

2002年採用予定及び採用活動に関するアンケート

株式会社毎日コミュニケーションズ

代表取締役社長 濱田 浩實

【本社】〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-1-1

弊社では新卒採用に関する各種アンケートを定期的実施しております。

このたび国内優良企業を対象とした「2002年3月卒者に対する採用予定及び採用活動」に関するアンケート結果及び業界別547社の採用増減一覧がまとまりましたので、ここに報告いたします。

【調査結果 Topics】

● 企業の採用予定数は4大卒を中心に「増やす」が「減らす」を上回る。(2P)

2001年4月採用と比較して2002年の採用数を「増やす」と回答した企業が「減らす」と回答した企業を大幅に上回った。特に、大卒採用では文系を「増やす」24%に対し「減らす」が5.3%、理系を「増やす」24.9%に対し「減らす」3.7%と、採用意欲が高まっている。

しかし、短大生は「増やす」8.4%に対し「減らす」2.9%、専門学校生は「増やす」6.1%に対し「減らす」2.7%、高校生は「増やす」3.5%に対し「減らす」2.3%と、多少の薄目が差す程度に留まっている。

また、「減らす」と回答した企業の比率はどのカテゴリーでも「上場・店頭公開企業」に比べて「未上場企業」のほうが高い結果となった。

● 4大卒を採用するほぼ95%の企業が、「量より質」を重視。(7P)

大卒採用に対する採用意欲が高まる一方で、採用方針に関しては「量より質」という企業側の姿勢が一層鮮明になっている。文系・理系とも「徹底して質を重視」する企業が40%を、「量よりは質を重視」する企業が45%を超え、大学生を採用する企業の95%に達している。

学生の二極分化が問題視される中、「内定が出る学生」と「出ない学生」の差はさらに開きそうだ。

● 採用情報公開時期・セミナー開始時期は2001年卒採用よりも更に前倒しに。(3,4P)

● 4大生の採用が2001年より「厳しい」と感じている企業は90%。(8P)

● 採用予算は「減少」の企業が若干「増加」を上回る。(6P)

協定廃止以降年々早まる採用活動に加えて意欲の高まりを反映してか、2000年内に採用情報を公開した企業は「上場・店頭公開企業」で前年比10%増の76.4%に達した。

また、各企業とも「質」重視の採用にシフトしているため、大学生の採用が2001年より「採用しやすくなる」と回答した企業は文系で2.4%、理系で1.6%と低い数字に留まった。

また、採用予算は「減少する」企業が22.5%と「増加する」18.9%を上回った。これはインターネットの利用により、資料作成費や資料郵送料などが削減できていることも要因として挙げられる。

● 上場・店頭公開企業の60%がエントリーシートを導入。(4P)

● インターネットDMの利用が初めて郵送DMの利用を上回る(5P)

インターネットの利用で学生が手軽にエントリーできる分、志望意識の高い学生を選別するための「エントリーシート」を導入する企業が「上場・店頭公開企業」で60%を超えた。学生からは「エントリーシートの負担が大きい」との声も出始めているが、ある程度の応募数を削いでいく上でもはや採用ツールとしてスタンダードになった観がある。

また、今回の調査でインターネットを利用したダイレクトメールが郵送のダイレクトメール利用を上回った。

学生に届く採用情報、企業情報の形態やその後のコミュニケーションの取り方など、採用活動の入り口部分は完全にインターネット中心に展開されているようだ。

【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

TEL03(3222)-7882/FAX03(3222)-7767/E-mail. kikaku@mycom.co.jp

採用動向調査〈2002年採用予定及び採用活動に関するアンケート〉

●INDEX●

調査概要	— 1 P
【1】2002年卒者採用予定数の増減	— 2 P
【2】採用情報公開について	— 3 P
【3】セミナー開催について	— 4 P
【4】採用に導入している手法、制度等	— 4 P
【5】採用ツールについて	— 5 P
【6】採用予算について	— 6 P
【7】採用方針について	— 7 P
【8】採用環境について	— 8 P

