

2013年10月1日

**電通総研が「就職活動振り返り調査」を実施****－ 就職活動は、企業ブランドを体験する場となることが浮き彫りに －**

電通総研は、企業向けブランドコンサルティングの強化を図るため、2014年度の内定者（内々定者）の大学4年生および大学院2年生を対象に、就職活動が企業やブランドに及ぼす影響について把握するための調査を行いました。

就職活動を行う学生（短大生・大学院生は除く）は約42万人（※1）存在しており、1人当たりの受験企業数は平均約51社（※2）に上ります。8月30日～9月1日の期間で実施したこの「就職活動振り返り調査」では、就職活動中に受けた企業の印象や経験によって、当該企業やその企業の商品やサービスに対する意識が変化することが分かりました。これを企業側の視点から捉えてみると、企業にとっての「就職活動期間」とは、将来自社で働く社員を見つける採用の期間であると同時に、学生を未来の顧客と想定し、企業価値や商品価値を伝えることができる、極めて重要な機会であると言えます。

また本調査を通して、イマドキの就職活動生の意識を示すキーワードとして、“プチしたたか”という表現を抽出しました。

以下、今回の調査から得られた主なトピックスを紹介します。

※1 平成24年実施 厚生労働省「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」より

就職希望者数を就職活動実施者数と想定して記載

※2 電通総研 電通若者研究部実施「就職活動振り返り調査」より

「資料・情報の請求をする（エントリーをする）」平均受験企業数

**1. 就職活動期間とは、企業にとって未来の「社員」と「顧客」を獲得する期間**

- ① 就職活動生のうち、2人に1人は潜在顧客に
- ② 「人＝社員」の印象は、企業の印象に直結
- ③ 選考開始前は「Webメディア」、就職先を決める段階では「企業の独自メディア」と「人」が最も重要視される情報源

**2. イマドキの就活生意識のキーワードは “プチしたたか”**

- ① 就職スタイルの意識は、“内定を得るためには、自分戦略が必要”、“第三者評価を使って、間違っていないかを確認”
- ② 企業選びの意識は、“「スペック」（規模や収入等）から「リレーション」（企業と自分の関係性）へ”

- ③ 未来の働き方意識は、“自分らしく働きたい”、“女性は「社風・職場の雰囲気」、男性は「給与水準」が就職先の決め手”
- ④ 就職活動振り返り意識は、“就活を終える理想のタイミングは、「大学4年の6月」”

これらのトピックスについての調査結果の詳細は以下のとおりです。

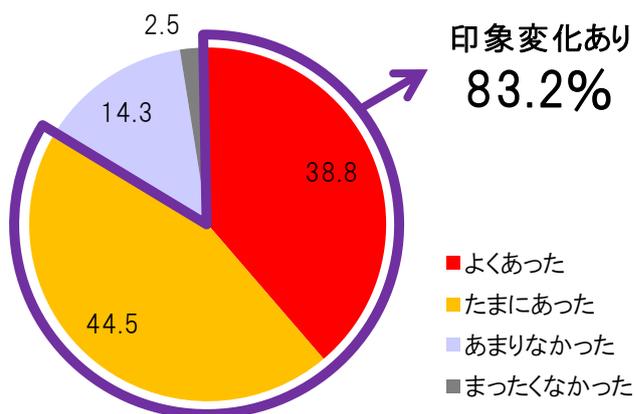
-----調査結果の詳細-----

### 1. 【就職活動期間とは、企業にとって未来の「社員」と「顧客」を獲得する期間】

「就職活動を通じて企業の印象が変化することがあったか」と聞いたところ全体の83.2%が「変化があった」と回答しました。どのように企業の印象が変わったかということについては、「CMが目につくようになった」から「商品/サービスを購入・利用したくなった」など、企業ブランドを体験する場としての回答が多くありました。

調査結果から、就職活動とは自らが就業する企業を探す活動であるのと同時に、商品やサービスだけでなく、社員等を通してその企業価値を知ることができる、企業価値を体験できる機会になっていることが分かりました。また、その企業価値を伝える際に最も重要なものは「社員」、つまり「人」であることが浮き彫りになりました。

Q:実際に就職活動をしていく中で、企業が発信する情報や実際の選考過程での体験によって、企業の印象が変わることはありましたか。(N=560)

