

体育会ナビ 2026年就活動向調査レポート AI時代を切り拓く「人間力」の現在地。

体育会学生のインサイトから紐解く、次世代タレント採用の戦略

エグゼクティブ・サマリー：3つのパラダイムシフト



「条件」から 「パーパス」への転換

就活の最重視項目において、
「待遇・福利厚生」を抜き「希望
業界・面白そうな事業」がトップ
に。彼らは「報酬」よりも「使命」
を求めている。



AIに代替されない 「人間力」の自負

「リーダーシップ」と「信頼関係
構築力」に対する絶対的な自信。
効率化が進むAI時代において、
最も希少なヒューマンスキルを
内包している。



「ガクチカ変換」と いう最大のジレンマ

自身の強みを自覚しつつも、それ
を「AI時代に評価される言葉」に
翻訳することに強い不安を抱いて
いる。ここに、採用側が介入し惹き
つける最大のチャンスがある。

前提：なぜ今、体育会学生の「人間力」なのか？

AIの領域



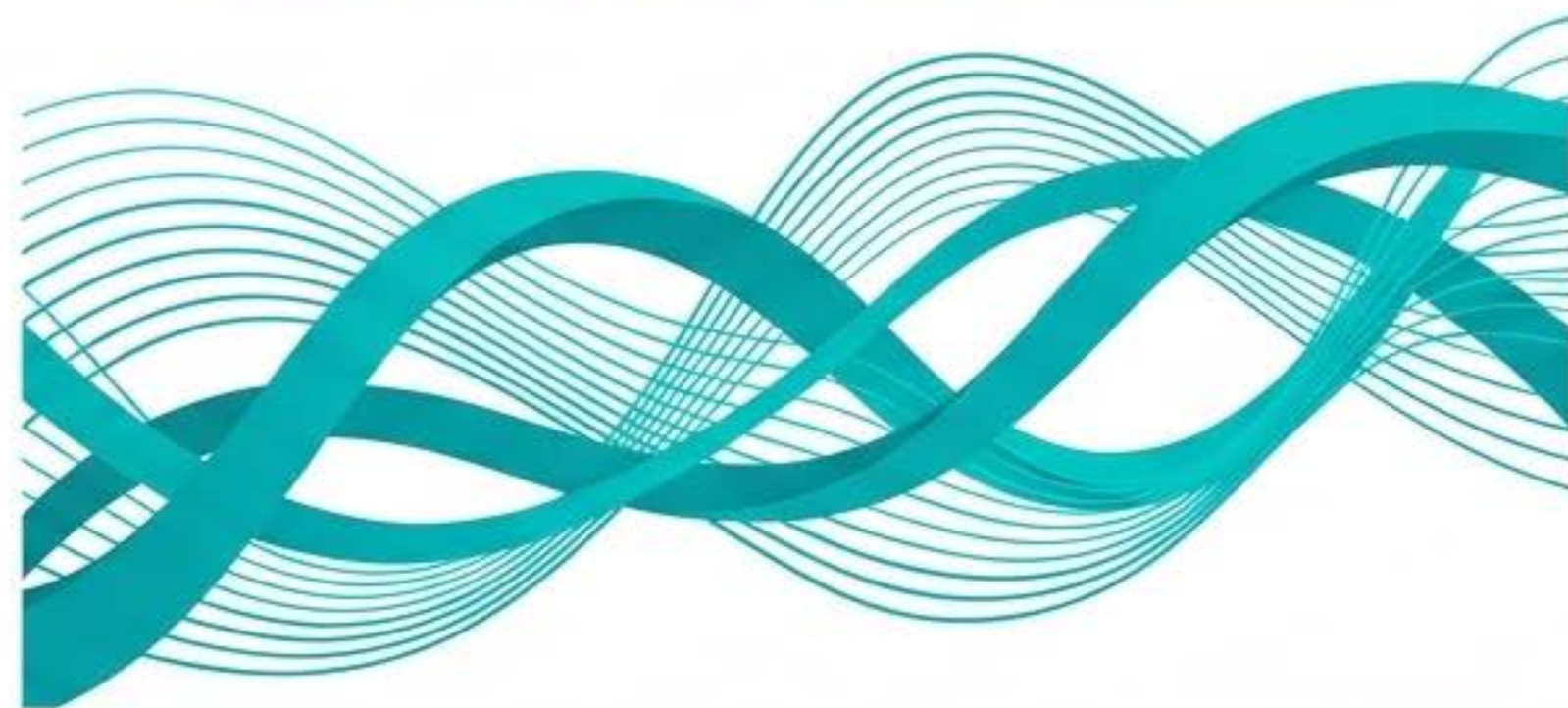
論理的処理

