

2003年9月18日

「2003年度 内定状況及び採用活動に関するアンケート」

【本調査に関するお問い合わせ先】  
株式会社毎日コミュニケーションズ 企画推進課 三谷・栗田  
TEL03(3222)7882/FAX03(3222)0314 / E-mail: [kikaku@mycom.co.jp](mailto:kikaku@mycom.co.jp)

**MYCOM**  
毎日コミュニケーションズ

「2003年度 内定状況及び採用活動に関するアンケート」

I N D E X

調査概要	.....	- 2 P
採用充足率	.....	- 3 P
採用満足度	.....	- 4 P
採用満足度の年次推移	.....	- 5 P
学生の能力についての印象	....	- 6 P
採用基準	.....	- 7 P
昨年と比較しての厳しさ	....	- 8 P
採用活動が厳しいと感じた理由		- 9 P
大卒者に内定を出す際に重視する項目		- 10 P
進捗状況と今後の採用活動予定		- 11 P
新卒採用で充足しなかった場合の対応		- 12 P
内定辞退の昨年比増減	.....	- 13 P
採用費	.....	- 14 P
採用情報公開時期とツール	...	- 15 P
セミナー開始/内々定出しの時期		- 16 P
エントリー受け付け経路	.....	- 17 P
導入している採用手法・形態	..	- 18 P
内定者フォロー	.....	- 19 P

調査概要

調査名 / 「2003年度年内定状況及び採用活動に関するアンケート」

調査方法 / 回答用紙を郵送、Faxにて返送

調査期間 / 2003年7月17日(木)発送、8月5日(火)受付締切り

アンケート送付対象 / 国内優良企業5,751社

回答 / 898件 【回答の内訳 『上場・店頭公開企業』332社：『未上場企業』566社  
『製造業』310社：『非製造業』588社】

有効回答率 / 15.6%

備考 / ~1999年までは10月実施。2000年より採用戦線の早期化を鑑み7月に変更。

# 採用充足率

## 大手企業群を中心に充足率は昨年を上回る。

採用活動が早期化する中、7月中旬時点での充足率は3年連続で前年を上回り、全体で2.3%アップの89.8%となった。(表1)  
この数字は、10月に調査を実施していた1998年(88.8%)とほぼ同水準で、ここ数年の間に企業の採用活動が前倒しになってきた様子がはっきりと表れている。(表3)

各グループいずれも昨年の充足率を上回っているが、特に「上場・店頭公開」「製造業」のグループで伸びが大きい。(表2)  
ただ、「上場・店頭公開」と「未上場」の2グループでは充足率に10.5%の開きが生じた。厳しい景気環境、イメージ先行の就職活動を行う学生が多い中、「大手企業有利の採用活動」と言う構図が強くなっているようだ。

## 採用充足率 [採用充足率=回答のあった「全内定者数」/「全募集人数」; どちらか片方のみ記入のデータは原則としてカウントせず]

	2003年度充足率			2002年度充足率			2001年度充足率		
	募集人数(人)	内定者数(人)	充足率	募集人数	内定者数	充足率	募集人数	内定者数	充足率
全体	28,849	25,897	89.8%	29,603	25,914	87.5%	37,990	32,061	84.4%
大学院	1,303	1,290	99.0%	1,577	1,505	95.4%	3,218	2,829	87.9%
4大文系	10,546	9,776	92.7%	13,918	12,594	90.5%	14,074	12,265	87.1%
4大理系	1,685	1,422	84.4%	4,110	3,307	80.5%	7,558	5,597	74.1%
院+理系	5,798	5,426	93.6%	5,137	4,163	81.0%	2,232	2,209	99.0%
短大	578	445	77.0%	1,499	1,148	76.6%	1,743	1,063	61.0%
専門学校	1,220	941	77.1%	1,326	1,010	76.2%	1,088	851	78.2%
不問	7,719	6,597	85.5%	2,036	2,187	107.4%	8,077	7,247	89.7%

(03年有効回答数898社、02年有効回答数906社、01年有効回答数1053社) [表1]

## 上場・店頭公開・未上場グループ / 製造業・非製造業グループ別充足率

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	89.8%	昨年 87.5%	94.3%	昨年 90.8%	83.8%	昨年 83.0%	94.8%	昨年 91.2%	87.3%	昨年 85.9%
全体	89.8%	87.5%	94.3%	90.8%	83.8%	83.0%	94.8%	91.2%	87.3%	85.9%
大学院	99.0%	95.4%	101.3%	94.4%	94.5%	98.5%	102.3%	96.0%	88.3%	94.8%
4大文系	92.7%	90.5%	99.1%	93.3%	85.2%	87.5%	93.7%	89.7%	92.3%	90.7%
4大理系	84.4%	80.5%	88.7%	81.1%	79.3%	79.5%	89.6%	87.9%	78.5%	77.1%
院+理系	93.6%	81.0%	96.8%	85.2%	85.2%	73.3%	96.4%	92.3%	87.4%	62.5%
短大	77.0%	76.6%	81.6%	78.9%	72.0%	72.6%	63.9%	90.5%	80.0%	74.8%
専門学校	77.1%	76.2%	73.8%	74.1%	78.7%	77.1%	97.5%	80.3%	74.9%	75.3%
不問	85.5%	107.4%	87.6%	112.7%	82.9%	75.8%	88.4%	96.3%	85.3%	112.9%

[表2]

## cf.採用充足率の推移(～1999年まで10月調査;2000年より8月に実施)

	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
全体						88.8%	93.3%	82.6%	84.4%	87.5%	89.8%
大学院生	90.9%	104.5%	102.2%	98.7%	86.2%	97.5%	93.0%	75.1%	87.9%	95.4%	99.0%
4大文系	98.4%	100.0%	99.0%	94.3%	97.5%	90.8%	97.7%	91.1%	87.2%	90.5%	92.7%
4大理系	88.6%	93.3%	85.9%	84.2%	86.0%	84.9%	90.0%	74.7%	74.2%	80.5%	84.4%
院+理系									99.0%	81.0%	93.6%
短大生	96.3%	93.6%	95.4%	89.3%	86.9%	84.1%	83.0%	71.8%	61.1%	76.6%	77.0%
専門学校生	96.2%	94.9%	100.0%	85.1%	89.6%	87.7%	82.1%	77.0%	78.3%	76.2%	77.1%
不問									89.7%	107.4%	85.5%

[表3]

# 採用満足度

## 「質・量とも満足」が大幅に上昇、3年ぶりに40%を超える。

採用の「質・量ともに満足」、という回答は全体の総合評価で44.0%(昨年比7.5%増)となり、2000年以来3年ぶりに40%を超えた。(表1、グラフ1) 特に4大文系採用については上昇が高く、昨年比9.2%の大幅増となっている。

これをグループ別に見ると、「上場・店頭公開」グループでもっとも満足度の上昇が大きく、総合評価として「質・量ともに満足」が11.6%増、4大文系採用に限れば14.9%もの伸びになっている。(表2)

採用充足率でも見られたように、学生が大手寄りの就職活動をする傾向は強まっている。人気企業や知名度の高い企業に、いわゆる優秀層が集中し、結果として大手企業群ほど充足率・満足度とも高まっているようだ。

ただ限られた優秀層を争う分、企業間の競争も厳しくなっているようで、「採用が昨年より、または昨年並みに厳しい」との回答では、「上場・店頭公開グループ」が86.2%と「未上場グループ」の78.6%を大きく上回った。(8ページ参照)

【全体】	質・量とも満足		質は満足・量は不満		質は不満・量は満足		質・量とも不満	
	44.0%	昨年	24.5%	昨年	18.2%	昨年	13.4%	昨年
総合評価		36.5%		26.9%		20.3%		16.4%
大学院生	71.4%	65.0%	11.6%	12.4%	9.5%	15.8%	7.5%	6.8%
4大文系	43.7%	34.5%	21.2%	25.9%	21.2%	23.7%	13.9%	16.0%
4大理系	44.8%	42.2%	23.1%	23.3%	18.5%	20.3%	13.7%	14.2%

【表1】

【上場・店頭】	質・量とも満足		質は満足・量は不満		質は不満・量は満足		質・量とも不満	
	52.4%	昨年	20.4%	昨年	17.2%	昨年	10.0%	昨年
総合評価		40.8%		25.1%		21.7%		12.4%
大学院生	70.5%	63.2%	11.4%	12.5%	9.1%	16.4%	9.1%	7.9%
4大文系	53.0%	38.1%	17.8%	25.2%	17.0%	23.0%	12.2%	13.7%
4大理系	48.5%	44.5%	19.3%	20.9%	18.8%	23.0%	13.4%	11.5%

【表2】

【未上場】	質・量とも満足		質は満足・量は不満		質は不満・量は満足		質・量とも不満	
	38.3%	昨年	27.2%	昨年	18.9%	昨年	15.7%	昨年
総合評価		33.7%		28.1%		19.3%		18.9%
大学院生	72.9%	67.5%	11.9%	12.3%	10.2%	14.9%	5.1%	5.3%
4大文系	36.9%	32.2%	23.7%	26.3%	24.3%	24.1%	15.1%	17.4%
4大理系	41.5%	40.3%	26.3%	25.2%	18.2%	18.1%	14.0%	16.4%

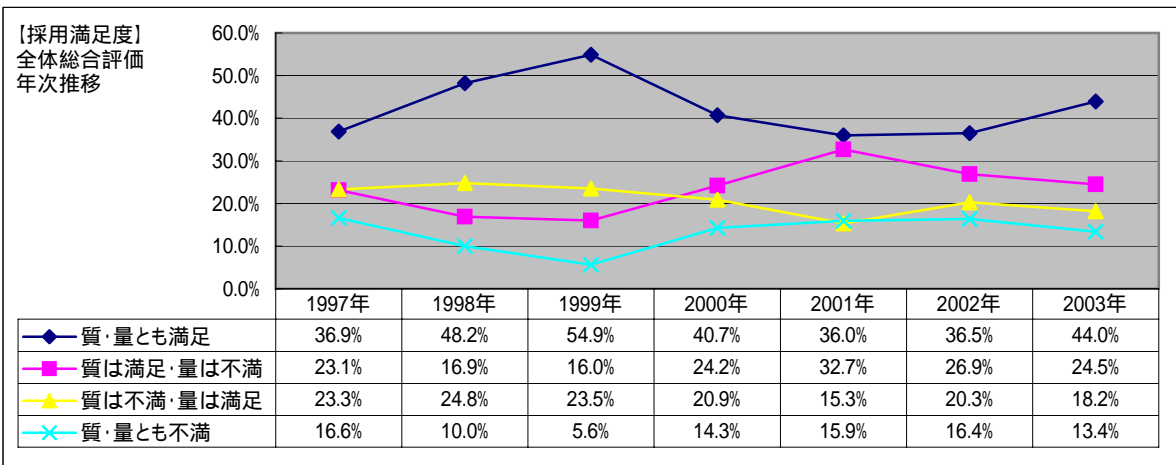
【表3】

【製造業】	質・量とも満足		質は満足・量は不満		質は不満・量は満足		質・量とも不満	
	52.2%	昨年	17.9%	昨年	15.7%	昨年	14.2%	昨年
総合評価		41.7%		26.0%		20.4%		11.9%
大学院生	71.1%	61.3%	12.7%	15.3%	10.2%	17.3%	6.0%	6.0%
4大文系	51.5%	37.4%	19.2%	26.2%	16.7%	20.5%	12.6%	15.9%
4大理系	47.7%	44.5%	22.0%	20.9%	16.8%	23.0%	13.6%	11.5%

