

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18年度新入社員(3,937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18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38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18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「インターネットの企業ホームページ」(83.9%)がトップとなり、従来一位だった「会社説明会」(82.6%)を初めて上回った。

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30.2%であった。以下「仕事がおもしろいから」(21.6%)「技術が覚えられるから」(14.5%)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った。「会社の将来性」は昨年の8.3%から7.4%に低下し、「経営者に魅力を感じて」(4.3%)「一流会社だから」(4.3%)「福利厚生施設が充実しているから」(2.0%)などは5%に満たない数値であった。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」(95.9%)、2位「社会や人から感謝される仕事がしたい」(93.8%)、3位「どこでも通用する専門技能を身につけたい」(93.3%)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」は38.7%から35.9%にやや減少し、「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22.0%から21.6%へと微減した。昨今の景気の回復傾向の反映と思われる。

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(81.2%)を占め、「仕事中心」(9.7%)「生活中心」(9.0%)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」(86.4%、2位)「他人にどう思われようとも、自分らしく生きたい」(83.4%、3位)が上位を占めた。

「2007年問題」では、全体の48.6%が「2007年問題という言葉を知っている」と、また74.6%が「団塊世代から学びたい」と回答した。

「友人とのメールのやりとり」では、全体の48.5%が「面倒だと思ったことがある」と回答した。男女別では男性43.3%、女性57.0%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 18 年度新入社員「働くことの意識」調査結果の概要

### 1. 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の際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。しかし、昨今の、終身雇用制の後退、若い世代の価値観の変化などを背景に、時代にそぐわない質問項目が散見されるようになってきた。そこで平成 13(2001)年度の実施にあたって、いくつかの質問項目を入れ替えた。もちろん、これまでの時系列データの資産的な価値を重視し、多少、最近の新入社員には無理があると思える質問も、極力残す方向でリニューアルをした。今年度はリニューアル後 6 回目の調査となる。

### 2. 調査の概要

- (1)調査期間 : 平成 18 年 3 月 8 日から同年 4 月 30 日
- (2)調査対象 : 平成 18 年度新社会人研修村(国立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 : 3,937 件
- (5)回答者プロフィール :

		(%)					
性別	最終学歴	産業区分	会社の従業員数				
男性	61.8	普通高等学校	13.1	建設	0.9	99人以下	0.6
女性	37.8	職業高等学校	4.0	製造	20.9	100~499人	12.6
無回答	0.3	高等専門学校	2.7	卸小売	28.8	500~999人	13.6
年齢	短期大学	3.9	金融保険	3.2	1000~1999	17.1	
19歳以下	18.1	4年制大学	57.3	不動産	1.4	2000~2999	5.0
20歳	9.9	大学院	8.6	運輸通信	1.1	3000~3999	18.0
21歳	2.3	専修・専門学校	8.6	外食	11.1	4000~4999	2.4
22歳	42.1	各種学校	0.4	情報関連サービス	15.6	5000人以上	30.6
23歳	12.6	その他	1.1	その他サービス	15.2	無回答	0.0
24歳	8.9	無回答	0.2	その他	1.9		
25歳以上	5.5			無回答	0.0		
無回答	0.6						

