

2月1日現在の就職活動状況

後期試験と重なる1月は就職活動に割く時間が限られるが、学業の合間を縫って積極的に動く学生も少なくない。出足が鈍いと言われる今期就活生だが、2月1日現在の就活モニターの就職活動状況について調査を行い、前年同期調査のデータと比較しながら、1月末までの動きを分析した。

1. 2月1日現在のエントリー状況

- 一人あたりのエントリー社数の平均は63.4社。前年同期より1.9社減少
- ダイレクトメール到着数は、平均861通。前年より2割増

2. セミナー・会社説明会への参加状況

- 一人あたりの平均参加社数は36.8社。前年と同水準

3. 選考試験への参加状況

- エントリーシートの平均提出社数は5.8社。前年と同水準
- 選考試験の平均受験社数は、筆記3.7社、面接2.2社、集団討論2.1社

4. OB・OGとの接触状況

- OB・OGに話を聞きたい学生は88.4%。そのうちの47.4%は接触経験なし

5. 志望職種

- 文系は「営業関連」、理系は「研究・開発・設計関連」が最多

6. 英語力の必要性への考え

- 将来仕事をする上で「英語力必要」92.0%

7. 理系学生の就職意識

- 「自由応募のみで活動」が過半数。「推薦のみで活動」は1.7%

8. Uターン就職希望状況

- Uターン希望者は微増し、3割台に復活
- Uターン就職したい理由、トップは「出身地・地元が好き」

9. 就職活動の難易度

- 「厳しい」が2年連続で減少し、48.8%に

《調査概要》

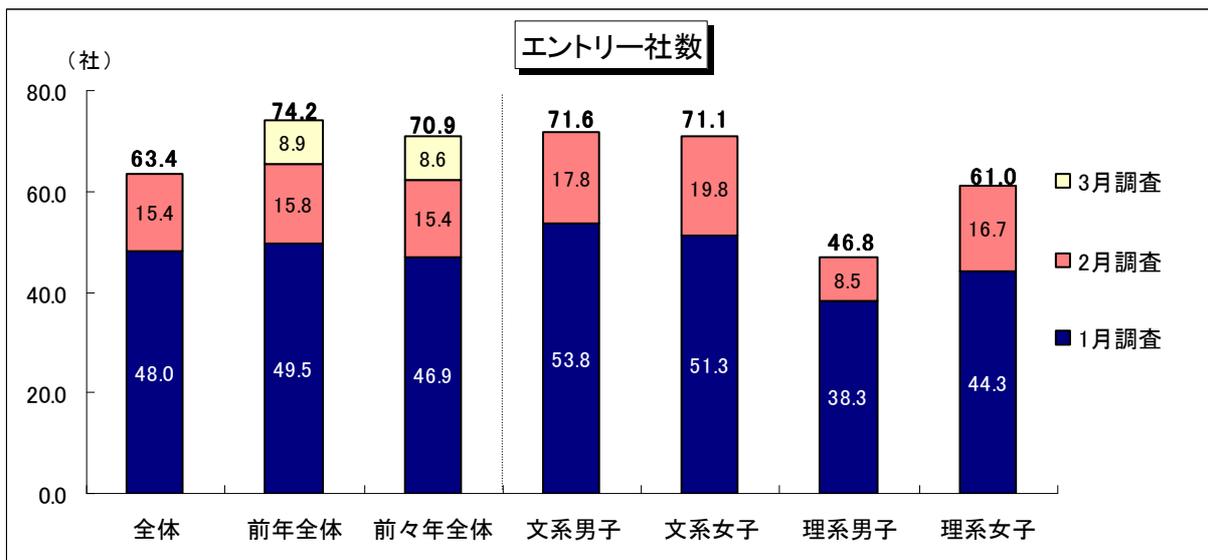
- 調査対象 : 2015年3月卒業予定の全国の大学3年生 (理系は大学院修士課程1年生含む)
- 回答数 : 1,556人 (文系男子506人、文系女子433人、理系男子422人、理系女子195人)
- 調査方法 : インターネット調査法
- 調査期間 : 2014年2月1日~5日
- サンプリング : 日経就職ナビ2015就職活動モニター

◆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

1. 2月1日現在のエントリー状況

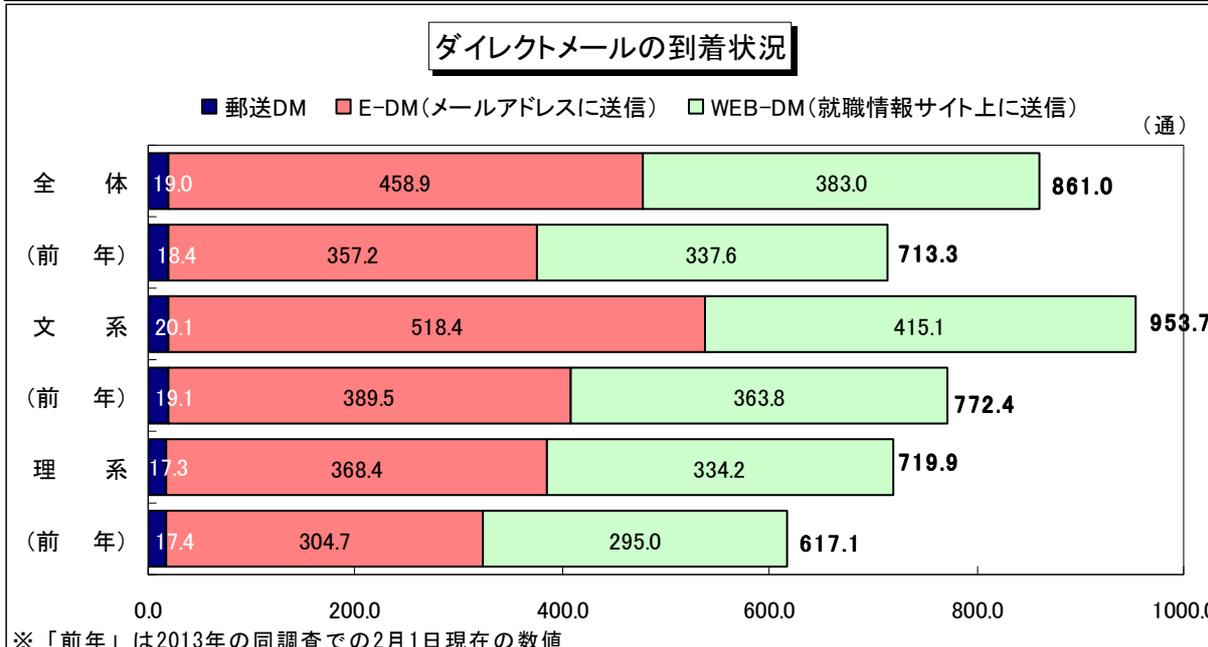
2月1日現在、企業への平均エントリー社数は63.4社と、前年同期調査(65.3社)より1.9社少なかった。1月調査に引き続き、対前年微減で推移している。1月調査では48.0社だったので、この1カ月間で15.4社増えた。文系は男女とも70社を超えているのに対し理系は控えめで、特に理系男子は46.8社と50社未満にとどまっている。理系男子は例年、他の属性より少ない傾向があり、前年同期調査では48.9社だった。

