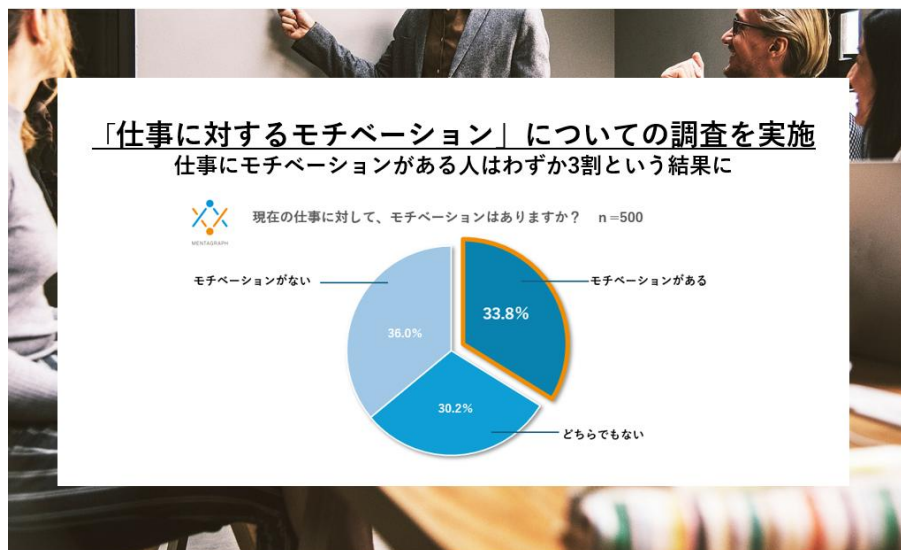


報道関係者各位

2025 年 7 月 7 日

## 仕事にモチベーションがある人はわずか 3 割という結果に 世代別「仕事に対するモチベーション」についての調査を実施 Z 世代は、「給与」と「やりたいこと」で価値観が二極化

MENTAGRAPH 株式会社（本社：東京都中央区、JT 100% 連結子会社）は、全国の 20 歳～65 歳のビジネスパーソン 500 名を対象に、仕事に対するモチベーションややりがいについての実態調査を実施しました。調査結果からは、モチベーションがある人となない人の、仕事において重視する要素の違いや、仕事の「楽しさ」「やりがい」との関連性が明らかになりました。



### 調査サマリー

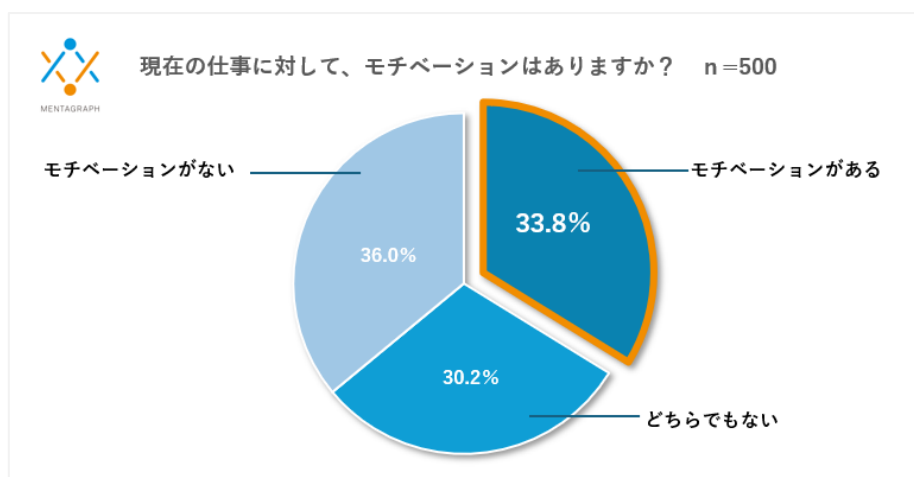
- ・ 半数以上が「給与はモチベーション向上に直結」と回答。「給与」はすべての世代で仕事のモチベーションを高める要因に。
- ・ 仕事へのモチベーションがない人ほど「給与」に目が向きやすく、モチベーションがある人ほど「やりがい」や「自己成長」を重視する傾向あり。
- ・ 20 代の仕事選びは、「やりたい仕事内容でないとやりたくない」層と、「やりたい仕事内容ではなくても、給与さえもらえればよい」層で二極化

