

全日本大学準硬式野球連盟 × 体育会ナビ
オンラインキャリアガイダンス 事後アンケート

事後アンケートから見る 体育会学生の「就職意識」と企業への期待

【2026年8月18日】学生参加者数: 約450名 / 参加大学数: 97校



今回のオンラインガイダンス事後アンケートから、体育会学生の採用を成功へ導く5つの重要ファクターが明らかになりました。

◆ **1. 希望職種「未定」が最多 (31.8%)**

就活の初期段階にいる学生が多く、早い時期での接点づくりと職種イメージの具体化が極めて有効です。

◆ **2. 「営業職」を希望する割合が上位 (25.8%)**

一般的な就活市場で敬遠されがちな営業職に対し、最初から前向きな意識を持つ優秀な人財が豊富です。

◆ **3. 企業選びは「事業内容・仕事の面白さ」を最重視 (49.6%)**

単なる給与・条件面だけでなく、「その会社で何を成し遂げられるか」のストーリーを伝えることが鍵となります。

◆ **4. 「チームをまとめるリーダーシップ」に強い自己認識 (52.3%)**

部活でのリアルな挫折や折り合いの経験を通じ、組織を動かすポテンシャルを自分自身で自覚しています。

◆ **5. 企業へ期待する情報は「具体的な仕事内容」が最多 (43.9%)**

部活動と両立しながら進めるため、「何をする仕事なのか」をリアルかつ短時間で理解できる説明が望まれています。

【ガイダンスの全国規模と回答者属性】

全国規模のオンライン実施

- └ 参加学生数：約450名+連盟関係者20名
- └ 参加大学数：97校
- └ アンケート回答件数：350件

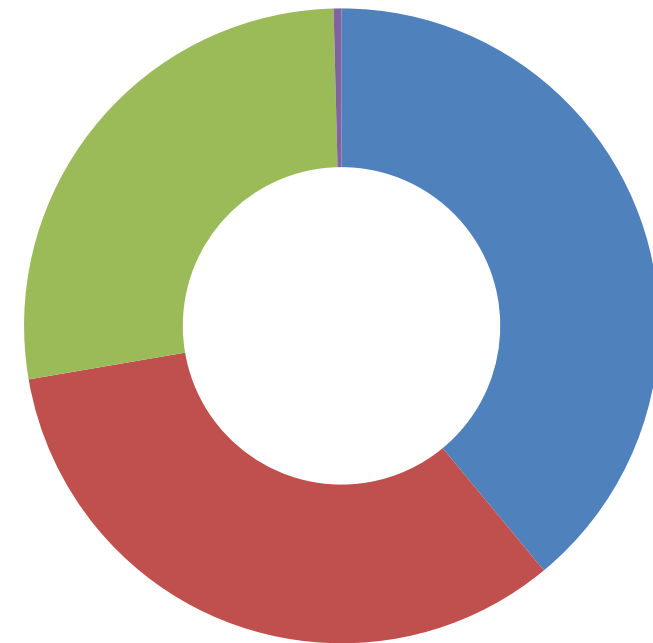
早期就活への高いポテンシャル

└ 3年生(39.0%)と2年生(33.3%)、さらに1年生(27.3%)が回答の大部分を占めており、低学年次からキャリア形成に極めて高い関心を持つ能動的な母集団です。

企業側のメリット

└ 一般の就活イベントでは接触が困難な「部活で忙しい低学年層」に対し、早期にアプローチを仕掛ける最高のリクルーティング・チャンスとなります。

学年比



■ 3年生 (39.0%) ■ 2年生 (33.3%) ■ 1年生 (27.3%) ■ 4年生 (0.4%)