エントリー社数が微減しているのに対し、受け取ったダイレクトメールの数は大幅に増加している。郵送・Eメールなど全形式の合計で平均861通と、前年同期の713通よりも約150通も増えた。割合にすると2割増しとなり、企業側が前年以上に積極的にアプローチしている様子が表れている。



エントリー社数の内訳/平均

	全 体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
就職情報サイト経由でのエントリー	48.1	48.8	53.5	54.6	35.1	48.0
企業ホームページからのエントリー	14.2	15.5	16.7	15.2	10.8	13.4
その他のルートでのエントリー	1.1	1.0	1.4	0.6	1.4	0.7



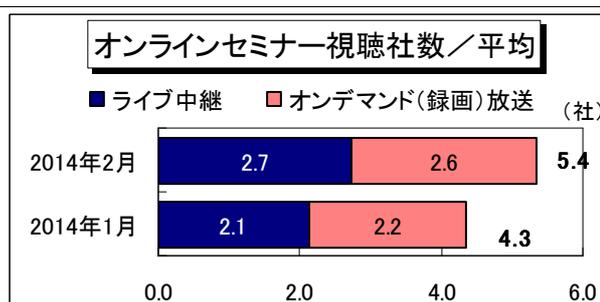
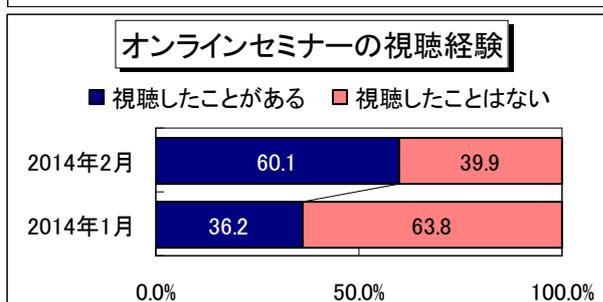
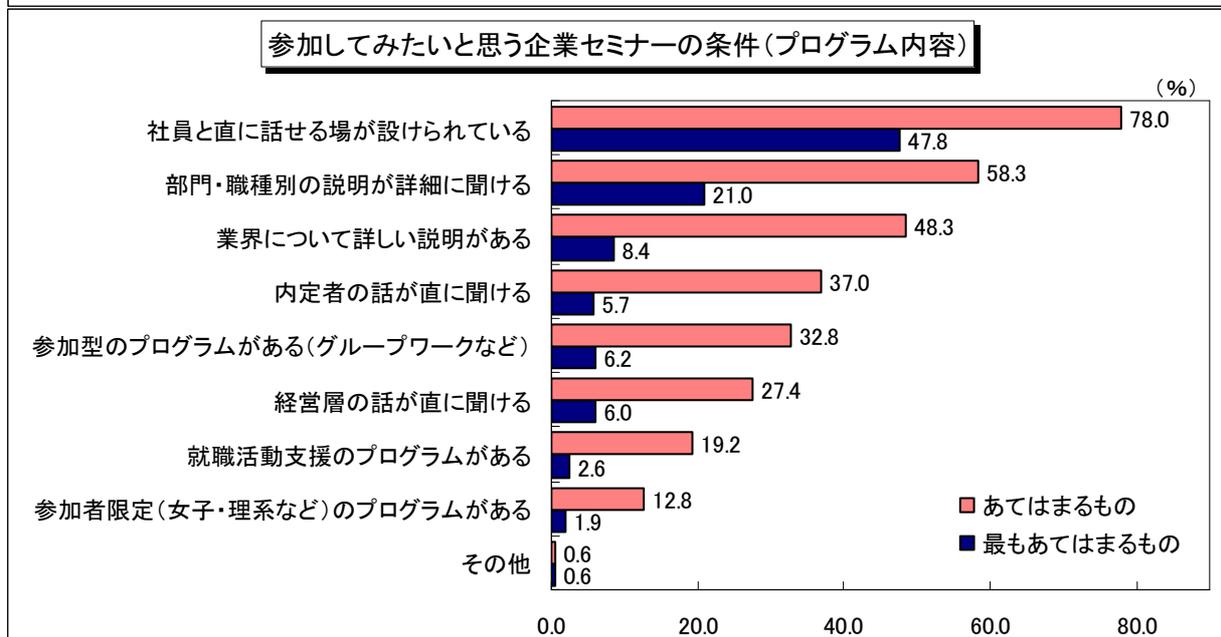
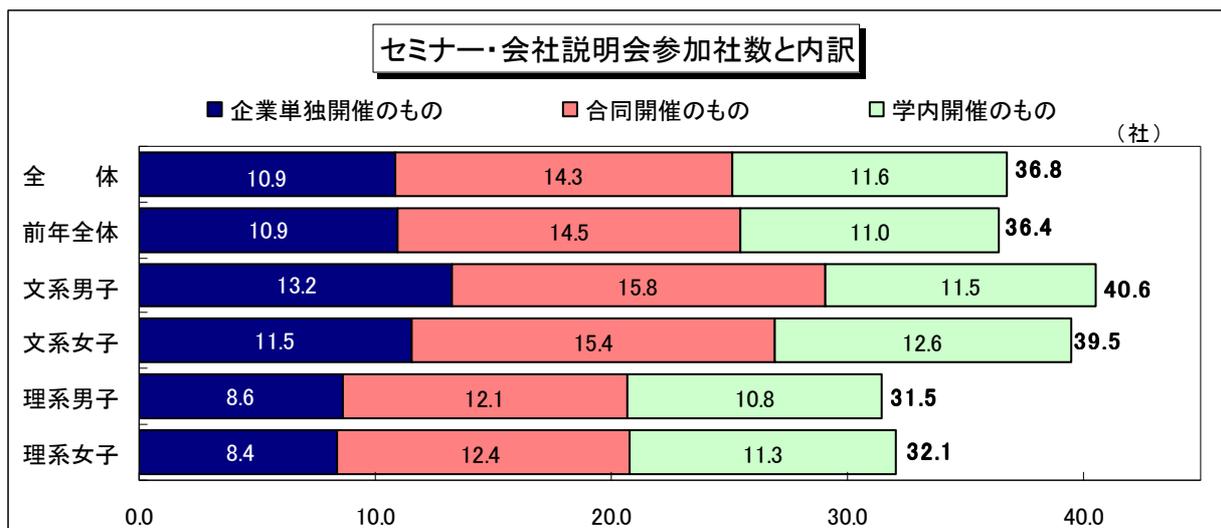
※「前年」は2013年の同調査での2月1日現在の数値

