

2002 年度版

2002 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 2002年就職戦線の流れ

- 1部 2002年就職戦線の流れ 3
- 2部 採用におけるインターネット利用の変遷 21

第2章 マーケットの特徴 26

- 1. 22歳人口の推移 27
- 2. 大学等入学者数の推移 27
- 3. 大学院への進学状況 28
- 4. 新卒採用市場①【採用数の対前年比増減】 29
- 5. 新卒採用市場②【増減の理由】 30

第3章 学生の就職意識 31

- 1. 就職希望度 32
- 2. 就職しなかった場合の進路 32
- 3. 就職観 32
- 4. 大手志向の高まり 33
- 5. 会社選択のポイント 34
- 6. 出身地就職希望率 35
- 7. 就職活動上の不安や不満 36

第4章 学生の就職活動状況 37

- 1. 就職活動状況【時系列・全体】 38
- 2. 就職活動状況【時系列・文理男女別】 39
- 3. セミナー参加状況【時系列】 40
- 4. OB・OG訪問状況【時系列】 41
- 5. 1次面接受験状況【時系列】 41
- 6. 内々定保有状況【時系列】 42
- 7. 業界研究・企業研究に利用しているツール【時系列】 43
- 8. 就職活動終了状況【時系列・文系大学クラス別】 44

第5章 企業の採用動向 45

- 1. 2003年卒者採用予定数の増減 46
- 2. 採用方針・採用基準 47
- 3. 採用環境に対する印象 47
- 4. 採用情報公開の時期 48
- 5. セミナー開催の時期 49
- 6. 導入している採用手法 49
- 7. 利用している採用ツール 50

付録 51

- 1. グループディスカッションのテーマ【10人以下】 52
- 2. グループディスカッションのテーマ【11人～】 53
- 3. エントリーシートテーマと苦勞した設問 54
- 4. 学生がセミナーで聞きたい内容 55
- 5. 良い印象を持ったセミナー内容 56
- 6. モニタ学生の声【時系列】 57～60
- 7. 掲載資料の調査概要 61

第 1 章

2002 年就職戦線の流れ

1 部 2002 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

2 部 採用におけるインターネット利用の変遷

1. 就職情報サイト
2. Web 上での採用試験
3. Web を活用した内定者管理

2001年7月、1953年の政府調査開始以来はじめて日本の完全失業率が5.0%を超えた。以来、今にいたるも改善の兆しは見られない。長引くIT不況に加え、人件費の安いアジアに製造の拠点が移る空洞化にも歯止めがかからず、製造業を中心に雇用喪失が急速に進んでいる。

またこの失業率の増加と前後して、雇用の受け皿として期待された電機メーカー・情報大手などが相次いで大型人員削減計画を発表し、雇用に対する社会的な不安は大きく高まった。

9月11日には世界中を震撼させた米国同時多発テロ事件が発生。世界経済が大きく揺れる中で2003年卒者の採用に関する企業の活動は始まった。

厳しい環境下、企業の新卒採用はコスト、効率、採用者の質など、あらゆる面での見直しや再構築を迫られている。学生も早期からの活動にしっかり対応する学生が増える一方、卒業してもフリーターにすらならない「大卒無業者」の増加が顕在化してきた。

1章では簡単に今シーズンのここまでの動きを振り返ってみたい。

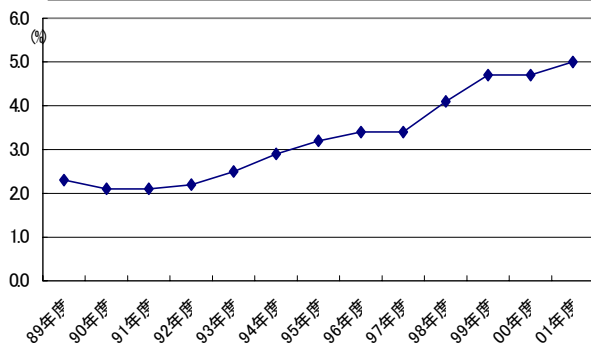
1. 年内の動き

◆景況感は最低水準、厳しいスタートに

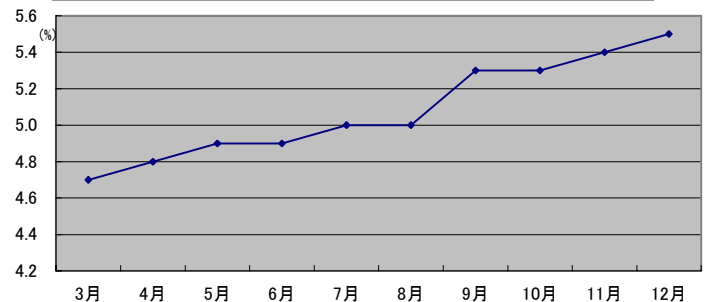
バブル経済が崩壊した1992年度以降、じりじりと上がり続けていた国内の完全失業率は、2001年7月に1953年の調査開始以来はじめて5.0%を超えた。その後も改善の兆しは見られず、2001年度平均の完全失業率も5.0%に達した。【表1・2】

2001年7月の欧米主要国での完全失業率はイギリス【3.2%】、アメリカ【4.5%】、カナダ【7.0%】、フランス【8.8%】、ドイツ【9.3%】で、日本は中位に位置付けられている。しかし欧米諸国に比べて労働市場が未整備な日本では、求職活動事態を諦めている層も多いと見られ、これらを失業者と見なした場合の日本の失業率は10%を超えるとの見方も強い。

【表1】全国の年度別完全失業率（総務省：労働力調査）



【表2】2001年度の月別完全失業率（総務省：労働力調査）



また、増大する失業率に追い討ちをかけるように、夏場頃から製造業を中心とした大規模なリストラ計画も次々と発表された。【表3】

長引くIT不況、高まる製品輸入比率（1987年44%⇒2000年61%）に伴う国内生産拠点の空洞化などから、製造業の就業者数は1992年をピークに減り続けている。

またこの人員削減傾向は、「勝ち組」と言われる企業でも例外ではない。たとえばトヨタ自動車においても5年前に比べて国内生産台数が7.9%増加している反面、従業員数は3.8%減少している。

03卒の新卒採用に向かう企業にとって、景気環境・雇用環境は極めて厳しい地点からのスタートとなった。

【表3】2001年に発表された電気・情報グループの主な人員削減計画

社名	削減規模	時期・対象等
日立製作所	15,600人	2001年度内:国内12,000人
東芝	18,800人	2003年度内:国内17,000人
松下電器産業	5,000人以上	2001年度内
富士通	16,400人	2001年度内:国内11,400人
NEC	4,000人	2001年度内:国内2,500人
沖電気工業	2,200人	2003年度内
京セラ	約10,000人	2001年度内:すべて海外拠点
アイワ	約5,000人	2001年度内:国内1,400人
ケンウッド	2,000人	2003年度内
セガ	300人	2001年半ば
ナムコ	250人	2001年春

◆採用数は抑制傾向、それでも採用活動はさらに早期化

そのような中、企業の採用数は抑制傾向が強まった。弊社が2002年2月に実施した「2003年卒者採用予定及び採用活動に関する企業アンケート」(有効回答:868社)では、4大文系卒・4大理系卒ともに「02卒より採用を増やす」企業が昨年に比べて大きく減少し、「減らす」「採用中止」の企業が約3倍にまで増加した。

製造業/非製造業の区分で見ると、この傾向は製造業で顕著に現れた。【表4】

また景気環境の落ち込みと採用数の抑制から、採用予算も「前年より減少」という企業が大きく増加した。【表5】

【表4】03卒採用予定の前年比増減(弊社:03卒採用予定調査より)

	4大文系採用				4大理系採用			
	製造業		非製造業		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
増やす	10.30%	22.9%	17.10%	24.8%	9.30%	24.8%	17.70%	25.0%
減らす	12.30%	5.8%	12.80%	5.0%	14.20%	4.0%	8.70%	3.5%
採用見送り(中止)	6.00%	-	2.00%	-	4.60%	-	2.20%	-

【表5】03卒採用予算の前年比増減(弊社:03卒採用予定調査より)

	全体		上場・店頭公開		未公開		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
大幅に増加する	1.3%	2.6%	1.4%	1.8%	1.3%	3.0%	0.3%	2.5%	1.9%	2.7%
増加する	11.2%	16.3%	12.5%	15.7%	10.6%	16.5%	8.6%	16.4%	12.7%	16.1%
今年度並み	55.8%	59.0%	51.2%	62.4%	58.4%	57.3%	52.4%	59.3%	57.7%	58.7%
減少する	25.7%	19.7%	28.6%	19.0%	24.1%	20.0%	28.8%	19.4%	24.1%	19.8%
大幅に減少する	5.9%	2.5%	6.4%	1.2%	5.7%	3.2%	9.9%	2.3%	3.7%	2.7%

その一方、企業側の採用情報公開時期は今年もさらに早期化の傾向を強めた。

一部の就職情報サイトのオープンが早まった影響もあるが、就職意識が高い学生へのPR活動は早期が勝負という企業側の思惑が強いようだ。

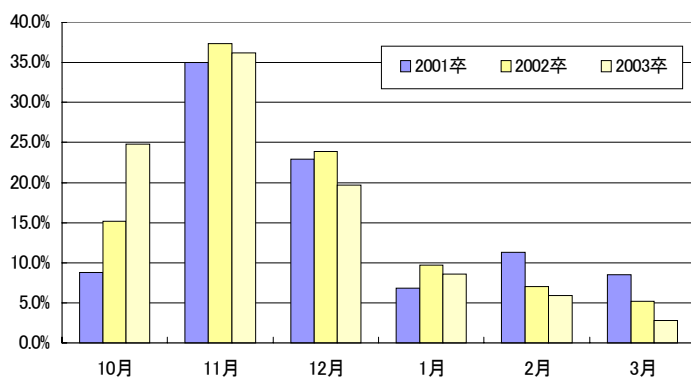
弊社アンケートでは約30%の企業が「情報公開を昨年より早めた」との回答だったが、この回答は昨年もほぼ同様で、全体的なスケジュールが年々前倒しになっていることが判る。【表6】 実際、10月・11月から採用情報の公開を開始した企業は「上場・店頭公開企業」で昨年調査比8.5%増の61.0%、「未上場企業」で7.5%増の37.9%にのぼった。【表6・7】

【表6】03卒採用情報公開の時期（弊社：03卒採用予定調査より）

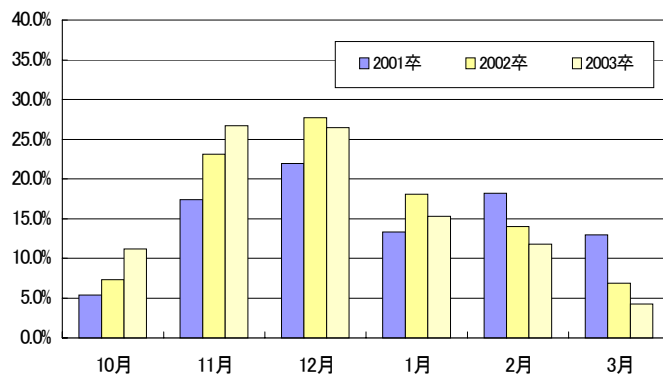
	全体		上場・店頭公開		未上場	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
2002年卒より早い	28.2%	28.4%	33.6%	29.1%	25.1%	28.1%
2002年卒と同時期	64.0%	63.8%	57.9%	65.9%	67.5%	62.8%
2002年卒より遅い	3.1%	3.7%	4.0%	2.9%	2.6%	4.0%
未定	4.8%	4.1%	4.6%	2.1%	4.8%	5.1%

【表7】月別採用情報公開の時期（弊社：03卒採用予定調査より）

【上場/店頭公開企業】



【未上場企業】



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」ともに「就職情報サイト」の利用が昨年以上に高くなった。【表 8】 就職情報サイトのオープンが軒並み情報誌の発行より早くなっていることもあるが、学生が最初に目にする採用情報の多くが就職情報サイトに拠っていることになる。自社ホームページ・パンフレット・情報誌・就職情報サイトなど複数のツールを利用する場合でも、入り口となる情報サイトに掲載する情報の質が学生に問われる状況になってきている。

【表8】採用情報を最初に公開した媒体（弊社：03卒採用予定調査より）

	全体		上場・店頭公開		未上場	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
就職情報誌(宅配)	21.6%	31.2%	23.2%	34.0%	20.8%	29.8%
就職情報誌(市販)	5.0%	5.8%	4.8%	5.6%	5.1%	6.0%
個別DM(紙)	7.1%	10.8%	6.1%	9.8%	7.6%	11.3%
インターネットDM	8.4%	-	10.2%	-	7.4%	-
インターネット就職サイト	78.5%	71.6%	84.6%	74.0%	75.1%	70.4%
インターネットホームページ	55.3%	51.3%	55.3%	56.2%	55.2%	48.9%
入社案内	6.2%	-	3.8%	-	7.6%	-
新聞広告	2.0%	-	2.1%	-	1.9%	-

学生の就職活動が完全にインターネット主体になったことで、ホームページの評価ポイントも昨年と多少違いが出ているようだ。昨年は動画などで見せるコンテンツの形式が、「印象に残ったホームページ」として支持を得たケースも目立ったが、今年は豊富な情報を判りやすく見せるタイプのホームページが高い支持を得た。インターネットというメディア自体の成熟、学生の慣れなどから、企画的な新奇性だけではあまり目を惹かなくなっている状況もうかがえる。【表 9】 また、フラッシュや動画を多用したホームページに対しては「格好いい」「先端的な感じがする」といった好意的な評価の反面、「重い」「煩わしい」といった意見も見られた。今後ブロードバンドの普及が予想されるが、エリア等による環境差もあり、「早さ・つながりやすさ」と「斬新さ・差別化」の兼ね合いに注意が必要がありそうだ。

【表9】良い印象が残っている企業ホームページ（弊社：4月モニターアンケートより）

企業名	得票	内訳		印象に残った理由（代表例）
		男	女	
三井住友銀行	15	7	8	WEBで勉強できるから。その学習教室がすごく具体的でわかりやすい内容だから。 仕事内容をシュミレーションでき、金融業界の仕事を具体的にイメージすることが出来ました。
NEC	6	4	2	業種別のソリューション事例がとてもおもしろい。実際にSEの仕事がよくわかる。 ポイント制になっていてたくさんのページを見れば見るほど点数が増えていく形式になっていて楽しめる。
日本食研	6	3	3	非常にユニークで、採用担当者の意見やその他の社員のかたがたの意見などが率直にあらわれていた 書いてある内容が読んでとにか面白かった。例えば、「人事部長のひとり言」など。
サントリー	5	1	4	様々な部署の社員のコメントが豊富に載っているから。 社員の人が、自分の会社の悪い部分もHPに載せていて、隠す部分が少ないかな、と思った。
ソニー	4	1	3	おしゃれだし、詳しい職種内容について掲載されていた。
ソニー・ミュージックエンタテインメント	4	2	2	OBの様子がよくわかった。働いている姿を想像しやすくイメージのギャップが軽減されるように思った。 最新の技術が使っていて、映像に工夫が凝らされていた
レオパレス21	4	1	3	バーチャルオフィス見学などができ、ロード時間も退屈させないデザインだった。人事の話が面白かった
旭化成	4	3	1	遊び感覚で、「イヒツ」の文字を箱の中に入れると会社概要に。面白くて、見てみたいという印象を受けました。
東レ	4	1	3	内容も充実しており、アニメーションを使ったデザインもかわいい。
日清食品	4	0	4	事業内容の羅列だけではなく、動画なども使って就職活動以外で見ても楽しめる内容だったように思う。
日立製作所	4	4	0	OBの仕事内容や各事業所の仕事など、内容が充実していた。
P&G	3	0	3	大変見やすかった。自分の知りたい情報がどこで得られるかがすぐにわかる。更新頻度も早い。

◆学生に高まるインターンシップ希望

昨年、松下電器が導入して大きな話題を呼んだ採用直結型のインターンシップは、追従する企業も少なく大きな広がりを見せなかった。しかし学生側に与えたインパクトは相当大きかったようで、早期からインターンシップに興味を持つ学生・実際に経験する学生の裾野は、昨年に比べて大幅に広がった。【表 10・11】 また、12月には厚生労働省の委託を受けた日経連が「インターンシップ推進支援センター」を設置。44の都道府県経営者協会と連携してインターンシップ受入企業開拓事業をスタートするなど、職業観や就労意識を確立させるための活動が始められている。

【表10】インターンシップについて（弊社：11月モニターアンケートより）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
参加した	11.5%	12.8%	13.3%	10.5%	11.2%
参加していない	88.5%	87.3%	86.7%	89.5%	88.8%

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
参加申込をした、又は参加することが決定している	4.7%	4.8%	2.2%	6.3%	0.8%
参加する予定はないが、参加してみたい	83.4%	81.9%	80.5%	83.9%	88.0%
参加する予定もないし、参加したくない	11.9%	13.3%	17.3%	9.8%	11.3%

【表11】インターンシップについて（弊社02卒モニター：7月時点の回答）

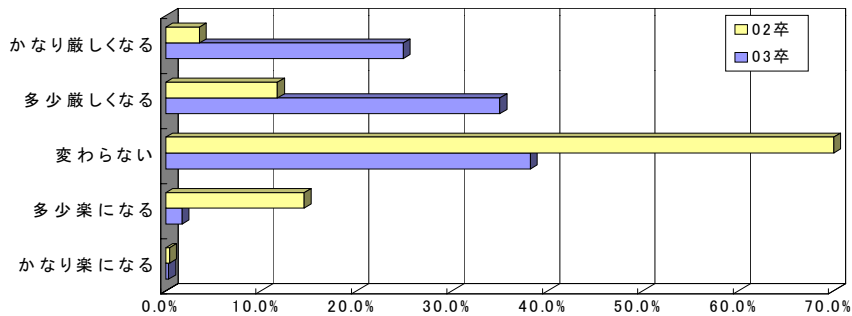
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
参加した	10.1%	9.3%	12.6%	9.3%	11.3%
参加しなかった	89.9%	90.7%	87.4%	90.7%	88.7%

【参加しなかった理由】	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
た	11.9%	12.9%	10.1%	11.7%	13.0%
興味が無かった	40.8%	39.5%	45.6%	40.8%	37.7%
制度を知らなかった	23.3%	24.2%	25.3%	21.3%	27.3%
選考で落ちた	8.7%	11.3%	8.9%	9.9%	0.0%
その他	15.3%	12.1%	10.1%	16.3%	22.1%

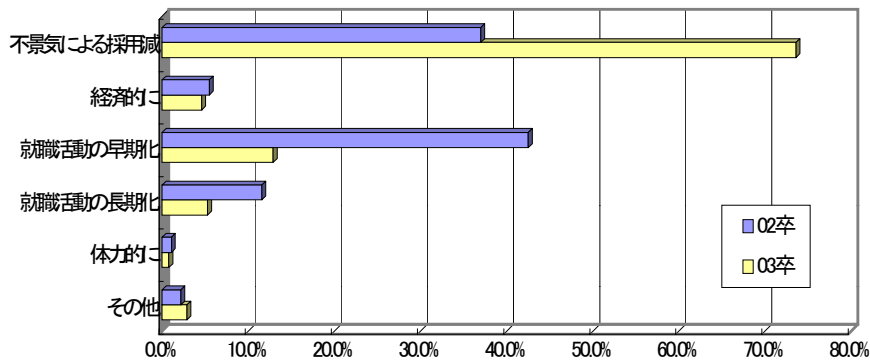
◆学生の就職に対する危機感は増大

IT不況,米国同時多発テロなど、明るい材料の少ない中、大学主催のガイダンスなどでも「今年の就職は厳しくなる」というアナウンスが多くなった。結果として、就職に対する学生の見方も昨年から一転し、「前年と比べて今年の活動は厳しくなる」との見方が大勢を占めた。【表 12】

【表12】前年と比べて就職活動は厳しくなると思うか？（弊社:12月モニターアンケートより）



【表13】前年と比べて厳しくなると思う要因（弊社:12月モニターアンケートより）



危機感の増大に加え、企業の採用活動が早期化したこともあって、学生の動き出しも昨年に比べて若干早まった。特に顕著だったのが早期の企業エントリー数で、モニターアンケートによると昨年の倍にあたる 33.85 件のエントリーを11月中に行っている。

ただし、弊社が運営する毎日就職ナビのサーバーから解析すると、エントリーのピークは2月に来ている。例年、モニター学生は就職に対する意識が高い層であり、一般の学生より積極的に企業の動きに反応する傾向が強い。モニター結果とサーバー解析結果の相違は、高まる危機感の中で意識の高い学生層が敏感に反応した結果とも言えそうだ。

2. 年明け～3月の動き

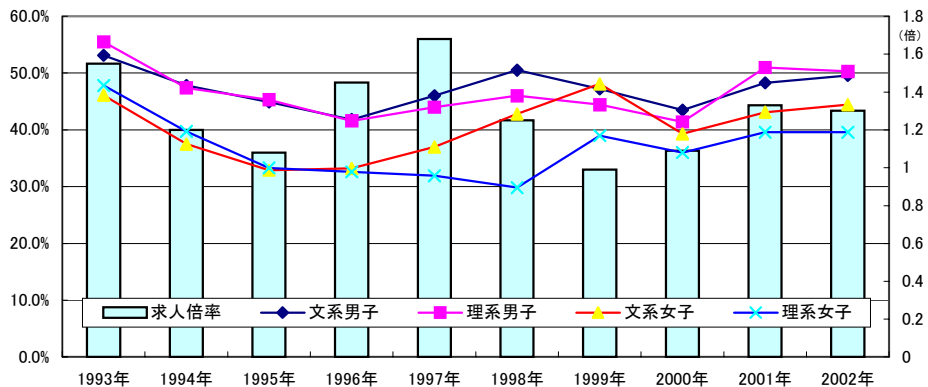
◆昨年同様、学生の大手企業志向は高い

例年、就職環境が良くなると学生の「大手企業志向」が高くなり、環境が悪くなると逆に低くなる傾向が強い。これは大手企業の採用数が増えると、「入りやすい」との判断が学生側に働くためと考えられる。ワークス研究所発表の大卒有効求人倍率と大手志向の関係を見ると、求人倍率の上下に1年遅れて大手志向の波が上下しているように見られる。
【表 15】 調査の実施が12月～1月という早い時期のため、先輩の就職活動体験なども強く影響しているようだ。

【表 14】 就職する企業の規模に対する意識（弊社:就職意識調査より）

		全体		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
①	やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい	42.5%	-0.6%	37.6%	-1.6%	39.5%	1.2%	45.4%	-1.4%	51.8%	2.5%
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	40.1%	1.0%	41.7%	1.6%	42.8%	-0.4%	38.8%	1.3%	35.1%	-0.5%
③	その他(公務員・Uターン志望など)	6.7%	-0.4%	7.9%	-0.2%	5.2%	-0.6%	6.9%	-0.1%	5.4%	-1.2%
④	ゼツタイに大手企業がよい	6.6%	0.0%	7.9%	-0.3%	7.5%	-0.3%	5.6%	0.0%	4.5%	0.5%
⑤	中堅・中小企業がよい	2.7%	-0.1%	2.5%	0.0%	3.1%	0.3%	2.7%	0.0%	2.6%	-1.3%
⑥	自分で会社を起こしたい	1.4%	0.1%	2.5%	0.6%	1.9%	-0.4%	0.6%	0.0%	0.6%	0.0%

【表 15】 大手志向【上表 +】過去 10 年間の推移と有効求人倍率（弊社:03 卒就職意識調査より）



※大卒有効求人倍率:ワークス研究所調査より

しかしその影響を考慮しても、昨年からの学生の大手企業志向は近年にない高まりを見せている。この背景には、ここ数年の就職・採用活動の変化が要因として考えられる。

【要因①: 大手企業の採用早期化・オープン化】

年々早期化する就職戦線のなか、大手企業を中心に年内からのオープンセミナーが定着してきた。基本的に誰でも参加できるこれらのセミナーを通じ、大手企業の活動に真っ先に触れることで、学生の大手志向が高まっているようだ。また採用のオープン化により、大手企業の採用情報を誰でも同様に入手でき、誰でも受験できるという状況がより大手志向に拍車をかけていると見られる。

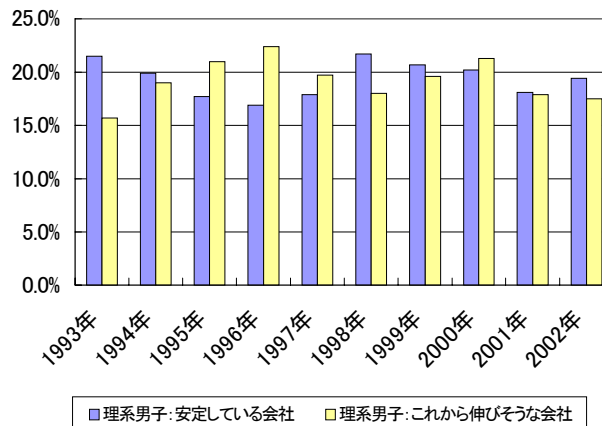
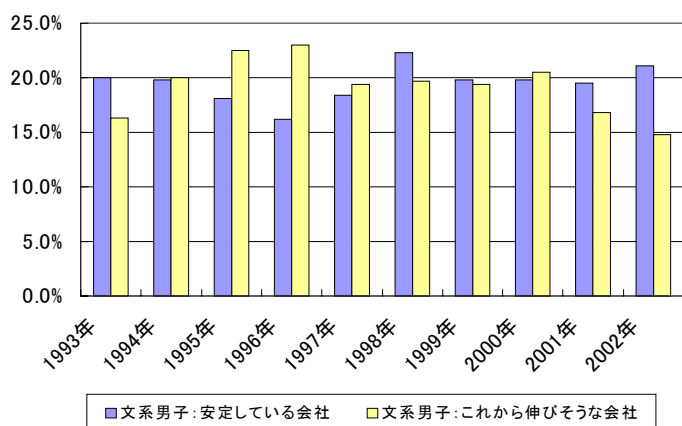
【要因②: 安定志向の高まり】

倒産、合併など先行きの見えにくい経済動向が続き、学生に安定志向が高まっているようだ。弊社の就職意識調査でも、「就職する会社選択のポイント」として、「安定している会社」が「これから伸びそうな会社」を上回っている。**【表 16】**

【要因③: キャリアデザインの不足】

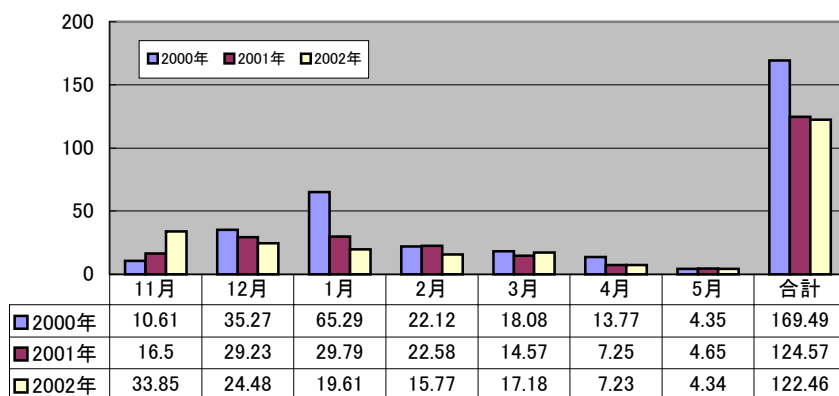
弊社が実施したキャリアデザインに関するアンケートでは、就職活動をする以前(3年生の夏休みまで)に卒業後の自分(5年後,10年後)をイメージできていた学生は23%に過ぎなかった。同様に、やりたい仕事は漠然とでも見つけていた学生は43%。これらの学生の多くが明確な就職観を持たないまま就職活動に突入し、表面的なイメージや知名度で志望企業を絞り込んでいることが考えられる。

【表 16】会社選択のポイント（一部項目を抜粋）（弊社：就職意識調査より）



また大手企業志向が高い影響か、企業へのエントリー数は早期で昨年を上回ったが、全体としては低調だった昨年と同レベルに留まった。結果として、昨年同様に一部の大企業を除き、母集団の確保に苦勞する企業が多かったようだ。【表 17】

【表 17】企業へのエントリー数（弊社：モニターアンケートより）



◆企業側の採用マインド

採用数の抑制傾向が強い反面、採用する人材に対する「質重視」のスタンスは、より鮮明になっている。【表 18】
 新卒学生を一括採用⇒企業文化に沿ってじっくり教育、という従来の新卒採用システムが揺らぐなか、早い戦力化が期待できる学生に企業の採用はシフトしている。

