

〈研究ノート〉大学3年生における希望業種の 男女間比較：「大学生のキャリア意識調 査」の分析

Tazawa, Minoru / 梅崎, 修 / Umezaki, Osamu / Hayashi,
Emiko / 田澤, 実 / 林, 絵美子

(出版者 / Publisher)

法政大学教育開発支援機構FD推進センター

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

法政大学教育研究 / Journal of Hosei Educational Research and Practice

(巻 / Volume)

2

(開始ページ / Start Page)

47

(終了ページ / End Page)

58

(発行年 / Year)

2011-03-31

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00024562>

大学3年生における希望業種の男女間比較 —「大学生のキャリア意識調査」の分析—

林 絵美子（法政大学大学院経営学研究科キャリアデザイン学専攻）、
梅崎 修（法政大学キャリアデザイン学部）、田澤 実（法政大学キャリアデザイン学部）

英文キーワード

Comparative analysis between male and female of college junior year students with regard to the type of business they hope to work in and their future aspirations _Analysis of university junior year students' questionnaire survey _

和文キーワード

キャリア意識、希望業種、男女比較、大学生

和文要旨（200字以内）

大学3年生のアンケート調査により、大学生の希望業種と将来イメージを男女間比較した結果、以下4点が明らかになった。第一に、希望進路は男子の公務員希望が女子より高い。第二に、希望業種の分布は男女で異なり、ばらつきは男子の方が大きい。第三に、希望業種と将来生活イメージの関連性には男女格差があり、希望業種の分布の差を生んでいると考えられる。第四に、時間の経過とともに希望業種が広がっていることが確認された。

1. 序論

就業前の生徒、学生は、それぞれの職業認知の上に仕事希望をもっており、個人の自由な選択ではあるが、性別による差があることが明らかになっている。たとえば、女子は保育、美容サービスなど女性の多い職種を希望し、男子は製造など男性が多い仕事を希望するなどの傾向である。このようなキャリア意識の偏りは、キャリア支援を行う側にとっても大きな壁となっている。直接的に学生の希望を否定する支援ではなく、それでもなお、意識や職業理解の偏りを変えていく支援の必要性が考えられる。以下に、学校段階別に先行研究を概観していく。

日本労働研究機構（現・独立行政法人労働政策研究・研修機構）（2001）は、中学生と高校生の職業認知を調査し、職業認知に男女差が

あることを検証している。また真鍋（2007）は、小学校4年生、小学校6年生、中学校2年生の男女間を比較し、希望職種の変化を分析している。男女差は高学年に移行するにしたがって全体としては曖昧になるが、保育、美容サービス、製造の職種ではより明確な格差が生まれることが指摘されている。男女格差には、成績の高低も影響を与えており、成績が低いほど格差が広がることが検証されている。

さらに吉川（2001）では、高校3年生のアンケート調査を使ってジェンダー意識とライフコース選択の関係について男女差および女性（男性）内格差を検証し、男女間で意識の分布構造が異なることを明らかにした。そのうえで、自分が女らしい（男らしい）かどうか、または性別分業を肯定すべきかどうかに関する賛否を質問することでジェンダー意識を測り、その意識差と

ライフコース選択の関係を検証した。その結果、男子に関しては進路選択に関してジェンダー意識の影響は少ないが、女子に関してはより確実な影響力が確認された。

唐沢ら（2008）による高校生のキャリア意識調査（以下、高校生調査）では、以下の点が明らかになった。まず、男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望し、女子は第3次産業のみを希望する傾向にあること、また、希望業種は男子の方がばらつきが大きく、女子はばらつきが小さいことである。さらに、希望業種と将来生活イメージの関連性は男女間で大きく異なることがわかり、業種を希望する理由自体に男女格差があるため、希望業種の分布に格差が生まれていることが確認された。それらの結果が大学生にもあてはまるかどうかを、林ら（2010）は大学1年生の3時点の調査を用いて検証した。その結果、大学生でも同じ傾向があることが示された。

大学生の大規模な就職意識調査は、複数の就職サイト運営企業が実施している。たとえば毎日コミュニケーションズ¹⁾の2009年度「大学生の就職意識調査」の希望業種では、マスコミが文系女子の1位（21.7%）、文系男子の2位（16.6%）であった。文系男子の1位は銀行（19.6%）、3位以下に商社（16.1%）、食品（12.1%）、情報・調査・コンサルタント（8.6%）、鉄道（8.0%）、ガス・電力・エネルギー（7.5%）、旅行・レジャー（7.2%）などが続き、文系女子の2位以下には、食品（15.4%）、旅行・レジャー（15.1%）、サービス（14.6%）、銀行（14.3%）、商社（11.6%）、化粧品（8.8%）、教育（8.8%）、空運（6.9%）などが続いている。男女共通の傾向としては、大学生が身近に商品やサービスを認識しやすい業種の希望が高い。また、マスコミなど希望上位の業種の顔ぶれは毎年似通っており、人気業種への偏りは顕著である。

本稿の目的は、大学生のキャリア意識調査を用いて、学生の仕事希望が男女によりどの程度差があるかを分析することである。希望進路と、

希望業種に男女の格差があるかを検討し、さらに、希望業種と将来生活イメージとの関連性を検証する。ジェンダーバイアスを正確に把握することは、今後のキャリア支援を考える際にも意義あるものと思われる。なお、本研究の特徴は以下の3点である。

第一に、調査対象が同一大学、同一学部の学生であるため、進学動機や学業成績による影響がコントロールされている。荒牧（2001）が指摘するとおり、現時点の学力は進学動機に影響を与え、結果的に将来の希望に対しても影響を持っている。また、真鍋（2007）は、小学生と中学生の希望職種の男女格差には成績の高低が影響を与えており、成績が低いほど格差が広がることを検証している。一方、本稿の調査対象の大学生は、ひとつの学部の大学生であり、男女ともに同等の選考を経て入学している。

第二に、本研究の調査対象者である大学3年生は、林ら（2010）が大学1年生を対象とした調査（以下、1年生調査²⁾）の調査対象者にほぼ含まれることから、両時点の比較が可能な点である。1年生調査は3時点での縦断調査であり、今回の3年生調査は4時点目に当たる。配布・回収方法の違いにより総サンプル数は減ったものの、大学1年生時と同じ調査項目について回答させることにより、大学生のキャリア意識の推移などが分析できる。

第三に、本研究では先行研究で行なわれている職種別ではなく、業種別の分析を行なう。実際に大学生の就職では業種、業界ごとの研究や就職活動が中心であり、大学の学部選択を考える際も、職種より業種が考慮されると言えるためである。