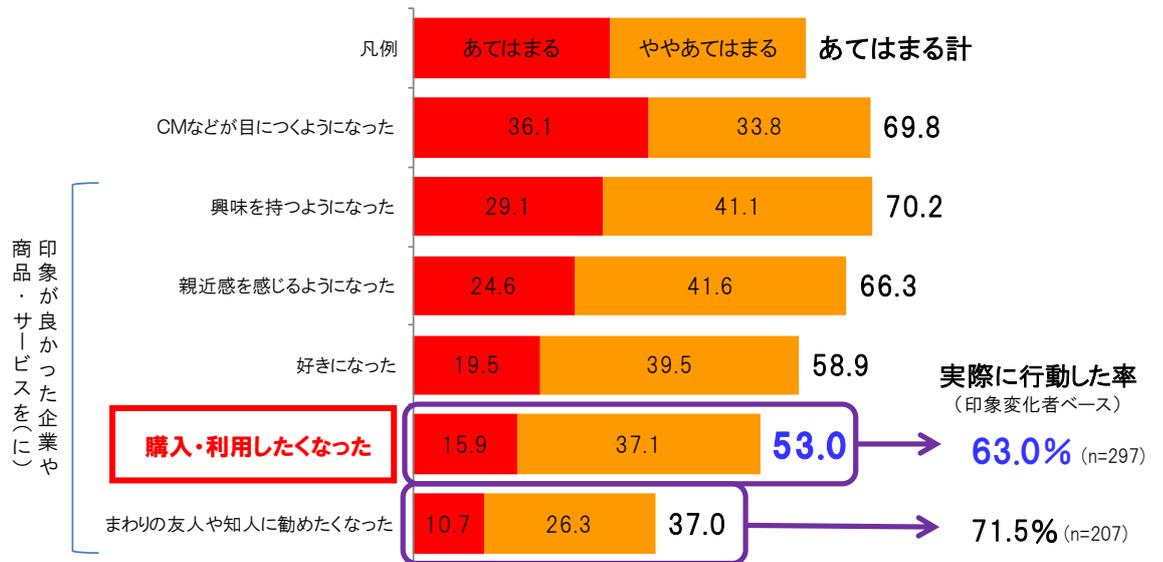


\* 端数処理のため合計が合わない場合があります。

① 就職活動生のうち、2人に1人は潜在顧客に

全体の53.0%が「印象が良かった企業の商品/サービスを購入・利用したくなった」と回答し、またそのうちの63.0%が「印象が良かった企業の商品/サービスを実際に購入・利用した」と回答しました。

Q:実際に就職活動をしていく中で、企業が発信する情報や実際の選考過程での体験によって、  
企業の印象はどのように変わりましたか。(N=560)



