

企業訪問・ヒアリング調査結果について

<調査概要>

- ・2023年7月～9月にかけて、直接訪問及び本学への来校時、企業との情報交換会にて調査を実施。
- ・業種は金融・製造・メディア関連、サービス、情報通信など8社。
- ・入社後の業務やキャリアパス、求める人材像、入社試験の内容や方法などを関連付けながらヒアリングを行った。

<ヒアリングを通じて感じたこと>

各社からのヒアリングを通じて感じたことは、採用においてますます**人物重視の傾向が強まっている**という点である。地元有力企業においても母集団の形成に危機感を感じ始めており、学生へのアプローチのタイミングや情報の発信方法（SNSの活用、HPの充実）、3年の夏からのインターンシップ等の開始など手段も拡げつつある。また文理を問わず、さらには大学名も問わず選考するなど面接での人物確認の比重が高まっている。

期待人材像に関してはこれまでと変わらず**コミュニケーション能力**を挙げる企業が多かった。その次に**自立性**を上げる企業が目立った。言われた事はそつなくこなすが、**自ら考えて行動することが弱く、受け身な学生が増えている**とのこと。人前で意見を述べることや人と違った意見を論理的に話す、相手の考えを受け止めたうえで質問するなどの**対話力を磨いて欲しい**などの声が聞かれた。コロナ禍以前からも挙げられた点であるが、オンラインでの授業が多く対面でのコミュニケーションの場が少なかったことが、より影響しているのではないかと指摘された企業もあった。

一方で資格取得を在学中に目指す学生が増え、かつその点をPRする傾向も増えているとのことのお話もあった（金融系企業）。企業としても資格取得は歓迎であり、基礎的な学びがある点は本人も入社後仕事がしやすくなることはもちろん、顧客から早く信用・信頼を得やすいとのこと、そして採用する立場からすると**資格取得は本人の学習習慣のエビデンスになる**というお言葉があり、ポテンシャル採用の比率が高い新卒採用において説得力のあるコメントであった。

本学卒業生に関しての質問では、直接的にご指摘をいただくことはなかったが、**新卒者に限らず最近の若者の視点が国内に偏り、世界との差を感じていないことや世の中の先を見ることが弱くなっているのではないか**という点を危惧されている経営者の方がおられた(製造業)。周りの同じ日本人とだけ比べるのではなく、**外国の同世代の人と比べてどうか、どんな所に興味があり、何を目指しているか、もっと具体的に言えば欲がなく、日本の経済価値(平均収入)で満足していないか**といったことをお話しくくださった。このお話から本学の学生は県内出身者の比率が高く、また就職先も県内が多いことから、**いかに在学中にグローバルな視点、経験、多様な価値観を知る、理解する力を育むことができるかが地方大学において大きな課題であると再認識した。**

その他昨年の企業訪問と比較して企業の採用視点の中で語られていた人材像は基本的な挨拶や報連相といった**モラル・マナーが備わっているか**という点である。世代間ギャップという言葉では片付けることができないものであり、裏を返せば**企業側がかなり我慢して指導をしているケースが増えている**ことを訴えているのではないかと推察する。ビジネスにおいて商品売る前に、その人が顧客側からすると信用に値する人物かという点をまず重要視するためこの点をご指摘・懸念される企業が増えているのだと考える。

今回のヒアリングから気づいたこと・再確認できたこと

- ・企業の採用方法は変化し始めており、売り手市場・若者の人口減少、多様な人材の受入れの流れなどが見られる。
- ・コミュニケーション能力、自立性(自分で考えて行動する)をいかに在学中に育むか。
- ・資格取得への取組は学生の学習習慣のエビデンスとして企業側がとらえていること。
- ・地方大学だからこそ在学中にいかに国内外に目を向ける、視点を拡げる教育や機会を設けることが出来るか。ゼミ活動、短期・長期留学、留学生との交流などの充実も。
- ・基本的なマナー、モラルの重要性の理解と実践。

就職をゴールとせず、社会に出てからも成長し続ける人材を輩出するためにも今回の企業の皆様の生の声をしっかりと分析し、キャリア教育や就職支援において本学がこれまで取り組んできたことを再点検する、引き続き伸ばす点は更なる強みとして伸ばし、不足している点に的確に取り組むことで、キャリア教育の質の向上、さらには学生のキャリア・就職支援満足度の向上につながるものと考えている。今回のヒアリング結果を教職員全体で共有し、今後の施策に活かしていきたいと思っております。