

# 新卒採用情報サイトにみる 採用基準の異質性

麦山 亮太 (mugiyama@l.u-tokyo.ac.jp)

東京大学大学院人文社会系研究科博士課程

西澤 和也 (kazuya777x@gmail.com)

東京大学大学院人文社会系研究科修士課程

**要約** | 新卒採用情報サイトより得た各企業の「求める人物像・選好基準」に関するデータに対してトピックモデルを適用し、企業の提示する能力・採用基準がどのように構成され、またそれが産業によってどのように異なるかを検討した。分析の結果、企業はソフトな能力、ハードな技術、適性・志向性といった多種の能力を要求していることが示された。産業別にみると、特にハードな技術に関して産業間のばらつきが大きく、企業の求める能力は一枚岩でない。こうした採用基準の多様性が新卒労働市場における求職者と企業のマッチングを水路付ける役割を果たしていると考えられる。

## 新卒労働市場において企業と学生はいかにマッチングするのか？

- 二者関係たるマッチングにおいて、**企業が求職者に対していかなる能力を求めるのか**を明らかにする必要がある（Jackson et al. 2005）
- **企業に着目した研究群**  
コミュニケーション力や訓練可能性、熱意、主体性などを重視している（岩脇 2004; 本田 2005; 岩脇 2006; 小山 2008）  
→ 企業が一様に同じ能力を求める存在として描かれる傾向

**企業間の異質性に着目**することで、マッチングの場で働く力学をより適切に捉える必要がある

\*能力＝企業が学生を評価する要素。企業は能力を採用基準によって捉えているものと想定（小山 2008）

## 研究目的

1. 企業が新規学卒者に対していかなる採用基準を提示しているか？
2. 求める採用基準は企業の属性によってどのように異なるか？

## データ

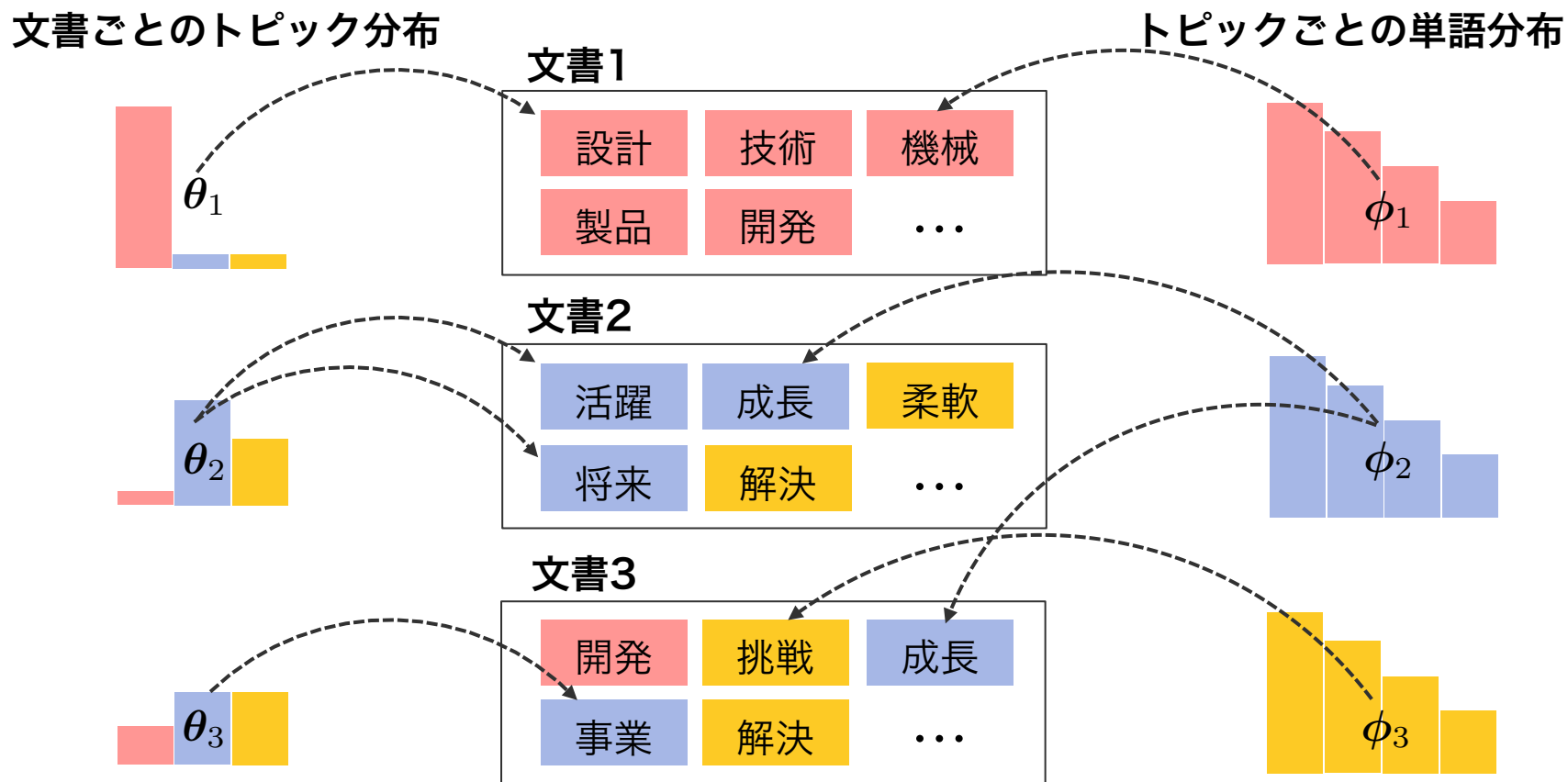
- ある新卒採用情報サイトに掲示された各企業の「求める人物像・選考基準」に関する記述（2016年3月30~31日にかけてウェブスクレイピングにより取得）
- N = 22,898 \*産業別の分析の際に第1次産業と公務は除外した

