

ミレニアルズ世代との働き方

2010年7月7日
有限会社エコネットワークス

【サマリー】

- ミレニアルズ世代の力を活かす働き方のポイントを整理しています。
- ポイントは、「つながる力を活かす」「適切なタイミングと内容のフィードバック」「個人と社会への貢献の明確化」の3点です。
- 私たちはミレニアルズ世代が成長できる学びの場、働く場を作っていきます。

【1. はじめに】

エコネットワークス（ENW）は、比較的若いメンバーが多いチームですが、私たちは、さらに一世代下の2000年以降に社会に出てきた「ミレニアルズ世代」が持続可能な社会を作っていくための大きな力になる可能性に注目し、国内外のミレニアルズたちと一緒にプロジェクトを進める機会を持ってきました。

ミレニアルズ世代は、多感な10代を迎えた頃から、当たり前のようにインターネットや携帯などのITが生活の中に入り込み、周りでは温暖化をはじめとする環境問題やコミュニティの崩壊など現代社会の問題が噴出していった世代です。そのため、

- ウェブやコミュニケーションに対する感覚 - オンラインでつながることに対する抵抗感が薄い
- 環境・社会問題に対する感覚 - 生活選び・仕事選びの当然の視点

といった特徴を持っています。

私たちが接したミレニアルズ世代はごく一部ですが、彼/彼女たちと一緒に仕事をしていく中で気づいた共通点から、ミレニアルズ世代の力を活かしていくために私たちが重要だと考えるポイントを整理しています。私たちの経験がミレニアルズ世代と接する上での参考となれば幸いです。

【2. ENW流ミレニアルズ世代の力を活かす3つのポイント】

まずは私たちのチームに参加しているミレニアルズ世代のメンバーの一部を紹介します。皆、個人として実現したい夢があり、ENWで得た知識や経験を、今後の大学での研究やビジネスに活かしたいという想いを持っています。

名前	属性	特徴
Jさん	男性 大学生	中国四川省出身。米国の大学で経済学を学んでいる。環境ビジネスに関心がある。
Sさん	女性 大学院生	千葉県出身。農学部を経て、大学院で渡り鳥の研究を行う。自然&アウトドアが大好き。
Tさん	男性 大学院生	小中学生時代を米国で過ごす。大学で環境学を学び、大学院に進学。バンド活動も行う。



- Mさん 女性 海外インターンシップを行う NGO AIESEC に所属し、英語でのコミュニケーション、国際的な環境活動に関心が高い。
大学生
- Fさん 女性 米国育ちのドイツ人。米国の大学でマーケティングを学ぶ。中国でのインターンも経験。アート好き。
フリー

<ポイント1>

「怖いもの知らずの『つながる力』を活かす」

ミレニアルズ世代は「つながること」に対する感覚が他の世代と少し異なるようです。年齢や経験の差に配慮した遠慮、英語を使って海外の人とやり取りをすることに対する躊躇、一個人と大企業との規模の違いによる戸惑いも、いい意味で怖いもの知らずの彼らにとっては、大きな問題ではありません。ウェブを使いこなしながら、組織の壁、世代の壁、距離の壁、経験の壁を簡単に越えて、リアルにバーチャルにつながっていきます。

米国の消費者のインターネットメディアに関する調査によると、若者世代を中心としたソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）やゲームなどのニュー・メディアのユーザーの約8割が、ニュー・メディアを活用して企業やブランドと関わりを持っています。一個人と企業やブランドが同じ目線でつながることが当然の感覚となっています。

<ミレニアルズの力を活かす TIPS >

- メールやソーシャル・メディアを通じてやり取りをする際、複数の登録アカウントを使い分け、企業の一員としての立場、NGOとしての立場、個人としての立場など複数の立場を比較的上手に使いこなします。立場を越えてつながっていくことが得意です。ミレニアルズ世代が持っているつながりを辿っていくと、思いもよらなかった人につながっていくかもしれません。
- ミレニアルズ世代に対して、「最近の若い人はコミュニケーションが取れない」という上の世代の声も聞きます。一方的で遠慮のないコミュニケーションをする人や、自己完結で全て終わってしまう人がいるのも事実です。そのような場合には、違和感をしっかりと伝え、コミュニケーションをする上でのルールを早めに合意できると、彼らとのコミュニケーションはとてもスムーズに進みます。

<ENWでの事例>

環境展示会の海外発信プロジェクトに参加したJさん。中国に向けて発信を強化するため、中国大手メディア・中国大使館とのパートナーシップをJさんが提案してくれました。Jさんがプロジェクトに関わり始めてすぐのことで、私たちENWは直接接点を持っていなかったため、実現する可能性は半々ぐらいかと考えていました。結果、Jさんは独自のネットワークを通じて接点を作りだし、最終的に中国大手メディア・中国大使館との共同での企画が実現しました。

<ポイント2>

「素早いフィードバックと目に見える成果の提示で成長を促す」

ミレニアルズ世代は若い頃からIT・携帯を当たり前のように使ってきた世代であり、リアルタイムのコミュニケーションが当然となっています。また、先の見えない社会の中、長期的な視点を持ち安定志向で考えるよりも、目の前の成果や成長を重視する傾向があります。

Ernst & Youngの調査によると、85%のミレニアルズ世代が「定期的かつ率直なフィードバックやパフォーマンスの評価がほしい」と答えています。1946～1964年に生まれたベビーブーマー世代では、同様の回答は半数に達する程度です。「上司に他の社員より目をかけられている」と思われたい、という思いが根底にあるようです。

