

報道機関各位



平成24年度・新入社員の特徴 ～新入社員のタイプは「奇跡の一本松型」～

公益財団法人 日本生産性本部

公益財団法人日本生産性本部（理事長 松川 昌義）の「職業のあり方研究会」（座長 ライズコーポレーション株式会社 代表取締役 岩間 夏樹氏）は、平成24年度の新入社員の特徴をまとめた。この「職業のあり方研究会」は、学識経験者などで構成され、多くの企業・学校等の就職・採用関係者の協力を得ながら、その年に新卒入社者の特徴や就職・採用環境の動向などについて調査研究を行っている。

平成24年度・新入社員の特徴とネーミング

■平成24年度 新入社員の特徴(ポイント)

●困難な就職活動中での「頑張り」

大卒予定者の就職内定率が過去3番目に低い（80.5%）という厳しい状況のなか、就職戦線を乗り越えてきた若者たちの頑張りを賞賛したい。

●若者たちの就業観が垣間見えた～ボランティア活動を通じて

多くの若者たちが復興へのボランティア活動などを通じて、他人の気持ちに寄り添うことや、人間関係の「絆」の大切さを認識し、チームや組織としての互助的な協力関係を築くことの大切さを実感したようだ。一般的な見解と異なり、昨今の若者には潜在的に他者への触れ合いや協同を通じて社会の役に立っていきたいという気持ちがあることがわかる。

●若者たちはこれからの時代の「変化」の原動力

就職氷河期以降、若者たちは、既存の会社のありよういかに自分を合わせるかということに汲々としているように見える。しかし既存のものだけではなく「想定外」の事態に遭遇することも今回の大震災の経験から学んだ。柔軟な発想や新しい価値観を取り入れ、社会や企業の中で「変化」という風を吹かせる原動力となって欲しい。

■今年度のネーミング

東日本大震災にも耐えて生き残った「奇跡の一本松」の話は、復興に向けて多くの人に勇気を与えてくれた。今年の新社員についても、前例のない厳しい就職戦線を潜って残った頑張りを称えたい。これからの人生においても自然災害をはじめ「想定外」の事態に直面することもあろうが、その困難を乗り越えていくことが大いに期待される。今のところは未知数だが、先輩の胸を借りる（接木）などしながらその個性や能力（種子や穂）を育てて行けば、やがてはどんな部署でもやっつけていける（移植）だろうし、他の仲間とつながって大きく育っていく（松原）だろう。

【お問合わせ先】 公益財団法人 日本生産性本部 「職業のあり方研究会」事務局
担当： 萬田・鈴木・綱藤 TEL. 03-3409-1121 FAX. 03-3409-1007

「平成 24 年度新入社員」の特徴

◆困難な就職活動の中での「頑張り」

今年の新入社員たちにとっても就職活動は決して平穩無事なものではなかった。低迷する内定率もさることながら、東日本大震災によって、被災地外であっても計画停電や交通、通信の混乱の中での就職活動が見られた。また、被災による突発的な採用中止もあった。特に3月11日は、東京において会社説明会や就職セミナーが多数開催されており、関係者は参集した学生の帰宅、宿泊、食事等の手配に奔走したと聞く。直接的な被害がなかった西日本においても、就職活動に様々な影響があったことが推測される。

それからほぼ一年が経過した本年二月一日時点での大卒予定者の内定率は80.5%である(厚生労働省、文部科学省調べ)。昨年同時期より3.1ポイントの上昇だが、過去3番目の低さである。

しかしながら未曾有の大震災によって困難な就職活動を余儀なくされたなかで、厳しい就職戦線を乗り越えてきた若者たちの頑張りが見られた。これからの人生においても自然災害をはじめ多くの「想定外」の事態に直面することもあるだろうが、それを乗り越えていくことが大いに期待したい。

