

「ブルーカラービリオネア」時代、 Z世代が選ぶのは“稼げる”職場より “社長に共感できる”職場？

Z世代ブルーワーカーの離職防止の決め手は
「入社前の社長への共感」だった！



AI時代に再注目される「手に職」を持つ若者たち。

しかし、定着のカギは技術や給与ではなく「人」にあることが判明。

「働き続けたい」若者の9割超が経営者に好感。

入社前の“共感”がミスマッチを防ぐ。

【調査結果】 定着のカギは「採用段階でのファン化」にあり

Point
1

「今の職場で働き続けたい」と答えたZ世代ブルーワーカーの70%以上が、経営者の価値観に「共感・好感」

Point
2

「社長への共感」は入社前から始まっている。経営者に強く共感している社員は、入社前の段階で「経営者の価値観」を会社選びの重要項目としていた。

Point
3

事前の“価値観”理解が「入社後ギャップ」を解消。入社前に経営者の価値観を重視していた層は、入社後に「イメージより良かった/通りだった」と感じる割合が高く、早期離職の原因となるネガティブなギャップが発生しにくい。

「ブルーカラービリオネア」潮流と、日本の中小企業の勝ち筋

世界的潮流 AIに代替されない技術職が高収入を得る「ブルーカラービリオネア」が注目されている。

日本の課題 一方、国内中小企業は深刻な人材不足と早期離職に悩む。

解決策 調査から見えたのは、条件面だけでなく「経営者の価値感に共感するか」が定着の決定打になるという事実。

提言 「社長の事業への想い」に共感し、社会課題解決へ共に向かう姿勢こそが、若者の“働きがい”を生み、次世代の技術者を育てる最短ルートである。

【調査主体】

株式会社JITSUGYO

広告会社でありながら、顧客である中小企業の採用支援をすべく、「採用革命®アニメーション」で企業のユニークな面をZ世代に伝える取組を実施。

採用アニメーション動画制作サービス

採用革命.アニメーション



<https://saiyokakumei.jp/>



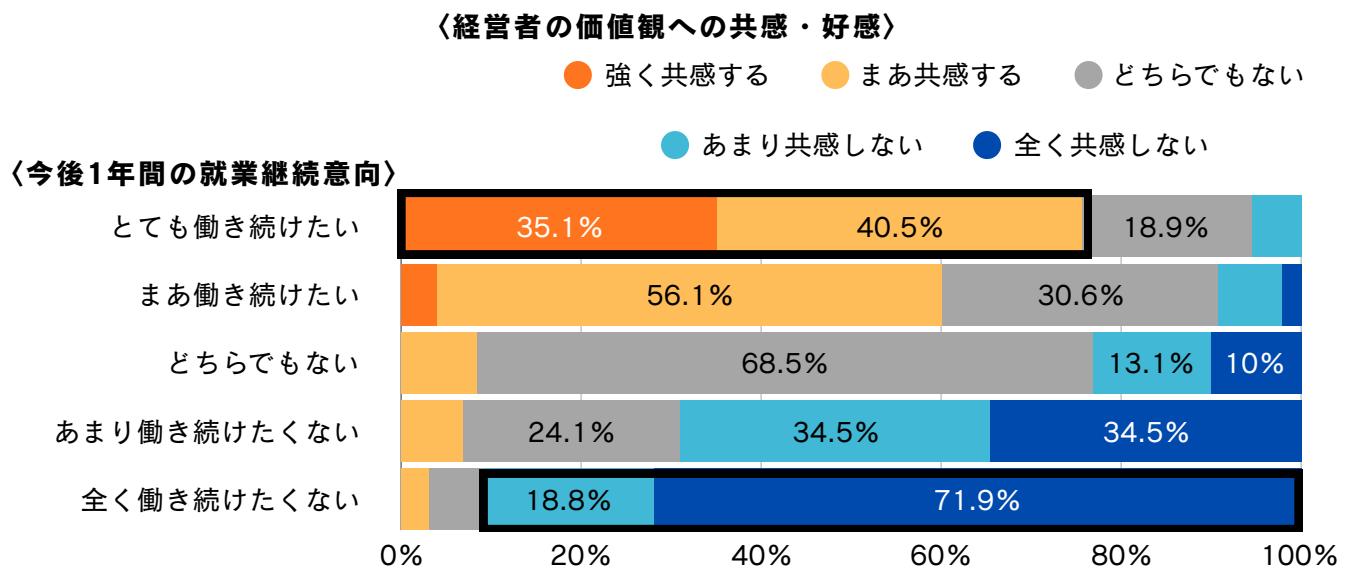
「働き続けたい」意欲と 「経営者への共感」は完全比例

**働き続けたい社員は7割以上が経営者に共感
働き続けたくない社員は9割以上が共感していない**

中堅・中小企業で働くZ世代ブルーワーカーに、現在の職場への就業継続意向と、その会社の経営者の価値観への共感・好感について調査を行った。

その結果、今後1年間、今の職場で働き続けたい意思が強い若者は、**7割以上**が経営者の価値観に共感・好感を持っている。また、働き続ける意思が低い者ほど、共感・好感を持っていない。経営者への共感は、就業継続意向に比例することが明らかに。

