

University Academic Repository

就職情報サイトの掲載情報の閲覧が大学生の就職活動のイメージに与える影響

メタデータ	言語: ja 出版者: 公開日: 2025-03-31 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 土橋, 堅斗 メールアドレス: 所属:
URL	https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/records/2000076

研究論文

就職情報サイトの掲載情報の閲覧が 大学生の就職活動のイメージに与える影響

The Influence of Viewing Information Posted on Job Information Sites on
University Students' Job-Hunting Images

土 橋 堅 斗*

Kento DOBASHI

<要約>

本研究では、大学生の就職活動においては必要不可欠な存在となっている就職情報サイトの掲載情報の閲覧が大学生の就職活動のイメージにどのような影響を与えるのかを明らかにするというを目的とした。就職情報サイトの登録から約9ヶ月が経過し利用が進んでいる大学3年生137名（男子99名、女子34名、その他4名）を対象として重回帰分析を行った。その結果、大学生は就職情報サイトの掲載情報の閲覧によって、就職活動イメージのなかでも「期待」「社会的好奇心」という肯定的なイメージを高めることに加え、就職活動に対する否定的なイメージとされる「負担予想」「評価恐怖」はそのイメージを改善させることが明らかになった。一方では、「欺瞞」「表出能力不安」「逡巡」といった否定的な就職活動のイメージにおいては就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）が進んだとしても、その否定的な就職活動のイメージの変化にはつながらないことも示唆された。これらの分析結果から、大学生の就職活動に対する肯定的なイメージの形成にあたり、就職情報サイトの有用性を示すことができた。

<キーワード>

就職情報サイト、就職活動、就職活動イメージ、期待、社会的好奇心、大学生

1 背景と目的

1996年の就職情報サイトの登場後、今や大学生の就職活動において就職情報サイトは必要不可欠な存在となっている。今日におけるマイナビ¹⁾ やリクナビ²⁾ に代表される求人検索型³⁾ の就職情報サイトは、約80万人超の学生が登録利用し、企業は約3万社が掲載されるま

* 嘉悦大学経営経済学部 助教

でに巨大化している。ディスコ(2024)の調査によれば、就職活動に関する情報の入手先は「就職情報サイト」が9割超(91.7%)⁴⁾と突出して高いことを明らかにしている。

就職情報サイトの巨大化について海老原(2016)は、新卒採用を実施する知名度の高い企業であったとしても、自社のホームページだけで採用募集を行うことは困難な状況ゆえ、就職情報サイトに学生集客を頼らざるを得ない状態があることを指摘し、就職情報サイトは学生と企業の双方に多大なる影響力を持っていることを明らかにしている。また、香川(2020)も就職情報サイトはサービスの充実にともなって、企業情報の閲覧のみならず、プレエントリー、応募やスケジュール確認、そして合否の確認に至るまで、就職情報サイト上で行えるようになったとし、結果的には学生にとっては就職活動全体を統括するものとして就職情報サイトへの依存度は高まることになったことを指摘している。

そして、昨今の就職活動ではインターンシップの台頭に伴い、インターンシップからの採用ルートが確立したことで、殊更に就職情報サイトの影響力が高まっていると言える。大半の学生たちは大学3年生の夏頃から4年生にかけてインターンシップという名の就職活動を行い、実に大学生活の半分を就職情報サイトとともに過ごしている。

学生たちは長期化していると考えられる就職活動をどのように捉えているのであろうか。マイナビ(2024a)が実施した2025年3月卒業予定の大学生及び大学院生を対象にした調査によると、2024年3月卒業者と比較して今年の就職活動は「(かなり+多少)楽になる」と回答した学生の割合は全体の13.8%(対前年0.6pt増)と前年並みであるが、「(かなり+多少)厳しくなる」と回答したのは全体の31.6%(対前年2.4pt増)で微増したことを明らかにしている。さらに、2024年3月卒業者と比較して自分たちの就職活動が楽になると思う理由としては「売り手市場(学生が有利)だと思うから(50.0%、対前年22.0pt増)」が大幅に増加している一方、2024年3月卒業者と比較して自分たちの就職活動が厳しくなると思う理由では「採用選考が早期化しているから(76.6%、対前年16.6pt増)」も大幅に増加していることも明らかにしている。つまり、これは売り手市場であるという実感はありながらも、採用選考の早期化については肯定的に受け取る学生ばかりではないことが示され、就職活動に対するイメージは学生によって異なるということが推察される。これらのことから、現在の数多くの大学生は、就職情報サイトから就職活動に関する情報を入手し、就職活動の長期化に伴い就職情報サイトの利用期間も長期化するなかで、それぞれの就職活動に対するイメージを形成しているものと考えられる。

これらの背景を受けて、本研究では、就職情報サイトの利用(掲載情報の閲覧)が大学生の就職活動のイメージにどのような影響を与えているのかを明らかにすることを目的とする。

2 先行研究と仮説生成

2.1 就職情報サイトでの情報収集行動がもたらす影響

就職情報サイトは、就職活動の初期段階で就職活動の全体像を漠然と把握するためには

適した情報源である（下村・堀、2004）とき、学生がもつ個々の就職活動に対するイメージは就職情報サイトでの情報収集行動とその行動の受け止め方に大きな影響を及ぼすことが考えられる。樋口ら（2008）によれば、就職情報サイトでの情報収集行動は、進路探索行動に有意な正の影響を及ぼしていることを明らかにし、進路探索行動を促進するためには、就職情報サイトでの情報収集は有効であると述べている。確かに、筆者の所属する大学の学生らを例に挙げると、就職情報サイトでの情報収集をすることで、「自分のこれまでを考える（自己内省）」や「今の進路からどんな職種にどのくらいつけそうか情報を集める（情報収集）」、「進路の方向を考えるのに役立ちそうな催しものに参加する（外的活動）」といったような進路探索行動に進む学生がいる。

