

文教大学情報学部 社会調査 研究報告

就職活動メディアの特性と対応

2011年 1月

情報学部 広報学科 3 年

遠藤 杏菜

# 目 次

## 第1章 研究の概要

1.1 調査研究の目的と背景	2
1.2 調査に関連する状況	3
1.3 調査研究の方法	5
(1) 進捗経緯	
(2) 調査の概要	
1.4 成果の概要	7
(1) 主な成果	

## 第2章 調査研究の成果

2.1 調査回答者の概要	10
2.2 就職に関する状況	11
2.3 就職活動の道具	15
2.4 各メディアの特性	16
2.5 各メディアと性差	22
2.6 就職活動における資格の価値	25

## 第3章 まとめと今後の課題

参考文献	28
------	----

単純集計表	29
-------	----

## 第1章 調査研究の概要

### 1.1 調査研究の目的と背景

今の日本では、「超氷河期時代」や「最悪の就活前線」といった言葉が連日ニュースで取り上げられる程、日本の大学生の就職内定率低迷が続いている。数字で見ると、2011年3月に卒業予定の大学生の内定率は57.6%となっている。(2010/10/1 現在)この数値について、科学省と厚生労働省が過去最低の数値を記録していると発表している。現在の就職活動は、リーマンショックの影響やグローバル化など、多くの要因が重なっていると考えられるが、学生の本業である「学業」を疎かにしかねない程の不安要素となっている。

この不安を解消するかのように、大学生の就職活動の早期化が進んでいる。1997年に「就職協定」が廃止され、「倫理憲章」に賛同する企業が多いと言われるものの、3年生の夏休み前から始まっている就職活動の様子を見る限り、倫理憲章の「自主ルール」という効力の強さを感じることは難しい。法的処置や、芯のある企業の自主規制がない限り、これからも大学生の就職活動の早期化はますます進んでいくだろう。

このような環境の中で、就活生が早くから起こす行動として「情報収集」が挙げられる。気になる業界の仕組み、セミナーの開催日、自己分析の方法など、学生の必要とする情報は多岐に渡るが、正確な情報・本当に必要な情報を取捨選択することは簡単ではない。

私たちは、情報が氾濫している世の中で、必要なものを選ぶ力をつけていかなければならない。しかし、情報を得る道具は、日々増加し、進化している。多くの情報を必要としている就活生にとって、SNSやTwitterなどの登場は、情報の正確さや信頼度に影響を与えているのだろうか。また、現在の大学3・4年生の就活生が極度の不安感や危機感を感じていることが予想されるが、その程度に応じて情報収集の頻度や手段は異なるのだろうか。

私は、以上のことから、就職活動への危機感や不安感と情報収集の頻度や方法に関連性があるのか、危機感や不安感の違いなどから、情報収集のための道具に感じる役割の違いや、手軽さ、情報の鮮度などの感じ方に違いは生じるのかといった事に興味を持った。このようなテーマを検証していくことで、就職活動を意識している大学生に有効な媒体や情報収集に有効な道具を分析したい。

## 1.2 調査に関連する状況

現在の日本の景気と、大学生の就職率。

100年に1度といわれるような不況の中、ここ数年日本の大学生の就職率は低い水準を保っている。(サイト例1)2011年4月入社を希望する学生の、5月末での就職内定率は70.5%(前年同期比2.3%減)となっている。5月までに内々定を貰っている学生がいるということは、企業の選考が2月から3月に集中しており、就職活動の早期化が進んでいることがわかる。日本経済団体連合が定めている「企業の倫理憲章」によって、3月31日以前の選考活動の自粛が求められているが、企業側が、優秀な人材を確保するために早い段階からの選考が行われているのだろう。(サイト例2)

企業は優秀な人材を確保するために、広告を打ち、ホームページを開き、説明会を開催する。これには、莫大なコストがかかるだろう。不況が叫ばれる中で優秀な学生を確保するためには、学生に無駄なく内容を伝えられる「有効なツール」は一体なんなのかということを考えていく必要がある。

就職活動と心配について。

就職活動を行っている学生や、これから就職活動を行う学生は、現在の不況の中で自分の希望する会社から内定を貰うことができるのか、また就職活動を終了させる事ができるのかといった事を心配に思うだろう。こういった不安や心配は、目的や意味のあるものだというのが、心配の能動性に着目した研究からわかっている。

心配には課題遂行を動機付ける機能があると考えられる。これを就職活動に当てはめるならば、「就職活動に向き合おうとする動機付け」が心配ということになる。就職活動に対して不安を抱き心配に思っているほど、就職活動という課題を遂行するために積極的に行動を起こすということが言えるだろう。

よって、学生が就職活動に対してどの程度不安を抱いているのかを調査すると、学生の就職活動への積極性などがわかると言えるだろう。

就職活動の不安・ストレス解消と情報収集

大学生の就職活動の早期化が進んでいる。片桐によると、格差社会が一般化し、ニートやフリーターが増え、自分もそうになってしまうかもしれないという不安から、学生は必死で就職活動をしなくてはならないのだという。そのため、多くの学生が必死で就職

活動をするのである。この早期化は、リクナビやマイナビなどの就職支援サイトを見ると、世の中全体でそのような傾向にあることがわかる。通常、就職支援サイトのオープンは10月以降である。しかし、どの支援サイトも「プレオープン」を行い、春から仮登録ができる。また、登録することで業界・企業研究や、セミナーへの参加をすることができる。学生が早い時期からできることと言えば、情報収集であるため、学生はこの支援サイトなどを使うことで情報収集を進めるといことが考えられる。

情報収集は、社会的評価ストレス（進路や学業に関する不安定）と関係があり、情報収集は、すればするほどストレス低減効果があるということが杉浦の研究からわかっている。これらのことから、実際に就職活動に関する情報収集をすることで、不安やストレスを軽減させることができるとすれば、学生はどのような方法で情報収集をしているのかといったことを調査したい。

#### 情報化社会の中での就職活動

世の中は情報で溢れている。自分に必要な情報はなんなのか、この情報は重要なのかといった「必要なものを選ぶ力」が情報化社会を生き抜くために学生に求められている。しかし、情報を集めれば集めるほど、収集する情報の中には真偽の怪しいものも存在するだろう。特に、インターネットに関しては、企業や就職支援サイトなどの公式の情報以外にも、掲示板などを利用した経験者の話や噂話も多く存在する。不安を抱く学生は、情報の量ばかりに目が行き、情報の正確性への関心が薄れているのではないだろうか。

量と正確性の両方を求める人は、セミナーや、就職支援課なども訪問すると考えられる。危機感や不安を感じている人ほど、インターネットの信頼性を問題視していないのではないかと考えられる。

#### 資格取得と就職活動の関係

「就職活動にも有利です」とうたった資格の広告をよく目にする。実際に、就職に有利になる資格も多く存在するが、どれくらいの人が就職活動のために資格を取得したのだろうか。（目指している人も含む）

また、就職活動へ関心が高い人ほど資格取得をする人が多いと考えられるが、資格取得をした人はそこで安心してしまい、何も資格を取っていない人に比べて情報収集の頻度が低くなっているのではないだろうか。

資格取得者と未取得者の情報収集の差を比べ、資格取得がどの程度就職活動に有利だと考えられているのかを調査したい。また、資格取得から得られる安心感はどの程度あるのかを調査したい。

#### 新しいメディアと就職活動

日々、新しいメディアが登場している。Twitter など、爆発的な広がりを見せるものも少なくない。普段は、友達との交流や、顔の見えない人との交流に使われているツールも、就職活動の情報収集に使われていることがある。そのため、就職活動へ関心の高い人ほど、そのようなツールを利用し、コミュニティや、企業からのつぶやきなどに関心を寄せていると考えられる。インターネットを利用しているため、信頼性の問題へとも繋がるが、各ツールの信頼性についても調査したい。また、新しいツール、以前から使われているツールなど、ツールの特性差を性別や学年ごとに比較することで、ツールの特性差をわかりやすく解明したい。

### 1.3 調査研究の方法

#### (1) 進捗経緯

- 4～5月 調査テーマ討論
- 6月 調査テーマ決定・テーマの具体化
- 7～8月 討論・調査票作成
- 9月 最終討論
- 9～10月 調査票完成・調査実施・回収・集計
- 11月 集計・単純集計結果報告
- 11～1月 最終報告書作成

## (2) 調査の概要

### a. 調査の意図

- ・ 学生は、就職活動に対してどの程度関心をもっているのか。
- ・ どのような項目に対して、不安を持つのか。
- ・ 就職活動に使う時間はどのくらいなのか。
- ・ 各メディアに対する信頼度・手軽さ・役立ち具合などから有用なメディアを考察する。

### b. 調査対象層

文教大学湘南キャンパス学生(3～4年生)

### c. 調査方法

- ・ 紙面によるアンケート調査。
- ・ 調査票を授業内で配布・回収し、集計を行った。

### d. 主な質問項目

- ・ 就職活動への意識・不安
- ・ 就職活動における情報収集の頻度
- ・ 情報元の信頼性
- ・ 情報源の特性差について
- ・ 資格取得数
- ・ 資格の有効性
- ・ SNS・twitterの利用について
- ・ アルバイトの有無
- ・ 学年

### e. 配布(依頼)回収数

プロモーションデザイン論	62	藤掛ゼミ	2	村井ゼミ	10
竹林ゼミ	6	佐久間ゼミ	3	八ッ橋ゼミ	3
志村ゼミ	15	手配り	11		
計	配布数 112	無効票	0		

