

# 「採用活動に関する企業調査」アンケート結果

～ 2013年3月卒業予定者および2014年3月卒業予定者の  
採用活動に関する企業調査<2012年12月調査> ～

採用広報開始が2カ月遅くなり、広報の仕方やスケジュール変更を迫られた2013年度の採用戦線は、多くの課題を残したまま一段落し、12月から2014年度の採用戦線がスタートした。「倫理憲章」の見直し2年目を迎え、企業は今、新卒採用にあたってどのような方針を立て、施策を打とうとしているのか——。「日経就職ナビ」掲載企業など全国の有力企業を対象に、11月下旬～12月初旬にかけ、2014年3月卒業予定者の採用活動を中心に調査し、分析した。

**【主な調査内容】**

1. 2014年3月卒業予定者の採用見込み	P 2
2. 採用活動の開始時期	P 3
3. 選考開始と内定出しの予定時期	P 4
4. 採用活動のスタンスと方向感	P 5
5. 自社セミナーの開催方針	P 6
6. 今夏のインターンシップ実施状況と成果	P 7
7. SNSの活用	P 8
8. 2014年度の採用予算	P 9
9. 2012年3月卒業予定者の選考状況	P 10

《調査概要》

調査対象 : 全国の主要企業 9,349社  
 調査時期 : 2012年11月27日～12月5日  
 調査方法 : インターネット調査法  
 回答社数 : 1,130社

《従業員数》

～299人	300～999人	1000人以上
380社	468社	282社

《業種》

製造	非製造
458社	672社

《株式》

上場	非上場
293社	837社

《地域》

北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
31社	42社	630社	161社	144社	82社	40社

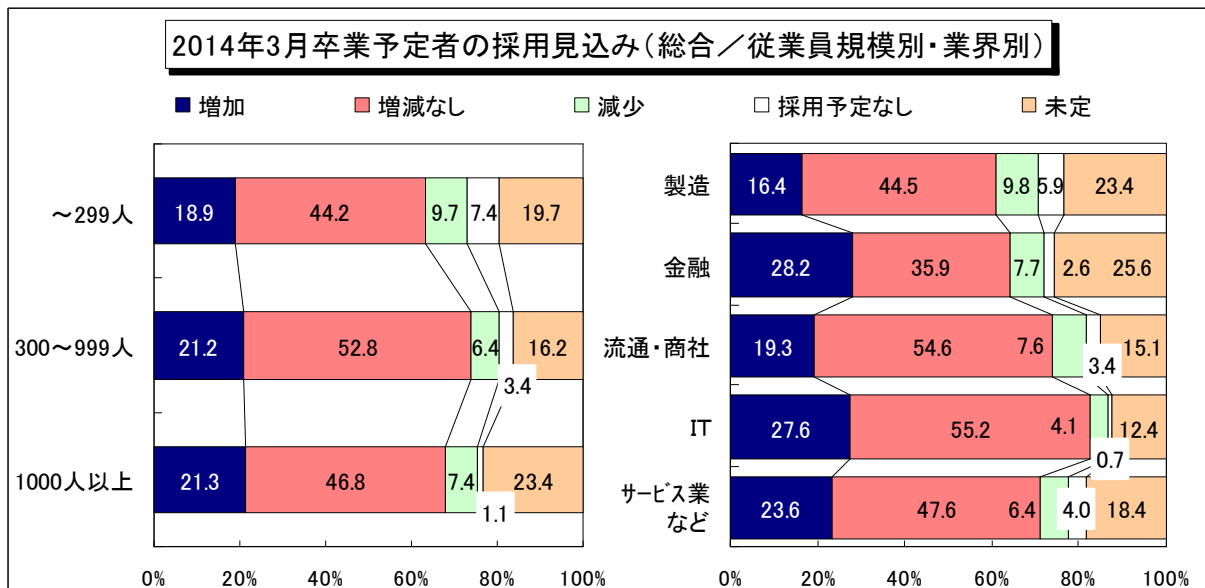
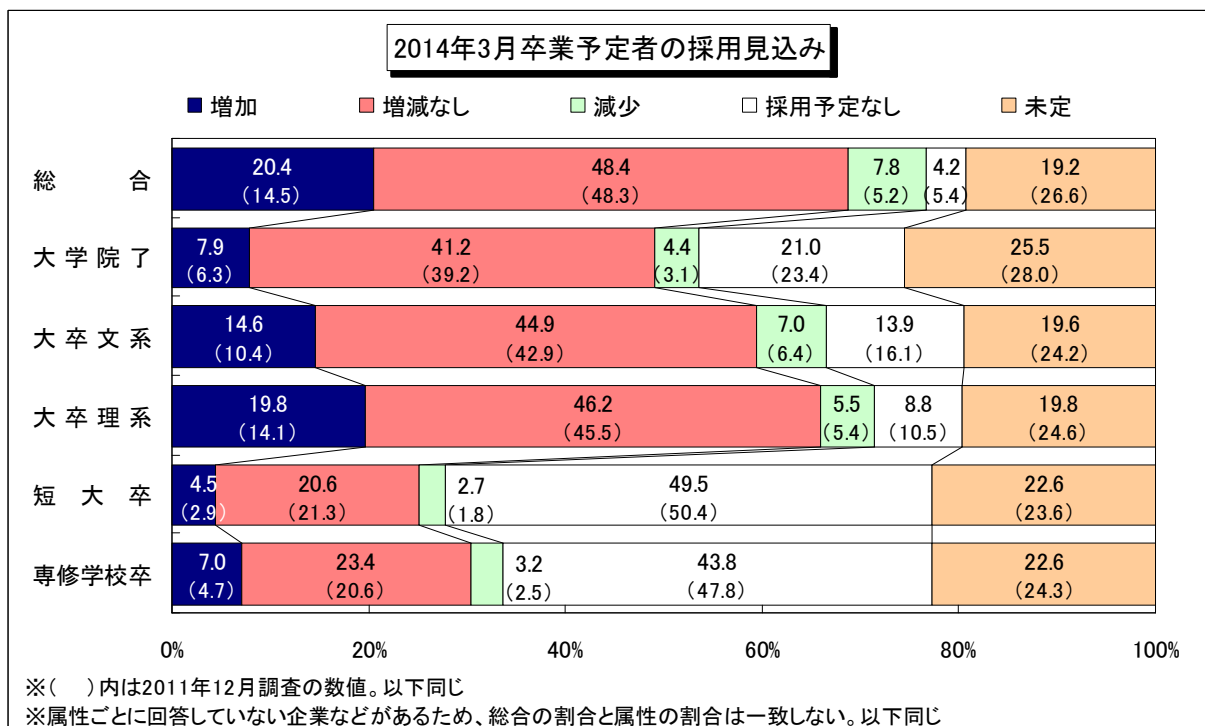
調査機関 : 株式会社ディスコ キャリアリサーチ

