

職業選択における業界研究の重要性に関する一考察

岡田 一範

高田短期大学キャリア育成学科

1. はじめに

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。就職情報サイトの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。自己PRと志望動機の2つから面接の質問項目のほとんどが出されており、就職活動の中での最重要項目と言ってもよい。

裏を返せば自己分析と業界研究の2つに重点を置き、早い段階から対策を取っておけば就職活動に対する不安を減少させ、自信を持って進めることができる。しかし、日常の学生指導において学生のこれらに対する意識の低さを感じる一方、「職種」に関しては一定の知識や希望を持っていると感じている。しかし、職種に対する希望だけで、自己の能力や特技を生かすことができる就職先を見つけ出すことはできない。また、職種という偏った希望だけで就職活動を進めると、大きな壁にぶつかる可能性が高い。従って本稿では就職活動における業界研究の重要性を説き、進め方の検討と示唆をすることが目的である。

2. 業界研究の重要性

筆者は毎年、ゼミナールの学生を中心に就職活動に関する面談を行っている。その中で感じるものがいくつかある。就職先の希望を聞くと明確に希望する業界を持っている学生は少なく、休み、給料などの労働条件や、漠然と事務職という職種に対する希望を持っていることが多い。このような希望を持つことは決して悪いことではなく、職種に主眼を置いて就職活動を進めることも不可能ではない。自分が希望する職種の求人を探し、履歴書、エントリーシートを作成し、採用試験に臨めば良い。現在の労働力不足の状況下であれば内定を得ることも可能であろう。しかし職種に重点を置くと、業界全体の流れや企業概要が分からないまま就職活動を進めることになり、面接内容が希薄化するデメリットを含んでいる。また、内定を得たとしても、必ずしも希望職種に配属されるとはかぎらない。職種は本人の希望に沿うが、基本的には組織が決定するものであるからである。つまり職種に重点を置いて就職活動を進めると、希望の職種に配属されず、仕事にモチベーションを持つことができない状況や、場合によっては早期離職に繋がる恐れもある。職種ではなく業界として全体の働き方を知り、働き始めることで、就

職後のミスマッチを防ぐ効果が期待できる。

働くことの意味の一つは経済的な自立であり、もう一つは自己実現であると考えられる。生きていくために経済性の追求は必要であるが、それだけで今後 40 年近く勤務することを決めることはできない。働く上で性格や特技、なりたい自分、理想の社会人像等を考慮したうえで働き方を考えていかなければならない。

働き方を知るという意味では企業研究も重要である。ただ、筆者は企業研究以上に業界研究の重要性に重きを置いている。企業研究は個別企業の概要、事業展開、顧客、商品、売上高等を調べ、理解を深めるために行うプロセスである。しかし、平成 30 年 6 月に総務省統計局が発表した平成 28 年経済センサス活動調査によると、現在の日本に法人が 187 万 7438 企業（全企業等の 48.7%）、個人経営が 197 万 9019 企業あり、合計で約 386 万企業存在している¹。

企業研究は重要であるがこれだけの企業が存在していると、興味を持った企業を一つひとつ調べることは物理的に困難を伴う。個別の企業研究を行う準備段階として業界研究が位置づけられる。業界とは同じ産業に関する組織の集まり、つまり先述した企業や仕事内容で共通点を持つものをカテゴライズすることである。業界研究を進めることで、その業界に属する企業全体の業務を理解することにつながるのである。全体を理解することで就職活動を進める軸ができる。出来上がった軸を基にして、個別企業の研究に移ることになる。つまり企業研究は興味を持った業界や志望する業界が決まった後に行うべきものである。

一方、業界研究を行うということは、どのようなビジネスモデルで仕事が進み、どのような収益構造で仕事をしているのかを理解することにつながる。企業は顧客目線ではなく、企業人目線で物事を捉え、いかに利益を生み出すことができるかを考えられる人物を採用する。

企業数は膨大であるが、業界は大きく製造業、卸・小売業、情報・通信業、商社、サービス業、金融業、マスコミの 7 つに分類が可能である。これらの業務内容を簡単に見ていく。

