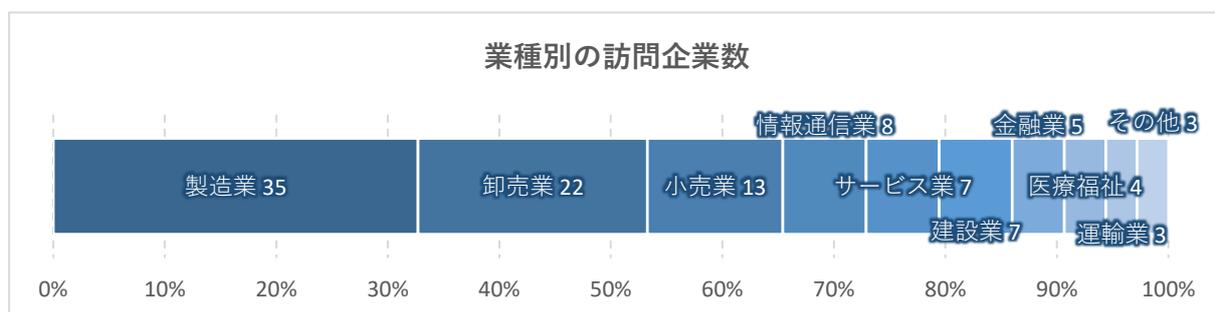


2025 年度 長岡大学 就職先ヒアリング

長岡大学 大学評価室

2024 年 10 月から 2025 年 8 月にかけて、就職支援室職員が卒業生の就職先企業・団体を訪問し、就労状況や退職した場合においてはその理由、また求める人物像や本学の良いところ・悪いところなどを採用担当者から聞き取ったものをまとめた。

訪問企業・団体数は、104 社である。業種別には、製造業が 35 社、卸売業が 22 社、小売業が 13 社等であり、詳細は以下の「業種別の訪問企業数」の通りである。訪問企業数が 2 社以下の業種については「その他」にまとめている。

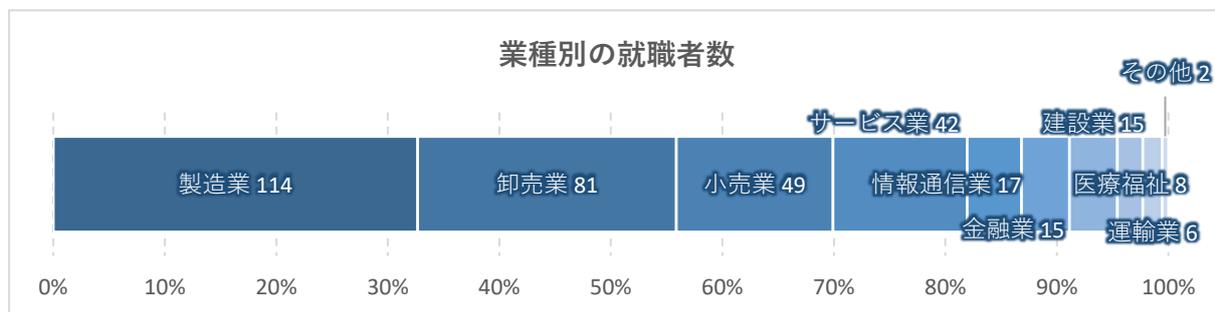


訪問企業 104 社に就職した卒業生 349 名の内、各企業等への訪問時点における在籍数は 248 名で、継続在籍率は 71.1% である。

昨年度の同様の調査では 355 名中 262 名の在籍で継続在籍率 73.8%，一昨年度の同様の調査では 340 名中 295 名の在籍で継続在籍率 77.9%，3 年前の同様の調査では 289 名中 216 名の在籍で継続在籍率 74.7% であった。

