

アフターコロナ：就活ファッショントリビュート — 企業アンケートから探る採用側の本音 —

武庫川女子大学 経営学部 教授

高橋 千枝子

要約

アフターコロナにより企業の採用活動や働き方が変化し、服装のカジュアル化が進む中でも、就活生は依然として黒一色の画一的なリクルートスーツを着用している。企業側は清潔感やTPOを重視し、服装自由の中で個性や判断力を見極めたいと考えているが、評価基準の不透明さが就活生の不安を助長し、無個性な服装を選ばせている。企業アンケート調査では、企業は画一的な就活ファッショントリビュートにこだわっておらず、むしろ各業界・企業の服装ルールに従った常識的な装いを求めていることが判明した。就活ファッショントリビュートの変化には、企業側の情報発信と服装ルールの可視化が必要であり、それにより就活生は安心して個性を表現できるようになる。就活生が温暖化・省エネを考慮した服装に変化することは社会的にも望ましい。

キーワード

リクルートスーツ、アンケート調査、テキストマイニング

I. はじめに

近年、企業側の採用活動や働き方が変化している。これまで日本の雇用をもとに新卒一括採用が行われ、個々の特性や価値観よりもポテンシャルや集団適応力を重視し、入社後に画一的な研修を通じて育成してきた。しかし昨今の新卒採用活動では、通年採用¹をはじめ、インターンシップやスカウト型採用など、より一人ひとりの学生の経験やスキルを重視している²。

またコロナ禍によりテレワークが普及し、労働時間の自由度も高まった。それに伴いビジネスの服装規範が弱まり、ノーネクタイやビジネスカジュアル、略礼装へと変化している（田中 2023）。オンライン会議で上半身だけビジネス仕様にしたり、機能性と見た目を両立するパジャマースーツのヒットは記憶に新しい。アフターコロナも温暖化・猛暑の影響で、以前のようなフォーマルではなく、快適性・機能性を重視するカジュアルへとドレスコードは変化し、多くの企業が服装のカジュアル化やドレスコードの廃止を進めている³。

企業側は多様な人材を望み、コロナ禍を経て服装のカジュアル化が進展しているにも関わらず、就活生の就活ファッションはアフターコロナの今も変わらず、スーツ・髪・靴・鞄まで黒一色など画一的・無個性のままである。また就職活動が活発化する4～6月に暑苦しそうに長袖シャツの上に黒ジャケットを着ている就活生は少なくない。

リクルートスーツを中心とする就活ファッション⁴は誰もがその存在に違和感を持ちながらも、就活生や採用企業および紳士服業界はそれぞれ一定のメリットを感じつつ存在してきた（田中 2019）。しかしこロナ禍を経て、時代は変わっている。問題意識として、働く側の服装がカジュアル化する中でも、この画一的・無個性な就活ファッションを採用企業側は必要と感じているのか。そもそも就活ファッションは必要なのか。働く女性向けDtoCブランドkay meと連携し、就活女子学生側および採用企業側の両方に就職活動および就活ファッションに関する考え方のアンケートを実施し、本稿では採用企業側のアンケート結果をもとに「就活ファッションに関する考え方・本音」について考察を行う。

II. 先行研究

1. リクルートスーツの誕生と普及

リクルートスーツの誕生と普及について、竹ノ内（1996）および田中（2019）が詳しい。戦後（1950～1960年代）の男子学生は学生服（詰襟）で面接に臨むのが一般的であり、スーツ（背広）は社会人が着用するものであった。1970年代に入り学生服を持たず、就職活動の服装に悩む男子学生が増え、1977年に大学生協が新宿伊勢丹と提携して就職用スーツを売り出した。当時は就職後も着用することを前提としていた。スーツの色や素材、形状などの変遷もありつつも、1990年代後半には黒や紺のテーラードスーツに白いワイシャツ、ネクタイといった現在の画一化されたスタイルが確立していった。1970年代の女子学生は女子採用枠が少ない上に、「職場の花」として女らしさ・従順さを示す服装が多く、男子学生のようなスーツ着用は少ない。1985年の男女雇用機会均等法以降、女性総合職採用の企業が増えたことから、男子学生同様に現在の画一化されたスタイルに収斂されていった。1980～1990年代前半は好景気を背景にファッション性のある就活スタイルであったが、1990年代後半は就活の早期化と不況により就活ファッションは無個性で画一化されていった。2000年以降はスーツの色は紺から黒に移行し、喪服としても使用できる・靴鞄と合わせやすい・無難であるという理由が背景にある（尾川 2013）。同時に就活の早期化に伴う長期化により、紳士服量販店の安価なスーツが好まれ、就活期間のみ着倒すリクルートスーツの日用品化が進んでいった（田中 2019）。

