

企業の期待する「キャリア教育」 2

短期大学部 キャリアデザイン学科 竹田 博信

要旨：「就職氷河期の再来か？」という記事が今年もマスコミで喧伝されている。昨年一年間の学生の就職活動を支援して気付いた点が、視野が狭いために「情報」を取得できる情報が少なく、またその少ない情報に対してもリテラシーが低いために正しく活用できていないことだった。改めて企業側の視座からの意見を確認して、そこからの気づきについてまとめてみた。

キーワード：就職氷河期、就職活動、キャリア教育、コンピテンシー、採用

1. はじめに

2011年度の就職活動も、苦戦しているようだ。

現在の企業では日本企業の営業エリアが世界中に広がっていくにつれて、否応無しにグローバル規模の競争に巻き込まれてしまっている。また一方で、国内ではバブル経済の崩壊以降、世界的な過当競争の状況に陥っている。

こうした状況に企業として対応していくためには、経営規模を大きくするか「スキマ」をみつけて営業活動をする必要がある。その際に、自ら考えて、試行錯誤を続けるような、「正解の無い中でアイデアを形にする人材」を必要としている。また、環境の変化が非常に早く、「3番手はビリと同じ」というくらいのスピード感が必要でもある。しかしながら、それが出来ている企業は、結果は必ずついてくるということを幾つもの企業が証明している。逆にそれを躊躇してい

ると、どんどんおかしくなってしまう、対応が遅れば遅れるほど挽回しにくく、コストもかかるのである。

企業では、「大学生」であった学生を社会人にする程度の「新人教育研修システム」は用意しているが、学歴がどうであれ「大学生」になれていない学生を、採用はしない。昨今の新卒求人倍率に対して実際の就職率が低い理由は、この「大学生ではない大学生」については採用計画を下降修正してでも、採用を控える。

2. 「就職氷河期」報道のカラクリ

リクルートワークス研究所が発表するワークス大卒求人倍率調査を参考に、求人状況を見てみたい。

2011年度の新卒有効求人倍率は、1.28倍である。昨年の1.62倍から更に低くなった。また、求人総数も昨年度の72.5万人から58.2万人と約20%近くも減少されてい

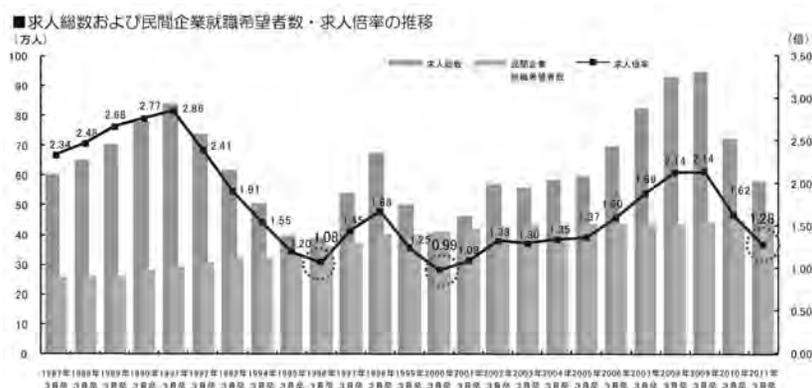


図 1

る。このような有効求人倍率の低さは1990年代後半から2000年代前半までのいわゆる「就職氷河期」と呼ばれた頃に近い数字であるので、マスコミが「氷河期の再来」と喧伝するのも分かる。しかしながら、本当に「就職氷河期」が再来したのだろうか？

求人絶対数を見てみると、求人倍率が1.08倍だった1996年卒業生の求人数は390700人。この20年の中で一番低かったと言われる2000年卒業生の0.99倍だった時点で、407800人だった。これに対して2011年卒業生の求人総数は581900人。倍率が下がっているのに卒業生が増えている。求人数も増えているのはどうしてか？それは大学数や大学生数が年々増加しているのである。それについては後述する。2008年度・2009年度のように求人総数が90万人を越すようなことは無いが、「超氷河期」と言われた時代よりも求人数は増えているのである。しかも、有効求人倍率は1倍を切っていないというところも注目すべき点である。つまり、「仕事」も「職場」もあるといえよう。

