

「体育会系」学生の就職活動をめぐる戦略と制約 —アメリカンフットボール部員へのインタビュー調査から—

田村 昌之晋
無所属

藤村 達也
京都大学

概要：本論文では、アメリカンフットボール部に所属する学生へのインタビューを通じて、彼らの就職活動において「体育会系」であることがいかに作用しているのかを検討した。第一に、就職活動初期段階ではOBネットワークなど部活動で得られた資源が有効に活用されていた。他方でその背景として、部活動への専心により他の資源が不足していることから、結果としてOBネットワークの活用へと水路づけられてもいた。第二に、採用面接では「体育会系」として自己提示を行い、採用担当者から肯定的な印象を引き出していた。他方で、そのような「体育会系」イメージはそこから逸脱する自己像を提示することを困難にもしていた。このように、体育会系学生はOBネットワークや肯定的イメージなどの資源を有効に活用する一方で、「体育会系」であるがゆえに、一般的な学生が取りうる他の選択肢から排除されているという両義的な側面が示された。
キーワード：体育会系、部活動、就職活動

Strategy and Constraints in Job Hunting for Collegiate Athletes —Insights from Interviews with American Football Club Members—

Shonoshin Tamura
Independent researcher

Tatsuya Fujimura
Graduate school of education
Kyoto University

Abstract: In Japan, there exists a social perception often referred to as the "athlete student myth," which suggests that students with experience in sports activities can gain an advantage in job hunting. Through interviews with members of the American football team at X University, this paper investigates how athlete students utilize resources gained from their sports activities at college in their job searches. First, the interviewees utilized alumni networks as a resource obtained from their sports club activities. However, this reliance was also due to a lack of other resources, such as time, knowledge, and experience, resulting from their dedication to club activities. Second, the interviewees recognized that recruiters held a positive image of athletic students, allowing them to make a favorable impression. Conversely, this advantage also has a dual aspect, limiting them from exploring other options available to non-athlete students. Although athlete students effectively use resources such as alumni networks and positive images toward them, this advantage also carries a dual aspect where they don't have other options available to non-athlete students.

Keywords: athlete student, school sports activities, Job hunting

1. 問題の所在

古くから新規学卒労働市場においては「体育会系神話」、すなわち『『体育会系の新卒就職は他に比して有利になる』という社会的理解』（東原 2021: 13）が存在している。

この「体育会系神話」をめぐるのは、第一に、体育会系学生が実際に就職活動において有利であるのかを計量的に検討する研究が存在する。梅崎（2004）や原ほか

（2004）、宮田・中尾（2022）が体育会系学生の優位性を裏づける結果を提示したのに対し、木村（2014）や松尾（2018）の分析結果は否定的であった。この中で最新の研究であり傾向スコア分析を用いた宮田・中尾（2022）は、木村や松尾の研究には選択バイアスの問題があるとしている。このように両義的な知見が得られているものの、体育会系であることが就職活動において優位に働く場合があることは否定できない、とひとまづいえるだろう。

第二に、体育会系学生が就職活動において有利になる要因を検討する研究が行われてきた。その中心的な関心として、部活動関係者のネットワークの効果がある。体育会系学生内での属性の差異による有利・不利を検討した東原（2021）によれば、体育会系学生内部においても、「優良企業」への就職率はジェンダー、大学の威信ランク、競技ごとに異なっており、女性より男性において、威信の低い大学より高い大学の学生において、また競技では伝統的なチームスポーツにおいて優位性が発揮されているという。東原はこの結果について、特定のスポーツ団体に所属することが内定獲得に有利に働くとした上で、その要因の一つとしてネットワーク仮説の存在を指摘している。梅崎

（2004）の分析結果では、サークルOBによるネットワークの利用が有意な効果を持つわけではなかったものの、スポーツ系サークル所属者であることが第一志望の内定獲得に有利に働いていた。梅崎は、サークルOBから直接誘われた企業が第一志望になることは少ないものの、内定を「保険」として獲得できる可能性や、就職活動に必要な情報をサークルOBから入手できる可能性などを論じている。ネットワーク仮説についても議論はあるものの、「体育会系」学生が有する中心的な資源としてみなされてきたといえる。

