

インターネット・ワークスタイル白書

ソフトバンク・ヒューマンキャピタル ワークスタイル研究所

ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社が運営する総合転職ポータルサイト「イーキャリア」及び、インターネットに強い転職情報サイト『イーキャリアプラス』は、これまでにインターネット関連業界をはじめとする各業界のビジネスパーソンや、採用担当者などを対象にアンケート調査を実施してまいりました。この度、これまでの調査結果から見えるインターネット関連業界の業界動向やビジネスパーソンのワークスタイル、転職・採用の最新事情などを「インターネット・ワークスタイル白書」としてまとめ、発行させて頂きました。

総括

インターネット関連業界に焦点をあてた様々な調査から、数ある業界の中で最も新しい業界と言われるインターネット関連業界の様々な特色が浮かび上がってきました。

短いスパンで生まれて移り変わるインターネット上での様々な流行に対しては、新しいものをポジティブに受け止めつつ、鋭い視点でよい部分と悪い部分を見極めて、必要なものを取り込んでいくインターネット関連業界の姿勢があらわれています。また、インターネット関連業界・非インターネット関連業界のビジネスパーソンを対象とした比較調査からは、独立心やキャリアアップ志向が高いといったインターネット関連業界の特有のビジネスパーソン像が浮かび上がってきました。

ワークスタイルにおいては、非インターネット関連企業と比較すると、インターネット関連業界では世間からの評価をやりがいを感じているなど、日々新しいサービスを生み出している業界ならではの働き方が現われたと共に、昇格が早く、よりキャリアアップが実現可能な業界であることも分かりました。また、インターネットに関する新しいサービスや習慣については、柔軟な姿勢をみせ、インターネットを活用した能率的なワークスタイルを実現しているようです。

売り手市場化が進行している採用市場では、優秀な人材を確保するため企業の採用コストが増加傾向にあります。同時に、求める人物像とのミスマッチに悩む採用担当の姿も浮き彫りになりました。一方で、注目が高まっている第二新卒においては、キャリアアップ志向と起業意識の高さが明らかになりました。

また、08年度入社予定者が、働くことに対する意欲や仕事に向けた準備の面で、採用担当者の期待を上回る高い意識を持っていることも分かりました。

- インターネット関連業界動向 -

インターネットに関するブームや、今後の業界動向に対するインターネット関連業界からの視点が明らかになりました。

セカンドライフやWeb診断サービスなどのインターネットに関する流行にフォーカスした調査からは、新しいものを柔軟に受け入れる姿勢と、サービスの良し悪しについての鋭い判断というインターネット関連業界独自の視点が伺えます。例えば、セカンドライフについて企業の参入に半数以上が賛成するも、その効果についてはメディア露出以外の効果が見えにくいと冷静な判断をしています。Web診断サービスについては、成功の秘訣が「使いやすさ」、「ユニークさ」であると分析されましたが、「使いやすさ」はセカンドライフの今後の課題とも考えられています。また、インターネットの普及に伴い近年注目を集めるネット上でのクチコミに関しては、大多数の方が関心を持っており、消費行動における情報源として定着しているようです。

「今年の漢字」が「偽」となった2007年ですが、当社で行なった2008年の予測、「業界を表す四字熟語」では、非インターネット関連業界が「暗中模索」であったのに対して、インターネット関連業界は「千変万化」となりました。ハイスピードな技術革新が進み、日々多種多様な新しいサービスが生まれるインターネット関連業界は変化に富んだ年になると予想されています。また、近年注目が高まるモバイル業界は、今後成長する業界として大きな関心が集まっており、モバイルのインターネット性能向上とともに重要性が増しているコンテンツプロバイダーが、特に伸びると予測されているようです。さらに、新しいインターネットの活用方法として、政治・選挙へのインターネット利用に対する期待が高まっていることも分かりました。インターネットの普及や技術の進歩と併にインターネットが他業界へ与える影響も今後ますます顕著になっていくものと考えられます。

- インターネット関連業界のビジネスパーソンのワークスタイル -

インターネット関連業界、非インターネット関連業界それぞれのビジネスパーソンを比較調査からは、インターネット関連業界の特色あるワークスタイルが明らかになりました。総じてインターネット関連業界のビジネスパーソンはキャリアアップ志向が強く、仕事面でもインターネットを上手く活用する方が多い傾向があります。

インターネット関連業界のビジネスパーソンの約8割が経験ありと回答していることと、中堅社員に対する調査で明らかになったインターネット関連業界の昇格の早さを合わせて考えると、インターネット関連業界にはキャリアアップを目指した転職による人材の流動性があり、切磋琢磨しながらスキルアップしている業界の全体像が見えてきます。また、社内ではなく社外や世間の評価から仕事の充実感を感じている方が非インターネット関連業界と比較して多い傾向があります。

さらに、インターネット関連業界のビジネスパーソンはブログ運営に積極的であったり、メールを利用した年賀状に関して肯定的であったりと、インターネットに関する新しいサービスや習慣について柔軟な姿勢をみせ、インターネットを活用した情報収集や作業の効率化によって能率的なワークスタイルを実現しているようです。

- 転職・採用事情 -

採用担当者や、転職経験者、第二新卒、新社会人（2007年入社）、08年度入社予定者を対象とした調査からは最新の転職・採用事情が明らかになりました。

採用担当者のうち、人員が不足していると感じている方は7割以上、中途採用を積極的に行いたいと考えている方も約7割となっており、また、企業の採用コストも過去1年と比較して増加傾向にあるなど、現在採用市場は激化しています。

そのような中で、注目が高まっている第二新卒を対象とした調査では、キャリアアップができる会社があれば転職すべきだと回答した方が7割を超え、新社会人（2007年入社）に対する調査では約5人に1人が既に転職活動を始めていると回答するなど、転職の早期化が顕著になっています。また、08年度の入社予定者については、採用担当者の期待以上に仕事に対する意欲が高く、仕事に向けた準備に積極的な人物像が明らかになりました。今後若手の人材に対する注目は益々高まりそうです。

実際の転職経験者に転職理由を尋ねたところ、1位は「よりやりがいのある仕事に就きたい」となり、仕事の充実感を求めて転職される方が多いことが読み取れます。なお、転職の際には「ボーナス後転職」を望む方が9割に近いことも分かりました。

INDEX

■ インターネット関連業界動向

- セカンドライフに関する意識調査 - P.5
- Web診断サイトに関する「サービス成功のポイント」調査 - P.11
- 「ネットクチコミ」に関する意識調査 - P.16
- インターネットと政治に関する意識調査 - P.21
- 「今後のモバイル業界」に関する調査 - P.26
- 「2008年予測」に関する調査 - P.32

■ インターネット関連業界のビジネスパーソンのワークスタイル

- 「インターネット企業で働く品格」調査 - P.37
- 「中堅社員」の仕事に対する意識調査 - P.42
- 「影響力」に関する調査 - P.46
- 「企業間での年賀状」に関する意識調査 - P.51

■ 転職・採用事情

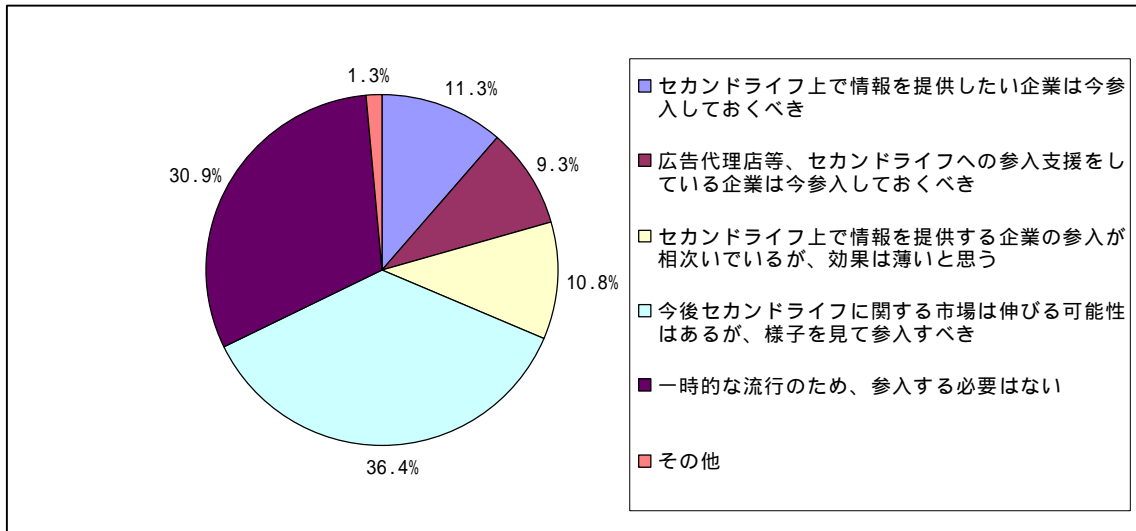
- 採用担当者の意識調査 - P.56
- 採用担当者への採用活動の実態調査 - P.60
- 中途転職市場の動向調査 - P.64
- 「ボーナス後転職」に関する調査 - P.68
- 「第二新卒」の仕事に対する意識調査 - P.74
- 新社会人（2007年4月入社）の転職事情調査 - P.78
- 2008年度入社予定者と採用担当者の意識比較調査 - P.83

～インターネット関連業界で働く人に聞いた、セカンドライフに関する意識調査～

セカンドライフブームに業界関係者は賛否両論

セカンドライフへ企業は参入すべき 過半数の 57.1%
一方で、
メディアに取上げられる以外の効果・参入後のマーケティング
効果が見えない 過半数の 60.8%

セカンドライフへの企業の参入については、過半数の 57.1%は何らかの形で「参入すべき」と答えています。31.0%が「一時的な流行のため、参入する必要はない」と答える結果となっております。その他の回答では、セカンドライフの参入による効果はメディア露出以外には見えないという意見も過半数の 60.8%となっており、昨今メディアで多く取上げられているセカンドライフについてインターネット関連業界では、賛否両論の評価に分かれていることが分かりました。



本調査では、セカンドライフに親和性の高いインターネット関連業界で働く人に対してセカンドライフに関する意識を伺ったところ、79.0%が「使ったことがない」と回答し、流行しているセカンドライフも実際の使っている人はインターネット関連業界においてもまだ少数派であることがわかりました。

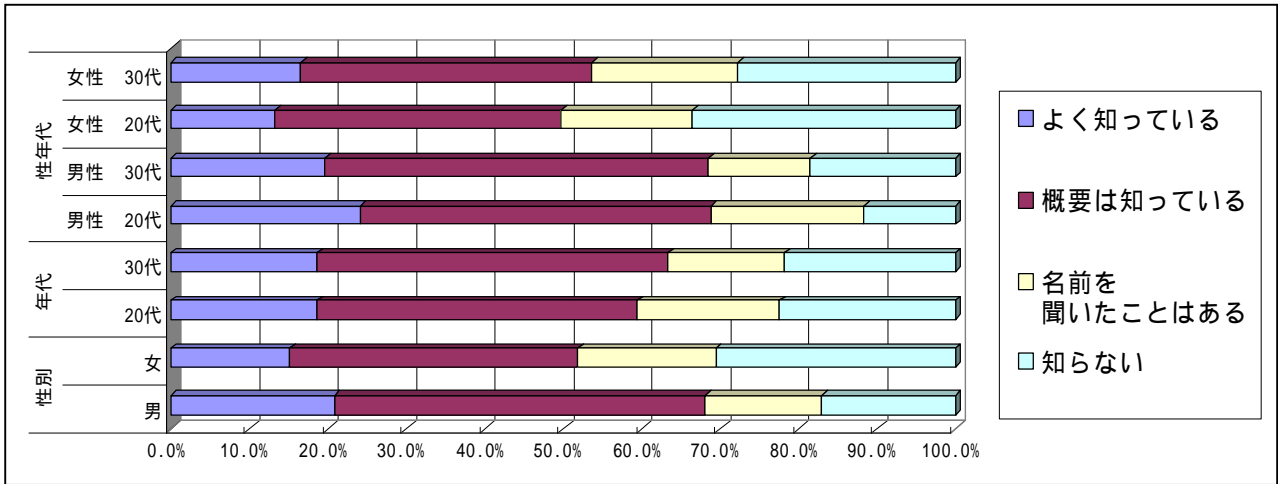
また、セカンドライフの課題に関しては「データが重くハイスペックなパソコンが必要になる」ことや、「国によって適応される法律が違う」ことなどを使い勝手について指摘する人が多いという結果になりました。

「セカンドライフに関する意識調査」 調査概要

調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2007年9月21日(金)～24日(月)
対象地域	: 全国
対象者	: 20代～30代 男女400名(男性: 200名、女性200名)
回答者属性	: インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

Q1. あなたは、セカンドライフを知っていますか。(n: 400、単位: %)

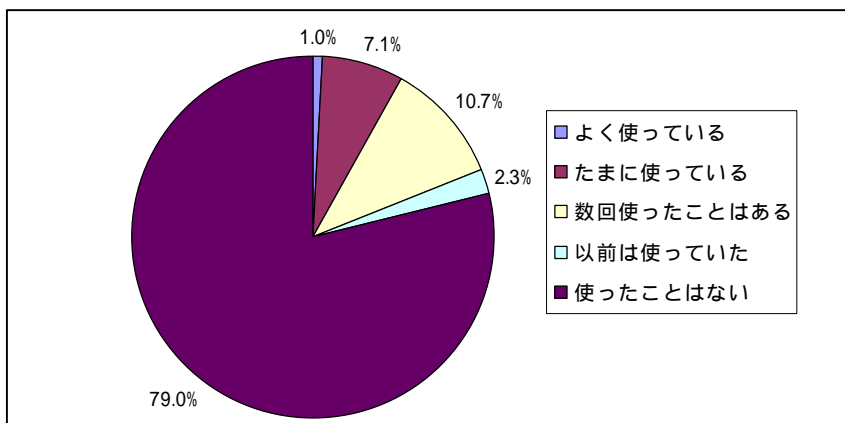


		よく知っている	概要は知っている	名前を聞いたことはある	知らない
全体		23.3%	54.0%	20.0%	28.0%
性別	男	24.6%	55.9%	17.6%	20.0%
	女	20.8%	50.7%	24.3%	42.0%
年代	20代	23.4%	51.1%	22.7%	28.0%
	30代	23.2%	55.6%	18.5%	27.0%
性年代	男性 20代	26.9%	50.0%	21.8%	13.0%
	男性 30代	23.6%	58.4%	15.7%	22.0%
	女性 20代	19.0%	52.4%	23.8%	48.0%
	女性 30代	22.2%	49.4%	24.7%	37.0%