【未就職活動層が7割を超える市場のブルーオーシャン】

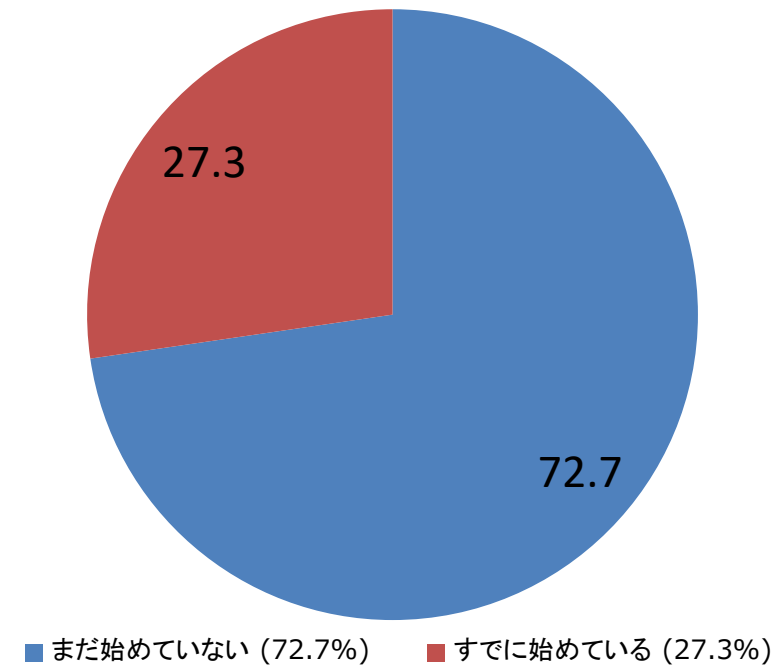
7割以上が「まだ就職活動を始めていない」

- └ 全日本大学準硬式野球部員の「72.7%」が、まだ就職活動のステップに足を踏み出していません。
- └ これは部活動の激しさと両立の困難さを物語っています。

企業側の先手必勝ルール

- └ 一般就活市場で他社にまだ染まっていない、手垢のついていない優秀な「原石」です。
- └ この超早期段階で学生と確固たる接点を作ることにより、競合他社に大きな差をつけてエンゲージメントを勝ち取ることができます。

