

2022年9月1日

大阪大谷大学キャリアセンター

卒業生・企業調査報告書 2022

大阪大谷大学キャリアセンターでは、2022年4月27日～5月28日に2019年3月卒業生（卒業後3年経過）、および2017年3月卒業生（卒業後5年経過）を対象に郵送によるアンケート調査を行った。また、2022年8月22日～8月23日に本学生をこれまでに採用いただいた企業を中心に採用担当者に対して、聞き取り調査を行った。

この卒業生および企業の採用担当者を対象とした調査は、社会人経験に基づく回答による本学キャリア教育の課題を、また企業が新卒学生の採用に際し何を重視しているかを抽出するために2020年度から毎年実施しており、これらを本学のキャリア教育、キャリア支援行事等に反映することを目的とするものである。

「卒業生・企業調査報告書 2021」で挙げた課題への対応状況

2021年に報告した「卒業生・企業調査報告書 2021」において、4つの課題を挙げた。それら課題への対応状況は次の通りである。

課題1 2回生からのインターンシップの参加促進

この課題に対し、2回生からのインターンシップ参加の啓発と、そのためのキャリア教育科目や支援行事の提供内容の必要性を挙げていた。

2022年4月、政府がインターンシップでの情報、評価を採用選考に使用することを認めた。これまでも3回生（薬学部では5回生）のインターンシップが早期選考に利用されてきた実態は存在したが、国がインターンシップによる選考を認めたことによりインターンシップ⇒早期選考の流れが、本年度から加速することが予想される。そうすると、本来の職業体験を目的としたインターンシップは低学年へと移っていくことになる。

本年度から2回生担当のキャリア形成Ⅱの授業テーマに「インターンシップ参加の準備」を加え、さらに後期担当であったのをサマーインターンシップに間に合うように、5月下旬～6月上旬にかけての集中講義とした。担当学部は文学部、教育学部、人間社会学部の3学部で、今年度の履修登録者数は69名であった。また、キャリアセンター提供のインターンシップ対策講座に、1回生、2回生の参加を認めることとした。

次年度以降、まずはキャリア形成Ⅱの履修登録者を増やし、その授業内で対策講座への参加を繋げる広報を展開していく。また、授業名を「インターンシップ入門」と

し、インターンシップ準備に関する内容であることを明確にすることも検討する。

課題2 コース別雇用管理制度の理解深耕

昨年の企業調査で、総合職、一般職などのコース別採用と、仕事の性質などキャリアパスとの関係、雇用条件の関係を理解せず、採用選考の過程で矛盾のある発言が指摘された。これを踏まえ、本年度から3回生配当の就活本番の準備のための授業「就活力Ⅱ」の中で、コースと、職務、雇用条件等についての説明を追加する。

課題3 自己分析とキャリアの柔軟性

自己分析の結果に固執し、柔軟性に欠ける職種選択が、昨年度の企業調査で指摘された。本意な就職を果たす学生よりも、就活に苦労し、その中で縁のあった企業や仕事に就くケースの方が現実的には多いと推測される。

本意でない就職であった者が、その後その職を天職だと言い切る者も少なくない。様々な仕事でそのような経験をした人々を取り上げた番組に、NHKの仕事の流儀「プロフェッショナル」がある。1回生配当のキャリア形成Ⅰの中で、本意でない就職から天職と言い切る変遷を深く考える機会を、事例を通して提供する。そして、実際の就職活動が始まる3回生で配当となる就活力Ⅱの中で、自己分析の結果は参考とし、柔軟にも考えるクランボルツの計画的偶発性理論の事例を紹介する。

課題4 プレゼンテーション力、コミュニケーション力の強化

昨年度の報告書で、本課題に対する解決の方向で定員制としているキャリア教育科目の「ロジカルシンキング」、「ロジカルコミュニケーション」で、履修希望者が全員履修できる方向の検討を挙げた。

これら科目のこの3年間の履修希望者数の推移を踏まえ、まずロジカルシンキングのみ、2023年度からこれまでの定員24名から定員を増やす方向で調整に入った。予算の都合もあり、クラス増には時間を要するため、まずはこのような措置で対応することとした。この定員増数は、授業の方法を工夫し、授業の質を確保できる限界人数として算出していく。

