

Column

データから見た今時の就活生

～3年で辞める人、辞めない人、その違いは？

新卒で入社した社会人に関するさまざまな問題の根源は、企業と学生双方が差し出す情報のゆがみによる「ギャップ」にあるという。今時の就活の実態をデータによってひも解く。



パーソル総合研究所 主任研究員
小林祐児

こばやしゆうじ●上智大学大学院総合人間科学研究科社会学専攻博士前期課程修了。NHK放送文化研究所に勤務後、総合マーケティングリサーチチームにて、各種の定量調査・定性調査・訪問調査・オンラインコミュニティ調査など、多岐にわたる調査・PJの企画・実査を経験。2015年より現職。専門は理論社会学・社会調査論・人的資源管理論。

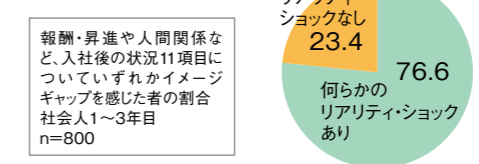
就活での「不都合な真実」リアリティ・ショック

インターネット時代の就職活動は、完全なる情報戦です。口コミサイト・就活ナビの乱立、メディアの報道など、企業側、学生側に向けたありとあらゆる情報が飛び交っています。それらの情報に陥り、困られて、学生と企業が共に陥ってしまったのは、「就活をうまくやること」「うまく採用すること」の「自己目的化」です。しかし、双方の努力を無に帰する最大の落とし穴があります。それが、就活採用の「後」に訪れる、「こんなはずじゃなかった」というイメージギャップ「リアリティ・ショック」です。

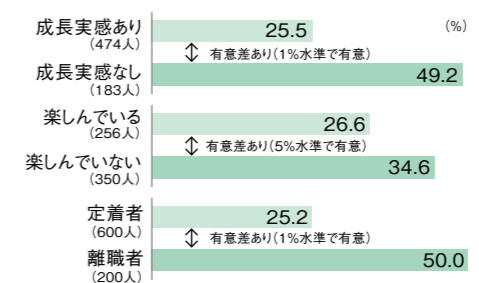
調査によれば、入社後に事前イメージとの何らかの違いを感じる新社会人は76・6%にも及びます【図表1】。より重要なのは、【図表2】に示したその具体的な中身です。簡単にまとめると、「この程度じゃもらえないのか」「この程度の仕事じゃかきかきもらえないのか」「こんなに忙しいのか」となります。次に、若手の早期離職の実態を見てみましょう。現実には【図表3】で示したように、入社後に成長実

感がある層とない層を比べると、ない層の方が、リアリティ・ショックは明らかに大きいようです。また、リアリティ・ショックは「仕事を楽しくない」「ことも強くひも付いている」ようです。リア

【図表1】入社後イメージ通りに働いている社会人は1/4もいない
～入社後にリアリティ・ショックを受ける人の割合

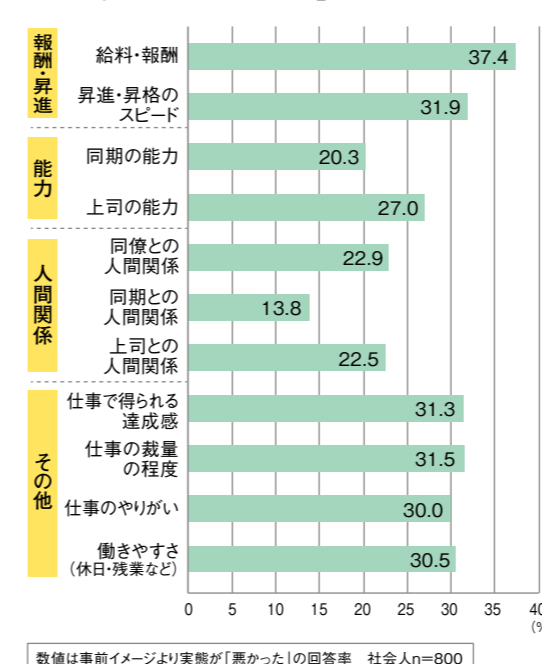


【図表3】リアリティ・ショックは「成長できない」離職を招く
～リアリティ・ショック高群の割合



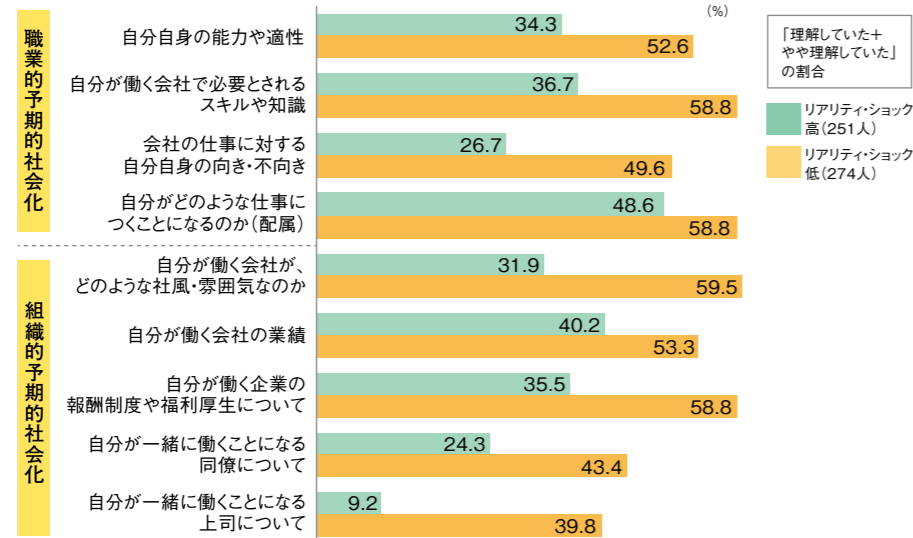
【リアリティ・ショック高・低群】入社後の報酬や人間関係などの11項目に対しギャップを感じた項目数の回答分布に応じて、ほぼ均等になるように分割した。6個以上：高群 2～5個：中群 0～1個：低群

