

2025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 2025

【目次】

- ・はじめに
- ・「卒業生・企業調査報告書 2024」で挙げた課題への対応状況
- ・2024年～2025年にかけての採用選考・就職活動を取り巻く社会動向
- ・調査概要
- ・卒業生調査結果
- ・企業調査結果
- ・2025年キャリア支援・キャリア教育の課題

はじめに

大阪大谷大学キャリアセンターでは、2025年6月12日～6月30日に2022年3月卒業生（卒業後3年経過）、および2020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依頼、インターネット回答で調査を行った。また、2025年7月4日、10日、17日、18日、31日に本学学生をこれまでに採用いただいた企業6社の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、社会人経験によって気づいた回答から導かれた本学キャリア教育の課題を、また企業の新卒学生の採用に対する直近の基本的な考えを知るために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。なお、2019年に就職課から、キャリア教育とキャリア支援の二つのミッションを持つキャリアセンターを発足させているが、今年度の調査対象の卒業生はそのキャリア教育の提供以前に入学した者たちである。

「卒業生・企業調査報告書 2024」で挙げた課題への対応状況

2024年に報告した「卒業生・企業調査報告書 2024」では、3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 キャリア開発を巡る学外環境との接点づくり

昨年の卒業生アンケート調査結果が、就職ナビ会社やマスコミが報ずる大学生の一般的な就職活動や就職後の内容と下記の点で乖離していることが浮上した。

(1) インターンシップへの参加者が大学生平均より少ない。

(2) 一人当たりのインターンシップへのエントリー数や参加企業等の数が、大学生平均より少ない。

(3) 就職活動における内定保有数が大学生平均より少ない。

(4) 文学部、教育学部、人間社会学部の卒業生では、卒業後の短期間での離職率が平均より高い。

(1)～(2)の乖離を改善するために、学生の「知る」、そして「行動に移す」の恒常的な流れを作ることに努めた。まず「知る」については、キャリアセンター所管のキャリア教育科目である「インターンシップ入門（2回生担当）」、「就活力Ⅰ（3回生担当）」、「就活力Ⅱ（3回生担当）」、「採用研究（民間企業）」の履修登録者数の増加を目標とした。これら科目の履修者数はこの3年、著しい減少傾向にあり、この履修者数のV字回復を目指した。V字回復のための具体的な施策として、1月末、2月末、3月末の3回、tani-WAを通じた履修推奨連絡をし、履修に繋げる気づきを促した。そして、4月に各学科のオリエンテーション時にキャリア委員より履修を推奨した。

「行動に移す」については、上記のキャリア教育科目の授業の中で、インターンシップのエントリー登録をさせ、インターンシップへと行動を促す機会とした。また、業界研究、企業研究、仕事研究に重点をおいた授業内容にし、就職後のミスマッチの低減を図った。

(3)に対しては、単純に内定保有数が多ければ良いのではなく、自身の志望業界、志望企業の選択の幅をある程度持つことが、就職後のミスマッチの低減につながるという考えが背景にある。それが(4)の卒業後の短期間での離職の回避にも寄与すると考えた。

2025年度からキャリアセンター主催のキャリア支援行事において、従来11月と2月に実施していた企業の採用担当者と直接接する合同企業研究会を次の通りに変更した。6月～7月にかけて夏季合同企業研究会を6回、11月～12月にかけて秋季合同企業研究会を5回、そして2月に合同企業研究会を開催し、通年にわたって「知る」、「行動に移す」実践的な機会を提供するようになった。

課題2 キャリアセンターの利用促進

卒業生の調査から、キャリアセンターの利用者が少ないことが浮かび上がった。一方、就職活動で苦労した点として、自己分析、エントリーシート作成、面接を挙げている。この自己分析、エントリーシート作成、面接のいずれに対しても、当時の就職課でサポートの機会をすでに提供していた。つまり、自身で就職課に行かず、そして就職活動に自己流で臨み、苦戦している姿が浮かび上がってきた。

当時は就職課との接点を持つきっかけがなかったかもしれない。現在ではキャリアセンター所管の1年生担当キャリア教育科目のキャリア概論やキャリアデザインなどで、キャリアセンターの紹介をしている。それがキャリアセンターの利用者数や支援行事への参加者数などに反映してくるかを見守っている段階である。

課題3 キャリア開発における語学力の有用性の啓発

卒業生調査で、在学中に身につけおきたかった能力が多かったのが語学力である。また、在学中に取得を奨励する資格でもTOEICが多くなっている。一方、かれらの在学中での英語教育センターの利用状況は極めて低い結果となっている。つまり、社会に出て語学力の必要性を強く認識し、後悔している姿が浮かび上がってくる。また、昨今、民間企業のみならず公務員や教員の採用試験においても、TOEICスコアによる加点制度が増えてきている。語学力を有することで、自身のキャリア開発の広がりが促進される環境になりつつある。

過去を振り返っても、在学中のTOEICスコア700点以上を取得した学生の就職満足度は高く、その後の離職の話を全く聞かない。学生時代の語学力の向上は、本意な就職を獲得するために必要となる大きな条件の一つとも言えよう。

語学力に関する課題は、2023年度の本調査報告書においても課題としてあげ、2024年の本報告でも課題への対応状況の中で対応を述べている。英語教育センターの学生

の利用状況や TOEIC 受験状況の向上には、今後も学生への語学力獲得に向けた PDCA を繰り返していくほかない。

2024年～2025年にかけての採用選考・就職活動を取り巻く社会動向

1. 採用直結型インターンシップの増加傾向継続

2023年にインターンシップ（5日間以上）での評価を採用本選考でを使用することを政府が認めた。そして、本来の就活ルールでは4年生の6月が選考解禁だが、競合企業との学生の取り合いから、3年次の夏以降のインターンシップから採用選考に繋げる流れに拍車がかかってきている。日本経済新聞（2024年10月29日朝刊）によると、2024年夏に採用直結インターンシップを実施した企業は39.6%で、前年比5.1%上昇したという。

2024年夏に実施した本学の企業採用担当者へのヒアリング調査では、半日、1日程度のオープンカンパニーの参加者に対して、早期選考の案内を実施しているとする企業が前年の同様のヒアリング調査と比べ、増えていた。また、学生からの情報においても、5日以上インターンシップでなくとも、半日、1日程度のオープンカンパニーに参加した企業から早期選考の案内が来ているという。

採用に直結しているインターンシップは理工系人材を必要とする業界で目立つと言われているが、文系・理系問わない職種においても、またインターンシップより短期間のオープンカンパニーにおいても、採用に直結している企業イベントが登場し、この傾向は拡大基調にあるようである。

このような採用直結型インターンシップの増加傾向は、早期の内定率上昇傾向によっても裏付けられている。就職白書2025（就職未来研究所）によれば、2025年卒者の卒業時前年3月1日時点の内定率は40.3%、4月1日時点のそれは58.1%と大幅な上昇率を示している。そして、4年次の5月までに約4割の学生が入社予定企業を決定しているという。一方で「就職決定先を振り返ると、安易に決めてしまったと感じる」、「就職先について、もっと深く考えるべきだったと思う」が共に約4割、「就職活動中に、もっと多くの選択肢を検討すべきだったと思う」が約5割おり、**学生のファーストキャリアに対するキャリア教育の必要性が示唆される結果となっている。**

2. 低学年での内定決定の公然化

3年次の夏のインターンシップから実質的な採用選考が始まっていると言われる中、学年に関係なく内定を出す企業も現れるようになった。日本経済新聞2024年10月17日（朝刊）によれば、星野リゾートは人手不足が続くことから優秀な人材の早期

採用に動くという。そして、大学1、2年次でも内定を出すとしている。また、同社では通年採用も実施している。すでにファーストリテイリングでは、1、2年次から採用試験が受けられるようにしている。このような採用試験の早期化を受け、低学年向けのインターンシップも活発化しているようである。日本経済新聞 2025年3月1日（朝刊）では、サイバーエージェントによる2年次を対象としたインターンシップの募集開始を報じている。

このような低学年を対象とした内定出し、インターンシップの背景には、企業側の優秀な学生の獲得競争の激化がある。この獲得競争は業界を越えて、まずは自社の属する業界への学生の関心を高め、さらには業界内で学生に選ばれる企業になるための企業努力が見られるようになってきた。学生をはじめ一般的には知名度が低いB to Bの業界によるテレビCM、新聞広告などの広報が見られる。知名度が低いが実は優良企業であるB to B企業が存在する。例えば近年中堅ゼネコンである奥村組のテレビCMを見るようになった。これによりまずはゼネコンのイメージを刷新する広報に努め、続いて奥村組の認知向上を図った結果、学生の就職人気の上昇につながったという。

低学年からの内定出し、インターンシップの実施、就職を意識した知名度の低い業界における企業の広報戦略の展開などによる人材獲得競争は、少子化が進む日本において一時的なものではないことが推察される。そのような中で、大学のキャリアセンターはこの現実に向き合った学生へのキャリア開発指導を設けていく必要に迫られている。

3. 職種別採用の拡大

入社後どこに配属されるかは、これまで企業に一任されていた。そして、様々な職種を経験しキャリアを積み上げていくのが一般的であった。しかし、このような「配属ガチャ」に抵抗を持つ学生が増えてきた。2025年1月3日の日本経済新聞（朝刊）によれば、学生の専門志向の高まりと、優秀学生の争奪戦で有利に展開したい企業との思惑が顕在化し、メガバンク、総合商社、コンサルティング会社といった学生の人気企業で配属部署が決まっているコース別採用を取り入れているという。また、製造業の大企業でもこのコース別や職種別の採用が拡大しているとしている。

そこで、マイナビサイトでメガバンク、地方銀行、信用金庫の採用コースを調べてみると、下表の通りであった。メガバンクでは新聞報道にあったように多様なコース別採用が導入されているが、地方銀行や信用金庫ではコースの分化が進んでいない。

金融機関と言ってもメガバンクでは多様なビジネス展開（国際ビジネス、金融サービスの多寡など）が、多様なコース別採用に繋がっていると推察される。

	メガバンクA社	地方銀行B社	信用金庫C社
募集コース	<ul style="list-style-type: none"> ・オープンコース ・グローバルコース ・システム・デジタルコース ・ウエルスマネジメントコース ・戦略財務会計コース ・フィナンシャル・エンジニアリングコース ・グローバル・マーケティングコース ・カスタマーサービスコース ・トレードビジネスコース 	<ul style="list-style-type: none"> ・ソリューションキャリア ・カスタマーリレーションキャリア 	<ul style="list-style-type: none"> ・総合職
			マイナビ2025より筆者作成

今後、多様な職種を背景としたコース別採用が、企業規模、ビジネス領域の多寡などにより、進展していくことが考えられる。このような採用環境を踏まえると、キャリア教育の中で、多様な職種の存在とその内容を紹介する機会が必要となろう。

また、このような機会は学生に新たな自身の志向の気づきを提供する面からも有用となろう。

4. キャリアのオーナーシップ化による卒業3年以内の離職率上昇

厚生労働省 2024年10月26日の発表によると、2021年卒の3年以内の離職率は34.9%と、前年度と比較して2.6ポイント上昇した。産業別で離職率の高かった上位5位は表1の通りである。また、日本経済新聞

表1 新規学卒就職者の産業別就職後3年以内離職率のうち離職率の高い上位5産業 * ()内は前年差増減

産業	離職率 (%)
宿泊業, 飲食サービス業	56.6% (+5.2P)
生活関連サービス業, 娯楽業	53.7% (+5.7P)
教育, 学習支援業	46.6% (+0.6P)
小売業	41.9% (+3.4P)
医療, 福祉	41.5% (+2.7P)

出所：厚生労働省
(https://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/0000177553_00007.html)

(2024年5月9日朝刊)は新入社員の4割が転職を検討していると報じている。若手が会社を辞めたいという理由は表の通りである。

「仕事にやりがい・意義を感じない」、「給与水準が満足できない」、「自分の

若手が会社を辞めたいと思う理由 (上位)	
項目	割合
仕事にやりがい・意義を感じない	27.0%
給与水準が満足できない	19.0
自分のやりたい仕事ができない	12.8
会社の将来性に不安がある	12.3
労働環境・条件がよくない	12.3
職場の人間関係がよくない、合わない	11.8

(出所) リクルートマネジメントソリューションズ

出所：日本経済新聞 2024年5月9日朝刊

やりたい仕事ができない」などが、理由の上位に挙げられている。さらに、就職みらい研究所「就職白書 2025」によると、4人に1人が入社予定企業での勤続期間を5年未満と想定している。卒業3年以内の離職率は過去から30%台半ばで推移を続けている。しかし、その数字自体には大きな変化はないものの、その理由となる内実には変化があることが推察される。労働市場の流動化の一般化や、それを支援する様々なサービスの登場など、転職に踏み切らせる機会へのアクセスが容易になっていることに加え、給与、働き方など、自らがキャリアのオーナーシップを優先できる労働環境にあることが昨今の自発的離職の内実と推察される。このようなキャリアオーナーシップがとれる者はまだまだ一部にすぎず、一方でこのようなオーナーシップではなく、2025年3月31日（朝刊）の日本経済新聞にある「転職ころがし」のターゲットになってしまうケースも懸念される。

5. 初任給上昇傾向の継続

2024年から2025年にかけて、初任給の上昇が話題となった。また、新入社員に留まらず、現在勤めている現役社員の転職も最多を更新している（日本経済新聞 2025年3月23日（朝刊））。これまで非正規社員が正社員を志向する転職はしばしば報じられてきたが、ここに来て正社員から正社員の転職が増えてきているという。現役正社員の転職活発化の背景には、賃金と働き方を巡る企業間の格差が広がってきていることにあるようである。さらに、ここでも転職支援サービスの普及が言われている。

