



リクルートワークス研究所が今年度4月に発表した『ワークス大卒求人倍率調査』によると現在の大学4年生(2018年卒業予定者)の求人倍率は1.78倍と6年連続で上昇し、企業にとって大卒採用は大変厳しいものになっている。しかし、一方で大学生が全員就職できているかといえば、現実はそのようではない。文部科学省が今年5月に発表した、現社会人1年目になる17年3月卒の卒業者の就職率は97.6%と就職希望の大学生の内の2.4%

採用活動と就職活動

なる。求人倍率が6年連続で上昇する中、企業の採用難は深刻化し続け、学生にとっては圧倒的な売り手市場であるはずなのに、就職出来ない学生が存在し、現4年生においてもなかなか内定がもらえない学生が存在する。この乖離はなぜ起きているのだろうか。

採用のミスマッチという言葉がよく言われるが、採用後のミスマッチも大きな問題ではあるものの、実は一番の問題は、採用活動のミスマッチにあると私自身は考えている。採用活動において企業は自社のことを学生に伝える。この時、多くの企業が自社の伝えたいことを中心に伝えている傾

いる。しかし、現実的には学生の感じ方と企業の方の感じ方の乖離が生じている。その原因の一つには、企業の方が学生の知りたいタイミングで、知りたいことを、わかる・伝わる言葉で伝えているかどうかが大きく関係していると考えている。

企業の方に採用活動に関する講演の機会をいただくことが多々ある。その講演の中で、採用活動は「マーケティング」であり、「コミュニケーション設計」が重要であるとお伝えしている。対象となる大学生はどんな学生で、その学生が知りたいこと、気にしていることはどんなことで、どのタイミングで何をどう伝えれば良いのか。そして、伝わったかどうか確認し、伝わっていないければ、再度伝える機会を設け伝えきっているか。それらをきちんと設計し、採用活動を組み立てる。それが、企業の採用成功につながり、採用後のミスマッチ解消にもつながる。

課題は企業・学生双方の言語化

は卒業時点で就職先が決まっていない。

ここ数年の民間企業就職希望の大学生は約42万人とされていることから、約1万人の就職希望の大学生が卒業時点で就職先が決まらずに卒業していることに



名古屋経済大学経済学部教授
キャリアセンター長
大黒 光一

向がある。株式会社リクルートキャリア就職みらい研究所が発表している『就職白書2017』によれば、学生が知りたいと思っていたこと、知ることが出来たという数値において、「仕事内容」「採用基準」「働き方」「職場環境」「待遇/将来キャリア」に関して、学生が知りたいけれども知ることが出来なかったという結果が報告されている。

私自身、仕事柄、企業の方とお話をすることも多く、企業の方が会社説明会などで、一生懸命学生に伝えようとしていてとは思って

期待したい。

おおくろ・こういち キャリア教育、HRM領域、採用領域。名古屋大学経済学部卒。大手就職情報誌の編集長などを経て現職。1965年生まれ。

