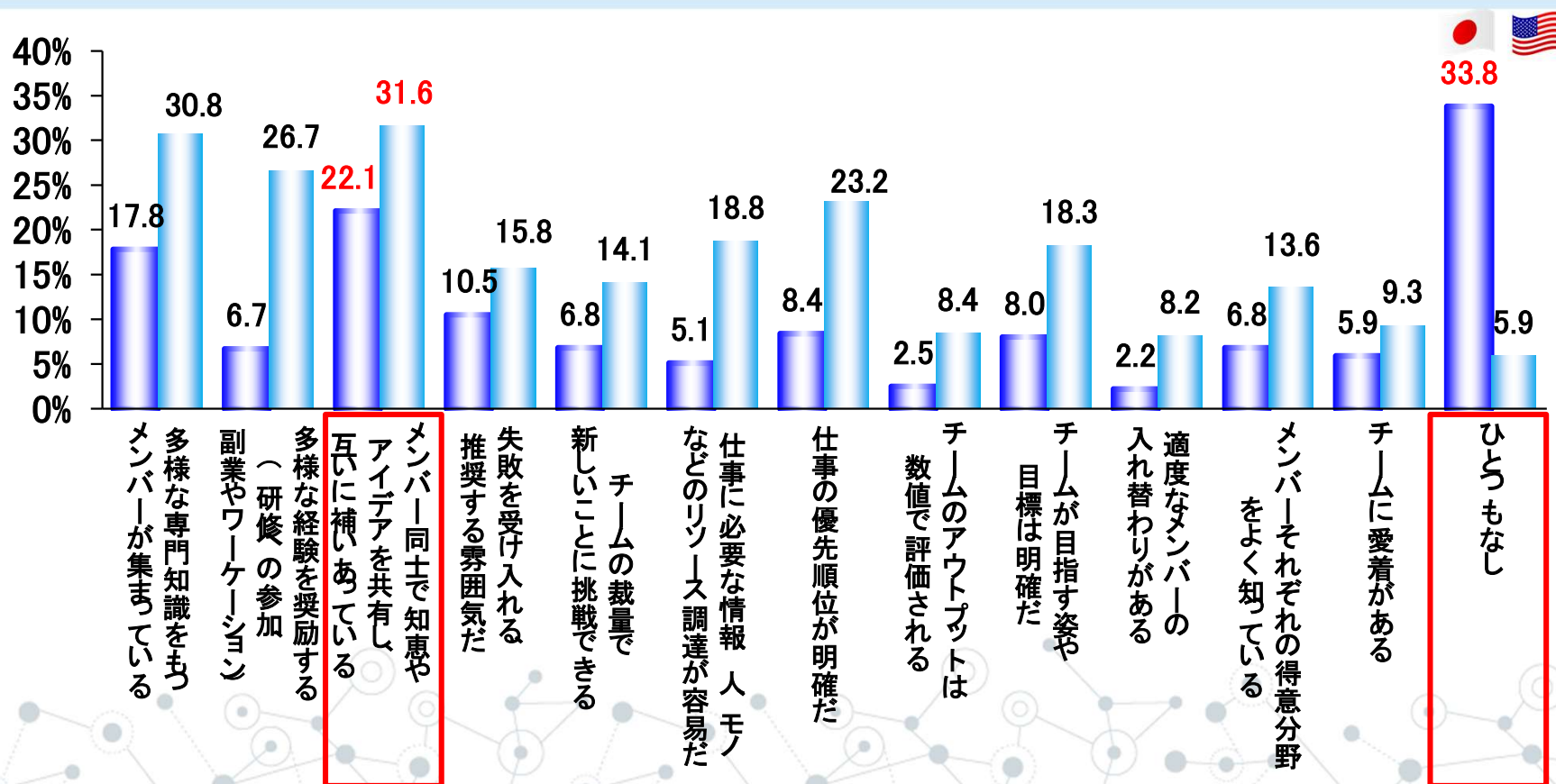


■ チームの環境と創造性

Q5_2：現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください

日米ともに一番重要だと思われることは、「メンバー同士で知恵やアイデアを共有し、お互いに補いあっている」こと

日本は重要だと思うことも「ひとつもなし」の割合が高い

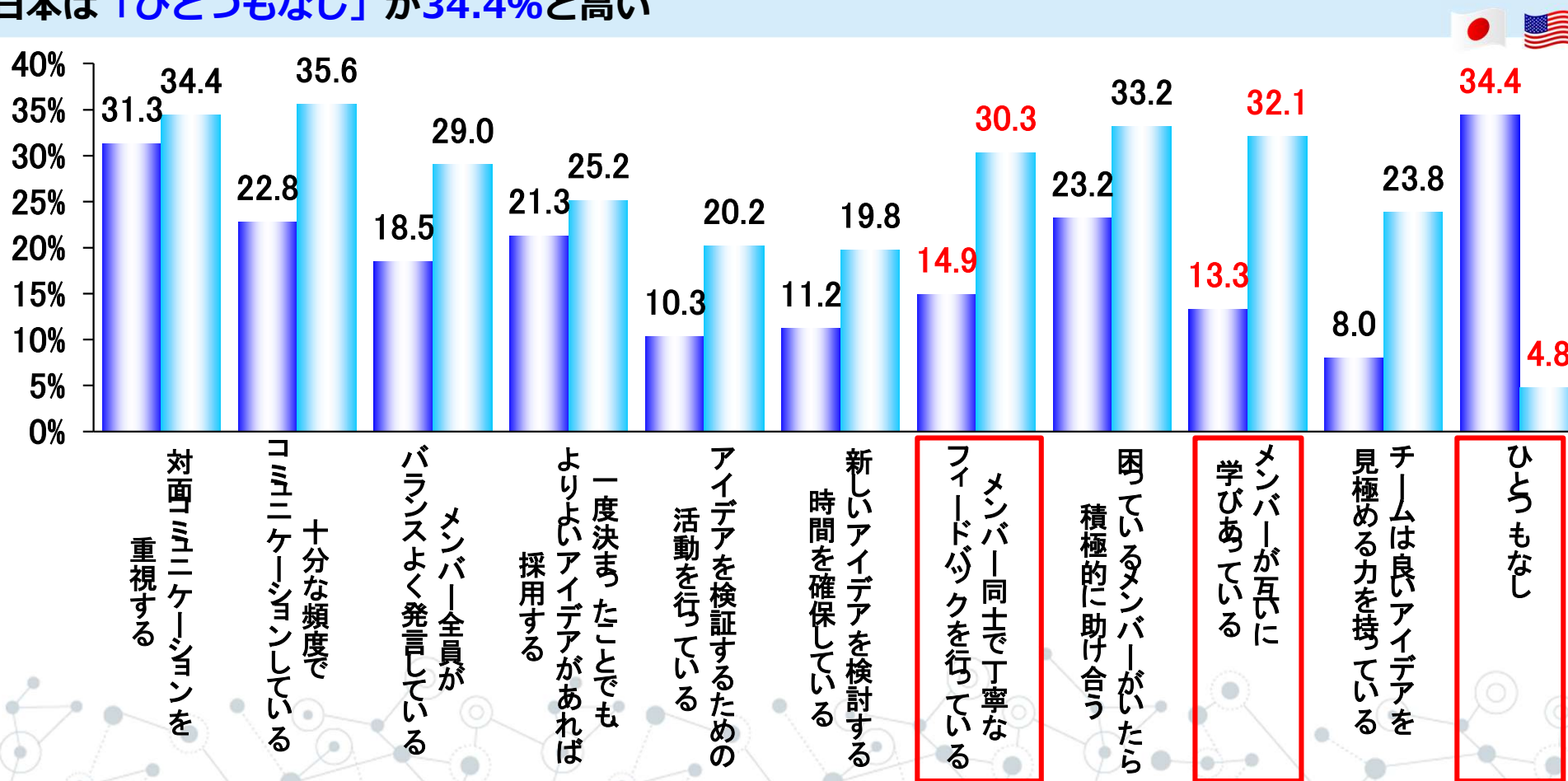


■ チームのコミュニケーション

Q6_1 : あなたが所属するチームの状態にあてはまることを全てお知らせください (複数選択可)

