



特集

求人・求職活動の実態と支援

マッチングを高めるために必要なこと

日本的な雇用慣行がゆれる中、就職・転職・再就職を希望する求職者の就職行動と、有為な人材を確保したい企業側の採用行動はどのように変化しているのか。雇用情勢が好転基調にあるとはいえ、双方が求めるニーズや条件、適性などの相違がマッチングを円滑に進めることができない一因になっている。労働市場の流動化により、求職者には自己理解を深める一方、能力や興味などの特性を正しく理解させる支援もこれまで以上に重要になる。本号では当機構の研究成果等を中心に、求職者の活動の特徴や実態、また就職支援にどういったことが求められるのかを特集する。

求職情報ニーズ

求められる多様な
関連職業情報

JILPT 統括研究員 伊藤 実

日本経済は、二〇〇二年を底として景気回復に転じており、それに伴って二〇〇五年二月には有効求人倍率が一倍を超えるなど、労働市場は大都市圏を中心として人手不足の状況に転換してきている。人手不足が顕在化した労働市場では、求人と求職が共に増加し、ミスマッチも拡大することが予想される。求人の充足率と求職者の就職率を高めるためには、求職者がいかなる求職活動をし、どのような情報を欲しがっているのかを解明すると共に、企業がどのような人材を求めているのかを明らかに、それらを求職者、職業紹介機関や求人企業にフィードバックする必要がある。本稿では、求職者が求める職業ニーズについての分析を試みている。

1 分析対象者の属性

本稿が分析対象としている求職者は、東京労働局管内の新宿、池袋、墨田、大森、足立の五つのハローワークに来所した求職者と、来春卒業予定の大学四年生である。まず、ハローワーク求職者一七四人の属性を見ると、年齢構成は特に偏ったものではなく、各年齢層に分散している。二九歳以下と六〇歳以上が二割を下回っている以外は、各年齢層に二〇%台

2 不足・改善対象の求人情報

ハローワーク求職者が、求人情報として不足していること、あるいは改善してほしいことの有無を見ると、「なかった」が五三・六%、「あった」が四六・四%となっており、

で分布している(図表1)。

なお、調査対象者の学歴構成をみると、最も多いのは「高校卒」(三六・五%)であり、次いで「大卒」(三三・一%)、「専修・各種学校卒」(一一・一%)、「短大卒」(九・二%)、「中学卒」(五・〇%)、「高専卒」(二・三%)、「大学院卒」(一・二%)となっている。首都圏という地域特性を反映したためか、高学歴者の占める割合が高くなっている。

図表1 ハローワーク求職者の男女・年齢別構成 (%)

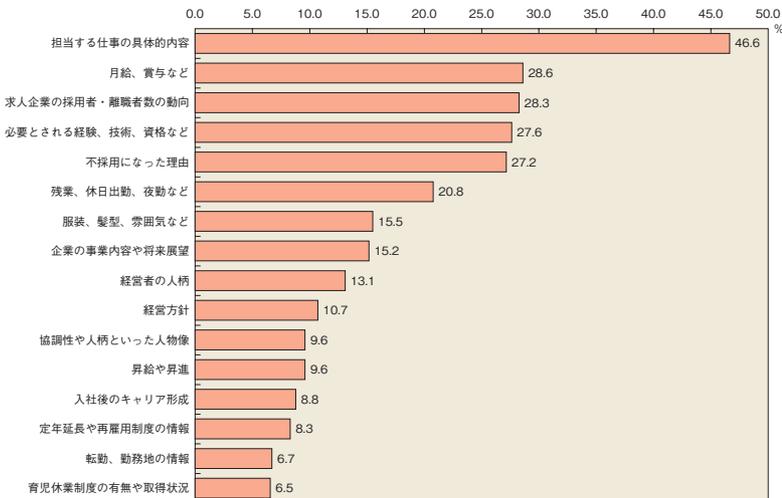
	合計(人)	29歳以下	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60歳以上
合計	1,174	15.0	26.1	21.0	25.7	12.3
男性	627	9.7	21.1	23.1	29.2	16.9
女性	547	21.0	31.8	18.5	21.8	6.9

