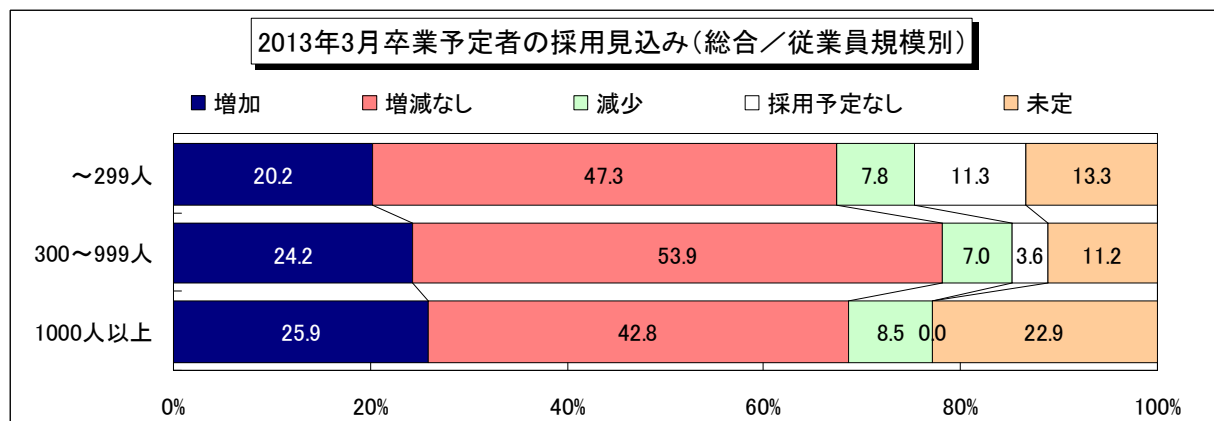
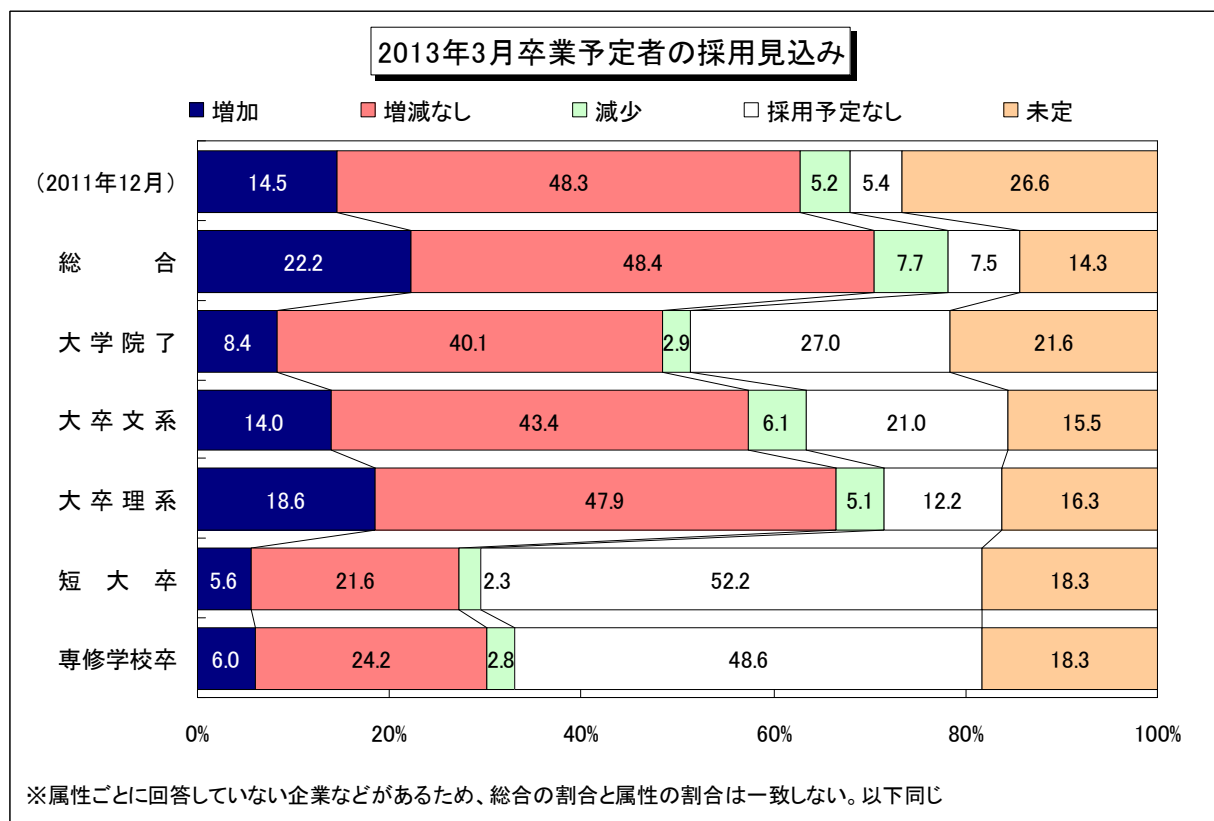


