

【報道関係各位】

～就活生 300 人に聞く～
就職活動の実態調査

- **就職活動で役立つものは「スマートフォン」9 割超。2 年前より 10 ポイント上昇**
- **4 割の就活生が「ソー活」をしている。1 位 Facebook、2 位 Twitter**
- **大手企業から複数内定をもらう「カリスマ内定者」に「憧れる」57%**

2013 年 2 月 22 日
株式会社マクロミル

インターネット調査会社の株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表：杉本哲哉）は、現在、1 都 6 県に住む就職活動中の大学 3 年生と大学院 1 年生を対象に、「就職活動に関する調査」を実施いたしました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間は 2013 年 2 月 8 日（金）～2 月 11 日（月）。有効回答数は 300 名から得られました。

【調査結果概要】

【1】 就職活動で役立つものは「スマートフォン」9 割超。2 年前より 10 ポイント上昇

現在、就職活動中の 1 都 6 県に住む大学生・大学院生に、就職活動で役立つものは何かを尋ねました。情報機器では「パソコン」を「役立つ（とても役立つ+まあ役立つ）」と回答した人は 98%となりました。また、「スマートフォン」では 93%の人が役立つと回答。2011 年の調査より 10 ポイントも上昇していました。パソコンに加え、今やスマートフォンも就職活動に必須のアイテムと言えそうです。さらに、就職マニュアル本・対策本は 88%と、2011 年調査より 6 ポイント上昇しており、新聞よりも高い数値となっています。（P4）

【2】 4 割の就活生が「ソー活」をしている。1 位 Facebook、2 位 Twitter

就職活動にブログやクチコミ掲示板、ソーシャルネットワークワーキングサービス（SNS）など「ソーシャルメディア」を活用しているか尋ねたところ、42%が「活用している」と回答しました。2011 年の調査でも尋ねた「ソー活」は、4 ポイント上昇していました。男女別でソー活率を見ると、男性 36%に対し女性は 47%と、男性よりも女性のほうが積極的にソー活を行っていることがわかりました。女性は男性よりも就職状況が厳しいと言われており、こうした状況下でより多くの情報を得ようとする姿勢がうかがえます。また、ソー活を行っている就活生に具体的に活用している SNS を尋ねたところ「Facebook」が 78%、「Twitter」が 72%と、いずれも 7 割を超えました。（P5）

【3】 大手企業から複数内定をもらう「カリスマ内定者」に「憧れる」57%

就職難が続く中、大手企業の内定を複数とる学生は「カリスマ内定者」と呼ばれ、その就活ノウハウをまとめた指南本や、優秀な学生と交流できる SNS サイトなどが出現しています。そこで、そんな「カリスマ内定者」についてどう思うか尋ねたところ、57%の人が「憧れる」と回答しました。また、カリスマ内定者から就活ノウハウなどを「参考にしたい」とした人は 61%と、就職活動において、マニュアル化の流れを顕著に感じさせる結果となりました。（P10）

