

「2009年度入社予定 就職活動生モチベーション調査アンケート」  
**内定者のうちに、社会に出る覚悟を芽生えさせる**  
 就職活動生 807 人に調査

経営コンサルティングの株式会社リンクアンドモチベーション(以下LM、東京都中央区、代表取締役社長 小笹芳央)は、2009年度入社予定の就職活動中の大学4年生、修士2年生(7月現在)に就職活動についてのアンケート調査を行い、807人より回答を得ましたのでご報告いたします。

**特筆すべきポイント**

**・重要視する項目は「仕事内容」よりも「安定性」**

会社の魅力に対する重要度の上位3項目は「安定性」「風通しの良い風土」「就業実態」となりました。一方で07年度は、「活動内容」「将来性」「風通しの良い風土」となっており、仕事内容よりも安定性を重視する意識変化が明確になりました。

項目全体で見ても、「会社基盤」「制度待遇(実力主義を除く)」「事業内容」に関する項目が高まっている事が分かり、安定志向が強まっている事が窺えます。

また、07年度と比較して大きく重要度の下がっている項目に「獲得スキル」や「実力主義」があがることから、自立意識が薄く、安定を求めている事が窺え、入社後のパフォーマンスが懸念されます。

**・入社意思決定は「内定をもらってから」**

内定をした段階においてもなお、「この会社に入社しよう」という意思の固まっていない学生が約40%を越えました。「超売り手市場」といわれる昨今、企業は採用を早期化している一方で、学生は迷いを持ったまま内定してしまっている事が読み取れます。企業が内定辞退を恐れて学生に対し「お客様扱い」をしたことにより、学生が企業に対し「入ってあげた」という感情を抱いての入社を迎える事が懸念されます。

**調査概要**

調査目的	就職活動初期から受験開始段階までの、学生の活動、意識傾向を把握し、企業と学生の関係性構築におけるキーファクターを抽出する
調査対象	2009年度入社予定の就職活動中の大学4年、修士2年(6月現在) 対象合計人数: 807名 【文系男性】 206名 【文系女性】 240名 【理系男性】 206名 【理系女性】 155名
調査期間	2008年06月11日(水)~2008年06月13日(金)
調査方法	WEBによる回答(無記名)

## まとめ

2009年度入社予定の就職活動生は、企業の採用の早期化に伴い、就職活動自体を早く開始しているものの、実際に入社意思を決定させるのは内定をもらった後であることが多い。実際に意思決定をする際に、会社に魅力を感じる項目としては「安定性」や「風通しのよい風土」を重要視するなど、自らが実際に仕事をしているイメージを抱けていない恐れがあると、リンクアンドモチベーションでは考えます。

背景として、「ゆとり教育」や、「採用超売り手市場」という求人倍率が2倍を超えているといった就職環境の軟化などが考えられます。学生が社会で働く具体的なイメージを持たないまま入社をすると、学生の抱くイメージと実際の社会との間にギャップが生じ、早期離職へとつながる事が懸念されます。

### 受け入れる企業で求められること

#### ～内定者のうちに、社会に出る覚悟を芽生えさせる～

「超売り手市場」という環境の中で採用され、「入ってあげた」という感情を持つ学生、「仕事内容」より「安定性」を重視し、実際に自分が働くイメージの薄い状態で入社を迎えた学生が、学生時代と社会人生活の間にギャップを感じるのは必至です。

そのギャップを避けるためにも、内定者のうちから適度に会社と関わらせる事で、社会に出る覚悟を芽生えさせ、「自分はこの会社でこんなことをしていくんだ！」と具体的にイメージさせることが有効です。早い段階での「お客様」から「社員」へのモードチェンジが求められるでしょう。

## 結果詳細

50問の設問のうち、2009年度において特徴の現れた結果をご報告します。その他の項目は別資料をご覧ください。

### 会社の魅力に関する項目

リンクアンドモチベーションが分類する8項目の会社の魅力要因に基づき、4項目の質問を行いました。設問項目に対して「大変重要である(5点)」から「重要ではない(1点)」まで5段階にて回答してもらい、項目ごとの平均点を比較しました。

順位	項目	2009年度	2007年度	差 09-07
1位	安定性	4.26	4.15	0.11
2位	風通しの良い風土	4.22	4.22	0.00
3位	就業実態	4.22	4.15	0.07
4位	活動内容	4.21	4.12	0.09
5位	将来性	4.19	4.28	0.09
6位	研修制度	4.18	4.16	0.02
7位	個性を尊重する風土	4.17	4.17	0.00
8位	給与手当	4.15	4.15	0.00
9位	獲得スキル	4.12	4.34	↓ 0.22
10位	一体感のある風土	4.11	4.05	0.06
11位	会社の成長性	4.03	3.85	↑ 0.18
12位	若手活躍	4.01	4.09	0.08
13位	チャレンジングな風土	3.98	3.94	0.04
14位	勤務地	3.98	4.02	0.04
15位	社会貢献	3.97	3.91	0.06
16位	明瞭な理念	3.96	4.10	0.14

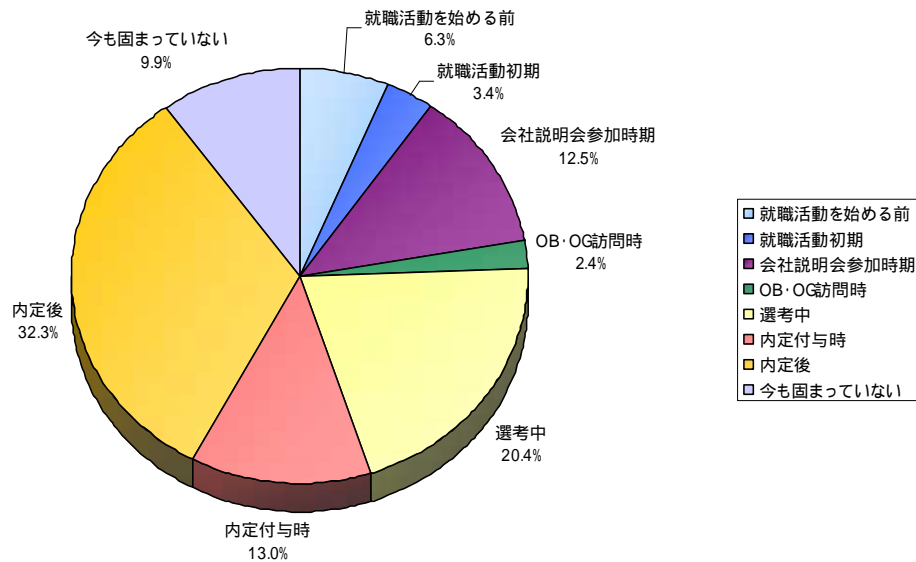
順位	項目	2009年度	2007年度	差 09-07
17位	経営陣の魅力	3.93	3.94	0.01
18位	採用姿勢	3.91	4.08	0.17
19位	商品・技術力	3.88	3.75	0.13
20位	裁量権	3.84	3.98	0.14
21位	福利厚生	3.82	3.91	0.09
22位	影響力	3.79	3.70	0.09
23位	経営計画	3.79	3.73	0.06
24位	ビジネスモデル	3.66	3.78	0.12
25位	マネージャー活躍	3.66	3.85	0.19
26位	実力主義	3.57	3.79	↓ 0.22
27位	開発環境	3.54	3.62	0.08
28位	オフィス環境	3.41	3.44	0.03
29位	領域の広がり	3.29	3.21	0.08
30位	ブランド	3.25	3.13	0.12
31位	グローバルな仕事	3.19	3.00	↑ 0.19
32位	会社規模	3.15	2.97	0.18

注) 本質問項目は2008年度就職活動生モチベーション調査にて実施しておりません

注) 同じ値で順位が違うものは、小数点第3位以下で比較しました

### 入社意思決定時期に関する項目

“この会社に入社しよう”と意思が固まったのはいつですか？”という質問に対し、「就職活動を始める前」「就職活動初期」「会社説明会参加時期」「OB・OG訪問時」「選考中」「内定付与時」「内定後」「今も固まっていない」の8つの選択肢から1つを回答してもらい、集計した。



### 本プレスリリースに関する報道関係者のお問合せ先

株式会社リンクアンドモチベーション コーポレートデザイン本部 広報ユニット 中村・榎本  
 TEL: 03-3538-9517 FAX: 03-3538-8672  
 E-mail: pr@lmi.ne.jp

株式会社リンクアンドモチベーション <http://www.lmi.ne.jp/>  
 代表取締役社長: 小笹芳央 資本金: 979,750,000 円 証券コード: 2170(東証二部)  
 本社: 東京都中央区銀座3-7-3 銀座オーミビル Tel: 03-3538-8671(代表) 創業: 2000年4月  
 事業内容: モチベーションエンジニアリングによる企業変革コンサルティング  
 モチベーションマネジメント事業(組織戦略)、エントリーマネジメント事業(採用戦略)、  
 ブランドマネジメント事業(ブランド戦略)、プレースマネジメント事業(プレース戦略)


2009年度入社予定  
就職活動生モチベーション調査アンケート 結果報告書



株式会社リンク アンド モチベーション

調査目的	就職活動初期から受験開始段階までの、学生の活動、意識傾向を把握し、企業と学生の関係性構築におけるキーファクターを抽出する
調査対象	2009年度入社予定の就職活動中の大学4年、修士2年(6月現在) 対象合計人数： 807名 【文系男性】 206名 【文系女性】 240名 【理系男性】 206名 【理系女性】 155名
調査期間	2008年06月11日(水) ~ 2008年06月13日(金)
調査方法	WEBによる回答

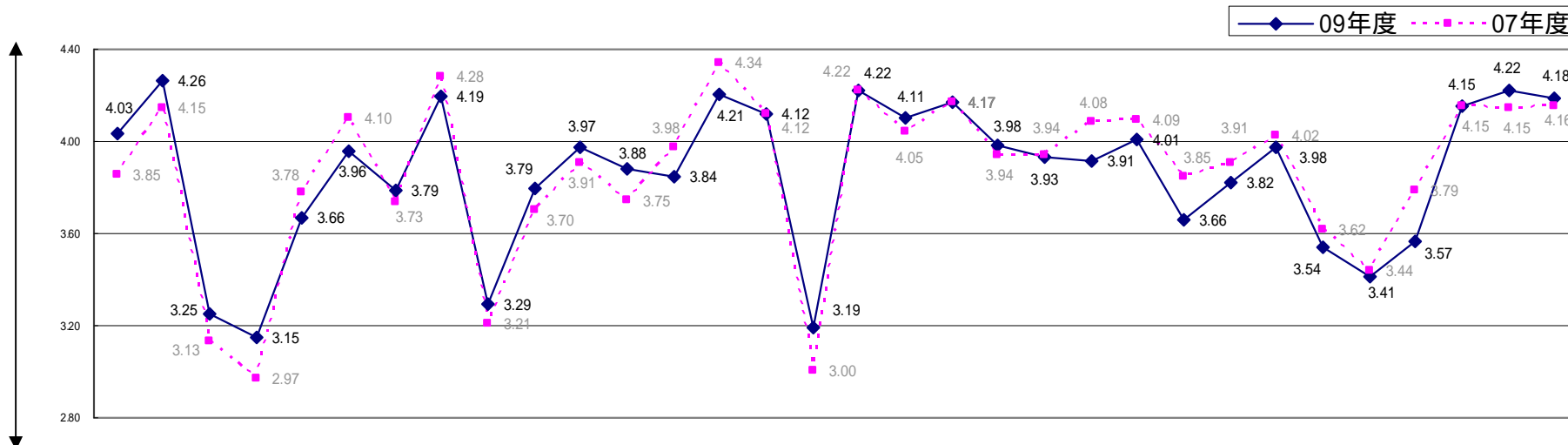
**就職に関する意識変化**  
**(07年度入社者比較)**



# 会社の魅力に関する項目

Y軸は5段階評価の平均値(5:大変重要である 4:まあまあ重要である 3:普通 2:あまり重要ではない 1:重要ではない)