一方で、上田・猪原（2018）によれば、就職情報サイトでの情報収集から進路探索行動につながらない学生が存在することも指摘されている。例えば、夏はインターンシップの開催がピークを迎え、大学3年生は就職活動への関心が高まる時期であるが、本選考に向けて志望企業を決めたり、自己分析をしたりとやるべきことが増え、ストレスを感じる人もいる。「大手企業のインターンシップの締め切りが過ぎてしまい、他の学生に比べて出遅れているのではないか。」という周囲の状況や自分の立ち位置がわからない学生は、漠然とした不安につながりやすい。（『日経産業新聞』2022年8月31日）⁵⁾つまり、就職情報サイトを利用することによって、就職活動に対するイメージの悪化（否定的なイメージの増大）や就職活動に対する不安が増加し、就職活動に悪影響を及ぼしていると推測された。

ここで「就職活動に対する不安」について述べておきたい。就職活動時期の心的状態のひとつに就職活動不安が挙げられ、学生の就職活動に悪影響を及ぼすことや精神的健康を損なう要因となることが明らかにされている。たとえば、松田・永作・新井（2008）によれば、就職活動不安尺度の下位尺度である「サポート不安」と「活動継続不安」と「準備不足不安」が高い学生ほど、企業説明会やセミナーの予約・参加といった就職活動の活動量が少なくなることを明らかにしている。また、北見・森（2010）は、就職活動経験のある者となない者では、経験のある学生のほうが精神健康状態は悪かったことを示している。さらに、松田・新井（2007）は、就職活動不安による就職活動への影響を検討した結果、就職活動の初期においては、男子よりも女子に就職活動不安からの有意な影響が多くみられたとしている。他にも、的場（2013）は、大学3年生の時期で「卒業までに就職先が決まるか不安である」と回答した人の割合が80.5%にまで達していることを報告している。ここまでに挙げた先行研究はいずれも就職活動不安が高いと就職活動に悪影響を及ぼすことを示唆している。

しかしながら、就職活動不安が高いと就職活動に好影響を与える可能性があるという逆の研究も存在する。森田（2014）は、就職活動不安が高まると情報収集行動を増大させる可能性があることを示唆しているのである。そもそも、不安が行動を促進する場合も抑制される場合もあるということは、他の不安に関する研究においても明らかにされている。

不安が高いことは一般的には不適応とされているが、不安が高いがゆえに最悪な事態を想定し、失敗を回避するために活動を行うタイプ（対処的悲観者）が存在することを指摘している（細越・小玉、2006）。また、藤井（1995）は、適度なテスト不安があるほうが、学習への動機付けが高まるとも述べている。ちなみに、太田（2019）によれば、男性が女性より就職活動に対して肯定的なイメージをもち、女性が男性よりも否定的なイメージを持っていることが明らかにされた。これは前述の松田・新井（2007）が明らかにした「就職活動の初期においては、男子よりも女子に就職活動不安からの有意な影響が多くみられた」ことも複合して考えるに、就職活動イメージが否定的であることが就職活動不安につながり、実際の就職活動に影響を及ぼす可能性があると言えるだろう。

2.2 大学生の就職活動に対するイメージの先行研究

大学生たちは就職活動を始める前から就職情報サイトをはじめとする様々な情報源から真偽の定かでない就職活動に関する情報を得て、自分なりの就職活動イメージを形成している。太田（2019）は、就職活動に対しての肯定的・否定的なイメージの両面を測定する就職活動イメージ尺度を作成したとき、期待⁶⁾・社会的好奇心⁷⁾・負担予想⁸⁾・欺瞞⁹⁾・表出能力不安¹⁰⁾・逡巡¹¹⁾・評価恐怖¹²⁾という7つの就職活動イメージの因子が抽出されたことを明らかにしている。この7つの因子は実際の相談現場においても違和感がなく受け入れられることができる。実際、就職相談の現場では、学生が就職活動に対して抱いているイメージが個人によって違うことに気づく。書類作成や面接など就職試験は自分にとってハードルが高すぎて就職できるわけがないと就職活動をはじめから諦めてしまう学生、数社の企業から不採用の結果をもらいショックを受けたことで留年や退学を考える学生、一方では、根拠なき自信と万能感を持ち就職活動を楽観的に考えすぎる学生などの相談を受けてきた。これらのことから個々の大学生が形成する就職活動イメージは肯定的なものと否定的なものの両面性を持つことを示唆している。

しかしながら、太田（2019）によれば、就職活動のイメージは、就職活動をしている・就職活動をしていない群を検討した結果、就職活動を始めた後のほうが始める前よりも否定的なイメージが低く、肯定的なイメージが高くなることが示唆され、就職活動に踏み出すことの重要性を明らかにしている。そして、マイナビ（2024b）は、大学生たちが採用選考解禁の1ヶ月前である大学3年生2月時点までの就職活動準備の活動状況として、「インターンシップ・仕事体験にエントリーした」が87.4%、「企業研究をした」86.9%、「業界研究をした」が84.4%、「自己分析をした」83.8%であることを示し、上記に挙げたいずれの就職活動準備においても「就職情報サイト」を利用する割合が最も高いことを明らかにしている。つまり、学生は就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）によって、否定的なイメージを抑制し、肯定的なイメージを形成するのではないだろうか。

そこで、本研究では、就職活動の踏み出し先が就職情報サイトであったときに、就職活

動における最初の第一歩である就職情報サイトの掲載情報の閲覧に焦点を当て、就職情報サイトを一括りにするのではなく、就職情報サイトを各ページの内容ごとに細分化（表1）して、大学生の就職活動のイメージとの関連を分析する。なお、この検証を実施するため、仮説は以下の通りとした。