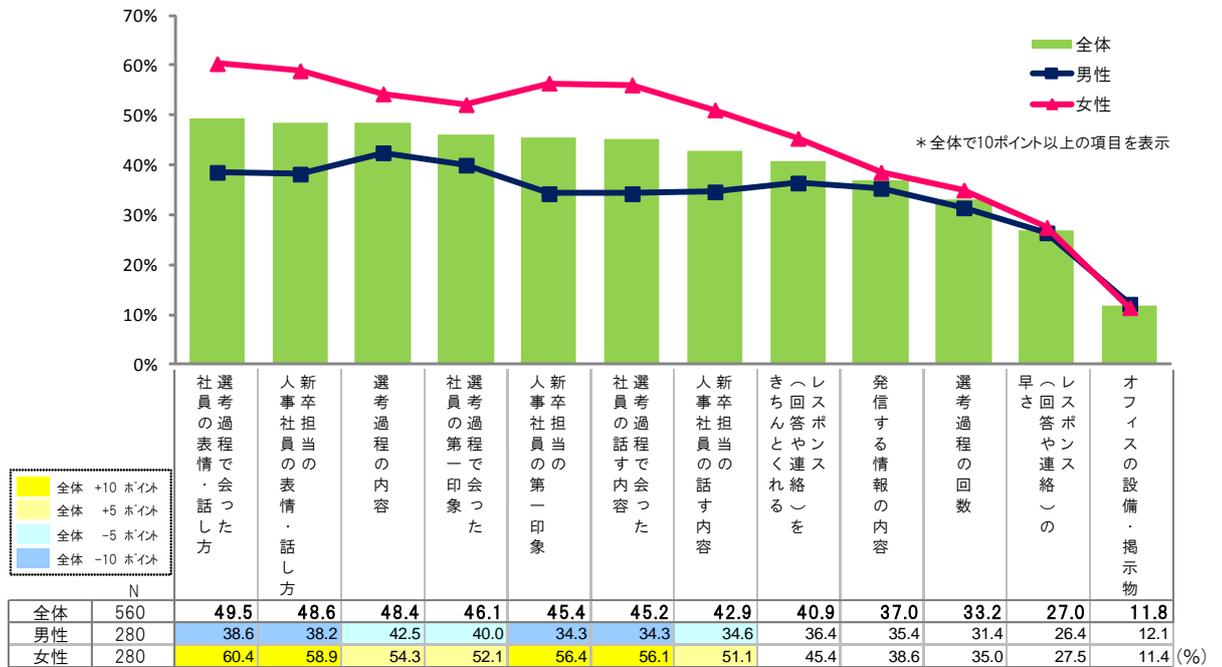
\* 端数処理のため合計が合わない場合があります。

② 「人=社員」の印象は、企業の印象に直結

全体の 49.5%が「選考過程で会った社員の表情・話し方」に注目していると回答。女性だけの数値では 60.4%にも上りました。

他にも「新卒担当の人事社員の表情・話し方」「選考過程で会った社員の第一印象」など、注目しているポイントは「人」が大半。55.2%が「選考過程の面接官の印象が良かったので、その企業自体の印象も良くなった」と回答しており、選考過程で出会う「人」が企業の印象に直結していることが明らかになりました。

Q:企業が発信する情報や実際の選考過程で、あなたがその企業への志望度を検討する際、  
チェックしていたこと、注目して見ていたポイントは何ですか。



### ③ 選考開始前は「Webメディア」、就職先を決める段階では「企業の独自メディア」と「人」が最も重要視される情報源

選考開始前はメディアが運営する就職活動情報サイトを活用して情報を得ていますが、最終的に就職先を決定する段階においては、企業毎の独自メディアである「個別企業説明会」「企業HP（ホームページ）」「企業が用意した採用案内パンフレット」などが上位になっています。同様に、「OB/OG訪問・先輩社員」「両親」などもトップ10入りしており、就職先を決める段階では、企業の独自メディアと、人からの情報を重要視する傾向が見られました。

Q:あなたが就職活動の時期ごとに、特に参考にした情報源を上位5つまでお知らせください。(N=560)

	選考開始前 (セミナー等)	%	選考期間中 (筆記試験・面接等)	%	就職先を決めるのに 参考になるもの	%
1	学生向け就職情報サイトA	50.0	企業HP	40.9	個別企業説明会	34.3
2	学生向け就職情報サイトB	40.7	個別企業説明会	40.7	企業HP	32.1
3	個別企業説明会	40.4	就職活動情報サイトA	39.5	面接での質問など	25.0
4	企業HP	39.8	クチコミ系就職情報サイトC	37.3	クチコミ系就職情報サイトC	21.8
5	合同企業説明会	27.5	学生向け就職情報サイトB	30.7	就職活動情報サイトA	21.4
6	クチコミ系就職情報サイトC	25.0	企業が用意した採用案内パンフレット	27.5	企業が用意した採用案内パンフレット	21.1
7	就活を体験をした先輩のリアルな話	24.5	面接での質問など	20.7	OB/OG訪問、先輩社員	19.6
8	企業が用意した採用案内パンフレット	23.8	同世代の就活生のリアルな話	19.5	両親・親戚・兄弟	19.3
9	同世代の就活生のリアルな話	16.3	就活を体験をした先輩のリアルな話	19.3	就活を体験をした先輩のリアルな話	16.6
10	キャリアセンターの就職ガイダンス	14.5	合同企業説明会	13.8	学生向け就職情報サイトB	16.1

## 2. イマドキの就活生意識のキーワードは“プチしたたか”

リーマンショック以降の就職難や大企業の倒産等を目の当たりにしているイマドキの就活生は、企業を「スペック」（規模や収入等）だけでは判断せず、多角的に企業を捉え、検証していることが分かりました。バブル期のようなロールモデルが不在の中、“自分らしく働ける、自分にとっての正解企業”を求める意識が強いものと推察されます。実際に感じることができる、企業と自分の「リレーション」（働くイメージが持てる、好感を持てる社員がいる）に重きを置く傾向を窺い知ることができます。

