

2001 年度 就職戦線総括



【発行：お問合せ先】
株式会社毎日コミュニケーションズ 就職情報事業本部 企画推進課
〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-15-14 KUDAN BHAVAN
TEL：03(3222)7882 E-mail：kikaku@mycom.co.jp

目次

第1章 2001 就職戦線の流れ	3
第2章 マーケットの特徴	
1. 22歳人口の推移	19
2. 大学等入学者数の推移	19
3. 大学院への進学状況	20
4. 新卒採用市場 【採用数の対前年比増減】	21
5. 新卒採用市場 【増減の理由】	22
第3章 学生の就職意識	
1. 就職希望度	24
2. 就職しなかった場合の進路	24
3. 就職観	24
4. 大手志向の高まり	25
5. 会社選択のポイント	26
6. 出身地就職希望率	27
7. 就職活動上の不安や不満	28
第4章 学生の就職活動状況	
1. 就職活動状況【時系列・全体】	30
2. 就職活動状況【時系列・文理男女別】	31
3. セミナー参加状況【時系列】	32
4. OB・OG訪問状況【時系列】	33
5. 1次面接受験状況【時系系】	33
6. 内々定保有状況【時系列】	34
7. 業界研究・企業研究に利用しているツール【時系列】	35
8. 就職活動終了状況【時系列・文系大学クラス別】	36
第5章 企業の採用動向	
1. 2002年卒社採用予定数の増減	38
2. 採用方針・採用基準	39
3. 採用環境に対する印象	39
4. 採用情報公開の時期	40
5. セミナー開催の時期	41
6. 導入している採用手法	41
7. 利用している採用ツール	42
付録	
1. グループディスカッションのテーマ【5人以下・6~10人】	44
2. グループディスカッションのテーマ【11人~】	45
3. 記入に苦労したエントリーシートのテーマ	46
4. 学生がセミナーで聞きたい内容	47
5. 学生がセミナーで好印象を持った担当者のタイプ	47
6. 掲載資料の調査概要	48

第 1 章

2001 年就職戦線の流れ

1. 年内の動き
2. 年明け～3月の動き
3. 4月～5月の動き
4. 6月以降の展開

はじめに

2001年度採用戦線は、IT関連を中心とした雇用増加、航空会社の総合職採用復活などが新聞を賑わし、昨年に引き続き求人数が上向くなかで学生にとっては好材料が多いスタートとなった。

その影響か、昨年に比べて学生に「大手志向の高まり」や「危機感の減少」など新たな意識が見られた。

また、そういった学生意識の変化に加え、インターネット環境の成熟などの要因からか、全体的に「エントリー数の減少」が顕著に現れた。

企業側の採用スタンスは「徹底して質を重視」する傾向が高まっているが、予想以上の母集団減少に苦しんだ企業も少なくない。

そのような中、学生との新しいコミュニケーションを通して有効な母集団を形成するための試みも多く見られた。傾向としては、「ネットはエントリーの単なる入り口」との前提のもと、「セミナー」や「インターンシップ」など、学生との直接接触到重点を置く企業が増えてきている。しかし一方では、ネット上で細かくコミュニケーションを取りながら興味をつないだり、1次面接までネットを利用して行う企業も多い。

インターネットというツールを完全に採用シーンの中に取り込みつつ、良質な人材確保に向けてさまざまな展開が始まっている。

1章では簡単に今シーズンの動きを振り返ってみたい。

1. 年内の動き

～情報公開は昨年以上に早期化・学生には楽観モード～

早期化が進む採用情報公開

年内は景気の底打ち感からIT需要を含めた採用の増加傾向が昨年に引き続き顕在化し、また全日空や日産自動車の採用復活など、新卒採用市場において明るい話題が多いスタートとなった。これを受けて企業側は早期から優秀学生の取り込みを行うため、PR活動を積極的に展開しはじめた。各企業の採用サイトも就職情報サイトがオープンする11月初旬前後から次々にオープンした。

弊社が2月に実施した「2002年採用動向調査」では回答があった1,062社のうち約30%の企業が「情報公開を昨年より早めた」とし、2000年内中に採用情報を公開した企業は「上場・店頭公開企業」で昨年調査比9.7%増の76.4%、「未上場企業」で13.4%増の58.1%にのぼった。【cf.P40-表1・2】

また、最初に情報公開する媒体としては「上場・店頭公開企業」・「未上場企業」とも70%以上が「就職情報サイト」となり、就職情報サイトは情報公開のキーステーションとして完全に定着した。【cf.P40-表3】

サイトと同時に自社ホームページ上での情報公開も早まり、内容も多様化している。弊社モニターアンケートによると、学生の間では三井住友銀行の「ウェブバンキングカレッジ」のような豊富な情報量を持つコンテンツや、東レの「東レワンダーランド」のように動画などで面白く見せるコンテンツが印象に残ったホームページとして支持を得ていたようだ。

【表1】 印象に残った企業ホームページ（弊社モニターアンケート第5回より：自由記入にてアンケート）

企業名	得票	内訳		印象に残った内容（代表例）
		男	女	
三井住友銀行	11	3	8	「ウェブバンキングカレッジ」業界について徹底的に書かれていて勉強になった。
東レ	8	1	7	動画がこってって面白かった、ゲーム感覚
アクセンチュア	7	4	3	コンサル体感ゲーム
NTTデータ	7	3	4	ハイテクというイメージ、自分専用ページがある
三井住友海上	7	5	2	「リスクの旅」という冒険形式のHPで業界や仕事内容の理解がしやすかった
ソニー	6	2	2	内容が多岐にわたり、わかり易い
IBM	5	3	2	就職活動生用のコンテンツが充実
日興証券	5	1	4	金融ゼミナールで金融・経済の勉強ができる

ホームページの全体的な傾向としては、企業理解・仕事理解を促進するための擬似会社訪問・擬似OB訪問にあたるコンテンツ展開や、オープン採用に向けて選考フロー・選考基準を公表する企業が増加した。

また、早期の情報公開を目的とする年内のオープンセミナーも大手を中心に積極的に展開された。

【表1】 年内に開催された主なオープンセミナーと日程

企業名	セミナータイトル	期間
東京海上火災保険	キャリアアドバイス	東京12月18日～21日
安田火災保険	ジョブデザインセミナー	東京12月17日～22日 大阪12月12日～
三井住友銀行	バンキングカレッジセミナー	東京12月18日～
P&G	ビジネスカレッジ	12月4・5・17・18・19日
住友商事	FRONTIERS COLLEGE	12月18・27日
TBS (東京放送)	技術&マルチメディアフォーラム	12月17日
CTC	ITベーシック講座	12月18日

情報公開の早期化が進む一方、12月7日に発表された日経連の倫理憲章（『卒業学年に達しない学生に対する実質的な選考活動を厳に慎む』）を巡り、大手各社でどのような対応を取るかの協議を持つ状況も見られた。しかし、倫理憲章の拘束力がほとんど及ばない外資系企業では年明けから選考体制に入るケースも多く、早期化への歯止めはかからなかった。

大学側の進路指導にも変化の兆し

各大学も学生の就職活動への対応を活発化させている。学内セミナーはほぼ昨年同様のスタートだったが、一部の国公立や有力私大では学内セミナーへの参加希望企業が増加し、対応できない大学もあったようだ。一方、各大学によって差はあるが、インターネットによる活動が定着したことで、就職課が主催するガイダンスへの学生参加数が減少傾向にある。学生の就職意識をいかに上げるかが就職課共通の課題となってきた。

【表2】 就職課の利用頻度（弊社モニターアンケート第2回より）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
一度も行った事が無い	19.0%	20.7%	27.3%	12.5%	29.9%
たまに足を運ぶ程度	57.6%	51.2%	49.2%	63.5%	56.7%
週1日	14.9%	18.4%	16.7%	14.3%	9.7%
週2～3日	6.8%	8.3%	6.1%	7.6%	2.2%
ほぼ毎日	1.7%	1.4%	0.8%	2.2%	1.5%

各大学によって学生の就職指導を担当する部署名は異なりますが、ここでは便宜的に就職課で統一しています。

そのような中、就職意識の低下やミスマッチへの取り組みとして、低学年からの就職指導が注目され始めている。立命館大学は数年前に就職部の名称を「キャリアデザインセンター」に改め、進路・就職への意識付けから具体的なキャリアデザイン形成まで段階的に進める支援プログラムを1年次から実施。その他にもOBがアドバイスする体制を整えるなどのサポート強化に取り組んでいる。

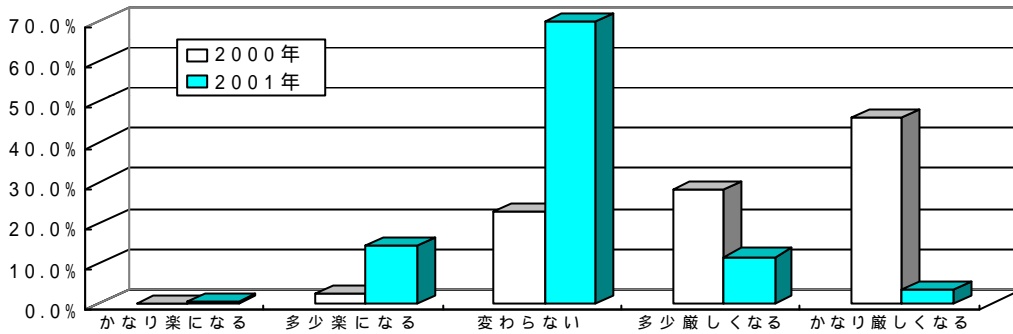
【表3】 低学年からの就職指導に対する取り組み例

大学名	主な内容
立命館大学	上記を参照
京都産業大学	就職部の名称を「進路センター」に変更 低学年からの一貫した就職支援プログラムを導入
関西大学	「学部ごとに各産業から人を招いてレクチャー」「演習方式のキャリアプランニングセミナー」などを入学早々から実施
松山大学	入学後に適性試験を受験を実施し、結果を学業・生活指導に反映 同様の試みは聖学院大学・阪南大学・宮崎産業経営大学などでも実施されている
立教大学	就職課の提案により1・2年生を対象とした授業「仕事と人生」をスタート。単位にも反映
専修大学	新入生対象の人間力養成講座「WAKUWAKUときめき専修21」をスタート。商社の元人事部長らがさまざまなテーマで講演

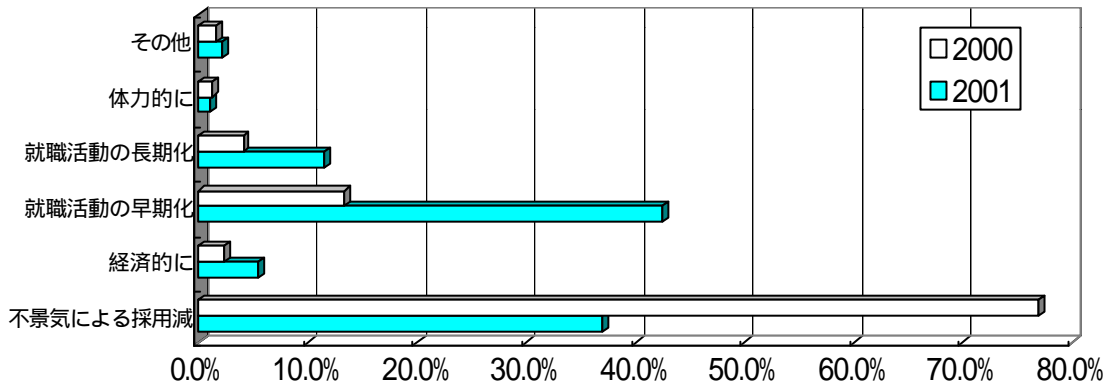
薄明かりのスタート。学生の危機意識薄く

年内から「景気回復」「採用数増加」などの言葉がマスコミに踊り、学生の就職活動に対する不安感は昨年と比べて大幅に減少した。「前年と比べて今年の活動は厳しくなると思うか?」という質問では「厳しくなる」が昨年の学生に比べて激減し、「厳しくなると思う要因」では「不景気による採用減」が同じく半減した。

【表1】 前年に比べて就職活動は厳しくなると思うか? (弊社モニターアンケート第1回より)



【表2】 前年に比べて就職活動が厳しくなると思う要因 (弊社モニターアンケート第1回より)



次項で詳述するが、今年各企業へのエントリーが減少した背景にはこのような学生マインドの変化も一要因として考えられる。

業界研究・企業研究のツールとして11月は文・理ともに「インターネット(就職サイト)」の利用が高いものの、宅配の情報誌が届き始める12月に入ると、その利用率は高い伸びを見せた。インターネットは志望対象企業の研究やエントリーのツール、就職情報誌は企業発見や企業研究・業界研究をじっくりするためのツールとして使い分けられているようだ。

【表3】 業界研究・企業研究に利用しているツール (弊社モニターアンケート第1回より)

企業研究に用いた媒体(複数回答)	11月合計		12月合計	
	11月合計 (%)	12月合計 (%)	11月合計 (%)	12月合計 (%)
宅配されてきた就職情報誌	57.4%	68.8%	61.2%	74.8%
市販されている就職雑誌	24.4%	25.2%	33.8%	31.3%
市販されている就職本	19.6%	20.9%	25.7%	27.6%
インターネット(就職サイト)	72.7%	74.1%	76.2%	76.4%
インターネット(企業P)	69.4%	76.0%	43.9%	50.6%
宅配されてきた企業DM	34.9%	50.4%	21.8%	32.2%
宅配されてきたパンフレット	26.3%	39.4%	15.6%	27.5%
その他	3.6%	5.0%	3.9%	4.5%

2. 年明け～3月の動き

～緩やかな滑り出しから一気に加速～

緩やかに滑り出した学生の動き

年明けになると就職情報サイトやDM・自社ホームページ上で続々とセミナー日程の告知が始まった。また、学生の手元にはエントリーシートも届き始め、就職戦線が本格的に動き始めた。

しかし、選考時期は昨年とそれほど大きく変わらないとの予測からか、学生の動き自体が大きく前倒しになることはなかった。【cf.P30-表1】

ただし、1月中にセミナー参加した学生の割合は昨年と比べるとほぼ倍増（1月前半：8.9% 16.4%，1月後半：19.6% 31.7%）している。【cf.P32表1】

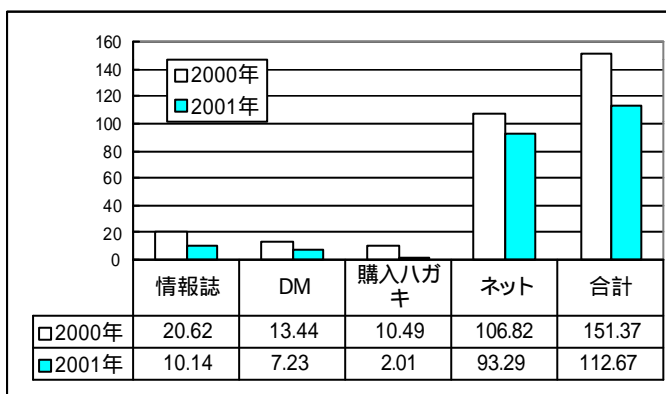
これは、性別や大学ブランドなどに関係なく参加できるオープン型のセミナー開催が、この時期に増加したためだと考えられる。

エントリー数の減少が顕著に

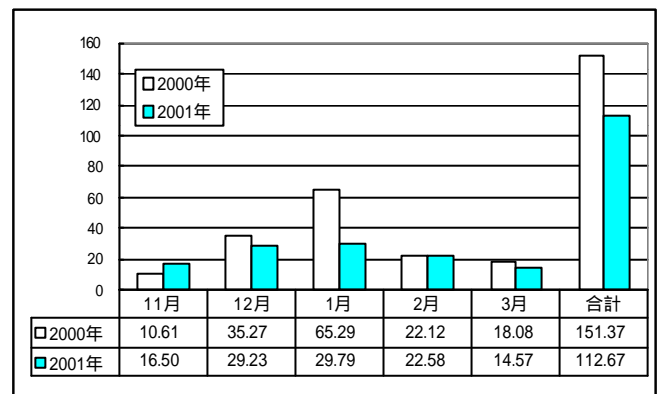
年明けになって企業側からエントリー母集団が前年と比較して少ないとの声がよく聞かれるようになった。実際、モニター学生のエントリー数を昨年と比べると、11月から3月の累計で昨年比70%弱に落ち込んでいる。月別に見ると1月中のエントリー数が大きく減少し、ツール別に見ても大票田のインターネットを含めてすべてのツールで反応が減少している事が判る。

【表1】 学生のエントリー状況（弊社モニターアンケート第1～第4回より）

学生1人あたりツール別エントリー件数（11月～3月）



学生1人あたり月別エントリー件数（11月～3月）



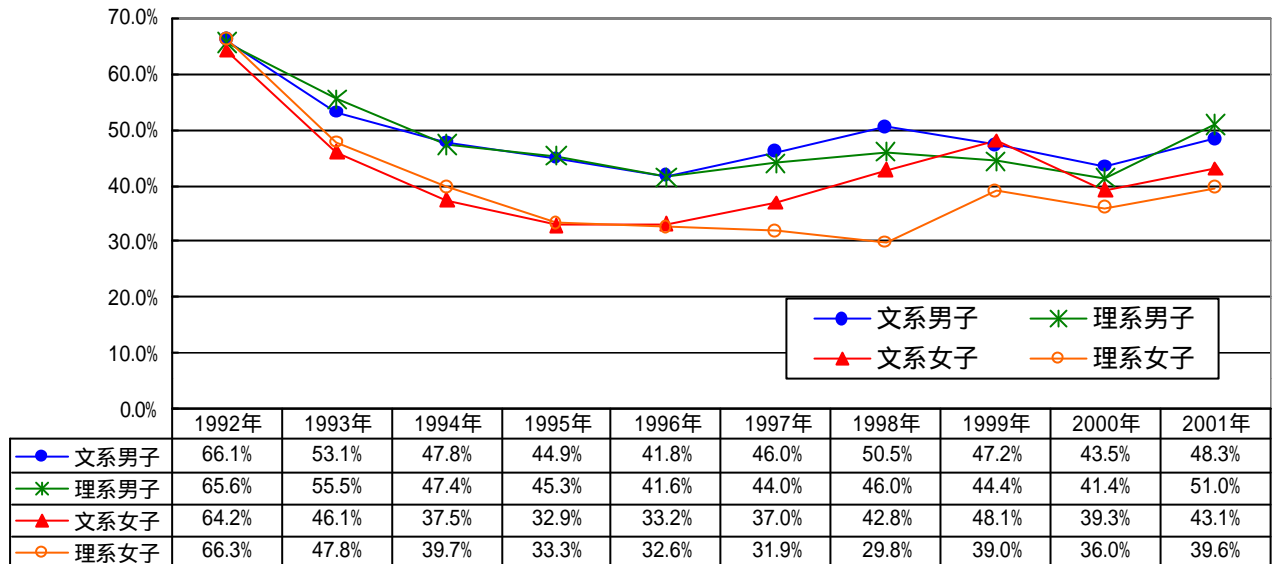
昨年は過剰なほどのエントリーがあった企業も多かった状況から、なぜここまでエントリー数が落ち込んだのだろうか。以下8～9ページにて、モニターアンケートから浮かびあがるエントリー数減少の要因をいくつか挙げてみる。

エントリー数減少の要因：「危機感の希薄化」

【P6-表1・2】見られるように、2000年度就職戦線が「超氷河期脱出」と言われたのを受け、学生側には就職環境が引き続き好転しているとの楽観傾向が強い。そのため、あまり多くのエントリーは必要ないとの判断が働いたのではないかと。

また、大手企業の採用数が増えると、「入りやすい」との判断からか、学生の大手志向が高まる傾向がある。【表1】そのようなマインドも中堅・中小企業や不人気業種企業のエントリー減に拍車をかけたと思われる。

【表1】過去10年間の大手志向推移 【「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手がよい」+「ゼッタイに大手企業がよい」の合計】
就職意識調査（調査期間：2000年12月～2001年2月 有効回答数：6,343名）



エントリー減少の要因：「早期化傾向への対応」

就職協定の廃止以降、年々早期化する就職活動にあって「早期化は当然」のこことしつつ、エントリー後の負担（エントリーシートの記入やセミナースケジュールの調整等）を考慮して「むやみなエントリーを控える」という意識も生まれつつあるようだ。

モニター報告でも「早期化に対応できない」という不安・不満は昨年に比べ10%減少し、代わりに「エントリーシートなど活動の負担」を訴える学生が増加している。【cf.P28-表1】

特に「上場・店頭公開企業」でのエントリーシート導入は60%を超え【cf.P41-表3】、学生にとっても相当の負担となっているようだ。

実際に、第1次志望群企業のエントリーシートを入手したにもかかわらず、提出しなかった学生は60%近くにとり、その理由の大半が「締め切り」絡みとなっている。

【表2】エントリーシートの提出状況 【弊社モニターアンケート第5回より】

エントリーシートを入手した1次志望群の企業で、提出しなかったものはあったか（択一）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
あった	58.2%	55.1%	47.9%	63.8%	53.6%
なかった	41.8%	45.0%	52.1%	36.2%	46.4%

