

－若手・ベテラン社員の仕事意識比較－

「仕事＝成果」は共通、差がしたのは“残業”意識に！

若手社員が憧れる「NEO プロフェッショナル」像とは

専門家に聞く、現代の新プロフェッショナル像とその背景

パフォーマンスの最大化をサポート！ リポビタンブランドからゼリーが登場

「NEO プロフェッショナル」応援キャンペーン、4月20日（月）開始

大正製薬株式会社（本社：東京都豊島区・社長：上原茂）は、このたび、「仕事とプロフェッショナル像」をテーマに、新しいプロフェッショナル像を「NEOプロフェッショナル」と定義した調査レポートを発表いたします。効率的なエネルギー補給をサポートする「リポビタンゼリー」（清涼飲料水）の発売に際して実施した今回の調査では、変化する時代の中での新しいプロフェッショナル像＝「NEOプロフェッショナル」の条件や、若手社員・ベテラン社員間での違いと共通点が明らかになりました。

こうしたビジネスパーソンをサポートすべく、4月20日（月）からは合計200名様にプレゼントが当たる「リポビタンゼリー『NEOプロフェッショナル』応援キャンペーン」を実施いたします。

[調査概要]

- ・ 調査内容：「働き方」に関する調査
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2020年3月19日（木）～24日（火）
- ・ 調査対象：20～50代 会社員男女 279名
※若手社員（働き始めてから5年未満）110名・ベテラン社員（働き始めてから20年以上）169名

◆調査レポート 概要

【1】調査データ：若手社員・ベテラン社員の「働き方」に関する調査

- － 今も昔も、若手もベテランも…「仕事＝成果」の根底のマインドは共通！
- － プロフェッショナルの在り方、約7割が変化を実感。「NEO プロフェッショナル」の条件とは？
- － 若手社員のジレンマが判明！ 意識していても…約6割が「エネルギー切れ」経験アリ

【2】専門家取材：現代の「プロフェッショナル像」の変化と世代間の違い

- － ビジネスの「プロフェッショナルの定義」が変化している背景・要因
- － 若手社員・ベテラン社員の共通項、変わらないポイント
- － 「NEO プロフェッショナル」に必要な条件と、支持される理由