重要度  
高



低

会社基盤	理念戦略	事業内容	仕事内容	組織風土	人的魅力	施設環境	制度待遇
成長性 安定性 ブランド 会社規模	ビジネスモデル 明確な理念 経営計画 将来性	領域の広がり 影響力 社会貢献 商品技術力	裁量権 活動内容 獲得スキル	グローバル 風通しの良い風土 一体感のある風土 個性を尊重する風土	経営陣の魅力 採用姿勢 若手活躍	マネージャー活躍 福利厚生度 勤務地 開発環境	オフィス環境 実力主義 給与手当 就業実態 研修制度

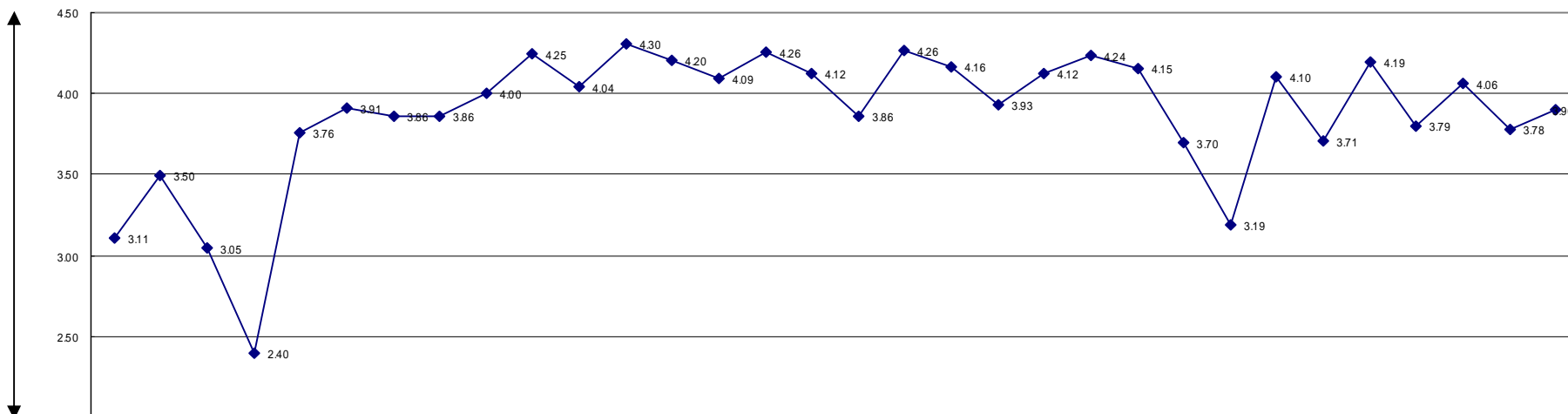
09年度の重要度の上位3項目は、「安定性」「風通しの良い風土」「就業実態」であった。  
一方で07年度は、「活動内容」「将来性」「風通しの良い風土」となっており、仕事内容よりも安定性を重視する意識変化が明確になった。  
8つの要素に分けて見ると、「会社基盤」「制度待遇(実力主義を除く)」「事業内容」の項目が高まっていることがわかった

# 採用活動の魅力に関する項目

重要度

Y軸は5段階評価の平均値(5:大変重要である 4:まあまあ重要である 3:普通 2:あまり重要ではない 1:重要ではない)

高



低

注目喚起	呼込促進	興味喚起	親和形成	情報提供	情報収集	動機形成	対象選別
募集時の好イメージ形成	募集時の有益情報伝達	募集時の早期展開	募集時のメディア充実	エントリー時の選択肢充実	エントリー時の対話機会	エントリー時の情報提供	スムーズなエントリー方法
説明会での採用情報伝達	説明会での強み弱みの伝達	説明会での自社特徴明確化	説明会での不安・疑問解消	説明会での熱意伝播	魅力ある社員の登場	説明会での誠実な対応	説明会での自社雰囲気伝達
選考での接触機会提供	選考での具体的情報提供	選考での自社雰囲気伝達	選考での不安・疑問点解消	相互対話性のある選考	選考を受けやすい環境	選考での不安・疑問点解消	対話機会の提供
希望社員との接触	自己選択感の提供	他社との差別化	入社後のイメージ提供	選考ステップの納得感	選考時の対応の納得感	選考基準の明確性	決定理由の明確性

「説明会での不安・疑問解消」「説明会での誠実な対応」「選考での自社雰囲気伝達」が重要度の上位3項目である。  
8つの要素に分けて見ると、「興味喚起」「親和形成」の項目が高いことがわかった

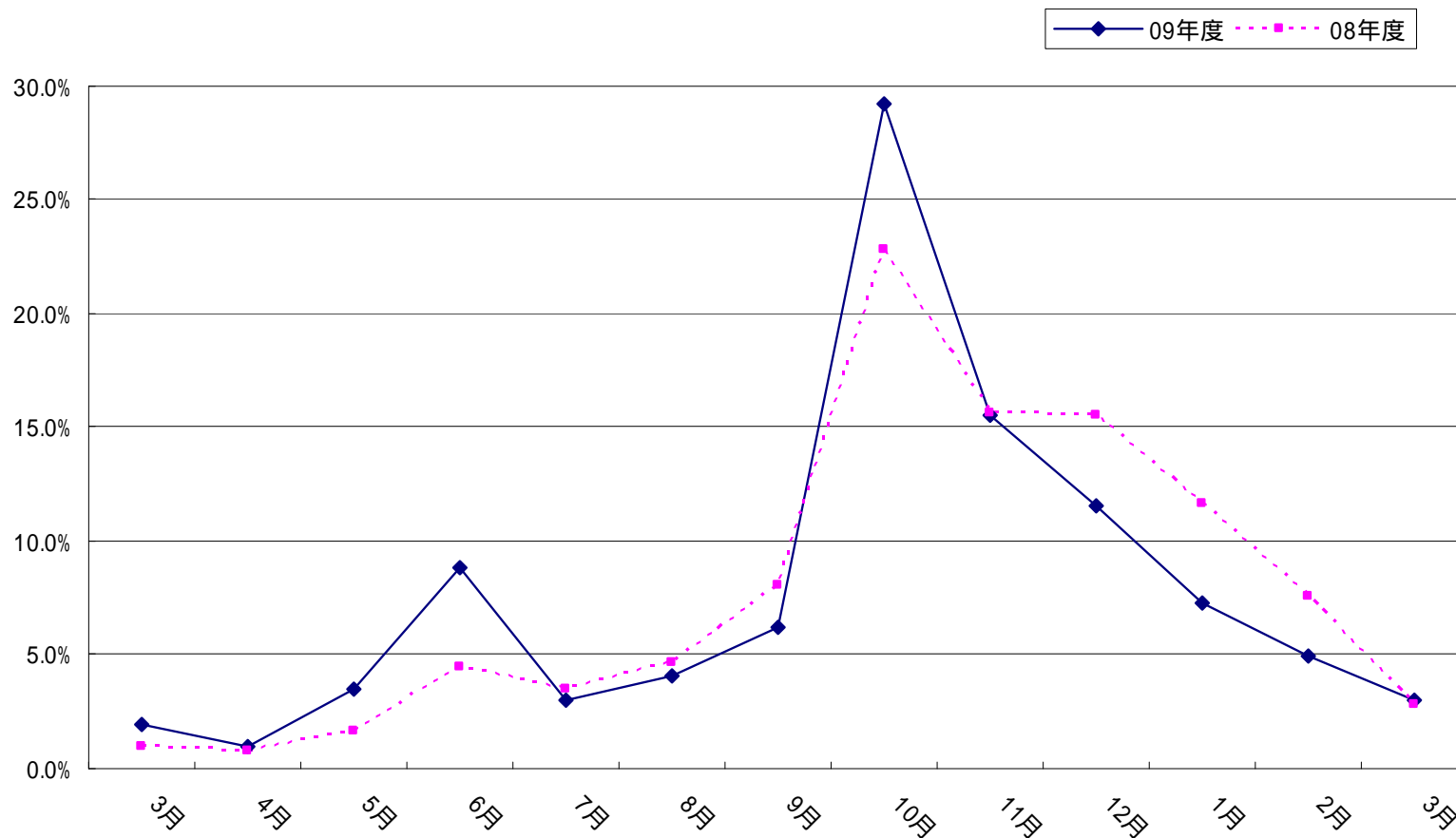


就職活動時期別傾向



## ■ 就職活動開始時期

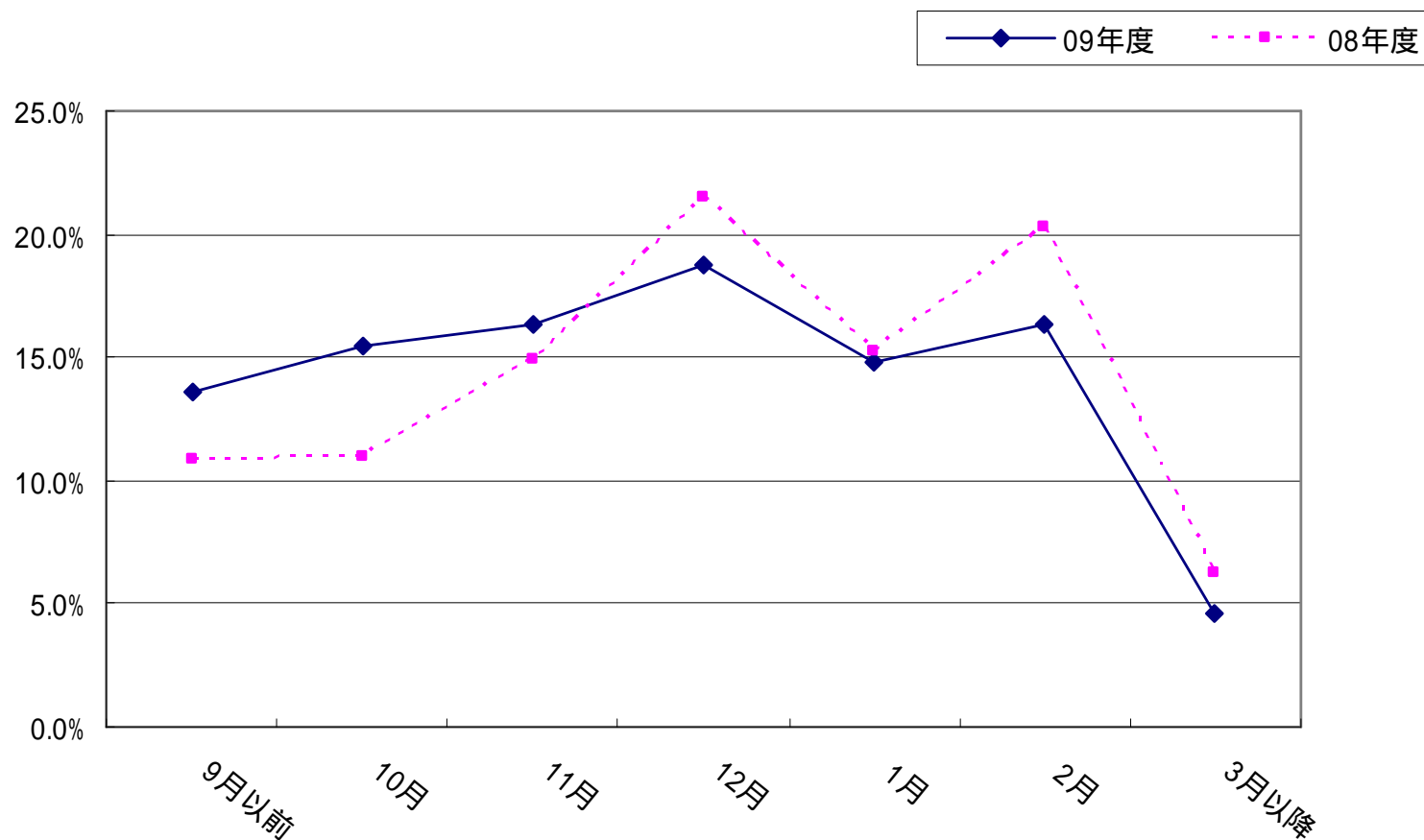
就職活動を具体的に始めた(資料請求、合同説明会、学内セミナー参加、就職サイト登録など)時期はいつですか？