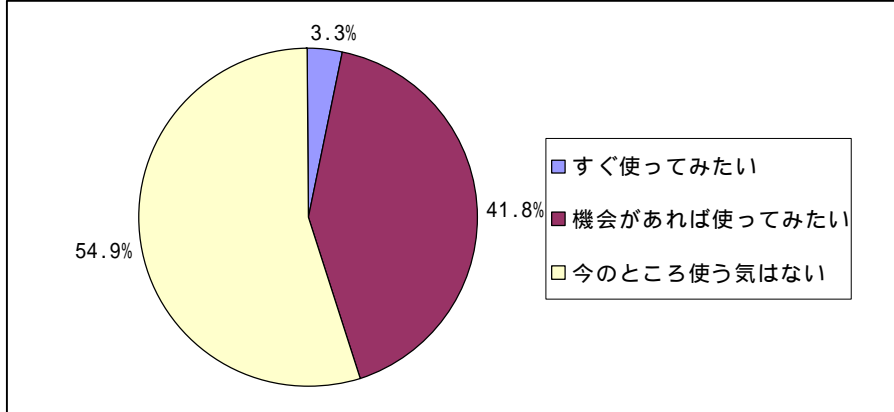
Q2. Q1で「よく知っている」「概要は知っている」とお答えの方にお伺いします

セカンドライフを使ったことがありますか。または、現在使っていますか？

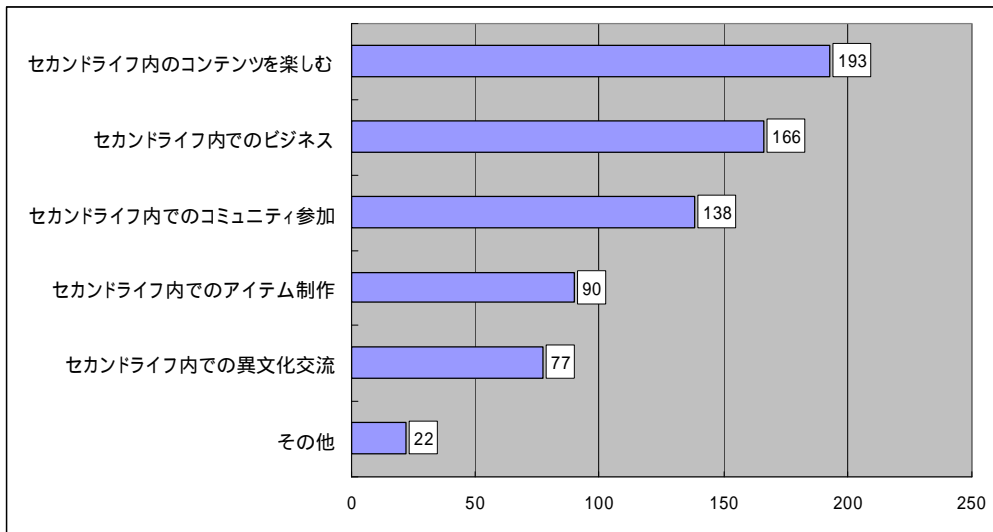
(n: 309、単位: %)



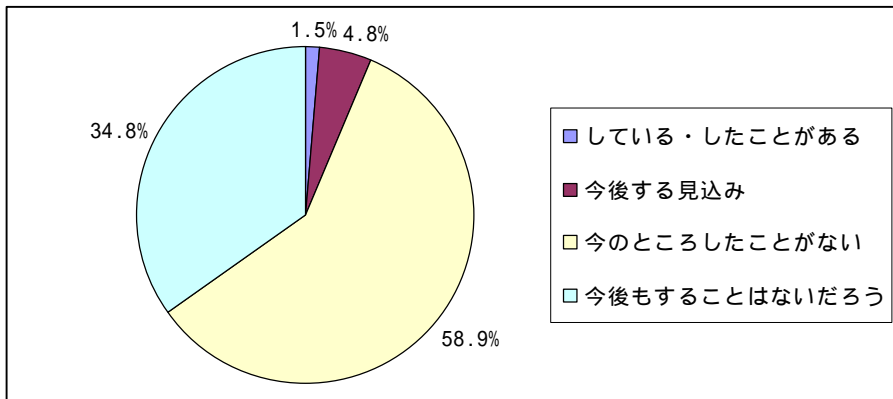
Q3. Q1で「名前を聞いたことはある」「知らない」とお答えの方にお伺いします
 あなたは、セカンドライフを使ってみたいですか？（n：91、単位：％）



Q4. ユーザーとしてセカンドライフ内でやってみたいことは何ですか。
 （n：400、複数回答可、単位：回答数）

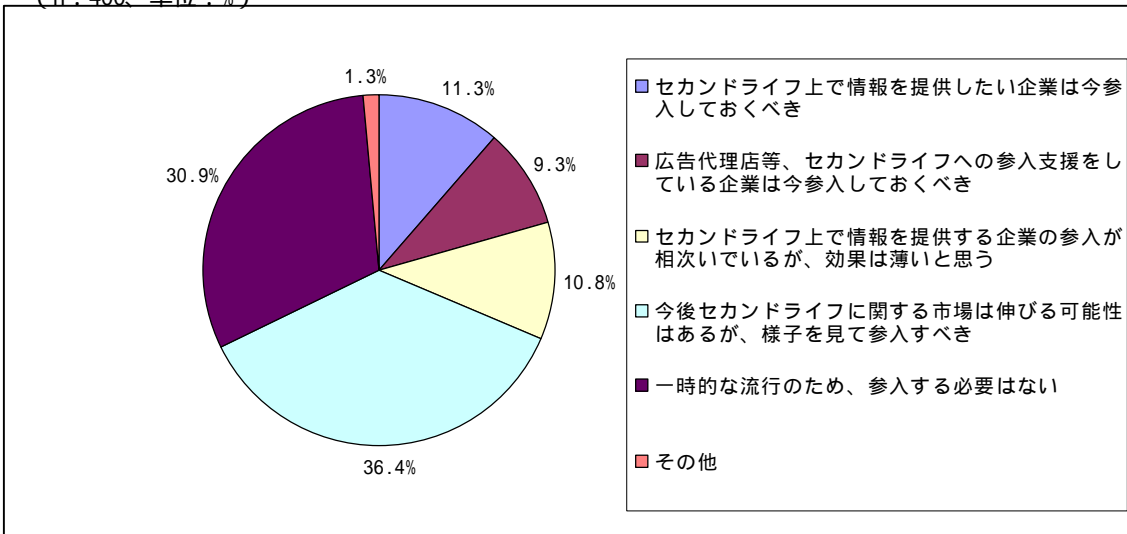


Q5. あなたはセカンドライフに関わる仕事をしていますか。または、したことがありますか。
 （n：400、単位：％）

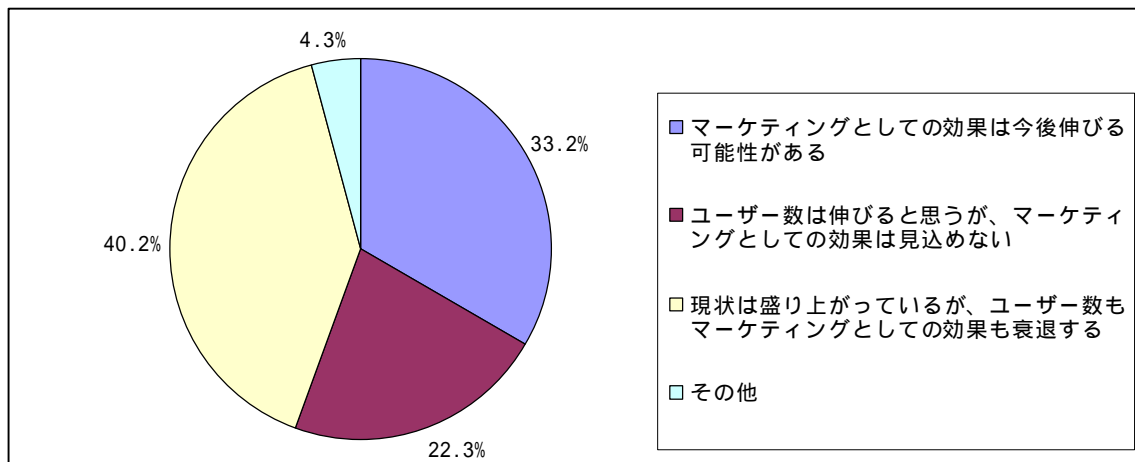


Q6. あなたは企業のセカンドライフへの参入についてどのように考えていますか。

(n: 400、単位: %)

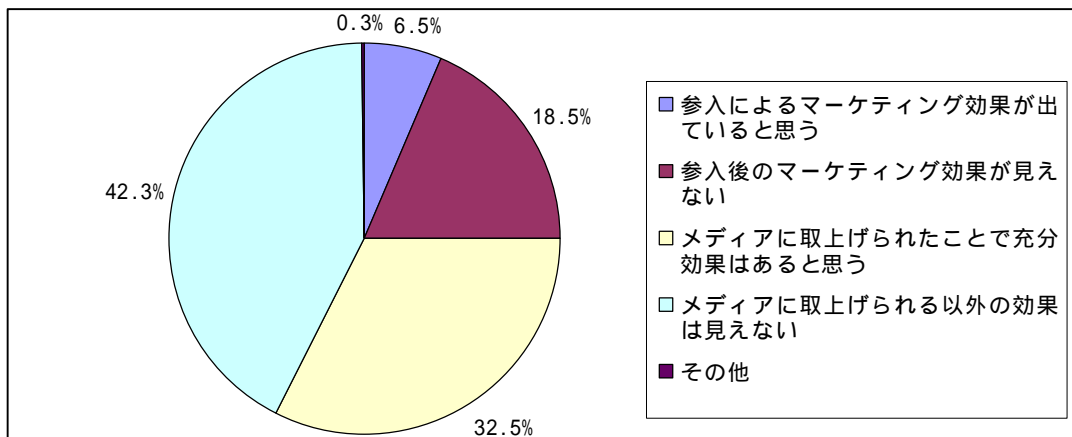


Q7. あなたは、セカンドライフの可能性についてどのように考えていますか。(n: 400、単位: %)

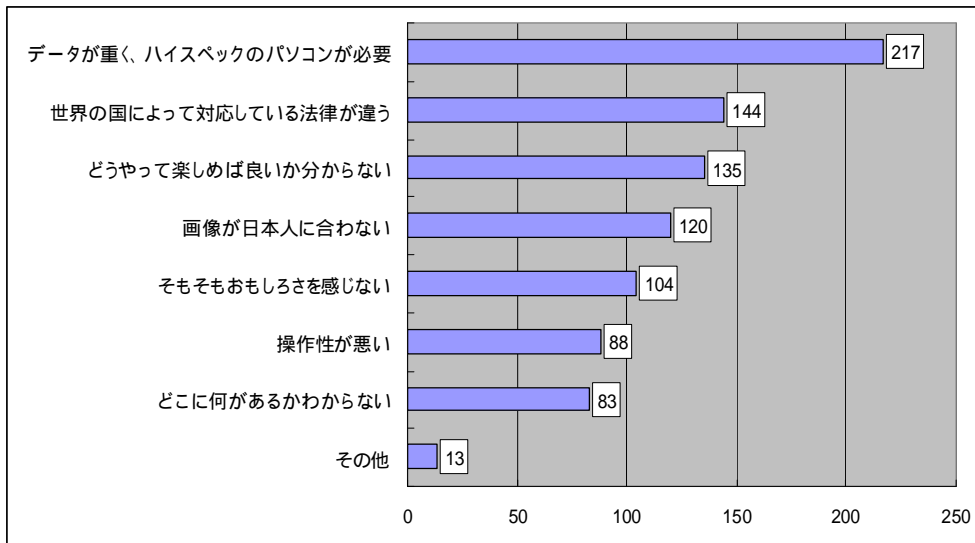


Q8. あなたは、現在のセカンドライフに参入している企業の活動についてどのように考えていますか。

(n: 400、単位: %)

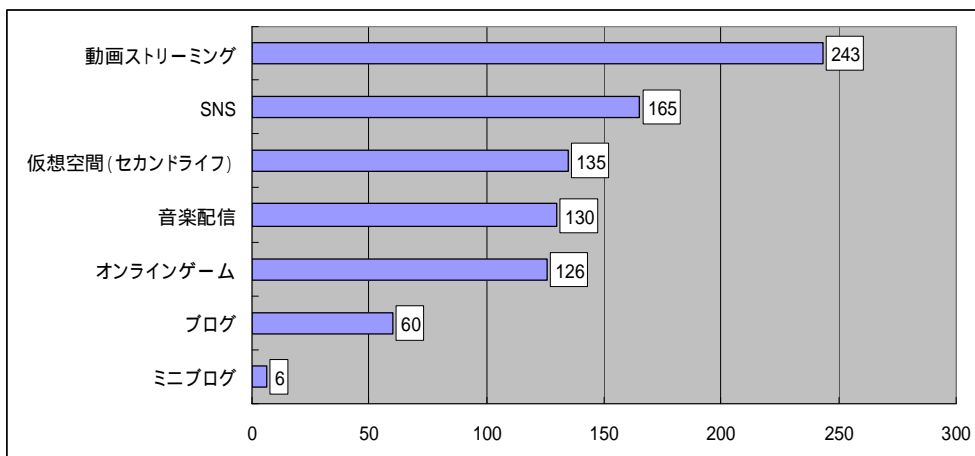


Q9. あなたは、セカンドライフの課題は何だと思いますか。(複数回答可、単位：回答数)



