

株式会社ディスコ <http://www.disc.co.jp/>

東京本社	〒112-8515	東京都文京区後楽 2-15-1	TEL.03-5804-5574
札幌支社	〒060-0061	札幌市中央区南 1 条西 6-15-1 札幌あおばビル	TEL.011-272-8008
東北支社	〒980-0803	仙台市青葉区国分町 2-14-18 定禅寺パークビルヂング	TEL.022-213-1510
名古屋支社	〒460-0003	名古屋市中央区錦 2-13-30 オリックス伏見ビル	TEL.052-222-6751
関西支社	〒541-0051	大阪市中央区備後町 4-1-3 御堂筋三井ビル	TEL.06-6228-0886
広島支社	〒730-0017	広島市中区鉄砲町 7-18 東芝フコク生命ビル	TEL.082-222-7811
西部支社	〒812-0016	福岡市博多区博多駅南 1-10-4 第二博多備成ビル	TEL.092-473-3392

2014年度 「新卒採用マーケット」の最終総括

発行元：株式会社ディスコ キャリアリサーチ
〒162-8701 東京都新宿区下宮比町 2-12 神楽坂 HC スタジオ
TEL 03-4316-5505 chousabu@disc.co.jp
発行日：2013年9月1日



DISCO

INDEX

第1章	採用マーケットの概況 3
	高まる採用意欲 内定率は大幅アップ 大手企業への就職意向が上昇 採用枠を拡大した業界が台頭 採用予定に対する充足率は8割弱 内定辞退者が増加傾向
第2章	企業の採用活動11
	活動スケジュールは早期化 採用満足度は「量に対する不満」が上昇 「研究熱心な学生」を感じた企業は約4割 「採用重点層への訴求」が一番のテーマ
第3章	学生の就職活動 17
	学生の活動は12月前半に集中 短期間で志望企業を絞り込む傾向 「就職情報サイト」を通じて就職先を認知 早い段階での内定取得が決定のポイント 「社会貢献度が高い」が選社理由のトップ
第4章	来期以降の見通し 23
	今後とも新卒採用は拡大傾向 「就職情報サイトへの情報掲載」が中心 大学との関係強化に注力 採用広報での対応をより強化 2016年度採用への不安

調査概要

■採用活動に関する企業調査

	2012年12月調査	2013年2月調査	2013年5月調査	2013年7月調査
調査対象	全国の主要企業 9,349社	8,686社	8,791社	8,747社
調査時期	2012年11月27日～12月5日	2013年2月20日～28日	2013年5月21日～29日	2013年7月23日～31日
回答社数	1,130社	1,045社	1,201社	1,221社
調査方法	インターネット調査法			

■日経就職ナビ 学生モニター調査

	2012年11月調査	2013年1月調査	2013年2月調査	2013年3月調査	2013年4月調査	2013年5月調査	2013年6月調査	2013年7月調査
調査対象	2014年3月卒業予定の全国の大学生(理系は大学院修士課程を含む)2,000人							
調査時期	11月22日～29日	1月1日～1月7日	2月1日～6日	3月1日～7日	4月1日～8日	5月1日～7日	6月1日～5日	7月1日～8日
回答人数	1,784人	1,655人	1,459人	1,365人	1,288人	1,218人	1,287人	1,284人
調査方法	インターネット調査法							

日経就職ナビ 就職活動モニター：「日経就職ナビ 就職活動モニター」とは、株式会社日経HRと株式会社ディスコが、毎年全国 2,000人の学生を対象に、就職活動の動向を定点観測するために抽出されたモニターです。文部科学省「学校基本調査」をベースに全国の大学生（理系は修士含む）の専攻分野および地域分布、男女比等を割り出し、モニター構成が同等になるようにサンプリングしています。

※大学群のグループ区分

「グループA」=旧帝大、東工大、一橋、早稲田、慶應、上智など 「グループB」=旧帝大以外の国公立、私大（MARCH、関関同立など） 「グループC」=私大（上記A、B以外）

第1章

採用マーケットの概況

■高まる採用意欲

約3割（29.4%）の企業において、採用数が「増加」。
大手企業と金融業界において、「増加」の割合が高い。

■内定率は大幅アップ

7月時点の内定率は76.0%。昨年同時期（70.8%）を大きく上回る。
内定率は、大学群による格差が依然顕著。

■大手企業への就職意向が上昇

学生の半数近く（44.7%）が「一流大手志向」。昨年調査（40.2%）より上昇。
男子学生において、「業界トップ」に対するこだわりが強い。

■採用枠を拡大した業界が台頭

就職決定業界のトップは、文系が「銀行」、理系が「情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト」。
採用数を拡大している業界の台頭が目立つ。

■採用予定に対する充足率は8割弱

7月下旬時点の「採用充足率」は76%。昨年同時期（77%）をやや下回る。
「採用充足率」は、大手企業と金融業界において高い。

■内定辞退者が増加傾向

約3割（29.0%）の企業において、内定辞退者が「増えた」と回答。
内定辞退者が「減った」は約2割（22.8%）。

第1章 | 採用マーケットの概況

■ 高まる採用意欲

2012年12月に発足した第2次安倍内閣による「アベノミクス」は、昨年までの低迷した日本社会を大きく前進させる足がかりとなった。その影響は、企業の採用意欲にも大きく及んだと言え、新卒・中途ともに採用市場が活況を呈し始めたのが今年度の大きな特徴と言える。

2014年3月卒業予定者に対する企業の採用活動は、倫理憲章改定による「12月広報開始」の2年目を迎え、前年度ほどの混乱もなく、比較的順調に推移したと言える。

まず、今年5月に調査した企業の「採用意欲」である

が、全体では約3割(29.4%)の企業が「増加」と答えており、これに「増減なし」(42.5%)を加えると、実に7割以上(71.9%)の企業が、「前年度以上の採用」を予定していることがわかる。「減少」と答えた割合は、17.0%にとどまった。

学歴別の内訳で見ると、「増加」と「増減なし」を合計した「前年度以上の採用」の割合は、大卒文系に対して63.3%、大卒理系に対しては68.4%と、理系学生に対する採用意向がやや高いことがわかる。

これを、企業の従業員規模別に比較すると、「増加」とする割合は1000人以上の大手企業で33.8%と最も

高く、新卒採用市場が大手企業に牽引される形で進んでいる様子が見てとれる。「増加」と「増減なし」を合わせた「前年度以上の採用」の割合は、1000人以上の大手企業で72.7%、300~1000人未満の中堅企業で75.1%、300人未満の中小企業で68.1%となっており、中堅企業の堅調さがうかがえる。

また、業界別の比較では、金融業界において「増加」とする割合が41.5%と圧倒的に高く、採用意欲の高さが目立っている。

■ 内定率は大幅アップ

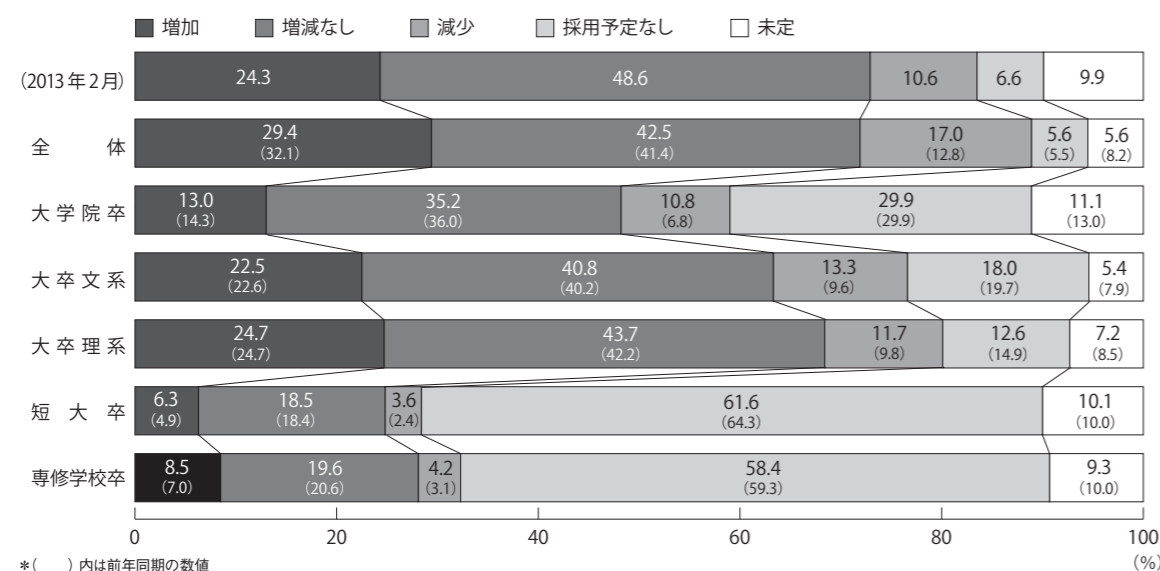
一方、今年の7月時点で企業から内定を得ている

学生の割合(内定率)は、76.0%であり、昨年の同調査(70.8%)を大きく上回っていることがわかった。この水準は、リーマン・ショック前の水準(2009年卒者)に近づく勢いであり、新卒採用市場が長年の低迷期から脱したことを表している。

これを属性別に比較してみると、内定率の高い順に、理系男子(79.2%)、理系女子(76.9%)、文系女子(75.2%)、文系男子(73.8%)となっており、やはり理系学生のほうが好調と言える。前述した「企業の採用意欲」において、理系学生に対するニーズが高まっていることを裏付ける結果となった。

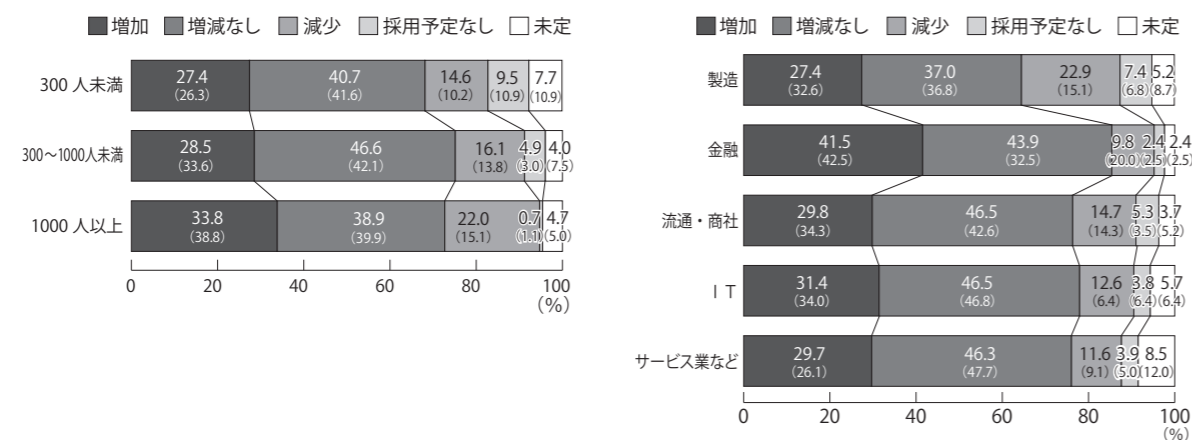
さらにこれを、大学群別に比較すると、旧帝大・早

■ 2014年3月卒業予定者の採用見込み(学歴別)



* () 内は前年同期の数値
* 属性ごとに回答していない企業などがあるため、全体の割合と属性の割合は一致しない
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年5月)

■ 2014年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)



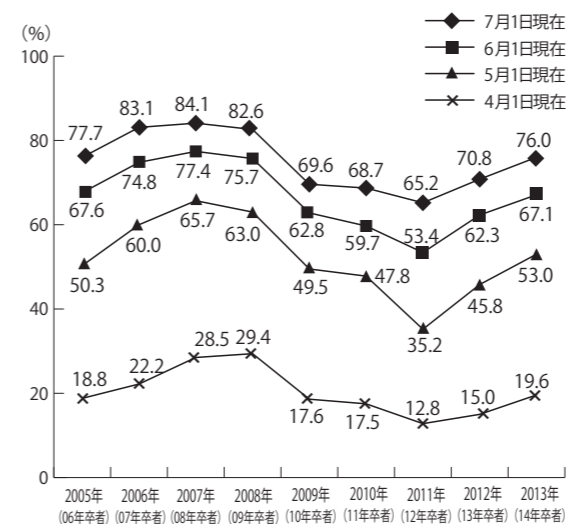
* () 内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年5月)

■ 7月1日現在の内定状況

	全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子	
内定あり	76.0 (70.8)	73.8 (71.7)	75.2 (67.5)	79.2 (71.1)	76.9 (75.2)	
内定なし	24.0 (29.3)	26.2 (28.3)	24.8 (32.5)	20.8 (28.9)	23.1 (24.8)	
内定社数(平均/社)	2.0 (1.9)	2.2 (2.0)	1.8 (1.8)	1.9 (1.8)	1.9 (1.6)	
内定者のうち	就職先を決定し活動終了	81.1 (81.3)	80.9 (78.4)	76.3 (85.2)	86.1 (80.7)	81.4 (83.0)
	活動は終了したが複数内定保持	4.1 (3.5)	5.3 (5.0)	3.0 (2.8)	3.3 (2.5)	5.3 (3.4)
	進学などの理由で就職活動を中止	0.9 (1.1)	0.3 (0.7)	0.4 (0.9)	1.8 (2.0)	1.8 (0.0)
	就職活動継続	13.8 (14.1)	13.5 (15.9)	20.4 (11.1)	8.8 (14.8)	11.5 (13.6)

