

採用マーケットの分析

2014 年度 序盤の動向

<2013 年 2 月発行>

企業の採用広報解禁が 12 月になって 2 年目を迎える 2014 年度採用・就職戦線。序盤の段階ではどのような特徴や現象が見られるのだろうか。2012 年 12 月の企業調査と、同 11 月～2013 年 2 月にかけ 3 回にわたり実施した学生モニター調査の結果をもとに、2 月までの新卒採用マーケットの動向を分析・検証した。

—CONTENTS

- 企業の採用意欲、回復基調を維持
- 学生の就職戦線の見方、「厳しい」大幅に減少
- 企業の方針、厳選採用のための「攻めの採用」
- 解禁直後に一斉スタート 採用活動の前倒し傾向鮮明に
- 解禁前に就職活動の準備をした学生約 8 割
- 学生のエントリー、セミナー参加数は微増傾向
- 大都市圏と地方学生の情報格差
- 選考試験の受験も前年を上回るペースで進行
- 人気業界への志望から、徐々に現実路線に
- OB・OG訪問経験者は 2 割、満足度は高い
- 選考開始、内定出し予定ともに 4 月に集中

ディスコ調査 概要

■ 採用活動に関する企業調査<2012 年 12 月調査>

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
 回答社数：1,130 社

■ 日経就職ナビ 2014 学生モニター調査

調査対象：2014 年 3 月卒業予定の大学生 2,000 人(理系は修士課程を含む)

	2012年11月調査	2013年1月調査	2013年2月調査
調査時期	11月22日～29日	1月1日～7日	2月1日～7日
回答者数	1,784人	1,655人	1,459人

「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。

◆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

■企業の採用意欲、回復基調を維持

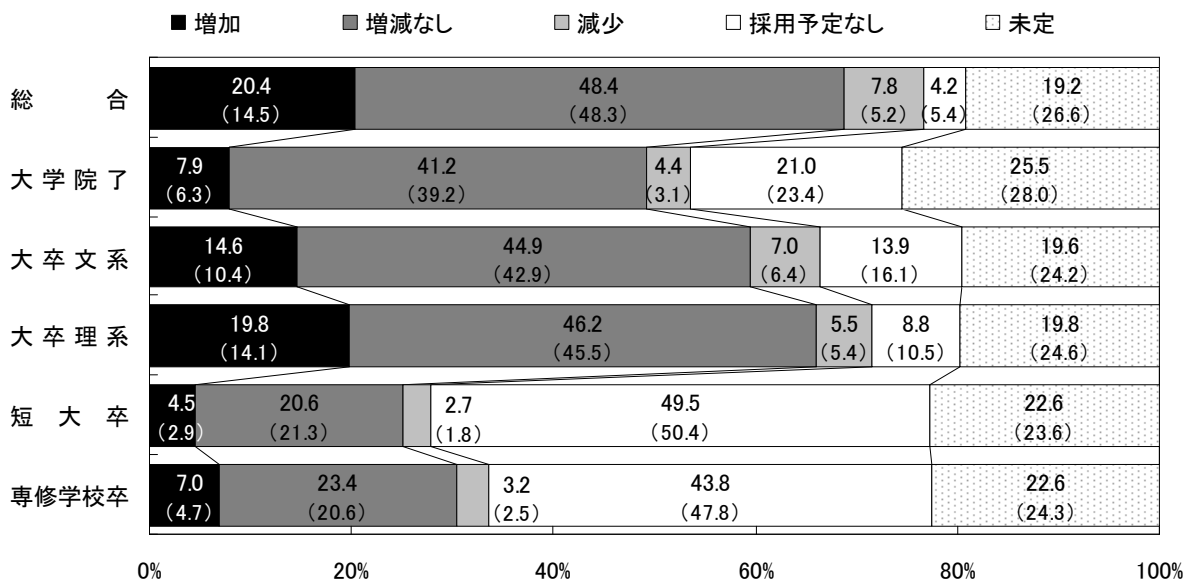
当社が全国の主要企業を対象に実施した『採用活動に関する企業調査<2012年12月調査>』によると、2014年3月卒業予定者の採用見込みは、全属性の総合で、「増減なし」(前年並み)が48.4%と約半数を占めた。一方で「増加」は20.4%で、「減少」の7.8%を約12ポイント上回った。「未定」とする企業も前年同期調査では26.6%あったが、今年は19.2%へと減り、採用計画を早めに策定する動きが出ていた。

リーマン・ショック以後冷え込みが続いた新卒マ

ーケットは2011年度採用を底に好転し、企業の採用意欲は引き続き堅調と言える。今回の調査では、大卒、大学院などすべての採用属性で「増加」が「減少」を上回り、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。

経済情勢を見ると、アベノミクスへの期待感からか、市場は株高円安となり製造業を中心に企業業績は回復の様相を呈している。しかし、世界市場の構造変化や中国景気の減速など、企業を取り巻く環境は依然厳しいものがあり、不透明感も拭えない。そのため、企業の採用は緩やかな水準での回復となりそうだ。

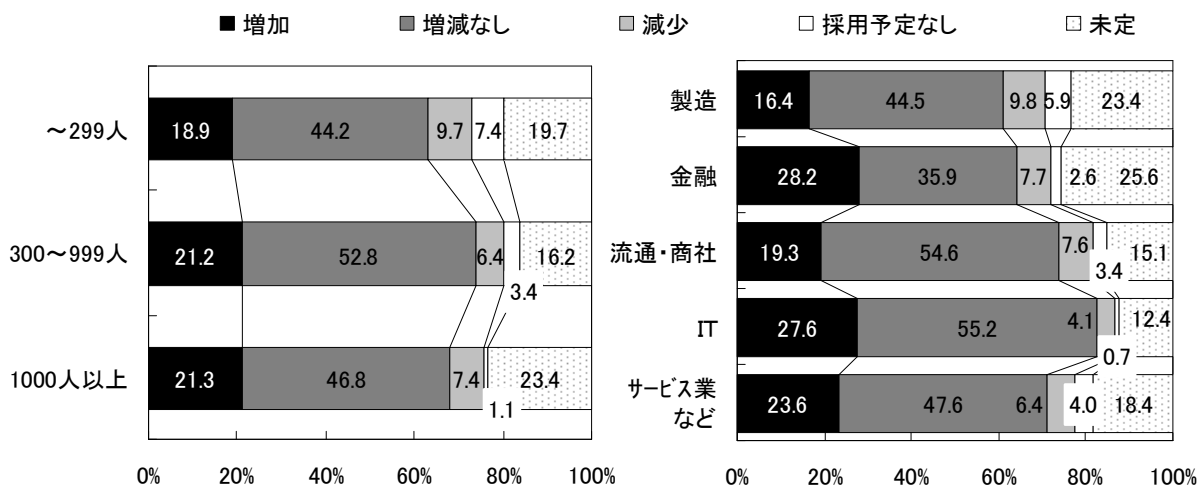
【企業】2014年3月卒業予定者の採用見込み



* ()内は2011年12月調査の数値。

* 属性ごとに回答していない企業などがあるため、総合の割合と属性の割合は一致しない。

【企業】2014年3月卒業予定者の採用見込み(総合/従業員規模別・業界別)



■学生の就職戦線の見方、「厳しい」大幅に減少

学生の意識、動向については『日経就職ナビ 学生モニター調査』をもとに確認したい。まずは、学生の就職戦線の見方について。脱・氷河期と言われた2008年卒者では、1学年上の先輩たちよりも「楽」との見方が7割を超えていた。ところがリーマン・ショック後最初の就活生だった2010年卒者から「厳しい」に大きく舵を切り、その後は内定率の向上に伴って年々「厳しい」と見る学生は減少している。

