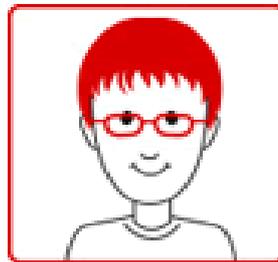


街場の就活論

Vol. 2

新卒採用に今、何が起きているのかー

団遊 (だん あそび)



10月1日には2012年4月卒業生向けの企業エントリーサイトがOPEN。
1年半の長い戦いが始まる。一方、大学側からはエントリー開始を4月~にせよと
サイト各社に働きかけが強まり、いよいよそうなるという話も!?

揺らぐリクナビ王国

就職活動のコミュニケーションツールが葉書+電話からインターネットに代わり、覇権を握り続けているのが、皆さんもよくご存知のリクナビです。社会人向けのサイトを「リクナビNEXT」と呼ぶことからわかるように、彼らのブランド形成の主軸は、大学生に向けたあのお化けメディアが担っています。

ほかにマイナビや日経ナビといったメディアもありますが、リクナビの立場は圧倒的です。その下地づくりに大学職員も無意識に協力しており、就職指導の場では「とりあえずリクナビくらい登録しろ」と言葉が飛び交います。

圧倒的な強さは企業に請求する掲載料金にも反映されており、他社の2倍~3倍の料設定がされ

てきました。有料掲載企業は6,000とも8,000とも言われます。一社当たり300万円程度と考えると、大きなビジネスです。他社は料金面で対抗したり、人気企業を、他サイトに掲載しないことを条件に格安または無料で載せ、「だけでエントリー」として学生の会員を募るなどしてきました。

余談ですが、現状の新卒就職活動における企業の費用負担は、人気企業であればあるほどやり方次第で安くできる傾向があります。メディアにとって企業名こそがコンテンツであり、優良コンテンツならば無料で載ってもらいたいと思うからです。ドーム会場などで行われる就職フェアもしかりで、人気企業は無料でブース提供されることも珍しくありません。もっとも、人気企業は応募者数も多く、対応のためシステム投資や人的コストがかかる側面はありますが、それはやり様で工

夫できます。

そんな事情に最近変化が起こっています。まずインパクトがあったのは、リクナビの値下げでした。ここ2~3年の話ですが、リクナビは掲載料を大幅に下げる施策に出ました。この影響で廃業した専売代理店などもあると聞きます。値上げこそあれ値下げはないと思われたリクナビが値を下げたのは、もちろん不況の影響もあるでしょうが、どうもそれだけではないと感じています。ここにきて、採用メディアというビジネスモデルそのものが揺らぎ始めているのです。

その改革主は mixi や twitter、myspace、facebook といったソーシャルメディアです。IT 業界を中心に、企業が旧来の有料メディアに頼らずとも学生とのコミュニケーションは可能だと考え始めたのです。また、IT 業界への適性度をはかる指標として、それらを使いこなす程度はリテラシーのある学生と出会いたい、という側面もあるようです。そのため、使うメディアも、日本で圧倒的なシェアを握る mixi よりも、myspace や facebook を好んで使う傾向があるように思います。

実際、私が代表をつとめる制作会社も、3年前まで有料メディアに広告掲載し新卒採用をしていましたが止めました。物理的に会える数を超越した、物凄い応募があるためと、これだけ応募があるならメディア掲載しなくてもやり方次第で出会えるのではないかと考えたためです。予想に違わず、毎年コンスタントに問い合わせが来ます。そのような状況を考えると、リクナビをはじめとした採用メディア運営企業は、新しいビジネスモデルを模索する真ただ中に、今いるのだらうと思います。

キャリアビジョン

先日、講義で学生のプレゼンテーションを聞きました。インターンシップを軸にしたキャリア観育成授業の最終コマです。

私はキャリアビジョン構築には、目的地を決め

ることから始めなさいと伝えています。たとえば「どこかに旅行に行きたい」と言っているうちに旅支度はできません。仮に「札幌」と決めるから「やっぱり寒いのはイヤ」「意外に飛行機代が高い」など細かいことが見えてきます。ポイントはいつも「仮決定」にあります。しかし皆キャリアビジョンなどと言うと「最終決定」を探そうとします。その結果「キャリアビジョンなど、まだ社会人経験もないうちに決められない」という話になり「とりあえず就職活動」と流れ込みます。