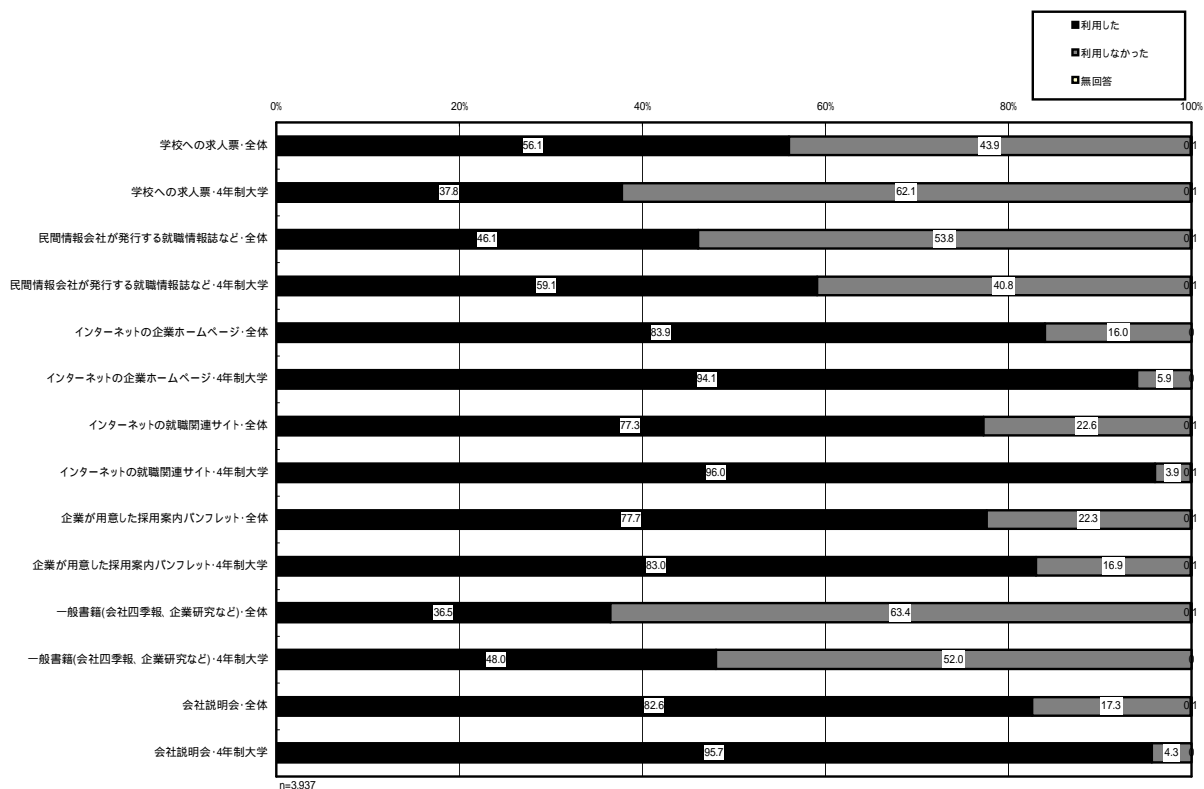
\* 回答数値は小数点第 2 位を四捨五入している

## ．本年度新入社員の特徴

### 1. 就職活動の情報源 ついに首位になっ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「インターネットの企業ホームページ」（83.9%）、「会社説明会」（82.6%）、「企業が用意した採用案内パンフレット」（77.7%）、「インターネットの就職関連サイト」（77.3%）、「学校への求人票」（56.1%）、「民間情報会社が発行する就職情報誌など」（46.1%）、「一般書籍（会社四季報、企業研究など）」（36.5%）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ものの、インターネットがついに首位となった。四年制大学卒は、企業ホームページについては94.1%が、就職関連サイトについては96.0%が利用しており、四年制大卒の就職活動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。

就職活動の情報源（Q.5）



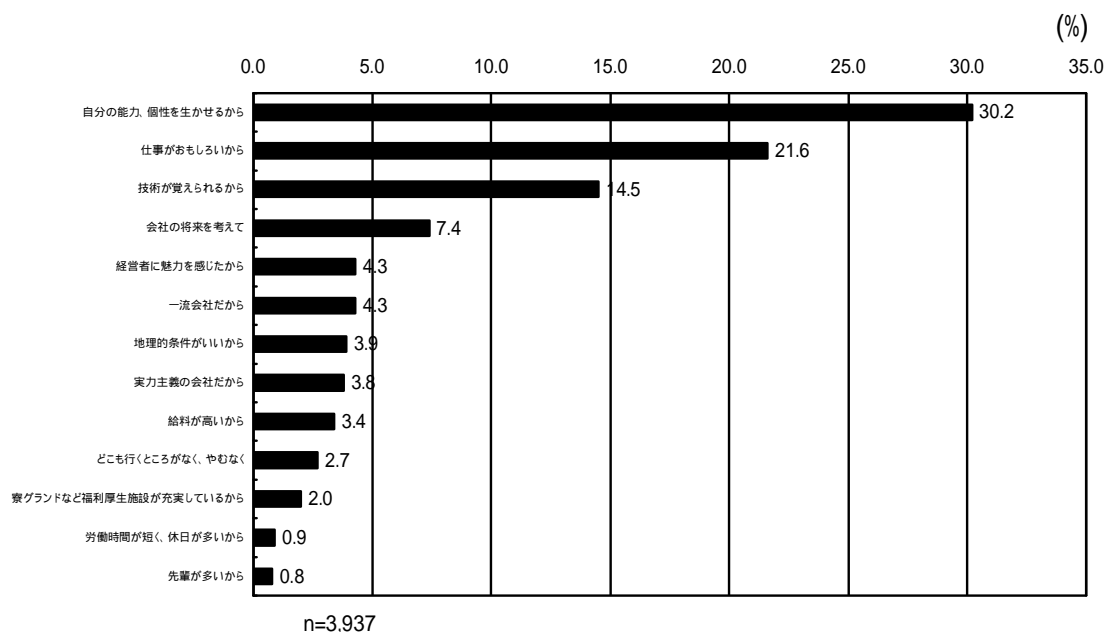
### 2. 会社の選択基準 「就社」から「就職」へ 能力・個性を重視した会社選び

