

新卒採用ミスマッチ課題に対応する 集団面談会の試行実施

職業能力開発総合大学校 小平キャンパス 学生課

大天 健一
鈴木 寧々

1. はじめに

わが国の中小・中堅・ベンチャー企業と学生の間には、雇用におけるミスマッチが存在している。中小企業等は、新卒に対する雇用意欲があるにもかかわらず、自らの魅力を効果的に学生に伝達することができていないため、人材確保に苦勞している。

これは「中小企業等と新卒者等のミスマッチ解消に関する取組について」（平成24年1月付経済産業省資料）に記載されているものである。

応募が少なくなっているミスマッチの要因としてさまざまな点が考えられるが、筆者は「活きた情報が不足している」という点が大きな要因であろうと考えている。

これらの課題に対応する面接会を職業大小平キャンパスにおいて試行実施することとした。

2. 面談会の企画・検討

職業能力開発総合大学校小平キャンパス（旧職業能力開発総合大学校東京校）専門課程・応用課程の就職支援は、「キャリア就職支援センター運営会議・ミーティング」で検討をし、実施することとしている。（平成24年度の運営会議は副校長宮田忠、ミーティング委員長は電子情報系助教 菊池拓男）

運営会議で全体方針を検討し、その方針に基づきミーティングで毎月の就職支援の状況把握や対策の検討、実施を行っている。

2.1 基本的な考え方

学生の就職活動には保護者の意向も大きく影響しているが、保護者自信も日常生活で自然に得られる企業情報、例えば日常の家電製品をはじめとする生活用品などを供給する企業などを就職先候補として勧めているのが実情ではないだろうか。

筆者は「活きた情報」とは「企業の実際の仕事をその仕事に携わるビジネスパーソンから直接、できるだけリラックスした環境で、かつ最適なタイミングで情報を得ること」ととらえている。

すなわち、得る情報は①企業の人から直接に②アイスブレイク等を経て話しやすい環境下で③就職・採用を強く意識している時期に行うということが必要であるということである。

これらの条件を満たすことを意識した面談会を検討した。

2.2 企画内容

学内会社面談を新卒採用の時期としては遅いと思われる9月下旬に設定したのは、「学生が就職をしようと強く意識している」とことと「企業が採用を強く意識している」という2つのタイミングが合う時期であると想定したからである。

通常、会社説明会は学外で9月以降も多数開催されているが、①企業の人から直接に②アイスブレイク等を経て話しやすい環境下で③就職・採用を強く意識している時期に行うというすべての条件を満たすことを意識して実施しているものはなかなか見当たらない。

①企業の人から直接に、というのは面談会として実施した場合に条件を満たすが、学外の面接会では他校の学生が多数きているので、緊張感がある。筆者も学生を引率していくつかの面談会に参加したが、話しやすい雰囲気とは言い難い。

学生の慣れている学内での開催ということで学生もリラックスして話ができると考えた。また、企業担当者にも実際の実習場や学生が取り組む課題を直接、確認できるため相互理解が促進されやすくなると想定した。さらに学生自らが課題を説明することで、その後の面談の緊張感を緩和できると期待した。これらが②アイスブレイク等を経て話しやすい環境下づくりに役だつと考えた。

③就職・採用を強く意識している時期として9月を設定したのは学生側により就職への危機感をより強く意識するようになる時期であり、企業側も来年の採用計画の終盤を迎えているという背景があると想定をした。

企業側・学生側の双方がリラックスした雰囲気の中で話し合える「場」を作ることを本企画の目標として、準備を進めることとした。

2.3 学生の特性

職種などにこだわりがあったり、進学を検討していたが進路変更を決めた学生など、今まで就職活動を十分できていない学生など、就職活動に慣れていない状況がある。

知識や技能、技術についての実力やものづくりについての高い意欲を持つ学生については、緊張感の少ない環境やデータだけでは読み取れない情報（人間性）に触れることが重要であると考えた。

2.4 企業側のニーズの想定

中小企業は独自の技術をいかに伝承し、いかに研ぎ澄ましていくかということへの課題認識が高く、優秀な若者の採用に意欲的な企業も多い。

世界的に通用する高度な技術をもつ企業でも、「B to B」のビジネスを基調とし、しかも、企業規模がそれほど大きくない企業においては、知名度も低く、優秀な学生の確保が難しいという問題がある。

