

関係各位

財団法人 社会経済生産性本部
社団法人 日本経済青年協議会

平成19年度新入社員（3,849人）の 「働くことの意識」調査結果

財団法人社会経済生産性本部（理事長 谷口恒明）と社団法人日本経済青年協議会（代表幹事 田所 稔）は、平成19年度新入社員を対象に実施した「働くことの意識」調査結果をとりまとめた。この新入社員の意識調査は、昭和44年度に実施して以来39回目を数え、この種の調査ではわが国で最も歴史のあるものである。

平成19年度新入社員「働くことの意識」調査の主要結果

就職活動で利用された情報源は、「会社説明会」（85.2%）がトップに返り咲き、ついで「インターネットの企業ホームページ」（83.9%）の順となった。

就職先の企業を選ぶ基準では、最も多かった回答は「自分の能力、個性が活かせるから」で、全体の28.8%であった。以下「仕事がおもしろいから」（21.3%）、「技術が覚えられるから」（14.1%）など、個人の能力、技能ないし興味に関連する項目が上位を占めた。反面、勤務先の企業に関連する項目は低い水準にとどまり、「会社の将来性」（9.0%）、「経営者に魅力を感じて」（4.7%）、「一流会社だから」（5.0%）、「福利厚生施設が充実しているから」（1.6%）などとなっている。昨今の終身雇用制の後退を背景とする、「就社」より「就職」という傾向を反映しているものと思われる。

就労意識については、1位「仕事を通じて人間関係を広げていきたい」（95.4%）、2位「どこでも通用する専門技能を身につけたい」（93.1%）、3位「社会や人から感謝される仕事がしたい」（92.9%）であった。昨年との比較では、「いずれリストラされるのではないかと不安だ」が35.9%から38.8%へ、「いずれ会社が倒産したり破綻したりするのではないかと不安だ」が21.6%から22.8%へと微増している。

仕事中心か生活中心かでは、「仕事と生活の両立」という回答が大多数（79.8%）を占め、「仕事中心」（9.6%）、「生活中心」（10.6%）という回答を大きく上回る。

一般的な生活価値観では、自分らしくポジティブに生きることが志向され「明るい気持ちで積極的に行動すれば、たいいていのことは達成できる」（84.3%、2位）、「他人にどう思われようとも、自分らしく生きたい」（83.0%、4位）が上位を占めた。

近年の好景気による「売り手市場」を反映してか、「思っていたよりも満足のいく就職ができた」と答えたものは、全体で81.9%であった。また、これから日本の人口が減少に転じていくことが予想されるなか、「将来、子供が欲しいと思う」ものは、全体の88.6%に達した。

「ブログやSNSの参加率」は、全体で59.0%、男女別では男性54.3%、女性66.9%であった。

【本件に関するお問い合わせ先】

財団法人 社会経済生産性本部〔社会労働部：高野 tel.03-3467-7252 fax.03-3467-7254〕

社団法人 日本経済青年協議会〔担当：片寄、畔津 tel.03-3469-2381 fax.03-3481-5726〕

平成 19 年度新入社員「働くことの意識」調査結果の概要

．本調査の沿革

本調査は昭和 44 年（1969 年）以来、毎年一回、春の新入社員の入社時期に継続的に実施されてきた。新入社員を対象とするものとしてはもちろん、就労意識をテーマとする調査として他に例を見ない長期にわたる継続的な調査である。これまで三十年あまりにわたり、ほぼ同一の質問項目で実施されており、非常に興味深いデータの経年変化が蓄積されてきた。また、近年の社会経済の変化や若い世代の価値観の変化を踏まえ、平成 13（2001 年）年度以降、いくつかの質問事項の入れ替えと新たな質問事項を追加している。

．調査の概要

- (1) 調査期間 : 平成 19 年 3 月 7 日から同年 4 月 30 日
- (2) 調査対象 : 平成 19 年度新社会人研修村（オリンピック記念青少年総合センター）に参加した企業の新入社員
- (3) 調査方法 : 同研修村入所の際に各企業担当者を通じて調査票を配布し、その場で調査対象者に回答してもらった。
- (4) 有効回収数 : 3,849 件
- (5) 回答者プロフィール :

回答者プロフィールの表

性別	最終学歴	業種	会社規模
男性 63.3	普通高等学校 11.9	建設 3.1	99人以下 0.1
女性 36.4	職業高等学校 3.1	製造 16.4	100～499人 7.0
不明 0.3	工業専門学校 3.4	卸小売 29.4	500～999人 15.0
	短期大学 3.1	金融保険 1.6	1000～1999人 17.3
	4年制大学 60.6	不動産 1.4	2000～2999人 2.3
16歳以下 0.1	大学院 8.9	運輸通信 0.4	3000～3999人 19.1
17歳 0.4	専修・専門学校 7.2	電機ガス水道熱供給 0.0	4000～4999人 9.6
18歳 15.4	各種学校 0.2	外食産業 6.8	5000人以上 29.7
19歳 0.8	その他 1.0	情報関連サービス 20.7	不明 0.0
20歳 8.1	不明 0.6	その他サービス 19.7	
21歳 2.1		その他 0.5	
22歳 41.5		不明 0.0	
23歳 15.0			
24歳 9.7			
25歳以上 6.6			
不明 0.2			