【表 18】採用にあたってのスタンス（弊社：03卒採用予定調査より）

	平均	大学院	4大文系	4大理系	短大
徹底して質を重視	44.4%	51.7%	44.6%	44.8%	36.6%
徹底して量を重視	0.8%	0.6%	0.9%	0.6%	1.2%
量よりは質を重視	47.0%	39.0%	48.3%	47.6%	52.9%
質よりは量を重視	3.4%	2.6%	3.9%	3.2%	4.1%
特定のスキルを重視	4.0%	5.8%	2.1%	3.4%	4.6%
特定の大学を重視	0.4%	0.4%	0.1%	0.4%	0.5%

ただ、新卒採用における「人材の質」は、求められるスキルや資質が明確になっている中途採用とは様相が異なる。「即戦力化」「コンピタシーによるコア人材採用」などの新たな流れによって以前より弱まってきているものの、多くの企業がゼネラリストとしての適性を新卒学生に求めている。
 ゼネラリストとしての資質は「様々な状況に柔軟に対応できるコミュニケーション能力」や「行動に対する意欲の高さ」、

「継続して学習できる能力」などのコンピタンスで測られるが、これらは業種や職種を超えて共通しているケースが大半である。結果として、これらのコンピタンスを持つ特定の学生に内定が集中することとなり、採用数が少なくても人材の確保に苦しむ企業が多いようだ。

大手企業間でも優秀層に関しての獲得競争は激化しており、2月段階で「前年と比べて採用が厳しくなる」と予測している企業は文・理とも「上場・店頭公開」グループで高くなっている。【表 19】

売り手市場が続いていた理系学生については、各社の採用数減少が予想されることから「昨年以上に厳しくなる」との回答は「上場・店頭公開企業」で 6.9%、「未上場企業」で 9.5%減少した。しかしその分、「昨年並みに厳しい」は増加し、全体的に苦戦を予想している企業が大多数を占めている。

【表 19】前年度と比べての採用環境について（弊社:03卒採用予定調査より）

【4大文系採用について】	全体		上場・店頭公開		未上場	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
2002年卒より採用するのが厳しくなる	27.0%	29.6%	28.9%	26.2%	26.0%	31.3%
2002年卒並みに採用するのが厳しくなる	57.0%	52.8%	57.7%	59.5%	56.6%	49.4%
2002年卒採用並みに採用しやすくなる	13.2%	15.2%	10.0%	13.4%	15.0%	16.2%
2002年卒より採用しやすくなる	2.7%	2.4%	3.4%	0.9%	2.3%	3.1%

【4大理系採用について】	全体		上場・店頭公開		未上場	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
2002年卒より採用するのが厳しくなる	28.7%	37.3%	30.3%	37.2%	27.8%	37.3%
2002年卒並みに採用するのが厳しくなる	59.5%	52.6%	59.9%	53.5%	59.3%	52.1%
2002年卒採用並みに採用しやすくなる	10.2%	8.6%	7.7%	8.1%	11.7%	8.9%
2002年卒より採用しやすくなる	1.6%	1.6%	2.1%	1.2%	1.3%	1.8%

◆スクリーニングとコミュニケーションの強化

ポテンシャルを測るにあたって、従来の採用活動では筆記試験＋面接のみというケースが多かった。しかし新卒採用が徹底した「人材の質」重視に移行した結果、グループディスカッションの実施、コンピテンシーの導入、採用直結型インターンシップなど、多面的かつより詳細にポテンシャルを測る動きが近年特に強まっている。

また日本オラクルのように、筆記試験の他に日本語の音声聞き取りによる試験を導入する企業も現れた。ビジネスの現場に通用する「瞬間の判断力」を問うもので、同社の取り組みに以外にも様々な形でのスクリーニングが今後登場してきそうだ。

また、時間・場所の制約を受けないインターネットの特性を利用し、筆記試験・適性試験にWebを導入する企業も増加している。主に採用業務の効率化、幅広い人材からの応募受け付けのために導入されるケースが多いが、パソコンスキルの低い学生にとっては受験段階でハンディとなり、ある種のスクリーニング機能も担うことになる。

このような流れのなか、様々な情報発信を通して学生とのコミュニケーションを強化しようという動きも目立ってきた。

グループワークやゲームなどを通して仕事を疑似体験させる、参加型の体感セミナーなどもその例といえる。

Web、セミナーなどを組み合わせて多角的な情報発信に力を入れる企業も着実に増えている。

いずれも、企業理解の徹底、志望意識の向上を狙いとしているが、背景には激化する人材の獲得競争があることは間違いない。

今期は、採用選考が最終選考近くまで進んだ学生を対象に、モチベーションアップのためのセミナーなどを開催した企業もあったようだ。

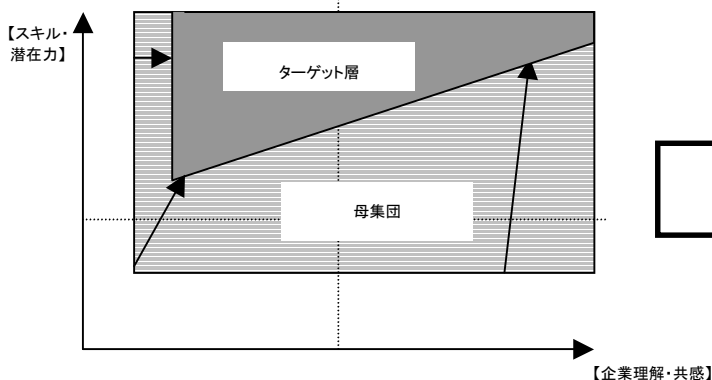
従来の採用活動は、多数の母集団の中からターゲット層をセミナーに呼び出して選考で絞り込んでいく、というスタイルが主流だった。しかし、企業の採用ニーズが一部の学生層に集中する状況のもと、大手企業を中心にスクリーニング【自社が求める人材の選別】の徹底と、対象学生の企業理解・共感を引き上げるためのコミュニケーション構築に採用活動の力点が置かれはじめている。

【表 20】これまでの就職活動でグループディスカッションは経験したか (弊社:3月モニターアンケートより)

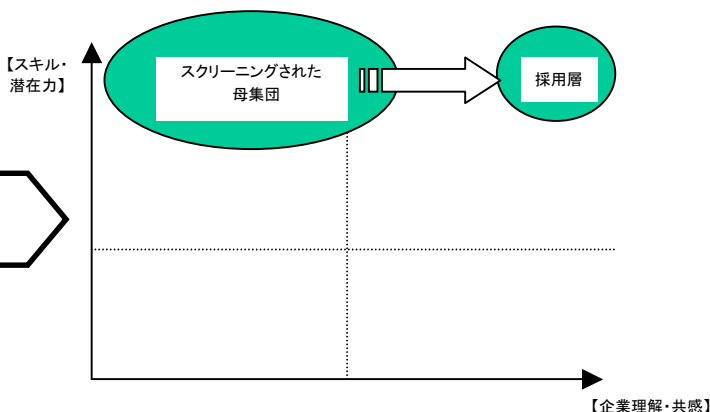
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
経験した	53.8%	63.2%	42.9%	55.2%	47.5%
経験していない	46.2%	36.8%	57.1%	44.8%	52.6%

変化する採用活動のベクトル

【従来の採用活動イメージ】



【03卒:大手企業の採用活動イメージ】



◆学生との直接接も早期化

早い時期からの企業理解によるミスマッチの回避、早期から活発に活動する優秀層の取り込みを目的に、企業セミナーの開催も年々前倒しになっている。

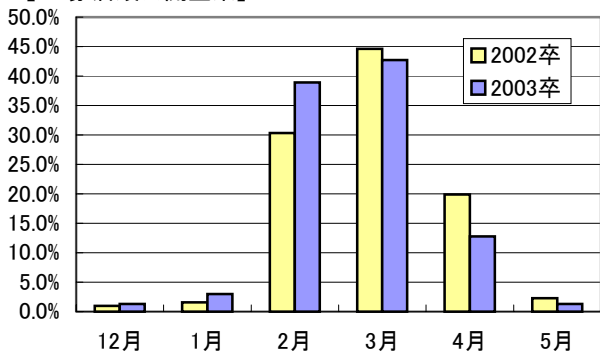
弊社アンケートでは、前年よりセミナー開催時期を早めた企業は「上場・店頭公開」グループで 35.1%にのぼり、40%近い企業が2月からスタートさせている。【表 21・22】

【表 21】03 卒セミナー開始の時期 (弊社:03 卒採用予定調査より)

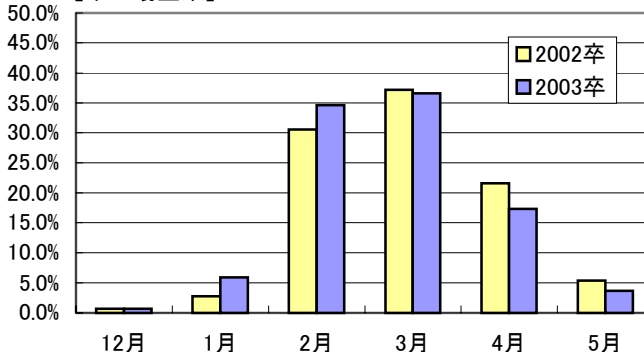
	全体		上場・店頭公開		未上場	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
2002年卒より早い	30.6%	28.9%	35.1%	28.9%	28.1%	32.7%
2002年卒と同時期	60.4%	60.8%	54.4%	63.4%	63.7%	58.6%
2002年卒より遅い	4.5%	3.4%	5.2%	1.8%	4.1%	4.7%
未定	4.5%	7.0%	5.2%	6.0%	4.1%	4.0%

【表 22】03 卒月別セミナー開始の時期 (弊社:03 卒採用予定調査より)

【上場/店頭公開企業】



【未上場企業】



◆生損保・金融を中心に昨年以上の前倒しスケジュールで進行

2月末から一部の金融や生損保を中心に、各地で学生との小規模接触が開始された。3月に入ると選考も一気に加速し、中旬には旧帝大クラスの学生には内々定も出始めた。

また、松下電器の採用直結型インターンシップ「ウォーミングアッププログラム」も昨年同様、3月頭から2週間のプログラムで実施された。プログラム参加者には21日に面接が行われ、その後インターン期間中の評価がA・B・Cの3段階でフィードバックされた模様。本人が希望すれば即内定となるA評価を受けた学生は、プログラムに参加した100名のうち60%程度のようなようだ。

3月末からはトーマスを筆頭に総合商社の筆記試験も続々と開始され、金融、商社に関しては昨年以上に早い決着となりそうな気配を漂わせた。

しかし、3月末での学生の内定保有率は昨年を若干上回ったものの、活動の早期化に比して全体の伸びは鈍く、本番を迎えた就職環境の厳しさを感じさせた。【表 23】

【表 23】3月末時点での内々定保有率（弊社：3月モニターアンケートより）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
2003卒	11.2%	15.5%	16.9%	6.8%	13.5%
2002卒	8.9%	9.4%	17.4%	4.6%	14.4%

3. 4月～5月の動き

◆4月上旬からGWまで各社が一気に選考本格化へ

3月上～中旬の早い動きから幾分スピードを落として様子を見ていた観のあった金融各社は、4月に入ると各地で再び動きが活発化した。4月1週目の週末には首都圏でも選考のピークとなり、早いケースでは2週目早々に決着したところもあったようだ。

この動きは前年より2週間近く早まった昨年と比べても、さらに早期決着となっている。

総合商社の筆記試験は1週目の週末～2週目週明けにかけて集中し、商社希望の学生には1日で複数企業の筆記試験を受験する状況もみられた。

メーカー各社の動きは金融、商社などの他業界に比べ、かなりばらつきがあったようだ。NEC・富士通などは昨年同様4月に入ると同時に選考に入った模様だが、日立製作所は募集職種によって違うものの4月中旬から選考を開始した。

また、ホンダ、トヨタと業績好調な自動車業界は、トヨタ自動車の奥田会長が日経連の会長を務めることもあり、他業界に比べて若干動きを遅らせたようだ。

いずれにせよ、「いい人材を早く押さえない」「充分に会社のことを判って受験して欲しい」という相反する命題を抱えながら、大手企業の採用活動はGW前にピークを迎えた。

◆学生にとっては予想以上の厳しさに

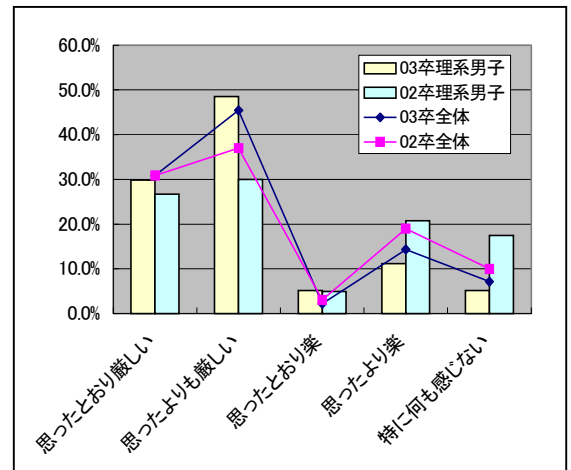
採用数の抑制傾向で当初から厳しいと言われてきた03卒の就職活動だが、活動を進めるにつれて学生たちに実感として重くのしかかってきたようだ。

4月末時点で就職活動が「当初思ったより厳しい」と感じている学生は、全体の45.4%と昨年を大幅に上回った。【表 24】特に、売り手市場が続いていた理系男子学生がもっとも当初のイメージより厳しいと感じており、IT不況や製造空洞化などの影響が強く現れる結果となった。

【表 24】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：4 月モニターアンケートより）

【2003年卒】	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	30.8%	30.0%	29.9%	32.3%	28.0%
思ったよりも厳しい	45.4%	43.9%	48.5%	46.4%	40.9%
思ったとおり楽	2.2%	2.2%	5.2%	1.4%	2.3%
思ったよりも楽	14.4%	17.2%	11.2%	12.8%	18.9%
特に何も感じない	7.2%	6.7%	5.2%	7.2%	9.9%

【2002年卒】	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%
思ったよりも厳しい	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%
思ったよりも楽	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 25】上の質問で「厳しい」と感じる理由は？（弊社：4 月モニターアンケートより）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
不景気による採用減	24.0%	16.2%	27.7%	26.7%	20.9%
経済的に	6.0%	5.4%	4.0%	6.7%	6.6%
就職活動の早期化	18.5%	19.2%	23.8%	16.9%	17.6%
就職活動の長期化	11.6%	8.5%	13.9%	12.2%	11.0%
採用基準の高さ	30.3%	39.2%	23.8%	28.8%	30.8%
その他	9.6%	11.5%	6.9%	8.7%	13.2%

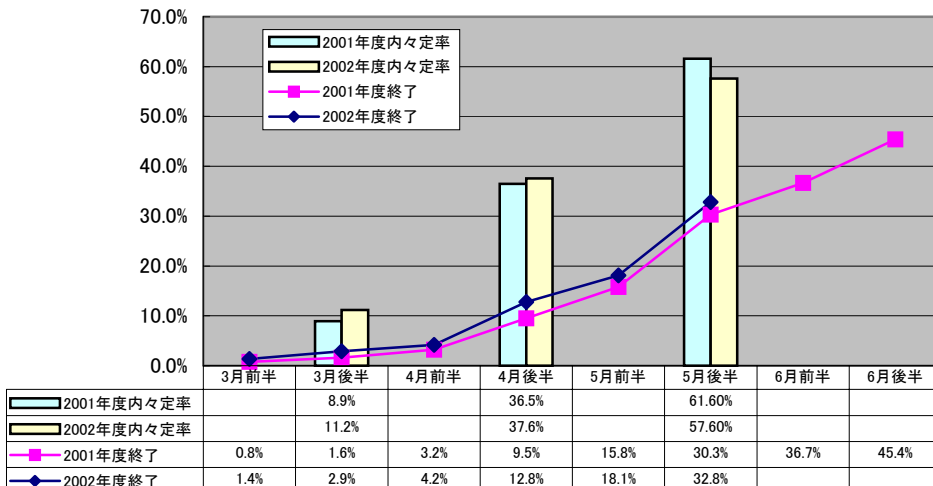
また、「厳しい」と感じる理由としては「採用基準の高さ」を挙げる学生がもっとも多かった。【表 25】

不況による採用減はある程度覚悟していたものの、予想以上に少数精鋭主義を徹底する企業の採用スタンスに戸惑う学生の姿が窺える。

◆5 月末時点の内々定保有状況

このようななか、4 月末までは前年を僅かながら上回るペースだった内々定保有率も、5 月末になって昨年を 4.0% 下回った。ただ、大手企業のスケジュールが若干前倒しになった影響か、「就職先を決めて終了」した学生の割合は僅かに昨年を上回っている。【表 26】

【表 26】5 月末の就職活動状況（弊社：5 月モニターアンケートより）

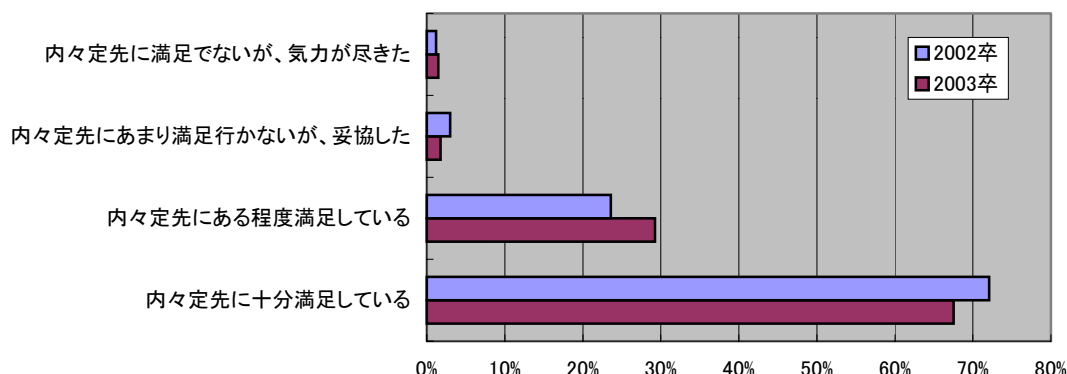


	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
2002年	57.6%	60.2%	62.9%	56.0%	52.7%
2001年	61.6%	67.3%	66.1%	57.7%	61.4%

	全体	関東	関西	その他
2002年	57.5%	61.6%	60.1%	46.4%

この数字は、「昨年より厳しい」と言われている 03 卒就職戦線を考えると、学生が健闘しているようにも思える。ただ、気になるのは 5 月末時点で就職活動を終了した学生の「内々定先に対する満足度」が、昨年より低い傾向が見られることだ。【表 27】

【表 27】内々定先に関する満足度は？（弊社：5 月モニターアンケートより）



	文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	2003卒	2002卒	2003卒	2002卒	2003卒	2002卒	2003卒	2002卒
内々定先に十分満足している	73.6%	77.2%	63.2%	81.5%	68.6%	68.6%	63.0%	65.0%
内々定先にある程度満足している	23.6%	19.0%	31.6%	16.7%	27.9%	27.0%	37.0%	28.3%
内々定先にあまり満足行かないが、妥協した	2.8%	2.5%	2.6%	0.0%	1.4%	4.4%	0.0%	3.3%
内々定先に満足でないが、気力が尽きた	0.0%	1.3%	2.6%	1.9%	2.1%	0.0%	0.0%	3.3%

文理、男女ほとんどのカテゴリーで「内々定先に充分満足している」学生の比率が低くなっている。この傾向は特に理系男子学生に強い。厳しい就職環境のもと、苦勞して得た内々定先に何らかの不本意な部分を持ちながらも、やむなく就職活動を終了している学生が増加していることがうかがえる。

◆懸念される若年層失業、ミスマッチ、無業者の増加

「フリーター」という言葉が流行り始めた頃、この言葉にはまだ「夢に前向き」といった肯定的な要素も含まれていたように思う。また、社会全体にもそういったライフスタイルを容認する風潮が強かった。

ところがここ数年の景気低迷の中、「フリーター」は廉価な労働力として社会に定着する反面、「若年層のキャリア形成につながらない」、といった批判的な声が強まっている。

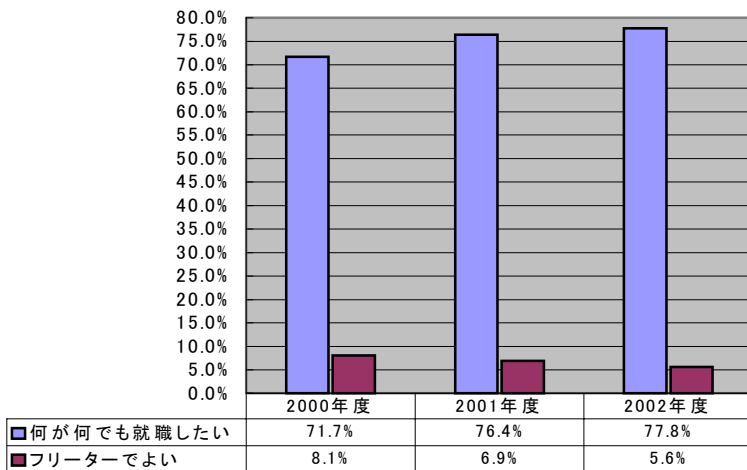
このような社会風潮の変化を受け、就職意識の高い学生の中ではここ数年、「フリーターでもよい」という志向は着実に低下しているようだ。【表 28】

そのような学生の志向とはうらはらに、大学生全体の就職状況は悪化の一途をたどっている。採用が比較的活況だった 2001 年度は若干持ち直しているものの、就職率の低下、一時的な職業に就いた者（フリーター）の増加、学卒未就職者の増加は全体的な傾向として着実に進行している。特にここ数年の学卒未就職の急激な伸びが目立つ。【表 29】 新卒雇用の間口が狭まるなか、望んでも就職できない学生や、最初から就職自体を諦めてしまっている学生が増加しているようだ。

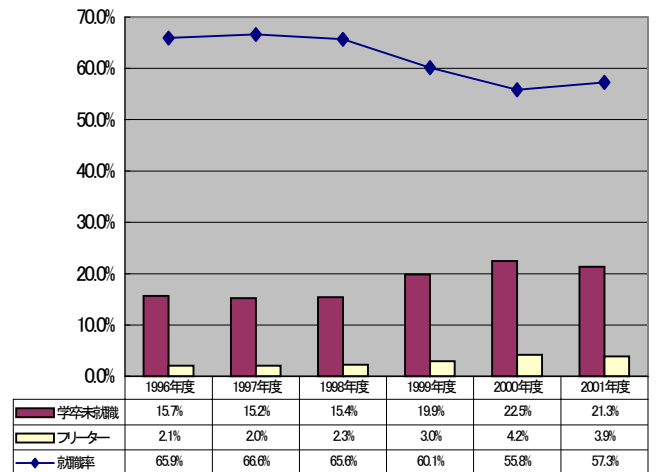
また大学生の就職率の低下とともに、若年層完全失業率の悪化も顕著になってきた。【表 30】

45～54 歳失業率は 10 年間で 1.2%から 3.5%の増加だが、15 歳～24 歳失業率は 4.5%から 9.6%にまで達した。通常、就職環境が厳しくなれば離職率も減ることが予想されるが、実際には特に若年層で自発的離職率が増加傾向にある。【表 31】 弊社調査でも今年の就職先に対する満足度は低下傾向にある。厳しい就職環境、短期間で意思決定を迫られる就職活動のもと、ある程度の不満を抱えながら就職し、結局は離職してしまう学生も増えているということだろうか。

【表 28】就職に対する考え方（弊社:03 卒就職意識調査より）

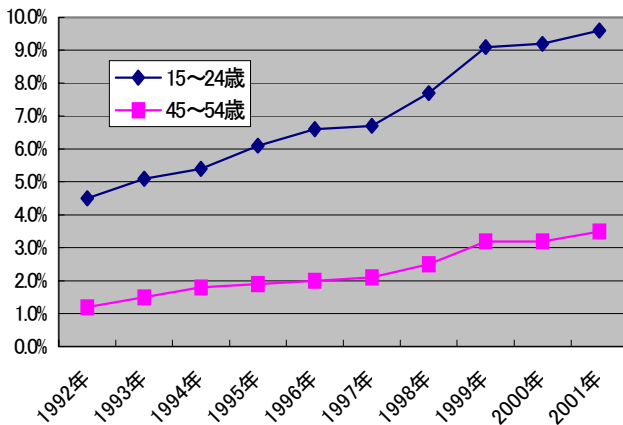


【表 29】進路別卒業生の推移（文部科学省:学校基本調査より）

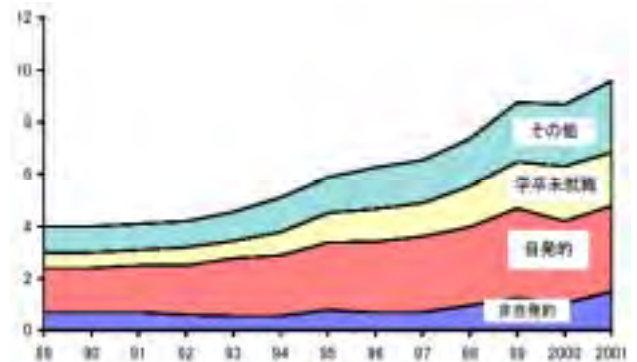


学卒未就職の定義：家事手伝い、研究生として大学に残っている者（院進学者を除く）、専修学校・各種学校・外国の学校・職業能力開発施設等へ入学（所）した者、または就職でも大学院等進学者でもないことが明らかな者

【表 30】年齢層別完全失業率の推移（総務省:労働力調査より）



【表 31】15~24 歳求職理由別失業率（同左）

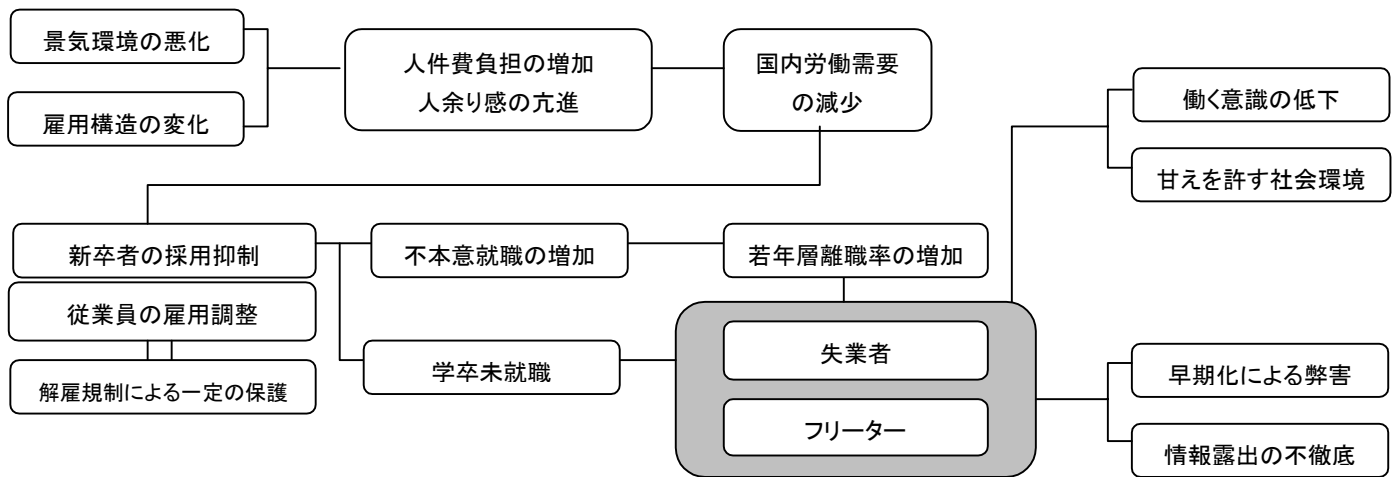


◆若年層失業、ミスマッチ、無業者の増加【構造的な問題】

若年層失業率の増加、学卒未就職者の増加には明らかに構造的な問題も含まれている。既に雇用されている従業員を保護する国の雇用政策もその一端と言えるだろう。

景気の冷え込み、製造の空洞化など、様々な要因で国内労働力の需要は減少している。企業側の人員調整として、大きくは①新卒採用の抑制 ②雇用者の解雇 が挙げられる。このうち、雇用者の解雇は法的な整備はないものの、最高裁による判例（制約法理）と、下級裁判所による「整理解雇の四要件」（人員削減の必要性 解雇回避の努力義務 基準、選定の合理性 手続きの合理性）というハードルによって実質的に守られている。結果として雇用調整は新卒者に重くのしかかり、就職できない学生や不本意就職の結果の早期離職者を生み出すことになる。