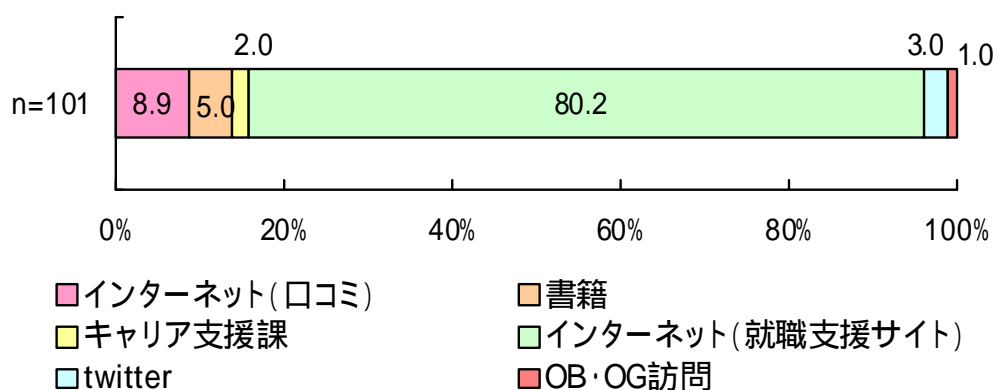
## 1.4 成果の概要

### (1) 主な成果

#### (a) 就職活動での情報収集の道具

就職活動をする上で、情報収集は大切な生命線とも言えるだろう。学生は、就職活動の情報収集をする際に、どのような道具（メディア）を利用するのだろうか。学生が、1番良く使うメディアを調査した結果を図1-3-1に示す。最も多いのはインターネット（就職支サイト）で約8割を占めている。一見、最も信頼性のあるように思えるキャリア支援課は2%に留まっている。情報の真偽を判断することは難しいが、最も情報量が多いと考えられるインターネットを利用する人が多くいることがわかった。

図1-3-1 就職活動で最も利用するメディア



#### (b) メディアごと特性比較

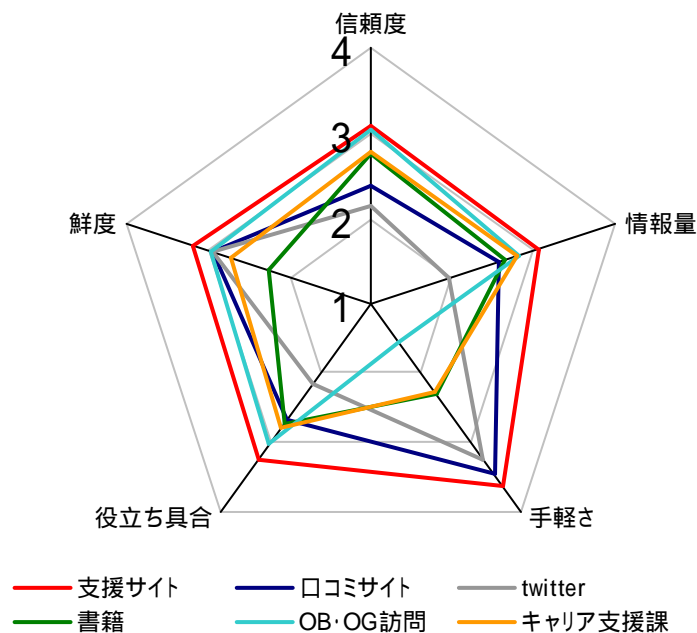
その結果を図1-3-2に示す。全体を見ると、twitter以外のメディアで、信頼度・情報量・役立ち具合の特性が「3」に近く、やや高い評価をしていることがわかる。しかし、twitterではやや評価が低く、あまり就職活動に関して効果的なメディアではないように思える。しかし、就職活動における利用者の少なさを見ると（図2-3-1参照）就職活動での利用の方法がわからない人や、知らない人が多いのではないかと考えることができる。

支援サイト・口コミサイト・twitterのインターネットを利用するメディアでは手軽さが高い評価を得ている。しかし、キャリア支援課とOB・OG訪問では評価が低く、特にOB・OG訪問では平均値が1.56となっており、かなり敷居の高いメディアになっている。

書籍は、他のメディアに比べて、メディア内での偏りが少ない。しかし、若干、手軽さと鮮度で評価が低い。理由としては、読むために時間が必要なことや、情報の更新が出来ないということが考えられる。



図2-4-1 就職支援サイトのメディア特性

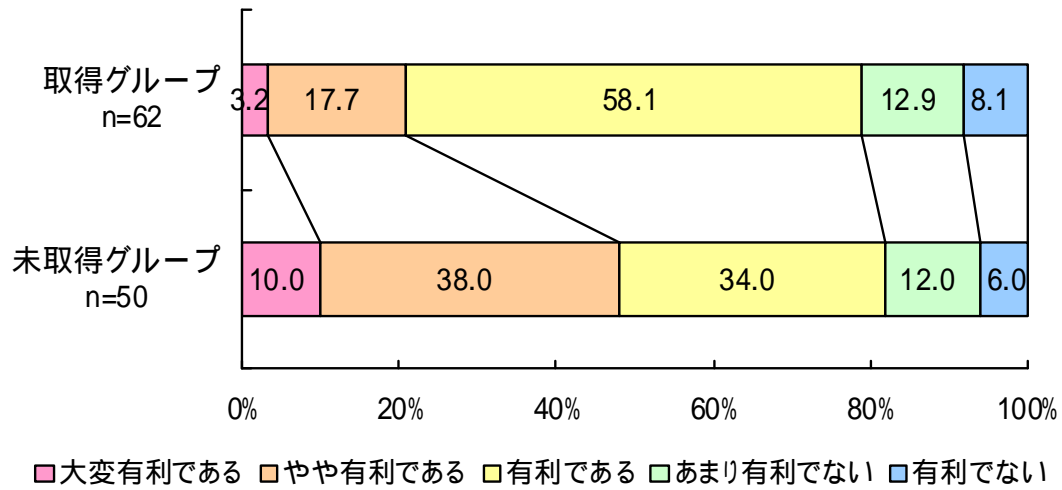


(c) 資格取得数と資格への意識

資格を取得した人と取得していない人では、資格への意識に違いがあるのだろうか。資格取得グループと未取得グループの2つのグループで、資格への意識の違いを分析した。その結果を図1-3-3に示す。資格取得グループと、未取得グループでは、資格への意識に有意差がある。資格を取得したグループでは、資格は就職活動に有利になるかという質問に対して「大変有利になる」が約3%、「やや有利になる」が約18%、「何ともいえない」が約58%である。それに対し、資格を取得していないグループは「大変有利になる」が10%、「やや有利になる」が38%、「何ともいえない」が34%であった。

この結果からわかることは、資格を取得しているグループよりも、取得していないグループの方が、「就職活動に資格は有利である」と考えていることである。資格を取得する人は、評価のポイントアップになることを考え、取得しているのだと考えていたため、この結果には大変驚いた。資格を取得している人ほど、資格を「履歴書のおまけ」程度に考えており、取得していない人ほど「少しでも自分を良く見せられる道具」であると考えているのではないだろうか。

図 1-3-3 資格取得数と資格への意識( 2乗:\*)



[謝辞]

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力に対しては心から御礼を申し上げる次第である。調査票を作成するまでの過程では、社会調査のメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般に対しては、指導教授の八ツ橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの皆さんに対して、改めて謝意を表します。

## 第1章 調査研究の成果

### 2.1 調査回答者の概要

文教大学湘南校舎で就職活動をしている、またはこれから始めようとしている人を対象に調査を行ったため、3年生と4年生に限定して回答をしてもらった。

3年生は、授業や手配りを中心に回答をしてもらい、その場で回収をした4年生においては、授業の履修人数が少ない可能性が考えられるため、複数のゼミナールへ調査を依頼し、後日回収をした。

なお回答標本は無作為抽出で作成してはいないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。表2-1-1の学年別の分布では3年生55.4%(62人)、4年生44.6%(50人)の計112人となっている。少し3年生の数が多いように思うが、3年生と4年生の割合は、ほぼ半分であると言って良いだろう。また、表2-1-2の性別の分布では、男子51.8%(58人)、女子48.2%(54人)の計112人である。男子の人数が少し多くとなっている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり、解釈時には注意が必要である。しかし、クロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されると考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較

	3年	4年	計
回答者	55.4 (62)	44.6 (50)	100.0 (112)
情報学部生	47.5 (490)	52.5 (541)	100.0 (1031)

表2-1-2 回答者と母集団の比較

	男子	女子	計
回答者	51.8 (58)	48.2 (54)	100.0 (112)
情報学部生	68.1 (702)	31.9 (329)	100.0 (1031)

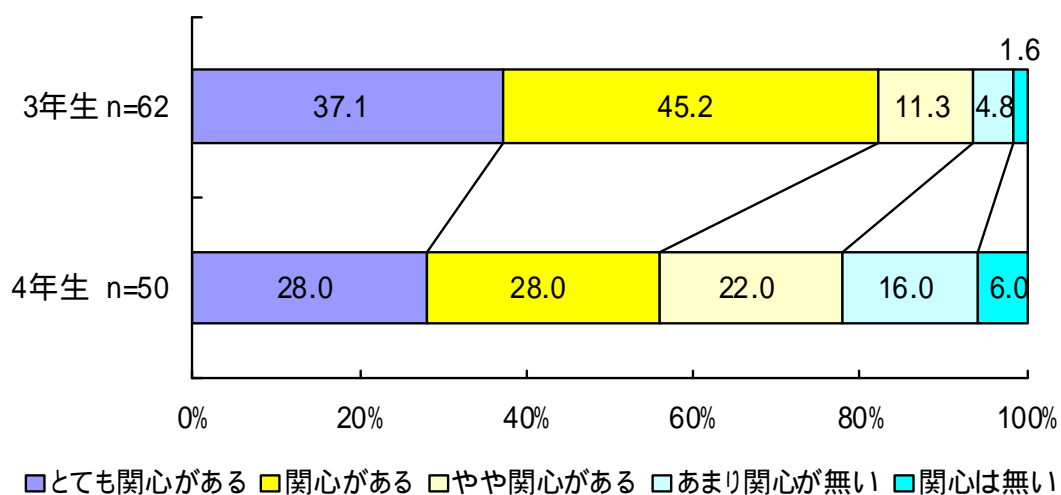
## 2.2 就職に関する状況

まず始めに、それぞれの就職に関する状況について紹介したい。調査を行ったのは、2010年の10月であり、4年生の中には就職活動を終えている者も含まれている。そのため、不安具合や関心具合などに多少のばらつきはあるが、現状をわかりやすく把握するために学年別に集計を行った。