2. リクルートスーツに対する学生側の意識

画一的・無個性なリクルートスーツに対する学生側の意識は、主に女子学生向けの被服心理学アプローチで研究されたきた。小林（1986）は就職活動前後のアンケート調査を通じて「女子学生はリクルートスーツを着たい・着たくないという意志に関わらず就職活動の必需品として捉え、就職集団の帰属という安心感を持つ」としている。椎名ら（1992）は女子短大生のアンケート調査より「リクルートスーツは就活に無難な服装で、面接に好印象である」回答がある一方、「リクルートスーツにこだわらなくても就活には大きな影響はない」回答も多いと指摘している。リクルートスーツは日本の新卒一括採用という集団的な採用選考の中、就活生は周囲に合わせた服装をすることで悪目立ちを避け、自分は常識的で適応力があるという印象管理の役割を果たし（田中 2019），リクルートスーツを自己呈示ツールとして戦略的に捉えている（遠藤 2014）。就活生はリクルートスーツを期間限定の社会習慣と捉え、一定のメリットを感じていることが伺える。

3. リクルートスーツに対する企業側の意識

リクルートスーツに対する採用企業側の意識は、かつては就職雑誌や面接対策本、現在は就活サイト等で個別意見として数多く紹介されている。また大学でマナー講師が就活ファッショントリビュートを指南したり、紳士服専門店の販売スタッフが志望業界に応じて様々なアドバイスを行っている。

アンケート調査による企業側の意識を分析した先行研究は少ない。椎名・矢尻（1993）は女子短大生の採用企業へのアンケート調査により、面接時の服装が採用判定に「影響する」回答が約47%，「影響しない」回答が約50%と半々であり、具体的判定ポイントとして清潔感や常識の範囲内の服装であったことを明らかにした。また小林ら（1999）は学生と企業（面接経験者）へのアンケート調査により就職活動にふさわしいファッショントリビュートを評価した。オーソドックスな就活ファッショントリビュートが評価される一方、企業側は学生が考える程には衣服のふさわしさを厳格にはとらえていない傾向があると指摘している。この2本の研究より、少なくとも1990年代は多様な就活ファッショントリビュートが受け入れられ、採用判定への面接時の服装の影響度は限定的であることがわかった。

4. 服装自由・私服可に対する対応

近年よく耳にする就職活動時の「服装自由」「私服可」は既に1980年代には一部の大企業が試みたが、スーツか学生服、ジーパン・ノータイOKと、企業による許容度に差があった（竹ノ内 1996）。2000年代以降、ITなど新興企業がスーツ以外・カジュアル指定で面接を行っているが、多くの就活生は無個性なリクルートスーツから逸脱しない服装で臨

んでいる。企業および面接者による判断基準・許容度の差がある中、社会で求められる服装規範と服装自由による個性訴求とのダブルバインドに縛られている（田中 2019）。

青山商事（洋服の青山）が 2021～2022 年に就活生および企業（採用担当）の両方に服装自由に関するアンケート調査を実施している。9 割の就活生が服装自由・軽装・私服可等の服選びで困り、自由な服装では評価に影響すると疑心暗鬼な一方、企業側は常識・TPO をわきまえていれば評価には影響ないと両者のギャップが伺える⁵。

5. 先行研究まとめ

金太郎飴のような黒一色の就活ファッションは奇妙に見えるが、就活生側は一定期間の社会習慣と捉え、常識的で適応力があるという印象管理を行い、就活集団に所属する安心を感じている。企業側は採用判定への面接時服装の影響度は限定的であり、多様で個性的な人材を発掘するために服装自由を指定するが、学生側はそれを建て前と捉え、画一的・無個性な就活ファッションでリスク回避する。企業は期待目的が果たせていない。