10月までに約60%の学生が就職活動を開始している。08年度の同時期が約50%であったことと比較すると採用の早期化が鮮明になった。  
特に5月・6月に就職活動を開始をしている学生が多く見られた

## ■ 会社説明会参加開始時期

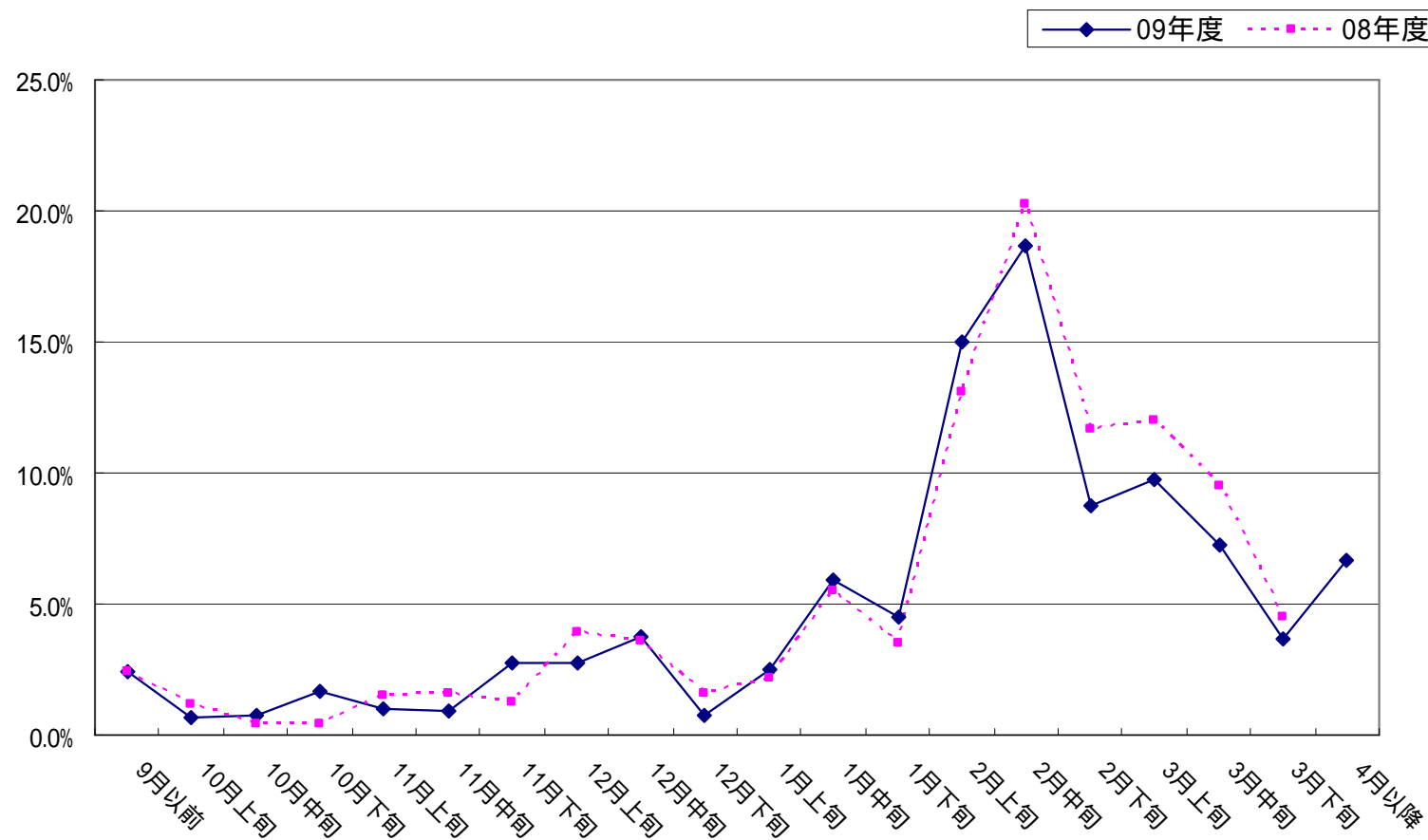
一番最初に出席した会社説明会(インターンシップ・合同説明会・学内説明会含まず)はいつ頃ですか？



09年度は11月に入る前までに約30%の学生が会社説明会に参加したと答えており、  
昨年度同時期が約22%だったことと比較して採用の早期化が鮮明になった

## ■ 会社説明会参加ピーク時期

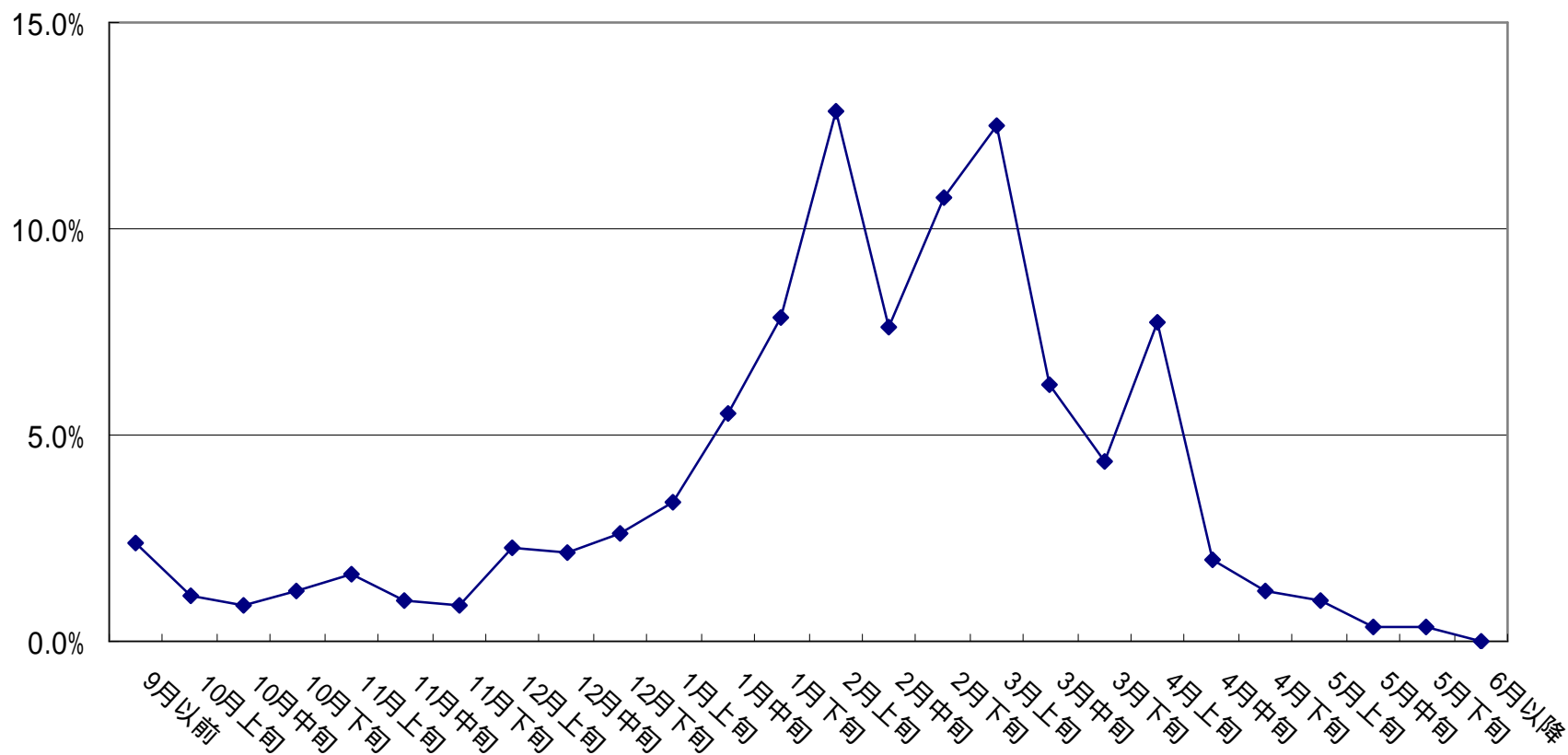
会社説明会(インターンシップ・合同説明会・学内説明会含まず)に最も参加していたのはいつ頃ですか？