### (1) 就職活動への関心

就職活動への関心について調査し、学年別に集計を行った。その結果を図2-2-1に示す。

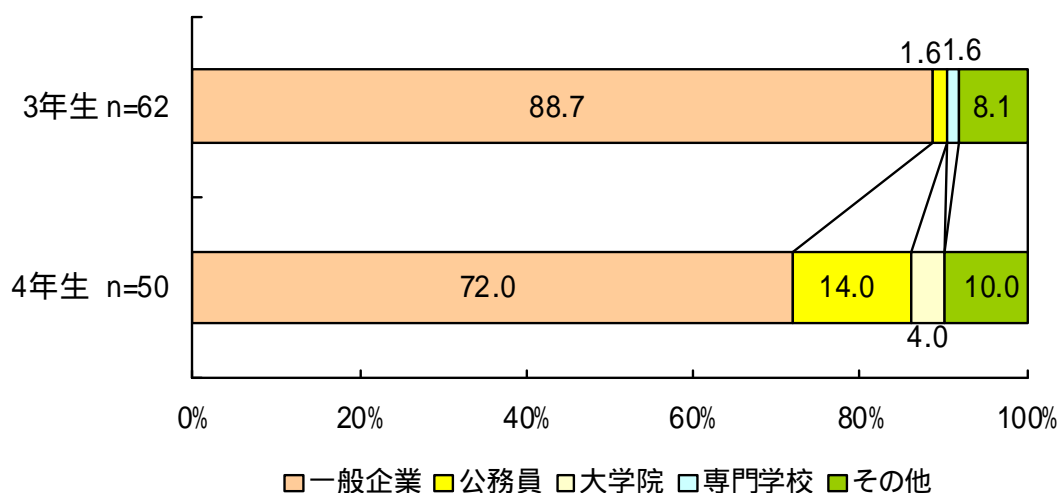
図2-2-1 学年別就職活動への関心 (2乗:\*)



とても関心がある・関心がある・やや関心があるの「関心がある」グループは、3年生で約94%、4年生で78%と、とても高い割合である。両学年ともほとんどの回答者が就職活動に「関心がある」ことがわかる。4年生の中には、既に就職活動を終えている人も含まれるため、4年生の方が関心の無い人が多いと考えられる。

## (2) 大学卒業後の進路

図2-2-2 学年別・大学卒業後の進路 (2乗:\*)



大学卒業後の進路を調査し、学年別に集計を行った。その結果を図2-2-2に示す。結果は、両学年共に7割以上が一般企業への就職を希望していることがわかる。3年生は一般企業が約89%、次が公務員で約2%、同じく専門学校が約2%、その他が約8%となっている。大学院への進学を希望している3年生は居なかった。4年生は、一般企業が72%、公務員が14%、大学院が4%、その他が10%で専門学校への進学を希望する4年生は居なかった。不況が叫ばれる中で、公務員を希望する学生も多いのではないかと考えていたが、3年生においては約2%にとどまり、意外な結果となった。

## (3) 不況の影響予想

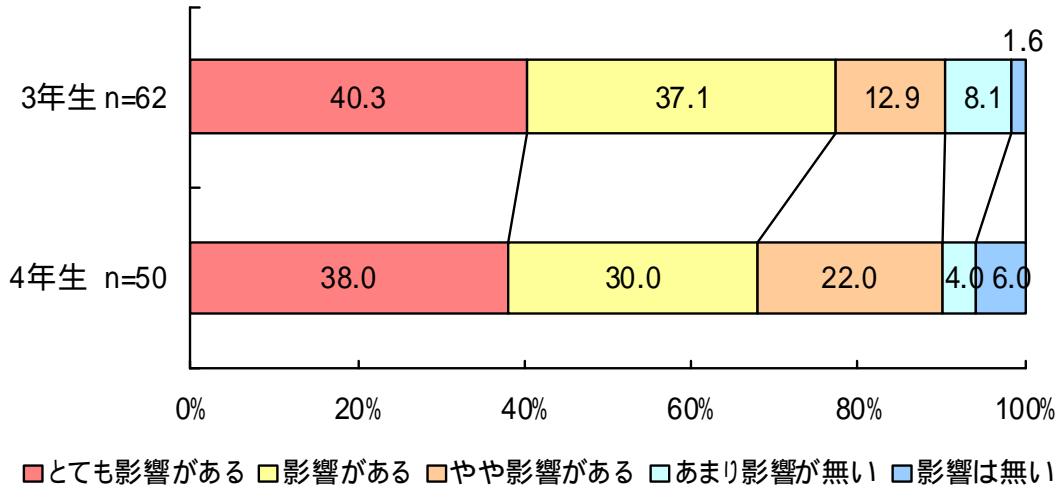
自分の就職活動に、不況が影響するかという予想を調査し、学年別に集計を行った。結果を図2-2-3に示す。

「とても影響がある」「影響がある」で3年生が4年生を上回る結果となった。これはテレビのニュースなどで、「ますます厳しくなる就職活動」という言葉を目にしたたり、先輩からの話を聞いたりする中で不安な気持ちが膨らんでいった結果ではないだろうか。

しかし、4年生も3年生とほぼ同じ数値を示している。全体を見ても、「とても影響がある」「影響がある」「やや影響がある」の影響があるグループは、3年生で90.1%、4年生で90.0%とほとんど変わらない結果となっている。

学年を問わず、学生は不況の影響を恐れていることがわかった。

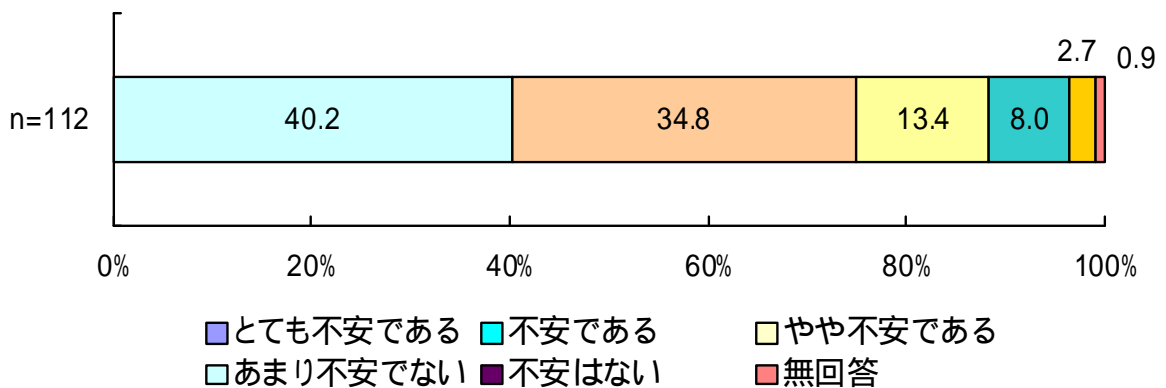
図2-2-3 不況の影響予想



(4) 就職活動への不安具合

就職活動へ関心があるか調査したところ、約9割の回答者が就職活動へ関心があると答えた。このようにほとんどの回答者が就職活動へ関心を持つ中で、どの程度、就職活動へ不安を感じているかを質問した。その結果を図2-2-4に示す。112名の回答者のうち、「とても不安である」「不安である」「やや不安である」と答えた人数の割合は約88%である。就職活動へ関心があると同時に、不況や、見えないものへの挑戦からくる不安もかなり大きいことがわかる。

図2-2-4 就職活動への不安具合



### (5) 早期化の実態

大学生の就職活動の早期化が進んでいると言われているが、その実態はどうなっているのか、2012年卒業予定の3年生の企業へのエントリー数(2010年9月下旬時点)と、就職活動へかけている時間(2010年9月下旬時点)から分析する。3年生のエントリー数を図2-2-5、就職活動へかけている時間を図2-2-6に示す。3年生のエントリー数は約23%がまだエントリーしていないが、それ以外の約77%は少なくとも1社以上はエントリーしているということである。3年生の夏休み明けの時期にこの結果が出るというのは、驚きである。図2-2-3の就職活動にかけている時間は、1番多いのが週1~3時間で約53%、次が週4~6時間で約16%、その次が週1日~2日の約11%である。かなり多くの学生が、就職活動へ熱心に取り組んでいることがわかる。

この結果からわかるのは、就職活動は4年生から始めるものであるという意識は取り払われ、「早く行動したものの勝ち」であるという意識が芽生えていることである。さらに、不安を持つ学生が、行動を起こす周りの行動を見て、さらに不安になるという負のスパイラルを巻き起こす可能性も考えられる。