●質問内容●

- 1) 採用予定数の増減(2001年卒採用との比較)
- 2) 採用情報の公開
 - ①採用情報公開の時期について(2001年卒との比較)
 - ②採用情報公開の時期と公開したツール
- 3) 実施している採用手法、制度
- 4) セミナー開始時期と2001年卒との比較
- 5) 2002年卒採用で利用している採用ツール
- 6) 2002卒採用から利用を止めた採用ツール
- 7) 2002卒採用から導入した採用ツール
- 8) 採用予算の増減(2001年卒との比較)
- 9) 予算が増加する項目
- 10) 予算が減少する項目
- 11) 採用する際重視するのは量か質か
- 12) 4大卒の採用はしやすくなるか
- 13) 貴社の採用基準は厳しくするか

(※いずれの質問も選択肢にて回答)

●調査概要●

○調査名／「2002年採用予定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／2002年2月8日(木)発送、2月23日(金)FAX受付締切り

○アンケート送付対象／国内優良企業 5,328社

○回答／1,062件 【回答の内訳①『上場・店頭公開企業』348社：『未上場企業』714社
②『製造業』404社：『非製造業』658社】

○有効回答率／ 19.91%

【1】 2002年卒者採用予定数の増減【2001年卒との比較】

「4大理系」「4大文系」を中心にいずれの категорияでも採用予定数は昨年より「増やす」企業が「減らす」企業を上回っている。

しかし設問11の回答に見られるように(7P参照)、企業の採用スタンスは「量より質」が完全に定着しており、学生の就職活動が楽になるとは一概に言えない。

また、短大生採用は30%、専門学校生採用は40%、高校生採用は50%の企業が「予定無し」と回答しており、依然として厳しい状況が続いている。

◆全体傾向

	大学院	4大文系	4大理系	短大	専門学校	高等学校
増やす	12.4%	24.0%	24.9%	8.4%	6.1%	3.5%
2001年並	30.2%	46.7%	46.5%	27.2%	24.6%	20.1%
減らす	2.0%	5.3%	3.7%	2.9%	2.7%	2.3%
未定	28.3%	16.8%	19.4%	28.6%	27.3%	23.8%
採用予定無し	27.1%	7.2%	5.5%	32.9%	39.3%	50.3%

①大学院

	大学院				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	12.4%	16.0%	10.6%	16.5%	9.8%
2001年並	30.2%	35.1%	27.7%	36.3%	26.3%
減らす	2.0%	0.9%	2.6%	2.1%	2.0%
未定	28.3%	31.1%	26.8%	25.3%	30.1%
採用予定無し	27.1%	16.9%	32.3%	19.8%	31.8%

②4大文系

	4大文系				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	24.0%	27.1%	22.5%	22.9%	24.8%
2001年並	46.7%	42.9%	48.6%	40.7%	50.5%
減らす	5.3%	2.9%	6.4%	5.8%	5.0%
未定	16.8%	23.0%	13.7%	19.6%	15.0%
採用予定無し	7.2%	4.1%	8.7%	11.1%	4.8%

③4大理系

	4大理系				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	24.9%	25.4%	24.7%	24.8%	25.0%
2001年並	46.5%	44.3%	47.6%	49.6%	44.4%
減らす	3.7%	2.6%	4.3%	4.0%	3.5%
未定	19.4%	24.8%	16.7%	18.6%	20.0%
採用予定無し	5.5%	2.9%	6.8%	3.0%	7.1%

④短期大学

	短期大学				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	8.4%	8.0%	8.6%	5.0%	10.5%
2001年並	27.2%	18.3%	31.8%	25.2%	28.4%
減らす	2.9%	0.0%	4.4%	1.8%	3.6%
未定	28.6%	37.8%	23.9%	30.7%	27.3%
採用予定無し	32.9%	36.0%	31.3%	37.3%	30.2%