会社説明会のピークは「2月中旬」を中心に「2月上旬」から「3月上旬」までの約1ヶ月に集中していることがわかった

## ■ 選考参加開始時期

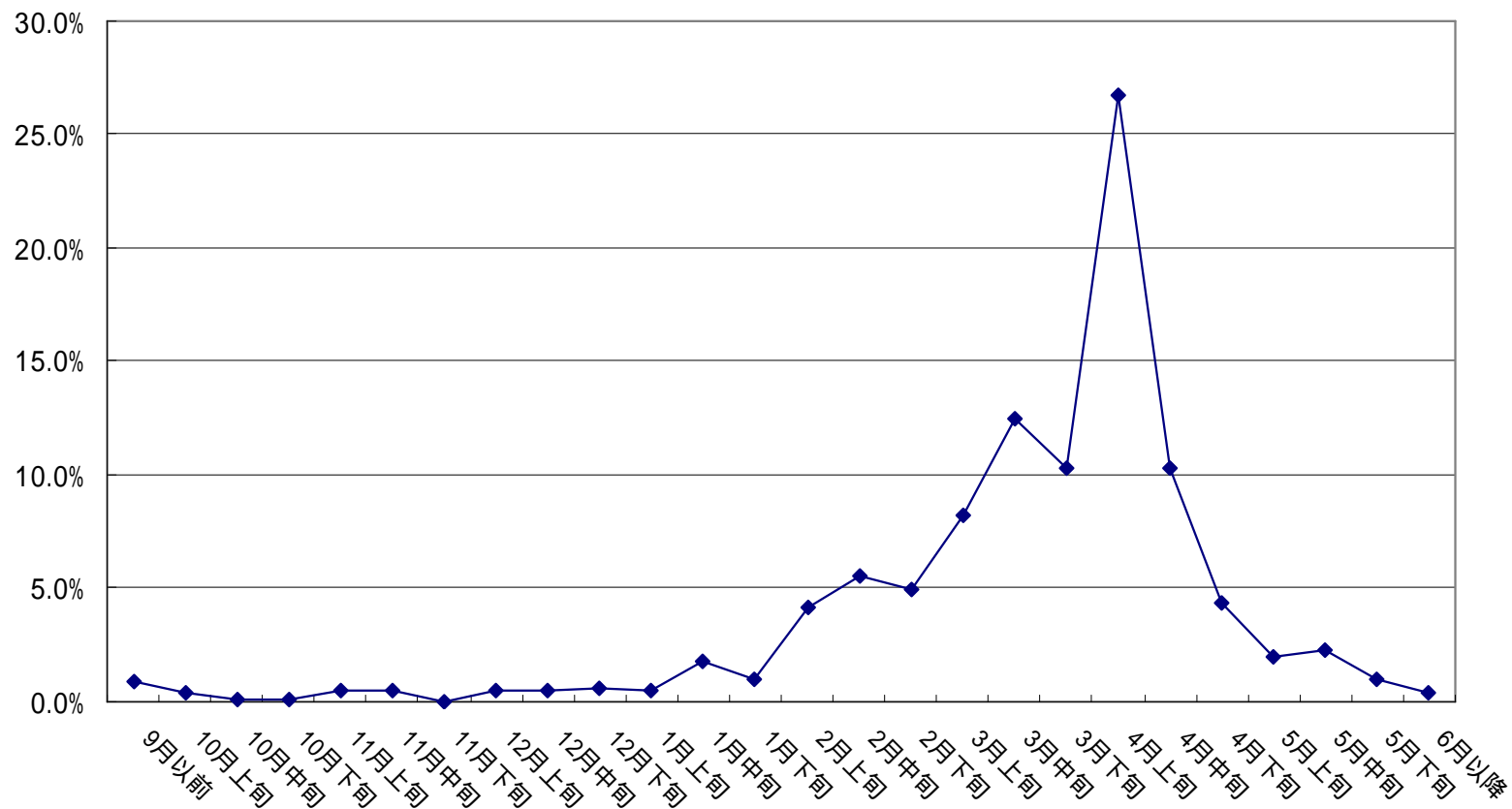
一番最初に出席した選考はいつ頃ですか？



2月に入る前までに選考を開始している学生が全体の約32%となっている。  
また、2月上旬、3月上旬、4月上旬など、1ヶ月ごとに選考開始のピークがきている

## ■ 選考参加ピーク時期

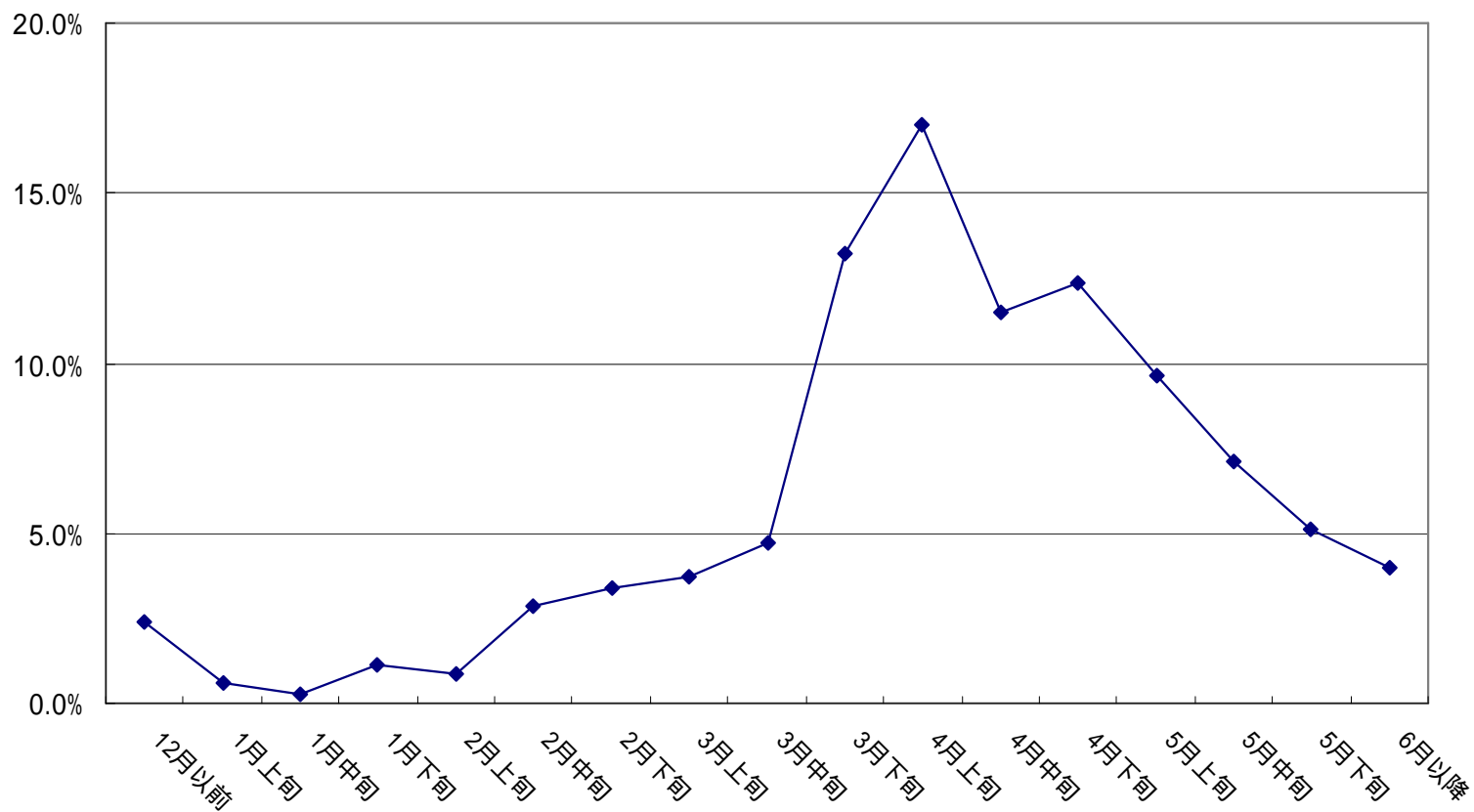
選考に最も参加していたのはいつ頃ですか？



4月前にピークがきている学生が全体の約50%となっている。  
最も高かったのは「4月上旬」で、約27%となった

## ■ 内定取得時期

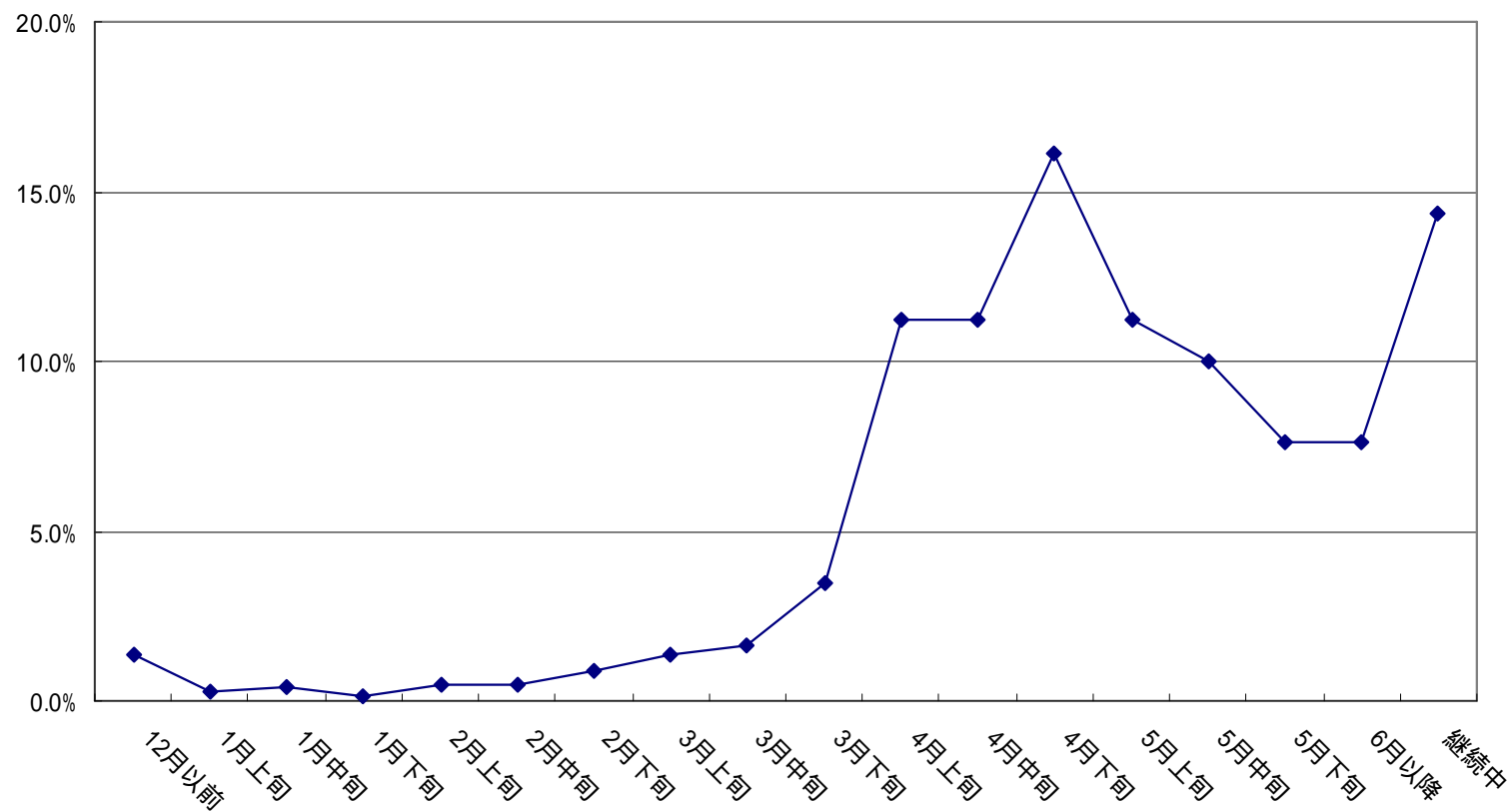
一番最初に内定を受けたのはいつ頃ですか？



最も多かったのが「4月上旬」の17%であるが、約30%の学生が4月までに一番最初の内定を受けたと答えている

## ■ 就職活動終了時期

就職活動を終了したのはいつですか？

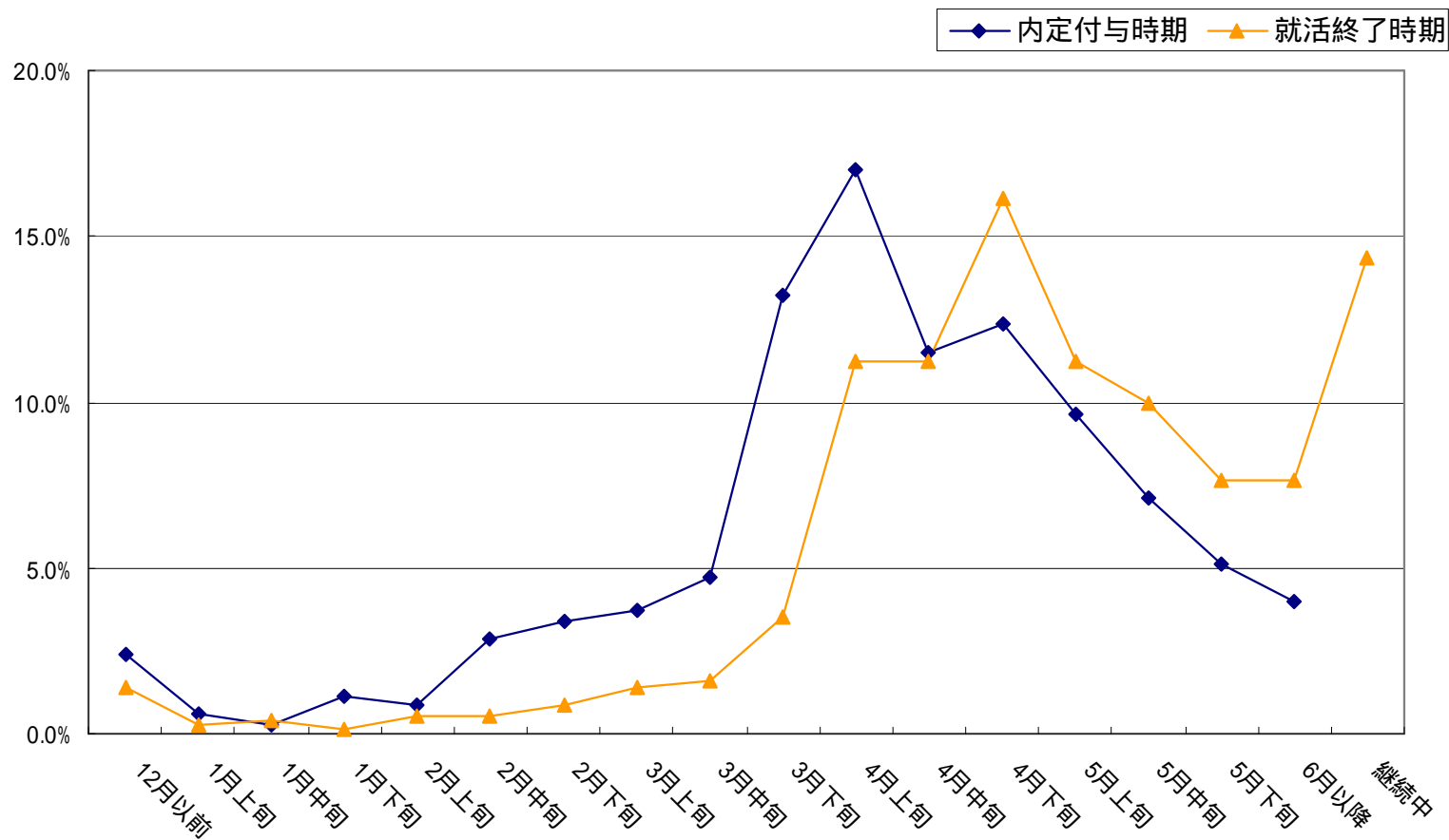


