

平成26年度

中堅・中小企業の新入社員意識調査 結果概要

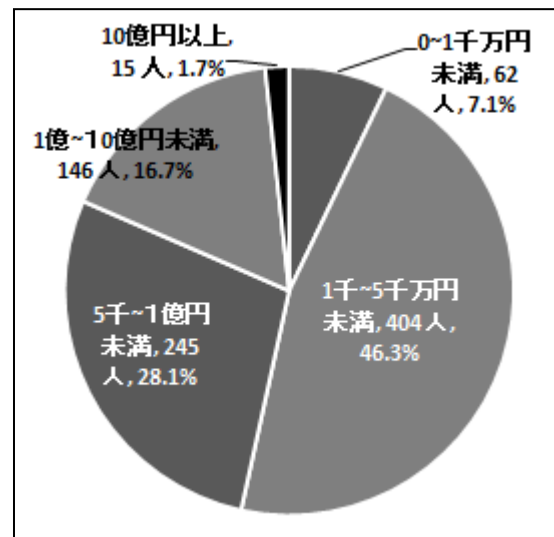
- 【調査対象】 東京商工会議所が開催した新入社員研修を受講した中堅・中小企業の新入社員878名
- 【調査期間】 平成26年3月31日～4月10日
- 【有効回答】 計872名（男性571名、女性301名）
- 【回答率】 99.3%

学歴別受講者分布

	全体		男性		女性	
	件数	%	件数	%	件数	%
全体	872	100.0%	571	100.0%	301	100.0%
高卒	122	14.0%	89	15.6%	33	11.0%
高専卒	6	0.7%	6	1.1%	0	0.0%
専門学校卒	102	11.7%	70	12.3%	32	10.6%
短大卒	17	1.9%	3	0.5%	14	4.7%
大学（文系）卒	354	40.6%	189	33.1%	165	54.8%
大学（理系）卒	177	20.3%	153	26.8%	24	8.0%
大学院卒	84	9.6%	59	10.3%	25	8.3%
その他	8	0.9%	2	0.4%	6	2.0%
無回答	2	0.2%	0	0.0%	2	0.7%

企業規模（資本金）別受講者分布

	件数	%
全体	872	100.0%
0~1千万円未満	62	7.1%
1千~5千万円未満	404	46.3%
5千~1億円未満	245	28.1%
1億~10億円未満	146	16.7%
10億円以上	15	1.7%



企業業種別受講者分布

	件数	%
全体	872	100.0%
小売	10	1.1%
卸売	119	13.6%
製造	192	22.0%
金融	8	0.9%
建設不動産	95	10.9%
資源エネルギー	7	0.8%
貿易	12	1.4%
サービス	161	18.5%
情報産業	183	21.0%
運輸交通	48	5.5%
その他	37	4.2%