なお、企業の新卒者採用を巡っては大きな課題が残されている。来春の新卒者は例年より二ヶ月遅く企業の採用広報活動が解禁となったが、企業の選考がこれまで通り4月開始では企業、学生の双方に負担が大きい。大学の秋入学移行や、企業の一括採用のあり方など就職・採用活動を巡る状況はその見直しを迫られているが、双方の立場はもとより若年雇用全体や国の人材育成の観点からも十分な議論が展開されることを期待する。

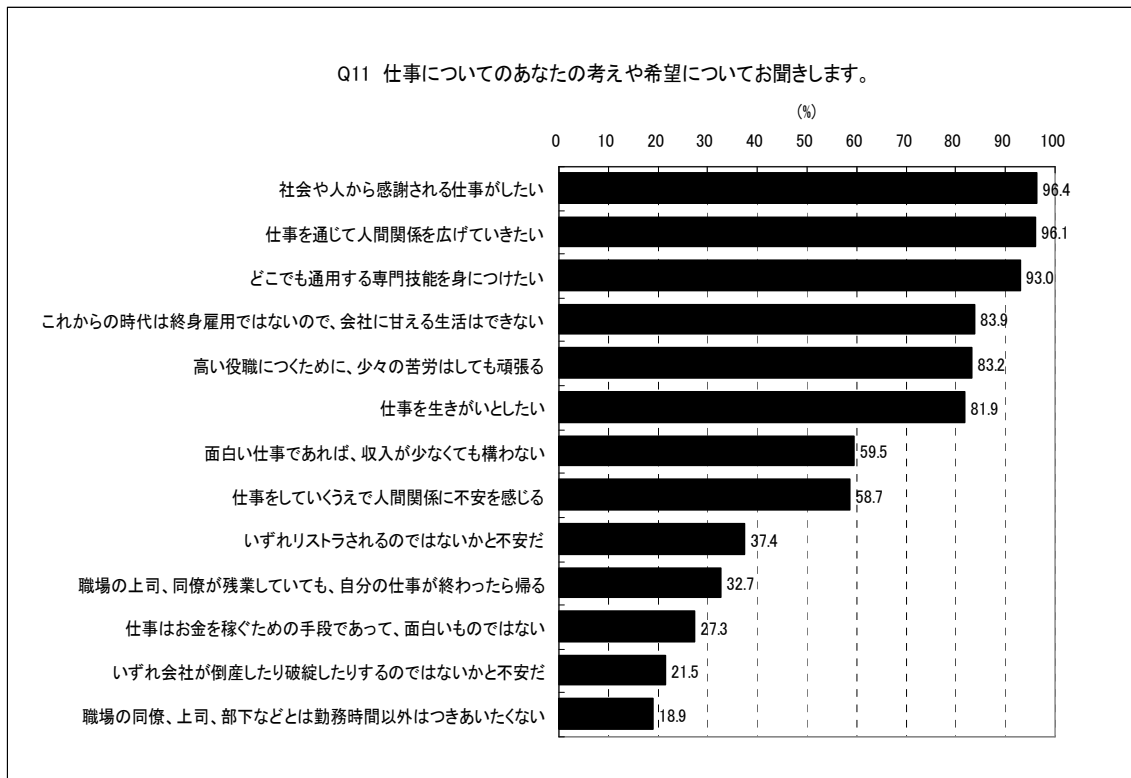
◆若者たちの就業観が垣間見えた～ボランティア活動を通じて

多くの若者たちがこの大災害からの復旧、復興にみずから積極的に関わろうとしている姿は我々の目に強烈な印象として残っている。ボランティア活動などを通じてあらためて他人の気持ちに寄り添うことや、人間関係の「絆」の大切さが再認識された。

このような若者たちの姿や職業観は、毎年実施される「新入社員意識調査」(日本生産性本部と日本経済青年協議会の共同調査)においても確認できる。仕事について自身の考えや希望を聞いた際に、「社会や人から感謝される仕事をしたい」と回答する率が例年95%を超える水準に達している。(表1参照)これには、なにがしかの公共的意義を自身のモチベーションとしたいという意向が広くあることが、今回の若者たちの姿からもうかがえる。