⑤専門学校

	専門学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	6.1%	5.7%	6.4%	4.7%	7.0%
2001年並	24.6%	15.0%	29.4%	20.2%	27.3%
減らす	2.7%	0.3%	4.0%	20.2%	27.3%
未定	27.3%	34.7%	23.5%	31.0%	25.0%
採用予定無し	39.3%	44.3%	36.7%	41.7%	37.8%

⑥高等学校

	高等学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
増やす	3.5%	3.0%	3.8%	3.7%	3.4%
2001年並	20.1%	17.5%	21.4%	29.0%	14.5%
減らす	2.3%	0.6%	3.2%	2.4%	2.3%
未定	23.8%	34.3%	18.4%	30.3%	19.7%
採用予定無し	50.3%	44.7%	53.2%	34.7%	60.0%

【2】採用情報公開について

①採用情報公開(予定)の時期(2001年卒との比較)

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2001年卒より早い	28.4%	29.1%	28.1%	31.8%	26.4%
2001年卒と同時期	63.8%	65.9%	62.8%	60.1%	66.1%
2001年卒より遅い	3.7%	2.9%	4.0%	2.8%	4.2%
未定	4.1%	2.1%	5.1%	5.3%	3.4%

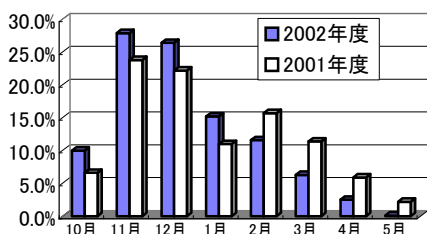
②採用情報公開(予定)の時期

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年10月	10.0%	15.2%	7.3%	10.4%	9.7%
2000年11月	27.9%	37.3%	23.1%	34.3%	24.0%
2000年12月	26.4%	23.9%	27.7%	23.1%	28.5%
2001年1月	15.2%	9.7%	18.1%	13.2%	16.5%
2001年2月	11.6%	7.0%	14.0%	10.4%	12.3%
2001年3月	6.3%	5.2%	6.9%	6.6%	6.1%
2001年4月	2.5%	1.8%	2.8%	1.9%	2.8%
2001年5月	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%

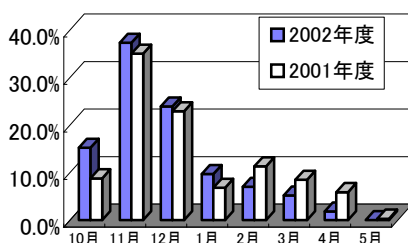
【参考】2001年卒採用活動における情報公開時期

	全体	上場・店頭公開	未上場
1999年10月	6.6%	8.8%	5.4%
1999年11月	23.8%	35.0%	17.4%
1999年12月	22.2%	22.9%	21.9%
2000年1月	11.0%	6.8%	13.3%
2000年2月	15.7%	11.3%	18.2%
2000年3月	11.4%	8.5%	13.0%
2000年4月	5.9%	5.9%	5.9%
2000年5月	2.2%	0.3%	3.3%

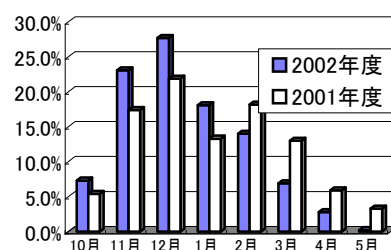
昨年との比較【全体】



昨年との比較【上場・公開】



昨年との比較【未上場】



就職協定廃止後、年々前倒しとなる採用戦線を裏付けるように採用情報公開の時期は早まっている。昨年よりも情報公開を早めた企業は全体の約30%増となり、この結果、昨年中に情報公開をした企業は「上場・店頭公開企業」で前年比10%増の76.4%、「未上場企業」で13.5%増の58.1%となった。次ページの「セミナー開始時期」をみても2月～3月には70%以上の企業がセミナーを開始しており、採用戦線の大勢は年内スタート → 3月をピークとしたセミナー開催 → 4月～5月に1次決着 という流れに落ち着きつつあるようだ。ただ、松下電器産業が打ち出したインターンシップ制【3月に受け入れ → その評価によって5月に即内定】など、従来にない採用スケジュールを導入する企業も確実に増えており、採用戦線は早期化・多様化の度合いを深めている。

