



就職活動と採用活動の現状と未来

2010年2月8日
株式会社ジョブウェブ 代表取締役社長
佐藤孝治



Jobweb

株式会社ジョブウェブ代表取締役社長 佐藤孝治

1996年から就職活動支援活動を開始。1999年より企業への採用コンサルティングを開始。



1972年5月 東京都生まれ 早稲田大学社会科学部卒。

1996年10月 大学4年生のジョブウェブを創設。

1997年7月 アンダーセンコンサルティング入社。

1999年10月 ジョブウェブを法人化。

2004年1月 内定の原則

2010年1月 <就活>廃止論 上梓

現在、株式会社ジョブウェブ社長として講演や勉強会などに全国を飛び回っている。学生の就職支援と企業の採用支援を通じて学生と企業の本音コミュニケーションをサポートしている。



ジョブウェブのはじまり

1996年夏、大学生の有志でジョブウェブを創設しました。



就職氷河期と呼ばれる10年間が始まった1996年卒の大卒の求人倍率は1.08倍で、バブル終盤期の1991年の2.86倍から5年連続で下がり続けていました。

その、1996年夏、自分たちの就職活動を通して体験した就職活動におけるインターネットの可能性を後輩たちに伝えたいという想いで「学生が書いたインターネット就職本」という本を仲間と一緒に創っていました。読者にメッセージを伝えるだけではなく、アクセスして活用してもらえるホームページも一緒に創ろうということになりました。当時は、日本のインターネット黎明期。Yahoo! JAPANがサービスを開始(1996年4月1日)した半年後のことで、インターネットを使いこなしている大学生はまだまだ少ない状況でした。

私は、就職活動をしながら「企業が圧倒的に強い立場であり学生に対して正しい情報提供がされていない」という違和感を感じていました。インターネットという新しいメディアを活用し学生同士がネットワーク化して情報を共有することができれば、企業と学生が対等な関係で正しい本当の情報が伝わる、よりフェアな就職環境を創造できると考えていました。

また、良い悪いは別にして、**就職活動は、一瞬でも学生が本気になるタイミング**でした。何事にも無関心な若者が夢を語り始めるタイミングである就職活動をうまく活かすことができれば、社会を活性化できるのではと考えていました。

メーリングリストというネットコミュニティの仕組みを使って、就職やキャリアについて考えるサイト、ジョブウェブは1996年10月1日にスタートしました。

オープン直後から、ジョブウェブには、意識が高く、志のある若者が集いました。ネット上だけではなく、実際にリアルな場で集い、語り合い、お互いに切磋琢磨できるような場が自然に出来上がって行きました。

就職活動をスタートしたころは、魅力的な大人との出会いが少なく、「大人はカッコわるいもの」という間違った思い込みがありました。就職活動やジョブウェブの活動を通じて**社会で活躍しているカッコいい大人とのたくさんの出会い**がありました。

学生と大人で区別するのではなく、世代を超えたカッコ良く生きる人のコミュニティを作り、より良い社会を実現していこうと考えるようになりました。

このような想いを実現するための事業計画を創り行動を始めました。インターネットを使った学生運動から始まったジョブウェブは、株式会社化というターニングポイントを境に、企業と学生の本音コミュニケーションを支援するという役割を担うようになっていきました。

株式会社に改組して2年後、企業の採用を成功するために何ができるかを考え抜いた結果、企業が学生に対して、学生が成長できるような学びの機会を提供してもらおうという「**ジョブウェブビジネススクール**」という構想が生まれました。構想を実現するために「ジョブウェブビジネススクール開催」というポスターを創り地下鉄の駅に掲示をしました。

企業への営業活動にも力をいれました。「**ジョブウェブに集まる学生に対して、御社の社員さんに対して行っているような研修プログラムを提供していただけますか？**」という提案をする日々が続きました。我々の提案に共感し、実践していただける企業が1社1社増えて行きました。

実践された企業さまから「今までには出逢うことができなかったような、優秀な学生と出会うことができた」という声を聞くことができました。成功される企業が増えてくると、さらに実践される企業が増えるという流れができ、ジョブウェブビジネススクールが広がって行きました。

ちょうど同じ頃、企業、大学、経済産業省、文部科学省が協力して日本にインターンシップを普及していくという流れがありました。企業の人事担当の方は「どのようなインターンシップを学生に提供したらよいだらうか？」という悩みを抱えていました。

学生の本音をふまえたインターンシッププログラム構築というサービスを提供してきました。業界のリーディングカンパニーやベンチャー企業に対して、その会社がどのようなインターンシッププログラムを提供するべきかを一緒に考えることから、プログラム構築支援、インターンシップ運営支援までを行ない、価値あるインターンシップの立ち上げを支援してきました。一人の人間として真剣に向き合い、よりリアルな現場で学生を受け入れ見せるべきところをしっかりと見せて行くことにより実現できます。悪い点も含めて真摯なフィードバックをすることも大切です。

また、大学生が参加するべきインターンシップを発見するためのポータルサイト「ジョブウェブインターンシップ」を開設して、企業と学生の出会いをサポートしてきました。

インターンシップとジョブウェブビジネススクールを実施する企業の輪が広がって行くなかで、企業が提供する魅力的な機会に優秀な学生が集まり、学生の成長が加速するという流れができていきました。

単に新卒採用の広告を出稿するだけではなく、学生と企業がお互いに顔の見える関係でリアルな情報を直接届ける場を創れば、知名度の低い会社でも優秀な学生と出会い、最終的に採用することができるというジョブウェブ方式の新卒採用といえる方法論が確立できました。

素晴らしい会社であるにも関わらず、採用に苦労していた企業に、ジョブウェブを通じて、優秀な学生が就職していきました。そして、彼らは自分が入社した会社の成長を加速させるとともに、自分自身の成長を実現していきました。

ジョブウェブは就職活動のあり方を、インターンシップやジョブウェブビジネススクールという場を作ることによって、学生にとっても、企業にとっても、より価値のあるものに変えて行くことに挑戦してきました。

採用と育成についての企業の責任領域はどのようになっているでしょうか。一般的には新入社員として入社してきた人に教育するということからが企業の責任領域になっています。別の視点で表現すると、採用広告に大量の予算を投下し、たくさん集めた学生に対して、絞り込みをして採用して入社してきた人に対して教育してきました。

私たちジョブウェブはここを一步進めて、採用コミュニケーションにおいて関わりをもった全ての学生に対して教育する機会を提供することを提唱してきました。これは、企業のCSRにつながる取り組みであると同時に、ターゲット人材採用に向けての戦略的採用活動にもなります。

性善説に立ち、自分たちの会社に入社しなかったことを裏切りと捉えず、相手の自由性を受け入れ、会社の中に蓄積してきた様々なナレッジを学生に対してオープンソース化することで、自社にとって最高の人材を獲得することができるようになるのです。青田買いで囲い込むという発想ではなく、集めて落とすというプロセスでもない、新卒採用に対する価値観の大転換を行うことで、強い組織を作ることが実現できるのです。

いろいろな企業が提供する様々な成長機会を経験する中で、学生は「自分に合う合わない」という相性と、「自分のやりたいこと」であるテーマによって、最終的に入社する会社を絞り込んでいきます。自分たちが提供した教育機会によって成長した学生が他社に入社していると同時に、他社が教育して成長することができた学生が入社してくれるのです。このようにジョブウェブを通じて採用活動をしているクライアント企業の皆さんと一緒に、学生に対してキャリア教育を提供して行くことで、社会に出て、素晴らしく活躍することができる人材を創出し続けています。

私たちは学生にとっての就職活動を「ふるい落とされるプロセス」から「自己成長するプロセス」に変えることを目指して活動してきました。現在、100社を超える企業が採用コミュニケーションの新しいあり方を実践し、ジョブウェブを通じて学生を新しい仲間として受け入れています。

学生は「個人としての自己成長」を実現し、企業は「より強い組織の創造」を実現することができます。成長することができた学生はより高い次元で挑戦することができます。学生にとっての知名度が低い会社には、人材採用において逆転する方法になっています。