◆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

### 1. 2014年3月卒業予定者の採用見込み

2014年3月卒業予定者の採用見込みは、全属性の総合で、「増減なし」が48.4%と約半数を占める。一方で「増加」と回答した企業は20.4%で、「減少」の7.8%を約12ポイント上回っている。「未定」とする企業も前年同期調査では26.6%あったが、今回は19.2%へと減り、採用計画を早めに策定する動きが見られる。採用属性ごとに見ても、すべての属性で「増加」が「減少」を上回る。全属性の総合を従業員規模別や業界別を見ても、いずれも「増加」が「減少」を大きく上回っている。

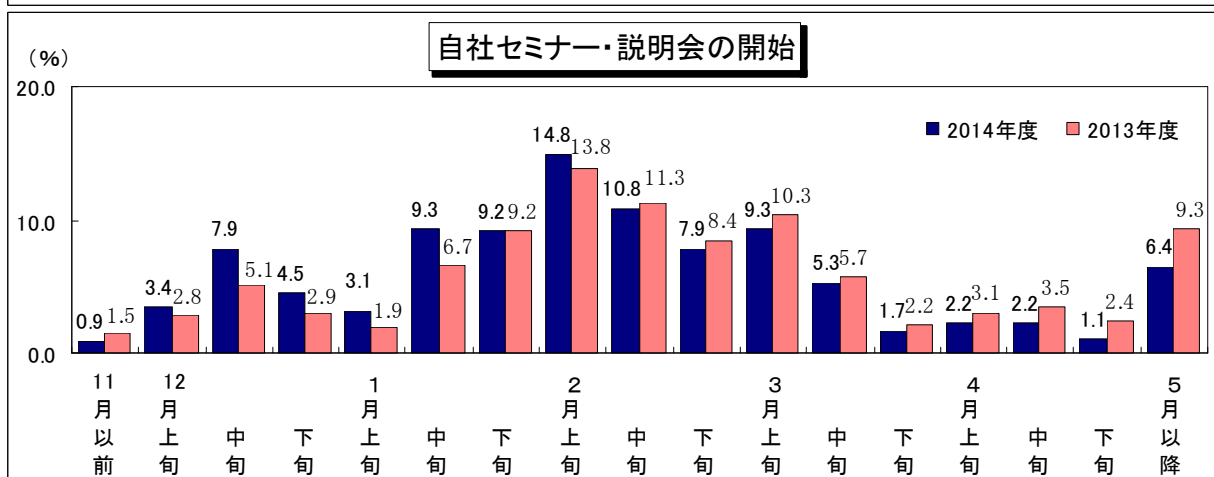
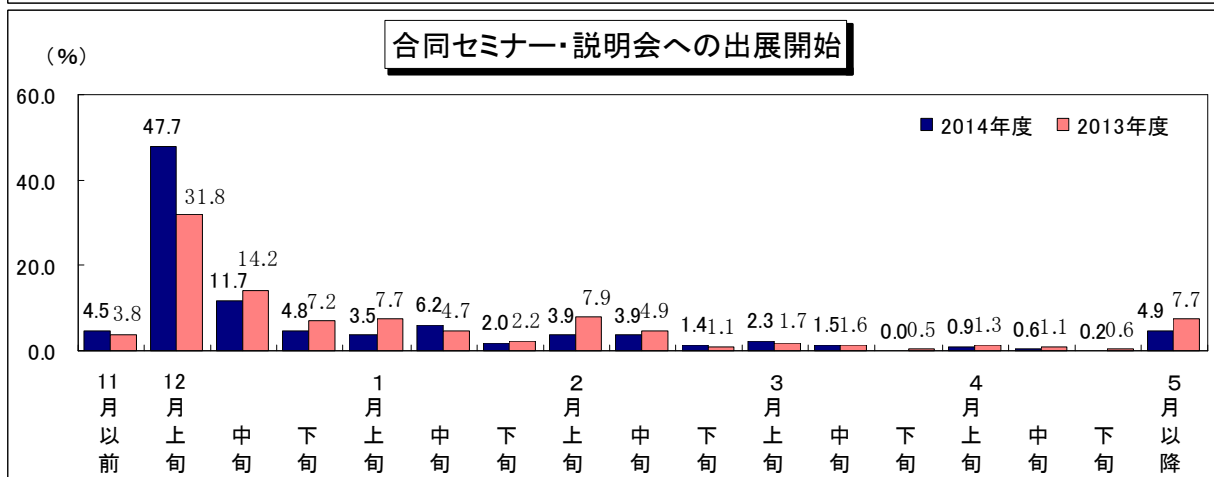
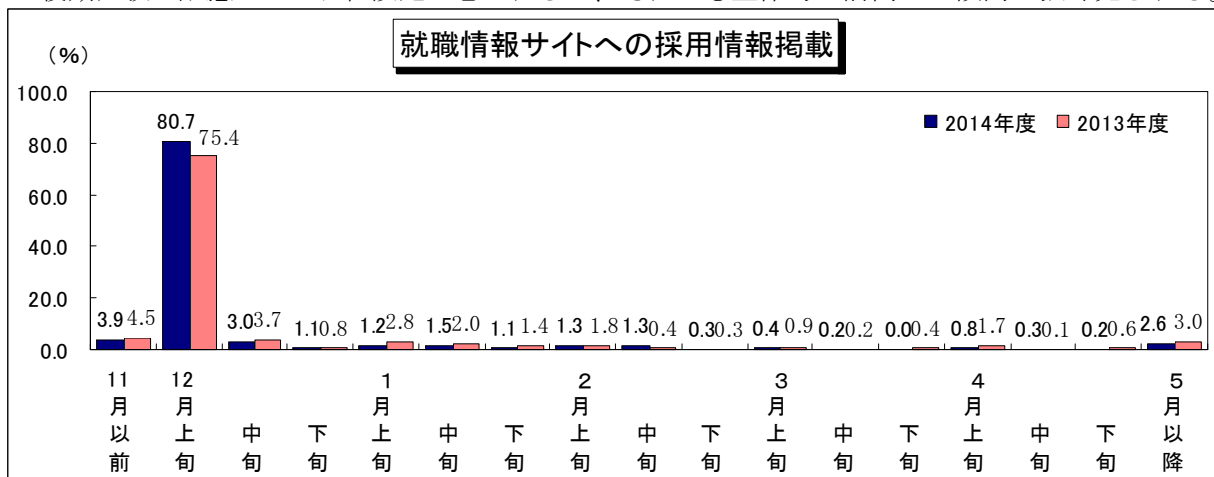
リーマン・ショック以後冷え込みが続いた新卒マーケット。2012年度採用を底に好転したが、調査結果を見る限り、企業の採用意欲は引き続き堅調と言ってよさそうだ。ただし、日中関係の悪化が自社の採用意欲に影響するか否かを聞いた設問に対し、企業規模に関わらず15%強が「影響がありそう」と回答するなど、今後の政局次第では、採用意欲も変化する可能性がある。



