

# 「スモールステップ」が 若手のキャリアを変えていく

近年では、若手社会人のキャリアづくりでは転職や起業、越境といった「一目でわかるアクション」が重きを置かれてきた。しかし、調査から見てきたのは、それ以前の小さな行動＝スモールステップが若手の将来に大きな影響を与えている可能性であった。スモールステップの影響の大きさを可視化し、その要因を明らかにする。

古屋 星斗

## 若手社会人「4つのグループ」

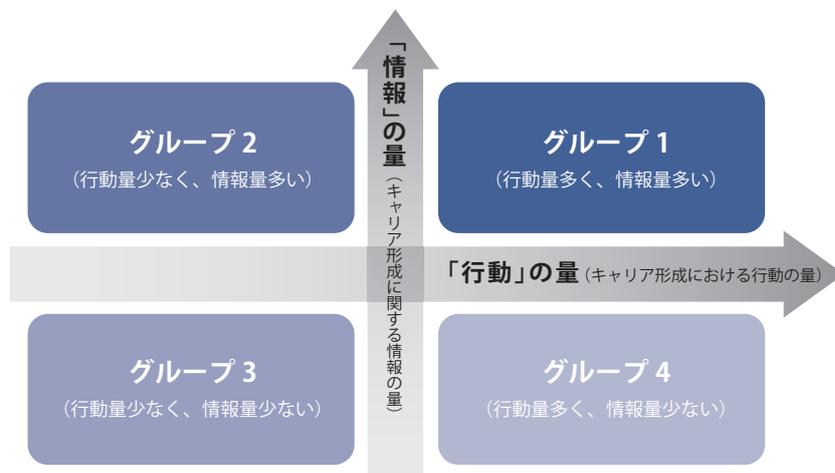
長期化する職業人生と短期化する企業寿命の中、これまでの就労モデルが通用しないことは以前から多くの場面で指摘されてきた。今回、そのような環境変化の中で、その影響を長期にわたって大きく受けることになる若手社会人のキャリアに注目して、20代社会人2000人以上に仕事やキャリアについての調査を実施した。その結果から見てきたのは、若手における「4つのグループ」の存在であった(図表①)。

このグループ分けに用いられているのは、キャリア形成における「行動」の量とキャリア形成に関する「情報」の量である。高度に発展した現代の情報化

社会においては、「情報」自体はスマートフォンを經由して容易に手に入れることができる。しかし、情報が多くなったことで、人間の生活や仕事の充実に結びついていだろうか。実際に一步踏み出す「行動」を促すこともあれば、阻害することもあるかもしれない。「行動」と「情報」の両面を見ることで、個人のキャリアを立体的に把握することが必要だ。

「行動」と「情報」をベースとする、この4つのグループのキャリア状況を整理すると、行動量と情報量の両方が多い「グループ1」が最もポジティブなキャリア状況であり、情報のみが多い「グループ2」が中程度、行動と情報の両方が少ない「グループ3」が最もネガティブであった(図表②)。

図表① 若手社会人4つのグループ\*1



図表② 4つのグループ別のキャリア指標\*2

	① 自身の キャリアの 展望	② キャリア 自律性	③ 仕事に対する エンゲージ メント	④ 自社への 愛着度
グループ1	+0.64	+0.52	+0.50	6.3
グループ2	-0.03	+0.02	+0.02	5.4
グループ3	-0.34	-0.33	-0.31	5.0
グループ4	+0.24	+0.38	+0.27	5.7

## 年齢を重ねると低下する行動量、情報量

また、今回同時に明らかになったのは、就職直後から現在にかけて、行動の量も情報の量も減少している、という結果であった。この結果として、最もキャリア状況がポジティブなグループ1の割合は22.4%（就職直後）→20.3%（現在）と低下し、一方で行動の量も情報の量も少ないグループ3の割合は42.3%→46.2%と増加している（図表③）

つまり、放っておくと、若手は社会人初期の段階から段々とキャリアに関する行動や情報取得をしなくなっていく、ということだ。

背景にあるのはどういった状況であろうか。職場にも慣れ、社内におけるキャリアのラダーが徐々に明

らかになっていく中で、情報取得の必要性が消失し、同時に行動を起こすことの意義を見出せなくなっていく。いわば“会社への過剰適応”がその背景の一つにあるだろう。

この「若手の行動と情報の量が低下している」という事実をさらに延長して考えてみよう。今の若手が40歳になったときには、グループ1の割合はより少なく、グループ3の割合はより多くなっている可能性がある。つまり、この図表ではグループ3に大きな“引力”が働いており、グループ3がより多い状態である社会の均衡に向かって、年を追うごとにグループ3の割合が増えると考えることができる。