開始状況



03 / 希望業界ランキング

【業界未定層の取り込みと、多様な分散構造】

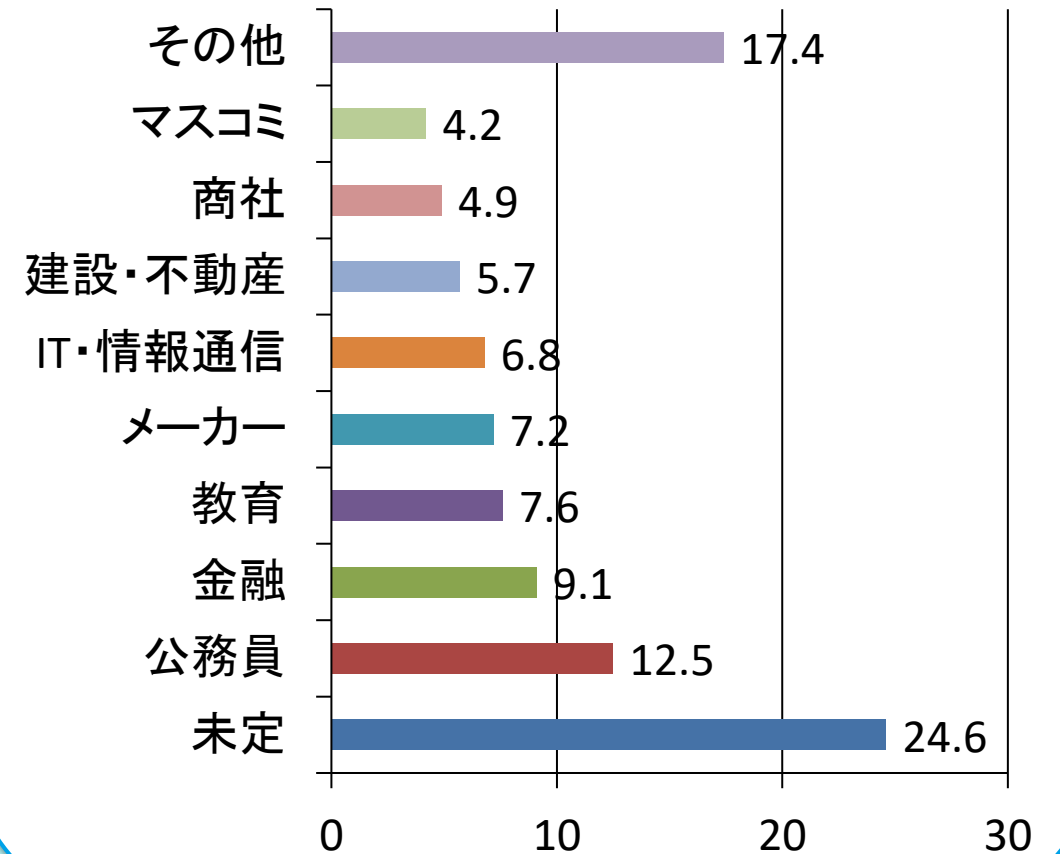
「業界未定」が24.6%で最多

- └ 4人に1人が、まだ志望する業界を絞れていません。
- └ この無垢な状態の学生に対し、自社業界の価値を訴求することで、ファン化を推進することが可能です。

幅広い業界への高い興味

- └ 公務員(12.5%)、金融(9.1%)、メーカー(7.2%)、IT(6.8%)、建設・不動産(5.7%)と多岐に渡ります。
- └ 偏りのない多様な可能性を秘めており、あらゆる業界の企業に採用決定のチャンスが開かれています。

希望割合(%)



