

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) ナンザンダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) アンドウ フミエゼミ
南山大学	経営学部	安藤 史江ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ) ディーエスシー	フリガナ) リモトアンナ	5
DSC	則本 杏奈	

研究テーマ（発表タイトル）

俺の創造性は世界一～自信回復から始まるストーリー！～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、先進諸国と比較して日本人、中でも若者の創造性が著しく低いという現象が問題視されている。しかし、私たちの周囲をみる限り、ポテンシャルの高い大学生は多いうえ、ボランティアサークルを運営したり、起業のためのコミュニティを展開するなど、創造的な活動に活発に携わる大学生も決して少なくない。社会的にみても、30代前半以下の多くの若手起業家が日本を牽引している事実があり、日本の若者の創造性が低いという説には素直にうなづきがたい。もちろん、それは一部の若者に限る話であって、平均的な若者の創造性の水準は低いという可能性もある。ただし、その場合、実際に創造性が低いというよりは、創造性はあってもその発揮を妨げる仕組みや要因が社会的に存在するという可能性があるのではないだろうか。

こうした考えのもと、私たちは、若者が本来持っているはずと考えられる創造性を最大限に引き出す、有効かつ現実的な方法を探り出し提案することを研究目的とする。具体的には、創造性の発揮に不可欠な「自己効力感」「心理的安全」という2つのキーワードに注目し、企業や大学生を対象に実施した複数のヒアリング調査や質問票調査の結果を駆使しながら、社会や職場、教育現場すべてに活用しうる有効な対策を、若者の状態別に提案する。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

1981年に開始され、1990年以降5年に一度実施されている「世界価値観調査」の結果（Wave6, 2010-2014）によると、日本の「創造性」と「挑戦心」は著しく低く、「創造性」の場合、調査対象60カ国中、日本はワースト3に入るという（本川, 2017）。また、アドビシステムズが2017年に実施したZ世代（12歳～18歳）についての意識調査でも、自らを「創造的」と回答した日本のZ世代は500人の回答者中8%と、グローバル平均をはるかに下回ることが明らかになっている。

ただし、この調査に対して、本川氏は日本人の自己評価の低さを原因として指摘している。本当は創造性が低いわけではないのに、謙遜していたりその創造性を隠してしまっているだけではないかというのである。確かに、私たちが2018年1月19日に愛知県にある某大手自動車部品メーカーにヒアリング調査をした際にも、課長たちから、若手社員に対して「部下は皆、もっとできるはずなのに」「本来、優秀なはずなのに」与えられた仕事しかしない、自分たちがやりたいことを言わない、という話が出てきた。つまり、日本の若者たちの創造性が低いというのは正しくなく、実際には学校や企業、社会がその潜在能力を十分に引き出せていない可能性があり、そこにこそ大きな問題があると考えたのである。

実際、現在、私たちが大学という比較的的自由、かつ創造性が歓迎される環境に身を置く中で、改めて過去の学校生活を振り

返ってみると、中学・高校には厳しい校則やルールが多数存在した。そうしたルールの中には、常識や社会秩序上、十分納得いくものもある一方で、生徒の立場から見ると、全く合理性がないように見えるもの（朝日新聞、2017年10月27日）や「ブラック校則」（荻田・内田、2018）と呼べるものがあった。また、社会人になってからも、合理性が感じられない規則や手続きも少なくないと聞く。仕事の成果より長時間会社にいることのほうが評価されたり、深刻な台風でも出社が求められるなど国際的にも疑問視されるような慣習を持つ企業もまだまだ数多く存在する（日経ビジネスオンライン、2014年10月23日）。

そうした教育、職場、社会の仕組みが創造性を引き出すことにプラスに働くとは到底思えない。そのため、私たちは創造性を発揮する仕組みやマネジメントを考えることにした。

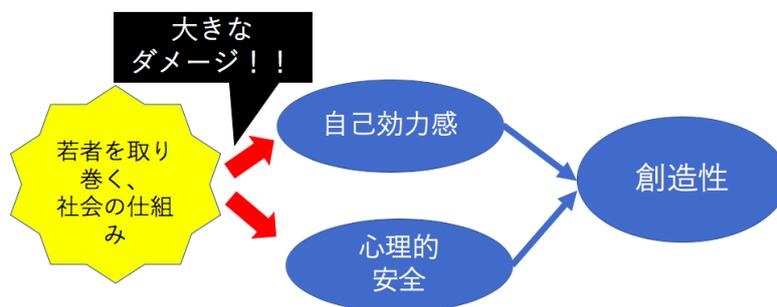
3. 研究テーマの課題

創造性を高めるための研究は数多く存在する。たとえば Bandura(1977, 1997)によると、ある状況・課題に対して「自分ができる」「うまく遂行できる」という「自己効力感」は創造性に深く関係するという。また、Edmondson(1999)は、「心理的安全」が保障されている組織やチームでは、創造性が高まると主張している。心理的安全とは、互いが信頼しあい、尊敬しあうことを特徴とする職場環境で実現する、失敗や異論を安心して提示できる心理的な状態のことと定義される。