資料出所：労働政策研究・研修機構「ハローワーク来所者の求職行動に関する調査」近刊

約半数の求職者が求人情報の不足・改善を望んでいる。

では、不足・改善対象の求人情報は、どのようなものであるだろうか。最も回答率が高いのは、「担当する仕事の具体的内容」(四六・六%)であり、次いで「月給・賞与など報酬の具体的内容」(二八・六%)、「求人企業の採用者数や離職者数の動向」(二八・三%)、「必要な経験、技術、資格の具体的内容」(二七・六%)、「不採用になった理由」(二七・二%)、「残業、休日出勤、夜勤等の有無」(二〇・八%)、「服装、髪型、雰囲気といった職場情報」(一五・五%)、「企業の事業内容や将来展望」(一五・二%)、「経営者の人柄に関する情報」(一三・一%)、「経営方針に関する情報」(一〇・七%)、「協調性や人柄といった人物像」(九・六%)、「昇給や昇進の具体的内容」(九・六%)、「入社後のキャリア形成に関する情報」(八・八%)、「定年延長や再雇用制度の情報」(八・三%)、「転勤、勤務地の情報」(六・七%)、「育児休業制度の有無や取得状況」(六・五%)となっており、

図表2 不足・改善対象の求人情報



資料出所：図表1と同じ

勤の有無、勤務地の情報」(六・七%)、「育児休業制度の有無や取得状況」(六・五%)となっている(図表2)。

以上のように、求人情報として不足していたものや改善してほしいと思うものは、仕事の具体的内容、給与、経験・技術・資格といった基本的情報に関するより詳細な内容に加えて、求人企業の採用・離職動向に関する情報、残業等の勤務実態、キャリア形成、職場の雰囲気、経営者の人柄、育児休業といった多様な情報の入手を希望している。

労働市場の需給関係が好転した結果、求職者は企業選考に際して、基本的な



労働条件に加えて、求人企業の職場実態をより具体的に把握することが可能な様々な情報を求めている。働きやすい職場か否かを判断する情報として採用・離職者数の動向を求めており、出入りの激しい会社は敬遠するのである。

また、不採用理由についてもニーズが高く、「今回はご縁がなかった」といった曖昧な情報をもらっても、後の求職活動には何の役にも立たない。ハローワークが介在した職業紹介ならば、不採用理由のフィードバックは、その後の就職活動に役立つので、可能な限り実行することが望まれる。

3 自己アピールの内容

採用

採用選考の最終段階で待ち受けているのは面接である。面接では求職者の人物像が総合的に判断されるため、求職者は自分のセールスポイントを自己アピールする必要がある。面接を受けた求職者の中で、自己アピールを「積極的におこなった」者は四二・四％、「控えめにおこなった」者が四〇・〇％、「特にしなかった」者が一七・六％となっている。なお、「積極的におこなった」者の割合は、男性が四五・〇％、女性が三八・四％となっており、女性の方がやや消極的な求職者が多いようである。

では、どの様なことをアピールしているのだろうか。最も回答率が高いのは、「これまでに経験した仕事内容や職種」(七四・八％)であり、次いで「その会社で働きたいという熱意、やる気」(三九・一％)、「真面目で一生懸命働く性格」(三五・一％)、「協調性のある性格・人柄」(二八・一％)、「これまでに勤めた企業のこと」(二四・四％)、「体力、忍耐力があること」(二〇・五％)、「専門的な知識や技術の高さ」(一七・八％)、「難しい仕事に対する挑戦心」(一四・七％)、「資格や免許、語学力」(一三・二％)、「採用されたら達成できそうな成果」(八・七％)、「仕事上の成功体験」(六・八％)、「仕事におけるリーダーシップ」(四・八％)、「管理能力の高さ」(四・一％)、「新規事業や業務改革を遂行する革新力」(三・七％)、「紹介者との関係、コネ」(一・七％)、「個人的なネットワークや顔