業務の効率化・
自動化

データ分析

人間力の領域

AIが代替できない、体育会で培われたコアスキル



理不尽を乗り越える
「グリット」

感情を動かす
「リーダーシップ」

人と向き合う
「信頼関係構築力」

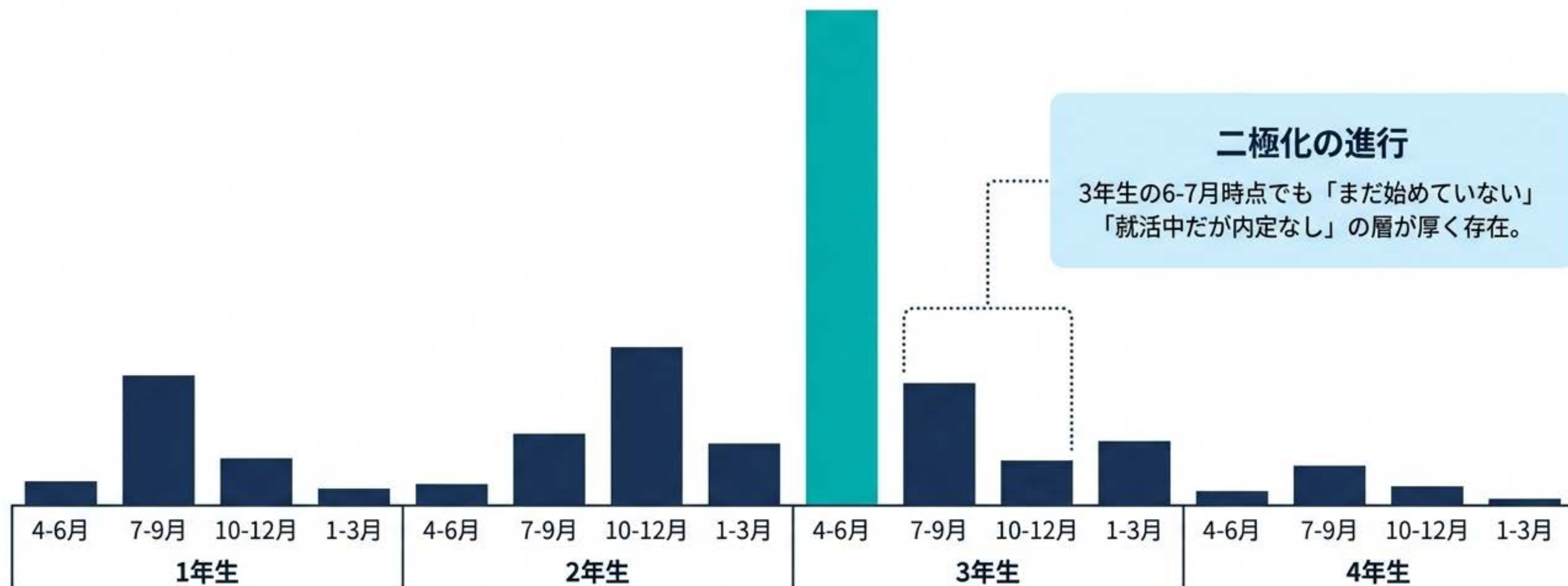
AIがルーティンを代替する時代、ビジネスの成否は「論理」ではなく、最後までやり抜く「人間力」に依存する。

01

動向と現在地

早期化するスタートラインと、「迷い」の二極化

就活開始のピークと「二極化」の進行



早期接触層へのアプローチと同時に、部活に集中し出遅れた「ポテンシャル層」を秋以降にどう掬い上げるかが鍵となる。

活躍の舞台：対人力を活かす「営業」への確信と、業界への「迷い」

希望職種

1位: 営業 (41.2%)



体育会活動で培った「対人力・行動力」をダイレクトに活かせる職種として圧倒的1位。

2位: スポーツ関連 (23.7%)



希望業界

最大のハイライト
まだ決まっていない／
わからない (26.5%)