Q10. 次の中で、今後利用ユーザー・人気が伸びると思うのはどれですか。

(複数回答可、単位：回答数)



定量的なデータ以外に、以下のような自由回答欄へのコメントもありました。

【セカンドライフに対してポジティブな意見】

- ・まだ日本ではSLがはやる土台が出来てはいないが、今後はやる可能性があるため、企業はそれをふまえておくべきだと考えている。
- ・近々での可能性はないが、中長期的には様々な可能性があると思う。
- ・一部で盛り上がりを見せ、その中でのマーケ・商品販売は続いていくのではないだろうか。
- ・認知度が上がれば今後伸びる可能性がある。

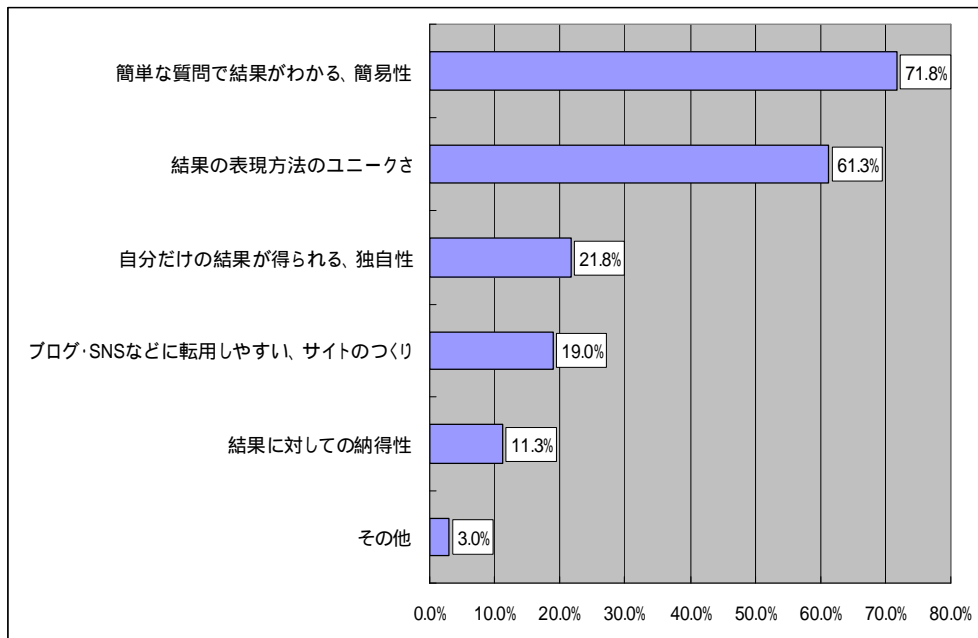
【セカンドライフに対してポジティブではない意見】

- ・他にも関係するが、現在の日本人向け内容ではない。
- ・楽しいことをするのに金がかかりすぎる。
- ・企業先行で広告ばかりのため一般ユーザーの熱は冷めている印象。一般ユーザーが楽しめる場が作成されていないと厳しい。
- ・日本で一般に普及しているPCではグラフィック機能の性能が低いので、まともに遊べない為日本では流行らない。
- ・コンシューマー向けのゲームに馴れている人にはストーリー性などが無いので戸惑うと思う。

～インターネット関連業界で働く人に聞く、今流行の
Web 診断サイトに関する「サービス成功のポイント」調査～

Web 診断サイトサービス成功の秘訣は、 「使い易さ」と「ユニークさ」

Web 診断サイトが流行した理由についての質問では、1位「簡単な質問で結果がわかる、簡易性」(71.8%)、2位「結果の表現方法のユニークさ」(61.3%)が3位以下を大きく引き離す結果となり、「使いやすさ」や「ユニークさ」がWEB診断サイトの大きな成功の鍵となっていることが分かりました。



流行のWeb 診断サイトの中から人気NO.1に選ばれたのは「脳内メーカー」でした。また、ネットサービスを知る情報源についての質問では「クチコミ」が1位となり、面白いネットサービスを発見すると多くの方がクチコミで周りの人に対して情報を広めていることが読み取れます。

さらにWeb診断サイトが今後も増えるだろうと予測した方は82.5%となりました。

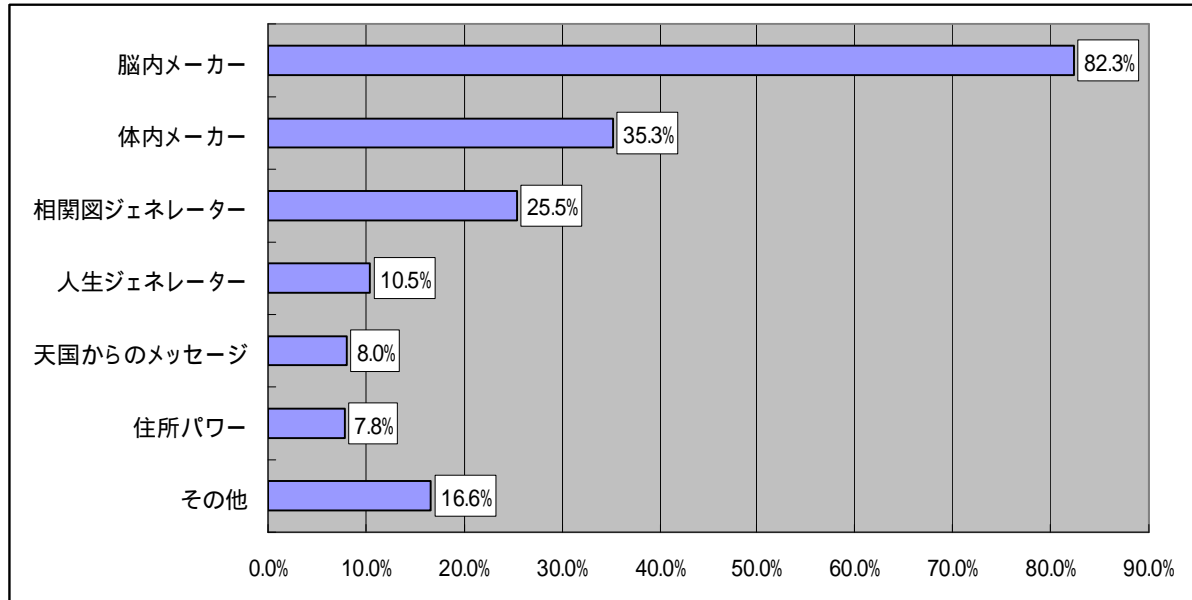
「サービス成功のポイント」調査

調査概要

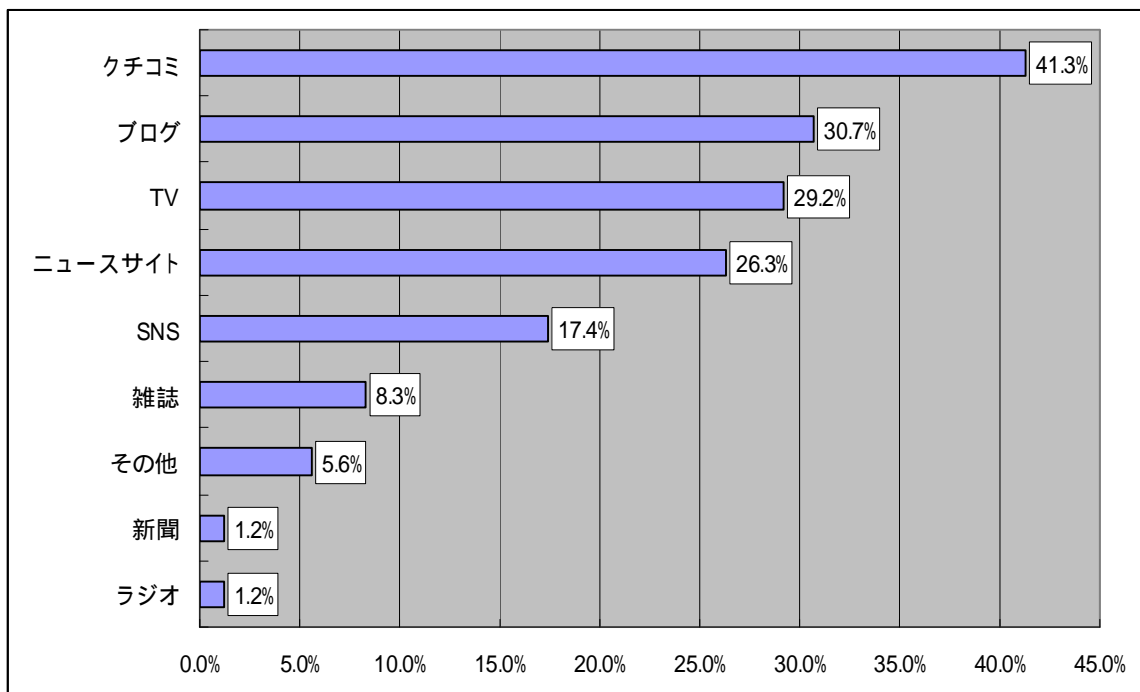
調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2007年10月25日(木)～26日(金)
対象地域	: 全国
対象者	: 20代～30代男女400名(男性:200名、女性200名)
回答者属性	: インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

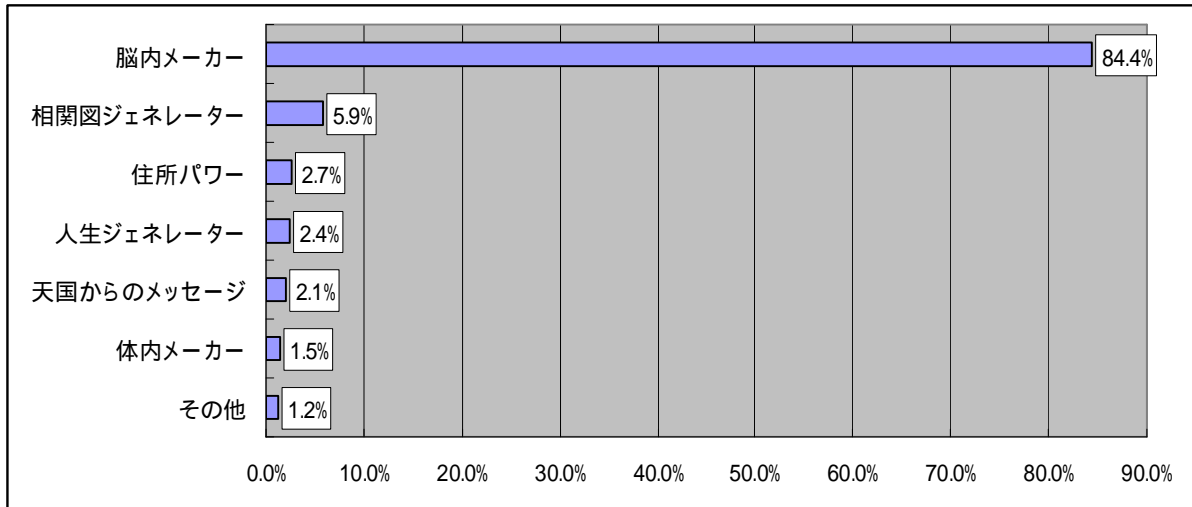
Q1. あなたは、Web 診断サイトでどれを知っていますか。 (n: 400/複数回答、単位: %)



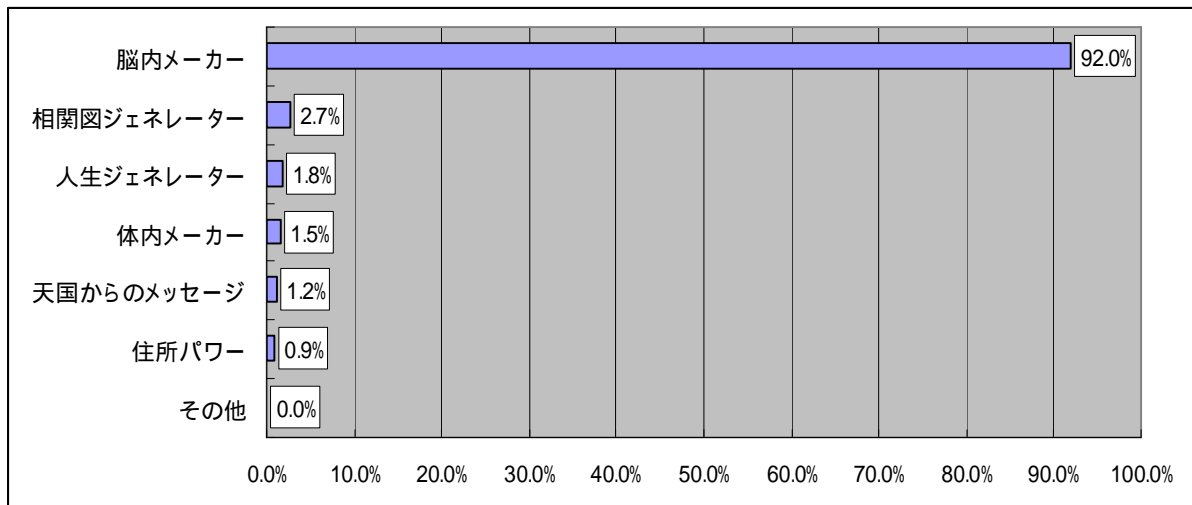
Q2. あなたはQ2でお選びいただいたWeb 診断サイトをどこで知りましたか。 (n: 400/複数回答、単位: %)