04 / 希望職種ランキング

【営業職への高い親和性と、未定層の存在】

希望職種「未定」が31.8%でトップ

└ 「職種」自体のイメージが、まだ明確に湧いていない学生が最も多い状況です。

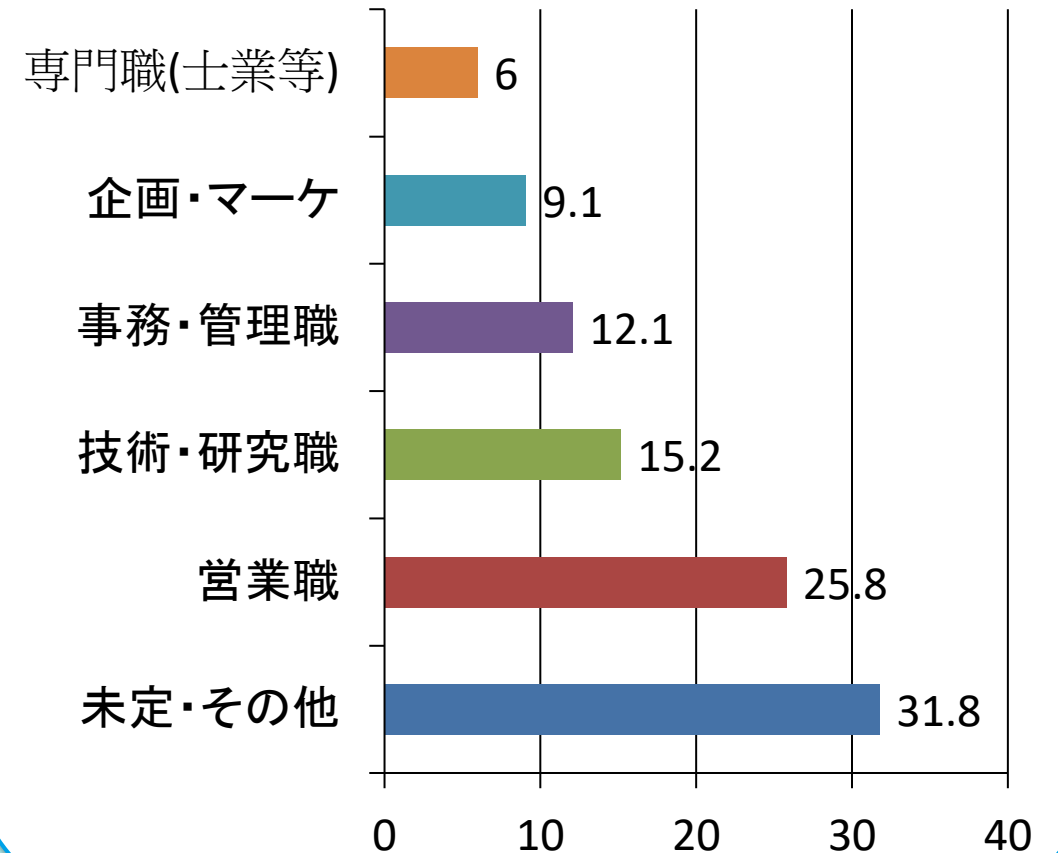
「営業職」志望が25.8%と圧倒的人気

└ 一般的に敬遠されがちな営業職ですが、部活での主体的な人間関係構築を経験してきた準硬式野球部員は、営業に対するポジティブな心理的ハードルを持っています。

接点設計 of 意義

└ 実際のリアルな業務内容、AI時代に営業がどう価値を発揮するかを説明会で語ることで、未定層も含めた多様なマッチングを創り出すことができます。

希望割合(%)