【仮説】

就職情報サイトの各種情報は、大学生の就職活動に対する、否定的なイメージを抑制し、肯定的なイメージを高める

ページ名	ページ内容
インターンシップ ・仕事体験検索ページ	体験できるプログラム内容
	体験できる職種
	募集人数
	報酬・交通費の支給有無
	選考方法・選考フロー
	参加者の声
企業検索ページ	企業理念
	事業内容・仕事内容
	施設・職場環境
	先輩社員の紹介
	会社データ（創業年数、代表者、従業員数、業績、沿革）
昨年の採用情報ページ	募集職種
	仕事内容
	選考方法・選考フロー
	求める人物像・選考基準
	勤務地
	勤務時間
	給与・福利厚生
	過去3年間の新卒採用者数・離職者数
	採用実績校
就職イベント（合同企業 説明会・WEBセミナー） 情報ページ	イベント開催日時
	イベント開催場所
	イベント参加企業名
	イベント参加企業数
就活準備支援ページ	就活スケジュールに関する情報
	インターンシップに関する情報
	自己分析に関する情報やサービス
	業界研究・職種研究に関する情報
	筆記試験や書類作成、面接等の選考に関する情報
	就活マナーなどの就活ノウハウ情報
マイページ	企業からのスカウト情報
	就職情報サイトからのイベント案内

出所 就職情報サイト「マイナビ」「リクナビ」をもとに筆者作成

表1 就職情報サイトのページ構造

3 研究方法

仮説の経験的妥当性を検証するために、就職活動前の大学3年生の就職情報サイト利用者を対象としたウェブ調査を実施し、回答データの多変量解析（重回帰分析）をした。

3.1 調査対象者

東京都内の私立K大学にて2023年度秋学期に開講されたキャリア教育科目「インターンシップ4」を履修している3年生が対象であった。履修登録者は全219名であった。

3.2 調査時期

2024年1月であった。なお、就職活動イメージの調査項目については、就職活動や就職活動準備を開始する前の状態を想起して回答するように求めている。そして、就職情報サイトの閲覧効果に関する調査項目については、就職情報サイトの登録から約9ヶ月過ぎた時点（調査対象者は2023年5月に就職情報サイトの一斉登録を実施した）であり、就職情報サイトを利用が進んでいるだろう時期での調査である。

3.3 調査方法

Google フォームを使用して、ウェブ調査を行った。Google フォームのリンクはメールやGoogle クラスルームを介して送信し、回答忘れの防止のため、複数回に分けてリマインドメールを送信した。

3.4 質問紙の構成

就職情報サイトの閲覧効果を測定する32項目と就職活動に対するイメージを測定する28項目の合計60項目で構成した。なお、就職情報サイトの閲覧効果を測定する項目は自作した。そして、大学生の就職活動に対するイメージについては、太田（2019）の「就職活動イメージ尺度」を使用した。

3.5 調査内容

3.5.1 就職情報サイトの有用度

就職情報サイトの各ページの閲覧効果を測定するために、各項目への回答は「就職活動のイメージの向上につながらなかった（1点）」から「就職活動イメージの向上につながった（5点）」として5件法で求めた。

3.5.2 就職活動のイメージ

太田（2019）の就職活動イメージ尺度を用いた。しかし、今回の調査対象者に相応しい項目のみで分析することが必要と考え、それぞれ7つの因子から因子負荷の高い項目を4つ

選定して、合計28項目を用いて統計分析に使用した。各項目への回答は、「まったくそう思わない（1点）」「あまりそう思わない（2点）」「どちらともいえない（3点）」「ややそう思う（4点）」「とてもそう思う（5点）」の5件法で求めた。

4 結果

4.1 有効回答数と回答者の属性

キャリア教育科目「インターンシップ4」を履修している3年生142名からの回答を得た。集まったデータに対して、研究非同意（5名）を排除するデータクリーニングを実施し、137名（【性別】男子：99名、女子：34名、その他：4名、回答しない0名【国籍】日本人学生：130名、外国人留学生：4名、その他：3名、回答しない0名）の回答を有効回答として採用した。

4.2 就職情報サイトと就職活動のイメージに関する分析

仮説を検証するため、就職情報サイトと就職活動のイメージの関係を確認した。（表2）

第1に、従属変数に就職活動のイメージの「期待」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトの「マイページ」が10%水準で就職活動イメージの「期待」に有意な正の影響が確認できた（ $R^2 = .10$; マイページ： $b = 0.18$, $SE = 0.11$, $\beta = .19$, $t(130) = 1.68$, $p = .096$ ）。

第2に、従属変数に就職活動のイメージの「負担予想」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトの「マイページ」が1%水準で就職活動イメージの「負担予想」に有意な負の影響が確認できた。（ $R^2 = .10$; マイページ： $b = -0.33$, $SE = 0.10$, $\beta = -.37$, $t(130) = -3.33$, $p = .001$ ）。

第3に、従属変数に就職活動のイメージの「欺瞞」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。

第4に、従属変数に就職活動のイメージの「表出能力不安」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。

第5に、従属変数に就職活動のイメージの「逡巡」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。

第6に、従属変数に就職活動のイメージの「社会的好奇心」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトの「企業検索ページ」が1%水準で就職活動イメージの「社会的好奇心」に有意な正の影響が確認できた（ $R^2 = .17$; 企業検索ページ： $b = 0.37$, $SE = 0.13$, $\beta = .19$, $t(130) = 2.91$, $p = .004$ ）。さらに、「マイページ」が10%水準で「社会的好奇心」に有意な負の影響を確認で

きた ($R^2 = .17$; マイページ: $b = -0.18$, $SE = 0.09$, $\beta = .19$, $t(130) = -1.87$, $p = .064$)。

第7に、従属変数に就職活動のイメージの「評価恐怖」、独立変数に就職情報サイトの各ページの利用効果を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、就職情報サイトの「昨年の採用情報ページ」が10%水準で就職活動イメージの「評価恐怖」に有意な正の影響が確認できた ($R^2 = .37$; 昨年の採用情報ページ: $b = 0.31$, $SE = 0.18$, $\beta = .24$, $t(130) = 1.73$, $p = .087$)。