の広さ」(一・六％)となっている(図表3)。

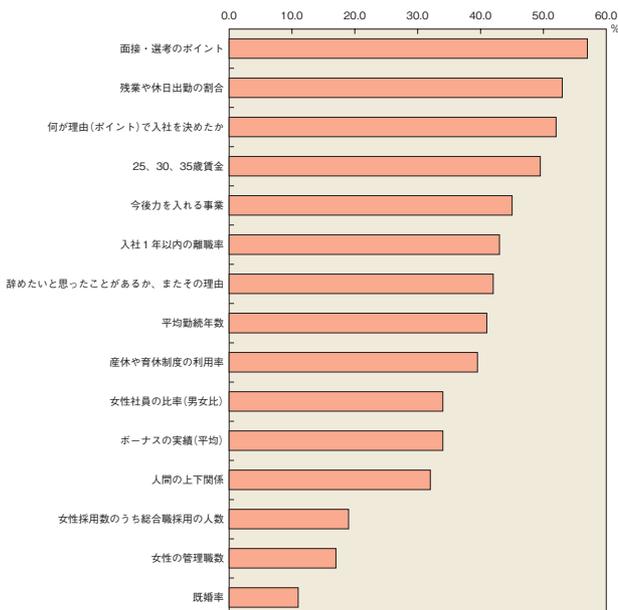
このように、経験した仕事内容、熱意、性格といったことをアピールしている求職者は多いが、専門性や指導力、管理能力といった職業能力をアピールする求職者は少ないという結果になっている。熱意、性格といった人物像を判断できるものをアピールすることは重要なことであるが、専門・技術職などを中心として、職業能力のアピールをより強く行うことも必要である。

4 大学卒業予定者が欲しい企業情報

ところで、就職活動に奔走する大学生は、就職先として選ぼうとしている企業に対して、どのような情報を欲しているのだろうか。

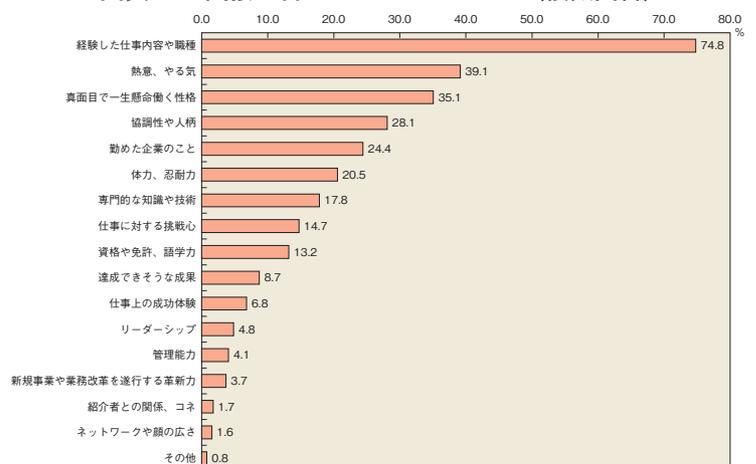
図表4は、学生が企業に公開して欲しい情報を示したものであるが、最も回答率が高かったのは「面接・選考のポイント」

図表4 公開して欲しい企業情報(複数回答)



資料出所:毎日コミュニケーションズ「08卒 モニターアンケート1月」

図表3 面接で自己アピールしたこと(複数回答)



資料出所:図表1と同じ



(五七・〇%)であり、次いで「残業や休日出勤の割合」(五三・〇%)、「何故理由(ポイント)で入社を決めたか」(五二・〇%)、「二五・三〇、三五歳賃金」(四九・五%)、「今後力を入れる事業」(四五・〇%)、「入社一年以内の離職率」(四三・〇%)、「辞めたいと思ったことがあるか、またその理由」(四二・〇%)、「平均勤続年数」(四一・〇%)、「産休や育休制度の利用率」(三九・五%)などの順になっている。

