

# 就職白書

## 2023

学生と働く組織のより良いつながりに向けて



就職みらい研究所

非売品

※記事・写真・イラストの無断転載・複製を禁じます。出典元を明記していただければ、基本的に無料でご利用可能ですが  
その際は事前に「就職みらい研究所 お問い合わせフォーム (<https://rec.fofa.jp/rcasmk/a.p/115>)」よりご一報ください

©株式会社リクルート

昨年の『就職白書2022』では、個人と働く組織のコミュニケーションと相互理解の重要性、そのための働く組織の情報開示と自己省察の必要性を示唆した。

また、働く組織の情報開示がなされない理由、情報開示に影響している因子は何か紐解き、より深い相互理解に向けた情報開示に向けて「社内での対話」に着目し、採用チームが社内の応援や期待を獲得しながら新卒採用をより良いものへ改善する道筋を示した。

今回の『就職白書2023』では、就職活動中あるいはこれから始めようとしている「学生側」の視点に立って、「よりよいつながり」のために就職活動の情報取得、そして「進路の意思決定」の在り方を考察していく。

初職の進路の選択は、人生の中でも重要な選択の一つである。

ほとんどの学生にとって自分自身がどのようなキャリアを歩みたいのか、という難しい問いと初めて対峙する機会であり、その後の人生に少なくない影響を与える。

したがって今一度「進路選択」とは実態としてどのようなものなのかを捉え、理解を深め、その望ましい在り方について考えることは、意義深いことであるとする。

学生と企業がより深く相互理解し、若者が自分らしいライフキャリアを歩む一歩となるような、より良いマッチングが実現することを願っている。

## 調査概要 就職白書2023

### 【若手社会人の進路選択とライフキャリアに関する調査】

調査目的：若手社会人の進路選択時の状況、及び、社会人初期のライフキャリアの実態を把握する

調査方法：インターネット調査 調査協力：株式会社マクロミル

調査対象：調査協力会社のモニターにスクリーニング調査を行い、大学卒業または大学院修士課程修了後3年以内の社会人

調査期間：2022年9月21日～2022年9月30日

有効回答数：3063人

### 【大学生・大学院生の就職活動と進路選択に関する調査】

調査目的：学生の就職活動と初期キャリア選択の実態を把握する

調査方法：インターネット調査

調査対象：全『リクナビ2023』登録会員へのスクリーニング調査を行い、民間企業等を対象とした就職活動を終了した、全国の大学4年生・大学院2年生

調査期間：(8月調査)2022年8月5日～2022年8月19日、(11月調査)2022年11月29日～2022年12月7日

有効回答数：1134人(8月調査)、4055人(11月調査)

※8月調査と11月調査は個別実施



## CONTENTS

### Part1 進路の意思決定を考える重要性 4

- 1 進路の意思決定の課題 4
- 2 「自分らしさ」はどこにあるのか 6  
●東京大学大学院 大島まり氏

### Part2 就職活動の意思決定の実態 8

- 1 就職活動の意思決定はなぜ難しいか 8
- 2 自分らしいライフキャリアのために 10
- 3 学生の意思決定の実態 12
- 4 選択に関わる様々な研究事例 14  
●帝京大学 横山明子氏

### Part3 自分らしい進路選択とキャリア探索 16

- 1 自分らしい進路選択とは? 16
- 2 キャリア探索行動を深めるには? 20  
●滋賀大学 若松養亮氏
- 2 学生のキャリア探索行動の深化に向けて -「社会」の働きかけ事例- 22  
●ランクアップ 森田健一氏 ●アストラゼネカ 田村千草氏・梅本氏 ●エンカレッジ 窪貴志氏
- 2 地域の産学による学生への働きかけ 26  
●オカベ 岡部俊孝氏 ●愛媛大学 菅原卓也氏 ●中温 辻田純二氏 ●朝日共販 伊勢家睦子氏

あとがき・就職みらい研究所の主な調査 30

就職みらい研究所ウェブサイト・Twitter 31

#### 【大学生・大学院生の就職活動振り返り調査】 ※現在と同様の調査は [2012年卒より実施]

**調査目的:** 就職に関する学生の活動実態を把握する  
**調査方法:** インターネット調査 調査協力:株式会社インテージ(2023年卒)、  
株式会社クロス・マーケティング(2021~2022年卒)  
**調査対象:** 調査協力会社のモニターにスクリーニング調査を行い、民間企業等を  
対象に就職活動を行った全国の大学4年生・大学院2年生  
**調査期間:** 2023年卒-2022年11月21日~2022年12月5日  
2022年卒-2021年11月24日~2021年12月1日  
2021年卒-2020年11月20日~2020年12月15日  
**集計対象:** 2023年卒-1618人、2022年卒-2868人、2021年卒-2111人

#### 【大学生・大学院生の採用活動振り返り調査】 ※現在と同様の調査は [2012年卒より実施]

**調査目的:** 新卒採用に関する企業の活動実態を把握する  
**調査方法:** 郵送調査・インターネット調査を併用  
**調査対象:** 全国の新卒採用を実施している従業員規模5人以上の企業  
2023年卒-4851社、2022年卒-4787社、  
2021年卒-4577社  
**調査期間:** 2023年卒-2022年12月2日~2023年1月11日  
2022年卒-2021年12月4日~2022年1月12日  
2021年卒-2020年12月4日~2021年1月13日  
**回収社数:** 2023年卒-1569社(回収率32.3%)、  
2022年卒-1588社(回収率33.2%)、  
2021年卒-1398社(回収率30.5%)

# 1 進路の意思決定の課題

就職活動の意思決定をどう捉えるか？

## 相互理解の上での進路の意思決定

「学生の就職活動における進路選択をどのように考えたらいのか」が本レポートのテーマである。

私たちは、日常生活の中で数多くの選択をしている。選択に失敗したとか、選択した結果に満足できなかったという経験は誰にでもあるはずだ。では就職活動において「進路を決める」という意思決定(初職の意思決定)はどのようなものなのだろうか。「進路選択」は、後からもっと良い先はなかったのかと後悔しても、日常のありふれた選択のように簡単にやり直すことは難しい。たとえ転学や転職をしても、今より良い結果が得られるかどうか不明確である。

『就職白書2022』までは、就職活動時の学生と企業の相互理解の深まりが、企業の満足度の高い採用につながることに触れ、企業側の情報開示、そのための企業の自己省察の深まりの重要性を示唆してきた。図①が表すように「採

用コミュニケーション(情報開示)」が「企業の学生に対する評価」や、「総合的な採用満足度」に影響したという結果から、次のようなことが考察できる。

就職活動の中で、情報取得や企業との相互理解が深まることにより、学生の面接等での選考上のアウトプットの質(具体性や深さ)が上がる。そうした学生は企業から活躍イメージが湧き評価もされやすく、企業側は候補者に対する見極めの精度が上がるともいえる。実際に積極的情報開示により、「本来落とすべきではない学生を落としてしまっていた」と気づく企業も少なくない。(『就職白書 2020』P36)

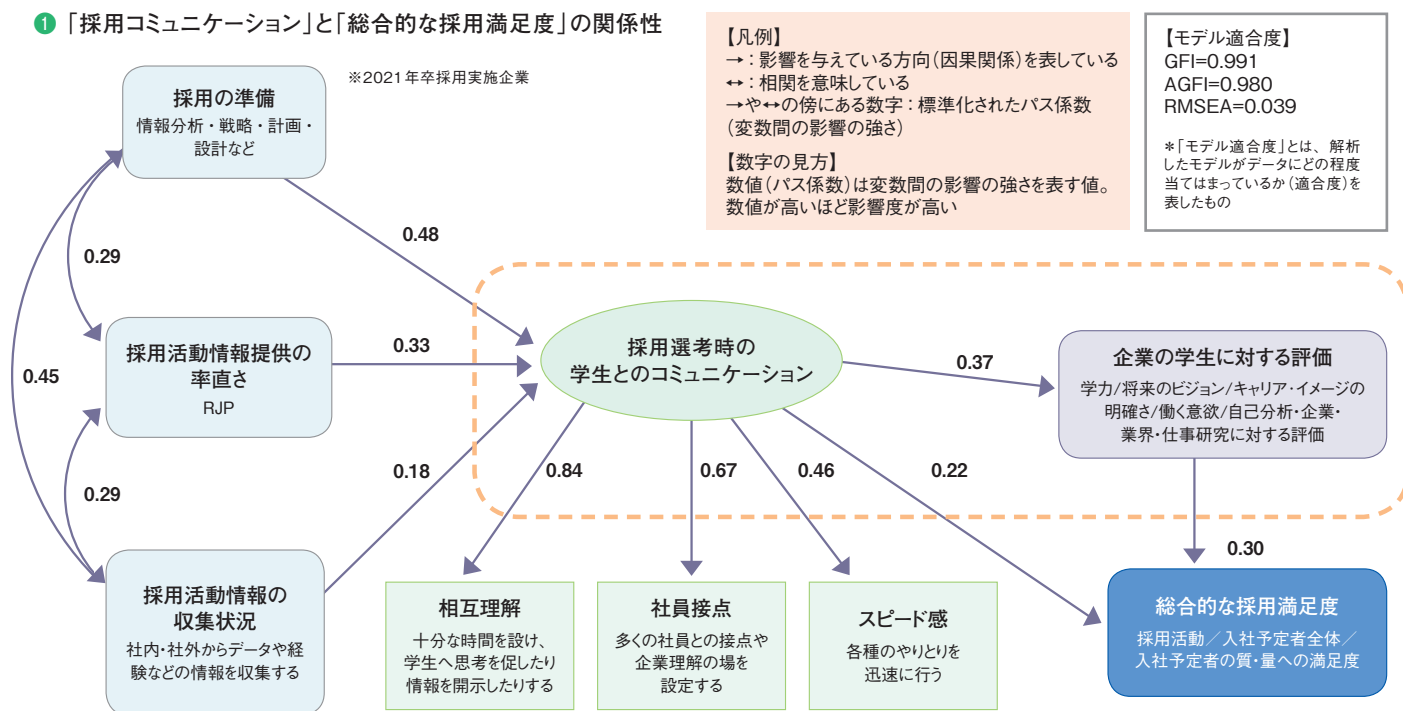
学生からすると、これは学生が自身の初職の選択に関して、自身と企業に対する説得力に足る十分な情報や思考をベースに「この企業に入りたい」と意思を持っている状態である。これらのことは、学生の就職活動の進路選択の在り方を考える際、今回私たちの重要な材料の一つとなった。

一方新卒採用現場の実態では、企業が求める人物像、学

企業

「総合的な採用満足度」に影響を与えているのは「学生とのコミュニケーション」であり、「採用の準備」などに取り組んでいる企業ほど、「学生とのコミュニケーション」に力を入れている傾向がある

① 「採用コミュニケーション」と「総合的な採用満足度」の関係性



### 採用プロセス

総合的な採用満足度に影響を与える因子を、採用プロセスの流れに沿ったモデルで分析した「パス図」。なお、「相互理解」「社員接点」「スピード感」は、「学生とのコミュニケーション」を構成する要素であり、パス係数が「0.84」と最も高い「相互理解」が、「学生とのコミュニケーション」を構成する要素として最も大きいと解釈できる。



生の評価基準に関する情報は、学生側から見ると極めて曖昧なまま選考が進み、入社に至るケースが多い点は「曖昧な情報マッチング」として述べてきた（『就職白書2021』P7）。曖昧な情報で入社意思決定をせざるを得ない状況が入社後のミスマッチの一因にもなりうることは注意するべきだ。つまり就職活動における進路選択は「入りたい」という一方的な意志だけでは決められず、双方の「マッチング（双方から選ぶ）」によって成り立っている。

そもそも進路先の決定は難しく、自分らしい進路選択とならざるを得ない。初職の進路選択は、その後の人生への影響が大きい一方でさまざまな課題をはらんでおり、私たちが（学生自身も）このテーマを深く考えることには価値があると思う。選択には多少の後悔はつきものであるが、受け入れたり、乗り越えたりできる範囲か否かが重要である。学生時の就職活動での進路選択を振り返ったとき、人生の中で意味があったと評価できることは望ましい。

※新卒採用・就職市場のその年の全体像のまとめについては『就職白書2023～就職活動・採用活動の振り返りと今後の見通し』を参照されたい。  
※進路先の職場として「企業」でない場合もあるが、便宜上「働く職場全般」として「企業」と置く

社会人になってからも自分らしい人生を送るために、就職活動の進路選択をどう考えたらよいか、考察していく。

## 「決める機会」の増加

2022年卒以降、新卒の採用・就職活動はオンラインコミュニケーションが普及し、学生は企業の採用広報・選考機会参加の物理的なハードルが下がった。また、1人当たりの平均内定取得企業数は増加し、複数の内定取得企業から入社先を一つ選択するプロセス・機会が増加したことを示している（グラフ②、図③）。

複数企業内定を保有し続ける理由に着目すると、その一つに「内定先のどこに入社すべきか、自分自身が決断できない」（19.4%）がある（グラフ④）。インターネットやSNSの進化で多様なチャネルから情報収集できる時代でも、「入社先を選ぶこと」には一定の課題があると推察される。

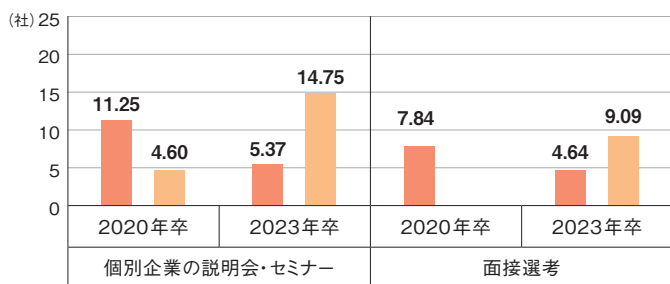
学生

4年で個別説明会平均参加社数は約4社増え、面接選考はWeb参加が平均約9社に

### ② 説明会・選考 平均参加社数

※各活動実施者/数値回答

■ 対面実施 ■ Web実施



※2020年卒はWeb面接選考調査取得なし

学生

学生の平均内定取得企業数は年々増加傾向

### ③ 平均内定取得企業数

※大学生の就職希望者のうち内定取得者/数値回答



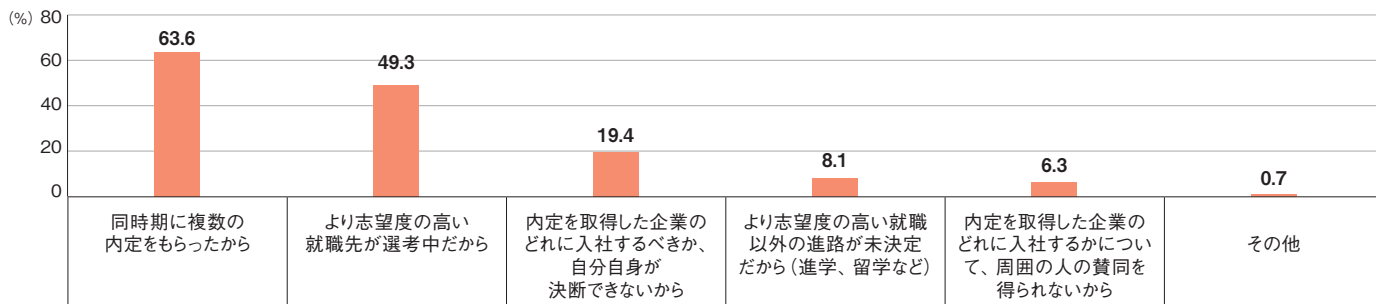
出典③：2023卒 就職プロセス調査 12月1日時点調査

学生

約2割が「自分自身が決断できない」ために複数内定を保有している

### ④ 複数内定保有理由

※複数内定保有経験者/複数回答



## ② 「自分らしさ」はどこにあるのか

社会の変化による意思決定への影響とは？

### 社会の変化と個人の意思決定

前頁では、新卒採用・就職の現場において、「選択」機会の増加と課題の所在について示した。「自分らしく生きていくために、自分らしい選択をする」ことは望ましいことである一方で、「自分らしいとは何か」は、哲学的な問いをはらむ※1。選択の意思決定に関しては、認知科学・心理学研究の立場から様々なことが明らかにされてきており、特に昨今のアジェンダは、急速に進化するIT社会を踏まえ、我々は普段見聞きする情報から思っている以上に無意識に影響を受けているというものである(図①)。

周知のようにインターネット検索やSNSを利用するとき、情報がパーソナライズされ、興味関心に合わせた構成が目に触れるようにアルゴリズムが作られる時代となった。自分なりに広い情報から合理的に正しく選択していると思っても、実際は限られた情報の中で他者の価値観に影響さ

れ、偏向的な判断や選択をしている可能性がある。この時代変化はいま進路の選択とはどんなものであるか、どうあるべきかを考え、議論する理由として重要な点と考える。

### 社会とのつながりを通した「自分らしさ」

就職活動が(企業からも選ばれなくてはいけない)「マッチング」である以上、「自分らしい進路選択」は独りよがりなものではなく、社会との関係性の中で追求する必要がある。

「いま」以上に「将来」社会的に必要な人材や社会の未来に思いをはせることは、“社会の中での”自分らしさを考える道しるべとなるはずだ。未来人材会議※2では、これからの日本の人材の在り方が議論されている中で、今後は従来日本企業で重要視されてきたスキル・能力とは全く別のものが問われるとしている(図②)。未来の社会の中でどう自分らしさと向き合うか、右頁の大島氏の取材記事を参考にされたい。