表2 就職情報サイトと就職活動のイメージの重回帰分析の結果

変数名	従属変数	就職活動のイメージ						
		期待	負担予想	欺瞞	表出能力不安	逡巡	社会的好奇心	評価恐怖
就職 情報 サイト	インターネット・仕事体験 検索ページ	.073	.015	.124	-.005	.046	-.207	.060
	企業検索ページ	-.016	.040	-.055	.165	-.091	.341 **	-.022
	昨年の採用情報ページ	.021	.151	.189	.015	.054	.151	.245 +
	就職イベント	-.128	.006	.035	.030	-.195	.058	-.010
	(合同企業説明会・WEBセミナー) 情報ページ	.205	.173	-.045	-.042	.046	.205	-.124
	就活準備支援ページ	.187 +	-.373 **	-.124	-.166	-.020	-.200 +	-.106
	マイページ	.104 *	.096 *	.040	.029	.035	.174 **	.037
	R ²	.063	.054	-.004	-.016	-.009	.136	-.008
	Adjust R ²	2.519	2.295	.904	.653	.794	4.575	.828
	F値	1.801-2.769	1.801-2.769	1.801-2.769	1.801-2.769	1.801-2.769	1.801-2.769	1.801-2.769
	VIF							

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

4.3 企業検索ページと「社会的好奇心」という就職活動イメージの分析

前節の重回帰分析の結果を踏まえ、有意な影響がみられた結果をより詳細に検証するため、就職情報サイトの「企業検索ページ」をページ内容ごとに、「社会的好奇心」という就職活動のイメージとの関係を確認した。(表3)

従属変数に就職活動のイメージの「社会的好奇心」、独立変数に就職情報サイトの企業検索ページにあるページ内容を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、企業検索ページ内の「企業理念」が1%水準で就職活動イメージの「社会的好奇心」に有意な正の影響が確認できた ($R^2 = .17$; 企業理念: $b = 0.26$, $SE = 0.10$, $\beta = .28$, $t(131) = 2.68$, $p = .008$)。さらに、同ページ内の「事業内容・仕事内容」が10%水準で「社会的好奇心」に有意な正の影響を確認できた ($R^2 = .17$; 事業内容・仕事内容: $b = 0.20$, $SE = 0.11$, $\beta = .23$, $t(131) = 1.89$, $p = .061$)。

変数名	従属変数	就職活動イメージ
		社会的好奇心
企業検索ページ	企業理念	.283 **
	事業内容・仕事内容	.227 +
	施設・職場環境	-.021
	先輩社員の紹介	.013
	会社データ	
	(創業年数、代表者、従業員数、業績、沿革)	-.061
	R^2	.171 **
	Adjust R^2	.139
	F値	5.395
	VIF	1.726-2.331

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

表3 企業検索ページと「社会的好奇心」という就職活動イメージの分析

4.4 昨年の採用情報ページと「評価恐怖」という就職活動イメージの分析

4.2で明らかとなった重回帰分析の結果を踏まえ、有意な影響がみられた結果をより詳細に検証するため、就職情報サイトの「昨年の採用情報ページ」をページ内容ごとに、「評価恐怖」という就職活動のイメージとの関係を確認した。(表4)

従属変数に就職活動のイメージの「評価恐怖」、独立変数に就職情報サイトの昨年の採用情報ページにあるページ内容を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、昨年の採用情報ページ内の「選考方法・選考フロー」が10%水準で就職活動イメージの「評価恐怖」に有意な負の影響が確認できた ($R^2 = .08$; 選考方法・選考フロー: $b = -0.30$, $SE = 0.17$, $\beta = -.29$, $t(127) = -1.81$, $p = .073$)。

変数名	従属変数	就職活動イメージ
		評価恐怖
昨年の 採用情報 ページ	募集職種	.264
	仕事内容	.052
	選考方法・選考フロー	-.290 +
	求める人物像・選考基準	.032
	勤務地	-.163
	勤務時間	.051
	給与・福利厚生	.213
	過去3年間の新卒採用者数・離職者数	-.107
	採用実績校	.114
R^2		.084
Adjust R^2		.019
F 値		1.299
VIF		1.786-4.065

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

表4 昨年の採用情報ページと「評価恐怖」という就職活動イメージの分析

4.5 マイページと就職活動イメージの分析

4.2で明らかとなった重回帰分析の結果を踏まえ、有意な影響がみられた結果をより詳細に検証するため、就職情報サイトの「マイページ」をページ内容ごとに就職活動のイメージとの関係を確認した。(表5)

第1に、従属変数に就職活動のイメージの「期待」、独立変数に就職情報サイトのマイページにあるページ内容を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、マイページ内の「就職情報サイトからのイベント案内等のメール」が10%水準で就職活動イメージの「期待」に有意な正の影響が確認できた ($R^2 = .08$; 就職情報サイトからのイベント案内等のメール: $b = 0.17, SE = 0.10, \beta = .19, t(134) = 1.78, p = .078$)。

第2に、従属変数に就職活動のイメージの「社会的好奇心」、独立変数に就職情報サイトのマイページにあるページ内容を全て投入した重回帰分析を行った。その結果、マイページ内の「就職情報サイトからのイベント案内等のメール」が1%水準で就職活動イメージの「社会的好奇心」に有意な正の影響が確認できた ($R^2 = .05$; 就職情報サイトからのイベント案内等のメール: $b = 0.25, SE = 0.09, \beta = .29, t(134) = 2.72, p = .007$)。

変数名	従属変数	就職活動イメージ		
		期待	負担予想	社会的好奇心
マイページ	企業からのスカウトメール	.126	-.129	-.157
	就職情報サイトからの イベント案内等のメール	.185 +	-.043	.287 **
	R^2	.079 **	.025	.052 *
	Adjust R^2	.065	.011	.038
	F値	5.724	1.740	3.709
	VIF	1.582	1.582	1.582