現場向きの実践的な技術・技能を学び、就職意欲も高い学生を採用したいと考えている企業にとっては、学生との出会いの場を求めるニーズは高いと考えた。

ただ、この時期に就職が決まらない学生について心配する声もある。これに対応するため参加予定の学生について得意分野や自己PRなどをあらかじめ、示したうえで参加企業を募集することとした。

2.5 企業団体との連携と企業募集

一般社団法人首都圏産業活性化協会（TAMA産業活性化協会、以下「TAMA協会」という）は、ものづくりの高度な製造技術を有する基盤技術型中小企業が多数加盟する企業団体である。

職業大小平キャンパスで実施している専門課程・応用課程はそれぞれ生産現場の実践技術者、生産現場のリーダー人材を育成しており、製造業の生産現場への就職を希望する学生が多数である。

このため面接会を実施するにあたって、製造業企業が多数加盟する地元団体であるTAMA協会事務局と連携して、面接会を実施することとした。

2.6 学生参加と企業募集

当初は、電子情報系の学生を主な対象として、想定した。

参加企業は大学のある地域であるTAMA協会の会員から募ることとした。

募集に当たっては、参加予定の学生の個人情報を除く、所属科や得意分野、自己アピールなどを示した参加予定者一覧表（図1）を作成し、募集を行った。

募集の過程で学生についての問い合わせもあり、その際に機械系の学生へのニーズも多くあった。

このため当初機械系の学生は2名の参加予定であったが、さらに学生募集を募った。

さらに近隣の関係大学である職業大相模原校、関東職業能力開発大学校、同校付属の千葉短大校からの参加を募り、参加人数は24名の参加申し込みがあった。

自校以外からの参加により、学生の面接に臨む真



写真2 学生による課題説明

企業の声からは、学生の個性や良さが伝わり新鮮であったとの評価を得た。

その後、学生をそれぞれ10名ずつの2つのグループに分割し、企業側のプレゼンテーションをそれぞれのグループにお願いした。実習場での課題説明を終えた学生は順次グループ面接の会場に入り待機する。その間、企業採用担当者は改めて全体会場に戻り、その後の事務局から面談会の進行の説明を行った。

企業側には2回同じ説明をそれぞれ10分程度で行う。少人数で学生の顔を見ながら説明ができるため、より話を聞いたり、質問しやすくなるであろうと考えた。

企業側からはもう少し説明の時間が必要との声もあったが、学生との距離感が近くなり、親近感をもって話せたとの意見も得ている。

グループ面接に続いてブースでの面談会を実施し



写真3 グループ説明

た。

やや広めの教室に簡易の企業ブースを設置し、少人数の学生と面談をするというものである。

一般の面接会ではここから自由面接として始める者が多いと思われるが、学生のプレゼンテーション、学生を小人数グループにしての企業説明を経てきているため、若干でも話しやすい環境が構築されていることを期待もあった。

ここでの工夫は時間を15分程度に計って、はじめの2回は強制的に交代するという方法である。

はじめ学生は必ずいずれかの企業ブースに座ることとし、時間内はそこで話をするというもので、1回目と2回目をこの方式で行った。ただし、2回目は1回目とは違うブースに必ず移動することとした。これは、少しでも多くの人と話す機会をもつことで視野を広げるねらいがあった。

当初の目論見どおり、話は活性化し、15分という区切りは短いように感じられたようである。

3回目以降は15分という目安の時間を知らせるものの、自由意思による行動とした。学生の多くは引き続き相談を希望し、1回目、2回目のブースに戻る学生もいれば、回ったことのないブースに座る学生もいた。

学生には名札を用意しており、ブースで話をした学生は名札に明記された番号を企業担当者に知らせることとした。また、話をした直後に応募を希望する学生はその場であらかじめ準備したエントリーシート（履歴書に志望動機・自己アピールを除く項目を記入したもの6社分コピーを用意）を企業担当者に渡すこととした。