私は、前職時代の各企業の採用担当者や人材ビジネス企業の担当と日常的に会って情報交換を行なっているが、ここ数年は「より稠密なマッチング」を採用に導入していこうという考え方が急速に高まってきているということをよく耳にする。採用計画として2つの目標がある。1つは量、もう1つは質である。大学数が増加したのに比例して大学生も増加しているため、数は満足に獲得できるのだが、問題はその「質」についてに大なる不満があるらしい。例えば10人採用するのに500人くらい応募者を集めて、その中から良い大学生を獲得するという方法が長年幅を利かせてきた。特に企業が採用部門をアウトソースするシステムとして就職情報企業を利用するようになってから、急速に広まった。しかし、近年このシステムでは各企業が満足いく人材を確保出来ないと感じている担当者の声をよく聞くようになった。

3. 企業の期待する人材

3-1. 背景

企業の取り巻く環境は日々刻々と変化している。ファッション業界では、低価格競争

が繰り広げられていて新しい低コスト生産の仕組みを模索され続けている。家電メーカーも低コスト生産の仕組みはもちろんのこと、最近では高齢化社会に向けて高齢者向けの新たな製品開発に追われている。自動車メーカーでは環境対応車の開発競争がし烈になっ

てきている。

また、海外資本との提携、海外ファンドからの買収対策、BRIC's 諸国やそれに追随する国々などの新興国市場の躍進、インターネットを用いた新たなビジネスモデルが次々生み出されていくなど、ほとんどの業界で大きな変化が起こっている。

政治、経済、社会、技術の変化の波にさらされる中で、どの企業も過去の成功ビジネスモデルを踏襲するだけでは対応できない状況にある。変化を機敏に察知して、将来を予測し、自社の能力と市場の動向を勘案しながらスピードある対応をしていかなければならない。

耐久消費財がまだ行き渡っていなかった時代であれば消費者のニーズは分かりやすかった。とにかく同じようなものを製造し、仕入れ、販売しておけばよかった。多少売れ行きが悪くなれば価格を安くしたり、マイナーモデルチェンジした姉妹品のようなものを出すというように、「現在」の延長線上の発想で対応が可能であった。しかし現在のように消費者のニーズが多様化し変化も非常に早くなってくると、「現在」の延長線上での発想だけでは対応が非常に難しくなっている。

さらに新興国で製造された低価格商品や類似品を販売するディスカウントショップやネット販売の登場によって環境が変化してきている。また音楽配信のように、これまでレコード盤・カセットテープ・CD/MD等のように「モノ」を媒介していたものがデータという「モノ」を媒介しないような世界も出現し、またそれに合わせて様々な商品やサービスも生まれている。またこのような「新しい世界」の出現によって、関連する企業の組み合わせも変更を余儀なくされてきている。よその業界で起きていることが自社の今後の方向性に影響を与えられるかもしれないという、まさに企業にとっては1980年代のころまでのようにはいかない大変な時代を生きている。

こうした背景から、自ら考え動ける、チャレンジ精神の強い、また立ち直りが早かったりストレス耐性に強い人材を、企業は求めるようになってきている。特にグローバル企業では顕著である。

3-2. 企業の採用方法の変化

3-1で述べたような状況と長引く不況の影響を受け、この20年間は企業もどのような人材を採用すればいいのか試行錯誤を続けてきている。

1980年くらいまでは、総合職の場合、メーカーなど

の企業が大学の専攻に対して、卒業予定者の総合職の推薦を依頼し、その推薦枠に対して学生が応募する、学校推薦による就職活動が大勢を占めていた。また、学校推薦とは別に、教授や准教授の企業との個人的縁故による、教授推薦とも言える就職活動も存在した。特に理系の技術職、開発職、研究職においては顕著であった。

