



2016卒

# 採用就職活動の総括

<b>【第1章】</b>	<b>学生の就職活動総括</b> .....	2
DATA. 01	就職活動開始時期 .....	3
DATA. 02	就職サイト登録 .....	4
DATA. 03	合同イベント参加 .....	5
DATA. 04	企業エントリー .....	6
DATA. 05	企業セミナー・説明会参加 .....	7
DATA. 06	受験した企業数 .....	8
DATA. 07	面接を受けた時期と企業数 .....	9
DATA. 08	獲得した内定数 .....	10
DATA. 09	内定獲得の時期と承諾率 .....	11
DATA. 10	就職活動進行状況 .....	12
DATA. 11	入社を決めた理由 .....	13
DATA. 12	《COLUMN》インターンシップ .....	14~16
DATA. 13	Uターン就職に関する意識 .....	17
DATA. 14	Uターン就活の実際 .....	18
<b>【第2章】</b>	<b>企業の採用活動総括</b> .....	19
DATA. 15	採用計画 .....	20
DATA. 16	プレエントリー受付&エントリーシート受付開始 .....	21
DATA. 17	エントリーシートについて .....	22
DATA. 18	採用選考開始時期 .....	23
DATA. 19	内定開始時期 .....	24
DATA. 20	採用広報活動 .....	25
DATA. 21	応募数 .....	26
DATA. 22	採用選考活動 .....	27
DATA. 23	採用課題 .....	28
DATA. 24	応募学生の質 .....	29
DATA. 25	内定学生の質 .....	30
DATA. 26	採用活動進行状況 .....	31
DATA. 27	《COLUMN》企業と学生の意識格差 .....	32
	◎ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケート .....	33~35
DATA. 28	印象に残ったセミナー .....	33
DATA. 29	参加したインターンシップ/印象に残ったパンフ・ノベルティ.....	34
DATA. 30	印象に残ったES/印象に残った面接での質問 .....	35
<b>【第3章】</b>	<b>大学就職部の指導総括</b> .....	36
DATA. 31	インターンシップ対応 .....	36
DATA. 32	大学3年生向け(16卒向け)就職指導状況.....	37
DATA. 33	学生へのキャリア・就職支援の課題 .....	38
DATA. 34	17卒就職支援方針.....	39
DATA. 35	採用活動スケジュール変更について .....	39



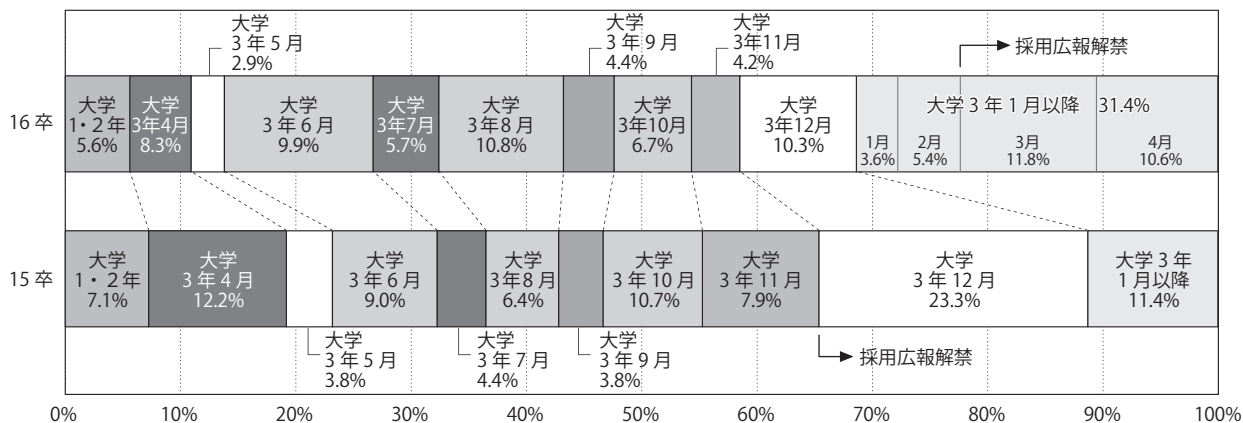
# 【第1章】 学生の就職活動総括

## - P O I N T -

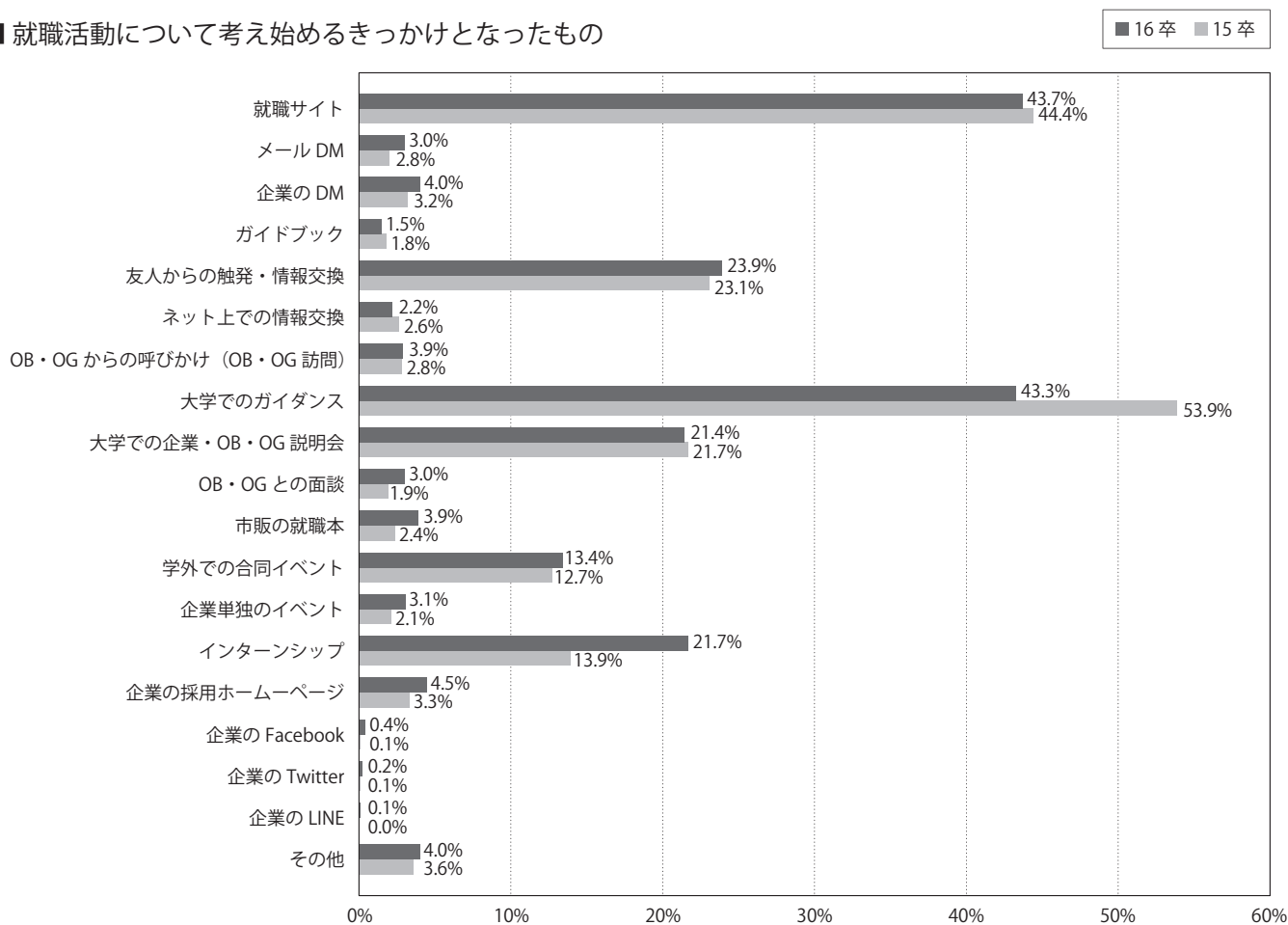


- 学生の就職環境は、超売手市場へ。
- 平均エントリー数は大幅に減少。
- 半数近い学生が採用広報解禁以前に合同イベントに参加。
- セミナー参加社数は増加。広報期間1ヶ月長期化した影響か。
- 受験企業数は全体でやや増加。
- 選考解禁前に、ほとんどの学生が面接を経験。
- 内定率8割超。内定獲得4社以上が2割近くに。
- 8月1週目が内定のピーク。7月以前の内定も半数以上。
- 就職活動終了は6割以上。内定を持ちながら継続する学生が増加。

## ■ 就職活動について考え始めた時期



## ■ 就職活動について考え始めるきっかけとなったもの



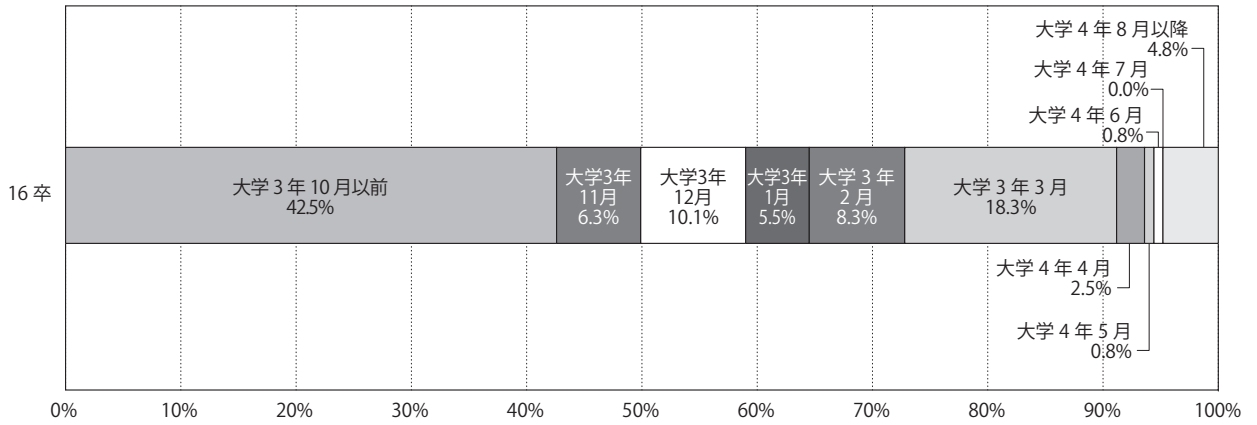
**就職について考え始めた時期は3月がピーク。**  
**きっかけは「インターンシップ」が増加。**

16 卒では「採用選考の指針」により企業の採用広報開始は 3 月スタートと、従来から 3 カ月の後ろ倒しとなった。学生が就職について考え始める時期は、例年採用広報開始時期が最も多くなる傾向にある。16 卒でも大学 3 年 3 月が 11.8%と同様の傾向がみられたが、15 卒の 12 月 (23.3%) のほぼ半分となっている。大学 3 年の 8 月までに考えはじめた学生は 16 卒 43.2%、15 卒 42.9%とインターンシップの始まる夏休みまでに就職を考え始める学生の傾向に変化はなかったが、採用広報解禁前に考え始め

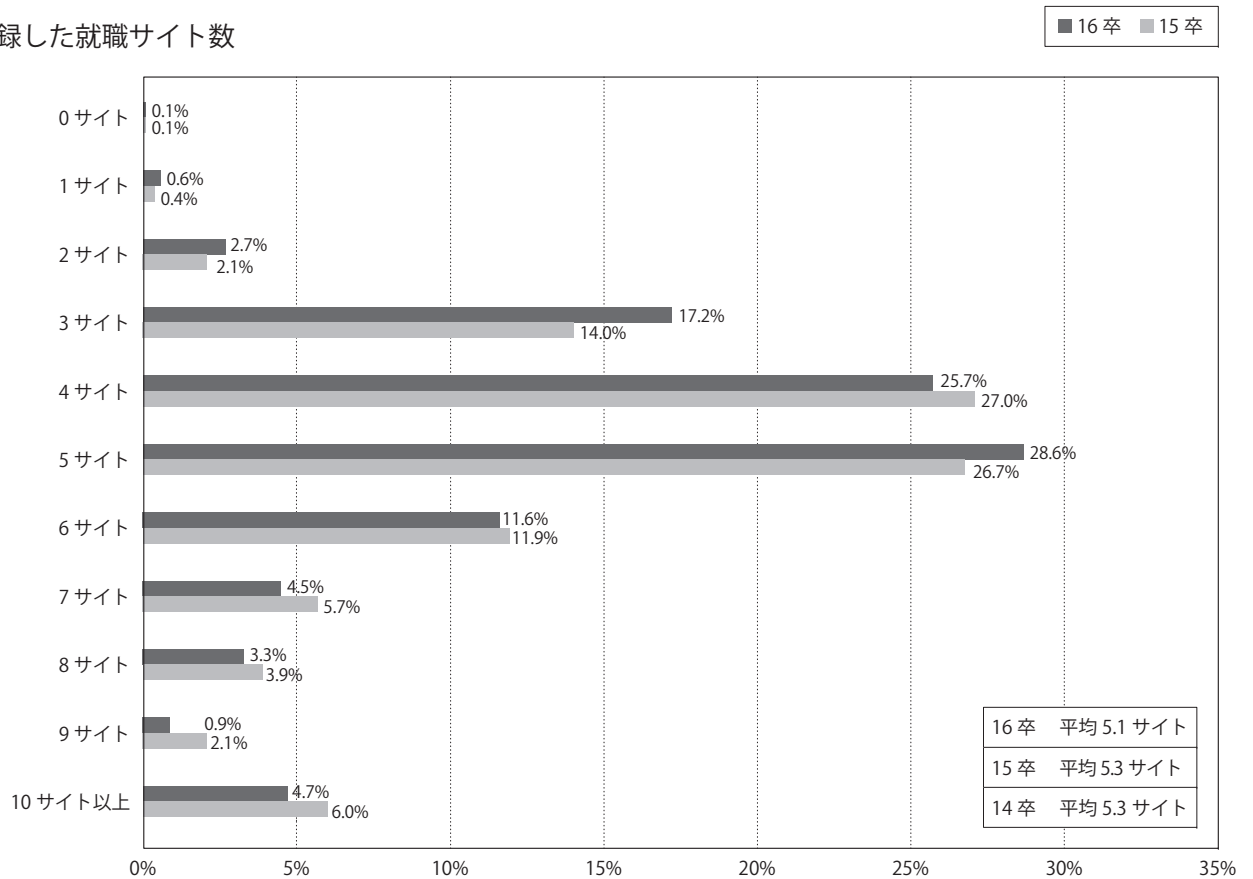
た学生は 12.3 ポイント増加 (15 卒 65.3%→16 卒 77.6%) しており、全体としては早期から考え始める学生が多かったといえる。就職活動を考えるきっかけは、昨年まで最も多かった「大学でのガイダンス」(15 卒 53.9%→16 卒 43.3%) に代わって「就職サイト」(15 卒 44.4%→16 卒 43.7%) が 1 位になった。大幅に増加しているのは「インターンシップ」(15 卒 13.9%→16 卒 21.7%) だ。各社サイト等を通じて 6 月からインターンシップの情報を提供し始めたことも影響していると考えられる。

# DATA. 02 就職サイト登録

## ■ 就職サイトに登録を始めた時期



## ■ 会員登録した就職サイト数



**就職サイト登録開始時期は、月別では3月にピーク。  
登録サイト数は微減の5.1サイト。**

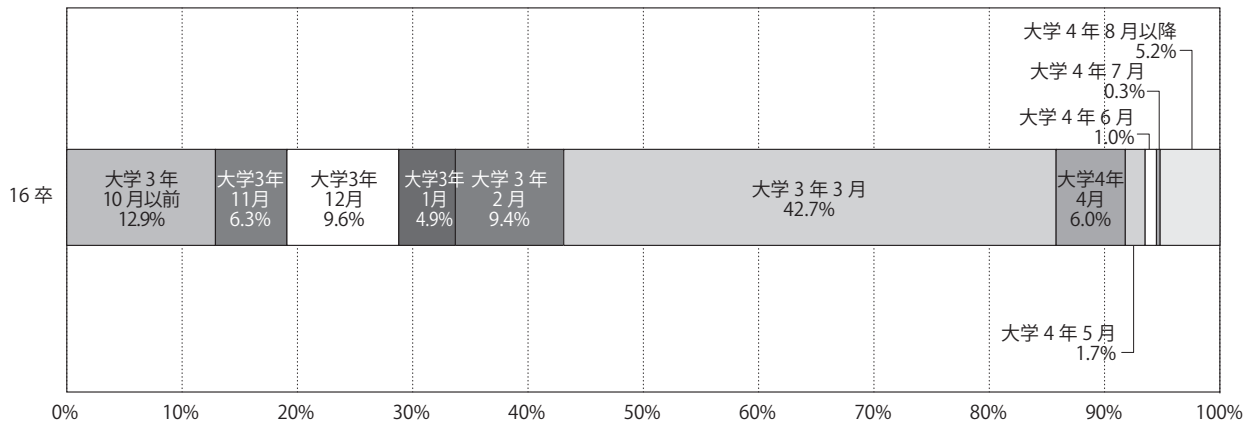
就職サイトに登録を始めた時期は、大学3年3月が18.3%ともっとも多く、例年同様採用広報の開始時期がピークとなった。大学3年10月以前の登録は、15卒の46.3%に対して16卒42.5%と、3.8ポイントの減少に留まった。早期から登録を行う学生が見られる一方で大学4年生4月以降の登録も8.9%みられた。

登録した就職サイト数の平均は15卒の5.3に対して16卒は5.1と微減した。登録サイト数の順位で見ると15卒の1位4サイト(27.0%)、2位5サイト(26.7%)から、16卒では1位5サ

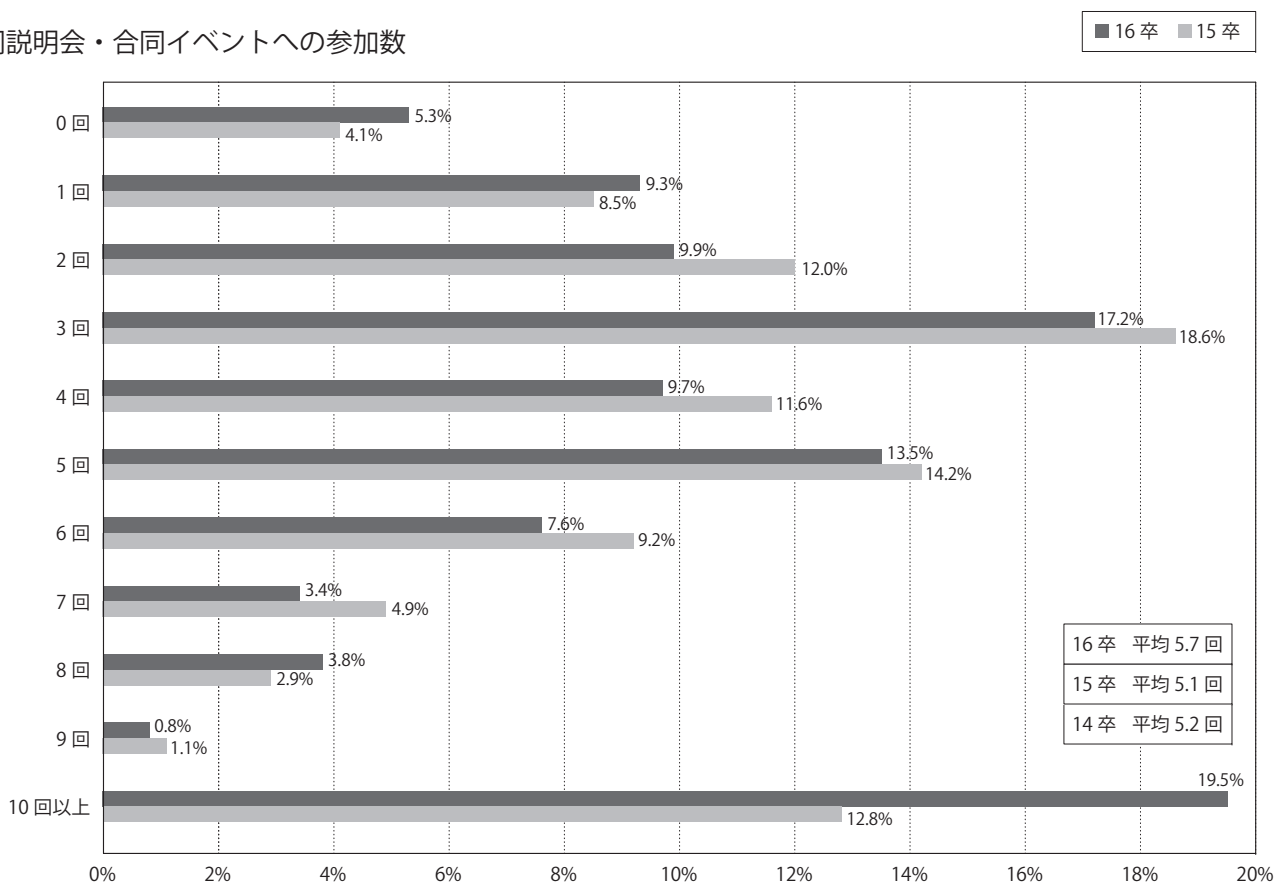
イト(28.6%)、2位4サイト(25.7%)と逆転している。10サイト以上の多数登録学生が減少(15卒6.0%→16卒4.7%)している一方で3サイト以下の学生が増加(15卒16.6%→16卒20.6%)するなど、売り手市場で状況を楽観視した学生が多かったといえるだろう。

# DATA. 03 合同イベント参加

## ■ 合同説明会・合同イベントに最初に参加した時期



## ■ 合同説明会・合同イベントへの参加数



## 🔍 合同イベントには採用広報解禁以前に4割超が参加。一人あたりの参加平均数も5.7回と増加。

合同イベントへの参加開始時期は、大学3年3月が42.7%と採用広報解禁時期に一極集中する結果となった。一方で大学3年10月以前の12.9%をはじめ、採用広報スタート前の大学3年2月までに43.1%と半数近くの学生が合同イベントに参加している。これは、インターンシップやキャリア形成イベントなどに学生が興味をもって、早い時期から積極的に参加したためと思われる。

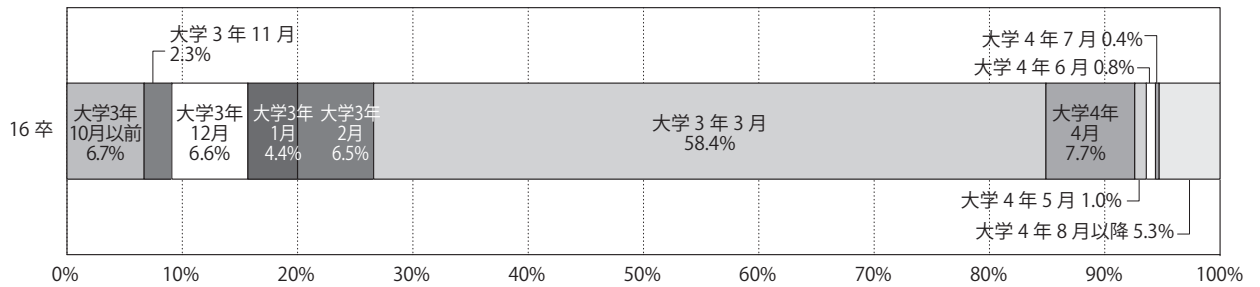
学生一人あたりの平均参加数は、13卒以来微減傾向にあった

が16卒では5.7回と増加に転じた。参加回数が最も多かったのは3回(17.2%)、次いで5回(13.5%)、2回(9.9%)と15卒と順位は変わらないが、10回以上参加の積極的な学生が19.5%と15卒の12.8%より大幅に増加している。16卒では3月の採用広報解禁から8月の選考スタートまで5カ月間と従来から1カ月長くなったことが影響していると思われる。

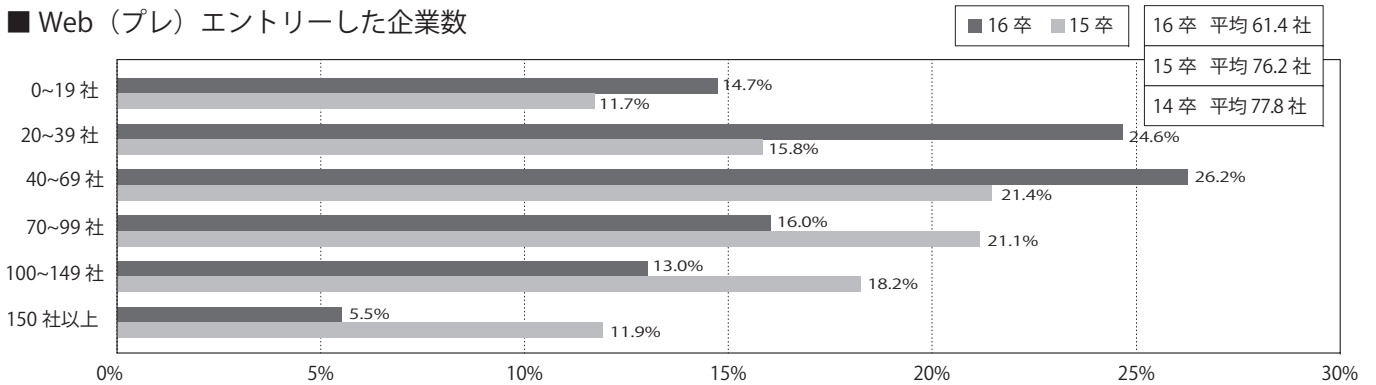


# DATA.04 企業エントリー

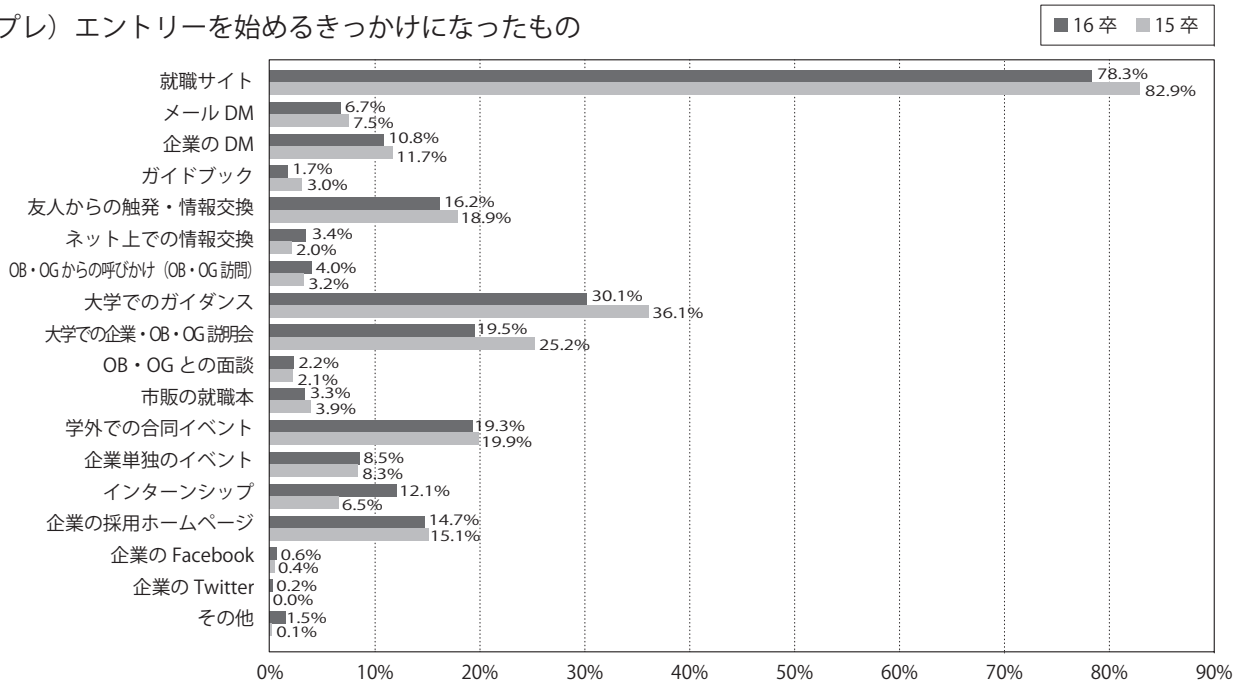
## ■ 企業への Web（プレ）エントリーを始めた時期



## ■ Web（プレ）エントリーした企業数



## ■ Web（プレ）エントリーを始めるきっかけになったもの



## Web（プレ）エントリー企業数は大幅減。 エントリー社数の絞り込みが鮮明に。

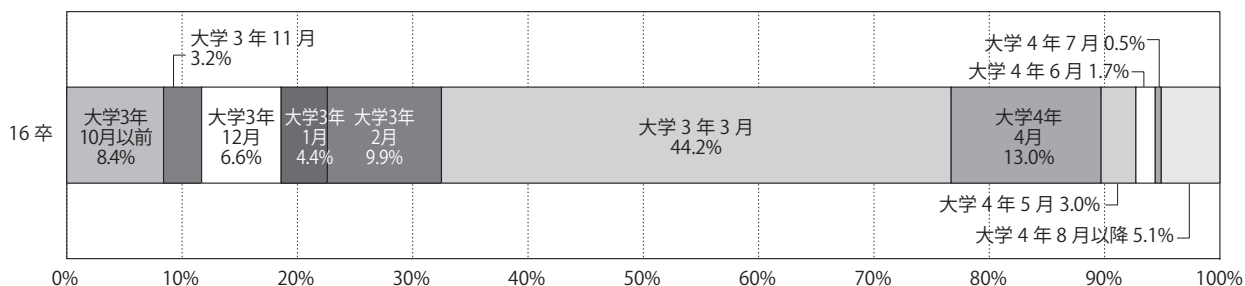
企業への Web（プレ）エントリー開始時期は、15 卒 12 月の 73.4% に対して、16 卒では 3 月 58.4% と企業の採用広報開始時期への一極集中は緩和した。15 卒では採用広報解禁前にプレエントリーを行った学生は 10% 未満だったが、16 卒では 26.5% と 4 分の 1 以上の学生がプレエントリーを行っている。

