



労働政策研究報告書 No. 77

2007

JILPT : The Japan Institute for Labour Policy and Training

官民共通の職業分類をめぐる現状と課題

労働政策研究・研修機構

官民共通の職業分類をめぐる現状と課題

独立行政法人 労働政策研究・研修機構

The Japan Institute for Labour Policy and Training

ま え が き

本報告書は、今後の来るべき厚生労働省編職業分類の改訂に向けて、官民間での職業分類の共有化をめぐる問題点と課題を整理したものである。

職業分類の共有化は、まず公共部門内から始まり、その後官民間の共有化という考え方に発展している。公共部門において職業を区分する際に基準として用いられているのは総務省の日本標準職業分類である。厚生労働省ではこの分類体系に準拠して職業紹介業務用の職業分類を作成し、それを公共職業安定機関における求人・求職者関係の業務に用いている。職業分類の共有化を公共部門だけに止めずに、更に一歩進めて官民間での共有化の方向を打ち出したのは平成11年に改正された職業安定法である。同法の第15条では、職業紹介事業や労働者の募集において官民が共通して使用する職業分類を作成することが明記されている。

職業分類の次期改訂では、この規定にもとづいて官民共通の職業分類のあり方が議論されることになるとと思われる。本報告書はその議論の素材を提供しようとするものである。議論の土台作りには、民間事業者が職業分類をどのように利用しているのかその実態を把握するとともに、職業分類を共有する際に障害となる要因や共有化の実現を下支えする条件などを整理することが不可欠である。本報告書では、実態の解明及び問題点の整理にあたって民間事業者を対象にした実態調査の結果を活用している。

調査にご協力くださった方々にはこの場を借りて厚くお礼を申し上げる。

本報告書が職業分類の改訂をめぐる議論に何ほどか貢献できることがあれば望外の喜びである。

2007年3月

独立行政法人 労働政策研究・研修機構
理事長 小 野 旭

執筆担当者

にし ざわ ひろし
西 澤 弘

労働政策研究・研修機構主任研究員

目 次

第1部 現状と課題

第1章 問題意識と背景	1
1 問題意識	1
2 問題の背景	6
3 本研究の目的	13
第2章 調査の枠組み	15
1 調査の方法と対象	15
2 調査項目	17
第3章 職種分類の現状と運用	20
1 職種分類の現状	21
2 職種分類の運用	32
3 問題点の整理	39
第4章 共有化に向けた課題	40
1 何のための共有化か	40
2 共有化はどこまで可能か	42
3 労働省編職業分類の改訂に向けて	44

第2部 事例編

求人広告事業者	49
有料職業紹介事業者	72

付属資料

調査票	93
-----------	----

第1部

現状と課題

第1章 問題意識と背景

1 問題意識

職業紹介や文書による労働者募集など人と仕事を結びつけるサービスでは、職業¹に関する情報を提供することが欠かせない。求人情報には、通常、勤務条件・応募要件などの情報とともに職種名とその仕事内容が記載されている。しかし、職業の区分やその名称は求人・求職者を仲介する事業者によって異なり、また企業レベルに目を移すと類似した仕事内容であっても企業によって異なる名称が用いられていることがある。このように事業者・企業によって職業名に違いがみられるのは、社会一般における職業に関する共通基盤が欠けているからである。

この視点に対しては、業界単位では職業名はある程度確立しているとの反論があるかもしれない。確かに、業界意識が強くみられる我が国の企業社会では、特に当該業界特有の職業についてはその名称や仕事内容に関して業界内で共通認識が形成されていることも事実であろう。しかし、この業界単位での職業の捉え方こそが職業に対する一般的認識の阻害要因になっていることも事実である。たとえば、IT業界にはソリューション営業と呼称される営業の仕事がある。業界内ではこの名称は一般的であり、かつその仕事内容についても一般的な認識が共有されている。ところが業界外の人にとっては、営業の仕事であるということ以外の情報をこの名称から得ることは難しい。

このように業界単位での業界用語的な職種名称の使用が広く行われていることから、職業紹介事業者や求人広告事業者が職種を区分するとき業界の視点が入りやすく、職種は業界特性を反映したのものとして認識されがちである。その結果、職種の区分（すなわち職種分類）は職種と業界の折衷になる傾向が強い。「職種×業種」型の職種分類は大別すると2種類ある。ひとつは、仕事の種類の違いにもとづいて区分した職種の中に業界別の職種が位置づけられるものである。営業職の仕事を細分化するとき下位の職種を仕事の種類別ではなく業界別に区分するのはその一例である。この職種分類は、特定の業界の求人を探している求職者には使いやすいが、業界を問わず営業の仕事を探している求職者にとっては必ずしも利用しやすいとはいえない。もうひとつは、まず業界別に区分して、その下位の項目を職種別に区分するものである。上位階層に、IT、電気・電子、建築・土木、金融などの項目が設定されている職種分類はその例である。この区分法が用いられると、特定業界の仕事を探している求職者には求人探索が容易になるが、他方、業界を単位にして仕事の種類が異なる職種が同一の項目のもとに位置づけられるため（ITの中には技術者だけではなく、電話等による

1 「職業」は個人の携わる仕事の種類を指す用語である。これに類似した用語に「職種」がある。職業紹介や求人広告等の事業者が業務上使用している「職種」は、事業（体）におけるつとめ（仕事）の種類を表している。多くの場合、職業と職種の概念はほぼ同一であり、現実には両者は同義語として用いられることが多い。職業や職種を区分し、それを体系化したものが職業分類/職種分類である。本報告書では用語の混乱を避けるために公共職業安定機関が用いている職業の区分を「職業分類」、民間の事業者が使用している職種の区分を「職種分類」と書き分けている。前者は仕事の種類に、後者は求人企業にそれぞれ視点を置いた名称であるが、実務上の概念はほぼ同一である。

顧客サービスなどの事務的な仕事が含まれることが多い)、業界を問わずある特定の仕事を探している求職者には利便性が高いとはいえない。

我が国では職業を業界の視点からとらえる見方が依然として根強く残っている。その背景にあるのは学校教育課程において職業について学んだり、考えたりする機会が必ずしも十分に提供されていないこと、その延長線上で就職活動をしなければならず就職はいきおい会社選び・業界選びになりがちなこと、企業においては仕事を通して社会人としての成熟を問われるが職業人としての意識は等閑視されがちなことなどである。一方、産業については小学校の社会科の学習に始まり高校教育の修了時まで多くの知識を獲得する。その量は職業に関する知識の量を遙かに上回っていると考えられる。したがって求職者にとっても業界の視点はよりなじみのある見方であるといえる。民間事業者の職種分類が「職種×業種」になりがちなのは、正に求人企業と求職者との共通基盤が業種であるからにほかならない。

この現状に対して公共政策、なかんずく雇用政策を的確に推進するためには労働市場の動きを統一的な尺度を使ってとらえる必要に迫られる。統一尺度の必要性は、単に労働市場の全般的把握という行政ニーズを優先した考え方だけではなく、職業紹介や求人広告の事業者・求人企業・求職者の三者それぞれのニーズにも根ざした考え方である。事業者の職業認識と求人企業のそれが異なっていると、事業者は求人職種を自社の職種分類上の適切な職種に位置づけることが難しくなる。また、事業者の職業認識と求職者のそれが食い違っていると、求職者は効率的に求人を探ることが難しくなる。したがって職業紹介・求人情報提供サービスの効率や求職者の効率的な求人探索には、三者の職業認識の共有度が大きく関係している。その共有度が深まれば深まるほど、三者それぞれの利便性が高まると考えられる。

現状をみると、三者が職業認識を共有するための基盤が整備されているとはいえない。公共職業安定機関は独自の職業分類を利用しており、他方、民間の事業者はそれぞれ独自の職種分類を作成している。しかし、官民間の共通基盤を整備する考え方が 1999 年に示されている。それは職業安定法の第 15 条である。この年の職業安定法の改正では、第 15 条の規定は次のように改められ、職業区分の標準尺度を作成することが明記された。

第 15 条 職業安定主管局長は、職業に関する調査研究の成果等に基づき、職業紹介事業、労働者の募集及び労働者供給事業に共通して使用されるべき標準職業名を定め、職業解説及び職業分類表を作成し、並びにそれらの普及に努めなければならない。

改正前の第 15 条の規定は「公共職業安定所に共通して使用されるべき標準職業名・・・職業分類表を作成しなければならない」となっており、その適用範囲は公共職業安定所に限定されていた。ここに規定された「標準職業名」は労働省編職業分類²（以下、「労働省編

² 労働省編職業分類は、1953 年の設定から 1999 年の現行版に至るまで当時の労働省のもとで作成・改訂されている。現行版は 2001 年の中央省庁の再編統合前に改訂されていることから、本報告書では現行版の名称である「労働省編職業分類」をそのまま用いることとする。

分類」という)に設定された代表職業名³を指している。同法の施行規則では以下の通り職業分類は官民の共通基盤となりうるように作成しなければならないことが明確に定められている。

第 11 条 標準職業名、職業解説及び職業分類表は、職業安定局長が、雇用主、労働者及び職業につき学識、経験ある者の中から意見を聞き、あらゆる職業にわたり、かつ、公共職業安定所、各種施設並びに職業紹介事業者、労働者の募集を行う者及び労働者供給事業者に共通して広く使用できるようこれを作成するものとする。

このようにひとつの基準を官民で共有するという視点は我が国独自のものではなく、欧米諸国では 1990 年代以降統計基準の共通言語化⁴という動きが広くみられる。各国の統計法は、その目的規定で統計を政府利用だけではなく、研究や企業など多方面の利用を明記したものが少なくない⁵。そのため統計基準の作成にあたっては多方面での利用が考慮されている。共通言語化は公共部門が統一基準を利用することにとどまらず、民間部門でのさまざまな利用にも対応できうる弾力的な基準の作成とその普及を内包している。しかし、その普及の段階は、通常は第 1 に公共部門での統一基準の作成・利用、第 2 に民間部門での統一基準の利用の順になる。分野によって統一基準の普及には遅速があるが、職業分類に限ってみると公共部門内での共通言語化にとどまっていることが多い。たとえば、イギリス・アメリカ・オーストラリア・カナダなどでは中央政府の統計部局が作成した職業分類を政府の運営する職業紹介機関も共有しているが、民間部門への広がりは見られない。我が国の場合、労働省編分類は総務省統計局の作成している日本標準職業分類に準拠して作成されており、この点で公共部門における職業分類の共通言語化は達成されているといえる。1999 年の改正職業安定法第 15 条の新奇性は、共通言語化の範囲を民間部門にも拡大した点にある。

労働省編分類は改正職業安定法第 15 条によって新たな役割を担うことになった。ここで労働省編分類が負っている役割を整理しておこう。図表 1 は、労働省編分類が果たしている主な役割を図示したものである。第 1 は労働省編分類の固有の役割である。労働省編分類は職業紹介業務用の分類として作成され、主に公共職業安定機関における求人・求職者の職業別区分や職業紹介業務で用いられている。

第 2 は公共部門における職業分類の共通言語としての役割である。労働省編分類は 1953 年の作成時にはアメリカ労働省の職業分類に準拠して技能度にもとづく分類枠組みを採用していたが、1965 年の改訂からは日本標準職業分類との整合性を図っている。その理由は、

3 労働省編職業分類は大・中・小・細分類の 4 階層で構成される分類体系である。このうち細分類レベルの職業名が職業安定法第 15 条に規定された標準職業名に準じる代表職業名である。

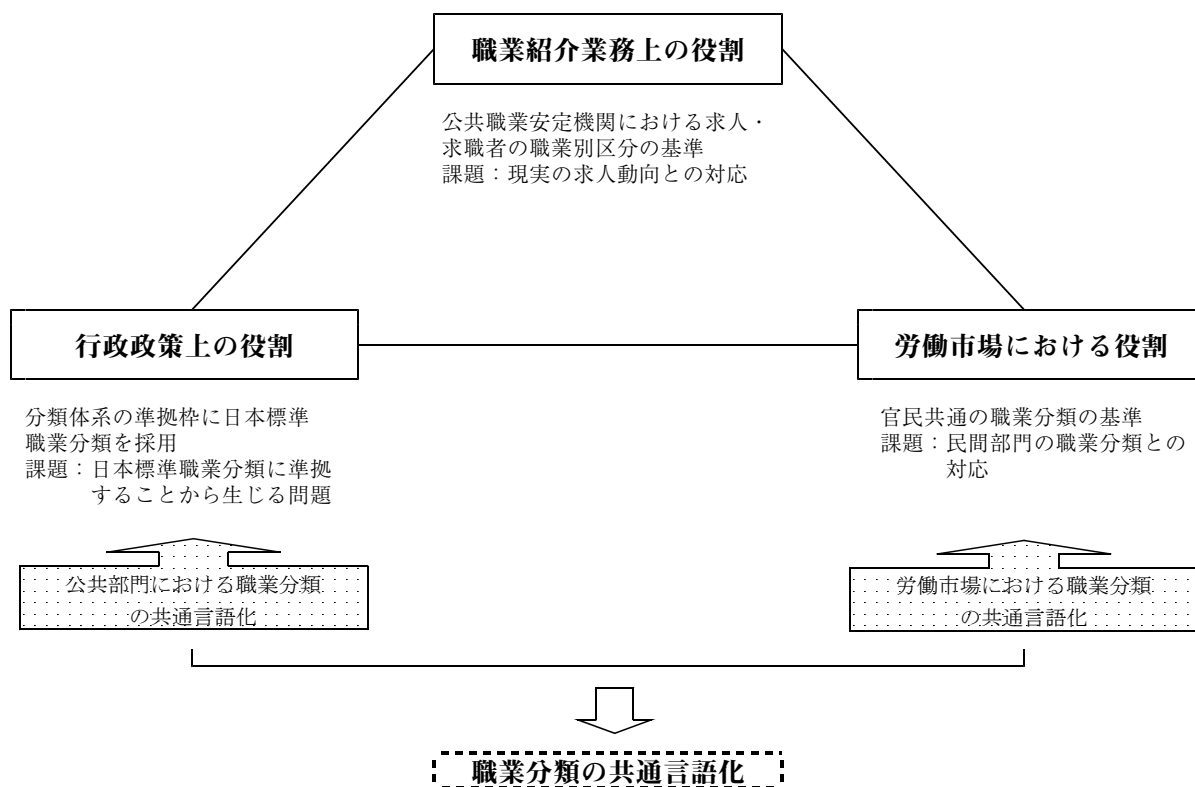
4 「共通言語化」とは複数の対象がひとつの基準を共有することを意味する。一般には「共有化」や「共通化」と同義である。しかし、本報告書で敢えて「共通言語」という用語を用いているのは、個々の職業・職業分類の体系をそれぞれひとつの言語体系とみなしているからである。それらの独自性のある言語が同一の基準を適用又は共有することが共通言語化である。本報告書の文脈にそって言い替えると、共通言語化の内実は官民共通の職業分類を指向することである。

5 森博美 (2006) 「統計法と法の目的」『統計ちば』No.702、p3.

職業安定業務統計と日本標準職業分類に準拠した各種統計調査の結果との照合や比較を可能にするためであった。その後、労働省編分類は改訂のたびに日本標準職業分類との整合性の度合いを高め、1999年の改訂では日本標準職業分類に設定されている項目をすべて労働省編分類にも設定して、両者の完全な整合性を確保している。

第3は労働市場における職業分類の共通言語としての役割である。1999年の改正職業安定法で新たに付け加えられたのが正にこの点である。第15条は労働省編分類を官民共通の職業分類の基盤にすることを謳っているわけではないが、以下にみるように実質的に労働省編分類が共通基盤の出発的になっていると考えられる。既に公共部門における共通言語化の目的は達せられており、労働市場における官民共通の職業分類の基盤を整備できたとき名実ともに職業分類の共通言語化が完遂する。

図表1 労働省編職業分類の役割と課題



前述の通り労働省編分類の第3の役割は、1999年の改正職業安定法で新たに追加されたものであるが、法改正の理由はどこに求めるべきであろうか。そもそも職業安定法を改正した目的は、1997年のILO第85回総会で採択された第181号条約（民間職業仲介事業所に関する条約）を批准するために国内法を整備する必要があったからである。第181号条約の第2条第2項ではすべての種類の労働者及びすべての部門の経済活動に本条約を適用すると規定

している。しかし、当時の職業安定法は第 32 条で有料職業紹介事業における取扱職業の範囲を規制していた。この第 32 条の規定を ILO 第 181 号条約の水準に引き上げることが法改正の主な目的であった⁶。

次に有料職業紹介事業における取扱職業の自由化と職業分類の共通言語化との接点について考えてみよう。改正職業安定法では有料職業紹介事業者に事業報告書の提出を求める規定（第 32 条の 16）を新たに追加しているが、その中で「事業報告書には、・・・当該事業に係る求職者の数、・・・その他職業紹介に関する事項を記載しなければならない」としている。実際に報告が求められている事項には、職業別の求職申込件数・求人数・就職件数が含まれている。この職業別の区分に用いられているのが労働省編分類である。労働市場における労働力の需給状況を全体的に把握するためには、事業者に対して同一の尺度を適用する必要がある。公共職業安定機関の業務報告では職業別の求職者数・求人数・就職件数を労働省編分類にもとづいて集計しており、有料職業紹介事業者にも同一尺度での報告を求めることになったものと考えられる。したがって官民共通の職業分類の基盤を考える出発点として労働省編分類を位置づけていたといえよう。

民間事業者の使用している職種分類と労働省編分類では項目の数・名称・位置づけなどの点で違いが大きいことが当時から認識されていた。そこで当時の労働省は同一尺度による労働力需給情勢の把握が可能かどうかを探るために 1997・98 年度の 2 年にわたり全国求人情報誌協会（現在の「全国求人情報協会」）に「民間労働力需給調整に係る雇用情勢把握のための基礎研究」を委託している。この研究の成果は「求人広告統計調査研究業務報告書」として 1999 年 3 月にとりまとめられている。同報告書は、求人広告事業者が共通して使用する統一職種分類指標の試案を提示している。この試案は、政府統計との整合性を確保する観点から労働省編分類の枠組みに準拠し、分類構造は大分類レベルのみの単一構造となっている。しかし、統一職種分類指標は集約の度合いが最も高い大分類レベルの職業で構成されているとはいえ、予備作業で項目を比較した 3 社の職種分類には労働省編分類の大分類項目に対応させることが難しい項目が 1 割近く含まれていた。

更に当時の労働省は、改正職業安定法の成立を受けて、求人・求職者のマッチング等のための官民共通の職業名解説等のあり方を検討する場として 1999 年 8 月に「職業情報についての検討委員会」を設置している。この委員会では、職業名や職業の区分について官民の間に大きな違いがあるという現実を前提にして、まず両者の共通点を見いだしたうえで官民協力のあり方を考えるという視点から議論が行われている。2000 年 3 月にとりまとめられた

6 有料職業紹介事業における取扱職業は、1997 年 3 月まで 29 職種に規制されていたが、その後 2 度にわたる規制緩和を経て自由化が達成された。まず、1997 年 4 月の職業安定法施行規則の改正では取扱職業をネガティブリストによって規制することに変更し、取扱職業の範囲が大幅に緩和された。次に 1999 年 6 月の職業安定法の改正では、取扱職業のネガティブリストが 2 項目に縮小され、取扱職業は原則自由化された（第 32 条の 11）。この職業安定法の改正を受けて 1999 年 7 月に ILO 第 181 号条約が批准された。なお、第 181 号条約のいう「民間職業紹介事業所」には民営の職業紹介事業だけではなく労働者派遣事業も含まれることから、いわゆる労働者派遣法も ILO 条約の基準を満たすように 1999 年に改正されている。

同委員会の報告書では特に次の点が強調されている⁷。第1に、職業紹介・職業相談における職業名の重要性は認識するものの、時代の流れに的確に対応した職業情報の提供を重視すべきである。第2に、そのためには幅広い職業情報を横断的に整備することが求められる。この委員会では職業分類のあり方そのものには触れられず、議論の中心はより広い見地からみた職業情報のあり方であった。

上にみた通り、改正職業安定法第15条には職業分類の共通言語化の方向が示されているが、この規定は官民の関係者の共通理解にもとづくものではない。たとえば、職業情報検討委員会では、「民」を「官」の論理にしたがわせる共通言語化の方向であれば問題であるとの指摘がなされている。また、この規定は官民の職業分類間の乖離の実態を十分に踏まえたものとは言い難い。第15条に規定されている共通言語化の対象は職業紹介事業・労働者募集・労働者供給事業であるが、これまでに実態調査が行われているのは求人広告事業に限られている。しかし、その求人広告事業では有料求人情報誌の市場が急速に縮小し、インターネットを通して求人情報を提供するサイトが増え、情報提供の形態そのものが大きく変化している。同様に有料職業紹介の分野では、取扱職種の自由化と労働者派遣事業における紹介予定派遣制度の導入にともなって職業紹介の事業許可を取得する事業者が急激に増えている。このように民間の労働力需給調整機関は大きく変わりつつあり、そこでの職種分類の利用については実態把握が遅れている。

これらの点から推し量ると改正職業安定法第15条の規定は、労働市場における労働力の需給状況を全体的に把握する手段が必要であるという行政側のニーズから生まれたものと考えられる。つまり理念先行の規定であるといえよう。実態把握が遅れ、関係者間の共通認識の醸成が不十分な中で推進された職業分類の共通言語化という考え方はその妥当性が厳しく問われているといえる。共通言語化を意味あるものとするためには看板を掲げて方向性を示すだけでなく、それにみあった内容を備えることが重要である。その第一歩は、民間部門における職種分類の実態を踏まえたうえで共通基盤の形成に係る条件を探ることから始めるのが適当であろう。本稿はそのための小論である。

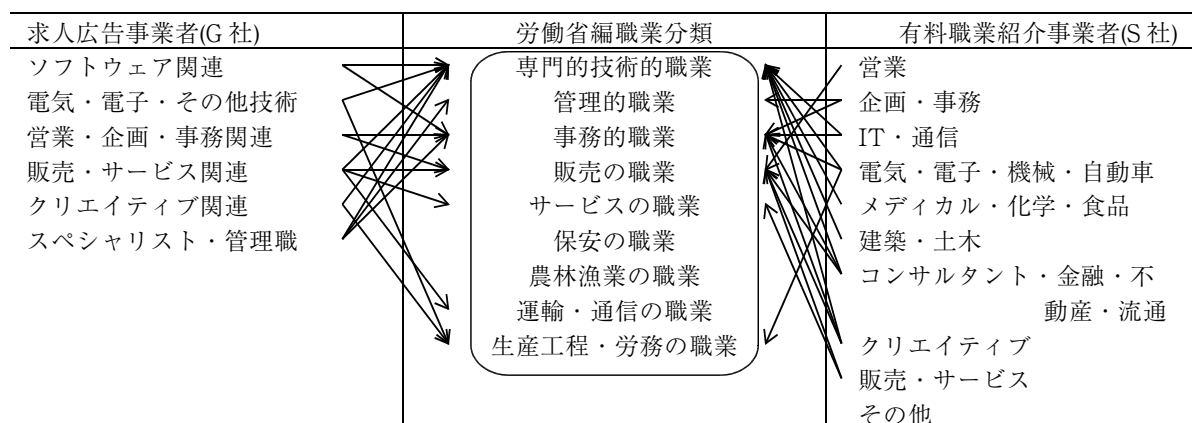
2 問題の背景

労働省編分類と民間事業者の使用する職種分類は、分類の体系・構造・職業名・個別職業の位置づけなど多くの点で異なっている。図表2は、その違いの様相を視覚的・直感的にとらえられるように労働省編分類と代表的な求人広告事業者・有料職業紹介事業者の職種分類を大分類レベルで対比したものである。G社の分類構造は大・中・小分類の3階層、S社の

⁷ この報告書を受けて、当時の労働省は職業情報のあり方について更に議論を深めるために2000年9月に「官民職業情報委員会」を設置し、職業情報をめぐる現状・課題・今後の方向性について検討を行い、2001年3月に報告書がとりまとめられている。この報告書の中で職業情報の内容と提供の形態について、社会が等しく共有できる職業情報の基盤として多面的な内容であること、情報はデータベースとして整備することなどが指摘された。この視点を踏まえてデータベース型の職業情報の開発が行われ、その成果は労働政策研究・研修機構が2006年9月からインターネットで公開しているキャリアマトリックスに結実している。

ものは大・中・小・細分類の4階層である。この対応図から少なくとも5つの違いを読み取ることができる。そのうちの4つは項目数・項目名称・項目設定の考え方・項目の配列に関する異同である。5番目の相違点は項目の対応関係である。一対一の対応関係にあるものはまれである。これらの違いについてその要点を以下に記そう。

図表2 労働省編職業分類と求人広告・有料職業紹介事業者の職種分類との大分類レベルにおける対応関係



(注) G社・S社はともに本研究のヒアリング対象企業である。両社のヒアリング記録は第2部の事例を参照されたい。

第1に、項目数の違いは2つの理由に起因している。ひとつは求人を取扱がない（あるいは極めて少ない）ために、項目が設定されていないケースである。民間事業者の分類には保安と農林漁業の職業が設定されていない。もうひとつは職業/職種を集約する際の考え方の違いである。求人数の多い分野を独立した大分類項目として設定したり、求職者の求人探索に配慮して項目の選択に迷わないように項目数を抑えたりしている。

第2に、項目の名称は民間事業者の場合必ずしも職種名になっていない。大分類レベルの項目には下位の職種を集約した結果をとりまとめるための名称が付けられているが、その名称は現実の仕事を幅広く包含するカテゴリー名になっている。また、求職者が求人を探しやすいように分野別の一般的な名称も用いられている。

第3に、項目の設定については業種区分の視点が色濃く反映されている。職業の区分は本来、業界の概念に対して中立的であるが、業界を単位とした項目の設定がみられる。特に技術者を区分する場合にはこの傾向が強い。電気・電子、IT、建築、金融などの項目がこれに該当する。

第4に、項目の配列は三者三様である。労働省編分類は日本標準職業分類に準拠しているが、日本標準職業分類の項目の配列は1968年版の国際標準職業分類の項目に準じている。国際標準職業分類の項目配列は、英国のノンマニュアルとマニュアルの仕事の区分を下敷き

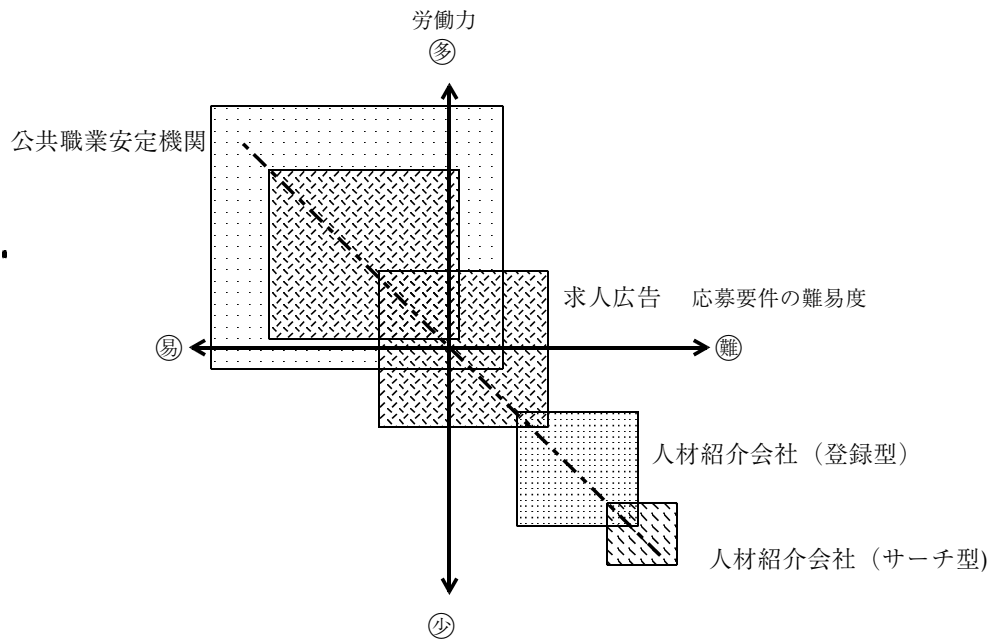
にしているとみられている。他方、民間事業者の職種分類では、求人件数や各社の事業戦略にもとづいて項目の配列が決められている。

第5に、労働省編分類の項目と民間事業者の職種分類のそれを一対一に対応させるのは難しい。上位の階層の項目はその下位に位置づけられた項目を集約したものである。したがって、大分類レベルで集約したとき労働省編分類では他の大分類の下位に位置づけられている項目が含まれていると、G/S社の項目は労働省編分類の項目と一対一の対応にはならず、複数の労働省編分類の項目に対応することになる。たとえば、電気・電子等の項目には技術者だけではなく、G社では小分類に、S社では中分類にそれぞれ保守・修理の仕事（名称はサービスエンジニア）が含まれている。この仕事は労働省編分類では大分類「生産工程・労務の職業」に位置づけられている。

このように大分類レベルの項目を一瞥^{いちべつ}しただけでも労働省編分類と民間事業者の職種分類との間には大きな溝があることが分かる。その背景にはいくつかの要因を指摘することができるが、結論を先に述べれば両者のマーケットの違いに尽きる。労働省編分類の準拠している日本標準職業分類は我が国のあらゆる職業に適用できるように作成された網羅的な分類体系である。職業にはそれぞれ何らかの特殊性があり、それに配慮して分類体系を組み立てるのではなく、一定の分類原則を定めてそれをもってすべての職業に適用し区分している。一方、民間の事業者はあまねくすべての職業を対象とするというよりも、求人の多い分野を中心に職種を区分している。求人・求職者に配慮して、求人の多い分野の職種は細かく区分され、逆に求人の少ない分野の職種は粗く設定される傾向にある。

職業紹介や求人広告の事業者が事業の対象として狙っている求職者はそれぞれ異なっているとみられる。図表3は、労働力の量的側面と質的側面の2つの要素で表される平面上に各事業者が狙っている主な求職者層を図示したものである（この図はあくまでも各事業者の相対的位置づけの違いを示したイメージにすぎない）。労働力の量的な面と応募要件の難易度にもとづく質的な面との関係は、図の左上から右下に引いた破線で表すことができよう。これは、応募要件が緩ければそれに該当する人は多く、逆に応募要件が厳しいとそれに該当する人は少なくなることを示している。公共職業安定機関の取り扱う求人・求職者は、第2象限が中心になっている。この分野は応募要件が相対的に平易であり、それに該当する人材が相対的に多くいることが特徴である。求人広告事業者が対象とするマーケットは第2象限と第4象限に広がっている。求人広告は、新聞の折込求人紙・有料/無料の求人情報誌・インターネットの求人サイトなどさまざまな媒体を通して提供されている。このうち折込求人紙や無料求人情報誌のマーケットは第2象限が中心であり、他方、有料求人情報誌や求人サイトは第4象限を対象とした媒体である。人材紹介会社の取り扱う求人は相対的に応募要件の難しいものが多く、それに該当する人材は量的に限られている。したがって人材紹介会社のマーケットは第4象限が中心になる。公共職業安定機関・求人広告事業者・有料職業紹介事業者のマーケットはそれぞれ重複している部分が一部で見られるものの、中心となるマー

表3 人材ビジネスの市場



ケットは明らかに違っている。

このようなマーケットの違いが各機関・事業者を利用する求人・求職者の違いとなって表れている。まず、求職者の利用状況を見ておこう。

入職者の入職経路をみると、求人広告を利用して入職した者は入職者全体の3割強をしめ、公共職業安定機関を利用した者は2割である（図表4）。また、民営職業紹介事業者の利用者は1.6%にとどまっている。ここでは各経路の特徴を鮮明にするため、職業別・年齢別の入職者構成比をみてみよう。公共職業安定機関を利用して入職した者は、職業別にみると生産工程・労務の職業と事務的職業が特に多い。この2つの職業で入職者全体の半数をしめている。次に多いのが専門的技術的職業、サービスの職業、販売の職業である。民営職業紹介事業者を利用した者は特に専門的技術的職業、事務的職業、サービスの職業に多く、これらの職業での入職者は全体の3/4をしめる。求人広告の利用者はサービスの職業が突出し、4割弱をしめている。それに次いで入職者が多い職業は販売の職業、生産工程・労務の職業、事務的職業である。

このように入職者の多い職業は経路ごとに違いがみられる。次に職業を基準にして各経路の構成比をみると、経路ごとの強みをみることができる。専門的技術的職業と事務的職業では、公共職業安定機関経由の入職者と求人広告を利用して入職した者が同程度の割合をしめている。他方、販売・サービス・保安の職業では求人広告経由の入職者比率が公共職業安定機関経由のそれを大幅に上回っている。それとは逆に公共職業安定機関経由の入職者比率が求人広告経由のそれを凌駕しているのは生産工程・労務の職業である。民営職業紹介事業者を利用して入職した者は、事務的職業と専門的技術的職業で相対的に割合が高い。

図表4 職業別年齢別入職経路の構成比

(%)

	入職経路		
	公共職業安定機関	民営職業紹介事業者	求人広告
計	20.3	1.6	33.5
専門的技術的職業	17.0 (15.2) ¹	2.4 (27.0)	17.4 (9.3)
管理的職業	9.3 (1.1)	1.9 (3.1)	12.4 (0.9)
事務的職業	27.6 (22.0)	2.7 (27.3)	27.9 (13.4)
販売の職業	15.4 (10.4)	1.1 (9.9)	40.6 (16.7)
サービスの職業	11.2 (13.7)	1.3 (20.9)	53.0 (38.9)
保安の職業	22.1 (1.9)	0.0 ² (0.3)	47.8 (2.4)
運輸・通信の職業	27.5 (6.4)	0.3 (1.2)	23.4 (3.3)
生産工程・労務の職業	32.1 (28.5)	0.8 (9.3)	26.7 (14.4)
19歳以下	17.6 (9.7)	0.0 (0.5)	42.2 (14.1)
20～24歳	12.9 (15.2)	1.2 (18.7)	38.5 (27.5)
25～29歳	23.6 (17.3)	2.9 (27.1)	35.7 (15.8)
30～34歳	26.8 (14.9)	3.0 (21.5)	31.0 (10.5)
35～39歳	20.9 (9.8)	1.3 (8.0)	31.8 (8.8)
40～44歳	24.6 (8.9)	1.4 (7.0)	31.8 (6.9)
45～49歳	26.6 (7.5)	2.3 (8.4)	29.2 (5.0)
50～54歳	24.7 (7.9)	0.9 (4.4)	29.2 (5.7)
55～59歳	19.1 (4.8)	0.6 (2.2)	25.4 (3.9)
60～64歳	20.7 (4.0)	0.4 (1.5)	14.2 (1.7)
65歳以上	6.3 (0.3)	0.0 (0.6)	4.7 (0.1)