図1. 就業継続意向別、経営者の価値観への共感度



意欲が高い層ほど共感度が高く、意欲が低い層ほど共感していない。相関関係は明らかに。

では、社員に経営者の価値観に共感・好感を持ってもらうためには何が必要か。

そこで、株式会社JITSUGYOは若者が就職活動中の会社選びに、その価値観をどの程度重視していたかに着目した。

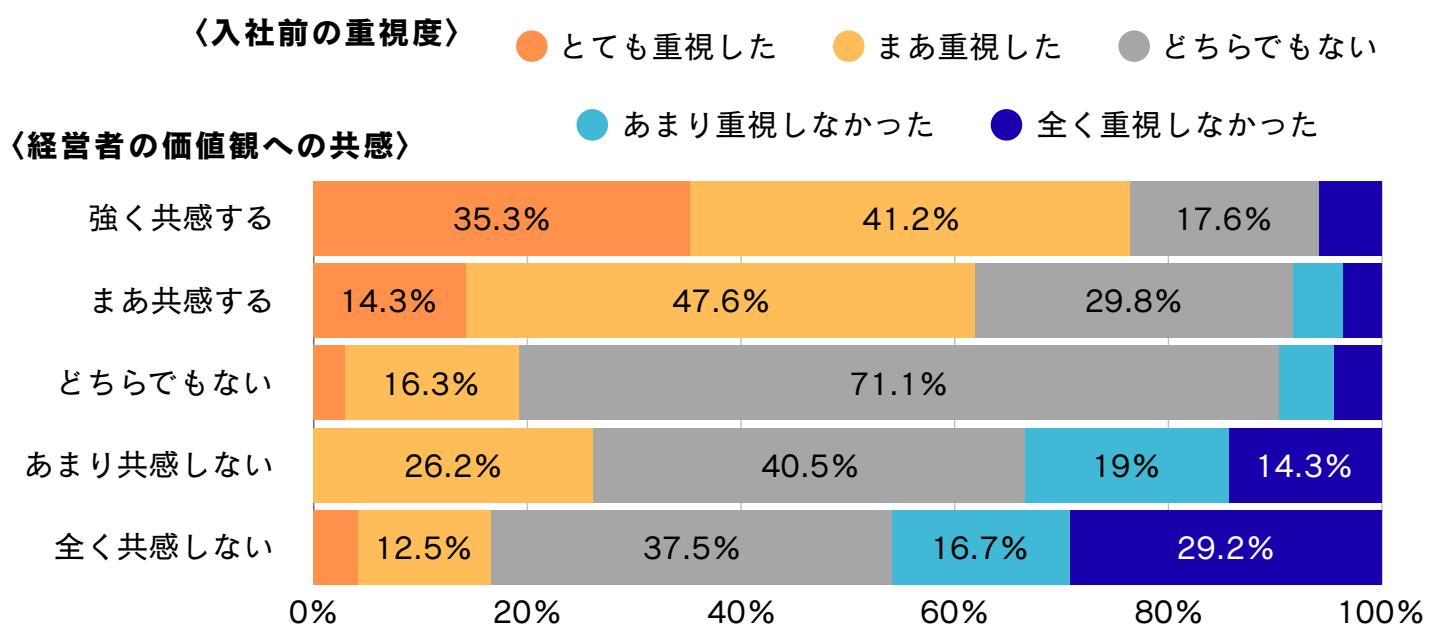
「経営者に共感」する若者は 入社前から価値観を重視している

図2の結果を見ると、経営者の価値観に強く共感している社員ほど、
入社前から経営者の価値観・好感を重視していたことが分かった。

また、共感していない社員は、その半数近くが入社前に価値観を重視していなかった
ことも明らかに。

つまり、採用段階で経営者の事業に対する想いや価値観を丁寧に伝え、そこに共感
した若者が応募してくる仕組みをつくることが、長期勤続につながる人材獲得の鍵と
なる。