※1 古来より哲学の世界では「自由意志の問題」(人間が、何の外的影響も受けずに自発的に“意志”を生み出すことができるか否か、人間に行動の自由があるかどうかという問い)が議論されてきた。

※2 経済産業省2021年12月設置

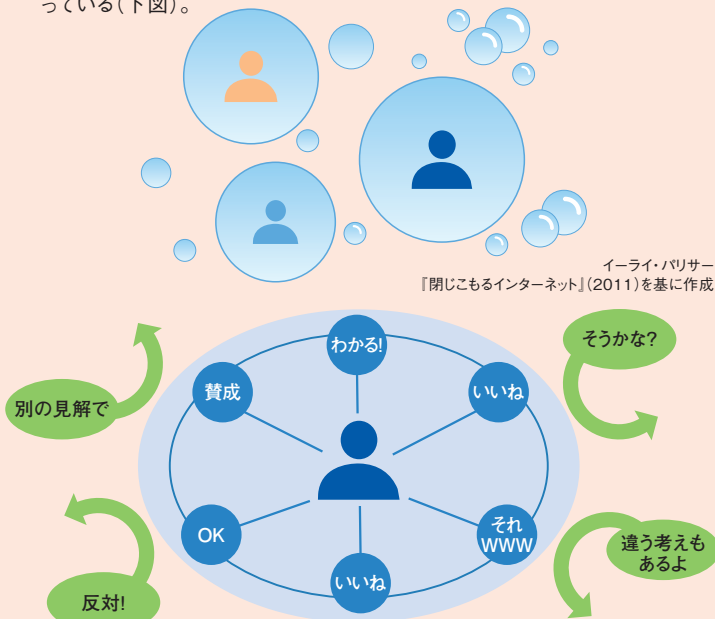
#### ① インターネットでの情報取得に潜むリスク

##### 『フィルターバブル』のリスク

インターネット検索・SNSでフィルターをかけられ、パーソナライズされた環境で情報取得をしている(下図)。

##### 『エコーチェンバー』のリスク

SNSや動画配信は自分と同じ意見があらゆる方向から返ってくる「反響室」(エコーチェンバー: Echo chamber)のような狭いコミュニティとなっている(下図)。



イーライ・パリサー  
『閉じこもるインターネット』(2011)を基に作成

ハーバード大学・キャス・サンステイン「インターネットは民主主義の敵か」(2001)を基に作成

#### ② 56の能力等に対する需要の変化

2015年	
注意深さ・ミスがないこと	1.14
責任感・まじめさ	1.13
信頼感・誠実さ	1.12
基本機能(読み、書き、計算、等)	1.11
スピード	1.10
柔軟性	1.10
社会常識・マナー	1.10



2050年	
問題発見力	1.52
的確な予測	1.25
革新性(新たなモノ、サービス、方法等を作り出す能力)	1.19
的確な決定	1.12
情報収集	1.11
客観視	1.11
コンピュータスキル	1.09

注：各職種で求められるスキル・能力の需要度を表す係数は、56項目の平均点が1.0、標準偏差が0.1になるように調整している。  
出典②：経済産業省未来人材ビジョン



## 変容する未来社会における課題の捉え方と「決断」の先にあるもの

東京大学大学院情報学環および生産技術研究所  
教授  
大島 まり氏

### 社会課題の解決と自己調整

社会は急速に変化し求められる能力やスキルは絶えず更新が必要な時代、身に付けた技術や知識が陳腐化する不安を抱えながら、私たちは柔軟な対応を求められています。一方で、幹のない枝葉を増やすのではなく、自分のキャリアとしての軸をしっかり持つことは重要です。ただ、学生の皆さんにとって、急変する社会で求められる能力を予測し、日頃の学びと結び付けることは、非常に困難なことでしょう。

就職活動をしていると分かりますが、世の中には社会的な課題があり、それを解決することが社会の役に立ちます。そこでこれから必要になってくるのは、「社会的な課題を自分事として落とし込む力」です。落とし込んだ際に自分がその課題解決に意欲が湧くか、求められる知識が自分の持っているもので解決できるのか、もしくは新しく習得する必要があるのかを判断し、課題解決に意欲が湧かなければ別の課題を探し、知識の習得の必要があるならそれに応じた学びに向き合うという自己調整が、今後必要になってくるでしょう。

### 「答え」を自分なりに評価する

社会の問題が複雑化している一方で、自動化技術が向上し、データ入力すれば即座に答えが返ってくる時代です。そこで学生の皆さんに伝えているのは、どんな答えが出てきても、出てきた答えを自分なりに評価することの重要性です。回答をうのみにせず、「本当に正しいのか?」「どういう形で使えるのか?」を判断するのが大事で、だから理論を勉強する必要があると伝えていきます。実社会の仕事は答えがない世界です。進路選択に当たってそういう世界へ入っていくという自覚を持ち、出された答えに対して「これはおかしいのではないか?」と思考することが、どの職業でも必要なのではないのでしょうか。自分が仕事にしたい社会的な課題を発見することは(答えのない世界で)難しいですが、自発的に情報を集めたり体験してみたりすることで近づくことができます。

また、社会の急速な変化に対応する能力(知識)を追い続けることは難易度が高く、そのためには「主体的な学び」や「ワクワクする」など、自分が興味を持つ対象への自発的動機づけをもって「やり遂げる」ことが重要です。では、どうやって興味対象を見つけるか——それはやってみるしかないのです。やってみて、自分に合うかどうかを確認していきます。例えば、最近の学生は積極的にインターンシップを経験することで様々なコミュニティに接する機会を持っているようです。アルバイトも含めたこうした社会と関わる機会の中で「言われたからやる」ではなく、「自らもっと深めたい」と思えると、自発的な動機づけにつながります。

さらに、こうした経験の機会にむやみにトライ&エラーを繰り返すだけでなく、メタ認知を通して自分の経験を客観的に整理検証し、次の挑戦に生かす技術を身に付けていくことが大切です。その繰り返しで自分自身の興味を見つけることができるはずですが、新卒採用では、ジョブ型採用や通年採用も加わり始め、多様化しています。そうすると反対に学生の皆さんも多様性の中の一つのファクターです。今後の日本社会で求められていることを理解しながら自身の輪郭をメタ認知する必要があります。

一方企業の皆さんへお伝えしたいのは、学生が求めている情報は、必ずしもスキル定義だけではなく、会社のビジョンや将来像の共有だということです。入社後に、頑張らなければならないことはありますが、その努力は会社のためでもあるが、本人自身にもプラスになるということを示してあげると、本来持っている素直さでのびやかに力を発揮する学生が多いので、双方にとって良い方向にいくと思います。

### 決断に正解はない。必要なのは覚悟

就職先を決める際は、相当な労力で決断すると思いますが、100%後悔しないということはありません。結果を評価することが大事だと言いましたが、選択についても当てはまりません。選択肢が多く、判断の必要性も増えていますが、結果を受け止める覚悟を持つためには、納得できるまで自分で情報を集めて選択して決断するしかありません。万事塞翁が馬で、決断の結果、苦い経験があるかもしれませんが、後で良くなるかもしれない。そこに正解はないのではないのでしょうか。どちらの道を選んでも苦しいことや多少の後悔はあります。キャリアは一人では築いていけないもので、捨てる神あれば拾う神あります。社会問題が複雑化する中、自分が貢献できる部分があれば、努力してもかなわないところもあります。自分に足りない点を把握し、それを補ってくれるスキルを持つ人とチームを組んでコミュニケーションを取り解決していくことが、今後必要になってくるでしょう。私自身、様々な人の助けを得てきましたので、反対に自分も人を助けたいと思います。学生であれば会社を選んだ先で人間関係が生まれ、その関わりの中でまたキャリアを選んでいきます。どんな決断であれ、あまり深刻になり過ぎず、結果を受け止める覚悟を持ち、その先で出会う人との縁を大切に、やり遂げるまで続けてみてはいかがでしょうか。

Profile●東京大学大学院工学系研究科原子力専攻修士・博士課程修了後、同大学生産技術研究所助手。文部省在外研究員(米国スタンフォード大学)、東京大学生産技術研究所講師、同助教授、同教授を経て2006年より現職。2021年より未来人材会議委員を務める。「女子学生の理系進路選択促進のための科学技術への理解増進」において文部科学大臣表彰を受賞(2022年度)。



# 1 就職活動の意思決定はなぜ難しいか

初職の意思決定と入社後ミスマッチの関係とは？

## 意思決定を意識する

我々人間は1日に最大で3万5000回の決断をしているそうだ※1。これだけ多くの選択の意思決定をしていることを意識しているだろうか。朝起きる時間、友人とのランチの店など思いつくものもあるが、この数字を見ると、ほとんどの選択が無意識的になされていることに気づくはずだ。普段無意識的に行う日常の選択の一方で、進路選択について、「意識的になる」ことが本章の目的となる※2。就職活動の意思決定・進路選択は、日常や高校生時の大学選択との違いを認識することが重要だからだ(表①)。

## 日常の決定や大学を決めることとの違い

例えば、高校生の大学への進路決定は偏差値や共通テストの点数によって、一定の精度で入学の可否の予測がつく。一方、企業・団体等に採用されるためには大学の偏差値や

テストの成績だけでは予測が難しい。(表①)

また、選択の条件や基準は、例えば日常でパソコンを購入する場合、価格や性能など単純で明確なものがある一方、就職時は個人の価値観に関連し、より多様である(図②)。結果の評価は、パソコンを購入後しばしば使用して「使いやすい」や「お買い得だった」と短期的に単純評価できるのに対し、初職の選択の場合は、入社前、入社後すぐ、社会人になってから3年後など、長期にわたって評価がなされる。

このように、初職の意思決定と大学や日常の意思決定との違いを考えることは、安易な決定を避け、取り組むべきことを正確に捉える意味で重要であると考えられる。

一方で、図②のように、選択のプロセス自体は日常も就職活動も同じである。日常の意思決定プロセスを分解し、ステップごとに就職活動の選択に当てはめることで、自身が気づいてはいなかったが、その時々で本来必要な情報とは何かを知ることができる(P15参照)。

※1 ケンブリッジ大学 バーバラ・サハキアン『How decision making goes wrong, and the ethics of smart drugs』  
 ※2 P15の横山氏の取材記事参考

### 1 日常の選択と進路決定の違い

選択の種類 特徴	日常の 選択の場合	就職活動の 進路決定の 場合
選択の目標	目標立案への関心度は決定する問題によって異なる	目標立案のために関心度はかなり重要
選択肢	比較的明確でわかりやすい	様々な情報が必要であり、複雑
選択の条件や基準	かなり単純で明確	各自の価値観と関連し、明確にするのが難しい場合もある
実現可能性の評価	予測はある程度できる	社会経済状況などコントロールできない要因もあり難しい
望みしさの評価	主観的だが、社会的に望みしさが決まっていることが多い	主観的であり、自分の価値観と関連していることが多い
結果の評価	短期的なものが多く評価は比較的単純	長期的に評価が行われる
結果の影響	影響範囲が比較的小さい	長期的に影響がある

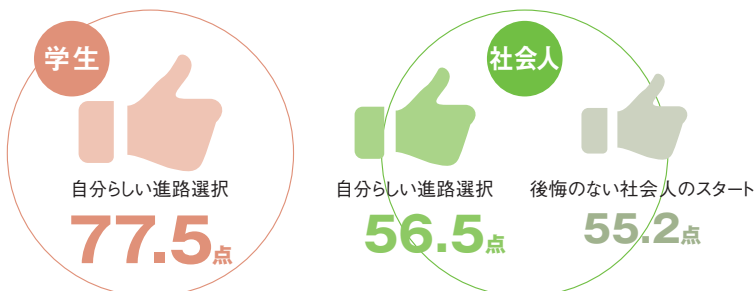
横山明子「大学生の進路選択・決定過程に関する研究」(2009)を基に作成

### 2 日常の意思決定のプロセス

- STEP 1** 決定の目標を定め、決定の計画を立案する。  
例：いつ・どこで・何のためにパソコンを使うのか？
- STEP 2** 様々な情報を収集する。  
例：インターネットや店舗でパソコンについて調べる。
- STEP 3** 選択肢の候補を考える。  
例：候補となるパソコンを複数選ぶ。
- STEP 4** 選択の条件や基準を考える。  
例：価格、性能(CPU…)、重さ、デザインetc.
- STEP 5** 選択条件と基準によって各選択肢の望みしさを評価する。  
例：選択の可能性を数値化する。
- STEP 6** 選択ルールによって選択肢の候補を絞る。  
例：パソコンを選ぶ
- STEP 7** 選択の結果について評価をする。  
例：実際に使用して評価をする。

横山明子「大学生の進路選択・決定過程に関する研究」(2009)を基に作成

### 3 自分らしい進路選択の振り返り点数(100点中)



※学生全体・社会人1-3年目/数値回答



## 入社後ミスマッチの実態

初職の選択の結果について現状・実態に目を向けてみよう。まず学生に対し就職活動終了の理由を聞いたところ、「内定を取得した企業に入社したいから」(89.0%)の次に「できるだけ早く内定を取得し、就職活動をやめたかったから」(30.5%)と、進路選択の意思決定に消極的とも取れる理由が約3割見られた(グラフ④)。次に、初職の意思決定をした3年目までの若手社会人を対象に「どれくらい就職活動終了時に『自分らしい進路選択』ができたか」を聞いたところ、平均が56.5点(100点中)となった(P8図③)。同設問で学生は77.5点であり、入社前後で意思決定への自己評価が大きく下がることが分かる。また、同様に「社会人生活にあたり、どのくらい後悔なく『社会の一步目』を踏み出せたか」は平均55.2点との回答だった(P8図③)。

人によっては、事前に後悔の解消方法を模索することに

意義を感じないかもしれない。ただし実際、初職の進路選択に対して後悔が大きい場合、それは早期離職につながる。早期離職は転職時に業界・企業ともに選択の範囲が狭まる傾向にあり、前職よりも有利な労働条件で働ける可能性が低くなる(初見,2017)と指摘されている。

労働政策研究・研修機構(JILPT)が行った調査では、『給与』や『労働時間』、『仕事内容』などの情報において、採用前の情報と入社後3か月の現実の内容が一致しなかった若者は、3年以内の離職率が高い」と結論付けている※3。2023年卒学生について見ても、(グラフ⑤)労働条件や具体的な仕事内容について、企業と学生の情報提供・取得意識には、ギャップが見られた。就職活動時の不十分なコミュニケーションが後悔をより多く生みだす。もし後悔があったとしてもそれを受け入れ(乗り越え)、自分らしく生き生きと人生を過ごせることが望ましく、そのための初職の選択を考えていきたい。

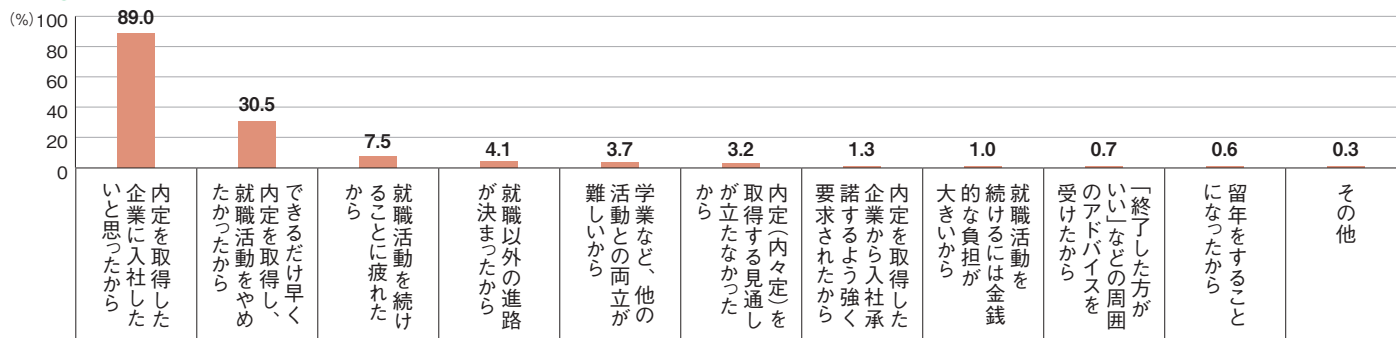
※3 労働政策研究・研修機構(JILPT)「第2回若年者の能力開発と職場への定着に関する調査」

