

物心ついたときから「スマホでネット」 デジタルネイティブとの仕事の仕方

新たな価値観への柔軟な対応を



物心ついたときからスマートフォンでインターネットが使える「デジタルネイティブ」が、すでに社会人として働き始めています。デジタルデバイスやツールの操作はお手のものだけに「情報収集能力が高く」、人とのコミュニケーションには電話よりも「SNS (Social Networking Service) をフル活用する」。そんな若者たちと企業はどう向き合い、どう受け入れていけばいいのでしょうか。デジタルネイティブが持つ特徴から考えてみましょう。

スマートフォンは使えるが「パソコンは初心者」 デジタルネイティブの意外な一面

デジタルネイティブはもともと、1990年代後半にアメリカで創られた言葉で、アメリカ人教育作家、マーク・プレンスキーの2001年の著作で広く知られるようになりました。物心ついた頃からデジタル環境が身近にあった世代を「Digital Native (直訳すると『生来のデジタル民』)」、それ以前に生まれ、いわば大人になってからデジタル環境に接した世代を「Digital Immigrant (直訳すると『デジタル移民』)」と区分けしています。

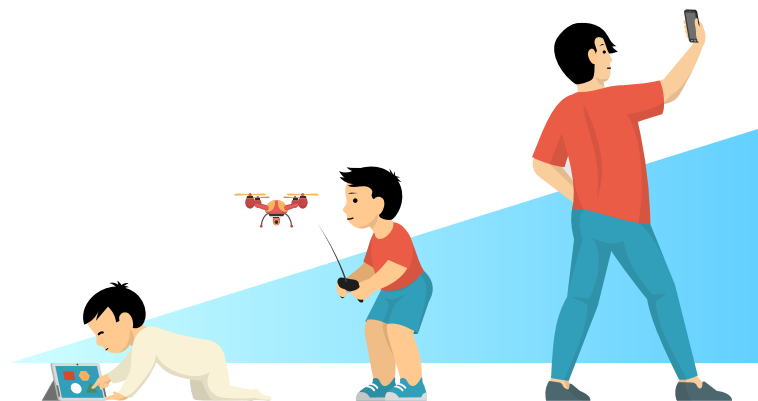
デジタルネイティブという用語は、その後も定義を少しずつ変えながら生き続け、日本では、2010年頃からよく使われるようになったとされています。

それでは、今の日本の社会でデジタルネイティブとデジタルイミグラントを分ける場合、その分水嶺(れい)はどのあたりになるのでしょうか。明確な基準がありませんが、おおむね1993～94年以降に生まれた人たち、現在24～25歳くらい若者たちから後ろの世代がデジタルネイティブのイメージにぴったりとくるのではないのでしょうか。

さて、デジタルネイティブの世代を他の世代と明確に区別するアイテムの一つが、スマートフォンです。総務省によると、スマートフォンの世帯保有率は2010年に約10%、11年に約30%、12年には約50%に急伸しました。とりわけ、高校生の間でスマートフォンが急速に普及し始めます。当然、ネット利用はスマートフォン経由となって、パソコンは学校の授業で使う程度、自宅でもほとんど使わない若者が増えていきました。そして彼らの多くが、現在、「スマートフォンは使えるが、パソコンは初心者」のまま社会人になっているとされています。

ちなみにアメリカにもGeneration X、Y、Zという世代区分があって、最も若いGeneration Zは1995年生まれ以降の世代とされています。もちろん、アメリカと日本では、経済状況も教育システムもITの普及状況も異なるので同列には語れませんが、一つ上のGeneration Y (1979年～1994年生まれ：ミレニアル世代)がPC世代であるのに対し、スマートフォン世代と位置づけられています。

