

研究論文

業界研究の実践における学生の意識変化

岡田 一範

高田短期大学キャリア育成学科

1. はじめに

近年、就職活動において中小企業や特定の業界を中心に学生の売り手市場が続いている。売り手市場の大きな理由は人手不足である。労働可能人口の減少、リーマンショック時に採用数を絞った結果の中堅社員不足等、一言で人手不足と言ってもその内容は置かれている状況によって異なっている。しかし、人手不足を原因とした売り手市場であっても、全ての学生がその恩恵に預かり、スムーズに就職活動が進められているかといえばそうではない。例年、就職活動において悩む学生や、思い通りに内定を得ることができない学生がいることが現状である。

新人を採用するということは組織の将来の命運を握る人選をすることであり、簡単な意思決定ではない。一般的に組織で人材の質を維持するのに必要とされる倍率は3倍¹とされているように、売り手市場であっても採用に関して厳正な人選が行われることから、学生は売り手市場、買い手市場は関係なく就職活動に対して高い意識を持って臨まなければならない。つまり就職活動においては時代の変化に関係なく、高い意識で臨んだ学生が自らの臨むキャリアを実現できる可能性が高くなる。

ただ、明確に希望する業界を持ち就職活動へ臨んでいる学生は少なく、休み、給料などの労働条件や、職種に対する希望から自らの進路を決めている学生が多いことも感じている。就職活動において重要となるのは職種研究ではなく、業界研究である²。業界研究を行うことはビジネスモデルや収益構造を知ることにつながり、自らの進路の選択肢を増やすことが期待できる。また希望する業界がない場合でも、業界研究を進めることで新たな業界に興味を持つ可能性も含んでいる。筆者は就職活動とは内定を得て、社会人になる権利を得る場ではなく、それを介して自らの人生観や理想の社会人像を考える場であると捉えている。就職活動をする場合は業界研究を行い、その業界に属する企業全体の業務を理解して、自らが理想とする社会人像を実現できる業界を考えていかなければならない。そのためにも教員は学生に幅広い知識、選択肢を与えて、その中から学生が自らの進路を決定していくことができるような教育を提供しなければならない。このことを短期大学において現在の就職活動のスケジュールから考慮するならば、1年生の半ばから就職活動に向けての意識を高めていかなければならず、正社員として働く重要性を理解させること、就職活動における新たな選択肢を与えることが必要となる。

今年度は学生に進路に関して新たな選択肢を与え、業界に対する意識変化を促すことを目的に学内業界研究セミナーを開催することとした。この学内業界研究セミナーを実施することで学生にどのような意識変化がもたらされるについて調査、検証する。

2. 就職活動の流れと業界研究実施へのステップ

図1で示すように経団連の指針による現在の就職活動は採用情報公開を3月1日、面接などの選考は6月からとなっている。しかし、このスケジュールは経団連が加盟企業に求める指針であり、全ての企業に当てはまるものではない。マイナビによる2019年卒マイナビ企業新卒採用予定調査では3月からの採用情報公開は守られているものの、65%の企業が3月から4月に面接を開始しているという調査結果が出ている。それに加えて3月までに企業や各自治体においてone dayインターンシップや、業界研究セミナー、仕事研究フェア等、採用に近い内容のセミナーが多数開かれているのが現実である。

