九州大学学術情報リポジトリ
Kyushu University Institutional Repository

大学就職指導組織と大卒労働市場 : 国立大学と私立大学

吉本, 圭一
放送教育開発センター研究開発部 : 助教授

米澤, 彰純
東京大学教育学部 : 調査室助手

https://hdl.handle.net/2324/12429

出版情報：放送教育開発センター研究紀要. 10, pp.129-150, 1994. 放送教育開発センター
バージョン：
権利関係：

放送教育開発センター研究紀要　第10号—1994年
BULLETIN OF THE NATIONAL INSTITUTE OF MULTIMEDIA EDUCATION no.10 1994
(1993年9月16日　受理)

大学就職指導組織と大学労働市場
——国立大学と私立大学——

吉　本　圭　一、米　澤　彰　純

放送教育開発センター

大学就職指導組織と大卒労働市場
－国立大学と私立大学－

吉　本　圭　一[1)]、米　澤　彰　純[2)]

The University Emoloyment Guidance and the Labor Market of New Graduates

Keiichi Yoshimoto, Akiyoshi Yonezawa

Abstract

This paper analyses the effects of the university employment guidance system on the opportunities for new graduates in the labor market, The data were taken from a complete survey conducted on employment guidunce and equivelant organizations in all universities. Our analysis focused on the comparison between national and private universities. The empirical findings may be summarized as follows:

1) There are many ways university students find a job after graduation. More than half of the students in humanities and liberal arts find a job through free applications. On the other hand, more than half of students of science and technology go through the school's laboratory or individual faculty members. Furthermore there is the third channel for private university students, ie school placement division.
2) The guidance system differs between national and private universities. Only private universities have the school placement division and good employment guidance activities.
3) The opportunity for graduates to get a job in a large company does not differ now between national and private universities. Private universities have caught up with national universities, partly, through the placement division, and are ahead of national universities with respect to employment guidance activities.

1）放送教育開発センター研究開発部助教授

2）東京大学教育学部・調査室助手

キーワード
大学　大衆化　就職　労働市場　国立大学　私立大学　大学組織　就職情報　就職指導　ガイダンス

序

高等教育が大衆化した現在、その卒業者の労働市場も変化しているはずであり、とくに、マスメディアをはじめとする求人・求職情報が飛躍的に拡大しており、流通する情報の質と量、流通経路、その格差などの、大卒労働市場の構造に関して大きな課題領域が形成されている。しかも、大学における教育と指導に対して直接の含意をもつ課題であるにもかかわらず、「大卒就職」に関わるそうした側面を検討した研究は少ない。

本稿では、日本労働研究機構の調査結果を用いて、大卒者の就職経路・就職機会の実態を記述し、それを大学の就職指導の組織・体制の現状と問題点と関連させて検討することで、この「大衆化」した大卒労働市場にアプローチしたい。

具体的には、第1に、大卒者の就職経路は、専門分野や大学タイプ別にどのような差異を生じているのか。また、その要因としての大学の就職指導の体制は大学ごとにどのように組織されているのかを検討する。

第2に、大卒就職機会として、企業規模別の就職実績を指標として、先に見た大学就職指導の体制の差異がこうした就職機会の差異と関連しているのかどうか、検討する。

そして、第3に、教育・指導としての就職指導の役割・機能を理論的に整理するとともに、そうした各側面から、大学の就職指導体制の現状を検討する。

つづく第1節では研究の背景と用いるデータの概要を提示し、第2節から第4節までは上記の3つの課題にそって結果を提示する。第5節では、高等教育への研究・実践面での含意を検討する。この論文の基礎となったのは、共著者2名を含む日本労働研究機構の「大卒就職研究会（1991年度～）」の共同研究であるが、本稿では、第1節、第2節、第5節を吉本が、第3節、第4節を米澤が分担執筆した[1)]。

1．研究の背景と方法

1）研究の背景

戦後の高等教育は急速な拡大を遂げ、労働市場における大卒の位置づけは大きく変化した。すなわち、大学卒の就職者数は、1960年にはまだ10万人を下回っており、新規学卒就職者の総数が140万人近い中で、わずか7.2%（100千人/1375千人）を占めるにすぎなかった。それが、1971年には大卒就職者は20万人を越え、1990年からは30万人を越えている。今日では学卒就職者全体が100～110万人程度と少なくなっており、1990年の大卒者比率は

1）本論文は、日本教育社会学会第44回大会での共著者らの発表（吉本圭一・小杉礼子・米澤彰純『大卒者の初期キャリア形成』1992年）の一部をもとにして、大幅な加筆・改訂を行ったものである。

28.4%（324千人/1147千人）と、1960年の4倍になっている[2]。

また、同一年齢層あたりの大学進学率でみると、1960年の8.2%から1976年の27.6%をピークとして、その後停滞状況が発生している[3]。すなわち、量的な拡大は1970年代後半に一段落を迎えているが、その後拡大した大卒労働力供給が続くことで、企業社会における大卒の位置づけを変容させつつある。

すなわち、こうした数を背景として、労働経済学の分野でも、ホワイトカラー層の雇用や昇進、教育訓練に関わる問題が提示されている。たとえば小池和男氏ら（1991）は、「広くローテーションを経験するキャリア」という伝統的な大卒イメージの合致するものだけでなく、大卒者にも「ひとつの職場内で深く形成されるキャリア」が多くあることを報告している。

マスコミのさまざまのニュースからも、大卒者が「量的」な存在として需要されている姿が多く見受けられる。バブル経済の華やかな時代には、会社訪問の解禁日に内々定者の身柄を拘束するという話題まであったが、バブル経済崩壊の途端、内定を得るために大学生が奔走しており、内定取消し・採用延期などの事態も報告されている。この近年の大卒需要の振幅の大きさは、大卒者の資質が高くないという前提のもとでの企業行動と見ることができる。平均的な資質が高くないため、その中から優れた学生を将来の幹部候補として探しだす努力に真剣になる一方で、とりあえず現場の一般戦力としての大卒者を抱え込める時には抱え込み、また戦線縮小時には大卒求人も躊躇なく削るのではないか、と思われる。

そして、こうした大卒労働市場の変化を敏感にとらえ、求人・求職情報の流通に大きな位置を占めているのが、今日の就職情報産業である。労働需要側の要望に応じて対象学生を選定して、いわゆる「リクルートブック」などの求人企業情報を送付し、また企業説明会等の開催を通して大卒労働需給の仲介機能を果たしており、大卒労働市場の構造変化の大きな特徴のひとつとなっている。また、その他の多くの新聞・テレビ系のマスメディアも、大卒就職戦線をさまざまな形で記事にするだけでなく、それぞれ就職情報雑誌の発行・送付など、就職情報産業の一角を形成している。

高等教育研究の立場からすれば、今日、量的に拡大した私立大学の地位向上と、その裏腹の国立大学の研究・教育面での停滞状況が、主として財政面から多く指摘され、設置形態の議論が沸いてきている。

同様に、組織問題からも国立大学と私立大学の差異を再検討すべき時期がきている。高等教育の大衆化によって、卒業者の職業参入のための情報提供と指導の体制・組織の必要性が増している一方で、マスメディアの介在によって大学の指導の実効性の範囲が限られているという現状を、大学組織の研究の一環として検討することが課題となっているのである。

2）文部省『学校基本調査』による。ただし、1990年学卒就職者数に専修学校卒は含んでいない。
3）金子（1989）、354頁による。

2）データの概要

本稿では、日本労働研究機構の「大学就職指導組織調査」（1991年12月実施）の結果を再分析する[4]。この調査は、就職指導に関わる組織的体制、就職指導活動の量と質、就職経路、就職実績などの実態把握を課題としたものである。調査対象は、学部単位では、1991年3月卒業者を輩出している全国4年制大学の全学部1200、大学単位では複数の学部をもつ全国の全総合大学222である。調査の有効回答は、学部715（59.6%）、就職部167（75.2%）である。また、一部には大学指導組織に対するヒアリングの結果も用いる。

ここでは、主に、専門分野（文科系－理科系）[5]、大学の設置者（国立－私立）、偏差値（上・中・下）[6]の3つの尺度を中心として分析を進めていく。

2．就職の経路と就職指導組織

1）就職経路の多様性

就職経路とは、すなわちどこの機関・組織ないし個人の紹介によって、ないしはどのような機関・組織の求人情報をもとにして応募して、就職したのかという問題である。高校までの段階では、学校・職業安定所経由の職業斡旋が圧倒的であり、理論上は学校がそれぞれの教育に「相応しい」進路を振り分けていくことができる。これに対して、大卒者の場合、一般的な就職経路である縁故、公共職業安定機関、新聞等の求人公告もそれなりの重要性を帯びており、また、大学の就職部、所属の研究室や個々の教員、大学OBなどの固有の経路が加わり、経路は実に多様なものとなっている。

