

実践『ペルソナ』通信 (No. 103)

「モチベーション」に関する調査

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学生を対象に、女子大学生の「モチベーション」についてアンケート調査を実施しました。

※実践「ペルソナ」研究会は、実践女子大学人間社会学部における「統計学科（担当：竹内光悦）」のゼミ生を中心に組織され、実践女子大学生が「自分たち自身」の消費活動、ライフスタイル等を研究する研究会です。

はじめに

女子大生が日々輝かしい大学生活を送るために必要なものとして、モチベーションがあげられます。モチベーションの上げ方や頻度などは、十人十色です。そこで今回の調査では、イマドキの女子大学生とモチベーションの関係性について調べていきます。

総括

今回の調査を通して、女子大学生の7割がモチベーションが下がっているときに、意識的にモチベーションを上げようとする傾向にあることがわかりました。また、モチベーションを上げる方法として、内発的報酬よりも外発的報酬に効果がみられました。外発的報酬の中でも、特に食べ物をご褒美として自分に与え、モチベーションを上げている女子大学生が多いことが明らかになりました。そのため、モチベーションを上げるためにかかる平均金額は3,000円未満が約半数を占め、比較的安価であることがわかりました。

Topics

- (1) モチベーションを上げようと意識している人は約7割
- (2) モチベーションが下がっているときに上げようとする人は7割
- (3) モチベーションを上げる頻度は約7割が1-3週間に1回以上
- (4) モチベーションが高く維持できる期間が短い人ほど、モチベーションを上げる頻度が高い
- (5) モチベーションを上げる方法として外発的方法の方が効果を感じている
- (6) モチベーションの程度とモチベーションの上げ方には関連がある
- (7) コロナによってモチベーションを上げる際に使用する価格や上げる頻度が増加した
- (8) モチベーションを上げる際に使用する金額は3,000円未満が約半数を占める
- (9) 女子大生は食べ物をご褒美にすることでモチベーションを上げている

調査担当者

実践『ペルソナ』研究会 亀井栞・西口実侖・村上菜穂

調査概要

- ・調査対象：実践女子大生 1～4 年生
- ・調査方法：Google フォームによるインターネット調査
- ・調査期間：2021 年 11 月 12 日（金）～11 月 19 日（金）
- ・有効回答者数：71 名
- ・回答者の属性：1 年生 36.6（%）、2 年生 2.8（%）、3 年生 56.3（%）、4 年生 4.2（%）

調査結果

（1）モチベーションを上げようと意識している人は約 7 割

女子大学生のモチベーションとの付き合い方として、普段モチベーションを意識的に上げようとしているか質問したところ、「はい」が 69%、「いいえ」が 23.9%、「あげようとしなない」が 7%という結果となりました（図 1）。よって、女子大学生の約 7 割が普段からモチベーションを上げようと意識していることがわかりました。

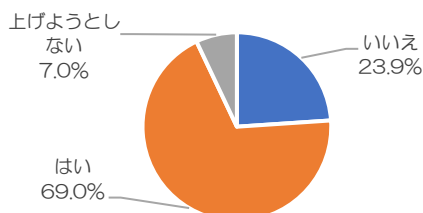


図 1. 普段モチベーションを意識的に上げようとしているか (n=71)

（2）モチベーションが下がっているときに上げようとする人は 7 割

モチベーションをどんなときに上げようと思うかを調査したところ、「モチベーションが下がっているとき（やるべきことがあるのに、やる気がないとき）」と答えた人が 70.4%（50 人）と最も多く、次いで「モチベーションを下げたくないとき（目標達成のために気合を入れたいとき）」が 19.7%（14 人）となりました（図 2）。また、そもそもモチベーションを「上げようとしなない」という人が 9.9%（7 人）いる結果となりました。

