

－ 資 料 －

コミュニケーション能力の捉え方における 学生と企業の差異

－テキスト分析による予備的検討－

福井 愛美

Student-company discrepancy on how to think about communication skills
－ Preliminary study by text analysis －

Aimi FUKUI

要 旨

本稿では、就職活動において企業が求める人物像と学生が考える人物像との間のずれを明らかにするための予備的調査を行った結果をまとめたものである。女子短期大学生を対象としたビジネスコミュニケーションに関する授業開始前に「学生の考える魅力的な人物像」「どういう人になりたいかという人物像」そして「コミュニケーション能力が高いと思う人物像」について自由記述を実施した。自由記述の内容は計量テキスト分析という手法を用いて、質問ごとに頻出語とその出現回数、および頻出語の共起関係を計算した。

学生の考える魅力的でコミュニケーション能力が高い人物像は、表面的に明るく外交的な特徴を表していた。なりたい人物像にも明るい・笑顔という一群が見られた。長く働いていくためには忍耐や努力が必要であるとするなら、魅力的でコミュニケーション能力の高い人物像の中に、努力や忍耐に関する人物像が出てきていないことにずれがあると示唆された。

キーワード：コミュニケーション力、企業と学生、就職、離職、ミスマッチ

1. 企業が求める人物像とその問題点

独立行政法人労働政策研究所の調査によると、初職が正社員でかつ3年未満で離職した人の理由のうちの上位3つは、「労働時間・休日・休暇の条件がよくなかった」「人間関係がよくなかった」「仕事が自分に合わない」というものであった。特に「人間関係がよくなかった」と「仕事が自分に合わない」は、1年未満での離職でそれぞれ35.3%、35.8%を占め、1年から3年未満での離職でも24.8%、24.6%と他の項目に比べ高い割合を示している。一方この二つの理由は、3年以上で離職した人では、16.1%、13.7%と割合が低くなっている。もちろん、離職理由には、性差、サービス業や小売業で高いことや被雇用者の学歴などが影響することも指摘されているが、「人間関係がよくなかった」と「仕事が自分に合わない」というものが大きな

比重を占めていることは確かだと言えるだろう。

大宮¹⁾ (2010) は、ジョブカフェの行った中小規模企業の採用活動の現状データを分析し、ミスマッチの原因として以下のことを挙げている。それによると、就職活動対象企業を選ぶ理由の1位は「仕事のやりがいを感じられると思ったから」であり、内定を得た学生で就職活動を満足のうちに終了した学生（成功学生）で高いことが示された。またそのような学生は、対象企業の選択において、他の理由も挙げていることも指摘されている。一方、内定を得られなかった、または得たとしても就職活動に満足を感じられないで終了した学生（非成功学生）は、「勤務地」や「就職環境が厳しそうだから」という理由で中小規模を選んでおり、選択理由が限られていることが指摘された。就職活動の対象企業を選ぶ際に、成功学生と非成功学生で差の大きかった項目は、「安定し確実な事業成長を目指している」で成功学生60.4%、非成功学生43.9%、「社会的に価値のある事業を行っている」では46.3%と28.8%、「幅広く多様な関係の人と人間関係を築ける」で29.7%と11.1%が挙げられている。一方非成功学生の方が重視している割合が高かったのは、「公私共に仲がよく働きやすい環境である」であり、成功学生18.0%、非成功学生21.7%であった。これらのことから、成功学生の特徴として、多様な人間関係を築けることに対して積極的で、またコミュニケーション能力に自信があり、自己の能力を高めることができるという自分に対する信頼感が高い人であることを指摘している。

これらのことは、3年未満の離職の理由として「人間関係がよくなかった」と「仕事が自分に合わない」が挙げられていることとも矛盾していないと思われる。

採用活動は、企業にとってもコストのかかる作業である。当然採用を考えている企業にとって有用な人物を選びたいということになるが、企業が求める人物像にはこの数年、変わらずコミュニケーション能力が高いことが挙げられている。そのような人物を選ぶにはどのようにしたらよいかについての方法も各企業にはそれなりの蓄積があるのではないと思われる。

しかし、大学は手厚い就職支援活動を工夫し、企業も採用には少なくない資源を投入しているにもかかわらず、離職率の高さがなかなか改善されない。企業と学生とのミスマッチを減らすことが困難であるというのは、まだなにか見落とされている問題があるのではないだろうか。