Q3. 1番面白いのはどれでしたか。(n: 339、単位: %)

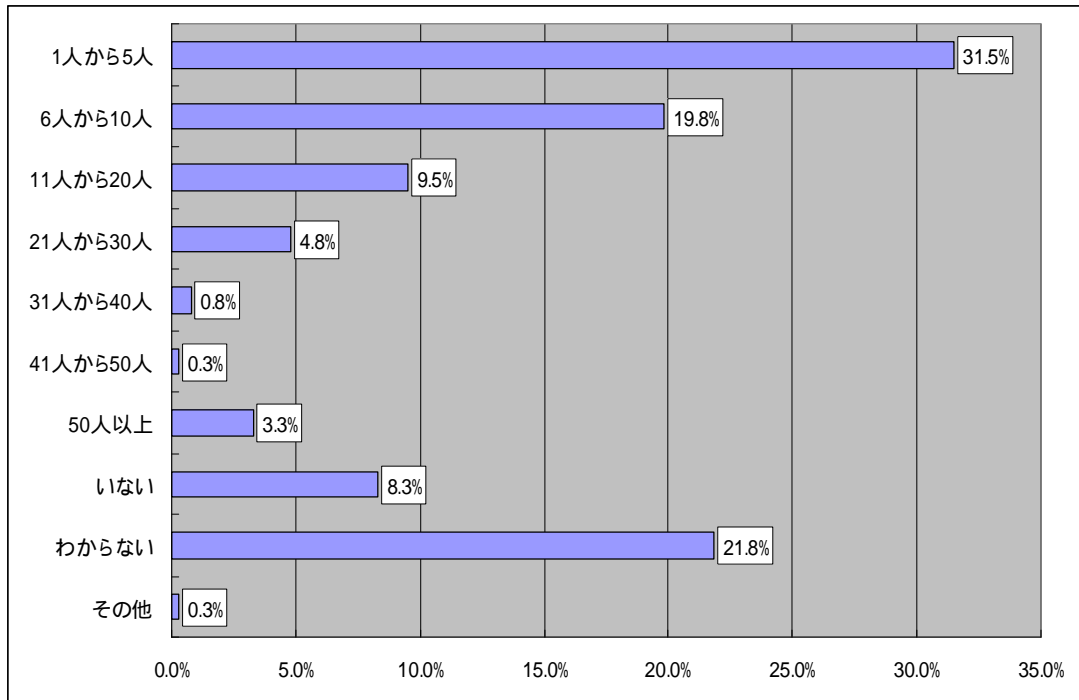


Q4. あなたの周りで1番流行しているのはどれですか。(n: 339、単位: %)

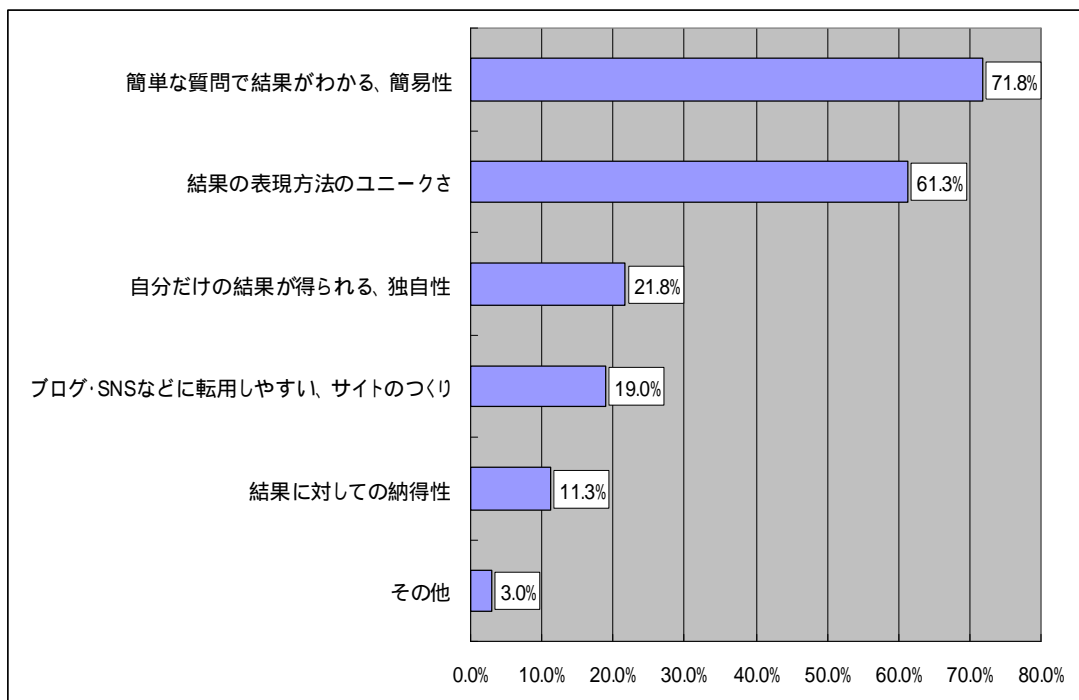


Q5. あなたの周りでWeb 診断サイトをやったことのある人はどの位いますか。

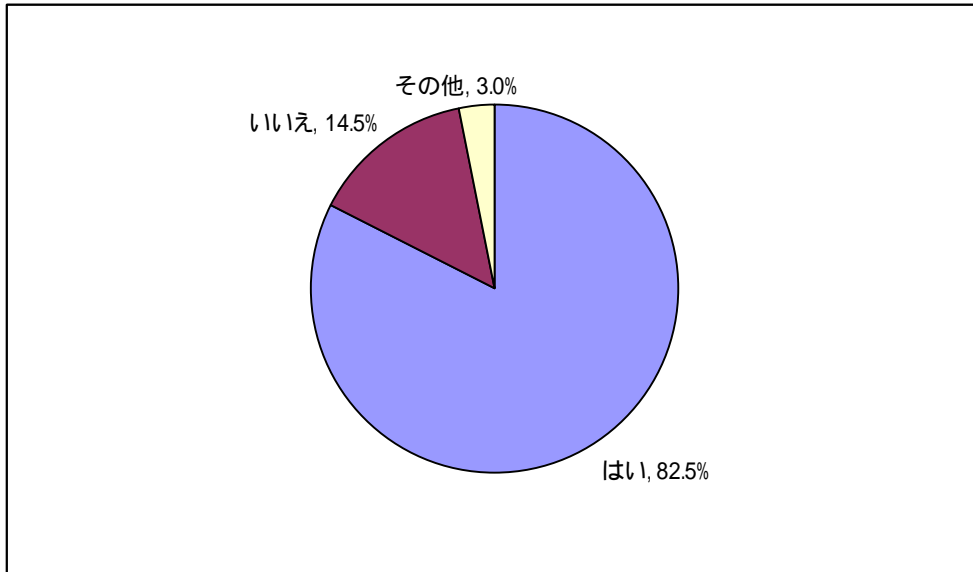
(n : 400/複数回答可、単位 : %)



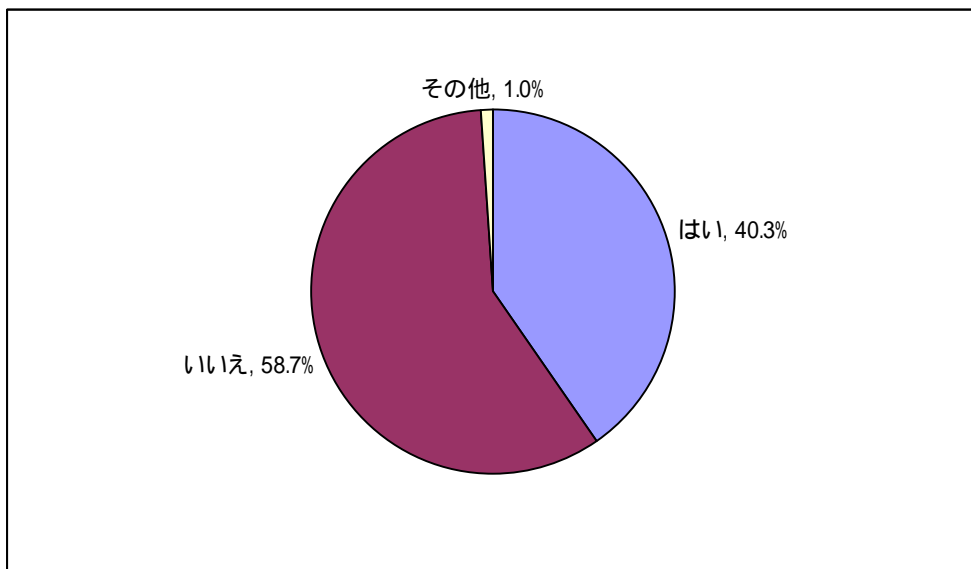
Q6. 流行した理由として当てはまるものをお選びください。(n : 400/複数回答可、単位 : %)



Q7. 今後もこのようなWeb 診断サイトは増えると思いますか。(n: 400、単位: %)



Q8. クチコミが生まれるようなWeb 診断サイトを作りたいと思いますか。(n: 400、単位: %)



～「ネットクチコミ」に関する意識調査～

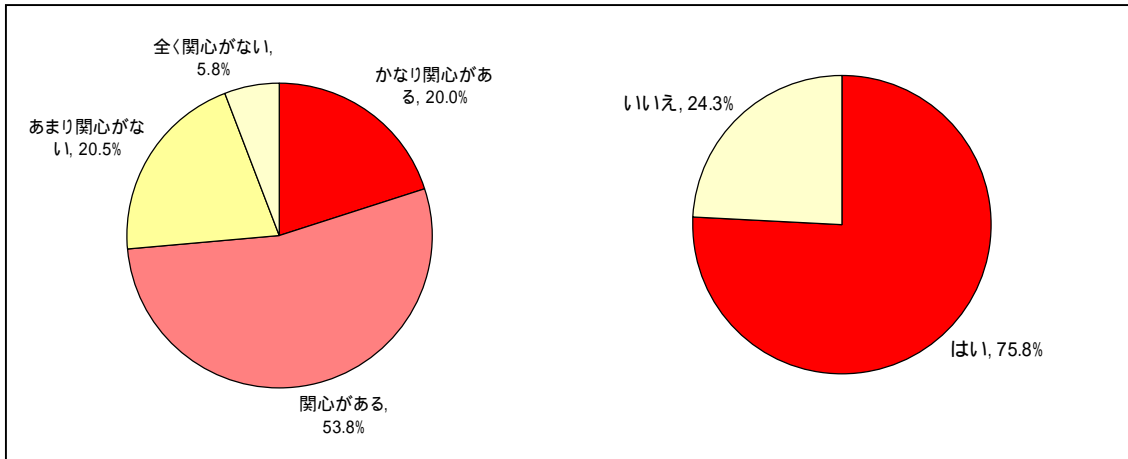
仕事外でのインターネット接触頻度が週に1回以上の方にアンケートを実施

～ネットクチコミへ高い関心、情報源として浸透～

ネットクチコミに関心がある 73.3%

ネットクチコミを参考にして商品やサービスを購入した事がある 75.8%

「ネットクチコミに関心がありますか？」との質問に対して「かなり関心がある」、「関心がある」と回答した方が73.3%にのぼり、また、「今までにネットクチコミを参考にして商品やサービスを購入したことはありますか？」と質問に対しては75.8%の方が「はい」と回答しており、ネットクチコミが商品やサービスを購入する際の情報源として広く浸透しているということが分かりました。



以前と比較してネットクチコミを参考にする事が多くなっていると回答した人は80%以上にのぼり、ネットクチコミへの興味関心や信頼が年々高まっていることが読み取れます。

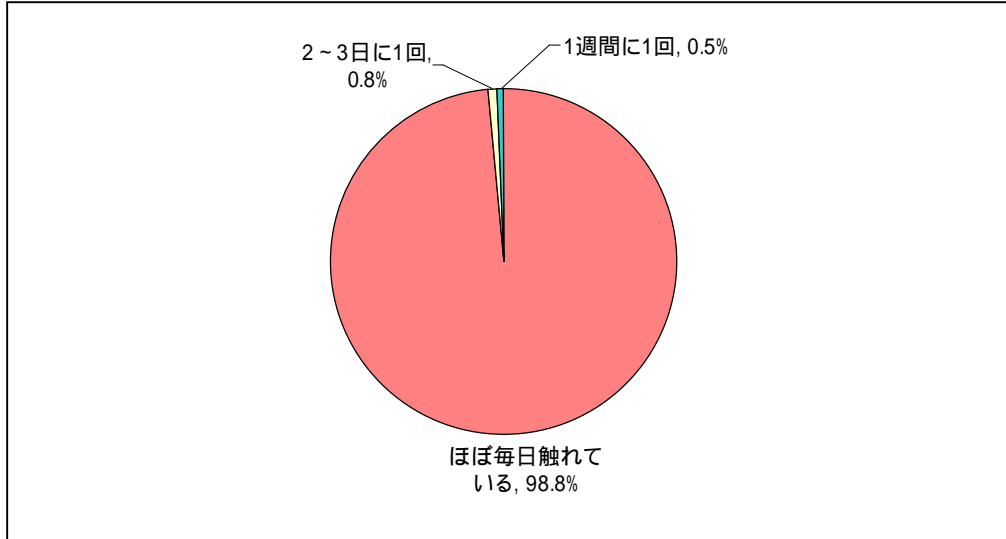
また、クチコミをしたいと思った際の方法については、回答者全体の結果は「直接会って口頭で」が1位でしたが、ブログ運営者の回答では「ブログで」が1位となり、ブログ運営者する人は情報の発信の方法として、口頭でのクチコミよりもブログを重視しているという結果になりました。