最も多かったのは「4月下旬」であり、4月で約50%の学生が就職活動を終了したと答えている



## ■ 内定付与 ~ 就職活動終了

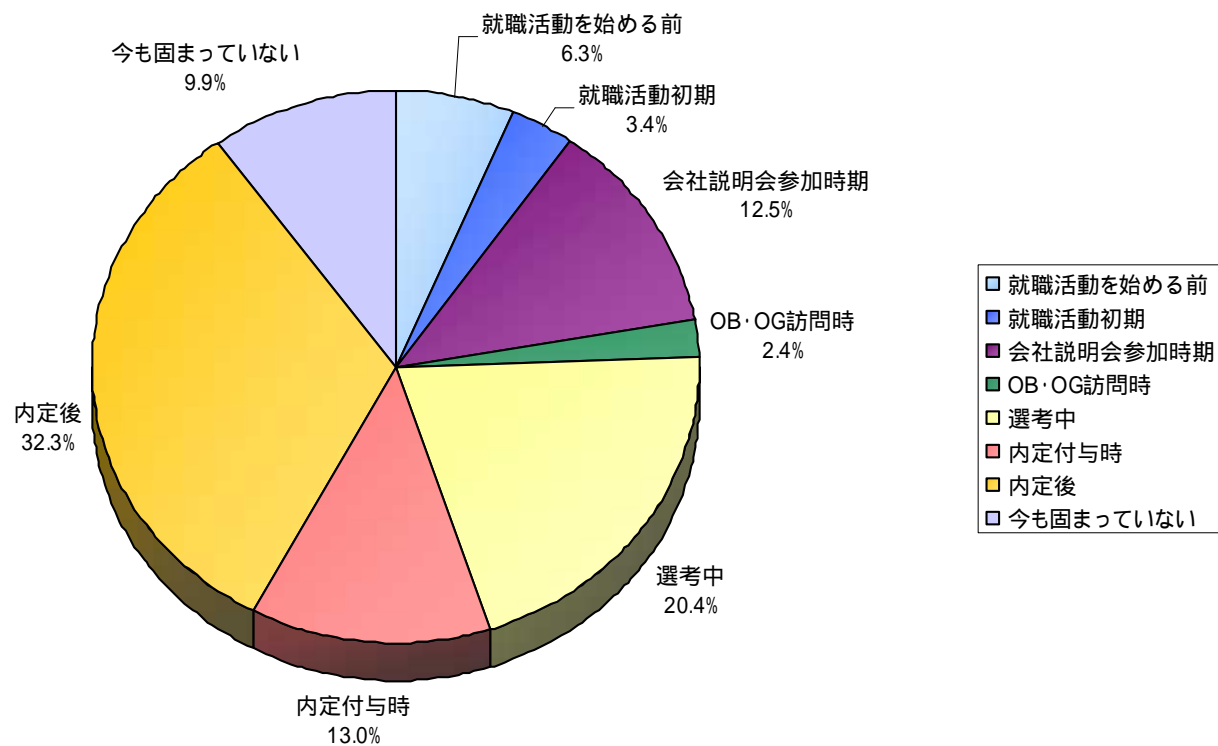
内定取得のタイミングと就職活動の終了時期の比較



一番最初の内定付与から約1ヶ月遅れて就職活動を辞める時期のピークがきている。  
一方で内定は付与されているものの、6月以降も就職活動を続けている学生が約15%いることがわかった

## ■ 入社意思決定時期

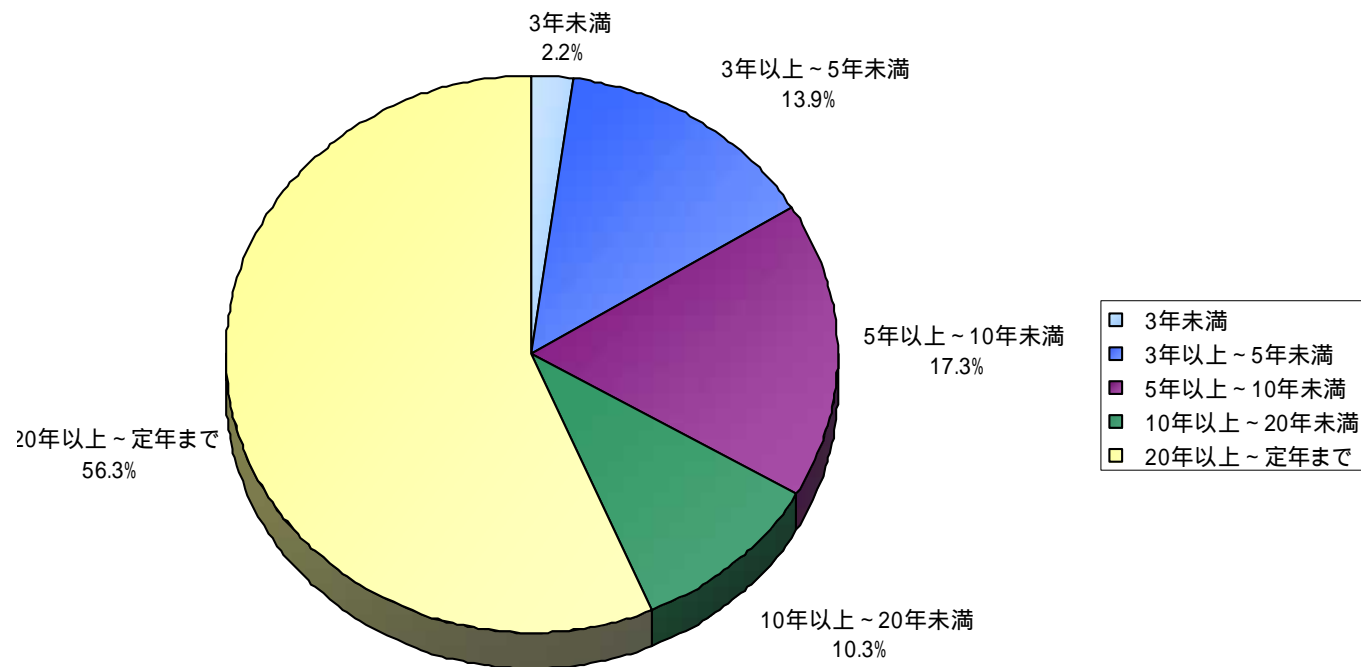
「この会社に入社しよう」と意思が固まったのはいつですか？ 内定付与前でも、志望が固まった時期をお答えください



「内定後」と「今もまだ固まっていない」が約40%を越える。  
内定付与段階でも、なかなか意志を固めきれない傾向にあることが読み取れる

## 希望勤続期間

入社を決定した企業に、どれくらいの期間在籍しようと考えていますか？



就職活動終了時にもかかわらず、約15%の学生が5年未満での退職を考えていることがわかった。  
一方で、「20年以上～定年まで」と答えた学生も約55%にのぼり、二極化していることがうかがえる