* 回答数値は小数点第 2 位を四捨五入している

．本年度新入社員の特徴

1. 久しぶりの超売り手市場が新入社員の意識に反映

「思っていたよりも満足」が8割

本年入社の新入社員は就職状況の大きな転機に遭遇した。平成12年(2000年)前後を中心とする就職氷河期は、平成不況と、人口が多い第二次ベビーブーム世代の就職適齢期が重なったため激烈を極め、フリーターやニートの増加といった社会現象の原因ともなった。その後、景気の回復とともに新卒採用は徐々に増加したが、学生の間ではそのトレンドが本物かどうか懐疑的な見かたをするのが一般的だった。本年入社の学生も、就職活動を開始するのが3年生(大卒の場合)なので、かなり厳しい就職戦線を予想していたと思われる。しかし、実際には空前の大量採用で、久々の「超売り手市場」となった。戦後最長の景気拡大局面、団塊世代の大量退職、少子化による若年労働人口の減少といった要因がようやく本格的に影響してきたものと思われる。

おのずと新入社員たちの意識も変化する。本調査に先行して3月に社会経済生産性本部では恒例の「今年の新入社員のタイプ」を「デイトレーダー型」と発表した。これは企業の採用担当者らの印象をもとに考案されるのだが、売り手市場を背景に、自分の都合を優先する応募者が多かったという指摘が目立ったことによる。「新バブル入社組の出現」という指摘もされ、それは本調査でも数値的に確認できる。「思っていたよりも満足のいく就職ができた」という回答が全体の81.9%にも達したのである。氷河期のなごりで、おっかなびっくりで就職活動を始め、楽勝ムードで終わった今シーズンの就職戦線を明瞭に反映する結果と言える。

採用状況が売り手市場であったか、買い手市場であったかで微妙に数値が変化する項目がある。これからの社会人生活を「仕事中心」にするか「(私)生活中心」にするかという質問で、常に「両立」という回答が多数を占めるものの、「仕事中心」という回答はバブル期の4%をボトムに近年10%前後に上昇していた。それが昨年は10%を割り9.7%、今年9.6%となった。反対に「生活中心」という回答はバブル期の23%をピークに近年9%台に低下していたが、今年は10.6%となっている。来年以降の推移にもよるが「仕事中心」志向の上げ止まり、「(私)生活中心」志向の下げ止まりと見ることもできる。

「デートの約束がある時に残業を命じられたら…」という質問の回答も同様の変化をする傾向にあるが、こちらのほうはさほど明瞭ではない。恋人というものの位置づけの変化や携帯電話の普及の影響だろう。

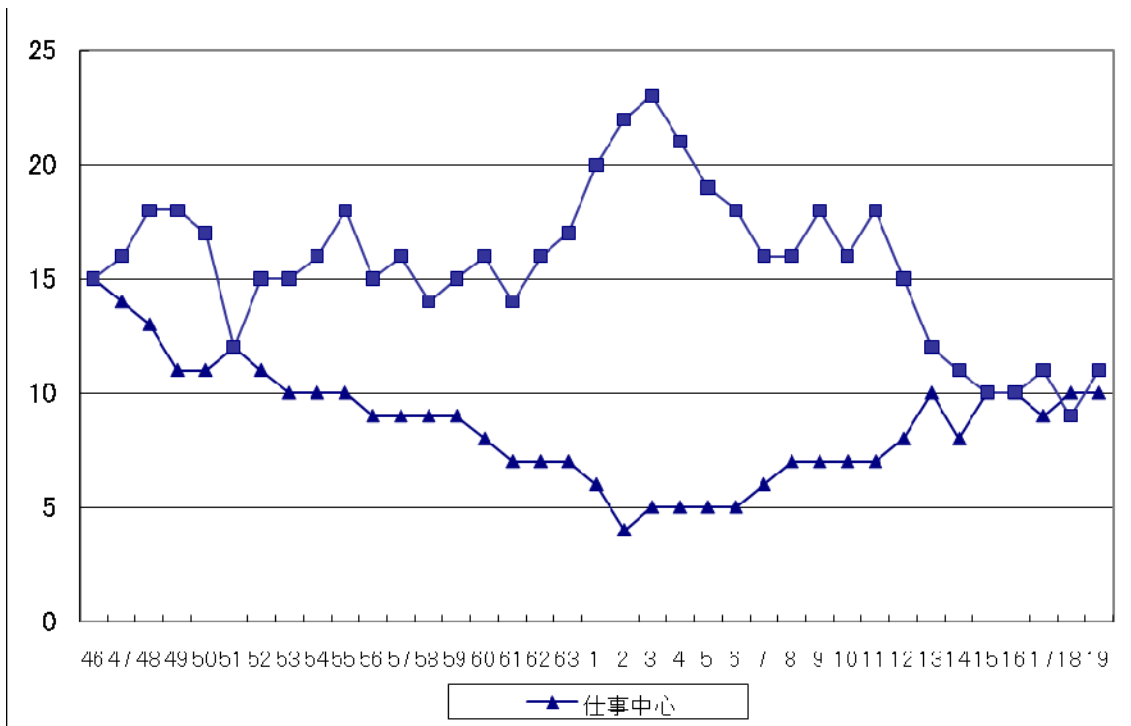
景気回復の中での就職だったが、「いずれリストラされるのではないかと不安だ」は35.9%から38.8%に、「いずれ会社が倒産したり破綻したりするのではないかと不安だ」は21.6%から22.8%に、それぞれ増加している。景気は回復したものの、経営や雇用の安定性への懸念が解消されたわけではない。

