

報道関係各位

NEWS RELEASE

2013.04.26 株式会社アイデム



相互マッチング型就活サイト「JOBBRASS新卒2014」モニターアンケート 2月の就職活動の進捗・内容における調査 ～自己分析の充足度が就職活動の自己評価と連動～

総合人材情報サービスの株式会社アイデム（代表取締役：柁山 亮 本社：新宿区新宿 /<http://www.aidem.co.jp>）は、展開する新卒向けの相互マッチング型就職活動サイト「JOBBRASS（ジョブラス）新卒2014」にモニター登録している学生を対象に、就職活動についてのアンケート調査を実施しました。男女計387名の回答から、2月の就職活動の進捗状況や活動内容を調査し、就活生の実態を明らかにしています。

就職活動の準備として避けては通れない自己分析。その手法や、かける時間など、就活生を悩ませる現状を探りました。スケジュール管理が難しいという学生の声が多い中、自身の学生生活の棚卸に割ける時間は、1週間程度もしくは7日に満たない日数が半数を占めています。8割以上の学生は「自己分析を行った」と答えましたが、「十分に/ほぼ十分に自己分析ができている」とした学生は4割に留まりました。

2月の就職活動のステータスでは、「面接・試験段階」の学生が増え、1月に多かった「エントリー段階」から徐々に移行している様子が伺えます。就職活動開始当初は、会社説明会やエントリーを開始したばかりで、実感がわきづらかった学生たちも、自分の考えていたスケジュールとの遅れを感じており、就職活動の予定に関する質問では「予定より遅れている」と答えた学生が前月比で6.8ポイント増えています。

【2月のトピックス・自己分析】

- ・ 自己分析にかかる時間は1週間、1週間未満が半数
- ・ 自己分析の充足度は就職活動の自己評価と連動している

【2月の就職活動状況】

- ・ 就職活動ステータスは「面接・試験段階」が48.6%、内々定獲得者は3.9%
- ・ 就職活動に遅れを感じているのは47%
- ・ 就職活動を厳しいと感じているのは61%