▼ 詳細レポート：http://www.macromill.com/r_data/20130222syuukatsu/index.html

「～就活生 300 人に聞く～就職活動の実態調査」

【調査結果詳細】

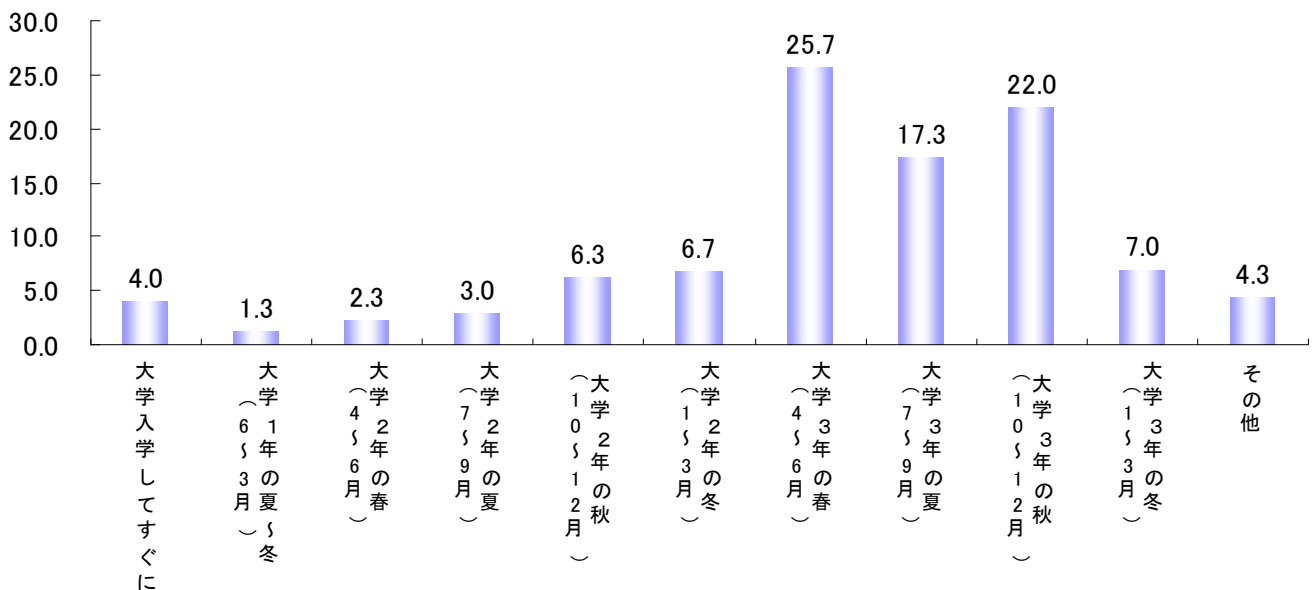
■ 調査概要

調査方法:	インターネットリサーチ
調査地域:	茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県
調査対象:	大学3年生・大学院1年生で就職活動中の方（マクロミルモニタ会員）
有効回答数:	合計 300 サンプル（男性 150 サンプル、女性 150 サンプル）
調査日時:	2013年2月8日（金）～2月11日（月）
調査機関:	株式会社マクロミル

■ 就職活動を意識し始める時期、4人に1人は「大学3年の春」から

現在、就職活動中の一都六県に住む大学3年生と大学院1年生に就職を意識し始めた時期を尋ねたところ、「大学3年生の春(4～6月)」と回答した人が最多で26%、「大学3年生の秋(10～12月)」と回答した人は22%、「大学3年生の夏(7～9月)」が17%でした。6割以上の方が大学3年生の年内に就職について意識し始めるようです。【図1】

【図1】就職を意識し始めた時期 <n=300>
Q.あなたが就職を意識し始めた時期はいつごろですか？（単一回答）

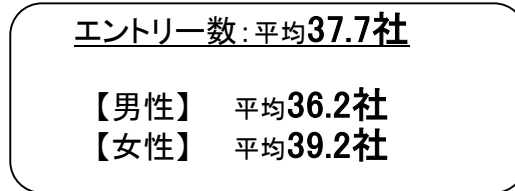


※四捨五入の関係で、ポイントの数値が一致しないことがあります。

■ 2月上旬時点での企業へのエントリー数は、平均 38 社

2月上旬時点での企業へのエントリー数は何社か尋ねたところ、平均で「37.7社」となりました。男女別に見ると、男性では平均で36.2社、女性は平均39.2社となっています。【図2】