一方で、その企業が本当に正しいかどうか、第三者評価を用いて確認しているという驚きの結果が飛び出しました。イマドキの就活生は、就職活動では内定を得るためには自分なりの戦略を持つことが必要だと考えており、選考過程でのウソや、練習台としての受験など、したたかに就職活動に取り組む一面があります。

※今回の調査対象者がすでに内定（内々定）を獲得している学生であるため、内定（内々定）を獲得した学生に見られる傾向である可能性があります。

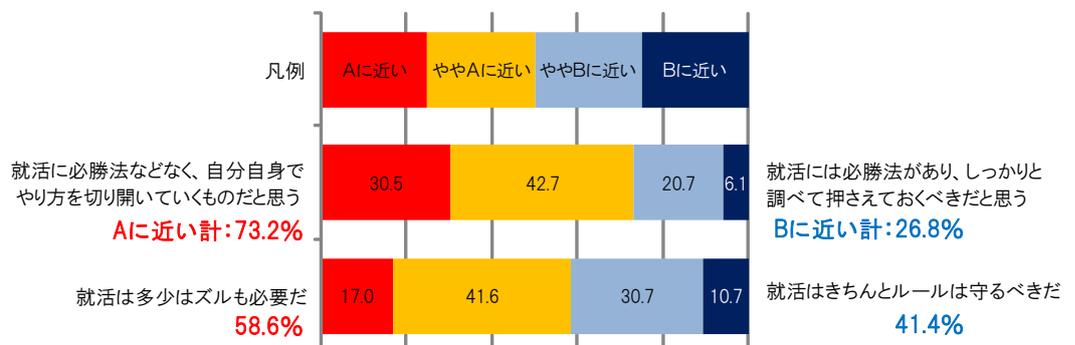
### 【就活スタイル意識】

#### ① -A “内定を得るためには、自分戦略が必要”

「就職活動に必勝法などなく、自分自身でやり方を切り開いていくものだと思う」と、全体の73.2%が回答。また58.6%は「就活は多少はズルも必要だ」とも回答しており、就職活動に対して非常にアグレッシブな姿勢が窺えます。

「面接の練習のために、行く気のない企業の選考を受けたことがある」46.4%、「選考過程で、ウソをついたことがある」29.6%とも回答しており、実際の行動にも表れていると言えます。