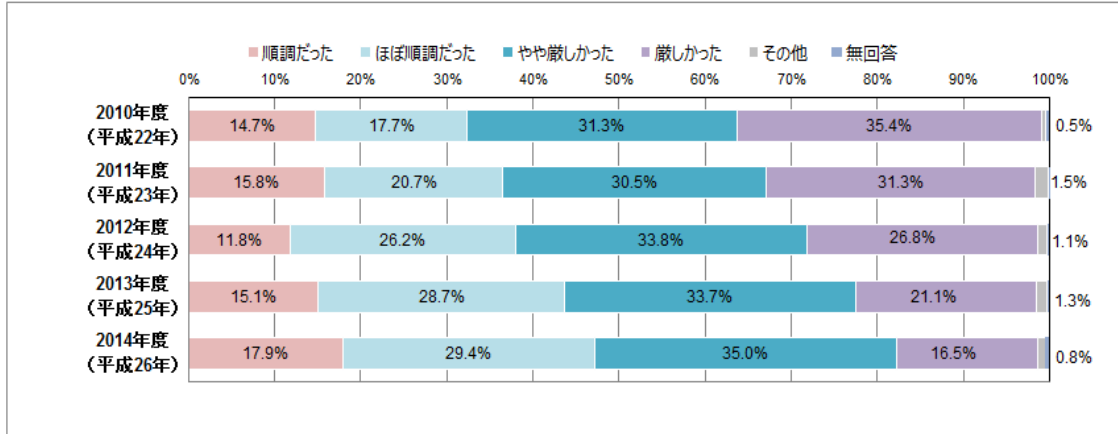
就職歴別受講者分布

	全体		高卒		高専卒		専門学校卒		短大卒		大学（文系）卒		大学（理系）卒		大学院卒		その他		無回答	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
全体	872	100.0%	122	100.0%	6	100.0%	102	100.0%	17	100.0%	354	100.0%	177	100.0%	84	100.0%	8	100.0%	2	100.0%
新卒	770	88.3%	101	82.8%	6	100.0%	89	87.3%	13	76.5%	314	88.7%	161	91.0%	79	94.0%	6	75.0%	1	50.0%
既卒（卒業後3年以内）	45	5.2%	6	4.9%	0	0.0%	5	4.9%	1	5.9%	20	5.6%	11	6.2%	2	2.4%	0	0.0%	0	0.0%
中途（就職経験3年未満）	33	3.8%	6	4.9%	0	0.0%	5	4.9%	0	0.0%	15	4.2%	3	1.7%	3	3.6%	1	12.5%	0	0.0%
中途（就職経験3年以上）	15	1.7%	7	5.7%	0	0.0%	2	2.0%	1	5.9%	4	1.1%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	3	0.3%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	0	0.0%
無回答	6	0.7%	1	0.8%	0	0.0%	1	1.0%	1	5.9%	1	0.3%	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%

1. 就職活動は順調だったか

⇒ 4年連続で改善。

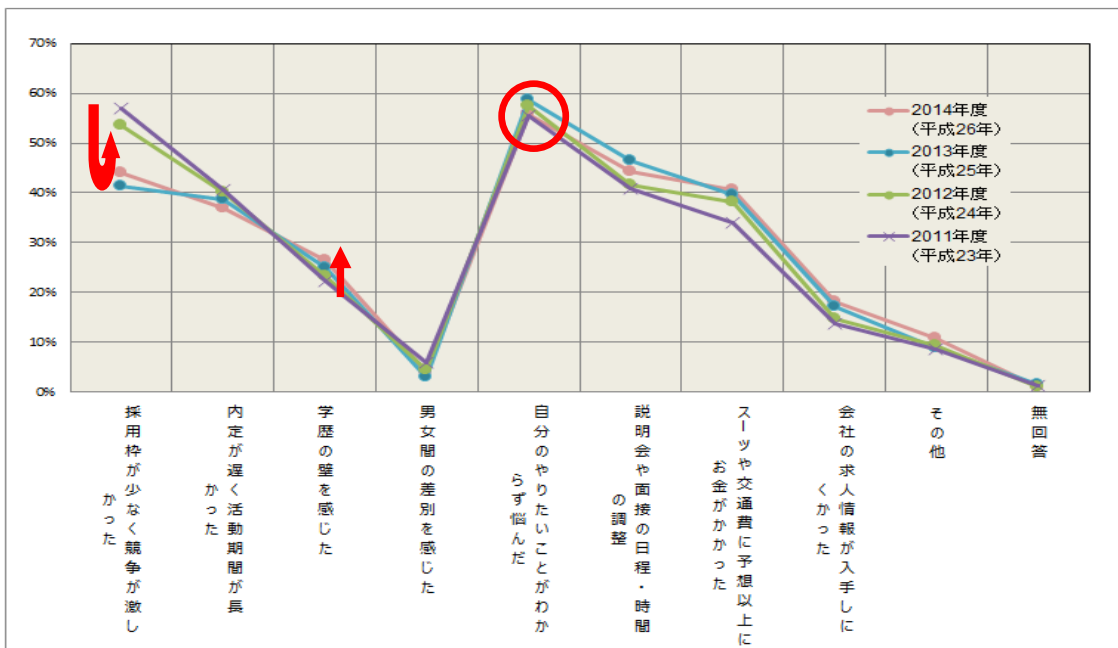
○顕著な悪化がみられた平成22年度を底に、「順調だった」「ほぼ順調だった」の合計は増加し続けており、今年度はほぼ半数の新入社員が概ね順調に就職活動ができたと回答(32.4%→47.3%)。「厳しかった」(35.4%→16.5%)も年5%程度ずつ減少しており、就職環境の改善傾向が続いていることがうかがえる。