第三に、企業から見た体育会系学生に対する認識に着目した研究もある。東原（2021）は、戦前の大衆経済誌『実業之日本』の分析や、1990年代初頭の新卒大卒指導における体育会系学生の位置に関する企業関係者へのインタビューから「体育会系神話」をめぐる社会的認識を明らかにしている。また葛西（2012）も企業関係者に対してインタビューを行い、体育会系学生に対する評価を調査した。いずれの研究も「体育会系」学生に対して企業は概して好意的な印象を抱いていることを示している。

このように、体育会系学生の就職活動をめぐっては、(1)「体育会系神話」の真偽を計量的に検証する研究、(2)OB・OGネットワークを中心に、体育会系学生が就職活動において有利である背景に着目する研究、(3)体育会系学生に対する企業関係者による評価に関する研究が行われてきた。その知見としては、(1)一部の体育会系学生は就職活動において有利な傾向にあり、その要因としては(2)OB・OGネットワークや(3)企業関係者による好意的なイメージの存在が示唆されてきた、といえるだろう。

他方でこうした研究に残された課題として、就職活動を行う体育会系学生の視点が欠けていることが指摘できる。計量的分析や歴史的研究、あるいは企業関係者へのインタビューは行われてきたものの、当の体育会系学生がどのように就職活動を行っているのかについては看過されてきた。井口（2022）によれば、既存の就職活動研究は、その結果を左右する要因および企業による応募者の選抜プロセスに関心を偏らせてきた。その

一方で、応募者である学生による企業選択や、企業と学生の相互行為に関する研究は十分に行われてこなかったというが、こうした課題は「体育会系」学生による就職活動にも当てはまる。こうした視点の偏りにより、「体育会系」学生が実際にどのように就職活動を進め、その中で OB・OG ネットワークや企業関係者による肯定的評価といった資源がいかに認識・活用されているのかは明らかになってこなかった。

以上の問題意識から、本研究では体育会系学生へのインタビューを通じて、体育会系学生が出身者ネットワークや企業からの好意的なイメージといった資源をどのように捉え、就職活動を進めているのかを明らかにすることを目指す。

2. 調査の概要

調査当時に X 大学のアメリカンフットボール部に所属していた男子学生 6 人にインタビューを行った（表 1）。体育会系学生を対象とした調査から、先述のように、優良企業（東証一部上場企業）の内定獲得につながる要因を分析した東原（2021）は、「威信が高い大学」の「伝統的チームスポーツ」部に属する男子学生が、現在の大学新卒就職市場においてとりわけ有利になる傾向を明らかにしている。こうした観点からみれば、本研究の調査対象者は「体育会系神話」の中核的存在であるといえる。なお、3 節 2 項で詳述するように、X 大学のアメリカンフットボール部では留年や大学院進学をする部員が多く、本調査のインフォーマントについても留年経験者 4 人と大学院生 2 人で構成されている。

調査は 2023 年 9 月から 11 月にかけて行った。A さん、B さん、C さんには各 1 時間程度の半構造化インタビューを行い、その後、A さん、D さん、E さん、F さんを対象に 1 時間半程度のグループインタビューを実施した。各インタビューにおいては、調査開始前にインタビューの目的、調査内で知り得た内容は本稿利用の用途以外で一切利用しないこと、本研究においては個人が特定されないよう匿名化して利用すること、調査への参加は自由意志であり、調査中いつでも中断が可能であること等について口頭で説明を行い、同意を得た上で行った。内容は許可を得た上でボイスレコーダーを用いて記録した。インタビューでは、本研究の問題意識を踏まえて、運動部活動との関係を中心に就職活動の経験について語ってもらった。

表 1 インタビュー対象者の属性（2023 年 9 月～11 月時点）

	学年	卒業見込年	就活状況	専攻分野
A	学部 5 年	2024 年	終了（内定済）	人文社会
B	学部 5 年	2025 年	継続	自然科学
C	学部 5 年	2025 年	継続	人文社会
D	修士 2 年	2024 年	終了（内定済）	自然科学
E	修士 2 年	2024 年	終了（内定済）	自然科学
F	学部 6 年	2025 年	継続	自然科学