エントリー企業数の平均は、14 卒 77.8 社、15 卒 76.2 社に対して 16 卒は 61.4 社と大幅に減少。1 位は「40～69 社」（26.2%）と変化はないが、2 位は「70～99 社」（15 卒 21.1%→16 卒 16.0%）から「20～39 社」（15 卒 15.8%→16 卒 24.6%）に減少した。また、

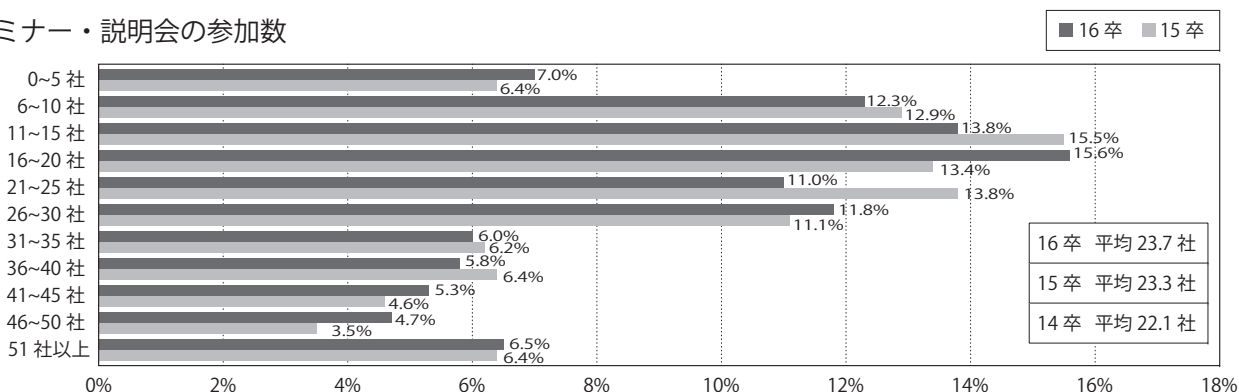
「150 社以上」が半減（15 卒 11.9%→16 卒 5.5%）する一方で「0～19 社」という少数エントリー派が増加（15 卒 11.7%→16 卒 14.7%）した。売り市場でエントリー社数を絞り込む傾向が鮮明となった。

エントリーを始めるきっかけになったものは、就職サイトが 78.3% で他を圧倒している。スケジュール変更の影響か、2 位大学でのガイダンス、3 位大学での企業・OB・OG 説明会は昨年から減少した。

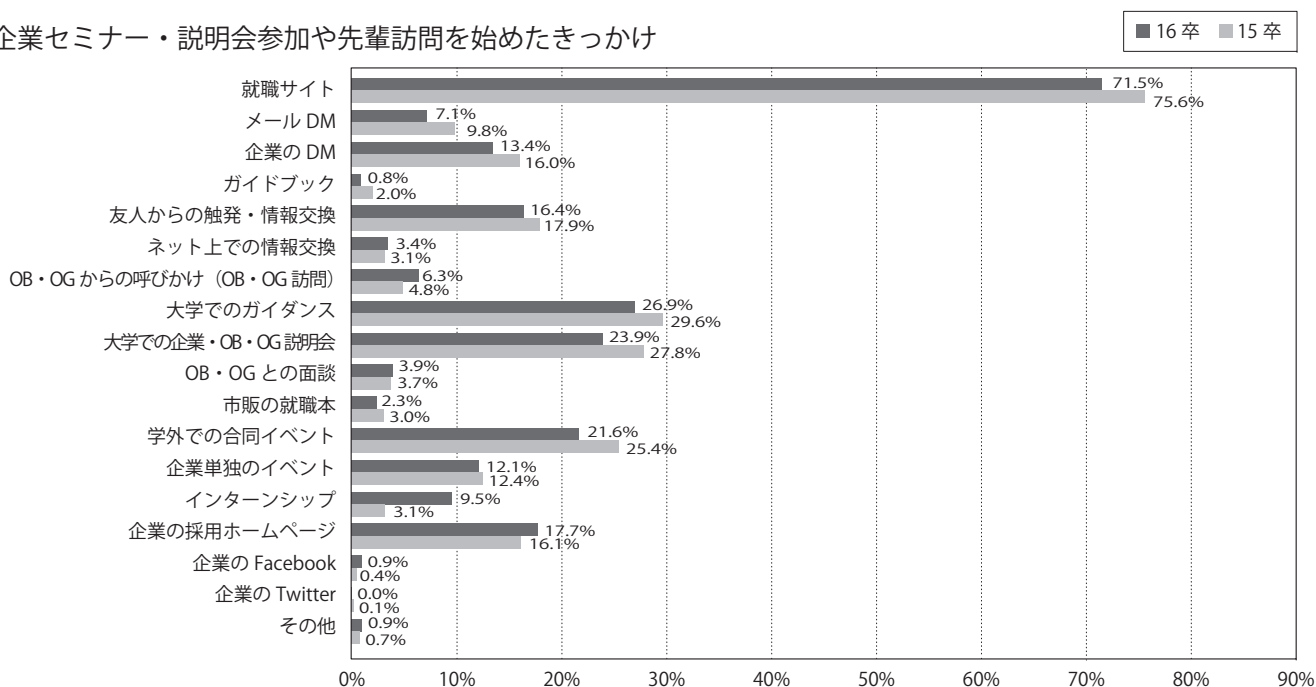
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 企業セミナー・説明会の参加数



■ 企業セミナー・説明会参加や先輩訪問を始めたきっかけ



**企業セミナー・説明会平均参加数はプレエントリーに反して増加。参加のきっかけは採用ホームページとインターンシップが増加。**

企業セミナーへの参加時期も、エントリーと同様の傾向が見られた。採用広報解禁時期への一極集中が弱まる (15卒 12月 46.2%→16卒 3月 44.2%) 一方で、解禁前への参加は 15卒 17.5%から16卒 32.5%と15ポイントも増加した。

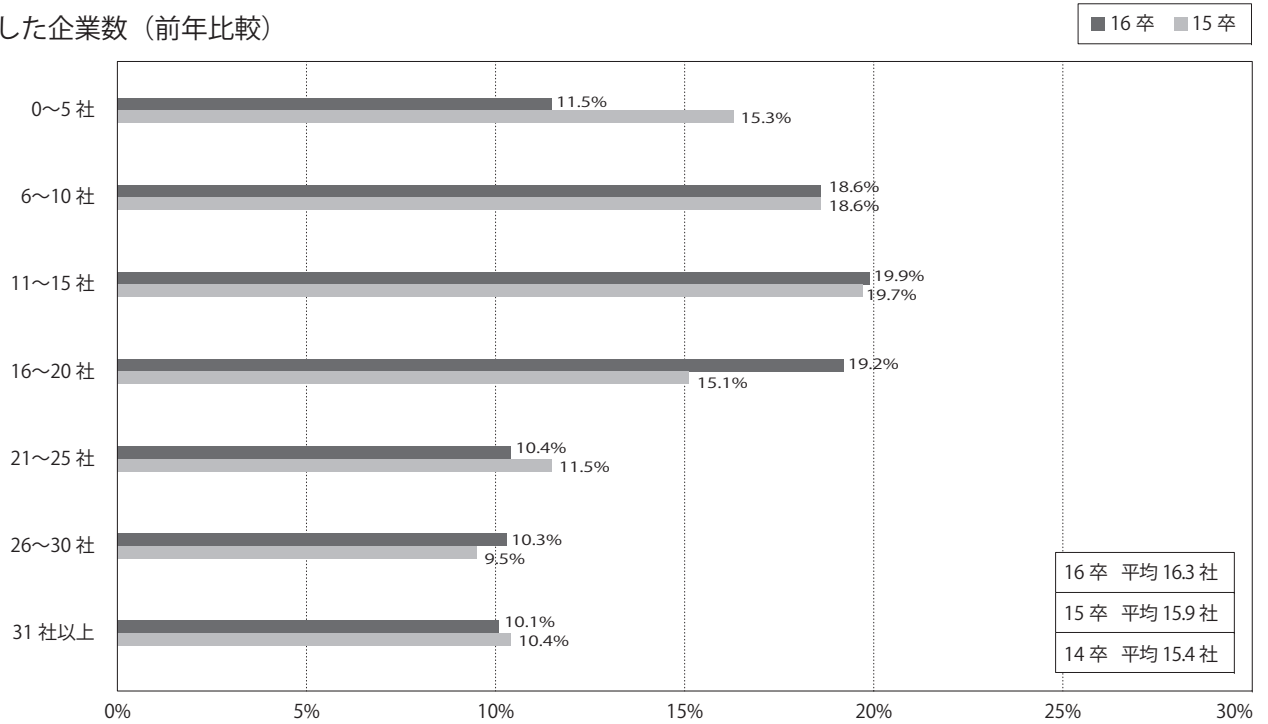
平均参加数は、15卒 23.3社から16卒 23.7社と増加。参加数の1位も15卒の「11～15社」(15.5%)から16卒は「16～20社」(15.6%)となったほか、41社以上のセミナーに参加した積極派は15卒 14.5%から16卒 16.5%と増えている。これは、広報期間が前年より1カ月間延びたことに加えて、エントリーを絞り込ん

で、志望企業のセミナーに複数回参加したためと推察される。

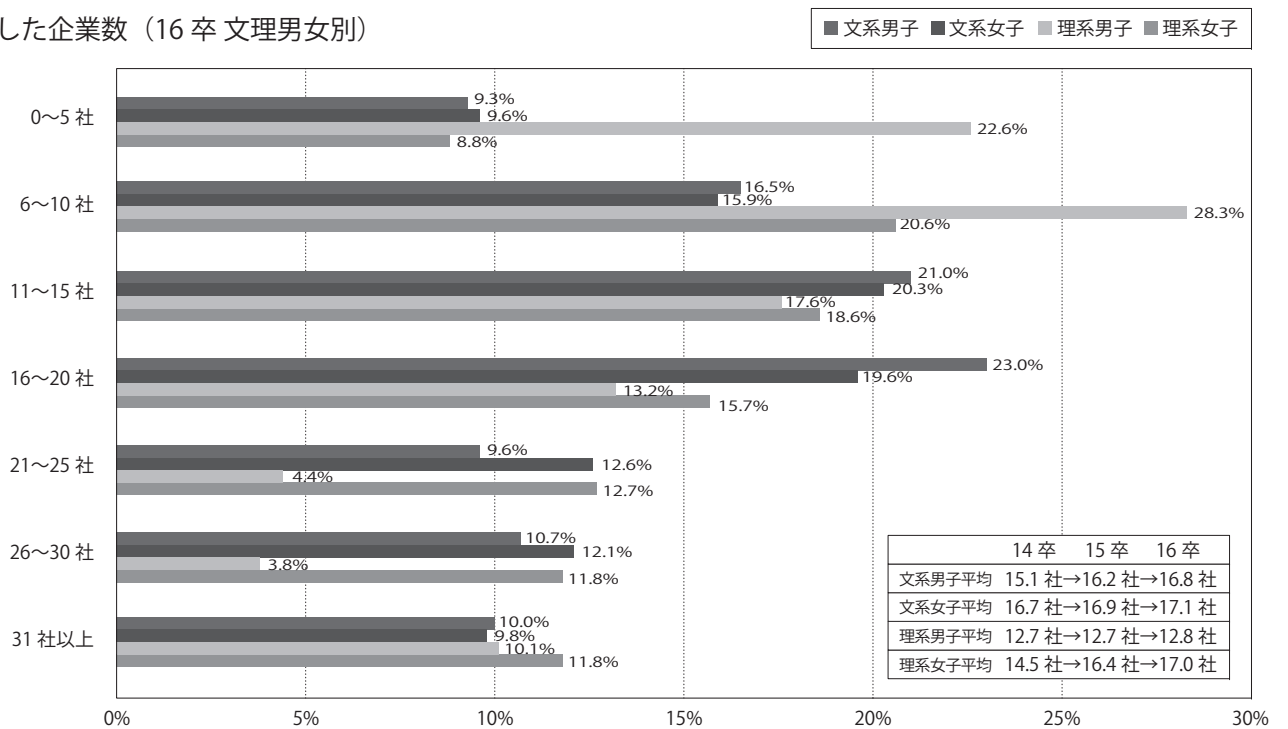
セミナー参加のきっかけは、就職サイトが群を抜いて高く (71.5%) 全体的なトレンドに変化はないものの、いずれの項目も減少傾向にあるなかで、インターンシップと企業の採用ホームページが増加しているのが目を引く。企業が早いタイミングで学生との接触を図り、セミナーへと呼び込んでいる状況がうかがえる。

# DATA. 06 受験した企業数

■ 受験した企業数（前年比較）



■ 受験した企業数（16卒文理男女別）



**受験企業数の平均は微増。  
文理男女別では理系男子の絞り込みが顕著に。**

学生の受験社数の平均は、16.3社で14卒 15.4社、15卒 15.9社から微増傾向が続いている。

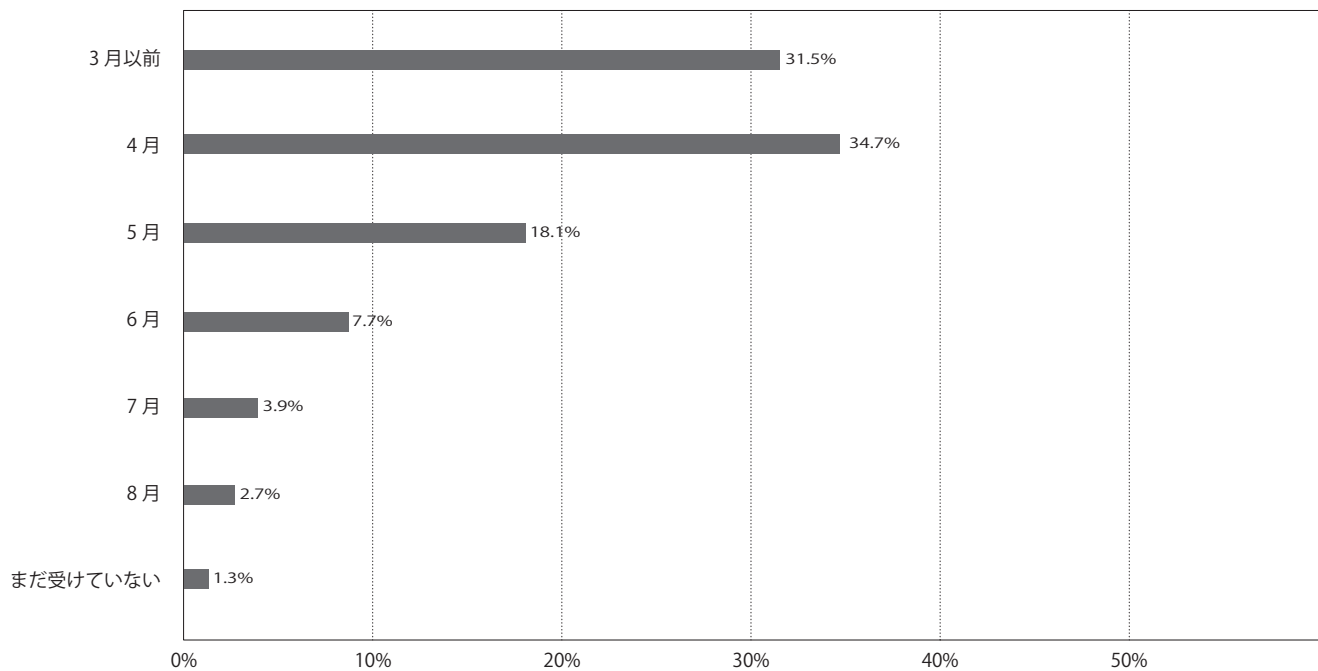
受験社数では、1位は「11～15社」(15卒 19.7%→16卒 19.9%)と変わらないものの2位は「16～20社」(15卒 15.1%→16卒 19.2%)3位は「6～10社」(15卒、16卒ともに 18.6%)と逆転した。一方で「0～5社」の少数派が15卒の15.3%から11.5%に減少するなど、全体に受験社数は増加したといえる。

文理男女別では、「文系男子」(15卒 16.2社→16卒 16.8社)、「理

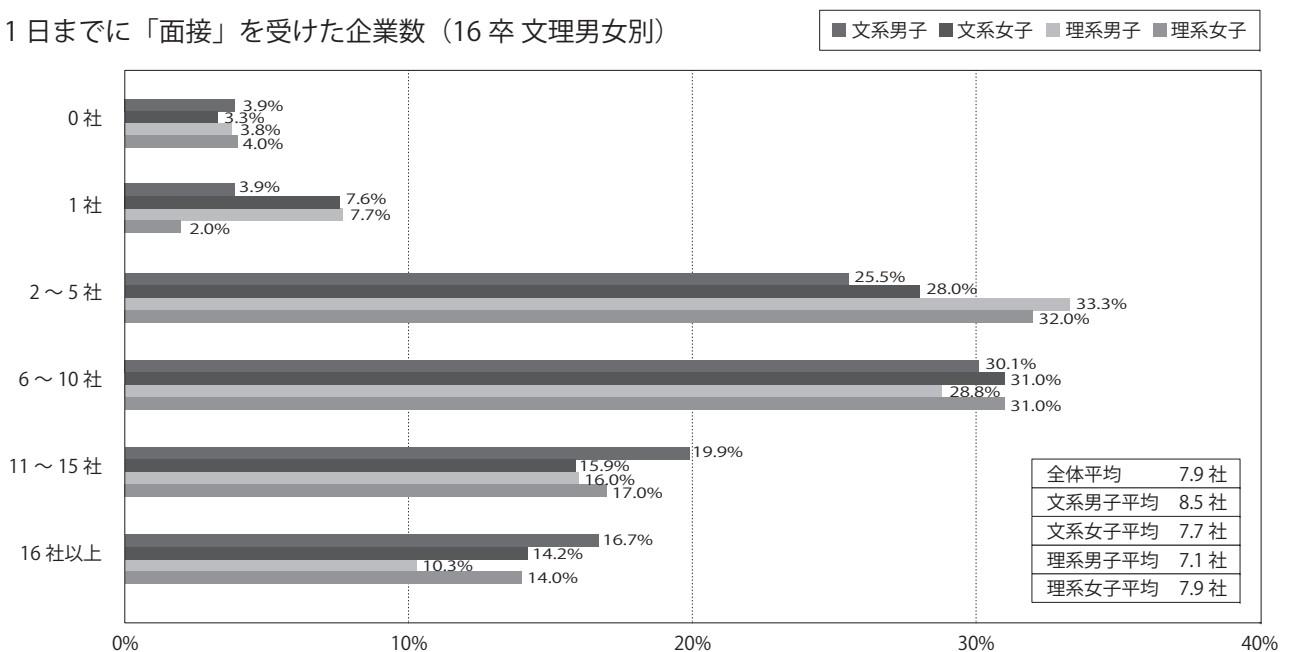
系女子」(15卒 16.4社→16卒 17.0社)が大幅に社数を伸ばしたほか、「文系女子」(15卒 16.9社→16卒 17.1社)といずれも17社近く受験している。「理系男子」は12.8社(15卒 12.7社)と微増ながらも、15卒では1位「11～15社」(25.4%)から16卒では1位「6～10社」(28.3%)、2位「0～5社」(22.6%)と10社未満の受験学生が過半数となり、受験企業を絞り込む傾向が顕著にみられた。



## ■ 初めて「面接」を受けた時期



## ■ 8月1日までに「面接」を受けた企業数（16卒文理男女別）



初めての面接は4月が最多。

8月1日以前に受験企業の半数で面接を受ける。

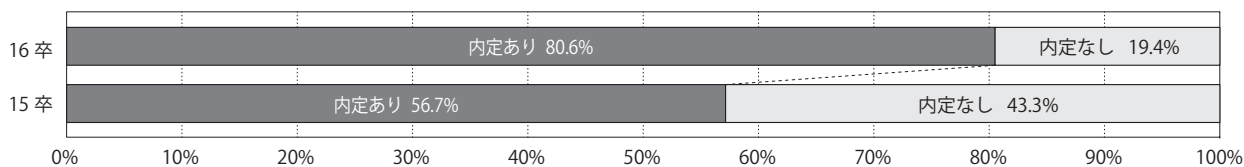
今年度の調査より面接を受けた時期を設問としたが、採用選考解禁時期の8月に初めて面接を受けた学生はわずか2.7%。まだ面接を受けていない学生を含めても4.0%に過ぎず、ほとんどの学生がそれ以前に面接を受けていることが分かった。1位が4月(34.7%)、2位は3月以前(31.5%)次いで5月(18.1%)と、かなり早期から選考活動が実施されていることがうかがえた。さらに、8月1日までに「面接」を受けた企業数を尋ねたところ、平均が7.9社と平均受験社数16.3社(DATA.06)のほぼ半数に上っ

た。受験した企業の約半分で選考解禁前に「面接」を受けている実態が浮かび上がった。

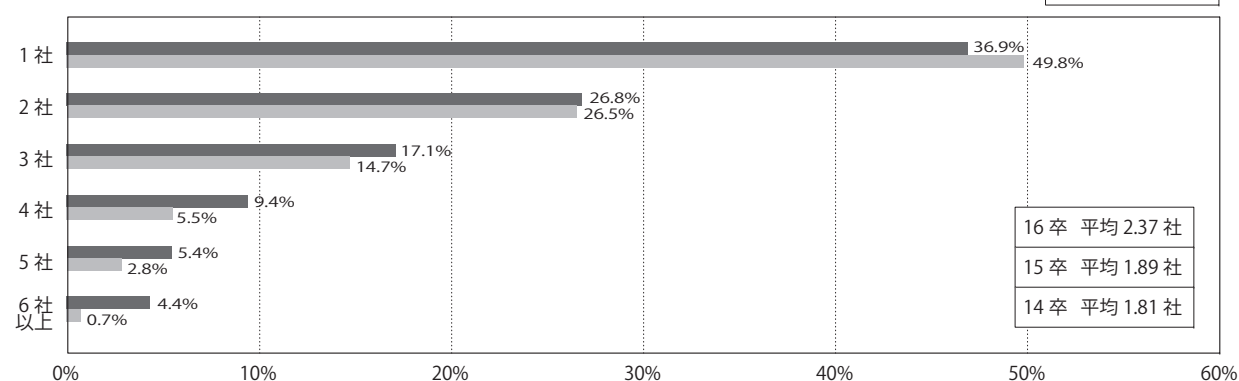
文理男女別に見てみると、8月1日までに面接を受けた企業数は文系では「6～10社」(文系男子30.1%、文系女子31.0%)が最も多く、理系の「2～5社」(理系男子33.3%、理系女子32.0%)を上回った。平均受験社数では1位が「文系男子」で8.5社、2位が「理系女子」の7.9社、「文系女子」7.7社「理系男子」7.1社と続いた。