本研究では、まだなにか見落とされていることがあるのではないかということを見込んで、その手がかりを得るために、学生が、魅力的な人物像やコミュニケーション能力が高い人物像として具体的にどのような振る舞いや行動をする人を描いているのかを調査することを目的とした。

2. 調査および分析方法

仮説として、学生が考える就職場面において魅力的な人物像と、実際に就職した環境で能力を発揮し前向きに仕事ができる人（先に述べた離職3年未満ではない人や大宮¹⁾のいう「成功」学生にみられる人物像）は、かなりのずれがあるのではないかと考えた。例えばコミュニケー

ション能力が高い人と言っても具体的にどのような人をイメージしているかは、学生と企業側とは同じではないかもしれない。そこで入学してまだ間もない1年生前期を最初の調査対象とし、学生の考える魅力的な人物イメージがどのようなものであるかを把握することを目的とした。また本調査は授業内容の一部も兼ねて行った。調査を行った回では経団連の発表した企業が新卒採用者の選考にあたって特に重視した点（コミュニケーション能力やチャレンジ精神など）について説明を行っている。質問項目は回答の幅を狭めないよう、また学生自身の言葉で何が語られるかを拾うために、自由記述式とし、質問項目は以下の3項目とした。

- (1) 実施時期：2017年6月27日と2018年6月26日
- (2) 調査対象：総合生活論の筆者担当「ビジネスコミュニケーション」受講者 180名（短期大学総合生活学科1年生 性別はすべて女性）
- (3) 調査方法：授業開始前と終了時に授業の振り返りシートに記入
- (4) 調査項目：すべて自由記述で、本研究では授業開始前に回答を求めたQ1、Q2、Q3を使用した。

Q1 魅力ある人とはどんな人だと思うか（どんな人に魅力を感じるか）

Q2 あなたはどのような人になりたいと思っているか

Q3 コミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うか

- (5) 分析方法：本研究のデータは、すべて自由記述であるので、計量テキスト分析の手法を用いて、記述された内容の整理を試みた。手書きで書かれた内容を一人分ずつテキスト化し、分析用データとした。テキスト化の際、表記のミスが明らかと思われるものは筆者の側で修正した。また文章としてやや形の整っていないものは内容をゆがめない範囲で修正を加えた。例えば「周りに流されず、自分の世界を持っている人（ファッション、考え方、センス）」は「ファッション、考え方、センスなどで周りに流されず、自分の世界を持っている人。」のように修正した。記載内容の意味が不明なものはなかった。テキスト分析には、KHcoder（Version 3.Alpha.14 b）を用いた。

3. 結果

Q1 魅力ある人とはどんな人だと思うか（どんな人に魅力を感じるか）について

頻出語を表1に示す。この頻出語は、KHcoderの機能を用いて、抽出語のうち一般的な語を多く含む品詞を除いた150語を元に、さらに出現回数が全文章との比率で1%以上の出現率のものとした。出現回数が403と飛び抜けて多かったのは、「人」であるが、これは〇〇な人という表現が多かったためである。

表1 魅力ある人とはどんな人だと思ふかの頻出語と出現回数（回数）

抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数
人	403	気配り	10	平等	7	話せる	6
自分	69	行動	10	話	7	綺麗	6
笑顔	62	努力	9	すてき	6	ハキハキ	5
持つ	42	上手	8	テキパキ	6	顔	5
明るい	40	前向き	8	考える	6	強い	5
優しい	33	礼儀	8	笑う	6	言う	5
周り	23	キレイ	7	常に	6	取り組む	5
意見	16	ステキ	7	芯	6	正しい	5
何事	15	楽しい	7	積極	6	物事	5
自信	15	気	7	接する	6	夢	5
一生懸命	13	言える	7	素敵	6	面白い	5
仕事	12	思いやり	7	堂々	6	流す	5
						話す	5