特定の業界への固執がなく、企業の「啓蒙」によって惹きつけ可能なホワイトスペース。

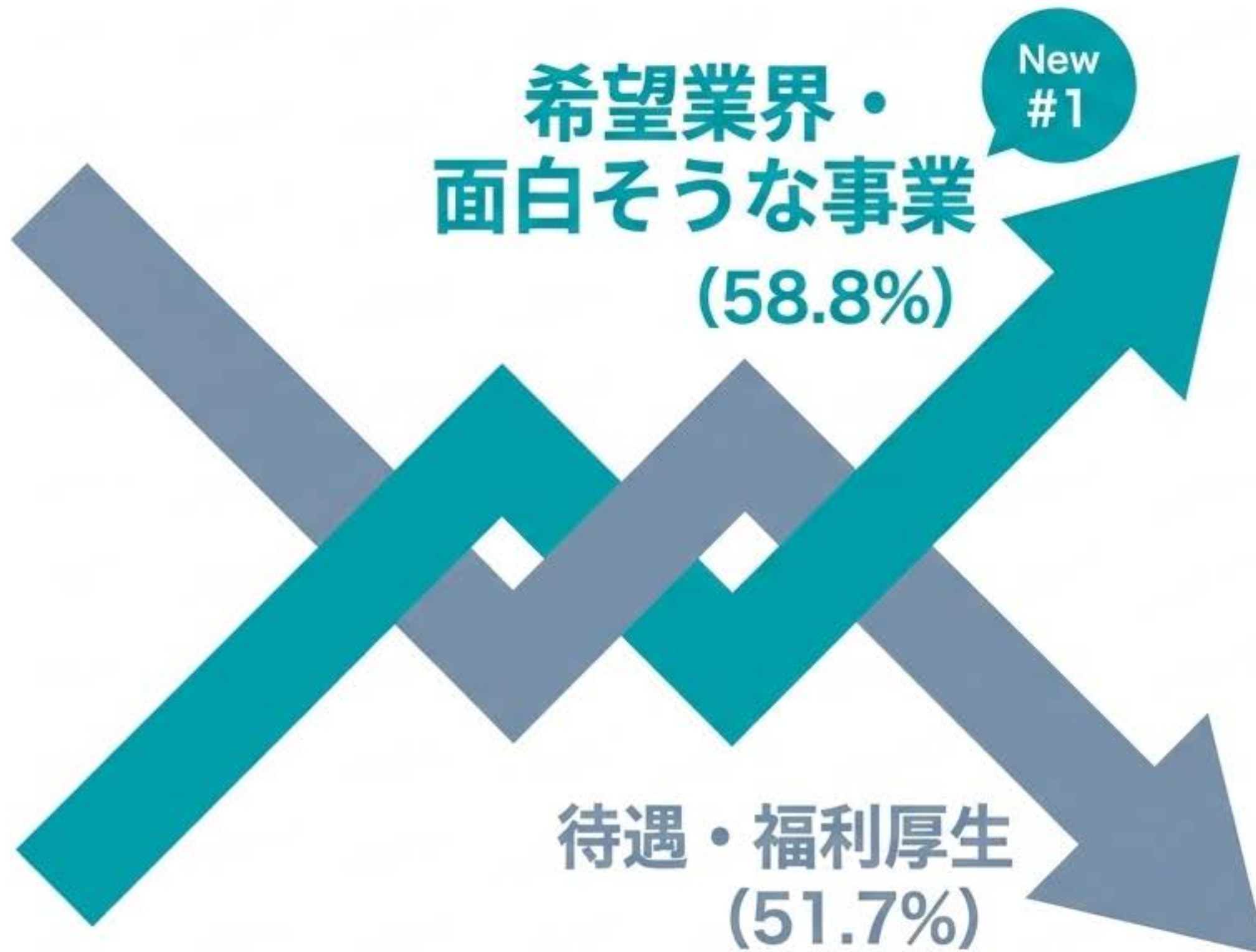
トップ層（安定志向）：

商社	(19.4%)
金融	(18.5%)
公務員	(16.1%)

02 | 価値観のシフト

「条件」から「共感・パーパス」へ

価値観の転換点：待遇を超えた「事業への共感」



今年、ついに「事業内容そのものへの関心」が「待遇」を上回る。彼らは単なる「働きやすさ」や「高い給与」ではなく、「何のために働くのか（パーパス）」というミッションを求めている。