③採用情報を最初に公開した(する予定の)媒体

【参考】2001年卒採用活動において採用情報を最初に公開した媒体

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
就職情報誌(宅配)	31.2%	34.0%	29.8%	27.2%	33.6%
就職情報誌(市販)	5.8%	5.6%	6.0%	5.9%	5.8%
インターネット(自社HP)	51.3%	56.2%	48.9%	49.2%	52.6%
インターネット(就職サイト)	71.6%	74.0%	70.4%	71.8%	71.4%
個別DM(紙)	10.8%	9.8%	11.3%	10.5%	11.0%
求人票	15.7%	11.0%	18.0%	16.7%	15.1%
その他	2.8%	1.8%	3.3%	2.1%	3.3%

	全体	上場・店頭公開	未上場
	31.0%	33.1%	29.8%
	3.1%	3.7%	2.8%
	18.9%	22.1%	17.2%
	35.1%	36.3%	34.4%
	6.7%	3.4%	8.5%
	3.1%	1.1%	4.2%
	2.1%	0.3%	3.1%

メディアの多様化に伴い、前回はSA(択一)での回答だったものをMA(複数回答)に変更したため単純な比較はできないが、就職情報サイトの利用度の伸びが際立っている。就職サイトを入り口に、各媒体の特性を活かしつつアピールポイントを打ち出していき、といったスタイルの情報露出が定着しつつあるといえる。

【3】 セミナー開催について

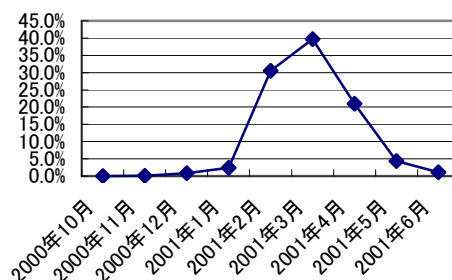
①セミナー開始(予定)の時期(2001年卒との比較)

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年度より早い	28.9%	28.9%	28.9%	30.7%	27.8%
2000年度と同時期	60.8%	63.4%	59.5%	58.8%	61.9%
2000年度より遅い	3.4%	1.8%	4.2%	3.3%	3.4%
未定	7.0%	6.0%	7.5%	7.2%	6.9%

②セミナー開始(予定)の時期

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2000年10月	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2000年11月	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
2000年12月	0.8%	1.0%	0.7%	0.9%	0.7%
2001年1月	2.4%	1.6%	2.8%	0.9%	3.4%
2001年2月	30.5%	30.3%	30.6%	28.0%	32.1%
2001年3月	39.7%	44.6%	37.2%	42.7%	37.9%
2001年4月	21.0%	19.9%	21.6%	20.8%	21.2%
2001年5月	4.4%	2.3%	5.4%	5.5%	3.7%
2001年6月	1.1%	0.3%	1.5%	1.4%	0.9%

【参考】2000年度採用活動における情報公開時期



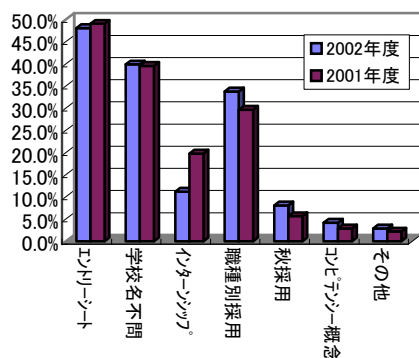
【4】 採用に導入している手法, 制度等

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
エントリーシート	48.1%	60.1%	42.1%	54.3%	44.2%
学校名不問	39.9%	36.1%	41.8%	27.6%	47.6%
インターンシップ	11.2%	14.8%	9.5%	14.8%	9.0%
職種別採用	33.8%	35.1%	33.2%	41.8%	28.7%
秋採用	8.1%	10.0%	7.2%	6.8%	9.0%
コンピテンシー概念の導入	4.2%	4.5%	4.1%	3.9%	4.5%
その他	2.9%	2.8%	2.9%	3.0%	2.8%