【3】商品&キャンペーン概要：

- 新登場「リポビタンゼリー」ですばやく&効率的にエネルギーチャージ！
- 合計200名様にプレゼントが当たる！ キャンペーン4月20日（月）開始

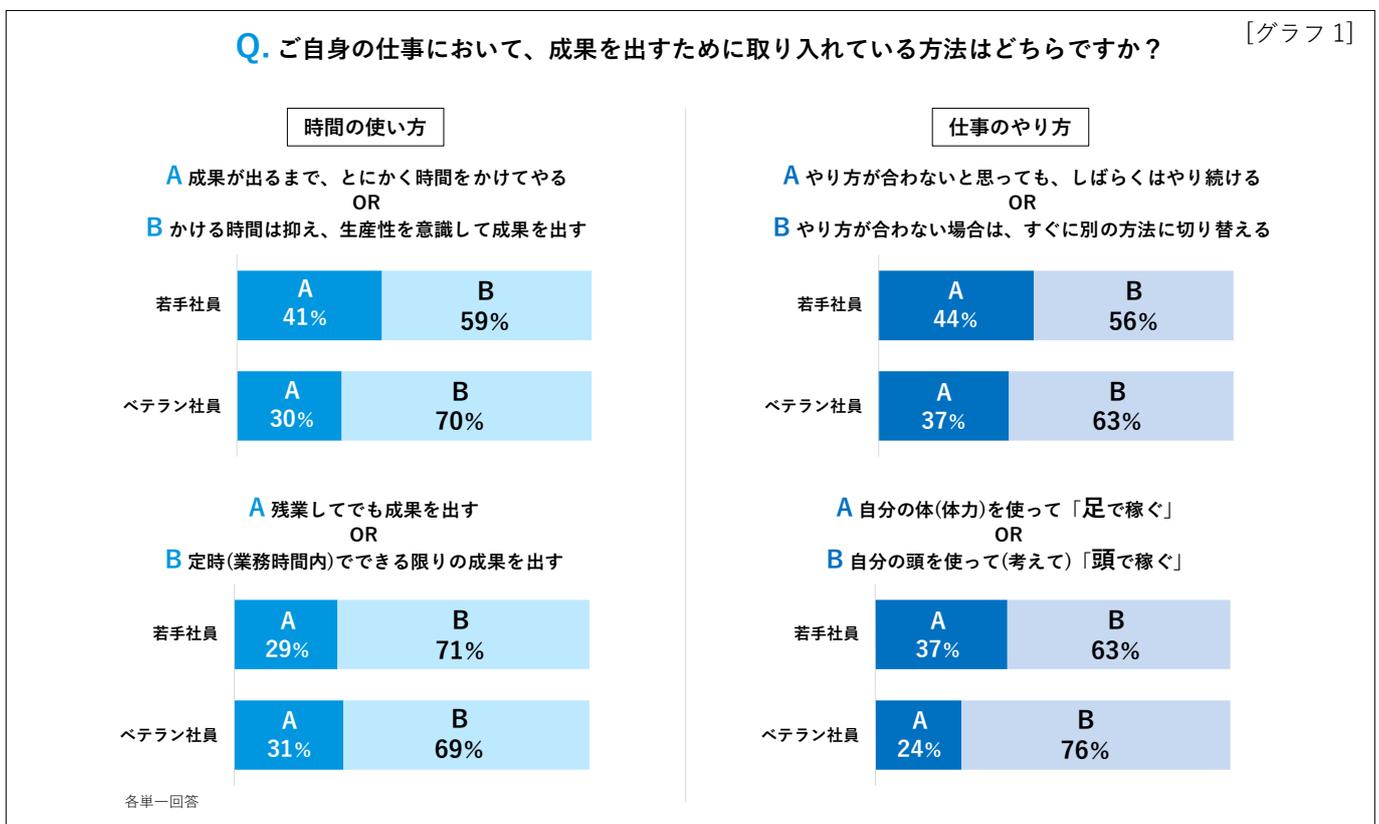
【1】調査データ：若手社員・ベテラン社員の「働き方」に関する調査

◆ 今も昔も、若手もベテランも…「仕事＝成果」の根底のマインドは共通！

今回の調査では、働き始めてから5年未満の会社員を「若手社員」、20年以上の会社員を「ベテラン社員」として、両者の考え方を比較しました。

はじめに、仕事に対しての考え方を調べました。「仕事において、できる限り成果（結果）を出したいと思いませんか？」という問いには、若手社員、ベテラン社員ともに8割以上が「思う」と回答（若手社員 84%・ベテラン社員 86%）。ベテラン社員に対して10年前を目安として昔はどのように感じていたかを聞いても、84%が「思う」と回答し、今も昔も、若手・ベテラン関係なく、仕事の根底にある考え方は変わらないようです。

これを前提として、仕事の成果の出し方やその姿勢に違いがあるかについて調査を進めました。まず、仕事で成果を出すために取り入れている方法を「時間の使い方」と「仕事のやり方」の2カテゴリで比較すると、以下の結果となりました。[グラフ1]



ベテラン社員の方が「生産性を意識して成果を出す」項目が+11pt高いものの、「定時でできる限りの成果を出す」と効率に関する意識は同程度に。また、若手社員は「合わないと思っても、しばらくやり続ける」項目が7pt高く、生産性の項目とあわせると経験が相対的に少ないからこそその手探り感も感じられます。

◆ プロフェッショナルの在り方、約7割が変化を実感。「NEOプロフェッショナル」の条件とは？

続いて、「プロ意識」についても比較しました。「現代において、仕事のプロフェッショナルとして求められる条件・在り方は変化していると思いませんか？」と質問すると、どちらの世代も約7割が「そう思う」と回答。特にベテラン社員の方が以前と比べての変化を実感しているようです（若手 70%・ベテラン 77%）。実際に、「求められる結果の内容・レベルとスピードが10年前とは比較にならない。成果の質とスピードを上げないと相対的にどんどん自分のレベルが下がっていくと感じている」（51歳・男性・ベテラン社員）といった声も寄せられました。

現代において、ビジネスで求められるプロフェッショナル像は変化しており、現代およびこれからの時代の新しいプロフェッショナル像は、言うなれば、「NEOプロフェッショナル」と呼べるでしょう。

Q. プロフェッショナルとして、必要だと思う条件・在り方は何ですか？

[表 1]

