

“今”に効く人材戦略から、課題解決のヒントを。

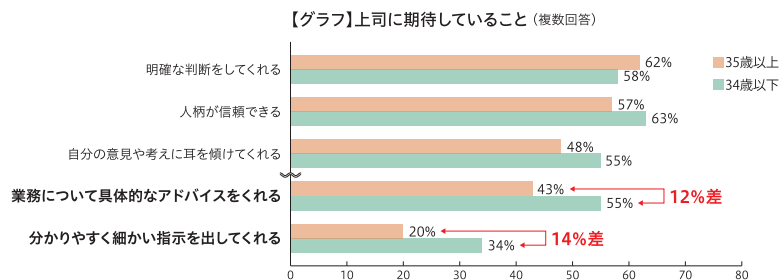
イマドキ社員の育成術

4月は入社シーズンです。皆さまの会社でも、新入社員が新たなスタートを切ったのではないのでしょうか。一方で会社としては、入社した社員をいかに育て定着させるかが大きな課題です。では、イマドキの若手社員はどのような特徴があり、どうすれば定着につながるのか？今回は若手社員の時代背景を検証するとともに、運輸・輸送業界での取り組み事例について船井総研ロジ株式会社の佐々木純平氏に解説してもらいます。

「見て覚える」の指導では離職の恐れあり!?

いつの時代にも「最近の若者は…」といわれるように、世代が違くと仕事への価値観や会社に求めているものが異なるため、世代間ギャップが発生してしまうものです。そのギャップは、アンケート調査(グラフ)からもよく分かります。特に注目したいのは、「分かりやすく細かい指示を出してくれる(14%差)」、次いで「業務について具体的なアドバイスをくれる(12%差)」で、35歳

以上と34歳以下の世代間で最も差異がありました。この2点は、イマドキの若手社員の実態をよく表しているといえ、「仕事について分からないことは手取り足取り、教えてほしい」という思いが強いのです。つまりひと昔前のように、「先輩がやっているのを見て覚える」というような育成スタイルだと、離職が高まる可能性があるということです。



出典:エン・ジャパン株式会社「上司についてのユーザーアンケート(2018年)」をもとに、上位3位までと差異が大きい上位2位を抽出し作成。

デジタルネイティブ世代は、「答え」を求める

先ほど挙げた若手社員の特徴は、スマホやSNSの普及に起因します。1990年代以降に生まれた世代は幼少期からデジタルデバイス、インターネットが身近にあり、検索をすればすぐに「答え」が分かります。気になることはGoogleやSNSで検索を

して解消してきた環境下で育ってきたため、「答えをすぐに求める」傾向にあるのです。よって育成・定着のためには「教育マニュアルの作成」や「何でも聞ける身近な先輩・上司の存在」など、気になったことをすぐに解消できる環境づくりが必要になります。

事例で見る! 育成・定着のポイント

事例①「新入社員マニュアル」の作成

若手の早期育成に欠かせないのが「新入社員マニュアル」です。マニュアルで押さえておくべきポイントは次のとおりです。

1. 写真やイラストを多用

SNSや動画コンテンツの普及により、文字を読むことよりも、画像や動画を見ることに慣れていきます。そのため、視覚的にイメージできるように、「写真やイラストなどを多用」する工夫が必要です。

2. 知っておくべき項目は必要最低限に絞る

初期教育で詰め込んで教えても、すべては身につけません。そのため、初めの段階では、「業務で必要最低限知っておくべき項目」だけに絞りましょう。スキルアップのために必要なその他の項目については、独り立ち後にフォローアップ研修などで別途教える機会を設けてください。

3. 専門用語は整理

若手社員は業務を覚えることに頭がいっぱいで、その上分からない業界用語や社内の独自用語が多数出てくるとパニックしてしまいます。そのため、マニュアルの中には言葉とその意味をまとめた「専門用語集ページ」を設けましょう。

事例②「メンター制度」の導入

メンター制度とは、豊富な知識と経験を持った先輩(メンター)が後輩(メンティー)に対して、「業務のみならずキャリア形成やプライベート面なども含めた幅広い支援活動を行う」制度のことで、相互理解を深めるために有効です。

同制度を導入している運送事業者では、仕事で困っていることや人間関係の悩み、その他の雑談などを通じて、不安を解消してあげることで離職防止につながっています。

高齢化が進む中で、若手社員の採用・育成は企業永続の必須条件です。「最近の若い者はよく分からない…」とひとりで終わらせず、時代背景や社員の特徴をつかんで、受け入れ体制・育成の仕組みを整理してみてください。

佐々木 純平 (ささき じゆんべい)

船井総研ロジ株式会社 物流ビジネスコンサルティンググループドライバー採用チーム チームリーダー。運送会社・物流会社の業績アップコンサルティングを展開、車両100台以下の運送会社のドライバー採用・定着化を得意としている。ホームページを活用した採用支援を行い、年間応募数が1桁だった運送会社が年間200件以上の応募を獲得するといった成功事例を持っている。近年では、facebookやinstagramといったSNSを活用し、若年層の採用に成功し、全国の運送会社の業績アップに貢献している。