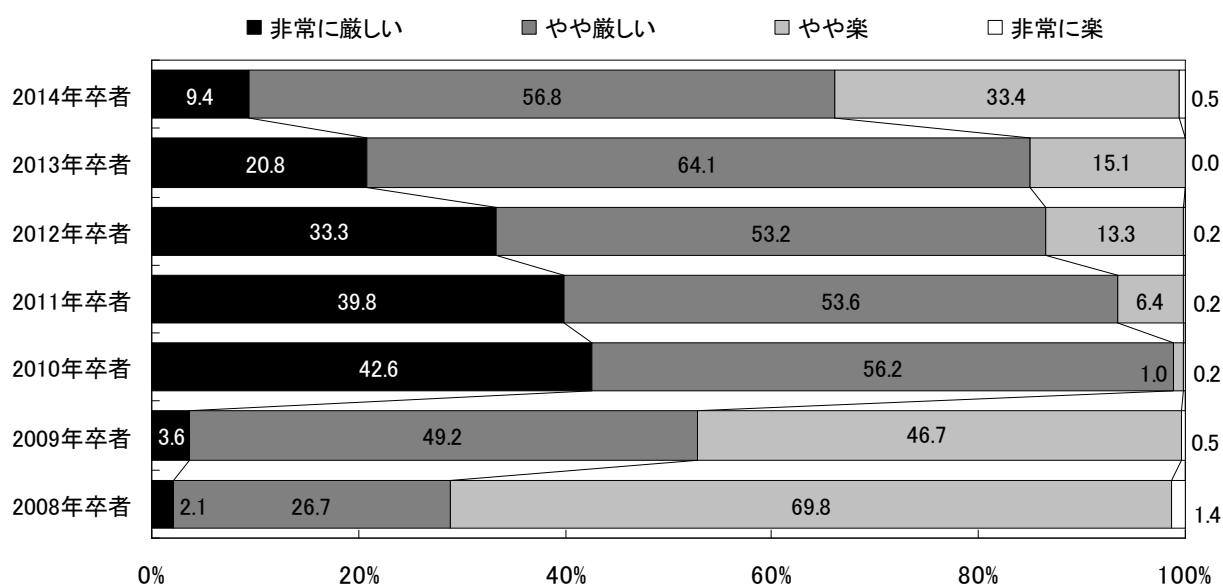
今期の学生はと言うと、1月調査で「厳しくなる」と見ている人が66.2%と多数を占めるものの、前年同期調査では84.9%と8割を超えていたことに比べれば、厳しいとの見方は急激に緩和されている。とりわけ「非常に厳しい」は20.8%から9.4%へと半

減。逆に、「やや楽」が15.1%から33.4%へと倍増した。

12月解禁2年目で、ある程度スケジュール感が掴めているのと、後述するが、解禁早々にセミナーに参加して実際に企業と接している分、漠然とした不安感は薄く、厳しいとの見方が緩和したのだと考えられる。

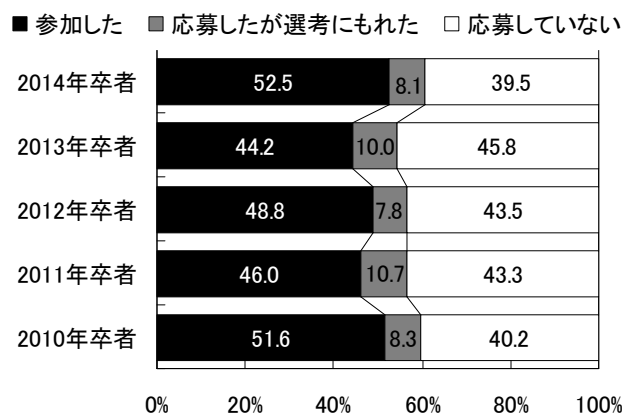
さらに言えば、インターンシップ参加率が上がったことも関係ありそうだ。前年度は倫理憲章見直しを受けインターンシップ実施企業が減り、参加学生も減少したが、今期は52.5%へと前年より8.3ポイント多かった。見直し2年目で企業側の受け入れ準備も円滑だったのだと思われる。就職活動前に企業と触れあう機会をもったことが、不安感払拭に一役買った可能性は大いにあるだろう。

【学生】就職戦線の見方(全体)の推移



※各年1月調査

【学生】インターンシップ参加経験



※2012年11月調査

【学生】インターンシップ参加社数

<1~4日間>		
	全体	前年全体
平均	2.4	1.8
1社	49.6	62.2
2社	22.7	19.9
3社	10.5	9.4
4社	6.2	2.9
5社以上	11.0	5.5
<5日間以上>		
	全体	前年全体
平均	1.4	1.3
1社	73.6	78.6
2社	18.0	16.5
3社	5.2	2.2
4社	1.5	0.9
5社以上	1.8	1.8

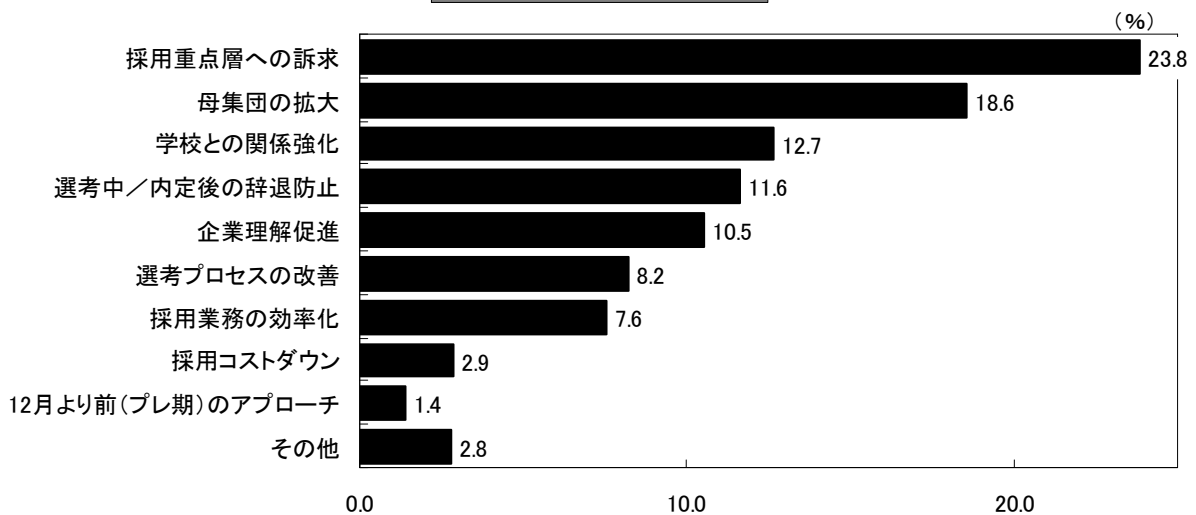
■企業の方針、厳選採用のための「攻めの採用」

倫理憲章改定 2 年目の今期、企業が一番のテーマは何か——。最も多くの企業を選んだのが「採用重点層への訴求」で 23.8%。約 5 ポイント差で「母集団の拡大」18.0%が続き、3 位は「学校との関係強化」12.7%となった。「辞退防止」や「理解促進」などよりも、学生の集め方に関する項目が上位に並び、まず「集める」ことへの意識の高さがうかがえる。

学校対策の必要性は別の指標にも表れている。採用活動の方向感として「学内セミナーへの参加を増やす」という企業が前年よりさらに増え、52.8%と過半数に達している。自社の採りたい層（学校）にピンポイントでアタックするという発想は、「重点層への訴求」とも結びつく。