2. セミナー・会社説明会への参加状況

セミナー・会社説明会への平均参加社数は36.8社で、前年同期(36.4社)と同水準。1月調査では、企業単独開催への参加が前年より少なく出足が鈍かったが、前年並みに追いついた。

「参加してみたいと思う企業セミナーの条件」を聞いたところ、「社員と直に話せる場が設けられている」「部門・職種別の説明が詳細に聞ける」など、企業(業界)研究に直結する内容が上位に挙げられた。特にこの時期は、より具体的に仕事や業務の内容について知りたいという傾向にある。

オンラインセミナー(WEBセミナー)を視聴したことがある人は、1月調査時点では36.2%だったが、今回は60.1%と6割を超え、大幅に増加した。



3. 選考試験への参加状況

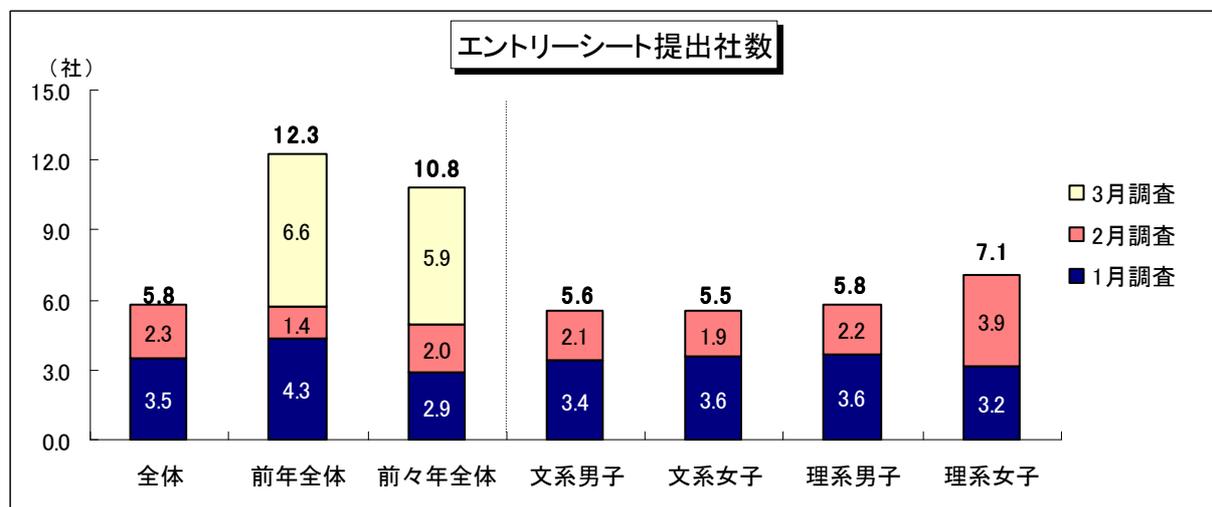
企業にエントリーシートを提出した割合は全体で 79.1%。先月調査 (35.5%) から一気に 43ポイント余り増えたが、前年同期調査 (80.2%) に比べると微減した。提出社数を見ると平均 5.8社と前年 (5.7社) を辛うじて上回っている。1月調査からの伸びは 2.3社と前年よりも多いものの、企業側のエントリーシート受付が早まっている割には、やや鈍いという印象ではないだろうか。初回の提出期限を 2月下旬に設定している大手企業は多く、3月調査でどの程度伸びるのか注目したい。

面接試験とグループディスカッションの経験者の割合は前年同期を上回り、企業の前倒しがうかがえる。一人あたりの受験社数については、今のところ前年との大きな差は見られない。

エントリーシート提出の有無

	全 体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
提出した	79.1	80.2	78.9	82.7	73.9	83.1
提出していない	20.9	19.8	21.1	17.3	26.1	16.9

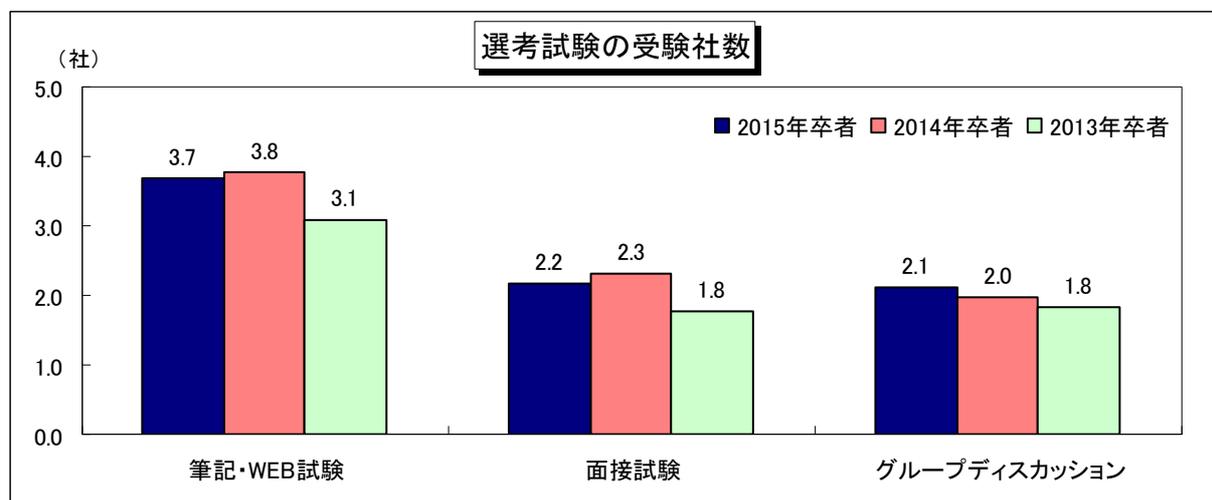
(%)



選考試験の受験状況

	全 体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
筆記・WEB試験を受験した	72.8	73.5	75.9	74.8	65.4	75.9
面接試験を受験した	36.5	33.6	38.1	39.3	31.8	36.4
グループディスカッションを受験した	32.7	30.1	35.6	37.0	26.1	30.3

(%)