学生

「早く内定を取得して就職活動をやめたい」という理由で活動終了が約3割

### ④ 就職活動を終了した理由

※就職活動終了者/複数回答

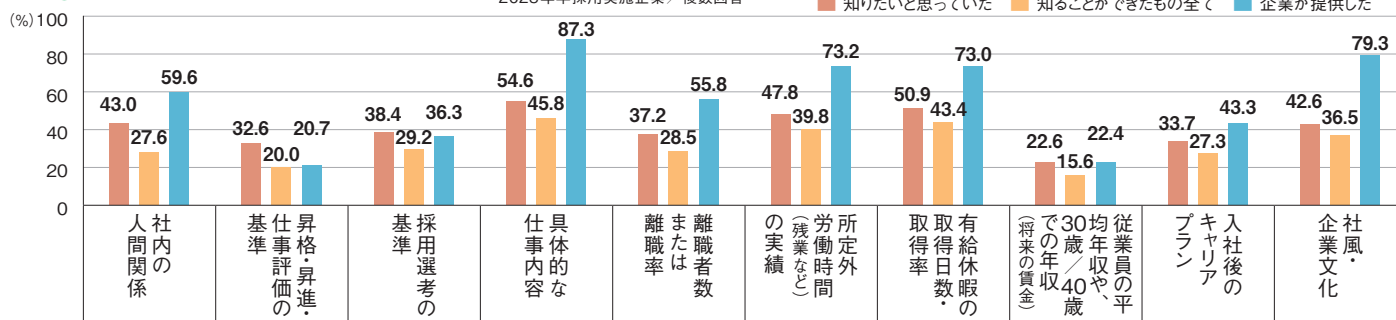


学生

企業の情報提供意識と、学生が知ることができた情報には大きなギャップがある

### ⑤ 企業の情報提供と学生の情報取得状況

※就職活動で知りたいと思っていたもの/知ることができたものの差が大きい上位10項目(学生全体/複数回答) 2023年卒採用実施企業/複数回答



## ② 自分らしいライフキャリアのために

キャリアはライフの満足度や幸福度にどう影響するか？

### 内定社数は重要か

学生と社会人では初職の就職活動の選択に対し、評価が異なることを述べた。例えば、就職活動終了時「社会人としての第一歩を自分らしく踏み出せそうだと感じた」のは学生が77.5%に対し、社会人は46.3%であった(グラフ①)。

社会人になっても自分らしいと振り返ることのできる選択はどのようなものだろうか。就職活動の現場で「持ち駒※1がない」や「内定数は多い方がいい」という言葉を聞く。選択肢は多ければよいのだろうか？ グラフ②にて、「自分らしい進路選択」の評価は、内定社数「1社」「2社」よりは「3～5社」の方が高いが、6社以上は内定社数に比例しない。

次に、「(周囲の薦めではなく)自分の希望で決めた」という感覚の重要性を見る(図④)。学生は93.3%が進路を「自分の希望で決めた」と回答(社会人74.7%)。これは学生の際はほぼすべての人が「自分の希望の決定」と感じたが、社

会人になり振り返ると半数が「あれは自分らしくなかった」と評価したことを意味する(P8図③)。よって「自分の希望で決めた」という感覚以上のものが必要であると思われる。

### 自分らしさを導く「自己調整」

進路選択のためには「理想の自己」を仮定し「現実に理解している自己」と何度も調整を重ねることが必要とされている(横山,2009)。就職活動の中で、自己理解や仕事や会社・業界理解ができたかという質問に対しては「そう思う」回答は約4～6割であり(グラフ③)、理想と現実の中で自分らしいライフキャリア※2を送るための思考・行動については、実態として課題があるようだ。

### キャリアは人生の幸福感にどう影響するのか

ライフ(人生)はともかく、キャリア(仕事)に対して「自分らしさ」を追求する意義はあるのか？ ライフとキャリ

※1 選考途中の企業のこと  
 ※2 仕事・家庭生活・社会生活を含めた人生全体をキャリアと捉える考え

学生

学生は約8割、社会人は約5割が「自分らしい」進路選択と受け止めている

社会人

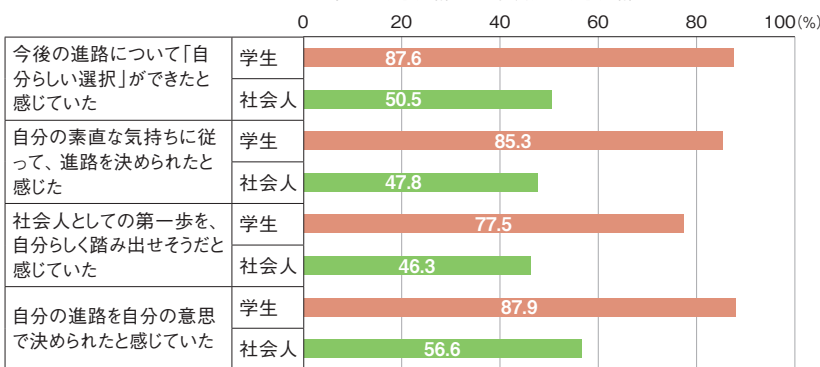
社会人

内定6社以上は「自分らしい進路選択」の自己評価が下がる

#### ① 就職活動終了時点の進路選択の受け止め方

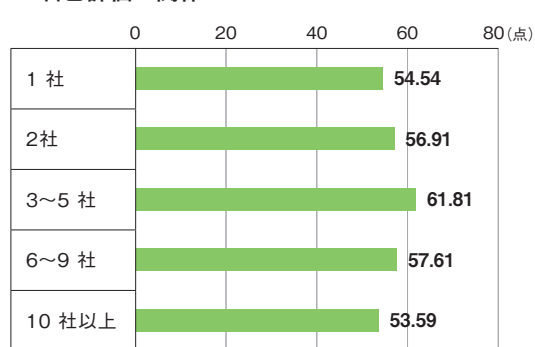
※学生全体・社会人1～3年目/単一回答

■ 学生 そう思う・計 ■ 社会人 そう思う・計



#### ② 内定社数と「自分らしい進路選択」への自己評価の関係

※社会人1～3年目/数値回答



社会人

就職活動時の会社理解は約4割が「できた」と回答

学生

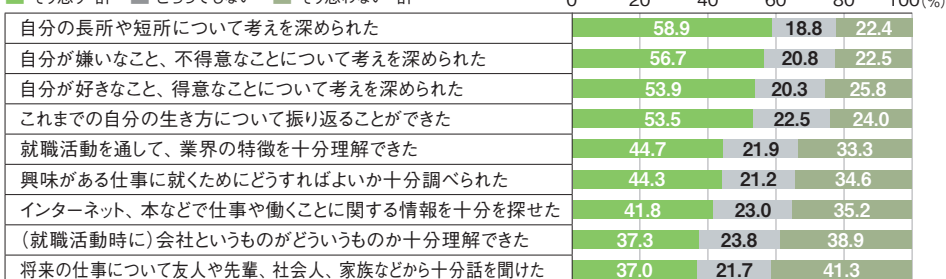
学生は約9割、社会人では約7割が「自分で決めた」

社会人

#### ③ 就職活動の振り返りとして、最もあてはまるもの

社会人1～3年目/単一回答

■ そう思う・計 ■ どちらでもない ■ そう思わない・計



#### ④ 入社先は「自分」「周囲の薦め」のどちらで決めたか

※学生全体・社会人1～3年目/単一回答

自分の希望で決めた

学生 93.3%  
 社会人 74.7%



アは切り離せるのか？ 「仕事は人生の一部に過ぎず、希望水準の給与さえもらえれば、どんな仕事だろうが気にしません」「最初に内定が出たところに(深く考えずに)行きます」「考えたくありません」という学生の声がある。もちろん両者を完全に切り離し(「割り切る」という言葉がよく使われる)、考える幅を最小限にするのが仕事の位置づけである、という意図も理解できる。

そこで、「仕事がどれだけ人生の中で重要か」を考える材料となる調査を行った。学生と社会人に「あなたの人生における仕事の重要度は何%か」を聞いたところ、平均が学生は約56%、社会人は約53%であった(グラフ⑤)。双方、人生の重要度として半分のシェアを仕事に置いていた。仕事は人生の中で約30%の時間を占めるといわれ、時間総量以上に一般的には重要視されているという結果である。

一方社会人に対し、ライフキャリアにおける幸福感を示す「有意義な生活」などの状況を聞いたところ、どれもポジ

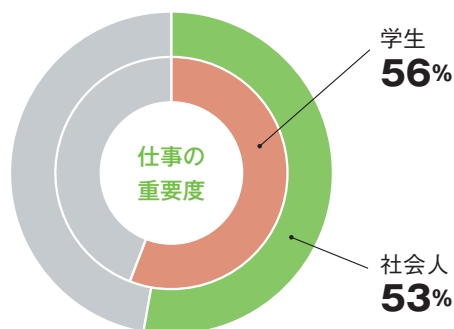
ティブな回答は半数以下であった。(グラフ⑥)。

これに関連した興味深い研究がある。イエール大学の組織行動学の教授、エイミー・レズネフスキーは研究によって、人々は自分の仕事を、「いかなる職種であれ」「ジョブ：生活の糧に過ぎない」「キャリア：自己成長のためのもの」「コーリング：天職であり人生の重要な一部」のおよそ3つのうちのどれかに分類している、と結論付けた(表⑦)。「ジョブ」と「コーリング」の人は仕事に対するあらゆる考え方が真逆であり、「キャリア」はその他のどちらにも依存しない。そしてどのような職種であれ自身の仕事を「コーリング」と捉えた人が最も健康的であったというものだ。

これにより、やはりライフとキャリアは密接に結びついており、キャリアに対して考える幅を最小限にするより、キャリアをどう考えるかが、自身のライフのあり方に影響するという可能性を鑑み、考えることを放棄せず、自身の就職活動での選択を捉える方がよいのではないかと考える。

学生 学生も社会人も仕事の重要度は人生の約半分 社会人

⑤ 人生における理想の仕事の割合 ※学生全体・社会人1-3年目/数値回答平均



社会人 幸福に関連する指標は「そう思う」が約3~4割

⑥ 自分自身の生活(人生)への考え方\* ※社会人1-3年目/単一回答

	0	20	40	60	80	100(%)
自分は善良な人間で、良い生活を送っている	44.8	25.5	29.7			
私は目的を持って有意義な生活を送っている	43.5	23.0	33.5			
私は自分の将来について楽観的である	43.0	21.7	35.3			
私は自分の日々の活動に興味を持って従事している	42.5	24.0	33.6			
自分の社会的関係は自分の支えとなり、報われている	40.6	26.3	33.1			
私は他の人の幸福や満足のいく生活に積極的に貢献している	34.9	26.5	38.6			
私は自分にとって重要な活動に向けており、かつ有能である	32.7	26.9	40.4			
人々は私を尊敬している	30.4	23.9	45.7			

\*Diener, E, 2009 「持続的幸福」の尺度より引用

⑦ 組織行動学教授エイミー・レズネフスキー(イエール大学)の研究における3つの職業観分類

<b>JOB (作業)</b>	主に生活費を稼ぐために仕事をしている。仕事は生活必需品であり、呼吸や睡眠と同じような生活維持のためのもの。週末や休日を楽しみにしており、仕事中は時間がもっと早く過ぎればいいと思うことが多い。人生をやり直すなら同じ仕事には就かない。友人や子どもにも同じ仕事を勧めない。
<b>CAREEA (キャリア)</b>	基本的に仕事を楽しんでいるが、近い将来はよりレベルの高い仕事に転職をしたい。将来のポジションに目標を持っており、今の仕事が無駄に思えることもあるが、次のステップのために成果を出し昇進したいと考えている。それが、同僚との競争の中で成功を収めた証になる。
<b>CALLING (天職)</b>	仕事を人生の中で最も重要なことの一つと考え、天職だと思っている。自分が仕事を積極的にすることが世界を良くすると考え、仕事にポジティブである。友人や子どもにも同じ仕事に就くよう勧めるだろう。

## 3 学生の意思決定の実態

理想の自分と現実の自分を客観的に認識できるか？

### 就職活動における意思決定

ここでは、実際の就職活動の選択の実態を、若手社会人の経験から語ってもらったデプスインタビューの内容を紹介していく。インタビュー目的はどのような初職の進路選択が今のライフキャリアにどう関係しているのか(していないのか)について我々が仮説を持つためである。

いつから考え始め、行動し、どんな情報を得て、どんな体験をし、何を考え、誰と出会い、どう決めていったのか、人によって実に様々である。一方で彼らの話を聞くと、“何を人生の理想とし現実とどのように調整するのか”、において、大きく分岐されることが分かる。(P15図④「職業選択・決定のプロセス」)

彼らの「理想」と「現実」は、活動当初、就職活動プロセスの情報獲得や対話や思考によって拡張される場合がある。下のAさんの事例は現実だと思い込んでいた「学歴の壁」がゼミの先生との対話によって取り払われ、現実に対する見方に変化があったことが、その後のライフキャリアの向き合い方にも影響しているという事例である。

### 【学生の意思決定実態の5つのあり方】

就職活動の意思決定における自己調整過程(P15図④)を5つのタイプに整理したものがある。例えば、「理想志向型」はあくまで理想を追求し、現実の自分を高めるあり方である。「理想回避型」は理想の自己を持っているが、労働の本質を考えたとき、あえてそれを追求せず、代替する方向を模索するあり方である。

これらの過程のあり方について、自分が今どのような状況で、どれに当てはまる考え方をしているのかメタ認知※することが重要である。より積極的に自分の実現可能な選択肢を明確化でき、さらに自分自身で決定した後の満足度がどの程度か、評価できるからである。

※メタ認知とは自分が認知していることを客観的に把握することである

#### ① 意思決定における自己調整過程の5つのタイプ

理想の自己	追求	回避
明確	理想志向型	理想回避型
	理想至上型	理想拒否型
不明確		現実探索型

横山明子「理工系学生のための進路決定支援ツールの開発」(2011)  
(帝京大学宇都宮キャンパス研究年報人文編 第17号, 82-132)



### 学歴を気にしすぎていた

● Aさん 女性 ● 入社先：人材業界・営業職3年目／文学部

初めは同じ選考を受ける周囲の学生の学歴と自分を比較して萎縮していました。エントリーシートの通過率が悪く、グループディスカッションでは一歩引いてしまっている自分がありました。そんなとき、ゼミの先生との面談で就職活動状況を聞かれ、自信を喪失している、就職活動が嫌になっていると話をしたところ、「学歴は洋服みたいなもの。高学歴の学生はブランドを身に着けて安心していてもいいけれど、企業が知りたいのは何ができる人かということ」と言われ、目からうろこが落ちました。

また、普段は口数の少ない先生なのですが、「リーダーシップがあって、物怖じせずに話せることが、君のいいところ」と言われ、評価されていたことに驚き、自分を取り戻したような気がして、踏み出す勇気が出ました。

そこからは、人見知りをしない、物怖じしない、人の顔を覚えるのが得意という長所を生かせるのではないかと思い、人材業界の営業の仕事に視野を広げました。

多くの面接を経験する中で、採用してほしい一心で相手に合わせ過ぎ、求める回答をしようと必死になり過ぎると、いい

結果につながりませんでした。「無理して入社しても長続きしない」と思い始め、等身大の自分を伝えながら、こちらからも「自分が合う会社」を選んでいこうと考えを改めました。

そこで、面接では社員の方と直接話す機会をつくってもらい、会社側がどう対応してくれるかで、社風を判断したり、あえて「就職して嫌だったこと」を聞いて、嫌なことに共感できるか(価値観が合う)どうかを確認したりしていました。こうした過程で「社会」というものへの現実感も上がりました。

最終的に入社した会社では小学校の経験まで深掘りされるなど、毎回発見がありました。何度も対話を重ねることで、自分自身の価値観が整理され、この会社で何をしたいかも見えてきたと思います。入社してから仕事でもプライベートでも大変なことがたくさんありましたが、就職活動の時に一度自分を見失いそうになってから、いろいろ考える癖がついた経験が、今人生を割と前向きに過ごせていることに生きていると思います。

#### POINT

先生との対話をきっかけに、理想の自己のイメージが少しくリアになり、現実の自己に対する捉え方も変化した事例。企業から得る企業の情報によって、さらに自分を問い直す機会となった。



### 配属先が異なり仕事の重要度を下げよう

● Bさん 女性 ● 入社先：通信会社・カスタマーサポート3年目／商学部

「大学を卒業するなら一度くらいは就職しておいた方がいい」と考え、周囲に合わせて活動を始めました。3年生の3月から始め、4月に2社内定が出たので終了。大好きな野球に関連する部署があり、いつか野球に関わる仕事ができるかもしれないと、入社を決めました。説明会では「君たちは営業はしない」と聞いたはずが、配属先は個人向け営業の部署で、モチベーションは一気に低下。仕事に重きを置かず、「遊ぶお金を稼ぐために働いている」と考えるようにすると、感情のブレがなくなり、仕事でつらいことを言われても、感覚が薄れていきました。将来的に野球関連の部署に異動できる可能性は10%くらいですかね。

思えば、全ての選考において、面接で聞かれたことに答えるだけで、会社の事業の仕組みや仕事内容、キャリアステップなど聞けなかったのが、全く分からない状態で入社しましたね。それが想定外につながったのかもしれない。もし当時に戻れるなら、内定獲得以降も別の会社の選考も受けて、活動を継続すると思います。

#### POINT

理想がないわけではないがそこを深く追求するというよりも、現実的な代替手段を選択した事例。現実的な道を選ぶ際、業務内容についての情報獲得の甘さが入社後ギャップにつながった。



### 明確なイメージのない就職活動の道程

● Cさん 男性 ● 入社先：メーカー・保守運用1年目／社会メディア学部

昔から人付き合いが苦手でした。アルバイトの飲み会なんて最悪。人と話を合わせるなんて苦痛です。だから会社で働くことに悪いイメージしかありませんでした。就職活動では何をしたいのか分からず、企業に何かをアピールできるイメージが湧きませんでした。「どこにも受からなそう」という思いが強まりました。