「採用活動に関する企業調査」アンケート結果

～ 2013年3月卒業予定者の採用活動に関する企業調査<2012年2月調査> ～

1. 2013年3月卒業予定者の採用見込み

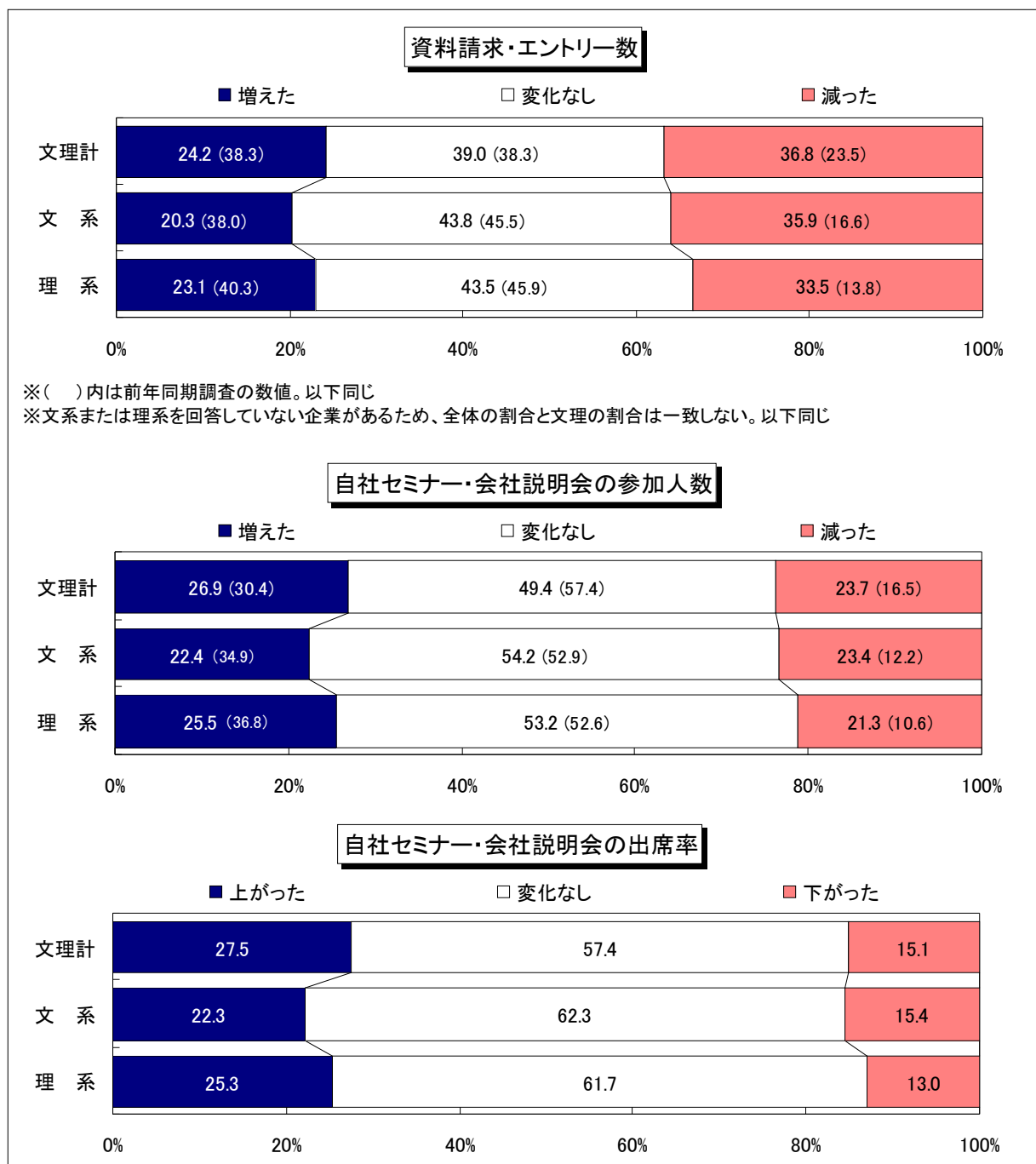
2013年3月卒業予定者の採用見込みは、前回調査（2011年12月）時点で回復基調が表れていたが、2月調査ではそれがさらに鮮明となった。全属性の総合で、「増加」と回答した企業が22.2%で、「減少」の7.7%を大きく上回っている。属性ごとに見ても、すべて「増加」が「減少」を上回る。前回調査では「未定」との回答が26.6%あり動向を注目していたが、今回は14.3%に減った。未定だった企業の多くが、今回「増加」と回答したことがデータから読み取れる。新卒採用マーケットは思いのほか拡大しそうで、本格回復と言える日も近いと思われる。



2. 2013年3月卒業予定者の採用活動状況

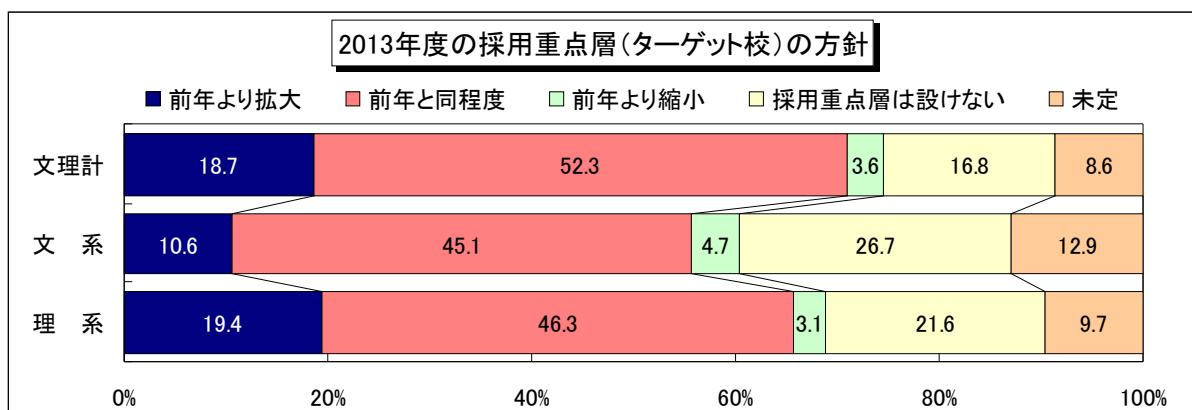
前年度より2カ月遅れの採用広報開始となり、企業の不安材料の1つに「母集団形成」が挙げられたが、実態はどうだろうか。