正社員でも雇用条件、雇用環境に満足できなければ、より自分の要求を満たす企業への転職を可能にする労働市場となっていることから、新卒採用においても雇用条件、雇用環境を整え、採用後も留まり続けてもらえる企業でなければ、企業の求める要件を満たす新卒者の確保が難しい状況になっている。2025年1月19日（朝刊）日本経済新聞には「大卒初任給 30万円時代」の見出しの記事が掲載された。同新聞2月15日（朝刊）では、「初任給上げ、企業の7割」の見出しが躍った。さらに、同新聞4月14日（朝刊）にも「初任給 30万円以上 130社」と報じられている。同じ業界で採用競争優位に立つための一つの条件が給与であり、大企業や優良企業では給与増額が可能だが、給与増額が難しい業界、企業では、求める要件を満たす人材の確保は難しい状況に追い込まれることになる。

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：郵送依頼、インターネット回答

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2022年3月卒業生（643名）、2020年3月卒業生（620名）

調査期間：2025年6月12日～2025年6月30日

回答者数：2022年3月卒業生105名（回収率：16.3%）

日本語日本文学科9名、歴史文化学科7名、教育学科45名、人間社会学科6名、スポーツ健康学科17名、薬学科21名

2020年3月卒業生97名（回収率：15.6%）

日本語日本文学科5名、歴史文化科5名、教育学科37名、人間社会学科10名、スポーツ健康学科9名、薬学科31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6社の採用担当者

調査期間：2025年7月4日、10日、17日、18日、31日

	A社	B社	C社	D社	E社	F社
概要	業種：建設 売上高：555億円 （2024年3月期） 従業員数：880人 （時期記載なし）	業種：鉄道 売上高：1,6350億円 （2024年3月期） 従業員数：24,300人 （2024年12月）	業種：百貨店 売上高：1,135億円 （2024年2月期） 従業員数：1,511人 （2024年2月）	業種：ソフトウェア 売上高：158億円 （2025年3月期） 従業員数：1,863人 （2025年3月）	業種：信用金庫 預金量：2兆5,421 億円 （2024年3月時点） 従業員数：1,521人 （2024年4月）	業種：ホームセンター 売上高：5,014億円 （2025年2月期） 従業員数：4,898人 （2025年2月）

卒業生調査結果

1. 大学生活と現在の仕事との関連（全学部共通）

(1) 役立ったキャリア教育、印象に残ったキャリア教育科目（自由記述）（表 1-1）

2人以上が挙げたものを掲載する。挙げられた「インターンシップ」、「キャリアセンター、教職教育センター」は就職活動、教員採用試験に際しての直接的なものである。キャリアデザインは自身の大学生活をどのように過ごすかを考える1年次配当のキャリア教育科目の一つである。きりり教室は発達障がいや、学習障がいの子どもたちの支援や指導の方法を学ぶものである。心理学や薬理学はそれぞれ人間社会学科、薬学科の専門科目だが、心理関連、薬学関連の職種への就職後に有用な科目であることから挙げられたと考えられる。キャリアセンター、教職教育センターが挙げられることを期待したが、2人～5人に留まった。これらの認知が対象学生の在学時には不十分であったかもしれない。

表 1-1 在学中のキャリア教育で役立ったもの、印象に残ったもの

	インターンシップ	キャリアセンター、 教職教育センター	心理学	キャリアデザイン	特別支援教育指導法演習 きりり教室	薬理学
2022年卒	2	2	2			
2020年卒		3	2	2	2	3

(2) 在学中にあったら良いと思うキャリア教育（自由記述）（表 1-2）

2人以上が挙げたものを掲載する。在学中にあったら良いと思うキャリア教育として、2020年卒と2022年卒が「ライフプラン（社会保障・税制度）」を挙げている。ライフプランに関する科目は人間社会学科に「ファイナンシャルプランナー」の資格取得のための授業はあるが、他学科の学生は受講できない。社会に出て昨今の新NISAやiDeCoといった資産運用に関する情報に触れる中、その関心の高まりから挙げられたものと思われる。また、所得税や消費税については学生時代のアルバイトや日常生活でも接するものだが、社会に出てから住民税、社会保険料といった言葉を給与明細などで見ることにより、関心を持つようになったのかもしれない。このような背景を踏まえ、金融機関などが高校や大学での出前授業をしている。本学においてもキャリア教育の一環として、社会保障制度、税制度、さらには資産運用といった金融教育も実施を検討していく時期に来ているであろう。

パソコンスキルを2022年卒の2名が挙げている。本学では1年次にコンピュータ技術基礎という科目があるが、それ以降は一部学科を除いてはさらなるスキル向上のた

めの科目はない。学科を問わず、パソコンスキル向上を望む学生に対する教育については、検討課題として挙げられる。

表 1-2 在学中にあったら良いと思うキャリア教育

	ライフプラン (社会保障・税制度を含む)	パソコンスキル
2022年卒	2	2
2020年卒	2	

(3) 在学中にあったら良いと思うキャリア支援、教職支援（自由記述）（表 1-3）

2人以上が挙げたものを掲載する。2020年卒と2022年卒が共に挙げているのが「先輩の就活体験談」である。これは昨年の調査でも挙がっていた。昨年の本報告でも述べたが、一部のキャリア教育科目中で実施されている。しかし、キャリアセンター主催の対策講座では、卒業した先輩の就活体験を直接聴く機会は設けられていない。今年から企業の人事担当者から直接話を伺う合同企業研究会を年間通して実施することにしたのと合わせ、先輩を招いての座談会の実施などを検討していく必要があるのかもしれない。

2022年卒者では就職支援（対策・企業説明会など）も挙げられている。企業説明会については、前述のとおり年間を通して実施したことにより対応できている。対策講座については、調査対象者が在籍時にも行っており、その認知が低いことによることが示唆される。

表 1-3 在学中にあったら良いと思うキャリア支援、教職支援

	先輩の就活体験談	就活支援 (対策・企業説明会など)
2022年卒	4	
2020年卒	2	3

(4) 在学中に自身のキャリア開発のために利用した大学施設（複数回答可）（図 1-1）

昨年の調査結果同様にいずれの卒業年においても、キャリアセンター、教職教育センターの利用が多くなっている。これは学生の志望進路を反映したものと推察される。民間企業や公務員（教員以外）の志望者はキャリアセンターを、教職の志望者は教職教育センターを利用することになる。幼児教育実践教育研究センター、特別支援教育実践教育センター、薬学教育支援・開発センターは所属する学科生の支援が主た

る目的であるため、キャリアセンターや教職教育センターと比べ利用者数の少なさを反映しているのであろう。

国際交流室については留学や海外研修などを考えている学生が利用するが、その入り口となる英語教育センターの利用者が少ないように思われる。昨年の本報告でも述べたが、国内市場を対象としたビジネスであっても、インバウンド客への対応も求められる。従って、語学力の有無により職場での異動、配置にも関係し、処遇にも影響してくる可能性が示唆される。つまり、語学力によりキャリアの違いが鮮明になる時代に、これからの学生は生きていくことを認識させなければならない。

この結果で見逃してはならないのが、調査回答者の比較的多くが自身のキャリア開発のために大学施設を利用していないとする「特になし」が存在することである。このような学生が何の準備もせずに就職活動に臨んでいるとは思わないが、もしキャリアセンターなどを利用していれば、より本意な、またミスマッチを回避する就職を果たせた可能性はあったのかもしれない。「特になし」と回答する背景には、キャリアセンターによるキャリア支援を認知していないのかもしれない。現在では1年次の「キャリア概論」が必修科目となったため、認知が浸透し在学生在がこの調査に回答する頃には「特になし」の回答が減少していることを期待したい。

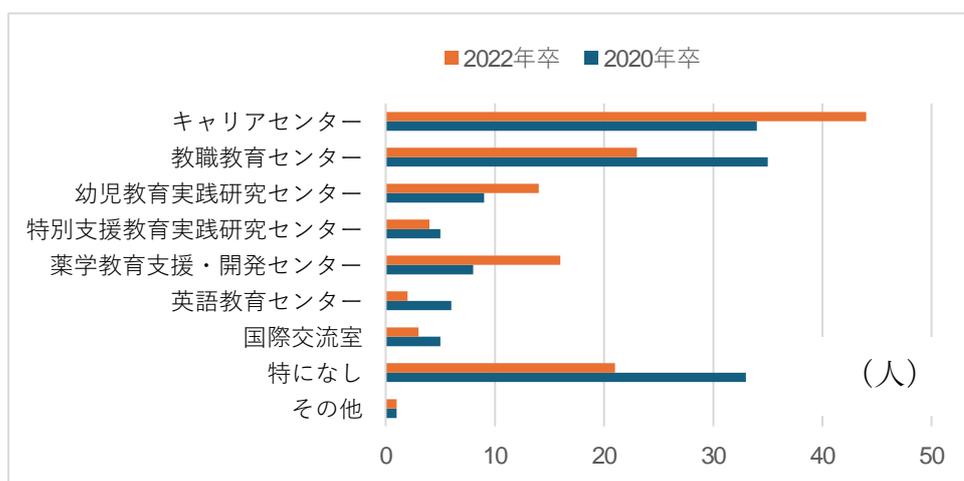


図 1-1 在学中にキャリア開発のために利用した大学施設

(5) 現在の仕事に役立ったと考える授業以外の活動や経験（複数回答可）（図 1-2）

部活動、アルバイト、友人関係・交流がいずれの卒業年においても多くなっており、昨年の調査と同様の結果となっている。このような結果の要因として昨年の調査

報告でも述べたが、人間関係、組織で働く経験などを通して強く認識するようになったコミュニケーション力と関係しているのかもしれない。

ボランティアやインターンシップも役立っている割合が比較的高くなっている。インターンシップは業界、企業、仕事とのマッチングにとって重要であり、自身の進路を考える上で有用であったと考えているのであろう。昨今、インターンシップの採用選考直結化が話題となっている。そのため、インターンシップに対する学生の関心も増している。今後、この質問に対する「インターンシップ」とする回答が増えると思われる。キャリア教育やキャリア施策も「インターンシップ」に重きを置いていくことが必要かもしれない。

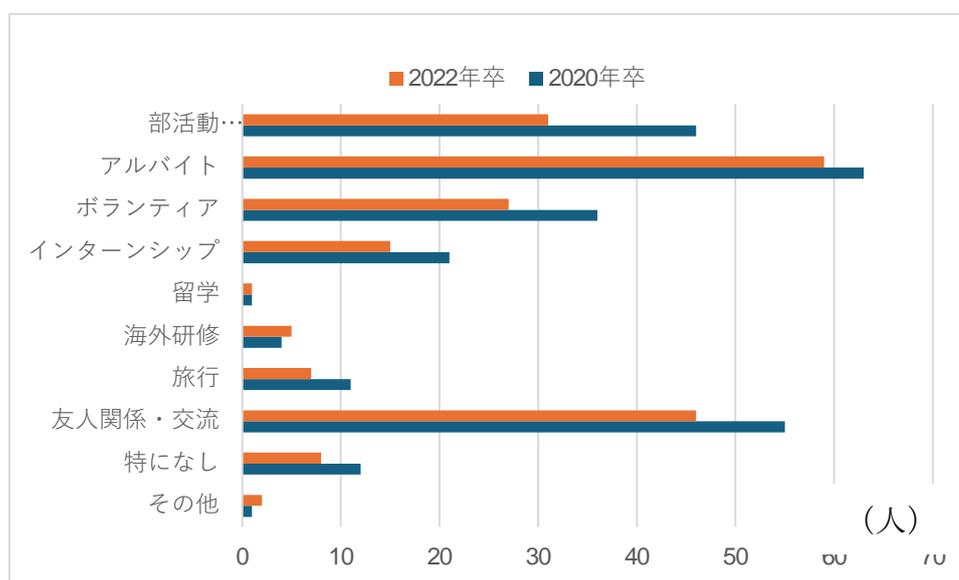


図 1-2 授業以外で、現在の仕事に役立っている活動や経験

(6) 在学中に身につけておきたかった能力等（複数回答可）（図 1-3）

用意された選択項目の中で 2020 年卒、2022 年卒のいずれにおいても、在学中に身につけておきたかった能力の傾向はほぼ同じとなっている（図 1-3）。その中でも語学力と IT 活用力（PC 活用含む）が多い傾向にある。就職後、日常の業務の中で情報システムは不可欠となっており、さらには社内独自のシステムを使っての業務遂行もあるため、学生時代に IT リテラシーを高めておけば良かったと振り返っていると思われる。また、先にも述べたが国内市場を対象としたビジネスや、公務員としての業務遂行においても、外国人と関わる機会が年々増加している。昨今は公務員試験や教員

採用試験に際して、TOEIC スコアによる加点制度が導入されつつある。このような背景から語学力が挙げられているものと推察される。

語学力、IT 活用力に続いてコミュニケーション能力、プレゼンテーション能力、文書作成力も比較的多くなっている。この3つの能力を習得するためのロジカルシンキング、ロジカルコミュニケーションというキャリアセンター所管のキャリア教育科目が用意されている。

語学力については英語教育センターの利用を、コミュニケーション能力、プレゼンテーション能力、文書作成力についてはロジカルシンキング、ロジカルコミュニケーションの履修を在学時に奨励することが必要であると考えます。

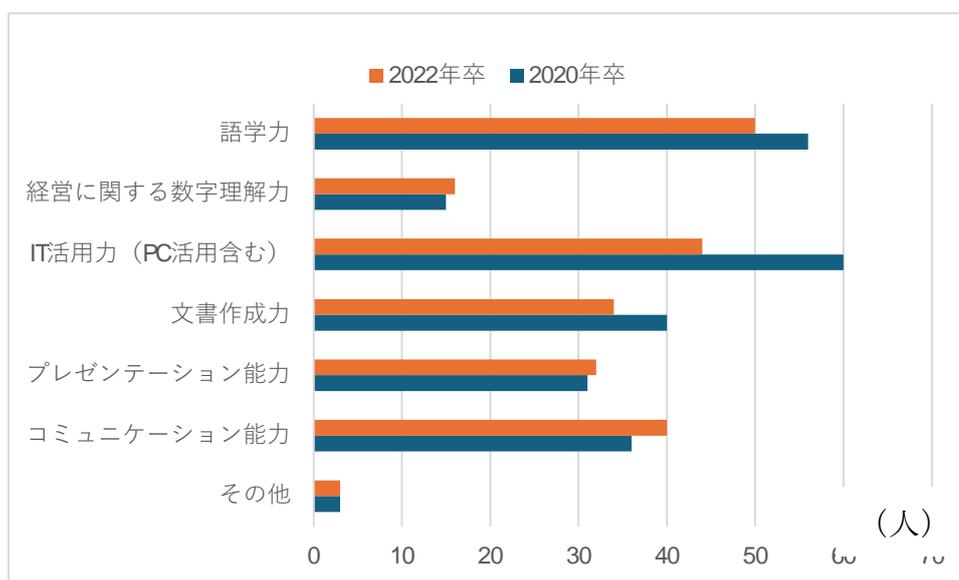


図 1-3 在学中に身につけておきたかった能力

(7) 社会人となって在学中に取得を推奨する資格 (図 1-4)

