

# 企業の求める学生像と大学が目指す学生像の比較

伊藤 祐一<sup>1</sup>、上迫 明<sup>2</sup>

## 概要

就職後早期に退職する大学卒業生が近年増加している。朝日新聞（朝日新聞（2014））には「大卒3年以内の離職率、32.4% 2年連続上昇」という記事が載っている。この理由は、大学生が持つ企業像と企業の求める学生像との間に隔たりがあるからではないかと考え、企業の求める学生像と大学が目指す学生像の比較を行った。

アンケートの結果、企業はコミュニケーション能力のある学生を求めているが、大学は専門知識のある学生を養成しようとしていることがわかった。大学での専門知識の習得は必要であるが、それ以上にコミュニケーション能力を持った学生を養成することが、大学の社会に対する責務だと考える。

**キーワード：**企業の人材ニーズ、卒業生の評価、コミュニケーション能力、専門知識

## 1 初めに

企業を早期に退職する大学卒業生が30%を超えている理由を考えると共に、学生の就職指導に役立てる方策を考えるために、企業にアンケート調査を行った。

アンケートの分析においては、「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」を比較検討し、企業が求める大学像と大学が目指す学生像の間にある隔たりを明らかにした。その結果にもとずき今後福山大学が何に重点を置いて教育すべきかに関しての知見を得ることができた。

## 2 アンケートの調査方法

調査は福山大学「自分未来創造室」(福山大学自分未来創造室(2014))が業者に委託して実施した。調査期間は2013年2月2日より2月18日の間であり、調査は郵送により行った。

調査対象としては福山大学就職課が所有している企業リストより、福山市内にある264社を抽出して実施し、有効回答数は98社であり、回収率は37.1%であった。

対象業種の有効回答内訳を表1に示す。

<sup>1</sup> 福山大学経済学部税務会計学科教授 Email:yitoh@fuhc.fukuyama-u.ac.jp

<sup>2</sup> 福山大学経済学部経済学科准教授 Email:kamisako@fuec.fukuyama-u.ac.jp

表 1 対象業種の有効回答内訳

業種	有効回答社数	業種	有効回答社数	業種	有効回答社数
機械器具（製）	11	鉄鋼・金属（製）	3	調査・設計	2
病院	10	電気機器（製）	3	運輸・通信	2
繊維製品（製）	8	化学・薬品（販）	3	金融・保険	2
サービス業	7	付帯工事業	3	その他	2
総合建設業	6	化学・薬品（製）	3	木材・木製品（製）	1
食料品（販）	6	輸送機器（販）	3	百貨店スーパー	1
繊維製品（販）	4	資材・木製品（販）	3	農林水産業	1
情報産業	4	食料品（製）	2	事務器（販）	1
機械器具（販）	4	その他（製）	2	教育・公務	1

有効回答会社数が6社以上の業種は、機械器具（製）、病院、繊維製品（製）、サービス業、総合建設業、食料品（販）である。

### 3 アンケート結果

アンケートは5段階評価で行った。

表2に調査データの一例を示す。これは専門知識に対する、企業の人材ニーズと卒業生の評価を5段階で表したものである。

ここで1～5の意味を下記に記す。

5. 重視する
4. どちらかと言えば重視する
3. どちらとも言えない
2. どちらかと言えば重視しない
1. 重視しない

表 2 調査データの一例

	企業の人材 ニーズ	卒業生の 評価
専門知識	3.32	3.26
5	8	5
4	32	22
3	43	58
2	13	6
1	2	1

専門知識の右の項に示す数字は、評点の加重平均を求めたものである。たとえば、企業の人材ニーズに関する評点は

$$(5 \times 8 + 4 \times 32 + 3 \times 43 + 2 \times 13 + 1 \times 2) / (8 + 32 + 43 + 13 + 2)$$

として求めた。他の項目についても同様な処理を行った。

処理結果を項目別評点として表3に示す。

表 3 項目別評点

	企業の人材 ニーズ	卒業生の 評価
積極性	4.77	3.47
誠実さ	4.69	3.56
健康・体力	4.56	3.67
一般常識・マナー	4.56	3.90
コミュニケーション能力	4.50	3.45
協調性	4.11	3.78
パソコン能力	3.48	3.24
専門知識	3.32	3.26
語学力	2.92	2.59

