

11月後半の就職意識調査

スケジュールが大きく変わる2016年卒者の就職戦線。スタートが3カ月遅くなったことで、学生の意識や準備状況は2015年卒の学生と比べどのように変化しているだろうか。日経就職ナビ・学生モニターを対象に、11月後半時点での就職意識および就職活動の状況などを尋ねた。

1. 就職戦線の見方

- 先輩たちより「厳しくなる」87.8%、「楽になる」12.2%
- 厳しくなると見る理由に「短期決戦」「検討時間の減少」を挙げる声が多数

2. 11月後半時点での志望業界

- 志望業界が「明確に決まっている」18.4%。決定状況は前年同期とほぼ同率
- 志望業界1位「水産・食品」、2位「銀行」、3位「医薬品・医療関連・化粧品」と上位項目は前年同期調査と変わらず

3. 就職活動の中心とする予定の企業の規模

- 「業界トップの企業」13.1%、「大手企業」33.3%。大手志向増す

4. 就職活動準備に関して

- 11月までの就活準備は「学内のガイダンスに参加」76.8%、「自己分析」65.6%
- 情報の仕入れ先は「就職情報サイト」96.0%、「大学内で開催された就職イベント」66.4%

5. 大学の就職ガイダンス参加状況

- ガイダンス参加経験者は82.7%。平均回数は4.2回

6. インターンシップの参加状況と応募理由

- モニター全体の68.6%が参加経験あり。前年同期より11.7ポイント増加
- 応募理由は「企業研究・業界研究のため」76.7%、「職業体験のため」76.0%

7. スマートフォンの保有状況

- 保有率は93.1%。「就職活動用に購入」は全体の12.6%

8. 「面白そう」と感じる仕事

- 「結果が目に見え、カタチになる仕事」、「チームワークで成し遂げる仕事」など

《調査概要》

- 調査対象：2016年3月卒業予定の全国の大学3年生（理系は大学院修士課程1年生含む）
- 回答数：1,153人（文系男子308人、文系女子430人、理系男子240人、理系女子175人）
- 調査方法：インターネット調査法
- 調査期間：2014年11月19日～26日
- サンプリング：日経就職ナビ2016就職活動モニター

◆本資料に関するお問い合わせ先：03-4316-5505／株式会社ディスコ キャリアリサーチ

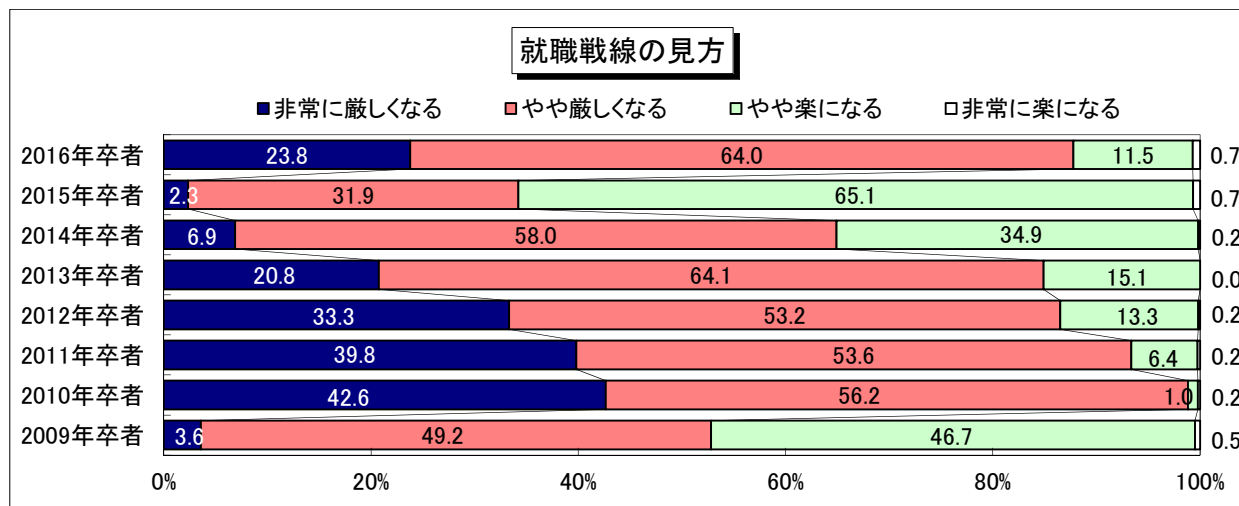
「日経就職ナビ 就職活動モニター調査」は、株式会社日経HRと株式会社ディスコが大学生の就職活動状況を調査することを目的として実施しています。
日経就職ナビは日本経済新聞社が主管し、株式会社日経HRが企画・管理を担当し、株式会社ディスコが運営事務局を務めています。

1. 就職戦線の見方

2016年卒の就活生は、自分たちの就職戦線が1学年上の先輩たちに比べてどのようになると見ているのだろうか。その見通しを尋ねた。「非常に厳しくなる」23.8%、「やや厳しくなる」64.0%で、厳しくなると見ている人の合計は87.8%。前年同期調査の34.2%から、厳しくなるとの見方が大幅に増えた。「やや楽になる」11.5%、「非常に楽になる」0.7%と、楽観視しているのは12.2%と少数だ。過去の就職戦線の見方を振り返ると、「非常に厳しくなる」の割合が大きく動いたのは、リーマン・ショック後の2009年卒者（3.6%）から2010年卒者（42.6%）にかけてだが、その後、企業が人材確保に積極的になり、その比率はどんどん減少していった。

厳しくなると見ている学生のコメントを見ると、「短期決戦」「検討時間の減少」などスケジュール変更を理由に挙げる声が目立つ。先輩たちの就職活動を参考にできず、どう動いたらいいかわからないという不安が表れている。

今回の採用スケジュールの変更は、学修時間の確保や留学等の促進を狙いとしているが、モニター学生からは「就活の実質長期化」「研究・学修時間の減少」を懸念する声も少なくない。