まず「資料請求・エントリー数」は、文理計で前年度に比べ「増えた」が24.2%なのに対し「減った」が36.8%となり、前年同期調査と逆転した。多くの企業は母集団形成に苦心していることが裏付けられた。一方、「セミナー・会社説明会の参加人数」は、「増えた」が26.9%に対し「減った」は23.7%と拮抗している。出席率は向上していることから、セミナー予約の段階で、対象となる企業をある程度慎重に絞り込んでいる可能性が高い。企業としては選ばれるための積極的な事前の情報提供がより一層大事になってきている。



3. 採用重点層の選定についての考え

採用重点層（ターゲット校など）の選定についての考えに変化はあるだろうか。自社の採用重点層を「前年より拡大」と回答した企業は、文理計で18.7%。これに対し、「前年より縮小」は3.6%と極めて少ない。文系・理系ごとでも同様の傾向が見られる。多くの企業は対象を絞るのではなく、広げる方向にあるようだ。このデータからも、企業の採用意欲が回復していることが裏付けられる。



【Voice-1】——採用重点層の選定についての考え

- これまで地元大学や地元出身者の応募が多かったため、県外に目を向ける機会が少なかったが、今年から県外出身者、県外大学進学者も含め、ターゲット層を選定したい。 <機械・プラントエンジニアリング>
- 文系出身が割合としてかなり多いのですが、今後は理系も増やしていきたいと考えており、理系大学への働きかけも行うと思います。 <専門店>
- 毎年、同じ学校からの採用傾向が強いので、ターゲット校を拡げる意識が今年は強い。 <リース・レンタル>
- オープンエントリー方式を採用し、幅広い大学から多様な人材の採用に努めている。 <銀行>
- 学校層だけではターゲットが絞れなくなってきております。+αで何かしらの指標を定める必要性を感じていますが、なかなか難しいというのが実感です。 <農業・林業・鉱業>

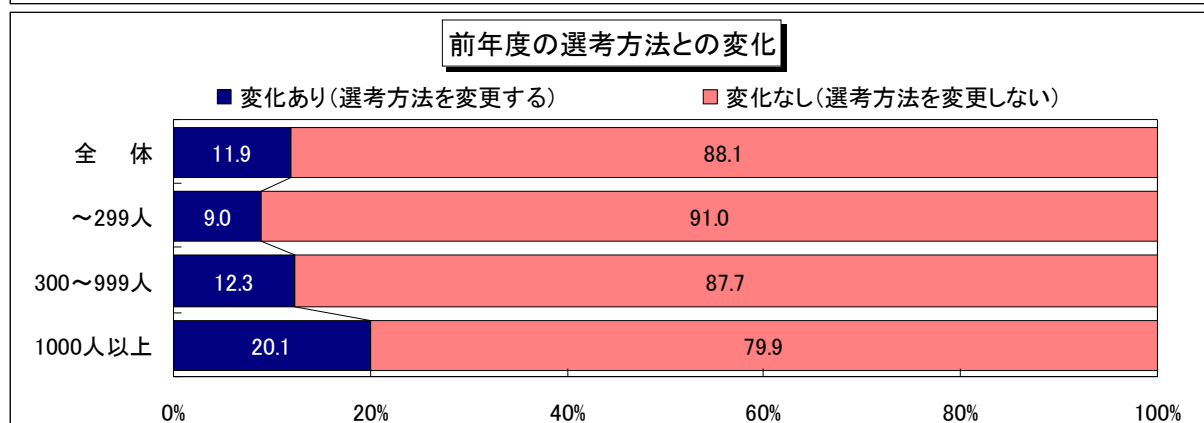
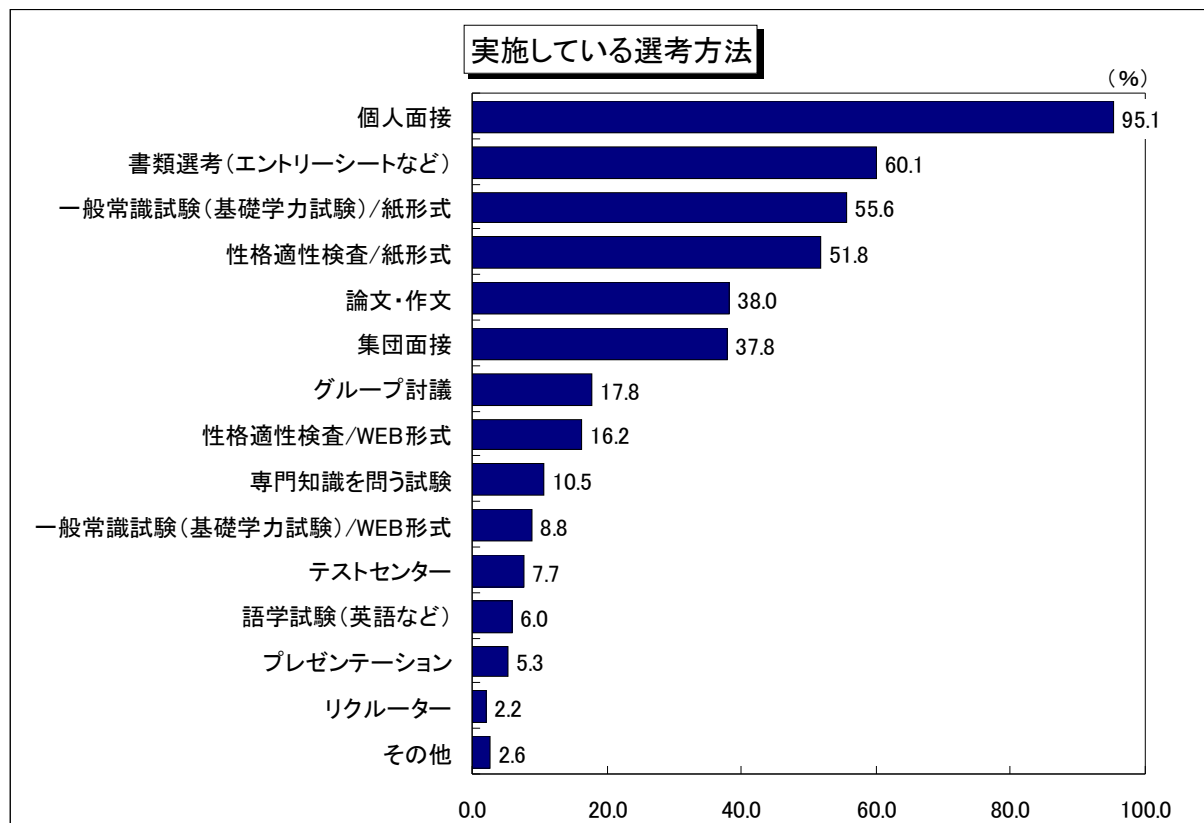
【Voice-2】——2013年度の就活生の印象