【調査概要】

調査目的：就職活動準備における、就活生の実態を明らかにすること

調査対象：相互マッチング型就活サイト「JOBBRASS新卒2014」のモニター会員

（2014年卒業予定で現在大学・大学院・短大・専門学校に通っている、一般企業などへの就職を希望している学生）

調査方法：Web上でアンケート回答

実施期間：2013年2月28日（木）～2013年3月8日（金）

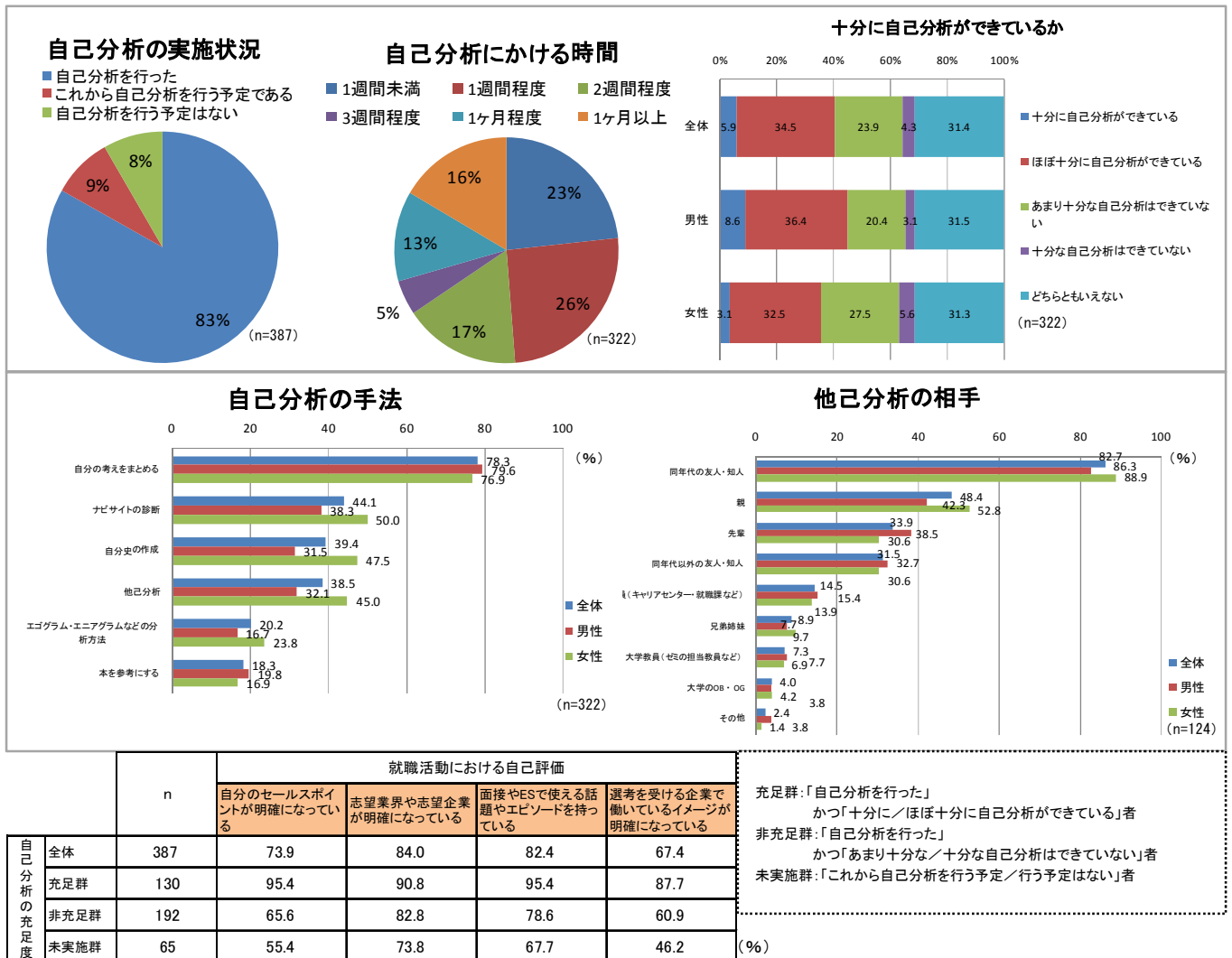
調査回答：有効回答数387名（内 男性197名 女性190名）

※本調査は小数点以下第2位を四捨五入しているため、結果が100.0%にならない場合があります。

<本件に関する報道関係者のお問合せ先>

株式会社アイデム 広報担当：門、望月 TEL：03-5269-8780 / E-mail：kouhousitu@aidem.co.jp

■自己分析について



自己分析にかかる時間は1週間、1週間未満が半数。

自己分析の充足度は就職活動の自己評価と連動している。

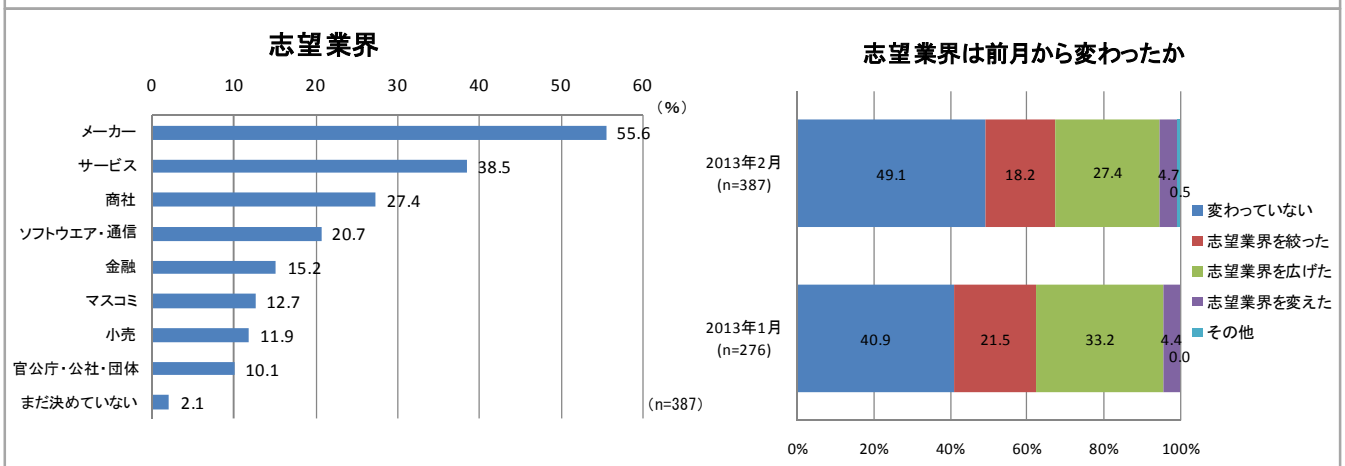
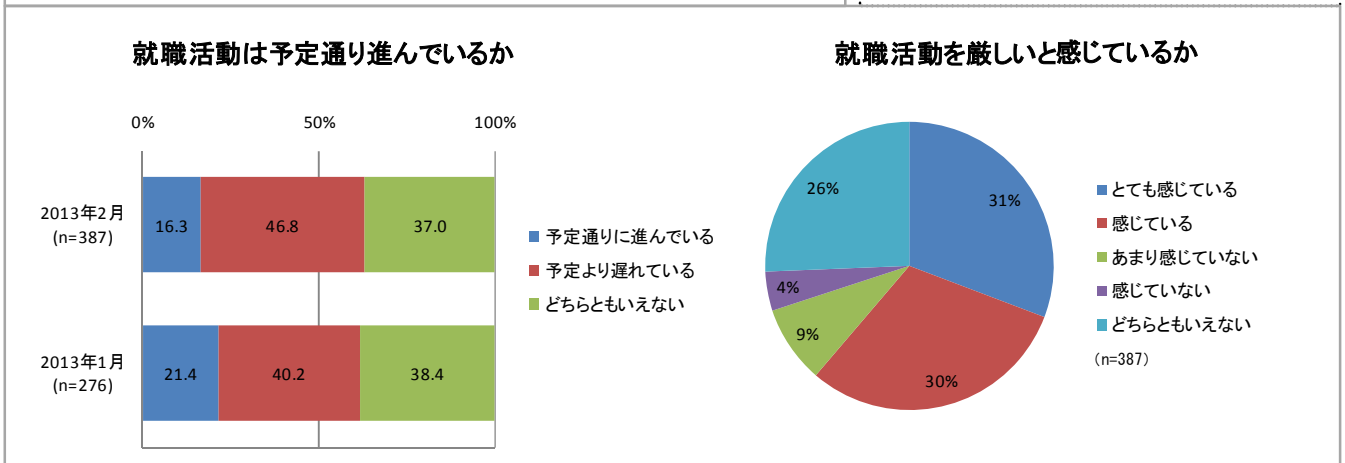
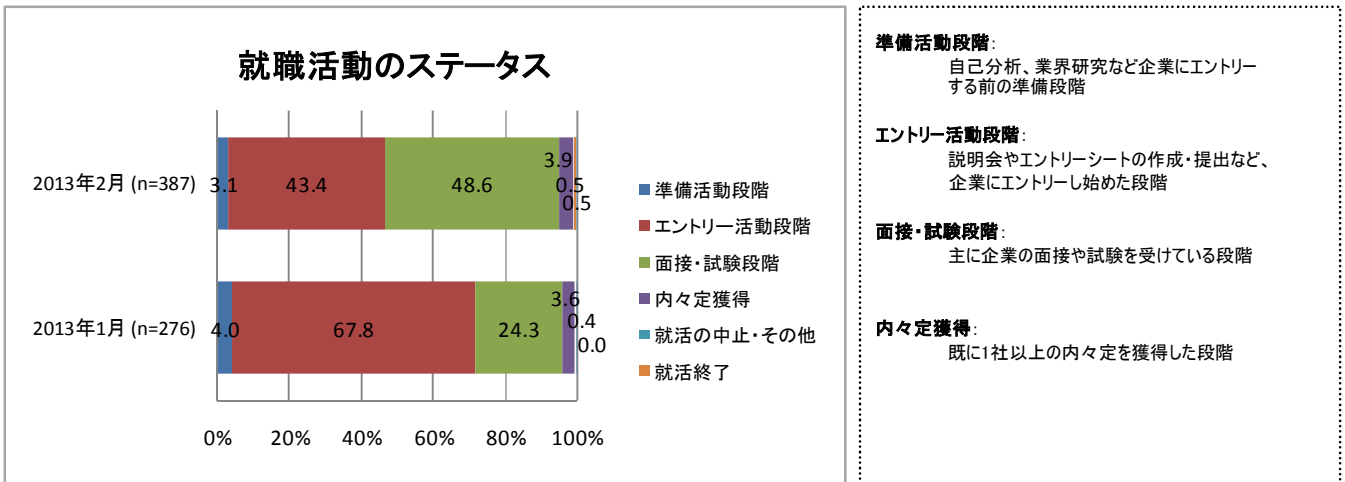
就職活動中に、準備段階として多くの学生が取り組む“自己分析”。2月末時点での自己分析の実施状況を聞くと、「自己分析を行った」83%、「これから行う予定である」9%を含めると9割以上の学生が自己分析に取り組んでいる様子が伺えます。自己分析にかかる時間は、「1週間程度」が最も多く26%、次いで「1週間未満」23%と約半数の学生が1週間程度で行っています。

