

2016年度
「新入社員就活アンケート」
調査結果



変化と成長に挑む戦略パートナー



株式会社 タナベ経営

戦略総合研究所

□ 調査結果サマリー

会社生活をもっとリアルにイメージできる情報が欲しい！

■ 会社説明会で知りたいのは「仕事内容」「社風・雰囲気」「現場社員の声」

会社の「経営理念・ビジョン」（8.7%）や「求める人材像」（11.7%）よりも、直接自分の会社生活に関係する「仕事内容」（61.0%）、「社風・雰囲気」（44.5%）、「現場社員の声」（22.8%）へのニーズが高かった。

■ 会社選択の決め手は「仕事内容が具体的にイメージできるか」と「職場の雰囲気」

入社した会社を選んだ理由の首位は「仕事内容が具体的にイメージできた」（25.3%）。また、「アットホームな雰囲気」（24.3%）、「社員に活気がある」（20.1%）も高くなっており、やりがいや給料の高さなどよりも、日々の会社生活がどうかを重要だと思われる。

入社後の人間関係と活躍が不安。しかし、フォローは…！？

■ 入社までの不安事の中心は「入社後の人間関係」「自分が活躍できるかどうか」

内定から入社までで不安だったことについては、「上司・先輩・同僚との人間関係を構築できるかどうか」（47.4%）と「入社後に活躍できるかどうか」（47.4%）が同率で首位であった。

■ 内定後のフォローの多くは「親睦会」と「内定式」

内定後の企業からのフォローは「親睦会」（43.5%）、「内定式」（32.2%）が中心であり、学生の不安を解消するためのフォローは十分とは言えないようだ。

働く目的は「お金のため」！一方、男女で大きく異なる出世・勤続意欲。

■ 働く目的は「お金のため」が増加傾向

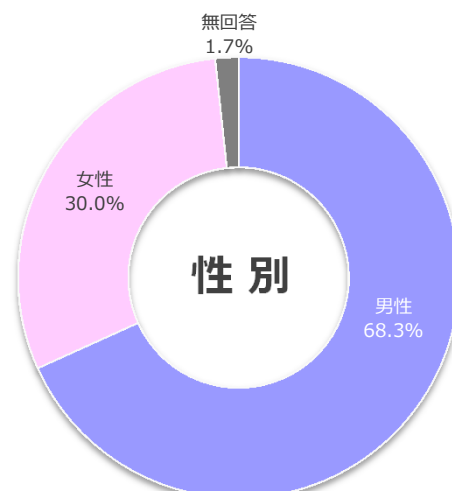
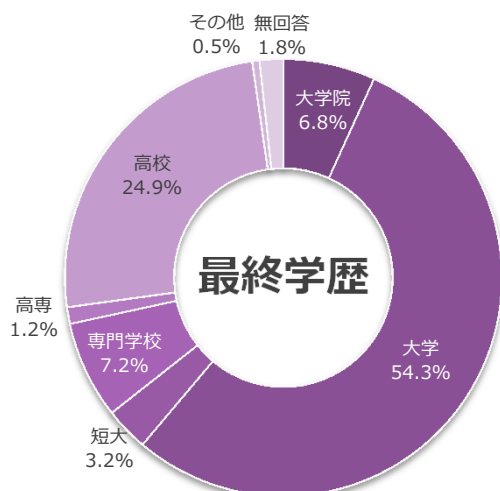
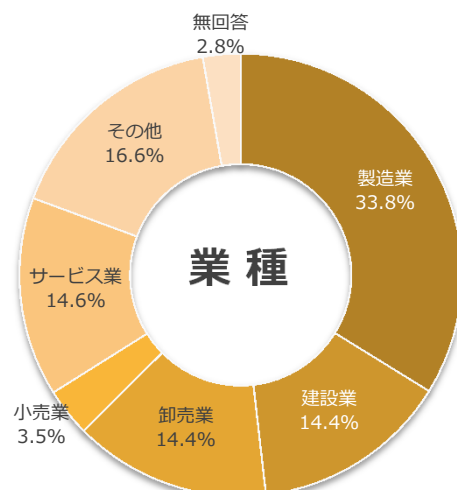
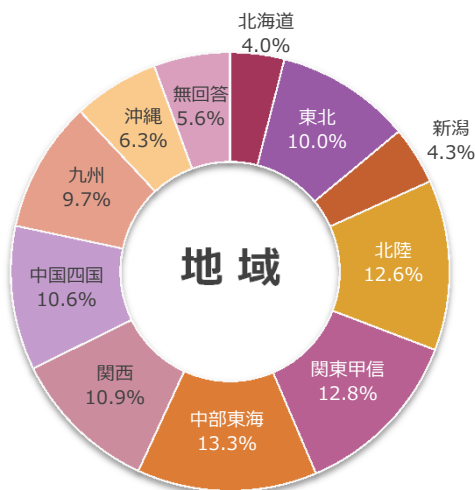
働く目的については、首位の「お金のため」が長期的に増加傾向。一方、2番目の「人間的に成長するため」は減少傾向にあり、自己実現よりも生活への安定が優先のようだ。

■ 出世・勤続意欲がある男性 と 専門指向が高く勤続にこだわらない女性

この項目では男女差が明確に見られた。「将来の目標・目指すポジション」について、男性では「役員クラス」（23.9%）が最も高いが、女性では「専門分野のエキスパート」（43.2%）が突出していた。また、「入社した会社に何年くらい在籍するか」については、男性では「定年まで」（45.1%）が、女性では「4～10年」（53.6%）が最も多くなっていた。

□ 調査実施概要

- 【調査目的】 新入社員に就職活動の実態や就職活動を通じて感じた点などをお聴きし、企業に今後の採用活動の参考情報としてご提供する。
- 【調査対象者】 当社主催「新入社員教育実践セミナー」（2016年3月・4月開催）に参加した新入社員（1,846名）
- 【調査エリア】 全国
- 【有効回答数】 1,704件（有効回答率 92.3%）



※グラフは小数点第2位で四捨五入しておりますので、合計が100%にならない場合がございます。予めご了承ください。（以降のページも同様です）

□ 設問一覧・目次

【就職活動全般について】

| | | |
|-----|------------------------------|--------|
| Q 1 | 入社した会社を知ったきっかけは何か | P 5 |
| Q 2 | 会社説明会に最も参加した時期はいつ頃か | P 6 |
| Q 3 | 会社説明会で知りたかったことは何か | P 7～ 8 |
| Q 4 | 会社説明会のプログラムで、あれば良かったと思う内容は何か | P 9 |
| Q 5 | 入社した会社を選んだ理由は何か | P 10 |
| Q 6 | インターンシップに参加したか | P 11 |
| Q 7 | インターンシップに参加した目的は何か | P 11 |

【内定時期を振り返って】

| | | |
|-----|------------------------|---------|
| Q 8 | 内定後から入社するまでで不安だったことは何か | P 13～14 |
| Q 9 | 内定後はどのようなフォローがあったか | P 15 |