しかしこれらの先行研究はコロナ禍以前である。アフターコロナの今、前述のようにビジネスシーンの服装はカジュアル化が進展している。地球温暖化対策と省エネ対策のため 2005 年に初導入されたクールビズによる軽装も、近年の熱中症対策で、健康や快適さを重視する服装「スマートカジュアル」が推奨されている⁶。社会人の服装コードと就活生の服装コードに乖離がみられる中、今でも企業側はこの画一的・無個性な就活ファッションを必要と感じているのか。そもそも就活ファッションは必要なのか。

III. 分析

1. 調査概要

働く女性向け DtoC ブランド kay me と連携し、就活女子学生側および採用企業側の両方に就職活動および就活ファッションに関する考え方のアンケートを実施した。採用企業の回答者属性は表－1 の通りである。

(1) 就活女子学生アンケート調査

(調査対象) 就職活動中及び経験者（2016/3 卒以降）の女性

(調査項目) 就職活動および就活ファッションに対する意識

(調査期間) 2023/10～2024/1

(調査方法) WEB アンケート

(回収) 483 件（就活ファッションに対する有効回答：164 件）

(2) 採用企業側アンケート調査

(調査対象) 企業の採用担当・面接者・決裁者（経験者含む）

(調査項目) 採用基準や就活ファッショントリビュートに対する意識

(調査期間) 2023/11～2024/1

(調査方法) WEB アンケート

(回収) 443 件

表－1 採用企業の回答者属性

業種	件数	%
教育・学習支援業	54	12.2
情報通信業	49	11.1
製造業	48	10.8
専門サービス業（法律、会計など）	45	10.2
金融業・保険業	44	9.9
医療・福祉業	40	9.0
専門サービス業（コンサルティング）	36	8.1
卸売業・小売業	27	6.1
公務（国家公務、地方公務）	24	5.4
娯楽・生活関連サービス業	13	2.9
学術・開発研究	10	2.3
建設業	10	2.3
運輸業・郵便業	9	2.0
不動産業・物品販賣業	9	2.0
その他	25	5.6
合計	443	100.0

従業員数	件数	%
10,000人～	2	0.5
1,000人～	170	38.4
300～999人	61	13.8
100人～299人	55	12.4
50～99人	29	6.5
10人～49人	54	12.2
10人未満	68	15.3
他	4	0.9
合計	443	100.0

外資系or日系	件数	%
外資系	49	11.1
日系	394	88.9
合計	443	100.0

2. 分析結果

就活女子学生アンケート調査結果については高橋（2025）でまとめている。要約すると、内定を貰う為に画一的なファッショントリビュートを受け入れ・我慢して、服装自由を指定されても個性は出したいけれど、就活スーツに準じるような周囲と同調した無個性な服装を選択していた。この傾向は先行研究と変わっておらず、アフターコロナでも就活生の意識は変わっていない。

本稿では採用企業側のアンケート結果をもとに「就活ファッショントリビュートに関する考え方・本音」について考察を行う。採用企業側には「新卒採用で服装は採用にどのくらい関係するか（SA）」「企業はどこまで就活ファッショントリビュートを気にするのか（SA）」「服装・装いに関連して、特に合否に影響する所感や経験（FA）」「服装自由と指定した際に見ているポイントは何か（FA）」について質問した。SAは単純集計およびクロス集計を行い、FAはKH coderでテキストマイニングを行った。

(1) 服装の影響度

椎名・矢尻（1993）の設問「面接時の服装の影響度」を参考に、「新卒採用で服装は採用にどのぐらい関係するか（SA）」について4択で回答してもらった（図-1：全体）。重視する（とても重視する・少し重視する）が7割弱、重視しない（あまり重視しない・全く重視しない）が3割強と、アフターコロナも服装は採用にある程度は関係していることがわかる。ただ「とても重視する」が16%，「少し重視している」が50.6%と服装に関して一定の許容度があることが伺える。なお回答者属性（外資系か日系、従業員規模、業種）および女性活躍度（女性管理職比率、女性活用度）について、女性管理職比率では有意差が確認されたが（ $p<0.05$ ），それ以外では確認されなかった。