もちろん、これ以外にも「働かない」ことを許す社会構造や、学生に十分な情報と準備期間を与えられない採用活動の状況などの外部要因も影響していると考えられる。



解雇規制に関しては、昨年从小泉内閣が、「二、三年の期限付き雇用の対象拡大」「解雇ルールの明確化」など雇用制度の抜本的な見直しを厚生労働省に指示している。しかし仮に解雇規制が緩和されたとして、人材の流動化は実現できても、新卒の採用に結びつくかには疑問が残る。
 大多数の学生が持つ就職観と、企業が新卒者に求める質の乖離は年々大きくなっているように見えるからだ。

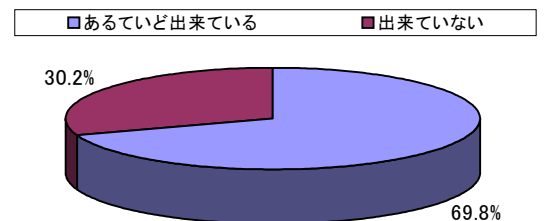
◆若年層失業、ミスマッチ、無業者の増加【キャリアデザインの不足】

4月のモニターアンケート時点で、志望企業を何らかの形で絞り込んでいる学生は88.5%にのぼった。しかし、同時期のアンケートで「ある程度のキャリアデザインができていないか」という質問にイエスと答えた学生は69.8%に留まった。漠然としたキャリアデザインも持たずに、志望企業を絞り込んでいる学生も多い、ということが言えないだろうか。
 【表 32・33】

【表 32】企業の絞り込み状況（弊社：4月モニターアンケートより）

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
1業界に絞って活動	17.6%	19.6%	19.4%	15.2%	21.0%
複数業界に絞って活動	25.9%	33.5%	21.6%	26.2%	18.7%
1職種に絞って活動	16.7%	10.1%	27.3%	12.8%	27.6%
複数職種に絞って活動	18.9%	10.6%	19.0%	22.4%	18.9%
上記外の軸で絞り込んで活動	9.4%	9.5%	7.5%	10.6%	6.9%
志望企業を絞って(絞れて)いない	11.6%	16.8%	5.2%	12.8%	6.9%

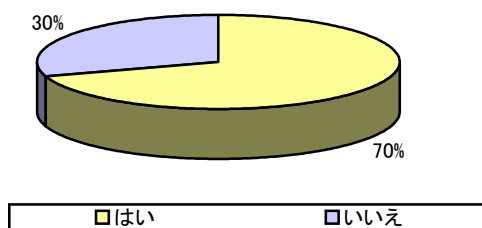
【表 33】キャリアデザインについて（弊社：同左）



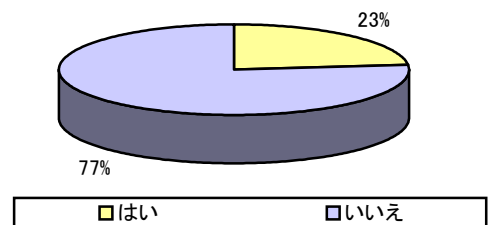
また前ページのモニターアンケートとほぼ同時期に、毎日就職ナビ上でもキャリアデザインに関する公開アンケートを行った。こちらからもほとんどの学生が実際に就職活動が始めるまで、「卒業後の自分」についてのイメージを持っていないことがはっきりと判る。【表 34】

【表 34】毎ナビ上におけるキャリアデザインアンケート

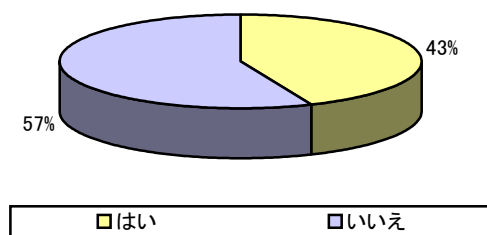
Q. 入学してから就職活動が始めるまでの期間に「就職・仕事」を意識したことはありますか？



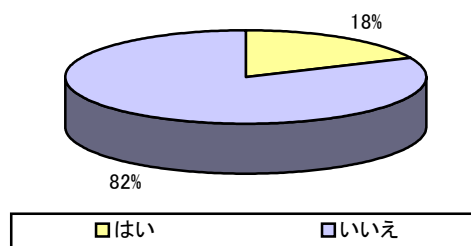
Q. 入学してから就職活動が始めるまでの期間（3年生の夏休み前まで）に、卒業後の自分（5年、10年後）をある程度イメージ出来ていましたか？



Q. 入学してから就職活動を始めるまでの期間にやりたい仕事が見つかっていましたか？



Q. そのやりたい仕事に就くために、学業以外で何か取り組んでいましたか？



これらの学生が夏を過ぎ、11月～4月というごく短い期間に集中する就職活動を展開していく。

企業側は「採用した後、どんな活躍をしてくれるか」という観点で新卒採用を行う。早期からキャリア観を持った人材、そうでなくても短期間の間に自己の意識や考えを高められる人材が、就職活動において今後ますます有利になっていくことは間違いないだろう。

ここ数年の間に、大学では低学年時から就職観を養成するカリキュラム導入、企業ではインターンシップの導入など、学生にキャリアデザインを考えさせる機会の提供は増えてきている。

即戦力性を求める企業ニーズが強まる中、「採用するに耐える人材」の育成に新卒採用の今後がかかっているといっても過言ではない。

4. 6月以降の展開

◆秋採用を広げる企業

第1ラウンドが早々に終了したあと、選考期間を長期まで設定する企業や、新たな募集を開始する企業も現れている。トヨタ自動車はすでに自社ホームページで9月まで選考を実施することを告知した。ファーストリテイリングも一応の目安として9月上旬で新卒応募を締め切るが、それ以降もエントリーは可能だという。

また、日立製作所、日本IBM、三菱電機、三井住友銀行は、7月～8月に、再度エントリーの受付を開始する。

ほとんどの企業が春採用の選考で落ちた学生の再応募は認めていないが、三菱電機ではそれらの学生も受け付ける。実際に2002年4月入社になかには再挑戦で内定を得た学生もいるとのことだ。

秋採用の狙いとして従来は、公務員志望や進学志望・留学などの理由で春先に就職活動ができなかった学生を対象としていた。しかし、就職観・仕事観の定まらない学生たちが早期から活動せざるを得ない状況の中、じっくり考えるスタンスを持った学生を受け入れたいという企業ニーズも強くなっているように見える。

今後これらの動きがもっと活発になれば、学生にとってもキャリアデザインを意識した選択肢の広がりが期待できるのではないだろうか。

これら大手企業の動きとは別に、全体的な採用充足率は依然として低いようだ。昨年同様、エントリー数の確保からセミナー動員まで予想以上に苦戦している企業が少なくない。

◆一部の学生にはあきらめムードも？

15P・表26にあるように、5月末の内々定保有率は57.6%と昨年を4.0%下回った。また、就職活動を終了した学生の内々定先に対する満足度も、理系男子を筆頭に昨年より低下している。

それでは、5月末時点で内々定を持っていない学生たちは今後の活動をどのように考えているのだろうか。

5月末時点での内々定保有状況

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
2002年	57.6%	60.2%	62.9%	56.0%	52.7%
2001年	61.6%	67.3%	66.1%	57.7%	61.4%

【表 35】5月末時点未内定者の今後の活動予定【今後の活動スタンス】（弊社:5月モニターアンケートより）

【2003年卒】	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)	32.3%	41.7%	15.7%	36.9%	23.5%
「職種」の幅を広げる(変える)	25.2%	23.3%	27.5%	22.5%	33.3%
「企業規模」の幅を広げる(変える)	12.7%	18.3%	7.8%	13.1%	9.8%
今まで通り進める	46.9%	38.3%	56.9%	47.5%	45.1%
活動しない	11.2%	15.0%	7.8%	8.8%	17.7%

【2002年卒】	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%

昨年と比べて際立って伸びているのが、文系男子の「活動しない」という答えの高さである。【表 35】
 今年は6月に日本で初めてのサッカーワールドカップが開催されることもあり、短期的に活動を中止する、という学生が昨年以上に多いことも考えられる。

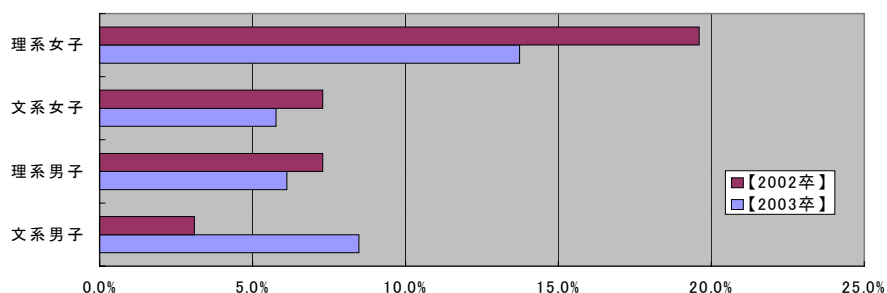
しかし「このまま終了する」という明確な層も倍以上に伸びており、予想以上に厳しい活動に早々と就職をあきらめてしまった学生が昨年以上に多いことがうかがえる。【表 36】 16P でも述べたが、これは学卒未就職の問題とも密接に関連しており、今後これらの層に対していかに就労観を育成し得るかがポイントとなってくるだろう。

【表 36】5月末時点未内定者の今後の活動予定【活動を続ける時期】（弊社:5月モニターアンケートより）

【2003卒】	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
納得いくまでとことん	39.1%	42.4%	38.8%	40.4%	31.4%
8月までには終わりたい	36.2%	35.6%	32.7%	37.2%	37.3%
10月までには終わりたい	5.4%	6.8%	4.1%	5.1%	5.9%
年内には終了させたい	11.8%	6.8%	18.4%	11.5%	11.8%
もう疲れたので終了する	7.6%	8.5%	6.1%	5.8%	13.7%

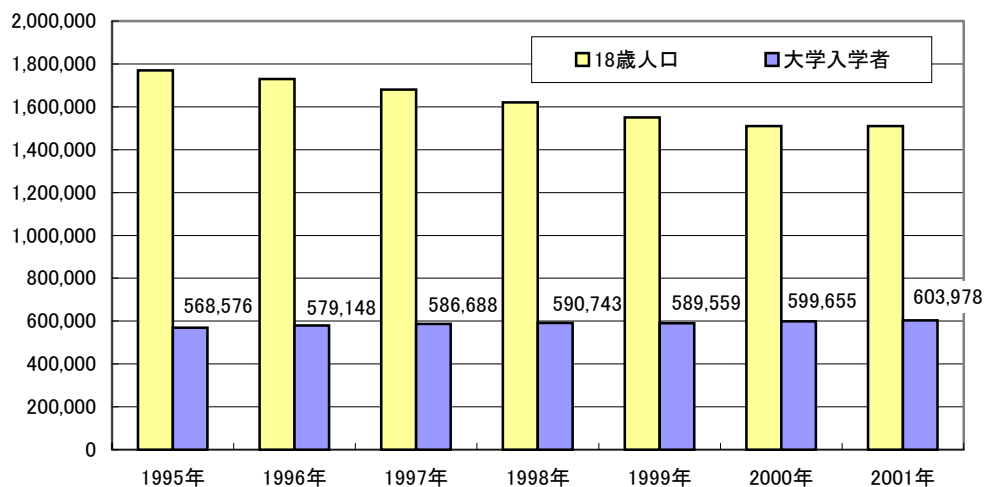
【2002卒】	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
夏(盆前)まで	37.8%	33.9%	48.8%	39.1%	29.4%
後期授業が始まるまで	8.9%	9.2%	12.2%	9.5%	3.9%
年内一杯まで	18.2%	27.7%	14.6%	15.6%	17.7%
3月まで	26.8%	26.2%	17.1%	28.5%	29.4%
活動しないで終了	8.3%	3.1%	7.3%	7.3%	19.6%

【未内定で就職活動を終了】



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、18歳人口の減少にも関わらず2001年4月の大学入学者数は史上初めて60万人の大台を突破した。【表37】

【表37】18歳人口と大学入学者の推移（文部科学省：学校基本調査より）



学生の二極化、全体的な質の低下が問題化しはじめてすでに数年が経つ。この間、企業側はより質の高い人材の確保を大前提に、採用活動を先鋭化させてきたと言えるだろう。インターネットの積極的な活用も、コンピテンシー採用やインターンシップなどの新しい流れも、最終的にはすべてその1点を目的としている。

また、新卒採用でどうしても人材を確保できない場合、早々に見切りをつけて中途採用に切り替える企業は今後ますます増えていくことが明らかである。

現状ではこのような企業側の動きに対して、意識が高い一部の学生・大学を除いてはまだ認識が十分ではないようにも思える。

21世紀という新しい時代を迎え、新卒を採用すること／新卒で就職すること、の意味が改めて問い直されているようだ。

【採用におけるインターネット利用の変遷】

デジタルデータによる採用業務の効率化、情報のオープン性の確保、最新情報への更新性など、従来のツールでは実現できなかった機能をもとに、インターネットによる採用活動はここ数年で完全に定着した。

ホームページでの情報掲載、就職情報サイトからのエントリー受付、といった部分からスタートした採用活動におけるインターネット活用は、学生のパソコン保有率が80%を越えた現在、新たな広がりを見せ始めている。

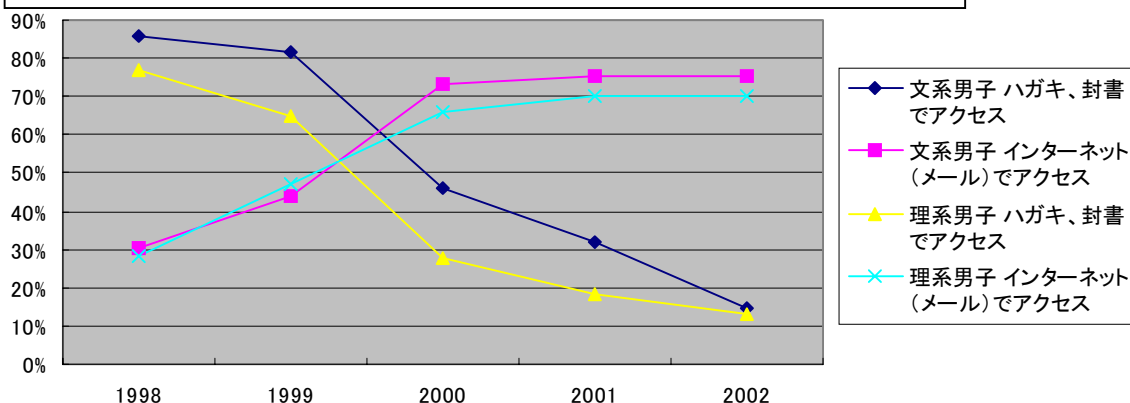
本項では、活用事例などをもとに簡単にインターネット活用の現在をレポートする。

【就職情報サイト ～学生の利用状況に変化～】

弊社が「Career Space」という名称で新卒向け就職情報サイトを開設したのは1995年。その当時はエントリーシステムも整備されておらず、簡単な企業情報・採用情報の掲載と企業ホームページへのリンクといった簡素なものだった。企業ホームページにしてもまだ保有率は低く、JPNIC（社団法人日本ネットワークインフォメーションセンター）に登録されているco.jpドメインは1995年4月1日時点で1,547件に過ぎなかった。（2002年4月1日時点：233,971件）

その後、就職情報サイトはインターネット業界の中でも非常に早い時期からエントリー受付システムなどを急速に発達させていく。また、家庭へのパソコン普及の広がり、大学でのパソコン導入もあり、採用・就職活動のためのツールは、一気にインターネット主体へと動き始めた。学生が企業にエントリーする際のツールとしては、2000年に初めて、インターネットでのアクセスがそれまで主流だったハガキ・封書でのアクセスを上回った。【表1】

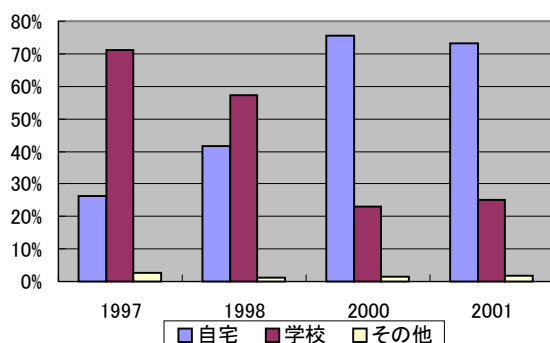
【表1】企業へのアクセスツールの推移（弊社：モニターアンケートより）



この動きに合わせ、弊社でも98年から99年にかけて「Career Space」から「マイキャリア」へ、翌年の99年から2000年にかけては現在の「毎日就職ナビ」と名称を変更し、学生個別画面やインターネットDM配信などのさまざまな機能を装備していった。

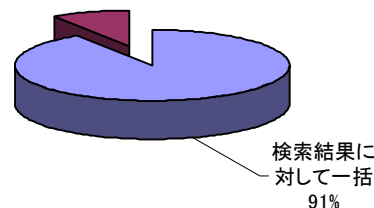
しかし、1998年頃までは学生側のパソコン普及率も低く、就職活動にインターネットを利用する場所としては「学校」がメインだった。【表2】 一人が使用できる時間の制限や通信速度の遅さといった環境面に加え、企業研究には就職情報誌の利用が高く、就職情報サイトは一括エントリーを中心とした「企業へのエントリーツール」としての利用が大多数を占めていた。【表3】

【表2】インターネットの利用場所【各年12月時点】



【表3】1999年モニター：就職情報サイトからのエントリー方法

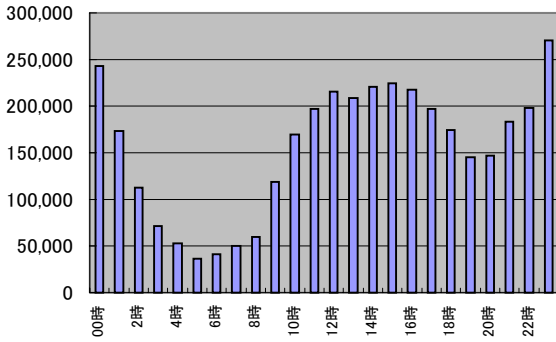
企業ごとの情報を吟味して
9%



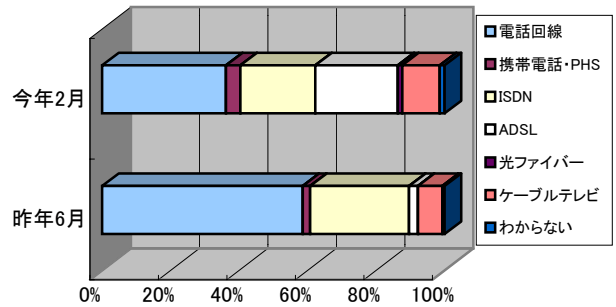
その後、学生へのパソコン普及は国内の普及率を大幅に上回るペースで進み、2000年には就職活動におけるインターネット利用の場所は「自宅」が70%を超えた。

自宅での利用が高まるにつれ、電話料金が安くなる深夜の時間帯から就職サイトにアクセスする傾向が高くなり、「ふくろう（夜中）の就職活動」といった言葉も聞かれた。【表4】またISDNやケーブル、昨年から急速に加入者が増加しているADSLなどにより自宅からのアクセス環境も格段に向上してきている。【表5】

【表4】就職情報サイトへの時間帯別アクセス

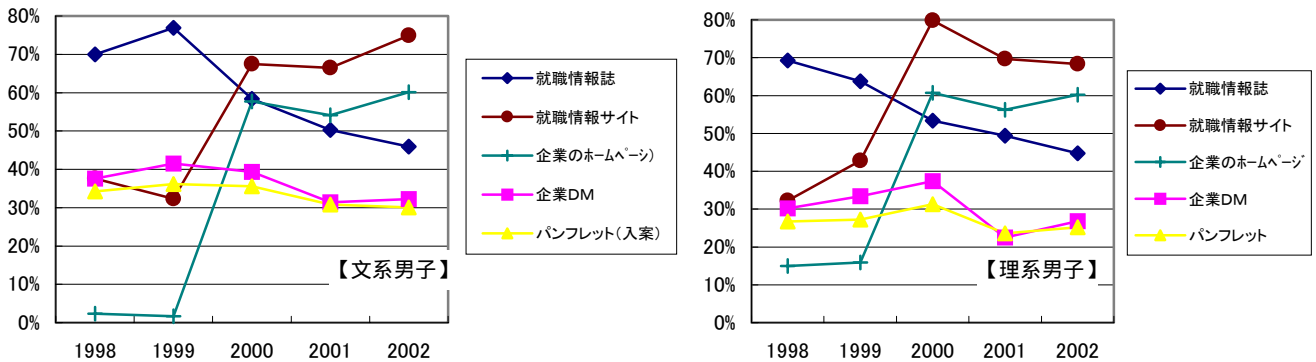


【表5】自宅の回線環境

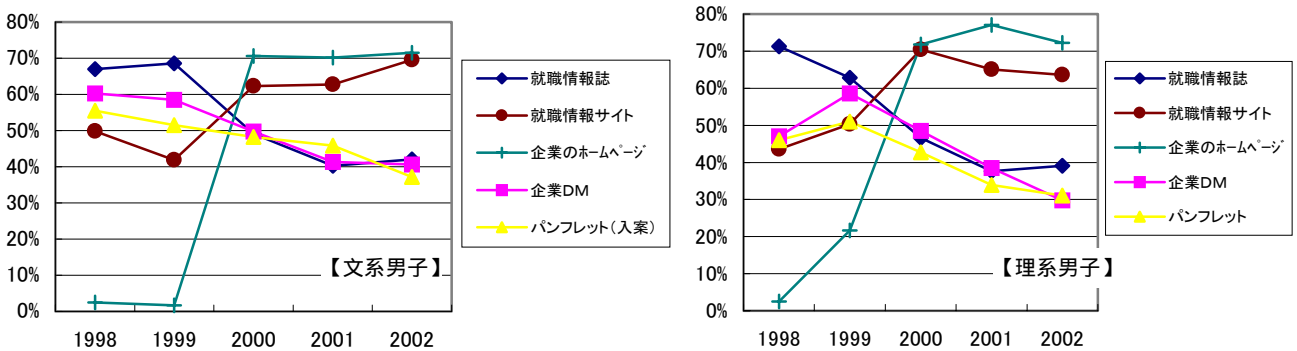


利用環境の変化に伴い、インターネットによる就職活動にも変化が現れ始めた。ひとつは、これまで就職情報誌が果たしてきた業界・企業研究ツールとしての機能がインターネットに代替されたことである。弊社モニターによる過去5年（毎年2月の男子学生）の業界研究・企業研究ツールの推移を見ると、2000年を境に就職情報サイトと就職情報誌の比率が入れ替わっていることがわかる。【表6・7】 業界研究ツールとしては3年連続で就職情報サイトがトップとなり、企業研究においても利用度は年々高まって、トップの企業単独ホームページに匹敵するような状況となってきている。

【表6】業界研究に利用しているツール（弊社：2月モニターアンケートより）



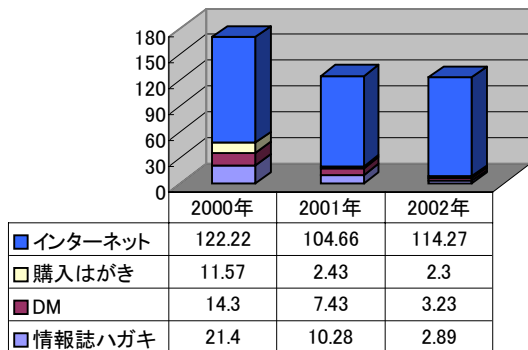
【表7】企業研究に利用しているツール（弊社：2月モニターアンケートより）



就職情報サイトに掲載されている膨大な企業情報を学生側が恣意的に閲覧できる環境が整い、インターネットはあらゆる場面で学生の就職活動に欠かせないツールとして完全に定着したと言える。

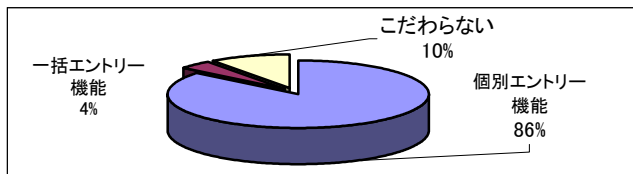
一方、インターネット環境の成熟により、学生一人あたりの企業エントリー数が減少する傾向が昨年より顕著になってきた。昨年は就職環境が徐々に好転したこともあり、学生の楽観傾向がエントリー数の減少に影響を与えたと考えられる。しかし、「厳しい」と言われ続けている今期の就職活動においても、学生一人あたりのエントリー数は昨年同様伸びていない。【表 8】

【表 8】11月～5月での企業エントリー数の推移
(弊社：モニターアンケートより)

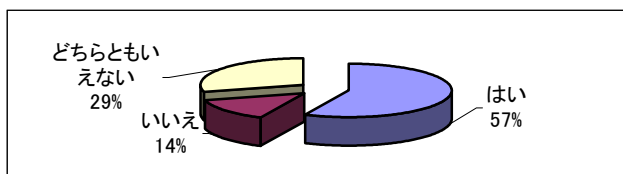


エントリー総数が伸びない理由としては、安定志向、大手志向の高まりによる一部企業へのエントリー集中、早期化の中でエントリー企業を適正数に絞っている、などの要因も考えられる。しかし数年前と比べて学生が就職サイトを利用してエントリーする際のスタンスが大きく変わってきていることも強く影響しているようだ。21 ページ・【表 3】で示したように、1999 年頃まで就職情報サイトからのエントリーは、検索一括エントリーという使われ方が主流だった。ところが今年のモニターによると、86%の学生がエントリーの際は個別エントリー機能を主に利用していた。【表 9】また、個別エントリーをする際に企業情報をよく読んでからエントリーを決めるかという問いには 56.9%の学生が「はい」と回答している。【表 10】

【表 9】就職情報サイトからのエントリーの際、主に利用する機能 (弊社：4月モニターアンケートより)



【表 10】個別エントリーの際、企業情報をよく読んでからエントリーを決めるか? (弊社:4月モニターアンケートより)



この流れは、就職活動の大部分をインターネットに頼り、ネットからの情報収集が当然となったこと、しかも環境的に成熟した結果の必然であろう。就職情報サイトは従来の「エントリーツール」としての機能に加え、「企業研究ツール」として機能し始めているようだ。

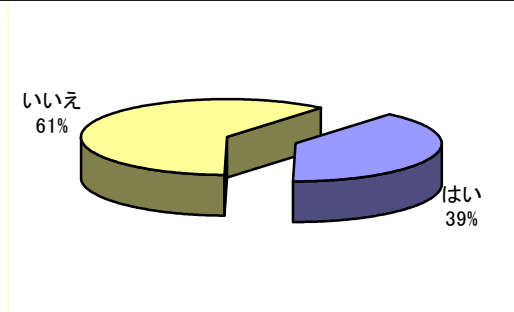
では、学生達は就職情報サイトにどのような情報を求め、なにを基準にエントリーを決定しているのだろうか？モニターに「個別エントリーする際、何を基準にしているか」を聞いたところ、「事業内容の詳細」が圧倒的に多数だった。これに「職種別の詳細情報」・「採用スケジュールやフロー」と続く。【表 11】逆に、エントリーの際にこれらの情報が不足していたため、結局エントリーをしなかった経験を持つ学生は 39%もあった。【表 12】

エントリーの主導権を学生が握っている現在、学生が求める情報をきちんとした形で表現し、更新していくことが就職情報サイト内での差別化にもつながっていくようだ。

【表 11】エントリーの際、基準にする情報 (弊社：4月モニターアンケートより)

事業内容が詳しく表記されている	82.6%
職種別に詳細な情報が表記されている	65.1%
採用スケジュールや採用の流れが表記されている	51.3%
OB・OG情報が掲載されていて働く姿が見える	35.3%
給与や福利厚生について詳しく表記されている	34.3%
社風が判りやすく表現されている	32.2%
採用する際のポイントが詳しく表記されている	26.4%
教育制度やキャリアパスなどの情報が詳しく表記されている	24.5%
働く地域ごとの情報が詳しく載っている	19.7%

【表 12】掲載情報が不足してエントリーをやめた経験があるか? (同左)



就職活動において今後ますますインターネットへの依存は高くなっていくだろう。反面、情報の取捨選択ができない学生、バーチャルな活動で満足してしまう学生などが問題化している。また、情報のオープンさや手軽なエントリーが、大手企業志向、有名企業志向を助長しているとも考えられる。このような現状を踏まえて、今後どのような情報を発信していくかが今後の就職情報サイトにも問われ始めているのではないだろうか。

