

プレスリリース
2016年9月21日
株式会社バークレーヴァウチャーズ

バークレーヴァウチャーズ、 30歳未満のミレニアル世代の仕事に対する姿勢を明らかにした 『2016年度 Edenred-Ipsos Barometer 調査』を発表

仏 Edenred (エデンレッド) の100%子会社で、福利厚生ソリューション「チケットレストラン (Ticket Restaurant®)」の発行代行サービスを提供する株式会社バークレーヴァウチャーズ(所在地:東京都千代田区、代表取締役:ローラン・ガシエ、以下 バークレーヴァウチャーズ)はこのたび、ミレニアル世代を中心に仕事に対する姿勢に関する「2016年度 Edenred-Ipsos Barometer 調査」の結果を発表しました。ミレニアル世代は“デジタルネイティブ”または“ジェネレーション Y”とも呼ばれていますが、今回の調査では、ミレニアル世代を30歳未満、または1986年以降に生まれた従業員として定義し、15か国14,400人の従業員(30歳未満の従業員3,500人を含む)を対象に実施いたしました。

ミレニアル世代は通常、階層型の組織構造を嫌い、金銭的な報酬を仕事の唯一のモチベーションとは考えず、しかし仕事に達成感を求める従業員と評されています。一般的には、上の世代の同時期に比べて顕示欲が高く、束縛が難しい世代だと言われています。しかしながら、今回の調査結果では、ミレニアル世代の若い従業員の行動および期待は、一般的な見方に反して、従来の世代とほとんど変わらないことが分かりました。仕事に対するモチベーションは上の世代よりも高く、彼らの理想とする会社像は、先輩世代のものとはほとんど変わりません。会社にとっての課題は、この世代を他の世代と区別して扱うことではなく、デジタル化、フラットな組織構造、マルチタスク志向が進む環境において、各国の独自性を考慮しながら、会社を率いる策を一から考え直すことです。

<調査概要>

- 日本を含む15カ国^{*1}、30歳未満の3,500人以上の従業員を対象に調査
- 仕事へのモチベーションが高まっていると答えた回答者は、ミレニアル世代の26%に対し、30歳以上の世代では15%(世界平均値)。国による違い(フランス12%、日本18%、ドイツ・イギリス19%、アメリカ26%、ブラジル30%、中国32%、インド58%)はあるものの、この世代間の差は10年前の調査結果^{*2}と同じ
- 30歳未満の57%(日本47%)が、理想的な会社について、報酬の評価基準として仕事の貢献度を第一に考える会社と回答
- 経営者に期待する素質として59%のミレニアル世代が挙げたのは、自身の仕事を尊重してくれる能力。日本でも42%とこの項目が最も高い

■ジェネレーション Y はそれほど特異ではない

仕事へのモチベーションが高まっていると答えた回答者が、ミレニアル世代の26%に対し、30歳以上の従業員では15%であったことから、ジェネレーション Y の仕事への忠誠心がその上の世代より高いことを示しています。また、この世代の従業員は、社内における出世に対する自信があり(26%が「非常に自信がある」と回答)、上の世代(18%)を上回っています。しかし、一般的なミレニアル世代への評価に反して、10年前でも、若い従業員は、その上の世代より仕事に対して貪欲でした(当時の調査で27%対19%)^{*2}。

次に、経営者との関係について、ミレニアル世代には違いがあるのでしょうか？ 職場でのウェルビーイングに関する『Edenred-Ipsos Barometer 調査』の対象となった従業員の「経営者に期待する素質」についての回答は、世代間であまり変わりがない結果となりました。「誠実さ」（ミレニアル世代、他の世代ともに 62%）、「公平さ」（ミレニアル世代 61% 対他の世代 62%）、「仕事を尊重する能力」（59% 対 58%）が経営者に求める素質として、上位に挙げられています。

また、ミレニアル世代は、30 歳以上の世代に比べて、経営陣からの配慮を強く感じている（35% 対 28%）ことも注目に値します。

では、**ミレニアル世代は雇用者に何を期待しているのでしょうか？** この点について、個人および専門能力の開発が上位を占め、他の世代の従業員と同様の結果となっています。**理想的な会社**については、どの世代も、献身的な働きが認められること、能力を開発できることを主に望んでいるようです。実際、仕事の**貢献度に対する報酬**（ミレニアル世代 57%、他の世代 62%）が第 1 位、次に**自己開発の機会**（それぞれ 38% と 34%）が挙がっています。快適な職場環境が重要だとする割合は、仕事の貢献度への評価を求める割合の半分で、よりフラットな組織構造を求める割合は最下位でした。

