

日本版NCAA創設に向けた学産官連携協議会 学業充実WG(第三回)

企業の求める人材 及び 学生アスリートの就職の現状

2018.1.11

株式会社リクルートキャリア

就職みらい研究所

所長 岡崎 仁美



1. 企業の求める人物像の変化

- 人材育成の今後の方向性

2. 就職活動のスケジュール

- 学生アスリートに与える影響

3. キャリアセンターの就職支援

- 補完が望まれること

■ 1. 企業の求める人物像の変化

Society5.0。経済活動が変わり、人材マネジメントが変わる。
求められる人材育成の方向性も変わる

人的資源管理
の
変化

- ✓ 事業開発の**外部化**
 - in-house development から open innovation へ
- ✓ 人材の**流動化**
 - stock から flow へ
- ✓ 採用の**細分化**
 - bulk から retail へ

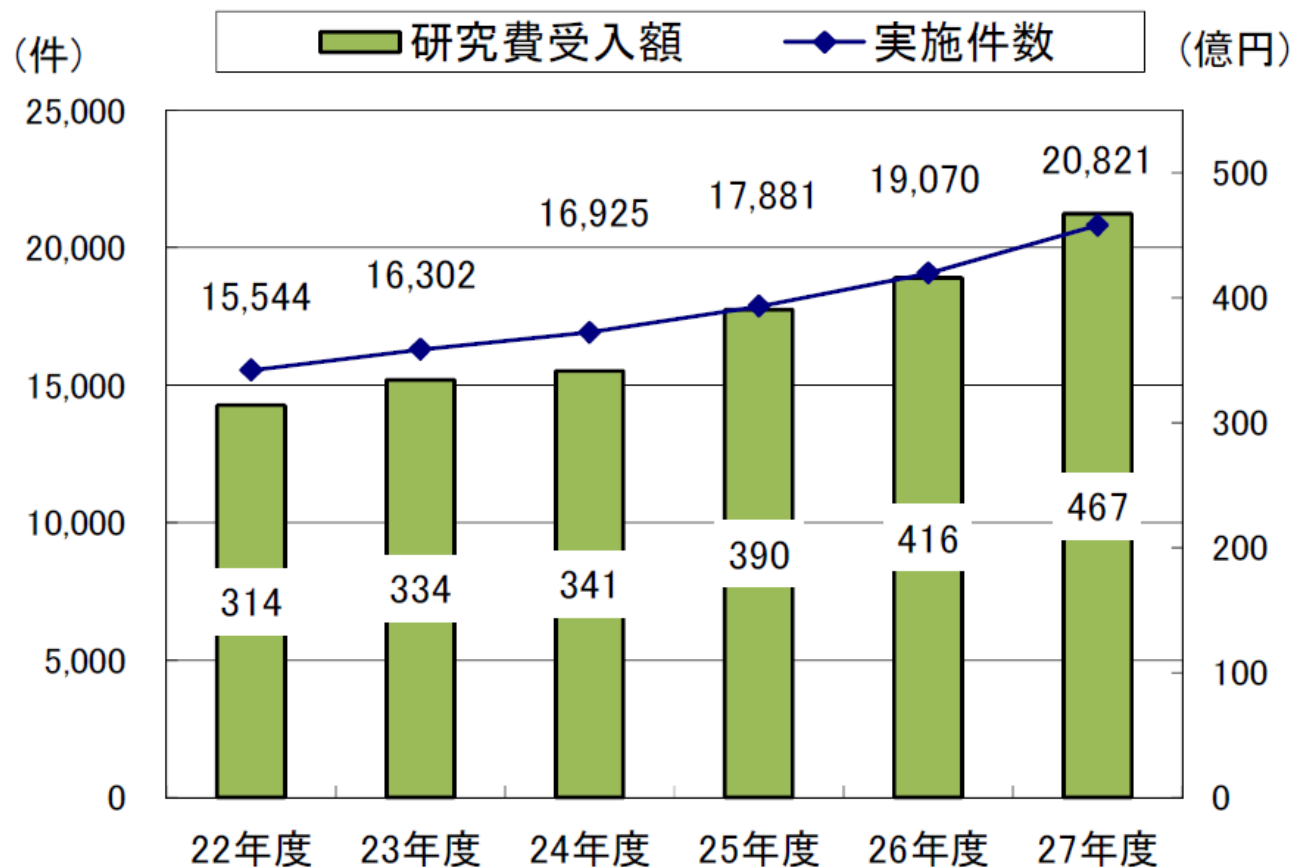
人材育成
の
方向性

- ✓ キャリアオーナーシップを持って自己開発を続け、職務遂行能力を高め続けることのできる人材
 - 会社人 から **社会人** へ
- ✓ 「知の探索」や「知の深化」に力を発揮できる人材
 - 必要な力: **社交力、問題解決力、認知能力、状況適応力**

