

ユーレットによる就活支援 - 知られざる優良企業の発見 -

小野田 哲弥*1・西野 嘉之*2・熊坂 賢次*3

Email: onoda@mi.sanno.ac.jp

*1: 産業能率大学 情報マネジメント学部 現代マネジメント学科 准教授

*2: 株式会社メディネットグローバル 代表取締役 (工学博士)

*3: 慶應義塾大学 環境情報学部 教授

◎Key Words 就職活動, 財務諸表, ユーレット, ロングテール, データマイニング

1. はじめに

文部科学省と厚生労働省が共同で実施した「大学等卒業者の就職状況調査⁽¹⁾⁽²⁾」によれば、2010年度大学卒業者の就職率は、過去最低を記録した2000年度と同じ91.1%であった。ただし、2000年度は最終学年(4年次)10月1日現在の内定率が63.6%であったのに対し、2010年度のそれは57.6%と、そこには6.0%もの開きがある。すなわち、最終的な就職率は同率だとしても、2010年度の方が明らかに就職活動が長期化しているのである。これは就職活動が全面的に解禁される前年(3年次)10月から丸1年を経た時点でも、4割以上の大学生の内定先が決まっていない過酷な状況を意味する。このように就職活動は、現在、未曾有の厳しさを迎えていると言っても過言ではない。

しかし意外なデータがある。それは「求人倍率」だ。ワークス研究所⁽³⁾によれば、2012年3月大学卒業予定者を対象とした求人倍率は1.23であり、2000年3月卒業者の0.99を大きく上回っているのである。求人倍率が1.00を切れば、就職活動生がどんなに頑張っても職に就けない学生が出る。ところが実際の求人倍率は1.23であり、仮に就職活動生を100万人とするならば、求人は123万人分あるという計算なのだ。

このように求人倍率が1.00を大きく超えているにも関わらず、就職活動が未曾有の厳しさを迎えている原因は、実は就職活動生側にもある。その“職を選び好みする”態度をより端的に示すのが「大企業志向」である。同研究所の調査結果によれば、1,000人以上の大企業では、求人152,400人に対して就職希望者数が236,200人も殺到し、求人倍率に換算して0.64という熾烈さである。一方、1,000人未満の中小企業に目を転じれば、求人407,300人に対して就職希望者数は218,700人に留まり、求人倍率1.86と2倍に近い余裕の数値を示しているからである。

だが、先行き不透明な現代に生き、どの世代よりも「リスク回避⁽⁴⁾」志向が強いとされる現役大学生に、単に中小企業を勧めても聞く耳を持つとは考えにくい。彼らを説得するためには、それなりの根拠が必要である。またそもそも多種多様な業種があり、中小企業の中にも極めて優良な企業が存在することに気づいてもらうための丹念で長期的な教育が必要である。本稿ではその目的に即した活動について以下に報告する。

2. 『ユーレット』という利器

2.1 無料で使える“見える化された財務諸表”

上述した「業種は多種多様である」「中小企業にも優良企業が存在する」ことの理解を支援するツールとして提案したいのが、株式会社メディネットグローバルが無料で提供する、企業価値検索サービス『Ullet (ユーレット)』(<http://www.ullet.com/>)である。

『ユーレット』は企業情報のポータルサイトであり、株価や採用情報をはじめ、ブログ・ツイッター情報などへのリンクも充実しており、文字通り“企業価値”を検索できるWebサイトである。だが特筆すべき独自性は、財務状況をわかりやすく可視化している点にあり、「貸借対照表(B/S)」「損益計算書(P/L)」「キャッシュフロー計算書(C/F)」の三大財務諸表を少ない指標数に縮約し、円グラフによってわかりやすく、経年比較も可能な状態で表示している点に最大の特徴がある。

2.2 全上場企業“約3,700社を網羅”

しかもそこで検索できるのは東証1部上場のいわゆる“大企業”ばかりではない。東証2部、東証マザーズ、大証1部、大証2部、JASDAQ、それに地方市場を加えた全上場企業について検索が可能なのである。その数は2010年9月17日現在で3,670社にものぼる。