## 2. 採用活動の開始時期

12月広報開始の2年目を迎え、企業の活動スケジュールはどうなっているだろうか。

主要な就職情報サイトのエントリー・セミナー受付開始が今年も12月1日だったこともあり、就職情報サイトへの採用情報掲載は、「12月上旬」に集中した。前年も12月上旬が最多だったが、約5ポイント増え、一層集中した。合同セミナーについても、12月上旬が出展開始のピーク。前年は31.8%だったのが47.7%へと増え、半数近くが「解禁直後」のタイミングを選択した。前年は改定初年度で様子見ムードの感もあったが、今年はマーケットの回復も手伝って、12月一斉公開の動きが進んだ。一方で、自社セミナーについては、開始のタイミングは「2月上旬」が依然多い。大学の後期試験に配慮しての日程設定と思われるが、それでも全体的に前倒しの傾向が強く見られる。

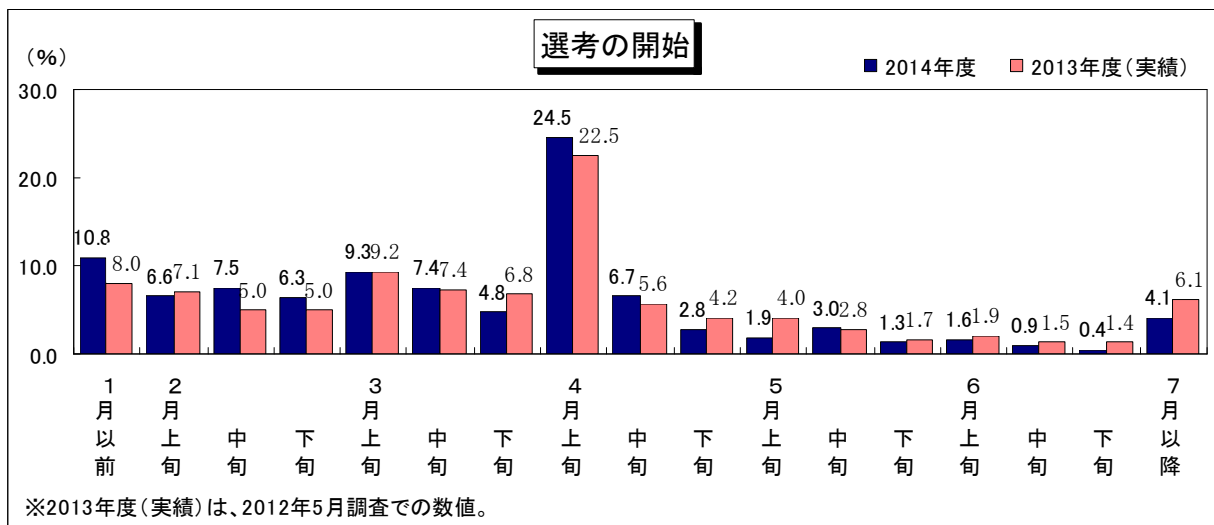


### 3. 選考開始と内定出しの予定時期

次に選考開始と内定出しの時期を見てみよう。

選考の開始は4月上旬がピークである点は前年同様で、24.5%と4社に1社に上る。選考解禁日の4月1日に照準を合わせるということだろうが、とりわけ従業員1000人以上の大手企業に限ると39.7%と4割近くになる。日程集中による激しい競争は今年も緩和されそうにない。一方で、集中を避け優位に選考を進めたいとの思惑からか、3月以前に選考を開始する企業が前年より増える見込みだ。「3月以前」との回答を合計すると、52.7%と半数を超える。