図1：物心ついた頃からデジタル環境が身近にあったデジタルネイティブ



デジタルネイティブは、物心ついたときからスマートフォンやタブレット端末など、デジタル機器が身近にあり、自然とそれらを使いこなすようになっていった

物心ついたときから「スマホでネット」 デジタルネイティブとの仕事の仕方

SNSが中心にある友人や知人とのコミュニケーション

デジタルネイティブは、高校・大学時代のほとんどをスマートフォンで過ごした世代です。友人との付き合いもSNSを介して始まり、就職活動もほぼネット経由で行い、最近では婚活さえ専用アプリで、という人が少なくありません。紙の新聞を読まないことは昨今の風潮を考えると特に目新しくありませんが、テレビを見ないどころか、自宅にテレビを置かない若者も増えているそうです。例えば、飲み会をするにもSNSでグループを作ったら「渋谷で7時頃」などと大ざっぱに決め、早く来た人が入れる店を決めSNSで連絡を取り合うのがスタンダードなやり方とも。

SNSによるコミュニケーションが当たり前のデジタルネイティブは、電話で話す機会がほとんどありません。彼らには「電話をかけるのは忙しい相手の時間を奪うことになりかえって申し訳ない」とか「移動中は電話を受けられないので折り返させては失礼」という感覚が普通ですし、「メールやSNSでの連絡のほうが記録に残るし、夜中でもすぐに送れるから確実」という合理的な理由もあります。

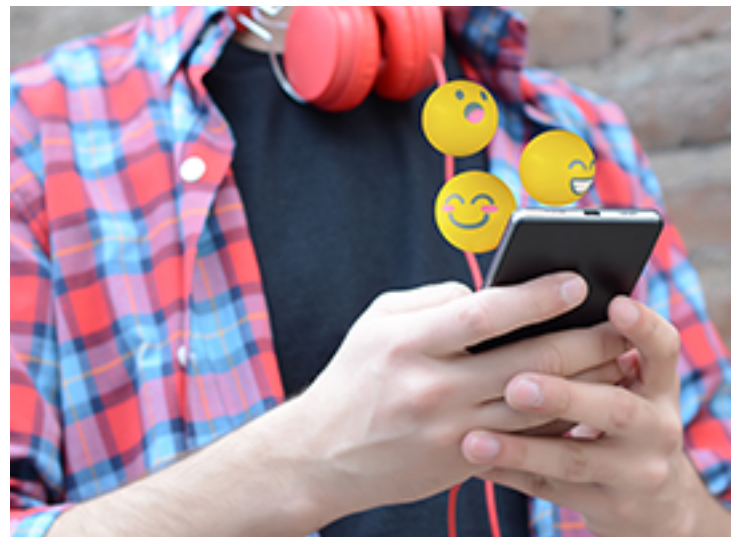
しかし、そうしたデジタルネイティブが社会人となることで、受け入れる企業側にも、デジタルネイティブ本人たちにも、改めて考えておくべき課題もあります。例えば、デジタルネイティブが、学生時代にプライベートで使っていたSNSのツールを、そのまま仕事上の連絡にも使おうとすること。会社のチーム内や課内の連絡などであれば、SNSでプライベートなアカウントでグループを作り、情報をやりとりすることもビジネスの効率性を考えれば認められるかも知れません。しかし、なかには「会社を休む連絡を上司のSNSのアカウントに送ってきた」といたことも耳にします。さらには、仕事での連絡なのに「絵文字やスタンプ入りで」という話もよく聞きます。

さて、さすがに欠勤の連絡をプライベートアカウントに送ってくるのは、社会人として認められない行為と言えますが、絵文字やスタンプの使用はどうでしょうか。年齢層が高くなるほど「ふざけるな」と感じられるかも知れませんが、絵文字は今やUnicodeに登録された世界標準であり、企業向けのSNSでも使われ、「Emoji」として英語の辞書にも載っています。

例えば、手紙から電話（固定）へ、電話（固定）から携帯電話へ、携帯電話から電子メールへと変遷してきたコミュニケーション手段の新しい形が「文字+ビジュアル」になっていく過程だったと後世から振り返られる時期のかも知れません。