(出所) 厚生労働省「平成16年雇用動向調査」

(注) 1. 括弧内の数値は、入職経路ごとの職業別・年齢別入職者の構成比である。職業別構成比は「その他の職業」を除外しているため合計は100.0にはならない。

2. 表中の「0.0」は該当数値はあるが四捨五入の結果、表章単位に満たないものを示す。

次に年齢別の入職者構成比をみてみよう。経路別にみると特徴は2つある。第1に、経路の違いにかかわらず入職者の多い年齢層は共通している。すなわち20～34歳層である。入職者の中心は求人広告が20歳代前半層、民営職業紹介事業者が20歳代後半～30歳代前半層である。公共職業安定機関もこの年齢層の入職者が多いが、他の経路に比べてこの年齢層の構成比が突出しているとは言い難い。第2に、いずれの経路も年齢区分が上昇するにつれて入職者の構成比が逡減している。大局的にみると年齢と入職者数は反比例の関係になっている。

年齢別の入職者構成比のもうひとつの面、すなわち年齢を基準にして各経路の構成比をみてみよう。60歳以上層を除くすべての年齢層で求人広告を利用して入職した者の割合が最も高い。求人広告経由の入職者が特に高い比率をしめる年齢層は20歳代である。30歳代・40歳代でも全体の3割程度をしめている。他方、公共職業安定機関経由の入職者は30歳代・40歳代で高い割合をしめている。民営職業紹介事業者経由の入職者構成比が比較的高い年齢層は、20歳代後半～30歳代前半層である。

以上のように入職者は経路ごとに職業・年齢に特徴のあることが分かる。一方、労働力需

給調整機関を利用する求人企業にも何らかの特徴があるかどうかを次にみてみよう。

図表5は、公共職業安定機関・民間職業紹介事業者・求人広告事業者における職業別求人数の構成比である。公共職業安定機関で特に多い求人は生産工程・労務の職業と専門的技術的職業である。この2つの分野で全体の過半をしめている。民間職業紹介事業者は2つに大別できる。ホワイトカラーの職業を中心として職業紹介を行う、いわゆる人材紹介会社と特殊な技術・技能を持つ者の職業紹介を行う民間職業紹介所である。図表5の民間職業紹介事業者の求人数構成比はこの両者の求人数を合計したものである。全体として求人の多い分野は、専門的技術的職業・販売の職業・事務的職業である。人材紹介会社の求人は専門的技術的職業・事務的職業・販売の職業で、民間職業紹介所の求人は販売の職業とサービスの職業でそれぞれ多いとみられる。求人広告事業者のデータはやや古いが、労働省編分類にもとづいて広告件数を集計した希少なデータなのでここに再掲した。正社員向け求人情報誌の広告件数は、専門的技術的職業と販売の職業で特に多い。両者で全体の4割強をしめている。次いで広告の多い分野は事務的職業とサービスの職業である。

このように求人の多い職業/職種は事業・機関によって異なっている。職業/職種分類を職

図表5 職業別求人数の構成比

	(%)			
	項目数比率 ¹	公共職業安定機関 ²	民間職業紹介事業者 ³	求人広告 ⁴
専門的技術的職業 (芸能家) ⁵	15.4	21.8	43.6 (0.3) ⁶	25.8
管理的職業	1.8	0.4	7.5	
事務的職業	4.7	11.4	16.0	18.0
販売の職業 (マネキン)	3.3	16.2	20.8 (7.0)	22.0
サービスの職業 (家政婦) (調理師) (配せん人) (モデル)	3.8	7.6	9.2 (5.0) (0.5) (0.9) (0.0)	17.5
保安の職業	0.9	3.4	0.2	
農林漁業の職業	3.1	0.4	0.0 ⁷	
運輸・通信の職業	3.3	6.5	0.4	3.5
生産工程・労務の職業	63.8	32.2	2.3	7.6
その他・分類不能				5.6

(出所) 厚生労働省 平成16年度『労働市場年報』及び平成16年度「職業紹介事業報告」、「求人広告統計調査研究業務報告書」p.59

(注) 1. 労働省編職業分類の細分類項目数の構成比

2. 2004年8月の新規求人数

3. 有料職業紹介事業における2004年度の求人数

4. 1998年10月の求人広告事業者2社の正社員向け求人情報誌に掲載された広告件数

5. 括弧内の職業は1997年に民間職業紹介事業者の取扱職業がネガティブリスト化される前に職業紹介が認められていた職業のうち代表的なものである。

6. 括弧内の数値は内数である。

7. 表中の「0.0」は該当数値はあるが四捨五入の結果、表章単位に満たないものを示す。

業紹介等の業務で用いる際には、マッチングの基礎データとして求人者の求める人材が適切な職業/職種に位置づけられることが重要である。この観点から図表 5 の労働省編分類の大分類別項目数構成比と現実の求人/広告比率を対比してみると、求人の多い分野での項目数が必ずしも多いとは言い難い。特に事務・販売・サービスの職業では、項目数比率が求人数/広告件数構成比を大幅に下回っている。ひとつの職業分野の中で同一の仕事内容の求人/広告が多いのであれば、それに対応した項目が設定されていればよく、項目数を増やさなければならぬ必然的な理由はない。しかし、さまざまな仕事内容の求人/広告が混在していて、かつ数が多い場合には、マッチングの効率を優先して考えるとそれぞれの仕事に対応した項目を設定することが望ましい⁸。一方、生産工程・労務の職業のように求人の量に比べて項目数が多すぎるのも問題である。現実には利用されていない項目や求人数が極めてわずかな項目があり⁹、それらの職業分野では既存の項目を再検討する必要がある。

分類項目に関する問題は量の面だけではなく質の面も関係する。事務・販売・サービスの職業における主な問題は量的なものと考えられるが、専門的技術的職業に求められているのは量よりもむしろ質である。技術の進展や専門性の分化にともなって新たな職務内容を持つ仕事が出てきている。これらの新たな動きに対応して既存の分類項目を修正しないと、求人者の位置づけが不適切になる可能性がある¹⁰。

図表 5 にはもうひとつ大きな問題が潜んでいる。本稿のテーマである共通言語化に関する問題である。労働力需給の状況を大局的見地から把握するためには、実務では個々の機関・事業者がそれぞれ独自の職業/職種分類を利用するとしても、全体を集計するときの共通尺度を共有する必要がある。図表 5 の民間職業紹介事業者の求人数は厚生労働省に報告された数値をとりまとめた「職業紹介事業報告」にもとづいている。しかし、上の図表 2 に示されている通り労働省編分類と民間事業者の職種分類とは一対一の対応が困難である。専門的技術的職業の中には技術者・専門職以外の職種が混じっており、他の職種が混入しているのは他の大分類項目でも同様と考えられる。このような状況は報告の数値そのものの信頼性を失わせかねない重大な問題である。

民間職業紹介事業者が労働省編分類の大分類項目にもとづいて自社の求人・求職者数を的確に位置づけることは技術的には困難な問題とはいえないが、それを実施することは現実には極めて困難である。それは、事業者の多くが求人・求職者のデータベースを中心にした自

8 2004 年度の『労働市場年報』によると小分類項目のうち新規求人数が最も多いのは「商品仕入・販売外交員」である。この項目は全体の 7.8%をしめている。次位は「販売店員」の 5.9%である。この 2 項目で全体の 14%弱をしめる。

9 2004 年度の『労働市場年報』によると新規求人数が 100 人未満の小分類項目は 14 ある。なお、『労働市場年報』に掲載されている小分類項目は労働省編分類の 379 項目のうち 110 項目である。そのうち 14 項目 (12.7%) で新規求人数が 100 人を下回っている。

10 たとえば、情報通信の分野では技術の専門性に対応したさまざまな人材が求められているが、労働省編分類ではこの分野の技術者は 2 項目しか設定されていないため、求人が必ずしも的確に位置づけられていない可能性がある。

社の独自のシステムを構築しているからである。職種分類はその中に組み込まれている。したがって自社の求人・求職者数を労働省編分類にあわせて出力しようとする、そのためのプログラムを新たに作成するか、手作業で再集計するか、あるいは自社の職種分類を労働省編分類にあわせて修正しなければならない。いずれの方法をとるにしてもそのメリットが明らかにならない限り、民間事業者側が労働省編分類に歩み寄る可能性は低いと言わざるを得ない。

この問題は求人広告事業者も共有している。図表5の求人広告事業者の求人数は、集計対象2社の職種分類の小分類項目と労働省編分類の小分類項目を一対一に対応させて再計算したものである。一対一の対応が難しい項目は、1社では全項目の6.6%、もう1社では2.2%をしめている。非対応項目の多くは、労働省編分類では複数の項目に該当するものと項目名称だけでは対応関係の判断が困難なものに分けられる。9割以上の項目は労働省編分類と一対一の対応が可能とはいえ、実際に項目を対応させて再集計するには人手や経費がかかり、民営職業紹介事業者の場合と同様に実行できるかどうかは別問題である。

以上の視点を総括すると次のようにまとめられよう。労働省編分類と民間の労働力需給調整事業者の職種分類は、集約の程度が最も高い大分類レベルの職業でも一対一の対応をとることが難しい項目が多く存在する。この背景には民間事業者と公共職業安定機関では求人・求職者層が異なっていることが指摘できる。求人の多い職業分野は機関・事業者間で一部重複しているものの、全体としてみると三者間には明確な違いがみられる。求人分野の違いを反映して、入職者も職業別・年齢別にみると各機関・事業者のそれぞれの特徴がみられる。民間事業者の職種分類は特に求人の出現状況に敏感に反応して項目の設定が行われている。すなわち求人の多い分野は細かな区分に、逆に求人の少ない分野は粗い区分になりがちである。一方、労働省編分類は国内のあらゆる職業を網羅することが求められており、一定の分類基準に則って項目が設定され、体系を日本標準職業分類に準拠していることから改訂間隔が民間事業者の職種分類に比べて長くなっている。これらの要因が複合的に作用して両者の違いを大きなものとしている。しかし、政策の視点に立つと労働力の需給状況を全体として把握する術が必要である。ここから職業分類の共通言語化の考え方が生まれ、それが1999年の職業安定法第15条の改正につながっている。

3 本研究の目的

我が国における職業分類の共通言語化は漸進的にその輪を拡大してきた。まず、公共部門において共通言語化が達成されている。1965以降、労働省編分類は日本標準職業分類との整合性を確保している。この共通言語化は政策的見地からの判断であり、労働省編分類が日本標準職業分類に歩み寄ることによって実現した。次の段階は、公共部門と民間部門との共通言語化である。この方向は、1999年の改正職業安定法第15条で初めて提示された。共通言語化の範囲に含まれる民間の事業者は、職業紹介事業者・労働者募集事業者・労働者供給

事業者の三者である。公共部門内での共通言語化であれば、(極端な言い方をすると) 労働省編分類が日本標準職業分類の枠組みを借用すれば済む話であった。

しかし、こと官民共通の職業分類になると、民間部門の関係者を巻き込んでいるうえ、現実には官民の分類間の隔たりが大きい。政府は改正職業安定法の施行にあたって民間事業者の事業活動を把握する必要上、労働省編分類にもとづいた職業別のデータを事業報告で求めているが、官民間の分類体系の違いを考慮するとそのデータの信頼性は高いとは言い難い。また、たとえ民間事業者の職種分類を労働省編分類にあわせる方向が共有されたとしても、多くの事業者が職種分類を自社のシステムの中に組み込んでいる現状を考慮すると、共通言語化の実現可能性は不透明である。

共通言語化の方向は示されている。しかし、それを実現するための道筋が示されているわけではない。1999年に求人広告事業者の使用する職種分類の実態把握が行われているが、当時の調査対象であった求人情報誌は近年インターネットで求人情報を提供する求人情報サイトや無料求人情報誌への代替が進行している。また、有料職業紹介事業者(とりわけ人材紹介会社)もインターネットでの求人情報の提供を重視している。求人情報がインターネットで提供されるようになると職種分類に対する考え方は使用目的にあわせて変化してきている。このように民間の事業者は時代の変化に対応して職種分類を考えている。しかし、共通言語化を支える各事業者がどのような職種分類を使用しているのかその実態把握は1999年以降実施されていない。また、関係者間の共通認識を醸成するための取り組みも遅れている。この文脈において本研究は、民間事業者の使用している職種分類の実態を詳らかにすることを通じて共通言語化の土壌を明らかにするとともに、共通言語化を実現するための条件を探るものである。具体的な目的は次の通りである。

1. 民間事業者の使用している職種分類の特徴を整理する。体系や構造といった表層的な点だけでなく、考え方や実際の運用方法などにも深く踏み込んで特徴を把握する。
2. 共通言語化の隘路となる要因を明らかにする。1999年に求人広告事業者の職種分類と労働省編分類の架け橋として統一職業分類指標が作成されているが、現実にはこれまで同指標にもとづいた集計は行われていない。尺度を作成しても利用されなければ、作成しなかったのと同じである。この背景には、職種分類の利用・運用の違い、システムとの関連、コンセンサス作りなどのさまざまな問題が絡み合っている。このような共通言語化を推進する際に障害となりうる要因を整理する。
3. 共通言語化の実現を下支えする条件を整理する。民間事業者の実態を踏まえたうえで官民共通の職業分類として実務での使用に堪えうるものを作成するために必要な条件を整理する。

第2章 調査の枠組み

1 調査の方法と対象

職業分類の共通言語化の可能性を探るためには、民間事業者の使用している職種分類の実態を詳しく把握することが欠かせない。求めるものが分類の体系・構造・項目数などの一般的な情報であれば質問紙調査でも可能であるが、職種分類に関する考え方や運用など各社の独自性にまで立ち入って実態を深く把握するための調査方法としては限界がある。そこで本研究では質問紙調査とヒアリング調査を統合した形の調査方法を採用した。調査対象の事業者を選定後、まず質問紙調査に回答を依頼し、回答結果にもとづいて更に細部の情報をヒアリングによって収集する方法をとった。調査は2006年の5月から6月にかけて実施した。

調査対象の事業及び事業者を選定する際には次の点を考慮した。

第1は改正職業安定法第15条の規定である。第15条では官民共通の職業分類が適用される範囲を職業紹介事業・労働者募集・労働者供給事業と定めている。このうち職業紹介事業には、有料と無料の職業紹介事業がある。事業所数は前者が8689事業所、後者が618事業所である(2005年3月末現在)。有料職業紹介事業を行う事業者はホワイトカラーの職種を中心に扱う人材紹介会社と特殊な技能・スキルを持っている者を扱う民間職業紹介所に分かれる¹¹。更に人材紹介会社は提供するサービスの形態によって登録型紹介・サーチ型紹介・再就職支援型紹介の3つに大別され、それぞれが取り扱う職種の範囲は会社によって多様である。このうち求人・求職者の取り扱い量が多いのは登録型紹介を行う会社である。民間職業紹介所はマネキン・家政婦・調理士など特定の職種を中心にした職業紹介を行っている。このため取扱職種の範囲は狭いといえよう。他方、無料職業紹介事業は、学校等以外の者が許可を受けて無料で職業紹介を事業として行うものである。この中には農業協同組合・商工会議所などの法人、地方公共団体も含まれる。

次に、職業安定法に規定された労働者募集には、文書募集・直接募集・委託募集の3種類がある。このうち同法で事業の規制が行われているのは文書募集(第42条)と委託募集(第36条)である。文書による労働者募集を営利事業として行っている事業者は、新聞・折込求人紙・求人情報誌・インターネットなどさまざまな媒体を利用している¹²。委託募集を行う場合には厚生労働大臣あるいは都道府県知事の許可が必要である。実際に許可を受けた団体や

11 厚生労働省の「職業紹介事業報告」には有料職業紹介事業所の全事業所数が掲載されているが、そこでは人材紹介会社と民間職業紹介所は区分されていない。人材紹介会社の事業主団体である日本人材紹介事業協会によると同協会の会員企業数は2006年3月末現在434社(468事業所)である。また、同協会によると有料職業紹介事業の新規許可件数のうちホワイトカラー職種の職業紹介を行う事業所は全体の7割程度を占めるとみられる。

12 求人広告事業者の団体である全国求人情報協会に加盟している64社の利用している媒体は、有料求人情報誌(主要66誌)・無料求人情報誌(主要222誌)・折込求人紙(主要554紙)・インターネットの求人情報サイト(主要35サイト)である(2006年10月現在)。なお、同協会によると自社で発行している媒体に求人広告を掲載している企業は全国におよそ700社程度あるとみられる。

事務所の数は多いとはいえない¹³。

労働者供給事業は許可を受けた労働組合等だけに認められている。2006年10月末現在、許可を受けている労働組合数は79組合である。労働者供給は、自動車運転手・バスガイド・看護婦・プログラマーなどさまざまな職種で行われている。実際に労働者供給の対象になった組合員数は10849人である（2000年3月末現在）。

調査対象の選定にあたって考慮した第2の点は職業分類の類型である。民間事業者の職種分類は、事業の幅・戦略に応じて特定の分野を対象にしたものと職業全般を網羅したもの到大別できる。更に、それぞれの分類は職種設定が相対的に粗いものと細かなものがある。職種の精粗を規定している要因は、一般的には求人量の量である。求人の多い分野では細かな職種が、逆に求人の少ない分野では大まかな職種が設定される傾向にある。したがって民間事業者の使用している職種分類は、対象の分野と項目の精粗の2つの要因にもとづいて全体ではおおよそ4つのタイプに分けることができる。その類型は次の通りである。①対象範囲が比較的狭く、項目の網の目が粗いもの、②対象範囲は狭いが、項目を細かく設定しているもの、③対象範囲は比較的広いが、項目のくくり方が相対的に大きいもの、④対象範囲が広く、かつ細分化された項目が設定されているもの。

以上の2点を考慮して調査対象の事業と事業者を選定した。労働省編分類は全職業分野を対象にした体系である。これとの対比で民間事業者の職種分類を論じる場合には広範な分野で職種設定が行われている職種分類を例に採り上げるのが適当である。そこで事業については職業紹介事業と労働者募集事業からそれぞれひとつの領域を選んだ。職業紹介事業では登録型紹介を行う人材紹介会社、労働者募集では求人広告事業を対象に選んでいる。労働者供給事業は調査対象から外した。それは許可を受けた各労働組合に実際に申し込みのある求人はかなり狭い範囲の職種であることが想定されるからである。

これら2つの領域の事業者の中で職業全般を網羅した職種分類を使用している事業者は、相対的に規模の大きな会社である。また、それぞれの業界・分野のリーディングカンパニーとも重複する。まず、人材紹介会社をその取扱職種の広狭で分けると専門店型の事業者と百貨店型の事業者に分けられる。前者は特定の職業分野を中心にして職業紹介を行う事業者であり、大半がコンサルタント10人未満の小規模企業である。後者は求人職種の問口の広い事業者である。さまざま分野でそれぞれを専門に担当するコンサルタントを揃えるとコンサルタント数は数十人以上になる。本研究では広範囲の職種を取り扱っている百貨店型の人材紹介会社を調査対象に選んだ。

2000年頃から人材紹介会社の求人情報をとりまとめ、求職者の検索条件に応じて該当する求人情報を提供するインターネット上の職業紹介事業支援サイトが登場している。それら

13 公表されている1999年度の大企業許可の件数は次の通りである。団体数0、事務所数3764、募集従事者数137（『平成11年度労働行政要覧』p.261）。

のサイトの運営会社は多くの人材紹介会社の求人情報を取り扱う必要上、職種全般にわたる職種分類を作成している。このようなサイトの運営会社も調査対象とした。

求人広告事業では、有料求人情報誌を代替しつつあるインターネットの求人情報サイトを運営している事業者を中心にして調査対象を選定している。それに加えて、近年、インターネット上の企業の募集・採用情報を収集してサイト閲覧者の検索条件に該当する求人情報を表示するサービスが提供されている。この求人情報検索サービスを提供している企業も調査対象に選んでいる。それはそれらの企業が数万件に及ぶインターネット上の企業の募集・採用情報に対応した職種分類を作成しているからである。

調査対象企業のうち人材紹介会社は日本人材紹介事業協会の会員企業の中から、求人広告事業者は主に全国求人情報協会の会員企業の中からそれぞれ選び、それぞれの協会を通して調査依頼を行った。実際に調査を実施した企業は東京都内に事業所のある 18 社（人材紹介会社等 8 社、求人広告事業者等 10 社）である。その内訳は図表 6 を参照されたい。

図表 6 ヒアリング調査の概要

調査対象事業者	求人広告事業者	10 社	(事例番号)
	(内訳)有料求人情報誌発行会社 ¹	1 社	1
	求人情報提供サイト運営会社	7 社	2～8
	求人情報検索サイト運営会社	2 社	9～10
	有料職業紹介事業者	8 社	(事例番号)
(内訳)人材紹介会社 ²	7 社	11～17	
コンサルタント人数 10～50 人未満	(3 社)	11～13	
50 人以上	(4 社)	14～17	
職業紹介事業支援サイト運営会社	1 社	18	
訪問先事業所所在地	東京都内		
調査時期	2006 年 5 月～6 月		
調査方法	事前調査票の記入依頼、訪問時に調査票の回答内容の細部を聴取		

(注) 1. ヒアリング対象は正社員を中心とする求人広告を掲載する求人情報誌である。

2. いずれも登録型の職業紹介を行う事業者である。

2 調査項目

上に述べた通り調査は 2 回に分けて実施した。すなわち事前の質問紙調査とそれに対する回答を踏まえたヒアリング調査である。事前調査ではいわば表層的・定量的な情報、ヒアリング調査では深層的・定性的な情報の収集を目的とした。

調査対象企業には、まず、事前調査票への回答を求めた¹⁴。ヒアリング調査を行う前に把握しておくべきことは 2 つある。ひとつは各社の職種分類について大まかな全体像を理解す

¹⁴ 事前調査票への回答は調査対象のすべての会社に依頼しているが、そのうち 2 社では自社の職種分類と調査項目の選択肢がかみあわず、調査票を回収できたのはその 2 社を除く 16 社である。調査票は付属資料を参照されたい。

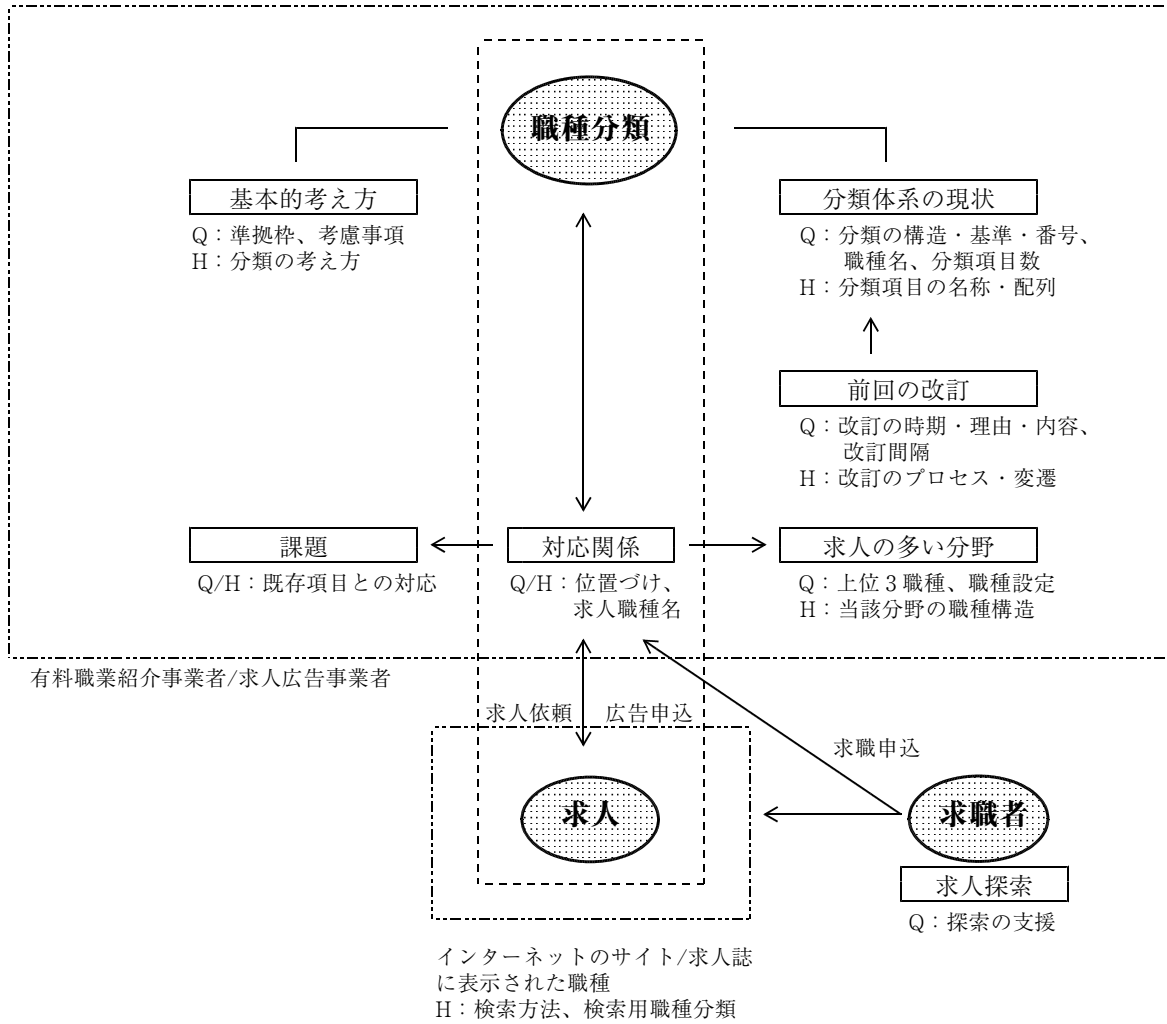
ること、もうひとつはその実際の運用方法を掴むことである。調査票の項目はこの狙いに沿って主に職種分類の現状とその運用実態に関する質問で構成されている。前者の項目には、職種分類の主要側面を確認するための項目（分類構造・分類基準・項目名・項目数など）だけではなく、求人動向と職種分類との対応関係をみるための項目（最近実施した分類改訂の内容）や分類項目を設定する際の工夫をみるための項目（求人件数の多い分野における職種の設定）などが含まれている。他方、職種分類の運用に関する項目は、求人と職種分類上の職種との対応に関する項目（両者が一対一に対応しないときの処理方法）と求職者の求人探索を支援する措置についての項目（希望分野の求人を探しやすくするための支援）で構成されている。

調査票の項目が以上のような構成になっているのは次の理由による。各社とも職種分類を業務上の実務用具として使っており、その構造・体系・運用は求人・求職者を意識したものとなっている。したがって職種分類そのものを解明しただけでは一斑を見るだけであって全貌を推すことにはつながらない。全体像の把握には、職種分類と求人との関係、職種分類に位置づけられた求人と求職者の関係の両者を視野に入れることが欠かせない。調査項目全体の構成は図表7の通りである。

ヒアリング調査の対応者は、人材紹介会社では紹介/管理部門の責任者・コンサルタント、求人広告会社では編集/管理部門の責任者が中心である。ヒアリングにあたっては聞き取り項目を予め設定することはせず、事前調査のポイントである職種分類の現状とその運用の実態について各社の回答を踏まえて詳しい情報収集を行った。事前調査の回答内容を前提としたヒアリングであるため、現実には各社に対して類似の質問をしている。たとえば、職種分類の改訂に関してその時期・理由・内容を事前調査で尋ねているので、ヒアリングでは改訂の背景にある求人動向や実際の改訂プロセスなどについて質問している。また、質問することが適当と考えられる企業に対しては職種分類と業務運営との関連など事前調査に含まれていない事項についても聞いている。

各社に対する質問はおおよそ類似しているが、それに加えて企業ごとに特定の事項について深く掘り下げた質問をしている関係で、収集した情報は質と量の両面において調査対象ごとに異同がある。ヒアリングで収集した情報にもとづいて各社の事例を作成する際には、項目を整理して各事例ともほぼ同じ項目に絞ってヒアリング内容を記述している（事例は第2部を参看されたい）。各事例の共通項目は次の4項目である。①職種分類の基本的考え方、②前回の改訂内容、③求人職種と職種分類との対応、④求人の多い分野における職種設定の考え方。これに加えて各事例では分類構造・項目数・大分類項目の名称を一望できるように職種分類の体系を一覧表にまとめて提示している。

図表7 調査項目の構造



(注) 図中の「Q」及び「H」はそれぞれ事前調査票の項目、ヒアリング項目を表す。

第3章 職種分類の現状と運用

職種は、人材紹介会社にあつては求人・求職の申込者から収集する情報のうち必須の項目である。同様に、求人広告会社においても職種は求人者から収集する必須の情報である。職種の情報を入手しているからといって必ずしもすべての職業紹介事業者・求人広告事業者が職種分類を作成しているわけではない。媒体における求人情報の提示方法や求人/広告件数の多寡によっては、職種分類を利用していない企業もみられる。たとえば、求人広告の事業者の中には媒体によっては申込順に求人広告を配列・掲載する会社がある。人材紹介会社、なかんずく規模が小さく求人件数がさほど多くない会社ではそもそも職種分類を作成する必要性が乏しい。

職種分類を作成している会社が、それをどのように利用しているのかをみると、主な用途は求人・求職者のマッチングである。求人・求職者の双方を職種を軸にして区分することによって両者を職種レベルでマッチングさせることが可能になる。職種に加えて勤務地や年齢などの条件を加味すればいっそう絞り込んだ形でのマッチングに発展させることができる。求人広告事業者は求人情報の提供機能だけに特化しているが、情報提供にあたっては当然のことながら求職者とのマッチングを考慮して広告を制作している。その際、職種名は重要な要素である。それは求職者が、通常、職種別の求人検索を通じて仕事探索をするからである。職種分類は、これ以外にも事業活動の補助資料として使われている。たとえば、職種別の賃金相場を算出して、それを営業活動に利用することがある。相場よりも低い賃金水準で採用を考えている企業に対しては、職種別賃金相場のデータを提示して勤務条件の再考を求めるとなどに使われている。また、職種別の求人/広告件数や求職者数のデータは営業活動で特に力を入れる必要のある分野を確認するときにも利用されている。

このような利用方法を前提にすると職種分類には2つの条件が求められる。ひとつは求人企業との対応、もう一方は求職者との対応である。求人は経済社会の変化に付随して変化する。求人を職種分類上の職種に的確に位置づけるためには求人件数の多寡等に対応して職種を設定する必要がある。つまり職種分類は求人量の量的側面を反映したものであることが求められる。次に求職者との関係では、求職者がその希望職種に該当する求人情報に素早くたどり着けるように求職者の職種認識と職種分類上の職種が一致することが望ましい。印刷物あるいはインターネットのサイトに表示された職種別の検索項目と求職者の職種理解との間に距離があると、求職者は求人探索に手間取ることになる。職種分類を業務で利用する場合、求人動向に適合した職種が設定されていること、求職者の職種認識と職種分類の枠組み・職種名称との隔たりができるだけ小さいことの2点が特に求められる。

調査対象企業はいずれも独自の職種分類を作成している。職業紹介・求人広告のそれぞれの事業において先発企業は、職種分類の作成にあたって2つの方法をとってきた。ひとつは既存の分類体系（主に日本標準職業分類）に準拠して分類の枠組みと項目を設定するという

方法である。もうひとつは、まず大まかな分類体系を組み立て、その後求人動向にあわせて適宜その体系を修正するという方法である。業務用の職種分類は求人動向に即応して分類項目を調節するのが基本であり、その累積結果として現在の分類体系がある。したがって当初、他の分類体系に準拠して作成した職種分類であっても現在は準拠枠の分類とは大きく異なっているのが実態である。また、後発企業では先発企業の職種分類を参考にしたり、求人動向に関する一般的な情報を参酌したりして分類体系を作成している例が多くみられる。職種分類を作成する際の方法がどのようなものであろうと、その後、上述の2点（求人企業・求職者との対応）に則して分類体系の変更や分類項目の追加などの改訂が行われ現在のよ様な各社の独自色の強い職種分類になっている。

民間事業者の職種分類を考えるうえで念頭に置くべきことがもうひとつある。各事業者が対象としているマーケットの違いである。この点は既に第1章の2で触れているが、^{るじゅうつ} 屢述する煩を厭わずに要点のみ指摘しよう。端的にいえば民間の事業者は需要があり、かつ利益の見込める分野で事業活動を集中的に展開する傾向が強い。まず、「需要がある」という点に関しては、たとえばIT分野で技術者に対する需要が高まり求人が増大すると、それにあわせて職種分類ではIT技術者の細分化が行われるという例などが該当する。また、「利益の見込める」という点については、実際の需要とは別に事業戦略の観点から特定分野を営業開拓の対象にすることもある。たとえば、それまで金融専門職の求人が少なかった人材紹介会社が金融分野での求人開拓に積極的に乗り出すようなケースがある。このようなケースでは、求人開拓によって期待できる求人について事前に職種分類に職種を設定しておくことになる。

人材紹介会社に求人申込をする企業は、採用のコスト（通常、人材紹介会社には採用者の年収の25～30%を紹介手数料として支払う）を考えると、それにみあった人材を求めるときに人材紹介会社を利用することになる。求人広告では、インターネットを媒体とする求人広告は1職種十数万円から数十万円のコストがかかる。人材の採用にあたって人材紹介会社・求人広告を利用することはコストの高い方法である。その一方、公共職業安定機関や折込求人紙などコストの安い方法もある。企業は求める人材に応じて採用手段を変えていると思われる。その結果、高コストの方法と低コストの方法では自ずから求人に違いがある。その違いは職種分類に設定された職種にも反映されていると考えられる。

以上の視点を前提にして人材紹介会社と求人広告会社の職種分類の実態を以下にとりまとめてみよう。

1 職種分類の現状

1.1 職種分類に関する考え方

職種分類はその利用目的にあわせて作成されるのが常であるが、作成時に特に配慮している点は2つある。ひとつは、求人企業の需要動向と職種分類上の項目との乖離をできるだけ

小さくすることである。求人企業あつての求人広告・職業紹介事業であり、実務の第一歩は企業の人材ニーズを自社の職種分類体系の中に的確に位置づけることである。両者が一対一に対応するように分類項目を設定する会社もあれば、ひとつの項目の中に含まれる仕事の範囲をやや広くとって類似の仕事をひとつの項目に包摂できるようにやや大きくくりの分類項目を設定する会社もある。前者の立場に立つと後者の視点で作成された職種分類よりも項目数が多くなる。前者には一対一の対応という長所があるが、それは同時に短所ともなりうる。仕事の範囲がやや広い求人を位置づける場合には工夫が必要であり、また求人企業側の需要動向にあわせて頻繁な改訂が求められる。他方、やや大きくくりの項目（といってもくりの大きさは千差万別であるが）を設定している場合には、類似の仕事を同一項目に位置づけられるという求人職種と職種分類との対応の簡便さがある反面、求人/広告件数が多いと求職者は求人探索に手間がかかり、職業紹介事業では仕事レベルでのマッチングの可能性を素早く判断することが難しくなる。