# DATA. 08 獲得した内定数

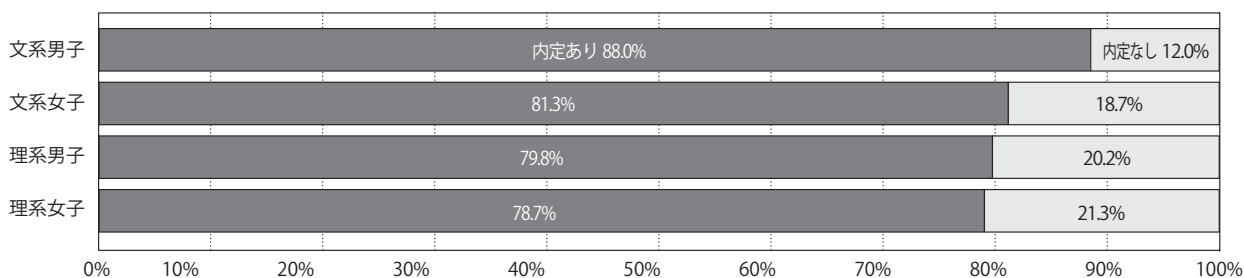
## ■ 内定の有無



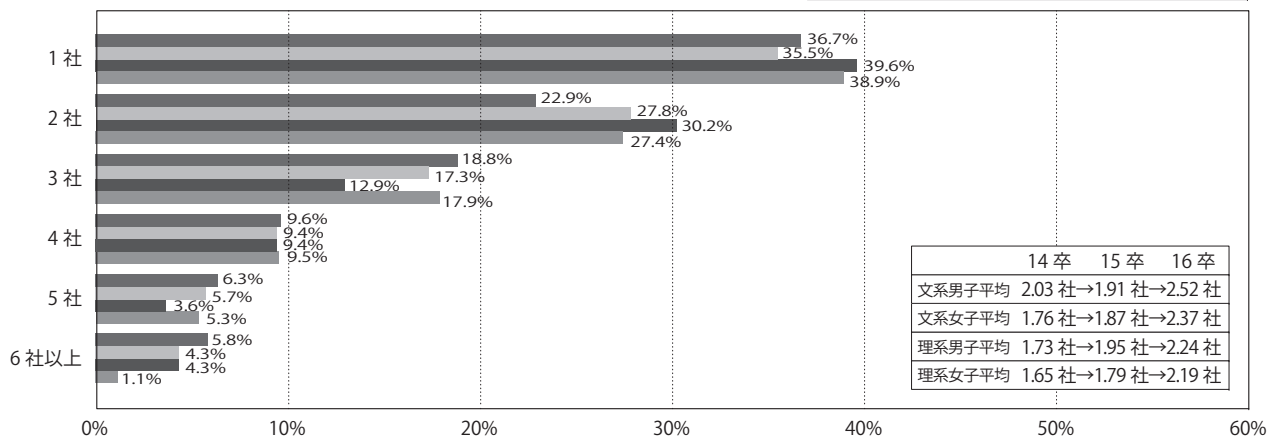
## ■ 内定した企業数（前年比較）



## ■ 内定の有無（16 卒 文理男女別）



## ■ 内定した企業数（15 卒 文理男女別）

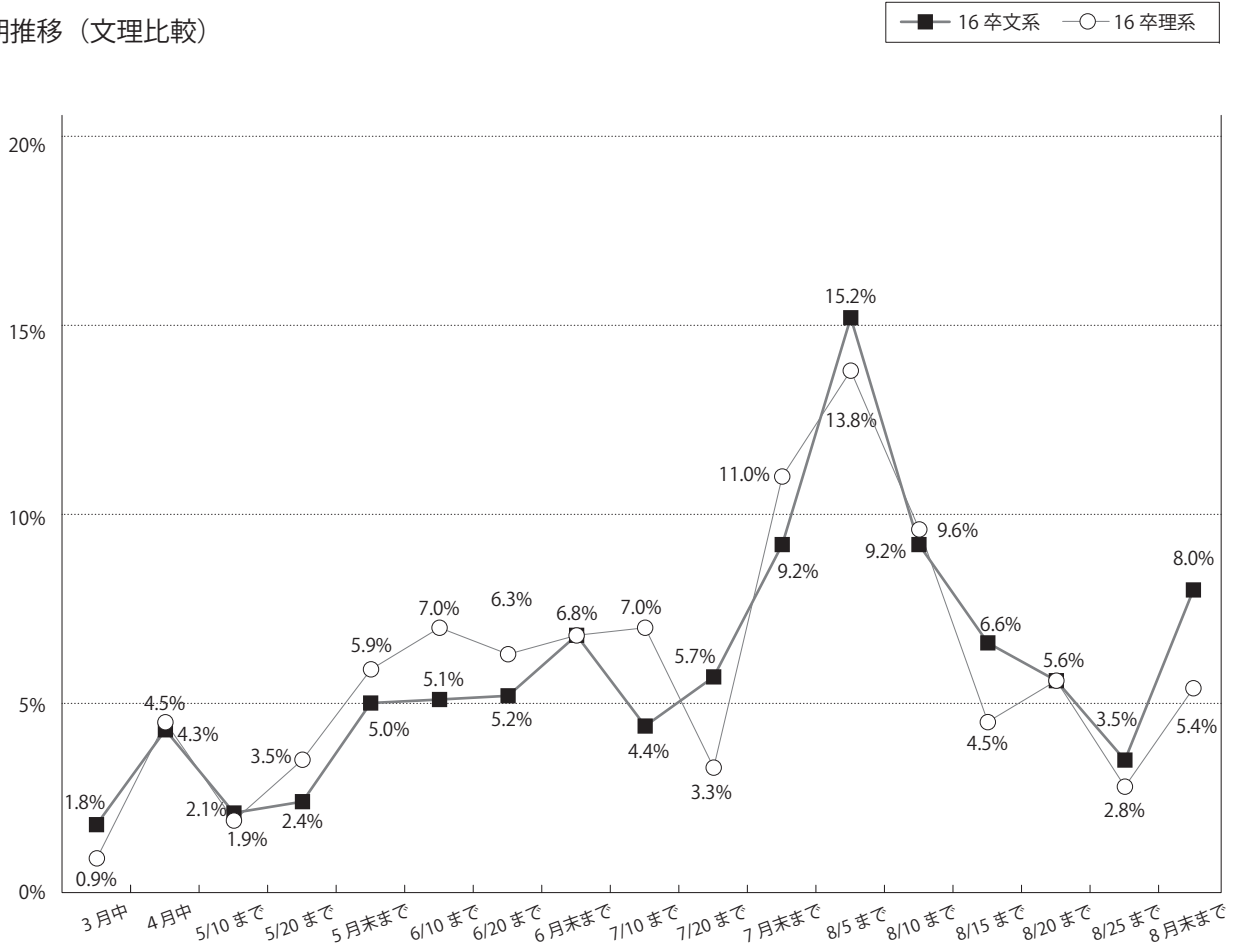


「内定あり」は 8 割以上に。  
4 社以上内定も 2 割弱と重複内定も増加。

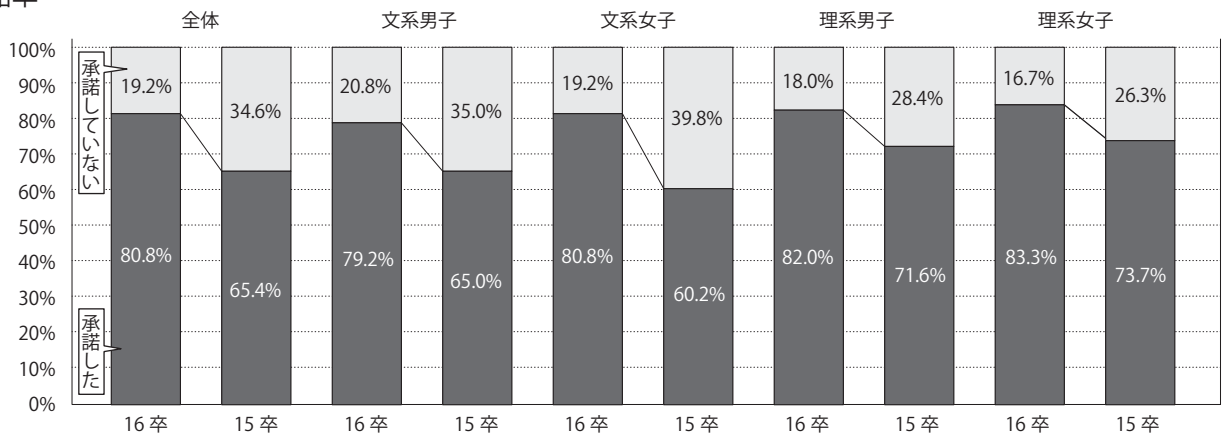
内定の有無では、「内定あり」が15卒の56.7%から16卒では80.6%と大幅に増加した。学生が獲得した内定企業数の平均でも16卒は2.37社で、14卒1.81社、15卒1.89社から大きく増加。大半の学生が内定を獲得し、平均獲得社数が2社以上と超売手市場の実態を裏付ける結果となった。また、内定した企業数は「1社内定」が15卒49.8%から16卒36.9%と大幅に減少する一方で、4社以上の内定を獲得している学生が、15卒の9.0%から16卒では19.2%と10ポイント以上増加するなど、学生にとって恵まれた採用状況がここでも裏付けられた。

内定した企業数の平均を文理男女別にみると、1位は「文系男子」2.52社(15卒1.91社)、2位が「文系女子」2.37社(15卒1.87社)、3位が「理系男子」2.24社(15卒1.95社)、4位「理系女子」2.19社(15卒1.79社)といずれも2社を超え、全ての層で内定社数は増加している。

■ 内定時期推移 (文理比較)



■ 内定承諾率



内定獲得時期は文理とも「8月5日まで」がピーク。  
内定承諾率は全体の8割以上に。

内定獲得の時期は、採用選考が解禁された8月1週目の「8月5日まで」が文系15.2%、理系13.8%で最も高くなったが、全体では7月末までに文系が52.0%、理系では58.1%の学生が内定を獲得。多くの企業で解禁前に採用選考に踏み切った様子が見取れる。また例年であれば内定の集中するピーク以降は徐々に収束していくが、文理ともに「8月末まで」でポイントが上昇しているのも今年の特徴だ。

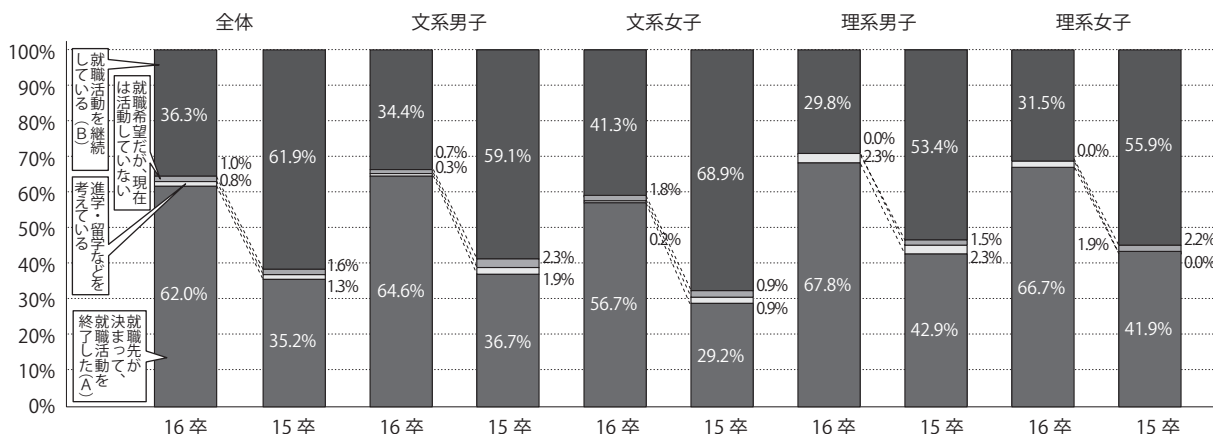
また内定承諾率も、15卒の65.4%から16卒では80.8%と大

幅に上昇した。文理男女別でも「文系男子」は79.2%と唯一8割を割っているが、15卒の65.0%からは14.2ポイントの上昇。「理系女子」83.3% (15卒73.7%)、「理系男子」82.0% (15卒71.6%)と10ポイント以上上昇し、文系女子に至っては15卒の60.2%から16卒では80.8%と20ポイント以上の上昇となった。

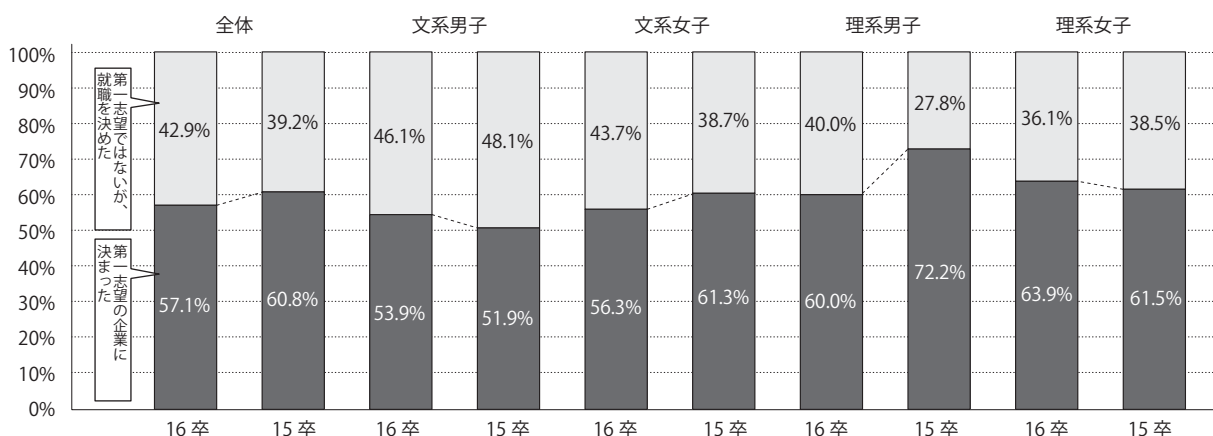
内定の獲得時期のデータと併せて考えると16卒では8月末までにほぼ就職活動が終わり、学生にとってそれなりに満足できる内定を獲得できたことをうかがえる結果となった。

# DATA. 10 就職活動進行状況

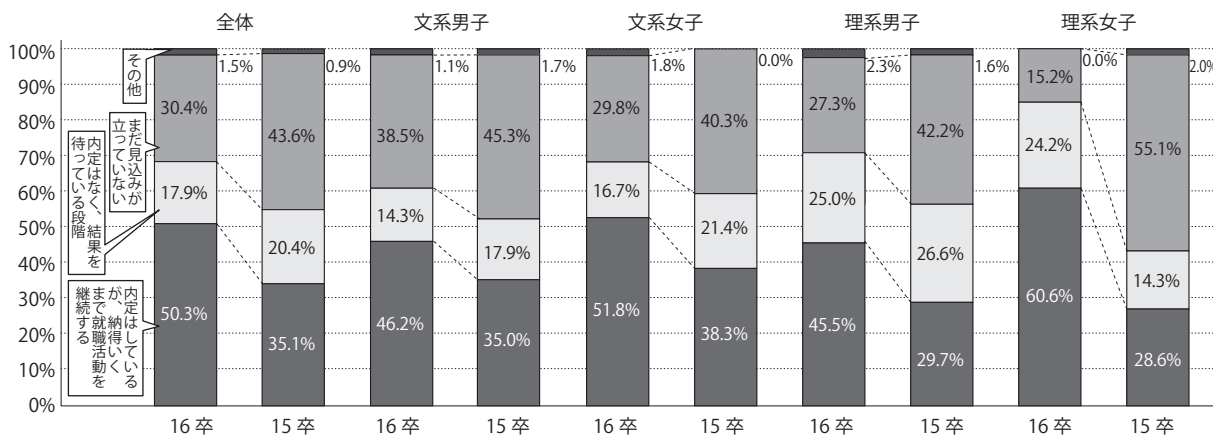
## ■ 8月中旬時点の学生の就職活動進行状況



## ■ 就職決定学生 (A) の状況 (第一志望率)



## ■ 就職活動継続学生 (B) の状況



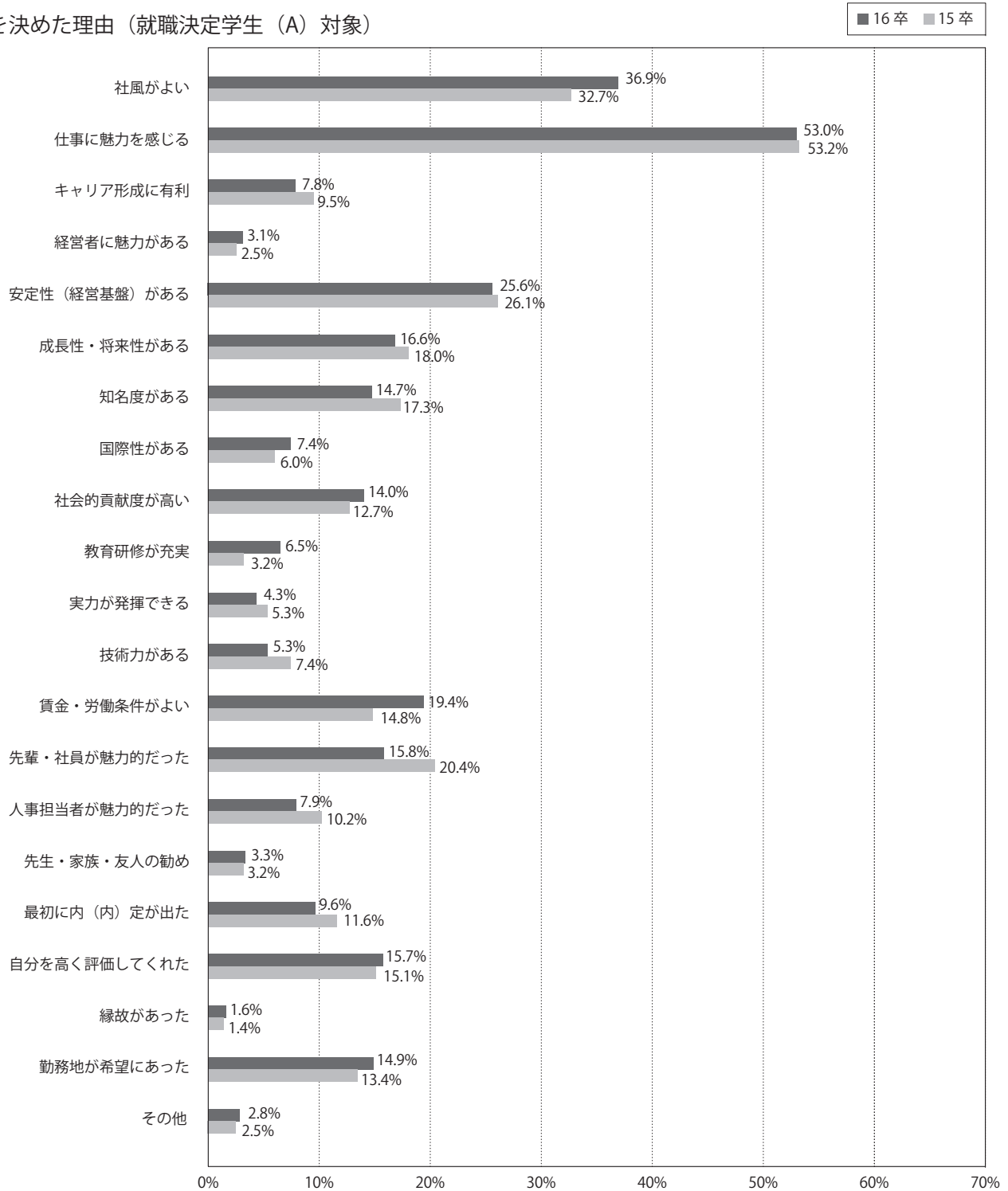
**就職先が定まって活動終了は62.0%。継続は4割以下と例年と逆転。**

例年調査実施時点では6~7割の学生が就職活動を継続しているが、16卒では就職活動を終了した学生が62.0%と活動継続学生(36.3%)と逆転した。なかでも理系の終了比率は高く、7割近く(理系男子67.8%、理系女子66.7%)に達している。就職先を決めた学生の第一志望率では、文系男子と理系女子で若干15卒を上回っているものの、全体では60.8%から57.1%へと低下した。

就職活動を継続している学生のうち「まだ見込みが立っていない」学生は、10ポイント以上減少(15卒43.6%→16卒30.4%)。約半数の学生が内定を持ちながら就職活動を続けていることも今年の特徴だ。なかでも目を引くのが理系女子で、6割以上の学生が内定を持ちながら就職活動を継続している。とくに15卒理系女子で「まだ見込みが立っていない」学生が過半数(55.1%)だったのに対して、16卒では15.2%まで劇的に減少。「リケジョ人気」が理系女子の就職活動を後押ししていることをうかがわせる結果となった。

「リケジョ人気」が理系女子の就職活動を後押ししていることをうかがわせる結果となった。

■ 入社を決めた理由（就職決定学生（A）対象）



全体的傾向は15卒と変わらず。  
賃金・労働条件、社風への評価がアップ。

入社を決めた理由は、1位が「仕事に魅力を感じる」、2位が「社風がよい」、3位が「安定性（経営基盤がある）」と全体的には例年とほぼ同じ傾向が見られた。

しかし、細部では売り市場の特色がよりクローズアップされる結果となっている。「賃金・労働条件がよい」は15卒の14.8%から16卒19.4%と4.6ポイント、「社風がよい」も15卒32.7%から16卒36.9%と4.2ポイント増加している。

これは「やりたい仕事」という観点だけでなく、「どういふ会社を選択するか」という意識の変換が見て取れる。バブル期にも同様の傾向があったが、今回の売り手市場で、学生の意識が「就職」から「就社」にシフトしてしまうのか、今後を注視したい。



# DATA. 12 インターンシップ

## C O L U M N

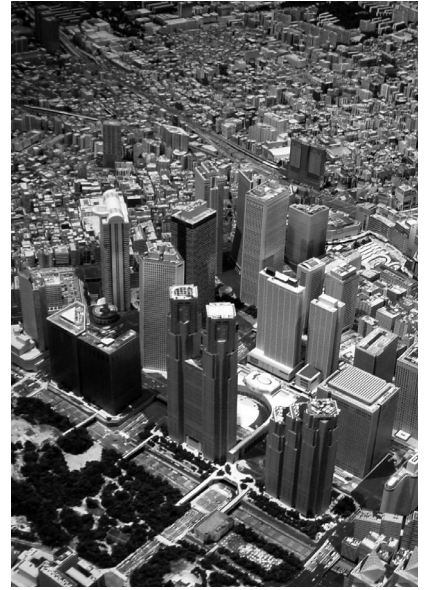


学生のインターンシップへの参加状況を見ると、参加した学生が約6割で、参加しない学生が4割と15卒とは逆転した。参加回数では、1回しか参加していない学生が15卒63.4%から16卒43.4%と半数を下回る一方で、2回参加が前年より5.2ポイント、3回参加が1.8ポイント、4回参加が4ポイント、5～10回が7.7ポイントと複数回参加している学生が増える傾向が顕著にみられた。

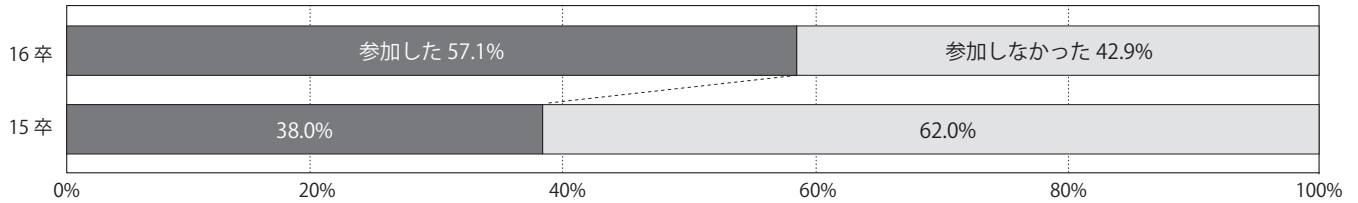
インターンシップへの参加理由では、前年1位だった「社会に出る前に有益だと思ったから」(48.2%)に代わって「就職活動に有利だと思うから」が64.9%で1位に。「志望企業が募集していたから」が26.1%から35.3%へと10ポイント近くアップした。

一方参加しなかった理由では、「インターンシップそのものに興味がなかった」学生は前年とほぼ同率だったが、「日程が合わなかった」学生が15卒30.9%から16卒では35.9%と5ポイントも上昇している。

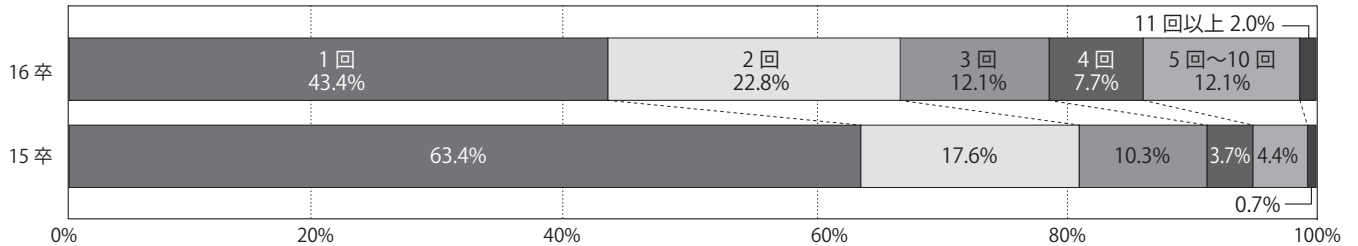
インターンシップに対する積極さが目立つなかで、就職活動への影響を尋ねたところ、インターンシップへの参加経験が「入社企業の選択に影響した」学生は72.7%と大半を占める一方で、インターンシップ参加企業への入社を決めた学生はわずか14.8%となった。



### ■〈学生アンケート〉インターンシップに参加しましたか？

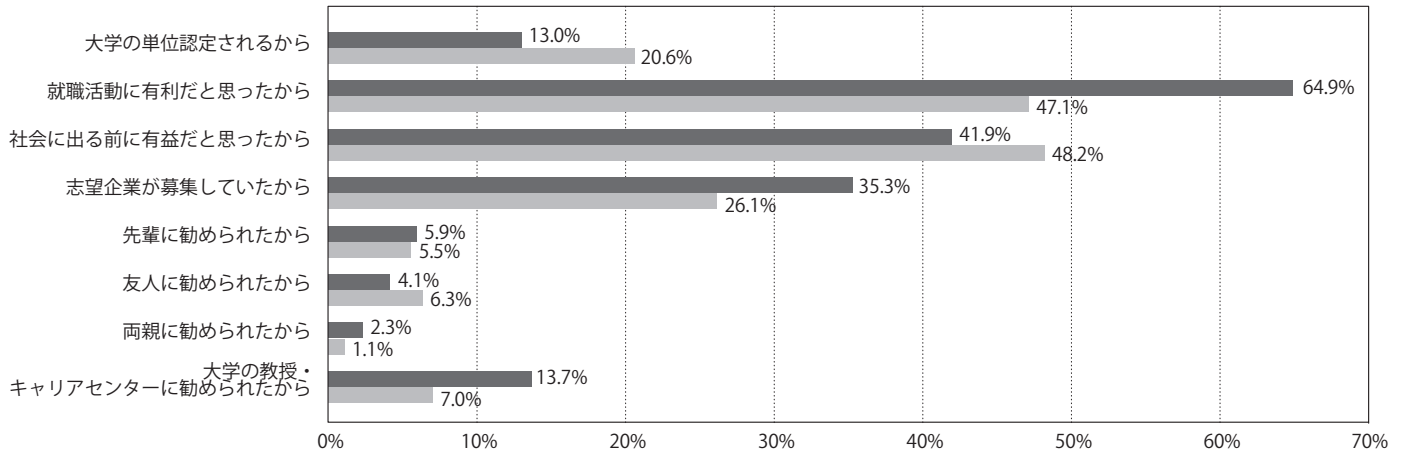


### ■〈学生アンケート〉参加回数

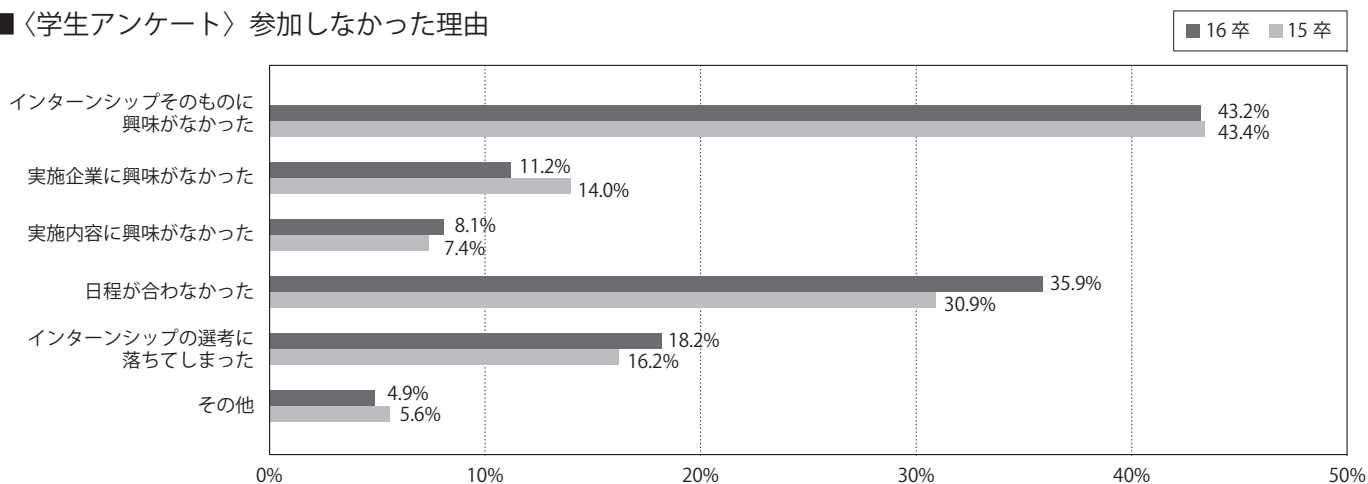


### ■〈学生アンケート〉参加の理由

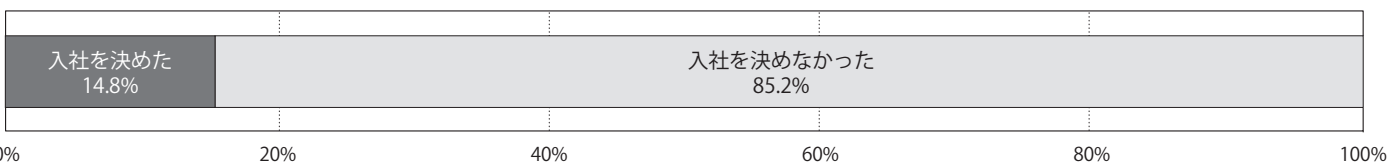
■ 16卒 ■ 15卒



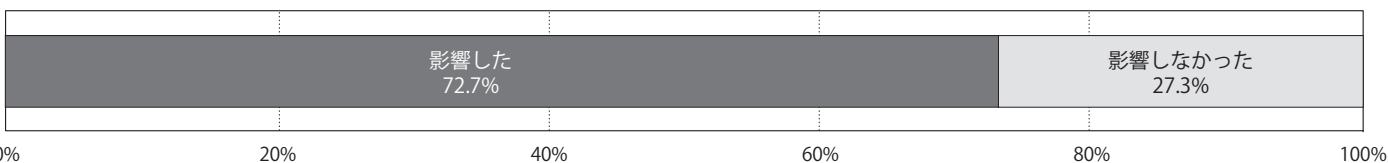
## ■〈学生アンケート〉参加しなかった理由



## ■〈学生アンケート〉インターンシップに参加した会社に入社を決めましたか？



## ■〈学生アンケート〉インターンシップに参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？



## ■〈学生アンケート〉インターンシップの感想

◎業界全体の話から、その企業独自のものまで幅広く学ぶことができた。また、実際にどのような仕事をしているのかも知ることができ、仕事に対するイメージがわいてくる内容であったため、とても自分自身のためになった。