【WEB上での採用試験 ～効率化と応募者底上げ～】

ここ2年程、従来の筆記試験や適性試験をWeb上で実施する企業が大手を中心に現れ始めた。

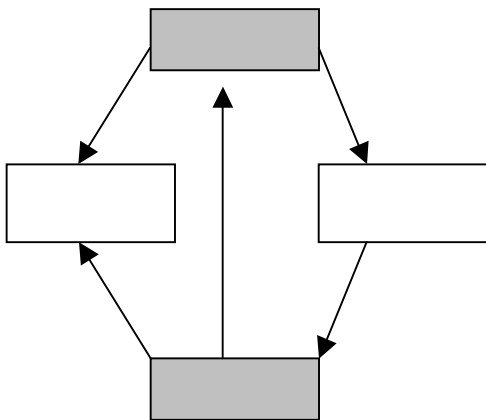
このインターネットを利用した試験は、採用業務の効率化（会場の手配、受付や試験官の手配の軽減、採点の手間の軽減、低コスト化など） 受験者層の拡大（時間的・空間的制約からの解放）を目的に導入されるケースが増えている。

昨年、マイクロソフト社など数社が実施したが、今回は東芝やフジテレビ、KDDI、三菱地所、アクセンチュアなどが次々に導入を開始した。

厳しい環境下で効率化を求められる採用業務と、少数の優秀層を取り込むための受験者拡大という背反する要件を満たすこの手法は、今後ますます拡大する可能性が高い。

ここでは参考までに一般的な実施フローと、実施する上でよく挙がる質問などを例として挙げてみた。

【一般的な実施フロー】



学生が就職サイトから A 社にエントリー
 A 社は就職サイトからエントリー学生データをダウンロード
 A 社にて学生に Web 試験用の ID とパスワードを採番
 のうえ、就職情報サイトの通信機能を使って学生に連絡
 【ID、パス、Web 試験を実施する日程、試験を公開する URL など】
 Web 試験用のサーバーに ID とパスをセット。（委託されたテスト業者）
 学生は A 社指定の期間内に決められた URL にアクセス。ID とパスを入力して試験画面へ。 解答入力後、送信して終了。

WEBテスト導入企業（順不同）

株式会社ワーナーミュージック・ジャパン KDDI株式会社 株式会社東芝 松下電工株式会社 三菱地所株式会社など

実施にあたってのFAQ

Q) 替え玉受験は防げるのか？

A) 実質的には不可能。しかし、採用の初期選別という段階であれば、ある程度は無視できる範囲とも考えられる。その後の選考段階で、替え玉受験者はそれ相応の実力を見抜かれるであろうし、万一最終的に内定を勝ち得る人材であれば、仮に替え玉受験で初期選別をクリアしてきた人であっても相応の力があつたと判断できるからである。

Q) パソコンの操作に不慣れな学生が不利になるのでは？

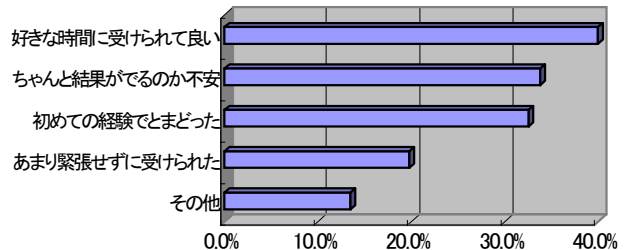
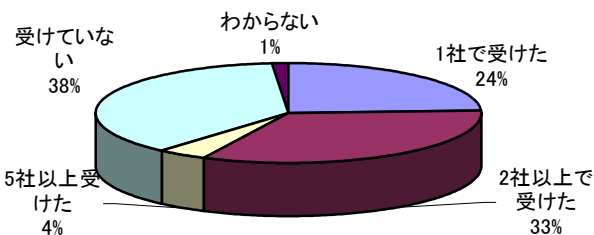
A) パソコンの操作に不慣れという段階で、今後のビジネス社会においてハンディがあると考えられる。その意味ではその段階で一種のスクリーニング機能を持つといえる。

Q) 送信ボタンを押す前に何度かやり直せるので、きちんと能力が測れないのでは？

A) 送信ボタンを押さない限り学生は何度でもやり直すことが可能だが、問題は都度膨大な設問データベースから任意選択されるため、まったく同じ問題になることはほとんどあり得ない。また、設問の難易度バランスは均等になるように設計されているので、各人が異なる問題を受験しても偏差値計算が可能になる。

【上記FAQ：日本SHL社より提供】

【表13】Webでの受験経験と受験した感想（弊社：5月モニターアンケートより）



【Webを活用した内定者管理 ～早期決着による問題の顕在化～】

ここ数年の採用早期化の中で多くの企業にとって、内定者管理をどうしていくかが課題となりつつある。

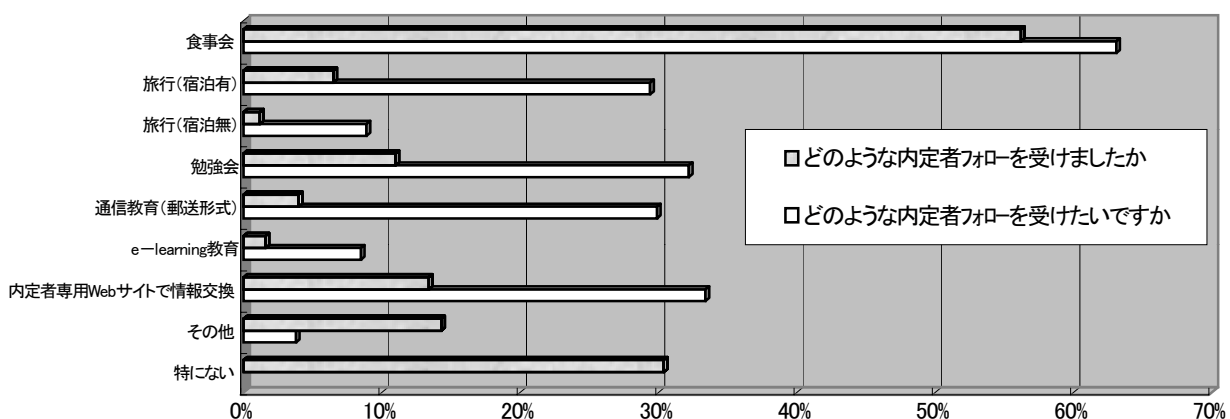
早ければ入社1年前の4月には内々定者を抱え、モチベーションの維持や定期的な連絡に相当の労力を割いている企業も多い。また早期戦力化を兼ねて、通信教育などを実施する企業も増えているようだ。

このような中、学生のパソコン保有率83%（弊社12月モニターアンケート）というネット環境の充実を背景に、インターネットを活用した内定者管理が注目を集め始めた。

代表的な使われ方としては、内定者同士のBBS（Web上でお互いの意見交換などが可能な電子掲示板）が挙げられる。内定者同士のコミュニケーションツールを確保し、人間関係を強固にすることで辞退者等が出にくい環境作りが期待できるようだ。実際に、内定者同士が活性化して自分たちでオフ会（ネット上のコミュニケーションが実際に行う会合）を開き、人事のフォロー作業が軽減したなどの事例も報告されている。

近年、ネット上の掲示板は多岐にわたり学生も利用し慣れているせいか、モニターアンケートでも「受けたい内定者フォロー」として「食事会」に次いで「内定者同士の情報交換サイト」の要望が高かった。【表12】

【表14】内定者フォローについて（弊社：2001年8月モニターアンケート/02卒者対象より）



また、郵送していたフォローツールを内定者限定サイトで公開したり、レポートの受付などに活用することで、事務作業の軽減を図る企業も増えているようだ。

【Webを利用した内定者管理の導入事例】

1. 社内報の郵送を廃止し、PDFデータで公開（旅行）
2. 5年間の成長プラン作成のための計画書を掲示（金融）
3. 次年度学生に向けた「先輩内定者が語る就職秘話」を公募しエントリー学生にメールマガジンとして配信（メーカー）
4. 内定者向け連載コンテンツ「スーパービジネスパーソンが語る」を配信（通信）
5. 事業部長リレーメッセージを配信（ソフトウェア）
6. 院生学生のみをグループ化し「研究テーマ詳細」項目を設置（メーカー）
7. 就職活動実態調査アンケートの回答スペースとして利用（メーカー）
8. マーケティングレポートをグループで取りまとめる際のディスカッション画面として利用（通信）
9. 採用ホームページを内定者が制作する「WEBコンテンツミーティング」のディスカッション画面として利用（フードサービス）

また、インターネットの双方向性を活かしての教育研修も注目を集めている。すでにアメリカではビジネス系のe-learningを中心に、急速な勢いで広がりを見せている。社員教育が企業競争力の確保のために重要であることが自明とされ、効率的なe-learningの導入が急増しているのだ。

日本では、新卒一括採用という独特のシステムのもと、内定者フォローも兼ねた導入事例も増えている。入社前にワード、エクセルといったソフトの習熟や、ソフト系企業ではシスアドやC言語、ネットワークなどの資格試験の受講をさせるケースがみられる。

採用・就職活動の入り口として始まったインターネットの利用だが、わずかな年数の間に機能も役割も劇的な進化を遂げてきた。今後、企業と学生のより深いコミュニケーションをどのような形で実現していくのか、それによって就職・採用活動がどう変化していくのか。単なるツールを超えたインターネットの行く末を今後とも見守りたい。

第2章 2002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61P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、153万人とピーク時に比べ約50万人少なく、少子化の影響が表れている。これに対して、近年の大学進学率の増加により2002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約59万人となり増加傾向をたどっている。この進学比率を過去と比較すると1960年代には20%の進学率であったのに対して、50%を超える数字ということになる。【表1・2】

また、大学院への進学数も上昇し、昨年より2,200人多い7.2万人となった。【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1.1万人減の13万人。短大生の就職難に加え、短期大学の入学者数の減少が、就職難の悪化に拍車をかける恐れがある。【表1・2】

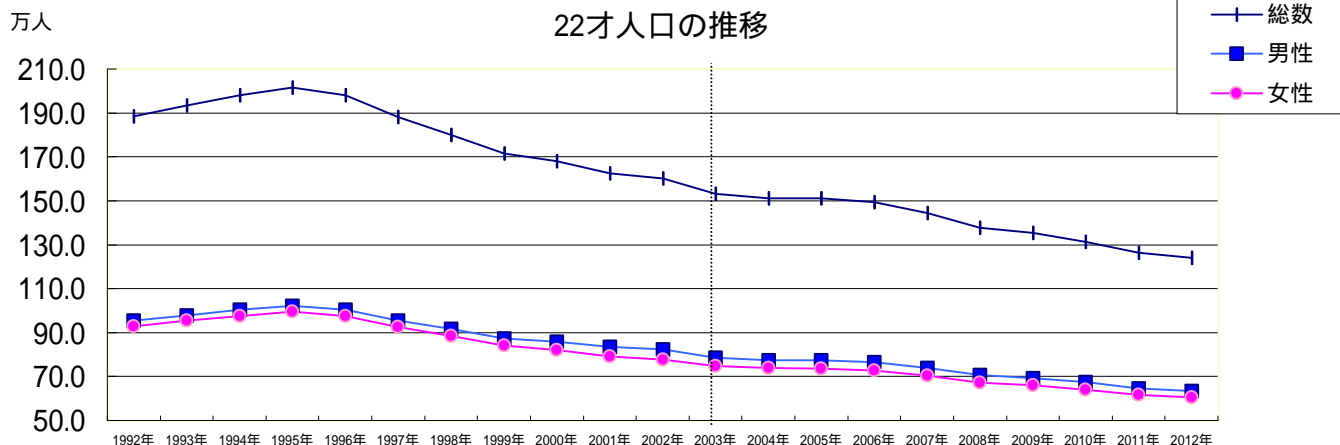
人口の推移

(単位：万人)

	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
総数	188.4	193.3	198.0	201.7	197.9	188.1	180.0	171.5	168.1	162.5	160.0	153.1	151.0	151.0	149.4	144.3	137.8	135.3	131.4	126.2	124.0
男性	95.5	97.9	100.4	102.1	100.5	95.6	91.6	87.4	85.9	83.5	82.4	78.4	77.3	77.3	76.6	73.9	70.7	69.2	67.4	64.6	63.4
女性	92.9	95.4	97.6	99.6	97.4	92.5	88.4	84.1	82.2	79.1	77.7	74.7	73.8	73.7	72.8	70.4	67.1	66.0	64.1	61.6	60.5

【表1：総務庁「国勢調査2000年」より】

22才人口の推移



大学等入学者数の推移

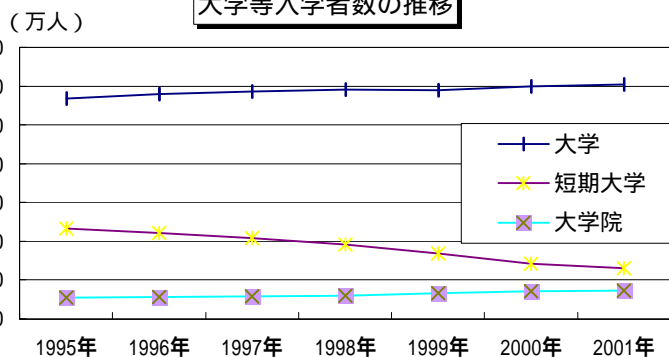
(単位：万人)

	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
2001年	603,978	130,246	72,561

【表2：文部科学省「学校基本調査資料」より】

【網掛け部は2003年卒業予定者】

大学等入学者数の推移



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。厳選採用の流れの中で、学部卒のレベル低下を感じている人事担当が多いことや、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為だが、この流れは今後ますます強まると予想される。

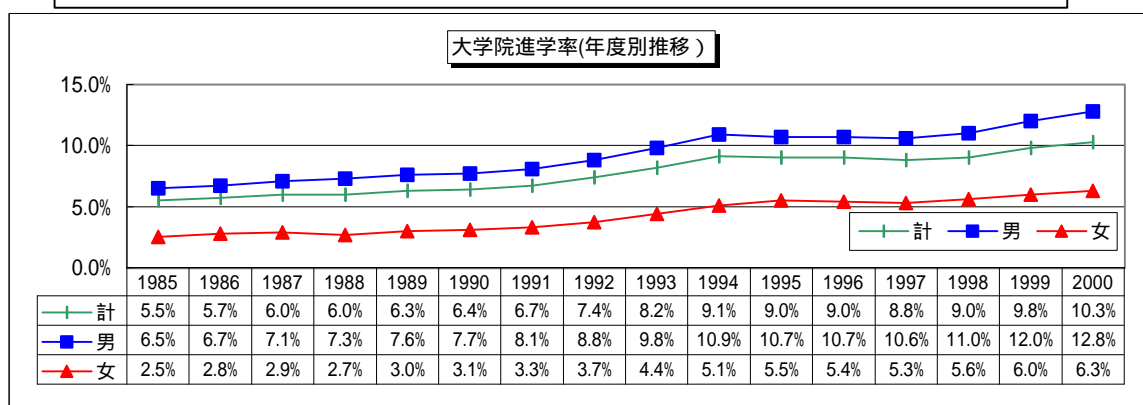
学生もここ数年の就職難を受け、大学院への進学率が年々緩やかに上昇してきており、2000年度では、初めて進学率が全体で10%、進学者数で7万人を超えた。【表1・2】 不本意な就職をするよりも、院への進学・海外への留学で自分のキャリアを磨くという傾向が強まっているようだ。

進学系統の内訳は工学系が高く、進学者全体の41.3%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71%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65%となり、就職希望者は約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13年度学校基本調査」より】

平成13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	126,725	72,561	72,925	42,300	6,192	3,585	47,608	26,676
男	89,545	52,748	53,246	31,543	3,944	2,339	32,355	18,866
女	37,180	19,813	19,679	10,757	2,248	1,246	15,253	7,810

【表2：文部科学省「平成13年度学校基本調査」より】

平成13年度大学院専攻別入学者数

	合計	国公立	私立	入学比率
工 学	30,003	20,558	9,445	41.3%
理 学	6,273	4,921	1,352	8.6%
教 育	5,541	4,773	768	7.6%
農 学	3,877	3,406	471	5.3%
社会科学	10,357	3,409	6,948	14.3%
人文科学	5,481	2,126	3,355	7.6%
保 健	4,146	2,521	1,625	5.7%
その他	6,883	4,171	2,712	9.5%
合計	72,561	45,885	26,676	

【表3：文部科学省「平成13年度学校基本調査」より】

平成13年度大学院卒業者の進路

	合計	進学	就職	就職率
計	60,635	9,201	39,496	65%
国立	36,347	6,317	24,710	68%
公立	2,679	419	1,745	65%
私立	21,609	2,465	13,041	60%

【表4：文部科学省「平成13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	71%
6大学クラス	20%
関東国公立	46%
関西国公立	45%
他国公立・東	32%
日東駒専	17%
早慶クラス	50%
他国公立・西	41%
関関同立	41%
関西私大1	16%

【表5：朝日新聞「大学ランキング2002」より】

新卒採用市場

今年5月、厚生労働省がまとめた「平成15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10%（昨年15%）・理科系で10%（昨年18%）と、いずれも増加傾向にあった昨年に比べマイナスに転じた。

一方、「減らす」と回答した企業は、文科系で13%（昨年9%）、理科系で13%（昨年8%）と増加し、雇用減少の傾向がはっきりと出た結果となった。【表1】

この結果は弊社調査（2003年採用動向調査：45P参照）の結果とも合致し、新規採用ニーズの減少傾向を裏付けている。

「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43%（昨年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55%（昨年47%）と圧倒的に高くなっている。次ページ【表1】

やはり、文系は売上に直結する営業部門を中心に、理系はIT社会におけるインフラ整備の必要性も含めての採用という色合いが濃いようだ。

「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50%を超え、

学歴、産業、平成15年新規学卒採用予定者数の対前年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	10% (15%)	28% (30%)	13% (9%)	49% (46%)
	5産業計	10 (15)	27 (30)	14 (9)	49 (46)
	建設業	6 (9)	19 (30)	21 (12)	55 (49)
	製造業	8 (13)	27 (31)	16 (10)	50 (46)
	運輸・通信業	4 (16)	24 (25)	8 (4)	64 (55)
	卸売・小売業, 飲食店	14 (19)	31 (28)	11 (8)	44 (45)
	金融・保険業	8 (20)	38 (24)	9 (6)	45 (50)
	不動産業	14 (20)	25 (31)	18 (7)	42 (42)
	サービス業	13 (13)	31 (35)	12 (7)	44 (44)
大学卒 【理科系】	調査産業計	10% (18%)	28% (28%)	13% (8%)	49% (46%)
	5産業計	10 (18)	28 (29)	13 (8)	49 (45)
	建設業	11 (16)	22 (29)	19 (14)	48 (42)
	製造業	10 (22)	30 (31)	16 (9)	44 (39)
	運輸・通信業	3 (10)	20 (25)	5 (1)	72 (64)
	店	10 (15)	27 (22)	7 (7)	55 (56)
	金融・保険業	4 (14)	32 (23)	7 (2)	57 (61)
	不動産業	8 (15)	30 (31)	11 (7)	51 (46)
	サービス業	13 (15)	32 (33)	11 (6)	44 (45)
高専卒 ・ 短大卒	調査産業計	6% (11%)	23% (24%)	11% (8%)	60% (56%)
	5産業計	6 (11)	23 (24)	12 (8)	60 (57)
	建設業	3 (8)	16 (21)	17 (10)	64 (61)
	製造業	5 (12)	20 (25)	15 (9)	60 (53)
	運輸・通信業	3 (8)	23 (21)	2 (3)	72 (68)
	卸売・小売業, 飲食店	6 (10)	31 (23)	7 (8)	55 (59)
	金融・保険業	6 (12)	27 (28)	9 (7)	58 (53)
	不動産業	4 (7)	21 (34)	8 (2)	68 (58)
	サービス業	8 (12)	26 (25)	11 (7)	55 (56)

【表1：厚生労働省「平成14年労働経済動向調査結果速報」より】

(注) 1. 数値は「平成14年、15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13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

複数回答(%)

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	12%	3%	8%	43%	20%	10%	16%	1%	10%	4%
	5 産業計	12	3	8	42	21	11	17	1	9	4
	建設業	11	-	-	22	44	-	44	-	11	-
	製造業	8	-	5	45	24	8	11	-	18	5
	運輸・通信業	17	-	-	33	17	17	33	-	-	17
	店	12	7	5	56	21	14	9	-	-	5
	金融・保険業	-	-	-	60	10	-	-	-	30	-
	不動産業	25	-	-	42	42	8	8	-	17	8
サービス業	20	3	23	17	11	11	34	3	11	-	
大卒 理科系	調査産業計	13%	12%	55%	9%	22%	7%	8%	-	4%	4%
	5 産業計	14	12	56	8	22	7	8	-	4	4
	建設業	5	5	24	-	62	14	14	-	5	10
	製造業	9	16	80	2	20	4	4	-	4	-
	運輸・通信業	50	-	-	-	-	-	25	-	25	-
	店	12	12	32	32	16	12	4	-	-	8
	金融・保険業	-	-	25	75	-	-	-	-	-	-
	不動産業	17	-	-	17	67	-	33	-	-	-
サービス業	26	6	44	3	18	6	18	-	6	9	
高専・短大卒	調査産業計	16%	2%	29%	14%	19%	15%	11%	-	11%	5%
	5 産業計	16	2	30	13	20	15	11	-	11	6
	建設業	-	-	-	-	60	-	20	-	-	20
	製造業	17	4	46	-	21	4	8	-	21	4
	運輸・通信業	25	-	-	-	25	50	25	-	-	-
	店	14	-	21	43	14	21	7	-	-	7
	金融・保険業	17	-	-	33	17	17	-	-	17	-
	不動産業	50	-	50	-	-	-	-	-	-	-
サービス業	18	-	24	12	12	24	18	-	6	6	

【表1：厚生労働省「平成14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

複数回答 (%)

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・派遣労働者への代替	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%	51%	5%	6%	12%	5%	2%	1%	9%	5%
	5 産業計	22	51	5	6	12	6	1	1	8	5
	建設業	19	63	9	3	13	-	-	-	9	-
	製造業	31	53	4	4	9	3	1	-	8	6
	運輸・通信業	8	75	-	-	17	8	-	-	-	8
	店	9	38	6	9	9	16	3	-	13	6
	金融・保険業	-	58	-	8	8	-	8	-	25	8
	不動産業	7	53	-	20	-	7	-	-	20	7
サービス業	12	42	6	12	24	6	-	6	6	3	
大卒 理科系	調査産業計	23%	54%	7%	3%	11%	6%	1%	2%	10%	3%
	5 産業計	24	54	7	3	11	6	1	2	9	3
	建設業	32	55	8	-	8	-	-	3	8	-
	製造業	25	54	8	3	11	5	-	2	9	4
	運輸・通信業	14	71	-	-	29	14	-	-	-	-
	店	18	47	6	6	6	12	6	-	12	-
	金融・保険業	-	71	-	-	-	-	14	-	29	-
	不動産業	13	63	-	13	-	13	-	13	25	-
サービス業	17	50	7	-	13	10	3	7	13	7	
高専・短大卒	調査産業計	17%	55%	6%	5%	9%	4%	7%	1%	13%	5%
	5 産業計	18	55	6	6	9	5	5	1	12	5
	建設業	12	62	4	4	12	-	-	-	15	4
	製造業	24	52	8	6	11	2	3	2	12	5
	運輸・通信業	-	67	-	-	-	33	-	-	-	-
	店	7	60	7	-	7	20	7	-	13	-
	金融・保険業	-	60	-	-	-	-	40	-	30	-
	不動産業	-	75	-	-	-	-	-	-	25	-
サービス業	12	56	4	12	4	4	16	4	12	16	

【表2：厚生労働省「平成14年労働経済動向調査結果速報」より】

第3章 2002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3章に掲出しているデータは、「2002年度大学生の就職意識調査」「2003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61Pをご覧ください。



就職希望度・就職観

【就職希望度】

厳しい就職環境の中で、「なにがなんでも就職したい」という就職希望度は文系男子を除く各カテゴリーで若干アップした。

また、4.5人に1人は「希望先でなければ就職しなくともよい」と回答。その場合の進路としては、「進学」が最も多くあげられた。文系女子で「進学」が「フリーター」を上回ったのは、2年前に同項目調査開始以来、初めて。

【就職観】

例年どおり「楽しく働きたい」がトップ。1990年に同項目の調査開始以来、理系男女で12年、文系女子で11年、文系男子で8年連続となった。しかし就職環境の悪化を反映してか、昨年より全カテゴリーでポイントが減少している。

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

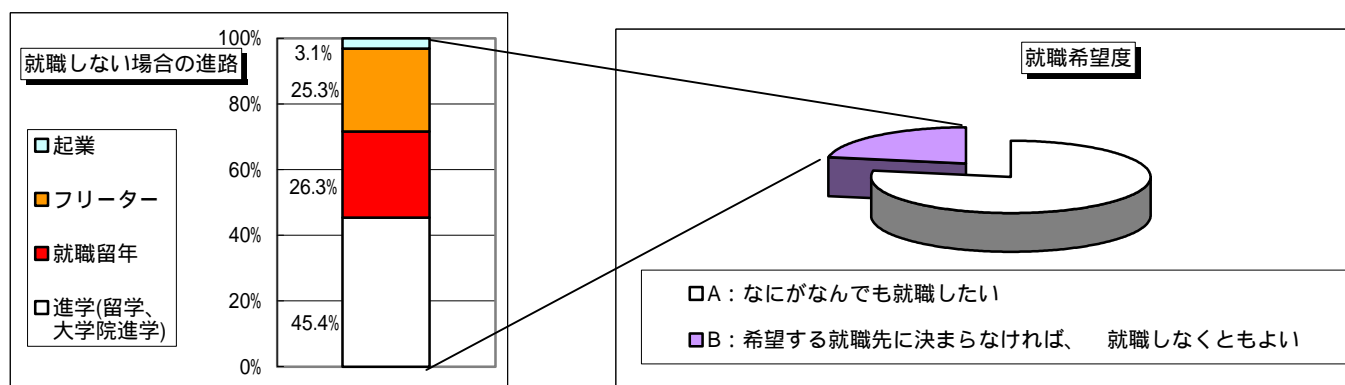
	合計		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比		昨年比
A：なにがなんでも就職したい	77.8%	1.4%	77.9%	-0.4%	78.8%	3.3%	77.9%	1.3%	74.8%	2.6%
B：希望する就職先に決まらなければ、就職しなくともよい	22.2%	-1.4%	22.1%	0.4%	21.2%	-3.3%	22.1%	-1.3%	25.2%	-2.6%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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)	45.4%	2.0%	36.4%	-2.2%	65.1%	5.6%	40.3%	6.1%	54.1%	-5.5%
就職留年	26.3%	2.5%	37.0%	5.2%	18.1%	-0.2%	24.3%	0.7%	18.6%	3.8%
フリーター	25.3%	-3.9%	21.4%	-2.5%	13.4%	-4.2%	33.8%	-6.2%	25.0%	0.4%
起業	3.1%	-0.4%	5.1%	-0.6%	3.4%	-1.3%	1.6%	-0.6%	2.3%	1.2%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002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	29.4%	-4.0%	24.8%	-5.9%	24.1%	-3.6%	34.6%	-2.6%	32.4%	-3.8%
個人の生活と仕事を両立させたい	22.1%	1.1%	23.1%	2.3%	21.2%	0.7%	21.9%	0.4%	22.0%	1.2%
自分の夢のために働きたい	16.3%	-0.4%	16.3%	0.1%	18.6%	-1.1%	15.7%	0.3%	13.6%	-4.5%
プライドの持てる仕事をしたい	14.0%	0.0%	14.3%	-0.3%	14.4%	-0.2%	13.0%	-0.6%	16.3%	3.9%
人のためになる仕事をしたい	9.8%	1.9%	10.0%	2.3%	10.3%	1.3%	9.4%	1.7%	9.7%	2.2%
社会に貢献したい	5.1%	1.4%	6.5%	1.8%	7.1%	1.9%	3.2%	0.7%	4.7%	1.6%
収入さえあればよい	1.8%	0.2%	2.0%	-0.2%	2.6%	1.8%	1.5%	0.1%	1.0%	-0.4%
出世したい	1.6%	-0.1%	3.2%	0.0%	1.9%	-0.1%	0.6%	-0.1%	0.4%	0.4%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年度就職意識調査」より】