ネットクチコミに関する意識調査
調査概要

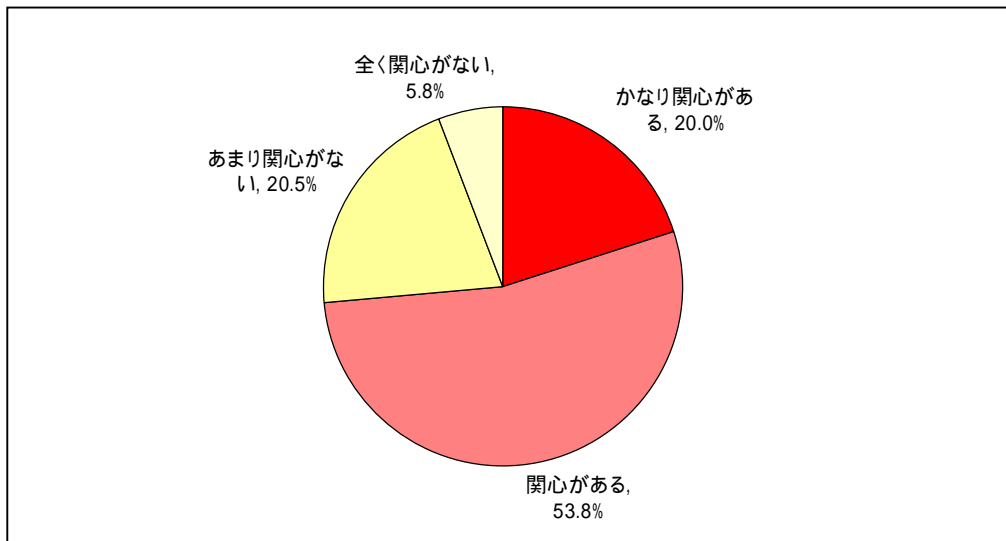
調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2008年2月7日(木)～2月8日(金)
対象地域	: 全国
対象者	: 20・30代の男女400名
回答者属性	: 仕事外でのインターネット接触頻度が週に1回以上

アンケート詳細

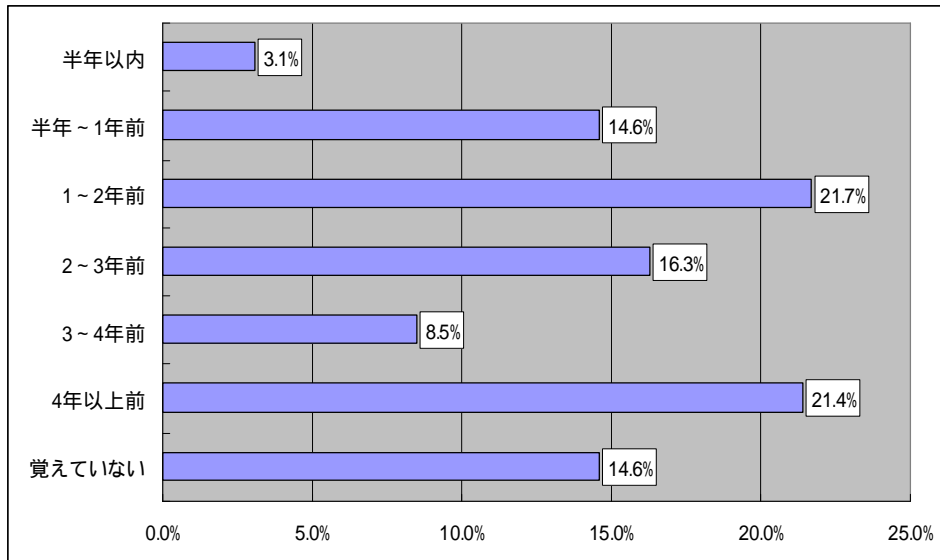
Q1. あなたは仕事外で、どの程度インターネットに触れていますか？（n:400、単位：%）



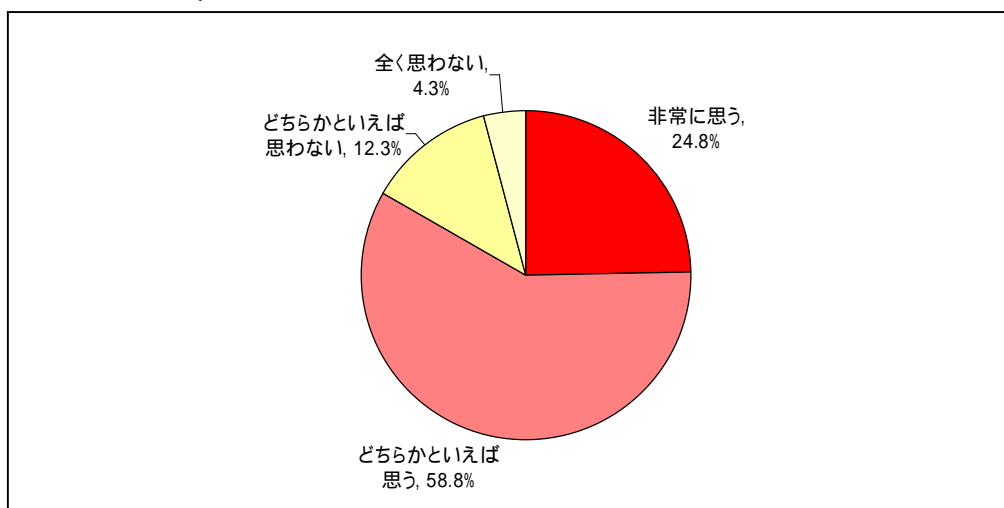
Q2. あなたはSNSやブログ、クチコミサイトなどのインターネット上でのクチコミ（以下、ネットクチコミ）に関心がありますか？（n:400、単位：%）



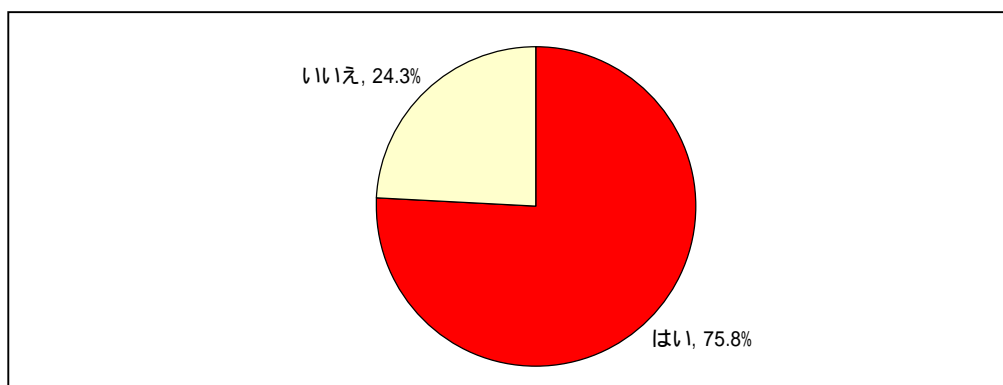
Q3. いつからネットクチコミに関心を持っていますか？（n:400、単位：%）



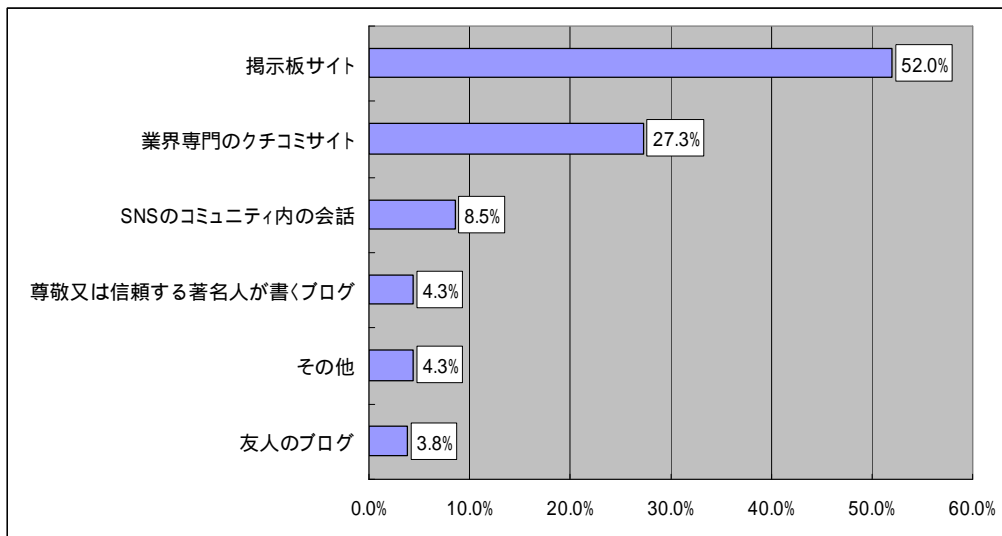
Q4. 以前と比較して、情報収集を行う際に、ネットクチコミを参考にすることが多くなってきていると思いますか？（n:400、単位：%）



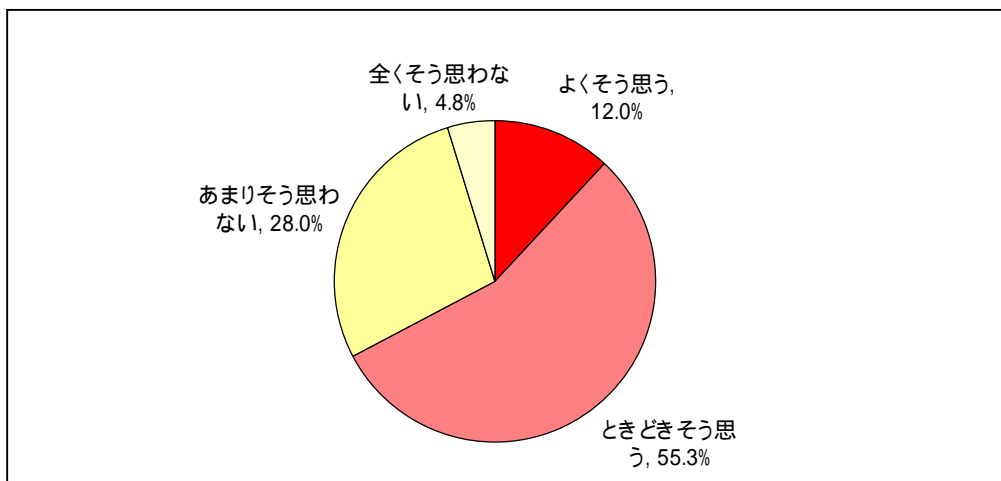
Q5. 今までにネットクチコミを参考にして商品やサービスを購入したことはありますか？（n:400、単位：%）



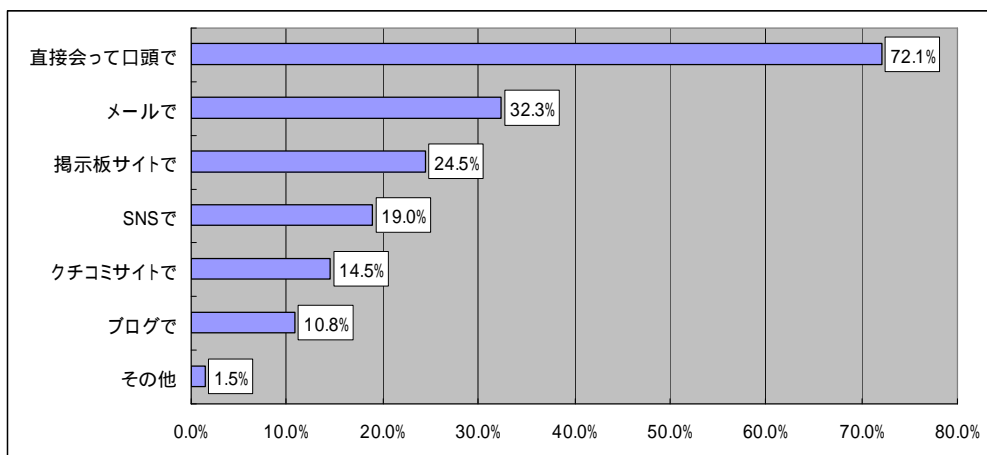
Q6. ネットクチコミの情報源として最も影響力が高いのはどれですか？（n:400、単位：％）



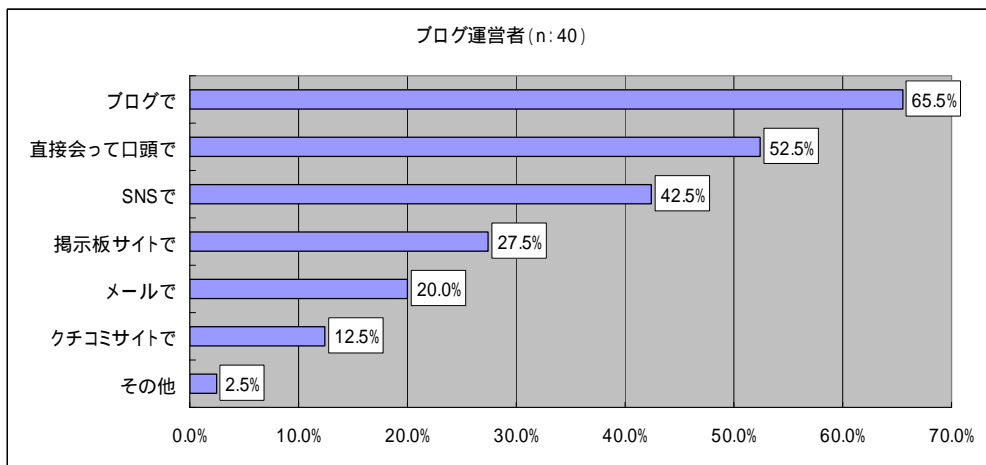
Q7. 面白いと思ったサービスや動画について、他の人に伝えたいと思いますか？（n:400、単位：％）