1. 企業の求める人物像の変化

共同研究の数はこの6年で1.3倍に。
それを通じたリクルーティングが主流になっている分野も

- 大学等における民間企業との共同研究実施件数と共同研究費受入額の推移

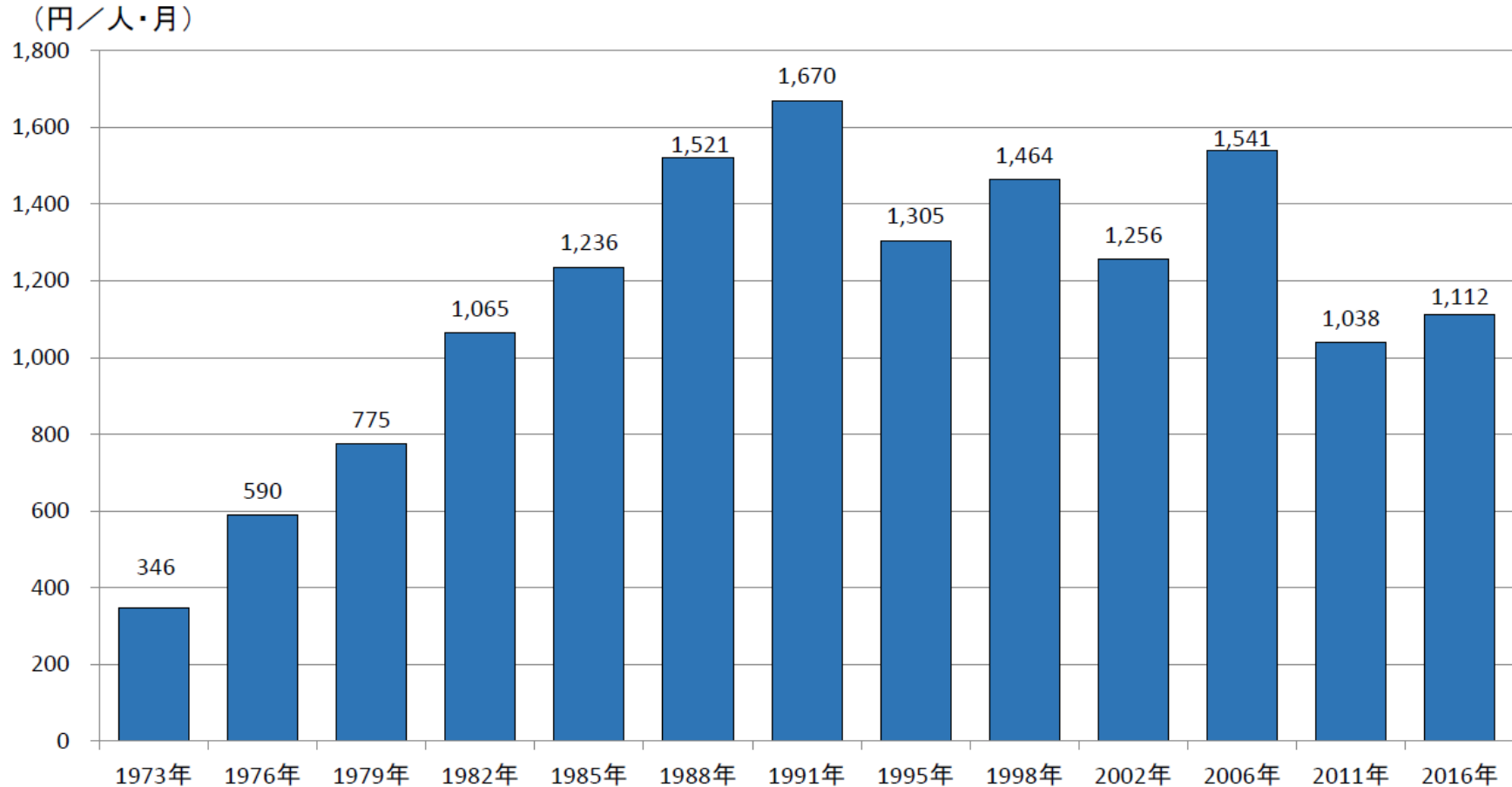


● 文部科学省公表資料より

1. 企業の求める人物像の変化

民間企業における1人当たり教育訓練費は、90年代以降漸減傾向。
企業は、“社内での人的資本蓄積＝会社人のstock”から脱却しつつある

● 民間企業における教育訓練費の推移



●首相官邸『人生100年時代構想会議 中間報告 参考資料』より

1. 企業の求める人物像の変化

新卒採用の場面でのコミュニケーションは、マスから1to1へ。
会社一律基準による合否判定から、配属部署を念頭においたハンティングへ

● 企業が採用活動において実施しているもの

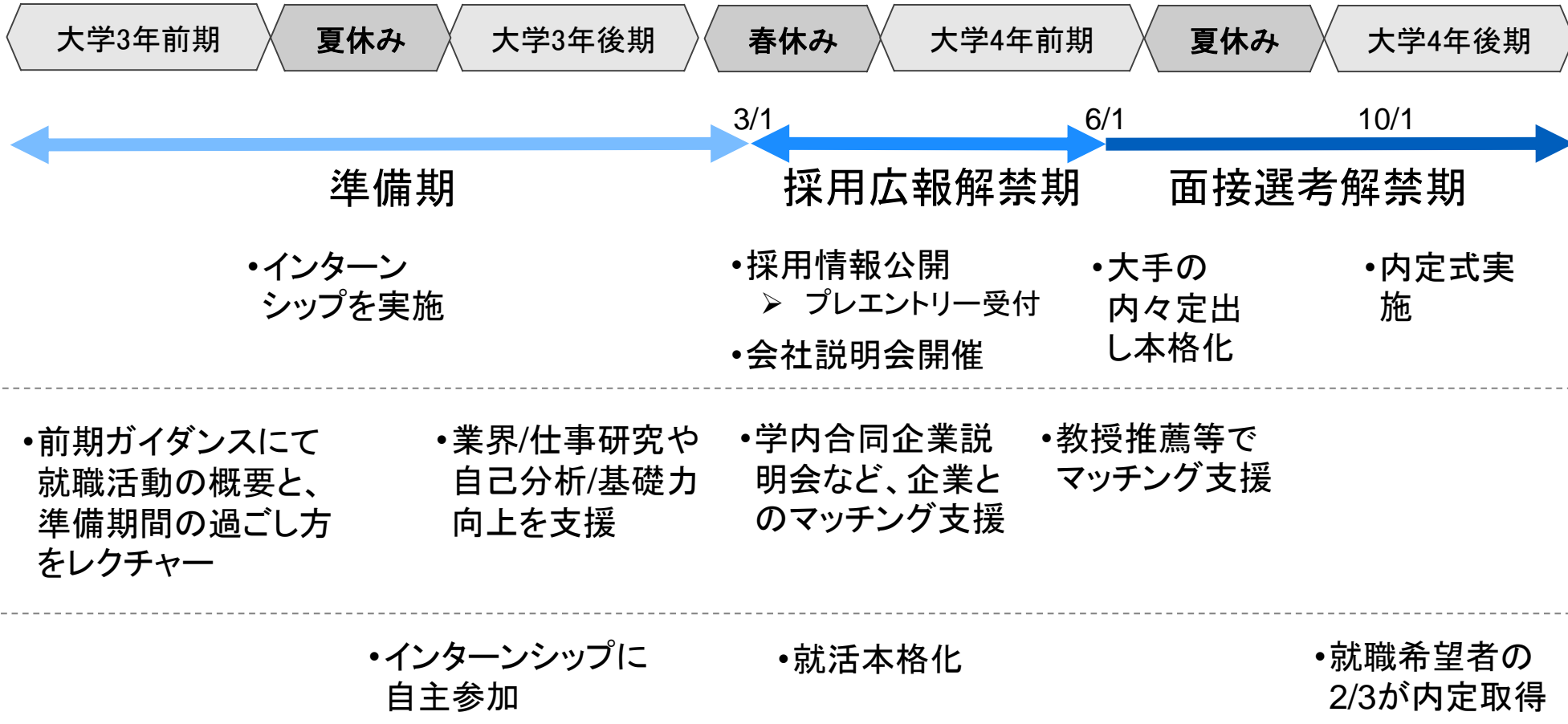
		自社ウェブサイト上の採用情報の掲載	就職情報メディア上への採用情報の掲載 (就職情報サイト、就職情報誌など)	就職情報以外のメディア上への採用情報の掲載 (交通広告・屋外広告など)	学校への求人票の提示	学校内で開催される合同企業説明会への出展	動画配信・Webを通じた企業説明会・イベント	リクルーターを通じた学生との接触	ソーシャルメディア・イベントを通じた学生との接触	OB・OG訪問の受け入れ	インターンシップの開催	採用直結を明示したインターンシップの開催
2018年卒全体		60.0%	51.4%	15.2%	50.9%	35.5%	9.9%	14.9%	8.9%	15.4%	24.7%	6.7%
従業員規模別	300人未満	56.7%	49.9%	9.9%	50.9%	29.7%	5.2%	8.3%	6.2%	10.4%	19.0%	4.3%
	1000人未満	59.0%	52.2%	12.1%	51.9%	33.6%	6.8%	10.8%	6.9%	12.5%	21.6%	5.4%
	1000人以上	62.8%	49.1%	24.2%	48.0%	40.9%	18.7%	26.7%	14.6%	23.9%	33.7%	10.3%
2017年卒全体		60.8%	50.0%	14.4%	51.0%	34.3%	9.2%	14.6%	7.9%	14.4%	22.4%	6.2%
対前年差(全体)		-0.8%	1.5%	0.8%	-0.1%	1.2%	0.7%	0.3%	0.9%	1.0%	2.3%	0.5%