「あった」と答えた方、その理由は？（複数回答）

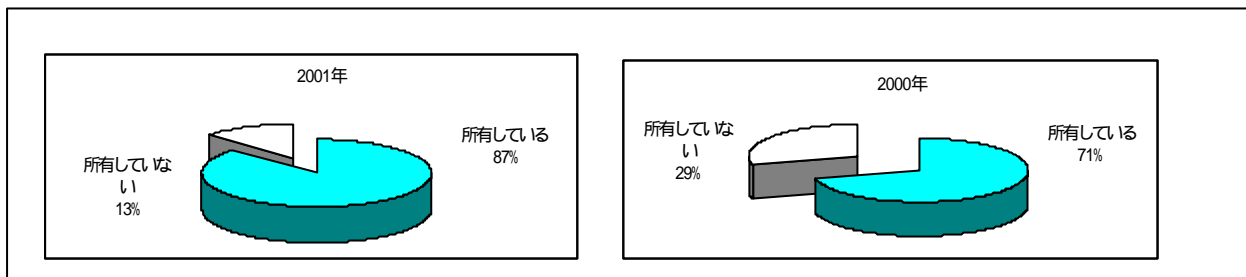
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
忙しくて締め切りを忘れた	21.7%	27.8%	24.6%	17.7%	25.3%
締め切りに間に合わなかった	33.7%	27.8%	36.8%	36.1%	30.7%
質問が高度すぎて書けなかった	27.3%	17.6%	19.3%	34.3%	21.3%
質問が突飛過ぎて書けなかった	15.1%	13.0%	10.5%	16.3%	17.3%
志望が変わり、書けなかった	24.0%	24.1%	24.6%	24.2%	22.7%
Webのトラブルで送信できなかった	3.7%	4.6%	0.0%	3.6%	5.3%
締め切りが重なり他社を優先	11.4%	13.0%	10.5%	9.8%	16.0%
その他	8.5%	13.9%	5.3%	5.8%	13.3%

エントリー減少の要因：「インターネット環境の変化」

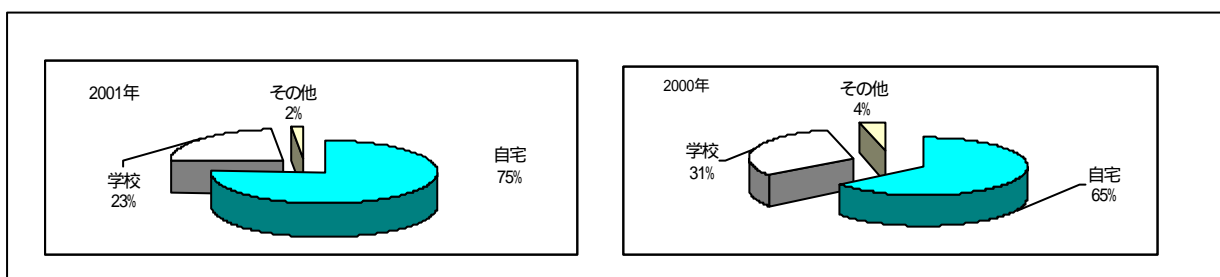
学生側のインターネット環境の変化も、エントリー数減少の要因と考えられる。

利用環境を見ると、「パソコン所有率」・「自宅での利用率」ともに昨年から大幅に伸びてきている。ネット閲覧に時間制限のある学校で慌しく検索してエントリーしなくても、「自宅でじっくり」という環境が整い、エントリーする企業を本当に興味のある会社だけに絞り込んでいるようだ。

【表1】 インターネットに接続した個人ユースのパソコンを自宅で所有している割合（弊社モニターアンケート第1回より）

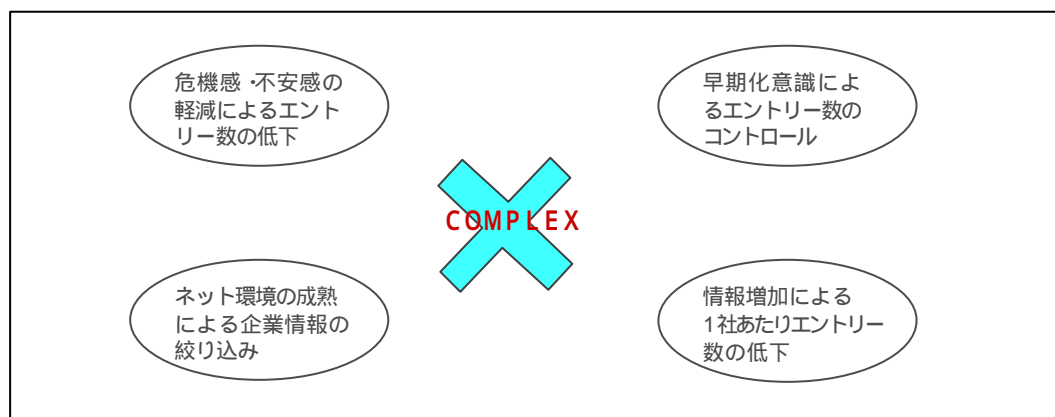


【表2】 就職活動でインターネットを利用する際の主な利用場所（弊社モニターアンケート第1回より）



（弊社モニターはネットを利用して調査を実施しているため、パソコン所有率やネット利用率は一般学生より高めになる傾向があります）

また、学生がインターネットを通じてエントリーできる企業数が昨年に比べて大幅に伸びている（ ）ことも1社あたりのエントリー数減少の要因と考えられる。（メジャー4サイトの3月1週目比較：昨年比166%に増加）
 以上述べてきたように、今期のエントリー数が全体に減少している原因は下図のようにさまざまな要因が影響しあっていると考えられる。



また、これら以外にも就職率の低下・自発的無業者の増加・若年離職率の増加などに見られる、「就職」そのものに対する学生の意識変化や・行動様式の変化など、社会的変化も大きく影響していると思われる。

新たな展開を見せたセミナー・インターンシップ ~より深い企業理解・仕事理解を目指して~

2月に入ると各企業のセミナーが本格化し、毎日のようにセミナーが開催され始めた。弊社調査では2月中にセミナーを開始した企業は全体の30%にのぼり、3月中までに開始する企業は「上場・店頭公開企業」で80%、「未上場企業」でも70%に達した。【cf.P41-表1・2】

セミナーに参加した学生の比率も2月前半で68.7%（昨年比15.8%増）、2月後半で83.0%（同5.4%増）に達し、比較的緩やかに動き出した年明けの動きから一転、本格化の様相を呈してきた。【cf.P32-表1】

セミナー・会社説明会は、採用活動のフェーズの中で一般的に「企業説明・仕事内容伝達の間」として位置付けられてきた。しかし近年、「オープンな情報公開を通して企業理解・仕事理解を促進する場」「学生とのコミュニケーションを確立する場」としてセミナー・会社説明会を重視し、内容的にも非常な工夫を凝らす企業が増えてきている。これらの企業は ・ゲームを通してのビジネス体感 ・先輩社員を大量動員してのコミュニケーション ・職種別・事業テーマ別に設置したブースでの自由対話 ・DVD やパワーポイントを駆使したプレゼンテーション など、従来のセミナー手法とは別角度のアプローチで学生への訴求を始めている。

企業によっては、ハガキやネットでのエントリーではなく、セミナーへの出席をもって「母集団」と位置付ける考え方も現れてきた。この背景には エントリーが手軽になったため、志望意識の見極めが困難になった セミナーでの企業理解・仕事理解を通じてより高次の母集団として構築したい インターネット主体の活動で学生の入社に対する現実感が希薄になった 人的パワーをセミナーに集約してコミュニケーションを確立したい など、企業それぞれの狙いがある。

また、ここ数年着実に導入が増えてきたインターンシップだが、今年は松下電器産業の「採用直結型」が大きな話題となった。またその他にも、NEC が国内では異例の長期間インターンシップ（最長1年間）受け入れ、学生に人気の高い放送業界では初めてとなる日本衛星放送（WOWOW）のインターンシップ導入など、来期以降の新しい流れさえ予感させるほどの活況となった。

上記のような流れとは別に、Webなどをフル活用して企業理解やコミュニケーションを図る方向性も見られた。【ex.アクセンチュアのHP「SIM - コンサルタント」（仕事体感シミュレーション）：NECソフト・・・昨年に続き1次面接まですべてWeb上で展開。今期から会社説明会をCD-ROMで代替：オリエンタルランド・・・Web上での質問に全問正解した学生のみエントリーシートをダウンロード】

いずれにせよ、高い若年層離職率という現実のなか、「より意識の高い学生」「早期の即戦力化が期待できる人材」をいかにミスマッチのリスクを減らして自社に誘導できるか、という採用過程に各企業の意識が高まっている。

2001年度 主な企業のインターンシップ導入例

社名	開始時期	募集人員	期間	募集職種等
ゴールドマン・サックス	2001年8月	10名	10日間	債権・為替部門など
旭化成	2000年8月	50名	1~3週間	事務系・技術系
興銀リース	2000年8月	5名	4日間	リース業界の理解に主眼
富士ゼロックス	2000年9月	10名	1ヶ月半	モバイルビジネスプランの立案
NEC	2000年12月	10人	2カ月~1年間	研究開発
住友生命	2001年1月	55名	2日間	資産運用・アクチュアリー
富士通	2000年2月	50名	2週間	財務・法務・技術など
WOWOW	2001年2月	4人	3週間	人事
日立製作所	2001年3月	20人	3週間	広報、営業、人事など
松下電器産業	2001年3月	150人	2週間	営業、経理、SEなど事務系
ジョンソン	2001年3月	若干名	2週間	マーケティング

他の主な導入企業：P&G・ソニー・日本IBM・デンソー等

松下電器産業以外のインターンシップは採用に直結するものではない。また、松下電器産業は上記の採用直結型インターンシップ以外に、1997年から産学連携として実施している「サマーインターンシップ」(採用種とは連動しない)も例年どおり受け入れる予定。

旭化成・富士通のインターンシップ受け入れは4年制大学生・大学院生であれば学年不問

大学側の取り組み【文部科学省調査：平成12年4月調査・同7月発表】

【1】インターンシップを授業科目として位置付けて実施している学校の実施状況

(A) 全体的な実施及び実施予定状況

学校種別	平成10年度実施状況		平成11年度実施状況		平成12年度以降予定	
	実施校数	実施率	実施校数	実施率	実施校数	実施率
大学	143校	23.7%	186	29.9	250	38.5
短期大学	57	10.3	81	14.7	106	20.0
高等専門学校	39	62.9	48	77.4	54	87.1

(B) 大学における国公立別実施状況

国公立別	平成10年度	平成11年度
国立	54.5%	65.7
公立	3.3	6.1
私立	19.6	25.6

(C) 実施期間

学校種別	最も多い実施期間	割合	次に多い実施期間	割合
大学	1~2週間	56.5%	2週間~1ヶ月	38.7
短期大学	1~2週間	55.6	1週間未満	24.7
高等専門学校	1~2週間	66.7	2週間~1ヶ月	25.0

(C)について
インターンシップ実施校に対し、実施機関を複数回答で調査。
なお、実施時期についてはどの学校種別でも夏期休暇中が
もっとも多い。

【2】授業科目として位置付けられていない大学の実施状況

学校種別	平成11年度実施状況	
	実施校数	実施率
大学	187校	30.1%
短期大学	37	6.7
高等専門学校	17	27.4

インターンシップ事例報告

松下電器産業「松下ウォーミングアップ・プログラム」

【実施の流れ】



【図表：松下電器産業株式会社ホームページより転載】

Web上の応募書類（ウォーミングアップ・プログラムチャレンジシート）にて受付

「営業・マーケティング」「マネージメント・スタッフ」「法務・知的財産」「SE」の4系統43テーマから希望のテーマを設定して応募。テーマごとに「TOEIC650点以上」「PCスキル」など「求められる要件」（必須ではない）が設定されている。

全国から約3,000件の応募があった模様。

書類審査・面接の上150名に絞り込み

就業体験を通じ、学生の職務適正を3段階に評価して全学生にフィードバック（3月24日）

A評価者は5月までに入社意思表示をすれば即内定、B,C評価でも通常の選考ルート途中からの再エントリーが可能

【導入の狙い】

「就業体験により、より深い企業理解を」新しい採用システムの構築を！

松下電器産業では100名の文科系採用を予定しているが、その半数をウォーミングアップ・プログラムから予定しており、来期以降はさらにその比率を上げていく予定。

それに伴い、採用の際に重視する基準も「学歴・素材（ポテンシャル）・総合力」から「能力（初速のスピード）・スキル・専門性」にウエートが移っていく。

【日本経済新聞3月28日より転載】

【導入後の評価】

A評価を受けた学生は150名中90名。その出身大学は50校に及び、過去に採用実績のなかった大学も含まれている。従来型の採用手法では掬えない、新しい人材の掘り起こしができた点は松下電器産業にとって大きなメリットといえよう。

また、短時間の面接・選考というプロセスでは困難な、「企業・学生の相互理解に基づいた採用・就職」環境を整え得たことは、学生・企業双方にとって妥当性・納得性の高い活動モデルの構築に成功したといえるだろう。ただし、学生を受け入れる体制作りや、多くの現場社員が関わる採点基準の統一など、課題がいくつか残されたことも否定できない。

しかしそういった面も含めて、「究極の情報開示」と松下電器産業みずから語る今回の試みが、採用の新しい潮流を生み出したことは間違いない。

すでに「2003年卒の採用戦線では『松下方式』が増えるのでは」との見方もあり、他企業も含めて今後どのように発展・展開していくのか非常に興味深い。

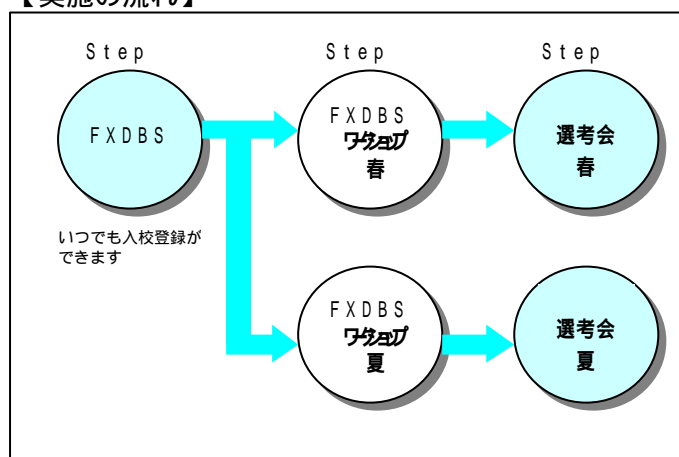
オープンセミナー事例報告

富士ゼロックス 「FXDBSワークショップ」

「企業理解を深めた上で納得して受験して欲しい」という企業側の姿勢から、直接の選考には関係ない「オープンセミナー」の開催が年々増えている。

富士ゼロックスでは昨年も「FXDBSワークショップ」を開催しているが、Webでの情報開示も組み込んだ成功モデルとして紹介したい。

【実施の流れ】



Web上の仮想ビジネススクール「FXDBS」で徹底した情報開示の後、オープンセミナー「ワークショップ」を開催。会場にて選考会の予約受付という一連の流れで、企業理解を深めた上での受験者層の形成を図る

【図表：富士ゼロックス株式会社ホームページより転載】

Web 展開 SCHOOL

自社ホームページで採用コンテンツ「FXDBS - FUJI XEROX DOCUMENT BUSINESS SCHOOL -」を開設し、富士ゼロックスが展開しているドキュメントビジネスを学ぶビジネス・スクールとして位置付ける。講座形式で、基礎知識から先進的な実践例・社員の仕事内容や仕事のやりがい・求められるスキルや資格など、学生が企業研究するのに必要と思われるあらゆる要素を逐次公開。また、講義への質問に答える形で学生とのコミュニケーションも密に取れるように配慮した。

エントリー＝「FXDBSへの入校」として、入校者には2種類のメールマガジンを定期配信（採用情報編と社員の仕事レポート編）。

継続的な情報提供とスケジュールの明確化で志望意識の醸成とワークショップへの参加意識を促進した。

セミナー展開

展開する事業テーマや採用職種などに応じてブースを設け、社員との自由な対話を通して企業理解・仕事理解を促すオープンセミナー「FXDBS ワークショップ」を開催。「ワークショップ」への参加は予約制だが選考そのものには直接関係がない。

ワークショップに参加すると、当日会場で選考会への予約が可能。なお、ワークショップに参加できなかった学生は、ホームページから選考会予約を行うこともできる。

金融・生損保を中心に早期決着の気配が漂う

2月から本格化してきた活動は3月に入ってもペースを緩めず、各地でセミナーや選考が進んだ。学生のセミナー参加も昨年同様3月前半にピークを迎え、87.8%の学生がこの時期のセミナーに参加している【cf.P32-表1】また、企業側の動きも若干前倒しの傾向が見られ、3月中に1次面接受験・内々定を受けた比率とも昨年を上回った。1次面接の受けた時期を昨年と比べると、2月後半～3月後半での受験者が大きく伸びている。4月以降はほぼ昨年並みに落ち着いてきており、この期間内に1次面接を前倒しにした企業の多さを裏付けている【cf.P34-表2】

【表1】 企業との接触状況 (弊社モニターアンケート第4回より)

【下表は累計ではなく該当期間中に「1次面接を受けた」等のアクションがあった比率を示しています】

	全体		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年
1次面接を受けた	59.6%	46.0%	70.5%	55.5%	45.0%	29.0%	59.9%	48.1%	53.5%	40.9%
最終面接を受けた	5.1%	2.4%	6.1%	2.1%	8.5%	4.6%	3.2%	1.7%	6.5%	2.9%
内々定を受けた	3.1%	1.5%	3.3%	1.8%	5.2%	1.4%	2.1%	1.4%	4.1%	1.2%

	全体		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年	2001年	2000年
1次面接を受けた	65.7%	56.1%	76.9%	66.3%	56.3%	42.6%	68.1%	57.6%	46.8%	47.7%
最終面接を受けた	9.9%	6.5%	13.6%	6.9%	13.5%	6.8%	6.9%	5.4%	10.7%	9.9%
内々定を受けた	5.0%	2.9%	6.1%	2.7%	9.2%	4.1%	2.6%	2.1%	7.4%	5.3%

年明けからエントリー数低下に苦勞した企業が多かったが、セミナーや選考に入ると昨年並みまたは昨年以上の動員を記録するケースも見られた。「じっくり研究してエントリー」という活動様式から、エントリー数が少なくても志望意識の高い母集団が形成できたとも言える。

しかし、これらは大手クラス・人気業種等の一部企業に限られ、大半の企業はエントリー減がそのまま動員減につながってしまったようだ。

そのような中、3月初旬から各地で学生との小規模接触を続けてきた金融各社は、3月中旬頃より地方を中心に積極的に個別接触を開始。3月17(土)～20日(火)には日本生命・東京三菱銀行・UFJ・三井住友銀行などが関西で一斉に個別接触に踏み切り、関西旧帝大クラスの学生には3月中に内々定が出たケースもあったようだ。

3. 4月～5月の動き

～短期決戦。急速に収束へ～

4月頭から急速に選考本格化へ

首都圏以外では4月を待たずに最終決着に近づいていた金融・生損保各社は、その後も関西・地方での内々定出しを進め、4月1週目の週末が早くも最終決着のピークとなった。

その後も金融・生損保各社の動きは例年以上に早く、4月2週目の週末には首都圏でも内々定出しが進んで最終決着となった。

この動きは昨年と比べても2週間前後前倒しとなり、早期決着の様相がますます強まった。

この動きに追随するように、NEC・富士通・日本IBMなどの大手メーカーやNTTデータ・NTTドコモなどの通信系企業、三井物産・三菱商事・丸紅・伊藤忠商事などの総合商社らも4月1週目～2週目には筆記試験を開始し、一気に本格的な選考体制に入った。

また、電機系以外の各メーカーも例年と比べ早期に動き出し、本格的な選考に入ってきている。一部化学メーカーや製薬メーカーなど、4月2週目には内定を出し始めていたところもあったようだ。

学生の動きを見ても、昨年の4月1日～15日の期間内に内々定を得た学生が8.1%だったの対し、今年は13.7%と高い伸びを示した。また、4月末時点での内定保有率も同じく30.3%から36.5%に上昇した。

しかし、4月末までに就職活動を終了した学生は昨年の6.8%から9.5%に留まり、短期決戦の中で慎重に進路を決めようとする学生の姿も窺える。【cf.P34-表1・P30-表1】

楽観ムードが変調？高い採用基準に戸惑う学生も

序盤では楽観ムードが漂っていた学生だが、実際の活動を経て企業の採用基準の高さに焦りや戸惑いを持つ学生も増えてきた。

4月末時点で就職活動が「思ったより厳しい」と感じている学生は全体の37.0%にのぼり、「思ったとおり厳しい」という学生と併せると67.9%にも達している。

また、「厳しい要因」としては「企業の採用基準の高さ」がもっとも多く挙げられた。

これは、弊社が2月に実施した「2002年採用動向調査」でも明確になった「量より質を重視」という企業の基本スタンスがはっきりと反映された形となっている。【cf.P39-表1】

【表1】 就職活動開始時点のイメージと現時点での活動状況を比べると？（弊社モニターアンケート第5回より）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
思ったとおり厳しい	30.9%	28.9%	26.7%	34.4%	26.4%
思ったより厳しい	37.0%	38.8%	30.0%	38.3%	36.4%
思ったとおり楽	3.1%	5.5%	5.0%	1.4%	3.6%
思ったより楽	19.0%	19.4%	20.8%	18.0%	20.0%
特に何も感じない	10.0%	7.5%	17.5%	8.0%	13.6%

【表2】 上の質問で「厳しい」と答えた要因は？（弊社モニターアンケート第5回より）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
採用基準の高さ	37.7%	44.7%	34.3%	39.2%	24.1%
就職活動の早期化	21.4%	25.0%	29.9%	18.0%	21.8%
就職活動の長期化	11.5%	8.3%	7.5%	12.7%	14.9%
不景気による採用減	9.8%	6.1%	9.0%	11.1%	11.5%
経済的に	5.3%	7.6%	7.5%	3.2%	8.1%
その他	14.3%	8.3%	11.9%	15.8%	19.5%

