

少子高齢化で大卒者の就活は学生優位の「売り手市場」となり、高卒者を対象に採用を始める中堅企業も出てきた。令和時代の「金の卵」を巡り、初任給を大卒者と同等にする動きもあるが、高卒者の求人倍率は50年ほど前の高度経済成長期、バブル経済期直後以来となる高水準だ。若手人材の確保に奔走する企業に就活探偵団が迫った。

就活 探偵団

高卒者は令和の「金の卵」

「内定辞退の連絡が多く、来春入社の人数を確保できるか不安だ」。あるIT(情報技術)系企業の人事担当者はこう嘆く。

リクルートワークス研究所がまとめた2024年3月卒業予定の大学生・大学院生対象の大卒求人倍率は1・71倍と前年に比べ0・13倍上昇した。新卒採用市場では学生優位の状況が続いている。

若手人材の確保が難しい中、注目を集めているのが高卒人材だ。求人職種は製造や建設などいわゆるブルーカラーが多く、「ホワイトカラー職種」としてはアルトオーシャンだ(企業の人事担当者)。

求人倍率2・89倍

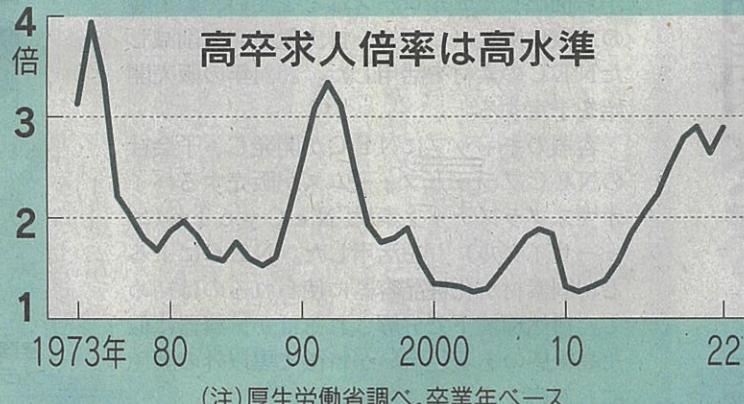
中堅企業、大卒と同待遇 バブル期以来の求人倍率

大卒採用は空前の「売り手市場」



人事
担当者

大卒はレッドオーシャン。
高卒者に期待



給与と教育で高校生引き付け



歯科医院へ営業するヨシダタロウの高卒社員

高校生の声

- 早く社会で活躍したい
- 大卒社員とのスキルの差が不安
- 求人の選び方が分からない

初任給

企業の平均

大卒:22万8500円
高卒:18万1200円

マーキュリー

大卒・高卒同額:21万2000円
(東京、神奈川、千葉、埼玉)

教育

・ゼミなどでプレゼンの機会がない → 動画で教育



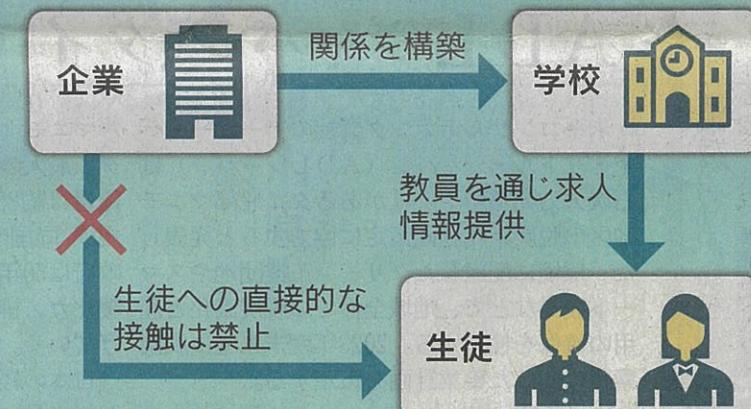
ヨシダタロウの舌ブラシ新製品の説明動画

ネットで配信

高卒就活専門サイトで写真や動画を使い
社風伝える

グラフィックス 竹林 香織

高卒者の新規採用は難しい



高校生
にも
デメリット

- 紙の求人票 → 情報量少ない
- 3年生の夏に求人公開、9月に応募開始
→ 選ぶ時間が少ない
- 原則1人1社しか受けられない
→ 会社を自由に選べない

(注)自治体により異なる

50th
日経産業新聞
創刊50周年

同社の高卒入社のキャリアパスは大卒者と同じように歩むなど待遇面も変わらない。まずはクライアントの家電量販店などの販売現場に出向き、家電や携帯電話などを販売する業務に携わる。高卒採用に合わせて「セールスサポート部」を設置し、先輩社員が仕事をするまでの相談に気軽に乗れる環境を整えた。

大卒者の場合、ゼミで発表するなど営業で不可欠となるが、プレゼンの技術を磨く機会が多い。こうした欠点をカバーしようとしているのは歯科医院向けに機器や材料を販売する専門商社、ヨシダタロウ(東京・台東)だ。同社は30万点ほどの商品を取り扱い、新製品は年間7000点ほどに達する。営業担当者はこうした商品の知識をインプットする必要がある。

魚の表面に舌ブラシの新製品と從来製品をそれぞれりつける。従来製品では破けた舌を傷付けずに優しく掃除できることを魚を使って示した。社員はスマートフォンなどを使って視聴した上院などへの営業に臨む

企業が熱視線を送る高校生の就活ルール「1社制」が残る。企業はハーフ経由で求人を学校へ、教師はその中から数校って生徒に提案する。関係が構築できれば、求告を出すコストを抑え、年卒で初めて高卒採用出した老人ホームなど運営的に人材を確保できる。担当高校を割り当て、業務と並行して説明に平氏(大阪市)と苦労を打ち明け、こうした慣習に沿うことなく高校生が就活をするサービスを提供する企業を実施する企業の採用をインターネットで閲覧するサービス「ジョブドラナビ」を運営している。就職支援センター(大阪市)だ。以前ほど重視されなくなった人工知能(AI)のサービス「ジンジアの佐々木満長」。産業構造が大きく変化する中、学歴の垣根を越