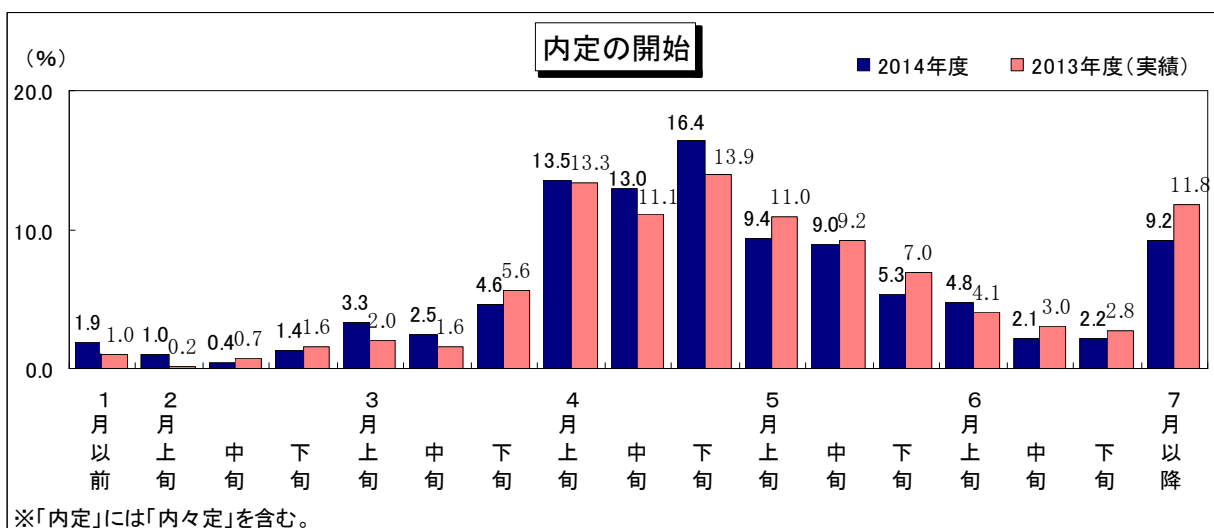
内定の開始は、4月下旬が16.4%で最も多く、4月が内定出しのピークになる点は前年と変化ないが、選考時期同様に全体的に前倒し傾向にあり、より4月に集中しそうだ。



《従業員規模別》

(%)

	1月以前	2月上旬	中旬	下旬	3月上旬	中旬	下旬	4月上旬	中旬	下旬	5月上旬	中旬	下旬	6月上旬	中旬	下旬	7月以降
~299人	12.3	4.7	7.0	6.0	6.6	7.0	6.6	16.3	8.6	2.7	3.7	5.0	1.3	3.0	2.0	0.7	6.6
300~999人	11.6	7.5	7.3	7.3	10.2	8.7	3.9	21.1	7.7	3.9	1.7	1.9	1.9	1.5	0.5	0.2	3.1
1000人以上	7.8	7.4	8.6	5.1	10.9	5.8	4.3	39.7	2.7	1.2	0.0	2.3	0.4	0.4	0.4	0.4	2.7



《従業員規模別》

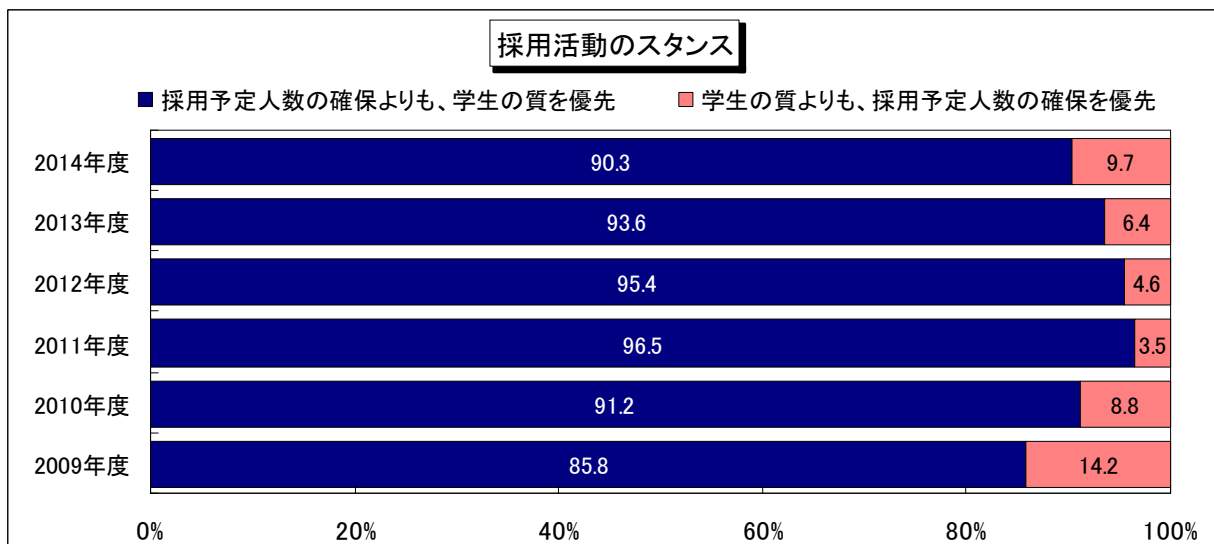
(%)

	1月以前	2月上旬	中旬	下旬	3月上旬	中旬	下旬	4月上旬	中旬	下旬	5月上旬	中旬	下旬	6月上旬	中旬	下旬	7月以降
~299人	3.1	1.0	1.0	1.7	3.8	2.4	5.5	8.9	7.2	11.9	8.5	9.6	6.5	8.5	1.7	4.8	14.0
300~999人	2.0	1.0	0.0	1.5	3.2	2.7	3.4	14.0	12.5	18.2	10.6	8.6	6.1	3.9	2.9	1.5	7.9
1000人以上	0.4	1.2	0.4	0.8	3.1	2.3	5.4	17.9	20.2	18.7	8.6	8.9	2.7	1.9	1.2	0.4	5.8

#### 4. 採用活動のスタンスと方向感

2014年度採用のスタンスを聞いたところ、「採用予定人数の確保よりも、学生の質を優先させる」企業が90.3%と依然大勢を占めるものの、3年連続でその割合を下げた。売り手市場になるとこの数字は下がる傾向にあり、脱・氷河期と言われた2006～2007年には85%台まで落ち込んだ経緯がある。このデータからも採用回復傾向の堅固さを感じ取ることができる。特に今回は大手企業が85.3%にまで下がっており（前年は92.9%）、採用数増加で質の追求から数の確保へと方針を切り替えざるを得ないケースも出てくるだろう。