5 月末時点の内定保有状況

GW 後に、IT 関連の電気機器メーカーなどが五月雨式に内定を出し始めた。しかし、最終選考から内々定の連絡まで1週間以上かかるなどかなり引っ張った内々定出しとなり、学生の動きが一時的に止まる傾向も見られた。しかし、5月中旬までにはほぼ大勢が決し、4月頭からの金融の動きに始まった採用戦線第1ラウンドも実質1ヶ月前後で収束した。

5月末時点の学生の内定保有状況も全体で61.6%となり、昨年を5.7%上回った。理系の採用増を反映して、理系男子では8.5%アップの66.1%に達している。【cf.P34-表1】

活動の進捗状況を大学クラス別に見ると、内定保有率【就職活動中（内定あり）+活動終了した】で今年もクラス別に大きな開きが生じた。

特に顕著なのが旧帝大～六大学クラスまでの偏差値上位校に対する内定の集中である。早慶クラス男子を除き、このクラスでは軒並み大きく上昇しているのに比べ、中堅私立クラスではほぼ前年並みに留まっている。採用のオープン化が進む一方で、ニーズが集中する一部上位校は早期から囲い込まなければ採用できない、という現実が垣間見える。

また、早慶クラス男子は昨年に比べて内定保有率は減少したものの、5月末時点で就職活動を終了する学生は12%近く伸びている。その他のカテゴリーも旧帝大クラス女子の25.1%アップを筆頭に、軒並みポイントがアップしている。終了学生の第1志望群となる大手企業が昨年以上に早く結論を出したためだろうか。

ただし、旧帝大クラス男子では逆に昨年よりも8.2%少なくなっている。理系に比べて厳しい文系採用環境にあって、比較的「売り手市場」との認識があるため、じっくりとき企業を見極めていくといったところだろうか。【cf.P36-表1・2】

4.6 月以降の展開 ~ 第二の山は生まれるのか ~

低い採用充足率・動かない学生たち

6月に入り大手企業は1段落したものの、全体的な採用充足率は依然として低いようだ。エントリー数の減少がそのままセミナー動員・受験者数・内々定者数の減少に直結している企業が少なくない。

特に、採用意欲が高く競争の激しいソフトウェア系の企業では、予定の半数も内々定を出せていないケースもあるという。ソフトウェア業界に限らず、中堅企業・不人気業界の企業などは、いずれも後半の集客に苦労しているようだ。また、なんとか学生を動員しても、「質が悪くて採用したい人材が集まらない」と嘆く担当者も多い。

早期化・短期化が進むここ数年の就職活動のもう一つの特徴として、1ラウンド終了後に明確な第2ラウンドの盛り上がりがないことが挙げられる。

背景としては、「学生の二極化の進行」と「就職意識の低下」が考えられるのではないかと。

ある程度優秀な学生にとって、今期の就職環境は回復してきた採用数どおりの追い風となっていると思われる。

実際、前述した通り5月末内定率は昨年比で5.7%アップの61.6%に達し、このうち61.4%が「これ以上他社を回らない」と回答している。理由としては「内定先に満足している」が95%を占め、納得のいく就職活動が展開できた学生がこの時点で全体の3人に一人を超える計算になる。【下表1】

モニターに協力している学生は一般の学生より就職意識が高いことを考えると、これをそのまま全学生に当てはめるわけにはいかない。しかし、大手が一気に動いた4月～5月にかけて内定を得た優秀層は、後半戦に動く必要性をあまり感じていないことは確かなようだ。

一方、極端に就職意識が低い学生が増えた、という声が大学や企業から頻繁に聞かれるようになった。

5月中に大手を回り、狙いの企業が内定を得られなければ無理に就職しなくても構わない・フリーターでもよい、という学生が着実に増えている。

【表1】 5月末時点の内々定保有状況と今後の活動（弊社モニターアンケート第6回より）

(1) これまでに内々定を受けましたか？

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
受けた	61.6%	67.3%	66.1%	57.7%	61.4%
受けない	38.4%	32.7%	33.9%	42.3%	38.6%

(2) : (1)で「受けた」と答えた方、今後も活動を続けますか？

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
続ける	38.5%	39.3%	32.5%	44.6%	24.7%
続けない	61.5%	60.7%	67.5%	55.4%	75.3%

(3) : (2)「続けない」と答えた方、活動をやめた現在の心境で近いものは？

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
内々定先に十分満足している	72.1%	77.2%	81.5%	68.6%	65.0%
内々定先にある程度満足している	23.6%	19.0%	16.7%	27.0%	28.3%
内々定先にあまり満足行かないが、妥協した	3.0%	2.5%	0.0%	4.4%	3.3%
内々定先に満足でないが、気力が尽きた	1.2%	1.3%	1.9%	0.0%	3.3%

(4) : (1)で「受けない」と答えた方(未内定者)の方、万一就職がきまらなかった場合の進路

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
フリーター	23.5%	20.3%	17.5%	25.3%	26.0%
進学(留学・大学院)	15.7%	9.4%	30.0%	14.0%	18.0%
就職留年	9.9%	15.6%	20.0%	6.2%	8.0%
公務員受験	17.5%	26.6%	15.0%	13.5%	22.0%
第2新卒を目指す	14.2%	15.6%	12.5%	15.7%	8.0%
新卒派遣	16.6%	7.8%	5.0%	22.5%	16.0%
起業	2.7%	4.7%	0.0%	2.8%	2.0%

文部厚生省が毎年 8 月に発表している学校基本調査によると、大学卒業後の就職率は平成 3 年の 81.3%をピークに減りつづけ、昨年（平成 12 年卒）には 55.8%・30 万人にまで落ち込んだ。

また、入社 3 年以内で 30%が辞めていくという、高い若年層離職の状況も急には改善されないだろう。そのような中、フリーターになるよりは一旦就職してスキルを磨き、より条件のいい会社があれば入社数ヶ月でも転職するという「間借り就職」も増えているという。以前は大学 4 年間で人生のモラトリアム期間と見なされていたが、今やその上限を入社 3 年目・25 歳前後にまで引き上げて考える必要があるのかもしれない。

今後の学生の動きは？

前述したように、以前のように学生が大きな塊で動くことは考えにくい。ただ、未内定学生の半数以上は、「年内一杯動きたい」と答えている。また、今後の活動については「受験する業種や職種の幅を広げて考える」という回答も過半数にのぼった。

これからの採用を成功させる上で、これらの積極層に対し、「関心を持ちそうな情報をいかに到達させられるか」が大きなファクターになってくる。ただ、あまりに多様化・変化している情報経路・学生の価値観などから、有効な方法論を見出せないでいるのが現在の状況であろうか。

【表 1】 5 月末時点で未内定者の今後の活動予定（弊社モニターアンケート第 6 回より）

今後の活動スタイルについて、あてはまるものは？

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
業界」の幅を広げる(変える)	35.8%	44.6%	34.2%	35.4%	27.5%
職種」の幅を広げる(変える)	21.8%	29.2%	12.2%	20.2%	25.5%
企業規模」の幅を広げる(変える)	13.1%	12.3%	4.9%	15.2%	13.7%
今まで通り進める	47.8%	44.6%	58.5%	48.9%	39.2%
活動しない	9.9%	4.6%	7.3%	9.0%	21.6%

いつまで活動しようと思うか

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
夏(盆前)まで	37.8%	33.9%	48.8%	39.1%	29.4%
後期授業が始まるまで	8.9%	9.2%	12.2%	9.5%	3.9%
年内一杯まで	18.2%	27.7%	14.6%	15.6%	17.7%
3月まで	26.8%	26.2%	17.1%	28.5%	29.4%
活動しない	8.3%	3.1%	7.3%	7.3%	19.6%

一方で大学 3 年生を対象としたサマージョブなどがすでに動き出そうとしている。また、マイクロソフトのように入社 1 年半も前に内定先を決めるのは、激動の時代にあってナンセンス、との考え方から大学 4 年生の採用を中途とともに秋口から開始する企業もある。

ソニー・コンピュータエンタテインメント、ファーストリテイリングなども、新卒・中途の枠を取り払って、広く人材を募集している。

“笛吹けど踊らない” 学生たちを横目に、優秀な人材獲得をめぐる採用戦線は本格的に通年化の様相を呈してきたともいえるだろう。

第2章 2001年度採用マーケットの特徴

1. 22歳人口及び大学等入学者数の推移
2. 大学院への進学状況
3. 新卒採用市場 【対前年比増減】
4. 新卒採用市場 【増減の理由】

第2章で掲出しているデータは、「国勢調査」【総務庁】・「学校教育基本調査」【文部科学省】・「労働経済動向調査」【厚生労働省】 に拠っています。
なお、各調査の概要は48Pをご覧ください。

22歳人口及び大学等入学者数の推移

現役で社会に出た場合の1年目に該当する22歳人口は、1995年をピークに緩やかな減少が続いている。今年の就職戦線に参加したであろう主要な22歳人口は、160万人とピーク時に比べ約40万人少ない。だが、近年の大学進学率の増加により、2001年就職戦線の主構成部分にあたる大学生の入学年次人口で59.1万人と、逆に昨年より4千人の増加となった。【表1・2】
 また、大学院への進学数も上昇し、昨年より5千人多い7万人となった。【大学院進学についての詳細は次ページ】
 一方、短期大学への入学数は減少傾向に歯止めがかからず昨年比2.7万人減の14.1万人。短大生の就職難に加え、短期大学そのものが4年制への以降などで減少していることが大きく影響しているようだ。【表2】

22歳人口の推移

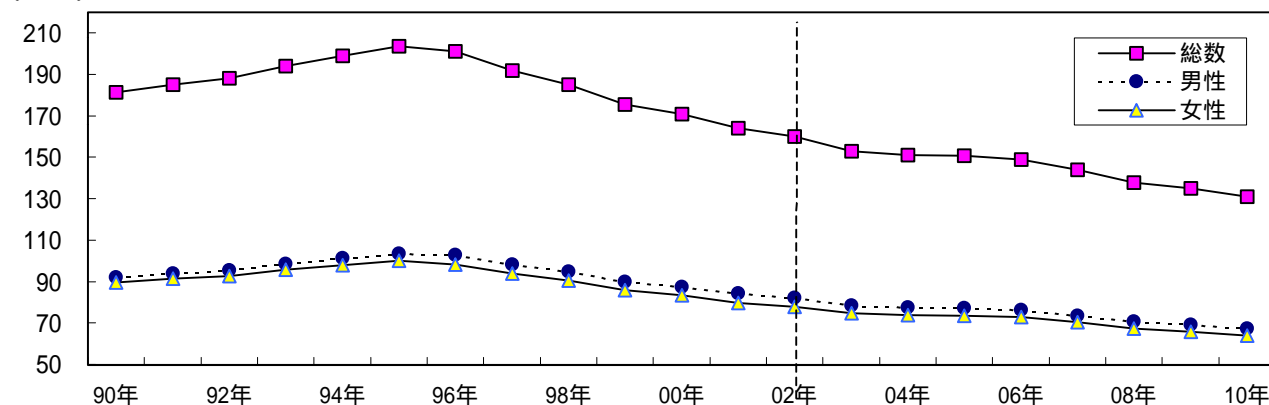
(単位:万人)

	90年	91年	92年	93年	94年	95年	96年	97年	98年	99年	00年	01年	02年	03年	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年
総数	181.5	185.2	188.3	194.1	199.0	203.6	201.0	191.9	185.1	175.6	170.8	164.2	160.0	153.0	151.2	150.7	149.0	143.9	137.9	135.0	131.1
男性	92.0	93.8	95.5	98.4	101.2	103.6	102.8	98.1	94.7	89.9	87.5	84.4	82.1	78.4	77.4	77.1	76.2	73.6	70.7	69.1	67.2
女性	89.6	91.4	92.8	95.7	97.8	100.0	98.2	93.8	90.4	85.7	83.3	79.8	77.9	74.6	73.8	73.6	72.8	70.3	67.2	65.9	63.9

【表1: 総務庁「国勢調査」より】

22歳人口の推移

(万人)



大学等入学者数の推移

(単位:万人)

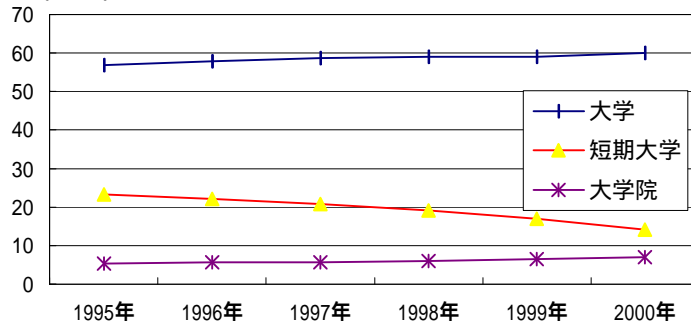
	大学	短期大学	大学院
1995年	568,576	232,741	53,842
1996年	579,148	220,875	56,567
1997年	586,688	207,546	57,065
1998年	590,743	191,430	60,241
1999年	589,559	168,974	65,382
2000年	599,655	141,491	70,336

【表2: 文部科学省「学校基本調査資料」より】

【網掛け部は2002年卒業予定者】

大学等入学者数の推移

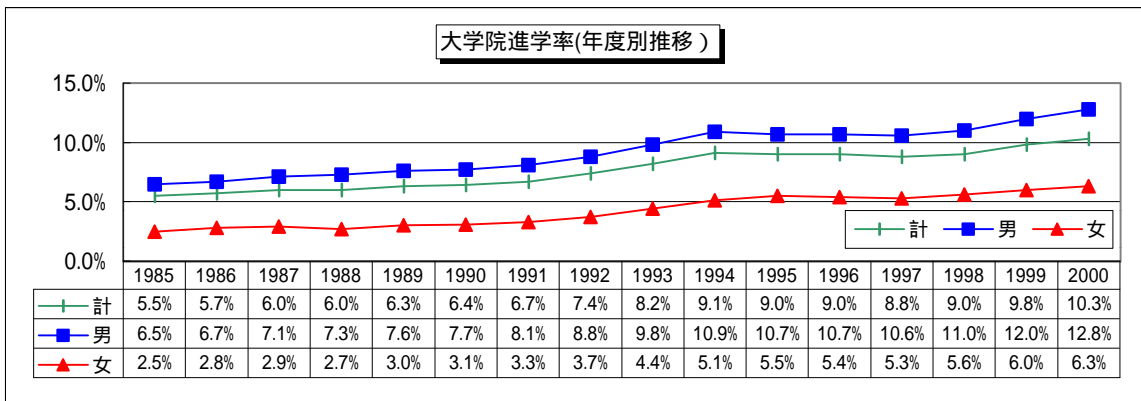
(万人)



大学院への進学状況

ここ数年、大手企業を中心に大学院生の採用ニーズが高まっている。これは、研究職など専門性の高い部門で一定レベル以上の学生を確保するためだが、この流れは今後ますます強まると予想される。実際、メーカーのR&Dスタッフは完全に院生中心の採用シフトとなっているし、コンサルティングや金融商品の開発など、院生の活躍するフィールドは着実に広がっている。学生もここ数年の就職難を受けて大学院への進学率が年々緩やかに上昇してきており、2000年度では、初めて進学率が全体で10%、進学者数で7万人を超えた。【表1・2】 不本意な就職をするよりも、自己の専門性・商品価値を高めてから就職、という傾向が強まっているようだ。進学系統の内訳は工学系が高く、進学者全体の42.7%を占める。【表3】大学クラス別では旧帝大理工系の進学率が73%と圧倒的に高くなっている。【表4】また、院終了後の就職率は全体で62%となり、就職希望者は3～4万人となっている。【表5】

大学院への進学率・入学者数・終了後の進路等



【表1：文部科学省「平成12年度学校基本調査」より】

平成12年度大学院・入学志願者と入学者数

	計		国 立		公 立		私 立	
	入学志願者	入学者	入学志願者	入学者	入学志願者	入学者	入学志願者	入学者
合計	123,068	70,336	71,106	41,278	5,845	3,307	46,117	25,751
男	88,383	51,865	52,455	31,129	3,883	2,234	32,045	18,502
女	34,685	18,471	18,651	10,149	1,962	1,073	14,072	7,249

【表2：文部科学省「平成12年度学校基本調査」より】

平成12年度大学院専攻別入学者数

	合計	国公立	私立
工 学	30,031	20,514	9,517
理 学	6,285	4,855	1,430
教 育	5,212	4,581	631
農 学	3,938	3,482	456
社会科学	10,039	3,318	6,721
人文科学	5,251	2,047	3,204
保 健	3,424	1,987	1,437
そ の 他	6,156	3,801	2,355
合計	70,336	44,585	25,751

【表3：文部科学省「平成12年度学校基本調査」より】

平成12年度大学院卒業者の進路

	合計	博士進学	就職	就職率
計	56,038	9,338	35,104	62%
国立	33,651	6,430	22,148	66%
公立	2,461	424	1,480	60%
私立	19,926	2,484	11,476	58%

【表4：文部科学省「平成12年度学校基本調査」より】

大学クラス別大学院進学率（理工系）

クラス	進学率
旧帝大	73%
6大学クラス	55%
関東国公立	51%
関西国公立	46%
他国公立・東	41%
日東駒専	37%
早慶クラス	36%
他国公立・西	25%
関関同立	15%
関西私大1	15%

【表5：朝日新聞「大学ランキング2001」より】

新卒採用市場

今年5月、厚生労働省がまとめた「平成14年新規学卒者採用計画」によると、採用予定者数を今春実績より「増やす」企業は、文科系で15%（昨年13%）・理科系で18%（昨年14%）と、プラスに転じた昨年以上に増加傾向が強まった。

一方、「減らす」企業は、文科系で9%（昨年11%）、理科系で8%（昨年10%）と微減した。【表1】

結果として、昨年に続き文理ともに「増やす」企業が「減らす」企業の割合を上回った。この結果は弊社調査（2002年採用動向調査：38P参照）の結果とも合致し、新規採用へのニーズの回復を裏付けている。

「増やす」理由としては、文系採用では「販売・営業部門の増強」の割合が41%と高く、理系採用「技術革新への対応・研究開発体制の充実」の割合が47%と圧倒的に高くなっている。【次ページ表1】

企業内のリストラや組織改変等が一段落し、IT新時代に対応すべく技術体制・販売体制強化に向かう企業姿勢が鮮明となった。

「減らす」理由としては、昨年同様「人件費率の抑制・定員管理の見直し」が、文理とも最も高く40%を超えているが、業種ごとに人員余剰感にかなりの開きが見られる【次ページ表2】

学歴、産業、平成14年新規学卒採用予定者の対前年比増減区分別事業所割合

学歴	産業	増加	ほぼ同じ	減少	未定
大学卒 【文科系】	調査産業計	15% (13%)	30% (26%)	9% (11%)	46% (49%)
	建設業	9 (9)	30 (19)	12 (14)	49 (58)
	製造業	13 (15)	31 (28)	10 (10)	46 (47)
	運輸・通信業	16 (5)	25 (16)	4 (11)	55 (68)
	卸売・小売業, 飲食店	19 (13)	28 (29)	8 (12)	45 (46)
	金融・保険業	20 (18)	24 (25)	6 (11)	50 (46)
	不動産業	20 (19)	31 (27)	7 (9)	42 (46)
	サービス業	13 (14)	35 (25)	7 (14)	44 (48)
大学卒 【理科系】	調査産業計	18% (14%)	28% (27%)	8% (10%)	46% (49%)
	建設業	16 (14)	29 (24)	14 (13)	42 (49)
	製造業	22 (19)	31 (29)	9 (11)	39 (42)
	運輸・通信業	10 (1)	25 (14)	1 (9)	64 (76)
	卸売・小売業, 飲食店	15 (11)	22 (26)	7 (9)	56 (54)
	金融・保険業	14 (12)	23 (21)	2 (5)	61 (62)
	不動産業	15 (18)	31 (21)	7 (8)	46 (52)
	サービス業	15 (11)	33 (32)	6 (9)	45 (48)
高専卒 ・ 短大卒	調査産業計	11% (8%)	24% (23%)	8% (10%)	56% (58%)
	建設業	8 (2)	21 (20)	10 (14)	61 (63)
	製造業	12 (11)	25 (23)	9 (10)	53 (56)
	運輸・通信業	8 (1)	21 (19)	3 (6)	68 (75)
	卸売・小売業, 飲食店	10 (6)	23 (23)	8 (12)	59 (59)
	金融・保険業	12 (14)	28 (23)	7 (11)	53 (52)
	不動産業	7 (9)	34 (19)	2 (6)	58 (66)
	サービス業	12 (10)	25 (26)	7 (9)	56 (55)

【表1：厚生労働省「平成13年労働経済動向調査結果速報」より】

(注) 1. 数値は「平成13年、14年ともに採用しない」事業所を除いた集計事業所に対する割合である。
2. ()内の数値は、昨年同時期（平成12年5月調査）の数値である。

新卒採用市場

学歴、産業、新規学卒採用予定者増加の理由別事業所割合

(%)