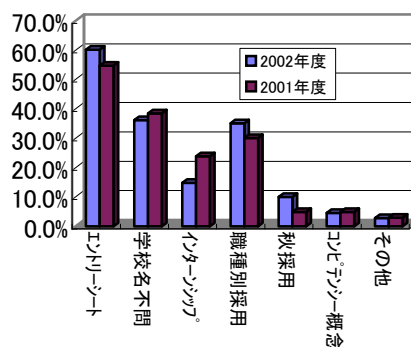
【参考】2001年卒採用活動の状況

	全体	上場・店頭公開	未上場
エントリーシート	49.1%	54.7%	46.0%
学校名不問	39.6%	38.4%	40.3%
インターンシップ	19.8%	23.8%	17.7%
職種別採用	29.7%	30.0%	29.6%
秋採用	5.7%	4.9%	6.1%
コンピテンシー概念	2.9%	4.9%	1.8%
その他	2.2%	2.9%	1.8%

昨年との比較【全体】



昨年との比較【上場・店頭】



エントリーシートを導入する「上場・店頭公開企業」が60%を超えた。インターネットでエントリーが多く集まる企業が母集団の選別、質確保のためにエントリーシートを導入する、という図式はより鮮明になった。

メディアに取り上げられる事も多くなった「コンピテンシー」に関しては未上場企業で若干底上げが見られたものの、全体では5%未満に留まった。しかし、新卒採用に当って「戦力性」を期待する傾向はますます強くなっており、今後どのような方向に発展していくのか見ていきたい。

【5】採用ツールについて

①2002年卒採用で利用している(する予定の)採用ツール

	合計	上場・店頭 公開	2001年 卒採用	未公開	2001年 卒採用	製造業	2001年 卒採用	非製造業	2001年 卒採用
就職情報誌(宅配)	62.2%	72.8%	77.5%	57.0%	63.6%	59.2%	72.2%	64.1%	66.4%
就職情報誌(市販)	14.7%	21.9%	24.5%	11.2%	12.8%	14.1%	15.7%	15.1%	17.7%
個別DM(紙)	36.6%	41.2%	49.7%	34.4%	41.2%	35.8%	44.3%	37.2%	44.2%
インターネットDM	40.9%	54.4%	41.8%	34.2%	24.9%	44.8%	37.9%	38.4%	26.6%
インターネット就職サイト	88.3%	94.7%	91.8%	85.1%	79.9%	88.9%	88.4%	87.9%	81.5%
インターネットホームページ	82.4%	92.7%	87.6%	77.4%	71.1%	80.6%	79.6%	83.5%	75.4%
入社案内(紙)	59.7%	62.3%	—	58.5%	—	56.9%	—	61.4%	—
その他	5.2%	2.9%	1.9%	6.3%	6.8%	5.0%	3.6%	5.3%	5.9%

【※入社案内(紙)は前回の調査では項目設定無し】

もはや採用ツールにおいてはインターネットが主流となっているが、紙媒体の減少とネット媒体の伸張がここでもはっきり現われている。

特に目を引くのが「インターネットDM」利用の上昇である。従来「ダイレクトメール＝郵送」であったが、今回はじめてインターネットDMの利用が郵送を上回った。この傾向は特に「上場・店頭公開企業」に顕著に見られる。今後、インターネットDMが郵送に変わり主力となることが予想されるが、郵送物に較べて個性を表現しにくいインターネットDMをどう利用していくか、が問われることになりそうだ。