【事業の面白さと条件面の拮抗、社風への関心】

「事業内容の面白さ(49.6%)」が首位

「給与・待遇(48.9%)」とほぼ同率であり、学生は条件面と同じくらい、会社の事業価値や社会的意義、仕事自体を楽しめるかを気にしています。

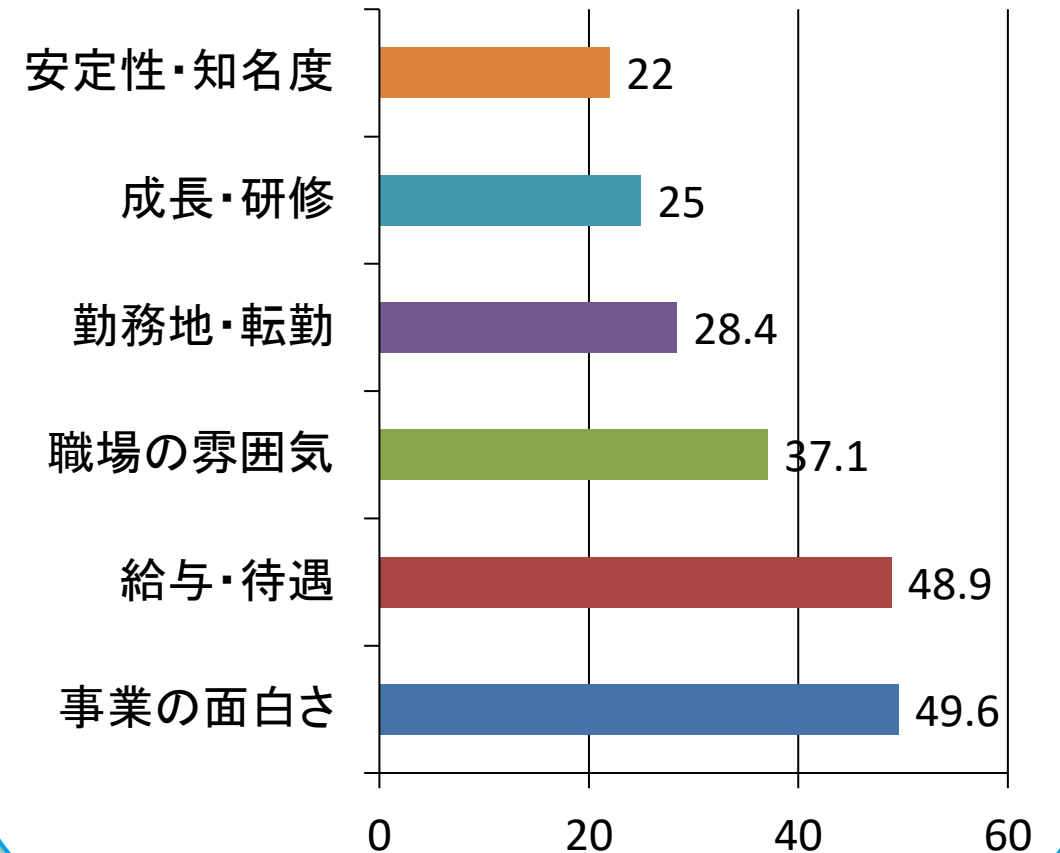
「職場の雰囲気(37.1%)」が次点

「厳しいチーム環境で苦楽を共にしてきたからこそ、共に働くメンバーの人間性やチームカルチャーを鋭く見極めています。」

採用アピールの極意

「福利厚生だけでなく、「どのような熱い想いで事業を展開しているか」というビジョンの共有こそが惹きつけの強力な磁石になります。」

重視する割合(%)