◎被災地企業の復興案の立案。内容が斬新で座学が豊富であったため勉強になった。

◎7日間実際に手荷物カウンターやゲートに入り社員の方と働く。実際の仕事ができるので志望度が非常に高まった。

◎クレジットカードビジネスにおけるビジネスモデルや収益構造を明確に理解した上で、就職活動の企業研究を深く実行できるきっかけとなった。

◎あまり学生と接点のない業界の仕事内容などを、レゴを用いたグループワークで体験した。業界理解もできたうえ、プラントの見学などもすることが出来、志望度が非常に上がった。また、普段では接することが出来ないプラント業界志望の学生と知り合うことが出来良い情報交換ができた。

◎4日間のインターンシップで会社について知識を深めた上で営業同行や、企画の立案、プレゼンなどを体験できた。また、最終日に社員の方と交流する場もあり、仕事について詳しく話を聞くことができた。

◎3年次夏と秋と冬と参加。毎回違った内容で、新店舗出店企画や販売促進提案、コーディネート提案など様々な模擬業務を行って興味深かった。

◎新商品の発案を行うグループディスカッションを通して、企業や業界を学び、かつ多くの就活生にとって苦手意識のあるグループディスカッションのトレーニングができた。

◎新規事業の立ち上げという、企画の仕事を体験した。夏はグループ、冬は個人で行ったがそれぞれ大変なことも学ぶこともたくさんあったので参加してよかった。入社後の姿が垣間見られたと思う。

◎商品の販売体験型インターンシップです。5日間、売上目標を達成させるためにはどうしたらいいかを考えて行動に移した。給料も出てやる気につながった。

◎システムエンジニアの仕事とは何かについて、約4時間近くグループワークを実施した。IT業界がパソコンに向かってただ働くイメージを覆した最初のきっかけになった。

◎専門的な分野の実務について詳しく知ることができ、より職種に興味を持ち、その職種を軸に就活を行う意志を固めることができた。ただ、参加してみて、インターンをしている職種に興味がないのなら行く必要はないと感じた。

◎就活支援講座と会社理解講座。数日日程が用意されていて1日で完結している。好きな内容の日を選んで受ける。小さい会社でそこまで知名度も高くないかもしれないが、採用担当の女性が熱心で情報提供量も多く有意義だった。ESの書き方講座が特に良かった。

◎グループワークで商品開発体験を行い、得票数が高いチームが賞品をもらえた。パッケージデザインを褒めていただき、私達のグループの意見が実際販売する商品に反映されたことが嬉しかった。

◎5日間で銀行の業務についてグループワークを通じて知るといふもの。最終日には銀行の新しいビジネスについて発表した。金融について全く知識のない私でも銀行の業務について理解を深めることができたので良かった。

◎長期だったため、実際に入社後イメージすることができた。だからこそ、この業界は違うと思った。業界を知れたこと、そして視野を広げることができたことが大きく得たもの。

◎生命保険は営業のイメージが強いが、その他の業務についてよく知ることができた。業界としての課題も知ることができ、それを踏まえた上で志望することができた。

一方で、企業側のインターンシップへの取組みは、どうだったのだろうか。

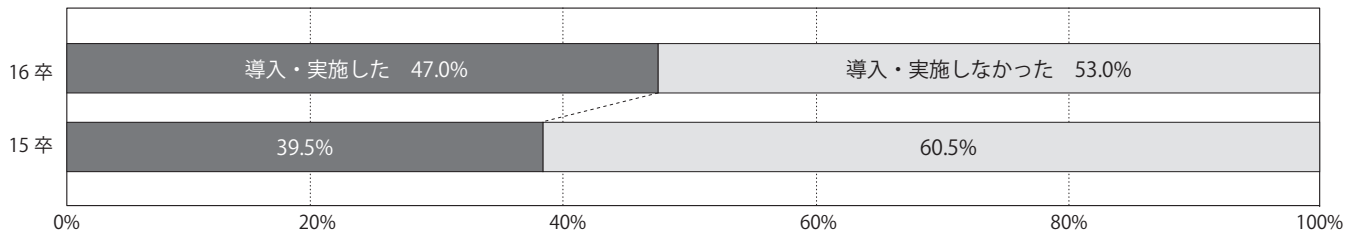
導入・実施企業は16卒47.0%と15卒から7ポイント以上アップして半数近くに達した。

導入企業の増加は、採用広報開始時期が後ろ倒しになったことも背景として考えられるが、インターンシップでの就職への優遇策の有無を尋ねたところ、約8割近い企業は優遇策を講じていないと回答。早期から業界や仕事、企業への理解を促進する狙いはあるものの、採用活動とは一線を引いている企業が多いようだ。

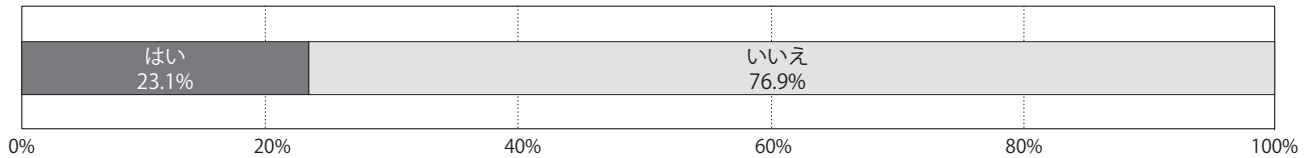
今後のインターンシップ導入について尋ねたところ、全体では「導入済み」「既の実施」「実施予定」「15年度より導入予定」のインターンシップ推進企業はほぼ60%に達しており、前年15卒(53.2%)より若干増加した。しかしながら、「未定」「導入予定なし」の企業は15卒と全く同率の28.3%で、その分「検討中」が減った。企業のインターンシップへの姿勢に二極化傾向が定着しつつあるのかもしれない。

この二極化傾向は、企業規模別にみるとより鮮明になった。従業員501名以上の企業では「15年度より導入予定」を含めた推進企業の合計は約75%あるにもかかわらず、従業員500名以下の企業では46.3%と半数にも届かなかった。企業のコメントでは「対応要員の不足」「受入れ現場の体制が整わない」「ノウハウがない」といった声が多く寄せられ、中堅・中小企業にとっては負担が大きいため実施できない企業が多いことをうかがわせる結果となった。

■〈企業アンケート〉インターンシップを導入・実施しましたか？

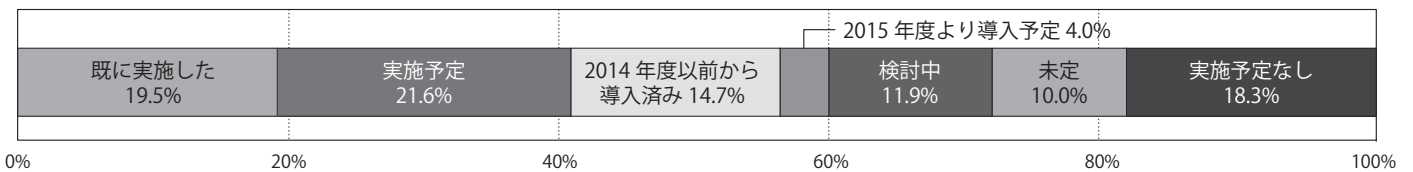


■〈企業アンケート〉インターンシップに優遇策を講じていますか？

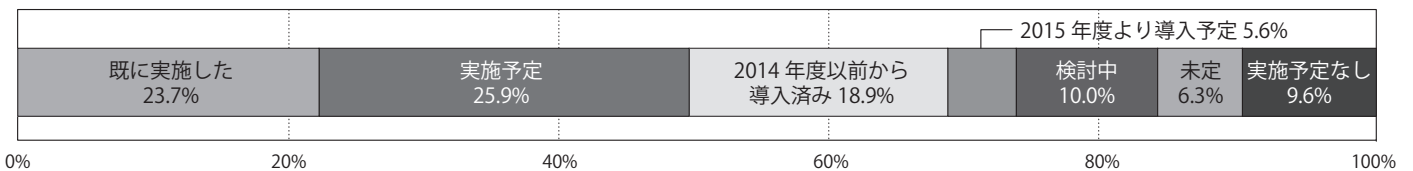


■〈企業アンケート〉2015年度のインターンシップ導入・実施予定

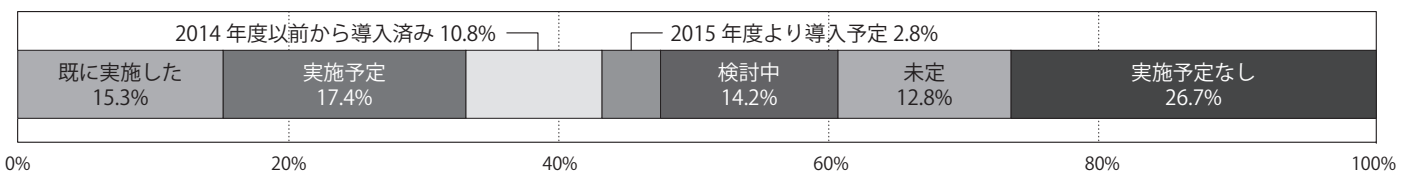
区分なし全企業



従業員501名以上の企業

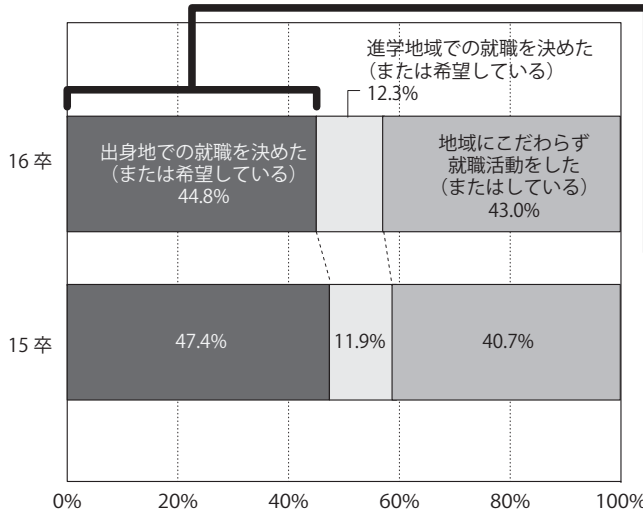


従業員500名以下の企業

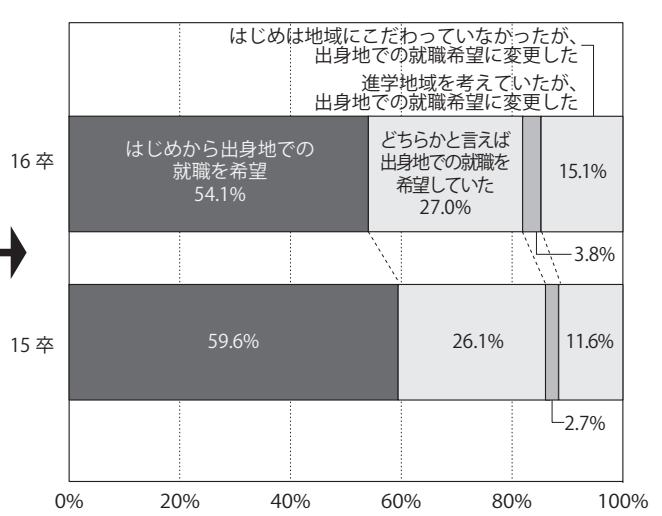


# DATA. 13 Uターン就職に関する意識

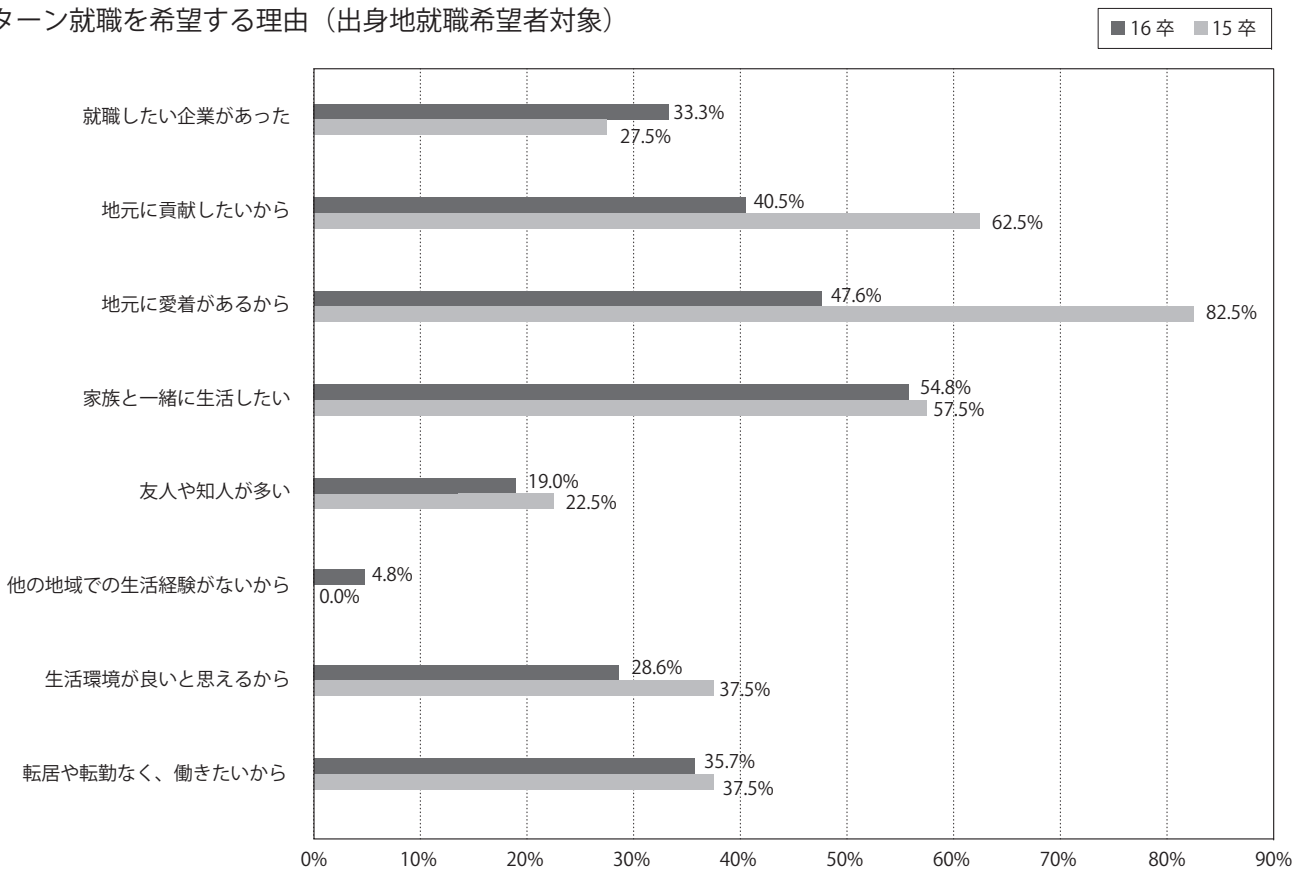
## ■ 学生の就職地域意識



## ■ 出身地就職希望者の意識変化



## ■ Uターン就職を希望する理由 (出身地就職希望者対象)



### Uターン志向は減少傾向。 出身地での就職を希望する理由も地元への愛着より企業選択を軸に。

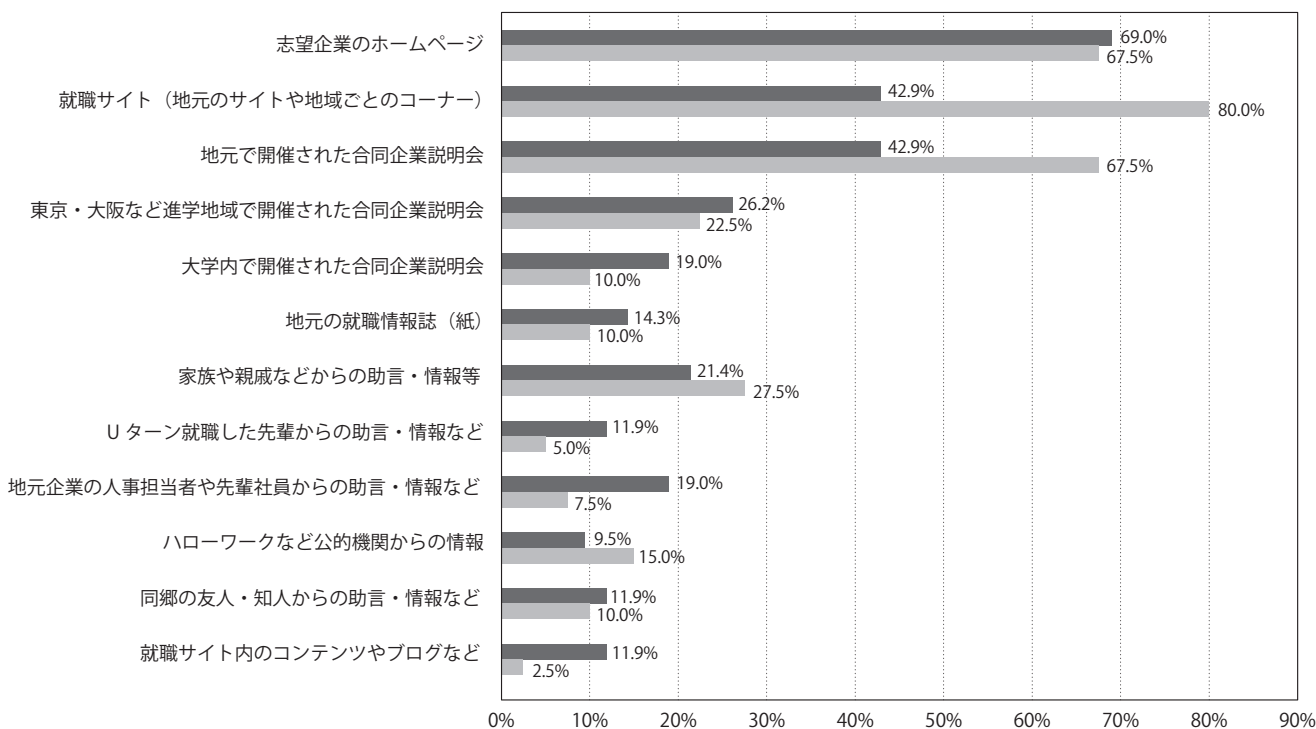
就職地域に関する意識調査では「出身地での就職を決めた (または希望している)」と答えた Uターン志向のある学生は、14 卒で 50.0% だったが、15 卒 47.4%、16 卒で 44.8% と年々減少し、「進学地域での就職を決めた (または希望している)」(12.3%)、「地域にこだわらず就職活動をした (またはしている)」(43.0%) の合計を下回った。就職環境の好転が進むなかで、Uターン志向の学生の割合は減少している。

出身地での就職を希望する理由については、「地元で愛着があるから」が 15 卒の 82.5% から大幅に減少して 47.6%。2 位だった「地元で貢献したい」も 62.5% から 40.5% と 20 ポイント以上ダウン。地元への意識が薄れる一方で、「就職したい企業があった」が 27.5% から 33.3% に上昇し、企業選択を軸に Uターン就職を希望する学生の意識の変化がうかがえる結果となった。

# DATA. 14 Uターン就活の実際

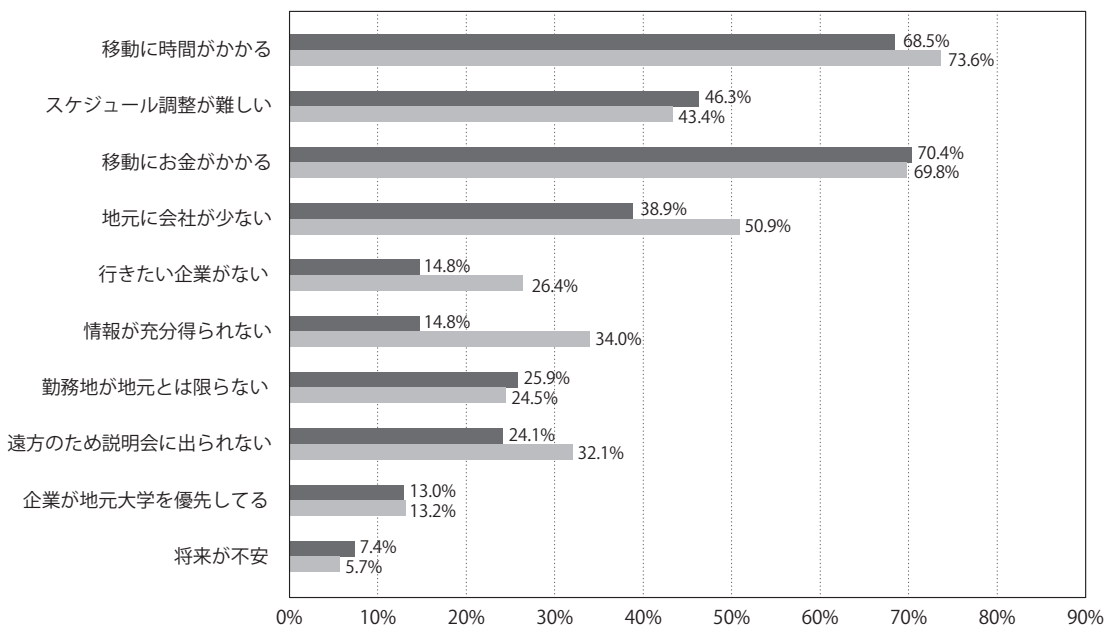
■ Uターン就活で役立ったもの（出身地就職希望者対象）

■ 16卒 ■ 15卒



■ Uターン就活で困ったこと（出身地就職希望者対象）

■ 16卒 ■ 15卒



**Uターン就活で役立ったものは「志望企業のホームページ」が1位に。  
Uターン就活で困ったことは、「移動に時間・お金がかかる」。**

出身地での就職活動で役立ったものは、「志望企業のホームページ」が67.5%から69.0%に増加して1位となった。また「地元で開催された合同企業説明会」も67.5%から42.9%へ約25ポイントもダウン。