またボランティア活動では、「復興」を目指す多くの人たちがチームや組織として互助的な人間関係を築き協力していくことの大切さも実感できたのではないかと。チームや組織の中で働くことの喜びや共通の目標を成し遂げることの達成感、そしてそこから広がる人間関係は大きな財産となるはずだ。前出の意識調査でも「社会や人から感謝される仕事をしたい」とする回答の次に「仕事を通じて人間関係を広げていきたい」が高い数値になっている。 ややもすると社会や他者への無関心が話題となる昨今の若者たちだが、潜在的には他者への触れ合いや協働を通じて社会の役に立ってきたいという気持ちがあるとみたい。

(表 1)



平成 23 年度「新入社員働くことの意識調査」調査報告書より抜粋

◆若者たちはこれからの時代の「変化」の原動力

大震災をきっかけとして、官民間問わず様々な組織の硬直化や意思決定の遅さが露呈されることともなった。長く業績が低迷する企業が多いこととも合わせ、我々は新しい組織運営の手法をはじめとして、思い切った変化を受け入れるべき時に来ているのではないか。ここでも若い世代の感覚に期待するところが大きい。就職氷河期以来、就職活動時も、さらに入社後も、いかに既存の会社のありように自分を合わせるかということに若者たちが汲々としているように見える。環境に適應することは大切だが、それだけではもったいない。

今回の大震災は、既存のものや「想定内」の事態ではなく「想定外」の事態に遭遇することもあることを教訓として残した。そうであれば、これからの若者たちは柔軟な発想や新しい価値観を取り入れ社会や企業の中で「変化」という風を吹かせる原動力となるだろう。

いずれの若者たちも最初は「芽」の段階であって未知数だが、先輩や同僚の胸を借り(接木)ながら自身の能力や個性を育てていけば、やがてどんな場所(部署)や仕事でもやっつけていける(移植)だろうし、他の仲間とつながって大きく育っていく(松原)ことを期待したい。

(別添) これまでのネーミング一覧

入社年度	タイプ	特徴
昭和48年度	パンダ型	おとなしく可愛いが、人になつかず世話が大変。
49	ムーミン型	人畜無害でおとなしいが、大人か子供か得体知れず。
50	カモメのジョナサン型	群れから外れやすく上空からしらけた眼で見ている。一方でめざとい。
51	たいやきクン型	頭から尾まで過保護のアンコがギッシリ。
52	人工芝型	見た目きれいで根が生えず、夜のネオンでよみがえる。
53	カラオケ型	伴奏ばかりで他と音程合わず。不景気な歌に素直。
54	お子様ランチ型	何でも揃って綺麗だが、幼さ抜けず歯ごたえなし。
55	コインロッカー型	小じんまりと画一的で、外見も反応もすべて同じ。
56	漢方薬型	煎じ方悪ければ、効き目なく副作用生じる。
57	瞬間湯沸かし器型	新式と旧式の二種類存在し、反応・熱意が正反対。
58	麻雀牌型	大きさと形同じで並べやすいが、中身はわからず。
59	コピー食品型	外見のみ本物風で手間いらずだが、歯ごたえなく栄養も心配。
60	使い捨てカイロ型	もまないと熱くならず、扱い方もむずかしい。
61	日替わり定食型	期待したわりには変わり映えせず、同じ材料の繰り返し。
62	テレホンカード型	一定方向に入れないと作動しないし、仕事が終わるとうるさい。
63	養殖ハマチ型	過保護で栄養分高いが、魚らしくピチピチしていない。
平成元年度	液晶テレビ型	反応早いですが、値段高く色不鮮明。改良次第で可能性大。
2	タイヤチェーン型	装着大変だが、装着の具合次第で安全・駆動力OK。
3	お仕立券付ワイシャツ型	価格高く仕立てに時間かかり、生地によっては困難。
4	バーコード型	読み取り機(上司)次第で、迅速・正確・詳細な処理可能。
5	もつ鍋型	一見得体知れずで厄介だが、煮ても焼いても食べそう。
6	浄水器型	取り付け不十分だと臭くてまずいが、うまいければ必需品。
7	四コママンガ型	理解に時間がかからず傑作もある一方で市場にあふれているので安く調達できる。
8	床暖房型	断熱材(評価)いれないと熱(やる気)が床下(社外)に逃げる。
9	ボディシャンプー型	泡立ち(適応性)よく、香り(個性)楽しめるが、肌(会社体質)に合わないこともある。石鹸(従来社員)以外に肌を慣らすことも必要。
10	再生紙型	無理な漂白(社風押し付け)はダイオキシン出るが、脱墨技術(育成法)の向上次第で新タイプの紙(新入社員)として大いに市場価値あり。
11	形態安定シャツ型	防縮性、耐摩耗性の生地(新人)多く、ソフト仕上げで、丸洗い(厳しい研修・指導)OK。但し型崩れ防止アイロン(注意・指示)必要。
12	栄養補助食品型	ビタミンやミネラル(語学力やパソコン活用能力)を豊富に含み、企業の体力増強に役立つそうだが、直射日光(叱責)に弱く、賞味期限(試用期間)内に効果(ヤル気)薄れることあり。
13	キシリトールガム型	種類は豊富、価格も手ごろ。清潔イメージで虫歯(不祥事)予防に効果ありそうで、味は大差ない。
14	ボディピロー型(抱き付き枕)	クッション性あり、等身大に近いので気分はいいが、上司・先輩が気ままに扱いすぎると、床に落ちたり(早期退職)、変形しやすいので、素材(新人の質)によっては、いろいろなメンテナンスが必要となる。