「目的地の仮決定」「動きだしてみる」「目的地の変更」。このトライアングルを続ける限り、確実にキャリアアップします。誰もが当たり前に見えるこのことを、毎回言葉を変えながら伝えていくのが私の授業でのスタンスです。

プレゼンテーションを聞いていると、そのことの何かを掴みかけている学生、相変わらず「がんばるしかない」と言い続ける学生、様々です。ところが先日の授業であまり出会ったことのないタイプの学生に出会いました。

その学生は、モンゴルから留学中の4回生でした。彼女は冒頭「私は自身のキャリアビジョンのただ中に今います。ここにいる必要があるので、この場所にいるのです」と言いました。

ロシアで生まれ7年過ごした後、母国モンゴルに帰った彼女は、そこで多くのストリートチルドレンに出会います。溢れる失業者。国の違いで子どもが置かれる環境の違いに、相当なショックを受けたと言います。

そして、ほどなく彼女は援助団体のボランティア活動に参加し始めるようになります。しかし、早々に「国の仕組みを変えないと、抜本的な解決は望めない」ことに気が付きます。そして奨学金を得て地元の大学に入学します。

同じ頃、またある体験を通じて「国は政策で動いている」ことを知ります。それならば、その環境に身を置き働くにはどうすればいいかを探りました。結果、留学体験が有効であることを知ります。彼女は留学に必要な要件を集め始めました。

次に彼女はどの国に留学しようか考えました。

そして日本を選びます。理由は「国民の機会平等が比較的担保された国であり、参考になることがたくさんあるのではないか」と大学教授に指南されたからだそうです。家庭の経済事情上、奨学金をもらう必要がありますから、その要件である日本語は二年弱でマスターしました。

こうして日本に来て4年目を迎える彼女は、来春母国に戻り、二年間、国の機関で働くつもりだと言いました。その後、また、別の国の大学院に進むのだそうです。行政の中枢に行くには、そのキャリアが不可欠だからです。その奨学金に申し込む必要要件が、二年間の労働だそうです。「だから私は、今のところ微修正はしていますが、高校の時に考えたビジョンに沿って目的に近づく学びを重ねています。これからもがんばります」と言って彼女はプレゼンテーションを済ました。同じ教室で学び、話を聞く日本人学生は何を思ったのか。世の中には、いろんな大学生がいるなあと、いつものように思いました。

マニュアルガッツ

これは造語ですが「マニュアルガッツ」についてご紹介します。一昔前、面接の現場で「誰の答えを聞いてもマニュアル通りだからおもしろくない」というような話が聞かれました。中谷彰宏さんの「面接の達人」などが売れに売っていた頃の話です。さすがに今では「自分の言葉で話しましょう」と指導が行き届いているからか、これぞマニュアル！な学生は減りましたが、まだまだマニュアルガッツは健在です。

中でも最近よく聞くマニュアルガッツは主に企業の選考に落ちてしまった時に発揮されます。「どうしてもその企業に入りたい」という気持ちはわかりますが、そのときの行動がマニュアル化されているのです。一番多いのは「直筆の手紙」です。「自分はあのときフルに力が発揮できなかった。もう一度チャンスが欲しい」というようなことが書かれています。「よければもう一度チャンスを！」と熱く訴えてきますが、こちらから連絡し

ない限り、そのまま放置されるのも、このマニュアルの特徴です。返事がない場合のアクションまでは、マニュアル化されていないのかもしれませんが。

次に見受けられるのが「門の前で待ち伏せ」です。本当にそんなやつがいるのかと思われるでしょうが、結構耳に入ってきます。確かに、目の前で直訴されると情も湧くというものですが、それで選考結果をいちいち変えるわけにもいきません。

これらの行動は「インターネットや書籍を通じて書かれた誰かの成功体験」を読んでトレースしているケースが多く、そのため目新しさがありません。本人にとっては、一世一代の大勝負かもしれませんが、大勝負を連日仕掛けられる側は「勘弁してくれ」という気持ちになるのも仕方ありません。ガッツの見せ方にオリジナリティがあると受ける方も楽しめるのですが、大体マニュアルが流れパターン化します。そして、これらのマニュアルを流布する役割を果たすのが、リクナビに並ぶ就職活動の必須サイトである「みんなの就職活動日記」(運営は楽天)です。