その一方で「東京・大阪など進学地域で開催された合同企業説明会」のポイントが26.2%と上昇した。

出身での就職活動で困ったことに関しては、「移動にお金がかかる」「移動に時間がかかる」が順位は15卒と入れ替わったものの、例年通り上位にくる結果となった。

学生が、自身の物理的かつ金銭的負担を減らしたいという意図もあり、Uターン就活に関しても効率的な就職活動を行いたいということがわかる。



## 【第2章】

# 企業の採用活動総括

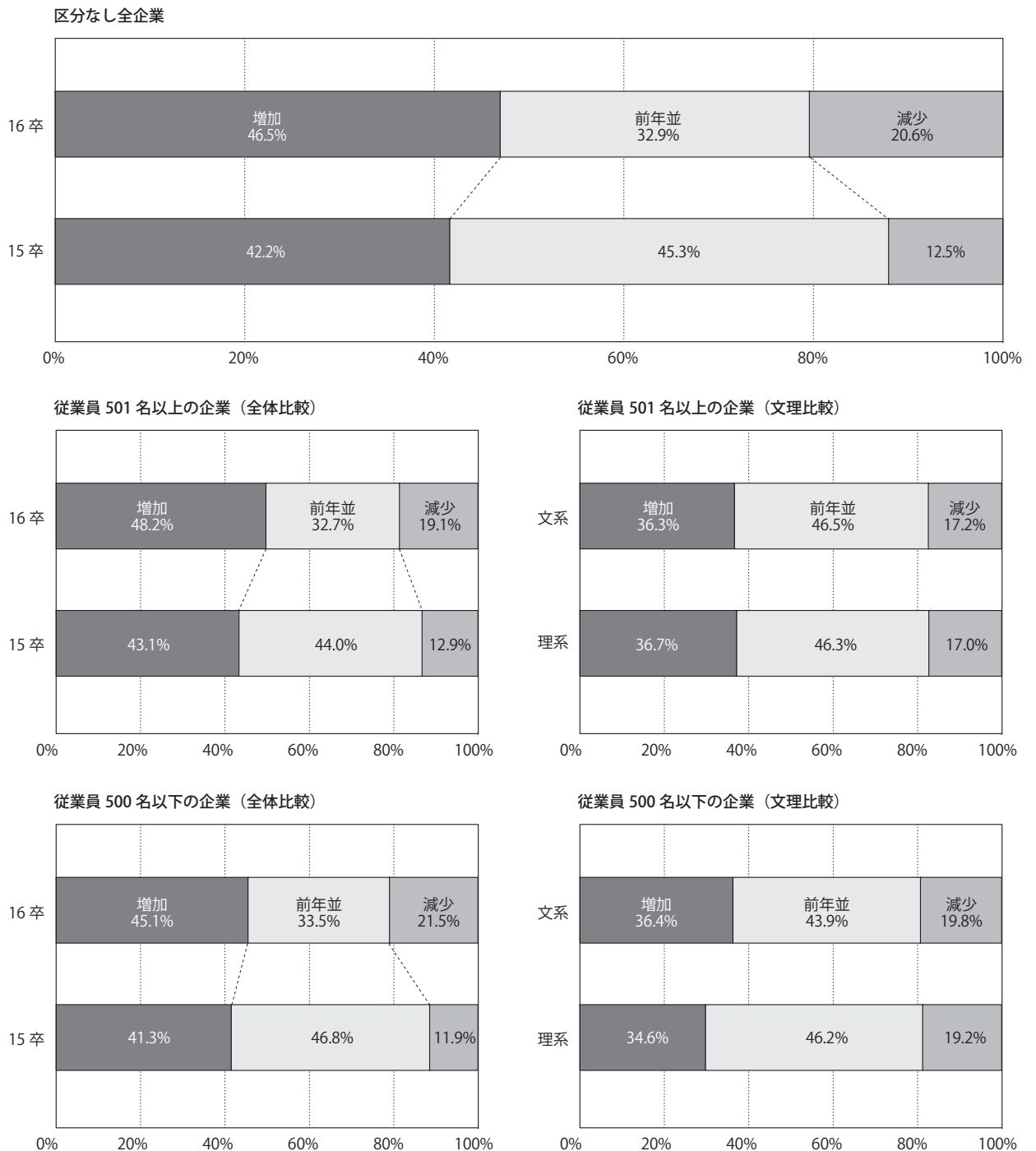
### - P O I N T -



- 採用予定数は増加傾向。減少と答えた企業も2割に。
- プレエントリー受付開始は「3月中」に一極集中し、エントリーシートは緩和。
- 採用選考開始は大手の2割が8月上旬。中堅・中小は「3月中」がピークに。
- 内定出しは大手企業が選考解禁直後にピーク。中堅・中小は8割が7月以前に。
- 採用広報ツールの多くで導入率がダウン。合同会社説明会への期待増。
- 過半数の企業で応募数は「減少」。
- 採用選考活動では、懇談と面接が増加。次年度充実は内定者・若手社員懇談。
- 母集団形成と歩留まりの課題は定着。
- 応募学生の質は大手企業で不満が増加、中堅企業は満足が増加。
- 内定学生の質は半数以上が「満足」、満足度は中堅・中小企業が大企業を上回る。
- 採用選考活動は、募集終了企業が半数以上も、採用未達で終了も増加。

# DATA. 15 採用計画

## ■ 採用人数の増減（前年比）



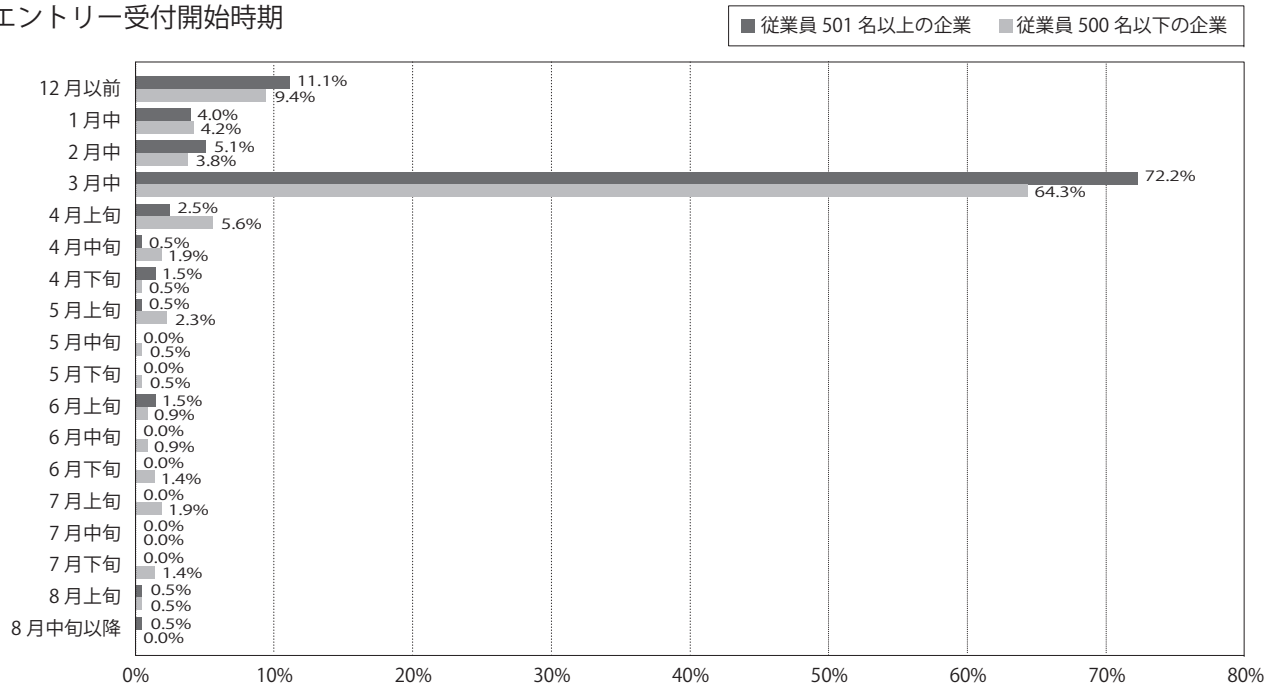
### 企業規模にかかわらず引き続き積極的な採用姿勢。 減少と回答した企業も 2 割に。

ここ数年企業の新卒採用数は増え続けているが、16卒でもこの傾向は継続した。16卒の企業の採用計画では、採用人数を「増加」する企業が46.5%と、「減少」する企業の20.6%を大きく上回った。昨年との比較では、「増加」が4.3ポイント上昇（15卒42.2%→16卒46.5%）する一方で、「減少」と回答した企業も15卒の12.5%から16卒20.6%と8.1ポイント増加しており、必ずしも一律の増加ではない。しかし、企業規模別にみても、「増加」は従業員501名以上の企業では5.1ポイント（15卒

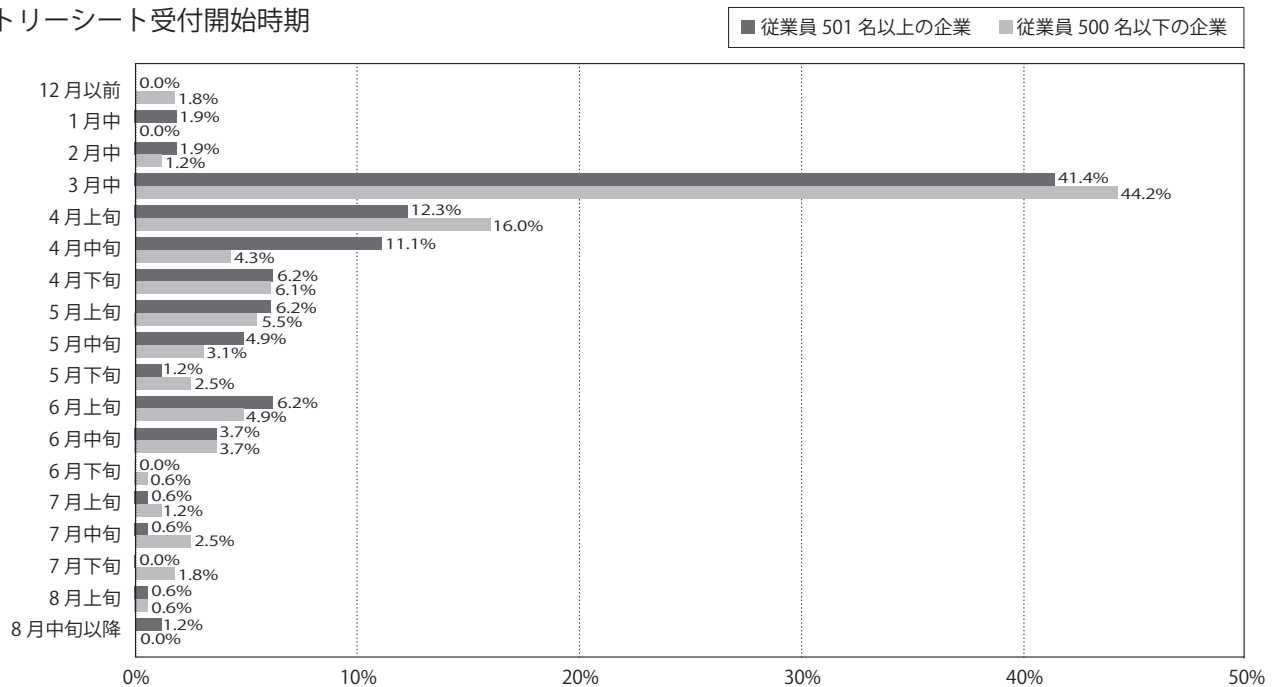
43.1%→16卒48.2%）、従業員数500名以下の企業も3.8ポイント（15卒41.3%→16卒45.1%）の上昇と大企業、中堅・中小企業ともに採用に積極的な姿勢は継続している。

文理別にみると、従業員500名以下、501名以上のいずれの企業でも「前年並」がもっとも多く、多くの企業で積極的な採用計画を継続する傾向がみとれる。

## ■ プレエントリー受付開始時期



## ■ エントリーシート受付開始時期



**プレエントリー受付開始は「3月中」に一局集中。  
エントリーシート受付開始はやや分散化。**

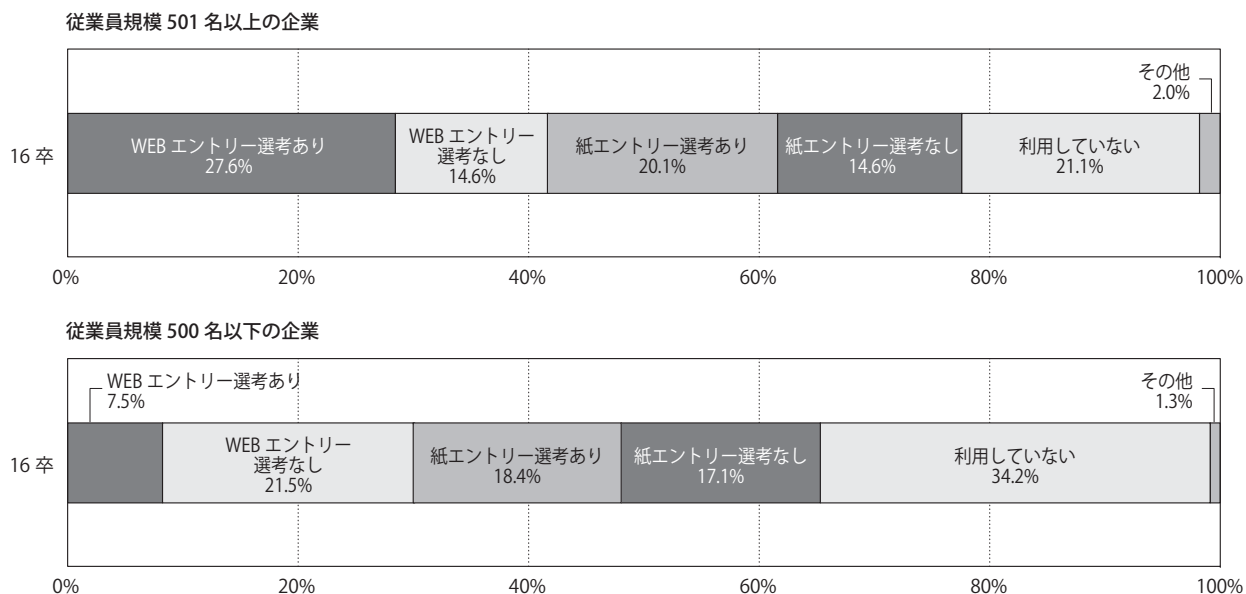
企業のプレエントリー開始時期は、「3月中」と回答した企業がもっとも多くなった。従業員501名以上の企業で72.2%、従業員500名以下の企業64.3%と、例年同様採用広報解禁時期に一局集中した。

15卒では採用広報開始前の「11月以前」にプレエントリー受付を開始した企業は従業員501名以上の企業で4.5%、従業員500名以下の企業で3.9%だったが、16卒で「2月中」以前に受付開始した企業はそれぞれ20.2%、17.4%と大幅に増加した。

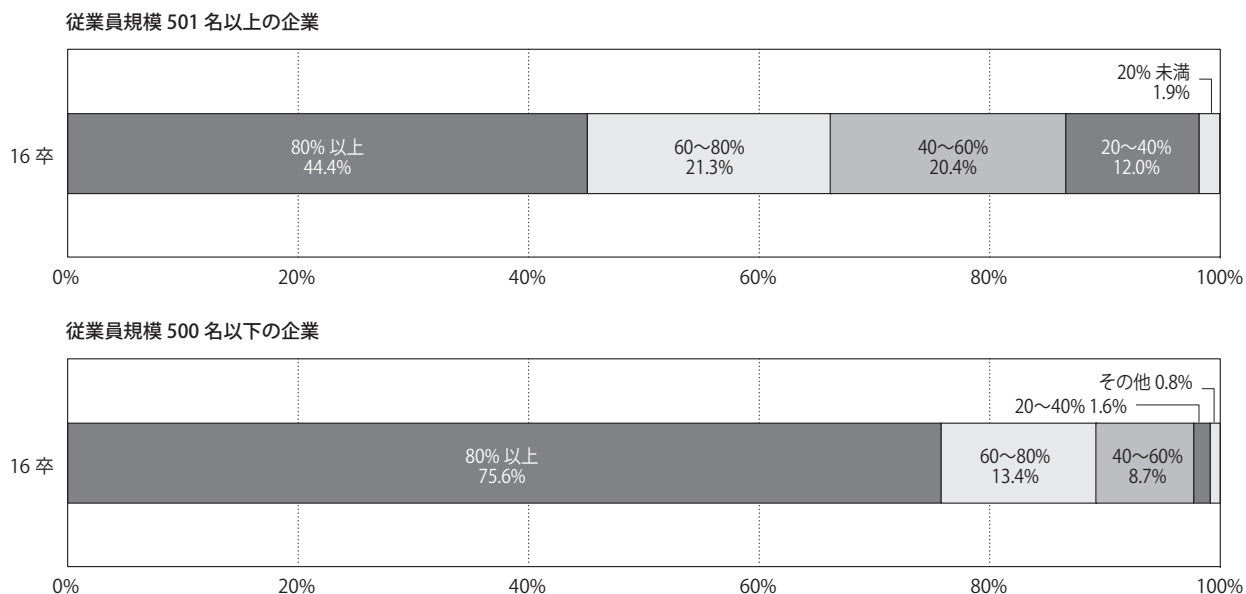
エントリーシートの受付開始時期では、「3月中」がもっとも多かったものの、従業員501名以上の企業では41.4%、従業員500名以下の企業は44.2%と、どちらも50%を下回りやや分散した。

## DATA. 17 エントリーシートについて

## ■ エントリーシートの種類



## ■ エントリーシートでの絞り込み



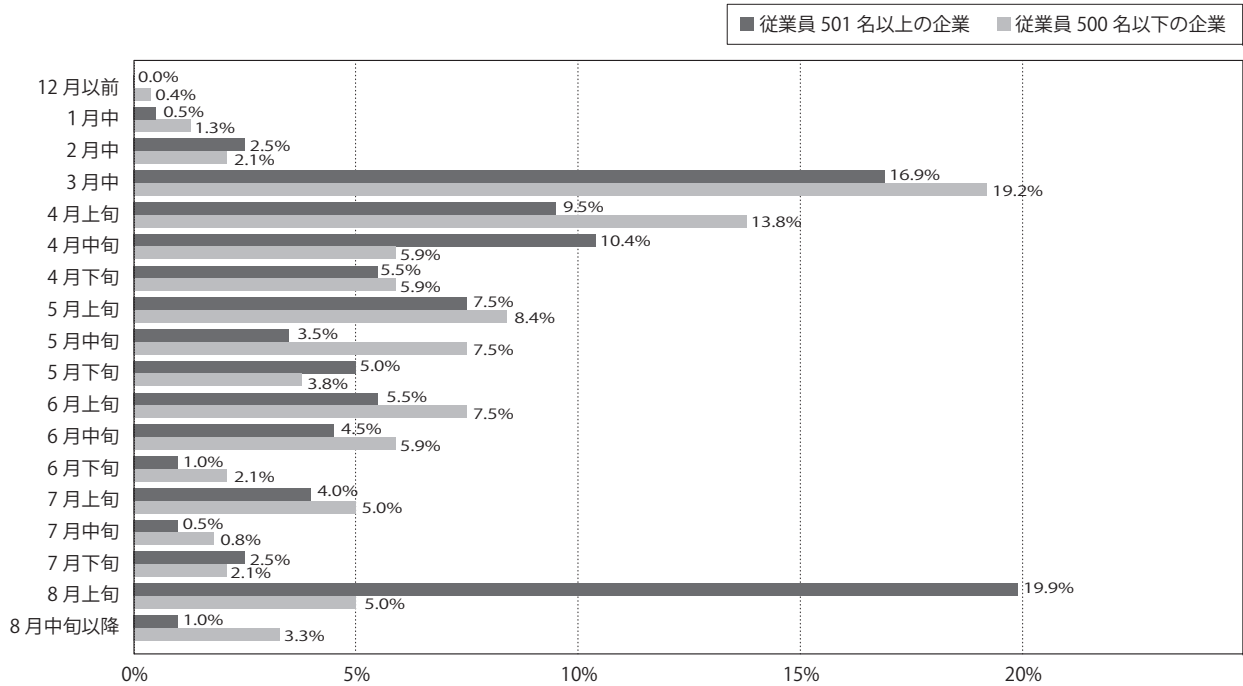
### エントリーシート導入率は大手で 76.9%、 中堅・中小企業で 64.5%。

エントリーシート(ES)は、従業員501名以上の企業で76.9%(Web:42.2%、紙:34.7%)、従業員500名以下の企業では64.5%(Web:29.0%、紙:35.5%)と大多数の企業で導入されている。

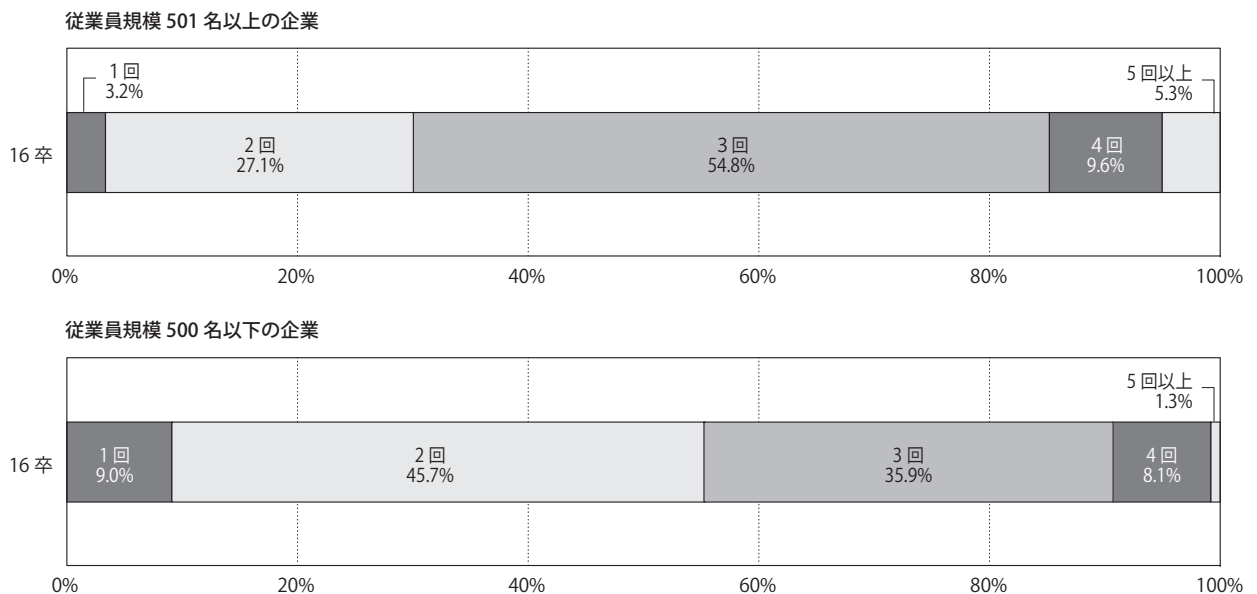
ESで選考を行っている企業は従業員501名以上の企業で47.7%(Web:27.6%、紙:20.1%)と約半数に上っているが、従業員500名以下の企業では25.9%(Web:7.5%、紙:18.4%)と1/4にとどまった。売り手市場で応募者が減少するなか、一定の志望意思を確認するツールとしてESを活用している様子が見え始める。

また、ESでの応募者絞り込みの度合いを尋ねたところ、企業規模に関わらず「80%以上通過」が最も多く、次いで「60~80%通過」、「40~60%通過」となった。中でも従業員数500人以下の企業では「80%以上通過」が75.6%と大半を占め、最低限の絞り込みは行いつつも、選考母集団を確保している状況が見取れる。

■ 採用選考開始時期



■ 内定までの面接回数



大手企業の選考開始時期は「8月上旬」が2割弱と分散化。  
中堅・中小は「3月中」の開始がピークに。

採用選考開始時期は、従業員 501 名以上の企業と従業員 500 名以下の企業とでは大きく違いの出る結果となった。

15 卒では、従業員 501 名以上の企業は倫理憲章で定められた選考開始の「4月上旬」が 41.9%と大きなピークを形成していたが、16 卒では採用選考解禁の「8月上旬」は 19.9%と半減した。続く 2 位は採用広報解禁時期と同じ「3月中」(16.9%) となり、企業ごとに独自のスケジュールで採用選考を進めた様子がうかがえる。一方で従業員 500 名以下の企業では 1 位が「3月中」(19.2%)、

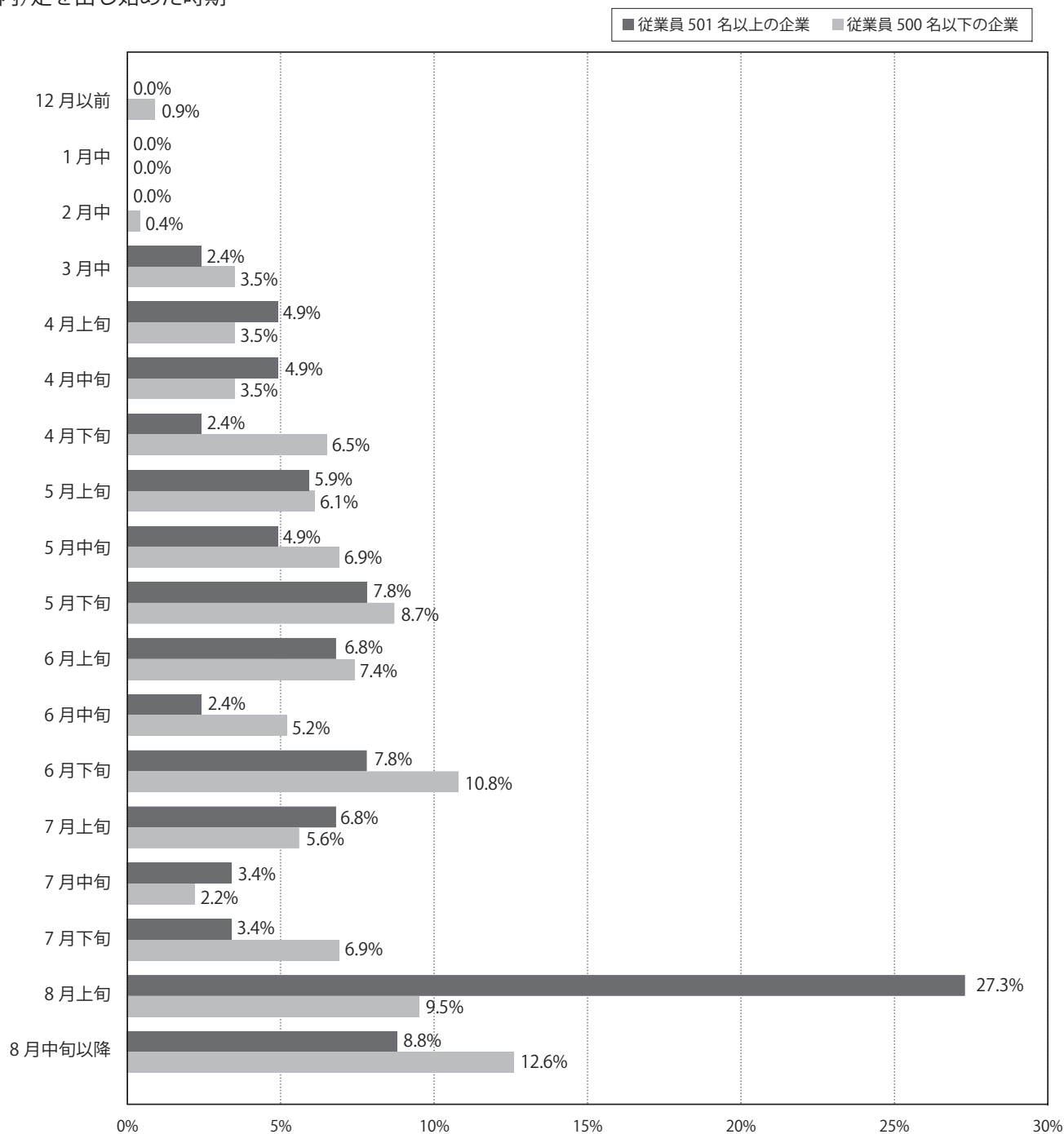
2 位が「4月上旬」(13.8%) とエントリー受付開始と同時に選考を開始している。中堅・中小企業の選考開始時期は例年分散しているものの、売り手市場下で母集団形成の危機感から、例年以上に早く選考を進めたようだ。

選考開始後の面接回数では、従業員 501 名以上の企業では約 7 割が 3 回以上面接を行っているのに対し、従業員 500 名以下の企業では過半数が 1～2 回の実施と企業規模によって差が出た。



