

Yahoo!リサーチ、『R22』『Yahoo! JAPAN 新生活特集2010』に調査協力し、
新社会人の意識・実態を様々な角度から調査

～入社前の新人が描いているビジネスパーソン像は、いまだに“ひと昔前のサラリーマン”像!?～

<http://www.yahoo-vi.co.jp/research/100301.html>

2010年3月1日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長/田部 信)は、ヤフー株式会社(以下、Yahoo! JAPAN)と株式会社リクルートが、この春から企業で働く「新社会人」に焦点を当てた企画として連携した『Yahoo! JAPAN 新生活特集2010』内の『2010年新社会人3大特集 web R22』や、フリーペーパー『R22』誌面内の特集において、調査実施をサポートいたしました。

Yahoo! JAPANの国内最大のポータルサイトとしての集客力と、リクルート『R22』の企画力に、Yahoo!リサーチの調査設計・分析力を加えることで、多くの方に役立つより有益な情報を提供できると考え、今回3社で協力いたしました。

<連携企画一覧>

- ◆『Yahoo! JAPAN 新生活特集2010(<http://newlife.yahoo.co.jp/>)』(2010年3月3日公開予定)
新生活のインテリア、ヘルシーごはん、寝不足解消など一人暮らしのノウハウを満載した特集企画。
・「新生活ランキング調査」
- ◆Yahoo! JAPAN × R22 『2010年新社会人3大特集 web R22(<http://r25.yahoo.co.jp/>)』(2010年3月3日公開予定)
ビジネスメールの基本講座、会社ストレスの処方せん、ビジネス必携アイテムなどを紹介した特集企画。
・「ストレスマネジメントに関する調査」
- ◆フリーペーパー『R22』(2010年3月1日より首都圏各所で無料配布予定)
会社デビューの不安と疑問を解消する、R25のフレッシュイズ向け特別号。(<http://r25.yahoo.co.jp/>)
・「ビジネスマナー意識に関する調査」
・「スーツの着こなしに関する調査」
・「マナー(収支と使い道)に関する調査」
・「労働時間と有給休暇に関する調査」

新社会人の「ビジネスマナー意識」に関する調査結果

今回、Yahoo!リサーチが協力させていただいた複数の調査は、各社のコンテンツ内において、ともに「新社会人」を対象とした企画です。その中でも特に、「ビジネスマナー意識に関する調査」については、生活者の意識を探るテーマであり、Yahoo!リサーチの調査設計・分析力といった強みを活かすことができると考え、『R22』編集部の企画構想を調査に落とし込むところをお手伝いさせていただきました。

以下では、Yahoo!リサーチ独自の視点を加えて分析を行い、新社会人のビジネスマナー意識や仕事に対する考え方、また、先輩会社員との意識の違いなどの傾向を探りましたので、その一部をご紹介します。『R22』誌面内では掲載しきれなかった項目も含まれています。(詳細は次項参照)

調査結果トピックス

- ・入社前の新人には、“ひと昔前のサラリーマン”のイメージが強く印象付いている!?
- ・先輩会社員の男性は“仕事への前向きな熱意”、女性は“ソツのない身なりや振る舞い”をより重視
- ・“リクルートスーツ”は早めに卒業して問題なし!?
- ・「オレの注いだ酒が飲めないのか!?’はすでに死語!?’

【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

調査は、首都圏在住で、2010年から一般企業に入社予定の『男性新入社員』と、25歳以上の『先輩会社員(男女)』を対象に、新人としてのあるべき姿や、ビジネスマナーについて、『とてもそう思う』～『そうは思わない』の4段階評価で回答してもらいました。

*スコアはすべて、『とてもそう思う』『どちらかといえばそう思う』(以下、『そう思う』)のトップ2ボックス合算値

<『男性新入社員』と『先輩会社員』の意識の違い>

入社前の新人には、“ひと昔前のサラリーマン”のイメージが強く印象付いている!?

全体的に、『男性新入社員』は、多くの項目で『そう思う』のスコアが7割以上にのぼっており、新人ならではの緊張感や、やる気の高さが伝わってくる結果となりました。しかし、入社前でまだイメージが沸かないせいか、「取引先からおごってもらっては避けるべき」などの【公私の区別】や、「新人は先輩から誘われたときのためにマージャンは覚えておくべき」「上司からの休日ゴルフの誘いは断るべきではない」などの【業務外の付き合い】に関する項目は、比較的低めに留まっています。

次に、『男性新入社員』と『先輩会社員(男女)』の意識の違いに注目しました。

「ボキャブラリーは身に付けておくべき」「いくら新人でも間違った敬語を使うのは社会人として失格」などの【言葉遣い】や、「社外での待ち合わせでは必ず新人が先に来て待っておくべき」「叱られたときはまずすみませんと謝るべき」などの【業務上の上下関係】に関する項目では、『男性新入社員』『先輩会社員(男女)』のどちらも7～8割程と高めのもが多く、新人、先輩を問わず重要と認識されているマナーのようです。