このことから、多くの女子大学生はモチベーションが下がっているときにモチベーションを上げようとすることがわかりました。

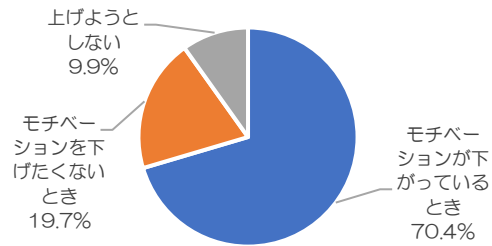


図2. モチベーションを上げようと思うタイミング (n=71)

(3) モチベーションを上げる頻度は約7割が1-3週間に1回以上

モチベーションを上げる頻度を調査したところ、「1週間に1回以上」の人が45.1%、「2-3週間に1回」の人が23.9%となり、次いで「1か月に1回」が14.1%という結果となりました(図3)。「4-5か月に1回」と「それ以下」は1.4%と頻度が減るほど割合が減少することが明らかになりました。このことから、週単位でモチベーションを上げようとしている人が半数以上を占めることがわかりました。

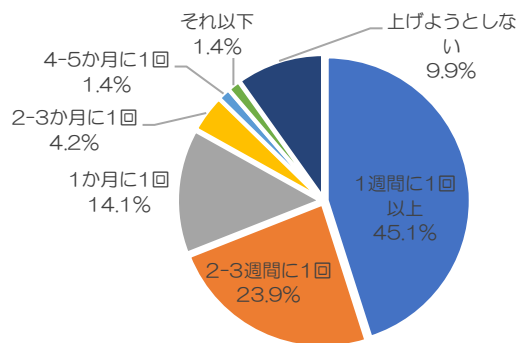


図3. モチベーションを上げようとする頻度 (n=71)

(4) モチベーションが高く維持できる期間が短い人ほど、モチベーションを上げる頻度が高い

モチベーションについて、モチベーションが高く維持できる期間は長いと思うかとモチベーションを上げる頻度をそれぞれ尋ね、クロス集計を行うと以下のような結果となりました(表1)。無作為標本調査としてカイ二乗検定を行ったところ、カイ二乗値 32.989、自由度 20、p 値(有意確率)が 0.033 でした。よって、有意水準 5%で帰無仮説を棄却、つまりモチベーションが高く維持できる期間とモチベーションを上げる頻度には何らかの

関係性があることがわかりました。モチベーションを高く維持できる期間が長い方だと思わない人ほど、積極的にモチベーションを上げるようにしているのではないかと考えられます。

表1. モチベーションが高く維持できる期間の長さ
モチベーションを上げる頻度 (n=71)

	とても思う	思う	どちらでもない	思わない	全く思わない	合計
1週間に1回以上	1	10	2	15	4	32
2-3週間に1回	3	4	1	8	1	17
1か月に1回	1	3	2	3	1	10
2-3か月に1回	0	2	0	1	0	3
4-5か月に1回	0	0	1	0	0	1
その他	0	0	3	1	4	8
合計	5	19	9	28	10	71

(5) モチベーションを上げる方法として外発的な方法の方が効果を感じている

モチベーションを上げる方法に効果をどの程度感じるかを調査したところ、とても感じる項目として「評価、賞賛（感謝される、褒められる等）」、「報酬（ご褒美）を設ける」が55%（39人）と最も多く、次いで「リフレッシュする」が46%、「心に響く本や映像を見る」が37%という結果になりました（図4）。一方で、「嫌なことを書き出す」は3%、「やるべきことを細分化する」は18%にとどまりました。このことから、モチベーションを上げる方法として、自分で行動する方法より、自分以外の外発的な方法の方が効果を感じやすいことがわかりました。