その後1980年代くらいから大学の就職課に張り出された求人票を見たり、自宅に送られる企業求人パンフレットなどを見て企業に電話、郵便などでコンタクトを取り、会社訪問、入社試験を行うようなスタイルが主流になり、採用試験の方法も筆記試験と面接を行なうようになった。この頃の企業は「終身雇用」「年次昇給」「年功序列」などの前提に、学生本人の印象、出身大学、大学時の成績、自社に知り合いが居るかなどから総合的に判断する「全人格の採用」が中心で採用活動を行っていた。

2000年に入りインターネットの急速な普及により、先進的な企業はインターネットを活用した採用スタイルに移行していった。リクナビやマイナビに代表されるように、求人と求職を紹介するサイトが数多く運営され、かなり多くの企業が自社のホームページを作成し採用情報や求人情報を掲載するようになってきた。また、インターネットを活用したエントリーや採用も急速に増加しつつある。採用方法も従来の学生の属性と印象、書類だけで判断していく採用から、彼らの行動的側面を実際のビジネスシーンでも発揮できるかを見ようとする「コンピテンシー」を活用した採用方法が一部の企業で導入され始めている。

このように企業を取り巻く環境や求める人材の変化、就職協定の廃止などをきっかけに、企業では優秀な人材を厳選して採用する傾向をますます強めている。

しかし、それでもマッチングが合わずに「七五三問題」に見られる早期離職が後を絶たない。採用する学生の質に対する不満、不安を抱えている企業が多く存在する。

採用担当者のセミナーや合同企業説明会などで人事の担当者と話していると、2012年度以降、就職ポータルサイトを利用した採用方法を見直すように検討しているという声を多く聞いた。こちらについては後述する。

3-3. 就職活動方法の変化

3-2. でも述べたように、ビフォアインターネット時代は、大学の就職課に張り出された求人票を見たり、自宅に送られる企業求人パンフレットなどを見て企業に電話、郵便などでコンタクトを取り、会社訪問、入社試験を行なうのが主流だった。アフターインターネット時代に入った2000年頃から、大手企業を中心に就職ポータルサイトに会員登録し、それらのサイトを經由して企業にエントリーをしたり、会社説明会や入社試験の予約を行うのが一般的になった。現在では、就職サイトにしか求人情報を出さないという大手企業もあり、就職サイトに登録することは、就職活動をする事務系を志望する学生の常識となっている。

また、就職協定の廃止により激化した競争を勝ち抜くため、面接の受け方やエントリーシートの書き方、自分適性などを自ら検討する「自己分析」などを解説した「就職マニュアル本」が数多く出版され、セミナーも頻繁に行なわれている。ビフォアインターネット時代にも「メンタツ（面接の達人シリーズ 中谷彰宏著）」のような就職マニュアル本は存在したが、大型書店では就職本コーナーを作るほどの人気ぶりである。

実際に学生を見ていると就職活動は就職ナビのみという学生が目につく。確かに就職ナビは便利である。就職ナビを使えば、学生は企業情報や採用情報が簡単に収集できるだけでなく、説明会やセミナーの予約、プレエントリー、面接の可否連絡を受け取ることが可能である。「自由に閲覧、自由に応募」というのは最近の学生にとっては当然のようだが、これは画期的なことである。大学への求人票を中心に就職活動が行っていた時代では、大学間の格差は顕著で誰でも求人情報を閲覧できる状態ではなかった。またリクルートブックが個別に宅配される就職ガイドや資料請求はがきで応募できる時代になっても、全ての大学生に全ての求人情報が届くわけではなかった。また何らかの方法で求人情報を入手し資料請求をしても、門前払いされることがかなり多くあった。90年代半ばの就職ジャーナルの記事によると、当時の資料請求はがきに対する企業からの返信率は全体で43%程度。企業側が資料請求の時点で「ターゲットの学生」を絞っていたことが分かる。企業側からすれば、採用ターゲットにならないような学生からも応募が出来るようになった。しかもインターネットで簡単に多くの企業にエントリーできるようにもなったことで、1次選考（大抵はエントリーシート）の手間が膨大になったともい