- 就職情報サイトのオープンが2カ月遅れたことで時間的な余裕がなくなったせいか、自己分析、会社理解の浅さを感じることもある。 <専門店>
- 二極化がスタート時点から感じられる。意欲の高い学生とよくわからずただ動いている学生。仕事を探す気持ちを高めてあげないといけない気がします。 <フードサービス>
- ナビオープンが遅れたせいかセミナー参加者の企業研究ができていないように感じる。せめて事業内容などは把握して臨んでほしい。 <エンターテインメント>
- まだ危機感が足りないというか、学生さんから必死さが伝わってきません。 <サービス業>
- 就職サイトグランドオープン前に活動している学生と、12月以降から活動を開始した学生の差が激しくなる。 <素材・化学>
- 地元（親元）から通える会社を希望する学生が増えた。震災を経験したからだと思われる。 <電子・電機>
- 会社説明会の出席率の高さや1月以降の学内セミナー参加者が少ないことから、企業や業界を厳選している印象を受けた。 <運輸>

4. 実施している選考方法

企業の選考方法で最も実施率が高いのは「個人面接」で、95.1%と9割以上で実施されている。一方、一度に多くの学生を選考できる「集団面接」は37.8%、多くの企業が事実上の一次選考と位置づける「書類選考（エントリーシート等）」は、60.1%だった。

選考方法は企業ごとにある程度定番化しているケースが多いが、今回の調査では、全体の11.9%が「前年度とは選考方法を変更する」と回答した。従業員1000人以上の大手企業では20.1%に上る。採用広報期間の短縮を機に、採用選考フロー自体を見直すという企業も少なくないようだ。