また、参加企業には参加者の募集時に配布した一覧に参加者の氏名を付した一覧を配布しており、ブース面談の終了時に面談をした者の名前を確認し



写真4 ブース面談写真

て、チェックするようにした。

このとき企業にエントリーシートを提出した学生は参加者20名中15名であった。

学生側にも自主的な行動が多数みられ、当初の目標は達成された。

4.2 面談会後アンケートの実施

重要なのは、マッチング支援であると考え、学生と企業にそれぞれアンケートをお願いした。通常は満足度等のアンケートを取ることが多いところだが、ここではマッチングを支援するという観点から、学生側には応募したい企業を、企業側には採用の対象としたい学生数および学生の名前を聞いた。

それぞれの調査結果をまとめて、企業に提供するとともに学生にも企業から指名があったことを伝えた。

面談の時点では気づかなかったお互いの存在を意識し、さらに研究を深めるきっかけとなったようである。

相互に指名されることで、再度情報を見直すことになり、見落とししたかもしれない情報に再度接点をもつ機会を得ることを期待した。

企業(順不同)	感想・意見など	興味がある学生	受験を希望する学生
A社	有意義な時間でした。学生の対応もよく、興味をもていただければ採用も考えていきたい。	学生A	学生Aを含み9名が受験希望と回答
B社	真摯な対応をする学生さん達で良い面談会でした。	記入なし	3名が受験希望と回答
C社	学生による説明という企画が学生の様子を見てとても良かったです。できれば何らかしらの実演もしてもらいたかったです。	学生B、C	学生B、Cを含み5名が受験希望と回答
D社	みなさん熱心で勉強しました。	学生B、C、D、E、F	学生B、C、E、Fを含み5名が受験希望と回答
E社	会社説明のプレゼンの際、他社と部屋を分けていただけると良いと思いました。学生さんの意見を直接聞かせが出来、参考になりました。	学生G、H	学生G、Hを含み10名が受験希望と回答
F社	研究発表と学生さんのプレゼン後、グループ別での会社説明会と面談は限られた時間の中で非常に良い構成であったと思います。会社紹介のプレゼン時間をもう少し長たしたかったです。	学生B、C、F、I	学生B、Cを含み7名が受験希望と回答

図3 実施直後アンケート結果

5. 採用試験の進行と成果・課題

リラックスした雰囲気でのコミュニケーションから始める面談会は交流会の雰囲気もあった。

学生は企業訪問をし、会社見学や改めて説明を受けることになるが、すでに前に踏み出していることもあって、円滑に進めることができた。

その後、企業やTAMA協会事務局、学校の連携事業という安心感もあって、円滑に選考を進めるこ

とができた。

5.1 マッチング効果

ものづくり分野を支える中小企業では技術者のニーズは高いが、雇用のミスマッチの問題が指摘される。これは求人を出しても応募がないという問題や能力が不足しているとの問題もある。

職業能力開発総合大学校小平キャンパスでは、生産現場で活躍できる実践技術者・リーダーの育成を行っており、ものづくりについて興味関心が高く、将来、会社に貢献できる人材が多数いる。しかし、中業企業でどのような仕事があって、どんな製品を造っているのかを知らない学生も多く、仕事の中身やそこで働く人の理解を促進できる場をつくることが重要になっているのではないかと思われる。