これらの就職経路のウエイトは、卒業者の専門分野や大学のタイプなどによって異なる。これを、ここでは大学の就職指導組織から調査した情報によって把握してみよう[7]。

まず文科系と理科系とで大きく差があり、文科系では、就職者の半数以上が「自由応募」という経路で就職している。特に国立大学で自由応募が多いのに対して、私立大学では大学経由という就職も一定の比重を占めている。他方、理科系では、6割近くが研究室、学部、全学の組織による斡旋、つまり「学校経由」によって就職している。その場合、国立大学で研究室からの斡旋という経路が多く、私立大学で大学就職部斡旋という経路が多い。

就職経路を、さらに各学部の偏差値レベルまで加えて比較したものが、図2-1である。文科系の国立大学の偏差値上位をはじめグラフの左から右にいくほど「自由応募」の比率は低くなっている。逆に理科系の国立大学偏差値の上位をはじめ、グラフの右にいくほどOB・研究室などの「専門化・細分化」した送り出しと採用のネットワークが重要な位置を占める。そして、学部の就職指導組織や、全学の就職指導組織など、むしろ専門を問わな

4）報告書は、日本労働研究機構（1992）である。

5）ここで文科系とは、文部省の学校基本調査等で用いる学科系統のうち、「人文科学」・「社会科学」のほか、「その他」の一部で文科系教養とみなせるものを含んでいる。また、理科系とは、「理学」「工学」「農学」のほか、「その他」の一部で理科系とみなせるものを含んでいる。

6）偏差値は河合塾のデータをもとにしており、上が60以上、中が50～60、下が50未満である。

7）大学とマスメディアにはそれぞれのバイアスがあり、その経路情報をどの情報源から得るか、それ自体も重要な問題である。

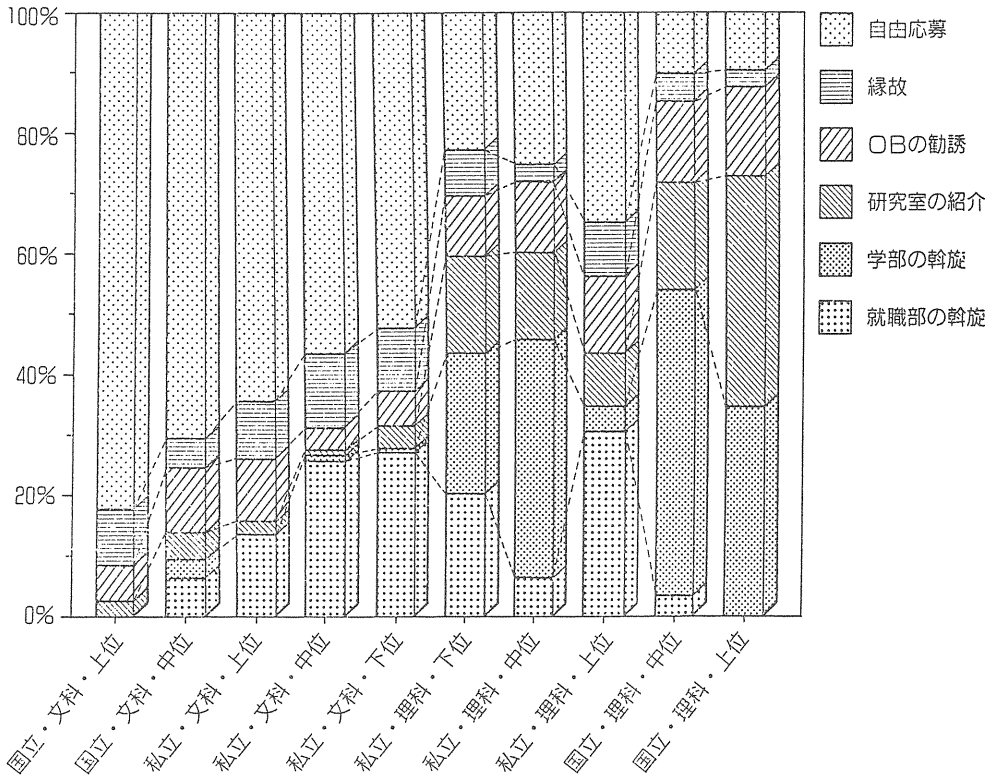


図2-1　就職経路――国私/文理/偏差値別

い「組織的」な斡旋の比率は、私立大学の偏差値の中位・下位の大学で高くなっている。

文科系は国立大学、また銘柄校ほど多くが自由応募で就職しており、理科系では国立大学、また銘柄校ほど多くが研究室など専門的に特化したルートで就職している。つまり、単純化すれば、「文科系国立および銘柄＝自由応募」「理科系国立および銘柄＝専門分化した職業参入」「その他私大＝組織的斡旋」というのが就職経路の特徴による類型となる。

2）就職指導組織の有無と位置づけ

①就職指導の事務組織

この就職経路の差異は、そもそも「大学就職部」による卒業者の送り出しといった体制が私立大学にしかないという、就職指導の体制そのものの国立と私立との差異[8]をそのままに反映している。尾崎（1967）の指摘によれば、こうした私立大学就職部の成立は、伝統的大学などでは大正・昭和初期の高等教育の最初の急増期まで遡れるというが、戦後の大学教育の大衆化の進展によって一段と重要な位置を占めるようになっているのである。以下では、それらの多くの組織的な差異を指摘しておこう。

8）こうした組織上の差異点は、1970年代後半には報告されている（日本リクルートセンター、1978参照）傾向とほぼ同様である。

つまり、図２－２および図２－３にみるように、私立大学の多くは、「就職部、就職課、進路指導部、進路指導課」など、学部を越えた全学単位の就職指導専任の組織が、指導の中心となっている。すなわち、複数学部をもつ私立大学の全学的な就職指導担当の組織は、その92.8％までが「就職」「職業」「進路」といういずれかの名称を冠する「部」・「課」・「係」である。

これに対して、国立大学では主に学部内の「学生係・厚生係」（54.4％）などの組織が就職指導を兼務して担当している。全学的には「学生部」などの組織があるものの、学部間の事務連絡などの業務に限定されており、そこで「就職」「進路」「職業」のいずれかの名称を持つ組織は、わずかに6.0％にすぎない。

こうした差は、予算・施設の差異とも連動している。客観的に見るかぎり、私立大学の方が、平均的に予算が豊かであり、より就職指導専用の部屋を有している。国立大学では、独自に指導活動予算は計上されず、専用の部屋をもたないところが多い。