■「厳しくなる」と見る理由

- 短期決戦になることにより、だんだんと就活に慣れて最終的に内定を得ることなどができなくなる。早い段階から準備をしていないと、どんどん厳しい状況に追い込まれてしまいそうに感じる。また、今年度からの変更であることから企業側にも戸惑いがあるのではないかと。 <文系女子>
- 就職活動の時期が遅くなったが、内定式の時期は遅くならず、選考期間も短くなったので、企業側がじっくり選考する時間がなく、本当に一人一人の就活生を吟味するかわからないから。 <文系男子>
- 就活を経験した同ゼミ内の先輩方からの協力を得るのが難しくなってくるため。 <理系男子>
- 学生は準備期間が長くなった分実質就職活動期間が長期化し、企業がいつどのように動き始めるかがなかなかつかめないため。 <文系女子>
- 研究もしなくてはいけないし、就職活動もしなくてはいけないため。 <理系女子>
- 実際の企業の広報活動が開始する以前にインターンなどで企業との繋がりを持っている学生が優遇され、そのような繋がりがない学生は精査する時間が限られてしまうためアピールできる期間が少なくなってしまう。 <文系男子>

■「楽になる」と見る理由

- インターンシップ等で学生側と会社側の接点が増え、やたらめったに受けることができなくなり、結果が出やすくなるから。 <文系女子>
- 就職活動に充てる期間が短くなった分、密度の濃いスケジュールとなりそうだから。 <理系女子>

2. 11 月後半時点での志望業界

11 月の調査時点での志望業界の決定状況は、「なんとなく決まっている」という学生が最も多く、58.5%と約 6 割。「明確に決まっている」学生は前年同期調査 (19.9%) より微減の 18.4% で、就職活動本番まで時間があるものの 2 割弱は既に明確に志望業界を決めていた。

志望業界を 40 業界の中から 5 つまで選んでもらったところ、「水産・食品」が 23.4% で最も多く、次いで「銀行」21.3%、「医薬品・医療関連・化粧品」20.6% と続く。順位の入替えはあるものの、上位 10 位の顔ぶれは前年同期調査とほぼ同じだった。

文系は男子が「銀行」、女子は「マスコミ」が首位で、理系は男子が「電子・電機」、女子は「医薬品・医療関連・化粧品」が最も多かった。「水産・食品」は文理問わず女子の順位が高かった。

11 月後半時点での志望業界の決定状況

(%)

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
明確に決まっている	18.4	19.9	19.5	11.9	24.6	24.0
なんとなく決まっている	58.5	61.1	58.8	55.3	62.9	60.0
決まっていない	23.1	18.9	21.8	32.8	12.5	16.0

11 月後半時点での志望業界 (上位 20 業界)

※5 つまで選択 (%)

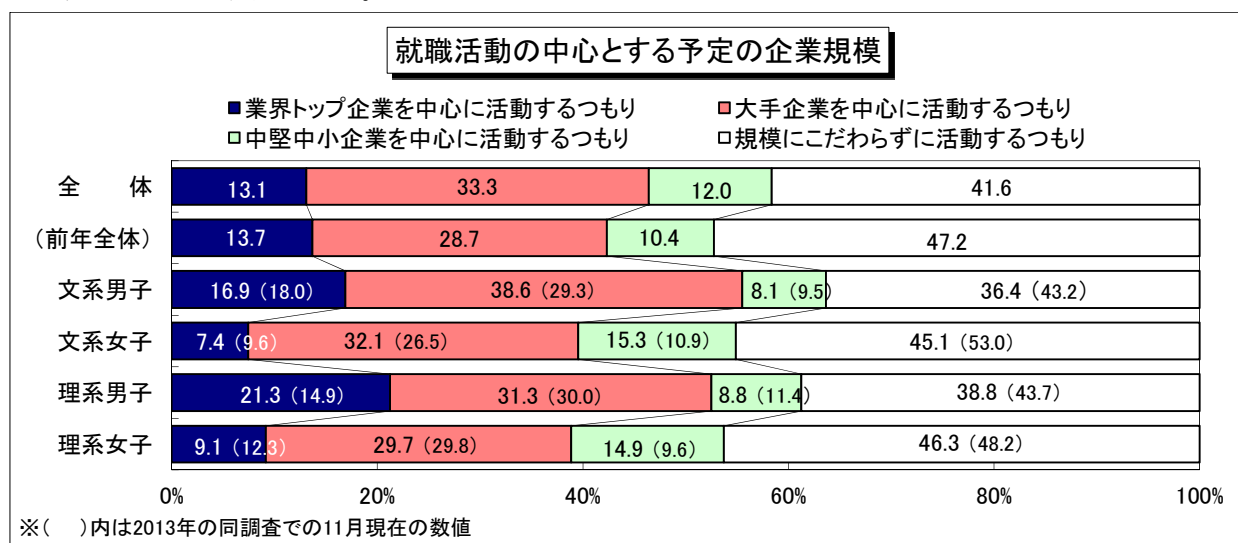
	全 体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
1 水産・食品 ①	23.4	銀行 34.0	マスコミ 25.6	電子・電機 27.1	医薬品・医療関連・化粧品 51.0
2 銀行 ②	21.3	商社 (総合) 23.2	銀行 24.9	素材・化学 24.8	水産・食品 46.3
3 医薬品・医療関連・化粧品 ③	20.6	マスコミ 21.6	水産・食品 22.1	機械・プラントエンジニアリング 22.4	素材・化学 39.5
4 素材・化学 ⑥	17.6	調査・コンサルタント 20.7	商社 (総合) 20.4	医薬品・医療関連・化粧品 20.5	官公庁・団体 17.0
5 マスコミ ④	17.1	運輸・倉庫 17.8	ホテル・旅行 17.6	エネルギー 19.0	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 15.0
6 商社 (総合) ⑤	16.7	建設・住宅・不動産 16.6	官公庁・団体 16.6	自動車・輸送用機器 19.0	情報・インターネットサービス 14.3
7 官公庁・団体 ⑨	16.0	水産・食品 16.2	医薬品・医療関連・化粧品 14.2	水産・食品 17.6	精密機器・医療用機器 11.6
8 調査・コンサルタント ⑩	14.9	官公庁・団体 14.5	商社 (専門) 12.8	調査・コンサルタント 17.1	建設・住宅・不動産 10.2
9 情報・インターネットサービス ⑩	12.1	商社 (専門) 13.7	調査・コンサルタント 12.5	官公庁・団体 16.2	農業・林業・鉱業 10.2
電子・電機	12.1	保険 13.7	運輸・倉庫 11.4	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 16.2	エネルギー 8.8
11 建設・住宅・不動産	11.7	情報・インターネットサービス 12.4	保険 11.1	精密機器・医療用機器 16.2	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 8.8
12 運輸・倉庫 ⑦	11.4	エネルギー 11.2	建設・住宅・不動産 10.4	情報・インターネットサービス 15.2	マスコミ 8.2
13 エネルギー ⑧	11.2	医薬品・医療関連・化粧品 10.0	印刷・パッケージ 9.0	銀行 12.9	電子・電機 7.5
14 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト	10.7	ホテル・旅行 10.0	教育 9.0	鉄鋼・非鉄・金属製品 12.4	教育 6.8
15 自動車・輸送用機器	9.9	通信関連 9.5	その他サービス 9.0	商社 (総合) 11.0	自動車・輸送用機器 6.8
16 保険	9.7	素材・化学 9.1	情報・インターネットサービス 8.3	運輸・倉庫 10.5	商社 (総合) 6.8
17 ホテル・旅行	9.2	自動車・輸送用機器 9.1	素材・化学 8.3	建設・住宅・不動産 9.0	調査・コンサルタント 6.8
18 機械・プラントエンジニアリング	8.8	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 8.3	信用金庫・労働金庫・信用組合 8.0	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 8.6	OA 機器・家具・スポーツ・玩具他 6.1
19 商社 (専門)	8.7	電子・電機 8.3	人材紹介・人材派遣 7.3	通信関連 8.6	エンターテインメント 6.1
20 精密機器・医療用機器	7.8	コンビニエンス・GMSストア 6.6	エネルギー 6.6	保険 8.6	印刷・パッケージ 6.1
※○の中の数字は前年同調査の全体順位10位以内			エンターテインメント 6.6		人材紹介・人材派遣 6.1
			情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 6.6		通信関連 6.1
			電子・電機 6.6		