【図表2】入社後の「こんなはずじゃなかった」の中身
～入社前のイメージよりも入社後「悪かった/低かった」の回答率

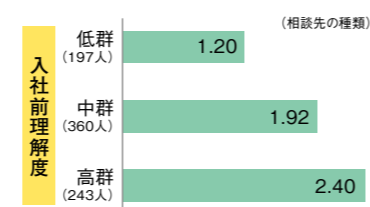


数値は事前イメージより実態が「悪かった」の回答率 社会人n=800

【図表5】リアリティ・ショック低群は自分の能力適性、必要とされるスキル、社風などを入社前に理解
～リアリティ・ショックの高低別入社前の会社・適性理解の内容



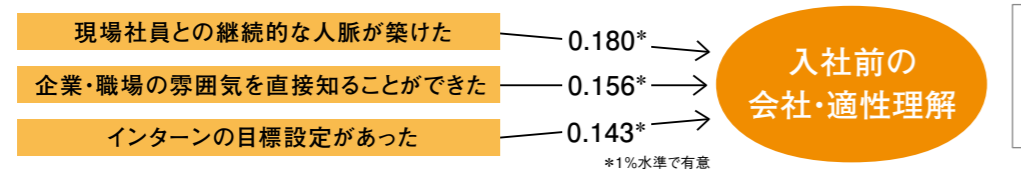
【図表4】相談する相手が少ないと入社前理解は低い
～就活における相談先の数(種類)と入社前理解度



【入社前理解高・低群】入社前の会社・適性理解度9項目における「理解していた or やや理解していた」の回答個数で分割した。0～1個：低群 2～5個：中群 6個以上：高群

【相談相手の詳細】親/就職活動を終えた友人・知人/就職活動を終えたゼミや部活・サークルの先輩/入社1～4年目の友人・知人/入社5年目以上の友人・知人/ゼミの教授/学校のキャリアセンター(就職活動の相談窓口)/就職活動中の友人・知人/入社1～4年目のOB・OG/入社5年目以上のOB・OG/志望企業への入社1～4年目の社員/志望企業への入社5年目以上の社員

【図表6】目的意識、会社の現場を知ることが鍵
～インターンシップでの経験と入社前理解



重回帰分析
従属変数：入社前の会社・適性理解
独立変数：インターンシップ内容
統制変数：性別・国立/私立・偏差値・文系/理系・学生時の成績・業種・職種・組織風土
※強制投入で実施
社会人インターンシップ経験者 n=413
調整済みR2乗値0.393

能力など、「入社前にその会社のことをいかに正確に知り得ていたか」が分かれ道と言えそうです。リアリティ・ショックを「防ぐ3つの処方箋」

① 複数の相談先を確保し情報を相対化する。就活において学生の相談先のリソースは限られています。就活に消極的な学生は特に、「相談できる」相手にばかり話を聞きにいきがちです。結果、情報が限定され、事前の理解を阻害しています【図表4】。入社前理解度が低い群は、1、2種類程度の相談先しか持っておらず、これでは情報が偏るのは当然です。いくつかの相談先を確保し、情報を「相対化」していくことが大切です。

② 現場社員と交流が持てるインターンシップ。【図表5】で示したように、入社前に必要とされるスキルや社風などを理解していた者は、リアリティ・ショックが低いようです。理解を深めるよい機会となるのがインターンシップです。調査によると、目的・目標を設定し、継続的な「社員とのつな

がり」が得られるインターンシップは、入社前の会社・適性理解との相関が見られました【図表6】。社員を通じて、「企業・職場の雰囲気を直接知る」ことが大切です。インターンシップに参加するならば現場社員との交流が多いものが望ましいでしょう。

③ 他者との差別化思考の就活からの脱却。企業の採用活動には学校の試験のような正解はありません。それにもかかわらず、多くの学生は試験と同じく、「対策」で他者と差別化しようとしています。しかし、データを見るとそのための行動です。「差別化」思考は、入社後のリアリティ・ショックを防ぐ助けにならないでしょう。

リアリティ・ショックは、企業と学生双方が差し出す情報のゆがみによる、「ギャップ」の問題です。双方が目の前目的だけにとらわれず、この問題を直視することが求められています。

*【図表1～6】：パーソル総合研究所がパーソルキャリアのキャリア教育支援プログラム、CAMPと共同実施した調査データ (対象：全国の大学1～4年、社会人1～3年目正社員、入社3年以内の離職者合計1700人) 文/編集部