

社会マネジメント学科



2022 就活物語

「就活物語」は、社会マネジメント学科4年生が取り組んだ就職活動のリアルな様子を、いくつかの物語としてまとめたものです。個別インタビューした4年生は10名と、全体の中の一部ですが、それぞれの物語の中には苦労と努力の跡がしっかりと認められます。社会マネジメント学科の「出口」の様子をお知らせするとともに、本学科の後輩の就活に役立てられることを願い、作成しました。



アルバイト経験やゼミの先生のアドバイスが役立った。

物語 9 Iさん [自動車販売会社]



就活データ
志望業界：不動産、アパレル、自動車
インターンシップ参加：しなかった
インターンシップ期間(1番良かったもの)：なし
開始時期：3年生3月
エントリーシート提出：15社
面接社数：5社
内定社数：1社
初内定：4年生7月
就職先内定：4年生7月
就活終了：4年生7月



後輩へのアドバイス
就職支援課は、かなり活用した。4年生になると大学に足を運ぶ機会が減ってしまうので、就職支援課に行くことが目的となる日もあった。リクナビ・マイナビなどは情報過多だし、自分だけのためのアドバイスがもらえる場は貴重だった。後輩も、遠慮なく活用してほしい。また、他に伝えたいことは次の3点だ。①「人は人」という気持ちを持つこと。周りの友人などの様子に気にし過ぎないことが大切だ。②息抜きの時間をとること。③単位は低学年でできるだけ取ること。

高校時代、大学選びに関しては正直何がやりたいかが絞り切れず、広く学べる学科として社会マネジメント学科を選んだ。入学後、いろいろと学ぶ中で「ファッション・ブランド経済」の授業や経済学、マーケティング系の授業への関心が高まった。そして、ゼミも食品系の経済を学ぶゼミに所属した。このゼミの先生との出会いによる影響がかなり大きく、就活時にもたくさん相談し、アドバイスをもらった。授業以外では、飲食店と洋服店で接客のアルバイトをした。とくに洋服店でのアルバイト経験は、就活でも役立つと感じている。例えば、お客様にコーディネート提案をする機会があり、老若男女さまざまなお客様がいらっしゃる中で、自分はどんなお客様でも対応できることに気づいた。他にも、スタッフの表彰制度があり、「笑顔ランキング」で1位を受賞したこともあり、仕事への自信につながった。このような経験から、接客の仕事や提案営業の仕事は自分に向いていると実感し、それが就活での自分軸になった。就活は、3年生の3月から始めた。自分でも「走り出し

就活の開始は遅れたが、社風の良い会社に就職できた。

物語 10 Jさん [大手損害保険会社]



就活データ
志望業界：保険、化学メーカー
インターンシップ参加：10社
インターンシップ期間(1番良かったもの)：1日
開始時期：3年生8月
エントリーシート提出：30社
面接社数：5社
内定社数：1社
初内定：4年生6月
就職先内定：4年生6月
就活終了：4年生6月



後輩へのアドバイス
後輩に伝えたいことは、2点ある。①とにかく早く始めたほうが良い。準備を全部するというよりは、少しずつ手をつけ、興味の幅を広げておくことが大事だと思う。また、業種や職種で関心が高いものが見つれば、どの企業にするかは面接での印象など本番になってみないとわからない部分も多いので、自分と向き合う時間を早めにとっておきたい。②資格の取得や、大学でがんばったことのエピソードは、低学年から増やしておきたい。就活を始めてからだと、かなり苦労する。早くから意識しておくことが大切だと思う。

振り返ると、「もっと早く始めていれば、消去法じゃない就職活動ができていた」という反省が残っている。それは就活に限らない。自分は、つい取り掛かりが遅くなり、妥協しがちになりやすい。例えば、大学選びのときもやりたいことがよくわからなかったため、幅広く学べる社会マネジメント学科を選択した。でも、入学してみると、思い通り幅広く学ぶことができ、その中で自分が「哲学や倫理など、答えのないことを考えることが好き」だと気づくことができた。ただ、それが将来の仕事とどのように結びつくかについては、あまり考えることができず、学んだことがうまく活かせなかったという思いがある。授業以外では、個人経営の居酒屋やフードコートでアルバイトをしていた。とくに居酒屋でのアルバイトは常連客が多く、接客で重要なことをたくさん学べた。就活は、3年生の8月からスタートした。ただ、夏のインターンシップに参加したものの、オンラインで1日だけだったこともあり、あまり印象に残っていない。また、当初から「保険系の仕事」「お客様と関わる仕事」などのイ

自分のやりたいことを見直す中で、希望業界を変えた。

物語 3 Cさん [民間介護事業者]