他にやや目立った変化として、「仕事はお金を稼ぐための手段であって、面白いものではない」が27.9%から31.1%へ、「職場の同僚、上司、部下などとは勤務時間以外はつきあいたくない」が19.5%から22.1%へと増加し、割り切ったドライな傾向がやや強まった。また業績主義が強

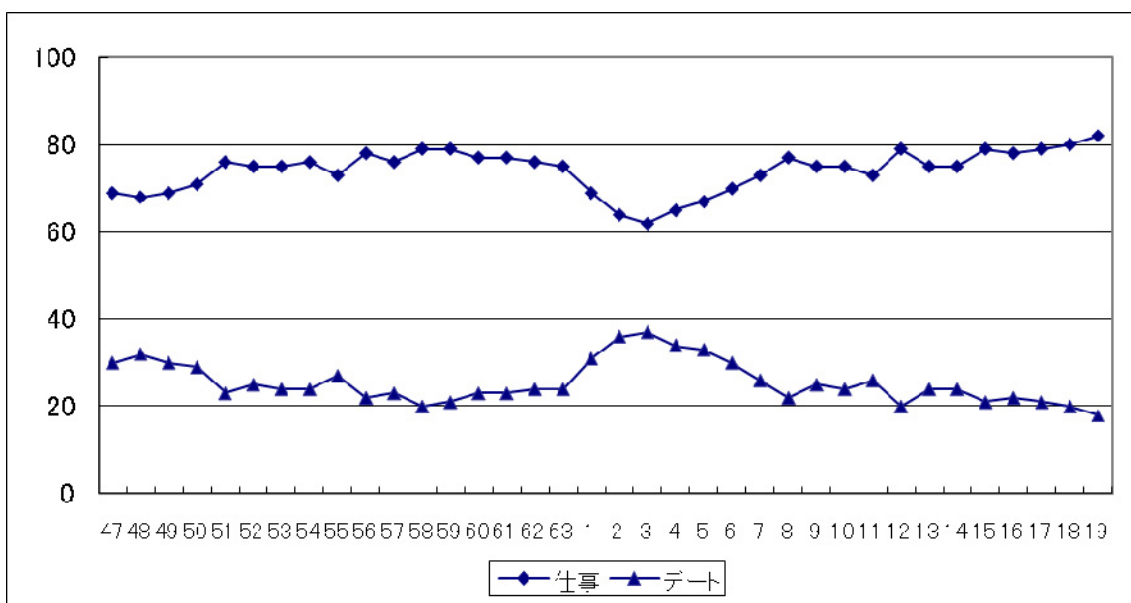
まる中で「専門職志向」が30%前後で推移していたが、近年、やや減少傾向にあり、今年は22.4%にまでなった。

本年の新入社員は、久々の超売り手市場を背景に、それまでの「入れてもらった」意識を薄め、「入ってやった」意識のほうへ軸脚を移し始めた。そのため、育成にはこれまでとは異なる工夫も必要だろう。マネージャークラスの中高年世代は、久々の大量採用で、バブル崩壊前の気分にもどっているかも知れないが、新入社員たちは会社というシェルターをあてにするつもりはなく、氷河期時代の新入社員同様、個人としていかにサバイバルするかを慎重に考えている。後述するように「会社の将来性」を評価して入社したとする者は9.0%にとどまる。

