

間違わないための 就活ナビゲーション



日経ナビ・日経就職ガイド
編集長 渡辺茂晃さん

1966年宮城県生まれ。明治大学商学部卒業後、日経事業出版社（現・日経HR）入社。雑誌編集部、日本経済新聞社産業界記者を経て、98年より就職情報誌や書籍の編集に携わる。2001年に就職ガイド編集長に就任、05年「日経ナビ2007」より日経ナビ編集長に就任。

「就活は自然に始まり、流れのなかで決まっていくもの」。そんな考えの学生も結構多いかもしれない。確かに就活には、基本パターンはあるものの、毎年異なる状況が生まれる現状では、決して必勝パターンはない。最近の学生には、就活でどんな誤解が多いのか、わかっていないことは何か。日経ナビ編集長に、間違わないための就活術を聞いた。

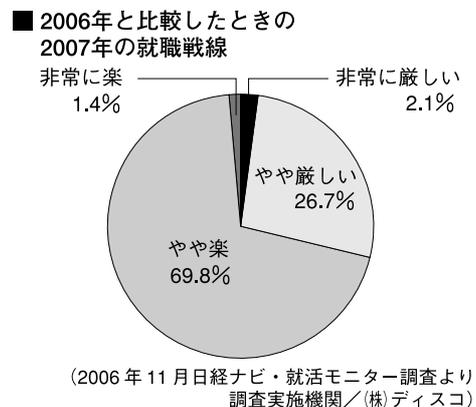
1 現状把握編

● 就職戦線の見込み 楽観視する学生が増える

2006年11月時点で、今年と来年と比較して、学生に就職戦線の見込みを聞いたアンケートでは、楽観派が7割を超える状況になっている。

「有名大学の出身者などは、特に楽観的になってきているようです。しかし、それ以外の大学生も負けず、就職企業のランクアップを目指そうとチャンスを狙っています。日経HRでは各種の就活本も発行していますが、通常、楽観的な空気の中では本の売れ行きも鈍るのですが、今も売れ行きは落ちていません。それだけ、前向きになっている学生が増えているといえると思います」

ただし、実際の就活が始まると、楽観的な考えも次第に変わっていくようだ。2007年3月の就職活動の難易度調査では、5段階のうち「厳しい」「やや厳しい」と答えた人が56・8%と半数を超えており、その理由に、選考試験に落ちた経験を



● 就活スケジュール 昨年より2週間前倒しの流れ

上げている学生もいる。

気になる就活のスケジュールだが、いつからスタートすべきなのか。「2007年度は4月上旬と下旬に分かれ、内定が開始しています。その一年前は4月下旬が普通でしたので、早まってきているようです。今年も2月時点で、理系の大学院生に内定が開始しており、全体として2週間ほど早まるのではと予測しています」

これまで企業間には、学生が卒業年次にならないと選考活動を行わないといった日本経済団連の倫理憲章があったのだが、この憲章が形骸化するのも時間の問題といえるようだ。

■ 2007年度就活者の就活スケジュールアンケート

| 就活時期 | 多かった回答 |
|----------------------|-----------------|
| 就職を意識し始めた時期 | 10月前半が半数以上 |
| 初めてセミナー・会社説明会に参加した時期 | 多いのは11月後半～12月前半 |
| 志望企業を決めた時期 | 1月～4月前半まで分散 |
| セミナー・会社説明会のピーク時期 | 2月前半 |
| 初めて内定をもらった時期 | 多いのは4月上旬 |
| 就職先を決定した時期 | 多いのは4月下旬 |

(2007年度日経ナビ・就活モニター調査より)

スケジュールの前倒しと比例して、リクルーティング活動も活発化している。今年、大量採用を計画している金融、メーカー系の企業では、人事部以外の社員も動員し、全社的なリクルーティングを進めている。

「資料請求があった順に、リクルーターが接触するといった状況になってきています。そういう意味では、できるだけ早く動いたほうが、得な面は多いと思います」

2 自己分析編

●自己分析のコツ 「期間を決める」「熱中しない」

就活のスタートであり、大学3年生の秋には多くの学生が行う自己分析。誰もが初めての経験だけに、間違った方向に進む学生も多いようだ。

「就活の自己分析は、エントリーシートに書き込むネタを探すことが目的です。しかし、その方向を間違えて、性格分析になっている学生がいます。また、分析を長くいだらだらと続ける人もいますが、それでは出遅れてしまいます」

期間を決めて行う、熱中しないこ



とが分析のコツといえるが、短期間でスムーズに終わらせるためには準備も必要になる。

「面接で自分の長所を話せるようになるには、それなりの経験をしておかないといけません。行動した内容で判断するものだから、早くから日々の行動やそのときに感じたことを貯める姿勢に入っておくことが大事です。そのためにも、大学3年生の春くらいから、自己分析を意識しておくことでしよう」