** $p < .01$, * $p < .05$, + $p < .10$

表5 マイページと就職活動イメージの分析

4.6 仮説の検証

本研究では、「就職情報サイトの各種情報は、大学生の就職活動に対する、否定的なイメージを抑制し、肯定的なイメージを高める」という仮説を検証することとした。分析の結果、就職情報サイトの「企業検索ページ」「昨年の採用情報ページ」「マイページ」の内容から、大学生の就職活動に対する肯定的なイメージの「期待」「社会的好奇心」への予測が有意であったため、仮説は部分的に支持された。

5 考察

5.1 就職情報サイトが就職活動のイメージに与える影響

本研究では、就職情報サイトの掲載情報の閲覧が大学生の就職活動のイメージに与える影響を検討した。結果、大学生は就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）によって、太田（2019）で明らかにされた就職活動イメージのなかでも「期待」「社会的好奇心」という肯定的なイメージを高めることに加え、就職活動に対する否定的なイメージである「負担予想」「評価恐怖」は軽減できることが明らかになった。一方で、「欺瞞」「表出能力不安」「逡巡」といった否定的な就職活動のイメージにおいては、就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）が進んだとしても、その否定的な就職活動のイメージの変化には繋がらないことも明らかにすることができた。

ここでは、就職情報サイトの各ページが大学生の就職活動のイメージにどのような影響を与えたのかを細かく考察してゆく。

はじめに、就職情報サイト内の企業検索ページが、社会的好奇心という大学生の就職活動のイメージに好影響を与えていることについてである。就職活動のイメージ「期待」の因子とは「いろいろと選ぶ楽しみがあるので面白い」、「どんなことが待ち受けているのか、わくわくする」、「新しいことが好きなので、就職活動は楽しそう」、「早く社会に出て一定の役割を得たいので、就職活動をするのが楽しみである」の4つである。就職活動において企業を探すということは社会的好奇心を育て、特に企業検索ページの中でも「企業理念」

と「事業内容・職場環境」の内容は、大学生の社会的好奇心を高めることが明らかになっている。ここから推察するに、大学生3年生で実施ピークを迎えるインターンシップが影響を与えているだろう。ディスコ（2022b）『2024 年卒学生の職業意識とインターンシップに関する調査』によれば、大学3年生の5月中旬時点におけるインターンシップや仕事研究プログラム等への参加意向を調査したところ、「参加したい／参加する予定」が9割を超えている（94.5%）ことから、参加意欲の高さが顕著に表れていることがわかる。また、参加したい時期は「8月」（95.2%）、「9月」（84.0%）に集中しており、大学3年次の夏季休暇中の参加を目指している学生が圧倒的に多いことが明らかになっている。つまり、これらのことから、3年生の8月9月の夏季休暇中のインターンシップ参加を目指し、そのために就職活動準備に着手し、自分が参加してみたいと思うインターンシップ先を探すために就職情報サイトの企業検索ページを利用し、その企業の特徴を表すような「企業理念」と「事業内容・職場環境」のページ内容から、社会的好奇心を高めているのだと考える。

次に、就職情報サイト内の昨年の採用情報ページが、評価恐怖という大学生の就職活動のイメージに影響を与えていることについてである。昨年の採用情報ページからは評価恐怖というイメージが増大してしまうことになるが、選考方法・選考フローの情報からは、評価恐怖というイメージを軽減できることが明らかになっている。ちなみに、就職活動のイメージ「評価恐怖」の下位因子とは「入社試験に落ちると、人格否定された気分になる」、「プライドをズタズタにされる」、「自分を品定めされるのはゆううつである」、「頑張っても落とされると思うと、ゆううつである」の4つである。また、昨年の採用情報ページの掲載内容は、募集職種、仕事内容、選考方法・選考フロー、求める人物像・選考基準、勤務地、勤務時間、給与・福利厚生、過去3年間の新卒採用者数・離職者数、採用実績校である。ここから推察するに、大学生の内定獲得に対する不安が伺える。前述の通り、インターンシップ先や就職先となる企業を探すということは社会的好奇心を育てるが、その企業から内定を獲得するためには採用選考を通過しなければならない。リクルート（2024）が調査した2024年卒業学生の就職活動のプロセスごとの活動量によれば、内定獲得のための最初の一步である「プレエントリー（企業・各種団体等への個人情報提供）」の平均活動量は28.12社であり、「内々定・内定を獲得する」は2.61社であることから、内定獲得までの困難さは容易に想像できる。したがって、大学生が昨年の採用情報ページから評価恐怖というイメージが高まることも示唆される。一方で、選考方法・選考フローの情報から評価恐怖というイメージを軽減することを推察するに、大学生の就職活動や採用選考への自信も伺えた。マイナビ（2024b）によれば、ガクチカ（学生時代に力を入れて取り組んだこと）として話せるエピソードは「2個」が最多で43.2%（対前年比1.0pt増）で、直近3ヵ年では最もガクチカのエピソード数が多くなったという。つまり、選考方法・選考フローの情報によって、自分の用意したガクチカのエピソードがどのような選考方法で評価されるのかを知ることができ、どのような選考対策をすれば良いかが明確になるため、就職活動に対する評価恐

怖というイメージが軽減につながるということが示唆される。

最後に、就職情報サイト内のマイページが、期待、負担予想、社会的好奇心という大学生の就職活動のイメージに影響を与えていることについてである。ちなみに、マイページは、企業からのスカウト情報、就職情報サイトからのイベント案内で構成されている。

1つめに、マイページの「就職情報サイトからのイベント案内」が大学生の期待というイメージを高めることが明らかになった。就職活動のイメージ「期待」の因子とは「いろいろと選ぶ楽しみがあるので面白い」、「どんなことが待ち受けているのか、わくわくする」、「新しいことが好きなので、就職活動は楽しそう」、「早く社会に出て一定の役割を得たいので、就職活動をするのが楽しみである」の4つである。学生にとってみれば、就職情報サイトから自分宛にインターンシップイベントや合同企業説明会のイベント案内が届くことは、イベントに招待されているような特別感や期待感が高まり、大学生の就職活動に対する期待というイメージを高めていることが推察できる。