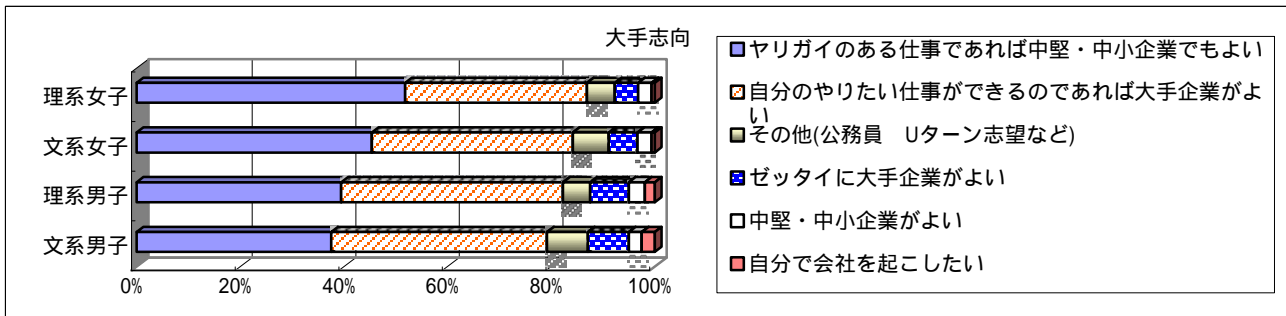
大手志向の高まり

昨年高まりを見せた「大手企業志向」（「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」と「ゼットイに大手企業がよい」を合わせた比率）は、文系男女で若干の上昇。理系男子のみ僅かに減少を見せるも50%台をキープし、ほぼ昨年並みの結果となった。
近年の大手企業を中心とするオープンセミナー（採用に直結しない自由参加型セミナー）の早期開催などが、学生の就職意識の形成に少なからず影響していると思われる。

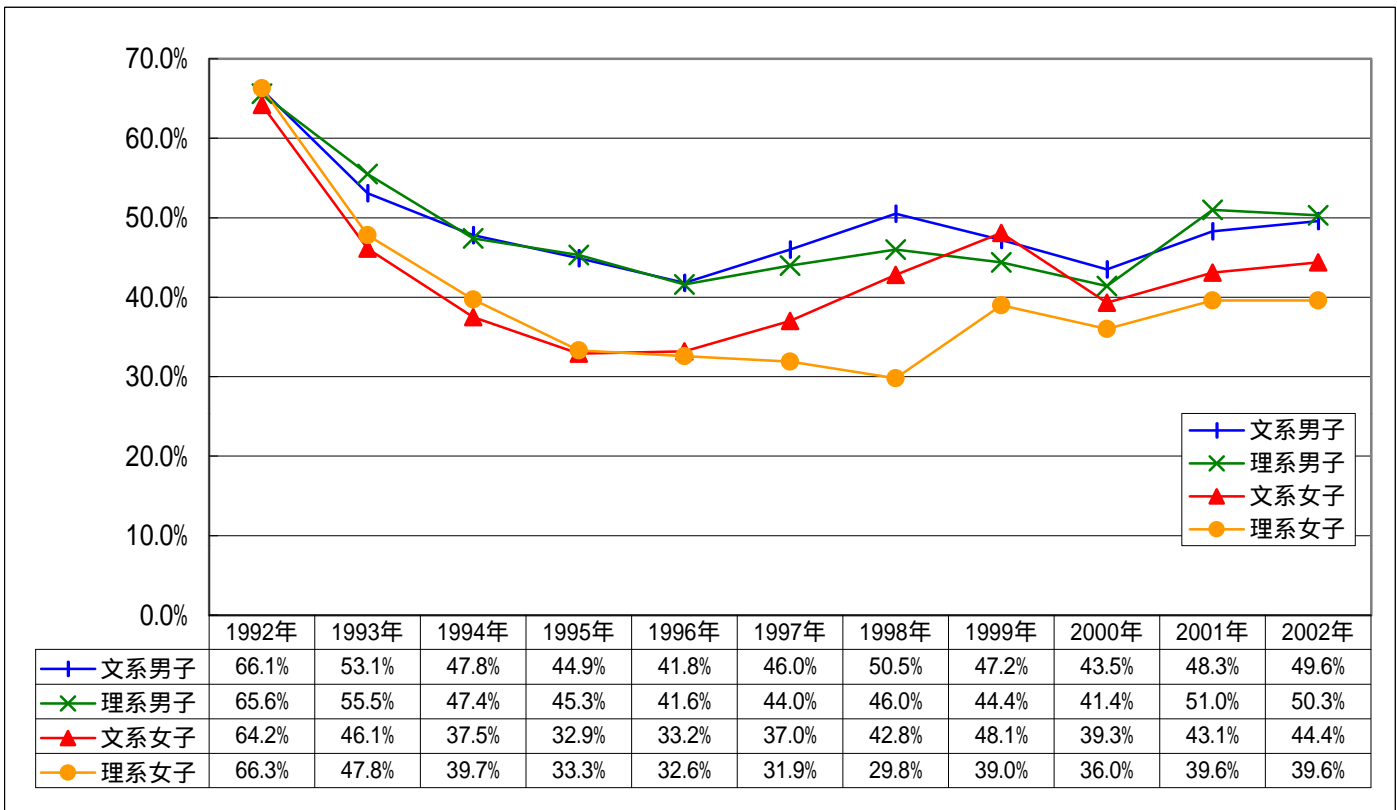
大手志向か中堅志向か？

	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	42.5%	-0.6%	37.6%	-1.6%	39.5%	1.2%	45.4%	-1.4%	51.8%	2.5%
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	40.1%	1.0%	41.7%	1.6%	42.8%	-0.4%	38.8%	1.3%	35.1%	-0.5%
その他(公務員 Uターン志望など)	6.7%	-0.4%	7.9%	-0.2%	5.2%	-0.6%	6.9%	-0.1%	5.4%	-1.2%
ゼットイに大手企業がよい	6.6%	0.0%	7.9%	-0.3%	7.5%	-0.3%	5.6%	0.0%	4.5%	0.5%
中堅・中小企業がよい	2.7%	-0.1%	2.5%	0.0%	3.1%	0.3%	2.7%	0.0%	2.6%	-1.3%
自分で会社を起こしたい	1.4%	0.1%	2.5%	0.6%	1.9%	-0.4%	0.6%	0.0%	0.6%	0.0%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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「2002年度就職意識調査」より】

会社選択のポイント

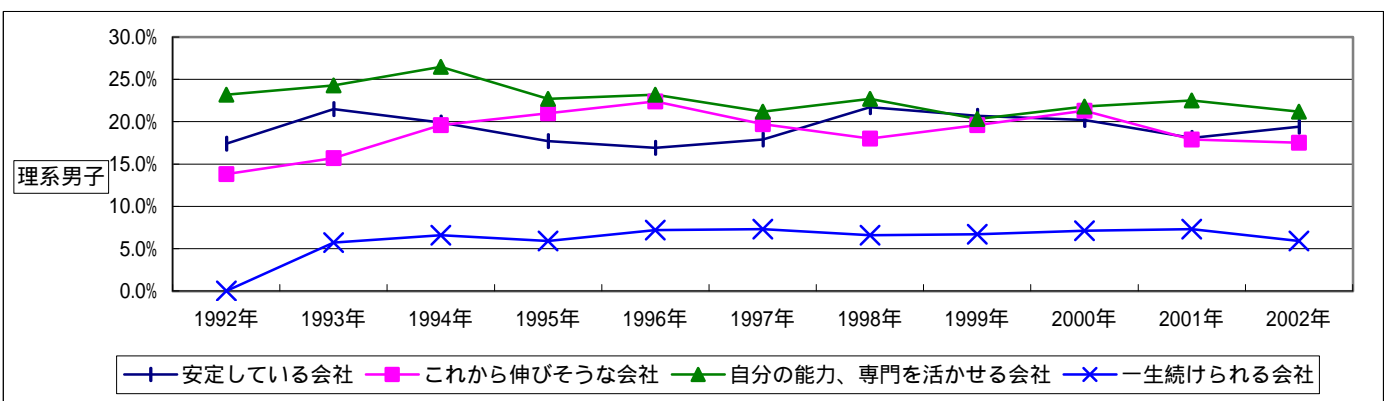
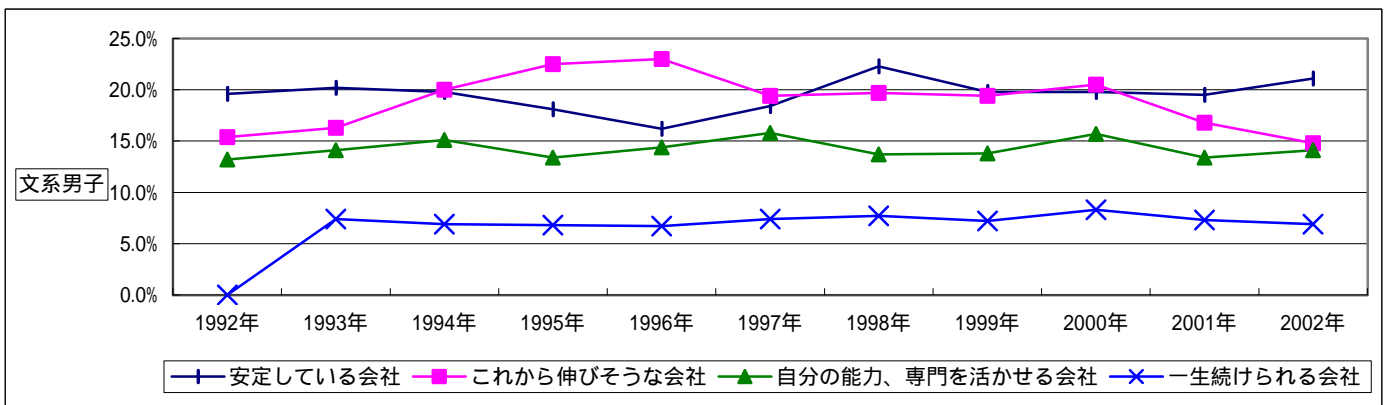
会社選択のポイントとしては調査開始以来、一貫して「自分のやりたい仕事ができる会社」がトップに。続いて「働きがいのある会社」が多く選択されるのは例年と同じで、会社に入って自分に何が出来るのかということに選択のウエイトを高く持っている。

「安定している会社」、「社風が良い会社」などが全カテゴリーで昨年より上昇。昨年大きく減少した「これから伸びそうな会社」は、さらにポイント減。全カテゴリーで「安定している会社」が「これから伸びそうな会社」を上回った。長引く不況の中で、学生の就職先に対する安定志向が高まっている模様。

	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%	0.0%	42.0%	0.5%	45.2%	-3.8%	48.4%	1.0%	51.6%	1.7%
働きがいのある会社	23.3%	1.7%	26.4%	2.6%	22.9%	0.4%	22.0%	1.9%	19.5%	-0.1%
安定している会社	19.6%	1.4%	21.1%	1.6%	19.4%	1.3%	19.4%	0.7%	16.0%	3.1%
自分の能力、専門を活かせる会社	15.5%	-0.1%	14.1%	0.7%	21.2%	-1.3%	12.5%	-0.1%	20.8%	-1.3%
社風が良い会社	13.9%	1.9%	9.6%	0.9%	7.0%	1.1%	19.8%	2.6%	16.4%	4.6%
これから伸びそうな会社	12.4%	-1.0%	14.8%	-2.0%	17.5%	-0.4%	8.5%	-0.3%	10.9%	-2.4%
給料のよい会社	8.0%	-0.2%	10.4%	1.0%	10.3%	2.1%	5.9%	-1.7%	5.0%	-2.3%
海外で活躍できそうな会社	7.2%	-0.5%	6.4%	-1.2%	6.5%	1.4%	8.7%	-0.6%	5.1%	-1.0%
勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社	7.1%	-1.9%	5.4%	-2.8%	5.5%	-1.0%	8.7%	-1.8%	8.5%	-1.5%
志望業種の会社	6.7%	0.4%	7.7%	0.3%	6.1%	0.2%	6.5%	0.4%	6.0%	1.1%
一生続けられる会社	6.0%	-0.5%	6.9%	-0.4%	5.9%	-1.4%	5.6%	0.2%	5.4%	-1.6%
研修制度のしっかりしている会社	5.8%	0.9%	6.2%	0.2%	7.8%	2.3%	4.0%	0.3%	7.3%	2.2%
親しみのある会社	5.6%	0.3%	4.8%	0.3%	4.3%	0.0%	6.8%	0.6%	5.3%	-0.8%
大学、男女差別のない会社	5.5%	-0.9%	2.6%	-0.2%	2.4%	-0.2%	8.1%	-1.6%	10.0%	-1.2%
休日、休暇の多い会社	4.1%	-0.7%	4.3%	-1.7%	5.0%	0.4%	4.0%	-0.4%	1.9%	-0.9%
転勤のない会社	3.7%	0.1%	3.9%	0.5%	3.2%	-0.3%	3.7%	-0.2%	4.1%	1.1%
いろいろな職種を経験できる会社	3.0%	-0.4%	4.1%	0.1%	2.8%	-1.3%	2.6%	0.0%	1.8%	-1.3%
有名な会社	2.8%	-0.2%	3.7%	0.1%	2.7%	-0.2%	2.5%	-0.5%	1.8%	0.2%
若手が活躍できる会社	2.7%	-0.2%	4.0%	-0.6%	3.1%	0.7%	1.6%	-0.6%	2.2%	1.0%
事業を多角化している会社	0.9%	-0.1%	1.3%	-0.1%	1.0%	-0.2%	0.8%	0.1%	0.4%	-0.2%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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11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49.7%（前年比-4.8ポイント）、「どちらかといえば希望する」と答えた学生が28.2%（前年比+0.9ポイント）。

両者の合計は77.9%と、昨年の81.8%より若干減少した。【表1・2】

出身地就職を希望する理由としては、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」「志望企業があるから」「経済的に楽だから」が減少し、地元での企業選択肢減少の傾向が見て取れる。【表3】

出身地就職希望率では2年連続で「関西地区」が首位の座についた。【表4】

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	希望する	前年比	希望する	前年比	希望しない	前年比	希望しない	前年比	検討中
全体	4.8	49.7%	0.9	28.2%	2.1	11.5%	1.7	4.9%	0.9	5.7%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2003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」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	2002年
地元就職	86.8%	84.7%	83.0%	81.6%	82.7%	81.1%	81.8%	80.5%	90.3%	89.5%
Uターン就職	62.9%	69.0%	71.1%	69.8%	69.6%	65.7%	63.5%	67.3%	74.0%	71.9%
合計	73.1%	77.9%	76.4%	75.2%	75.5%	72.7%	72.4%	73.6%	81.8%	77.9%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2003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」より】

出身地及び地元就職を希望する理由（全体）（複数選択）

	合計		地元		Uターン		Iターン	
	前年比	希望する	前年比	希望する	前年比	希望する	前年比	希望する
出身地(地元)が好きだから	4.4%	56.9%	4.3%	58.8%	6.2%	59.6%	3.9%	18.3%
出身地(地元)に貢献したいから	6.6%	26.2%	8.4%	23.5%	4.9%	31.9%	7.2%	6.1%
親元に近いから	0.9%	22.3%	1.7%	22.4%	0.3%	24.2%	5.0%	6.1%
志望企業があるから	2.9%	16.3%	4.5%	15.6%	1.3%	13.4%	3.0%	45.2%
経済的に楽だから	3.9%	15.9%	3.5%	17.3%	3.4%	15.6%	3.9%	6.1%
知人が多いから	2.4%	11.8%	2.9%	12.7%	1.4%	9.9%	6.9%	19.1%
親と同居したいから	0.6%	11.1%	0.9%	10.0%	0.2%	13.4%	1.8%	2.6%
のんびり暮らせそうだから	1.5%	8.9%	2.2%	8.5%	0.2%	9.1%	1.8%	10.4%
都会がイヤだから	4.1%	8.4%	4.6%	9.0%	3.5%	7.3%	5.5%	12.2%
彼(彼女)がいるから	1.4%	5.9%	1.7%	7.1%	0.6%	2.9%	7.6%	16.5%
ヤリガイがありそうだから	2.1%	4.0%	2.6%	2.9%	1.9%	2.1%	2.6%	29.6%
大手企業があるから	0.8%	3.8%	0.7%	3.2%	0.3%	2.1%	4.2%	20.9%
親が勤めるから	0.4%	3.0%	0.6%	2.6%	0.4%	3.8%	4.4%	-
転職がなさそうだから	0.3%	2.9%	0.6%	3.6%	0.0%	2.0%	0.4%	2.6%
安定しているから	0.7%	2.2%	0.4%	2.5%	0.6%	1.8%	3.2%	3.5%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2003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」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	90.0%
東海地区	87.0%
神奈川地区	84.6%
東北地区	75.2%
九州地区	74.7%
中国・四国地区	73.8%
静岡地区	72.1%
北海道地区	71.8%
千葉・茨城地区	69.7%
北関東地区	67.3%

【表4】

出身地就職を希望する学生の志望業種

順位	業種	全国平均
1	食品	18%
2	銀行	16%
3	公務員	13%
4	商社	11%
5	マスコミ	9%
5	住宅	9%
5	サービス	9%
8	旅行・レジャー	8%
9	ソフトウェア	7%
9	情報・調査・コンサルタント	7%

【表5】

【表4・5：毎日コミュニケーションズ「2003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」より】

就職活動上の不安や不満

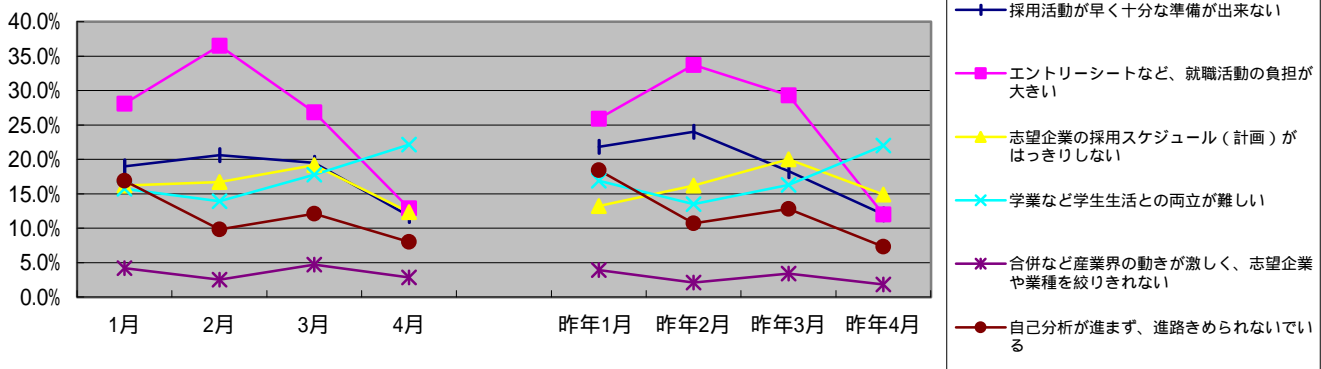
昨年に引き続き、「エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい」という回答が多かったが昨年と比べ2月に集中しているのを見て取れる。また、採用減のニュースが多い為か「合併など産業界の動きが激しく、志望企業や業種を絞りきれない」のポイントが昨年と比較して高くなっている。【表1】
また、4月から回答項目に設定した「本当に内定がもらえるかどうか」を不安材料としてあげた学生は昨年同様、30ポイントにのぼった。特に文系と理系の差がはっきり出ており、理系男子で16.8%に対し、文系男子は26.1%と約10ポイントの開きが出た。【表2・3】

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	19.0%	20.6%	19.5%	11.8%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	28.1%	36.5%	26.8%	12.9%
志望企業の採用スケジュール(計画)がはっきりしない	16.2%	16.7%	19.1%	12.3%
学業など学生生活との両立が難しい	15.7%	13.9%	17.8%	22.2%
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	4.2%	2.5%	4.7%	2.9%
自己分析が進まず、進路きめられないでいる	16.9%	9.8%	12.1%	8.0%
本当に内定がもらえるかどうか	-	-	-	30.0%

【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	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%



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	23.7%	22.7%	23.0%	14.2%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	26.7%	40.4%	26.0%	13.6%
志望企業の採用スケジュール(計画)がはっきりしない	16.8%	16.4%	24.0%	11.9%
学業など学生生活との両立が難しい	14.7%	7.6%	12.0%	16.5%
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	6.0%	3.6%	3.5%	4.0%
自己分析が進まず、進路きめられないでいる	12.1%	9.3%	11.5%	13.6%
本当に内定がもらえるかどうか	-	-	-	26.1%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002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	15.9%	14.1%	15.7%	14.5%
エントリーシートなど、就職活動の負担が大きい	23.3%	32.4%	25.2%	13.0%
志望企業の採用スケジュール(計画)がはっきりしない	18.2%	15.9%	16.3%	12.2%
学業など学生生活との両立が難しい	24.4%	25.3%	30.6%	35.1%
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	4.6%	3.5%	4.8%	2.3%
自己分析が進まず、進路きめられないでいる	13.6%	8.8%	7.5%	6.1%
本当に内定がもらえるかどうか	-	-	-	16.8%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOM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・文理男女別
3. セミナー参加状況
4. OB・OG訪問、1次面接受験状況
5. 内々定保有状況
6. 利用しているツール
7. 就職活動終了状況【文系大学クラス別】

第4章に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P61をご覧ください。



就職活動状況・全体（時系列）

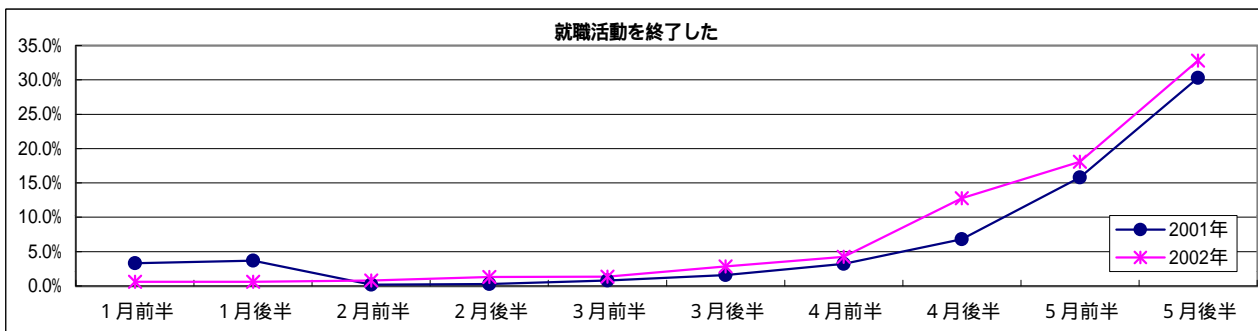
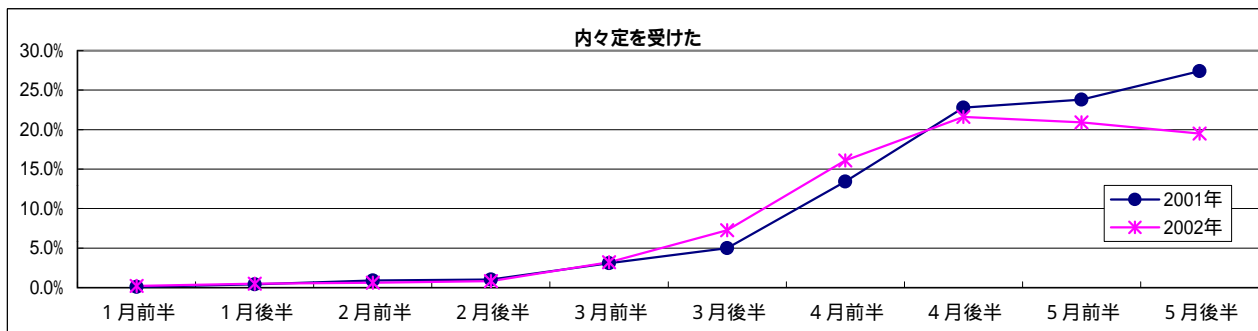
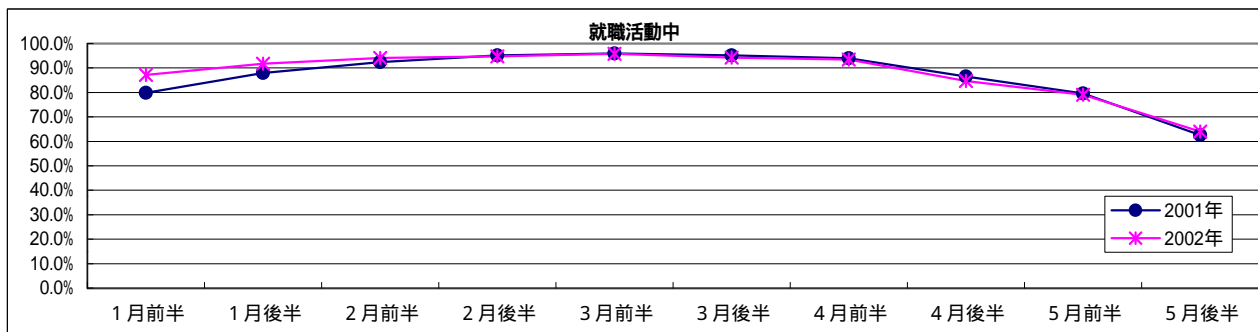
企業の情報公開が早期化している事に加え、景気の先行き不透明感が強まったことから昨年よりも早めの出だしとなった。
 昨年は比較的動きの鈍かった1月の試験の時期においても企業・学生双方とも活動が活発で、早い時期からセミナーに参加するなどの動きが見られた。【表1】【P40・表1】
 その後、2月に入ってから昨年と活動の流れがシンクロするように活動が進み、3月後半から4月後半にかけて昨年より速いペースで内々定が出された事が見て取れる。しかし、そのまま内々定出しが伸びていった昨年に比べ、今期は5月に

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】

就職活動状況【2002年/2001年】

【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%
	2002年	87.2%	91.8%	94.1%	94.7%	95.8%	94.3%	93.4%	84.7%	79.0%	64.0%
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%
	2002年	0.2%	0.5%	0.6%	0.8%	3.2%	7.3%	16.1%	21.6%	20.9%	19.5%
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%	6.8%	15.8%	30.3%
	2002年	0.6%	0.6%	0.8%	1.3%	1.4%	2.9%	4.2%	12.8%	18.1%	32.8%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】



就職活動状況・文理男女別（時系列）

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

		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%
	2002年	89.5%	92.0%	97.0%	98.2%	98.5%	97.5%	95.1%	86.0%	79.6%	63.2%
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%
	2002年	0.0%	0.0%	0.9%	1.3%	5.1%	12.8%	19.9%	26.0%	24.0%	20.2%
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%
	2002年	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	3.9%	11.2%	16.7%	33.0%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】

		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%
	2002年	88.7%	94.3%	96.6%	95.8%	96.5%	96.3%	96.9%	88.7%	82.7%	70.3%
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%
	2002年	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	1.6%	5.3%	14.3%	20.9%	21.8%	20.6%
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%
	2002年	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.7%	0.9%	1.6%	10.0%	15.7%	28.4%

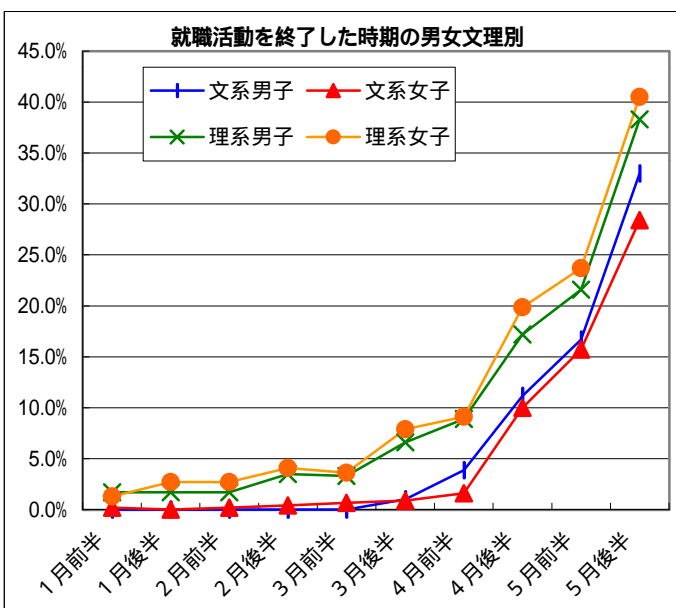
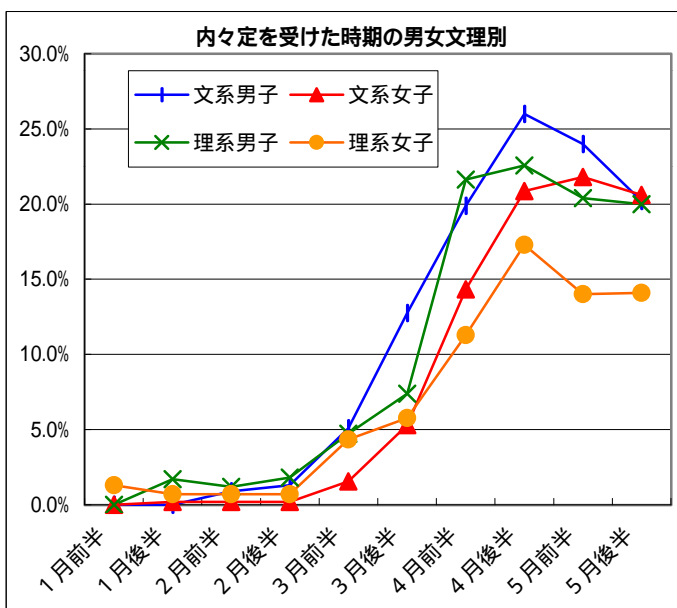
【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】