【入社するにあたって】

| | | |
|------|--------------------------|---------|
| Q 10 | あなたにとって働く目的は何か | P 17～19 |
| Q 11 | あなたの将来の目標・目指すポジションは何か | P 20 |
| Q 12 | あなたは入社した会社は何年くらい在籍すると思うか | P 21 |

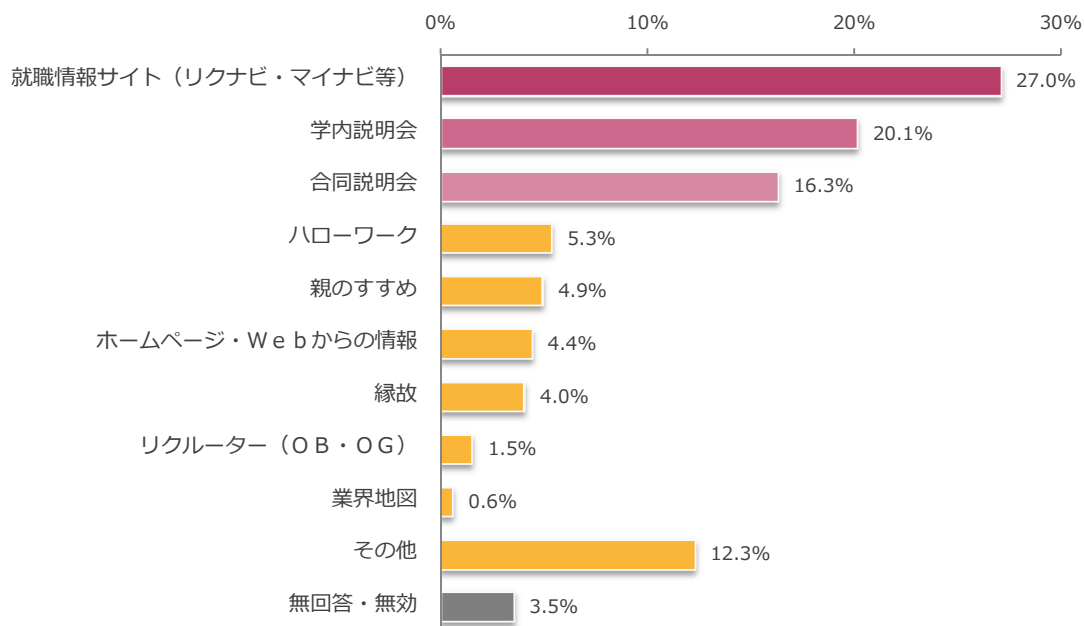
就職活動全般について

(会社説明会・インターンシップ・会社選択など)

□ 入社した会社を知ったきっかけ（1つのみ選択）

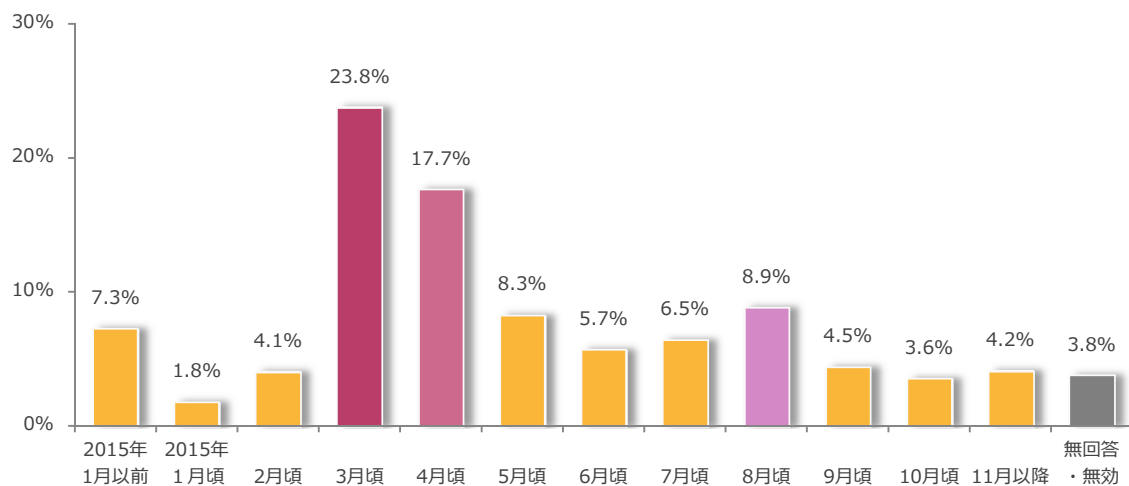
「慢性的な正社員の不足」「全卒業者に対する就職者の割合が5年連続で改善傾向」など、比較的良好な就職環境であった2015年、学生はどのような就職活動を行ってきたのか。

- 就職活動の入り口である企業検索の方法を知るために、「入社した会社を知ったきっかけは何か？」という質問をしたところ、「就職情報サイト（リクナビ・マイナビ等）」（27.0%）という回答が最も多く、次いで「学内説明会」（20.1%）、「合同説明会」（16.3%）と続く。学生と直接接合できる説明会は重要な手法ではあるが、それ以上に就職情報サイトの効果的な活用法を模索してゆくことが必要と言える。



□ 会社説明会に最も参加した時期（1つのみ選択）

- 「入社した会社を知ったきっかけ」で2番目に挙がっていた「説明会」について、参加回数が最も多かった時期を質問したところ、「2015年3月頃」（23.8%）、次いで「2015年4月頃」（17.7%）が最も多く、概ね日本経団連が発表した「採用選考に関する指針」（2014年9月16日改定）に準じた結果となった。
- 一方、「2015年8月頃」（8.9%）にも若干ではあるが小さな山があり、企業の広報活動開始時期（3月以降）ではなく、選考が本格的にスタートしてから（8月以降）会社説明会参加に本腰を入れる学生も少なくないことが分かる。



【採用選考に関する指針】について（一般社団法人 日本経済団体連合会HPから抜粋）

一般社団法人 日本経済団体連合会（日本経団連）が、「日本再興戦略（2013年6月14日閣議決定）」を受けて、「採用選考に関する企業の倫理憲章」で規定していた採用選考活動の開始時期を2016年度入社予定者以降から見直し、新たに「採用選考に関する指針」及び「手引き」を公表。

なかでも「採用選考活動早期開始の自粛」として、広報活動は「卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降」、選考活動は「卒業・修了年度の8月1日以降」が明示され、採用活動に大きな影響を与えることが予測されていた。