2022年調査結果に基づくキャリア支援・キャリア教育の課題

これまでに卒業生調査から浮上した課題に対しては、ほぼ対応を図っている。一方、政府がインターンシップでの情報を採用選考に利用することを認めたことや、コロナ禍でのWEBエントリーのような新たな採用選考方法の導入など、採用選考に関する事項の変化が起こってきている。2022年の調査結果では、企業調査から浮上した課題が主なものとなった。

課題1 学生へのB to B企業の認知向上

今回の企業調査の対象がB to B企業が多かったことから、これら企業の学生の認知度の低さが、採用活動に苦戦している大きな原因であることが明らかとなった。今回の調査企業はいずれも長い歴史を歩み、その間に1990年代前半のバブル経済崩壊、2000年代前半のITバブル崩壊、2008年のリーマンショックとその後の世界経済危機を克服してきた強い経営力と技術力のある企業である。一方で同様の間で倒産、破綻した有名企業も多々あった。日本にはものづくりはこのようなB to Bが支えていると言っても過言ではない。

このような低認知により採用に苦戦をしている企業と、狭い選択肢からしか就職先を考えないで就活に苦戦する学生のマッチングの一つの方法として、学生がB to B企業を知る機会を設けることは、有意義ではないだろうか。2回生担当のキャリア形成Ⅱ、3回生担当の企業研究、採用研究といったキャリア教育科目の中で、B to B企業の露出度を上げる方策を検討していきたい。

課題2 学部を超えた日商簿記取得の啓発

今回調査した企業の他にも、ナビサイトで企業の採用要項を見ると、営業職や事務職で学部・学科不問にしている企業は多い。企業というと、法学部、経済学部、商学部などでは就活に強く、文学部、教育学部といったビジネスの学びのない学部・学科では就活に苦戦すると考えがちである。しかし、企業は学部・学科というよりも、勉学への取り組み度、人柄を重視している。ただし、いずれの学部・学科にせよ、ビジネスへの関心、意欲を求めている。

今回の聞き取りの中で、当初は資格も重視していないと言っていたが、話しをしていくと日商簿記2級とは言わないが、3級があれば何学部・何学科であろうとビジネスに関心のある裏付けとなると言っていた。営業では利益意識は大事と指摘する企業もある。事務職であっても経理はもとより、総務でもコスト意識が求められる。

現在、簿記関連の授業は人間社会学科でのみ開講されている。それらを簿記の履修の動機づけをしないままに簿記を全学部開講しても、履修されることは期待できない

い。そこで、まず1回生担当のキャリア形成Ⅰ（キャリア概論に名称変更予定）で、企業に就職するなら簿記が求められる理由を説明し、そして簿記の入門レベルの授業を文学部、教育学部にも開講することを検討したい。また、キャリアセンターの支援行事に日商簿記3級対策講座をオンラインなどで学生が学べるかも、予算も含め検討をしていく。

課題3 教養の重要性の認識

様々なステークホルダーと関わりながらビジネスを推進していくには、法律、経済などの専門があれば良いと思われがちだが、まずはステークホルダーとの信頼関係があつてのことである。この信頼関係の構築には「コミュニケーション力」が必要だと、この「コミュニケーション力」の解釈は千差万別だが、誰もが唱えるだろう。学生の中には、「誰とでも話せる」ことをコミュニケーション力と思っている者も少なくない。確かに誰とでも話せることだが、誰とでも話のキャッチボールができるための、深く、広い教養があつて成り立つとは言えないだろうか。この深く、広い教養を踏まえたコミュニケーションを通じて、様々なステークホルダーとの信頼関係を構築して、そこからビジネスが始まるのである。

大学では各学部、各学科の専門性の学びに、現在重きが置かれている。そうになると、学生は教養を身につける術を習得できない。教養の習得には多岐にわたる領域、かつ自らの深い思索の継続性が必要になる。そこで、まずはキャリア教育科目のいずれかの中で、教養の必要性、継続してそれを養う術の基本を紹介していくことを検討したい。