学歴	産業	経営状態の好転・既存事業の拡大	新規事業への進出	技術革新への対応・研究開発体制の充実	販売・営業部門の増強	年齢等人員構成の適正化	退職者の増加	前年は新卒者の確保ができなかった	労働時間短縮への対応	その他	無回答
大卒 文科系	調査産業計	19%	5%	7%	41%	30%	13%	7%	1%	9%	1%
	建設業	-	-	-	23	38	15	15	-	-	8
	製造業	13	7	8	44	33	11	5	-	10	-
	運輸・通信業	15	5	15	25	25	15	15	-	10	5
	卸売・小売業，飲食店	22	2	3	48	32	5	8	-	10	2
	金融・保険業	8	-	-	33	46	33	4	-	8	-
	不動産業	33	11	-	33	6	22	6	-	22	-
大卒 理科系	調査産業計	16%	7%	47%	11%	23%	10%	8%	-	7%	2%
	建設業	7	3	31	7	48	10	7	-	-	3
	製造業	13	9	65	4	18	8	9	-	6	-
	運輸・通信業	27	-	9	18	27	18	27	-	9	-
	卸売・小売業，飲食店	22	6	14	33	28	11	3	-	11	8
	金融・保険業	-	-	-	27	47	27	7	-	13	-
	不動産業	36	9	9	36	18	18	-	-	-	-
高専・短大卒	調査産業計	13%	6%	19%	16%	26%	21%	10%	1%	6%	4%
	建設業	9	-	18	-	18	36	9	-	18	-
	製造業	13	8	34	2	28	19	11	-	6	2
	運輸・通信業	20	-	10	30	20	20	20	-	10	-
	卸売・小売業，飲食店	14	5	-	32	41	5	9	-	-	9
	金融・保険業	8	-	-	38	23	38	-	-	8	-
	不動産業	25	-	-	-	25	-	25	-	25	-

【表1：厚生労働省「平成13年労働経済動向調査結果速報」より】

学歴、産業、新規学卒採用予定者減少の理由別事業所割合

(%)

学歴	産業	経営状態の悪化・事業の縮小	人件費率の抑制・定員管理の見直し	技術革新等による省力化	退職者の減少	前年は新規学卒者の採用が多すぎた	中途採用の実施・拡大	臨時・パートタイム・派遣労働者で代替	配置転換や出向者の受入れ	その他	無回答
大卒 文科系	調査産業計	21%	43%	5%	9%	8%	7%	6%	5%	14%	7%
	建設業	18	59	12	-	12	6	-	-	6	12
	製造業	26	38	4	4	13	2	2	4	23	4
	運輸・通信業	20	60	-	20	-	-	-	20	20	-
	卸売・小売業，飲食店	23	42	4	19	-	15	12	8	8	4
	金融・保険業	-	57	-	29	-	29	-	-	-	-
	不動産業	-	83	-	-	17	17	17	-	-	17
大卒 理科系	調査産業計	25	44	5	6	12	7	5	5	6	4
	建設業	24	56	4	4	16	4	-	-	4	4
	製造業	27	40	6	2	15	8	2	6	6	6
	運輸・通信業	-	100	-	-	-	-	-	-	-	-
	卸売・小売業，飲食店	29	41	6	18	-	6	12	12	6	-
	金融・保険業	-	100	-	-	-	50	-	-	-	-
	不動産業	-	80	-	-	20	-	-	-	-	20
高専・短大卒	調査産業計	17	41	2	13	7	2	11	3	18	4
	建設業	23	62	-	8	8	-	8	8	8	-
	製造業	17	41	5	5	10	5	5	2	20	5
	運輸・通信業	-	33	-	-	-	-	-	-	67	-
	卸売・小売業，飲食店	21	26	-	26	5	-	21	-	16	5
	金融・保険業	-	71	-	29	-	-	29	-	14	-
	不動産業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100

【表2：厚生労働省「平成13年労働経済動向調査結果速報」より】

第3章 2001年度 学生の就職意識

1. 就職希望度・就職観
2. 大手志向の高まり
3. 会社選択のポイント
4. 出身地就職希望率
5. 就職活動上の不安や不満

第4項目で掲出しているデータは、「2001年度大学生の就職意識調査」「2002年3月大学卒業予定者のUターン・Iターン・地元就職志向調査」「MYCOMモニタアンケート」【毎日コミュニケーションズ】に拠っています。なお、各調査の概要は48Pをご覧ください。

就職希望度・就職観

【就職希望度】

企業の採用意欲が高まり就職環境が好転したためか、「何がなんでも就職したい」という就職希望度は、理系女子を除く各カテゴリーで若干アップした。

しかし、23.6%の学生は「希望先でなければ就職しなくともよい」と回答し、人材確保に苦勞する企業をよそ目に学生の就職に対する意識にはそれほどの切迫感がみられない結果となっている。【表1】

【就職観】

就職観については全体を通して特に目立つ変化はなかった。各カテゴリーでトップの「楽しく働きたい」は同内容の質問を開始した1990年以来、理系男女で11年連続、文系男子で7年連続、文系女子で10年連続のトップとなっている。

昨年まで2年続けて全カテゴリーでポイントが上昇していた「人のためになる仕事をしたい」、は理系男子を除いて減少した。特に理系女子でこの減少傾向が強かった。

就職希望度・就職しなかった場合の進路・就職観

就職希望度

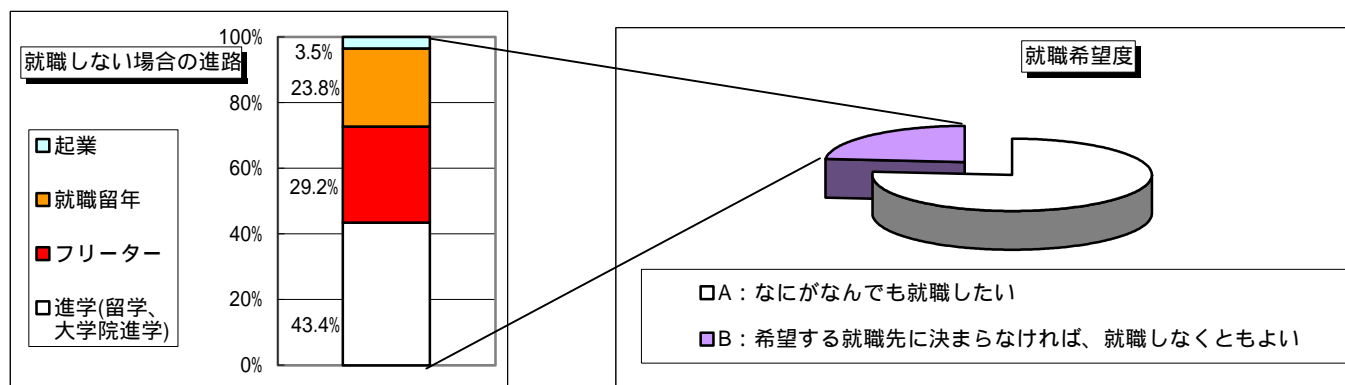
	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
A：なにがなんでも就職したい	76.4%	+3.2%	78.3%	+3.9%	75.5%	+2.7%	76.6%	+4.8%	72.2%	-1.9%
B：希望する就職先に決まらなければ、就職しなくともよい	23.6%	-3.2%	21.7%	-3.9%	24.5%	-2.7%	23.4%	-4.8%	27.8%	+1.9%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

「希望する就職先に決まらなければ、就職しなくともよい」と答えた場合の進路は？

	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
進学(留学、大学院進学)	43.4%	+3.8%	38.6%	+6.6%	59.5%	+1.4%	34.2%	+0.6%	59.6%	+4.8%
フリーター	29.2%	-0.9%	23.9%	-2.7%	17.6%	-0.9%	40.0%	-1.7%	24.6%	+1.1%
就職留年	23.8%	-3.0%	31.8%	-4.5%	18.3%	-0.4%	23.6%	+0.2%	14.8%	-4.1%
起業	3.5%	±0	5.7%	-0.7%	4.7%	+0.3%	2.2%	+0.9%	1.1%	-1.7%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】



就職観

	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
楽しく働きたい	33.4%	+0.4%	30.7%	-0.4%	27.7%	-3.2%	37.2%	+1.4%	36.2%	-1.3%
個人の生活と仕事を両立させたい	21.0%	-0.4%	20.8%	+0.5%	20.5%	+0.8%	21.5%	-0.7%	20.8%	+3.1%
自分の夢のために働きたい	16.7%	+0.2%	16.2%	+0.2%	19.7%	+1.9%	15.4%	-1.3%	18.1%	+2.3%
プライドの持てる仕事をしたい	14.0%	-1.0%	14.6%	-1.7%	14.6%	-0.6%	13.6%	+0.1%	12.4%	-1.6%
人のためになる仕事をしたい	7.9%	-0.5%	7.7%	-0.4%	9.0%	+0.3%	7.7%	-0.2%	7.5%	-5.2%
社会に貢献したい	3.7%	+0.4%	4.7%	+0.9%	5.2%	+1.2%	2.5%	+0.2%	3.1%	-0.3%
出世したい	1.7%	+0.2%	3.2%	+0.7%	2.0%	+0.3%	0.7%	+0.2%	0.0%	-0.5%
収入さえあればよい	1.6%	-0.1%	2.2%	+0.3%	0.8%	-1.3%	1.4%	-0.1%	1.4%	+0.3%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

大手志向の高まり

文理・男女すべてのカテゴリーで大手志向（「ゼットイに大手企業がよい」+「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」）が高まった。【表1】

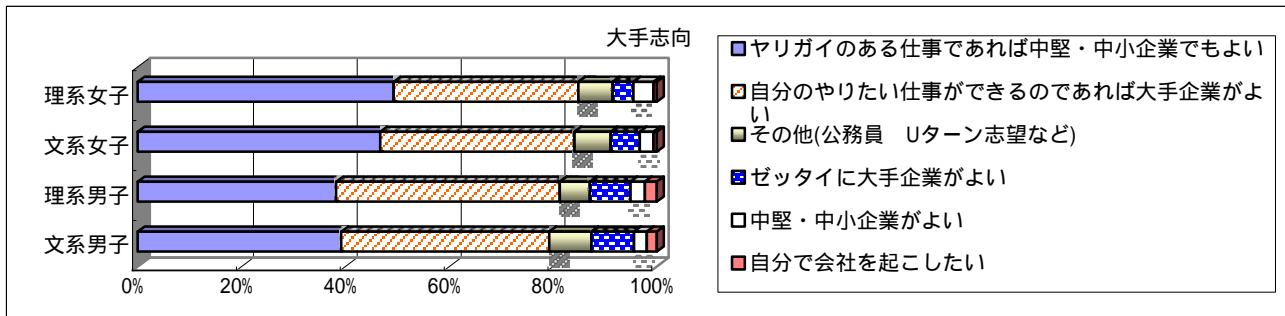
企業の採用意欲が高まり大手の採用数が回復していることや、採用のオープン化で大手に対して門戸が開かれたと考える学生が増えているのであろう。

特に「売り手市場」である理系男子では、大手志向が一気に10%上昇して8年ぶりに50%を超えた。【表2】

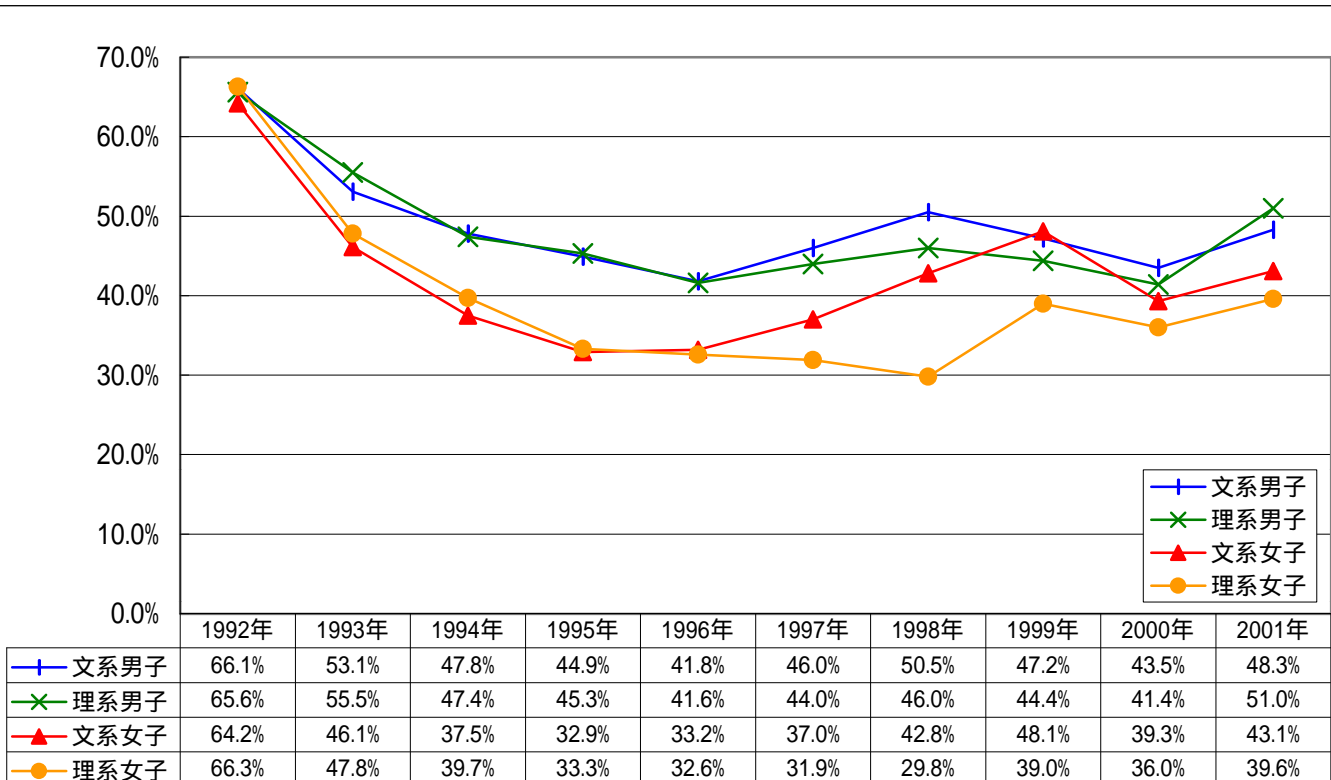
大手志向か中堅志向か？

	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい	43.1%	-4.5%	39.2%	-5.0%	38.3%	-8.8%	46.8%	-3.2%	49.3%	-4.2%
自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい	39.1%	+3.8%	40.1%	+3.6%	43.2%	+7.1%	37.5%	+3.2%	35.6%	+3.7%
その他(公務員 Uターン志望など)	7.1%	±0	8.1%	+0.5%	5.8%	-1.5%	7.0%	0.3%	6.6%	-0.2%
ゼットイに大手企業がよい	6.6%	+0.9%	8.2%	+1.2%	7.8%	+2.5%	5.6%	+0.7%	4.0%	-0.1%
中堅・中小企業がよい	2.8%	+0.1%	2.5%	+0.1%	2.8%	±0	2.7%	-0.1%	3.9%	+0.7%
自分で会社を起こしたい	1.3%	-0.3%	1.9%	-0.4%	2.3%	-0.2%	0.6%	±0	0.6%	+0.1%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】



過去10年間の大手志向推移【「自分のやりたい仕事ができるのであれば」+「ゼットイに大手企業がよい」】



【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

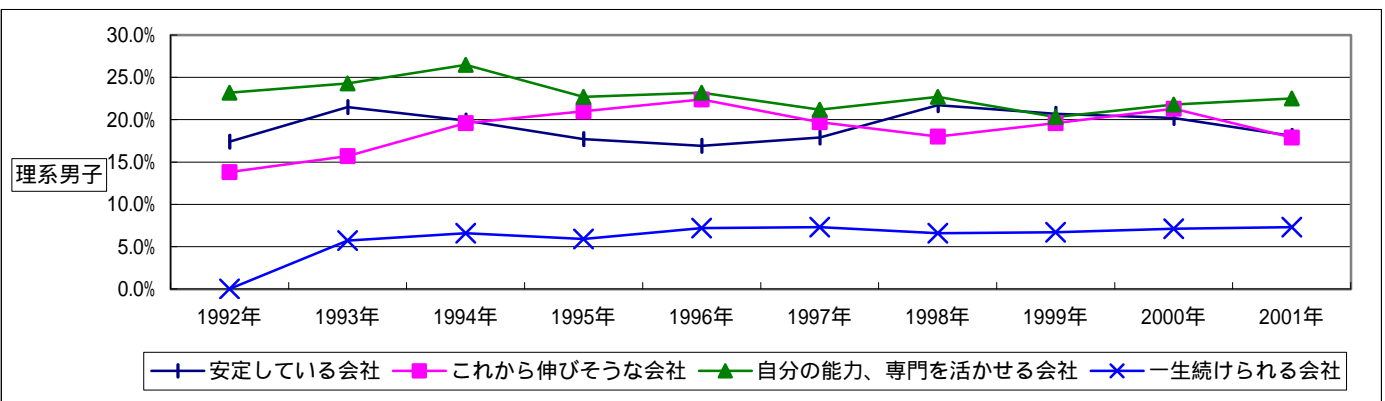
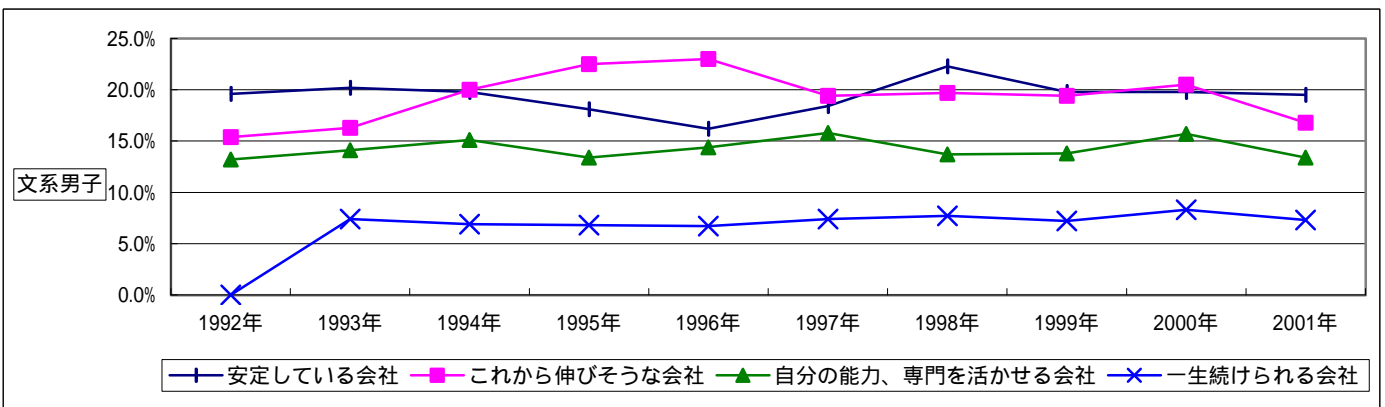
会社選択のポイント

会社選択のポイントとしては調査開始依頼、一貫して「自分のやりたい仕事ができる会社」がトップに挙げられている。昨年、文理問わずにポイント上げた「これから伸びそうな会社」は全項目中で最大の4%近くポイントを落した。これは学生のベンチャー志向が沈静化し、一段落したことを示すものであろうか。同時に「安定している会社」も全カテゴリーで微減。その他の項目も男女文理間で増減にばらつきが多く、激動する社会情勢、雇用情勢の中で「就職」に対する学生の価値観が多様化してきている様子がうかがえる。【表1】

	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
自分のやりたい仕事(職種)ができる会社	46.1%	-2.1%	41.5%	-4.4%	49.0%	+1.7%	47.4%	-2.0%	49.9%	-4.5%
働きがいのある会社	21.6%	+0.6%	23.8%	+0.4%	22.5%	+4.2%	20.1%	-0.4%	19.6%	+1.0%
安定している会社	18.2%	-0.2%	19.5%	-0.3%	18.1%	-2.1%	18.7%	-1.6%	12.9%	-0.9%
自分の能力、専門を活かせる会社	15.6%	-0.1%	13.4%	-0.7%	22.5%	+0.8%	12.6%	-0.2%	22.1%	+1.2%
これから伸びそうな会社	13.4%	-3.8%	16.8%	-3.7%	17.9%	-3.4%	8.8%	-3.7%	13.3%	+1.2%
社風が良い会社	12.0%	+0.8%	8.7%	-0.4%	5.9%	-1.6%	17.2%	+1.8%	11.8%	±0
勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社	9.0%	+0.4%	8.2%	+1.7%	6.5%	+0.1%	10.5%	-1.0%	10.0%	-0.5%
給料のよい会社	8.2%	+1.1%	9.4%	+1.9%	8.2%	+0.4%	7.6%	+0.6%	7.3%	-3.0%
海外で活躍できそうな会社	7.7%	+1.2%	7.6%	+1.9%	5.1%	-0.5%	9.3%	+1.4%	6.1%	+1.0%
一生続けられる会社	6.5%	+0.5%	7.3%	+1.0%	7.3%	+0.2%	5.4%	-0.6%	7.0%	+0.2%
大学、男女差別のない会社	6.4%	+0.4%	2.8%	-0.2%	2.6%	+0.6%	9.7%	-0.5%	11.2%	+0.7%
志望業種の会社	6.3%	+0.6%	7.4%	+1.5%	5.9%	+1.3%	6.1%	-0.1%	4.9%	-0.1%
親しみのある会社	5.3%	+0.1%	4.5%	-0.1%	4.3%	±0	6.2%	+0.1%	6.1%	±0
研修制度のしっかりしている会社	4.9%	+0.1%	6.0%	+0.9%	5.5%	-0.5%	3.7%	+0.3%	5.1%	-1.3%
休日、休暇の多い会社	4.8%	-0.5%	6.0%	+1.2%	4.6%	+0.5%	4.4%	+0.3%	2.8%	-0.4%
転勤のない会社	3.6%	+0.4%	3.4%	-0.2%	3.5%	±0	3.9%	+1.3%	3.0%	+0.1%
いろいろな職種を経験できる会社	3.4%	+0.1%	4.0%	-0.2%	4.1%	+0.3%	2.6%	+0.2%	3.1%	-0.4%
有名な会社	3.0%	+0.4%	3.6%	-0.1%	2.9%	-0.3%	3.0%	-1.3%	1.6%	+0.5%
若手が活躍できる会社	2.9%	+1.7%	4.6%	+1.1%	2.4%	-0.9%	2.2%	+0.2%	1.2%	-0.6%
事業を多角化している会社	1.0%	-0.2%	1.4%	+0.2%	1.2%	-0.6%	0.7%	-0.3%	0.6%	-0.2%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