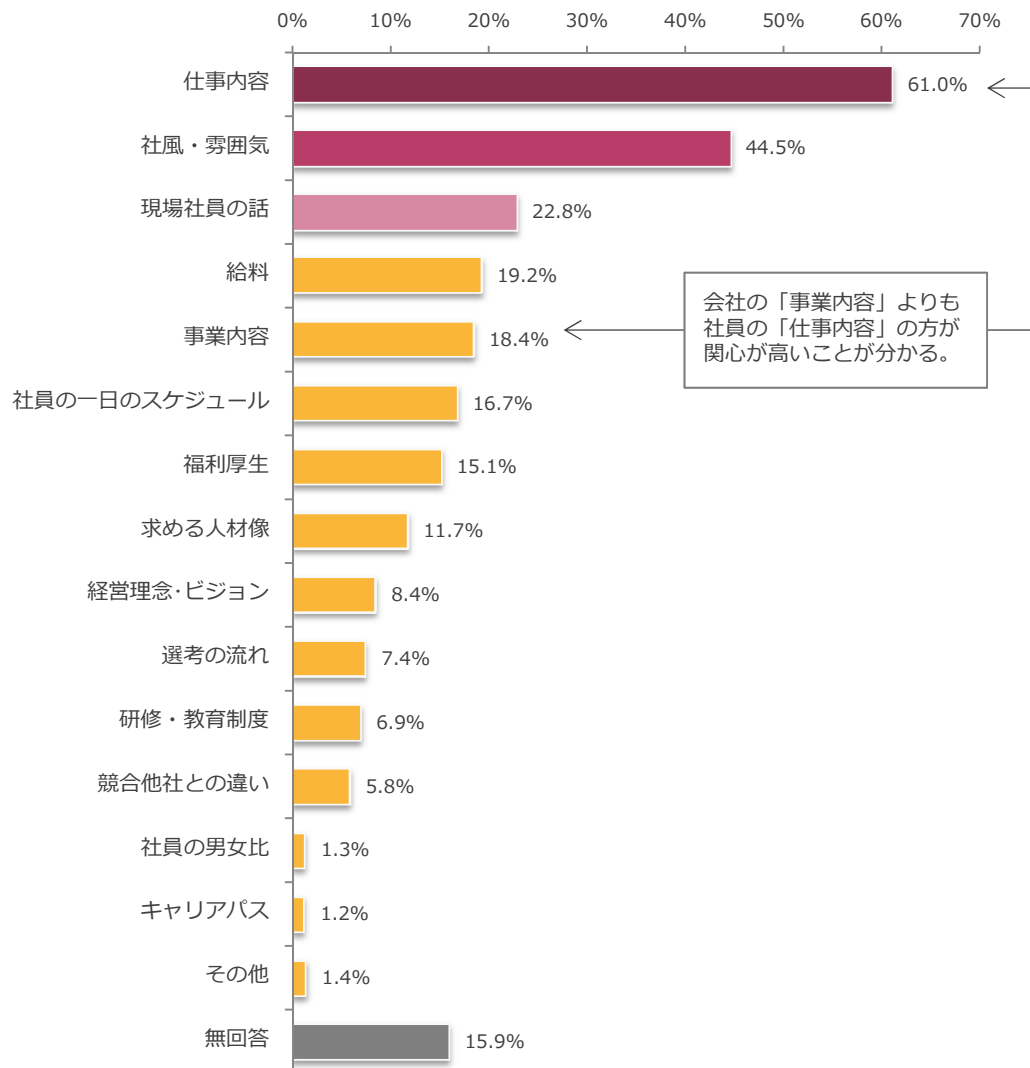
□ 会社説明会で知りたかったこと（複数回答可）

企業と学生が直接接触できる数少ない機会である会社説明会。「開催しても成果に繋がらなかった」「参加する意味がなかった」とならないように、今後の開催に向けて押さえておくべき点を探る。

会社説明会といえば、トップのビジョンや求める人材像など会社が伝えたいメッセージから始まり、事業内容や福利厚生の説明、若手社員の体験談と続き、最後に質疑応答という流れが一般的だが、参加する学生はどのような内容を求めているのか。

- 「会社説明会で知りたかったことは何か？」という質問をしたところ、「仕事内容」（61.0%）という回答が最も多く、次いで「社風・雰囲気」（44.5%）、「現場社員の話」（22.8%）と続く。入社後に自分が体験するであろう環境を、より具体的にイメージできる情報が会社説明会に求められているようだ。（言い換えれば、現状の会社説明会では十分ではなかったとも言える）
- 一方、「求める人材像」（11.7%）、「経営理念・ビジョン」（8.7%）といった会社からのメッセージや、「福利厚生」（15.1%）、「選考の流れ」（7.6%）などの事務的な内容は、それほどニーズが高くはなかった。これらの内容は会社ホームページや採用サイトに掲載されていることが多く、事前に企業研究をしてきた学生からすると、「わざわざ会社説明会に出向かなくても既に知っている」ということだろう。
- また、「研修・教育制度」（6.9%）についても低くなっている。上記同様、ホームページ等に記載されているからとも考えられるが、「働く目的」に関する質問で「人間的に成長するため」という回答が減少傾向にあることから、自身を成長させることへの関心が低いのではないかと考えられる。

合同説明会などでは、自社についての予備知識が全くない学生でも分かる内容にしておく必要があるため、前向きに入社を検討している学生ほど不足感を感じてしまうというジレンマがある。分かりやすい中にも、いかに「会社説明会でしか手に入らない情報」を織り交ぜるかが重要となる。

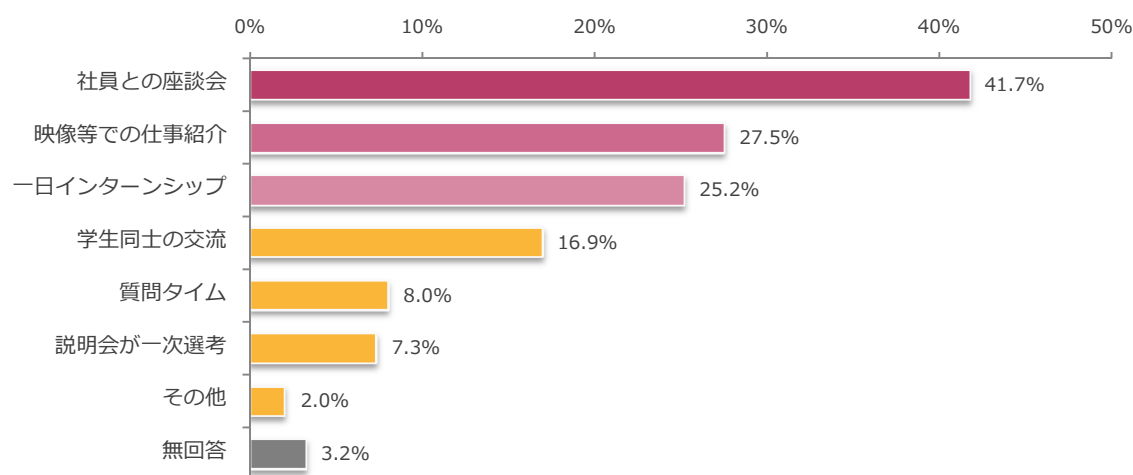


□ 会社説明会のプログラムにあれば良かったと思う企画（複数回答可）

近年、体験型ゲームやバスツアーなど工夫を凝らした会社説明会が話題になることが多いが、「楽しかった」で終わってしまっはせっかくの苦労も水の泡となる。そこで、実際に就職活動を体験したばかりの新入社員に、「会社説明会のプログラムにあれば良かったと思う企画は何か？」という質問を試みた。