【図2】企業へのエントリー数 <n=300>
Q あなたは何社にエントリーしましたか？（自由回答）

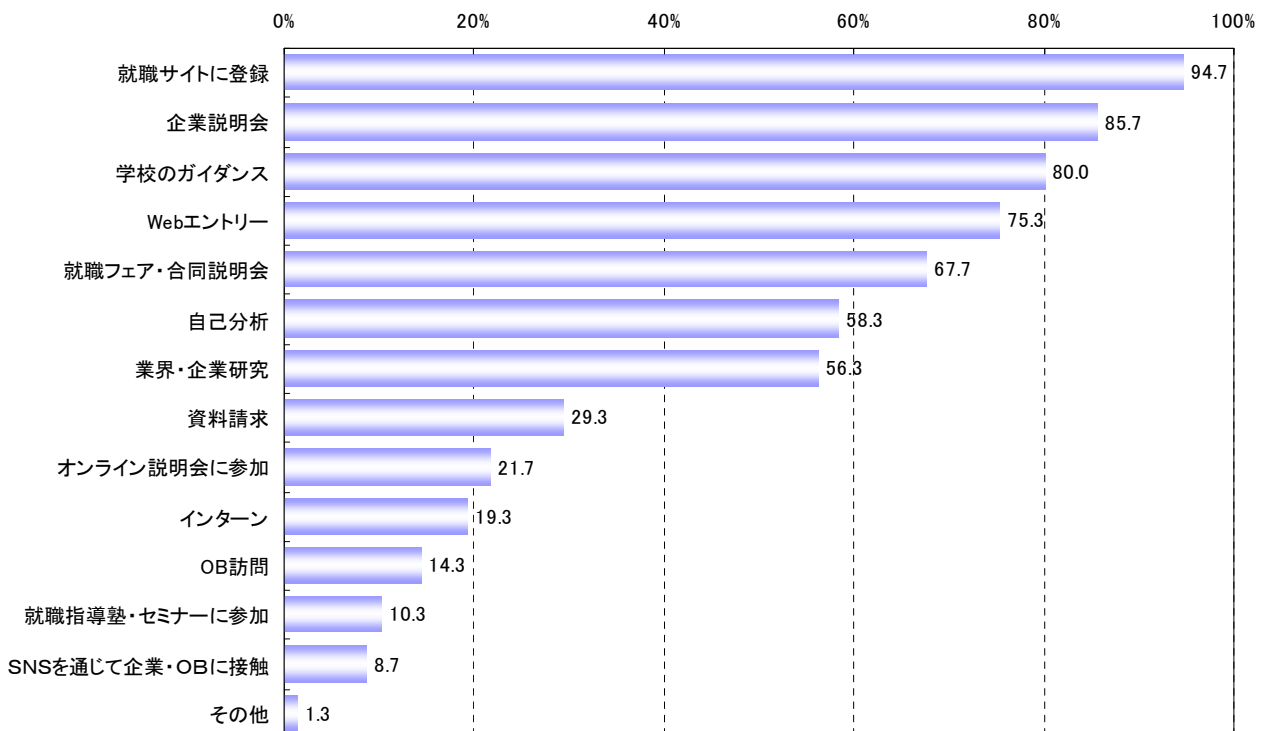


■ 2月の時点で「就職サイトに登録している」人は95%

現在行っている就職活動の内容を尋ねたところ、「就職サイトに登録」している人は95%、「企業説明会」86%、「学校のガイダンス」80%となりました。

また、「SNSを通じて企業・OBに接触」している人は9%と、2011年の調査と比較して6.4ポイント上昇していました。【図3】

【図3】就職活動の内容 <n=300>
Q あなたが行っている就職活動の内容をすべて教えてください。（複数回答）

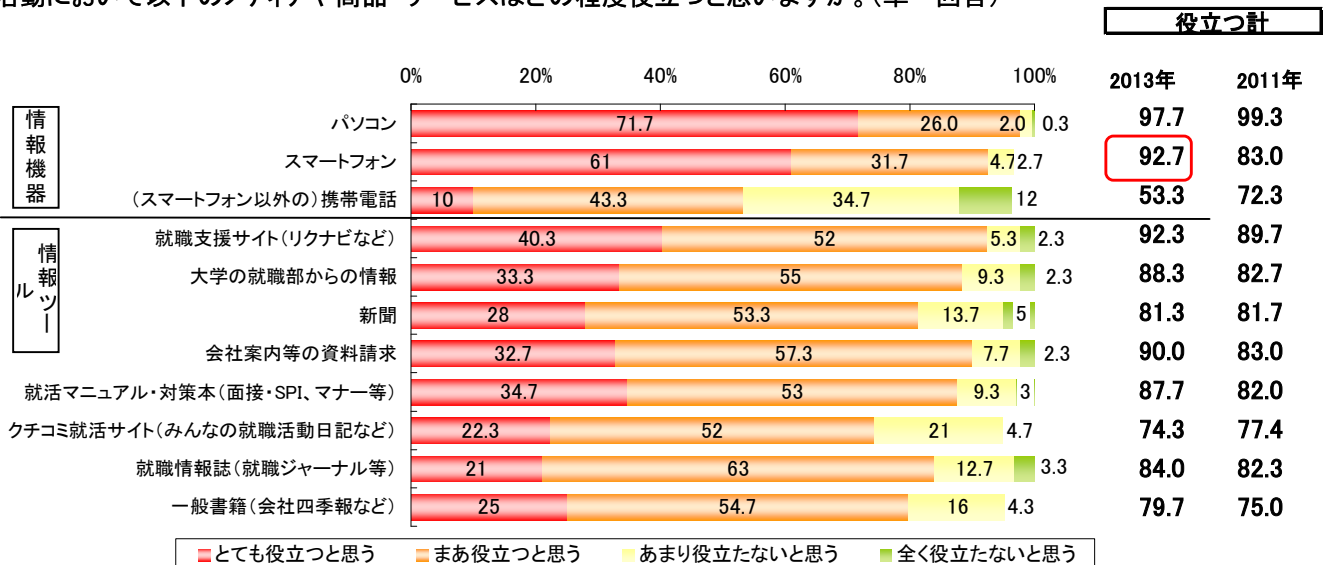


■ 就職活動で役立つものは「スマートフォン」9割超。2年前より10ポイント上昇

現在、就職活動中の一都六県に住む大学生・大学院生に、就職活動で役立つものは何かを尋ねました。情報機器では「パソコン」を‘役立つ(とても役立つ+まあ役立つ)’と回答した人は98%となりました。また、「スマートフォン」では93%の人が役立つと回答。2011年の調査より10ポイントも上昇していました。パソコンに加え、今やスマートフォンも就職活動に必須のアイテムと言えそうです。さらに、就職マニュアル本・対策本は88%と、2011年調査より6ポイント上昇しており、新聞よりも高い数値となっています。【図4】