－若手社員－		－ベテラン社員－	
柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	66%	実行力がある	66%
仕事のスピードが速い	64%	仕事のスピードが速い	65%
物事の優先順位が明確である	63%	常に成果・結果を追い求める	63%
実行力がある	61%	柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	60%
常に成果・結果を追い求める	56%	物事の優先順位が明確である	59%

複数回答・上位

残業が少ない	… 若手 +13pt
積極的にコミュニケーションをとっている	… 若手 +12pt
責任感がある (自分の仕事への責任を果たしている)	… ベテラン +8pt
常に高い目標をかかげている	… 若手 +7pt
自分の意見が主張できる	… 若手 +7pt
柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	… 若手 +6pt
常に成果・結果を追い求める	… ベテラン +7pt

そこで、新しいプロフェッショナル像を「NEOプロフェッショナル」として、その条件は何であるかを探りました。プロフェッショナルとして必要な条件・在り方は何かを聞くと、若手社員の回答の上位は「柔軟性がある」(66%)、「仕事のスピードが速い」(64%)、「物事の優先順位が明確である」(63%)など。ベテラン社員は「実行力がある」(66%)、「仕事のスピードが速い」(65%)、「常に成果・結果を追い求める」(63%)で、順位は異なるものの上位の内容に大きく違いはありませんでした。[表1]

両者の回答率に差がついた項目を見ると、最も差が開いたのは「残業が少ない」(若手 35%・ベテラン 22%)で若手社員が+13ptに。具体的には、「時間をかければいいものができるのは当然で、残業をしてまで1つのものに取り組むよりも時間効率をあげて多数のものに取り組むほうが生産性も高いと思う」(29歳・男性・若手社員)や、「現在は定時にやることを終えて成果を出し、かつプライベートの時間もちゃんと確保している人が偉いという雰囲気がある」(29歳・女性・若手社員)などのコメントが集まりました。

Q. プロフェッショナルとして、憧れる条件・在り方は何ですか？

[表 2]

－若手社員－		－ベテラン社員－	
柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	53%	実行力がある	46%
実行力がある	50%	仕事のスピードが速い	41%
仕事のスピードが速い	49%	柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	41%
決断が早い	48%	決断が早い	40%
物事の優先順位が明確である	41%	物事の優先順位が明確である	39%
		常に成果・結果を追い求める	39%

複数回答・上位

残業が少ない	… 若手 +16pt
柔軟性がある (状況に応じて柔軟に対応できるなど)	… 若手 +12pt
効率の良さ・生産性の高さを重視する	… 若手 +11pt
積極的にコミュニケーションをとっている	… 若手 +10pt
幅広い人脈がある	… ベテラン +9pt
自分の意見が主張できる	… 若手 +8pt
決断が早い	… 若手 +8pt
仕事のスピードが速い	… 若手 +8pt
常に成果・結果を追い求める	… ベテラン +8pt

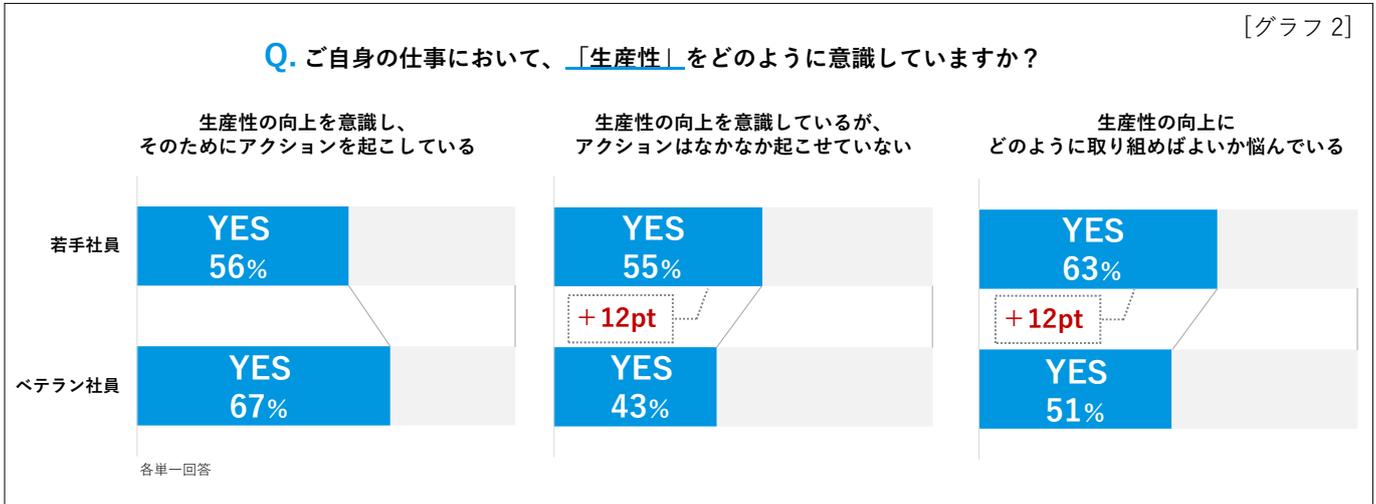
この開きは「自分が憧れるプロフェッショナルとしての条件・在り方は何ですか？」と質問するとさらに顕著で、「残業が少ない」(若手 32%・ベテラン 16%：16pt差)、「柔軟性がある」(若手 53%・ベテラン41%：12pt差)、「効率の良さ・生産性の高さを重視する」(若手 39%・ベテラン28%：11pt差)の順に差がついています。[表2]