もうひとつの配慮事項は、求職者の職業理解と職種分類の構成・職種名との開きを小さくすることである。求職者がその希望する職種の求人素早くたどり着けるように多くの会社では職種分類の体系や項目名に工夫を凝らしている。職種別の求人検索において通常提示されるのは大分類項目である。したがって大分類項目は求職者の職業理解と食い違いが起こらないようにその構成を考え、項目名を決める必要がある。大半の会社では分類項目名と職種別検索の項目名は同一であるが、中には分類項目を集約・再編して求職者にとって分かりやすい求人検索用項目を作成している会社もある。項目自体の設定は一義的には求人数/広告件数の多寡によることが多い。たとえば、技術者を大分類項目に設定した場合、その中にはIT・電気・電子・機械・化学・建築など多くの分野の技術者が位置づけられることになる。このような大きくくりの項目では求職者の求人探索に不便なので、求人数/広告件数を基本にしながらも求職者の視点を加味して、IT、電気・電子、機械・化学、建築などの項目が大分類レベルに設定されることになる。また、大分類レベルの項目名は職業名、すなわち仕事の種類を表す名称ではなく、ほとんどの会社では仕事の行われる分野の名称を用いている。たとえば、「情報通信技術者」・「電気技術者」のような職業名ではなく、分野の名称である「IT(あるいはソフトウェア)」・「電気・電子」といった用語が使われている。大分類レベルの項目名に用いられている分野の名称は、社会一般に広く用いられている名称であるが故に求職者にとって分かりやすいという利点がある。

分類項目は仕事の種類の違いに着目して個々独立した項目として設定されていることを前提にすると、相互に排他的であることが求められる。項目間に重複があるのは望ましいことではない。しかし現実には項目の重複がしばしばみられる。たとえば、技術者の項目は大分類レベルでは分野別の設定になっているが、最小単位の項目をみると技術者だけではなく、営業的側面の強いセールスエンジニアや保守・修理を担当するサービスエンジニアが同列に設定されている。これらの項目は分野別大分類の中では仕事の違いに立脚した項目の設定で

あって特段問題とすべき点ではない。ところが分類体系全体からみると大分類に営業や技能に関する項目が設定されている場合には、技術者の中に設定されたこれらの項目は他の大分類項目の仕事範囲と重複することになる。

このような状況は分類基準の視点からみると、次のように解釈できる。労働省編分類も民間事業者の分類もともに仕事の種類に応じて最小単位の項目を設定している。分類項目を構造化する際に、労働省編分類ではあくまでも仕事の類似性を中心に据えて小分類を中分類に集約し、更に中分類を大分類にまとめている。他方、民間事業者の職種分類では分類項目を集約するときの基準が仕事の類似性だけではないことを指摘できる。最小単位の項目は仕事の種類の違いにもとづいて区分した職種であるが、それを中・大分類レベルに集約するとき分野・業界など仕事の種類以外の他の基準も用いている関係でひとつの大分類の中に仕事の種類を異にする項目が同居するという結果になっている。

1.2 分類構造

18社の職種分類はいずれも階層化された構造を持っている。異なる点は階層の深さである。第1に、労働省編分類と同様に大・中・小・細分類の4階層構造になっている分類は2社のものにすぎない。2社とも人材紹介会社である。第2に、一番多いのは2階層構造の分類である。この場合、分類項目のくくりの大きさはほとんどのものが大・小分類であるが、中には例外的に大・中分類のものがある。このタイプの職種分類を用いている会社は、人材紹介会社・求人広告会社それぞれ5社ずつの合計10社である。第3に、大・中・小分類の3階層構造になっている職種分類は6社にみられる。そのうち5社は求人広告会社である。以上を総合すると、求人広告会社では2階層の分類を使用するものと3階層の分類を利用するものが半々に分かれているが、人材紹介会社では2階層の分類を用いるものが8社中5社をしめている。

職種分類は演繹的な手法で作成されている。まず使用目的等にあわせて分類体系の枠組みを決め、それに実際の求人をあてはめて項目の追加や修正を行っている。逆の方法、すなわちまず実際の求人にもとづいて最下層の項目を設定し、そこから帰納的に上位の分類項目を決めていく方法をとっている企業は今回のヒアリング調査では確認できなかった。

職種分類を作成するとき階層の深さを決める要因は3つある。第1は最下層レベルの項目数である。項目数が少ない場合には上下2つの階層にまとめても、ひとつの上位項目のもとに設定される下位階層の項目数はそれほど多くならない。しかし項目数が多くなると上位と下位の階層の間に中間的なくくりの職種を設けないとひとつの大分類のものと小分類項目の数が多くなり、小分類項目間の関係が分かりにくくなる。小分類レベルにおける項目の関連性を明確にし、かつ分類体系の全体を分かりやすくするためには中分類の設定が望ましい。分類構造を2階層にするのか、あるいは3階層にするのかの分岐点は小分類レベルの項目数で200項目程度であるとみられる。労働省編分類の3階層目（小分類）に設定されている項

目数は 379 である（2 階層目の中分類の項目数は 80 である）。項目数が 100 ～ 200 であれば大分類と小分類の 2 階層に整理しても分かりにくいということはあまりないと思われる。しかし 200 を超える項目を扱う場合には中分類を設けたほうが分かりやすくなる。最下層レベルの項目数は、2 階層分類よりも 3 階層分類のほうが総じて多いが、個々の分類体系をみると項目数の違いが大きい。3 階層の分類体系であっても E 社・G 社のように小分類レベルの項目数が相対的に少ない（110 ～ 120 程度）ものがある一方、2 階層の分類でも H 社のように小分類レベルに 512 項目も設定されている例もある。したがって最下層の項目数と階層の深さは因果関係というよりも相関関係にあるといえる。

階層の深さに関係する第 2 の要因は職種分類を利用する目的である。職種分類をマッチングに利用するのであれば、職種レベルにおける的確なマッチングができるように細かに職種を設定することが必要である。R 社と S 社の分類はこの例に該当する。両社ともマッチング効率の観点から 4 階層構造の詳細な分類体系を組み立てている。求人件数と求職登録者数が多くなると、システム上である程度のマッチングをする必要性が生じ、そのマッチングの適切性を担保するひとつの手段として職種分類が活用されている。両社の職種分類に実際に設定されている職種をみると職種と業種のマトリックスになっている。マッチングは職種と業種の 2 軸で定義されたマトリックス上のセルの中に求人・求職者を落とし込むことによって行われる。このマッチング手法は、求人・求職者の数が多く、かつ求職者の仕事経験を生かすという視点が背景にある。この 2 つの条件のうち前者を満たす人材紹介会社は限られている。これが多層構造の職種分類を持つ人材紹介会社の数が限定的な理由である。

人材紹介会社に対する事業支援サービスを提供している U 社では、人材紹介会社の求人を包括的にとりまとめるための実務用具として職種分類を作成している。各人材紹介会社はそれぞれ独自の職種分類を利用しており、それをひとつの分類枠組みの中に取り込むには各社の共通項を分類項目として設定する必要がある。細かな職種設定にすると、その中に包摂できない求人が出てくる可能性がある。同社の職種分類が極めて粗い設定（大・中分類レベルの 2 階層）になっているのは、各社の共通項だけを取り出して分類体系を組み立てているからである。

3 番目の要因は求職者の利便性に対する配慮である。特にインターネットで求人情報を提供している会社では、求職者が希望職種の求人に素早くたどり着けるようにすることを考えて分類構造を決めている。通常、求職者は職種別の検索機能を利用して求人探索を行う。3 階層の分類構造の場合、希望職種の求人が表示されるまでに 3 回クリックする必要がある。すなわち大分類・中分類・小分類の順に項目を選択して、小分類項目を選択した後に始めて求人が表示される。2 階層の分類構造であれば 2 回のクリックで求人情報にたどり着ける。求職者にとっての使いやすさを重視する会社では 2 階層構造を選択する傾向にある。K 社はこの点を明確に指摘している。求職者の利便性を考慮して 3 階層の分類体系を 2 階層に変更した会社もある（G 社）。また、M 社の分類体系は 3 階層であるが、それを 2 階層に組み換

えて別途求人検索用の職種分類を作成している。このように求職者とのインターフェイスのあり方は分類構造の深さに影響している。

1.3 職種分類の原則

自社の職種分類を作成するときに参考にした分類体系の有無を尋ねたところ、日本標準職業分類と答えた会社は2社にすぎず、ほとんどの会社では準拠枠として同業他社の分類や職業に関する一般的な情報を利用している。したがって調査対象の職種分類は、厳密な意味で分類原則に則って分類項目を設定しているものではないことを推測できる。ここにいう分類原則とは職種の定義・分類の適用単位・分類基準・分類符号など職種分類に一貫性を持たせるための基準である。

求人・求職者の職種分類上の位置づけを決めるとき、特に求人職種名だけで位置づけを決めるときには判断に迷うことがある。職種分類を利用する者が求人・求職者の職種を適切な分類項目に位置づけることができるようにするためには、仕事内容の記述・職業名の索引・職種の位置づけに関する指針などの参考資料が必要である。職種分類に関するそのような関連資料を作成している会社は全体の1/3をしめている。過半の会社では分類表だけで求人・求職者の職種を位置づけていることになる。もちろん分類表しなくても業務経験を積むことによつて的確に判断することは可能だと考えられる。しかし、一般的には資料がない場合には担当者の裁量の余地が大きくなる。同じ仕事内容の求人であっても事業者によつて、また担当者によつて分類上の位置づけが異なる可能性がある。

では、職種分類の作成にあたってどのような基準や指標が実際に用いられているのかを次にみてみよう。

(1) 分類基準

民間の事業者は「職種」そのものを定義することはしていない。しかし、職種を区分する際に用いている基準から職種の概念規定をうかがい知ることができる。職種区分の基準は5つに大別できる。その中で最も共通性の高いものは「仕事の内容」である。これは労働省編分類の分類基準である「仕事の類似性」と重複する。労働省編分類では仕事の類似性を最上位の分類基準に掲げ、その下位に仕事の属する作業領域・作業内容・製品/サービスなどの類似性を置いている。民間事業者の分類基準は階層的というよりも並列的である。仕事内容以外の事項で過半の企業が分類基準として採用している項目は「仕事の名称」である。18社中9社がこの項目を分類基準にしている。現実には仕事名だけで職種を区分しているわけではなく、仕事の内容を踏まえたうえでの区分であると考えられるが、仕事名を分類基準に採用している点は民間事業者の特徴である。これら2項目以外に用いられている分類基準は、仕事に必要な知識/技術（7社）・社会一般の認識（5社）・資格/免許（2社）である。

個々の職種を集約して上位項目を設定するとき、いずれの分類体系も（意識の有無を問わず）職種と業種の2つの分類基準を用いている。実際に設定されている項目をみると、上の

階層が業種別項目のときには下の階層には職種別項目が設定され、その逆に上の階層が職種別項目のときには下の階層には業種別項目が設定されるというパターンがよくみられる。大分類レベルの項目は業種別項目と職種別項目が混在している。前者は主に技術分野（IT、電気・電子、機械、メディカル、建築など）の項目である。それ以外の分野で設定されているものには金融や流通などがある。それらの項目の下層には職種別項目が設定されている。他方、大分類項目が営業や事務のように企業横断的な職種別の項目である場合、事務の下位に設定される項目は人事・総務・財務等の職種別項目になるが、営業の下位には業界別の営業職を設定している会社も多い。

分類の一貫性という意味では職種分類の中に業種概念が入ってくることは望ましいことではない。会社レベルでは個々の項目を設定するとき仕事の違いが意識されている。しかし、最下層レベルの項目が仕事の違いを基準にして設定されていても、それらの項目を上位の階層に集約する過程で業種の区分が利用されている。業種概念を用いる理由は職種分類の利用目的に求めることができる。職種別の求人情報を提供する究極の目的は求人と求職者とのマッチングである。マッチングの前提条件は、両者が同じ概念の土俵に上ることである。いわば東西に分かれた求人と求職者をこの土俵（すなわち大分類レベルの項目）に導くための花道が業種区分である。求人企業と求職者は、個々の職種レベルではその仕事内容についての認識を共有しているかもしれない。しかし求職者に提示されるのは個々の職種ではない。それを集約した概念としての職種である。我が国ではこのレベルの職業について両者が共通認識を持てる基盤が十分に整備されているとはいえない。したがってそれに代わる代理指標が必要であり、それが業種区分である。

以上の通り民間事業者は職種と業種という2つの分類基準を用いて職種分類を作成している。それには必然性があり、また事業の業務効率の観点からみて必要な工夫であると考えられる。

(4) 分類番号と十進分類法

労働省編分類では、大・中・小・細分類レベルの項目にそれぞれ特有の符号・数字を付与して項目の視認性を高める工夫をしている¹⁵。また、「その他」などの項目には分類レベルを問わず特定の番号を付けて識別を容易にしている。これに対して民間事業者も分類番号には独自の工夫をしている。ただしD社とP社では分類項目に分類番号を付けていない。両社ともシステムの中に職種分類を組み込んでいるが、項目数が相対的に少ない（D社78項目・P社61項目）ために項目名以外の方法で項目を管理する必要性が低いものと思われる。分類項目に番号を付与している会社では、いずれも数字を用いている。数字の桁数は分類レベルによって異なる会社もあれば、同一の会社もある。数字自体は大分類を単位にした通し

15 分類符号・番号だけで大・中・小・細分類のどのレベルの項目かを判断することができる。しかし、大分類レベルにはアルファベット、中・小・細分類レベルには桁数の異なる数字を用いているため、ある項目の分類番号からその項目の所属する大分類レベルの項目を判断するのは容易ではない。

番号になっている会社が多い。

労働省編分類では中・小分類レベルの項目に十進分類法を適用している。すなわち、ひとつの大分類のもとに設定できる中分類の項目数は最大で9である。同様にひとつの中分類のもとに設定できる小分類の項目数は最大9項目である。十進分類法は労働省編分類の準拠枠となっている日本標準職業分類が国際標準職業分類の枠組みから導入したものである。十進分類法を採用すると、ひとつの職業分野で設定すべき項目が10項目以上ある場合、項目を整理して9項目以下にするか、あるいは上位の項目を2つに分割してそれぞれに分けて設定することになる。いずれの方法をとるにしてもこの考え方は実務では不便である。そのため十進分類法を採用している会社は1社だけである。その1社の職種分類は日本標準職業分類を参考にして作成されている。

(1) 項目名

大半の会社では項目の名称を決めるとき2つの点に配慮している。ひとつは社会一般に広く用いられている名称かどうかという点である。たとえば、飲食店の給仕の仕事はホールスタッフという呼称が主流になり、ウェイター・ウェイトレスの名称はあまり用いられていない。したがって前者の名称を項目名に採用するのが一般的になっている。同様に、運転手の名称はドライバーという呼称に代替されつつある。それを反映して項目名はドライバーが主流になっている。しかし、実際に設定されている項目の中には社会一般というよりも特定の業界・分野で一般的に用いられている名称かどうかを判断基準にしていると思われるものも多い。たとえば金融分野では窓口における事務処理の仕事に対して後方事務の仕事はバックオフィス・ミドルオフィスと呼ばれている。この故に金融事務の仕事を職種分類に設定するときにはバック・ミドルオフィスという名称が使用されることになる。この名称を始めとして特定の業界・分野で用いられている職種名には片仮名名称が多い。特にこの傾向は情報通信分野の職種名に著しい。

もうひとつは求職者にとって分かりやすい名称かどうかという点である。上述の一般的名称とこの点は1枚のコインの表裏に相当する。社会一般（あるいは業界一般）に受け入れられている名称であれば、求職者の認知度も高いと考えられる。そのような名称を項目名にするのは求職者が希望職種の求人探索に迷わないようにするための予防策でもある。たとえば労働省編分類では日本標準職業分類に倣って営業職の項目名を「外交員」としている¹⁶。この名称が営業の仕事であることは求職者も理解できよう。しかし現実にはほとんど使われない用語である。民間の事業者はいずれも現実に使われていて、かつ一般的な「営業」という名称を項目名にしている。

¹⁶ 東京労働局管内の公共職業安定所に設置してある求人検索機では、職種一覧のうち営業の仕事は「外交員」ではなく「営業」と表記している。

(二) 項目の配列

大分類項目の配列順については意識している会社と、そうではない会社がある。労働省編分類の大分類項目は、専門的技術的職業、管理的職業、事務的職業等々の並びになっている。この配列順は日本標準職業分類が国際標準職業分類の項目配列に準じた並び方を採り入れていることによる。民間事業者はそれぞれ独自の配列をしている。配列順を意識していない企業もかなりある。意識して配列順を決めている企業では次の方法のうちいずれかをとるものが相対的に多い。(a)求人/広告件数の多い職種や求職者確保の必要性が高い職種を上位に置く、(b)技術者とそれ以外の職種に二分し、そのいずれかを上位にする、(c)企業横断的職種と業界特殊的職種に二分し、そのいずれかを上位に置く。これらのうちどの方法を採用するにしても、現実対応的な観点から配列順を決めるという考え方が支配的である。

これに対して国際標準職業分類では職業の来歴とその社会的評価を下敷きにして大分類項目の配列を決めている。国際標準職業分類の作成（改訂）過程ではしばしば分類の純粋性という点が議論されてきた。しかし職業は各国特有の発展形態があり、また職業に対する社会的認識（評価）も避けられない。職業分類の純粋性を過度に追求すると（すなわち仕事の種類にもとづいて分類項目を設定し、その配列にあたっては特定の考え方を適用しない）、職業分類は単なる統計用具に矮小化されてしまうおそれがある。統計用具としてだけでなく、職業紹介等の業務用具として、あるいは我が国における人材・スキルの鳥瞰図としての役割などを職業分類に期待すると、大分類レベルにおける項目の設定と配列には中立性よりもむしろ一貫性が求められる。大分類レベルの体系化にあたっては^{ひそみ}顰^{なら}に倣うと適切性を欠く可能性があり、かといって現実に囚われすぎると一貫性を欠くことになりかねない。いかにあるべきか、その考え方が問われている。

(ホ) 項目数

最下層レベルの項目数をみると、100項目未満の職種分類を使用している企業は3社、100～200項目が9社、201～500項目が4社、501項目以上が2社である。項目数の最も少ないものは61項目、最も多いものは1,170項目である。調査対象企業はいずれも求人広告・有料職業紹介事業の各分野において相対的に規模の大きな会社である。それらの会社が使用している職種分類に設定されている項目の数には大きな開きがあるが、100から200程度の項目を設定したものが最も多い。

項目の数は、分類階層の深浅・取扱量の多寡・職種分類の使用目的などの要因が関係している。第1に、階層化された職種分類では上位階層の項目ほど仕事のくくりが大きく、下位階層の項目ほど仕事の束ね方が小さくなっている。そのため2階層構造の職種分類では、大・中分類の構造よりも大・小分類の構造のほうが下層に多くの項目が設定されることになる。項目数が100項目未満の3社のうち2社の分類は大・中の2階層構造である。第2に、求人の多い分野の職種は相対的に細かく設定し、取扱量の少ない分野の職種は粗く設定するのが一般的である。その結果、最下層の項目数は分野によって差が著しい。相対的に多くの

項目が設定されている分野は技術者と営業職である。したがってこれらの分野が求人を中心としている企業の職種分類では相対的に項目数が多い。第3に、業務上あるいは事業戦略上最下層レベルに細かな項目を設定することがある。たとえば、R社とS社の職種分類ではデータベース上で求人・求職者の1次マッチングを行うために各職種を仕事と他の要素の2つで定義されるマトリックスの形にしている。この形にすると仕事の違いだけにとづいて職種を設定する場合よりも倍以上多くの項目が設定されることになる。

一方、労働省編分類の最下層である細分類レベルに設定されている項目の数は2,167である。項目数だけを見ると労働省編分類のほうが民間事業者の職種分類よりも遙かに詳細な項目が設定されているという印象を与える。項目数が多い理由は主に3つある。第1は日本標準職業分類との関係である。労働省編分類は日本標準職業分類に準拠して大・中・小分類レベルの項目を設定している。小分類レベルの項目は379項目である。第2は分類の対象範囲との関係である。求人の多い分野だけではなく、調査対象事業者ではほとんど取り扱いのない農林漁業の仕事や技能・労務の仕事などあらゆる職業が分類の対象になっている。第3は分類作成時の職業構造との関連である。1953年に労働省編分類が作成されたときには、当時の産業構造を反映して特に技能分野で多くの項目が設定されている。

現在の労働省編分類はこれらの要因を背景にしている。上述の通り民間事業者は、取扱量（特に求人/広告件数）に配慮して項目を設定している。しかし労働省編分類の細分類項目の構成比をみると、求人数と項目数との間には必ずしも一定の関係を見いだすことが困難である。たとえば、求人数の最も多い分野は生産工程・労務の職業で全体の3割程度をしめているが、この分野の項目は全体の6割以上をしめている。逆に、求人数の多い大分類（専門的技術的職業・事務的職業・販売の職業）であっても細分類項目の構成比は大分類別の求人比率を下回っている。この結果、生産工程・労務の職業では求人数の少ない項目が多くみられ、専門的技術的職業・事務的職業・販売の職業では特定の項目の求人数が著しく多くなっている。その一例を挙げてみよう。IT技術者は官民を問わず求人の多い分野である。民間事業者の中にはこの分野の項目を数十項目に分けて設定しているものもあるが、労働省編分類に設定されているIT技術者はSEとプログラマーの2項目にすぎない。このためそれぞれの項目に位置づけられる求人は、量的に多いだけでなく、仕事にも多様性がみられる。ひとつの項目の中に仕事内容の多様な求人が位置づけられると、マッチング効率が低下するおそれがある。

1.4 分類の改訂

(1) 改訂の間隔・方法

労働省編分類の改訂間隔は10年を超えている。1953年に設定されて以降、改訂は1965年・1986年・1999年に行われている。特に1965年の改訂版は21年間使用されていた。この間、我が国の産業の比重は製造業からサービス業に徐々に移り変わっている。産業別就業

者数は 1985 年に両者が逆転し、サービス業の就業者数が製造業のそれを凌駕している。これにともなって職業構造も変化している。しかし 1965 年時点での職業を反映した職業分類で 1985 年までの職業の変化に対応することは当然のことながら難しい。では、なぜ長期間改訂が行われなかったのかという疑問が残る。それには職業分類の作り方が関係している。労働省編分類はその凡例で職業名の分類ではないことを明言している。更に続けて、仕事内容を確認したうえで分類することを前提にしていると公言している。1953 年版と 1965 年版では当時の労働省が中心になって実施した職務分析の資料を基礎にして分類項目の設定と項目の体系化が行われている。しかし 1965 年以降、さまざまな理由により職務調査が立ちゆかなくなり、それに代わる手法をいくつか組み合わせて必要な資料を収集した関係で改訂間隔は必然的に長くなっている。

一方、民間事業者の改訂間隔は 3～5 年程度である。改訂のタイミングはシステムやサイトの更新に連動していることが多い。システムの更新は 1990 年代は 5 年程度の間隔であったが、2000 年代に入り 3 年程度に短縮されている。また、サイトの更新はそれ以上に短い間隔で行われている。システムやサイトなどの外部要因に左右されずに必要なときに必要な改訂を行っている会社もある。

改訂の方法を類型化すると 2 つに集約される。いわば下意上達方式と上意下達方式である。部分改訂のときは前者、大規模改訂のときは後者の方式を採用して作業を進める会社が多い。前者で情報収集の役割を担うのは求人企業との接点にあたる営業担当者やコンサルタントである。営業担当者・コンサルタントは日常業務の中で求人職種と職種分類との不適合に遭遇したときにはその情報を管理部門に伝達している。それらの情報が一定量蓄積された時点で分類項目の改訂が行われる。後者のスタイルでは管理部門が改訂案の作成を主導するが、そのために必要な情報は営業担当者・コンサルタントから収集している。いずれの方式をとるにしろ、改訂の主眼は既存の分類項目に位置づけるのが難しい求人職種をどのようにして分類体系の中に取り込むのかという視点にある。

なお、K 社・L 社・U 社の 3 社ではそれ以外の企業がとっている改訂方法とは大きく異なった方法を採用しており、その点に簡単に触れておこう。K 社・L 社のサイトでは企業のホームページ上の募集・採用情報を収集してサイト閲覧者に提供している。それらの情報はシステム解析を通して自動的に自社の職種分類との対応づけが行われる。分類を改訂するときには、求人動向・分類不能の求人情報・「その他」に分類された求人情報を資料として利用している。U 社のサイトでは人材紹介会社の取り扱っている求人情報を提供している。U 社は職種のカテゴリーを提示するだけで各カテゴリーと求人情報との対応は人材紹介会社に委ねられている。分類を改訂する際に考慮する点は、人材紹介会社経由の求人動向や職種カテゴリーに対する人材紹介会社の意見・要望などである。

(四) 改訂の内容

前回の改訂は 2001 年～2006 年の間に行われている。大半の改訂作業は部分改訂である。

最下層レベルにおける分類項目の修正（分割・追加・項目名の変更）が中心になっている。部分改訂の場合、全職種を対象に見直しを行っている会社もあれば、一部の分野だけを対象にしている会社もある。特定の分野の見直しを行っているケースでは技術者がその対象になることが多い。とりわけ IT 技術者については多くの企業が見直しを実施している。見直し対象の分野は、求人/広告件数の動向にもとづいて選定されることが多い。求人/広告件数の多い分野や増加の著しい分野が選ばれることになる。また、事業戦略の観点から特定の分野を見直し対象に選んでいる会社もある。見直しの方向は総じて明らかである。求人/広告件数の多い分野では項目の細分化を進める傾向にある。その逆に求人/広告件数が極端に少ない分野では項目が統合されたり、ときには廃止されたりすることもある。

具体的な見直し作業では、項目の分割・新設等にあたって求人/広告件数を基準にする会社が多いが、それが唯一の基準になっているわけではない。それ以外の基準を並行して採用している会社もある。たとえば、B 社では業種を新たな分類基準に採用して分類項目を職種×業種の組合せにしている。P 社では求人動向だけに力点を置くのではなく、求職申込者数を同時に考慮している。また、S 社では大分類レベルにおける分類基準を仕事の種類に統一している。

一方、部分改訂ではなく分類構造の変更をとまなう全面改訂を実施している会社もある。これに該当するのは G 社・M 社・N 社の 3 社である。G 社では 3 層構造を 2 層構造に変更しているが、M 社と N 社はその逆に階層を増やして、単層構造を 2 層あるいは 3 層にしている。改訂にあたって重視した点は、いずれの会社も求人と求職者のマッチング効率を高めること、求職者にとって分類体系が理解しやすいことの 2 点で共通している。特に後者は重要である。求職者がその希望する職種の求人に素早くたどり着けるように分類の階層を 2 層にしたり、職種分類の項目を編集して求職者に分かりやすい求人検索性職種分類を作成したりしている。

1.5 求人の多い職種における分類項目の構成

分類項目によっては求人/広告件数の多寡が著しい。特に求人/広告件数の多い項目は求職者の求人探索の便宜等を考えて何らかの対応が必要である。その選択肢のひとつが項目の細分化である。厚生労働省の平成 16 年度労働市場年報によると、求人件数の多い上位 7 つの小分類項目で求人全体の 3 割弱をしめている。最も求人件数の多い商品仕入・販売外交員は 7.8%、2 位の販売店員は 5.9%をそれぞれしめている。商品仕入・販売外交員に分類される仕事の多くは、いわゆる営業の仕事である。それに該当する細分類レベルの項目¹⁷は商品販売外交員と製造受注外交員の 2 項目である。商品販売外交員には小売外交員・卸売外交員・新

¹⁷ 細分類レベルの項目は、集約コードと特掲コードを使って上下 2 階層に構造化されている。上位階層が集約コードの職業、下位階層が特掲コードの職業である。特掲コード職業は、集約コード職業に含まれるものうち職業紹介業務の便宜を図って独立させた職業である。

聞拡張員の3職業が特掲されている。したがって商品を取り扱う営業職の職業として職業分類上に設定されているのは、これら4職業である。

少数の分野に求人が集中する傾向は公共職業安定機関だけではなく民間事業者でも同様である。民間事業者で特に求人/広告件数の多い分野は技術者（特にIT技術者）と営業職である。これらの分野で職種を設定するときに特に留意していることは、「求職者にとって分かりやすい職種名にする」が11社で最も多く、次いで「業種別にする」（9社）となっている。これら2項目以外では、項目の細分化や当該業界における一般的な職種の設定を指摘する会社が比較的多い。

「分かりやすい職種名」とは、求職者の認知度が高く、また名称をみただけでその仕事内容が推し量れるものと言い替えることができよう。これに関連して、民間事業者が労働省編分類に抱えている違和感は、営業職を外交員という名称で表現している点にある。

職種分類に業種別視点を持ち込んでいるのは民間事業者の特徴のひとつである。この視点は分類階層の上下を問わずいずれの階層にも適用されている。大分類レベルに業種別項目を設定している企業があれば、営業職の細分化にあたって最下層レベルの項目設定を業種別に行っている企業もある。業種の視点は求職者との親和性が高く、それが業種の視点を積極的に採用する動機のひとつになっているものと思われる。

2 職種分類の運用

上述の通り有料職業紹介・求人広告の事業者が職種分類の作成にあたって特に重視する点は企業の人材ニーズと求職者の職種認識である。これら2点は職種分類に期待される役割の裏面でもある。職種分類に求められる第1の役割は、求人職種を職種分類上の項目に的確に位置づけられることである。人材ニーズに配慮して項目を設定するのはそのためである。第2の役割は求職者がその希望職種に応じた求人情報に間違いなく到達できるようにすることである。そのためには職種分類の体系・項目が求職者にとって分かりやすいことが求められる。ここでは、この2点について民間事業者が実際に職種分類をどのように運用しているかをみてみよう。

2.1 求人職種と職種分類

求人企業との接点にある営業担当者・制作担当者・コンサルタントは、求人/広告申込書等に記入された職種名や仕事の内容、あるいは企業ヒアリングで収集した情報にもとづいて求人を自社の職種分類上の項目に位置づけるとき、その判断が難しかったり判断に迷うことがある。そのようなケースのうち調査対象企業の過半が共通して指摘しているものが2つある。ひとつは求人職種と分類項目との一対一の対応が難しいケース、もうひとつは新しい職種など対応する項目がそもそも職種分類に設定されていないケースである。

(4) 求人職種が職種分類上の複数の項目に該当するケース

この問題は分類項目が細かく設定されているときに起こりやすい。分類項目は仕事の種類、すなわち職務の類似性を主に考慮して設定されている。他方、企業はそれぞれ独自の職務編成でひとつの仕事を組み立てている。このため同じ仕事であっても職務構成は企業によって違いがある。したがって求人の仕事内容と職種分類上の項目を一対一に対応させることが難しいケースが起こる。

このような場合、民間事業者と公共職業安定機関では対応の仕方が多少異なっているが、基本的な考え方は共有している。

公共職業安定機関では1求人1職業を原則にしている。この原則をすべての求人に適用できるように労働省編分類では求人の職務内容が複合的な場合の分類原則を定めている。原則は3つある。第1優先順位は、職務遂行に必要なスキルが難しい方の職務をとる。第2は、従事する時間の長い方の職務をとる。第3は、最終工程あるいは主要工程の職務をとる。現実には必ずしもこれらの原則がその優先順位通りに適用されているわけではない。実際にはより簡便な基準が広く用いられている。それは「主な職務」という基準である。複数の職務のうち一番重要なものを確認し、その職務に該当する職業に位置づけている。この基準は3つの分類原則のいずれにも該当する可能性がある。では、なぜ実務では分類原則がそのまま適用されていないのかという疑問が湧く。その理由は、第1にスキルの概念は労働省編分類では用いられていない。したがってスキルの判断には担当者の個人差を避けることができない。第2に従事する時間の長さや職務の重要性とは必ずしも比例するわけではない。第3に工程の概念は必ずしもすべての仕事に適用できるわけではない。このように原則そのものが現代社会における仕事の実態にそぐわない面があり、その妥当性が疑われているともいえる。求人票の仕事内容の欄に複数の職務が記載され、それぞれが主な職務であって、それぞれ異なる分類項目に該当する場合には、「その他」の分類項目に位置づけられることになる。

他方、民間事業者は必ずしも1求人1職種を厳守しているわけではない。複数の位置づけを認めている会社も少なくない。ただし、求人職種の位置づけについては仕事内容の中で主な仕事に対応する職種に位置づけることを一般的な原則としている。この点で公共職業安定機関と考え方を共有している。複数の職務のうち主なものを即座に判断できるなら問題の程度は軽い。その判断が難しい故に現実的な対応を迫られているのである。仕事内容に含まれている複数の職務について重要度や優先順位の高低など職務間の違いを求人企業が明確に判断できないとき、それでも1求人1職種を固守する会社がある一方、複数の位置づけ（許容される範囲は2職種～無制限にわたる）を認める会社もある。複数の位置づけを認める論理はマッチングにある。求人を複数の項目に位置づけることによって仕事の違いをマッチングに生かすことができる。これを求人企業の側からみれば複数の職種に位置づけられたことによってより多くの求職者との接点ができることになる。求職者にとってはひとつの職種の中に異なる職務の求人があることによって選択肢が増えることになる。また、求人と求職者を

仲介するコンサルタントにとっては、求職者に紹介できる求人の幅が広がること、より広い範囲の求職者の中から求人企業に適切な人を紹介できることなどの利点がある。

(四) 求人職種を位置づけるべき適切な分類項目が設定されていないケース

事前調査票の問 20（求人職種を職種分類上の項目に対応させるとき、該当する項目が設定されていない場合の処理方法）では、職種分類の作成時には想定されていなかった新しい仕事や、従前からの仕事であるが職種分類には関連項目が設定されていないものなど既存の項目に全く該当しない仕事に遭遇したとき職種分類のどこに位置づけるのかを尋ねている。この質問では職種分類に「その他」の項目が設定されていることを前提にして、「その他」かあるいは既存の項目のいずれかに位置づけられるものと想定していた。回答をみると「その他」の項目に位置づける会社が 11 社、既存の項目に対応させる会社が 10 社で両者はほぼ拮抗している。

しかし、ヒアリング調査時に各社の職種分類表をみると「その他」の項目が設定されていないものが少なくないことが分かった。「その他」が設定されていない場合には、求人の仕事内容に関係があると考えられる既存の項目に位置づける以外に他の選択肢はない。位置づけの難しい求人と既存項目との対応は実務では次のように行われている。まず始めに、仕事内容に対応する大分類項目が選択される。位置づけの難しい仕事であっても大分類レベルでの位置づけが難しいものは多くはない。大分類項目が決まれば、次にその下位のどの小分類項目に位置づけるのかを判断することになる。この際、上述の通り複数の項目を選択できる会社が多く、そのような会社では関連すると考えられる複数の小分類項目が選択されることになる。