総務省統計局のまとめ⁽⁵⁾によれば、2006年時点での日本国内の企業数は150万社超であり、中小企業に限った約80万社の決算情報も、数値だけならば中小企業庁の統計情報⁽⁶⁾をもとに確認できなくはない。しかし、ロングテール論の提唱者 Anderson⁽⁷⁾が述べているように、テール(中小企業)は多く用意すればいいというものではない。そこには不確かな情報も含まれ、何よりもテールはヘッド(大企業)との繋がりが検索(垂直検索)できてこそ、その価値が解釈可能なのである。

『ユーレット』は“上場企業”に関して網羅性を保証する。また多大な社会的責任を負った“上場企業”に限定することで、各指標の信頼性を担保する。さらに証券市場の「業種区分」を利用することで特定業界に絞ってヘッドとテールとの関係性を考察することを可能にしているのである。そしてこの約3,700社という数は、多大な数ではあるが無限に大きいわけではなく、「業種は多種多様である」「中小企業にも優良企業が存在する」の検証を行う上でも適量である。

2.3 学生が馴染みやすい“ランキング形式”

『ユーレット』では、全体あるいは33の業種区分ごとに、売上高をはじめとする主要な指標について、その値の大きい企業順に並べ替えることが可能であり、その結果は図1のように表示される。

ランキング形式は就職活動生が馴染みの深い表示方法であるとともに“上の方から見ていける”ことによって、ロングテール論が標榜する「垂直検索」を実現している。「企業名」をクリックすると、その企業に関する独自の財務諸表グラフや、大株主・役員・株価・採用情報、そしてブログ・ツイッター情報などを細かく閲覧することができる。

売上高	当期純利益	営業CF	総資産	現預金等	資本合計	業種・市場等	各種指標
小売業 売上高順 1~20位 ※注目度は毎日計算しています。 【計253件】							
順位	注目度	企業名	コード	業種	市場名	売上高↓	
1	★★★★★	ロピアリアルホールディングス	3382	小売業	東証1部	5.18億円	
2	★★★★★	イオン	8267	小売業	東証1部	4.57億円	
3	★★★★★	ヤマダ電機	9831	小売業	東証1部	2.96億円	
4	★★★★★	三越伊勢丹ホールディングス	3099	小売業	東証1部	1.29億円	
5	★★★★★	イトーヨーカドーリテイリング	3086	小売業	東証1部	9825億円	
6	★★★★★	ユニー	8270	小売業	東証1部	9709億円	
7	★★★★★	ダイエー	8263	小売業	東証1部	9054億円	
8	★★★★★	高島屋	8233	小売業	東証1部	8278億円	
9	★★★★★	エディオン	2730	小売業	東証1部	8200億円	
10	★★★★★	ファーストリテイリング	9983	小売業	東証1部	8148億円	

図1 小売業界の売上ランキング上位

2.4 同業社を見比べられる“他社比較”

『ユーレット』が1社について詳細な情報を収集する用途に役立つことは前述の通りであるが、それに加えて、就職活動生の“同業他社をわかりやすく比較したい”というニーズに応える機能がある。それが「他社比較」だ。この機能を使えば、気になる企業同士を図2のように、3社まで同時に横並びで表示して比較検討することが可能である。