2つめに、就職情報サイトのマイページが、大学生の負担予想というイメージを軽減させることも明らかになっている。就職活動のイメージ「負担予想」の下位因子とは「活動期間が長くて、大変である」、「自分に合った会社をみつけなければならないので、大変である」、「どのように行われているか、全くわからない」、「いろんな選択肢があるので、就職活動では悩む」の4つであることから、企業からのスカウト情報によって、たとえ自分の望む企業ではなかったとしても、自分をスカウトしてくれた企業の存在は就職活動に対する負担予想というイメージの軽減につながるということが考えられる。また、インターンシップイベントや合同企業説明会のイベント案内が送られてくるとも、就職活動において自分のやるべきことが示されることであり、大学生の就職活動に対する負担予想というイメージを軽減させていることが示唆できる。

3つめに、就職情報サイト内のマイページが、社会的好奇心という大学生の就職活動のイメージに影響を与えていることについてである。マイページからは社会的好奇心というイメージを軽減させてしまうことになるが、マイページ内の「就職情報サイトからのイベント案内情報」からは、社会的好奇心を高めることが明らかになっている。ちなみに、就職活動のイメージ「社会的好奇心」の下位因子とは「いろいろな会社に行ったり、知ったりするチャンスである」、「いろいろな業界を見ることができる」、「社会の仕組みが学べそう」、「自分の将来を考えるから、とてもためになる」の4つである。ここから推察するに、スカウトが自分の希望していない労働条件（自分の希望とは異なる業種や職種、勤務地）の企業から送られてくることが社会的好奇心のイメージを低下させている可能性が考えられる。しかし一方で、マイページの「就職情報サイトからのイベント案内」については、インターンシップイベントや合同企業説明会のイベント案内が送られてくことで、自分の視野が広がるきっかけとなり、大学生の就職活動に対する社会的好奇心というイメージを高めていることが推察できる。

以上のことから、大学生のそれぞれが有している就職活動に関するイメージは、就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）によって変化してゆくものであることがわかる。そして、就職情報サイトでの情報収集行動が進路探索行動に有意な正の影響を及ぼすことが明らかにされている（樋口ら、2009）とき、就職情報サイトによって形成された就職活動に関するイメージは、就職情報サイトにおける情報収集行動や進路探索行動にも影響を与えている可能性が示唆された。

5.2 否定的な就職活動のイメージと求められる支援

仮説が支持されなかった「欺瞞」「表出能力不安」「逡巡」といった否定的な就職活動のイメージに目を向けたい。これら3つの否定的な就職活動イメージは、就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）が進んだとしても、その否定的な就職活動のイメージの変化には繋がらないことが明らかになった。

ここでは、否定的な就職活動のイメージと求められる支援を考察してゆく。

初めに、「欺瞞」である。就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。ちなみに、就職活動のイメージ「欺瞞」の下位因子とは「就職活動とは、会社に媚を売りに行く活動である」、「コネが必要である」、「学生はある程度自分を偽らないと内定はもらえない」、「入社試験に受かるかどうかは、かけである」の4つである。つまり、欺瞞とは、就職活動や背後にある社会を、自分の持つ本来の能力が発揮できない場として捉えているのである。そのような捉え方の状態で就職情報サイトを利用（掲載情報の閲覧）したとしても、否定的な就職活動イメージの抑制に繋がらなかったことは想定できる。

次に、「表出能力不安」である。就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。ちなみに、就職活動のイメージ「表出能力不安」の下位因子とは「自己PRが苦手だ」、「人前で話すのは苦手である」、「自分には、これといった長所・セールスポイントがない」、「面接官に言いたいことを伝えられそうにない」の4つである。マイナビやリクナビを代表するような求人検索型の就職情報サイトには、書類対策や面接対策、筆記試験対策といった各種就職試験のサポートをしてくれる「就活準備ページ」を設けている。例えば、マイナビ2025には「自己PR文作成ツール」や「模擬面接シミュレーター」、リクナビ2025には「リクナビ性格検査」や「言語・非言語 Web テスト」というサービスが存在する。これらのサービスはいずれも表出能力不安の抑制につながりそうであるものの、有意な影響が見られなかったことを推察するに、「就職活動に対する自己効力の低さ」が考えられる。香山（2004）は、就職活動に対する否定的な感情を持った学生の声を紹介し、就職活動に対する自己効力の低い学生が、就職活動の準備行動をする中から自己効力を高めてゆけることに自ら気づくことやそのための具体的行動を起こさせることの難しさを指摘している。つまり、就職情報サイトを利用（掲載情報の閲覧）したとしても、就職活動に対する自己効力の低さが起因となって、表出能力不安という否定的なイメージの抑制には

繋がらなかったことが想定できる。

次に、「逡巡」である。就職情報サイトのいずれのページでも有意な影響は確認できなかった。ちなみに、就職活動のイメージ「逡巡」の下位因子とは「社会に出たくないの、就職活動をしたくない」、「働くことが嫌だから、就職活動も嫌だ」、「大人にはなりたくないの、就職活動は嫌だ」、「働くことについて考えるのが面倒である」の4つである。下山（1992）は、大学生を対象とした職業決定に関する調査において、モラトリウムを「自己探求の方向性を見失い、大人になりたくないと感じ、職業決定を行わないことを主体的に決定することで、職業決定を先延ばしにしている状態」と定義している。ここでいう逡巡とは、まさにモラトリウムの状態と言える。したがって、欺瞞と同様に、就職や就職活動に対してモラトリウムの状態で、就職情報サイトを利用（掲載情報の閲覧）したとしても、逡巡という否定的な就職活動イメージの抑制に繋がらなかったことは想定できる。