日米の差が大きいのは「メンバーが互いに学びあっている」「メンバー同士で丁寧なフィードバックを行っている」

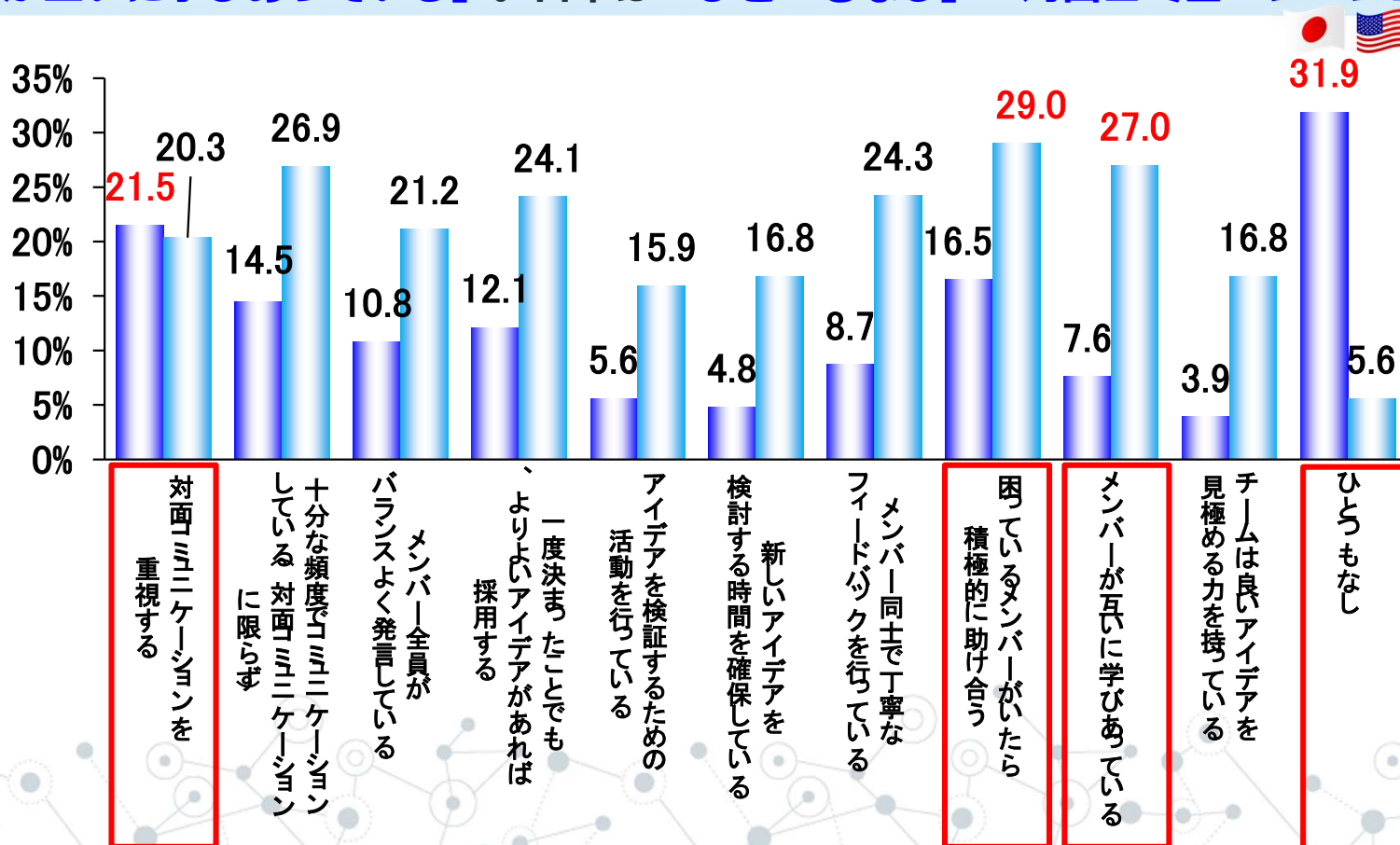
日本は「ひとつもなし」が34.4%と高い



■ チームのコミュニケーションと創造性

Q6 2：現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください

米国で重要だと思う回答割合が高いのは、「困っているメンバーがいたら積極的に助け合う」「メンバーが互いに学びあっている」。日本は「ひとつもなし」「対面コミュニケーション」