「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30.2%であった。以下「仕事がおもしろいから」（21.6%）、「技術が覚えられるから」（14.5%）が上位を占めた。

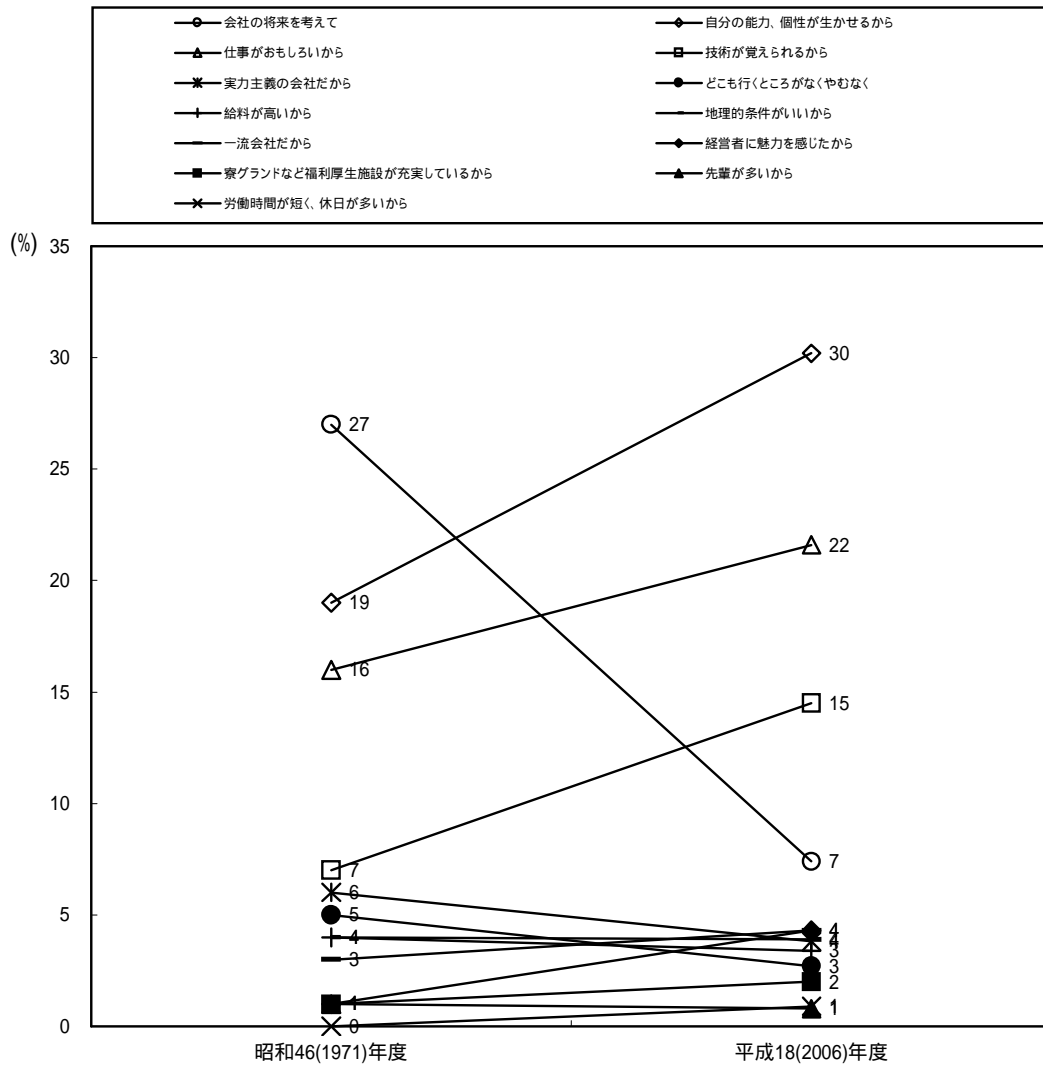
このような個人の能力、技能ないし興味に関連する項目に比べて、勤務先の企業に関連する項目、「経営者に魅力を感じて」(4.3%)、「一流会社だから」(4.3%)、「福利厚生施設が充実しているから」(2.0%)などは5%に満たない数値であった。終身雇用制の後退を背景とする、昨今の「就社」より「就職」という傾向を反映しているものと思われる。