※「社内の雰囲気」(34.6%)や「勤務体系」(31.8%)も上位。心理的安全性と働きやすさの土台の上に、事業の面白さを求めている。

採用担当者に求めるもの：「What」より「Who」



1位:
採用したい
人物像
(40.8%)



2位: 勤務条件
(39.3%)

3位: 仕事内容
(38.9%)

昨年トップだった「仕事内容」を抜き、「採用したい人物像」が1位に。
学生は「その会社で何をするか」以上に、「自分が求められるカルチャーや人物像に合致しているか」というマッチングの確からしさを極めて慎重に見極めようとしている。

03 | AI時代の証明

体育会学生の「強み」と「ジレンマ」

彼らが自覚する「AIに代替されないコアスキル」



51.5%

01. チームをまとめる リーダーシップ (51.5%)

組織を牽引し、目標に向かって
ベクトルを合わせる対人影響力。

49.8%

02. 人と直接向き合い 信頼関係を築く力 (49.8%)

デジタルでは完結しない、泥臭く深い
人間関係の構築力。

40.5%

03. 理不尽や困難に 耐え抜くグリット (40.5%)

想定外の事態や困難な状況でも逃げずに
「やり抜く」精神力・身体性。

※「特にない／わからない」はわずか4.0%。
自身の強みがAI時代において強力な武器になることを
既に明確に言語化できている。

最大のペインポイント：「ガクチカ変換」というジレンマ

体育会での経験・強み



AI時代に評価されるビジネス価値

1位の不安（46.2%）

体育会経験を「AI時代に評価されるガクチカ」に変換する方法

強みは自覚しているが、それをビジネスの文脈でどうアピールすべきか、翻訳の手立てを持たない。

その他の障壁：

部活動と就活の両立方法（37.8%）

現役で極限まで活動しながらの就活による、物理的・精神的なタイムプレッシャー。

採用戦略への統合：体育会タレントを獲得する「3つのアプローチ」

1



条件ではなく
「パーパス」で
惹きつける

面白そうな事業 (58.8%) > 待遇 (51.7%)

福利厚生や初任給のアピールから脱却し、企業のビジョンと「社会にどう貢献するか」のミッションを最前列に置く。

2



「求める人間像」の
解像度を極限まで
上げる

聞きたいこと1位：採用したい人物像 (40.8%)

業務内容以上に「どんな価値観を持つ人と働きたいか」を明確に示し、彼らの持つ「リーダーシップ・信頼構築力」との重なりを提示する。

3



評価者ではなく
「翻訳のメンター」
になる

ガクチカ変換への不安 (46.2%)

面接官としてジャッジするのではなく、彼らの泥臭いスポーツ経験が「ビジネスにおける再現性（グリット）」にどう繋がるか、共に言語化するパートナーとなる。

Appendix: 調査概要と回答大学一覧

調査期間	2026年6月20日（土）～7月3日（金）
対象	体育会合同会社説明会・キャリアガイダンス参加学生（対面・オンライン）
有効回答数	363名

回答大学一覧

関東圏を中心に、全国65大学の体育会学生から回答を抽出。

（慶應義塾大学、早稲田大学、青山学院大学、九州大学、北海道大学 など全国の主要大学を網羅）

青山学院大学	麻布大学	亜細亜大学	宇都宮大学	大手前大学	学習院大学	鹿児島大学
神奈川大学	金沢大学	関西大学	関東学院大学	北里大学	九州大学	九州共立大学
九州工業大学	九州国際大学	九州産業大学	京都産業大学	近畿大学	熊本大学	久留米大学
群馬大学	慶應義塾大学	國學院大学	国土館大学	駒澤大学	埼玉大学	佐賀大学
産業医科大学	志學館大学	芝浦工業大学	城西大学	上智大学	成蹊大学	西南学院大学
専修大学	創価大学	高崎健康福祉大学	千葉大学	千葉商科大学	中央大学	帝京大学
東海大学	東京大学	東京都立大学	東京農業大学	東京農工大学	東洋大学	獨協大学
長崎県立大学	日本大学	日本体育大学	一橋大学	福岡大学	福岡教育大学	福岡工業大学
法政大学	北海道大学	宮崎大学	明治大学	横浜市立大学	横浜国立大学	立教大学
立正大学	早稲田大学					