図2-2-5 3年生のエントリー数 n=62

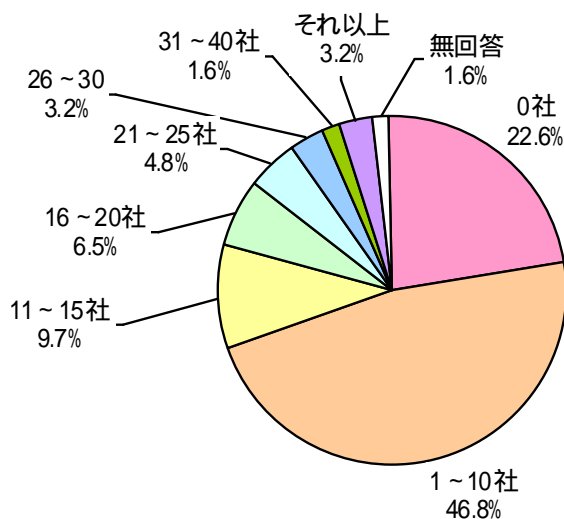
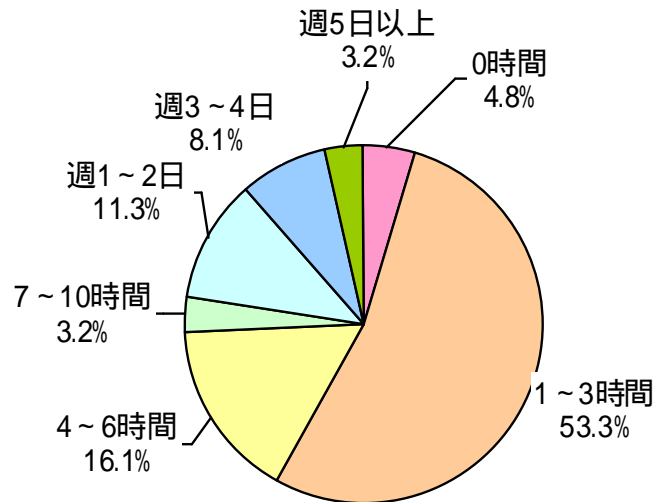


図2-2-6 3年生が就職活動にかける時間n=62

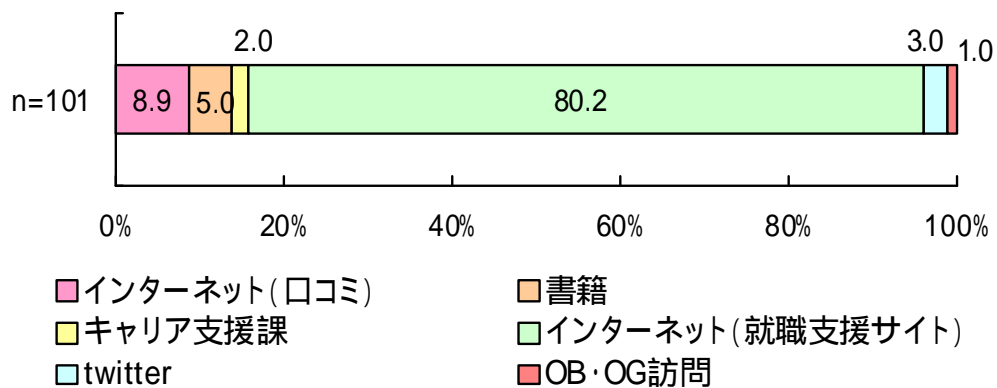


## 2.3 就職活動の道具

### (1) 就職活動での情報収集の道具

就職活動をする上で、情報収集は大切な生命線とも言えるだろう。学生は、就職活動の情報収集をする際に、どのような道具（メディア）を利用するのだろうか。学生が、1番良く使うメディアを調査した結果を図2-3-1に示す。最も多いのはインターネット（就職支サイト）で約8割を占めている。一見、最も信頼性のあるように思えるキャリア支援課は2%に留まっている。情報の真偽を判断することは難しいが、最も情報量が多いと考えられるインターネットを利用する人が多くいることがわかった。

図2-3-1 就職活動で最も利用するメディア





## 2.4 各メディアの特性

私は、調査を実行する前に、以下のような各メディアに対する仮説を立てた。一般的に考えられるメディアの特性であるが、実際の就職活動の情報収集でも、以下のような仮説が成立するのだろうか。各種特性差の仮説は以下の通りである。

### 各種特性差の仮説

- 1) インターネット(支援サイト)は手軽だが信頼性が低い
- 2) インターネット(口コミサイト)は情報量が多く、信頼性も高い
- 3) 書籍は信頼性が高いが、情報の鮮度が低い
- 4) キャリア支援課は、信頼性が高く、鮮度も高い
- 5) twitter は信頼度が高く、情報の鮮度が高い
- 6) OB・OG 訪問は手軽ではないが、信頼度が高い

### (1) メディアごと特性比較

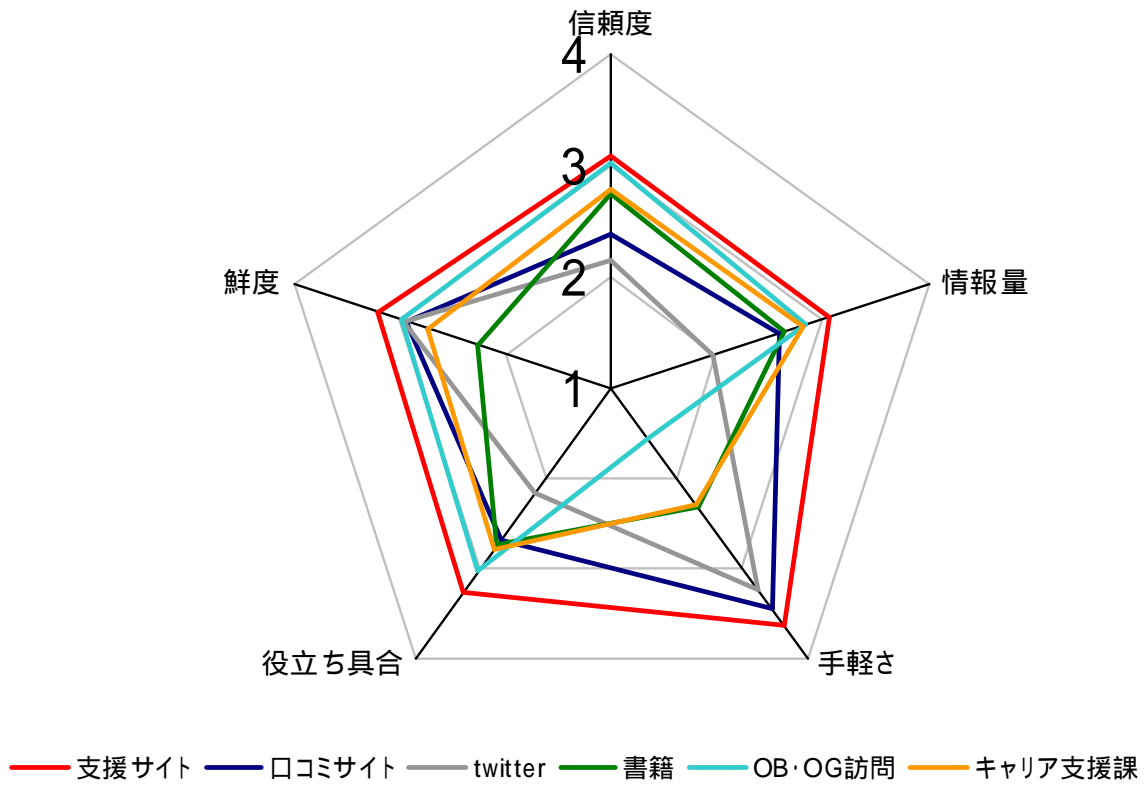
まず始めに、各メディアの特性を比較する。各メディアに対する特性の平均値を求めることで、特性差の実態が見えてくるのではないだろうか。設問は、各メディアに対する特性について「1.低い、2.やや低い、3.やや高い、4.高い」(特性によって評価の言葉は変化あり)の4段階で評価を設定した。

その結果を図2-4-1に示す。全体を見ると、twitter以外のメディアで、信頼度・情報量・役立ち具合の特性が「3」に近く、やや高い評価をしていることがわかる。しかし、twitterではやや評価が低く、あまり就職活動に関して効果的なメディアではないように思える。しかし、就職活動における利用者の少なさを見ると(図2-3-1参照)就職活動での利用の方法がわからない人や、知らない人が多いのではないかと考えることができる。

支援サイト・口コミサイト・twitterのインターネットを利用するメディアでは手軽さがとても高い評価を得ている。しかし、キャリア支援課とOB・OG訪問では評価が低く、特にOB・OG訪問では平均値が1.56となっており、かなり敷居の高いメディアになっている。

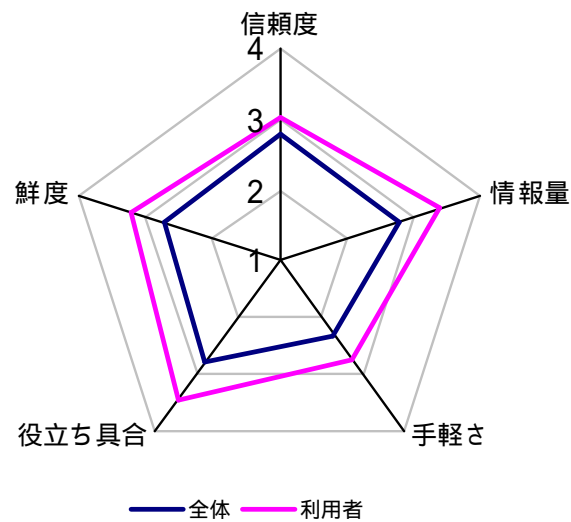
書籍は、他のメディアに比べて、メディア内での偏りが少ない。しかし、若干、手軽さと鮮度で評価が低い。理由としては、読むために時間が必要なことや、情報の更新が出来ないということが考えられる。