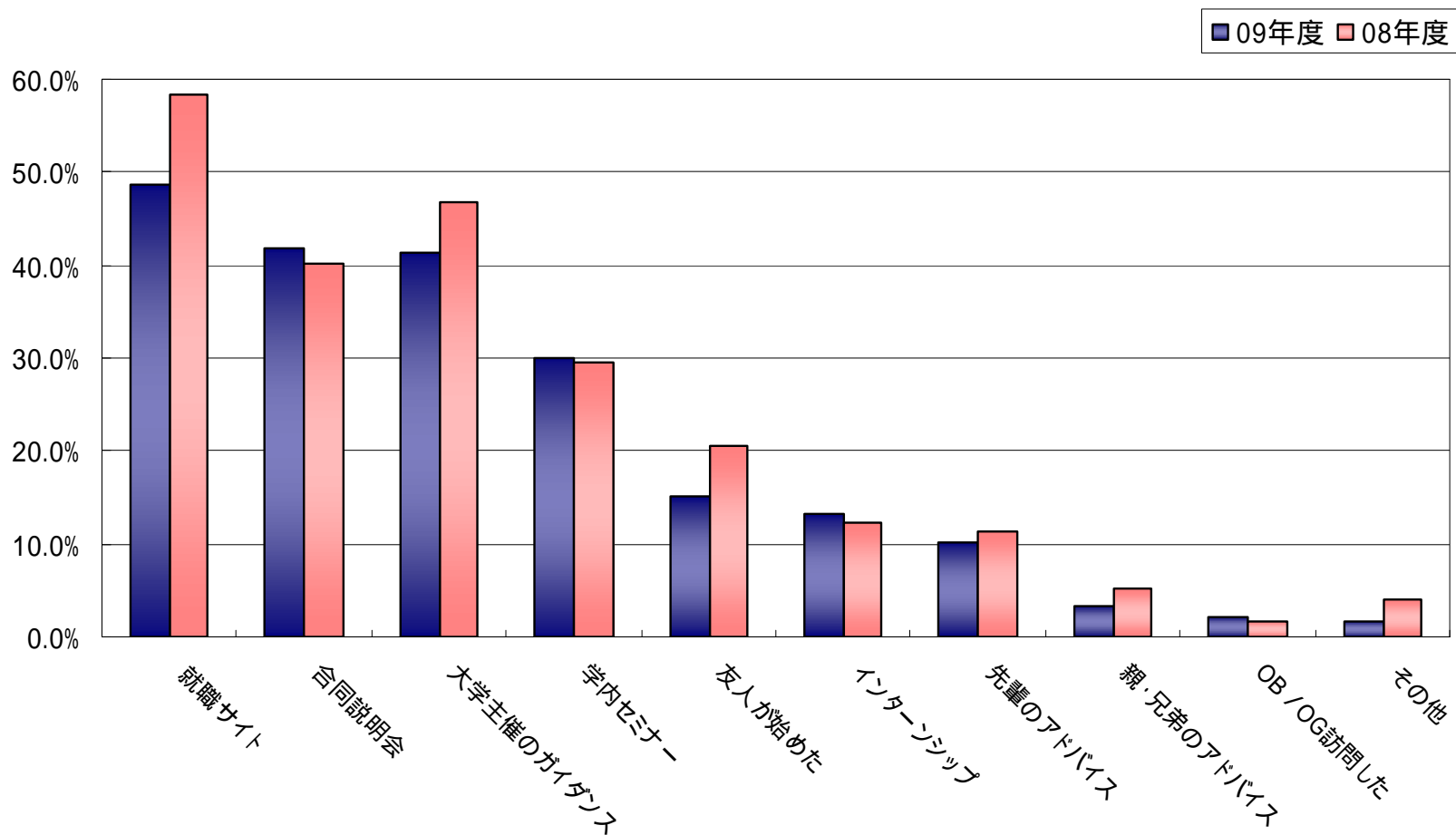
意識変化理由



## 就職活動開始契機



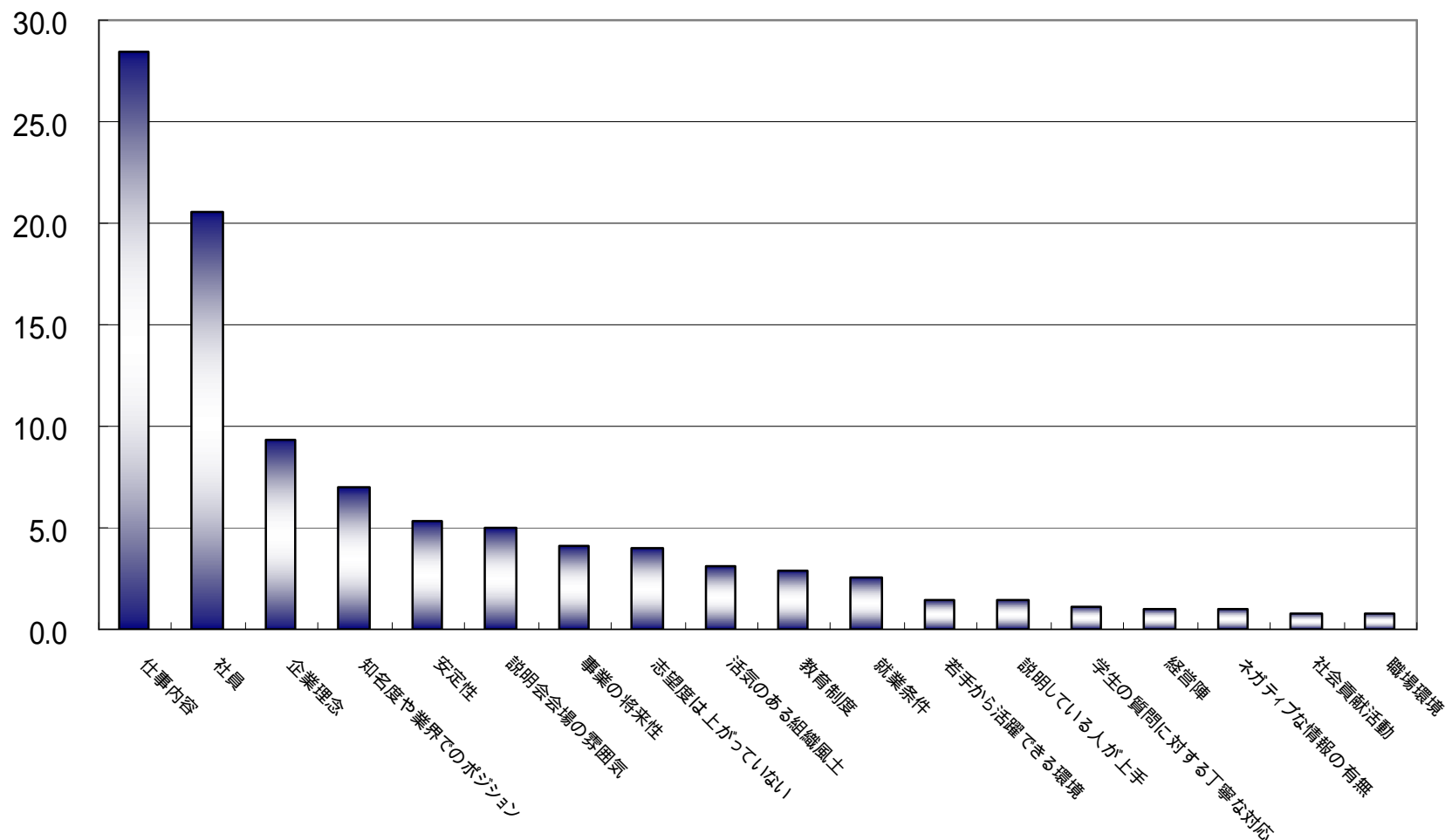
就職活動を具体的に始めたきっかけは何ですか？



09年度で最も多かったのは「就職サイトに登録した」であるが08年度と比較すると10%ほど下回る。  
一方で「合同説明会に参加した」などは、昨年度を上回った

## ■ 会社説明会志望度向上理由

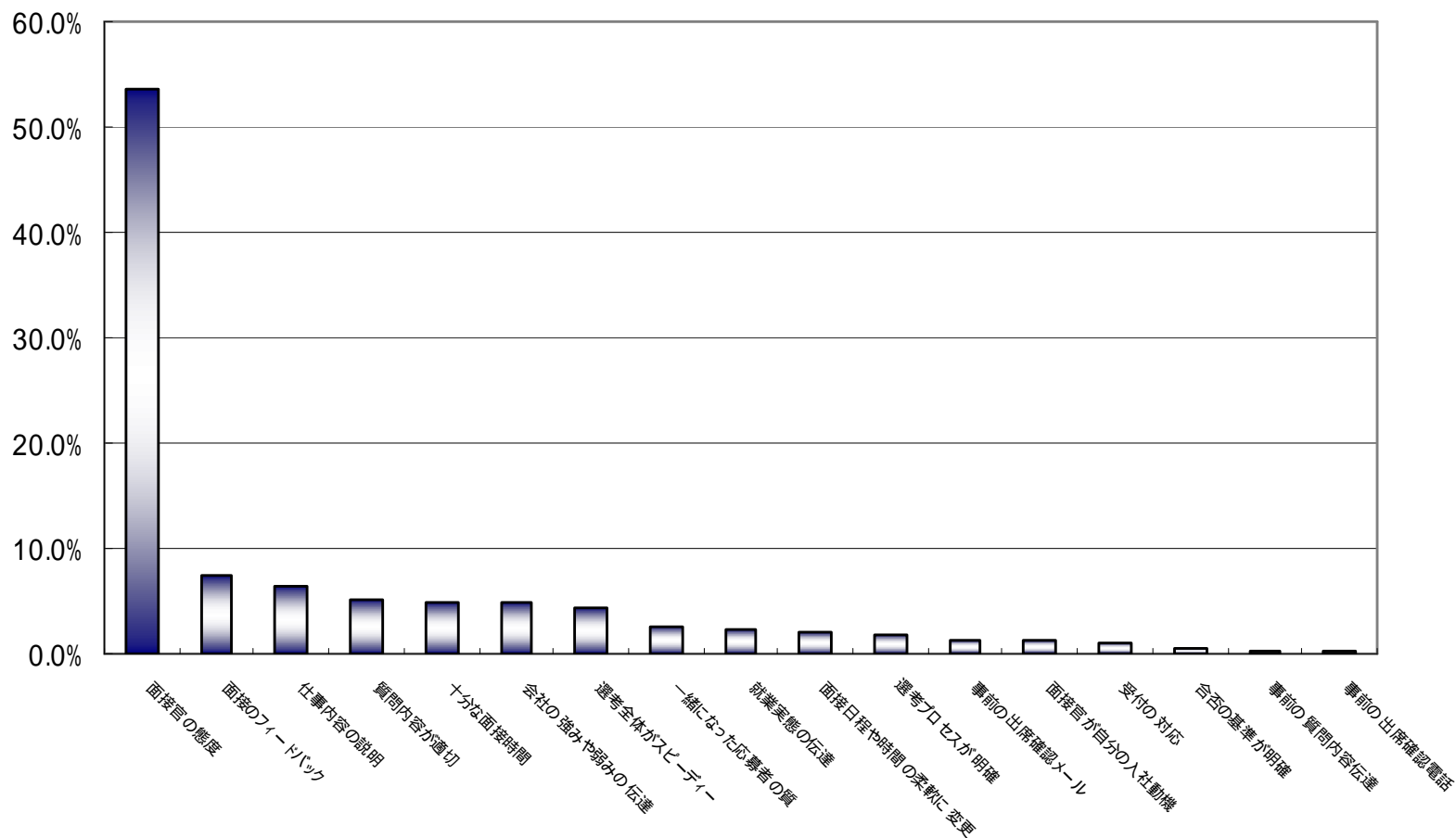
会社説明会に参加して、志望度が上がった理由は何ですか？



「仕事内容」「社員」「企業理念」が向上理由の上位3項目となった。  
 なお、「仕事内容」と「社員」が全体の約50%を占めていることから、  
 説明会において、実際に働いているイメージを伝えられることが志望度向上に繋がっていると考えられる

## ■ 選考志望度向上理由

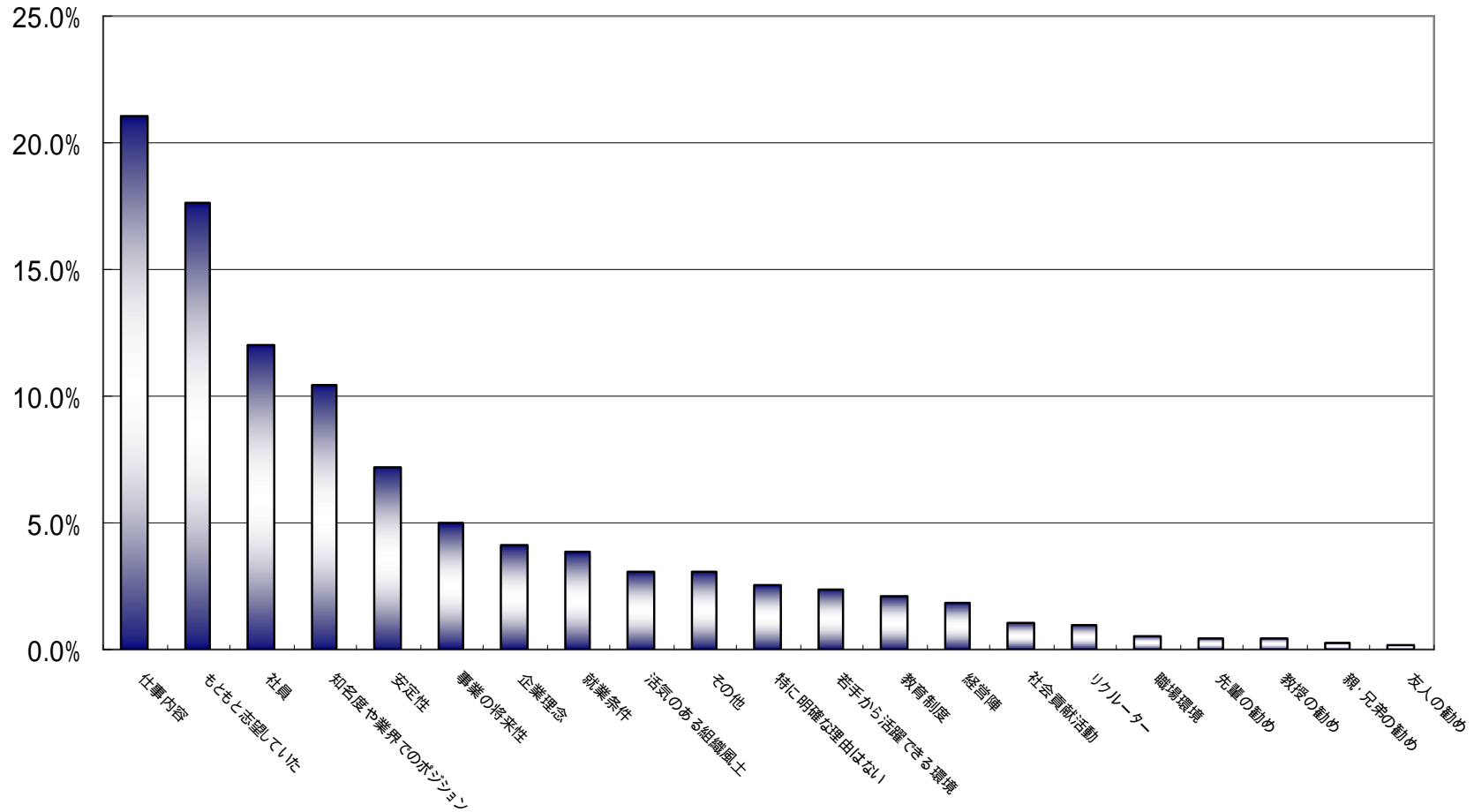
選考に参加して、志望度が上がった理由は何ですか？



「面接官の態度」が全体の半数以上を占めている。  
 続いて「面接のフィードバック」があがることから、選考官の対応が学生の志望度に大きく影響していることが読み取れる

## ■ 内定承諾理由

あなたが最終的に内定を承諾した理由は何ですか?