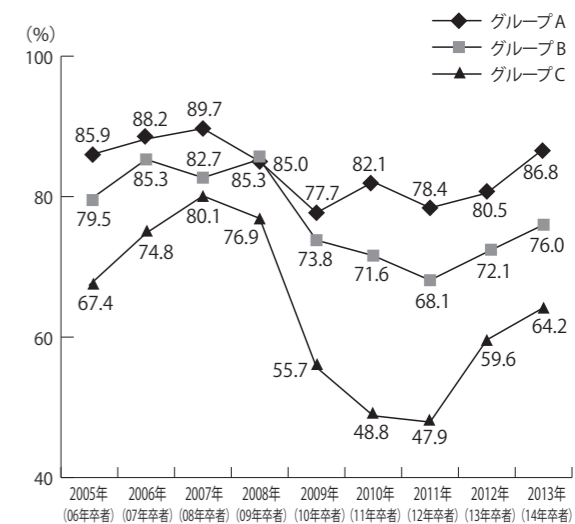
* () 内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年7月)

■ 内定率の推移



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年4、5、6、7月)

■ 7月の内定率の推移(大学群別)



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年7月)

第1章 | 採用マーケットの概況

慶クラスから成るグループAの内定率は86.8%、MARCH・関関同立などから成るグループBは76.0%、その他の私大から成るグループCは64.2%と、学校格差が顕著に表れている。新卒採用におけるミスマッチがうたわれている昨今であるが、企業の採用意向はやはり上位校偏重であると言えそうだ。

ただし、大学群による格差は、リーマン・ショック直後の採用と比べると小さくなっており、「良い学生であれば採用したい」と考える企業が増えていることが想像できる。

■ 大手企業への就職意向が上昇

『採用選考に関する企業の倫理憲章』で定める「企業の選考開始」は、卒業・修了学年の4月1日以降であるが、この直前の段階（今年3月）において、学生に対して「就職活動の中心としている企業規模」を

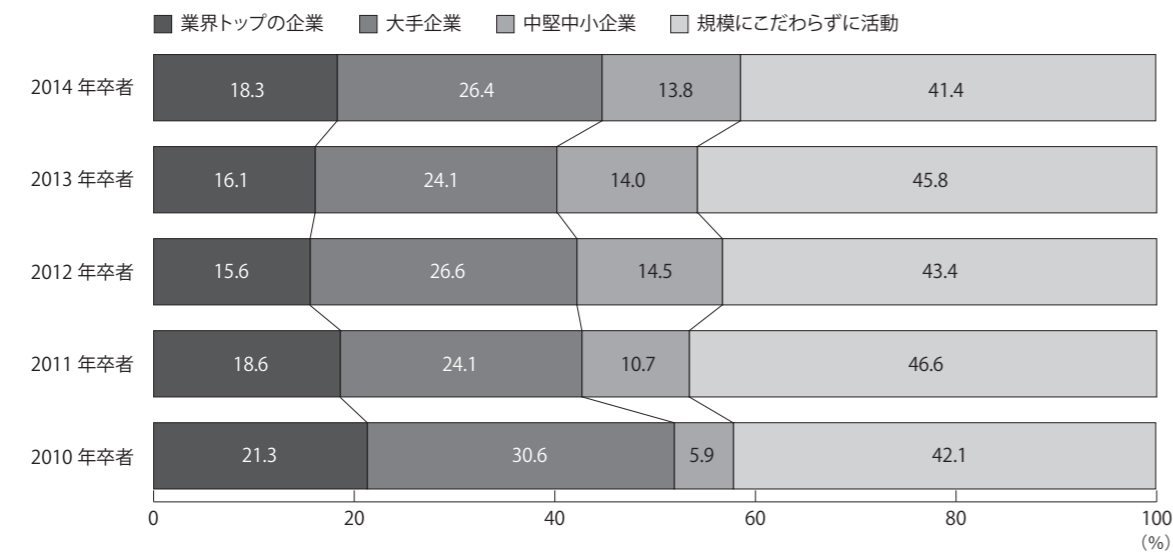
尋ねた。

その結果、「業界トップの企業」が18.3%、「大手企業」が26.4%となり、両者を合わせると半数近く（44.7%）が「一流大手志向」であることがわかった。これは、昨年の同調査における結果（40.2%）よりも約5ポイント上昇しており、大手企業による採用意欲が高まっていること（前述）とリンクしている。

一方、「中堅中小企業」に絞って活動している割合は13.8%、「規模にこだわらず活動」している割合は41.4%であった。この両者を合わせると55.2%となり、学生は「大手志向か否か」が約半々の割合で存在していると言える。

これを属性別に比較すると、「業界トップの企業を中心に活動」の割合が最も高いのが理系男子（23.8%）で、これに次いで文系男子（20.9%）、理系女子（12.5%）、文系女子（12.2%）と続き、男女による差異が見られた。

■ 活動の中心としている企業規模の推移



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年3月)

■ 活動の中心としている企業の規模

	文系男子 (%)	文系女子 (%)	理系男子 (%)	理系女子 (%)
業界トップの企業を中心に活動	20.9	12.2	23.8	12.5
大手企業を中心に活動	27.5	24.2	27.5	26.3
中堅中小企業を中心に活動	12.6	14.8	13.4	16.4
規模にこだわらずに活動	39.0	48.8	35.3	44.7

(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年3月)

しかし、「大手企業を中心に活動」の割合は、どれも3割弱であり、大きな違いは見られない。男子学生のほうが女子学生よりも、「業界トップ(一流)」に対するこだわりが強いという傾向が見られる。

■ 採用枠を拡大した業界が台頭

今年の7月時点で就職活動を終了している学生に、就職決定企業の業界を尋ねたところ、文系における上位5業界は、「銀行」(14.2%)、「情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト」(8.6%)、「建設・住宅・不動産」(6.7%)、「運輸・倉庫」(6.3%)、「マスコミ」(5.8%)であった。

一方、理系における上位5業界は、「情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト」(12.2%)、「医薬品・医

療関連・化粧品」(10.7%)、「電子・電機」(9.5%)、「機械・プラントエンジニアリング」(7.6%)、「建設・住宅・不動産」(7.3%)であった。

上位にあがっている業界は「就職人気業界」とも言えるが、文系、理系ともに上位にあるのは「情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト」と「建設・住宅・不動産」である。いずれの業界も、時代の流れを受けて採用数を拡大していることが背景にある。

では、学生がもともと志望していた業界と就職決定企業の業界では、どのような違いがあるだろうか。就職活動が本格化する昨年の12月より前(プレ期)の段階で、学生に志望業界を尋ねた結果と比較してみよう。

文系における当初の志望業界(第1志望)は、1位「銀行」(15.3%)、2位「マスコミ」(11.8%)、3位「水産・

■ 就職活動前の志望業界と就職決定業界の比較

文系 (%)		理系 (%)	
プレ期の志望業界 (第1志望)	就職決定企業の業界	プレ期の志望業界 (第1志望)	就職決定企業の業界
1 銀行 15.3	1 銀行 14.2	1 医薬品・医療関連・化粧品 12.3	1 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 12.2
2 マスコミ 11.8	2 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 8.6	2 水産・食品 12.0	2 医薬品・医療関連・化粧品 10.7
3 水産・食品 8.6	3 建設・住宅・不動産 6.7	3 素材・化学 8.5	3 電子・電機 9.5
4 運輸・倉庫 7.0	4 運輸・倉庫 6.3	4 電子・電機 7.8	4 機械・プラントエンジニアリング 7.6
5 商社(総合) 6.3	5 マスコミ 5.8	5 建設・住宅・不動産 6.1	5 建設・住宅・不動産 7.3
6 官公庁・団体 5.2	6 保険 5.2	6 官公庁・団体 5.6	6 自動車・輸送用機器 5.8
7 ホテル・旅行 4.8	7 商社(専門) 4.3	7 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 5.2	7 水産・食品 4.9
8 建設・住宅・不動産 4.1	8 自動車・輸送用機器 3.7	8 情報・インターネットサービス 3.8	8 運輸・倉庫 4.6
9 医薬品・医療関連・化粧品 3.7	信用金庫・労働金庫・信用組合 3.2	9 機械・プラントエンジニアリング 3.8	9 素材・化学 4.3
10 調査・コンサルタント 2.6	9 証券・投信・投資顧問 3.2	10 運輸・倉庫 3.7	10 情報・インターネットサービス 4.0
11 商社(専門) 2.5	スーパー・コンビニエンス 3.2	11 マスコミ 3.5	11 銀行 3.0
12 保険 2.4	素材・化学 3.0	12 エネルギー 3.3	12 精密機器・医療用機器 2.7
13 エネルギー 2.1	12 電子・電機 3.0	12 自動車・輸送用機器 3.3	13 マスコミ 2.4
14 エンターテインメント 2.0	通信関連 3.0	14 銀行 2.8	14 官公庁・団体 2.4
自動車・輸送用機器 1.9	15 機械・プラントエンジニアリング 2.6	15 商社(総合) 2.6	15 調査・コンサルタント 1.8
OA機器・家具・スポーツ・玩具他 1.9	医薬品・医療関連・化粧品 2.4	16 調査・コンサルタント 2.3	商社(専門) 1.5
教育 1.9	16 エネルギー 2.4	17 精密機器・医療用機器 2.1	通信関連 1.5
情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 1.9	18 水産・食品 1.9	18 保険 1.7	16 エネルギー 1.5
19 素材・化学 1.7	19 調査・コンサルタント 1.7	18 通信関連 1.7	17 農業・林業・鉱業 1.5
情報・インターネットサービス 1.7	官公庁・団体 1.7	20 OA機器・家具・スポーツ・玩具他 1.2	18 保険 1.2
			20 鉄鋼・非鉄・金属製品 1.2
			OA機器・家具・スポーツ・玩具他 1.2
			ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 1.2

*全40業界のうち上位20業界を掲載。(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年7月)

第1章 | 採用マーケットの概況

食品」(8.6%)、4位「運輸・倉庫」(7.0%)、5位「商社(総合)」(6.3%)であった。

一方、理系における当初の志望業界(第1志望)は、1位「医薬品・医療関連・化粧品」(12.3%)、2位「水産・食品」(12.0%)、3位「素材・化学」(8.5%)、4位「電子・電機」(7.8%)、5位「建設・住宅・不動産」(6.1%)であった。

文系においては、当初の志望業界、就職先業界ともに「銀行」がトップであり、人気の強さがうかがえるが、2位以下を見ると、「マスコミ」、「運輸・倉庫」以外は、顔ぶれが大きく変わっている。「水産・食品」や「商社(総合)」など、人気のわりに採用数が少ない業界や、「官公庁・団体」など、採用試験の時期が遅い業界が、就

職先業界の順位を落としていることがわかる。

理系においては、当初の志望業界、就職先業界ともに上位にあがっているのは、「医薬品・医療関連・化粧品」、「電子・電機」、「建設・住宅・不動産」であり、2位以下を見ても文系ほどの大きな顔ぶれの変化は見られない。理系の場合、就職先として志望する業界が当初より定まっており、文系と比べて堅実な就職活動をしている様子が想像できる。

採用予定に対する充足率は8割弱

今年7月下旬時点において、企業の採用予定数に対する内定者の割合がどの程度か、いわゆる「充足率」を尋ねてみた。その結果、全学歴を総合して、「76%」という回答が得られた。これは、昨年と同調査の結果で

ある「77%」をやや下回っている。昨年よりも採用意欲が高まり、採用予定数を増やした企業が増えた中で、内定を得た学生も(7月時点で)増えてはいるが、その歩留まり状況が芳しくないということかもしれない。

これを従業員規模別に見ると、1000人以上の大手企業で「85%」、300～1000人未満の中堅企業で「73%」、300人未満の中小企業で「72%」と、やはり企業格差が見られる。また、業界別の比較では、充足率が最も高い金融(85%)と最も低いサービス業(70%)では、15ポイントの差がついている。

採用予定数は増やしても、採用基準そのものを変更している企業は多くなく、依然として厳選採用が進む中であって、限られた優秀学生を企業が取り合う構

図が見てとれる。

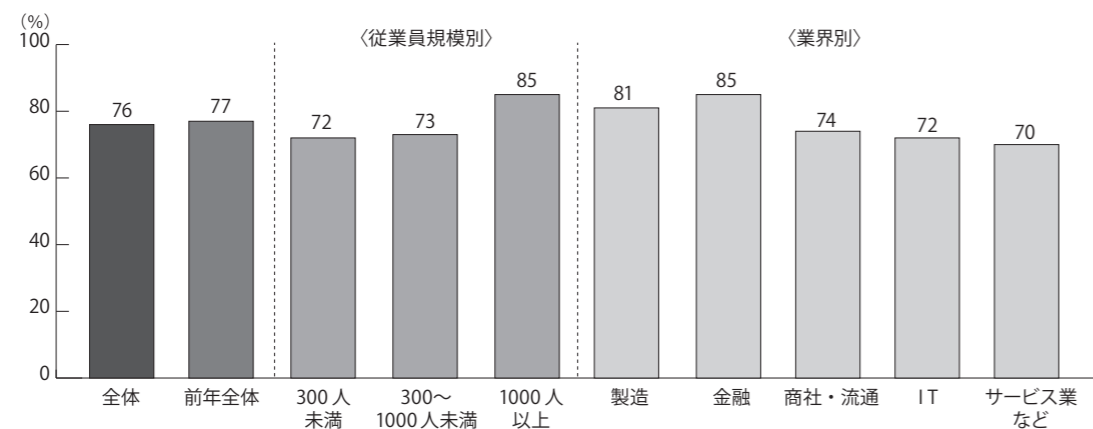
内定辞退者が増加傾向

内定辞退者数について、昨年度との増減を尋ねたところ、「かなり増えた」(8.4%)と「やや増えた」(20.6%)を合計して、約3割(29.0%)の企業が「増えた」と回答した。