「安定している」「これから伸びそう」「自分の能力・専門を活かせる」「一生続けられる」4項目の10年間推移



出身地就職希望率

地元学生（出身地域の大学に在籍）とUターン学生（出身地域外の大学に在籍）を合わせた出身地での就職希望率では、「希望する」と答えた学生が54.5%（前年比+9.7ポイント）、「どちらかといえば希望する」と答えた学生が27.3%（前年比-1.5ポイント）。両者の合計は81.8%と、出身地での就職を希望する学生は昨年より+8.2ポイント増加した。【表1・2】出身地就職を希望する理由では、地元学生・Uターン学生ともに「出身地が好きだから」と答えた学生が全体の過半数を超えた。また「出身地に貢献したいから」が大きく伸び、地域に対する愛着の情が感じられる。【表3】出身地就職希望率では3年連続トップであった「東海地区」から「関西地区」に変わり首位の座についた。【表4】出身地就職を希望する学生の志望業種では全国平均で「公務員」がトップだが、安定志向に加えて地元就職の受け入れ先が乏しいという現実が窺える。【表5】

出身地就職希望率・希望する理由・地区別の希望率等

出身地就職希望率

	希望する		どちらかといえば希望する		どちらかといえば希望しない		希望しない		検討中	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
全体	54.5%	9.7	27.3%	-1.5	9.3%	-4.3	3.2%	-2.7	5.7%	-1.2

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

出身地希望就職率（希望する+どちらかといえば希望する）の推移

	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
地元就職	86.8%	84.7%	83.0%	81.6%	82.7%	81.1%	81.8%	80.5%	90.3%
Uターン就職	62.9%	69.0%	71.1%	69.8%	69.6%	65.7%	63.5%	67.3%	74.0%
合計	73.1%	77.9%	76.4%	75.2%	75.5%	72.7%	72.4%	73.6%	81.8%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

出身地就職を希望する理由

	合計		地元		Uターン		Iターン	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
出身地(地元)が好きだから	52.5%	1.7	54.5%	5.6	53.4%	0.5	14.4%	
出身地(地元)に貢献したいから	32.8%	8.4	31.9%	12.7	36.8%	6.7	13.3%	
親元に近いから	21.4%	1.9	20.7%	6.6	23.9%	-1.6	11.1%	
経済的に楽だから	19.8%	-4.9	20.8%	-7.8	19.0%	-1.5	10%	
志望企業があるから	19.2%	-1.8	20.1%	-3.8	14.7%	-3.1	42.2%	
親と同居したいから	10.5%	1.4	9.1%	-0.6	13.6%	5.1	4.4%	
友人が多いから	9.4%	-2.6	9.8%	-3.9	8.5%	-1.7	12.2%	
のんびり暮らせそうだから	7.4%	0	6.3%	-0.8	8.9%	1.2	12.2%	
ヤリガイがありそうだから	6.1%	-2.2	5.5%	-3.4	4.0%	-3.6	32.2%	
彼(彼女)がいるから	4.5%	0.7	5.4%	0	2.3%	0.2	8.9%	
都会がイヤだから	4.3%	-0.2	4.4%	-0.3	3.8%	-0.5	6.7%	
大手企業があるから	3.0%	-0.5	2.5%	-1.7	2.4%	-0.4	16.7%	
安定しているから	2.9%	-1	2.9%	-1.8	2.4%	-0.7	6.7%	
転勤がなさそうだから	2.6%	-0.9	3.0%	-1	2.0%	-1	2.2%	
親が勧めるから	2.6%	-0.4	2.0%	-0.4	3.4%	-0.3	4.4%	

【表3：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

地区別の出身地就職希望率

（希望する+どちらかといえば希望する）

関西地区	93.1%
九州地区	86.5%
東海地区	86.4%
静岡地区	82.5%
東北地区	79.4%
神奈川地区	79.1%
北海道地区	78.9%
中国・四国地区	76.1%
北関東地区	69.7%
千葉・茨城地区	67.9%

【表4：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

出身地就職を希望する学生の志望業種（表5）

順位	全国平均	
1	公務員	16%
2	銀行	15%
3	商社	12%
4	食品	11%
5	マスコミ	11%
6	旅行・レジャー	10%
7	サービス	9%
8	住宅	8%
9	流通	8%
10	情報・調査・コンサルタント	8%

【表5：毎日コミュニケーションズ「2001年度就職意識調査」より】

就職活動上の不安や不満

「企業の採用活動が早く十分な準備が出来ないこと」が昨年と比較して10ポイント減小し、「エントリーシートなど、就職活動の負担が大きいこと」や「自己分析が進まず、進むべき道を決められないでいること」などが昨年と比較して4～5ポイント多くなっている。【表1】エントリー数の減少に見られるように、「早期化は当然」という前提の中でも自己の活動をじっくり組み立てていこう、という学生が多いようだ。
また、4月から回答項目に設定した「本当に内定がもらえるかどうか」を不安としてあげた学生は30ポイントにのぼった。比較的楽観傾向の強かった学生たちも、予想以上に高い企業の採用基準に戸惑っている様子が窺える。【表1】

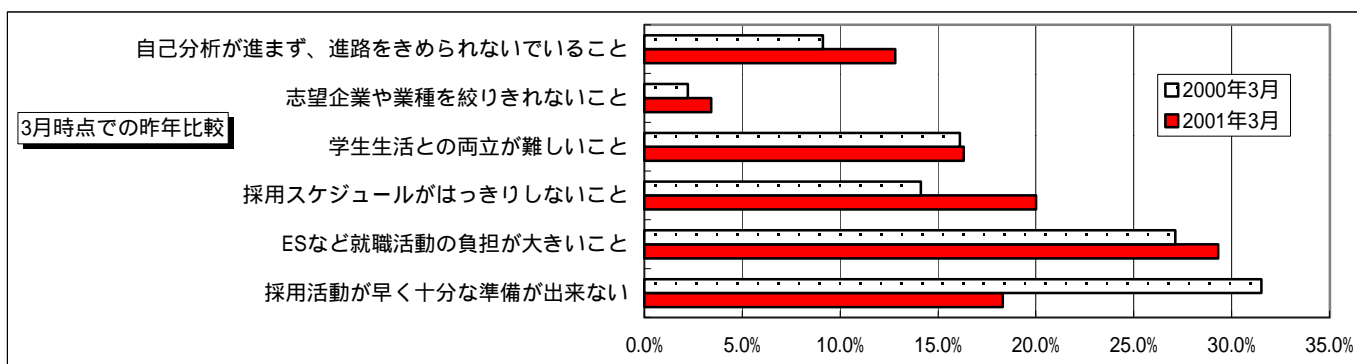
全体・月別

	1月	2月	3月	4月
採用活動が早く十分な準備が出来ない	21.8%	24.0%	18.3%	12.0%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	25.9%	33.7%	29.3%	12.0%
志望企業の採用スケジュール（計画）がはっきりしない	13.2%	16.2%	20.0%	14.9%
学業など学生生活との両立が難しい	16.9%	13.5%	16.3%	22.0%
合併など産業界の動きが激しく、志望企業や業種を絞りきれない	3.9%	2.1%	3.4%	1.8%
自己分析が進まず、進路をきめられないでいる	18.4%	10.7%	12.8%	7.3%
本当に内定がもらえるかどうか				29.9%

《参考》

	昨年1月	昨年2月	昨年3月	昨年4月
採用活動が早く十分な準備が出来ない	31.8%	35.5%	31.5%	26.9%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	21.1%	27.2%	27.1%	17.8%
志望企業の採用スケジュール（計画）がはっきりしない	13.1%	12.9%	14.1%	16.9%
学業など学生生活との両立が難しい	17.1%	12.4%	16.1%	25.2%
合併など産業界の動きが激しく、志望企業や業種を絞りきれない	2.9%	2.2%	2.2%	3.2%
自己分析が進まず、進路をきめられないでいる	14.2%	9.9%	9.1%	10.1%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】



文系男子・月別

	1月	2月	3月	4月
採用活動が早く十分な準備が出来ない	23.5%	25.7%	18.3%	12.6%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	27.6%	37.7%	30.9%	12.2%
志望企業の採用スケジュール（計画）がはっきりしない	12.8%	14.4%	20.5%	16.1%
学業など学生生活との両立が難しい	12.7%	8.9%	12.7%	16.7%
合併など産業界の動きが激しく、志望企業や業種を絞りきれない	4.1%	2.7%	3.8%	2.1%
自己分析が進まず、進路をきめられないでいる	19.3%	10.5%	13.9%	7.9%
本当に内定がもらえるかどうか				32.4%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度MYCOMモニターアンケート」より】

理系男子・月別

	1月	2月	3月	4月
採用活動が早く十分な準備が出来ない	17.4%	19.7%	18.2%	8.2%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	21.5%	23.5%	24.8%	8.8%
志望企業の採用スケジュール（計画）がはっきりしない	14.1%	20.5%	18.6%	9.4%
学業など学生生活との両立が難しい	27.5%	25.0%	26.0%	27.2%
合併など産業界の動きが激しく、志望企業や業種を絞りきれない	3.4%	0.4%	2.5%	0.9%
自己分析が進まず、進路をきめられないでいる	16.1%	11.0%	9.9%	4.5%
本当に内定がもらえるかどうか				18.4%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2001年度YCOMモニターアンケート」より】

第4章 学生の就職活動状況

1. 就職活動状況・全体
2. 就職活動状況・文理男女
3. セミナー参加状況
4. OB OG訪問・1次面接状況
5. 内々定保有状況
6. 利用ツール
7. 終了状況（文系大学別）

第4章で掲出しているデータは、「MYCOMモニタアンケート」【毎日コミュニケーションズ】に拠っています。
なお、同調査の概要はP48をご覧ください。

就職活動状況（時系列・全体）

企業の情報公開が早期化しているが、月別に就職活動中の学生比率を見ると、学生の全体的な動きはかえって昨年より遅目の滑り出しであったことがわかる。採用環境の好転に加え、実質的な選考スケジュールはそれほど変わらないとの判断が早期段階では学生側にあった模様だ。【表1】

しかし、その後も企業の動きは止まらず、3月前半から5月前半まで昨年を上回るペースで内々定が出された。5月後半には、ほぼ昨年と同じペースに内々定出しは落ち着き、第1ラウンドが収束したことをうかがわせる。5月末時点の内々定保有率も60%を超え（34P参照）、昨年を上回っている。

ただ、5月末までに就職活動を終了した学生は昨年より5%上回っているものの、求人数の伸びに比べると若干低めの観がある。企業側の厳選姿勢に加え、短期決戦で内々定を得た学生が慎重に企業を見極めようとしている様子が窺える。

下の表の各パーセンテージは累計ではなく、限定された期間内で「内々定を受けた」・「就職活動中」であることを示しています。

ただし、「就職活動を終了した」状態は限定された期間に留まらないため、結果として累計に近い値となります。

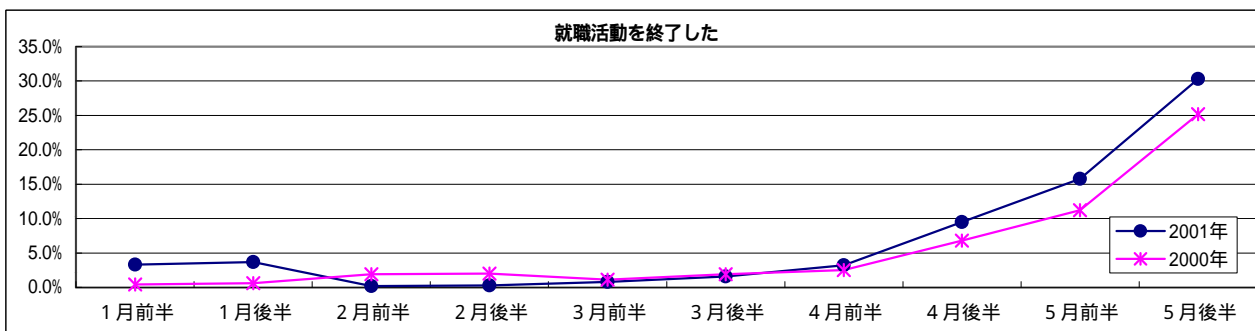
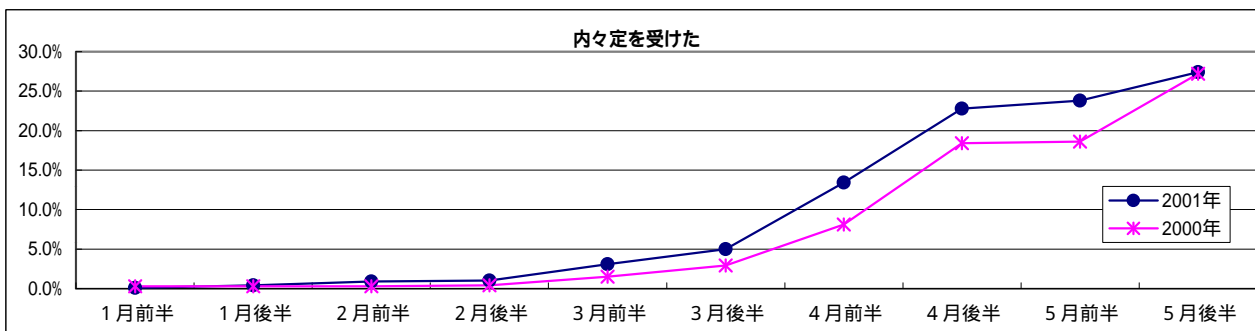
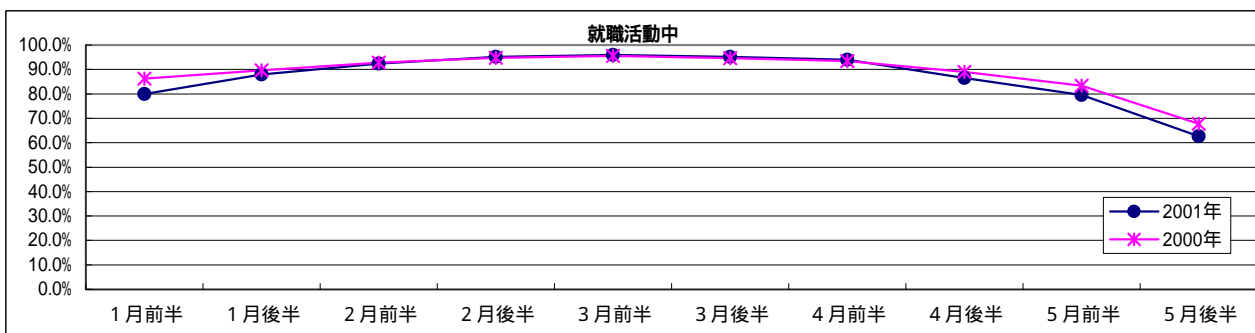
【注】選択肢として「活動を始めていない」「就職活動を中止した」を設けているため（下表では非表示）、各期間内の合計が100%に達していない場合があります。【回答は複数回答】また、1月の回答で就職活動を終了した学生がモニターから外れたため、2月の回答との間に若干のブレがあります。

内定保有状況【2001年/2000年】

【表内の数字は内々定保有者の比率を示しています】

【全体】		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
就職活動中	2001年	79.9%	87.9%	92.4%	95.2%	96.0%	95.1%	94.0%	86.5%	79.6%	62.6%
	2000年	86.2%	89.6%	92.8%	94.8%	95.6%	94.6%	93.5%	89.0%	83.3%	67.7%
内々定を受けた	2001年	0.1%	0.4%	0.9%	1.0%	3.1%	5.0%	13.4%	22.8%	23.8%	27.4%
	2000年	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	1.5%	2.9%	8.1%	18.4%	18.6%	27.2%
就職活動を終了した	2001年	3.3%	3.7%	0.2%	0.3%	0.8%	1.6%	3.2%	9.5%	15.8%	30.3%
	2000年	0.4%	0.6%	1.9%	2.0%	1.1%	1.9%	2.5%	6.8%	11.2%	25.2%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】



就職活動状況（時系列・文理男女別）

下の表の各パーセンテージは累計ではなく、限定された期間内で「内々定を受けた」・「就職活動中」であることを示しています。ただし、「就職活動を終了した」状態は限定された期間に留まらないため、結果として累計に近い値となります。

【注】選択肢として「活動を始めていない」「就職活動を中止した」を設けているため（下表では非表示）、各期間内の合計が100%に達していない場合があります。【回答は複数回答】また、1月の回答で就職活動を終了した学生がモニターから外れたため、2月の回答との間に若干のブレがあります。

【文系男子】

		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
就職活動中	2001年	80.7%	87.5%	92.8%	95.4%	97.3%	95.0%	95.0%	83.0%	76.0%	62.6%
	2000年	88.3%	91.9%	94.0%	96.2%	97.2%	96.9%	96.0%	89.8%	80.4%	64.5%
内々定を受けた	2001年	0.0%	0.0%	0.5%	0.9%	3.3%	6.1%	18.7%	31.3%	23.8%	24.6%
	2000年	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.8%	2.7%	12.5%	25.7%	22.3%	26.4%
就職活動を終了した	2001年	3.3%	3.8%	0.0%	0.5%	0.5%	1.4%	4.0%	14.5%	20.7%	33.5%
	2000年	0.2%	0.3%	1.6%	2.2%	0.6%	0.6%	0.7%	7.1%	12.9%	27.5%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

【文系女子】

		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
就職活動中	2001年	80.6%	89.7%	94.2%	97.6%	98.4%	97.3%	97.3%	92.1%	85.2%	67.6%
	2000年	88.7%	93.7%	95.7%	96.7%	97.4%	97.3%	96.7%	94.0%	90.8%	75.7%
内々定を受けた	2001年	0.0%	0.2%	0.5%	0.5%	2.1%	2.6%	9.7%	19.5%	22.1%	29.3%
	2000年	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	1.4%	4.1%	5.0%	13.9%	18.0%	28.6%
就職活動を終了した	2001年	3.0%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.7%	4.5%	11.6%	26.2%
	2000年	0.1%	0.1%	1.5%	1.8%	0.3%	0.8%	0.4%	2.8%	5.9%	19.4%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

【理系男子】

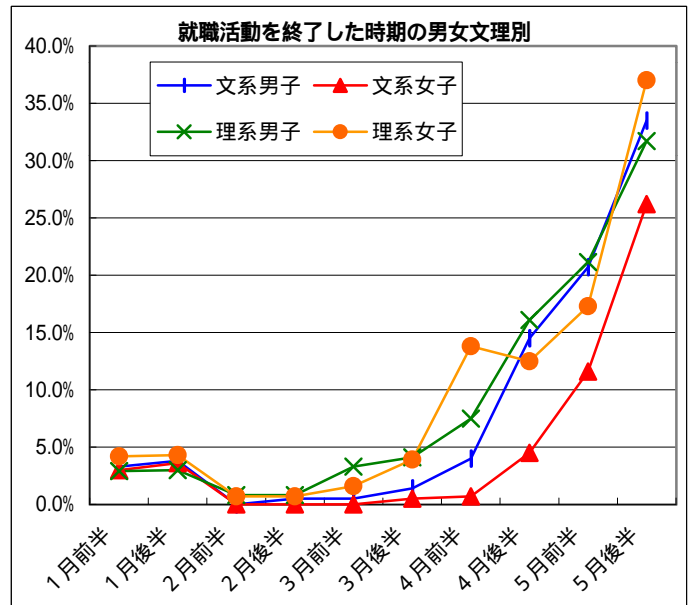
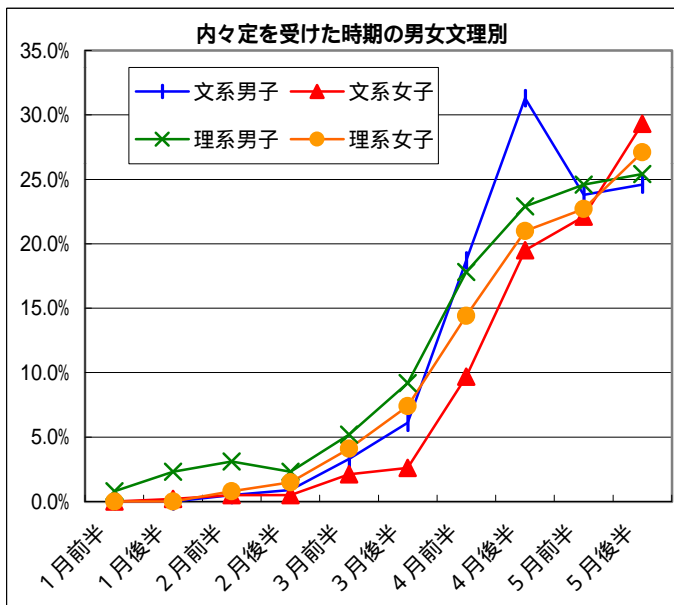
		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
就職活動中	2001年	75.4%	83.6%	86.5%	88.4%	88.6%	91.0%	87.5%	77.9%	74.8%	60.8%
	2000年	80.7%	81.1%	80.9%	87.1%	89.4%	88.9%	84.5%	79.3%	75.1%	55.2%
内々定を受けた	2001年	0.8%	2.3%	3.1%	2.3%	5.2%	9.2%	17.8%	22.9%	24.6%	25.4%
	2000年	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	1.4%	4.1%	9.4%	17.7%	21.0%	27.2%
就職活動を終了した	2001年	2.9%	3.0%	0.8%	0.8%	3.3%	4.1%	7.5%	16.1%	21.1%	31.7%
	2000年	0.8%	1.6%	4.2%	3.3%	2.1%	4.3%	7.2%	12.9%	18.0%	36.6%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