【表4】

【非製造業】	質・量とも満足		質は満足・量は不満		質は不満・量は満足		質・量とも不満	
	39.5%	昨年	27.9%	昨年	19.6%	昨年	13.0%	昨年
総合評価		33.8%		27.4%		20.2%		18.6%
大学院生	71.9%	69.8%	10.2%	8.6%	8.6%	13.8%	9.4%	7.8%
4大文系	39.3%	33.0%	22.4%	25.8%	23.8%	25.3%	14.6%	16.0%
4大理系	42.0%	40.3%	24.1%	25.2%	20.1%	18.1%	13.8%	16.4%

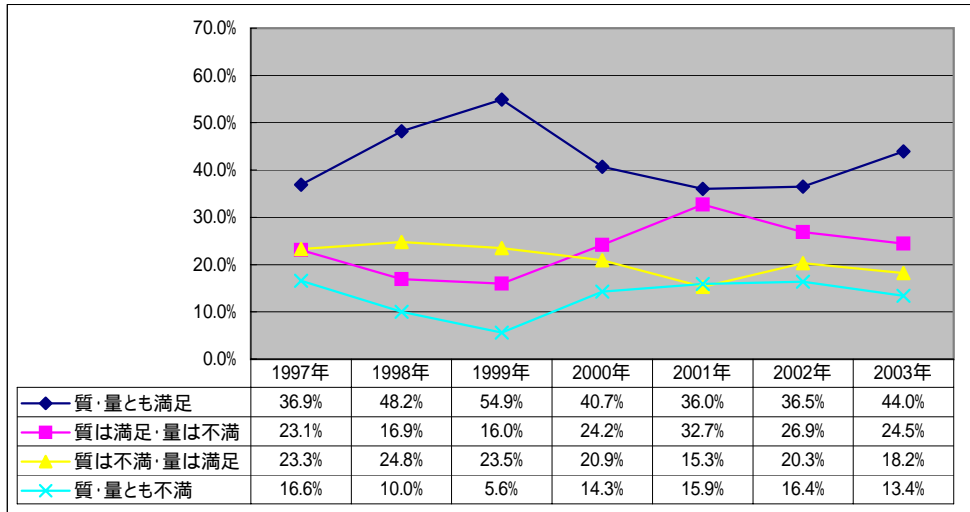
【表5】



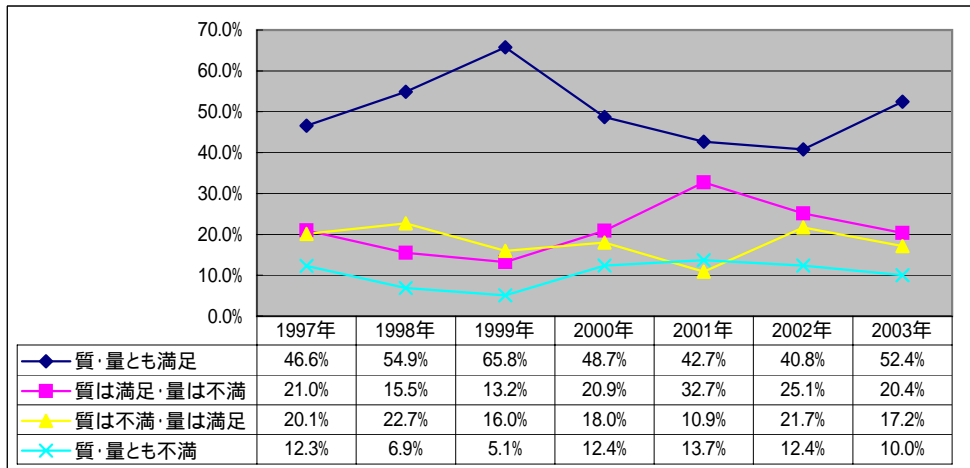
【グラフ1】

# 採用満足度の年次推移

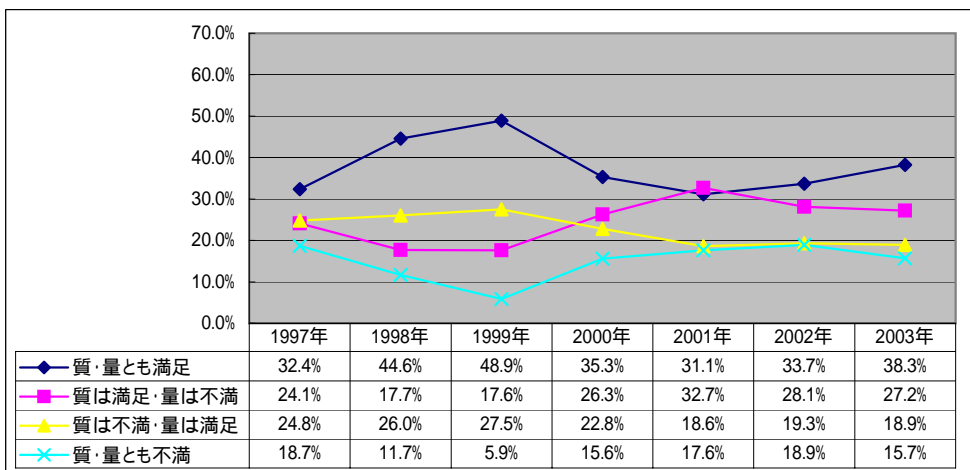
## 総合評価:全体



## 総合評価:上場・店頭公開企業グループ



## 総合評価:未上場企業グループ



# 学生の能力についての印象

**高いと思った能力は文系で「コミュニケーション能力」、理系で「基礎学力」がトップ**  
 今期の学生の印象を聞いたところ、高いと思う能力では文系：「コミュニケーション能力」、理系：「基礎学力」、低いと思う能力では文系：「自主的思考力」、理系「コミュニケーション能力」と、いずれも昨年同様の結果になった。(表1・表2)  
 また、文理とも「情報収集力」については高い評価が多いものの、「情報応用力」の評価が低いのも昨年同様。特に文系では「情報応用力・分析力」についても昨年より低い評価が多いようだ。  
 採用面接にあたり、「自己PR」「志望動機」「入社意欲」を重視する企業は多い。集めた情報を自分なりに分析し、様々な情報と重ね合わせて相手に伝える、という総合的な能力に不足を感じている企業の印象を反映しているようにも見える。

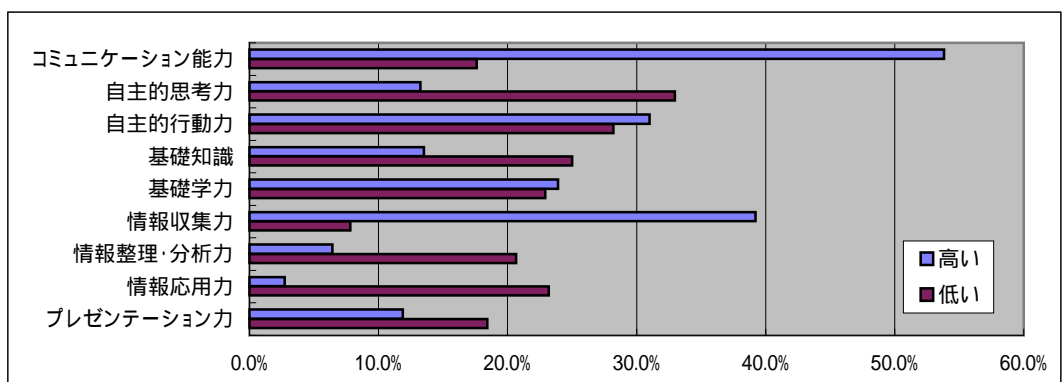
(複数回答)	高いと思う能力		低いと思う能力	
		昨年		昨年
コミュニケーション能力	53.8%	51.9%	17.6%	16.9%
自主的思考力	13.3%	14.5%	33.0%	31.1%
自主的行動力	31.0%	30.3%	28.2%	27.6%
基礎知識	13.5%	12.6%	25.0%	28.0%
基礎学力	23.9%	22.8%	22.9%	24.3%
情報収集力	39.2%	37.2%	7.8%	7.8%
情報整理・分析力	6.4%	9.4%	20.7%	16.2%
情報応用力	2.7%	2.8%	23.2%	24.6%
プレゼンテーション力	11.9%	13.8%	18.4%	19.4%

【表1】

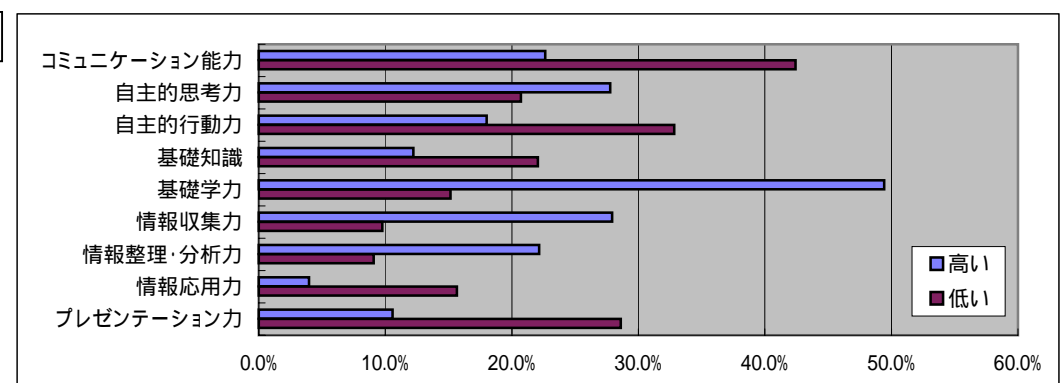
(複数回答)	高いと思う能力		低いと思う能力	
		昨年		昨年
コミュニケーション能力	22.6%	24.3%	42.4%	40.6%
自主的思考力	27.8%	25.4%	20.7%	19.9%
自主的行動力	18.0%	19.8%	32.8%	33.2%
基礎知識	12.2%	10.2%	22.1%	22.9%
基礎学力	49.4%	40.5%	15.2%	19.2%
情報収集力	27.9%	32.4%	9.8%	9.9%
情報整理・分析力	22.2%	25.4%	9.1%	9.0%
情報応用力	4.0%	6.1%	15.7%	15.9%
プレゼンテーション力	10.6%	9.6%	28.6%	24.5%