## 見えてきたスモールステップの重要性

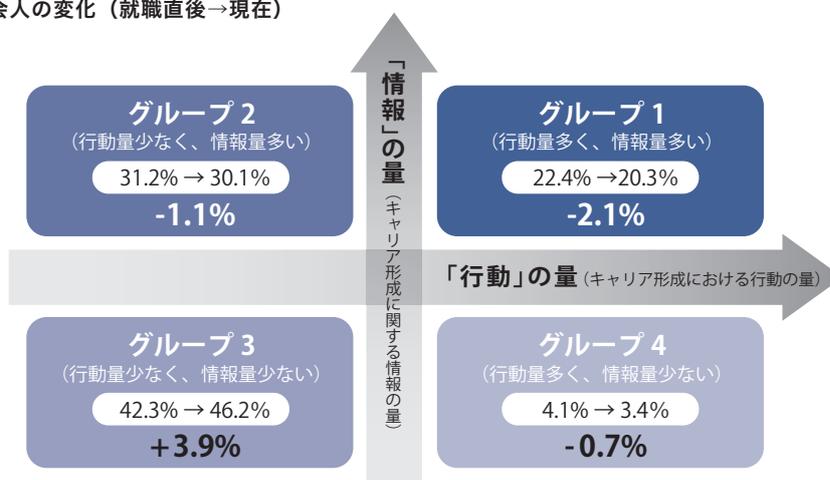
その“引力”に抗い、自分自身のキャリアをポジティブにつくっていくために重要な要素について考えよう。

今回、その重要な要素の候補として対象に掲げたのは、「情報と行動」のモデルをベースとした以下の5つの要素である。

\*1 情報量、行動量についてそれぞれ8問と15問の対応する設問をスコア化し、情報量スコアは50%点を、行動量は75%点を基準点としたグループ。

\*2 キャリアの見通しや仕事の意欲について5件法で聞いた各複数の質問について因子分析を行い、得た因子をその特徴に応じて定義したもの。スコアが高いほど、自己のキャリアに対する展望や仕事に対する意欲等が高い、ポジティブなキャリア状態にある。

図表③ 若手社会人の変化（就職直後→現在）



### ①情報の発信・収集

キャリアに関する情報をやりとりすることは自身の視界を広げる可能性がある。また、多くのデータや事例がオープンになった結果、その獲得は日を追うごとに容易になっており、現代のキャリアを語る上ではずせない要素であろう。今回は情報について、主としてSNSを用いて行う「発信」と「収集」という2つの要素を分解して探索する。

### ②仕事上の行動の実施

同様に、行動が重要なファクターであることも先に明らかにしている。今回はこの行動を因子分析により抽出された形態別に4つの要素に分解した。なお、後述する③との比較では、「他者に取り組んだことを説明することができる」ような相対的に“大きな行動”である。

●越境・内省行動因子：所属する会社・組織外での活動や自己の振り返りの積極性を示す指標である。「社外の勉強会への参加」「これまで参加したことのなかったコミュニティへの参加」「今後のキャリアについて自分の中で深く考える機会を持つ」など

●企画行動因子：所属する会社・組織内における新たな企画の提案やその推進の積極性を示す指標である。「所属する組織における新規企画の提案・推進」「仕事における業務改善の提案・推進」など

●OJT行動因子：日々の業務の中での学びへの積極性を示す指標である。「先輩・上司から仕事の進め方について話を聞いた」「先輩・上司の仕事のしかたを見て習得しようとした」など

●学習行動因子：職場での体系的な学びへの積極性を示す指標である。「職場での勉強会・研究会への参加」「職場における研修や教育プログラムへの参加」など

### ③小さな行動＝スモールステップの取り組み

行動の中でも「取り組んだことが説明しづらい」よ

うな“小さな行動”である。「新しい関与を生む小さな行動」(やりたいことはみんなに話してみる、友達に誘われたイベント等に行く、自分の意見はしっかり会社に伝えるなど)と「身近にできる小さな行動」(来た話は断らずやってみる、わからないときはすぐ質問するなど)に分類した。