在学中に取得をしておけば良かったと思う資格として、昨年の調査結果と同様に TOEIC などの語学検定を挙げる者が圧倒的に多くなっている。これは前述した在学中に身につけておきたかった能力で語学力を挙げる回答者が多かったことを反映しているものと思われる。続いて簿記を挙げる者が IT 関連資格を上回った。昨年も本調査報告で述べたが、簿記が挙がるのは企業で働く中で日常的に売上高、営業利益、販管費、限界利益などの用語に触れる機会が多いことを反映していると思われる。このように昨年に留まらず過去の調査結果においても簿記を挙げる回答者が一定程度いたことから、2024 年度から薬学部を除く全学部（文学部、教育学部、人間社会学部）を対象

に、1 回生配当で定員 100 名の「簿記入門」を設けることとなった。この簿記入門の 2025 年度入学者の履修者数は 64 名であった。簿記入門を設けた 2024 年度には、従来こういった科目に触れる機会がなかった学部でも、この簿記入門の履修をきっかけに簿記に関心を持ち、その後日商簿記検定を積極的に受験し合格する学生も現れるようになった。

余談になるが、過去に TOEIC 高スコアと日商簿記 3 級、2 級の両方を持つ学生が何名かいた。その全員が有名上場企業の第一志望に就職を果たしている。現在、文学部、教育学部、人間社会学部の 1 回生配当の必修科目に「キャリア概論」がある。その授業中でも、特に民間企業を志望する場合、学部を問わず在学中に TOEIC と日商簿記を取得することで、自身の就職に際しての選択の幅が広がることを伝えている。

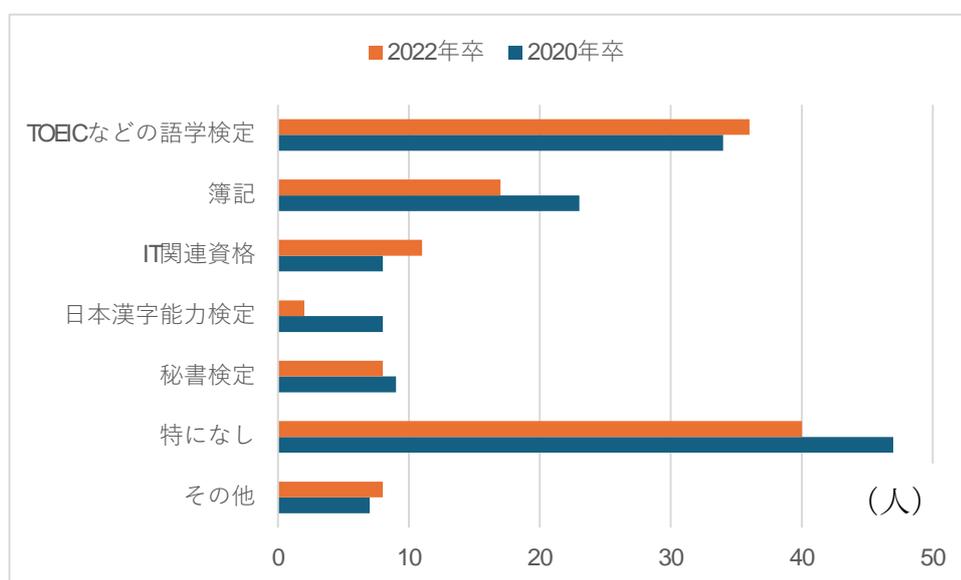


図 1-4 在学中に取得を奨励する資格

(8) 社会人に必要と考える資質（自由記述）（表 1-4）

社会人として必要と考える資質において、昨年の調査結果と同様にいずれの卒業年で圧倒的に挙げられていたのがコミュニケーション力である。そして、2022 年卒では自己研鑽を、2020 年卒では責任感、素直さ、報告・連絡・相談、積極性を挙げている。

企業調査においても求める人物の要件にコミュニケーション力のある人物を挙げる企業は少なくない。そのコミュニケーション力であるが、社内はもとより顧客、取引先など社外のステークホルダーとのコミュニケーションを図れることを求めている。つまり、学生時代の友人、部活、アルバイト先の人物などといった身近なコミュニケ

ーション力はもとより、業務上の利害関係者とのコミュニケーション力が求められているようである。学生時代に自分に対する全方位な人物との関係づくりの機会を提供する教育の設計も必要かもしれない。

2022年卒が挙げている自己研鑽に注目したい。最近はあまり耳にしなくなったが、昨年ぐらいまでリスクリングという言葉をよく耳にした。2022年に岸田内閣がこのリスクリング支援を表明し、この時期に就職した2022年卒は就職してからの3年間に職場でリスクリングという言葉をしばしば耳にしているのかもしれない。また、企業によっては人材開発室などの部署が社員向けにリスクリングを啓蒙したのではないだろうか。入社して聞く機会の多さが、自己研鑽を挙げていることに繋がっているのかもしれない。

表 1-4 社会人に必要と考える資質（3人以上の回答）

	コミュニケーション力	自己研鑽	責任感	素直さ	報告・連絡・相談	積極性
2022年卒	10	3				
2020年卒	9		4	4	4	3

2. 卒業学部別調査①（文学部、教育学部、人間社会学部）

(1) 就職活動

① インターンシップ（教育インターンシップを含む）の参加状況（表 2-1）

企業や自治体のインターンシップおよび教育インターンシップに参加した者の割合は、いずれの卒業年においても回答者の4割以上となっている（2022年卒で47.6%、2020年卒で43.9%）。一方、昨年の調査報告同様、インターンシップに参加していない者の割合は5割以上となっている。自身と仕事のマッチングの検証が学生時代に十分であったとは言えないようである。昨今、インターンシップ、オープンカンパニーが早期選考の入口になってきており、企業や自治体などが積極的にこれらを実施するようになってきている。つまり、3年次のインターンシップ、オープンカンパニーまでにある程度の志望先の方向性を決めておくことが求められる。そのため、1年次、2年次といった低学年からのインターンシップ参加を促す取り組みが求められる。最近では低学年の学生をも対象としたインターンシップ、オープンカンパニーも提供する企業が出始めている。

表 2-1 インターンシップの参加状況

	参加有	参加無
2022年卒	40	44
2020年卒	29	37

② インターンシップの参加数（表 2-2）

昨年の調査結果と同様、いずれの卒業年においてもインターンシップに参加した者のうちでの参加企業等の数では、5社未満が圧倒的に多くなっている。一方、10社を超える者も2020年卒ではいたが、2022年卒ではいなかった。この調査結果は過去の卒業生のものだが、昨今の就職ナビ会社の調査では5社～9社の間が平均となっている。先に述べたインターンシップ参加割合の低さと、参加企業等数の少なさがこの調査では浮き彫りになった。これを踏まえ現役学生の動向を把握し、同様の状況が続いているのであれば、改善策を講じる必要がある。

表 2-2 インターンシップ参加企業等の数

	5社未満	5社～9社	10社～20社
2022年卒	39	1	0
2020年卒	24	4	1

③就職活動でエントリーした企業、自治体、学校、施設の数（表 2-3）

このエントリー数には自治体、教職志望者の数も含まれており、これらの志望者はエントリー数が少ないことが推察される。一方、企業志望者、および自治体や教職と併願して企業にエントリーする者が含まれると考えると、5社未満の人数は多すぎるように思われる。ナビ会社の調査では10社程度が平均のようであり、マッチングした就職を果たしているかの不安は残る。このような行動が次の内定数に反映しているのかもしれない。

表 2-3 就職活動でのエントリー数

	5社未満	5社～9社	10社～20社	21社以上
2022年卒	76	4	2	2
2020年卒	55	5	5	1

④内定した企業、自治体、学校、施設の数（図 2-1）

いずれの卒業年においても、内定数1社が圧倒的に多くなっている。これは昨年の調査結果と同じである。先に述べたエントリー数の結果を踏まえると、1社エントリーをして採用選考に臨み、もし不採用であったら新たにエントリーすることを繰り返してはいないだろうか。そのような過程で内定を得た段階で就職活動を終了してはいないだろうか。つまり、小出しによるエントリーと、とにかく内定を得たらとりあえず就活終了という行動様式が浮かび上がる。昨年の調査報告でも指摘したが、このような状況によって生じる就職先や職種とのミスマッチの確率の高まりにより、早期の高離職という調査結果に繋がるのかもしれない。

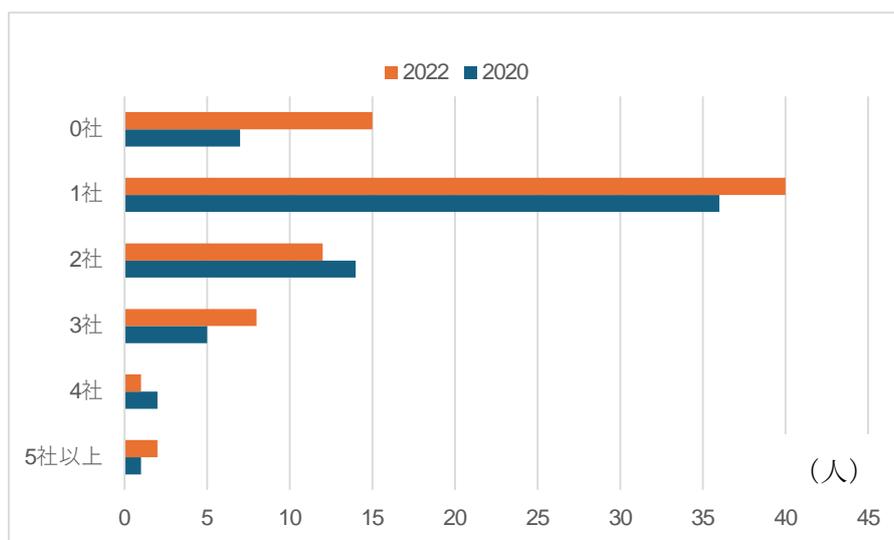


図 2-1 内定数

⑤キャリアセンター、教職教育センターの活用（図 2-2）

民間企業や公務員（教員を除く）を志望する学生への支援施設が就職課（現キャリアセンター）、教員を志望する学生への支援施設が教職教育センターである。両センターを活用して就職活動の準備をした学生は一定割合いた。一方、いずれの卒業年の回答者も活用しなかった者は少なくない。他の方法で就職活動の準備をしたかは不明だが、十分な準備をせずに就職活動に突入したことが懸念される。選ばなければどこかには就職できると言われている時代だが、もしそのような就職で本意な就職を果たせたのかについて、不安が残る。

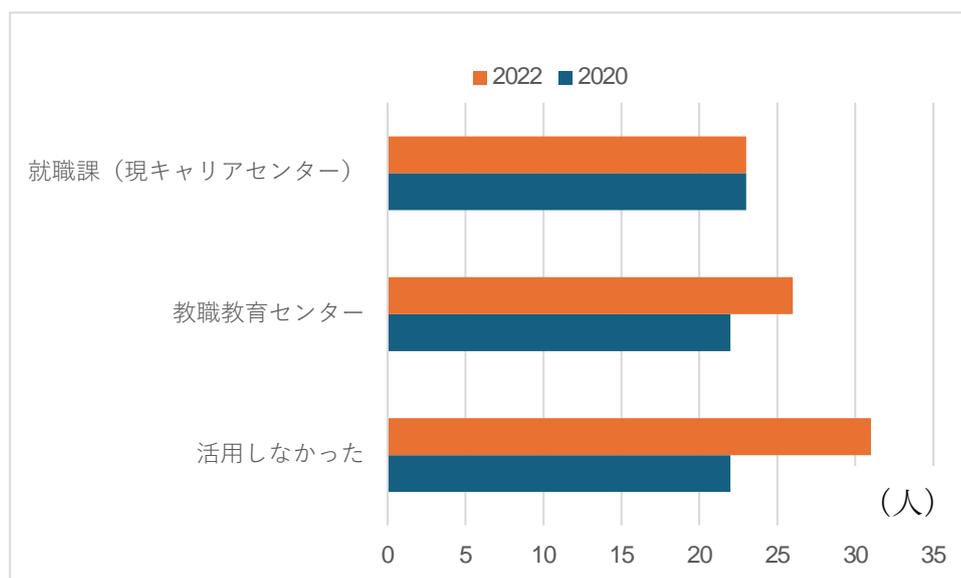


図 2-2 就職課（現キャリアセンター）、教職教育センターの利用状況

⑥就職活動（教員採用試験を含む）の準備開始時期（図 2-3）

昨今では採用選考直結型インターンシップが多くなり、3年次の4月からのインターンシップやオープンカンパニーへのエントリーからが就職活動の開始であると言われている。今回の調査対象者である2022年卒、2020年卒の頃の就職活動では、ごく一部の企業がインターンシップ参加者を対象とした早期選考をしているに留まっていたように思われる。当時も現在も政府の要請では卒業年度に入る3月1日に広報活動開始、卒業年度の6月1日に採用選考活動開始としている。しかし、内実はこのような日程で採用選考を行っている企業は少ないように思われる。

今回の調査結果で注目したいのが、4年次になって就職活動の準備をした回答者が少なくないという点である。就職白書2022（就職みらい研究所）によれば、2022年卒者の4年次5月1日時点の内定率は51.3%であり、約半数が内定を得ている。当然内定

