

「超超氷河期」の就職活動

— 女子大生アンケート調査から —¹⁾

森田 明美 江口 里奈 久保田晶子 河野 若菜
境 梨沙 杉浦 園枝 関根 洋美 田中 麗子
寺田 江里 福住 優佳 藤田 浄恵 林 真紀子
原 紘子 田崎 勝也

問 題

新規大卒者の就職が厳しさを増す昨今、就職を迎えた大学生はどのような考えや傾向をもって、就職活動を行っているのだろうか。この調査では、調査対象を女子大学生にしぼり、主に職種および業種・企業の選択基準・就職活動のファッションの3点について、現代の大学生の就職活動について考えていく。

近年の就職活動で特徴的な傾向は、志望職種を特に重視する大学生の志向である(松江・高橋, 2001)。ディスコネットワーク(2003)が、2002年11月15日から11月25日の期間に、就職活動を控えている大学生3年生(理系は大学院修士課程1年生を含む)347人(文系211人〔男子142人, 女子69人〕, 理系136人〔男子88人, 女子48人〕)を対象に行った質問紙調査によれば、文系男子は1位が「営業」で42%, 続いて2位「企画・プランニング」35.6%, 3位「総務・人事」26.6%となっている。文系女子1位は「企画・プランニング」54.3%, 2位「宣伝・広報」51.4%と、共に過半数を占める。文系女子の場合、文系男子で1位だった「営業」は17.1%で7位であった。一方、理系では、文系の学生のような、男女による希望職種の差異は観られず、男女とも、1位は「研究・開発」職で(男子85.5%, 女子71.9%), 2位は「製造・生産管理」職であった(男子49.9%, 女子38.6%)。

1) 本稿は「コミュニケーション特別演習Ⅱ」で行った共同調査研究をまとめたものである。

「超超氷河期」の就職活動

就職難が叫ばれる中、「買い手市場」とも言える企業側にも、採用方法などに変化が現れている。リクルート（1999）によれば、就職協定廃止に伴い、新卒採用を取り巻く環境が大きく変わり、企業側の採用手法が多様化した。例えば、選考を職種別に行う「職種別採用」を行っている企業は全体の2割を占め、この採用方法を取り入れている企業は年々増加している。また、一定時期に採用を行うのではなく、通年を通して採用活動を行う「通年採用」や春のみならず秋にも定期採用を行う「秋採用」といった採用時期の多様化も進んでいる。この他、Uターン就職などを含め、仕事をする場所にこだわる最近の若者の動向を考え、「地域限定社員」の採用などにも積極的な企業が増えている。

就職先を選ぶ学生側の選択基準にも変化が観える。大学生の間では大手企業志向は依然として強いものの、就職先の業務内容が自分の希望する仕事であるのかが学生にとって最も重要な選択基準（全体43.4%）となっている（毎日コミュニケーションズ、2003）。松江・高橋（2001）によれば、学生の就職先を決定するプロセスは、まず就職する企業を決める従来の、『就社』型から、業界・職種など業務内容を最優先した『就職』型に移行している。学生の持つ価値観もこのような企業選択の特徴を形作っていると考えられる。例えば、田中（2002）の研究では、就職動機と価値観の関連に着目し、それらの要因が会社決定因や将来の達成動機とどのように関連する調査した。内的な動機（興味、関心など）から就職することを望む学生は会社を決定する際に、成長性や創造性など企業または業種の潜在的な側面を重視する傾向があるのに対し、外的な動機から就職を望む学生は、逆に仕事の遂行と報酬的要素や職場環境などに価値を置く傾向がある。業務内容を重視する最近の学生の傾向は彼らの就職動機が外的なものから内的なものへ移行していることを示唆するものかもしれない。このように学生が仕事の内容を重視の傾向が高まる一方で、大手企業志向も依然として高い。毎日コミュニケーションズ（2003）が行った調査では、「大手企業志向」、「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」、もしくは「ゼッタイに大手企業がよい」と解答した学生の比率は、全体の47.3%で、学生の選択基準の多面性が伺える。