【表2】

## 文系



## 理系



# 採用基準

## 【院生】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
昨年より基準を厳しくした	31.0%	27.1%	26.6%	31.8%	36.0%	21.5%	24.0%	36.8%	37.9%	17.6%
昨年並み	67.6%	71.7%	72.3%	67.7%	62.1%	76.4%	74.3%	61.9%	60.9%	81.1%
昨年より基準を緩くした	1.4%	1.3%	1.1%	0.6%	1.9%	2.1%	1.7%	1.3%	1.2%	1.3%

【表1】

## 【4大文系】

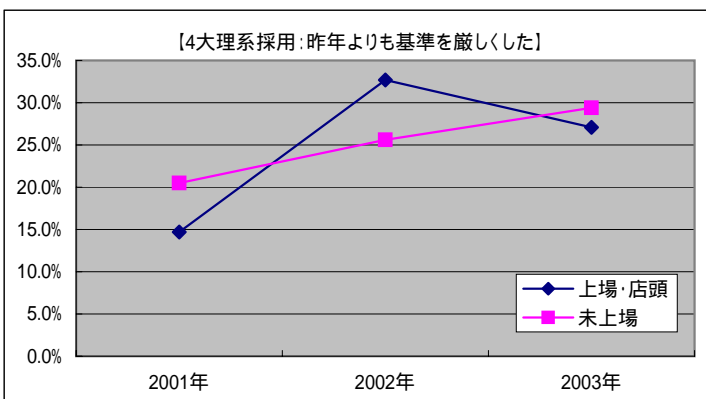
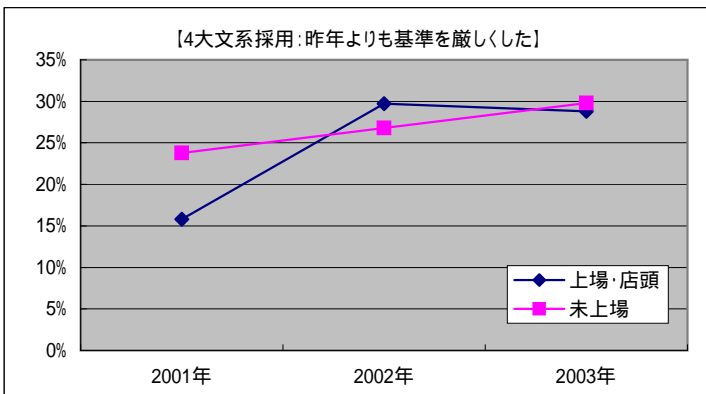
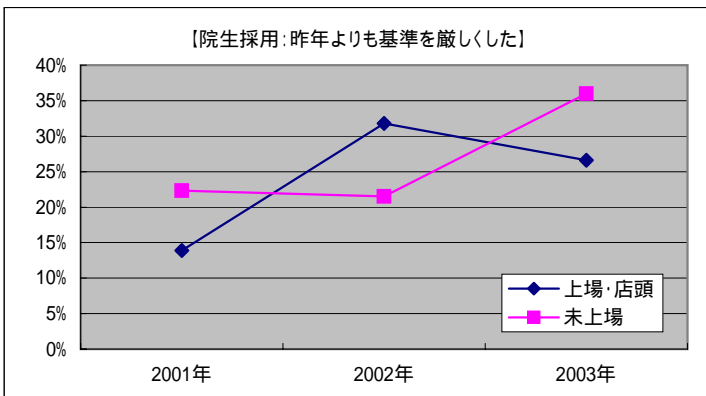
	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
昨年より基準を厳しくした	29.4%	27.9%	28.8%	29.7%	29.8%	26.8%	24.7%	27.1%	31.9%	28.3%
昨年並み	67.9%	68.4%	69.5%	67.8%	66.7%	68.8%	72.7%	70.0%	65.2%	67.6%
昨年より基準を緩くした	2.8%	3.7%	1.7%	2.5%	3.5%	4.4%	2.6%	2.9%	2.9%	4.1%

【表2】

## 【4大理系】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
昨年より基準を厳しくした	28.3%	28.5%	27.1%	32.7%	29.4%	25.6%	23.4%	34.5%	32.5%	24.1%
昨年並み	69.1%	68.9%	70.6%	65.3%	67.9%	71.5%	73.8%	64.0%	65.1%	72.6%
昨年より基準を緩くした	2.6%	2.5%	2.3%	2.0%	2.8%	2.9%	2.8%	1.5%	2.4%	3.3%

【表3】



## 昨年と比較しての採用活動の厳しさ

### 採用充足率、満足度の上昇に関わらず、採用活動は「厳しい」が80%超

採用充足率、満足度の上昇にも関わらず、「昨年よりも、または昨年並みに採用活動が厳しかった」との声が全体の81.6%（昨年比4.9%増）にのぼった。特に「上場・店頭公開」グループでは、86.3%の企業が「厳しかった」との回答となり、「未上場」グループの78.6%を大きく上回った。（表1～3）

厳しかった理由としては「学生の質の低下」（次ページ参照）がトップに挙げられている。厳選採用の中、一定レベルを保った人材の確保に各社が苦勞している様子もうかがえる。

【全体】	昨年より厳しかった		昨年並みに厳しかった		昨年並みに楽だった		昨年より楽だった	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
総合評価	27.4%	33.0%	54.2%	43.7%	5.8%	7.7%	12.7%	15.7%
大学院生	21.5%	22.1%	58.2%	49.5%	10.0%	12.9%	10.3%	15.5%
4大文系	24.7%	29.6%	53.4%	48.2%	8.5%	9.6%	13.6%	12.6%
4大理系	28.3%	30.3%	52.9%	45.9%	7.5%	9.5%	11.4%	14.4%

【表1】

【上場・店頭】	昨年より厳しかった		昨年並みに厳しかった		昨年並みに楽だった		昨年より楽だった	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
総合評価	25.4%	29.8%	60.9%	47.2%	4.0%	8.1%	9.8%	14.9%
大学院生	21.2%	24.4%	59.3%	44.5%	9.5%	13.4%	10.1%	17.7%
4大文系	23.9%	32.2%	58.0%	47.6%	7.4%	7.9%	10.7%	12.3%
4大理系	27.3%	26.8%	52.3%	49.5%	8.6%	7.9%	11.8%	15.8%

【表2】

【未上場】	昨年より厳しかった		昨年並みに厳しかった		昨年並みに楽だった		昨年より楽だった	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
総合評価	28.7%	34.9%	49.9%	41.6%	6.9%	7.4%	14.5%	16.1%
大学院生	21.9%	19.6%	56.9%	54.9%	10.6%	12.4%	10.6%	13.1%
4大文系	25.2%	28.1%	49.9%	48.5%	9.2%	10.6%	15.7%	12.7%
4大理系	29.0%	32.4%	53.3%	43.6%	6.6%	10.5%	11.0%	13.5%

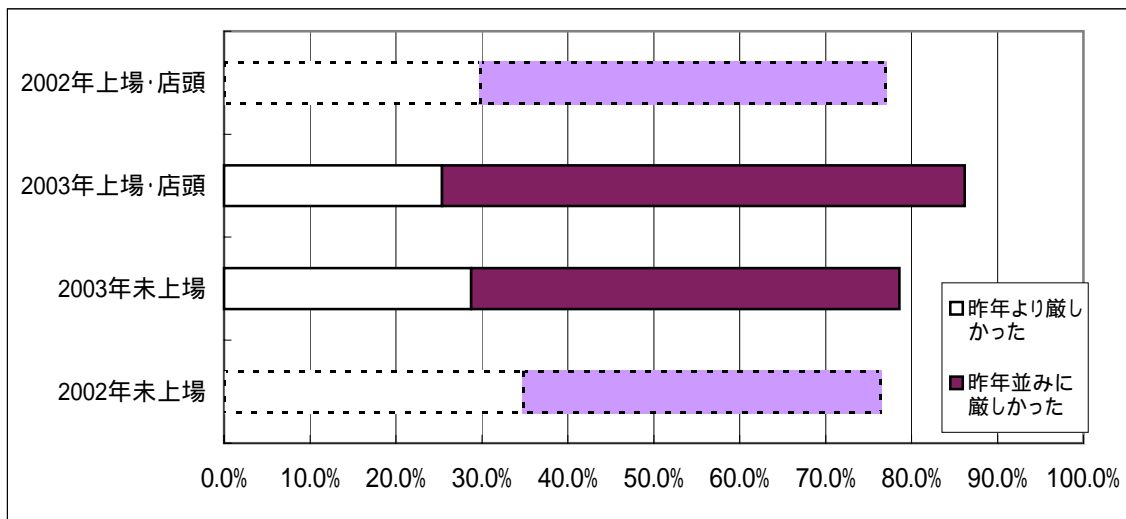
【表3】

【製造業】	昨年より厳しかった		昨年並みに厳しかった		昨年並みに楽だった		昨年より楽だった	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
総合評価	27.1%	32.9%	57.5%	41.4%	6.1%	9.1%	9.3%	16.7%
大学院生	21.8%	19.6%	58.1%	46.8%	9.8%	17.7%	10.3%	15.8%
4大文系	25.5%	34.0%	56.4%	43.2%	8.3%	11.7%	9.8%	11.2%
4大理系	30.0%	24.4%	51.1%	46.9%	9.0%	12.9%	9.9%	15.8%