日本の若者の創造性が十分に引き出されていないならば、彼らを取り巻く社会の仕組みが、この「自己効力感」と「心理的安全」に関して、どちらも損なう方向に作用しているからではないだろうか。

しかし、どちらもよく知られた理論であり、その知見を活用している企業組織も多いはずなのに、それでも依然として若者の創造性が低いという問題は指摘され続けている。つまり、その活用の仕方が適切でない可能性がある。たとえば、この2つの概念を両方とも実現したほうがいいのか、片方だけでいいのかは明らかにされていないようである。また、両方とも必要な場合でも、同時にすべきなのか順番があるのかもわからない。さらには、若者全員に行うべきか、若者の特性やレベルごとに違う施策が必要なのかも明らかになっていない。有効策を考えるには、これらの課題を解決することが必要だろうと思われた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）



前述の課題を克服・解決するために、私たちは2つのキーワードのうち、「心理的安全」を保障することも大事だが、「自己効力感」を高めることがより大切になるのではないかと考えた。というのも、心理的安全を保障しても自己効力感が低いと創造性を引き出すことは難しいと考えたからである。そして、自己効力感を高めるためには、何よりも「成功体験」が必要だろうと考えた。しかしながら、自己効力感が高くなっても、それを創造性に結びつけるためには心理的安全の保障された環境は欠かさないに違いない。以上の考えから、私たちは、成功体験を積ませて自己効力感を高めることとともに、心理的安全を保障するという2つのキーワードの「同時」実現が必要だろうと考えた。

そのうえで、ある建設業にヒアリング調査を行ったとき、どのような成功体験でもすればよいわけではないという声があがった。「簡単な問題でさほど根拠ない自信を持つより、難しい問題を克服してできた十分な裏付けのある自信のほうが望ましい」といった声や、「長年自信を失っている人に見せかけの成功をさせても効果はないのでは」という声である。ただし、以前私たちがゼミの授業で実施した大学生を対象にした実験では、ごく簡単な問題に対する見せかけの成功体験でも、それが学生の自信を高めることは確認できている。また、難しい問題を克服して獲得した自信は確かに「質の高い」自信といえるが、難しい問題は簡単な問題に比べて失敗することが大きく、失敗すれば自信が大きく低下することも、同じ実験で確認済みであった。となると、本来もつ創造性を引き出すのに有効な成功体験の質はそれぞれの人の状態によって異なるのではないだろうか。

そこで、私たちは、①若者の創造性を高めるには、「心理的安全」を実感できる職場環境を整えること、「自己効力感」を高める

成功体験を積み重ねることを同時に実現することが重要だが、その一方で②いわゆる「質の高い」成功体験が創造性を引き出すのにプラスに働くかどうかは、それに直面する個人の状態によって違う、というモデルを考えた。具体的には、自己効力感の最初の程度、もともと「自分にはできる」「失敗しても何でもない」という自信がこれまでの人生で蓄積されている程度による、と考えた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず現状把握から行った。最初に予備調査として、大学生 60 人に、自分の出身中学・高校での校則について振り返ってもらい、それを評価してもらったところ、回答者の出身校の 16%に「ブラック校則」や不合理なルールが存在すること、そうでなくても、校則について「とても嫌だった」「嫌だった」をあわせて回答者の約 8 割が否定的な感情を抱いており、心理的安全を脅かされていた可能性があることが確認できた。そのうえで、南山大学の学生 1 年生から 4 年生 180 名に質問票調査を実施して、中学・高校の校則が学生の現在の創造性や自己効力感にどのような影響を及ぼしているかを統計的に分析した。その際には、回答者の自信がそれらとどのような関係にあるかについても分析した。

また、自己効力感と心理的安全、成功体験が創造性に与える影響をみるために、大学生だけでなく、社会人も対象として質問票調査を実施した。愛知県に本社のある東建コーポレーション株式会社の 20 代～50 代までの社員 220 名に、2018 年 9 月末～10 月末まで配布・回収し、その結果を分析した。そのうえで、その結果について、実際はどうかを確認するために、11 月 6 日は長久手支店営業社員 11 名にヒアリング調査も実施した。

さらには、分析結果である程度確認できた内容が、果たして実際の組織でどの程度実現可能か探るために、ルールをあまり作らず自由な社風とそれによるクリエイティブの実現で右肩上がりの業績をあげていることが評判の HILLTOP 株式会社に、11 月 1 日にヒアリング調査を実施した。社員の様子や会社の雰囲気を実際に自分たちの目で確認するとともに、立役者である副社長をはじめ、現場をよく知る広報担当者や採用担当者に、私たちの考えるモデルに対して率直な意見を伺った。

