

就職活動におけるエフェクチュエーションの活用についての基礎的検討

— 「やりたいことが分からない」大学生へのアドバイスを題材に—

A Basic Study on the Utilization of Effectuation in Job Hunting

: Based on the Advice for College Students Who don't Know What They Want to Do

宮本 淳子

MIYAMOTO Junko

キーワード：大学生、就職活動、エフェクチュエーション、意思決定

Keywords : College Student, Job Hunting, Effectuation, Decision-Making

抄 録

本研究は、「やりたいことが分からない」学生の就職活動におけるエフェクチュエーションの活用についての基礎的検討を行うことを目的とし、就職情報サイトのアドバイス内容を題材に、就職活動の視座から捉え直したエフェクチュエーションの5つの原則・動学モデル・前提条件を観点とした分析、考察を行った。対象とした就職情報サイト10社のうち7社には「やりたいことが分からない」学生向けのアドバイスが確認でき、そのうち6社のアドバイスはエフェクチュエーション型、1社はコーゼーション型であった。エフェクチュエーション型のうち、1社のアドバイスは5つの原則全てが該当し、それ以外の5社のアドバイスは5つの原則のうち複数該当していた。この結果から、就職活動の視座から捉え直したエフェクチュエーションの行動様式・意思決定の指針は、「やりたいことが分からない」学生の就職活動において、これまで分散されていたアドバイス内容を統合する総合的な指針として、より主体的な就職活動を促進する一助となる可能性を有していると結論付けた。

1. はじめに

大学生の大半が、就職に対して漠然とした不安を抱いている¹。実際の就職活動においては、学生が内定獲得に苦悩している原因の一つに、自身のやりたい仕事が見つけれないことが挙げられる（渡邊，2015）。筆者は、大学教員として学生の就職活動支援に携わるなか、「やりたいことが分からない」という悩みから、就職活動の一步が踏み出せない学生が多くいることを経験的に把握している。筆者の所属する学科は、就職に直結する資格取得を主たる目標としない文系学部²であるため、特にその傾向が強いと考えられる。この点について

¹ 全国大学生生活協同組合連合会（2021）によると、就職に対して不安を「とても感じている」と「感じている」という学生は全体の74.5%である。

² 図書館司書資格の取得を目標にしている学生も多いが、正規雇用の司書になるためには一般的に公務員試験に合格する必要がある、狭き門となっている。そのため、実際には一般企業に就職する学生がほとんどである。

は、江利川（2012）も、進路に関わる個別相談に際して、教員等免許や資格を取得する以外の学科の学生が就職先の探し方に戸惑いを見せる場面に数多く出会うという自身の経験を述べている。

これまでの一般的な就職活動では、第一段階として自己分析と業界研究が重要であるとされ、「やりたいこと」を明確化し、就職活動に臨むことが理想とされる傾向にある³。ゆえに、「やりたいことが分からない」学生は、業界研究が進まないことから、就職活動に出遅れがちとなる⁴。このような課題はキャリア教育の視点から多く報告されている（谷内, 2005:所, 2017:吉田, 2021 など）。

しかし、妹尾（2015）は、就職活動における内定取得と意欲との関連について調査し、就職活動の初期に「やりたいこと」を有していることが重要なのではなく、就職活動の過程で「やりたいこと」を明確化することが内定取得に関連していることを明らかにしている。また、山本・長光（2015）は、内定獲得者へのインタビュー調査により、明確な志望職種や業種はなくとも内定を得られた事例を複数報告しており、その中には大学でのキャリア支援による典型的な「自己分析」や「やりたいこと」から出発する方途とは別に、経験的な部分を指針とする学生がいたことも報告している。

つまり、「やりたいこと」が明確でなくとも、活動の中で明確化させていくことを念頭に、就職活動を始めることが重要なのである。そして、このようなケースにおいて、学生たちが主体的に就職活動に取り組めるよう、拠り所となる行動様式・意思決定の指針が必要なのではないだろうか。

これに対して、本研究では、近年、起業家（アントレプレナーシップ）研究で注目されているエフェクチュエーション⁵（Effectuation）（Sarasvathy, 2008）に着目する。エフェクチュエーションとは、熟達した起業家⁶の行動様式・意思決定理論である。目標設定型の逆算的アプローチであるコーゼーション（Causation）とは逆に、エフェクチュエーションは手持ちの手段からスタートし、それを用いて新しい目標を発見していく課題解決型アプローチである。未来が予測不可能で、目的が不明瞭な状況を前提としており、「やりたいことが分からない」学生の就職活動とエフェクチュエーションの親和性は高いと考えられる。

そこで、本研究では「やりたいことが分からない」学生の就職活動におけるエフェクチュエーションの活用に向け、その可能性についての基礎的検討を試みる。具体的には、就職情報サイトに掲載されている「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスを対象に、就職活動の視座から捉え直したエフェクチュエーションの原則・動学モデル・前提条件を観点として分析・考察を行う。

³ 例えば、就活情報サイト「JOBRASS 新卒紹介」の「就活マニュアル」では、STEP1として「自己分析・業界研究」を挙げている。

⁴ 若者のキャリア意識に関しては、職業選択に関心を持ち、焦りを感じていながらも、いかに取り組むべきか分からないため、結局のところ行動できない学生が実のところ多いのではないかという指摘もある（安達, 2004）。

⁵ 「エフェクチュエーション（Effectuation）」という言葉は、伝統的な経営学における意思決定の論理が前提としてきた因果推論＝「コーゼーション（Causation）」の対概念として作られた造語である（吉田, 2018）

⁶ Sarasvathy（2008）では「熟達した起業家」を「個人・チームを問わず、1つ以上の企業を創立し、創業者・起業家としてフルタイムで10年以上働き、最低でも1社を株式公開した人物（邦訳, p.28）」と定義している。

2. 先行研究

2-1. 不確実性を前提とした就職活動の重要性

ここでは、エフェクチュエーションを活用した就職活動の行動様式・意思決定の指針を見出すことの意義について、未来の不確実性の観点から述べる。起業家研究の成果である「エフェクチュエーション」(Sarasvathy, 2008)は、前述の通り、未来予測は不可能であるという不確実性を前提としている。日本では、主に経営・マーケティング分野において議論が盛んになり(松行・松行, 2015; 栗木, 2018; 吉田, 2018 など)、それまで主流であった市場の先行きを予測できるという前提をもとにした理論(例えばKotler, 1991)とは異なり、予測困難な時代において予測に頼ることなく未来を切り開いていくプロセスとして注目を集めている(栗木, 2018)。