職種分類表に「その他」の項目が設定されている場合には、そこに位置づけるのが基本である。しかし、現実にはより柔軟な対応が行われている。求人広告事業者と人材紹介会社ではその対応の考え方が異なるものの、現実の対処方法はほぼ同一である。求人広告の申込企業が重視する点のひとつは、当該広告が職種分類上のどの項目に位置づけられるかである。それは、インターネットの求人情報サイトのサイト閲覧者は通常、職種別求人検索によって求人情報を収集しているからである。検索時に「その他」を選択する人は多くはない。そのため広告申込企業は「その他」に位置づけられることを避ける傾向にあり、営業担当者や広告制作担当者はそれに配慮して位置づけるべき項目を選択している。「その他」には位置づけず、既存項目の中で最も適切と考えられる項目を選択することもあるが、複数の項目に位置づけることのできる会社では「その他」と既存項目の両方を選択することもある。

人材紹介会社に求人申込をする企業は、求人要件を満たした求職者が紹介されるかどうかという点に強い関心を示すが、当該求人が職種分類上のどの項目に位置づけられるかについてはほとんど介意しない。求人への位置づけに関心を持っているのは、当該求人を担当する営業担当者やコンサルタントである。人材紹介会社の求職登録者の多くはインターネット経由

の求職者である。それらの求職者は各社のサイトに掲載された求人情報を検索して希望する案件に応募を希望する者である。したがって職種別求人検索時にあまり利用されない項目に位置づけるのを避ける傾向にある。求人情報は、まず求職者の目に触れることが重要である。そのため位置づけの判断の難しい求人職種は、求人広告事業者の場合と同様に、「その他」ではなく既存の項目に位置づけられることもあれば、「その他」と既存項目の両方に位置づけられることもある。

一方、公共職業安定機関では1求人1職業の原則にもとづいて既存の項目に対応させることの難しい求人は、労働省編分類の「その他」の項目に位置づけている¹⁸。そこに位置づけられた求人は、既存項目に含まれない職業や「その他」の職業の中の更に「その他」の職業である。既存の項目と仕事上の関連性が薄いものや既存の複数の項目に関連するものなど種々雑多な仕事がこの項目に位置づけられる。

既存の分類項目に位置づけられなかったという点で「その他」に位置づけられた求人職種は、新規項目の作成や既存項目の分割など分類の改訂に役立てることができる。民間の事業者は「その他」の項目に位置づけられた職種を精査して、その結果を分類の改訂に生かしている。しかし労働省編分類の改訂にあたってはそのような手法がとりにくい状況にある。それは職業安定業務統計における集計の範囲が限定的であるからである¹⁹。

(II) 職種知識の習得

求人職種の職種分類上の位置づけを判断するのは、求人広告事業者にあつては営業担当者や制作担当者、人材紹介会社では営業担当者やコンサルタントである。先に述べた位置づけの判断の難しいケースを始めとして、求人の仕事内容・職種名と分類項目との対応を的確に行うためには位置づけの原則を明確にするとともに、担当者が的確に判断できるように参考資料を備える必要がある。調査対象18社のうち職種分類の内容と運用に関する資料（仕事内容を記述した資料、職種名の索引、位置づけの原則など）を備えているのは6社にとどまっている。資料を整えている会社であっても一部の職種だけのこともあり、職種分類に設定されたすべての職種について資料を揃えている会社は少ない。

民間事業者の場合、営業担当者等は実務経験を通して仕事と職種分類上の項目との関係を

18 労働省編分類は「その他」の項目を2通りの意味で設けている。ひとつは、ある分野でいくつかの職業を設定し、それ以外の職業を収容する項目として「その他」を設けるケースである。これは中・小分類レベルの「その他」と細分類レベルの多くの「その他」が該当する。もうひとつの「その他」は、小分類レベルに既に設定された「その他」の中で更に職業を設定し、それ以外の職業を収容する項目として細分類レベルに設けられた「その他」の項目である。つまり「その他」の中の「その他」である。公共職業安定機関の職員が求人申込書・求職申込書に記入する職業分類番号は細分類レベルの職業のコード番号である。「その他」を選択するということは細分類レベルの「その他」を選択することである。なお、細分類レベルの「その他」のコード番号は末尾2桁が99で統一されている。

19 99コードに位置づけられた求人件数はある程度の量があるものと思われるが、実態は公表されていない。求人数や求職者数などの職業紹介に関するデータは、大・中分類レベルの職業が「労働市場年報」に、小・細分類レベルの職業が「労働市場センター業務月報」にそれぞれ掲載されている。しかし公表データは労働省編分類の一部の項目に限られている（中分類項目は全体の78%、小分類項目は全体の29%、細分類項目は全体のわずか1%にすぎない）。

学んでいく。研修や勉強会を通して業界や職種に関する情報を共有している会社もあるが、大半の会社では OJT が基本である。人材紹介会社の営業担当者・コンサルタントはある一定範囲の業界を担当するのが通例であり、経験を積み重ねることによって求人の仕事と職種分類との対応を的確に判断できるようになる。求人広告事業者の営業担当者等が対象するのは一定範囲の地域・業界である。限定的な範囲内での活動であることから、経験に比例して仕事が正確に行えるようになるものと考えられる。

一方、公共職業安定所の場合、職員には職位・職責に応じた研修の機会が提供されているが、研修対象者の人数は限定的である。このため窓口職員の大半は経験を通して仕事を学んでいくことになる。求人受付窓口には職員用の資料（求人職種と労働省編分類との対応表など）が備えられていることが多い。このような資料を作成しているのは、公共職業安定所が一定の管轄地域内の企業からの求人を受け付けており、求人の多い職種がある程度固定しているからである。判断の難しい求人申込があった場合、求人窓口の職員は個人の裁量で、あるいは同僚に相談したうえで職業分類コードを選択している。従来、管轄地域内から出てくる求人職種はある程度予見できるところが多かったが、最近は都市部の公共職業安定所、特に労働者派遣会社や業務請負会社を管轄地域内に持つ公共職業安定所ではそれらの会社からの求人申込が多く、位置づけの判断が難しい求人職種が増えている²⁰。

2.2 求職者と職種分類

民間事業者が職種分類を作成するときに重視している第 2 の点は求職者の職種認識である。ユーザーフレンドリーの視点を特に意識しているのは、(a)分類項目を作成するとき、(b)分類体系を表示するとき、そして(c)求人探索の方法を工夫するときである。

第 1 に、分類項目は求職者との直接の接点である。その意味で職種名は求職者がその希望する分野の^{がいせつ} 凱切な求人情報にたどり着けるようにするための誘導灯の役割を負っている。しかし、既に繰り返し指摘した点であるが、我が国では職種情報が一般的知識として広く共有されている状況にはない。これに対して個々の経済活動分野である業界についてはある程度知識の共有化が進んでいる。このような環境のもとで分類項目を設定する場合、仕事の種類の区分である職種を唯一の基準にすると求職者の認識との間に乖離が生じる危険性が高い。特に大分類項目は職種別求人検索の入口であり、ここで項目の選択を間違えると希望する分野の求人情報に到達することが難しくなる。そのため求職者の認識にあわせて大分類項目の名称を決め、その下位の職種の構成を考えている。それ故に大分類項目の名称は、技術者の分野では業界名、企業横断的な仕事の場合には職種名になっている。

分類体系の最下層の分類項目の名称を決めるときには、必ずしも求職者の意識だけを考慮

20 東京都の 23 区内にある公共職業安定所では労働者派遣会社や業務請負会社の求人が求人全体の 3 割程度をしめている。求人位置づけの判断が難しいのは、派遣労働・業務請負の仕事が業務を単位としているからである。一方、労働省編分類の職業は職務を単位にしている。業務と職務との関係にはさまざまなタイプが考えられる。その中で、業務が複数の分類項目に該当する職務を含む場合などは特に位置づけの判断が難しい。

しているわけではない。時には求人側の視点や職種分類を使用する営業担当者・コンサルタントの視点を強く反映した名称になることもある。どの視点が強く意識されるかは項目の細分化の程度に関係しているものとみられる。項目が比較的大くくりになっているケースでは求職者・求人企業・分類使用者の三者の共通基盤となりうるような名称が選択される傾向にある。そのような名称にしているのは、求職者にとって希望する仕事に対応した項目を選びやすいこと、営業担当者・コンサルタント等にとって求人職種との的確な対応がしやすいこと、コンサルタントにとって担当以外の分野についても理解しやすいことなどの理由による。他方、最下層の項目が細分化されている場合には、求人企業の視点を意識した名称を用いる傾向にある。項目に名称をつける時求人企業が一般的に用いている名称かどうかを考慮している会社は5社ある。項目を細分化すればするほど、各項目の仕事の範囲は狭まり、それを的確に表す名称を選択する際には求人企業が実際に使用している職種名を参考にせざるをえなくなる。その関係で名称は必ずしも職種を表すものとなっていないことがある。たとえば、細分化された項目が設定されている分野の代表はITである。F社のITの小分類項目をみると、SE（システムエンジニア）などの職種を表す名称だけではなくソフトウェア設計・サーバー設計/構築・ネットワーク監視・通信インフラ企画/設計・パッケージソフト/OS開発など仕事や業務の名称を冠した項目が設定されている。

求職者の認識を考慮した第2の点は、職種別求人検索の項目である。通常は大分類項目をそのまま用いることが多い。自社のサイトのトップページに大分類項目をすべて表示して、求職者に希望する仕事に対応した項目を選択するように促すものである。しかし、大分類項目の数が多い場合には求人検索用の職種分類を別途作成している会社がある。この例にはH社とR社が該当する。H社では大分類レベルの18項目を9項目に集約している。R社は19項目の大分類を12項目にまとめて検索用分類を作成している。いずれも表示する項目数を減らして求職者が項目一覧を一瞥しただけで項目の選択ができるようにしている。

職種分類の項目をそのまま表示する企業でも、求職者の希望する仕事に対応した求人情報を的確にかつ素早く表示できるようにさまざまな工夫をしている。そのひとつは求職者が求める求人情報に間違いなくたどり着けるようにするための工夫である。たとえば、大分類項目にITと営業職の2つの項目が含まれている場合、IT業界の営業職を希望する求職者はどちらの項目を選択すべきか迷うことがある。営業職の項目を選択する人もいれば、ITの項目を選ぶ人もいる。いずれの項目を選択しようとも、便宜上、下位に「IT 営業職」が設定されていれば求職者は目的とする求人情報にたどり着くことができる。

求職者が求人を探る際には選択の負担を減らすことが重要だと考えている会社が多い。職種分類が大・中・小分類の3階層構造の場合、求職者は職種別求人検索で大・中・小分類の順に3回クリックしないと目的の求人情報にたどり着けない。このクリックの回数を減らすためのさまざまな工夫がみられる。たとえば、B社の求人情報サイトでは大分類項目を選択すると、その下位の中・小分類レベルの項目がすべて表示される。この中から希望の

項目を選ぶと求人情報が表示される。このように2回のクリックで求人情報に到達できる。G社の求人情報サイトではまず大分類項目を選択し、次に中分類項目を選択すると求人情報が表示される。小分類項目は絞り込み検索を行うときに用いられる。G社では求職者の手間を省くという点を追求した結果、3階層の分類構造を2階層に変更している。また、Q社では職種分類の全項目を表示することによって求職者が1回クリックするだけで希望職種の求人情報を表示できるようにしている。

民間事業者がユーザーフレンドリーの視点を意識する3番目の点は求人探索の方法である。求職者に提供している求人探索のための支援措置は、会社によってその内容に多少の差があるが、大同小異である。いずれの会社も検索機能を利用して求人探索を促す点は同様である。違いは検索項目の種類である。職種別検索しかできないサイトがある一方、職種に加えて業種・勤務地・雇用形態・賃金水準・年齢・スキルなど多数の項目を検索条件に設定している会社もある。フリーワード検索の機能を提供している会社も多い。それらの検索項目のうち求職者が実際に利用するものは限られている。職種と組み合わせで最も多く用いられているのは勤務地である。求職者は、求人探索においてある特定地域の中で特定職種に関する求人情報を幅広く収集することを基本にしているとみられる。他の検索項目は、「職種＋勤務地」の条件に該当する求人情報が多いときに絞り込み検索を行うための項目として利用されていると考えられる。

次に検索結果として表示された求人情報のうち求職者は特定の項目に注目する傾向がある。表示された順に各求人情報の内容を丹念にみているわけではなく、確認すべきいくつかの点を中心としてみているのである。求職者が視線を止めるのは、会社名・仕事名、応募要件、勤務地の3点である。これらの点で興味のある情報は、その内容を詳しくみることになる。このような求職者のサイト閲覧行動にもとづいてこれら3つの点を重視して情報提供を行っている会社もある（B社、H社）。なお、フリーワード検索の機能を提供している会社は多いが、求職者の利用はそれほど多くはない。

数多くの検索項目を準備していても実際に多く利用されているのは職種と勤務地の2つであるという点は、G社の指摘するような求職者のインターネット・リテラシーの問題ではなく、やや広い範囲の中から求人を絞り込んでいくという、いわば求職者の求人探索戦略を素直に表したものと考えられる。しかし、だからといって職種・勤務地以外の検索項目を等閑視してもよいというわけではない。検索項目は、職種設定のあり方に対するもうひとつのアプローチを内包しているからである。適切な検索項目を設定することによって職種のくくり方がある程度以上に細かくする必要性が薄れる。たとえば、営業職の細分化にあたって大分類「営業職」の下位に業界別の営業職を設定することもひとつの方法であるが、検索項目に業種を設定すれば、業界別営業職の設定は不要になる（この場合、営業職の求人検索には「職種×業種」が前提になることを求職者が認識する必要がある）。このように職種の細分化よりも検索機能の充実を指向している会社がある。その代表はU社である。

3 問題点の整理

上の1と2では民間事業者が使用している職種分類の特徴とその運用上の工夫を明らかにするとともに、労働省編分類との比較の観点から両者の相違点と類似点を指摘した。ここでは、職業分類の共通言語化を念頭に置いたとき特に問題となりがちな点、すなわち両者間の溝が深く、折衷することが難しい点を改めて整理しておこう。図表8は両者の隔たりが特に大きな点をまとめたものである。労働省編分類は日本標準職業分類に準拠している（表中の網掛け部分を参照）。したがって、職業分類の共通言語化を進める際には両者の整合性をどのように考えるのかが重要なポイントになる。しかし、これは両者の整合性を前提にするのか、あるいは官民間の共有化を優先するののかといった単純な二者択一の問題ではない。整合性を確保してきた背景にはその必要性があり、また民間事業者の職種分類には独自の論理があるからである。両者を如何に斟酌するのか、正にその点にこの問題の核心がある。

図表8 労働省編分類と民間事業者の職種分類との対照表

	労働省編職業分類	民間事業者の職種分類
体系の準拠枠 基本的考え方	日本標準職業分類 ①分類体系(大・中・小分類)は日本標準職業分類に準拠(小分類レベルでは職業紹介業務上の必要性を考慮して項目を追加) ②細分類レベルの職業は職業構造の変化・業務上の必要性を考慮して設定	①同業他社の職種分類、②独自に作成 ①企業の人材ニーズに対応した職種設定 ②求職者に分かりやすい分類体系・職種名
分類体系	4階層(大・中・小・細分類)	2階層(大・小分類)が主流
大分類項目の配列	日本標準職業分類に準拠	主に求人件数・広告件数の多い順(他に営業戦略上の配慮など)
分類基準	日本標準職業分類に準拠(仕事の類似性が最優先、その他7項目)	主に仕事の内容(他に仕事の名称など)
項目の名称	日本標準職業分類に準拠 (細分類項目は一般的な名称を使用)	①社会一般に広く用いられている名称 ②求職者にとって分かりやすい名称
項目の集約・構造化	分類基準を適用 (配列は工程・商品分類の順)	分類基準+業種区分
最下層レベルの項目数	2167(細分類)	100～200のものが多い (最小61～最大1170)
改訂間隔	日本標準職業分類の改訂に準拠 (前回1999年、前々回1986年)	3～5年ごと (システム・サイトの更新に連動)
改訂の方法	大・中・小分類項目は日本標準職業分類に準拠(細分類項目は労働政策研究・研修機構の独自調査にもとづいて改訂)	①部分改訂のとき-営業担当者やコンサルタントが収集した情報にもとづいて改訂 ②大規模改訂のとき-管理部門が主導
求人件数/広告件数の多い職種における項目の構成	①商品仕入・販売外交員・商品販売外交員は3項目に細分化 ②販売店員・販売店の形態別に10項目以上に細分化	①技術者(特にIT技術者) ②営業職 細分化にあたっては求職者にとって分かりやすい名称の使用及び業種別の項目設定に配慮
求人職種と分類上の項目との対応	①複数の項目に該当するとき 1求人1職種-優先順位に関する原則あり ②該当する項目が設定されていないとき 「その他」に位置づける	①複数の項目に該当するとき-主な仕事に対応する項目、又は仕事内容に対応する複数の項目 ②該当する項目が設定されていないとき-仕事内容が類似する項目、又は「その他」+仕事内容が類似する項目

第4章 共有化に向けた課題

民間事業者が職種分類に求めている基本条件は2つある。第1は求人職種に対応する分類項目が設定されていること、第2は分類体系・分類項目が求職者にとって分かりやすいことである。民間事業者はこの両方の条件を満たすように職種分類を作成し、改訂しているといっても過言ではない。しかし2つの条件を均等に重視しているわけではない。現実には第1の条件がより重視される傾向にある。求人広告事業者・人材紹介会社はともに営利の事業を営んでおり、利の源泉は求人企業にある。このことが（意識の有無にかかわらず）求人重視の姿勢をとらせることにつながっている。だからこそ民間事業者は企業におけるつとめの種類を表した「職種」分類という用語を用いているのである。

一方、労働省編分類は日本標準職業分類に準拠することによって職業分類としての純粋性、すなわち分類原則にもとづく区分の一貫性を固守している。しかし概念が先行すると、現実から遊離しがちである。この点で2つの問題に留意する必要がある。ひとつは現実と分類項目との対応関係である。特に社会の変化のスピードが早いときには職業分類と現実との隔たりが大きくなる傾向にある。社会の断面を映し出す鏡として職業分類を利用するためには時機に応じた改訂が求められる。しかし日本標準職業分類の改訂間隔は長い（7～11年）。

もうひとつの問題は職業分類の利用目的である。労働省編分類は日本標準職業分類に準拠しているが故にかえって使いづらくなっている面がある。対象は同じであっても利用目的によって設定される分類項目や項目のくくり方は違ってくる。たとえば、職業紹介の視点から見ると介護の仕事とホームヘルパーの仕事は類似の仕事として認識される。しかし日本標準職業分類は仕事の種類という分類原則を厳密に適用して両者を福祉の仕事とサービスの仕事にそれぞれ別々に区分している。労働省編分類は職業紹介業務用の分類であるにもかかわらず、その分類体系は統計目的で作成された日本標準職業分類に準拠しているのである。

以上のように民間事業者の使用する職種分類と労働省編分類ではそもそも分類の枠組み自体が相違している。その差違は民間事業所間よりも、民間事業者と労働省編分類の間のほうが大きい。両者の差は枠組みの問題にとどまらず、第3章で分析したように分類構造を始めとして運用に至るまで広範な分野に及んでいる。民間事業者の使用している職種分類の特徴といえる点は、労働省編分類と対比したとき両者の隔たりが特に大きい点でもある。また、それらの点は両者の共通基盤を形成する際に隘路となる可能性を秘めている。

以下では、本小論のまとめとして共通言語化の課題と可能性について論点を整理しよう。

1 何のための共有化か

職業分類の共通言語化は、まず公共部門が先行した。1960年に日本標準職業分類が正式に設定され、以後、公共部門の実施する統計調査の職業別集計にはこの分類が使われることが多くなった。一方、当時の労働省では独自に開発した職業紹介業務用の職業分類を使用し

ていた。しかし両者は分類基準・構造が大きく異なり、大分類項目も相違していた。その結果、政策の立案等において労働省編分類にもとづいて作成した職業安定機関の業務統計と日本標準職業分類にもとづいて集計された各種統計調査の結果を比較・照合することが難しくなった。このような政策過程における実態把握の問題を背景にして労働省は 1965 年の労働省編分類の改訂で日本標準職業分類の体系に準拠することを選択し、それ以降労働省編分類は日本標準職業分類の改訂にあわせて改訂作業が行われている。

職業安定法第 15 条及び同法施行規則第 11 条には公共部門での共有化を更に一步進めた官民間の共通言語化の狙いや目的に関する記述はない。しかし同法の改正が ILO 第 181 号条約の批准のための国内法の整備であることは明白である。これを基点にすると官民間の共通言語化は次のように考えられる。労働力需給に係る政策の適切性を確保するためには労働市場における求人・求職者の全般的な動向を把握することが基本である。しかし当時実際に利用できるデータは職業安定機関の業務統計に限られていた。そこで職業紹介事業の自由化にあわせて対象を職業紹介事業・労働者募集・労働者供給に拡大し、データ収集の用具として官民共通の職業分類の作成が考えられたものと思われる。

政策上の必要性和その実現可能性は、当然のことながら必ずしも一致するとは限らない。当時、共有化の実現可能性をどのように考えていたのかは不明である。1999 年の求人広告事業者を対象とした統一職種分類の作成では、試行的に集計した 3 社の職種分類に設定された項目のうち労働省編分類の大分類項目との対応をとることが難しいものは 1 割以下であった。この結果は、労働省編分類を共有言語の母体にすることが可能であると積極的に解釈することもできるが、逆にデータの誤差が 1 割近くをしめる実態に鑑みて共通言語化の可能性を消極的に評価することも可能である。また、翌 2000 年の職業情報検討委員会報告では職業情報の共通言語化が謳われ、職業に関する情報を公共財とみなす考え方が示された。

これら 2 つの報告書には共通言語化の方向が示されているが、それが妥当なものであるという根拠は示されていない。その方向を導くための実態把握は限定的であり、その結果は多義的ですらある。また、その方向は果たして実現可能なものであるかどうかという点については検討が行われていない。官民共通の職業分類の作成を掲げるのならば、その理由を明確に示す必要がある。それによっては実際の運用が違ってくとも考えられる。運用の選択肢は 2 つ考えられる。ひとつは大分類レベルの項目の共有である。このレベルの項目については、既に有料職業紹介事業報告の職業別求人数・求職申込件数・就職件数の集計に用いられている。もうひとつの選択肢は下位レベルの分類項目の共有である。職業紹介事業や求人広告の実務で利用されることになる。

前者の場合、集計数値の背景に問題が隠されているのを見落としがちである。有料職業紹介事業者の職種分類と労働省編分類を大分類レベルの項目で一対一に対応させた場合、項目によっては実績の過大（又は過小）報告になる可能性がある。それは、職業紹介事業者の職種分類は求人広告事業者のそれと同様に、大分類項目のものと小分類レベルの項目の中に労

働省編分類では他の大分類項目に含まれるものがあるからである。これを修正しないと、件数を計上すべきではない大分類項目に数値が計上されることになる。

後者の場合には、分類構造・項目の設定・改訂などの点で難しい問題が起こる。分類構造と項目設定については共有化をどこまで求めるかによって問題の程度が異なる。すべての分類階層にわたって共有化を求める場合には問題は大きい。労働省編分類は4階層の構造であるが、民間事業者の職種分類には2層構造のものが多い。共通の職業分類を3階層で作成した場合には、公共職業安定機関では職業のくくりが大きくなり、マッチングに使いづらくなる可能性がある。他方、民間事業者は求職者の利便性を高めるために職種分類の階層を少なくしているので、現在使用している職種分類よりも階層の数が多い分類に対して肯定的な評価をするとは考えにくい。たとえ大分類レベルだけの共有化であっても、下に記すような分類基準の問題があるので解決は容易ではない。

項目の設定については、民間事業者では求人動向、労働省編分類では日本標準職業分類への準拠というそれぞれの枠組みがある。民間事業者と公共職業安定機関では求人企業分野や層が異なっており、それを反映して求職者層もやや異なっている。このように異なる環境のもとにある民間事業者と公共職業安定機関が共通して実務に使用できる分類を作成することは困難な課題であるといわねばならない。

分類の改訂についてはその頻度が問題になりやすい。民間事業者は求人動向に敏感に反応して分類項目を改訂している。したがって求人動向を把握しつつ時機をとらえて改訂するという方針をとらない限り、民間事業者にとって受け入れは難しいものと思われる。また、業務にコンピュータが導入されている企業では、職種分類はシステムの中に組み込まれている。官民共通の職業分類が作成されたとしても民間事業者はシステムを変更して職種分類を入れ替えるためのコストについて納得できるような理由が示されない限り導入には慎重な姿勢をとるものと考えられる。

2 共有化はどこまで可能か

職業分類の共通言語化は、製造業における部品の共有化になぞらえることができよう。部品の共有化は品質の保証やコスト削減などの直接的なメリットを生むだけでなく、製品戦略上も重要な意味を持っている。自動車を例にとると、各メーカーは消費者の嗜好に応じた多種・多様な車種を生産しているが、生産の背景には部品の共有化がある。部品の共有化はある程度まで進むと、それ以降は高原状態になる。それは、その時点を境に共有化のメリットよりもデメリットのほうが大きくなるからである。デメリットの最たるものは共有部品を使うと裁量・工夫の余地が狭くなることである。共有部品は一定の寸法で製造されている。製品のデザインなどの都合でその寸法よりも少し短い（又は長い）ものを使いたい場合には共有部品は使えない。つまり共有品ではない部品が必要になる。このように部品の共有化は製品開発における自由度を制限する要因にもなりうるのである。

他方、職業分類も共通言語化が進めば、事業者・求人企業・求職者の三者がそれぞれメリットを享受できる。求人情報の供給側である事業者は自社独自の職種分類を作成・改訂する負担から解放されることになる。求人企業は中途採用者の職業経験を評価する際にメリットを受けられることができる。共通言語化によって各職種に含まれる一般的な職務内容に関する認識が共有され、求人企業は中途採用の応募者に一定程度のスキルを期待することができるからである。求人情報の需要側である求職者も職種を軸にした求人探索において大きな便益を受けられることができる。また、共通言語化は労働市場における円滑な労働異動に資する可能性も秘めている。しかし、部品の共有化と同じように共有化を推進するベクトルと裁量・工夫の余地を確保したいというベクトルがある時点で拮抗・衝突するようになる。それは職業紹介・求人広告の事業者は主要な求人企業層・求職者層が違っているからである。つまり対象とする市場に違いがある。公共職業安定機関の扱っている求人は生産・労務関係がものが中心であり、それに対して人材紹介会社やインターネットでの求人広告事業者の求人は技術者や専門職が多数をしめている。

各事業者が使用している職業/職種分類は対象とする市場にあわせて分類項目の設定が行われている。公共職業安定機関ではあらゆる職業を対象にして職業紹介業務を行う必要上、我が国の職業を網羅的に分類した日本標準職業分類に準拠した労働省編分類を利用している。同分類の特徴は、特に生産・労務関係の職業が細かく設定されている点にある。これに対して民間事業者の職種分類は、求人動向にあわせて項目が設定されている。技術者の求人が多い企業では、技術者の分野を細分化し、その中でも特に求人の多い IT などの分野ではいっそう詳細な項目が設定されている。

公共職業安定機関・人材紹介会社・求人広告事業者の三者は、対象とする市場の点で多少の重複がみられるものの、コアの部分はそれぞれ異なっている。この現実を直視すると、どのような市場にも対応できる職業分類を作ることは容易ではない。官民共通の職業分類は、さまざまな事業者に通ずる最大公約数的な項目で構成せざるをえない。この共通項の設定にあたってはいくつかの前提条件がある。第1は分類基準の考え方を共有することである。労働省編分類では仕事の類似性を中心にして、それ以外に製品/サービスの種類などを分類基準に定めているが、民間の事業者はさまざまな分類基準を用いており、名称を基準にして分類項目を設定しているケースも多くみられる。その場合、名称が同一又は類似しているという理由で X 社の a という職業と Y 社の a という職業を同一であるとみなすことはできない。同一であるかどうかを判断するためには両者が分類基準を共有することが前提になる。

第2は分類項目の集約方法を共有することである。下位レベルの項目を束ねて上位レベルの項目を作成するときや、その逆に上位レベルの項目のもとに下位レベルの項目を設定するときには、項目を束ねるルールを共有化することが重要である。しかし現実をみると、分類項目を集約するとき民間事業者では業種のくくりを利用しているが、労働省編分類ではあくまでも仕事の類似性を基準にしており、両者は大きく異なっている。

民間事業者は演繹的方法で職種分類を作成していることが多い。この方法では、まず大分類項目を設定し、次に実際の求人をその枠組みにあてはめて下位の分類項目を設定することになる。その際、職種分類の使いやすさを重視して下位レベルの項目の位置づけを柔軟に行っている。しばしば見受けられるのは、業界を単位にした項目の束ね方である。たとえば「金融」という大分類項目の中には、アナリスト/トレーダー等の専門性の高い職種と並んで金融事務の職種も位置づけられている。また、大分類「技術者」の中には、研究・開発・設計・生産管理等の技術者だけではなく、カスタマーエンジニアやサポートエンジニアと呼ばれる主に保守・修理を担当する職種も併置されていることが多い。

他方、労働省編分類では分類項目を集約するとき仕事の類似性や製品/サービスの種類などの分類基準を集約のルールとして用いている。このルールを適用して細分類項目を小分類レベルの項目に束ね、小分類項目を束ねて中分類レベルの項目とし、順次上位階層の項目を設定している。したがって上位階層の項目になるほど仕事の類似性や製品/サービスの種類の点で職業のくくり方が大きくなっている。くくり方は大きくなっても、上位の項目と下位の項目は仕事の類似性という点で一貫している。電気・機械や情報処理など分野は違っても上位項目が技術者であれば、その下位には技術者の項目だけが位置づけられ仕事の種類が異なる項目は含まれない。この点で労働省編分類と民間事業者の職種分類との差は大きい。

3 労働省編分類の改訂に向けて

労働省編分類は、1986年及び1999年の改訂では日本標準職業分類の改訂に並行して見直し作業が行われている。その日本標準職業分類は次回の国勢調査（2010年）に向けて改訂の方向が示唆されている²¹。したがって日本標準職業分類の改訂が正式に開始されれば、早晚労働省編分類も改訂作業に着手することになるとみられる。日本標準職業分類は1970年以降の4回の改訂ではいずれも分類の枠組みを維持したまま、職業構造の変化にあわせて分類項目の修正が行われてきた。他方、労働省編分類は2つのポイントに絞って改訂が行われてきた。職業構造の変化に対応することと、日本標準職業分類との整合性を高めることである。その結果、1999年の改訂では日本標準職業分類との完全な整合性を確保している。

労働省編分類をめぐる論点は3つに絞られている。それらは労働省編分類の役割と一致する点でもある。第1は職業の変化に対する対応である。現実の職業と分類上の職業との乖離を可能な限り小さくし、業務上使いやすい分類にすることが求められる。第2は日本標準職業分類との整合性の問題である。整合性は既に確保されている。では、何が問題なのか。日本標準職業分類に準拠していることから生じる問題は小さくない²²。この問題は、職業分類

21 総務省統計局の「日本標準職業分類に関する調査研究委員会」では、座長がその旨の発言を行っている。なお、同委員会の報告書は次の通りである。総務省統計局統計基準部『日本標準職業分類に関する調査研究報告書』平成17年6月。

22 労働省編分類が日本標準職業分類に準拠している故に問題となっている点については次の報告書を参照されたい。労働政策研究・研修機構『職業紹介における職業分類のあり方を考える』労働政策研究報告書 No.57。

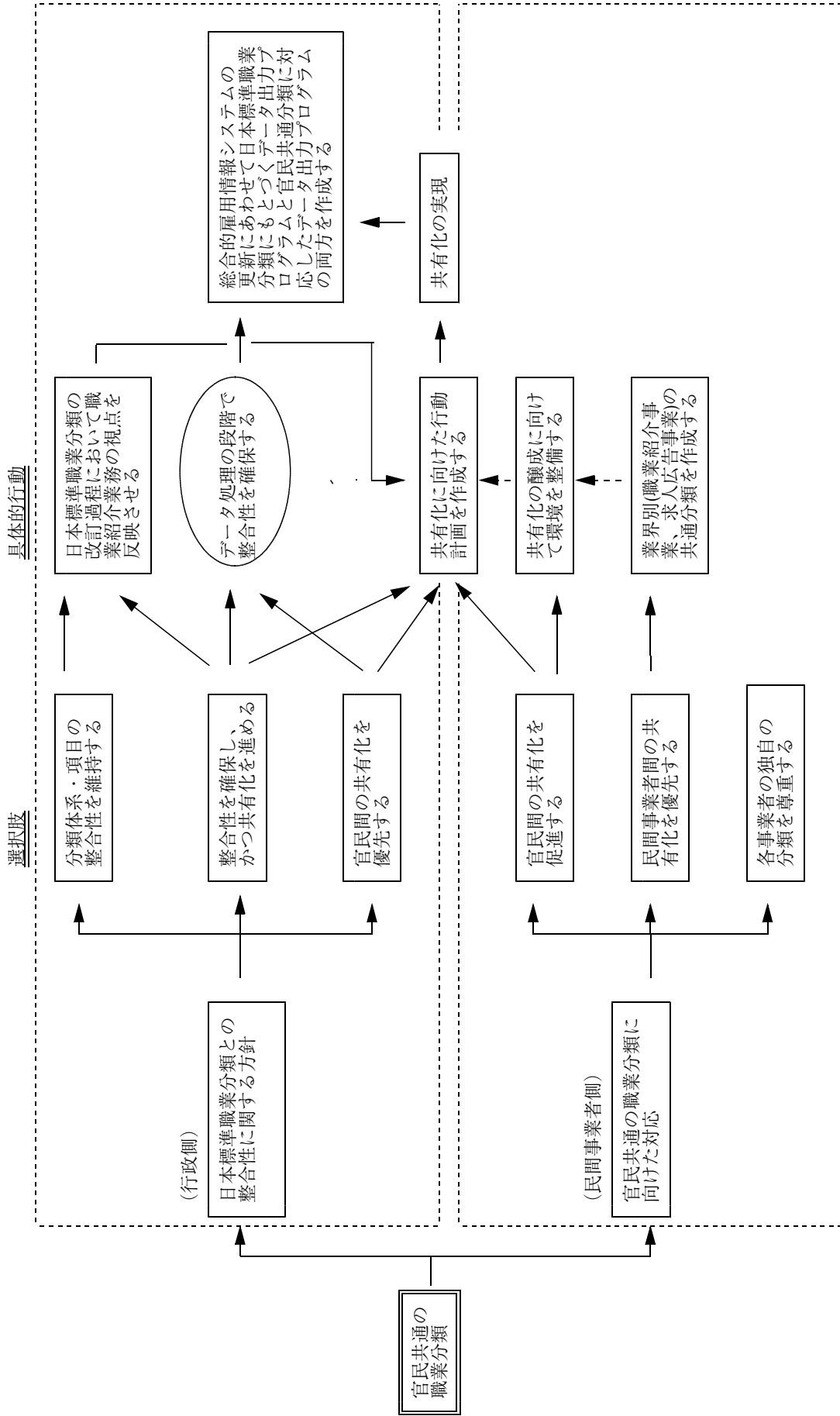
の共通言語化を重視するのか、それとも業務用分類としての使いやすさを優先するのかという視点の対立でもある。両者は両立が難しいからこそ 1965 年の改訂で当時の労働省は前者の視点を選択したのである。第 3 は官民間の職業分類の共通言語化の問題である。