【図4】就職活動に役立つツール <n=300>

Q.就職活動において以下のメディアや商品・サービスはどの程度役立つと思いますか。(単一回答)



※四捨五入の関係で、ポイントの数値が一致しないことがあります。

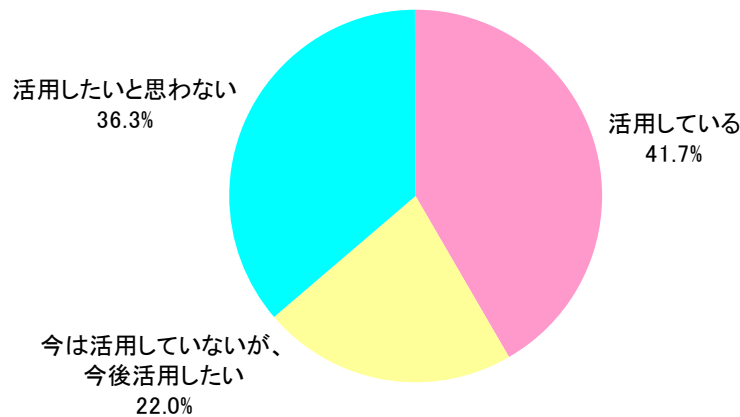
■ 4割の就活生が‘ソー活’をしている。1位 Facebook、2位 Twitter

就職活動にブログやクチコミ掲示板、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）など「ソーシャルメディア」を活用しているか尋ねたところ、42%が‘活用している’と回答しました。2011年の調査でも尋ねた‘ソー活’は、4ポイント上昇していました。【図5】

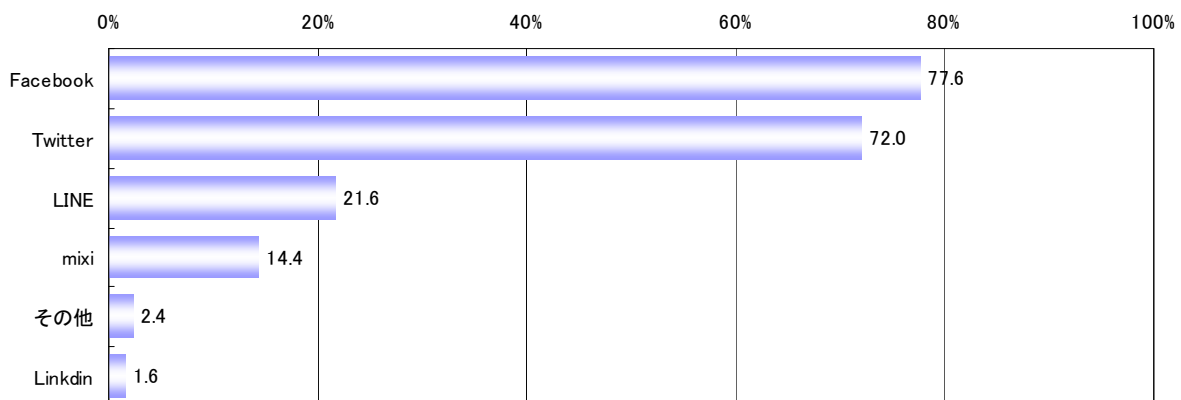
男女別でソー活率を見ると、男性36%に対し女性は47%と、男性よりも女性のほうが積極的にソー活を行っていることがわかりました。女性は男性よりも就職状況が厳しいと言われており、こうした状況下でより多くの情報を得ようとする姿勢がうかがえます。

また、ソー活を行っている就活生に具体的に活用している SNS を尋ねたところ「Facebook」が78%、「Twitter」が72%と、いずれも7割を超えました。【図6】

【図5】ソー活の利用実態 <n=300>
あなたは就職活動にブログやクチコミ掲示板、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、Twitterなどの「ソーシャルメディア」を活用していますか。



【図6】就職活動に活用しているSNS
<n=125 ベース：就職活動にソーシャルメディアを使っている人>
Q.あなたが就職活動に活用しているソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)は何ですか。
(複数回答)

