

2023年9月1日

大阪大谷大学キャリアセンター

卒業生・企業調査報告書 2023

大阪大谷大学キャリアセンターでは、2023年5月1日～5月31日に2020年3月卒業生（卒業後3年経過）、および2018年3月卒業生（卒業後5年経過）を対象に郵送によるアンケート依頼、インターネット回答で調査を行った。また、2023年7月21日、28日に本学学生をこれまでに採用いただいた企業を中心に採用担当者に対して、聞き取り調査を行った。

この卒業生および企業の採用担当者を対象とした調査は、社会人経験に基づく回答による本学キャリア教育の課題を、また企業が新卒学生の採用に際し何を重視しているかを抽出するために2020年度から毎年実施しており、これらを本学のキャリア教育、キャリア支援行事等に反映することを目的とするものである。

なお、昨今民間企業の採用選考の早期化が鮮明になってきており、3回生のサマーインターンシップから採用選考が始まっているとも言われている。その影響を受け、教員採用試験の受験者数の減少を招き、その結果教育の質の低下に繋がるのではないかと懸念されている。もはや3回生3月1日就職解禁日は形骸化している現在の状況を踏まえ、調査対象者の時代状況とは異なるかもしれないが、彼らのインターンシップ、就職活動に関する項目も、今回の調査では加えることとした。

「卒業生・企業調査報告書 2022」で挙げた課題への対応状況

2022年に報告した「卒業生・企業調査報告書 2022」において、3つの課題を挙げた。それら課題への対応状況は次の通りである。

課題1 学生へのB to B企業の認知向上

低認知により採用に苦戦をしている企業と、狭い選択肢からしか就職先を考えないで就活に苦戦する学生のマッチングの一つの方法として、学生がB to B企業を知る機会を設けることの意義を提示した。そして、2回生配当のキャリア形成Ⅱ、3回生配当の企業研究、採用研究といったキャリア教育科目の中で、B to B企業の露出度を上げることを挙げた。

これを受け、2023年1月に行った採用研究（民間企業）では、6社のB to B企業の採用担当者に登壇いただき、各社のビジネスモデルを中心に講演を行っていただい

た。また、2023年度前期の就活力Ⅰ、キャリア形成Ⅱでは、就職支援企業の方によるB to B企業の魅力とその見出し方について講演をいただいた。

一方、学生へのB to B企業の認知向上は、本学でキャリアセンター所管のキャリア教育科目がスタートした2019年度以降の入学者に対しても、授業の中で努めてきた。2019年度入学生はこの春（2023年3月）に卒業した。その中で、B to Bの大手企業に就職をする学生も見られるようになった。具体的には、文学部卒者でミネベアミツミ株式会社、教育学部卒者で株式会社アマダ、人間社会学部卒者でアルプスアルパイン株式会社などである。また、2022年度のあるナビ会社の本学3回生の企業エントリー数のトップに、某B to B企業がトップとなっていた。ナビ会社の担当者は他大学では見られない傾向との意見を頂戴した。

以上のように、キャリア教育科目を通して学生に着実にB to B企業が認知されつつあることが現れてきている。

課題2 学部を超えた日商簿記取得の啓発

昨年度の企業訪問調査で、学部を問わず企業では経営に関する数字の理解力を有していれば望ましいとの意見をいただいた。そこで、本学の文学部と教育学部でも企業への就職志望者に日商簿記の資格取得を奨励することを掲げた。

簿記をはじめとした経営に関する数字の理解力は企業には就職してから必要となり、また就職活動に際しても有利に働く可能性のあることを紹介する内容をキャリア概論に取り入れた。このキャリア概論は文学部、教育学部、人間社会学部の1回生配当科目である。このキャリア概論は2024年度からこれら学部のすべてで必修科目になる予定である。そうすると2024年度から薬学部を除くすべての学生が簿記の重要性、そして日商簿記検定の存在を知ることになる。これに合わせて2024年度から文学部、教育学部、人間社会学部の1回生を対象に、新たに簿記の科目を新設する予定である。

学部を問わず企業を志望する際に、まずは押さえるべき科目、資格として「簿記」の認知を促進し、その入門編にあたる科目も用意されるに至った。今後は全学部の学生がさらに簿記の学びを深める施策と、日商簿記合格への挑戦を促す施策の整備を検討していきたい。なお、文学部、教育学部の学生に日商簿記の資格取得に関心を寄せる者もでており、すでに勉強を始めたり、日商簿記検定の合格者も出始めている。

