

2024年7月2日

電通、「企業変革のための企業文化に関する従業員意識調査」を実施

—約7割が企業変革に「企業文化」は重要と実感—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）は、企業変革に取り組んでいる企業（従業員数51人以上）に勤務する全国20～59歳の800人を対象に、「企業変革のための企業文化に関する従業員意識調査」（以下「本調査」、調査期間：2024年4月25日～4月30日）を実施しました。近年、さまざまな企業が自社の変革に取り組んでおり、その際に企業文化が重要視されています。本調査は、自社が取り組む企業変革を従業員がどのように受け止めているかや、企業変革と企業文化の関係性などを明らかにすることで、企業の変革に貢献することを目的としています。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。

【主なファインディングス】

- ①企業変革の推進において「企業文化」は重要である、と感じる従業員は全体の約7割（68.8%）。
- ②所属する企業で働いていることに誇りを持っている層は、誇りを持っていない／どちらとも言えない層より、企業変革に対する共感、期待、成果の実感が強い。
- ③企業変革の成果に実感が持てる層の78.7%が、実感できる理由として「企業文化」の影響があると考え一方、実感が持てない層の65.8%も同様の回答をしており、「企業文化」が変革の成果の実感に好影響・悪影響をもたらす結果に。
- ④勤務先で企業変革に取り組む理由として最も多かったのは「時代の変化に合わせて変革したいから」（47.8%）で、「DXを推進することになったから」（30.9%）が続く。
- ⑤企業変革の推進に必要なことの上位3項目は「正当に評価されていると感じる」（36.1%）、「成果に見合った報酬は得られている」（35.4%）、「目指すべき姿がはっきりしている」（34.8%）。
- ⑥「自社に当てはまる企業文化」よりも「企業変革を推進するために必要だと思うこと」の割合が高い上位5項目は、「正当に評価されていると感じる」「目指すべき姿がはっきりしている」「成果に見合った報酬は得られている」「変革を行う人が報われる」「従業員が変革に対して積極的である」。