【表4】

【非製造業】	昨年より厳しかった		昨年並みに厳しかった		昨年並みに楽だった		昨年より楽だった	
	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年
総合評価	27.6%	33.1%	52.4%	44.8%	5.6%	7.0%	14.4%	15.2%
大学院生	21.1%	24.5%	58.3%	52.2%	10.3%	8.2%	10.3%	15.1%
4大文系	24.2%	27.4%	51.7%	50.8%	8.5%	8.5%	15.7%	13.3%
4大理系	26.8%	34.7%	54.3%	45.1%	6.3%	6.9%	12.6%	13.4%

【表5】





# 採用活動が厳しいと感じた理由

## 厳しかった理由は「学生の質の低下」がトップ

前ページで「昨年よりも、または昨年並みに採用活動が厳しかった」と回答のあった企業に「厳しかった理由」を聞いたところ、昨年に引き続き「学生の質の低下」が全体の過半数を占めてトップとなった。(表1)

昨年、「上場・店頭公開」グループでトップだった「母集団の確保」は40.1% (昨年比11.4%減)と大きく減少した。弊社調査では学生一人当りの年間エントリー数は減少傾向にある。一部の超大手企業や有名企業にエントリーが集中する傾向も顕著で、そのあたりを織り込みながら採用計画を立てた企業も少なくないということだろうか。

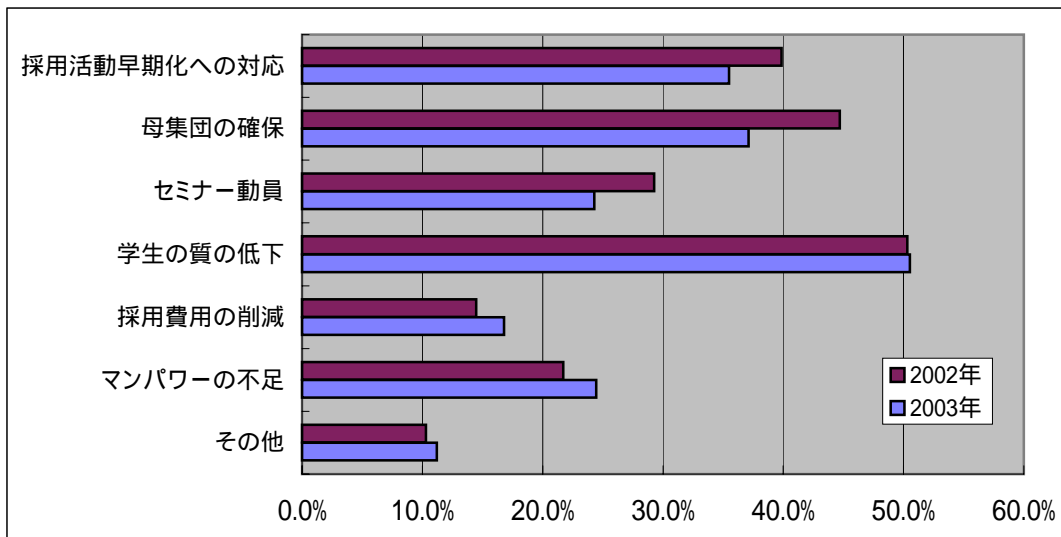
「未上場グループ」及び「製造業」グループでは、「採用費の削減」と併せて「マンパワーの不足」に厳しさを感じる企業の増加が、他に比べて若干目立つ。社会的に業務の効率化が進むなか、採用という手間暇のかかる作業に現場の負担も増していることがうかがえる。

[前ページの設問で「昨年よりも厳しかった」「昨年並みに厳しかった」を選択した企業のみ回答]

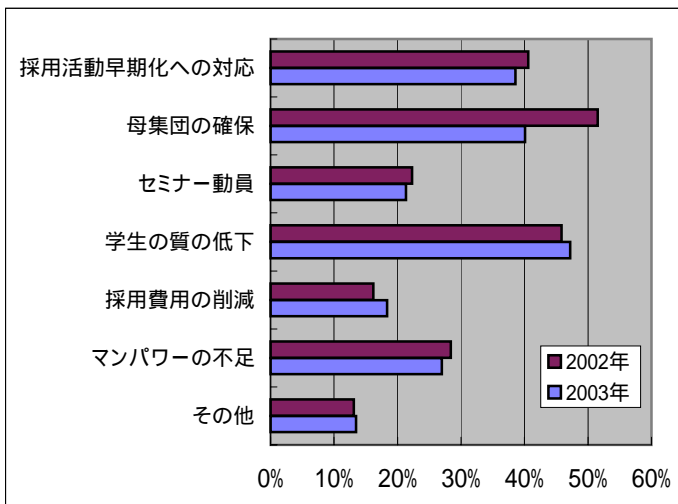
(複数回答)	全体		上場・店頭		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
採用活動早期化への対応	35.5%	39.9%	38.6%	40.6%	33.5%	39.4%	39.4%	42.2%	33.2%	38.7%
母集団の確保	37.1%	44.7%	40.1%	51.5%	35.2%	40.7%	38.3%	48.1%	36.5%	43.0%
セミナー動員	24.3%	29.3%	21.4%	22.3%	26.2%	33.3%	21.9%	25.2%	25.7%	31.3%
学生の質の低下	50.5%	50.3%	47.2%	45.9%	52.7%	52.9%	45.4%	47.6%	53.5%	51.7%
採用費用の削減	16.8%	14.5%	18.4%	16.2%	15.8%	13.5%	17.5%	11.7%	16.4%	15.9%
マンパワーの不足	24.5%	21.7%	27.0%	28.4%	22.8%	17.8%	27.9%	23.8%	22.4%	20.7%
その他	11.2%	10.3%	13.5%	13.1%	9.7%	8.7%	13.9%	10.7%	9.6%	10.1%

[表1]

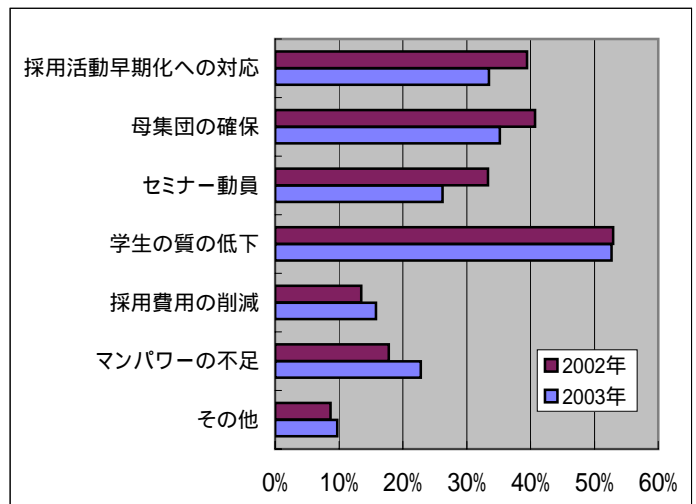
### 【全体】



### 【上場・店頭】



### 【未上場】



# 大卒者に内定を出す際に重視する項目

【全体】 (MA)	非常に重視する	比較的重視する	あまり重視しない	まったく重視しない
適性検査の結果	14.7%	50.6%	26.6%	8.1%
能力検査の結果	9.3%	50.8%	32.6%	7.3%
自己分析・自己PRの内容	30.7%	57.3%	11.5%	0.5%
コミュニケーション能力	67.8%	31.1%	0.9%	0.1%
大学・学部・学科等の条件	4.1%	20.6%	46.6%	28.7%
入社意欲(熱意)の高さ	66.9%	30.3%	2.6%	0.2%
アルバイトやサークル・クラブ活動	7.0%	50.7%	38.3%	3.9%
性格・人柄	74.1%	24.4%	1.4%	0.1%
大学時代の成績	2.3%	32.0%	53.8%	12.0%
語学やパソコン等の具体的スキル	3.9%	30.0%	54.7%	11.4%

【上場・店頭】 (MA)	非常に重視する	比較的重視する	あまり重視しない	まったく重視しない
適性検査の結果	11.3%	56.6%	25.1%	7.1%
能力検査の結果	8.0%	54.6%	32.8%	4.6%
自己分析・自己PRの内容	36.3%	53.4%	9.4%	0.9%
コミュニケーション能力	76.6%	23.1%	0.0%	0.3%
大学・学部・学科等の条件	5.9%	24.9%	49.2%	19.9%
入社意欲(熱意)の高さ	68.2%	28.4%	2.8%	0.6%
アルバイトやサークル・クラブ活動	6.9%	55.1%	34.0%	4.1%
性格・人柄	73.8%	24.7%	1.2%	0.3%
大学時代の成績	3.1%	37.3%	49.4%	10.3%
語学やパソコン等の具体的スキル	1.7%	28.7%	56.5%	13.0%

【未上場】 (MA)	非常に重視する	比較的重視する	あまり重視しない	まったく重視しない
適性検査の結果	16.8%	46.8%	27.6%	8.8%
能力検査の結果	10.2%	48.3%	32.6%	8.9%
自己分析・自己PRの内容	27.3%	59.7%	12.9%	0.2%
コミュニケーション能力	62.4%	36.1%	1.5%	0.0%
大学・学部・学科等の条件	2.9%	18.0%	45.0%	34.2%
入社意欲(熱意)の高さ	66.2%	31.4%	2.4%	0.0%
アルバイトやサークル・クラブ活動	7.2%	48.0%	41.0%	3.9%
性格・人柄	74.4%	24.2%	1.5%	0.0%
大学時代の成績	1.7%	28.7%	56.5%	13.0%
語学やパソコン等の具体的スキル	3.6%	28.4%	54.8%	13.2%

【製造業】 (MA)	非常に重視する	比較的重視する	あまり重視しない	まったく重視しない
適性検査の結果	12.5%	52.5%	27.1%	7.9%
能力検査の結果	7.7%	54.0%	32.4%	5.9%
自己分析・自己PRの内容	33.1%	55.3%	10.9%	0.7%
コミュニケーション能力	63.7%	34.2%	1.7%	0.3%
大学・学部・学科等の条件	7.9%	33.7%	45.4%	13.1%
入社意欲(熱意)の高さ	65.5%	30.2%	3.7%	0.7%
アルバイトやサークル・クラブ活動	4.5%	48.3%	42.8%	4.5%
性格・人柄	72.7%	25.3%	1.7%	0.3%
大学時代の成績	3.4%	38.2%	49.5%	8.9%
語学やパソコン等の具体的スキル	4.8%	31.7%	54.6%	8.9%