2. 就職活動で苦労したことは何ですか (3つ選んで下さい)

⇒ 3年連続で自己分析に苦労がトップ。企業の厳選採用の姿勢も垣間見える。

○「自分のやりたいことがわからず悩んだ」新入社員が3年連続で最も多く(58.7%→55.7%)、引き続き自身の特性・適性と業務のマッチングに苦心する傾向にある。「採用枠が少なく競争が激しかった」(41.4%→43.9%)、「学歴の壁を感じた」(25.0%→26.5%)がわずかながら増えており、企業の厳選採用の姿勢がうかがえる。

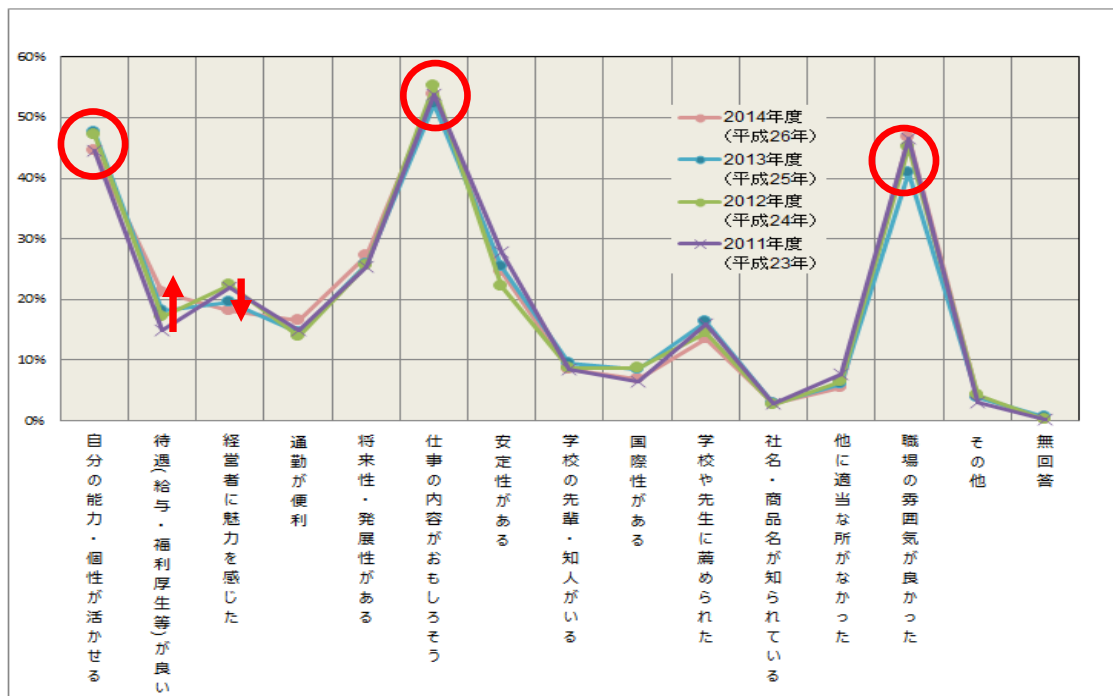


3. 入社した会社を選んだ理由は（3つ選んで下さい）

⇒「仕事の内容がおもしろそう」「自分の能力・個性が活かせる」「職場の雰囲気良かった」の上位3回答に変動なし。「安定性」「待遇」が続く。

○「仕事の内容がおもしろそう」（52.2%→53.9%）、「自分の能力・個性が活かせる」（47.6%→44.5%）、「職場の雰囲気が良かった」（41.0%→46.7%）、の上位3回答に変動はなく、自分にあった職場環境で能力を発揮したいと考える傾向が定着している。平成24年度から続いて「職場の雰囲気が良かった」との回答には男女間に顕著な差がみられており（男性：41.1%、女性：57.5%）。相談や協力が気軽にできる職場環境を訴求することが、女性の新入社員を迎え入れるうえで重要なポイントになると考えられる。