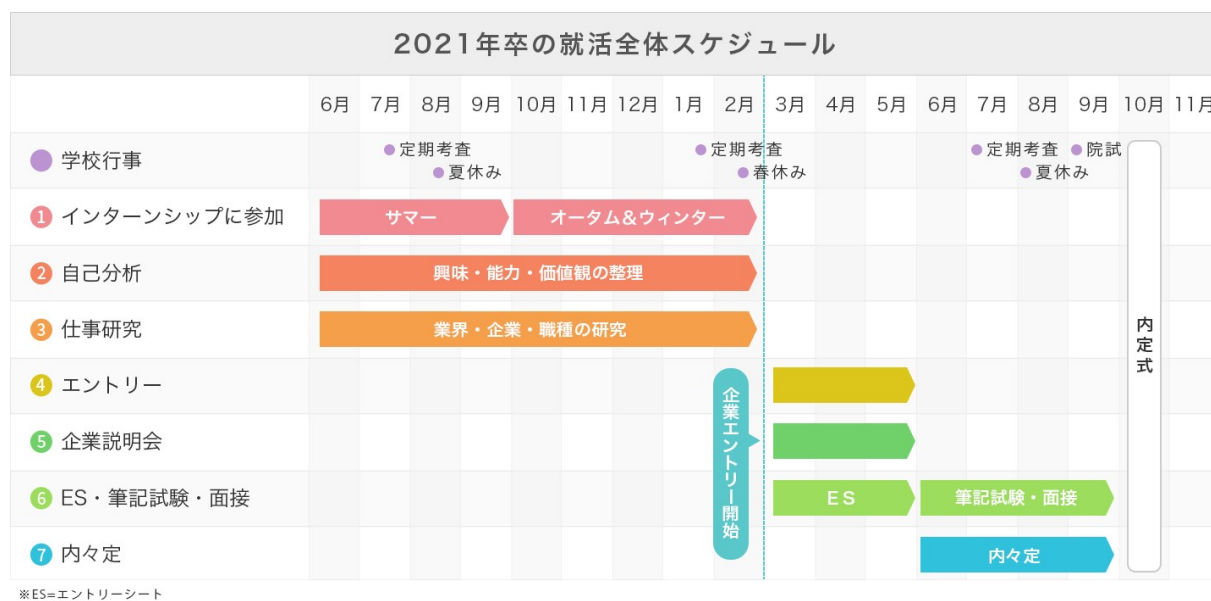


図1. 就職活動のスケジュール (出所:マイナビホームページ)

四年制大学であれば1,2年生段階から学業と両立を図りながらこの流れに向かって就職活動を進めるための段階を踏んだ教育を施すことが可能だが、短期大学においてこの流れの中で就職活動へと学生を向かわせるのは、日程的にも学生の成長度から見ても困難である。マイナビが示すように6月から企業研究や業界研究を短期大学においても推進するのであれば、入学して3ヶ月も経たないうちから就職活動への意識づけをしていかなければならないということになる。しかし、短期大学における1年生6月は大学生活に慣れはじめ、大学での学修方法を身に付ける場であると位置づけている。また、学生の多数も就職活動に向けて高い意識が醸成されているのかとえばそうではない。従ってこの段階では業界を理解する前に、自分自身を理解することが重要であると捉え、自己理解を深める取り組みに重点を置いている。1年生後期に就職活動に向けて本格的なスタートが切れるように、1年生前期では業界研究を進める準備段階と位置付け次の取り組みを実施した³。

①キャリアデザインシートの作成

キャリアを考える上では2つの軸が必要になる。1つ目は職業の経歴(ワークキャリア)、2つ目は生

涯の経歴（ライフキャリア）である。キャリアを考えるとワークキャリア、そのための就職ということが頭に浮かびがちである。人間は生涯の中で大半を組織人として過ごすことから、大学においてキャリア教育を施す上で就職活動への意識が中心となるのは当然の流れである。しかし、キャリアデザインをする場合、生涯のキャリアを充実させ意義のあるものにするために職業としてのキャリアをどう考えるのかということが重要になる。ドナルド・スーパーはキャリアを「役割」と「時間」の視点で捉え、それぞれの概念を取り込んだ「ライフ・キャリア・レインボー」を表した⁴。

この概念に従えば人間は生まれながらにして子どもという役割を持ち、成長し学校へ通うことでの学生としての役割、働くことでの労働者としての役割、夫や妻、親として家庭人の役割など、人間はいくつもの役割を同時に経験している。

このような様々な役割の一つとして組織人としての活動が位置づけられるように、生涯のキャリアを描く行程の中でどんな組織人になりたいのかを考えさせることが重要になる。従って授業の中では家庭人としてのキャリアデザインと組織人としてのキャリアデザインを並列に取り組みせ、大きなキャリアという枠組みの中で組織人としての役割を位置づけたキャリアデザインシートを作成させた。

②働く意義の理解

業界研究を実践させる前段階として働くことの意義を学生に理解させることにも取り組んだ。この意義が分からなければ就職活動へ向かわせることは難しい。たとえ内定を得たとしても早期離職やミスマッチを起こす可能性が高い。アブラハム・マズローの5段階欲求⁵の考えを基に、働くことは経済的な自立を果たすだけでなく、自己実現することの重要性を説いてきた。筆者は生きていくための経済性追求を否定する気はなく肯定的に捉えている。しかし、それだけで働く意義を学生に理解させることは難しい。定年が延長される時代であり、今後50年近く働くことを考えるならば、性格や特技、なりたい自分、理想の社会人像等を考慮したうえで働くことが、自分自身の成長につながることを理解させなければならない。そのために先述したキャリアデザインシートにおいて「10年後になりたい自分」をイメージさせ、それを実現するために何が必要なのかを逆算して考えさせる中で、働く意義を理解させられるように取り組んだ。それに加え女性が社会で活躍している実例を示しながら、産休や育休制度、年金、保険制度などの仕組みから、これらは主として正社員でないと取得が難しい現実も理解させてきた。