【非製造業】 (MA)	非常に重視する	比較的重視する	あまり重視しない	まったく重視しない
適性検査の結果	15.8%	49.5%	26.4%	8.3%
能力検査の結果	10.2%	49.0%	32.8%	8.0%
自己分析・自己PRの内容	29.4%	58.3%	11.9%	0.4%
コミュニケーション能力	70.0%	29.4%	0.5%	0.0%
大学・学部・学科等の条件	2.0%	13.7%	47.3%	37.0%
入社意欲(熱意)の高さ	67.7%	30.3%	2.0%	0.0%
アルバイトやサークル・クラブ活動	8.4%	52.0%	36.0%	3.7%
性格・人柄	74.9%	23.9%	1.2%	0.0%
大学時代の成績	1.6%	28.7%	56.1%	13.6%
語学やパソコン等の具体的スキル	3.5%	29.1%	54.7%	12.7%

# 採用活動進捗状況と今後の活動予定

## 進捗状況はほぼ昨年並み。継続の場合、大手企業群では早仕舞い傾向が目立つ

7月末時点で「採用終了・ほぼ終了」との回答は、院生採用：78.4%、4大文系採用：69.4%、4大理系採用：70.6%。全カテゴリーではほぼ昨年並みの数字となった。（表1～3）

ただ、「採用継続」と回答のあった企業に「今後いつまで継続する予定か」を聞いたところ、「上場・店頭公開」グループでは昨年以上の早仕舞い傾向が見られた。院生採用の継続予定を見ると、「8-9月末まで」予定が昨年比12.8%増、4大文系採用では昨年比11.0%増になっている。4大理系では2.8%増だが、「10-11月末まで」の回答を加えると7.9%増となる。（表4-6）一方で、大手寄りの就職活動で苦戦を強いられるケースも多い「未上場」グループでは、採用スパンを長めに取る企業が増えているようだ。また「上場・店頭公開」グループでも、「1-3月まで継続」という企業は4大文理採用で増加している。採用戦線が早期化する中、優秀な学生であれば時期に関係なく採用していく、という企業側の姿勢もうかがえる。

【院生：回答552社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
採用終了・ほぼ終了	78.4%	78.6%	85.1%	83.3%	72.5%	74.6%	85.4%	84.9%	73.6%	74.2%
採用継続	18.7%	20.2%	14.6%	16.2%	22.3%	23.5%	12.8%	14.6%	22.7%	24.1%
充足していないが採用中止	2.9%	1.2%	0.4%	0.5%	5.2%	1.9%	1.8%	0.5%	3.7%	1.7%

【表1】

【4大文系：回答787社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
採用終了・ほぼ終了	69.4%	69.2%	77.5%	77.0%	64.2%	64.8%	76.5%	73.8%	66.0%	67.1%
採用継続	27.2%	27.7%	21.2%	21.6%	31.0%	31.1%	19.6%	23.0%	30.8%	29.9%
充足していないが採用中止	3.4%	3.1%	1.3%	1.4%	4.8%	4.0%	3.9%	3.2%	3.2%	3.0%

【表2】

【4大理系：回答715社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
採用終了・ほぼ終了	70.6%	70.1%	75.6%	77.2%	67.5%	65.9%	75.6%	74.0%	67.5%	67.6%
採用継続	26.2%	27.2%	20.7%	21.5%	29.6%	30.6%	20.7%	22.4%	29.6%	30.2%
充足していないが採用中止	3.2%	2.7%	3.6%	1.2%	3.0%	3.6%	3.6%	3.5%	3.0%	2.2%

【表3】

## 今後、採用活動をいつまで継続しますか？

【上の設問で「採用継続」を選択した企業のみ回答】

【院生：回答90社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
8 - 9月末まで	45.6%	42.7%	55.6%	43.8%	38.9%	42.0%	58.6%	55.6%	39.3%	36.4%
10 - 11月末まで	18.9%	19.5%	16.7%	15.6%	20.4%	22.0%	10.3%	11.1%	23.0%	23.6%
年内一杯	22.2%	30.5%	22.2%	34.4%	22.2%	28.0%	17.2%	33.3%	24.6%	29.1%
1 - 3月末まで	13.3%	7.3%	5.6%	6.3%	18.5%	8.0%	13.8%	0.0%	13.1%	10.9%

【表4】

【4大文系：回答193社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
8 - 9月末まで	52.3%	55.5%	65.6%	54.6%	45.7%	55.9%	70.2%	57.7%	46.6%	54.6%
10 - 11月末まで	19.7%	18.1%	14.1%	18.2%	22.5%	18.1%	8.5%	15.4%	23.3%	19.2%
年内一杯	18.7%	18.7%	10.9%	23.6%	22.5%	16.5%	14.9%	25.0%	19.9%	16.2%
1 - 3月末まで	9.3%	7.7%	9.4%	3.6%	9.3%	9.5%	6.4%	1.9%	10.3%	10.0%

【表5】

【4大理系：回答167社】	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
8 - 9月末まで	48.5%	51.3%	53.9%	51.1%	45.1%	51.4%	61.1%	56.0%	42.5%	49.0%
10 - 11月末まで	18.6%	18.7%	18.5%	13.3%	18.6%	21.0%	14.8%	20.0%	20.4%	18.0%
年内一杯	18.6%	19.3%	16.9%	26.7%	19.6%	16.2%	14.8%	22.0%	20.4%	18.0%
1 - 3月末まで	14.4%	10.7%	10.8%	8.9%	16.7%	11.4%	9.3%	2.0%	16.8%	15.0%

【表6】

## 新卒採用で予定数が充足しなかった場合、どのように対応しますか？

【前ページの設問(採用進捗状況)で「採用継続中」を選択した企業のみ回答】

### 【院生: 回答90社】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	(複数回答)	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年		
中途などの即戦力で補充	47.8%	38.8%	42.9%	53.1%	50.9%	29.2%	51.7%	35.7%	45.9%	40.4%
新卒派遣で補充	1.1%	3.8%	2.9%	6.3%	0.0%	2.1%	0.0%	10.7%	1.6%	0.0%
派遣社員で補充	3.3%	3.8%	2.9%	6.3%	3.6%	2.1%	6.9%	3.6%	1.6%	3.9%
中途・派遣での補充は特に考えない	45.6%	47.5%	48.6%	31.3%	43.6%	58.3%	37.9%	39.3%	49.2%	51.9%
次年度の新卒募集を増やして対応	8.9%	13.8%	5.7%	18.8%	10.9%	10.4%	10.3%	25.0%	8.2%	7.7%

【表1】

### 【4大文系: 回答193社】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	(複数回答)	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年		
中途などの即戦力で補充	42.2%	42.5%	47.6%	52.7%	39.5%	38.2%	34.0%	38.9%	44.8%	43.9%
新卒派遣で補充	3.7%	3.2%	7.9%	7.3%	1.6%	1.5%	4.3%	7.4%	3.5%	1.5%
派遣社員で補充	2.1%	5.9%	0.0%	9.1%	3.1%	4.6%	2.1%	5.6%	2.1%	6.1%
中途・派遣での補充は特に考えない	43.8%	40.3%	38.1%	29.1%	46.5%	45.0%	46.8%	38.9%	42.8%	40.9%
次年度の新卒募集を増やして対応	15.1%	19.4%	12.7%	20.0%	16.3%	19.1%	19.2%	20.4%	13.8%	18.9%

【表2】

### 【4大理系: 回答167社】

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	(複数回答)	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年	昨年		
中途などの即戦力で補充	46.0%	36.2%	51.6%	50.0%	42.4%	30.6%	42.3%	33.3%	47.8%	37.6%
新卒派遣で補充	2.5%	4.0%	4.7%	6.8%	1.0%	2.8%	0.0%	5.9%	3.6%	3.0%
派遣社員で補充	3.7%	5.9%	1.6%	6.8%	5.1%	5.6%	7.7%	5.9%	1.8%	5.9%
中途・派遣での補充は特に考えない	40.5%	45.4%	35.9%	27.3%	43.4%	52.8%	40.4%	45.1%	40.5%	45.5%
次年度の新卒募集を増やして対応	16.6%	20.4%	10.9%	22.7%	20.2%	19.4%	19.2%	21.6%	15.3%	19.8%

【表3】

# 内定辞退の前年比増減

## 内定辞退が昨年より増加した企業、減少した企業ともにほぼ昨年並み。

内定辞退が昨年に比べて「大幅に減少した」または「やや減少した」企業は全体の30.7%（昨年比1.4%増）、「大幅に増加した」または「やや増加した」企業は全体の21.2%（昨年比0.7%増）と、ほぼ昨年並みの数字となった。（表1）有効求人倍率が0.99倍（ワークス研究所）と過去最低だった1999年を見ると、「内定辞退が前年より減少した」との回答が43.1%と高い数字を示している。（グラフ1）以降は緩やかにではあるが、「内定辞退が減少」する企業が増加傾向、「内定辞退が増加」する企業が減少傾向を示している。2003年の有効求人倍率は2001年の1.33倍とほぼ同じ1.35倍。内定辞退の全体的な減少傾向が、目に見える有効求人倍率以上に厳しい現在の就職戦線を表しているようにも思える。

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
昨年より大幅に減	9.8%	9.7%	9.8%	5.9%	11.8%
昨年よりやや減	20.9%	21.6%	20.4%	16.8%	23.1%
変わらない	48.1%	44.5%	50.3%	52.1%	46.0%
昨年よりやや増	18.1%	21.0%	16.3%	20.6%	16.7%
昨年より大幅に増	3.2%	3.2%	3.1%	4.6%	2.4%

【表1】

【全体】	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
昨年より大幅に減	16.0%	8.1%	6.8%	9.5%	9.8%
昨年よりやや減	27.1%	16.5%	17.5%	19.7%	20.9%
変わらない	42.0%	50.3%	48.4%	50.2%	48.1%
昨年よりやや増	12.4%	20.8%	22.6%	16.0%	18.1%
昨年より大幅に増	2.6%	4.3%	4.7%	4.5%	3.2%