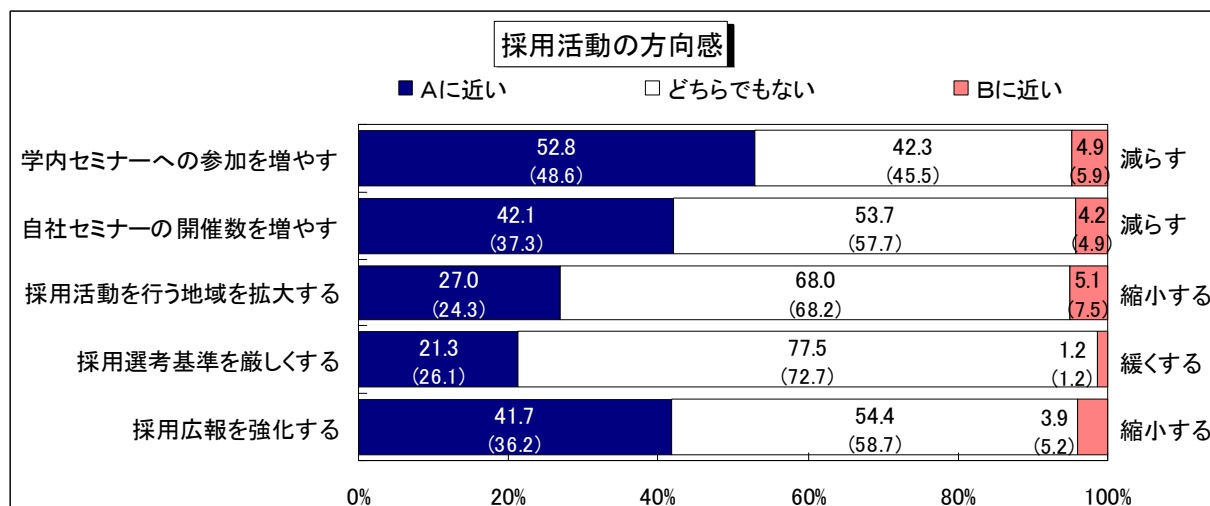
採用活動の方向感にも変化が見られる。「学内セミナー」「自社セミナー」とともに、「増やす」が前年よりさらに増え、かなり積極的な姿勢がうかがえる。「採用活動を行う地域」でも、「拡大」が「縮小」を上回り、地方採用を見直す動きも予想される。一方、「採用選考基準」を「厳しくする」企業は21.3%で、前年の26.1%より約5ポイント減った。但し、「緩くする」は1.2%と依然少数派であり、厳選採用を継続しつつ必要数の確保にあたる企業が大半と見られ、難易度の高い採用戦線となりそうだ。「採用広報」を「強化」するが41.7%と前年より5ポイント強増えているが、採用拡大と広報期間短縮を補う工夫が求められている。



《従業員規模別》

(%)

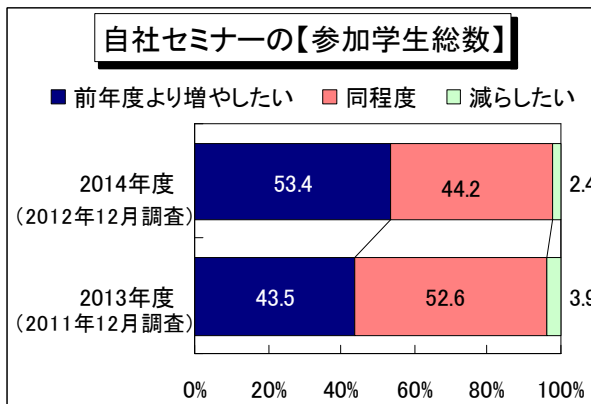
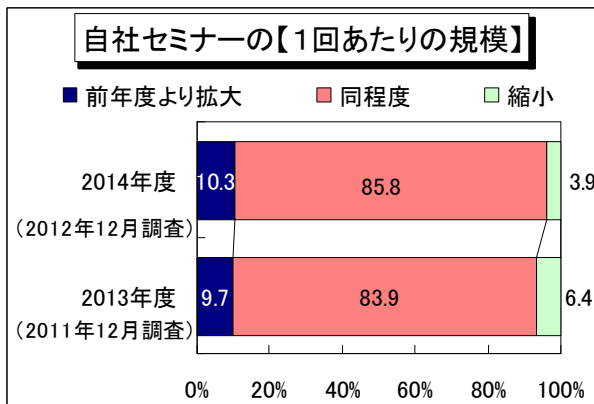
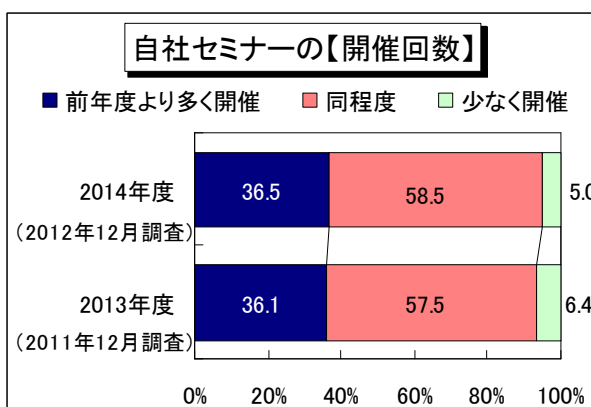
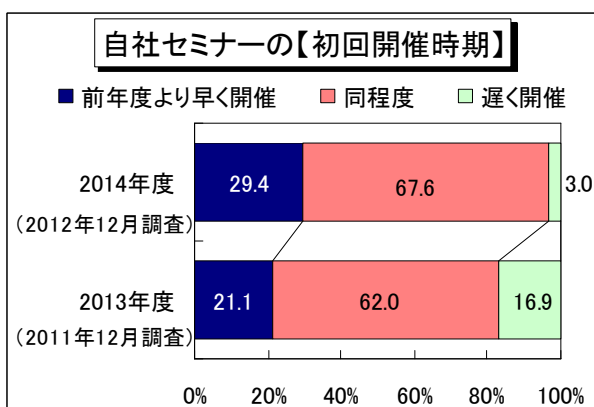
	全体	～299人	300～999人	1000人以上
採用予定人数の確保よりも、学生の質を優先させる	90.3	90.9	92.9	85.3
学生の質よりも、採用予定人数の確保を優先させる	9.7	9.1	7.1	14.7