【Voice-3】——選考方法を変更した背景

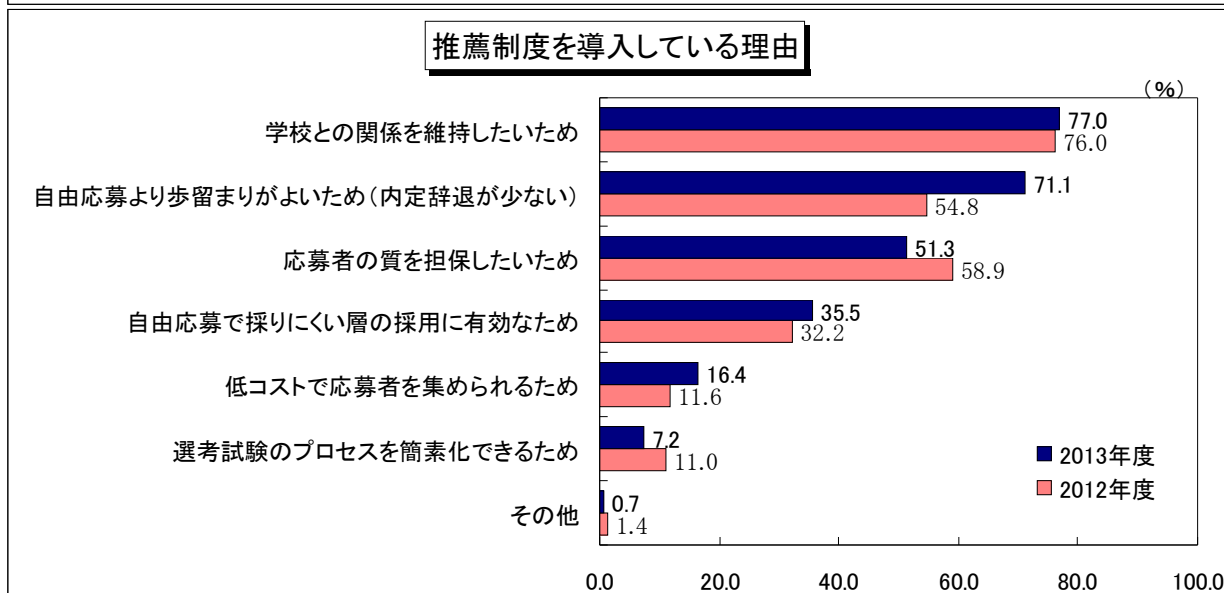
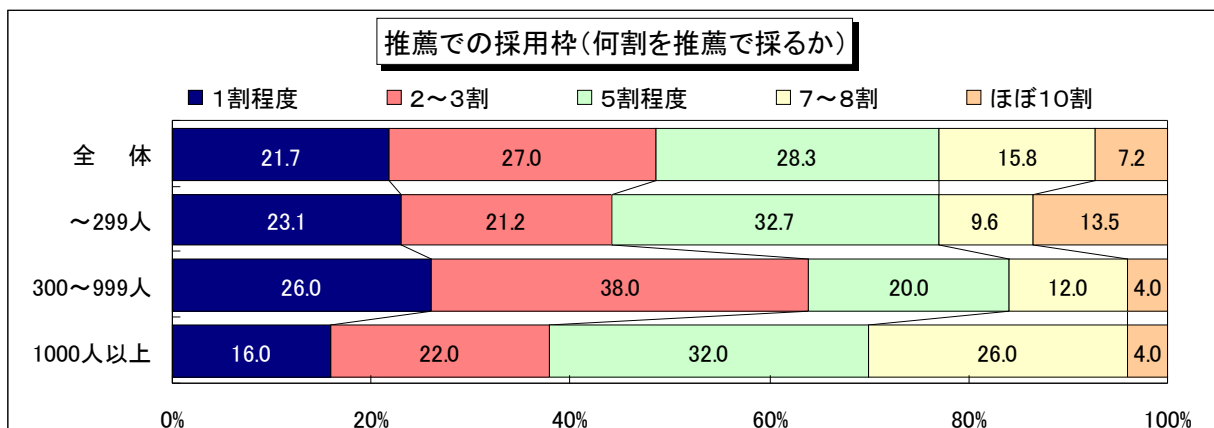
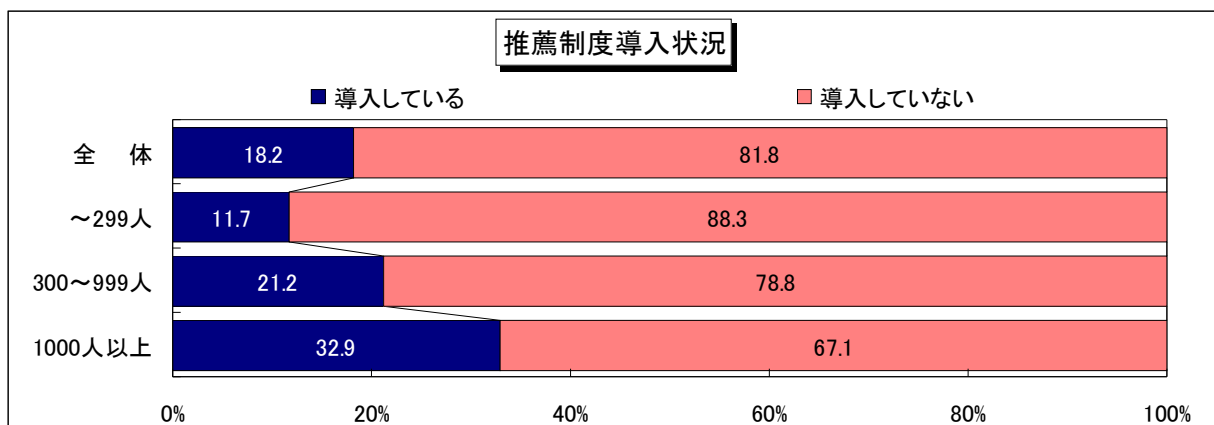
- テストセンターからWEBテストに変更（採用フローの時間短縮）。 <専門商社>
- なるべく多くの応募者と会いたいため、グループ討議を追加予定。 <教育>
- 学生をより深く見極めるため、グループ討議をなくし、個人面接の回数を増やした。 <水産・食品>
- 選考の順番を変えた。たくさんの社員に学生が早期の段階で会えるように変更しました。 <ホテル・旅行>

5. 理系学生の推薦制度導入状況

理系学生を採用している企業に、推薦制度の導入状況を聞いた。「導入している」と回答した企業は18.2%。研究職など理系の採用が多い製造業に限っても31.5%と低い割合にとどまる。従業員規模別に見ると、1000人以上の大手企業で32.9%と、3社に1社の割合だ。