3. 就職活動の中心とする予定の企業の規模

就職活動の中心とする企業規模を尋ねたところ、「業界トップの企業を中心に活動するつもり」13.1%、「大手企業を中心に活動するつもり」33.3%と、いわゆる大手狙いの学生が 46.4%だった。特に「大手企業を中心に」は前年調査 (28.7%) から 4.6 ポイント増えており、前年度より就職戦線が厳しいと見ているものの大手志向者は増えている。「規模にこだわらずに活動」は 41.6%と前年より 5.6 ポイント減少している。

これを文理男女別に見ると、女子に「規模にこだわらずに活動」と答える割合が高く、男子は「業界トップ」「大手企業」の割合が女子に比べ高いなど、志向の差が見られる。

大手志向が増しているが、今年は大手企業の採用スケジュール次第で、志望企業の入れ替わりが激しくなる可能性がある。



■「業界トップ企業」を中心に活動する理由

- 業界トップ企業のほうが海外で活躍できる機会が多いと思うから。 <文系女子>
- レベルの高いところで働きたいと考え、それは業界トップの企業になるのかなと考えております。それだけのノウハウ、競争優位を有している企業で働くこと、そしてそこで働く方々からの学びが多くあるのではないかと考えました。 <文系男子>
- 研究分野や自分の適性から考えて、世界的なニーズに対応できると思うため。 <理系男子>

■「大手企業」を中心に活動する理由

- 規模が大きい方がより多様なことができるのではないかと考え、また、企業内での競争もあり自分も大きく成長できるのではないかと感じるため。 <文系男子>
- 女性でも生涯働ける制度が整っているところを選びたいから。 <文系女子>
- 大きな仕事をしたいから。福利厚生や週休 2 日など、就業以外も充実させたいから。中小企業は大手の業績に左右されそうだから。 <理系男子>