未来を予測可能なものと捉えるか否かという視座の違いは、キャリア理論においても大きな変革をもたらした。例えば、意思決定理論においてGelatt(1989)が提示した「積極的不確実性(Positive Uncertainty)」という概念である。Gelattは、当時既に意思決定理論を代表的する理論家であったが、それまでの自身の理論を否定し、不確実性を取り入れた新しい理論を提示したのである。

そもそもGelatt(1962)は、キャリア発達における意思決定について、不確実で曖昧な要素をできるだけ無くし、客観的且つ合理的な最終決定ができることを目的とした意思決定理論を提唱していた。しかし、変化の激しい労働市場や社会環境などを踏まえ、Gelatt(1989)では、未来は予測できないものであるという前提に基づき、「積極的不確実性」の概念を導入したのである。

また、Mitchell, Levin & Krumboltz(1999)は、キャリアの大部分が偶然におこる予測できない出来事によって決定されるという「計画された偶発性理論」(Planned Happenstance Theory)を提唱している。これも、未来は予測不可能であるという視座に立脚した理論である。日本では、90年代後半の長引く不況や日本の伝統的雇用制度の崩壊など、キャリア環境の激変という時代背景により、従来とは異なるキャリア理論に対する潜在的な期待感が生じていたことから、「計画された偶発性理論」に注目が集まった(下村・菰田, 2007; 下村, 2008)。

かつては、安定した組織・雇用を前提に、組織内での課題を一つ一つ乗り越えていくことで個人のキャリアが発達するとされていた(Schein, 1978)。しかし、現在は、未来の不確実性を前提とし、組織や産業の境界を越えて個人のキャリアが形成されるというバウンダリーレス・キャリア(Arthur, 1994; Arthur & Rousseau, 1996)や環境変化に適応し、個人が能動的にキャリアを変幻自在に形成するというプロティアン・キャリア(Hall, 1996)といったニューキャリア理論が提唱されている。VUCA⁷と呼ばれる先行きが不透明な現代では、環境変化に合わせて自身のキャリアを適応させられる能力としてのキャリア・アダプタビリティ(Savickas, 2002)も注目を集めている。

これらに共通しているのは、主体的なキャリア形成という概念である。日本においても、従来型の企業主導によるキャリア形成ではなく、主体的なキャリア形成の促進が提唱されている(日本経済団体連合会, 2006)。つまり、「自分の価値観や志向を基準にして、どのよう

⁷ Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性)の頭文字をとった造語。

に行為するのか、なにを選択するのかを決定する」(市村, 2017, p.7) キャリア形成が求められているといえる。これは、キャリアに直結する就職活動においても例外ではないはずである。

以上のことから、就職活動においても不確実性を前提とする議論が、これまでも増して重要になっていると考えられる。そしてそれは、就職活動にも、より主体性が求められることを意味している。そこで本研究では、学生本人が主体的に就職活動に臨むための一助となるよう、行動様式・意思決定の指針としてのエフェクチュエーションの活用に関心を当てていく。

2-2. エフェクチュエーション

エフェクチュエーション (Sarasvathy, 2008) は、熟達した起業家の行動様式・意思決定を概念化した実効理論である。近年、起業家研究における新潮流として注目されており、意思決定においては5つの原則が提示されている。

まず、「手中の鳥」の原則は、「目的主導 (goal-driven)」ではなく、「手段主導 (means-driven)」の行為の原則である。新しい方法を発見することではなく、既存の手段で何か新しいものを作ることや、目的ありきではなく、手持ちの資源を重視する考え方の原則である。次に、「許容可能な損失」の原則は、期待利益を計算して投資するのではなく、どこまで損失を許容する気があるか、あらかじめ決めておくことを意味している。「クレイジーキルト」の原則は、全ての関与者と交渉をしていくことや他者との「繋がり」の中で何ができるかを考えるという原則である。「レモネード」の原則は、「すっぱいレモンをつかまされたら、レモネードを作れ (When life gives you lemons, make lemonade.)」という格言があるように、予期せぬ事態を梃子として活用することを示した原則である。そして、「飛行機の中のパイロット」の原則は、状況に応じて臨機応変かつ迅速な対応が求められるパイロットのように、コントロールできる部分に集中することを意味しており、人に働きかけることを事業機会創造のための主たる原動力とすることを示している。

コーゼーションに基づく戦略は、未来が予想可能で、目的が明確で、環境が人間の行為から独立している場合に有効とされる一方で、エフェクチュエーションに基づく戦略は、未来が予測不能で、目的が不明瞭で、環境が人間の行為によって変化する場合に有効であるとされる。また、コーゼーションに基づく行為者は、求める結果からスタートし、それを達成するためには何をすれば良いかを考えるが、エフェクチュエーションに基づく行為者は手段からスタートし、その手段を使って何ができるだろうかと問うとされる (Sarasvathy, 2008)。

起業家を対象とした研究から導き出されたエフェクチュエーションだが、起業家の意思決定に限定されるものではなく、「不確定な状況における意思決定の一般理論」(Sarasvathy, 2008, 邦訳 p.340) として、他の分野においても応用可能であるとされる。

以上のことから、従来の目的ありきの就職活動はコーゼーション型であるが、「やりたいことが分からない」学生にはエフェクチュエーション型に基づく就職活動が有効なのではないかとの着想を得た。

Sarasvathy (2008) は、同じ人物が状況によって、コーゼーションとエフェクチュエーションの双方を使い分けることの重要性についても指摘している。就職活動についても、コーゼー

ションとエフェクチュエーションを、状況に応じて使い分けていくことが重要であると考えられる⁸。

また、エフェクチュアルな行為者の行動の全体像については、エフェクチュエーションの動学モデル(図1)で示されている。エフェクチュアルな行為者は、手持ちの手段、つまり、「自分は誰か」「何を知っているか」「誰を知っているか」からスタートする。そして、「できること」と「実行に値すると信じていること」によって行動を起こす。さらに、「他の人と相互作用」することで、その相互作用の一部が新しいベンチャーへのコミットメントに結びつき、関与者らは「新しい手段」と「新しい目的」を持ち込み、それが「拡張」や「収束」の同時発生的なサイクルを作り出すとされる。