継続在籍率はやや低下しているが、昨今の人手不足に伴う中途採用市場の活性化や、雇用の流動性に関する価値観の変化などの可能性もある。

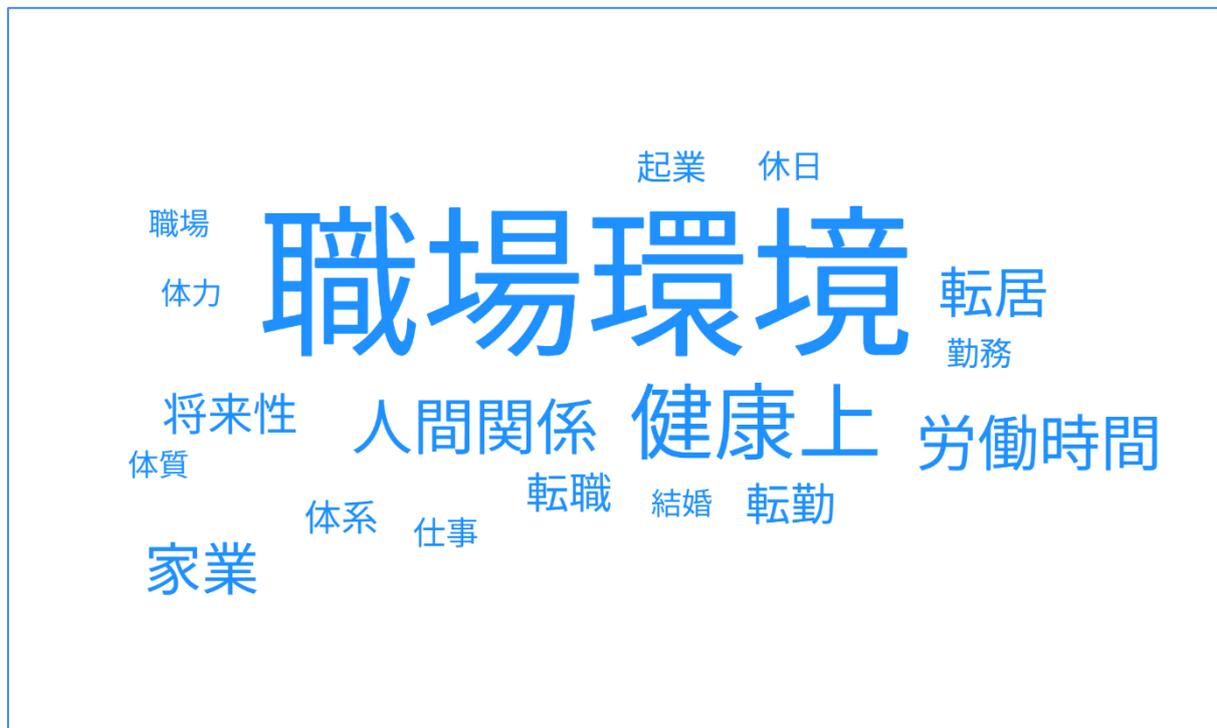
[注 1] 一部の企業等では、記載が「他」などで省略されているデータもあり、完全に正確なデータではないが、概ねの状況は示されているものと考えられる。



職理由

訪問先企業等から聞き取りをした退職理由について、記述内容をそのまま Web サイト上でワードクラウド処理ができる「ユーザーローカル」で処理をした結果が以下の図である。

この図は、ワードクラウド処理時にシステムが、スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさに図示したものである。出力内容は、昨年度とほぼ同様の出力結果である。



訪問先企業等が求める人材像

(選択肢ではなく、聞き取り内容に基づいた自由記述のため、類似した意見を同一項目として集約)

すべての業界をまとめて、求める人材像として上位に挙がったキーワードを集約した結果は以下の通りである。

順位	人材像 (カテゴリー)	頻度	主な内容・キーワード
1位	真面目・誠実・主体性	24	真面目に取り組める, 主体的に行動, 誠実, 素直
2位	コミュニケーション力	18	伝える力・聞く力, 対人能力, 会話, 礼儀
3位	モノづくりへの関心	13	モノ作りが好き, 真面目に打ち込める (※製造業に集中)
4位	協調性・チームワーク	11	チーム力, 周囲を巻き込む, チーム志向
5位	チャレンジ精神	9	失敗を恐れない, 高い志, バイタリティー

各業界がどのような特性を重視しているかを確認するため、各業界で最も重視される要素を整理した表は以下の通りである。

業界	最も重視される要素	特徴・傾向
製造業	モノ作りが好き / 真面目さ	圧倒的に「モノ作りへの愛着」と「コツコツ取り組む姿勢」が重視されている。
卸売業	主体性 / コミュニケーション	自ら考えて動く力や, 相手の立場に立つ提案力が求められている。
小売業	対人スキル / チームワーク	接客を楽しむ心や, チームでの店舗運営能力が必須とされている。
情報通信業	ITへの興味 / 適応力	技術への関心に加え, 変化の激しい業界への対応力が求められている。
サービス業	チャレンジ精神 / 思いやり	柔軟な対応力と, 人に対するホスピタリティが重視されている。
建設業	チャレンジ精神 / 誠実さ	現場での行動力と, マジメにコツコツ取り組む信頼性が鍵。
金融業	論理的思考 / 発想力	コミュニケーションに加え, 筋道を立てて考える力が特徴的。