【「身体性」と「対話」を軸とする強烈なリーダーシップの自負】

リーダーシップ(52.3%)がトップ

└ 「チームをまとめる力」を過半数の学生が自己の強みとして確信しています。

└ 指示待ちではなく、組織を能動的に動かす側の「136の社会」の1割・3割側の性質を完全に満たしています。

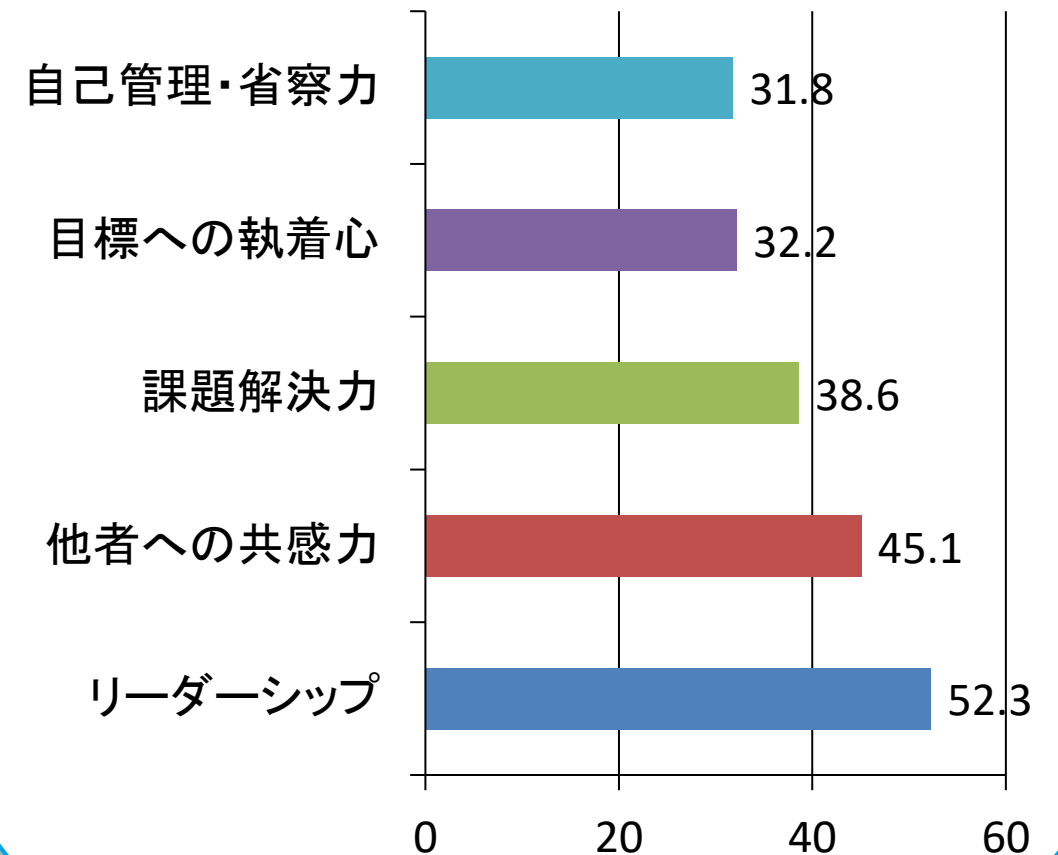
「他者への共感・寄り添う力(45.1%)」の高さ

└ 単なる個人のスキル自慢ではなく、他者と折り合い、挫折や摩擦を乗り越えてきた経験の強みです。

企業への示唆

└ AIが定型業務をこなす時代に、人間ならではの「合意形成能力」「関係構築力」を最大発揮できる、正真正銘の次世代リーダー候補群です。

強みの自覚割合(%)