図2. 「経営者の価値観」への共感度別・入社前の重視点



経営者の価値観に共感するか否かは、入社前から重視していたかに大きく左右される。

価値観を重視するほど“好印象”、重視しないほど“悪化”。

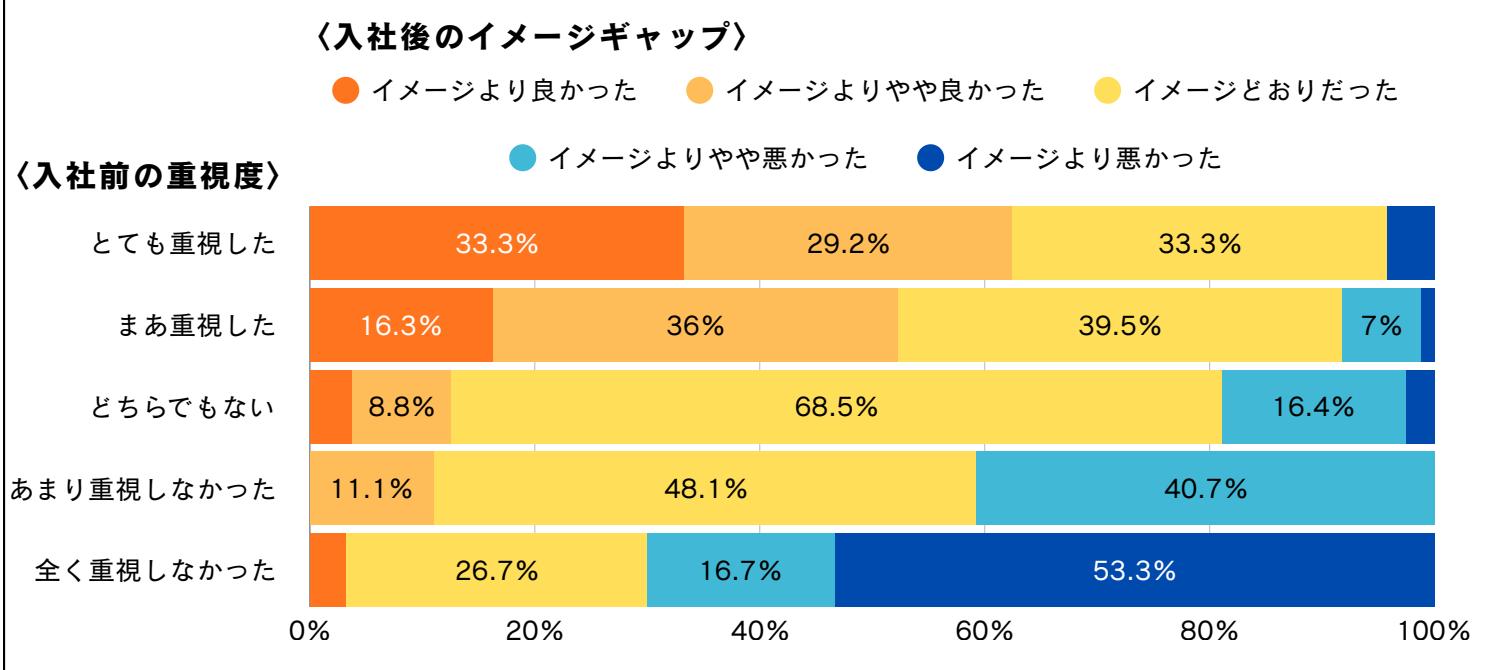
入社後ギャップは、入社前の注目度で二極化

更にアンケートでは、入社前に経営者の価値観をどれだけ重視していたかによって、入社後の感じ方が大きく変わることが分かった。

図3を見ると、価値観を強く重視していた層ほど「入社後にその価値観はイメージより良かった」と答える割合が高く、逆に、あまり重視していなかつた層では「イメージより悪かった」と感じる人が増えてる。

つまり、経営者の価値観は、入社前の注目度と入社後の満足度が、きれいに比例する形で推移している事前に価値観を理解して応募した人ほど入社後にさらに好印象を抱き、逆に理解していなかつた人ほど価値観とのズレを感じやすい。