また、「新人のうちはシャツの色は白が好ましい」「新人のうちはブランドもののネクタイやバッグは控えるべき」といった【身なり】、「上司には年賀状を送るべき」「旅行に行ったら部署の人たちにお土産を買ってくるべき」などの【上司・同僚との関係】、「新人は飲み会では聞き役に徹したほうがよい」などの【アフター5の上下関係】に関する項目では、『男性新入社員』のスコアが『先輩会社員(男女)』を30～40ポイントほど上回っており、“ひと昔前のサラリーマン”の慣習を彷彿とさせるようなこれらのマナーは、新人が思うほど先輩は気にしておらず、新人の思い込みが強いようです。

「新人は電話を率先してとるべき」は、唯一『先輩会社員(男女)』のスコアが『男性新入社員』を上回り、先輩の大半が新人の仕事と認識しています。『男性新入社員』と『先輩会社員(男女)』の間には意識のズレがあるようです。

<『先輩会社員』の男性と女性の意識の違い>

先輩会社員の男性は“仕事への前向きな熱意”、女性は“ソツのない身なりや振る舞い”をより重視

先輩会社員を男女別に見ていくと、「新人歓迎会では新人自らお酌にまわるべき」「新人のうちは理不尽な仕事にも前向きに取り組むべき」「仕事が終わらない場合は徹夜してでも仕上げるべき」といった積極性や熱意、前向きさなどの項目では、女性と比べて男性のほうが10ポイントほどスコアが高く、先輩男性には仕事への熱意を見せることでアピールできそうです。

逆に、女性では、「社外での待ち合わせでは必ず新人が先に来て待っておくべき」「叱られたときはまず謝るべき」「新人は飲み会では聞き役に徹したほうがよい」といったコミュニケーション面や、「ボキャブラリーは身に付けておくべき」「靴は常にピカピカに磨いておくべき」などの言葉遣い・身だしなみの面で、ソツなく相手に配慮するような項目のスコアが男性よりも高く、より重視されているようです。同じ先輩でも、男性と女性では、ビジネスマナーに対する意識・考え方の傾向に違いがある様子がうかがえます。

その他に、以下のような面白い結果が見られましたのでご紹介します。

“リクルートスーツ”は早めに卒業して問題なし!?

「新人のうちはシャツの色は白が好ましい」「新人のうちはブランドもののネクタイやバッグは控えるべき」などの【身なり】に関して、『男性新入社員』は7割ほどが『そう思う』と回答していますが、実は『先輩会社員』は男女とも2～3割程しか『そう思う』と回答していません。入社する勤務先において、特別なルールやしきたりなどが無い限り、いわゆる“リクルートスーツスタイル”は入社後早めに卒業しても問題がなさそうです。

「オレの注いだ酒が飲めないのか!？」はすでに死語!?

