

③内定状況・活動量・重視項目等(学生)

学生の内定状況や活動量の変化、企業選択で重視した条件は？

就職活動生のうち 88.4%が就職先を確定

民間企業を対象に就職活動を行った学生のうち、2017年12月時点で民間・民間以外を問わず就職先が確定している学生は88.4%。17年卒の87.7%（16年12月時点）より0.7ポイント増加した。過去5年間を見ると毎年増加しており、今回が最も高かった。また、進路が確定していない学生は5.4%。17年卒の6.2%から0.8ポイント減少し、ほぼ同水準だが過去5年間で最も低かった。

就職先が確定している学生のうち、当初からの第1志望に就職予定の学生は37.1%であった(グラフ①)。内定取得者の平均取得社数を見ると、平均は2.54

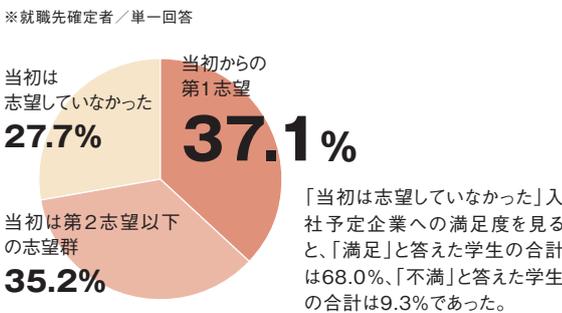
社で(グラフ②)、14年卒以降、毎年増加している。また、複数の企業から内定を取得した学生は59.5%と3年連続で半数を超えた。1社以上内定を取得した学生のうち、最初の内定を取得した後も就職活動を継続した学生は57.2%。その理由として最も多かったのは、(複数回答)「より志望度の高い企業の選考を受けるため」で75.6%と、前年より7.2ポイント増加した。次いで、「内定取得先の企業でいいの不安に感じたため」(30.6%、前年比3.0ポイント減)が続いた。学生が就職活動において第1志望の企業の選考が始まる前に他社の選考を受けて内定を獲得したり、あるいは、1社の内々定に満足せず、より志望度の高い企業に挑戦したりしたことがうかがえる。

学生の活動量は 大きく増減せず

学生の就職活動プロセスごとの平均実施数を見てみると、OB・OGなど社会人の訪問人数と個別企業の説明会・セミナー(Web)参加社数は増加したが、そのほかのプロセスは減少した(グラフ③)。また、減少したプロセスで最も減少幅が大きかったのはプレエントリー社数の約2社で(37.91社→35.84社)、それ以外のプロセスの減少幅は、「1以内(1回、1人、1社など)」とほぼ横ばいの結果となった。一方で、1人あたりの内定取得社数は増えていることから、活動量に対する「内定の得やすさ」は良化していると言えるかもしれない。

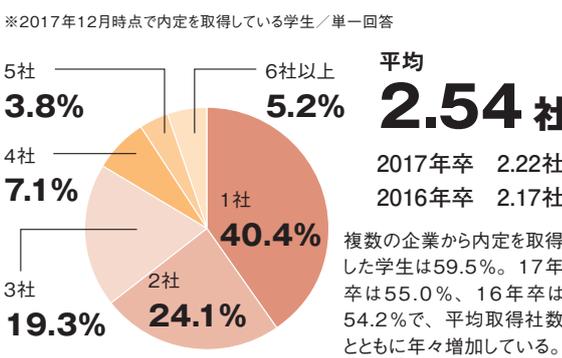
学生 4割弱が当初からの第1志望に就職予定

① 入社予定企業の就職活動開始当初の志望状況



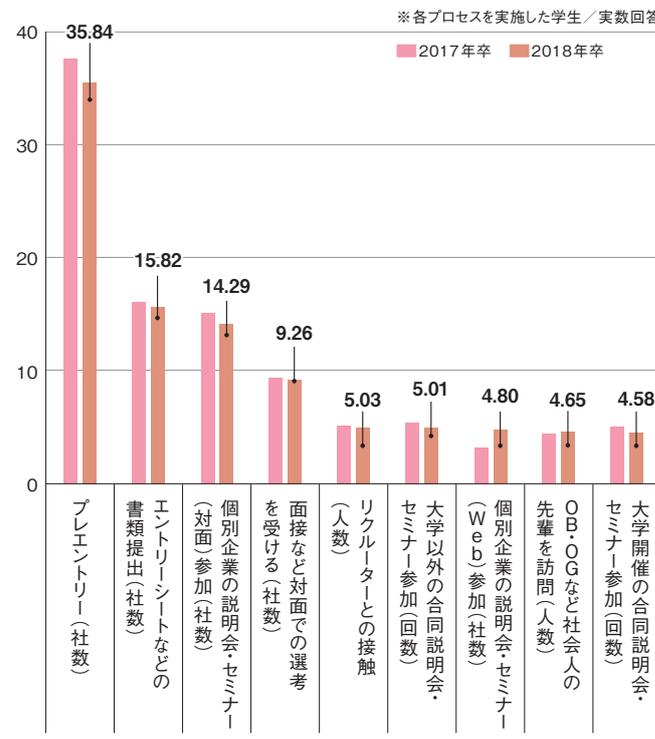
学生 約6割が複数の企業から内定を取得

② 内定を取得した企業数



学生 活動量は、OB・OG訪問人数とWeb説明会参加社数を除いて微減

③ 就職活動プロセスごとの平均実施数



個別企業の説明会・セミナー(Web)参加社数(+1.61社)と、OB・OGなど社会人の訪問人数(+0.20人)は増加し、そのほかの活動量は減少した。ただし、プレエントリー社数(-2.07社)を除いた項目の減少幅は「1(回、人、社)」以内だった。