最後に、否定的な就職活動イメージは、就職情報サイトの利用（掲載情報の閲覧）が進んだとしても、その否定的な就職活動のイメージの変化には繋がらないという研究結果に求められる支援を検討する。

大学生が否定的な就職活動に対するイメージを形成することは避けなければならない。学生が誤った情報から否定的な就職活動のイメージに偏りすぎている場合には、適切な情報の提供が求められる。適切な情報が就職活動に向き合う可能性を高めるだろう。

具体的な支援策としては、グループワークなどで就職や就職活動に対するイメージを共有し合うことで、新たな視点や気づき、捉え方を発見できるキャリア教育プログラムが求められるだろう。学生同士が就職や就職活動に対するイメージを共有することで、否定的なイメージに偏りすぎていた学生が、肯定的なイメージを持っている学生の存在に気付き、就職活動への新たなイメージを獲得できるかもしれない。また、太田（2019）は、求められる支援プログラムとして、就職活動を終えた学生から内定獲得に至るまでの過程の中でも特に「考えの変遷」に焦点を当てた体験談を語ってもらうプログラムを紹介している。これは聞き手の学生が自身の持っている就職活動イメージの偏りに気づくようなプログラムと言えるだろう。

5.3 就職情報サイトが就職活動に与える影響

最後に、就職情報サイトが大学生の就職活動に与える影響について触れておきたい。就職情報サイトの利用が与える影響には、大学生の就職活動が進展するという意味における「促進的影響」と就職活動の進展を妨げるという意味における「妨害的影響」の両面を持ち合わせている。

まず、促進的影響として、下村・堀（2004）は、就職活動において就職情報サイトを利用した者のほうが、しなかった者と比較して、企業の資料請求を行う、企業主催のセミナーに参加する、エントリーシートを送付するなどの行動を多くとることを指摘している。つ

まり、就職情報サイトによって就職活動量が増加していることを明らかにしている。また、樋口ら（2008）は、就職情報サイトを利用した情報収集行動が自己効力感と進路探索行動に有意な正の影響を与えていることを明らかにしている。これらのことから、学生にとって就職情報サイトは、下村・堀（2004）の指摘する「就職情報サイトは就職活動の初期段階で就職活動の全体像を漠然と把握するには適した情報源である」ように、就職情報サイトは単なる企業に関する情報を収集するだけの役割ではないことが考えられる。

一方、妨害的な影響も明らかにされている。下村（2001）は、就職情報サイトの頻繁な利用が、大学生の就職活動が進展しているという意識に繋がっていないことを指摘している。また、長光（2017）は、「自己PRや志望動機を割増しして表現する学生」は就職情報サイトを積極的に利用する傾向があることを明らかにしている。これらのことから、大学生の就職情報サイトの利活用は、必ずしも諸手を挙げて是認されることはなく、こういった妨害的な影響リスクの把握を利用者である学生のみならず、大学・就職情報会社など学生の就職支援に携わる者も十分に理解しておくべきである。さらに、注意すべきこととして、全ての大学生が就職情報サイトの利用によって就職活動イメージが形成されてゆくわけではないという視点である。もっとも、就職情報サイトだけが就職情報源ではないことにも留意しておく必要があり、ハローワークの求人情報やオファー型の就職紹介サイトから就職活動のイメージを形成し、就職決定する学生も存在していることも留意されたい。

6 研究の限界と課題

本研究の限界と課題について4点考えられる。

1点目は、調査対象者の全員が就職情報サイトのすべてのページ情報を閲覧しているとは限らないことである。今回の調査実施にあたり、調査対象者には明示的な指示によって就職情報サイトのすべてのページ情報を閲覧させたわけではない。そして、就職情報サイトの閲覧頻度や閲覧時間には個人差があると想定されることも本研究の限界である。

2点目は、調査対象者のサンプルサイズが小さく、就職情報サイトの閲覧と就職活動のイメージとの関連を正確に捉えられていない可能性がある。調査対象者がキャリア教育授業の履修者ということで、キャリア授業を履修していない3年生約50名の人数が調査対象から外れてしまった。この点を踏まえ、今後、対象者を増やした再調査を実施する必要がある。

3点目に、調査対象者が東京都内の私立K大学の大学生に限定されているため、他大学生の事例を踏まえた検討ができていない点が挙げられる。今後は、調査対象を他大学生にも広げることで、より幅広い知見を積み上げていく必要があるだろう。

最後の4点目に、就職情報サイトの掲載情報の分類について、分類が不十分であることが課題として挙げられる。就職情報サイトのページ構成は、就職情報会社ごとに別々の構成をしているのではなく、各社ともほぼ共通したページ構成とページ内容である。（表1）

たとえば、インターンシップ・仕事体験の検索ページの中には、「体験できるプログラム

内容」、「体験できる職種」、「募集人数」、「報酬・交通費の支給有無」、「参加者の声」といった情報の中にはより細かい項目が掲載されているが、本研究ではそうした細分化された分類を考慮できていない。今後、より具体的に就職情報サイトのどのページ内容が、大学生の就職活動のイメージにどのような影響を与えているのかを明らかにすることによって、就職情報サイトの利用実態が明確となり、より精度の高い研究を行うことができるだろう。