## DATA. 19 内定開始時期

## ■ 内(内)定を出し始めた時期



## 大手企業は選考解禁時期にピークも分散化。

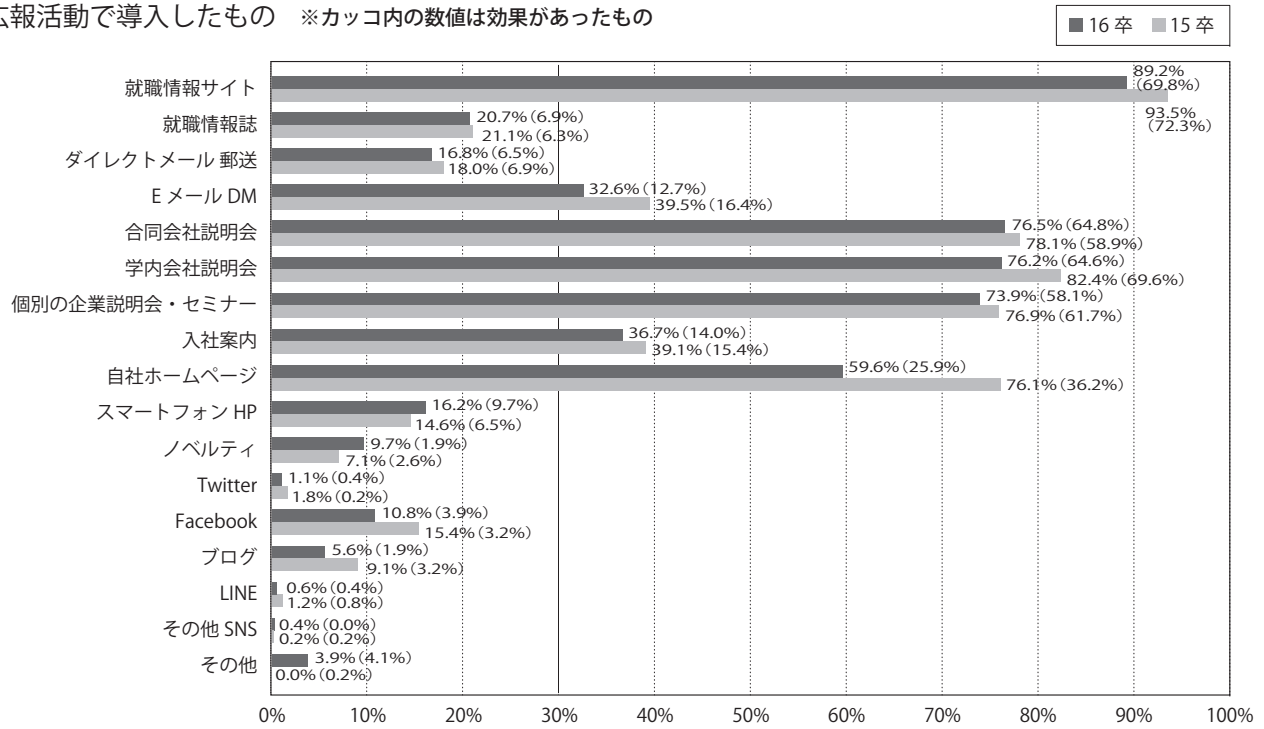
## 中堅・中小企業では「7月下旬」以前に約8割の企業で内定出し。

これまで企業の内定出しの開始時期は、従業員 501 名以上の企業が選考解禁直後にピークを迎え（15 卒：4月上旬、34.7%）、1 カ月余り遅れて従業員 500 名以下の企業の山場が続く（同：5月中旬、29.4%）という形が定着していたが、16 卒では例年と異なった傾向が顕著に表れた。

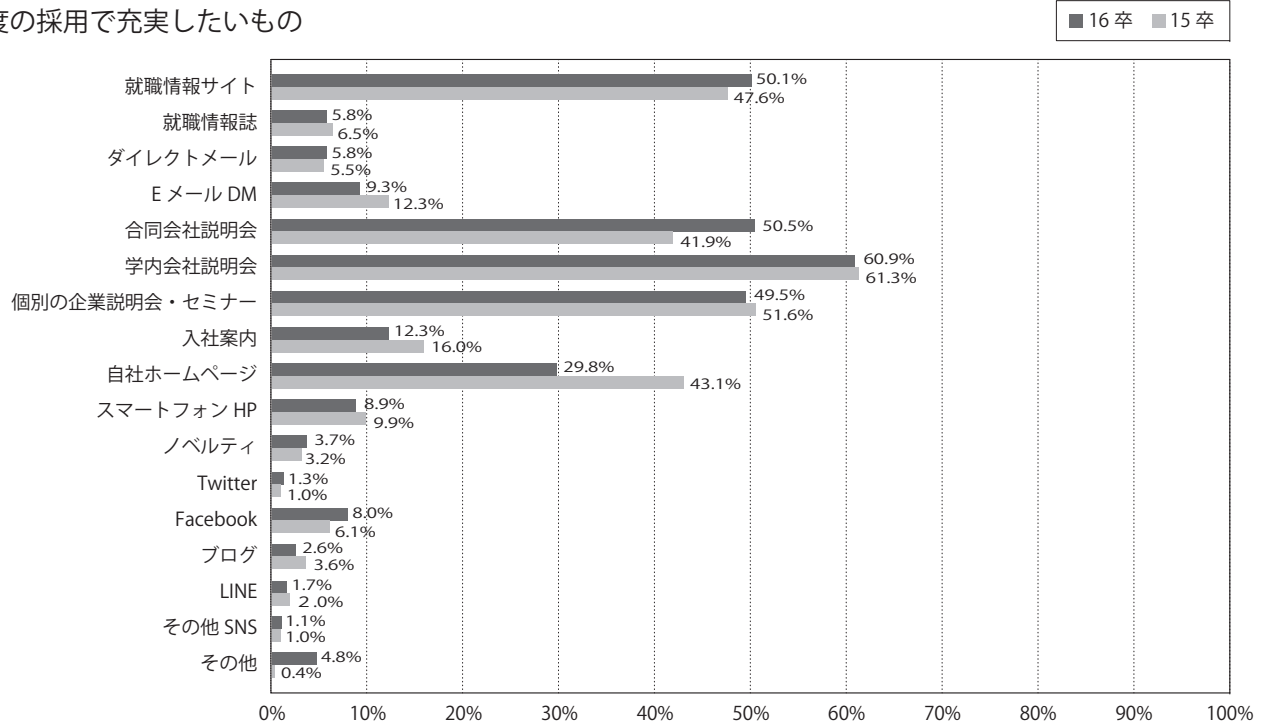
従業員 501 名以上の企業では 1 位が選考解禁の「8月上旬」（27.3%）、次いで「8月中旬以降」（8.8%）と、例年より分散しているとはいえ、選考解禁後に 36.1%の企業が内定出しを行っている。

それに対して、従業員 500 名以下の企業では「8月上旬」は 9.5%に過ぎず、「8月中旬以降」の 12.6%と合わせても解禁後に内定出しを行っている企業は約 2 割に過ぎない。約 8 割の企業は「7月下旬」より前に内定出しを行っており、売手市場のもとで、なんとか学生を確保しようとする姿勢がうかがえる。

■ 採用広報活動で導入したもの ※カッコ内の数値は効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



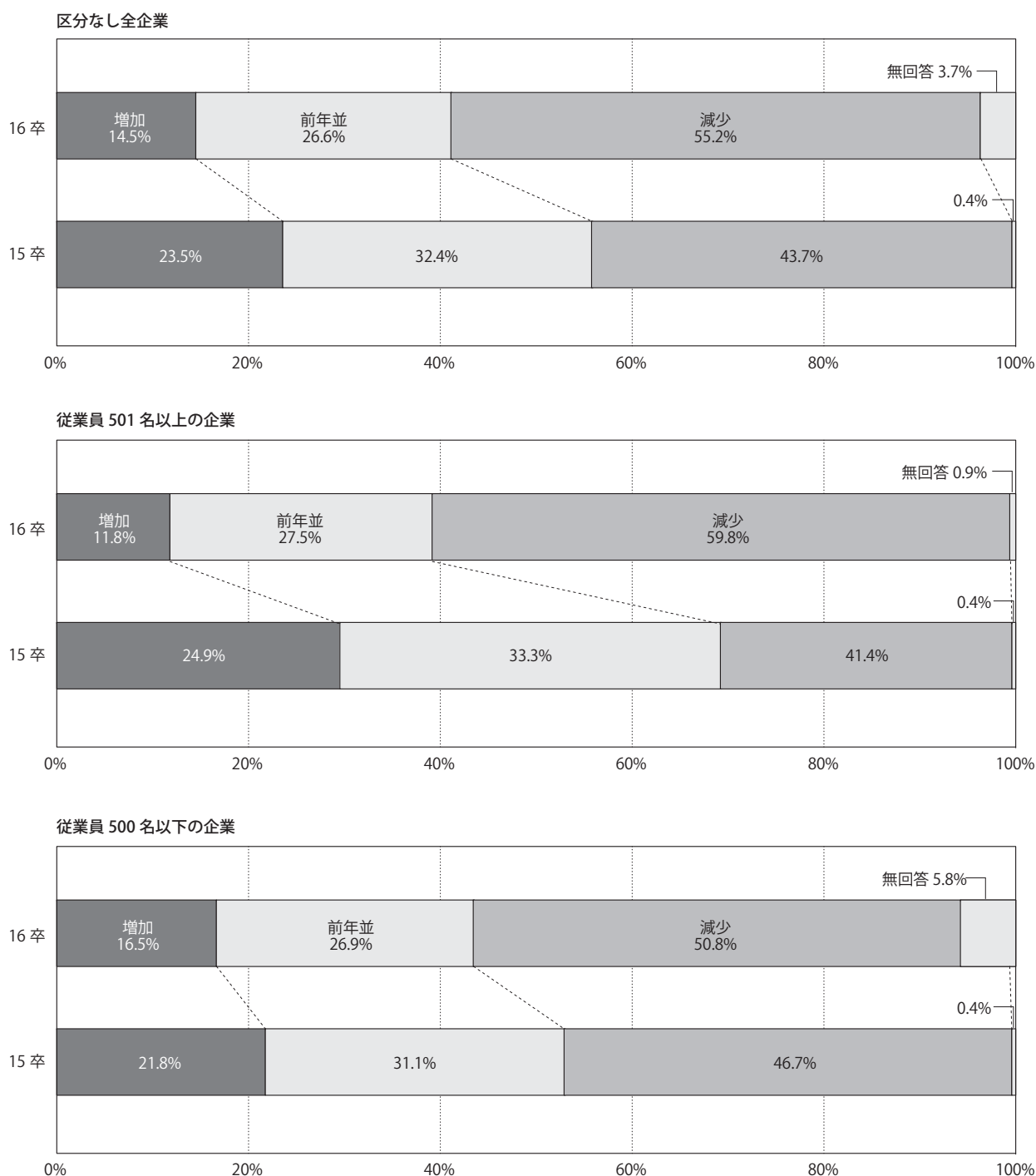
多くのツールで導入率がダウン。  
次年度に向けて合同会社説明会への期待が高まる。

16卒の採用広報活動で導入したもの1位は例年同様「就職情報サイト」となった。89.2%の企業が導入し、効果も実感している。次いで「合同会社説明会」(76.5%)、「学内会社説明会」(76.2%)、「個別の企業説明会・セミナー」(73.9%)、「自社ホームページ」(59.6%)とわずかな順位の変動はあるものの15卒とほぼ同じ傾向となった。「自社ホームページ」が減少した点や「スマートフォンHP」の導入が浸透していない様子を踏まえると、イベントなど学生と直接会える機会を重視して採用広報ツールを選定した様子

がうかがえる。

また、次年度導入したいものでは、「合同会社説明会」の伸び率が8.6ポイント増加(15卒41.9%→16卒50.5%)と大幅にアップしている。売り手市場のなかで効率的により多くの学生にPRを行いたいという企業の狙いが感じられる。

## ■ 応募学生数の増減（前年比）



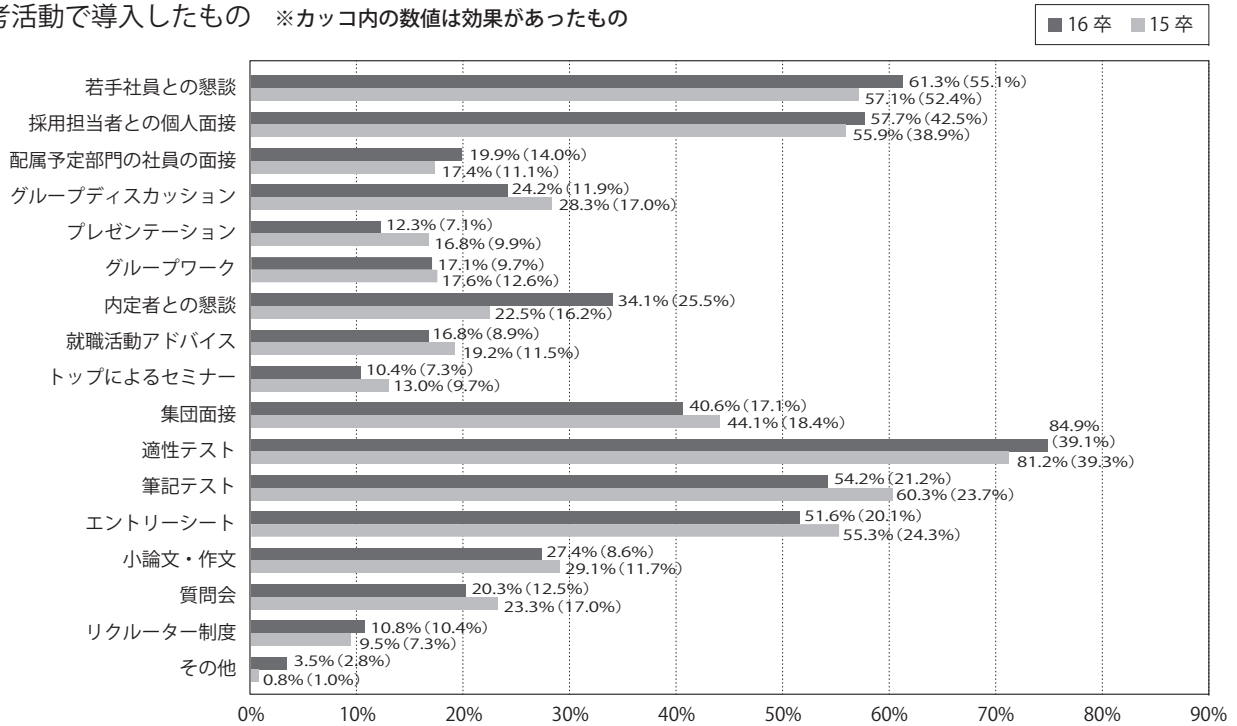
### 過半数の企業で応募数は「減少」。 応募学生の減少に拍車。

14卒から続いてきた応募学生の減少傾向がさらに加速した。16卒では「減少」が全体の55.2%と過半数に達した。「増加」と「減少」の差は15卒の20.2ポイントから16卒では40.7ポイントと倍増し、企業間の差もさらに広がっている。応募学生の減少により拍車がかかったといえる。

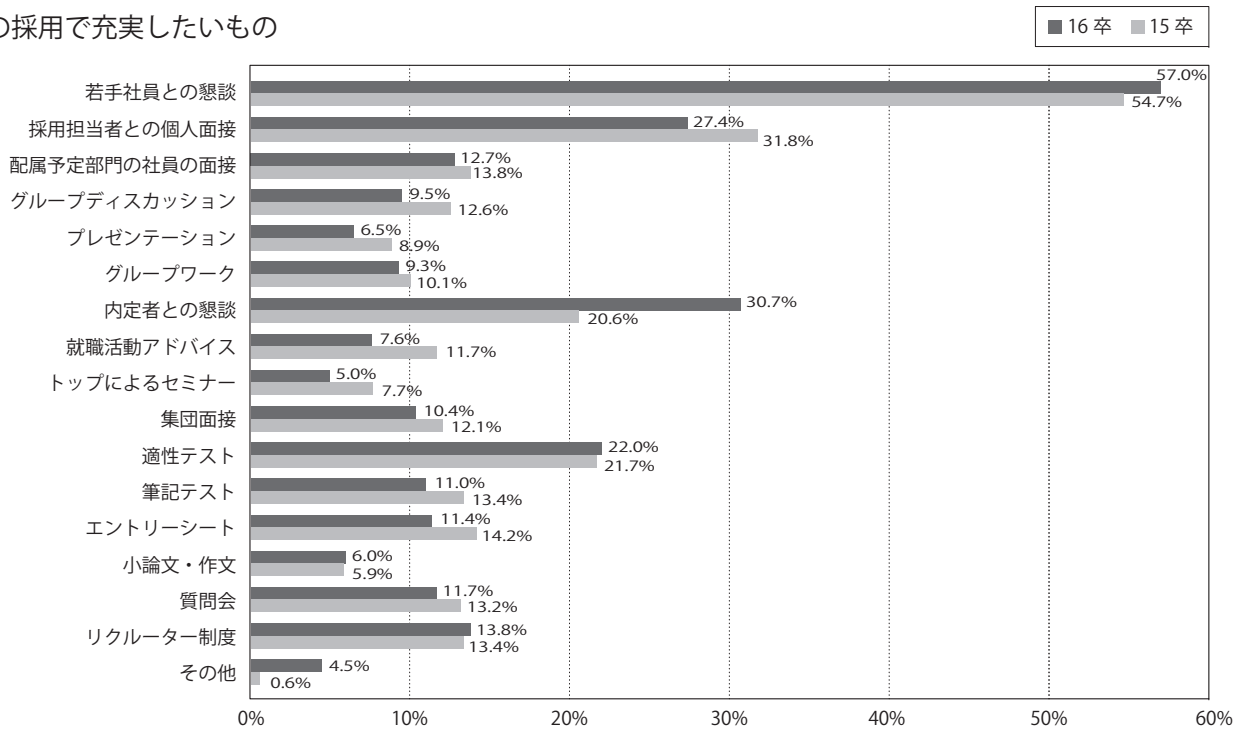
企業規模別に見ると、この傾向は、従業員501名以上の企業でより顕著となった。「増加」は15卒の24.9%から16卒では11.8%に半減。「減少」も16卒59.8%と実に6割近くの企業で

応募数が減少している。ここまで極端ではないものの、従業員500名以下の企業でも、「減少」は50.8%と半数を超え、「増加」も5.3ポイントの減少（15卒21.8%→16卒16.5%）となった。例年、応募数の減少は中堅・中小企業で課題となることが多いが、今年企業規模に関わらず、母集団形成に苦労した様子が見える。

■ 採用選考活動で導入したもの ※カッコ内の数値は効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



🔍 内定者・若手社員との懇談に効果。次年度も人を通じた志望度の向上に期待。

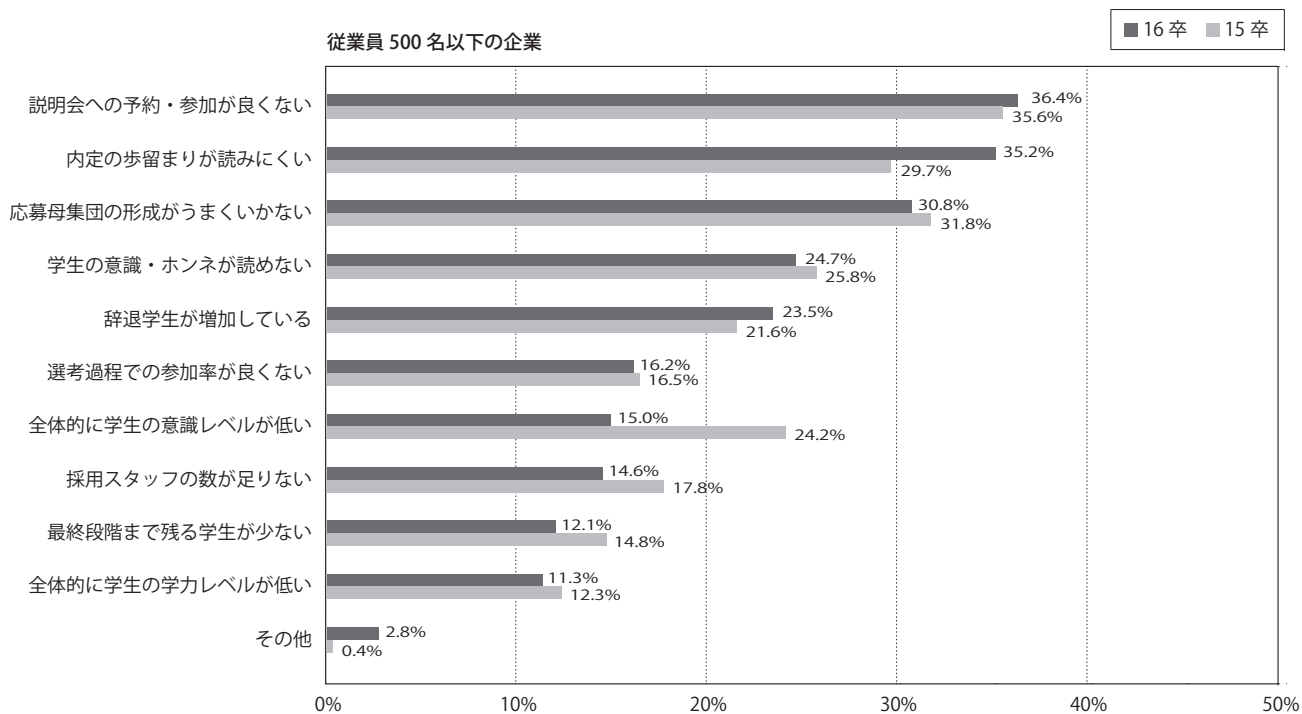
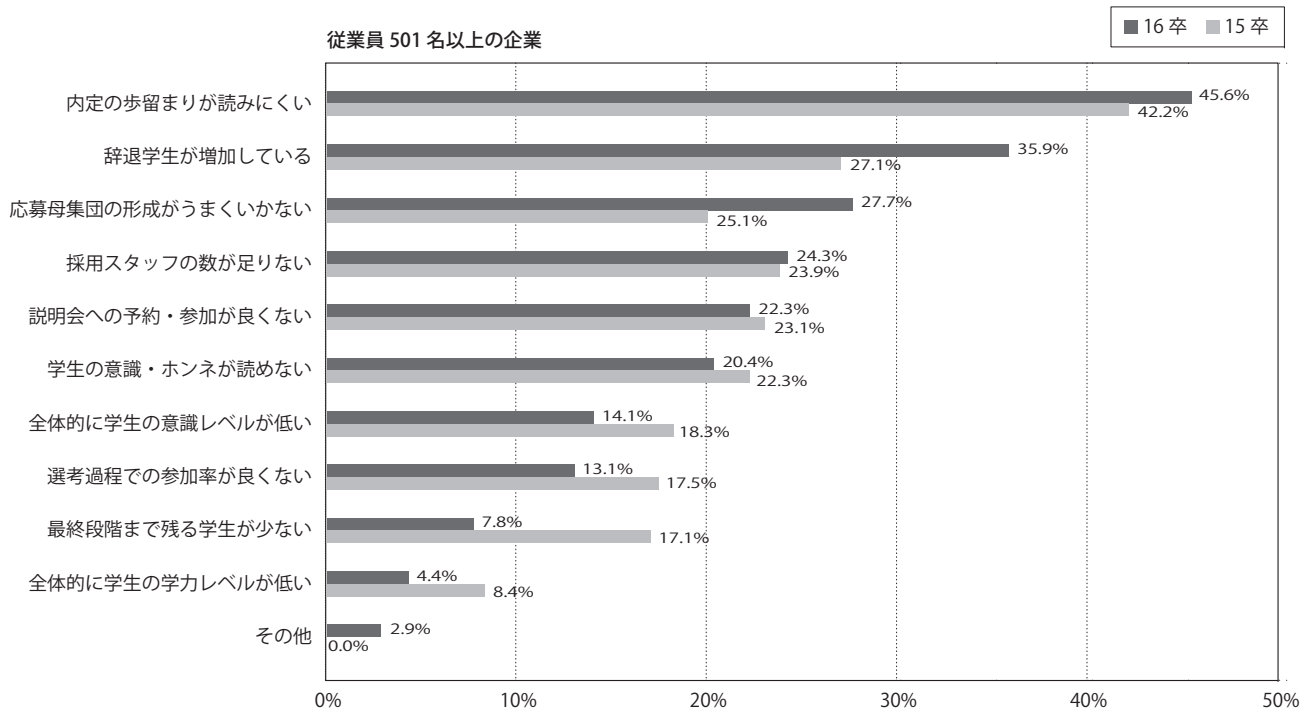
採用選考で実施したもので前年から伸びているものは、11.6ポイント増の「内定者との懇談」（15卒 22.5%→16卒 34.1%）、次いで4.2ポイント増の「若手社員との懇談」（15卒 57.1%→16卒 61.3%）、2.2ポイント増の「適性テスト」（15卒 81.2%→16卒 84.9%）となった。一方で、筆記テスト、プレゼンテーション、グループディスカッションは導入率が下がっている。また効果のあったものでも、「内定者との懇談」（15卒 16.2%→16卒 25.5%）が最も高い伸びを示したほか、「配属予定部門の社員の面談」「採用

担当者との個人面接」「若手社員との懇談」「リクルーター制度」など、人を通じた選考・接触機会が伸びている。

「次年度充実させたいもの」では「内定者との懇談」が10ポイント以上アップしたほか、若手社員との懇談、適性テスト、リクルーター制度が前年から増加した。売り手市場で応募者が減少する中、最低限の適性は確認しつつ、内定者や先輩社員との懇談を通して会社への親近感を醸成。志望度を高めたい企業の意向がうかがえる。

# DATA. 23 採用課題

## 採用活動の悩み



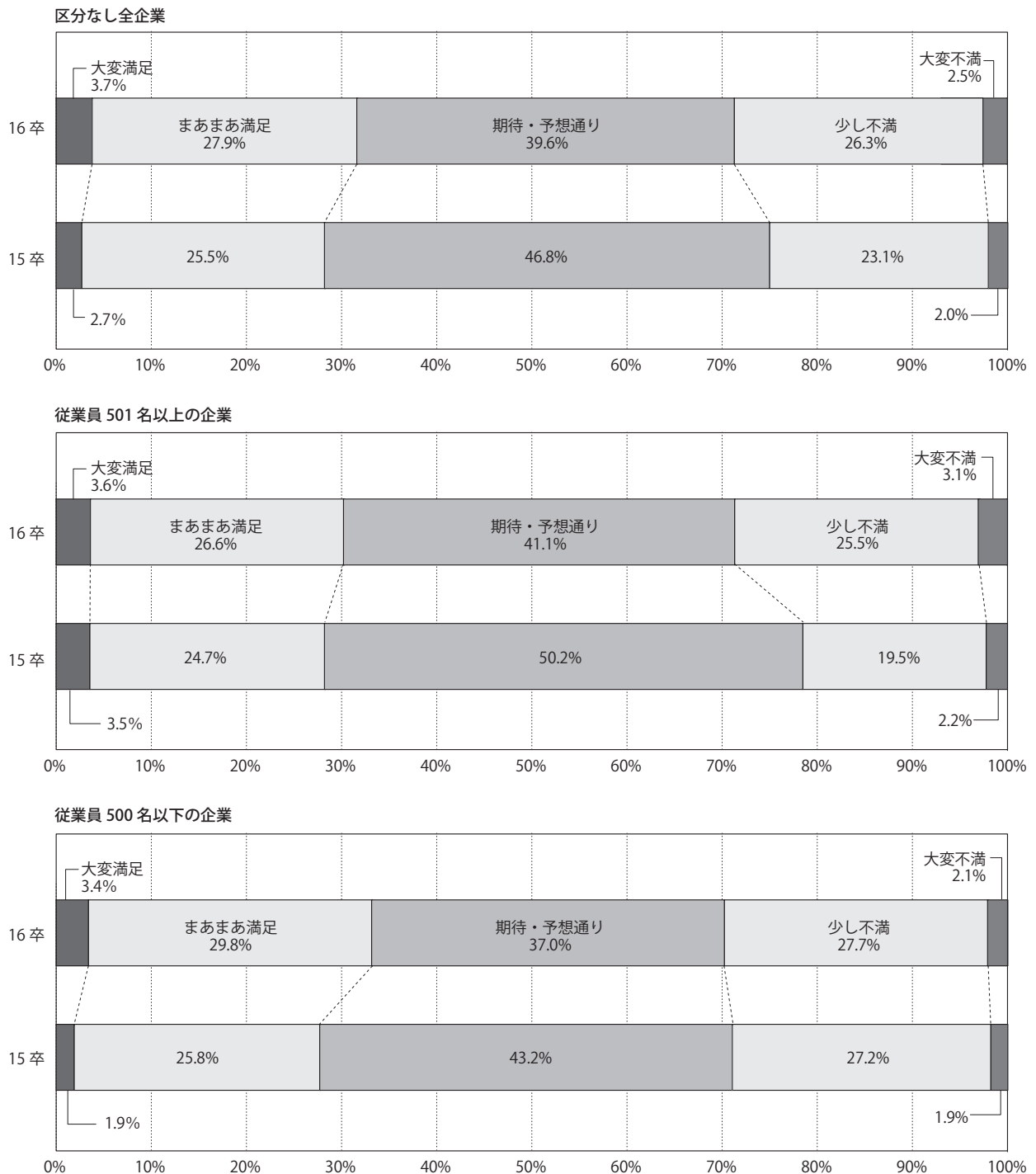
### 売り手市場で母集団形成と歩留まりの課題は定着。 スケジュール変化で企業規模ごとに変化も。