		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%
	2002年	83.3%	89.3%	88.5%	93.1%	95.4%	91.4%	88.2%	77.6%	74.3%	55.7%
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%
	2002年	0.0%	1.7%	1.2%	1.8%	4.7%	7.4%	21.6%	22.6%	20.4%	20.0%
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%
	2002年	1.7%	1.7%	1.7%	3.5%	3.3%	6.6%	8.9%	17.2%	21.6%	38.3%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】

		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%
	2002年	83.0%	85.4%	87.8%	87.2%	89.9%	86.3%	87.9%	76.3%	71.8%	54.2%
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%
	2002年	1.3%	0.7%	0.7%	0.7%	4.4%	5.8%	11.3%	17.3%	14.0%	14.1%
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%
	2002年	1.3%	2.7%	2.7%	4.1%	3.6%	7.9%	9.1%	19.9%	23.7%	40.5%

【表4：毎日コミュニケーションズ「2002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を時系列として比較すると、年内の11月から2月の前半にかけての参加比率が昨年より伸びていることがわかる。

大手企業のオープンセミナー等の早期開催が定着し、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。学生の中でも二極化が進み、意識の高い学生は早期から直接接触できる企業セミナーには積極的に参加していたことが窺える。

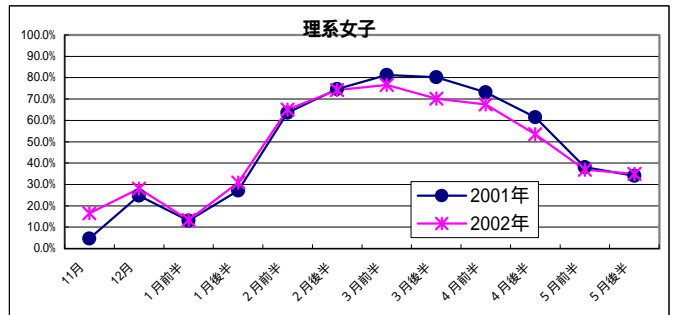
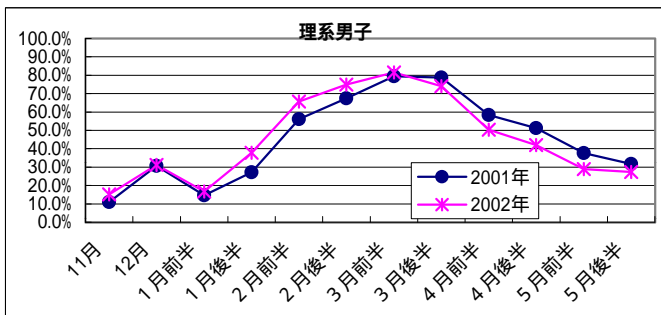
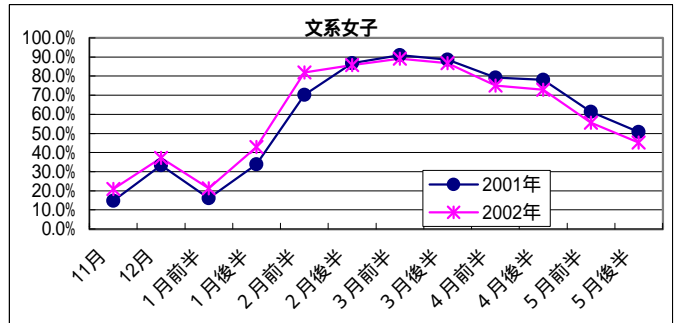
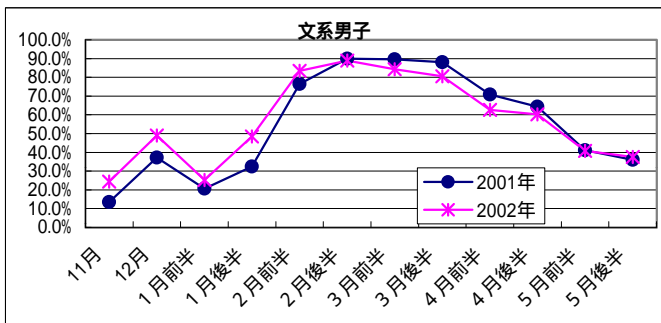
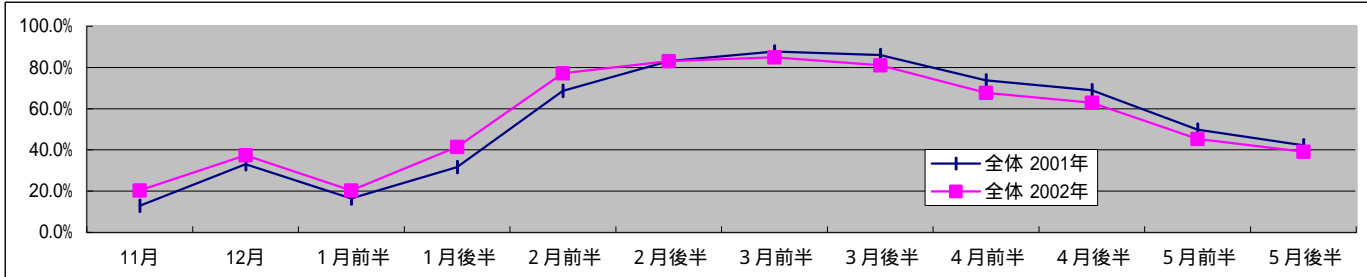
また、自由応募での就職活動が定着してきた理系学生が1月後半から3月前半まで昨年を上回るペースでセミナーに参加しているのが見取れる。IT不況といわれる中、目指す企業への早めのアプローチを行うと共に、早期開催セミナーで肩慣らしをしていたようだ。

セミナー参加のピークは2月後半を境に徐々に昨年を下回っている。ここでも半月ほど速いスピードで採用活動

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】

		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	5月前半	5月後半
全体	2001年	12.9%	33.0%	16.4%	31.7%	68.7%	83.0%	87.8%	86.0%	73.7%	68.9%	49.9%	42.3%
	2002年	20.3%	37.5%	20.3%	41.5%	77.2%	83.0%	85.0%	81.0%	67.7%	62.9%	45.4%	39.1%
文系男子	2001年	13.5%	37.2%	20.7%	32.5%	76.4%	89.9%	89.6%	88.0%	70.9%	64.3%	41.1%	36.0%
	2002年	24.4%	49.0%	25.2%	48.5%	83.4%	88.9%	84.2%	80.6%	62.6%	60.2%	40.9%	37.5%
文系女子	2001年	14.8%	33.3%	16.0%	33.9%	70.2%	86.7%	91.0%	88.6%	79.2%	78.1%	61.3%	50.8%
	2002年	21.0%	37.2%	21.3%	42.8%	81.9%	85.8%	89.1%	86.7%	75.1%	72.9%	55.6%	45.3%
理系男子	2001年	11.0%	30.6%	14.7%	27.2%	56.1%	67.4%	79.5%	78.8%	58.3%	51.3%	37.7%	31.7%
	2002年	15.2%	31.2%	16.8%	37.8%	65.7%	75.0%	81.5%	74.0%	50.4%	42.0%	28.9%	27.3%
理系女子	2001年	4.7%	24.7%	13.0%	27.2%	63.6%	74.6%	81.3%	80.2%	73.1%	61.4%	38.1%	34.1%
	2002年	16.5%	28.0%	13.3%	30.9%	65.1%	74.2%	76.6%	70.2%	67.4%	53.5%	36.9%	34.9%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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】

全体的な傾向として、弊社モニター調査ではOB・OG訪問をする学生の割合が若干ではあるが減少の傾向を示している。しかし、文系・理系共に女子学生においては1月～3月後半にかけて昨年よりも増加しているのが目につく。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。しかし、昨年同様の傾向として、企業研究もおろそ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ている。【表1】

【1次面接】

セミナーの早期開催を受けてか、昨年よりも早い時期に1次面接を受けている学生が増えている。ピークとしては昨年同様、4月前半となっているがその後の受験状況が伸びないことから学生の持ち駒不足に陥る傾向が見受けられる。

【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%
	2002年	5.7%	6.1%	9.8%	11.8%	17.6%	20.8%	24.8%	17.5%	8.4%	7.6%
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%
	2002年	5.8%	9.6%	13.5%	20.7%	36.4%	40.4%	22.6%	15.3%	9.5%	9.4%
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%
	2002年	7.5%	10.9%	12.8%	18.8%	18.2%	22.4%	15.9%	10.0%	7.2%	7.7%
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%
	2002年	4.0%	10.1%	11.1%	17.5%	20.0%	23.5%	23.5%	17.9%	9.8%	8.5%
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%
	2002年	4.0%	5.4%	6.8%	8.9%	7.8%	12.1%	9.9%	9.9%	9.2%	3.9%

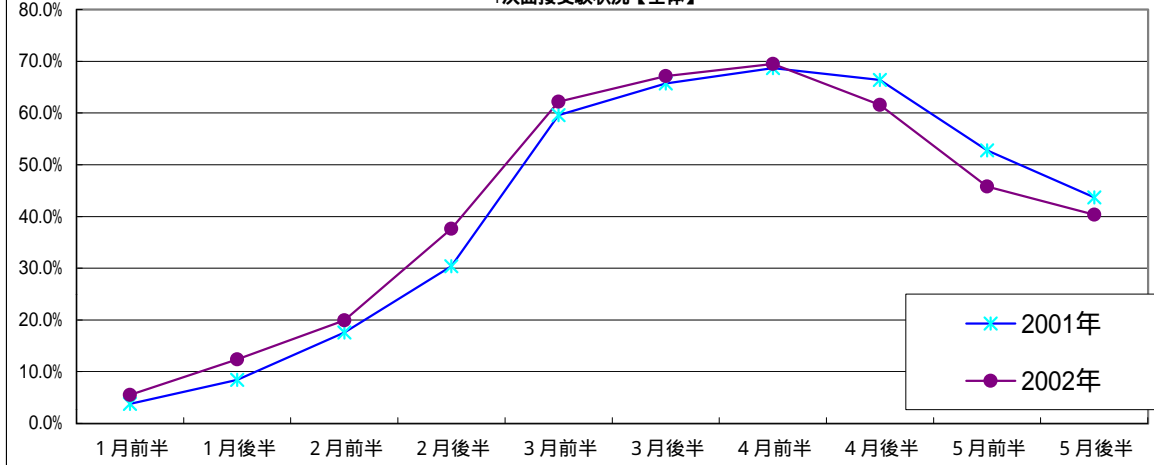
【表1：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】

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%
	2002年	5.5%	12.4%	19.9%	37.6%	62.2%	67.2%	69.5%	61.6%	45.8%	40.3%
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%
	2002年	4.0%	12.7%	27.8%	44.4%	73.1%	75.5%	72.5%	66.9%	48.3%	39.6%
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%
	2002年	3.7%	10.8%	17.0%	37.0%	62.9%	69.5%	72.8%	65.8%	53.9%	46.4%
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%
	2002年	6.9%	17.4%	20.7%	30.4%	55.1%	60.4%	58.2%	48.9%	31.3%	28.8%
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%
	2002年	11.9%	11.3%	16.9%	37.6%	51.8%	55.0%	65.4%	53.1%	32.6%	34.7%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002年度MYCOMモニターアンケート」より】

1次面接受験状況【全体】



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・男女の全カテゴリーで昨年を下回り、厳しい就職戦線を感じさせる。時系列で見ると、3月末時点では昨年より若干早いペースで出ている内々定が、4月末を境に5月末時点で対前年比を割る数字となり早期決着の色合いを思わせる。

特に、文系男子と理系女子の内々定保有率の減少が目につく。文系男子についてはオープン化した採用の流れの中で、女子の優秀さが目につくという企業の声を反映していると思われる。理系女子については化学や数物系の学生の比率が多いことから苦戦を強いられていると予想される。「早期化・短期化」「採用数減少」の中、はっきりと実力主義採用の色

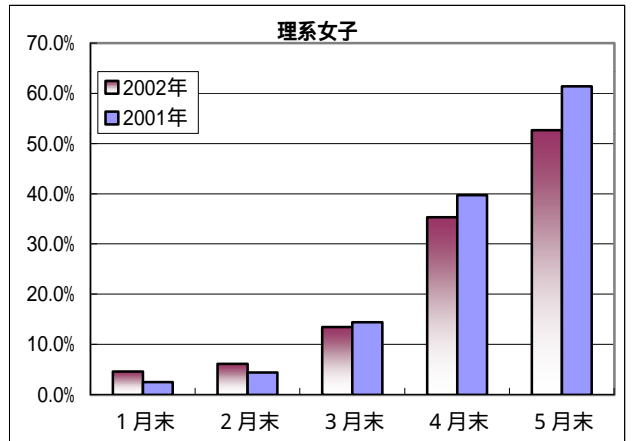
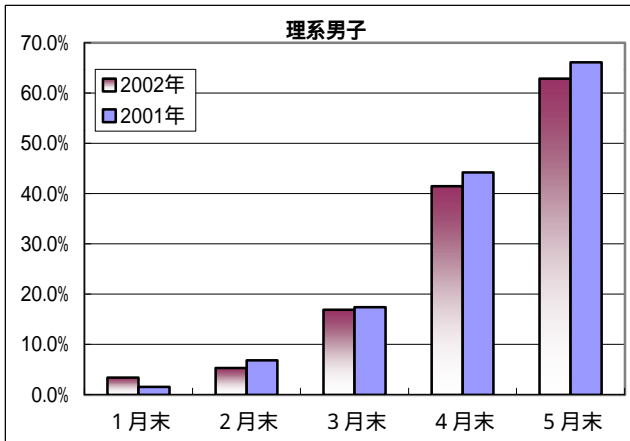
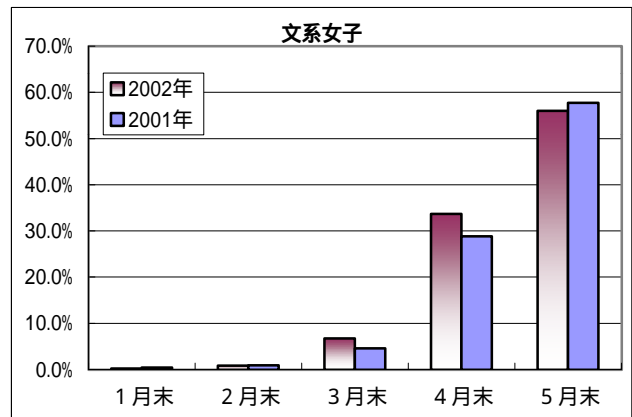
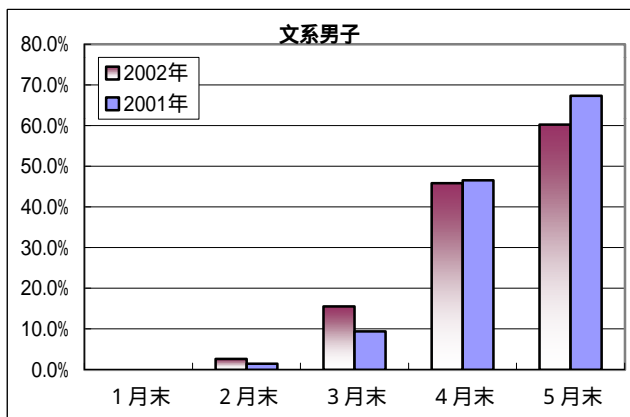
内々定保有状況【2002年/2001年】

【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	対前年比
全体	2001年	0.8%	2.4%	8.9%	36.5%	61.6%	
	2002年	1.3%	2.7%	11.2%	37.6%	57.6%	-4.0%
文系男子	2001年	0.0%	1.4%	9.4%	46.5%	67.3%	
	2002年	0.0%	2.6%	15.5%	45.9%	60.2%	-7.1%
文系女子	2001年	0.4%	0.9%	4.6%	28.8%	57.7%	
	2002年	0.2%	0.8%	6.8%	33.7%	56.0%	-1.7%
理系男子	2001年	1.5%	6.8%	17.4%	44.2%	66.1%	
	2002年	3.4%	5.3%	16.9%	41.5%	62.9%	-3.2%
理系女子	2001年	2.5%	4.4%	14.4%	39.7%	61.4%	
	2002年	4.6%	6.1%	13.5%	35.3%	52.7%	-8.7%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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】

5月末時点で1人当たりが受けた内々定平均社数

昨年同時期

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
5月末時点	1.88	2.13	1.99	1.79	1.62
昨年同時期	1.94	2.23	1.80	1.84	1.91

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002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】

ここ数年の傾向だが、前半戦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。就職サイトのオープン前後に宅配の情報誌が届くことが多く、学生としてはこれらの情報を基に活動をスタートさせるという流れが定着してきている。また、学生にとって早期に届く情報誌は就職活動のノウハウ本としても活用されている。継続的に最も高い数値で推移するのは就職サイトとなっている。昨年と比較しても2.8ポイント上昇し、就職サイトへの依存度が高まっているのを見て取れる。

【企業研究ツール】

個別企業の研究ツールに関しても昨年同様、「企業ホームページ」が最も高い数値を示した。就職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。今年の特徴として、企業研究のツールとして調査をした項目の中で、就職サイト以外のものは全て、対前年より低い平均値を示したことである。これは、就職サイト内での業界研究 企業研究 エントリーまでの一連の流れが学生に定着してきた事が推測される。

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	5月前半	5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%	65.6%	67.0%
	2002年	75.9%	74.0%	78.6%	77.8%	75.2%	73.8%	75.4%	74.1%	74.7%	74.9%	70.4%	72.4%
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%	62.6%	60.1%
	2002年	49.2%	47.2%	54.7%	55.3%	58.3%	57.7%	60.0%	58.9%	59.5%	60.3%	60.7%	61.8%
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%	21.3%	19.6%
	2002年	52.2%	63.8%	62.1%	58.7%	46.9%	42.4%	29.9%	27.3%	23.0%	23.8%	23.3%	21.6%
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%	23.5%	22.7%
	2002年	28.1%	27.2%	24.7%	24.9%	24.7%	25.7%	21.5%	21.9%	19.6%	18.6%	18.8%	18.3%
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%	20.8%	16.5%
	2002年	23.8%	20.7%	17.7%	19.9%	19.9%	21.0%	19.6%	19.2%	19.0%	17.3%	17.5%	17.3%
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%	11.2%	12.8%
	2002年	17.1%	24.7%	28.1%	26.8%	22.9%	23.6%	15.9%	16.2%	10.7%	11.2%	11.1%	11.0%
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%	12.3%	11.2%
	2002年	13.2%	22.3%	23.3%	25.7%	25.0%	24.6%	16.7%	16.7%	14.4%	15.0%	11.4%	12.6%
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%	8.5%	7.5%
	2002年	7.1%	4.3%	2.6%	3.3%	4.2%	4.7%	4.2%	5.1%	3.6%	2.9%	5.0%	5.0%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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	5月前半	5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%	57.4%	59.5%
	2002年	71.9%	66.9%	70.7%	70.9%	69.8%	66.9%	70.0%	68.9%	65.0%	64.1%	60.7%	62.9%
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%	77.0%	77.6%
	2002年	74.2%	69.4%	71.2%	72.5%	74.2%	75.4%	76.1%	75.9%	76.7%	78.0%	76.3%	76.0%
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%	17.7%	15.3%
	2002年	43.8%	54.5%	51.5%	50.3%	38.4%	36.9%	23.7%	22.6%	16.1%	17.1%	16.0%	15.8%
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%	15.2%	14.0%
	2002年	19.5%	21.9%	19.0%	19.3%	18.1%	18.0%	14.4%	14.7%	13.0%	13.3%	11.6%	11.9%
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%	10.9%	11.2%
	2002年	16.0%	16.0%	15.0%	15.5%	14.8%	16.3%	13.7%	14.0%	11.6%	11.2%	11.4%	11.5%
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%	12.6%	14.0%
	2002年	26.0%	37.6%	37.7%	38.2%	32.4%	32.6%	21.2%	20.5%	14.7%	14.7%	12.7%	12.5%
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%	23.7%	23.4%
	2002年	20.4%	34.4%	32.9%	36.7%	35.3%	37.0%	28.2%	28.8%	23.3%	24.8%	20.2%	21.7%
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%	8.1%	9.8%
	2002年	6.0%	3.7%	2.2%	3.4%	4.6%	6.3%	5.4%	6.0%	8.3%	8.3%	6.8%	6.3%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002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開きが生れている。
 やはり旧帝大～六大学クラスまでの偏差値上位校に対する内定保有の比率は高くなっている。
 唯一、前年より落ち込んでいる男子旧帝大クラスの内定保有率が下がっているのはモニタの件数（カテゴリ人数44名）によるところがあると思われるが、いずれにしても早慶クラスと六大学クラスの間には1割、中堅私大クラスとの間に1割とクラス別にはっきりと差が出ている。
 一方で、内定保有状況【P42】でも書いたが、男子と女子の内定保有率に差がつかなくなってきたのも一つの特徴といえるかもしれない。

【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）	33.3%	28.6%	28.6%	71.4%	6.3%	87.6%
	就職活動中（内定あり）	26.7%	28.6%	14.3%		31.3%	
	就職活動を終了した	40.0%	42.9%	57.1%		56.3%	
早慶クラス	就職活動中（内定無し）	53.5%	42.5%	23.7%	72.5%	19.0%	70.7%
	就職活動中（内定あり）	30.2%	30.0%	21.1%		15.5%	
	就職活動を終了した	16.3%	27.5%	55.3%		55.2%	
6大学+国公立 クラス	就職活動中（内定無し）	46.0%	45.8%	35.4%	61.7%	35.0%	61.7%
	就職活動中（内定あり）	40.0%	25.0%	25.0%		31.7%	
	就職活動を終了した	8.0%	22.9%	33.3%		30.0%	
中堅私立大クラス	就職活動中（内定無し）	62.0%	64.3%	49.4%	51.8%	55.6%	41.3%
	就職活動中（内定あり）	31.0%	27.4%	27.1%		30.2%	
	就職活動を終了した	4.2%	3.6%	18.8%		11.1%	

【表1：毎日コミュニケーションズ「2002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）	32.1%	25.0%	18.8%	78.1%	19.1%	71.4%
	就職活動中（内定あり）	28.6%	21.9%	18.8%		14.3%	
	就職活動を終了した	35.7%	53.1%	62.5%		57.1%	
早慶クラス	就職活動中（内定無し）	60.8%	51.0%	37.1%	61.4%	31.6%	61.2%
	就職活動中（内定あり）	28.9%	27.0%	27.8%		25.5%	
	就職活動を終了した	9.3%	19.0%	32.0%		35.7%	
6大学+国公立 クラス	就職活動中（内定無し）	66.0%	60.7%	37.7%	62.9%	42.5%	52.9%
	就職活動中（内定あり）	22.2%	22.9%	27.5%		28.1%	
	就職活動を終了した	9.7%	15.0%	34.1%		24.8%	
中堅私立大クラス	就職活動中（内定無し）	76.1%	69.8%	59.9%	43.6%	53.6%	39.7%
	就職活動中（内定あり）	16.7%	21.2%	23.2%		22.5%	
	就職活動を終了した	6.7%	7.8%	15.8%		17.2%	

【表2：毎日コミュニケーションズ「2002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. 2003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. セミナー開催の時期・導入している採用手法等
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、「2003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P61をご覧ください。



2003年卒者採用予定数の増減

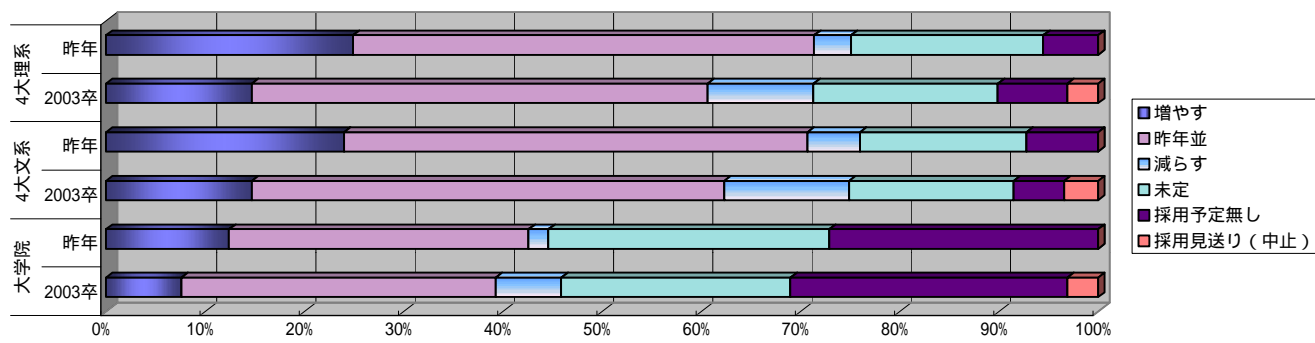
昨年の「02年採用動向調査」から打って変わり、全てのカテゴリーで採用予定数を昨年より「減らす」企業が増加し、「増やす」企業が減少した。【表1】
 採用の増減を製造業/非製造業別に見ると、「増やす」企業の減少、「減らす」+「採用中止」企業の増加が製造業の方でより大きくなっている。ITバブル崩壊の影響が製造業の新卒採用で顕著に現れている。【表2・3】
 また、短大生採用は40%、専門学校生採用は46%、高校生採用は60%の企業が「予定無し」または「採用見送り」と回答しており、依然として厳しい状況が続いている。【表4】

採用予定数の昨年比増減【全体】

【表1：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

	大学院		4大文系		4大理系		短大		専門学校		高等学校	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
増やす	7.6%	12.4%	14.7%	24.0%	14.7%	24.9%	6.8%	8.4%	5.8%	6.1%	1.6%	3.5%
昨年並	31.7%	30.2%	47.7%	46.7%	46.0%	46.5%	22.6%	27.2%	21.3%	24.6%	13.7%	20.1%
減らす	6.6%	2.0%	12.6%	5.3%	10.7%	3.7%	5.2%	2.9%	4.5%	2.7%	3.2%	2.3%
未定	23.1%	28.3%	16.6%	16.8%	18.6%	19.4%	25.1%	28.6%	22.5%	27.3%	21.8%	23.8%
採用予定無し	27.9%	27.1%	5.1%	7.2%	7.0%	5.5%	35.3%	32.9%	40.3%	39.3%	54.5%	50.3%
採用見送り(中止)	3.1%	-	3.4%	-	3.1%	-	5.1%	-	5.6%	-	5.2%	-

院生・大学生の採用予定昨年比率



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】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
増やす	7.6%	12.4%	9.4%	16.0%	6.6%	10.6%	6.8%	16.5%	8.1%	9.8%
昨年並	31.7%	30.2%	39.9%	35.1%	27.0%	27.7%	35.8%	36.3%	29.4%	26.3%
減らす	6.6%	2.0%	9.1%	0.9%	5.2%	2.6%	9.5%	2.1%	5.0%	2.0%
未定	23.1%	28.3%	25.2%	31.1%	22.0%	26.8%	28.0%	25.3%	20.4%	30.1%
採用予定無し	27.9%	27.1%	12.8%	16.9%	36.6%	32.3%	14.5%	19.8%	35.5%	31.8%
採用見送り(中止)	3.1%	-	3.7%	-	2.7%	-	5.4%	-	1.7%	-

【表3：4大文系・理系】

	文系					理系				
	全体	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	14.7%	15.4%	14.3%	10.3%	17.1%	14.7%	14.5%	14.8%	9.3%	17.7%
昨年並	47.7%	48.2%	47.4%	41.1%	51.4%	46.0%	48.0%	44.8%	45.4%	46.3%
減らす	12.6%	11.5%	13.2%	12.3%	12.8%	10.7%	10.9%	10.6%	14.2%	8.7%
未定	16.6%	18.4%	15.6%	22.9%	13.1%	18.6%	20.7%	17.4%	23.2%	16.1%
採用予定無し	5.1%	2.6%	6.4%	7.6%	3.6%	7.0%	2.6%	9.4%	3.3%	9.0%
採用見送り(中止)	3.4%	3.9%	3.1%	6.0%	2.0%	3.1%	3.3%	3.0%	4.6%	2.2%