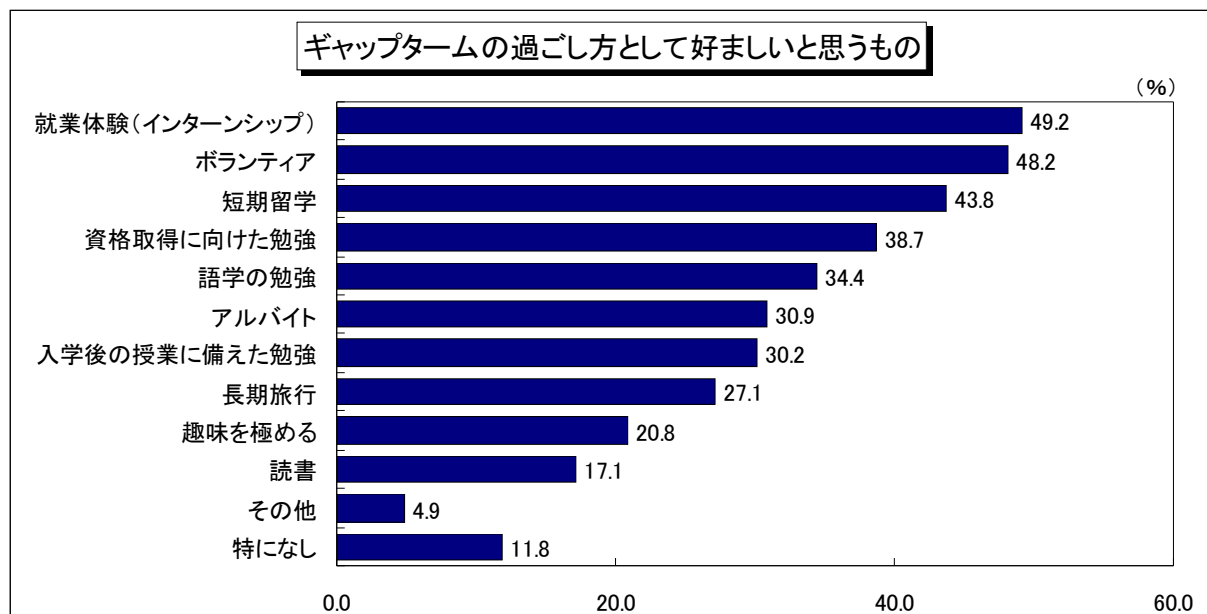
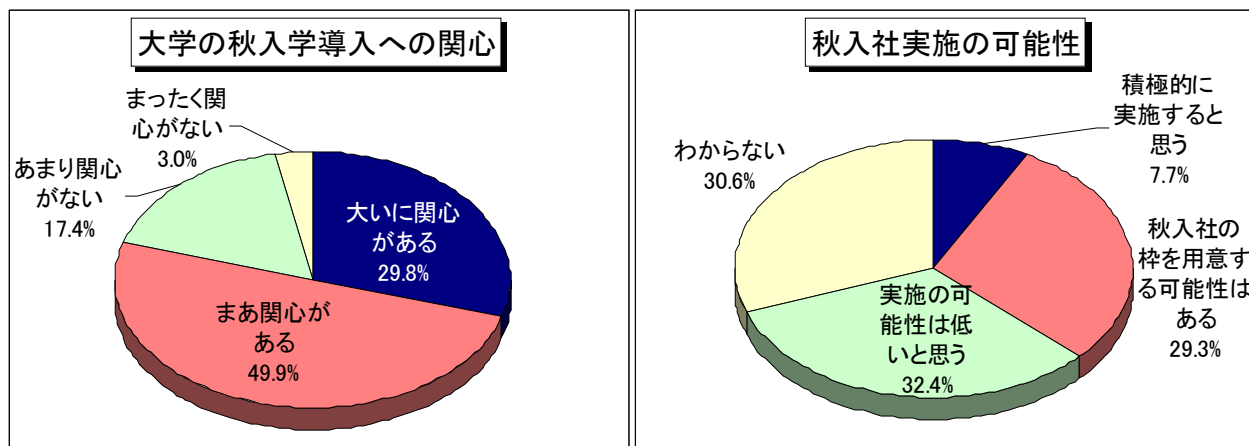
一方で、推薦での採用率（何割を推薦で採るか）を見ると、「2～3割」「5割程度」がボリュームゾーンで、「ほぼ10割」つまり推薦のみで採るといふ企業は7.2%と限られている。

推薦制度の導入理由で「自由応募より歩留まりがよいため」が前年調査より数値を伸ばしているのが目立つが（54.8%→71.1%）、それだけ理系学生が採り難くなっているということだろう。



6. 大学の秋入学導入について

今年1月に東京大学が秋入学へ全面移行する素案を発表して以降、多くの耳目を集めている秋入学問題。そこで、企業の人事担当者はこの問題をどのように捉えているのかを聞いた。秋入学導入への関心度は、「大いに関心がある」「まあ関心がある」を合わせおよそ8割に上る。ただし、秋卒業となる学生にあわせて秋入社を実施する可能性については、「積極的に実施すると思う」は7.7%と少なく、「実施の可能性は低いと思う」が32.4%で最も多かった。規模別での大きな差はない。入学までの半年間（ギャップターム）の過ごし方についても様々な議論があるが、人事担当者が好ましいと思うものは「就業体験（インターンシップ）」が49.2%で最も多く、僅差で「ボランティア」48.2%が続く。ただ、寄せられたコメントからは、「どんな内容であれ、本人にとって有意義に過ごすことが大切」との声が目立った。