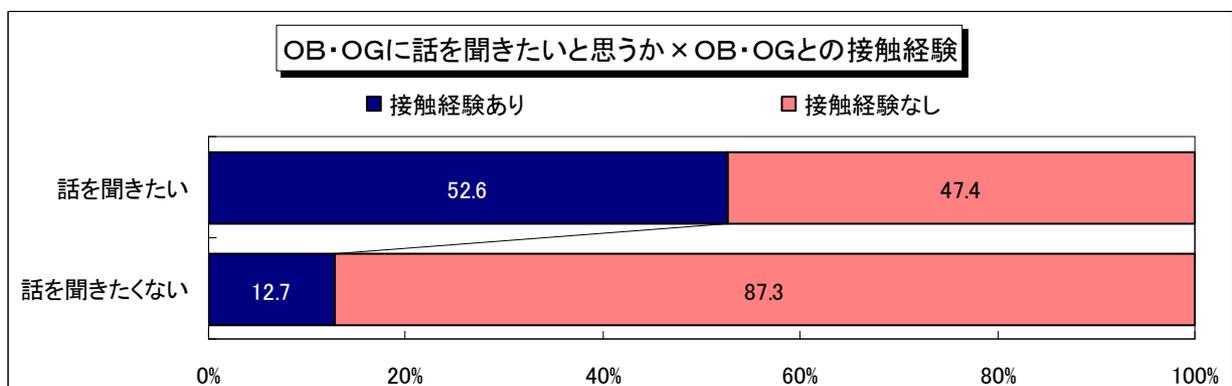
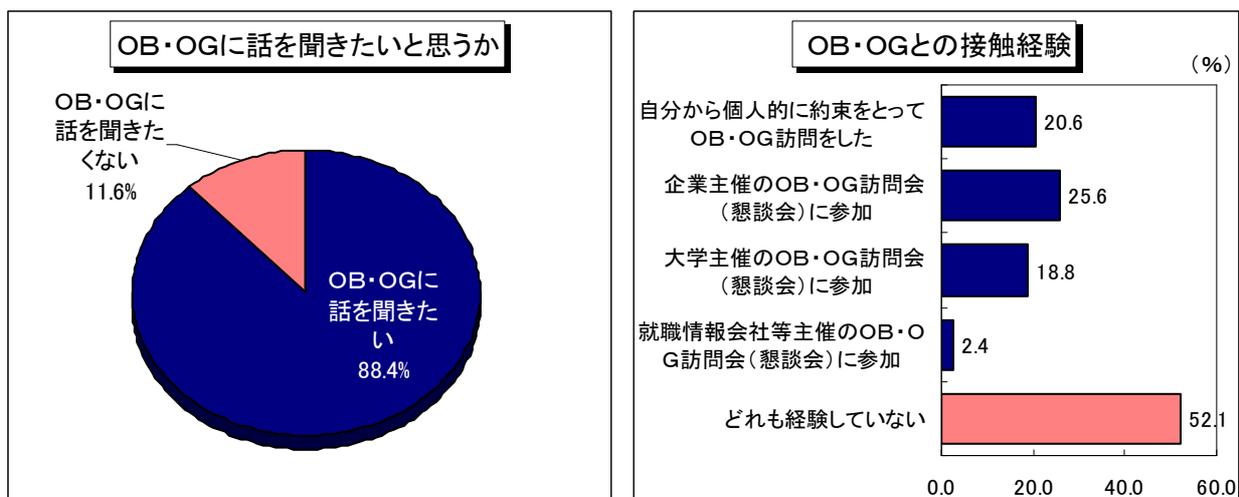


4. OB・OG との接触状況

就職活動をする上で、OB・OG に話を聞きたいと答えた学生は、全体の 88.4% に上る。しかし、2 月の調査時点で OB・OG との接触経験がないと回答した学生は 52.1% と過半数を占めた。

また、自分から個人的に約束をとる従来型の OB・OG 訪問経験者は全体の 20.6% にとどまっている。企業主催の OB・OG 訪問会 (OB・OG 懇談会や社員質問会) の参加経験を持つ者も 25.6% とまだ少ないが、今後、実施企業の増加に伴って増えていくだろう。

OB・OG と接することは学生にとって企業研究の良い機会であり、企業側にとっても仕事内容や社風を理解してもらう機会であるが、現状では「OB・OG に話を聞きたい」と回答した学生のうち 47.4% はまだ接点を持つことができていない。



■OB・OG訪問をした感想など

○OB・OG 訪問をすることで詳細な仕事の内容や、その仕事を行う上でどのような能力が必要かが分かり、大変有意義です。 <文系男子>

○会社の雰囲気を知れることが一番大きい。業界の本音も話してくれる。 <文系女子>

○通常の説明会に来ている社員には聞けないような話が聞けた。 <理系男子>

○就職活動をしている時の企業のイメージと、実際に勤めてから感じたギャップについて聞くことができた。 <理系女子>

○深い話を聞けるのはとても良いが、それまでの準備が大変。 <文系男子>

○すごく親しいわけではないからどこまで踏み入っていいかわからなかった。でもたくさん教えてもらえ、とてもよかった。 <文系女子>

○私という個人の状況に応じたアドバイスがもらえるところが1番有意義だと思います。 <理系女子>

5. 現時点での志望職種

2 月 1 日の時点で志望職種を決めている学生は 86.8%と、前年同期 (89.0%) より微減し、やや決定状況が遅れているようだ。第一志望の職種を見ると、文系は「営業関連」が男女ともトップ。但し男子は、その割合は高いものの、46.6%と前年より 5.1 ポイント減り、営業離れが進んでいる。また、2 位に「事務・管理関連」(16.4%) が来ているが、「企画・マーケティング関連」よりも多いのは調査開始以降初めてで、文系男子の志向の変化がうかがえる。これに対して文系女子は、かつては「事務・管理関連」が圧倒的に多かったが、近年は営業職希望が増え、今回は「営業関連」と「事務・管理関連」が同率となった。理系では、男女とも「研究・開発・設計関連」が最も多く、男子で 39.0%、女子で 36.0%が選んでいる。男女とも 2 位「IT・ソフトウェア」、3 位「営業関連」の順。

志望職種(第一志望)