Q8. そのような時どのような方法でクチコミを行いますか？（Q7で「よくそう思う」「時々そう思う」と答えた方のみ回答）（複数選択可、n:269/、単位：％） 下グラフは回答者のうちブログ運営者の回答

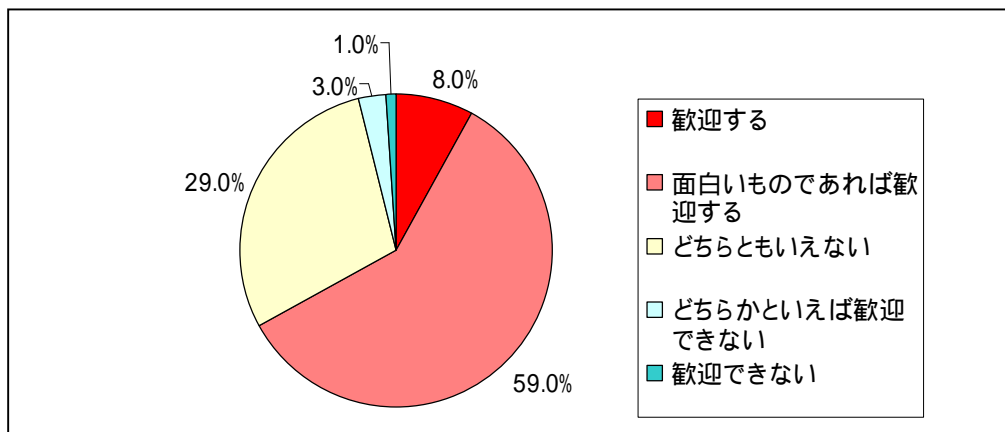


Q8 の回答者のうち、ブログ運営者の回答



Q9. ネットクチコミで面白い動画やキャンペーンを紹介されることについてどう思いますか？

(n : 400、単位 : %)



～インターネットと政治に関する意識調査～
インターネット関連業界勤務の20・30代の方400名にアンケートを実施

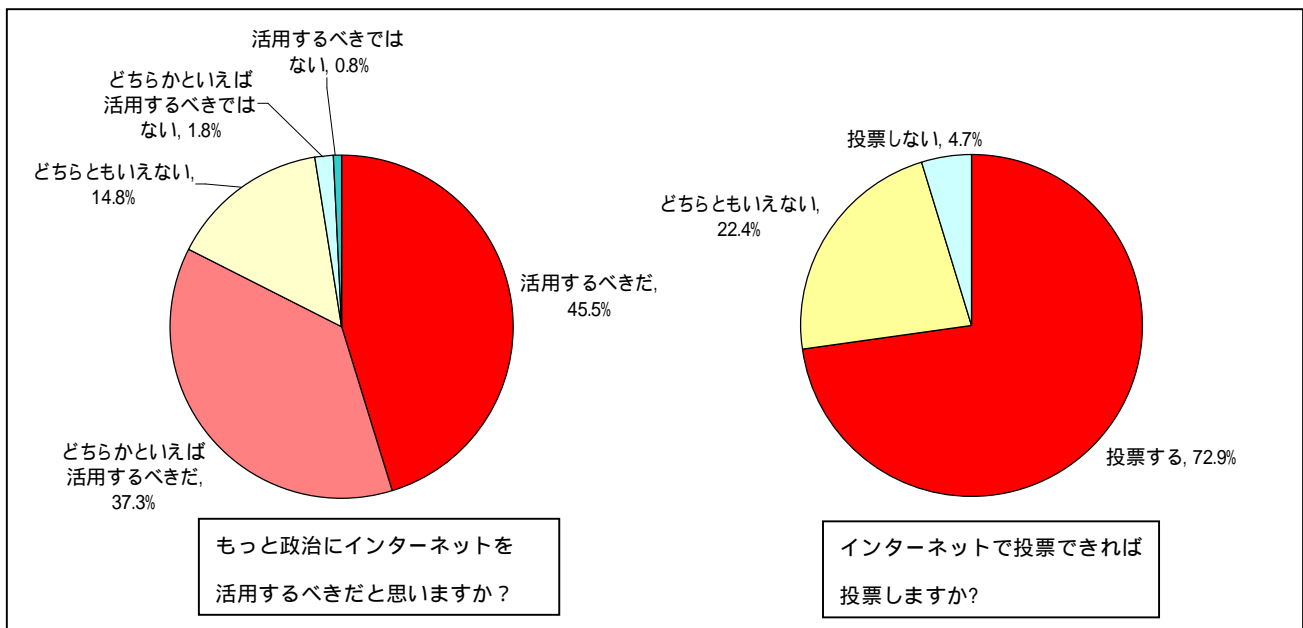
政治へのインターネット活用に8割以上が賛成

もっとインターネットを政治に活用するべきだ 83%

インターネットから投票できれば投票率アップ

インターネットで投票できれば投票する（投票に行かないと答えた方に設問） 73%

「インターネットをもっと政治に活用するべきだ」と回答した人が82.8%、また投票に「ほとんど行かない」「行ったことがない」と答えた方のうち「インターネットで投票できれば投票する」と回答した方は72.9%にのぼり、欧米で実施されているインターネットを活用した選挙活動やインターネットによる投票など、いわゆる「ネット選挙」への高い期待が明らかになりました。



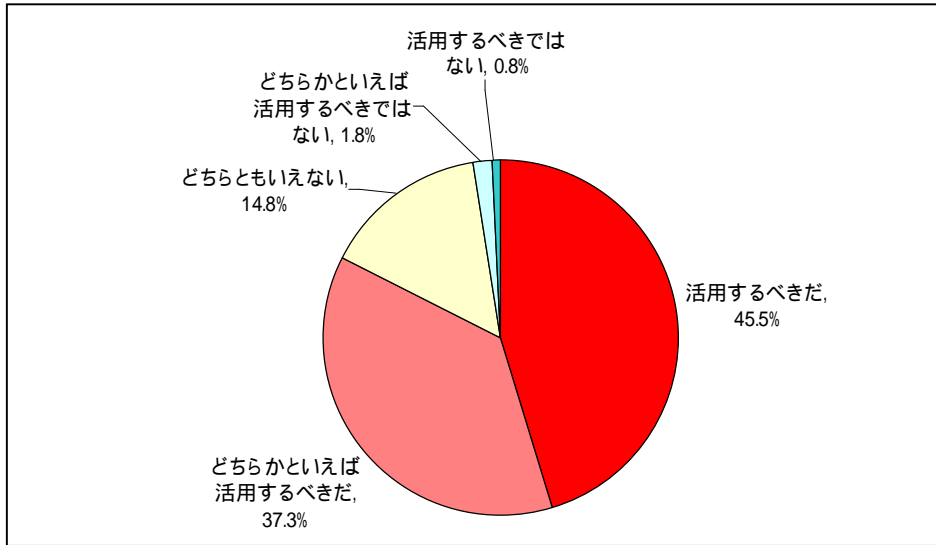
「インターネットが選挙に活用されることで選挙に対する意識が高まる」(79.0%)、「インターネットの活用が政治に影響を与えていく」(87.5%)という結果からも、インターネットの活用が政治や選挙に影響を与えるという認識が広がっていることがわかります。政治に関する情報収集については、インターネットを利用すると回答した方が78.0%となり、情報源としては、ニュースサイト、ポータルサイトに続いて一般の方が運営するブログが3位になり、より身近な目線の意見や情報を得られるメディアとしても活用されているようです。また、動画共有サイトYouTubeの政党チャンネルについては認知率24.3%で、そのうち閲覧経験がある方は33.0%という結果になりました。

インターネットと政治に関する意識調査
調査概要

調査方法：インターネットアンケート
 実施期間：2008年2月22日(金)～2月23日(土)
 対象地域：全国
 対象者：20・30代男女400名
 回答者属性：インターネット関連業界勤務

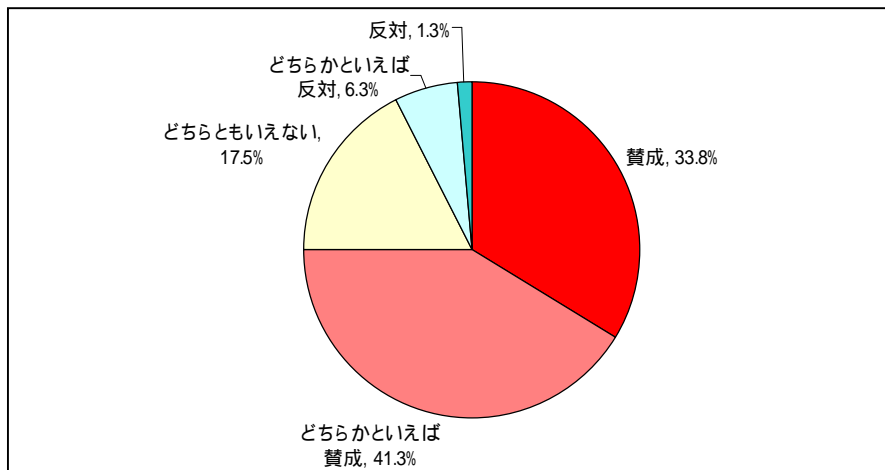
アンケート詳細

Q1. もっと政治にインターネットを活用するべきだと思いますか？（n:400、単位：%）



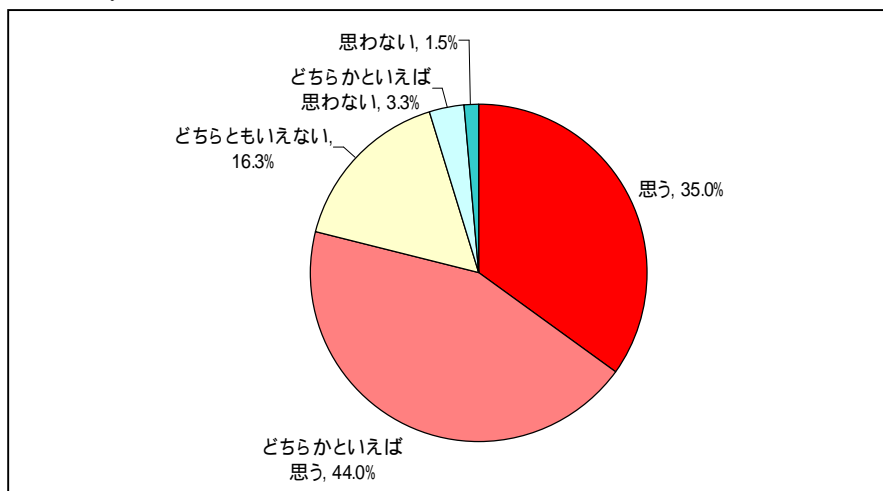
Q2. ネット選挙（インターネットを利用した選挙活動や投票制度のこと）に賛成ですか、反対ですか？

（n:400、単位：%）

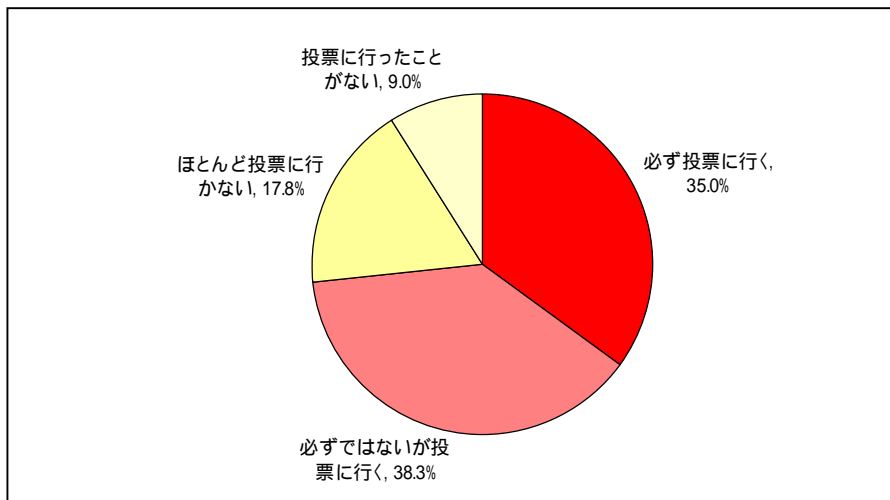


Q3. インターネットが選挙活動に活用されることで、選挙に対するあなたの意識は高まると思いますか？

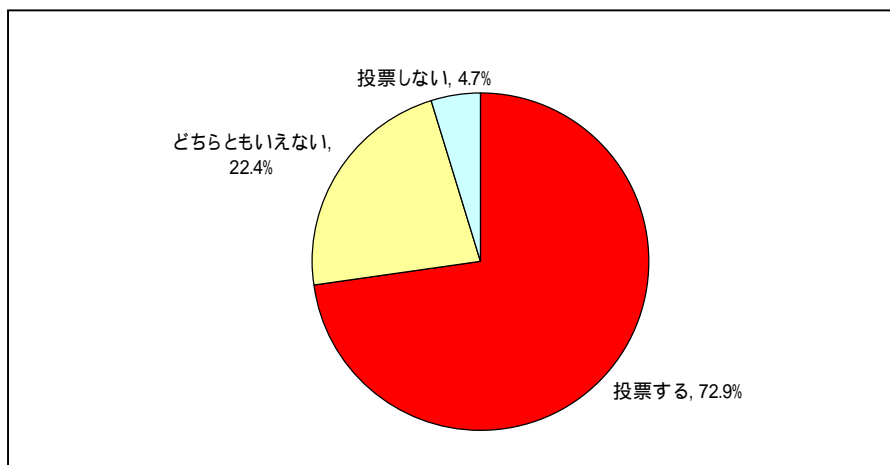
（n:400、単位：%）



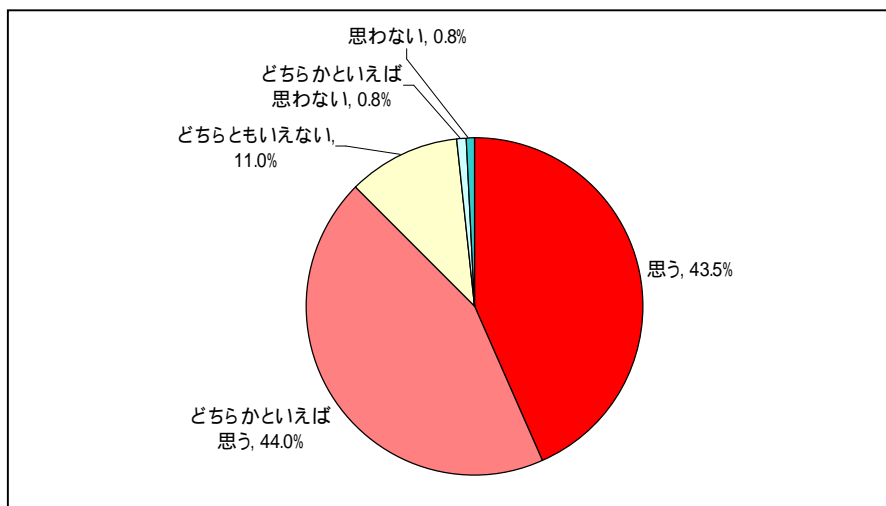
Q4. 選挙のときには投票に行きますか？（n:400、単位：％）



Q5. インターネットで選挙に投票できるようになった場合、インターネットを利用して投票しますか？
 （Q4で「ほとんど投票に行かない」「投票に行ったことがない」と答えた方のみ回答）（n:107、単位：％）

