

TRUTH 人材育成レポート

VOL. 1 [2019 年新卒者は素直、多様性への理解あり 一方で受け身の姿勢]

～新卒者を一日も早く「戦力化」し、かつ「離職」を避けるために何が必要か～

はじめに

人材育成レポートをダウンロードいただき、誠にありがとうございます。当社は 2005 年創業以来、サービス・小売 事業者を対象に全国約 300 名のパートナー講師とともに HR に関する商品サービスを提供してきました。人材育成、教育（研修講師派遣）、それらに係る付帯業務である調査（覆面調査、モニタリング）やツール作成（マニュアル、評価制度の作成～伴走支援）、教育担当者専門の人材紹介（プロ講師）を数多く手掛ける中で、時代や環境に合わせて変わりゆく多くの気づき、学びがあります。当レポートでは昨今の風潮やトレンド、受講者からの生の声、成果に加え、講師からのフィードバックをお届けし、採用・教育に携わる人事ご担当者様のお役に立ちたいと考えております。ぜひ、最後までお読みくださいませ。



2019 年度 新卒採用者の特性とは

本年度は、当社にて全国で約 3000 名を超える新卒者の育成に携わりました。傾向としては「真面目、好評価 だが どこか受け身の姿勢」が共通点として挙げられます。貴社の新人社員と比較なさっていかがでしょうか？そして、なぜ 2019 年度の新人はそのような傾向を持つのでしょうか。1996～1997 年生まれとひとくりにするのは憚られますが、彼らの特性を知ることは今後の離職率低減にも役立ちます。順を追って、彼らの育った環境をお伝えします。まず、彼らが生まれたこの年は「インターネット」が急激に広がったことでも知られています。Yahoo!（日本初のポータルサイト）が現れたこの年には一気に 9 倍近く Web サイトが増加しました。さらに、彼らが中学生になった 2009 年には Twitter をはじめとした SNS が次々と誕生しています。「ゆとり」世代で育った小学生時代とは異なり、中学生からは急に「ゆとり教育」がなくなり、「脱ゆとり化」も経験しました。また、中学生という多感な時期 2011 年には「東日本大震災」に見舞われています。その際にも SNS の有用性は広く知られることとなり、日常のコミュニケーションそのものをデジタル利用するのが当たり前という風潮が広がりました。結果的に、彼らにとって第一義的なコミュニケーションは「デジタル」中心となり、それまでの世代とは大いに異なることを知っておく必要があります。

多様性を理解している。まじめな「いい子！」と評価は高い

Web を大いに活用して育った彼らは、情報キャッチ力に優れ、また個人によっては「世界とつながる」経験をするなど広い視野を持った方が多いのも特徴です。本年度、弊社で研修を実施した企業様の中には「海外でインターンを経験した」といった優秀な方や、小さなころから外国人と触れ合う機会が多いといった方も多くいらっしゃいました。「多様性」を理解しており、自らの主義主張のみにこだわるのではなく、素直に人の意見を聞くことが出来る方が多いという印象です。まるで、ネットサーフィンをしているかのように非常に切り替えが早く、相手に対してどうふるまえばいいかということも察することが出来ます。研修や教育は「やってほしい」「教育を受けたい」といったコメントが多く、成長意欲や承認欲求は強い方だといえます。ある意味「いい子」でいるのが得意な 2019 年度生とも言うことが出来そうです。

ただ、指導する講師や企業ご担当者様からは一見、「いい子」ではあるが、時に「本音が見えない」「こだわりがなさすぎる」「何を考えているのかわからない」といった声も聞かれ、本心を知るには若干時間を要するでしょう。対面コミュニケーションに慣れていない彼らならではの課題かもしれません。

自己評価がちぐはぐ、受け身になりやすい点は要注意!!

ここまでお読みいただき、いかがでしょうか。「あれ、うちの子とはちょっと違うな？」と思われたかもしれません。これがまた、育成担当者を悩ませるポイントでもあるのですが、共通点として「自己評価の個人による高低差が激しい」というのも特徴です。事実とは関係なく、非常に自らを低く評価している方がいるかと思えば、自らを非常に高く評価をする方も多いためです。先輩、上司からしてみると「この子是可以る、だから自信があるだろう」とは一概に言えないのです。出来ていなくて自信があるのも困りものですが、出来ているのに変に

自己評価が低すぎて、ほめても「そんなことないです」といわれてしまうのも難しいもの。自己肯定感の低さかもしれません。デジタルメディアで承認されていないと「自己肯定感」を下げたてしさいやすいですね。