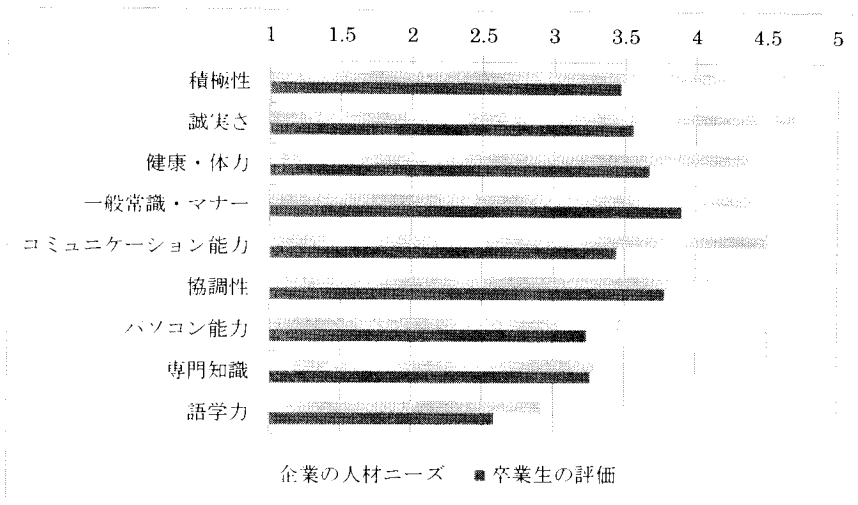


図1 「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の評点

図1に「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」を企業の人材ニーズの高い項目順に示す。

「企業の人材ニーズ」の各項目の1～5までの評点分布の割合を図2に示す。

評点5（重視する）の占める割合が「協調性」、「コミュニケーション能力」、「一般常識・マナー」、「健康・体力」、「誠実さ」、「積極性」の順に増加している。

「パソコン能力」、「専門知識」、「語学力」に関しては、評点3（どちらとも言えない）が占める割合が多くなっている。

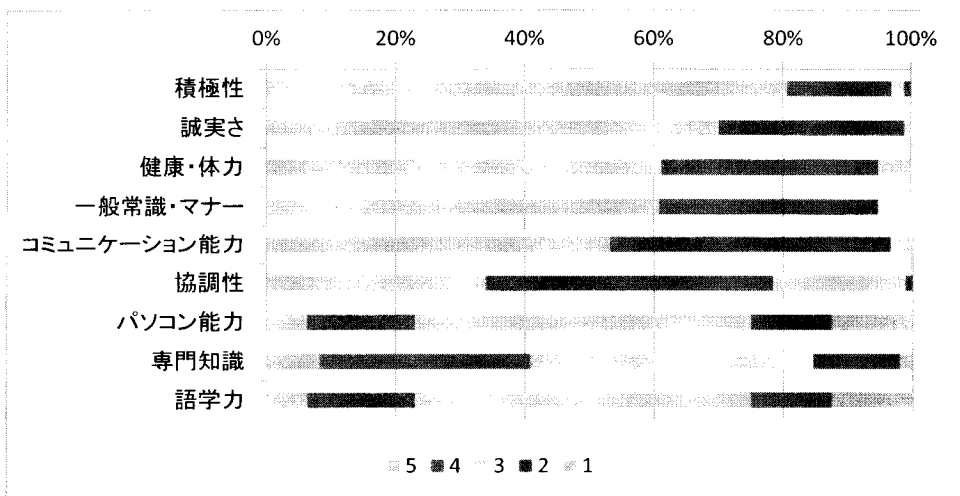


図2 「企業の人材ニーズ」の評点分布

企業の求める学生像と大学が目指す学生像の比較

次に、「卒業生の評価」の評点分布を図3に示す。

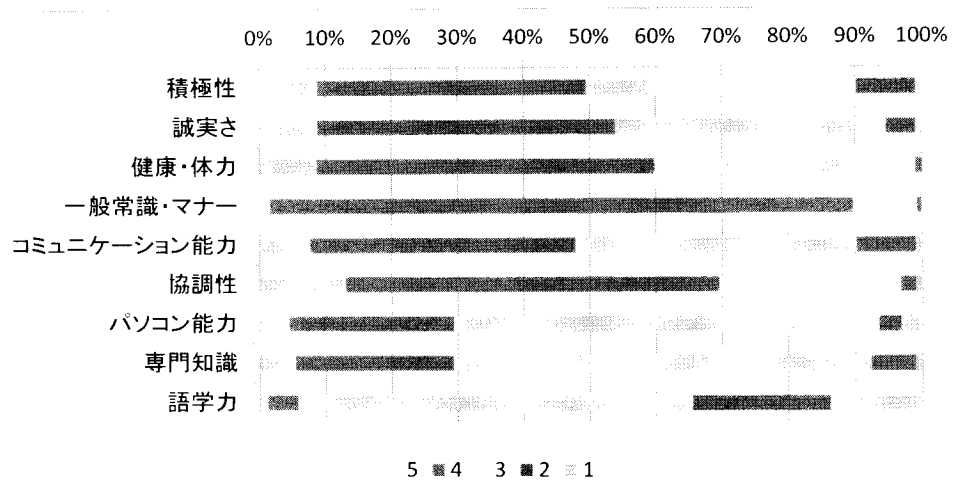


図3 「卒業生の評価」の評点分布

「一般常識・マナー」、「協調性」に関しては評点4（どちらかと言えば重視する）が占める割合が多くなっている。