入社年度	タイプ	特徴
15	カメラ付ケータイ型	その場で瞬時に情報を取り込み発信するセンスや処理能力を持ち、機能も豊富だが、経験や知識がなかなか蓄積されない。また、中高年者にとって使いこなしきれない側面もある。
16	ネットオークション型	ネット上で取引が始まり、良いものには人気を殺しあっという間に売れる一方で、PR不足による売れ残りも多数。一方で、ブランド名やアピールに釣られて高値で落札したものの、入手後にアテが外れることもある。
17	発光ダイオード型	電流を通す(=ちゃんと指導する)と、きれいに光る(=いい仕事をやる)が、決して熱くはならない(=冷めている)。
18	ブログ型	ネット上での交流で、他者に自己認知や共感を求めたがる一方で、他人の評価で萎縮しやすい傾向もあり、暖かい眼差しと共感が育成の鍵。
19	デイトレーダー型	景気回復での大量採用は売り手市場を形成し、就職しても細かい損得勘定でネットを活用して銘柄(会社)を物色し続け、売買を繰り返す(転職)恐れあり。
20	カーリング型	働きやすい環境作りとばかりにブラシでこすり続けねば、止まったり方向違いの恐れあり。楽勝就職の一方で先行き不安の試合展開は本人の意志(石)次第。
21	エコバック型	環境問題(エコ)に関心が強く、節約志向(エコ)で無駄を嫌う傾向があり、折り目正しい。小さくたたためて便利だが、使うときには大きく広げる(育成する)必要がある。
22	ETC型	性急に関係を築こうとすると直前まで心の「バー」が開かないので、スピードの出し過ぎにご用心。IT活用には長けているが、人との直接的な対話がなくなるのが心配。
23		※東日本大震災の発生により発表を見送った。

資料出所:「現代コミュニケーション・センター」[所長 坂川 山輝夫 氏]資料より
(※昭和48年度から平成14年度までは、現代コミュニケーション・センターが命名・発表)

※昨年のネーミング発表中止について

発表直前になって東日本大震災が起きたため、社会状況を考慮して通常のネーミングの発表を差し控えた。なお発表予定であった平成23年度新入社員のネーミングは「はやぶさ型」であった。

「はやぶさ型」

宇宙探査機「はやぶさ」が7年にもおよぶ長旅から帰還したことが多くの人に感動を与えた。最初は音信不通になったり、制御不能になったりでハラハラさせられるが、長い目で見れば期待した成果をあげることができるだろう。あきらめずに根気よくシグナルを送り続けることが肝心だ。