仕事中心 / 生活中心の経年変化グラフ（追加分より）

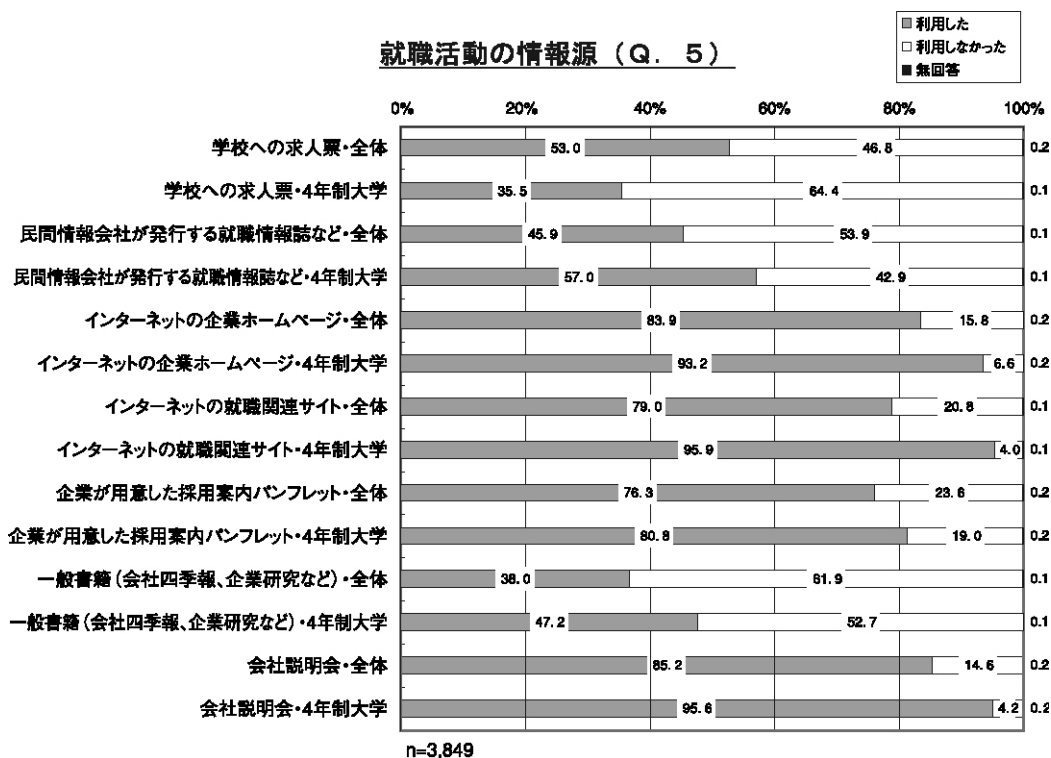


デート / 残業の経年変化グラフ（追加分より）



2. 就職活動の情報源 ほぼ定着したインターネット情報の利用

就職先を選択するにあたって利用した情報源（Q5）は、利用度の高い順に「会社説明会」（85.2%）、「インターネットの企業ホームページ」（83.9%）、「インターネットの就職関連サイト」（79.0%）、「企業が用意した採用案内パンフレット」（76.3%）、「学校への求人票」（53.0%）、「民間情報会社が発行する就職情報誌など」（45.9%）、「一般書籍（会社四季報、企業研究など）」（38.0%）となる。会社説明会、パンフレットなどが今も上位にランクされるが、インターネットがそれとほぼ並ぶ位置を占めている。四年制大学卒は、企業ホームページについては93.2%が、就職関連サイトについては95.9%が利用しており、四年制大卒の就職にあっては特にインターネット情報の重要性が非常に高くなっている。就職活動へのインターネットの利用はほぼ定着しきった感があり、一昨年をピークとしてほぼ横ばい状態が続いている。