従業員 501 名以上の企業の悩み 1 位は「内定の歩留まりが読みにくい」で、昨年から 3.4 ポイントの増加 (15 卒 42.2%→16 卒 45.6%)。2 位の「辞退学生が増加している」も 8.8 ポイント増加 (15 卒 27.1%→16 卒 35.9%) した。ここまでは昨年と同じだが、「応募母集団の形成がうまくいかない」が 4.6 ポイント増加 (15 卒 25.1%→16 卒 27.7%) し、3 位になるなど大手企業も母集団形成に課題を感じる結果となった。

従業員 500 名以下の企業では、1 位「説明会への予約・参加

が良くない」(15 卒 35.6%→16 卒 36.4%)、2 位「内定の歩留まりが読みにくい」(15 卒 29.7%→16 卒 35.2%)、3 位「応募母集団の形成がうまくいかない」(15 卒 31.8%→16 卒 30.8%) となった。8 月上旬に大手企業の内定出しが集中したことで、先行して選考を進めていた企業の内定歩留まり、辞退学生の増加に影響が出たと考えられる。一方で、学生の学力レベルや意識レベルなど人材の質に関する課題は企業規模にかかわらず低下した。

## ■ 応募学生の質に対する満足度



### 企業全体では 3 年連続で「満足」が「不満」を上回る。 大手企業で不満が増加、中堅企業は満足が増加。

企業全体では、14 卒から 3 年連続で「満足」が「不満」を上回る結果となった。「大変満足」「まあまあ満足」の合計は 15 卒 28.2%から 16 卒 31.6%へ 3.4 ポイント増加。「大変不満」「少し不満」の合計も 15 卒 25.1%から 16 卒 28.8%と 3.7 ポイント増加し、企業により応募学生の満足度の差は広がったといえる。

この傾向は、企業規模別にみると、やや状況が異なってくる。従業員 501 名以上の企業では、16 卒の「満足」の合計は 30.2%で 15 卒合計の 28.2%から 2 ポイントの増加。一方で「不満」の

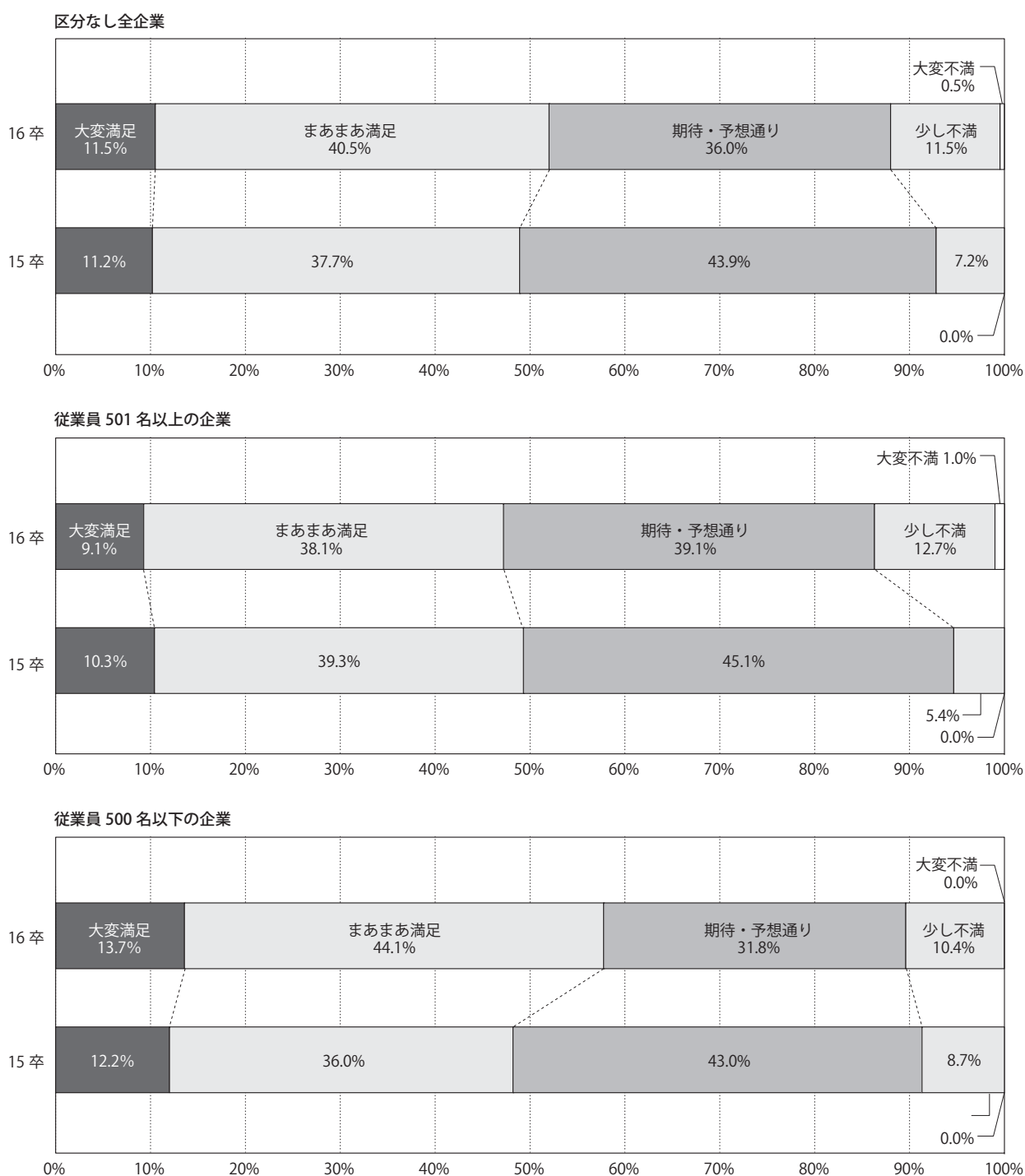
合計は 15 卒 21.7%から 16 卒 28.6%へ 6.9 ポイントも増加した。従業員 500 名以下の企業では、16 卒の「満足」の合計は 33.2%で 15 卒合計の 27.7%から 5.5 ポイントアップ。「不満」の合計は 15 卒 29.1%で 16 卒 29.8%とその差は 0.7 ポイントにとどまった。

つまり大手企業では「不満」を感じる企業が増える一方で、中堅・中小企業では「満足」の企業が増えるという結果となった。



## DATA. 25 内定学生の質

## ■ 内定学生の質に対する満足度



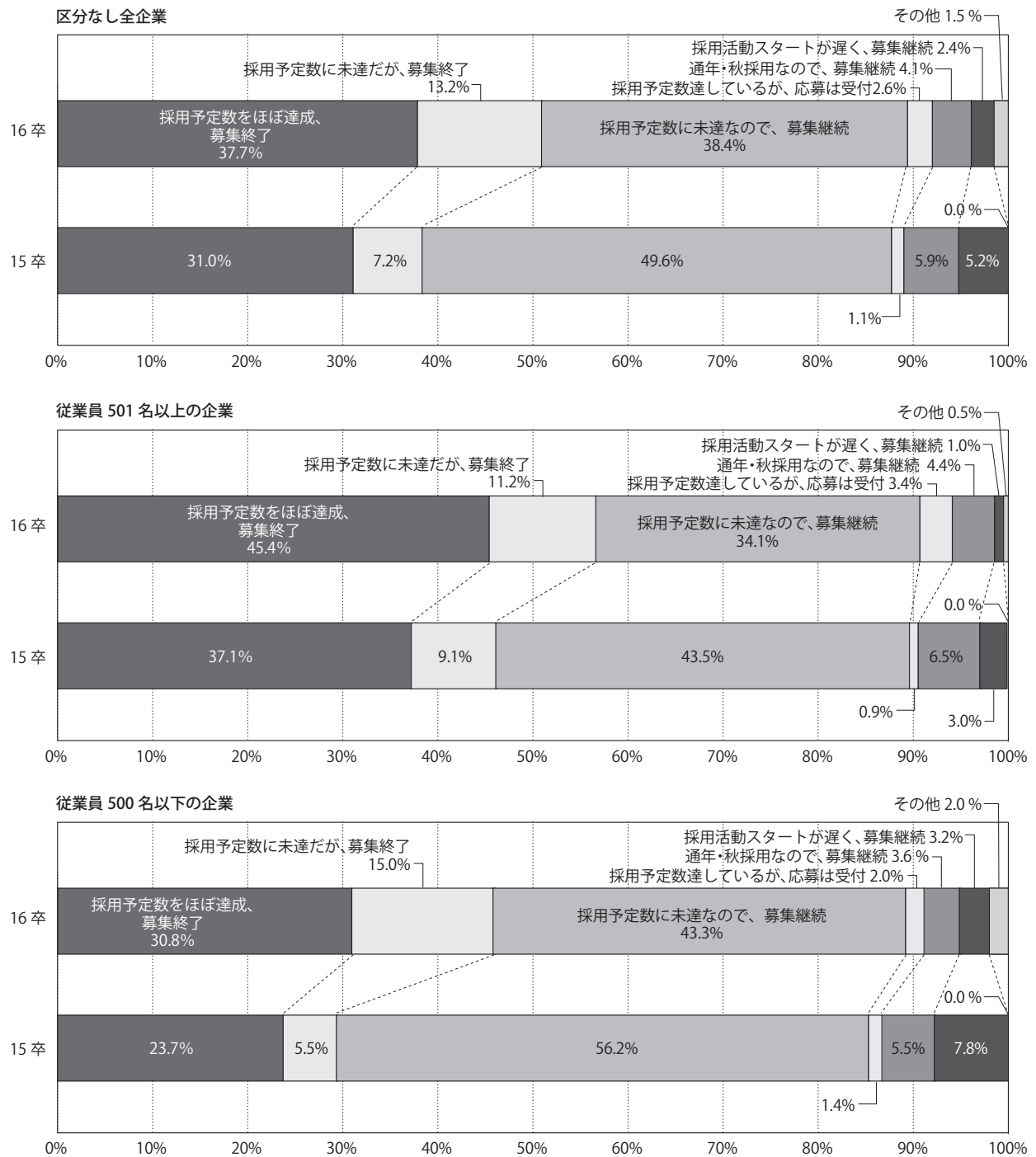
### 内定学生の質には半数以上の企業で「満足」。 満足度は中堅・中小企業が大企業を上回る。

内定学生の質は応募学生よりも満足度が高くなるのは例年のことだが、年によって「満足」と「不満」のバランスは変化する。企業全体では、「大変満足」と「まあまあ満足」の合計は 15 卒の 48.9%から 16 卒で 52.0%へ 3.1 ポイント増加し、半数以上の企業で「満足」となった。一方で「大変不満」と「少し不満」の合計も 15 卒 7.2%から 16 卒 12.0%へ 4.8 ポイントも増加。応募学生の評価同様、企業によって満足度の差は広がったといえる。

企業規模別に見ると、従業員 501 名以上の企業では、「満足」の合計は 15 卒の 49.6%から 16 卒 47.2%に減少。「不満」の合

計は 15 卒の 5.4%から 16 卒 13.8%へ 8.4 ポイントも増加している。一方で従業員 500 名以下の企業では、「不満」の合計も微増 (15 卒 8.7%→16 卒 10.4%) したものの、「満足」の合計は 15 卒の 48.2%から 16 卒 57.8%へ 9.6 ポイントも増加している。中堅・中小企業は大手企業に先行して採用活動を行うことで、例年以上に質の高い学生に内定を出せた結果と推察できる。

## ■ 採用終了企業と継続企業の状況



### 🔍 募集終了企業が半数以上も、採用未達で終了も増加。 中堅・中小企業は 4 割以上が継続。

企業全体では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」と「採用予定数に未達だが、募集終了」の合計は、15 卒の 38.2%から、16 卒では 50.9%と 12.7 ポイント増加。一方「採用予定数に未達なので、募集継続」企業は 11.2 ポイントも減少（15 卒 49.6%→16 卒 38.4%）した。

半数以上の企業が募集を終了し、継続企業は 4 割以下という結果は、一見短期集中の採用選考で早期に収束したように見えるが、企業規模別にみると様相は一変する。

従業員 501 名以上の企業では「採用予定数をほぼ達成、募集

終了」が最多の 45.4%と半数近くを占め、「採用予定数に未達なので、募集継続」は 15 卒の 43.5%から 8.6 ポイント減の 34.1%となった。一方で従業員 500 名以下の企業では「採用予定数に未達なので、募集継続」が最多の 43.3%。さらに「採用予定数に未達だが、募集終了」も 9.5 ポイント増加（15 卒 5.5%→16 卒 15.0%）している。大手企業が内定出しを一気に行き採用活動を終了したのに対し、中堅・中小企業では募集を継続、もしくは厳しい採用環境や 10 月 1 日の内定式を踏まえて募集を終了した企業が多いという状況をうかがわせる結果となった。

C O L U M N



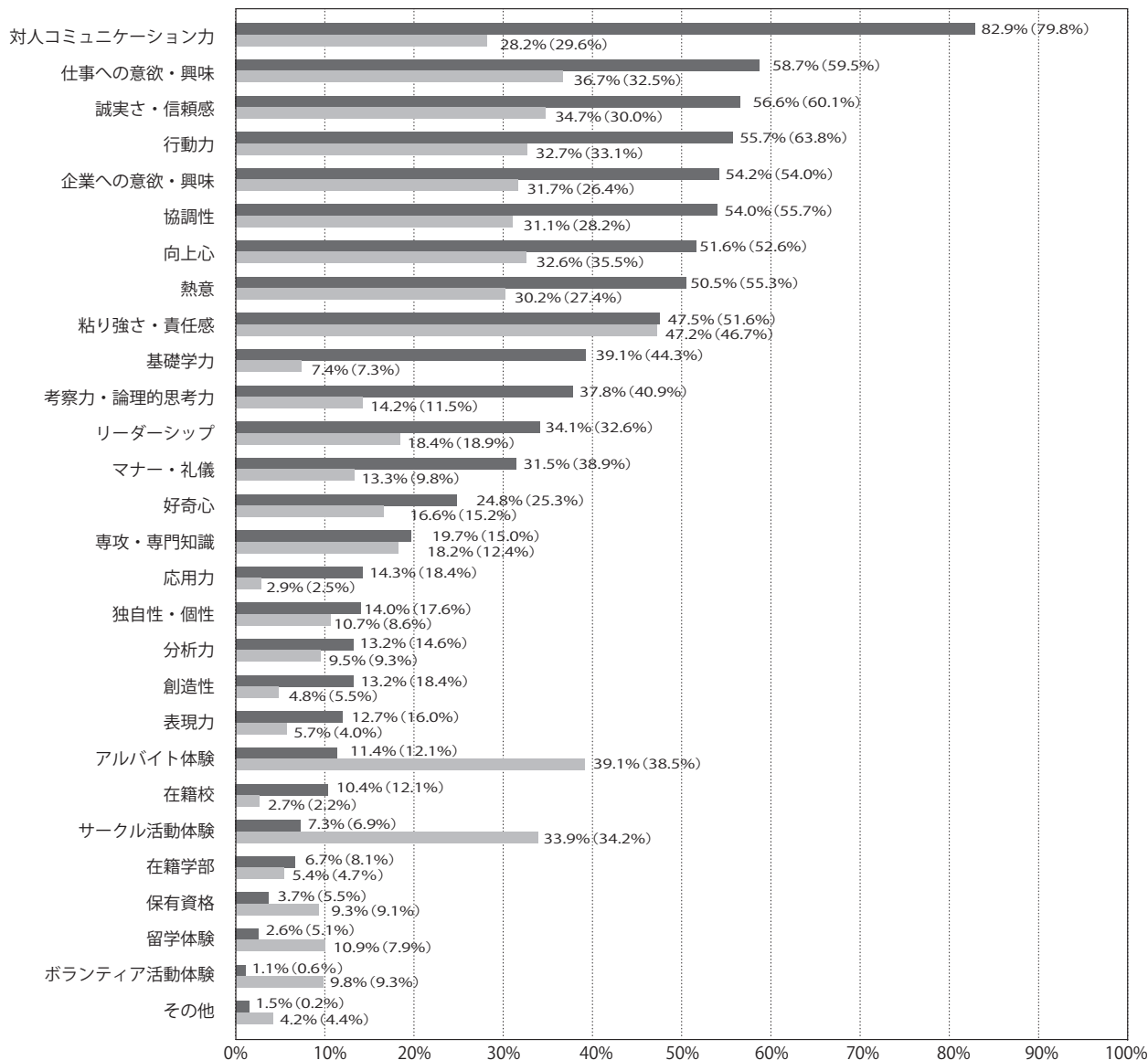
企業が学生を選考する上で重視する点と、学生が企業にアピールしたいポイントの比較は毎年恒例の調査だが、企業と学生とのギャップは16卒でも例年と同様まったく縮まらなかった。

企業の1位は今年も「対人コミュニケーション力」(15卒79.8%→16卒82.9%)で毎年の定位置だが、学生は前年の8位から11位(15卒29.6%→16卒28.2%)とますますギャップが大きくなった。次いで2位「仕事への意欲・興味」(58.7%)、3位「誠実さ・信頼感」(56.6%)、4位「行動力」(55.7%)など、仕事を行う上で基本となる姿勢や態度、能力が続く。

学生の1位は、15卒と同じく「粘り強さ・責任感」(47.2%)で、企業も47.5%が重視している。3位の「仕事への意欲・興味」(36.7%)は企業でも2位となっており、両者の乖離は小さい。しかし、2位「アルバイト体験」(学生39.1%、企業11.4%)、4位「サークル活動体験」(学生33.9%、企業7.3%)など、その他の項目では企業の期待と学生意識の乖離は大きい。

特に大卒採用の前提となる「基礎学力」は、企業の39.1%が重視しているにもかかわらず学生は7.4%しかアピールポイントにしていない。「考察力・論理的思考力」も同様の傾向だ。仕事をする上で発揮できる自分の強みは何か、アルバイトやサークル活動など体験そのものではなく、経験を通じて何をアピールすべきなのか、本質を理解できていない様子がうかがえる。

■ 企業の選考重視点と学生のアピールポイント比較 ※カッコ内は15卒の数値



## ■ 印象に残ったセミナー

東京海上日動火災保険	MARINE SEMINAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>●現場で働いている社員の声が聞けたこと／社員との会話機会が圧倒的に多い</li> <li>●少人数の座談会とセミナーの中間ぐらいの規模でわかりやすく説明していただけた</li> <li>●普段ならば会えないリーダークラスの社員と直接少人数でお話することができた</li> <li>●大規模で、いろいろなお話をじっくりと聞けたから</li> <li>●広々とした会場で、他でみられるような混雑さがなく快適だった</li> <li>●直接複数の社員の方とお話できるのはとても良かった</li> <li>●自分の興味のあるブースで効率的に話を聞けたから</li> </ul>
	人事の視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>●選考に関する情報をかなり明確に開示していた／人事の方の熱い思いが伝わった</li> <li>●数名限定で人事の本音などを聞けるから／面接でのポイントが聞けたから</li> <li>●ぶっちゃけトークが就活の参考になった</li> <li>●人事の方の目線で、面接のアドバイスなどをいただき、とても参考になりましたし、就活へのモチベーションがあがった</li> </ul>
三菱UFJ信託銀行	信託LIVEセミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>●体感型で能動的に理解を深めることができた為</li> <li>●ゲームを使って信託業務を俯瞰的に見ることができた。</li> <li>●参加人数は多いが内定者がグループごとに1人付くのでしっかり話を聞けた</li> <li>●ゲームを通して実際の業務を体感することができイメージしやすかったから</li> </ul>
	ジンジ(人事)の目線	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員の方のお話が、強烈に自分の中で印象に残り、就活に対する考え方が変わった</li> <li>●一般的な就活のことや企業のことだけでなく、選考のことまで詳しく教えてくれたから</li> <li>●この会社志望の人はもちろん、他業種志望の人でも、E Sの書き方や面接のアドバイスをしてくれるので、大変参考になった</li> </ul>
三井物産	Mitsui&Co. Premium Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>●代表取締役も来て本音に近い話が聞けたから／大手人気企業なのに社員との距離が近い</li> <li>●駐在員とのSkypeが印象的だったため</li> <li>●今までこのようなセミナーに参加したことがなかったし、リアルな話を聞くことで、より社員の魅力が伝わったから</li> </ul>
	Find Your Career At Mitsui & Co. 一業務職の働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>●職種ごとにそれぞれのセミナーを開催してくれた</li> <li>●実際に働いている社員の話が聞けた</li> <li>●職種に対するイメージが変わり、理解が深まった</li> <li>●様々なスタイルの業務職の社員さんのお話を聞けたので</li> </ul>
損害保険ジャパン日本興亜	Premium JAPAN-DA Cafe for Woman	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社員や内定者との座談会ブースがカフェのようになっており、気楽に話げできたため</li> <li>●女性社員の方のお話を十分に聞けた</li> </ul>
	社員座談会	<ul style="list-style-type: none"> <li>●様々な社員の方と話すことができたから</li> <li>●営業のイメージが変わり、生き生きと楽しそうに仕事しているのが好印象だった</li> <li>●職種別の社員の方々の座談会で、仕事内容や働き方に関して詳しく話をきける</li> </ul>
みずほフィナンシャルグループ	内定者座談会	<ul style="list-style-type: none"> <li>●一番身近な内定者の方からたくさんためになるお話が聞けたから</li> <li>●クイズ形式を出されたこと／人事の方が毎回面白い説明を工夫して行っているため</li> <li>●内定者にみずほの魅力だけではなく就活の相談全般に気軽に乗っていただけ参考になった</li> </ul>
	Mizuho Messe	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ホールセール部門の講演で、取引先がマネーゲームの対象になり、その対応に追われた話があった</li> <li>●かなり奥深い内容までお話しいただき、改めてこの企業に入りたいと思うようになった</li> </ul>
三菱東京UFJ銀行	Banker's Square ワークショップ型業務体感セミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仕事理解が深まる</li> <li>●グループワークが濃い</li> <li>●お客様へのご提案をどのようにしたら良いのか考えさせられたから</li> <li>●FPの職に就きたい想いが一層強くなったから</li> </ul>
住友商事	Message for the CHANGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>●会場の規模が大きい／社員のフィードバックが的確だったから</li> <li>●規模の大きさ・準備・ゲストの全てにおいて圧倒的だった</li> <li>●実際に持ち帰れる学びがあったから／大人数で社長のお話を聞くことができた</li> <li>●誰でも身につく「スキル」よりも「センス」を磨いていくことが大切で良かったから</li> </ul>
電通	はじめまして電通です	<ul style="list-style-type: none"> <li>●講演者が魅力的／憧れを持たせる煽りが上手い／とにかく広告会社の印象ががらっと変わった</li> <li>●社名を用いた実際の仕事に近いものであったため／実際にClientを呼んでくれた</li> <li>●紙を使って質問をみんなに分かりやすいように壁に貼っていくことで、後の回に参加した人も前回の質問内容を知ることができた</li> </ul>
日本生命保険	NISSAY EXPO 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自社ビルで行われたエキスポで、社食をいただけただけのため</li> <li>●自分の気になることについて効率よく聞くことができた</li> </ul>
	生命保険業務体験	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人生に起こりうる出来事を想像しながらどこにどんな保険が必要か考える事が出来るもので、保険の重要性を知りました</li> </ul>
三井住友信託銀行	スタートアップセミナー	<ul style="list-style-type: none"> <li>●体験型ワークが、頭だけでなく体も使って行ったため業務内容を理解しやすかった</li> <li>●体を動かして体感できるワークで、ただの講義形式のワークよりも理解が容易で良いと思った</li> <li>●ゲーム感覚で仕事の内容を理解でき、かつ難しさも分かったため</li> </ul>
三井不動産	体感型価値創造アカデミー	<ul style="list-style-type: none"> <li>●実際に不動産業界を体感することができたため</li> <li>●グループワークが楽しく、業務の具体的な概要が掴めたから</li> <li>●デベロッパーの仕事が分かりやすかった</li> </ul>
伊藤忠商事	ITOCHU FORUM	<ul style="list-style-type: none"> <li>●対談から伊藤忠でやっているビジネスの戦略が垣間見えて大変面白かった</li> <li>●週刊ダイヤモンド編集長と役員の方の対談が印象的だった</li> <li>●総合商社全般のことから自社のことまで一貫して分かりやすい説明であった</li> </ul>
三井住友海上火災保険	就活の学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>●内定者の話を身近で聞くことができ、就活のノウハウも教えてもらった</li> <li>●楽しい雰囲気を作ってくれたので、この先輩方と働きたいと思ったため</li> </ul>

※ダイヤモンド就活ナビモニターアンケートより学生のコメントを抜粋しています。

# DATA. 29 参加したインターンシップ／印象に残ったパンフ・ノベルティ

## ■ 参加したインターンシップ

損害保険ジャパン日本興亜	8月	損害保険の理解、業務体感、新規事業提案 5日間でリスクコンサルティングから新保険の企画提案まで幅広く業務の体感を行った。 損害保険ビジネスの業務体感
	9月	グループワーク、損保の新品についてプレゼン
	10月	損害保険の概要と具体的な仕事内容を体感。
	10月	保険金、商品提案、リスクコンサルティング
	12月	損保業界一般について 業務体感等
	2月	各部署を訪問し業務見学。
三井不動産リアルティ	2月	グループワーク
三井不動産リアルティ	12月	不動産の営業をゲーム形式で体験。物件からお客様にメリットなどを説明しながら、提案する
りそなグループ	8月	銀行の業務内容を学ぶゲーム。セミナー、銀行業務体験など
	2月	法人営業疑似体験、課題、プレゼン
大塚商会	8月	グループディスカッション 主にグループワークでゲームや営業体感など。チームで課題解決、営業のロールプレイング、他己評価。毎日グループが変わった。
	9月	学生が広告代理業となり、顧客である大塚商会の採用パンフレットを作成する。各グループで受注を競い合う。 グループワーク
	11月	営業職体験ワーク
	12月	営業SE体験
ニトリ	7月	グループワーク
	8月	グループワーク
	9月	ニトリについて。仕事体験グループワーク。
	10月	経営体感
	12月	ニトリの店を実際に見て、問題点を探す
	1月	業務体感型セミナー 会社説明、グループワーク
三井住友海上火災保険	8月	損保の業務理解、グループワーク、プレゼン
	9月	5日間、グループワークを通して損保の業務理解を図る。損保の新品についてプレゼン
一条工務店	11月	会社概要と、グループワーク 業界・企業研究と自己分析
	2月	営業のゲームを行って点数で利益に反映する。 グループワーク、自己分析練習
日本生命保険	8月	5日間。部署に配属され一週間社員の皆さんからご指導頂いた。5日間で課題をこなして最終日に発表する。
	10月	生保の資産運用をグループワークで体感する
	12月	保険の必要性理解のワーク
	2月	職務体験、グループワークによる課題への取り組み・発表
三井住友信託銀行	8月	各部署の業務のグループワーク
明治安田生命保険	9月	6部署見学及びグループワーク、その学びのプレゼン
	12月	職務疑似体験