注）本調査における構成比（%）は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

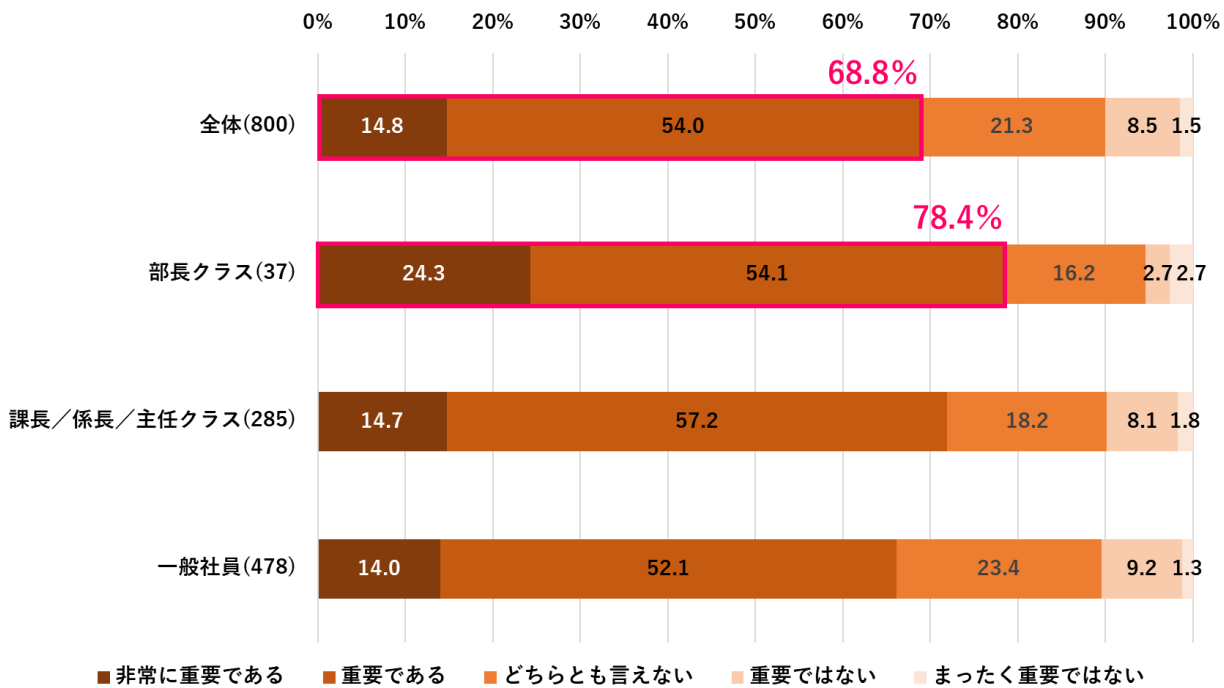
【各ファインディングスの詳細】

①企業変革の推進において「企業文化」は重要である、と感じる従業員は全体の約7割（68.8%）。

- 企業変革の推進において、「企業文化」は重要であると感じる従業員（「非常に重要である」「重要である」の合計）は全体の約7割（68.8%）。役職別では、部長クラスが78.4%と最も高い。【図表1】

【図表1】

Q. 企業変革の推進において、「企業文化」は重要であると感じますか。



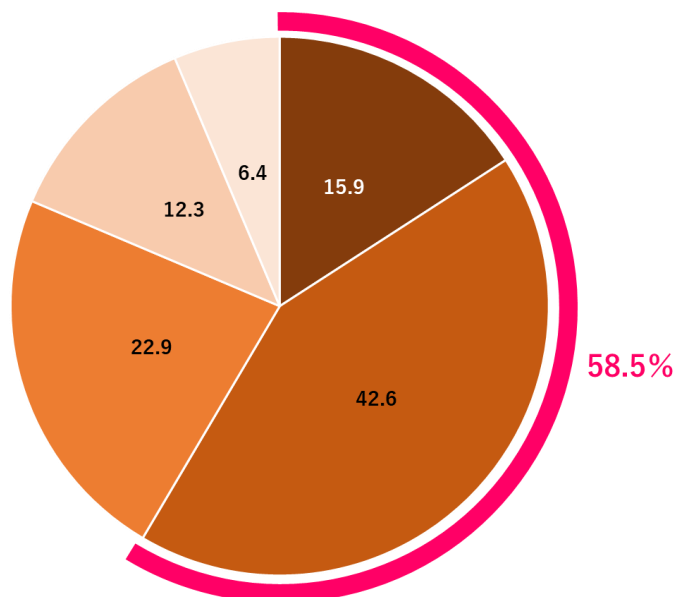
②所属する企業で働いていることに誇りを持っている層は、誇りを持っていない／どちらとも言えない層より、企業変革に対する共感、期待、成果の実感が強い。

- 所属する企業で働いていることに誇りを持っている従業員（「非常に当てはまる」「やや当てはまる」の合計）は、全体の約6割（58.5%）。【図表2】
- 企業変革について共感している従業員（「とてもそう思う」「そう思う」の合計）は、所属する企業で働いていることに誇りを持っている層が、誇りを持っていない／どちらとも言えない層より49.8ポイント高い。【図表3】
- 企業変革について期待している従業員（「とてもそう思う」「そう思う」の合計）は、所属する企業で働いていることに誇りを持っている層が、誇りを持っていない／どちらとも言えない層より47.2ポイント高い。【図表4】
- 企業変革について成果を生み出せていると考える従業員（「とてもそう思う」「そう思う」の合計）は、所属する企業で働いていることに誇りを持っている層が、誇りを持っていない／どちらとも言えない層より36.0ポイント高い。【図表5】