本稿の構成は以下の通りである。続く第2章では、本稿が使用するデータを紹介し、対象となる大学生の特徴を明らかにするために希望進路を比較する。第3章では、男女別に希望業種を比較する。第4章では、男女別、希望業種別に将来生活イメージを比較検討する。第5章は分析のまとめである。

2. 調査概要と記述統計

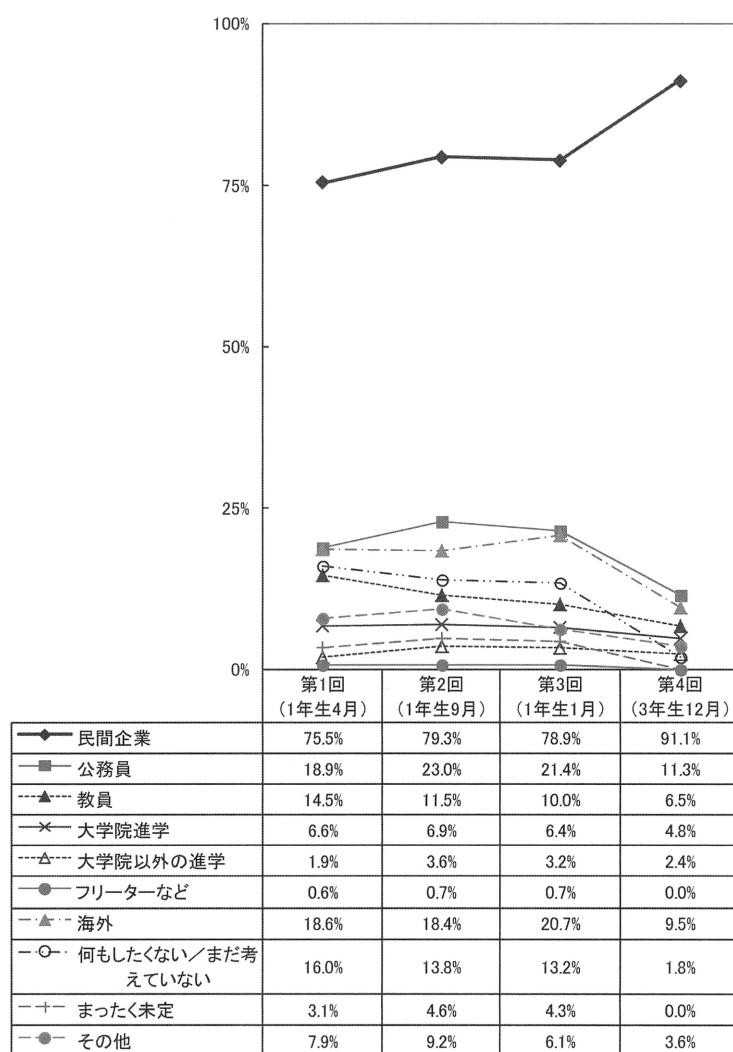
本章では、本研究で使用するデータセットを説明する。使用するデータは、大都市圏の中堅の私立総合4年制大学であるA大学の文系1学部に通学する3年生に対して実施された「大学生のキャリア意識調査」である。調査は2009年12月に実施され、サンプル数は167名、うち男子が64名（38.3%）、女子が103名（61.7%）であり、ゼミ授業中に配布・回収された。先に述べた通り、縦断調査の4時点目であるため、調査対象者は、林ら（2010）の1年生調査の対象者にほぼ含まれている。

続いて、記述統計から調査対象者の属性を確認する。1年生調査の結果（林ら、2010）と比

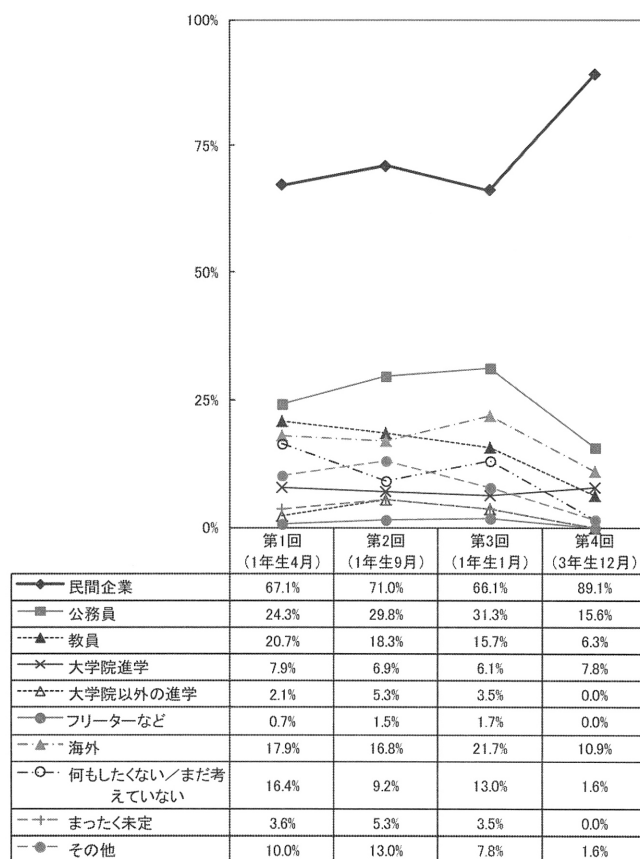
較しながら述べていこう。

はじめに、大学卒業後の希望進路をみると、1年生では約8割だった民間企業への就職希望が最も多く、9割以上を占める（図表1）。また、1年生調査で約2割の「公務員」、約1割の「教員」という選択肢が、およそ半分の割合に減っている。「海外に行きたい」も、1年生の約2割が希望していたが、3年生では約1割に半減している。「大学院進学」「大学院以外の進学」については、1年生調査と3年生調査でほぼ差がなかった。