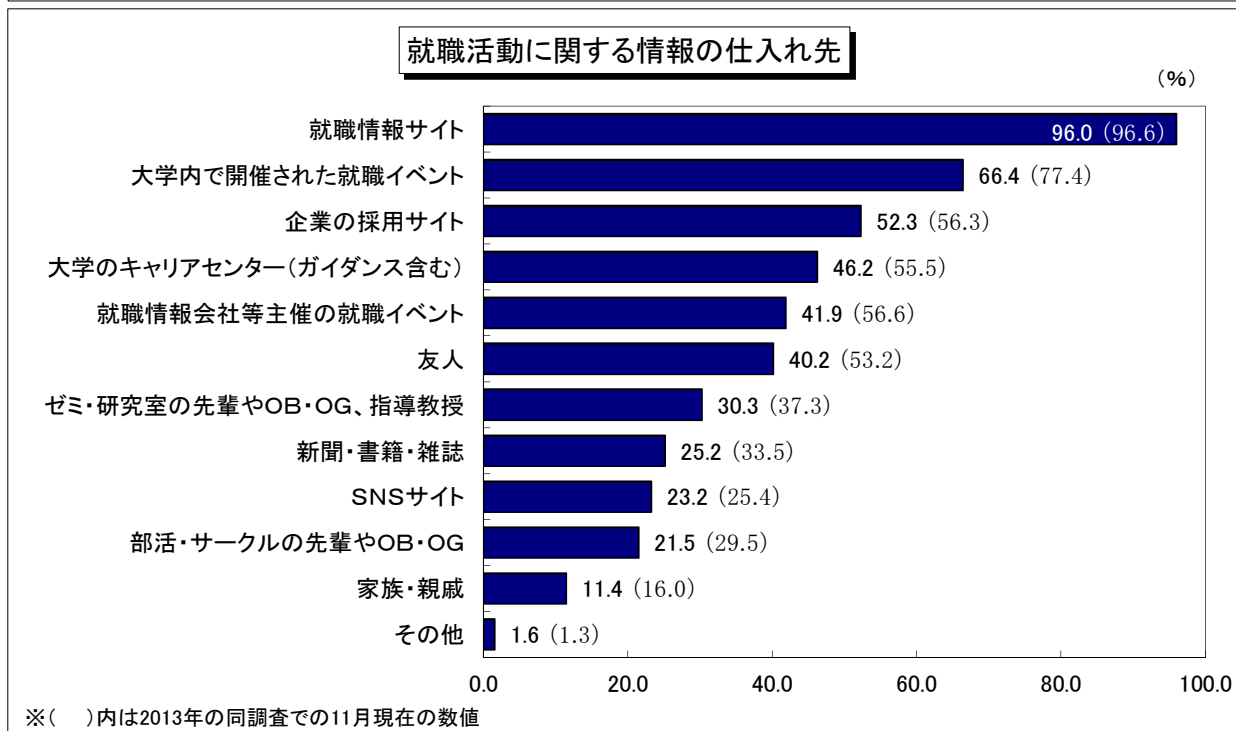
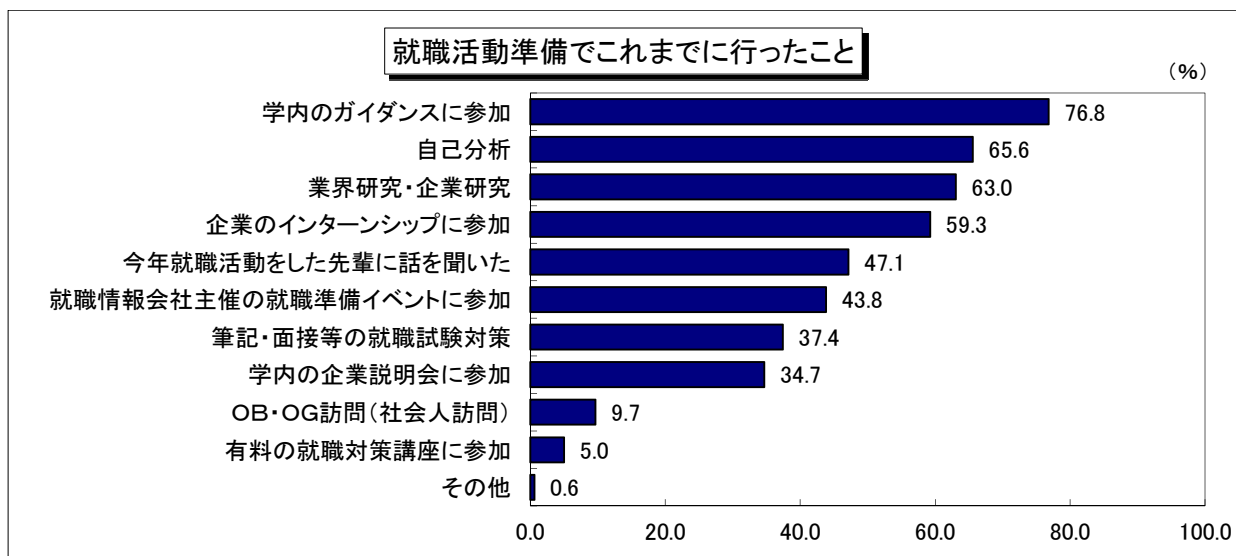
■「中堅中小企業」を中心に活動する理由

- 中小企業のほうが、自分の活躍の場が広がると思うから。 <理系女子>
- 会社の規模よりも将来性や事業内容を重視したい。 <文系男子>

4. 就職活動準備に関して

11 月時点で就職活動の準備を始めていたと回答した学生 (全体の 98.8%) に対し、準備として行った内容を尋ねた。「学内のガイダンスに参加」76.8%が最も高く、次いで「自己分析」65.6%、「業界研究・企業研究」63.0%が続いた。

一方、就職活動に関する情報の仕入れ先で最も多いのは「就職情報サイト」で、96.0%と 9 割以上が回答した。今年の採用広報開始前の就職情報サイトにはインターンシップ情報が公開されており、学生にとって大きな情報源であることがよく分かる。続いて「大学内で開催された就職イベント」(66.4%)、3 番目が「企業の採用サイト」(52.3%) だった。採用広報開始前であっても半数以上の学生が個別企業のサイトを閲覧している。ただ、前年同期調査と比べ全体的に数値が低く、情報収集に本腰を入れるのはもう少し後でもいいと考えているようだ。