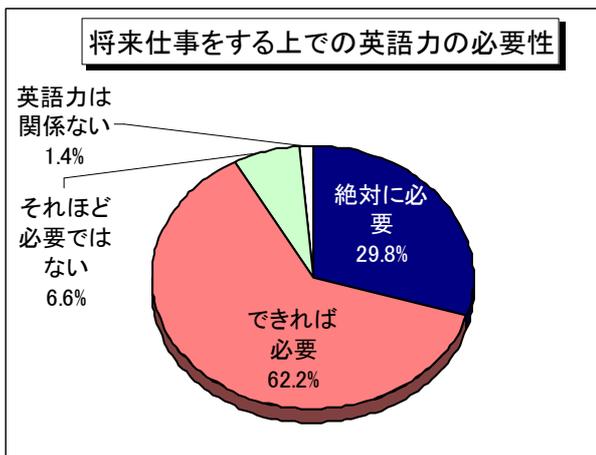
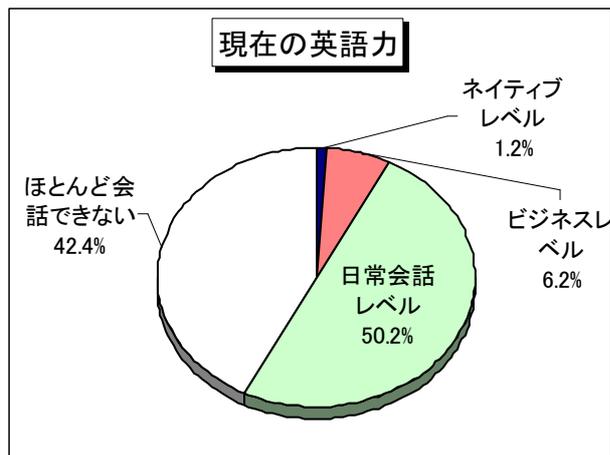
(%)

文系男子		文系女子		理系男子		理系女子	
1	営業関連 46.6 (51.7)	1	営業関連 30.0 (28.2)	1	研究・開発・設計関連 39.0 (39.7)	1	研究・開発・設計関連 36.0 (33.1)
2	事務・管理関連 16.4 (12.6)	2	事務・管理関連 30.0 (33.7)	2	IT・ソフトウェア関連 18.6 (17.4)	2	IT・ソフトウェア関連 12.9 (9.9)
3	企画・マーケティング関連 13.3 (18.1)	3	企画・マーケティング関連 19.5 (19.0)	3	営業関連 8.9 (6.6)	3	営業関連 11.8 (12.6)
4	専門・スペシャリスト関連 5.7 (5.0)	4	クリエイティブ関連 5.9 (3.7)	4	生産・製造・品質管理関連 8.6 (11.6)	4	企画・マーケティング関連 10.7 (12.6)
5	IT・ソフトウェア関連 5.5 (4.1)	5	流通サービス・販売関連 4.6 (5.2)	5	建築・土木設計関連 7.3 (7.4)	5	生産・製造・品質管理関連 7.9 (7.3)
6	金融関連 5.2 (3.7)	6	金融関連 3.8 (3.5)	6	企画・マーケティング関連 6.8 (6.1)	6	専門・スペシャリスト関連 5.6 (7.9)
7	クリエイティブ関連 3.3 (3.0)	7	専門・スペシャリスト関連 3.0 (3.5)	7	専門・スペシャリスト関連 3.7 (3.6)	7	事務・管理関連 5.6 (7.3)
8	流通サービス・販売関連 2.1 (1.4)	8	IT・ソフトウェア関連 1.9 (2.9)	8	事務・管理関連 2.6 (1.4)	8	建築・土木設計関連 3.9 (5.3)
9	生産・製造・品質管理関連 1.0 (0.5)	9	生産・製造・品質管理関連 0.8 (0.3)	9	金融関連 2.6 (3.6)	9	クリエイティブ関連 2.8 (2.6)
10	研究・開発・設計関連 0.5 (0.0)	10	研究・開発・設計関連 0.3 (0.0)	10	クリエイティブ関連 1.3 (2.2)	10	金融関連 2.2 (0.7)
	建築・土木設計関連 0.5 (0.0)		建築・土木設計関連 0.3 (0.0)	11	流通サービス・販売関連 0.5 (0.6)	11	流通サービス・販売関連 0.6 (0.7)

※ () 内は2013年の同調査での2月1日現在の数値

6. 英語力の必要性への考え

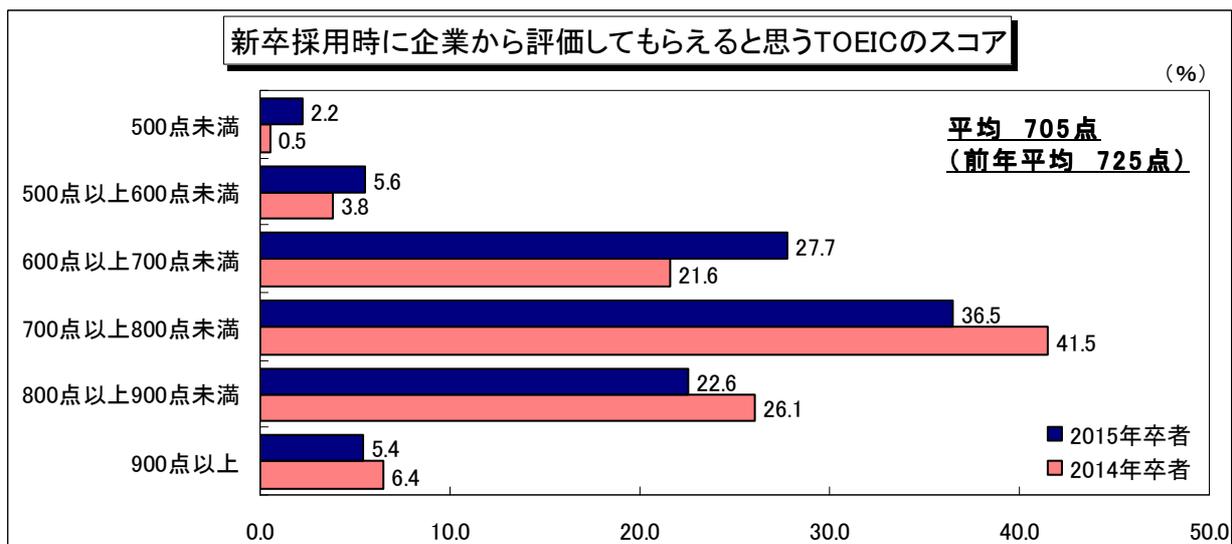
現在の英語力を自己評価してもらった。「ほとんど会話できない」が 42.4%と 4 割以上を占めたが、将来仕事をする上で英語力が必要と思うかを重ねて尋ねたところ、「絶対に必要」29.8%、「できれば必要」62.2%と、あわせて 92.0%が「必要」と回答した。



また、前年に引き続き、新卒採用時に企業から評価してもらえると思う TOEIC のスコアを尋ねたところ、平均は 705 点だった。前年調査の 725 点より下がったものの、依然として企業は学生に高いレベルの英語力を求めている、と考える学生は多い。

海外経験については、「海外に行ったことはない」が前年調査より微減し、「海外旅行」「交換留学」といった海外経験がそれぞれ微増した。例年の傾向ではあるが、男子より女子のほうが海外経験値は高い。