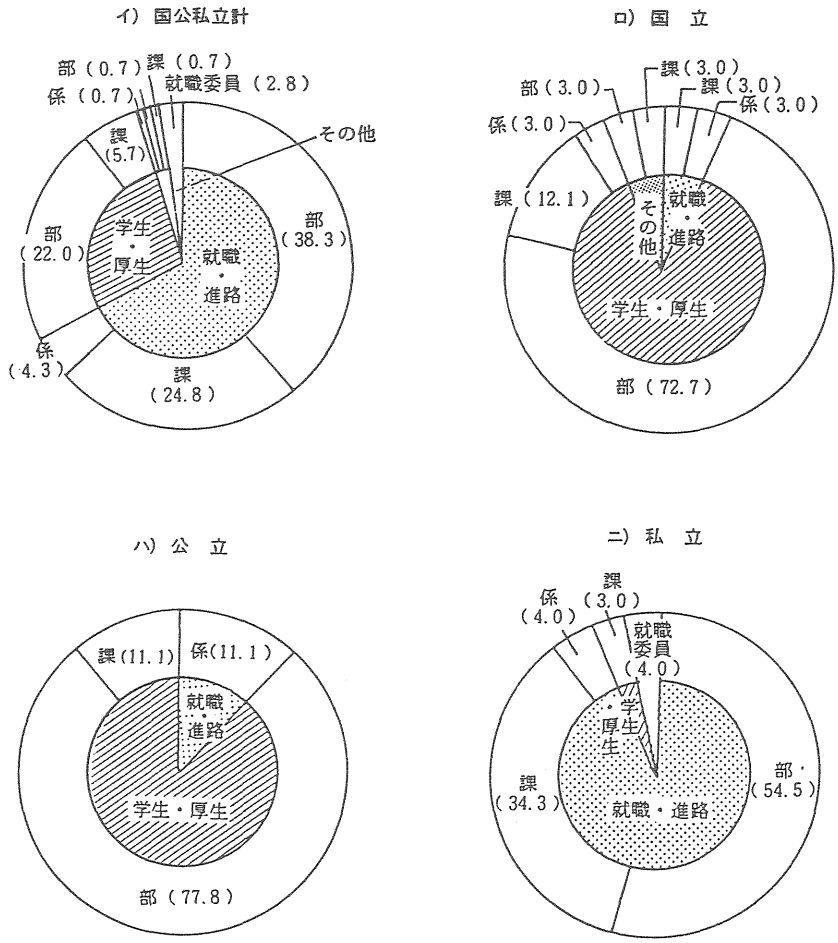


図２－２　全学組織のタイプ

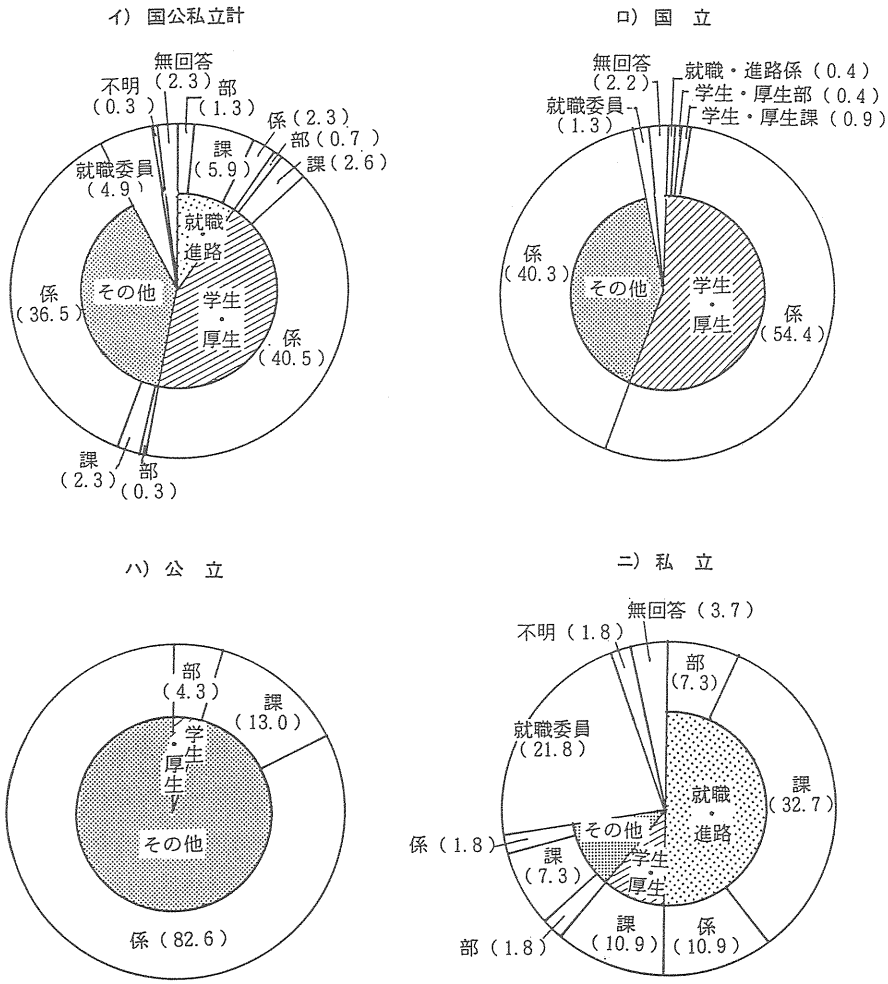


図２－３　学部内就職指導組織のタイプ

②就職指導の教員組織

学部によっては、事務組織と委員会組織とが並行して就職指導を行うものがある。42.5%の学生が教授会内の委員会組織ありと回答しており、学内事務組織と比べて、委員会組織の方が少ない傾向にある。この委員会の有無については、理科系学部については私立大学の68.5%が委員会を設置しているが、国立大学では26.3%にとどまっている。国立大学の場合、教員が全く就職指導に関与しないというのではなく、学科や研究室などにより細分された組織で就職指導の担当者を置いているケースが多い。これに対して文科系では、国立・私立間の差はさほど大きくなく、それぞれの大学による差が大きいことがわかる。

③就職指導にかかわる教職員とその育成

さらに重要な点は、就職指導に携わる教職員の問題である。国立の学部では平均2.2名の兼任職員が業務を担当しているのに対して、私立の全学組織では、専任教員6.6名と教員2.1名が業務に関わっている。私立大学のほとんどで専任職員が担当する業務を、国公立大学

の8割が兼任職員だけで担当している。

数の単純な比較はむずかしいけれども、もともと国立大学で学生一人あたりの教員数が多いことを加味すれば、私立大学がより多くの職員を直接学生への対応に向けていることが分かる。

こうした職員の育成に関わる問題として、就職指導事務組織の責任者の標準的な異動の期間を調べてみると、無回答3割などあまり機械的な原則はつくられていないようである。また、残りは「1、2年」という異動が13.4%、「3～5年」が38.0%であり、特に国立大学で異動期間が短い。専門的な就職指導のノウハウを身につけ、またさまざまの企業の採用や職場情報を収集するというには、やや短い期間のように思われる。「長期にわたって担当」するというケースは、全体で18.6%であり、ほとんど私立大学の事例である。

3．大卒就職機会と就職指導

1）大企業就職機会の格差とその変動

大卒者の就職先の選択の機会には、大学や学部の違いにより明確な差異があることが知られている（例えば竹内、1989）。今回のわれわれの文政でも、大学・学部の属性、すなわち設置者・地域・設立年・入試難易度等の違いにより大きな就職機会の格差が存在することが確認された。

この就職機会の格差には、本人の能力・資質もさることながら、就職の経路および、相互に流通する企業・学生情報の質と量の違いが大きな影響を与えると考えられる。すなわち、先にみた就職経路の大学タイプ別の差異と就職実績とが関連することが予想され、それゆえそこに介在する大学による就職指導活動の就職機会拡大への効用の程度を探ることができる。

高等教育の急速な大衆化以後の就職機会の変化に焦点をあてるため、1977年に実施された、日本リクルートセンターによる調査[9]結果との比較を行う。

図3－1は、1977年および1991年の就職内定者のうち1000人以上の大企業あるいは官公庁に決まったものの割合を百分率で表したものである。まず、1977年の時点では、旧帝国大学の就職率は大企業と官公庁との合計でほぼ100%近くまで達しており、また国立の中で比較的威信の低いと考えられる2期校でも80%を越えている。これに対し、私立は比較的威信が高いとされる戦前設立の大学についても6割を切っており、明確な国立・私立間の格

9）日本リクルートセンター（1978）の調査では、就職内定者3,828名の結果をもとにしたものである。また、「官公庁」には不明を含んでいる。

10）この数値の精度の問題に関して、矢野眞和氏（東京工業大学）からの指摘があった。すなわち、今回の大学就職指導組織の調査では、就職率についての質問を就職部や学部の事務組織に質問している。本稿で明らかになったように、国立大学ではこうした質問のためのデータを常時準備してあるとは限らず、無回答が多いため不明確であることへの疑問である。国立大学と私立大学の比較では、それ故他の情報を補足しながら傾向を読みとる必要がある。なお、私立大学では、多くがこうした統計数値を日常的に整備しているため、時代的な変化から私学の就職機会が拡大した点を読みとることについては、比較的問題は少ないと著者らは判断している。

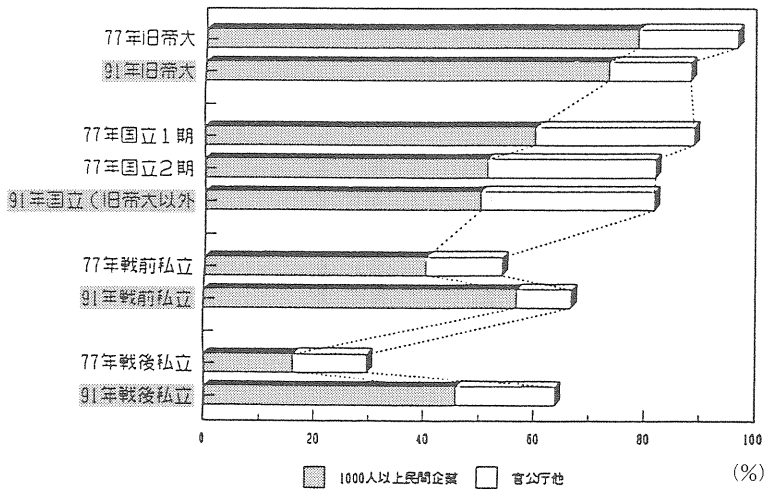


図3－1　大学属性別就職機会の変化

差が確認される。

これと、1991年時点のデータ[10]とを比較する[11]と、まず、全体的な傾向として、最近約15年間に、少なくとも民間就職に関しては国立と私立との就職機会の格差が縮小しつつあることがわかる。すなわち、国立に関しては、旧帝大、そしてその他の国立大学においても、民間大企業・官公庁ともに就職機会が現状維持か、やや狭まっている。これに対し、私立では、戦前・戦後ともに、特に民間大企業の就職機会が大幅に増加し、とくに旧帝大以外との格差が解消ないし逆転している。