を得ていないが、就職活動を開始している学生を含めると、4年次に入る時点で相当数の学生が就職活動を開始させていたことが推察される。当時のそのような状況で4年次になって準備を開始することは、遅すぎると言わざるをえない。このような行動様式は本稿で何度も指摘するが、就職先とのマッチングが懸念される一つの要因ともいえよう。現在でも4年次になって就職活動を開始したり、準備したりする学生は少なくない。1年次配当のキャリア概論が必修化された現在、かれらが4年次になってから就職活動や就職活動準備に入ることのないことを期待したい。

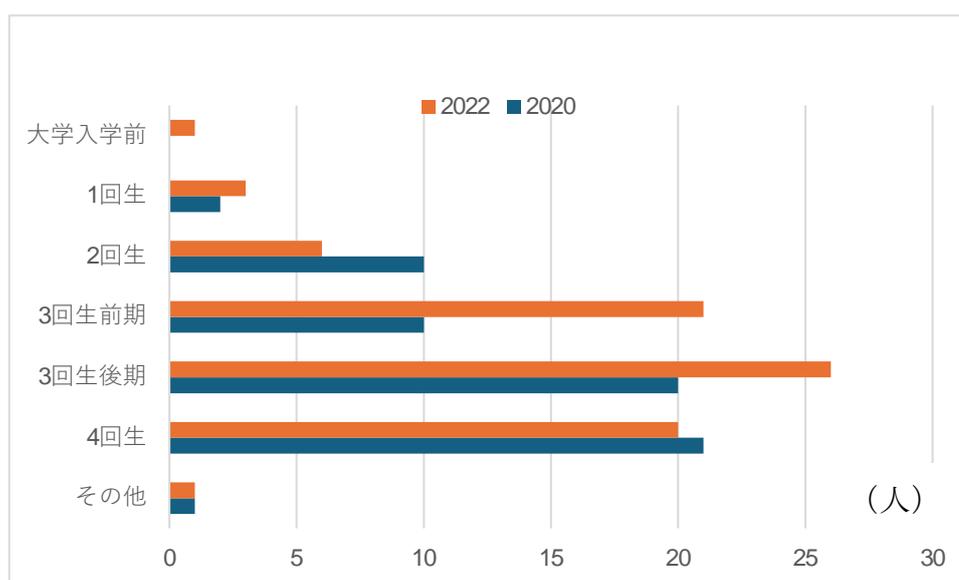


図 2-3 就職活動（教員採用試験を含む）の準備開始時期

⑦就職活動（教員採用試験を含む）で苦勞したこと（複数回答可）（図 2-4）

この調査結果も昨年のそれと同様に、いずれの卒業年においても自己分析と面接で苦勞した者が多くなっている。特に自己分析は業界・企業とのマッチング、エントリーシートの自己PR、面接での訴求要素など、多方面に関係する。一方、自己分析に専念する結果、いつまでも踏み出せなくなるとの指摘もある。この点については、是非キャリアセンターのアドバイザーの支援を仰いでほしい。

面接についても苦勞したと毎年指摘されており、キャリアセンターの学生支援でも面接練習の申し込みが多くなっている。面接は質問の意図を汲み取り、自身の考えを論理的に整理し、それを大人の言葉で伝えられるかである。この基本要素を学ぶロジカルシンキング、ロジカルコミュニケーションに加え、キャリアセンター主催の対策講座も用意されている。これらの活用を学生に促していきたい。

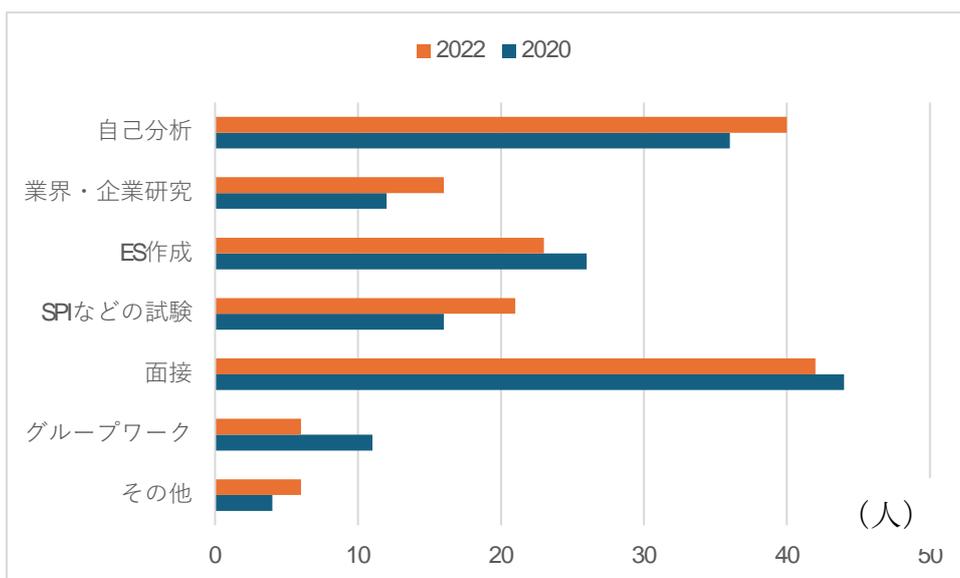


図 2-4 就職活動（教員採用試験を含む）で苦労したこと

⑧企業や公務員の就職活動で利用した就職ナビサイトと選択理由（図 2-5、図 2-6）

昨年の調査結果と同様に、いずれの卒業年においても、マイナビ就職サイトを利用している者が多かった。次いでリクナビ就職サイトとなっている。

就職ナビサイトの選択理由も昨年の調査結果同様、有名を理由に挙げる者が圧倒的に多くなっている。

ここでは2社まで選択として質問をしており、有名なマイナビを主に、そしてその他のナビサイトを利用しているものと推察される。各ナビ会社のサイトにはそれぞれ特性があることから、うまく使い分けできると良いと考える。

キャリア支援行事などで、各ナビサイトの特性の説明と、それを使い分けする事例講座が必要かもしれない。

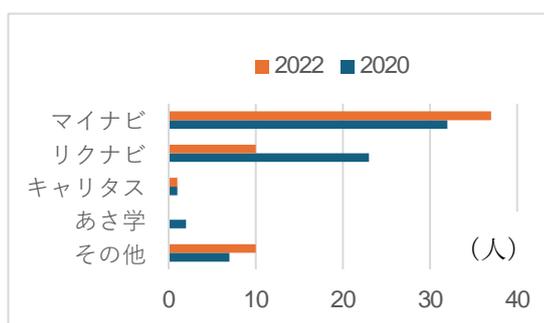


図 2-5 利用したナビサイト（2社まで選択可）

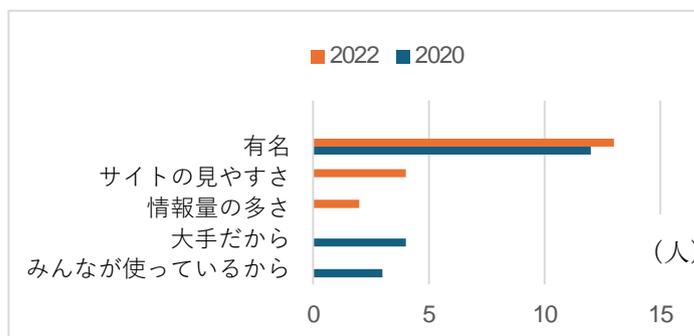


図 2-6 選択理由（自由記述）

⑨就職活動で大学にあったら良いと思う支援（自由記述）（表 2-4）

大学にあったら良いと思う支援策として、2022 年卒者で卒業生との懇談と業界・職種講座が挙げられた。前述の全学部共通の質問にあった「大学在学中にあったら良いと思うキャリア支援・教職支援」においても、「先輩の就活体験談」が挙がっていた。これは卒業生との懇談と同じと考えてよいだろう。**卒業生と在学生との交流の場の実現に向け、キャリアセンターが企画することが必要であろう。**

業界・職種講座については充実を進めている。キャリア教育科目としては企業研究Ⅰ、企業研究Ⅱで業界研究と、各業界を代表する企業を取り上げ企業研究の仕方を指導している。また、キャリア支援行事として、年間を通じた企業の人事担当者による企業研究会の開催を 2025 年度より開始している。

表 2-4 大学にあったら良いと思う支援（2 人以上の回答）

	卒業生との懇談	業界・職種講座
2022年卒	2	2
2020年卒		

(2) 卒業後について

①卒業時に就職した先の雇用形態（表 2-5）

卒業時に就職した先の雇用形態は、2020 年卒、2022 年卒のいずれにおいても正規雇用が圧倒的に多くなっている。一方、いずれの卒業年においても回答者の約 10%が非正規雇用となっている（表 2-5）。このような結果は今年の調査結果とほぼ同様となっている。**なお、非正規雇用に関するライフプランへの懸念がしばしば取り上げられている。そのような中、この調査結果の非正規雇用が自発的なものか否かは重要である**と考える。

表 2-5 卒業時の就職における雇用形態

	正規雇用	非正規雇用	その他
2022	74	8	2
2020	55	7	4

②卒業時の進路（図 2-7）

回答者のいずれの卒業年においても、一般企業に就職する者が多いが、回答者に占める教育学部卒業生の比率が高いこともあり、教員の進路も多くなっている。なお、**最近では全学的に教員免許を取得するが、教員を志望しない学生が増えているようである。**これはマスコミなどで報道されている教員の勤務実態、給与条件などが影響しているようである。

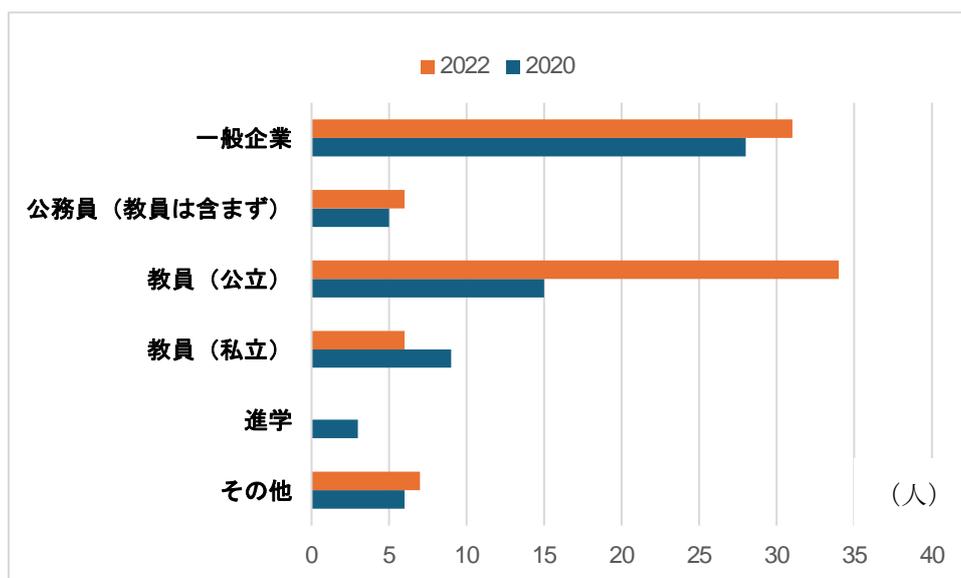


図 2-7 卒業時の進路

③卒業時に一般企業に就職した際のコース (図 2-8)

昨年の調査報告でも述べたが、従来一般企業の採用に際して、総合職、一般職といったコース区分が見られたが、昨今では学生の地元志向など、働き方の多様化が進み、コース区分を設けない採用も増えてきている。それを反映しているのか、2020年卒回答者では総合職と一般職の数は同じで、コース区分なしがそれらを下回っている。しかし、2022年卒回答者を見ると、一般職が最も低く、コース区分なしがそれを上回っている。限られた回答者の結果のみで単純には結論付けられないが、2020年から2022年の間で、総合職、一般職といったコースから、コース区分無しに移行する企業が増えているとも言えるのかもしれない。

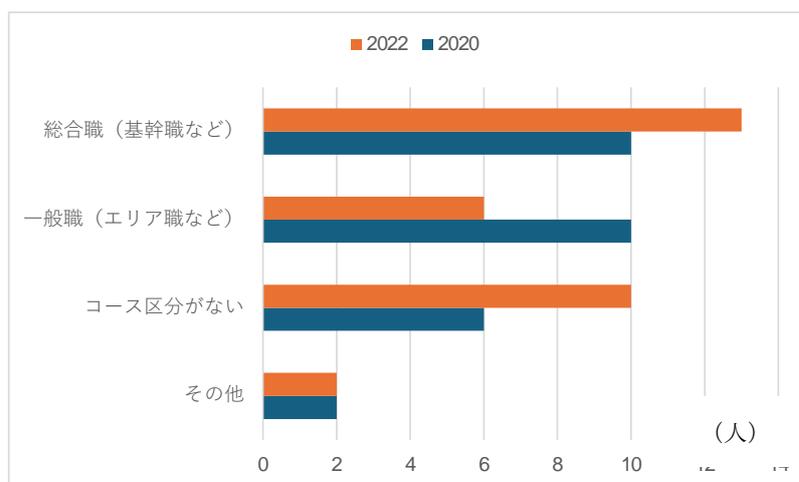


図 2-8 卒業時の企業就職におけるコース区分

④卒業時に就いた職種（図 2-9）

昨年の調査結果と同様、2020年卒、2022年卒のいずれにおいても、**卒業時に就いた職種で販売職・営業職が圧倒的に多くなっている**。流通業では入社後まず店舗売場に配属し、販売職を経験して他の職種へのキャリアに進むことを募集要項に記載している**ケースもある**。また、募集職種の中で販売職、営業職の求人は業種を問わずある。このような背景から、販売職、営業職に就いたとする回答が多くなっているものと推察される。しかも求人数も他の職種に比べ多い。このような就職環境を反映しての結果となっている。

販売職・営業職の次に多いのが、回答数は販売職、営業職より圧倒的に少ないが一般事務となっている。本学学生で志望職として事務職を挙げる者は少なくない。経理など専門的な事務職ではなく、営業事務であったり、総務であったり、サポート的な事務職に就いているものと思われる。