質の高いインターンシップやセミナーが集まっています。



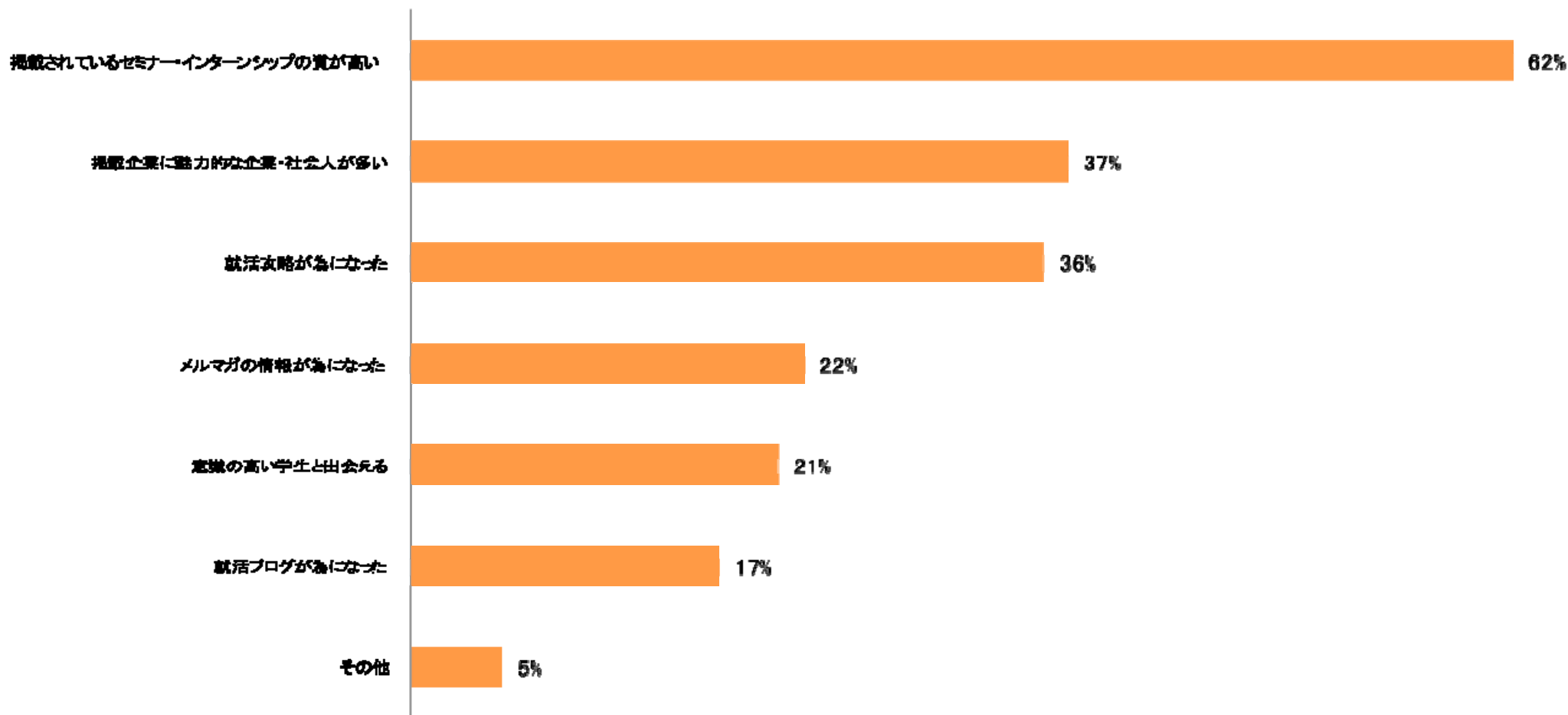
- 『メーカー業界フォーラム』(花王、東京エレクトロン、ジョンソン・エンド・ジョンソン、シャープ)
- MR体感セミナー(大塚製薬)
- ビジネスの第一線で活躍する社員が伝授！『ロジカルシンキング講座』(ディー・エヌ・エー)
- マーケティングスキルを『学生レベル』から『プロレベル』へ ヒット商品はどうして生まれる！プロのマーケティング手法体感セミナー(ザッパラス)
- 【外資投資銀行】×【総合商社】マーケティング&ファイナンス講座付き2日間2万円インターン(グリー)
- 【コラボレーション・セミナー】ジョブウェブ × シンプレクス・テクノロジー ～ アクセンチュア出身の2人の経営者から直接学ぶ『成功する事業創造の秘訣』～(シンプレクス・テクノロジー)

学生ユーザーがジョブウェブを使う理由

掲載されている情報の質の高さにおいて、支持を受けています。



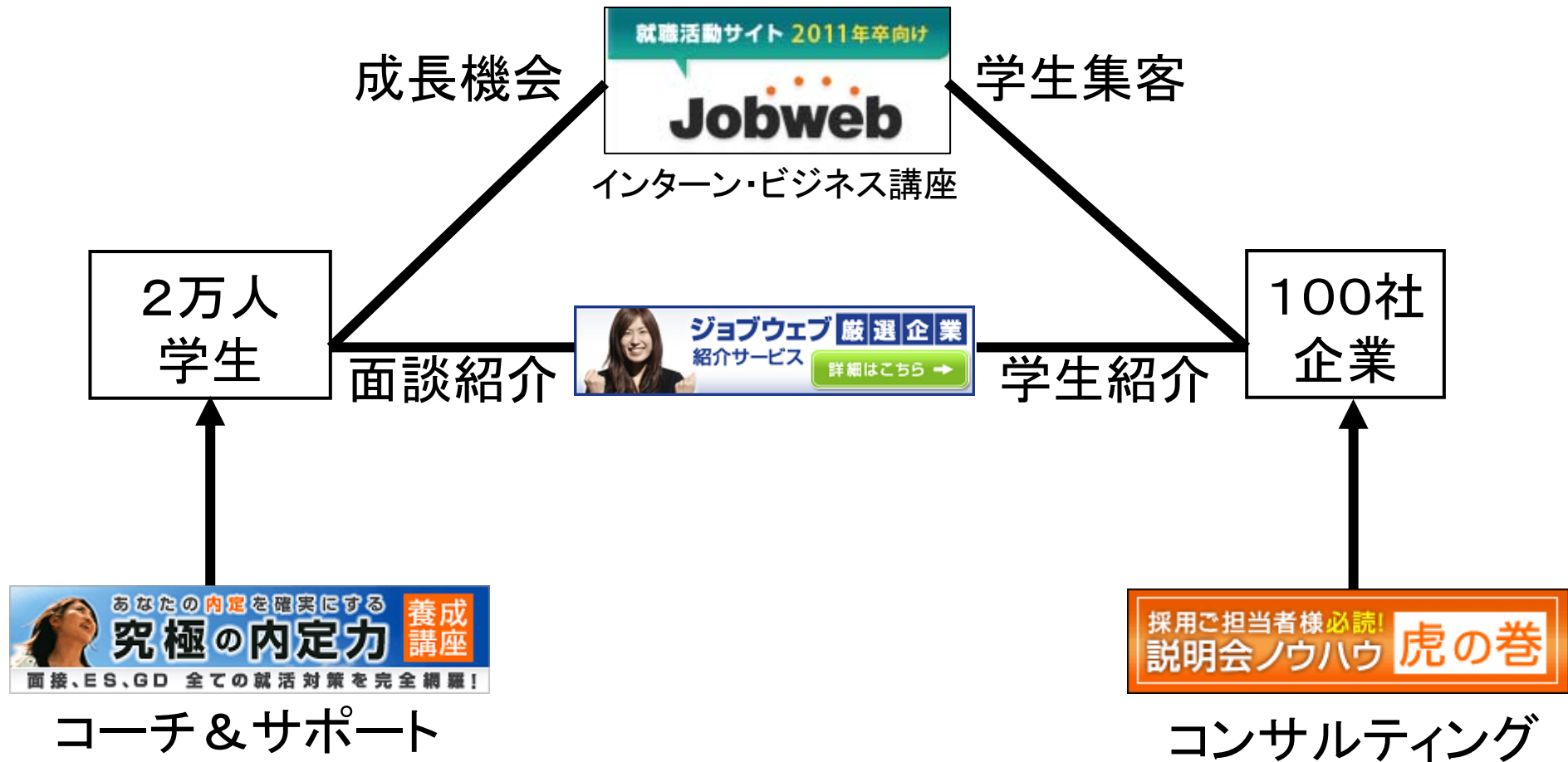
Q.ジョブウェブを活用していた理由を教えてください。(N=483)