「超超氷河期」の就職活動

以上の調査報告を参考にしながら、本研究では、2003年度はどのような就職状況が繰り広げられているのかを調査していくこととする。また、調査者の大多数が実際に就職活動に行っており、我々が就職活動を通して疑問に思ったことをアンケート用紙に質問項目に加え、調査を行う。先行研究の調査報告および我々の就職活動より、具体的には、以下の疑問点について検証していく：(a) 多くの学生が仕事の内容を重視する『就職』型であるとすれば、ひとつの会社にこだわるのではなく、たくさんの会社を知ろうとし、エントリーをするのではないか、(b) 仕事（職業）とのミスマッチを防ぐために頻繁にOB訪問を行っているのではないか、(c) やりたい仕事に就く際に学生が気にすることはどのようなことか、(e) 選択基準で妥協できる事柄はあるのか、(d) 安定性や、将来性に期待が持てない日本経済の中で、男女差別や雇用形態を気にする人も多いのではないか、(f) 事務職を希望する人は、知名度やイメージ、安定性に重点を置くのではないかという点である、(g) どのような服装で就職活動の望んでいるか。

方 法

被験者

被験者は関東にある大学に在学する女子大学生116名（平均年齢：21.3歳）であった。被験者は研究者の友人の中から就職活動中である人が選び出され、研究者が作成したアンケート用紙に回答した。被験者には、調査者から配布されたアンケート用紙に回答し返却するよう指示が与えられた。

質問紙

被験者の背景に関する質問 被験者の背景に関する質問は、フェイス・シートにまとめられ尋ねられた。被験者の背景に関する質問項目は、(1)学部・学科、(2)住居形態、(3)兄弟・姉妹構成、(4)Uターン就職を考えているか否か、(5)年齢、(6)女子大か否かの6項目であった。

業種・職種・選択基準 被験者の希望する業種・職種・選択基準についての

「超超氷河期」の就職活動

選択肢は、就職情報誌（リクナビ，2004）を参考に作成された。業種に関する項目として10項目（例えば、「金融・保険業」「卸・小売業」など）、職種については13項目（例えば、「事務・スタッフ職」「営業関連職」など）、選択基準に関しては11項目（例えば、「仕事内容」「勤務条件」など）の選択肢が与えられ、被験者に合致する項目3つを選ぶように指示があたえられた。

就職活動の服装 学生がどのような服装で就職活動に望んでいるのかを調査するため、就職活動中のファッションについて尋ねた。服装に関する質問項目は、調査者自身の就職活動を考慮して作成され、(a)リクルートスーツの色、(b)リクルートスーツのスタイル、(c)リクルートスーツの合わせるシャツの色、についていくつかの選択肢を含むものであった。また、学生の多くが髪を染色している状況を鑑み、就職活動にはどのような髪の色で望んでいるのかを尋ねた。被験者は「あなたの髪の色は何色ですか」という項目に対し、5件法（1＝真っ黒；5＝明るい茶色）の尺度を用いて答えた。

筆記試験・面接 被験者が筆記試験や面接について感じている心理的負担の程度は、5件法の間隔尺度によって測られた。被験者は「筆記試験・面接は得意である」という項目に対し1から5（1＝全くそう思わない；5＝非常にそう思う）の尺度を用いて評価した。また、被験者が感じている就職活動中の男女差別についても、5件法の間隔尺度によって測られた。被験者は「男女差別を感じる」という項目に対し1から5（1＝全くそう思わない；5＝非常にそう思う）の尺度を用いて示した。

その他 その他エントリー社数や就職のために取得した資格については、自由回答方式を用い被験者に尋ねた。

結 果

表1～表3は、学生の所属学科別にまとめた、希望業種（表1）、希望職種（表2）および企業の選択基準（表3）の項目別頻度である。学生に最も人気あ

「超超氷河期」の就職活動

る希望職種は「教育・マスコミ・公益その他のサービス業」で全体の32.0%，以下「金融・保険業」(19.4%)，「運輸・通信業」(11.3%)であった。希望職種については，1位は「商品企画・マーケティング関連職」で全体の20.5%，2位「事務・スタッフ関連職」は全体の24.8%，3位の「流通・サービス関連職」は全体の14.1%の学生が選択した。企業の選択基準で学生が重視する項目は，「仕事内容」(23.9%)「事業内容」(16.7%)「勤務条件」(10.9%)であった。