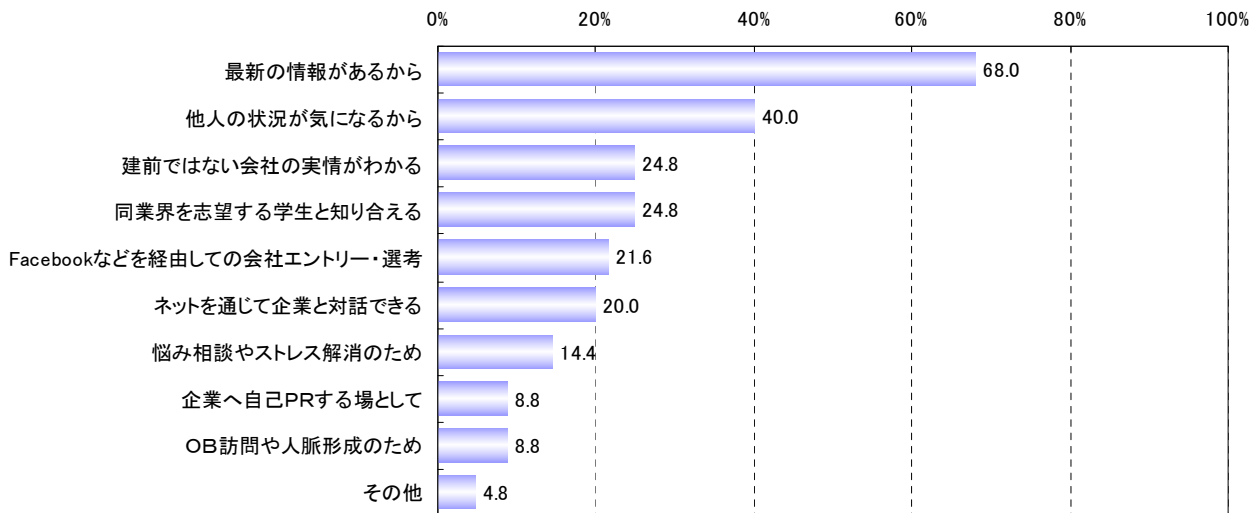


■ ソー活をする理由、最多は「最新の情報があるから」68%

就職活動にソーシャルメディアを使っている人に、その理由を尋ねたところ、最多は「最新の情報があるから」で68%、次いで「他人の状況が気になるから」40%、「建前ではない会社の実情がわかる」「同業界を志望する学生と知り合える」がそれぞれ25%となりました。【図7】

【図7】ソー活を行う理由

<n=125 ベース：就職活動にソーシャルメディアを使っている人>
Q.あなたが、就職活動で「ソーシャルメディア」を使う理由は何ですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

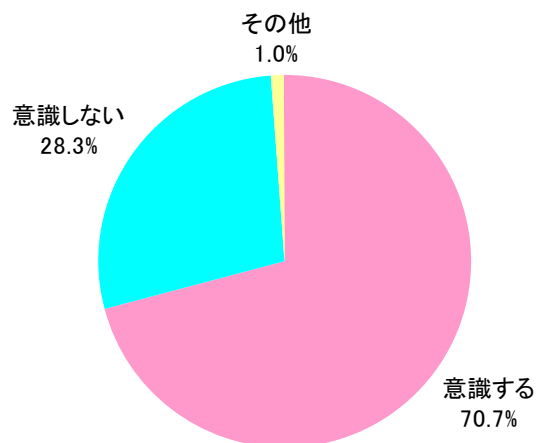


■ SNSでの自分の発言を‘企業が見ているかもしれない’と意識する人は、7割

就職活動において、ソーシャルメディアを活用中の人と今後活用したい人に、SNSでプロフィールの公開や発言をするとしたら、‘企業が見ているかもしれない’と意識するか尋ねたところ、「意識する」と回答した人は71%となりました。2011年の調査と比較すると、14ポイントも上昇しており、企業の目を意識しながらソー活を行っている様子が見えがえしました。【図8】

【図8】SNSの公開情報意識

<n=191 ベース：就職活動にソーシャルメディアを活用中の人と今後活用したい人>
Q.TwitterやMixi、FacebookなどSNSでプロフィールの公開や発言をするとしたら
‘企業が見ているかもしれない’と意識しますか。