調査概要

【卒業生調査】

調査目的：社会人の視点での大学に必要なキャリア支援、キャリア教育を把握する。

調査方法：郵送調査

調査対象：大阪大谷大学文学部、教育学部、人間社会学部、薬学部の2019年3月卒業生（665名）、2017年3月卒業生（562名）

調査期間：2022年4月27日～2022年5月28日

回答者数：2019年3月卒業生 48名（回収率：7.2%）

日本語日本文学科2名、歴史文化学科3名、教育学科19名、人間社会学科4名、スポーツ健康学科9名、薬学科11名

2017年3月卒業生 29名（回収率：5.2%）

日本語日本文学科4名、文化財学科2名、教育学科11名、人間社会学科4名、スポーツ健康学科4名、薬学科4名

卒業時の進路：2019年3月卒業生

一般企業23名、公務員（教職、保育職を除く）3名、教職・保育職17名、病院・福祉5名

2017年3月卒業生

一般企業8名、公務員（教職、保育職を除く）2名、教職・保育職14名、病院・福祉4名、進学1名

【企業調査】

調査目的：企業の新卒採用に際して重視する点等を把握する。

調査方法：聞き取り調査

調査対象：本学学生の採用実績があり、大阪府内に拠点を置く企業5社および1医療法人（企業・医療法人概要は下記の通り）の採用担当者

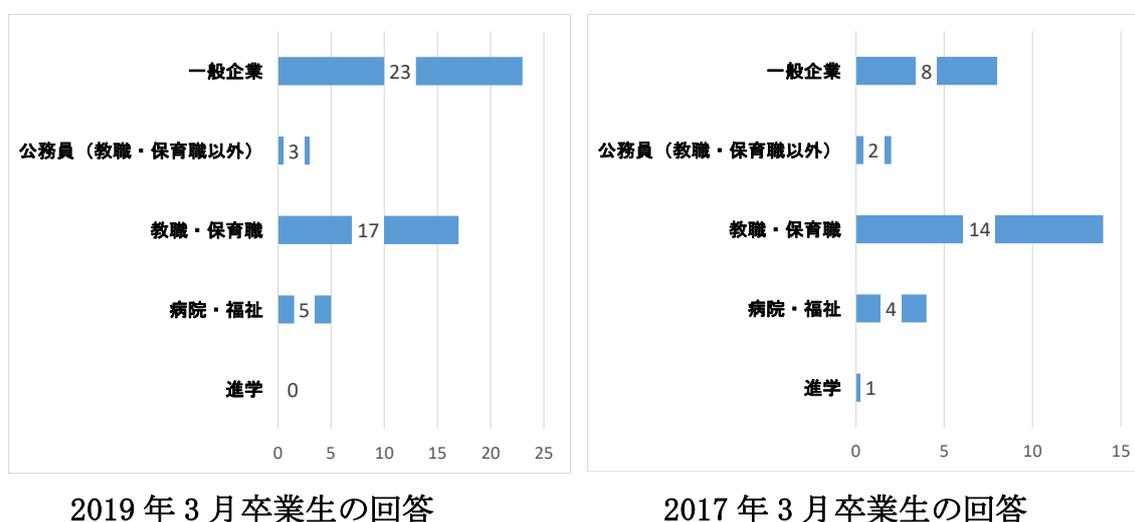
調査期間：2022年8月22日～2022年8月23日

	A社	B社	C法人	D社	E社	F社
概要	電気機械器具 製造販売業等 売上高:132億円 (2022年3月期) 従業員:734名 (2022年3月現在)	生産用電気諸機械 の卸販売業等 売上高:88億円 (2021年9月期) 従業員:93名	医療業 年商:4.273億円 (2020年12月実績) 従業員:40,135名 (2022年5月現在)	航運送業、トラック 運送事業、港湾沿 岸荷役事業、倉庫 業、通関業 従業員:130名	スポーツ用品全 般卸売業 売上高:127億円 (2021年7月期) 従業員:139名	各種石灰、生コンク リート、セメント二次 製品の製造販売等 従業員:112名 (2022年3月現在)

卒業生調査結果

1. 回答者の卒業時の進路

回答のあった2019年3月卒業生と2017年3月卒業生の卒業時の進路先として、一般企業と教職・保育が多くなっている。教職・保育の回答が多いのは、本調査回答者に占める教育学科の卒業生の割合が、2019年3月卒で35.6%、2016年3月卒で37.9%と高いためと推察される。また、回答者での一般企業の割合を見ると、2019年3月卒では45.8%、2017年3月卒では27.6%で、2019年3月卒で一般企業への就職者が多く本調査に対して回答している。一方、回答者の中で人数は少ないものの、両年の卒業生には教職・保育職以外の行政、警察、消防といった公務員に就いた者もいる。2017年3月卒業生で大学院に進学した者が1名回答している。