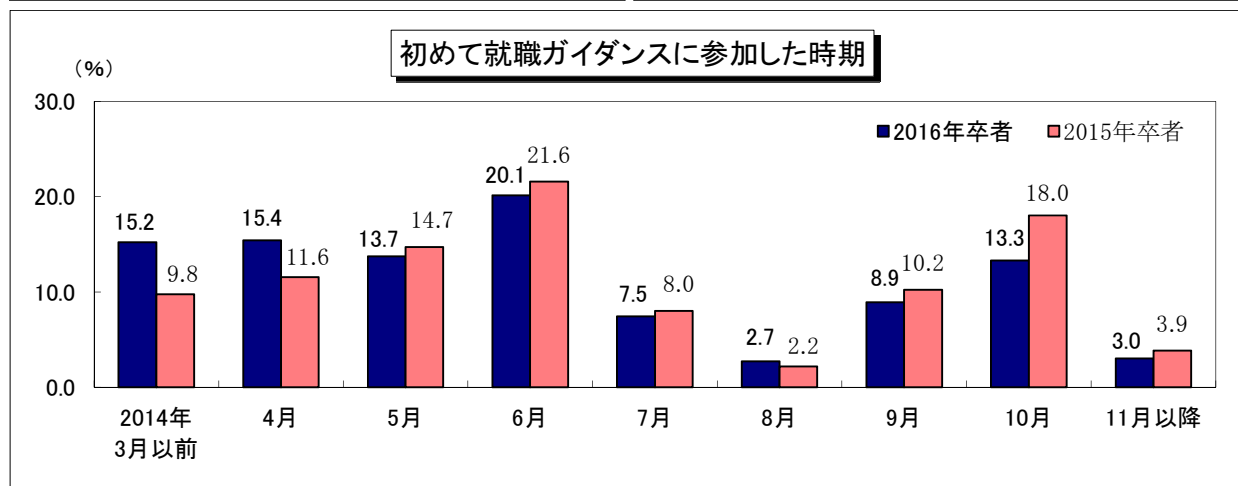
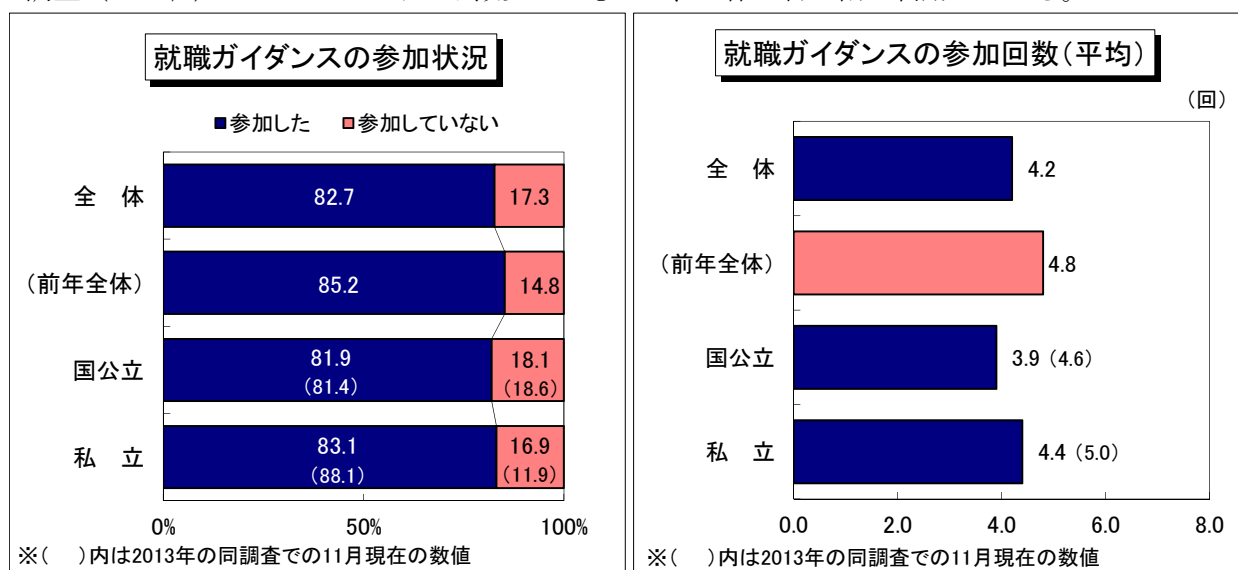
5. 大学の就職ガイダンス参加状況

11月の調査時点で、大学の就職ガイダンスに参加経験のある人は全体の82.7%。平均参加回数は4.2回だった。いずれも前年同期調査を下回っているが、就職活動本番が延びても大きく下がっているわけではない。

このデータを国公立・私立別に見てみると、国公立の学生の参加率は81.9%、私立では83.1%でほぼ同率。参加回数も国公立よりも私立のほうが多かった。

ガイダンス初回参加時期は2014年3月以前に15.2%が参加しており、前年の9.8%を5.4ポイント上回った。また、夏休み前の6月には全体の6割強(64.4%)が参加済みだが、前年同期調査(57.7%)では6割には満たなかった。

一方、キャリアセンター(就職支援部門)を利用した経験がある人は69.8%だった。前年同期調査(73.7%)に比べ3.9ポイント減少したものの、全体の約7割が利用している。



大学の就職課・キャリアセンターの利用状況(国公立・私立)

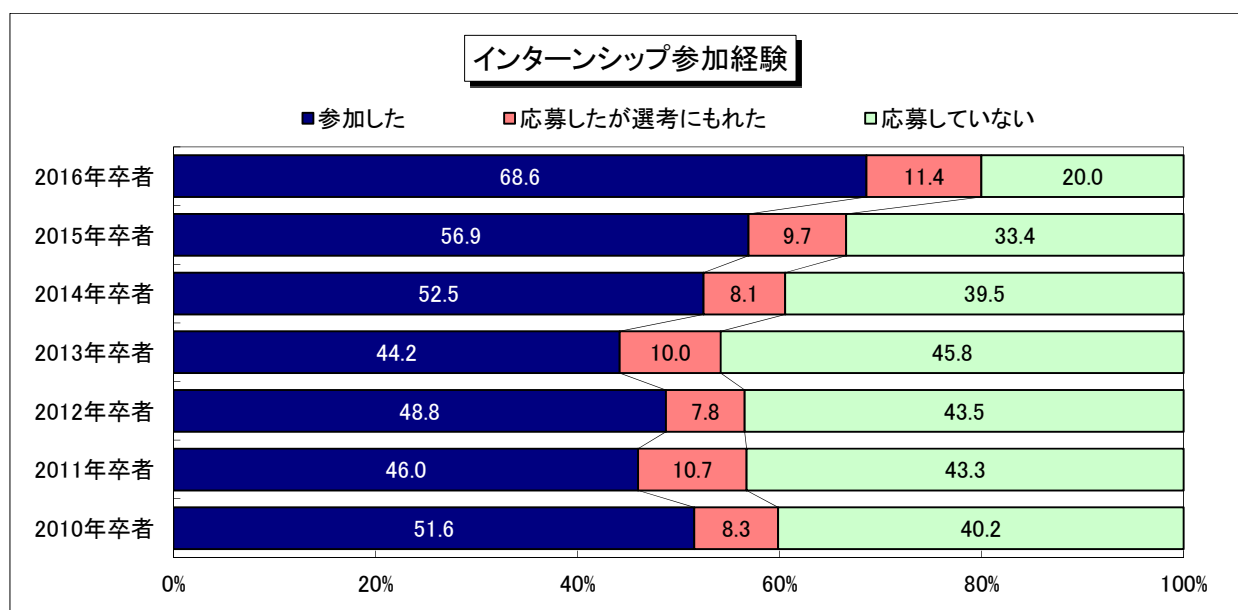
	全体 (%)	(前年全体)	国公立 (%)	私立 (%)
キャリアセンターに行ったことがある	69.8	73.7	60.3	76.2
キャリアセンターに行ったことはない	30.2	26.3	39.7	23.8