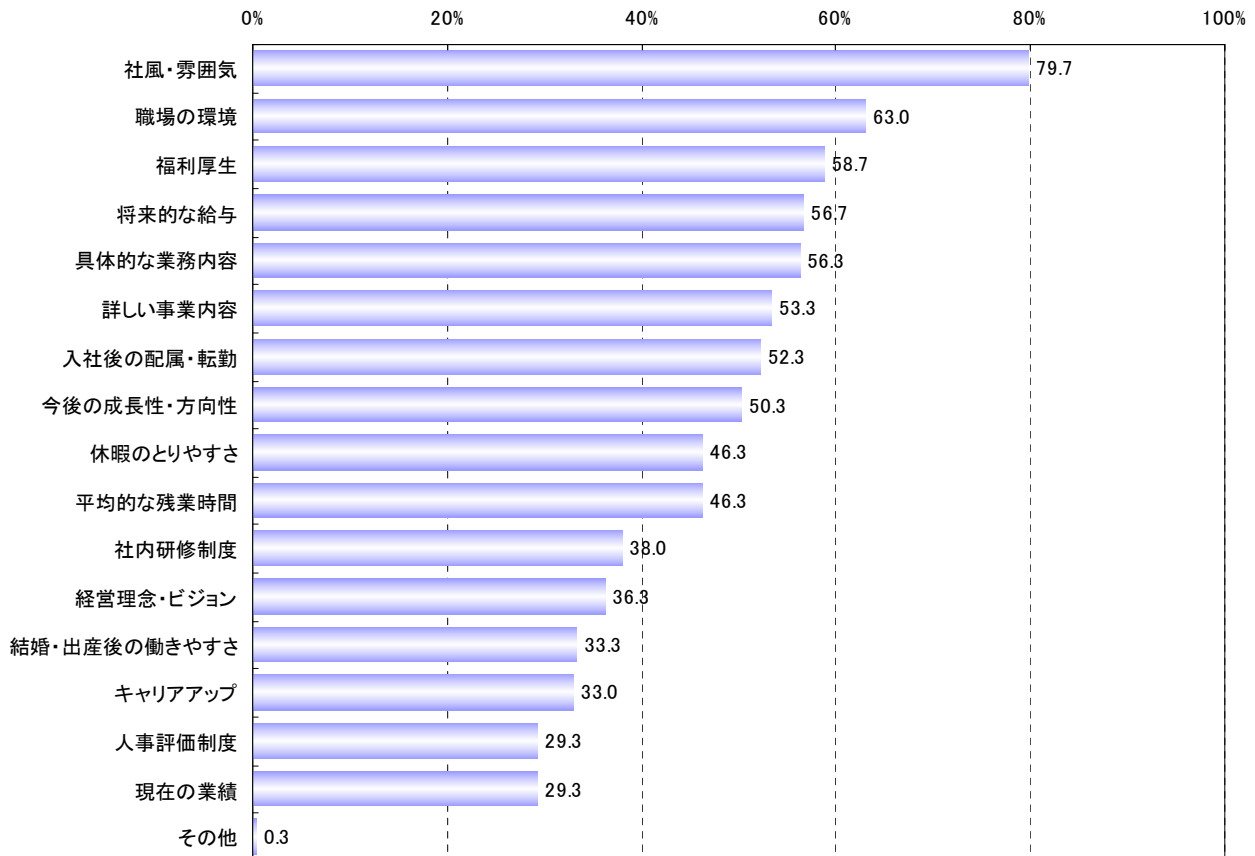


■ 企業選びのために知りたい情報は、「社風・雰囲気」80%、「職場の環境」63%

企業を選ぶ際に、その企業について知りたい情報を尋ねたところ、「社風・雰囲気」が最多で80%、次いで職場の雰囲気63%、「福利厚生」59%、「将来的な給与」57%、「具体的な業務内容」56%となっています。

【図9】

【図9】企業選定の際に知りたい情報 <n=300>
 Q.あなたが企業を選ぶ際に、その会社について知りたい情報は何か。
 あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