図2-4-1 就職支援サイトのメディア特性



(2) キャリア支援課のメディア特性 (全体 vs 利用者)

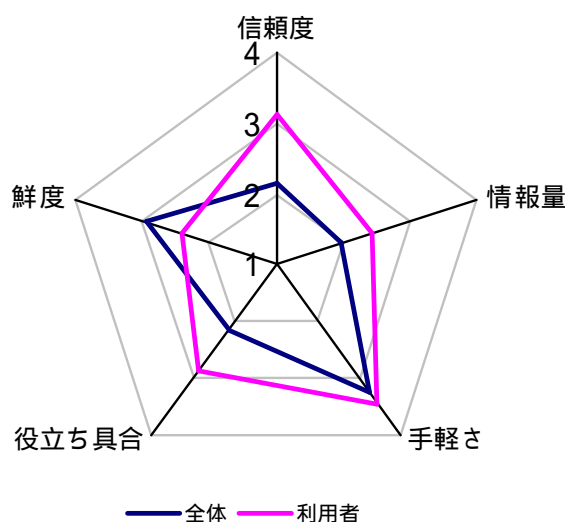
図2-4-2 就職支援サイトのメディア特性



全体（非利用者含む）のキャリア支援課に対する評価と、実際にキャリア支援課を利用しているグループの評価を図2 - 4 - 2に示す。キャリア支援課の評価は、全体で見るとあまり高くない。しかし、実際にキャリア支援課を利用している人からの評価は、全ての項目において全体の評価よりも高くなっている。特に、役立ち具合や鮮度、情報路湯に関しては、とても評価が高く、実際に利用すると、想像以上の収穫が得られるといえる。この結果から、キャリア支援課は、就活生が考えているよりも「有効」なメディアであると考えられる。

(3) twitterのメディア特性(全体 vs 利用者)

図2-4-3 twitterのメディア特性



twitterのメディア特性についての評価を図2 - 4 - 3に示す。図を見ると、全体（非利用者含む）の評価と利用者の評価が大きく違うことがわかる。これは、両者のイメージや利用感の違いが現れていると考えられる。信頼度と役立ち具合は、利用者のほうが評価がとても高く、新しいメディアであるにも関わらず、就職活動において有効にtwitterを利用していることがわかる。イメージに囚われることなく、しっかりと自分に必要な情報を選ぶ必要があることがわかる。

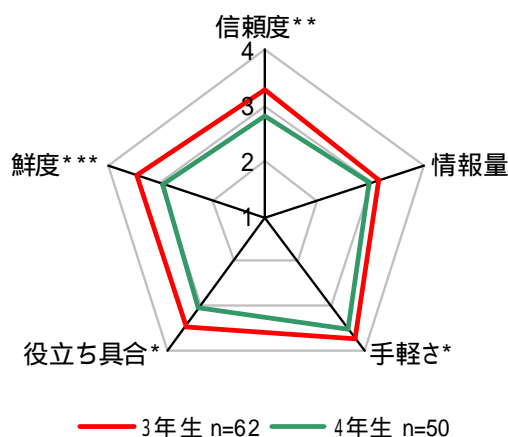
#### (4) 学年グループ×就職支援サイトのメディア特性

3年生・4年生の学年グループごとに、メディア特性の平均値を求めた。就職活動を始めたばかりで情報収集に余念のない3年生と、自分のペースを掴んできている4年生では、メディアの捕らえ方も違うのではないだろうか。

始めに、学年グループごとに見た、就職支援サイトのメディア特性についてである。結果を図2-4-4に示す。就職支援サイトは、3年生・4年生共に評価が高いといえる。しかし、全ての特性において3年生の方が評価が高い。これは、3年生と4年生では調査した時点で欲している情報が違うという理由が考えられる。3年生にとっては、まだ自社HPで採用サイトをオープンさせている企業が少ない時期(10月)であることから、就職支援サイトに頼ってしまい、全体的に評価が高い状況にあるのも事実だろう。4年生は、ある程度経験を積み、自分のペースをつかんでいる人も多いと考えられる。そのため、他のメディアもうまく利用している可能性が高いので、全体的に3年生の方が評価が高くなっているのではないだろうか。情報量には有意差は現れていないが、3年生・4年生で近似値をとっているため、就職支援サイトに対しては、ほとんどの人が情報量がやや多いと感じていることがわかる。

インターネット(支援サイト)は手軽だが信頼性が高くないという仮説は、4年生に関しては成立していると考えられる。

図2-4-4 就職支援サイトのメディア特性



#### (5) 学年別グループ×twitterのメディア特性

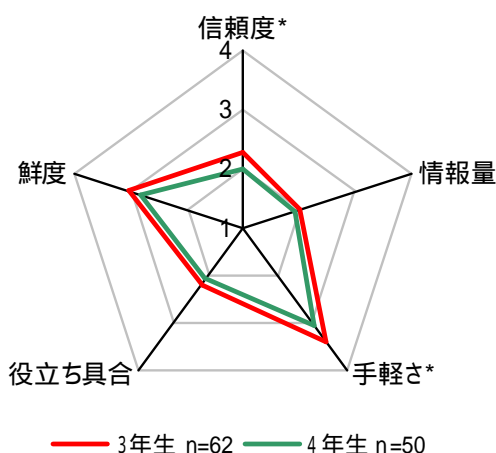
次に、3年生・4年生の学年グループごとに、twitterのメディア特性の平均値を求めた。結果を図2-4-5に示す。twitter未登録者は、3年生で約32%、4年生では44%である。さらに、登録したが利用していない人を含めると、両学年とも約半数が利用していないことになる。

最近では、twitterに企業や企業の取締役、採用担当者などの公式アカウントが存在するため、その公式アカウントの信頼度は非常に高いのではないかと考えられる。また、リアルタイムで情報を得られるため、情報の鮮度も非常に高いと考えられる。しかし、この結果からは、「twitterは信頼度が高く、情報の鮮度が高いメディアである」という仮説は成立しないことがわかる。この結果から、モバイルから利用できるため手軽だと感じ、リアルタイムで反映されるため鮮度が高いと感じる利用者が多いことがわかる。

信頼度と手軽さには有意差がある。3年生向けの就職情報サイトには、スマートフォンやtwitter活用術といった記事を多く見かける。また、「今年度から採用情報をtwitterで発信します。」という企業も少なくない。そのため、信頼度と手軽さにおいて、3年生と4年生の間で、若干ではあるが差が開いているのではないだろうか。

今後、Twitterの利用者増加や、利用方法が広く知れ渡ることによって、この結果は大きく変動する可能性があるだろう。

図2-4-5 twitterのメディア特性



#### (6) 学年別グループ×書籍のメディア特性

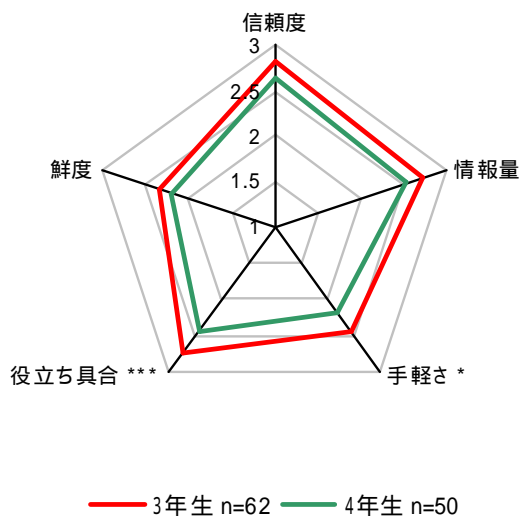
次に、3年生・4年生の学年グループごとに、書籍のメディア特性の平均値を求めた。

結果を図2 - 4 - 6 に示す。

書籍は、鮮度以外のすべての特性で評価が高い。理由として、「情報の出所がはっきりとしている」「書籍の種類が豊富」「マニュアル本が存在する」といったことが挙げられる。書籍は、印刷してしまえば、内容を更新することは不可能であるため、鮮度の評価が低いのは当然である。書籍では、手軽さと役立ち具合で有意差が現れている。手軽さでは、3年生・4年生での就職活動の忙しさが関係してくるのではないだろうか。書籍は、信頼性も高く、情報量も多いが、それを読み、理解するには時間がかかる。そのため、4年生は、エントリーシートの記入や説明会に時間がとられ、書籍を読む時間が少ないと考えられる。また、3年生は役立ち具合において、4年生に比べ経験がなく、書籍を読むことによって全く新しい情報を手に入れることができる。そのことから、役立ち具合で4年生よりも評価が高いと考えられる。

書籍は「信頼性が高いが、情報の鮮度が低い」という仮説通りの結果となった。

図2-4-6書籍のメディア特性



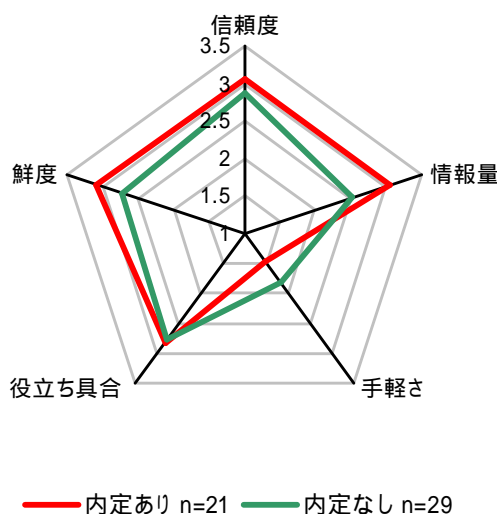
#### (7) 内定の有無×OB・OG訪問

次に、内定あり・内定なしのグループごとに、書籍のメディア特性の平均値を求めた。結果を図2 - 4 - 7 に示す。

OB・OG訪問は、非常に敷居の高いものである。きちんとした準備が必要であるが、その反面、得られる情報の信頼度は非常に高いのではないかと考えられる。調査の結果、手軽さ以外の全ての特性で評価が高い。しかし、手軽さの評価は極端に低い。さらに内定の