●できる学生はここが違う 早くから社会に出る意識がある

自己分析を行ってみると、何を基準に自分を判断すべきか、わからなくなってしまうものだ。その迷いは誰もが経験していると思えるのだが、結果を見ると、歴然と就活上手な人とそうでない人の差が生まれている。なぜなのだろうか。

「できる学生は大学に入ったときから、社会に出ることを意識しています。そのような人は、大学での行動すべてが、就活につながっているといえるのです。そういう意味でも、できるだけ早く、自分なりの仕事の絞り込み条件を見つけられるかどうか

が鍵になります」

自分が何が好きで、どんな働き

方をしたいのか、この答えを見つけるには、やはり行動から考えるしかない。

「最もよいヒントになるのは、働く現場を見る経験です。アルバイトでも、インターンシップでも、職場の雰囲気を実際に経験すると、自分に合うか合わないかが自覚できま

もし自分が遅れていると感じたら、周囲に、できる学生がいなければ、ネットに書き込みをしている学生から探してもいいのです」

■ 就活の心境を表す「四字熟語」トップテン

| | 四字熟語 | その心（一部） |
|-----|------|--|
| 1位 | 五里霧中 | ・自分が何をやりたいか、はっきりしない ・本当にしたいことが、就活をするにつれてわからなくなる ・情報があふれて混乱するときがある |
| 2位 | 暗中模索 | ・就活に何が有効かわからず、手探りで進めている状況 ・出口が見えないけど、動かしにくい ・自分の就活が正しいかわからない |
| 3位 | 一期一会 | ・会社側との出会いを大切にしたい ・毎回毎回が出会いであり、全力を注ぎ込みたい ・一つひとつの出会いを大切にしていきたい |
| 4位 | 四面楚歌 | ・周囲がみな敵で、孤立無援 ・企業に落とされてばかりで、周囲が敵に感じる ・人事の方が味方に見えない |
| 5位 | 一喜一憂 | ・通過すると喜び、面接で挫折を味わう繰り返し ・ある企業が進んだら、別は残念な結果と複雑な心境 ・嬉しいときもあれば、泣きたいときもあり、感情に振り回される |
| 6位 | 無我夢中 | ・とにかくやるしかない、他の悩みは気にしないことにした ・就活のことしか考えられない毎日が続いている ・自分の夢、将来、生活、やりたいことのために必死 |
| 7位 | 一生懸命 | ・今がんばらないと絶対後悔する ・目の前の壁に懸命に立ち向かっている ・ミスや準備不足でチャンスをつぶしたくない |
| 8位 | 猪突猛進 | ・周りは見えないで前だけを見て走っています ・自分を信じて前に進み続けているから ・自分が志望する企業に向かって、ただ突き進んでいる |
| 9位 | 一心不乱 | ・朝から晩まで説明会や面接だらけ、他のことは考えられない ・一心不乱にやっていると危ない状態 |
| 10位 | 四苦八苦 | ・最初に苦しむのが嫌と後にしたら、もっと苦しい ・とにかく苦労の連続 |

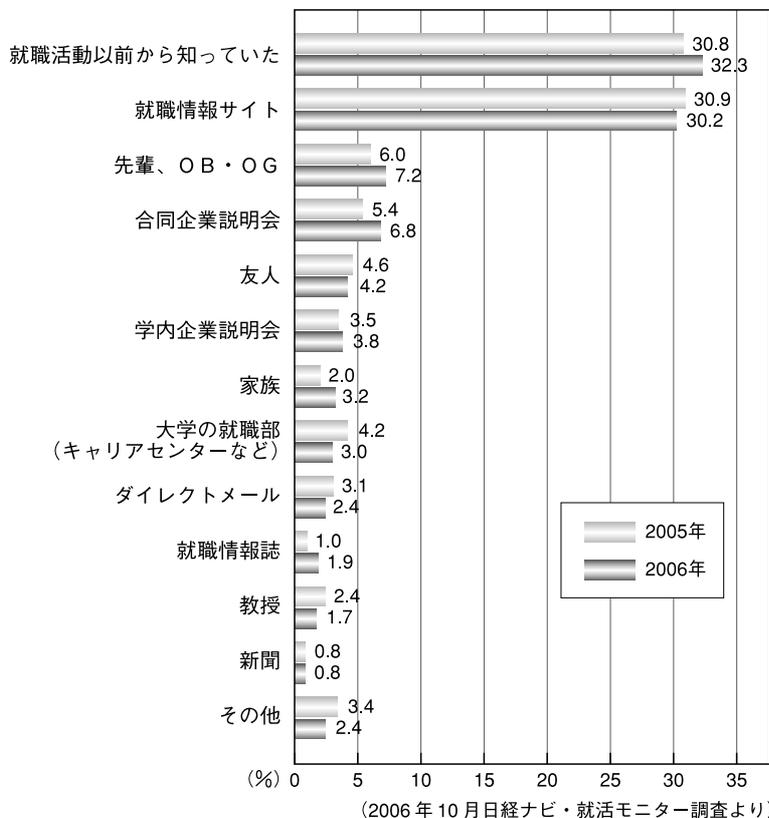
(2007年3月日経ナビ・就活モニター調査より)

