

人事部の方  
必見！

新入社員・若手社員の教育に

# 必要な **3** つのこと



## はじめに

従来の日本企業では、新入社員は先輩や上司の背中を見て学び、長い時間をかけて一人前になっていくのが当たり前でした。

しかし、現代の若手社員は、かつてとは異なる価値観や学習スタイルを持っています。Z世代・α世代はデジタルを駆使し、効率的な学習を求める傾向があります。

特に近年は、働く理由として「自己成長の機会」を重視する傾向があり、それを感じられない企業では早期離職につながる可能性が高まります。

日本全体で人手不足が深刻化する中、**「効果的な教育手法の選択」が企業の競争力を左右する重要な要素**となっています。従来の座学中心の研修では、若手社員にとって学びが自分ごとになりにくく、実践につながらないケースが増えています。

本資料では新入社員・若手社員の教育を成功させるために必要な「3つのこと」を解説します。若手社員が主体的に学び、実践につなげるためのポイントをご紹介します。

企業の成長につなげるためのヒントとして、ぜひご活用ください。



# 目次

## INDEX

1. 現代の新入社員・若手社員の特徴	04
2. 学習内容が実践されない理由	05
3. 若手社員の学習スタイルの変化	06
4. 若手社員の教育に必要な3つのこと	07
5. マンガを活用した教育の有用性	08
6. サービス紹介①	09
7. サービス紹介②	10
8. まとめ・ご提案	11
9. 会社概要・お問い合わせ	12



## 現代の新入社員・若手社員の特徴

### Z世代の集中力は8秒!?

1990年代中盤～2010年序盤生まれの人々は「Z世代」と呼ばれ、若者の代名詞のように使われています。現在、新入社員として入社するのはまさにこの世代であり、新入社員＝Z世代と言えるでしょう。

JETROが発表した文献（※）によると、Z世代が集中を持続できる時間は8秒とされています。デジタルネイティブであるZ世代は、大量のコンテンツを扱うことに慣れており、そのため1つのコンテンツに対する集中力が極端に短くなっているのです。

しかし、これは裏を返せば、**瞬時にコンテンツの良し悪しを判断し、自分にとって興味のあるものとそうでないものを高速で取捨選択している**とも言えます。

業務の中で8秒しか集中力が持たないということは考えにくいかもしれませんが、自分にとって有用でないと判断されたコンテンツ（例えばそれは人事部が提供しているコンテンツかもしれません）は、ほとんど見られることなく閉じられてしまいます。この現実には、人事部の皆さまも直面しているのではないのでしょうか。

※JETRO次世代を担う「ミレニアル世代」「ジェネレーションZ」—米国における世代（Generations）について—（2018年10月）<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2018/02/ec095202b7547790.html>



## 学習内容が実践されない理由

### 共感なき知識は行動にならない

従業員の教育では、知識を伝えるだけでは行動変容につながりにくいです。**認知的理解（事実や理論の理解）と情緒的共感（感情的な納得）の両方が得られて初めて、実際の行動に移される傾向があります。**

ある調査によると、認知的理解だけを得た層と、認知的理解と情緒的共感の両方を得た層では、行動に移る割合に大幅な差が生じることが分かっています。知識として理解しただけでは「わかっているつもり」になりやすく、実際の行動に結びつかないケースが多いのです。対して、感情が動くことで学んだ内容はより深く刻まれ、自分ごととして捉えやすくなります。例えば、実際の職場で起こりうるシナリオを交えた教材や、ストーリー性のある研修を活用することで、学習者は自分の経験と結びつけながら理解しやすくなります。

そのため、企業の教育施策では、単なる知識伝達型の研修だけでなく、具体的な事例やストーリー、視覚的に理解しやすい表現を取り入れることが重要です。

認知的理解と情緒的共感を両立させることで、学習効果が高まり、実際の職場での行動変容が促進されます。



# 若手社員の学習スタイルの変化

## ビジュアルが重視される

若手社員の学習スタイルは、**従来のテキスト中心の教材から、視覚的に理解しやすいビジュアル重視のコンテンツへと変化**しています。SNSなどを通じて日常的にデジタルデバイスで情報を収集する彼らにとって、動画やマンガ、インフォグラフィックを活用した教材は、興味を引きやすく、内容の定着率も高まるとされています。実際に多くの企業が教育や研修にアニメーション動画やマンガ形式のガイドを導入し、学習効果の向上を図っています。

効果的な教育には情報を直感的に伝え、学習意欲を高める工夫が不可欠です。若手社員の特性を理解し、適切な学習ツールを活用することで、スムーズな成長と定着を促進できます。



インフォグラフィック



マンガ

## 若手社員の教育に必要な3つのこと

1



### まずは興味を 引き付ける

瞬時にコンテンツの良し悪しを判断されてしまうため、若手社員への教育のコンテンツとしては、まずは一目で興味を喚起できるものが重要です。

2



### 知識と共感の 両方を与える

知識のインプットだけでは、教育したことが職場での実際の行動に移されないことが多いため、共感を同時に与えることが必要です。

3



### ビジュアルを重視 した情報伝達

若手社員は日常的にSNSなどで情報収集を行っているため、より受け入れやすくなるビジュアルを重視した教育コンテンツが必要です。

# マンガを活用した教育の有用性

## マンガは興味と共感を呼ぶ

「マンガ」と聞くと、子ども向けのものだイメージする人もいるかと思いますが。しかしマンガは建築、彫刻、絵画、音楽、文学、演劇、映画、メディア芸術に次ぐ**「第9の芸術」**としてルーブル美術館が認定しており、年齢や国籍を問わず世界中の人々に親しまれているコンテンツです。