		合同企業説明会への出展	自社の説明会の開催	選考を伴わない面談	斡旋・人材紹介型サービスの利用	逆求人・スカウト型サービスの利用	適性検査・能力検査の利用	リファラル(社員紹介)からの採用	エントリーシートによる書類選考	学生が作成した動画による選抜	テレビ電話・Webを使用した面接	応募者とは必ず面接する	この中であてはまるものはない/分らない
2018年卒全体		34.2%	45.3%	17.0%	9.3%	4.7%	31.0%	6.1%	25.6%	1.3%	2.2%	28.1%	8.8%
従業員規模別	300人未満	31.5%	44.6%	15.1%	9.6%	4.6%	28.7%	5.2%	22.4%	0.4%	1.5%	33.8%	9.5%
	1000人未満	34.0%	46.6%	16.2%	9.2%	4.5%	30.8%	5.4%	24.7%	0.8%	1.7%	31.9%	8.5%
	1000人以上	34.6%	41.7%	19.3%	9.5%	5.2%	31.7%	8.1%	28.2%	2.8%	3.4%	16.8%	9.6%
2017年卒全体		33.2%	44.1%	15.7%	9.4%	4.1%	30.7%	5.8%	24.9%	1.2%	1.9%	27.8%	7.8%
対前年差(全体)		1.0%	1.2%	1.2%	-0.1%	0.6%	0.4%	0.3%	0.7%	0.1%	0.3%	0.2%	1.0%