【図表2】

Q. 以下の項目について、最もお気持ちに近いものを1つお選びください。

現在所属する企業で働いていることに誇りを持っている



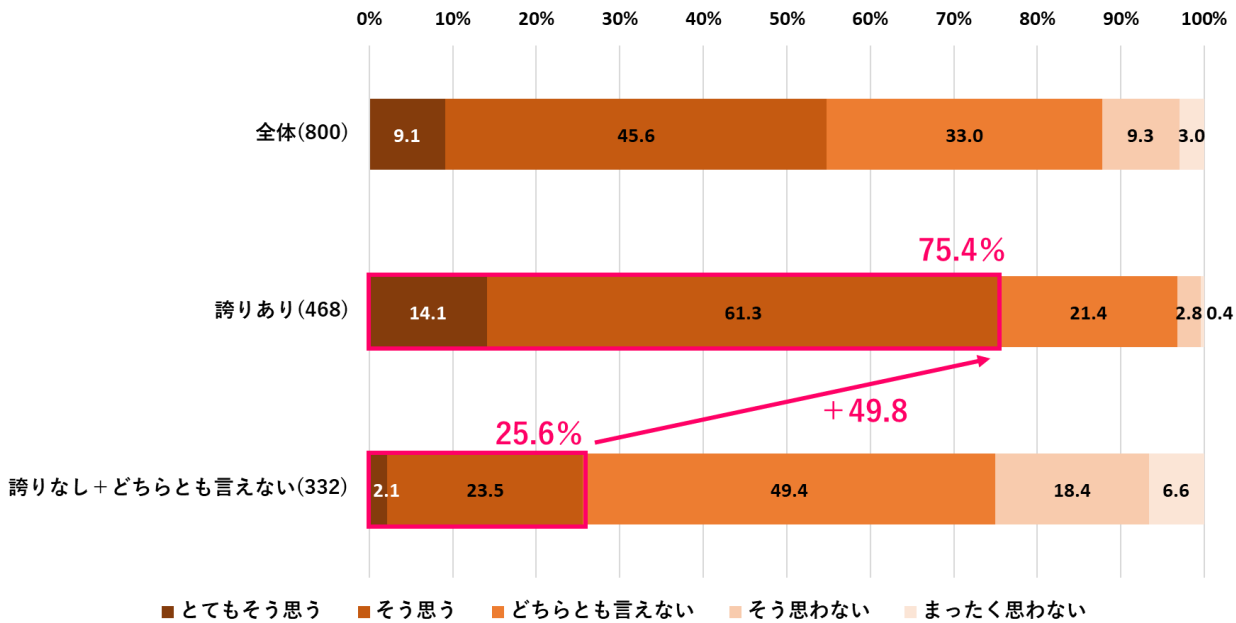
■ 非常に当てはまる ■ やや当てはまる ■ どちらとも言えない ■ あまり当てはまらない ■ まったく当てはまらない

※ n=800 (全体)

