

就職活動に「情報力」



× 読売新聞

新卒採用戦線  
総括

2019

2019年 新卒採用戦線 総括レポート



株式会社 文化放送キャリアパートナーズ  
就職情報研究所

# 2019年卒採用 採用戦線総括

# 新卒採用戦線 総括 2019

## 2019年 新卒採用戦線 総括レポート 目次

### 調査概要

#### ■【1】就職・採用市場動向

- 06 1 【大学】就職ガイダンスの実施時期
- 2 【大学】学生の就職ガイダンス参加動向
- 07 3 【学生】キャリアセンターの活用
- 4 【大学】就職活動支援施策
- 08 5 【学生】学生の就職環境認識
- 6 【企業】新卒採用市場の認識
- 09 7 【学生】就職を意識し始めた時期
- 8 【学生】“就職活動に取り組む”とした時期
- 10 9 【学生】早期における学生活動状況
- 10 【学生】業界・企業研究の情報源
- 11 11 【学生】志望企業決定時期
- 12 【学生】企業規模へのこだわり
- 12 13 【学生】就職活動で不安に感じていること
- 14 【学生】就職活動で不安に感じていること(記述)
- 13 15 【企業】採用予定数の増減
- 16 【企業】採用予算の増減
- 14 17 【企業】新卒採用における「量」と「質」の確保
- 18 【企業】採用形態
- 15 19 【企業】既卒者の扱い
- 20 【企業】グローバル採用
- 16 21 【企業】理工系学生の採用
- 22 【企業】理工系専攻別ターゲット
- 17 23 【企業】早期におけるプロモーション手法
- 24 【企業】早期における直接接触機会
- 18 25 【企業】求める能力要件
- 26 【大学】重視する企業情報

#### ■【2】インターンシップ市場動向

- 20 1 【学生】インターンシップを意識した時期
- 2 【学生】インターンシップの情報源
- 21 3 【学生】インターンシップへの参加目的
- 4 【学生】印象に残ったインターンシッププログラム
- 22 5 【学生】インターンシップ参加状況
- 6 【学生】インターンシップ参加時期・期間
- 23 7 【学生】インターンシップ選考の経験
- 8 【学生】インターンシップと採用選考の認識
- 24 9 【企業】インターンシップ実施状況
- 10 【企業】インターンシップ実施時期・期間
- 25 11 【企業】インターンシップ受け入れ人数の増減
- 12 【企業】インターンシップPR方法
- 26 13 【学生】インターンシップ参加企業への採用選考参加状況
- 14 【学生】インターンシップ参加企業への採用選考参加理由
- 27 15 【企業】インターンシップと採用選考との関連
- 16 【企業】20卒向けインターンシップ実施予定
- 28 17 【企業・大学】インターンシップ実施期間ルールについて
- 18 【企業・大学】インターンシップの望ましい役割

#### ■【3】就職・採用活動動向

- 30 1 【学生】解禁前の就職活動推移
- 2 【学生】解禁前の採用選考への参加
- 31 3 【学生】学内セミナーへの参加状況
- 4 【企業】学内セミナーへの参画状況
- 32 5 【学生】プレエントリー・資料請求
- 6 【企業】プレエントリー数の増減
- 33 7 【企業】合同セミナーへの参画状況
- 8 【学生】魅力を感じた企業価値/仕事価値
- 34 9 【学生】オープンセミナーへの参加状況
- 10 【学生】選考セミナーへの参加状況
- 35 11 【企業】会社説明会実施回数と参加学生数の増減
- 12 【企業】会社説明会の形式と時期
- 36 13 【学生】セミナーで期待するプログラム
- 14 【学生】セミナー申込時に苦労したこと
- 37 15 【学生】OB・OG訪問への取り組み
- 16 【学生】リクレーターとの接触
- 38 17 【学生】エントリーシート提出状況
- 18 【企業】エントリーシート受付時期と増減
- 39 19 【学生】学生がPRした力
- 20 【学生】自己PRで伝えた長所
- 40 21 【学生】適性検査・能力検査の受検状況
- 22 【企業】選考方法
- 41 23 【学生】一次面接への参加状況
- 24 【学生】“ジョブマッチング”・“面談”について
- 42 25 【学生】内定取得状況
- 26 【企業】内定出しの時期
- 43 27 【学生】オワハラ・選考の阻害について
- 28 【企業】内定辞退状況
- 44 29 【学生】入社意思決定状況
- 30 【大学】内定状況
- 45 31 【学生】未内定学生の活動
- 32 【大学】未内定学生への支援
- 46 33 【企業】内定者フォロー・内定者教育
- 34 【学生】学生が望む内定者フォロー