次に、図3－2で、1991年度のデータに関して、偏差値による分類を文科系、理科系別に行ってみる[12]。すると、同じ入試難易度である場合、少なくとも1991年時点では文科系・理科系とも国立と私立との差はほとんどなく、とくに文科系の偏差値中位、理科系の偏差値中位・上位においては、少なくとも民間大企業への就職率は、私立が国立をやや上回っている。すなわち、1990年代においては、同じ入試難易度の間では国立・私立間の就職機会の格差はほぼ消滅しているのである。それでは、このような変化がなぜ起きたのであろうか。

一つの説明は、大学の立地に関するものである。一般に、就職活動および就職指導活動においては、都市に立地する大学のほうが、地方の大学よりも有利だといわれている。これは、中央官庁及び大企業のほとんどが本社を大都市に置いているためで、このため企業

11）1977年の調査では、国立大学を旧帝大、国立1期、国立2期に、私立大学を戦前設立のものと戦後設立のものとに分けて表示している。なお、旧帝大を除く国立大学に関しては、1991年の卒業者が入学した時点ではこのような入試方法がとられていないため、特に分けることをしなかった。

12）国立で偏差値50未満のデータは表示していないが、この属性に属する大学が10校に満たなかったためである。

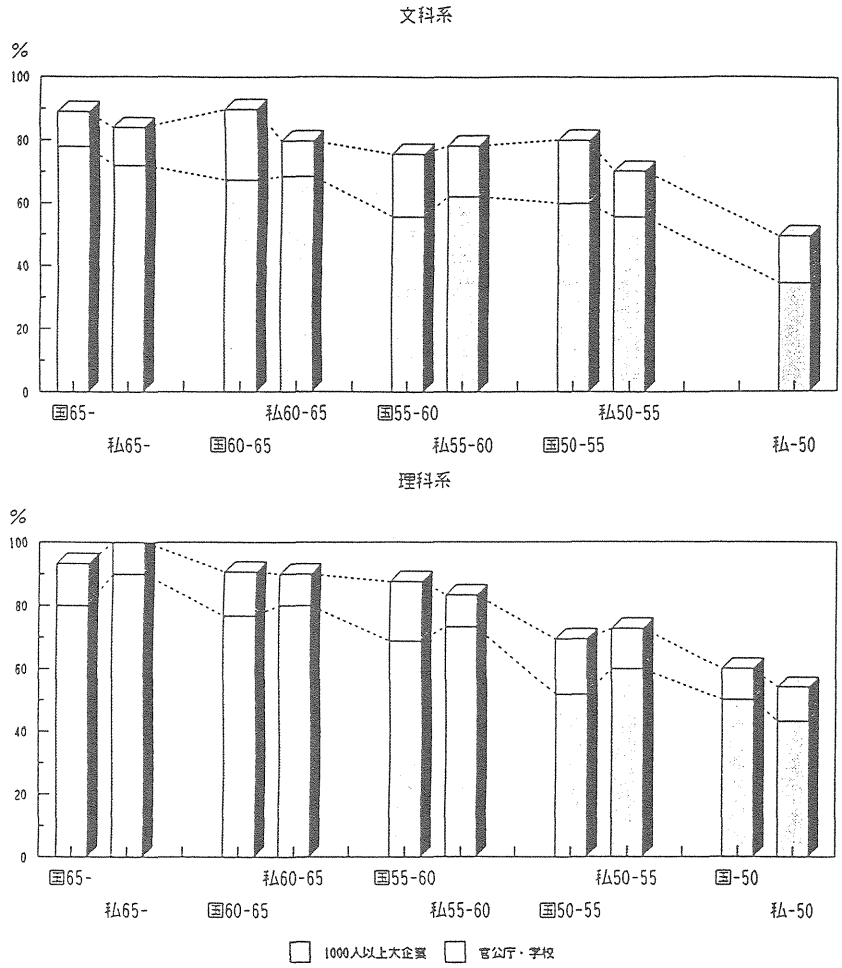


図３－２　国私・入試難易度別大企業・官公庁学校就職率

との接触の容易さが格段に違うと考えられるからである。図３－３は、大学を偏差値別に、上位（60以上）、中位（50以上60未満）、下位（50未満）に３分類した上で、都市・地方別に大企業・官公庁の就職率を見たものである。これをみると、文科系においては都市部の国立はすべて偏差値上位に位置しており、官公庁と大企業を併せてほぼ100％と、他を圧倒して就職機会に恵まれている。その一方で、民間就職においては地方国立の上位は中位と差がなく、都市部の国立上位よりもかなり少ないことが読み取れる。また理科系では特に国立において上位と中位の差がほとんどなく、また、一般に言われるように理科系において国立が優遇されているとの認識は事実ではない。すなわち、現在の大卒就職市場が、地方に設置された国立大学にとって、不利に働いているといえる。

第２の説明として、図３－４で、先にみた国私別･入試難易度別大企業就職率が、それぞれのカテゴリーの中でどのような分布を見せているかを検討してみよう。これを見ると、偏差値上位・中位とも、国立より私立のほうが明らかに分布のばらつきが小さく、私立では極端に大企業就職率が高い大学が少ない一方で極端に低い大学も少ない。

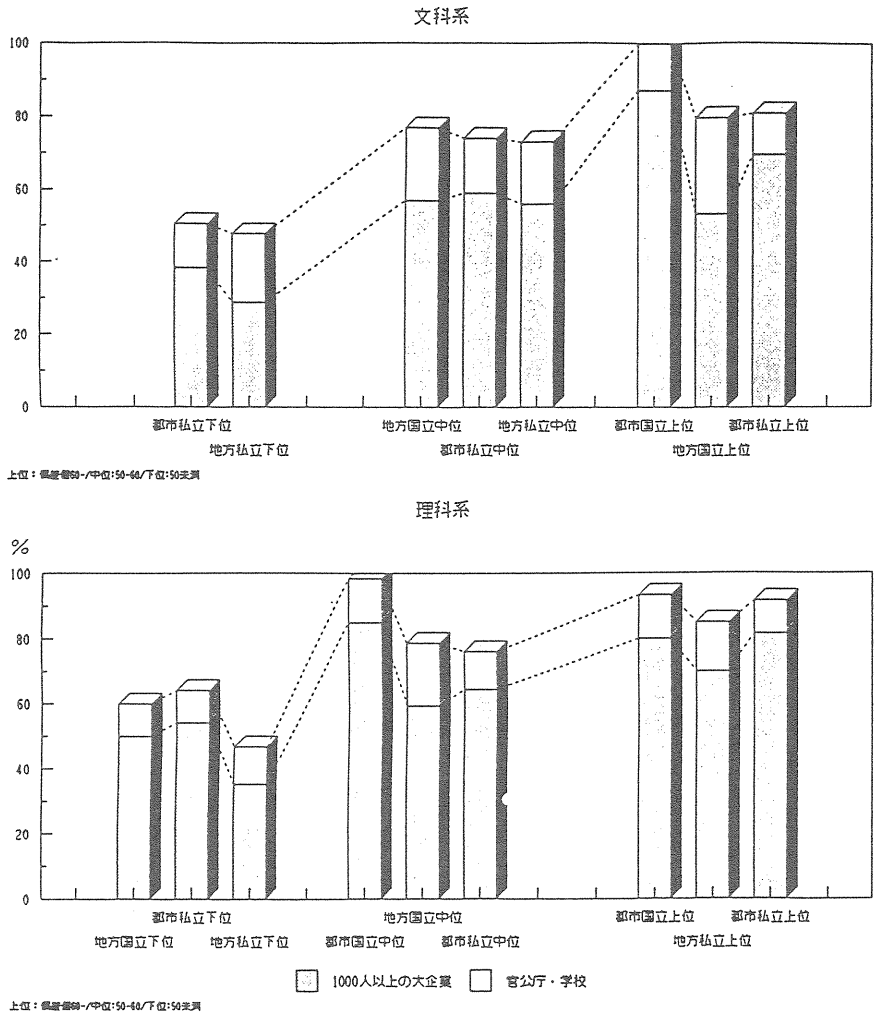


図３－３　都市・地方別大企業・官公庁学校就職率

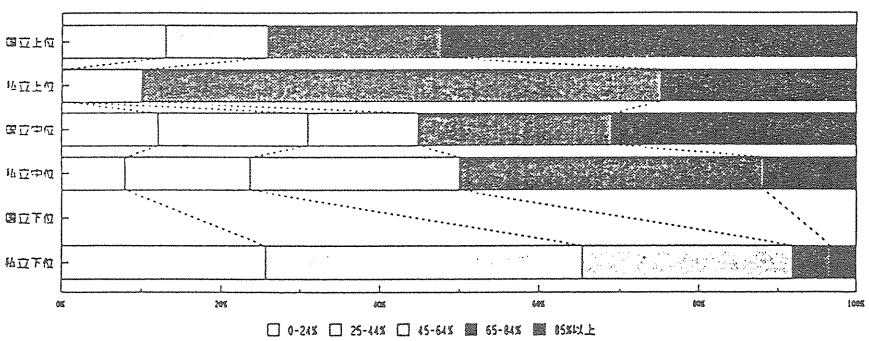


図３－４　国私・入試難易度別大企業（1000人以上）就職率の学校別分布

以上、1977と1991年の大卒就職機会を比較すると、この14年間に、国立と私立の就職機会の格差がほぼ解消されてきていることがわかった。そして、その原因としては、一つには大学立地の偏り、もう一つには、国立に比べ私立の就職機会が均質化していることがあげられる。