以下，希望職種・希望業種と企業の選択基準の関係，また，学生の個人的背景との関連性を詳しく検証していく。

業種と選択基準

希望する業種と選択基準の関係については，ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果，以下の4業種「教育」，「マスコミ」，「公益」，「サービス」と選択基準の「仕事内容」の間には正の相関関係があり($r = 0.346$ ， $p < 0.05$)，これらの業種を希望する人は，仕事の内容を重視することが示唆された。また，これらの4業種と選択基準「安定性」の間には負の相関関係があり($r = -0.340$ ， $p < 0.05$)，選択の基準として安定性は重視されないことがわかった。

職種と選択基準

希望する職種と選択基準の関係については，カイ2乗検定により検証が行われた。分析の結果，統計的有意性が示された職種と選択基準は以下の通りであった：(a) 職種「公務員」と選択基準「安定性」($\chi^2(1) = 0.028$ ， $p < 0.05$)；(b) 職種「商品企画・マーケティング」と選択基準「仕事内容」($\chi^2(1) = 0.003$ ， $p < 0.05$)。

女子大に通う学生に特徴的に好まれる職種があるのかについては，同様に，カイ2乗検定によって検証した。分析結果によれば，女子大であるか否かと事務職志望の関係については有意差が無いことがわかった($\chi^2(2) = 0.041$ ，NS)。

服 装

特定の職種を希望する学生が好む服装には特徴的なパターンが存在するのか

「超超氷河期」の就職活動

表1 希望業種（3つまで重複選択可）

	日本文学科	英文学科	国際交流学科	その他	(合計)
建築	0(0%)	2(3.4%)	1(3.7%)	0(0%)	3(1.4%)
製造	4(6.8%)	5(8.6%)	2(7.4%)	11(14.3%)	22(10.0%)
電機	0(0%)	1(1.7%)	0(0%)	0(0%)	1(0.5%)
運輸	8(13.6%)	7(12.1%)	4(14.8%)	6(7.8%)	25(11.3%)
卸	5(8.5%)	10(17.2%)	1(3.7%)	7(9.1%)	23(10.4%)
金融	9(15.3%)	8(13.8%)	7(25.9%)	19(24.7%)	43(19.4%)
不動産	3(5.1%)	2(3.4%)	1(3.7%)	2(2.6%)	8(3.6%)
教育	22(37.3%)	19(32.8%)	8(29.6%)	22(28.6%)	71(32.0%)
公務員	4(6.8%)	3(5.2%)	2(7.4%)	7(9.1%)	16(7.2%)
その他	4(6.8%)	1(1.7%)	1(3.7%)	3(3.9%)	10(4.5%)
(合計)	59(26.6%)	58(26.1%)	27(12.2%)	77(34.7%)	222

Notes: 「建築」=建設業, 「製造」=製造業, 「電機」=電気・ガス・熱供給・水道業, 「運輸」=運輸・通信業, 「卸」=卸・小売業, 「金融」=金融・保険業, 「不動産」=不動産業, 「教育」=教育・マスコミ・公益その他のサービス業, 「公務員」=公務員・国際機関・政府機関等, 「その他」=分類不能の産業