※「大学に就職支援部門がない」と回答した人を除いて算出

6. インターンシップ（業界研究含む）の参加状況と応募理由

就活生のインターンシップへの関心は高まっている。モニター全体の 80.0%がインターンシップへの応募経験をもち、実際に参加した学生は 68.6%と、前年より 11.7 ポイント多くなった。調査の分母が、採用広報開始前のプレ期に就職活動モニターに登録した意識の高い学生であることを差し引いて考えても、かなり多くの学生がインターンシップに関心を寄せていると考えられる。採用広報スケジュールの繰り下げにより、インターンシップ実施企業は増加しており、より多くの学生を受け入れる土壌ができたことも、学生のインターンシップ熱を上げる要因になっているだろう。

平均参加社数は、1DAY を含むショートプログラムで 2.6 社、「採用選考に関する指針」の条件を満たす 5 日間以上のプログラムは 1.6 社と、ショートプログラムの方が依然多い。特にショートプログラムは、前年同期調査と比べ、複数社の参加が増えている。



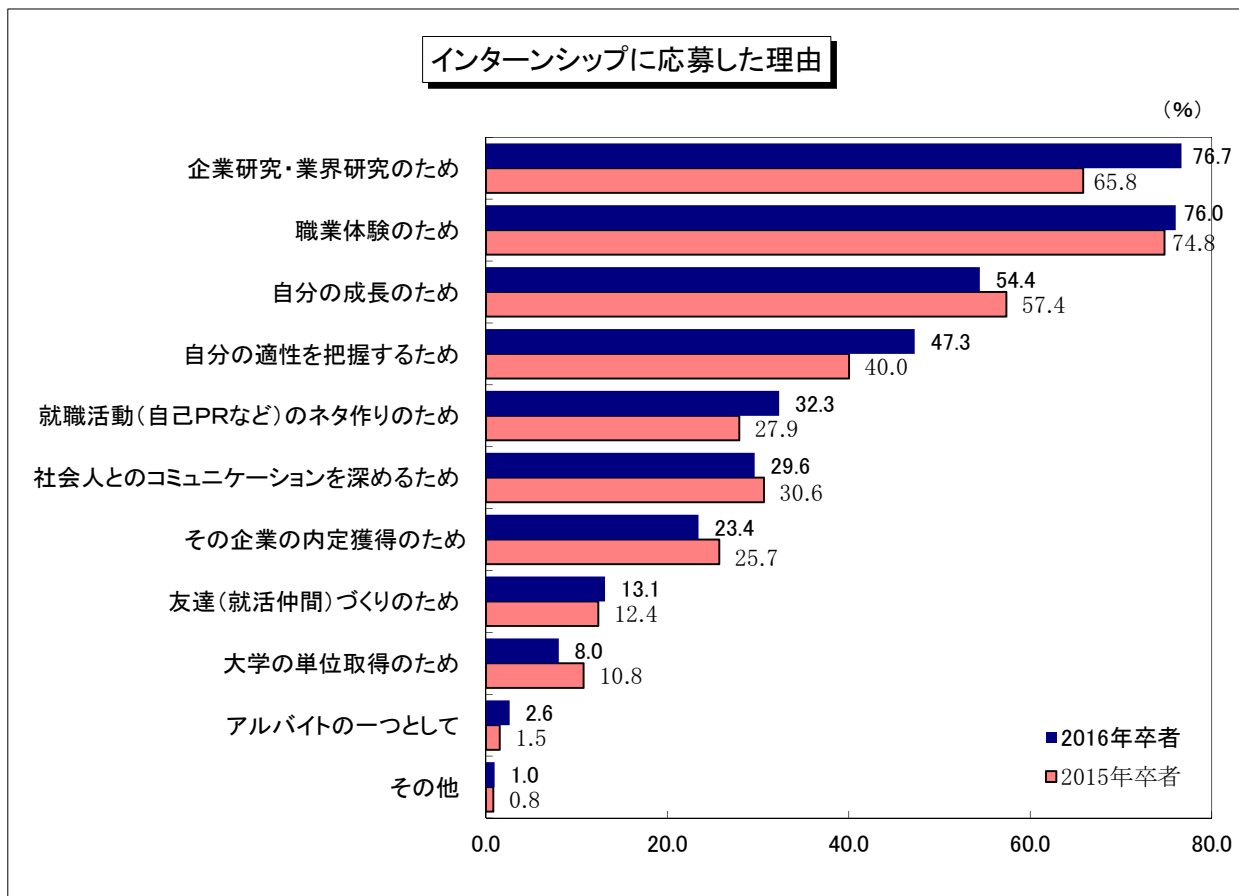
インターンシップ参加社数【1～4 日間のインターンシップ】

	全 体	(前年全体)	(前々年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
平均	2.6	2.2	2.4	2.7	2.5	3.0	2.2
1 社	40.9	47.1	49.6	43.2	37.0	42.7	47.6
2 社	26.4	25.1	22.7	23.3	29.6	21.9	28.6
3 社	12.5	14.0	10.5	13.1	12.8	12.5	9.5
4 社	6.6	6.1	6.2	5.1	7.8	7.3	4.8
5 社	6.1	2.5	5.5	5.1	7.0	7.3	3.2
6 社以上	7.6	5.2	5.5	10.2	5.8	8.3	6.3