【表4：短大・専門学校・高校】

	短期大学				専門学校				高等学校			
	店頭公開	未上場	製造業	非製造業	店頭公開	未上場	製造業	非製造業	店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	3.7%	8.6%	2.7%	9.0%	3.4%	7.2%	2.4%	7.7%	1.4%	1.8%	1.4%	1.7%
昨年並	19.1%	24.5%	15.0%	26.7%	15.4%	24.6%	12.0%	26.5%	13.2%	14.1%	15.5%	12.7%
減らす	3.3%	6.3%	2.7%	6.6%	3.7%	4.9%	3.1%	5.3%	4.1%	2.7%	5.5%	1.9%
未定	27.8%	23.6%	29.4%	22.7%	24.8%	21.2%	28.7%	19.1%	28.4%	18.0%	33.1%	15.4%
採用予定無し	40.5%	32.3%	42.7%	31.2%	46.6%	36.7%	46.4%	37.0%	47.6%	58.4%	36.6%	64.5%
採用見送り(中止)	5.7%	4.8%	7.5%	3.8%	6.0%	5.3%	7.5%	4.5%	5.4%	5.1%	7.9%	3.7%

【表2~4：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

質と量に関する採用方針 他

2003年卒採用に臨む方針を聞いたところ、院生採用から高校生採用まですべてのカテゴリーで「質重視」という回答が大勢を占めた。

特に院生採用、4大生採用ではいずれも「徹底して質を重視する」企業と「量よりは質を重視する」企業で90%以上に達し、これに「特定のスキルを重視する」企業を加えるといずれも95%を超える。【表1・2】

また短大生、専門生、高校生採用のカテゴリーでも、上記3項目のいずれかを選択した企業の割合は90%を超えていた。

新卒採用にあたって企業が学生に求めるハードルは高くなっており、採用数自体の減少に加えて学生側には厳しい就職活動が展開されそうだ。

また多数の企業が一部の優秀層を求めるあまり、活動の早期化や特定学生への重複内定などのケースが目立つようになってきている。その反映か2003卒の採用環境をどう感じているか聞いたところ、採用予定数を減らす企業が多いにも関わらず、85%以上の企業が「厳しくなる」という回答だった。

この傾向は上場・店頭公開企業群のほうが未上場企業群より強く、優秀層獲得をめぐる大手間の競争が激化していることが窺

採用方針・採用環境の印象・採用基準等

採用方針【全体】

	平均	大学院	4大文系	4大理系	短大	専門学校	高等学校
徹底して質を重視	41.1%	51.7%	44.6%	44.8%	36.6%	35.6%	33.5%
徹底して量を重視	0.8%	0.6%	0.9%	0.6%	1.2%	0.8%	0.8%
量よりは質を重視	48.0%	39.0%	48.3%	47.6%	52.9%	45.3%	54.8%
質よりは量を重視	3.8%	2.6%	3.9%	3.2%	4.1%	4.5%	4.4%
特定のスキルを重視	5.7%	5.8%	2.1%	3.4%	4.6%	12.8%	5.2%
特定の大学を重視	0.6%	0.4%	0.1%	0.4%	0.5%	1.0%	1.2%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2003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	上場・店頭公	未上場	製造業	非製造業	全体	上場・店頭公	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	44.6%	45.3%	44.2%	48.0%	43.0%	44.8%	47.1%	43.5%	50.0%	41.8%
徹底して量を重視	0.9%	0.7%	1.0%	1.6%	0.6%	0.6%	0.0%	0.9%	0.4%	0.7%
量よりは質を重視	48.3%	48.9%	48.0%	45.2%	49.9%	47.6%	47.4%	47.7%	45.2%	49.0%
質よりは量を重視	3.9%	2.5%	4.6%	2.4%	4.6%	3.2%	1.5%	4.2%	1.5%	4.2%
特定のスキルを重視	2.1%	2.5%	1.9%	2.8%	1.8%	3.4%	3.7%	3.3%	2.2%	4.2%
特定の大学を重視	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.4%	0.4%	0.7%	0.2%

	大学院					短期大学				
	全体	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
徹底して質を重視	51.7%	51.9%	51.5%	54.3%	49.8%	36.6%	37.4%	36.2%	35.2%	37.0%
徹底して量を重視	0.6%	0.4%	0.7%	0.4%	0.6%	1.2%	2.3%	0.7%	1.9%	1.0%
量よりは質を重視	39.0%	40.7%	37.5%	36.8%	40.5%	52.9%	52.7%	53.0%	52.4%	53.1%
質よりは量を重視	2.6%	1.6%	3.4%	0.9%	3.9%	4.1%	2.3%	5.0%	1.9%	4.9%
特定のスキルを重視	5.8%	5.3%	6.2%	7.2%	4.8%	4.6%	5.3%	4.3%	7.6%	3.6%
特定の学校を重視	0.4%	0.0%	0.7%	0.4%	0.3%	0.5%	0.0%	0.7%	1.0%	0.3%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

採用環境の印象

	4大文系		4大理系	
	2003年	昨年	2003年	昨年
2002年卒より採用するのが厳しくなる	27.0%	29.6%	28.7%	37.3%
2002年卒並みに採用するのが厳しくなる	57.0%	52.8%	59.5%	52.6%
2002年卒採用並みに採用しやすくなる	13.2%	15.2%	10.2%	8.6%
2002年卒より採用しやすくなる	2.7%	2.4%	1.6%	1.6%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2003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	27.9%	30.1%	26.6%	28.5%	27.5%
今年度並	71.3%	68.6%	72.8%	71.2%	71.4%
緩くする	0.9%	1.4%	0.6%	0.4%	1.1%

【表4：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

採用情報公開の時期

インターネットの普及で採用情報の掲載・更新が容易になったこともあり、学生向けの情報公開はここ数年早まってきている。03年卒者の採用活動では、01年以内に情報を公開した企業が前年度から6.1%増加して70.4%となった。上場・店頭公開企業群では80.7%【前年：76.4%】に達し、未上場企業群でも64.4%【前年：58.1%】にのぼった。対前年との公開時期比較とした数字でも、上場・店頭公開企業群で33.6%未上場企業群で25.1%の企業が前年より早いと回答。大手・上場企業ほどコストやマンパワーをかけられるということもあるが、早期に公開し優秀な人材層の取り込みに熱心になっているようだ。【表1・2】採用情報を最初に公開する媒体として一番多かったのが「インターネットの就職サイト」で78.5%。ついで「自社のホームページ」55.3%・「宅配の就職情報誌」21.6%となった。【表6】

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(2002年卒との比較)

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
2002年卒より早い	28.2%	28.4%	33.6%	29.1%	25.1%	28.1%	27.0%	31.8%	28.8%	26.4%
2002年卒と同時期	64.0%	63.8%	57.9%	65.9%	67.5%	62.8%	61.8%	60.1%	65.2%	66.1%
2002年卒より遅い	3.1%	3.7%	4.0%	2.9%	2.6%	4.0%	3.4%	2.8%	2.9%	4.2%
未定	4.8%	4.1%	4.6%	2.1%	4.8%	5.1%	7.8%	5.3%	3.1%	3.4%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2003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
2001年10月	16.2%	24.8%	11.2%	18.6%	14.9%
2001年11月	30.2%	36.2%	26.7%	34.3%	28.0%
2001年12月	24.0%	19.7%	26.5%	22.3%	25.0%
2002年1月	12.9%	8.6%	15.3%	11.0%	13.9%
2002年2月	9.6%	5.9%	11.8%	6.6%	11.2%
2002年3月	3.8%	2.8%	4.3%	3.7%	3.8%
2002年4月	2.1%	1.4%	2.6%	1.5%	2.5%
2002年5月	0.6%	0.3%	0.8%	0.7%	0.6%

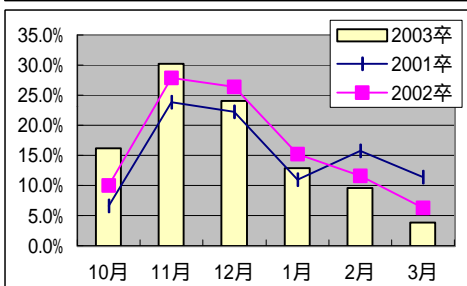
【参考】2002年卒採用活動における情報公開時期

	全体	上場・店頭公開	未上場
2000年10月	10.0%	15.2%	7.3%
2000年11月	27.9%	37.3%	23.1%
2000年12月	26.4%	23.9%	27.7%
2001年1月	15.2%	9.7%	18.1%
2001年2月	11.6%	7.0%	14.0%
2001年3月	6.3%	5.2%	6.9%
2001年4月	2.5%	1.8%	2.8%
2001年5月	0.1%	0.0%	0.2%

【表2】

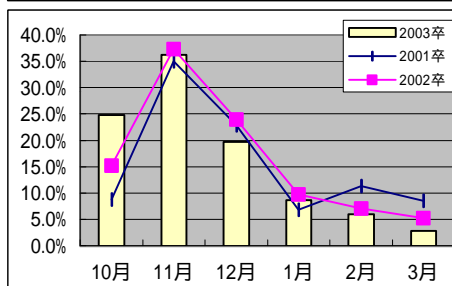
【表2～5：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

過去3年間推移【全体】



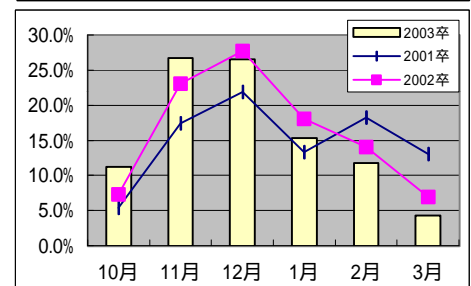
【表3】

過去3年間推移【上場・店頭公開】



【表4】

過去3年間推移【未上場】



【表5】

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	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
就職情報誌(宅配)	21.6%	31.2%	23.2%	34.0%	20.8%	29.8%	20.1%	27.2%	22.4%	33.6%
就職情報誌(市販)	5.0%	5.8%	4.8%	5.6%	5.1%	6.0%	4.6%	5.9%	5.2%	5.8%
個別DM(紙)	7.1%	10.8%	6.1%	9.8%	7.6%	11.3%	4.6%	10.5%	8.4%	11.0%
インターネットDM	8.4%	-	10.2%	-	7.4%	-	6.7%	-	9.4%	-
インターネット就職サイト	78.5%	71.6%	84.6%	74.0%	75.1%	70.4%	80.6%	71.8%	77.4%	71.4%
インターネットホームページ	55.3%	51.3%	55.3%	56.2%	55.2%	48.9%	53.4%	49.2%	56.3%	52.6%
入社案内	6.2%	-	3.8%	-	7.6%	-	5.7%	-	6.5%	-
新聞広告	2.0%	-	2.1%	-	1.9%	-	1.4%	-	2.2%	-
その他	3.7%	18.5%	0.3%	12.8%	5.5%	21.3%	3.2%	18.8%	3.9%	18.4%

【表6：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

採用ツール

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、昨年に引き続き、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】

来期は文字情報が原則であるインターネットのDMに、どのように味付けして告知するかなどの課題も残っている。今年から新たに項目として追加した「就職イベント」や「学内企業説明会」なども5・6割の企業が利用していると

今期の利用ツール・今後の利用予定

2003年卒採用で利用している（する予定の）採用ツール

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
就職情報誌(宅配)	54.7%	62.2%	63.1%	72.8%	50.1%	57.0%	50.5%	59.2%	57.0%	64.1%
就職情報誌(市販)	15.5%	14.7%	21.4%	21.9%	12.2%	11.2%	13.2%	14.1%	16.8%	15.1%
個別DM(紙)	27.7%	36.6%	33.2%	41.2%	24.7%	34.4%	25.6%	35.8%	28.9%	37.2%
インターネットDM	46.6%	40.9%	59.3%	54.4%	39.6%	34.2%	47.1%	44.8%	46.4%	38.4%
インターネット就職サイト	87.9%	88.3%	94.2%	94.7%	84.4%	85.1%	87.5%	88.9%	88.1%	87.9%
インターネットホームページ	84.8%	82.4%	91.9%	92.7%	80.8%	77.4%	82.7%	80.6%	85.9%	83.5%
入社案内(紙)	54.6%	59.7%	58.3%	62.3%	52.5%	58.5%	48.8%	56.9%	57.7%	61.4%
就職イベント(合同企業説明会)	50.9%	-	39.0%	-	57.4%	-	38.4%	-	57.5%	-
学内企業説明会(学校主催)	61.3%	-	68.8%	-	57.1%	-	55.7%	-	64.3%	-
その他	3.5%	5.2%	2.0%	2.9%	4.3%	6.3%	3.8%	5.0%	3.4%	5.3%

【表1：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

2002年卒採用では利用したが2003年卒採用では使わない（予定の）採用ツール【複数回答】

	全体		上場・店頭公開		未公開		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
就職情報誌(宅配)	8.9%	9.6%	10.0%	7.2%	8.2%	10.8%	7.8%	8.7%	9.4%	10.2%
就職情報誌(市販)	4.8%	4.2%	4.2%	3.7%	5.2%	4.5%	5.6%	3.7%	4.4%	4.6%
個別DM(紙)	10.6%	10.1%	10.7%	11.2%	10.6%	9.5%	10.5%	9.4%	10.7%	10.5%
インターネットDM	3.6%	1.0%	4.2%	1.4%	3.2%	0.8%	4.9%	0.7%	2.8%	1.2%
インターネット就職サイト	1.8%	1.3%	1.0%	0.6%	2.3%	1.7%	3.3%	1.2%	1.1%	1.4%
インターネットホームページ	0.9%	0.4%	0.3%	0.0%	1.3%	0.6%	2.0%	0.0%	0.4%	0.6%
入社案内(紙)	1.8%	5.6%	2.6%	6.9%	1.4%	5.0%	2.3%	6.2%	1.6%	5.3%
就職イベント(合同企業説明会)	3.8%	-	3.6%	-	3.9%	-	3.9%	-	3.7%	-
学内企業説明会(学校主催)	2.1%	-	1.6%	-	2.3%	-	2.3%	-	2.0%	-
その他	2.6%	7.4%	2.6%	6.9%	2.7%	7.7%	2.6%	8.2%	2.7%	7.0%

【表2：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

2003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【回答数順】

	全体		上場・店頭公開		未公開		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
就職情報誌(宅配)	1.4%	1.7%	0.6%	0.9%	1.8%	2.1%	2.0%	2.0%	1.1%	1.5%
就職情報誌(市販)	1.0%	1.5%	1.0%	1.4%	1.1%	1.5%	1.3%	0.7%	0.9%	2.0%
個別DM(紙)	2.1%	3.0%	2.9%	2.9%	1.6%	3.1%	3.6%	2.7%	1.2%	3.2%
インターネットDM	7.7%	15.7%	6.1%	14.1%	8.6%	14.0%	6.2%	13.9%	8.5%	16.9%
インターネット就職サイト	4.6%	11.2%	3.2%	7.2%	5.4%	16.5%	2.9%	9.2%	5.5%	12.5%
インターネットホームページ	4.0%	10.3%	1.0%	5.5%	5.7%	13.2%	3.3%	8.9%	4.4%	11.1%
入社案内(紙)	0.9%	2.1%	1.3%	1.7%	0.7%	2.2%	0.7%	2.5%	1.1%	1.8%
就職イベント(合同企業説明会)	3.2%	-	2.6%	-	3.6%	-	4.2%	-	2.7%	-
学内企業説明会(学校主催)	5.1%	-	5.2%	-	5.0%	-	6.5%	-	4.3%	-
その他	3.7%	7.0%	2.9%	9.2%	4.1%	5.9%	2.9%	6.4%	4.1%	7.3%

【表3：毎日コミュニケーションズ「2003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

セミナー開催の時期では、02年2月までに開始する企業が前年より8.4%増加して42.2%となった。特に上場・店頭公開企業群では43.2%(10.3%増)となり、未上場企業群の41.7%を上回った。【表1・2】セミナーのピークは昨年の3月からやや早まり、2月から3月にかけて緩やかな山がきている。

雇用環境の変化や若年層離職者の増加などより、新卒採用に関わる考え方や手法が大手企業を中心に大きく変わり始めている。

03年卒の採用に「採用直結型インターンシップ」を取り入れた企業は、上場・店頭公開企業群で前年の0.9%から2.9%に増加した。また、「コンピテンシー（職務遂行に求められる行動特性）に基づいた採用」については13.4%から16.1%、「スキル等による初任給調整」は0.9%から2.9%（いずれも上場・店頭公開企業群）とそれぞれ増加している。

全体から見るとまだ低い数字ではあるが、雇用環境の変化に対応すべく新しい新卒採用の流れが着実に生まれ始めている。また、派遣法の改正により新卒採用の一形態として認知されつつある新卒派遣についても、上場・店頭公開企業群の

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（2002年卒との比較）

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2002年度より早い	30.6%	35.1%	28.1%	26.5%	25.1%
2002年度と同時期	60.4%	54.4%	63.7%	63.7%	67.5%
2002年度より遅い	4.5%	5.2%	4.1%	4.3%	2.6%
未定	4.5%	5.2%	4.1%	5.6%	4.8%

【表1】

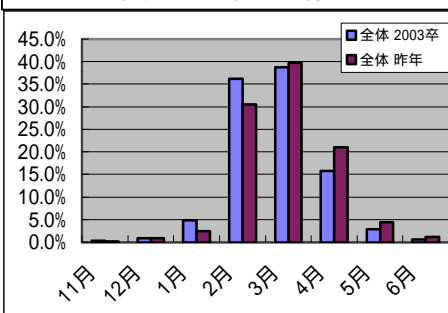
セミナー開始(予定)の時期

【表1・2：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

【表2】

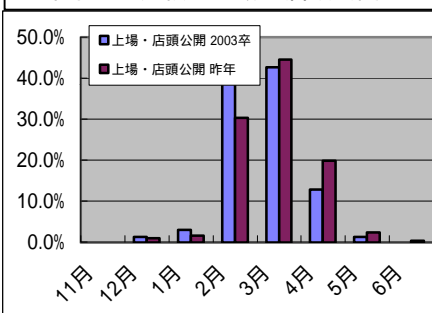
	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
11月	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%	0.2%
12月	0.9%	0.8%	1.3%	1.0%	0.7%	0.7%	1.4%	0.9%	0.7%	0.7%
1月	4.8%	2.4%	3.0%	1.6%	5.9%	2.8%	1.9%	0.9%	6.3%	3.4%
2月	36.2%	30.5%	38.9%	30.3%	34.6%	30.6%	29.3%	28.0%	39.6%	32.1%
3月	38.8%	39.7%	42.7%	44.6%	36.6%	37.2%	49.8%	42.7%	33.3%	37.9%
4月	15.7%	21.0%	12.8%	19.9%	17.3%	21.6%	14.0%	20.8%	16.6%	21.2%
5月	2.8%	4.4%	1.3%	2.3%	3.7%	5.4%	2.8%	5.5%	2.8%	3.7%
6月	0.5%	1.1%	0.0%	0.3%	0.7%	1.5%	0.9%	1.4%	0.2%	0.9%

昨年との比較【全体】



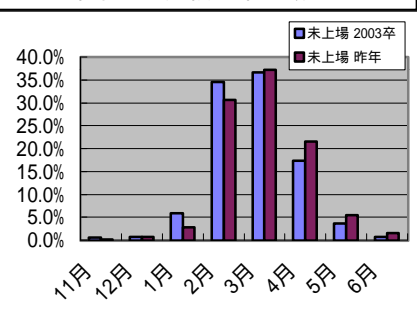
【表3】

昨年との比較【上場・店頭公開】



【表4】

昨年との比較【未上場】



【表5】

導入している採用手法・制度

【表3～6：毎日コミュニケーションズ「2003年採用動向調査」より】

【表6】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年	2003卒	昨年
採用に直結しないオープンセミナー	20.1%	20.6%	25.9%	23.3%	16.7%	18.8%	19.7%	21.3%	20.3%	20.2%
エントリーシート	51.8%	56.6%	58.9%	65.0%	47.6%	50.6%	57.0%	62.0%	49.0%	53.1%
学校名不問	43.5%	40.0%	41.6%	37.9%	44.7%	41.4%	29.8%	28.4%	50.8%	47.5%
体験型インターンシップの受け入れ	14.3%	13.7%	15.6%	15.7%	13.5%	12.2%	14.9%	16.8%	14.0%	11.6%
採用直結型インターンシップの受け入れ	2.6%	2.1%	2.9%	0.9%	2.4%	3.1%	3.1%	0.9%	2.3%	3.0%
職種別採用	34.6%	32.9%	32.1%	31.9%	36.0%	33.7%	39.5%	40.4%	31.9%	28.0%
コンピテンシーに基づく採用	10.7%	9.0%	16.1%	13.4%	7.5%	5.9%	11.0%	7.5%	10.5%	10.1%
新卒・中途卒の撤廃	2.9%	3.7%	0.8%	2.9%	4.1%	4.3%	0.9%	1.5%	4.0%	5.1%
スキル等による初任給調整	1.7%	0.8%	2.9%	0.9%	1.0%	0.8%	1.3%	1.2%	1.9%	0.6%
外国人留学生採用	9.3%	8.9%	13.2%	10.3%	7.0%	8.0%	11.4%	11.7%	8.2%	7.1%
新卒派遣の受け入れ	3.2%	-	5.4%	-	1.9%	-	3.5%	-	3.0%	-
その他	1.4%	2.6%	0.8%	3.7%	1.7%	1.8%	1.8%	3.6%	1.2%	2.0%

付録

1. グループディスカッションのテーマ【10人以下】
2. グループディスカッションのテーマ【11人~】
3. エントリーシートのテーマと記入に苦労した設
問
4. セミナーの内容について
5. 「良い印象が残ったセミナー」の内容
6. モニター学生の声（時系列）
7. 掲載資料の調査概要



グループディスカッションのテーマ（第5回モニターアンケートより抜粋）

人数	テーマ
10人以下	その企業の新しいお店のコンセプトを考えてください
	ソリューションビジネスとハコ売りの違い
	ソリューションビジネスとはなにか？なぜ必要なのか？
	タバコをやめさせるには
	ディズニーが愛される理由は何か
	テレビと新聞どちらが大切か
	どのタイプの商品がヒットするか（4つくらいのタイプから選択）
	どの企業の薬を採用すべきか
	なぜ就職するのか
	ブランドについての定義
	フリーターに未来があるか
	プリントを読んでそれについてディスカッション（近所の家との些細な問題について）
	当社が美容業界の発展にどう貢献できるか？
	もう一度いきたくなるお店の条件（小売業）
	モーニング娘の人気の理由
	もしも1つだけ願いが叶うとしたら
	もしも銀行員で、一人のせいで業績が上がらないとき、どう対処するか
	安楽死について
	意思決定までの過程について
	遺伝子組み換え食品の是非について
	医療ミスの防止のために必要なこと
	英語を第二公用語としたほうが良いのか
	仮想大学における部活動の予算配分をテーマとして議論を行なった
	価格以外で他店に差をつけるにはどうしたらいいか
	過疎化が進む村の改善策
	会社のボーナスをいかに社員に分配するか
	学園祭で開く模擬店について、場所とコンセプトを決めるもの
	USJを超えるアミューズメントを作る
	学生と企業のミスマッチをなくす為にはどうすればよいのか？
	学生に受けるレストラン
	環境にやさしい住宅
	環境に配慮した紙おむつ
	企業における研究と大学における研究との違い
	企業に活力を与える要素は何か
	企業はどのような人材を希望しているのかについて
	求人広告をグループで作成する
	狂牛病後のイメージアップ策について
	携帯電話の市場拡大に向けて
	経営者に必要な素質について
	月で遭難した時、持ち歩く物の優先順位（10個）
	顧客満足度を向上させるには
	郊外に広い一戸建てか？都心に手狭なマンションか？
	高齢者に向けてのサービスなど
	子どもの頃の思い出が一杯詰まったプリキのおもちゃが高額であるとわかったら売るか
	自分、友達、夢、金、仕事、趣味、地位、恋愛、遊びの中で、大切な順位をつける
	自分が営業マンだったらどっちの人を代理店とするか
	自分の研究内容を生かしてどのような製品を弊社で作出すことが出来るか
	写真2枚を見て共通すると考えられる漢字1文字
	社会人と学生の個性の違いについて
	主役と脇役ではどちらが大切か
	首都移転について一億円手にしたらどう使うか
	就職のとき仕事で選ぶか企業で選ぶか
	就職活動で学生が一番欲しいのにもかかわらず企業側から提示されない情報を挙げ、整理する
	終身雇用かキャリアアップをしていくか自分ならどちらを選択するか
	週休二日制について
	女性の社会進出について
	商店街を活気付けるには
	少子化におけるプライダル産業の今後の戦略
	新しいお掃除用品をつくらう
	新たな記念日を設定するとしたらどのようなものをいつどのように打ち出し、どのように普及させるか
新規顧客を得るためのワインの選択について	
人事担当者になったつもりで新入社員を提示された条件から1人決める	
成果主義を追求すべきか	
生まれ変わったら男になりたいか女になりたいか	
千葉県に値段をつけるとしたら	
卒業旅行に行くとしたら一泊二日の宇宙旅行か、二ヶ月の世界一周旅行か	
大学生の学力低下について	
第一志望と嘘をついて内定をもらった人について	
夫婦別姓について賛成か反対か	
注文どおりのレストラン設計	
鉄道でのITの活用について	
当社が海外市場に参入する場合、どのような分野にどのような形の事業を行えば最も効果を得られるか	
当百貨店に求められるサービスについて1つ考えよ	
動物園の動物は幸せか？	
二つの絵を見て、それにふさわしい漢字一字を考え出す	
日本が世界の誇れるもの	
日本活性化大臣を選ぶとしたら？（歴史上の人物、架空の人物可）	
宝くじがあったらどうするか	
無人島に一つだけ持っていくなら何を持っていくか	
野球選手の大リーグ流出について	
遊びと睡眠どちらが大切か	
理想の野球監督	
和洋食レストランがオープン時は盛況だったが最近売上が悪いのでどうしたらお客さんがくるか？	

グループディスカッションのテーマ（第5回モニターアンケートより抜粋）

人数	テーマ
11～15人	2ヶ月世界一周か1泊2日宇宙旅行か
	お弁当におにぎりを持っていく場合は、先に海苔をつけるor直前に海苔をつける？
	もし当社のCMを作るとしたらどのようなものにするか
	やりがいのある会社とは
	ゆとり教育について
	運とは実力のうちかという言葉について
	会社にとってよい社員関係とは
	十万円あったら、ホテルのスイートで一泊するか、貧乏旅行を1ヶ月するか
	少子高齢化について
	船で遭難したときに必要な物の優先順位
	卒業旅行は豪華に短くいくか、貧乏旅行で長く行くか
	日本のシステムを一つだけ変えられるとしたら
	物語を読んで、登場人物の順位付け
	離職率について
	鈴木宗男について
週休二日制について	
16～15人	社会人になること
	賃金制度について
	都市再生について
21人以上	運輸業界におけるサービス業について
	健康と環境について

エントリーシートのテーマと記入に苦労した設問（第5回モニターアンケートより抜粋）

回答数	分類	割合
294	自己PR	50.2%
130	志望動機	22.2%
43	10年後の自分	7.3%
35	その他	6.0%
29	学生時代に一番力を入れたこと	4.9%
17	将来したいこと	2.9%
13	最近気になるニュース	2.2%
11	社会問題	1.9%
6	大学時代に打ち込んだこと	1.0%
4	得意な科目	0.7%
4	特技	0.7%

回答586件を大まかな項目に分類してみたところ、実に50.2%が「自己PR」、次いで「志望動機」が22.2%と集中した。自己PRでは、『フリースペースに「自由に自己PRしてください」の設問に困ったという回答が最も目立った。ほか、『挫折や失敗の経験云々、どう対処したか』と