絵文字やスタンプが入ることによって、文字だけではわからないニュアンスを伝えられることもあり、実際にある企業では、カスタマーサポートで絵文字やスタンプを使ったSNSによるサービスを導入し、「顧客と距離が近づいた」「顧客満足度が高まった」という企業もあります。

SNSによりコミュニケーションが円滑化することから、中小企業や部署単位で連絡手段に活用するところは増えています。もちろん、ビジネス文書に絵文字はまだ相当敷居が高いので、たとえよく知ったお客さまでも送らないように注意する必要がありますし、口頭での会話に慣れていない分、新人研修でビジネス通話のマナーを教える時間が、ほんの少し増えることになるかもしれません。しかし、昨今広まりつつあるビジネスチャットなどを想像以上に活用し、働き方改革に貢献してくれる可能性も秘めています。



物心ついたときから「スマホでネット」 デジタルネイティブとの仕事の仕方

デジタルツールを活用した情報収集能力は高く、わかりませんとはあまり言わない

小中学生の頃からネットに慣れ親しんできたデジタルネイティブは、インターネット上での高い情報収集能力を備えています。子どもの頃からやってきたほうが、大人になってから始めるよりも高いスキルを得られるのはスポーツやゲームと同様、ある意味「当たり前」です。

より上の世代では、「ネットで情報収集」と言えば、まず、検索エンジンを実行することだと考えますが、デジタルネイティブにとっては検索手段の一つに過ぎません。そもそも「ネット」という言葉をデジタルネイティブが使う場合、「インターネット全般」ではなく「大手の検索エンジンによる検索」を指すのが普通とされています。

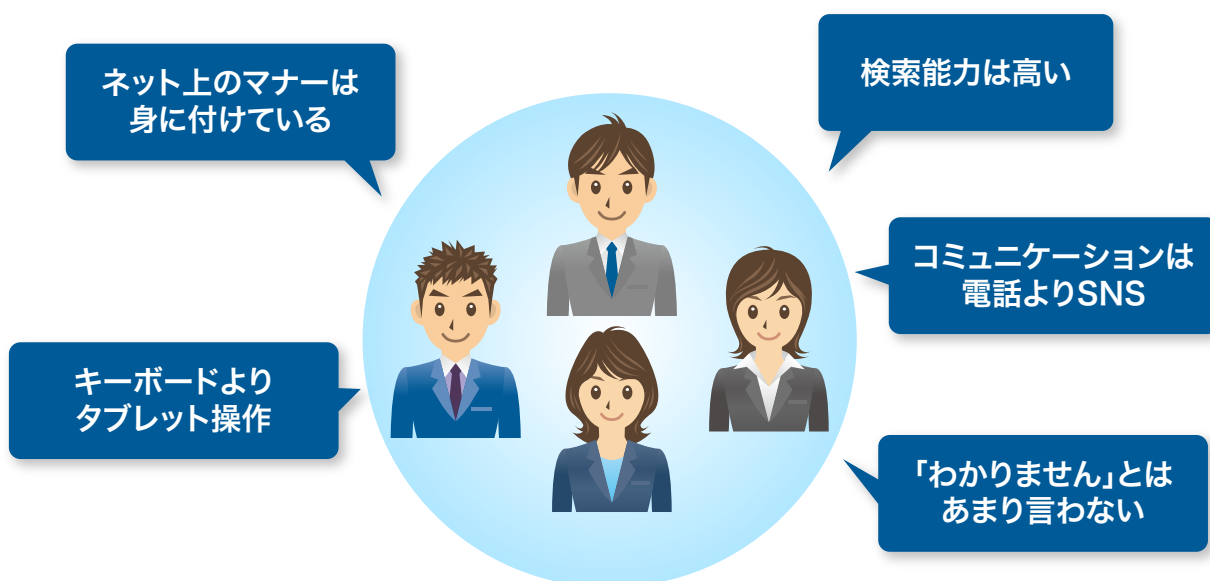
つまり、彼らにとって、「ネット」は「Twitter」や「Facebook」、「Instagram」などと並ぶ存在であり、情報収集にはネットだけでなく、これらのSNSを活用します。最新情報を多く集めるならTwitter、場所や食事に関するのならInstagramやYouTube、お店などの公式情報を知りたいければFacebookなどと用途に応じてフォローし、タイムラインやハッシュタグを使い分けて情報精度を高める術を心得ています。企業の公式ホームページや官公庁・調査会社のレポートと同じくらい、「共感できる」SNSの情報を重視しているのです。