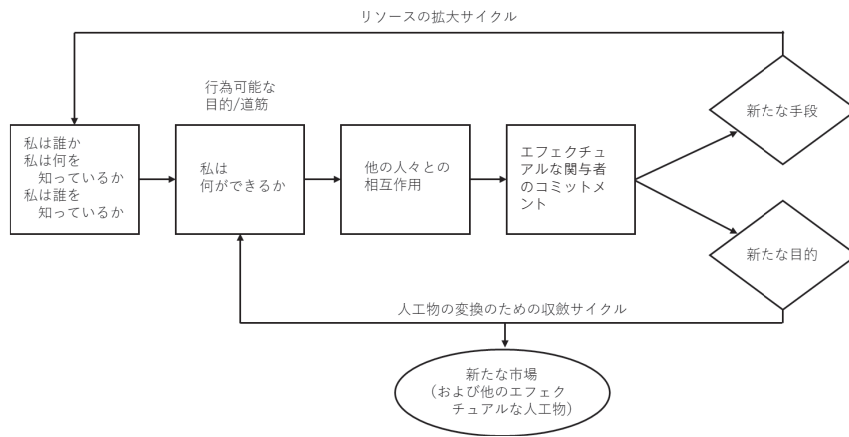


図1. エフェクチュエーションの動学モデル 出所：Sarasvathy (2008) p.134

2-3. 就職活動版エフェクチュエーション

2-3-1. 就職活動におけるエフェクチュエーションの5つの原則

ここでは、前述のエフェクチュエーションの5つの原則を、就職活動の視座から捉え直す。5つの原則について、以下①～⑤で示す。

①「手中の鳥」の原則

目的主導ではなく、手段主導の行為の原則であることから、就職活動においては「やりたいこと」ではなく「できること」から始めることを示す原則であると捉えることができる。Sarasvathy (2008) は、「アイデンティティ＝私は誰であるか」「知識ベース＝何を知っているのか」「社会的ネットワーク＝誰を知っているのか」を認識し、活用することを提唱し

⁸ 例えば、就職活動の初期に「やりたいことが分からない」学生も、活動の中で「やりたいこと」が見つければ、コーゼーション型の就職活動に切り替えることが望ましいと考えられる。

ている。就職活動では「自己分析」と「知識」を基にした行動、そして「既存の人脈（個人・支援機関など）」を活用することが、この原則で示されていると考えられる。

②「許容可能な損失」の原則

就職活動における許容可能な損失とは、企業や労働内容に求める条件に関しての「譲れる範囲」と捉えることができる。「譲れる範囲」を明確にするには、「やりたくないこと・絶対に嫌なこと（条件）」を明確にする必要がある。そうすれば、それ以外は許容可能であると判断できるからである。例えば、山本・長光（2015）は、内定獲得者の中には、もともと最低限の除外すべき就職先があったり、休日や福利厚生などの労働条件を主たる進路の道標としたりする学生がいることを指摘している。このような考え方は就職活動における「許容可能な損失」を考えることであり、これを一つの判断材料として就職活動における企業選びに臨むことを示す原則であると捉えることができる。

③「クレイジーキルト」の原則

他者との「繋がり」を重視する姿勢は、就職活動においては、家族・友人・教員・大学の就職支援機関・ハローワークなど、学内外の様々な繋がりを積極的に活用していくことを示していると捉えることができる。そして、就職活動において、自分に関与する人々を巻き込んでパートナーシップを築き、それにより生じる相互作用によって新たに応募する企業を見つけたり、新たな支援者を増やしたりする重要性を示す原則であると捉えることができる。

④「レモネード」の原則

「すっぱいレモンをつかまされたら、レモネードを作れ」という格言は、楽観性や発想の柔軟性、創造性を象徴していることから、就職活動における様々な困難を前向きに捉える楽観性や不測の事態に直面したときの柔軟性、さらには発想の転換による創造性の重要性和捉えることができる。予期せぬ事態を避けようとするのではなく、むしろ偶然を梃子として活用しようという考え方であることから、偶然性をも活用する積極性も含まれていると考えられる。

⑤「飛行機の中のパイロット」の原則

就職活動において、状況に応じて臨機応変かつ迅速な対応をする必要性はもちろん、コントロールできる部分、つまり「自分が今できること」に集中することの重要性を示唆していると捉えることができる。また、常に他者に働きかける行動力を含む主体的な姿勢を示す原則と捉えることができる。

藤島ら（2006）は、就職活動における学生の主体的な活動が内定獲得に影響すると指摘している。前述のように、現代のキャリア形成においては、主体性が重要視されていることから、就職活動においても、この原則は①～④を貫く世界観であると考えられる。

2-3-2. 就職活動におけるエフェクチュエーションの動学モデル

ここでは、エフェクチュエーションの動学モデルについて、就職活動の視座から捉え直す(図2)。就職活動においては、「私は誰か・何を知っているか・誰を知っているか」を原点に、自

分が「できること」から行動し、他者との繋がりや出会いを活用し、その関係性の中で相互作用しながら、新たな手段を増やしたり、新たな目的としての就職希望先を見つけたりしていくという一連の循環型プロセスを示していると捉えることができる。「やりたいこと＝目標」のあるコーゼーション型のような直線的なプロセスではなく、循環型であることから、就職活動の中で、何度もこの流れを繰り返していくことが示されていると捉えることができる。

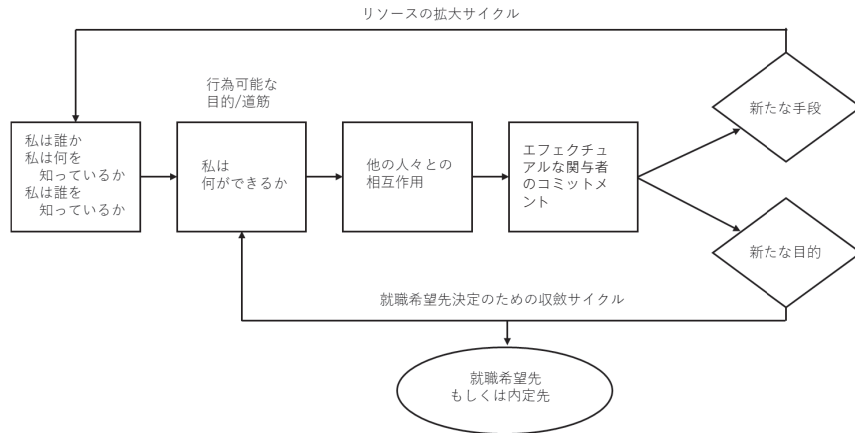


図2. 就職活動版エフェクチュエーションの動学モデル

出所：Sarasvathy (2008) p.134 を基に筆者作成

3. 研究方法と対象

3-1. 研究方法

本研究では、就職情報サイト内の「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスを対象に、就職活動版エフェクチュエーション（以下、「就活版エフェクチュエーション」とする）を観点とした分析・考察を行う。

具体的には、まず、就職情報サイトにおける「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスの有無を確認する。次に、確認されたアドバイスについて、その前提がエフェクチュエーション型とコーゼーション型のどちらに該当するかを調査する。そして、各サイトのアドバイス内容を意味のまとまりごとに要約・カテゴリー化し、各カテゴリーについて、就活版エフェクチュエーションの5つの原則・動学モデル・前提条件の観点から、該当するものがあるかを調査する。これにより、各サイトのアドバイスが包含するエフェクチュエーションの要素を把握することができる。