製造業・・・日常生活に必要なモノを作る企業。部品や素材を作る企業も製品を作る企業も「何を作るのか」は関係なく、何かを製造していれば製造業として分類される。主に自動車や家電など長年使用する製品を開発・製造する「耐久消費財製造業」、食品や医薬品など日常生活で使用する商品を開発・製造する「生活用品製造業」、鉄鋼や繊維、自動車・電子部品、半導体などの素材を開発・製造する「原料・部品製造業」、OA 機器や医療機器、プラント設備などを開発・製造する「機器・機械製造業」などのさまざまな製造業が存在する。

卸・小売業・・・商品の仕入と販売の再販売購入を生業とする企業。自ら工場を持ち、自社で商品を製造することは基本的になく、仕入れた商品を販売する。主に小売業に商品を販売する商業者を卸売業、主に最終消費者に商品を販売する商業者を小売業と呼ぶ。

情報・通信業・・・電話に加え、通信ツールを開発・提供する通信、企業経営に関わる悩みや課題を解決するシステム等を開発・販売するソフトウェア、プロバイダーや、ニュース情報等を配信するポータルサービスを提供するインターネットサービス、さまざまな情

報を紙媒体やインターネットで提供する情報サービス、課題や問題点を見つけ、解決策を提案するコンサルティングがある。

商社・・・・・・・・輸出ならびに国内における物資の販売業務を中心にした、卸売業を営む企業。商社の役割は商品を企業から仕入れ企業に販売する、企業間取引を行う。

サービス業・・・広義には第三次産業とほぼ同義で形のない財を提供する非製造業全般の企業。狭義には日本標準産業分類において第三次産業のうち、電気・ガスや水道業などのインフラや、銀行業などの金融業・保険業、不動産業、卸売・小売業、医療・福祉、公務などといったように他の産業分類として定義されている分類に当てはまらないものを指す。介護福祉、教育、レンタル業、アミューズメント施設等が該当する。

金融業・・・・・・・・金融商品を扱う企業。「お金」の面から企業や消費者の生活を支える仕事をする。預貯金や資金の貸し出し等を行う銀行、株券売買や新株発行のサポートを行う証券会社、個人や企業の命や固定資産を保障する生命保険会社、損害保険会社、銀行以外で貸付業務を行うノンバンクがある。

マスコミ・・・・・・・・ニュース、情報、映像や音声コンテンツを伝達する企業。ニュース情報を紙面で伝達する新聞、情報や映像コンテンツを提供するテレビ、音声コンテンツを提供するラジオ、書籍や雑誌等を発刊する出版、広告や販促として広告媒体を制作する広告業がある。

「業界研究」は、世の中にある業界の種類や特徴を知り、興味を感じ、自分が行きたいと思う業界を見つけるために行うものである。このように分類した業界も、もっと細分化することは可能である。ただ、興味を持った業界を発見するという目的を考えると、7分類で十分である。先述した膨大な企業の業務内容もこのように細分化が可能である。このように細分化をしておくことで全体の流れを掴むことができると同時に、個別企業の研究を行う場合でも特色が見つけ出しやすくなる。

業界研究を進めるときに注意すべきことが3つある。一つ目は業界の全体像を捉えることである。世の中にある企業は多種多様なビジネスモデルや分類から成り立っているため、全体像を捉えるのは容易ではない。しかし、大きな分類である業界を知ることによって社会の構成図を理解することができ、幅広く見ることによって企業選びの選択肢が広がる。

二つ目は業界ごとの特徴を理解することである。業界が取り扱う商品やサービス、主要顧客が対企業なのか、対消費者なのか等を知ることが業界を理解するうえで欠かすことができない。

三つ目は業界の成長性・安定性を知ることである。業界の成長性を知ることが、将来のキャリア形成にも大きな影響を与える。業界選択において、自分自身のキャリアデザインと業界の成長性をクロスして考える必要がある。

業界研究は就職活動における軸を作るという意味で重要である。企業数は膨大にあるが業務内容に限定すれば、大きく7つの業界に分類が可能である。この分類の中で自分自身が興味を持つ業界はどこにあるのかを見つけることはそこまで難しいことではない。企業規模の大小、勤務地、給与等の条件は異なるが、働き方を見たときに自己実現が可能な業界はどれなのかを一人ひとりが感じて見つけていく必