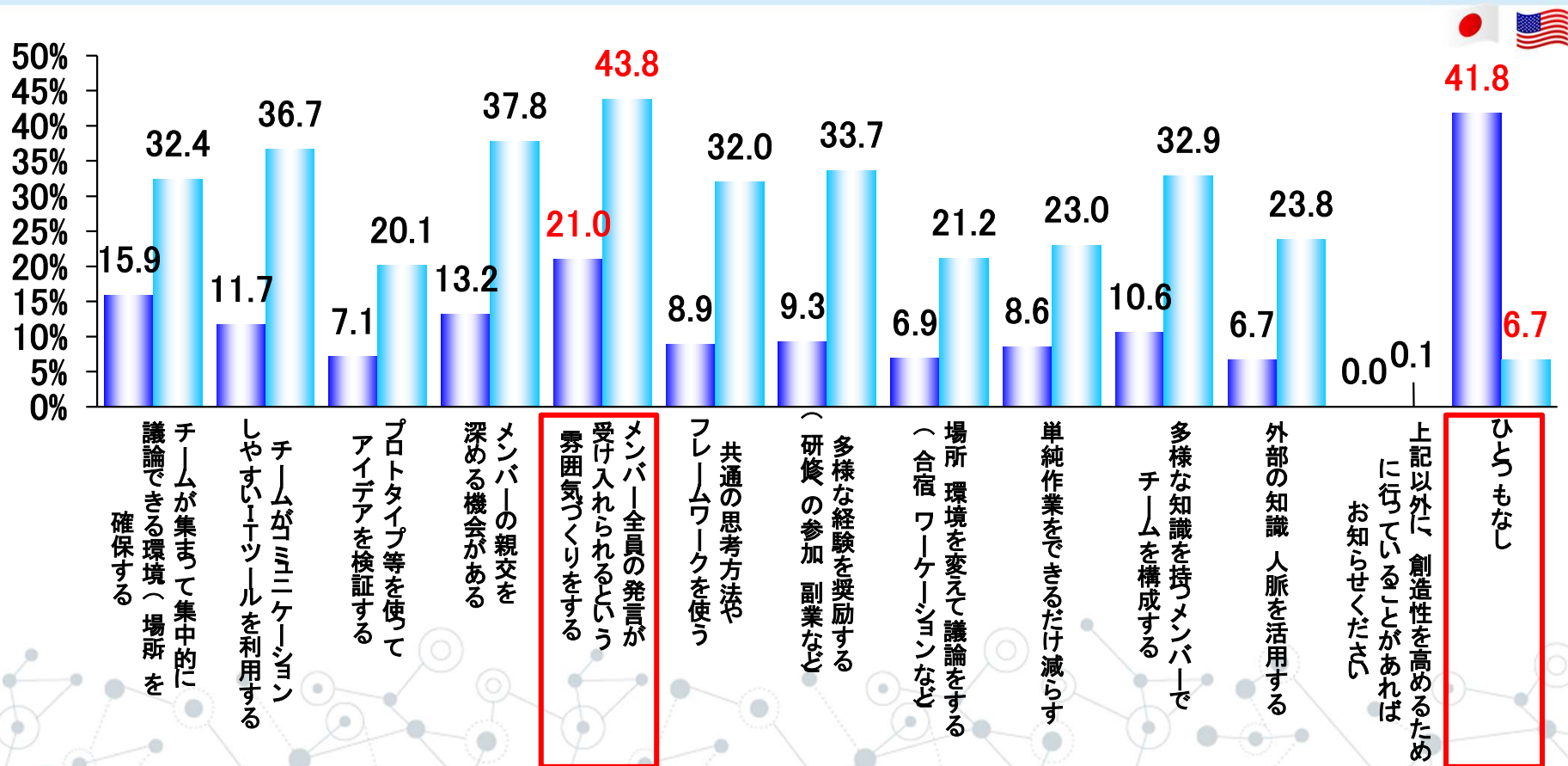


■ チームにおける創造性を高める取り組み

Q7：創造性を高める取り組みについて、あなたのチームにあてはまるものを選んでください（複数選択可）

日本は「ひとつもなし」=何もしていない、の割合が41.8%と高い

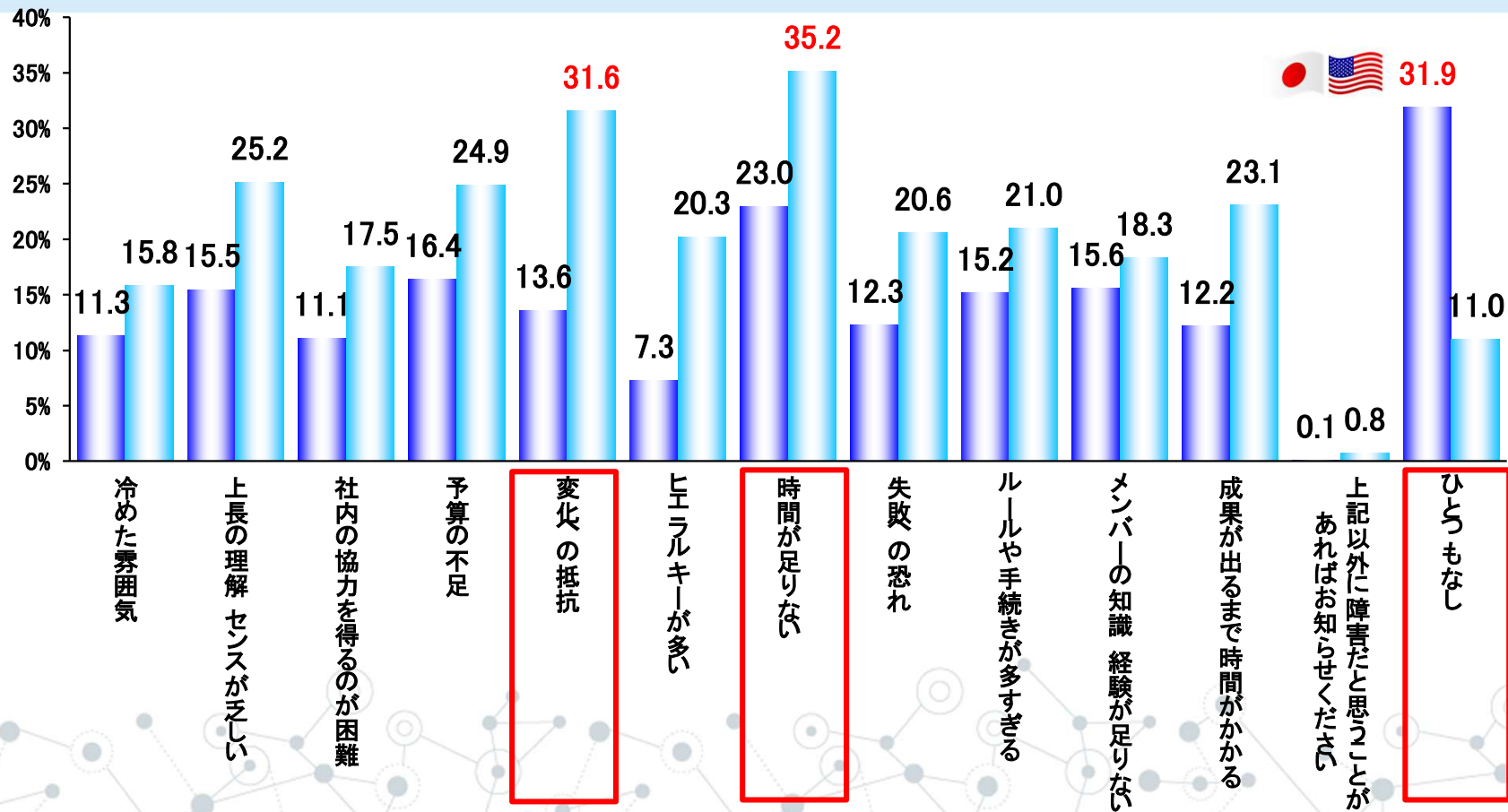
米国で取り組まれているのは、「全員の発言が受け入れられる雰囲気づくり」43.3%



■ チームの障害

Q8：チームで新たなことに取り組もうとするとき、どのような障害がありますか（複数選択可）

米国では、「時間が足りない」「変化への抵抗」などが新たな取り組みへの障害と感じられている
 日本は新たなことを始めるのに、障害が「ひとつもなし」の割合が多い。新しいことを始めようという試みがないから、意識もされていない可能性

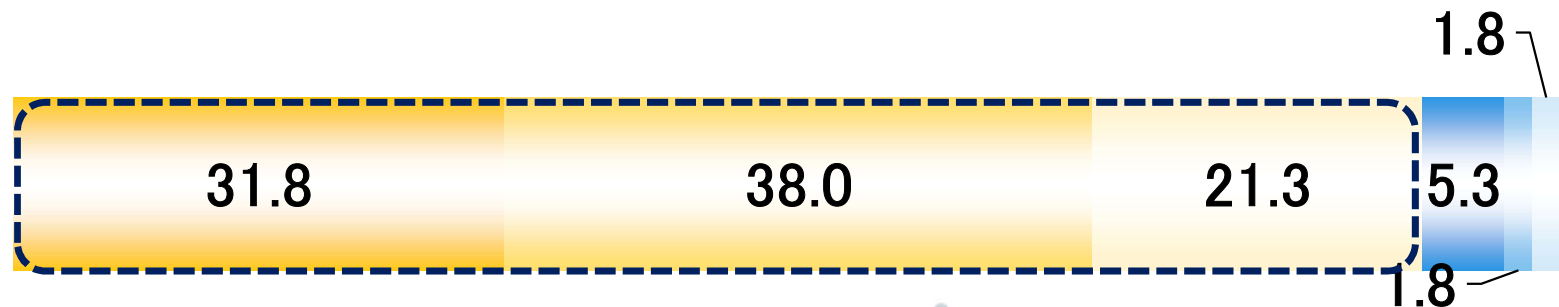
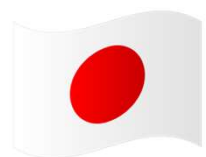
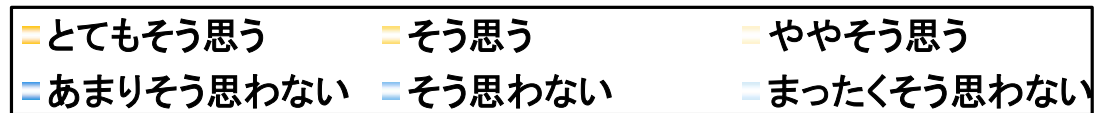