会社が直面している主な課題として 30 歳未満の世代が挙げたのは、**人材管理**（忠誠心：32%、雇用：29%）、**人間的側面への配慮**（ライフバランス：28%、社会環境問題への対応：27%）、または**チェンジマネジメント**（27%）であり、これらの割合は上の世代とほぼ同じでした。また、世代間のマネジメントは 15% と最下位で、**ミレニアル世代への特別な対応**は優先事項として挙げられてはいません。

ミレニアル世代は 30 歳以上の世代に比べて、**より私生活を重要視する傾向がある**という評価も、誤った認識のようです。確かに、調査対象のミレニアル世代は、ワークライフバランスを主な関心事（28%）の 1 つに挙げていますが、それは上の世代でも 29% とほぼ同じ割合の関心事でした。ただ、新しいテクノロジーと“インターネットへの常時接続”に関連する課題について、上の世代と比較してより重視していることがわかりました。

■日本と各国で見られた意識の違い

結果として、ミレニアル世代は、その上の世代と大きい違いはありませんでした。国による文化的な違いはいくつかありましたが、一部の条件に限定されています。今回の調査は、初めて日本の従業員も対象に実施され、その中でいくつかの世界との違いが見られました。

例えば、世代を問わず、日本の従業員が持つ仕事に対する感情は世界との違いが見られ、日本では世界と比較して「熱意」、「喜び」の感情が低く（ミレニアル世代で日本がそれぞれ 7%、5% に対して世界では 18%、25%）、より「義務」を感じている（日本 15%、世界 5%）ことがわかりました（図 1 参照）。

また、会社に対して誇りを持っているかどうかについて、日本の従業員の回答は世界に比べて、肯定の割合が低い回答となり、世界で 75% のミレニアル世代が誇りを持っていると回答したのに対して日本では 46% という結果でした。（図 2 参照）。

理想的な会社として求めるものは、世代に関係なく世界でも「仕事の貢献度に対する報酬」が一番に挙がりましたが、日本のミレニアル世代が 2 番目に挙げたのは「職場での働き方に対する柔軟性」であり、上の世代との違いが最も大きく見られただけでなく（ミレニアル世代

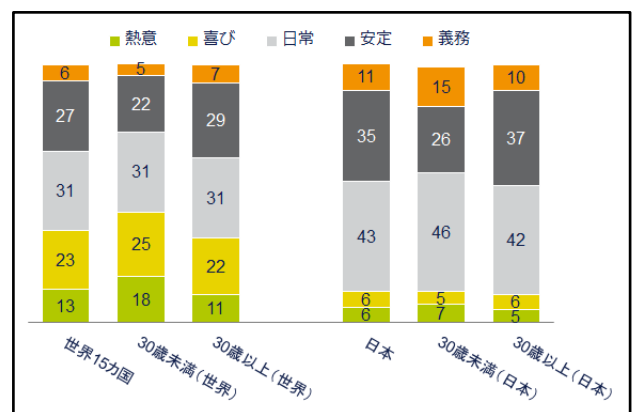


図 1: 仕事に対する感情について世界と日本の回答

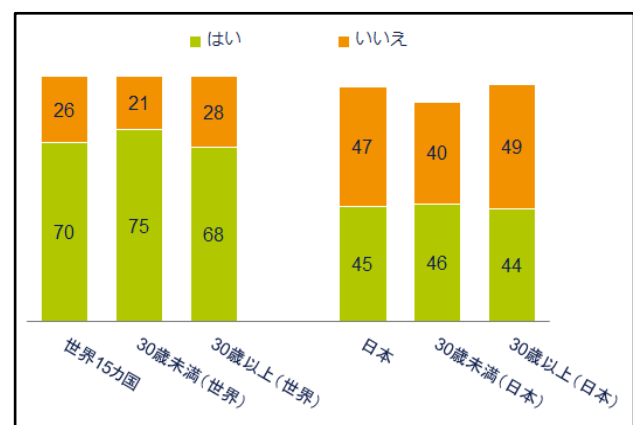


図 2: 会社に対して誇りをもっているかについての世界と日本の回答

41%、他の世代 29%)、世界との違い (ミレニアル世代の世界平均 29%) も見られ、働く環境に対する柔軟性をより重視していることがわかりました。

■デジタル世界における管理能力の向上が今後の課題に

ミレニアル世代は、幼少期からのデジタル体験により、その行動が形成されていると考えられますが、仕事との関係において、上の世代と根本的な違いを生み出すまでには至っていないようです。