要がある。それを見つけることができれば、そこに属している企業の中から、自分自身が描くキャリアを達成できる企業はどこなのかを探していけば良い。

3. 業界研究の進め方

ここまで業界研究の重要性を説いてきたが、ここからは業界研究の進め方を検討していく。希望業界を選択するためには二段階で進める必要がある。企業ではなく業界という広い枠組みで組織を捉えなければならない以上、業界研究の第一歩は「広く浅い」理解が重要になる。第一段階は業界全体の構造や動向を大まかに把握することである。マーケットの規模とその推移、代表的な企業の顔ぶれやシェアなど、まずはその業界の置かれている状況を理解することである。この段階では数多くの業界を知り、知識を増やすことに重点を置く。

第二段階は業界を細分化し具体的に業務内容を把握することである。この段階では「狭く深い」理解が求められる。製造業界に興味を持ったとしても、アパレル製造業、医薬品製造業、食品製造業、自動車製造業、機械製造業等、製造される対象は無数に存在している。従って、興味ある業界が見つかったら、何を扱っているのか具体的な業務内容を把握しなければならない。

業界研究をするにあたっては、様々な情報収集をして進めていくことになるが、情報収集する主な手段に以下の6つがある。

1. 就職情報サイトの活用・・・「マイナビ」や「リクナビ」などの就職情報サイト。企業の採用情報だけでなく、業界の詳細や各種イベント情報など、就職活動に必要な情報が幅広く収集できる。全体を理解するためにも、業界研究の第一歩に適している。
2. 新聞・ニュース・・・新聞やニュースで業界に関わる最新の情報を入手する。新聞には1誌あたり約200の記事が記載されている。経済面からは景気や円相場の変動等を見ることで、業界の動向を掴むことができ、社会面からは一般常識として面接で質問される場合もある。
3. 書籍や雑誌・・・業界本や就職情報誌は業界について詳細に書かれている。日本経済新聞社等、複数の出版社が発行している「業界地図」、東洋経済新報社が発行している「就職四季報」は業界のシェアや、客観的な企業情報を得ることができる。
4. 業界研究セミナー・・・就職活動の解禁前に行われる。実際に業界で働く人々から話を聞くことができ、新聞やインターネットからは得ることができない最新の情報を得ることができる。業界研究セミナーに参加する前に就職情報サイトや新聞、ニュース等で業界の情報を事前に膨らませておくことで、より意味のあるセミナーとなる。
5. 会社説明会・・・就職活動の解禁とともに行われる。事業内容や業績、企業の雰囲気を知ることができ、自信が疑問に思ふことを質問することができる。意味のある会社説明会に参加するためにも、業界研究セミナーなどで全体像を把握しておくことが重要である。
6. OB・OG訪問・・・業界研究を行った上で、調べることができなかったことや、不明な点を明確にするための情報収集として有効。限られた時間で行わなければならないため、事前準備をし、聞きたい内容をまとめておく必要がある。

これらから得られる情報を多面的に検討して、業界研究を進めていく。収集できる情報からも明らかのように、これらを組み合わせることで情報収集をしなければならない。1.2.3は時間や場所の制約がなく、一人で行うことができる。従って4.5.6に臨むための事前準備として考える。

筆者が所属している短期大学では就職活動を進める上で学生にマイナビを活用させている。ここからはマイナビのサイトを参考にしながら就職情報サイトを活用した、業界研究の方法を検討する²⁾。マイナビでは就活大百科キーワード1000、業界研究大図鑑というサイトを作り個別企業研究を進めるための業界研究をサポートしている。このサイトには業界研究と職種研究が記載されているが、本稿では業界研究に絞って検討する。

就活大百科キーワード1000では製造業、商社、流通・小売、金融、サービス、ソフトウェア・通信、広告・出版・マスコミ、官公庁・公社・団体の8つで大分類し、それぞれの分類ごとに業界一覧として計48業界が掲載されている。

流通・小売業界を例に挙げる。大分類として流通・小売があり、そこから百貨店・スーパー・コンビニのワンストップショッピングが可能な小売業と専門店に分類されている。小分類では業界の概要、業界状況、社会全体から見た業界の位置づけ、業界関連用語や職種が紹介されている。その業界に属する企業一覧のハイパーリンクが貼り付けられており、広く浅い理解から狭く深い理解へとスムーズに移行できるようにホームページが構成されている。