### 5. 自社セミナーの開催方針

自社（個社）で行うセミナー・会社説明会の方針を聞いた。

初回開催時期については3ページで、全体的に前倒しの傾向が強いことを紹介したが、果たしてここでも「前年度より早く開催」との回答が29.4%と3割に迫り、前年調査を8ポイント余り上回った。開催数については、「前年度より多く開催」が36.5%と3社に1社に上り、「少なく開催」は5.0%にとどまった。1回あたりの規模は、「前年度と同程度」が85.8%と8割以上を占め大きな変化はないが、「拡大」10.3%、「縮小」3.9%と、どちらかと言うと拡大傾向だ。参加学生総数は53.4%と過半数が「前年度より増やしたい」と回答し、動員数の増加が多く企業のにとって課題となっていることが浮き彫りとなった。2013年度採用で母集団不足を感じ、求める人材を確保できなかった企業の多くが、「数がないと質も上がらない」と結論付けたのではないだろうか。



※「未定」を除いて集計

#### 【Voice1】—— 自社セミナーの改善点や課題

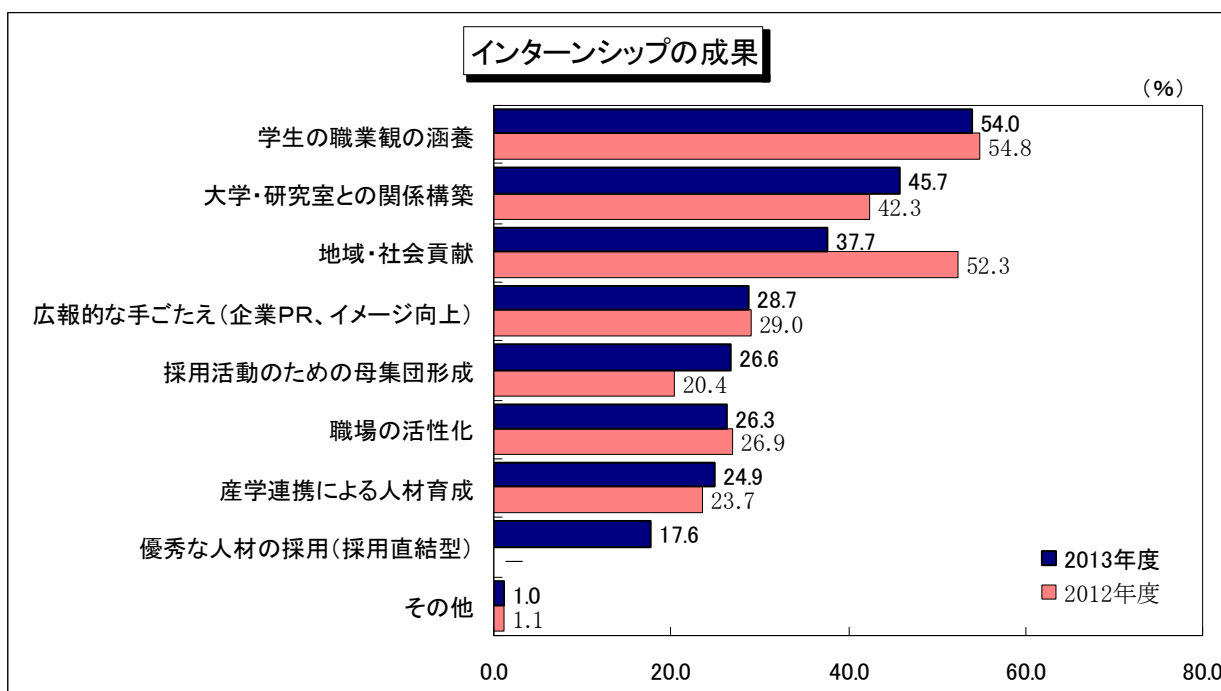
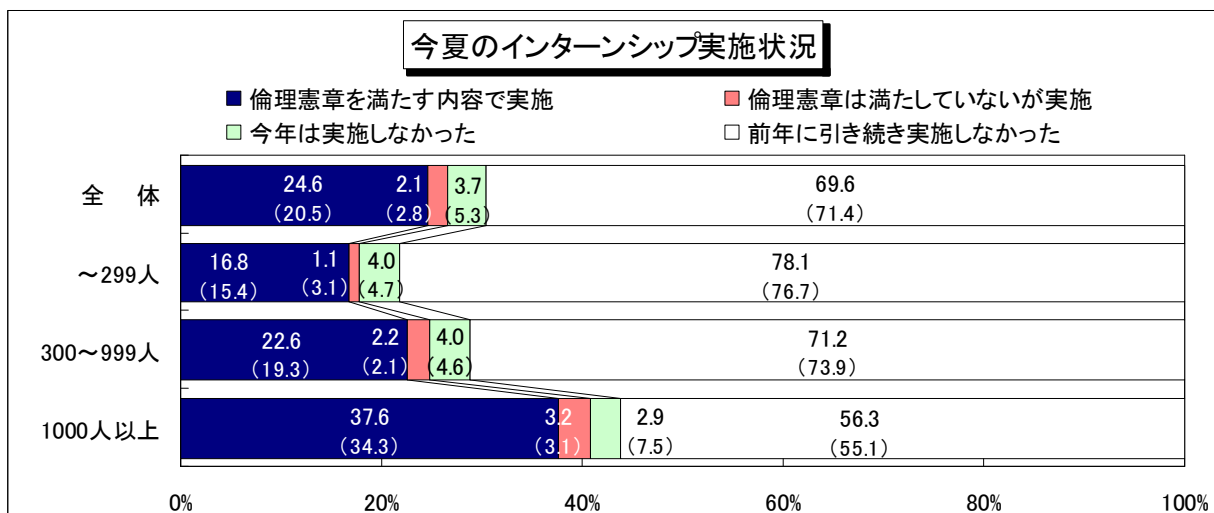
- 会社説明会に参加する母集団の形成が課題。13年度のように説明会の母集団が形成できないと不人気企業感丸出しになってしまうし、会社側の人員協力も要請しづらい。 <エンターテインメント>
- 「予約が取れたからなんとなく出席している」という受け身の学生に対し、いかにして企業理解を促すかが課題です。 <情報処理>
- 2月の実施を予定しているが、一番セミナーや説明会が集中する時期なので、忙しい学生にいかに足を運んでもらうか。 <運輸>
- 総花的な内容ではなく、当社の仕事や魅力を理解してもらえるような内容に変更する。 <電子・電機>
- 会社説明会予約時点でのフィルター（選別方法）により、採用重点層を多く取り込むこと。 <銀行>
- 最終的な判断のきっかけになるセミナーにする必要がある。 <建設・住宅・不動産>
- より興味を持ってもらい、当社の選考試験に多く人員を動員できるようにしたい。 <鉄鋼・非鉄・金属製品>
- 開催時期について、今年度遅すぎたと感じたことから、来年度は2週間～1ヵ月早くしたいと思います。 <団体>