また、採用予算の上限に違いがあるためか「情報誌」の利用で「上場・店頭公開企業」と「未上場企業」に大きな開きが見られる。

情報誌の利用方法も従来の「ハガキ母集団形成」から純粋広告、ネットエントリーへの誘導、採用スケジュールの告知など、その用途は大きく変わりつつある。

※以下の②、③の設問については回答数が337社、418社と少ないため、回答数及び各カテゴリーの母数に対する比率を表示

②2001年卒採用では利用したが2002年卒採用では使わない(予定の)採用ツール【回答数順】

【回答社数337社】	合計	上場・店頭 公開	母数に 対する%	未公開	母数に 対する%	製造業	母数に 対する%	非製造業	母数に 対する%
個別DM(紙)	107社	39社	11.2%	68社	9.5%	38社	9.4%	69社	10.5%
就職情報誌(宅配)	102社	25社	7.2%	77社	10.8%	35社	8.7%	67社	10.2%
その他	79社	24社	6.9%	55社	7.7%	33社	8.2%	46社	7.0%
入社案内(紙)	60社	24社	6.9%	36社	5.0%	25社	6.2%	35社	5.3%
就職情報誌(市販)	45社	13社	3.7%	32社	4.5%	15社	3.7%	30社	4.6%
インターネット就職サイト	14社	2社	0.6%	12社	1.7%	5社	1.2%	9社	1.4%
インターネットDM	11社	5社	1.4%	6社	0.8%	3社	0.7%	8社	1.2%
インターネットホームページ	4社	0社	0.0%	4社	0.6%	0社	0.0%	4社	0.6%

③2002年卒採用から新たに導入する(予定の、又はしたい)採用ツール【回答数順】

【回答社数418社】	合計	上場・店頭 公開	母数に 対する%	未公開	母数に 対する%	製造業	母数に 対する%	非製造業	母数に 対する%
インターネットDM	167社	49社	14.1%	118社	14.0%	56社	13.9%	111社	16.9%
インターネット就職サイト	119社	25社	7.2%	94社	16.5%	37社	9.2%	82社	12.5%
インターネットホームページ	109社	19社	5.5%	90社	13.2%	36社	8.9%	73社	11.1%
その他	74社	32社	9.2%	42社	5.9%	26社	6.4%	48社	7.3%
個別DM(紙)	32社	10社	2.9%	22社	3.1%	11社	2.7%	21社	3.2%
入社案内(紙)	22社	6社	1.7%	16社	2.2%	10社	2.5%	12社	1.8%
就職情報誌(宅配)	18社	3社	0.9%	15社	2.1%	8社	2.0%	10社	1.5%
就職情報誌(市販)	16社	5社	1.4%	11社	1.5%	3社	0.7%	13社	2.0%

【6】採用予算について

採用予算としては2001年卒採用に比べ「減少する」企業が「増加する」企業を若干ながら上回った。採用数を「増やす」企業は増加しているが、インターネットによって広告費が下がったこと、会社案内作成・発送からホームページへの切り替え、採用業務の効率化などが採用費を抑制しているようだ。増減する項目別に見ると、やはりインターネット関係に予算が厚く割り振られていることが判る。

項目として「セミナー費」が唯一、「減少する」「増加する」の割合が同程度になった。これは「インターネットの活用でセミナーへの誘導が楽になった、費用が軽減できた」部分と「インターネットでエントリーが楽になった分、セミナー内容を充実させて志望意識を上げたい」という判断が合い半ばした結果だと思われる。

①2002年卒採用の採用予算(総枠)

	合計	上場・店頭公開	未公開	製造業	非製造業
大幅に増加する	2.6%	1.8%	3.0%	2.5%	2.7%
増加する	16.3%	15.7%	16.5%	16.4%	16.1%
今年度並み	59.0%	62.4%	57.3%	59.3%	58.7%
減少する	19.7%	19.0%	20.0%	19.4%	19.8%
大幅に減少する	2.5%	1.2%	3.2%	2.3%	2.7%

