

新入社員研修、“例年通りの内容で”は、再考を

－「ゆとり世代」から「Z世代」への見えにくい変化を考慮すべき－

コロナ禍で、新入社員研修の計画が遅れている企業が多いようです。懸念されるのは、準備時間の不足で結局“例年通りでいこう”となることです。とかく、先輩や上司から見ると「最近の若者は・・・」と一括りで見がちですが、確実にその傾向は変化しています。だからこそ“例年と同じ”では、期待通りの研修成果が得られない恐れがあります。

最近「Z世代」という言葉を耳にすることが多くなりました。これは、所説ありますが、一般的に1996年以降に生まれた方々を指します。まさに新入社員の世代です。

ともすると、それ以前の「ゆとり世代」と一括りにして「今の若者」という捉え方をしていませんか。

以下の比較を通して、その世代間の違いを考えてみます。もちろん、すべての方が同じだと、固定的に見てしまうことは危険です。あくまでも一般的な傾向から、育成を考えるヒントにしてみたいかがでしょうか。

	ゆとり世代	Z世代
育った時代・背景	<input checked="" type="checkbox"/> 物心ついた時からの不景気（リーマンショック後の不況） <input checked="" type="checkbox"/> ゆとり教育 <input checked="" type="checkbox"/> 将来不安	<input checked="" type="checkbox"/> アベノミクス景気 <input checked="" type="checkbox"/> 脱ゆとり教育 <input checked="" type="checkbox"/> 就職は「超売り手市場」（コロナで変化はあり） <input checked="" type="checkbox"/> 不安・危機感はなし
特 徴	<input checked="" type="checkbox"/> ガラケー第一世代 <input checked="" type="checkbox"/> mixi等の普及で、急速に多くの人と繋がりを持つ。しかし“ハブられる”（仲間外れ）恐怖 <input checked="" type="checkbox"/> 強い同調圧力	<input checked="" type="checkbox"/> スマホ第一世代 <input checked="" type="checkbox"/> SNSを駆使し、自己アピール欲求高まる（しかし、目立ち過ぎはかっこ悪い“匂わせ”が大切） <input checked="" type="checkbox"/> 同調圧力はあっても要領よく回避できる
この世代から生まれた流行語	KY（空気読めない）	映（ば）える（インスタ映え）
意識傾向	超安定志向	承認欲求、発信欲求

以上のように「今の若者」と言っても、その背景や考え方は世代によって違うことを理解することが大切です。

これからの新入社員は、まさにZ世代です。さりげなく自己アピールする“匂わせ”が価値観です。表面には出なくとも、その奥には“いいね！”を求める強い欲求を秘めています。

それに対し、従来の「社会人の常識とはこうだ」「まずは基本を身につける」的な押し付け教育では、Z世代の奥に秘めた欲求（エネルギー）を閉じ込めてしまいかねません。欲求不満の新入社員に即戦力への期待はできないでしょう。

弊社では、このような変化を捉えつつ、貴社の個別事情も踏まえたカリキュラム・運営方法をご提案いたします。是非、ご興味・ご質問のある方は、下記からご連絡下さい。



> お問い合わせはこちら