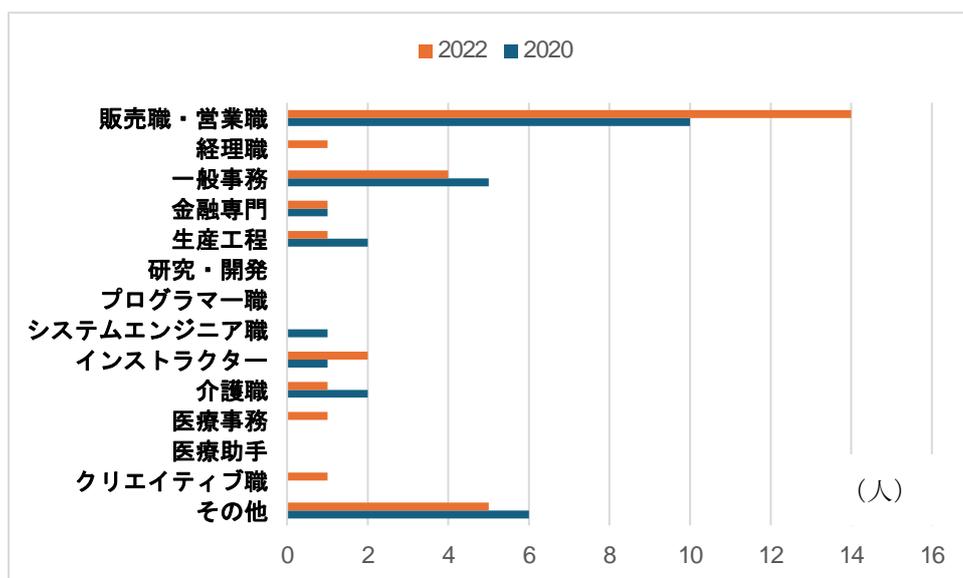


図 2-9 卒業時に就いた職種

⑤卒業時から現在までの間での勤務先変更の有無（一般企業就職者）

（図 2-10、図 2-11）

卒業時から現在までの間で、回答者のうち**転職をしている割合は2020年卒で55.6%、2022年卒で44.6%**となっている。なお、2020年卒は卒業後5年間、2022年卒は卒業後3年間の値である。

転職・退職と回答した者のうち、卒業後1年以内に転職・退職をしている割合は2020年卒回答者の18.8%、2022年回答者の15.0%となっている。なお、2020年卒の1年以内

転職・退職の内実は全員 6 か月以内の転職・退職である。2022 年卒回答者でも 6 か月以内の退職・転職が 1 人いる。マイナビ (2018) は 2018 年に新卒として入社した就職先に関する意識調査を 2018 年 7 月 16 日～23 日に行っている。その結果、入社 3 か月経った時点で調査回答者の 59.8%が入社を後悔している結果となっている。つまり、約 60%の新卒者が入社間もない頃に後悔している。入社を後悔している理由で最も多いのが「入社前の情報収集が足りなかった」で、以下「やりたいことが明確にならないまま入社をしてしまった」、「最初に内定が出た理由で入社をしてしまった」、「やりたいことよりも企業規模や有名さ、安定を重視してしまった」の順である。本調査結果の超早期の転職、退職は自己分析と業界・企業・職種研究の両方の不十分さが一因としてあるのかもしれない。



図 2-10 卒業から現在までの勤務先の変更 (一般企業従事者)

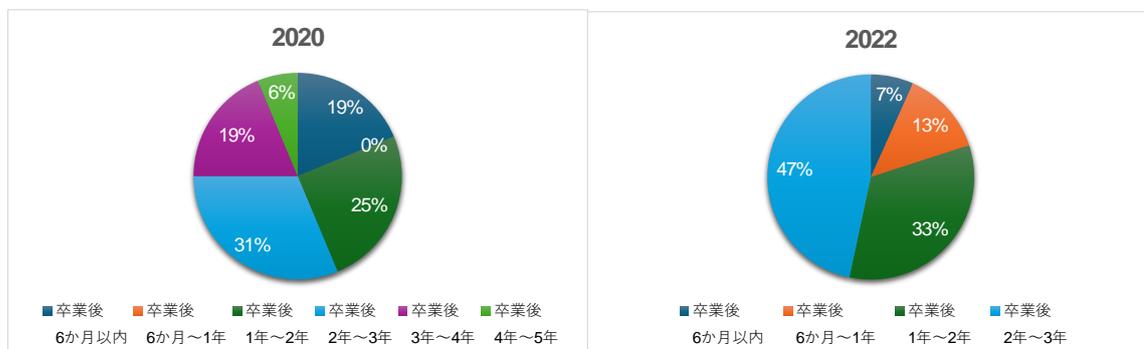


図 2-11 勤務先の変更時期 (一般企業従事者)

⑥公務員 (公立学校教員を含まず) として就いた職種 (表 2-6)

2020 年卒の回答者で公務員に就いた者の内訳は、行政職、福祉職、警察職であった。2022 年卒の回答者では、行政職、警察職、その他となっている。このその他の内訳は保育職 2 名、図書館司書 1 名である。

表 2-6 公務員として就いた職種

	行政職	福祉職	消防職	警察職	その他
2022年卒	1	0	0	2	3
2020年卒	2	2	0	1	0

⑦公務員で就職後の勤務先変更について（表 2-7、表 2-8）

2020年卒、2022年卒で公務員として就職後、転職した者はそれぞれ1人で、一般企業に就職した者のそれと比べ割合が小さかった。公務員志望者は公務員試験に向け持続的な準備が求められる。そのため、自身の本意な就職を遂げているので離職率が低いものと推察される。転職の時期は、2020年卒で卒業後4年～5年で、2022年卒で卒業後1年～2年とな

っている。転職理由については不明だが、おそらく企業への転職の可能性が高いのではないだろうか。

表 2-7 公務員就職者の勤務先の変更の有無

	有（転職）	有（退職）	有（社会人から大学院等への進学）	有（進学先から就職）	無
2022年卒	1	0	0	0	5
2020年卒	1	0	0	0	4

表 2-8 公務員就職者の勤務先の変更の有無

	卒業後6か月以内	卒業後6か月～1年	卒業後1年～2年	卒業後2年～3年	卒業後3年～4年	卒業後4年～5年
2022年卒	0	0	1	0		
2020年卒	0	0	0	0	0	1

⑧教員従事者の内訳（図 2-12）

2020年卒および2022年卒の回答者で教員として就職した者の内訳は、図 2-12 の通りである。いずれの卒年においても高等学校の教員に就いた者は少ない。なお、その他の回答の主な就職先は特別支援学級である。

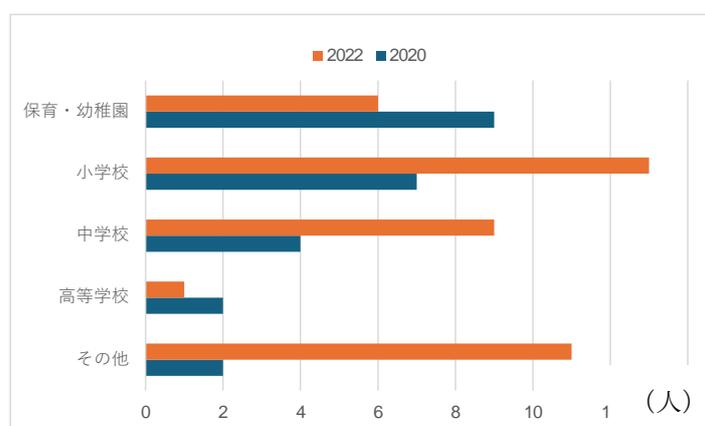


図 2-12 教職従事者の内訳

⑨卒業時から現在までの間での勤務先変更の有無（教員）（図 2-13、図 2-14）

卒業時から現在までの間で教員となった回答者のうち、転職をしている割合は 2020 年卒で 7%、2022 年卒で 17%となっている。2020 年卒は卒業後 5 年間、2022 年卒は卒業後 3 年間の値である。

教員を退職・転職した者のうち、卒業後 1 年以内に退職・転職をしている割合は 2020 年卒回答者の 50%、2022 年回答者ではなかった。2022 年回答者で教員になった者の退職・転職が見られたのは、卒業後 1 年以降であった。

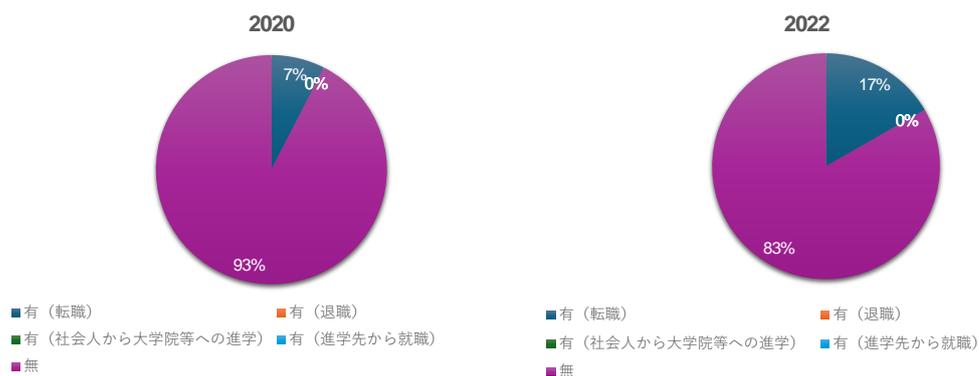


図 2-13 卒業から現在までの勤務先の変更（教員）

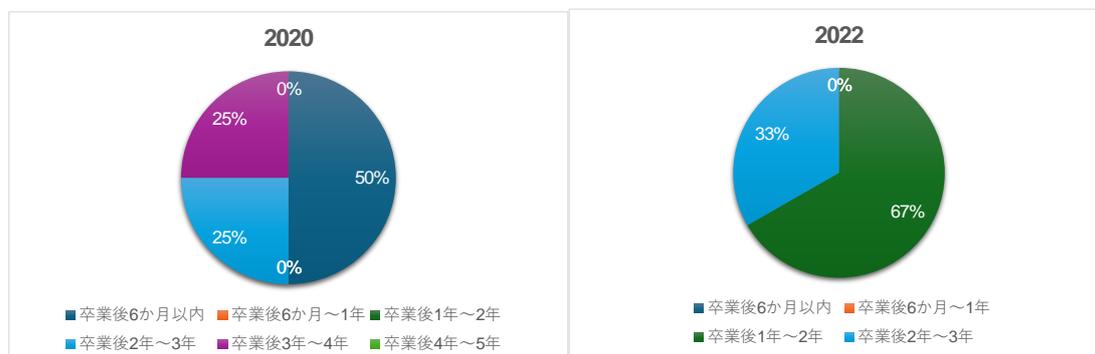


図 2-14 勤務先の変更時期（教員）

3. 卒業学部別調査②（薬学部）

(1) 就職活動

① インターンシップの参加状況（表 3-1）

インターンシップの参加者は2020年卒では回答者の43.7%程度であったが、2022年卒では27.3%と減少している。昨年の調査結果では2019年卒の回答者に比べ、2021年卒回答者のインターンシップ参加比率は増加し、学生へのインターンシップの認知が浸透してきている現れと推察したが、今回の結果は昨年と真逆の結果となった。ただし、薬学部では5回生での正課の実習によって就職先候補の業務をしっかりと体験する機会が設定されており、それを通じて学生の職業理解が一定醸成されている面もある。インターンシップを通じて職業理解を広げることが重要であることは変わりないが、**今回の結果について単純な評価を下すことは難しいと言える。**

表 3-1 インターンシップの参加状況

	参加有	参加無
2022年卒	6	16
2020年卒	14	18

② インターンシップの参加数（表 3-2）

いずれの卒業年においても、インターンシップに参加した者のうちでの参加数は、5社未満が多くなっている。一方、昨年の調査結果では10社以上に参加する回答者がいたが、今年の調査ではいずれの卒業年次でも10社以上はいなかった。

表 3-2 インターンシップ参加数

	5社未満	5社～9社	10社～20社
2022年卒	4	2	0
2020年卒	12	2	0

薬学部では薬剤師免許取得を前提とした就職となるため、病院、ドラッグストア、調剤薬局などが主たる就職先となり、それらの業界へは5回生での正課の実習を経て理解を深めている可能性も高い。従って、**各自が志望する業種や企業・施設の絞り込みがインターンシップの段階でできているので、参加数も9社以下になっているのかもしれない。**

③就職活動でエントリーした企業、自治体、学校、施設の数（表 3-3）

就職活動でエントリーした数は、いずれの卒業年においても 5 社未満が多かった。一方、10 社以上にエントリーした回答者はいなかった。インターンシップの参加数で述べたように、実習を通じて職業理解が早めに進むため、就職活動での志望先もある程度絞り込んで臨んでいるものと思われる。

表 3-3 エントリーした企業（調剤薬局を含む）、病院、自治体、施設などの数

	5社未満	5社～9社	10社～20社	21社以上
2022年卒	19	3	0	0
2020年卒	29	3	0	0

④内定した企業（調剤薬局を含む）、病院、自治体、施設の数（図 3-1）

いずれの卒業年においても、内定数 1 社が圧倒的に多くなっており、昨年の調査結果と同様の結果となっている。最初に内定を得た所に就職をしている可能性が高い。同じドラッグストアであればどこでもよく、内定を最初に得たらそこに決めるといったことがないかを恐れる。ドラッグストアという業種でも、どの企業も企業理念、企業風土、組織運営方針など違って来る。そのようなことをも含めた就職支援策が行われるようにする必要があろう。