## モチベーションを持って働く人はわずか3割！

### モチベーションが低い人ほど、「給与」を重視する傾向が明らかに。

現在の仕事に対するモチベーションについての質問では、「モチベーションがある」と回答した人が33.8%にとどまる結果になりました。

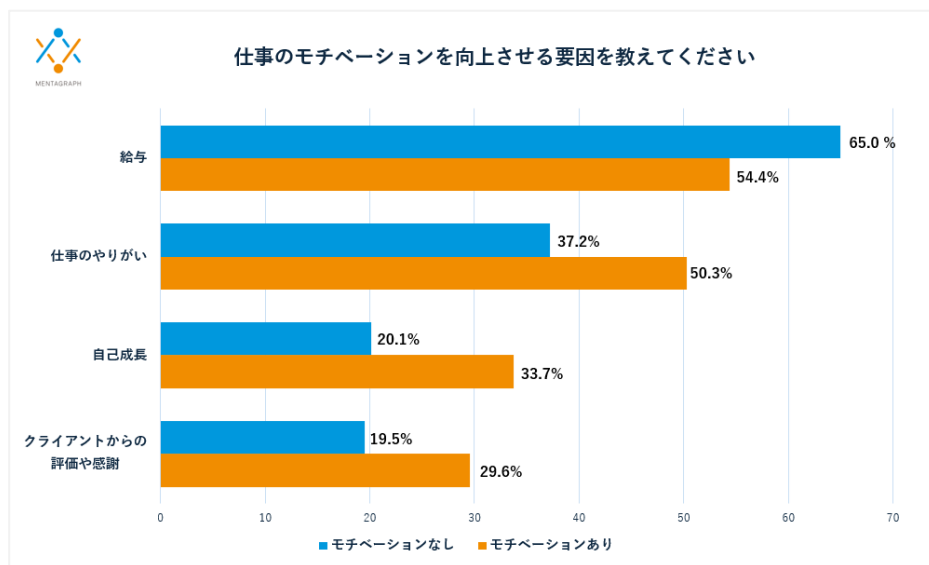
モチベーションを向上させる要因についての調査によると、向上要因として最も多く挙げられたのは「給与」（54.2%）となりました。給与をモチベーションの要因とする割合は、どの世代においても高く、世代を問わず重要視される結果となりました。（20-25歳で45.0%、26-32歳で63.0%、33-39歳で55%、40-46歳56%、47-65歳で58.0%）



「給与」に続いて、モチベーションを向上させる要因としては「評価（出世・昇進など）」が38.6%、「仕事のやりがい」が38.0%と、「給与」がいかに多くの人のモチベーションにつながっているかが分かります。

さらに、モチベーションがある人となない人における、モチベーション向上要因の違いを見てみると、モチベーションが高い人の特徴として、「仕事のやりがい」（モチベーションあり：50.3%・モチベーションなし：37.2%）、「クライアントやお客さんからの評価や感謝」（モチベーションあり：29.6%・モチベーションなし：19.5%）、「自己成長」（モチベーションあり：33.7%・モチベーションなし：20.1%）などの内的価値をモチベーションの源泉とする傾向があることが分かりました。

一方で、モチベーションがない人は「給与」を挙げる割合が高い（モチベーションあり：54.4%・モチベーションなし：65.0%）結果となりました。



### 仕事の「楽しさ」「やりがい」「モチベーション」の相関関係が明らかに。

調査結果からは、「仕事が楽しい」「やりがいを感じる」「やりたい仕事である」という3つの項目に相関関係があることが判明しました。仕事の楽しさとやりがいについては、「現在の仕事を楽しいと感じる」人の85.5%が「やりがいを感じる」と回答し、「仕事を楽しいと感じない」人の84.0%が「やりがいと感じていない」と回答しました。

モチベーションとやりがいについても、「現在の仕事にやりがいを感じている」人の64.3%は「モチベーションがある」と回答し、「やりがいを感じていない」人の82.94%が「モチベーションがない」と回答しました。

上記の結果より、仕事を楽しんでいる人ほど、仕事へのやりがいを感じ、仕事へのモチベーションにつながっていることが推察され、心理的な充実感がモチベーションに直結していることが分かります。



### 現在の仕事は、やりがいを感じますか？

現在の仕事は、  
楽しいと感じますか？

|               | とても<br>そう思う | そう思う   | どちらともい<br>えない | あまりそう思<br>わない | 全くそう思わ<br>ない |
|---------------|-------------|--------|---------------|---------------|--------------|
| とてもそう思<br>う   | 6.40%       | 1.80%  | 0.40%         | 0.20%         | 0.00%        |
| そう思う          | 4.20%       | 23.20% | 4.60%         | 0.60%         | 0.00%        |
| どちらともい<br>えない | 0.20%       | 6.60%  | 22.20%        | 0.60%         | 0.20%        |
| あまりそう思<br>わない | 0.00%       | 1.00%  | 2.60%         | 9.40%         | 1.00%        |
| 全くそう思わ<br>ない  | 0.00%       | 0.40%  | 0.60%         | 0.80%         | 13.00%       |