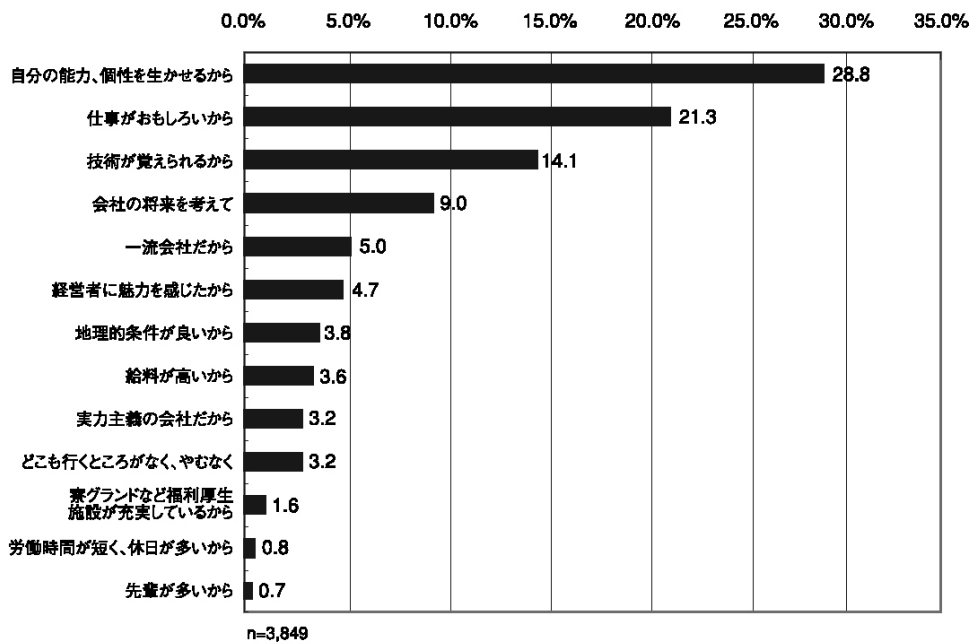
3. 会社の選択基準 「就社」から「就職」へ 能力・個性を重視した会社選び

「会社を選ぶとき、あなたはどのような要因をもっとも重視しましたか」（Q1）という質問に対して、最も多かった回答は「自分の能力、個性が活かせるから」で、全体の28.8%であった。以下「仕事がおもしろいから」（21.3%）、「技術が覚えられるから」（14.1%）が上位を占めた。このような個人の能力、技能ないし興味に関連する項目に比べて、勤務先の企業に関連する項目、「一流会社だから」（5.0%）、「経営者に魅力を感じて」（4.7%）、「福利厚生施設が充実しているから」（1.6%）などは10%に満たない数値であった。終身雇用制の後退を背景とする、昨今の「就社」より「就職」という傾向を反映しているものと思われる。

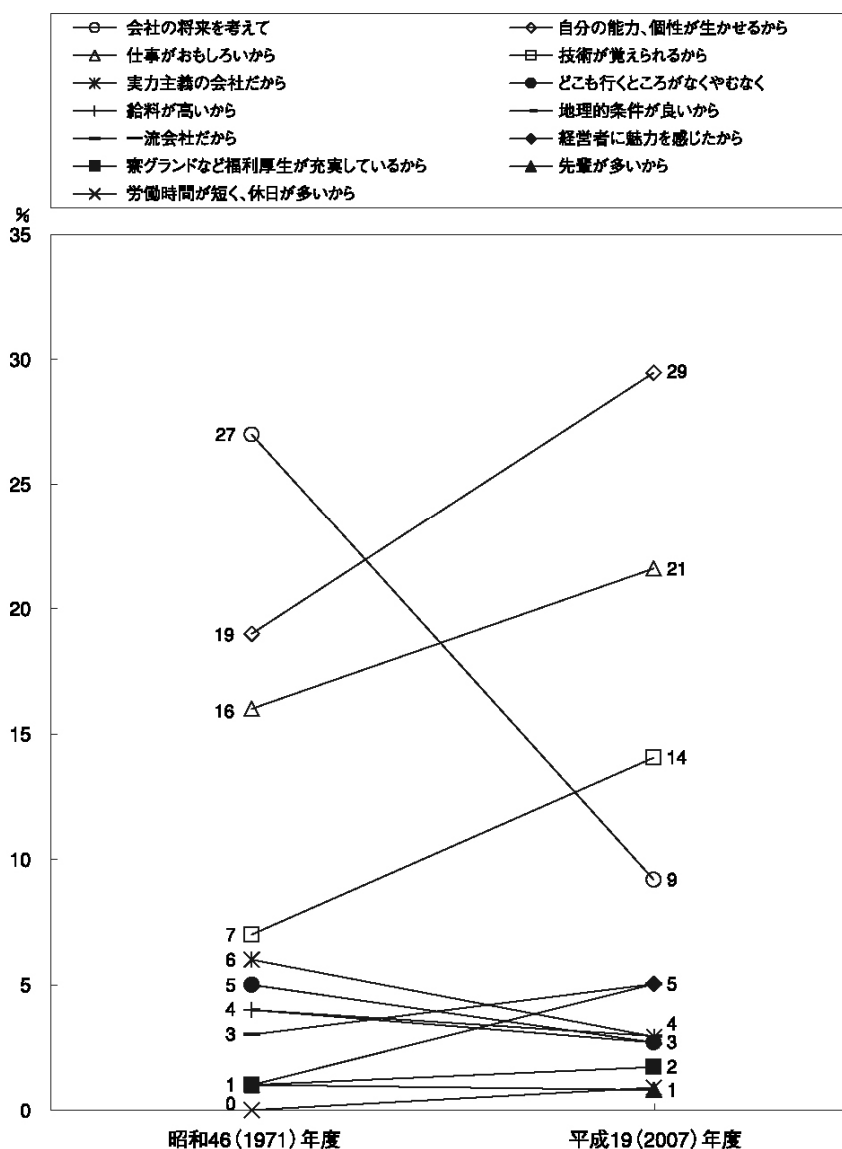
会社選択の要因（Q1）で興味深いのは、昭和46（1971年）年度には27%でトップに挙げられていた「会社の将来性」が、一ケタ台にまで落ち込んでいるということである（ここ5年間の推移は8% 10% 8% 7% 9%）。代わりに「自分の個性・能力が活かせる」「仕事がおもしろい」「技術が覚

えられる」といった項目が上位を占め、まさに“寄らば大樹”的な思考が廃れ、個々人の技能や能力が問われる、成果主義的なシステムに対応した意識に変化したことを物語っている。

会社の選択理由 (Q. 1)



会社の選択理由 (経年変化) (Q. 1)



4. 就労意識 “ リストラ不安 ” やや増加

就労意識について13の質問文をあげ、「そう思う」から「そう思わない」まで四段階で聞いてみた(Q11)ところ、肯定的な回答(「そう思う」と「ややそう思う」の合計)の比率は以下のような順になった。