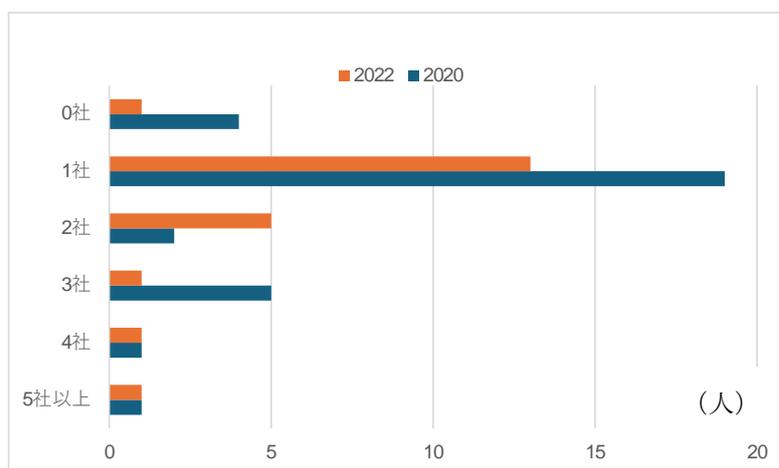


図 3-1 内定数

⑤キャリアセンターの活用（図 3-2）

薬学部卒業生の回答者において、就職課（現キャリアセンター）の利用割合は、2020年卒者と比べ2022年卒者で低くなっている。薬学部では薬剤師免許を取得することで、調剤薬局やドラッグストアへの就職はほぼ確実になる。この合格が就職に際して最重要事項となる。一方、製薬企業などへの就職を目指す場合、薬剤師免許取得は当然として、エントリーシート、適性検査、面接などといった一般企業の選考プロセスを通して、プラスアルファがより求められてくる。従って、**製薬企業などを志望する場合、キャリアセンターを活用した周到な準備が必要となる。本学の薬学部生で製薬企業を志望して就職活動をする学生が少ないため、キャリアセンターを活用する薬学部生が少ないのかもしれない。**

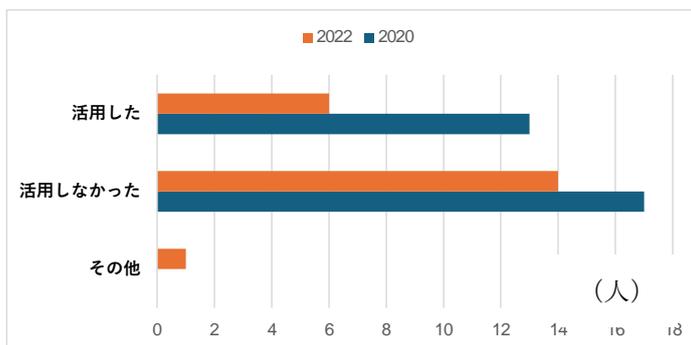


図 3-2 就職課（現キャリアセンター）の利用状況

⑥就職活動（教員採用試験を含む）の準備開始時期（図 3-3）

2020年卒、2022年卒のいずれにおいても、昨年の調査結果と同様に5回生から就職活動の準備を開始する者が圧倒的に多くなっている。また、5回生を挟み、4回生、6回生で準備を開始した者も少数だがいる。

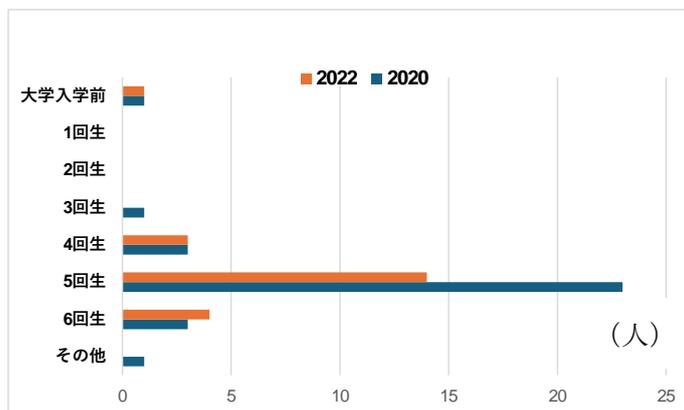


図 3-3 就職活動の準備開始時期

ドラッグストアなどの民間企業を志望する学生が多いことにより、他学部での就職活動準備の多い3回生に相当する最終学年の前学年である5回生から準備することによるものと推察される。

⑦就職活動で苦勞したこと（複数回答可）（図 3-4）

2020 年卒回答者では面接で苦勞したが多く、2022 年卒回答者では自己分析で苦勞したが多くなっている。薬学部生の場合、薬剤師およびその関連職種を前提に入学してきているはずである。従って、2022 年卒回答者では職種とのマッチングを重視した自己分析ではなく、エントリーシートの問題項目、特に自己 PR などへの対応のためのものかもしれない。その背景には 2020 年卒者と 2022 年卒者の 2 年間の間で、採用側の選考視点に変化があったのかもしれない。

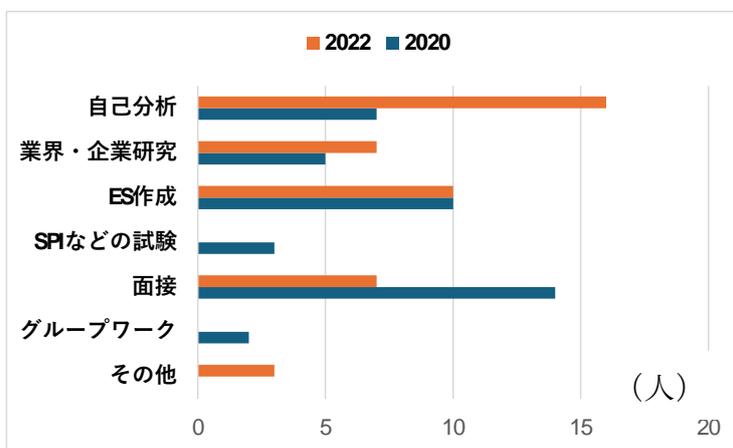


図 3-4 就職活動で苦勞したこと

⑧企業（調剤薬局を含む）、病院、公務員の就職活動で利用した就職ナビサイトと選択理由（図 3-5、図 3-6）

薬学部においても昨年の調査結果と同様に、両方の卒業年でマイナビ就職サイトを利用している者が多かった。次いでリクナビ就職サイトとなっている。

就職ナビサイトの選択理由としては、両卒年の回答者で有名なサイトであることを挙げている。それに加え、2020 年卒回答者では、情報量、みんなが使っているを理由に挙げている者もいた。

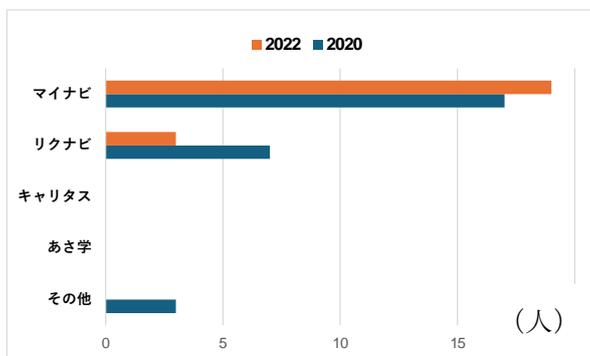


図 3-5 利用したナビサイト（2社まで選択可）

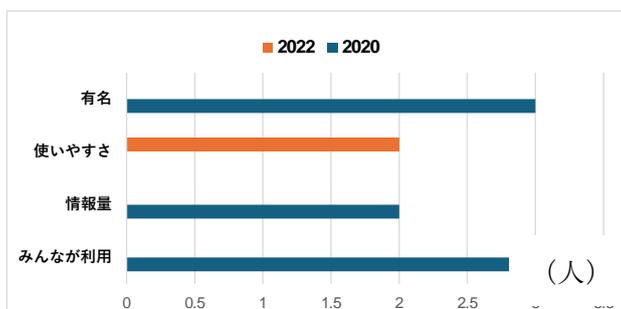


図 3-6 選択理由（自由記述、2人以上挙げているものを）

(2) 卒業後について

① 卒業時に就職した先の雇用形態（表 3-4）

卒業時に就職した先の雇用形態は、2020 年卒回答者で 1 人が非正規雇用で、残り全員が正規雇用であった。2022 年卒回答者では全員が正規雇用であった。薬学部では薬剤師免許取得を前提に採用されるので、雇用形態については学生優位の就職になるのであろう。

表 3-4 卒業時の就職における雇用形態

	正規雇用	非正規雇用	その他
2022年卒	22	0	0
2020年卒	31	1	0

② 卒業時の進路（図 3-7）

昨年の調査結果と同様に公立、私立の病院薬剤部に就職する者もいるが、一般企業に就職する者が圧倒的に多い。一般企業と言ってもドラッグストア、調剤薬局など薬剤師の資格を前提とした職種に就くものと推察される。

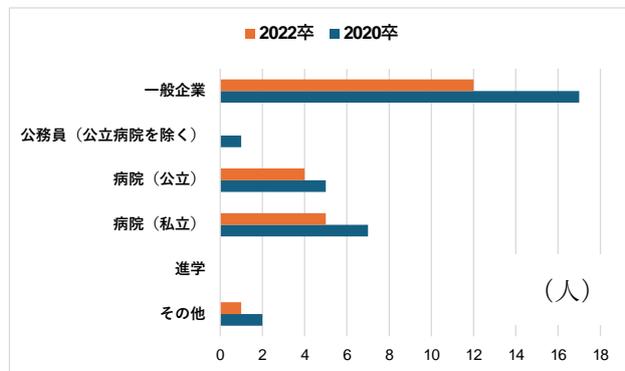


図 3-7 卒業時の進路

③ 卒業時に一般企業に就職した際のコース（図 3-8）

2020 年卒回答者では総合職の者がいたが、2022 年卒回答者には総合職がいなかった。総合職と一般職とのコース設定を設けない企業が増えてきており、コース区分がないと回答する者がそれを反映しているものと思われる。

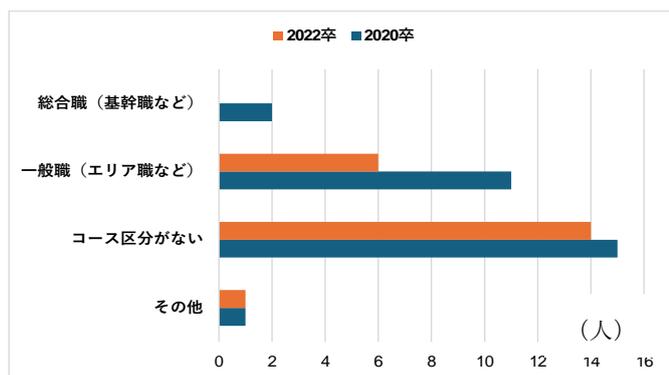


図 3-8 卒業時の企業就職におけるコース区分

④卒業時に就いた職種（図 3-9）

いずれの卒業年の回答者においても、薬剤師としての職種で病院、調剤薬局、ドラッグストアに就職をしている。2020 年卒回答者では、MR、生産工程、医療事務も挙がっていたが、2022 年卒回答者には薬剤師以外で 1 人がその他を挙げている。

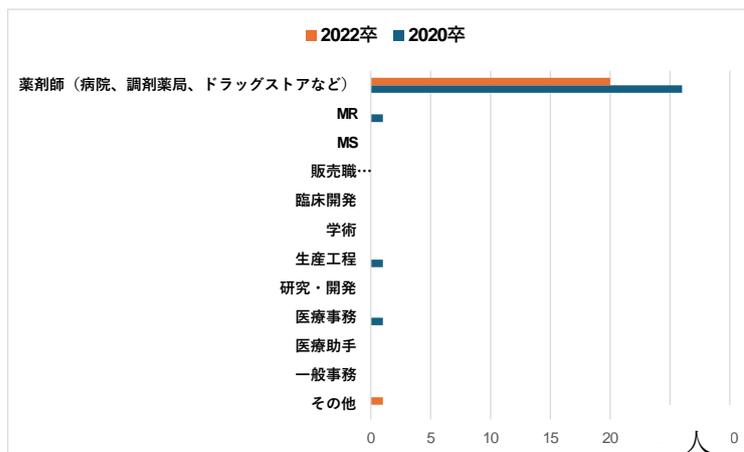


図 3-9 卒業時に就いた職種

⑤卒業時から現在までの間での勤務先変更の有無（一般企業就職者）（図 3-10、図 3-11）

卒業時から現在までの間で、回答者のうち転職・退職をしている割合は 2020 年卒で 31%、2022 年卒で 35%となっている（図 3-10）。なお、2020 年卒は卒業後 5 年間、2022 年卒は卒業後 3 年間の値である。



図 3-10 卒業から現在までの勤務先変更（一般企業従事者）

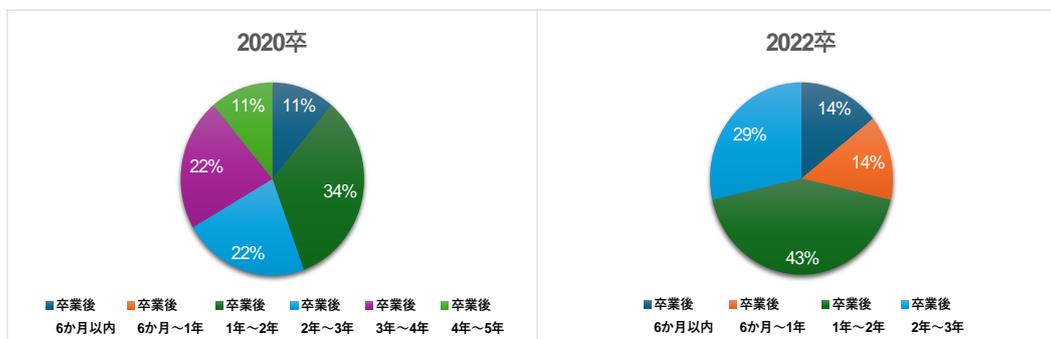


図 3-11 勤務先の変更時期（一般企業従事者）

勤務先変更の経験者で卒業後1年以内に転職・退職をしている割合は、2020年卒回答者の11%（1人）、2022年回答者の28%（2人）となっている（図3-11）。なお、2020年卒回答者および2022年卒回答者のそれぞれ1人が、卒業後半年以内に転職・退職をしてる。