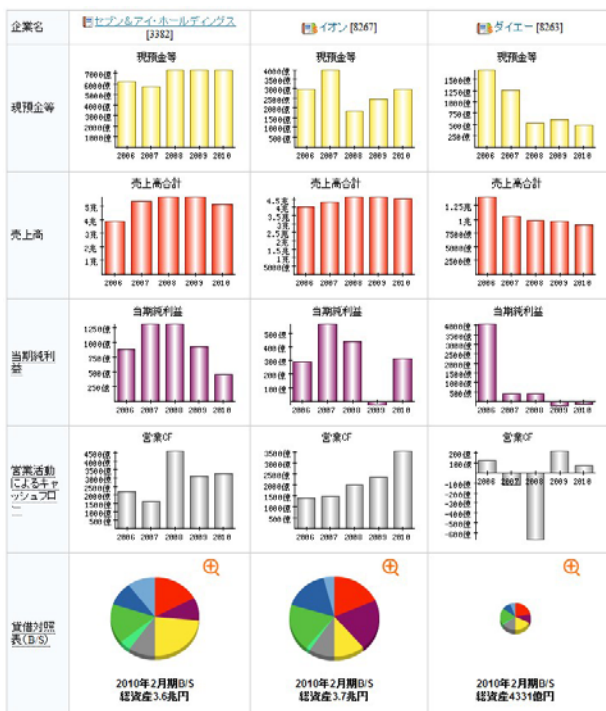


図2 同業3社の「他社比較」

3. ゼミでの活動

上記により『ユーレット』の基本機能を確認した。これらを教育の中でどのように活用すれば、就職活動支援に効果があるのかについて、具体事例を以下に記述する。まずはゼミについて取り上げる。紹介するのは、産業能率大学情報マネジメント学部で2010年度後学期に第1筆者が行った『3年次専門ゼミ』(履修人数15名)における実例である。

3.1 財務指標の“翻訳”

『ユーレット』は、本来であればより多岐にわたる財務指標を、「貸借対照表(B/S)」で8指標、「損益計算書(P/L)」で4指標、「キャッシュフロー計算書(C/F)」で4指標に縮約して“見える化”を実現している。しかし極限まで簡略化したはずのこれらの指標であっても、会計学を専門としない学生にとっては用語の理解が難しい。

そこで当該ゼミでは、参加型⁸⁾の利点を活かし、各指標の概念的な説明をした上で、各指標をゼミ独自のよりわかりやすい名称に変換する課題をグループワークで行った。その結果、図3に見られるような「固定負債は数年後に返せばいいお金だから“長期ローン”」、「流動負債は1年以内に返さなければならぬお金だから“短期ローン”といった個性的な提案がなされた。

この活動を行うと、これまで意味不明だった財務指標がだいたい何を意味する指標なのかを感覚的に掴めるようになる。会計学の専門家は眉をしかめるかもしれないが、就職活動支援に関しては合目的である。

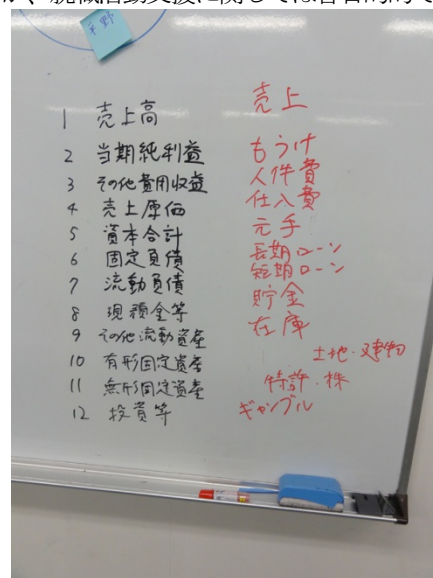


図3 財務指標をわかりやすい名称に変える課題

3.2 業界の“独自編集”と“マイニング”

『ユーレット』では上述のように、証券市場で一般化している33の業種に従って業界を区分している。だがわずかな企業数しかない「空運業」(5企業)や「鉱業」(8企業)もあれば、300を超える企業が含まれる「小売業」(355企業)や「情報・通信業」(340企業)が存在する。

そこで、履修人数が15人ということも踏まえ、33業種をゼミ内で独自に編集して15業界にまとめる作業を行った。図4はその途中経過である。業種名は前節の

財務指標名ほど難解ではないが、ディスカッションを交えて集団で業界編集を行うことで、市場の全体構造の理解が格段に進む。

こうして15業界が確定したら、それぞれに担当者を決める。各ゼミ生は平均して244.7社を受け持つことになるが、すべてを一度に分析するわけではない。業界内の売上高の合計を求めたのち、たとえば上位確率20%未満に含まれる企業を「レイヤー1」、20%以上40%未満を「レイヤー2」…のように階層区分を行い、今週は「レイヤー1企業」、来週は「レイヤー2」企業のように、ヘッド(大企業)からテール(中小企業)へと順次掘り下げていくのである。