上位にあがった条件は「実行力がある」(若手 50%・ベテラン 46%)、「仕事のスピードが速い」(若手 49%・ベテラン 41%)、「決断が早い」(若手 48%・ベテラン 40%)など共通点が多かった中で、差が開いたのは働く時間や効率といった生産性に関連した項目。若手社員からの支持が高いこれらの条件は、現代における新たなプロフェッショナル像や在り方の重要な要素であると捉えられます。

こうした結果から、「NEOプロフェッショナル」は生産性・効率性を重視し、ストイックに自己研鑽をつみ

ながらもワークライフバランスを意識して仕事に取り組むことなどが条件であると言えます。こう定義した上で、「NEOプロフェッショナル」像に共感するかどうかを質問すると、若手社員・ベテラン社員共に約7割が「共感する」と回答しました（若手 68%・ベテラン 65%）。

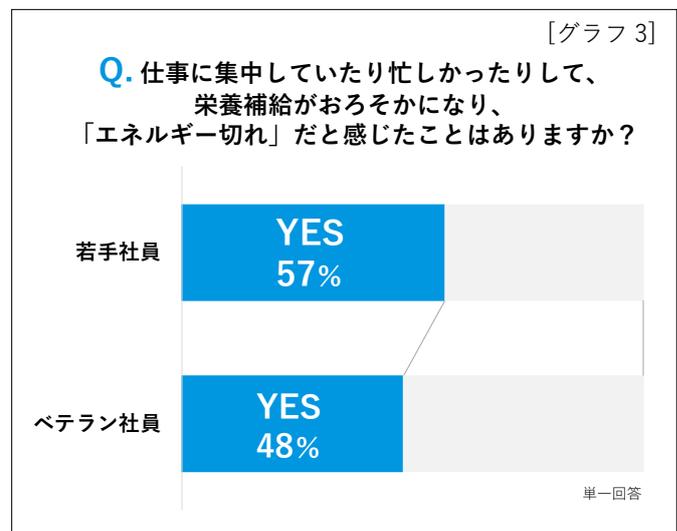
◆ 若手社員のジレンマが判明！ 意識していても…約6割が「エネルギー切れ」経験アリ



最後に、「NEOプロフェッショナル」の重要な要素である生産性について、自分の仕事での取り組み状況を詳しく調べました。すると、「生産性の向上を意識し、アクションを起こしている」(若手 56%・ベテラン 67%)と、ベテラン社員の方がアクション率が11pt高い結果に。一方で、「生産性の向上を意識しているが、アクションはなかなか起こせていない」(若手 55%・ベテラン 43%)、「生産性の向上にどのように取り組めばよいか悩んでいる」(若手 63%・ベテラン 51%)では、若手社員がいずれも10pt以上高くなっています。[グラフ 2]

具体的に生産性向上のために取り組んでいる項目としては、「業務に取り組むスピード・時間短縮」(若手 65%・ベテラン 69%)がトップで、上位はどちらも変わらない結果に。そのほか、「仕事の技術の向上・知識習得」(若手 57%・ベテラン 48%)、「オン・オフの切り替え」(若手 47%・ベテラン 44%)などが続きました。両者の差が12ptと最も開いたのは「工作中的食事・栄養補給(食事・間食など)」(若手 29%・ベテラン 17%)で、若手社員は約3人に1人が意識しているようです。