就労意識のランキング(Q.11)

各項目の()内の数字は調査項目の質問番号

- 1位(7) 仕事を通じて人間関係を広げていきたい【95.4%】
- 2位(3) どこでも通用する専門技能を身につけたい【93.1%】
- 3位(13) 社会や人から感謝される仕事がしたい【92.9%】
- 4位(12) これからの時代は終身雇用ではないので、会社に甘える生活はできない【85.6%】
- 5位(9) 高い役職につくために、少々の苦労はしても頑張る【79.4%】
- 6位(1) 仕事を生きがいとしたい【73.6%】
- 7位(6) 仕事をしていくうえで人間関係に不安を感じる【64.9%】
- 8位(2) 面白い仕事であれば、収入が少なくても構わない【55.5%】
- 9位(4) いずれリストラされるのではないかと不安だ【38.8%】
- 10位(11) 職場の上司、同僚が残業していても、自分の仕事が終わったら帰る【37.2%】
- 11位(8) 仕事はお金を稼ぐための手段であって、面白いものではない【31.1%】
- 12位(5) いずれ会社が倒産したり破綻したりするのではないかと不安だ【22.8%】
- 13位(10) 職場の同僚、上司、部下などとは勤務時間以外はつきあいたくない【22.1%】

総じてポジティブで積極的な項目が上位を占める傾向があり、反対に、ネガティブで消極的な項目が下位を占める。職場の人間関係にドライな若い世代が多いというイメージがあるが、この結果を見る限り、新入社員たちは職場の人間関係に大きな期待をもっている。反面、「仕事をしていくうえで人間関係に不安を感じる」も64.3%あり、職場の人間関係が新入社員の大きな関心事であることがわかる。

また、ここでも専門技能への関心が見られ、これからの職業生活において、個人の専門技能をよりどころとしていきたいとする意向が伺える。

昨年との比較では、「いずれリストラされるのではないかと不安だ」が35.9%から38.8%へ、「いずれ会社が倒産したり破綻したりするのではないかと不安だ」が21.6%から22.8%へと微増している。

5. 仕事中心か生活中心か バランス志向

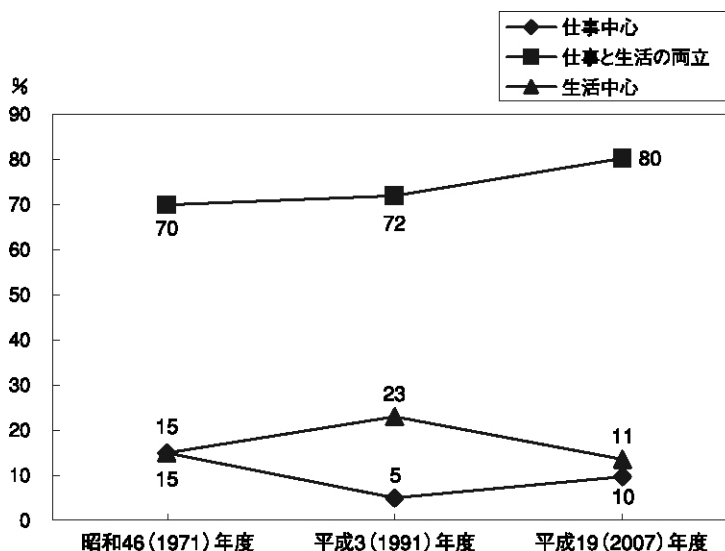
「あなたは仕事と生活について、どちらを中心に考えますか」(Q6)という質問に対しては、「仕事と生活の両立」という回答が大多数(79.8%)を占め、「仕事中心」(9.6%)、「生活中心」(10.6%)という回答を大きく上回る。

この項目の経年変化を見ると、「両立」派が大多数であることに変わりはない(80%)が、近年では新たな傾向も見られ、「生活中心」派はバブル期をピークに減少し、同様に「仕事中心」派はバブル期をボトムに増加しつつあったのが、徐々にその傾向が鈍り始めているようだ。(生活中心派)昭和46年度15% 平成3年度23% 平成13年度12% 平成19年度11%。(仕事中心派)昭和46年

度 15% 平成 3 年度 5% 平成 13 年度 10% 平成 19 年度 10%) こうした、“仕事中心志向の上げ止まり”は新たな特徴として指摘できるかもしれない。だがいずれにせよ、経年変化から読み取れる、いわゆる“バブル入社組”の新入社員当時の意識の特性は重要な論点である。

働く目的(Q7)については、順に「楽しい生活をしたい」(37.9%)、「経済的に豊かな生活を送りたい」(23.4%)、「自分の能力をためす生き方をしたい」(18.7%)が上位を占めた。

仕事と生活のバランス(経年変化)(Q.6)