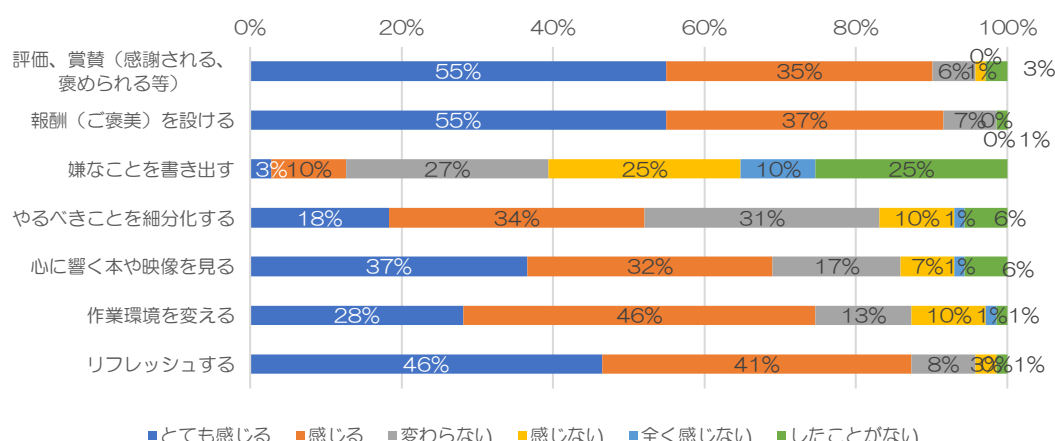
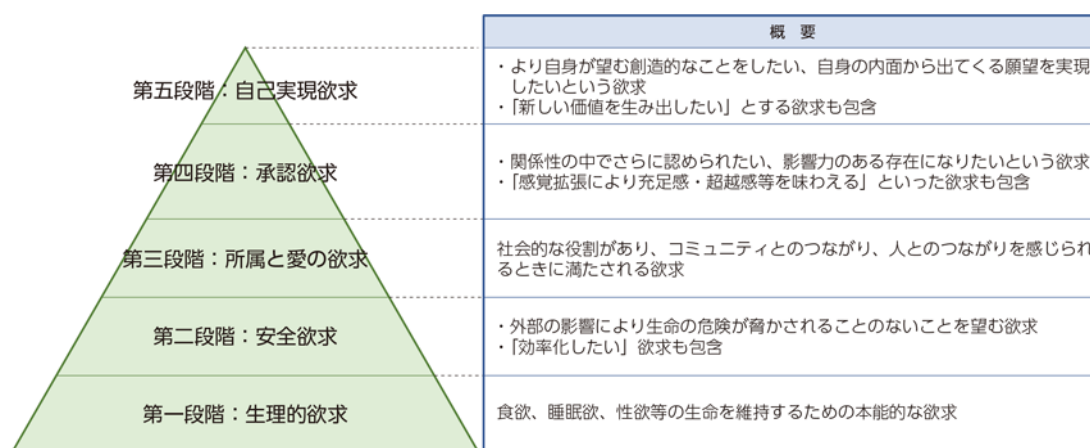


図4. モチベーションを上げる方法の効果 (n=71)

(6) モチベーションの程度とモチベーションの上げ方には関連がある

女子大生はモチベーションの「低下時からあげるとき」と「通常時からあげるとき」でモチベーションの上げ方に変化があるのか調査することにしました。

また、モチベーションの上げ方の選択肢を作成するにあたり、「マズローの五段階欲求」を参考にしました(図5)。マズローの欲求五段階説とは、人間の欲求を「生理的欲求」、「安全欲求」、「社会的欲求」、「承認欲求」、「自己実現欲求」としてピラミッド状に分類し、人間はピラミッド状の階層において低次の欲求が満たされるごとに次の欲求に向かっていくのではないかという説です。



※マズローの欲求5段階をアレンジ

図5. マズローの5段階欲求

出典：総務省（2019）「デジタル化による生活・働き方への影響に関する調査研究」

よって、この説から私たちは「低下時からモチベーションを上げる方法よりも、通常時からモチベーションを上げる方法の方がマズローの5段階欲求において高次の欲求を満たそうとする」という仮説を立て、それぞれの欲求に合わせた選択肢を作成しました。具体的な選択肢として、生理的欲求を「好きなものを食べる」、「寝る」、社会的欲求を「友達と遊ぶ」、「意識の高い人と行動する」、自己実現欲求を「自分磨きに投資する」、「目標を設定する」、「予定を立てる」しました。