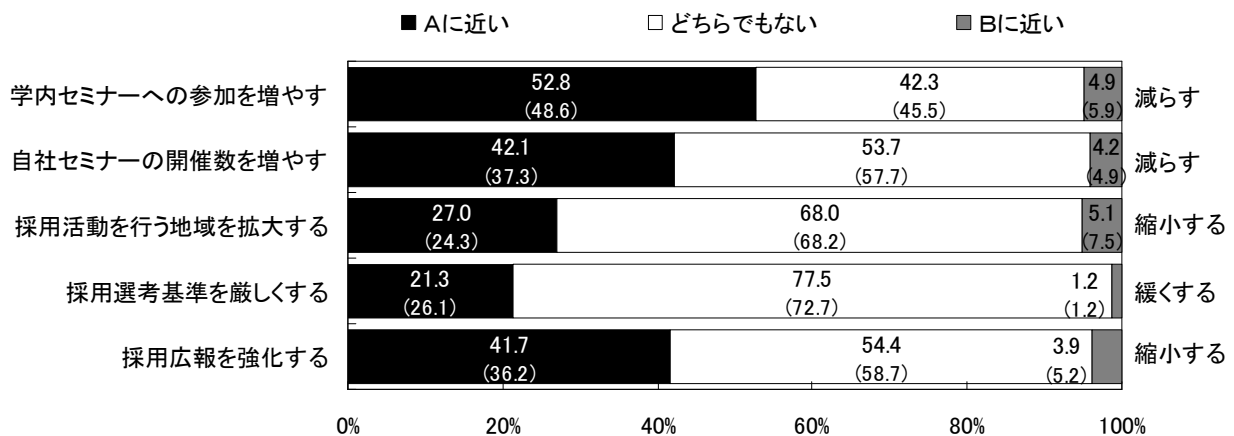
自社セミナーを増やしたり、採用広報を強化したりといった拡大傾向が出ているが、「採用選考基準を緩くする」は 1.2%と依然少数派である。となると、拡大路線は厳選採用維持のために必要な策であると受け取れる。2013 年度採用では母集団不足から求める人材を確保できなかったという企業が少なくなかった。そうした企業が「数がないと質も上がらない」と結論づけたのではないだろうか。厳選採用を継続しつつ必要数の確保にあたる企業が大半と見られ、難易度の高い採用戦線と言える。採用の一番のテーマに「採用業務の効率化」や「採用コストダウン」といった項目を選んだ企業は 1 割に満たず、それなりの手間や時間、コストをかけて丁寧に採ろうという考えが主流となっている。

【企業】採用の一番のテーマ



※あてはまるものを1つだけ選択

【企業】採用活動の方向感



* ()内は2011年12月調査の数値。

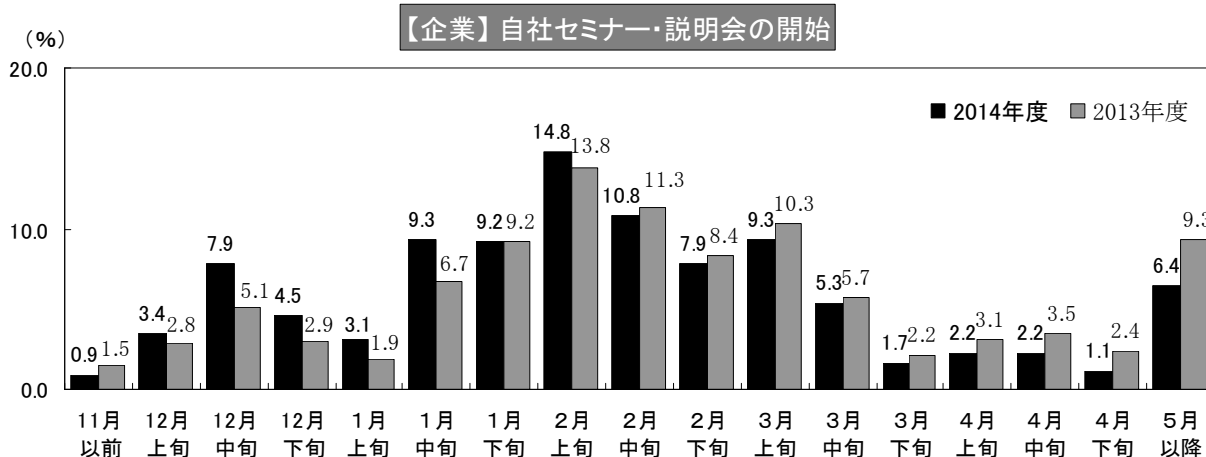
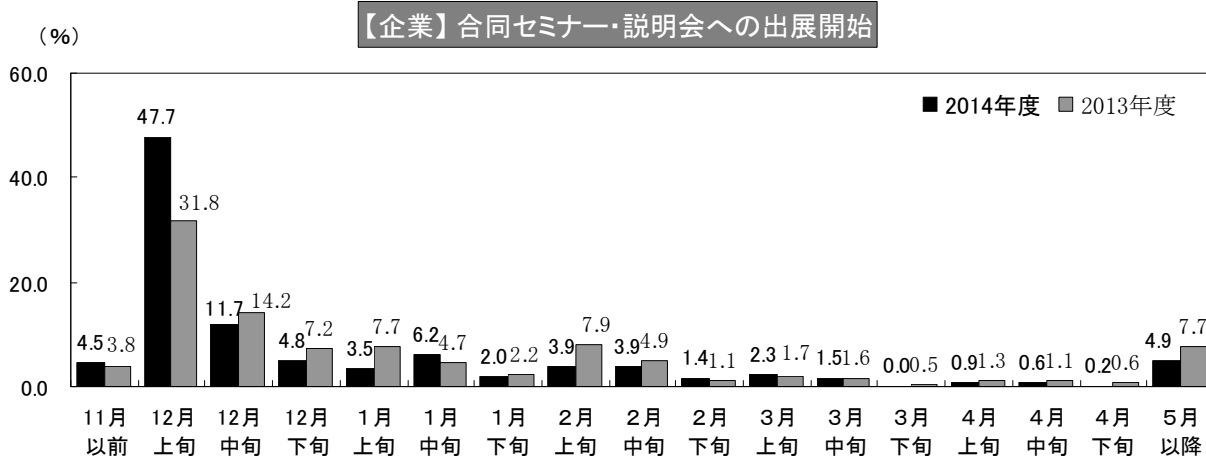
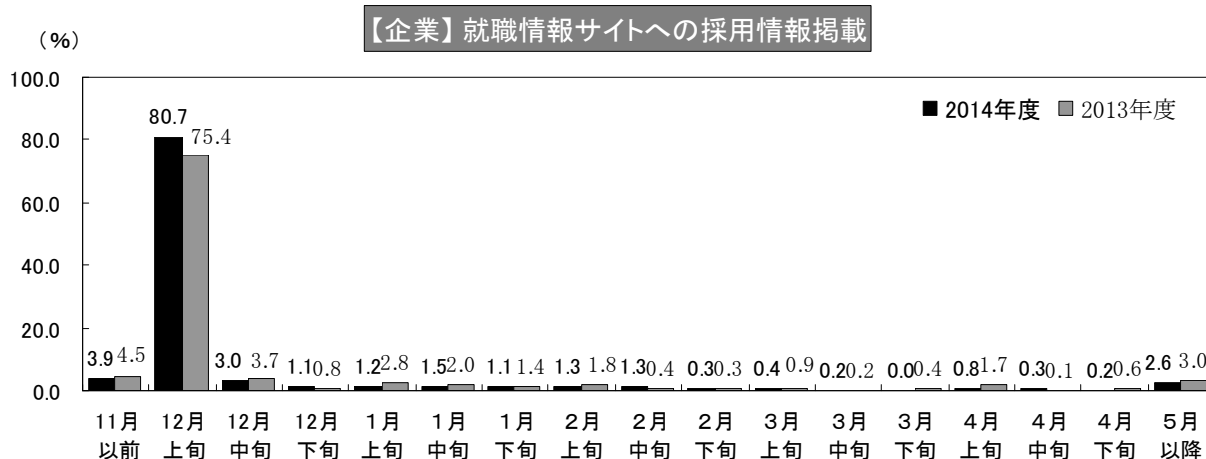
■解禁直後に一斉スタート