課題3 教養の重要性の認識

2023年度およびそれ以前の卒業生アンケート結果で、在学中に身につけておきたかった能力の上位に「コミュニケーション力」が挙げられている。ビジネスパーソンとして信頼関係を築くコミュニケーション力の根底には、深く、広い教養があることが前提であることを、昨年の報告書で提示した。

教養の重要性については、キャリア教育科目で紹介できるが、それを学生が実行するかは不確実であると思われた。そこで、まず本学で4年目となる難関企業を目指すキャリアセンター提供の2年間にわたるプログラム「キャリア開拓塾」で、試行することとした。本学には、学生の実践的な言語力、異文化コミュニケーション力を養成するための国際交流や留学の支援を担う国際交流室がある。そこでは、留学生との交流やイベントの企画・運営を担う国際交流室サポート学生を募集している。キャリア開拓塾生はそのサポート学生となり、国際的な視野とコミュニケーション力を養えるかを試行することとした。

2023年調査結果に基づくキャリア支援・キャリア教育の課題

この1年で大学生を取り巻く採用環境が大きく変化しつつある。昨年春に政府がインターンシップでの学生の情報を採用選考に利用をすることを認めた。実際に3年次のインターンシップに参加し、その後早期選考に進んだりなどの優遇を受けるケースは存在していた。民間企業の採用選考の早期化の影響もあると言われた教員採用試験や公務員試験の受験者の減少も生じている。その結果、教員採用試験や公務員試験の時期を早める動きも出てきている。

一方、労働市場においてはコロナによる様々な制限が緩和され、外食業界やホテル業界を典型例とする人手不足が深刻な問題として浮上している。大卒採用に対して総じて企業は積極的になってきている。学生にとっては売り手市場と言われるが、志望する業界によっては買い手市場であることを認識している学生は必ずしも多くはない。

2023年度の課題は卒業生アンケートや企業調査の結果に加え、このような採用環境の変化の動向をも鑑みたものとなった。

課題1 採用選考の早期化定着に対するさらなる対応

就職支援会社各社の調査でも、内定率の推移は前年を上回り、ある調査では3年次終了時点で約50%に迫る結果となっている。今年度の企業調査においても、企業規模の大きい企業ではオープン・カンパニーやインターンシップなどを実施しており、なおかつそれを入口として選考へと繋げているという。また、今回の卒業生アンケートにおいても、2018年度卒業生に比べ2020年度卒業生のインターンシップの参加割合が増加している。さらに、2020年度卒業生の方が一人で10社以上にエントリー、参加している人数が増えている。

今年度からインターンシップの取り扱いが変わり、4つの類型化がされた。その中でインターンシップと称して良いものは、就業体験が必須、「自身の能力の見極め」や

「評価材料の取得」が目的で実施されるものである。半日や1日程度の企業説明を中心としたものは、インターンシップと称せず、オープン・カンパニーというタイプとなる。このうち学生情報を採用選考活動に使用できるものは、インターンシップと称されるうちのタイプ3である。しかし、オープン・カンパニーであっても、参加した学生に採用選考へと促す企画などが実施されているのが実態である。

このような状況を踏まえると、3年次の8月～2月に実施されるオープン・カンパニーやインターンシップに参加するか否かで、志望業界、志望企業への就職できる可能性にも大きな差が生まれることは想像できる。「インターンシップ参加の奨励」、「2回生からのインターンシップ参加促進」をそれぞれ2020年度、2021年度の報告でも課題として挙げていたが、今年度のインターンシップ関連の授業および対策講座の受講者数は著しい減少となった。昨今の状況を踏まえた授業、対策講座の内容の見直しとともに、受講者を増やす啓発対策も講ずる必要がある。

課題2 教員志望者の企業へのキャリアチェンジへの対応

2018年3月卒業生、2020年3月卒業生のアンケートにある卒業時進路を見ると、教育学部卒業の回答者のうち、「企業・公務員・福祉・薬学」の進路を選択した者が少なくなかった。また、現在キャリア教育科目を履修している学生からも教員免許は取るが、企業志望とする声を最近は聴くようになった。教育学部の教育内容は教員になるための教育を前提としており、もし教員志望から他の職種にキャリアチェンジをした場合、学びの内容、就職活動の準備を大きく変える必要がある。しかし、このキャリアチェンジが3年次や4年次になってからとなると、3年次のインターンシップやオープン・カンパニーへの参加の機会を逃し、本意な就職とはならない可能性も大きくなる。