表2 希望職種（3つまで重複選択可）

	日本文学科	英文学科	国際交流学科	その他	(合計)
商品企画	14(22.2%)	10(16.1%)	6(24.0%)	18(21.4%)	48(20.5%)
研究・開発	1(1.6%)	1(1.6%)	0(0%)	2(2.4%)	4(1.7%)
生産・管理	1(1.6%)	2(28.6%)	1(4.0%)	3(3.6%)	7(3.0%)
土木・建築	0(0%)	1(1.6%)	0(0%)	0(0%)	1(0.4%)
サービス	7(11.1%)	13(21.0%)	3(12.0%)	10(11.9%)	33(14.1%)
事務	15(23.8%)	19(30.6%)	7(28.0%)	17(20.2%)	58(24.8%)
コンピュータ	2(3.2%)	1(1.6%)	0(0%)	5(6.0%)	8(3.4%)
営業	7(11.1%)	1(1.6%)	7(28.0%)	9(10.7%)	24(10.3%)
専門	0(0%)	1(1.6%)	0(0%)	4(4.8%)	5(2.1%)
クリエイティブ	7(11.1%)	6(9.7%)	0(0%)	7(8.3%)	20(8.5%)
金融	1(1.6%)	2(3.2%)	0(0%)	5(6.0%)	8(3.4%)
公務員	2(3.2%)	0(0%)	1(4.0%)	3(3.6%)	6(2.6%)
その他	6(9.5%)	5(8.1%)	0(0%)	1(1.2%)	12(5.1%)
(合計)	63(26.9%)	62(26.5%)	25(10.7%)	84(35.9%)	234

Notes: 「商品企画」=商品企画・マーケティング関連職, 「研究・開発」=研究・開発関連職, 「生産・管理」=生産・品質管理・設計関連職, 「土木・建築」=土木・建築・設計関連職, 「サービス」=流通・サービス関連職, 「事務」=事務・スタッフ関連職, 「コンピュータ」=コンピュータ・通信・ソフトウェア関連職, 「営業」=営業関連職, 「専門」=専門・スペシャリスト(コンサルティング・薬剤師), 「クリエイティブ」=クリエイティブ関連職(編集・制作・デザイナー・ライター・記者), 「金融」=金融スペシャリスト, 「公務員」=公務員

「超超氷河期」の就職活動

表3 企業の選択基準（3つまで重複選択可）

	日本文学科	英文学科	国際交流学科	その他	(合計)
成長性	2(2.3%)	4(5.3%)	3(8.3%)	8(8.6%)	17(5.8%)
安定性	5(5.7%)	11(14.5%)	4(11.1%)	11(11.8%)	31(10.6%)
国際性	4(4.5%)	4(5.3%)	5(13.9%)	3(3.2%)	16(5.5%)
知名度	7(8.0%)	8(11.0%)	3(8.3%)	7(7.5%)	25(8.5%)
企業イメージ	11(12.5%)	7(9.2%)	1(2.8%)	8(8.6%)	27(9.2%)
事業内容	15(17.0%)	10(13.2%)	7(19.4%)	17(18.3%)	49(16.7%)
企業規模(社員数)	1(1.1%)	1(1.3%)	1(2.8%)	0(0%)	3(1.0%)
勤務条件(休日・賃金等)	11(12.5%)	8(10.5%)	3(8.3%)	10(10.8%)	32(10.9%)
仕事内容	25(28.4%)	18(23.7%)	5(13.9%)	22(23.7%)	70(23.9%)
勤務時間	2(2.3%)	2(2.6%)	1(2.8%)	0(0%)	5(1.7%)
その他	5(5.7%)	3(3.9%)	3(8.3%)	7(7.5%)	18(6.1%)
(合計)	88(30.0%)	76(25.9%)	36(12.3%)	93(31.7%)	293

表4 希望する業種と重視する項目の相関関係 (N =116)

	成長性	安定性	国際性	仕事内容
建設業	-.068	.021	-.065	.018
製造業	.297**	.095	-.022	-.111
電気・ガス・熱供給・水道業	-.039	.151	-.037	.117
運輸・通信業	-.039	.052	-.149	.116
卸・小売業	-.084	-.065	-.011	.041
金融・保険業	.086	.085	-.203*	-.085
不動産業	.080	.136	-.010	-.132
教育・マスコミ・公益・その他サービス	-.070	-.340**	.113	.346**
公務員・国際機関・政府機関	-.024	.145	.130	-.041
分類不能の産業	-.040	-.121	.144	.118