自己開発の機会および従業員への配慮は、30歳未満あるいはそれ以上を問わず、従業員が期待する項目です。同様に、**人材管理、従業員への配慮、およびチェンジマネジメントは、将来的に会社が直面する主な課題として世代を問わず従業員が掲げた項目であり、**これらは、ダイバーシティ、世代間関係、デジタル化といった課題よりも、上位に挙げられています。

日常生活においてデジタル技術の役割がますます重要になっている世の中で、従業員の期待に応える企業の能力が、大きな課題として存在しています。

「福利厚生 の 専 門 家 として、Edenred は、職場のウェルビーイングを常に注視しています。そして人材の確保と維持を必要とする企業に、さまざまなツールとソリューションを提供します。『Edenred-Ipsos Barometer 調査』では、世代間のギャップを超え、従業員が主に期待していることは、能力開発の支援と献身的な働きに対する認識であり、またその割合は国により大きく異なることがわかりました。ますますデジタル化が進む環境では、管理方法を順応させることが会社の規模を問わず、重要な課題になっています。」と、Edenred の人事担当および CSR 担当バイスプレジデントである Jeanne Renard は説明しています。

「仮想化、フラットな組織構造、マルチタスク志向が進み、変化を続ける世界において、世代を問わず従業員から献身的性の高い働きが得られる体制を作り出すには、管理者のリーダーシップ能力を育成することが重要です。」と、IPSOS LEAD の社長である Antoine Solom は述べています。

- *1) 日本、ベルギー、ブラジル、チリ、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、メキシコ、ポーランド、スペイン、トルコ、イギリスおよびアメリカ
- *2) 「Ipsos RED[®]2006 Survey」の調査結果より

EDENRED-IPPOS BAROMETER

Edenred-Ipsos Barometer 調査について :

福利厚生市場のワールドリーダーである Edenred は、50 年以上前から社会動向を知るための多様なツールの開発に取り組んでいます。2016 年 1 月、同社は第 11 回「Edenred-Ipsos Barometer」をベルギー、フランス、ドイツ、イタリア、ポーランド、スペイン、トルコ、英国のほか、本調査から初めて、日本、ブラジル、チリ、中国、インド、メキシコ、およびアメリカの 15 カ国において、合計 14,400 人の従業員を対象に実施されました。今回の Barometer 調査の一環として、18 歳から 30 歳のミレニアル世代の 3,500 人に調査が行われました。

イプソス (Ipsos) について

1975 年創業。イプソスはリサーチのプロフェッショナルが経営する世界第 3 位のグローバル市場調査会社です。世界 87 カ国の拠点では、16,000 人以上のスタッフが、5,000 を越えるクライアントにサービスを提供しています。年間の実施インタビュー数は 4,700 万件以上、そのうちオンラインインタビューは 2,000 万件以上に上ります。GreenBook Research Industry Trend Survey では、最もイノベティブなリサーチ会社の第 2 位に選ばれました。Ipsos in Japan ホームページ : <http://www.ipsos.jp/>

パークレーヴァウチャーズ (Edenred Japan) について

株式会社パークレーヴァウチャーズは、食事券『チケットレストラン (Ticket Restaurant[®])』を開発した、エデンレッド (Edenred) の 100% 子会社です。エデンレッドは、従業員の生活の向上と組織の効率化の実現を支援する企業向け サービス、設計、管理を提供する世界リーディングカンパニーです。

NYSE ユーロネクスト・パリ証券取引所に上場しており、6,300 人以上の従業員を有し、日本を含む世界 42 カ国で事業を展開しています。現在、約 66 万社の企業・公共団体における 4,100 万人の利用者が、140 万店の加盟店を利用

しています。2015 年度グループ納品額は 183 億ユーロです。

日本では、子会社の株式会社パークレーヴァウチャーズを通じて、福利厚生用食事券のパイオニア・市場リーダーとしてサービスを提供しています。

なお、Ticket Restaurant®、およびその他 Edenred 商品とサービスにおける商品名は、すべて Edenred 社の商標登録です。

- URL: <http://www.edenred.jp>
- チケットレストランサイト: <http://www.ticketrestaurant.jp>
- 公式 facebook アカウント: www.facebook.com/TicketRestaurantJapan
- 公式 Twitter アカウント: @Ticket_RestJP

【本件に関する報道関係者のお問合せ先】

株式会社パークレーヴァウチャーズ
マーケティング&コミュニケーション部
TEL: 03-3233-8121 Email: erjp-pr@edenred.com

ホフマン ジャパン株式会社
パークレーヴァウチャーズ広報担当
TEL: 03-5159-5750 Email: TicketRestaurant@hoffman.com