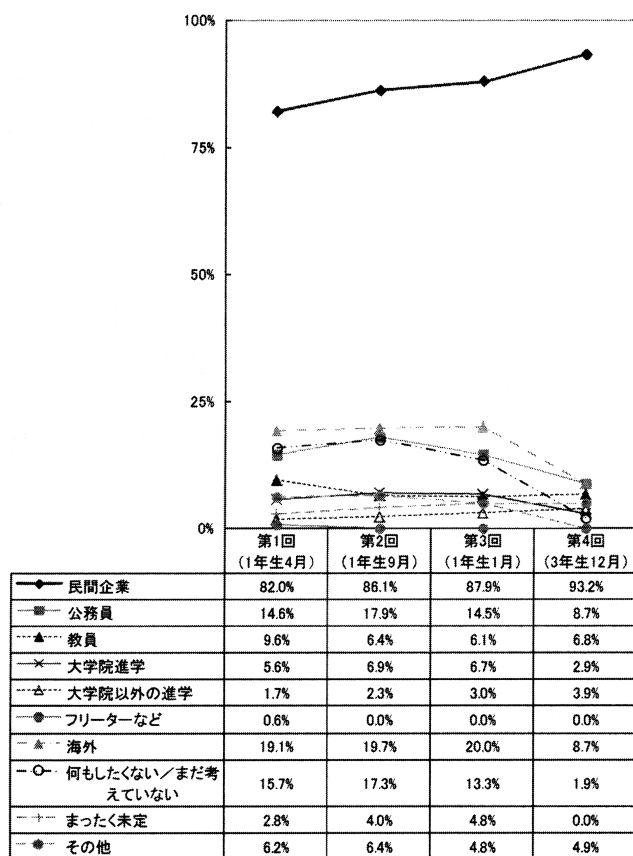
「まったく未定」「フリーターなど」の就職に消極的な回答は0%であり、1年生の時点で1割以上存在した「何もしたくない／まだ考えていない」という者は3年生ではほとんどいない。入学1年目には進路のイメージが曖昧だった学



図表1 進路希望先（全体）



図表2 進路希望先 (男子)



図表3 進路希望先 (女子)

生も、就職時期を前に、何らかの現実的な進路を見据えていると思われる。

次に、男女における希望進路の違いを明らかにするために、男女別の割合を比較した（図表2、図表3）。希望進路を割合の高い順に見ていくと、男子では、民間企業（89.1%）、公務員（15.6%）、海外に行きたい（10.9%）と続いている。一方で女子は、民間企業（93.2%）海外に行きたい（8.7%）、公務員（8.7%）が続く。

1年生調査では、民間企業を志望する男子は約6割から7割、女子は8割から9割と差があったが、3年生になると男女間の差はほぼなくなっており、民間企業が現実的な就職先の筆頭として考えられていることがわかる。また、1年生調査では男子の公務員志望が約3割、女子は約1.5割と開きがあったが、3年生ではその割合が約半分になり、男子が15.6%、女子が8.7%であった。1年生調査では男子の方が安定志向が

高い結果であると見なしたが、3年生にも同じことが言えるだろう。

3. 希望業種の男女差

本章では、まず男女における希望業種の違いを明らかにするため、男女別に希望業種の割合を算出した（図表4、図表5）。調査の設問では、民間企業の就職を考えている者に回答選択肢44業種のうち希望する業種をいくつでも選択可能である。また、以下の分析には、全体、男子、女子のいずれかで5%以上の希望があった31業種のみ図表に反映している。

希望業種を割合の高い順に見ていくと、男子は、食品（32.3%）、銀行（24.6%）、サービス（20.0%）、広告（18.5%）、女子は、食品（46.6%）、化粧品（35.0%）、銀行（31.1%）、広告（31.1%）と続いている。

1年生調査と3年生調査を比較すると、希望業種の上位は大きく入れ替わっており、男女と

表4 希望業種（男子）

第4回(3年生12月) 希望業種	数	割合(%)	第3回(1年生1月)からの変化
食品	21	32.3%	24.5
銀行	16	24.6%	15.0
サービス	13	20.0%	7.0
広告	12	18.5%	-16.3
保険	11	16.9%	12.6
運輸(鉄道・航空など)	11	16.9%	10.8
通信	10	15.4%	8.4
その他のメーカー	10	15.4%	10.2
電力・エネルギー	9	13.8%	13.0
専門商社	9	13.8%	6.9
マスコミ	8	12.3%	-9.4
教育	8	12.3%	2.7
電子・電気機器	8	12.3%	8.8
出版	7	10.8%	-7.5
ソフトウェア・情報処理	7	10.8%	2.9
医薬品	6	9.2%	6.6
流通・百貨店	6	9.2%	2.3
旅行	6	9.2%	-1.2
シンクタンク・コンサルタント	6	9.2%	5.8
(未定)	6	9.2%	-3.8
化学	6	9.2%	9.2
自動車	6	9.2%	3.1
精密機器	5	7.7%	5.1
証券	5	7.7%	-5.3
不動産	5	7.7%	4.2
政府系機関・公団	5	7.7%	3.3
化粧品	5	7.7%	6.8
総合商社	4	6.2%	-3.4
アパレル	4	6.2%	-2.5
住宅	4	6.2%	0.1
印刷	2	3.1%	-3.9
クレジット	0	0.0%	-0.9

■5%以上の値

表5 希望業種（女子）

第4回(3年生12月) 希望業種	数	割合(%)	第3回(1年生1月)からの変化
食品	48	46.6%	30.2
化粧品	36	35.0%	10.1
銀行	32	31.1%	19.6
広告	32	31.1%	-19.2
マスコミ	30	29.1%	-20.0
出版	30	29.1%	-12.1
サービス	27	26.2%	4.4
保険	24	23.3%	19.1
印刷	23	22.3%	18.1
その他のメーカー	19	18.4%	13.6
アパレル	18	17.5%	-8.0
旅行	18	17.5%	-8.0
流通・百貨店	16	15.5%	3.4
教育	16	15.5%	-2.6
医薬品	15	14.6%	11.5
専門商社	13	12.6%	10.8
通信	12	11.7%	3.8
住宅	11	10.7%	3.4
総合商社	9	8.7%	2.7
ソフトウェア・情報処理	9	8.7%	6.9
運輸(鉄道・航空など)	8	7.8%	-0.7
クレジット	7	6.8%	5.0
シンクタンク・コンサルタント	6	5.8%	2.2
化学	5	4.9%	4.9
不動産	5	4.9%	-1.2
電力・エネルギー	4	3.9%	3.9
自動車	4	3.9%	1.5
電子・電気機器	3	2.9%	1.1
精密機器	3	2.9%	2.3
証券	3	2.9%	-0.1
政府系機関・公団	3	2.9%	0.5
(未定)	2	1.9%	-9.6

■5%以上の値

も食品や銀行が上位になり、1年生調査で上位3位を占めた広告、マスコミ、出版は順位を落としている。1年生調査（1月時点）では、食品は男子の7.8%、女子の16.4%が希望していたが、3年生ではそれぞれ24.5ポイント、30.2ポイントの増加となり、男子の9.6%、女子の11.5%が希望していた銀行も、それぞれ15.0ポイント、19.6ポイント増となっている。