Note: **p < .01, *p < .05

表5 企画・マーケティング職志望と仕事内容重視のカイ2乗検定

	仕事内容重視せず	仕事内容重視	p値
企画・マーケティング職志望せず	32	36	0.05
企画・マーケティング職志望	13	35	

Note: $\chi^2=4.729, df=1, p<0.05$

「超超氷河期」の就職活動

表6 公務員志望の安定性重視のカイ2乗検定

	安定重視せず	安定重視	p値
公務員志望せず	82	2	0.05
公務員志望	28	4	

Note : $\chi^2=4.838, df=1, p<0.05$

表7 髪の毛, テスト, 面接, 個人面接, グループ面接の相関関係

	髪の毛	テスト	面接	個人面接	グループ面接
髪の毛	—	-0.203*	0.012	-0.049	0.003
テスト		—	0.194*	0.215*	0.086
面接			—	0.717*	0.601**
個人面接				—	0.501**
グループ面接					—

Note : * p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

表8-1 職種とファッションのカテゴリーごとの人数

	金融	金融以外	p値
白シャツ	40	52	0.05
白シャツ以外	3	21	

Note : $\chi^2= 7.83, df= 1, p<0.01$

表8-2 職種とファッションのカテゴリーごとの人数

	クリエイティブ職	クリエイティブ以外	p値
パンツスーツ	4	6	0.05
スカート	16	90	

Note : $\chi^2= 3.97, df=1, p<0.05$

「超超氷河期」の就職活動

を検証するため、カイ2乗検定を行った。分析の結果によればパンツ・スーツの頻度とクリエイティブ関連職種の頻度の関係は統計的に有意であり ($\chi^2(1) = 0.046$, $p < 0.05$), クレエイティブ関連の職種を希望し就職活動を行っている学生はパンツ・スーツを好むことがわかった。また、白いシャツを着る頻度と金融業を希望職種とする頻度には有意な関係があり ($\chi^2(1) = 0.05$, $p < 0.05$), 金融を希望し就職活動を行う学生は白いシャツを好んで着ることがわかった。

また、特定の髪の色と就職活動の関係性を調べるために探索的に分析を行った結果、髪の色と筆記試験の心理的不安の間には負の相関関係があり ($r = -0.203$, $p < 0.05$), 髪の色が茶色の度合いが高まるほど、筆記試験に関して心理的不安が高いことがわかった。

その他

筆記テストや面接など入社試験として課されるさまざまなテストの関係については、ピアソン積率相関分析により検証した。分析の結果、(a) 筆記テストを得意とするものは面接試験も得意 ($r = 0.215$, $p < 0.05$), (b) 個人面接を得意とするものは集団面接も得意 ($r = 0.501$, $p < 0.05$), ということがわかった。

考 察

以上の結果から業種、職種、選択基準、また就職活動の服装について考えていく。

女子大生の希望業種

今回の調査で学生に最も人気のあった希望職種は「教育・マスコミ・公益その他のサービス業」(32.0%), 以下「金融・保険業」(19.4%), 「運輸・通信業」(11.3%)であり、女子大生のマスコミ人気を反映する結果となった。また、金融・保険を選択した学生も多く、希望職種で1位であった「事務・スタッフ関連職」との関連性が示唆される。

分析結果から、希望職種「教育・マスコミ・公益・サービス」と選択基準

「超超氷河期」の就職活動

「仕事内容」の間に正の相関関係が観られ、また、選択基準の「安定性」とは負の関係が観られた。「教育」を選択した学生は教師を、「マスコミ」を選択した学生は記者・アナウンサーなどを希望していることが考えられ、これらは確かに他の業種と比べ独特な仕事内容を持つ職種と言える。例えば、教員免許の取得やアナウンサーになるためのアナウンススクールへの通学など、早くからの準備が必要になってくる。このため、他業種に比べてより仕事の内容を吟味し、職を得るために早くから準備を進める必要があるといった背景がこのような関係性を形作っていることが考えられる。一方、「教育・マスコミ・公益・サービス」を希望する学生は、安定性にあまり重視しないという分析結果がでたが、やはりこれらの業種に特徴的な環境が影響しているように思われる。このような業種では、組織に属さずフリーで活躍するものも少なくない。安定性のある程度犠牲にしてもこのような分野で職を得たいと思う学生の意思が反映されているのであろう。