これに対し、「かなり減った」(9.9%)と「やや減った」(12.9%)の合計は約2割(22.8%)であり、内定辞退の割合は全体的に増加傾向にあると言える。

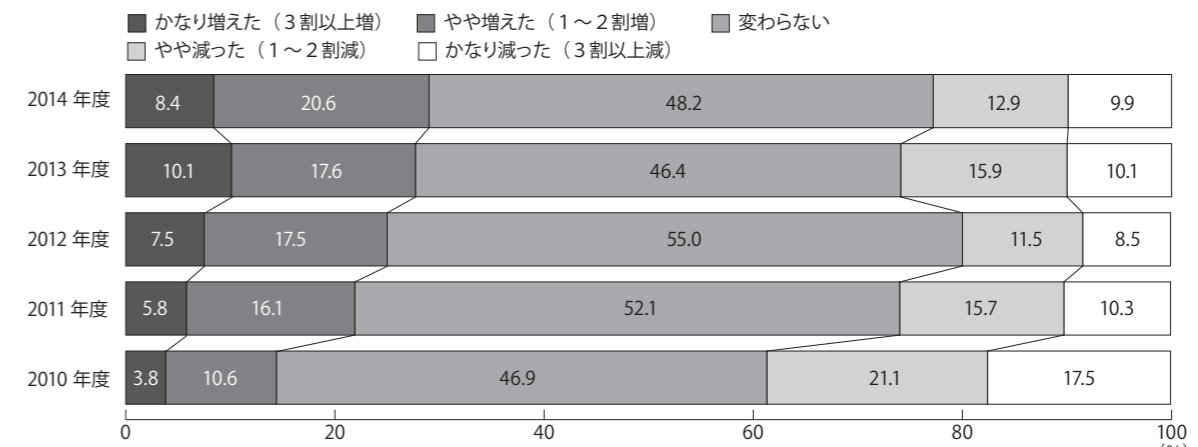
引き続き採用活動を行う企業にとっては、学生の質を担保しつつ、いかに充足率を高めていこうか大きな課題と言えそうだ。

内定者の充足率(7月下旬時点)



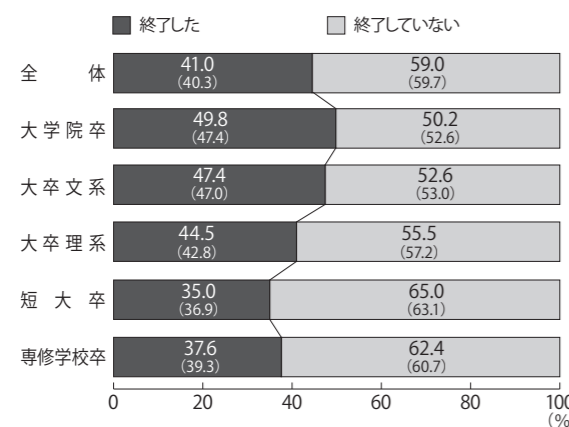
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

内定辞退者の増減(前年度と比較して)



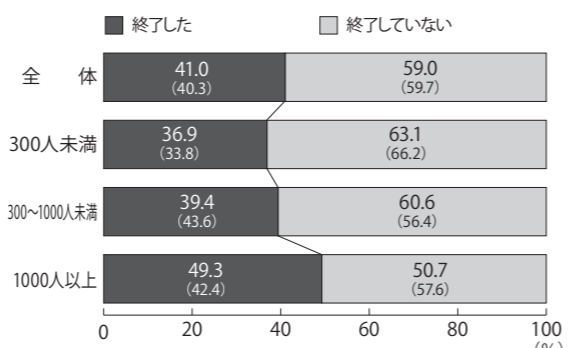
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(各年7月)

採用選考の終了状況(学歴別)



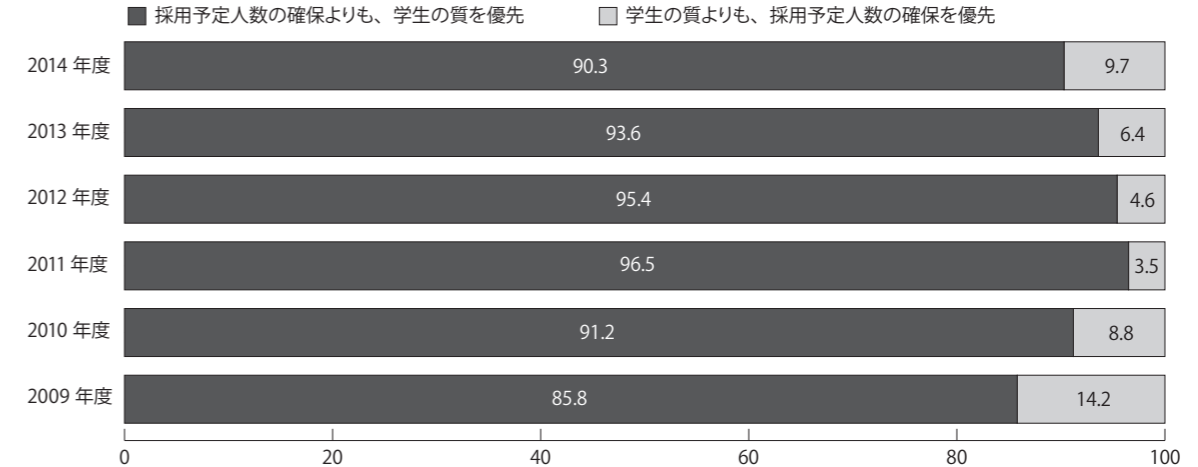
*()内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

採用選考の終了状況(従業員規模別)



*()内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

採用活動のスタンスの推移

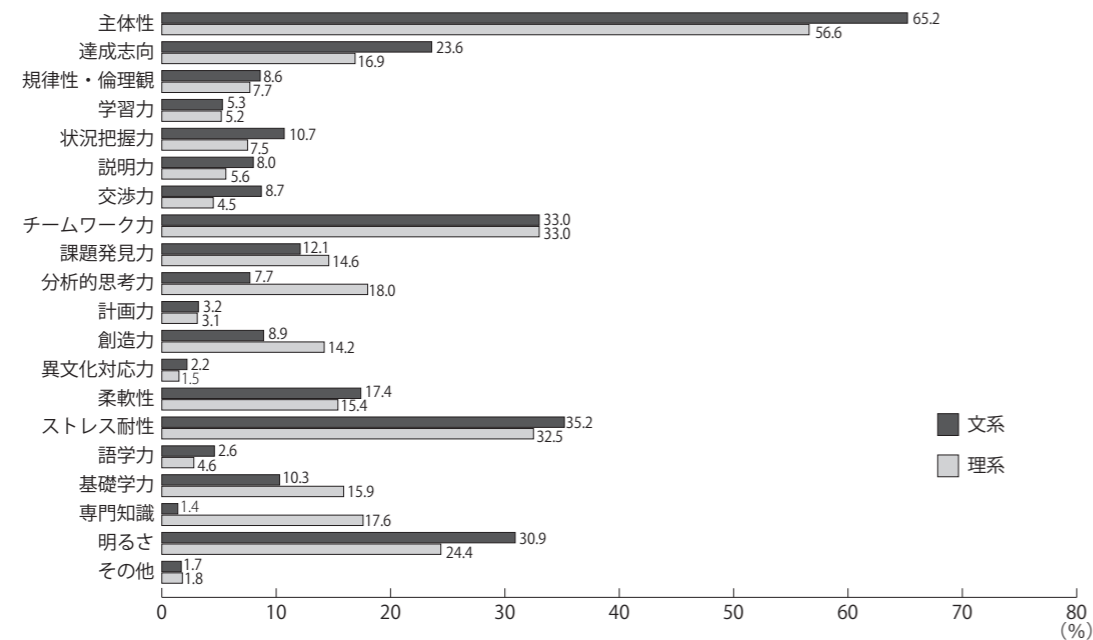


(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(各年12月)

◇参考データ①

■企業が学生に求めるもの

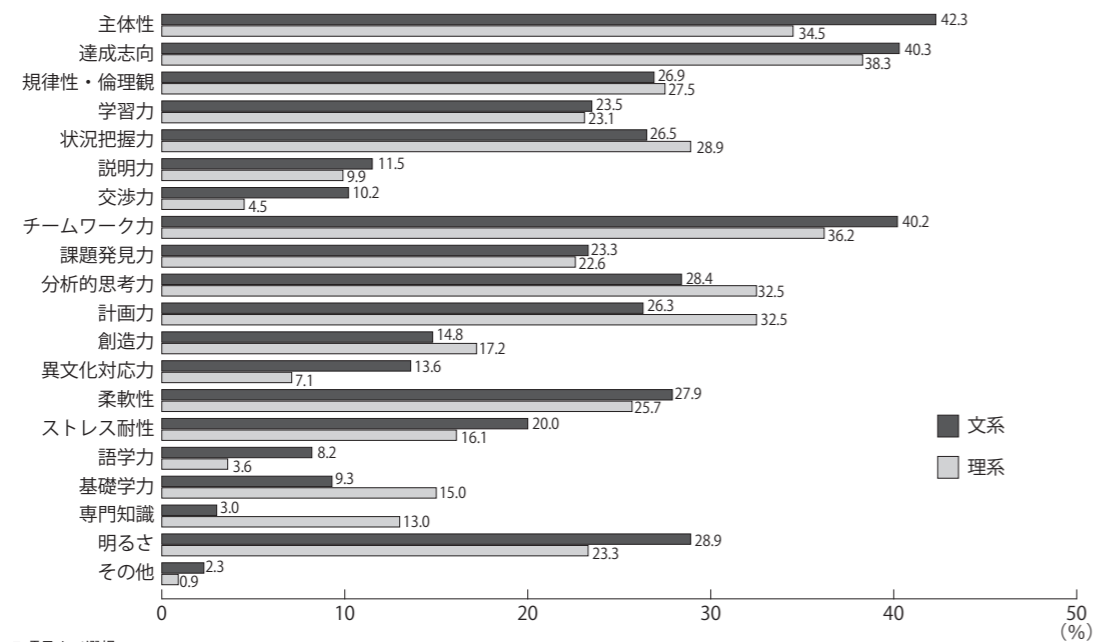
「主体性」が圧倒的に多く、文系で65.2%、理系56.6%と、どちらも半数を超えている。次いで多いのは、文系では「ストレス耐性」「チームワーク力」で、理系では「チームワーク力」「ストレス耐性」の順。文理とも上位3項目が突出しており、多くの企業で共通に求められる能力・資質と言える。



*3項目まで選択
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2012年12月)

■学生が企業に評価してもらいたいこと

学生側が企業に評価してもらいたいことにおいても、「主体性」は多くが選んだ。文系学生でトップ、理系学生で3位だった。他に企業側でポイントの高かった「チームワーク力」も、文系で3位、理系で2位と上位。一方、「ストレス耐性」を選ぶ学生は多くなく、企業側とのズレがあるようだ。「計画力」は学生では挙げる者が多いが、企業側は少数だった。



*5項目まで選択
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年2月)

第2章

企業の採用活動

■活動スケジュールは早期化

面接の開始時期は、「4月上旬」が低下し、「3月上旬」が上昇。
内定の開始時期は、「4月」への集中が高まり、全体の44.8%を占める。
内定出しのピーク時期は、「4月下旬」が大きく上昇。
全体的に「5月上旬」までが昨年より高く、早期化傾向にある。

■採用満足度は「量に対する不満」が上昇

7月までの採用結果に対し、「量に対する不満」を感じている企業が全体の半数強(54.1%)。
「質的には満足だが、量的に不満」の割合は、近年上昇にある。

■「研究熱心な学生」を感じた企業は約4割

約4割の企業が、学生の事前準備・研究を認識。
自社への志望度の高さを感じた企業は3割程度(29.6%)。

■「採用重点層への訴求」が一番のテーマ

採用活動の一番のテーマは、「採用重点層への訴求」が2年連続でトップ。
「母集団の拡大」に次いで、「学校との関係強化」が上昇。
学校との関係を強化しつつ、ターゲット層を効率よく取り込むことがテーマ。

第2章 | 企業の採用活動

■ 活動スケジュールは早期化

倫理憲章の改定後2年目を迎えた2014年度の採用戦線であるが、「4月選考開始」が定められている中で、企業の選考スケジュールに変化はあったであろうか。

まず、面接の開始時期を見てみると、「4月上旬」とする割合が昨年（22.5%）から今年（19.9%）にかけて低下している一方で、「3月上旬」とする割合は昨年（9.2%）から今年（11.5%）にかけて上昇している。昨年の教訓をふまえ、早めにアプローチした企業が増えている様子がうかがえる。

これを従業員規模別に見ると、1000人以上の大手企

業においても、約半数（48.1%）が3月下旬までに面接を開始していることがわかる。実際の「選考」が4月であっても、それより以前から学生を「面接」しているという実態が垣間見られる。

次に、内定の開始時期であるが、「4月上旬」「4月中旬」「4月下旬」を合わせて、昨年は38.3%であったのが、今年は44.8%と6ポイント以上も上昇している。今後、特定の時期への集中がさらに加速すれば、より短期決戦の状況に突入してしまうことは否めないだろう。

最後に、最も多くの内定を出した時期（内定出しのピーク）を昨年と比較してみると、「4月下旬」が昨年（14.2%）から今年（17.6%）にかけて大きく上昇して

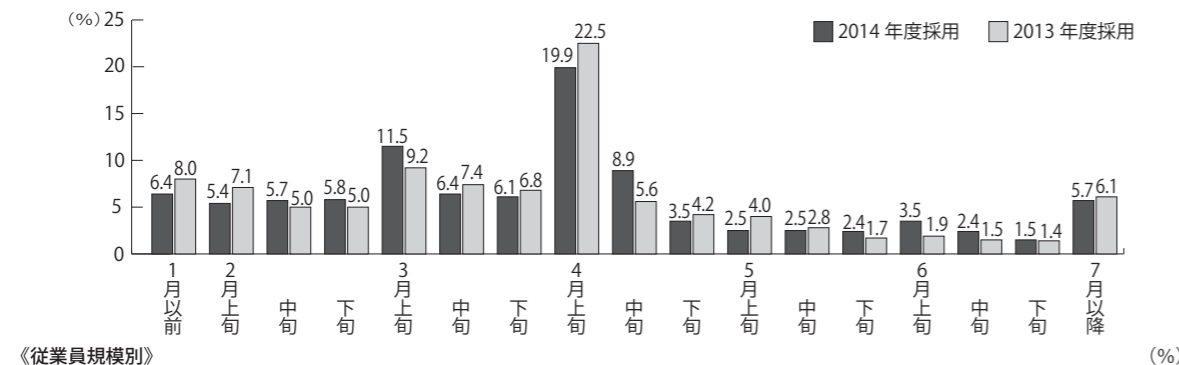
いるのが目立つが、全体的に「5月上旬」までは昨年よりも数値が高くなっており、より早期化している傾向が見てとれる。ただ一方で、「7月以降」とする割合も2割程度（21.9%）存在しており、300人未満の中小企業においてはこの割合が34.5%にも達しているため、内定出しのピークは企業規模によってばらつきが激しいと言える。

