

# INFORMATION

(Vol.236)

2018年8月号

## ■新入社員の職業意識

(公財)日本生産性本部と(一般)日本経済青年協議会の合同による、「働くことの意識」調査結果が発表されました。この調査は今年で50回目を迎え、世相を反映していると言われています。

調査対象は、ほとんどが社員数1,000名を超える大企業の平成30年度の新入社員です。質問への回答をみると、最近の新入社員の職業意識の変化がよく読み取れます。

この調査結果を見て、どのように思いますか?、どのように対応したらいいと思いますか?

### Q1. 働く目的は?

「楽しい生活をしたい」が過去最高で41.1%、「経済的に豊かな生活を送りたい」30.4%。一方「自分の能力をためす」は過去最低で10.0%、「社会に役立つ」8.8%の順となっています。

### Q2. 人並み以上に働きたいか?

「人並みで十分」が61.6%、「人並み以上」は31.3%、「どちらともいえない」7.1%でした。

「人並みで十分」は平成25年から年々上昇して過去最高を更新中で、「人並み以上」の2倍もあります。景気がよいときは「人並みで十分」が高くなる傾向があります。

### Q3. デートの約束があった時、残業を命じられたらどうするか?

「デートをやめて仕事をする」が68.5%、「デートをする」は30.9%。デートよりも仕事を優先するが2倍以上ありますが、「デートをする」は年々増加傾向で7年前よりも12%上昇しています。

### Q4. どのポストまで昇進したいか?

「どうしてもよい」が17.4%で第1位。「専門職(スペシャリスト)」は16.5%で2位。3位「部長」、4位「重役」、5位「主任班長」、6位「社長」の10.3%。「役職につきたくない」が6.5%もあります。男女別にみると、男性の上位3つは「部長」23.1%、「重役」21.3%、「社長」15.5%。女性の上位は「どうしてもよい」23.1%、「専門職」21.7%、「主任班長」、「役職につきたくない」と続いています。「どうしてもよい」と「役職につきたくない」の合計で35.8%もあります。

### Q5. 若いうちは進んで苦勞すべきか?

「好んで苦勞する必要はない」が年々増え続け34.1%で過去最高。「進んで苦勞すべき」は7年前より20%以上減少して48%です。「進んで苦勞すべき」の方が上回っているのはまだ救いです。

## 第17回 『超訳 ニーチェの言葉』 (フリードリヒ・ニーチェ/白取春彦編訳) より

～ 信頼が欲しければ行動で示せ “『漂泊者とその影』” ～

現代では、自分自身を信じているということをおおっぴらに言う人はかえって他人からは信用されない。そんなことを言う人は、自分に酔っているナルシストか、自己愛のために自己認識があまり甘くなっている人間でしかないからだ。また、人間というものがいかに脆いものであるか、ほとんどの人が知っているからだ。

人から信じてもらいたければ、言葉で自己を強調するのではなく、行動で示すしかない。しかも、のっぴきならない状況での真摯な行動のみが、人の信に訴えるのだ。

## ハローワーク求人票の効果的な記載方法は、コレだ！！

引き続き中小企業の「人手不足」が深刻化しています。ほとんどの中小企業では、欲しい人材がなかなか採用出来ない状況が続いています。求人サイトや媒体などに数十万円、数百万円をかけたけど、なかなか応募者が来ないという話をよく耳にします。

応募者を増やすには、魅力的な会社作りが必要なのは言うまでもありませんが、現在の会社の魅力をいかにして伝えるか、というのも求人活動では重要なポイントになります。

そこで注目したいのは、ハローワークでの求人です。ハローワークの求人というと、質が良くない、平気で約束をスッポカスなどの意見がありますが、何ととっても“無料”というのはとても魅力的です。ただし、無料だからと言っても見てもらう工夫をしないと、効果は期待できません。そこで今回は、ハローワーク求人票の効果的な記載方法をまとめましたので参考にしてみてください。

### 1. 『職種』の情報は具体的に！！

求人票の『職種』欄の記載でよく見かけるのは「作業員」「営業職」などのシンプル過ぎる書き方です。これでは、具体的にどんな仕事をするのか求職者には分かりません。業界に詳しくない求職者だと、漠然としていて応募をする気になりません。

例えば作業員であれば「小さく軽い部品の検査・組立」とか、営業職であれば「福祉用具のルート営業」など一目で仕事内容や求職者が知りたい+αの情報を職種欄に込めることで、具体的なイメージを持ってもらうことが出来ます。

求職者が求人票で優先してみる順位は、①仕事内容②就業時間③就業場所④休日⑤所在地⑥事業者名⑦職種・・・という調査結果があります。②～⑥は記載方法に工夫をする余地はありませんが、『職種』や『仕事内容』欄は求職者の目を止める書き方ができるかは工夫次第です。

### 2. 『会社の特長』欄の差別化！！

『会社の特長』欄は会社をアピールするうえで大変重要です。書き方次第で、魅力ある会社であることを求職者に伝えることができます。求職者が知りたいのは、会社の雰囲気やその会社で自分がどのように成長できるかです。そのため、会社の経営方針や沿革、社風、教育制度、今後の事業展開等を具体的に詳しく記載する必要があります。

自社の**特長**（「特徴」ではありません）は何かを、一人で考えずにみんなで意見を出し合えば、必ず自社の魅力が探し出せます。

### 3. 自由記載欄（「求人条件特記事項」欄、「備考」欄）への記載

自由記載欄は、文字通り自由に記載できる箇所です。何も書かない会社がたくさんありますが、積極的に自社をPRしてください。例えば、福利厚生が充実している会社なら、具体的な内容を、有給休暇の取得率が高い会社なら「取得率80%」と具体的に書かれているほうが信憑性もあります。

### 4. 画像情報を有効活用！！

ハローワークの求人票に写真やパンフレットの画像情報を添付することが出来るのはご存知でしょうか。ほとんどの会社がこの仕組みを知りませんので、差別化できます。紙媒体又はデータで画像情報をハローワークに提出すれば求人票に8~10枚掲載してくれます。ただし、ハローワークによって異なりますので、管轄のハローワークに確認してください。

画像というのはとても強力なツールです。人間はビジュアルに強く反応する特性がありますので、文字だけで構成される求人票の中に、画像情報が掲載されていれば効果は抜群です。

事業所の外観や職場風景、社員の顔写真、自社の主力製品の写真や会社案内パンフレットなどの画像を掲載することで、親しみがわき、イメージアップにもつながり、応募するきっかけになることが期待できます。

この画像情報の掲載は、大いに活用すべきですね。