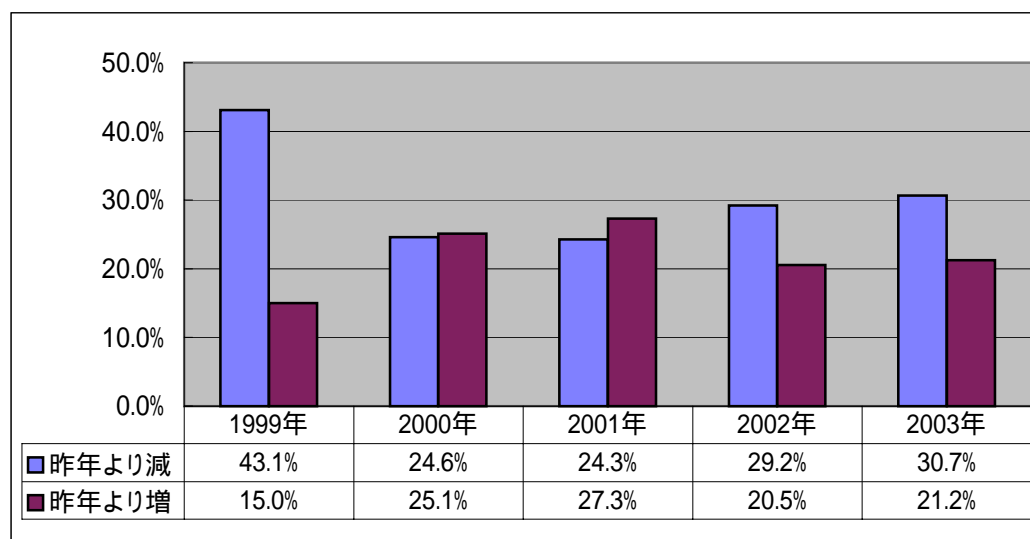
【表2】

【上場】	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
昨年より大幅に減	11.9%	8.5%	5.4%	8.7%	9.7%
昨年よりやや減	26.9%	18.4%	20.6%	19.9%	21.6%
変わらない	46.5%	48.4%	49.5%	46.0%	44.5%
昨年よりやや増	13.1%	20.1%	20.9%	18.8%	21.0%
昨年より大幅に増	1.6%	4.5%	3.6%	6.6%	3.2%

【表3】

【未上場】	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
昨年より大幅に減	17.9%	7.9%	7.7%	10.0%	9.8%
昨年よりやや減	27.1%	15.4%	15.4%	19.6%	20.4%
変わらない	39.9%	51.3%	47.6%	52.5%	50.3%
昨年よりやや増	12.0%	21.2%	23.8%	14.5%	16.3%
昨年より大幅に増	3.1%	4.2%	5.4%	3.4%	3.1%

## 「大幅に減少 + やや減少」:「大幅に増加 + やや増加」5年間推移



【グラフ1】

# 採用費

## 「上場・店頭公開」グループ平均では - 259.1万円、「未上場」グループでは + 107.8万円

全体的な採用数が増加傾向にあった今期、採用費は全体で920.4万円(昨年比30万円増)と、3年ぶりに増加に転じた。(表1)

グループ別に見ると、「上場・店頭公開」グループでは1430.9万円(前年比259.減)と大きく減少、逆に「未上場」グループでは675.5万円(昨年比107.8万円増)とはっきり分かれる結果となった。

採用費用中の広告費も同様に、「上場・店頭公開」グループでは前年比103万円減の651.8万円、「未上場」グループでは32.6万円増の398.4万円となった。(表3)

大手企業群では、情報のデータ化による作業効率の向上や費用軽量化、母集団形成に紙媒体ほどの露出を必要としなくなっていることなどが減少の要因として考えられる。

採用広告費が採用費に占める比率は、「上場・店頭公開」グループで45.6%、「未上場」グループでは59.0%、「製造業」グループで55.0%、「非製造業」グループで52.1%となっている。

### 【採用費平均総額】

(単位:万円)

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年
採用費平均総額	920.4	890.4	1430.9	1690.0	675.5	567.7	831.0	1002.7	964.4	837.6
採用費用中の広告費総額	487.4	489.9	651.8	754.8	398.4	365.8	457.3	533.1	502.3	468.2

【表1】

採用費…広告費の他、入社案内やホームページ・ダイレクトメールなどのツール作成費、DM発送費、セミナー運営費  
アウトソーシング費(データ処理・電話オペレーターなど)、資料発送費など、「採用経費」に含まれる費用総額  
広告費…就職情報誌や就職情報サイト・新聞など、一般に公開される採用情報を掲載・出稿するための費用総額

### <採用費平均総額の推移>

(単位:万円)

	'92	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03
全体	1855.0	1242.2	869.5	915.2	873.3	908.6	978.6	843.9	1060.7	1008.2	890.4	920.4
上場・店頭公開	2868.0	2013.8	1467.3	1379.0	1513.3	1760.7	1901.8	1641.7	1589.2	1598.4	1690.0	1430.9
未上場	1558.0	1023.7	703.4	634.7	597.0	682.2	700.0	601.1	834.3	701.9	567.7	675.5
製造業	-	1310.8	877.4	964.9	854.8	983.5	946.5	834.7	1054.3	995.7	1002.7	831.0
非製造業	-	1193.4	864.1	871.6	887.2	865.7	997.3	848.4	1064.5	1015.8	837.6	964.4

【表2】

### <採用費用中の広告費平均総額の推移>

(単位:万円)

	'99	'00	'01	'02	'03
全体	456.0	724.6	551.0	489.9	487.4
上場・店頭公開	758.7	1161.1	807.3	754.8	651.8
未上場	353.4	536.5	403.6	365.8	398.4
製造業	421.1	585.3	546.3	533.1	457.3
非製造業	476.1	804.6	553.9	468.2	502.3

【表3】

### 参考:各接触段階での交通費支給

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
採用に直結しないセミナー	0.2%	0.0%	0.4%	0.7%	0.0%
採用に直結するセミナー	2.0%	2.5%	1.6%	3.0%	1.4%
OB・OG訪問	0.7%	0.3%	0.9%	0.7%	0.7%
会社訪問・工場見学	5.5%	8.7%	3.6%	12.5%	1.8%
一次面接	18.3%	18.0%	18.5%	30.5%	11.8%
二次面接～最終面接より前	21.7%	35.6%	13.6%	36.1%	14.1%
最終面接	35.9%	45.5%	30.3%	47.9%	29.5%
内定後	37.9%	38.4%	37.6%	29.8%	42.2%
全く支払わない	16.6%	8.4%	21.4%	8.9%	20.7%

【注】実費支給、一律支給、に関わらず、その段階で交通費を支給したかどうかを尋ねています。

【注】その段階までに掛かった費用を全て精算しているかどうかは不明です。

# 採用情報公開の時期とツール

## 採用情報公開の時期は就職サイトオープンに合わせ、10月からが最多

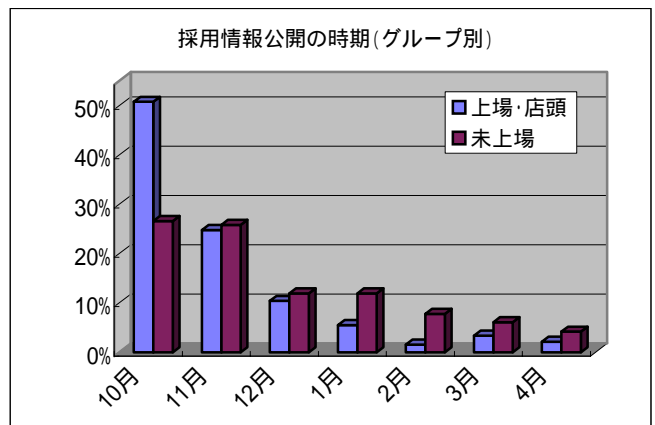
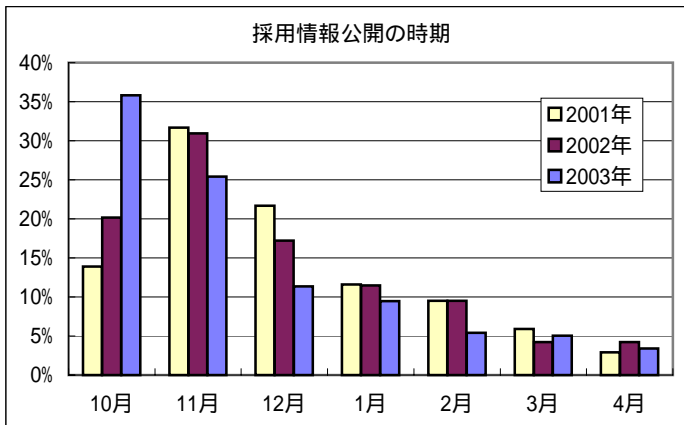
02年10月～12月の年内にかけて採用情報公開を開始した企業は全体の72.6%（昨年比4.3%増）。月別で見ると、毎日就職ナビなど大手情報サイトのオープンが10月になった影響から、「10月開始」の企業が大きく増加して各グループで最多となっている。（表1）この傾向は特に「上場・店頭公開」グループに顕著に表れた。年内からの公開は前年比1.5%増（84.4% 85.9%）に留まったが、10月に限ると前年比19.9%増の大幅な伸びとなった。早い段階からの情報提供やオープンセミナーでコミュニケーションを重ね、優秀層を自社に取り込もうとする大手企業の戦略が必然的に情報公開の時期を早めているようだ。

「最初に採用情報を公開したツール」では、が他媒体よりも早期にオープンする「就職情報サイト」の利用が圧倒的に高くなった。（表2）まず就職情報サイトで基本的な情報を公開し、情報誌やDMなどで情報を付加していくという展開が定着してきたようだ。

### 最初に採用情報を公開した時期

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
10月	35.8%	20.2%	50.8%	30.9%	26.6%	14.5%	37.6%	23.9%	34.9%	18.3%
11月	25.4%	31.0%	24.8%	40.0%	25.8%	26.2%	25.2%	32.3%	25.5%	30.3%
12月	11.4%	17.2%	10.4%	13.6%	12.0%	19.2%	11.4%	14.0%	11.3%	18.8%
1月	9.5%	11.5%	5.5%	7.1%	12.0%	13.8%	7.7%	10.5%	10.4%	12.0%
2月	5.4%	9.5%	1.5%	4.1%	7.8%	12.4%	5.4%	9.1%	5.4%	9.7%
3月	5.0%	4.2%	3.4%	2.7%	6.1%	5.0%	5.0%	3.5%	5.0%	4.6%
4月	3.4%	4.2%	2.1%	1.7%	4.2%	5.6%	4.0%	4.2%	3.1%	4.2%
5月	2.1%	1.2%	0.6%	0.0%	3.0%	1.8%	2.7%	1.1%	1.8%	1.2%
6月	1.4%	1.1%	0.3%	0.0%	2.1%	1.6%	1.0%	1.4%	1.6%	0.9%