あるグループよりも内定のないグループの方が、手軽であると考えていることがわかる。内定があるグループは、やはり意識も高く OB・OG 訪問への敷居の高さを感じているのではないだろうか。この結果から、仮説どおり OB・OG 訪問は手軽ではなく、とても難しいものであるが、その分得られる情報の信頼性は非常に高いといえる。

図2-4-7 OB・OG訪問のメディア特性

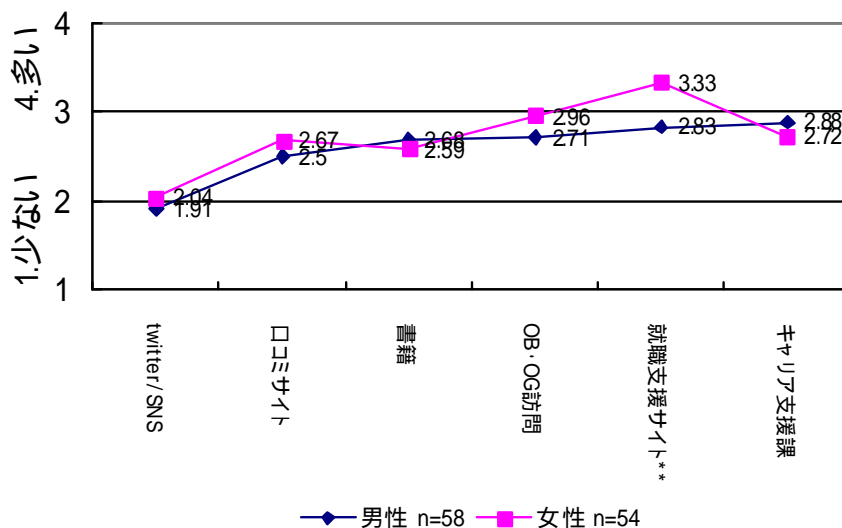


## 2.5 各メディアと性差

メディアの特性は、男女差によって変化するのだろうか。各メディアの特性と性差について集計した。

### (1) 各メディアの情報量と男女差

図 2-5-1 各メディアの情報量と男女差



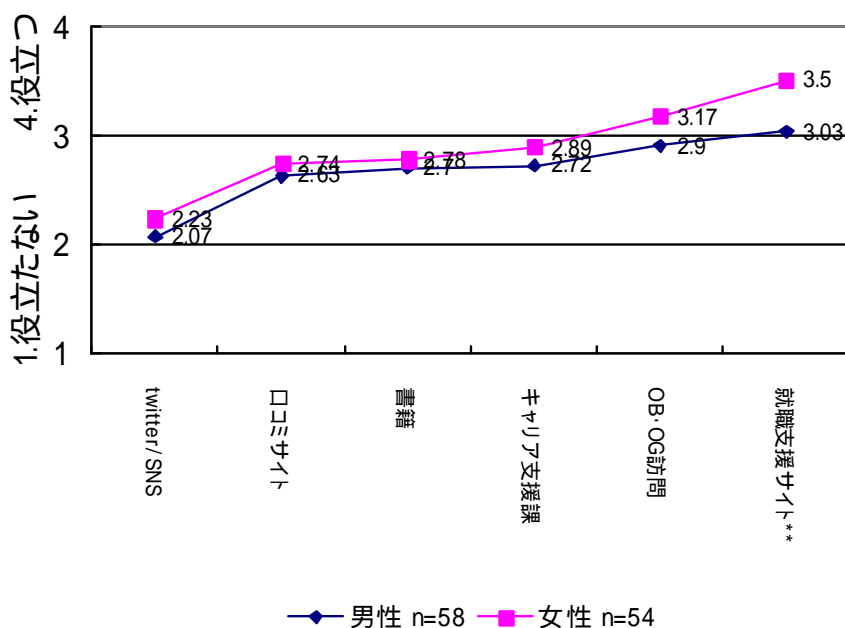
各メディアの情報量に「1.少ない」～「4.多い」までの4段階で回答を得て、男女差での平均値を求めて比較を行った。結果を図2-5-1に示す。グラフは「男性」グループの値が小さい(少ない)順に左から配列されている。

ほぼ同じ平均値を取っているが、就職支援サイトの平均値で顕著な差が現れた。就職支援サイトにおいて、女性のほうが情報量が多いと感じる傾向にあることがわかる。また、ほとんどの項目で女性のほうが情報量が多いと感じる傾向にあるが、書籍と、キャリア支援課については、男性のほうが情報量が多いと感じる傾向にあることがわかる。

## (2) 各メディアの役立ち具合と性差

各メディアの役立ち具合に「1.役立たない」～「4.役立つ」までの4段階で回答を得て、男女差での平均値を求めて比較を行った。結果を図2-5-2に示す。グラフは「男性」グループの値が小さい(役立たない)順に左から配列されている。グラフの全ての項目で、女性グループが上にある。最も顕著な差は、就職支援サイトであった。情報量と同じく、就職支援サイトにおいて、女性のほうが役立ち具合を強く感じていることがわかる。以前、就職支援課の方から一般的に「女性の方が就職活動に積極的」という話を伺った。この集計結果には、その話の内容が反映されているように思える。

図2-5-2 各メディアの役立ち具合と性差





### (3) 各メディアの鮮度と性差

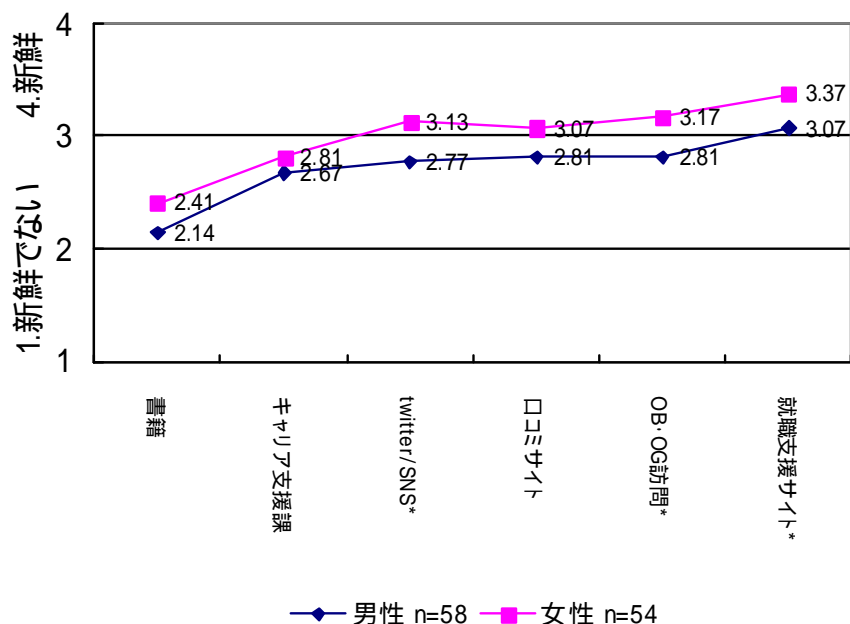
各メディアの鮮度さに「1.新鮮でない」～「4.新鮮」までの4段階で回答を得て、男女差での平均値を求めて比較を行った。結果を図2-5-3に示す。グラフは「男性」グループの値が小さい(新鮮でない)順に左から配列されている。

この結果も、女性のグラフが全ての項目において上にある。特に顕著さがみられたのは、twitter/SNS、OB・OG訪問、就職支援サイトである。これら3つに関して、女性は特に強く新鮮さを感じる傾向にあることがわかる。

女性は、口コミ情報などを好む傾向にあるため、就職活動においても、高い数値を示すと予想していたが、口コミサイトの数値はそこまで高いものではなかった。

この3つのグラフから言えることは、各メディアの各項目に対しての差だけではない。ほとんどの項目で女性がグラフの上位に位置していることから、就職活動に関して、女性のほうが、感受性が強く、また積極的に行動しているのではないかということが考えられるだろう。

図2-5-3 各メディアの鮮度と性差

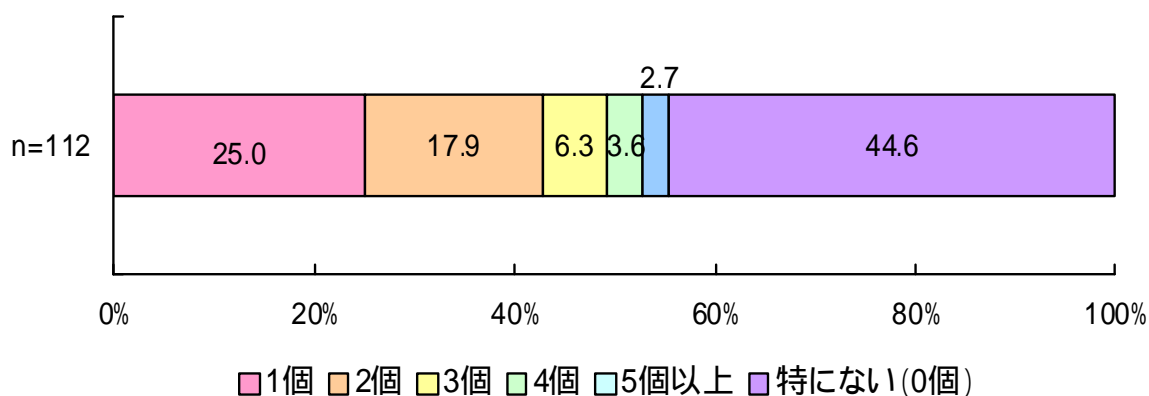


## 2.6 就職活動における資格の価値

### (1) 就職活動のための資格

世間では、就職活動に有利になると考えられている資格・検定も数多くあるようだ。そのようなうわさが流れる中で、実際に就職活動に向けて資格を取得した学生はどの程度いるのか、結果を図2-6-1に示す。1番多いのは0個の約45%だが、取得したか取得していないかで考えると、1つ以上取得した人は約55%であり、何も取得していない人よりも多いことがわかる。