2. 現在の就業状態

回答のあった2019年3月卒業生と2017年3月卒業生のそれぞれ卒業3年後、5年後の就業状況は、大半が就業状態であった。2017年3月卒では、回答者の全員が就業している。

2019年3月卒業生の就業状			2017年3月卒業生の就業状		
就業中	無就業	不明	就業中	無就業	不明
45	3	0	29名	0	0

3. 転職経験

回答のあった2019年3月卒業生と2017年3月卒業生には、卒業後から現在までの期間で転職を経験している者が、それぞれ20.8%、37.9%いた。昨年度の調査においても、厚生労働省の調査で示されている卒業3年以内に30%以上が離職とするよりも低い結

果であった。2019年3月卒の転職経験 20.8%の要因として、調査回収率の低さから本学では3年以内の離職率は低いと結論できない。

転職形式は昨年と同様に企業から企業へ、学校講師から教員採用試験に合格し教諭へといったものが主なものであった。しかし、主な転職の多くは企業から企業へのものである。なお、転職経験があっても、現在の就業率は高いものとなっている。

2019年3月卒業生の転職経験				2017年3月卒業生の転職経験			
有	無	退職	不明	有	無	退職	不明
10名	35名	3	0	11名	18名	0	0

4. 在学中にあったらよいと思うキャリア教育

在学中にあったらよいと思うキャリア教育を自由記述で尋ねたところ、昨年にはなかった「金、資産形成に関する教育」を、2019年3月卒の2名が挙げている。NISAやiDeCoと言った資産形成に関する制度に、若者たちが関心を寄せているためかもしれない。

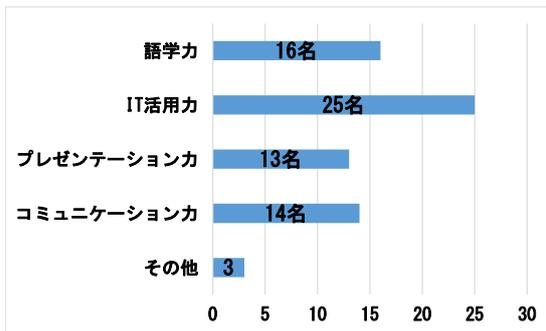
2017年3月卒では2名がキャリアに関する教育を2名が挙げている。この年代が学生時代のころ、本学ではまだ本格的なキャリア教育は始まっていなかったことによるものと、推察される。そのため、社会に出てからその影響を実感したことによる回答と思われる。

2019年3月卒業生の回答		2017年3月卒業生の回答	
金、資産形成に関する教育	2名	キャリアに関する教育	2名

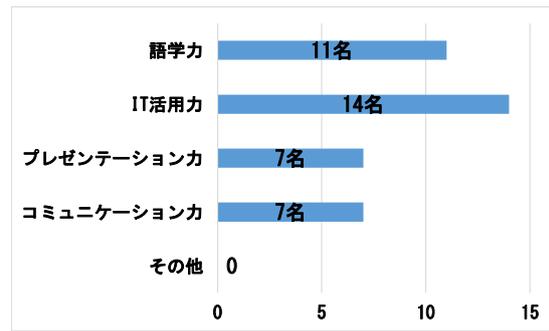
5. 在学中に身につけておきたかった能力

在学中に身につけておきたかった能力として、仕事の場面を想定した「語学力」、「IT活用力」、「プレゼンテーション力」、「コミュニケーション力」、「その他」の5項目についての質問を用意した。

両年の卒業生で最も要望のあった「IT活用力」は、昨年も最も多い要望であった。続いて両年とも語学力が挙げられている。本学では英語を苦手として挙げる在学生は少なくなく、英語教育センターの利用やTOEICの受験をする学生をいかに増やすかは、昨年も挙げている。プレゼンテーション力とコミュニケーション力を挙げる卒業生も少なくない。この二つの力については、現在はキャリア教育科目として「ロジカルシンキング」、「ロジカルコミュニケーション」が用意されており、その要望には応えられている。



