

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わ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って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者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包含したカテゴリ名称の色彩が濃い。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、総務の求人で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の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ると考えられる。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行動向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 \_\_\_\_\_

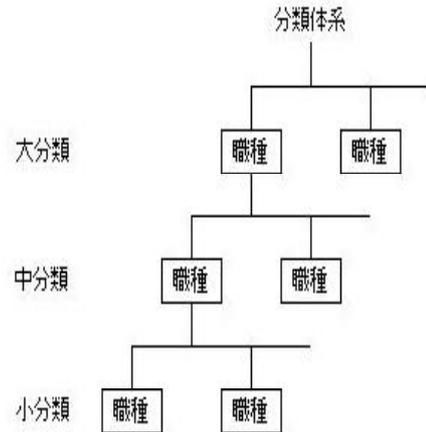
4層（大・中・小・細分類） **1社(6.3%)**

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/>)