【表1】



### 最初に採用情報を公開したツール

< 複数回答 >

	全体		上場・店頭公開		未公開		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
就職情報誌(宅配)	8.6%	20.9%	7.7%	24.2%	9.1%	19.3%	6.7%	24.8%	9.5%	19.0%
就職情報誌(市販)	2.6%	5.8%	3.1%	7.5%	2.3%	4.9%	1.3%	5.2%	3.2%	6.1%
インターネット(自社ホームページ)	53.0%	57.7%	58.3%	60.2%	49.8%	56.4%	52.4%	56.6%	53.4%	58.3%
インターネット(就職サイト)	81.4%	78.7%	83.6%	86.7%	80.0%	74.6%	83.6%	80.7%	80.2%	77.7%
郵送のDM	3.3%	9.1%	2.5%	6.5%	3.8%	10.5%	3.4%	7.2%	3.2%	10.1%
求人票	11.7%	20.6%	6.2%	13.6%	15.1%	24.2%	11.4%	19.0%	11.9%	21.4%
その他	2.1%	2.1%	0.3%	0.7%	3.2%	2.8%	1.0%	0.7%	2.7%	2.8%

【表2】

# セミナー開始次期/最初に内々定を出した時期

## 情報公開に続く直接接も早期化。しかし内々定出しのタイミングはほぼ昨年並みに。

採用情報公開を10月に前倒した企業が多い(前ページ参照)な、学生との直接接であるセミナーの開始も早まっている。「企業理解・仕事理解を深める」「社風を伝える」などを目的に、早期段階で選考に関わりなく行われるオープンセミナーは、今期回答のあった「上場・店頭公開」グループの28.0%、「未上場」グループの22.2%で実施があった。(18ページ参照) 開始時期を見ると、12月以前でのスタートがそれぞれ9.4%増の39.0%、8.4%増の22.4%と前倒し傾向が明らかになっている。(表1)  
また採用に直結するセミナー(会社説明会)も特に「上場・店頭公開」グループでは完全に2月スタートが主流となった。(表2)  
1月からのスタートも各グループで確実に伸びており、11月~2月の間にセミナーを開始する企業は「上場・店頭公開」グループで初めて過半数を超えて55.0%、「未上場」グループでも49.7%に達した。  
しかし情報公開~直接接の早期化に対し、実際に内々定出しを開始した時期はそれほど極端に早くなっていないようだ。(表3)  
学事日程など様々な要因を考えると、内々定出しのタイミングなどは現状で限界近いところまで来ている、との声もある。限られた活動期間のなかで、学生といかにスムーズにコミュニケーションをとって行けるかが来期採用でもポイントになりそうだ。

### 採用に直結しないオープンセミナーを開始した時期 (オープンセミナーを導入している企業比率については18P参照)

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
2001年10月以前	3.8%	1.5%	5.1%	2.5%	2.3%	0.9%	6.0%	3.8%	2.6%	0.7%
2001年11月	5.8%	3.1%	7.6%	3.7%	4.5%	2.6%	1.2%	1.9%	8.3%	3.5%
2001年12月	20.4%	15.9%	26.4%	23.5%	15.7%	10.5%	27.4%	17.0%	16.7%	15.5%
2002年1月	6.7%	7.2%	5.7%	9.9%	7.5%	5.3%	4.8%	5.7%	7.7%	7.8%
2002年2月	42.1%	46.2%	36.8%	39.5%	46.3%	50.9%	42.9%	50.9%	41.7%	44.4%
2002年3月	14.6%	18.0%	13.2%	19.8%	15.7%	16.7%	11.9%	15.1%	16.0%	19.0%
2002年4月	3.3%	4.1%	1.9%	0.0%	4.5%	7.0%	1.2%	0.0%	4.5%	5.6%

【表1】

### 採用に直結するセミナーを開始した時期

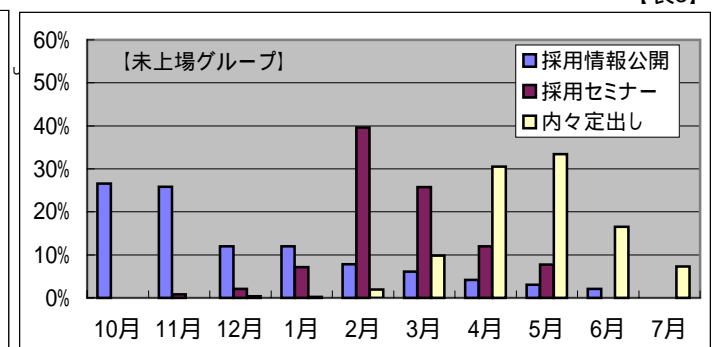
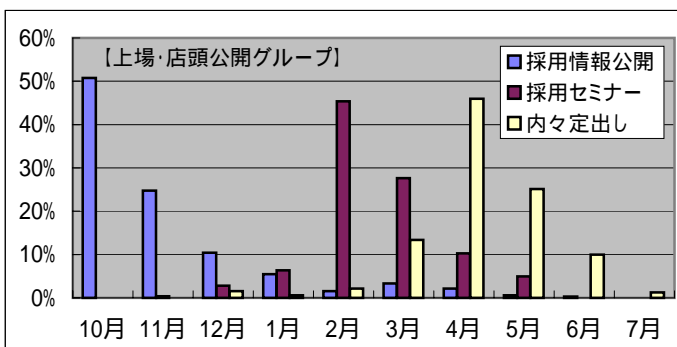
	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
2000年10月以前	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%
2000年11月	0.7%	0.5%	0.4%	0.0%	0.8%	0.8%	0.7%	0.4%	0.6%	0.6%
2000年12月	2.4%	1.2%	2.8%	2.7%	2.1%	0.4%	2.2%	2.3%	2.5%	0.6%
2001年1月	6.9%	3.4%	6.4%	2.7%	7.1%	3.8%	6.0%	2.7%	7.4%	3.8%
2001年2月	41.8%	38.8%	45.4%	38.4%	39.6%	39.0%	39.8%	31.3%	42.9%	42.6%
2001年3月	26.5%	34.8%	27.7%	42.3%	25.8%	31.0%	27.9%	41.4%	25.7%	31.5%
2001年4月	11.3%	13.5%	10.3%	10.1%	12.0%	15.2%	11.2%	12.9%	11.4%	13.8%
2001年5月	6.7%	5.5%	5.0%	3.5%	7.8%	6.6%	7.8%	6.3%	6.1%	5.2%

【表2】

### 最初に内々定を出した時期

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
2000年12月	0.8%	0.4%	1.6%	0.7%	0.4%	0.2%	1.4%	0.7%	0.6%	0.2%
2001年1月	0.4%	0.4%	0.6%	0.0%	0.2%	0.6%	0.7%	1.1%	0.2%	0.0%
2001年2月	2.0%	0.8%	2.2%	1.0%	1.9%	0.7%	3.0%	1.1%	1.5%	0.7%
2001年3月	11.2%	8.4%	13.4%	11.2%	9.8%	6.9%	10.1%	6.5%	11.7%	9.4%
2001年4月	36.4%	36.5%	46.0%	47.8%	30.5%	30.4%	36.8%	35.5%	36.2%	37.1%
2001年5月	30.3%	34.3%	25.2%	27.8%	33.4%	37.8%	27.0%	33.7%	32.0%	34.5%
2001年6月	14.0%	14.8%	9.9%	9.8%	16.5%	17.5%	14.9%	16.5%	13.5%	13.9%
2001年7月	5.0%	4.3%	1.2%	1.4%	7.3%	6.0%	6.1%	4.7%	4.4%	4.2%

【表3】





# 学生からのエントリー受付け経路

**60%以上の企業がエントリー受付けはインターネットのみ。セミナー受付けでも半数を超える。**  
 もはやインターネットは採用活動・就職活動に不可欠なツールとなっている。今期のエントリーをインターネットのみで受付けた企業は全体で61.5%となり、「上場・店頭」グループで75.6%、「未上場」グループでも過半数の53.4%に達した。(表2)  
 逆にハガキ、電話での受付けは減少を続け、全体でそれぞれ昨年比13.7%減、5.2%減となった。(表1)  
 同様にセミナーエントリーの受付けもインターネット経由にシフトしてきている。ただセミナーの場合、出席の意思確認などから電話を併用している企業も依然多く、エントリー受付けほどはインターネットに特化していないようだ。(表3・表4)

## 【1】学生からのエントリー受付け経路

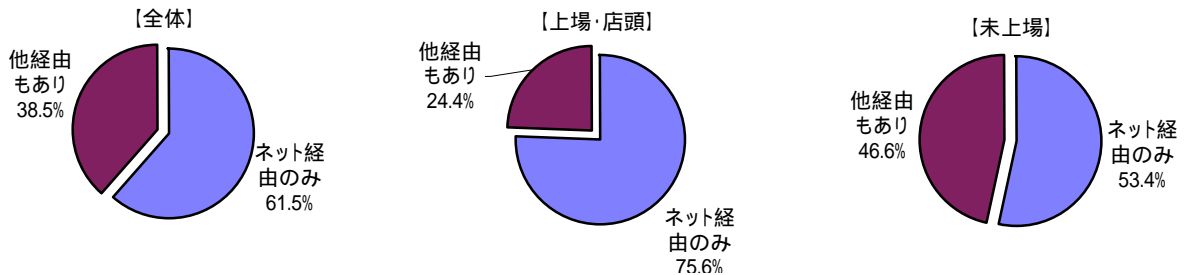
(複数回答)	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年
インターネット	95.5%	93.9%	99.4%	98.7%	93.1%	91.4%	96.7%	95.5%	94.9%	93.0%
ハガキ(封書)	20.6%	34.3%	14.1%	29.2%	24.5%	37.0%	16.5%	30.9%	22.7%	36.1%
電話	26.4%	31.6%	14.4%	19.1%	33.8%	38.1%	24.4%	28.9%	27.5%	32.9%

【表1】

### 受付け経路がインターネットのみの企業比率

全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年
61.5%	50.4%	75.6%	61.7%	53.4%	44.4%	65.5%	51.9%	59.5%	49.7%