もう一点、追加で知っておきたい情報として「受け身な姿勢」が強く、個人で業務を完結、継続をしないという事があります。素直に取り組み、評価を受けている時には前向きに行動しますが、一人になると途端に行動が止まってしまう。デジタルコミュニケーション世代は、一方でゲーム世代とも言えます。ゲームは自分で考えたり、先を見据えなくても方向を明示してくれます。継続しようとしなくても、勝手にゲームを続けるように手を変え、品を変え働きかけてきます。それに慣れてしまった彼らは、「自ら考えやり始めたことを継続し、最後まで完結する」ことが苦手（無自覚）な方が多いようです。研修時にもツール作成やディスカッション時に飽きてしまう社員や、人の意見をただ待つ姿勢というのも多くみられました。彼らには、スタートからゴールまで、先輩や上司のフォローを与えながら、業務を完結する機会を多くあたえる必要性がありそうです。



「イマドキ新人」には近い世代のサポートが効果的!!

では **2019 年度生を一日も早く「戦力化」し、かつ「離職」を避けるには何が必要なのでしょうか？**

本年度の新人研修では「可愛がられる社員」になりましょう！ということは何度も伝えていきました。いままでデジタルコミュニケーションを第一義的にしてきた彼らにとって、今後対話を軸とした社内コミュニケーションは新しい挑戦です。SNS では「既読」がつかますが、対人コミュニケーションでは「伝えたことが伝わった」のかを知ることが出来ず、不安を覚えることもあるでしょう。実際に私が担当した研修では、「不安」「現場が心配」という言葉も聞かれました。もちろん彼らが自ら率先して、声をかけて不安を払しょくしていかねばなりません。ただ、一方で周囲の配慮や、コミュニケーションを活性化する仕組みや受入側の教育も必要です。

一つ、成功事例をお伝えしましょう。昨年、2018 年度の例ですが参考になれば幸いです。

通常、企業研修は講師のみで行うものです。しかし、A 社（大手小売・販売）は離職率が上がり続けていることにお困りでした。2017 年度生でみると、半年で約 3 割も退職！（200 名強の採用で約 70 名の退職）そこで、改善策として「若年層を軸にしたコミュニケーションの強化」を提案。当社から「先輩との密なコミュニケーション」の重要性を話し、A 社の現場 SV（スーパーバイザー：店舗巡回を担う若手社員）へ新人研修のアシスタントとして参加するよう依頼しました。研修アシスタントの経験がない SV の皆さんには事前の説明会を実施。資料もテキストのみならず、SV が指導しやすい様にチェックリストなどを作成。具体的な指示ができるように工夫しました。最終的には、研修に参加したメンバーの「新人にかかわる意識」も醸成。また半年を経た結果、離職率は前年の 3 分の 1 に減った（1 割以下に低減（12 名の退職））という成果に繋がりました。

これは新入社員の「承認欲求」がより身近な（上長ではなく、近い世代の SV）対象に向いたことが要因です。直属の上司のみならず、近い世代のここでいう SV、メンター・メンティー（ブラザー・シスターも同様）

に指導力、面談力がつくことは離職率低減につながりやすく、また「コミュニケーション」が早い段階で強化されればされるほど、非常に効果的といえます。手法は彼らが得意な SNS を用いたり、1on1（面談）を用いたり、さまざま考えることが可能です。機会があれば、ぜひ弊社の取組もご紹介したいと思います。

以上

当レポートをお読みいただき、ありがとうございました。色々書いてまいりましたが、2019 年度社員は前述の通り、高い評価に変わりはありません。なにより「採用難」といわれるこの時代に、貴社のメンバーとなった人材の活躍が何よりですね。当レポートが少しでもお役に立てれば嬉しく思います。（文責：笹西）

当レポートのご意見、ご感想は info@truth-human.com

人材育成、教育のご相談は フリーダイヤル：0120-987-286（全国対応）にて承ります。

弊社 HP：<https://truth-human.com>（人材育成・コンサルティング）

TRUTH 人材育成レポート

発行 2019 年 4 月 23 日

株式会社トゥルース

東京オフィス 〒107-0062 東京都港区南青山 3-8-6 ル・シエル青山 3 階

TEL：03-6455-5015 FAX：03-6455-5014

大阪オフィス 〒541-0053 大阪市中央区本町 4-5-18 本町 YSビル 7F

TEL：06-6261-8820 FAX：06-6261-8823

本レポートに記載された全ての内容については株式会社トゥルースが著作権を含めた一切の権利を所有します。無断転載、無断複製、無許可による電子媒体等への入力を禁じます。