採用活動の前倒し傾向鮮明に

次に、企業の採用活動スケジュールを確認したい。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12月1日だったこともあり、企業の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。就職情報会社等主催の合同セミナーも、12月解禁後に多数開催されたことから、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。前年は内定者の多くが12月にエントリーしていたという企業が多かったことから、早期の情報公開に踏み切る企業が増え、12月一斉情報公開の動きが進んだと見られる。

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。



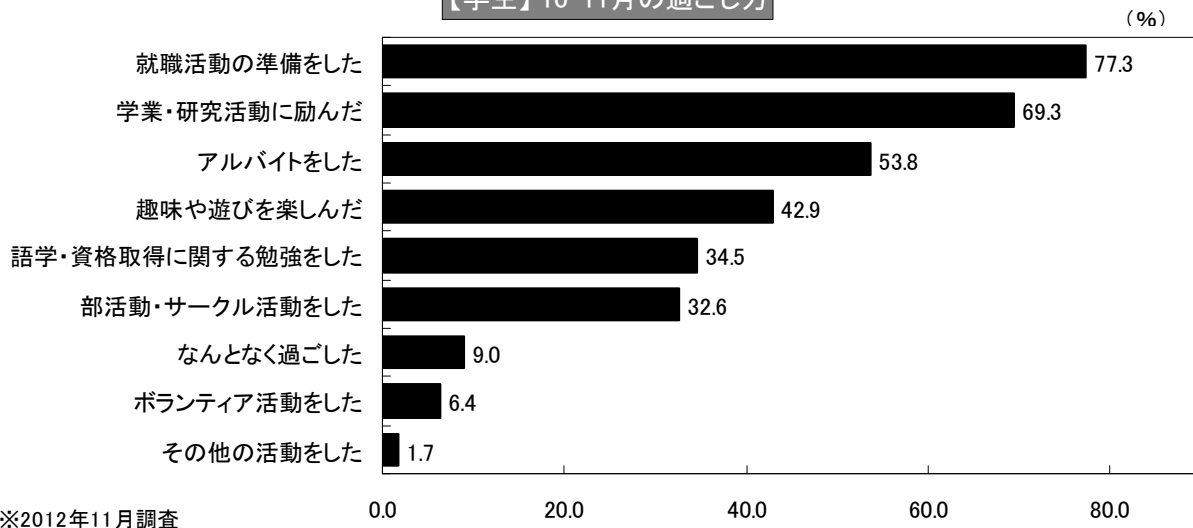
■解禁前に就職活動の準備をした学生約8割

企業は12月解禁を待って一斉にスタートしたが、学生側の準備はどうか。11月下旬の調査で、11月までの過ごし方を尋ねたところ、77.3%と8割近くの学生が「就職活動の準備をした」と回答。先輩たちの就職活動を見て、12月から準備を始めたのでは遅いと考え、前倒して準備を進めた可能性が高い。

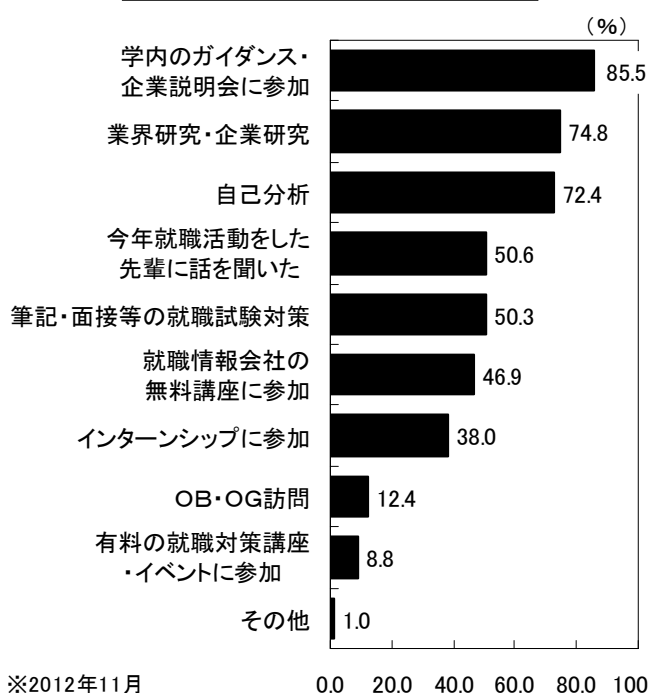
ただ、多くの企業は12月より前には学生との接点を持っておらず、学生の準備の内容としては学内の就職ガイダンスへの出席や、自己分析、業界研究や企業研究といったものが中心だったようだ。

採用広報解禁前の就職活動に関する情報の仕入れ先を見ると、最も多いのが「就職情報サイト」で、97.3%が回答した。調査時点ではどのサイトもグランドオープン前であったが、プレサイトも学生の就職準備に大いに活用されていたことが分かる。次いで「企業の採用サイト」が65.3%で続き、採用広報開始前であっても6割の学生が閲覧していた。ナビサイトで就職活動のノウハウ習得や業界研究を行い、企業サイトで企業研究という流れが想像できる。また、大学のキャリアセンターも採用広報解禁前に半数以上に利用されていた。