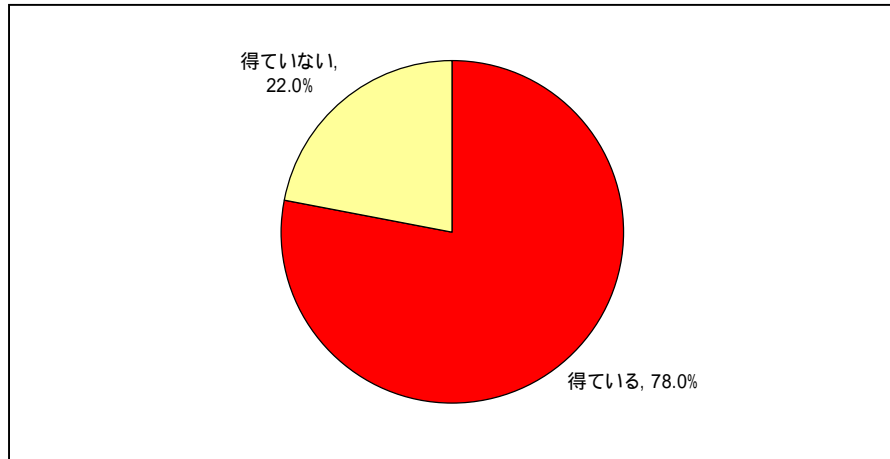


Q6. 今後、インターネットの活用が政治に影響を与えていくと思いますか？（n:400、単位：％）



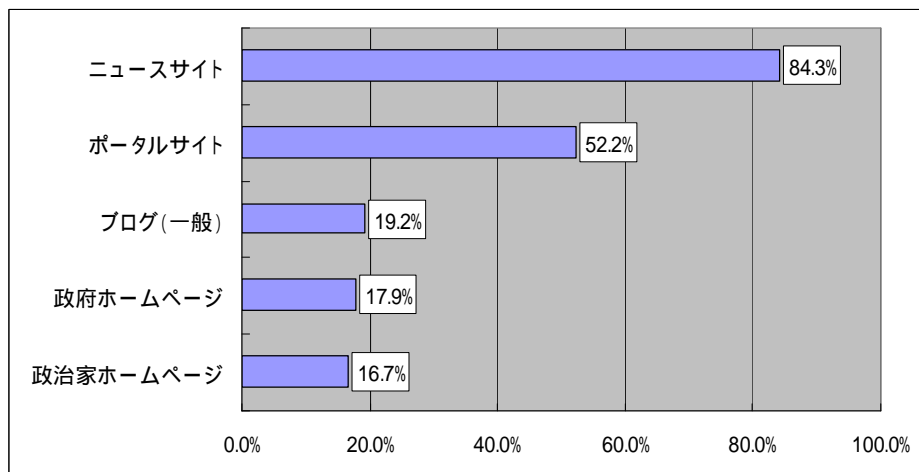
Q7. インターネットを通じて政治に関する情報（政治・選挙ニュースを含む）を得ていますか？

（n:400、単位：％）

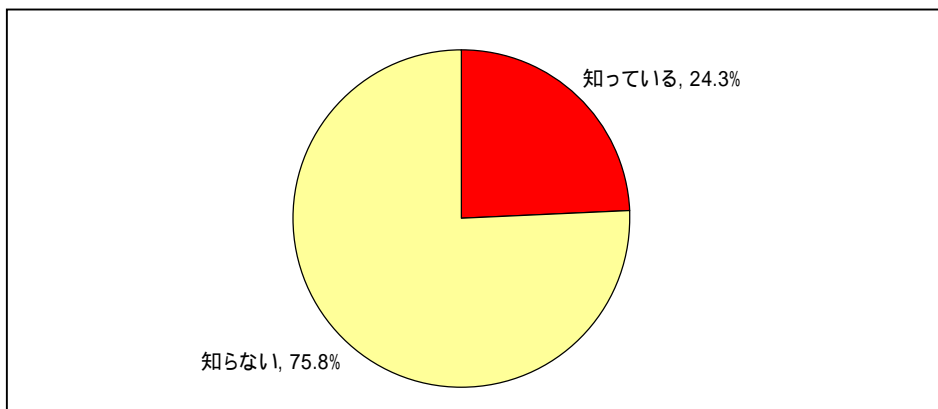


Q8. 政治に関する情報はどのような情報源から得ていますか？（Q7で「得ている」と答えた方のみ回答）（n:312、

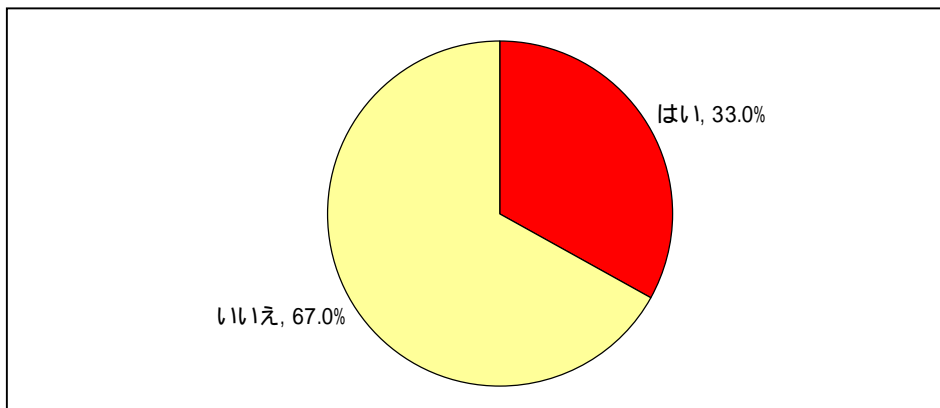
単位：％、複数回答可）



Q9. YouTube内に国内政党のチャンネルが開設されていることを知っていますか？（n:400、単位：％）



Q10. YouTube の国内政党のチャンネルを閲覧したことがありますか？（Q9 で「知っている」と答えた方のみ回答）（n:97、単位：％）



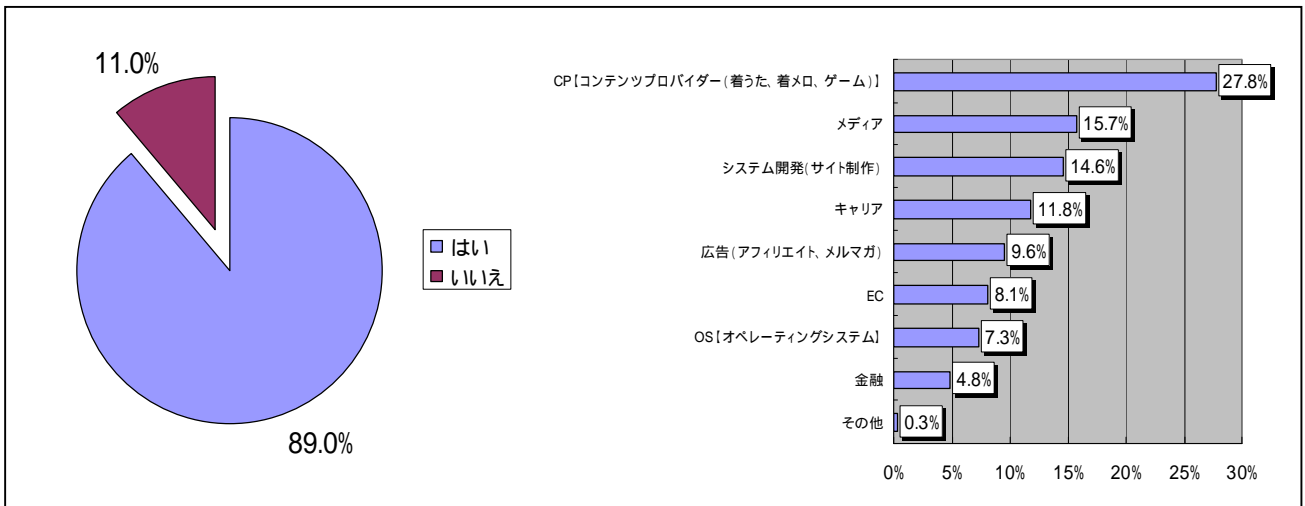
本調査での「ネット選挙」とはインターネットを利用した選挙活動や投票制度のことを指します。

～インターネット関連業界で働く人に聞く、「今後のモバイル業界」に関する調査～

**インターネット関連業界で働く人の89.0%が
今後モバイル業界は伸びると予想**

- 特に伸びる業種として
1位「コンテンツプロバイダー（27.8%）」
2位「メディア（15.7%）」
3位「サイト制作（14.6%）」

インターネット関連業界で働く人に対して「今後のモバイル業界」に対する意識調査を行ったところ、今後モバイル業界が伸びると思う人は89%おり、モバイル業界の成長を実感しているという結果が明らかとなりました。



モバイル業界の中でも今後伸びる業種としては1位「コンテンツプロバイダー（27.8%）」、2位「メディア（15.7%）」、3位「サイト制作（14.6%）」などが「技術革新によるサービス拡大」や「モバイル通信速度の高速化」を理由として挙げられました。

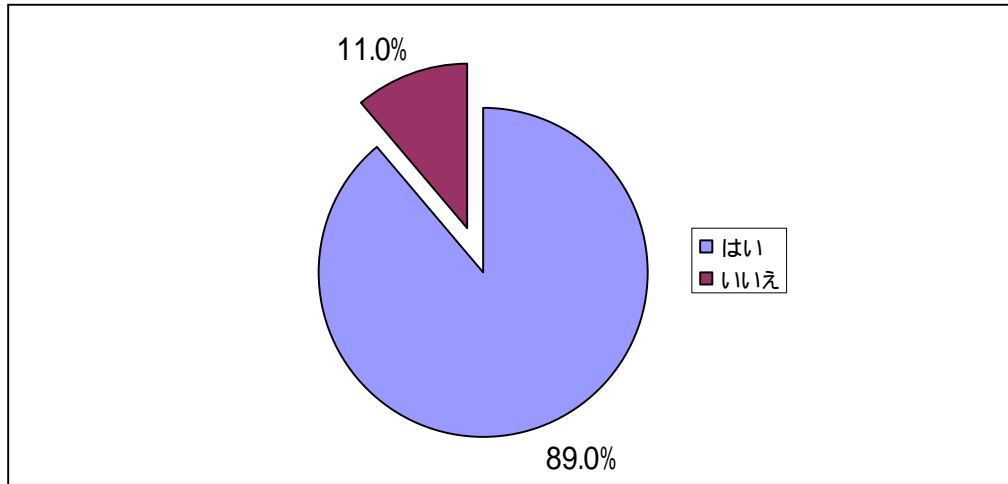
また、「あなたはモバイル業界に転職したいと思いますか。」との設問に対してはインターネット関連業界で働く人の30%がモバイル業界への転職を志望しており、今後注目される成長業界でのキャリアアップを考えている人が多いことが分かりました。