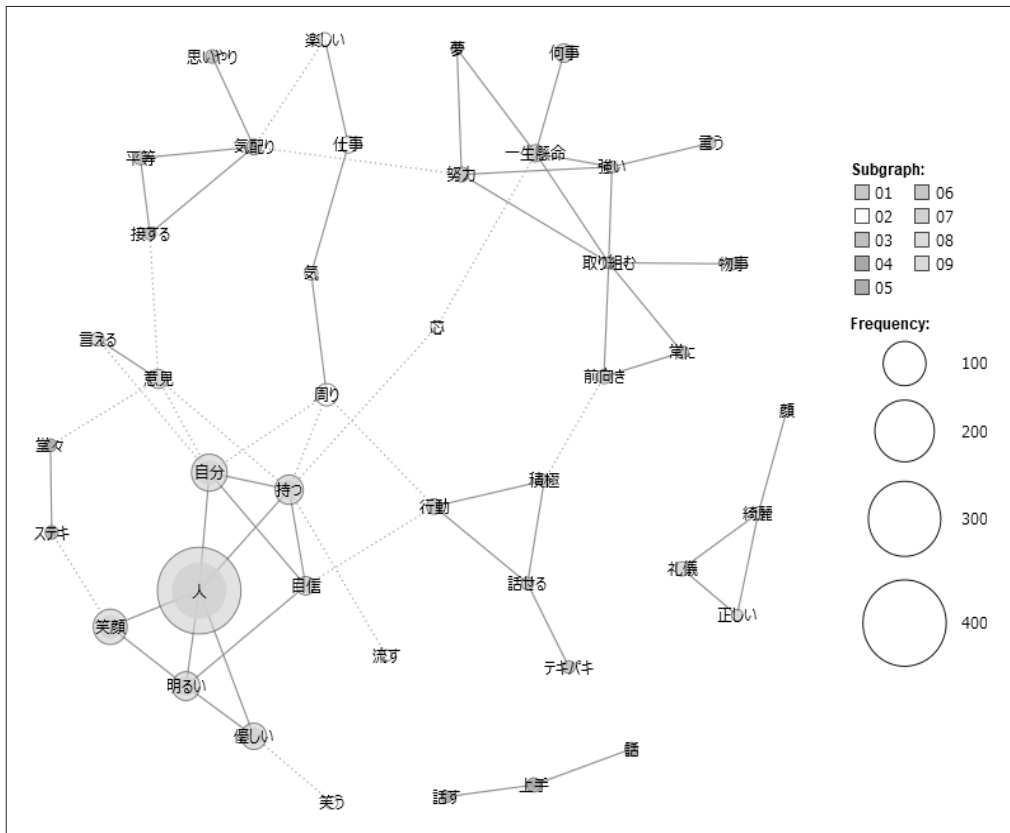


図1 魅力ある人とはどんな人だと思ふかの共起ネットワーク

頻出語の共起関係からは9つのサブグループが形成された（図1）。

頻度が最も多かった「人」の近くには、「笑顔」「明るい」「優しい」がまとまっていた。一人一人の表現の仕方や比重は異なるにしても、概ね笑顔で優しく穏やかで明るい人ということ

が書かれていた。「人」という語と共起するもう一つのまとまりは、「自分」「自信」「持つ」であった。これは自分の意見がある人、自分の意見を言える人、自分に自信のある人などの回答が該当していた。また近くには「堂々」「意見」「言える」などで、堂々と意見が言えるという内容であり、これは自信があるということとも重なっていた。「一生懸命」「取り組む」「前向き」「努力」なども一つにまとまっており、何事にも一生懸命熱心に取り組み、前向きな姿勢で努力する人という内容であった。「行動」「話せる」「積極」のまとまりは、積極的に行動し、誰とでも話せて、アクティブに活動する人というような、コミュニケーション能力と活動的である人物像であった。「仕事」「楽しい」「気」「周り」は気配りのできる人、仕事を楽しんでいる人という内容であるが、その近くには、「気配り」「思いやり」「平等」「接する」があり、分け隔てなく気配りができ思いやりがあって人と接する人という内容であった。「話」「上手」はやや独立しており、話し上手聞き上手な人が挙げられていた。もう一つ独立しているグループは、「礼儀」「正しい」と「顔」「綺麗」であった。礼儀正しい人、礼儀をわきまえている人という内容であるが、その近くに顔の綺麗な人が挙げられているのは、調査対象が女性であったことも関連しているかもしれない。

Q 2 あなたはどのような人になりたいと思っているか について

Q 2 に対しても、Q 1 同様に頻出150語から全文章に対して出現比率が1%以上のものを抽出した(表2)。

表2 あなたはどのような人になりたいと思っているかの頻出語と出現回数(回数)

抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数
人	337	気配り	9	話す	6	礼儀	5
自分	45	考える	9	ポジティブ	5	一緒	4
周り	28	自信	9	見る	5	楽しめる	4
優しい	28	気	8	広い	5	強い	4
笑顔	27	仕事	8	考え	5	取り組める	4
明るい	21	楽しい	7	困る	5	笑う	4
持つ	19	上手	7	助ける	5	常識	4
行動	15	心	7	常に	5	芯	4
信頼	14	話せる	7	人見知り	5	親切	4
積極	14	何事	6	正しい	5	全力	4
頼る	14	言える	6	前向き	5	毎日	4
思う	13	思いやり	6	対応	5	頼り	4
コミュニケーション	11	相手	6	努力	5	落ち着く	4
意見	10	挑戦	6	目標	5	流す	4
						話しかける	4

「人」の出現回数が群を抜いて多いのはQ 1と同じ理由である。
共起関係を図2に示す。

「人」の近くにある「周り」という言葉は、回答の中では様々に使われていた。ひとつは、周りから頼られる、評価が高い、など周囲からの評価の高さを含むものであった。もうひとつには、周りに流されない、自分の意志を貫くというものもあった。さらに周りに気配りする、周りのことも考えられるなどの配慮に関するものも見られた。

共起関係で特徴的と思われるのは、「努力」「挑戦」「積極」といった前向きに取り組む姿勢に関する内容が一つのグループを作っていることであった。しかし頻度自体は多いとは言いがたく、このグループの中で最も多い「積極」という言葉でも、延べ335の文章の中で、14回の出現頻度であった。

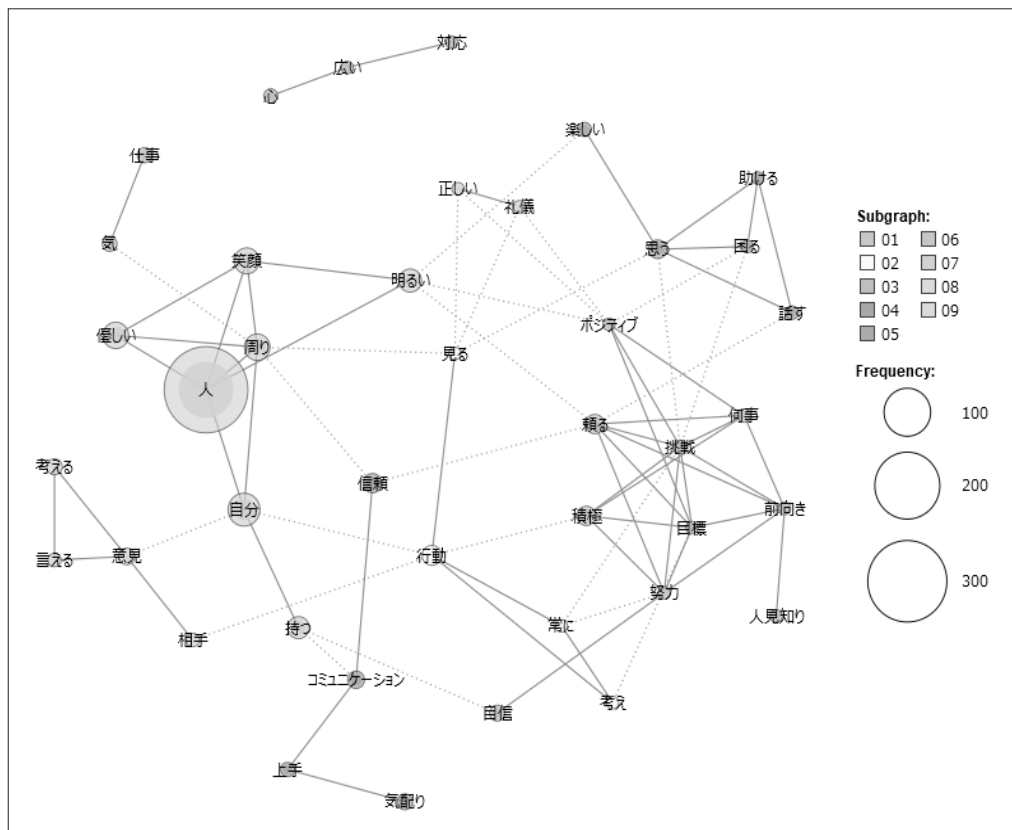


図2 あなたはどういう人になりたいと思っているかの共起ネットワーク

Q 3 コミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うか について

Q 3 のコミュニケーション能力が高い人についても同様の方法で、出現比率1%以上の語を抽出した(表3)。

表3 コミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うかの頻出語と出現回数(回数)

抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数	抽出語	回数
人	335	目	11	興味	4	言葉遣い	3
話	62	初対面	9	自信	4	語彙	3
相手	53	人見知り	9	質問	4	好き	3
自分	48	伝える	9	述べる	4	広い	3
話す	31	聞き上手	9	上手い	4	社交	3
聞く	29	空気	8	場	4	受け答え	3
上手	27	たくさん	7	状況	4	接する	3
意見	26	言葉	7	対応	4	対話	3
笑顔	21	思う	7	答える	4	弾む	3
話せる	21	発言	7	豊富	4	知る	3
積極	18	話題	7	ネタ	3	知識	3
明るい	16	言う	6	ハキハキ	3	頭	3
会話	15	周り	6	意思	3	内容	3
気持ち	15	仲良く	6	回転	3	判断	3
話しかける	15	楽しい	5	隔てる	3	表情	3
考える	14	行動	5	気	3	物事	3
言える	13	多い	5	気軽	3	分ける	3
持つ	12	読める	5	気配り	3	雰囲気	3
聞ける	12	分かる	5	協調	3	友達	3
見る	11	挨拶	4	元気	3	理解	3
						良い	3

こちら「人」が335回と飛び抜けて多いが、理由はQ 1, Q 2と同様で、〇〇な人という書き方が多いためであった。「人」の近くには、「話」を「聞く」ことができる人と同時に、「自分」の「意見」が「言える」人が来ており、相手の「気持ち」を「考え」て「行動」する人という内容が近かった。出現数が4程度であるが、「状況」に「対応」できる、「話題」が「たくさん」ある、「人見知り」しない人、「場」の「空気」が「読める」人という内容がそれぞれグループを作っていた。Q 2と同様「積極」という言葉は出現頻度18回で、ある程度出現していると考えられるが、共起している他の語は「話しかける」「聞き上手」であり、回答内容も、「積極的に」話しかける人という人への関わりに関するものが18文中11文で、積極的に“取り組む”というものは7文であった。

Q 3の共起関係を図3に示す。

コミュニケーションに関する語の共起関係は、Q 1の魅力ある人とはどんな人だと思うかの共起関係に近く、どちらもQ 2あなたはどのような人になりたいと思っているか、に見られた積極的に努力する人という内容は見られなかった。