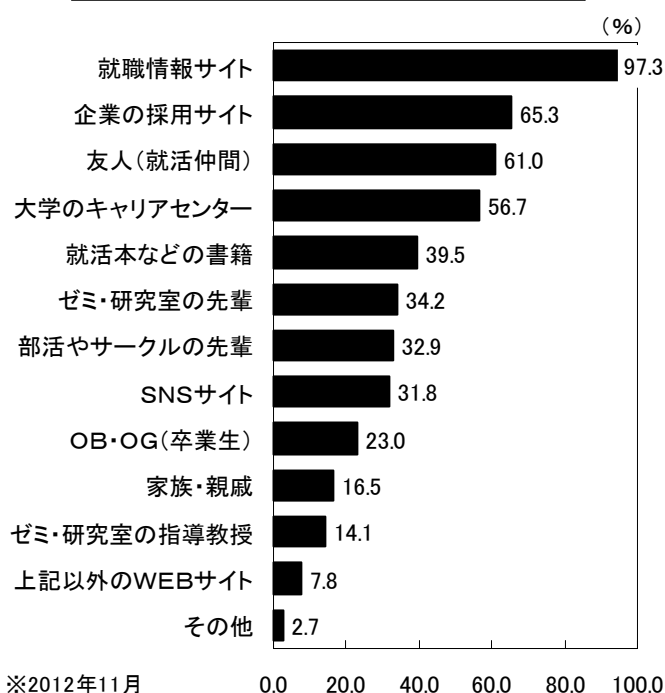
【学生】10-11月の過ごし方



【学生】就職活動準備で行ったこと



【学生】就職活動に関する情報の仕入れ先



■学生のエントリー、セミナー参加数は微増傾向

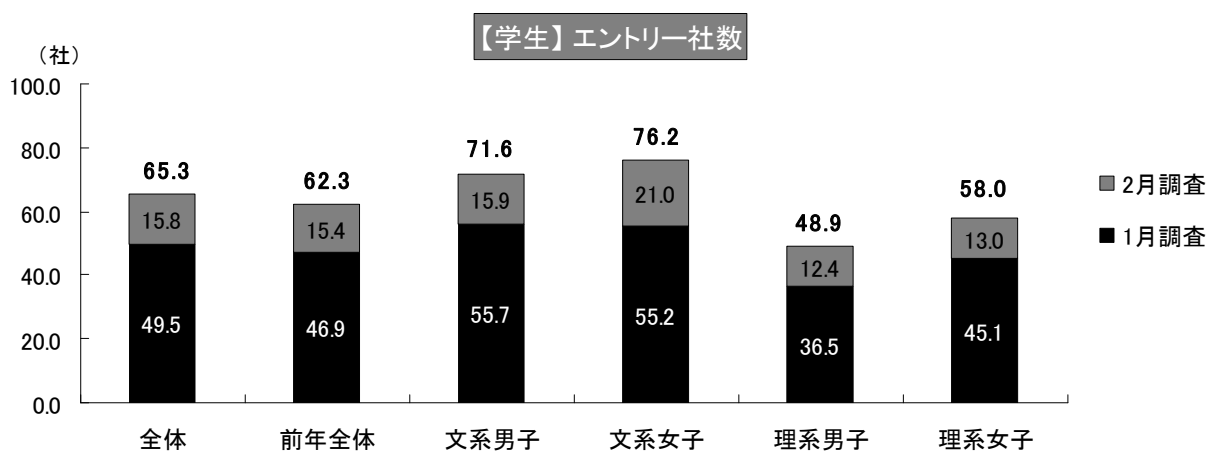
解禁後の学生の活動量はどうか。

2月1日現在、企業への平均エントリー社数は65.3社。1月調査に引き続き、前年同期より微増の状態です。1月の1カ月間で15.8社増え、前年並みの増え幅を維持した。

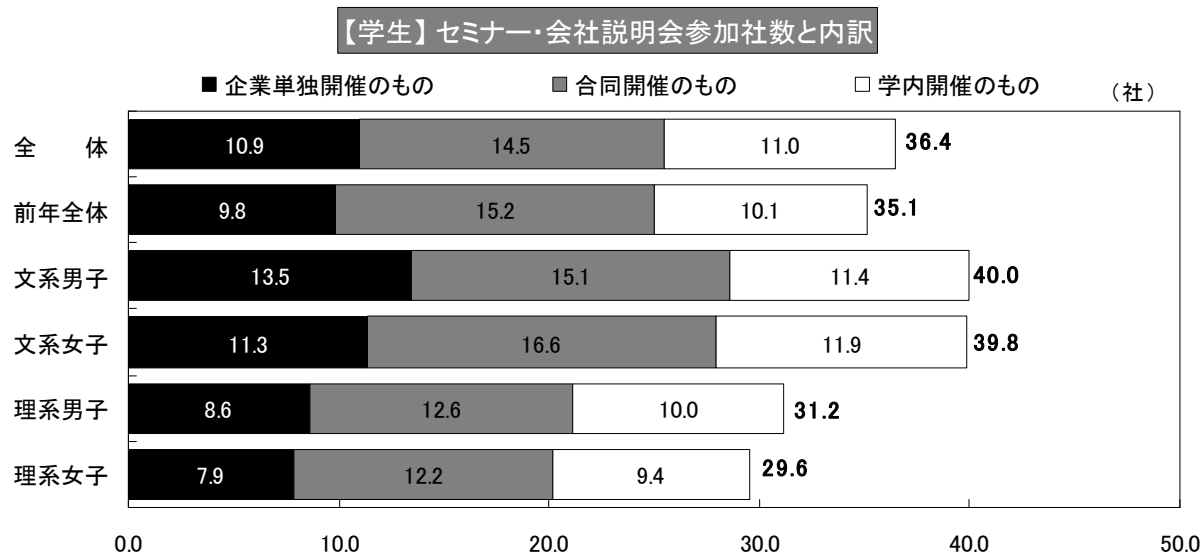
次に、セミナーへの参加状況を確認してみよう。2月1日現在でのセミナー・会社説明会への平均参加社数は36.4社で、前年同期より1.3社の微増。1月調査では年内の企業単独セミナーへの参加が増え、企業の前倒し開催の傾向が出ていたが、2月調査で

も引き続き前年同期をやや上回るペースで参加している様子が表れている。

一方、学内セミナーへの来場回数は平均5.1回。これに対し合同セミナーは3.6回。学生は学内セミナーのほうにより足を運んでいるものの、訪問社数は11.0社と合同セミナー(14.5社)よりも少ない。12月の企業調査では学内セミナーへの参加を増やすという企業が多かったが、今のところはまだ学生の参加社数には表れていない。しかし、学内セミナーの開催は未内定者支援のため5月以降がメインという大学もあり、後半に数字が伸びる可能性はある。



※2013年2月調査



※2013年2月調査

【学生】合同開催・学内開催参加回数／平均

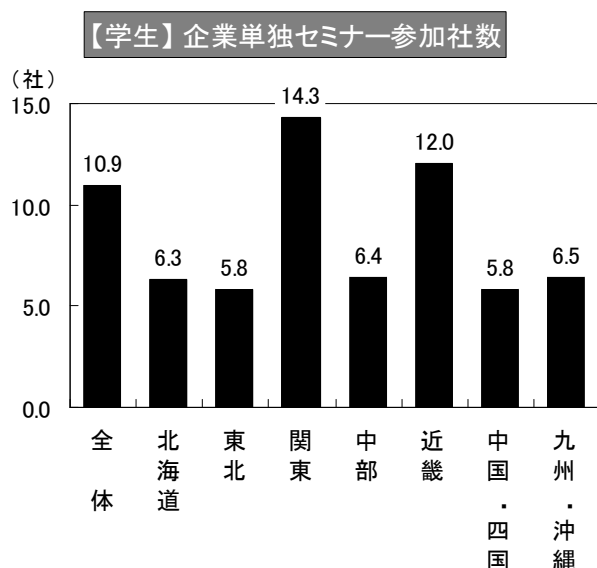
	全体	前年全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
合同開催セミナーへの来場／平均	3.6	3.8	4.0	4.1	2.9	3.1
学内開催セミナーへの来場／平均	5.1	4.9	5.7	5.9	4.1	4.0

※2013年2月調査

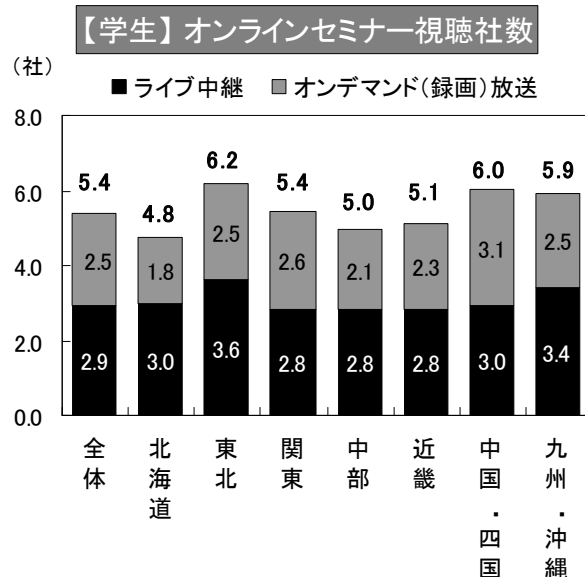
■大都市圏と地方学生の情報格差

12月の企業調査で「自社セミナーの開催数を増やす」企業が4割を超えていたが(4ページ)、実際12月1日以降多くのセミナーが開催され、2月が開催開始のピークである。4月の選考開始までの4カ月間という限られた期間に前年以上の開催数があることから、相当な過密スケジュールのもとで重複開催されているはずだ。学生としてはどの企業を選ぶか(どのセミナーに行くか)をこの段階で決めなければならない。2月1日時点で既に平均700通を超えるダイレクトメールを受け取り、その半数強しか目を通せていないとのデータもある。時間のない中で1社1社にどれだけ時間をかけて企業研究できるのか、過度な期待は禁物だろう。