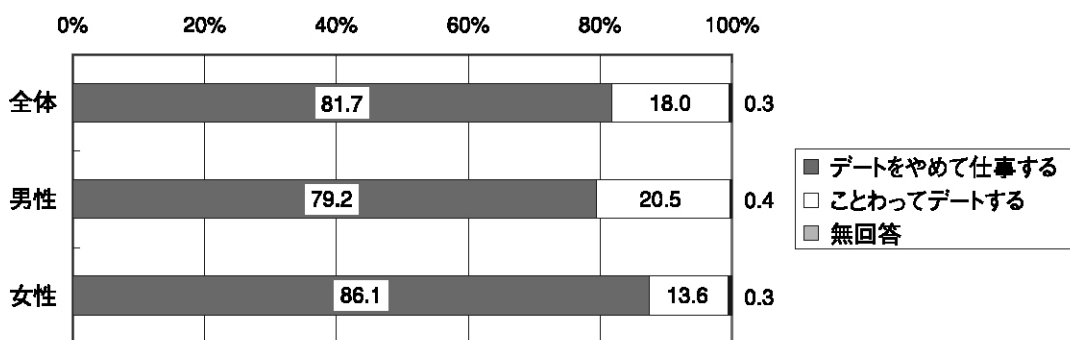


6. デートか残業か プライベートより仕事を優先

「デートの約束があった時、残業を命じられたら、あなたはどうしますか」(Q15)という質問に対しては、「デートをやめて仕事をする」(81.7%)、「ことわってデートをする」(18.0%)と、プライベートな生活よりも仕事を優先する意向が伺える。このうち、「デートをやめて仕事をする」という回答は男性 79.2%に対して、女性 86.1%と女性のほうが上回っている。

この項目の経年変化についても前項の「仕事中心が生活中心か」で見たのと同様の傾向がある。すなわち、「(残業を)ことわってデートをする」はバブル期がピークであり、「デートをやめて仕事をする」はバブル期がボトムであるが(それぞれ、昭和 47 年度 30% 平成 3 年度 37% 平成 19 年度 18%、69% 62% 82%) 近年の傾向として「デートより仕事」派は数値が安定し始め“上げ止まり”の兆候を見せているように思われる(ここ 5 年の変化は 79% 78% 79% 80% 82%)

デートと残業(Q.15)



n = 3,849

7. 職場で生きがいを感じる時 重視される「仕事から得られる充実感」

「あなたは職場でどんなときに一番“生きがい”を感じますか」(Q10)について12種の選択肢をあげて聞いたところ、最も多かったのは、「仕事がおもしろいと感じるとき」(24.3%)で、他に多かったのは、「自分の仕事を達成したとき」(23.3%)、「自分が進歩向上していると感じるとき」(19.1%)、「自分の仕事が重要だと認められたとき」(12.2%)などであり、「自分中心の充実感」といったキーワードが浮かんでくる。

8. 生活価値観 “いい時代に生まれた”が浸透

一般的な生活価値観について16の質問をした(Q30)。四段階のうち「そう思う」「ややそう思う」の合計%で順位づけると、おおむね、積極性を示す項目が上位を占め、消極性を示す項目が下位を占めた。一位となったのは「(14)人間関係では、先輩と後輩など上下のけじめをつけるのは大切なことだ」(88.7%)で、以下、二位が「明るい気持ちで積極的に行動すれば、たいいていのことは達成できる」(84.3%)、三位が「(22)将来の幸福のために、今は我慢が必要だ」(83.6%)であった。

「人間関係では上下関係のけじめが大切」が1位となったが、別項目(Q11)にも「仕事を通じて人間関係を広げていきたい」(95.4%)、「仕事をしていくうえで人間関係に不安を感じる」(64.9%)といった結果があり、新入社員にとって職場の人間関係が微妙な問題として意識されていることがうかがえる。

なお前年比で、「自分はいいい時代に生まれたと思う」が80.0%から81.2%と、ほぼ安定した横ばい状態になっている。

重視する生活価値観(Q.30)

各項目の()内の数字は調査項目の質問番号

- 1位 (14) 人間関係では、先輩と後輩など上下のけじめをつけるのは大切なことだ【88.7%】
- 2位 (13) 明るい気持ちで積極的に行動すれば、たいいていのことは達成できる【84.3%】
- 3位 (22) 将来の幸福のために、今は我慢が必要だ【83.6%】
- 4位 (23) 他人にどう思われようとも、自分らしく生きたい【83.0%】
- 5位 (20) 自分はいいい時代に生まれたと思う【81.2%】
- 6位 (12) すこし無理だと思われるくらいの目標をたてた方ががんばれる【76.4%】
- 7位 (17) 企業は経済的な利益よりも、環境保全を優先するべきだ【67.6%】
- 8位 (16) あまり収入がよくなくても、やり甲斐のある仕事がしたい【64.7%】
- 9位 (21) 冒険をして大きな失敗をするよりも、堅実な生き方をするほうがいい【58.1%】
- 10位 (15) たとえ経済的には恵まれなくても、気ままに楽しく暮らすほうがいい【56.2%】
- 11位 (10) 世の中、なにはともあれ目立ったほうが得だ【51.7%】
- 12位 (18) 世の中は、いろいろな面で今よりもよくなっていくだろう【48.5%】
- 13位 (9) 自分と意見のあわない人とは、あまりつきあいたくない【47.4%】
- 14位 (11) リーダーになって苦労するよりは、人にしがっている方が気楽でいい【45.8%】
- 15位 (19) 世の中は、いろいろな面で、今よりも昔のほうがよかった【44.1%】
- 16位 (8) 周囲の人と違うことはあまりしたくない【36.8%】