以下ではまず 3 節において、企業選択を中心とした就職活動の初期段階において、出身者ネットワークを含めて運動部活動で得られた資源がどのように活用されるのかを検討する。続いて 4 節では、採用面接を中心とした選抜過程において、「体育会系」に対する企業関係者からのイメージがどのように作用しているのかを分析する。最後に 5 節

において、分析を踏まえた考察を行う。

3. 就職活動初期における部活動の影響

3.1 運動部活動がもたらすネットワーク資源

本節では就職活動初期における企業選択段階を中心に、体育会系学生が運動部活動で得られたネットワークをどのように活用しているのかを検討する。

まず、彼らは企業選択の際にアメフト部出身者の就職先を参照していた。X 大アメフト部では、出身者の就職先等が掲載された冊子を部員が閲覧することができる。B さんは「やっぱ OB 名簿を見て、先輩らがそんなところ行ってるのか、みたいなのを、見つけてって絞っていく。やっぱり X 大アメフト出身やったらこれくらいの企業行くよな、みたいな」と語った。同様に E さんも「とりあえずアメフト部で [自分が] 外れ値ではないかなと思っているから、6 年 [部活を] やって、先輩が行っているところ [= 企業] やったら大体困りはせんかなっていうのがあって」という。また A さんも「やっぱり部内でどう思われるとか、先輩があのか、業界に行ってるからとかそういうことは気にしてた。(中略) 最初のところ、説明会聞くとか、エントリーするとかそういうところでは、世間体みたいなことを気にした感は否めへん」という。

このように、応募する企業を選ぶ際には、先輩部員の就職先に関する情報が選択の基準として活用されていた。就活市場における大学や部の位置づけ、あるいは部内での自分の位置が参照されている。また就職先をめぐる「世間体」についても、部内での評価と結びつけて語られている。

さらに、部活動が直接的にもたらすネットワークの活用に関しても語られた。

- A : 結局そもそも物理的に時間がそんなじゃないですか。一留やったらもう外資終わってるとか、結局先輩いるし、っていう同じルートをたどっていくんじゃないかっていう。
- D : それは絶対そう。(中略) そもそも就活の入りが〇〇〇〇 [体育会所属学生を対象とした就職活動支援サービス] とか OB 訪問とかやん、アメフト部の就活生。
- E : 下駄履かせてもらってる分、そっちに寄っちゃうってのはあるかもしれない。より成果出しやすいみたいな。俺らがもうゼロから始めようと思ったら、普通の就活生と同じ道を歩めるんやけど、面倒くさいからちょっとジャンプしたらって感じ。
- A : 言ったら、コスパがいい。

就職活動を行ううえで、X 大アメフト部員が活用する最初の手がかりとして OB 訪問があげられている。ここで言及されている OB 訪問とは、X 大アメフト部出身者が有志で毎年 2、3 月頃に開催するイベントであり、日経大手総合商社といった大企業からベンチャー企業まで、多様な企業の説明会が部員のみを対象に行われる。彼らはこうしたサービスやネットワークに関して、「下駄を履く」、「コスパがいい」と表現しており、部活動から得られた資源を有効に活用して就職活動を進めていることがうかがえる。

このように、インタビューからは X 大アメフト部員が先輩等を企業選択の基準とし、またネットワークや部活動限定のサービスといった資源を活用して就職活動を行っていることが示された。こうした語りは、先行研究における出身者ネットワークがもた

らす部活動経験者の優位性を裏づけるものでもあるといえる。

3.2 部活動がもたらす制約

他方で、こうした資源の活用が「体育会系」学生の単なる優位性を示しているわけではないこともインタビューから伺えた。

X 大アメフト部員は在学中の時間の大半を部活動に費やしていた。その結果として、就職活動をめぐっても時間に関わる制約に直面することになる。第一に、彼らは他の学生と比べて遅れて就職活動を開始していた。X 大アメフト部員の進路選択における特徴として、多くの部員が留年や大学院進学を経てから就職活動を行うことがあげられる。このような就職活動のあり方をもたらす要因として、「部活動をやり切りたい」という部員の意識がある。たとえば C さんは、「あの 1 年は社会人になるのを遅らせても、ちゃんとやった方が絶対に財産になると思ったから、そうそうできる経験じゃないと思ったから」と述べており、部活動を「ちゃんとやる」ために、積極的な選択として留年をしている。また大学院に進学した D さんも、「4 年の春くらいに外資のコンサルとか金融とか受けたいと思って、でも現役の部活はやり切りたかったし、そう考えると院進するしかなくなって、その選択肢を考え始めた」という。