■ チームにおけるアウトプットの新規性・有用性

Q9：あなたのチームのアウトプットは、新しくて有用だと高く評価されていると思いますか（1つを選択）

そう思うの回答割合 日本 **42.0%**に対し、米国 **91.1%**

※とてもそう思う、そう思う、ややそう思うの回答割合



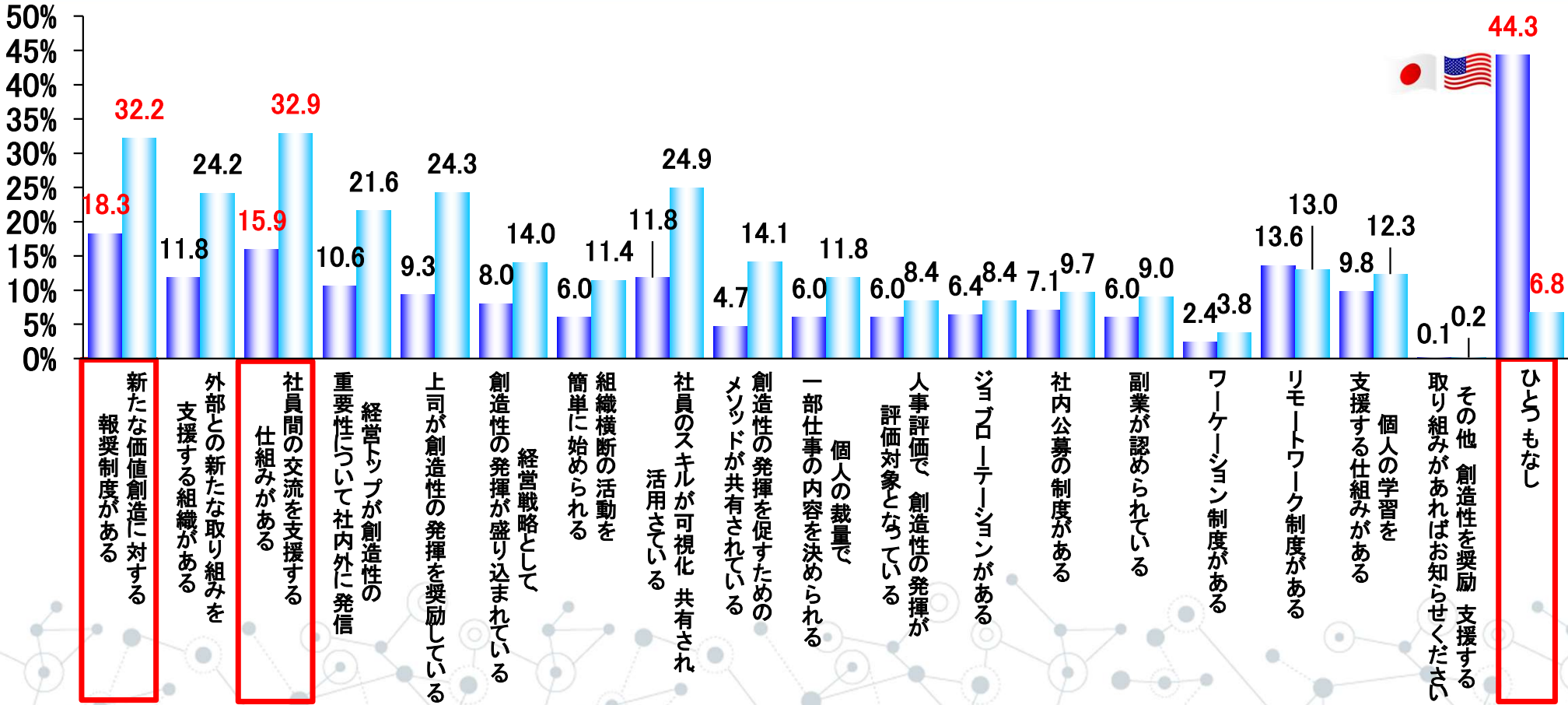


会社の取り組み・アウトプット評価

■ 創造性に関する制度や取り組み

Q10 1: あなたの会社や組織では、どのような制度や取り組みがありますか。あてはまるものを全てお知らせください (複数選択可)

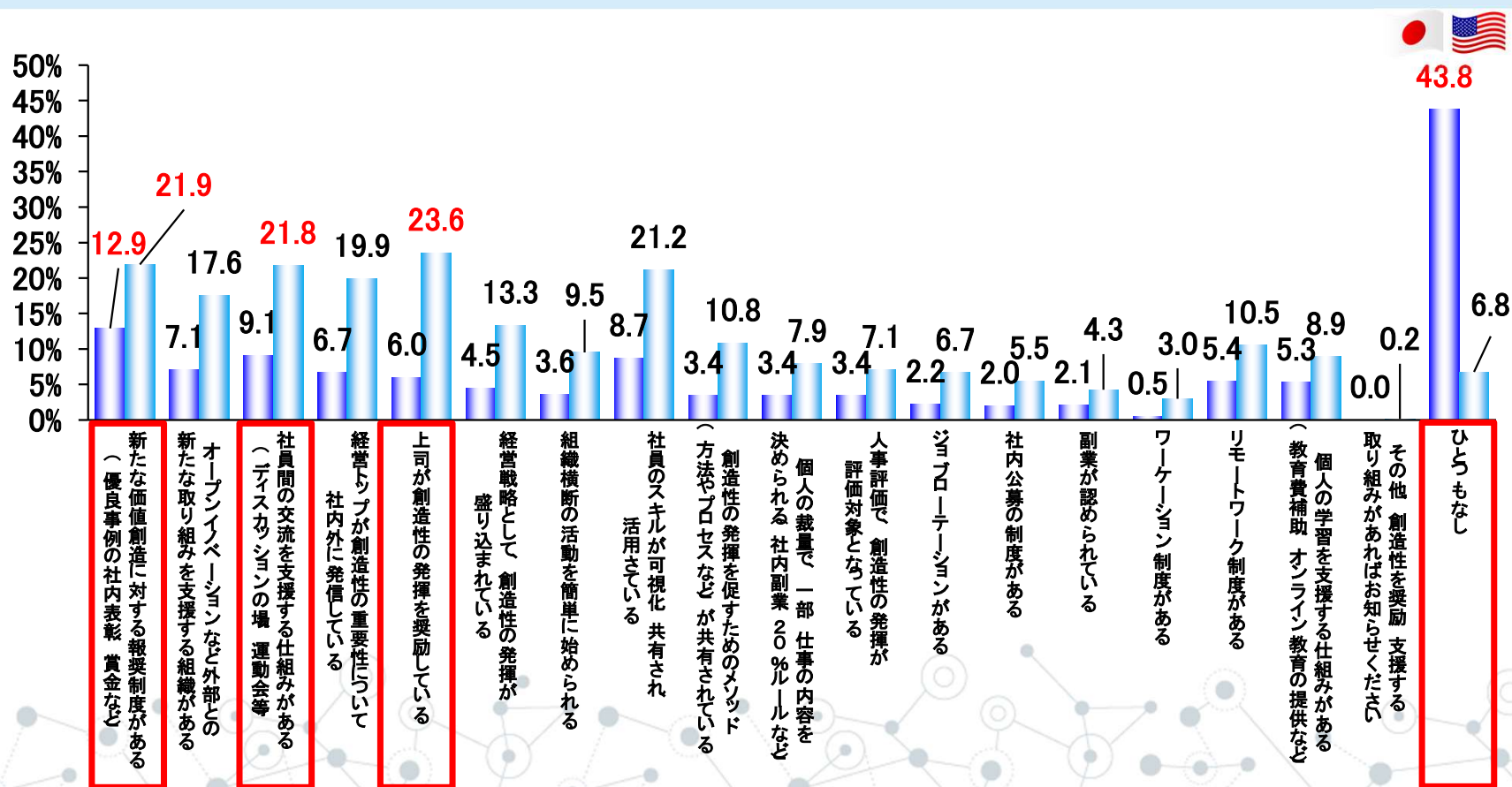
日本は「ひとつもなし」(何の制度や取り組みもない)の割合が**44.3%**と高い
 米国での取り組みは「社員間の交流支援」が**32.9%**、「価値創造に対する報奨制度」が**32.2%**