説明会に参加して、ワークライフバランスを大事にしている企業に魅力を感じましたが、どうしてその会社で仕事をしたいかを描けず、書類が通過しませんでした。

自分と合う人がいる会社で働きたいと思ったのですが、「自分と合う」ということがどういうことなのか、表現しにくいのであまり掘り下げませんでした。現職は、たくさん書類を送った中でたまたま通過した企業で、面接を受けてみると即採用。「もうこれ以上やっても他に受からない」と思いオファーを受けました。

実際に入社してみると、先輩がとてもやさしく安心して働けます。正直楽しい。ただ、もし一番信頼している先輩がいなくなったら、転職を考えるかもしれません。

#### POINT

理想の自己を描かず、現実的な選択肢においてのみ決定した事例。曖昧な情報マッチングによってミスマッチが起こりやすい例ではあるが、職場の人間関係は自分らしいライフキャリアを考える際、重要な観点になり得る。



### 情報の取得不足は進路決定の選択肢を狭める

● Dさん 男性 ● 入社先：IT・SE2年目／経済学部

進路決定への動きを決めたのが大学4年4月。1年間で就職活動と公認会計士資格勉強を同時進行しようと考えました。しかし8月に資格試験に不安を感じ、就職活動に注力することに。そこで初めて多くの企業は新卒採用が終わっている現実気づき、将来の進路に暗雲が立ち込めると実感しました。

急ぎよ、大学のキャリアセンターから紹介されたり合同説明会で出合ったりした数社の人材紹介会社に相談し、専門家のサポートを受け始めました。就職先とし経理か事務職ポジションを依頼しましたが、実際に紹介されたのは希望とかけ離れた仕事ばかり。違和感を持ちながらも、「今エントリーしないと今後もっとチャンスはなくなっていくですよ」と言われ、片っ端からエントリーしていきました。

4年生の夏に採用している企業を探すのは至難の業だと思うので自分で情報を調べるなどの行動はあまりしませんでした。時間もないので、エントリーシートは人材紹介会社の提案するテンプレートの通り提出し、面接でもアドバイスされた通りにやったつもりが不合格になっていきました。

自分としては、きちんと計画を立てて、コツコツと努力をして点数や資格など、分かりやすいものでスキルが可視化されるキャリアが性分に合っていると思っているのですが、就職活動の時期を見誤ったことで、全て自分らしくない行動を取ってしまいました。最終的に「デスクワークであればいい」という基準でIT企業を7社以上受けた中で、今の会社に内定をいただき入社しました。

現在、SEという仕事自体は特にモチベーションが高くも低くもなく、顧客とのコミュニケーションにストレスはあるものの、最低限生活費を稼ぐこともできているので、そこそこ幸せではあると思います。

ただ、何かを積み重ねられているという実感はない。自分としては資格を得ることに安心を感じるので、不動産鑑定士など国家資格を取得し、転職することも考えたりします。本音を言うとFIRE※を目指しているのも、過去に戻れるなら、具体的なFIREの目標を明示して、もっと早く動くように言っておきたいです。

※FIREとは「Financial Independence(経済的自立)、Retire Early(早期退職)」の頭文字で、端的に言えば「早期退職して、お金のために働く縛りから自分を解放する」というライフプランや概念

#### POINT

理想の自己と現実の自己の区別には実際には難しいものでもある。理想の自分を考える際、それが実は社会的な(他者の)物差しである可能性を考慮するのも、自分らしさの追求の一つの方法といえる。

## 4 選択に関わる様々な研究事例

認知バイアスと社会の壁の間で自分らしく生きるために

### 人間の習性を知っておく

一般的に「選択」行為に関する人間の行動心理には習性があることが分かっている。(表①)。例えば、P10グラフ②で進路選択と獲得内定社数(選択肢の多さ)のデータを提示したが、選択肢に関する有名な研究では、「人間は選択肢が多すぎると選択疲れを起こす」という理論がある。

他にもいくつか紹介すると、「確証バイアス」とは、自分の考えを裏付ける情報ばかり集め、反証する情報を無視または集めようとしないう傾向のことをいう。また「フレーミング効果」は問題の提示方法が考えに不合理な影響を及ぼす。例えば100点満点のテストで「90点も取った」と「10点足りない」では、前者は利益、後者は損失を感じる。

これらの人間の習性を踏まえ、入社したい企業が見つかったら、その企業に関する情報を本当に自分は広い視野で客観的に取得できているのか考えてみるものいだろう。

### ① 選択に影響を与える研究・理論

理論	選択への影響
ジャム理論 (決定回避理論)	ジャムを24種類と6種類置いたグループに分けたところ、24種類の方が試食は多かったが、購入したのは6種類のグループの方が10倍多かった(シーナ・アイエンガー・1995)。選択肢が多すぎると、一つを選ぶことが難しくなり、選択自体をやめることもある。
レイク・ウオピゴン効果	自分を他者と比べると平均以上だと思ってしまう心理傾向。他者に起こる選択の失敗は自分には生じないと思ひ込み、問題点を客観的に認識できない。
認知的不協和	自分が認知していることに矛盾する考えや行動がある場合にストレスを感じることを指す(レオン・フェスティンガー)。これを回避するため、一見まとうな理由をつけて選択にストレスを感じないようにする。
確証バイアス	バイアス(bias)=偏向・先入観。自分の経験や直感によって認知の歪みが生じ、合理的な判断ができなくなる「認知バイアス」の一種で自身の先入観を肯定する見方。無意識のうちに自分の考えを肯定するような情報にばかり目を留め、逆に、否定するような情報は無視したり軽視したりする。
フレーミング効果	問題の提示の仕方が考えや選択に不合理な影響を及ぼす現象(ダニエル・カーネマン・1981)で、絵画のフレームのように、どこを強調するかによって与える印象を変え、意思決定に影響を及ぼす。
利用可能性ヒューリスティック	想起しやすい情報や、手に入れやすい情報を基にして物事を判断してしまう思考法。記憶に残っているものほど、頻度や確率を高く見積もる傾向。何度も何度もフェイクニュースを浴びているとそれが事実のように錯覚する可能性がある。

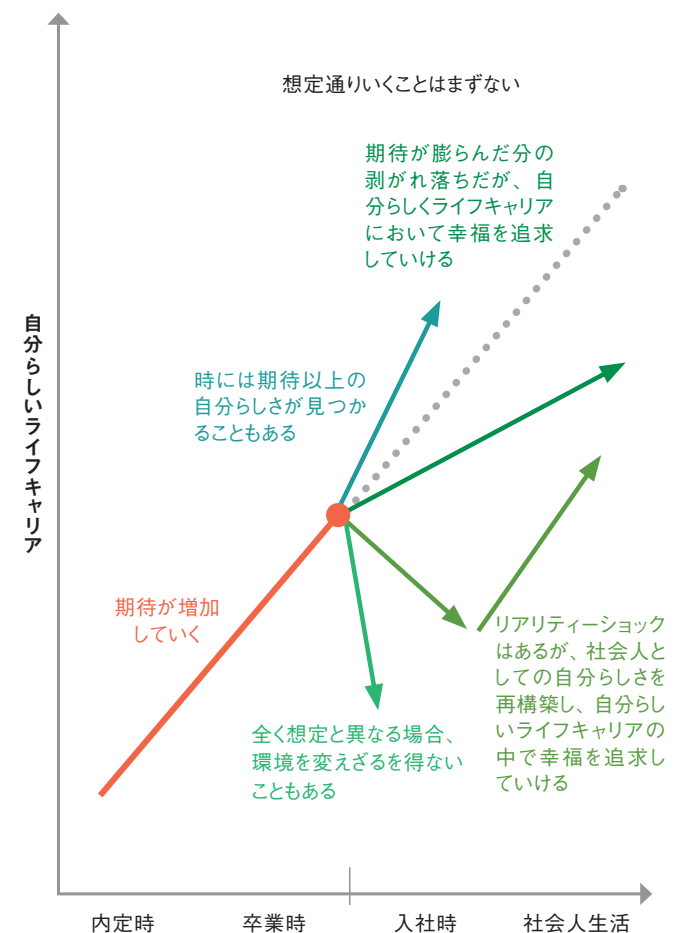
### ライフキャリアに向き合っていくということ

このようにあらかじめ人間の習性を理解しておくことは、重要な決定をする上で、自身の考え方、判断基準を冷静に俯瞰できる点で役に立つことがある。自身の考えの偏りに気づくことで、現実とのギャップを小さくできるからだ。

社会人になってからの現実が、就職活動の意思決定時の想定とあまりに違いすぎる場合、大きな後悔を抱えたり、環境を大きく変えざるを得なかったりする場合もある。

一方社会人になれば、大なり小なり想定と異なる現実と直面し、就職活動時の想定通りとなることはまずないだろう。理想と現実のギャップを感じながらも、自分の選択・決定を受け入れ、自分にとっての幸福や、自分らしいライフキャリアを追求できている状態は望ましい(図②)。就職活動時の進路選択のあり方について、次章からより細かく考察する。

### ② 自分らしいライフキャリア充実度の変化





## 自分らしくライフキャリアを生きていくために

帝京大学宇都宮キャンパス  
リベラルアーツセンター  
教授  
横山 明子氏

### 職業選択を「自分の大切な課題」として捉えよう

学生の皆さんは就職活動に至るまでに、何度か進路を決める機会があったことでしょう。

卒業後の職業選択は、自分の特性を基に将来の生き方、すなわちライフキャリアを考えていくことです。この職業選択は、進学先の決定よりも難しいと感じるかもしれません。それは、将来の予測が難しい現代において、選択肢が多様であり、結果の影響が長期にわたるため責任の重い選択を迫られるからです(表③)。しかしこの就職活動の際に行う「職業選択プロセス」自体は、私たちが日常で行っている「選択・決定のプロセス」とほとんど変わりません(P8図②)。自分の選択・決定の結果については、自分自身の評価(満足度)が重要であり正解はありませんので、この職業選択と決定を他人に任せず、自分自身の大切な課題として関心を持って取り組んでほしいと思います。

### 「選択・決定プロセス」の振り返りの重要性

皆さんは、進学先選択では、将来のキャリアを視野に入れずに選択をしているかもしれません。その場合でも、3年次の就職活動時期までに、1~2年次に専門と教養の学修を通して将来の可能性を模索し、インターンシップなどの多様な体験を通して自己理解を深め、職業・企業研究を行い、将来の職業や就職先を具体的に明確にしていくことが大切です。これは青年期の職業を中心に据えたアイデンティティーの確立のプロセスであり、図④で示すように自分の職業選択・決定に「関心」を持つことから始まります。この「関心」の高低がその後の職業選択・決定行動の積極性と深く関わることが分かっています。

さらに、この職業選択・決定のプロセスは「自己理解」と「自己調整」プロセスに区分されます(図④)。まず、「自己理解」プロセスでは、自己分析・理解に基づく「自己に関する情報」と、

Profile●東北大学大学院教育学研究科修了後、帝京大学理工学部准教授を経て現職。教育心理学・教育工学分野にて、進路選択と決定プロセスに関する調査研究、理工系学生のための進路決定支援ツールの開発の他、学生相談やキャリア相談なども行う。博士(教育学)日本キャリア教育学会理事、キャリアカウンセラー。

職業・企業研究に基づく「職業に関する情報」を利用して、現時点で「理解している自己」(以下「現実の自己」)と、理想像である「理想の自己」を明確にします(矢印①と②)。その後、「自己調整」プロセスにおいて、その両者の調整を図ることによって(矢印③)「実現可能な自己」を見だしていきます(矢印④)。

例えば、理想の自己として「宇宙に関わる仕事がしたい」と希望する場合を考えてみましょう。その際、自分の強みなどの自己理解と、宇宙関連企業の業務内容を詳しく調べて職業理解を行います。あなたが理系専攻(「現実の自分」)であれば、自分の専門が宇宙開発の技術系の職業や業務に直結するため、「実現可能な自己」としてこの技術系に関する職業や業務を担えると考えるでしょう。一方、「文系専攻」の場合には、職業理解に基づき人事や経理、PM※1、広報などの業務に注目し、さらに、自分の強みを考える(現実の自分)ことによって、「実現可能な自己」として、この分野でも様々な重要な業務を果せる可能性が大きいと分かります。(自己調整プロセス・矢印③と④)

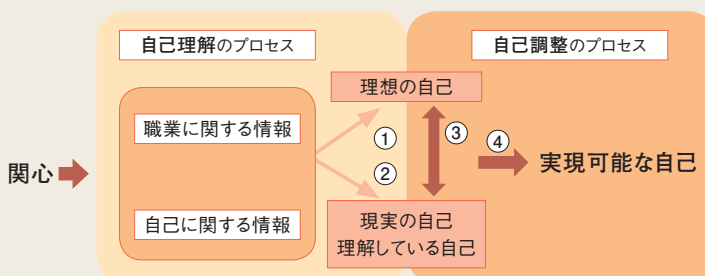
この「自己調整」のプロセスには5つのタイプがありますが(P12表①)、これらに優劣はなく、自分の価値観や置かれている状況も影響します。大切なことは、プロセスの中で自分がどのような状況であるのかを振り返り知ること、すなわちモニターできるようなメタ認知的活動です。メタ認知能力は「学修ポートフォリオ※2」に関する活動を通して身に付けることができます。この習慣を身に付けられれば、就職活動で思うようにいかない場合に、その理由を探るために状況を整理することができ、次の目標を立てて新たなチャレンジが可能でます。さらに、この習慣は社会人になってからも成功に導くために生かすことができます。

このように、大学で学び身に付けたことは皆さんの強み(ガクチカ)になります。またアルバイトや選挙投票など、既に重要な社会的な役割を果たしています。これからも社会の中での役割を考え、自分らしいライフキャリアへチャレンジしてください。

### ③就職活動の進路選択が難しい理由

- ①主体的に自分で選択・決定しなければならない
- ②選択肢が多様であり、多くの情報が必要である
- ③選択条件と基準(採用基準)が不明確である
- ④選択結果の影響が長期的にわたる

### ④職業選択・決定のプロセス



横山明子・荒井正之・前川司「理工系大学生の職業選択のための支援システムの開発」(2017) (帝京大学宇都宮キャンパス研究年報人文編 第23号, 173-196)

※1 プロジェクトマネージャーの略

※2 大学での学修と生活をより計画的・効果的に進められるよう、学生の学びの実績を蓄積し、学生自身が閲覧できるようにしたもので、多くの大学で取り入れられている



# ① 自分らしい進路選択とは？

## 進路選択における「自分らしさ」とキャリア選択行動の関係性

Part1とPart2では、学生の「自分らしい」進路選択に向けた議論をしてきた。Part3では、進路選択における「自分らしさ」の捉え方を整理したうえで、社会への第一歩を踏み出すための就職活動のあり方を議論していきたい。また、学生が就職活動を通して「自分らしい」進路選択をしていくために、学生や学生の周りの大人はどのようなことを意識し、「社会」はどのような働きかけができるかについても、事例を見ながら考えていこう。

### 「自分らしさ」とは？

まずは「自分らしさ」を改めて整理したい。「自分らしさとは何か？」は、哲学的な問いを伴う(本誌P6「自分らしさ」はどこにあるのか)し、さまざまな捉え方がある※1。ただし、本誌で私たちが議論してきた進路選択は、個人が社会との関わりの中で行うものだ。進路選択における「自分らしさ」を考えるならば、「社会」、あるいは社会を構成する「他者」との関係における「自分らしさ」を考えるのが自然だろう。それは、『自分』の特徴がよく出ていることであり、『個性』や『独自性』という言葉と意味的に重なってくるもの(時岡, 2018)であるという。

※1 Google検索で検索されたページの「自分らしさ」の説明は、「自分の価値観を大切に、自然体で言動が行えること」、「自分の“個性”がよく表れている様子」、「自分の信念を大切にすること」、「自分が自分であると判断されるほど特徴がよく出ている状態」、「自分独特の特性が分かりやすく表面化したもの」、「ありのままの自分」など(検索順に抜粋、検索日2023年2月17日)

社会人へのデプスイタビュー(本誌P12~13)を振り返ろう。「学歴を気にしすぎていた」というAさんは、指導教員との対話から自分の個性を認識し、進路の方向性を見出した。就職活動時の経験が、「今人生を前向きに過ごせることに生きている」という。一方、人材紹介会社との対話に違和感を覚えつつ、「アドバイス通りに(就職活動を)やった」というDさんは、自分の就職活動を「全て自分らしくない行動をとってしまった」と振り返っていた。本心と違う進路を選択した今、「何かを積み上げられているという実感はない」という。デプスイタビューの振り返りからは、外部環境や他者との対話を受け入れつつ、「自分の軸≡個性・独自性」を体現しようとするのが、進路選択における「自分らしさ」や、進路選択後の生活と仕事の充実につながっているように見える。