最後に、各サイトのアドバイス全体とエフェクチュエーションとの関係を考察し、「やりたいことが分からない」学生の就職活動において、エフェクチュエーションが行動様式・意思決定の指針として活用できる可能性について検討する。

3-2. 調査対象の概要

本研究では、主要就職情報サイト⁹における「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスを調査対象とする。現在、就活生の大半が就職情報サイトを活用している¹⁰。ここで発信される情報は不特定多数を対象としているため、特定の個別の就職活動支援におけるアドバイスに比べ、一般的で抽象度が高いものであると考えられる。就職活動における行動様式・意思決定の指針としてのエフェクチュエーションには、汎用性が求められるため、今回の分析対象に適していると考えられる。

対象とする主要就職情報サイトは、「マイナビ」「ONE CAREER」「リクナビ」「楽天みんな就」「OfferBox」「キミスカ」「キャリアタス就活」「就活会議」「doda キャンパス」「Iroots」の10社である。それぞれの就職情報サイトから、「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスとして発信されている情報を抽出する。複数確認できた場合は、最新のアドバイスを対象とする。

4. 結果と考察

調査の結果、対象とした就職情報サイト10社のうち7社¹¹において、「やりたいことが分からない」学生へのアドバイス記事が確認できた。7社のアドバイスのうち、前提がエフェクチュエーション型であるものが6つ、コーゼーション型が1つであった。

また、就活版エフェクチュエーションの5つの原則・動学モデル・前提条件の観点による分析では、エフェクチュエーション型のアドバイス6つについては、5つの原則すべて、もしくはいずれかに該当する内容を含んでおり、動学モデルで示される循環型プロセスに該当する内容はすべてに含まれていた。未来が予測不可能であるという前提については、明示されているものもあれば、文脈から読み取れるものもあった。

それぞれのアドバイスの特徴については次の通りである。尚、表の中の「該当原則」の欄には、5つの原則（①手中の鳥②許容可能な損失③クレイジーキルト④レモネード⑤飛行機の中のパイロット）のうち該当する原則の数字、動学モデルで示される循環型プロセスに該当するもの「動」、エフェクチュエーション型の前提に該当するもの「E」、コーゼーション型の前提に該当するもの「C」と示している。

4-1. 未来の予測不可能性の前提を明示しているケース

ONE CAREER では「やりたいことがなくてもいい」というタイトルで学生たちへのアドバイスが掲載¹²されている（表1）。

「これからの世の中がどうなるのか分からない」というコメントから、このアドバイスが未来の予測不可能性を前提としていることが分かる。「等身大の自分を見せる」とは、「私は

⁹ HRpro (2021) の「HR 総研×楽天みんな就：2022 年卒学生の就職活動動向調査」における「最も活用している就職ナビや逆求人型サイト」ランキングで文系 10 位以内の就職情報サイト。

¹⁰ (一財) 雇用開発センター (2018) によると、2018 年卒の学生の就職情報サイトへの登録経験者は 90.4% である。

¹¹ 「楽天みんな就」「就活会議」「キミスカ」については、「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスに特化した記事が管見の限り見当たらなかった。

¹² インタビュー記事の前半「大企業に行ったら競争するな」と題された部分と「やりたいことがなくてもいい」と題された記事内の入社後の働き方に言及している部分は調査対象外とした。

誰であるか、誰を知っているか」を把握し行動することであり、「手中の鳥」の原則と捉えることができる。「面白いことをつぶやいていけば、企業がフォローしてくれる可能性もある」という点は、SNS という「手持ちの手段」を活用しており、これも「手中の鳥」の原則に該当すると考えられる。SNS のつぶやきを就職活動における手段であると意識する視点は、優れた起業家が、他の人にとっては当たり前で身近すぎるために気づきにくい点に注目し、積極的に活用することにも通じる。就活生の多くが当たり前すぎて「資源」と思っていないものを一つの手段と考え、行動することが「手中の鳥」の原則に含まれると捉えることができる。

また、SNS で情報を入手したり、自分が面白いことをつぶやいたりすることで新たな出会いを創出することは、コントロール可能な「今、できることに集中する」という点で「飛行機の中のパイロット」の原則であるとも捉えることができる。

さらに、出会いを活用し、相手に紹介してもらうことを繰り返して自分に合う企業を見つけていくというアドバイスは、出会い・人脈・人との相互作用を重視する「クレイジーキルト」の原則に通じるほか、エフェクチュエーションの動学モデルで示される循環型プロセスにも合致している。

表 1 ONE CARRER のアドバイス内容

サイト名	ONE CARRER「就活記事」	
記事タイトル	「大企業に行ったら競争するな」「やりたいことがなくてもいい」 —サイボウズ山田副社長が伝えたい「就活生の心得」	
URL	https://www.onecareer.jp/articles/1938	
掲載日	2020年9月8日	
執筆者	執筆者：やつづかえり（『くらしと仕事』元編集長） インタビュー：山田理（サイボウズ株式会社取締役副社長兼サイボウズUSA社長）	
	アドバイスの内容の要約によるカテゴリー分け	該当原則
	やりたいことが見つからないことは普通で、気に病むことはない。これからの世の中がどうなるのか分からないが、大企業のベテランと呼ばれる人たちでさえも迷っている状態であり、自信を持って「こうしたほうがいいよ」とは言えない。	E
	「自分に合う会社」は人に探してもらえばいい。等身大の自分を見せることがゴールへの近道	①③⑤ 動
	今はネット上に企業の情報がいくらでもあり、中で働く人のナマの声もSNSで拾える。自分が面白いことをつぶやいていけば、企業がフォローしてくれる可能性もある。	①③⑤
	「この会社でいいのかな」という迷いが生じた人は「やりたいこと」を探すより、一回原点に戻り「自分は何が好きなのかな」「何が得意なのかな」を考えてみた方がいい。	①動
	「こんな自分なんですけど、雇ってもらえます？」という姿勢でアプローチして「うちには合わない」と言われたときは、「じゃあ、どんなところが合うと思います？」と聞いてみるといい。「あそこが合うんじゃないかな？」と教えてもらったら、次はその会社に行ってみる。それを繰り返していると、周りが合うところを見つけてくれる。学生のうちは、まだまだ知らないことがたくさんあるにも関わらず、自分の基準だけで選ぶとすからうまくいかないのではないか。もっといろんな人に聞いてみたい。	①③⑤ 動