3 情報収集編

● 就職情報サイト 早めの登録でフルに活用

就職企業を知ったきっかけを聞いたアンケートを見ると、圧倒的に就職情報サイトがトップとなっている

■ 就職企業を知ったきっかけ



る。日経ナビは、学生にどのように利用されているのだろうか。
「就職情報サイトは、主に企業セミナーへの申し込みで利用されますが、最近ではインターンシップ情報を得るために、早期登録をする人も増えています。日経ナビでも、大学3年生の5月から登録を受け付け、さまざまな情報を提供しています。また、企業研究のためのコンテンツも掲載しており、特に企業ランキング情報は人気があります」

就職情報サイトはいくつも存在しているが、そのサイトしか登録していない企業もあるため、広く登録しておくことが大切だ。

また、狙いを絞った企業について詳しく調べるときは、企業ホームページが大切な情報源になる。

「最近では、大学OBや各部署の若手社員の声を掲載するなど、企業側もPRのために採用ホームページに力を入れています。企業も自社に直接引つ張れる媒体だけに、IDやパスワードの設定が必要などところも多く、学生はID等の管理だけでも大変な作業になってきていますね」

● 学生間での情報交換 全体の流れを知るためにも有効

就職情報を学生間でやり取りできる就職サイトや就活掲示板、ブログも、定番のツールとなっている。

「大学や地域によって、就活への取り組みが早いところ、遅いところの差があるのですが、このようなサイトを見ると、就活全体の流れがわかるので、特にこの点はメリットが大きいと思います」

大学の就職部も、内定率アップのために就職講座



を開いたり、キャリア教育を単位に組み込むなど、新たな取り組みを行っている。

「大学によって取り組みに差がありますが、進んでいる大学では、教員と職員が一緒になって、学生に就職意識を持たせようと努力しています」

なかには、大学1年時に「就職の意識付け」、2年時に「インターンシップの紹介」と段階的に教育している大学もある。

また、就活が早まる傾向の中、各大学の4年生たちが、就活を始める3年生に就活の情報を与えたり、やり方を指導するといった姿も、よく見られるようになっている。

「就職氷河期を経て、学生間で就活について教えあう構図は、定着しているようです」

4 就職活動編

●売り手市場の採用 バブル期と違い質を重視

2006年10月に行われた企業の採用活動に関する調査（ディスコ調べ）によれば、採用活動への今年のスタンスは、「採用予定人数の確保より学生の質を優先」と答えた企業が85・9%、「学生の質よりも採用予定人数の確保」と答えた企業が14・1%となっている。

「売り手市場になってきているとはいえ、バブル時の採用と違い、企業にはこれまで行っていた厳選採用の流れができています。面接は重要な選考の場ですから、数をこなそう



とすると集団面接になります。特に2次面接では急激に増えています」
しかし、肝心の面接内容は、あまり変化がないようだ。学生時代に打ち込んだことが、今も話題の中心となっている。

「面接では、話の中でその人の能力を測りながら、仕事に生かせる部分を見ていきます。このストーリーに乗った話ができない面接は、厳しいものになりますね」

●インターンシップ、OB訪問 面接対策に最も有効な手段

面接時に話す内容に困っている学生にとって、現場の仕事情報が得られるインターンシップとOB訪問は利用価値が高い。

ここ最近、実施企業も増えているインターンシップだが、2006年7月のモニター調査によれば、経験した人が32・8%、応募したが選考にもれた人が18・3%と半数以上が申し込みを行っている。

「インターンシップは、企業面接で話す素材としては最も使えるものですし、その行動内容も評価されやすいものです。ただし最近では、応募も多く、選考も厳

しくなってきました」

また、有効な就活の手段であるOB訪問だが、前出のモニター調査によれば、全体で平均4・5人となっており、他の活動と比較すると、あまり増えていない状況だ。

「OB訪問に消極的になる学生は、社会人を目の前にしたときに、何を聞いているのかわからないのだと思います。しかし、先輩から聞ける会社や仕事の話は、聞いた感想だけで

も面接で話せまし、経験談のどこを強調すべきかを測る目安にもなります」

OB訪問で聞ける内容は、実際の仕事内容、その人の職業観、会社や社員の雰囲気、会社の内情など、ネットや資料では得られないものばかり。採用に積極的になっている企業側も、これまで以上に協力してくれるはずだ。

■就職活動で困っていること