【表2】



## 【2】学生からのセミナーエントリー受付け経路

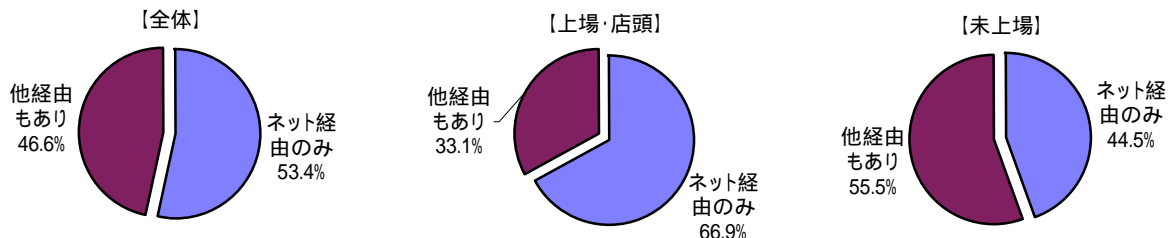
(複数回答)	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年
インターネット	91.4%	85.7%	94.3%	91.6%	89.6%	82.6%	92.2%	85.7%	91.0%	85.7%
ハガキ(封書)	11.3%	19.4%	5.1%	11.9%	15.2%	23.4%	8.8%	13.6%	12.7%	22.4%
電話	39.0%	46.8%	28.1%	36.2%	45.7%	52.3%	37.6%	45.4%	39.8%	47.5%

【表3】

### 受付け経路がインターネットのみの企業比率

全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年	今年	昨年
53.4%	46.9%	66.9%	59.9%	44.5%	40.0%	55.2%	49.6%	52.5%	45.5%

【表4】



# 導入している採用手法・形態

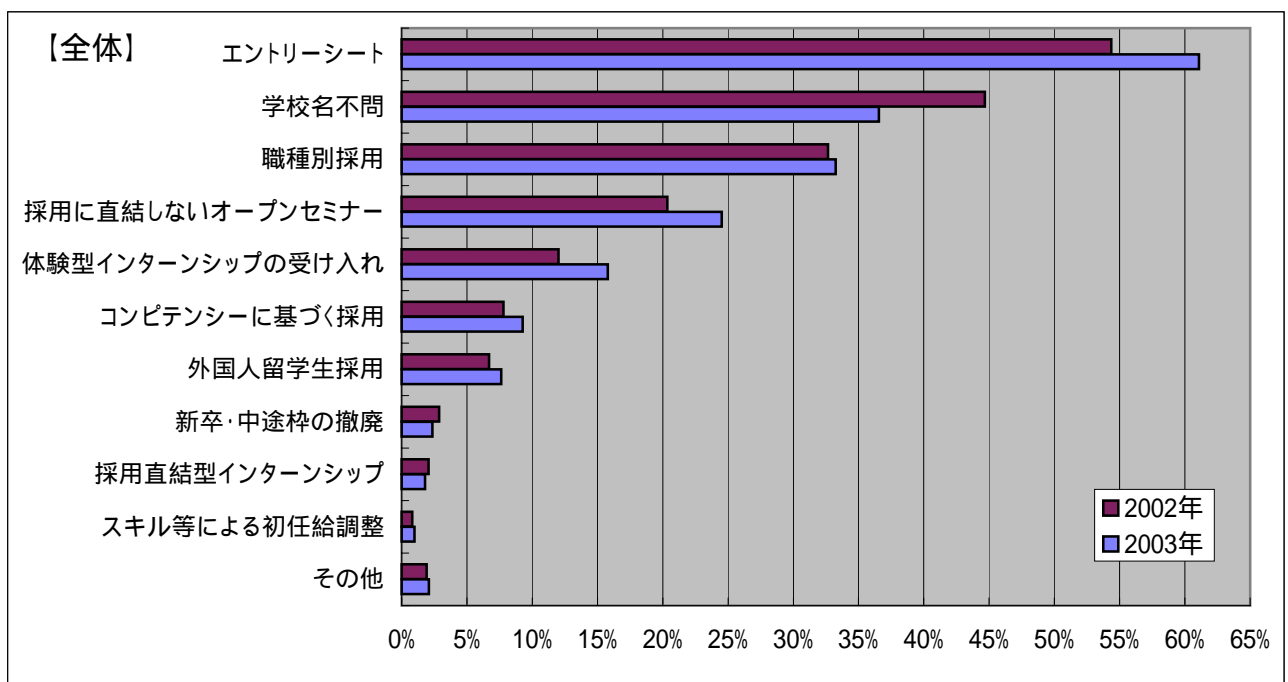
## 直接接​​触の機会を導入する企業が増加傾向に

「エントリーシート」は、「上場・店頭公開」グループの70.2%、「未上場」グループでも過半数となる55.0%の企業が導入している。インターネットからの簡便な応募に対する最初のハードルとして、またコンピテンシーなどを確認するためのツールとして、現在の採用活動に完全に定着したといえる。(表1)

また、優秀層獲得のために企業理解・仕事理解に基づいた応募者層開拓を目指す企業が増えており、「採用に直結しないオープンセミナー」や「体験型インターンシップ」など、直接接​​触の機会を設ける企業が増えているようだ。「オープンセミナー」は「上場・店頭公開」グループで28.0% (昨年比4.1%増)、「未上場」グループで22.2% (昨年比3.8%増)といずれも増加。「体験型インターンシップ」も、それぞれ3.5%増、3.6%増となっている。

	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
エントリーシート	61.1%	54.4%	70.2%	65.2%	55.0%	48.3%	64.8%	58.6%	59.1%	52.2%
学校名不問	36.6%	44.7%	31.5%	38.6%	40.0%	48.1%	22.1%	32.7%	44.4%	50.9%
職種別採用	33.2%	32.7%	32.9%	31.8%	33.5%	33.1%	36.8%	39.0%	31.3%	29.3%
採用に直結しないオープンセミナー	24.5%	20.4%	28.0%	23.9%	22.2%	18.4%	22.9%	17.5%	25.4%	21.8%
体験型インターンシップの受け入れ	15.8%	12.0%	19.0%	15.5%	13.6%	10.0%	22.9%	17.1%	11.9%	9.4%
コンピテンシーに基づく採用	9.3%	7.8%	9.7%	13.6%	9.0%	4.5%	9.5%	8.4%	9.2%	7.5%
外国人留学生採用	7.6%	6.7%	11.8%	11.0%	4.9%	4.3%	13.4%	7.2%	4.5%	6.4%
新卒・中途卒の撤廃	2.4%	2.9%	2.4%	1.9%	2.3%	3.4%	1.6%	1.6%	2.8%	3.5%
採用直結型インターンシップ	1.8%	2.1%	0.4%	3.0%	2.8%	1.5%	1.2%	1.6%	2.1%	2.3%
スキル等による初任給調整	1.0%	0.8%	0.7%	0.4%	1.2%	1.1%	0.4%	0.8%	1.3%	0.8%
その他	2.1%	1.9%	2.1%	1.9%	2.1%	1.9%	2.4%	2.0%	1.9%	1.9%

【表1】



# 内定者フォロー

## 今年度実施している内定者フォロー

(複数回答)	全体		上場・店頭公開		未上場		製造業		非製造業	
		昨年		昨年		昨年		昨年		昨年
定期的な懇親会を開催	57.9%	60.4%	53.8%	61.7%	60.3%	59.6%	45.4%	42.8%	64.4%	69.3%
人事より定期的に連絡(E-mail)	55.3%	53.9%	59.1%	59.7%	52.9%	50.7%	60.8%	58.7%	52.4%	51.5%
通信教育を受講させる	34.8%	34.8%	44.7%	46.7%	28.8%	28.2%	41.2%	39.9%	31.4%	32.1%
人事より定期的に連絡(電話)	22.1%	26.6%	18.6%	19.0%	24.3%	30.7%	13.4%	19.8%	26.7%	30.0%
内定者向けのWeb掲示板を用意	15.6%	12.7%	25.5%	21.3%	9.7%	8.0%	15.8%	11.7%	15.5%	13.3%
グループワークなどの課題を設定	7.3%	8.6%	8.5%	7.7%	6.6%	9.1%	4.1%	6.4%	9.0%	9.7%
OB・OGを活用してフォロー	8.3%	8.2%	14.2%	11.3%	4.7%	6.5%	9.3%	8.1%	7.8%	8.3%
e-learning	6.0%	4.4%	8.8%	8.0%	4.4%	2.4%	4.1%	4.2%	7.0%	4.5%
専門学校等に通わせる	0.1%	0.6%	0.0%	1.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.4%	0.2%	0.7%
その他	17.4%	15.6%	17.9%	18.0%	17.1%	14.3%	19.2%	20.9%	16.4%	12.9%

【表1】

## 内定者との面会の頻度 (内定式・研修・面談・懇親会等、全て含む)

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
毎月2回以上	0.8%	0.6%	0.9%	0.7%	0.9%
毎月1回程度	10.1%	9.6%	10.3%	4.3%	13.1%
2ヶ月に1回程度	22.2%	21.1%	22.9%	13.0%	27.1%
3ヶ月に1回程度	19.8%	18.6%	20.5%	18.7%	20.4%
入社までに1~2回程度	43.6%	46.4%	41.9%	55.7%	37.2%
全く予定していない(会わない)	3.6%	3.7%	3.5%	7.7%	1.4%

【表2】

【参考】：学生側から見た内定者フォロー 【弊社モニターアンケートより】

## 【今度どのような内定者フォローを受けたいか？：7月モニターアンケート】

(複数回答)	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
食事会	62.5%	65.4%	63.0%	62.5%	59.4%
旅行(宿泊無)	9.0%	10.0%	9.4%	10.2%	5.3%
旅行(宿泊有)	24.9%	43.1%	29.7%	22.9%	6.0%
勉強会	22.3%	22.3%	17.4%	24.9%	22.6%
通信教育(郵送形式)	19.5%	16.2%	13.0%	21.2%	26.3%
内定者専用Webサイトで情報交換	25.1%	23.1%	19.6%	23.7%	35.3%
e-learning形式(Web上)の通信教育	15.2%	13.1%	13.0%	13.1%	23.3%
その他	3.1%	3.1%	2.2%	4.9%	0.8%

【表3】

## 【内定者の集まり(懇親会等)はどのくらいの頻度での開催が望ましいか？：7月モニターアンケート】

	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
毎月1回程度	17.5%	23.9%	15.9%	17.6%	12.8%
2ヶ月に1回程度	29.7%	35.4%	29.7%	33.5%	17.3%
3ヶ月に1回程度	32.7%	23.1%	31.9%	29.0%	49.6%
出来るだけ多い方が良い	7.4%	8.5%	9.4%	6.5%	6.0%
あまり集まりたくない	12.7%	9.2%	13.0%	13.5%	14.3%

【表4】