■ 創造性に関する制度や取り組みと創造性

Q10 2：現在の取り組みの実施有無に関わらず、創造性を高めるために重要と思うものを3つまでお知らせください

米国で回答率が高かったのは順に「上司の奨励」「報奨制度」「社員間の交流支援」
日本は「ひとつもなし」が43.8%と非常に高い（回答率が高かったのは「報奨制度」）

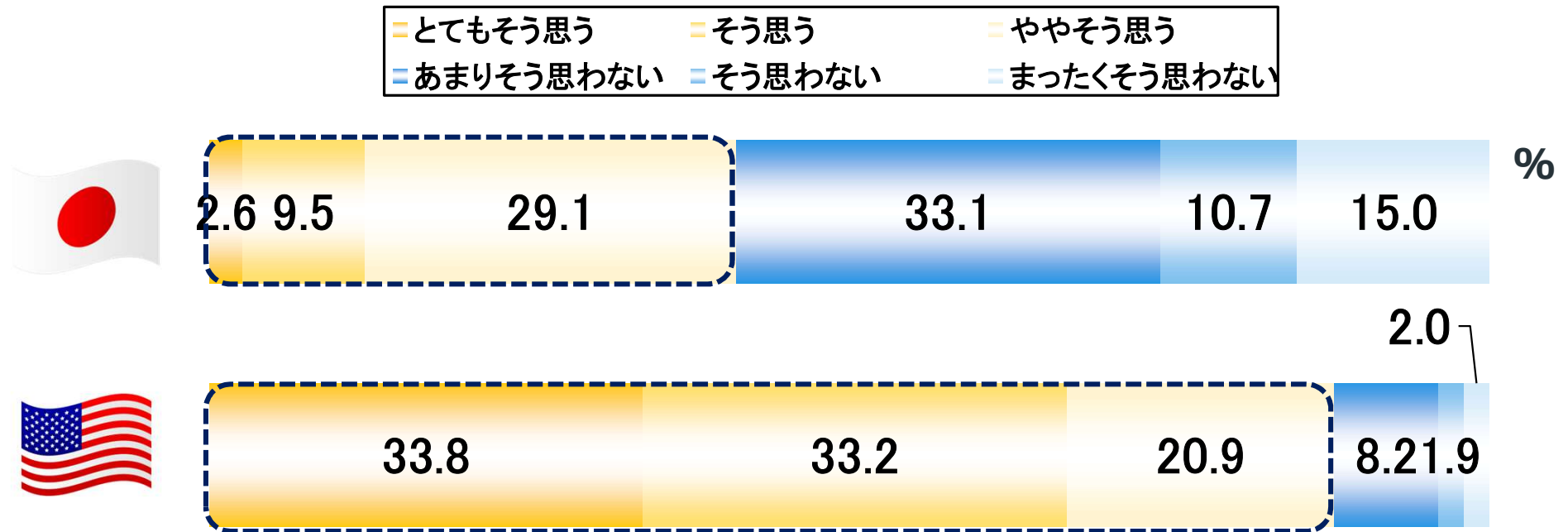


■ 会社のアウトプット

Q11：あなたの会社や組織では、業界の中で新しく優れた価値を提供していますか（1つを選択）

そう思うの回答割合 日本 41.2%に対し、米国 87.9%

※とてもそう思う、そう思う、ややそう思うの回答割合



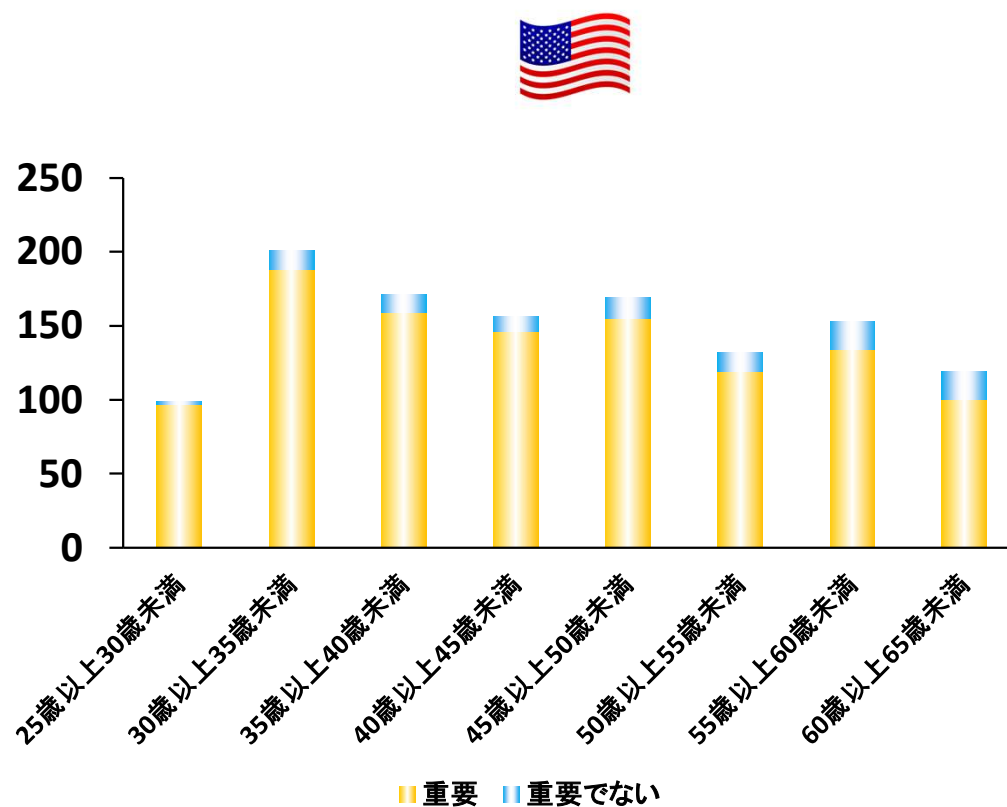
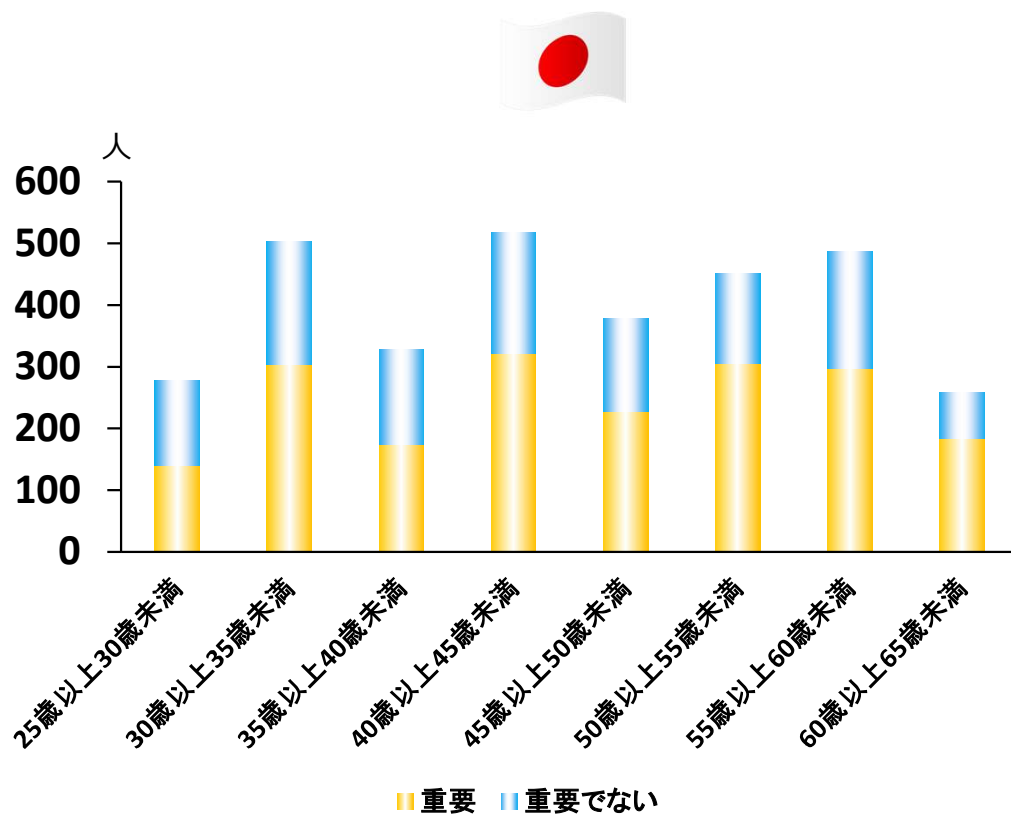