共通言語化については、公共部門内での共通言語化と官民間の共通言語化の 2 つの課題がある。次回の労働省編分類の改訂作業において共通言語化は重要な課題として取り上げられることになると思われる。しかし、最優先の課題にすることは疑問が残る。労働省編分類は日本標準職業分類との整合性を確保しているが、実務上では使い勝手の問題が起こっている。先に縷々指摘した通り労働省編分類と民間事業者の職種分類との差は大きい。この現実から目を離して更に一步進めて官民間の共通分類という考え方を推し進めた場合、実用性を兼ね備えた共通分類が作成できるとは考えにくい。改訂作業において優先的に検討すべき問題は、共通言語化ではなくあくまでも実用性の問題である。それは官民ともに実務用具として職業/職種分類を作成しているからである。共通分類を作成できたとしても実務で使いづらいものであれば、その価値は半減してしまうことになる。そう考えると、共通言語化は労働省編分類の第 1 の役割の上に立って検討すべき問題である。

共通言語化は最優先の検討課題にはなりえないとはいえ、そこに至るまでの道筋はある程度明らかにする必要がある。ここでは中長期的に取り組むべき課題と直ぐにでも取り組むことのできる短期的な課題に分けて、以下にその考え方を整理する。まずは中長期的な課題である（図表 9 参照）。行政側に求められているのは、職業安定法第 15 条の意図を明確にすることである。そのうえで日本標準職業分類との整合性の確保という方針について今後とも継続するのか、又は見直しを進めるのかの判断が求められる。この方針は 1965 年以降の 3 回にわたる労働省編分類の改訂において堅持されてきたが、その取り扱い如何によっては共通言語化の方向が違ってくる。1999 年改訂のように完全な整合性を原則とするのであれば、共通言語化に向けて取り得る選択肢の幅は極めて狭いものにならざるをえない。すなわち、その起点は労働省編分類になる。

しかし、これまで整合性は漸進的に進められてきたという事実を見過ごすべきではない。整合性のレベルは 1965 年改訂では大分類レベルにとどまり、1986 年改訂では大・中分類レベルの項目であった。3 回の改訂を経て日本標準職業分類との統合が完遂している。したがって、官民間での職業分類の共有化という課題も中長期的な視点から漸進的に進めるのが適切であると考えられる。その反面、この問題は時間をかけさえすれば解決できるという性質のものでもない。幸いにも現在は情報処理技術の進歩によって柔軟なデータ処理が可能になっている。この技術的進歩を共通言語化の問題に応用することもひとつの選択肢であると考えられる。情報処理技術を応用すればさまざまな集約の仕方でデータを出力することができる。職業/職種分類の違いは、突き詰めれば分類項目の集約の仕方の違いである。大分類項目の構成を決めているのは、最下層レベルの職業を上位レベルの項目に集約する仕方である。集約の仕方が違えば、当然、生成される大分類項目は異なったものになる。それらの異なる

図表9 官民共通の職業分類に係る選択肢と中長期的課題

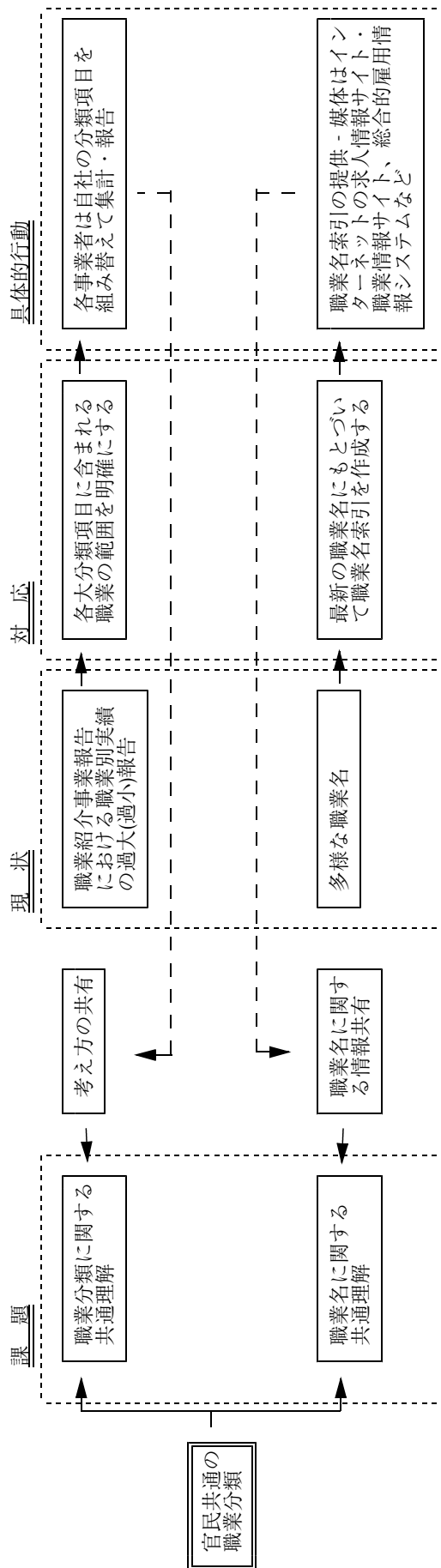


集約の仕方に応じたデータ出力のプログラムをシステムに組み込んでおけば、日本標準職業分類の項目やそれと異なる共通分類の項目にもとづいてデータを出力することが可能になる。これによって日本標準職業分類との整合性を確保し、またそれと異なる官民間の共通分類を作成するという両立しがたい問題を解決することができる。ただし、この解決策は官民が職業の区分やその集約の仕方について共通認識を持つことを前提にしている。このため共通認識の醸成を含む中長期的な視点からの取り組みが必要である。

他方、民間事業者には共通言語化の方向について共通の理解と認識を持つことが求められる。共通言語化に対するニーズが乏しい状況のもとでは共通言語化の進展は望めないからである。今回ヒアリング調査で訪れた事業所の中には共通分類の作成に積極的な姿勢をとるところもあった。この場合、考えられているのは官民間の共通分類ではなく、同一業界内での共通分類である。その実験的試みの嚆矢は 1999 年の求人広告事業者の統一職種分類であるが、その運用は事実上挫折している。その背景には共有化のニーズが乏しい中での基準案作りであったこと、統一分類にもとづくデータの集計にはコストがかかること、統一分類のメリットを実感しにくいことなどがある。現在では 1999 年当時と比べて業務処理をコンピュータに依存する度合いが格段に高まっている。職種分類はシステムの中に組み込まれ、他の項目に関係づけられていることから、職種分類だけを取り出して変更することが益々難しくなってきた。また、業務上の必要性等に配慮して改訂を進めた結果、職種分類はいっそう多様性を帯びるようになってきた。各社が求めているのは使い勝手のよい職種分類である。しかし、求職者にとって多様な職種分類・職業名は求人探索の行く手を遮る迷路ともなりえる。サービスの提供にあたってその基本はあくまでも求職者に対する配慮である。この認識が共通言語化の出発点になると考えられる。

さて、現実にも目を移すと、官民の分類が氷炭相容れないという事実と直面する。上に指摘したように共通言語化には中長期的な視点から漸進的に進めるのが適当である面もあるが、直ぐにでも取りかかれることがふたつある（図表 10 参照）。ひとつは職業区分の考え方を共有することである。官民間の相互理解の問題ではあるが、まずは民間事業者に労働省編分類の考え方を理解してもらうことが考えられる。そのひとつの手段は職業紹介事業報告である。労働省編分類における職業の基準を周知して、職業区分の考え方に対する理解を促す必要がある。もうひとつは官民間又は民間事業者間の架け橋となる共通項を作ることである。民間事業者はさまざまな職業名を用いている。名称が同じだからといって、その仕事内容が同じとは限らない。同じ用語を使っても仕事内容の異なる例が多々みられる。また、職業名から仕事内容を推測することが難しいものもある。このような状況は求職者が求人を探る際に望ましいものではない。職業名についていえば、必要とされているのはさまざまな職業名の対応・包含関係を整理した、いわば同義語辞書である。求職者の求人探索に資するような職業名の辞書・索引を作成することは共通言語化に向けた条件整備の基本である。

図表 10 官民共通の職業分類に係る短期的課題



第 2 部
事 例 編

事例 No.1 (A社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供

事業の媒体：求人情報誌 - 正社員の募集を中心にした求人広告

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2006年

②分類構造及び項目数

大分類	小分類
営業系	11
事務・内勤系	18
販売系	8
フード系	26
サービス系	18
技術系	23
専門系	24
技能・生産系	26
運輸・ドライバー系	6
(計)	9
	160

③広告件数の多い分野

(1)営業系

(2)技能・生産系

(3)フード系

2. 職種分類の変遷

A社では、当初、日本標準職業分類の体系と項目及び労働市場に現れた実際の求人を参考にして大・小分類の2階層構造を持つ職種分類を作成している。その後、3年程度の周期で見直しを行っている。見直しでは主に職種分類上の項目と現実の求人との対応関係に問題があると思われる分野での新たな項目の追加が中心になっている。大分類項目の配列順は広告件数の動向を参考にして決めているが、営業職を最上位に位置づけたのは2000年の改訂時である。現在の職種分類は2006年に改訂したものである。この改訂では、それまで別々の職種分類を使っていたA社の各種求人情報誌の分類体系を統一し、求人動向にあわせて一部の項目を修正している。

3. 小分類レベルにおける職種区分

広告掲載件数の多い分野は、営業、技能・生産、フードである。それぞれの分野の広告が全体に占める割合は、営業が4割程度、技能・生産とフードはそれぞれ15%前後である。営業職の小分類レベルには「その他」を含めると11項目が設定されている。包括的な営業の項目とともに業界別に生損保・不動産・広告・自動車等の営業職が併置されている。営業と業界別の営業職が並立しているのは、当初、営業の中に位置づけられていた営業職のうち広告件数の多い分野の営業職を独立させたからである。更に、これらの業界の営業職は同業界内での転職が多く、そのことが業界別の項目設定の背景にある。営業職の中ではルート営業が独立した項目になっている。これは、一般の営業職とルート営業では給与体系が異なるからである。一般に前者のほうが歩合給の色彩が濃い。求職者にとって給与体系は応募企業を決める際の重要な情報である。それ故に両者を区分して設定している。

大分類「フード」の小分類レベルには26の項目が設定されている。それらは大別すると職種別項目（ウェイトレス・ウェイトレス、シェフ、調理師、ソムリエ、すし職人など）と飲食店の業態別項目（ファーストフード、弁当屋、居酒屋、ファミリーレストランなど）に分かれる。後者の項目を設けているのは、業態別の求人動向をマーケティングや営業に活かすためでもある。「フード」はこれまで求人の多い分野であったが、ここ数年広告掲載件数が減少するとともに、雇用形態が正社員からパート・アルバイトに移行してきた。この分野のキャリアパターンをみると、パート・アルバイトで入職後、実績が評価されて店長（身分は契約社員）になるルートが確実に形成されつつある。このことが正社員募集の減少に関係していると思われる。

その他の分野をみると、仕事そのものの違いというよりも仕事の行われる場所や仕事に使用する機械等を基準にして職種が区分されているケースがある。たとえば、大分類「サービス」の小分類レベルは業態別の項目（ホテル、レジャー施設、スポーツ施設、レンタルビデオ店、カラオケ店、ゲームセンターなど）が中心になっている。また、大分類「ドライバー」の小分類は、車種（バイク、乗用車、4t未満のトラック、大型トラックなど）の違いが区分の基準になっている。

4. 求人広告と職種

広告に表示される職種名は、基本的には企業側が文字数の制限内で作成している。しかし一般的とはいえない名称や特定の企業だけが使用する名称が使われたときには、その名称の後に括弧書きで一般的な名称を補足するように求めている。この職種名と仕事内容の記述にもとづいて営業担当者が職種分類上のコード番号を記入する。1 求人 1 職種コードが原則である。仕事内容が複数の職種に関係するときには、仕事のうち主なものを確認して、その仕事に該当する職種に位置づけている。

求人情報は情報誌だけではなく、インターネットでも提供している。情報誌とインターネットでは求人広告の職種区分が違っている。前者ではデータベース上の9項目の大分類を5項目に組み換えている。他方、インターネットではデータベース上の大分類項目と同一であるが、求職者の仕事の見つけやすさに配慮して小分類レベルの項目の位置づけを変えているものがある。たとえば、セールスエンジニアは大分類「営業」の小分類に位置づけられているが、インターネット用の職種区分では大分類「技術」に含まれている。

求人情報は媒体の特性にあわせて提供することが重要である。印刷物では、情報の一覧性を重視して5項目に組み換えた大分類別に求人情報を掲載している。小分類別の掲載はしていない。しかし求職者の便宜に配慮して特集で特定分野の職種を扱っている。一方、インターネットでは、検索機能を活用すれば比較的容易に求職者の利便性を高めることができる。検索条件として設定されているのは勤務地や雇用形態である。各媒体とも求職者のニーズに対応したきめ細かなサービスを提供することがいっそう重要になっている。

事例 No.2 (B社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2005年
- ②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
営業系	7	23
技術系 (ソフトウェア関連)	10	35
技術系 (ハードウェア関連)	10	42
技術系 (研究開発、建設・建築・設備工事、その他)	4	28
事務・マーケティング・広報系	10	26
クリエイティブ系	11	37
経営・各種コンサルタント	5	15
サービス系	7	25
専門職 (金融・不動産・医療・福祉系等)	7	39
その他 (現場スタッフ・公務員など)	1	7
(計)	72	277

- ③広告件数の多い分野

(1)営業職 (2)事務職 (3)ソフトウェア技術者

2. 職種分類に関する基本的考え方

職種分類は作成当初から大・中・小分類の3階層構造である。設定されている項目の大半はホワイトカラー関係の職種である。職種名は求人企業が一般的に使用している名称や社会一般に流通している名称を採用していることが多い。小分類レベルは277の詳細な項目に分かれているが、これらの項目は主に求人ニーズに対応して設定されている。つまり小分類項目は、ある程度の幅を持った仕事のくくりとしてではなく、現実の仕事との一対一対応の観点から設定される傾向にある。企業は求人職種を職種分類上の項目に位置づけるとき、求める人材に対応する職種があるかどうかという点を重視して項目を選んでいる。必要な項目が職種分類に設定されていないときには、その情報が蓄積され、それにもとづいて小分類項目の見直しが行われる。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

職種分類を最初に作成したときには同業他社の職種分類を参考にしている。その後、小分類レベルの項目を随時追加して、2005年に大幅な見直しを行っている。この見直しは求人広告の掲載社数と広告件数が大幅に増えたために実施したものである(B社の広告契約では基本料金が3職種の広告を制作することができる。このため広告申込の企業数が増えると、広告件数はその3倍の割合で増加する)。大分類レベルの項目は従前と同一であるが、中・小分類レベルの項目は大幅に増加した(中分類20項目、小分類100項目以上)。

見直しのポイントは次の3点である。第1に分類基準として新たに業種区分を導入した。当初職種分類を設定したとき参考にした同業他社の職種分類には業種の視点から職種を区分しているものがあつた。しかし同社では職種の区分は仕事内容の違いを反映させるべきであるとの考え方に立って職種を設定した。2005年の見直しでは企業の求人職種と小分類レベルの項目との対応を図る視点から仕事の違いだけでなく業種の違いも分類基準として採用している。この結果、たとえば研究開発に従事するエンジニアの項目は、機械、電気・電子、半導体、医薬、食品などの業界(製品)別の項目になった。

第2に中・小分類レベルに管理職の項目を追加した。当初の職種分類には管理職の項目は設定されていなかったが、管理職候補やリーダーといった職階の上位の人材を求める企業が次第に増えてきたことを受けて各大分類の中分類レベルに管理職の項目が設定され、その下の小分類レベルにも

同様に管理職の項目が設定された。分野を問わず管理職をひとつの項目にくくる考え方もあるが、B社では現実のキャリアの連続性を考慮すると分野別に設定したほうが求職者にとって分かりやすいと考えている。第3に成長の著しい分野では仕事の細分化に対応した項目を新たに追加した。この結果、特に情報処理とインターネットの分野では小分類の項目数が大幅に増えた。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

広告掲載件数を大分類項目別にみると、営業職、事務職、ソフトウェア技術者の3職種が一貫して上位をしめている。事務の分野では、企業内の事務部門に対応した項目が職種として設定されている。ソフトウェア技術者は、使用する言語・開発分野・技術分野別に職種が区分されている。営業の分野は、中分類レベルでは営業とセールスエンジニアに大別され、小分類レベルでは前者は仕事のタイプやスタイルの違いによって、後者は取扱製品の違いによって区分されている。具体的な項目をみると、前者には代理店営業・法人営業・企画営業・ルートセールス・海外営業などが設定されている。一方、セールスエンジニアの区分には、電気・電子・半導体、機械、化学・バイオなどの業界区分が採用されている。営業の仕事は、分野・取扱製品・働き方による違いが大きい。これらの違いを職種の違いとして表すことには限界がある。そこで職種情報を補足するという意味で2つの工夫をしている。ひとつは仕事内容である。仕事内容の欄には最長800字まで記述することができる。もうひとつは検索項目である。求人広告は業種で検索することができる。

5. 求人広告と職種分類上の項目との対応

広告の制作過程で求人企業は募集職種を職種分類上の項目に位置づけることが求められる。通常、募集職種にぴったりと合致するものがない場合には、できるだけ近いと考えられる項目が選択される。複数の項目に該当すると考えられるときには、最大2つまで選択することができる。この場合、同一大分類の中の異なる小分類が選択されることが多いが、時には大分類が異なっていることもある。たとえば、サポートデスクの仕事は、仕事内容によってはソフトウェア技術者の小分類「サポートエンジニア」とサービスの小分類「サポートデスク」に該当することがある。

各大分類項目の中分類レベルには「その他」の項目が設定されている。しかし求人企業は「その他」に位置づけることを避ける傾向にある。求人広告はまず求職者の目に触れることが重要である。職種別求人検索の画面で「その他」の項目を選ぶ求職者は多くないと思われる。募集職種に該当する職種がないときには、通常、「その他」ではなくその近隣の職種で最も近いと考えられる職種が選択される。

6. 求人検索に関する工夫

サイトのトップページに掲載されている職種別求人検索用の職種は職種分類の大分類項目である。この大分類項目をクリックすると、その下のすべての中・小分類項目が表示される。希望する項目をクリックすると中分類あるいは小分類単位で求人情報が表示される。ここで問題となるのは、職種の細分化の程度である。小分類項目の細分化を進めると、各項目は一定の仕事範囲を示すカテゴリーというよりも、特定の仕事に対応したものになりがちである。その結果、企業の募集職種は複数の項目に該当することになり、他方、求職者（特に希望する仕事分野があまり明確になっていない者）にとっては小分類項目は使いにくいということになりかねない。求職者に求人情報を提供する場合、表示単位を中分類にすることも考えられる。しかし広告件数が多いと画面を見る求職者に負担を強いることになる。これらの問題に対して求職者が希望する求人を迅速に探し出せるように3つの工夫をしている。第1は表示の単位である。大・中・小分類のいずれのレベルでも求人情報を表示できる。第2は検索結果の一覧表示である。表示される事項は、会社名・職種名・応募資格・勤務地である。これらの情報は、求職者が応募企業を選択する際に重要な判断材料になるものと考えられる。第3は検索条件の充実である。業種・勤務地・雇用形態・フリーワードなどで求人情報を検索することができる。

事例 No.3 (C社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2001年
②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
営業	2	
経営・企画・事務	8	
販売・サービス・運輸	6	
クリエイティブ	6	
コンサルティング・金融	4	
ソフトウェア・ネットワーク	8	
電気・電子・機械・メカトロ	3	
建築・土木・不動産	4	
化学・食品・医薬・医療・福祉	7	
公務員・教育・その他	4	
(計) 10	50	224

- ③広告件数の多い分野

(1)ソフトウェア関連 (2)営業関連 (3)一般事務・営業事務関連

2. 求人広告と媒体

C社は紙媒体とインターネットの両方で求人広告事業を展開している。事業は元々求人情報誌の発行から始まっているが、近年、紙媒体とインターネットの相乗効果を狙った求人情報サイトを開設している。同社が全国14つの地域で発行している求人情報誌（掲載された情報は同時にインターネットでも発信している）は、パート・アルバイトの求人広告が中心である。一方、求人情報サイトでは主に正社員の求人情報を提供している。これは企業側が媒体に応じて採用手段を使い分けていることだけでなく、求職者側も媒体の特性に応じた求人探しをしていることを反映していると考えられる。パート・アルバイトの求人を探すときには、情報の一覧性に優れた媒体（情報誌）のほうが使いやすい。他方、正社員の採用については、企業と求職者の双方とも情報の検索機能に優れた情報量の多い広告を掲載できる媒体（インターネット）を選好する傾向にある。

以下、求人情報サイトで用いられている職種分類について概要を記述する。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

C社では、当初、日本標準職業分類を参考にして職種分類を作成している。作成後、見直しが2度行われ、現在の分類体系は2001年に改訂されたものである。初めて職種分類を作成したときには、基本的に仕事の種類にもとづいて職種を区分し、日本標準職業分類の枠組みに準じて職種を配列していた。その後の見直し過程では広告掲載件数の多寡を基本にして職種の新設や統合が行われている。その結果、職種分類の中に業種区分が入り込んできている。同一の職種であってもその仕事が行われる業界ごとに分類項目が設定されている。たとえば、CADオペレーターは、大分類「電気・電子・機械・メカトロ」の小分類と、大分類「建築・土木・不動産」の小分類レベルにそれぞれ独立した項目として設定されている。また、大分類「コンサルティング・金融」の中分類「金融事務」の小分類レベルには、銀行・証券・保険・信託・ノンバンク等の金融機関別に事務管理の仕事が設定されている。

2001年の改訂では、広告件数の動向にもとづいて項目の見直しを行っている。基本的には広告件数の多い分野ではより細かな項目が設定される傾向にある。たとえば、人材サービスの分野では、「斡旋カウンセラー・派遣コーディネーター」が新たに設定され、IT分野でも求人動向に対応して職種を追加している。また、パート・アルバイトを募集する企業の要望に応えるために大分類「販

売・サービス・運輸」の中分類「フード」では飲食店関係の職種がいっそう細分化された。

同社のサイトでは、求人検索用に編集した職種分類が用いられている（パート・アルバイト情報のサイトでは求人情報サイトの求人検索用職種とは異なる分類を用いている）。大分類レベルの項目は、営業・事務・専門職関係の5項目が上段に、エンジニア関係の4項目が下段に配置されている。これらの項目の配列には、それぞれの分野における広告件数の多寡が考慮されている。求人検索は職種だけではなく、業種・勤務地・資格・フリーワード等の11項目の条件を設定することができる。職種で求人を検索するときには、中・小分類レベルの項目別に求人情報を表示することができる。

4. 求人広告と職種分類上の項目との対応

求人広告に記載される職種名は、企業側が決めることもあれば、営業担当者が企業の意向を汲んで提案することもある。いずれの場合も求職者の誤解を招くことがないような名称にすることが重要である。同一名称であっても企業によって仕事内容や職務範囲に違いがあるので、職種名の持つ情報は限定的である。そこで求職者が仕事について具体的なイメージを描けるように仕事内容の記述や画像・イラスト等で情報を補う必要がある。仕事内容は500字の制限内で記述することができる。

広告の職種分類上の位置づけは営業担当者が決めている。職種名や職種コードについては入社後の研修で扱っている。また、社内用の資料として仕事内容を付記した職種名索引を作成している。広告と職種コードの対応は1対1が基本である。しかし、仕事内容が複数の職種コードに該当するときには、2職種まで選択が可能である。その2職種は同一大分類のものと小分類項目でなければならず、異なる大分類に属する小分類項目をそれぞれ選択することはシステム上できない設計になっている。

求人職種に対応する職種コードが設定されていないときには、仕事内容が最も近いと思われる職種が選ばれる。既存の項目にあてはまらないときには、「その他」に位置づけられることになる。また、対応する項目の判断が難しいときには審査部門に問い合わせることもある。そのようなケースでは審査部門が最終的な判断を行うことになる。職種分類に対する意見・要望（たとえば、「～の職種がない」、「～は細分化が必要」）や小分類「その他」に位置づけられた求人職種などは、次回の見直しの際に改めて検討される。

5. 求人の多い分野における分類項目の設定

従来、広告掲載件数の最も多い分野は営業・事務関連の職種であったが、現在はIT・インターネット関連の職種がそれに代わっている。後者は大分類「ソフトウェア・ネットワーク」に該当する。この大分類には8つの中分類とその下に合計23の小分類項目が設定されている。この分野では、求人企業は特定の技術・仕事経験を持つ求職者を求める傾向にあり、他方、求職者も自分の技術・経験を活かせる仕事を求める傾向にある。両者のニーズにあわせると分類項目の設定は細かくならざるをえない。

営業職の小分類には仕事の種類にもとづいて企画営業・代理店営業・ルートセールス・海外営業・MRなど7項目が設定されている。これらは広告件数の多い職種を独立させたものである。セールスエンジニアは大分類「営業」ではなく、エンジニアの項目に位置づけられている。

事務関連の職種の中で特に広告件数の多いのは中分類「一般事務・営業事務」である。この中分類には、一般事務・営業事務・受付など4つの小分類項目が設定されている。一般事務の仕事内容は企業による違いが大きい。比較的狭い範囲の仕事もあれば、データ入力・伝票処理・書類作成・ファイリング・電話対応・受付業務など多種にわたる仕事もある。したがって一般事務の広告では求職者が仕事内容を正確に把握できるように仕事内容を詳しく記述することが特に重要である。

事例 No.4 (D社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2006年
②分類構造及び項目数

大分類	中/小分類
営業・企画関連職	7
事務・管理関連職	9
経営幹部・管理職／経営・事業企画	5
金融関連専門職	14
コンサルティング関連専門職	4
サービス・販売職	6
ソフトウェア関連技術職	7
電気・機械関連技術職	5
その他技術職	9
クリエイティブ職	6
その他専門職	3
その他	3
(計)	78

- ③広告件数の多い分野
(1)営業・企画関連職 (2)金融関連専門職 (3)事務・管理関連職

2. 職種分類の基本的考え方

D社では分類項目の設定にあたって次の点を重視している。第1は企業の人材ニーズに対応した分類項目を設定することである。つまりクライアント・フレンドリーの視点である。求人企業あつての求人広告であり、そのためには企業の多様な人材ニーズを包摂できるような項目を設定することが重要である。この観点から組み立てられた職種分類は、企業の人材ニーズを体系化したものとしてみるができる。

求人広告を出す企業にとって求職者に広告をみてもらうことが応募者集めの第一歩である。そのためには職種分類を介して求職者が広告に素速くアクセスできるようにすることが望ましい。この視点(ユーザー・フレンドリー)が第2の点である。求職者が希望職種の求人を探すとき、職種の判断に迷わないように求職者の職種概念と職種分類の項目ができるだけ重複するように分類項目を設定する必要がある。また、求職者が希望職種の求人に迅速にたどり着けるようにするなど利便性に配慮することも重要である。後者の点では、勤務地・業種・フリーワードなど多様な検索方法を提供している。

これら2つの点は仕事と人のマッチングを意識したものである。マッチングの精度を上げるためには、時機に応じて新たな職種を追加したり、既存の職種を分割したりすることが必要であり、その際には職種のくくりの大きさはどの程度のものが望ましいか、求人・求職者の共通理解を得るためには職種名はどのようなものが望ましいか、といった点に配慮して項目が作成されている。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

現在の分類体系は2003年の改訂でその骨格が形成されている。その後、細かな改訂を7回実施しているが、体系の骨子は2003年版を継承している。前回の改訂は2006年である。この改訂では経営幹部層の取扱の変更など項目の位置づけの調整と項目の細分化が中心になっている。見直しの行われた諸点は、いずれもマッチング精度の向上を意識したものである。従来、CEOやCFOなどの経営幹部層は、大分類「事務・管理関連職」に位置づけられていた(たとえば、CFOの求人は「経理・財務・会計」に位置づけられていた)。しかし、経営幹部層と一般の事務職を同一の大分

類で扱うのは不適切なため、既存の大分類「経営・事業企画」を「経営幹部・管理職／経営・事業企画」に名称変更して、経営幹部層と他の大分類に位置づけられていた管理職（プロジェクトマネージャーなど）をこの大分類に移動した。項目の細分化では、大分類「金融関連専門職」の「アナリスト・ファイナンシャルプランナー」を分割して、「ファイナンシャルプランナー」を独立させた。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

広告掲載件数の多い分野は、営業職（全体の約 1/4）、金融（約 1/4）、事務・管理部門（約 2 割）である。これら 3 項目で全体の 7 割弱をしめている。このうち営業職の項目をみると仕事の機能を中心に区分されている。設定されている項目は一般の営業、技術系の営業、MR、その他の 4 項目である。業種別に項目を設定するという考え方はしていない。それは営業職の転職では業種間異動を中心に考えているからである。それ故に職種区分は業種ではなく仕事の違いを基準にしている。

5. 求人職種と職種分類上の項目との対応

求人広告の職種分類上の位置づけは、企業と制作担当者との両方で相談しながら決めている。制作担当者が企業側の意向を汲んで適切な位置づけを提案することもあれば、求人の仕事内容に即した適切な職種を両方で相談しながら決めることもある。仕事内容が職種分類上の複数の項目に該当するときには、複数の項目に位置づけている。システム上、求人広告と職種との対応関係には制限を設けておらず、該当すると考えられるすべての職種に位置づけることができる。

求人の仕事内容を位置づける適切な分類項目が設定されていないときには、大別すると、既存項目のうち当該求人の仕事内容に近いものに位置づけるか、あるいは「その他」の項目に位置づけている。前者の場合には、応募者を集めるために適切な項目はどれかという視点から制作担当者が提案することが多い。その他の項目に位置づけられた広告は、次回の改訂の際に見直しの対象となる。求人広告事業においては、この過程（求人広告の依頼→職種分類に適切な項目が未設定→その他に位置づけ→項目の見直し）を通して企業の人材ニーズに的確に対応していくことが重要である。

事例 No.5 (E 社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供

事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2005 年

②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
電気・電子・メカトロ	8	24
ソフトウェア開発	8	28
化学・バイオ	4	12
専門コンサルティング	2	7
販売・営業	3	17
事務、専門職、企画	5	22
クリエイティブ	2	7
(計) 7	32	117

③広告件数の多い業種

(1)IT (2)製造業 (3)サービス業

2. 求人広告と職種分類

①職種分類の基本的考え方

精度の高いマッチングを行うためには、求人・求職者のニーズに対応した項目を職種分類に設定することが求められる。企業・求職者のニーズは多様であり、それに対応するとなると職種のくくりはやや大きくならざるをえない。E 社では求人情報サイトを立ち上げたときに現在の職種分類の原型を作成している。その後、改訂を 2 回行っているが、いずれも主に求人動向にもとづいた項目の見直しが中心になっている。前回の改訂は 2005 年である。このときには IT 分野や製造業における技術者の求人動向に対応してエンジニアの項目を追加している。

職種分類は大・中・小分類の 3 階層で構成されている。このうち大分類レベルの 7 項目は、企業横断的な職種と業種特有の職種に大別できる。前者のカテゴリーには営業職と事務職が、後者には IT や製造業のエンジニア、それに特定分野の専門職が該当する。大分類項目の配列は、元々エンジニアの求人が多いことからエンジニアの 3 項目を上位に置き、それ以外の 4 項目の配列順には特段意味があるわけではない。また、中・小分類においても項目の配列は広告件数の多寡を基本にしている。

項目の名称については、大・中分類レベルの項目はともにカテゴリーを表す名称になっている。同様に小分類レベルでも基本的にはカテゴリー名称が使われている。小分類項目のうち職種名称が用いられているのは、営業職・コンサルタントなど少数の項目に限られている。企業で使われている職種名称は多様であり、他方、求職者の職種概念も一様ではない。この状況下で求人・求職者双方の理解を得るためには、職種というよりもカテゴリーによって仕事の範囲を表したほうが適切であると考えられる。

②求人が多い分野

広告掲載件数の多い分野を業種別にみると、IT、製造業、サービス業である。IT と製造業ではエンジニアの求人が、サービス業では営業職の求人が多い。IT 業界では 2001 年から 2002 年にかけて求人意欲がやや減退したものの、2000 年以降広告件数は総じて高い水準を維持している。IT 分野の職種は、中分類レベルでは基本的に仕事の種類にもとづいてカテゴリーが設定されている。中分類項目のうち広告件数が特に多いのはシステム開発の分野である。この分野では、仕事の種類というよりもシステム開発の対象別に制御系・オープン系・汎用機系の 3 項目が設定されている。これらの分野の小分類項目は、プロジェクトマネージャー、プログラマー等の仕事の種類でカテゴリー化されており、希望職種が明確な求職者にとっては求人を見つけやすい構造になっている。

営業職の分野では、仕事の種類や機能にもとづいて項目が設定されている。具体的には、法人営

業・リテール営業・代理店営業・カウンターセールス・技術営業・海外営業・MRなどに分かれている。営業職を希望する求職者が特に知りたいと思っている情報は仕事の種類である。この情報が職種名から判断できるように小分類項目は仕事の違いにもとづいて設定している。特定の業界の求人を探すときには、条件検索で業種を指定することができるので、求職者は仕事の種類と業界のいずれからも目的とする求人にとどり着くことができる。

なお、E社では、求職者が希望条件に適合した求人広告に迅速にとどり着けるように絞り込み検索の機能を提供している。検索条件として設定されている項目は、業種・勤務地・キーワードに加えて、雇用形態・希望年収・募集対象者の年齢などである。

3. 求人広告と職種分類上の項目との対応

求人広告に表示される職種名は、基本的には企業側の作成した原稿が優先されるが、企業側の意向を汲んで営業担当者が訴求力のある表現を提案することもある。実際の広告では、職種名だけのものとキャッチコピーをとまなう表現の両者が混在している。求人広告の職種分類上の位置づけは営業担当者が決めることもあれば、企業側が指定することもある。後者の場合、求職者に対する広告の露出性を高めるために特定の項目を希望することがある。そのときには広告内容と分類項目との対応の観点から営業担当者が適切かどうかを判断することになる。また、職種名称や職種分類上の位置づけは編集部署においてもチェックされ、不適切なときには修正が求められる。