大学に入学して様々な情報や体験をすることでキャリアの志向が変わることがあっても当然である。教育学部に在籍しても、ある程度の人数の者がキャリアチェンジをする状況に至っている現状を踏まえた施策を講ずる必要がある。このようなキャリアチェンジをしても本意な就職を果たすために、1年次や2年次の段階から教育学部を含め教員を志望している学生に対するキャリアチェンジの際の取り組みモデルを示す必要があると考える。

課題3 IT活用力・語学力の習得の奨励と対策

今回の企業採用担当者への聞き取り調査では、採用選考で資格や語学を求めている企業は1社もなかった。採用選考で重視する点は人柄であったり、性格であったりであった。一方「卒業生アンケートで在学中に身につけておきたかった能力」で最も多かったのがIT活用力であった。また、IT活用力に加え、本学学生が苦手とする語学力の必要性も社会に出て痛感している実態も浮かび上がっている。

IT 活用力と関連する授業は1年次配当のコンピュータ技術基礎である。その後、学生自身がスマートフォンではなく、パソコンを使ったワークをどれだけするかが鍵となろう。語学に関しては、本人がキャリアと語学の必要性・重要性をどれだけ認識するかとなる。語学力習得に向けては英語教育センターはあるが、学生の利用度は高いとは言えない。

まずキャリア教育科目の中で社会に出てからのIT活用力と語学力の必要性・重要性を認識させ、その習得の機会をどのように行っていくかの検討が必要と考える。今回の企業調査の対象企業では採用選考で資格、語学は重視しないとの回答であったが、一方でエントリーシートに資格、語学の記載を求めている場合も存在する。従って、IT活用力に関連する資格としてITパスポートがあり、語学検定ではTOEICがある。これらを取得すれば、学生の就職の選択肢も広がることに繋がるのではないだろうか。

調査概要

【卒業生調査】

調査目的：社会人の視点での大学に必要なキャリア支援、キャリア教育を把握する。

調査方法：郵送依頼、インターネット回答

調査対象：大阪大谷大学文学部、教育学部、人間社会学部、薬学部の2020年3月卒業生（676名）、2018年3月卒業生（547名）

調査期間：2023年5月1日～2023年5月31日

回答者数：2020年3月卒業生 93名（回収率：13.8%）

日本語日本文学科 10名、歴史文化学科 1名、教育学科 33名、人間社会学科 6名、スポーツ健康学科 12名、薬学科 31名

2018年3月卒業生 48名（回収率：8.8%）

日本語日本文学科 4名、文化財学科 4名、教育学科 22名、人間社会学科 7名、スポーツ健康学科 7名、薬学科 3名、その他・不明 1名

【企業調査】

調査目的：企業の新卒採用に際して重視する点等を把握する。

調査方法：聞き取り調査

調査対象：本学学生の採用実績があり、大阪府内に拠点を置く企業6社の採用担当者

調査期間：2023年7月21日、28日

	A社	B社	C社	D社	E社	F社
概要	1956年創業 スーパーマーケット チェーン 営業収益：7.654億円 (2023年2月) 従業員数：31,260名 (2023年2月)	1918年創業 医療用機器輸入、製 造及び販売	1977年創業 引越、物流等 売上高：1,445億円 (2022年9月) 従業員数：3,739名 (2022年9月)	1977年創業 不動産 売上高：1,424億円 (2022年1月) 従業員数：796名 (2022年10月)	2017年創業 LPガス及びガス機 器の販売、電気の 販売 売上高：237億円 (2022年3月) 従業員数：716名 (2022年10月)	1973年創業 ビル設備総合メンテ ナンス 売上高：152億円 (2022年3月) 従業員数：728名 (2023年3月)

卒業生調査結果

1. 回答者の卒業時の進路

回答のあった卒業生の卒業時点での進路を学部別でみると、薬学部は企業・公務員・福祉・薬学の進路が主で、他の学部ではこれに加え教職・保育職であった。教育学部では学部の特性上、教職・保育職の進路が2020年3月卒、2018年3月卒の両方で多くなっている。なお、一般的に教職・保育職を目指して入学してきたと考えられる教育学部でも、教育学部の回答者のうち、2020年3月卒で27.2%、2018年3月卒で27.3%が企業・公務員・福祉・薬学の進路を選択している。