希望業種の変化には大きくふたつの要因があると考えられる。ひとつは、1年生から3年生になる経緯での学生の視点の変化である。たとえば、マスコミなどの難関と言われる業種への就職は1年生の時には憧れとして考えられていたが、就職活動の実態を知るにつれ非現実的にとらえられてくる。一方で、業界研究を進めるにしたがい、食品や銀行など、商品やサービスを身近に感じることができB to C（Business to Consumer、企業と一般消費者の取引）業種

が就職先として考えやすくなることなどである。学生にとって、エントリーシートなどに志望理由を書きやすいということも考えられる。

もうひとつは、景気の要因である。2008年から始まった世界同時不況の影響で、一般に不況に強いと言われる食品業界への希望が高まっていることも考えられる。

5%以上の学生が希望した業種を見ると、男子は29業種、女子は23業種と、男子に比べ女子の方がより希望が集中していることがわかる。この希望業種のばらつきの男女差は、高校生調査、1年生調査の結果と同様であった。

さらに、この中で男女ともに割合の高い5%以上の業種を抽出し、男女による希望業種の違いを検証した（図表6）。男女ともに5%以上の割合を示した業種（以下、共通業種）は21業種、男子のみ5%以上の割合を示した業種（以下、男子のみ業種）は8業種、女子のみ5%以上の割

図表6 男女による希望業種の違い（5%以上の希望があった業種を抽出）

男子	4時点すべて希望があった業種	3年生12月に増えた業種	女子	4時点すべて希望があった業種	3年生12月に増えた業種
アパレル	○		アパレル	○	
サービス	○		サービス	○	
シンクタンク・コンサルタント			シンクタンク・コンサルタント		○
ソフトウェア・情報処理			ソフトウェア・情報処理		○
マスコミ	○		マスコミ	○	
医薬品		○	医薬品		○
運輸（鉄道・航空など）	○		運輸（鉄道・航空など）	○	
教育	○		教育	○	
銀行	○		銀行	○	
化粧品		○	化粧品	○	
広告	○		広告	○	
住宅			住宅		
出版	○		出版	○	
食品	○		食品	○	
専門商社	○		専門商社		○
総合商社	○		総合商社		
その他メーカー			その他メーカー		○
通信			通信		
保険			保険		○
流通・百貨店	○		流通・百貨店	○	
旅行	○		旅行	○	
化学		○			
自動車					
証券	○				
政府系機関・公団					
精密機器					
電子・電気機器					
電力・エネルギー					
不動産					
			印刷		○
			クレジット		○

合を示した業種（以下、女子のみ業種）は2業種であった。すなわち、男子が希望する割合の高い業種は29業種、女子が希望する割合の高い業種は23業種である。また、1年生調査の3時点と合わせて4時点共通で5%以上の希望があった業種、3年生で新たに希望が5%以上に増えた業種についても図表6に示した。

男女の違いに注目すると、男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望する傾向があり、女子は第3次産業の業種を希望する傾向にある。この傾向は、高校生調査、1年生調査の結果と同様であった。また、1年生調査（1月時点）では共通業種が14業種だったことと比較すると、共通業種が増加している。たとえば、医薬品などは男女ともに希望が増え、1年生では男子のみ業種だった、専門商社、シンクタンク・コンサルタント、ソフトウェア・情報処理、その他メーカーなどは女子も希望する割合が増え、女子のみ業種だった化粧品は男子の希望も増えている。1年生の3時点比較でも共通業種は増加傾向を見せており、さまざまな業種に対する認識が多少なりとも広がっているためと解釈することも可能としたが、3年生調査ではその傾向がはっきりと出ている。3年生で就職に向けての準備を開始し、業界研究が進んだことによる効果もあると考えられよう。

4. 希望業種と将来イメージ

続いて本章では、業種に対する希望は男女それぞれ異なる理由で説明される可能性を検討する。共通業種において、男女で将来生活の考えに違いが見られるか明らかにするために、業種（共通業種、男子のみ業種、女子のみ業種）ごとに、将来生活について尋ねる項目の平均を算出した。また、共通業種においては、平均の順位（1位～21位）を求めた（図表7）。

将来生活についての10項目（「1. そう思わない」～「4. そう思う」の4件法）のうち、全体でみると、「仕事以外に自分の生きがいをもちたい」「安定した職業生活を送りたい」「人

の役に立つ仕事をしたい」が上位を占めていた。一方で、「将来の生活については考えていない」は全ての業種で中立点の2.5未満を示し、数値上でも最も低かった。男女ともに将来生活については何らかの形で考えていることが分かる。

「仕事以外に自分の生きがいをもちたい」「安定した職業生活を送りたい」「自分に合わない仕事ならしたくない」「専門的な知識や技術を磨きたい」「人よりも高い収入を得たい」の5項目においては、男子と女子で上位3位までの業種がすべて異なった。「仕事以外に自分の生きがいをもちたい」、「いろいろな経験をしたい」と思っているのは、男子の場合、旅行、サービス、総合商社を希望している者に多いのに対し、女子の場合、保険、通信、出版に多かった。「安定した職業生活を送りたい」と思っているのは、男子の場合、旅行、サービス、マスコミを希望している者に多いのに対し、女子の場合、銀行、保険、流通・百貨店に多かった。「自分に合わない仕事ならしたくない」と思っているのは、男子の場合、ソフトウェア・情報処理、出版、住宅を希望している者に多いのに対し、女子の場合、アパレル、流通・百貨店、運輸（鉄道・航空）に多かった。「人よりも高い収入を得たい」と思っているのは、男子の場合、住宅、医薬品、化粧品を希望している者に多いのに対し、女子の場合、シンクタンク・コンサルタント、運輸（鉄道・航空）、ソフトウェア・情報処理に多かった。「専門的な知識や技術を磨きたい」と思っているのは、男子の場合、化粧品、医薬品、教育を希望している者に多いのに対し、女子の場合、シンクタンク・コンサルタント、ソフトウェア・情報処理、住宅に多かった。

男子と女子に共通していた箇所に注目すると、将来生活の残りの5項目において、男子と女子で上位3位または2位が同じという項目はなかった。「あまりがんばって働かず、のんびり暮らしたい」の女子1位と男子2位が重なったのが保険、「1つの仕事にとどまらずいろいろな経験をしたい」の3位が男女で重なったのが