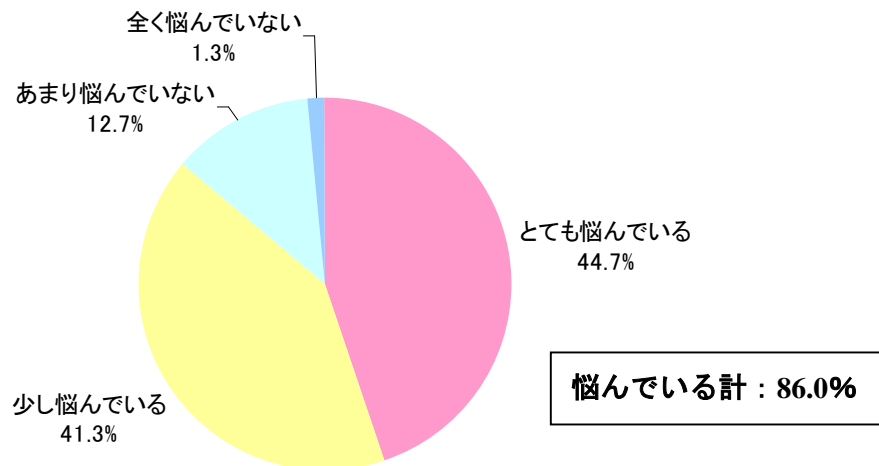


■ 8割の人が就職活動に対して‘悩んでいる’。最大の悩みは「漠然とした不安や焦り」

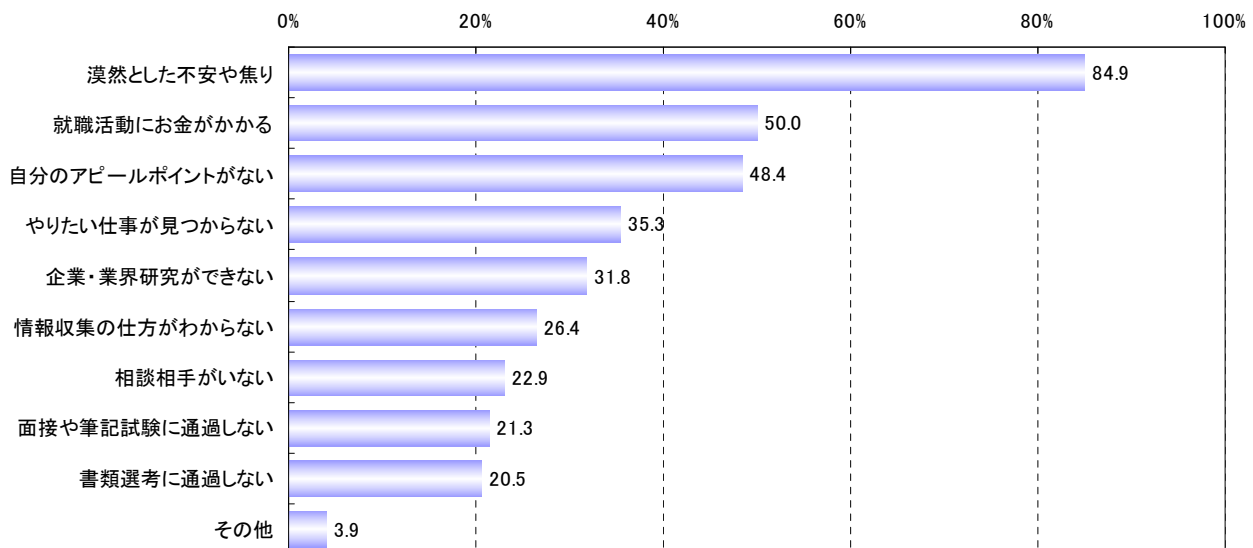
現在、就職活動を行っている上でどの程度悩んでいるか尋ねました。‘悩んでいる（とても悩んでいる＋少し悩んでいる）’と回答した人は86%となりました。【図10】

対象者に具体的な悩みの内容について尋ねると、「漠然とした不安や焦り」が85%と最多、次いで「就職活動にお金がかかる」が50%、「自分のアピールポイントがない」48%と続きました。【図11】

【図10】就職活動における悩み <n=300>
 Q.就職活動において、どの程度悩んでいますか。



【図11】就職活動における悩み
 <n=258 ベース：就職活動においてとても悩んでいる、少し悩んでいる人>
 Q.あなたの、就職活動における悩みは何ですか。すべてお答えください。（複数回答）

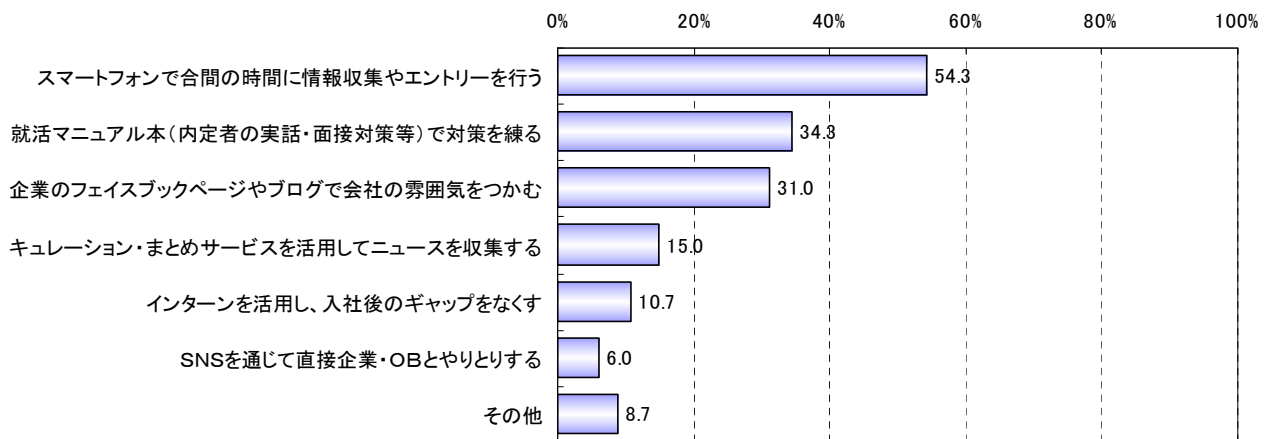


■ 就職活動期間の短縮により、工夫していること
 ‘スマートフォンで合間の時間に情報収集やエントリーを行う’ 54%

2013年大学卒業予定者の採用活動開始時期が例年より2ヵ月後ろ倒しになりました。就職活動期間が短縮される中で、就職活動生はどのような工夫をしているのでしょうか。最多は「スマートフォンで合間の時間に情報収集やエントリーを行う」で54%、次いで「就活マニュアル本で対策を練る」が34%、「企業のフェイスブックページやブログで会社の雰囲気をつかむ」が31%となりました。【図12】