若手社員への教育ツールとしてもマンガはとても有効です。マンガの印象的な絵柄によりまず興味を引くことができます。そして登場人物が繰り広げるストーリーを自分自身が疑似体験をすることで内容への共感を得ることができます。また文字だけだと伝わりづらい情報をマンガでわかりやすくすることで理解の促進につながります。

マンガは**「興味喚起」「理解促進」「疑似体験」**ができる**有用な教育コンテンツ**として企業教育の中でも活用されてきています。



# サービス紹介①

## 社会人基礎力マンガ

内定者へのコミュニケーションに最適！

YorisoWel COMICS

### 社会人基礎力がマンガで身につくシリーズ



#### 特徴

- 1 興味を引けるマンガで内定者への定期的なコミュニケーションのきっかけになる！
- 2 入社前に知っておいて欲しい社会人としての基礎力を伝えられる！
- 3 汎用マンガ+貴社オリジナルマンガを組み合わせ、内定者のエンゲージメントを高められる！



内定者への毎月のメールに添付して使ってエンゲージメントアップ！

新入社員など若手社員へもさまざまな研修の導入として使えます



1テーマがマンガ3P+  
記事1Pでスキマ時間でも読みやすい構成

<既存テーマ>  
キャリアデザイン、ITリテラシー、  
多様性、ビジネスマナー、レジリエンス

税抜価格:20万円(既存5テーマ)  
:70万円(既存5テーマ+貴社オリジナル1テーマ)  
※データ納品。既存テーマは1年間の利用料金です。



## 商品概要・特長

社会人基礎力をマンガで学ぶ内容です。「キャリアデザイン」「ITリテラシー」「ビジネスマナー」「レジリエンス」などをテーマにしたマンガ3ページと記事1ページの構成になっています。

楽しめることを重視したストーリーで、新入社員にはもちろん、**内定者向けの定期的なコミュニケーションツールとしても最適**です。

既存テーマに追加して企業ごとのオリジナルテーマを特注して制作することも可能です。

## サービス紹介②

### 時代別ハラスメントマンガ

#### 昭和、平成、令和の価値観が交錯する パワハラがわかるマンガの決定版！！



サイズ：A5サイズ  
ページ数：カラー表紙  
+モノクロ本文64P  
製本仕様：並製アジロとじ  
税抜価格：1セット(50冊)30,000円  
送料込(北海道・沖縄その他離島  
は別途)

#### マンガでよくわかる 時代別ハラスメント問題 パワハラ編

パワハラという言葉がなかった昭和時代に新入社員として営業部に配属された主人公の君島一。激的な働き方に自身をすり減らし、このままで良いのかと疑問を持つ。昭和から平成、そして令和へと時代の変化とともに変わっていく働き方の価値観。自分の中の当たり前がすぐに変わってしまうことに不安を覚えながらも会社員として奮闘する物語。

特徴① 従業員の興味を引き付けられる全編マンガの構成

特徴② 時代別で世代間の理解が深まるストーリー展開

特徴③ 変化する価値観の中で多様な働き方に気づける



#### 商品概要・特長

ハラスメントをテーマにしたオリジナルのマンガです。時代ごとのハラスメントに対する価値観の違いを描いており、世代間の相互理解を促進する内容になっています。

研修などの他の教育とマンガを組み合わせることで知識と共感を与えられるようになり、職場での行動変容につながります。

「パワハラ編」の他に「セクハラ編」「マタハラ・パタハラ編」の刊行を予定しています。

## まとめ・ご提案

### 新入社員・若手社員の教育にマンガのご活用を！

現代の新入社員・若手社員の価値観をもとに、マンガが教育のコンテンツとして有用であることを本資料でお伝えしました。マンガは年齢や国籍を問わず世界中から愛されるコンテンツになっています。

共同印刷は、1968年に創刊した集英社刊行の「週刊少年ジャンプ」をはじめ、長年、多くのマンガづくりに携わってきました。

わたしたちはこれまで培ってきたマンガづくりのノウハウを活用して、企業や社会の課題解決に向けた提案を行っています。



**TOMOWEL** | 共同印刷株式会社

# 会社概要・お問い合わせ

## 共同印刷について

会社名	共同印刷株式会社
本社所在地	〒112-8501 東京都文京区小石川4丁目14番12号
代表者	大橋 輝臣（おおはし てるおみ）
社員数	1,872名 契約社員含まず/2024年3月31日時点
資本金	45億1千万円

## お問い合わせはこちらまで

共同印刷株式会社  
情報コミュニケーション事業本部 学びビジネス推進部

担当	安田／當麻／山田
メール	yorisowel_info@kyodoprinting.co.jp