図4に「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の戦略キャンパスを示す。

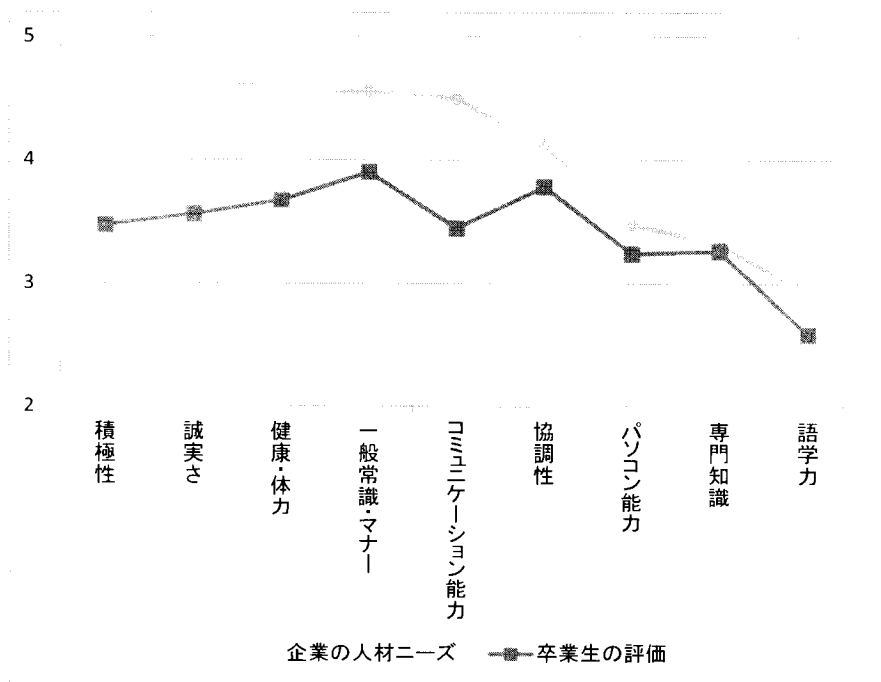


図4 「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の戦略キャンパス

ここで戦略キャンパス（W チャン・キム、レネ・モボルニュ(2012)）とは、横軸に顧客に提供する価値、縦軸に顧客が享受するメリットの大小を示すグラフのことであり、戦略キャンパス上に、既存事業と新事業の価値曲線を描くことで新事業の差別化のポイントを明確に表すことができるものである。この戦略キャンパスの方法にもとづいて「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の価値曲線を描くことで両者の差異を明確にしたのが図4である。

「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」において、「積極性」、「誠実さ」、「健康・体力」、「一般常識・マナー」、「コミュニケーション能力」で大きく差がついていることがわかる。また、卒業生の評点は企業の望んでいる人物像よりも全般的に低くなっている。しかしながら、「専門知識」、「パソコン能力」に関しては企業の「人材ニーズ」と「卒業生の評価」に大差がないことがわかる。