る。

前職の体験だが、例えば20名程度の採用に3000人近くも応募者があった。大量にさばかなければならないため、人事部の社員のみならず、大勢の社員で手分けしてさばくことになっていった。会社説明会も大規模なものになっていく。面接プロセスにおいても一度に第人数と会わなければならない。採用活動はどんどん雑になっていき、ミスマッチも増えた。人事以外の部門の社員に説明会や面接の対応をお願いすることもあった。

事前連絡なしで欠席する学生も多く、その後の気配りやストレスコントロールに時間を割くことも増え、本来の仕事以外の「お仕事」が膨大に膨れ上がってきて、睡眠時間が3時間程度が1週間続くことも珍しくなくなっていた。当時の同業種交流会では、すでに就職ナビ経由で応募してきた学生が、求めているターゲットの学生とマッチしないことが問題としてよく挙がっていた。

3-4. ミスマッチについて

近年、単純な世代論や「ゆとり世代」批判では論じきれないほど、現代の学生は多様化かつ多層化しているように感じる。大学生を「大学生」だとか「〇〇大学の学生」だとかというカテゴリーでは括れない。単に質が上がったとか下がったとかという問題ではなく、「優秀」だと感じる層と「本当に大学生？」と思うような言動や知的レベルの層が存在する。これは学生一人ひとりの中にもある部分はとても優秀なのに違う部分ではずいぶんお粗末な部分を持ち合わせるように思う。

採用する企業の人事担当者の間でも、大学群（平た

く言えば受験偏差値）が高いからといって必ずしも学生の質を保証するものではないということも当然のこととして捉えられている。

このような現象の中でゆとり教育や学力低下問題の相関関係よりも明確なことに、大学数と大学生の数自体が増加していることがある。大学進学率を見てみると、1989年には24.5%だったのが1994年には30%を超え、2009年には50.2%に達している。私の世代が入学する1990年代前半には大学数は523校程度だったが、現在は募集停止中の大学も含めると778校にまで増加している。若者の数減少しているにもかかわらず、大学や大学生の数が増加しているのだ。『名ばかり大学生（河本敏浩著）』によると、「日本の大学における底辺校の学力は1970年代の中学2年生なみ」だと試算されている。

また、大学生の基礎学力低下の原因ではないかと指摘されている中に、推薦入試、AO入試がある。私立の大学でこの方式で入学している学生が、全体の50%程度だと言われている。元々AO入試は、学力などに捉われず個性や独自の特技を持つ人材の獲得ということが目標とされていたのだが、実際には学生獲得の「特効薬」として使われていたのではないと言われてしている。もちろん、これらの方式が全面的に悪いわけではない。ただ、採用担当者は大学の受験偏差値のランクに関わらず、「大学にどの試験方式で入学したのか？」と面接で聞く企業が増えてきているところから見ると、企業側にとっては推薦・AO入試方式の大学生の質が懐疑的に見られていると言えるだろう。大学数の増加、大学生数の増加、試験方式などが「名ばかり大学生」を多く生み出しているという印象を持ち、彼らを避けようとする思いが採用の厳選につながってい



図2

ると考えられる。

キャリア教育と就職活動

4-1. 就職活動中の学生に共通するある現象

これまで、就職活動と採用側の現状を述べてきた。最近の学生の傾向としてもう一つ問題がある。それは、大手企業・有名企業しか受験しないという現象である。企業が採用したい学生のターゲットを絞るように、学生もまた受験する企業を絞っていく。絞ること自体は当然なのだが、その偏りが①有名な企業（社名、商品、サービスが良く知られている）、②大企業、③華やかな仕事内容、④給料がよさそうといったイメージの企業に多く受験者が集まっている。人気企業ランキングの100位くらいまでの企業は以上の4つの全部もしくはいずれかを満たしているものである。また、雇用が安定している、業績が安定している、社会貢献・環境配慮している企業も人気が高いなど、時代の空気が感じられる。