②採用予算で増加する(予定の)費目

	合計	上場・店頭公開	未公開	製造業	非製造業
広告費(紙)	10.2%	6.9%	11.8%	13.3%	8.1%
広告費(インターネット)	45.4%	47.2%	44.6%	43.6%	46.7%
入社案内作成	18.0%	18.1%	18.0%	16.5%	19.2%
ホームページ作成	23.6%	23.6%	23.6%	26.1%	21.8%
DM(郵送)	12.9%	11.8%	13.4%	15.4%	11.1%
DM(インターネット)	25.8%	27.8%	24.9%	23.4%	27.6%
セミナー費	26.3%	22.9%	27.9%	25.5%	26.8%
アウトソーシング費	12.5%	17.4%	10.2%	15.4%	10.3%
資料郵送費	7.4%	3.5%	9.2%	8.0%	6.9%
その他	6.9%	7.6%	6.6%	5.9%	7.7%

③採用予算で減少する(予定の)費目

	合計	上場・店頭公開	未公開	製造業	非製造業
広告費(紙)	40.7%	45.8%	38.4%	37.1%	43.0%
広告費(インターネット)	11.3%	12.5%	10.8%	9.7%	12.3%
入社案内作成	26.4%	28.5%	25.4%	25.7%	26.8%
ホームページ作成	8.3%	12.5%	6.4%	9.7%	7.4%
DM(郵送)	29.4%	30.6%	28.9%	23.4%	33.1%
DM(インターネット)	4.4%	4.2%	4.4%	4.6%	4.2%
セミナー費	22.7%	14.6%	26.4%	17.1%	26.1%
アウトソーシング費	7.8%	11.1%	6.4%	9.7%	6.7%
資料郵送費	31.2%	27.1%	33.0%	32.0%	30.6%
その他	4.8%	4.9%	4.8%	5.1%	4.6%

【7】採用方針－採用する際の「質」と「量」に関して

◆全体傾向

	大学院	4大文系	4大理系	短大	専門学校	高等学校
徹底して質を重視	36.8%	41.3%	40.4%	25.9%	21.5%	13.8%
徹底して量を重視	0.4%	0.6%	0.9%	0.5%	0.7%	0.5%
量よりは質を重視	28.3%	47.5%	45.4%	34.1%	25.6%	26.3%
質よりは量を重視	0.6%	1.7%	1.5%	0.9%	1.2%	2.3%
特定のスキルを重視	6.5%	1.9%	5.3%	3.6%	8.8%	1.5%
特定の大学を重視	1.0%	0.6%	1.1%	0.5%	0.2%	0.7%
採用予定なし	26.4%	6.4%	5.4%	34.6%	42.1%	54.9%

「4大文系」「4大理系」では「質重視＋特定のスキル重視」の企業が実に90%を超えている。

企業側の求める人材像が固定しているわけではないが、基本的なポテンシャルが高い学生に関しては「売り手市場」、それ以外の学生にとっては厳しい就職戦線、という二極化の様相がより鮮明になってきている。

①大学院

	大学院		製造業		非製造業	
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	非製造業
徹底して質を重視	36.8%	46.4%	31.6%	44.2%	31.8%	31.8%
徹底して量を重視	0.4%	0.3%	0.5%	0.0%	0.7%	0.7%
量よりは質を重視	28.3%	31.9%	26.4%	28.3%	28.3%	28.3%
質よりは量を重視	0.6%	0.6%	0.5%	1.1%	0.2%	0.2%
特定のスキルを重視	6.5%	4.7%	7.5%	8.0%	5.6%	5.6%
特定の大学を重視	1.0%	0.6%	1.2%	0.8%	1.1%	1.1%
採用予定なし	26.4%	15.5%	32.3%	17.6%	32.4%	32.4%

②4大文系

③4大理系

	4大文系					4大理系				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	41.3%	46.3%	38.8%	42.1%	40.8%	40.4%	45.7%	37.6%	42.9%	38.7%
徹底して量を重視	0.6%	0.3%	0.8%	0.8%	0.5%	0.9%	0.0%	1.4%	0.8%	1.0%
量よりは質を重視	47.5%	47.8%	47.4%	42.9%	50.3%	45.4%	46.6%	44.8%	44.2%	46.2%
質よりは量を重視	1.7%	0.6%	2.3%	0.5%	2.4%	1.5%	0.6%	2.0%	1.0%	1.9%
特定のスキルを重視	1.9%	1.8%	2.0%	3.2%	1.1%	5.3%	3.3%	6.3%	7.2%	4.0%
特定の大学を重視	0.6%	0.0%	0.9%	0.5%	0.7%	1.1%	1.2%	1.1%	1.3%	1.0%
採用予定なし	6.4%	3.3%	8.0%	10.0%	4.2%	5.4%	2.7%	6.8%	2.6%	7.2%

