

企業と学生のマッチングにおける就職情報サイトの分析

石川 悠生

企業が学生へ採用情報を伝達する手段としてインターネットが利用されており、学生が就職先を選定する最も利用度の高い情報源としてもインターネットの情報が挙げられる。情報源となるインターネットメディアは様々であるが、利用率の高いメディアの一つに就職情報サイトが挙げられる。就職情報サイトとは採用窓口としての機能や就職活動に関する情報などをあらゆる形で提供し、就職活動を支援する web サービスである。しかし、就職情報サイトは学生が就職活動を有利に進められる反面、活動目的に応じた利用の難しさが問題となって。そこで本研究では、就職情報サイトの利用方法によって就職活動の効率に与える影響を明らかにする。

本研究の手法として、就職情報サイトの分類および目的に応じたサイトの推薦を行った。就職情報サイト 57 種類および各サイト内のコンテンツを対象とし、7 段階の就職活動のプロセスと学生の特徴ごとに分類を行った。学生の特徴とは学生のもつ条件または目的を指す。この分類結果をもとに就職情報サイト推薦システムを作成し、クローズエンド形式の質問に回答することでプロセスと特徴を考慮したサイトを推薦した。

このシステムを大学 3 年生 5 名、4 年生 5 名に利用してもらい、推薦された就職情報サイトが適切であるか、就職活動の効率化に影響を及ぼすかについてアンケートを行ってもらったところ、就職情報サイトはサイトの認知度とコンテンツの認知度では差があることが明らかとなった。また、質問の結果に対して推薦された就職情報サイトおよびコンテンツが適切であるか、就職情報サイトの推薦は便利であるのかという質問については、肯定的な回答が多いことから、就職情報サイトの推薦によって就職活動が効率化されることが示唆された。

今後の課題としては、就職情報サイトの選定基準には今回分類した基準以外の要因も大きく作用することを踏まえて、より詳細な分類を行うことである。

(指導教員 宇陀則彦)