これについて深掘りすると、若手社員の半数が「生産性を向上させる一環として、工作中的の栄養補給の質には気を使っている(摂取する栄養素、食材など)」(若手 52%・ベテラン 42%)、また、「栄養補給の時間には気を使っている(自分に適切なタイミングなど)」(若手 50%・ベテラン 44%)と回答しており、若手社員は栄養補給の質・時間ともに意識が高いことが判明。ただし、仕事に集中していたりして多忙な中では栄養補給がおろそかになりがちなようで、それにより約6割が「エネルギー切れだと感じたことがある」と答えています(若手 57%・ベテラン 48%)。[グラフ 3]



今回の調査においては、若手社員とベテラン社員は仕事の根底にある考え方は共通しており、ともに生産性や効率化に対する意識が高いにもかかわらず、若手社員は生産性向上に対してのアクション不足や悩みが同時にあり、理想と現実のはざままでジレンマを抱えていることが明らかになりました。

【2】 専門家取材：現代の「プロフェッショナル像」の変化と世代間の違い

続いて、プロフェッショナル像の変化や世代間の考え方の違い、背景について、世代・トレンド評論家でマーケティングライターの牛窪恵さんにお話をうかがいました。

牛窪 恵 - 世代・トレンド評論家 / 立教大学大学院・客員教授 -

マーケティングライター。修士（経営管理学 / MBA）。日大芸術学部 映画学科（脚本）卒業後、大手出版社に入社。5年間の勤務経験を経て、フリーライターとして独立し、マーケティングを中心に行う有限会社インフィニティを設立。同社代表取締役。「おひとりさま（マーケット）」（2005年）、「草食系（男子）」（2009年）は、新語・流行語大賞に最終ノミネート。トレンド、時流をとらえた分析で、メディア出演や著書多数。



Q. ビジネスの「プロフェッショナルの定義」が変化している背景や要因を教えてください。

1990年前後のバブルの時代、2000年前後のITバブルの時代には「苦しくても頑張る」ことが「プロの美德」とされていました。結果がどうあれ、“頑張る”という途中経過や時間、そこで流した汗の量で評価される時代でもありました。

しかしその後、ワークライフバランスや働き方改革などが推進され始めると、男女ともに、みずから時間配分や働き方を考える必要性が増しました。また、テクノロジーの進化や人手不足問題もあり、経過より「結果（成果）」や「効率」、「自力」が求められる時代に。

また、働く場所や雇用形態も、昨今推進されるテレワークやノマドワーカー、時短勤務や限定正社員など多種多様に広がり、個々人が「どう働くか」「どう生きたいか」を管理・デザインする時代へと移り変わりました。企業も社会も、その多様な働き方を認める一方で、自らのコンディションや能力、時間配分等を真剣に考えるビジネスマンを「プロフェッショナル」として評価する時代へと変化しています。

Q. 若手社員・ベテラン社員を比較して、共通する・変わらないポイントを教えてください。

職場での世代間ギャップはよくクローズアップされますが、日本のビジネスパーソンの仕事への意識、すなわち「自分が成果をあげることで、誰かの役に立ちたい」という“貢献意欲”は、昔も今も大きくは変わりません。

その一方で、現代は「自分なり」の時間配分や自己管理を考えることで、プロとしての能力を高め、貢献したいと考える男女が増えました。この「自分なり」の感覚が、年齢や世代で大きく異なるのも事実です。

特に男性において顕著ですが、2000年代前半頃までは、多くが「ひとつの会社に尽くす」ことを念頭に新卒入社していました。ですが、いまや男性でも平均で2回以上は転職し、副業も認められる時代。もちろん女性も同様です。ひとつの会社というよりは「社会」全体に貢献したいと考える若者が増え、それゆえに体調不良や環境破壊、競争原理を「社会に迷惑をかける」言動だと捉えるようになりました。

彼らは「競争より“共創”」に憧れるからこそ、周りに迷惑をかけない言動、すなわち自分の心身のコンディションを整えたり、周囲との関係性の構築、環境配慮に努めたりする先輩や上司を「プロ意識」が高い大人として尊敬する傾向にあるのです。