このように、X 大アメフト部員の多くは部活動を最後まで「やり切る」ために留年や大学院進学の後就職活動を行うことを選択する。それにより、彼らが就職活動を開始するのは、大学 4 年生のシーズン終了後になり、留年を選択した場合、それは大学卒業前年度の 12 月頃以降になる。それに対して、同年度に卒業する一般的な大学生はそれよりも早期に就職活動を開始している。就職活動市場においては近年特に早期化が進み、大学卒業前年度の夏期インターンシップへの参加が内定獲得に決定的な影響を及ぼすこともあり、大学卒業前年度の 6 月以前から就職活動に取り組む学生も珍しくない。リクルートの就職みらい研究所が発表した『就職白書 2024』によれば、2024 年卒業者のうち、卒業年次前年の 9 月までに就職活動を開始した学生は全体の 56.9%にも及んでいる（就職みらい研究所 2024）。こうした背景から、彼らは留年を選んだとしても、遅れて就職活動に参加することになるのである。

第二に、在学期間の大半を部活動に費やしたことで、他の学生と比べて部活動以外の経験が少ない状態で就職活動の時期を迎えることになる。志望企業から内定を獲得できなかった B さんは、その理由として「知識が不足していたと思う。業界の知識みたいな。4 年間かけて知識不足になったというか、就活の出遅れで他の就活生よりも知識がないみたいな方が正しいかもしれん」と述べ、4 年間の部活動生活により、他の就活生が持っている知識が不足していたと振り返っている。また、部活動に時間を費やしたことで、アルバイトやインターンシップなどを通じた知識や能力の獲得ができていないとも認識していた。A さんは「ほんまにインターンしてないし、バイトとかも（してない）。社会のことを知らん」と語り、C さんも「自分の評価があまり高くない、そういうところは体育会だからっていうのは繋がっている。体育会だから、仕事にパッと入ったとしても、自分がいま即座に結果を出せない人間」という自己認識を抱いていた。

このように、X 大アメフト部員は在学期間の大半において部活動に専心した結果、就職活動やその準備に十分な時間をかけられず、知識や経験が不足しているという自己認識を持っていた。前項で取り上げたグループインタビューで、学部 5 年生で就職活動を行った A さんは「結局そもそも物理的に時間がそんなにないじゃないですか。一留やったらもう外資終わっているとか」と発言していた。また、C さんは「[志望業界を聞

かれて] 大前提能力がないと思っているから自分に。だからちゃんと育ててくれそうなところ」といった理由から日系大手企業を志望していた。このように、一年の留年を経ても外資系企業の採用期間がすでに終わっていることや、「即戦力」としての自信がないことなどから、多くの先輩部員と似たような日系大手企業を志望していたのである。その結果として、前項でみたように、先輩部員の就職先を参考にし、OB 訪問やネットワークを活用して就職活動を進めていったのだといえるだろう。

本節では、X 大アメフト部員へのインタビューから、「体育会系」学生が就職活動初期、とりわけ企業の選択において部活動コミュニティをどのように活用しているのかを検討した。先行研究でも指摘されるように、銘柄大学所属の伝統的チームスポーツを経験してきた彼らは、OB ネットワークを含めて、部活動から得られる資源を活用していた。しかし他方で、そうした選択がなされる背景には、部活動への専心から時間や知識、経験といった他の資源が不足しており、結果として多くの OB と同様の日系大手企業へと選択が収斂し、それにより OB ネットワークの活用へと水路づけられているという側面もあることが明らかになった。

4. 選考過程における「体育会系」イメージ

4.1 「体育会系」イメージの活用

就職活動を行う学生は、企業選択を終えるとエントリーシートの提出や採用面接といった選抜プロセスへと進む。本節では、採用面接を中心としたプロセスに視点を移し、そこで企業関係者からの「体育会系」に対するイメージを体育会系学生がどのように活用しているのかを検討する。