Q: 次のA、Bのうち、あなたはどちらに近いですか。(N=560) 単位:%



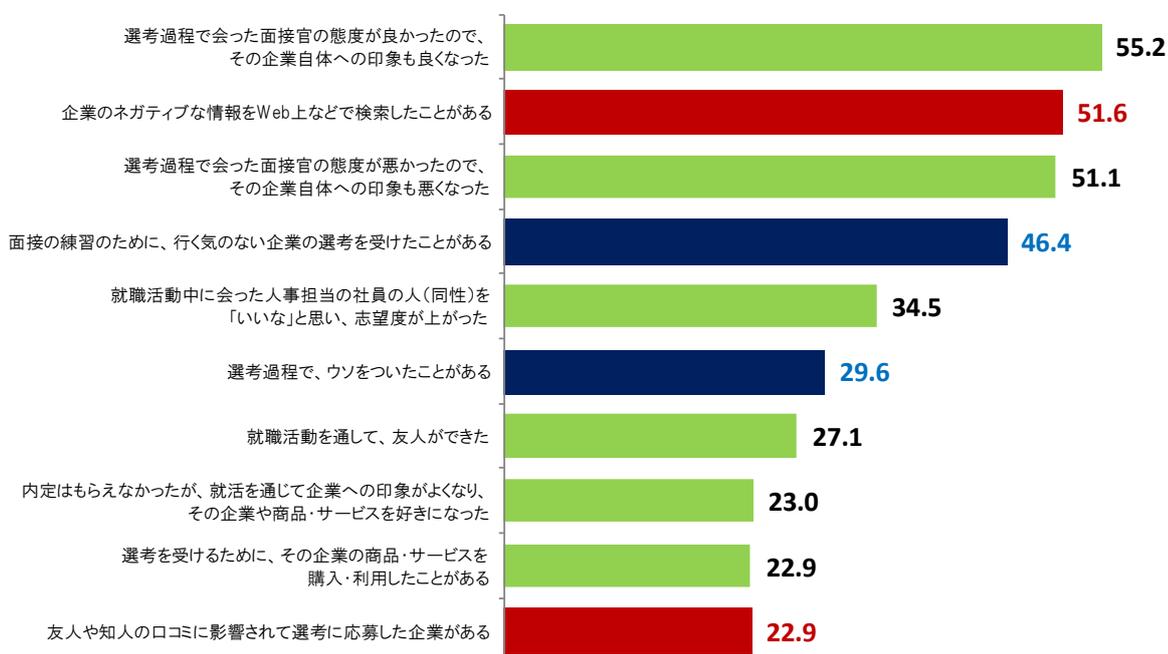
### 【就職スタイル意識】

#### ① -B “第三者評価を使って、間違っていないかを確認”

全体の 51.6%が「企業のネガティブな情報を Web 上などで検索したことがある」と回答し、同時に 22.9%が「友人や知人の口コミに影響されて選考に応募した企業がある」と回答するなど、就職活動においては第三者評価を重視する傾向が見られました。

日常生活においても 70.5%が「流行は周りに聞いてから取り入れる」と回答しており、イメージの就活生は、自分の判断だけでなく、周囲の評価を重視する傾向が強いと言えます。

Q:あなたが就職活動中に実際にやったことがあるもの・経験したものをすべてお知らせください。(N=560) 単位:%



\* 全体スコアで上位10項目を掲載

Q:次のA、Bのうち、あなたはどちらに近いですか。(N=560) 単位:%



## 【企業選び意識】

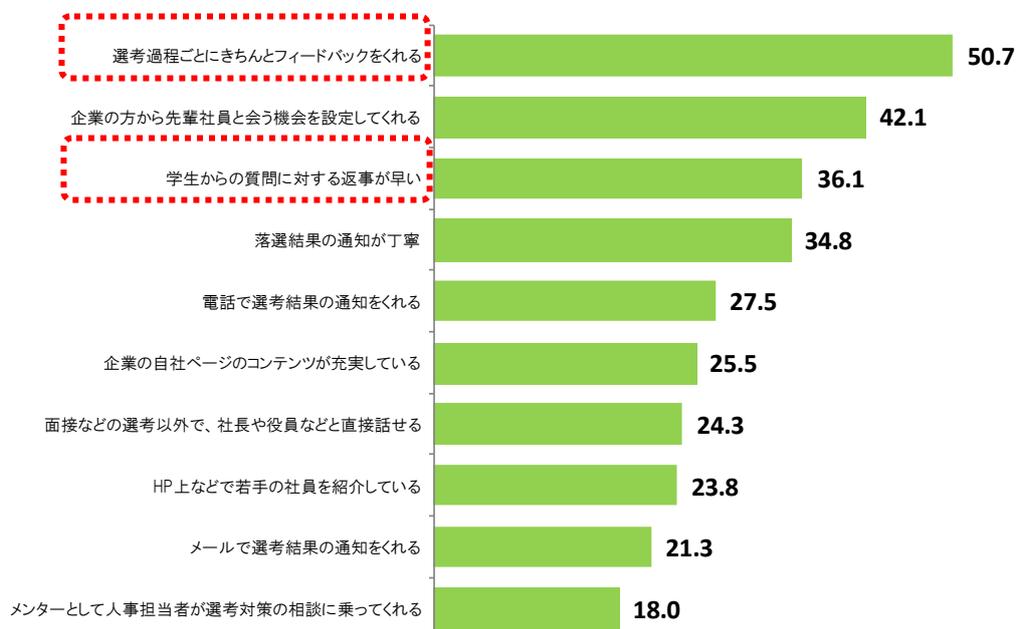
### ② “企業選びは「スペック」から「リレーション」へ”

全体の62.1%が「企業規模は気にしない」と回答していることから、企業選びが、分かりやすい「スペック」（規模や収入等）だけではなくなっていることが窺えます。

イマドキの就活生にとって親近感が湧くのは、「選考過程ごとのきちんとしたフィードバック」や「学生からの質問に対する返事が早い」といった、企業対個人の関係を感じられるコミュニケーションにあることが分かりました。