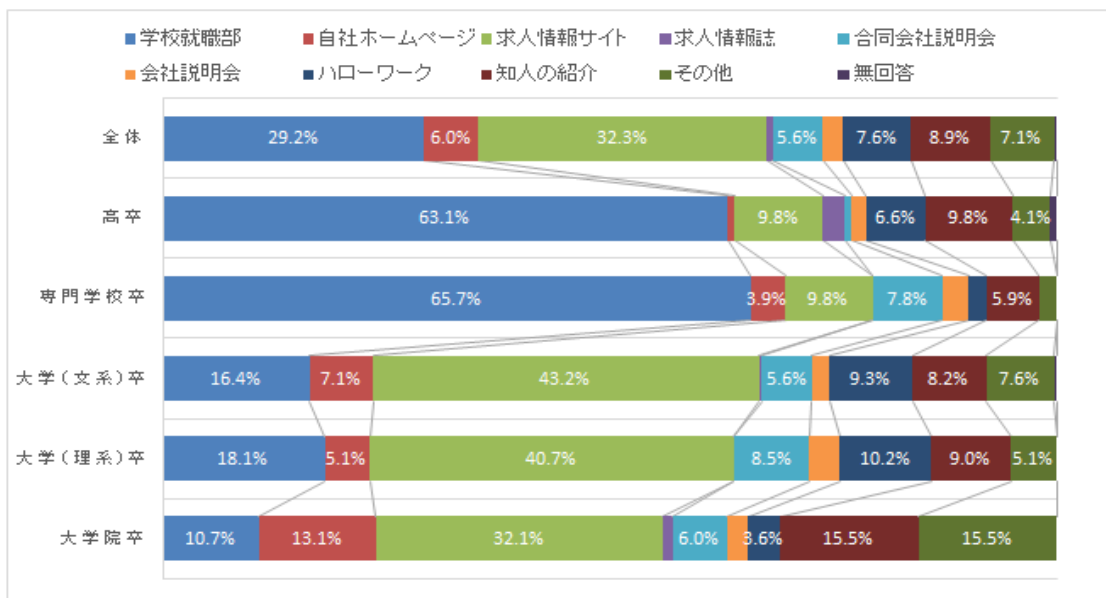
また「待遇（給与・福利厚生等）がよい」についても、引き続き増加基調（18.2%→21.1%）にある。一方で「経営者に魅力を感じた」回答者は減少傾向（19.6%→18.1%）にあり、新入社員のリアリストとしての一面が見て取れる。



4. 入社した会社をどのようにして知りましたか

⇒学歴により大きな相違。高卒は「学校就職部」で変化なく、大卒は文系・理系を問わず「求人情報サイト」の増加続く。

○回答者全体では昨年に続き回答数トップだった「求人情報サイト」（29.2%→32.3%）が、2年連続で回答数首位となった。学歴別にみると、高卒者の回答に目立った変化はないが、大学（文系）卒では「求人情報サイト」の比率がさらに高まる（35.6%→43.2%）一方、「知人の紹介」が漸減（13.8%→8.2%）。縁故採用から公募採用へと企業が舵を切り始めている様子もうかがえる。大学（理系）卒でも「求人情報サイト」がトップ（38.7%→40.7%）だが、「学校就職部」経由の入社が大きく減った（24.7%→18.1%）のが本年度の大きな特徴と言える。