この私立大学の就職機会の向上および均質化は、どのようにして起こったのであろうか。われわれは、これが、先に見た私立大学の就職指導活動の充実と無関係ではないと考える。次節では、大卒就職市場における情報の流通に焦点を当て、大卒の就職指導がいかなる機能を果たしているかを検討する。

4．就職指導と就職情報の流通

1）内部労働市場への参入と情報の価値

教育社会学では、特に学卒労働市場の研究において、学生・生徒の就職機会がその学校と企業との採用実績によって規定されるという“実績関係”論が提唱されてきた。また、苅谷・沖津・中村・近藤（1993）は、この“実績関係”にあたる企業と大学との継続関係が、先輩・後輩関係の中に埋め込まれた形で存在していると主張している。しかしそれは、マクロにみた場合、大卒労働市場全体の拡大と構造の変動を説明した主要部分ではない。また、その中で沖津が明らかにしているようにある大学継続関係の強まりといった変化は指摘できたとしても、私学全体の就職機会の拡大が、必ずしも過去との継続のみによって説明しきれないことは確かである。

本稿は、この機会変化を、国立大学と私立大学との組織的違いに発する、就職指導活動の差異が生み出したものであると主張するものである[13]。このことは、以下のような考察に基づく。

労働経済学、とくに内部労働市場論においては、初職への入職時に、入職者に関する情報を集めることが重要視されている（井関・石田・佐野、1982）。すなわち、内部労働市場においては、内部市場内にある職への入職経路は、ポート・オブ・エントリー[14]にしぼられる。そして、そのポート・オブ・エントリーから入ってくる入職者がどのような訓練可能性ないし潜在的能力をもっているかどうかが、その後の生産性を左右することになる。ところが、この訓練可能性・潜在的能力は、入職時点において採用担当者が簡単に知ることができるものではない。そこで、採用担当者は、過去の経験に基づく一種の統計的差別により、その入職候補者の属性からその候補者の生産性を判断してスクリーニングを行う。

候補者の生産性を示す情報としては、シグナルとインデクスとが知られている。前者は、個人が自らの努力によって後天的に獲得する属性で、この場合は出身大学がそれにあたる。一方、後者は、個人が先天的に与えられている属性で、この場合は性別・年齢があてはま

13）もちろん、マスメディアなどのいわゆる就職情報産業による「情報のコントロール」が独自の役割を果たしはじめていることも今日の重要な研究課題となるが、ここでの分析の基礎となっているデータはそうした側面をカバーするものではない。

14）カーの用語。今井・伊丹・小池（1982、87-88頁）による。

る（荒井、1989、189-203頁）。この２つの情報は、基本的には誰でも容易に入手できる情報であり、その意味で費用のかからない情報といえる。ここでは、このような情報を、“ハードな情報”と呼ぶことにする。採用コストを最小にすることを考えた場合、まず第１に、企業はこの、ハードな情報に頼るだろう。しかしながら、これらの情報の予測性は決して高いとはいえず、例えば同じ大学・性別・年齢の２者を採用した場合の生産性の高さが大きく異なることは十分に有り得る。すなわち、不確実性の高いハードな情報に頼ることは、それだけ採用のリスクが大きくなることにつながり、結果的にはリスクによる損失を含めた採用コストをかえって高めることも考えられるのである。

そこで、企業は、情報の信頼性を高めるコストがリスクによる損失コストを下回る限りにおいて、たとえ有償であっても、入職候補者に対する情報収集に努めると考えられる。同様のことは、企業の情報を求める学生の側にもいえる。ここでは、学生は、就職にあたり、企業の情報を入手して、それをもとに自己の目的にあった企業に求職すると考えられる。その際、誰でも簡単に入手できる企業情報は、必ずしも質や信頼性が高いとは限らない。そして、わが国のように高度に内分化された大卒労働市場においては、初職での選職の失敗は、後々の人生において貨幣的ないし非貨幣的コストとなって跳ね返ってくる。したがって、学生の側も、その情報収集によるコストが情報の信頼性の上昇による機会便益を下回る限りにおいて、ハードな情報を上回る情報を求めるだろう。

こうして、“ハードな情報”、すなわち“誰にでも容易に入手できる確立した情報”に対し、“限られた情報経路を開拓することによって得られる情報”として“ソフトな情報”を定義しておくことができる。この情報は、企業がある特定の情報メディアを有償ないし無償で開拓し、“ハードな情報”では得られない情報を入手するというものである。

２）情報流通の経路

図４－１は、大卒就職市場において、情報がどのような現れ方をするのかをまとめた図である。まず、学生に関する情報は、企業が採用行動を起こすのに際し、図に示した３つの経路から情報を集めると考えられる。

第１は、学生個人から直接簡単に入手できる情報で、これは、ハードな情報に属する出身大学・性別・年齢といったものである。

第２に、これに対し、ネットワークを通じた情報というのも存在する。これは、その企業の関係者の家族や知人、学校の後輩等を通じて得られる情報である。すなわち、このルートを企業が積極的に開発することによってはじめて得られる情報であり、それだけにハードな情報よりも信頼性の高い情報が得られる。このネットワークは、企業の本社が多く位置する都市部に偏在していると考えられ、地方大学出身者には、よほどの強力な“継続関係”があるネットワークでない限り不利に働くと考えられる。

第３に、大学の就職指導活動による情報提供も、企業にとって大きな“ソフトな学生情報”入手メディアである。後にみるように、国立大学と私立大学の就職指導活動のあり方は、その組織特性の違いから、大きく異なっている。このため、一般に就職指導活動に熱心な私立大学の学生に比べ、国立大学の学生のソフトな情報は、このメディアを通じては

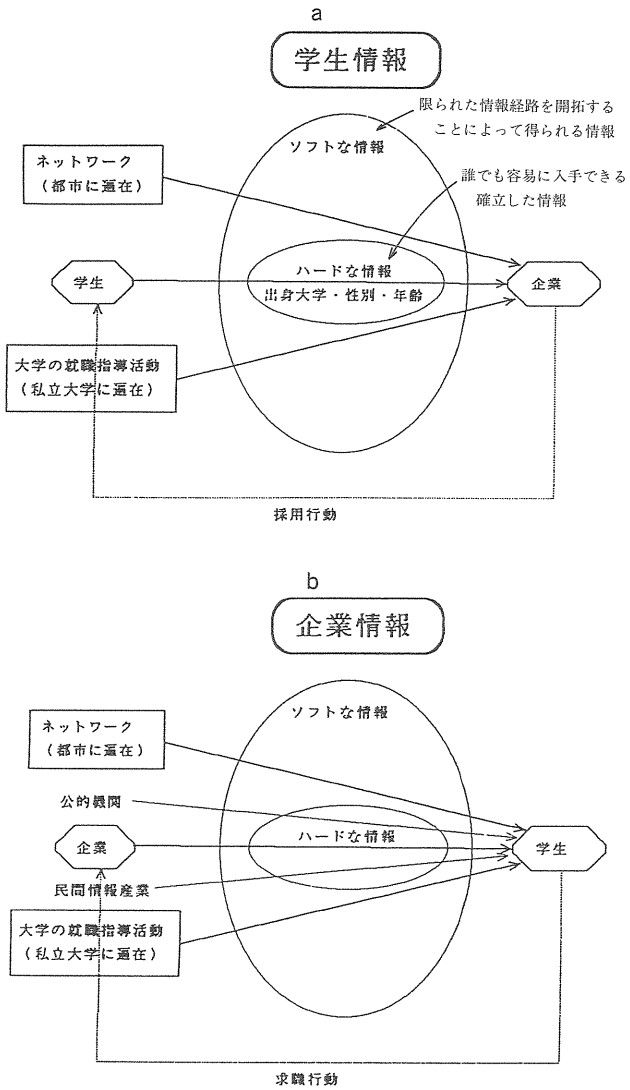


図4-1　ソフトな情報とハードな情報

流れにくくなっている。

以上の3つの情報源のうち、学生個人からの直接情報と、ネットワークによる情報は、変動の少ない継続性の強い情報といえる。なぜなら、出身大学名の評価は、マイヤー(1970)のチャーターの議論[15]にもあるとおり、その企業の経験等の長期的な“実績”に基づいているからである。一方、都市に偏在するネットワークの情報も、とくに大学の先輩後輩関係に基づくそれは、その大学のその企業への就職の機会を必然的に固定化する方向で働く可能性がある。もっとも、中村（苅谷他、1993、98頁）によれば、この先輩後輩関係の密度