まず、インタビュー対象者は総じて、面接において部活動の経験を自己アピールの資源として用いていた。その際に重要なのが、企業の人事担当者の側に「体育会系」学生に対する一定のイメージがあることを前提とし、それを参照することで自己提示を行っているという事実である。B さんは以下のように語った。

B: [アメフト部に所属していたという] そのイメージ自体がプラスに捉えてもらっているのもそうやけど、それとは別にもう一個、やっぱマイナスであったとしても、ちゃんとイメージが向こうにあるっていうこと自体がプラスやなっている。どういう特性かっていうのが、先に入ってくれていると、こっちとしても、理詰めで生きている人間じゃないです、みたいな。

B さんは、採用担当者が体育会系学生に対して一定のイメージを先行して有しており、それが仮に「理詰めで生きている」わけではないといった「マイナス」に働きうるイメージであったとしても、そのこと自体が自らの自己提示において有利に働くと言っている。

このように採用担当者が持つ「体育会系学生」像を前提とすることで、それに沿った自己提示を行うことが可能になる。A さんと B さんは以下のように語っている。

A: 素直そう、コミュニケーション能力とかそういうところをアピールしていた。いいやつそうみたいな。知識ありますとか、いろいろ物事知っていますっていう路線でいくと勝てないなって思ったし、とにかくこれまでは部活しかしてなかったけど、今後はそのパッションを仕事に向けます、っていう感じで、伸びし

ろを感じてもらえるような話し方をした。

B : X 大アメフト部ですって言ったら大体、どういう人間なんかを相手にイメージさせられる感じはする。[中略] そんなに、どれだけ頑張ってきたかみたいなことを喋らんでも、頑張ってきたこと自体はわかってもらえてる。

A さんは、「素直」、「コミュニケーション能力」といった「体育会系」イメージに沿った長所をアピールすると同時に、知識の豊富さなどの「体育会系」イメージから外れる側面では他の就活生に「勝てない」という判断を行ったことを述べている。また B さんは X 大アメフト部所属であること自体が企業関係者に一定のイメージを持たせるものであり、「頑張ってきたこと自体はわかってもらえてる」という。葛西 (2012) も、企業の人事・採用・教育担当者が、体育会大卒者の優位性として、「人当たりの良さ」「貫徹力」といったイメージを持っていることを指摘しているが、こうした事実を「体育会系」学生自身も資源として活用し、自己提示を戦略的に行っているといえる。

また前節でみたように、X 大アメフト部では部活動を最後まで「やり切る」ために、留年を選択する学生が少なからずいた。一般的に、留年は就職活動において負のシグナルとなりうる。しかし部活動の文脈において参照することにより、留年を「貫徹力」の指標へと読み替えることが可能になる。

B : 4 回生で、実習があり部活との両立ができないので、部活を優先して留年することを選びましたみたいな感じで。それはもう入学当時からそういうつもりでいましたみたいなこと言ったら、アホすぎて留年している感じにはならんから。

F : 現段階だと俺はやっぱプライベートより仕事だけしていきたいという路線で全部ずっと言っているから、熱中してきたね、みたいな証拠には明らかになる。ほんで 4 年やりきった、プラス 2 年コーチやっているっていうのは、やっぱ向こうからしたら圧倒的な説得力があって。留年してまでっていうのは。

B さんと F さんはいずれも部活動引退後に 2 年間の留年期間を経て、インタビュー当時に就職活動を行っていた。2 人はこのことをその後に再度勉学に集中してきたこと、もしくはむしろ部活動に集中していたことを示す証拠として肯定的に位置づけて提示している。ここでは部活動の文脈で参照することで、留年も一貫性のある選択として企業側に捉えられるように語っているのである。

ここでは、X 大アメフト部員へのインタビューから、「体育会系」であることによる企業関係者からの印象を当の「体育会系」学生が認識し、それを参照して自己提示を行っていることを示した。先行研究では企業関係者が持つ認識が検討されてきたが、選ばれる側の「体育会系」学生もまた、そうした認識を資源として活用しているのである。