■ 採用満足度は「量に対する不満」が上昇

採用意欲が高まったという背景がある一方、内定出しの時期を早めた企業が多かった中で、実際の採用満足度はどの程度であったのだろうか。

今年7月までの採用状況について、企業にその満足度を尋ねたところ、「質・量ともに満足」が27.2%、「質・量ともに不満」が29.1%という結果であった。やや「不満」が高いという状況であるが、これを質と量の側面から見ると、「質的には満足だが、量的に不満」の割合（25.0%）が、「量的には満足だが、質的に不満」の割合（18.7%）を大きく上回っている。要するに、「量に対する不満」を感じている企業は、全体の半数強（54.1%）も存在しているということになる。採用意欲の高まりによって採用枠を増やしても、選考のハードルは下げず内定者の質を落とさないようにした結果、「量に対する不満」が高まったのであろうと推察できる。

■ 面接の開始時期

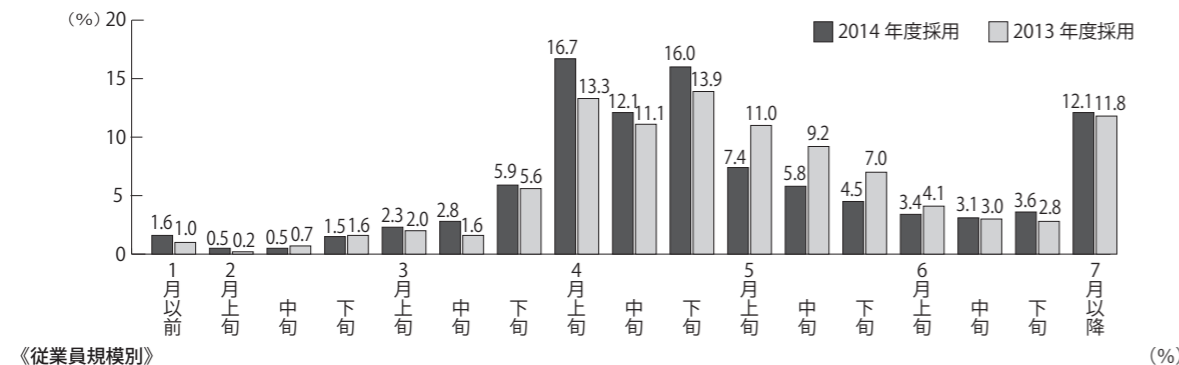


《従業員規模別》

従業員規模	1月以前	2月上旬	2月中旬	2月下旬	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月以降
300人未満	5.1	6.2	3.6	6.2	10.0	5.1	5.9	10.5	9.5	3.9	3.9	3.3	3.6	5.7	3.6	3.1	10.8
300~1000人未満	6.9	4.3	7.4	6.4	12.1	6.4	7.9	16.7	9.5	5.0	2.6	2.6	2.1	3.6	2.6	1.0	2.9
1000人以上	7.2	5.8	6.2	4.5	12.7	7.9	3.8	37.1	7.2	0.7	0.7	1.4	1.0	0.3	0.3	0.0	3.1

(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年5月、2012年5月)

■ 内定の開始時期

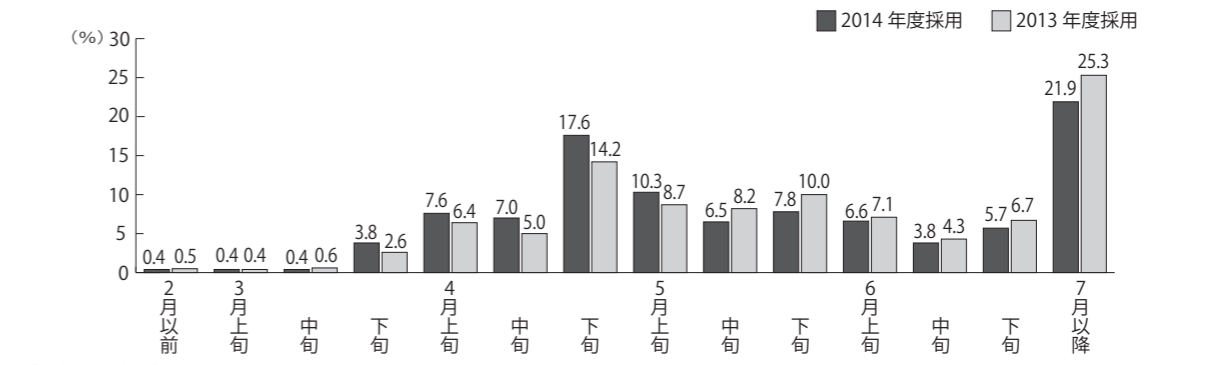


《従業員規模別》

従業員規模	1月以前	2月上旬	2月中旬	2月下旬	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月以降
300人未満	1.9	0.6	0.6	1.1	3.3	2.5	4.7	11.1	7.5	11.9	7.2	6.9	5.0	5.0	3.6	5.6	21.4
300~1000人未満	1.2	0.5	0.2	2.0	2.0	3.2	6.7	14.4	11.9	17.2	9.2	6.5	5.5	3.0	3.7	3.2	9.5
1000人以上	1.8	0.4	0.7	1.4	1.4	2.5	6.3	27.0	18.2	19.6	5.3	3.5	2.5	2.1	1.4	1.8	4.2

(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年5月、2012年5月)

■ 内定出しのピーク時期

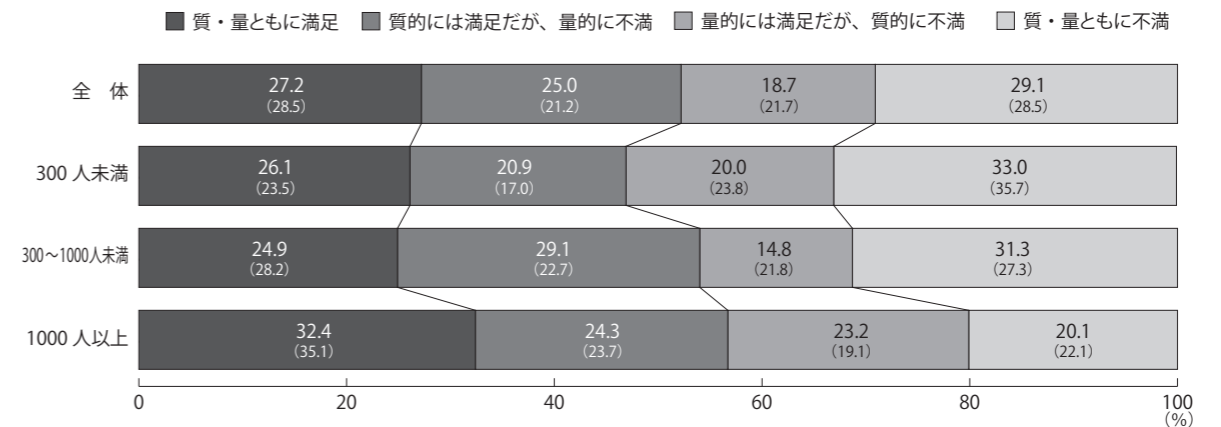


《従業員規模別》

従業員規模	2月以前	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月以降
300人未満	0.5	0.2	0.7	3.0	5.2	3.2	10.6	7.4	5.4	7.9	10.1	3.7	7.6	34.5
300~1000人未満	0.4	0.7	0.2	4.8	7.0	7.3	18.7	12.6	6.8	7.0	5.1	4.4	5.9	18.9
1000人以上	0.4	0.4	0.4	3.5	12.0	12.0	25.7	10.9	7.4	8.8	4.2	3.2	2.5	8.8

(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月、2012年7月)

■ 7月までの採用結果の満足度



* ()内は前年同期調査の数値

(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

第2章 | 企業の採用活動

この傾向は、過去の推移を見ても明らかで、「質的には満足だが、量的に不満」の割合は、近年上昇している。今後ますます少子化が進む中、学生のレベルを維持しながらの厳選採用も、いずれ限界が訪れることは想像できる。企業の採用基準に見合う学生をより多く育成していくことが、大学のみならず日本社会にとっての共通課題であろう。

「研究熱心な学生」を感じた企業は約4割

企業が採用活動を通じて、学生に対してどんな印象を持ったかを、6つの観点から尋ねてみた。

まず、「就業意識の高い学生がたくさんいた」という項目に対して、「そう思う」(5.5%)と「どちらかといえばそ

う思う」(21.2%)の合計値は26.7%であった。この割合は、「ぜひ採用したい学生がたくさんいた」という項目の割合(26.5%)と非常に近く、「就業意識の高さ」と「採用意向度」がリンクしている可能性を思わせる。

昨年度(2013年3月卒者の採用)は、倫理憲章によって「10月採用広報開始」から「12月採用広報開始」に変更となり、学生の準備不足・研究不足を指摘する声が多く聞かれた。その点について改めて尋ねたところ、「業界研究をしっかりと行い、理解している学生がたくさんいた」、「企業研究をしっかりと行い、理解している学生がたくさんいた」、「仕事内容をしっかりと理解している学生がたくさんいた」のそれぞれの項目において、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計値は、い

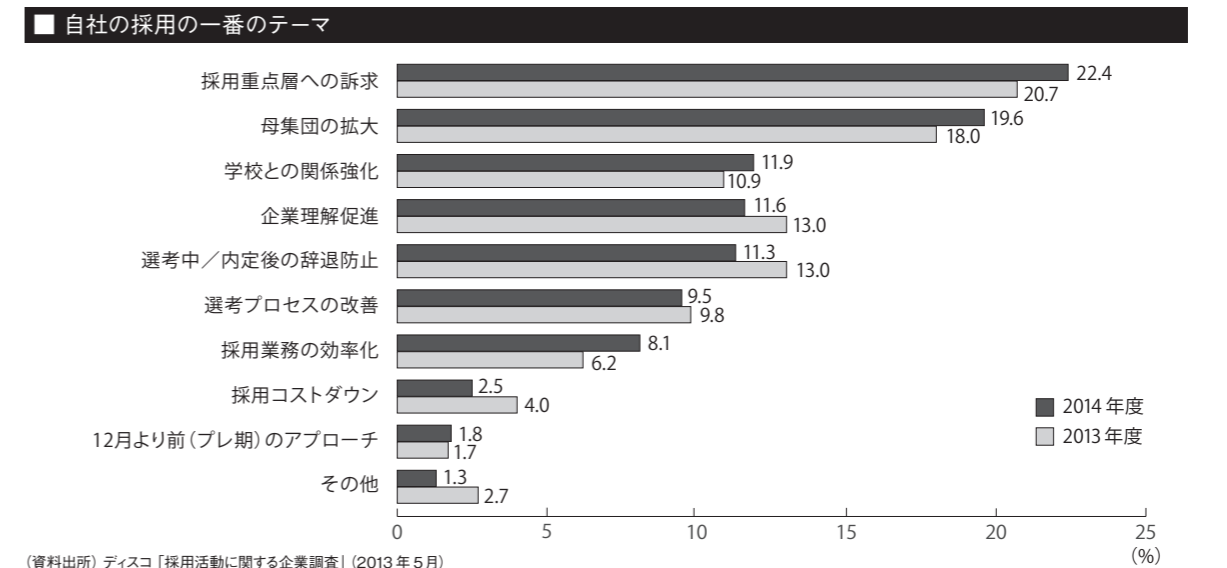
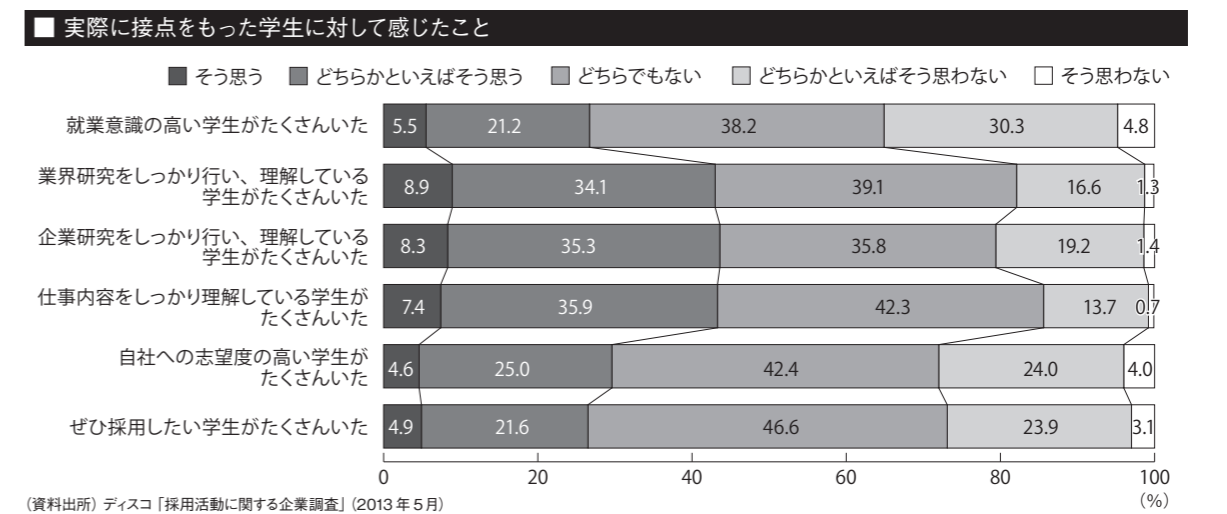
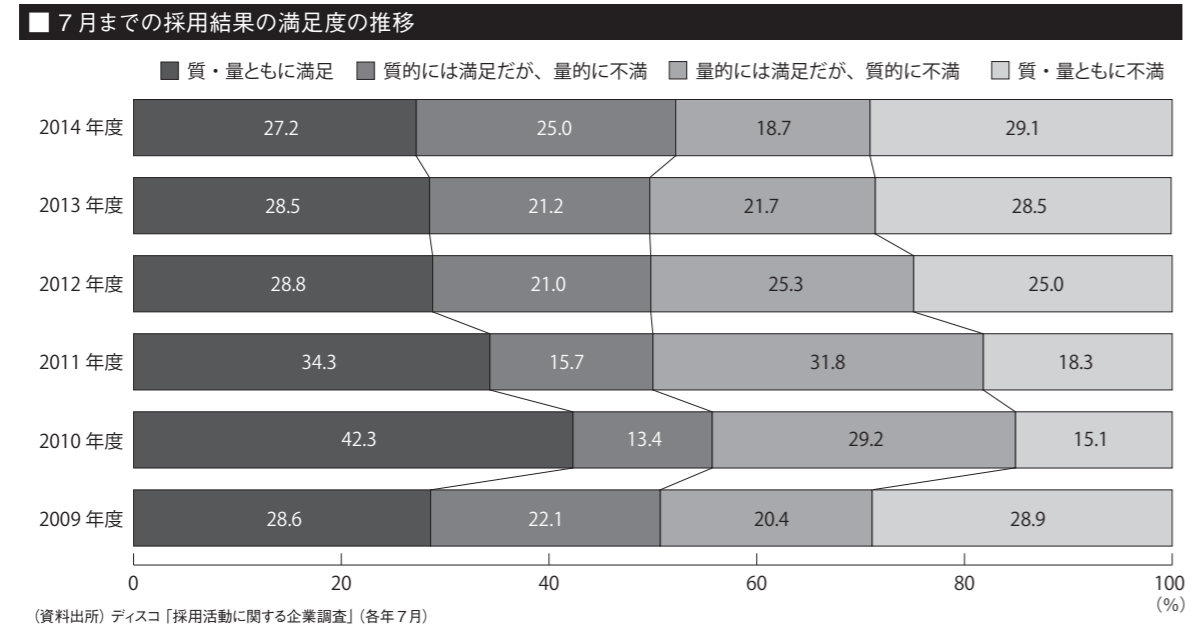
ずれも約4割(各43.0%、43.6%、43.3%)であった。昨年度よりは、事前に準備・研究をしている学生が増えたと言っているかもしれない。