「教育・マスコミ・公益・サービス」業界を希望する学生は32.1%と一番多く、人気を伺い知ることが出来るが、OB・OG訪問を有無と希望する業界については、有意な関係が観られなかった。OB・OG訪問は、仕事について詳しく知ったり、自身の希望とのミスマッチを減らしたりというような効果があるが、「ネット上の就職活動が主流になり、OB・OG訪問はほぼなくなった」（上田、2002）とあるように、OB・OG訪問する学生が少なくなっているようだ。確かに、訪問し話を伺ったからといってその先輩の話が自分にもあてはまるとは限らない。しかし、社会人とのコミュニケーションやマナーを通じて得るものも大きいだろう。また、現実を知ることによりイメージにとらわれない就職をすることにもつながる。「本当に頼りになるのは実際に勤めている社員の生の声」（上田、2002）とあるように、OB・OG訪問を行うことの意義を見直すことも今後必要になるのかもしれない。

女子大生の希望職種

今回のアンケート調査では、代表的な12の職種に「その他」を加えた計13の職種を選択肢とし、その中から志望する職種3つまでを選択してもらった。そ

「超超氷河期」の就職活動

の結果、志望者の多かった職種の上位3つとして、「事務」(24.8%)、「商品企画」(20.5%)、「サービス」(14.1%)が挙げられた。企画職の人気は、前出のディスコプランニング(2003)が行った調査結果と一致する(文系女子1位は「企画・プランニング」54.3%、2位「宣伝・広報」51.4%)。

個々の職種項目と企業の選択基準の関係を分析では、志望職種に「公務員」を挙げている学生は同時に選択基準として「安定性」を選択していることがわかった。これは昨今の就職難を背景に、学生の根強い安定志向を反映しているのであろう。ここ数年の不景気、就職難に後押しされ公務員ブームが継続しており、どの公務員試験も10倍を超える倍率が目立っている。例えば、平成14年度の国家公務員Ⅱ種試験の申込者数68,422人、合格者は7,808人である。Ⅱ種試験においても女性の進出は目覚ましく、申込者については、本試験が創設された昭和60年度の10,233人(全申込者数の19.8%)に対し、平成14年度は21,189人(同31.0%)と2.1倍になっている。しかし、前年度に比べると632人(2.9%)減少している(平成15年度版 公務員白書)。

誰もがその名前を知っている大企業が倒産するという今の世の中で、公務員が一般に不況に強いと言われるのは、給与が人事院勧告などで保障されているため、民間のように業績しだいで給与や賞与が大幅に増減することはなく、処分でも受けないかぎり解雇になることがないためである。また、かつては一部の職種について性による制限があったが、現在はそれも改善されている。すべての国家試験に女性が受験することができ、試験では差別的な取扱いは一切禁止されている。さらに出産や育児のための休暇制度が充実しているため結婚後も働き続ける可能になった。公務員の職場としての安定性、将来性は今後も続くと思われ(井上, 2002)、現在の就職状況を考えると、公務員人気は今後もしばらく続くであろう。

また、今回の調査の分析の結果、志望職種に「商品企画・マーケティング」を希望している学生は、選択基準に「仕事内容」を挙げていた。これは一般事務職の仕事内容に関しては「コピー取り」や「お茶汲み」などのイメージが未だに強く残っており「誰にでも出来る仕事」と考えている女子大生が多いことによる結果であろう。これに対して、企画・プランニング職は、自分の出した

「超超氷河期」の就職活動

アイデアが形（例えば、商品）となり市場に出るといふ大きな喜びを感じることの出来る職種であり、女子大生にとっては憧れの職種であるのは当然の結果と言えるのではないだろうか。iモードの開発者が女性であることがマスコミで取り扱われることが多くあり、このことが女子大生のこの職種への憧れを強めているとも考えられる。また、この職種は自分のアイデア次第であることから、他の職種に比べて性差別が少なく、また男性と同等に仕事とすることが出来ると考えてこの職種を希望している女子大生が多いと思われる。