15）社会が学校に付与する定義（チャーター）が、その教育内容とは独立に、生徒に対して社会化機能をもつこと。

は決して濃いものではなく、ともに学生時代をよく見知って過ごした場合よりは、それまではまったくの未知であった人物同士の出会いにすぎない場合が多いという。この意味では、この先輩後輩関係を通じた“ソフトな情報”は、出身大学名というハードな情報を補完する程度にとどまり、むしろ主眼は採用経路そのものの確保におかれていると考えるべきかも知れない。

以上の2つに対し、私立大学の就職指導活動による情報提供は、就職機会の大きさを変化させることのできる唯一の経路といえる。例えば、全ての出身大学名の経済的価値が同じで、その出身大学名の情報だけでは一人も採用されないと仮定する。この場合、大学の就職指導組織は、その学生の出身大学の情報ではなく、個人についての情報を企業に紹介しようと努めるだろう。その学生個人がどのような能力をもち、どのような人格で、どのような職業に向いているのかである。この情報は、それが説得力を持つ限りにおいて、企業にはその学生の採否を決定する上での重要な判断材料を提供することになる。そしてこの情報は、企業の採用におけるリスクを減らし、その分採用の間接費用を減少させることになるであろう。もし同じ価値の出身大学名をもつ学生がいた場合、企業はその費用を削減するためにソフトな情報を多く持った学生を採用する。このソフトな情報の量が、出身大学の就職指導活動の熱心さによって規定されるとするならば、その出身大学からの採用者は、他の出身大学からの採用者よりも多くなるはずである。そして、その出身大学の学生が実際“あたりはずれが少ない”という“実績”を得れば、今度はその出身大学名の価値そのものが上昇し、その先輩後輩関係のネットワークの経路が拡大され、出身大学名の価値に不均等が発生する。

同じことは一方で、学生が入手する企業情報についてもいえる。企業から直接送られる企業パンフレット等を通じた情報は、学生の側からみれば無料で手に入る最も簡単な情報である。この他に、ハードな情報としては、公的期間および民間情報産業の情報が考えられるだろう。これに対して、ソフトな情報の提供メディアとしては、やはり都市に偏在するネットワークと私立大学に偏在する大学の就職指導活動があるだろう。これらの情報を通じ、学生は求職行動を行う。豊富な情報を持った適切な求職活動は、その企業への就職の成功度を高め、企業の信頼を生み、就職機会の拡大につながる。以上のようにして、大学の就職指導活動は、大卒就職指導における情報流通に大きな影響を与えると考えられる。

3）就職指導活動と情報流通

それでは次に、大学の就職指導活動にはどのようなものがあり、それが大学の属性によってどのように異なっているかを見てみよう。本稿では、就職指導活動を、表のような3側面に分けて考えることにする。

①企業開拓

第1の側面は、採用見込みのある企業開拓、あるいは学生情報の企業への提供である。このためにはまず第1に、実績関係の維持が必要である。図4－2は、今回の調査で、各学部の就職指導担当者が幾つの企業の担当者と面識をもち、情報交換をし、実績を作り出しているのかどうかをみたものである。これをみると、実績企業として例年就職実績のある

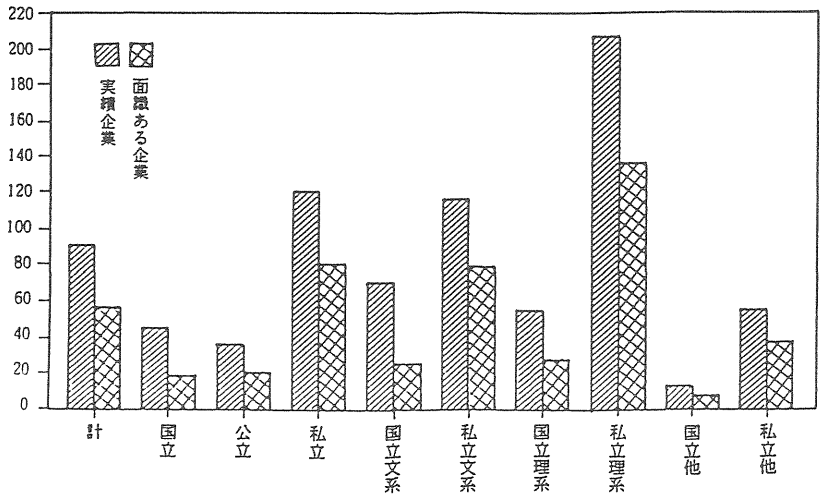


図4-2　企業との実績関係（学部）

会社数は国立の44.6社に対し、私立では120社と3倍近く、大きな差が認められる。また、大学就職指導担当者が企業採用担当者と面識をもっている企業数は国立大学の20社未満に対して、私立大学では80社と4倍以上で、私立では実績企業の3分の2の担当者と面識がある計算になる。

就職先の開拓のためには、大学職員による企業訪問も重要である。就職先の開拓のために職員が企業に出向いていく開拓の活動を行っているのは、私立大学ではほぼ半数の54.2%であり、国立大学では7.7%にとどまっている。これに対し、訪問してくる企業について就職先候補をもって検討するというのは、国公私立大学ともに半数程度となっている。

第3に、就職先拡大のための学内推薦による送り出しである。これについてはどの設置者においてもほとんどの学部で何らかの形で実施しており、差はなかった。その一方で、その運用は、就職協定の問題から、実際には就職の内定が出てから正式に行うという組織が多かった。

②情報の提供

就職指導活動の第2の側面は、情報提供、すなわち学生への企業情報の提供である。企業情報は、先にみたようにハードな情報とソフトな情報とに分けられる。すなわち、ハードな情報としては、企業パンフレット・就職情報誌・公的情報があり、ソフトな情報としては卒業生の手記・大学独自のデータが考えられる。図4-3をみると、就職指導の情報源としては、企業パンフレット・民間就職情報誌・公的な就職情報というハードなデータが主要なソースとなっており、これらについては国立と私立との差はみられない。しかしながら、卒業生の手記等の卒業生からの情報提供、大学独自で作成したデータ、大学相互の研究会などの組織資料、複数大学で作成したデータなど、いわゆるソフトなデータにあたるものは、いずれも私立のほうが国立よりも利用率が高くなっている。

③ガイダンス

最後に、就職指導活動の第3の側面はガイダンスサービス、すなわち就職へ向けての職

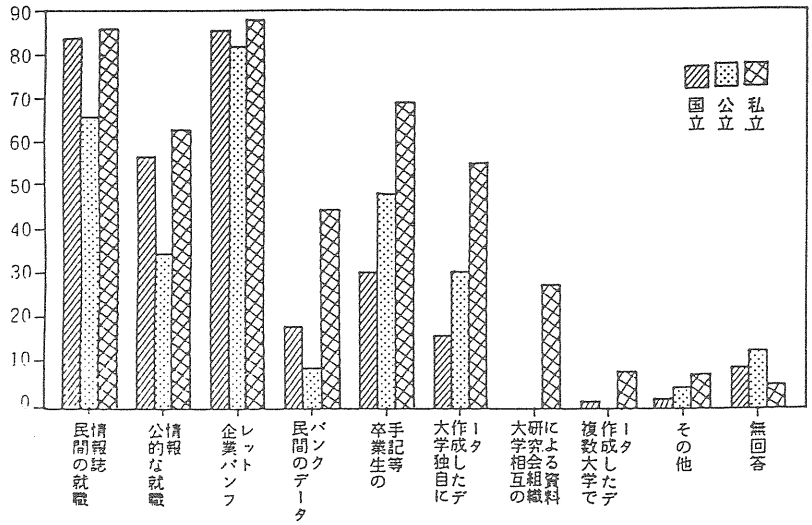


図4-3　就職指導のための情報源

業意識の向上、相談、心理的ケア、自己理解・自己表現の促進等、伝統的な意味での就職指導の範疇にはいる活動である。図4-4は、特に自己や就職活動への理解及び自己表現を助けるような諸活動の実施率を示したものである。これらの活動についても全体に国公立の学部では少なく、私立の学部のほうが熱心である。「個別企業の収集と提供」に関しては、全体で74.0%の学部が実施しており、この点では程度の差はあるだろうが、国立・公立の学部も6割以上が実施している。「就職要覧・手引き」は、私立では89.2%の学部が作成・配布しているのに対して、国立・公立では半数以下にとどまっている。また、「適性検査」「公務員・教員試験」「就職模擬試験」「OB懇談会」なども私立大学の学部の半数以上が実