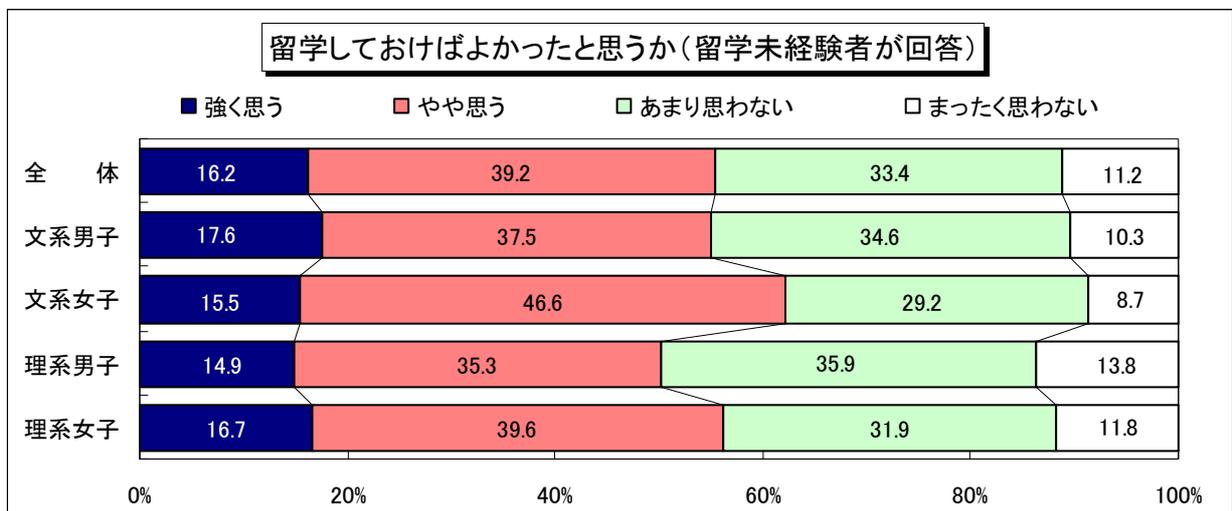
語学留学や交換留学などを含めた留学を経験していない学生に対し、「留学しておけばよかったと思うか」を尋ねてみたが、「思う」55.4%、「思わない」44.6%と意見が分かれた。



海外経験

(%)

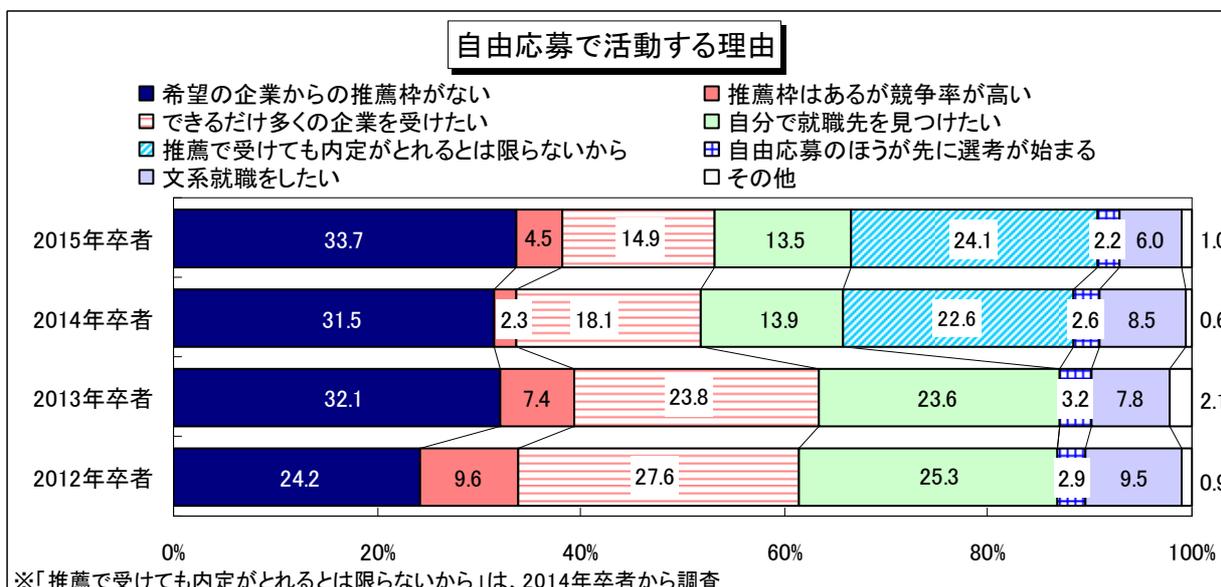
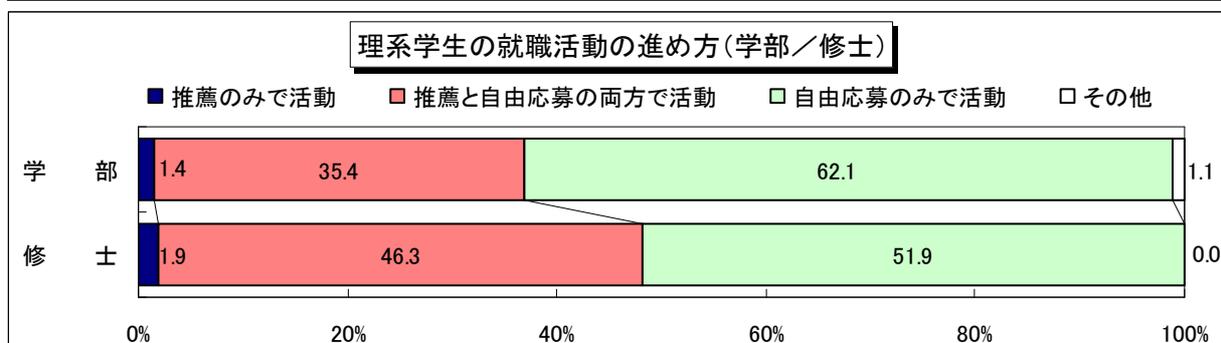
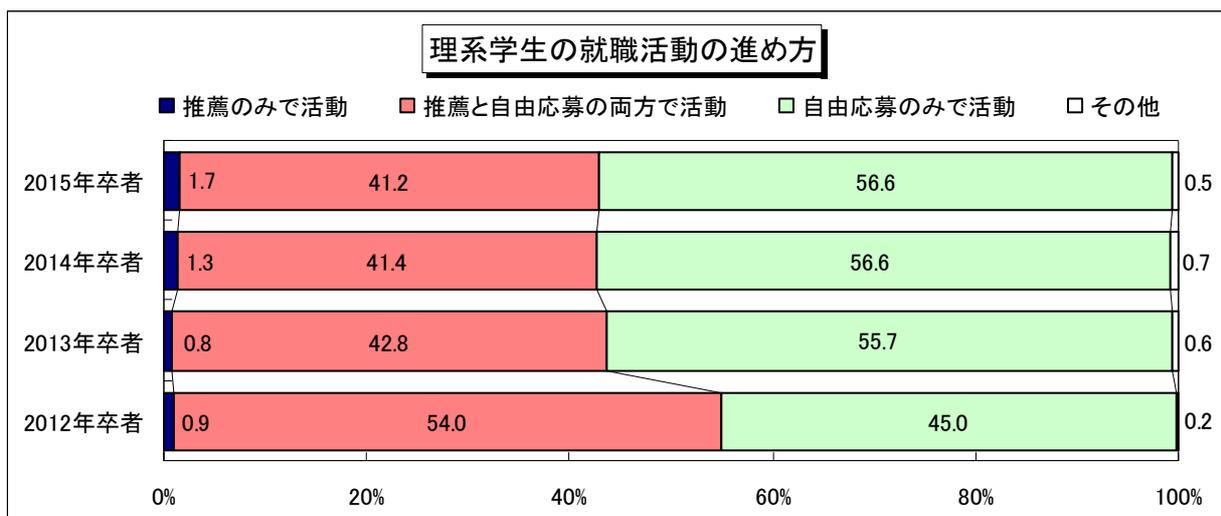
	全 体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
海外旅行	52.7	50.3	46.0	60.5	48.6	61.5
語学研修(語学留学)	17.9	19.0	14.0	30.3	10.9	15.9
学術目的の海外研修(学会含む)	6.0	8.0	5.9	3.9	6.2	10.8
交換留学	3.6	3.0	4.0	4.4	1.4	5.6
長期滞在生活(帰国子女など)	3.0	2.5	3.0	3.5	2.6	3.1
海外インターンシップ	2.6	-	2.4	3.5	2.6	1.0
正規留学	0.2	1.9	0.0	0.5	0.2	0.0
その他	0.6	0.9	0.8	0.9	0.5	0.0
海外に行ったことはない	38.2	39.1	44.3	29.1	44.3	29.2