謝辞

有意義なコメントをいただいた2名の査読者にこの場を借りて厚く御礼申し上げます。

注

- 1) マイナビとは、株式会社マイナビが運営する就職情報サイト。2011年に毎日コミュニケーションズという企業名を株式会社マイナビに変更した。
- 2) リクナビとは、株式会社リクルートが運営する就職情報サイト。1996年に日本で初めて「RECRUIT BOOK on the Net」としてインターネットによる就職情報サービスを開始。
- 3) 就職情報サイトには「求人検索型」「スカウト型」「エージェント型」の3種類が存在するが、本研究における就職情報サイトとは、最も登録利用者が多いとされる「求人検索型」の就職情報サイトを指す。
- 4) 大学生の就職活動に関する情報の入手先として、就職情報サイトに次いで多かったのは「各企業のホームページ(自社採用サイト)」の77%である。
- 5) 「就活ストレス対処法 真剣でも深刻にならず 感情を身近な人に伝えて(就活探偵団)」『日経産業新聞』2022年8月31日
- 6) 「新しいことが好きなので、就職活動は楽しそう」「いろいろと選ぶ楽しみがあるので面白い」など、新しい活動への肯定的な感情を「期待」因子とした。
- 7) 「いろいろな会社へ行ったり、知ったりするチャンスである」「いろいろな業界をみることができる」など、社会についての知識・情報が増えることについての肯定的な感情を「社会的好奇心」因子とした。
- 8) 「何度も面接の練習をしなければならない」「活動期間が長くて大変である」など、学生に負担がかかる活動への否定的な感情を「負担予想」因子とした。
- 9) 「学生はある程度自分を偽らないと内定はもらえない」「コネが必要である」など、自分の持つ本来の力が及ばない場として就職活動や背後にある社会への否定的な感情を「欺瞞」因子とした。
- 10) 「自己PRが苦手だ」「面接官に言いたいことを伝えられそうにない」など、就職試験で必要とされるとされている表出能力についての否定的な感情を「表出能力不安」因子とした。
- 11) 「社会に出たくないなので、就職活動をしたくない」「働くことが嫌だから、就職活動も嫌だ」など、社会へ出る入り口としての就職活動をしたくないという否定的な感情を「逡巡」因子とした。
- 12) 「プライドをズバズバにされる」「入社試験に落ちると、人格を否定された気分になる」など、入社試験で評価されることに対する否定的な感情を「評価恐怖」因子とした。

参考文献

- [1] 上田紋佳・猪原敬介(2018)「体験の回避が就職活動不安と就職活動の関係に及ぼす影響」『ルーテル学院研究紀要』51号, pp.41-51.
- [2] 海老原嗣生(2016)『お祈りメール来た、日本死ぬ「日本型新卒一括採用を考える」』, 文藝春秋社
- [3] 太田千秋(2019)「大学生の持つ「就職活動イメージ尺度」の作成」『群馬県立女子大学紀要』40巻, pp.39-52.
- [4] 香川めい(2020)「就職情報誌から就職情報サイトへの移行がもたらさなかったもの：大卒者の就職・

- 採用活動における役割をめぐって』『日本労働研究雑誌』62巻2・3号, pp.111-121.
- [5] 香山リカ(2004)『就職がこわい』, 講談社
- [6] 北見由奈・森和代(2010)「大学生の就職活動ストレスおよび精神的健康とソーシャルスキルと関連性の検討」『ストレス科学研究』, 25巻, pp.37-45.
- [7] 下村英雄(2001)「インターネットにおける『就職サイト』利用が大学生の就職活動に及ぼす影響」『悠峰職業科学研究紀要』, 9巻, pp.25-36.
- [8] 下村英雄・堀洋元(2004)「大学生の就職活動における情報探索行動:情報源の影響に関する検討」『社会心理学研究』, 20巻2号, pp.93-105.
- [9] 下山晴彦(1992)「大学生のモラトリアムの下位分類の研究」『教育心理学研究』40巻2号, pp.121-129.
- [10] ディスコ(2022)「大学の就職・キャリア支援活動に関する調査」2022年11月
(https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2021/11/daigakuchosa_202111.pdf)
- [11] ディスコ(2024)「2025年卒1月1日時点の就職意識調査 キャリタス就活2025 学生モニター調査結果」2024年1月発行
(https://www.disc.co.jp/wp/wp-content/uploads/2024/01/202401_gakuseichosa_kakuho.pdf)
- [12] 長光太志(2017)「就活サイトを活用する学生に関する一考察」『佛大社会学』41巻 pp.17-29.
- [13] 樋口匡貴・塚脇涼太・蔵永瞳・井邑智哉・深田博己(2008)「大学生の就職活動における情報収集が進路探索行動に及ぼす影響」『広島大学大学院教育学研究科紀要』第3部, pp.167-174.
- [14] 藤井義久(1995)「テスト不安研究の動向と課題」『教育心理学研究』, 43巻, pp.455-463.
- [15] 細越寛樹・小玉正博(2006)「対処的悲観者の心理的well-beingおよび主観的well-beingの検討」『心理学研究』, 77巻, pp.141-148.
- [16] マイナビ(2024a)「マイナビ 2025年卒 学生就職モニター調査2月の活動状況」2024年3月発行
(<https://career-research.mynavi.jp/wp-content/uploads/2024/04/s-monitor-25-2-001.pdf>)
- [17] マイナビ(2024b)「マイナビ 2025年卒 大学生インターンシップ・就職準備活動実態調査(11月)」2023年12月発行(<https://saponet.mynavi.jp/column/detail/20231213100718.html>)
- [18] 松田侑子・新井邦二郎(2007)「大学生における就職活動不安が就職活動に与える影響」『日本教育心理学会総会発表論文集』49号, p.543
- [19] 松田侑子・永作稔・新井邦二郎(2008)「職業選択不安尺度の作成」『筑波大学心理学研究』36号, pp.67-74.
- [20] 森田愛子(2014)「就職活動不安の高さと情報収集行動の関連」『キャリア教育研究』33巻1号, pp.21-28.
- [21] 的場康子(2013)「大学3年生の就職に関する意識と情報収集の実態」第一生命経済研究所, 2013年4月1日, (<https://www.dlri.co.jp/pdf/ld/01-14/notes1304a.pdf>)
- [22] リクルート(2024)「就職白書2024」2024年2月発行
(https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2024/04/hakusho20240220_03.pdf)

(2024年5月2日受付、2024年7月16日再受付)