4.2 「体育会系」イメージによる制約

しかし同時に、こうした「体育会系」イメージは必ずしも彼らの有利にのみ働くわけではない。A さんと D さんは以下のように語った。

A：あんまり、体育会！っていう感じに就活したかったわけではないんよな。結局、戦う層は、同じ国公立とか私立とかの体育会勢やし、脳筋で筋トレ！筋トレ！みたいな体育会に見られたら埋もれると思っていたから、練習こう考えてやっていましたとか、体重こうやって増やしましたとか、頭使ってそうエピソード多めで。でも結局体育会だよっていうイメージからは出られへんくて。

D：やっぱキャラ付けがしにくい。結局、知的なキャラで戦おうとするとキャラもぶれるから印象に残りづらいんじゃないとか、そういうのはあるかも。

AさんとDさんの語りからは、「体育会系」というイメージや「キャラ」を引き受けざるを得ないという側面がうかがえる。銘柄大学であるX大学に所属していることを有効に活用しようとすれば、他大学の体育会学生とは「知的なキャラ」などにより差異化することになる。しかし、採用担当者に「体育会系」に対する一定のイメージがあるために、そうしたイメージから逸脱する自己提示には困難が付きまとうのである。そうした状況でもAさんは「頭使ってそうエピソード」を提示することで、差異化を図ったものの、結局は「体育会系」イメージから逸脱しない範囲でしか行うことができなかったことを語っている。Dさんも「知的なキャラ」を自己提示しようとすれば、「キャラがぶれる」ことで一貫した自己提示が難しくなるという懸念を表明している。

このように、企業関係者が「体育会系」学生に対して明確なイメージを有していることは、必ずしも「体育会系」学生に有利にのみ働くわけではない。「体育会系」という「キャラ」から逸脱して、「知的」などのイメージを与えることを難しくする側面もあるのである。

本節では、X大アメフト部員へのインタビューから、採用面接を中心とした選考過程において、企業関係者が有する「体育会系」イメージがどのように作用し、またいかに用いられているのかを検討した。先行研究において、企業関係者が「体育会系」に対して「人当たりの良さ」「貫徹力」といった肯定的なイメージを有していることが示されてきた。それに対して本論文では、そうしたイメージに関する「体育会系」学生の視点から分析を行った。企業関係者が持つ「体育会系」への好意的な印象を学生側も認識し、そうしたイメージに即して振る舞うことで戦略的な自己提示を行っていた。しかし他方で、企業関係者により先行して持たれている「体育会系」像は学生がそこから逸脱する自己像を提示することを困難にもしていた。このように、企業関係者が持つ「体育会系」イメージは必ずしも「体育会系」学生に有利に働くわけではなく、ときに制約にもなり得ることが示された。

5. 考察と結論

本論文では、銘柄国立大学であるX大学のアメリカンフットボール部員へのインタビュー調査から、体育会系学生が就職活動において運動部活動から得られた資源をどのように活用しているのかを検討してきた。

第一に、企業選択において「体育会系」であることがどのように作用しているのかを検討した(3節)。インタビュー対象者は、OBネットワークを含めて部活動から得られる資源を活用していた。しかし他方で、そうした選択がなされる背景には、部活動への専心から時間や知識、経験といった他の資源が不足しており、結果として多くのOBと同様の日系大手企業へと選択が収斂し、それによりOBネットワークの活用へと水路づ

けられているという側面もあることが明らかになった。

第二に、採用面接を中心とした選考過程において、「体育会系」であることがどのように作用しているのかを検討した（4節）。企業の採用担当者は先立って体育会系学生に対する一定のイメージを持っており、そのことが体育会系学生の自己提示の方向を水路づけていた。肯定的な「体育会系」イメージに沿うことで自己提示が容易になる反面、そこから逸脱した自己提示を困難にしていた。

これらの分析から、本論文では以下の結論を提示する。まず、体育会系学生は、運動部活動から得られた資源を有効に活用している。就職活動初期における企業選択等の過程においてOB訪問など部活動から得られたネットワークを活用し、また採用面接においては企業関係者が持つ「体育会系」への肯定的イメージを踏まえたうえで、それに応じた自己提示を行っていた。先行研究においては、特定の条件下において「体育会系」学生が内定獲得において有利になることや、企業関係者が「体育会系」学生に対して一定の好意的な印象を抱いていることが示されてきた。それに対して本論文では、当事者である「体育会系」学生の視点から、そうした資源の活用戦略がいかに行われているのかを明らかにした。