一方、「自社への志望度の高い学生がたくさんいた」という項目に対しては、「そう思う」がわずか4.6%、「どちらかといえばそう思う」が25.0%と比較的低く、実際に接点を持った学生の3割程度にしか、志望意向が感じられなかったという結果が表れた。学生による事前研究と就職意向の度合いが、企業にとっての採用意向と平行線をなしている限り、新卒採用におけるミスマッチの解消は難しいと思われる。

「採用重点層への訴求」が一番のテーマ

今年度の新卒採用活動において、何が一番のテーマだったかを尋ねたところ、「採用重点層への訴求」が22.4%で最も高く、次いで「母集団の拡大」(19.6%)、「学校との関係強化」(11.9%)、「企業理解促進」(11.6%)、「選考中/内定後の辞退防止」(11.3%)と続いた。上位2項目は、採用活動における最大のテーマであると言え、今後も変わらないであろうと想像できる。

これを昨年の結果と比較すると、上位2項目は同じであるが、今年は「学校との関係強化」が順位を上げているのが目立つ。学生個人に対するアプローチにも限界があるため、今後は学校との関係を強化しつつ、ターゲット層をいかに効率よく取り込み、採用につなげていくかが重要なテーマになってくるであろう。



「採用活動に関する企業調査」2013年7月調査より

企業の声

○結果的に一定のレベルの学生を確保することができているが、昨年に比べ優秀学生の選考参加者数は明らかに減っており、全体として就職環境が改善していることを実感している。

<機械・プラントエンジニアリング>

○質重視で選考を実施したが、その分、量が大幅に不足している。前半は求める「質」に見合う母集団形成ができていたが、結果として求める層の志向性が異なっていた(当社の優先順位が低かった)。

<情報処理・ソフトウェア>

○採用予定人数は当初の予定通り確保した。質的な部分はきりが無いが、当初期待のターゲットに少し足りないレベルと感じる。

<商社(専門)>

○採用基準を満たしている学生のみ採用しているので、数の目標はクリアできていない。

<専門店>

○会社説明会への参加率が低く(申し込みがあってもキャンセル等)、なかなか希望する水準の学生と出会えない。

<情報処理・ソフトウェア>

○早期に就職活動していた学生を確保できたことが、質の満足度にも繋がったのではないかと。合同説明会の本格開催時期が前倒しになったことで、早期に始めた学生と遅れた学生の二極化がさらに進んだように感じる。

<商社(専門)>

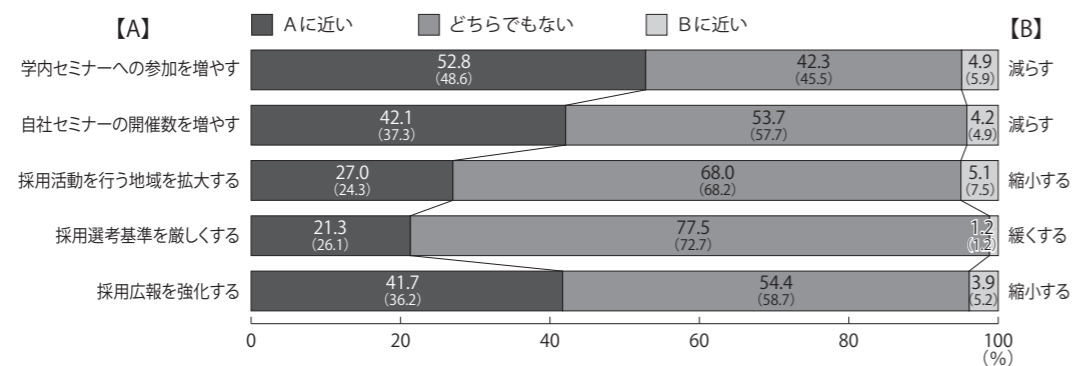
○母集団の数は30%ほど落ちているが、選考方法を変更したこと(面接官を変更)、受験者同士の交流を深めさせたことで良い人材の歩留まりが高留まった。

<素材・化学>

◇参考データ②

■2014年度の採用活動の方向感

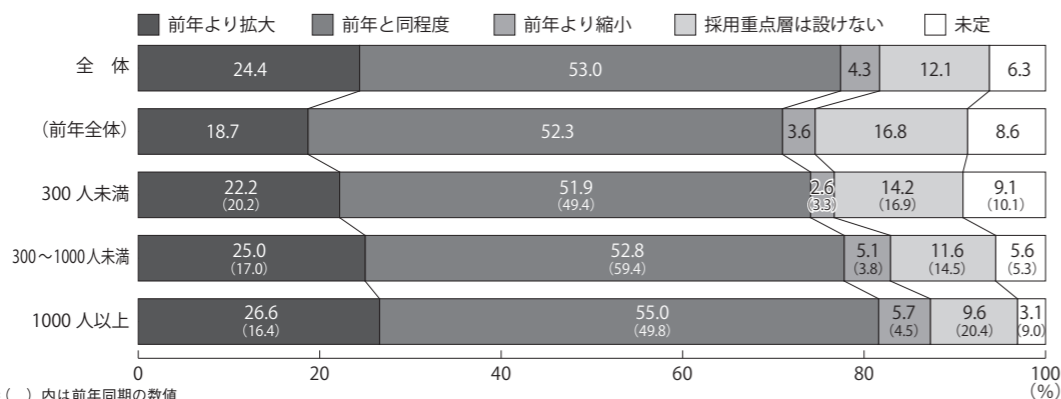
昨年12月調査において採用活動の方向感を尋ねた。「学内セミナー」「自社セミナー」ともに増やすとの回答が前年度よりさらに増え、「採用広報を強化する」との回答が4割を超えるなど、2014年度採用は早い時期から積極的な姿勢が表れていた。



* () 内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2012年12月)

■2014年度の採用重点層(ターゲット校)選定についての方針

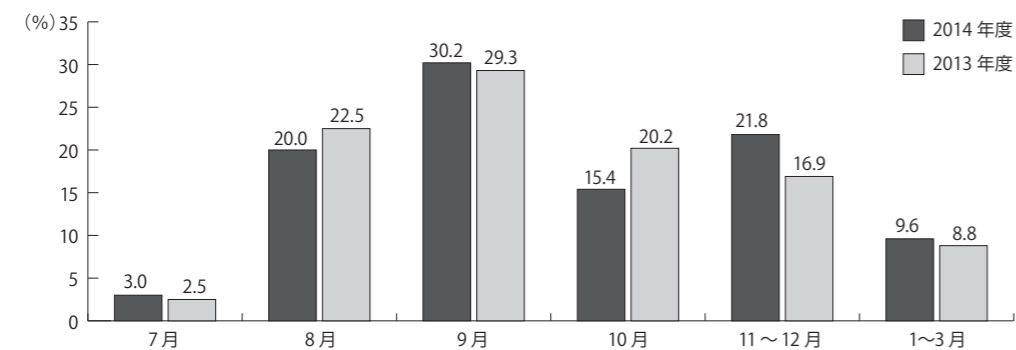
採用人数の増加に伴い採用重点層を拡大する動きも鮮明で、「前年より拡大」との回答が増加した。一方で、「採用重点層は設けない」という企業は減り、特に大手企業で半減した。自社のターゲットを明確にし、且つ、その層を拡大するという戦略がうかがえる。



* () 内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年2月)

■選考を終了していない企業の終了予定時期

7月下旬時点で採用選考を終了していない企業(全体の59.0%)の「終了予定時期」として最も多いのは、「9月」だった。「8月」も20.0%と多く、倫理憲章にうたわれている「正式内定日」の10月1日までを目安にという企業が過半数に達している。



(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月、2012年7月)

第3章

学生の就職活動

■学生の活動は12月前半に集中

エントリー時期は、「12月前半」が最多で、より集中度が高まる。

初めてのセミナー参加は「12月」が過半数。参加のピークは「2月前半」が最多(26.1%)。より早い段階から就職活動を行い始めた学生が増加。

■短期間で志望企業を絞り込む傾向

一人あたりのエントリー社数は昨年より増加(93.1社)。企業単独セミナーの参加社数は、減少傾向。

■「就職情報サイト」を通じて就職先を認知

就職先決定企業を知ったきっかけは、「就職情報サイト」が圧倒的に多い。

「学内企業説明会」「合同企業説明会」の合計は2割強(21.7%)。「就職情報サイト」に次ぎきっかけに。

■早い段階での内定取得が決定のポイント

早いタイミングでの内定出しが、最終的な就職先決定の強い動機付けに。

内定承諾の返答期限は、就職先の決定要因にはなりにくい。

■「社会貢献度が高い」が選社理由のトップ

就職先を決めた理由は「社会貢献度が高い」が初めてトップに。

会社選びのポイントは、「仕事」「職場」などのソフト面から、「規模」「知名度」などのハード面に移行。

第3章 | 学生の就職活動

■ 学生の活動は12月前半に集中

倫理憲章の改定によって、昨年度から新たなスケジュールのもとで就職活動を行った学生であるが、今年度はその活動内容に変化があったであろうか。定期的な動きを、昨年度と比較してみたい。

まず、「初めてエントリーした時期」であるが、「12月前半」と回答した者が72.4%と圧倒的に高い。これは昨年度(70.5%)からさらに高まっており、学生の就職活動の象徴的な動きとして、社会現象化していることがうかがえる。

次に、「最もエントリーした時期」を見ると、「12月前半」が34.8%と最も多く、その傾向は昨年度(32.3%)と同様である。ただ、「12月後半」以降の時期においてもほぼ万遍なく分散しており、企業研究

を通じて学生の興味・関心が高まっていく過程で、エントリーする会社が増えていく様子が想像できる。

また、「初めてセミナーに参加した時期」を見ても、「12月前半」(24.8%)と「12月後半」(25.6%)とで過半数(50.4%)を占めており、この時期に集中して学生が就職活動を行っていることがうかがえる。この割合は、昨年度(43.9%)よりもかなり上昇しており、学生の意識も早まっていることがわかる。

最後に、「セミナー参加のピーク時期」であるが、最も多いのは「2月前半」(26.1%)で昨年度(24.6%)と同様であるが、これより以前の値を合計すると、今年度は62.2%は昨年度(54.1%)よりもかなり高くなっている。より早い段階から、就職活動を行い始めた学生が増加していると見ることができる。

ただ、学生にとってのこの時期(2月前半)は、大

学の後期試験やエントリーシートの提出時期とも重なっているため、非常に負荷のかかった時期であることが容易に想像でき、一生を左右する「就職先選び」の時期として適切かどうかは様々な意見がある。

■ 短期間で志望企業を絞り込む傾向

12月になって一気に就職活動をスタートさせた学生は、その後どのようなプロセスを経て、「就職先決定」まで辿り着くのであろうか。

まず、学生一人あたりの「エントリー社数」は、平均93.1社であった(7月上旬時点)。これは、昨年度の89.1社から微増しており、就活スケジュールが変更になる前の一昨年度の水準に近づきつつある。