この方法で業界研究を進めるためには、業界の働き方や企業を予備知識として持つておく必要がある。この予備知識を持っている学生や、漠然とでも希望業界を考えられている学生にとってはこの方法が適しているであろう。

一方で就職活動に臨むにあたり、当初から志望業界が明確になっている学生は多くない。そのような学生に業界研究をさせるために、自分の身の回りにあるモノから進める方法もある。何か興味を持ったモノを一つ手に取り、それが自らの手に届くまでに関わっている業界をピックアップし、関連図を作成する方法である。マイナビのサイトでは業界研究大図鑑がこの方法に該当する。業界研究大図鑑では身の回りにあるモノにどのような業界がどのように関わっているかが紹介されている。

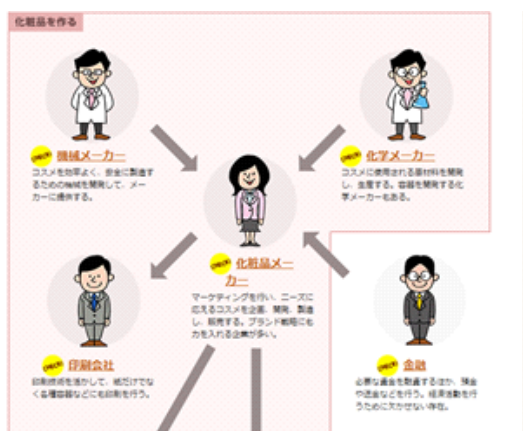


図1. 化粧品から見る業界関連図1 (出所：マイナビ2020 ホームページ)

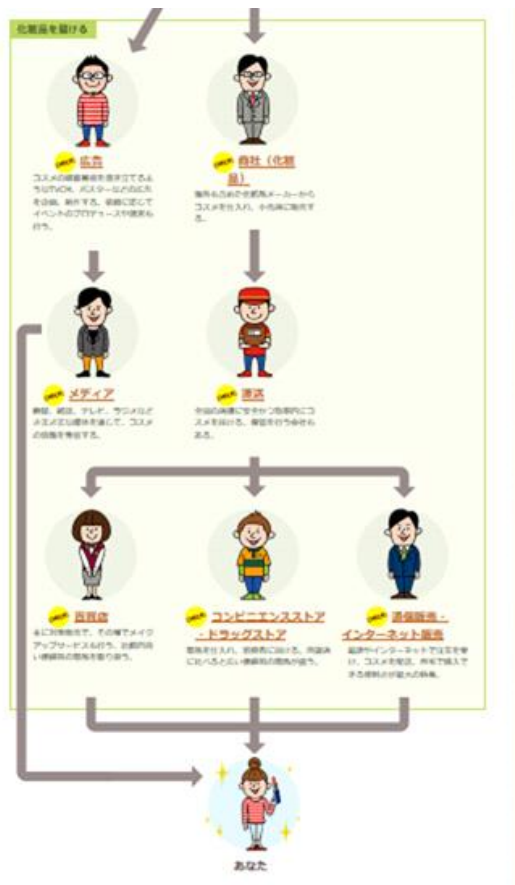


図2. 化粧品から見る業界関連図2 (出所: マイナビ2020 ホームページ)

図1、2で示したように、この方法では身近にあるモノを作る側からの視点と届ける側からの視点で、それぞれにどのような業界が関わっているのかが明確になっている。業界をクリックするとそこに属している各企業リストページや、その業界で働く先輩情報ページを見ることができる。

化粧品に興味を持ったとして、作る業界、運ぶ業界、宣伝する業界、販売する業界、それぞれ業務内容は異なる。このように業界関連図を眺めながら、そこから自分がどの業界でどのように関わっていきたいのかを考える方法も業界研究の一つである。

この方法で業界研究を進めるにあたっては、特別な予備知識を必要としない。自分自身が興味を持っていることを仕事にしたいという気持ちがあれば良い。

就職活動は選択の連続である。特に大きく「業界」「職種」「企業」の3つを選択しなければならず、一生を左右する選択とも言える。20歳前後の学生がこの難しい選択を迫られるということは、大きな悩みを抱えさせることになる。3つの全てが重要であるが、軸となるのは業界研究である。