Q: 次のような企業の採用活動を通じたコミュニケーションの中で、その企業へ親近感がわくものをすべてお知らせください。

(N=560) 単位:%



\* 全体スコアで上位10項目を掲載

Q: 次のA、Bのうち、あなたはどちらに近いですか。(N=560)



\* 端数処理のため合計が合わない場合があります。

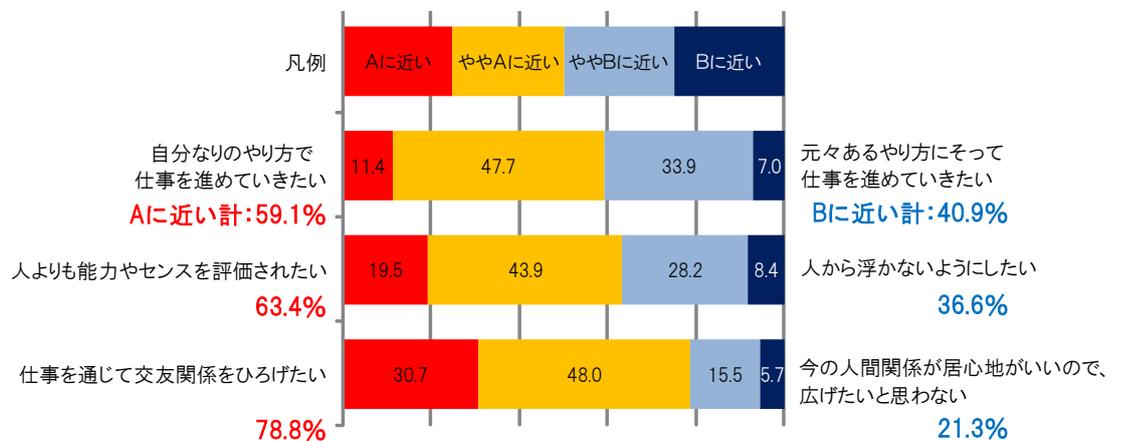
### 【未来の働き方意識】

#### ③ -A “自分らしく働きたい”

全体の 59.1%は「自分なりのやり方で仕事を進めていきたい」と考え、また全体の 63.4%は「人よりも能力やセンスを評価されたい」と回答しています。

世の中的な尺度での評価ではなく、“自分”という個への評価を求める傾向が見受けられます。また 78.8%は「仕事を通じて交友関係を広げたい」とも回答しており、仕事に対しては前向きな期待を持っていることが窺えます。