- 上位に挙がったのは「社員との座談会」（41.7%）や「一日インターンシップ」（25.2%）など、その会社の実態をより具体的に感じられる内容であった。
- また、2番目には「映像等での仕事紹介」（27.5%）が挙がっている。多くの企業で、従来の紙媒体中心の会社案内からWeb含めた複合的なPRへと展開しているが、今後はさらに、文字や写真に限定されない「伝わる見せ方」も必要となる。

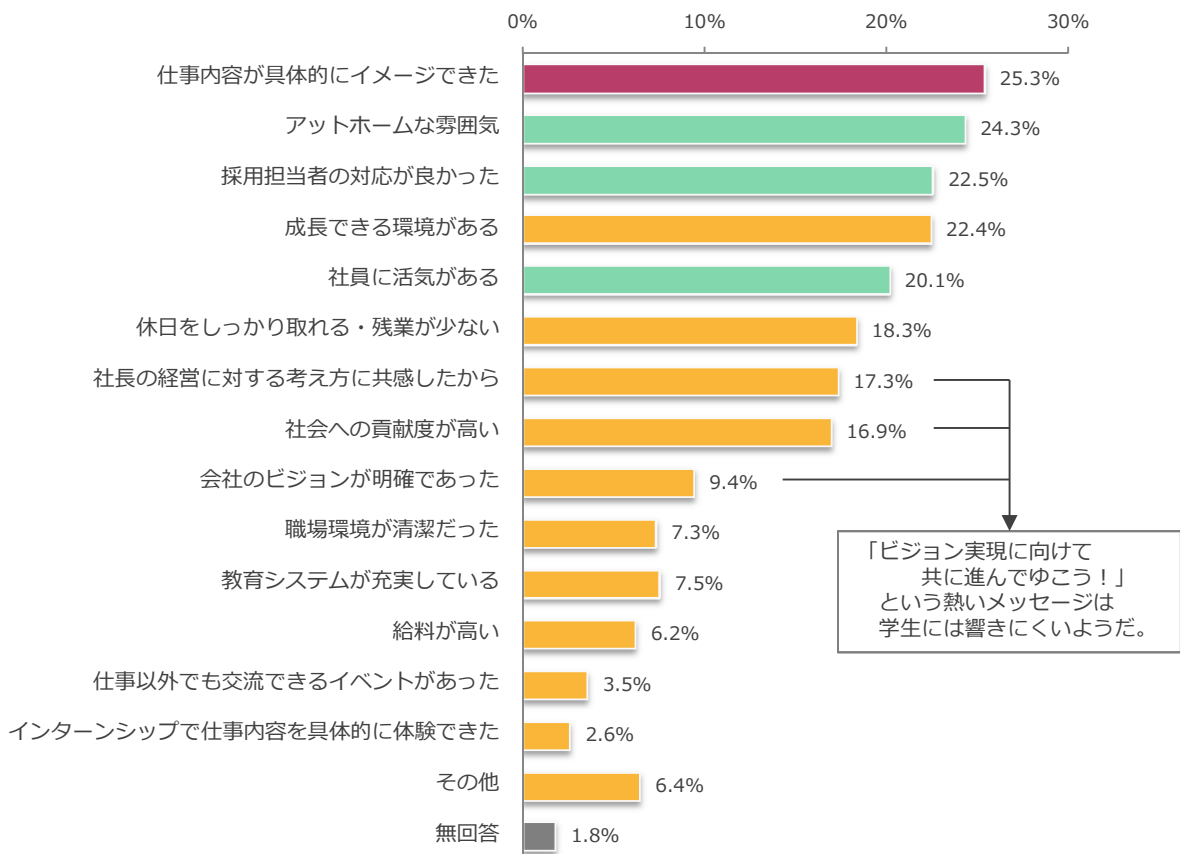
「会社のメッセージを伝えたい」「面接だけでは分からない学生の性格を見抜きたい」といった企業側の思惑で企画されがちな会社説明会。しかし、学生側も「良い面ばかり並べた会社案内では分からない、職場の実態を知りたい」という思いで参加していることを忘れてはならない。



□ 入社した会社を選んだ理由（複数回答可）

「入社する会社を決める上で、何が学生の決断に影響を与えるのか」を知ることは、企業の採用活動において非常に重要なポイントである。

- 「入社した会社を選んだ理由は何か？」という質問については、「仕事内容が具体的にイメージできた」（25.3%）という回答が最も多かった。仕事の経験がほとんどない学生にとっては、職種や業務の内容を詳しく説明されてもピンと来ないことが多い。伝え方のさらなる工夫が必要である。
- また、「アットホームな雰囲気」（24.3%）、「採用担当者の対応が良かった」（22.5%）、「社員に活気がある」（20.1%）といった、人間関係や組織風土の良さがイメージできることも入社を決める重要な要素となっているようだ。
- 一方、「休日をしっかりと取れる・残業が少ない」（18.3%）というニーズはあるものの、「職場環境が清潔だった」（7.3%）、「給料が高い」（6.2%）などの福利厚生や待遇面はそれほど高くはない。

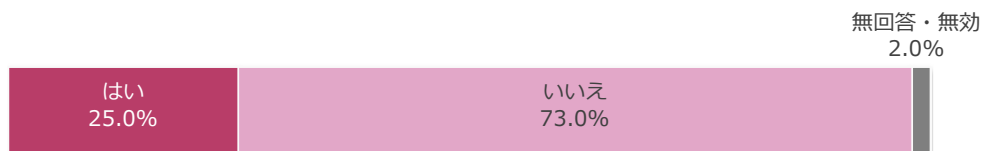


□ インターンシップについて

企業の広報活動開始が3ヶ月後ろ倒しとなる中、学生との接触機会の空白を埋める手段としても注目されたインターンシップだが、参加する新入社員の視点から見るとどうだったのか。