記入するのに苦労したエントリーシートの設問例

自己PR	「あなたの自己分析の結果を書いてください」そのまま逆に難しい
	志望職種以外の職に就いた時、活かせるとおもうあなたの特性について
	「創造・挑戦・革新」に沿った自己PR
	これまでのあなたを形作ってきた、人生の転機を1000文字でストーリーにしてください
	あなたの過去を紹介しなさい（イラスト、写真など形式は問いません）
	あなたの肩書きを自由につけてください
	あなたの美的意識とビジネスマインドな所を絵や表などを使って表しなさい
	あなたの部下がミスを犯しお客様に「お前じゃ話にならん、店長を出せ」といわれていますあなたはどうしますか
	自慢できる経験を5個書く
	これまで最も大きかった壁とそれをどうやって乗り越えたかについて
	これまでの経験の中で自分を誉めてあげたいエピソードは？
	さい
	最も自分の実力を発揮するのに必要な条件・要素は？
	自分をけなしながらほめて下さい
	自分を商品に見立て売り込むためのキャッチコピー
自分を四文字熟語で表してください	
人付き合いの苦手な人とどう接していくか	
志望動機	上で
	当社が売上を伸ばすにはどうしたらいいか？
	当社とあなたをつなぐキーワードは？ / 今の気持ちを川柳で
	当社に伝えたいことを自由に表現してください
	当社の悪いところは？
	商品の欠点をあげ、それを解決するにはどうすればよいか
	当社へのどのような貢献をしてくれますか
	当社に入ってあなたに何ができるか
年後	10年後あなたは会社でどういう役職についてどういうことに貢献できますか
	10年後の1日を想像して書いてください（400文字）
	10年後の自分
	10年後の自分への手紙
	30年後の当社は
	5年後弊社で何をしたいか
	60歳定年までに何を実現したいか？
	業界とあなたの10年後は？
その他	今年の10大ニュースを予測してコメントせよ
	あなたの尊敬する人は誰ですか？
	今までに技術的に感動した製品や技術にどのようなものがありますか
	新製品を作ってアピールしてください
	著作権について小学生に話すように説明してください
	食品業界で今後流行すると思われる商品は？
	人事担当ならどんな採用方法をとるか
	遊びが生み出すビジネスチャンスについて

セミナーの内容について（モニターアンケート第4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	71.2%	65.3%	71.0%	74.2%	70.3%
社風	44.1%	39.6%	37.3%	46.9%	49.3%
求める人材像	35.0%	31.6%	32.0%	35.9%	40.5%
採用基準	31.4%	31.1%	31.4%	30.5%	35.1%
若手社員の話	30.5%	31.1%	31.4%	30.5%	28.4%
今後の採用スケジュール	28.8%	29.3%	21.3%	29.3%	35.1%
企業理念	25.9%	36.0%	23.1%	23.3%	23.0%
入社後のキャリアアップ	23.8%	31.1%	29.0%	21.6%	14.2%
入社後の配属	23.1%	15.6%	26.6%	24.1%	27.0%
詳しい業界説明	22.0%	21.8%	23.7%	21.8%	21.0%
教育・研修制度	21.4%	22.2%	28.4%	17.6%	25.0%
今後のビジネスプラン	17.1%	18.7%	17.8%	18.4%	9.5%
経営者の話	14.8%	20.0%	13.6%	15.4%	6.1%
福利厚生	10.2%	6.7%	10.1%	10.2%	15.5%

【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	38.8%	34.2%	40.8%	39.8%	40.3%
社風	13.2%	15.1%	8.3%	14.0%	13.4%
企業理念	9.1%	15.6%	8.9%	7.0%	6.7%
採用基準	6.8%	5.3%	7.1%	7.4%	6.7%
求める人材像	6.7%	5.8%	7.7%	6.2%	8.7%
詳しい業界説明	5.4%	4.0%	7.1%	4.8%	7.4%
若手社員の話	3.8%	4.9%	3.6%	4.0%	2.0%
経営者の話	3.4%	3.6%	3.0%	4.2%	0.7%
今後の採用スケジュール	3.2%	3.1%	1.8%	4.0%	2.0%
今後のビジネスプラン	2.4%	2.7%	2.4%	2.4%	2.0%
入社後のキャリアアップ	2.1%	2.2%	1.8%	2.0%	2.7%
教育・研修制度	2.0%	2.7%	3.0%	1.6%	1.3%
入社後の配属	1.9%	0.0%	3.0%	1.8%	4.0%
福利厚生	1.2%	0.9%	1.8%	0.8%	2.0%

【表2】

就職活動中に何社くらいのセミナーに参加するつもりか

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
5社以内	5.1%	3.1%	7.0%	5.6%	4.1%
10社以内	15.5%	10.6%	23.4%	11.6%	27.2%
20社以内	22.4%	22.0%	26.3%	19.8%	27.2%
30社以内	19.2%	19.8%	17.0%	21.4%	12.9%
40社以内	6.1%	11.5%	5.3%	5.2%	2.0%
50社以内	2.3%	3.1%	1.8%	2.6%	0.7%
納得がいくまで何社でも	29.4%	30.0%	19.3%	33.7%	25.9%

【表3】

セミナーに申し込んだ企業への参加希望度合いは？

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
ほとんどがどうしても行きたい企業	22.8%	25.7%	25.5%	19.5%	26.7%
とりあえず申し込んだ企業が多い	24.1%	24.3%	28.6%	23.4%	20.7%
「どうしても」と「とりあえず」が半々程度	53.1%	50.0%	46.0%	57.1%	52.6%

【表4】

「良い印象の残ったセミナー」の内容

「良い印象の残ったセミナーがあった」と回答した学生にその内容を質問したところ、421名から回答を得ました。その内容によって大まかに分類した集計と、回答の抜粋を記載しますのでご参考ください

【文系男子】 【理系男子】 【文系女子】 【理系女子】

会社説明、業界説明などについて	15	7	45	13
グループワーク	10	2	21	2
OB・OG、社員との懇談会、質問会など	9	9	17	10
環境について（少人数、オープン、等）	8	4	19	5
社長の話、講演	8	3	18	5
映像、ビデオについて	7	1	15	2
社員の対応、雰囲気	6	0	35	5
仕事体感、体験型セミナー	6	2	8	5
人事担当について	5	1	12	4
その他（全体の雰囲気や感想など）	5	9	11	3
ディスカッション（パネルディスカッション）	3	6	16	5
内定者との懇談会、質問会など	-	1	5	-
会社、工場見学など	-	2	0	-
就職活動について	-	-	3	2
技術講演など	-	-	-	2
	計82	計47	計225	計63

回答抜粋

店長模擬体験
家売ることの意義
損保の悪いところを教えてもらった
人事の方に熱心に話をしていただき、良い学生を見つけないだという意志が伝わってきた
社長がじきじきに話を学生に向けて熱心に語っていて、これから頑張っていこうとする意欲を感じた
オープンフォーラムで、何回も行くことが出来たので、会社の様子がわかった
英語の企業説明ビデオ
資産運用ゲーム
現役社員によるディスカッション
エンジニアが、それぞれの仕事内容をプレゼンしてくれた事
外人の人が出てきて英語で企業の紹介をしていた
とてもアットホームな感じで、ドリンクを出された
少人数で私服OK、好印象でした
部門別懇談会
リクルーター制度みたいな学閥的なことを行っていないこと
一個人として対等に扱っていただいた
質問した人に福袋をプレゼント
実際のシステム開発の模擬体験ができた
今年の内定者を囲んだ質問会
3年以上自転車世界を旅した社員の紹介
スーパー店長の仕事密着ドキュメンタリー映像
会社説明と新作アイスクリームの試食
技術館を案内しながら業務内容を説明してくれる
仕事内容からスキルアップや給料のことについて分かりやすく説明して下さったので
全体の雰囲気がセミナーっぽくなくて楽しかった
時間がすっきり1時間程度と短く、人事担当の方のほかに4人ほど社員さんがいて、すごく話が面白
真実味のある説明で社員の方々の人柄の良さが伝わってきた
受付をお店のよう演出して、セミナー参加者をとても大切にした点
人事担当者の出席していない会社説明会
製品に直接触れることができ、人事の方と一対一で面談をさせていただいたので、印象に残っている
先に性格検査と適性検査をやって説明会の後に結果を解説してくれた
プライダル業界で、セミナーの終わりに一人一人輪の花をもらった
営業職理解のためのグループディスカッション形式
現役研究員との昼食会
業種別説明でこと細かく質問できた
外人の副社長が英語で説明された
社長がネットをつないで各都市同時講演をしたこと
プロが教える就職必勝講座というのが印象に残った

モニター学生の声

学生の回答は「MYCOMモニターアンケート」の中からの抜粋です。

第1回(11月の状況)

企業・業界研究をはじめながら、これからの就職活動や自分の就職観を固めていこうという意識が見える。キャリア・アップや中小企業への注目といったことを早くから念頭においての活動を進めている一方で、大学の授業との兼ね合いや地方の不利感、社会状況などの不安要素も多い。

文理男女 声心構

文系男子	人気企業しか知らず、有名ではない実力のある会社をあまり知らないのがマイナスポイント。
文系男子	授業をおろそかにしてまで就職活動に専念する気はありません。
文系男子	就職せずに自分に言い訳をしながらフリーターをするより、仕事をした方がメリハリができると思っています。
文系男子	大学卒業後の就職はキャリアアップへの第一歩。永久就職ではない。独立してやりたいことが有る。そのため的人的ネットワークづくりが目的。
文系男子	大学受験のときも思ったが、やっぱり地方は不利だと思う。
理系男子	実験やレポートが忙しく、就職活動がおざなりになっている。これで大丈夫が心配である。
理系男子	希望の企業に就職できれば迷うが、希望以外なら大学院へ進学する。
理系男子	将来、起業またはそこから派生して考えているキャリアプランがあり、それに向けての手段として、就職を考えています。そのため、色々な面で自分の成長につながる企業に就職したいです(人脈なども含めて)。
文系女子	私は女性で総合職希望ですが、風当たりの強い企業もあるだろうと覚悟しています。しかし女性に対して偏見を抱いている企業に入社したいとは思いません。女性の活力に大いに期待してくれる企業を学生として評価していきたいと思っています。
文系女子	大企業ばかりではなく、もっと中小のことが知りたい。
文系女子	最近では様々な大手の会社が倒産したりしているので大手だからといって安心できないので、慎重に会社の将来性を考えていかなくてはならないと思っています。
理系女子	女子学生は厳しいと教授がおっしゃっておられますが、男子学生と同じ就職活動方法では駄目なのでしょうか？
理系女子	テストやレポートと時期が重なるため、どっちつかずにならないか、不安です。

第2回(12月の状況)

実際に企業との接点が増えていく中で、情報だけでは得られない手応えを感じる声と活動を進めるための現実的な問題(交通費など)への不安の声が出てきている。また、試験時期が来ていることや、首都圏と地方の進度の差などの不安も多く聞かれる。

文理男女 声心構

文系男子	OB訪問をすると、会社の見えなかった部分が見えてくると思った。
文系男子	現在、テストやレポートで忙しいため就職活動が進められず焦ってきた。
文系男子	時期的に就職活動が本格化しているはずなのに九州は活動が遅く、正直あせっている。
文系男子	就職はしても就社したくない。就職は人生のステップの一部でしかないと思う。
文系男子	地方から都市部に就職するためのお金が大変。
理系男子	アメリカで起きた同時多発テロの影響による就職難が心配である。
理系男子	研究が忙しく、就職活動に時間があまりさけない。
理系男子	東京で就職したいと考えているので、広島からだとお金がいっぱいかかりそうなので不安です
理系男子	不景気による採用減なので、かなり厳しいですね。
文系女子	イメージではなく実際足を運んで環境、雰囲気確かめることは大切だと思うようになった。
文系女子	テストやレポート、ゼミの研究など、忙しいことが多く、就職活動は今のところ後回しになっているのが現実。
文系女子	慣れない活動で最初は不安も多かったが、OBの方にお会いしたり企業の研究をするうちにだんだんと働く事へ興味が沸き、楽しくなってきた。
理系女子	いくら雇用機会均等法とうたわれていようと、やはり女性には均等な機会は与えられていないと痛感する。
理系女子	試験の時期になってしまったので、一層焦ります。
理系女子	メーリングリストなどで東京との差が既に出てきているような気がして不安である。
理系女子	大手企業ではリストラとかされたりしているので、どういう会社を選べばよいのか。判断していくのが難しい。
理系女子	予想以上にお金がかかります。経済的な面も心配になり節約しています。

第3回(1月の状況)

スケジュールが厳しくなることで、企業や大学に対する理解を求める声が多くなっている。地元以外での就職を希望する学生や情報の少ない職種を希望する学生の不安も高まっているようだ。

文理男女 声心境

文系男子	エントリーしてもその後何も返事が無いと不安になる。
文系男子	貧乏な地方の学生は、情報量が絶対的に不足してしまいます。何か不平等さを感じずにはいられません。
文系男子	就職活動にかかるお金が心配です。
文系男子	エントリーシートの締め切りと学校のレポートの提出やテストが重なって苦しかった。テスト中はそっちを優先させてほしいと思
文系男子	インターシップや人事の方への直接のメールなど好奇心が大きくなってきた。
文系男子	真剣に就職活動をして、内定をもらえたとしても入社前に会社が潰れてしまうのでは……。なんてことを最近の世の中の出来事を見ていると考えてしまいます。
理系男子	研究室等で時間がまったくとれず、動きたくとも動けない状態にある。もっと大学は、就職活動にかんしてオープンになるべき
理系男子	説明会などは東京が多いので、意外と交通費がかかるのが気になる。
文系女子	今日、はじめて合同セミナーに参加しました。人事担当者との話をやりとりするにつれて、自分がこれからどういう風に動いていこうか、おまかではあるが見えてきた気がします。
文系女子	やっぱり女子学生は厳しいというのが実状だと思知らされる毎日です。
文系女子	学校の所在地で、企業からのDMがそこになってしまいうことに不満がある。私自身、地元での就職を強く希望し、夏休みも他大学の就職部に足を運ぶなどしていましたが、欲しい情報に手が届かない歯がゆさも有り、焦ってしまっています。
文系女子	私は福祉関係を志望しているのですが、なかなかそういう関係の情報量が少なく困っています。企業に対するものはインターネットなどでも情報がたくさんありますが、施設など介護職を目指している人にはあまり情報がありません。
文系女子	中小企業の情報もほしい。
文系女子	学年末試験期間中にも関わらず、企業の説明会や一次面接の予定が入ってくるのは大変厳しいものがある。本来の学業が優先出来ず、こんなにも就職活動が早期化してもらっては本当に困る。なんのための学生なのか？本末転倒ではないだろうか？
理系女子	説明会の日程がほぼ決まってきましたが、他の企業の説明会や学校、アルバイトなどと日程が重なることが多々あり困っていま
理系女子	1月末に大学でやっと就職セミナーがありました。大学側は何もしてくれないみたいです。内定をもらったら報告しなさい、とだけ言われました。面接の練習もしてくれる学校もあるみたいなのに、うちの大学は冷たいなあって思っていました。
理系女子	地方から上京して就職活動することは金銭的にも時間的にも体力的にも苦しい。
理系女子	企業ではなく病院関係志望なので、情報があまりなく、どう動いていいか不安になる。

第4回(2月の状況)

活動がピークを迎え、なかなかスムーズに活動出来ない状況が焦りに繋がっている様子が見れる。積極的に企業に対するアプローチをしている学生には企業からの明快な反応を求める声も多く、活動費の負担の大きさ、疲労もピークに来ているようだ。学生もシビアな企業選択の段階に入っているようだ。

文理男女 声心境

文系男子	面接の日程を組替えてもらえない、合わなければその時点でアウトというのはあまりにもおかしい。何処の企業へ行ってもいろいろ会社を見て回って下さいとか言うが、実際には不可能。
文系男子	企業からの連絡が他社のセミナーに重なったり、リクルーターからの突然の連絡に出られなくなることを非常に恐れています。ですから、如何なる場合も連絡が取れるまで連絡してくれるのか、一回でも連絡が取れなかったらその時点で終わりなのか、面談日程は強制なのか、相談に応じてくれるのか、はっきり教えて欲しいです。
文系男子	地方から県外に就職を希望する際のお金の負担が大きい。
文系男子	余裕を持った情報公開を、もう少し多くのところで欲しい。
理系男子	指導教官が就職活動に良い顔をしてくれないので気持ちが辛くなる。
理系男子	目的の企業に就職できなければドクターコースに進学します。
理系男子	地元を離れたくないが勤務地に絞って探していたら幅が狭くなってしまふこと。
理系男子	大学院生なので研究との両立が非常に難しい。学会と説明会が重なったりする。
理系男子	不合格者にも連絡して欲しいです。
文系女子	説明会に参加して非常に行きたい会社がありました。やっぱり企業の人に会って、モチベーションをあげるのはいいいことだと思
文系女子	うちは、地方なので、就職活動が早くなったと言われますが、6月ころから始まると聞き、現在県内の求人がまだでいていない状況で右往左往している。
文系女子	興味がないと思ってた企業でも説明会を聞いて興味を持ったりと新しい発見があって面白い。
文系女子	マスコミ関係は主に東京でしかセミナーや試験を行わないので、交通費がとてまかかります。一番安い方法(夜行バスなど)を探し、対応しています。
文系女子	女性差別しませんとっておきながら、総合職の女性を長年採用していない会社や、採用しててもごく少数でしか東大卒などが多い。女性だからといってエントリーシート等を見ないで不採用にする会社が多そうなのが。「なぜ、女性を採用しないのか？」という問いに対して、受験する女性が少なかったとか、女性に能力がなかった等答える企業が多いが、信じがたい。
文系女子	交通費などの負担が大きく、県外のセミナーにはあまり参加できない。
文系女子	都市と地方で説明会にきている企業が違うので、不利な気がする。
文系女子	Uターン就職を考えているが、実家との行き来が頻繁で体力的に疲れる。
文系女子	同じ企業から何度もDMが送られてくるので、同じような内容なため送られてくるたびにその企業へのイメージが悪くなっていま
文系女子	外国人留学生に対する採用がはっきりしないこと。
文系女子	行きたい業界があまりインターネットや、就職情報誌に載っていないので、調べるのが難しい。
文系女子	就職活動の早期化に公立学校がついていけない。
理系女子	地方に住んでいるので説明会に参加しにくいのが不利なような気がします。
理系女子	リクルーター制しかとらないとか、公式にはわからない情報が多すぎる。
理系女子	地方出身なので、説明会や面接に行くのが遠い。旅費がかかる。企業も何度も呼ぶなら少しは支給してほしい。
理系女子	不況。建設業界の女の子の技術職きびしいです。
理系女子	自分の進みたい業界(CG)に関する情報がなかなか集められなくて困っています。
理系女子	選考の結果通知が企業により、あいまいである。メールか電話か、不合格通知をしない、など。
理系女子	研究室の先生が就職活動をすることをあまり良く思っていないこと。

第5回(3月の状況)

活動の最終段階に差しかかる学生も多いため、さらにスケジュールの組み立てに苦労している状態が続いている。企業の連絡方法に対する不満を持つ声も多い。理系学生は研究との両立に苦労しているようだ。より多くの企業との接触を望む声も、地方学生を中心に依然続いている。

文理男女 声心境

文系男子	学生のタイムスケジュールを企業側に公開してもらいたいくらいです。
文系男子	携帯電話に非通知でかけてくる企業があるが、伝言メモにでも残しておいてくれたらいいのに、そのまま切らないで。
文系男子	OB訪問をするうちに自分がいかに準備不足かということがよく分かったのでやはりOB訪問で学ぶところは非常に大きいと思いきや結果は早めに連絡してもらいたい。また、落ちた場合でも連絡をして欲しい。そうしないとせっかく空けておいたスケジュールが無駄になる。一斉送信のメールでよいから連絡をして欲しい。
文系男子	説明会や筆記テストを東京でしかしない企業があることが困る。自分で費用を出さないといけないし、時間もかかるので選考の初期段階から東京だけでしか行わないのは困る。各地でやらないのならば、せめて援助くらいして欲しい。
文系男子	面接日などを平日に指定されると非常に困る。
文系男子	学校側が学生に配慮して欲しい。
文系男子	1週間以内に返事を出すと言いつつこない場合は困る。
理系男子	留学生として最も厳しいです。
理系男子	今の時期になって、やっと研究室配属の動きが始まった。研究室によっては就職活動も断念せねばならず、今はその不安に対して田舎にいて、会社に行くだけでお金がかかりかき、経済的に厳しい。
文系女子	いろいろな会社や事業内容、社会人を見てとても面白い。楽しんでます。
文系女子	いきなり明日東京まで来てくれなどいわれること。こちらの都合もあるのだから少しは選択肢を用意して欲しい。
文系女子	学校の(特に教務課の)態度が非常に悪く、必要書類の確認や発行についての質問に行っても、勝手な解釈をされて非常に不愉快
文系女子	Uターン就職を考えているので、交通費がかかる。ある程度ステップが進んだら企業が負担して欲しい。
文系女子	何度か大阪のセミナーに出席しましたが、やはり都市部は情報が多いように感じました。
文系女子	北海道在住のため、東京の本社でのみエントリーシートを交付するという会社は遠隔地の学生のことを考えていないのでかなり困
文系女子	合格者のみ連絡というのが嫌です。メールだったら手間はかからないのだから落ちた人にも連絡してほしい。
文系女子	地元での企業説明会が少なく、県外まで出掛けなければいけないので、時間的・金銭的にも負担が大きいこと。できれば、大学のセミナー等にもっと企業が来てくれたら行きやすいのではないかと思います。
文系女子	授業があまり休めないのので公欠が使える人がうらやましいです。
文系女子	説明会の申し込みが開始時間から1、2分で満席になることがあって困っています。また、申し込み開始時間が昼間であるのも他社の説明会に出ていて申し込みができないことが多いので理不尽だと感じます。
文系女子	男性にだけ話し掛ける人事の方がいらっしゃったりと、見えなかった男女の不平等が、就職活動をとおして「まだ存在するのだ」
文系女子	可否に関わらず連絡するといわれたのに日時を守ってくれない。
理系女子	内定をもらった企業に入って技術を身につけたら転職するというのも道の一つかもしれないと思えてきた。
理系女子	男女の性別をととても感じる。露骨に女は採用しないといわれる。くやしい。
理系女子	教授が就職組に対して厳しくて学校を休めないのが辛い。
理系女子	金銭的な問題が厳しい、遠隔地の場合交通費が出ないとあまりいけない。
理系女子	研究室の実験が全く出来ず、学会が心配。
理系女子	教授の教育を文部省がするべき！なんでそんなに就職活動に反対するの???

第6回(4月の状況)

複数の企業の選考を行っている学生にとって、大学などのスケジュールの兼ね合いや度重なる出費はやはり大きな負担として根強い声が聞こえる。全体を通して女子学生は不利だ、という意識はまだまだ残っているようだ。そういった中でも、企業からの対応や大学からのサポートで良い就職活動を送ろうとする意識を持つ学生もしっかりと見られる。

文理男女 声心境

文系男子	結果は合否にかかわらず教えてほしい。
文系男子	企業を選択するとき、中身も大切だが、最終的にはOBや面接官の人柄などで社風を感じ取り、どこが一番自分にあっているか考
文系男子	不合格ならメールでもいから連絡が欲しいです。落ちた就職活動生がその企業のファンであり続けるか、嫌いになるかも企業は大事にすべきだと思う。
文系男子	学校とバイトと就職活動の3つの両立が難しい。
文系男子	神戸に住んでいるのですが、大阪でほとんど就職活動があるため交通費がかかって仕方ないです・・・。
理系男子	やっぱり交通費。春休み中は18切符を使って、夜行に乗りたりしてかんばってました。春休みが終わると受けるところを絞って
理系男子	最終面接までいっているのに合格者しか連絡がこないこと。結果を落ちた人にも教えてほしい。
理系男子	研究室も始まり、両方忙しくて時間が足りない。
理系男子	交通費だけではなく宿泊費も出して欲しい。しかし、一次筆記の時点で交通費を出してくれるだけでも非常にありがたい。
文系女子	就職活動で大学前期、ほとんど授業に出られない。一体何の為に大学に行ったのか。そして授業に出られない採用スケジュールを
文系女子	選考には漏れてしまったけれど、人事の方から人物的に評価してくださったということを教えていただき、自分も捨てたもんじゃないと最近思います。
文系女子	男女の壁を大きく感じ、こればかりはどうしようもないので気持ち的に辛い。
文系女子	企業の事務連絡の電話は非通知設定ですが、取れないこともありました。留守電にメッセージを残してくれない企業(おそら
文系女子	特殊な業種に進もうと思っているが、その業界の情報が少なく困る。
文系女子	移動が経済的につらい。事業所や支社が各地にあるならそこでも採用活動をしてほしい。地元で選考が行われない企業は受けないことにしている。
文系女子	大学の就職課が頼りにならない。
文系女子	急に証明書などが必要になる企業が多いので、発効日まで時間がかかってしまうのでもう少し早く教えて欲しい。
文系女子	学校で就職活動での欠席が考慮されない事がきつい。
理系女子	採用スケジュールがはっきりしないので、ゼミの予定とかぶるとどうしても説明会に出席できない。そのうえ、学校推薦の枠も少
理系女子	交通費が出ない、一社だけを回ってるのならよいがそういうわけではないのだから、せめて1次試験からは出して欲しい。
理系女子	学会があるので5月は就職活動を制限せざるを得ない。一番大事な時期なのに、心配である。
理系女子	研究室の先生方に就職活動に対する理解があったので良かったが、その理解を持ってしても学業における研究課題は多く、3月末に学会が重なったことも含め、やりこなすのが大変だった。
理系女子	携帯電話に不在着信が増えたのに留守録にははいていないので個人情報かなり漏れているのではないかと不安です。
理系女子	学校推薦のある企業に自由応募でエントリーすることを就職指導教官から止められた。企業側が学校推薦と自由応募との採用枠の区別をしっかりとつけてくれないために、就職活動が制限される。大きな問題だった。

第7回(5月の状況)

結果の出た学生からは就職活動を通じてより自らを高めて行く意識の芽生えを感じているという声が目立つ。引き続き活動中の学生もさらに絞った活動をしていく上での問題点をより明確に感じているようだ。

文理男女 声心境

文系男子	今は就職先で活かせるであろう資格の勉強をしている。また、将来は転職、その果てには独立したいと考えているので、その意識が入社後も消えないように今のうちから意識を極限まで高めていきたい。
文系男子	金銭的に厳しいです。地方に就職活動しに行くときの交通費や成績証明書や健康診断書などの購入などかな
文系男子	できるだけ授業の日には活動をしないようにしている。
理系男子	人生を左右する事なので学校との兼ね合いが難しい。
理系男子	採用活動費（電車賃など）が非常にかかるのでつらい。
理系男子	Uターン、Iターンで活動は、地元の学生より、大変。
理系男子	札幌まで来てセミナーや面接をしてくれる企業が少なすぎる。
理系男子	大学の就職活動への理解度の低さ。
文系女子	指導教官が就職より卒論がを優先すべきだという考えを持っているので、思うように活動ができない。授業を休んで卒業できないのも困るので、現在のかかなり悩みの種になっている。
文系女子	また、全国区と地方区の企業によって採用内容の明確さに差があると実感した。
文系女子	就職活動を進める中で、「キャリアアップ」についても考えるようになった。
文系女子	多くの企業がこの時期は東京でのみ採用活動を行なったりするので、今までの就職活動で交通費を使ってきた地方に住む私はこれ以上都会に出てまで就職活動をする経済的な余裕がない。
文系女子	そこで働いている人に話を聴くことの大切さがよく分かりました。特に女性が働きやすい職場かどうかを重要視していた私にとって、現に結婚しておられる方のお話を聞いてよかったです。
文系女子	突然「明後日の面接にお越し下さい」と言われたりするとアルバイト先にも迷惑がかかるのでせめて1週間くらい前に知らせてほしい。
文系女子	欠席届を出してくれる企業があったのに驚いたがありがたいことだと思う。
文系女子	面接の結果を必ず連絡する、と言って、連絡してこない会社がありました。誠意がなさすぎると感じていま
理系女子	建設業にあこがれて大学に入ったのに、今時まだ男性社会で厳しいことを実感して建築学科を選んだことす
理系女子	学校推薦を使っても合格できなくなってきたのに、学校側が推薦にこだわって学生の自由な就職活動を妨げている。非常に腹が立った。
理系女子	選考についての連絡を携帯電話に電話してくることが多く、電話がつながらなかつたり出られなかつたりすることもあるので不安であった。
理系女子	研究室との両立が大変。
理系女子	就職活動に伴う、交通費など（私は一次から企業負担であったから良かったが）が大きくて大変。

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5,358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14年5月1日現在の調査結果である。（回答事業者数3,018社・回答率56%）
2002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 / 2003年3月卒業見込みの全国大学3年生、大学院1年生 調査期間 / 2001年11月15日～2002年1月31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：7,086名【文系4,996名：理系2,090名】
2003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 / 2003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 / 2002年1月20日～5月7日 調査方法 / 就職情報サイト「毎日就職ナビ」内においてWebによるアンケート形式にて回収
2003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25日（月）FAX受付締切り アンケート送付対象 / 国内優良企業 5,118社 回答 / 868件 【内訳 『上場・店頭公開企業』309社：『未上場企業』559社 『製造業』306社：『非製造業』562社】 有効回答率 / 17.01%
2002MYCOM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 / 2001年11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2,183名 平均回答率 / 45.7%