⑥公務員として就いた職種（表3-5）

公務員として就職した回答者は2020年卒その他に1人いた。その1人は公立病院薬剤師であった。

表3-5 公務員として就いた職種

	行政職	保健所職	福祉職	その他
2022年卒	0	0	0	0
2020年卒	0	0	0	1

⑦公務員で就職後の勤務先変更について（表3-6）

2020年卒に公務員として就職した回答が1人いたが、勤務先の変更はない。

表3-6 公務員就職者の勤務先変更の有無

	有（転職）	有（退職）	有（社会人から大学院）	有（進学先から就職）	無
2022年卒	0	0	0	0	0
2020年卒	0	0	0	0	1

企業調査結果

1. インターンシップ

今回調査した企業6社のすべてがオープンカンパニー、インターンシップを行っていた。今回調査対象とした企業の属する業種は、建設、鉄道、百貨店、ソフトウェア、金融、ホームセンターと多岐にわたるとともに、企業規模も中堅企業から大企業と幅広いものであった。このような業種、企業規模に関わらず、オープンカンパニー、インターンシップはマスコミが報じているように、広く浸透してきていることを裏付ける結果であった。なお、昨年の調査においても、調査した企業6社全社がオープンカンパニーを実施していた。

オープンカンパニー、インターンシップの実施時期だが、E社は通年で実施、B社、C社、D社、F社の4社は夏、秋、冬であった。A社については、夏、秋の実施となっている。

オープンカンパニー、インターンシップの参加については、選考無しの申し込み順がA社、B社、D社、E社、F社の5社であった。C社のみがエントリーシートによる選考を課していた。

昨今話題になっているオープンカンパニーやインターンシップの参加者に対する早期選考との関係については、B社以外は早期選考に繋げている。

本年の企業調査結果から、オープンカンパニー、インターンシップに関して次のように分析できる。新卒採用を行う企業では、業種、企業規模に関わらず、基本的にオープンカンパニーやインターンシップを行っている。一方、この**オープンカンパニーやインターンシップは、一般選考に加え採用選考のもう一つの入口となっている**。つまり、学生の就職活動はオープンカンパニーやインターンシップの参加申し込み時点から始まっているということである。

学生の志望業界、業種は多岐にわたるため、企業の採用にとっての競合他社は同業界、同業種に留まらない。企業は求めるスペックの学生を確保するために、全業界、全業種の採用選考動向を睨まなければならない現状なのである。そのような中、**オープンカンパニー、インターンシップの参加に際して選考を課すと学生から敬遠され、学生との接点を逃す恐れがある**。そこで、ほとんどの企業が選考を設けず申し込み順にし、**とりあえず多くの学生との接点を持つようとしているものと推察される**。

オープンカンパニーやインターンシップで学生との接点ができ、そこからが早期選

考という本格的な選考を開始することになる。つまり、オープンカンパニー、インターンシップは企業にとって自社の選考に臨む学生の母集団形成の役割を果たしていると考えられる。そして、自社が求めるスペックに適合する学生の確保に動くのである。昨年のこの調査で、ある企業では全体の内定者のうち 3/4 がオープンカンパニーからの早期選考者だったという話を伺った。

以上より、学生の就職活動にとって、もはやオープンカンパニーやインターンシップは採用選考の一部に組み込まれていることを前提に、そのことをキャリア教育、キャリア支援に反映させていくことが当然の時期に来ていると言えよう。

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	オープンカンパニー (半日、3日間)	インターンシップ(5日間)、オープンカンパニー(半日) *2024年から実施	オープンカンパニー(1日)	オープンカンパニー(1日)	インターンシップ(5~8日間)、オープンカンパニー(1日)	オープンカンパニー(2時間、1日、2日)
実施時期	夏・秋	夏・秋・冬	夏・秋・冬	夏・秋・冬	インターンシップ:8月 オープンカンパニー:通年	夏・秋・冬
選考方法	申し込み順	申し込み順	エントリーシートでの選考	申し込み順	インターンシップ:協定校 オープンカンパニー:申し込み順	申し込み順
採用選考との関連	早期選考との関係あり	後日のイベントの案内はするが、選考に繋がっていない。	早期選考との関係あり	早期選考との関係あり	早期選考と関係あり	早期選考と関係あり

2. 本選考

(1) 2026年度の採用職種

かつては企業の採用において、総合職、一般職のようなコース区分を設けていることが多かった。総合職と一般職の違いは、入社後のキャリアの高さとキャリアの幅にあった。今回の調査では、A社、B社、C社、E社の4社は総合職のみで、コース区分はなかった。コース区分があったのはF社で、全国転勤もある総合職と、限定された地域の中だけの異動を前提とした地域限定職のコース区分であった。両コースとも初任配属は店舗販売職だが、その後のキャリアの高さや幅の違いはあるということであった。D社については、いわゆるジョブ型採用で、ITエンジニア職での採用のみであった。

今回調査を行った全社で文系や理系などの学部は不問だということである。ソフトウェアのD社のITエンジニア職でも、学部不問だという。社内教育制度を整えており、文系出身者でも活躍しているという。また、信用金庫のE社についても学部不問で、法学部、経済学部、経営学部、商学部といった学部に限らず全学部生を対象としており、入社後の社内教育制度で必要資格の取得を支援しているということである。

(2) 採用選考開始時期、内々定連絡開始時期

B社以外の5社がオープンカンパニー、インターンシップ参加者に対して早期選考

を設けている。早期選考が最も早いのがホームセンターのF社で、6月からオープンカンパニーを開始し、7月には早期選考に進んでいる。そして、早ければ3年次の9月には内々定を出しているという。次に早かったのが建設業のA社である。A社では3年次の11月から早期選考を開始し、翌月の12月には内々定を出し始めているという。他の3社では3年次の1月～3月に早期選考を開始し、3年次の2月、3月、4年次の4月に内々定を出している。ここから3年次終了時点までに、企業が内々定を積極的に出している実情が見えてくる。事実、就職未来研究所の就職白書2025によれば、2025年卒者の4年次の4月1日時点で内定率が58.1%であったと報告されている。

一般応募の選考はE社を除いた5社で、いずれも4年次4月あるいは5月からとなっている。E社では3年次の3月から一般応募を開始している。一般応募が始まる頃には、早期選考組の内々定が続出しており、すでに内々定率が6割程度までになっていることになる。このような状況下、就職活動は4年次になってからと思っている学生にとっては、おそらく準備不足も重なり、就職活動に苦戦するとともに、本意な就職をどこまで達成できるかの不安が過る。

(3) 全般で重視する点

調査した企業各社で重視する点として、様々な視点が挙げられている。それぞれ求める特性が単語として挙げられているが、ヒアリングの中での話を基に組み立てると次のような人物が、共通しているように思われる。

一つ目が、自ら考え、それを行動に移せる。さらには、人を巻き込みながら、時に柔軟に対応して、諦めずに遂行できるというものである。二つ目が、様々なステークホルダー（社内、取引先、顧客など）や、幅広い世代の方々とのコミュニケーションがとれるということである。D社でのヒアリングの中で、クライアントの依頼でシステム設計をしていく中で、クライアントから否定的な意見を言われることも少なくないという話があった。そのような時でも、気を落とさずに柔軟に対応してクライアントニーズに応えていくことができるようになってほしいとのことであった。

面接では各社が重視するこのような点を踏まえた質問を学生にし、学生に具体的根拠を挙げさせながら確認をしていくということである。

(4) 資格、語学など

昨年の調査結果と同様、今回も調査したすべての企業で、資格や語学は重視している

なかった。必要な資格は入社してから取得すればよいという考えである。そのような中でも、必須ではないが取得しているに越したことはないということで、A社、D社、E社の3社が資格を挙げている。それぞれが、各社での業務遂行に際して必要な基本的な知識やスキルの習得を証明するものである。これらは入社してから取得する必要がある、3社それぞれが属する業種に就職するのであれば、遅かれ早かれ取得するものである。この3社以外も含めて入社後に取得を奨励している資格などもある。その中には共通するものもあり、IT関連資格、経営数字に関するものなどである。

調査した6社で入社以降も特別外国語を使用することはないとのことであった。そのため、語学についての資格も特に求めていないと言う。今回の6社は海外展開もなく、インバウンド顧客との直接的な接点もないからのようである。内需依存型企业であったため、語学が求められていないのかもしれない。

(5) エントリーシート・試験

調査企業のうち4社はナビサイトを利用したWEBエントリーシートを使用し、2社は指定はなく大学が提供する履歴書の使用でよいということであった。

試験については、6社全社がWEBテストを実施している。WEBテストと言っても、言語や非言語問題を課すのではなく、適性診断、性格診断を主としている。なお、ITエンジニア職を募集しているD社は、SPIに加えIT能力適性検査を課し、その職種への適合性を調べている。民間企業を志望する場合、SPIなどのWEB試験対策は必須であることが伺える。

(6) 面接

今回の調査企業のうち、面接回数2回が1社、3回が5社であった。一次面接ではE社を除いた5社で、人事の採用担当者が面接を担当している。二次面接ではD社のみがそれを最終面接とし、人事部長が面接官を担当している。D社以外の5社の二次面接では、基本的に人事部課長クラスが面接官を担当している。この5社の3次面接は最終面接となり、B社以外は役員が面接官となっている。B社の最終面接での面接官は人事部長となっている。

面接形式では、一次面接ではオンライン面接形式や集団面接形式がとられている。個別面接対策に加え、オンラインや集団の面接に対応するための対策も必要となる。

(7) 内定辞退状況と防止策

E社を除いた5社で内定辞退防止策を講じている。その対策は大きく2タイプである。一つが若手の先輩社員との交流会である。入社に向けて不安が募るケースもあるという。その不安解消を目的に年代的に近い先輩社員を動員した交流会を設けている。もう一つが内定者どうしの交流会である。入社すると一般的には新入社員研修がある。期間は数日から1か月に及ぶ場合もある。このような新入社員研修の目的の一つに、同期の絆の形成も意図されている。入社前の内定者交流会は、同期の絆の形成機会の前倒しを意図しているのであろう。

本選考に関する調査結果	A社	B社	C社	D社	E社	F社
2026年卒の採用職種	総合職 (技術、事務、営業)	総合職 プロフェッショナル職	総合職 (初任配属は接客)	ITエンジニア職	総合職 法人営業、内勤	総合職、地域限定職 (初任配属はいずれも販売職)
採用選考開始時期	オープンカンパニー 3年生11月 一般応募 3年生3月	一般応募 3年生2月	オープンカンパニー 3年生3月 一般応募 4年生4月	オープンカンパニー 3年生1月 一般応募 3年生3月	オープンカンパニー 3年生2月 一般応募 3年生3月	オープンカンパニー 3年生7月 一般応募 3年生3月
内々定連絡開始時期	オープンカンパニー 3年生12月 一般応募 4年生4月	一般応募 4年生6月	オープンカンパニー 4年生4月 一般応募 4年生5月	オープンカンパニー 3年生3月 一般応募 4年生4月	オープンカンパニー 3年生2月 一般応募 3年生3月	オープンカンパニー 3年生9月 一般応募 4年生4月
全般で重視する点	人柄(主体性など) 会社理解・職種理解 面接マナー、みだしなみ 入社意欲	使命感、誠実、挑戦、 リーダーシップ	人を動かす力 柔軟性 やり遂げる力 広い視野	問題把握力・問題解決力 受容力	コミュニケーション力 自己啓発姿勢 礼儀・マナー	主体性、柔軟性、チャレンジ精神、 協調性
資格・語学	土木施工、建築施工の資格	エントリーシートに記載権はあるが、必須ではない。	必須でない	必須ではないが、あれば良い資格 基本情報技術者、ITパスポート、MOS検定	必須ではないが、あれば良い資格 日商簿記、FP、ITパスポート	必須ではない 入社後の自己啓発支援制度を整えている。
エントリーシート	会社指示のES	会社指示のES	会社指示のES	会社指示のES	大学で提供する履歴書	大学で提供する履歴書
試験	・WebOPQ(適性検査) ・自社作成筆記(数的処理)	WEBテスト	WEBテスト	SPI、IT能力適性検査	WEBテスト	WEB(性格診断)
面接回数	3回実施 ・一次面接(採用担当者) ・二次面接(課長代理) ・三次面接(役員面接)	総合職(3回実施) ・一次面接(採用担当者) ・二次面接(人事課長) ・三次面接(人事部長) プロフェッショナル職(2回実施) ・一次面接(採用担当者) ・二次面接(人事部長)	3回実施 ・一次面接(集団面接)(人事係長、現場係長) ・二次面接(人事課長、現場課長) ・三次面接(人事部長、役員) *WEBテストと面接の間にグループディスカッションを実施	2回 ・一次面接(採用担当者) ・二次面接(人事部長、人事課長)	3回 ・一次面接(集団面接)(営業現場非管理職) ・二次面接(課長、次長) ・三次面接(役員)	3回 ・一次面接(WEB個別面接)(人事部採用チーム) ・二次面接(WEB個別面接)(エリアマネージャー、リーダー職) ・三次面接(対面、集団面接)(役員)
内定辞退の状況と防止策	不安解消を目的に先輩社員との懇談会	交流会を2、3か月ごとに実施	希望者に対して若手社員との面談(不安を抱えている学生に対して)	先輩社員との懇談会	特に実施していない	内定者交流会、先輩社員との懇談会など、2か月に1回実施