Iroots +（プラス）の人事インタビューにおいては、「“やりたい仕事を選ぶ”のではなく、“合う会社と出会う”：JT 元採用担当が考える就活のあり方とは」と題された JT 元採用担当者へのインタビュー記事が掲載されている（表 2）。

「やりたいことがない」ことに対して、それほど悩まなくて良いと言及したうえで、「自分

のやりたかった事業が、数年後にはなくなっている可能性も十分ある」とコメントされており、「未来の予測不可能性」を前提としたエフェクチュエーション型のアドバイスであることが分かる。

このアドバイスには「レモネード」の原則以外の原則が含まれている。特に、人に会うことの重要性に言及されており、これは「クレイジーキルト」の原則に該当すると考えられる。たくさんの人や情報との相互作用から、自分なりの尺度を見つけていくことは、動学モデルで示された循環型プロセスを繰り返しながら、自分の価値基準を探し、「許容可能な損失」を見極めていくことにも通じているであろう。

表 2 Iroots + のアドバイス内容

サイト名	IrootsがプロデュースするIroots+（プラス）の人事インタビュー	
記事タイトル	「やりたい仕事を選ぶ」のではなく、「合う会社と出会う」 JT元採用担当が考える就活のあり方とは	
URL	https://iroots.jp/plus/archives/1033	
掲載日	2018年11月28日	
執筆者	インタビュー：御神村(JT元採用担当)	
アドバイス内容の要約によるカテゴリー分け		該当原則
自分がやりたいと思っていることだけに固執した選び方をすると、仕事をしてから思っていたこととのギャップが非常に生まれやすいため、幸せな就活のコツは「やりたい仕事」を選ぼうとしないこと。なぜなら「自分の事業に対するイメージがそもそも間違っている」「会社の事業自体が変わっていく」「自分の考え方が変わっていく」から。異動はもちろん、自分がやりたかった事業が、数年後にはなくなっている可能性も十分にある。		E
自分にとってずっとやりたいことをやり続けられる会社を選ぶのは極めて難しいと思うが、「合う」会社を探すのはわりとやりやすいのではないかと。合う会社を見つけるには、社風が自分に合うかどうかを知ることが大事。この社風とは、その会社の社員によってなんとなく形成される言外の文脈を指す。言葉にできない社風を捉えるには、実際にその会社の社員さんへ会って話してみ、自分で感じてみるしかない。目安は社歴が5年以上あるかどうか。学生が社風を見極めるための2つのコツは、複数の社員と話すことと、その方を主語にして話を聞くこと。		③⑤
日々、人はたくさんの人と会い、たくさんの情報を無意識に整理して、そこから自分はどうに行動すれば良いかを総合的に判断している。意外と「自分がどう感じたか」は、自分が思っているよりもちゃんと考えられているし、そこには他人には測れない自分なりの尺度があるもの。その自分の心に素直になる感覚を研ぎ澄ますことが、本気で向き合う仕事選びをするからこそ、今必要なやるべきこと。		②③ ⑤ 動
「やりたいことがない」ということに対して、それほど悩まなくて良い。就活の段階では無理矢理「やりたいこと」を語れるように訓練するのではなく、むしろ「自分なりの尺度」を正しくわかる努力をして、合う会社に出会える確率を少しでも高めて行ってほしい		E 動 ②
いろんな社会人と会ってみて「人と人」として話をしながら、「自分はどう感じたか」を見つめていって欲しい。		③⑤

4-2. 「許容可能な損失」と「循環型プロセス」に重点を置いているケース

キャリアス就活では、「ネガポジ先生の「逆転」自己分析講座～やりたいことが見つからないあなたへ～」と題して3回シリーズで記事が掲載されている。第1・2回については、執筆者が提唱する自己分析手法を紹介しており、第3回では「やりたいことの見つけ方を考える」と題したアドバイスがある（表3）。

ここでは自己分析において、「やりたいこと」を探す努力をするのではなく、「やりたくないこと」を列挙したうえで、「どこまでならば我慢できるのか」という基準を探ることが推奨されている。これは、「許容可能な損失」の原則に該当する考え方である。また、経験を重ねる（つまり、繰り返す）ことで「できること」が増え、「やりたいこと」や「やりたくないこと」が見つかるかもしれないという考え方は、エフェクチュエーションの動学モデル

で示された循環型プロセスと合致する。

さらに、「失敗は成功の母」という考え方は「レモネード」の原則に通じると捉えることができる。

表3 キャリタス就活のアドバイス内容

サイト名	キャリタス就活「就活成功ガイド」内「自己分析」	
記事タイトル	ネガポジ先生の「逆転」自己分析講座～やりたいことが見つからないあなたへ～第3回：やりたいことの見つけ方を考える	
URL	https://job.career-tasu.jp/contents/self/negaposi/03.html	
掲載日	2019年12月18日	
執筆者	黒沢一樹（キャリア・コンサルタント）	
	アドバイス内容の要約によるカテゴリー分け	該当原則
	ネガティブな感情（「イヤ」なこと、「ダメ」だと思っていること「ツライ」と感じることを大切にすること）を大切にする仕事選びをする。	②
	「できないこと」を列挙し、次に「やりたくないこと」を列挙する。そして、やりたくない仕事「以外」を選択肢とする。	②
	イヤな業界、やりたくない仕事内容を列挙するとよい。通勤時間は何時間までなら耐えられるのか？住みたくない地域は？給料はいくらもらわないとイヤなのか？など。	②
	「どこまでならば我慢できるのか」といった折り合いはつける必要がある。新卒で就職してからの初めての仕事となれば、その多くは「やりたくないけどできること」である。	②
	経験を重ねれば「できること」が増え、考え方も変わる。そうなれば、新たに「やりたいこと」が見つかることもあり、一方で「やりたくないこと」や「できること」も変わるはず。	動
	現実と理想は変わる。「やりたくないこと」のレベル感も日々変化する。そのつど、アップデートしながら、自分を見つめ直すこと。	⑤動
	変化は進化。アレることを繰り返す中で自分の芯が見えてくる。その時点では失敗になるかもしれないが、失敗は成功の母であり、自分を知らするための材料にもなる。	④動

4-3. 「飛行機の中のパイロット」の原則に重点を置いているケース

マイナビの「マイナビ学生の窓口」では、「やりたい仕事分からない。就活でつまずいたときの考え方」と題してアドバイスが掲載されている（表4）。

ここでは、「飛行機の中のパイロット」の原則が全てのアドバイスの根底にあることが分かる。人に会い、話を聞くことは、就活生にとって「今できることに主体的に取り組む」ことである。また、「打席に立ち続けながら考える」「面接を受けながら考える」「エントリーシートを書いてみる」という点も「今できることに主体的に取り組む」ことであり、コントロール可能な部分に集中することであるため、「飛行機の中のパイロット」の原則であると捉えることができる。