2019年3月卒業生の回答

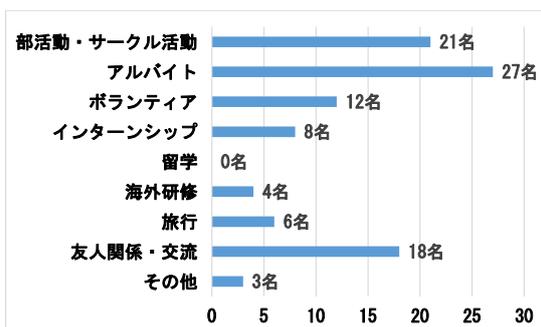


2017年3月卒業生の回答

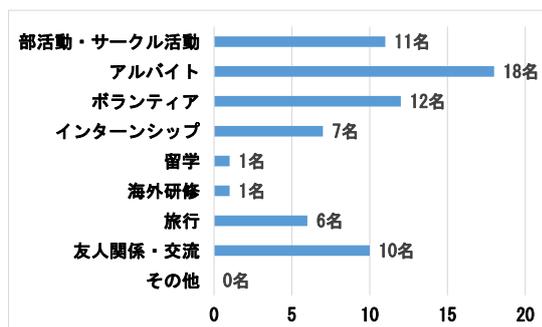
6. 授業以外で現在の仕事で役立つ活動・経験

大学時代の経験で現在の仕事に役立つ活動・経験では、昨年の調査結果と同様に「アルバイト」が両卒業生とも最も多くなっている。アルバイトを通して、仕事現場というものを実際に体験し、気づきや学びをしていることが、就職後に活きていると思われる。たとえアルバイトであっても、仕事、働く現場での経験が多く気づきを生んでいるものと思われる。次に「部活動・サークル活動」、「友人関係・交流」、「ボランティア」が多く挙げられている。これも昨年の調査結果と同様である。昨年の報告でも述べたが、これらを通して上の世代や同世代の人たちとの交流を経験し、多様な価値観を持った人たちとのコミュニケーション力を身につけていっている結果であろう。

昨今、インターンシップが企業の早期選考の手段となってきた。本調査では、インターンシップは挙げられているが、さほど多いとは言えない。インターンシップは就職活動で役立つもので、実際の仕事に就いて役立つ要素が少ない結果の現われかもしれない。



2019年3月卒業生の回答



2017年3月卒業生の回答

企業調査結果

1. インターンシップ

本年4月に政府はインターンシップでの情報を採用選考に利用することを認めた。これはこれまでの企業の表向きの採用選考スケジュールが形骸化しており、実際には数年前からインターンシップ参加者を対象に早期選考をしていた実態があったからである。表向きのスケジュールを守っていたら、有望な人材が他社に流れてしまうという企業の不安感から、インターンシップ→早期選考の拍車がかかっていったのである。

しかし、今回の調査を行った企業5社、医療法人1法人では、積極的にインターンシップが行われていなかった。A社が技術職を対象にインターンシップを実施、C法人は地域の施設にインターンシップを実施するか否かを委ねている程度である。なお、この2つのいずれにおいても、インターンシップ参加者決定のための選考はない。B社、D社、E社、F社がインターンシップを実施しないのは、B to B企業のため学生の認知度が低く、インターンシップ参加の募集をしても応募がないだろうと判断してのことであった。

インターンシップを実施しているA社とC法人のうち、C法人ではインターンシップの参加が本選考に影響を与えている。インターンシップに参加して、そして本選考に応募してくるという行動が、C法人に対する就職の本気度の指標と考えているからである。

今回の調査をしたC法人を除く5社はB to B企業の中小企業である。そのため、一般の人には知名度がなく、本選考においても応募があまりないとのことであった。また、募集人数も数名のところもあった。つまり、インターンシップ→早期選考という企業は、知名度があり、事業規模が大きく毎年の採用人数が多い企業での話であり、一方知名度がなく、採用人数の少ない企業には該当しない状況が浮き彫りになった。

インターンシップに関する調査結果						
	A社	B社	C社	D社	E社	F社
実施の有無	電気・電子系の学生を対象に、技術職として工場でのインターンシップを実施している。通年で受け付けている。	実施していない。今後は採用選考の最初のステップにインターンシップを組み入れたい。	実施するか否かは地域に任せている。	実施していない。	実施していない。	実施していない。
選考方法	選考はなし		選考はなし			
採用選考との関連	後日、採用選考への打診はしている。		採用選考への打診はしないが、インターンシップに参加して応募してきた場合は、本気度が高いと判断し、考慮する。			