【AI普及に対する敏感な反応と変化】

過半数以上は「影響はない・気にしない」

└ 56.1%は自身の身体的な行動価値を信じてブレない姿勢を見せています。

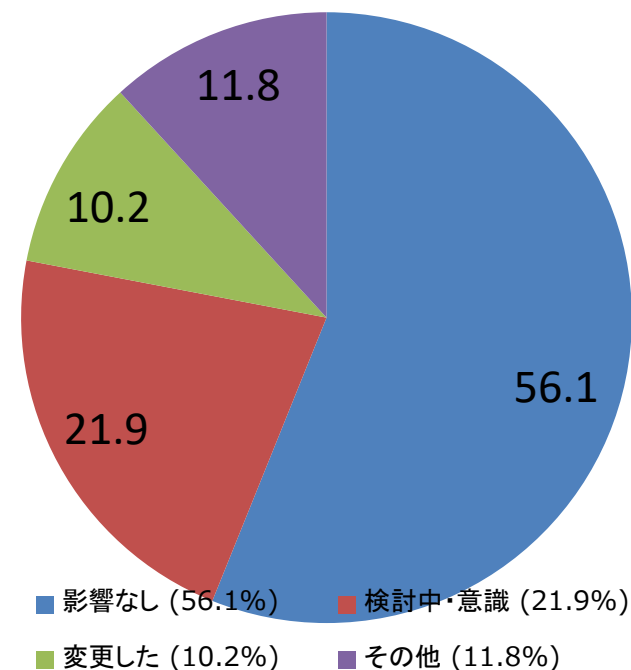
一方で「すでに意識・変更した学生」が3割

└ 「変更した(10.2%)」「意識して現在検討中(21.9%)」と、合計して約3割がAI時代を見越して業界や職種の考え方をアップデートしています。

企業に求められる説明責任

└ 「我が社では新卒がAIを使いこなしてどう生産性を上げるか」「人間にしかできないコミュニケーションの本当の面白さ」を説く企業姿勢が学生から支持されます。

影響割合



【部活との強烈な両立不安、知りたい具体的な仕事】

「部活と就活の両立」が33.3%と大いなる不安

└ 練習が激しく時間的制約が厳しいため、ガイダンス参加層の大きな悩みの種となっています。

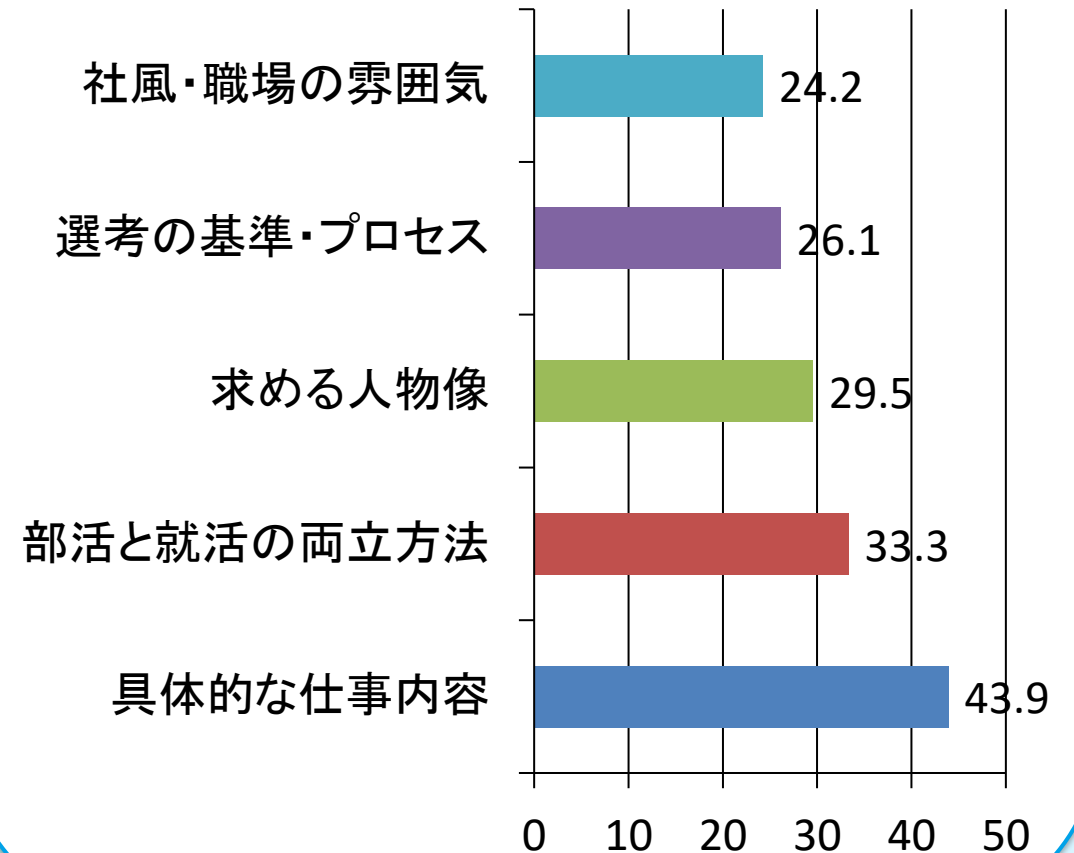
知りたい情報「具体的な仕事内容(43.9%)」が圧倒的

└ 社風や求める人物像以上に、「実際にどんなスケジュールで働き、どんなミッションに挑むのか」の実務情報を強く求めています。

惹きつけのポイント

└ 1日の仕事のタイムラインや、多忙な部活動を経験した先輩社員がどう活躍しているかを示すことで、不安を希望へと変えるアプローチが有効です。

関心割合(%)



アンケートデータから導いた、体育会学生の強みと事情にシンクロする「4つの採用スキーム提案」です。

◆ **1. 早期「認知」の獲得 —— 7割の未着手層への先行アプローチ**

就活をまだ開始していない72.7%の層へ真っ先に自社の魅力を伝え、記憶に残る「最初の選択肢」としての圧倒的ポジションを確立します。

◆ **2. 「仕事内容」の解像度向上 —— 働くリアルを語る説明会の設計**

最もニーズの高い「具体的な仕事内容」に焦点を当て、若手社員のリアルなスケジュールや、仕事で直面する壁と乗り越えるやりがいを徹底共有します。

◆ **3. 「身体性」の強み接続 —— 自覚する強みと業務成果の翻訳**

学生が自負する「リーダーシップ」や「共感力」が、自社のどの部署、どの職種でどう活ければトップセールスや重要PJリーダーになれるのかの、具体的なロードマップを提示します。

◆ **4. 「両立」ハードルの排除 —— 部活に配慮した選考フロー設計**

両立に不安を感じる33.3%の学生に対し、選考日の個別柔軟な振替対応、夕方・オンラインでの短時間面接枠設定などを明確に打ち出し、エントリーへの精神的負荷を限りなくゼロにします。