また、このアドバイスでは、人から話を聞くことに重点が置かれており、人との相互作用による次の展開の創出という点で、「クレイジーキルト」の原則に該当すると考えられる。特に、「就職先を決めた内定者」に話を聞くことを促している点に注目したい。エフェクチュエーションでは、従来のマーケティング戦略のように「自身」と「競合」を対立する存在として見るのではなく、競合もパートナーとして見なすことが提唱されている。就活生という立場からすると「内定者」は「競合（ライバル）」と考える者もいると思われるが、ここではパートナーと見なしていることが分かる。この点でも「クレイジーキルト」の原則に該当すると考えられる。

さらに、「やりたいことは一度決めて終わりではなく、日々変化してくるもの」「すぐに結論を出す必要はなく、じっくりと考えてみる」というアドバイスは、エフェクチュエーションの動学モデルで示された循環型プロセスに合致している。

表 4 マイナビのアドバイス内容

サイト名	マイナビ「マイナビ学生の窓口」	
記事タイトル	「やりたい仕事が見つからない。就活でつまづいたときの考え方」	
URL	https://gakumado.mynavi.jp/style/articles/54873	
掲載日	2019年12月18日	
執筆者	篠原真喜子（朝日新聞社 就活キャリアアドバイザー）	
	アドバイス内容の要約によるカテゴリー分け	該当原則
	すぐに結論を出す必要はなく、じっくりと考えてみる。	動
	就活の動きを止めるのではなく、打席に立ち続けながら考えることが大事。	⑤
	会社説明会に行ってみる（興味がある会社だけでなく、興味がない会社の話も聞く）	③⑤
	就職先を決めた内定者にどうしてこの企業（仕事）を選んだのかを聞いてみる。	③⑤
	社会人の先輩に仕事内容ややりがい、就活時とのギャップなどを聞いてみる。	③⑤
	エントリーシートを書いてみる	⑤
	面接を受けながら考える（面接を受けると企業の雰囲気や社風、自分に合っているかどうか分かる）	⑤
	やりたいことは一度決めて終わりではなく、日々変化してくるもの	動

4-4. 「計画された偶発性理論」に基づいたケース

リクナビでは「やりたいことがない！と悩む就活生向け。企業探しのヒントをプロが解説！」というタイトルでアドバイスが掲載されている（表5）。ここでは、「計画された偶発性理論」が紹介されていることから、未来の予測不可能性を前提としたアドバイスであることが分かる。

「やりたいことを見つけないといけない」という先入観を捨てるというアドバイスから、エフェクチュエーション型であることが分かる。「やりたいことがない方が、良いキャリアを積める可能性の高いポジティブな状態」と捉える思考は、ある種の楽観性・柔軟性であり、「レモネード」の法則に該当すると捉えることもできよう。偶然訪れたチャンスをつかんでいくためにも、自らチャンスを生み出す行動をとる例として、検索ボックスへのキーワード入力を紹介しているが、就職情報サイトは、自分が今持っている手段の一つと捉えることができるため、「手中の鳥」の原則に該当すると考えられる。また同時に、自身が「今できることに主体的に取り組む」ことでもあり「飛行機の中のパイロット」の原則であると捉えることもできる。さらに、キーワードによる企業検索から説明会への参加、気づきの創出という一連の流れは、エフェクチュエーションの動学モデルで示された循環型プロセスと合致する。その循環型プロセスの中で、「意外性」「偶然性」を大切にする姿勢は「レモネード」の原則と捉えることができる。

表5 リクナビのアドバイス内容

サイト名	リクナビ「就活準備」コーナー	
記事タイトル	「やりたいことがない！」と悩む就活生向け。企業探しのヒントをプロが解説！	
URL	https://job.rikunabi.com/contents/howto/9071/	
掲載日	2019年3月1日	
執筆者	曾和利光(監修) (株式会社人材研究所・代表取締役社長)	
	アドバイスの要約によるカテゴリー分け	該当原則
	「やりたいことを見つけないといけない」という先入観を捨てよう。やりたいことを明確にするのは難しいもの。社会人でさえ、何年か働居中で「もしかしらこの仕事が『やりたいこと』なのか」とようやくわかる程度。働く前から「これがやりたい」と言えなくても当然。	E
	「やりたいことがない」は強みになる。やりたいことがないのは、何にもとらわれず、チャンスが訪れたときにさっとつかめるオープンマインドの状態であり、悪いことではない。「計画された偶発性理論」で「個人のキャリアの8割は偶発的に決定される」と示されているように、やりたいことがない方が、良いキャリアを積める可能性の高いポジティブな状態と捉えて、就活に臨んでみてはどうか。	④
	就活サイトの検索ボックスに企業名や業界、職種ではなく、自分の趣味や興味のあることを表すワードを入れて企業検索をしてみよう。自分が関心のあるワードにまつわるビジネスを手掛ける企業やビジネスの全体像も見えてくる。そのほかにも、次の「例」のような企業との出会いもあるかもしれない。【例】自分が好きな「将棋」で検索してみたら、将棋サークルがある企業が出てきた→事業内容は将棋に直接かかわることはないが、事業内容を読んでみたら意外に面白そうだ→試しに会社説明会に行ってみたら、働くイメージが持て、社員の人柄にもひかれて志望度が上がった。	①③ ④⑤ 動

4-5. 全ての原則が該当しているケース

OfferBox では、「就活生あるある『やりたいことが見つからない』を克服する方法」と題してアドバイスが掲載されている（表6）。

表6 OfferBox のアドバイス内容

サイト名	OfferBox「就活コラム」	
記事タイトル	就活生あるある『やりたいことが見つからない』を克服する方法	
URL	https://offerbox.jp/columns/self-analysis/8485.html	
掲載日	2016年10月19日	
執筆者	まさ	
	アドバイスの要約によるカテゴリー分け	該当原則
	やりたいことややりたい仕事の見つけ方（方法1）は、「やりたくないこと」を考える自己分析。自己分析と言っても、自分史を作ったり本を読みだりするのはなく、『やりたくないこと』に注目してやりたいことを探していく。	②
	やりたいことややりたい仕事の見つけ方（方法2）は、企業が学生に直接アプローチをかける逆求人系サイトへの登録。登録すると自分が知らなかった思わぬ企業からアプローチが来ることも珍しくない。それは自ずと、視野を広げることに繋がる。	③④⑤
	やりたいことややりたい仕事の見つけ方（方法3）は、なりふり構わず行動してみる。例えば「あえて興味のなさそうなところの説明会に行ってみる」「予定がある限り片っ端から選考に参加する」など、今まで自分がやってこなかったことであえて挑戦してみると視野が広がり、やりたいことに出会える可能性が高まる。	①③④ ⑤動