7. 理系学生の就職意識

理系学生に対し、就職活動の進め方を尋ねた。全体的に前年調査と同様の傾向を示しており、「自由応募のみで活動」が今年も56.6%と過半数に上る。併願を含め自由応募で活動すると回答した人にその理由を尋ねたところ、「希望の企業からの推薦枠がない」が33.7%で例年どおり最も多かった。前年調査から選択肢に「推薦で受けても内定が取れるとは限らないから」を加えたが、24.1%と前年より1.5ポイント増え、推薦制度の不確かさに対する学生の本音が表れている。

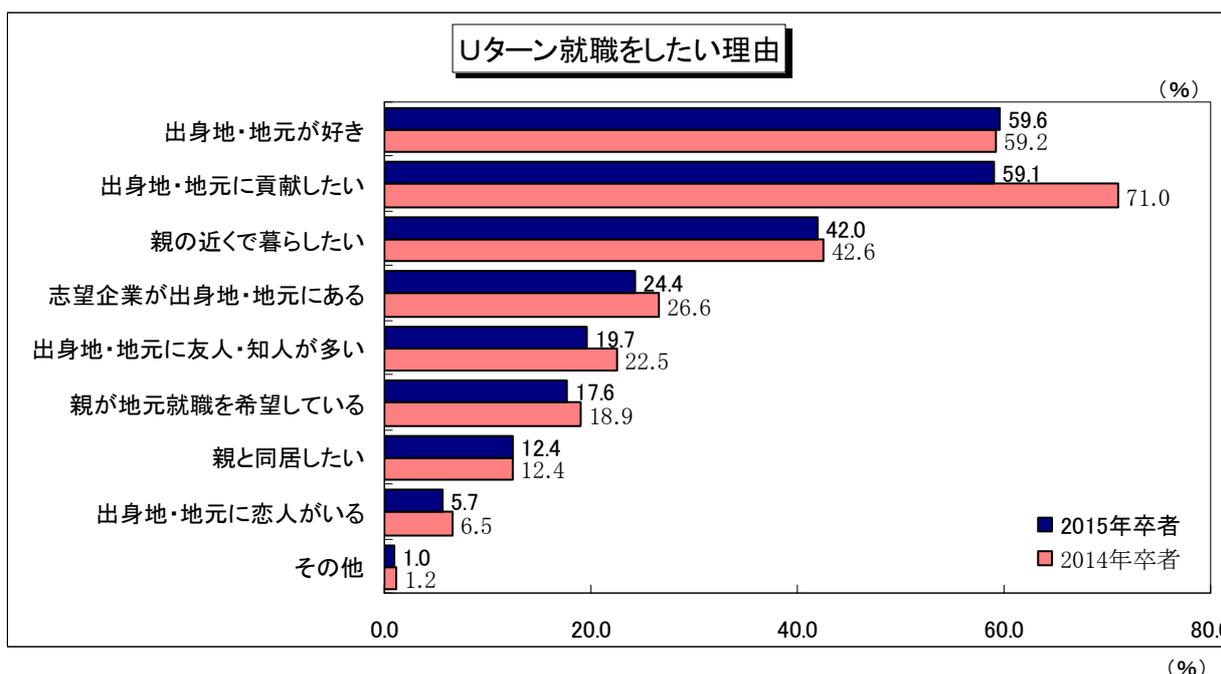
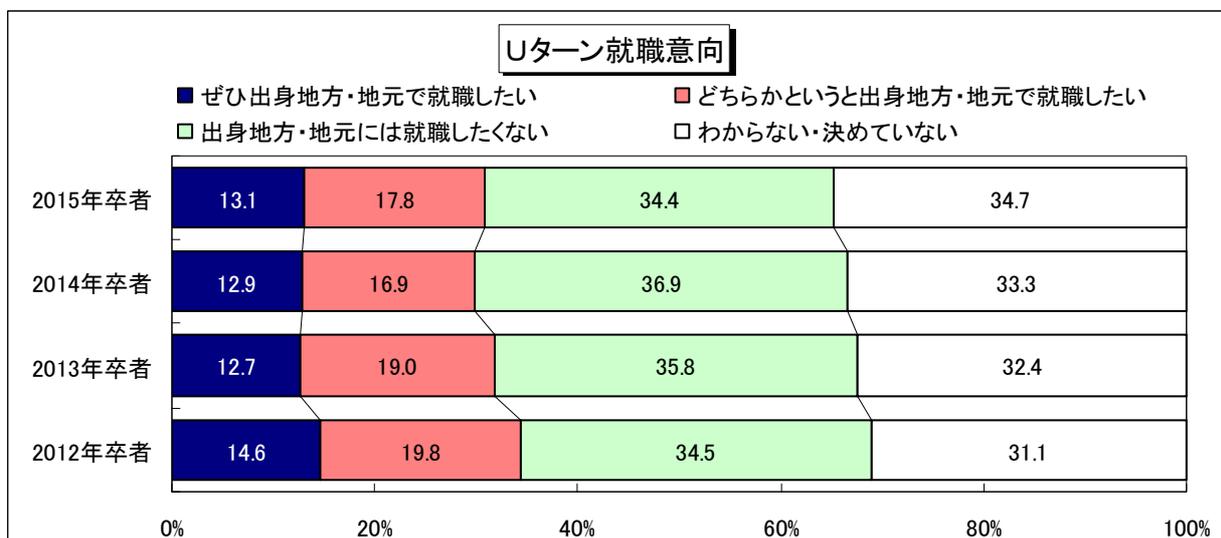
なお、学部生に比べ企業からの推薦依頼の多い修士学生では、推薦利用予定者は48.2%に上っている。