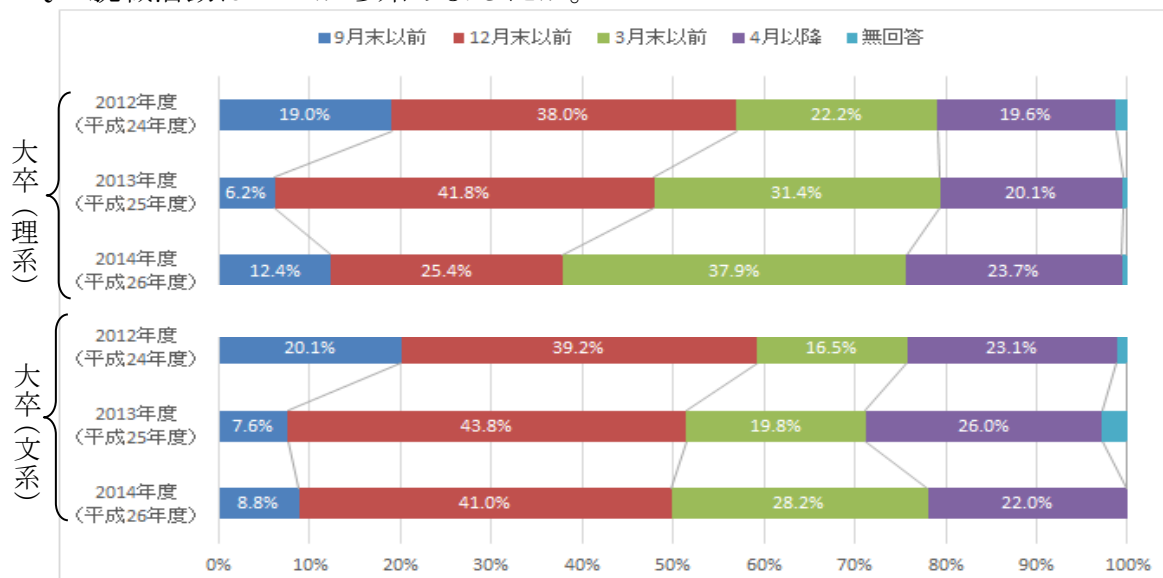
5. 就職活動の期間と内定数

⇒倫理憲章改定の影響が続き、大学（理・文系）卒で大学3年時1月～3月期の就職活動開始者が目に見えて増加。大学4年時5月以前の入社（内定）決定も増加し、就職活動の短期化に拍車。