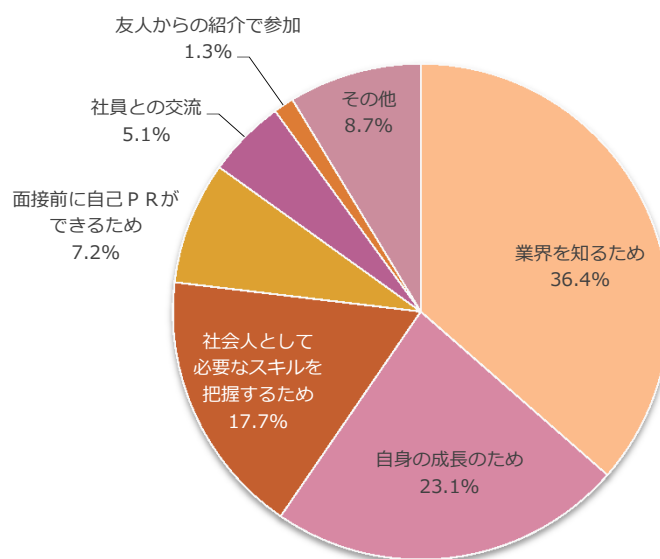
■ インターンシップへの参加の有無（1つのみ選択）

「（1日コースを除き）インターンシップに参加したか？」という質問に対し、「はい」という回答は25.0%と少なく、まだまだ定着しているとは言い難い。



■ インターンシップに参加した目的（1つのみ選択）

上記質問で「はい」と回答した方を対象に、「インターンシップに参加した目的は何か？」を質問したところ、最も多い回答は「業界を知るため」（36.4%）であった。また、2番目、3番目にはそれぞれ「自身の成長のため」（23.1%）、「社会人として必要なスキルを把握するため」（17.7%）が挙げられており、入社前にある程度の知識とスキルを身に付けておこうとする姿勢が伺える。

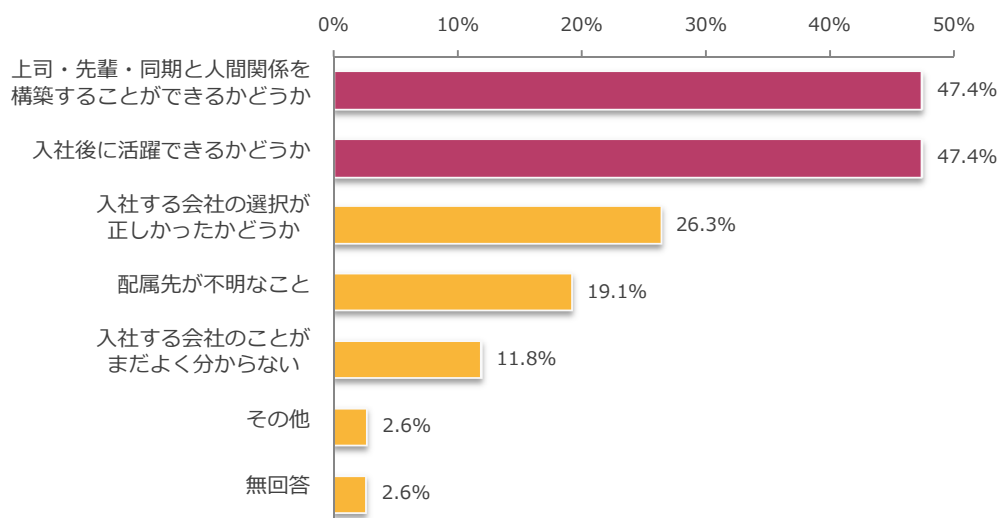


内定時期を振り返って (不安・フォロー)

□ 内定後から入社するまで不安だったこと（複数選択可）

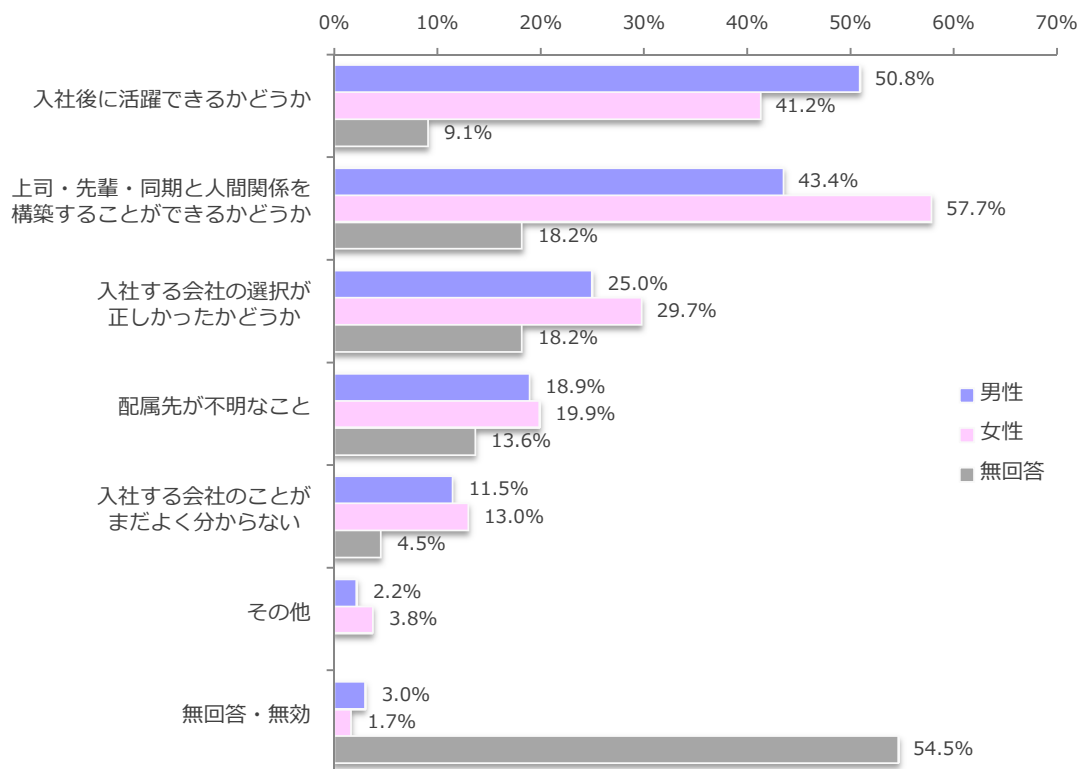
近年話題となった「内定ブルー」という言葉に表されるように、企業から内定を獲得し、就職活動に区切りがついた学生でも、実際に入社するまでには不安を感じていることが多い。

- そこで、「内定後から入社するまで不安だったことは何か？」について質問したところ、「上司・先輩・同期と人間関係を構築することができるかどうか」（47.4%）という回答が首位であった。「入社した会社を選んだ理由」でも人間関係が上位であったが、就職活動中の学生にとっては入社後の人間関係が上手くゆくかどうかは、非常に大きな関心事であることが伺える。
- 一方、同率で首位となったのが「入社後に活躍できるかどうか」（47.4%）。「ゆとり世代」や「草食系」と言われ、ヤル気が乏しいと思われがちな若者たちも、実はしっかりと成果を上げ活躍したいと考えていることが分かる。



なお、本設問では、多少ではあるが男女間の差が見られた。
（下図は男性・女性それぞれの合計に対する回答率）

- 男性が内定時期に最も不安に感じていたのは「入社後に活躍できるかどうか」（50.8%）であった。一方、女性では「上司・先輩・同期と人間関係を構築することができるかどうか」（57.7%）に最も不安を感じていたことが分かる。男女ともにどちらも不安に感じていることには変わらないが、内定者フォローの際には多少の男女差も頭の片隅に置いておかれると良いのではないだろうか。