良質なセミナー・インターンシップなどの成長機会を通して、ジョブウェブメンバーは日々切磋琢磨しています。

株式会社ジョブウェブ代表取締役社長 佐藤孝治

毎年、約2万人の大学生の就職活動と約100社の企業の採用活動を支援しています。



ジョブウェブ会員は成長意欲が高い

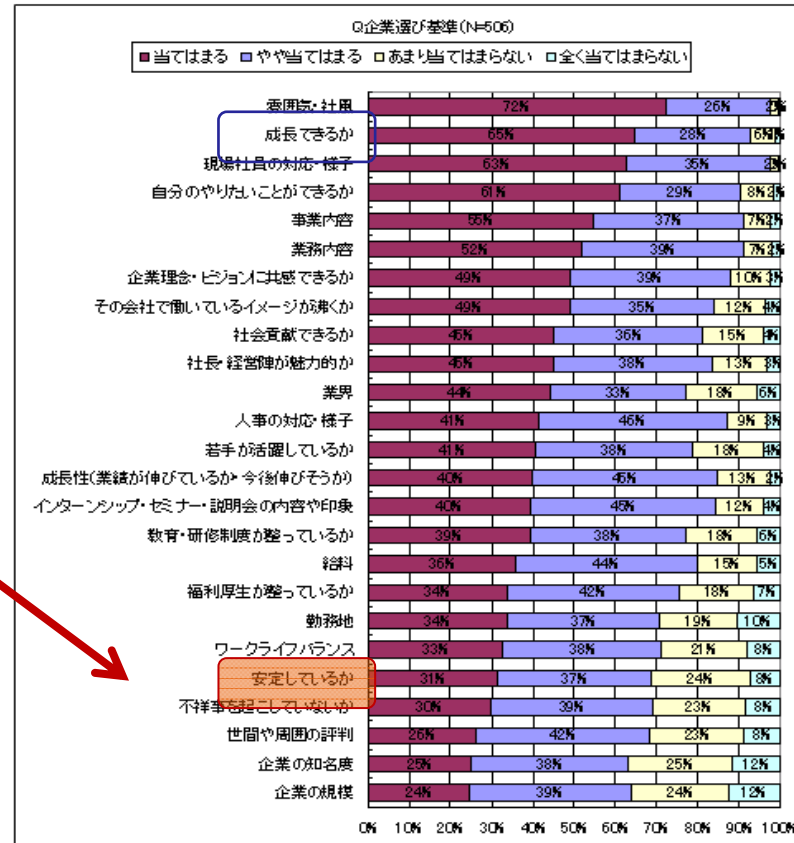
ジョブウェブ会員は成長意欲が高い人材が多くなっています。



LMI社による09卒学生調査

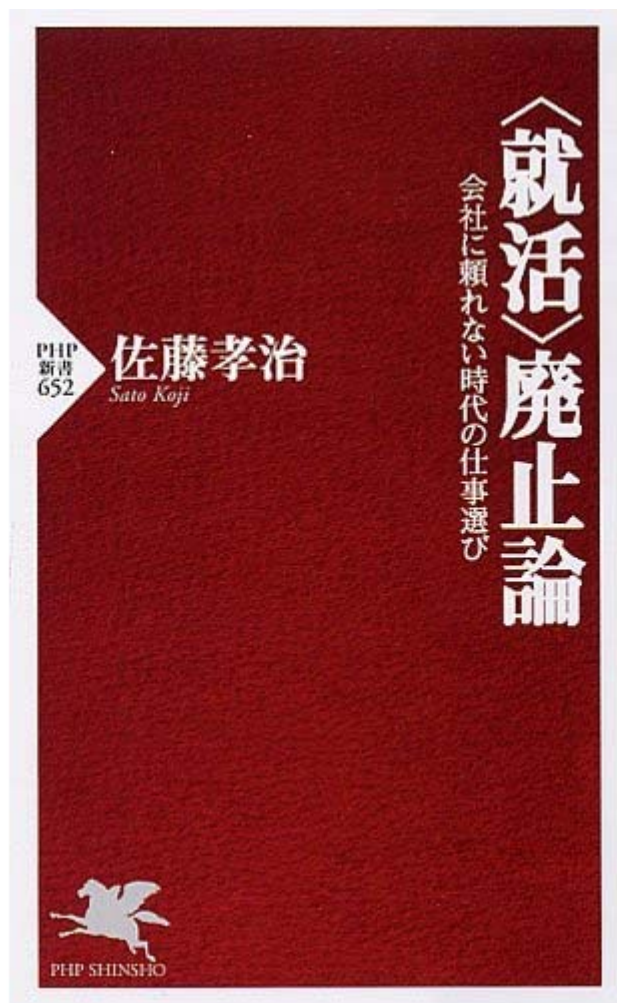
会社の魅力に関する質問(N=809)
集計期間 2008年6月11日～6月13日

- 1位 **安定性**
- 2位 風通しの良い風土
- 3位 就業実態
- 4位 活動内容
- 5位 将来性
- 6位 研修制度
- 7位 個性を尊重する風土
- 8位 給与手当
- 9位 獲得スキル
- 10位 一体感のある風土
- 11位 会社の成長性
- 12位 若手活躍
- 13位 チャレンジングな風土
- 14位 勤務地
- 15位 社会貢献



※2009年度卒学生就職活動ふり返り調査(調査期間 2008年4月23日～5月2日)

<就活>廃止論 会社に頼れない時代の仕事選び



現在の「就職活動」と「採用活動」は、もはや限界に来ているのではないか。何か抜本的に今までの発想を変える必要があるのではないか。私はそう考えている。

一体、何がおかしいのか。何を変えなくてはいけないのか。学生、企業、大学、就職支援会社は、それぞれどうあるべきなのか。親として、兄弟として、親戚として、これから社会に出る若者に対してできることは何なのか。