「十分に自己分析ができているか」との問いには、「十分に／ほぼ十分に自己分析ができている」と手ごたえを感じている学生は40.4%、「あまり十分な／十分な自己分析ができていない」は28.2%でした。男女別に見ると、男性の方が「自己分析ができている」と答えた割合が高く、女性を9.4ポイント上回っています。

「他己分析」の相手は、多い順に「同世代の友人・知人」82.7%、「親」48.4%、「先輩」33.9%となり、身近な相手で行っているようです。

自己分析の充足度と就職活動における自己評価の関連を見ると、自己分析を実施し、かつ十分にできていると感じている充足群は総じて自己評価が高く、未実施群との差が大きく開きました。自己分析を深く行うことが、就職活動を進める上で非常に有効であることが見て取れます。

■就職活動の状況・進捗について



<JOBPASS新卒2014とは> <http://gakusei.jobpass.com/2014/>

学生と企業がお互いに検索しあうことのできる「相互マッチング型」の就職活動サイトです。学生が自己PRや能力、パーソナリティーなどを「就活プロフィール」としてサイト上に公開することができ、一方企業は事業内容や募集要項、フォトギャラリーなどを「企業プロフィール」として公開します。双方の充実したプロフィールが検索できることにより、双方向マッチングをはかる新しい就活の形を提案します。また、新卒学生の就職活動を総合的にサポートするために、学生の希望条件と企業の求める人物像をエージェントがマッチングさせる「人材紹介」、就活スキルから社会人基礎力までを身につけられる「就活セミナー」の3つの軸を組み合わせているのが「JOBPASS新卒2014」の特長です。