#### ■【4】就職・採用活動振り返り

- 48 1 【企業】採用満足度
- 2 【企業】内定学生についての感想
- 49 3 【学生】就職活動に対する満足度
- 4 【学生】大学名による就職格差
- 50 5 【学生】不快に感じた企業の対応
- 6 【学生】就活相談の相手
- 51 7 【学生】就職活動の費用
- 8 【学生】入社意思決定の参考情報源
- 52 9 【学生】入社意思決定の理由
- 10 【学生】将来のビジョン
- 53 11 【学生】就職活動の反省点
- 12 【大学】学業への支障・影響
- 54 13 【大学】企業に対する要望

#### ■【5】就職・採用市場展望

- 56 1 【企業】“指針”現行ルールへの評価
- 2 【大学】“指針”現行ルールへの評価
- 57 3 【学生】AI(人工知能)を活用した採用活動
- 4 【企業・大学】AI(人工知能)を活用した採用活動
- 58 5 【企業・大学】20卒の就職環境予測
- 6 【大学】キャリアセンターが今後取り組むべき課題
- 59 7 【大学】低学年への支援体制
- 8 【大学】保護者(父母会)に対する支援体制

#### ■付録

- 60 1 2019年 就職ブランド調査(就職活動前半 TOP100)
- 61 2 2019年 就職ブランド調査(就職活動後半 TOP100)

## 2019年卒採用 調査概要

### 【学生調査】

#### 学生就職活動調査

調査主体：株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
株式会社読売新聞東京本社  
調査対象：2019年春就職希望の「ブンナビ!」会員大学生・大学院生  
調査方法：Webアンケート  
調査期間：2018年7月17日～7月31日  
回答数：473名（うち男子39.1%、女子60.9%/文系78.9%、理系21.1%）

#### (月例)学生アンケート

調査主体：文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
調査対象：2019年春就職希望の「ブンナビ!」会員大学生・大学院生  
調査方法：Webアンケート  
調査期間：2017年8月から2018年7月まで毎月定期的を実施  
回答数(延べ)：4,650名

#### 就職ブランドランキング調査

調査主体：文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
調査対象：2019年春入社希望の「ブンナビ!」会員（現大学4年生、現大学院2年生）  
調査方法：「ブンナビ!」上でのWebアンケート、就職イベント会場での紙アンケート、就職雑誌同送ハガキアンケート  
調査期間：（前半）2017年10月1日～2018年3月31日  
（後半）2018年4月1日～2018年6月30日  
回答数：（前半）19,888名（うち男子7,716、女子12,172/文系16,460、理系3,428）  
（後半）7,118名（うち男子2,592・女子4,526/文系5,753・理系1,365）

### 【企業調査】

#### 企業採用動向調査

調査主体：株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
株式会社読売新聞東京本社  
調査対象：上場企業を中心とした主要企業  
調査方法：Webアンケート  
調査期間：2018年7月17日～7月27日  
回答数：76社（メーカー51.9%、商社10.4%、流通1.3%、金融10.4%、マスコミ5.2%、情報・通信6.5%、サービス14.3%）