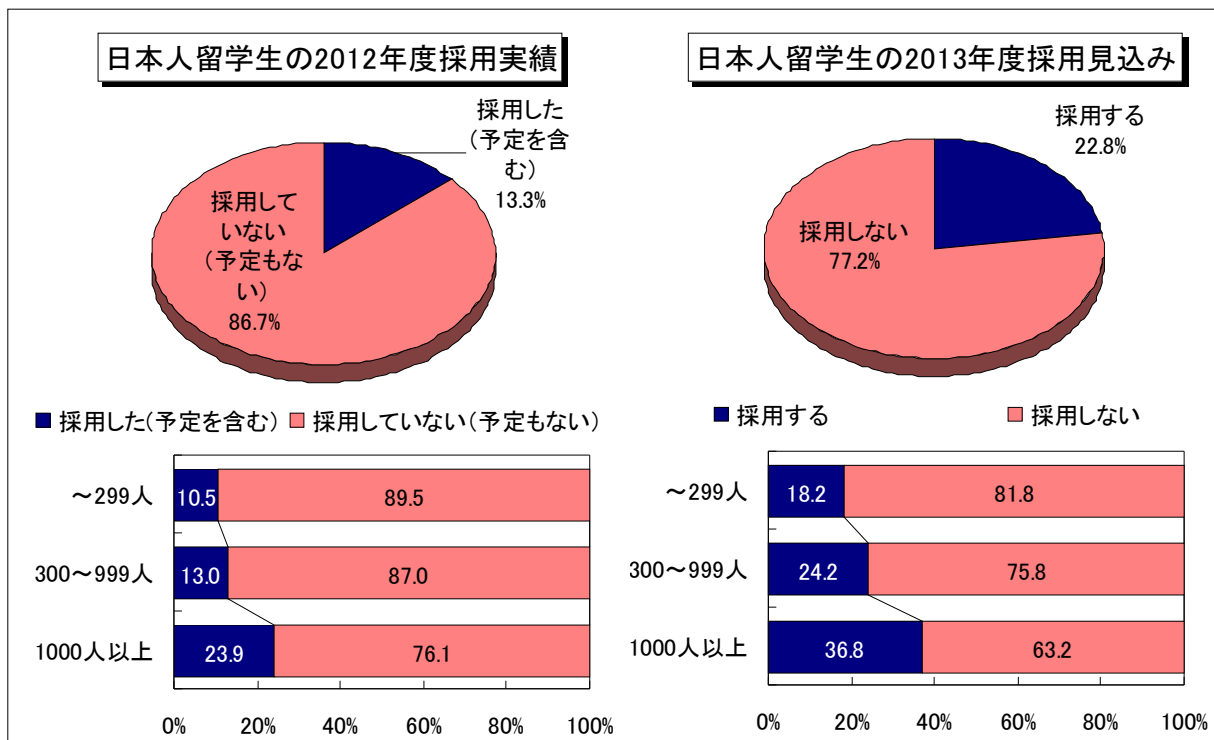


【Voice-4】——秋入学について思うこと

- 現状でも秋卒業の学校はあるが、企業側の対応はまるで動いていない。東京大学の影響力の大きさを改めて実感する。 <情報処理・ソフトウェア>
- ギャップタームの過ごし方は、社会が決めるのではなく、学生の主体性に任せるべきだと思う。 <専門商社>
- 入学までの時間の活用について興味がある。採用時に重視するポイントになると思う。 <電子・電機>
- 東大に追随する大学がどれくらいあるかで企業の対応は変わってくる。 <電子・電機>

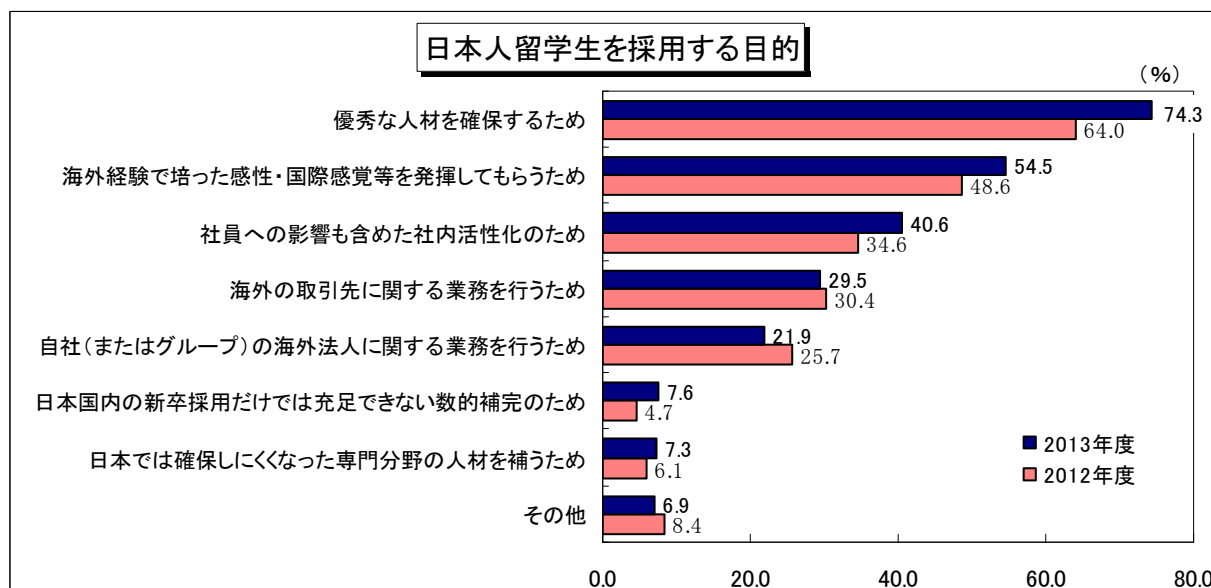
7. 日本人留学生の採用状況

2012年度(2012年4月～2013年3月入社)に日本人留学生を採用した企業は、予定を含め全体の13.3%。2013年度(2013年4月～2014年3月入社)については、「採用する」が22.8%と約10ポイント増加する見込みだ。従業員規模別にみると、1000人以上の大手企業が最も多く、3社に1社以上となっている。外国人学生の採用に注目が集まる中で、グローバル人材としての日本人留学生への関心も高まっている。