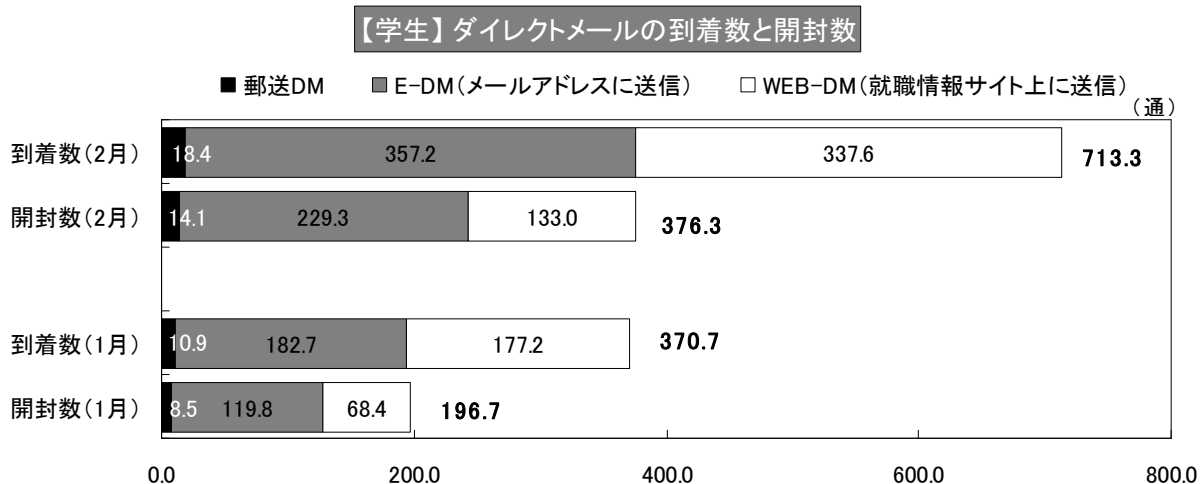
さて7ページで、学生が前年よりも多く企業セミナーに足を運んでいるとのデータを紹介したが、実際は地域によって差が大きく、「関東」「近畿」といった大都市圏は2月1日時点で14.3社、12.0社と10社を超えているが、他の地域はその半数の5~6社にとどまり、セミナーは大都市に集中している様子が分かる。地方学生は情報収集の面で地理的に不利な条件を強いられている。それを補うものの一つがWEB上で視聴できるオンラインセミナーであるが、現状では地方学生のほうがやや多く利用しているものの、目立った差はない。「採用活動を行う地域を拡大する」との企業は増加しており(4ページ)、地方採用を進めるのであれば、地方の学生に積極的に見てもらえるような工夫があっても良いのではないだろうか。



※2013年2月調査



※2013年2月調査



※2013年2月調査

■選考試験の受験も前年を上回るペースで進行

2月1日現在で、企業にエントリーシートを提出した学生は全体の80.2%。前年同期調査の73.2%より7ポイント多く、企業側のエントリーシート受付が早期化している様子がうかがえる。提出社数を見ると、平均5.7社と前年を上回っているものの、1月調査からの伸びは1.4社と鈍い。学生に人気の有力企業ではエントリーシートの初回締め切りを2月下旬に設定するケースが最も多く、3月調査では大きく伸びる可能性がある。

一方、選考試験の受験経験者も前年同期を上回り、

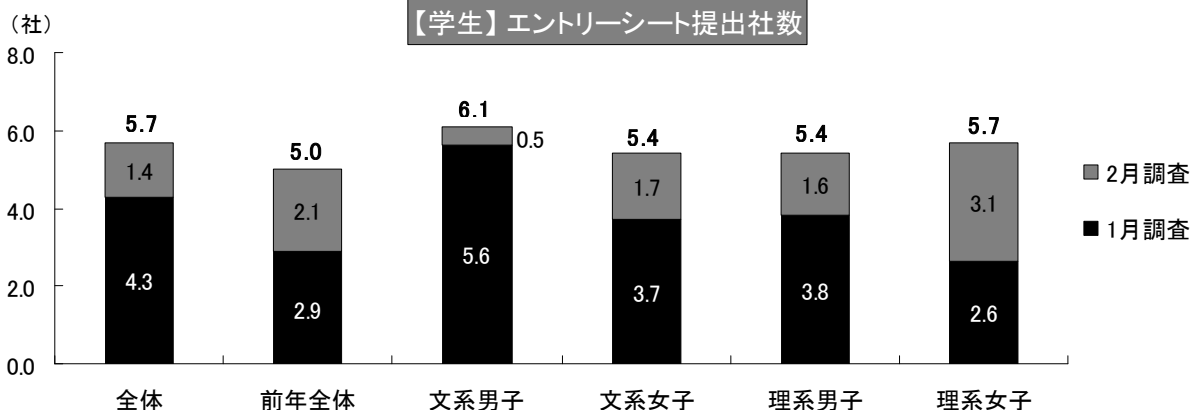
筆記試験は7割以上が受験している。一人あたりの受験社数を見ると、どの形式も前年同期を上回る水準で、企業の前倒しを裏付ける。

ここで気になるのは、やはりこうしたハイペースでの活動の裏で、前年度大きなテーマとなった学生の「業界理解・企業理解」が深まっているのか、という点だ。学生の声を聞いていると、企業の早い動きに誘引されて動いているだけ、という印象が強い。学生の理解不足は、企業にとって採用満足度の低下や内定辞退増加につながりかねない。時期をかんがみて学生の理解状況に合わせた接触が必要ではないだろうか。

【学生】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	80.2	73.2	82.8	82.0	74.7	80.7
提出していない	19.8	26.8	17.2	18.0	25.3	19.3

※2013年2月調査

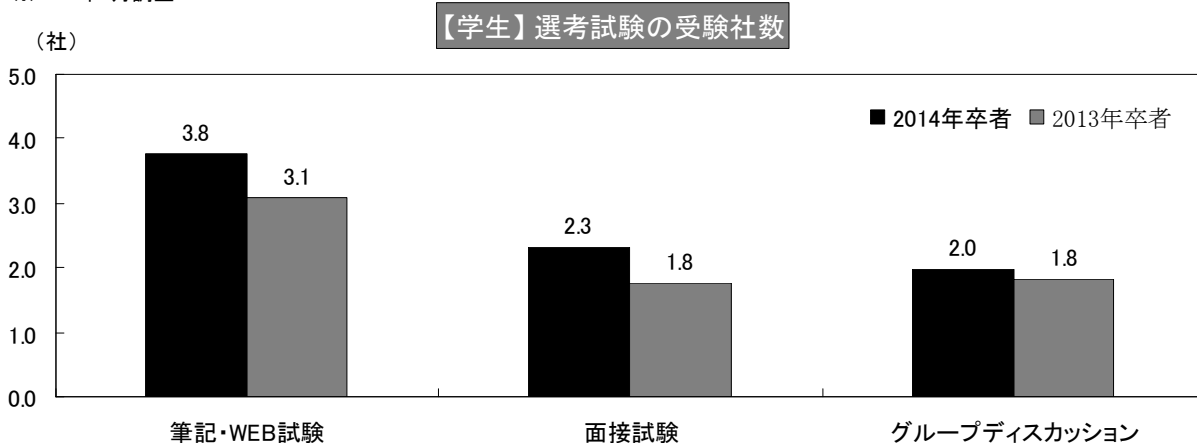


※2013年2月調査

【学生】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	73.5	66.6	73.5	75.8	71.1	74.1
面接試験を受験した	33.6	28.8	37.4	34.9	28.9	29.5
グループディスカッションを受験した	30.1	25.5	37.0	30.7	22.0	26.5