●リクルートキャリア『採用活動中間調査2018』

■ 2. 就職活動のスケジュール

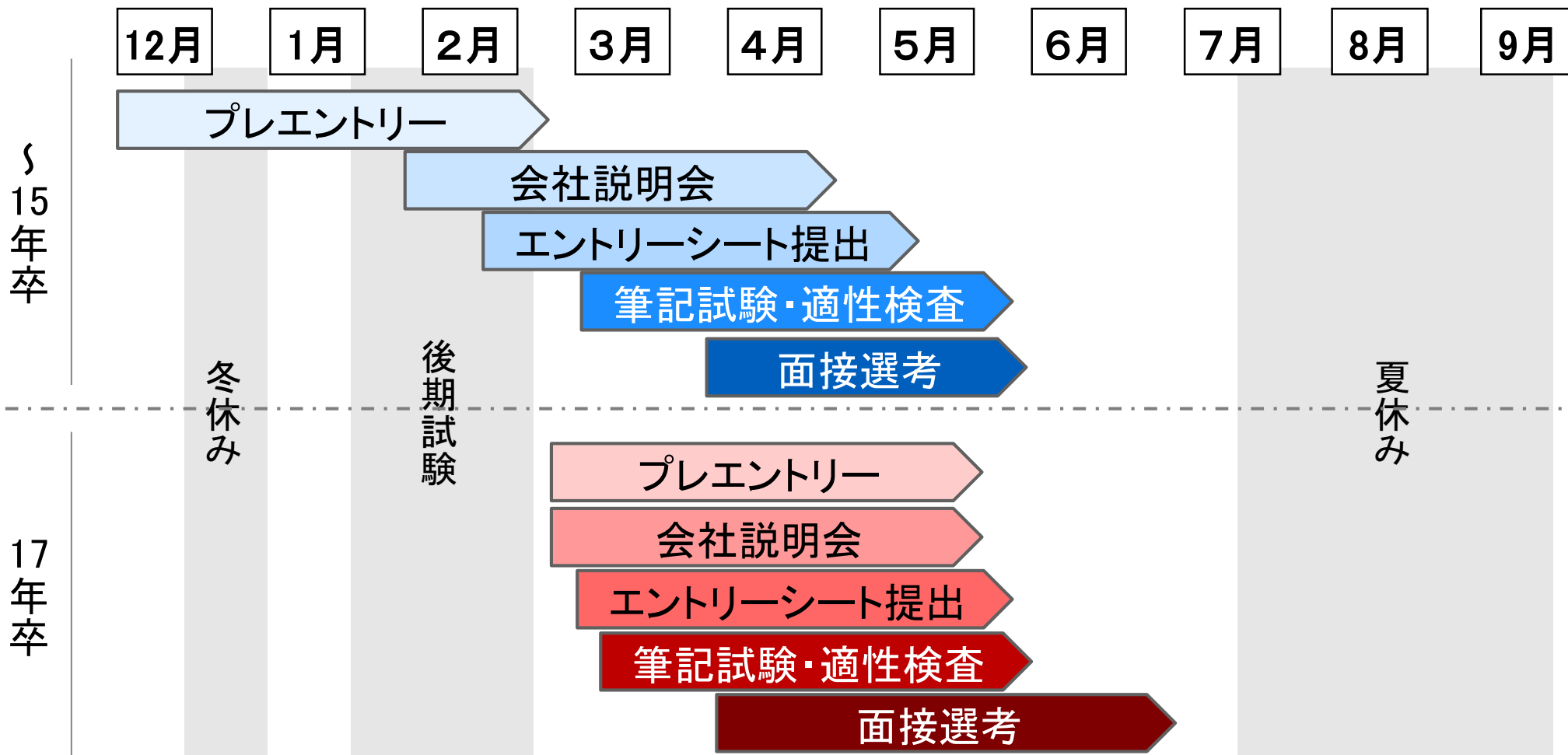
大学3年の春休みからの3か月がクライマックス



●就職みらい研究所作成

2. 就職活動のスケジュール

複数プロセスが同時に始まる現行スタイル下、インターンシップを通じて予備知識を蓄える学生が増加＝夏～秋に一定の時間が必要



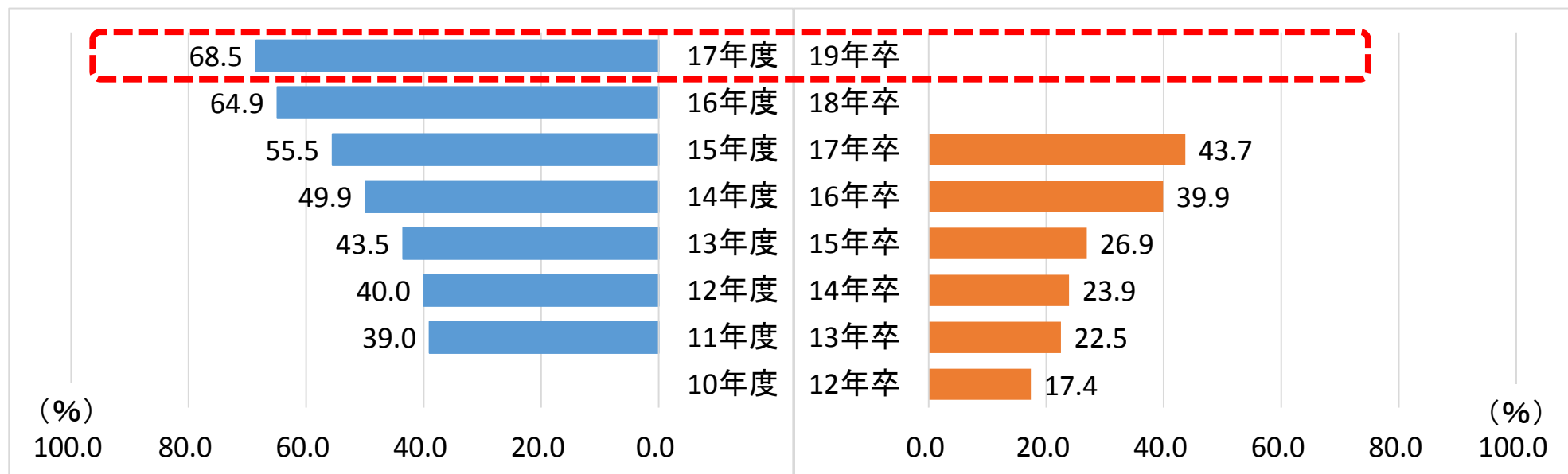
●就職みらい研究所作成

インターンシップ実施企業の裾野はますます広がり、
今年度は新卒採用企業の約7割が実施予定

■ インターンシップの実施状況(単一回答)