会社選択の要因(Q1)で興味深いのは、昭和46年度には27%でトップに挙げられていた「会社の将来性」が、7%台にまで落ち込んでいるということである(ここ6年間の推移は9% 9% 8% 10% 8% 7%)。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、“寄らば大樹”的な思考がすたれ、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)



### 3. 就労意識 “ リストラ不安 ” やや減少

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。

- |  |
|--|
| 1位(7) 仕事を通じて人間関係を広げていきたい【95.9%】                |
| 2位(13) 社会や人から感謝される仕事がしたい【93.8%】                |
| 3位(3) どこでも通用する専門技能を身につけたい【93.3%】               |
| 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【86.3%】 |
| 5位(9) 高い役職につくために、少々の苦勞はしても頑張る【80.2%】           |
| 6位(1) 仕事を生きがいとしたい【75.0%】                       |
| 7位(6) 仕事をしていくうえで人間関係に不安を感じる【62.7%】             |
| 8位(2) 面白い仕事であれば、収入が少なくても構わない【58.7%】            |
| 9位(4) いずれリストラされるのではないかと不安だ【35.9%】              |
| 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【35.3%】  |
| 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【27.9%】      |
| 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【21.6%】     |
| 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【19.5%】  |

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 62.7%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 38.7%から 35.9%へやや減少し、「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 22.0%から 21.6%へと微減した。

#### 4. 仕事中心か生活中心か バランス志向

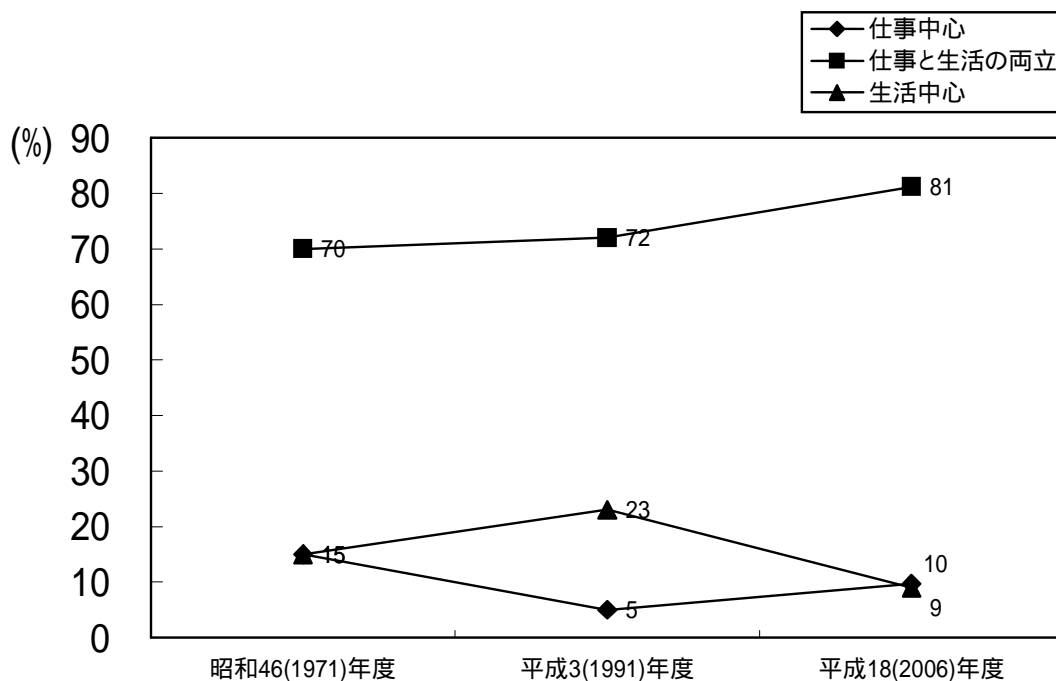
「あなたは仕事と生活について、どちらを中心に考えますか」(Q6)という質問に対しては、「仕事と生活の両立」という回答が大多数(81.2%)を占め、「仕事中心」(9.7%)、「生活中心」(9.0%)という回答を大きく上回る。