参考資料（クロス集計）



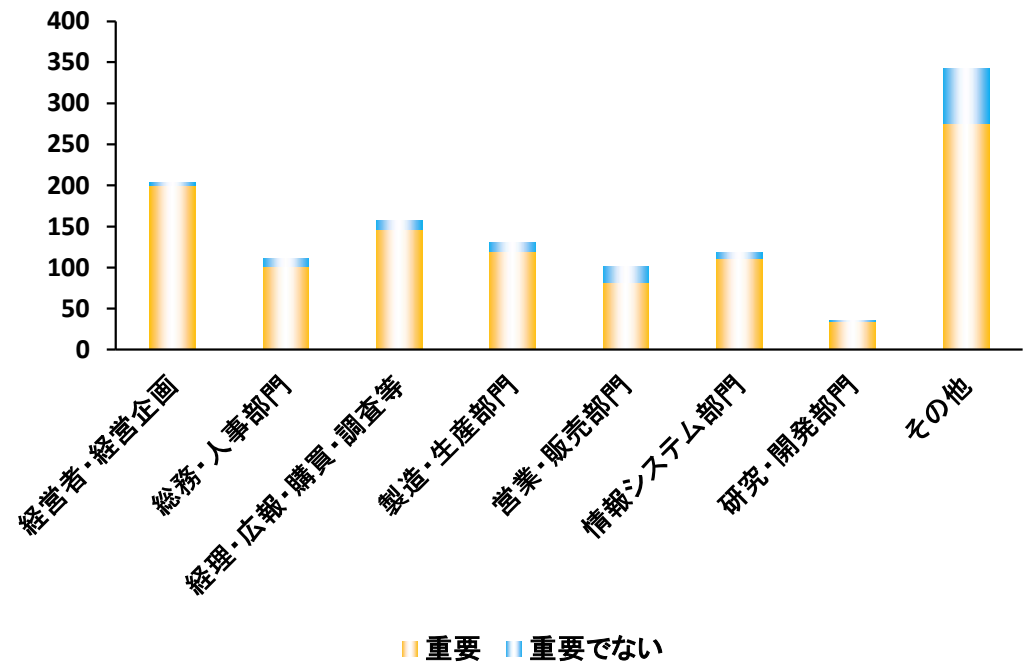
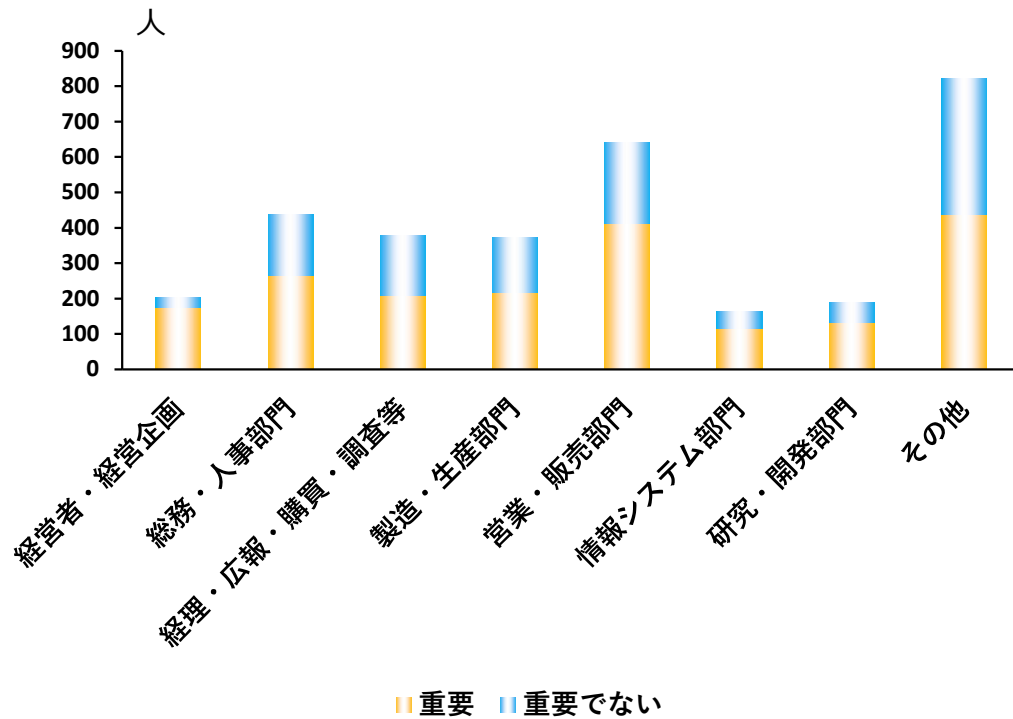
■自身の仕事における創造性に対する認識（年代別）

年代別に見ても大きな差は無いが、日本は25歳から40歳未満で、創造性が重要だという認識が低め。
 一般職の方が管理職よりも、重要だと思う割合が低いことと関係がある可能性
 米国はすべてのセグメントで「重要」の回答割合が高い



■自身の仕事における創造性に対する認識（担当部門別）

日米ともに、経営者/役員は創造性が重要だと認識している割合が高い。経理、営業部門に所属する人は、重要だと認識している割合が比較的低い。部門によってはサンプル数が少ないため参考値