まずモチベーションの上げ方について、低下時と通常時というモチベーションの程度によって差があるのかを明らかにするため、「モチベーションを上げる方法とモチベーションの程度は独立である」を帰無仮説、「モチベーションを上げる方法とモチベーションの程度は独立でない」を対立仮説として統計的仮説検定を行いました。

独立性の検定の結果、カイ二乗値 70.057、自由度 39、p 値 0.000 となり、有意水準 5%で帰無仮説を棄却、つまり「モチベーションを上げる方法とモチベーションの程度は独立ではなく、関連がある」といえることがわかりました。

次に細かい選択肢の分布をみるために単純集計をした結果、モチベーションが低下時から上げる際には「好きなものを食べる」という回答が最も多く 28.2%、次に多いのが「寝

る」の 25.4%となり、マズローの 5 段階欲求において低次の欲求を満たそうとする回答が多いことがわかりました（図6）。

次にモチベーションが通常時からあげる際のグラフを見てみると、全体的に回答がバラける結果となり、低下時と比較して「友達と遊ぶ」や「目標を立てる」などの高次の欲求を満たそうとする回答が多くみられました（図7）。特に「予定を立てる」は図6では7%なのに対し、図7では15.5%と2倍以上増加していることがわかりました。

以上より、女子大生はモチベーションの低下時には特に生理的欲求を満たそうとし、通常時には特に社会的欲求や自己実現欲求を満たそうとすることがわかりました。よって、「低下時からモチベーションを上げる方法よりも、通常時からモチベーションをあげる方法の方がマズローの5段階欲求において高次の欲求を満たそうとする」という仮説は立証することができました。

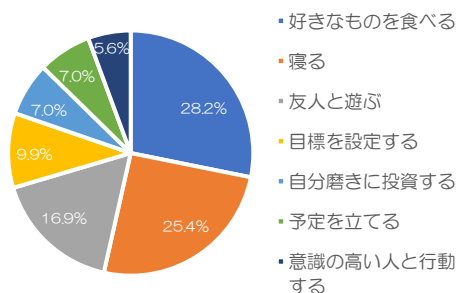


図6. モチベーションを低下時から上げる方法(n=71)

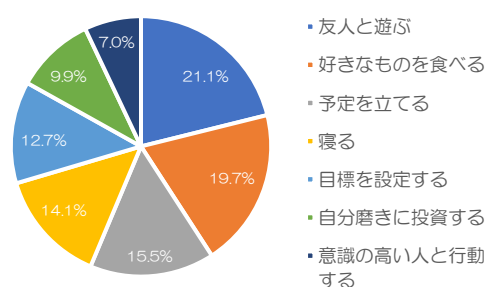


図7. モチベーションを通常時から上げる方法(n=71)

(7) コロナによってモチベーションを上げる際に使用する価格や上げる頻度が増加した

新型コロナウイルスの流行の前後でモチベーションの上げ方に変化はあったか調査した結果、あると回答した人が15.5%、ややあると回答した人が18.3%、どちらでもないと回答した人が15.5%、あまりないと回答した人が33.8%、ないと回答した人が16.9%となりました（図8）。よって、コロナ禍で生まれた新しい生活スタイルには女子大学生のモチベーションの上げ方に大きな影響を与えていないことがわかりました。

今回は、その中でもモチベーションの上げ方に変化を感じていた33.8%に目を向け、詳しく調査を行った結果、モチベーションを上げる為の価格と頻度は共に上がっていることがわかりました（図9、図10）。