業種別では服装重視度に違いがあり、服装の重視度が高いのは「不動産業・物品賃貸業」「金融業・保険業」「運輸業・郵便業」，低いのは「製造業」「専門サービス業（コンサルティング）」「娯楽・生活関連サービス業」であった（図-1：業種別）。

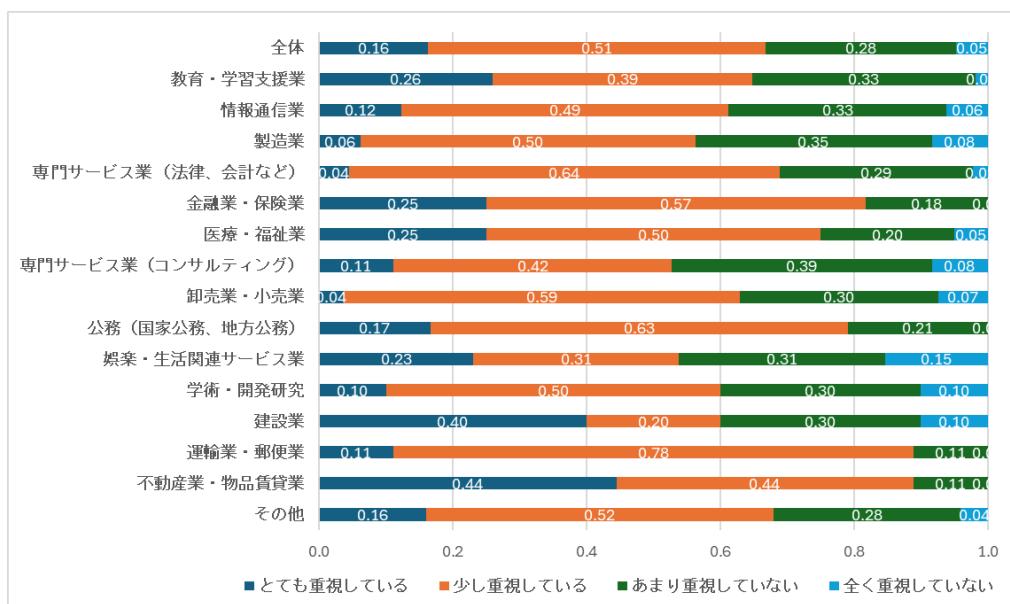


図-1 新卒採用で服装は採用にどのぐらい関係するか（全体および業種別）（N=443）

(2) 就活ファッショントラブル

(1) 「新卒採用で服装は採用にどのぐらい関係するか」の選択肢の尺度は属人的の判断で抽象的である。具体的な服装の許容度を明らかにする目的で、スーツの色、パンツ、スカートのデザイン、髪や鞄の色などについて、3択で回答してもらった（図-2）。

「気にする」比率が高かったのは「スニーカー(68.2%)」「スーツがタイト(47.2%)」であった。また「ロングスカート」「髪色が黒以外」「カジュアルなリュック」を気にす

るの約3割、「黒紺以外のスーツ」が2割、「パンツスタイル」「フレアスカート」「ヒールのない靴」「黒色以外のカバン」は1割に満たなかった。

スニーカーやタイトなスーツは社会人でも許容されにくい場合が多い。これまで女性の就活ファッショナルルールとされてきた、スーツは黒紺、膝がかくれるスカートかパンツ、黒い髪、黒いパンプス、黒のビジネスバッグについて、多くの企業が気にしていないことがわかった。企業側は就活生が考えている以上に、画一的・無個性なリクルートスタイルにこだわっているわけではなく、就職活動の服装への許容度がそこまで高くないことがわかる。

図-2 企業はどこまで就活ファッショントリニティを意識しているのか (N=443)

%	スーツの色が黒紺以外	女子学生のスーツがパンツスタイル	スーツがタイトすぎる	女子学生のスカートがフレア	女子学生のスカートがロングスカート	髪の色が黒以外	靴がヒールのない靴	靴がスニーカー	カバンの色が黒以外	カバンがカジュアルなリュック
気にする	22.6	3.2	47.2	9.0	27.3	27.8	6.1	68.2	4.7	30.9
気にしない	60.5	89.6	37.7	80.6	58.0	53.7	83.5	22.6	84.7	54.2
どちらでもない	16.9	7.2	15.1	10.4	14.7	18.5	10.4	9.3	10.6	14.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