2020年3月卒業回答者の卒業時進路					2018年3月卒業回答者の卒業時進路				
	企業・公務員・福祉・薬学	教職・保育職	進学	左記以外		企業・公務員・福祉・薬学	教職・保育職	進学	左記以外
文学部	6	3	0	2	文学部	6	0	0	2
教育学部	9	22	1	1	教育学部	6	15	0	1
人間社会学部	11	4	1	2	人間社会学部	9	5	0	0
薬学部	27	0	0	4	薬学部	3	0	0	0

2. 現在の就業状況

回答のあった2020年3月卒業生と2018年3月卒業生のそれぞれ卒業3年後、5年後の就業状況は、大半が就業状態であった。

2020年3月卒業生の就業状況			2018年3月卒業生の就業状況		
就業者	学校などに在学中	無就業	就業者	学校などに在学中	無就業
85	2	6	46	1	1

3. 転職経験

回答のあった2020年3月卒業生と2018年3月卒業生には、卒業後から現在までの期間で転職を経験している者が、本質問の回答者のそれぞれ26.7%、46.2%いた。本質問の回答者数が、今回の調査回答者数を下回っているのは教職・保育職に就いた者が「転職」という企業をイメージさせる言葉から回答しなかった要因もあったと考えられる。

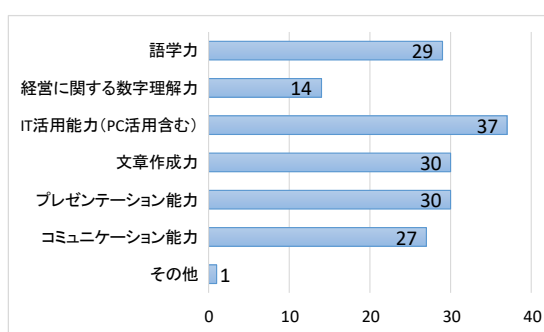
2020年3月卒業生の転職経験			2018年3月卒業生の転職経験		
無	有	退職	無	有	退職
40	15	1	12	12	2

4. 在学中に身につけておきたかった能力

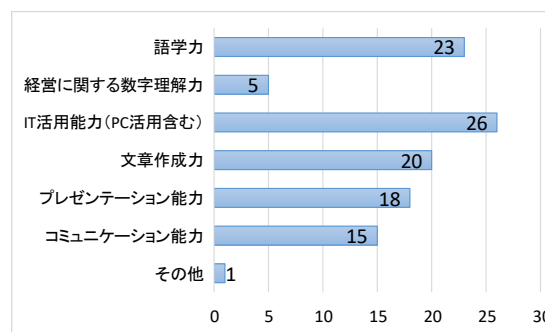
在学中に身につけておきたかった能力として、仕事の場面を想定した「語学力」、「経営に関する数字力」、「IT活用力」、「文章作成力」、「プレゼンテーション力」、「コミュニケーション力」、「その他」の5項目についての質問を用意した（複数回答可）。

両年の卒業生で最も多かった回答は「IT 活用力」で、毎年最も多い項目となっている。また、仕事をしていく上で文章作成力、プレゼンテーション力、コミュニケーション力も必要となる。この3つの能力についても、在学時に身につけておきたかったと振り返っている。昨年の報告でも記したが、現在はキャリア教育科目の1回生担当「ロジカルシンキング」、「ロジカルコミュニケーション」で、この3つの基礎力を養う授業を設けている。但し、これら科目は基本を学ぶものなので、大学生活の様々な場面で自らそれらに磨きをかける姿勢が求められる。授業の中で学生から「プレゼンテーション力を身につけるにはどうすればよいか」といった質問を受けることがある。その際、人と話す機会の多いアルバイトや、発表が頻繁にある授業、ゼミを選択することを薦めている。

語学力についても在学時に身につけておきたかったと回答している卒業生が少なくない。今回の調査対象者の在学にはなかったキャリア教育科目の中で、現在は語学力の必要性を強く説いている。しかし、本学では英語を苦手として挙げる在学生在が多く、英語教育センターなどを活用している学生が少ない現状となっている。