【理系女子】

		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
就職活動中	2001年	80.6%	86.4%	91.5%	93.6%	92.2%	91.4%	87.7%	81.2%	71.5%	61.1%
	2000年	77.5%	77.8%	92.9%	94.1%	93.0%	86.3%	88.4%	81.7%	71.7%	61.6%
内々定を受けた	2001年	0.0%	0.0%	0.8%	1.5%	4.1%	7.4%	14.4%	21.0%	22.7%	27.1%
	2000年	1.1%	1.1%	1.1%	0.6%	1.2%	5.3%	8.5%	20.2%	9.5%	23.3%
就職活動を終了した	2001年	4.2%	4.3%	0.7%	0.7%	1.6%	3.9%	13.8%	12.5%	17.3%	37.0%
	2000年	1.7%	2.2%	1.3%	0.8%	3.8%	5.5%	7.8%	13.5%	18.9%	26.4%

【表4：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】



セミナー参加状況（時系列）

セミナーの参加状況について昨年と比較をすると、1月の参加比率が倍近くにまで伸びていることがわかる。大手企業のオープンセミナーが早まり、男女の区別なく参加できるセミナーが増えたため、早期の参加率が上がっているようだ。活動状況では昨年より遅めの滑り出しだが、意識の高い学生は早期から直接接触できるセミナーには積極的に参加していたことが窺える。

また、文系男子のセミナー参加率のピークが3～4週間ほど前倒しになっている。金融業界を中心とした早めの動きに反応したためだろうか。

男子では4月、女子では5月に入るとセミナーに参加する学生が一気に20%前後低下している。選考を含めた絞り込みに入ったためと見られるが、昨年以上の早期化・短期化傾向を裏付けている。

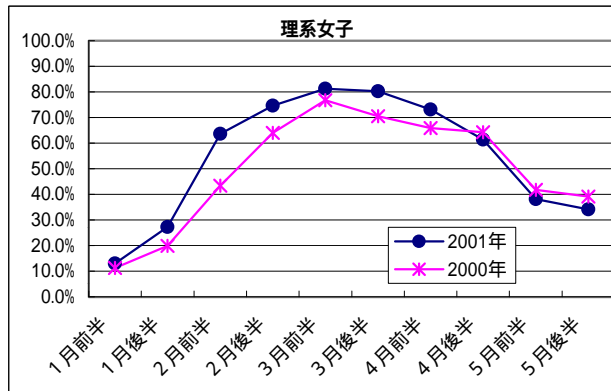
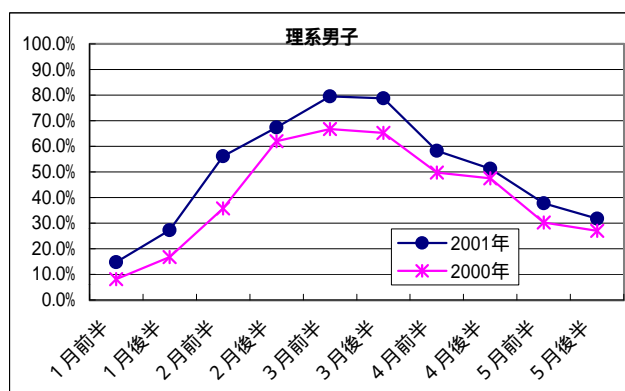
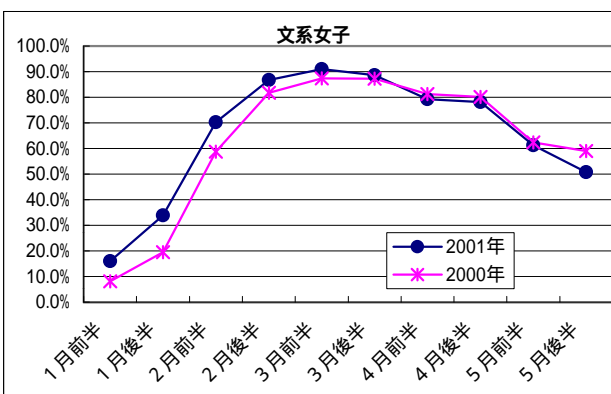
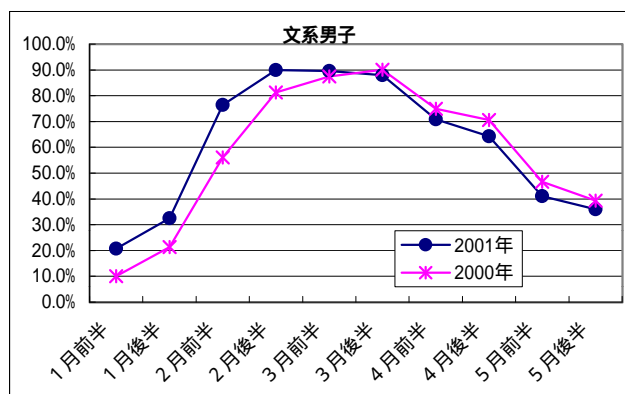
ただ、理系男子のみは1月から5月までコンスタントに昨年同時期のセミナー参加率を上回っており、引く手あまたの就職環境を窺わせる。【表1】

セミナー参加状況

【表内の数字はその期間内にセミナー参加した学生の比率を示しています】

		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
全体	2001年	16.4%	31.7%	68.7%	83.0%	87.8%	86.0%	73.7%	68.9%	49.9%	42.3%
	2000年	8.9%	19.6%	52.9%	76.6%	83.0%	82.6%	72.7%	70.4%	50.5%	46.3%
文系男子	2001年	20.7%	32.5%	76.4%	89.9%	89.6%	88.0%	70.9%	64.3%	41.1%	36.0%
	2000年	10.0%	21.3%	56.1%	81.3%	87.5%	90.1%	75.0%	70.6%	46.7%	39.3%
文系女子	2001年	16.0%	33.9%	70.2%	86.7%	91.0%	88.6%	79.2%	78.1%	61.3%	50.8%
	2000年	8.1%	19.5%	58.8%	81.7%	87.4%	87.2%	81.3%	80.1%	62.4%	59.0%
理系男子	2001年	14.7%	27.2%	56.1%	67.4%	79.5%	78.8%	58.3%	51.3%	37.7%	31.7%
	2000年	8.1%	16.7%	35.7%	62.0%	66.7%	65.3%	49.7%	47.5%	30.2%	27.0%
理系女子	2001年	13.0%	27.2%	63.6%	74.6%	81.3%	80.2%	73.1%	61.4%	38.1%	34.1%
	2000年	11.2%	19.9%	43.4%	64.0%	76.8%	70.5%	65.9%	64.3%	41.7%	39.1%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】



OB・OG訪問状況・1次面接受験状況（時系列）

【OB・OG訪問】

インターネット主流の活動でOB・OG訪問をする学生が減少していると言われていたが、弊社モニター調査では1月～4月前半にかけて昨年よりも増加している。モニターに応募してくる学生は就職意識が高いことが大きな理由と考えられるが、ミスマッチ防止のためOB・OG訪問を積極的に奨励する大学就職部が増えたことも背景にあると思われる。ただ、企業研究も疎かなまま目的意識を持たずに訪問して来る学生が増えたとの声も企業側から多く聞かれるようになっている。インターネット・オープンセミナー・インターンシップなど、次々に新しいコミュニケーション・モデルが生まれる中、OB・OG訪問のあり方を見直す時期に来ているのかもしれない。【表1】

【1次面接】

昨年と比べると2月後半～3月後半の時期に1次面接を受けた学生が大きく伸びているのがわかる。4月以降はほぼ昨年並みに落ち着いてきており、この期間内に1次面接を前倒しにした企業の多さを裏付けている。【表2】

【表内の数字はその期間内にOB・OG訪問/1次面接受験をした学生の比率を示しています】

OB・OG訪問状況

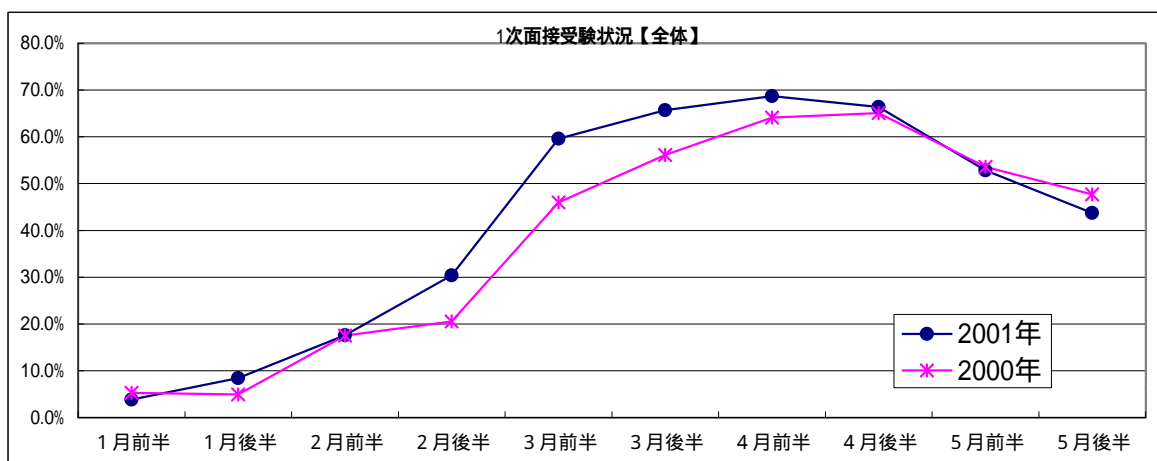
		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
全体	2001年	4.0%	8.0%	12.2%	16.7%	19.6%	25.7%	20.1%	15.8%	10.1%	10.1%
	2000年	2.4%	6.1%	7.1%	11.8%	14.6%	16.9%	19.4%	17.6%	8.7%	7.0%
文系男子	2001年	5.4%	11.3%	20.1%	22.8%	32.1%	39.9%	34.3%	21.8%	11.3%	12.5%
	2000年	3.0%	8.8%	10.8%	13.4%	21.9%	29.4%	29.4%	26.7%	9.3%	6.8%
文系女子	2001年	3.5%	7.1%	11.3%	14.7%	15.9%	21.8%	14.6%	14.2%	8.5%	9.7%
	2000年	2.4%	4.5%	6.9%	13.0%	11.9%	11.9%	14.3%	12.2%	8.6%	7.3%
理系男子	2001年	3.8%	9.7%	10.7%	23.3%	22.5%	28.9%	25.7%	18.0%	15.6%	12.6%
	2000年	2.9%	7.9%	4.3%	8.7%	15.2%	17.3%	23.2%	21.0%	10.8%	9.5%
理系女子	2001年	3.7%	4.5%	4.3%	7.9%	7.9%	11.9%	12.1%	10.7%	8.4%	5.3%
	2000年	0.6%	5.0%	4.6%	7.5%	10.7%	12.4%	10.9%	13.2%	4.6%	2.7%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

1次面接受験状況

		1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半	5月前半	5月後半
全体	2001年	3.8%	8.4%	17.6%	30.4%	59.6%	65.7%	68.7%	66.4%	52.8%	43.7%
	2000年	5.3%	4.9%	17.5%	20.5%	46.0%	56.1%	64.1%	65.1%	53.6%	47.7%
文系男子	2001年	5.8%	9.2%	23.3%	37.0%	70.5%	76.9%	76.0%	71.7%	49.0%	35.9%
	2000年	4.3%	4.6%	18.2%	24.9%	55.5%	66.3%	78.0%	72.0%	53.4%	42.3%
文系女子	2001年	3.0%	7.1%	14.8%	29.7%	59.9%	68.1%	73.4%	72.0%	61.0%	50.1%
	2000年	4.9%	3.6%	18.1%	19.5%	48.1%	57.6%	66.5%	72.3%	63.3%	58.6%
理系男子	2001年	3.0%	9.6%	13.1%	20.6%	45.0%	56.3%	50.9%	48.3%	38.7%	34.8%
	2000年	6.7%	5.4%	12.2%	14.7%	29.0%	42.6%	48.1%	45.3%	38.0%	33.2%
理系女子	2001年	3.9%	10.3%	21.9%	31.9%	53.5%	46.8%	58.6%	56.8%	44.7%	42.8%
	2000年	7.4%	10.9%	21.0%	23.2%	40.9%	47.7%	45.0%	48.8%	38.3%	38.1%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】



内々定保有状況（時系列）

5月末時点での内々定保有状況を見ると、文理・男女の全力テゴリーで昨年を上回り、早期化と採用回復を感じさせる。しかし、時系列で見ると3月末時点では昨年の150%ペースで出ている内々定が4月末では120%、5月末では110%とペースを鈍化させていることがわかる。
 「早期化・短期化」「採用数増加」の中、早期に内々定を保有している学生の比率が昨年とそれほど変わらないという現実、採用を一段落させた大手企業の採用基準が昨年同様高くなっていることを裏付けているのではないだろうか。

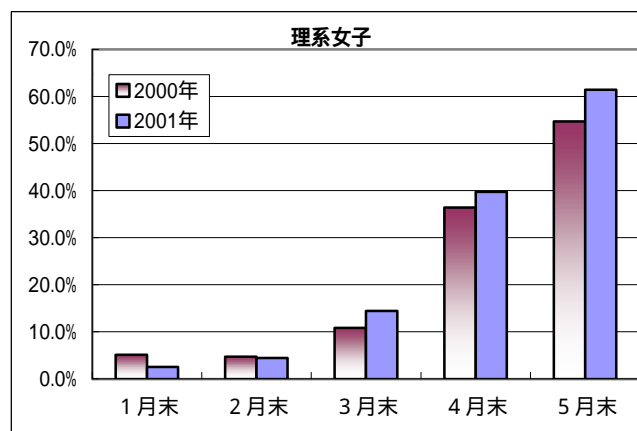
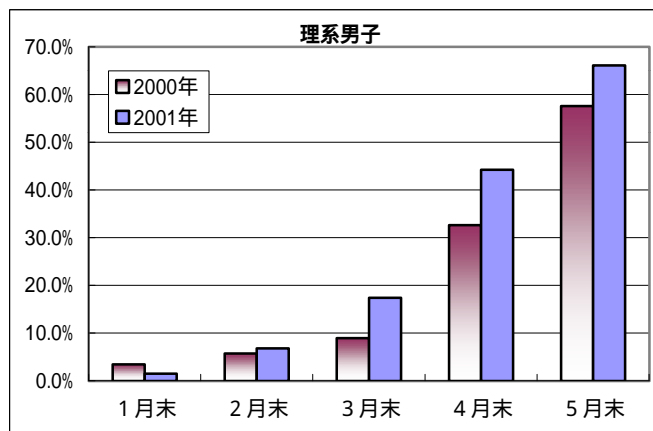
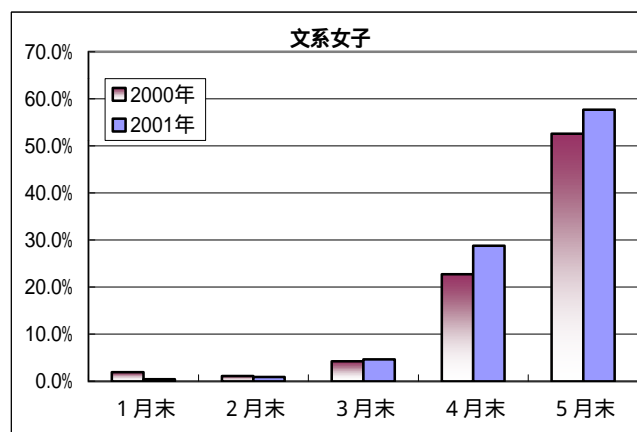
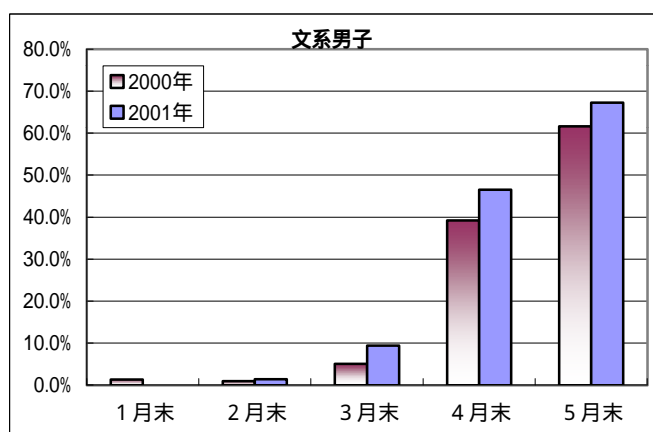
内々定保有状況【2001年/2000年】

【表内の数字は内々定保有者の比率を示しています】

		1月末	2月末	3月末	4月末	5月末
全体	2001年	0.8%	2.4%	8.9%	36.5%	61.6%
	2000年	2.4%	2.2%	5.9%	30.3%	55.9%
文系男子	2001年	0.0%	1.4%	9.4%	46.5%	67.3%
	2000年	1.3%	0.9%	5.0%	39.2%	61.6%
文系女子	2001年	0.4%	0.9%	4.6%	28.8%	57.7%
	2000年	1.9%	1.1%	4.2%	22.7%	52.6%
理系男子	2001年	1.5%	6.8%	17.4%	44.2%	66.1%
	2000年	3.4%	5.7%	8.9%	32.6%	57.6%
理系女子	2001年	2.5%	4.4%	14.4%	39.7%	61.4%
	2000年	5.1%	4.7%	10.8%	36.4%	54.7%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

文理男女別状況



内々定保有社数 【5月末時点で「内々定あり」と答えた学生の1人当たり平均社数】

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
が受けた内々定平均社数	1.9社	2.2社	1.8社	1.8社	1.9社

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度MYCOMモニターアンケート」より】

利用しているツール

【業界研究ツール】

例年どおり、前半では就職情報サイトと宅配された就職情報誌の兼用率の高さが目立つ。何から活動を始めていいかわからない、という学生にとって早期に届く情報誌はノウハウ本としても活用されているようだ。情報誌については2月末時点でも約55%の学生が利用しており、セミナー参加前の研究テキストとして利用されていることが窺える。また、宅配情報誌自体の発行本数が減少しているためか、市販の情報誌（雑誌）利用が昨年に比べて年内で10%近く上昇した。

【企業研究ツール】

個別企業の研究ツールでは情報量の多さからか、インターネットが高い利用率になっている。特に企業ホームページは活動が進むに連れて利用率が高まっており、志望企業のホームページは徹底してチェックしている学生の様子が窺える。また、紙媒体は年内の利用が昨年に比べ全般的に高いことも目を惹く。特にDMとパンフレットの年内利用が昨年よりかなり上回っている。パンフレットからホームページに、郵送DMからインターネットDMに情報露出を切り替える企業が増加する中、送付される量が減ったため、逆に注目度が上がったと考えられる。エントリー数の減少が来期劇的に回復するとも考えにくく、複合的な情報露出のあり方を考えるヒントとなるかもしれない。

弊社モニターアンケートはすべてWebを介してデータの受け渡しをしています。そのため、一般学生よりインターネット環境が整い、利用度合いも高い学生であることが予想されます。

業界研究に利用しているツール（複数回答）

		11月	12月	1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半
インターネット(就職サイト)	2001年	76.2%	76.4%	78.4%	77.0%	72.6%	70.0%	75.0%	73.4%	67.3%	65.4%
	2000年	76.7%	79.8%	77.1%	75.3%	76.8%	75.7%	73.7%	74.4%	67.6%	76.5%
インターネット(企業ホームページ)	2001年	43.9%	50.6%	48.1%	49.5%	56.1%	54.8%	54.4%	56.5%	60.4%	59.4%
	2000年	47.0%	49.8%	54.1%	54.6%	59.7%	60.3%	58.3%	59.8%	76.7%	62.9%
宅配されてきた就職情報誌	2001年	61.2%	74.8%	66.7%	64.6%	54.9%	53.0%	32.3%	31.3%	25.2%	22.3%
	2000年	59.8%	73.6%	67.1%	64.5%	57.1%	55.2%	36.7%	36.4%	28.0%	32.0%
市販されている就職雑誌	2001年	33.8%	31.3%	25.1%	27.4%	27.3%	26.5%	25.0%	24.6%	23.4%	21.7%
	2000年	23.9%	21.0%	23.8%	25.1%	22.5%	22.3%	22.8%	22.4%	17.3%	26.3%
市販されている就職本	2001年	25.7%	27.6%	21.3%	23.4%	24.3%	25.8%	25.4%	26.5%	19.5%	20.7%
	2000年	22.0%	20.6%	23.3%	25.3%	27.6%	28.3%	21.7%	22.7%	17.5%	25.9%
宅配されてきた企業DM	2001年	21.8%	32.2%	28.6%	26.7%	27.1%	27.7%	21.1%	21.1%	11.5%	10.3%
	2000年	15.1%	32.2%	36.0%	36.1%	31.7%	35.7%	28.3%	29.4%	27.0%	22.6%
宅配されてきたパンフレット	2001年	15.6%	27.5%	23.7%	26.2%	26.9%	27.4%	18.5%	19.6%	15.2%	12.1%
	2000年	16.1%	26.7%	28.5%	29.3%	32.1%	37.7%	29.4%	29.8%	36.6%	24.3%
その他	2001年	3.9%	4.5%	2.6%	4.0%	5.5%	5.7%	5.1%	5.4%	6.4%	5.2%
	2000年	7.7%	2.9%	3.6%	3.8%	3.7%	4.4%	4.9%	4.2%	6.1%	4.3%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