就活データ
志望業界：食品、介護
インターンシップ参加：1社
インターンシップ期間(1番良かったもの)：1日
開始時期：3年生7月
エントリーシート提出：15社
面接社数：10社
内定社数：1社
初内定：4年生7月
就職先内定：4年生7月
就活終了：4年生8月



後輩へのアドバイス
就職活動は1人でやるものではない。誰かを頼ることは恥ではなく、相談したり人を頼ったりすることもその人の力だと思おう。だから、積極的に誰かを頼ってほしい。また、これから就活を行う人は自分で抱え込みすぎないようにしてほしい。たとえ就活の中で失敗し落ち込むことがあっても、その経験は間違いなく自分のためになっている。今回、途中で業界を変えたことは、自分にとって挑戦の機会になった。自己分析をしっかり行い、自分が納得できる軸を定められたので、別の業界でもやりがいを持って動められると思う。

ら、エントリーシート対策を就職支援課の講座で行った。そして、食品(飲食)業界の面接が3月頃から始まった。しかし、なかなか選考に通らず苦戦した。友人と就活の情報交換をしていたときに勧められた、就活生支援を行う人材会社に相談することにした。そして、改めて自己分析と就活軸を検討することで、介護職を紹介された。介護職は、同じ人に長く向き合い、その人を笑顔にできる。その点が「1人でも多くの人を笑顔にしていきたい」という就活の自分軸に合っていると感じ、業界の幅を食品業界から介護業界まで広げることにした。そして、4年生の4月から就職支援課と人材会社の両方で、面接試験対策を徹底的に行った。就職支援課へは、就活全体で10回程度通ったことになる。内定をいただいた企業については、介護する入居者の家族まで大切に、幸せにすることを目指す理念や、それを実現する風土に共感した。そして、改めてエントリーシートを見直し、介護職に合わせた面接の対策を行った結果、無事内定をいただいた。

ボランティア団体で磨いたスキルが、就活に活かされた。

物語 4 Dさん [大手建設会社]



就活データ
志望業界：住宅、ウェディング、金融、IT
インターンシップ参加：8社
インターンシップ期間(1番良かったもの)：1日
開始時期：3年生6月
エントリーシート提出：23社
面接社数：10社
内定社数：3社
初内定：4年生4月
就職先内定：4年生5月
就活終了：4年生6月



後輩へのアドバイス
まずは、自分に自信を持つことがとても大切だと思う。大学でたくさんのことを経験し、周囲の方から自分の「ここがいいね」とお墨付きをいただけたことで、自信をもって就職活動に取り組めたと思う。家族や友人、先生から自分の印象を聞くことは、自己理解につながると思う。他者からの視点で自身の長所を聞いてみると、新たな発見がある。ただ、周囲の方に助けていただいた分、もう少し自分で努力できたと思う部分もある。とくに12月の面接やインターンシップなど、最初の頃にもっと準備しておけばよかった。

るまで、細部にわたって工夫するようにしていた。就活は、3年生の6月からスタートした。まず、1日だけのインターンシップに多く参加した。就活の自分軸は「営業職の中でも顧客の意見をしっかりと聞いたりうえで、既存商品ではなく自分なりのアプローチ方法で商品を提供できること」だ。これは、IT業界やハウスメーカーを中心に参加したインターンシップを通して、「人の役に立ちたい」という漠然とした自分の想いを言語化したものだ。就活では、面接での反省と改善を繰り返す中で、業界が異なる3社から内定をいただいた。その3社から就職先を決めるときは、「仕事を楽しめる」「やりたいことに一番近い仕事」という基準を大切に。そして、決められた予算の中でパズルのようにツールを組み合わせ、お客様の希望に近いものを提供するIT業界より、自分なりに1から提案できるハウスメーカーに魅力を感じるようになった。4年生の6月時点では、一度見送りになった企業から秋選考の案内が届いたが、すでに内定をいただいている会社を断る気持ちになれず、就活を終了した。

大学1年生の頃からボランティア団体に所属していた。まちづくりのイベント企画の立案や運営に携わってきた。学生時代でもっとも印象に残っていることは、所属している団体について授業の中で紹介したことだ。大学1年生に向けて、団体の活動内容ややりがいはもちろん、「社会貢献とは」という内容で1時間の講演を行った。自分にとって、とても貴重な機会となった。ボランティア内ではファシリテーションを担うことが多くあり、就活など今後に活かせるスキルを身につけられたのではないかと考えている。特に「人の話をしっかりと聞く」「人の話を掘り下げて聞く」という力を、それらの経験から培ったと自負しており、自分自身の強みと捉えている。また、コロナ禍での活動のため、オンラインでのコミュニケーションの機会も多かった。そのおかげで、他の就活生よりもオンラインでの「見え方」への意識が高いと自覚している。オンラインでのコミュニケーションの際は、自分が相手にどのように見えているかを意識し、話し方や雰囲気づくり、そして部屋の見え方から視線の配り方に至