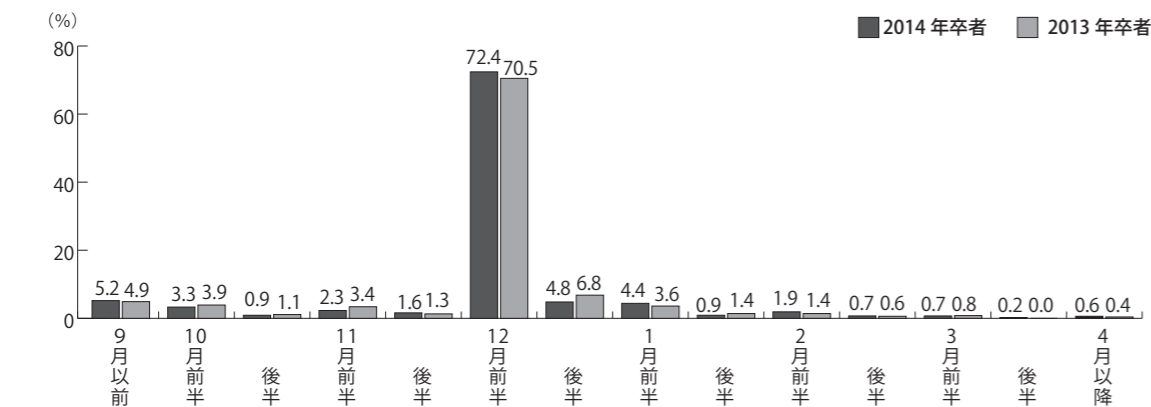
「企業単独開催のセミナー」への参加は平均25.6社で、これは「エントリーシート提出社数」の平均

24.4社と非常に近い値を示している。また、「筆記・Web試験」の受験社数は平均15.8社、「面接試験」を受けた社数は平均11.0社という結果であった。いずれも、過去3年の推移を見ると微減しているが、これは学生が就職活動中に志望企業を絞り込む傾向が徐々に強まっていると見ることもできる。

■ 「就職情報サイト」を通じて就職先を認知

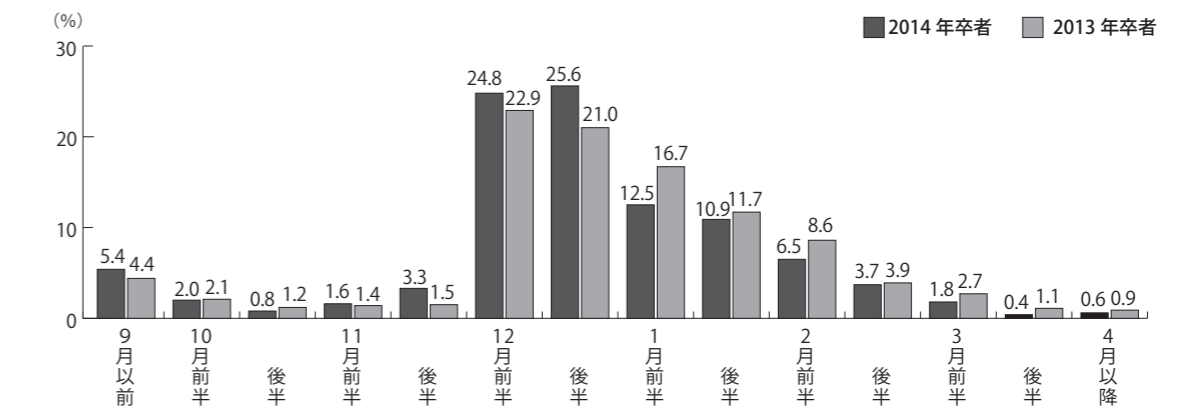
最終的に就職先として決めた企業(就職決定企業)を、学生はどのような経緯で知ったのであろうか。「就職活動以前から知っていた」とする割合(24.9%)を除き、再集計したところ、「就職情報サイト」が半数近く(42.9%)を占め、圧倒的に多かった。日常生活を通じて知り得る企業数には限界があり、就職活動を通じて「企業」というものを意識するようになる過程に

■ 初めてエントリーした時期



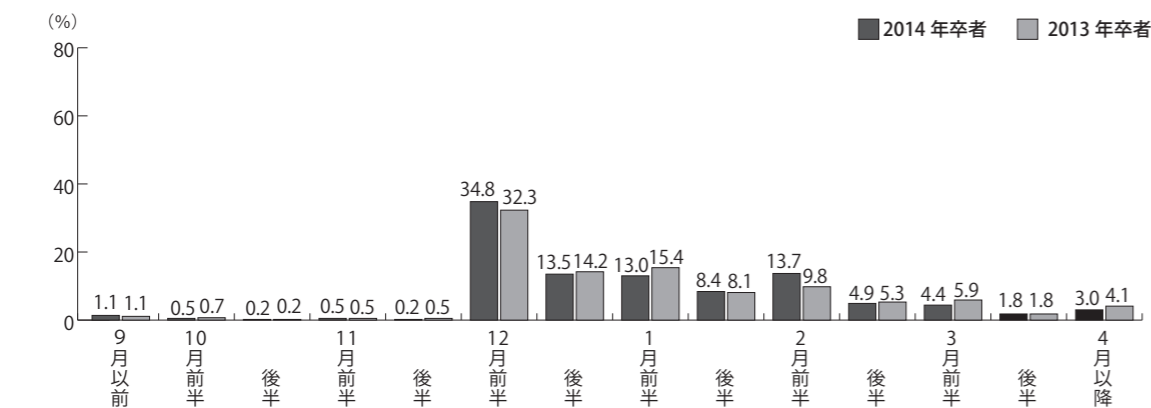
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年6月、2012年6月)

■ 初めてセミナーに参加した時期



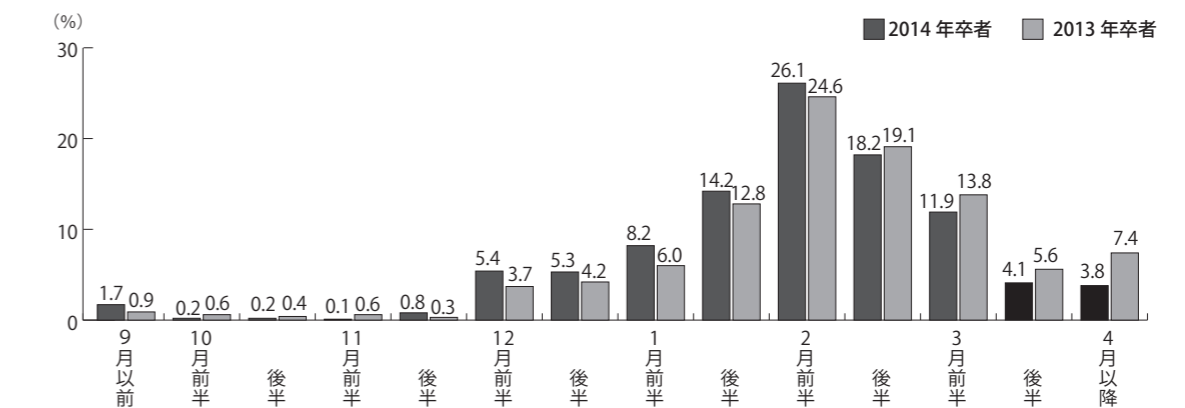
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年6月、2012年6月)

■ 最もエントリーした時期



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年6月、2012年6月)

■ セミナー参加のピーク時期



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年6月、2012年6月)

第3章 | 学生の就職活動

において、「就職情報サイト」の存在意義は大きいことがうかがえる。

次いで多かったのは、「先輩、OB・OG」(11.6%)で、これに「学内企業説明会」(11.4%)、「合同企業説明会」(10.3%)と続いた。この二者を合計すると、「企業説明会」の割合としては21.7%となり、就職情報サイトに次いで、学生が新たな企業を知るきっかけになっていることがわかる。

■ 早い段階での内定取得が決定のポイント

最終的に就職先を決定した背景について、いくつ

かの仮説に基づき、それぞれの程度あてはまるかを尋ねてみた。

その結果、「早い時期に内定を出してくれ、自分を高く評価してくれたと感じたため」という項目に対して「あてはまる」とした割合が最も高かった(46.6%)。早いタイミングで内定を出すことは、企業にとって有効であるとの仮説が成り立ちそう。この他では、「その企業以上に入りたい企業の選考が残っていないため」に対して「あてはまる」とした割合が40.7%と比較的高かった。

一方、「内定承諾の返答期限が来てしまったので

という項目に対しては、「あてはまる」とした割合はわずか1割であった。企業側が返答を強要しても、それが決定要因となることはなさそう。

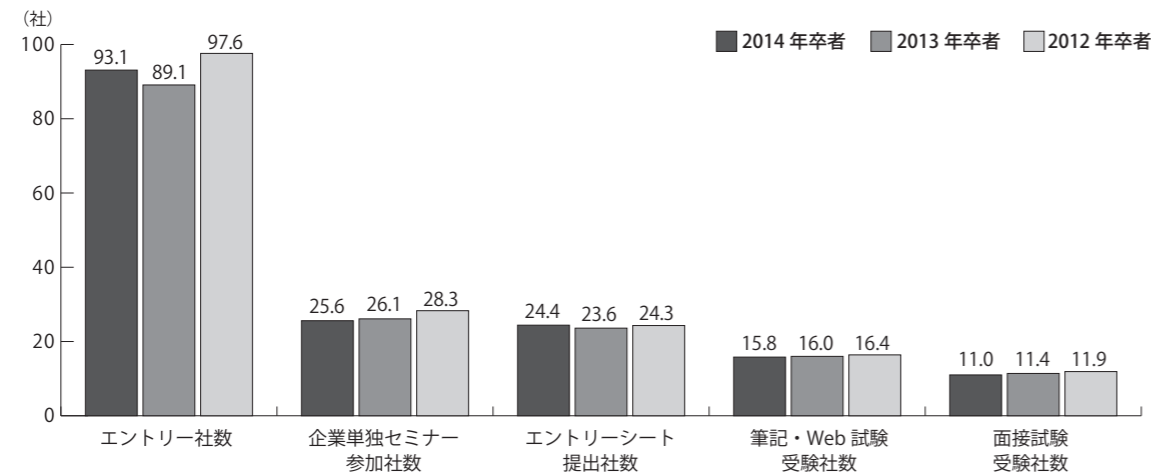
■ 「社会貢献度が高い」が選社理由のトップ

今年の6月時点で、就職先を決定している学生に、決め手となった理由を5つ選んでもらった。その結果、「社会貢献度が高い」(33.9%)が最も多く、昨年度まで連続トップであった「仕事内容が魅力的」(30.7%)は順位を下げた。以下、「将来性がある」(25.6%)、「大企業である」(25.3%)、「有名企業で

ある」(25.1%)と続く。

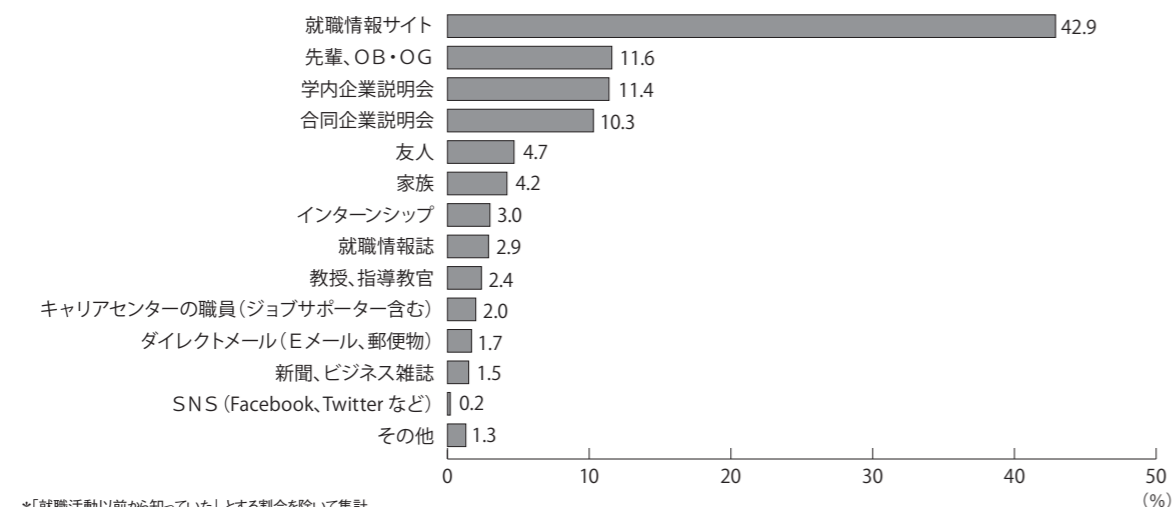
ベスト5の顔ぶれを見ると、昨年度までは常連であった「職場の雰囲気が良い」が外れ、代わりに「大企業である」があがっている。学生の会社選びの観点は、「仕事」や「職場」といった身近な要因(ソフト面)が選社理由の上位にあがっていた時代とは大きく変わり、会社の「規模」「知名度」「社会貢献度」といったハード面を重視する傾向が強まっている。世相を反映してか、安定志向の様相を呈しているが、今後また時代の流れに伴って、学生の意識も移りゆくであろう。