【図表3】

Q.あなたの勤務先で取り組んでいる企業変革についてお伺いします。以下の項目について、最もお気持ちに近いものを1つお選びください。

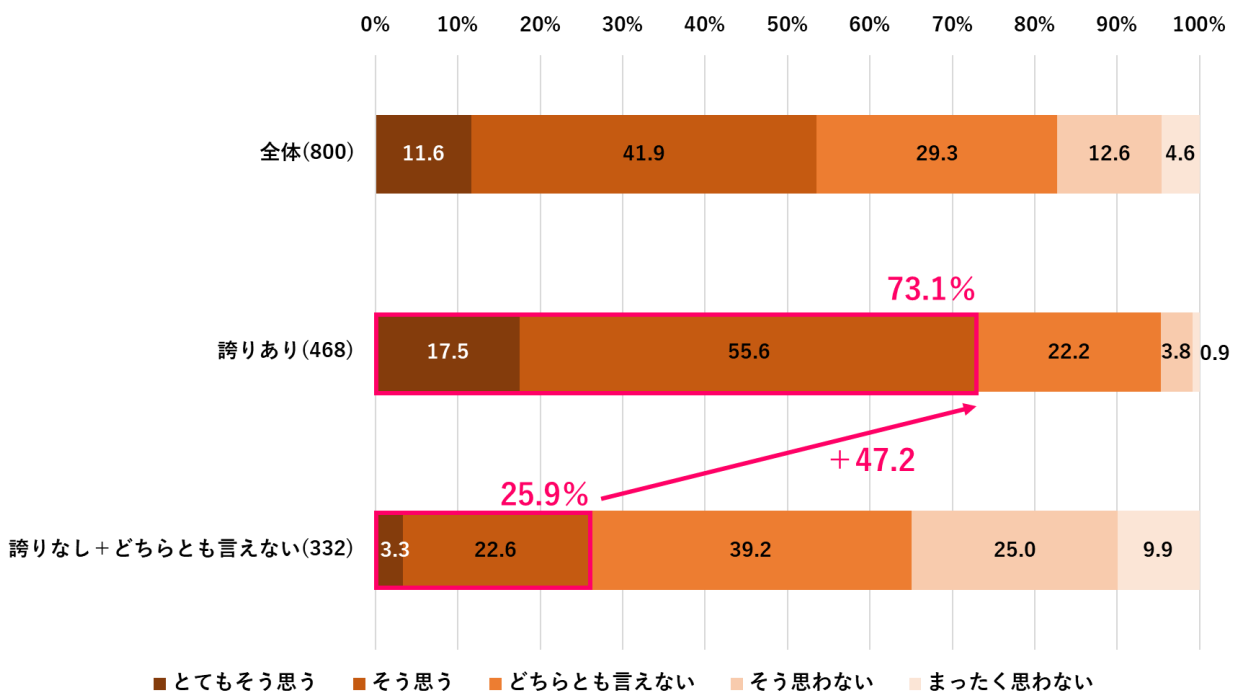
現在所属する企業が取り組んでいる企業変革について共感している



【図表4】

Q.あなたの勤務先で取り組んでいる企業変革についてお伺いします。以下の項目について、最もお気持ちに近いものを1つお選びください。

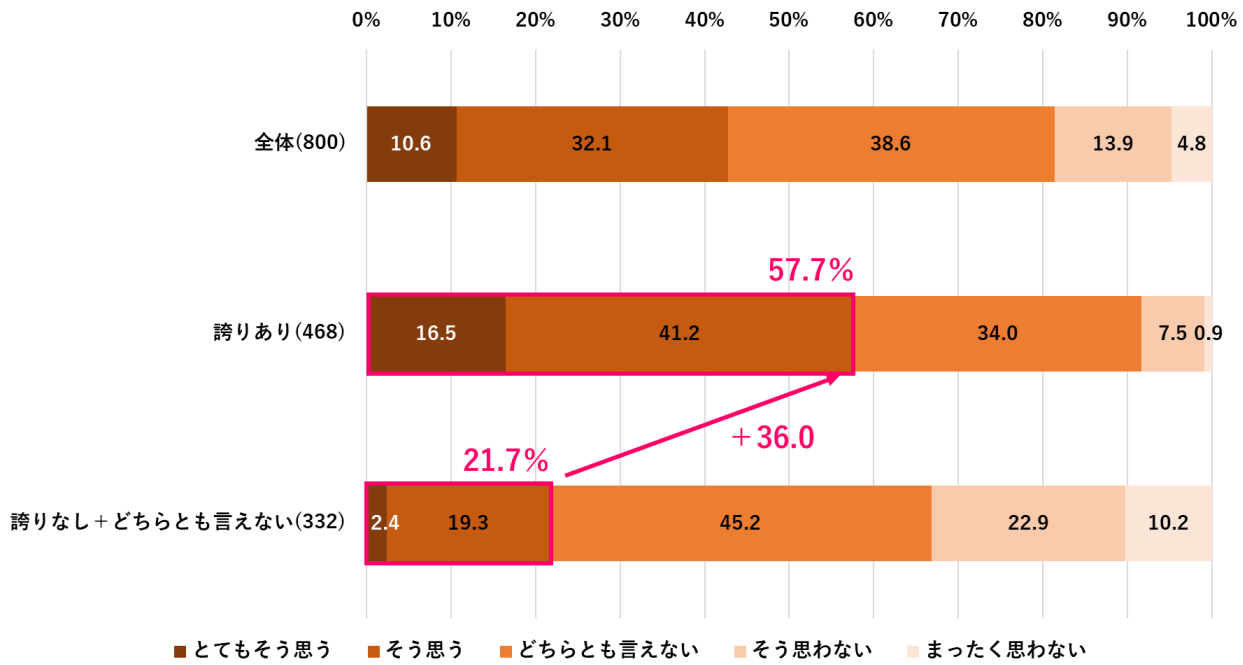
現在所属する企業が取り組んでいる企業変革について期待している



【図表5】

Q.あなたの勤務先で取り組んでいる企業変革についてお伺いします。以下の項目について、最もお気持ちに近いものを1つお選びください。

現在所属する企業が取り組んでいる企業変革は成果を生み出せている

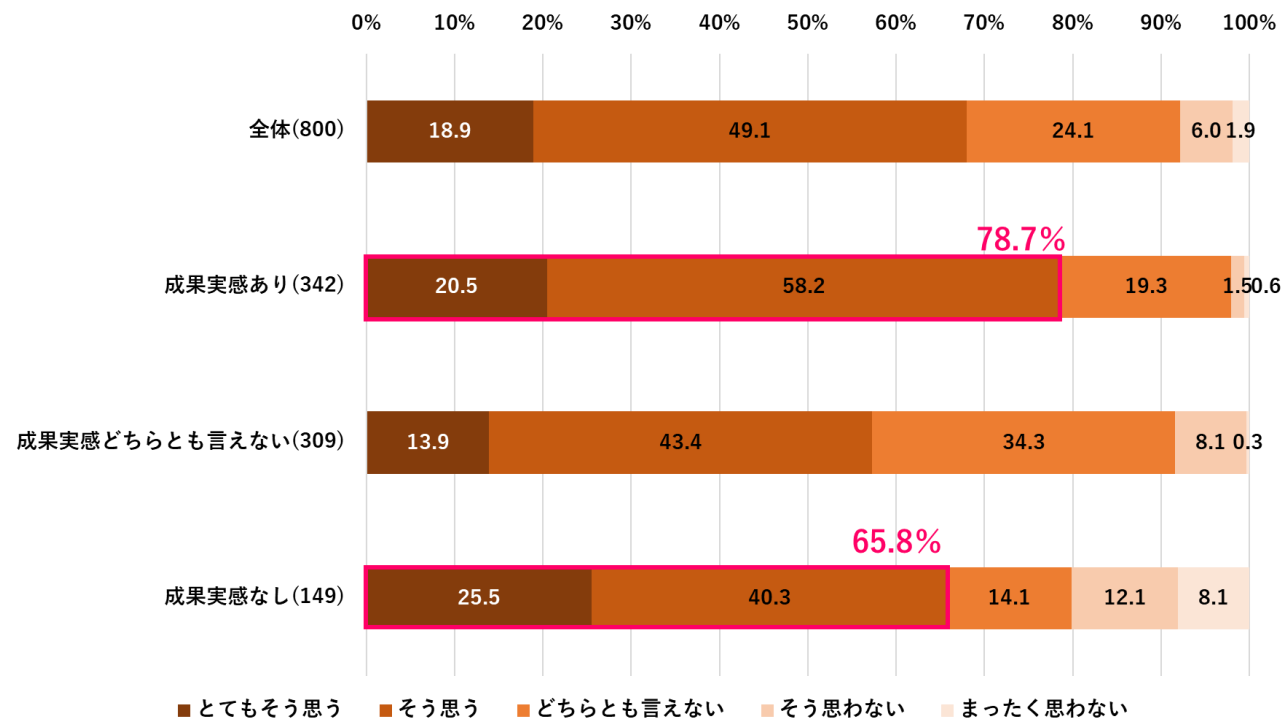


③企業変革の成果に実感が持てる層の78.7%が、実感できる理由として「企業文化」の影響があると考える一方で、実感が持てない層の65.8%も同様の回答をしており、「企業文化」が変革の成果の実感に好影響・悪影響をもたらす結果に。

- 企業変革の成果に実感が持てる層で、実感できる理由として「企業文化」の影響があると考える従業員（「とてもそう思う」「そう思う」の合計）は78.7%。一方で、変革の成果に実感が持てない層で、実感できない理由として「企業文化」の影響があると考える従業員も65.8%となり、「企業文化」が変革の成果の実感に好影響・悪影響をもたらすことが明らかになった。【図表6】

【図表6】

Q.「現在所属する企業が取り組んでいる企業変革は成果を生み出せているか」について、「とてもそう思う」「そう思う」（＝変革の成果に実感が持てる層）、「どちらとも言えない」、「そう思わない」「まったく思わない」（＝変革の成果に実感が持てない層）のいずれかとお答えになりましたが、その理由として「企業文化」が影響していると感じますか。