企業の選択基準

企業の選択基準では、第1位は仕事内容(24%)で、第2位は事業内容(17%)、第3位が安定性と勤務条件（共に11%）であった。これらの結果から、学生達は、その職場でどのようなキャリアを身に付けられるのか、また、やりがいがあるのかなど、実際に行う職場における業務内容を重視していると考えられる。不況が続く中、職業選択において選択基準が変わりつつあるといえるだろう。

分析の結果、就職活動で男女差別を強く感じた学生は、知名度を重視するということがわかった。一方、男女差別をさほど感じなかった学生は、勤務条件、仕事内容、企業イメージを考慮することも示唆された。男女差別を気にする人が知名度を気にするという結果は大変興味深い関係である。知名度のある会社で、女性としてのハンデなしで働きたいと考える学生達の意向を反映していると考えられる。逆に男女差別を気にしない人が勤務条件や仕事内容、イメージを気にしたという結果から、男女の差は気にしないが、賃金や休日はしっかりと主張したいといった、仕事に対するある種の割り切りを持っている印象を受ける。今回の調査ではあくまで学生が就職活動で感じた「男女差別」を調査の対象としたため、実際に問題となるような、「産休の有無」、「育児休暇の制度」、「昇進等に差」など具体的な問題は調査対象外となってしまった。学生が感じた男女差別が具体的にはどのような側面から起因しているのか、より具体的な側面での男女差別に関しては更なる調査が必要である。

また今回の調査では、事務職を希望する学生は、仕事内容や事業内容を重視するという結果が示唆された。事務職希望の学生は、仕事の内容よりは、知名

「超超氷河期」の就職活動

度や、安定性または、企業イメージなどで選んでいるのではないかと考えたが、有意な関係は見つからなかった。「問題」で述べたように、将来性や安定性で選択をする学生は本当にいないのかという着眼点から結果を再検討したところ、商品企画・マーケティング関連職や、研究・開発関連職があがった。しかしこれらの職種は、自分達の手で、その企業のイメージを操れるようなポジションにいるにもかかわらず、安定性を重視しているのはなぜだろうか。それはおそらく、このアンケートに答える段階で、商品企画・マーケティング関連職や、研究・開発関連職は漠然と何をやるのか分かりにくいため、何かを作り上げることが可能ではあるが、規模の大きな企業の方が、新しい事をしやすい環境にあるからではないかと考えているとも思われる。

就職活動の服装

就職活動で使用したスーツのタイプについての質問で私たちはスカートタイプ、パンツスーツ、両方の三つの選択肢を設けた。どのタイプのスーツを選ぶ人が、どの職種を選択しているかを調査した結果、パンツスーツを選んでいる人の多くはクリエイティブ関連の職種を選択しているという結果が出た。一般的なパンツスーツのイメージとし、おそらく“格好がよい”“キャリア”“仕事ができそう”などの言葉があげられるだろう。スカートタイプのスーツに比べて動きやすく、また男性と同じスタイルであるということもパンツスーツの特徴である。この様な特徴から、パンツスーツを選ぶ学生の姿、その主張が見えてくる。パンツスーツを選択するということ、学生たちは性別によって差別されるということから無意識に自衛しているとも考えられる。今回はその他の、性別と関係の無い職種の選択肢と、パンツスーツを選択するということに関連性は見られなかった。しかし、スーツタイプを選択するということが単に好みの問題だけとは言い切れないだろう。

金融系を志望する学生は白いレギュラーカラーのシャツを着用するという噂は、学内でも毎年聞くことができる。また櫻井(2002)は、以下のように報告している。「……(中略)銀行の受験の際には必ず白のレギュラーシャツを着用することを勧め、結果その学生は内定を得たという報告がある。また、同じく

「超超氷河期」の就職活動

銀行に内定した学生からも、試験の際は色つきのスキッパーカラーなどを着用する学生がいたので不安を感じていたが、その後の内定式では色つきのシャツを着用している者はいず、自分の選択が誤りでなかったと感じたという報告を受けた。」金融業では服装から受けるイメージを大事にし、白色を好む傾向があるといえるだろう。カラーイメージ辞典（1983）によると、白色は清潔さや明るいイメージを与えるという。塚田（1986）が行なった調査では、中年層の男性と青年層の女性には白色が好まれるという結果になった。中年層は面接官の年齢層としては大いに考えられる層である。そういったことを意識して学生が白いシャツを選ぶということは大いに考えられることである。噂にはこのような理由と根拠が考えられる。