仕事内容が複数の分類項目に該当するときには、最大で3項目との対応をとることができる。また、既存の項目に位置づけることが難しいときには、仕事内容ができるだけ近いと考えられる項目に該当させるのが一般的である。「その他」の項目は設定されてはいるが、実際に位置づけられる広告は多くはない。それは、企業は費用対効果を勘案して広告の申し込みをしており、当該広告が「その他」に該当するのでは費用にみあう効果を得られないと考えているからである。

事例 No.6 (F社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2003年
②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
ソフトウェア・ネットワーク関連	8	40
電気・電子・機械・メカトロ関連	3	20
化学・素材・医薬・食品関連	4	20
医療・福祉・介護関連	3	14
販売・サービス関連	7	48
建築・土木・不動産関連	4	28
営業関連	2	16
コンサルティング・金融関連	4	19
経営・企画・事務関連	9	30
クリエイティブ関連	6	47
フランチャイズ・団体職員・その他	3	5
(計)	11	287

- ③広告掲載件数の多い分野

(1)ソフトウェア・ネットワーク関連 (2)経営・企画・事務関連 (3)営業関連

2. 分類体系と改訂

職種分類は作成当初から大・中・小分類の3階層構造を維持している。大分類項目の配列をみるとエンジニア関係の項目が上位に置かれている。これは、第1にエンジニアに対する求人ニーズが大きいこと、第2にF社は大手IT系ニュースサイトと提携していることもあり、サイト閲覧者にエンジニアが多いことなどを反映したものである。職種分類はこれまで数度見直しが行われている。見直しでは、営業担当者から寄せられた既存項目に対する意見や未設定の項目に関する要望などが検討され、その結果にもとづいて分類項目の調整が行われている。これまでは分類体系の基本に係る大幅な変更は行われておらず、見直しは分類項目の新設・分割や項目名の修正に止まっている。

3. 求人広告と職種分類

①広告の作成

広告はF社が制作するケース（これには広告代理店が制作するケースも含まれる）と求人企業が自ら作成するケースがある。前者では制作担当者が求人企業を取材して広告原稿を作成し、広告に挿入する写真は専門のカメラマンが撮影することになる。一方、企業側が広告を作成するときには、原稿の執筆と写真の準備は企業側が行うことになる。インターネットの場合も、広告の訴求力は掲載する画像に大きく依存するといわれている。このため如何に質の高い画像を掲載できるかが広告効果に関係してくる。

広告契約の基本単位は3職種である。すなわち1回の契約で3職種まで広告を掲載することができる。エンジニアの採用を考えている企業が、それ以外にあと2職種広告を作成できるとなると営業や事務の求人が出てくるかもしれない。また、多くの企業では現在欠員が出ていなくても優秀な人材がいれば採用したいと考えており、複数職種を掲載できることでそのニーズに込んでいる。

広告に表示する職種名は、制作担当者が原稿を執筆するときには制作担当者が企業と相談のうえ決める。企業が原稿を作成するときには、文字数や表現方法に関する制約に留意して自社で職種名を考えることになる。絵文字やかぎ括弧など視覚に訴える表現が目立つものは修正を求められることもある。

②職種分類上の位置づけ

企業の人材ニーズに対応する職種を職種分類から選ぶとき、一対一の対応が難しい場合には最大で4項目選択することができる。人材ニーズにぴったりと合致した項目がなくても、仕事内容に応じて4つまで項目を選択できるので項目が細分化されていても特段不便を感じていない。求人広告の多くは複数の項目に関連づけられている。複数の項目といっても、大分類や中分類の異なる小分類項目が選択される例は少なく、大半の場合は同一中分類の中で複数の小分類項目が選ばれている。なお、職種コードは審査項目に含まれているため、仕事内容と関連のない職種コードを記入すると審査部門でチェックされ修正を求められることになる。

仕事内容が既存の分類項目に該当しないときには、その仕事内容にできるだけ近い分野の項目を選択するのが一般的である。中・小分類レベルには「その他」の項目が設定されているが、この項目を利用する求人企業・サイト閲覧者はあまり多くない。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人広告の掲載件数を大分類項目別にみると、最も多いのがソフトウェア・ネットワーク、次いで経営・企画・事務、その次が営業である。それぞれ全体の20%強、10%強、10%程度をしめている。これらの分野は従来から広告件数が多く、また営業活動で特に重視している分野でもある。これらの分野に加えて現在広告件数が特に伸びている分野はクリエイティブである。大分類「ソフトウェア・ネットワーク」の中分類レベルは、開発分野別項目（オープン系、汎用系、制御系など）と仕事の種類別項目（コンサルタント、研究・管理職）によって構成され、それぞれの分野の職種が小分類項目として設定されている。したがって、プロジェクトマネージャーやプログラマーのような分野横断的な仕事であってもそれぞれオープン系・汎用系・制御系の小分類レベルに設定されている。

大分類「経営・企画・事務」の中で特に広告件数の多い中分類は一般事務・営業事務と総務・人事・法務である。一般事務の件数が多いのは、求人広告の基本契約が3職種になっていることに関係しているものと思われる。

営業職の小分類レベルには、法人営業・個人営業・ルートセールス・セールスエンジニア・MR・海外営業など営業の対象別・仕事の種類の項目が設定されている。企業によっては営業職の仕事内容が複数の項目に該当することがあるが、その場合は該当する職種を4つまで選択することで対応している。

5. 求人検索の流れ

職種別求人検索の方法は3つある。第1にトップページに表示されている大分類項目を選択する。第2にトップページの「職種一覧」を選択し、表示された大・中・小分類のいずれかの項目を選ぶ。第3にトップページの検索機能を利用して条件検索（用意されている条件は、職種・勤務地・年齢・キーワード・仕事の特徴など13項目）を行う。大半の求職者は第1の方法を選択している。大分類項目を選択すると中分類項目が表示され、その中から希望の項目を選ぶと求人情報が表示される仕組みになっているため、求職者は小分類項目を意識せずに求人情報を閲覧することができる。表示される件数が多いときには、小分類レベルの職種等を条件に設定して情報を絞り込むこともできる。

第1の方法を選択する求職者が多いということは、一般に求職者は必ずしも働きたい分野や就きたい仕事について明確な希望を持っているわけではなく、ある程度大まかなイメージを描いて求人探索をしていると考えられる。勿論、希望する分野・仕事が明確な求職者は、希望にあわせて特定の分類項目を選択して求人検索をしたり、条件検索を利用したり、あるいはキーワード検索を利用したりして効率的な求人探しをするものと思われる。

事例 No.7 (G 社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

- ①作成時期 2003 年
- ②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
ソフトウェア関連	8	21
電気・電子・その他技術	7	24
営業・企画・事務関連	6	28
販売・サービス関連	4	17
クリエイティブ関連	4	11
スペシャリスト・管理職	4	11
(計) 6	33	112

- ③広告掲載件数の多い分野
 - (1)営業・コンサルティング営業（法人対象）
 - (2)アプリケーション開発（オープン・WEB）
 - (3)一般事務・営業事務・セクレタリー

2. 分類体系の変遷

①基本的考え方

G 社は、1990 年代の半ば頃求人情報誌に使用されていた分類体系を参考にして初めて職種分類を作成している。サイトのトップページに表示される求人検索用職種はサイト閲覧者にとって分かりやすいことが何よりも重要である。当時はインターネットの黎明期であり階層化した構造を持つ分類体系にすると、サイト閲覧者にとって職種の構成が分かりにくくなると考えられた。そのため当初の分類構造は単層であった。分類項目の設定にあたっては、職種を網羅することよりも現実の広告掲載件数の多寡を重視した。

その後の改訂では、職種の細分化が中心になっている。たとえば、当初、営業職は 1 項目であったが、それが法人営業と個人営業に分化し、更にルートセールス・海外営業・技術営業などの項目が追加されている。職種を細分化するための条件は 3 つある。第 1 は広告掲載件数である。ひとつの項目に多数の求人広告が含まれると、広告効果が薄れると考えられる。広告効果を一定の水準に維持するためには、項目の分割が必要になる。第 2 は営業戦略である。営業担当者が増えてくると、さまざまな分野に営業活動を展開することが可能になる。この営業活動にともなう既存項目の分割や項目の新設が必要になる。第 3 は求人動向である。IT エンジニアや web 関係の求人のようにある時期に特定分野の求人が急増することがある。マッチングを意識すると求人動向に対応した分類項目の設定が必要になる。

上述した第 1 の条件に該当しても細分化が難しい分野がある。たとえば、法人営業やオープン系・web 系のアプリケーション開発は特に広告件数の多い項目であるが、これらの項目に位置づけられた求人情報は仕事内容が類似しているため、仕事の種類を基準にして職種を区分している関係上、これ以上の細分化は難しい。敢えて項目を分割した場合、その区分法が共有されないとサイト閲覧者の利便性を損なうことにもなりかねない。

求人情報を表示する際には、中分類単位にするのか、それとも小分類単位にするのかという問題がある。小分類単位にすると、表示される情報はサイト閲覧者にとって初めから選択の幅がある程度限定されたものになりがちである。G 社ではある程度幅のある選択肢を提供すべきであると考え、表示単位を中分類にしている。

②現在の体系

現在の分類体系は 2002 ～ 2003 年の求人動向にもとづいて分類項目を調整したものである。見直しの重点は、エンジニア（機械・電気・電子）とクリエイティブである。大分類項目は求人件数の

最も多い項目を最上位に配置し、以下順に項目を並べている。これはサイト閲覧者の視線の動きにあわせたものである。すなわち一般に視線は画面の左上から順に下に向かって移動するため、これにあわせて画面左上に求人件数の最も多い項目を配置している。

分類の見直しは、システムの更新等にあわせて数年に1度の割合で実施している。見直しのための情報源は、現実の求人ニーズや現場で営業活動に従事している営業担当者からの意見・要望などである。営業活動や制作を通じて既存の分類項目と求人ニーズとの間に不整合がある場合などに意見や要望が出てくることが多い。

③ 2006年改訂版

2006年中に改訂版の公表を予定している。項目の設定にあたっては、従前と同様に上述の3つの条件（広告件数、営業戦略、求人動向）に配慮しているが、今回の改訂の一番大きな特徴は分類構造を3層から2層に変更したことである。2層構造にしたのはサイト閲覧者の動線にあわせるためである。これまで求人検索では、まずトップページの大分類項目の一覧表から希望する項目を選択し、次に表示された中分類項目の一覧表から希望の項目を選ぶと求人情報が表示されるという流れになっていた。中分類単位の求人情報が表示されたとき、絞り込み検索で小分類レベルの項目を選択できる仕組みになっているが、小分類項目を利用する人は多くはない。これは、ある程度大まかな範囲でより多くの情報を収集したいという求職者の心理を表しているものと考えられる。しかし中分類レベルで求人広告を表示すると項目によっては広告件数が多く、広告効果が薄れてしまう可能性がある。そこで、求人情報の表示単位を小分類にするために今回の改訂では分類構造を2層にした。まず、大分類項目を選択すると当該大分類の下の小分類項目の一覧表が表示され、次に希望する小分類項目を選ぶと求人情報が示されるという仕組みに変えている。

大分類レベルの項目数は6から11に増えた。現行の6区分ではくくり方が大きすぎるため、サイト閲覧者が求人を探しやすいように、現行の大・中分類の項目を再編成して11項目にまとめた。一方、小分類レベルの項目数は112から107に減った。現在の小分類項目をそのまま移行するのではなく、全体を見直して細分化されすぎている項目は統合し、やや大きくくりになっている項目は分割した。結果として5項目の減少にとどまっているが、サイト閲覧者は画面上で職種を選択する場合、現行の35項目（中分類）ではなく107項目（小分類）の中からの選択になり、項目が相当細かくなったという印象を受けると思われる。

3. 求人の多い分野における分類項目の設定

広告掲載件数の多い項目は、営業・コンサルティング営業（法人）、アプリケーション開発（オープン・web）、一般事務・営業事務・セクレタリーである。これらの項目は従来から広告件数が多い。このうち広告件数の特に多いものは営業職とシステム開発である。いずれも広告全体の2割程度をしめ、2つの項目をあわせると全体の4割程度に達する。

営業職を区分する際の基準は大別すると仕事軸と業界軸がある。G社では仕事の違いにもとづいて営業職を区分している。これは営業職を希望する求職者の視点にあわせた区分法でもある。求人情報サイトの利用者は20歳代後半から30歳代前半層の人が多く（企業の求めている人材もこの年齢層の人が中心である）。仕事の選び方をみると、まず働き方（法人営業かそれとも個人営業かなど）を選択し、次にどのような商品を扱うのかを考える（業界の選択）。G社では、求職者の求人探索行動にあわせて仕事の対象と仕事の種類の2つの要素で営業職を区分している。前者にもとづいて法人営業・個人営業・ルートセールスなどを、後者にもとづいて海外営業・技術営業・MRなどの項目を設定している。

現行の分類と2006年改訂版を比べると営業職の項目数自体は同じだが、変更点が2つある。ひとつは現行版ではエンジニアに位置づけられているセールスエンジニアを営業職に移動したこと、もうひとつは現行版のルートセールスと内勤営業・カウンターセールスの2項目を統合したことである。

アプリケーション開発は、営業職に次いで広告件数が多い項目であるが、仕事内容はどれも類似しており、仕事の違いにもとづく細分化は難しいといえる。このため2006年改訂版でもこの項目をそのまま維持している。

4. 求人職種と職種分類上の項目との対応

求人広告に表示される募集職種は、営業担当者が広告効果の見込める名称を求人企業に提案して、両者で相談のうえ決めている。職種名は、仕事内容を反映するような名称にすることが基本であり、求職者に誤解を与えないこと、言い換えると求職者が仕事のイメージを描けるような名称にすることが重要である。このため職種名については、文章表現をしないこと、キャッチコピーで過度な修飾をしないことなどの内規が定められている。

求人広告と職種分類上の項目との対応を考えるのも営業担当者の役割である。職種分類上の位置づけは、営業担当者が広告効果を考慮して仕事内容に対応した分類項目を企業に提案し、後者の了承を得て決まる。仕事内容が複数の分類項目に該当するときには、主な業務・仕事内容に対応した分類項目に位置づけることが基本である。しかし、主な業務・仕事内容が複数の分類項目に該当するときには、2つの項目に位置づけることができる。しかし2つの職種コードが付与された広告は多くはない。

仕事内容が既存の分類項目に該当しないときには、2通りの処理が行われている。第1に、「その他」の項目に位置づける。第2に、仕事内容に一番近いと考えられる分類項目を選択する。現実には第2の選択肢をとることが多い。

5. サイト閲覧者に対する配慮

G社のサイトではトップページで求人情報を検索する場合、勤務地や希望年収などの検索条件を設定することもできるが、主たる検索条件として表示されているのは職種（大分類項目）である。他方、同業他社の求人情報サイトをみると、職種は勿論のこと業種・勤務地・年齢・キーワードなどさまざまな検索条件が表示されている。G社がトップページにキーワード検索を設けていないのは、サイト閲覧者のインターネットスキルにあわせて検索条件を設定すべきだと考えているからである。2003年のサイト・リニューアルのときにはキーワード検索は時期尚早だと考えられた。しかし、インターネットの利用が一般化した現在、この考え方を堅持する必要はなく、2006年の改訂版職種分類の導入にあわせて行うサイトのリニューアルではトップページにキーワード検索を設定する予定である。

絞り込み検索では、勤務地・雇用形態・希望年収・業種などを希望条件として設定することができる。希望条件のうち実際に多く利用されているのは勤務地である。したがってサイト閲覧者が求めているものは職種と勤務地で絞り込まれた求人情報であるともいえよう。絞り込み検索の結果、該当する求人広告の数が多い場合、広告の表示順は重要である。通常は新しいものの順である。しかし、広告効果の均等化という考え方に立つと、サイト閲覧者のニーズに応じて表示順を変更できるようにすることが望ましい。G社のサイトでは通常が表示順以外に他の表示順も選択できるようになっている。

事例 No.8 (H社)

ヒアリング対象の事業：求人広告の提供
事業の媒体：インターネット - 求人情報サイト

1. 職種分類の現状

①分類構造及び項目数

大分類	小分類
管理職	23
コンピュータ関連職	38
技術・研究・開発職	50
品質・生産・技術管理	13
建築・土木工事関連職	35
製造・生産・技能職	28
物流技術職	4
メカニック・警備・保守・修理	11
事務	76
営業	25
専門職	83
フード	18
ドライバー	12
理美容・医療	25
委託代理店	4
レジャー・遊技	17
販売・サービス	36
その他	14
(計)	18
	512

②広告件数の多い分野

- (1)営業職 (2)エンジニア（電気・電子・機械） (3)エンジニア（IT）
(4)事務部門（総務・人事）

2. 職種分類の変遷

①職種基準表

H社の求人広告事業の媒体は求人情報誌とインターネットの求人情報サイトである。それぞれの媒体は対象とする求職者層や求人の多い職種分野が異なっているため、全社共通の職種基準表から必要な項目を抽出して独自の職種分類を作成している。職種基準表には正社員募集媒体用とアルバイト募集媒体用の2種類がある。求人情報サイト用の職種分類は前者の職種基準表が下敷きになっている。

職種分類には、求人動向を反映した項目を設定することが求められる。既存の分類項目にあてはめるのが難しい仕事や人材ニーズが急速に高まっている分野の仕事などが増えてきたときには、それらの仕事を職種分類上の項目に適切に位置づけるために職種分類の見直しが必要になる。H社では必要に応じて適宜職種分類の見直しを行っている。見直しの結果、新たに設定されることになった項目はデータベース上では直ちに修正されるが、その変更がサイトの職種一覧に反映されるのはシステムやサイトの更新時になる。

見直しのための情報は、営業担当者からもたらされることが多い。既存の分類項目と求人ニーズとの対応関係に問題があるときには、その情報が寄せられ、その種の情報がある程度集まった段階で見直しの必要性が検討される。分類項目を追加する場合、職種基準表にこの項目が設定されているときには基準表からこの項目を抽出して追加する。しかし、職種基準表にこの項目が設定されていないときには、基準表にもこの項目を追加している。

②画面上での職種の表示

正社員募集媒体用の職種基準表は、大・中・小分類の3階層構造になっているが、その中から大・小分類レベルの項目を抜き出して2階層の職種分類を作成している。中分類を設定していないのは、業務運営上の必要性が乏しいためである。大分類レベルの18項目は職種基準表に設定されている項目と同一である。小分類レベルの項目は、職種基準表の小分類項目の中から主に広告掲載件数を基準にして抽出したものである。

求職者に職種を提示する場合、求職者にとって分かりやすい職種名・職種体系であることが求められる。そのためH社では職種分類を集約して求人検索用の分類を新たに作成している。分類構造は2階層で職種分類と同じであるが、トップページに表示されている9項目は大分類レベルの18項目を再編集したものである。9項目のいずれかを選択した後に表示される項目は小分類レベルの項目を整理したものである。

3. 求人の多い分野における分類項目の設定

H社では1990年代の半ば頃に求人情報サイトを開設している。当初の求人は、エンジニア、とりわけIT分野のエンジニアが中心であった。当時、営業職・事務職・サービス関連の職種で募集広告を出す企業は、主に求人情報誌を利用していた。しかし、その後それらの職種の募集広告が次第に求人情報サイトに移ってきたため、求人情報サイトにおけるエンジニアの比率は下がってきている。現在、広告掲載件数の最も多い分野は営業職である。次いで、エンジニア（電気・電子・機械）、ITエンジニア、事務職（総務・人事・経理）の順になっている。

営業職の小分類レベルには25の項目が設定されている。営業職の区分法はやや特異である。仕事の種類と業界区分の2つの分類基準が適用されている。25項目のうち19項目には仕事の種類が適用され、残りの6項目はすべて業界別のセールスエンジニアの項目である。セールスエンジニアが業界区分になっているのは、求人・求職者の共通項が業界であるからである。この区分法は、企業は同業界の経験者を求め、他方、求職者は同業界での転職を希望するという現実符合している。

セールスエンジニア以外の営業職の区分には仕事の種類が適用されているが、それはセールスエンジニア以外の営業職を希望する求職者が求人を探すときには業界区分よりも仕事区分のほうが探しやすいからである。仕事区分であっても、特定業界の求人情報を探す場合には絞り込み検索で業界を指定して必要な情報を収集することができる。また、業界にこだわらずに求人探しをする場合や他の職種から営業職への転職を考えている場合には、仕事区分のほうが幅広く求人情報を収集することができるというメリットがある。

4. 求人職種と職種分類上の項目との対応

制作担当者は、求人広告の原稿を執筆するとともに、広告に表示する職種名を考え、当該広告に対応する職種分類上の位置づけを決める役割を負っている。職種名は、制作担当者が企業側に提案して両方で相談のうえ最終的な名称が決まる。職種名の表記や長さなどについては規定があるが、それらの規定は読者の利益を損なわない範囲である程度柔軟に運用されている。たとえば、企業はできるだけ多くの求職者に広告をみてもらうために求職者の目を引く表現を考えがちである。それを反映して求人の特徴を記述した修飾語を仕事名や職種名に付ける広告が多くなってきた。このような表現は、情報の一覧性を妨げる可能性がなくはないが、許容範囲内であると考えられる。

広告には職種コードを3つまで付けることができる。仕事内容が複数の分類項目に該当するときや位置づけの難しいときには、複数コードが利用される。前者の場合には、主な仕事内容に対応する項目を3つまで選ぶことになる。後者の場合、そもそも大分類レベルの項目に対応させることができないときには、大分類「その他」に位置づけることになる。大分類レベルの位置づけは分かっても、小分類レベルに適切な項目が設定されていないときには、当該大分類の小分類「その他」に位置づける。現実には、職種分類コードは3つまでつけられるので、「その他」を選択した場合でも、それ以外に仕事内容に近いと考えられる分類項目を選択することが多い。

5. 求職者のサイト閲覧行動

H社のサイトでは、職種・勤務地・業種・雇用形態・経験・スキルなどの条件を設定して、あるいはキーワードを入力して絞り込み検索を行うことができる。これらの条件の中で最も多く利用さ

れているのは職種と勤務地である。この2つの条件で検索した結果、該当する広告の数が多いときには、更に条件に業種を追加して広告を絞り込んでいる。したがって、求職者はある特定の地域における特定職種の求人情報を幅広く収集することを求人探索の基本にしているといえよう。このことは求職者のサイト閲覧行動にも表れている。求人検索結果の一覧表示画面で求職者が視線を止めるのは、会社名・仕事名、応募要件、勤務地の3点である。この3点で興味のある広告は、表示を詳細画面に切り換えて求人内容を詳しくみているようである。

キーワード検索の利用はそれほど多いわけではない。利用される頻度の高い文字列は社名・業界名・語学（英語、中国語）・資格名などであり、ある一定範囲の文字列に収斂する傾向にある。

事例 No.9 (K社)

ヒアリング対象の事業：求人情報の提供

事業の媒体：インターネット - 求人情報検索サイト

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2006年

②分類構造及び項目数

大分類	小分類
ソフトウェア関連技術者	13
通信・ネットワーク関連技術者	9
電気・電子・半導体技術者	9
機械・自動車技術者	9
化学・化成品・素材技術者	6
営業関連職	15
管理部門専門職/事務	14
企画/マーケティング	8
サービス/販売/フード	14
医療・医薬/介護・福祉	19
クリエイター/デザイナー	10
建築・土木・不動産専門職	8
金融専門職	10
コンサルタント	9
会計・法律専門職	5
(計)	158

③項目の配列

大分類レベルの項目は、技術者、営業・事務等、専門職の順に配列している。各分野の中では、求人件数の多寡や人材採用の難易度等を考慮して配列を決めている。小分類レベルでは、基本的に求人件数の多い項目を上位に配置している。

④求人件数の多い分野

(1)ソフトウェア関連技術者 (2)営業関連職 (3)管理部門専門職/事務

2. 求人情報検索システムと職種分類

①職種分類の基本的考え方

K社のサイトで表示される求人情報は、主に企業の採用・募集情報である。これらの情報は、独自の求人情報検索エンジンを使ってインターネット上に公開されている企業のホームページから収集したものである。収集された情報は、システムを介して職種分類との関連づけが行われ、求職者の検索条件に応じて表示される仕組みになっている。

職種分類を初めて作成したときには、求人情報サイトや人材紹介会社のサイトで使われている職種分類を参考にしている。作成後、2回改訂している。現在の分類は2006年の改訂版である。これまでの改訂では、主に求人動向にあわせて項目の追加や名称変更などを行っている。2006年の改訂では、求人の実態にそぐわない項目名を変更するとともに、IT関連の職種を追加した。

職種分類で特に重要な点は次の2点である。第1は分類項目の精粗である。企業がインターネットで公開している採用・募集情報は数万件に及ぶ。項目を粗く設定すると、ひとつの項目に該当する求人情報の件数が多くなり、それを閲覧する求職者に負担を強いることになる。そのため項目はある程度細かく設定する必要がある。第2は分類階層の深さである。求人情報を職種別に検索する場合、幾層にもわたる階層を待つ分類構造だと求職者は階層ごとに希望する項目を選択して進まなければならない。このような分類では利便性が高いとはいえない。求職者を素早く求人情報の表示画面に誘導するためには浅い階層が望ましい。大・小分類の2階層なら2回クリックするだけで具体的な求人情報をみることができる。項目によっては求人情報の件数が多いこともある。しかし、勤

務地やキーワードなどの条件検索を設ければ、大量の情報が表示されるのを避けることができる。職種分類は「階層は浅く、項目は多く」が基本である。

小分類項目の名称は、現実の仕事に対応する名称というよりも一定範囲の仕事を含むカテゴリー名称の色彩が濃い。その名称を決める際には、求職者にとって分かりやすいかどうかという点も重要であるが、それとともに仕事の専門性を名称で表す場合には当該分野の専門用語にならざるをえないという面もある。

項目の見直しをするかどうかは、「その他」の項目に位置づけられた件数の動向がひとつの判断材料になる。見直しの際には、求人動向に適合的であって、求職者の利便性を高めるような項目を設定することが重要である。今後とも項目の細分化が進むものと思われる。

② 求人情報と職種分類との関連づけ

K社のシステムは大別すると求人情報検索エンジンと自動分類システムから構成されている。検索エンジンが収集する情報は、パート・アルバイトを除く正社員・契約社員の採用・募集情報である。検索エンジンが企業のホームページから取得した採用・募集に関する文字情報は、自動分類システムを介して職種分類上の項目との関連づけが行われる。関連づけは収集した情報の中に含まれる特定の文字列との対応関係で決まり、その精度はシステム辞書に依存している。そのため辞書の内容を充実させることが不可欠である。K社では分類不能と判断された求人情報の中から辞書に未収録の文字列を収集して辞書に追加している。

検索エンジンが取得した情報のうち7割程度のものは自動的に職種との関連づけが行われる。分類結果が適切であるかどうかは担当者が確認している。また、分類不能の情報についても担当者が内容を確認して処理方法を決めている。関連づけのできなかったものは、大別すると3種類ある。第1は辞書の情報が不足していたために分類不能になるケースである。この場合は、分類不能の情報の中から分類に有用な文字列を抜き出して辞書に追加している。この作業を蓄積することによって自動分類の精度を高めることができる。第2は分類項目が設定されていないために分類不能になるケースである。これに該当する求人情報は、大分類の位置づけを確認してから、その下の小分類「その他」に関連づけている。職種の見直しのときには、ここに位置づけられた求人情報を分析して必要な措置をとることになる。第3はホワイトカラー以外の職種のケースである。K社の対象とする情報はホワイトカラー職種の求人情報である。それ以外のものは情報を取得しても職種との関連づけは行われない。

求人情報が複数の職種に該当することがある。その場合には最大で2つの職種に関連づけることができる。たとえば営業職の求人で、営業活動にも従事するマネージャーの求人情報は大分類「営業関連職」の小分類「営業マネージャー・管理職」と業界別の営業職の2つの項目に位置づけられる。

3. 求人件数の多い分野における職種区分の考え方

求人件数の最も多い分野はソフトウェア関連技術者である。大分類「ソフトウェア関連技術者」は、実際の仕事の種類に対応して小分類項目が設定されている。ITの分野ではスキルが仕事遂行の制約条件になりやすい。企業は特定のスキルを持つ求職者を求め、他方求職者は特定のスキルを活かせる仕事を探している。双方のニーズを満たすためにはスキルの違いにもとづいて分類項目を設定することになる。その結果、たとえばアプリケーションソフトを開発する仕事は「webサイト・アプリ開発」と「モバイルサイト・アプリ開発」に分けて項目が設定されている。

2番目に求人件数の多い分野は営業職である。この分野は、業界別の営業職（10項目）と仕事別の営業職（4項目）で構成されている。このうち後者は、業界別区分にそぐわない営業職を別途区分したものである。設定されている4項目は、営業マネージャー・代理店営業・海外営業・内勤営業である。これらの項目に位置づけられる求人件数は営業職全体の1割程度であり、大半の求人情報は業界別の項目に関連づけられる。営業職を区分する際の基本は業界の違いである。これは同業界での転職が多いという現実を反映したものである。求人企業が同業界での経験者を求めるという現実を考慮すると、営業職は仕事のスタイルによる区分（法人営業・ルートセールスなど）よりも扱う商品・サービスを基準にしたほうがより適切な区分になると考えられる。ここで留意すべきは、業界別区分は産業分類的な視点を意味しているわけではないという点である。同じ名称の仕事でも業界によって仕事の内容が異なっている。たとえば、同じ法人営業でも金融機関の法人営業とメー

カーの法人営業では仕事の内容が違っている。この違いを職種分類に反映したものが業界別の項目である。つまり仕事の違いを職種区分の基準にすると、仕事のスタイルよりも業界の違いにもとづいた項目設定のほうが現実により適合的であると考えられる。

3 番目に求人件数の多い分野は事務部門の職種である。この分野は、事務管理部門の専門的職種と一般的な事務職で構成されている。項目の配列順は、求人件数と企業の人材ニーズを総合的に勘案して決めている。求人件数の多さを考えると、今後はこの分野での項目の細分化が必要になると思われる。

事例 No.10 (L社)

ヒアリング対象の事業：求人情報の提供

事業の媒体：インターネット - 求人情報検索サイト

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2004年

②分類構造及び項目数

大分類	小分類
SE・システムエンジニア	15
電気・機械・化学	16
不動産・建設・設備・環境	9
メディカル・バイオ・食品	15
金融	12
サービス・販売・サポート	15
営業	11
企画・マーケティング	7
事務・専門職	11
Web・クリエイティブ	11
コンサルタント	7
スペシャリスト	7
(計)	136

③項目の配列

サイト上では、求人ニーズの多寡や求職者の検索頻度などの要素を総合的に勘案し、更に表示上のデザインを考慮して大分類項目の配列順を決めている。

④求人件数の多い分野

(1)SE・システムエンジニア (2)電気・機械・化学 (3)営業職

2. 求人情報と職種分類

L社がホームページで提供している求人情報は、インターネット上に公開されている企業の募集・採用情報である。L社では独自の情報検索ロボットを開発してこれらの求人情報を毎日収集している。収集された情報は、そこに含まれる文字列が解析され職種・仕事内容・応募要件・勤務地などの項目ごとに分類・整理される。職種分類上の項目との関連づけが行われるのはこの過程である。このようにして整理された求人情報は、サイト閲覧者の検索条件に適合するものが画面上に表示される。

職種分類は、大・小分類の2階層で構成されている。分類項目は、ホームページ上の職種検索の項目とほぼ同一である。職種分類を初めて作成したときには、特に求人の実態と職種分類との乖離をできる限り小さくすることを重視している。L社の扱う求人情報はインターネットで公開されている企業の募集・採用情報である。その情報と職種とを的確に対応させるためには、求人の実態に即した分類にすることが求められる。収集した求人情報を分析して、その結果にもとづいて仕事を区分し、名称をつけ、そして階層構造を持つ分類体系に組み立てている。したがってL社の職種分類は、人材ニーズを収集する方法・分野が限定されているとはいえ、社会一般のおおよその人材ニーズを映し出す鏡と考えることもできよう。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

職種分類に設定された項目は、求人動向に対応していることが望ましい。したがって求人動向が変化した場合、それを分類項目に反映させるための見直しを行う必要がある。見直しのための情報源は主に2つある。ひとつは求人情報の件数が増加している職種である。件数が大幅に増加している職種は、既存の項目を分割して独立した項目として設定されることになる。もうひとつは、「その他」の項目に分類された求人情報である。ここに分類された職種のうち件数の多いものは新たな

分類項目として独立することになる。

職種分類の作成後、2004年に最初の見直しを行っている。この見直しでは求人件数の増加にあわせて小分類レベルにおける項目の新設・分割・移動を行っている。新たに項目が設定された分野は、IT・不動産・サービス・メディカルである。ITの分野では「テスト・評価・品質管理」が追加された。この項目に含まれる求人情報は元々「その他」に分類されていたが、求人件数が多いため「その他」から独立させたものである。不動産の分野では、CADオペレーター・不動産鑑定士の2項目が新たに設けられた。サービスの分野では既存の項目を分割してブライダルの項目を設定している。ブライダル関連の求人は、従来他の項目名のもとに分類されていたが、求人件数が増えていることから当該項目を分割して独立させたものである。また、大分類「スペシャリスト」に設定されていた医師の項目は、メディカルの分野に移動した。医師は従来、一般企業での求人が多く、そのためスペシャリストの項目に分類していたが、病院の医師の求人が増えてきたためにメディカルに移動したものである。なお、大分類「スペシャリスト」に含まれる職種は、弁護士・公認会計士・司法書士・通訳・教員などの専門職である。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の多い分野は、SE・システムエンジニア、電気・機械・化学、営業である。このうちエンジニアの求人件数は従来から多く、これに営業職を加えた上位3項目の順位は、ここ数年大きな変化はみられない。大分類レベルでは顕著な変化がみられないとはいえ、小分類レベルの項目をみると基調が変化しているものがある。たとえば、IT分野ではオープン系SEに対する需要は拡大基調にあり、逆に汎用機系SEの求人は減少傾向にある。

営業職の位置づけは大別すると2つある。第1に、特定の分野の営業職は、それぞれの分野に対応する大分類レベルの下に設定された小分類項目に位置づけられる。たとえば、セールスエンジニアは、大分類「SE・システムエンジニア」と大分類「電気・機械・化学」の小分類レベルに設定されている。また、金融関係の営業職は大分類「金融」、MRは大分類「メディカル・バイオ・食品」の小分類にそれぞれに項目が設けられている。第2に、それ以外の分野の営業職は大分類「営業」に位置づけられる。

大分類「営業」の小分類レベルには11の項目が設定されている。そのうち9項目は業種別の営業職である。残りの2項目は海外営業とその他である。したがって、海外営業以外の営業職の仕事はいずれかの業種別項目に位置づけられることになる。各業種はこれら9項目と対応づけられており、項目によっては、たとえば「営業（サービス）」のように多くの業種を含むものがある。なお、ここでいう「業種」とは、産業分類的視点に立った事業活動の区分ではなく、独自の市場調査の結果にもとづいて区分した業界を指している。