### ④入職時のギャップの大きさ(リアリティショック)

学卒後の初職にあたっては入職前の認識と入職後の受け止めのギャップ、リアリティショックが発生することが問題となっており、そのキャリアへの影響は大きいことが知られている。この影響を確認する。

なお、リアリティショックについては「対人ショック」(同僚や上司の能力や人間関係に関するギャップ)、「仕事ショック」(仕事のやりがいや内容に関するギャップ)、「待遇ショック」(労働条件や労働環境に関するギャップ)に分類する。

リアリティショック変数と正の関係があることは、「良いギャップがあるとキャリア展望スコアが高まり、悪いギャップがあるとキャリア展望スコアが低くなる」ことを意味する。

### ⑤個人属性

その他、個人の属性として、年齢、性別、初職企業規模を導入する。

このような要素が、自身のキャリアについて前向きな見通しを持つことができているかどうかを表す「キャリア展望スコア<sup>\*3</sup>」に対してどのように影響するか、分析を試みた。なお、キャリア展望スコアは“調査時点”について、他の要素については“入職後3年間の状況”の回答結果である。結果を図表④に示している。

また、この結果は以下の傾向を表している。

図表④ 現時点のキャリア展望スコアに対する影響  
(重回帰分析<sup>\*4</sup>、(3)モデルで5%水準で有意な変数を着色)

		キャリア展望スコア		
		(1)	(2)	(3)
情報	情報発信因子	0.098*** (3.573)	0.042 (1.636)	0.038 (1.480)
	情報収集因子	-0.044* (-1.672)	-0.037 (-1.531)	-0.029 (-1.194)
行動	越境・内省行動因子	0.030 (0.815)	0.043 (1.256)	0.042 (1.246)
	企画行動因子	0.101*** (2.721)	0.078** (2.278)	0.076** (2.197)
	OJT 行動因子	0.021 (0.674)	-0.038 (-1.286)	-0.035 (-1.199)
	学習行動因子	0.048 (1.542)	0.039 (1.321)	0.037 (1.278)
小さな行動	スモールステップ因子①(新たな関与)	0.258*** (6.764)	0.211*** (5.977)	0.210*** (5.963)
	スモールステップ因子②(身近な行動)	0.170*** (4.570)	0.110*** (3.184)	0.113*** (3.276)
リアリティショック	対人ショック		-0.014 (-0.447)	-0.011 (-0.345)
	仕事ショック		0.254*** (7.819)	0.251*** (7.711)
	待遇ショック		0.175*** (5.887)	0.174*** (5.831)
個人の属性	年齢			0.009 (0.769)
	性別(女性=1、男性=0)			-0.067* (-1.865)
	初職大手企業ダミー(1000人以上企業=1)			-0.010 (-0.275)
	定数項	0.027 (1.414)	0.022 (1.242)	-0.204 (-0.598)
	サンプルサイズ	1,767	1,767	1,767
	決定係数	0.299	0.410	0.411

有意水準 \*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, \*p<0.1

- 情報の発信・収集には効果が見られない。(1)モデルでは情報に有意な結果が得られているが、変数を追加した(2)、(3)のモデルでは有意な結果は見られなかった。
- 行動においては一部の要素(企画行動因子)に弱い関係のプラスの効果が見られる
- 小さな行動(スモールステップ)は2因子ともに強い関係のプラスの効果が見られる
- リアリティショックについても一部の要素に強い関係のプラスの効果が見られる
- 年齢、性別、初職企業規模について関係は見られない(性別のみ10%水準で有意な結果が得られている)

特に、小さな行動(スモールステップ)変数についていえば、(1)で小さな行動は強い関係のプラスの関係があった。(2)ではリアリティショック変数を導

入しても、この関係は確認され、(3)で個人属性を勘案しても、この関係は確認できた。

以上のことから、「初職の会社と感じたギャップや、個人の属性をコントロールしても、過去のスモールステップが現時点のキャリアに大きな影響を与えている」傾向が明らかである。

つまり、「入った会社に大きなギャップを感じても、スモールステップによってその後のキャリアに前向きになれる」ということであり、「地方居住や中小企業への就職でも、スモールステップをすることによって自分の未来に自信が持てる」ということでもある。

