



JPC-SED 報道機関各位

平成21年3月27日

## 平成21年度・新入社員のタイプは 「エコバッグ型」

財団法人 社会経済生産性本部

新入社員タイプの命名は、昭和48年度以来、平成14年度まで30年間にわたり、坂川山輝夫氏（現代コミュニケーション・センター所長）が命名されてこられたが、平成15年度から財団法人 社会経済生産性本部の「職業のあり方研究会」が引き継ぎ、命名及び発表を行っている。学識経験者などで構成される当研究会では、多くの企業・学校等の就職・採用関係者の協力を得て、本年4月の新卒入社者の特徴を検討し、タイプの命名を行ったので、ここに発表する。

### 平成21年度 新入社員のタイプについて

#### 「エコバッグ型」

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。

酷使すると長持ちしない(早期離職)が、意外に耐久性に優れた面もあり、活用次第で有用となるだろう。早く消費を上向かせ、エコバッグを活用する機会を増やしたいものである。

\* 財団法人社会経済生産性本部は、本年4月1日より名称を財団法人日本生産性本部に改称いたします。

【お問い合わせ先】 財団法人 社会経済生産性本部 「職業のあり方研究会」事務局  
担当：内野・黒沢 TEL. 03-3409-1121 FAX. 03-3409-1007  
高野 (TEL. 03-3467-7252 FAX. 03-3467-7254)

## ネーミング詳述

環境問題への関心が高まる中、様々なエコ商品が登場している。その一つであるエコバッグは手軽に携行できることもあり、流行商品となった。

採用面接の際に環境保護(エコロジー)や、社会貢献、コンプライアンスといった問題について関心をもっていると話す学生が多い。しかも彼らは節約志向(エコノミー)で無駄を嫌う傾向がある。

エコバッグは登場以来、ブームとなり多くの人が手に入れた(大量採用)。中には一人で複数(内定)持つ人もいたり、ブランドロゴ入りのエコバッグに人気が集まったり(根強い知名度の高い企業志向)もしている。折り目正しく小さくたためるが、使う時にはきちんと広げる(育成する)必要がある。エコバッグも流行に終わらせない努力が必要。早く消費を上向かせ、エコバッグを活用する機会を増やしたいものである。

今年の新入社員は前年にひきつづき、大量採用の期待の高まる売り手市場の中、就職活動がスタートしたが、昨年秋の金融危機をきっかけとする不況懸念で内定取消の嵐が起きた。売り手市場から立場は逆転し、学生たちは、内定先からの連絡を内定取消ではないかとびくびくする毎日。波瀾万丈のストーリーに翻弄されたのが今年の新入社員である。

## 《参考》入社年度別新入社員タイプ一覧

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	カメのジョウザン型	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	お仕立券付ワジャツ型	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、うまくいけば必需品。
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ちそうだが、直射日光（叱責）に弱く、賞味期限（試用期間）内に効果（やる気）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・先輩が気ままに扱えずると、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。

資料出所：昭和48年度～平成14年度 現代コミュニケーション・センター資料より

## 《参考》入社年度別新入社員タイプ一覧

入社年度	タイプ	特 徴
平成15年度	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さりと売れる一方で、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(=いい仕事をする)が、決して熱くはならない(=冷めている)。
18	ブログ型	表面は従順だが、様々な思いを内に秘め、時にインターネット上の日記を通じ大胆に自己主張する。繊細な感受性とブログ的なネットワーク力に優れるが、パソコンに語るだけに止まる傾向もある。
19	デイトレーダー型	景気の回復で久々の大量採用だったが、氷河期前とは異なり、細かい損得勘定で銘柄(会社)の物色を継続し、安定株主になりにくい。売り手市場だっただけに、早期転職が予想される。ネットを駆使した横のつながりで情報交換が活発だが、情報に踊らされない慎重さも必要。
20	カーリング型	冬期オリンピックでおなじみになったカーリング、新入社員は磨けば光るとばかりに、育成の方向を定め、そっと背中を押し、ブラシでこすりつつ、周りは働きやすい環境作りに腐心する。しかし、少しでもブラシでこするのをやめると、減速したり、止まってしまったりしかねない。また、売り手市場入社組だけに会社への帰属意識は低めで、磨きすぎると目標地点を越えてしまったり、はみだしてしまったりということもあるだろう。就職は楽勝だったかもしれないが、サブプライムローンの問題等の影響により経済の先行きは一気に不透明になった。これからも波乱万丈の試合展開が予想され、安心してはいられない。自分の将来は自分の努力で切り開いていくという、本人の意志(石)が大事になる。