■ 自身の仕事における創造性の認識と、 企業における創造性奨励・支援の認識の関係



自身の創造性がやや重要と思っても、会社から奨励・支援はないとの認識が多い

		会社で創造性が奨励・支援							人
		該当数	とても そう思う	そう思う	やや そう思う	あまり そう思わない	そう思わない	まったく そう思わない	
創造 自 身 重 要	全体	3200	119	389	935	1120	321	316	
	とても重要だと思う	310	90	70	51	54	21	24	
	重要だと思う	656	13	184	200	187	43	29	
	やや重要だと思う	988	5	55	329	452	96	51	
	あまり重要だと思わない	795	5	57	272	341	81	39	
	重要だと思わない	193	1	15	39	54	60	24	
	まったく重要だと思わない	258	5	8	44	32	20	149	

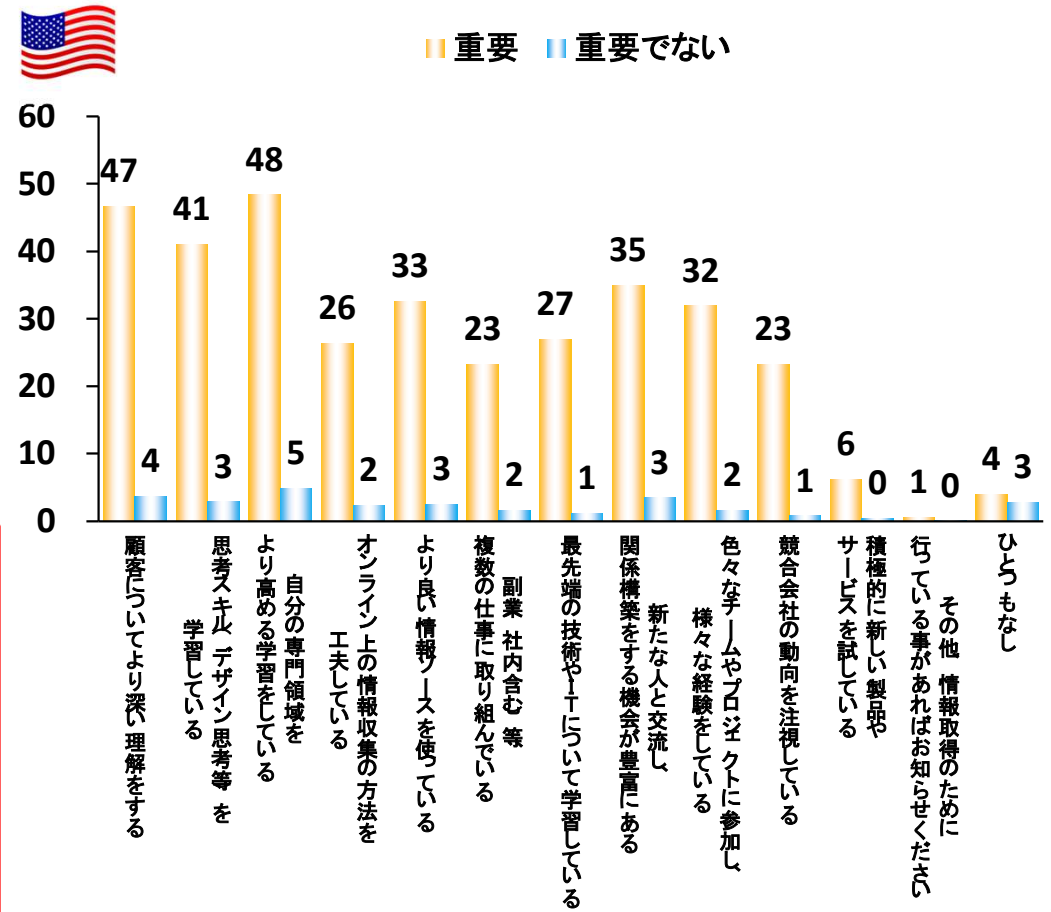
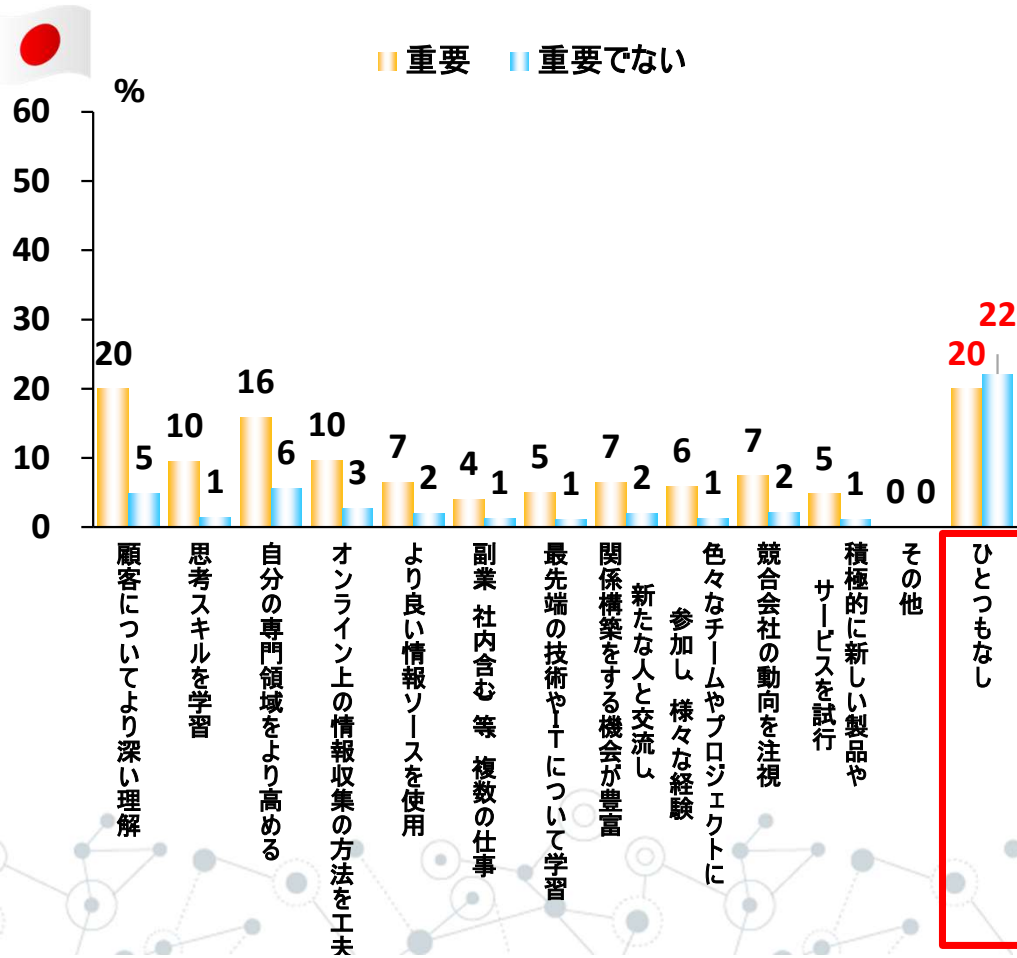


自身の創造性がとても重要とっており、会社からの奨励・支援も豊富との認識が多い

		会社で創造性が奨励・支援						
		該当数	とても そう思う	そう思う	やや そう思う	あまり そう思わない	そう思わない	まったく そう思わない
創造 自 身 重 要	全体	1200	460	326	212	125	55	22
	とても重要だと思う	597	386	137	39	16	14	5
	重要だと思う	320	53	148	73	33	11	2
	やや重要だと思う	181	14	28	77	47	12	3
	あまり重要だと思わない	64	5	9	19	22	7	2
	重要だと思わない	20	0	3	4	4	7	2
	まったく重要だと思わない	18	2	1	0	3	4	8