また、その関係性は情報発信・収集や、人目を引くような越境や新規企画といった行動よりも深いことがわかる。

この結果は、他者に提示できるような“大きな行動”を起こしたかどうかということ以上に、助走となるような小さな行動、スモールステップを起こしたかどうかかがキャリアの分かれ目になっていることを示唆している。

## スモールステップしやすい若手、しにくい若手

スモールステップという重要な要素の存在が明らかになった。では、どんな若手がスモールステップしているのだろうか。

ただし今回は、背景を探るべく4つに分類したグループの視座を入れることにより、若手をタイプ別に分析する。若手の状態(グループ)の違いによって、有効な手立てが異なるのではないかと、という仮説である。

\*3 キャリア展望スコアは、キャリアの見通しや満足感について5件法で聞いた9つの質問について因子分析を行い、得た2つの因子をその特徴に応じて定義したもののうちの1つ。スコアが高いほど、自己の将来のキャリアに対する展望・肯定感が高い。  
\*4 上段に係数、下段に標準偏差を表記。図表⑤も同様。なお、図表④の(1)は、情報、行動、小さな行動といった個人が能動的に変化させられる変数のみを入れたモデル。(2)はこれにリアリティショック変数を導入したモデル。(3)はさらに性別等の個人属性を入れたモデルであり、(3)がモデルとしての妥当性が最も高いと考えられ、分析結果からもその結論は裏打ちされていると考えられる。

図表⑤ 入職初期のグループ別 スモールステップ増加背景の分析\*5  
 (グループ4についてはサンプルサイズが小さいため分析対象としていない)

		全体	グループ1	グループ2	グループ3
情報関係	収集方法(人から・内省から)	0.007 (0.006)	<b>0.029**</b> (0.013)	-0.003 (0.013)	-0.006 (0.011)
	収集方法(メディアから)	0.008 (0.006)	0.020 (0.017)	0.009 (0.015)	0.001 (0.009)
	収集内容(環境探索)	0.001 (0.004)	-0.009 (0.008)	-0.004 (0.007)	0.010 (0.007)
	収集内容(自己探索)	<b>0.013**</b> (0.005)	<b>0.025**</b> (0.013)	0.012 (0.009)	0.008 (0.008)
SNS活用	SNSでの情報発信	<b>0.008**</b> (0.003)	-0.004 (0.006)	0.005 (0.006)	<b>0.021***</b> (0.006)
	SNSでの情報収集	-0.001 (0.006)	0.014 (0.014)	0.002 (0.010)	-0.009 (0.009)
人	影響を受けた人の数	0.000 (0.003)	-0.003 (0.005)	-0.000 (0.005)	0.005 (0.014)
入社時のギャップ	リアリティショック(対人)	-0.000 (0.005)	0.012 (0.012)	-0.017* (0.009)	0.004 (0.008)
	リアリティショック(仕事)	<b>0.021***</b> (0.006)	0.006 (0.014)	<b>0.033***</b> (0.010)	0.009 (0.010)
	リアリティショック(待遇)	0.020* (0.011)	0.012 (0.021)	<b>0.052**</b> (0.021)	0.010 (0.020)
親子関係	親の就活への介入(壁打ち型)	<b>0.027**</b> (0.011)	0.031 (0.024)	0.016 (0.020)	0.031* (0.019)
	親の就活への介入(管理型)	0.023 (0.015)	0.044 (0.029)	0.008 (0.026)	0.033 (0.024)
	親の就活への介入(おしゃべり型)	<b>-0.044***</b> (0.016)	-0.057 (0.035)	-0.020 (0.027)	<b>-0.054**</b> (0.026)
個人の属性	初任給額(円)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	0.000 (0.000)	-0.000 (0.000)
	年齢	-0.003 (0.012)	-0.034 (0.021)	0.017 (0.021)	0.008 (0.020)
	性別(女性=1)	<b>-0.113***</b> (0.035)	<b>-0.165**</b> (0.067)	-0.120* (0.065)	-0.086 (0.058)
	初職企業規模(1000人以上=1)	0.011 (0.034)	-0.117* (0.066)	0.012 (0.063)	<b>0.113**</b> (0.056)
	サンプルサイズ 決定係数	1244 0.6082	331 0.4922	403 0.355	452 0.4969

