

産業としての就職活動

『日本労働研究雑誌』編集委員会

日本の大卒新卒採用では、一括採用や就職時期の独自ルールといった慣行を背景に、就職情報サイトの運営や合同会社説明会の開催などの「就職活動ビジネス」が一定の存在感を示している。大学生は就職情報サイト運営企業を介して就職活動を行い、大学はインターンシップ科目やキャリア教育科目に就職支援企業を活用し、企業も採用代行企業への関心を高めている。本特集では、こうした就職活動ビジネスの台頭・拡大が大学や学生、企業という就職活動を取り巻く主要なアクターに及ぼす影響について、過去からの変遷と最近の動向、それらが提起する労働問題を考察する。

初めの2論文は、就職活動ビジネスが大学に与える影響についての論考である。児美川論文は、就職活動ビジネスが大学教育に与える影響を検討している。大学のキャリア支援・教育は、就職支援からキャリア支援、キャリア教育、さらにキャリア支援・教育のユニバーサル化と拡大してきたが、これは大学側の主体性よりも、環境変化への適応や人材・教育ビジネスの提供するサービスへの大学側の依存によるものである。これはビジネスによる大学教育への「侵食」とみなせる一方で、ユニバーサル段階にある大学における教育の再定義に貢献し「大学教育の新しいかたち」の原型となる可能性があると指摘している。

続く大島論文は、就職活動ビジネスが大学就職部に及ぼす影響を論じている。大学就職部は、学生への斡旋（無料職業紹介）によるセーフティネットとしての役割を果たしており、就職エージェント（有料職業紹介）のサービスに不安感や警戒感を抱いている。また、大学就職部は学生のエージェント利用の拡大を認識しているものの、現時点で大学就職部の役割が相対的に低下しているとはみなしていない。将来的に大学自身が無料ではなく有料の職業紹介を行うようになれば変化が生じる可能性があるとして主張している。

次の2論文は、就職活動ビジネスが大学生に与える影響についての論考である。香川論文は、就職情報誌

から就職情報サイトへの情報源の変化が大学生の就職活動に与えた変化を検討している。1980年代から1990年代半ばの就職情報誌は、企業側の情報を大学生に効率的に伝達し就職活動を標準化する一方で、大学や性別により情報誌の内容や分量は差別化され、大学間の就職格差が旧来どおり維持された。1990年代後半の就職情報サイトの登場・普及がこの情報格差を埋めると期待されたが、大量応募・大量選考により学生と企業の双方ともに二極化を生じさせたのみで、大学間格差を解消するには至っていないと指摘している。

続く佐々木論文は、大学生が就職活動で経験する労働問題の変化を紹介している。採用内定取消や採用内定辞退の強要、圧迫面接に加え、近年では「オワハラ」や「求人詐欺」などの問題が生じている。また、就職活動ビジネスの拡大に伴い、マッチングアプリを利用した就活生に対するハラスメントや、ダイレクト・ソーシング、ソーシャルリクルーティングの悪用などの労働問題が生じる危険性があることを指摘している。

最後は、就職活動ビジネスを利用する企業側に注目した論考である。西村・島貫論文は、企業の新卒採用機能の外部委託の実態と採用成果に与える影響を検討している。人事担当者を対象とした質問票調査によれば、採用機能の外部委託の程度は全体として低い。また、広報活動の外部委託は内定辞退率を低下させたり内定学生の質を向上させたりするが、要員計画や選考の外部委託は内定辞退率を上げる可能性がある。採用成果を高めるうえで、企業には採用機能の内製と外部委託の適切な組み合わせが求められると指摘している。

これらの論考が示唆するのは、日本的雇用慣行における大卒新卒採用の構造の頑強さと、その中で生じつつある変化である。就職活動ビジネスが大学生の就職活動や大学の教育・就職支援、企業の採用活動に与える影響を、引き続き注視していく必要があるだろう。

責任編集 酒井正・島貫智行

（解題執筆 島貫智行）