



学生番号:14104067	クラス:K	氏名:岩井 朋大	提出日:2008年1月15日
論題	就職意思決定前における企業のリアルな情報認知が 就職後後悔に与える影響		

【 キーワード 】 就職活動、3年3割、ミスマッチ、離職、人材、RJP 理論、後悔、満足、採用ブランド

【 論文要旨 】

本論文の目的は、早期離職傾向が高まる現代の企業と若者に対する提案を考えていくことである。近年、大学を卒業して無事企業に就職することに成功した若者が、就職後わずか3年間で離職してしまう傾向が高まっている。その数、約3割である。しかもその理由に「キャリアアップのための転職」という前向きな理由を挙げる人は少ない。多数を占める離職理由は単なる「ミスマッチ」という「後ろ向き」のものである。

少なからず希望を持って入社した若者が3年間で路頭に迷うことによる人生不安を考えると忍びない。それはフリーターやニート増加問題、派遣社員の労働条件問題という国家的社会問題を助長しかねる。また、3年で3割の新入社員が退職してしまうことによる企業の損失額と生産性の低下は大きな穴となる。今や離職率は企業の成長性やブランドイメージをさえも低下させる材料になる時代である。人材流出によって企業ブランディングや企業生命、果てには日本経済が揺るがされる事態に陥らないようにするためにも、企業と若者の中に起こっている離職の原因を探り、提案する必要性を感じた。

「ミスマッチによる離職」という後ろ向きの離職をもたらす根本的な感情は、若者の会社への「不満足」や就職という選択に対する「後悔」である。人間関係や、給与や福利厚生、休暇などの労働条件、企業の将来性やオフィス環境など様々な要素がそれらを抱かせている。

「不満足」や「後悔」という感情を抱かさないためには「将来に起こる事や状態を前もって認知しておく」必要があるという。つまり、将来就職する会社に対する様々な面への認知や、将来の職場状況への理解が「不満足」や「後悔」を軽減することができる。そう考え、仮説を導出した。実際、それらにリンクするように、近年では、企業側の新卒採用に対する姿勢もより開示的な傾向にある。

仮説を実証するために、20代の社会人を対象にアンケート調査を行った。内定後、就職する前にどの程度就職先の実情を認知していたか、また、就職後である今現在、職場状況に対してどの程度満足しているか。その「事前の企業に対する認知度」と「就職後満足度」の相関度を分析したところ、強い相関関係にあった。つまり、企業が積極的に社内の情報を学生に対して開示することで、若者の後悔や不満足感は軽減される。それは離職率の低下に強く作用されるということが示唆された。

その分析結果を踏まえ、結論と考察、今後の課題について言及した。

ただし本論文は、離職率の低下を図るからといって「終身雇用」という古来の概念を助長しようとするものではない。あくまで若者と企業のミスマッチの要因について考察し、後ろ向きな転職を減らすためのヒントを提案するものである。前向きな転職が世の中に溢れることで離職率が高まることは、むしろ願うべき事である。