有意水準 \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

以下全て入職からの3年間についての回答について

①情報関係

収集方法(人から・内省から): 知人や家族、自身の内省・振り返りから得た度合い

収集方法(メディアから): テレビや本、インターネットから得た度合い

収集内容(環境探索): 一般的な転職事情や、興味のある会社や業界の情報を得た度合い

収集内容(自己探索): 自分の特徴や志向、向いている仕事について情報を得た度合い

②SNS活用

SNSでの情報発信: SNSを用いて仕事やキャリアについて発信をした度合い

SNSでの情報収集: SNSを用いて仕事やキャリアについて情報を収集した度合い

③人

影響を受けた人の数: 仕事の姿勢について強く影響を受けた人の数

④入社時のギャップ

リアリティショックについて図表④で説明したものと同様

⑤親子関係

就活時点での親の介入について以下3つの傾向の度合い

壁打ち型: 子が何か目的を有して親に相談する(自己分析を進めるため、親の仕事について聞くため)

管理型: 子の就活状況を親が確認する(就活全体の状況やどの企業にエントリーしたか)

おしゃべり型: 具体的な目的なく就活について親子で話・相談をする

⑥個人の属性

初任給額(円)、年齢、性別、初職企業規模(1000人以上か否か)

分析の上で注目したのは、まず①情報との関係、次に②欠かせないツールであるSNSの利用方法、③影響を受けた人の数、④入社時のギャップ、そして昨今若手の就職に大きな影響を持っていると言われることの多い⑤親との就活時点での関係、⑥年齢、性別などの個人の属性である。

その結果が図表⑤である。

この結果からは以下が導かれる。

1. グループ1(行動量・情報量ともに多い)だった若手  
 — 行動を習慣化するための内省

人から・内省からの情報獲得、自己探索がスモールステップの増加にプラス。女性についてスモールステップの増加にマイナスの関係が見られた。入職初期にグループ1だった若手については、元々行動の量が多くスモールステップの量も多いと考えられることから、さらにスモールステップ量が増加するということを、「行動を習慣化していく」と考えることができる。人から・内省からの情報獲得がプラスだったことは、特に内省については多くの行動をしてきた若手が自身のこれまでを振り返ることで新たな発見や気持ちの変化に繋がり、行動の習慣化に至っていると

推察することができるだろう。

## 2. グループ2だった若手(情報量だけ多い)

### — 初職の影響を後々まで引きずる「憧れ症候群」

仕事面や待遇面での良いギャップ(リアリティショック)がスモールステップの増加とプラスの関係が見られ、悪いギャップがあると増加とマイナスの関係があった。

他の要素との関係が見られないことについて、他のグループの結果との比較から検証すれば、リアリティショックの影響の大きさに注意すべきだろう。初職に対する良いギャップがスモールステップを誘発しているという事実は、同時に「初職に悪いギャップを持ってしまうと、スモールステップが誘発されない」ということである。初職へのギャップが後を引きずってしまうグループだと言える。

憧れの会社の内定をやっと獲得したが、入って大きなマイナスのギャップがある、というケースは決して少なくないが、その当初の憧れと実際のギャップをリカバーできない「憧れ症候群」の状況にあるとも言えるかもしれない。

## 3. グループ3だった若手(行動量・情報量ともに少ない)

### — 何でも話せる親の功罪

SNSでの情報発信や大手企業入職がスモールステップの増加とプラスの関係が見られ、他方で親の就活へのおしゃべり型介入にマイナスの関係が見られた。また、有意水準は低い親の就活への壁打ち型介入にプラスの関係があった。SNSでの自身の悩みややってみたいことを発信すること自体は、手軽にできる。しかし、意外と多くの若手が行っていないことでもある。SNSを用いた発信・相談を積極的に行っている若手は全体の24.8%<sup>\*6</sup>に留まっており、人に直接話を聞くことに積極的な若手の68.7%と比較すると少ない。

特にグループ3の若手は自分のキャリアや仕事に

ついでの情報発信の量自体が少ないが、発信をすることがスモールステップを誘発している。発信を多く行っているグループ1や2ではこの傾向は見られない。これはつまり、自分が関心を持っていることややってみたいことを他者に話すことが、情報すらない状態の若手にとってはじまりの一歩を踏み出すカギとなっていることを示唆している。