そうすることによって、ゼミ生は業界の内部構造を「垂直検索」的に理解できる。各ゼミ生には担当業界における「知られざる優良企業」を発見し、他のゼミ生に披露するが期待される。この作業は自動ではなく目視を伴うが「データマイニング」の本質である「チャンス発見⁹⁾」を志向した取り組みといえよう。また、一人ひとりが業界分析を真摯に行うことによって、ゼミ全体での市場分析の精度が向上するという「正統的周辺参加¹⁰⁾」の意義も見出せる。

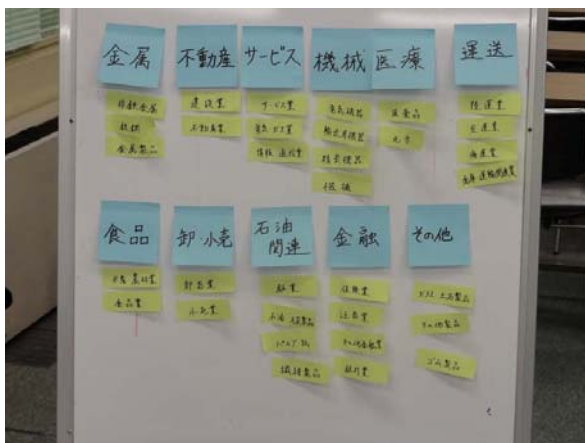


図4 ゼミ内での独自業界編集過程

3.3 雑誌記事プレゼンによる“島宇宙からの脱却”

現代大学生は俗に「ゆとり世代」と呼ばれ、自身が興味のあることを突きつめる労は惜しまないが、俯瞰的な視座に立ち、一般的な教養を身につけようとする貪欲さに乏しいとされる¹¹⁾。前節の業界研究は他業界へも目を向けることを促す狙いがあるが、作業途中の学生たちにその高次の目的が意識されない恐れがある。そこで、業界研究と並行して就職関連記事についても1週につき3人程度がその内容についてのプレゼンテーションする機会を設けた。

だが、平成生まれの彼らは物心がつく頃にはインターネットが常態化していた「デジタルネイティブ¹²⁾」でもある。したがって雑誌、とりわけビジネス誌を普段から購読している学生は稀だ。しかしそれを逆手に取って活用したいのが電子ジャーナルである。大学によって導入数の大小は異なるものの、社会科学系大学の図書館であれば、『日経ビジネス』を自由に読むことのできる「日経BP記事検索サービス<大学版>」(<http://bizboard.nikkeibp.co.jp/daigaku/>)、同様に『週刊東洋

経済』の「東洋経済デジタルコンテンツ・ライブラリー」(<http://www.tk-dcl.jp/dcl/>)、あるいは『週刊ダイヤモンド』の「D-VISION NET」(<https://www.d-vision.ne.jp/>)など、いずれかのサービスが備わっている所が多い。

筆者のゼミでは、カラー版PDFファイルをダウンロード可能な『日経ビジネス』と『週刊東洋経済』の電子ジャーナルを利用し、就職関連記事の解説を学生たちに分担させた。また発表用のスライドや、発表を聴いての意見・感想をグループウェア¹³⁾によってシェアすることで、彼らが「島宇宙¹⁴⁾」に埋没することを防ぐよう努めている。当該記事では、学生たちにとって馴染みの薄い企業の事例が取り上げられることも多いが、知らない企業名に出くわしたら反射的に『ユーレット』に調べに行くという姿勢が身についてきている。

4. キャリアデザイン科目における演習課題

つづいて『ユーレット』のキャリアデザイン科目での活用事例についても紹介する。取り上げるのは、産業能率大学情報マネジメント学部で2011年度前学期に第1筆者が他教員3名と共同で担当している『キャリア設計と企業研究』(履修人数310名)である。