2020年3月卒業生の回答



2018年3月卒業生の回答

5. 在学中の就職活動等について

(1) 就職活動準備開始の時期

2020年3月卒業、2018年3月卒業の企業・公務員・福祉・薬学での就職活動の準備開始が増えてくるのが、2020年3月卒で3回生前期、2018年3月卒で3回生後期であった。6年制の薬学部では5回生ぐらいから準備を開始している。民間企業の採用選考が年々早期化している現状がある。このアンケートの結果からも2020年3月卒業生の就職活動準備開始時期が2018年3月卒業生より早まっていることが伺える。なお、いずれの年度の卒業生の中に、2回生から就職活動の準備を始めていた者もいた。

教職・保育職に就職した卒業生では、3回生前期あたりから準備を開始している。教職・保育職の採用選考は4回生にあるが、採用試験の準備は3回生から本格的に始めていたようである。

2020年3月卒業回答者の就活準備開始時期									
	1回生	2回生前期	2回生後期	3回生前期	3回生後期	4回生	5回生	6回生	未回答
企業・公務員・福祉・薬学	1(1)	1	2	7	7	5(4)	10(10)	4(4)	15
教職・保育職	0	0	2	2	4	4	0	0	17
2018年3月卒業回答者の就活準備開始時期									
	大学入学前	2回生前期	2回生後期	3回生前期	3回生後期	4回生	5回生	6回生	未回答
企業・公務員・福祉・薬学		1	1	2	10	5(1)	0	0	6
教職・保育職	1			3	3	1			12
	()薬学部								

(2) 在学中の就職活動の実施状況

2020年3月卒業の回答者と、2018年3月卒業の回答者と、共通の傾向が認められた。卒業時の進路が企業・公務員・福祉・薬学では、在学中に就職活動を行った者が、行っていない者と比べ圧倒的に多かった。一方、教職・保育職の進路では、就職活動を行っていない者の方が多かった。これは企業・公務員・福祉・薬学と教職・保育職で採用選考の様式が異なるためと考えられる。

在学中の就職活動の実施状況				
卒業時の進路	2020年3月卒業生		2018年3月卒業生	
	行った	行っていない	行った	行っていない
企業・公務員・福祉・薬学	35	15	19	6
教職・保育職	12	17	8	12

(3) インターンシップの参加状況

企業・公務員・福祉・薬学の進路の回答者のインターンシップの参加の有無を見ると、2018年3月卒業回答者に比べ2020年3月卒業回答者の方で参加をしている者の割合が圧倒的に大きくなっている。これは昨今増加傾向にある採用直結型インターンシップが2020年頃にも見られ、当時の学生がこれを意識した行動をとったためと思われる。

教職・保育職の進路の回答者の中にも、インターンシップに参加している者がおり、教職・保育職と企業とを併願しているケースも少なくないことが示唆される。

一人あたりのインターンシップのエントリー数は2020年3月卒と2018年3月卒の両社で5社未満が圧倒的に多かった。2020年3月卒業回答者になると、5社以上をエントリーする者も増えてきていた。この点からも採用直結型インターンシップの浸透が進行しつつあったことが伺える。また、企業・公務員・福祉・薬学の進路の者の方が、教職・保育職の進路の者より、一人あたりのエントリー数が多くなっている。

インターンシップにエントリーをしたからといって、必ずしもインターンシップに参加できるわけではない。申し込み順というものもあるが、抽選、選考などがある場合もある。2020年3月卒業の回答の中には10社～20社が2名いるが、5社未満の参加者が圧倒的に多くなっている。就職未来研究所の2022年11月発表によると、学生

のインターンシップ・1day 仕事体験の平均参加件数は、2022 年卒で 4.03 社（応募は 8.12 社）、2023 年卒で 5.30 社（応募は 9.03 社）、2024 年卒で 5.61 社（応募は 9.32 社）となっている。2020 年卒と割り引いてみても、インターンシップのエントリー数、参加会社数は本学では大学生平均と比べ低いようである。

2020年3月卒業回答者のインターンシップ参加状況										
卒業時の進路	インターンシップの参加		インターンシップのエントリー数				インターンシップの参加会社数			
	有	無	5社未満	5～9社	10社～20社	20社以上	5社未満	5～9社	10社～20社	20社以上
企業・公務員・福祉・薬学	30	8	23	4	3	0	25	3	2	0
教職・保育職	6	6	5	1	0	0	6	0	0	0