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が(約70~80%前後)、「生活中心」派はバブル期をピークに年々減少し始め、反対に「仕事中心」派はバブル期をボトムに増加しつつある(「仕事中心」派は昭和46年度15% 平成3年度5% 今年度10%、「生活中心」派は昭和46年度15% 平成3年度23% 今年度9%)。いわゆる“バブル入社組”の新入社員当時の意識の特性が経年変化から読み取れる。

働く目的(Q7)については、順に1位「楽しい生活をしたい」(39.4%)、2位「経済的に豊か

な生活を送りたい」(20.9%)、3位「自分の能力をためす生き方をしたい」(20.3%)が上位を占めた。

**仕事と生活のバランス(経年変化)(Q.6)**

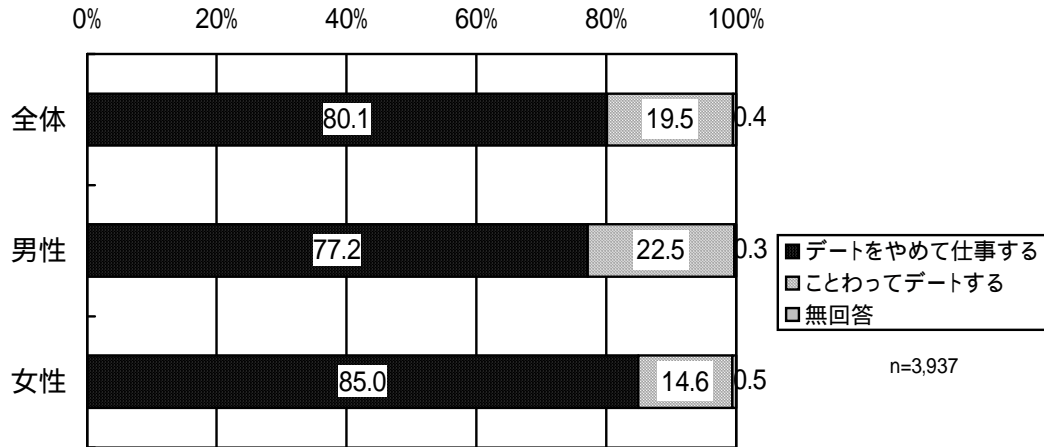


### 5. デートか残業か プライベートより仕事を優先

「デートの約束があった時、残業を命じられたら、あなたはどのようにしますか」(Q15)という質問に対しては、「デートをやめて仕事をする」(80.1%)、「(残業を)ことわってデートをする」(19.5%)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。男女別に見ると、「デートをやめて仕事をする」という回答は男性77.2%に対して、女性85.0%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「仕事中心か生活中心か」で見たのと同様の傾向がある。「(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(「デートする」派は昭和47年度30% 平成3年度37% 今年度20%、「残業する」派は昭和47年度69% 平成3年度62% 今年度80%)。

### デートと残業 (Q.15)



### 6. 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の選択肢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」(28.1%)で、以下「自分の仕事を達成したとき」(21.4%)、「自分が進歩向上していると感じるとき」(17.2%)、「自分の仕事が重要だと認められたとき」(10.8%)と続く。反対に「会社に将来性があると感じるとき」(0.4%)、「賃金、福利厚生、作業環境等が良いとき」(0.7%)などは低く、職場環境や会社の経営状態よりも、「仕事そのものから直接得られる充実感」が重視される。

### 7. 生活価値観 “いい時代に生まれた”が増加

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」(88.2%)で、以下、二位が「(13)明るい気持ちで積極的に行動すれば、たいていのことは達成できる」(86.4%)、三位が「(23)他人にどう思われようとも、自分らしく生きたい」(83.4%)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」(95.9%)、「仕事をしていくうえで人間関係に不安を感じる」(62.7%)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「自分はいい時代に生まれたと思う」が74.1%から80.0%に増加している。