**通常**の調査データ | あらかじめ項目を設定 (日本労働研究機構 1993, 2000; 厚生労働省 2004; 労働政策研究・研修機構 2008)

**本データ** | あらかじめ項目を設定せず、**各企業のもつ一次理論** (盛山 1995) **から採用基準の構造を取り出す**ことが可能

## トピックモデル (DiMaggio et al. 2013; 岩田 2015; 大林・瀧川 2016)

各企業の記述を1つの文書とし、文書集合（サンプル）から任意の個数のトピックを抽出する方法。各文書は複数のトピックを持ちうる。



# 全体・産業別単語の出現頻度

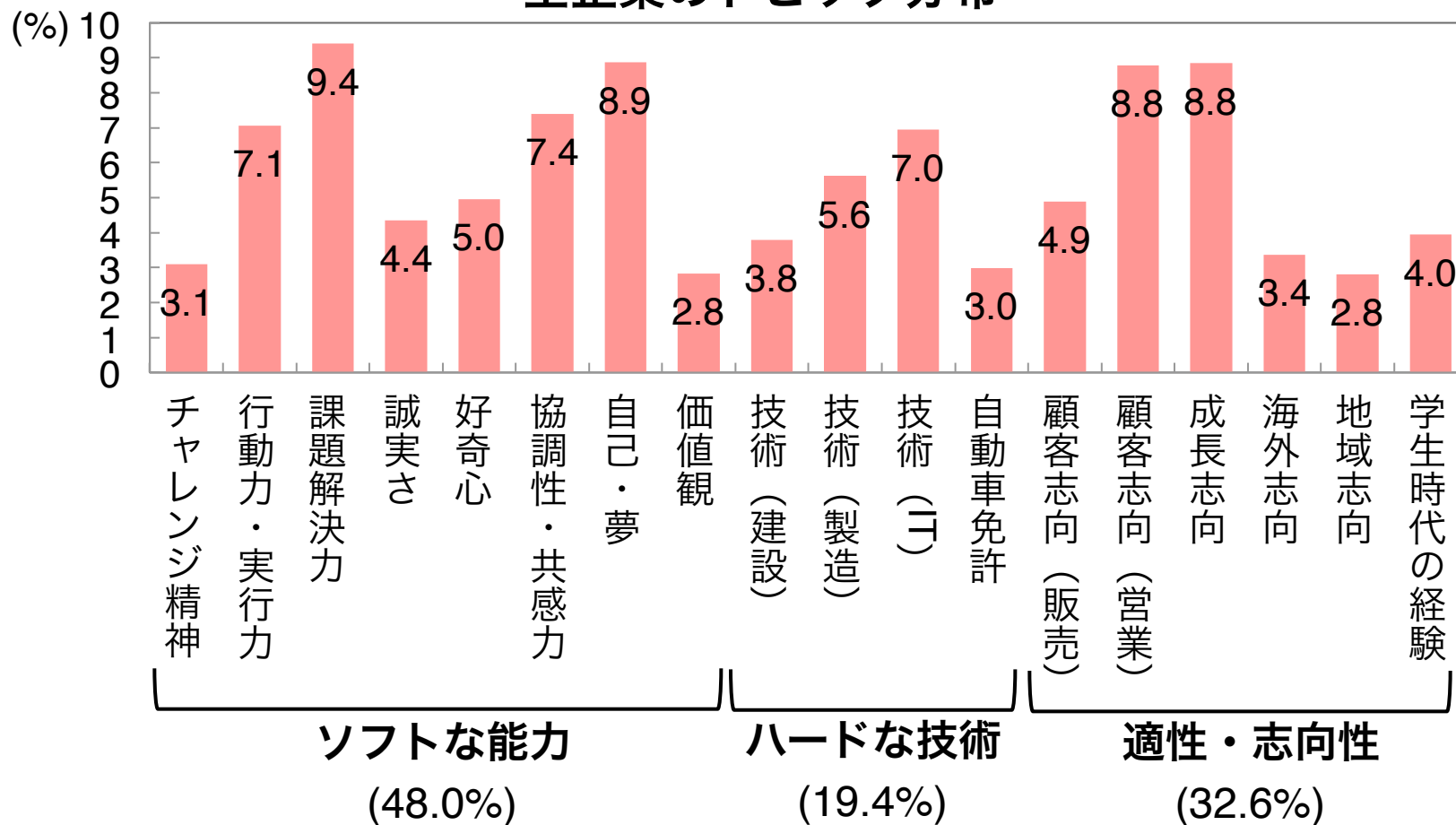
5

順位	単語	出現頻度(%)
1	仕事	1.63
2	自分	1.15
3	行動	0.90
4	当社	0.89
5	エントリー	0.87
6	力	0.83
7	成長	0.78
8	好き	0.75
9	サイト	0.74
10	メンテナンス	0.73
11	プレ	0.73
12	チャレンジ	0.72
13	お客様	0.71
14	企業	0.65
15	採用	0.64
16	会社	0.63
17	私	0.61
18	コミュニケーション	0.56
19	選考	0.53
20	技術	0.52
21	経験	0.51
22	大切	0.51
23	興味	0.49
24	自ら	0.48
25	人材	0.48
26	重視	0.47
27	歓迎	0.46
28	必要	0.43
29	積極	0.42
30	精神	0.42