この科目の授業スタイルは、大教室で実施される伝統的な講演型⁸⁾である。履修人数の多さからして、先のゼミのようなディスカッションを全員参加で行うことは難しい。したがってここでの主眼は、レポート課題に適した『ユーレット』の活用方法ということになる。

4.1 “生活圏外の企業”を知る機会に

レポート課題の内容は大きく二つに分けられる。一つ目の課題の指示は以下の通りであった。

- ① 『ユーレット』において、自分の関心のある業種の売上高ランキングを表示せよ。
- ② 売上高の上位から企業名を見ていき、“知らない企業”を1社特定し、「企業B」とせよ。
- ③ 企業Bと売上高がほぼ同じ“知っている企業”を1社特定し、「企業A」とせよ。
- ④ 企業A・企業Bそれぞれについて、どのような企業理念・事業内容の会社なのか整理しなさい。
- ⑤ なぜ売上高はほとんど変わらないのに、企業Aのことは知っていて、企業Bのことは知らないのか、その理由について考えなさい。

売上高	当期純利益	営業CF	総資産	現預金等	市場等	各種指標
輸送用機器 - 売上高順1~20位 ※注目度は毎日計算						
順位	注目度	企業名			売上高↓	
1	★★★★★	トヨタ自動車			18,998億円	
2	★★★★★	本田技研工業			8,530億円	
3	★★★★★	日産自動車			7,592億円	
4	★★★★★	デンソー			2,937億円	
5	★★★★★	スズキ			2,487億円	
6	★★★★★	マツダ			2,198億円	
7	★★★★★	アオキ機械			2,387億円	
8	★★★★★	ダイハツ工業			1,597億円	
9	★★★★★	トヨタ金融			1,478億円	

図5 輸送用機器業界における企業A・Bの特定例

業種「輸送用機器」(自動車等)において、上記の指示に沿った企業Aおよび企業Bの特定例を表したものが図5である。この場合、知っている企業A(ダイハツ工業)は一般消費財である自動車を生産し、テレビCMなどでよく見かける「BtoC企業」である。他方、知らな

い企業B(アイシン精機)は自動車部品等を生産し、その販売をメーカー相手に行う「BtoB企業」である。また先に示した図2において企業Bに当てはまりそうな企業としては「ユニー」が挙げられる。この企業の本社は愛知県稲沢市にあり、中京圏では知名度が高いが、産業能率大学のある関東圏ではあまり知られていない。

このように正解は一つとは限らないが、本課題を通じた経験学習により“消費者目線”から“企業目線”(言い換えれば“大学生目線”から“社会人目線”)へ、また志望企業を近隣地域の企業から、日本全国へと向ける視野の拡張が期待できる。

4.2 グラフで納得させられる“優良企業の証”

そして、二つ目の課題の指示は次の通りであった。

- ⑥ 売上高の下位から企業名にポイントを合わせながら見ていき、業績が好調な企業を1社特定し、「企業C」とせよ。
- ⑦ 企業Cについて、どのような企業理念・事業内容の会社なのか整理し、なぜ業績が好調なのか考えなさい。
- ⑧ 以上の分析を通じて理解できたこと、また今後、自身が企業研究を行う上でどのような点に気をつけるべきか、意見を述べなさい。



図6 医薬品業界における企業Cの特定例

この手順を図示すると図6になる。経年棒グラフという非常にわかりやすい“見える化”によって、例えその企業名を知らなかったとしても、当該企業の成長性と安定性に履修者は納得する。そしてこのレポート課題全体を通して履修者は「売上規模が小さく有名ではない企業の中にも、実は優良な企業がたくさんある」ことを自らの“発見”を通じて理解するのだ。