よって、コロナ禍で変化を感じている人はあまり多くなかったものの、その中で変化を感じた人はモチベーションを上げるための価格や頻度は増加していることがわかりました。

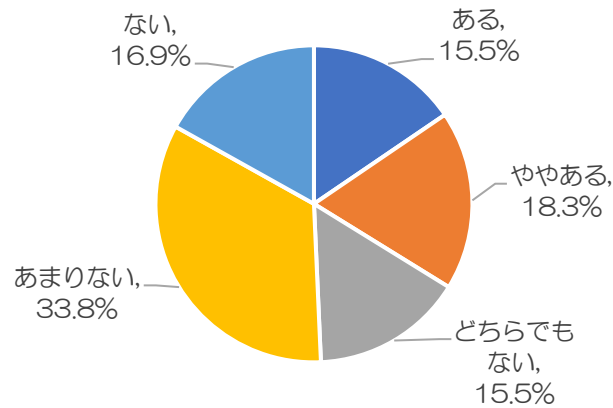


図8. コロナ禍でモチベーションの上げ方に変化はあったか (n=71)

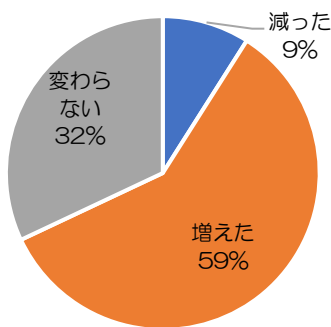


図9. モチベーションを上げるための価格の変化 (n=22)

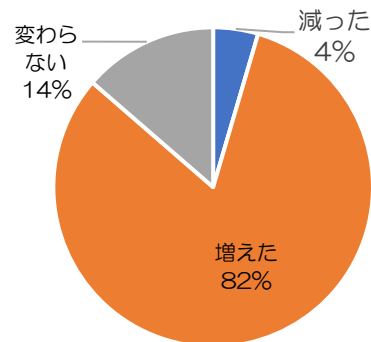


図10. モチベーションを上げるための頻度の変化 (n=22)

(8) モチベーションを上げる際に使用する金額は3,000円未満が約半数を占める

モチベーションを上げる為に使用している金額を調査したところ、1,000円未満が全体の30%、1,000円以上3,000円未満が18%、と、3,000円に満たない人が48%と、約半数を占めることがわかりました(図11)。また、2万以上は全体の1%とかなり少数であることが明らかになりました。このことから、女子大生はモチベーションを上げる為に高額なことはしていない傾向にあること、また、1,000円未満が一番多いことから気軽にモチベーションを上げる為の行為をしていることが考えられます。

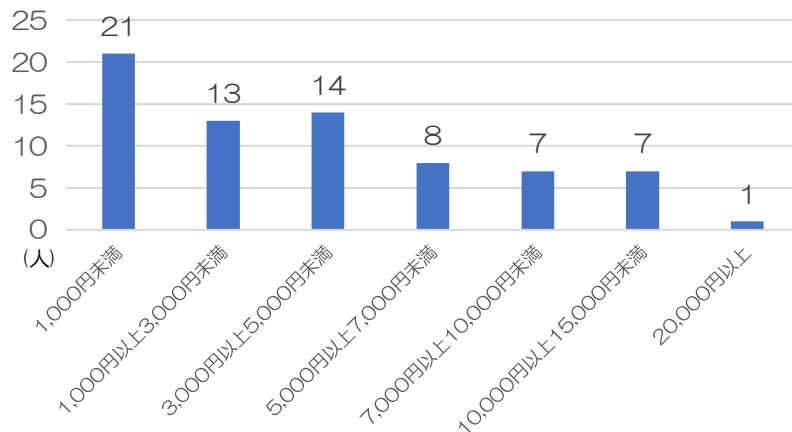


図 11. モチベーションを上げる際に使用する金額 (n=71)

