

# 就活サービスのパラドックス

阿部 正浩

就活サービスが今のような一大産業化したきっかけは、(株)リクルートセンター(現(株)リクルート)が1960年代前半に就職情報ガイドブックを発刊したことによるようだ。それまでの就活は学校を中心に回っていた。企業から学校に寄せられた求人票、教員やOBOGの縁故、さらには学校推薦などが学校から職業への主たるルートで、学校が積極的に就職先を紹介斡旋していた。ガイドブックの登場が大きなインパクトを与えたのは、企業と学生の両者にとって大きな便益があったからだ。学生にとっては、無料で容易く企業情報を入手でき、多数の企業に応募できる。一方の企業にとっては、比較的低額で手間を掛けずに多くの学生に求人情報を伝えることができ、多数の学生からの応募が期待できる。当時の就活にとって一大イノベーションであったと想像できる。

ところで、現在では情報通信技術を活用した様々な就活サービスが提供されている。インターンシップを含む求人情報提供、カウンセリングを交えながら学生に合った就職先を紹介する就活斡旋サービス、OBOGの紹介マッチングサービス、適職診断やキャリア開発といった能力開発系のサービス、面接練習やエントリーシートの添削といったサービス、さらに最近では企業が学生の求職票をみて求人をオファーするオファー型採用サービスや人工知能がエントリーシートを読んだり面接をしたりして応募者を選別するといったサービスまである。民間企業がこうしたサービスを提供する一方で、学校もキャリア教育を充実させている。特に就職氷河期以降は、各種就活ガイダンスだけでなく、正規授業においても将来のキャリア設計を意識させたり、インターンシップを取り入れたりする授業が数多く開講されてい

る。

では、こうしたサービスの登場は企業や学生の就活に良い影響を与えたのか。昨今は新卒の就職率が高まっているが、それがこうしたサービスによるものなのか、それとも景気の良さによるものなのか、すぐには判然としない。では、たとえば就職後3年以内離職率はどうか。かつて「七五三離職」と言われていた。厚生労働省が集計している新規学卒者の在職期間別離職率の推移によれば、大卒者のそれは就職氷河期以降に大きな変化がみられず、やはり大卒新卒者の3割程度は3年以内に離職している。他方で、現在も学校が就活の中心である中高生の離職率は低下傾向にあり、最近ではそれぞれ6割と4割程度で推移している。様々なサービスを活用できる大学生のマッチングが良好になっているようには見えない。連合が2015年に行った調査においても、学生たちが情報量の多さに困っていたり、提供されている情報の真偽に迷ったりしている。そして、興味のない企業にもとりあえず応募し、どの企業に応募したかわからなくなるなど、学生の就活はむしろ非効率になっているのではないか。

昨年、(株)リクルートキャリアが複数の企業に提供していた『リクナビDMPフォロー』が話題となった。個人情報の不適切な取扱いや学生の不安を増幅するという問題で勧告・指導されたことは、当然ながら非難のそしりを逃れられまい。しかし、新卒中途に関係なくマッチング効率を向上させるため、ビッグデータや人工知能の適切な活用は必要となる。就活サービスの内容や機能の改善だけでなく、“デジタル労働市場”のルール整備を早急に行う必要がある。

(あべ・まさひろ 中央大学経済学部教授)