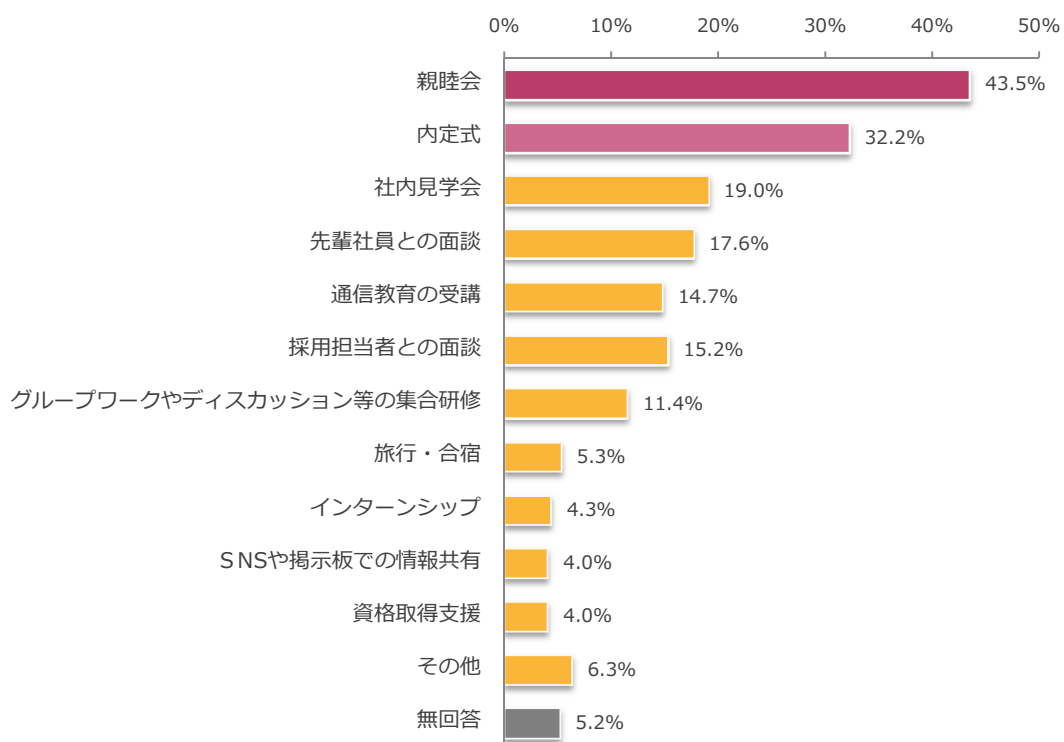


□ 内定後のフォロー（複数選択可）

前述の「入社までの不安」に対し、企業側はどのようなフォローを行なっているのだろうか。

- 「内定後はどのようなフォローがあったか？」という質問をしたところ、最も多い回答は「親睦会」（43.5%）、次いで「内定式」（32.2%）であり、どちらかと言えば全体行事が主体となっている。
- 一方、「SNSや掲示板での情報共有」（4.0%）といった日常的なつながりや、「採用担当者との面談」（15.2%）といった個人的な不安を相談する機会などは、少ないようだ。

当設問では、フォローの回数や詳しい内容までは確認していないが、せっかく内定を出した学生が、不安のあまり内定辞退をすることがないように、定期的な接触を確保することも必要である。

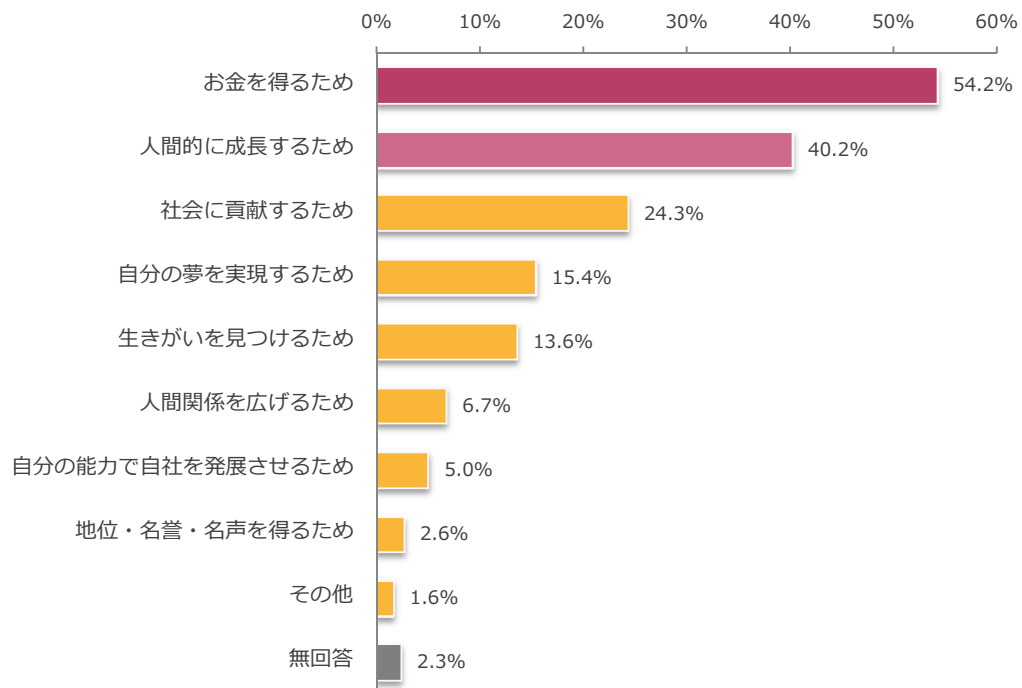


入社するにあたって (働く目的・将来像・勤続意欲など)

□ 働く目的（2つまで選択可）

新入社員が何に価値を見出し、何のために働こうとしているのかを知ることが、新入社員の指導・育成にあたる上で非常に重要である。そこで、「あなたにとって働く目的は何か？」という質問をした。