学生が大企業志向であることを表すデータがある。リクルートワークス研究所が毎年発表している「ワークス大卒求人倍率調査」である。1000人以上の企業を希望する学生は1000人以下の企業を希望する学生よりも約5万人も多い。300人未満の企業は303000人分の求人があるのに対して希望者は推計で68700人で4.41倍の売り手市場である。逆に5000人以上の企業だと0.47倍であり、規模が上がるにつれて倍率も厳しくなっている。個人の志向に深く介入することは出来ないが、企業を選ぶ目を養い、考え方の幅を広げるだけで、就職難はずいぶん解消されるようになると思う。

更に、この学生たちの大企業志向には、もうひとつの重要な問題を表している。それは、彼らが言う「大企業」と世間一般で言われている大企業にかい離が見られる点である。

通常私たちが「大企業」と聞いて思い浮かべるのは、「東京証券取引所の一部上場企業」を思い浮かべるかと思う。実際に日本経済を支える主要企業の名前が揃っている。企業内容については、時価総額、純資産の額、利益の額などクリアすべき厳しい要件があり、上場審査の際にも企業の永続性、収益性、企業経営の健全性、コーポレートガバナンスおよび内部管理体制の有効性などのチェックを受けるので、形式的にも実質的にも「大企業」と言えるであろう。

キャリア科目の授業やインターンシップの授業などで東証一部上場企業1700社のうちどれくらい知っているか調査をしたことがあるが、平均で5%程度、い

ちばんよく答えられた学生でも12%程度だった。一番知っている割合が高い企業が、食品業界。次いで商業、通信。鉱業や非鉄金属などは90%近くの学生が一人も知らなかった。学生といろいろとディスカッションしていくうちに分かったことは、消費者として接点があり、商品名が分かるほど身近に感じる商品を扱い、テレビCMで目にする機会のある企業のことで「大企業、有名企業」だと認知するようである。身近でテレビなどで認知できるような企業は当然全国から応募者が殺到するような企業であるから、倍率も100倍から1000倍を超えるような企業もたくさんある。そういう企業だけを何百社受けてみても不合格になる可能性はつねに高くなるし、そのために履歴書やエントリーシートを書く労力といたら並大抵なものではないだろう。

大企業の中でも学生があまり知らない企業で優良な企業はたくさん存在する。同じ大企業志向でいくなれば、大学生があまり関心を持たないような企業、特にBtoB企業を検討してみると、自分に合った企業がたくさんあることに気付くかもしれない。

4-2. キャリア教育の真の目的

キャリア科目の授業を行っていると、就職活動が始まるまでは自由にのびのびと自分を見つめていた学生が、就職活動が始まってしばらくすると、就職マニュアル本によるハウツーを追いかけたり、求める人物像に近づき演じようとしたりいつの間にか画一化していく。

確かに、各企業が求める人物像がかなり似ている。「自立」「積極性」「チャレンジ精神」「コミュニケーション能力」「ストレス耐性」など。これらはコンピテンシーにより、

多くの社会人の必須アイテムだともいえる。しかしこれらのパラメーターの配分は各企業によって大きく違う。また企業に入ってからバランスが変化するケースも良くある。そういった就職ナビには出てこないような情報を企業ももっと積極的に情報提供するべきだし、学生側も複数のOB/OG訪問を行ない、企業の風土や実態を直接情報収集するように努める必要がある。OB/OG訪問で収集するポイントは3つある。①各企業の価値観②その企業における「優秀な社員像」③企業の今後をどう考えているか?である。これらは実際にその企業に勤めてみないと知りえることが難しい企業の「生」の実態だ。

また上記の大企業志向のところで述べたように学生

の視野が非常に狭い。大企業といっても100社程度しか認知していない。ちなみに就職ナビの掲載企業数を知っているかと授業で尋ねたことがある。一番登録数の多いリクナビで8095社、マイナビが5435社である(2010年卒年度)。日本の企業数は162万社以上もある。そのなかのわずか1万社にも満たない求人情報だけが多くの学生たちの「セカイ」なのである。