### 就職活動の場で「自分らしさ」を感じられない学生たちも

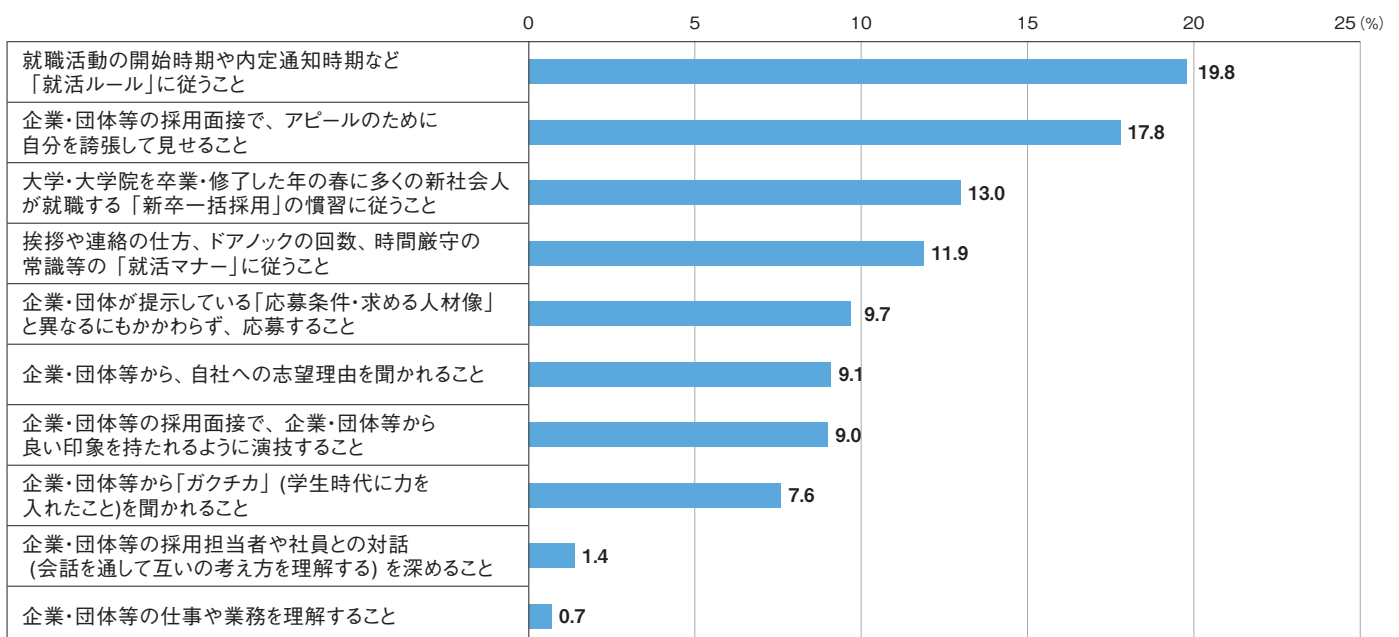
Dさんのケースからは、新卒就職活動には、学生が「自分らしくない」と感じる場面が多いこともうかがえる。就職活動を終えた学生への調査でも、同様の傾向が見られた。

#### 学生

就職活動時、「就活ルール」や自分を誇張して見せることを無駄だと感じていた

#### ① 就職活動で最も無駄だったこと

※2023年卒業予定・就職活動を終了した学生/単一回答





就職みらい研究所が実施した、2023年卒予定の就職活動を終えた学生への調査※2では、「就職活動で最も無駄だったことは何か？」を10の選択肢から選び、その理由やエピソードを自由回答で回答してもらった。選択肢の中では、「就職活動の開始時期や内定通知時期など『就活ルール』に従うこと」(19.8%)、「企業・団体等の採用面接で、アピールのために自分を誇張して見せること」(17.8%)、「大学・大学院を卒業・修了した年の春に多くの新社会人が就職する『新卒一括採用』の慣習に従うこと」(13.0%)の順に回答率が高かった。「従う」「誇張して見せる」といった行為を無駄だと考える傾向が見られた(P16グラフ①)。

心理臨床学の見地から「自分」の概念について研究した時岡は、大学生等へのアンケート調査の自由記述、およびインタビュー調査の回答から、他者との関係における「自分らしさ」を詳細に分析している(時岡, 2018)。一部を抜粋すると、他者との関係の中で「自分らしさ」を感じられるのは、「素の自分(自分の言動に抑制をかけずにいられたり、ネガティブな言動もつい出てきてしまったりする)」が出せているときや、「相手に働きかけるとき(他者に自分の表現を伝えられている)」であるという。また、他者から「自分ら

しさ」に気づかされることもあるという。一方、他者との関係の中で「自分らしく」感じられないのは、「本来の自分とは違う自分で対応する(周り・他人に合わせたり、別の自分を作ったりする)ため」「他者への意識が強い(人の目や意見を気にしたり、周りに気を使ったりする)ため」「自分を抑える(周りの目を気にして自由な行動ができなかったり、本当の気持ちを隠したりする)ため」としている。

時岡が分析した「自分らしさ」と、学生たちが「最も無駄だった」こととして挙げた上位項目『就活ルール』や『新卒一括採用』の慣習、『就活マナー』に従うこと「自分を誇張して見せる」を併せて考えると、学生が就職活動において「自分らしさ」を感じられない場面が、具体的なイメージとして立ち上がってくるだろう。上述の「就職活動で最も無駄だったこと」の上位項目にまつわるエピソードの自由回答には、「就活ルールに則って行動することで、本来の自分の姿よりも、どれだけ対策したかを見てもらうだけのような気がしてきて、虚しくなった」「面接の場でアピールのために自分の性格や就活の軸を誇張していくうちに、どこまでが本音なのかわからなくなり、自分自身とはかけ離れた虚像を創り出して演じていた」といった声が上がっていた(図②)。

※2 掲載のデータは全サンプルのうち、自由回答を記入した3127人を全体とした回答率

## 学生

無駄だと感じた理由は、「就活ルールにとらわれて流された」「虚像を演じてしまった」など

### ② 最も無駄・不必要・無意味だと思った理由・エピソード

※2023年卒業予定・就職活動を終了した学生／自由回答

就活ルールにとらわれた周りの友人たちに流されて早めに就職をはじめたが、進路に対する自分の考えがまとまっておらず、ただ内定をとるための就職をしていたため、内定が出揃った後に「本当にここでいいのか？」という疑問が生じた



就活マナー講座では、「スーツは最低3着必要」「髪を1つ結びにする際は位置を高く！低いと暗い印象になります」「『服装自由』でもスーツで」など、暗黙のルールを押しつけられ、就活中も細かなマナーを気にしてストレスを感じていました。マナーに縛られすぎて、「自分が自分でなくなる」感覚になってしまっていたと思います



面接の場でアピールのために自分の性格や就活の軸を誇張していくうちに、どこまでが本音なのかわからなくなり、自分自身とはかけ離れた虚像を創り出して演じていた。今思えば、自分を偽って内定を得ても、入社後のギャップや内定ブルーにつながるだけだった



リクレーター面談や面接の場では、良い印象を持ってもらうために、給料や休日などについては質問できませんでした。実際に入社することになったら非常に重要な項目なので、本音ではとても聞きたかったのですが…

自分の性格を企業が求める人物像に合わせてアピールしたが、内定が欲しいがために、ガクチカや自己PRを偽っても、入社後に辛くなるだけなので、無駄だった



新卒一括採用のシステムに従ってとりあえず走り出したものの、何がしたいかわからないまま焦って動いても、自分自身のためにならないのでは、と感じた瞬間があった



日本はギャップ・イヤーなどの文化がなく、社会と触れ合う機会が少ないままに進路を焦って決めてしまう可能性があり、新卒一括採用はそれを助長していると思う。やりたいことが明確であれば問題ないが、そうでない限りは、ひとりひとりが自分らしく生きられるように、個人に合ったタイミングで不公平なく就職できるような風潮になればいいのに



勤務地について聞かれたときは、あまり気が進まなくても、そこで働く意欲があると言わざるを得なかったが、本当にそこに配属されたらと思うと、とてもつらいし、すぐに辞めてしまいたいような気がする

就活ルールに則って行動することで、本来の自分の姿よりも、どれだけ対策したかを見てもらうだけのような気がしてきて、虚しくなった



第1志望ではない企業も受けなければならないにもかかわらず、志望度が低い会社からの「内定が出たら必ず入社しますか？」という質問に対して肯定的な回答をしなければならぬことが、嘘をついていることになり、苦痛でした



# ①自分らしい進路選択とは？

## 進路選択における「自分らしさ」とキャリア選択行動の関係性

### 就職活動を通して、進路選択に「自分らしさ」を見出すために

現在の新卒就職活動の構造には、学生が「自分らしくない」と感じる場面も多いのかもしれない。その一方で、学生が「無駄」と感じることもつながる「新卒一括採用」などの枠組みが、若者の就業機会に寄与している面もある。

2022年における15～24歳の失業率国別比較(OECD, 2023)を見ると、日本は4.3%。OECD※1加盟国の中では最も低い(グラフ①)。OECD加盟国平均の10.9%と比べてもかなり低い。日本で多くの若者が就職できる理由は、新卒就職の慣行が挙げられる(清家, 2013; 海老原, 2009; 濱口, 2013等)。どのような社会システムであれ、複雑さゆえに完全であることはまずない。新卒就職活動を取り巻く社会システムの課題も俯瞰的に認知しつつ、一人ひとりがよりよい機会として生かすこともできるはずだ。

### 進路選択における「自分らしさ」とキャリア探索行動の関係性

進路選択における「自分らしさ」を、自分の「個性」や「独

自性」を見出しながら進路選択をすること、あるいは「自分の軸」を体現しようとするのと捉えるならば、進路選択までの過程においてはどのような行動をすることが求められるだろうか？

就職みらい研究所が実施した若手社会人を対象とした調査の分析をもとに、考察していきたい。「自分らしさ」と「行動」の関係性を定量的に分析するため、調査ではそれぞれの概念を定義する尺度(質問項目)を聞いている。

「自分らしさ」については、伊藤・小玉らの「本来感」尺度(伊藤・小玉, 2005)を参考に、就職活動終了(進路選択)時の「自分らしさ」状態を聞いている。心理学における「自分らしさ」の定義や尺度は複数あるが、今回の調査では、自分の「個性」や「独自性」との関連性や、回答者への回答負荷(質問項目数)を勘案したうえで、「本来感」尺度を参考にしている。

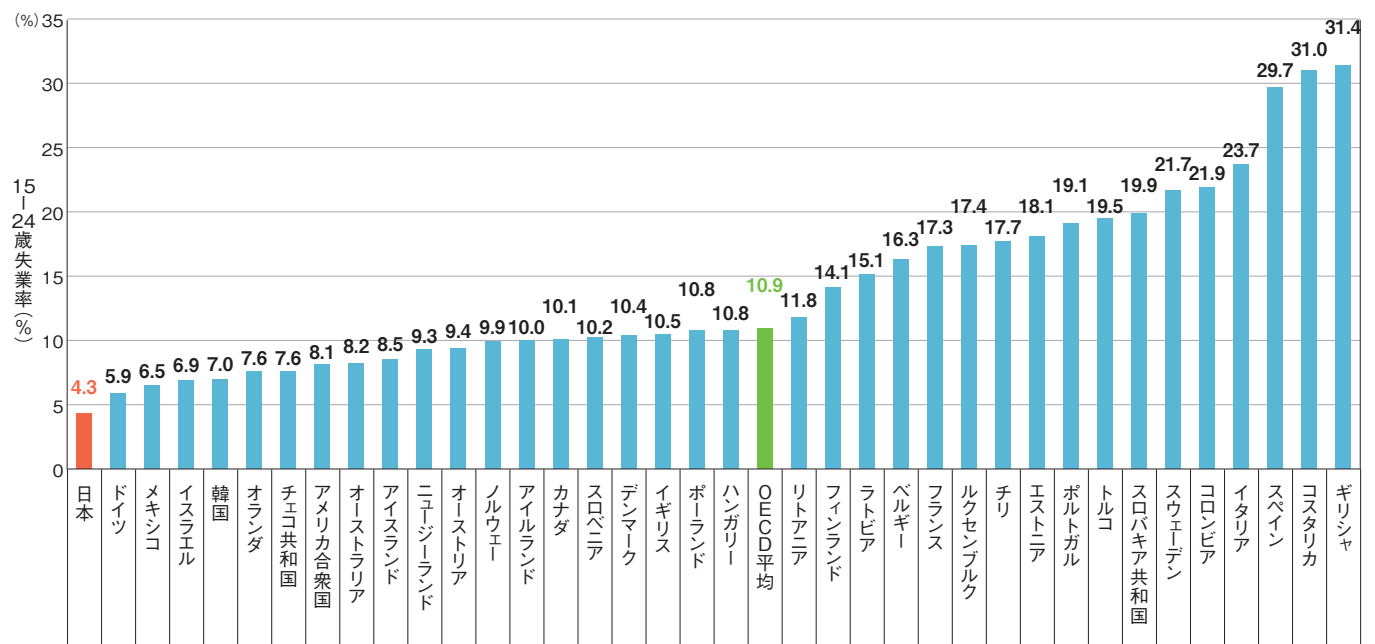
進路選択に至るまでの「行動」としては、キャリアデザインに関するさまざまな調査・研究で採用される「キャリア探索行動(進路探索行動)」の定義と尺度を参考にしている。キャリア探索行動とは、「事前に刺激されていない分野の職業や仕事、組織について情報を得るための目的行動および

※1 経済協力開発機構(Organization for Economic Co-operation and Development)の略。主に先進国が加盟する国際機関。加盟国は日本、アメリカ合衆国、ヨーロッパ諸国をはじめとした38カ国

#### 調査

日本の若年失業率は国際的に極めて低い

#### ① 主要国の若年失業率の比較(15-24歳失業率、2022年)





認識」(Stumpf et al., 1983)と定義される。自己を客観的に理解したり、自分が知らない仕事や職業の世界を知るための情報収集や、他者との対話をしたりすることを指している。言い換えれば、「自分が知らない自己・仕事(働くこと)・職業・組織について、自分の意思をもって理解を深めていく」行動である。

キャリア探索行動の尺度はいくつかある(P20にて主要な尺度を紹介する)。今回の調査では、日本の新規学卒者の初職就職活動(「新卒就職活動」)に関する調査・研究で引用例が見られる、「自己探索」「環境探索」で構成される尺度(安達,2008;安達,2010)を参考に、時代背景を鑑みた文言調整をしている。「自己探索」の尺度は、「自分の長所や短所について考えを深められた」「これからの自分の生き方について想像を深められた」などだ。「環境探索」の尺度は、「興味がある仕事に必要とされる知識や資格について十分調べられた」「将来の仕事について友人や先輩、社会人、家族などから十分話を聞いた」などだ。

分析では就職活動中の「自己探索」「環境探索」を説明変数(「原因」「要因」にあたるもの)とし、就職活動終了(進路選択)時の「自分らしさ(本来感)」を目的変数(「結果」にあ

たるもの)と置いたとき、これらの間にはどのような関係性があるのかを確認している(図②)\*2。最終学歴・文系/理系といった社会に出る前の条件や、就業有無や年収といった社会人になってからの条件が、就職活動終了時の「自分らしさ」の振り返りに影響していないことを確認するため、これらの条件の影響が無視できるレベルであることを確認している。

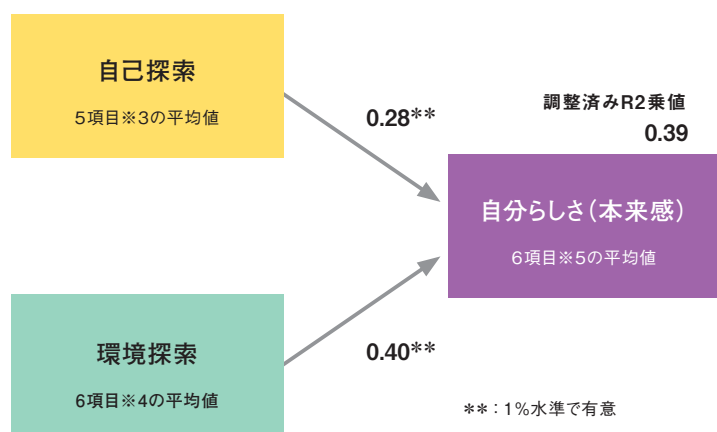
重回帰分析の結果からは、「自分のことを客観的に理解する(自己探索)」「自分が知らない仕事や職業の世界を知るため情報収集や対話をする(環境探索)」といったキャリア探索行動の深まりが、ある程度、進路選択において「自分らしさ」を感じられることにつながっているものと推測できる。

では、この国で社会の一步目を踏み出す多くの学生が経験する就職活動において、キャリア探索行動で定義されているような、「自分のことを客観的に理解する(自己探索)」「自分が知らない仕事や職業の世界を知るため情報収集や対話をする(環境探索)」行動を深められるには、どのようなことが重要になるだろうか。キャリア探索行動について議論を深めながら、学生の「自分らしい」進路選択に向けた就職活動のあり方を考えていきたい。

\*2 調査概要(P2~3)「若手社会人の進路選択とライフキャリアに関する調査」参照。解析は統制変数の無回答サンプルを除く2573人を対象としている。なお、分析結果は若手社会人に自分の就職活動中・就職活動終了時を振り返り回答してもらっていることに留意。

社会人 就職活動中の「自己探索」「環境探索」の深まりは就職活動終了時の「自分らしさ」にプラスの影響を及ぼす

② 「自己探索」「環境探索」を説明変数、「自分らしさ(本来感)」を目的変数とした場合の重回帰モデル



【重回帰分析の概要】  
目的変数：自分らしさ(本来感)  
独立変数：キャリア探索行動  
(自己探索・環境探索)  
統制変数：年齢・男女・最終学歴  
(大卒/修士了)・文理・  
居住地・就業有無・個人年収  
※強制投入法で実施。N=2573