また、大手企業入職のプラスは、逆から見れば規模の小さな企業に入ることがスモールステップの増加にとって不利であることを意味している。様々な面でキャリア形成上の不利を指摘されているように、大きな懸念点と言えるだろう。

さらに重要なポイントが、就活時の親のおしゃべり型介入との関係である。「何でも話せる親」に対して、「親孝行のために」就職先を親と相談して決めた、という話を若手社会人の決して少なくない数から聞くことができる。こうした進路選択は、もちろん「地元志向」「自宅志向」といった現代の等身大の価値観を表したものである。しかし、今回の分析のようにおしゃべり型の関係性は、スモールステップの増加に対してネガティブな影響が観測されているほか、早期離職に繋がりがやすいという結果も明らかになっている<sup>\*7</sup>。

また、親子関係のファクターはグループ3のみが有意な結果となった。就活時の親子関係がその後のキャリアに影響する、という事実は、子がひとり立ちできていない可能性を示している。「親向け企業説明会」「親のための内定式」、こうしたイベントを開催する企業もある。若手によっては親の存在の大きさは決して無視できなくなっていることは確かだが、それが見えない部分で若手の足を引っ張ってはいないだろうか。

\*5 重回帰分析。入社初期→現時点で、スモールステップの量が増加した者とそうでない者を比較し、スモールステップ量が増加した者との関係を分析した「スモールステップ増加ダミー」を被説明変数とするプロビット分析。有意水準5%以上を着色している。

\*6 リクルートワークス研究所、「若手社会人のキャリア形成に関する実証調査」結果報告書、P.42

\*7 同報告書、P.58

## 若手を育てる環境をつくる3つの視点

さてここまで、若手のキャリアの広がりや、それに大きな影響関係を持っていたスモールステップに注目して論を進めてきた。

今回の分析結果は、今後、若手が少なくなっていく日本社会において、若手を本当に育てるための“社会”や“会社組織”がどうあるべきか、多くの示唆を与えてくれる。特に、グループ2やグループ3といった現在のキャリアの状態が決して良好ではない若手についての考察をもとに、整理していこう。

第1に、初職企業で起こる仕事面や待遇面での悪いギャップの発生を、小さくとも具体的なアクションに繋げるような取り組みの必要性である。リアリティショックが発生すること自体は完全に防ぐことはできない。しかしその悪い印象を引きずり、「会社で何を言ってもダメだ」となることがその後のキャリアに対して長期的な悪影響を与え続けることは防ぐことができる。

とある若手は、同僚が過労で倒れたことをきっかけに会社側が設定した、「若手と幹部の対話の機会」において大きなチャンスを感じたと語っていた。幹部に組織のダメなところを直接話し、努力した若手が評価される場をつくることを提言したところから、彼のキャリアは少しずつ広がっていった。

若手が組織への不満を陰で言っているのは、組織がそうした不満を直接話しやすい場や環境を設けていないことに原因があると考えてみよう。企業が意識してスモールステップの機会をつくらない限り、若手がある日突然辞めていくという状況を止めることはできないだろう。また、放置しておけば、不満ばかり言っていてパフォーマンスは低いが会社にしがみつき続けようとする社員を増やすばかりである。格式ばった研修や制度だけでなく、「スモールステップを促す」という発想に立てば、企業がすることは多い。

第2に、企業の枠を超えた器づくりである。特に、中小企業入職者に対するサポートの観点からこの点が重要である。中小企業入職者については初任給額のみならずOJTやOff-JT機会が少ないことが指摘されてきた。加えて今回、スモールステップ増加への悪影響の観点から、グループ3(行動量・情報量ともに少ない)の中小企業が初職の若手が厳しい状態にあることが明らかになった。ここでポイントは、中小企業に入った若手全員に悪影響が見られているわけではない点である。中小企業で働く良い点も活かしてスモールステップを行っていくことができる若手のグループと、そうでないグループがある、ということだ。