【図12】就職活動で工夫していること <n=300>

Q.2013年大学卒業予定者の採用活動開始時期が、例年より2ヵ月後ろ倒しになりました。就職活動期間が短縮される中で、効率的な情報収集や、業界・企業に対する理解促進などあなたが工夫していることはありますか。(複数回答)



■ 大手企業から複数内定をもらう「カリスマ内定者」に‘憧れる’57%

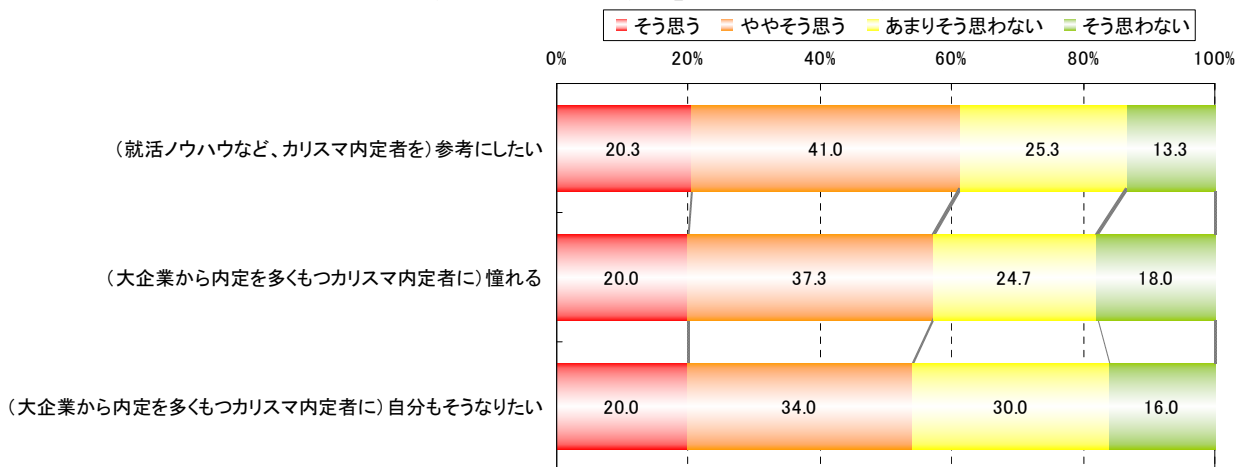
就職難が続く中、大手企業の内定を複数とる学生は「カリスマ内定者」と呼ばれています。その就活ノウハウをまとめた指南本や優秀な学生と交流できる SNS サイトも現れています。こうした「カリスマ内定者」についてどう思うか尋ねました。

「就活ノウハウなど、カリスマ内定者を参考にしたい」と答えた人は、61%（そう思う＋ややそう思う）でした。また、「カリスマ内定者に憧れる」と答えた人は 57%。「カリスマ内定者に自分もそうなりたい」という人は 54%にのびりました。【図 13】

就活マニュアル本や対策本以外にエントリーシートの書き方や面接の技術をカリスマ内定者に学ぶ姿勢は、就活のマニュアル化の流れが顕著になっていることを示していると言えそうです。

【図13】就活生から見たカリスマ内定者 <n=300>

Q.就職難が続く中、大手企業の内定を複数社とる学生は『カリスマ内定者』と呼ばれ、その就活ノウハウをまとめた指南本や優秀な学生と交流できるSNSサイトなどが出現しています。あなたは『カリスマ内定者』についてどう思いますか。



【株式会社マクロミル 会社概要】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集める市場調査会社です。

国内100万人を超えるマクロミルモニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」、自社会場を活用したグループ・インタビューや会場調査などさまざまなリサーチサービスを展開しています。

- 社名 ■株式会社マクロミル
- 本社 ■東京都港区港南2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
- URL ■www.macromill.com
- 設立 ■2000年1月31日
- 資本金 ■16億5,289万円 ※2013年1月31日現在
- 上場取引所 ■東証一部 (証券コード: 3730)
- 代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本哲哉
- 従業員数 ■600名 ※2013年1月末現在
- 事業内容 ■インターネットを活用した市場調査 (ネットリサーチ)

本件に関するお問い合わせ先

株式会社マクロミル 広報室：高橋
 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
 TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。

〈例〉「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると・・・」