2018年3月卒業回答者のインターンシップ参加状況										
卒業時の進路	インターンシップの参加		インターンシップのエントリー数				インターンシップの参加会社数			
	有	無	5社未満	5～9社	10社～20社	20社以上	5社未満	5～9社	10社～20社	20社以上
企業・公務員・福祉・薬学	9	10	8	0	0	1	8	1	0	0
教職・保育職	6	2	5	1	0	0	5	1	0	0

(4) 内定状況

2020 年 3 月卒業回答者、2018 年 3 月卒業回答者で、卒業時の進路が企業・公務員・福祉・薬学である者の内定社数について、1 社が多かった。この中には公務員の者を含むが、おそらく企業から内定をとった者も少なくないと思われる。企業を志望して内定 1 社の場合、第一志望から内定を得た者と、とにかく 1 社内定をとって就職活動終了というケースが考えられる。マイナビの 2023 年卒内定者意識調査によれば、学生一人あたりの内定保有企業数は 2020 年卒で 2.13 社、2018 年卒で 2.03 社となっている。本学では内定保有企業数が大学生平均を下回っている。

教職・保育所では教員採用試験や自治体などを試験日の重複を避けて受験することになる。そのため、内定数も限られてくると考える。それが、教職・保育職の進路の者では、2 社以下が多くなっていると思われる。

2020年3月卒業回答者の内定社数						
卒業時の進路	内定社数 (企業、自治体、学校、保健所、施設等)					
	1社	2社	3社	4社	5社以上	内定なし
企業・公務員・福祉・薬学	20	8	3	1	1	5
教職・保育職	7	2	1	0	0	2

2018年3月卒業回答者の内定社数						
卒業時の進路	内定社数 (企業、自治体、学校、保健所、施設等)					
	1社	2社	3社	4社	5社以上	内定なし
企業・公務員・福祉・薬学	7	5	6	0	0	1
教職・保育職	5	1	1	0	0	1

企業調査結果

1. インターンシップ

令和4年6月の文部科学省、厚生労働省、経済産業省のインターンシップの基本的考え方の3省合意に基づき、令和5年度から一定基準を満たしたインターンシップで得た情報を採用選考に使用できるようになった。これまで夏、秋、冬に行われていた半日、1日程度で行われていた企業説明等を中心とした企業開催のイベントは、この一定条件を満たしたインターンシップに含まれないことになる。それらは3省合意のインターンシップと称さないタイプ1のオープン・カンパニーと呼ばれるものになる。

今回調査した企業6社のうち5社がオープン・カンパニータイプのイベントを実施していた。唯一実施していなかったB社は、その理由として顧客である医療機関への同行が難しいためであった。また、C社は提携している大学とは、オープン・カンパニータイプ以外のイベントも実施していた。昨年度の調査ではこのようなイベントを実施していた企業は6社中1社であった。この1社は他の調査企業より従業員数が約700名と、他の100名程度を大きく上回る企業規模であった。今年度の調査でオープン・カンパニータイプのイベントを実施していた5社は、従業員数はいずれも700名以上であった。このことから、学生向けの企業イベントの実施は、従業員数と関係のあることが推察される。

オープン・カンパニーを実施する時期では夏と秋が最も多かった。また、翌年まで実施する企業も2社（A社、D社）あった。そして、このイベントの参加はいずれの企業も先着順であり、抽選や選考を行っている企業はなかった。

オープン・カンパニーと採用選考の関係では、オープン・カンパニーを採用選考の一環としている企業はなかった。しかし、学生の自社への関心を持続させるための2回目のイベントの案内をしたり、イベント参加者に対する早期選考の案内をしたりなどを行っていた。

今回の調査で従業員数が多く、毎年ある程度の採用人数を予定している企業に、企業の負担も少ないオープン・カンパニーを中心としたイベントが浸透していることが見い出された。企業はそのイベントに参加した学生との縁を採用選考開始時期まで継続させるための工夫をしていることも明らかとなった。このような状況を踏まえると、3年次のインターンシップやオープン・カンパニーの時期までに就職活動に関する意識形成されている学生と、そうではない学生とで、本意な就職の達成に大きな差が生まれることが示唆される。