とある説明会で

5月末、社員数300名程度のとあるIT企業で会社説明会が行われました。翌年4月卒業者に向けた説明会です。定員一杯の30名が参加しました。これは大きな変化です。4~5年前は、この時期の説明会は来て数名でした。それも「うーん、わかる！」と、思わず膝を打ちたくなる学生が大半です。内定辞退等で計画が狂い、募集人数に到達しない企業が「一縷の望みを賭けて」開催するのが、この時期の説明会でした。ところが今は違います。この時期の説明会も大盛況です。いかに内定をもらえない学生が多いかを表しています。

さらに今年はまだ一つ、変化がありました。それは「業界をITに絞っている人、手を挙げてください」という質問への答えです。この会社の募集職種はシステムエンジニアです。そのため、ITに興味がない人はマッチしません。例年、ほとんど

の人が挙手します。ところが、今年は5名ほどしか手が上がりませんでした。

これをどう見るかですが、私は「もうどうしていいのかわからなくなっている」のではないかと推測しました。自ら希望してきた説明会です。そこは「とりあえず手を挙げておく」のが常識的な知恵ではないかと思います。

結婚パーティーに参加して「結婚する気はない！」と宣言するバカはいません。まずは場の可能性に賭けることから始まります。人事担当者は「こら、あかんわ」とあきれ顔でした。

採用活動のグローバル化

6月に入ると、私の会社にも、既存&新規クライアントから、様々な新卒採用課題が投げかけられてきます。2012年春入社に向けた作戦会議です。この中で、特に大手企業を中心に採用活動のグローバル化が進んでいます。

それは「留学生を積極採用する」だけではありません。端的に言うと「日本人は海外の大学で、留学生は日本の大学で」採用しようという動きが強まりつつあるのです。理由はこうです。今企業が日本人学生に物足りなさを感じていることは、突き詰めれば「主体性のなさ」です。「自ら考えることができない」という言い方をされることが多いですが、とにかく依存気質過ぎる。知識と教養がない上に自己決定もできないのですから、幼稚園児と変わりません。

これは学生の問題ではなく、日本の大学システムが産み出す副産物だと私は思いますが、その理由はさておき、そんな状況を毎年見せつけられると、企業も考えざるを得ません。一方では国際競争で日本の力が弱ってきたと見られる状況です。

その結果、海外の大学で学ぶ日本人に可能性を見出し始めています。海外の大学で学ぶ大学生のことを、留学生とわけ国際学生と呼びますが、国際学生ならふたつのことが担保されています。

- ・高校三年生時に海外で学ぶことを自己決定してきた

- ・日本語に加え、現地言語を習得している可能性が高い

この二つの力で「活躍できる」とは言えません。しかし「日本の大学生に期待できない」のであれば、そこに賭けてみようというアプローチです。また、これらの学生は、今海外進出する企業がリアルに困っている課題解決ができる人材に育つ期待も持てます。その課題とは「多国籍人材を抱える部署をマネジメントできる日本人管理職がいない」というものです。

話が少しそれますが、私が講師をつとめる立命館アジア太平洋大学にはAPハウスという寮があります。全校生徒の半数を占める留学生の大半は1~2年次、ここで共同生活します。また、日本人も希望すれば入所することができます。この場所では、毎日のように「国際問題」が起こります。たとえばクリスマスという行事も国によって捉え方は様々です。その些細な違いがトラブルになります。恋愛観も「美しい」と思う感覚も「掃除」の捉え方も、育ってきた環境を背景に、考え方が違います。そんな状況でお互いに上手く折り合いながら楽しく共同生活していくことを強いられます。

開学10年を超え、噴出する国際問題それぞれに対処法が編み出され今はそれほど「ドタバタ」はないようですが、それでも学生時代にそれらを体感するとしなないでは大違いです。

企業は一方ではグローバル化を進め、留学生採用にも積極的ですが、日本が母体の企業である以上、多国籍化を進めても、実際はマネジメント層にある程度日本人が必要です。しかし、島国で過ごし30歳を超えて突然多国籍人材をマネジメントせよとミッションを与えられても、それは難しいのが本当です。

話を戻します。今言ったようなことも背景に、日本の、特に大企業は、これからの20年を見据え「日本人は海外の大学で、留学生は日本の大学で」採用するのです。