順位	建設・電気 ガス水道業	製造業	情報通信業	運輸・卸売 ・小売業	金融・ 賃貸業	サービス業
1	仕事	仕事	仕事	仕事	仕事	仕事
2	当社	自分	自分	自分	自分	エントリー
3	自分	当社	力	お客様	行動	自分
4	成長	行動	技術	当社	お客様	サイト
5	行動	技術	コミュニケーション	行動	成長	プレ
6	力	力	成長	好き	当社	メンテナ ス
7	会社	チャレンジ	行動	力	選考	好き
8	お客様	エントリー	当社	エントリー	力	成長
9	技術	人材	チャレンジ	成長	エントリー	行動
10	エントリー	会社	好き	会社	面接	企業
11	建築	づくり	経験	チャレンジ	重視	力
12	コミュニケーション	選考	エントリー	私	私	私
13	チャレンジ	成長	会社	サイト	チャレンジ	チャレンジ
14	好き	自ら	お客様	企業	会社	当社
15	採用	企業	興味	メンテナ ス	大切	お客様
16	メンテナ ス	好き	サイト	プレ	採用	経験
17	選考	採用	知識	選考	自ら	実施
18	プレ	私	能力	大切	地域	お知らせ
19	サイト	サイト	企業	重視	人材	金
20	重視	メンテナ ス	プレ	採用	企業	迷惑
21	歓迎	プレ	メンテナ ス	コミュニ ケーション	コミュニ ケーション	プレエント リー

抽出された30トピックから意味のある18トピック(65.5%)を選び出した。

## 全企業のトピック分布



注) 抽出されたトピックに含まれる単語から類推したトピック名をつけている。  
どのような単語が含まれていたかについては補足資料表1を参照のこと。

# 産業別トピック分布

7

トピック	建設・電気 ガス水道業	製造業	情報通信業	運輸・卸売・ 小売業	金融・賃貸業	サービス業
チャレンジ精神	3.2	2.9	2.6	2.9	2.8	4.3
行動力・実行力	7.1	7.5	7.0	7.5	8.8	7.3
課題解決力	7.6	<b>11.5</b>	9.5	8.6	<b>11.8</b>	8.1
誠実さ	4.3	2.9	3.4	4.9	4.3	<b>6.6</b>
好奇心	3.8	<b>7.0</b>	5.6	5.2	4.3	4.1
協調性・共感力	8.0	6.5	5.3	7.9	<b>10.3</b>	<b>9.5</b>
自己・夢	8.6	7.1	8.1	9.2	8.9	<b>12.3</b>
価値観	1.6	3.8	3.3	2.6	2.7	3.0
技術（建設）	<b>18.8</b>	1.6	1.1	2.0	3.3	4.2
技術（製造）	4.3	<b>16.2</b>	4.0	2.7	0.7	2.3
技術（IT）	5.4	4.5	<b>19.6</b>	3.9	5.2	5.3
自動車免許	3.6	2.0	1.0	<b>4.7</b>	2.7	<b>4.2</b>
顧客志向（販売）	1.6	3.2	1.2	<b>11.3</b>	3.1	6.7
顧客志向（営業）	10.6	7.4	9.8	<b>11.4</b>	<b>12.1</b>	7.6
成長志向	7.8	<b>11.6</b>	8.0	9.7	10.3	8.0
海外志向	0.9	2.4	<b>8.8</b>	2.7	0.9	3.4
地域志向	3.0	2.0	1.8	2.8	<b>7.6</b>	3.1
学生時代の経験	3.2	2.9	2.6	2.9	2.8	4.3

注) 値は列%を示す。産業間で比較してとくに大きいセルを塗りつぶして表示。

## 議論

- 従来の研究が強調してきたソフトな能力だけでなく、**ハードな技術や適性に関する記述**も少なくない
- これらの要素が学生を各産業にソーティングする役割をもつ可能性
- 産業間のばらつきはハードな能力の部分で大きく、**ハードな技術を必要としない産業でソフトな能力の要求が目立つ**（「協調性・共感力」「自己・夢」「誠実さ」など）
- 「ハイパー・メリトクラシー化」（本田 2005）のような能力観の転換はとくにサービス業などでより顕著？

## 今後の課題

- より精密なトピックの抽出（トピック数を増やすなど）と解釈
- 企業規模との組み合わせも検討
- データと分析をいかなる理論的な文脈に位置づけるか？