< ミレニアルズを活かす TIPS >



- メールへの返事をできるだけ早く欲しがる傾向があります。携帯を使いこなすミレニアルズ世代にとっては、すぐに返事が返ってくるのが当たり前になっているため、「受け取りました」の返信があるだけでも、安心するようです。
- 「今の経験が将来的に役に立つ」といった長期の視点ではなく、この仕事に取り組むことで自分がどのように成長できるかという点を重視します。短期的なゴールを設定してあげることで、取り組むモチベーションが高まるようです。

< ENW での事例 >

ミレニアルズ世代は、何か新しいアイデアを思いつくと、フィードバックを求めてすぐに提案をします。メンバーが他の仕事で忙しく、フォローが遅れてしまい、1週間後に改めて話を聞いてみようとする、今度はまた別のアイデアを思いついており、その前のアイデアはないものとなっています。ウェブの世界では、「反応がない」=「興味がない」と同義であり、すぐに反応がなかったため、「成果につながらないのであれば長くこだわっても仕方がない」ということで、あっさり次のアイデアに移ったようです。

このようなミレニアルズ世代の特徴をうまく活かしている事例が、ユーザー提案型の商品開発です。米国の事例では、清涼飲料水の Vitamin Water というブランドが、“Flavor Creator Lab” という Facebook のアプリケーションを開発し、ユーザーが「次の味を提案できる」ようになっています。現在 Facebook では 100 万名以上がファンとして参加しています。企業・ブランドがつながり、提案に対して商品開発という形でフィードバックを返すことで、ミレニアルズ世代と良好な関係作りをしています。

< ポイント 3 >

「個人益と社会益につながる働き方を提案する」

ミレニアルズ世代は働く環境、働く会社にこだわりをもつ世代と言われています。また、何のために働くかという点においても、会社のためというよりは、「個人の成長のため」「社会をよりよくするため」と答える傾向があるように感じます。

2006 Cones Millennial Cause Study によると、社会への影響・貢献をしっかりと考えている企業で働きたいという回答が 79%、自社の社会・環境活動により、その企業で働いていることに誇りやロイヤリティを感じるという回答が 60% に達しています。また、「86% のミレニアルズ世代は社会的責任を満たしていない会社から立ち去る」といった調査結果もあります。ウェブ上で個人のプロフィールや所属を登録・公開する機会が増え、自らが働く企業に対するイメージに敏感になっているのかもしれない。

< ミレニアルズを活かす TIPS >

- 必ずしも、会社に対する忠誠心がないというわけではありません。個人としての成長が実感でき、自分が会社・社会の役に立っていると感じるのが、会社に対する忠誠心につながるようです。
- プロジェクト開始前に、今回のプロジェクトの社会の中での意義や組織にとっての位置付け、個人の想いをしっかりと共有しあうことが高いモチベーションにつながります。

【 3 . 終わりに】

これまで、ミレニアルズ世代と一緒に働いていく上での私たちなりのポイントを整理してきました。

私たちはミレニアルズ世代が、これからの持続可能な社会を作っていく上で、カギとなる世代だと考えています。既存の権益に依存せず、自らの将来を描いていける立場にあるからです。

一方で、ミレニアルズ世代自身も、自身のことをもっとよく知り、周囲の声から学んでいくことも必要です。情報があふれているためか、「環境や持続可能性といった言葉を、表面的なレベルで捉えていて、言葉や行動に重みを感じない」という声を上の世代から聞くこともあります。

私たちエコネットワークスは、ミレニアルズ世代の可能性を信じ、ミレニアルズ世代が最大限に力を発揮できる場を提供していくことで、新たな価値を作りだしていきたいと考えています。その中で培ったノウハウを皆さまと共有しながら、ミレニアルズ世代と上の世代が世代の壁を超えて互いに学び合いながら成長していくことができる場をこれからも作っていきます。

今回のレポートで整理した点、なるほどと思うところ、より良い形の提案など、フィードバックをお待ちしています。共に学びながら、最も良い形を作り上げていきたいと思えます。

=====

内容に関するお問い合わせ・より詳細な情報をお求めの方はご連絡ください。
月に一度メールニュース「ENWの視点」をお届けいたします。
ご不要の方は、お手数ですが下記までご一報ください。

有限会社エコネットワークス 担当：細島史郎、野澤健
info@econetworks.jp

=====

< 参考資料 >

Cone LLC, “2009 Cone Consumer New Media Study,” Oct.29, 2009
<http://www.coneinc.com/2009-consumer-new-media-study>

The Wall Street Journal, “Employers Rethink How They Give Feedback,” Oct. 13th 2008,
<http://online.wsj.com/article/SB122385967800027549.html>

Cone Inc., AMP Insights, “The 2006 Cone Millennial Cause Study” 2006/05
<http://www.solsustainability.org/documents/toolkit/2006%20Cone%20Millennial%20Cause%20Study.pdf>

PricewaterhouseCoopers “Managing Tomorrow’s People”2008/09
<http://www.pwc.com/extweb/pwcpublications.nsf/docid/18E31741D06BA7A0852575120073CEBA>

PricewaterhouseCoopers, “Millennials at work: Perspectives from a new generation,” December 2008
<http://www.pwc.com/us/en/view/spring09/millennial-mind-set-talent.jhtml>