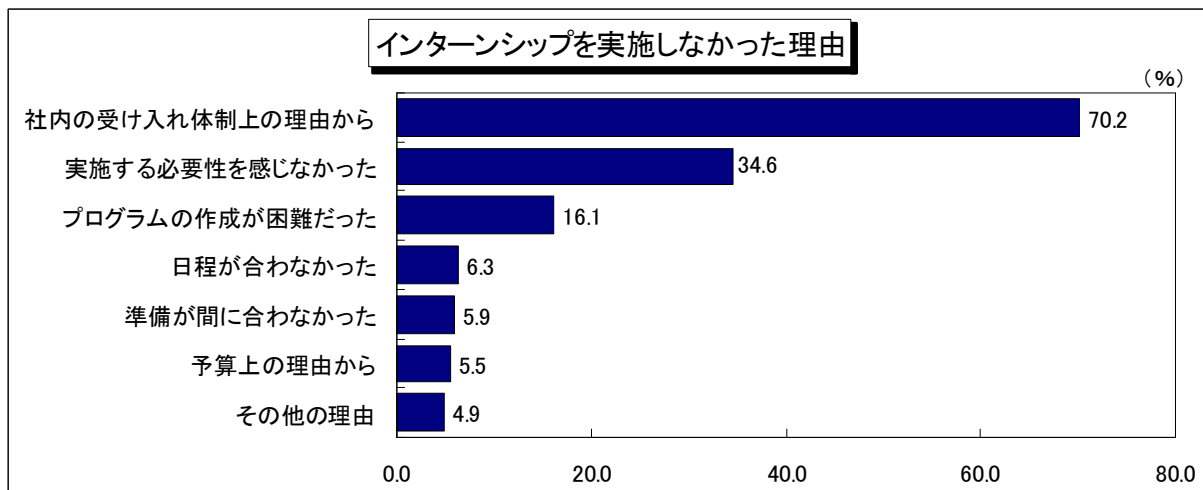
### 6. 今夏のインターンシップ実施状況と成果

2011年3月「倫理憲章」の見直しにより、5日間以上かつ学生を職場に受け入れるものに限るなど、その定義が厳格化されたインターンシップ。「倫理憲章を満たす内容で実施」24.6%、「倫理憲章を満たしていないが実施」2.1%と、あわせて26.7%が今夏実施したと回答した。昨年は企業にとって実施のハードルが上げられたことで実施企業が減少したが、今夏は3ポイント余り増えた。企業規模が大きくなるほど「満たす内容で…」の割合は増え、大手企業では37.6%に上る。

インターンシップ実施企業に、その成果を聞いたところ、「学生の職業観の涵養」が54.0%で最も多かった。「大学・研究室との関係構築」が45.7%で次に多く、とりわけ単位認定型や大学公認型のインターンシップを提供している企業で回答が多かった。「採用活動のための母集団形成」26.6%、「優秀な人材の採用」17.6%と、決して割合は多くないが、採用活動の一環と捉えた場合の手ごたえを感じている企業はそれぞれ2割前後あった。

実施しなかった企業に理由を聞くと、「必要性を感じなかった」は34.6%だった。残りの6割以上は、必要性は感じているが何らかの理由で実施できていないことが分かった。(グラフは次ページ)



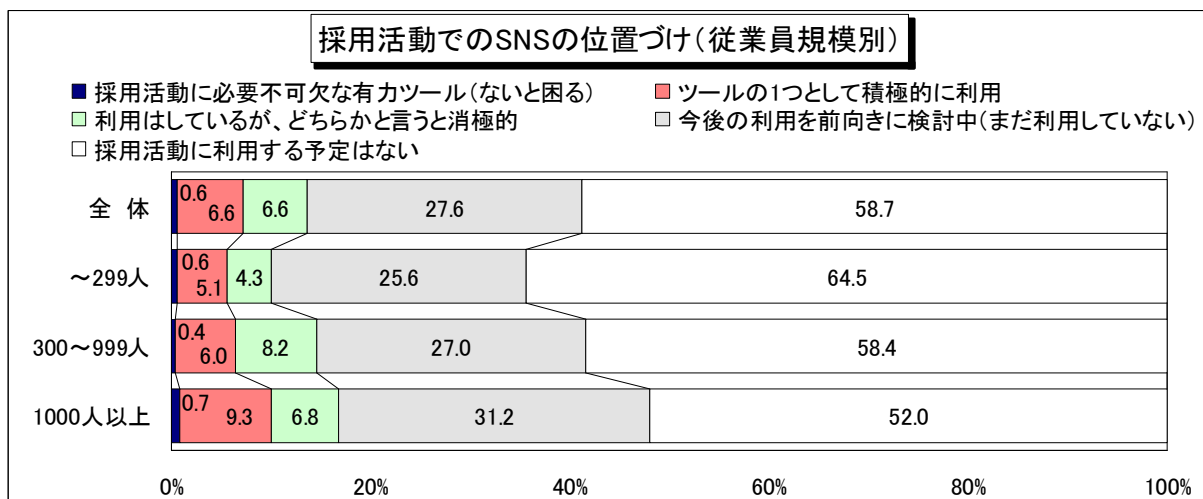


**【Voice2】——インターンシップ実施企業の満足状況**

- モノづくりの難しさや働くことの楽しさや難しさを体感してもらえたと思う。知名度のない企業ですが、身近に感じてもらったと思う。 <電子・電機>
- 学生の満足度も高く、学校との関係構築に大きく繋がった。社内の活性化、次年度の採用活動のきっかけとして有効である。 <情報処理>
- 1day形式で広報効果はあったと思うが、採用に直結するかはまだ分からない。 <電子・電機>
- 参加した学生が、働くことへの理解を深めることができていたように感じた。進路に迷っていた学生も、答えが出せたと言っていた。 <百貨店>