6. 結果や今後の取り組み

まず、大学生 180 名を対象にした質問票調査に関しては、校則の数・種類の多さで「緩い」「普通」「厳しい」の 3 グループを作ったうえで、創造性への影響を確認した。創造性は、林（1999）による創造的態度の 6 因子を用いた。そのうち、校則と有意だったのは 2 因子（柔軟性、挑戦探求）のみだったが、どちらも負の相関であり、校則が厳しくなるほど創造性に負の影響があるという結果になった。また、「難しい問題でも解ける自信がある」を使った自己効力感（自信）と校則に交互作用があるか、「柔軟性」を使って確認したところ、主効果はもちろん、交互作用も有意であった。とくに、自信のある人は柔軟性が高い傾向があるにもかかわらず、校則が厳しくなると、その柔軟性を大幅に低下させる傾向があることが判明した。つまり、自信がある人ほど厳しい規則のもとでは、その本来の能力を活かせないといえる。それは、心理的安全が脅かされているためであると考えられる。

また、社員 220 名を対象にした調査でも、全体としては、心理的安全に関わる項目（上司の態度や職場の雰囲気など）は柔軟性に正の効果があるものの、その効果は回答者がもともと持つ自信の程度によって大きく異なることが判明した。具体的には、自信がそれほど高くない人の場合、心理的安全が強い影響力を持つが、自信が高い人の場合は、心理的安全も関係あるが、それ以上に、失敗を乗り越えて成長した経験、すなわち「質の高い成功体験」こそが柔軟性に強い影響力をもつことが確認できた。そして、自信がそれほど高くない人の場合、逆に「質の高い成功体験」が柔軟性に負の影響を持つことも判明した。つまり、質の高い成功体験は誰にとっても有効なわけではなく、それが柔軟性の向上につながるには初期条件としての自信の高さが必要であることが分かったといえる。なお、このモデルにおいて年齢は有意でなく、若者に限らないことも確認できた。

以上の結果は、HILLTOP 株式会社へのヒアリング調査の結果からも裏付けられる。副社長は「がちがちのルールで縛られた人は、本当に持っている力の半分しか出すことができない」、社員の方も「やりたいという気持ちを制限するのはもったいないから、できるだけルールは作りたくないのがうちの会社」という話が聞けた。また、社員は必ずしも最初から創造的だったわけではないが、会社の雰囲気や周りの成長志向が高い中で、仕事を任せられることで次第に自信がつき、小さな成功体験を積み重ねていくうちに、それが実績を伴ったすぐには消えない自信へと育っていく、それをもとにますます創造的態度が培われるという内容も聞けた。

以上すべての調査結果を踏まえ、私たちは、創造性を引き出すためには、「心理的安全」を実感できる職場環境を整えることと、成功体験を通じた「自己効力感」を高めることが重要だが、「質の高い成功体験」は自信が高い人のみに効果的で、そうでない人には、まず「小さな成功体験」で自信を高めることが必要になることが大事であることがわかった。

7. 参考文献

- ・朝日新聞（2017）「『黒染め強要で不登校』生まれつき茶髪の子高生が提訴」、2017年10月27日。
（<https://www.asahi.com/articles/ASKBS6D22KBSPTIL024.html>、アクセス日：2018年9月30日）
- ・アドビシステムズ株式会社（2018）「新卒採用で企業が重視するスキルについてー未来を創る人材採用：創造的問題解決能力ー」、2018年7月13日。（<https://edtechzine.jp/article/detail/1161>、アクセス日：2018年10月7日）
- ・エイミー・エドモンドソン（1999）『チームが機能するということはどういうことか』英治出版。
- ・荻上キチ・内田良（2018）『ブラック校則―理不尽な苦しみの現実』東洋館出版社。
- ・日経ビジネスオンライン（2014）「台風がくると社員が出社しない強い組織」、2014年10月23日。
（<https://business.nikkeibp.co.jp/article/tech/20141022/272893/>、アクセス日：2018年9月4日）
- ・国際価値観調査（Wave 6, 2010-2014）Documentation より
（<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>、アクセス日：2018年7月1日）
- ・アルバート・バンデューラ（1997）『激動社会の中の自己効力』金子書房。
- ・本川裕（2017）「日本人は「創造性」「挑戦心」が低いという国際調査は本当か」ダイヤモンド・オンライン、2017年1月18日。（<https://diamond.jp/articles/-/114495>、アクセス日：2018年9月3日）
- ・山本昌作（2018）『ディズニー、NASA が認めた 遊ぶ鉄工所』ダイヤモンド社。

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

無し

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

調査に使用したアンケート（2種類）、指示棒

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。