## ■ 印象に残ったパンフ・ノベルティ

### 東京海上日動火災保険

- PC眼鏡をもらい、非常に便利だから
- イベント毎にもらえるものが異なり毎回欲しいと思っていた物をくれるため
- エチケッ卜ブラシ、靴磨き、鏡など、役立つから
- スマホの充電器はインパクトがあり、まさに就職活動中に役立つ物だったから
- とても立派な作りのパンフレットで内容も充実していたから
- 女性向けのパンフレットがラメでキラキラしていて女性目線のものだった
- パンフレットの色づかいと写真の使い方が未来を感じさせたため
- 内定者の作成したパンフレットが厳選された情報になっていて為になった
- 内定者の就活を見られるパンフレットだったため

### 三菱東京UFJ銀行

- パンフレットが社員のエピソードを中心にできており、働く姿をイメージできた為
- 業界研究と企業研究に使えるような経営方針や業務内容などがしっかり詰まった本がもらえたから
- 就活で必須のメモ帳が送られてきたから
- 就活にちょうどいいサイズのノートだったから
- 職種ごとのストーリーブック、タンブラー
- ノートは今後活動を進めていくうえで大変助かる

### 電通

- 一見トランプのノベルティかと思ったが、パンフレットでさすが電通だと思った
- トランプカードのようなもので、電通が手がけて来た作品とものコンセプトが裏表にあり、とても珍しく見て面白かった
- パンフレットが厚く、社員の方のインタビューが豊富だったから
- 多くの企業のような、会社パンフレットではなく、トランプのような形でデザイン性が高く、内容も大変面白いものであったから

### キリン

- キリンビール2本が送られてきてびっくりした
- 就活生への応援メッセージが書いてあり非常に元氣付けられた
- ビールが2本で、その入れ物も凝っていてかわいかったです

### みずほフィナンシャルグループ

- 3月の初めにいち早く届いたこと、企業の歴史を紹介するミニアルバム用の冊子がわかりやすかったこと、シャーペンが入っていたから
- クリアファイルが綺麗だった
- シャーペンと一緒にパンフレットが届いたから
- ノートが自宅に届き驚いた。就活に使えるのでよかった

### 住友商事

- 3層になっているクリアファイルで使いやすいから
- AERAの住友商事版で内容が充実していたから
- 4色ボールペンとシャーペンが一緒になったペン
- 綺麗な青いバインダーにさり気なく企業名が書いてあり、お洒落だった
- クリアファイルはよくあるが、ポケット付で機能的だったから
- バインダーは就活に必要で、大変役立つ物だったため

### 損害保険ジャパン日本興亜

- 就活生対象のスケジュール帳で、管理がきっちりできる
- フリクション3色ペンであり、就活の日程変更は多々あるため助かります
- 女性のためのパンフレットが魅力的
- 内定者が作成した就活手帳は、参考になる情報やコメントが書いてあってよかった



## ■ 印象に残ったES

## ◆ アミューズメント

- あなたにとってキャラクターとはどのような存在ですか？

## ◆ 印刷

- 今注目している科学技術は？ ● 「鍵」をテーマに自由に記述してください

## ◆ インテリア

- あなたを端的に表現するなら？ ● 1000万円あったら何に使いますか？

## ◆ 化学

- キーワードを使って自由に文章をつくる ● あなたのこだわりのモノ
- 最大限に力を発揮するには ● 就職とは

## ◆ 銀行

- 普段のあなたができるように自己紹介してください

## ◆ 金融

- あなたの強み・弱みを客観的事実に基づいて教えてください

## ◆ 健康医療

- 海外への留学・旅行経験について、渡航先、目的、期間などを教えてください
- あなたの趣味や特技について教えてください。
- 入社された場合、どのような仕事がしたいですか？またそれはなぜですか？

## ◆ 航空

- あなたらしい写真を選びその理由を書く
- 現時点のあなたを自己評価するとしたら何のNo.1ですか。

## ◆ 小売

- この写真を見て〇〇に当てはまる言葉を書きなさい
- 校舎の空いている教室をリノベーションして活用するとしたら何を考えるか

## ◆ コンサルタント

- 今度日本の企業はどうあるべきか
- 他人を巻き込んで、何かを成し遂げた経験。

## ◆ コンビニエンスストア

- あなたは周りからどんな人だと言われますか？
- 30年後どのような人間になりたいですか
- 学生時代に最も失敗したと思う経験、またそこから何を学んだかについて書いてください。

## ◆ 証券

- 自分のことを他己紹介という形で紹介してください

## ◆ 情報・通信・インターネット

- これまでにあなたの変えた世界を教えてください
- 入社してあなたの変えたい世界を教えてください
- 桃太郎でもう一匹連れて行くとしたら ● 俺の〇〇を聞け

## ◆ 食品

- あなたの作りたい製品を考えてください ● 売り場提案
- 自分らしさが表れている写真とその説明。
- 今あなたしか考えていないことを書きなさい
- 今までの挑戦や創造について
- あなたの心に残っている味は？ ● カラオケの十八番
- わいがや体験を教えてください ● 自分史を書いてください
- あなたの挑戦について自由に ● 人生最大の挑戦は？
- 新しいお菓子の売り方を提案してください

## ■ 印象に残った面接での質問

- 予定していた商品が工場の都合で納入できなくなったらどうする？
- 顧客満足度向上に必要なこと3点。
- 20秒PR
- あなたの夢は？
- 将来についてどのように考えているか
- 学生時代に頑張ったことについて
- あなたの弱みを3つ教えてください

- あなたを車の部品に例えると何だと思えますか
- 弊社で何がしたいの？それはなぜ？
- あなたのエンジンは？
- 他人の自己PRを聴いて、あなたは勝てるか
- 今まで行ったことある地域で、行きたくなくなるようなプレゼンをしてください
- 業界の中で弊社をどのように位置付けているか
- 今まで使った中で最もハイテクなシステムは？

- 取引先の人とカラオケに行くときに、何を歌うか
- 今から架空のものを創造して、売ってみてください
- 学生時代頑張ったこと
- 当社の改善点は？
- 工場で発生した不良品の原因と対策法
- 工場が止まったと連絡があったらどうするか
- もしもグループ会社で採用と言われたら、承できますか？
- 学生時代頑張ったこと

## ◆ 製造

- スペースを使って、「今のあなた」と「未来のあなた」を自由に表現してください
- 自分が天才だと思う所

## ◆ 鉄道

- あなたが社長ならどうしますか
- あなたが鉄道を利用して改善したほうがよいと思うこと。
- 電車にまつわるエピソードを「喜怒哀楽」で表現してください
- あなたを5・7・5で表してください
- 最も好きな駅を1駅選び、その理由と今後その駅をどうしたいかをお書きください。
- あなたはどんな40歳になりたいですか。具体的にお書きください。

## ◆ 不動産

- 読破した本10冊

## ◆ プライダル

- 自分が笑顔を作り出した経験
- あなたがこれまでに1番わくわくしたことを自由に表現して下さい

## ◆ 放送

- 今までの人生で勝った経験、負けた経験、引き分けた経験について

## ◆ 保険

- 異なる価値観に影響を受けた経験

## ◆ ホテル

- 新たにホテルを建てるとするならどの国のどの時代をモチーフとしたホテルにしたいか
- 次にホテルを作るとしたら、どの時代のどの国のどの建築方式を用いるか。

## ◆ マスコミ・広告

- みんなが知っている物語の続きを800字で考えなさい。
- 会社のキャッチコピーを考えなさい
- あなたを自由に表現してください
- だれかに一言

## ◆ メーカー

- 9つのワードの内3つ以上のワードを用いて、自由に文章を作成してください。
- こんなことは、今自分しか考えてないだろうな、ということは何か。
- 日本のことを知らない外国人に渡すお土産は何か、その理由も含めて答えてください
- あなたを表すキーワードを3つ答えてください
- あなたを一言で表すと？
- 最近の興味関心ごととそれに対してとった行動は？
- 「ワイガヤ体験」を教えてください
- カラオケの得意曲は何ですか？
- 過去10年間を振り返り、各年に起こったことを1行で表し、それらを踏まえて自己PRをしてください(手書き)
- 今までに感動した技術や製品は何ですか？
- 人生最大のピンチは何ですか。
- あなたが一番大事にしているコト、モノを教えてください
- あなたらしさをイラスト、写真、図表を用いて表してください
- 人との関わりで大切にしていること
- 過去10年の自分史を書いてください
- あなたが希望した仕事について、現在描いているキャリアビジョンや志望理由について記入してください。
- チームで活動する中で大切にしていること
- 集団の中であなたが発揮する力を当社でどう活かせるかと考えるか



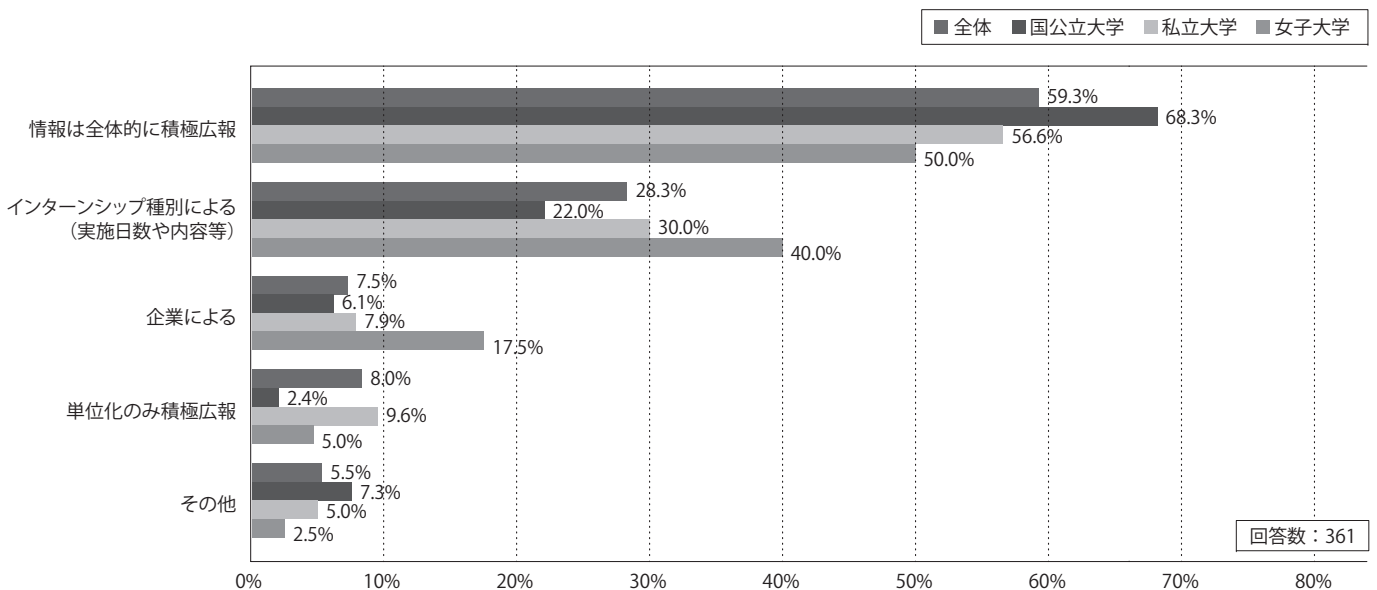
## 【第3章】

# 大学就職部の指導総括

### - P O I N T -

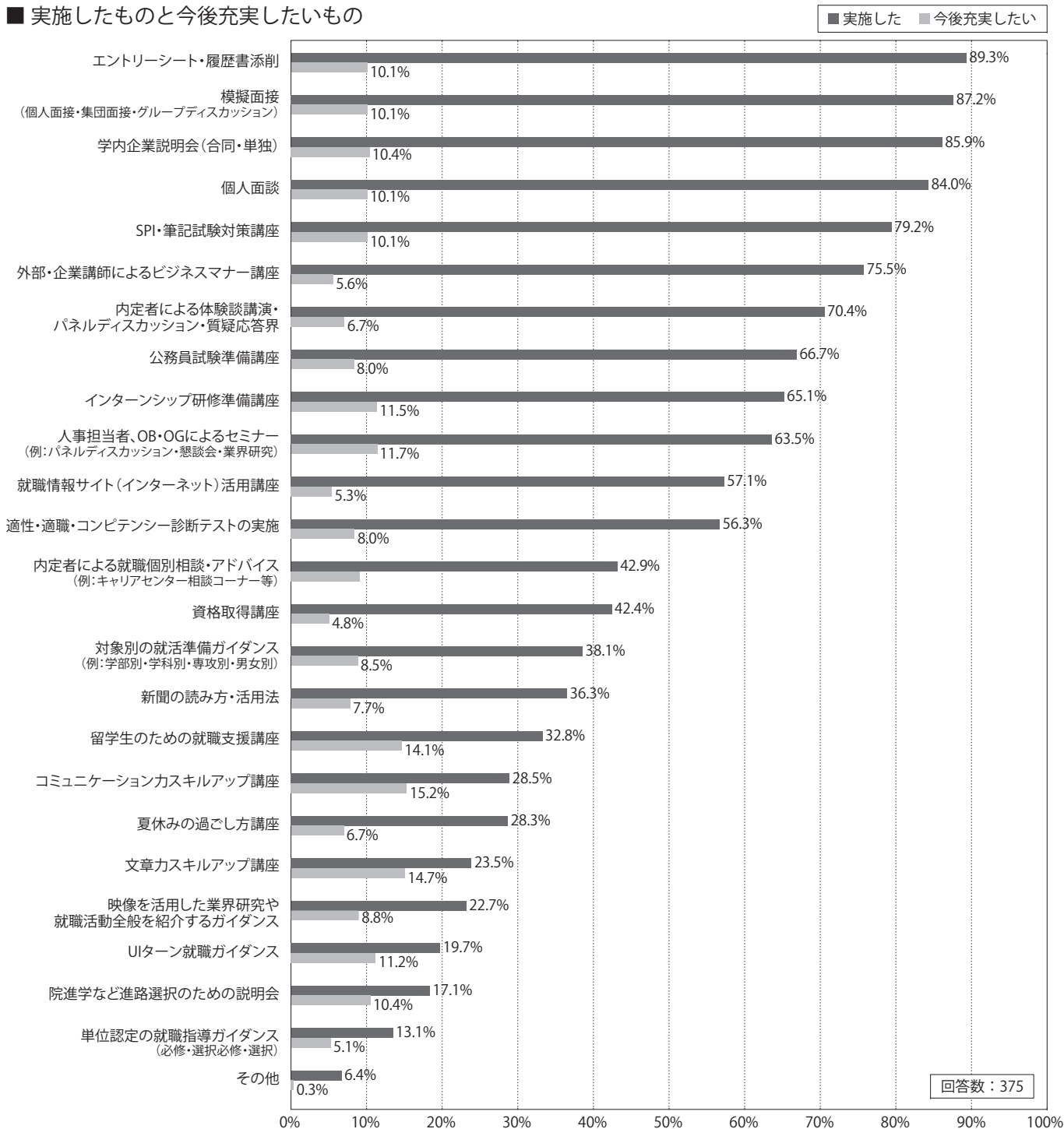
- インターンシップは学校種類にかかわらず積極的に広報
- 3年生向け就職活動支援では“個別支援系”や“学内企業説明会”が引き続き高い実施率
- 「学生の業界・企業理解の向上」が今後の課題

## DATA. 31 インターンシップについての対応



インターンシップは産学連携による人材育成の観点などから学内広報については学校種類に関わらず積極的に広報が行われている。学校種類別に比較すると女子大学が最も実施日数や内容、また実施企業によって広報の仕方が異なっている。

## ■ 実施したものと今後充実したいもの



### 例年通り、個別支援系や学内企業説明会が引き続き高い実施率

16卒対象就職ガイダンスの実施状況は多くの項目で7割を超えた。例年通り「エントリーシート・履歴書添削」「模擬面接」「学内企業説明会」「個人面談」などで高い数字を出している。

15卒実施率とのギャップが大きかったものに関しては「対象別の就活準備ガイダンス」（15卒47.6%→16卒38.1%▲9.5ポイント）

「夏休みの過ごし方講座」（15卒33.9%→16卒28.3%▲5.6ポイント）

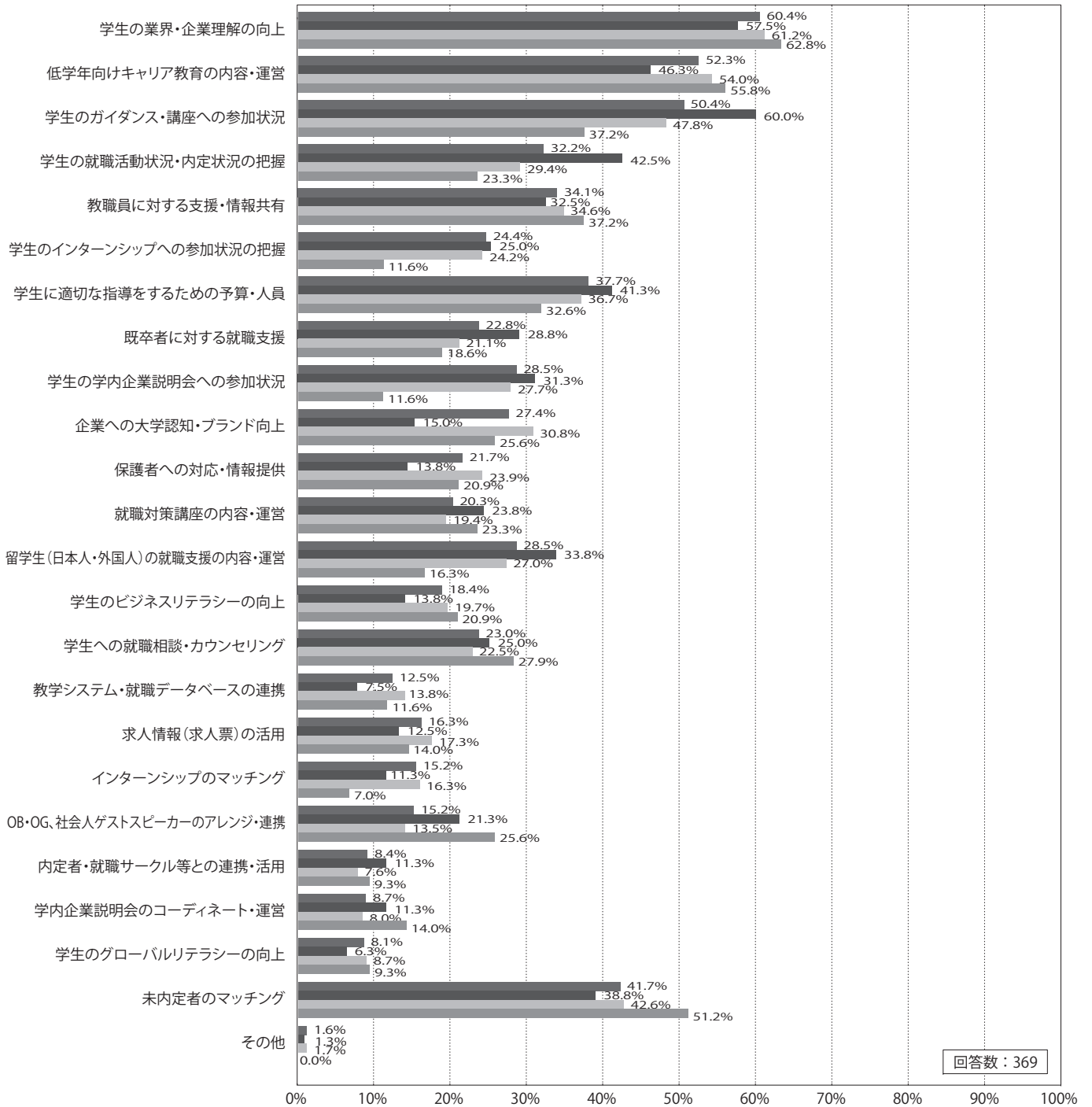
「新聞の読み方・活用法」（15卒41.3%→16卒36.3%▲5ポイント）となっている。ガイダンス時期を前年より後ろ倒しにした大学も多く、それに伴う影響もあると思われる。

またトレンドとなっているインターンシップについては関連ガイダンスでの実施率が伸びている。「インターンシップ研修準備講座」（15卒60.3%→16卒65.1%+4.8ポイント）

# DATA. 33 学生へのキャリア・就職支援の課題

## ■ 学生へのキャリア・就職支援の課題

■ 全体 ■ 国公立大学 ■ 私立大学 ■ 女子大学



## 前年同様「学生の業界・企業理解の向上」がトップの課題

各大学内におけるキャリア・就職支援の課題は「学生の業界・企業理解の向上」(60.4%)、「低学年向けキャリア教育の内容・運営」(52.3%)、「学生のガイダンス・講座への参加状況」(50.4%)、「未内定者のマッチング」(41.7%)が高い数字を出している。

学校種類別に見ていくと全ての大学郡で「学生の業界・企業理解の向上」や「低学年向けキャリア教育の内容・運営」は一定率以上で課題を抱えている。

女子大学では「未内定者のマッチング」(51.2%)が他大学郡と

比較すると特に課題を抱えている結果となった。

前年との比較では「学生の業界・企業理解の向上」が引き続きトップの課題となった。ギャップの大きな項目は国公立大学では「留学生の就職支援の内容・運営」(15卒22.0%→16卒33.8%+11.8ポイント)、「学生に適切な指導をするための予算・人員」(15卒29.7%→16卒41.3%+11.6ポイント)、女子大学では「OB・OG、社会人ゲストスピーカーのアレンジ・連携」(15卒14.6%→16卒25.6%+11ポイント)となっている。

## DATA. 34 17 卒就職支援方針

前期はインターンシップを中心に支援プログラム、後期は就活に向けた実践的プログラムを配置しています。今年度の状況を見ながら、臨機応変に適切な時期に支援を実施する予定です。	首都圏・私立大
就職活動を行う3年次・4年次の学生、修士学生のみならず、入学早々の段階から学生1人ひとりの就職・進路に関してサポートを行います。全ユニットにいる就職支援室員と連携し、学生の希望する職種の紹介や業界研究、就職ガイダンスを実施します。	北海道東北・国立大
現在の学生指導が対症療法に過ぎず、抜本的に支援システムを見直しシステムチックに取り組む必要性を感じている。	関西・私立大
グループワークを中心とした実践的なセミナーをより多く展開し細やかに対応するほか、学生同士で考え、学び合うピアサポート体制の構築を目指す。	関東・私立大
個人面談を重視し、個別指導を強化していく。ガイダンスに関しては、層別3コース制を今期も実施する。	首都圏・私立大
本学の周辺地域経営者とのコラボによる模擬面接の強化	首都圏・私立大
従来のキャリア教育（1～3年生）及び個別指導の強化に加え、本年度からeラーニングシステムでの筆記試験対策に力を入れ、内定率の向上を図る。	首都圏・私立大
キャリア教育が進路についての意識向上となるような、内容であること。メンタル面でのサポート推進が課題と考えます。	関西・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>・就職希望者比率のさらなる向上</li> <li>・早期離職を防ぐための就職マッチング精度の向上</li> </ul>	東海・私立大
個別就職相談や求人情報の提供などに引き続き、力を入れていく予定である。また、就職活動時期の後ろ倒しを受け、3月より前に採用とは切り離れた業界・仕事研究セミナーを実施する予定である	九州・国立大

## DATA. 35 2016年卒からの採用活動スケジュール変更について

研究とのスケジュールの兼ね合いが難しい。後ろ倒しになっていても企業によって選考スケジュールが実際は異なる為、重複して選考に進んだ場合の対応方法が難しいし、最善のアドバイスがしづらい。	東海・私立大
スケジュール通りに動く企業ばかりではないため、学生の就職活動期間が長くなるのではないかと不安がある。後期の授業日程を考えると前期中に決めてしまいたいと考える学生も多い。地方大学の学生は金銭的負担も大きい為、今回のスケジュール変更には賛成しかねる。	北海道東北・国立大
オリエンテーション・履修登録など学生生活において重要な時期と、会社説明会・選考などが頻繁に行われる時期とが重なってしまい、学生は例年よりも多忙な状況に置かれているように思われる。	北海道東北・私立大
「後ろ倒し」の言葉に惑わされスロースターターが増加。しかし3年夏インターンで既に目星を付けている企業も複数あり、結局「早期化」又は「年中就活」になった印象	首都圏・私立大
困惑しているように見受けられます。理由は以下3つ。①企業の広報採用活動スタート時期が、まばらで幅が広い。②先輩のアドバイスが参考にできない。③公務員試験、教育実習と重なる（理系学会発表等も）	関東・国立大
3年夏のインターンシップ（1dayか2dayが大半）が急増しており、就職活動の期間は実質長期化した	北海道東北・私立大
採用の機会や企業との接触機会の減少等が考えられるが、自己分析やインターンシップ等による企業研究に時間をかけられることで企業と学生のミスマッチを防げるという利点も考えられる	北陸・私立大学

# ダイヤモンド 就活ナビ2017

## 調査概要

---

### 【16 卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ 2016 登録者で  
2016 年 3 月大学卒業予定者、および大学院修了予定者  
有効回答：2,032 名  
調査期間：2015 年 8 月 24 日～9 月 18 日  
調査方法：Web 入力フォームより記名回答

### 【15 卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ 2015 登録者で  
2015 年 3 月大学卒業予定者、および大学院修了予定者  
有効回答：2,298 名  
調査期間：2014 年 5 月 2 日～5 月 19 日  
調査方法：Web 入力フォームより記名回答

### 【16 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：603 社  
調査期間：2015 年 8 月 17 日～9 月 25 日  
調査方法：メール、FAX、手渡し、Web フォーム入力によるアンケート方式

### 【15 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：642 社  
調査期間：2014 年 4 月 24 日～5 月 30 日  
調査方法：メール、FAX と手渡しによるアンケート方式

### 【16 卒就職指導状況アンケート調査】

調査対象：全国の大学  
有効回答：385 校  
調査期間：2015 年 4 月 13 日～5 月 15 日  
調査方法：郵送、FAX、Web フォーム入力によるアンケート方式

### 【15 卒就職指導状況アンケート調査】

調査対象：全国の大学  
有効回答：424 校  
調査期間：2014 年 4 月 4 日～5 月 9 日  
調査方法：郵送、FAX、Web 入力フォームによるアンケート方式

---