インターンシップに関する調査結果						
	A社	B社	C社	D社	E社	F社
実施の有無	オープン・カンパニータイプ	実施していない理由として、医療機関の同行が難しいため。	提携大学とはオープン・カンパニータイプ以外を実施。一般学生向けにはオープン・カンパニータイプを実施。	オープン・カンパニータイプ	オープン・カンパニータイプ	オープン・カンパニータイプ
実施時期	5月～翌年2月		夏から	8月～翌年4月	夏・秋	8月・9月
選考方法	先着順		先着順	先着順	先着順	先着順
採用選考との関連	2回目のインターンシップの案内 早期選考の案内		2回目のインターンシップの案内で、選考に繋げる。	1月までに参加した人には、2月から早期選考を行う。	早期選考の案内	始めたばかりなので、今後考えていきたい。

2. 本選考

(1) 2024年度の採用計画

本学の文学部、教育学部、人間社会学部は文科系であることを前提に採用職種を尋ねた。A社～E社までの5社では、販売職、営業職、事務職を募集していた。F社では技術職の募集で、文科系学生も対象としていた。入社後に社内研修なども充実させ、文科系学部出身者でも問題なく働いているそうである。

A社では入社した全員がまず店舗業務からキャリアをスタートさせるという。その後、店舗でキャリアを積む者もいれば、本社スタッフ部門などでキャリアを積む者もいる。

(2) 採用選考開始時期、内々定連絡開始時期

企業説明会開始をも含めた採用選考開始の時期は、B社～F社の5社では3年次の2月～3月であった。そして、これら5社の内々定連絡開始時期は3年次の3月～4年次の6月であった。一方、A社については、採用選考開始の時期は3年次の10月で、3年次の12月には内々定を出し始めている。

C社では現在3年次3月に採用選考を開始しているが、今後もその時期を早める予定はないという。その理由として、学生の第一志望群に入る業界ではないので、早めてもその後の内定辞退が出ることになるからだという。

採用選考開始時期および内々定連絡開始時期は、自社の属する業界に対する学生の志望度、企業規模も考慮の上で決定されている内実が浮かび上がった。

(3) 全般で重視する点

今回の調査企業5社では販売職・営業職、1社では技術職の募集であった。販売職・営業職での顧客は個人客、法人客であり、また技術職でも業務内容は保守、施工管理で、法人客と直接関わるものであった。さらに、個人客への営業の中には、顧客宅に伺ってのものもあった。このような業務内容から、顧客対応ができるかを最も重視しているとのことであった。具体的には、顧客の話をしっかり受け止められる傾聴力を踏まえたコミュニケーション力があるかである。そのコミュニケーション力で

も、あらゆる世代の方々とコミュニケーションがとれるかも重要だと指摘している。その上で、自らの頭で考え、行動ができる主体性があるかを重視しているとのことである。

このような点は確認するために、面接を重視しているそうである。面接の中でアルバイトの話題などを取り上げ、どのようなアルバイトを志向し、どのような仕事をしていたかなどを確認したりしているそうである。

(4)成績、資格、語学など

今回調査したすべての企業で、資格や語学は重視していなかった。必要な資格は入社後に取得してもらうとのことであった。また、今回の調査企業は直接海外との取引、外国人客との接点がないため、語学を重視してはいないという。ただし、資格や語学欄に記載があれば、その記載内容によっては頑張り力のある人物というように評価をしているとのことであった。

内々定を出す前に成績証明書の提出を求めている企業は1社のみであった。他は内々定後であった。成績は大学を横並びで一律に比較できないので、無事に卒業できる単位数に達しているかの確認程度に使用しているそうである。

(5)エントリーシート

エントリーシートには、会社で用意した紙でのもの、WEB、自分で用意したものなどであった。また、E社ではマイナビのマイキャリアボックスを使用していた。

(6)試験

試験はC社以外では実施をしていた。C社ではかつてSPIを実施していたが、SPIの結果と営業活動の結果に相関がなかったので辞めたという。また、A社は性格検査のみを実施していた。B社とF社では自社で作成した試験（英語、数学、国語にB社では作文、F社では一般教養）を実施していた。なお、B社では性格検査を行っておらず、その理由として面接の重視を挙げている。

D社とE社ではWEBテストを実施しており、その内容は言語、非言語、性格検査となっている。

(7)面接

調査企業での面接回数は2回～4回であった。2回が3社（A社、B社、E社）、3回が2社（C社、F社）、4回が1社（D社）である。また、役員面接を含んでいるのは4社で、A社とB社では面接に役員は関わっていない。A社によると、まずは店舗配属の販売職からスタートしてキャリアが進んで行く。人事部の自分たちもそのキャリアの中でどのような人物が入社して活躍しているかを実感しているので、面接を人