このアドバイスはエフェクチュエーションの全ての原則を包含していると考えられる。「思わぬ出会い」を自ら創出するための逆求人サイトへの登録や、「あえて興味のなさそうなところの説明会に行ってみる」「予定がある限り片っ端から選考に参加する」ことは、どれも手持ちの手段を活用した行動であり、「手中の鳥」の原則と捉えることができる。同時に、出会いの可能性を広げるために「今できる主体的な取り組み」とも考えられるため、「クレイジーキルト」の法則と「飛行機の中のパイロット」の法則にも合致する。また、「思わぬ

アプローチから視野を広げる」「あえて興味のなさそうなあところの説明会に行ってみる」ことで視野を広げようという考え方は、自ら「レモン」を掴みに行き、例えそのレモンが粗悪でも、自らの成長に繋げようという姿勢であり、「レモネード」の法則に通じるであろう。

そして、行動の結果、視野が広がることは、企業選びの選択肢が増えたり、自分のできることが見つかることであると考えられるため、就活版エフェクチュエーションの動学モデルで示された循環型プロセスに合致している。

4-6. コーゼーションを前提としたアドバイス

「doda キャンパス」の「やりたいことがわからない人でも目標を見つけられる！目標設定のコツ」という記事では、「目標を立てる」ことが前提とされており、コーゼーション型であるが、アドバイス内容からはエフェクチュエーションの行動様式・意思決定に通じる部分も確認できた（表7）。

表7 doda キャンパスのアドバイス内容

サイト名	「dodaキャンパス」	
記事タイトル	やりたいことがわからない人でも目標を見つけられる！目標設定のコツ	
URL	https://campus.doda.jp/career/job/000055.html	
掲載日	2018.10.15	
執筆者	不明	
アドバイス内容の要約によるカテゴリー分け		該当原則
就活において、目標設定は最重要事項といえる。自分のなりたて姿を明確に描きブレない軸を持つことで、希望の職種や業種が明確になり、就活に意欲的に取り組むことができるようになる。		C
自分史年表を作ってみる（将来の目標とまでいなくても、自分はこの人間だった、またはこんな面もあるんだという自己分析につながる。）		①
なりたてビジョンを想像する。就職はゴールではなく、ある意味“人生のスタート”。「これからの人生どう生きていきたいのか」「どんな社会人になりたいのか」など、長期、中期、短期、さらに最終的にどんなことを成し遂げたいのかビジョンを描いてみよう。		C
自分の価値観を見つめ直す（「人と接することが好きだ」「時間に縛られたくない」など。そうした価値観も人生を通して仕事をしていく中では大切な価値観。そこからできる仕事、やりたい仕事につながり、自身の目標に設定することができるのではないか。		②
現実と理想は変わる。「やりたくないこと」のレベル感も日々変化する。そのつど、アップデートしながら、自分を見つめ直すこと。		動
ロールモデルを真似てみる（ビジョンも価値観もいまちピンとこない場合は、自分のロールモデル（憧れの人）を目標にしてみようか。）		C
目標はすぐに達成できるような、身近なものからでも構わない。小さな目標を達成していく中で大きな目標が見えてくることもあるし、やりたいことが具体的にになっていく場合もある。目標を一度掲げたら変えてはいけない、なんてことはない。いろいろと挑戦しながら、自分の目標を定めていこう。		動

就職活動において目標設定は最重要事項であるとしながらも、目標はすぐに達成できるような身近なものでも構わないと述べられており、挑戦しながら目標を定めていこうという考え方はエフェクチュエーションの動学モデルで示された循環型プロセスにも通じる。

さらに、自分の価値観を見つめ直す際、「好きなこと」だけでなく「時間に縛られたくない」といった許容できない部分を明らかにすることにも言及されており、これは「許容可能な損失」の原則に繋がるアドバイスであると捉えることができる。また、その「『やりたくない

こと』が日々変化するという視点で、常にアップデートしながら自分を見つめ直す」という考え方は、環境変化に柔軟に対応する「飛行機の中のパイロット」の原則にも通じ、エフェクチュエーションの動学モデルに合致する。

4-7. 総合的考察

ここでは、分析結果を踏まえた総合的考察を行う。まず、本研究で調査対象とした主要就職情報サイト10社のうち、7社では「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスが確認できた。これは、この課題に悩む学生の存在が多いことを象徴しているといえる。そして、コーゼーション型を除く6つのアドバイスについては、内容を要約した各カテゴリーを抽象化すると、エフェクチュエーションの5つの原則・動学モデル・前提条件のいずれかに該当することが確認できた。

また、5つの原則のうち、「飛行機の中のパイロット」の原則は、エフェクチュエーション型の6つのアドバイスすべてで確認でき、この原則が、就職活動においても他の原則を貫く世界観であると捉えることができる。

各サイトのアドバイスは、文章量も異なるため単純に比較することはできないが、それぞれのサイトのアドバイスに該当した原則の種類は次の通りである（表8）。

表8 各サイトのアドバイス内容に該当する原則等のまとめ

サイト名	原則・動学モデル・前提要素
ONE CAREER	①③⑤動E
lroots+	②③④動E
キャリアタス就活	②④⑤動
マイナビ	③⑤動
リクナビ	①③④⑤動E
OfferBox	①②③④⑤動

「クレイジーキルト」の原則についてのアドバイスが多いことが分かる。これは、「やりたいことが分からない」学生たちの就職活動においては、より多くの人や企業との出会いを意識していく主体性の重要性を示唆している。ただ、5つの原則すべてを包含するアドバイスが掲載されていたサイトは1社のみであり、それ以外はすべての原則を網羅してはならず、強調される点が異なっていた。各アドバイスには執筆者やインタビュー어의経験などが反映されているため、該当する原則に偏りがあったと考えられる。

したがって、「やりたいことが分からない」学生の就職活動において、エフェクチュエーションの5つの原則を行動様式・意思決定の指針とすることは、これまで強調される部分に偏りがあり、分散されていたアドバイス内容を統合することになると考えられる。ここに、就職活動におけるエフェクチュエーションの活用の可能性と実務的価値を見出すことができる。

つまり、「やりたいことが分からない」学生の就職活動における行動様式・意思決定の指針としてエフェクチュエーションを活用することは、学生たちが、より主体的に就職活動に

取り組む一助となる可能性を有していると考えられる。

また、コーゼーション型のアドバイスについても、詳細内容においては、エフェクチュエーションの原則に該当する部分を確認することができた。これは、就職活動においても、コーゼーションとエフェクチュエーションの2つの思考プロセスを効果的に用いることの重要性を示唆していると捉えることができる。