重回帰分析結果のポイント  
●就職活動終了時の「自分らしさ」、就職活動中の「自己探索」「環境探索」で約39%説明できる  
●就職活動中の「自己探索」「環境探索」の深まりはそれぞれ、就職活動終了時の「自分らしさ」にプラスの影響を及ぼす

※3 自己探索尺度5項目のクロンバックα係数=0.90  
※4 環境探索尺度6項目のクロンバックα係数=0.87  
※5 本来感尺度7項目のうち、反転項目を除く6項目のクロンバックα係数=0.89

## ② キャリア探索行動を深めるには？

学生による外的活動と社会からの働きかけがカギ

### キャリア探索行動の効果と、実践の難しさ

本誌では、就職活動中のキャリア探索行動の深まりが、進路選択における「自分らしさ」へとつながる可能性を示した。なお、キャリア探索行動については、入社後の組織適応に影響する(竹内・竹内, 2010)などの言及もある。

キャリア探索行動には、いくつかの尺度・解釈がある。安達は「就職活動が本格化する前段階にある学生にも実行が可能なキャリア探索を捉える尺度」(安達, 2019)を作成し、「自己探索」「環境探索」の2要素<sup>※1</sup>、もしくは、「自己探索」「情報収集」「他者から学ぶ」の3要素による解釈(安達, 2008; 安達, 2010)を示した。大学生の進路決定・未決定を研究した若松は、「自己内省」「情報収集」「外的活動」の3要素による尺度を示した。「外的活動」として、学生が職業体験や会社説明会等を通して職業理解を深めることに注目している(若松, 2012)。

キャリア探索行動<sup>※2</sup>が深まらないと、進路意思決定が困難になることも指摘されている(若松, 2020)。社会人Dさんのケース(本誌P13・16)は、キャリア探索行動が進まず進路選択に苦勞したケースにも見える。若松は、「自己内省」は最も手軽に進められるが、「情報収集」「外的活動」、とりわけ「外的活動」は進みにくいとしている(若松, 2012)。右図①からは、進路決定者、未決定者のいずれにおいても、自己内省とくらべて、情報収集、外的活動の頻度が少ないことがわかる。また、進路決定者は未決定者に比べて、探索行動の頻度が高い傾向が見て取れる。

自己内省についても、自分のライフイベント曲線を描いて眺めるような「自己完結的な分析」は進みやすいが、自己分析結果をもとに他者と対話したり、適性検査の結果を読み解いたりして自分を客観視する行為は進みにくい(若松, 2012)。自己完結型の「閉じた」自己探索は、「やりたいこと」を追求するために「自分探し」の迷宮に陥る危険(玄田, 2004等)や、消費意識ゆえに「もともと知っていた」企業・業種・職種にしか興味を持たず、探索の視野を狭くする(若松, 2012)ことにもつながる。

### 学生がキャリア探索行動を深めるには？

滋賀大学の若松氏は本誌のインタビューにおいて、学生が「閉じた」探索に陥らないために、外部刺激を利用しながら

らキャリア探索行動を深めるための方策を示している(P21コラム参照)。さらに、学生一人ひとりが自律的な探索をするために、学生の周りの大人(就職支援や採用に関わる人たち)による、「適正なスピードで就職活動を進めるためのペースメイク」「意思決定のヒントとなる問いかけ」「外部情報収集や他者との対話の仕方についてのナビゲート」といった働きかけの重要性を説いている。

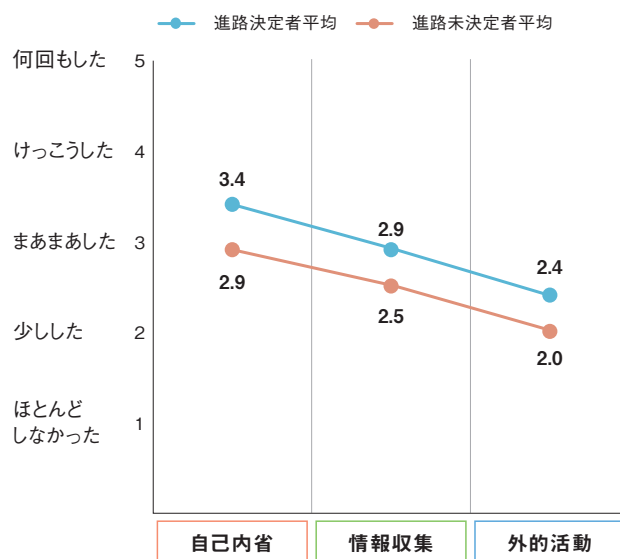
学生がキャリア探索行動を深めるために重要なことは、「漠然と他者との会話の機会を増やす」ことではないだろう。学生は他者との対話や他者の考えに触れる機会を通して、自己と職業に関する思考を深めることが重要であり、学生の周りの大人には、学生が思考を深めるプロセスに、適切に介入していくことが求められるだろう。

個人がキャリアを探索する過程には、個別対話以外にもさまざまな介入手法があり得る(Fretz, 1981)と言われてきた。より多くの学生に、就職活動を自分や社会と出会う「機会」と捉えてもらうための、働きかけの仕組みづくりが重要であろう。一方で学生にも、社会からの働きかけをうまく利用し、主体的なキャリア探索行動へとつなげていく姿勢が望まれるだろう。以降のページでは、いくつかの事例を見ながら、学生のキャリア探索行動を深めるための働きかけのあり方を考えていきたい。

学生

「情報収集」と「外部活動」は行われにくい

① 進路決定者と進路未決定者<sup>※3</sup>の探索行動頻度比較



※1 正確には「因子」。本誌では統計学の知識がない方にも向けた表記をしている

※2 若松は「進路探索行動」と表記している(若松, 2012)

(若松, 2012より抜粋)

※3 進路未決定とは「未内定」ではなく「自分の進路を選択しきれていない状態」



## 学生のキャリア探索行動を促し、深めるには、 学生自身の外的活動と外部からの働きかけが重要

滋賀大学教育学部（教育心理学）  
教授  
若松 養亮氏

### 外の世界に触れながら少しずつ探索を続ける

学生の情報収集と外的活動が進みにくいのは、時間や手間がかかる割には、成果が実感しにくいからです。しかし、1日1時間でもWebで情報収集し続ければ、「(知らなかった)この業界の働き方は合っているかも」といった自己内省につながり、そこから情報収集の方向も絞られてきます。

情報収集は、「広く」と「深く」の繰り返しです。学生にはまず、総合就職情報サイトなどで職種・業界を「広く」見てみることを勧めます。気になった職種・業界を「深く」掘る。深掘りして違うなと思ったら、また「広く」見てみる。まずは個別企業に注目せず、職種・業界を知ることが大切です。自分が知っている範囲、自分のセンスで探索せず、就職活動や働くことの「リアル」を知ることが重要だからです。他者の仕事体験や職業に関する本を読んだり、友人や家族、OB・OGや企業の社員・人事などの「他者」と就職、働くこと、職種・業界について対話したりといった「外部刺激」を通じて、職業世界の「相場」を知ることが大事です。自分の思考も整理されるはずですよ。

消費者の立場で企業を見てきた学生は、就職活動においても有名企業やBtoC企業を見がちです。就職活動では消費者とは逆の立場、モノ・サービスを送り出す側の意識で、企業を見ることが重要です。消費者と逆の立場を意識するには、アルバイト、特に接客系のアルバイトが(学業に支障のない範囲で)おすすです。大学では出会いにくい、さまざまな年代・立場の人の考え方に触れられるためです。

自己内省に対する外部刺激としては、キャリア診断ツール(「就職レディネステスト」など)が有効です。敢えて「興味がない」という結果が出た職種・業種を深掘りするのも一案。視野が広がり、意外な発見につながります。インターンシップの体験も、「自分はルーティンワーク向きではない」という発見があれば、探索のヒントに生かれます。オンラインインターンシップも同様です。大事なことは、日頃接することがない「仕事」の世界を体験する機会をつくることです。

### 外部からの働きかけが学生の探索を促す

学生にとって、情報収集や外的活動のハードルが高いのも事実。学生一人で取り組んでいると、気後れる要素に遭遇し、取り組みが頓挫しがちです。周囲の働きかけも重要です。

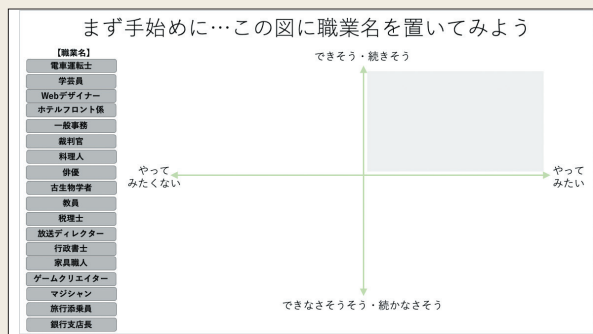
継続的に学生に関われるのであれば、継続的に面談し、「なぜ進路が決まらないか」といった問いを投げかけながら、「次ま

でに○○○○を調べてみよう」といったホームワークを与えるような介入が効果的です。調べてきたことをもとに話を進めると、本人も驚くほどスムーズな意思決定に至ることも多いです。情報収集は、方針が決まり、選択肢が減るほどに、効率が上がります(下村,1996)。なかなか一歩を踏み出せない学生の背中を押し、その後も伴走する「水先案内人」的な働きかけによって、学生のキャリア探索行動を深めるような支援は可能です。

オンラインツールによる働きかけにも、可能性を感じます。ロールプレイングゲームのようなツールも良さそうです。ホームワークをこなすと「あなたはレベル〇に達しました」というメッセージとともに、次のホームワークが与えられるといったものです。双方向性があり、学生のモチベーション維持にもつながりそうです。AIチャット形式で、学生からの問いに答えていくサービスにも可能性を感じます。コロナ禍収束後も、オンライン活用の潮流は続くでしょう。オンラインを利用した働きかけのあり方は、今後の展開に期待したいです。

滋賀大学教育学部では、同大で教員養成課程を修了した現任教員による講話を必修科目の一部に組み込み、探索の一助としています。学生への働きかけは、大学OB・OGに限らず、企業関係者など「社会」のさまざまな人たちにもできることです。学生にも、社会からの働きかけに関心を持ってほしいですね。

Profile●主として滋賀大学教育学部学生を対象に、大学生の進路意思決定のメカニズムと、そこで妨害的に作用する諸要因の検討を行っている。著書に『大学生におけるキャリア選択の遅延』(風間書房)、『生涯発達理論と支援』(金子書房・共著)などがあがる。



若松氏のワークシートの例(一部改訂)。【キャリア探索の手順】①左の18の職業を座標軸に置いてみる。②「できそう・続きそう×やってみよう」の象限(右上)に置いた職業の共通点=「キャリア・アンカー(読れない価値観・欲求)」を見つける。③キャリア・アンカーに当てはまりそうな職業の情報収集や職業体験を通して、現実と突き合わせる。

# ③ 学生のキャリア探索行動の深化に向けてー「社会」の

学生への働きかけと、経営上・人事上の「効果」の両立

本誌では、学生の「自分らしい」進路選択とキャリア探索行動との関係や、学生のキャリア探索行動を深めるための方策を議論し、学生を取り巻く「社会」からの働きかけの重要性に触れてきた。ここでは3社の事例を通して、「社会」からの働きかけのあり方を考えてみたい。

## 学生と同世代の人事担当者が主体となり 自身の経験を踏まえたアドバイスを発信

### ー 株式会社ランクアップ ー

ランクアップは、化粧品を開発販売するベンチャーだ。同社はYouTubeに開設した「フレッシュ人事チャンネル」※1で、就職活動をする学生向けの動画を配信している。動画では、同社に新卒入社し採用担当となった森田氏が、「人事が教える！ 就活講座 自己分析」「化粧品業界徹底解説」等のテーマを、自社の採用に応募する学生に限らず語りかけている。

「コロナ禍で、学生の就職活動への負担が、さらに増えました。学生に向けてできることがないか考え、学生が気軽に見られる情報発信を始めました」(森田氏)

動画のテーマは、社会人3年目の森田氏自身の就職活動経験や、社外勉強会、人事担当者同士の情報交換で得た知識を参考にしている。動画中で森田氏は、「自分がどのように生きたいかを考えたうえで、そのための行動をとったほうがいい」「自己分析は、就職活動のためではなく、皆さんの人生のためにやった方がいい」など、学生が自分の軸を見つけることへの働きかけをしている。

「『こうすればうまくいく！』』といった小手先のテクニッ

※1 <https://youtube.com/@user-gn3sl5qu5n>

### Youtubeでの配信コンテンツ



「フレッシュ人事チャンネル」では、業界研究や自己分析など、自社のPRとは無関係で中立的なテーマでの発信を通じて、探索行動への働きかけを行う。なかでも「人事が教える! 就活生に伝えたい事 無形資産編」では、経験や人脈の大切さ、とりわけ他者との関わりの重要性を訴える内容となっている。

### 株式会社ランクアップ



【事業内容】オリジナルブランド「マナラ」を主とした化粧品開発および販売。主力商品「ホットクレンジングジェルマッサージュプラス」は、累計販売本数2000万本※2を突破

人事広報部 森田 健一氏

大学ではTOEIC990を取得し学部代表交換留学や国際寮の副寮長を経験後、長期インターンを経てランクアップ社に新卒入社。同社創業以来初の新卒人事として、年間700名以上の就職活動学生と会っている。

※2 自社従来品含む・2022年8月時点

クや誘導感の強いテーマは、私たちが発信したいことではないよね、といった社内議論をしています。学生が本来の自分を見失うような発信はしたくないからです」(森田氏)

森田氏が学生に「自分の軸を見つけよう」と発信する背景には、森田氏自身の経験がある。

「私自身、就職活動で軸がブレました。それまでは『人は人、自分は自分』と思いながら生きてきたので、生まれてから大学受験までは、自分の軸がブレたとは思ったことがありませんでした。しかし、就職活動を始めると、自分も大学の先輩たちのように、大手企業に行った方がいいのかな…と思い始めたのです。運よく成績優秀者になり学内外活動でも実績があったので、大手企業の内定もいただきましたが、自分の中では違和感がありました」(森田氏)

大手企業への入社承諾に迷っていた森田氏は、信頼する先輩が入社したランクアップの存在を知った。

「自社製品を熱く語る社長の姿が、『たった一人の悩みを解決することで、世界中の人たちの幸せに貢献する』という企業理念を体現していました。そのとき、自分にとって大切な『軸』は、企業理念に共感できることなのだと気づきました」(森田氏)

同社では学生との対話をする社員に、「『学生にとって何が一番良いかを考えて関わってください』と依頼している」(森田氏)という。そして、カルチャーフィットを重視した情報開示を意識しているという。

「会社の雰囲気を知ってもらうため、例えば、ハロウィンイベントで社員全員が全力で仮装している様子や社内イベント動画を見せています。当社はベンチャーなので、会社の方針がよく変化します。変化に対して全員が総力を挙げて行動していくことが必要です。学生がイメージしやすい



イベントの雰囲気を通して、私たちが周りの社員とともに変化に対応する姿勢を重視していることを、知ってほしいと考えます。『このノリにはついていけない』という人とのミスマッチを防ぐことができていると思います」(森田氏)

## ツールを通じて社会全体の学生の 自己探索・環境探索を支援 — アストラゼネカ株式会社 —

アストラゼネカ<sup>※3</sup>は、学生が「自分の軸」を見つけるための働きかけを通して、「ありのままの情報開示(RJP)」<sup>※4</sup>への理解を促している。同社の取り組みで特筆されるのは、同社が実践したい学生への働きかけを、ツールとして具現化したことだ。同社では、学生と対話する全社員が事実に基づく情報開示をするための「FACT BOOK」と、学生向け自己分析ツール「キャリアデザインングツールキット(以下、CDTk)」を策定している。CDTkは、同社の採用試験を受けない学生にも提供している。

同社がまず策定したのは「FACT BOOK」だ。策定背景には、内定辞退者の辞退理由への違和感があった。

「内定辞退者にインタビューをすると、『外資系だから雇用が不安定』『成果主義のせいで競争が激しい』といった辞退理由が挙げられました。SNSやネット掲示板等の情報による、思い込みがありました」(田村氏)

同社は、学生一人ひとりが同社のありのまま情報に基づいて入社判断できるよう、ネガティブなことを正確に、ポジティブなことも誇張せず、「FACT(事実)」を開示することに決め、客観的な情報収集と、収集した情報の明文化を徹底した。

「社外の人に当社の公開情報収集や人事・MR(医療情報担当者)へのヒアリングをしてもらい、社内向けの『FACT BOOK』にまとめました。学生と対話する社員に共有し、情報提供に活用してもらっています」(田村氏)

同社では学生との個別対話はもとより、紙媒体やWeb媒体での発信でも、『FACT BOOK』に基づく事実開示に努めた。ところが、情報開示を進めてもなお、曖昧な理由で内定を辞退する学生もいた。

内定辞退者へのインタビューからは、学生が自分の判断軸で情報を受け止められていない様子が浮かび上がってきた。そこで同社では、学生一人ひとりが「自分の軸」で企業の開示情報を受け止められる手がかりを提供すべく、