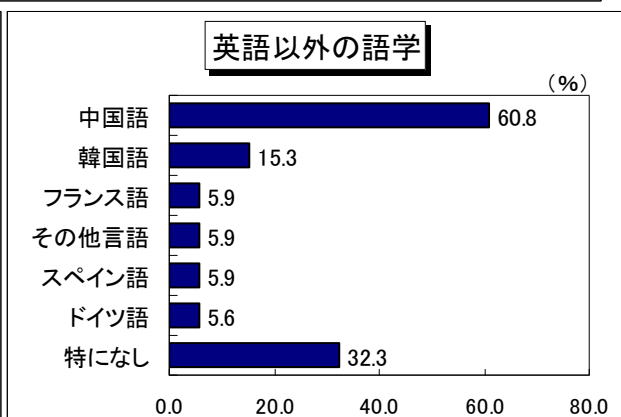
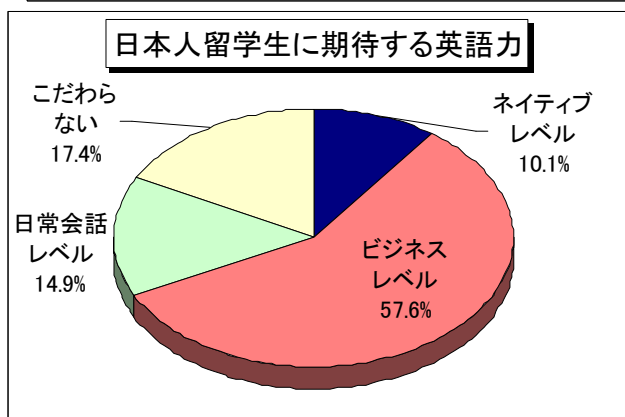
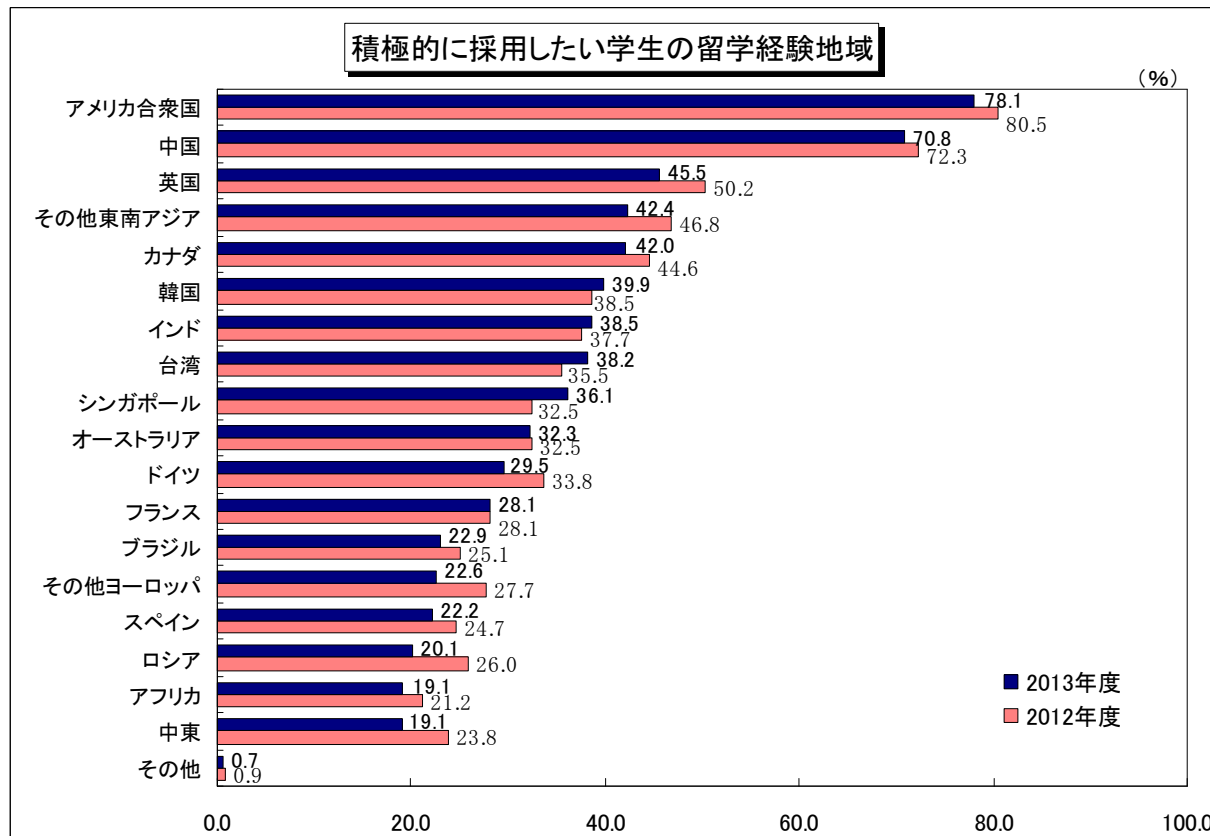
8. 日本人留学生を採用する目的

日本人留学生を採用する目的で最も多いのは「優秀な人材を確保するため」で74.3%と7割以上が選んだ。日本国内にも優秀な学生はいるが、日本の大学よりもカリキュラムのきつい海外の大学で学問を修めたことを高く評価する企業は多いようだ。次いで、「海外経験で培った感性・国際感覚等を発揮してもらうため」54.5%、「社員への影響も含めた社内活性化のため」40.6%、などと続く。



9. 積極的に採用したい日本人学生の留学経験地域

どの地域に留学経験のある学生を積極的に採用したいのか。上位は前年調査と変化なく、アメリカ合衆国、中国、英国の順。4位にシンガポール以外の、その他東南アジアが来ている点も、前年と変化ない。米英の大学で教育を受けてきた人材を求める企業が依然として多い一方、中国や東南アジアなど、新興国への進出やビジネス展開を視野に入れた企業の人材事情が反映されている。英語以外に求める語学力でも、「中国語」は他の言語を圧倒している。



《調査概要》

調査対象 : 全国の主要企業 15,445社
 調査時期 : 2012年2月20日～29日
 調査方法 : インターネット調査法
 回答社数 : 1,245社 (従業員300人未満 714社、300～999人 330社、1000人以上 201社)
 調査機関 : 株式会社ディスコ キャリアリサーチ

◆本資料に関するお問い合わせ先 : 03-5804-5567 / 株式会社ディスコ キャリアリサーチ