図2-6-1 就職活動のための資格取得数



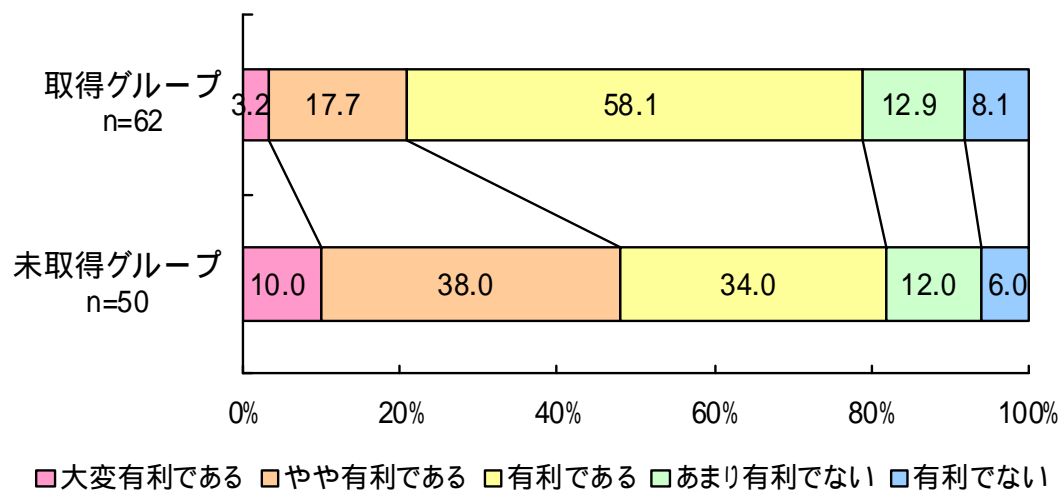
### (2) 資格取得数と資格への意識

資格を取得した人と取得していない人では、資格への意識に違いがあるのだろうか。資格取得グループと未取得グループの2つのグループで、資格への意識の違いを分析した。その結果を図2-6-2に示す。資格取得グループと、未取得グループでは、資格への意識に有意差がある。資格を取得したグループでは、資格は就職活動に有利になるかという質問に対して「大変有利になる」が約3%、「やや有利になる」が約18%、「何ともいえない」が約58%である。それに対し、資格を取得していないグループは「大変有利になる」が10%、「やや有利になる」が38%、「何ともいえない」が34%であった。

この結果からわかることは、資格を取得しているグループよりも、取得していないグループの方が、「就職活動に資格は有利である」と考えていることである。資格を取得する人は、評価のポイントアップになることを考え、取得しているのだと考えていたため、この結果には大変驚いた。資格を取得している人ほど、資格を「履歴書のおまけ」程度に考えており、取得していない人ほど「少しでも自分を良く見せられる道具」であると考えてい

るのではないだろうか。

図 2-6-2 資格取得数と資格への意識( 2乗:\*)



### 第3章 まとめと今後の課題

調査を行って、学生の就職活動に対する関心や不安が想像以上に高いことに驚いた。また、3年生のエントリー数からも、大学生の就職活動の早期化が実際に進んでいる様子を見ることができ驚いた。そして、私の予想から大きくはずれたのは、就職活動と検定に関する項目である。就職活動に不安を持つ人ほど、資格を持ちたがるのではないかと考えていたのだが、結果はそれとは逆であった。資格をどのように考えるか。その考え方によって、試験に向けた勉強など、就職活動の時間の使い方も大きく変わってくるだろう。

今回の調査は、就職活動に励む学生が利用するメディアの特性を考えることで、就職活動を効果的に行えるのではないかと、また、情報の発信者から見ても効果的なメディアを考えることで、学生の就職活動が捗るのではないかとという考えに基づき行った。

メディア特性は、ほとんどの学生がインターネットを主に利用するという予想から、支援サイトや口コミサイトにばかり高い評価が集まるのではないかと考えていたが、どのメディアにも長所や短所がはっきりと現れた。インターネットを利用する支援サイト・口コミサイト・twitterでは、手軽さの評価の高さが目立った。利用者の多さや、インターネットの手軽さから考えると、これは2章での前述の通り「学生は、ストレスを解消するために情報収集をする」という部分に当てはまるのではないだろうか。支援サイトは、情報発信者が企業自身であること重なり、もっとも評価の高いメディアと言えることがわかった。また、この調査ではOB・OG訪問への学生の考え方を見ることも出来た。手軽さの評価は各メディアの中で最も低く、信頼度や情報量の評価が高い。OB・OG訪問は、学生にとって「最も手が出しにくい分、実行することが出来れば最も収穫が大きいメディア」だと考えられる。

キャリア支援課とtwitterに関しては、他のメディアとは違った結果が現れた。メディアの利用者と、非利用者の考え方の違いである。キャリア支援課、twitter共に、非利用者に比べて、利用者のほうがメディアの評価が高いという結果になった。評価が低いメディアに対しての先入観に邪魔をされ、積極的に利用をしていない学生が多いことに驚いた。やはり、必要な情報をきちんと選ぶ力がとても大切だということがわかる。

さらに、twitterに関しては、評価が低く、学生はtwitterの情報量や、役立ち具合に満足していないことがわかった。しかし、私は、twitterが新しいメディアであるため、利用者の少なさや、効果的な利用方法を知らないといったことが、評価の低さに繋がったのではないかと考える。先ほど、学生から最も評価の高いメディアとして支援サイトを挙げた

が、その理由を1つ1つ考えると、インターネットを利用することや、情報発信者の信頼性(公式アカウントの存在)から、twitterなどの新しいメディアへの可能性を否定することは出来ない。その可能性を後押しするのが「しゅうかついったー」や「就活なう」などのアカウントの存在である。就職活動に関する情報提供や、OB・OG訪問の企画など、新たな試みを行っている。また、株式会社リクルートの発表した2011年今年のトレンドでは、2011年がソーシャルメディアを活用した就職活動の活発になる年として「ソー活元年」という言葉が選ばれている。さらに、今回の調査の結果でも、twitterを就職活動で積極的に利用していると答えた学生は全て3年生であった。このようなことから、やはりtwitterなどのソーシャルメディアに注目していくべきではないだろうか。

今後の課題としては、今回の調査結果を踏まえて、新しいメディアに注目した調査を行い、その可能性をさらに深く考えてみたい。また、評価の高かったメディアに関しては、高い理由をさらに深く調査し、学生のメディアに関する考え方を分析したい。そして、学生の就職活動に対する時間の使い方や、メディアの選び方は「気持ち」に大きく左右されるため、心理学などの考え方と合わせて考えていくなど、新しい切り口から考え、調査の経験を積みたい。

## 参考文献

- 杉浦義典(2003)「ストレス対処から見た心配の認知的メカニズム」風間書房
- 本田由紀(2005)「若者と仕事」東京大学出版会
- 苅谷剛彦,本田由紀(2010)「大卒就職の社会学-データから見る変化」東京大学出版会
- 谷内篤博(2005)「大学生の職業意識とキャリア教育」勤草書房
- 片桐新自(2009)「不安定社会の中の若者たち-大学生調査から見るこの20年」世界思想社
- [http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0323-10a\\_1.pdf](http://www.mhlw.go.jp/shingi/2010/03/dl/s0323-10a_1.pdf)
- [http://www.toyokeizai.net/life/rec\\_online/topics/detail/AC/abe091cf6b89b6b9a7bdea162c9739af](http://www.toyokeizai.net/life/rec_online/topics/detail/AC/abe091cf6b89b6b9a7bdea162c9739af)
- <http://allabout.co.jp/career/collegegradcareer/closeup/CU20090809A/>
- <http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20101116-00000023-oric-ent>
- <http://www.asahi.com/edu/university/shushoku/TKY201004270175.html>
- <http://www.recruit.jp/newsrelease/2011/01/hot/TO2011011402>

問1 あなたは現在就職活動にどの程度関心がありますか(1つに ) n=112

1. とても関心がある	33.0	2. 関心がある	37.5	3. やや関心がある	16.1
4. あまり関心が無い	9.8	5. 関心は無い	3.6		

問2 大学卒業後、最も可能性の高い進路を教えてください(1つに ) n=112

1. 一般企業へ就職	81.3	2. 公務員	7.1	問4へ	
3. 大学院へ進学	1.8	問4へ	4. 専門学校	0.9	問4へ
5. その他	8.9	問4へ			

問3 どのような業種を希望していますか(2つ以内に ) n=91

1. 製造・小売業	23.1	2. 外食産業	3.3	3. 出版・印刷	29.7	4. 広告	40.7
5. 放送	18.7	6. SE 関連	3.3	7. 旅行業	2.2	8. その他	34.1