企業選びで重視する条件は業種、職種、勤務地など

学生は何を重視して企業を選んでいるのだろうか。まず、企業を選ぶときに最も重視した条件について、就職活動を開始した頃と卒業3カ月前の2017年12月時点に分けて尋ねた。その結果、どちらの時点も、「業種」「職種」「勤務地」の順で回答者の割合が高かった(グラフ④)。就職活動を開始した頃よりも12月時点の方が最も上回ったのは、「一緒に働きたいと思える人がいるかどうか」で、6.1ポイント増加した。とくに女子学生においては、8.5ポイント増(開始頃5.2%→12月時点13.7%)と男子学生の4.2ポイント(開始頃3.5%→12月時点7.7%)に比べて大き

く増加した。

次に、入社予定企業を決めるにあたって影響を受けた企業側の行動を尋ねたところ、最も多かったのが「ホームページやパンフレット、説明会など、その企業を理解するための場や機会が多くあった」で、53.9%(データ⑤)。次に続いたのは「就職先として自分に合っているかを検討するのに十分な情報が得られた」(42.7%)、「自分がその企業で働くイメージを持つことができた」(36.9%)であった。前年に34.1%が挙げていた「自分にとって魅力的な社員と出会えた」は、8.7ポイント減の25.4%だった。このほか、「より多くの社員と接する機会を設けてくれた」(20.6%)、「ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた」(18.3%)など

が前年に比べると割合を高めている。「知りたい情報をどれだけ得られたか」が入社先の決定に影響していることがうかがえる。

なお、就職活動中に知りたいと思っていた情報として最も多くの学生が挙げたのは、「経営方針・事業戦略」で56.9%、次いで「勤務地」(49.8%)だった(複数回答)。

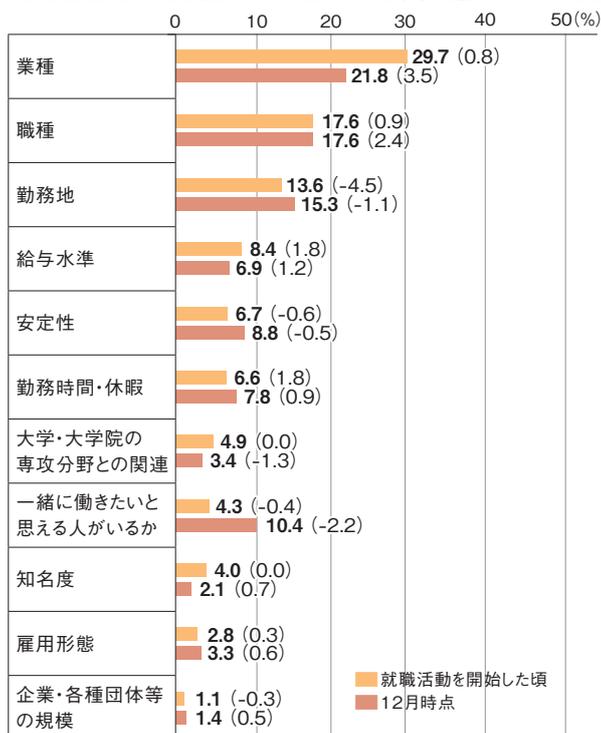
内定取得後に入社予定企業との接触があった学生は86.5%で、前年より2.1ポイント増加。内容は(複数回答)「内定式」(74.9%)、「内定者懇親会」(66.2%)、「内定承諾書の提出依頼」(60.2%)、「メール・電話による定期連絡」(36.6%)、「成績表の提出」(31.2%)などで、これらのうち入社意欲が高まったものとして最も多かったのは「内定式」だった(データ⑥)。

学生

活動開始時点では約3割、卒業3カ月前には約2割が「業種」を最重要視

④ 企業を選ぶときに最も重視した条件

※就職先決定者および就職活動継続中の学生/単一回答()内は2017年卒と比べた値



前年と比較すると、「業種」「職種」「給与水準」「勤務時間・休暇」等において、就職活動を開始した頃と2017年12月時点の両時点で回答割合が増加。

学生

得られた情報量が入社先の決定に影響

⑤ 影響を受けた入社予定企業の行動 ※就職先決定者/複数回答

1位 ホームページやパンフレット、説明会など、その企業を理解するための場や機会が多くあった 53.9%

2位 就職先として自分に合っているかを検討するのに十分な情報が得られた 42.7%

3位 自分がその企業で働くイメージを持つことができた 36.9%

4位には「採用活動全般がスピーディーに進んだ」(25.6%、前年比3.8ポイント増)が入った。前年と比較して見ると、1位は11.7ポイント増、2位は7.7ポイント増だった。

学生

4割が「内定式」で入社意欲が高まった

⑥ 入社予定企業との接触のうち、より入社意欲が高まったもの ※内定取得後、入社予定企業と接触があった学生/複数回答

1位 内定式 40.3%

2位 内定者懇親会 33.3%

3位 内定承諾書の提出依頼 12.5%

4位は「社内イベントの実施・招待」(8.5%、前年比1.4ポイント増)で、5位は「集合研修」(7.6%、前年比1.8ポイント減)。前年4位だった「メール・電話による定期連絡」は、5.0ポイント減の4.9%だった。