■ 7月1日時点での活動状況



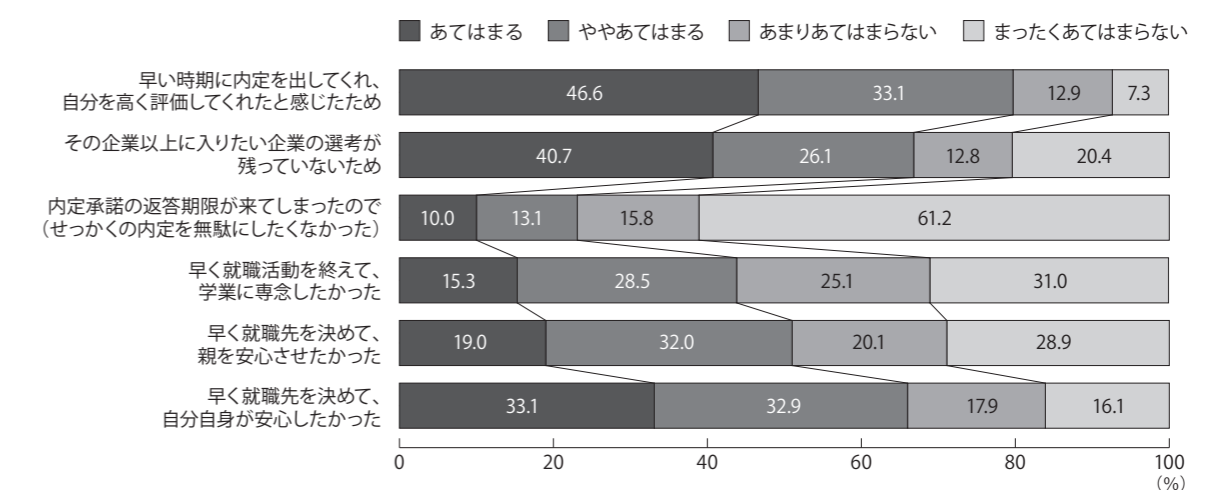
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年7月)

■ 就職決定企業を知ったきっかけ



*「就職活動以前から知っていた」とする割合を除いて集計
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年7月)

■ 就職決定企業を決めた背景



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年6月)

■ 就職決定企業に決めた理由

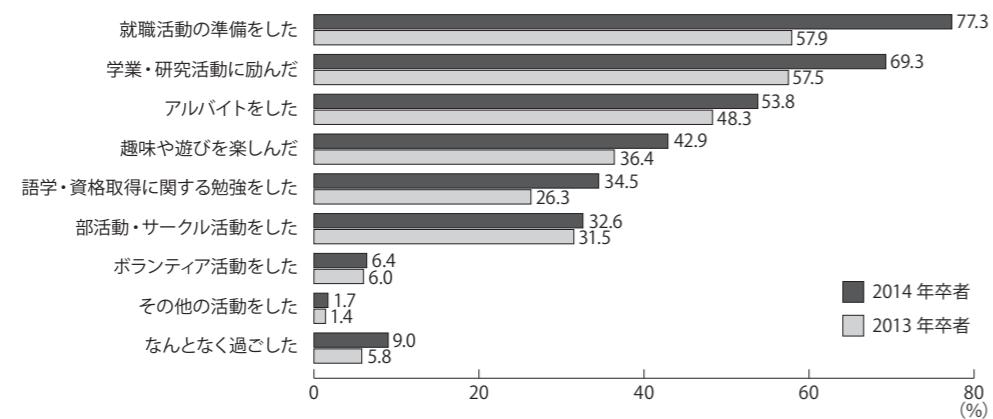
順位	理由	2014年度 (%)	2013年度 (%)	2012年度 (%)	2年間のポイント差
1	社会貢献度が高い	33.9	28.9	32.5	1.4
2	仕事内容が魅力的	30.7	31.4	42.3	▲11.5
3	将来性がある	25.6	25.8	16.4	9.2
4	大企業である	25.3	22.5	16.1	9.2
5	有名企業である	25.1	24.3	16.4	8.7
6	職場の雰囲気が良い	24.6	28.7	35.6	▲11.0
7	福利厚生が充実している	23.1	19.2	23.7	▲0.6
8	業界順位が高い	20.4	21.4	17.7	2.8
9	給与・待遇が良い	19.7	21.6	19.6	0.1
	世の中に影響力が大きい	19.7	19.6	16.1	3.6
11	希望の勤務地で働ける	18.4	18.6	19.6	▲1.1
12	希望の職種に就ける	14.2	11.7	16.4	▲2.2
	業績・財務状況が良い	14.2	10.6	7.9	6.3
14	製品・サービスの質が高い	12.9	7.5	10.1	2.9
15	企業理念に共感できる	12.0	11.3	15.1	▲3.1

*全31項目から5つまで選択
*上位15項目を掲載
(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年6月)

◇参考データ③

■ 3年生の10月～11月の過ごし方

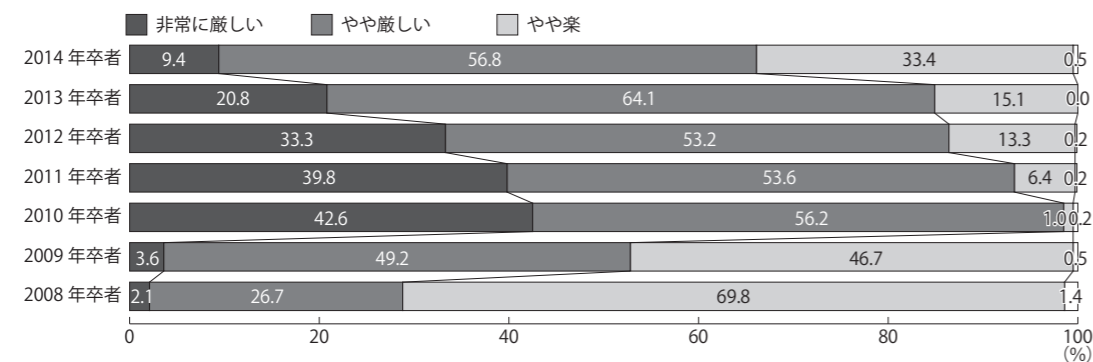
11月下旬時点で就職活動の準備を始めていた学生は77.3%と、前年の57.9%より約20ポイント増えた。「倫理憲章」改定1年目の先輩たちを見て、12月から準備を始めたのでは遅いと感じた上での動きと思われる。



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2012年11月、2012年1月)

■ 就職活動開始当初の就職戦線の見方

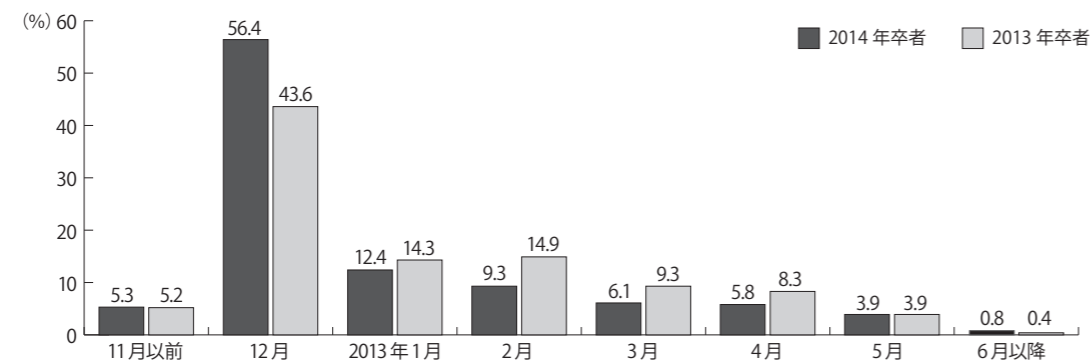
自分たちの代の就職戦線が1学年上の先輩たちより「厳しくなる」と予想する学生は4年連続で減少。とりわけ今期は「非常に厳しい」が20.8%から9.4%へと半減するなど、厳しいとの見方は急激に緩和。逆に「やや楽」が15.1%から33.4%へと倍増した。



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(各年1月)

■ 就職決定企業にエントリーした時期

就職決定企業にエントリーした時期は、就職情報サイトのオープン時期である「12月」との回答が56.4%と半数を超えている。前年よりも12月の集中度が増し、1月までの合計は7割を超える。前年は7割を超えたのは2月だったので、約1カ月早まった。



(資料出所) ディスコ「日経就職ナビ 学生モニター調査」(2013年7月、2012年7月)

第4章

来期以降の見通し

■ 今後とも新卒採用は拡大傾向

2015年度採用は、6割以上(65.3%)の企業が、2014年度以上の採用数を予定。大手企業において「増える」とする見込みが高く、来年度も大手企業を中心に激化が予想される。

■ 「就職情報サイトへの情報掲載」が中心

採用活動に利用するメディアは、「就職情報サイトへの情報掲載」が実績・予定ともトップ。学生を惹きつけるためのアプローチは、斬新さが要求されている。

■ 大学との関係強化に注力

2015年度の採用活動で注力したいのは、「大学との関係強化」が過半数(54.3%)。2014年度から大きく増えるのは「ホームページやパンフレットの作成」「インターンシップの実施・見直し」など。

■ 採用広報での対応をより強化

「採用重点層へのアプローチ」「学内セミナーへの出展」を強化する方針が目立つ。

■ 2016年度採用への不安

解禁時期の繰り下げが「不利になる」と考える割合が半数近く(44.3%)。「人気業界や大手への集中が強まる」「中小企業が苦戦する」といった悲観的な予想が多い。

第4章 | 来期以降の見通し

■ 今後とも新卒採用は拡大傾向

2013年4月に政府は経済3団体に対して、大学生の就職活動の解禁時期を遅らせるよう要請した。これを受けて経団連は「倫理憲章」を見直し、新たに「採用選考に関する指針」を設け、解禁時期を現行の「3年生の12月」から「3年生の3月」へと繰り下げ、選考活動の開始時期も「4年生の4月」から「4年生の8月」へと変更することを決めた。2016年3月卒業生から適用される。

これは、長期化する就職活動が学業にもたらす影

響の緩和と、海外留学生の就職活動機会の拡大が目的とされる。ただ、グローバル化の進展で外資系や通年採用を行う企業が増えている中であって、かつてのような横並び意識は希薄化しており、解禁ルールは紳士協定とも言える。中小企業の採用活動がさらに遅れるという問題も予見されるため、継続的な実効は困難であろうという懸念もある。

このように、新卒一括採用という日本のシステムそのものが曲がり角を迎えている中で、来年度の新卒採用はどのような方向性にあるだろうか。

2015年度の採用見込みについて尋ねたところ、半

数強(53.2%)の企業が「今年度並み」と回答しており、「増える」(12.1%)の割合を合わせると、65.3%の企業が「現状以上」のレベルを予定していることがわかった。これは、3割の「未定」も含んでいるため、実際の割合はさらに高まるものと推測できる。

これを従業員規模別に見てみると、300~1000人未満の中堅企業において、「増える」(10.7%)と「今年度並み」(57.8%)の合計値が68.5%と最も高くなっている。また、1000人以上の大手企業においては、「増える」とした割合(13.5%)が他の規模よりも高く、「減る」とした割合はわずか1.4%にすぎない。来年度も大手企業を中心に、新卒採用戦線はますます激化することが予想される。

であった。一方、2015年度の予定におけるベスト3は、「就職情報サイトへの情報掲載」(85.6%)、「自社採用ホームページ」(80.2%)、「学内セミナー・説明会」(75.6%)と、比率的にはあまり変わらないが、若干順位の変動が見られた。

採用手法のバリエーションに大きな変化はないものの、従来のものに新たな工夫を施した例も見られ始めており、学生を惹きつけるためのアプローチは斬新さが要求されていると言えるかもしれない。

■ 大学との関係強化に注力

2015年度の採用活動において注力したいことを、複数回答で尋ねてみた。

その結果、圧倒的に多かったのは、「大学との関係強化」で、全体の半数強(54.3%)に及ぶ。次いで、「選考日程の見直し」(38.7%)、「自社セミナーの企画・運営」(35.9%)、「選考プロセスの見直し」(35.8%)、「内定者フォロー」(35.4%)と続いた。

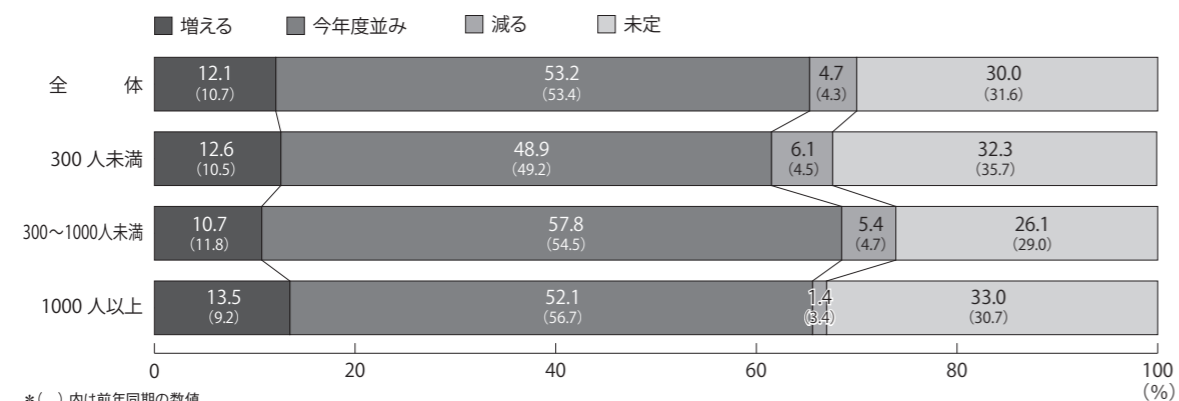
これを昨年度の調査結果と比較すると、昨年から今年にかけて大きく伸びたのは、「ホームページやパンフレットの作成」(17.3%→31.5%)、「インターンシップの