業種による許容度についても、服装重視度が高い3業種で分析を行った。最も厳しいのは「不動産業・物品賃貸業」であり、スーツの色や形、髪色や鞄の色まで気にする人が多く、いわゆる画一的・無個性な就活ファッショントリニティを望んでいる。

(3) 合否に影響する服装

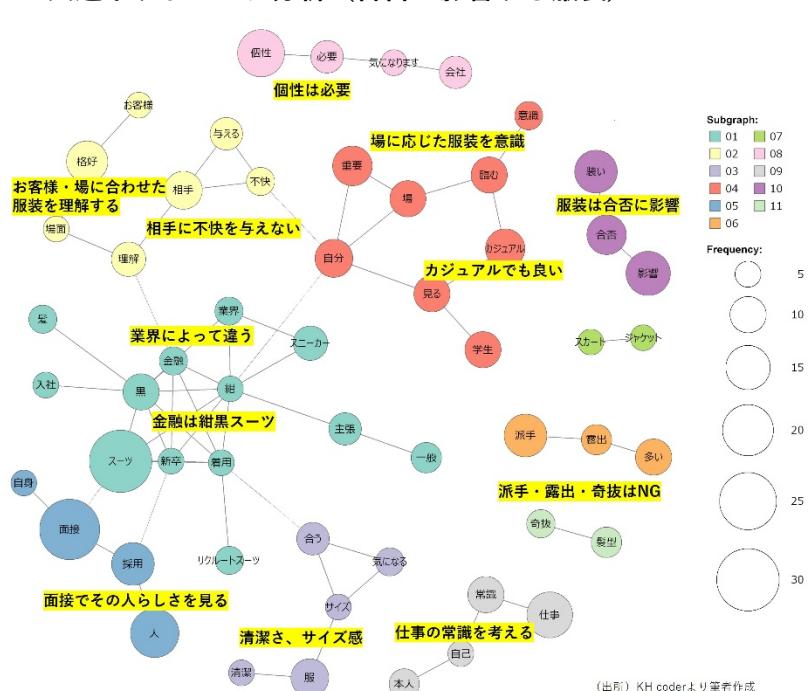
次に「服装・装いに関する所感や経験(FA)」について KH coder でテキストマイニングを行った。まず頻出語分析で上位頻出語(>10回)を抽出した(表-2)。面接時の服装に関する言葉として、清潔感・TPO・個性・カジュアルに着目した。清潔感、TPOに関しては言葉通りである。個性17件のうち「(就活ファッショントリニティに)個性は不要」は4件、残り13件は「個性は出した方がいい」「没個性は望ましくない」と回答している。カジュアル12件のうち「カジュアル過ぎる服装はダメ」が8件、残り4件は「カジュアルでもよい」と回答している。ただカジュアルでも「面談やミーティングで問題ないレベル」とする回答者もあり、カジュアルの意味する範囲は広い。

共起ネットワーク分析では、服装は合否に影響するが、NG(奇抜・スニーカー等)を回避して、相手に不快を感じさせず、常識や場に応じて、自分に合った服装で個性を出すことを望んでいることがわかる(図-3)。

表-2 上位頻出語

抽出語	出現回数
服装	93
清潔感	74
スーツ	30
面接	28
TPO	22
印象	21
人	18
個性	17
仕事	16
影響	15
色	15
採用	14
装い	14
派手	14
格好	13
良い	13
カジュアル	12
合否	12
重要	12
自分	11
相手	11
服	11