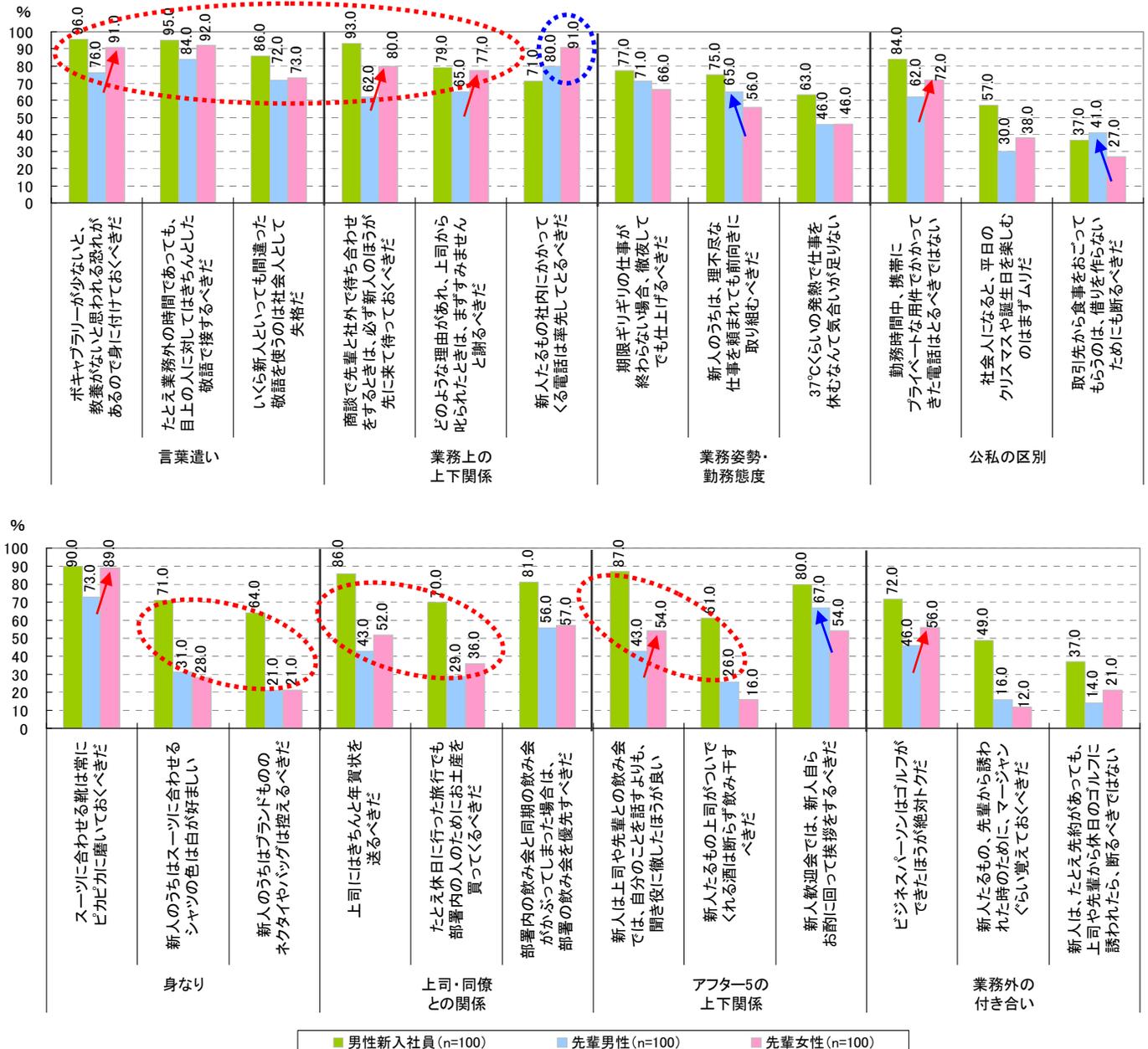
『男性新入社員』の約6割が「新人は上司のついでに飲める酒は飲み干すべき」に『そう思う』と回答していますが、『先輩会社員』は男女とも、2割程度と低く、両者の意識には大きなギャップが見られます。「オレの注いだ酒が飲めないのか!？」などと無理やりお酒を飲まされることも、今や少なくなっているのではないのでしょうか。

* 図表は次項に記載

ビジネスマナーに関する意識【男性新入社員/先輩男性/先輩女性 別】 各 n=100

【単一回答】

*『とてもそう思う』～『そうは思わない』の4段階評価でデータを取得し、スコアは、『とてもそう思う』『どちらかといえばそう思う』の合算値



<調査概要>

調査目的 : 男性新入社員、先輩会社員男女それぞれのビジネスマナー意識や仕事への考え方を探る
 調査方法 : インターネットウェブ定量調査
 調査対象 : 首都圏 一都三県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住の以下の方 300人
 「男性新入社員」100人
 2010年に、一般企業(公務員/自営業をのぞく)に正社員として入社予定の21~24歳の大学生・大学院生
 「先輩男性」「先輩女性」各100人
 25歳以上の会社員(公務員/自営業をのぞく)
 調査期間 : 2010年1月19日(火)~1月20日(水)

<「スタイル・インサイト・セグメンテーション」～ ファッションから見えてくる消費行動分析 ～ のご紹介>

<http://www.yahoo-vi.co.jp/panel/sis.html>

自己表現の1つの手段である『ファッションスタイル』には、洋服やモノ・コトのトレンドや好みはもちろんのこと、生活者の価値観など、さまざまなインサイトが表れています。伊藤忠ファッションシステムとYahoo!リサーチが、それぞれの強みを発揮し、これら『ファッションスタイル』から見える、生活者の価値観やさまざまなモノ・コトとの関係性や嗜好性、消費傾向などを捉える「セグメンテーション」を共同開発しました。これまでにないアプローチのターゲティングを実現するお手伝いをいたします。

<Yahoo!リサーチ メールマガジン 「インサイト★ニュース」のご案内>

最新自主調査データやサービスのご紹介、マーケティングリサーチ関連情報などをお届けします。(月2回)

ご登録はこちらから: <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/mailmagazine/index.php>

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なリサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>

所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961

新会社発足日: 2007年7月1日

資本金: 7億円

代表者: 代表取締役社長 田部 信(たなべ しん)

事業内容: ・マーケティングリサーチ事業
・データ解析事業
・マーケティングコンサルティング事業

所属団体: ・社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)
・社団法人日本マーケティング協会(JMA)
・ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)
・日本行動計量学会
・日本消費者行動研究学会理事会(JACS)
・日本マーケティング・サイエンス学会(JIMS)

【 本件についてのお問い合わせ先 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>

引用・転載時のクレジット表記について

Yahoo!リサーチの調査結果引用の際は、必ずクレジット/調査概要を明記いただけますようお願いいたします。

例)「Yahoo!リサーチ調べ / 全国〇～〇歳の男女〇名、2009年〇月〇日～〇月〇日実施」