図表7 業種ごとの将来生活イメージ

		仕事以外に自分の 生きがいをもちたい		いろいろな経験をしたい		のんびり暮らしたい		安定した職業生活を送りたい		合わない仕事ならしたくない	
		男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
共通業種	食品	3.65 (6)	3.63 (11)	3.15 (5)	2.81 (17)	2.50 (10)	2.56 (11)	3.40 (14)	3.60 (9)	2.95 (11)	3.02 (11)
	住宅	3.33 (18)	3.55 (18)	2.33 (20)	2.55 (19)	2.67 (6)	2.82 (4)	3.33 (16)	3.64 (4)	3.33 (3)	3.00 (12)
	医薬品	3.50 (13)	3.80 (15)	2.50 (19)	3.00 (2)	2.17 (18)	2.80 (5)	3.50 (9)	3.47 (15)	3.17 (6)	3.13 (6)
	化粧品	3.50 (14)	3.67 (8)	3.00 (7)	2.86 (12)	1.75 (21)	2.67 (6)	3.50 (10)	3.53 (13)	3.25 (4)	3.14 (5)
	その他メーカー	3.56 (12)	3.63 (10)	3.11 (6)	2.84 (15)	2.56 (9)	2.42 (20)	3.56 (8)	3.63 (5)	2.89 (13)	2.95 (17)
	総合商社	3.75 (3)	3.33 (21)	3.25 (2)	2.89 (7)	2.50 (11)	2.56 (12)	3.50 (11)	3.33 (19)	2.75 (17)	3.00 (13)
	専門商社	3.75 (4)	3.46 (20)	2.88 (13)	2.85 (13)	2.63 (7)	2.54 (14)	3.63 (6)	3.62 (7)	2.88 (14)	2.92 (18)
	アパレル	3.50 (15)	3.61 (13)	3.25 (3)	3.00 (3)	2.50 (12)	2.50 (16)	2.50 (21)	3.61 (8)	3.25 (5)	3.33 (1)
	流通・百貨店	3.50 (16)	3.69 (7)	3.17 (4)	2.88 (9)	2.50 (13)	2.94 (2)	3.50 (12)	3.69 (3)	2.67 (19)	3.25 (2)
	銀行	3.69 (5)	3.72 (6)	2.75 (16)	2.84 (14)	2.50 (14)	2.84 (3)	3.50 (13)	3.75 (1)	2.69 (18)	2.84 (20)
	保険	3.64 (7)	3.88 (1)	2.82 (14)	2.88 (10)	2.82 (3)	2.96 (1)	3.64 (4)	3.75 (1)	2.64 (20)	2.83 (21)
	運輸(鉄道・航空)	3.64 (8)	3.63 (12)	2.82 (15)	2.50 (20)	2.73 (5)	2.63 (10)	3.64 (5)	3.63 (6)	2.91 (12)	3.25 (2)
	旅行	4.00 (1)	3.61 (14)	2.67 (17)	3.06 (1)	3.33 (1)	2.56 (13)	3.83 (1)	3.44 (16)	3.00 (7)	3.06 (9)
	サービス	3.83 (2)	3.67 (9)	2.92 (12)	2.89 (8)	2.75 (4)	2.52 (15)	3.67 (3)	3.59 (11)	3.00 (8)	3.11 (7)
	マスコミ	3.63 (9)	3.73 (5)	3.00 (8)	2.87 (11)	2.25 (17)	2.63 (9)	3.75 (2)	3.33 (20)	3.38 (2)	3.03 (10)
	出版	3.57 (11)	3.80 (3)	2.29 (21)	2.93 (5)	2.57 (8)	2.50 (17)	3.57 (7)	3.40 (18)	2.86 (16)	3.00 (14)
	広告	3.33 (19)	3.78 (4)	3.00 (9)	2.91 (6)	1.92 (20)	2.66 (8)	3.08 (19)	3.59 (10)	3.00 (9)	3.09 (8)
	ソフトウェア・情報処理	3.43 (17)	3.56 (17)	2.57 (18)	2.78 (18)	2.86 (2)	2.33 (21)	3.29 (17)	3.56 (12)	3.43 (1)	3.00 (15)
	通信	3.20 (21)	3.83 (2)	3.00 (10)	2.83 (16)	2.50 (15)	2.67 (7)	3.20 (18)	3.42 (17)	2.50 (21)	3.25 (2)
	教育	3.63 (10)	3.56 (16)	3.00 (11)	3.00 (3)	2.50 (16)	2.44 (19)	3.38 (15)	3.50 (14)	2.88 (15)	2.88 (19)
	シンクタンク・コンサルタント	3.33 (20)	3.50 (19)	3.33 (1)	2.50 (21)	2.17 (19)	2.50 (18)	3.00 (20)	2.83 (21)	3.00 (10)	3.00 (16)
共通業種の平均		3.57	3.64	2.90	2.84	2.51	2.62	3.43	3.52	2.97	3.05
男子のみ業種	政府系機関・公団	3.00		3.20		2.00		3.20		2.60	
	化学	2.80		2.60		1.40		3.20		2.40	
	電力・エネルギー	3.13		3.13		2.13		3.25		2.38	
	電子・電気機器	3.43		2.57		2.57		3.43		3.00	
	自動車	3.80		3.20		2.00		3.60		2.60	
	精密機器	3.60		3.00		2.80		3.60		3.20	
	証券	3.40		2.00		2.40		3.40		2.20	
	不動産	3.80		3.00		2.80		3.60		3.00	
男子のみ業種の平均		3.37		2.84		2.26		3.41		2.67	
女子のみ業種	印刷		3.83		2.74		2.65		3.78		2.96
	クレジット		3.29		2.57		2.86		3.71		3.14
女子のみ業種の平均			3.56		2.66		2.75		3.75		3.05