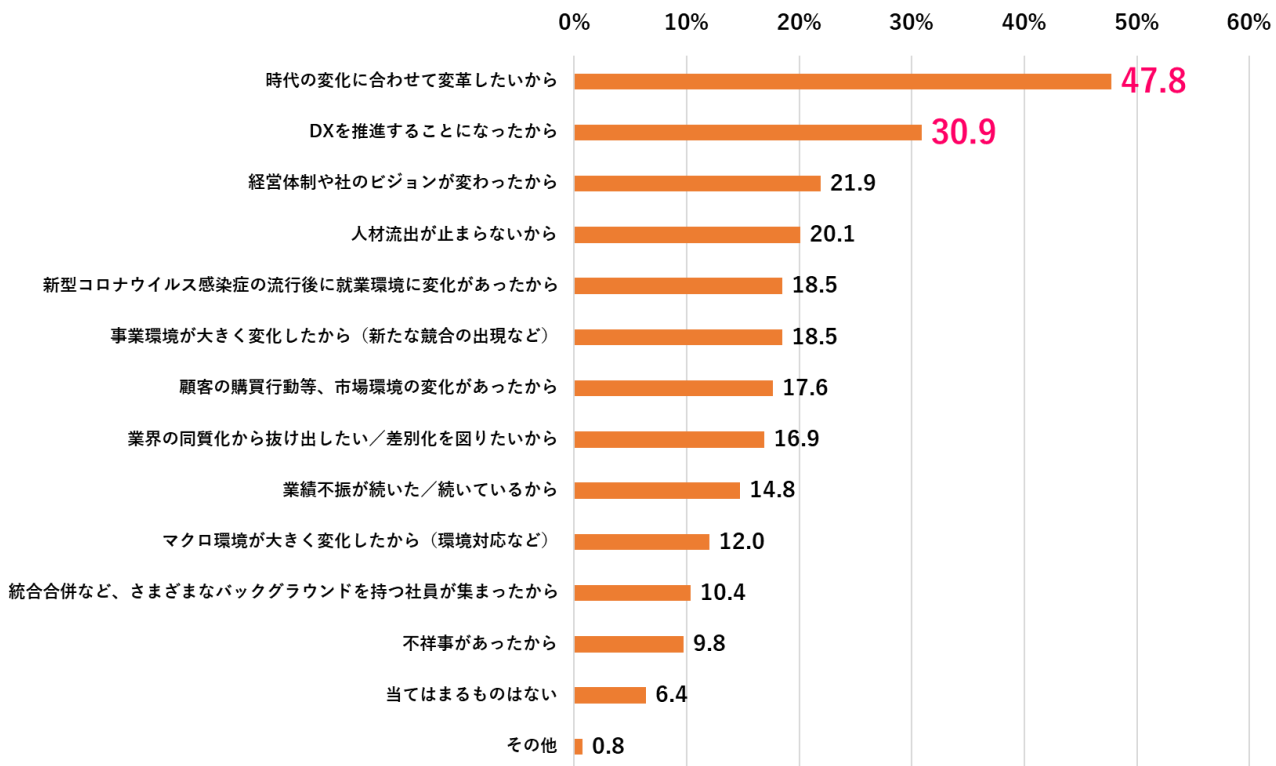


④勤務先で企業変革に取り組む理由として最も多かったのは「時代の変化に合わせて変革したいから」（47.8%）で、「DXを推進することになったから」（30.9%）が続く。

- 勤務先で企業変革に取り組む理由として最も多かったのは「時代の変化に合わせて変革したいから」（47.8%）で、「DXを推進することになったから」（30.9%）が続く。その他、「経営体制や社のビジョンが変わったから」（21.9%）、「人材流出が止まらないから」（20.1%）、「新型コロナウイルス感染症の流行後に就業環境に変化があったから」（18.5%）、「事業環境が大きく変化したから（新たな競合の出現など）」（18.5%）などが上位。【図表7】