そういう意味においては、直接話す機会を意識的に設定して、相互の接点を多くするイベントはマッチング機会の効果的な提供方法とみてよいのではないだろうか。

今回の面接会では24名が応募し、当日までに他社からの内定があった4名を除いて、20名が参加することとなった。

企業の参加は6社で、面談直後のアンケート結果は学生の希望者数は15名、会社側が興味を示した学生数は10名であった。

その後アンケートデータをもとにマッチング調整（企業側に受験可否を、学生側には受験希望有無を打診）を行った結果、18名の学生が受験することとなった。

内定状況は平成24年11月15日現在で、5社から8名の内定通知を得た。

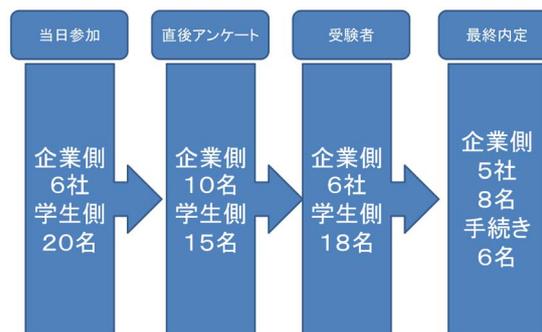


図4 選考経緯

これに対し入社手続きを行った学生は6名であった。

5.2 今後の課題

いわゆる「B to B」の業種は学生の認知度が低いと見られ、希望する学生が少ない傾向があるとされている。

特にものづくり分野では企業を対象にしたビジネスも多く、毎年採用に苦慮しているのではないだろうか。

もちろん広報などの情報発信も必要であるが、殊に就職情報に関していえば求職者が求めているタイミングで効果的に提供して行くことが必要であろう。

求人情報は年間を通じて膨大な情報量があり、どの情報を選択するかが、難しい状況がある。

マッチングの場合は学生（求職側）と企業（求人側）の適切なタイミングをみて、いかに相互に交流しやすい場を作りだすかが重要となる。

職業能力開発を実施する実施者がそのタイミングを見極め、企業団体等と連携した場の創出は今後ますます重要になってくるのではないだろうか。

今回の面談会では面談会以外の企業への内定による辞退や面談会参加企業間で同一人物への内定があるなどがあったが、学生側の真剣さが伝わったとする企業意見を得ており参加者からも積極的な評価を得ている。

面談会の機会は「場所」の提供ではなく、適切な相互理解の「場」を作りだすことが、課題となる。

双方のニーズ、タイミングを見極め、企業団体等と効果的な連携を図りながらマッチング支援をすることも必要となると考える。

この取り込みが今後のマッチング支援の充実に役立てば幸いである。

5.3 最後に

今回の実施検証ではTAMA協会事務局の人材確保・育成部 コーディネータの岸本洋子さまをはじめ、当面談会の趣旨に賛同してご参加いただいた6社の関係各位に感謝申し上げたい。

今回、企業側の募集および調整をいただいた団体

については次のとおり。

●一般社団法人首都圏産業活性化協会（TAMA協会）（東京都八王子市）

埼玉県南西部、東京都多摩地域、神奈川県中央部を一体とした地域の産学官の強固な連携のもとで、環境調和の観点にも配慮しつつ、同地域の中堅・中小企業の製品開発力の強化と市場の拡大ならびに新規創業環境の整備を図ることなどを通じて、当該地域を世界有数の新規産業創造の基盤として発展させ、もって21世紀のわが国経済の健全な発展に寄与することを目的として設立された団体。

今回の面談会の参加企業6社は次のとおり。（敬称略・順不同）

- 株式会社メトロール（東京都立川市）
- 株式会社電子制御国際（東京都羽村市）
- 株式会社アトム精密（東京都八王子市）
- 株式会社八洋（東京都調布市）
- 株式会社トライヤーン（東京都東大和市）
- 株式会社井口一世（東京都千代田区）

学内においては、企画段階から支援をいただいたキャリア就職支援センター長の菊池拓男（助教）、機械系学生募集については千葉正伸（教授）、また、実施について職業大校長の古川勇二をはじめとする職業大小平キャンパスの管理職、学生課スタッフの理解と支援を得て実施したことを申し添える。

<参考文献>

- 1) 「気づき」を活用した教育訓練手法によるコース開発研究会報告書 生涯職業能力開発促進センター
- 2) 若手リーダー育成のためのコース開発研究会報告書 生涯職業能力開発促進センター
- 3) 知識社会構築と人材革新 主体形成（知識社会システム論）寺本義也、中西 晶 2000
- 4) 問題解決ファシリテーター「ファシリテーション能力」養成講座 堀 公俊
- 5) 就活と採用のパラドックス 尾藤克之
- 6) 入職初期のキャリア形成と世代間コミュニケーションに関する調査 JILPT20120330
- 7) 中小企業における既卒者採用の実態 JILPT20120330
- 8) 学卒未就職者に対する支援の課題 JILPT20120328
- 9) 西田幾多郎の思想 小坂国男 講談社学術文庫
- 10) 場のダイナミズムと企業 伊丹敬之、野中郁次郎、西口敏宏