<企業>

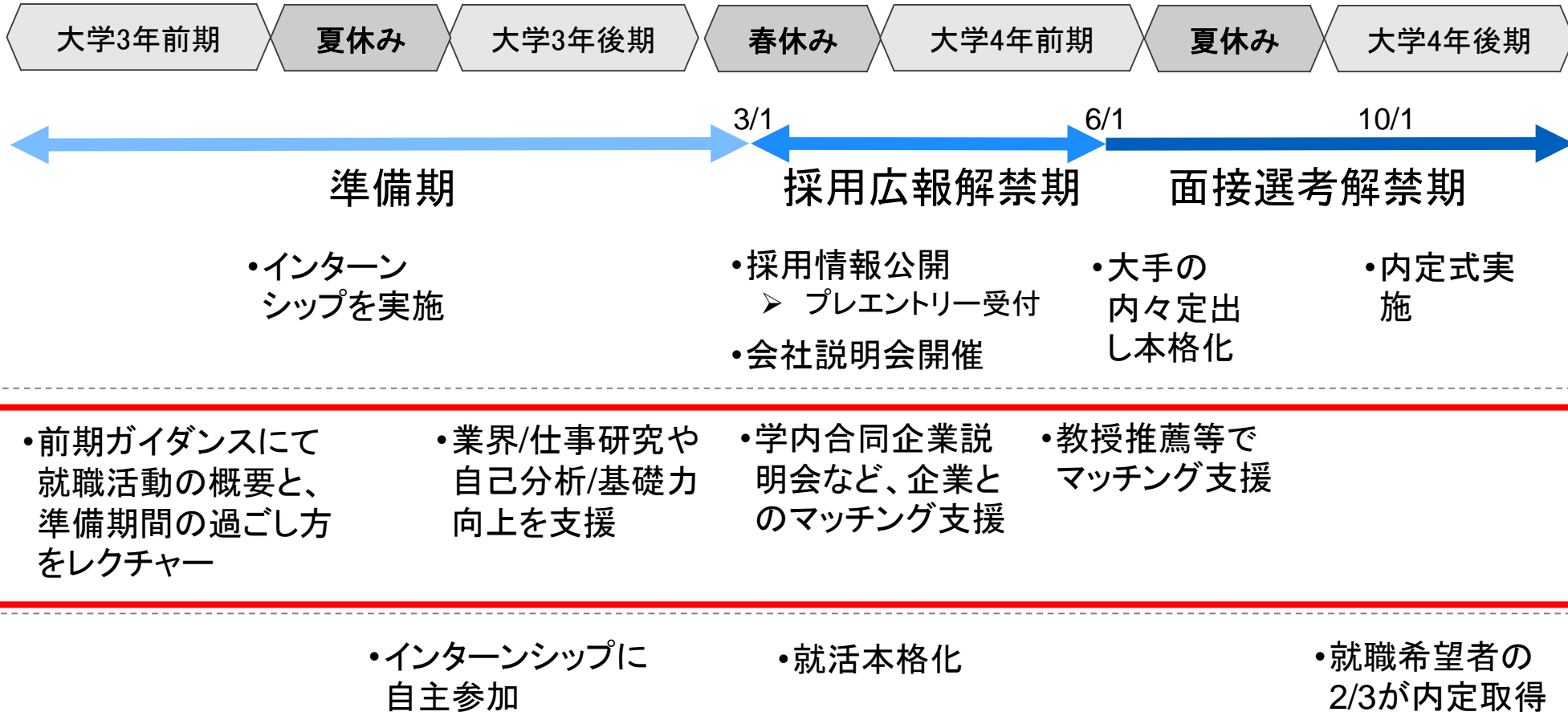
<学生>



※16年度は予定を含む、17年度は予定のみ

3. キャリアセンターの就職支援

大学3年の春休みからの3か月がクライマックス



●就職みらい研究所作成

3. キャリアセンターの就職支援

多くのキャリアセンターの就職支援は、“就職活動支援”が中心

テーマ	主な内容とポイント	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
進路/就職ガイダンス	就職環境/就活スケジュール ・スケジュール変更の影響伝達 特に秋冬や2月直前期に増加 ・準備期のインターンシップ活用に一層注力	◎	◎				◎	◎					
インターンシップガイダンス	トレンド/活用目的/選び方 ・公募インターンシップへの積極参加 ・秋冬インターンシップの認知活用促進	○	◎	◎			○	○					
就職準備 選考対策講座	ES/面接/マナー ・インターンシップ向けプログラム強化 ・グループディスカッション対策強化		○	◎	◎			◎	◎	○	○	◎	
筆記対策講座	SPI対策 ・大手の採用増やインターンシップ対策を意識して強化 (16年卒からの傾向)		○	◎				◎	◎	○	○	◎	
企業/業界研究講座	企業/業界の見方や探し方 ・インターンシップ時点での支援強化 ・年内から業界セミナー実施		○	◎				◎	◎	○		◎	
学内合同説明会	企業説明会 ・3月上旬に集中。 3月下旬以降は集客減を理由に実施しないケース増加											○	◎
キャリアカウンセラー 面談	個別面談 ・3～4月 ES 5月面接案件が増加 ・直前駆け込み相談増加		○	○	○			○	○	○	○	◎	◎