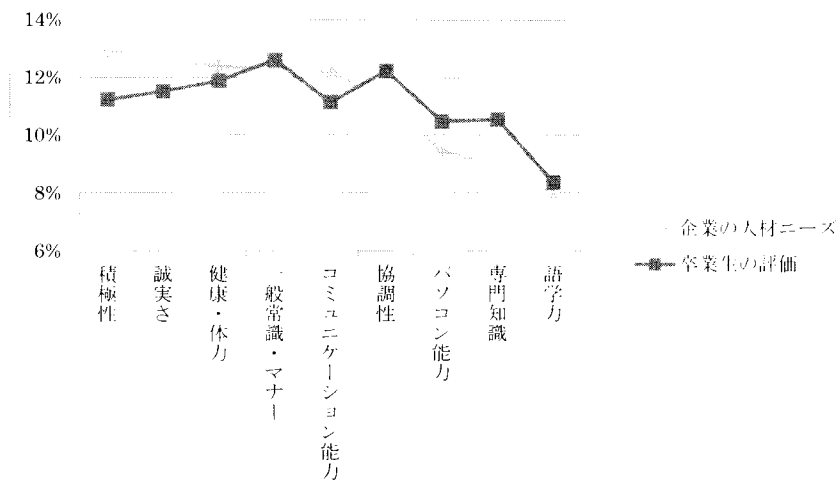


図5 「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の戦略キャンパス（パーセント）

図4は5段階評点を示したが、図5にパーセント表示した戦略キャンパスを示す。

「語学力」、「専門知識」、「パソコン能力」ならびに「協調性」においては、「卒業生の評価」は「企業の人材ニーズ」より高くなっている。

「積極性」、「誠実さ」、「健康・体力」ならびに「コミュニケーション能力」が「卒業生の評価」は「企業の人材ニーズ」よりも低くなっている。

図6に「企業の人材ニーズ」のパレート図を示す。

企業の求める学生像と大学が目指す学生像の比較

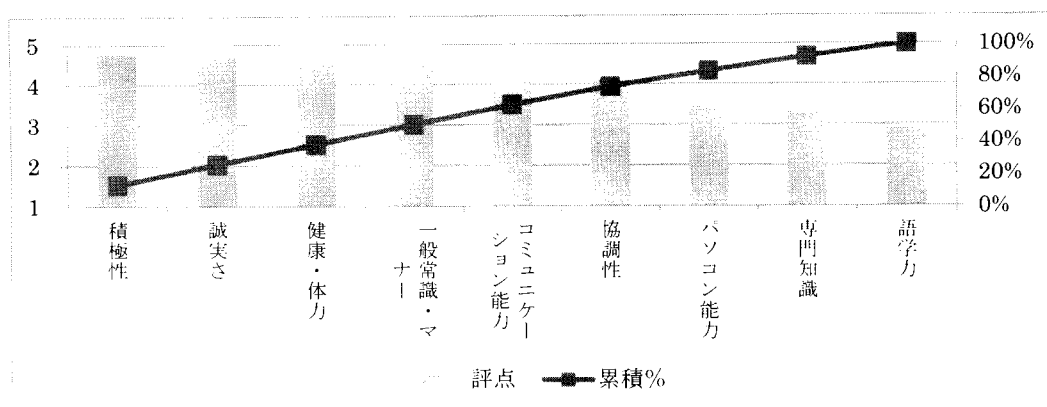


図6 「企業の人材ニーズ」に関するパレート図

ここで、パレート図とは、値が降順にプロットされた棒グラフとその累積構成比を表す折れ線グラフを組み合わせた複合グラフのことである。パレート図の目的は多くの要因の中から重要なものを浮き彫りにすることにある。左側の垂直軸は評点を表し、右側の垂直軸は評点の占める累積構成比を表している。