【図表7】

Q.あなたの勤務先で企業変革に取り組んでいる理由について、当てはまると思うもの全てをお選びください。



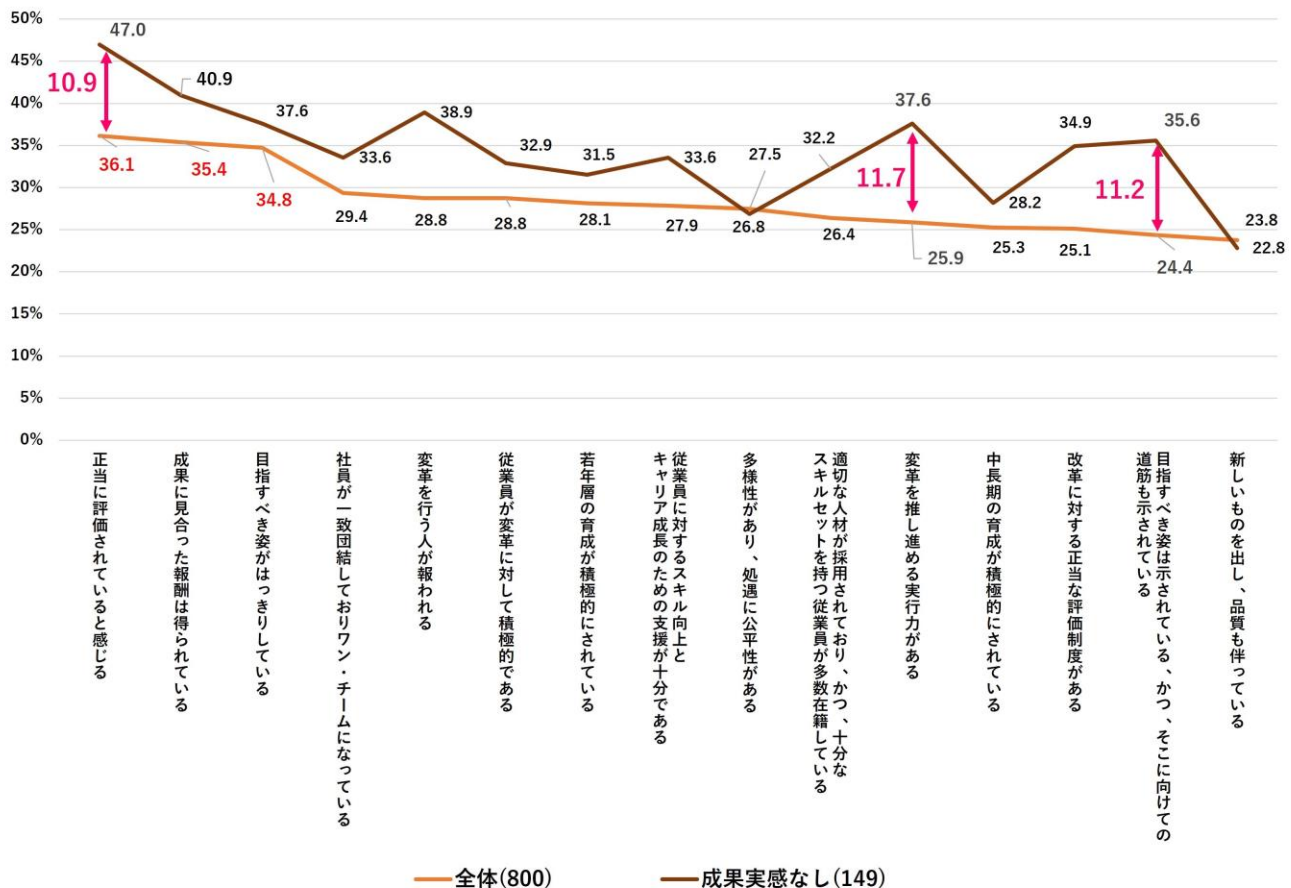
※ n=800（全体）

⑤企業変革の推進に必要なことの上位3項目は「正当に評価されていると感じる」(36.1%)、「成果に見合った報酬は得られている」(35.4%)、「目指すべき姿がはっきりしている」(34.8%)。

- 企業変革を推進するために必要なことは、「正当に評価されていると感じる」(36.1%)、「成果に見合った報酬は得られている」(35.4%)、「目指すべき姿がはっきりしている」(34.8%)などの割合が高い。企業変革の成果に実感が持てない層では、「変革を推し進める実行力がある」(+11.7ポイント)、「目指すべき姿は示されている、かつ、そこに向けての道筋も示されている」(+11.2ポイント)、「正当に評価されていると感じる」(+10.9ポイント)などで、全体との差が大きい。【図表8】