データから読み取れる分析結果としては、以下の通りまとめられる。

「真面目さ」の価値

特に製造業や建設業において「コツコツ」「真面目」「ルール遵守」というキーワードが多く、堅実な労働姿勢が非常に高く評価されている。

「コミュニケーション」の定義

単に「話せる」だけでなく、卸売業では「相手の立場に立つ」、小売業では「楽しく会話」、製造業では「報連相」といったように、業界によって求められるコミュニケーションの要素が異なっている。

製造業の圧倒的な存在感

データ全体の約3割以上が製造業に関連しており、そのほとんどが「モノ作りが好き」という原動力を求めている。

リアセック社が開発・提供している PROG テストの 9 つのコンピテンシーで、訪問先企業等が求める人材像を再分類すると以下の通りとなるだろう。

カテゴリー	コンピテンシー	該当する企業キーワード (例)
対人基礎力	親和力	コミュニケーション力, 相手の立場に立つ, 礼儀・マナー
	協働力	チームワーク, 協調性, 周囲を巻き込む
	統率力	リーダーシップ, リーダー像, 変革する力
対自己基礎力	感情制御力	ポジティブ, 失敗を恐れない, 冷静な判断
	自信創出力	自分の意見を言える, 高い志, 上昇志向
	行動持続力	真面目に取り組める, 最後までやり抜く, コツコツ
対課題基礎力	課題発見力	様々な視点で考えられる, 情報に敏感, IT に興味
	計画立案力	提案ができる, 新しい発想, 論理的思考
	実践力	主体的に行動, チャレンジ精神, 行動力, バイタリティー

各企業等が求める人材像のキーワードを確認すると、特定のコンピテンシーに期待が集中していることがわかる。

1. 圧倒的ニーズ：「行動持続力」と「実践力」

今回のデータで最も多く出現したキーワードは、「行動持続力」(真面目・コツコツ)と「実践力」(主体性・行動力)である。

- **製造業・建設業：** 特に「行動持続力」を重視。決められたルールを守り、着実に完遂する力が求められている。
- **卸売業・サービス業：** 「実践力」への言及が多く、自ら考えて動くタフさが重視されている。

2. 「親和力」の定義は業界で異なる

「コミュニケーション力」は多くの業界で挙げられていますが、PROG の視点で見るとニュアンスが異なる。

- **小売・卸売：** 相手のニーズを汲み取る「親和力」寄りである。
- **金融・情報通信：** 自分の考えを論理的に伝える「計画立案力(伝える力)」や、周囲を動かす「協働力」の側面が強い。

3. 不足(または希少)なコンピテンシー

データの中で比較的少なかったキーワードは、「課題発見力」や「統率力」である。

これらは、企業が「新卒にいきなりは求めない」と考えていることの表れであろうが、これらの能力を「持っている学生が少ないため、あれば非常に強力な武器になる」と考えることもできるだろう。

PROGのどのコンピテンシーのスコアが高い学生が、どの業界で「刺さりやすい」かを表したものが、次の表である。

重視される コンピテンシー	ターゲット業界	企業が期待していること
親和力 × 協働力	小売, サービス, 医療福祉	チームでお客様を笑顔にする力
実践力 × 感情制御力	卸売, 運輸, 不動産	失敗を恐れず, 前向きにアプローチし続ける力
行動持続力 × 親和力	製造, 建設	現場のルールを守り, 誠実に技術を継承する力
計画立案力 × 課題発見力	金融, 情報通信	複雑な状況を分析し, 新しい提案を生み出す力

このデータを見る限り、本学の学生を採用する多くの企業（特に製造業や卸売業）は、「対自己基礎力（特に行動持続力）」が高い学生を、信頼のベースとして求めている。その上で、各業界の特性に合わせた「対人」や「対課題」のスキルが上乘せされている形である。

訪問先企業等の採用担当者が考える本学の良いところ

訪問先企業等から聞き取りをした本学の良いところについて集計した結果は以下の通りである。