3. 業界研究の実践

筆者が担当しているキャリア教育の科目の一つに「キャリアガイダンス」がある。これは短期的なキャリアの実現を目的として就職活動に向けてどのように対応するのかを主眼に置いている1年生後期の科目である。講義の中で就職活動における必須事項に①自分を知る②人間性と能力を高める③自分を伝える。コミュニケーション能力を高める④業界研究と企業選びの4つを示し、①と④を重点的に展開してきた。この2点を重視した理由は、学生が就職活動を進める上での第一段階に「自己分析」と「業界研究」が挙げられるからである。マイナビでも就職活動のSTEP1に“自己分析と仕事研究が位置付けられ、自分を知り、業界・企業を知る”を挙げ、自分の希望、特性と求められていることのすりあわせの

重要性が説かれている。自分を知ることは自己PRの作成に繋がり、仕事研究は志望動機の作成に繋がる。この2つの作業がSTEP2である。これら2つが合わさってエントリー、選考へと進むことになる。しかし、この2つのステップにおいて何をどこまで実践すればよいのかわからず悩む学生が多い。そのような学生に対しては「就職活動における業界研究と自己分析は自分が納得するまでやりなさい」と指導し、徹底的に自分自身と向き合わせることの重要性を説いている。

今年度は12月に「学内業界研究セミナー」を開催するにあたり、以下のような手順と内容で学生の業界理解を深める教育を行ってきた。業界研究を実践させるにあたり業界全体の構造や動向を大まかに把握することで「広く浅い」第一段階と、業界を細分化し具体的に業務内容を把握する「狭く深い」第二段階を分けることが重要である。

① 学内業界研究セミナー参加業界の事前研究

学内業界研究セミナーでは製造業、金融業、自動車販売業、複合サービス業、運輸業、医療の6つの業界を招いて実施するにあたり、受講者全員に全ての業界を研究することを徹底した。研究するツールにマイナビの「就活大百科キーワード1000」や「業界研究大図鑑」を活用し、仕事内容（対象、内容、収益構造等）、業界に関する感想（強み、長所などがどう役立つのか）、現状と将来性、該当する企業、関連業界等に関するワークシートを作成した。

② 学内業界研究セミナーの実施

上記のような事前準備を経て、学内業界研究セミナーを実施した。前半は6つの業界がそれぞれ15分間で業界の業務内容、求める人物像等の説明をし、後半はブース形式で希望する業界を2つ選び、個別説明会ならびに質疑応答を行った。ここで重要になるのは、事前研究への取り組み方である。事前研究の中で学生が自らと向き合い自らの能力が発揮できる業界を座学の中で考え、自らの可能性を広めていくことで、セミナーの本番に向かう姿勢として大きな違いが出る。

4. 学生の意識変化

このような一連の流れの中で業界研究へ取り組ませてきたが、学生と関わる中で、業界に対する理解不足、知名度や労働条件で受ける会社を決めている学生が多いことを感じている。そのような学生に対して自己実現が可能なビジネスモデルを持った業界を理解させること、これまで興味のなかった業界であっても調べる、話を聞くという業界研究を通じて新たに興味を持つことが期待される。特に話を聞くことにおいて、実際にその業界で働いている方の生の声を聞くことで学生の意識が高まるのではないかと考えている。

業界研究を施すことで、希望業界を持つ学生はよりその希望を強くする、希望業界の有無に関係なく、それまで興味のなかった業界に対しても業界研究を介して興味を持ち、新たな視野が開けるのではないかと仮説を検証することを目的にアンケートを実施し、その結果を分析する。

4-1 アンケートの概要

調査時期：事前アンケート（令和元年11月14日（木））、事後アンケート（令和元年12月5日（木））

調査対象：高田短期大学キャリア育成学科1年生、令和元年度キャリアガイダンス受講生60名

調査方法：高田短期大学LMSシステムmanaba

4-2 アンケート結果の分析および考察

アンケート結果の分析および考察を行いたい。学内業界研究セミナー実施に先立って行った事前アンケートによれば11月時点での学生の希望業界の有無は図2で示す通りである。