製品や企業にライフサイクルがあるように業界にもライフサイクルがある。日本では1940年代から50年代にかけて石炭業界が隆盛を誇ったが、1960年代になり日本のエネルギー源が石炭から石油へと急速に転換が進み、全国の鉱山は次々と廃鉱になり、石炭会社は廃業や業務転換を迫られ、その社員にも

転職者や失業者が相次いだ。その石油業界も現在では自動車産業のハイブリッドカーや電気自動車への構造転換の影響を受けて合併が続いている。

ある業界が誕生すると、成長、成熟を続け、縮小し衰退するサイクルを辿るとされている。業界選びにおいて、業界がサイクルのどの段階に属しているのかを把握することが重要である。一般論ではあるが、成熟期や衰退期にある業界の市場規模が今後、拡大する可能性は決して高くない。一方、成長期の業界は市場の拡大を見込むことができるので、業績の順調な上昇が期待できる。

この段階を推測するためには企業団体が公表している数字や、その業界の主要企業の売上推移から判断することができる。そのために数字を読み、次を予測する力を身に付ける必要がある。

ただ、成熟期の業界は設立からの歴史が深い企業も多く、職場環境の整備が行き届いていたり、高い技術力を有していたり、社会や顧客からの信頼が厚かったりと、成長期の業界にはない信頼と実績を有していることもある。

このように業界全体の流れを把握したうえで、そこに属する個別企業研究に推移させ、自分自身の希望先を絞り込んでいかなければならない。業界研究を行うことは、単に就職活動で内定を得ることがゴールになるのではなく、その後の自身のキャリアデザインにも大きな影響を与える重要なことなのである。

4. おわりに

本稿では就職活動における業界研究の重要性と進め方についてまとめてきた。志望業界を明確にするために、情報収集は欠かすことができない。新聞や書籍、インターネット等からは広く浅い情報を得ることができる。業界研究セミナー、会社説明会、OB・OG 訪問からは狭く深い情報を得ることができる。どちらかの情報収集に偏ることなく、双方を複合的に活用することで、学生一人ひとりが進むべき道が明らかになることを期待している。

来年度は筆者が所属する短期大学で「学内業界研究セミナー」を実施する予定である。このセミナーでは業界での働き方に対する理解を促進し、仕事全体のイメージを膨らませることで希望する業界を明らかにすることを目的としている。このセミナーを実施するにあたって事前学修として業界の業務内容に関する情報収集をさせ、業界関連図を作成させる予定である。事前学修を経て、実際にその業界で働いている人からの生の声を聞くことで、学生が経済的にも自己実現においても方向性を定めるきっかけとなれば幸いと考える。

業界研究を進めるうえで重要なことはマスメディアで報道されているような情報を収集し、業界のイメージを持つ広く浅い研究と、セミナーなどで実際に働いている人から生の声を聞く広く深い研究をミックスして行うことである。特に学生の意識変化は後者の研究方法を通じて引き起こされると考えられる。生の声を聞くことで自らの考えの幅が広がることや、疑問の解消、考えやイメージを大きく変えることもある。このことは実証研究を通じて明らかにしていきたいと考えている。従って今後は学内業界研究セミナーに関わる一連の流れが業界に対する理解度やキャリア形成にどのような影響を与えたのかを研究課題とし、引き続き研究をしていくことにする。

【参考文献】

- ・岡茂信「内定獲得のメソッド 就職活動がまるごと分かる本」(2017年)、マイナビ出版
- ・武野光「凡人内定完全マニュアル」(2016年) ポプラ社
- ・マイナビ編集部「内定獲得のメソッド 業界&職種研究ガイド」(2013年) マイナビ
- ・山本奈生、長光太志「大学生の就職活動と進路決定の経緯」『佛教大学社会学部論集』第60号、(2015年)

註

¹ 総務省統計局ホームページ (<https://www.stat.go.jp/data/e-census/2016/kekka/gaiyo.html>) 2019年2月28日アクセス

² マイナビ2020ホームページ (<https://job.mynavi.jp/2020/>) 2019年2月28日アクセス