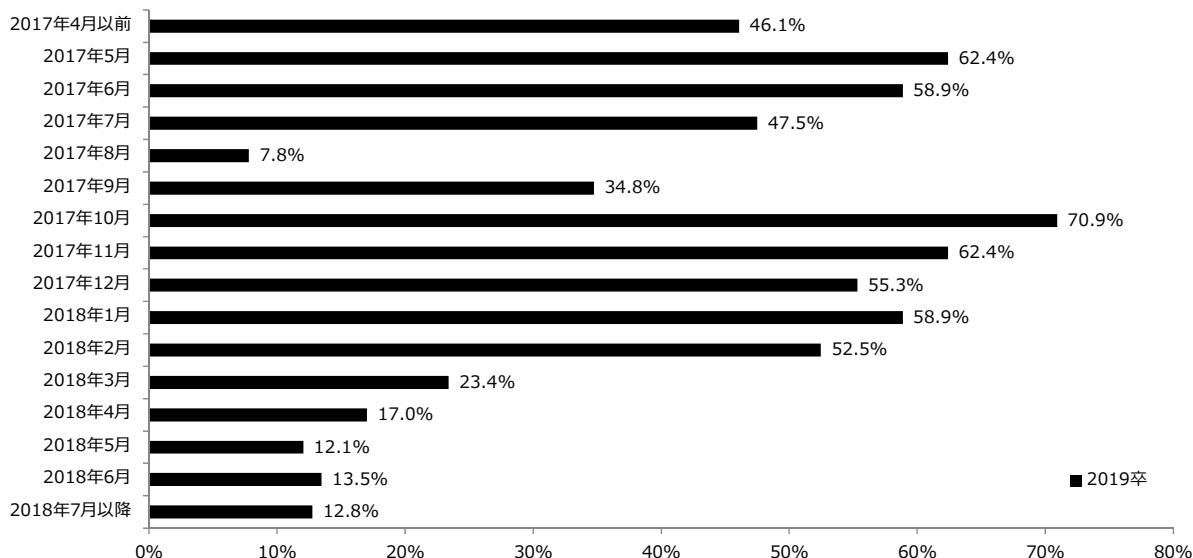
### 【大学調査】

#### 大学就職・キャリア支援活動調査

調査主体：株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
株式会社読売新聞東京本社  
調査対象：全国国公立および主要私立大学  
調査方法：Webアンケート  
調査期間：2018年7月17日～7月27日  
回答数：139校・141キャンパス（国立25.9%、公立16.5%、私立57.6%）  
※北海道・東北15.1%、関東36.7%、甲信越・北陸6.5%、東海8.6%、関西12.9%、中国・四国11.5%、九州・沖縄8.6%

# 【1】就職・採用市場動向

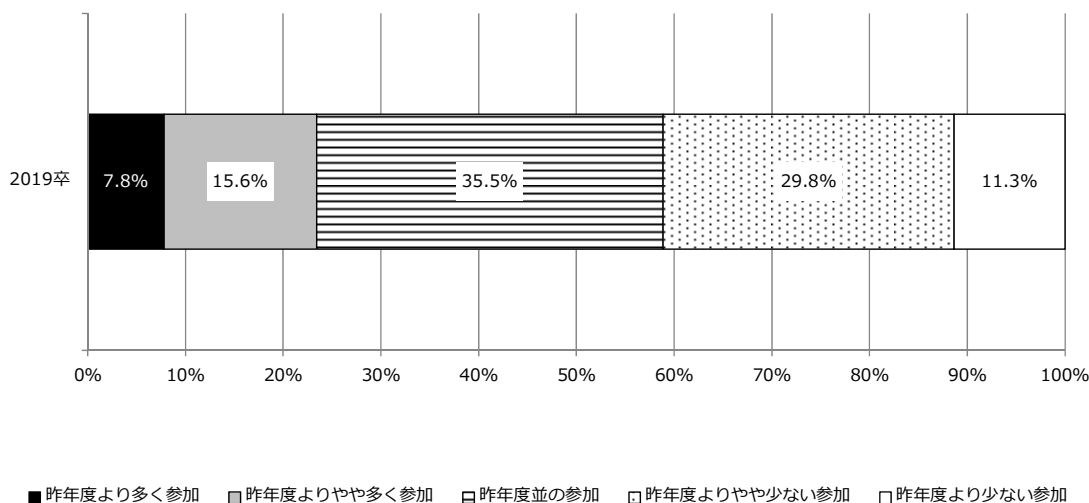
2019卒学生向けの就職ガイダンス実施時期について、当てはまるものを全てお選びください。



### 早期化する就職ガイダンス

多くの大学では、3年生になった春に1回目、就活をスタートさせる秋に2回目、就活のピークを過ぎた時期に3回目を開催するのが一般的。3回目は、未内定者向けの就活対策だけでなく、この時期まで学生を採用できなかった企業の合同説明会の場合もある。なお、長期的に就職を考えてもらいたいと2年生秋から就職ガイダンスをしている大学も少なくない。