一方、高い検索能力に、対面して言葉を使うコミュニケーション経験不足も手伝って、「わかりません」や「できません」を言わない傾向が見られます。インターネットという広大な外部記憶を隅から隅まで探せば、たいがいの答えは見つけれられるからです。デジタルネイティブにとっては、「幅広い知識」と同じように「幅広い検索能力」も、高い価値を持っていると言えます。

「知らないことは調べればいいので覚えておく必要はない」と言うのが乱暴な理屈に聞こえますが、携帯電話を持つようになった私たちが自宅以外の電話番号をほとんど覚えていないことを考えれば、「必要ないから覚えな」というのは十分合理的な考えです。ただし、最終判断に迷うような場合に、上司や先輩に聞くよりも多くの「いいね!」を重視するような傾向もみられる点には注意をしておいたほうが良さそうです。

そんなデジタルネイティブたちとの関係性をうまく保つには、デジタルネイティブたちの価値観を認め、歩み寄ることも大切です。SNSでもサービスの終了と共に、これまでのデータが消されていったという歴史を話すのも、お互いの価値観を刷り合わせるのによいかもかもしれません。

図2:「デジタルネイティブ」のおもな特徴とは



職場などで、デジタルネイティブと良い関係性を保つには、お互いに価値観を認め合い、歩み寄ることが大切

物心ついたときから「スマホでネット」 デジタルネイティブとの仕事の仕方

今後は入社してくる社員はほぼ100% デジタルネイティブという時代に

デジタルネイティブが社会人になって顕在化した課題でよく語られる例は「キーボードが使えない」ということです。スマートフォンでいつでもどこでも情報検索が行えるようになると、自宅にパソコンがあってもほとんど使わず、せいぜい学校の授業くらい。そこにもタブレットが入ってきて、キーボードと触れ合う機会がどんどん減っています。ある企業では、新人が「パソコンの画面にタッチして操作しようとした」という話もあります。

実際に企業では先輩社員が新人にキーボード操作を教えており、一頃は姿を消していた「タッチタイピング練習ソフト」が活躍しているそうです。最も、昨今の音声入力技術の向上を見ていると、社会人にタイピング能力が求められる時間もそう長くないかも知れません。

デジタルネイティブが社会人となってまだ1~2年ですが、今後入ってくる世代はほぼ100%デジタルネイティブです。SNSを多用するので実際に人と接する機会が少ないとも言われるデジタルネイティブですが、ネット上のマナーは既に身に付けています。彼らが中学生の頃には学校裏サイトや匿名性が社会問題になっており、SNSを利用する中でどういふことをすれば炎上してしまうのかは身近な問題でもあり、ネットマナーは学校でも教えるようになっていました。

また、社会人になると学生時代ほどネットを自由に使えなくなることも、十分理解しています。ネットが見たければ休憩時間にスマートフォンを使えばいいのであり、むしろ年配の社員ほど仕事に関係ないサイトを見ている人がいるとも言われます。ただ、電子メールの利用頻度が下がった分、ビジネス的な文章を書く能力は落ちていていることなど、戦力化までに必要な対応も変わっているようです。デジタルネイティブを受け入れる職場では、こうした状況も前提とした新人研修などが重要となってくるでしょう。

【制作／コンテンツブレイン】