中小企業においてはまだ一部ではあるが、企業の枠を超え地域全体で研修する取り組みや、大手企業からの副業を受け入れ逆に社員には副業を促す企業、地域での暮らしと合わせて新しいワークスタイルを提案する企業など、様々な新しい動きが見られている。こうした取り組みに共通するのは、「自社の枠を超えて人材を育てる」という発想である。若手が社外のコミュニティに交わることで、様々な若手と接することになる。もし、グループ3の若手が社内には相談相手もおらず一人きりであるとしたら、これは早急に手を打つ必要がある。そのための対応手段は中小企業の社内にはない。この対応手段は、社外の様々な若手に接することでこれまで触れなかった世界の広がりを得ることではないか。

こうしたこれまでの中小企業の人材育成で不利だとされてきた、同期が少数、社内に近い年齢の先輩がいない、ロールモデルが不在、といった弱点を覆す手立てにより、この課題は解決されるだろう。それは企業を横断した人材育成の発想であり、個社ではなく各地域に、こうした横断的な「器」づくりが求められる。

最後に、親との関係に触れたい。現代の親子関係には、若手のキャリアを広げる介入タイプ(壁打ち型)

とそうでない介入タイプ(おしゃべり型)、そして有意な関係性が見られない管理型があった。この違いは、子どもの問題であると同時に、親の問題でもある。

親との関係について、他にも興味深いデータがある。就活の際に「よく親に相談をした」若手のほうが、早期離職率が低く、初職企業の評価点が高い(よく親に相談した若手の早期離職率は15.6%、全く親に相談しなかった若手は19.0%等)\*<sup>8</sup>。このように、キャリアの初期については親との関係性が極めて大きな影響を与えている。

他方で、現時点での「同居者」と現在のキャリア状況について図表⑥に整理した。こちらでは統計的に有意な差は出ておらず、「一人暮らしか親と同居しているか」といった外形的な違いでは親子関係の差を説明することはできないことがわかる。

図表⑥ 現時点での同居者と現在のキャリア状況\*<sup>9</sup>

	キャリア展望スコア	スモールステップスコア (新たな関与)
一人暮らし	51.7	50.3
親と同居	49.3	48.3
配偶者と同居	53.0	47.5

こうした結果から見えてくるのは、キャリアづくりの観点からは、親子関係は「外形的に」ではなく、あくまで「相互の関係性」によって区別されるものであるということだ。実家か一人暮らしかではなく、介在の型やコミュニケーションの程度によってキャリアの状況に影響を及ぼしているとする必要がある。

こうした事実は、若手を支える環境をつくる上では難しい問題をもたらす。外形的な区分で困難を抱えている個人が特定できれば、支援の対象を明確にすることができる。しかし、親との「関係性」に課題が内在していると考えられる以上、一筋縄では解決しない。

キャリアへの長期的な影響関係が確認された以

上、親子でのキャリア教育の受講など、親を含めた支援策を講じていく必要があるだろう。それは、情実的な「おしゃべり型」の介入を防ぐことを目的としたものとなり、言い換えれば「親の自立」を促すものとなる。

## 小さな一歩が変える世界

本稿では、現代の若手のキャリアづくりを「行動と情報」、そしてスモールステップに注目して俯瞰した。

「友人に誘われたイベントに行く」「自分の悩みを発信してみる」「気になったことをインターネットで検索してみる」といった小さな行動自体は「やろうと思えば誰にでもできる」ものだ。

しかし、「いつでもできること」だからこそ、多くの若手は意識して行かない。今回の結果から見えてきたのは、こうした小さな行動＝スモールステップがその後のキャリアの広がりや強い関係を持っているという事実であった。

スモールステップは、次のちょっとした行動に繋がり、そしてちょっとした世界の広がりへと繋がっていく。その「ちょっと」が、キャリアを劇的に変えていくのである。

\*<sup>8</sup> 同報告書、P.57

\*<sup>9</sup> 各得点を100点満点(最高値を100点、最低値を0点)に換算した数値。

Shoto Furuya: リクルートワークス研究所 研究員

2011年一橋大学大学院社会学研究科総合社会科学専攻修了。同年、経済産業省に入省。産業人材政策、投資ファンド創設、福島復興・避難者の生活支援、「未来投資戦略」策定に携わり、アニメの制作現場から東北の仮設住宅まで駆け回る。2017年4月より現職。労働市場について分析するとともに、学生・若手社会人の就業や価値観、キャリア形成の変化を研究する。一般社団法人スクール・トゥ・ワーク代表理事。