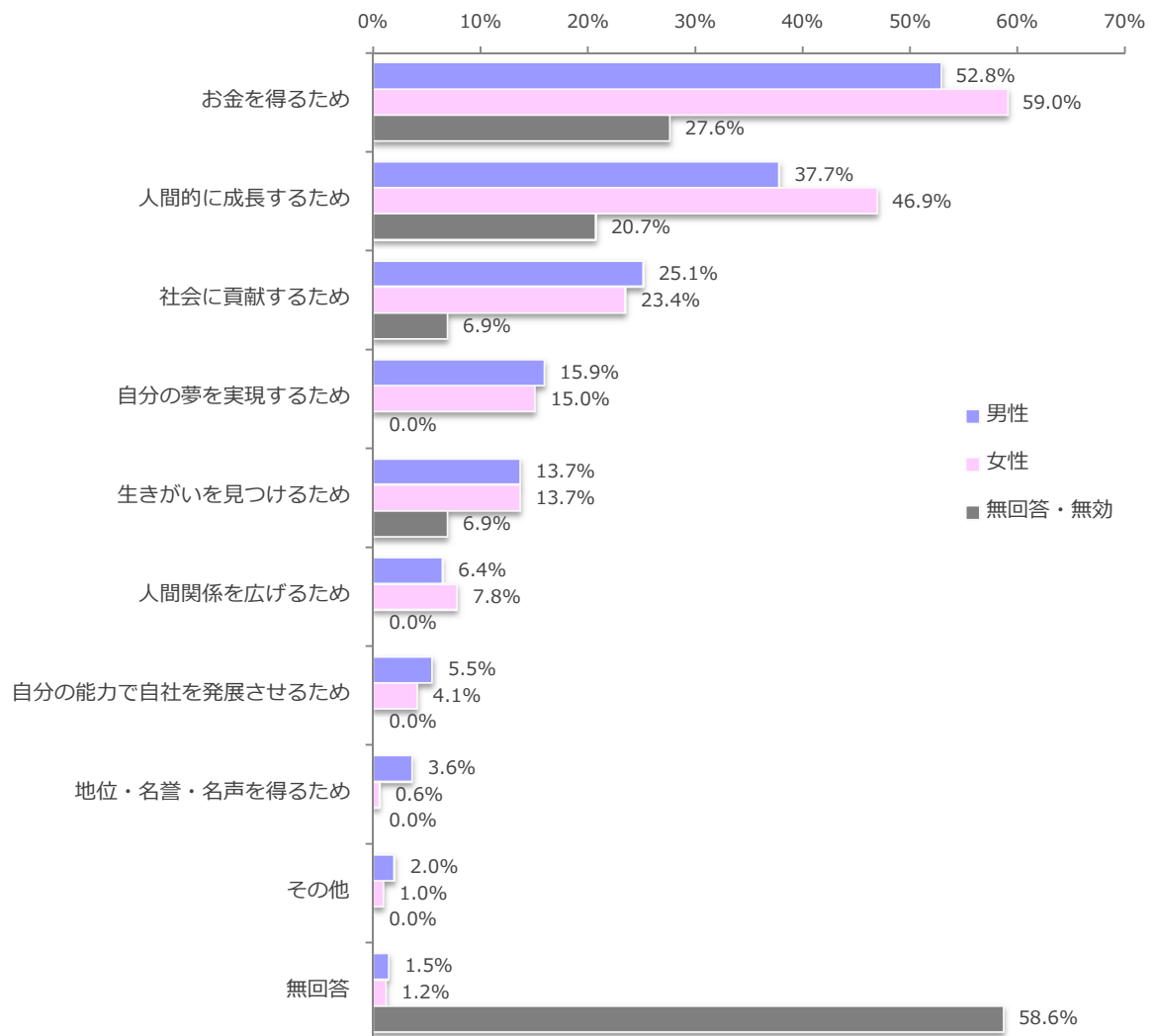
■ 最も回答が多かったのは「お金を得るため」（54.2%）であり、半数を超えていた。次いで、「人間的に成長するため」（40.2%）と続く。



本設問でも、男女間の差について見た。

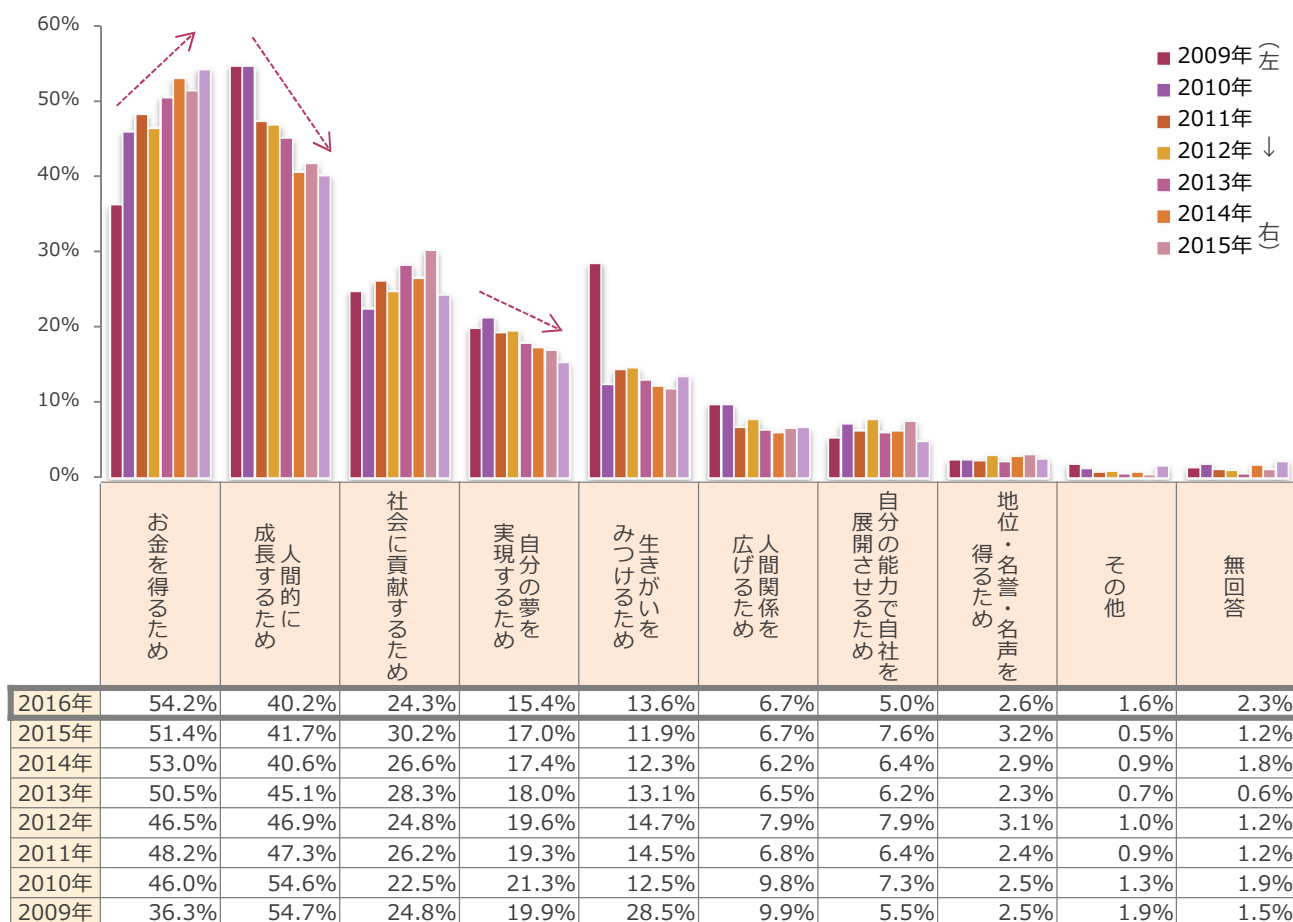
■順位については、首位の「お金を得るため」から5番目の「生きがいを見つけるため」までは、男女ともに全体平均と同じであった。