本書では、新たな時代を切り開く議論のきっかけとして、就職活動と採用活動の現実を正しく捉え、未来に向けての具体的な解決策を提示してみたい。

就職活動と採用活動の現状と未来

株式会社ジョブウェブ 代表取締役社長 佐藤孝治



大学生の就職活動と企業の採用活動の

✓現状

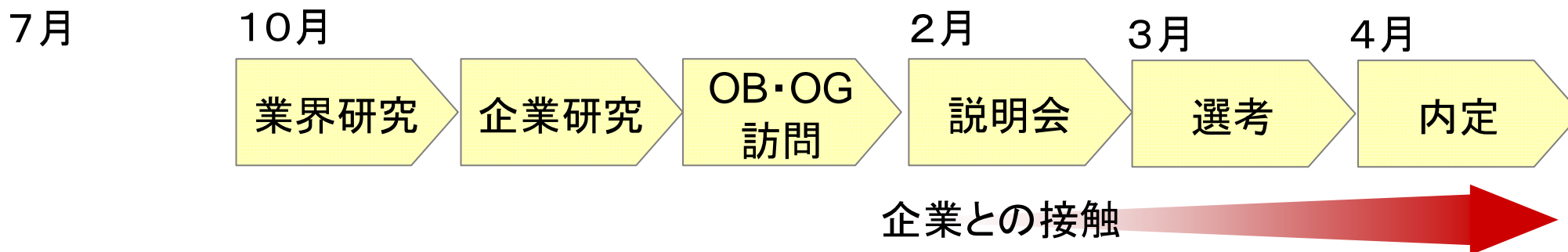
✓問題点

✓改善方策

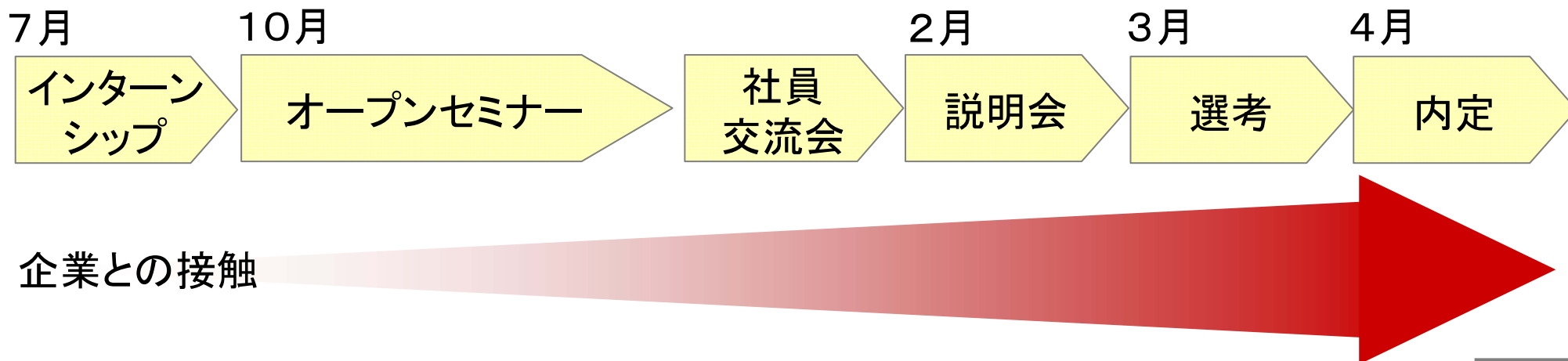
就職活動のスタイルの変化

4割の学生がインターンシップに参加し、8割の学生が年内のオープンセミナーに参加。企業との接触が格段に早まっている。

■2004年頃の就職活動スタイル



■現在の就職活動スタイル

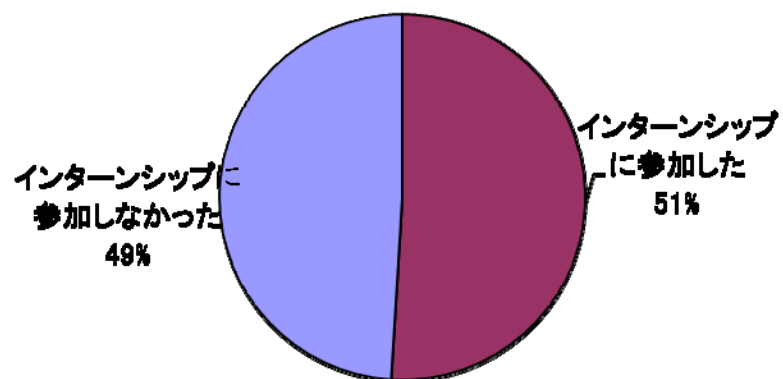


インターンの普及とインターン参加社数

インターンシップには、5割の学生が参加し、その参加した学生のうちの6割は複数社のインターンシップに参加している。

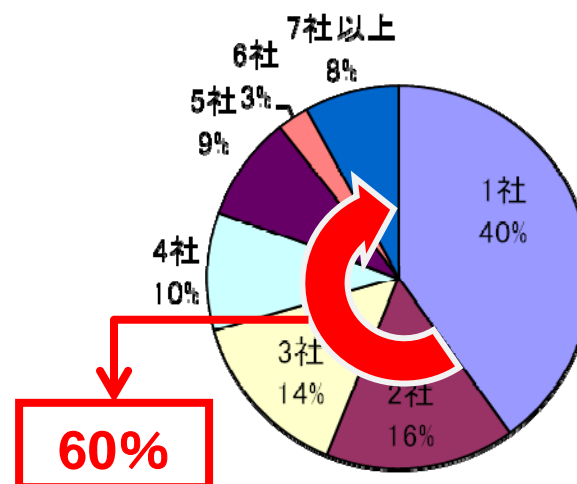
Q: インターンシップには参加しましたか？

Q インターンシップ参加有無 (N=514)



Q: 何社のインターンシップに参加しましたか？

Q インターンシップ参加社数 (N=262)

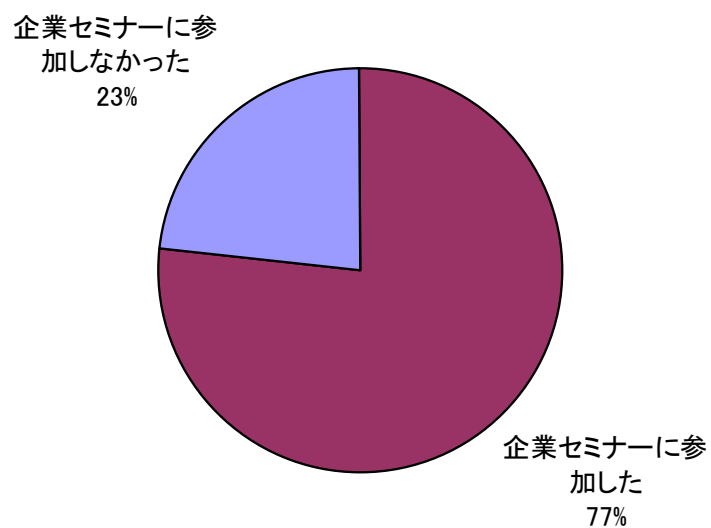


企業セミナーの普及と参加回数

約8割の学生が企業セミナー（選考や説明会とは異なり、企業が個別で行っているセミナー ex:オープンセミナー、プレセミナー）に参加し、そのうち、6割弱が10回以上の企業セミナーに参加している。

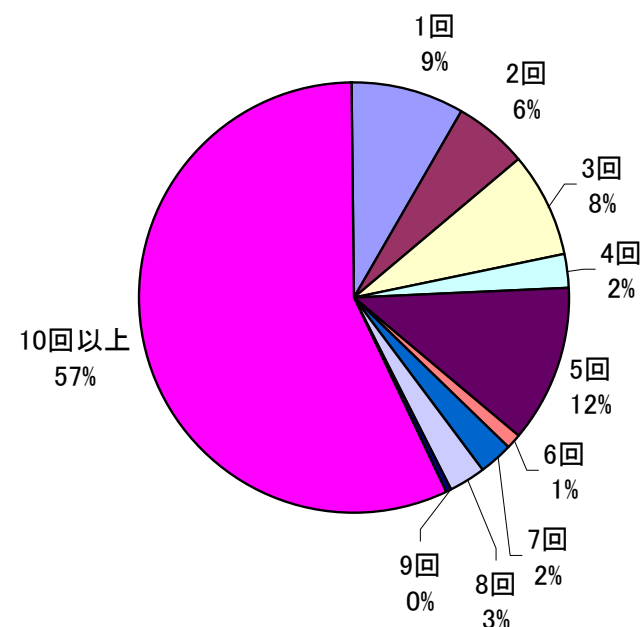
Q: 企業セミナーに参加しましたか？

企業セミナーの参加の有無 (N=514)