④短期大学

⑤専門学校

	短期大学					専門学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	25.9%	23.6%	27.1%	24.9%	26.5%	21.5%	18.3%	23.1%	19.7%	22.6%
徹底して量を重視	0.5%	0.3%	0.5%	0.0%	0.7%	0.7%	0.4%	0.9%	0.3%	0.9%
量よりは質を重視	34.1%	31.0%	35.6%	29.0%	37.1%	25.6%	22.2%	27.3%	21.2%	28.3%
質よりは量を重視	0.9%	0.0%	1.4%	0.3%	1.3%	1.2%	1.4%	1.0%	0.9%	1.3%
特定のスキルを重視	3.6%	3.4%	3.8%	3.6%	3.7%	8.8%	7.6%	9.4%	11.3%	7.2%
特定の学校を重視	0.5%	0.3%	0.5%	0.6%	0.4%	0.2%	0.4%	0.2%	0.6%	0.0%
採用予定なし	34.6%	41.4%	31.2%	41.6%	30.4%	42.1%	49.8%	38.2%	46.0%	39.6%

⑥高等学校

	高等学校				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
徹底して質を重視	13.8%	15.5%	12.9%	17.4%	11.5%
徹底して量を重視	0.5%	0.3%	0.5%	0.3%	0.6%
量よりは質を重視	26.3%	30.9%	24.0%	35.9%	20.2%
質よりは量を重視	2.3%	1.7%	2.7%	3.6%	1.5%
特定のスキルを重視	1.5%	1.0%	1.8%	2.4%	1.0%
特定の学校を重視	0.7%	1.7%	0.2%	1.8%	0.0%
採用予定なし	54.9%	48.8%	58.0%	38.6%	65.3%

【8】 4大卒採用環境についての印象

①4大文系

②4大理系

	4大文系					4大理系				
	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
2001年卒採用より厳しくなる	29.6%	26.2%	31.3%	24.3%	32.8%	37.3%	37.2%	37.3%	36.5%	37.8%
2001年卒採用並み(に厳しくなる)	52.8%	59.5%	49.4%	56.3%	50.7%	52.6%	53.5%	52.1%	52.6%	52.6%
2001年卒採用並み(に採用しやすくなる)	15.2%	13.4%	16.2%	16.5%	14.5%	8.6%	8.1%	8.9%	9.1%	8.3%
2001年卒採用より採用しやすくなる	2.4%	0.9%	3.1%	2.9%	2.1%	1.6%	1.2%	1.8%	1.8%	1.4%

【9】 採用基準(学生評価)について

	全体	上場・店頭公開	未上場	製造業	非製造業
厳しくする	23.4%	16.9%	26.5%	22.8%	23.7%
今年度並み	75.4%	82.5%	71.9%	75.7%	75.2%
緩くする	1.3%	0.6%	1.6%	1.5%	1.1%

前ページで90%が「4大卒学生は質重視」と回答しているのに呼応して、「採用環境は厳しい」と感じている企業が文系採用で85%、理系採用で90%に達している。
目を引くのは文理とも採用に有利な条件を持つ「上場・店頭公開企業」のほうが、厳しさを感じている点である。どれだけ母集団を作っても、最終的に採用したい学生は競合他社と熾烈な獲得競争にならざるを得ない採用活動の様子がうかがえる。

また、「厳しい」と感じているにもかかわらず、自社の採用基準を「緩くする」と回答した企業は僅か1%前後に留まっている。
「人材獲得競争に妥協はしない」という質重視の企業姿勢がここでも鮮明に現われている。