上位5項目は、①積極性、②誠実さ、③健康・体力、④一般常識・マナー、⑤コミュニケーション能力となっている。

図7に「卒業生の評価」のパレート図を示す。

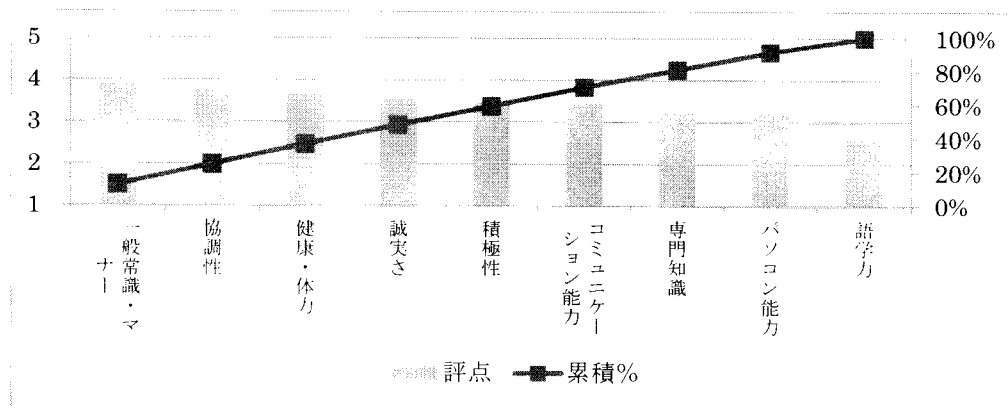


図7 「卒業生の評価」に関するパレート図

上位5項目は、①一般常識・マナー、②協調性、③健康・体力、④誠実さ、⑤積極性となっている。

「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の上位5項目にはお互いに相当な開きがあることがわかる。表4に「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の上位9項目を示す。

「積極性」は「卒業生の評価」では5位であるが、「企業の人材ニーズ」では1位を占めている。

「一般常識・マナー」は「卒業生の評価」では1位であるが、「企業の人材ニーズ」では4位を占めている。「協調性」は「卒業生の評価」では2位であるが、「企業の人材ニーズ」では6位を占めている。「コミュニケーション能力」は「卒業生の評価」では6位であるが、「企業の人材ニーズ」では5位を占めている。

「専門知識」は「卒業生の評価」では7位であるが、「企業の人材ニーズ」では8位を占めている。

図8はコミュニケーション力、人間力ならびに学力の評価をみたものである。

ここで人間力は「積極性」、「協調性」、「誠実さ」、「健康・体力」を加え平均したものであり、学力は「一般常識・マナー」、「専門知識」、「語学力」、「パソコン能力」を加え平均したものである。

表4 「企業の人材ニーズ」と「卒業生の評価」の上位9項目

	企業の人材ニーズ		卒業生の評価
1位	積極性	→	一般常識・マナー
2位	誠実さ		協調性
3位	健康・体力		健康・体力
4位	一般常識・マナー		誠実さ
5位	コミュニケーション能力		積極性
6位	協調性		コミュニケーション能力
7位	パソコン能力		専門知識
8位	専門知識		パソコン能力
9位	語学力		語学力