企業研究に利用しているツール（複数回答）

		11月	12月	1月前半	1月後半	2月前半	2月後半	3月前半	3月後半	4月前半	4月後半
インターネット(就職サイト)	2001年	72.7%	74.1%	73.6%	69.4%	68.3%	66.1%	65.5%	63.9%	59.8%	58.8%
	2000年	74.4%	75.3%	71.6%	70.8%	71.7%	70.1%	66.2%	66.0%	67.6%	65.9%
インターネット(企業ホームページ)	2001年	69.4%	76.0%	72.8%	74.0%	74.8%	75.5%	74.7%	75.3%	75.7%	78.0%
	2000年	70.4%	69.5%	70.6%	72.5%	75.7%	75.3%	72.2%	73.6%	76.7%	76.3%
宅配されてきた就職情報誌	2001年	57.4%	68.8%	56.6%	55.0%	45.7%	43.7%	26.9%	26.9%	19.1%	18.5%
	2000年	55.0%	69.0%	59.6%	58.8%	50.1%	48.7%	29.3%	28.7%	28.0%	27.0%
市販されている就職雑誌	2001年	24.4%	25.2%	18.3%	20.7%	19.3%	20.1%	15.5%	15.8%	14.2%	12.6%
	2000年	17.5%	15.4%	17.9%	19.2%	16.5%	16.6%	14.2%	14.8%	17.3%	17.7%
市販されている就職本	2001年	19.6%	20.9%	15.7%	17.5%	16.1%	18.8%	16.3%	17.2%	12.1%	13.0%
	2000年	15.1%	15.1%	18.3%	19.2%	22.4%	23.1%	14.6%	14.1%	17.5%	17.3%
宅配されてきた企業DM	2001年	34.9%	50.4%	43.9%	45.1%	40.4%	40.1%	29.7%	30.4%	20.9%	20.6%
	2000年	26.6%	47.8%	49.7%	50.9%	48.7%	49.5%	38.7%	38.7%	27.0%	25.6%
宅配されてきたパンフレット	2001年	26.3%	39.4%	39.4%	42.9%	43.3%	44.4%	33.4%	36.1%	29.7%	30.7%
	2000年	23.7%	35.9%	41.9%	45.9%	50.4%	52.9%	45.7%	45.5%	36.6%	37.0%
その他	2001年	3.6%	5.0%	2.7%	4.8%	4.9%	6.0%	6.4%	7.2%	8.7%	9.1%
	2000年	0.0%	2.6%	3.2%	4.7%	4.2%	5.7%	6.2%	6.0%	6.1%	5.7%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

就職活動終了状況【文系大学クラス別】

活動の進捗状況を大学クラス別に見ると、内定保有率【就職活動中（内定あり）+活動終了した】で今年もクラス別に大きな開きが生じた。特に顕著なのが旧帝大～六大学クラスまでの偏差値上位校に対する内定の集中である。早慶クラス男子を除き、このクラスでは軒並み大きく上昇しているのに比べ、中堅私立クラスではほぼ前年並みに留まっている。採用のオープン化が進む一方で、ニーズが集中する一部上位校は早期から囲い込まなければ採用できない、という現実が垣間見える。

また、早慶クラス男子は昨年比べて内定保有率は減少したものの、5月末時点で就職活動を終了する学生は12%近く伸びている。その他のカテゴリーも旧帝大クラス女子の25.1%アップを筆頭に、軒並みポイントがアップしている。終了学生の第1志望群となる大手企業が昨年以上に早く結論を出したためだろうか。ただし、旧帝大クラス男子では逆に昨年よりも8.2%少なくなっている。理系に比べて依然として厳しい文系採用環境下にあっても、「売り手市場」との認識があるため、じっくりと企業を見極めていくといったところだろうか。

【文系男子】

		4月後半	5月前半	5月後半	5月末までの 内定保有率	昨年 5月後半	昨年5月末 までの内定 保有率
旧帝大クラス	就職活動中（内定無し）	25.0%	12.5%	6.3%	87.6%	9.7%	80.6%
	就職活動中（内定あり）	50.0%	43.8%	31.3%		16.1%	
	就職活動を終了した	18.8%	37.5%	56.3%		64.5%	
早慶クラス	就職活動中（内定無し）	36.8%	32.8%	19.0%	70.7%	19.4%	74.6%
	就職活動中（内定あり）	28.1%	24.6%	15.5%		31.3%	
	就職活動を終了した	29.8%	34.4%	55.2%		43.3%	
6大学+国公立 クラス	就職活動中（内定無し）	57.6%	46.8%	35.0%	61.7%	33.0%	55.6%
	就職活動中（内定あり）	30.3%	33.9%	31.7%		30.9%	
	就職活動を終了した	12.1%	17.7%	30.0%		24.7%	
中堅私立大クラス	就職活動中（内定無し）	78.7%	65.6%	55.6%	41.3%	53.2%	40.6%
	就職活動中（内定あり）	18.0%	28.1%	30.2%		26.6%	
	就職活動を終了した	1.6%	6.3%	11.1%		14.0%	

【表1：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

【文系女子】

		4月後半	5月前半	5月後半	5月末までの 内定保有率	昨年 5月後半	昨年5月末 までの内定 保有率
旧帝大クラス	就職活動中（内定無し）	42.3%	31.8%	19.1%	71.4%	24.0%	68.0%
	就職活動中（内定あり）	34.6%	27.3%	14.3%		36.0%	
	就職活動を終了した	11.5%	31.8%	57.1%		32.0%	
早慶クラス	就職活動中（内定無し）	70.8%	51.0%	31.6%	61.2%	33.0%	58.3%
	就職活動中（内定あり）	22.6%	28.4%	25.5%		26.4%	
	就職活動を終了した	6.6%	18.6%	35.7%		31.9%	
6大学+国公立 クラス	就職活動中（内定無し）	72.4%	62.6%	42.5%	52.9%	50.6%	44.2%
	就職活動中（内定あり）	19.0%	23.2%	28.1%		24.7%	
	就職活動を終了した	5.5%	10.3%	24.8%		19.5%	
中堅私立大クラス	就職活動中（内定無し）	76.9%	69.9%	53.6%	39.7%	55.8%	40.6%
	就職活動中（内定あり）	17.7%	22.2%	22.5%		25.7%	
	就職活動を終了した	0.7%	5.2%	17.2%		14.9%	

【表2：毎日コミュニケーションズ「2001年度/2000年度MYCOMモニターアンケート」より】

第5章 企業の採用動向

1. 2002年卒の前年比採用予定増減
2. 質と量に関する採用方針 他
3. 採用情報公開の時期
4. セミナー開催時期 ・ 採用手法等
5. 利用している採用ツール

第5章で掲出しているデータは、「2002年採用予定及び採用活動におけるアンケート（採用動向調査）」
【(株)毎日コミュニケーションズ】に拠っています。
なお、同調査の概要はP48をご覧ください。

2002年卒者採用予定数の増減

「2002年採用動向調査」（毎日コミュニケーションズ）によると、「4大理系」「4大文系」を中心にいずれの категорияでも採用予定数を昨年より「増やす」企業が「減らす」企業を上回っている。【表1】第2章でもレポートしたように、企業の採用意欲は確実に高まりを見せた。

しかし採用スタンスは「量より質」が完全に定着しており、学生の就職活動が楽になるとは一概に言えない。【次ページ参照】また、短大生採用は30%、専門学校生採用は40%、高校生採用は50%の企業が「予定無し」と回答しており、依然として厳しい状況が続いている。

採用予定数の昨年比増減【全体】

	大学院	4大文系	4大理系	短大	専門学校	高等学校
増やす	12.4%	24.0%	24.9%	8.4%	6.1%	3.5%
2001年並	30.2%	46.7%	46.5%	27.2%	24.6%	20.1%
減らす	2.0%	5.3%	3.7%	2.9%	2.7%	2.3%
未定	28.3%	16.8%	19.4%	28.6%	27.3%	23.8%
採用予定無し	27.1%	7.2%	5.5%	32.9%	39.3%	50.3%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用予定数の昨年比増減【カテゴリー別・企業区分別】

【表2：大学院】

	大学院				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	12.4%	16.0%	10.6%	16.5%	9.8%
2001年並	30.2%	35.1%	27.7%	36.3%	26.3%
減らす	2.0%	0.9%	2.6%	2.1%	2.0%
未定	28.3%	31.1%	26.8%	25.3%	30.1%
採用予定無し	27.1%	16.9%	32.3%	19.8%	31.8%

【表3：4大文系・理系】

	4大文系					4大理系				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	全体	店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	24.0%	27.1%	22.5%	22.9%	24.8%	24.9%	25.4%	24.7%	22.9%	24.8%
2001年並	46.7%	42.9%	48.6%	40.7%	50.5%	46.5%	44.3%	47.6%	40.7%	50.5%
減らす	5.3%	2.9%	6.4%	5.8%	5.0%	3.7%	2.6%	4.3%	5.8%	5.0%
未定	16.8%	23.0%	13.7%	19.6%	15.0%	19.4%	24.8%	16.7%	19.6%	15.0%
採用予定無し	7.2%	4.1%	8.7%	11.1%	4.8%	5.5%	2.9%	6.8%	11.1%	4.8%

【表4：短大・専門学校】

	短期大学					専門学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	全体	店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	8.4%	8.0%	8.6%	5.0%	10.5%	6.1%	5.7%	6.4%	4.7%	7.0%
2001年並	27.2%	18.3%	31.8%	25.2%	28.4%	24.6%	15.0%	29.4%	20.2%	27.3%
減らす	2.9%	0.0%	4.4%	1.8%	3.6%	2.7%	0.3%	4.0%	20.2%	27.3%
未定	28.6%	37.8%	23.9%	30.7%	27.3%	27.3%	34.7%	23.5%	31.0%	25.0%
採用予定無し	32.9%	36.0%	31.3%	37.3%	30.2%	39.3%	44.3%	36.7%	41.7%	37.8%

【表5：高校】

	高等学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	3.5%	3.0%	3.8%	3.7%	3.4%
2001年並	20.1%	17.5%	21.4%	29.0%	14.5%
減らす	2.3%	0.6%	3.2%	2.4%	2.3%
未定	23.8%	34.3%	18.4%	30.3%	19.7%
採用予定無し	50.3%	44.7%	53.2%	34.7%	60.0%

【表2～5：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用方針

ここ数年の雇用構造の変化や産業のIT化などを経て、新卒採用に対する企業のスタンスは完全に「量より質」に動いている。今回の調査でも、「4大文系」「4大理系」では「質重視+特定のスキル重視」の企業が実に90%を超えた。【表1】企業側の求める人材像が固定しているわけではないが、質の高い学生＝「基本的なポテンシャルが高く」「早期の戦力化が可能」な学生はいくらでも欲しい、というのが企業側の本音だろう。一方、基準を満たす学生が少なければ、採用目標数に達しなくとも採用を打ち切る、という企業も増えている。そのため、採用意欲が高くとも「採用したい人材」は一部に集中しており、企業側からは「採用環境が厳しい」という印象が強くなっている。特に理系については厳しいと感じている担当者がほぼ9割に達している。【表4】ただ、その中でも採用基準について「前年より緩くする」との回答はほとんどなく、逆に「厳しくする」が23.4%に達した。このような企業方針のなか、今年も「内定が出る学生・出ない学生」の二極分化が進むことが予想される。

採用方針・採用環境の印象・採用基準等

採用方針【全体】

	大学院	4大文系	4大理系	短大	専門学校
徹底して質を重視	36.8%	41.3%	40.4%	25.9%	21.5%
徹底して量を重視	0.4%	0.6%	0.9%	0.5%	0.7%
量よりは質を重視	28.3%	47.5%	45.4%	34.1%	25.6%
質よりは量を重視	0.6%	1.7%	1.5%	0.9%	1.2%
特定のスキルを重視	6.5%	1.9%	5.3%	3.6%	8.8%
特定の大学を重視	1.0%	0.6%	1.1%	0.5%	0.2%
採用予定なし	26.4%	6.4%	5.4%	34.6%	42.1%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用方針【カテゴリー別・企業区分別】

	4大文系					4大理系				
	全体	4大文系		4大理系		全体	4大理系		4大文系	
		上場・店頭公	未上場	製造業	非製造業		上場・店頭公	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	41.3%	46.3%	38.8%	42.1%	40.8%	40.4%	45.7%	37.6%	42.9%	38.7%
徹底して量を重視	0.6%	0.3%	0.8%	0.8%	0.5%	0.9%	0.0%	1.4%	0.8%	1.0%
量よりは質を重視	47.5%	47.8%	47.4%	42.9%	50.3%	45.4%	46.6%	44.8%	44.2%	46.2%
質よりは量を重視	1.7%	0.6%	2.3%	0.5%	2.4%	1.5%	0.6%	2.0%	1.0%	1.9%
特定のスキルを重視	1.9%	1.8%	2.0%	3.2%	1.1%	5.3%	3.3%	6.3%	7.2%	4.0%
特定の大学を重視	0.6%	0.0%	0.9%	0.5%	0.7%	1.1%	1.2%	1.1%	1.3%	1.0%
採用予定なし	6.4%	3.3%	8.0%	10.0%	4.2%	5.4%	2.7%	6.8%	2.6%	7.2%

	大学院					短期大学				
	全体	大学院		短期大学		全体	短期大学		大学院	
		店頭公	未上場	製造業	非製造業		店頭公	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	36.8%	46.4%	31.6%	44.2%	31.8%	25.9%	23.6%	27.1%	24.9%	26.5%
徹底して量を重視	0.4%	0.3%	0.5%	0.0%	0.7%	0.5%	0.3%	0.5%	0.0%	0.7%
量よりは質を重視	28.3%	31.9%	26.4%	28.3%	28.3%	34.1%	31.0%	35.6%	29.0%	37.1%
質よりは量を重視	0.6%	0.6%	0.5%	1.1%	0.2%	0.9%	0.0%	1.4%	0.3%	1.3%
特定のスキルを重視	6.5%	4.7%	7.5%	8.0%	5.6%	3.6%	3.4%	3.8%	3.6%	3.7%
特定の学校を重視	1.0%	0.6%	1.2%	0.8%	1.1%	0.5%	0.3%	0.5%	0.6%	0.4%
採用予定なし	26.4%	15.5%	32.3%	17.6%	32.4%	34.6%	41.4%	31.2%	41.6%	30.4%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用環境の印象

	4大文系	4大理系
2001年卒採用より厳しくなる	29.6%	37.3%
2001年卒採用並み（に厳しくなる）	52.8%	52.6%
2001年卒採用並み（に採用しやすくなる）	15.2%	8.6%
2001年卒採用より採用しやすくなる	2.4%	1.6%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用基準【カテゴリー別・企業区分別】

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
厳しくする	23.4%	16.9%	26.5%	22.8%	23.7%
今年度並	75.4%	82.5%	71.9%	75.7%	75.2%
緩くする	1.3%	0.6%	1.6%	1.5%	1.1%

【表4：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用情報公開の時期

就職協定廃止以降、就職戦線は年々早まっているが、今期は採用意欲の高まりを受けてさらに早期化が加速した。昨年よりも情報公開を早めた企業は全体の約30%増となり、この結果、昨年中に情報公開をした企業は「上場・店頭公開企業」で前年比10%増の76.4%、「未上場企業」で13.5%増の58.1%となった。【表1・2】

また、最初に情報を露出する媒体としては「就職情報サイト」が最も高く、次いで「自社ホームページ」・「情報誌」となった。昨年はシングルアンサー（択一）での設問を今期からマルチアンサー（複数回答）に変更したため、単純比較はできないが就職情報サイト・自社HPの伸びが際立っている。【表3】

今期はミスマッチを防ぎ、企業理解を促すという観点から自社HPにも工夫を凝らしたものが多かった。それらの入り口を就職情報サイトに設け、足りない情報や発見性を情報誌で補完するといった、媒体の特性を生かした情報露出のスタイルが定着しつつあるといえる。

採用情報公開の時期・情報を公開した媒体

採用情報公開（予定）の時期（2001年卒との比較）

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2001年卒より早い	28.4%	29.1%	28.1%	31.8%	26.4%
2001年卒と同時期	63.8%	65.9%	62.8%	60.1%	66.1%
2001年卒より遅い	3.7%	2.9%	4.0%	2.8%	4.2%
未定	4.1%	2.1%	5.1%	5.3%	3.4%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

採用情報公開（予定）の時期

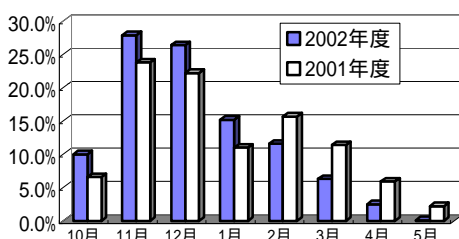
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年10月	10.0%	15.2%	7.3%	10.4%	9.7%
2000年11月	27.9%	37.3%	23.1%	34.3%	24.0%
2000年12月	26.4%	23.9%	27.7%	23.1%	28.5%
2001年1月	15.2%	9.7%	18.1%	13.2%	16.5%
2001年2月	11.6%	7.0%	14.0%	10.4%	12.3%
2001年3月	6.3%	5.2%	6.9%	6.6%	6.1%
2001年4月	2.5%	1.8%	2.8%	1.9%	2.8%
2001年5月	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

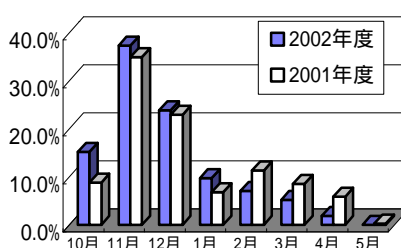
【参考】2001年卒採用活動における情報公開時

	全体	上場・店頭公開	未上場
1999年10月	6.6%	8.8%	5.4%
1999年11月	23.8%	35.0%	17.4%
1999年12月	22.2%	22.9%	21.9%
2000年1月	11.0%	6.8%	13.3%
2000年2月	15.7%	11.3%	18.2%
2000年3月	11.4%	8.5%	13.0%
2000年4月	5.9%	5.9%	5.9%
2000年5月	2.2%	0.3%	3.3%

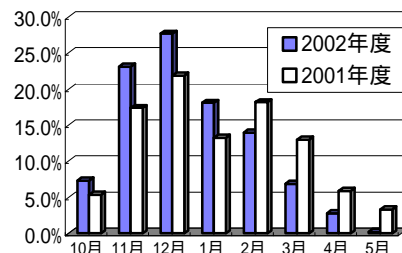
昨年との比較【全体】



昨年との比較【上場・公開】



昨年との比較【未上場】



採用情報を最初に公開した（する予定の）媒体（MA）

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
就職情報誌(宅配)	31.2%	34.0%	29.8%	27.2%	33.6%
就職情報誌(市販)	5.8%	5.6%	6.0%	5.9%	5.8%
インターネット(自社HP)	51.3%	56.2%	48.9%	49.2%	52.6%
インターネット(就職サイト)	71.6%	74.0%	70.4%	71.8%	71.4%
個別DM(紙)	10.8%	9.8%	11.3%	10.5%	11.0%
求人票	15.7%	11.0%	18.0%	16.7%	15.1%
その他	2.8%	1.8%	3.3%	2.1%	3.3%

【参考】2001年卒採用活動の状況（SA）

	全体	上場・店頭公開	未上場
就職情報誌(宅配)	31.0%	33.1%	29.8%
就職情報誌(市販)	3.1%	3.7%	2.8%
インターネット(自社HP)	18.9%	22.1%	17.2%
インターネット(就職サイト)	35.1%	36.3%	34.4%
個別DM(紙)	6.7%	3.4%	8.5%
求人票	3.1%	1.1%	4.2%
その他	2.1%	0.3%	3.1%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

セミナー開催の時期・導入している採用手法等

採用の情報公開時期同様、セミナー開始時期も30%近い企業が「昨年より早くする」と回答し、前倒し傾向が一層強まった。【表1】

時期としては、2月～3月中に70%以上の企業がセミナーを開始している。【表2】

採用戦線の大枠は「年内スタート 3月をピークとしたセミナー開催 4月～5月に1次決着」という短期決着型に落ち着きつつあるようだ。

今年は「企業理解・仕事理解をした上での応募層」=母集団形成のため、早期から選考に関係ないオープンセミナーを開催するケースが昨年以上に増えてきた。一方で、自社への選考アプローチの方法としてエントリーシートを導入する「上場・店頭公開企業」の比率も依然高い。【表3】

インターネットでエントリーが多く集まる企業が、母集団の選別・質確保のためにエントリーシートを導入する、という図式は今期も主流だった。しかし、予想以上のエントリー減少に直面した企業群の中には、エントリーから母集団形成の流れを再検討する必要に迫られるケースも出てきそうだ。