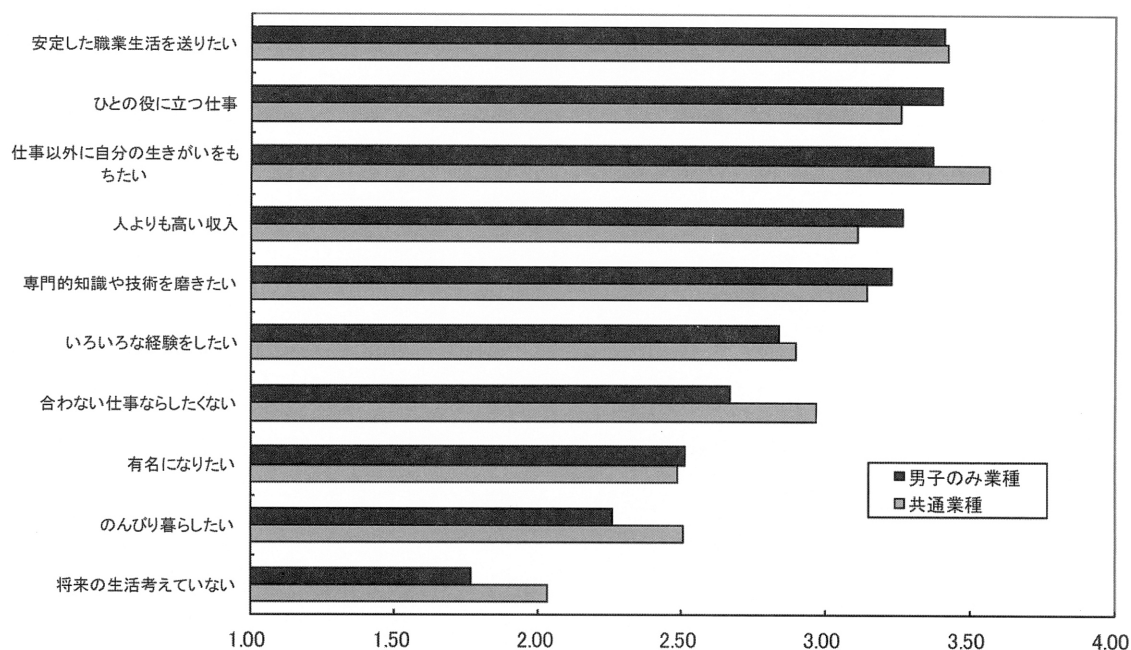
		将来の生活考えていない		有名になりたい		専門的知識や技術を磨きたい		人よりも高い収入を得たい		人の役に立つ仕事をしたい	
		男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
共通業種	食品	1.80 (15)	1.48 (17)	2.60 (10)	2.00 (14)	3.20 (7)	2.71 (15)	3.05 (12)	2.79 (10)	3.45 (7)	3.29 (15)
	住宅	2.00 (10)	1.45 (18)	2.33 (16)	1.64 (21)	2.67 (20)	3.09 (3)	4.00 (1)	2.64 (20)	3.33 (8)	3.09 (19)
	医薬品	2.00 (11)	1.60 (15)	2.50 (11)	2.53 (2)	3.83 (2)	2.80 (12)	3.50 (3)	3.00 (6)	3.50 (3)	3.40 (9)
	化粧品	1.75 (16)	1.67 (8)	2.75 (3)	2.11 (11)	4.00 (1)	2.50 (20)	3.75 (2)	2.72 (16)	3.75 (1)	3.28 (16)
	その他メーカー	2.22 (5)	1.84 (3)	2.33 (17)	2.00 (15)	3.11 (10)	3.00 (4)	2.78 (18)	2.74 (15)	3.22 (12)	3.58 (1)
	総合商社	1.75 (17)	1.67 (9)	2.75 (3)	2.00 (16)	3.25 (5)	2.89 (9)	3.25 (6)	2.78 (11)	3.50 (3)	3.44 (5)
	専門商社	1.75 (18)	2.15 (1)	2.63 (9)	2.00 (17)	2.63 (21)	2.85 (10)	3.00 (13)	3.00 (7)	3.13 (16)	3.46 (4)
	アパレル	2.50 (3)	1.61 (13)	2.50 (12)	2.33 (4)	3.25 (6)	2.67 (17)	2.75 (19)	2.78 (12)	2.75 (20)	3.39 (11)
	流通・百貨店	3.00 (1)	2.00 (2)	1.83 (19)	2.06 (12)	3.33 (4)	2.38 (21)	3.33 (4)	2.31 (21)	3.17 (14)	3.19 (18)
	銀行	1.44 (21)	1.75 (5)	2.69 (8)	1.88 (18)	3.06 (13)	2.84 (11)	3.19 (7)	2.75 (14)	3.13 (17)	3.31 (14)
	保険	1.64 (19)	1.75 (6)	2.73 (5)	1.71 (20)	2.91 (17)	2.67 (18)	3.27 (5)	2.71 (17)	3.27 (10)	3.38 (12)
	運輸(鉄道・航空)	2.18 (6)	1.63 (12)	2.73 (6)	2.25 (6)	2.91 (18)	3.00 (5)	3.09 (11)	3.50 (2)	3.55 (2)	3.50 (2)
	旅行	2.33 (4)	1.61 (14)	2.50 (13)	2.06 (13)	2.83 (19)	2.72 (14)	2.83 (17)	2.67 (19)	3.33 (9)	3.50 (2)
	サービス	2.08 (9)	1.81 (4)	2.42 (15)	2.33 (5)	3.08 (12)	2.70 (16)	3.17 (8)	2.78 (13)	3.50 (5)	3.37 (13)
	マスコミ	1.88 (13)	1.63 (10)	3.00 (1)	2.53 (2)	3.00 (14)	3.00 (6)	3.13 (10)	3.03 (5)	3.13 (18)	3.07 (20)
	出版	2.71 (2)	1.63 (11)	1.71 (21)	1.83 (19)	3.00 (15)	2.80 (13)	3.00 (14)	2.83 (9)	3.14 (15)	3.40 (10)
	広告	2.17 (7)	1.69 (7)	2.50 (14)	2.13 (9)	3.17 (8)	2.91 (8)	2.92 (16)	2.88 (8)	3.00 (19)	3.22 (17)
	ソフトウェア・情報処理	1.86 (14)	1.11 (21)	2.29 (18)	2.56 (1)	3.14 (9)	3.22 (2)	2.57 (21)	3.11 (3)	2.71 (21)	3.44 (6)
	通信	2.00 (12)	1.33 (19)	2.70 (7)	2.25 (7)	3.10 (11)	2.67 (19)	3.00 (15)	3.08 (4)	3.20 (13)	3.42 (8)
	教育	2.13 (8)	1.31 (20)	1.75 (20)	2.13 (10)	3.50 (3)	3.00 (7)	2.63 (20)	2.69 (18)	3.25 (11)	3.44 (7)
	シンクタンク・コンサルタント	1.50 (20)	1.50 (16)	3.00 (1)	2.17 (8)	3.00 (16)	3.33 (1)	3.17 (9)	3.67 (1)	3.50 (6)	3.00 (21)
共通業種の平均		2.03	1.63	2.49	2.12	3.14	2.84	3.11	2.88	3.26	3.34
男子のみ業種	政府系機関・公団	1.20		3.00		3.00		2.80		4.00	
	化学	1.80		2.40		3.80		3.40		3.80	
	電力・エネルギー	1.88		2.50		3.50		3.00		3.63	
	電子・電気機器	2.43		2.00		3.14		3.14		3.43	
	自動車	1.20		2.80		3.20		3.40		3.20	
	精密機器	2.20		2.40		3.40		3.60		3.40	
	証券	1.80		2.00		2.60		3.20		2.80	
	不動産	1.60		3.00		3.20		3.60		3.00	
男子のみ業種の平均		1.76		2.51		3.23		3.27		3.41	
女子のみ業種	印刷		1.52		1.83		2.65		2.74		3.48
	クレジット		1.43		2.00		3.00		2.86		3.29
女子のみ業種の平均			1.48		1.91		2.83		2.80		3.38