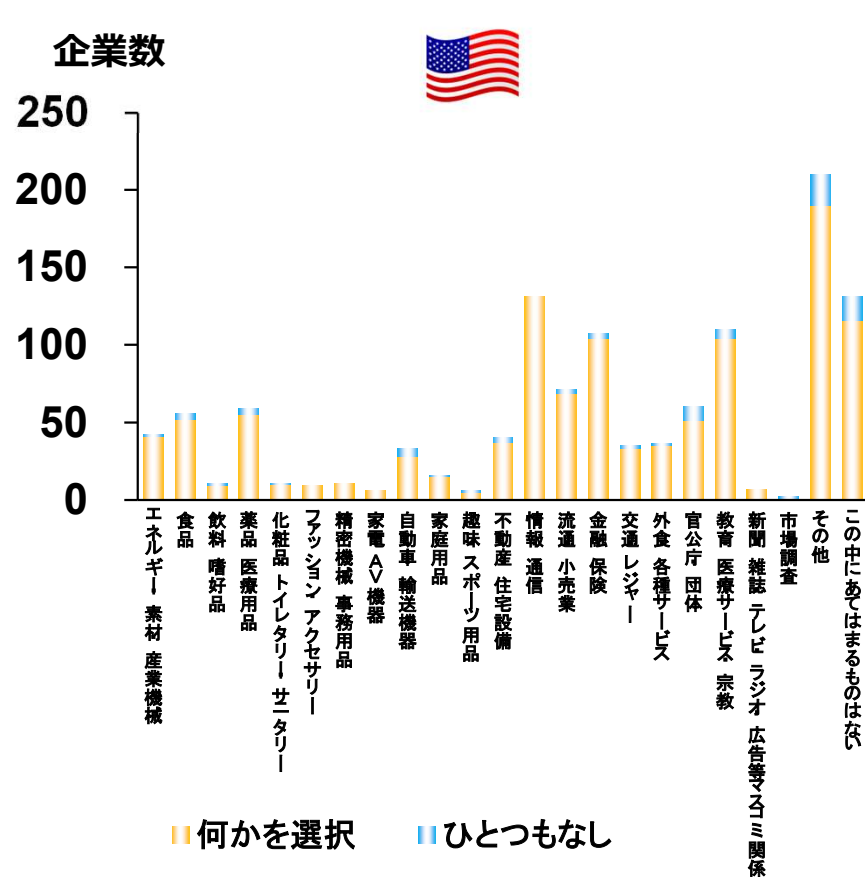
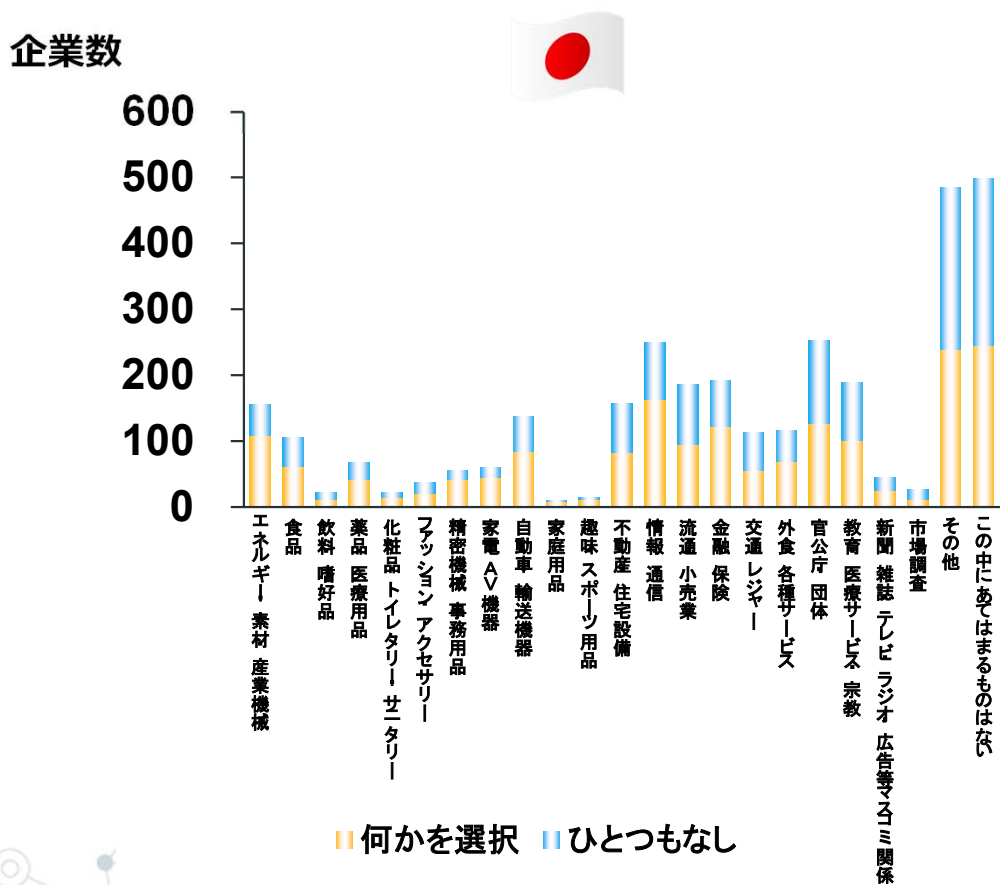
■ 情報収集・学習行動（創造性重視あり・なし別）

日本について、情報収集や学習を意識して行っているのは、創造性が重要と思っているグループの方が多い
ただし、「ひとつもなし」については意識の差はない



■ 会社の制度や取組み「ひとつもなし」（業種別）

- 日本のサンプル数が100以上の業種では、「ひとつもなし」が何かの業種に偏っている傾向はみられなかった（サンプル数が少ない業種は参考値）



■ 企業のアウトプットに対する認識と創造性奨励・支援の認識の関係




会社で創造性が奨励・支援されていると感じておらず、アウトプットも有用と感じていない

		会社で創造性が奨励・支援						
		該当数	とてもそう思う	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	まったくそう思わない
会社で価値を新し く提 供し 優 れ	全体	3200	119	389	935	1120	321	316
	とてもそう思う	86	48	28	4	2	2	2
	そう思う	310	29	132	89	48	9	3
	ややそう思う	932	16	135	458	264	42	17
	あまりそう思わない	1048	12	65	275	570	88	38
	そう思わない	339	3	13	54	137	102	30
	まったくそう思わない	485	11	16	55	99	78	226



会社で創造性が奨励・支援されていると感じ、アウトプットも有用と感じている

		会社で創造性が奨励・支援						
		該当数	とてもそう思う	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	まったくそう思わない
会社で価値を新し く提 供し 優 れ	全体	1200	460	326	212	125	55	22
	とてもそう思う	406	317	51	24	6	7	1
	そう思う	398	109	193	58	24	10	4
	ややそう思う	251	32	72	92	38	14	3
	あまりそう思わない	98	1	9	30	41	14	3
	そう思わない	23	0	1	5	10	5	2
	まったくそう思わない	24	1	0	3	6	5	9



■お問い合わせ先
はたらく人の創造性コンソーシアム事務局
zjc_creativity-consortium@jp.ricoh.com
URL
<https://creativity-consortium.ricoh/>