5. おわりに

現在、多くの大学が就職率の向上を目的に、エントリーシートの書き方や、筆記・面接試験対策の指導に心血を注いでおり、その支援に全力を挙げる教職員には頭が下がるばかりである。だが冒頭で述べたように、今日の就職活動の厳しさは「過剰なまでの大企業志向」という構造的問題によるところが極めて大きい。

その問題に対して国も「採用意欲のある中小企業と若年者の雇用ミスマッチ解消」を最大の目的に掲げた『ドリームマッチプロジェクト』を始動させている⁽¹⁾。だが就職ポータルサイトに就職活動のすべてを依存しがちなデジタルネイティブ世代に、窓口対応や職場実習がどの程度効果を発揮するかは不透明である。

それよりも上記のような『ユーレット』を活用した

教育的試みを多くの大学が採用し、意欲と能力のある若者に開眼を促すことができれば、国家・社会にとっての多大な損失を回避できるのではあるまいか。

2011年3月11日に発生した東日本大震災により、今後の就職活動はより一層厳しさを増すことが懸念されている⁽¹⁵⁾。しかし『ユーレット』を活用した上場企業研究を一つのきっかけとして、従来型社会通念に囚われず、自らの目で企業の価値を正しく判断できる学生が増えれば、その学生本人にとっても日本社会全体にとっても幸福なことである。その輝かしい未来像に向け、使命感をもってこの試みを続けていきたい。

参考文献

- (1) 文部科学省：“平成22年度大学等卒業予定者の就職内定状況調査(2月1日現在)”，2011年3月18日公表，http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/23/03/_icsFiles/afieldfile/2011/03/18/1303762_1.pdf (2011)。
- (2) 厚生労働省：“平成22年度「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」”，2011年5月24日公表，<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000001cww6-att/2r9852000001cx2f.pdf> (2011)。
- (3) ワークス研究所：“第28回 ワークス大卒求人倍率調査(2012年卒)”，2011年5月24日公表，http://www.recruit.jp/news_data/data/job/20110524_1.pdf (2011)。
- (4) “2012年度「就職したい企業ランキング」-就職先は「リスク回避」型に”，日経ビジネス，2011年1月31日号，pp.88-95 (2011)。
- (5) 総務省統計研修所：“第6章 企業活動”，日本の統計2011，<http://www.stat.go.jp/data/nihon/06.htm> (2011)。
- (6) 中小企業庁：“中小企業白書(2010年版)”，2010年4月27日公表，<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/> (2011)。
- (7) Anderson, Chris : *The Long Tail*, Hyperion Books (2006)。(篠森ゆりこ訳：“ロングテール”，早川書房，2006)
- (8) 小沢一仁，大島武，森本倫代：“大学における授業のあり方を考える - 「講演型授業」「参加型授業」「教育方法・技術の習得を目指す技術習得型授業」の実践を通して”，東京工芸大学工学部誌要 - 人文・社会編，第31巻，第2号，pp.76-89 (2008)。
- (9) 大澤幸生：“チャンス発見におけるデータマイニング”，計測と制御，第41巻，第5号，pp.325-330 (2002)。
- (10) Lave, Jean and Etienne Wenger : *Situated Learning*, Cambridge University Press (1991)。(佐伯胖訳“状況に埋め込まれた学習 - 正統的周辺参加”，産業図書，1993)
- (11) 中川繁勝：“調査結果からみた新入社員教育の動向 - ゆとり世代の育成”，企業と人材，第44巻，pp.28-31 (2011)。
- (12) Prensky, Marc : “Digital Natives, Digital Immigrants”，*On the Horizon*, NCB University Press, Vol. 9, No. 5 (2001)。
- (13) 盛屋邦彦，渡邊和仁：“協調学習向けグループワーク支援環境の構築と運用”，2008PCカンファレンス論文集，pp.433-436 (2008)。
- (14) 宮台真司，石原英樹，大塚明子：“サブカルチャー - 神話解体”，PARCO (1993)。
- (15) “震災で大卒就職氷河期「再来」 - 全国に広がる「雇用被災」”，週刊ダイヤモンド，2011年6月4日号，pp.33 (2011)。