【就活はつらいよ】

2025年3月に大学を卒業する学生の就活活動が1日、解禁された。今年は売り手市場と言われるが、就活は「つらい」と考える学生は少なくない。歴史を振り返るとつらさの根源にあるのは「自由」。

1991年、ソニーが先駆けて、学歴不問採用とともに、個人の「エントリーシート（ES）」による自由応募制を取り入れる。背景には、「学歴だけで採用を決める事への問題意識」がある。この方式の普及で、学生は「自己分析」を求められるようになっていった。自由になった反面、就活に「呪い」がかけられるようになった。ESを充実させるためのサークル活動やアルバイトなどの活動を充実させなければいけない。今でいう『ガクチカ(学生時代に力を入れたこと)』だ。また自己分析の為、自分の欠点や短所と向き合わなければならない。就活は徐々に「つらい」ものになっていった。

90年代前半にバブルが崩壊し、企業の新卒採用が減少して買い手市場となると、学生のつらさは肥大していく。こう言った背景のもと、熱を帯びたのが就活ビジネスだ。95年にマイナビ、96年にリクルートがネット上の就活情報サイトを開始。「自己分析をどう書くのか」と言う就活塾や就活本が誕生し、マナー講師がお辞儀の姿勢や髪形、持ち物について教え込むようになった。2000年代になると、黒いリクルートスーツで就活するというアパレル企業キャンペーンが始まり、定着していった。「80年代の男子学生の多くが紺スーツだったが今ほど画一的ではなかった。シャネルスーツで就活と言う女子学生もいた」

最近目立つのが・「就活エージェント」だ。学生が希望職種や得意分野を登録。仲介人と相談しながら、登録企業の中から自身にマッチする企業が紹介され、面接に臨む。「自己分析は苦しいし、試験に落ちればやっぱりしんどい。『自分で決める』ことのつらさから逃れたい学生の、一つの答えなのかもしれない。