「仕事内容」と答える学生が最も多く、約22%にのぼる。  
 一方で、会社の「知名度や業界でのポジション」「安定性」などが4・5位に上がり、会社の魅力に関する項目 (P4)とあわせて考えると  
 学生の大手・安定志向が強くなっていることがうかがえる

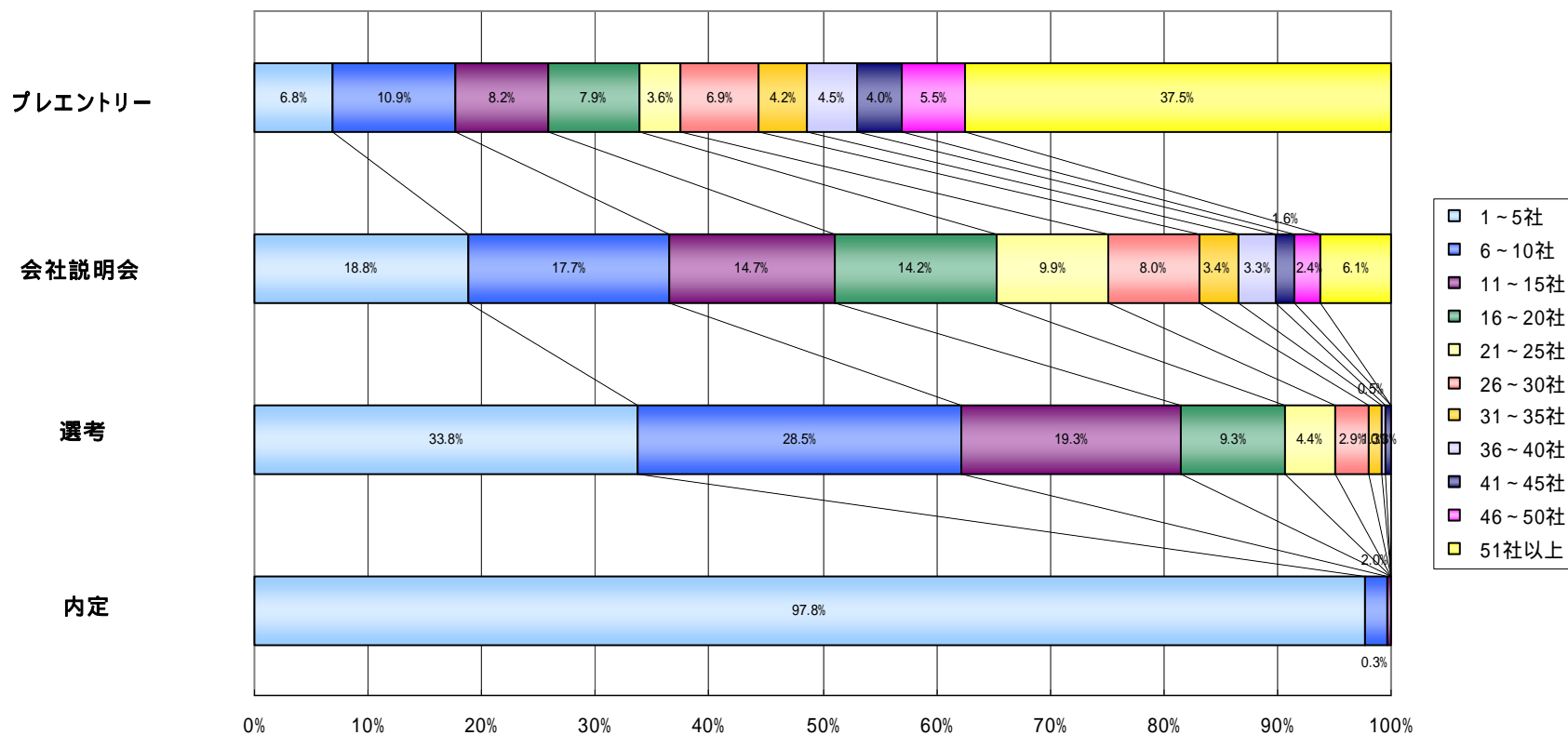


活動対象企業推移

---

## 活動対象社数の推移

それぞれ、就職活動のフェーズでどの位の企業にアクションをおこしましたか？



約40%の学生は、エントリーの時点で30社以内しかアクションをしておらず、また会社説明会では10社以内となる。  
ある程度対象を絞った就職活動をしていることがうかがえる

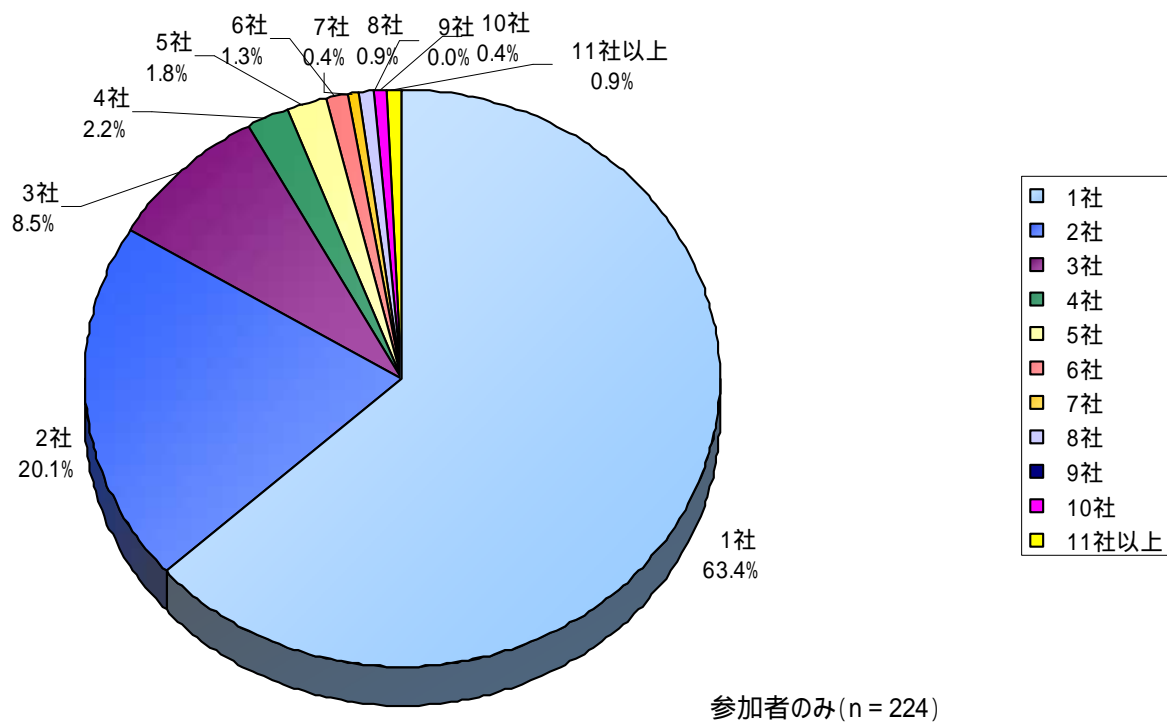
## メディア別事例と影響度

---

## ■ インターンシップ参加状況

インターンシップには何社参加しましたか？

未参加	参加
72.2%	27.8%

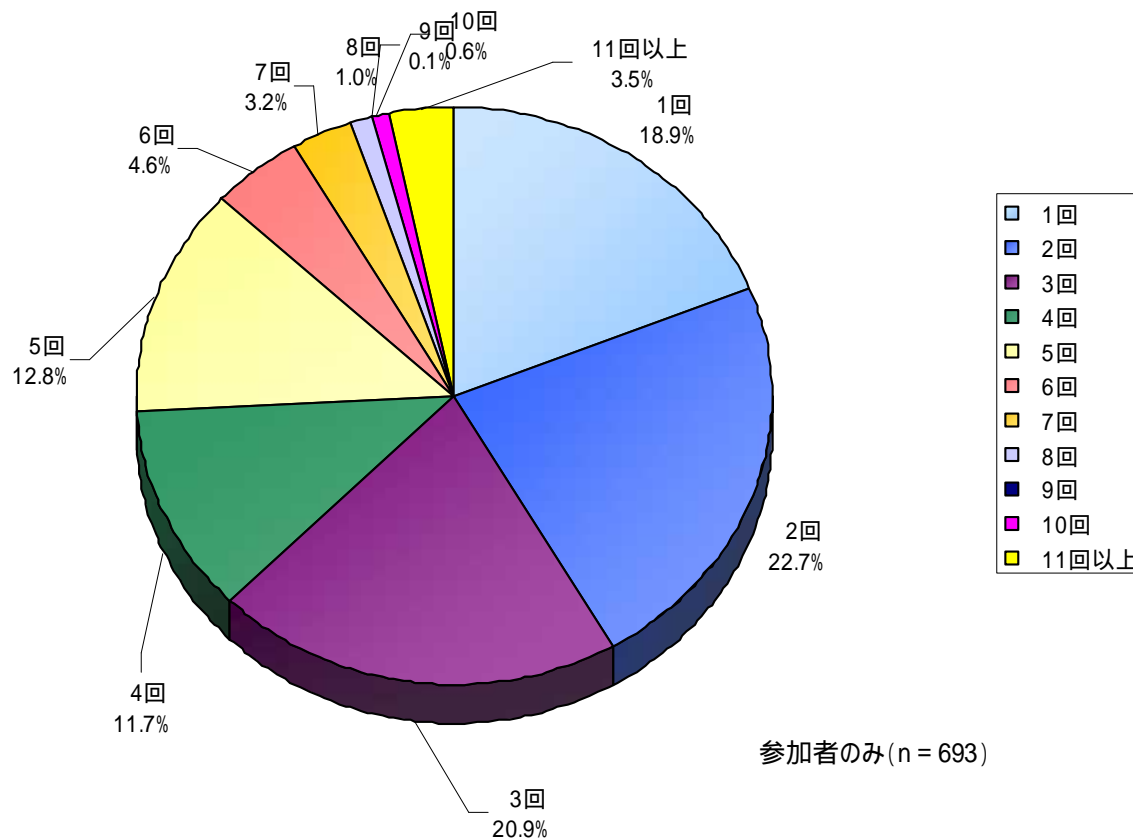


全体の約30%がインターンシップに参加している。その中で65%近い学生は、1社の参加となっていることからある程度選別してインターンシップに参加していることが読み取れる