アパレル、「将来の生活については考えていない」の男子1位と女子2位が重なったのはアパレルを希望している者に多かった。「人の役に立つ仕事をしたい」の男女とも2位は運輸（鉄道・航空）、男子1位、女子3位が「有名になりたい」の項目で重なったのはマスコミであった。

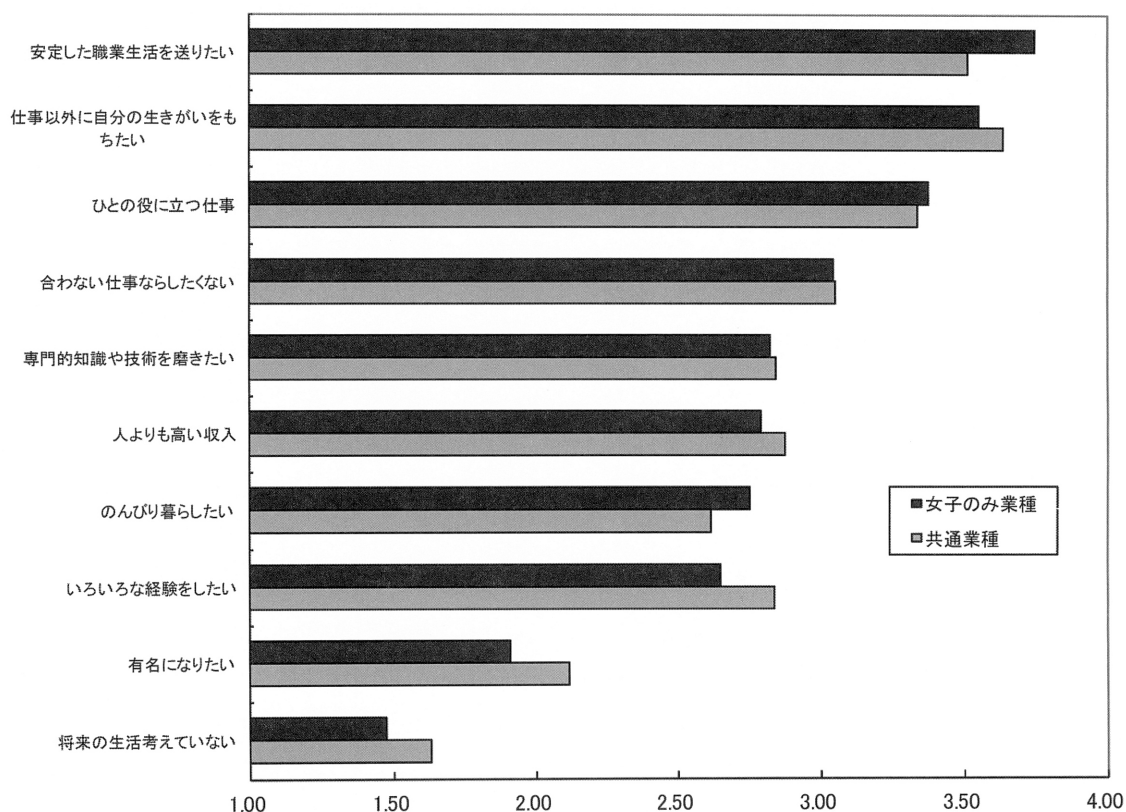
マスコミ、アパレル、運輸（鉄道・航空）などいくつかの業種を希望する者には男女で将来イメージに共通する傾向も見られるが、それ以外の業種では将来イメージに男女差があることがわかる。業種は多少異なるものの、男女差

がある傾向は1年生調査と同じであった。

次に、共通業種と男子のみ業種、および、共通業種と女子のみ業種の特徴を明らかにするために、共通業種の各項目の平均と男子のみ業種（または女子のみ業種）の各項目の平均を比較する図を作成した。男子の結果を図表8に、女子の結果を図表9に示す。男女ともに、「安定した職業生活を送りたい」「仕事以外に自分の生きがいをもちたい」「人の役に立つ仕事をしたい」が上位を占めている。男子の「専門的な知識や技術を磨きたい」「人の役に立つ仕事



図表8 共通業種と男子のみ業種ごとの将来生活についての項目の平均



図表9 共通業種と女子のみ業種ごとの将来生活についての項目の平均

をしたい」「人よりも高い収入を得たい」において、男子のみ業種が共通業種よりも高かった。1年生調査では、男子のみが希望する業種の特徴は、「人の役に立つ仕事をしたい」が共通業

種よりも低く、専門的な知識や技術を重視するところにあったが、やや異なる結果となっている。男子も女子も希望する職業に比べて、男子のみが希望する職業では、仕事以外の生きがい

を求めず、合わない仕事でもしようとして、のんびりと暮らしたいとは思わないという結果は、多少は自分の関心からずれても、働かなくてはならないという考えが男子のほうが高いということを示しているかもしれない。

女子の場合は、「安定した職業生活を送りたい」において、女子のみ業種が共通業種よりも高かった。

以上から、希望業種と将来イメージの関連性は、男女間で異なることが確認された。高校生調査、1年生調査で確認された、男女の希望業種の違いは、その業種を希望する理由自体に男女格差があるため生まれているという結果は、3年生調査でも同様であった。

5. 結論と考察

本稿では、大学3年生のアンケート調査を使って、大学生の希望業種と将来イメージを男女間比較した。分析から明らかになったことは以下の4点である。

第一に、3年生では男女とも大部分が民間企業の就職を希望し、公務員希望は減るものの、1年生調査の結果と同様に、男子の公務員希望が女子より高いことが確認された。公務員の特徴とされる雇用の安定性を重視しているとすれば、背景には男子の性別役割分業意識、すなわち男性が家計を支えるという稼得責任の意識が根強く存在しているということも考えられる。

第二に、高校生調査、1年生調査と同様に、希望業種の分布が男女で異なることが確認された。男子は第2次産業と第3次産業の業種を希望し、女子は第3次産業を中心に希望する傾向にあり、希望業種のばらつきは男子の方が女子より大きい。また、希望業種の上位は1年生時と異なっている。