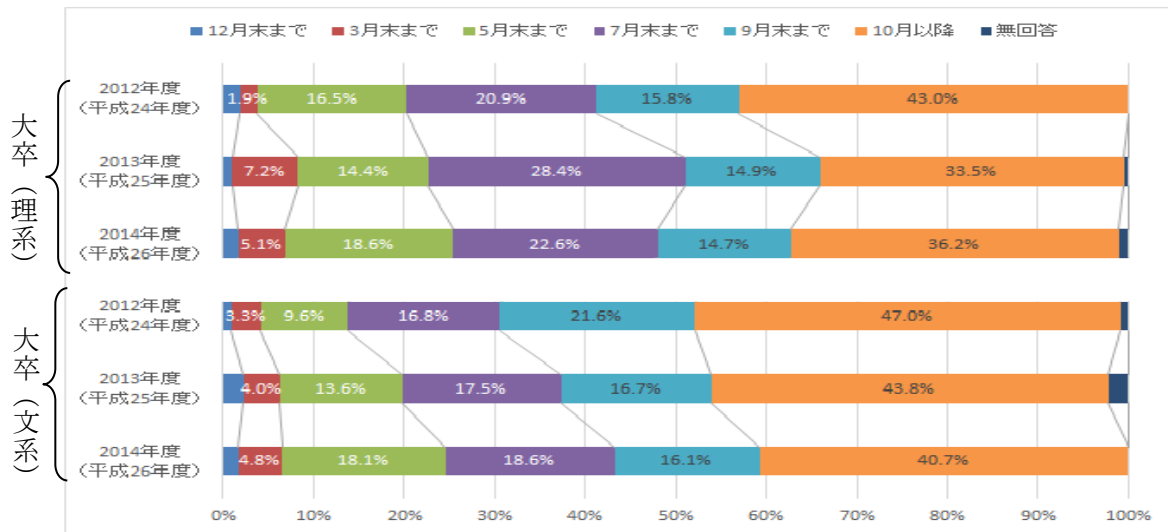
○企業の採用広報活動を2011年12月1日以降に開始することとした学校と経済界の協定改訂により、2013年度入社の新入社員は大きな影響を受けた。2014年度入社も前年度と同様の結果になるかと思われたが、2014年度入社の大卒（理系）者は就職活動の開始時期について、「(大学3年の)9月以前」と早目にスタートを切った割合が倍増（6.2%→12.4%）しており、協定改定初年度とは異なる動きを見せている。しかし、顕著な増加を見せているのは開始時期「1月～3月」であり、改定2年目を迎えた協定が引き続き大きな影響を与えているものと推察できる。

内定時期については、「5月末まで」が増加基調にある（理系：22.7%→25.4%、文系：19.8%→24.6%）。企業の採用意欲の回復に伴い、早めの内定で優秀な学生の囲い込みを図ることが、就職活動の短期化に拍車をかけていると考えられる。