Q. 「NEOプロフェッショナル」に必要な条件やそれが支持される理由について教えてください。

生産性向上のために具体的なアクションを起こすことが、「NEOプロフェッショナル」の重要な要素です。今回の調査でも「仕事中の栄養補給」に対する意識が、ベテラン社員より若手社員のほうが1割も高いなど、その一端が示されました。

また、何においても「時短」や「コスパ（コストパフォーマンス）」が叫ばれて久しい昨今、**現代のビジネスパーソンは、男女共に「食」や健康・栄養管理にも、時短やコスパを求めます。**理由は主に2つ。1つは先の通り、自分なりに健康や時間配分をきちんと設計・管理することで、社会に役立つプロフェッショナルな人材になりたいと考えるから。もう1つは、先行き不透明な社会現象が次々と問題視される中で、社会に貢献するためには、やはり「健康」という資本が欠かせないと強く感じているからです。

最近ではわずか数分程度での栄養管理やエネルギー補給に貢献する、便利なアイテムやアプリなども続々と登場。多くのビジネスパーソンがこうしたアイテムの助けを借りながら、自身の健康維持・促進や自己管理に努めたいと望んでいる証しです。

今後、働く環境にAIがどんどん入り込んでくればなおさら、自分が「人として」社会や周りと共存したい、との思いが高まるでしょう。体だけでなく心の健康をも求める意識が強くなる中で、便利な栄養・エネルギー補給のアイテムは、**頼れる「お守り」代わり**にもなるのではないのでしょうか。

【3】新登場「リポビタミンゼリー」ですばやく & 効率的にエネルギーチャージ！ 合計200名様にプレゼントが当たる！ キャンペーン4月20日（月）開始

今回の調査、および専門家取材を通じて、「NEOプロフェッショナル」たちが重視する生産性向上には、心身のコンディションを整えるための手段として、栄養補給が欠かせないものであることがわかりました。

リポビタミンブランドより**4月1日（水）に登場した「リポビタミンゼリー」**は、「エネルギーが足りない」と感じたときにすばやく補給できるゼリー飲料。忙しいときや仕事の合間、追い込み時など、「NEOプロフェッショナル」に必要な栄養チャージをサポートします。

新発売を記念して、**4月20日（月）からは「リポビタミンゼリー『NEOプロフェッショナル』応援キャンペーン」を実施**いたします。「NEOプロフェッショナル」にちなんで、Twitterにて「生産性UPのために工夫していること」を投稿いただくことで応募可能です。合計200名様に、「リポビタミンゼリー」現品をはじめとしたアイテムをプレゼントいたします。



キャンペーン概要

- ・キャンペーン名称 : リポビタミンゼリー「NEOプロフェッショナル」応援キャンペーン
- ・応募期間 : 2020年4月20日（月）～4月29日（水）
- ・応募方法 : 「リポビタミンD」の公式Twitterアカウント（@Lipod_taisho）をフォロー後、本キャンペーン指定のハッシュタグ「#NEOプロフェッショナル」および、「#リポビタミンゼリー」を付けて、生産性UPのために工夫していることをツイート。
- ・TwitterアカウントURL : https://twitter.com/Lipod_taisho
- ・賞品/当選人数 : ①即時抽選 Amazonギフト券 1,000円分 100名様
②後日抽選（ダブルチャンス）
A賞 Apple Watch Series 5(GPSモデル)
40mm スペースグレイアルミニウムケースとブラックスポーツバンド 5名様
B賞 リポビタミンゼリー 現品95名様

リポビタンゼリー 製品概要

- ・製品区分 : 清涼飲料水 (ゼリー飲料)
- ・希望小売価格 : 1袋180g 200円 (税抜)
- ・発売日 : 2020年4月1日
- ・製品特長 :

1袋で手軽に180kcalが摂取できるパウチタイプのゼリー飲料
「ビタミンB1、B2、B6」「クエン酸」「ローヤルゼリー」配合
馴染みのある「リポビタン風味」

リポビタンゼリー ブランドサイト <https://brand.taisho.co.jp/lipovitan/jelly/business/>

※Amazon、Amazon.co.jpおよびそれらのロゴは、Amazon.com,Inc.またはその関連会社の商標です。

※Apple WatchはApple Inc.の商標です。