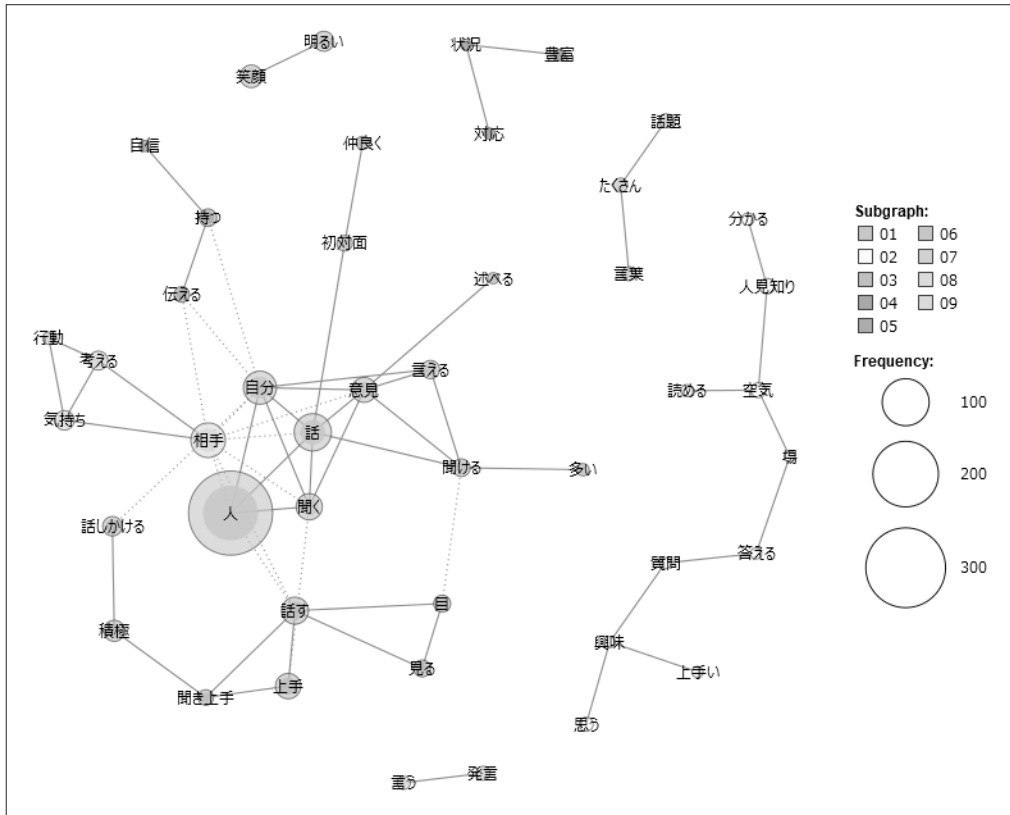


図3 コミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うかの共起ネットワーク

4. 考察

小塩²⁾(2010)によると、企業の採用担当者に対して行った調査では、学生に求める人物像として「自主性」「忍耐力・根気」「素直さ」「誠実さ」「好奇心」「成長意欲」「協調性」「明るさ」「元気さ」のいずれもが高く、それが一つの因子（「パーソナリティ」）を形成していることが示された。この「パーソナリティ」因子を他の因子に比べてどの程度重視するかは業種によって異なっている。しかし「パーソナリティ」としてこれらがまとまったということは次のように理解できると思われる。「自主性」「忍耐力・根気」などの一つ一つの項目がどれも一般的に好ましい特徴であること、そしてそれが一つの因子となったのだから、多数の好ましい特徴を併せ持った人が好ましい人物像なのである。つまり好ましい面をたくさん持っている人（以下全方位的に素晴らしい人物像とする）をイメージしているのであろう。このことと、採用から3年以内での離職の理由として挙げられた割合の大きいものが「人間関係がよくなかった」と「仕事が自分に合わない」であったことを考えるとさらに次の可能性が考えられる。企業が求める好ましい特性が発揮されれば、「協調性」や「明るさ」によって人間関係をうまくそつな

くこなし、たとえ仕事があわないと思っても、「忍耐力・根気」によって諦めず粘り強く「好奇心」を持って取り組み、いずれやりがいを見つけて頑張ってくれるであろう、という漠然とした期待である。コミュニケーション能力が高いことと、全方位的に好ましさを持つ人物像がどの程度重なっているのかについては今後具体的な検討が必要であるので推論の域を出ないが、どちらも企業が求める人物像の上位の特徴を表していることを考えると、重なる部分が多いことは十分考えられるのではないだろうか。

本研究におけるデータ分析からは、学生が魅力的だと感じる人(Q1)の内容とコミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うか(Q3)の内容は幾分似ていることから、魅力的であることとコミュニケーション能力が高い人のイメージは重なるものと考えられる。これに対して、どのような人になりたいか(Q2)の回答はQ1 Q3の回答と重なるものが多いが、加えて主要と言えるほどではないが、積極的に頑張る人という内容が見られたことに注目したい。学生自身も、必要な能力もしくは身につけたい態度として、積極的に“頑張る”人であることを大事だと感じてはいるがその思いは弱く、やはりコミュニケーション能力が高く魅力的な人といえば、いわゆる社交的で明るい人をイメージしており、そういう人になりたいと考えているようだ。そしてそういう人であればコミュニケーション能力が高いはずであり、企業が求める人物イメージがコミュニケーション能力であるというなら、当然それに合致するだろうと思っているのではないだろうか。

一方企業が求める全方位的に素晴らしい人物像を構成している項目の因子負荷量をみると、「自主性」「忍耐力・根気」が0.78と最も大きく、一方「明るさ」「元気さ」は0.55、0.52と2番目、1番目に小さい²⁾。このことは企業が求める全方位的に素晴らしい人物像の中身には重みに違いがあり、「自主性」「忍耐力・根気」の重視度が高い可能性を示唆している。そのような人物像を持つ人は自ら(「自主的に」)頑張り続ける(「忍耐力・根気」)人ということになるだろう。そこには学生の思う企業の求める人物像と企業が期待するように振る舞ってくれる人物像との間にはずれが見られると言えるだろう。