9. 約 90%が「将来、子供が欲しい」

平成 15 年(2003 年)から、継続調査の項目に加え、その年に関心を集めた話題などについて、その年限りの質問項目を設定している。今年は、内定率が過去 10 年間で最高といわれたことから「就職活動結果への満足度」、さらに日本の人口がはじめて減少に転じたことから「将来子供が欲しいか」、そして「ブログや SNS (mixi などのソーシャルネットワーキングサービス)の参加率」をとりあげた。

まず「思っていたよりも満足のいく就職ができた」(Q33-1)かどうかを尋ねると、「はい」と回答したのは全体の 81.9%にも達した。男女差や学歴による差は見られないものの、産業別に見ると、建設(93.3%)、製造(89.7%)が高かったのに比べ、外食産業(68.1%)が低めとなっているのが目立った。

次に「将来、子供が欲しいと思う」(Q33-2)かどうかを尋ねると、「はい」と回答したのが全体の 88.6%にとほぼ 9 割に達した。この点については、比較的基本属性や学歴、産業などによる目立った差が見られず、多くの新入社員が、将来的には子供を欲しいと考えていることがわかった。

10. ほぼ 6 割が「ブログをったり SNS に参加」

さらに、「ブログをったり SNS に参加している」(Q33-3)かどうかを尋ねると、全体の 59.0%、ほぼ 6 割が「はい」と回答した。これには、男性 54.3%に対して女性 66.9%と差が見られ、女性の関係性志向の強さが伺えた。また年齢層別には、おおむね上の年齢層ほど、さらに最終学歴別に見ると、おおむね高学歴層ほど参加率が高かった。出身地別に見ると、東北(43.4%)、九州沖縄(50.6%)の低さがやや目立ち、産業別に見ると、情報関連サービス業が 72.2%と突出するのは当然として、外食産業(44.5%)金融保険(36.1%)などの低さが目立った。また、支持政党別に見ると、社民党支持者が 51.9%、共産党支持者が 48.8%と、母数自体が少ないものの革新的な政党の支持者で低いのがやや目立った。最後に、居住形態別に見ると、一人暮らしが 65.5%と高く、会社の寮の場合は 54.2%と低くなっていた。

参考 . 本調査に関連する出版物について

本調査を素材として二つの出版物が上梓されている。あわせて参照いただければ幸甚である。

森清 / 夏目孝吉 / 斎藤幸江 / 岩間夏樹著

『新社会人白書 採用・就職事情最前線』生産性労働情報センター

岩間夏樹著 『新卒ゼロ社会 増殖する「擬態社員」』角川新書

《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	バンダ型	おとなしく可愛いが、人になつかず世が大変。
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	かもめのジョナサン型	群から外れやすく、上空からしらけた眼で見ている。一方で目ざとい。
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	期待した割には変わりばえせず、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	お仕立て熱きワキシャツ型	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	一見得たい知れずで厄介だが、煮ても焼いても食べそう。
6	浄水器型	取付け不十分だと臭くまじいが、うまくいけば必需品。
7	四コママンガ型	理解に時間かからず傑作もある一方で、あふれているので、安く調達可能。
8	床暖房型	断熱材（評価）いれないと熱（ヤル気）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）良く、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（社風押しつけ）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。但し型くずれ防止アイロン（注意・指示）必要。
12	栄養補助食品型	ビタミン・ミネラル（語学力・パソコン活用能力）豊富に含むが、直射日光（叱責）に弱く賞味（試用）期限内に効果（ヤル気）薄れる事あり。
13	キシリトールガム型	種類は豊富、価格も手ごろ。虫歯（不祥事）予防に効果ありそう。
14	ボディピロー型 （抱きつき枕）	クッション性あり、等身大に近いので気分いいが、上司・先輩の扱い次第で、床に落ちたり（早期退職）変形しやすいのでメンテナンス必要。
15	カメラ付きケータイ型	瞬時の処理能力機能豊富だが、経験・知識蓄積されず中高年者使いこなせず。
16	ネットオークション型	人気殺到即日完売の一方で売れ残り多数。高値落札しても、アテ外れあり。
17	発光ダイオード型	電流通す（ちゃんと指導）ときれいに光る（いい仕事）が、決して熱くならず（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。

資料出所：タイプの命名等は、平成14年度までは現代コミュニケーション・センター所長 坂川山輝氏による。平成15年度以降は、社会経済生産性本部「職業のあり方研究会」（座長：山野美容芸術短期大学 森清名誉教授）による。