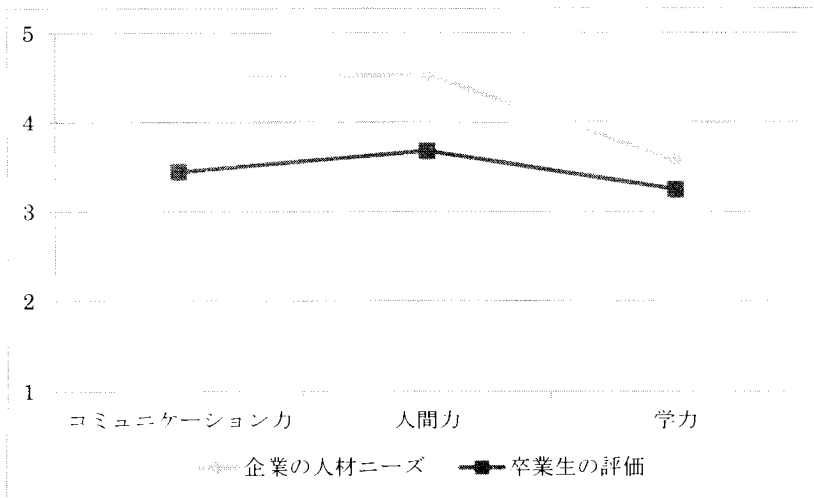


図8 学力、人間力ならびにコミュニケーションの評点

企業は学力よりもコミュニケーション力、人間力を要求していることがわかる。

図9は、コミュニケーション力、人間力ならびに学力の割合をみたものである。

企業の求める学生像と大学が目指す学生像の比較

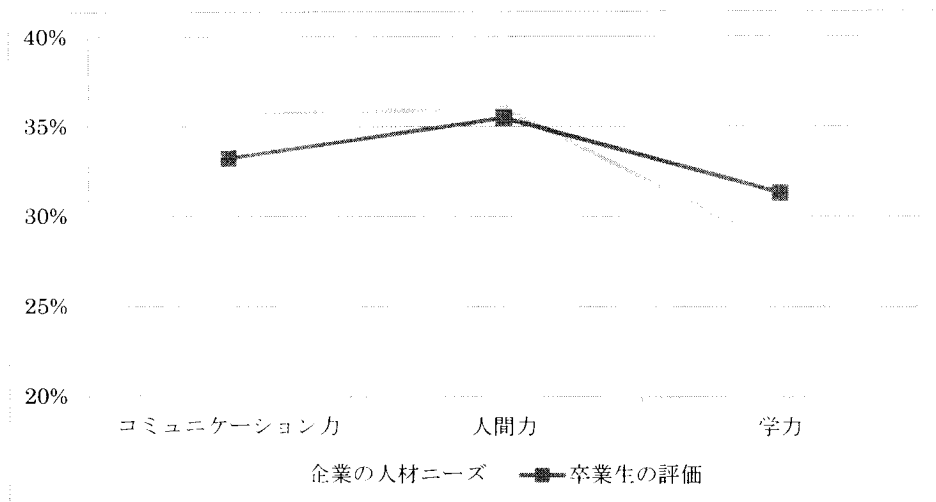


図9 学力、人間力ならびにコミュニケーションの割合

学力に関しては「企業の人材ニーズ」よりも「卒業生の評価」が上回っている。一方人間力は少し卒業生の評価が低くなっている。コミュニケーション力においては「企業の人材ニーズ」よりも「卒業生の評価」が下回っている。

図10は、経済産業省(2010)の「平成21年度就職支援調査事業の「大学生の「社会人観」の把握と「社会人基礎力」の認知度向上実証に関する調査」での社会に出て活躍するために必要だと考える能力要素の割合である。

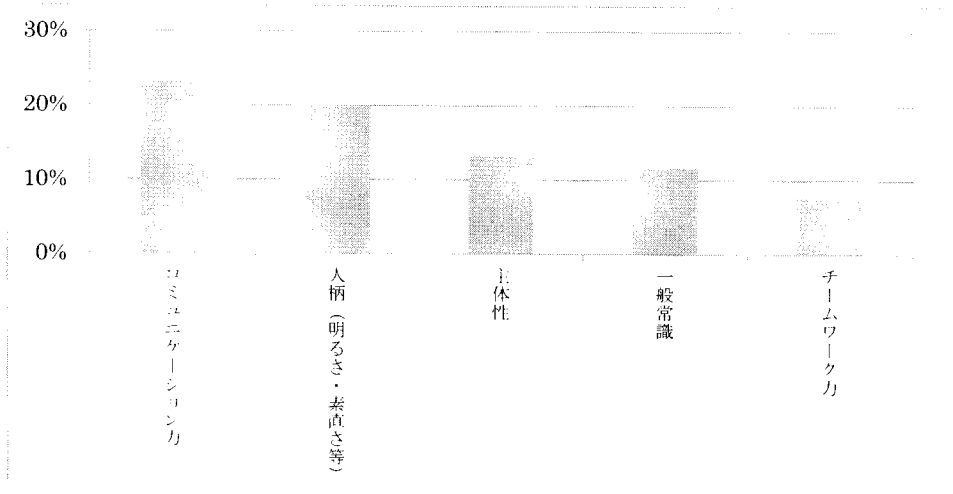


図10 社会に出て活躍するために必要だと考える能力要素の割合

コミュニケーション力が一番必要であると考えられており、次に人柄(明るさ・素直さ等)が



要求されている。

表5に産経新聞社・駿台教育研究所(2012)が「時代が求める人材に関する調査」を行った結果の一部である。これは人材育成の取り組みの中で、大学に対しては、「重点を置いている教育内容」、企業に対しては、「大学に望みたい教育内容」を聞いたもので上位5つを示したものである。

表5 大学、企業の教育の現状

	大学(重点を置いている教育)		企業(大学に望みたい教育)
1位	専門分野の知識の養成	↔	コミュニケーション力の養成
2位	職業観・職業意識の醸成	↔	論理的思考力や論理的理解力の養成
3位	課題発見力・解決力の養成	↔	課題発見力・解決力の養成
4位	コミュニケーション力の養成	↔	専門分野の知識の養成
5位	自立的に学習する力の養成	↔	自立的に学習する力の養成

企業が大学に望む教育は、「コミュニケーション力の養成」「論理的思考力の養成」が強いが、大学では「専門分野の知識の養成」が1位に揚がっている。ところが「専門分野の知識の養成」は、企業が大学に望みたい教育の4位になっている。我々が利用したアンケートでは、「専門知識」は企業の人材ニーズの下位から2番目に位置している。