※2013年2月調査



※2013年2月調査

■人気業界への志望から、徐々に現実路線に

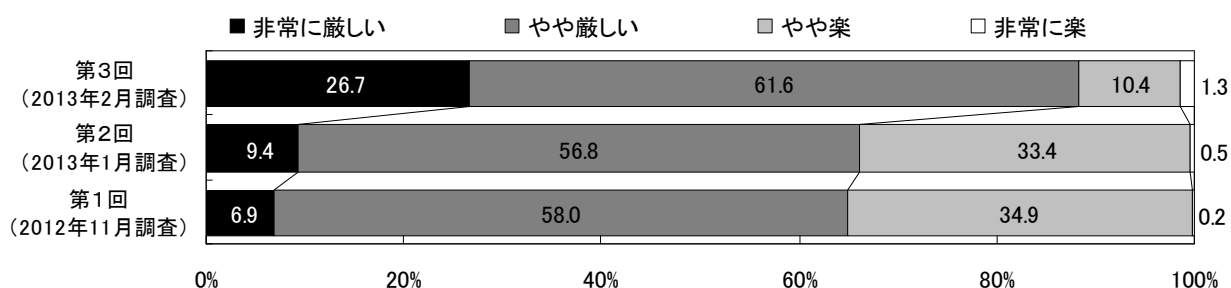
冒頭に見たように、今期の学生の就職戦線の見方は、前年までに比べると急激な緩和が目立つ結果だった。しかし就職活動が進むにつれ、この見方にも変化が表れている。3ページのデータは経年比較が可能な1月調査の数字だったが、同様の設問を就職活動開始前の11月下旬調査でも聞いており、最新の2月調査では「就職活動の難易度」として聞いている。

「厳しい」との回答が回を追うごとに増加し、2月調査では「とても厳しい」「やや厳しい」の合計が88.3%だった。活動が進み、エントリーシートや面

接試験で不合格になるなどし、厳しさを実感する学生が増えたのだろう。

志望業界からも、2カ月あまりの短期間に変化の芽が見て取れる。「水産・食品」「ホテル・旅行」「マスコミ」といった人気の割に採用数の少ない業界や、入り口である程度セグメントしている業界はポイントを下げ、代わって金融やITなど採用数の多い業界が上がっている。ここにきて学生も現実的な見方を始めたようだ。志望業界は4月の選考解禁までにさらに変化するのが毎年の傾向であり、引き続き注視していきたい。

【学生】2014年度就職戦線の見方(第1回～第3回の推移)



※比較のため、第3回調査は「どちらでもない」「わからない」を除いて集計

【学生】志望業界(上位20業界)／文理別

(%)

文系				理系				
第1回(2012年11月調査)		第3回(2013年2月調査)		第1回(2012年11月調査)		第3回(2013年2月調査)		
1	銀行	38.9	1	銀行	37.7	1	医薬品・医療関連・化粧品	28.7
2	商社(総合)	25.5	2	商社(総合)	23.4	2	水産・食品	26.4
3	マスコミ	24.6	3	マスコミ	19.9	3	素材・化学	26.3
4	水産・食品	20.7	4	商社(専門)	19.3	4	電子・電機	23.7
5	ホテル・旅行	17.7	5	運輸・倉庫	18.5	5	エネルギー	18.4
6	運輸・倉庫	17.2	6	水産・食品	17.1	6	情報・インターネットサービス	15.5
7	商社(専門)	16.2	7	保険	17.1	7	自動車・輸送用機器	15.3
8	調査・コンサルタント	14.9	8	建設・住宅・不動産	14.4	8	機械・プラント	15.3
9	建設・住宅・不動産	13.8	9	信用金庫・信用組合	14.4	9	官公庁・団体	15.0
10	保険	13.6	10	官公庁・団体	12.6	10	情報処理・ソフトウェア	14.6
11	信用金庫・信用組合	12.6	11	エネルギー	11.7	11	精密機器・医療用機器	13.2
12	医薬品・医療関連・化粧品	12.2	12	情報・インターネットサービス	11.5	12	調査・コンサルタント	12.2
13	官公庁・団体	11.6	13	ホテル・旅行	11.1	13	商社(総合)	11.7
14	エネルギー	11.3	14	素材・化学	10.5	14	建設・住宅・不動産	11.1
15	情報・インターネットサービス	10.0	15	調査・コンサルタント	10.5	15	銀行	10.1
16	エンターテインメント	8.9	16	電子・電機	10.4	16	マスコミ	9.0
17	証券・投信・投資顧問	8.6	17	医薬品・医療関連・化粧品	9.7	17	通信関連	8.9
18	素材・化学	8.3	18	印刷・パッケージ	8.9	18	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス	8.9
19	教育	8.3	19	情報処理・ソフトウェア	8.5	19	鉄鋼・非鉄・金属製品	8.5
20	自動車・輸送用機器	8.0	20	証券・投信・投資顧問	8.3	20	商社(専門)	7.5
						20	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス	7.4

■OB・OG訪問経験者は2割、満足度は高い

志望業界については現実路線に変わりつつあるも、志望職種となるとまだ「狭き門」に意識が向いている。たとえば文系女子では、前年は「営業関連」が1位だったのが、今年は「事務・管理関連」がトップになった。また理系においては「研究・開発・設計関連」のポイントが前年より増している。

働いた経験のない学生にとって職種研究は難しい。仕事を知るには、実際にその職に就いている人に話を聞くのが有効であるが、OB・OG訪問をする学生は多くない。2月調査でも20.2%と2割ほどだった。

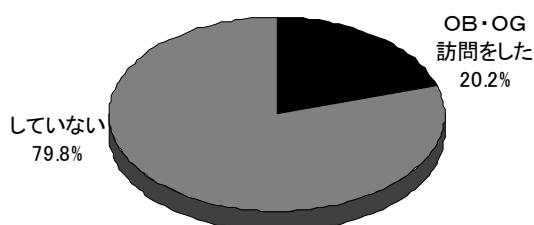
OB・OG訪問では、内定の秘訣を聞いたりエントリーシートの添削といった就職サポートを頼む学生中にはいるが、今回の調査ではむしろ少数派で、最多は「仕事のやりがい」だった。OB・OG訪問をした学生の8割が「大変有意義」と回答しており、満足度は高い。OB・OG訪問は期間短縮による理解不足や研究不足を補う好機であるのに、残念ながら今の学生にとっては敷居の高いものとなっている。企業も大学も、意識的に学生と社会人との接点をもたせる工夫が必要かもしれない。

【学生】志望職種（第1志望）

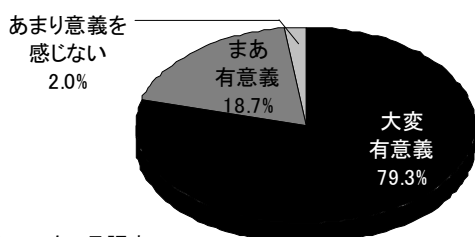
文系男子		文系女子		理系男子		理系女子	
1 営業関連	51.7 (52.0)	1 事務・管理関連	33.7 (25.8)	1 研究・開発・設計関連	39.7 (28.3)	1 研究・開発・設計関連	33.1 (29.1)
2 企画・マーケティング関連	18.1 (14.5)	2 営業関連	28.2 (26.1)	2 IT・ソフトウェア関連	17.4 (20.3)	2 営業関連	12.6 (11.9)
3 事務・管理関連	12.6 (10.2)	3 企画・マーケティング関連	19.0 (24.0)	3 生産・製造・品質管理関連	11.6 (18.5)	3 企画・マーケティング関連	12.6 (13.4)
4 専門・スペシャリスト関連	5.0 (6.2)	4 流通サービス・販売関連	5.2 (6.2)	4 建築・土木設計関連	7.4 (8.0)	4 IT・ソフトウェア関連	9.9 (11.2)
5 IT・ソフトウェア関連	4.1 (3.1)	5 クリエイティブ関連	3.7 (3.6)	5 営業関連	6.6 (8.6)	5 専門・スペシャリスト関連	7.9 (6.0)
6 金融関連	3.7 (4.0)	6 専門・スペシャリスト関連	3.5 (5.9)	6 企画・マーケティング関連	6.1 (5.5)	6 生産・製造・品質管理関連	7.3 (7.5)
7 クリエイティブ関連	3.0 (5.2)	7 金融関連	3.5 (2.4)	7 専門・スペシャリスト関連	3.6 (3.4)	7 事務・管理関連	7.3 (5.2)
8 流通サービス・販売関連	1.4 (3.3)	8 IT・ソフトウェア関連	2.9 (4.5)	8 金融関連	3.6 (2.8)	8 建築・土木設計関連	5.3 (11.9)
9 生産・製造・品質管理関連	0.5 (1.0)	9 生産・製造・品質管理関連	0.3 (1.2)	9 クリエイティブ関連	2.2 (1.8)	9 クリエイティブ関連	2.6 (0.0)
10 研究・開発・設計関連	0.0 (0.2)	10 研究・開発・設計関連	0.0 (0.3)	10 事務・管理関連	1.4 (2.2)	10 金融関連	0.7 (2.2)
11 建築・土木設計関連	0.0 (0.2)	11 建築・土木設計関連	0.0 (0.0)	11 流通サービス・販売関連	0.6 (0.6)	11 流通サービス・販売関連	0.7 (1.5)