## 合同説明会参加状況

合同説明会には何回参加しましたか？

未参加	参加
14.1%	85.9%

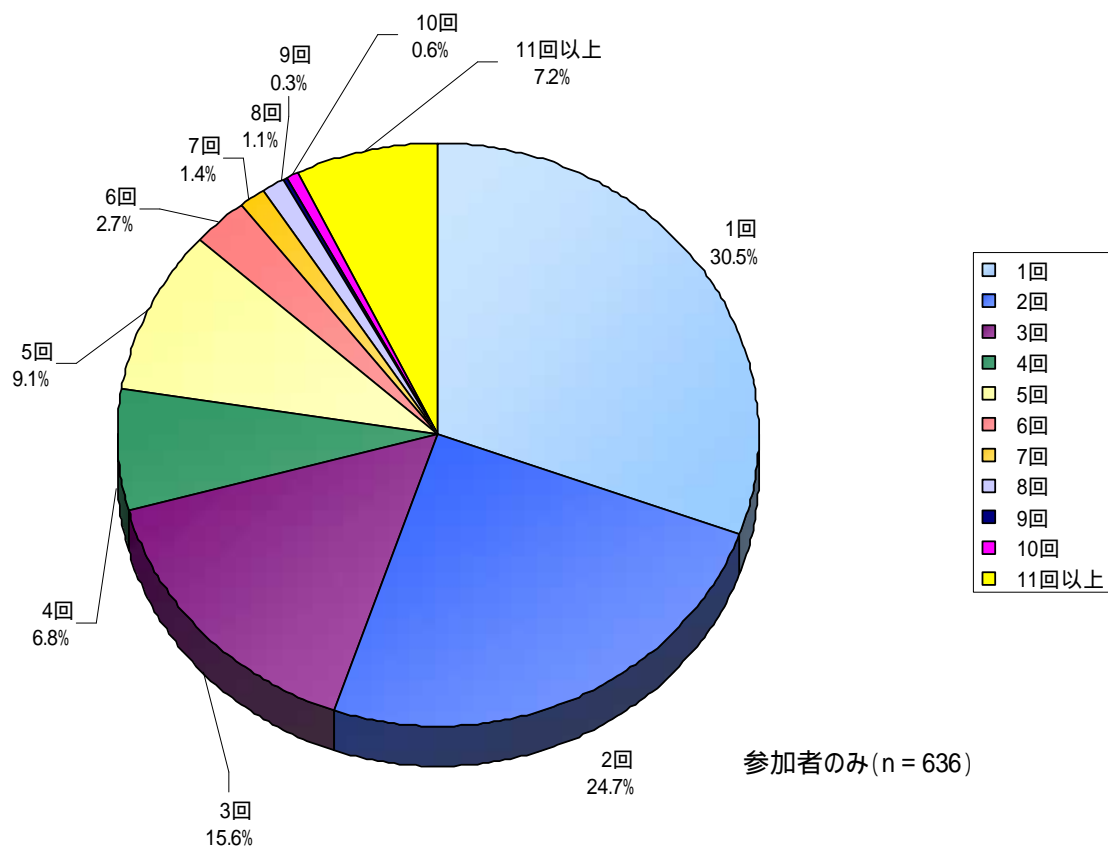


85%以上の学生が合同説明会に参加している。  
参加者のうち、約60%の学生は3回以内の参加となっており、ある程度対象を絞って参加していることがわかった

## ■ 学内セミナー参加状況

学内セミナーには何回参加しましたか？

未参加	参加
21.2%	78.8%



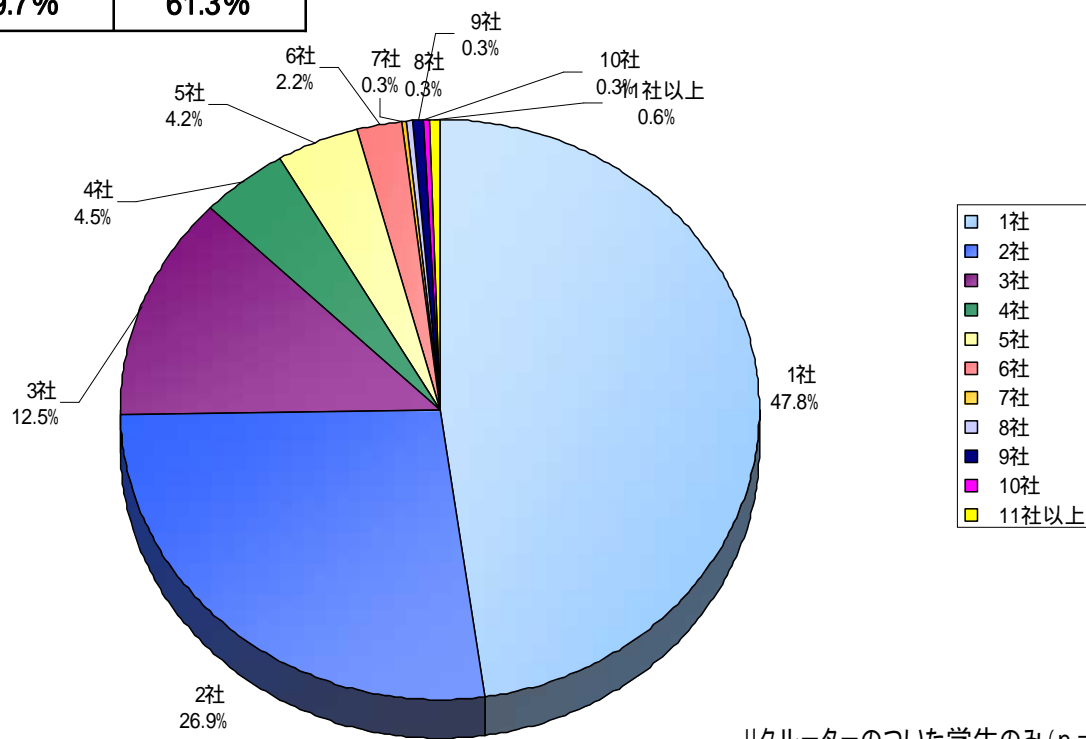
約80%の学生が学内セミナーに参加している。  
参加者のうち、半数以上の学生は2社以内の参加となっており、ある程度対象を絞って参加していることがわかった

## リクルーター活動状況

リクルーターがついた企業数はどのくらいですか？

「リクルーター」とは、人事以外で業界や会社の情報提供をし、あなた自身の就職活動にアドバイスをする人です

ついた	つかなかった
39.7%	61.3%



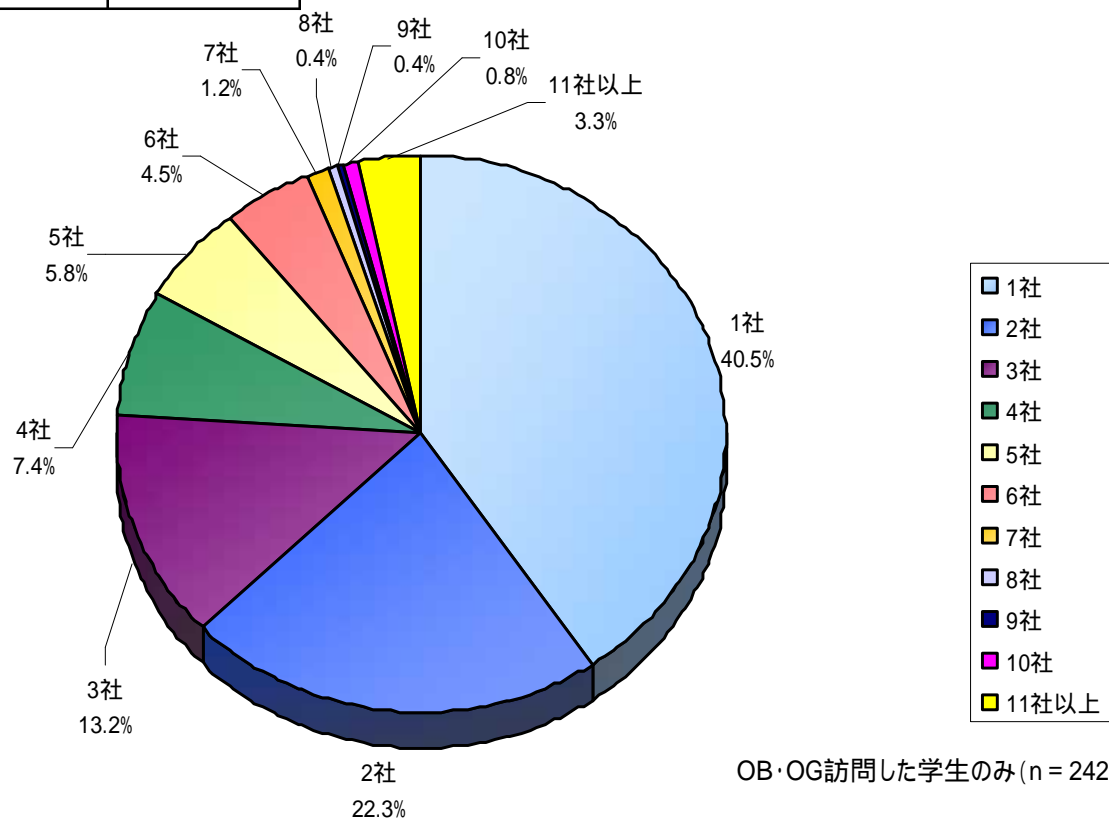
リクルーターのついた学生のみ (n = 312)

全体の約40%の学生にリクルーターがついている。リクルーターがついた学生のうち半分以上は2社以上となっており、競合の中でどれだけ多く自社の魅力を伝えていくかが重要になってくると考えられる

## OB・OG訪問状況

OB・OG訪問は何社しましたか？

未訪問	訪問
70.0%	30.0%

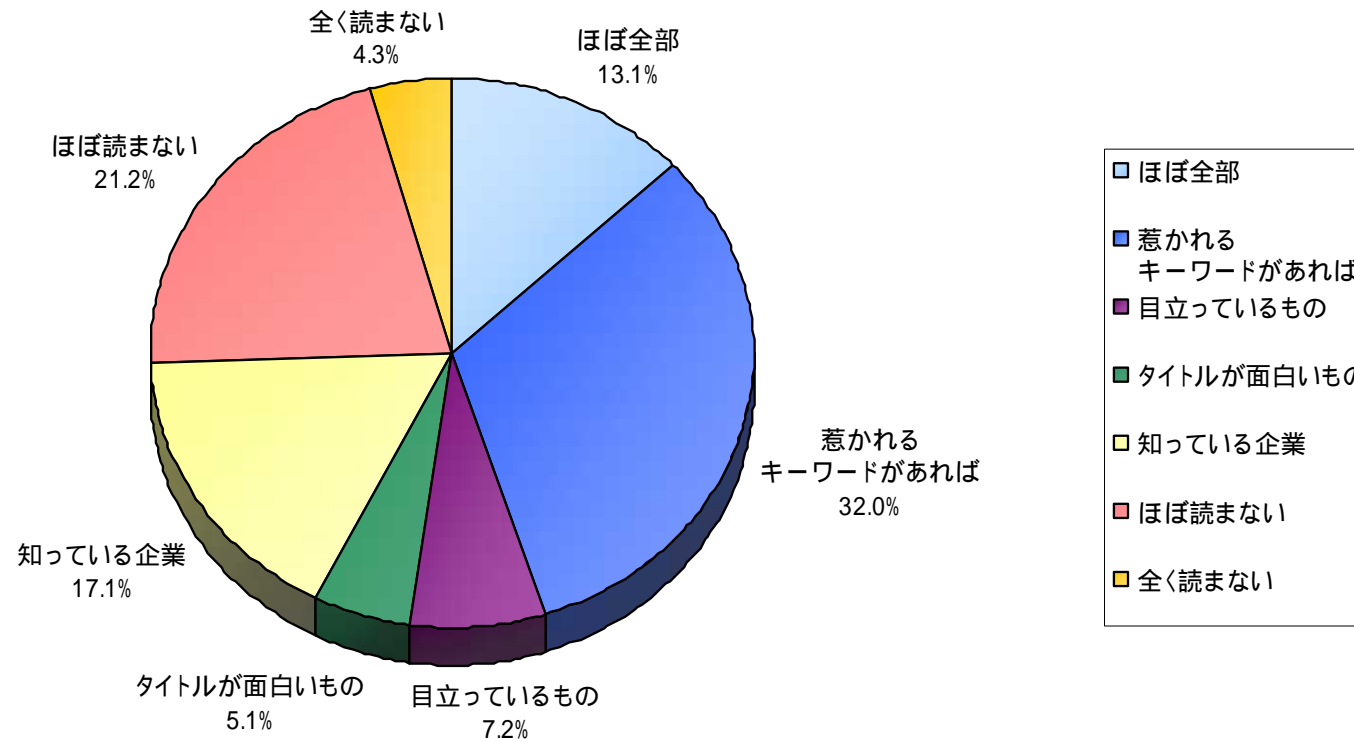


全体の約30%の学生がOB・OG訪問している。参加者だけで見ると、40%の学生は1社だけの訪問にとどまっている



## 企業のダイレクトメール

企業からのダイレクトメール(Web・紙)はどの位の頻度で読みますか?



「惹かれるキーワードがあれば」と答える学生が30%を超える。  
自社の魅力、学生の志向を踏まえたメッセージ設計が重要であることがうかがえる

<<採用担当者様へご案内>>  
このほか、ご希望の方には、弊社担当より  
定性情報(就職活動生のコメントをまとめたもの)を  
ご紹介させていただきます。  
お気軽にお問い合わせくださいませ。

株式会社リンクアンドモチベーション コーポレートデザイン本部  
広報ユニット  
TEL:03-3538-8671  
E-mail:pr@lmi.ne.jp