Q: 企業セミナーへの参加回数を教えてください

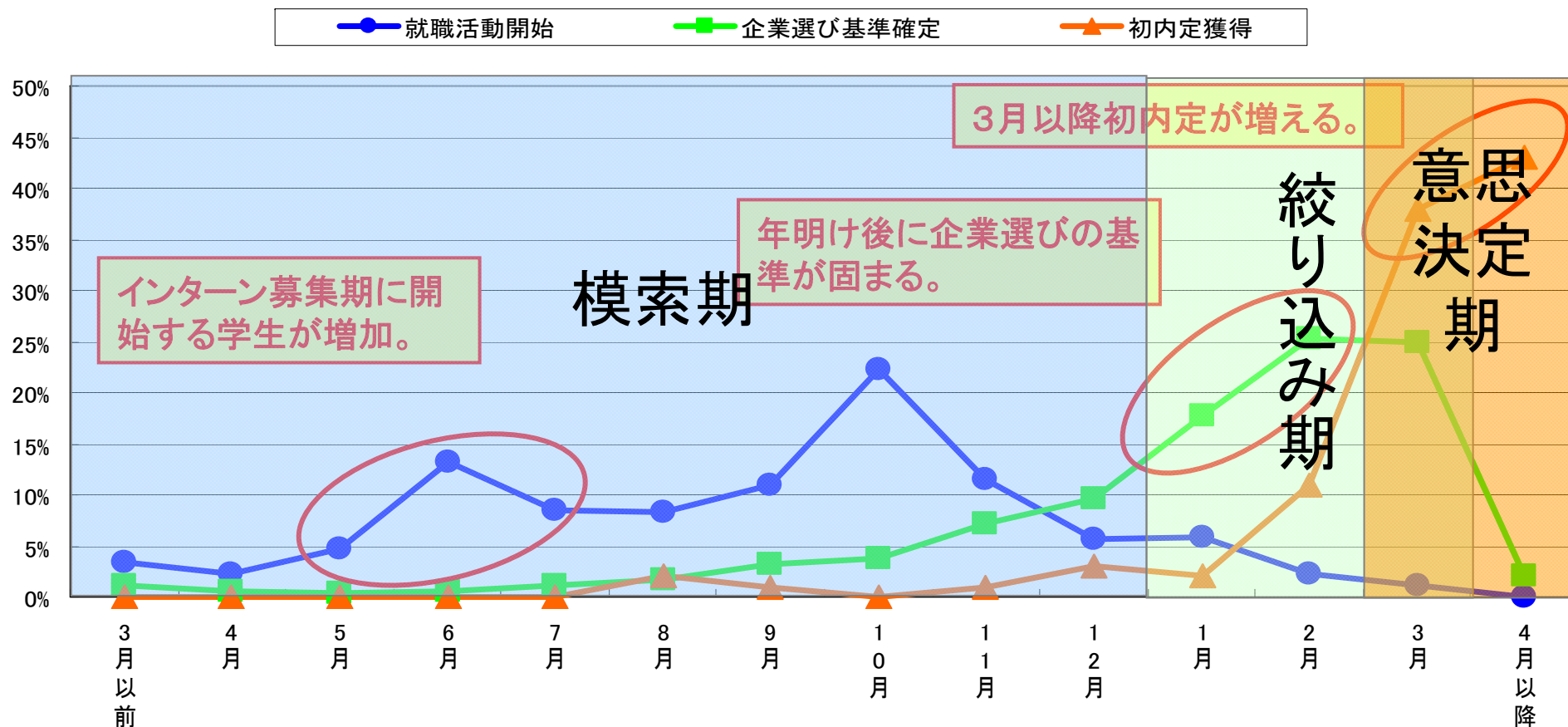
企業セミナーの参加回数 (N=394)



学生の動き

就活開始、企業選びの基準が固まる時期、初内定獲得を基準に、学生の就職活動の時期を3つに分けて考えてみる。

Q. 就活開始、企業選びの基準が固まった時期、初内定の時期は？n=506



複雑化する採用活動

「採用に直結しないオープンセミナー」や「インターンシップ」を筆頭に、ここ7年間だけみても、母集団形成に関わる施策は増え続け、多様化の時代にきている。

導入している採用手法

2003年卒シーズン

6個

	全体	
	2003卒	昨年
★採用に直結しないオープンセミナー	20.1%	20.6%
エントリーシート	51.8%	56.6%
学校名不問	43.5%	40.0%
★体験型インターンシップの受け入れ	14.3%	13.7%
★採用直結型インターンシップの受け入れ	2.6%	2.1%
職種別採用	34.6%	32.9%
コンペテンシーに基づく採用	10.7%	9.0%
新卒・中途枠の撤廃	2.9%	3.7%
★スキル等による初任給調整	1.7%	0.8%
★外国人留学生採用	9.3%	8.9%
★新卒派遣の受け入れ	3.2%	-
その他	1.4%	2.6%

2010年卒シーズン

16個

(複数回答)	総合		
	10卒	09卒	10卒 -09卒
★学校名不問	51.0%	46.1%	5.0%
★エントリーシート	46.9%	43.1%	3.7%
★採用に直結しないオープンセミナー	33.0%	28.3%	4.7%
会社訪問(最終面接段階や内定後)	33.0%	40.7%	-7.7%
★職種別採用	27.6%	25.9%	1.7%
★グループディスカッション	23.4%	23.0%	0.5%
★秋採用や通年採用	21.2%	29.3%	-8.0%
★体験型インターンシップの受け入れ	20.2%	17.4%	2.8%
★OBOG訪問	19.8%	20.6%	-0.8%
★技術系の学校推薦	14.3%	14.1%	0.3%
★Web適性検査	13.4%	13.2%	0.2%
★リクレーター制	10.5%	12.6%	-2.1%
★コンペテンシーに基づく採用	10.3%	10.0%	0.3%
★外国人留学生の採用	10.3%	13.8%	-3.4%
★日本人の海外留学生採用	6.5%	10.9%	-4.4%
★Web能力検査	5.2%	5.4%	-0.2%
★新卒・中途枠の撤廃	2.7%	4.1%	-1.3%
★採用直結型インターンシップの受け入れ	2.1%	5.2%	-3.1%
★スキル等による初任給調整	2.0%	1.4%	0.6%
★その他	1.6%	1.9%	-0.3%
★有期契約採用	1.4%	1.7%	-0.3%
★年俸制契約採用	1.3%	2.1%	-0.8%
★新卒派遣の受け入れ	0.5%	1.0%	-0.5%

参考:『2003年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート』
(毎日コミュニケーション)

調査期間:2002年2月8日~2002年2月25日
調査対象:上場企業309社、未上場企業559社
製造306社、非製造562社
計868社

参考:『2010年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート』
(毎日コミュニケーション)

調査期間:2009年1月30日~2009年3月6日
調査対象:上場企業253社、未上場企業962社
製造429社、非製造786社
計1215社



目減りする採用予算

採用手法も数多く存在し、一定の質を担保する学生の母集団を形成しなくてはならない現実があるものの企業の採用予算は減少傾向にある。

2010年度の採用活動における採用予算

■採用予算(総枠)

		増加			前年並み	減少		
		大幅増加	やや増加	小計		大幅減少	やや減少	小計
総合	10卒	1.4%	10.6%	12.0%	52.0%	6.9%	29.1%	36.1%
	09卒	4.1%	32.0%	36.1%	52.7%	1.2%	9.9%	11.2%
	10卒-09卒	-2.7%	-21.5%	-24.2%	-0.7%	5.7%	19.2%	24.9%
上場	10卒	0.8%	8.5%	9.3%	42.4%	11.9%	36.4%	48.3%
	09卒	3.8%	32.5%	36.3%	53.6%	1.3%	8.9%	10.1%
	10卒-09卒	-3.0%	-24.0%	-27.0%	-11.2%	10.6%	27.6%	38.2%
未上場	10卒	1.6%	11.1%	12.7%	54.5%	5.6%	27.2%	32.8%
	09卒	4.2%	31.9%	36.1%	52.4%	1.2%	10.3%	11.5%
	10卒-09卒	-2.6%	-20.8%	-23.4%	2.1%	4.4%	16.9%	21.3%
製造	10卒	1.5%	10.2%	11.7%	46.7%	9.1%	32.5%	41.6%
	09卒	4.4%	33.3%	37.7%	50.9%	0.9%	10.5%	11.4%
	10卒-09卒	-2.9%	-23.2%	-26.0%	-4.2%	8.3%	22.0%	30.2%
非製造	10卒	1.4%	10.8%	12.2%	54.8%	5.7%	27.3%	33.1%
	09卒	4.0%	31.4%	35.4%	53.6%	1.4%	9.7%	11.1%
	10卒-09卒	-2.6%	-20.6%	-23.2%	1.2%	4.3%	17.7%	22.0%

「採用予算を減少させる」という企業は09シーズンに比べ25%増え、採用予算を増加させるという企業は09シーズンに比べ去年約24%減った。

参考:『2010年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート』
 (毎日コミュニケーション)
 調査期間:2009年1月30日~2009年3月6日
 調査対象:上場企業253社、未上場企業962社
 製造429社、非製造786社
 計1215社