- 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【88.2%】
- 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【86.4%】
- 3位（23）他人にどう思われようとも、自分らしく生きたい【83.4%】
- 4位（22）将来の幸福のために、今は我慢が必要だ【82.6%】
- 5位（20）自分はいい時代に生まれたと思う【80.0%】
- 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【77.2%】
- 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【69.1%】
- 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【67.3%】
- 9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【57.6%】
- 10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【54.5%】
- 11位（10）世の中、なにはともあれ目立ったほうが得だ【53.4%】
- 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【52.5%】
- 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【47.3%】
- 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【44.7%】
- 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【41.8%】
- 16位（8）周囲の人と違うことはあまりしたくない【35.0%】

## 8. 約75%が「団塊世代に学びたい」

2003年から、継続調査の項目に加え、その年に興味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「2007年問題」と「メール交換」について聞いた。

まず「2007年問題」という言葉を知っているかを聞くと（Q33-2）全体の48.6%が「知っている」と回答している。この回答の男女差はやや目立ち、男性52.5%、女性42.6%であった。最終学歴による偏差を見ると、大学院卒（79.7%）、四年制大卒（56.9%）が高く、普通高校卒（20.4%）、職業高校卒（19.9%）、各種学校卒（18.8%）が低かった。

また「定年退職が近い団塊世代から学びたいと思うか」を聞くと（Q33-3）全体の74.6%が「はい」と回答した。業種別で見ると、不動産（88.9%）、製造（82.6%）が高く、建設（64.7%）、外食（65.8%）が低かった。

## 9. 約半数が「友人とのメールが面倒」

もうひとつの質問は「メール交換」について。ある調査によると、大学生は一日に20通程度ものメールをやりとりしているという（東洋大学「新入生アンケート」2004）。日常のメール交換にかなりの労力を必要とするのではないかと考え、「友人とのメールのやりとりを面倒だと思

うことがあるか」を聞いた(Q33-1)。全体の48.5%が「ある」と回答した。男女差は、男性43.3%に対して女性57.0%と女性のほうが優位だった。

## 10. 「今年の新入社員は“ブログ型”」との関係

本調査に先立って、社会経済生産性本部の「職業のあり方研究会」(座長：森清 山野美容芸術短大名誉教授)は、多くの企業・学校等の就職・採用関係者へのヒアリングをもとに、本年4月の新卒新入社員の特徴を「ブログ型」と発表している(本年3月28日発表)。

本年の新入社員の特性として「自分はいい時代に生まれたと思う」(Q30-20)に対する肯定的な回答が、昨年の74.0%から80.0%に増加していることが挙げられる。この設問の回答は就職戦線の厳しさが反映される傾向にあり、過去数年の変化は下記のようになっている(元データより作成)。

平成13年	75.5%
平成14年	70.9%
平成15年	71.2%
平成16年	73.6%
平成17年	74.1%
平成18年	80.0%

景気の回復傾向を反映して、結果的にはおおむね希望を満足させることができた新入社員が増えたことによる変化と見ることができよう。それだけに、徐々に採用された新入社員という場合、配属された部署では直近の先輩がかなり年上であることもあるだろう。ちょっとした相談事を持ちかけにくい、といったこともあるかも知れない。

実際にブログをもったり、ミクシィなどのソーシャルネットワーキングサイトに参加する若い世代は非常に多く、そういう新入社員たちは仕事上の悩みを、職場の先輩たちに相談するよりは、ネットを通じて吐露しあい、励ましあうことが大いにあり得る。ちなみにミクシィで「新入社員」というキーワードでコミュニティー(同じ関心をもつグループ)を検索すると394件ヒットする。中には「会社2006年入社組」といったものもあり、すでにそのようなコミュニケーションがもたれていることがうかがえる。

## 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た。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	熊のシヨウコ型	群れから外れやすく上空からしらけた眼で見ている。一方で目敏い。
51	たいやきくん型	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	コビー食品型	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	レフォード型	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、値段高く色不鮮明。改良次第で可能性大。
2	タイヤン型	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Y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よう。
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	ボディソープ型	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。
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せない側面もある。
16	ネットオークション型	ネット上で取引が始まり、良いものには人気殺到しさっさと売れる一方で、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、自己表現により他者に自己認知や共感を求めたがる一方で、他人の評価ひとつ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。

タイプの命名は、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。