図-3 共起ネットワーク分析（合否に影響する服装）



(4) 服装自由指定の意図

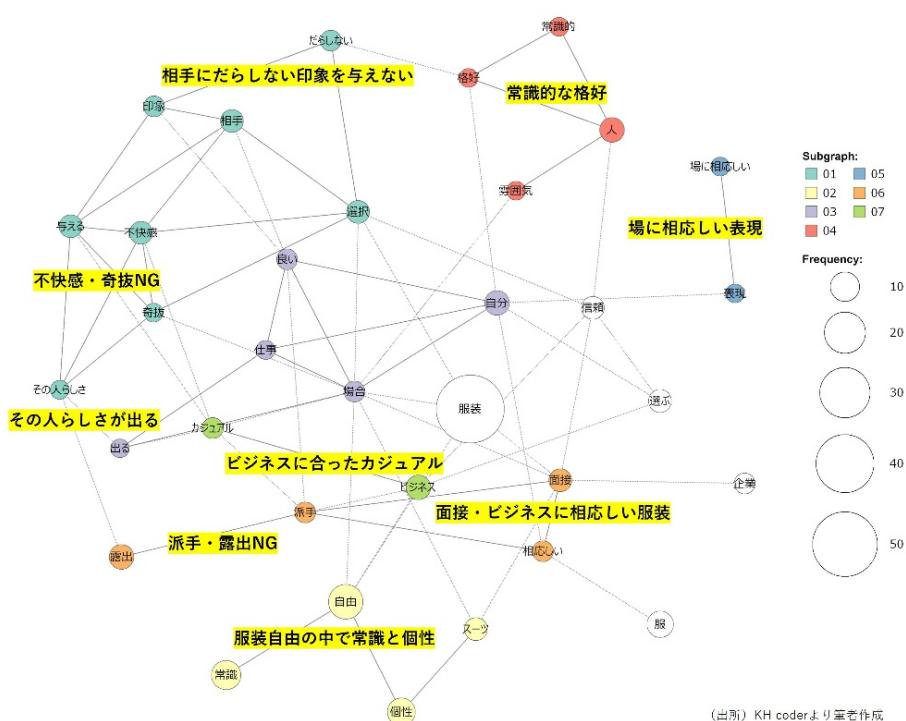
最後に「服装自由と指定した際に見ているポイントは何か（FA）」について同様にテキストマイニングを行った。頻出語分析では上位頻出語（>10回）の中で、清潔感が圧倒的なトップであり、面接時の服装に関する言葉として、TPO・自由・センス・常識が続く。まずは清潔感を重視し、服装自由という条件でTPO・センス・常識を見たいことがわかる（表-3）。FAでも「シワや汚れ、サイズ感などを見れば仕事ができる人材かわかる」「TPOに応じて適切な服装を考えられる人材かわかる」という回答が見られた。服装から仕事スキル（潜在力含む）を見出そうとしている。

共起ネットワーク分析では、自由の中に個性と常識を配慮した服装を望み、不快感やだらしない印象を与えることなく、場（面接）に相応しい服装で自分らしさを出して欲しいことがわかる（図-4）。

表-3 上位頻出語

抽出語	出現回数
清潔感	103
服装	55
TPO	25
自由	14
センス	10
常識	10

図-4 共起ネットワーク分析（服装自由指定で見るポイント）



(5) 分析まとめ

アフターコロナにおいて、企業側は画一的・無個性な就活ファッショントリビュートにこだわっておらず、就活ファッショントリビュートへの許容度が低いことがわかった。むしろ清潔感とTPO（常識含む）を重視し、服装自由の中でその素養・スキルを見極めたいことがわかる。しかし回答者によってカジュアルの意味合いが異なるように、企業側の服装に対する評価基準は不透明である。この評価基準の不透明さが就活生の不安を助長し、リスク回避の行動として結果的に画一的・無個性な就活ファッショントリビュートを継続させているといえる。

IV. 考察

アフターコロナの企業側へのアンケート分析を通じて、企業側はもっと自由な服装から常識や判断力、個性を見極めたいことがわかる。しかし企業側が就活生に期待するのはTPOに応じたファッショントリビュートであり、回答者が所属する業界および企業のファッショントリビュートルールが評価基準である。本稿の問題意識である「就活ファッショントリビュートは必要か？」についての答えは、画一的・無個性な就活ファッショントリビュートは必要ないが、志望する業界・企業のファッショントリビュートルール（服装規定）に従う必要がある。しかし社会人が入社後に失敗しながら身につけていくファッショントリビュートルールを就活生が短期間に理解して実践していくのは容易ではない。