2010年度卒シーズンの各企業へのエントリー状況

2010年度卒シーズンは景気の動向の外部環境も影響した関係で、学生の動きが活発になり、各企業のエントリー増につながった。

2月の学生エントリー状況

就職サイトからのエントリー

		増加			前年並み	減少			前年実績なし
		大幅に増加	増加	小計		大幅に減少	減少	小計	
総合	10卒	27.4%	36.8%	64.3%	16.2%	3.6%	10.5%	14.1%	5.4%
	09卒	12.5%	27.8%	40.4%	19.2%	10.2%	26.3%	36.5%	4.0%
	10卒-09卒	14.9%	9.0%	23.9%	-2.9%	-6.6%	-15.8%	-22.4%	1.4%
上場	10卒	29.7%	43.4%	73.1%	14.2%	3.2%	7.8%	11.0%	1.8%
	09卒	12.7%	34.4%	47.2%	18.4%	6.6%	25.9%	32.5%	1.9%
	10卒-09卒	16.9%	8.9%	25.9%	-4.2%	-3.4%	-18.2%	-21.6%	-0.1%
未上場	10卒	26.8%	35.0%	61.8%	16.8%	3.7%	11.3%	15.0%	6.4%
	09卒	12.5%	26.0%	38.5%	19.4%	11.2%	26.4%	37.6%	4.6%
	10卒-09卒	14.3%	9.0%	23.3%	-2.6%	-7.5%	-15.1%	-22.6%	1.9%
製造	10卒	20.0%	38.6%	58.6%	18.1%	4.7%	12.5%	17.2%	6.1%
	09卒	10.7%	28.8%	39.5%	16.3%	11.6%	28.5%	40.1%	4.1%
	10卒-09卒	9.3%	9.8%	19.1%	1.8%	-6.9%	-16.0%	-22.9%	2.0%
非製造	10卒	31.6%	35.8%	67.4%	15.2%	3.0%	9.4%	12.4%	5.0%
	09卒	13.4%	27.3%	40.8%	20.5%	9.5%	25.2%	34.8%	3.9%
	10卒-09卒	18.2%	8.5%	26.7%	-5.4%	-6.5%	-15.8%	-22.4%	1.1%

前年度比 約10%エントリー増

自社HPからのエントリー

		増加			前年並み	減少			前年実績なし
		大幅に増加	増加	小計		大幅に減少	減少	小計	
総合	10卒	7.2%	23.9%	31.1%	44.3%	3.9%	9.2%	13.1%	11.5%
	09卒	4.5%	21.6%	26.1%	43.4%	5.0%	17.9%	23.0%	7.6%
	10卒-09卒	2.7%	2.4%	5.1%	0.8%	-1.1%	-8.8%	-9.9%	3.9%
上場	10卒	17.8%	38.4%	56.2%	26.0%	5.5%	6.8%	12.3%	5.5%
	09卒	10.5%	36.8%	47.4%	29.5%	1.1%	19.0%	20.0%	3.2%
	10卒-09卒	7.3%	1.6%	8.8%	-3.4%	4.4%	-12.1%	-7.7%	2.3%
未上場	10卒	3.9%	19.4%	23.3%	50.0%	3.4%	9.9%	13.4%	13.4%
	09卒	2.3%	16.0%	18.3%	48.5%	6.5%	17.6%	24.1%	9.2%
	10卒-09卒	1.6%	3.4%	5.0%	1.5%	-3.0%	-7.6%	-10.7%	4.2%
製造	10卒	10.3%	23.4%	33.6%	34.6%	7.5%	13.1%	20.6%	11.2%
	09卒	4.5%	24.3%	28.8%	45.1%	2.7%	18.9%	21.6%	4.5%
	10卒-09卒	5.8%	-1.0%	4.8%	-10.5%	4.8%	-5.8%	-1.1%	6.7%
非製造	10卒	5.6%	24.2%	29.8%	49.5%	2.0%	7.1%	9.1%	11.6%
	09卒	4.5%	20.3%	24.8%	42.7%	6.1%	17.5%	23.6%	8.9%
	10卒-09卒	1.1%	3.9%	5.0%	6.8%	-4.1%	-10.4%	-14.5%	2.7%

前年度比 約5%エントリー増

参考:『2010年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート』
 (毎日コミュニケーション)
 調査期間: 2009年1月30日~2009年3月6日
 調査対象: 上場企業253社、未上場企業962社
 製造429社、非製造786社
 計1215社

市場データ: 質と量の重視度合い

一定数の求人数(量)がある現状があるものの、95%以上の企業が、質を重視して採用活動を行っている。

		質			量			特定のスキル	特定の大学
		徹底して質	量よりは質	小計	徹底して量	質よりは量	小計		
大学院(文系)	10卒	47.8%	50.1%	97.8%	0.6%	0.6%	1.2%	0.9%	0.1%
	09卒	39.3%	52.6%	91.9%	0.7%	5.1%	5.8%	2.3%	
	10卒-09卒	8.5%	-2.5%	5.9%	-0.1%	-4.5%	-4.6%	-1.4%	0.1%
大学院(理系)	10卒	47.2%	48.0%	95.2%	0.6%	1.0%	1.6%	2.9%	0.2%
	09卒	37.0%	52.9%	89.9%	0.9%	5.9%	6.8%	3.3%	
	10卒-09卒	10.2%	-4.9%	5.4%	-0.3%	-4.9%	-5.2%	-0.4%	0.2%
大学(文系)	10卒	45.1%	52.2%	97.3%	0.5%	1.2%	1.7%	0.8%	0.2%
	09卒	32.9%	58.1%	91.0%	0.9%	6.6%	7.5%	1.3%	0.2%
	10卒-09卒	12.2%	-5.9%	6.3%	-0.4%	-5.3%	-5.8%	-0.6%	0.0%
大学(理系)	10卒	44.2%	51.6%	95.9%	0.5%	1.7%	2.2%	1.6%	0.4%
	09卒	31.0%	57.4%	88.4%	1.0%	8.2%	9.2%	2.4%	0.1%
	10卒-09卒	13.2%	-5.7%	7.5%	-0.5%	-6.5%	-7.0%	-0.8%	0.3%

参考:「2010年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート」
 (毎日コミュニケーション)
 調査期間: 2009年1月30日~2009年3月6日
 調査対象: 上場企業253社、未上場企業962社
 製造429社、非製造786社
 計1215社

採用戦線の二極化

「複数社から内定がもらえる学生と、1社からも内定がもらえない学生」「複数社内定をもらうような優秀な学生を見事採用できる企業とそうでない企業」という2極化の時代がきている。

うまくいく

うまくいかない

学生

複数社から内定をもらい、自分の希望の会社に内定承諾

売り手市場だが、全く内定がもらえない

企業

欲しい学生を見事に採用

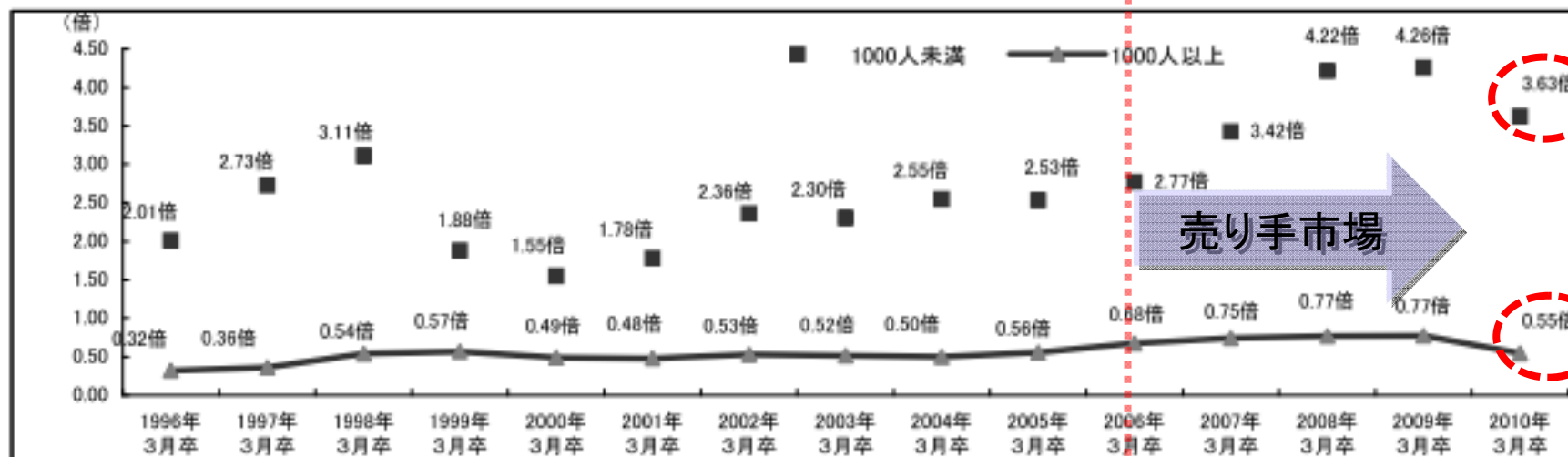
内定はたくさん出したが、内定を承諾してくれる学生がいない

採用と就職における二極化の時代の中、企業としてはどのような採用をすれば採用成功につながるのか？学生はどのような就職活動をすればよいのか。

求人倍率からみる2010シーズンの採用市場

多くのマスコミでは前年度の差から買い手市場と報道しているが、過去5年間で見ると、依然売り手市場である。(2006年度時期と同様の求人倍率)さらに求人倍率を過去15年でみると、5番目の高さである。