同社の情報発信の特徴は、文字だけでは伝わりにくい情報を学生起点の視点によって伝える工夫を施しつつ、自社の企業理念に共感してくれる学生を採用しようとする姿勢に顕著に表れている。

### アストラゼネカ株式会社



人事本部  
タレント採用部ディレクター  
田村 千草氏

国際交流団体業務、外資系企業での人事職などを経てアストラゼネカ社にシニアビジネスパートナーとして入社。組織人事や採用などを担当。



人事本部  
タレント採用部  
梅本 氏

内資系製薬会社・外資系製薬会社にてMR職の後、アストラゼネカ社入社。MR職として大学病院などを担当。社内公募による異動を経て現職。

【事業内容】英国・ケンブリッジに本社を置くグローバルバイオ・医薬品企業の日本法人。医療用医薬品の創薬、開発、製造およびマーケティング・営業活動を展開している。

CDTkを策定。学生に提供することにした。

CDTkは、23項目の価値観から「働くときに最も大切だと思う項目」を3つ選び、その理由を自分の言葉で書き出すことで、自分の価値観を整理するというものだ。狙いは、学生が整理した価値観に照らして、「企業理解を深めるには、どのような情報を聞き出せばいいのか？」をつかんでもらうことにある。

CDTkは、社員との対話との相乗効果も生み出している。

「例えば『何年働いたら昇格できますか？』と質問する学生に、面談相手の社員が『MRの仕事で3～4年経験した後は、マーケティングに移ってキャリアアップしていくつもりだ』というプランを話したりします。対話の中から当社の、個々人の自主性、キャリアオーナーシップを尊重する社風に気づいてもらえます。対話の後で再びCDTkに向き合うことで、ご自身の価値観をより明確にもらえるようになりました」(田村氏)

「複数社の内定を得て迷う学生と、CDTkに沿って対話をすることがあります。すると、はじめは『成長』を重視したいと言っている、対話の中で学生自身が、実は『(入社する企業の)知名度』を重視していることに気づくことも。本人が重視していることと、当社に入社すると実現・期待できることとのすり合わせの結果、内定を辞退されることも

※3 <https://www.astrazeneca.co.jp/recruit.html>

※4 Realistic job previewの略。新規入社候補者に対して、自社の仕事に関するポジティブ・ネガティブいずれの情報も開示することで、入社後のイメージギャップを最小化しようとする手法



### ③ 学生のキャリア探索行動の深化に向けてー「社会」の働きかけ事例ー

#### キャリアデザインツールキット (CDTk)

「自分自身と向き合い、自分の価値観を再発見する」「働くうえで大切にしたいこと(下参照)について考える」など4つのステップを通じて企業理解と自己理解を促進

【仕事】	【企業（組織）】
1 仕事内容に興味がある 2 仕事の難易度が高い（チャレンジングである） 3 社会に対する影響力が大きい 4 与えられる権限（裁量権）が大きい 5 仕事の時間的・空間的な制約が少ない 6 獲得できる肩書きが魅力的 7 標準業務時間が短い 8 働き方の柔軟性が高い（多様な働き方が認められる）	13 企業戦略や理念に共感できる 14 売上や利益額が大きい 15 成長性や安定性を感じられる 16 商品や技術、ビジネスモデルが魅力的である 17 施設や設備が充実している 18 企業のカルチャー（文化）とフィット感がある 19 企業が広く知られている（認知度がある） 20 評判が良い（ブランド力がある）
【成長機会】	【報酬】
9 成長できる制度や仕組みがある 10 刺激や学びを得られる人がある	21 給与や賞与の満足度が高い 22 福利厚生が手厚い 23 評価される機会、認められる機会がある
【ともに働く人々】	
11 リーダーのビジョンに共感できる 12 社員の価値観が自分と合っている	



あります。とはいえ、学生さんには当社の開示情報を理解したうえで辞退判断をしてもらっていますし、当社としても入社後のミスマッチにつながらないので、お互いにメリットがあると捉えています」(梅本氏)

これらの取り組みにより、内定辞退者インタビューにおいて曖昧な辞退理由を挙げる学生が減少。会社の現在の「FACT」を、学生一人ひとりに受け止めてもらえるようになったことで、学生のセルフスクリーニングが進み、マッチングの質も向上したという。入社後の組織適応が早くなる傾向も見られ、学生・企業双方への効果を生んでいる。

CDTk は、多くの学生に『自分の軸』を認知してもらうためのツールとして、大学のキャリアガイダンスなどの場にも提供している。今後は就職情報サイトを通して、同社の採用選考を受けない多くの学生に、より広く公開していくということだ。

「当社は社員一人ひとりに主体的なキャリア形成を促しています。その一環として学生の皆さんにも、主体的にキャリアをつくってほしい。それが当社のブランドイメージの浸透や企業理念の体現にもつながると考えています」(田村氏)

#### 「はじめの一歩」を踏み出すために 学生の背中を押すコンテンツを提供 — 株式会社エンカレッジ —

エンカレッジは、Web コンテンツ「オンラインしごと体験」※5を公開し、学生の職種・業界理解を後押ししている。サービス展開の背景には、障害学生への就職活動支援で感じた危機感があったという。

「私たちの本業は、障害者や障害学生への就職活動支援です。コロナ禍で障害学生の職業体験・就職活動が困難になることを懸念しました。一方、私たちのパートナーであるNPO法人JAEは、一般学生の職業体験の機会減少を懸念しており、当初、お互いのリソースを持ち寄り、共同でコンテンツ制作を行いました。その後、障害学生向けに活動を広げていたのですが、一般学生にも使いたいと言う声が

#### 株式会社エンカレッジ



【事業内容】障害者の就労支援事業や障害学生の就職活動支援を展開。ICTを活用したキャリア支援プラットフォーム事業の運営もしている。

代表取締役 窪 貴志氏

大手電機メーカー、シンクタンク、エンターテインメント企業にて勤務。企業コンサルタントとして障害者採用に携わったことをきっかけに、2013年、同社を設立。

大きくなり、サービス対象を拡大しました」(窪氏)

コンテンツの柱は、さまざまな企業の社員が仕事の内容や働きがい、難しさを語る「しごとインタビュー」と、疑似業務を体験できる「しごとサンプル」だ。同社ではWebでのコンテンツ公開のほか、大学とオンラインイベントを共催。学生に2つのコンテンツを体験する機会を提供している。イベントではまず、仕事について知りたいと思っていても

※5 <https://shigoto-taiken.com/>



一步を踏み出せない学生に、「しごとインタビュー」の動画を自ら選んで観てもらおう。インタビューを選ぶキーワードには、「職種」「業種」に加えて「興味関心」が用意されている。「興味関心」には、「人に感謝される」「一人で黙々と」「新しいことに挑戦」といったキーワードが並んでいる。

「職種・業種理解が進んでいない学生が、職種・業種を選ぶのは難しい。そこで『興味関心』でも選べるようにしたところ、自分の志向がさまざまな職種・業種とつながっていることを認識してもらえようになりました。例えば、営業職に『ブラック』『ノルマがきつい』といったネガティブイメージを持つ学生は、決して『営業』職を選びません。でも『人に感謝される』というキーワードで『営業』が出てくれば観てくれます。そして、『営業とは、お客さまの役に立つことでお金をいただく職種である』という、営業のポジティブな側面に気づきます」(窪氏)

「しごとインタビュー」の動画サムネイルには、職種と職種説明の一文のみが表示されている。

「さまざまな仕事を知るうえで、『職種』『業種』から理解してもらいたいと思っています」(窪氏)

「しごとサンプル」は、「初級」「中級」「上級」のレベル別に用意されている。

「企業のインターンシップでは、『応用問題』のようなグループワークが実施されることも多いと思います。私たちの『しごとサンプル』は、『基本問題』から徐々に積み上げる構

成です。就職活動に躊躇(ちゅうちょ)する学生が一步踏み出すためには、目の前の業務を積み上げる仕事があることを伝える必要があると思います。入社後、比較的早期に経験する仕事を知ってもらうことで、社会に出た直後のイメージギャップを解消したい狙いもあります」(窪氏)

「しごとサンプル」を体験した学生からは、「仕事に関するイメージがなく、仕事やインターンシップに対して不安な気持ちが大きかったが、実際に作業をすることで具体的にイメージすることができた」「関心がなかった職種にも興味が湧いた」「実際の業務内容から自分の向き・不向きを知ることにつながった」などの感想が寄せられている。

「学生からは『企業にどのように評価されるかを気にせずに仕事を理解できるのが良かった』という感想も聞かれました。評価を気にせず体験できるからこそ、『この仕事には向いていない』という判断もしやすいと思います」(窪氏)

大学と共催するオンラインイベントでは、「しごとサンプル」を体験した学生の感想を読み上げ、「この視点はすごく大事」と投げかけている。他学生の感想の共有が、学生同士の気づきにつながるという。同社は大学や企業と、学生への働きかけの輪を拡大していく考えだ。

「学生の反響も良く、学生支援に活用していただける大学や、自社採用に直結しない中でも賛同いただける企業が増えてきています。学生への働きかけを広げていくためにも、拡大継続するための試行錯誤をしています」(窪氏)

### ●「しごとインタビュー」のTOP画面



「しごとインタビュー」は1職種あたり各10~15分程度。「しごとサンプル」でチェックする売買契約書は実践的な内容となっている。

3社の学生への働きかけ事例は、学生のキャリア探索行動の深化に一役買っているだろう。3社が学生への働きかけを通して、直近の採用者数増・採用充足とは異なる中長期的な時間軸で、三社三様に経営上・人事上の「効果」を得ていることにも注目したい。社会の一步目を踏み出す「学生」と、社会を構成するさまざまな「組織」は、互恵的な関係になり得るのだ。

### ●「しごとサンプル」の一例

#### 【初級】文書の間違い探し:売買契約書のチェックを行う



## 4 地域の産学による学生への働きかけ

学生に大学での学びや仕事への考えを深めてもらう、産学の長期的な取り組み

本誌では最後に、愛媛大学と愛媛県内企業による実践型インターンシップ「愛媛 Food Camp」の事例を見ていきたい。EFCに参画する地域の産学が、長期的な視点で、学生のキャリア探索行動に働きかける背景を捉える。

### 産学が目指すのは、地域の付加価値の増大

EFCは、「地域の付加価値額増大」を最終目的に掲げる産学の自己負担で運営されている。愛媛大学教授の菅原氏は、EFCは就職支援・新卒採用支援のためのインターンシッププログラムではないと話す。

「EFCの目的のひとつは、学生の課題解決力の向上です。行政のインターンシップ支援の目的とは異なるので、補助金は活用していません。参画企業各社にも学生受け入れ等ご負担いただいております、ご理解に感謝しています」(菅原氏)

EFCは学部1年生から参加できるが、愛媛大学は学生に大学院進学を促している。そのためEFCは、短期的には参画企業の新卒採用に直結しにくい。参画企業のオカベの岡部氏は、愛媛大学の姿勢に理解を示す。

「当社は毎年、愛媛大学をはじめ県内外の学生を新卒採用していますが、この取り組みは長期的なものだと思っており、直近の採用に直結するとは考えていません」(岡部氏)

### 学生・大学と企業のつながり方はさまざま

オカベは、EFCでの学生との協働のメリットとして、新商品の発売や職場活性化など、「若者視点」から得る刺激を挙げる。

「愛媛大学とはEFCでの連携以外にも、多様なつながりがあります。共同研究も行ってきましたし、当社初の機能性表示食品の開発では、同大学院から新卒入社した若手社員が活躍しました。得られる成果も多様です」(岡部氏)

EFCでは学生が企業の商品開発やマーケティングに参加し、現場社員と対話を重ね、商品や企画を提案する。提案の採択判断は企業に委ねられている。

「提案が結実したケースも、結実しなかったケースもあります。いずれの場合も学生には、大学内の座学では得難い課題解決力の研鑽機会になります。企業には商品化以外にも、学生との協働を自社PRに生かしていただけると思っています」(菅原氏)

### 学生は現場実践を通して、進路を熟考する

EFCでは、学生はEFCの最終目標を理解し、プロジェクトの一員として企業の現場に「参加」する。「参加」の過程で、状況把握や見通しの甘さを指摘されることもある。

#### 愛媛 Food Camp(以下、「EFC」)

愛媛大学農学部生命機能学科と愛媛県内の食品関連企業による産学連携事業。2021年度より開始。学部・大学院修士課程の学生が、企業の現場で協働する。2022年度は企業12社が参画。学生32人(学部1年生～修士1年生)が参加した。



株式会社オカベ  
取締役

岡部 俊孝氏

オカベ社にて20年以上にわたり、新卒・中途採用に携わる。愛媛県をはじめ四国・関西・九州など広い地域の学生を採用してきた経験から、長期的な視点で同社の採用・人事を統括している

【事業内容】魚介加工品など水産物を中心とする食品の製造・販売



愛媛大学農学部生命機能学科  
教授

菅原 卓也氏

食品成分の免疫促進効果、抗アレルギー効果、抗炎症効果など、免疫系に及ぼす効果を研究し、研究成果をもとにした機能性食品の開発に取り組んでいる。企業との共同研究事例も数多い。

「学生は現場で働く人たちとの対話を重ねながら、『自分が将来どんな社会人になりたいか』『そのために学ぶべきことは何か』をイメージできるようになります」(菅原氏)

生命機能学科の学生の多くは、食品開発に興味を持って入学するという。EFCは、学生が食品開発に参加する機会を通して、学生自身が大学・大学院での学びや大学卒業・大学院修了後の進路に対する思考を深めていくことを、働きかけている。

### 学生のキャリア探索を深める産学の働きかけ

EFCが学生に働きかけていることは、大学での学び、業界・職種理解、企業を見る視界など、多岐にわたる。

「愛媛の食品業界として学生の育成に関わることは重要です。当社はじめ地域のさまざまな企業を知ってもらう機会につながってほしいと思っています」(岡部氏)

「学生一人ひとりがEFCでの体験から気づきを得て、自分らしい進路選択に向けた学びを深めてほしいと思っています。そして、学びを生かす場は、自分が知っている企業だけでなく、地元企業やBtoB企業にもあることを、もっと知ってほしい。一方、地元企業にも修士学生の学びを評価し、活躍を期待してくれる企業が増えてほしいと思っています」(菅原氏)

社会への一歩目を踏み出す学生に向けて、地域の産学による学生のキャリア探索への働きかけは続く。



学生は実践型インターンシップのプログラムを通して、自己と職業の「つながり」を探索する

地域の産学がEFCを通して学生に働きかけていることは、学生にどのように受け止められているのかを見ていきたい。EFCに大学生・大学院生として参加した学生2人と、学生と協働した企業2社へのインタビューから、「現場」を体験した学生が「進路」への考えを深める様子を捉える。

オンラインで取材  
(2023年2月27日)  
学生・企業関係者、ならびに、  
愛媛大学教授 菅原 卓也氏への  
グループインタビュー  
インタビュー／  
リクルート就職ジャーナル編集長  
中田 充則

インタビューの様子を見ていくにあたり、EFCのプログラムを確認しておきたい。

### ●「愛媛Food Camp」2021年度プログラム

DAY 1	自己分析と目標設定 キャリア診断ツールやグループワークを通じた自己内省
DAY 2	企業分析 ビジネスフレームワークを用いたEFC参画各社の分析
DAY 3 ～DAY 8	実践型インターンシップ(企業の商品開発活動に参画) ・DAY1～DAY2の分析結果の共有による、学生・企業の相互理解 ・企業のビジネスプロセス、商品・サービス、現場作業の確認 ・企業への商品企画提案、フィードバックを踏まえた再検討(複数回実施) ・テストマーケティング
DAY 9	経験学習レビュー DAY1～DAY8までの体験の振り返り、今後の大学・大学院での学びや進路選択に関する自己の方向づけ
DAY 10	成果報告

EFCで学生は、数カ月の間に計10日のプログラムを体験する。本誌の議論に沿うならば、学生は10日間で下記順のキャリア探索行動をしているともいえる※1。

- (1) 客観的な自己分析(自己探索もしくは自己内省)
- (2) インターンシップ参加候補企業の企業分析、および、上記(1)と企業分析結果の接続(環境探索もしくは情報収集)
- (3) インターンシップ期間を通じた企業との対話と職業体験(外部活動)
- (4) 対話や職業体験の振り返りと、自身の進路の再検討(外部活動を踏まえた自己探索・環境探索の再考)

では、インタビューを見ていこう。

### 参加理由は、「好きな食べ物」

——お二人がEFCに参加した理由を教えてください。



愛媛大学  
農学部生命機能学科4年生  
(EFC参加時は学部3年生)  
辻岡 芽依さん

株式会社中温  
常務取締役  
辻田 純二氏

【事業内容】農産物加工品を大手洋菓子メーカーに提供しているBtoB企業



愛媛大学  
大学院農学研究科  
生命機能学専攻2年生  
(EFC参加時は大学院1年生)  
三好 陽麻莉さん

朝日共販株式会社  
品質管理部 部長  
伊勢家 睦子氏

【事業内容】四国最西端の岬・佐田岬で、定番商品の「釜揚げしらす」を全国展開する海産物メーカー



※1 本誌P19-20で紹介したキャリア探索行動の尺度を参照

で、愛媛マラソンを完走した経験などから、「粘り強さ」という強みを見つけることができました。同時にスケジュールの確認不足が多いなど「計画的に実行することが苦手」という弱みも認識しました。