2. 本選考

(1) 2023 年度の採用計画

本学の文学部、教育学部、人間社会学部は文科系であることから、文科系学部生が対象となる職種の募集の有無を尋ねた。その結果、いずれの企業、法人においても、文科系学生も対象となる営業職、事務職の募集があった。これら職種で総合職としての募集もあった。聞き取り調査の中で、総合職と言っても、全国転勤には非常に気を遣うとのことであった。地元志向の学生の応募が多く、転勤の有無を質問したり、入社後に転勤の辞令が出て退職したりするケースがあるという。将来の幹部育成にとって会社全体を知るための様々な部署への異動は必要であり、幹部候補の確保が懸念されるということであった。

(2) 採用選考開始時期、内々定連絡開始時期

採用選考の開始時期は3月、4月であった。内々定の連絡開始時期も3、4月からであった。F社では応募者がほとんどないため、大学のキャリアセンターなどに採用情報を送り、応募があったらその都度選考を実施するということであった。採用選考と内々定連絡の時期が同月であったが、これは後述する採用選考項目とも関係し、試験やグループワークがなかったり、面接回数が2回以下であったりするためである。その一方で、後々になっての内定辞退で、秋以降も採用選考を継続することも少なくないという。

(3) 全般で重視する点

今回調査した企業5社と1法人の全てが、営業職、事務職で学部不問であった。ただし、A社では文学部などビジネスとの距離のある学びの学部では、内々定までに至らない傾向があるという。しかし、文学部であってもビジネス関連の科目を履修していると内々定の可能性は高まるようである。

すべての企業、法人では、自主性があり、元気に行動し、コミュニケーション力のある学生を共通して求めている。営業であれば取引先と直接のビジネスに関する話だけではなく、様々な方面の話題にも対応できる雑談力などもあり、人間関係が構築できる基礎力が望まれている。

(4) 成績、資格、語学など

今回調査した企業5社と1法人の全てが、成績を重視していない。留年しないことが見通せばよいということである。A社は同じ成績評価であっても大学でその評価のレベルに違いがあり、参考にはならないと指摘する。そこで、CUBIC 適性試験を行い、それでもって評価を揃えているという。

ここで注目されるのが「日商簿記」の資格を2社と1法人が挙げていることであ

る。日商簿記2級までは求めないが、3級だけでもあれば、ビジネスに関心があるという裏付けとして捉えるそうである。「文学部生がビジネスに関心を持ち応募しました」と言って、日商簿記3級に合格していれば、口先で言っているのではなく、確かにそうだという裏付けになるという。なお、国内が主なビジネスの場なので、調査したすべてで語学は特に重視をしていない。

(5) エントリーシート

エントリーシートを自社で用意している企業はなかった。市販のものや、大学が用意しているもので、良いとしている。C法人はナビ会社が用意しているものを使用していた。

(6) 試験

試験を実施しているのは2社であった。A社はCUBIC適性試験を実施し、B社は論文を課している。

(7) グループワーク

グループワークはC法人で実施しているが、それもすべての施設ではなく、実施の有無は施設に任せているということであった。

(8) 面接

面接回数はF社とC法人で1回、その他では2回であった。F社の1回は常務と人事で、応募者があれば随時実施している。C法人では各施設の事務長と担当課長の面接で採用を判断している。

B社は一次面接を集団面接で行い、次に個別面接の形式で最終面接を実施している。なお、必要な場合にはこの一次面接と最終面接の間に面接を設けることもあるということであった。