「バーチャル」「データ」「情報」に慣れた学生に、「セカイ」の外に「社会」があり、「社会」の外に「世界」があることを教え、「社会」を知りたい、「世界を知りたい」という意欲を高めさせる役割がキャリア教育にはある。そして社会や世界を知るために、大学ではたくさんの科目を勉強することができる環境であるということを伝える。知識の伝達だけではなくて、そもそもの知識の獲得の仕方、知識の活用や研究をする機会もまだまだ十分とは言えない。グループディスカッションやプレゼンテーションなどのアウトプットのトレーニングも自己の表現の訓練として必要である。キャリア教育の真の目的は、「就職する」ということを媒介にして、別々でインプットした情報を統合したり、知識の獲得や活用の仕方を学んだり、「セカイ観」の違う人と相互理解を深めるような力をつける、個々の知識は他の科目を紹介するような、言うなれば「ハブ空港」の役割をすることであると思う。

5. 最後に

2012年卒の就職活動が本格的に始まった。先日行われた「マイナビ就職EXPO東京」で出典した企業数が前年度の130%増加があり、今回の新卒有効求人倍率は1.56倍程度に回復するのではないかと見られている。しかし、採用枠が広がったからといって就職活動が楽になるわけではない。2008年のようにリーマンショックのようなハプニングが起こって内定取り消しの嵐が吹くかもしれない。あの時の内定取り消し企業は専ら不動産業だった。グレイス、アーバンコーポレーション、セントラルサービス、するがコーポレーションなどの倒産は、普段新聞を読んだりニュースを見聞きしていれば、学生の耳に入っているはずである。まし

てこの時期は自分の将来を決める時期なのだから、帝国データバンクのホームページに毎日アクセスしたり、業界研究などに励んでいるだろうから予測が可能だったはずだ。内定をとれても安心しているようでは、「就活生」と言えるだろうか。

早く「就活生」に変身してもらうように、「ハブ空港」の役割を果たしていこう。

引用・参考文献

- 石渡嶺司 大沢仁 2008年『就活のパカヤロー』光文社
- 石渡嶺司 常見陽平 2009年『強い就活!』ディスカヴァー・トゥエンティワン
- 常見陽平 柳本新二2010年『最強「内定」請負人就活の答え』講談社
- 楠木 新 2010年『就活の勘違い』朝日新聞出版
- 寺崎文勝 2010年『キャリアの取説』日本経済新聞出版社
- 大前研一 2009年『大前の頭脳』日経BP出版センター
- 小室直樹 2004年『経済学のエッセンス—日本経済破局の論理』講談社
- 小室直樹 色摩力夫1997年『人にはなぜ教育が必要なのか』総合法令出版
- 櫻井秀勲 2005年『自分の適職がわからない時に読む本—就職で失敗したくない、してしまったすべての人へ』スリーエーネットワーク
- 宮台真司 2008年『14歳からの社会学—これからの社会を生きる君に』世界文化社
- 河本敏浩『名ばかり大学生』光文社
- 本田由紀 2009年『教育の職業的意義』筑摩書房
- 樋口弘和2008年『新入社員はなぜ「期待はずれ」なのか』光文社
- 今北純一2010年『仕事で成長したい5%の日本人へ』新潮社
- 岩間夏樹2005年『新卒ゼロ社会』角川書店
- 大内伸哉2009年『雇用はなぜ壊れたのか』筑摩書房
- 福澤徹三2008年『自分に適した仕事がないと思ったら読む本』幻冬舎

Expectations of Companies Regarding Career Education II

Osaka Shoin Women's Junior College Department of Career Design

Hironobu TAKEDA

Abstract

Employment ice age article that has been touted in the press. last year, I helped students job hunting. I noticed “There are many students of narrow outlook on life.” And,they can get less information.

Their Information literacy for the poor,and they can not use the information correctly.

Check the feedback from the corporate standing point, from which I summarize awareness.

Keywords: Career education, finding employment, moratorium, Once employed graduates, Competency