■従業員規模別求人倍率の推移



求人倍率	1996年 3月卒	1997年 3月卒	1998年 3月卒	1999年 3月卒	2000年 3月卒	2001年 3月卒	2002年 3月卒	2003年 3月卒	2004年 3月卒	2005年 3月卒	2006年 3月卒	2007年 3月卒	2008年 3月卒	2009年 3月卒	2010年 3月卒
全体	1.08倍	1.45倍	1.68倍	1.25倍	0.99倍	1.09倍	1.33倍	1.30倍	1.35倍	1.37倍	1.60倍	1.89倍	2.14倍	2.14倍	1.62倍
1000人未満	2.01倍	2.73倍	3.11倍	1.88倍	1.55倍	1.78倍	2.36倍	2.30倍	2.55倍	2.53倍	2.77倍	3.42倍	4.22倍	4.26倍	3.63倍
1000人以上	0.32倍	0.36倍	0.54倍	0.57倍	0.49倍	0.48倍	0.53倍	0.52倍	0.50倍	0.56倍	0.68倍	0.75倍	0.77倍	0.77倍	0.55倍

- 求人総数72.5万人(前年度比-23.5%)
- 求人倍率1.62倍
- 民間企業就職希望者 44.7万人

参考:『第26回 ワークス大卒求人倍率調査(2010年卒)』(リクルートワークス研究所)
 調査期間:2009年2月9日~年3月12日
 調査対象:従業員規模5人以上の全国の民間企業 7,180社
 回収社数:4,333社(回収率60.3%)

就職活動と採用活動の現状と未来

株式会社ジョブウェブ 代表取締役社長 佐藤孝治



大学生の就職活動と企業の採用活動の

✓現状

✓問題点

✓改善方策

学生の質の問題①

エントリー増につながったという事実がある一方、応募学生の質の低下という点で、採用活動を厳しいものと捉える採用担当者も多い。

2010年度の採用活動が厳しいと考えている理由

(複数回答)

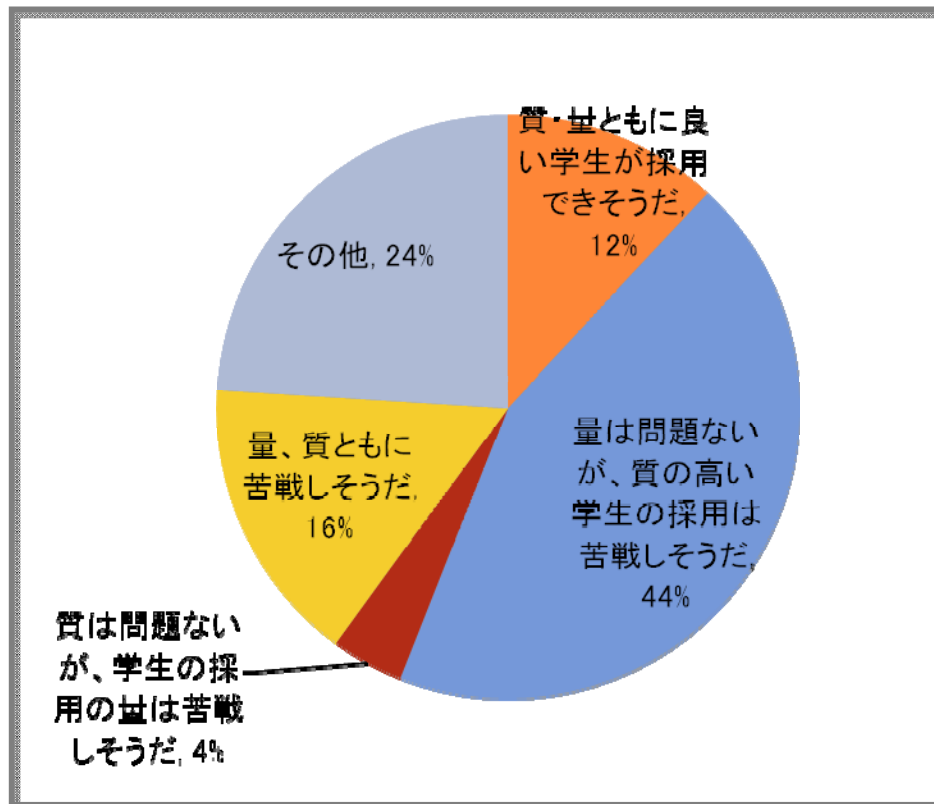
	総合	上場	未上場	製造	非製造
応募学生の質の低下	35.4%	42.9%	33.5%	34.1%	36.1%
採用費用の削減	31.7%	34.7%	30.9%	31.7%	31.6%
母集団(エントリー数)の不足	28.3%	26.5%	28.8%	30.5%	27.2%
その他	23.8%	24.5%	23.6%	26.8%	22.2%
内定辞退の増加	22.5%	30.6%	20.4%	24.4%	21.5%
セミナー動員数の不足	21.3%	20.4%	21.5%	19.5%	22.2%
活動早期化へのスケジュール対応	19.2%	14.3%	20.4%	19.5%	19.0%
活動長期化による業務負担の増大	12.5%	14.3%	12.0%	18.3%	9.5%
マンパワーの不足	12.5%	16.3%	11.5%	12.2%	12.7%

参考:『2010年新卒採用予定及び採用活動に関する企業アンケート』
(毎日コミュニケーション)
調査期間:2009年1月30日~2009年3月6日
調査対象:上場企業253社、未上場企業962社
製造429社、非製造786社
計1215社

学生の質の問題②

新卒採用の大きなテーマとして普及した「量より質」という考え方が鮮明になった反面、質の高い学生の採用という点で、企業は苦戦を予測している。

企業の採用の量と質への手応えについて



参考:『2010年度企業の採用活動の動向調査』
(採用プロドットコム株式会社)
調査期間: 2008年12月16日～2009年1月9日
調査対象: 日本の主要上場企業、未上場企業の採用担当者に対するアンケート調査
計430社

学生の質の問題③

2010年度の採用活動の課題という点で、各企業の生コメントにおいても「学生の質」についてのコメントが多数出ていた。

- ✓例年に比べると当社のような中小企業でも、十分すぎるほど学生は集まってきてくれる。問題は、どれだけ採用像にあった学生と接触を図れるかが課題(非鉄金属業界)
- ✓エントリーは増えているが、ターゲットとする学生は少ない。採用に関わることができる社員も限られているので、あまり無駄な母集団が増えても困る(贅沢な悩みではありますが)(人材業界)
- ✓弊社の業界に惹かれてくる学生はターゲットではないが、本当に欲しいターゲット学生になかなか気づいてもらえない(食品業界)
- ✓求めるハイスpek人材は結局のところ、少数で他社との取り合いになってしまう(専門商社)
- ✓10月～12月はエントリーの伸びが昨年度の1.6倍で喜んだが、選考が始まったら、あまりに1次面接で落ちてしまう学生が多くてびっくりした。振り返り段階で詳細に調べないと分からないが、無駄な面接の時間が増えた印象を持っている(BtoBメーカー)



参考①『2010年度企業の採用活動採用担当者フリーコメント・採用活動の課題』(採用プロドットコム株式会社)
参考②『弊社ジョブウェブ・クライアント様へのヒアリング調査』

より

新卒採用市場の深刻で根深い問題

新卒採用市場では、「たくさん集めて、たくさん落とす逆算式採用戦略」が主流。本質を捉え、自社の採用目的に合わせた「母集団形成のあり方」を考える必要がある。

逆算式採用戦略

「〇人採用するとなると最低〇人の母集団が必要になり、そのためには〇〇を行う必要があります。」といった数を集めるための施策。

たくさん集まるためには媒体、イベント、Email-DM、等々大量の広告を提案。

たくさん集めた人数を絞るためエントリーシートを選ぶコスト、テストなどのコストが増加する。

たくさん集めた学生への対応に説明会運営や面接代行電話代行、等々のアウトソーシングを提案。

「ターゲット外」の人も集め、落とすことにお金と時間を使う採用活動

相互理解型採用戦略

ターゲットを集めるために求める人物像の設計を明確に手間暇かけておこなう。

自社の強みを明確にして、ターゲット人材を集めるべく、採用戦略、広告戦略を立案する。(次章で詳しく説明します)