**7. SNSの活用**

フェイスブックやツイッターなどのSNSを採用活動に利用している企業は、全体の13.7%。大手でも16.8%にとどまり、いまだ手探りの状況だ。利用理由は「企業広報・知名度アップのため」が58.8%で最多で、現段階ではコミュニケーションツールというより広報ツールの側面が大きい。



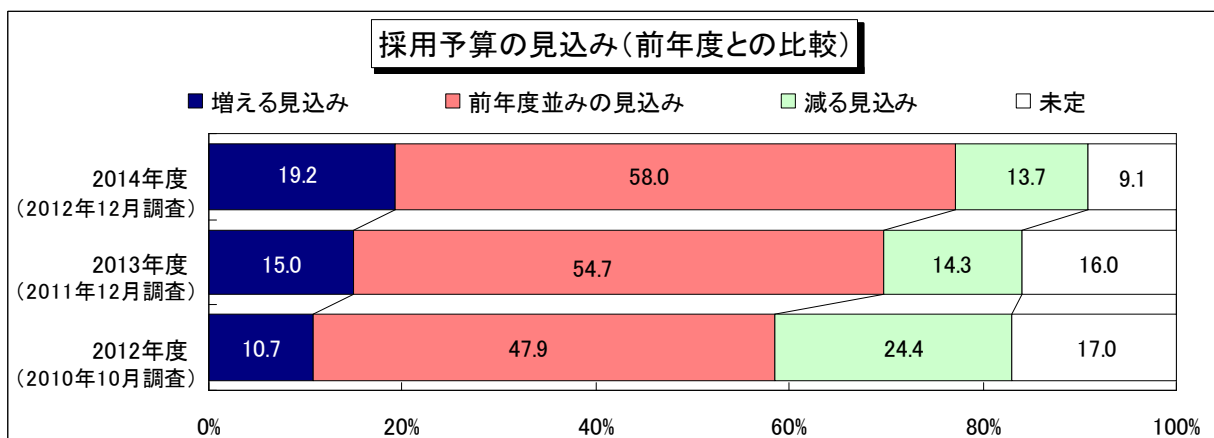
**採用活動でのSNS利用理由**

	全体	~299人	300~999人	1000人以上
企業広報・知名度アップのため	58.8	80.0	53.0	51.1
幅広い層の学生とコミュニケーションをとるため	43.2	37.1	42.4	48.9
特定の層の学生と密にコミュニケーションをとるため	20.3	14.3	27.3	14.9
他社が使っているので試しに使ってみた(活用法を模索中)	18.9	14.3	24.2	14.9
応募者のネガティブチェックのため	9.5	14.3	4.5	12.8
その他	2.7	2.9	0.0	6.4



## 8. 2014年度の採用予算

採用予算の見込みについては、「増える」が19.2%で、「減る」の13.7%を5.5ポイント上回った。採用数増加に伴い、採用予算を増やす動きは2年連続で拡大している。



### 【Voice3】——2014年度の採用予算について

- より多くの学生に参加してもらうために昨年使用していなかったツールを検討している。魅力的な内容にするには相当の投資も必要である。 <専門商社>
- 人数を増やすので予算を増やさざるを得ない。 <フードサービス>
- 昨年、採用予算を絞り過ぎたため。満足な母集団形成ができなかった反省から、今回は予算を少し増やす。 <情報処理>
- 基本は予算減を念頭において採用活動を行う。ただ、優秀な学生の採用を行うために、予算削減ばかりを前面に出すというような方針・活動は控えたいと考えている。 <医薬品・化粧品>
- 事前情報、準備を念入りに行った後に大学廻りを実施していけば無駄は減ると考えており、削減でも問題ない。 <鉄鋼・非鉄・金属製品>
- どうしても学生は企業選びの際、知名度に左右されるので、よりコストを掛けずに知名度を上げるかが命題となっています。 <素材・化学>

### 【Voice4】——2014年度の採用活動の方向感について

- 採用広報期間が事実上短縮したことで、2013卒の学生を内定出しまでに「育成」しきれなかった。広報露出・コミュニケーションを増やし、相互理解を深める機会の創出を行って行きたい。 <銀行>
- 大手企業と同時期に採用活動をすることが効果があるのか、それとも一段落してからのほうがいいのか、費用面を考慮して検討しています。 <建設・住宅・不動産>
- やみくもに範囲を広げるのではなく、ターゲットを明確にした採用活動を行う必要があると考えています。 <情報処理>
- 首都圏に多くの学生が存在することは変わりませんが、地方国公立大学学生も確実に母集団に入れこみたいと思っています。 <精密機器・医療用機器>
- 東京一括採用から、本年度は関西地区でも会社セミナー、一次面接を実施。 <専門店>
- 学生との接触機会を増やすことで選択肢が広がり、適材を採用することができる。また、学生にも、当社の内容をより深く理解してもらいお互いのミスマッチをなくしたい。 <サービス業>
- 2013卒で採用枠に達していないため、2014卒ではもっと広報活動を含めて強化していく必要がある。 <商社(総合)>
- 質の高い採用をしたいため、母集団拡大ができればと考えている。 <運輸>

### 9. 2013年3月卒業予定者の選考状況

最後に2013年3月卒者の選考状況を確認したい。調査時点で、採用活動を「終了した」と回答した企業は、全体の75.8%。前年同期調査(72.6%)よりもやや早いペースで、全規模で7割を超えている。広報開始時期が2カ月遅れ、採用数も増えたが、その割に終了率は高い。まだ就職先を決めていない学生にとっては、かなり厳しい終盤戦となりそうだ。

採用継続企業での現在の母集団形成方法は、「大学への求人票」61.8%、「学内セミナーに参加」42.1%、「大学訪問」38.2%などと、対象校を絞った動きが目立つ。一方で、「就職情報サイトを利用」55.6%、「合同企業説明会等に参加」37.1%と、大学を絞らず広く募集するツールも引き続き利用されている。