8. Uターン就職希望状況

出身地・地元を離れて進学している学生を対象に、Uターン就職の希望状況を聞いた。前年調査と大きな差は見られないものの、「ぜひ出身地・地元で就職したい」13.1%と「どちらかという」と出身地・地元で就職したい」17.8%を合計すると30.9%で、Uターン就職希望者は2年ぶりに3割台に戻った。

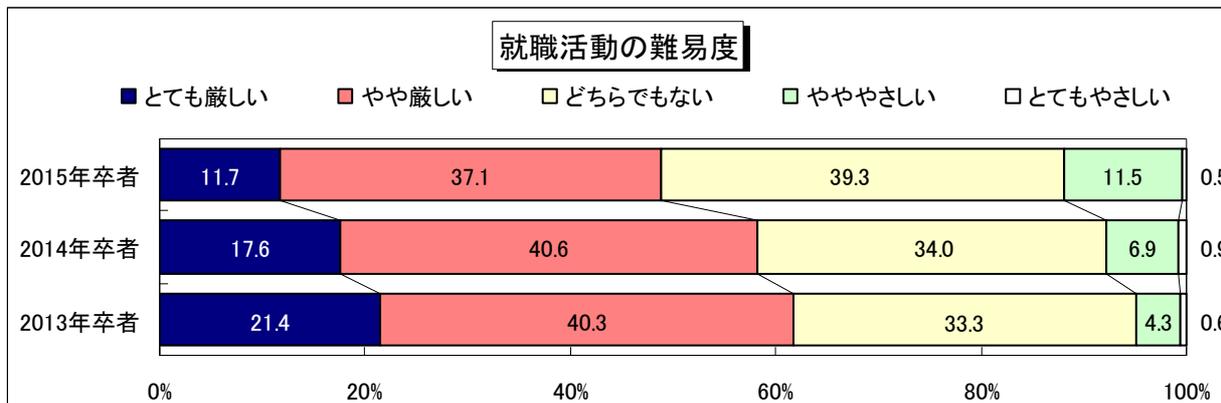
Uターン就職をしたいという人の理由を見ると、「出身地・地元が好き」が59.6%で最も多い。前年調査でダントツに多かった「出身地・地元貢献したい」は、71.0%から59.1%へと、約12ポイントも減少した。この項目は、2012年卒者では60.2%だったが、東日本大震災後の2年間(2013年卒者、2014年卒者)は7割前後に一気に増えた。震災後、社会貢献・地域貢献への意識が全国的に高まったが、就職活動をする学生も少なからずその影響を受けたと思われる。そして、今期の就活生はその影響が薄れ、以前の水準に戻ったのではないだろうか。



	2015年卒者	2014年卒者	2013年卒者	2012年卒者	2011年卒者
出身地・地元貢献したい	59.1	71.0	69.2	60.2	55.0

9. 就職活動の難易度

自身の就職活動を「厳しい」と感じている学生は 48.8%で、「やさしい」の 12.0%を大きく上回る。しかし、過去 3 年分を比較すると (毎年 2 月調査)、「厳しい」は毎年減少しており、確実に緩和されている。今期の第 1 回調査・第 2 回調査において就職戦線の見方 (マーケット観) が和らいでいたが、自身の就職活動に関しても、やはり「厳しさ緩和」の傾向がはっきりと表れた。



■就職活動に関して思うこと

- 外資系以外の企業でも選考が始まってきて、時期に差がでてきている。そのため、ES と選考、説明会の時間の使い方のバランスをどう保つか難しい。 <文系女子>
- 多くの企業が、自分の会社はこれだけすごいことをしてる、こんな技術を持つてるという説明を受けて、日本も捨てたものではない、まだまだやれるのではという気がしてきました。多くの現場で日本の企業が頑張っているのを知れるのは良い経験だと感じています。 <理系男子>
- エントリーシートの作成がこんなに時間のかかるものだとは想像していなかった。最近になって時間の足りなさをひしひしと感じる。 <文系男子>
- ステップが多くて、いつまで経っても面接に辿りつけないのが、もどかしい。 <理系女子>
- 女性総合職は狭き門であることをひしひしと感じます。 <文系女子>
- 何度か面接を経験し、「あなたを動物で例えるならば何？」といった無意味だと思える質問をする企業が思ったより少ないと感じた。 <理系男子>
- 言いたいことは沢山あるが、就職活動が終わるまでは心の中に秘めて誰にも言わないようにしている。 <文系男子>
- バリバリ自己アピールして何が何でも内定を取る、といった就活の雰囲気には馴染めない。 <理系女子>
- こんなにのんびりしていても良いのかと自問自答している。 <文系男子>
- 12 月の情報解禁前にもっと自ら行動しておくべきだった。インターンシップ経験がないものすごく不安。 <文系女子>
- 就職活動を始めて 2 カ月、そろそろしんどくなってきた。説明会に行くと他の説明会で見たことのある顔がちらほら。みんな頑張ってるんだなあと思い、自分ももうひと踏ん張りしてみようと思う。 <理系男子>
- 社会人が仕事終わった後、飲み屋街に繰り出す理由がわかった気がする。ビジネス (就活生の場合は自分を売り込むビジネス) は、とても辛い。飲み屋に行くことやゲーセンに行く趣味はなかったが、行くようになった。 <文系男子>
- あまり心配しすぎてもどうにもならないので、やることはやって、あとはなるようになれと思っている。会社との縁と運で決まると思う。 <文系女子>
- 満足いく形で就職活動を終え、一日でも早く両親を安心させたいと思っています。 <文系男子>