◎：回数多い、網掛けは注力した時期

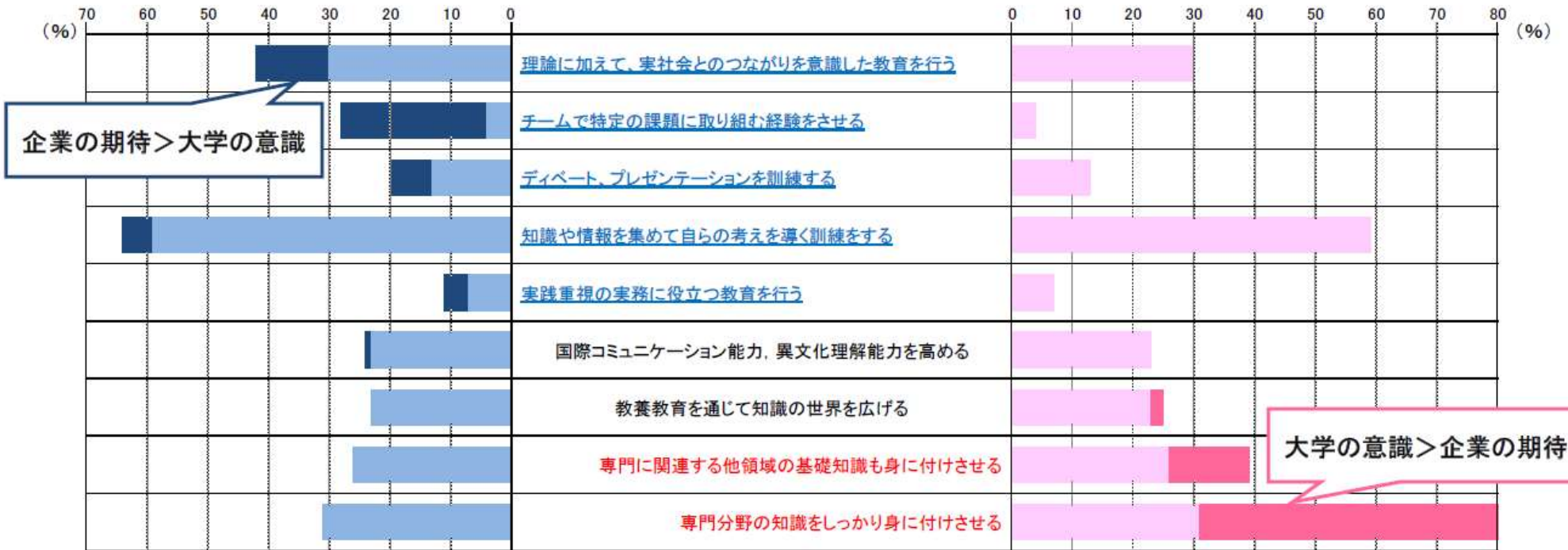
●大学等へのヒアリングよりリクルートキャリア作成

3. キャリアセンターの就職支援

就職支援＝就業力向上の文脈で注目されるアクティブラーニング。
教育はLectureからActivityへ。教員は教壇上の物知りから寄り添う案内役へ

企業の大学・大学院(文系)への期待

大学・大学院(文系)が教育面で特に注力している点



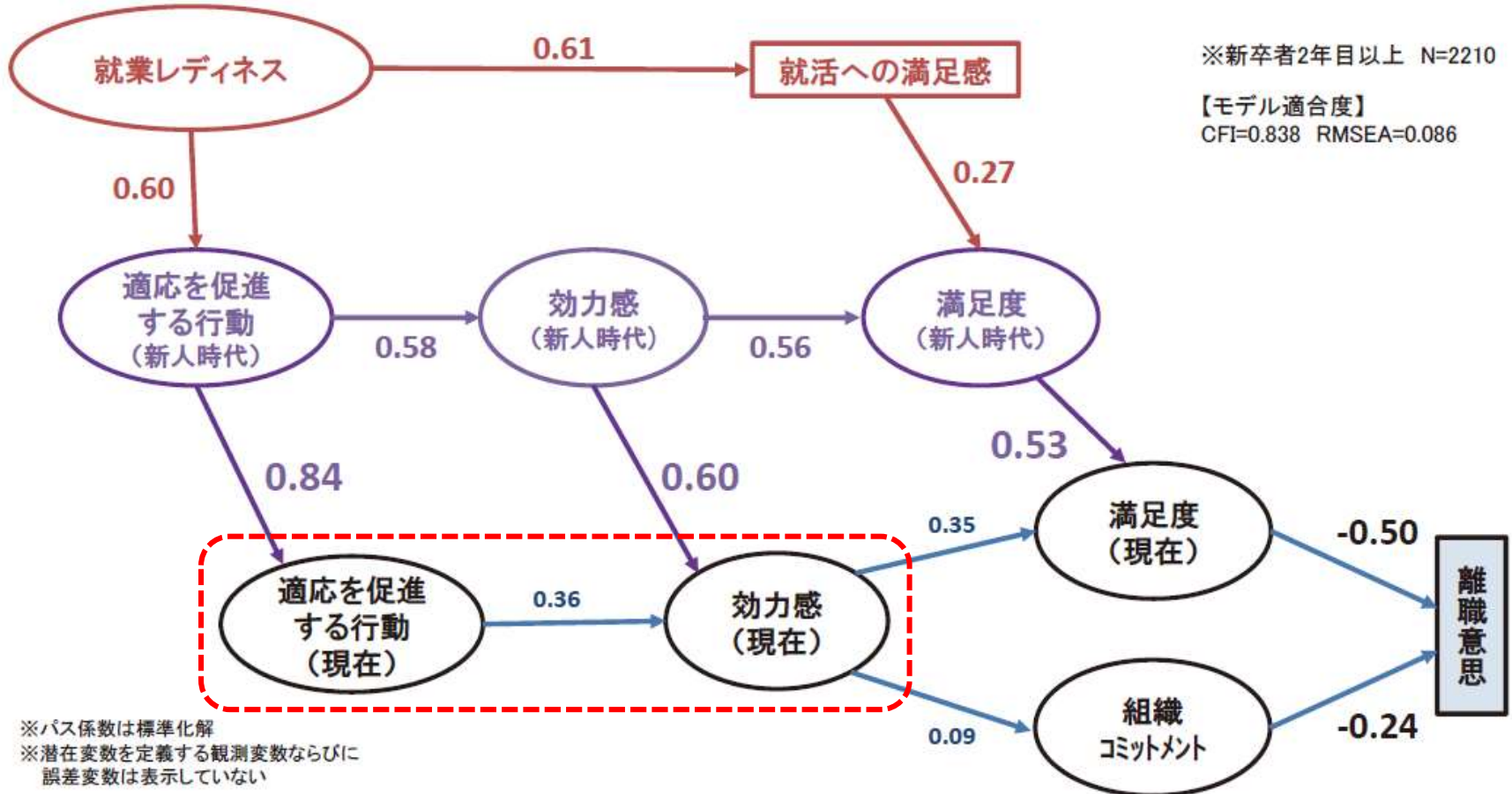
※色の濃い部分が企業と大学の認識の差

●首相官邸『人生100年時代構想会議 中間報告 参考資料』より

参考 ● 入社後の定着・活躍のための“就業レディネス”