新入社員対象に行った「ビジネスにおけるファッションとして問題ないと思うもの」というアンケートでは、男女ともに、染色や脱色などが上位に上がっていた。（食品流通情報センター，2001）。これを踏まえて、就職活動中の髪の色と筆記テストの得意不得意との関係を調べた。結果として因果関係は確認できないものの、少なくとも双方には関連性があるということがわかった。髪の毛を黒くすることによって筆記テストの点数が上がるということとはできない。しかし、髪を黒くすることは就職活動を周到に準備しているということの表れとも考えられる。結果的に、心構えや準備を行っている学生が行っていない学生よりも筆記テストで優位に立つという関係もこのように考えれば不思議ではない。

また当然のことではあるが、得意不得意を尋ねた設問において、面接と個人面接、グループ面接との関連性が認められた。そして、筆記テストと面接、個人面接との関連性も確認することができた。筆記テストも面接も事前に何らかの準備を必要とするという共通点がある。やはり、事前に準備を行うか怠るかということが就職活動の結果に大きく関係してくるのだろう。

おわりに

この数年の間に大学生の就職活動はその姿を大きく変えようとしている。今回の調査では、「仕事内容」が選択基準のなかで最も重視されている要素である

「超超氷河期」の就職活動

ことが示され、就職難にもかかわらず、学生は自分で満足できる、納得できる就職への思いが強いことがわかった。このような仕事の内容を重視する傾向は、活動そのものの長期化や新規卒業者の離職率の増加など、マイナスの要因にもつながる。しかし我々は、企業の規模や知名度に左右されることなく、内容本位で仕事を選ぶこうした学生の姿勢は健全であると考え。長期的に見た場合、規模や知名度といった外的な動機による就職よりも仕事の内容など内的な動機によって得た仕事の方が、働き手の士気を上げ、仕事の能率を向上させるなど、企業側に利益をもたらすばかりか、働く者の満足度や充足感にもつながり、企業側、働き手、双方にメリットが考えられるためである。

参考文献

- 井上繁 2002 国家公務員になるには ペリかん社
- 上田晶美 2002 「ワーキングウーマン——女性活用してるのに……、就職人気はいまひとつ」日本経済新聞（6月17日夕刊）
- 学生職業総合支援センター 2002 センターアンケート Vol.34 「大学生等の就職活動に関する調査」
http://job.gakusei.go.jp/D/D2000200.ASP?enq_no=34
- 「教育アンケート調査年鑑」編集委員会 1999 2000年新卒入社者の採用に関するアンケート 教育アンケート調査年鑑 1999年版・上 創育社
- 櫻井理恵 2002 リクルートスタイルの最終チェック 一宮女子短期大学研究報告書 41,5-14
- 食品流通情報センター編集 2001 若者ライフスタイル資料集2001 食品流通情報センター
- 人事院編 平成15年度版 公務員白書
- 田中希穂 2002 就職活動中の学生における就職動機と仕事に対する価値観の関係 同志社心理 49, 29-38
- ディスコネットワーク 2003 「2003年度 大学生の就職活動・意識に関する調査」
http://www.hr-plaza.com/database/data_20030106/
- 株式会社毎日コミュニケーションズ 2003 「2003年度 大学生の就職意識調査結果報告」
<http://navi.mycom.co.jp/saponet/release/ishiki/2003ishiki/03ishiki.pdf>
- 松江祥子・高橋弘司 2001 就職活動期における「自己評価」及び「業界・企業・職種研究」の影響要因 南山経営研究 16,71-92
- 株式会社リクルート 2003 「就職ジャーナル版 2002就職白書」
http://www.recruit.co.jp/corporate/report/2002pdf/sj_hakusyo_021203.pdf