Q. 就職活動はいつから始めましたか。



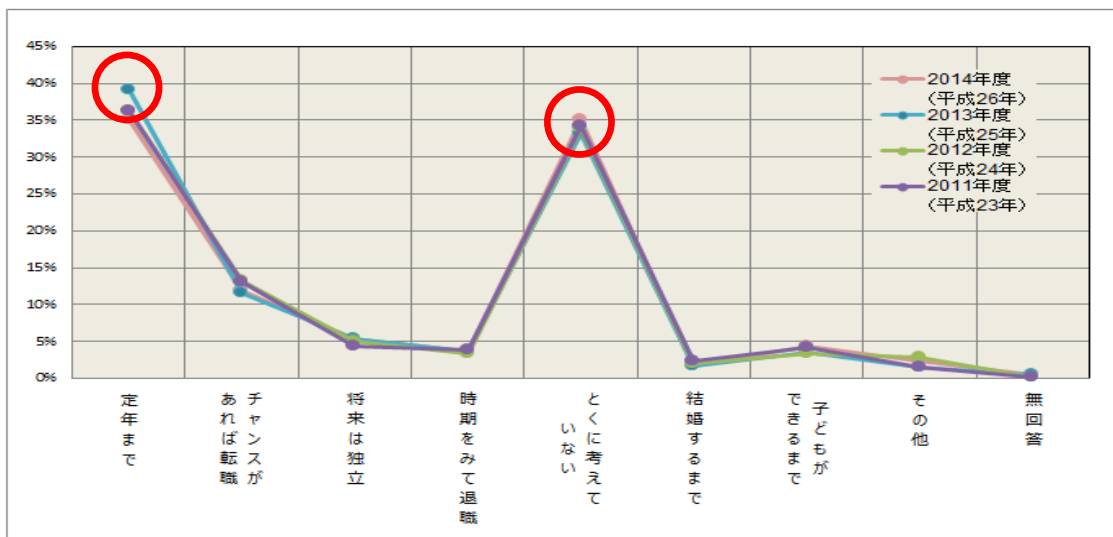
Q. いつ頃、入社（内定）が決まりましたか。



6. 今の会社でいつまで働きたいか

⇒「特に考えていない」と「定年まで」で70%超に変動なし。

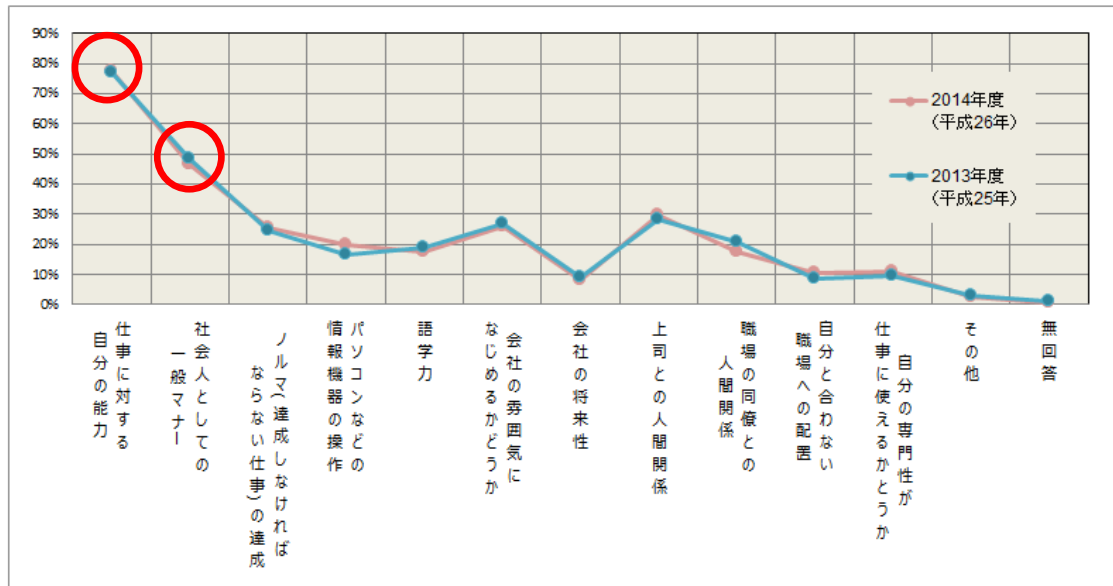
○「定年まで」（39.1%→35.1%）の回答数が例年と同じレベルに落ち着くと同時に、「特に考えていない」（33.3%→35.0%）は増加したものの、上位2回答で70%を占める結果は平成23年度から変わらない。学歴別でみると、「チャンスがあれば転職」は高卒（4.1%）で顕著に少なく、専門学校（19.6%）、大学（理系）卒（14.7%）に多い。



7. 仕事をしていく上での不安（3つ選んで下さい）

⇒自己の能力、ビジネスマナーに対する不安視する傾向に変化なし

○多くの新入社員が「仕事に対する自分の能力」（76.9%→77.5%）、「社会人としての一般マナー」（48.6%→46.6%）に不安を感じている状況だが、昨年度と比べて特に大きな差異は見られない。



8. 利用しているSNS（複数選択）

⇒80%以上がLINEを使用しており、他のSNSを圧倒。女性はほぼ全員が何らかのSNSを活用している。

○LINE（本年より選択肢として追加）の利用者は85.4%となり、新入社員世代では圧倒的なシェアを獲得。SNSを「利用していない」（22.7%→8.5%）層をLINEが取り込んだものと考えられる。ミクシィの退潮傾向には歯止めがかからず（30.3%→17.8%）、Facebookも微減（54.8%→50.7%）。ツイッターは横ばいとなった（55.7%→55.5%）。特に、SNSを「利用していない」女性はわずか3.3%（男性：11.2%）であり、何らかのSNSを活用して、交友関係を維持・拡大しようとする傾向が強まっているものとみられる。