Q:あなたは、実際に入社したらどんな社会人になりたいと思っていますか。(N=560) 単位:%



\* 端数処理のため合計が合わない場合があります。

【未来の働き方意識】

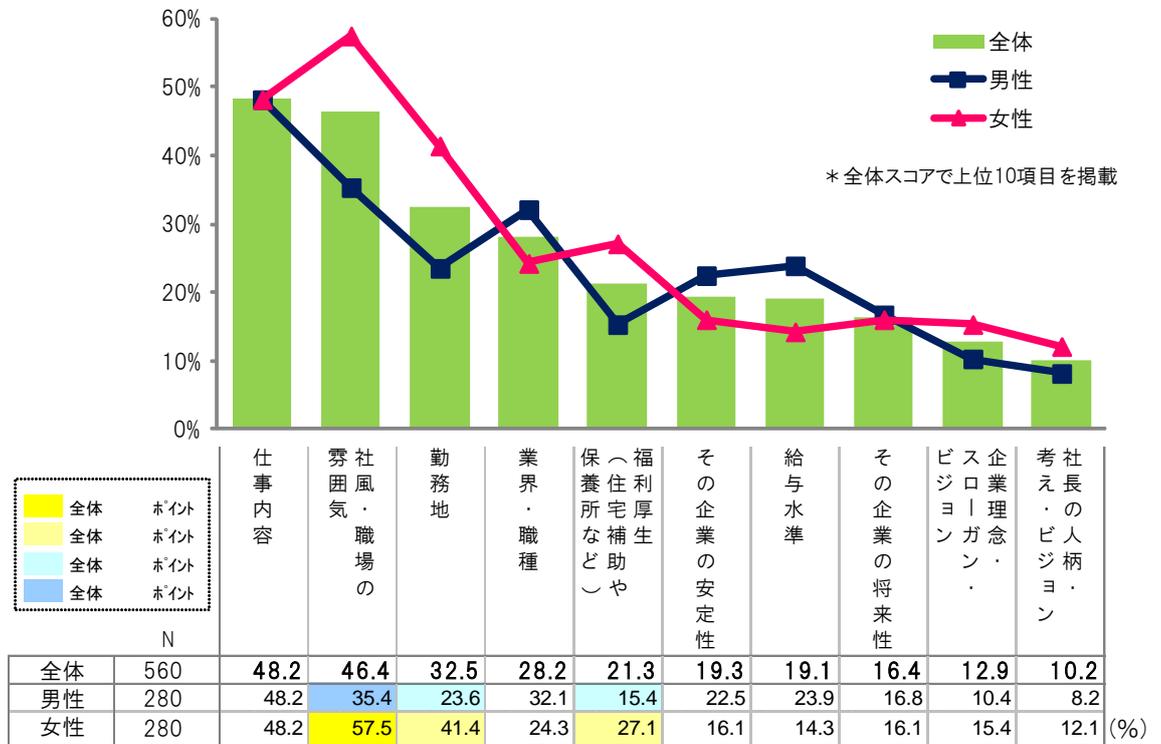
③ -B “女性は「社風・職場の雰囲気」、男性は「給与水準」が就職先の決め手”

全体としては「仕事内容」や「業界・職種」、そして「勤務地」などのポイントを男女ともに重要視している傾向が見られました。

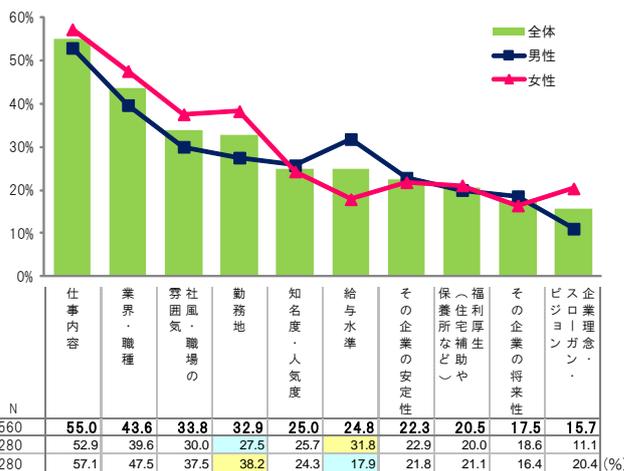
そうした中、「社風・職場の雰囲気」については、男性が35.4%でしかなかったのに対し、女性は57.5%が重視していると回答。また、「給与水準」については、女性が14.3%でしかなかったのに対し、男性は23.9%と高い結果が表れるなど、現実的な数値を重要視する男性と、雰囲気を重要視する女性の傾向が浮き彫りになりました。

Q:あなたは就職先の企業を選ぶ際に、どのような点を重視していましたか。

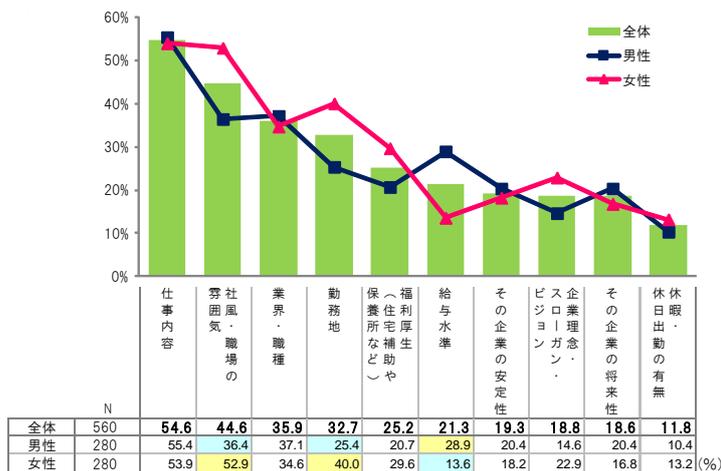
a:就職先の決め手となったもの(決め手となりそうなもの)



b:選考開始前(セミナー等)



c:選考期間中(筆記試験・面接等)