【図表8】

Q. あなたの勤務先において、企業変革を推進するために必要だと思うことを全てお知らせください。



※ 全体の割合が高い上位15項目(全32項目中)を抽出

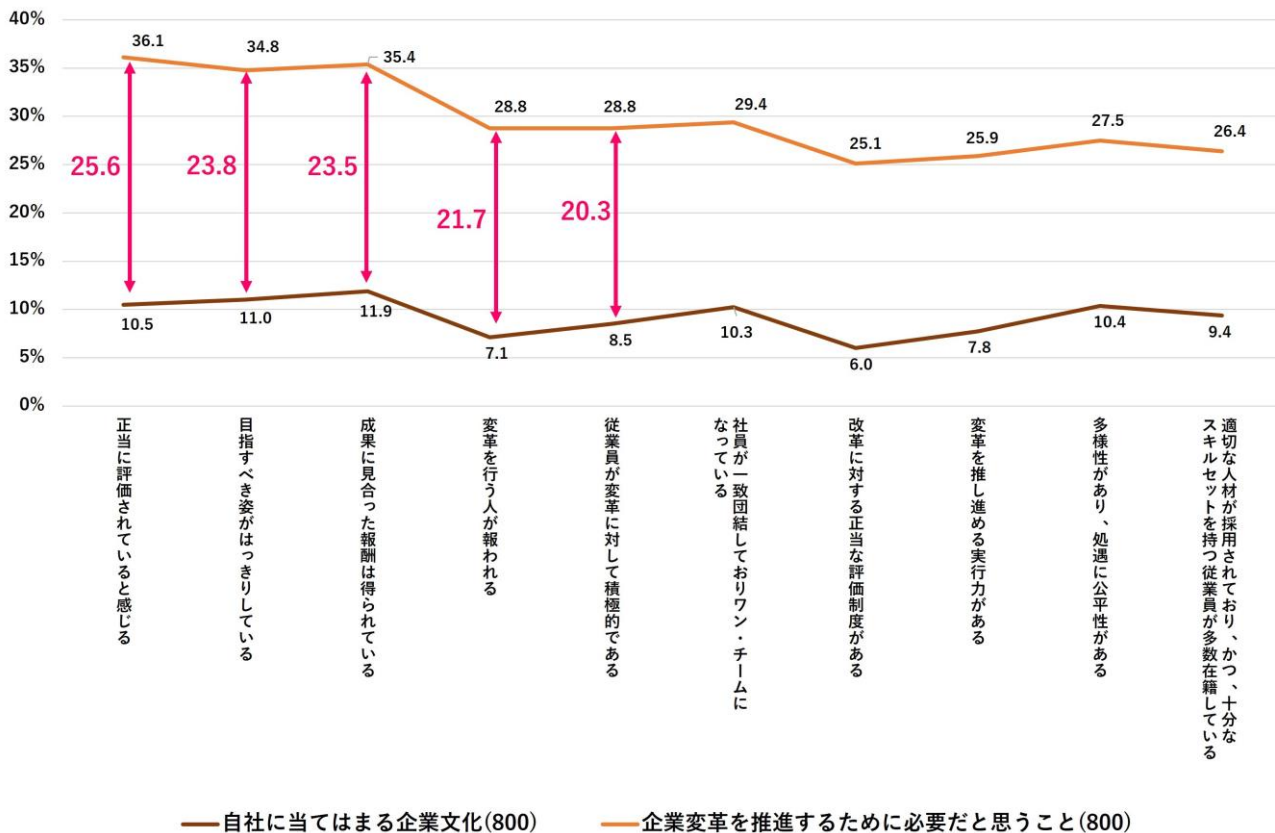
⑥ 「自社に当てはまる企業文化」よりも「企業変革を推進するために必要だと思うこと」の割合が高い上位5項目は、「正當に評価されていると感じる」「目指すべき姿がはっきりしている」「成果に見合った報酬は得られている」「変革を行う人が報われる」「従業員が変革に対して積極的である」。

- 「自社に当てはまる企業文化」よりも、「企業変革を推進するために必要だと思うこと」の割合が高い上位5項目は、「正當に評価されていると感じる」(+25.6ポイント)、「目指すべき姿がはっきりしている」(+23.8ポイント)、「成果に見合った報酬は得られている」(+23.5ポイント)、「変革を行う人が報われる」(+21.7ポイント)、「従業員が変革に対して積極的である」(+20.3ポイント)。【図表9】

【図表9】

Q. あなたの勤務先での「企業文化」について、以下それぞれに当てはまるものを全てお選びください。

Q. あなたの勤務先において、企業変革を推進するために必要だと思うことを全てお知らせください。



※ 差が大きい上位10項目（全32項目で比較）を抽出

【調査概要】

- ・ 目的：自社が取り組む企業変革を従業員がどのように受け止めているかや、企業変革と企業文化^{※1}の関係性などを把握
- ・ 対象エリア：全国
- ・ 対象者条件：20～59歳（企業変革に取り組んでいる^{※2}従業員数51人以上の企業勤務、部長職以下^{※3}）
- ・ サンプル数：800（性別・10歳ごとに均等回収）
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2024年4月25日～4月30日
- ・ 調査機関：株式会社電通マクロミルインサイト

※1：本調査では、企業の歴史、社員の特性、社のビジョンなど、さまざまな背景の下でその会社が持つ意識や振る舞い、習慣、働き方、価値観を「企業文化」と定義

※2：事前調査で実施した「あなたの勤務先は企業変革に取り組んでいますか」の質問に対し「取り組んでいる」と回答

※3：自身の役職が「部長クラス」「課長クラス」「係長／主任クラス」「一般社員」の従業員

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 企業広報部
河南、永野、前橋
Email：koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 第2 ビジネストラנסフォーメーション局
小山、石井、世津
Email：bx-project@dentsu.co.jp