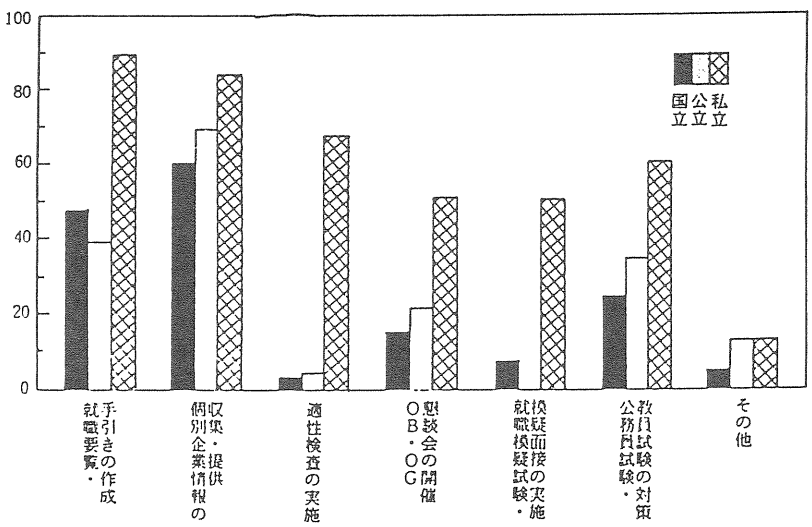


図4-4　就職指導における情報提供

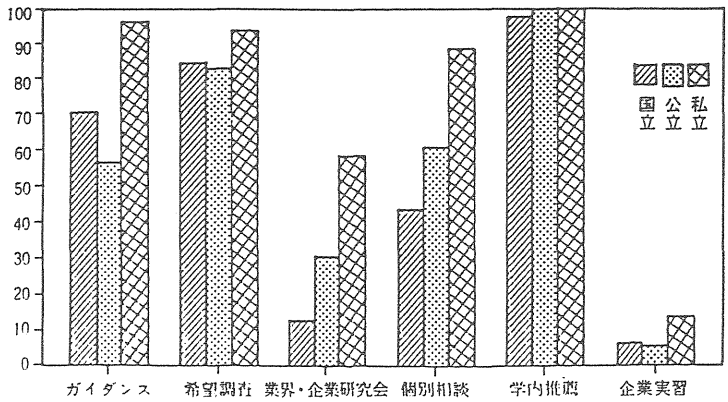


図4－5　就職指導活動の実施状況（学部）

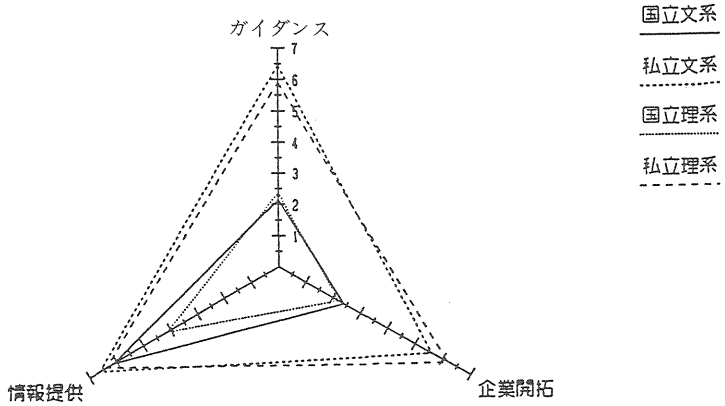
施している。図4－5も、学部単位で就職指導活動の実施状況を見たものである。進路希望調査、ガイダンスは8割以上の大学で実施しているのに対して、個別相談、業者・企業懇談会の実施率は低く、私立が国公立を大幅に上回っている。また、調査では、私立大学の8割以上が3年生時にガイダンスを実施しており、その後も私立大学の9割は、希望調査を4年4月までに、個別相談を5月までに、業界・企業説明会を6月までに開始していることがわかっている。これに対し国立大学では3年段階でガイダンスを開始する学部は4割弱であり、4年になって希望調査・個別相談・業界企業研究会をする場合にも特定の開始時期に集中していない等、その対応のタイミングの早さにおいても私立が国立を上回っている。

以上見てきた就職指導活動の3側面は、設置者や専門分野、入試難易度の違いにより、どのように異なっているのだろうか。これを知るために、本稿では、以上の3側面について触れてきた質問項目を点数化して学部ごとに加算し、更にそれを3つの側面ごとに10点満点に補正した図4－6にみるような“就職指導熱心度指数”を作成した。

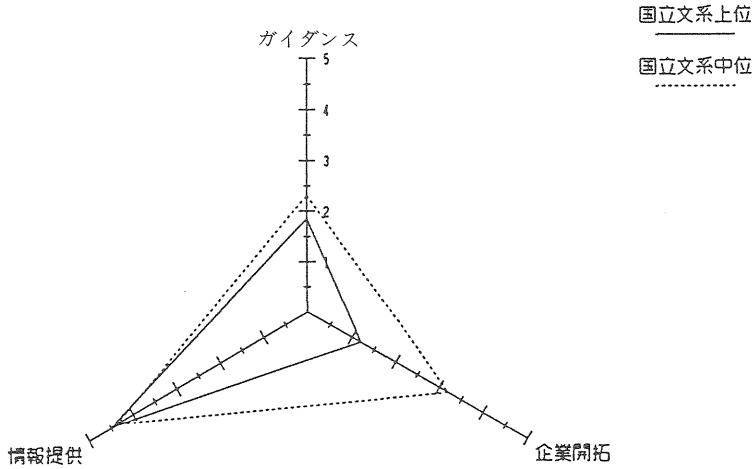
まず、国立・私立・文科系・理科系別にみると、私立では文科系・理科系とも3側面についてほぼオールマイティな指導がなされていることが読み取れる。これに対し、国立の文科系は、情報提供の側面に関してはほぼ私立に近い熱心度を示しているが、それ以外の2側面については明らかに私立に比べ熱心度が劣り、国立理科系では明らかに全ての側面で指導が行き届いてないことがわかる。次に、これらの分類をさらに偏差値別・文理別にみると、国立文科系では、ガイダンスおよび情報提供の側面では成績による差は見られないが、企業開拓については偏差値上位より中位のほうが熱心である。これに対し、国立理科系では、文科系と同じく情報提供では入試難易度における差はみられず、企業開拓で偏差値中位が熱心であることのほか、偏差値下位においては企業開拓よりもむしろガイダンスの活動が熱心に行われているという結果が出る。

このように、国立大学全体としてみれば、私立大学に比べ、情報提供以外の活動の熱心度は明らかに劣るものの、偏差値50-60に位置する中位校においては、文科系・理科系ともにある程度の企業開拓の努力が伺われる。また、数は少ないが存在する国立の偏差値下位