学生が企業セミナーの担当者からいかなる情報を手しようとしているのかを垣間見えて、大変興味深い調査結果である。「面接・選考のポイント」に関しては、採用選考について手の内を公開するようなもので、どこまで開示するかは微妙なところであるが、企業はどのような人材を欲しいのかを明らかにする必要がある。

また、「何が理由(ポイント)で入社を決めたか」や「辞めたいと思ったことがあるか、またその理由」といった情報は、学生が会社説明会に派遣された先輩の体験談から、企業を判断しようとしている。なお、企業としては、

派遣するセミナー担当者の人選が、重要なポイントとなる。うっかり会社に対する親和性の薄い、あるいはロイヤリティーの低い社員を担当者にするとならざるを得ない。最近の大学生は印象で物事を判断する傾向が強まっており、こうしたうかつな情報提供が思わぬ結果を生む可能性がある。

その他に学生が欲しがっている情報として、「残業や休日出勤の割合」、「今後力を入れる事業」、「入社一年以内の離職率」、「平均勤続年数」、「三五歳賃金」、「産休や育休制度の利用率」があるが、これらの情報は数値化して説明することが可能なものもある。学生は、これらの情報からその企業が「働きやすい会社か」、「居心地の良い会社か」を判断しようとしている。

企業はこれらの情報を、できるだけ学生の要望に応じて開示した方が、より優秀な人材の採用可能性が高まるはずである。とりわけ、ネームバリューや社会的認知度において不利な立場に置かれている中小企業は、これらの情報を積極的に開示することによって、採用の可能性が高まるものと思われる。ただし、当然のことながら、公開しても恥ずかしくないような経営状態の企業に限られるが。

5 キャリア戦略の必要性

以上のように、中途採用に臨む求職者にしろ新規卒業者にしろ、仕事内容や賃金等の基本的な求人情報に加えて、職場や仕事の実態をより具体的に把握できそうな多様な関連職業情報を望ん

でいることは明らかである。職業情報が紙媒体の時代からネット情報に移りつつある現在、職業情報は量的にも質的にも飛躍的に拡大・充実させることができるようになってきている。それゆえ、求人と求職のマッチングをより効率的に行うためには、双方の実情を伝える情報を可能な限り提供する必要がある。

だが、ネット情報は参考にはなるが、就職や採用を最終的に決定するために必要な情報までは提供できない。求職者や企業は、本来、複雑なアナログ情報の固まりであり、デジタル情報によって選別していくというやり方には限界がある。最後は「採用して働かせてみないと」あるいは「入社して働いてみないと」分からないという不確実性が付きまとう。求人と求職のマッチング効率を高めるにはデジタル技術も有効であるが、最終的にはカウンセリング、面接、会社説明会、インターシップ、紹介予定派遣といった機会を得られるアナログ情報も加えて、総合的に判断して決めるといった「カンピュータ」が決め手となる。

なお、求職者の「カンピュータ」とは、氾濫するデジタル情報を選別する能力であり、その基盤は本人のキャリア戦略である。キャリア戦略とは、「職業として何をやりたいのか、それを実現させるにはどのような会社に向いているのか、目指す会社は採用される可能性が高いのか」といったことを、正確にはなく論理的に考える能力のことである。この能力が欠落していると、氾濫する情報に溺れてしまい、職業・会社選択ができなくなる可能性が高い。

JILPT 出版物のご案内

職場のトラブル解決の手引き [改訂版]

～個別労働関係紛争判例集～

- 目次
0. 労働関係法規の適用
 1. 雇用関係の開始
 2. 雇用関係の展開
 3. 雇用関係の終了及び終了後
 4. 均等待遇、労働者の人権、女性労働等
 5. 非典型労働者・中高年労働者の就業
 6. 外国人労働者

野川忍 [監修]

労働政策研究・研修機構 [編]

定価：1,575円(税込み)