ターゲット人材に絞り込む分、コミュニケーションの量と質を高め、相互理解を図ることができる。

内定承諾率も上がり、内定者のロイヤリティーも高くミスマッチが生まれにくい。

ターゲット人材に時間とお金を集中させる採用活動

<就活>廃止論 第2章「就活」の<ステップ0>

<就活>廃止論 第2章より



「就活」の<ステップ0>

<就活>廃止論 第2章「就活」の<ステップ0>

<就活>廃止論 第2章より



割り切った言い方をしてしまえば、実はいわゆる「就職活動」を始めようと思った時には、もうかなりの部分で勝負は決まっている。

小さい頃からコツコツとマンガやイラストを描き続けてきた人。商社マンだった父親の転勤とともに世界中で青春時代を過ごしてきて、英語、中国語、日本語がネイティブ級な人。親が病気がちで、中学生の頃から家計を支えようと頑張ってきた人。小学生の頃からコンピュータに興味を持ち、大学生の時にプログラム言語のリファレンスブックを出版しベストセラーになった人——。

<就活>廃止論 第2章「就活」の<ステップ0>

<就活>廃止論 第2章より



今までの人生そのものである<ステップ0>で自分の歩んできた人生を顧みて、その足りなかった点に気づいた途端に成長を始める学生がたくさんいる。人は必ず成長する。

サークル、ゼミ、アルバイトなど身の回りの生活から自分の役割を認識し、より高い価値を発揮できるように意識することが大切だ。

私は、就職活動をきっかけにして、自らの意識と行動を変え、一気に成長していく学生を毎年毎年、何人も見てきた。だから遅すぎるということは決してない。

- ✓ 自分は内定をもらえるか？
 - ✓ 自分をアピールすることがない
 - ✓ 自分のやりたいことが何か分らない
 - ✓ 本当に自分に合った仕事かどうか分らない
 - ✓ 就職した先がこの先大丈夫か？
-

何を目指して(ありがたい姿・状態:指向性)生きていくのか？

■高度経済成長(1955年から1973年までの18年間)

1956 三種の神器 消費革命の時代 /「もはや「戦後」ではない」
1960 池田内閣 所得倍増計画を発表し豊かな生活を約束
「終身雇用」「年功序列」といった日本型の雇用慣行
「会社人間」「企業戦士」「猛烈社員」と形容される勤勉なサラリーマン層

■バブル景気(1980年代後半～1990年代初頭)

地価高騰 地上げ 住宅高騰 リゾート地開発
財テクと消費の過熱
三菱地所によるロックフェラー・センター買収
就職超売り手市場 バブル就職世代

■バブル崩壊(1991年)

■コンサルティング業界大研究発刊(1998年)

■ネットベンチャーブーム(1999年から2000年)

■外資系金融ブーム

■リーマンショック 2008年9月15日

■そして…

<21世紀の人類が直面している課題>

地球温暖化

宗教紛争・民族紛争

戦争・テロリズム

核兵器の存在と生物兵器・化学兵器の脅威

感染症 - エイズ、SARSなど。

南北問題

貧困

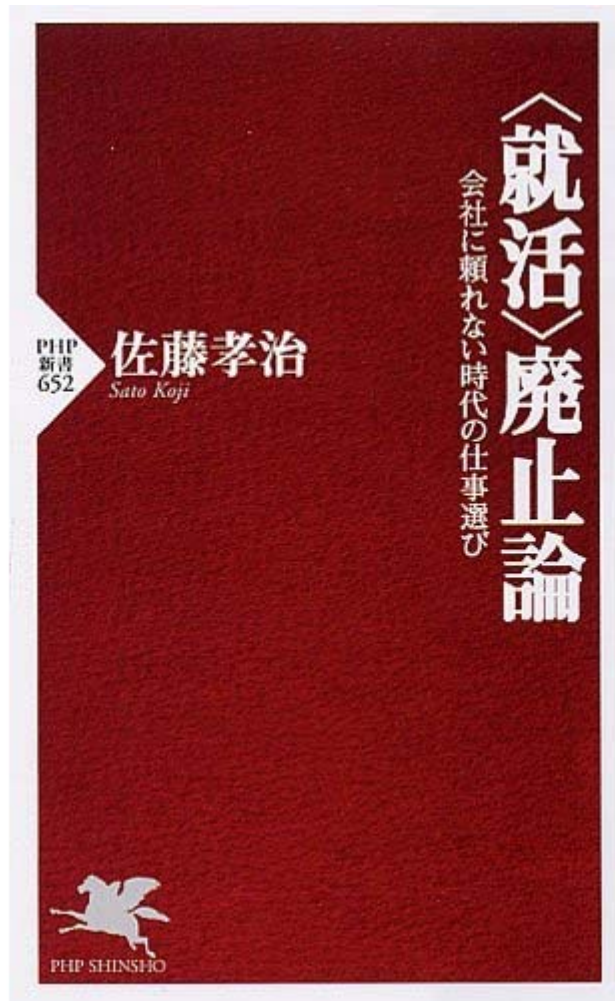
砂漠化と森林の喪失

漁業資源の枯渇・海洋汚染

化石燃料の枯渇

発展途上国における人口爆発

先進国における少子化・高齢化



日本では長い間、「社会で使える人を育てる」という役割を、社会(本人、家庭、大学)が企業に丸投げしてきた。

しかし右肩上がりの経済成長が止まり、終身雇用が崩壊した今、企業にはもはやリスク丸抱えで一から人を育てる余力がなく、既にそこそこ育てている(社会化されている)人だけを採用したいと考えている。

しかし、学生も大学も大半がまだ長年続いた考えを改めることができていないため、なかなか企業の望む「社会化された優秀な人」が生まれず、結果として学生と企業のミスマッチを生んでいる

(1) 就職活動の後半戦にならないと自分の内定力レベルを認識することができない。

(2) 内定を獲得してから入社までの約一年間は内定取り消し問題などのリスクがある。

(3) 就職活動の流れに乗り遅れてしまうと「就職留年」をしなくてはいけなくなる。

就職活動と採用活動の現状と未来

株式会社ジョブウェブ 代表取締役社長 佐藤孝治



大学生の就職活動と企業の採用活動の

✓現状

✓問題点

✓改善方策

解決の方向性 ～大学生の主体性をいかに高めるか～

過去の成功パターンを見ると、大学1・2年までに「出会い」と「経験」をしている。



- ✓ 憧れのかっこいい大人との出会い
- ✓ お互いに切磋琢磨する仲間との出会い
- ✓ 社会との接点がある修羅場体験

- ✓教育現場の大人(鈴木寛氏 野田一夫氏 APU設立時など)
- ✓企業と大学の共同研究 理系・文系
- ✓インターンシップ・アルバイト
- ✓大学のOBOGとのネットワークの活用
- ✓大人と学生の社会問題解決プロジェクト・NPOなど
- ✓インターネットの可能性 [ツイッターでの議論](#)

提案1 「選考試験」は大学一年生からスタート

提案2 優秀者には複数年入社パスを発行

提案3 学生の入社意思表示は大学四年の十月に

提案4 選考試験フィードバックの実施

提案5 新卒通年採用、毎月入社

新提案（就職活動は大学卒業後に開始）

キャリアを切り開くためのアクション

自分の能力を高める。人との出会いを大切にす。自分の天命に気づく。



- ✓今やっていることを全力で取り組む。(実績と信頼を得る／能力を高める)
- ✓自分は何者なのか、自分の使命は何か、を明確にして旗をたてる。
- ✓テーマが見つかったら紙に書いて100人に配る。
- ✓自分情報を発信する。(ブログ／名刺／論文／著書など)
- ✓メンター(師匠)を探し、出会う。
- ✓誘われごとは、断らない。多少背伸びしてでも、積極的に受けて行く。
- ✓仲間と勉強会をする。
- ✓世界の発展に貢献する具体的プロジェクトに仲間と一緒に取り組む。