定着・活躍の原動力は“効力感”。
それを創造するのは、自らの適応行動

■「就業レディネス」研究 - 離職のメカニズム



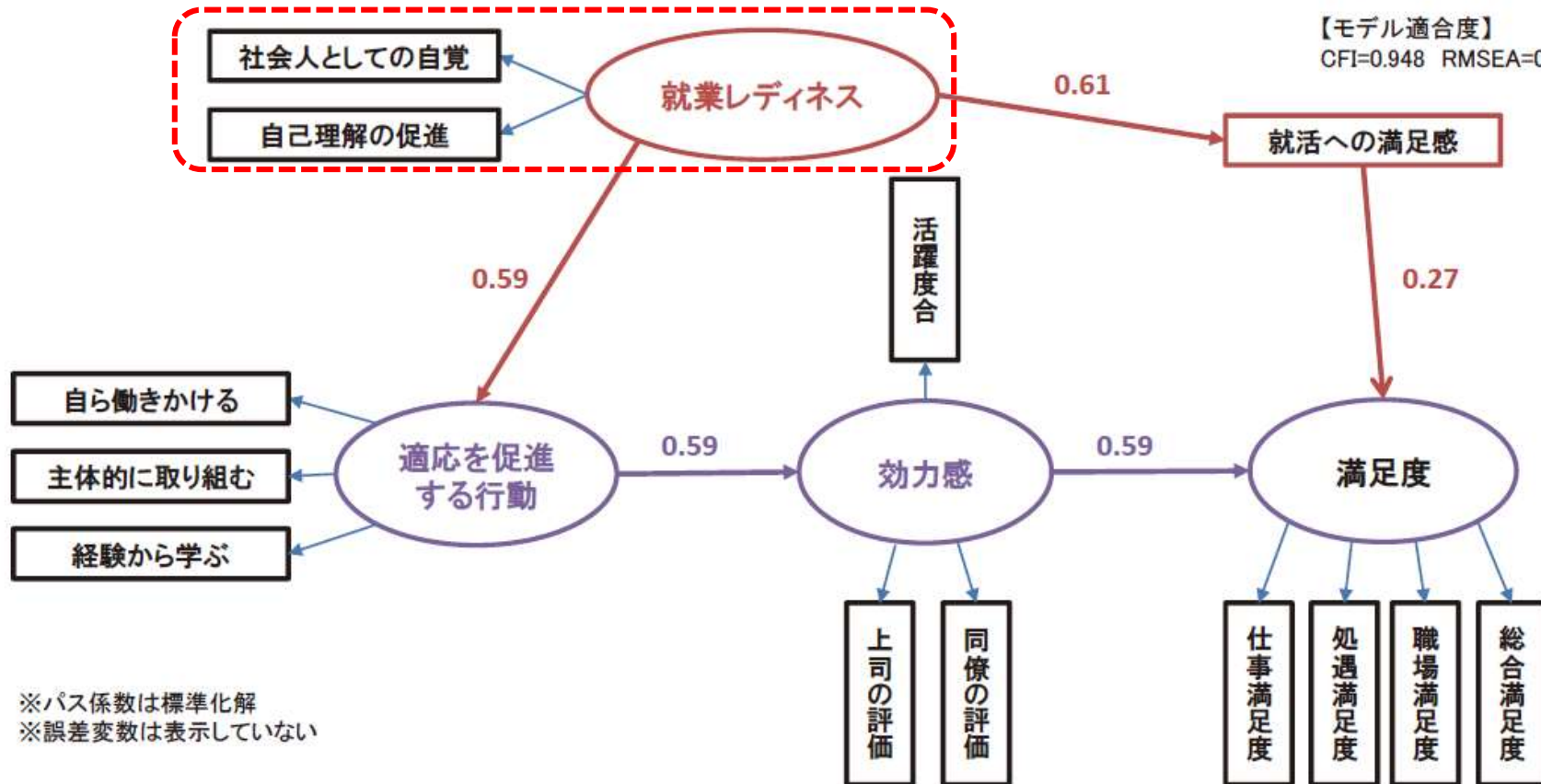
参考 ● 入社後の定着・活躍のための“就業レディネス”

適応促進行動の原動力は“就業レディネス”。
就職活動等を通じて「社会人としての自覚」と「自己理解」を獲得することが肝要

■「就業レディネス」研究 – 就職活動の充実と新人時代の適応との因果モデル

※新卒者全体 N=2637

【モデル適合度】
CFI=0.948 RMSEA=0.071



※パス係数は標準化解
※誤差変数は表示していない

EOF