インターンシップ参加社数【5 日間以上のインターンシップ】

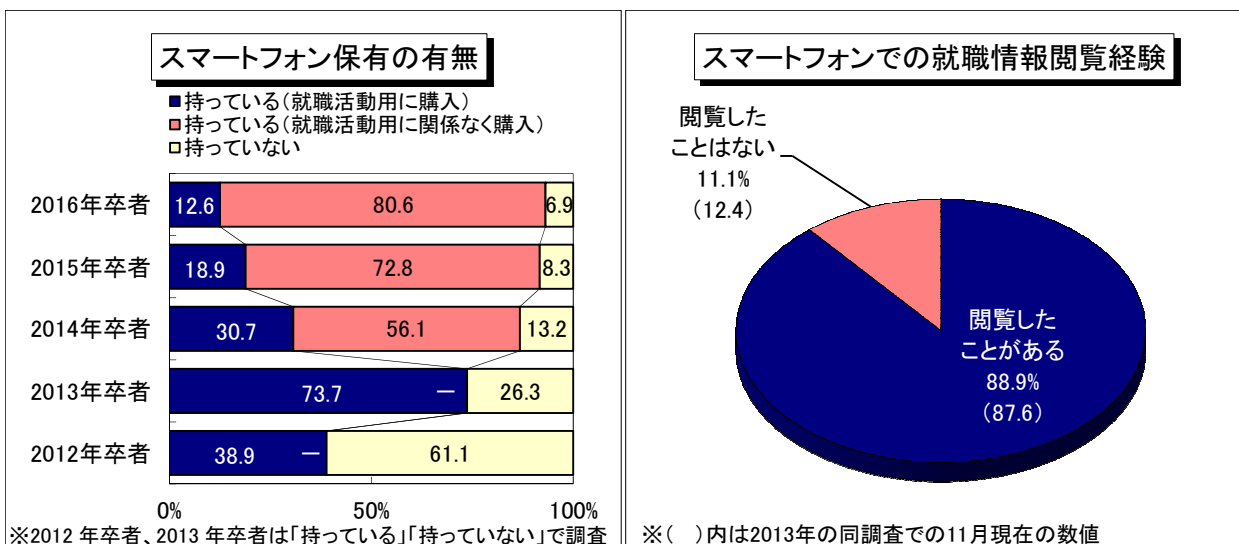
	全 体	(前年全体)	(前々年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
平均	1.6	1.5	1.4	1.6	1.6	1.5	1.4
1 社	67.9	67.3	73.6	62.9	69.3	70.3	70.9
2 社	20.2	22.5	18.0	24.5	19.3	16.2	20.0
3 社	6.1	5.9	5.2	7.0	5.0	8.1	3.6
4 社	3.3	3.1	1.5	3.5	3.5	1.8	5.5
5 社	0.8	0.9	1.0	0.7	0.5	1.8	0.0
6 社以上	1.8	0.4	0.8	1.4	2.5	1.8	0.0

インターンシップの応募理由を複数回答で尋ねた。最も多いのは「企業研究・業界研究のため」76.7%。前年同期調査(65.8%)と比べ約11ポイント上昇し、続く「職業体験のため」(76.0%)を上回った。より就職を意識してインターンシップに応募する学生が増えていると言える。



7. スマートフォンの保有状況

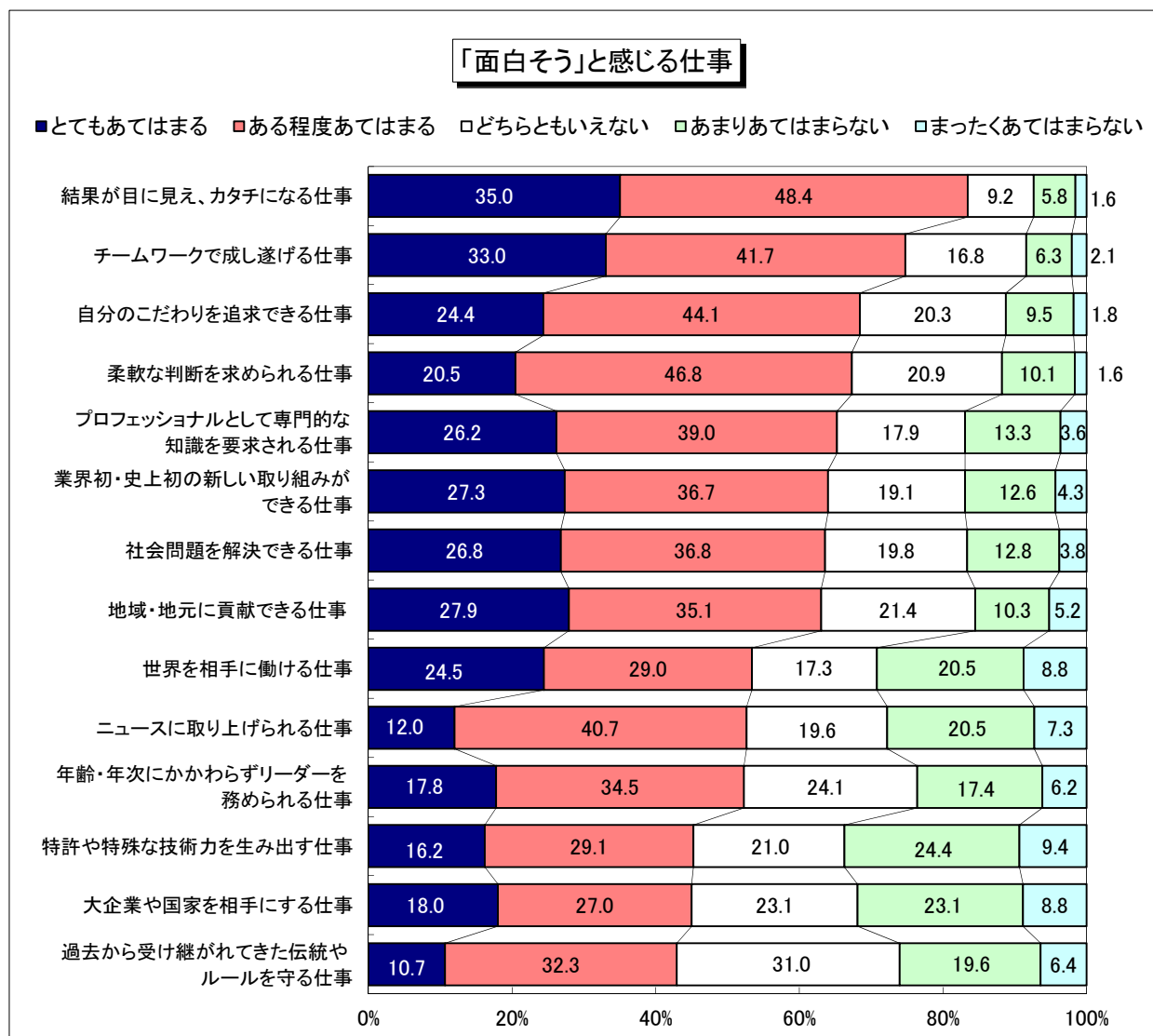
スマートフォンの保有率は93.1%になった。「就職活動用に購入」と回答したのは12.6%と全体の1割強にとどまり、大多数が就活に関係なくもともと保有していたと回答。大学生にとってスマートフォンは生活に必須なアイテムとして定着したと言える。就職活動での利用(就職情報閲覧経験)は、88.9%と前年とほぼ同率だった。