本選考に関する調査結果						
	A社	B社	C社	D社	E社	F社
2023年卒の採用職種	技術職、営業職	総合職(営業職、管理部門職、技術職)、一般職(営業事務、一般事務)	一般の大卒者は事務職として全国で200名を採用予定。	総合職(事務職)で2~3名を採用予定。	総合職(営業職)、で10名程度を採用予定。	営業職で2名採用予定。
採用選考開始時期	3月	3月	4月	4月	3月 (その年によって時期は変わる。9月にしたことある)	応募者が少ないので、3月以降で応募があれば随時開始。
内々定連絡開始時期	3月	3月	5月	5月	5月	応募者が少ないので、3月以降で応募があれば随時開始。
全般で重視する点	能動的に動ける人(主体的な行動ができる)。また、営業職では人間関係を構築するための話題が抱負であり、雑談力のある人が欲しい。 営業職では、 学部不問 としているが、内定者は経済学部、経営学部が多く、文学部などビジネスとの距離のある学部は落ちる傾向がある。文学部でもビジネスの学びをしていれば、採用の可能性は高まる。	自主性があり、自立した人が欲しい。さらに、営業職では取引先との関係を構築できるコミュニケーション力があること。また、商社なので 利益意識 のあることである。 学部不問 で、一般常識があれば良く、とにかく取引先とのコミュニケーションがとれる人であればよい。	何学部でも良い。 これまでに何をやってきたかを見る。医療関連を志望するのなら、医療界に関する本ぐらい読んで応募してほしい。 コミュニケーション(質疑応答ができる)がとれるか。	何学部でも良い。 調整業務が多いので、コミュニケーション力、元気があるなどの人柄しか見ていない。	何学部でも良い。 結果的に運動部出身者の内定が多い。意欲をもって、自分で発想して、行動できるか。将来のビジョンを持っているか。	建築、土木の選考学生を求めるが、そのような学生はゼネコンに行き、営業職には応募しない。そのため文系も対象にし、 学部はこだわっていない。 営業なので、元気があり、コミュニケーション力のある人がよい。
成績・資格・語学など	同じ評価でも、大学によってレベルが異なるので、重視はしていない。その代り、CUBIC適性検査を行っている。 日商簿記3級 があれば有利に働く。	資格、語学は重視していない。一般常識があればよい。営業職では運転免許を持っていること。	成績は見るが、悪い成績でなければ良い。 MOS検定、日商簿記、医療秘書検定 があれば有利に働く。語学力があればベターである。	成績は重視をしていない。資格は努力する人物としてとらえている。	成績はよほどひどくなければよい。資格、語学は重視していない。	成績は重視していない。 日商簿記 の資格があれば、プラスポイントとなる。
エントリーシート	自分で用意した履歴書を提出	説明会でエントリーシートを提出	ナビ会社が提供しているエントリーシートを使用している。	自分で用意した履歴書を提出	自分で用意した履歴書を提出	自分で用意した履歴書を提出
試験	CUBIC適性試験	筆記試験(テーマに対する論文)性格検査はやっていない。面接での印象でやっている。	なし	なし	なし	なし
グループワーク	無	無	施設による。	無	無	無
面接回数	2回(一次面接、最終面接)	2回(一次面接は集団面接、最終面接は個別面接)、必要な場合は一次と最終の間に、面接を設ける。	関東と関西で説明会をし、応募者には一次面接(事務長、担当課長)のみで、内々定者を決定している。	2回(一次面接、最終面接)	2回(個人面接)一次面接は大阪の店長、最終面接は社長。	1回のみで、常務と人事が面接官。

3. 昨今の応募学生の印象

地元志向やワークライフバランスを重視し、幹部を目指そうという志向の学生が少ないようである。この地元志向が強いというのは、昨年の調査でも同様であった。自分の考えを持っている学生が多いということを指摘する企業が2社あった。それに関連するが、面接慣れしていて、自分の言葉で話せる学生を挙げる企業(F社)もある。

B社は世の中の動向に疎い学生のいることを挙げている。SNSなどで自分の関心のあるものは見るが、それ以外のことも自分に飛び込んでくるテレビを見たり、新聞を読んだりしていないのではと指摘していた。営業職で様々な世代やタイプの顧客とのコミュニケーションに不安を感じるという。

昨今の応募学生の印象		A社	B社	C社	D社	E社	F社
印象		<p>転職を避ける傾向があり、幹部候補としての総合職での応募者が少ない。</p> <p>離職理由でも、転職を挙げるケースがある。</p>	<p>良い点として、自分の意見を言える学生が増えてきた。</p> <p>一方で、世間話ができる学生が減ってきている。テレビや新聞を見たり、読んだりしていれば、今世の中でどういうことが起きているか、話題になっているかを知っているはずのことが、知らない学生が増えていく。これが面接で現れて、営業職として取引先とのコミュニケーションに不安を感じ、落とすことにつながっている。</p>	<p>ワークライフバランスを重視し、幹部をめざそうとしたがらない。</p>	<p>売り手市場なのか、企業を選ぶというスタンスのようである。</p> <p>個性がないようだ。</p>	<p>自分の考えを持っている学生が多くなってきている。</p>	<p>面接慣れをしており、自分の言葉でスムーズに話せている。一方、変に落ち着いていて、はつらつとした若さがない。</p>