他方で、上述の資源活用戦略が、「体育会系」であることが生み出す制約への対応戦略であることも明らかになった。彼らは在学期間の大半を運動部活動に費やしたことで、アルバイトやインターンシップなどの経験や、業界や企業に関する情報などにおいて不利な状況にあった。また就職活動参加の遅れにより、外資系企業など一部企業を志望しにくい状況に置かれていた。こうした背景から、多くのOBが同様に就職している日系大手企業に応募し、その結果としてOBネットワークを活用することになっていった。また同様に、採用面接についても、「体育会系」イメージから外れる「知的なキャラ」などの自己提示がしにくくなり、その結果として「体育会系」としての自己提示を必然的に強いられている部分もあった。このように、「体育会系」学生が用いる戦略は、彼らに課せられた制約の裏返しでもあったのである。このような「体育会系」就職活動の両義的側面は、先行研究では十分に検討されてこなかった点であり、本論文が新たに明らかにした知見であるといえる。

さらにいえば、先行研究では内定獲得などの従属変数に対して「体育会系」であることが有利であるのか否かに中心的な関心があった。それに対して、本研究の分析から示されたのは、「体育会系」であることは単純に「有利／不利」のいずれかに作用するというよりも、就職活動開始時期などの新卒労働市場の制度的環境や採用側が有する規範などを媒介して特定の選択や戦略を要求する、ということである。教育から労働へのトランジションにおけるスポーツ経験の効果を明らかにするうえでは、応募者の属性や就職活動の結果のみならず、労働市場をめぐる制度や多様なアクターとの相互作用を視野に入れる必要があるだろう。

本研究に残された課題としては、研究対象者の偏りがあげられる。本研究で扱ったのは「体育会系」学生の中核的存在である、銘柄国立大学のアメリカンフットボール部の男性部員である。ここで見られた構造は他の属性（大学ランク、スポーツ種目、ジェンダーなど）の「体育会系」学生においても一定程度見られると考えられるが、「体育会系」就職活動研究を進めていくうえで、本研究で提示した論点と「体育会系」内部の属性的差異の関係を考慮に入れることも必要であると考えられる。

参考文献

- 井口尚樹, 2022, 『選ぶ就活生、選ばれる企業——就職活動における批判と選択』晃洋書房.
- 葛西和恵, 2012, 「体育会所属新規大卒者の特性——体育会学生は企業にモテるのか？」『法政大学キャリアデザイン学部紀要』9: 293-329.
- 木村充, 2014, 「就職時の探求——『大学生活の重点』と『就職活動・就職後の初期キャリアの成否』の関係を中心に」中原淳・溝上慎一『活躍する組織人の探求』東京大学出版会, pp.91-116.
- 原琴乃・松繁寿和・梅崎修, 2004, 「文学部女子の就業——大学での蓄積と英語力の役割」松繁寿和編『大学教育効果の実証分析——ある国立大学卒業生たちのその後』日本評論社, p.89-108.
- 松尾寛子, 2018, 「大学生の就職活動と体育会所属との関係についての研究」『京都大学学生総合支援センター紀要』47: 25-39.
- 宮田弘一・中尾走, 2022, 「『体育会系神話』の検証——体育会系学生の内定獲得に関する傾向スコア分析」『大学教育学会誌』44(1): 130-139.
- 就職みらい研究所, 2024, 『就職白書 2024』株式会社リクルート.
- 束原文郎, 2021, 『就職と体育会系神話——大学・スポーツ・企業の社会学』青弓社.
- 梅崎修, 2004, 「成績・クラブ活動と就職——新規大卒市場におけるOBネットワークの利用」松繁寿和編『大学教育効果の実証分析——ある国立大学卒業生たちのその後』日本評論社, pp.29-48.

付記

本論文は、田村により 2024 年 1 月に京都大学教育学部に提出された卒業論文に大幅な加筆修正を行ったものである。研究の計画、インタビュー調査、卒業論文の執筆は藤村の指導のもとで田村が行った。その後、本論文の執筆・投稿にあたっては藤村が中心となって加筆修正を行った。また加筆修正に際して JSPS 科研費 (23K25580、23K02210) の助成を受けている。