※2013年2月調査。()内の数字は前年値。

【学生】OB・OG訪問の有無

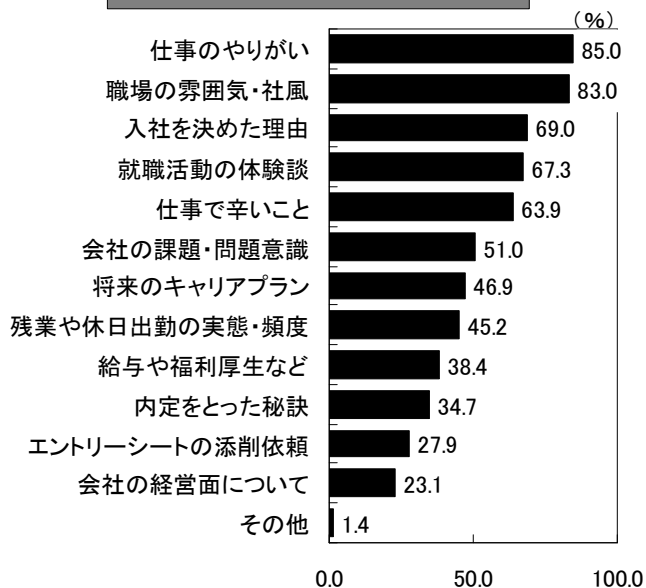


【学生】OB・OG訪問をした感想



※2013年2月調査

【学生】OB・OG訪問で聞いた内容



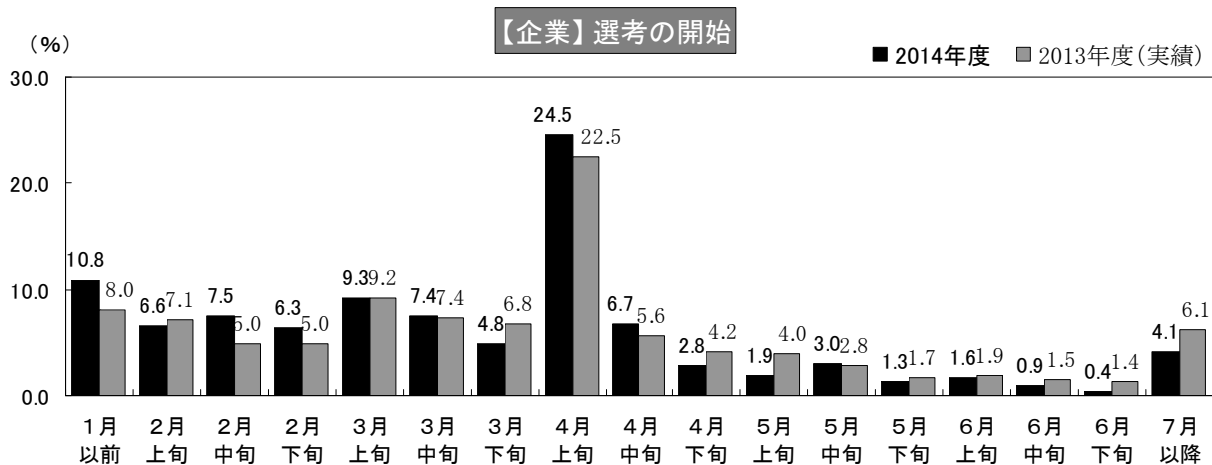
■選考開始、内定出し予定ともに4月に集中

さて、前倒しでじわじわと選考試験が始まっているが、多くの企業は倫理憲章で謳われている選考解禁日の4月に照準を合わせている。とりわけ従業員1000人以上の大手企業では39.7%と約4割が、選考開始を「4月上旬」と回答している。日程集中による受験者獲得競争激化が懸念される。

内定出しの時期で見ると、4月下旬が16.4%と最も多く、4月が内定出しのピークとなる点は前年と変化ないが、選考時期同様に前倒し傾向にあり、より4月に集中しそうだ。1000人以上の大手では56.8%が「4月に内定を出す」としている（前年は

52.2%）。面接開始から内定出しまでの期間が一層短縮される可能性が高い。

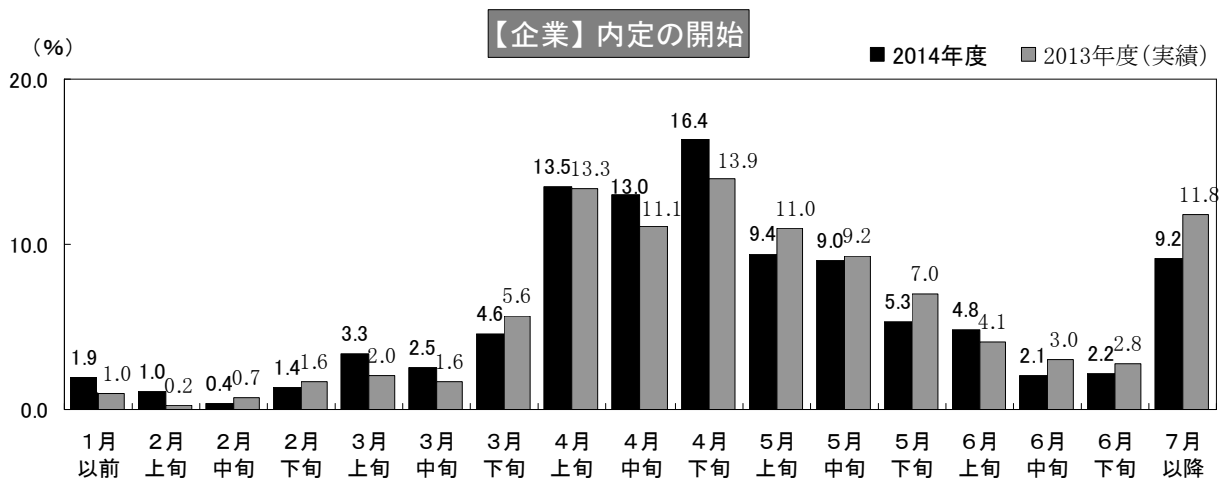
ただ、こうした短期集中、短期決戦は前年同様に一部の有力企業と優秀学生にあてはまるものであり、全体を指すわけではないことに留意が必要だ。4～5月のいわゆる「第1ラウンド」で就職先を決められなかった学生と、内定者を十分に確保できていない企業とで6月以降「第2、第3ラウンド」が展開される構図は今年も変わらないだろう。企業理解や職業観の涵養が不足していた学生が、面接選考を通じて成長するケースはよくある。企業によっては短期決戦にとらわれず長期的視点で取り組む必要もあるだろう。



※2013年度(実績)は、2012年5月調査での数値。

《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



※「内定」には「内々定」を含む。

《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