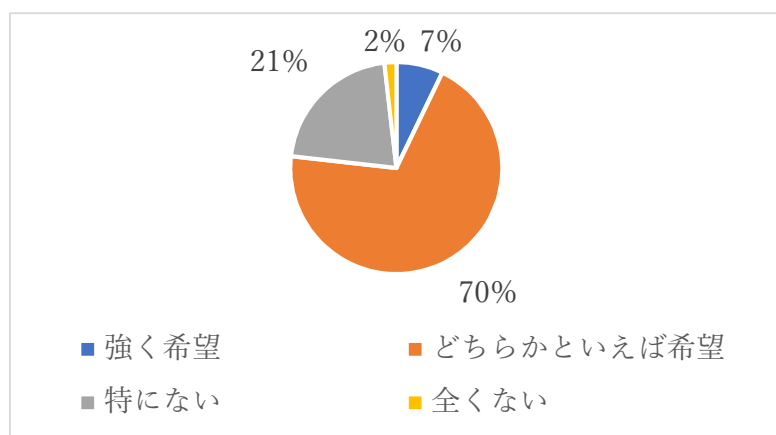


図2. 学内業界研究セミナー実施前、希望業界意識

この結果によれば強く希望する業界を持っているのは7%であり、大多数の学生はこの段階で希望業界を絞り込めていない状況である。また、希望業界がない学生も23%おり、就職活動をしなればいけないことは理解できているが、まだまだこれから考えていくという状態である。強い希望業界がある7%学生は希望業界を軸にして就職活動を進めていくことが推測されるが、残りの大多数の学生に関しては就職活動が本格化するまでの数か月で希望業界が絞り込まれる可能性や、それまで意識していなかった業界を希望先とする可能性もあり、大きな意識変化が起きる可能性が高い。

図3は学内業界研究セミナー実施後に、それまで興味があった業界に対する意識変化を表したものである。

事前研究も含めて興味を持っていた業界の話聞いたことで、より興味が強くなる肯定的な傾向を見て取ることができる。81%の学生がより興味が強くなり、17%の変わらないと答えた学生も、もともと興味があった業界であるので、興味は変わっていないという肯定的な意見として受け取ることができる。

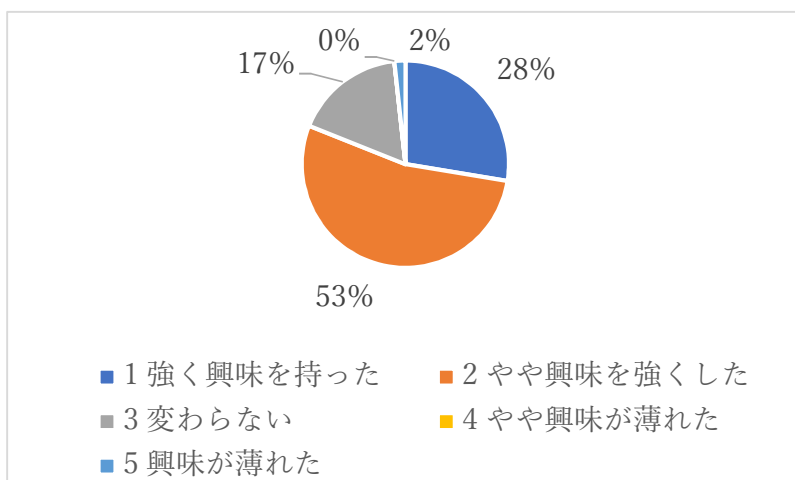


図3. 学内業界研究セミナー実施後の意識変化
興味のある業界編

変わっていないという肯定的な意見として受け取ることができる。座学やイメージなどでなんとなくでも興味を持っていたとしても、実際にその業界の方と関わることは大きなインパクトになったと推測ができる。そのような学生にとっては就職活動における業界の軸を見つけることができたのではないだろうか。