— お二人は自己分析の結果をご自身で整理して、インターンシップに参加した各社にご自身をプレゼンされたわけですが…プレゼンを聞かれた（企業の）皆さんは、学生のプレゼンをどのように感じていたのでしょうか？

**中温 辻田氏**（以下、**辻田氏**） 責任感がある人だと感じました。一方で正直なところ、企業の立場からすると、辻岡さんの姿勢を「甘い」とも感じました。消費者的な立ち位置で、大学の授業の一環として臨んでいるように見受けました。そこで、商品化して販売するというビジネスとしての真剣さが伝わるように、途中でプログラムの内容も変えました。知識などを身に付ければ、より深いレベルに到達できるだろうという期待からでした。

**朝日共販 伊勢家氏**（以下、**伊勢家氏**） 三好さんのお話を初めて聞いたときは、しっかりした人だなという印象とともに、ちょっとおとなしいな…という印象を持ちました。ただ、一緒に仕事をする中で、印象が変わっていったことも事実です。三好さんの提案に対して私たちから問題点を指摘すると、必ず改善して再提出してくれました。大学院でもこのような勉強の仕方をしているのだろうと感心していました。

## 「商品開発＝作りたいものを作る」ではなかった

— 企業もいろいろ考えながらお二人との協働を始めていたようですね。お二人は開発の現場を通して、どのような気づきがありましたか？

**辻岡さん** 「商品開発」の捉え方が変わりました。中温社の商品である蒸し栗ペーストは、コストなどの制約がある中で、鮮度や甘さ、納入するときの単位といった、クライアント企業の細かな要望に応える形で作られていました。自社が「これだったら売れる」という商品を開発するだけではなく、クライアントの「ニーズを捉えて売れる商品にしていく」ことが重要なのだと知りました。

**三好さん** 私は「自分が作りたいものを作る」のが商品開発なのではなく、制約の中でアイデアを出しながらひとつひとつ課題を解決していく過程が、商品開発なのだと思いました。私は朝日共販社に、しらすを若年層や高齢者に食べてもらうための商品を提案したのですが、コストや鮮度、商品の見た目等、考慮しなければならないものがとても多く、苦労しました。

## 大学院での学びが何気ない一言につながった

— EFC発の商品「しらすラーメン」は、三好さんが工場が発した一言から商品化したそうですね。

**三好さん** はい。工場見学でしらすの釜揚げ工程を見ていたら、煮汁がたくさん出ていました。何気なく「煮汁はこの後どうするんですか？」と尋ねたところ、廃棄すると聞きました。出汁成分や栄養成分がたくさん出ているのもったいないと思い、スープに利用できないかと提案しました。

**伊勢家氏** 私たちは現場に長く居る中で、煮汁は捨てるものという固定観念がありましたので、三好さんの視点はとても新鮮でした。しらすラーメンは三好さんの提案をきっかけに開発が進み、愛媛大学との共同開発商品として翌年、発売しました。

**菅原氏** 「しらすラーメン」の商品化例を学術の立場から言うと、製造工程で廃棄される素材の機能を生かし、資源として有効活用することは、重要なテーマです。講義でも触れているテーマなので、三好さんの一言や提案が、講義で学んだこととつながってくれたら嬉しいです。

**三好さん** 煮汁の再利用に着目したのは、大学院で学んだことから連想したように思います。提案を通して、「自分にも貢献できることがある」と分かり嬉しかったです。

### 三好さんの成果報告（抜粋）

見栄えの点から釜揚げしらすとしては販売できない種類のしらすをソーセージや麺に使うアイデアをまとめ、釜揚げ時に出る煮汁をラーメンの出汁に使うことを提案した

白くないしらすどう活用する？


赤腹しらすやクリーム色しらすは釜揚げしらすとして販売できない  
→付加価値をつけて商品開発したい

<p><b>味・食感の問題</b> クリーム色：脂が乗って魚の味強い。 赤腹：大きいらすが多く、骨が気になる（ガラガラする）</p>	<p><b>すり身について使うのはどうか？</b> すり身にする目玉の黒色が目立ち、全体の色も灰色になってしまう。</p>
<p><b>見映えの問題</b> 白くないからしらすとしての価値が低い。 どのような商品にするか見映えが良</p>	<p>灰色でも気にならない商品の提案 → 麺、ソーセージの提案</p>

**しらすラーメン**

- ・麺にしらすのすり身を練り込む→難しかったので断念
- ・しらすの釜揚げの煮汁をスープにしたい
- 通常、煮汁は廃棄されるが、それを有効活用するというで、資源の有効活用に関与することから、ラーメンの出汁に使うことを考案！
- ・しらす煮汁を活用した出汁を粉末化できれば、インスタント商品として売り出したい
- 粉末化にはできなかったが、液体スープとして個別袋でできた！
- ・どのタイプのインスタント麺にするか話し合い中…
- ・具としてしらすを入れる
- フリーズドライのしらすをトッピング！ここは赤腹しらすも若干入れる。
- ・具としても入れることでしらすの風味が増した。
- ・しらす煮汁を活用した出汁を使ったスープは上品で優しい味に仕上がったため、鍋の素などの商品にも使えそう！

SDGsにも貢献！



愛媛大学と朝日共販の共同開発により製品化した「贅沢しらすラーメン」。フリーズドライ加工したしらすをトッピングとするアイデアも三好さんチームが提案した。翌年、この製品開発を引き継いだ学生の取り組みが製品化につながった



## 辻岡さんの成果報告(抜粋)

### 試作品(辻岡)

【材料】

- 生地
- ホワイトチョコレート 80g
- 生クリーム 100mL
- 卵 2個
- グラニュー糖 30g
- 栗しるべペースト 100g
- 栗のダイスカット 1袋 A
- 製菓用米粉 15g
- きな粉 20g
- 栗の甘露煮 適量

→マロンホイップ

- 生クリーム 100mL
- 栗皮ペースト 40g

### 試作品(辻岡)

- ホワイトチョコレート、生クリームを溶かす。
- 卵白を独立で、グラニュー糖を3回に分けて加え、メレンゲを作る。
- Aの材料を混ぜ合わせる
- メレンゲを1/3入れて混ぜ、残りのメレンゲを混ぜ合わせる
- 甘露煮を飲み易い型に生地を流し入れ、180度に予熱したオーブンで30分ほど焼く。

完成!!



ホール写真



断面図



1/4カット

■フィードバック(中温社の皆さん)

栗の風味と食感、日本人の舌に甘さがよく、幅広い年代の人に食べてもらえそう  
食べ応えがあり、満足感が得られた  
クリーム相性がよかった

■クライアント担当者様

トッピングのホイップクリームにも栗を使用して、栗を前面に出した、栗好きにはたまらないスイーツ  
ホワイトチョコの風味が強いため、栗の風味を感じづらい  
2つに1つは黒糖で焙煎するなどの工夫があれば良い

「自社製品を用いた新商品の開発」の一環として、試作品を製作。クライアント担当者にも試食してもらい、好評価を受けるとともに課題の指摘も受けるなど得難い経験となった

——辻岡さんは、栗のスイーツを提案したそうですね。

**辻岡さん** 何度も試作を重ねたうえで栗ときな粉のガトーショコラを提案しました。程よい甘さや食感は評価していただけましたが、コスト面などから商品化は難しいという、厳しいご意見もいただきました。

**辻田氏** 辻岡さんがご自身で商品企画を考え、改良しながら形にしてくれました。最初にお会いしたときの印象を「甘かった」と言いましたが、試行錯誤を重ねて探究される姿勢には、商品開発への適性を感じていました。時間が限られていた中での提案でしたが、さらに進めていただければ、良い商品になるだろうと思っていました。

**辻岡さん** そのように認めていただけていたのは嬉しいです。商品化はできませんでしたが、「自分にもできることがある」と実感することができました。

## 「やりたい仕事」に就くには、もっと知識が必要

——お二人は商品開発を経験して、考えていた進路についてどう思うようになりましたか？

**辻岡さん** 食品開発の仕事に就くために必要な専門知識がまだまだ足りないなど、思いました。

——辻岡さんは大学院に進学予定と聞きましたが(注：EFC参加当時は大学3年生)、EFCに参加する前から大学院に行こうと考えていたのでしょうか？

**辻岡さん** 食品開発の仕事がしたいと思って農学部に進学していたので、学部でそれが実現できそうなら就職、難しそうなら大学院に進学しようと、なんとなく思っていました。現場を体験してみて、考えが明確になりました。自分には商品開発に必要な専門知識が足りないことを痛感しましたし、EFCに参加した後の大学の研究でも課題解決力がもっと必要だと感じたので、大学院に進学することにしました。



三好さんは、雨の中、船に乗ってしらす漁を見学。原材料を調達する生産者の苦労を身をもって知った

**菅原氏** 話し方からも分かるように、辻岡さんの持ち味は誠実さだと思います。研究室でもうまかったこと・いかなかったことを捉え、次につながる姿勢を感じます。

**辻田氏** そう思います。「自分は研究開発に向いていないのでは？」と思ったのかもしれないですが、商品開発への誠実な姿勢には、ポテンシャルを感じました。

——三好さんは就職活動に際して、第一志望の職種を商品開発の仕事から、品質管理の仕事に変更したと聞きました。

**三好さん** 商品開発の体験を終えてから、改めて自己分析をしてみて、自分がどんな職種に向いているかを考えました。私は想像力を生かして新たな企画を立てるというよりは、目的を達成するために一つずつ計画的に積み上げていくほうが向いているという整理をして、希望職種を商品開発から品質管理に変えました。

## 大学と社会は別ものだけど、つながってみたい

——EFCでの体験を通じて、企業や社会についてどのような考えを持ちましたか？

**辻岡さん** 自分が知らなかった仕事を知りました。私の中の仕事のイメージには、消費者が手に取る商品やサービスをつくる仕事しかなかったのだと思います。中温社での商品開発を体験して、BtoBの仕事、顧客企業のニーズに応える仕事を知りました。大学院修了後の進路を考えるうえでも忘れずにいたいと思います。

**三好さん** 企業、社会で仕事をすることは、大学で過ごしてきた環境とは異なるのだということを実感しました。厳しいフィードバックもあって、落ち込むこともありましたが、ふとした気づきが提案につながるなど、大学で学んだことと仕事のつながりも実感できました。

辻岡さんの成果報告には、折々にアドバイスをくれた中温社の社員が応援に駆けつけた



# あとがき

「VUCA時代」と言われて久しい。

不確実性が高い中での進路選択に重要なことは、自己を知り、社会を知り、自己と社会を接続すること。

あるいは自己と社会を知り、接続しようとする行動そのものではないだろうか。

進路選択にまつわるこれまでの価値観は、学生のバイアスとなるかもしれない。

学生が「彼(社会)を知り己を知る」プロセスを応援する社会に向けて、本誌も微力ながら貢献できれば幸いである。

## 就職みらい研究所の主な調査

### 『就職白書2023』シリーズ

『就職白書2023』関連の資料は本誌に加え、プレスリリース『就職白書2023』、『就職白書2023 就職活動・採用活動の振り返りと今後の見通し』があります。

### 就職プロセス調査

『就職プロセス調査』プレスリリースでは就職内定率(男女・文理・地域別)進路確定率などをタイムリーに発信。

### 働きたい組織の特徴

働きたい組織について、学生対立軸で志向性を調査。学生の働きたい組織の志向が分かります。

### 大学生の地域間移動に関するレポート

大学所在地毎に出身地および就職予定先所在地との関係や、地元就職意向などを分析。

### 大学生の実態調査

大学生(低学年)の大学生活満足度や今後の進路などの意識・行動を調査レポートとしてまとめています。

※調査データは出典元を明記していただければ、基本にご利用いただけます(例:「(調査名)リクルート 就職みらい研究所調べ」)。ご使用に際して就職みらい研究所サイトTOPページ最下部「よくあるご質問／お問い合わせ」の問い合わせフォームよりご一報ください

## 就職みらい研究所のコラム

### これからの「働く」を考える

一般的な就職活動以外での企業との出合い方、起業という選択など多様な「働く」を考えるヒントを紹介しています。

### 新型コロナウイルス感染症に関する企業の取り組み

コロナ禍の採用活動・インターンシップの具体的な取り組みを、採用担当者の方々にインタビューしました。

### 個人と組織の新たなつながり方

大きく変化している個人と組織のつながり方。新たな方法を導入している企業の事例を紹介しています。

### 参考文献

- 初見康行(2017)職場の人間関係が若年者の早期離職に与える影響:アイデンティフィケーションからの実証研究
- 横山明子(2009)大学生の進路選択・決定過程に関する研究:職業的自己実現の観点から
- 時岡良太(2018).「『自分』とは何か 日常語による心理臨床学的探求の試み」。創元社
- OECD (2023), Unemployment rate by age group15-24 year-olds, % of labour force, Feb 2023 or latest available. <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate-by-age-group.htm#indicator-chart>(閲覧日:2023年2月27日)
- 清家 篤(2013).『雇用再生—持続可能な働き方を考える—』。NHK出版
- 海老原 嗣生(2009).『雇用の常識 決着版—本当に見えるウソ—』。ちくま文庫
- 濱口 桂一郎(2013).『若者と労働—「入社」の仕組みから解きほぐす—』。中公新書クラレ
- 伊藤正哉, & 小玉正博. (2005). 自分らしくある感覚(本来感)と自尊心が well-being に及ぼす影響の検討. 教育心理学研究, 53(1), 74-85.
- Stumpf, S. A., Colarelli, S. M., & Hartman, K. (1983). Development of the career exploration survey (CES). Journal of vocational behavior, 22(2), 191-226.
- 安達智子. (2008). 女子学生のキャリア意識—就業動機, キャリア探索との関連—. 心理学研究, 79(1), 27-34.
- 安達智子. (2010). キャリア探索尺度の再検討. 心理学研究, 81(2), 132-139.
- 竹内倫和, & 竹内規彦. (2010). 新規参入者の就職活動プロセスに関する実証的研究. 日本労働研究雑誌, 52(2), 85-98.
- 安達智子. (2019).『自分と社会からキャリアを考える—現代青年のキャリア形成と支援—』。晃洋書房
- 若松 養亮(2012).『大学生におけるキャリア選択の遅延—そのメカニズムと支援—』。風間書房
- 若松 養亮(2020).『大学生の進路未決定と支援』。白井利明(編)『生涯発達理論と支援』。金子書房
- 玄田有史(2004).『自己実現疲れ、個性疲れの若者を支援せよ』。論座, 2004年8月号, 36-39.
- Fretz, B. R. (1981). Evaluating the effectiveness of career interventions. Journal of Counseling Psychology, 28(1), 77.
- 下村英雄. (1996). 大学生の職業選択における情報探索方略 職業的意思決定理論によるアプローチ. 教育心理学研究, 44(2), 145-155.

# 就職みらい研究所Webサイト・Twitter



調査・研究、コラム記事の最新情報はWebサイトで公開しています。本冊子の内容は「就職白書」の 카테고리から閲覧可能です。

URL <https://shushokumirai.recruit.co.jp>



Webサイトへのアクセスはこちら

## ■ サイトTOPページ(イメージ)

### キーワード検索

お探しのデータやコラムに関するキーワードを入力し、検索いただけます

### サイトマップ

弊所の調査・コラム一覧をご確認いただけます

### タグ検索

表示されているタグのテーマごとに関連した記事をまとめてご覧いただけます

### 注目データ

最新調査の注目データを紹介しており、リンクから詳細をご確認いただけます

### メニューバー

調査・コラムをカテゴリー別にお探いただけます

### TOPICS

新着記事をご確認いただけます

### よくあるご質問/問い合わせ

データ引用のご希望や取材・講演のご依頼は、こちらをご確認ください

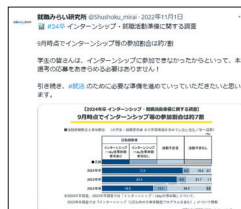
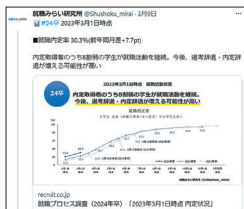
The screenshot shows the homepage of the Shushoku Mirai website. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area features a large banner for the '就職白書 2023' (Job White Paper 2023) with a prominent '30.3%' figure. Below the banner, there are sections for '注目データ' (Featured Data) showing a 30.3% job placement rate for graduates in March 2023, and 'TOPICS' with several article cards. A right-hand sidebar contains a menu with categories like '就職白書', '学生調査', '企業調査', etc. At the bottom, there are logos for Recruit Works Institute and other partners.

## 【Twitterでも情報発信中!】

就職みらい研究所 (@Shushoku\_mirai) では調査データに基づく就職・採用に関する情報やWebサイトの更新情報などを発信しています。



Twitterへのアクセスはこちら



2023年4月7日発行

■ 発行人・編集人 就職みらい研究所 所長 栗田貴祥  
■ 就職みらい研究所 水野理哉、清水山隆洋、杉村希世子、  
徳永英子、中村洋和、林将大、  
浅見有紗、高見佑奈、吉田美咲、  
加藤里沙

■ 制作パートナー 編集・執筆: 衣笠可奈子(Polaris)、日笠由紀  
調査・集計: 中川陽介  
校正: 長谷部喜久子  
デザイン: KuwaDesign  
撮影: CURBON