(9) 女子大生は食べ物をご褒美にすることでモチベーションを上げている

モチベーションを上げる為のご褒美は何か調査したところ、食べ物が32.4%と71人中23人を占め、一番多いことがわかりました(図12)。次いで、ファッション用品が23.9%(17人)、趣味関連が21.1%(15人)と上位3つはこの様な結果となりました。このことから、手軽にモチベーションを上げられることが女子大生のモチベーションのあげ方であると考えられます。また、食べ物でも、ちょっと高級なランチをすることもあるが、モチベーションを上げる為の金額から見ても、コンビニスイーツなど手軽に食べられるものがモチベーションを上げているのではないかと思います。

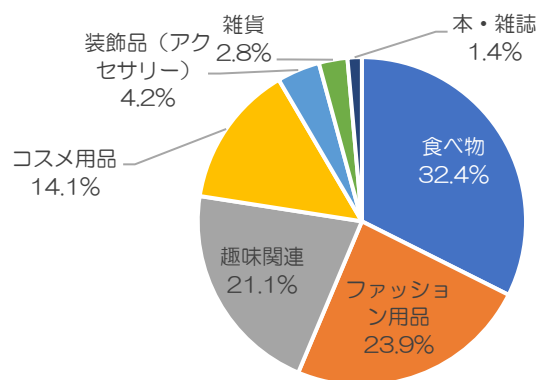


図 12. モチベーションを上げるもの (n=71)

考察

女子大学生はモチベーションの付き合い方として、約 7 割が普段からモチベーションを上げようとしており、かつモチベーションが下がっている時にモチベーションを上げようとしていることがわかりました。また、モチベーションを上げる期間としては 3 週間以内と回答した人が約 7 割いることがわかりました。そして、モチベーションを高く維持できる期間が短い人ほど、モチベーションを上げる頻度が高いという傾向がみられたことから、女子学大生はモチベーションが下がりやすいため、定期的にモチベーションを上げているのではないかと考えられます。

モチベーションを上げる方法に効果をどの程度感じるかについては、褒められるなどの評価・賞賛、自分にご褒美を設けるなどの外発的な方法に効果をととても感じている人が最も多く、約 5 割いました。また、嫌なことを書き出すという内発的な方法に関しては最も効果を感じないことがわかりました。そのため、女子大学生はモチベーションを上げる方法として内発的な方法より、自分以外からの外発的な方法の方が効果を感じやすく、他者や周りに影響を受けやすいのではないかと考えられます。

また、調査内で、「低下時からモチベーションを上げる方法よりも、通常時からモチベーションをあげる方法の方がマズローの 5 段階欲求において高次の欲求を満たそうとする」という仮説を立証することができました。これは、モチベーションが低下しているときはモチベーションを上げるため、生理的欲求という生命活動に必要で比較的簡単な欲求から満たそうとする傾向にあるためではないかと考えられます。

新型コロナウイルスによって、制限される生活を余儀なくされ、ストレスを抱える学生が多くいるので、モチベーションの捉え方に変化が見られると調査前に予想していました。しかし、多くの女子大生はそのようなことなく、自分の中の感情を上手にコントロールしていることが調査によって明らかになりました。このことから、女子大生は、大きなストレスを感じることなく、現状を受け入れその中で適応して生活をしていると考えられます。

また、モチベーションに費やす金額が少ないことから、日常的に自分をコントロールする手段を見つけていると思われます。その手段とは、新型コロナウイルスによるモチベーションの変化があまり見られなかったことから、環境に左右されないものだと推測できます。

そして、食べ物を自分のご褒美にしている女子大生が多いことと、モチベーションを上げる際、一度に使う金額が少ないことから、気軽に購入できる食べ物を購入していることが考えられます。都心に通う実践女子大生の多くは、家の近くにコンビニがあると考えられるので、低価格で様々な種類のあるコンビニスイーツをモチベーションにしている人が多いのではないかと考えます。

・参考文献

総務省（2019）「デジタル化による生活・働き方への影響に関する調査研究」

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r01_02_houkoku.pdf