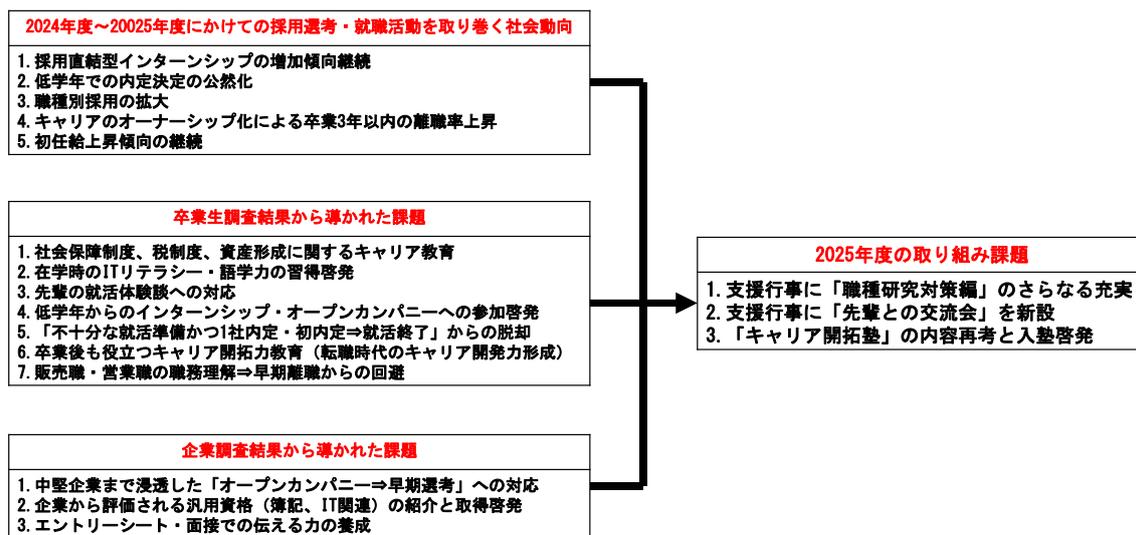
3. 昨今の応募学生の印象

調査した企業の採用担当者に、昨今の学生に対する印象を伺った。まず素直、正直を挙げている担当者がいた。第一志望でなければ、それを正直に話してくれるそうである。また、自分の考えを主張したり、積極的に行動したりする面は弱いという。

昨今の応募学生の印象	A社	B社	C社	D社	E社	F社
印象	・SNSなどで事前に情報入手して絞って効率的な就活をしている。 ・第一志望でなければそれを正直に言う。	・考えて行動できない。 ・待ちの姿勢	・積極性に乏しい。 ・まじめすぎる。 ・今後様々なビジネスの展開が予想されるので、積極的な人材を求めている。	・文系でもIT学習に取り組んでいる学生が目立つようになった。	・素直 ・早期選考が多いのか面接の経験値が低い	・周囲に合わせる ・自分の考えをアピールしない

2025年調査結果に基づくキャリア支援・キャリア教育の課題

2024年度～2025年度にかけての採用選考・就職活動を取り巻く社会動向、および2025年の卒業生アンケート、企業調査から浮上した課題と、それらに基づき設定した2025年度取り組み課題をまとめたものが下図である。以下、下図を基に、2025年度取り組み課題設定に至った背景を述べていく。



1. 2024年度～2025年度にかけての採用選考・就職活動を取り巻く社会動向

(1) 採用直結型インターンシップの増加傾向継続

少子化および企業間の人材獲得競争激化により、インターンシップ・オープンカンパニーを学生との早期接点の機会と捉える動きが加速している。

(2) 低学年での内定決定の公然化

採用選考を低学年も対象とすることを明言し、就業体験ともリンクさせた自社のファンづくりと、そこから早期内定へと繋げる企業政策を発信する有名企業も現れてきている。

(3) 職種別採用の拡大

いわゆる会社まかせの「配属ガチャ」ではなく、自らの職種選択によるキャリア形成を主体的に図ろうとする学生が増えてきている。それに応えるため、企業が職種別

採用を設けたり、企業指定の初任配属とそれ以降の多様なキャリアパスを提示したりするようになってきている。

(4) キャリアのオーナーシップ化による卒業3年以内の離職率上昇

3年以内の離職率は過去よりも増えているが、その内実は自身の成長や経済的要因を求めての転職が増えていることによる。自身のキャリアを主体的に考える姿勢とスキルの差が、将来のライフスタイルに大きな影響を与える時代に突入している。

(5) 初任給上昇傾向の継続

初任給の業界間格差、同一業界での企業規模による初任給格差が広がっている。一方、初任給は高いがその後の昇給をも含めた賃金テーブルを示している企業はほとんどない。企業の賃金設計の背景を知らない学生が、単に初任給の高低に踊らされる懸念もある。

2. 卒業生調査結果から導かれた課題

(1) 社会保障制度、税制度、資産形成に関するキャリア教育

社会に出て生活に直結する社会保険、税制、さらには iDeCo や新 NISA など資産形成などに関する国策に関する知識の有無が、職業選択力の差につながるとともに、ライフプランに大きな影響を与える時代である。

(2) 在学時の IT リテラシー・語学力の習得啓発

社会人となった卒業生の多くの学生が指摘する IT リテラシー、語学力の不足に直面している姿が想像される。IT リテラシーは日々の業務遂行能力に影響を与え、国内市場を企業活動の中心としている企業であってもインバウンド顧客、外国人労働者に対応するための語学力は求められる時代である。この IT リテラシーと語学力の有無が、自身のキャリアとそれに伴う報酬に影響を与えることになる。

(3) 先輩の就活体験談への対応

卒業生調査で毎年要望として挙がるのが、「先輩の就活体験、懇談」である。先輩の本音を伺い、質疑を通して得られるものは、単なる情報に留まらず、モチベーションに繋がることも期待される。

(4) 低学年からのインターンシップ・オープンカンパニーへの参加啓発

3 回生のインターンシップ、オープンカンパニーは従来の仕事体験というよりも、企業の学生との接点の機会や、早期選考を念頭に置いたものとなり、従来の仕事理解、就業体験の要素は低下している。従って、広く業界、企業、仕事を知る機会は 2 回生までのインターンシップ、オープンカンパニーに移っている。このことを学生に強く認識させる必要がある。

(5) 「不十分な就活準備かつ 1 社内定・初内定⇒就活終了」からの脱却

不十分な就活準備でも、人手不足に困窮している企業では、容易に内定を出すことが想像される。一方、学生の中には自分の適性を考えず、憧れや、イメージを優先したエントリーをするケースも少なくない。結果、うまく就職活動が行かず、これ以上の就職活動の長期化を避けるために、結局内定を初めて得た企業に就職を決め、就職活動を終了することになる。このような就職は企業や仕事のミスマッチを招く可能性が高いとともに、そのような学生は社会に出てからのキャリア形成力が養われていないため、転職後の職業生活にも影響が出る可能性がある。

(6) 卒業後も役立つキャリア開拓力教育（転職時代のキャリア開発力形成）

成長意欲の高い人物は、現状の仕事や処遇に満足できなくなると、転職を志向するようになる。現在ではそのような転職の支援サービスも充実してきて、行動に拍車をかけている。しかし、転職エージェントは成功報酬制のため、転職数を重ねることがエージェント自身の評価となる。そのため、エージェントによってはエージェント自身の成績を優先し、転職希望者の意向を疎かにする恐れもある。従って、キャリアアップに向けての転職が一般化している現在では、自身を守るためにも、自身が主体的にキャリアを開拓していく能力が必要となってくる。

(7) 販売職・営業職の職務理解⇒早期離職からの回避

本学卒業生が就く職種として、圧倒的に販売職・営業職が多い。一方、卒業後数年での離職率も高くなっている。そこから、離職率の高い職種は販売職、営業職であることが推察される。販売職、営業職でも業種によって仕事内容は異なる。衣料品販売職、自動車販売職、食品販売職で、職種として販売職だが、仕事内容の違いは容易に

想像がつく。業界研究、企業研究というものは就職準備の講座として用意されるが、職種研究はほとんど聞かない。職種研究という講座も必要であると考える。

3. 企業調査結果から導かれた課題

(1) 中堅企業まで浸透した「オープンカンパニー⇒早期選考」への対応

オープンカンパニー参加者を対象に早期選考に繋げる動きが、企業規模に関わらず一般的になってきている。一方で早期に内々定を出しても、辞退される業種や企業では早期選考に結び付けていないケースもある。つまり、人気業種を志望する場合、3年次のインターンシップ、オープンカンパニーへの準備、対応が必要となる。

(2) 企業から評価される汎用資格（簿記、IT 関連）の紹介と取得啓発

就職後のスキルには、一般的スキルと企業特殊スキルがある。一般的スキルとは業種、企業、職種を問わず必要なスキルである。例えばパソコンスキルである。一方、企業特殊スキルとはその企業でしか活かさないスキルで、例えば装置産業のオリジナル装置や機器の操作スキルである。

エントリーシートには資格の記入欄はあるが、資格それ自体は評価していないと、いずれの採用担当者も言う。しかし、その資格の難易度も考慮し、その取得に臨んだ姿勢は評価するといずれの採用担当者も言う。そして、その資格としてあったら良いと挙げる資格として、一般的スキルに該当する簿記、IT パスポートなどがある。この潜在的に評価され、かつ自身の転職を含めたキャリア開発に寄与すると考えられるこれら資格の認知と取得啓発の機会を設けてはいかがだろうか。

(3) エントリーシート、面接での伝える力の養成

企業、公務員、教員などの就職活動で共通するプロセスがエントリーシートの提出と、面接である。エントリーシートもほとんどが企業オリジナルなもので、質問項目にも企業独自なものがあったりもする。面接についても、その回数には違いがあるが、幅広い世代や人事部以外の現場社員が面接官として担当することもある。エントリーシートでは、自分の考えを文章として書いて伝え、面接では自分の考えを幅広い世代や職種の方に話して伝えることになる。この書く、話すという行為を通して伝える力は、就職後に企業のステークホルダーとの信頼される関係には必須であり、これらの能力も自身のキャリア開発における基礎力として重要な要素になる。

4. 2025 年度の取り組み課題

採用選考・就職活動を取り巻く社会動向、卒業生・企業の調査結果から導き出された課題から、緊急性、重要性、実現性を鑑み、次年度に向けた 2025 年度の取り組み課題を 3 点設けることとした。

課題 1. 支援行事「職種研究対策編」のさらなる充実

業界研究や企業研究により、自身に関心を持つ業界や企業であれば、そこでいずれかの職種に就くことになる。最近では職種別採用があったり、同じ職種名称であっても業界、業種によって仕事の性質が異なったりする。それらの違いを理解したうえで、職種選択をも考慮した就職を果たすことが、ミスマッチによる離職の回避につながる可能性がある。また、表からは見えないが、裏で企業活動を支える職種もある。それを知ることで、その業界、業種、職種に関心を持ち、就職候補の選択肢も増えるはずである。事実、かつてキャリア教育科目の中で小売業の「バイヤー」という職種を紹介した。そして、このバイヤーという仕事に関心を持つ学生が出たことがあった。

キャリアセンター主催の支援行事に、本年度より夏のインターンシップ対策シリーズの一環として、「夏のインターンシップ対策講座① 職種研究対策編」を設けた。ここでは株式会社マイナビによる代表的職種の職務概要を紹介している。しかし、職種名は同じでも業種間で具体的職務内容は異なる。そこで、さらに職種研究対策の充実を図るために、本学卒業生の多くが就いた「販売職・営業職」の職種紹介講座を追加したい。これまでにキャリアセンターが関係を構築してきたドラッグストア、衣料品、家電量販、百貨店、ホームセンターなどによる業種研究とセットに各業種の「販売職・営業職」の仕事について、各業種を代表する企業による紹介の場を設けたい。

課題 2. 支援行事「先輩との交流会」を新設

卒業した先輩による就職活動と社会人となって気づいた点など、体験したからこそ伝えられるものがある。また、就職活動を終えた 4 年次の学生の就職活動の体験も、就職活動に向けた準備、就職活動中の不安なども含め、これから就職活動に臨む学生にとって有用な話が聞けるはずである。そこにはネット、書籍、就職支援会社による講義などからは得られない経験者だからこそその本音があろう。

そこで、キャリアセンター主催の支援行事に「先輩（卒業生、就職活動終了学生）との交流会」を企画し、実施したい。先輩との交流会というと、就職活動に入る3年次生を対象と考えるが、全学年を対象としたい。例えば卒業生が在学中に取得することを薦める資格、学生時代に養っておきたい能力など、単に就職活動に留まらない学生生活の過ごし方のヒントを職業人になったからこそ気づき、話せることがあるはずである。この先輩との交流会は年間を通して、まずは数回行ってみたい。

3. 「キャリア開拓塾」の内容再考と入塾啓発

キャリアセンターでは難関企業を目指す学生を支援するプログラム、「キャリア開拓塾」を2020年度から主宰している。1期生は2人おり、いずれもTOEIC高得点と日商簿記2級、3級を取得し、志望した難関企業に就職を果たした。しかし、2期生以降入塾はするが、全員が途中で退塾し、キャリア開拓塾からの卒業生を輩出できていない。

これまでキャリア開拓塾は難関企業への就職を最終目標としていたが、就職後も自身のキャリアを切り拓き、より成長できる場があれば転職も一つの有力な手段と考える時代に変化をしてくれている。このような時代背景を踏まえ、大学時代のみならず人生を通じてキャリアを開拓していく基礎的力の養成を図るプログラムへの再考を検討していく。そして、1年次配当の必修科目であるキャリア概論を通じて、キャリア開拓塾への入塾を啓発する。

【参考資料】

マイナビ 2018 (2018) マイナビ

就職みらい研究所 (2022) 『就職白書 2022』 リクルート

就職みらい研究所 (2025) 『就職白書 2025』 リクルート

新入社員 4 割が転職検討. 日本経済新聞. 2024-5-9、朝刊

インターンシップ、採用直結 4 割 政府ルール変更で定着. 日本経済新聞. 2024-10-29、朝刊

大学 1・2 年生に内定 星野レポート早期採用で人材確保 日本経済新聞. 2024-10-17、朝刊

3 メガ銀、職種別採用拡大 新卒の 4 割に専門志向高まる. 日本経済新聞. 2025-1-3、朝刊

大卒初任給 30 万円時代. 日本経済新聞. 2025-1-19、朝刊

初任給上げ、企業の 7 割. 日本経済新聞. 2025-2-15、朝刊

「転職ころがし」に歯止め. 日本経済新聞. 2025-3-31 朝刊

くらしの数字考 早期離職率 今も昔も 3 割. 日本経済新聞. 2025-4-12、朝刊

初任給 30 万円以上 130 社. 日本経済新聞. 2025-4-14、朝刊

AI スキル 管理職要件. 日本経済新聞. 2025-4-29、朝刊

人事が見る 卒業生活躍の大学ランキング. 日本経済新聞. 2025-6-11、朝刊

27 年卒、インターン早期化 採用直結型に熱視線. 日本経済新聞. 2025-8-6、朝刊