営業職の区分を業種別に行っているのは転職活動の進め方に配慮しているからである。転職を考えるとときには、まず同業界での仕事探しから始めるのが一般的である。そのため求職者にとって求人情報の入口は業種別のほうが分かりやすいといえる。勿論、法人営業やルート営業など仕事のスタイルで求人情報を探したいと考える人もいる。そのような人は、キーワード検索を利用して特定の種類の情報だけを表示させることができる。業種別の入口から入って、仕事スタイル別の求人情報をみることもできれば、逆に仕事スタイル別の入口から入って業種別の求人情報を収集することもできる。このように業種と仕事スタイルが相互補完的になっているので求職者は求める情報に素早くたどり着くことができる。

事例 No.11 (M社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介

紹介業務従事者の業務分担 : 求人・求職者関係の業務は担当分野によって兼務又は分業

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2004年

②分類構造及び項目数

分類段階	大分類	中分類	小分類
項目数	7	43	178

③職種のくくり方

分類体系の基本構造は、業種×職種のマトリックスになっている。大分類レベルには主に業種別の項目、中・小分類レベルには職種別の項目が設定されている。

④求人件数の多い分野

(1)営業職 (2)経理職 (3)システムエンジニア

2. 職種分類と求人検索用職種

M社のサイト上に表示されている求人検索用職種は、職種分類に設定された項目を組み換えたものである。上位及び下位の階層に区分された項目は、それぞれ大分類項目・中分類項目を新たな項目にくくり直したものである。ホームページは求職者との親和性を高めることが重要であり、この観点から求人検索用職種は求職者にとって分かりやすい体系になるように編集されている。求人は、業種で分けたほうが探しやすい分野と仕事の種類で分けたほうが探しやすい分野がある。前者にはエンジニアなどの特定分野における職種、後者には営業職や事務部門の仕事など企業横断的な職種がある。この考え方にもとづいて求人検索用職種分類の上位階層には業界別の項目と企業横断的な項目が設定されている。一方、下位階層の項目は上位階層が業界別項目のときには仕事の種類別に、上位階層が企業横断的な項目の場合には業界別又は職種別に設定されている。このように職種は業種と仕事の種類のマトリックスとして把握されている。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

最初に職種分類を作成したときには単層の構造であったが、2004年の全面改訂で大・中・小分類の3階層で構成される分類体系になった。改訂にあたっては、人材紹介会社の集合サイトで用いられている職種体系や同業他社の職種分類を参考としている。この抜本的改訂の背景にあるのは当時の向こう3年間の事業計画である。組織を拡大して求人件数・求職登録者数が増加すると、ある程度システム上でマッチングをする必要性が高まってくる。職種分類は、そのマッチングの適切性を担保するための手段のひとつとして考えられている。設定する職種の範囲・分野はどの程度にするのか、求人を分類体系上の項目に適切に位置づけるためにはどの程度の項目の細分化が必要か、求職者にとって分かりやすい職種の区分はどのようなものか、などの点を考慮して分類項目を設定している。それらの項目を体系的にかつ分かりやすくまとめたものが現在の3階層構造の分類体系である。

分類体系は、上述したように業種と職種の組み合わせで構成されている。その基本構造は、大分類レベルが業種別項目、小分類レベルが職種別項目である。中分類は分野によって業種別項目のものと職種別項目のものがある。大分類に設定されている項目は、IT、電気・電子、メディカル、金融など業界のくくりに対応している。

2004年の全面改訂後も必要に応じて修正を行っている。2005年には金融部門の項目を大幅に変更している。それまで金融部門は大分類「金融」の中分類に業界別の項目(銀行、証券、生保・損保など)、小分類に仕事別の項目(フロント、ミドル・バックオフィスなど)が設定されていた。しかし、この枠組みを維持したまま管理部門・運用・ファイナンス・ホールセール・リテールなどの企業横断的な職種を追加すると小分類の項目数が大幅に増え、また金融部門全体として職種体系が分かりにくくなることが懸念された。これらの点を考慮して、中分類はすべて職種別項目に変更している。この結果、小分類の一部が業種別項目になり、従来の業種×職種の枠組みとは逆の順序に

なった。

各分野の小分類レベルには「その他」の項目が設定されているが、ここに位置づけられた求人案件の種類や件数は、職種を見直す際の情報として利用される。また、求人票を点検したとき不適切な項目に位置づけられていた求人案件の情報も同様に職種見直しの際に検討材料となる。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の最も多い分野は営業職である。営業職は、業界別に設定された各大分類項目のものと小分類レベルに設定されている。営業職という項目の下に業界別の営業職が位置づけられているわけではない。IT 分野の営業職は IT の大分類項目の下の小分類に、電気・電子分野のセールスエンジニアは電気・電子の大分類項目の下の小分類に、MR はメディカルの大分類項目の下の小分類にそれぞれ位置づけられている。

営業職を希望する求職者の視点はさまざまである。業界を絞らずに広く営業職の仕事を探している人もいれば、同一業界内での転職を希望する人もいる。求人検索性職分類は求職者の多様なニーズに対応できるように業種別項目と職種別項目の両方が設定されている。求職者は業種・職種のいずれから検索しても営業職の求人にたどり着くことができる。

営業職に次いで求人件数の多い分野は経理である。経理の仕事は、大分類「管理部門」の中分類「経理・財務」に該当するが、この中分類項目の小分類レベルには連結決算、英文会計など機能別・スキル別の項目が設定されている。

5. 求人票と職種分類

求人票に記入された職種名は、通常、コンサルタントが企業ヒアリングをしたうえで記入したものである。職種名は、社会あるいは当該業界で一般的に用いられている名称や求職者にとって分かりやすい名称であることを基本にしている。同一名称であっても企業によって仕事の範囲・内容には独自性がみられる。この点を明確にするため求人票の仕事内容の欄には詳細な情報を記述することが求められる。適切な職種名をつけることも重要であるが、仕事内容を具体的かつ詳細に書くことのほうがより重要である。

求人職種を職種分類上の項目に位置づけるとき、仕事内容が複数の分類項目に該当する場合には、4 項目まで選択することができる。これは仕事内容の違いをマッチングに活かすための措置でもある。また、いずれの分類項目にもあてはまらない場合には、「その他」の項目に位置づけることになる。

6. マッチングと職種分類

M 社のホームページでは、求職者が求人案件を自主的に選択できるように職種別の求人検索だけでなく、年収・年齢・勤務地などによる絞り込み検索とフリーワード検索もあわせて提供している。

職種分類の精粗はマッチングの効率に影響する。職種を細かく区分すればするほど、使い勝手が悪くなる。すなわち求人職種・求職者の希望職種と分類項目との一対一対応が難しくなり、複数の項目との対応あるいはいずれの項目にも該当しないということにもなりかねない。かといって職種の区分が粗すぎると、マッチングに不便である。職業紹介に用いる職種分類では、精粗の一方に偏らないでバランスのとれた項目をいかに設定するかが特に重要である。

事例 No.12 (N社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介

紹介業務従事者の業務分担 : 求人関係の業務と求職者関係の業務を兼務

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2004年

②分類構造及び項目数

大分類	小分類
IT・通信・インターネット関連	16
電気・電子・半導体関連	8
機械・メカトロニクス・自動車・輸送機器関連	6
化学・バイオ・素材・化成品関連	6
医療・メディカル	9
食品関連	5
建設・設備・不動産関連	2
営業・海外営業	18
経営職・経営企画(事業企画)	3
シンクタンク・コンサルティング	5
事務系スペシャリスト	9
金融系スペシャリスト	7
サービス・流通・消費財・アパレル系スペシャリスト	7
印刷・広告・メディア・スペシャリスト	4
アミューズメント関連スペシャリスト	6
その他	1
(計)	112

③求人件数の多い分野

(1)IT技術者 (2)営業職

2. 人材紹介会社と職種分類

人材紹介会社の職種分類に対する考え方は大別すると2つある。ひとつは業務効率を向上させる手段として職種分類を考える会社である。求人件数・求職者数の多い紹介会社では、細かな分類項目が設定された職種分類を作成している会社が多い。それは、紹介業務の効率を高めるためにはデータベース上である程度精度の高い一次マッチングを行う必要があるからである。もうひとつは、求職者面談を重視する立場から職種分類を考える会社である。求職者面談を通じて適切な求人を紹介するためには、求職者を求職登録に導くことが前提になる。求職者は、求人検索で自分の希望に対してある程度の量・種類の求人情報があることを確認できれば求職登録に進むものと思われる。この求人検索に用いられる項目(職種)は、細かすぎず粗すぎず、求職者が希望職種の選択に迷わない程度の細かさであることが求められる。求人検索の項目が細分化されすぎていると項目の選択に迷い、逆に項目が粗すぎるとひとつの項目の求人件数が多くなり、求人情報の閲覧に負担を強いることになるからである。N社はこれら2つの考え方のうち後者の立場に立っている。

職種を細分化しすぎると、それが逆に短所にもなりかねない。つまり、職種を細かく設定しすぎたために求職者の経験や希望に合致する項目がなかったり、経験や希望が複数の項目に該当したりするというケースが起こりがちである。これに対してN社は職種分類には2つの条件を求めべきであると考えている。第1は求職者の視点、つまり分かりやすさである。職種の体系と名称は求職者にとって分かりやすいことが求められる。第2は項目の数である。分類項目は企業の人材ニーズを適切に位置づけ、かつ求職者が自分の希望する職種を迷わずに選択できる程度の数にとどめるべきである。

3. 求人検索用職種

①表示上の職種

N社の職種分類は大・小分類の2階層構造であるが、ホームページの求人検索用職種カテゴリーは大・中分類レベルの項目で構成されている。大分類カテゴリーは大分類項目を、中分類カテゴリーは小分類項目をそれぞれ集約してカテゴリー化したものである。大分類レベルの16項目は9項目に、小分類レベルの112項目は41項目にそれぞれ集約されている。このように大・小分類項目を組み換えているのは、小分類をすべて表示すると求職者にとって職種の全体像が把握しにくくなり、かえって分かりにくくなるからである。項目の集約にあたっては分かりやすさを重視している。

②求人検索

求人情報の絞り込み検索には職種・勤務地・募集年齢の3条件を設定することができる。このうち実際に多く利用されているのは、職種と勤務地である。求職者は、必ずしも自分の可能性を始めから絞り込んで特定職種の求人情報を収集しているわけではなく、さまざまな種類の求人情報を幅広く収集することに主眼を置いているようである。

4. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

①改訂のプロセス

N社では職種分類を初めて作成してからこれまでに数度見直しを行っている。現在の分類体系は2004年の改訂版である。累次の見直しでは、主に項目の細分化が進められてきた。分類の改訂は、既存項目だけでは企業の人材ニーズを的確に位置づけられなくなったときに着手されている。改訂に必要な情報は、コンサルタントから収集している。既存項目の分割・新規項目の追加・項目名称の変更などさまざまな意見が出されるが、それらの意見はコンサルタント全員の共通基盤となりうるかどうかという視点から検討され、最終的な改定案が確定する。つまり分類項目の変更は、当該分野を担当するコンサルタントだけではなく、それ以外の分野のコンサルタントも理解できるものであることが求められる。

②前回の改訂

2004年の改訂では従前の分類体系の抜本的な見直しが行われた。改訂のポイントは2つある。第1は分類構造の変更である。従前の体系は、単層構造で業種と職種の混在した項目が並列に並び、求職者にとって体系が分かりにくかった。まず、それらの項目を職業の分野を基準にして大きくりの名称で区分し、次に大きくりの名称のもとに位置づけられる項目を小分類項目として整理した。その結果、全体としてみると大分類レベルには大きくりの業界別項目が設定され、小分類レベルには仕事別の項目が位置づけられている。しかし、企業横断的な仕事については、その逆に大分類が仕事の種類、小分類が業界別項目になっている。

第2は項目の細分化である。さまざまな分野で仕事の範囲が比較的狭い項目が設定されているが、その傾向が特に顕著な分野はITと営業職である。ITの分野ではエンジニアの項目を大幅に追加している。2004年改訂の前の改訂は1990年代後半に行われ、当時のIT業界の人材ニーズを反映してエンジニアの項目は少数にとどまっていた。改訂作業では、2004年当時のIT分野における仕事の細分化にあわせて多数の項目を追加した。同様に、営業職の項目も大幅に増えた。営業職は従来から業種別の項目設定になっているが、この視点を更に強めて項目を追加した。これ以外にも、医薬・メディカルやシンクタンク・コンサルティングの分野でも求人ニーズにあわせて項目を追加している。

5. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の多い分野は、ITと営業である。両分野とも以前から求人件数の多い分野である。IT分野の項目は、求人件数の多寡に対応した設定になっている。項目数が特に多いのはエンジニアである。小分類16項目のうち10項目はエンジニア関係の仕事である。エンジニアの項目は仕事の種類にもとづいて区分されている。

営業職の仕事は、業界を問わずすべて大分類「営業・海外営業」に位置づけられる。したがってセールスエンジニアやMRなど特定業界の営業職の位置づけは、業界別の他の大分類項目ではなく「営業」の大分類である。営業職の区分法には、業界別区分と仕事のスタイル・機能別区分がある。N社が前者の区分法を採用しているのは、求職者の便宜を考慮しているからである。同社に求

職登録する求職者はある程度仕事経験があり、仕事に対する希望が比較的明確な人が多い。これらの求職者は、仕事の種類に加えて業界を考慮した「仕事×業界」の2軸で仕事探しを考えている。たとえば法人営業の経験者は、単に法人営業の仕事を探しているわけではなく、多くの場合「〇〇業界の法人営業」の仕事を探している。このため求職者にとって求人情報の入口は営業職のスタイル別よりも業界別のほうが分かりやすい。営業職は、業界の区分に沿って15の項目に細分化されている。

6. 求人職種と職種分類上の項目との対応

N社の職業紹介業務はコンサルタントが担っている。コンサルタントは、自分の専門領域としてメインの業界を持ち、それ以外にサブの業界を担当している。求人票はコンサルタントが作成することが多い。コンサルタントは求人票に記入する職種名を決めるとき、求職者にとって分かりやすいかどうか、求職者が仕事の具体的なイメージを描けるかどうか、求職者に関心を持ってもらえるかどうか、といった点を考慮している。

求人案件に職種分類コードを付与するときには、まず応募要件にもとづいて該当する項目を選択し、次に職務内容に対応する項目を選んでいる。応募要件に該当する項目を優先して選択するのは、求職者の経験と求人案件の職務内容が一致したとしても求職者が応募要件を満たしていない場合には求人企業に推薦するわけにはいかないからである。ほとんどの場合、応募要件と職務内容に対する職種コードは同一である。応募要件や職務内容が複数の分類項目に該当するときには、3つまで職種コードを付けることができる。この場合にも応募要件に該当する職種を優先して選択することになる。

既存の分類項目に関係づけることが難しいときには、職務内容の近い項目を選択する。各大分類項目のものの小分類レベルには「その他」の項目が設定されているが、職種別求人検索で「その他」を積極的に選択する人は多いとは考えにくい。求職者に当該求人情報をみてもらうためには「その他」に位置づけるよりも職務内容の近い項目に関係づけるほうが適切だと考えられる。

7. 求職者と職種分類

職種分類は、求人の区分だけではなく求職者の希望職種及び経験職種を区分するときにも用いられている。いずれの職種についても3項目選ぶことができる。複数の項目選択を認めているのは、やや広い範囲の中で求職者の希望・経験職種に適した求人を探すためである。また、求職者に対して転職の選択肢を幅広く提供するためでもある。

職種分類は主に企業の人材ニーズにもとづいて項目が設定されている。このため求職者の経験・希望職種を分類項目に対応させるとき判断の難しい場合がある。たとえば、企業の人材ニーズがほとんどない分野での仕事経験のある求職者を位置づけるときや転職回数が多くそのたびに異なる仕事に就いている求職者を位置づけるときなどには仕事経験と分類項目の対応をとることが難しい。

事例 No.13 (P社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介
紹介業務従事者の業務分担 : 求人関係の業務と求職者関係の業務を兼務

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2005年
- ②分類構造及び項目数

大分類	小分類
IT・通信・インターネット関連	9
電気・電子・半導体・機械関連	7
建設・設備・不動産関連	3
素材・化学・バイオ・食品関連	1
メディカル関連	2
金融関連	5
コンサルティング関連	5
流通・サービス・消費財関連	4
営業・営業支援関連	8
事務・企画・管理部門関連	17
(計)	10
	61

- ③項目の配列

全体の構成は、業種特有の職種が上位に、業種横断的な職種が下位に配列されている。更に、前者の中ではまず製造業特有の職種（エンジニア）、次いで非製造業の職種の順に配置されている。

- ④求人件数の多い分野

(1)IT 関連 (2)事務・管理部門 (3)営業職

2. 職種分類の基本的考え方

求職者がひとりでマッチングの判断をする場合、その方向は自己評価・自己認識の内容によって大きく変わることがある。しかも偏りのない的確な自己評価・自己認識をすることは難しい。そのため適切な判断を行うことはいよいよ難しくなる。P社ではマッチングの判断を適切に行うためには、コンサルタントの支援・助言が欠かせないと考えている。つまりコンサルタントとの面接・相談過程がマッチングにとって極めて重要である。この面接・相談過程の入口がホームページ上の職種別求人検索である。P社では求人情報と求職者とのマッチングを意図して求人検索の機能を提供しているわけではない。求職者を登録に誘導するための道具立てが求人検索である。したがって求人検索に用いられる職種分類はマッチングを意識して体系化や項目の設定が行われているわけではない。職種分類の構成と項目は、求職者が直感的に理解できることが望ましい。項目が細かすぎると求職者は迷い、粗すぎると求める情報にたどり着くまでに手間がかかりすぎる。ほどよい細かさが求められている。そのような職種分類であれば、ひとつの画面ですべての項目を表示でき、視認性・一覧性を高めることができる。また、2階層の構造であれば、下位の項目を1度クリックするだけでその分野の求人情報を表示でき、求職者にとって使い勝手のよい分類になる。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

職種分類は職業紹介事業を開始するときに同業他社（職業紹介事業者及び求人広告事業者）の職種分類を参考にして作成している。そのときの項目数は現在の半分程度である。その後、システムの更新にあわせて3回見直しを行っている。改訂の過程は次の通りである。コンサルタントから要望をとりまとめる → それにもとづいて改訂案を作成する → 改訂案に対するコンサルタントの意見を収集する → 最終的な調整をする → 変更を確定する。これまでの改訂では求人動向に対応した項目の追加や既存項目の分割が中心になっている。したがって求人件数の多い分野では相対的に細かな項目設定になっており、逆に求人件数の少ない分野では粗い項目設定になっている。

コンサルタントにとっての使いやすさ（すなわち、求人案件を適切に位置づけられること）を優先すると、求人動向と分類項目との関連づけを密にするという考え方にならざるをえない。しかし、項目の設定にあたってはコンサルタント側の視点だけを考慮しているわけではなく、求職者が求人を検索するときの負担を軽減することも考慮に入れている。項目が多すぎると検索に不便であり、また少なすぎるとひとつの項目に含まれる求人件数が多くなり希望分野の求人を見つけにくくなる。求人件数の実態に即しつつ、同時にコンサルタントと求職者の両者の視点に配慮して適切な数の項目になるようにしている。

2005年の改訂では、数量基準（求人件数及び求職登録者数）にもとづいて既存項目の分割・統廃合を行った。求人件数・求職登録者数ともに多い分野では項目の分割や新設を行い、どちらかが極めて少ない分野では項目を整理した。たとえば、分割には「広報・広告」→「広報」・「広告」、「法務・総務」→「法務」・「総務」などの例がある。新設項目には、「社内IT」、「マーケティング」、「バック・ミドルオフィス」などがある。また、求人件数の少ないメディカルや素材・化学・バイオ・食品の分野では項目を整理した。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の多い分野は、IT・管理部門・営業である。分類項目は基本的には求人動向に対応して設定されているため、これらの分野に設定された項目の数は他の分野のそれに比べて相対的に多い。

大分類「営業・営業支援」の小分類レベルに設定されている項目は業界別の区分になっている。大きくりの業界区分で7つの項目が設定されている。営業職の求人案件は、法人営業やルートセールスなど仕事のスタイルを問わず仕事の行われる業界分野にもとづいてこれら7項目のうちいずれかに位置づけられることになる。たとえば、印刷営業や広告営業の求人は、「流通・サービス・消費財」の項目に位置づけられる。

営業職の仕事を区分する場合、その基準には業界と仕事スタイルの2つが考えられる。P社では、営業職の転職は同業界での転職が多くマッチングの便宜を考慮すると業界区分を基本にすべきであると考えている。しかし、仕事のスタイルも重要な要素である。そこで業界と仕事スタイルの2つの要素で営業の仕事を定義すると、マトリックス形式の表示にならざるをえない。ところが、現在の職種分類はひとつの要素を基準にして項目を区分しているため、現行の分類体系のままでは2つの要素で定義される項目を設定することは難しい。

5. 求人職種と職種分類上の項目との対応

求人票を作成するのはコンサルタントである。求人票の職種欄に記入された名称は企業側がつけることが多い。基本的には企業の希望する名称をそのまま採用しているが、仕事や応募要件の特徴を補足情報として括弧書きで添えることもある。求人職種と職種分類上の項目との対応関係を判断するのは主にコンサルタントである。仕事内容によっては複数の項目に該当することもあるが、その場合職種分類上の位置づけは3項目まで認めている。複数の項目に位置づけるときには、単に複数の項目を選択するのではなく、主たる仕事内容に対応する項目をメインの職種とし、それ以外の仕事内容に対応する項目をサブの職種として指定する。たとえば、総務の求人主たる仕事が総務関係の仕事で、それ以外に経理の仕事を含む場合には、メインの職種として総務に位置づけ、サブの職種として経理に位置づけることになる。

仕事内容が既存の分類項目にはあてはまらないときには、小分類レベルの「その他」に位置づけるのではなく、仕事内容に近い項目を選ぶようにしている。求人情報は求職者の目に触れることが重要である。その意味で求職者との接点を始めから小さくする「その他」に位置づけることは適当ではない。仕事内容に関係すると思われる分野の項目をメインの職種として選び、「その他」をサブの職種にすることもある。「その他」だけに位置づけられる求人はほとんどない。

事例 No.14 (Q社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介

紹介業務従事者の業務分担 : 求人・求職者関係の業務は担当分野によって兼務又は分業

1. 職種分類の現状

①改訂時期 2003年

②分類構造及び項目数

大分類	小分類
営業・販売関連職種	9
事務・管理系職種	15
IT系エンジニア	19
電気・電子・半導体系エンジニア	8
化学・素材・繊維系エンジニア	7
機械・メカトロ・自動車系エンジニア	10
メディカル・バイオ・食品関連職種	21
流通/外食関連専門職種	8
広告関連専門職種	8
建築・土木・不動産関連専門職種	11
ファッション関連専門職種	5
コンサルティング関連専門職種	5
メディア/クリエイティブ関連専門職種	9
金融関連専門職種	10
その他	1
(計)	146

③項目の配列

大分類項目は、企業横断的な職種・エンジニア・専門職の順に配列されているが、それらの分野に属する大分類・小分類項目の配列順には特段の意味づけはない。

④求人数の多い分野

(1)営業職 (2)事務・管理系職種 (3)ITエンジニア

2. 職業紹介と職種分類

職種分類は、主に求人・求職者の職種別区分に用いられている。企業の人材ニーズに的確に対応するためには、まず求人案件を職種分類上の項目に適切に位置づける必要がある。しかし、職種分類がシステムの中に組み込まれている現状では職種の変更を必要に応じて適宜行うことは難しい。現実には、システムの更新にあわせて職種の見直しを行っている。業務にコンピュータが導入されて以降、職種分類の見直しは3～5年程度の間隔になっている。

一方、求職者に対しては希望する職種の求人案件に素速くたどり着けるようにすることが重要である。しかし職種分類が階層化されていると、職種別求人検索は数段のステップを踏まなければならないのが一般的である。まず大分類を選択し、次に選択した大分類の中の中・小分類を選択することになる。Q社では求職者の手間を省くことを重視して、職種分類の全項目を画面上に表示している。求職者は職種別検索画面で希望職種を選択するだけで（つまりワンクリックで）当該職種の求人案件をすべてみる事ができる。

Q社のホームページにアクセスしてくる求職者のニーズは一様ではない。希望職種がある程度明確になっている求職者にとっては、現在のような職種分類の一覧表示は手間のかからない使い勝手のよい方法であろう。しかし、求人動向に対応して職種の細分化を進め、項目数が増えると求職者は職種を選びづらくなる事が考えられる。また、希望職種が必ずしも絞り切れていない求職者にとっては、現在のような小分類を選択する方法では、何種類もの職種を1件ずつ選ばなければならず職種の一覧表示は使いづらいと思われる。この場合には、複数の小分類項目をあわせたようなやや大きくくりの項目の設定が望ましいだろう。今後、職種別求人検索は求職者の多様なニーズに対応

した方法が求められるものと考えられる。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

2003年に職種分類の全面改訂を行っている。この改訂では小分類項目の追加が中心になった。分類構造は大・小分類の2階層で従前の分類と同一である。分類項目が追加された分野は、IT、電気・電子、金融、メディカル等である。小分類項目を追加した理由は主に2つある。第1は求人動向に対応するためである。Q社は、従来からエンジニアの求人案件が多く、この分野でマッチングを効率的に行うためには、職種を細かく設定することが必要である。見直しでは求人動向にあわせてエンジニア関係の職種を追加した。第2は事業戦略との関係である。新たに営業活動を展開する分野を戦略的見地から特定し、当該分野での職業紹介に必要と考えられる職種を設定した。ITや金融がこれに該当する。Q社では、業種別に編成された営業部門が担当分野での営業活動を担っているが、ここ数年は特にITや金融・メディカル・ファッションなどの分野での営業活動を強化している。

4. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の多い分野は、営業職、事務・管理部門、ITである。従来から営業職と事務・管理部門の求人は多く、それに次ぐのが製造業のエンジニアであった。しかしここ数年IT関連の求人が大幅に増えている。これらの職種の分類構造は次のようになっている。まず、営業職では仕事の機能・スタイルで職種を区分している。設定されているのは、法人営業・リテール営業・海外営業・内勤営業の4項目である。業界別に項目が設定されていなくても条件検索で業種を選択できるので、求職者にとってそれほど不便ではないと思われる。営業職全体の求人件数は多いものの、勤務地と業種で絞り込み検索を行えばある程度の数に絞ることができる。

事務・管理部門では仕事の種類にもとづいて項目を設定している。人事と総務はそれぞれ独立した項目として設定されることが多いが、Q社では両者をひとつの項目（「人事・総務」）にまとめている。これは一方の仕事経験を他方の仕事に生かせると考えているからである。

IT関係の職種は仕事の目的別に項目が設定されている。たとえばシステム開発のSE・プログラマーは、開発対象の違いによってオープン系・汎用系・制御系・Web系に区分されている。

5. 求人職種と職種分類上の項目との対応

求人票に記載される職種名は、企業側が決めることもあれば、企業と営業担当者が相談のうえ決めることもある。前者の場合、求職者にとって分かりにくいと思われるときには営業担当者が一般的名称を括弧書きで挿入するなど表現を修正してからホームページに掲載している。

求人職種を職種分類上の項目に位置づけるのは営業担当者である。位置づけは、職種名称や仕事内容から判断する。求人が複数の項目に該当すると考えられるときには複数の項目に位置づけることができる。位置づけの数に制限はなく、対応すると考えられるすべての項目に該当させることができる。求人に関連する職種が職種分類に設定されていないときには、求人の仕事内容に最も近いと考えられる項目を選択するのが通常の処理の仕方である。各大分類項目の小分類レベルには「その他」の項目が設定されているが、この項目に位置づけるのは例外的な場合である。「その他」に位置づけるよりも既存の項目に位置づけたほうが求職者にみてもらえる可能性が高いからである（職種別求人検索をするとき、「その他」を選択する人は多くはないと思われる）。「その他」は、元々、既存の項目との対応関係をとることが難しい求人を位置づけるために設定されているのではなく、2003年の改訂時に従前の分類項目のうち新分類への移行が難しいものを一時的に位置づけるために設定されたものである。

事例 No.15 (R社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介

紹介業務従事者の業務分担 : 求人関係の業務と求職者関係の業務は分業制

1. 職種分類の現状

①作成時期

現在の分類体系の骨格は1990年代半ばに作成されている。

②分類構造及び項目数

分類段階	職種領域	大分類	中分類	小分類
項目数	3	19	70～80	400程度

③分類体系

4階層のツリー構造が基本であるが、分野によっては3・4階層目がマトリックス（「仕事の種類×業界」など）で構成されている。

④項目の配列

ホームページ上の求人検索用職種（12項目）は大分類項目を集約したものである。求職者確保の必要性等を考慮してエンジニア関係の項目が上位に配置され、それ以外の項目はエンジニアの後に位置づけられている。

⑤求人件数の多い分野

(1)エンジニア（IT、電気・電子、機械・化学） (2)営業職

2. 職種分類の基本的考え方

①職種分類とマッチング

R社ではマッチングの視点から職種分類を作成している。職種分類は求人と求職者を結ぶ架け橋の役割を負っており、分類項目はマッチングに寄与すると考えられる要素にもとづいて設定されている。また、項目を変更する場合にはマッチングを促進するか否かという視点を重視している。項目を追加・分割しないと適切なマッチングが難しいときには項目が新設され、逆に求人件数の少ない分野では項目が統合されることになる。換言すると項目の区分や細分化は営業戦略の視点から行われている。したがって求人件数や求職登録者数は、項目の設定・変更を判断する際の補足的な情報にすぎない。

②マトリックス型職種分類

職種分類は職種領域と大・中・小分類の4階層構造になっている。職種領域は、全体を技術系職種・事務系職種・特定業界の3つに区分したものである。R社の職種分類の特徴は通常ツリー型の構造を持つ職種と2種類の分類基準で項目を区分したマトリックス型の職種が混在している点にある。後者の場合、仕事の種類の違いに加えて、マッチングに資すると考えられる要素を分類基準に採り入れ、2つの基準で分類項目を定義している。たとえば、同じ仕事でも業界によって働き方が異なるときには、業界の要素を考慮してマッチングしたほうが的確なマッチングになるため、分類項目は仕事の種類×業界の形で設定される。マトリックス型の職種は、エンジニアの分野に多くみられる。代表的なマトリックスは、仕事の種類（設計・生産管理など）×製品である。これ以外にも金融関連の職種は仕事の種類（バック・ミドルオフィス、アナリスト、運用など）×金融機関（銀行・証券・生損保など）の2要素でマトリックスが構成されている。また、マーケティング分野の広告宣伝の職種は、業務×業界のマトリックスになっている。マトリックス型職種分類の利点は、柔軟なマッチングができる点にある。2つの要素を同時に考慮して絞り込んだマッチングができるだけでなく、必要に応じてそれぞれの要素を単独で用いて広がりのあるマッチングを行うこともできるのである。

③職種コードとマッチング

求人票・求職登録票には職種コードを2つ記入する欄が設けられている。求人票に記入するのは、仕事の内容に対応した職種コードと応募要件・仕事経験に対応した職種コードである。求職登録票に記入する職種コードは、これまでの経験と希望職種にそれぞれ対応した職種コードである。求職登録票に記入された希望職種コードは紹介業務担当者が求職者に適合する求人を検索するとき利

用される。紹介業務担当者は、求職者の希望職種に該当する求人を検索して、該当した求人案件のうち求職者のこれまでの経験やその他のさまざまな条件を考慮して適格的と考えられる求人を紹介することになる。しかし求職者によっては、特定の小分類項目に含まれる求人ではなく、業界や職種をやや大きくくりにして求人を探したほうがより適切な求人がみつかることがある。一方、同業界で特定の仕事経験のある人を採用したいと考えている企業は、業界と仕事の両方の条件を同時に満たした人がいない場合、求職者の仕事経験を重視するのか、あるいは仕事経験は違っても同業界を条件にするのかの選択に迫られることになる。企業がどちらを選択するかが予め分かっているならば、マッチングはより適切なものとなる。そのようなマッチングをするために R 社では次のような工夫をしている。

各分類項目は数字 4 桁のコード番号で表されるが、このうち 3 桁目が中分類項目、4 桁目が小分類項目の独自の番号である。分類項目がマトリックス形式になっている職種では、中分類レベルにひとつの要素に関連する項目（たとえば仕事の種類）、小分類レベルにもうひとつの要素に関連する項目（たとえば業界）が設定されている。特定業界の求人であって、仕事の種類を問わずに求人を探す場合には、検索時の職種コードは〇〇*〇（*は当該分類レベルのすべての項目に該当することを表す）となる。一方、仕事の種類を指定して業界を問わずに求人検索するときには、職種コードは〇〇〇*となる。*コードを使えるのは、求人票に記入された応募要件・仕事経験に対応する職種にもとづいて求職者を検索するときと求職登録票に記入された希望職種にもとづいて求人を検索するときである。

3. 求人職種と職種分類上の項目との対応

①求人票と職種分類

R 社の職業紹介事業では、求人関係の業務と求職者関係の業務は分業制になっており、前者の業務は営業担当者が、後者の業務は紹介担当者がそれぞれ担っている（両者は、ほぼ大分類項目に対応する形でグループ別に編成されている）。求人票は営業担当者が作成する。同社のホームページで公開している求人情報のうち募集職種の欄に表示された職種名は、企業側の作成したものを基本にして、仕事の特徴や募集対象の人材像に応じて「職種名+修飾語」の形になることが多い。また、職種名が企業特有の名称であって必ずしも一般的とはいえないときには、職種名の後に括弧書きで当該名称の補足説明をすることもある。

求人票の職種コード欄にコード番号を記入するのも営業担当者の役割である。求人への位置づけに迷うときには、所属するグループの上長や分野ごとに職種コードを総括している責任者に照会してコード番号を決定する。

仕事内容が複数の職種コードに該当するときには、6 つまでコード番号をつけることができる。まず仕事内容のうち主な仕事に対応する職種を選択し、次にそれ以外の仕事に関係する職種を順次選ぶことが多い。通常、付与する職種コードの数は 2～3 に止まっている。それ以上職種コードをつけなければ仕事内容を網羅できないような求人は例外的といえる。

仕事内容と職種分類上の項目との対応をとることが難しいときには、必ずしも「その他」の項目に位置づけるわけではない。現実には、まず仕事内容に対応する大分類項目を選び、次に当該大分類の中・小分類項目の中で仕事内容が類似していると考えられる項目を選択している。位置づけを決めるときには、求職者が職種別の求人検索をしたときどの項目に表示されるのが適当であるかなどの点を考慮している。

②営業担当者

R 社では、営業担当者が求人依頼に対して適切な職種コードを付与できるように 2 つの方法をとっている。ひとつは職種に関する資料である。小分類レベルの各項目について主な仕事内容を記述した資料を作成している。この資料とは別に営業部門の各グループは担当分野の職種について仕事内容を詳しく記述した資料を作成している。もうひとつの方法は営業担当者の能力開発である。営業担当者には、担当分野の業界知識や職種ごとの仕事内容について深い知識が求められる。R 社では採用後の社内研修で担当業界や職種について一般的な情報を提供し、その後の人材育成は各グループに引き継がれている。各グループでの研修は業界研究の勉強会が中心になっている。