### 現在の仕事に対するモチベーションはありますか？

現在の仕事は、  
やりがいを感じますか？

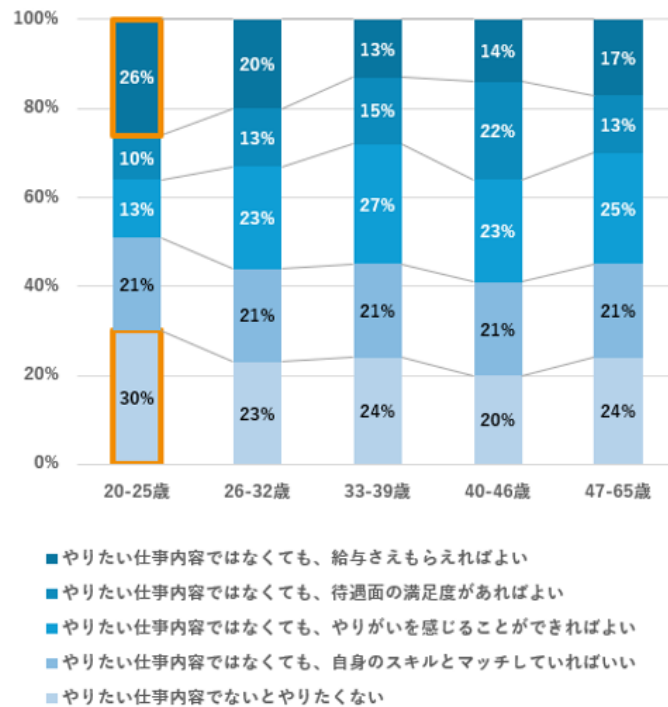
|               | とても<br>モチベーショ<br>ンがある | モチベーショ<br>ンがある | どちらでもな<br>い | モチベーショ<br>ンがない | 全くモチベー<br>ションがない |
|---------------|-----------------------|----------------|-------------|----------------|------------------|
| とてもそう思<br>う   | 3.00%                 | 4.20%          | 1.40%       | 1.60%          | 0.60%            |
| そう思う          | 1.20%                 | 19.80%         | 6.80%       | 4.20%          | 1.00%            |
| どちらともい<br>えない | 1.40%                 | 2.80%          | 19.00%      | 5.20%          | 2.00%            |
| あまりそう思<br>わない | 0.00%                 | 0.80%          | 2.20%       | 6.20%          | 2.40%            |
| 全くそう思わ<br>ない  | 0.20%                 | 0.40%          | 0.80%       | 3.20%          | 9.60%            |

## Z世代は「やりたいこと」vs「給与」で価値観が二極化

仕事選びのスタンスに関する調査結果によると、20～25歳では、「やりたい仕事内容でないとやりたくない」：30.0%、「やりたい仕事でなくても、給与さえもらえればよい」：26.0%と、理想追求型と割り切り型に分かれる傾向が見られました。一方、26歳以降では「やりがいを感じられればよい」という回答がどの世代でも最多となり、現実志向の強まりが見てとれます。



### 職業を選択するうえで、当てはまるものを1つ選択してください



今回の調査では、どの世代でも「給与」がモチベーションの核である一方で、「仕事を楽しいと感じられるか」や「やりがいを感じられるか」に応じて、仕事へのモチベーションを左右することがわかりました。「やりがい」「楽しさ」を価値とする層が仕事への意欲を高めており、企業にとっても単なる待遇ではない内的報酬設計の重要性が問われています。

調査手法：インターネットによるアンケート調査

調査期間：2024年12月5日～12月11日

調査対象者：20～65歳のオフィスで働くビジネスパーソン 500名

## MENTAGRAPH 株式会社について



MENTAGRAPH 株式会社は、働く人の心を可視化し、職場全体の適切な休憩取得を推進と、最適なマネジメントを支援する「Mental Battery サービス」を BtoB 向けに展開する企業です。日本たばこ産業（JT）のコーポレート R&D 組織「D-LAB」から誕生し、「心の豊かさ」を軸にストレスや疲労の見える化を通じた“心のケア改革”を推進しています。

主力プロダクトは、装着型センサー「mentoring」、アプリによる休憩レコメンド、ダッシュボードによる組織全体のストレス状態の管理などで構成される「Mental Battery」サービスこれにより、従業員の疲労やストレスをリアルタイムで数値化し、適切な休憩タイミングを可視化。管理職・人事は組織的なケアに活用可能です。

従来のストレスチェックでは補えなかった“継続的かつ高精度な計測”を実現し、従業員満足度・業務効率・チームパフォーマンスの向上へとつなげます。企業文化として「休憩をとること」が自然となる社会の実現を目指しています。