問4 あなたは大学卒業後、Uターン・Iターン就職を考えていますか(1つに ) n=112

1. Uターン就職を考えている	21.4	2. Iターン就職を考えている	7.1
3. 考えていない	71.4		

問5 現在の不況は、自分の就職活動にどの程度影響すると思いますか(1つに ) n=112

1. とても影響がある	39.3	2. 影響がある	33.9	3. やや影響がある	17.0
4. あまり影響が無い	6.3	5. 影響は無い	3.6		

問6 あなたは就職活動に不安を感じていますか(1つに ) n=112

1. とても不安である	40.2	2. 不安である	34.8	3. やや不安である	13.4
4. あまり不安ではない	8.0	5. 不安は無い	2.7	問8	
6. 無回答	0.9				

問7 以下の項目に対して、どの程度不安を感じますか(それぞれ1つに ) n=109

	不安	やや不安	あまり不安でない	不安でない
a. 希望職種に就けるか	66.1	19.3	10.3	4.6
b. エントリーシートへの書き方	48.6	37.6	10.1	3.7
c. 面接	57.8	22.0	13.8	6.4
d. 筆記試験	53.2	26.6	13.8	6.4
e. 情報収集が十分にできているか	45.0	31.2	15.6	8.3

問8 あなたは週にどのくらい就職活動を行いますか(情報収集や筆記対策含む)(1つに ) n=112

1. 0時間	9.8	問11	2. 1~3時間	39.8
3. 4~6時間	17.9		4. 7~10時間	1.8
5. 週1~2日	16.1		6. 週3~4日	13.4
7. 5日以上	1.8			

問9 あなたが就職活動の情報収集のために1番使っている情報源は何ですか(1つに ) n=101

1. インターネット(口コミサイト)	8.9	2. 書籍	5.0
3. キャリア支援課	2.0	4. インターネット(リクナビなど)	80.2
5. Twitter/SNS	3.0	6. OB・OG 訪問	1.0
7. その他	0.0		

問10 あなたが就職活動の情報収集のために2番目に使っている情報源は何ですか(1つに)

n=101

1. インターネット(口コミサイト)	32.7	2. 書籍	17.8
3. キャリア支援課	22.8	4. インターネット(リクナビなど)	8.9
5. Twitter/SNS	5.0	6. OB・OG訪問	1.0
7. その他	11.9		

問11 あなたは現在の情報収集で、十分な量の情報が得られていますか(1つに)

n=112

1. 得られている	3.6	2. やや得られている	25.0
3. 何ともいえない	47.3	4. あまり得られていない	15.2
5. 得られていない	8.9		

問12 あなたは、就職支援サイト(リクナビなど)に登録していますか(1つに)

n=112

1. している	90.2	2. していない	9.8	問14へ
---------	------	----------	-----	------

問13 週にどのくらい就職支援サイトを利用しますか(1つに)

n=101

1. 0~1回	15.8	2. 2~3回	32.7	3. 4~5回	18.8
4. 6~7回	20.8	5. それ以上	11.9		

問14 あなたは、就職に向けていくつ資格取得しましたか(1つに)

n=112

1. 1個	25.0	2. 2個	17.9	3. 3個	6.3
4. 4個	3.6	5. 5個以上	2.7	6. 特にはない	44.6
				問16へ	

問15 どのような資格を取得、検定を受検しましたか(複数回答可)

n=62

1. TOEIC	12.9	2. 実用英語検定	14.5
3. 日本漢字能力検定	30.6	4. 日商簿記	12.9
5. IT関連の検定・資格	14.5	6. デザイン関連の検定・資格	11.3
7. 秘書検定	29.0	8. その他の資格・検定	41.9

問16 資格を取得することで就職活動に有利になると感じますか(1つに)

n=112

1. 大変有利になる	6.3	2. やや有利になる	26.8
3. 何ともいえない	47.3	4. あまり有利にならない	12.5
5. 有利になることは無い	7.1		

問17 あなたの普段のTwitterの利用具合を教えてください(1つに)

n=112

1. 未登録	37.5	2. 1日1回開く	11.6
3. 1日に2~3回程度開く	17.9	4. 1日に10回程度開く	5.4
5. 1日10回以上開く	14.3	6. 登録したが利用しない	13.4

問18 あなたは週にどれくらいインターネットを利用しますか(内容は問いません)(1つに)

n=112

1. 0~5時間	30.4	2. 6時間~10時間	25.0
3. 11時間~20時間	14.3	4. 21時間~30時間	13.4
5. 31時間~40時間	7.1	6. それ以上	9.8

問19 あなたは週にどれくらい就職活動のためにインターネットを利用していますか（1つに）

n=112

1 . 0～1時間	25.0	2 . 1時間～2時間	25.9
3 . 2時間～3時間	24.1	4 . 3時間～4時間	12.5
5 . 4～5時間	6.3	6 . それ以上	6.3

問20 週にどのくらい就職活動に関する情報収集をしますか（1つに）

n=112

1 . 0～1時間	17.9	2 . 1時間～2時間	33.9
3 . 2時間～3時間	25.9	4 . 3時間～4時間	11.6
5 . 4～5時間	5.4	6 . それ以上	5.4

問21 あなたが働きたいと思う企業は、どのような企業ですか（1つに）

n=112

1 . 将来性のある企業	20.5	2 . 社員がまとまっている企業	23.2
3 . 国際的な企業	1.8	4 . 給料が良い	15.2
5 . 福利厚生が整っている	25.0	6 . その他	14.3

問22（1）就職活動に関して以下のメディアの信頼度はどのくらいですか。（それぞれ1つに）

n=112

	低い	やや低い	やや高い	高い	無回答
a. インターネット(リクナビなど)	6.3	13.4	45.5	34.8	0.0
b. インターネット(口コミサイト)	11.6	46.4	33.0	8.9	0.0
c. Twitter	20.5	46.4	26.8	4.5	1.8
d. 書籍	8.0	25.0	50.0	16.1	0.9
e. OB・OG 訪問	10.7	17.0	31.3	41.1	0.0
f. キャリア支援課	12.5	18.8	45.5	23.2	0.0

（2）以下のメディアで得られる情報量はどのくらいですか。（それぞれ1つに）

n=112

	少ない	やや少ない	やや多い	多い	無回答
a. インターネット(リクナビなど)	7.1	12.5	46.4	33.9	0.0
b. インターネット(口コミサイト)	8.1	41.4	33.3	16.2	0.9
c. Twitter	27.7	48.2	19.6	2.7	1.8
d. 書籍	10.7	26.8	49.1	12.5	0.9
e. OB・OG 訪問	14.3	17.9	38.4	29.5	0.0
f. キャリア支援課	9.8	27.7	34.8	27.7	0.0

（3）以下のメディアの手軽さを教えてください。（それぞれ1つに）

n=112

	手軽でない	やや手軽でない	やや手軽	手軽	無回答
a. インターネット(リクナビなど)	1.8	5.4	21.4	71.4	0.0
b. インターネット(口コミサイト)	3.6	6.3	30.4	58.9	0.9
c. Twitter	8.0	11.6	27.7	50.9	1.8
d. 書籍	12.5	49.1	30.4	7.1	0.9
e. OB・OG 訪問	53.6	37.5	8.0	0.9	0.0
f. キャリア支援課	17.9	42.0	32.1	8.0	0.0



(4) 以下のメディアで得た情報の役立ち具合を教えてください。(それぞれ1つに) n=112

	役立たない	あまり役立たない	やや役立つ	役立つ	無回答
a. インターネット(リクナビなど)	5.4	11.6	34.8	48.2	0.0
b. インターネット(口コミサイト)	3.6	35.7	48.2	11.6	0.9
c. Twitter	22.3	42.0	31.3	2.7	1.8
d. 書籍	8.0	26.8	47.3	17.0	0.9
e. OB・OG 訪問	8.0	17.9	37.5	36.6	0.0
f. キャリア支援課	10.7	21.4	44.6	23.2	0.0

(5) 以下のメディアで得た情報の鮮度を教えてください。(それぞれ1つに) n=112

	新鮮でない	あまり新鮮でない	やや新鮮	新鮮	無回答
a. インターネット(リクナビなど)	0.9	16.1	43.8	39.3	0.0
b. インターネット(口コミサイト)	4.5	22.3	48.2	25.0	0.0
c. Twitter	8.9	22.3	32.1	34.8	1.8
d. 書籍	17.0	42.0	34.8	4.5	1.8
e. OB・OG 訪問	8.0	2.5	36.6	34.8	0.0
f. キャリア支援課	11.6	23.2	44.6	20.5	0.0

問23 あなたはインターンシップに参加しましたか(1つに) n=112

1. 参加した	19.6	2. 参加していない	79.5
無回答	0.9		

問24 現在までの企業のエントリー数を教えてください。(1つに) n=112

1. 0社	17.0	2. 1~10社	29.5	3. 10~15社	12.5
4. 15~20社	8.0	5. 21~25社	8.0	6. 26~30社	7.1
7. 35~40社	4.5	8. それ以上	12.5	無回答	0.9

問25 現時点での内定具合を教えてください。(1つに) n=112

1. 0社	81.3	2. 1社	12.5
3. 2社	4.5	4. 3社以上	1.8

F1 あなたの性別を教えてください(1つに) n=112

1. 男	51.8	2. 女	48.2
------	------	------	------

F2 あなたはアルバイトをしていますか(1つに) n=112

1. している	79.5	2. していない	20.5
---------	------	----------	------

F3 あなたは一人暮らしですか、実家暮らしですか(1つに) n=112

1. 一人暮らし	63.4	2. 実家暮らし	36.6
----------	------	----------	------

F4 あなたの学年を教えてください(1つに) n=112

1. 1年生	0.0	2. 2年生	0.0
3. 3年生	55.4	4. 4年生	44.6

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。