メディアに取り上げられる事も多くなった「コンペティション」に関しては未上場企業で若干底上げが見られたものの、全体では

セミナー開始の時期・導入している採用手法や制度

セミナー開始(予定)の時期(2001年卒との比較)

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年度より早い	28.9%	28.9%	28.9%	30.7%	27.8%
2000年度と同時期	60.8%	63.4%	59.5%	58.8%	61.9%
2000年度より遅い	3.4%	1.8%	4.2%	3.3%	3.4%
未定	7.0%	6.0%	7.5%	7.2%	6.9%

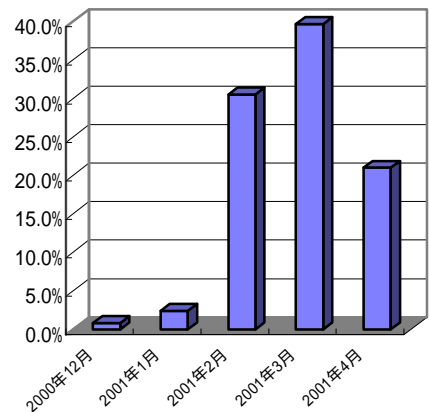
【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

セミナー開始(予定)の時期

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年10月	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2000年11月	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
2000年12月	0.8%	1.0%	0.7%	0.9%	0.7%
2001年1月	2.4%	1.6%	2.8%	0.9%	3.4%
2001年2月	30.5%	30.3%	30.6%	28.0%	32.1%
2001年3月	39.7%	44.6%	37.2%	42.7%	37.9%
2001年4月	21.0%	19.9%	21.6%	20.8%	21.2%
2001年5月	4.4%	2.3%	5.4%	5.5%	3.7%
2001年6月	1.1%	0.3%	1.5%	1.4%	0.9%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

セミナー開始時期【全体】



導入している採用手法・制度

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
エントリーシート	48.1%	60.1%	42.1%	54.3%	44.2%
学校名不問	39.9%	36.1%	41.8%	27.6%	47.6%
インターンシップ	22.4%	29.6%	19.0%	29.6%	18.0%
職種別採用	33.8%	35.1%	33.2%	41.8%	28.7%
秋採用	8.1%	10.0%	7.2%	6.8%	9.0%
コンペティション概念の導入	4.2%	4.5%	4.1%	3.9%	4.5%
その他	2.9%	2.8%	2.9%	3.0%	2.8%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

【参考】2001年卒採用活動の状況

	全体	上場・店頭公開	未上場
	49.1%	54.7%	46.0%
	39.6%	38.4%	40.3%
	19.8%	23.8%	17.7%
	29.7%	30.0%	29.6%
	5.7%	4.9%	6.1%
	2.9%	4.9%	1.8%
	2.2%	2.9%	1.8%

採用ツール

もはや採用ツールにおいてはインターネットが主流となっているが、紙媒体の減少とネット媒体の伸張がここでもはっきり現われている。

特に目を引くのが「インターネットDM」利用の上昇である。従来「ダイレクトメール＝郵送」であったが、今回初めてインターネットDMの利用が郵送を上回った。この傾向は特に「上場・店頭公開企業」に顕著に見られる。【表1】

今後、インターネットDMが郵送に替わり主力となることが予想されるが、郵送物に較べて個性を表現しにくいインターネットDMをどう利用していくか、が問われることになりそうだ。

また、採用予算の上限に違いがあるためか「情報誌」の利用で「上場・店頭公開企業」と「未上場企業」に大きな開きが見られる。【表1】 情報誌の利用方法も従来の「ハガキ母集団形成」から純粋広告・ネットエントリーへの誘導・採用スケジュールの告知など、その用途は大きく変わりつつある。

今期の利用ツール・今後の利用予定

2002年卒採用で利用している（する予定の）採用ツール

	合計	上場・店頭公開	2001年卒採用	未上場	2001年卒採用	製造業	2001年卒採用	非製造業	2001年卒採用
就職情報誌(宅配)	62.2%	72.8%	77.5%	57.0%	63.6%	59.2%	72.2%	64.1%	66.4%
就職情報誌(市販)	14.7%	21.9%	24.5%	11.2%	12.8%	14.1%	15.7%	15.1%	17.7%
個別DM(紙)	36.6%	41.2%	49.7%	34.4%	41.2%	35.8%	44.3%	37.2%	44.2%
インターネットDM	40.9%	54.4%	41.8%	34.2%	24.9%	44.8%	37.9%	38.4%	26.6%
インターネット就職サイト	88.3%	94.7%	91.8%	85.1%	79.9%	88.9%	88.4%	87.9%	81.5%
インターネットホームページ	82.4%	92.7%	87.6%	77.4%	71.1%	80.6%	79.6%	83.5%	75.4%
入社案内(紙)	59.7%	62.3%	-	58.5%	-	56.9%	-	61.4%	-
その他	5.2%	2.9%	1.9%	6.3%	6.8%	5.0%	3.6%	5.3%	5.9%

【入社案内(紙)は前回の調査では項目設定無し】 【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

以下2つの設問については回答数が337社、418社【回答総数1,062件中】と少なかったため、回答社数とそれに対する各項目の比率を表示しています。

2001年卒採用では利用したが2002年卒採用では使わない（予定の）採用ツール【複数回答】

【回答社数337社】	合計	上場・店頭公開	母数に対する%	未上場	母数に対する%	製造業	母数に対する%	非製造業	母数に対する%
個別DM(紙)	107社	39社	11.2%	68社	9.5%	38社	9.4%	69社	10.5%
就職情報誌(宅配)	102社	25社	7.2%	77社	10.8%	35社	8.7%	67社	10.2%
その他	79社	24社	6.9%	55社	7.7%	33社	8.2%	46社	7.0%
入社案内(紙)	60社	24社	6.9%	36社	5.0%	25社	6.2%	35社	5.3%
就職情報誌(市販)	45社	13社	3.7%	32社	4.5%	15社	3.7%	30社	4.6%
インターネット就職サイト	14社	2社	0.6%	12社	1.7%	5社	1.2%	9社	1.4%
インターネットDM	11社	5社	1.4%	6社	0.8%	3社	0.7%	8社	1.2%
インターネットホームページ	4社	0社	0.0%	4社	0.6%	0社	0.0%	4社	0.6%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

2002年卒採用から新たに導入する（予定の、又はしたい）採用ツール【複数回答】

【回答社数418社】	合計	上場・店頭公開	母数に対する%	未上場	母数に対する%	製造業	母数に対する%	非製造業	母数に対する%
インターネットDM	167社	49社	14.1%	118社	14.0%	56社	13.9%	111社	16.9%
インターネット就職サイト	119社	25社	7.2%	94社	16.5%	37社	9.2%	82社	12.5%
インターネットホームページ	109社	19社	5.5%	90社	13.2%	36社	8.9%	73社	11.1%
その他	74社	32社	9.2%	42社	5.9%	26社	6.4%	48社	7.3%
個別DM(紙)	32社	10社	2.9%	22社	3.1%	11社	2.7%	21社	3.2%
入社案内(紙)	22社	6社	1.7%	16社	2.2%	10社	2.5%	12社	1.8%
就職情報誌(宅配)	18社	3社	0.9%	15社	2.1%	8社	2.0%	10社	1.5%
就職情報誌(市販)	16社	5社	1.4%	11社	1.5%	3社	0.7%	13社	2.0%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年採用動向調査」より】

付録

1. グループディスカッションのテーマ【5人以下・6～10人】
2. グループディスカッションのテーマ【11人～】
3. 記入に苦勞したエントリーシートのテーマ
4. 学生がセミナーで聞きたい内容
5. 学生がセミナーで好印象を持った担当者のタイプ
6. 掲載資料の概要

グループディスカッションのテーマ（第4回モニターアンケートより抜粋）

人数	テーマ
	21世紀の理想の大学像とは？
	50代向けの雑誌の新企画
	CMをつくってください
	インターネットの表現に規制をかけるべきか否か
	とある一家に最適な車を選ぶ
	なぜディズニーランドは人気があるのか
	なぜ医療事故が起こるのか
	企業にとって役に立つ人物像等
	企業再建についてのケーススタディ
	今後日本で流行るもの
	砂漠に不時着した飛行機の乗客、乗組員10名のうち、7名しか救助できない。残り三名、誰を砂漠に残して帰るかをグループで決定しプレゼンテーションせよ。
	実力主義と年俸制などについて、学生の立場から思うこと
	社会人と学生の違い
	車内の携帯電話について
	首都移転の是非
	就職活動において疑問に思うこと
	女性と化粧品について
	商品の企画等
	将来を読み取る
	少年犯罪について
	情報産業の今後
	新しいビジネスモデルについて
	新商品開発
	人はなぜミスをしたときに嘘をついて隠そうとするのか。
	数学を勉強する必要はあるか
	世界に一つしかないものを決めるコンテストに出場するとしたらあなた達は何を持ち込むか？
	大学の生き残るためのアイデア
	「ブランド」を定義してください
	IT革命の次にくる革命は？
	アメリカ大統領について
	アルバイトと就職の違い
	ある私立大学の教員1000名を半分にする方法と、納得させてやめさせる方法
	ある物語の登場人物の中で好感度の持てる順位は？
	いじめについて
	お金は人の心を豊かにするか
	カード会員数を倍増する方法を1つ考える
	グローバルニッチについて
	コミュニケーションの中で何を大切だと思うか
	これからの学校教育のあり方について
	その企業の将来展望について
	それぞれの与えられた情報からシステムインテグレーションを考える。会社選び（どこが安い？技術があるか？）
	タレントはなぜ選挙に強いのか
	データを渡されて、最も売れる商品はどれかを討論する。
	テーマパークを開くにあたっての約束事
	どうしたら少子化には歯止めが掛けられるか。
	マイブームについて
	ものづくりに必要なことを3つ
	リクルートスーツは必要か否か
	一億円で何をするか
	嘘はいいか悪いか
	会社のCMを作る
	企業の求めるものは即戦力型か大器晩成型か
	義務と権利を1字で表すと何になるか
6~10人	近年の離職率の高さについて
	金脈が出た！一攫千金を狙うにはどうすればいいか
	銀座に学生ターゲットのお店を出すには？
	携帯電話が普及してどのように生活が変わったか？
	警察の不祥事をなくし、国民の信頼を回復するにはどうしたらよいか。
	激変期におけるリーダーシップ
	健康ランド、スポーツクラブ、屋外プールのどれをつくるか。
	建物を建てるシミュレーション
	現代の若者の気質について
	最新のPDAを開発する
	次の首相について・モーニング娘。について
	自分が社長なら、社員のモチベーションをどうやってあげていくか。
	社員旅行の企画
	社会人と学生の意識の違いについて
	就職というイメージを漢字一文字に表すとどうなるか
	新三種の神器について
	大学からのコンサルティング依頼に対しどのようなソリューションを提供できるか
	男女雇用機会均等法
	知識の共有と有効活用
	投票率を上げる方法について
	動物園の動物は幸せか、不幸か
	年功序列制度の是非について
	脳死における臓器移植について
	箱売りとしソリューションビジネスの違い
	物語の登場人物において好印象の順位をつける
	履歴書に大学名を明記することに賛成か反対か
	旅行代理店に扮してのロールプレイング

グループディスカッションのテーマ（第4回モニターアンケートより抜粋）

11～15人	ますか
	システムキッチンの市場規模・高齢化社会についてこれからはなくてはならないと思うこと
	今後の日本の教育はどうあるべきか
	砂漠で生き残るために必要なものの順番をつける
	自分のオフィシャルな夢、プライベートな夢それぞれについて
	自分達が人事になって採用する人をと決めてください
	就職と私
	制限時間40分のうちに企画書を立ててください
16～15人	旅行会社のカウンターを想定し、販売側とお客に分かれてディスカッションをつなげていく（ディスカッション・リレー）
	無人島に流れ着いた時、日本に帰るために必要なことは何か
	試験を受ける企業に対する質問
21人以上	就職について
	あなたにとって就職とは何か
	義務教育の週休2日制導入は反対か賛成か
	就職活動は何の為にするのか
	週休二日制について

エントリーシートについて（第4回モニターアンケートより抜粋）

回答数	分類
211	自己PR
153	志望動機
38	学生時代に一番力を入れたこと
29	○年後の自分
14	最近気になったニュース
11	将来したいこと
6	得意な科目
6	特技

「記入するのに苦労したエントリーシート」の項目を聞いたところ598件の回答中「自己PR」と「志望動機」が突出した。「自己PR」では「白紙スペースに自由に記入して下さい」という設問が書きにくかったという回答が目立った。また、「当社で活躍できる人材像」など、志望動機と自己PRを組み合わせる設問パターンも多く見られた。

記入するのに苦労したエントリーシートの設問

志望動機	当社でどのような仕事がしたいですか。	当社をどう理解しているのか
	当社の商品の改善点	当社へ提言してください
	当社を4文字熟語でたとえと？（自分で作る）	
	当社に入社するとどんなメリットデメリットがあるか	
	当社で働くにあたって、必要と思われる能力と其中であなたにあるものかないもの 当社で活躍できると思う人材像を書いてください。	
自己PR	白紙に自分を自由に表現してください	自分って天才と思った経験を書きなさい。
	自分にキャッチコピーをつける	自分のパーソナリティを英単語で表す
	自分の人生に肩書きを5つつけよ	自分らしいエピソード
	あなたをけなしながら誉めてください	あなたを動物に例えと？
	あなたの美意識について	あなたの強みをどうビジネスに生かしますか
	今までに挫折した経験	あなたの喜怒哀楽を象徴する出来事
	あなたが当社で出来ること	一番の絶望について
	私と友人	私を採用するとこんなおまげがついてきます
	あなたが今までに他人に与えた影響のうちで最も大きいものは？	
	あなたがやりたい仕事を最新の情報技術を利用してどのように遂行するか、具体的に	
今までの人生の中で最も重大な決断は何ですか？		
今まで生きてきた中で最も成功したことは何で、どのようにしてやりましたか。		
将来	将来なりたいもの	将来の自分を絵で表してください
	将来の人生設計	将来の夢
	将来何がやりたいか、自分の経験と関連付けて述べよ	
○年後	10年後のキャリアプラン	10年後を具体的に語れ
	5年間のキャリアプラン	30年後の自分
	10年後、当社が勝ち組として残るためには、何をどのようにすれば良いですか？	
他	「力」について	これからの日本経済のゆくえについて
	20世紀に一番悔やまれた事	21世紀のヒーロー
	セールスを構成する要素を円グラフで表せ	サービスを構成するものの割合
	デートにおすすめのスポットとその理由	リーダーシップを発揮するために必要なもの
	フリーターについて	新500円玉でできること
	壊れた時計の使い方を考える	桃太郎の桃はどこから流れてきたの？
	私たちを笑わせてください	力について自由に書く
	IT革命が進むと世の中はようになっていくと思いますか。	
	小学生から大学生までのそれぞれの時期における学校生活について。	
	青空があります。あなたならそこに何を描きますか？	
	「不」がつく事柄で最近感じたこと。またその「不」をどうしたら取り除けると思うか。	

セミナーの内容について（モニターアンケート第3回・第5回より抜粋）

セミナーで聞きたい内容は？（MA）

【下記項目から1位～4位を選択：下表の％は1位～4位の中に回答として含まれていた割合を示す】

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
詳しい仕事内容	71.8%	67.9%	63.6%	73.2%	81.2%
社風	47.1%	46.1%	40.3%	51.6%	40.6%
求める人材像	36.7%	33.5%	42.6%	38.1%	31.6%
採用基準	34.9%	32.1%	46.5%	31.5%	39.1%
今後の採用スケジュール	29.8%	28.4%	21.7%	32.4%	30.8%
詳しい業界説明	28.3%	29.3%	27.9%	27.7%	29.3%
企業理念	26.8%	32.6%	30.2%	24.1%	23.3%
若手社員の話	24.2%	24.7%	22.5%	25.2%	21.8%
入社後の配属	20.2%	14.4%	24.0%	21.0%	23.3%
入社後のキャリアアップ	19.4%	21.4%	17.8%	19.4%	18.1%
教育・研修制度	19.3%	18.1%	20.2%	18.2%	24.1%
今後のビジネスプラン	16.5%	12.1%	20.9%	16.9%	18.1%
経営者の話	13.6%	23.7%	13.2%	9.5%	11.3%
福利厚生	10.5%	13.0%	7.8%	11.0%	7.5%

【表1】

「聞きたい内容1位」で選ばれた項目の割合

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
詳しい仕事内容	37.9%	30.0%	31.5%	40.1%	49.6%
社風	12.3%	11.5%	9.2%	14.0%	10.5%
企業理念	9.0%	13.4%	12.3%	7.1%	5.3%
採用基準	7.5%	9.7%	10.0%	7.4%	2.3%
詳しい業界説明	7.2%	9.2%	5.4%	6.5%	8.3%
求める人材像	5.4%	3.7%	7.7%	4.9%	7.5%
今後の採用スケジュール	4.8%	4.6%	3.9%	4.9%	6.0%
経営者の話	4.0%	6.9%	4.6%	2.9%	2.3%
若手社員の話	3.0%	2.3%	4.6%	3.1%	2.3%
教育・研修制度	2.7%	2.3%	3.9%	2.9%	1.5%
入社後のキャリアアップ	2.1%	2.3%	1.5%	2.5%	0.8%
入社後の配属	1.9%	2.3%	1.5%	1.8%	2.3%
今後のビジネスプラン	1.5%	1.4%	3.9%	0.9%	1.5%
福利厚生	0.7%	0.5%	0.0%	1.1%	0.0%

【表2】

セミナーの担当者で、好印象を持ったのはどんな人（タイプ）か（SA）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
まじめに話すタイプ	6.1%	6.5%	10.2%	4.8%	5.8%
面白く話すタイプ	26.8%	29.0%	25.4%	26.2%	26.8%
厳しく話すタイプ	0.9%	1.0%	1.7%	0.7%	0.7%
親切丁寧に話すタイプ	43.7%	39.0%	39.8%	45.6%	47.8%
嘘偽り無く話すタイプ	21.4%	23.5%	22.0%	21.8%	16.7%
データを駆使して話すタイプ	1.1%	1.0%	0.9%	0.9%	2.2%

【表3】

掲載資料一覧

調査名	調査実施団体	調査概要
国勢調査	総務庁	日本国内の人口、世帯、産業構造などの現在の状況を明らかにし、国や地方公共団体における各種の行政施策を立案するための基礎資料を得ることを目的とする国のもっとも基本的な統計調査。 5年ごとに実施し、2000年（平成12年）に行われる調査が17回目 10月1日現在、日本国内に普段住んでいるすべての人を対象とするため国籍に関係なく、調査対象となる。
学校基本調査	文部科学省	学校教育行政に必要な学校に関する基本的事項を明らかにすることを目的とする調査事項 / 学校数、在学者数、教職員数、学校施設、学校経費、卒業後の進路状況等 調査対象 / 学校教育法に規定する学校、市町村教育委員会 調査実施時期 / 毎年5月1日現在 調査結果発表の時期 / 毎年8月に速報を発表 12月に本報告を発表
労働経済動向調査	厚生労働省	生産、販売活動及びそれに伴う雇用、労働時間など現状と今後の短期的見通しなどを把握するため、全国の建設業、製造業、運輸・通信業、卸売・小売業、飲食店、金融・保険業、不動産業及びサービス業に属する常用労働者30人以上を雇用する民営事業所5,342事業所を対象に年4回実施（通信調査方式） 掲載資料は平成13年5月1日現在の調査結果である。（回答事業者数2,818社・回答率53%）
2001年度 大学生の就職意識調査	(株)毎日コミュニケーションズ	調査対象 / 2002年3月卒業見込みの大学生 調査期間 / 2000年12月1日～2001年3月9日 調査方法 / 毎日コミュニケーションズ発行の就職情報誌にアンケートを同封し、郵送にて回収及びインターネット上のアンケートフォームより回収 有効回答数 / 合計：6,343名【文系4,525名：理系1,818名】
2002年3月大学卒業予定者のUターン・Iターン・地元就職指向調査	(株)毎日コミュニケーションズ	調査対象 / 2002年3月卒業予定の大学生のうち、以下の各地区出身者及び在学者 北海道地区 / 東北地区 / 北関東地区 / 千葉・茨城地区 / 神奈川地区 静岡地区 / 東海地区 / 関西地区 / 中国・四国地区 / 九州地区 調査期間 / 2001年1月20日～5月23日 調査方法 / 各地区出身者及び在学者を対象に配布される毎日コミュニケーションズ発行の就職情報誌に調査票を同封、郵送により回収
2002年採用予定及び採用活動におけるアンケート（採用動向調査）	(株)毎日コミュニケーションズ	調査方法 / 回答用紙を郵送、Faxにて返送 調査期間 / 2002年2月8日（木）発送、2月23日（金）FAX受付締切り アンケート送付対象 / 国内優良企業 5,328社 回答 / 1,062件 【内訳 『上場・店頭公開企業』348社：『未上場企業』714社 『製造業』404社：『非製造業』658社】 有効回答率 / 19.91%
2001MYCOMモニターアンケート	(株)毎日コミュニケーションズ	調査方法 / Web上にアンケートフォームを設け、モニター会員にメールでURLを告知して入力されたデータを集計 調査機関 / 2000年12月より月1回実施 調査対象 / 全国各大学より応募のあったモニター会員2,176名 平均回答率 / 45.2%