大学での重点を置いている教育と企業の大学に望みたい教育において、専門分野の知識の養成とコミュニケーション力の養成の順位が逆転している。

企業は優秀な社会人になる可能性のある学生を求めていると考える。大学としては、企業の要求を満たすべく、専門知識の養成に力を入れることは勿論のこと、それ以上にコミュニケーション力の養成等に力を入れる必要があると考える。

図11に人材育成の対象となる「姿勢・意欲」「知識・技術」の関係(小倉(2014))を示す。

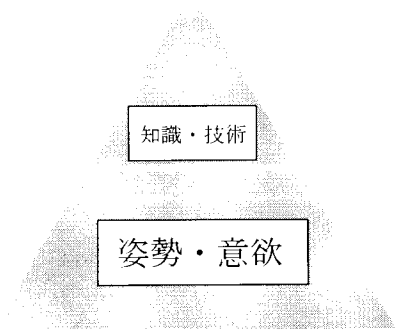


図11 人材育成の対象

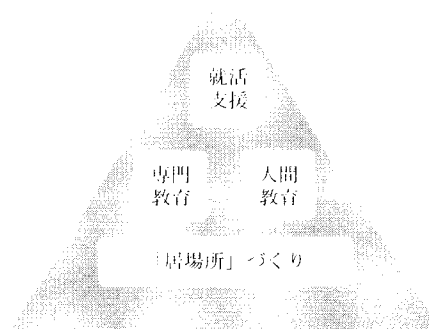


図12 就職支援概念図

「姿勢・意欲」の土台の上に「知識・技術」が集積していると考えられる。いくら知識・技術を習得しても、社会人としての姿勢・意欲がないと宝の持ち腐れになるということである。

図 12 に就職支援概念図（日本中退予防研究所（2011））を表す。ここで、注意書きとして

教育が弱いと就活支援の効果が薄まる

教育も就活支援も、教職員で行う

両方（専門教育と人間教育）の精度によって、就職状況の善し悪しが決定すると書いてある。

著者達は、実際に就職の事で、企業の方々とお話をする機会が多いが、人間教育をしっかりと欲しいという要望が圧倒的に多い。

大学と企業とのフロー循環図を図 13 に示す。お互いにこのループが循環していることが重要であるが、図示するように「労働市場」と「大学」とのフローが断絶しているように思える。そのため大学と企業の間と考えの乖離が生じていると考えられる。

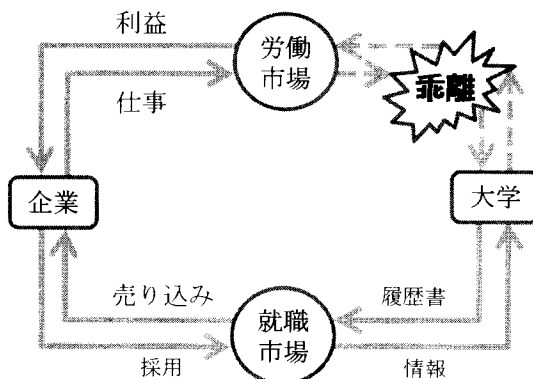


図 13 フロー循環図

#### 4 福山大学の教育理念及び三蔵五訓<sup>6)</sup>

##### 4.1 福山大学建学の理念

福山大学の建学の理念は次のように表現されている。

「学問にのみ偏重するのではなく、真理を愛し、道理を実践する知行合一の教育によって、人間性を尊重し、調和的な全人格陶冶を目指す全人教育が必要である。」

主旨は、全人格陶冶を目指す全人教育であり、学問だけでなく人間性を養うことを理念として掲げられていると思慮する。ここで人間性とは企業が望んでおられるような、コミュニケーション力等を示すと思われる。

##### 4.2 福山大学の教育理念

福山大学の教育理念は次のように表現されている。

「福山大学の教育理念は『教えるとは、共に希望を語ること。学ぶとは共に誠実を胸に刻むこと』という言葉にすべて言い表されている。時代や社会がいかに変化しようとも、本学の教育、研究の精神には一貫した理念が貫かれている。さまざまな分野の学問を学ぶ中で追求されるべきものは、知識や技術だけでなく人間性、すなわち人格的成長である。この理念は本学の教育指針である三蔵五訓に熱く込められている。真理を探究し道理を実現する勇気ある若人を、そして郷土・社会・国家を真摯に愛し、進んで世界・人類を友とすることのできる、視野の広い若人を期待し、歓迎する。希望ある未来を志向する青年諸君。緑に包まれた静かな丘に翻る真理と自由と実践の旗の下、充実した教授陣の薫陶を全身に浴びながら、青春の一刻を共に過ごそうではありません