2019卒学生向けの就職ガイダンスへの参加者数増減について、当てはまるものを1つお選びください。

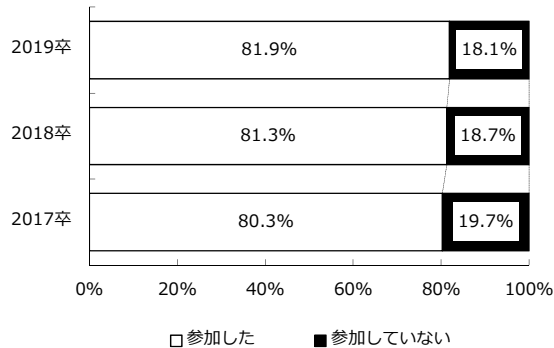


### 就職ガイダンスに参加する学生が減へ

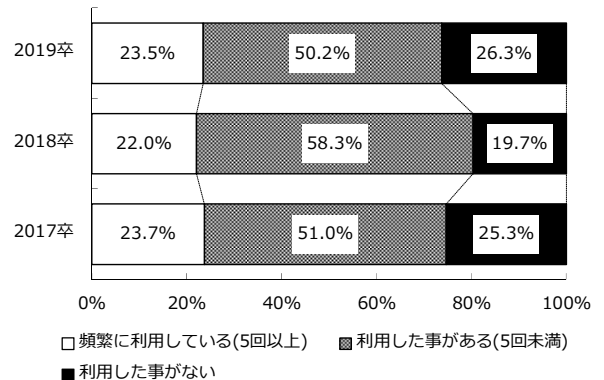
参加者数が昨年より少ないという回答が41.1%、多かったという回答は23.4%だから、はっきりと参加者数は減っているといえる。この減少傾向を大学側がどのように理解し、対策をしているのか、大学や時期によっても違うだろうが全体に学生は就職には不安感はなく自分のペースで就活をしているようだ。

学内就職ガイダンスに参加しましたか？  
就職課(またはキャリアセンター)を利用していますか？

学内就職ガイダンスに参加しましたか？



キャリアセンター(就職課)を利用していますか？

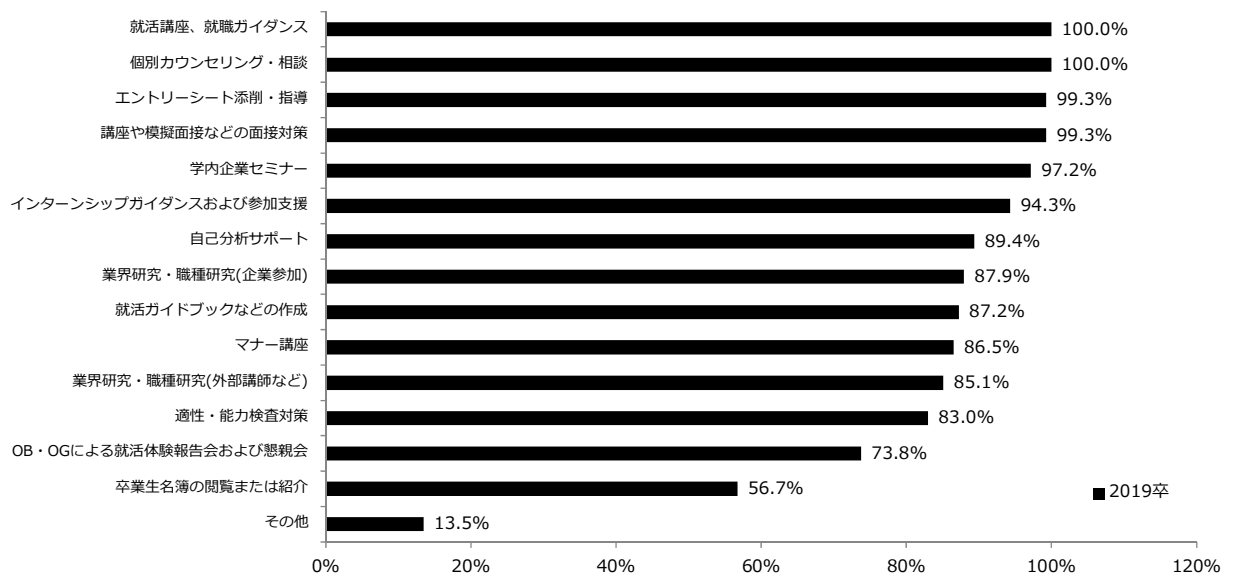


※(月例)学生アンケート2018年5月上旬調査より

キャリアセンターを利用しない学生が増加中

就職ガイダンスに参加した学生は8割というから就職希望者のほとんどは参加している。問題は、キャリアセンターを利用しない学生が増加していること。早期に就活をして内定したためか、リクレーター経由なのか、指針を無視するアウトロー的な就職サイトに取り込まれたのか、ダイレクトリクレーティング登録者なのか。気になる数字だ。

2019卒学生向けの支援として実施したもののについて、当てはまるものを全てお選びください。



手厚い就職支援

就職ガイダンスは当然として個別相談、エントリーシート添削、模擬面接などの支援策は、ほぼ100%の実施率。このほか、学内企業セミナー、自己分析サポート、マナー講座などあらゆることをやっている。きめ細かな支援策が多種多彩だ。これらの支援策が大学の特色そして就職力ランキングとして評価されるので私大も国立大も年々手厚さを増している。