■しかし、首位の「お金を得るため」は男性52.8%に対し女性は59.0%、2番目の「人間的に成長するため」は男性37.7%に対し女性46.9%と、女性の方が高くなっていた。



また、本設問については、調査開始の2009年から継続的に質問している。回答結果の推移を通し、新入社員の価値観の変化を掴む。

- 今回首位の「お金を得るため」は、年度ごとの増減はあるものの長期的には増加傾向にある。一方、「人間的に成長するため」「自分の夢を見つけるため」といった自己実現的な項目は、減少傾向にあると言える。現代の若者世代は、苦勞している親世代の背中を見て「生活への安定欲求」と「頑張っても報われない」という価値観を持つと言われるが、当アンケートでもそれを裏付ける形となった。
- また、隔年で若干の増減を繰り返しながらも長期的には増加傾向にあった「社会に貢献するため」という回答は、今回、過去8年で2番目に低い値（24.3%）まで減少した。次回の結果がどう出るかにもよるが、「周りのことよりも、まずは自分」となりつつあるのかもしれない。

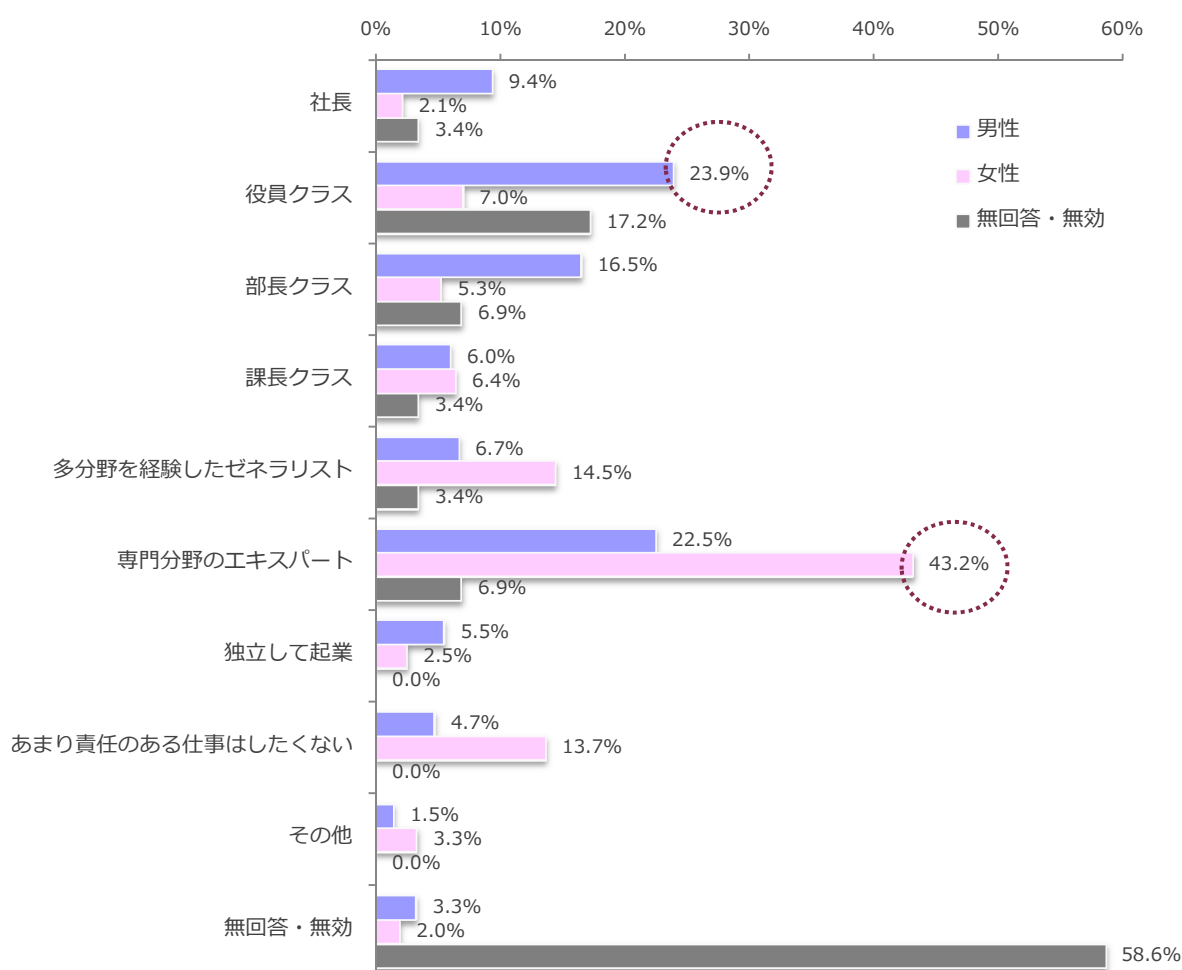


□ 将来の目標、目指すポジション（1つのみ選択）

「将来の目標、目指すポジションは何か」について質問したところ、男女間で顕著な差が見られた。

- 男性では、「役員クラス」（23.9%）が首位、「部長クラス」（16.5%）も3番目に挙がっており、ある程度「出世」に対して意欲的であることが分かる。
- 一方、女性では、「専門分野のエキスパート」（43.2%）が突出して高く、2番目にも「他分野を経験したゼネラリスト」（14.5%）、3番目には「あまり責任のある仕事はしたくない」（13.7%）が挙がるなど、出世よりも専門性や自信の能力向上を目標とする傾向が強いことが分かる。

新入社員のキャリアプランを立てる上で、上記の男女差をある程度考慮に入れておくことが必要である。



□ 入社した会社は何年くらい在籍すると思うか（1つのみ選択）

「採用された会社は何年くらい在籍すると思うか」という質問に対して、男女間の差も含めて見たところ、明確な差が見られた。

- 全体では、「定年まで」（36.8%）が前年より2.2ポイント減少したものの最も多く、「6～10年」（18.5%）、「11年以上」（17.5%）と続く。
- 男性では、「定年まで」（45.1%）が前年より3.8ポイント減少したものの、半数近くを占め首位。2番目以降も年数の長い順となっており、長期勤務を考えていることが分かる。
- 一方、女性では、「4～5年」（26.9%）が前年から4ポイント増加し首位。2番目は「6～10年」（26.7%）となっている。なお、「定年まで」（19.5%）は3番目ながらも、男性（45.1%）と比べると大幅に低くなっており、必ずしも継続勤務を考えているとは言えないことが分かる。