就活ファッションが画一化されたスタイルから個性を表現できるスタイルに変化すれば、企業も欲しい人材を見極められ、採用後のミスマッチを減らすことができる。しかし2000年頃から定着した画一化した就活ファッションを変化させるのは容易ではない。大塚（1975）はファッションの変化は人工的にコントロールできないとし、流行論で著名なジンメル（円子・大久保訳 1976）はファッションの変化は同調化と差異化の2つの欲求で生まれ、この2つの欲求のバランスが崩れた時に生じると説明している。

各企業が就活生の新たな同調化と差異化を生み出すための工夫が必要である。企業サイドに登場する社員の服装、説明会の社員側の服装、面接官の服装は、各企業のファッションルールに沿った服装に徹底すること、ファッションルールを可視化して就活生に情報提供すること、服装も評価に入ることを明確化することが考えられる。就活生は企業側の意図を理解しやすくなり、各業界・企業のファッションルールに同調する中で、ライバル（就活生）との差異化を試む、すなわち自分の個性を出そうとするだろう。就活生が社会人同様に温暖化・省エネを考慮した服装に変化することは社会的にも望ましいはずである。

引用文献

- 遠藤健治(2014).「自己呈示ツールとしてのリクルートスーツ」『教育人間科学部紀要』5,97-112.
- 大塚尚人(1975).「近代ファッション論」同文館出版
- 尾川佳子(2023).「女子大学生のリクルートスーツの印象管理に関する一考察」『桜美林大学研究紀要社会科学研究』3,265-275.
- 小林茂雄(1986).「リクルートスーツに対する意識と実態」『共立女子大学家政学部紀要』32,101-107.
- 小林茂雄・伊地知美知子・小田巻淑子(1999).「就職活動用衣服の着用意識における女子学生と面接者の対比」『日本衣服学会誌』42(2),129-134.
- 椎名米子・矢尻世津子・中江富美(1992).「リクルートファッションに関する一考察-1-」『学苑』633,7-16.
- 椎名米子・矢尻世津子(1993).「リクルートファッションに関する一考察-2-」『学苑』644,68~77.
- 高橋千枝子(2025).「就活ファッションに対する就活生と企業のギャップとサスティナブルな就活ファッションの開発－産学連携による実践教育事例より－」『日本商業学会第75回全国研究大会学会抄録』
- 竹ノ内幸子(1996).「就職活動における「リクルートスタイル」の誕生と普及過程」『立正大学社会学・社会福祉学論集』30,47-58.
- 田中里尚(2019).『リクルートスーツの社会史』青土社
- 田中里尚(2023).「衣生活にみるコロナ禍が浮き彫りにしたリスク回避志向とコスパ優先意識.」『国民生活ウェブ版:消費者問題をよむ・しる・かんがえる』125,5-8.

円子修平・大久保健治訳(1976). 「『文化の哲学』ジンメル著作集第7巻」白水社

¹2026年卒で通年採用実施企業割合は35.1%（就職みらい研究所「就職白書2026」）（2025年8月1日）

²就職みらい研究所(2025). 「データから見る近年の新卒採用・就職活動の変化」（2025年8月1日）

³独立行政法人労働政策研究・研修機構 「（ビジネス・レーバー・モニター特別調査 2024年10月号）

フリーアドレスが浸透、服装や髪型はカジュアル化が進む」（2025年8月1日）

⁴リクルートスーツは就職活動に着用する黒紺等のシンプルなテーラードスーツを意味する和製英語。先行研究ではリクルートスーツまたはリクルートスタイルと呼び方が異なるが本稿ではリクルートスーツに統一する。リクルートスーツ以外の髪色・鞄・靴なども加えた装い全体を就活ファッショントリビュートとする。

⁵青山商事株式会社が中心となり就職活動における服装の悩みを減らすことを目的とした「#きがえよう就活」プロジェクト:<https://www.y-aoyama.jp/ec/shop/pages/kigaeyou-shukatsu.aspx>（2025年8月1日）

⁶環境省「デコ活アクション（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）」や日本青年会議所「服装規定」で、夏期はTPOに応じた柔軟な服装対応を推奨している。