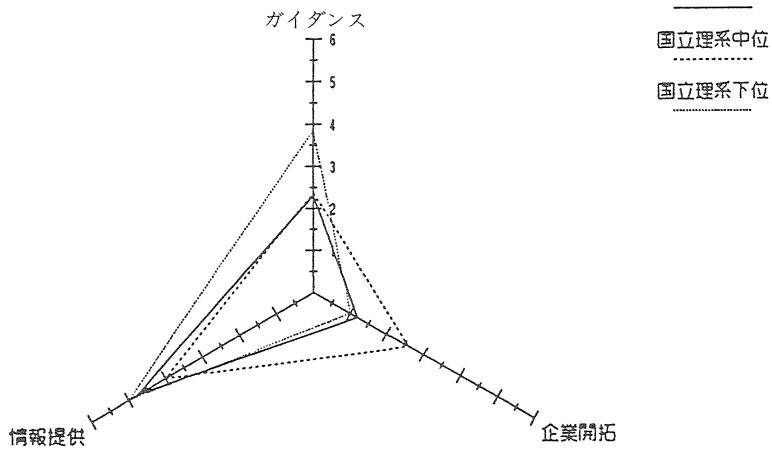
国私・文系理系別



国立文系



国立理系



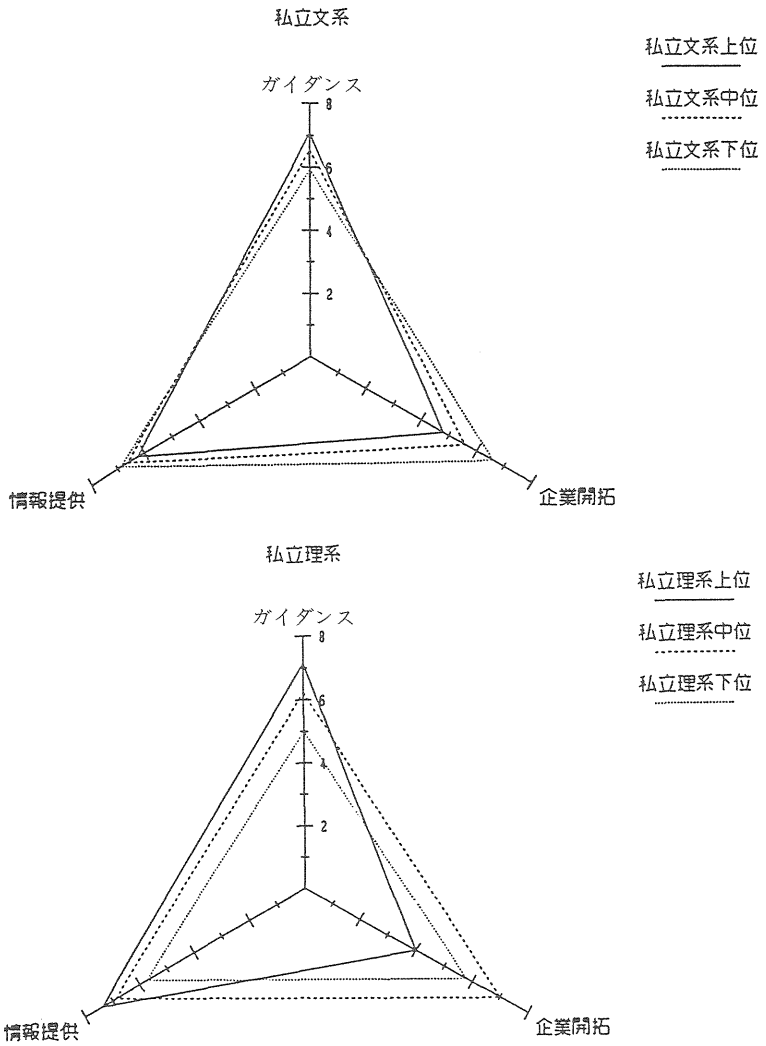


図4－6　就職指導活動熱心度指数

校においては、企業開拓以前に、まず就職へのガイダンス活動が重視されている。

これに対し、私立大学は、国立に比べ全ての活動がオールマイティーに行われていることからその差は国立ほど顕著ではない。しかしながら、企業開拓においては偏差値が低いほど熱心であり、ガイダンスにおいては偏差値が上位であるほど熱心である。また、理科系では、ガイダンス及び情報提供に関しては上位ほど熱心で、企業開拓については中位＞下位＞上位の順番となっていた。このことは、私立大学の上位校が比較的伝統のある有名校が多いのに対し、中・下位校が1960年以降にできたような比較的新興の大学が多いこととも大きく関係していると考えられる。

すなわち、国立に比べ私立大学では就職指導活動の伝統が古く、また、就職部等にみられる就職指導組織も充実している。このため、就職指導を専門とするような職員がほとんどいない国立に対し、私立では比較的早い時期から就職指導の専門家を擁していた大学が

多い。この就職指導の当初的形態は、先に述べたガイダンス機能に近いものであったと考えられる。このような“カウンセラー型”の指導活動は、主に伝統のある偏差値上位校で熱心に行われる。これに対し、新興の私立大学の多くは、その歴史の中で、就職実績を努力して上げてきたものが多い。そのような大学には、さきの“カウンセラー型”とは異なり、企業を訪問して企業のニーズを読みとり、それに合わせて自校の学生を売り込んでいくような“営業型”ともいうべきタイプの就職指導活動が現われてきた。このような企業開拓志向は、私立中位校と同じような学生のニーズをもつと考えられる国立中位校にもある程度は現れている。しかし、国立にはこのような“営業型”の就職指導活動を支えるような組織的基盤がなく、その熱心度には格段の開きがある。

5．考察

以上見てきたように、国立大学と私立大学との就職指導の熱心度には、明らかに大きな断絶があり、特に企業開拓において、その差は顕著である。その結果としての組織的指導を経由した就職が、特に文系では私立大学に限定されている。このことは、先にみたように、最近15年ほどの間に私立大学の就職機会が拡大し、その一方で国立大学の就職機会がやや狭まったことを説明する、大きな根拠といえるのではないだろうか。

さらに、国立－私立という比較では、個々の大学の活動だけでなく、私立大学間での情報の作成や提供のための連携が注目される。

関東の私立大学の多くが集まる大学職業指導研究会は、1969年に就職指導に関わる職員相互の研究組織として発足し、４つの分科会でさまざの研究活動を積み重ねている。例えば、その一つの成果として、独自の大学生向けの適性検査を作成している。また、関西学生就職指導研究会では、1991年から、主要企業の経営や労働条件などの統計情報や採用計画情報を独自に収集し、『企業年鑑』としてとりまとめて、加盟大学・短大の学生に配布している。1992年の場合、1300以上の企業の情報が収集されており、この活動の中心メンバーとなっているのも、いくつかの私立大学である。

こうした研究会の蓄積のもとに、日本私立大学協会では、統一フォーマットの「求人票」を作成している。1993年度から、この求人票の普及を本格的に図ることとしており、大卒労働市場の情報面での組織化を、私立大学が率先して進めている。

このように、組織的にはまったく別の展開をしている国立大学と私立大学であるが、それぞれの組織に就職指導体制の問題点を聞いてみると、意外な結果であった。つまり、国立大学の多くが特に問題がないと回答しており、むしろ、いくつかの私立大学の方に、予算・施設的な問題を指摘する声があった。国立大学の現状が学生にとって適切だから問題が少ないのか、また私立大学の目標水準が高いから問題が見えてくるのか、これだけではわからない。

なるほど、国立大学がそれぞれの地方の労働市場において然るべき社会的評価を受けているという有利な条件は、まだ幾分かあるだろう。だからといって、国立大学だけが、情報収集と進路・職業選択に関する学生の能力を、自明の前提としてよいかどうかは疑問である。今日、大卒就職者の離職率は３年間で28.4％にのぼっている[16]。また教育系など、現

に多くの卒業生が民間に就職しながらも、教員も事務組織もほとんどそれを「残余」と扱い、その実態を十分把握もできず、指導もできないこともあるように見える[17]。

いくつかの国立大学でも、事務職員層が、直接学生に対応する立場から学生指導のための工夫はしているが、ノウハウの蓄積がうまくいかず、職員の頻繁な異動によって阻害されている。また、国立大学のばあい、教授会の承認や決定なしに職員層が動きにくい制度的制約がある。その両者がうまく連携していなければ、お互いに自らは動かない、あるいは動く意欲をなくすという危険性すらある。

ともあれ学生への指導・対応という点で、国立大学が消極的なのは何故か、あるいは、むしろ私立大学の方が過剰サービスの典型なのか。大衆化した大学における、教育と事務の運営組織の全体的な枠組みの中に位置づけて、この問題を考えていく必要があるだろう。すなわち、それが大衆化段階における大学組織の問題のひとつの系であることが明らかである。

〈参考文献〉

荒井一博、1989、「不確実性・情報と労働市場」（大橋通雄他『労働経済学』、有斐閣）
井関利明・石田英夫・佐野陽子、1982、『労働市場と情報』、慶応通信
今井賢一・伊丹敬之・小池和男、1982、『内部組織の経済学』、東洋経済新報社
尾崎盛光、1967、『日本就職史』、文芸春秋社
金子元久、1989、『高等教育統計データ集』、広島大学大学教育研究センター
苅谷剛彦・沖津由紀・吉原恵子・近藤尚・中村高康、1993、「先輩・後輩関係に“埋め込まれた”大卒就職」、『東京大学教育学部紀要第32集』。
小池和男編著、1991、『大卒ホワイトカラーの人材開発』、東洋経済新報社
竹内洋、1989、「高等教育と労働市場」『教育社会学研究第45集』、東洋館
日本リクルートセンター、1978、『大卒労働市場の組織と機能に関する研究』
日本労働研究機構、1992、『大学就職指導と大卒者の初期キャリア』
労働省、1991、『現代若者の職業意識』、雇用問題研究会
John Meyer, 'The charter : Conditions of Diffuse Socialization in School's, in W.R. Scott (ed.), "Social Processes and Social Structures", Holt, Rinhert & Winston, 1970.

16）労働省『現代若者の職業意識』雇用問題研究会、1991年
17）特に教育系では、卒業者の名簿自体がなかったり、また教員就職者だけの勤務校の記載された名簿しかないという学部も多い。