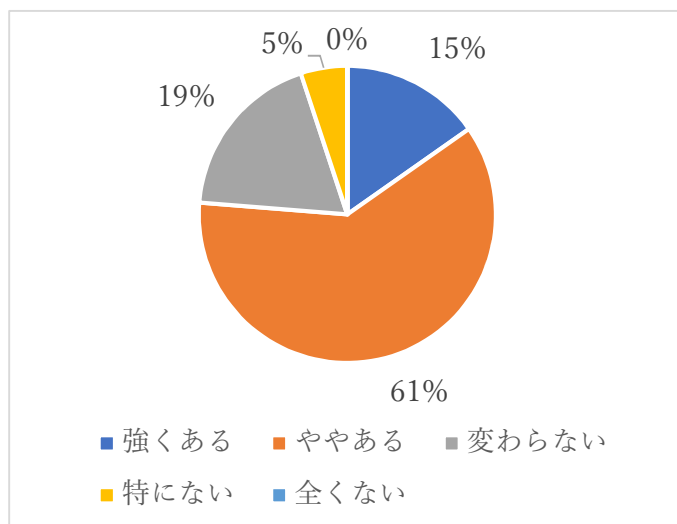


図4. 学内業界研究セミナー実施後の意識変化
興味のない業界編

図4はそれまで興味のなかった業界に対して、業界研究を行うことで起きた意識変化を表したものである。それまで興味がなかった業界に対しても76%の学生が新たに興味を持ったことを示している。興味がなかった業界であっても調べる、話を聞く等の行動をさせることで新たな興味を持つことが示され、業界研究を通じてそれまで持っていたイメージが変わったと考えられる。これまで興味がなかった業界に新たに興味を示すことは食わず嫌いを克服することと同じである。つまり、その業界を調べなかったことは自らの可能性を狭めていた

ことになる。しかし、授業の一部ではあるが業界研究を行い、新たな興味関心を持つことができたことで自らの可能性を広げることにも繋がっていく。今回、実施した学内業界研究セミナーでは、業界に対して幅広い知識を付けることを目的としていることから全体セミナーで全員に6つの業界の話聞かせることにした。重要なのはそれまで興味のなかった業界であっても実際に話を聞くことで、興味を持つようになった学生が多くいたことである。従って業界研究を行わせる場合は学生の興味、関心を考慮しながらも幅広い生の情報を提供することが有効な教育手法であると考えられる。

今回の調査で仮説として立てた業界研究を通じての意識変化は大きく起こり、仮説を立証することができた。今回は授業の枠組みの中で業界研究を行わせたことで、時間の制約上6つの業界を研究させることに留まった。この6つ以外の業界に興味を持っている学生も少なからずいると推測されるが、この方法論を知っていれば他の業界研究にも応用可能である。

5. おわりに

今回の業界研究に対する取り組みから興味がある業界に対しては、強く興味を持つようになり、これまで興味がなかった業界であっても調べ、話を聞かせることで新たに興味を持つことが明らかになった。あくまでこの数字は高田短期大学の学生に対する調査結果であるし、サンプル数の少なさのご指摘を受けることは承知している。従って今回の調査精度を上げるためには、他大学等でキャリア教育に携わっている教員の協力が不可欠となる。

今回の業界研究の教育を受けた学生たちがどのような進路決定のプロセスを経るのか。現時点で興味を持った業界へ進路決定をするのか、否か。現時点で興味のなかった業界へ進路決定をするのか、否かを継続的に研究することによって、新たな業界研究の教育方法が編み出せると感じているので、この件に関しては継続課題としておきたい。この一連の業界研究は就職活動におけるスタートに向けての準備段階である。学生たちが授業で身につけた業界研究に対する知識や方法を今度は自らの手でより充実した

ものにできれば幸いである。

【謝辞】

学内業界研究セミナーの開催にあたり、ご多忙中にもかかわらず学生たちに貴重で有益な学修機会を与えて下さった6つの業界の方々に厚く御礼申し上げます。

註

¹ 毎日新聞 2019年12月23日(月)

² 業界研究の重要性に関しては拙稿「職業選択における業界研究の重要性に関する一考察」『高田短期大学キャリア研究センター キャリア研究センター紀要・年報 第5号』2019年3月を参照いただきたい。

³ 業界研究の具体的な進め方に関しては拙稿「職業選択における業界研究の重要性に関する一考察」『高田短期大学キャリア研究センター キャリア研究センター紀要・年報 第5号』2019年3月を参照いただきたい。

⁴ Super, D. E., Savickas, M. L., & Super, C. M. (1996). The life-span, life-space approach to careers. In D. Brown & L. Brooks (Eds.), *Career choice and development: Applying contemporary theories to practice* (3rd ed.). San Francisco: Jossey-Bass. pp. 121-178.

⁵ A. H. マズロー著、小西忠彦訳『人間性の心理学(改定新版)』1987年、産能大出版部

(参考文献)

- ・仙崎武・下村英雄編訳『D. E. スーパーの生涯と理論』図書文化、2013年
- ・渡辺三枝子編著『新版キャリアの心理学』ナカニシヤ出版、2007年