第三に、高校生調査と同様に、希望業種と将来生活イメージの関連性が男女間で異なることが確認された。業種を希望する理由自体に男女格差があるため、希望業種の分布に格差が生まれているという高校生調査の発見が、大学生の

1年生調査と同じく3年生においても裏付けられた。

第四に、同じ対象者への調査を通じて、時間の経過とともに希望業種が広がっている傾向が、1年生調査と同様に確認された。ただし、この分析についてはデータの限界があり、希望業種が広がった要因については不明である。

川崎（2005）は、職業の選択では絞ることを重視しがちだが、絞る前にはまず十分広げることが重要であると述べている。また、上西（2006）の全国大学の調査においても、7割以上の大学が、低学年からの全学的なキャリア支援・キャリア教育について、具体的な職業を早期に定めるより、幅広い見識をそなえ幅広い経験を積ませることが望ましいという方針を持っている。大学の学生生活のさまざまな経験を通じて、希望業種が広がるということが検証できれば、低学年からのキャリア支援への示唆が導かれると考える。

また、佐藤ら（2009a）は、半数以上の学生は第一志望の業界に就職できず、結果的に求人倍率の高い業界に流れることを明らかにし、佐藤ら（2009b）は、就職活動の初期時点で希望業界が変化した学生が就職活動を成功させやすいことを確認した。これらの研究では、第一志望の就職活動が終了した後の支援として第二志望を再構築する術を与えるべきと指摘している。本研究では、大学3年生を対象にしているが、長期的に見ても複数の業種に興味・関心を持つことは重要であると思われる。

常見（2010）は、人気企業や業種は時代の鏡であり、その時代の旬な業界・企業を映し出すとしているが、結局「有名な企業（社名、商品、サービスが知られている企業）」や「大企業」などが上位に入り続けていると述べている。同時に、赤字やリストラが報道されている企業でも上位に入っていることから、「学生は憧れ業界であれば業績など関係ないのだとも言える」と指摘している。本稿の調査結果では、1年生から3年生へ時間が経過するにつれ、希望

業種の上位の顔ぶれが変化した、やはり学生にとってわかりやすい B to C 業種が上位を占めていた。データの限界から選択の理由について分析は叶わなかったが、商品やサービスをイメージしやすく、やりがいも想像しやすい業種を深く考えずに選んでいる可能性も否めない。そして、こういった学生の志向は自ら就職活動における苦戦やミスマッチを生んでいるかもしれない。それを超えるために、キャリア教育支援では何ができるのだろうか。

本稿は、大学1年生から3年生にかけての継続調査であるが、実際にどの業種に就職が決定するのか、今後学生の意識がどのように変化するのか、追跡しての分析が有効となろう。また、本稿の結果で得られた男女の希望業種のジェンダーバイアスが、企業側の採用の偏りを踏まえたものであるのか、学生側の認知の偏りによるものであるのかは、今後明らかにしていく必要がある。今後の課題としたい。

【謝辞】

本稿の調査は、法政大学教育開発支援機構FD推進センター2009年度「特色あるFDへの取組み」助成金を受けて行なわれました。助成についてお礼申し上げます。

【注】

- 1) 毎日コミュニケーションズ2009年度「大学生の就職意識調査」。調査対象が2010年3月卒業見込みの全国の大学3年生と大学院1年生、調査期間は2008年10月～2009年1月、調査方法は郵送と、就職サイト上の入力フォームによる回収。有効回答数15288名のうち、文系男子3724名、文系女子6504名。希望業種は56業種のうち2つまで選択。
- 2) 「大学生のキャリア意識調査」(第1回:2007年4月、サンプル数318 男子140 / 女子178、第2回:2007年9月、サンプル数305 男子131 / 女子174、第3回:2008年1月、サンプル数280 男子115、女子165)。

【参考文献】

- 荒牧草平(2001)「第3章 高校生にとっての仕事希望」
尾嶋史章編著『現代高校生の計量社会学—進路・生活・世代』ミネルヴァ書房 pp.81-106
- 上西充子(2006)「大学におけるキャリア支援・キャリア教育に関する調査報告書」法政大学大学院経営学研究科キャリアデザイン学専攻調査委員会
- 唐沢克樹・梅崎修・田澤実・下村英雄・八幡成美(2008)「高校生における希望業種の男女間比較—『高校生のキャリア意識調査』の分析」法政大学キャリアデザイン学会紀要『生涯学習とキャリアデザイン』Vol.6
- 川崎友嗣(2005)「大学におけるキャリア教育の展開—学ぶ力と生きる力の教育—」東海高等教育研究所『大学と教育』No.41, pp.44-62
- 佐藤一磨・梅崎修・上西充子・中野貴之(2009a)「新卒需要の変動が大学生の就職活動に与える影響—卒業生アンケート調査の分析—」『キャリアデザイン研究』5, pp.51-63
- 佐藤一磨・梅崎修・上西充子・中野貴之(2009b)「2008年度卒業生アンケート分析—志望業界の変化と就職活動結果について」日本キャリアデザイン学会2009年度大会
- 常見陽平(2010)『くたばれ!就職氷河期 就活格差を乗り越えろ』角川SSC新書
- 日本労働研究機構(2001)「第3章 職業認知の性別・学校段階別の違い」『中学生・高校生の職業認知』資料シリーズNo.112
- 毎日コミュニケーションズ(2009)「大学生の就職意識調査」
- 林絵美子・梅崎修・田澤実・下村英雄・八幡成美(2010)「大学1年生における希望業種の男女間比較—『大学生のキャリア意識調査』の分析—」法政大学キャリアデザイン学会紀要『生涯学習とキャリアデザイン』Vol.7
- 真鍋倫子(2007)「IVテーマ別分析1子どもたちの職業観:職業カテゴリーの分析から」福島県男女共生センター『学校教育におけるジェンダー平等戦略—教育環境と教育内容に焦点をあてて—』pp.113-128
- 吉川徹(2001)「ジェンダー意識の男女差とライフコー

ス・イメージ」尾嶋史章編著『現代高校生の計量
社会学—進路・生活・世代—』ミネルヴァ書房
pp. 113-128

【補論】

本稿で使用した将来生活イメージの項目は、下記の通りである。

仕事以外に自分の生きがいをもちたい
1つの仕事にとどまらずいろいろな経験をしたい
あまりがんばって働かず、のんびり暮らしたい
安定した職業生活を送りたい
自分に合わない仕事ならしたくない
将来の生活については考えていない
有名になりたい
専門的な知識や技術を磨きたい
人よりも高い収入を得たい
人の役に立つ仕事をしたい