か。」

ここでは知識や技術だけでなく人間性を重視している。まさに企業側が望んでいる学生を養成することが福山大学の教育理念である。

#### 4.3 三蔵五訓

福山大学の「三蔵五訓」について述べる。

- 真理を探求し、道理を实践する
- 豊かな品性を養い、不屈の魂を育てる
- 生命を尊重し、自然を畏敬する
- 個性を伸展し、紐帯性を培う
- 未来を指向し、可能性に挑む

### 5 アクション・マトリックス

図 14 にアクション・マトリックスを示す。これはブルー・オーシャン戦略(W・チャン・キム、レネ・モボルニュ(2012))において、現状の業界に対して、新たな価値が生み出せないかを考えるための4つのアクションを表している。本論文では、福山大学にコミュニケーション能力等の価値をさらに増加させることを考えるためにアクション・マトリックスを使用した。

<p><b>取り除く</b> 一方向の授業 携帯電話の使用</p>	<p><b>増やす</b> 高大社の連携 イベント 授賞 資格取得者 インターンシップ ゼミ発表会</p>
<p><b>減らす</b> 私語 居眠り</p>	<p><b>付け加える</b> 参加意識 アクティブラーニング 反転授業 散歩道</p>

図 14 アクション・マトリックス

コミュニケーション能力を増大させるための方策として、まず「取り除く」項目としては、一方向の授業と授業中の携帯電話の使用であろう。「増やす」項目としては、高大社の連携、イベントの開催、各種賞を設ける、資格取得者を増やす、インターンシップ参加学生を増やす、ゼミ発表会等を増やすことが挙げられる。「減らす」項目としては、私語と居眠りを減らすことが挙げら

れる。「付け加える」項目としては、参加意識、アクティブ・ラーニング、反転授業、大学は広い敷地を有しているのので、散歩道を整備することが挙げられる。

## 6 まとめ

企業は積極性ならびにコミュニケーション能力を持った学生を強く望んでいることがわかった。また卒業生の専門知識、パソコン能力ならびに語学力等の学力は、企業が望んでいるものとほぼ同等なものを持っていることがわかった。

福山大学では、学力を身につけさせることは勿論のこと、コミュニケーション力等の人間力をさらに身につけさせる必要があると考える。

そのためには、一方向の授業と授業中の携帯電話の使用を止めさせ、高大社の連携、イベント、授賞、資格取得者、インターンシップ、ゼミ発表会を増やすことが必要であると考え。授業に関しては私語と居眠りを減らす方策を考える必要があると考える。新たに付け加える事としては、参加意識、アクティブ・ラーニング、反転授業、散歩道の新設が考えられる。

今回実施したアンケートでは、社会人基礎力の論理性、創造性の「考え抜く力」や職業観、就業意識、潜在的可能性の「キャリア力・人間性」に関する項目がなかった。企業にとっては「考え抜く力」は非常に重要だと思われるので、学生に「考え抜く力」を養えるような教育を行っていきたい。

## 参考文献

- [1] 朝日新聞 (2014年11月8日).
- [1] 福山大学自分未来創造室 (2014)、「企業の人材ニーズ調査結果 (福山市内企業)」.
- [2] W・チャン・キム、レネ・モボルニュ (2012)、『ブルー・オーシャン戦略』武田ランダムハウスジャパン.
- [2] 経済産業省 (2010)「大学生の「社会人観」の把握と「社会人基礎力」の認知度向上実証に関する調査」.
- [3] 産経新聞社・駿台教育研究所 (2012)、「時代が求める人材像に関する調査結果」平成24年9月.
- [4] 日本中退予防研究所 (2011)、『中退予防戦略』NEWVERY.
- [5] 小倉広 (2014)、『アドラーに学ぶ部下育成の心理学』日経BP社2014.
- [6] 福山大学案内 (2014).

# **Comparison of the student image between a company demands and university aims.**

Yuichi Itoh and Akira Kamisako

## **Abstract**

The college graduate who retires at an after-employment early stage is increasing in recent years.

It thought that this was because distance is between the company image which a college student has, and the student image for which a company asks, and compared the student image for which a company asks with the student image which a university aims at.

Although the company was asking for the student with communications skills, it turned out that the university is going to train the student with technical knowledge.

Although technical knowledge is required, I think that it is the duty to the society of a university to train the student who had communications skills more than it.