8. 「面白そう」と感じる仕事

就活生が「面白そう」と感じる仕事はどんな仕事だろうか。14 項目について尋ねた。「とてもあてはまる」「ある程度あてはまる」の合計が最も高いのは、「結果が目に見え、カタチになる仕事」（83.4%）だった。次いで「チームワークで成し遂げる仕事」（74.7%）、「自分のこだわりを追求できる仕事」（68.5%）、「柔軟な判断を求められる仕事」（67.5%）、「プロフェッショナルとして専門的な知識を要求される仕事」（65.2%）と続く。成果がわかりやすく、チームのできる仕事を面白いと感じる学生が多いようだ。

一方、「世界を相手に働ける仕事」（53.5%）や「年齢・年次にかかわらずリーダーを務められる仕事」（52.3%）、「大企業や国家を相手にする仕事」（45.0%）などは男女差が大きく、女子は男子の半分程度だった。また、「特許や特殊な技術力を生み出す仕事」（45.3%）は、理系が文系を大きく上回っていた。



■就職活動に関して思うこと

- 就活解禁日が遅れたことで、就活が長引くのではないかと思う。研究との両立が不安。内定直結のインターンやリクルーター制など水面下で選考が始まっており不安は増すばかりである。 <理系女子>
- 就職活動の時期が遅れたため、卒論を執筆しなければならない時期が早まってしまった。3月から解禁となるとは言っても、実質インターンシップやガイダンス等、12月や1月から就職活動に向けて動き始めなくてはならないため、学生への負担が大きくなっていると思う。 <文系男子>
- インターンも選考を通らず、本番がとても心配です。 <文系女子>
- 業界が絞り込めず、不安に思っている。また、インターンによる困り込みなどに関して、いろんな噂が飛び交っており、何が正しいのか分からない。 <文系男子>
- 企業が短期間で採用活動行うにあたり、選考ステップがどのように変化するのか。また、どのような対策が必要なのか具体的に知りたい。 <文系女子>
- 就職活動の最大の敵は「何をすべきかよくわからない」であり、またなんとなくわかっていても「なにか見落とししている不安」があるなど、不安になってもきりが無い。就職活動はそういうものだと割り切ることが大切かもしれない。 <理系男子>
- 就職活動の地方格差をできるだけなくして欲しい。交通費用がかかり過ぎている。 <理系男子>
- 解禁の時期が遅くなったとはいえ早め早めに行動する必要があるので周りより早く行動しなければという思いと、語学等の勉強をしたいという思いがあり、なかなか両立できず悩んでいる。 <文系男子>
- セミナーや合同説明会等に足を運んでも、社会人のイメージが具現化してきません。 <文系女子>
- 文系がかなり活動しているが、周りの理工系が活動しているように思えないこと。企業についてどういう風に、どこまで分析したらいいか。自己分析の精度。本当に自分がしたいことは何か。それは、どこでどうしたら確かめられるか。授業や研究がありインターンなどに参加し辛く確認し難い。 <理系女子>
- 就職先の決め手・判断軸の形成が難しい。 <文系男子>
- あまり認知度の高くない企業にもめぐり合いたいと思うもののなかなか機会がないので、積極的に機会を持ちたいと思っています。 <理系男子>
- イベントが多すぎてどれに参加すれば良いのかわからない。 <文系男子>
- 現在女性の働き方が大きく変わろうとしており、現在将来どのように働くのか、具体的に企業はどう考えているのかが見えなく不安になっています。 <文系女子>
- やはり就職活動は一人でやることはできないと思うので、できるだけ周りと協力しようと考えているが、出し抜かれるのではないかと心配である。 <理系女子>
- 採用時期を遅らせた目的は学業に専念させるためであるはずだが、遅らせたために就職準備期間が増え、学業に費やす時間が減ってしまう。これは逆効果ではないか。 <文系男子>
- 自分と似た考え方をしていたり、似たような状況にあった先輩がどのように就職活動をし、その成功例や失敗した原因を知りたい。 <文系女子>
- Uターン就職を希望しているが、地元のインターンシップや就職セミナーに参加できなかつたり、情報を得られなくて地元組に差をつけられるのではないかと焦っている。グループディスカッションや面接などの練習は個人で練習できるものではないため、なかなか機会を得られず不安。 <文系男子>
- web テストの段階では落ちたくない。せめて面接で判断してほしい。 <理系男子>
- 将来的には海外勤務を目指しているのですが、企業の中でその転勤の資格を得るにはどのような準備をしている事が必要でしょうか。 <文系男子>
- 自分の生き方を考えるのは楽しい一方、大変だ。 <理系男子>
- 多くの企業が女性の育休産休の取りやすさをアピールしているが、実際どのくらいその制度を採用しているのか知りたい。 <文系女子>
- 研究と就職活動の両立が難しいです。いかにうまくバランスを取れるかが勝負だと思います。 <理系女子>