■ 「就職情報サイトへの情報掲載」が中心

引き続き激化が予想される2015年度の採用活動において利用する予定のメディアを、2014年度の実績と合わせて、複数回答で尋ねてみた。

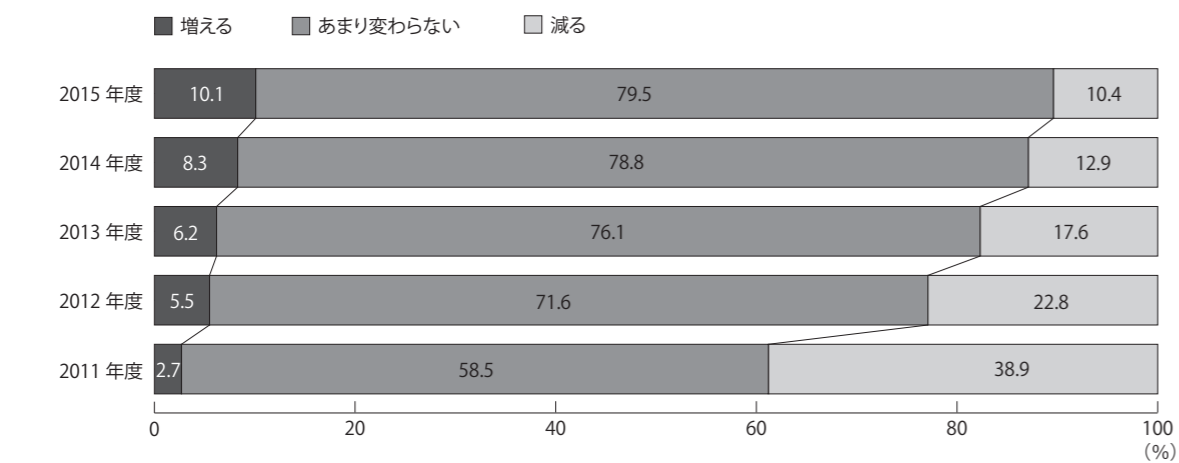
その結果、2014年度の実績におけるベスト3は、「就職情報サイトへの情報掲載」(86.7%)、「自社採用ホームページ」(80.6%)、「大学への求人票」(78.1%)

■ 2015年度の採用人数見込み (2014年度と比較して/従業員規模別)



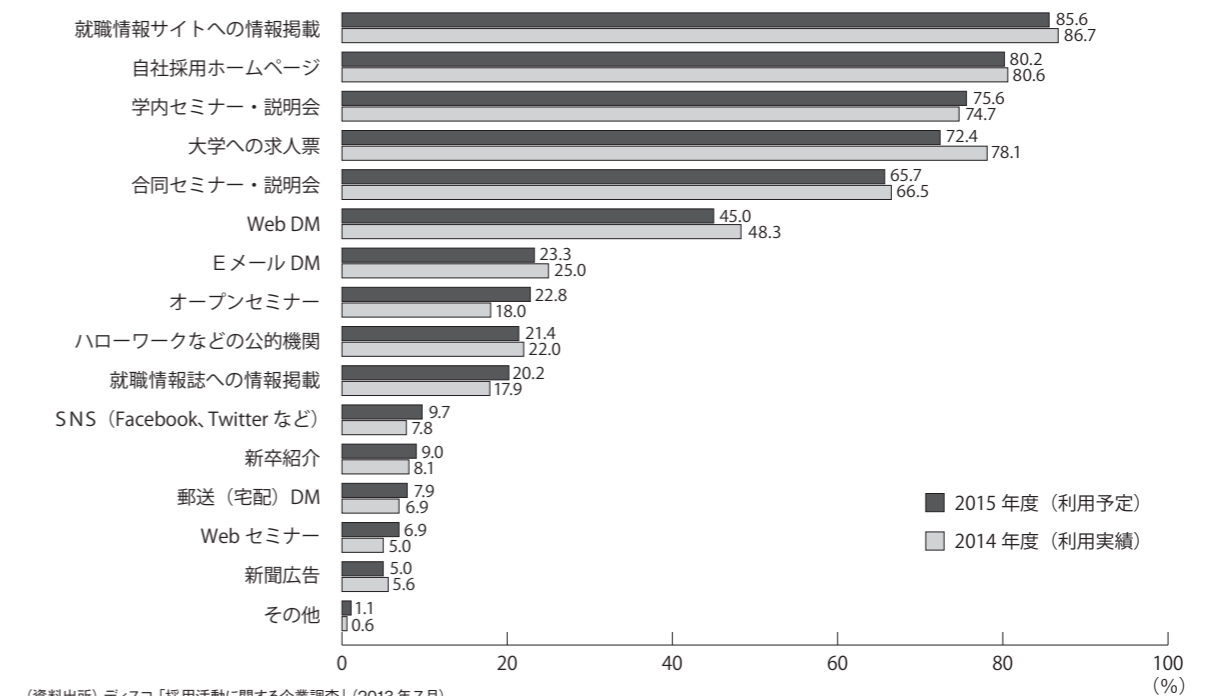
* () 内は前年同期の数値
(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

■ 自社の採用予算



(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(各年5月)

■ 採用広報の利用メディア (サービス)



(資料出所) ディスコ「採用活動に関する企業調査」(2013年7月)

第4章 | 来期以降の見通し

実施・見直し」(6.8%→20.6%)等であった。

2016年度からの就職活動解禁時期の変更に向けて、各企業ともそれを見据えた対策をとり始めていることがわかる。

採用広報での対応をより強化

採用広報における各種アプローチに関して、2015年度の方針を尋ねたところ、「増やす／強める」との回答が特に多かったのは、「採用重点層へのアプローチ」(59.7%)、「学内セミナーへの出展」(50.3%)であった。両者はいずれも、昨年度の数値よりもかなり上昇

しており、今後の採用活動における大きな課題となっていることがわかる。

2016年度採用への不安

2016年卒者の採用から、活動スケジュールが大きく繰り下げられることになるが、この変更が自社の採用活動にどう影響を及ぼすかを尋ねてみた。

その結果、「やや不利になる」(24.7%)と「とても不利になる」(19.6%)の合計は44.3%にものぼり、「とても有利になる」(0.3%)と「やや有利になる」(3.9%)の合計(4.2%)を10倍以上引き離れた。圧倒的に、「不

利になる」と考える企業のほうが多いようである。

これは、従業員規模による比較においてもほとんど差が見られないため、規模の大小によらず共通の不安事項であることがわかった。

最後に、活動スケジュールの繰り下げによる変化について予想してもらったところ、「学生が勉学や学生生活にもっと打ち込めるようになる」と「海外に留学する学生が増える」のいずれにおいても、「そう思わない」と回答する割合が約半数を占めた(各56.4%、44.9%)。

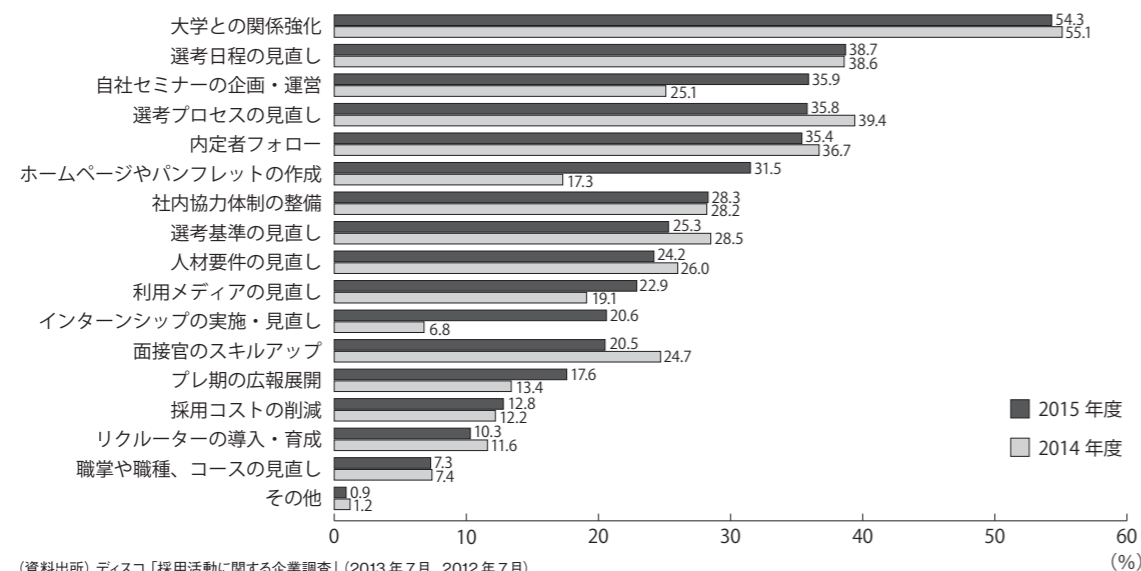
前述した通り、政府の意図は「学生をより学業に専念させること」にあるが、既にその思惑とは異なる方

向で採用担当者には予想されているようだ。

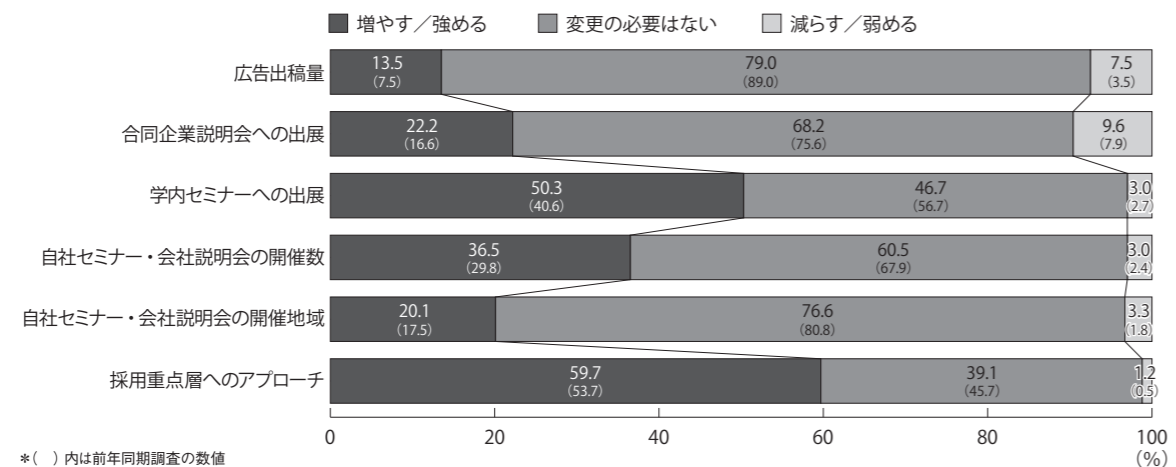
一方、「人気業界に学生が集中する」や「学生の大手志向が強まり、中小企業が人材確保に苦しむ」に関しては、「そう思う」と回答する割合が7割以上を占めた(各73.8%、70.3%)。総じて、「解禁時期の繰り下げ」に対する企業側の見解は、概ね悲観的なものが多く、新卒採用戦線の行く末は、決して明るいものとは言い難いと予想される。

将来的な見通しが立ちにくい状況下において、より早い段階から対応策を練っておくことが、来年度以降の採用活動においてますます求められてくるだろう。

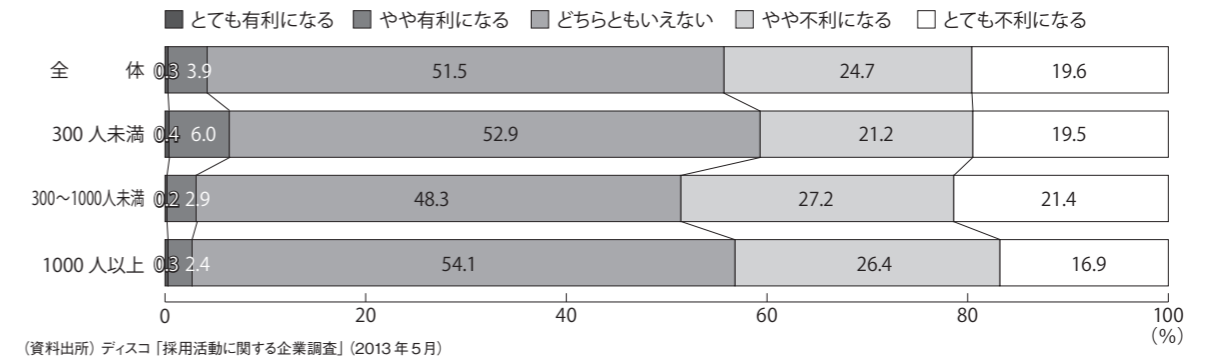
2015年度採用で注力したいこと



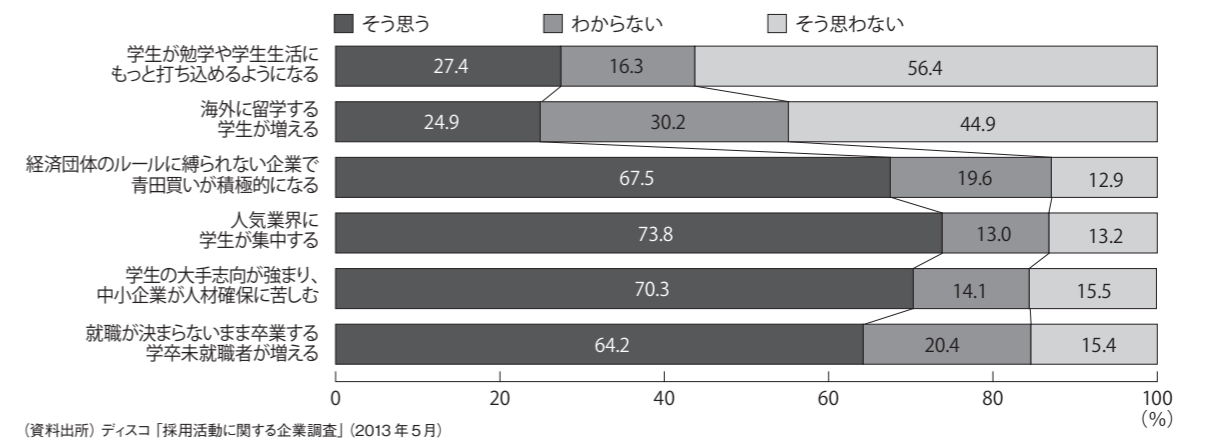
2015年度採用広報での対応



2016年卒者採用のスケジュール変更による自社の採用活動への影響



時期の繰り下げによる変化予想 (2016年度採用に対して)



採用選考活動のスケジュール比較