図3. 「経営者の価値観」への入社前の重視点度と入社後のイメージギャップ



入社前に価値観を重視していると、9割以上が価値観に好印象。全く重視しなかつた場合、7割が価値観に悪印象を感じている。

"ブルーカラービリオネア"潮流で 中小企業人材不足を救う鍵は 「経営者の価値観」と社会貢献意識

AI時代、技術職の価値が世界的に再評価されている

AIが急速に普及するなか、代替が難しい“現場技能”を持つ職種は、海外で高収入化が進み「ブルーカラービリオネア」として注目を浴びている。

専門性を磨けば、学歴や肩書きに左右されずにキャリア形成できるという新たな価値観が浸透しつつある。

一方で、日本の中堅企業には“人材不足と早期離職”という壁

国内の中堅企業では、若手の早期離職が続き、採用しても定着しにくい状況が深刻化している。特にブルーワーカー分野では、技術継承の遅れや採用コストの増大が課題となり、従来型の“条件・待遇中心”的採用だけでは、若者を引きつけられなくなっている。

定着を決めるのは「経営者の価値観」

今回の調査から明らかになったのは、

「経営者の価値観に共感して入社した若者ほど、入社後の満足度が高く、離職しにくい」という傾向である。

- ・ とても働き続けたい層の7割以上が、経営者の価値観に“共感・好感”
- ・ 共感している社員は、入社前から「経営者の価値観」を重視
- ・ 入社前に価値観を理解した層ほど、“入社後ギャップ”が小さい

つまり、採用段階での「価値観の一致」が、定着の最重要要因であることが示唆された。

経営者の思いへの共感が、若者の“働きがい”を生む

なぜ、価値観の一致が若者にとって大切なのか。

中堅企業の経営者は、事業を通じ、地域への貢献や社会課題の解決といった熱い思いがある。

若者がその思いに触れることで、「自分もこの仕事を通じて社会に役立てる」という前向きな認識が育つ。“条件・待遇”だけでなく、こうした共感により、経営者が大切にしている“仕事の意味”が若者に伝わることが、今求められているのではないだろうか。

価値観の一致とは、企業と若者が“同じ社会課題に向かって歩む”こと。

その方向が重なったとき、初めて強い働きがいが生まれる。

本調査にあたって

中小企業の“人の課題”に向き合い続けてきた企業として

私たちは、これまで数多くの中小企業の経営者と向き合ってきました。

そこで繰り返し耳にしてきたのは、

「せっかく採用できたのに、1年も経たずに辞めてしまう」

「何が合わなかつたのか分からない」

という切実な声です。採用コストは年々高騰し、母集団形成も容易ではありません。

ある経営者はこう話していました。

「何十人の応募者はいらない。

自社の価値観に合う人に、たった一人でいいから出会いたい。」

一方で、現場に立つと、

中小企業には地域に根ざした誠実な仕事、社員を想う温かい文化、

そして経営者自身のまっすぐな価値観が確かに存在することを感じます。

にもかかわらず、その魅力が若者に十分届いていない。

なぜ定着しないのか。なぜ“合うはずの人”と出会えないのか。

その答えの一端は、価値観のすれ違いにあるのではないか――

そう考えるようになりました。

昨今は「ブルーカラービリオネア」が話題になるほど、技術職の価値が世界的に見直されています。

AIでは代替できない“人と人の関わり”こそ、中小企業ブルーワーカーの大きな魅力です。

だからこそ、若者と企業の間で価値観が合うかどうかが、以前より重要になっているのではないか。この仮説を確かめるために、今回の調査を実施しました。

本調査が、中小企業の採用課題を前進させ、“合う人”が長く働く環境づくりに少しでも役立てれば幸いです。



株式会社JITSUGYO
代表取締役

沢井 啓秀

調査の概要

【調査概要】

「Z世代ブルーワーカーの職場に関する調査②」

調査実施主体：株式会社JITSUGYO

実施期間：2025年9月8日～15日

有効回答数：326人

調査方法：インターネット調査（Surveroidを利用 <https://surveroid.jp/>）

抽出方法：インターネット調査用パネルからランダムに抽出

対象：全国のZ世代ブルーワーカー（20～29歳）

職種：建設・運輸・製造・鉄鋼

規模：10～500名の中小・中堅企業

※前回調査「Z世代ブルーワーカーの職場に関する調査①

『働き続けたい職場』1位は、『月1回飲み会がある』職場だった！」も
弊社ホームページからご覧いただけます。

株式会社JITSUGYO

〒630-8144 奈良県奈良市東九条町6-6

TEL. 0742 (62) 3377 (代表) FAX. 0742 (62) 1808

(担当：神尾)



<https://www.jitsugyo.jp/>

<https://saiyokakumei.jp/>

※本データは報道・広報目的で転載いただけます。

転載をご希望の場合、またはご不明点がございましたら、

弊社ホームページ「お問い合わせ」またはお電話にてご連絡ください。