事部に任されているとのことであった。

本選考に関する調査結果						
	A社	B社	C社	D社	E社	F社
2024年卒の採用職種	販売職 全員、店舗からスタート	営業職、技術職、 事務職	営業職	営業職、事務職	営業職、事務職	技術職(保守、施工管理)
採用選考開始時期	10月(3年次)	2月(3年次)	3月(3年次) 選考を早めても第一志望群となる業界ではないため。	2月(3年次)	3月(3年次)	3月(3年次)
内々定連絡開始時期	12月(3年次)	4月(4年次)	4月(4年次)	3月(3年次)	6月(4年次)	3月末(3年次)
全般で重視する点	全学部対象 一緒に働きたいか。 客対応ができそうか。 学生時代に幅広い年代の人と関わった経験(店舗でパート、アルバイトとのコミュニケーションが必要なため)。	営業職、事務職は全学部対象、技術職は理系学部対象 主体性を持って行動ができるか。 ストレス耐性があるか。	全学部対象 相手の話を聞き、提案することができるか。 学生時代に自立した行動経験があるのか。	何でもやろうという姿勢があるか。	全学部対象 家庭に伺って営業をするので、傾聴力があるか、丁寧な応対ができるのか。	全学部対象 顧客対応ができるコミュニケーション力と傾聴力があるか。
資格・語学など	重視をしていない。	重視をしていない。	重視をしていない。	重視をしていないが、その資格、語学検定から、頑張り力は判断できる。	重視をしていない。	重視をしていない。 入社までに普通自動車免許の取得を求めている。
エントリーシート	会社が用意したもの	自分で用意した履歴書	WEBエントリー	WEBエントリー	マイナビのマイキャリアボックス	自分で用意した履歴書
試験	2回(TAPと性格検査)	自社で作成したもの(英語、国語、数学、作文) 性格検査は行っていない。面接を重視している。	実施していない。 理由として、SPIと営業活動が関連していないことが、過去の事例で分かったため。	WEBテスト(言語、非言語、性格)	WEBテスト(言語、非言語、性格)	自社で作成したもの(英語、国語、数学、一般教養) 性格検査(DPI)
面接回数	2回(いずれも人事部のみ)	2回実施 一次面接は人事部長 二次面接は営業部長	3回 一次面接は人事部主任 二次面接は人事部副部長 三次面接は人事担当役員	4回 一次面接は営業所長 二次面接は営業部副部長 三次面接は人事部 四次面接は役員 学生は対策してくるので、面接を重視している。	2回 一次面接は人事部長、人事部マネージャー 二次面接は社長、副社長、統括部長	3回 一次面接は人事、支社長 二次面接は役員、人事課長 三次面接は社長

3. 昨今の応募学生の印象

地元志向、安定志向を指摘する企業が多い。転居を伴う異動は嫌がり、内々定後、転居のある異動のない企業に内々定したので辞退するといったこともあったという。地元にいられる、自分の価値基準と合えば、どのような会社や仕事であっても良いと考える学生も少なくないそうである。また、会社のネームバリューにこだわらない学生もおり、学生の企業・職種選択の基準も変わってきていると指摘する。

また、基本的な躰ができていない学生も出てきている。内々定後に提出や連絡などを期限が来てもなされない。期限・時間にルーズである性格は選考では見抜けず、そのような学生が紛れ込む場合もある。そのような場合は、配属先の上長にその旨を伝えているという。

昨今の応募学生の印象						
	A社	B社	C社	D社	E社	F社
印象	消極的な学生が増えている。 働くイメージを持っている学生が少ない。	自身の価値基準に合うなら、どの業界でも良いと考えており、業界を絞っていない。例えば、転勤がない企業、福利厚生が良い企業	地元志向、安定志向が強くなってきている。	自分の希望が通るかを尋ねる学生が増えた。 転居を伴う異動を嫌がる学生が増えている。	地元志向が強い。 転居を伴う異動は嫌がる。自分の条件優先で、会社のネームバリューにもこだわらない。	地元志向、安定志向が強くなっている。 事前に準備をできないことをしない者も増えている(持参する物の間違い、期限が守れないなど)