5. まとめ

本研究では、「やりたいことが分からない」学生の就職活動における行動様式・意思決定の指針としてのエフェクチュエーションの活用について、基礎的検討を試みた。調査の結果、主要就職状況サイトに掲載されているアドバイスについては、対象とした10社のうち7社に「やりたいことが分からない」学生へのアドバイスが掲載されており、このうち6つのアドバイスについてはエフェクチュエーション型の行動・意思決定を推奨していた。各サイトのアドバイスは、該当項目に偏りはあるものの、エフェクチュエーションの5つの原則・動学モデル・前提条件を包含していた。

この結果から、本研究では、「やりたいことが分からない」学生の就職活動においてエフェクチュエーションの5つの原則と行動モデルを行動様式・意思決定の指針とすることは、これまで分散されていたアドバイス内容を統合し得るという視点から、就職活動におけるエフェクチュエーションの活用の可能性と実務的価値を見出すことができた。

ただし、本研究はごく少数のケースを対象としており、各就職情報サイトには、自社のPRにつながるアドバイスもあると考えられることから、より幅広いアドバイスを対象に調査する必要がある。また、「やりたいことが分からない」学生を対象に、エフェクチュエーションの行動様式・意思決定を指針として実際に就職活動に臨んでもらう実証研究についても、今後の課題としたい。

参考文献

- 安達智子 (2004) 「大学生のキャリア選択 -- その心理的背景と支援」『日本労働研究雑誌』46(12), 27-37.
- Arthur, M.B. (1994). "The boundaryless career : A new perspective for organizational inquiry" , *Journal of Organizational Behavior*, Vol.15, 295-306.
- Arthur, M.B. and Rousseau, D.M. (1996). *The Boundaryless Career : A New Employment Principle for a New Organizational Era*, Oxford University Press.
- 江利川良枝 (2012) 「大学生の主体的なキャリア選択とその支援 - キャリア教育プログラムの立案と検討 -」『人間関係研究』11, 129-144.
- 藤島喜嗣・三浦香苗・清水裕・高橋幸子 (2006) 「キャリア選択支援に向けた心理学的研究 (I) : 就職内定につながる活動と主観的幸福感」『昭和女子大学生活心理研究所紀要』9, 22-31.
- Gelatt, H. B. (1962). Decision making: A conceptual frame of reference for counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 9, 240-245.
- Gelatt, H. B. (1989). Positive Uncertainty: A New Decision-Making Framework for Counselling. *Journal of Counseling Psychology*, 36, 252-256.

- Hall, D. T. (1996). *The Career is Dead – Long Live the Career: A Relational Approach to Careers*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. (尾川丈一・梶原誠・藤井博・宮内正臣監訳 (2015)『プロティアン・キャリア 生涯を通じて生き続けるキャリアーキャリアの関係性アプローチ』亀田ブックサービス).
- HRpro (2021)「HR 総研×楽天みん就：2022 年卒学生の就職活動動向調査 結果報告 就職活動編」https://www.hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=300 (2021 年 8 月 8 日最終閲覧).
- 一般財団法人雇用開発センター (2018)「2018 年卒大学生就職活動調査結果報告書」https://www.earc.or.jp/wp/wp-content/uploads/2018/07/enquete23_houkokusho.pdf (2021 年 9 月 6 日最終閲覧).
- 市村陽亮 (2017)「主体的キャリア形成における組織的要因の研究」神戸大学大学院博士論文.
- 妹尾麻美 (2015)「新規大卒就職活動において『やりたいこと』は内定取得に必要なか?」『シンオロゴス』59, 39-55.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control. 7th ed.* Prentice-Hall. (村田昭治監修, 小坂恕訳 (1996)『マーケティング・マネジメント：持続的成長の開発と戦略展開』プレジデント社).
- 栗木契 (2018)「エフェクチュエーションを加速化する省察」『マーケティングジャーナル』37(4), 5-15.
- 松行彬子・松行輝昌 (2015)「社会的調整過程としての起業」『現代社会研究』13, 149-153.
- Mitchell, K. E., Levin, A. S., & Krumboltz, J. D. (1999). Planned happenstance: Constructing unexpected career opportunities. *Journal of Counseling and Development*, 77, 115-124.
- 日本経済団体連合会 (2006)「主体的なキャリア形成の必要性和支援のあり方～組織と個人の視点のマッチング～」日本経済団体連合会.
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/044/honbun.html> (2021 年 9 月 29 日最終閲覧)
- Savickas, M. L. (2002). *Career Construction: Developmental Theory of Vocational Behavior*. In D. Brown (Ed.), *Career Choice and Development 4th ed.*, Jossey-Bass.
- Schein, E.H. (1978). *Career dynamics; Matching individual and organizational need*, Addison Wesley (二村敏子・三善勝代訳 (2003)『キャリア・ダイナミクスーキャリアとは、生涯を通しての人間の生き方・表現である。ー』白桃書房).
- Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuaion: Element of Entrepreneurial Expertise*. Edward Elgar Publishing (加護野忠男 (監訳) 高瀬進, 吉田満梨 (訳) (2015)『エフェクチュエーション：市場創造の実効理論』碩学舎).
- 下村英雄 (2008)「最近のキャリア発達理論の動向からみた『決める』について」『キャリア教育研究』26(1), 31-44.
- 下村英雄・菰田孝行 (2007)「キャリア心理学における偶発理論：一運が人生に与える影響をどのように考えるかー」『心理学評論』50(4), 384-401.
- 谷内篤博 (2005)『大学生の職業意識とキャリア教育』勁草書房.
- 所正文 (2017)「若者のキャリアデザイン構築のための社会的支援：大学新卒 3 割・3 年以

- 内退職にどう対応するか』『立正大学心理学研究所紀要』15, 79-89.
- 渡邊光章（2015）「文科系女子大学における就職活動改善のための一考察－学生の自己分析を中心とした進路指導の試み－」『駒沢女子大学研究紀要』22, 101-112.
- 山本奈生・長光太志（2015）「大学生の就職活動と進路決定の経緯－インタビュー調査の社会的分析－」『佛教大学社会学部論集』60, 61-75.
- 吉田満梨（2018）「新市場創造プロセスにおける不確実性と意思決定」『マーケティングジャーナル』37（4）, 16-32.
- 吉田雅彦（2021）「大学の文系学部におけるキャリア教育の課題と対策」『実践女子大学人間社会学部紀要』（17）, 19-37.
- 全国大学生生活協同組合連合会（2021）第56回学生生活実態調査報告書「CAMPUS LIFE DATA2020」.