4. 分類の改訂

R 社ではシステムの更新にあわせて職種分類の考え方やコード体系の見直しなどを行っているが、過去 2 回のシステム更新時には現在の分類体系を抜本的に見直すことはしていない。しかし分類項目については年 1 回程度見直しを行い、項目を追加したり分割したりしている。項目の見直しや変更を行うかどうかの判断は各グループに委ねられている。各グループから提出された修正案は管理部門でとりまとめられ、最終的な変更が確定する。

過去数年間の見直しでは、項目の細分化（既存項目の分割や新たな項目の追加）とカテゴリー項目の新設が中心になっている。前者の例には、コンサルタントや物流分野における項目の追加がある。IT・インターネット関連の項目の新設やマーケティング項目の新設は後者の例である。分類項目をマトリックス形式で設定するのか、あるいはツリー形式にするのかは当該分野を担当するグループの判断に委ねられている。端的にいうと、マッチングに必要な要素を 2 つ確定できたときにはマトリックス形式、ひとつの要素しか確定できないときにはツリー形式になる。新設項目のうちマトリックス形式になっているのは IT・インターネット関連職とマーケティングである。前者は「仕事の種類×機器など」、後者は「業務×業界」のマトリックスで項目が設定されている。

事例 No.16 (S社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介
紹介業務従事者の業務分担 : 求人関係の業務と求職者関係の業務は分業制

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2006年
②分類構造及び項目数

大分類	中分類	小分類
営業	12	
企画・事務	7	
IT・通信	10	
電気・電子・機械・自動車	13	
メディカル・化学・食品	4	
建築・土木	5	
コンサルタント・金融・不動産・流通	5	
クリエイティブ	5	
販売・サービス	3	
その他	2	
(計) 10	66	1,170

(注) 小分類の下に細分類が設定され、4階層になっている項目もある。

- ③求人件数の多い分野

(1)営業職 (2)IT技術者 (3)電気・電子技術者

2. 職種分類の基本的考え方

①職種分類とマッチング

S社では求人・求職者のマッチングを意識して職種分類を作成している。職種を軸にしてマッチングの可能性を追求すると分類体系は細かなものにならざるをえない。それはある程度詳しい情報でなければマッチング精度の向上に役立たないからである。企業からは人材ニーズに関する詳しい情報を収集し、他方、求職者からは経験した職種と希望する職種に関する詳しい情報を収集する必要がある。これらの情報にもとづいて最終的なマッチングの判断が行われるが、職種の段階である程度精度の高いマッチングができれば、求職者との面談でそれ以外に考慮すべき要素を加味していっそう精度の高いマッチングをすることができる。

②マトリックス型職種分類

分類体系の基本は大・中・小分類のツリーで表される3階層の構造であるが、分野によってはマッチングの便宜を考慮してマトリックス型の構造になっている項目がある。職種を定義する要素が2つあるときにはマトリックス型の構造を採用している。マトリックスは、中分類と小分類で構成されるケースと小分類と細分類で構成されるケースの2種類がある。前者の例には大分類「営業」や「電気・電子・機械・自動車」がある。営業職の場合、中分類にIT・エレクトロニクスなど12の業界別項目、小分類に法人営業・リーテール営業・海外営業など6つの仕事スタイル別項目が設定され、小分類項目の数は業界×仕事スタイルで合計72項目になる。電気・電子・機械・自動車では、中分類が仕事の種類(設計・開発・生産技術など13項目)、小分類が機械/機器の種類(通信機器・コンピュータ・半導体・自動車・家電など15項目)である。小分類レベルに設定されている項目は、仕事の種類×機械/機器の種類で合計195項目である。

営業職と電気・電子・機械・自動車では、中・小分類レベルに適用される分類基準が異なっている。仕事の種類は営業職では小分類レベルに適用されているが、電気・電子では中分類に適用されている。この違いはマッチングの際に重視される要素が異なることを意味している。営業職のマッチングでは、仕事の種類よりも業界経験のほうが重要である。これまでに経験した業界と同じ業界の求人ならば営業スタイルは違っていても、その逆のケース(営業スタイルは同じでも業界の異なる求人)よりも転職の可能性はありと考えられる。したがって中分類を業界別に区分し、小分類を

仕事の種類で分けている。一方、電気・電子関係のエンジニアのマッチングでは、扱っていた製品よりも仕事の種類のほうが重要である。経験した仕事は求人との仕事内容と同じなら扱う製品が違っていても転職の可能性はある。しかし扱う製品は同じでも仕事の違う求人とマッチングできる可能性は低い。このため中分類レベルには仕事の種類別、小分類レベルには製品別の項目を設定している。

細分類の設定されている分野では、小分類と細分類の2階層でマトリックスが構成されている。この例としては大分類「IT・通信」の中分類項目「SE・プログラマー」が該当する。小分類レベルには開発対象別の項目（オープン系・制御系・汎用系など）、細分類には金融システムなどソフトウェアの種類別の項目が設定されている。事務関係の職種では、経理(大分類「企画・事務」の中分類)の項目がマトリックス型になっている。小分類には経理・財務・会計などの仕事別項目が、細分類には企業規模別項目が設定されている。これらの職種において小・細分類レベルに適用されている分類基準の優先順位は、中・小分類レベルのマトリックス型職種と同じ考え方をとっている。すなわち2つの要素のうちマッチングに際してより重要であると考えられる要素が上位の分類レベルに、副次的な要素が下位の分類レベルにそれぞれ適用されている。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

S社では、システムの更新（ほぼ3年ごと）にあわせて職種分類の全体を見直し、求人ニーズにあわせた個別項目の見直し（主に項目の追加）は随時実施している。現在の分類体系は2006年の改訂版である。分類体系は、大・中・小・細分類の4階層構造である。職種分類を初めて作成したときには大・中・小分類の3階層構造であったが、2003年の改訂で4階層目の細分類がいくつかの分野で設定され、その後必要に応じて細分類項目を追加している。大分類項目の配列順は、実際の求人件数ではなく人材ニーズの一般的動向に準拠して決めている。求人件数の最も多い分野はT・電気・機械などのエンジニアであるが、配列上では営業職・事務関係の職種の後に位置づけられている。

2006年の改訂では、求職者にとって分かりやすい分類体系に変更するとともに、マッチングの便宜を考慮して分類項目を見直している。従前の職種分類では大分類レベルの項目（すなわち、サイトのトップページに表示される職種別求人検索の項目）は仕事の種類と業種のうちどちらを重視して区分されているのかが分かりにくかった。そのため求職者が希望職種に対応する項目を選択するとき迷うことがあった。たとえば、IT営業職を希望する求職者は、大分類「IT」を選択すればいいのか、あるいは大分類「営業」を選ぶべきなのかが分かりにくかった。2006年の改訂では求職者が職種別求人検索の入口である大分類項目の選択を間違わないように、大分類レベルの項目は仕事の種類にもとづいて区分されることになった。

4. 求人職種と職種分類上の項目との対応

①営業担当者

S社では、求人関係の業務と求職者関係の業務は分業制になっており、前者は営業担当が、後者は求職者担当がそれぞれ分担している。営業担当と求職者担当はそれぞれチーム別に編成されている。営業担当のチームは、大/中分類職種に対応する形で業界別に、一方、求職者担当のチームは職種別に編成されている。担当は固定したものではなく、たとえば営業担当者は他の営業チームに異動することもあれば、求職者担当に移ることもある。

営業担当の各チームは、担当分野での仕事に必要な情報を整理した資料を作成している。この資料の中には職種別に仕事内容を記述した資料が含まれている。この資料は主に新任者（新規採用者及び他分野からの異動者）を対象にして開かれる業界勉強会で利用される。営業担当者は、業界勉強会で担当分野の基礎知識を習得するが、個々の職種の範囲や含まれる仕事の種類、職種分類との対応関係などの実務的な知識は日常業務の経験を重ねるなかで深まっていくものと考えられる。

②職種分類との対応

求人票は、営業担当者が企業の人材ニーズを把握したうえで作成している。求人票に記入される募集職種名は必ずしも職種名とは限らない。時には、一般的な職種名に加えて仕事の特徴や求める人材像をキャッチコピーで表現することがある。職種コードの記入に際しては、仕事内容が職種分類上の複数の項目に該当する場合や、既存の項目に該当させることが難しいケースがある。前者の

場合には、複数の職種コードを入力することができる。まず主な仕事に対応する職種を選択し、次いでその他の仕事に対応する職種を選ぶのが一般的な処理方法である。後者のケースでは、仕事内容に最も近いと思われる職種が選ばれる。既存の項目に関係づけることが難しいときには、「その他」の項目に位置づけられる。「その他」は大・中・小分類の各レベルに設定されている。通常、営業担当者は職種コードの選択に迷ったときには同じチームの同僚や先輩に聞いてから位置づけるべき職種を決めている。営業担当者の入力した職種コードが適切かどうかをチェックする体制はとられていない。しかし実務では求職者担当が求人検索をしていて不適切な位置づけの求人票を見つけたときにはその求人票を作成した営業担当にその旨を伝え、位置づけの間違いが修正される流れができています。

事例 No.17 (T社)

ヒアリング対象の事業 : 有料職業紹介
紹介業務従事者の業務分担 : 求人関係の業務と求職者関係の業務は分業制

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2005年
- ②分類構造及び項目数

大分類	小分類
経営管理	1
総務・人事・法務	12
経理・財務・経営企画	12
営業	17
マーケティング・商品開発	10
購買・物流・生産管理	8
秘書・アシスタント・顧客対応	12
金融	17
コンピュータ関連	21
エンジニア	15
メディカル・バイオ	20
医療・介護・福祉	9
その他	7
(計)	13
	161

- ③項目の配列

大分類項目は上位に企業横断的な職種及び事務系の専門職が、下位に技術者及び技術系の専門職が配置されている。

- ④求人件数の多い分野

(1)IT・コンピュータ関連 (2)エンジニア (機械、電気・電子・半導体)

2. 職種分類の基本的考え方

職業紹介におけるマッチングについては大別すると2つの考え方がある。ひとつは求人・求職者間の条件の摺り合わせを重視する見方、もうひとつは相談を通じて求職者の選択肢を広げることを重視する考え方である。T社は後者の立場に立って、コンサルタントによる高品質な紹介サービスの提供をめざしている。このため、同社では求人と求職者をデータベース上でマッチングさせることよりも、まず求職者の相談に乗ることを優先している。この考え方のもとではマッチングを考慮して職種分類の体系・項目を設計するという視点はあまり強くない。

同社が職種分類に求めているものは、第1に企業の人材ニーズに対応した項目が設定されていること、第2に求職者にとって分かりやすい分類体系であることの2点である。分類構造を大・小分類の2階層にしているのは、求職者の求人検索の便宜を考慮している面が大きい。2階層ならば求職者が2回クリックするだけで求める分野の求人情報を表示することができる。階層を深くすると求職者に項目の選択を幾度も強いることになりかねない。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

T社では、業界別に組織されたチームによって職業紹介業務が運営されている。各チームは、担当する分野の求人関係業務を担う営業担当と求職者関係業務に従事する求職者担当によって構成されている。チームは大きくくりの業界別編成であり、当該業界に属する個別分野の業界はユニットと呼ばれている。このユニットをそれぞれの営業担当、求職者担当が受け持つことになる。たとえば、金融チームは銀行・証券・生損保などの金融機関別のユニットに分かれている。そして基本的にはユニットに対応する形で小分類項目が設定されている。

1～2年に1度は分類項目の追加・統廃合・名称の変更など職種分類の見直しを行っている。こ

の見直しには2つのタイプがある。ひとつは、各チームから提出されたさまざまな要望にもとづいて行う見直しである。もうひとつは、特定の分野で項目を変更する必要性が高まってきたときに行う見直しである。後者の場合、たとえば金融分野での項目見直しが必要なときには、まず金融チームに改訂原案の作成を求め、次に出てきた改訂原案を職種分類全体の調整の視点から検討して最終的な改訂案が確定する。分類項目の名称には、実際に使われている職種名のうち一般的な名称（社会一般で使われている名称や当該業界で使われている一般的な名称）が採用される。いずれのケースであっても企業側の視点を反映した名称をとる傾向が強いといえる。しかし、求人検索の便宜を考えると、職種名は求職者にとって分かりやすいことが重要である。このためホームページ上の職種別求人検索では求職者との親和性を考慮して分かりやすい職種名に変更している。

現行の分類体系は2005年の改訂版である。同年の改訂では、メディカルと金融分野の細分化が中心になった。従前は両分野とも相対的に粗い区分になっていた。改訂版では、メディカルの分野は医薬品の創薬から薬事申請までのプロセスをそれぞれの業務に分解して、業務ごとに分類項目が設定された。具体的な項目は、創薬、前臨床、臨床開発、治験コーディネータ、医薬品ライセンス、薬事申請などである。他方、金融分野では業界横断的な職種（バック・ミドルオフィス、トレーダー、アナリストなど）と業界固有の職種（投資銀行、証券化、ファンドマネージャーなど）に分けて項目が設定された。項目を細分化することには3つのメリットがある。第1に企業の人材ニーズを的確に位置づけることができる。第2に求職者が職種別求人検索を行うとき希望職種に対応する項目を職種名一覧からの確に選択することができる。2005年の改訂ではこの点を重視している。第3に職種を細分化することによって、マッチングの組み合わせを入口の段階で絞り込むことができる。T社の求職登録者は30歳代の転職希望者が中心になっている。経験を活かして同業界での転職を希望する者が多い。

4. 分類項目の細分化

小分類レベルの項目をみると、項目数の多い分野が4つある。営業、金融、IT、メディカルである。金融とメディカル分野の小分類項目の構成は上の3に記したが、営業とIT分野における項目設定の考え方は次の通りである。

営業職は大別すると業界横断的な項目と個別業界の項目に分かれる。前者には、法人営業・リテール営業・海外営業などが、後者には業界別の営業職（金融、IT、MR、エンジニア、アカウント・エグゼクティブ）や百貨店・量販店営業などが含まれる。ホームページの求人検索用職種分類では、職種を軸にして営業職の求人を探す求職者と業種を軸にして求人を探す求職者がいるので、職種と業種のいずれを選択しても営業職の求人情報にたどり着けるようにしている。たとえば金融機関の営業職を希望する求職者は、営業の大分類から入って金融営業の求人情報にたどり着くことも、また、金融の大分類から入って営業の求人情報にたどり着くこともできる。

IT分野の項目は、仕事の種類を重視して設定されている。SE・プログラマ、ネットワークエンジニア、web関係、サポート、コンサルタント、その他に大別される。項目の名称は求人企業が一般的に使用しているだけでなく、IT分野での仕事を探している求職者にとっても分かりやすい名称が用いられている。

5. 求人職種と職種分類上の項目との対応

T社では職種分類に設定されたすべての項目について仕事内容を記述した資料を作成している。職種分類が改訂されたときには、その変更にあわせてこの資料の内容も修正している。この資料は、主に新規採用者が職業について基礎知識を学ぶための研修用資料である。営業担当者が職種に関する知識を深める機会は主に2つある。ひとつは勉強会である。各チームの開催する勉強会では求人情報や特定企業について情報交換が行われ、この機会を通じて当該業界における企業と職業について最新の情報に触れることができる。もうひとつは日常の営業活動である。日常業務の経験を通じて職種やその仕事内容について知識や洞察が深まると考えられる。

企業の求人職種を職種分類上の項目に対応させるのは営業担当者である。T社の求人申込書には2種類の職種分類コードを記入する欄が設けられている。求人職種に対応する職種分類コードと求人検索用の職種分類コードである。前者は1求人1職種が原則である。したがって仕事内容が職種分類の複数の項目に該当するときには、主な仕事に対応する項目を選ぶことになる。他方、求人検

索用の職種コードは3つまで記入することができるので、複数の項目に該当する仕事内容であっても柔軟に対応することができる。

仕事内容が既存の項目のいずれにも該当しないときには、まず該当する大分類を特定し、次いで小分類項目のうち当該仕事内容に最も近いと考えられる項目を選択する。小分類レベルに「その他」の項目は設定されていないので、既存のいずれかの項目に位置づけることになる。既存の大分類項目に該当しないときには大分類「その他」に位置づけられる。この項目は、既存の大分類項目に属さない仕事を位置づけるために設定されている。

事例 No.18 (U社)

ヒアリング対象の事業：有料職業紹介事業者に対する事業支援サービス
事業運営の手段：インターネット - 人材紹介事業の支援サイト

1. 職種分類の現状

- ①改訂時期 2002年
- ②分類構造及び項目数

大分類	中分類
IT・通信・インターネット関連	15
電気・電子・半導体関連	6
機械・メカトロ関連	7
化学・素材・化成品関連	5
医薬・バイオ・食品関連	8
医療・医療機器・福祉関連	8
建築・土木・不動産	4
営業・海外営業	4
管理職・経営企画	3
シンクタンク・コンサルティング	5
事務系スペシャリスト	11
金融系スペシャリスト	9
流通・販売・サービス	4
デザイン・クリエイティブ	5
(計)	14
	94

- ③項目の配列

大分類項目は、全体をエンジニア関係の職種と事務・その他の職種に二分し、それぞれの中では求人件数の多寡に応じて順に配列している。

- ④求人件数の多い分野

(1)営業職 (2)事務系職種 (経理・財務、総務・人事) (3)IT・インターネット

2. 職種分類に関する基本的考え方

U社では、インターネットを通じて人材紹介会社の職業紹介事業に対する支援サービスを提供している。すなわち人材紹介会社と求職者との間の架け橋になるように人材紹介会社側の情報(求人情報、会社情報、コンサルタント情報)を求職者に提供するとともに、求職者側の情報(公開を希望する履歴情報)を人材紹介会社に提供している。職種分類は主にふた通りの用途に用いられている。ひとつは人材紹介会社が企業から依頼されている求人案件を職業別に区分する際の基準として、もうひとつは求職者が職業を軸にして求人案件を検索する際の基準として用いられている。

U社では、当初、人材紹介会社の使用している職種分類を参考にして自社の職種分類を作成している。人材紹介会社はそれぞれ独自の職種分類体系を作成しているが、分類構造・分類項目・分類基準などの点で会社間の違いが大きい。そのような多様な職種分類をひとつの分類枠組みの中に取り込むためには、最大公約数的な項目で構成される職種分類にならざるをえない。職種の網の目を細かくすればするほど人材紹介会社間の違いが大きくなる。そのためU社では大・中分類の2つのレベルでの職種設定にとどまっている。全体としてみるとやや粗い分類体系になっている。当初の職種分類には14の大分類項目が設定されていたが、そのうち中分類項目が設定されていたのは3項目にすぎず、残りの11項目では中分類レベルの項目は設定されていなかった。

3. 前回の改訂時期及び主な改訂内容

2002年に職種分類の抜本的な見直しを行っている。この見直しでは、取引関係にある人材紹介会社の求人動向や職種分類に対する要望・意見を反映した項目の調整が行われている。検討課題は多岐にわたった。たとえば、大分類レベルにおける項目のくくり方(医薬と医療機器は同一の項目

にまとめるのか、それとも別々の項目にするのかといった問題) や中分類レベルにおける項目の位置づけ(営業職は大分類レベルで一括して扱うのか、それとも各業界別の分類項目の中分類レベルに設けるのかといった問題) などの問題である。これらの問題に対しては、人材紹介会社の職種分類に適合的であるかどうかという視点から最終的な判断が行われた。改訂の結果、項目の数は大分類レベルでは従前と同一であるが、中分類レベルでは大幅に増加した。それまで中分類項目が設定されていなかった大分類項目にもすべて中分類項目が設定された。中分類項目は求人情報を表示するときの基準であり、人材紹介会社の求人案件を包括的に取り込めるようにやや範囲の広い職種として設定されている。項目の名称は、人材紹介会社で一般的に用いられている名称を採用している。

2002 年の改訂後、項目の追加・削除などの変更は行われていない。一方、人材紹介会社からは多種多様な職種について項目追加の要請が寄せられている。次回の改訂ではこれらの要請をもとにして検討が行われることになると思われる。しかし、現実には職種分類の改訂に着手するのは容易ではない。それは職種分類がシステムに組み込まれているからである。職種を変更すると、たとえば、求人情報の一括取り込みサービスができなくなり、人材紹介会社に対するサービスの質が低下するおそれがある。このサービスは、人材紹介会社の求人データベース上の求人情報を契約件数に応じて一括して同社のサイトに取り込むものである。これによって人材紹介会社は求人情報を 1 件ずつ手入力する手間を省くことができる。

4. 求人情報の登録

求人情報を U 社のサイトに登録するのは人材紹介会社である。したがって求人案件を同社の職種分類上のどの項目に位置づけるかの判断は人材紹介会社に委ねられている。求人案件によっては複数の分類項目に該当することがある。求人情報を登録するとき職種の数の制限はない。3 つの職種に該当する求人案件は、それぞれの職種ごとに登録することができる。しかし、人材紹介会社が掲載できる求人情報の件数は契約によって決まっている。ひとつの求人情報を複数の分類項目に登録すると、その分だけ掲載できる件数が減ることになる。

また、求人案件によっては U 社の職種分類に対応させることが難しいものがある。人材紹介会社では、通常、既存の分類項目のうち当該求人案件に最も近いと思われる項目を選択しているようである。それは「その他」の項目に位置づけた場合、求職者に見てもらえる可能性が低いと考えられるからである。大分類ごとに設けられている「その他」の項目は、元々、2002 年の改訂のとき新たな分類体系に移行できない職種を位置づけるために設定されたものである。

企業は複数の人材紹介会社に求人を申し込むことがある。求人情報を登録するかどうかは人材紹介会社の判断になるが、求職者が求人を検索したときに同一企業の求人情報が複数表示されることがある。これは求人を依頼されたそれぞれの人材紹介会社はその情報を登録したときに起こる。しかし、同一の求人情報とはいえ、求人票レベルの情報にとどまっているものや、企業ヒアリングにもとづいて求人内容を詳細に記述しているものなど、その内容は人材紹介会社によって異なっている。同社では、同一の求人情報であってもひとつに整理することはせず、選択は求職者に委ねている。

5. 求人の多い分野における分類項目の設定

求人件数の多い分野は、営業職・事務職・IT エンジニアである。求人ニーズの最も大きい職種は営業職である。事務職と IT エンジニアの求人件数はほぼ拮抗している。営業職に該当する分類項目は、大分類「営業・海外営業」の中分類レベルに設定されている「営業」と「海外営業・貿易営業」である。極めて粗い職種設定になっている。このため営業職の細分化を求める要望にどのように応えるかが今後の検討課題になっている。事務職の分野では、経理関係の求人と総務関係の求人が多い。

U 社の職種分類では営業職の位置づけは特異である。仕事の行われる分野によって位置づけが異なっている。基本的には業界別大分類項目の中分類レベルに位置づけられる。業界別大分類項目の設定されていない営業職が大分類「営業・海外営業」の中分類レベルに位置づけられることになる。すなわち、セールスエンジニアは、IT・電気・電子・機械・化学などの大分類に、MR は医薬の大分類に、建設・不動産・金融の営業はそれぞれの大分類に位置づけられる。これ以外の商品やサービスを扱う営業職は営業の大分類に位置づけられる。これは、人材紹介会社が一般的に採用してい

る営業職の区分法を 2002 年の改訂時に取り入れたことによるものである。

6. 求人検索に関する工夫

職種分類は、当初、人材紹介会社の職種分類との親和性を考慮して項目を設定していた。その後、求人情報の探しやすさなど求職者の利便性に配慮することが求職者サービスの向上につながることから、2002 年のサイトのリニューアルに際してスキル（経験・資格など）で求人を検索できる機能を追加した。職種のくくりがやや粗い同社の職種分類では、職種の点で求人の探しやすさを向上させることには限界がある。職種を細分化するのではなく、職種に対応するスキルを明確に定義し、職種とスキルを組み合わせることによってより精度の高い検索が可能になる。たとえば、営業職の求人を検索するとき、スキル（法人対象・個人対象などの仕事の特徴）で求人を絞り込むことができる。このように U 社では職種の細分化ではなく検索機能を充実させることによって、求職者の利便性を向上させる方向を指向している。

付属資料

単純集計

16 / 18社 (調査票回収数 / 調査対象企業数)

「職業分類に関するヒアリング調査」のための事前調査

回答方法

- ◆あてはまる項目の□をチェックするか、若しくは下線部にご記入ください。
- ◆「複数回答」の質問では、あてはまる項目の□をすべてチェックしてください。

1 職種分類の利用について

問1 貴社では求人进行分类するとき「職種」で分けていますか。(N = 16)

はい → 貴社では職種分類を作成していますか。

16社(100%) はい 16社(100%)

いいえ

いいえ



以下の質問にお答えください。

2 労働省編職業分類について

問2 「労働省編職業分類」という職種分類についてご存知ですか。(N = 16)

「労働省編職業分類」の名前を聞くのは今回が初めてである。3社(18.8%)

「労働省編職業分類」の名前は聞いたことがあるが、内容についてはほとんど知らない。7社(43.8%)

「労働省編職業分類」についてある程度知っている。6社(37.5%)

↳ ご存知の項目をチェックしてください。(N = 6)

ハローワークにおける求人の分類に使われている。5社(83.3%)

厚生労働省に提出する「職業紹介事業報告」の職種別のデータはこの分類にもとづいている。3社(50.0%)

厚生労働省の統計調査で職業別の集計に用いられている。3社(50.0%)

分類体系は総務省の日本標準職業分類にもとづいている。3社(50.0%)

その他 (具体的にお書きください)

3 貴社における職種分類の作成と改訂について*

(注) 問3から問9については、ご記憶の範囲内でお答えください。正確な情報が不明なときには空欄でも結構です。

問3 職種分類を最初に作成した時期 _____ 年

問4 そのとき参考にした分類体系 (N = 9)

- 日本標準職業分類 2社(22.2%)
 労働省編職業分類
 その他 7社(77.8%)
-

問5 これまでの改訂回数 _____ 回

問6 おおよその改訂間隔 _____ 年

問7 前回の改訂時期 _____ 年

問8 前回改訂の主な理由 (例) IT分野における求人動向に対応するため

問9 前回改訂の主な内容 (例) IT技術職の見直し

問10 どのような点に配慮して職種分類を作成していますか。(複数回答) (N = 16)

- 求人者側の需要動向にあわせて職種を設定する。即ち、求人の多い分野の職種は細かく分け、逆に少ない分野の職種は粗く区分する。11社(67.8%) (75.0%)
 求職者が希望職種を見つけやすいように分類の構成や職種名を工夫する。12社
 求人担当(営業担当者、コンサルタント等)が理解しやすい分類体系にする。2社
 その他(具体的にお書きください) 2社(12.5%) (12.5%)
-

問11 職種分類の利用にあたって関連資料を作成していますか。たとえば、職種の仕事内容を記述した資料、職種名の索引、求人職種の位置づけに関する原則など。(N = 15)

- はい(具体的にお書きください) 6社(40.0%)
 いいえ 9社(60.0%)
-

4 貴社の職種分類の現状について

問 12 職種分類の構造は単層（職種を階層化せずに並列に並べる）ですか、それとも複層（職種を階層化する）ですか。(N = 16)

単層

全体の職種数 _____

複層

2層（大・中分類又は大・小分類）**9社(56.3%)**

上位の職種数 _____

下位の職種数 _____

3層（大・中・小分類）**6社(37.5%)**

最上位の職種数 _____

中位の職種数 _____

最下層の職種数 _____

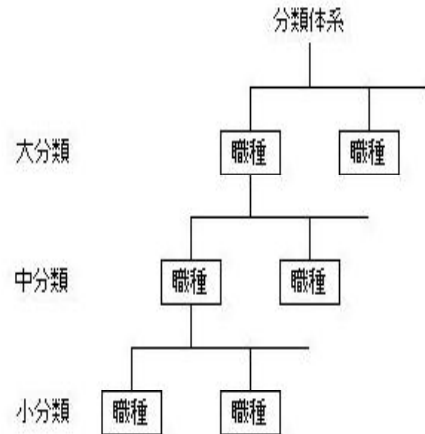
4層（大・中・小・細分類）**1社(6.3%)**

最上位の職種数 _____

第2層目の職種数 _____

第3層目の職種数 _____

最下層の職種数 _____



問 13 職種分類に設定された職種には分類番号を付けていますか。(N = 14)

はい → どのような原則にもとづいて職種番号を付けていますか。

13社(92.9%) (例) 大分類には1桁数字、中分類には2桁数字など

いいえ **1社(7.1%)**

問 14 十進分類法*にもとづいて職種の設定を行っていますか。(N = 16)

(注) 十進分類法に則って職種分類を階層化すると、ひとつの職種の下位に設定できる職種は9つに制限される。即ち、ひとつの大・中・小分類項目の下位には最大で9つの職種を設定できる。

はい **1社(6.2%)**

いいえ **15社(93.8%)**

問 15 職種を区分するときには何を基準にしていますか。(複数回答)(N = 16)

仕事の内容 **15社(93.8%)**

資格・免許 **2社(12.5%)**

仕事の遂行に必要な知識・技術 **7社(43.8%)**

仕事の名称 **9社(56.2%)**

独立した職種であるかどうかに関する社会一般の認識 **5社(31.3%)**

その他（具体的にお書きください）

問 16 職種の名称を決めるときにはどのような点を考慮していますか。(複数回答) (N = 16)

- 求人事業所が一般的に用いている名称かどうか。 **5 社(31.3%)**
 - 社会一般に広く用いられている名称かどうか。 **13 社(81.3%)**
 - 当該分野に関連する資格・免許の名称かどうか。
 - 求職者にとって分かりやすい名称かどうか。 **13 社(81.3%)**
 - その他 (具体的にお書きください)
-

問 17 貴社の職種分類に設定された職種のうち

求人が最も多い分野は、 _____

次いで求人の多い分野は、 _____

その次に求人の多い分野は、 _____

問 18 求人の多い分野で職種を設定するときにはどのような工夫をしていますか。(複数回答) (N = 15)

- 業種別にする。 **9 社(60.0%)**
 - 当該の業界で共通認識になっている職種を設定する。 **6 社(40.0%)**
 - 職種のくくりを小さくして職種数を増やす。 **7 社(46.7%)**
 - 求職者にとって分かりやすい職種名にする。 **11 社(73.3%)**
 - その他 (具体的にお書きください) **2 社(13.3%)**
-

5 貴社における職種分類の運用について

問 19 求人申込書等に記入された職種名や仕事の内容にもとづいて求人を職種分類上の職種に位置づけるとき、位置づけの判断が難しい (あるいは判断に迷う) ことがあるか
と思います。それはどのような場合ですか。(複数回答) (N = 15) **11 社(73.3%)**

- 新しい職種で、職種分類に設定されている職種にあてはめることが難しいとき。
 - 仕事の内容が職種分類に設定されている複数の職種に関連するとき。 **13 社(86.7%)**
 - 業界特有の職種であって、当該業界について十分な知識を持っていないとき。 **5 社**
 - その他 (具体的にお書きください) **1 社(6.7%)** **(33.3%)**
-

問 20 求人の仕事内容が職種分類に設定されている職種に該当しないとき、どのように処理していますか。(複数回答) (N = 15)

- 「その他」の職種に位置づける。11 社(73.3%)
 - 既存の職種のうち求人の仕事に近いものに位置づける。10 社(66.7%)
 - 既存の職種のうち求人事業所が希望する職種に位置づける。3 社(20.0%)
 - その他 (具体的にお書きください) 2 社(13.3%)
-

問 21 求人の仕事内容が職種分類に設定されている複数の職種に関連するとき、どのように処理していますか。(複数回答) (N = 15)

- 関連するそれぞれの職種に位置づける。7 社(46.7%)
 - 求人の仕事のうち主な仕事に対応する職種に位置づける。11 社(73.3%)
 - 求人の仕事のうち従事する時間の最も長い仕事に対応する職種に位置づける。1 社(6.7%)
 - その他 (具体的にお書きください) 3 社(20.0%)
-

問 22 貴社の職種分類について改善したいと思う点がありますか。(N = 13)

- ある (具体的にお書きください) 10 社(76.9%)
-

- ない 3 社(23.1%)

6 職種分類と求職者について*

* インターネットにおける求人検索や情報誌での求人探索の際に生じがちな問題について

問 23 求職者が希望職種の求人を探そうとしたとき、求人が探しにくいなど探索に手間取ることがあるかと思えます。貴社では求職者が希望職種の求人をみつけやすくするために職種分類や検索方法に何か工夫をしていますか。(N = 15)

- している (具体的にお書きください) 15 社(100%)
-

- していない

7 貴社における職種分類の利用について

問 24 貴社では求人の職種別分類のほかにもどのような用途で職種分類を利用していますか。

(複数回答) (N = 14)

- 職種別賃金相場の把握 **5 社(35.7%)** **10 社(71.4%)**
 - 求職者に対する便宜 (情報誌の職種別求人の「ツメ」、求人の職種別検索など)
 - 営業活動の参考 (職種別求人動向にもとづく営業活動など) **9 社(64.3%)**
 - その他 (具体的にお書きください) **4 社(28.6%)**
-

8 求人関係の業務について

問 25 営業活動で特に重視している職種・業種分野はありますか。(N = 14)

- ある (具体的にお書きください) **4 社(28.6%)**

職種：

業種：

- ない **10 社(71.4%)**
-

問 26 個別の求人広告/求人情報に表示される職種名はどのようにして決まりますか。(複数回答) (N = 16)

- 求人企業が求人申込書等に記入した職種名をそのまま使用する。 **5 社(31.3%)**
 - 営業担当者が企業ヒアリングの結果にもとづいて職種名を決める。 **8 社(50.0%)**
 - 求人企業が営業担当者の助言等を参考にして決める。 **3 社(18.8%)**
 - その他 (具体的にお書きください) **4 社(25.0%)**
-

問 27 求人職種を貴社の職種分類に対応させるとき、その位置づけを決めるのは誰ですか。

(複数回答) (N = 16)

- 営業担当者 **11 社(68.8%)**
 - 求人票/ヒアリング票等の帳票や書類を処理する部門の担当者 **6 社(37.5%)**
 - その他 (具体的にお書きください) **4 社(25.0%)**
-

以上で終了です。ご協力ありがとうございました。

労働政策研究報告書 No. 77

官民共通の職業分類をめぐる現状と課題

発行年月日 2007年3月15日

編集・発行 独立行政法人 労働政策研究・研修機構

〒177-8502 東京都練馬区上石神井4-8-23

(編集) 研究調整部研究調整課 TEL:03-5991-5104

(販売) 広報部成果普及課 TEL:03-5903-6263

FAX:03-5903-6115

印刷・製本 有限会社 太平印刷

©2007

* 労働政策研究報告書全文はホームページで提供しております。(URL:<http://www.jil.go.jp/>)