### 【就職活動振り返り意識】

2013年度から採用広報の開始時期が遅くなりましたが、就活生の感想としては比較的ポジティブであることが明らかになりました。

特に、「夏場にスーツを着なくて済むのでよかった」（78.0%）、「学生最後の夏休みを楽しめるのでよかった」（80.4%）等の結果からも、“夏場を活用でき、かつ過酷な状況での就職活動を行わずに済んだ”ことに対する気持ちがスコアとして強く出ています。

Q:あなたご自身の就職活動を振り返りながら、以下のそれぞれについてお気持ちに近いものをひとつずつお選びください。(N=560)

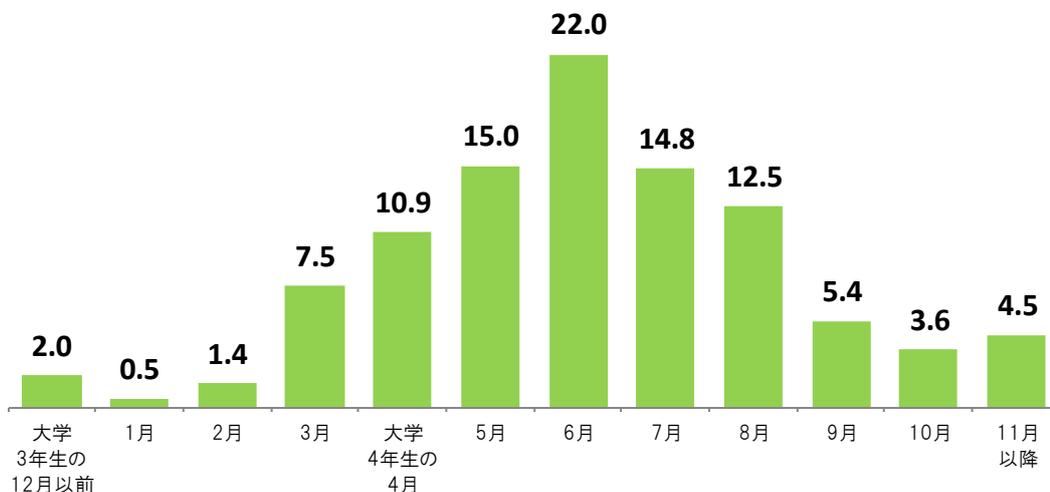


### ④ 就活を終える理想のタイミングは、「大学4年の6月」

就職活動を終える理想の時期を聞いたところ、「大学4年の6月」（1位）、「大学4年の5月」（2位）、「大学4年の7月」（3位）の時期に回答が集中する結果となりました。大学時代最後の夏休みを迎える前に終わらせたい、という意識が強いことが窺えます。

Q:遅くとも就職活動を終わらせたいと思う時期をお知らせください。

(※大学院生の方は、大学院1年生の9月以前～大学院2年生の11月以降と考えてください。)(N=560) 単位:%



以上

**■「就職活動振り返り調査」の概要**

- ・調査手法 : インターネット調査
- ・対象エリア : 全国
- ・調査実施機関 : 株式会社電通マーケティングインサイト
- ・調査対象 : 大学4年生または大学院2年生で2013年8月末時点での  
内定者（内々定者）\*就職活動継続中の学生を含む
- ・サンプル数 : 560 サンプル  
内訳 :
  - 大学4年生 男子 文系 160 サンプル
  - 大学4年生 男子 理系 70 サンプル
  - 大学4年生 女子 文系 160 サンプル
  - 大学4年生 女子 理系 70 サンプル
  - 大学院2年生 男子 50 サンプル
  - 大学院2年生 女子 50 サンプル
- ・調査時期 : 2013年8月30日（金）～9月1日（日）

**<本調査に関する問い合わせ先>**

株式会社電通 電通総研 電通若者研究部（ワカモン）

奈木 TEL : 03-6216-8707

小木、吉田、西井 TEL : 03-6216-8453

電通若者研究部（ワカモン）についての情報は下記をご覧ください。

- ・ウェブサイト URL : <http://www.dentsu.co.jp/dii/project/wakamon/index.html>
- ・Facebook ページ URL : <https://www.facebook.com/wakamon.dentsu>