この、自ら頑張る、や調査から得られた積極的に頑張るという要素が、学生にとっては魅力的な要素にはならず、なりたい自分像にもほとんど見られないことが意味することを考えてみたい。本田³⁾は、就職活動において求められるコミュニケーション能力を、ストレス・マネジメントや自発性を含む全人的能力であるが、その幼若型を、「空気が読めて、場の雰囲気盛り上げることができるキャラ」であると指摘している。地道で勤勉な努力の末に自分を成長させ、その表れの一つが、他者に気を遣うことができ、場の雰囲気にあわせて行動し、時に自己主張も行うが、自分勝手ではなく、アサーティブな態度で接するというような成熟した大人のあり方になっていくという形を一般的な成熟のあり方であるとするなら、幼若型とは、社交的なイメージを表面的に身につけて振る舞えればよいというような、あえて言うなら社交性が高く見えるような“仮面”をつけた、もしくはそのような“着ぐるみ”を着たような状態であ

ればよい、ということになってしまっているのではないだろうか。努力した体験とか、諦めな
いで続けてみて得られたもの、というような時間をかけて得られるような裏付けとなる体験や
経験がないまま、表面だけ取り繕ってしまうようなことになっているのではないだろうか。そ
のため、困難に立ちむかったりしんどくても耐えて頑張ってみたりする時に必要な自己肯定感
が育っていないのではないかとということも推測される。学生の考える魅力的なコミュニケーショ
ン能力の高い人のイメージは、この幼若型に近く、企業が求めるイメージは成熟したもの言え
るのではないだろうか。

山本⁴⁾は従業員の離職は組織に大きな負担を引き起こすと述べている。また若年層の離職
は7・5・3問題として認識されている。厚労省による『新規学卒者の事業所規模別・産業別
離職状況』では、2012年から産業別の早期離職率を公表している。このころ社会的にはブラッ
ク企業＝悪、ホワイト企業＝善という図式が定着し、早期離職の外的要因つまり会社側の要因
が様々に取り上げられるようになった。以降、心ある企業はそれぞれに定着率を上げようと様々
に工夫してきた。それでも思うような変化は生じておらず、離職率は同じような値を維持して
いる。本研究では、この離職の背景に、例えば「コミュニケーション能力がある」とか「自分
を生かす」というような言葉が表すことに対する学生側と企業側にずれがあるのではないかと
考え、その可能性を探るために予備的調査を行った。自由記述によるQ1 魅力ある人とはど
んな人だと思うか（どんな人に魅力を感じるか）・Q2 あなたはどういう人になりたいと思っ
ているか・Q3 コミュニケーション能力が高い人とはどのような人だと思うかについてそれ
ぞれテキスト分析を行い、先行研究と比較した。その結果、「忍耐力・根気」のような粘り強
くという言葉は自由記述からはほぼ見られなかったが企業側の評価するパーソナリティでは主
要な位置を占めていることが示された。

本研究のデータおよび分析はまだ多くの検証に耐えられるものではないが、何らかのずれが
あることを示唆しており、このずれについての研究を深めることが、早期離職を食い止めるた
めに必要な手立てを考える材料となることを示していると言えるだろう。

引用文献

- 1) 大宮智江 (2010) 学生の就職活動と企業の採用活動のミスマッチ：マッチングフレーム考察の調査から 川口短期大学紀要24 63-76
- 2) 小塩真司 (2010) 企業が学生に求めるもの—企業説明会に参加した企業へのアンケートから— 中部大学教育研究 No10105-108
- 3) 本田由紀 (2008) 多元化する「能力」と日本社会 NTT 出版
- 4) 山本寛 (2009) 人材定着のマネジメント 中央経済社

参考文献

- 1) 樋口耕一 (2014) 『社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して—』ナカニ

シヤ出版

- 2) 樋口耕一 (2004) 「テキスト型データの計量的分析 — 2つのアプローチの峻別と統合—」『理論と方法』
(数理社会学会) 19 (1) : 101-115