インターネット関連業界で働く人に聞く
「今後のモバイル業界」調査概要

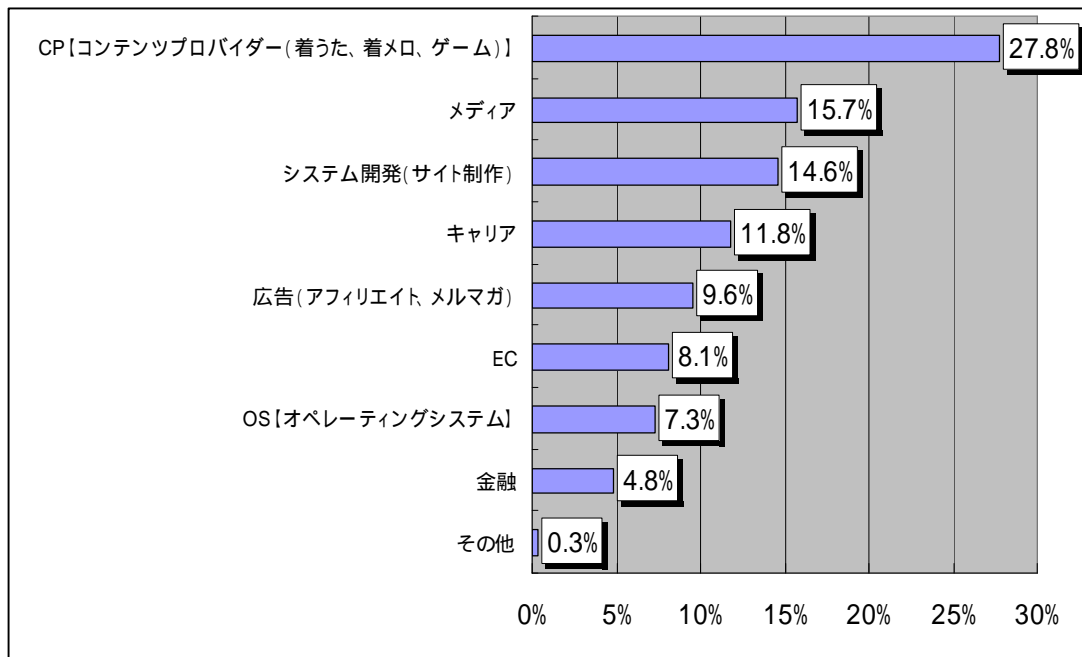
調査方法 : インターネットアンケート
 実施期間 : 2007年11月13日(火)～14日(水)
 対象地域 : 全国
 対象者 : 20代～30代 男女400名(男性: 254名、女性146名)
 回答者属性 : インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

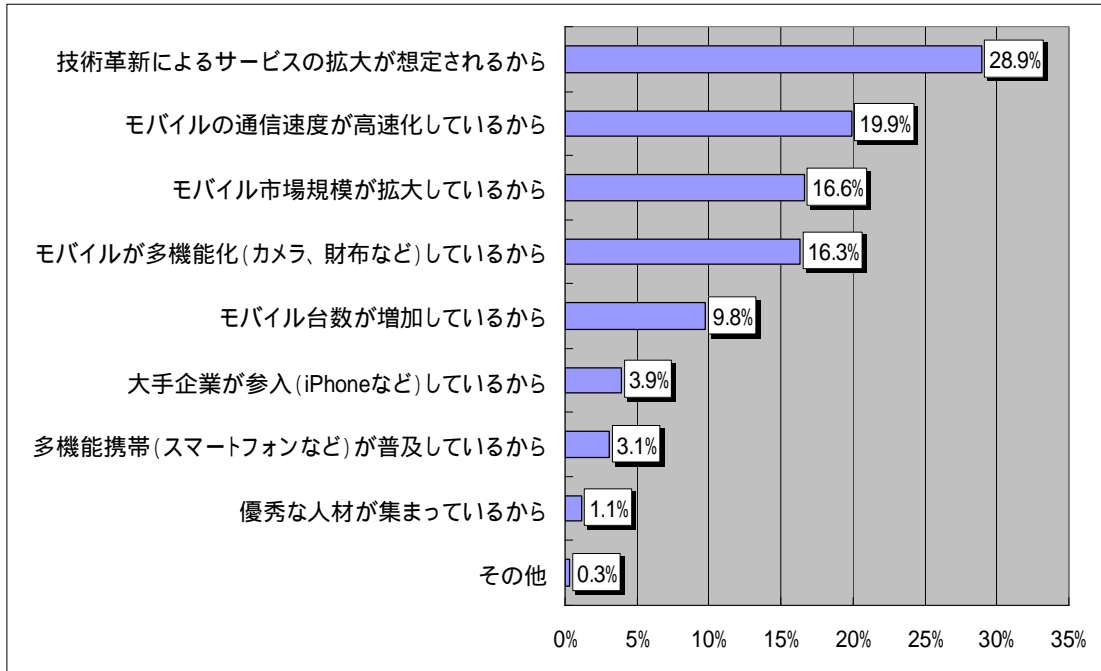
Q1. あなたは、今後モバイル業界は伸びると思いますか。(n: 400/複数回答、単位: %)



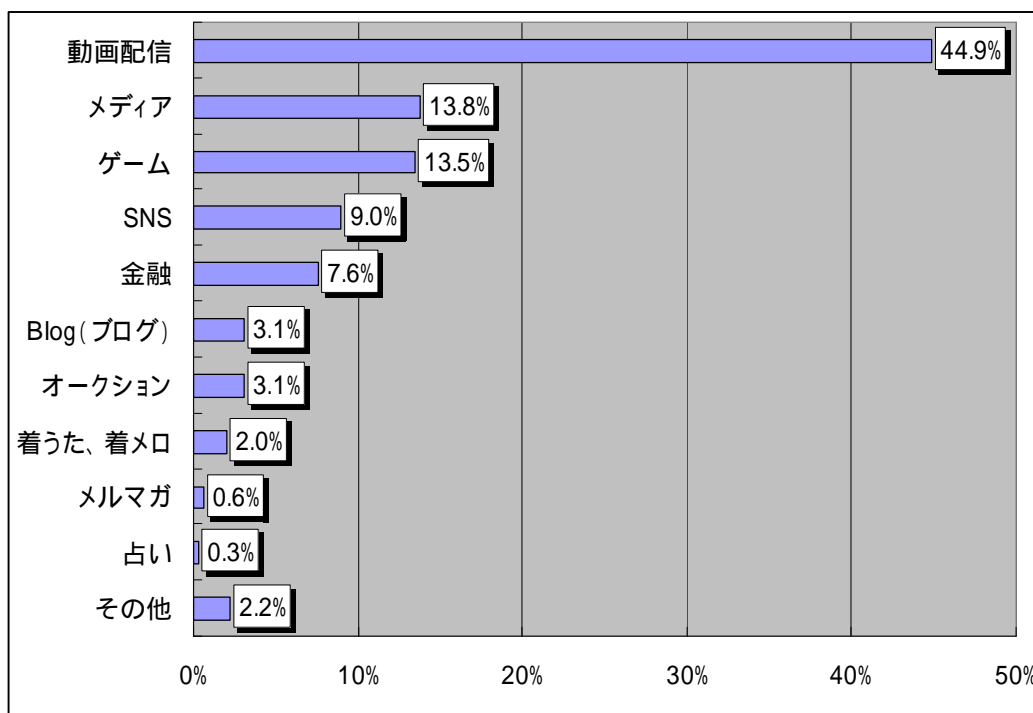
Q2. Q1で「はい」とお答えの方に質問します。あなたは、モバイル業界の中でどの業種が伸びると思いますか。(n: 356/複数回答、単位: %)



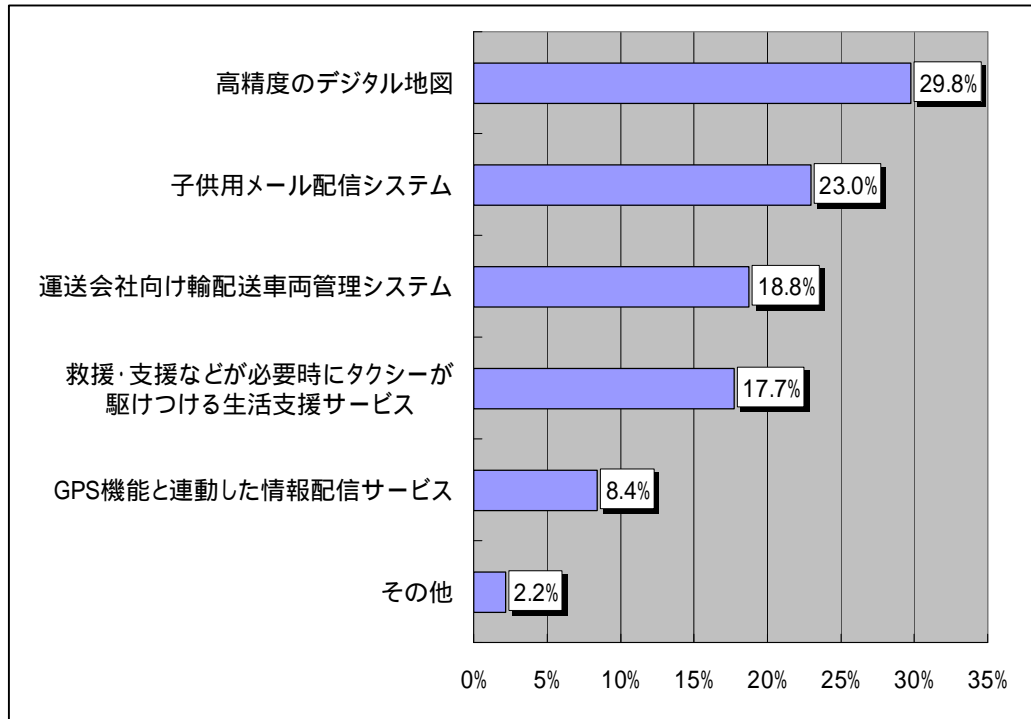
Q3. Q2でその業種が伸びると思った理由は何ですか。(n: 356、単位: %)



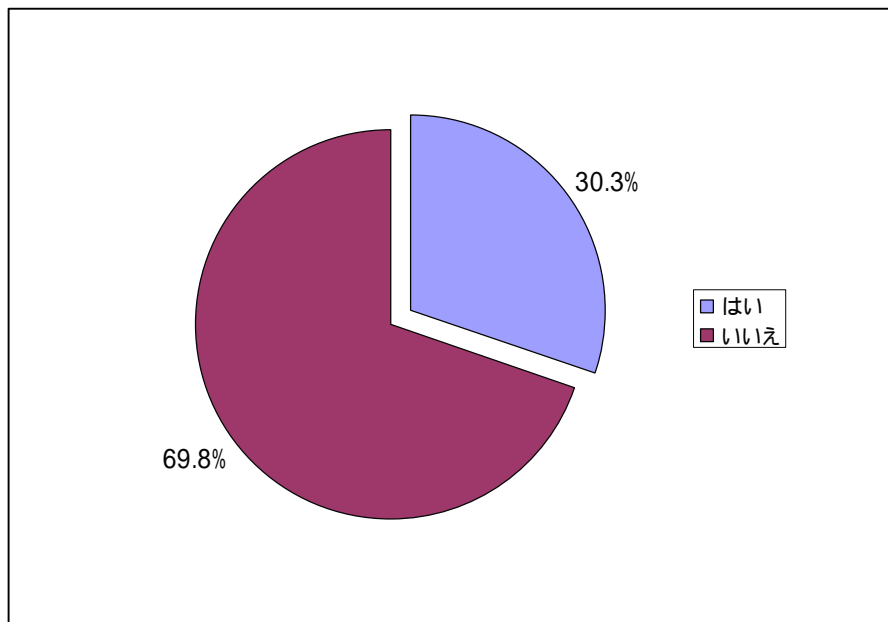
Q4. モバイルの高速化が進み、今後成長するサービスはどれだと思いますか。(n: 339、単位: %)



Q5. GPS機能が標準装備されることを受けて、今後成長するサービスはどれだと思いますか。(n: 356/複数回答可、単位: %)

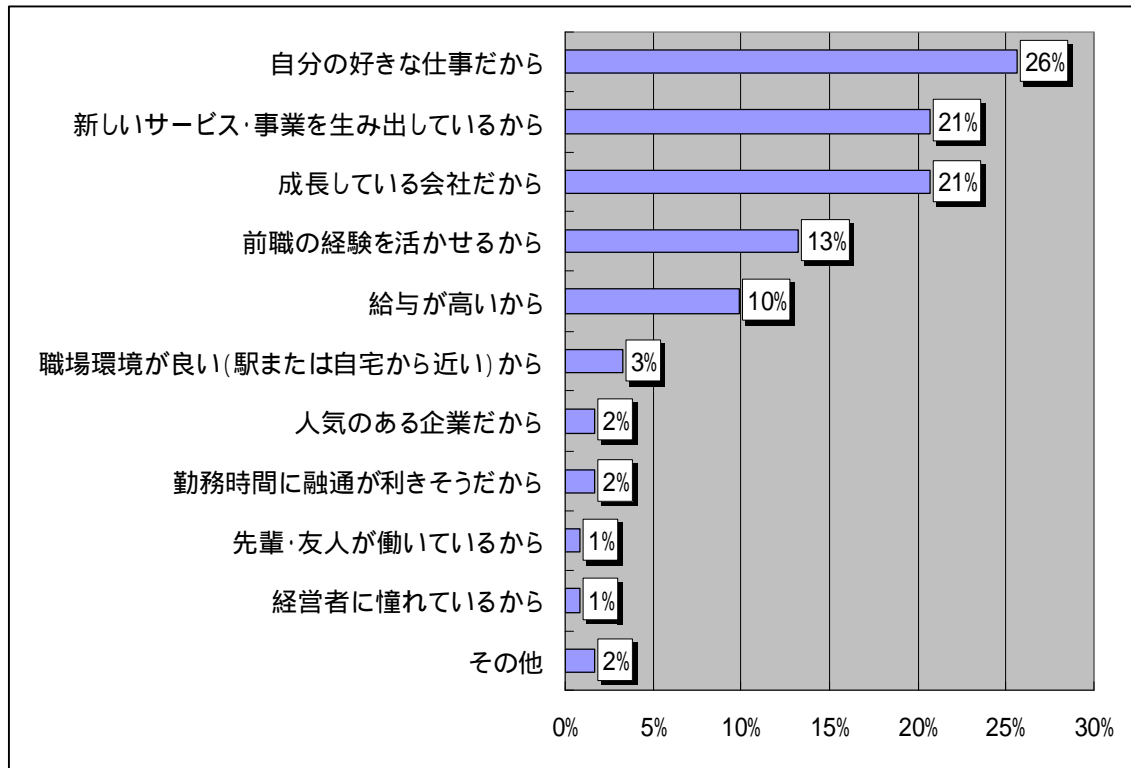


Q6. あなたはモバイル業界に転職したいと思いますか。(n: 400/複数回答可、単位: %)

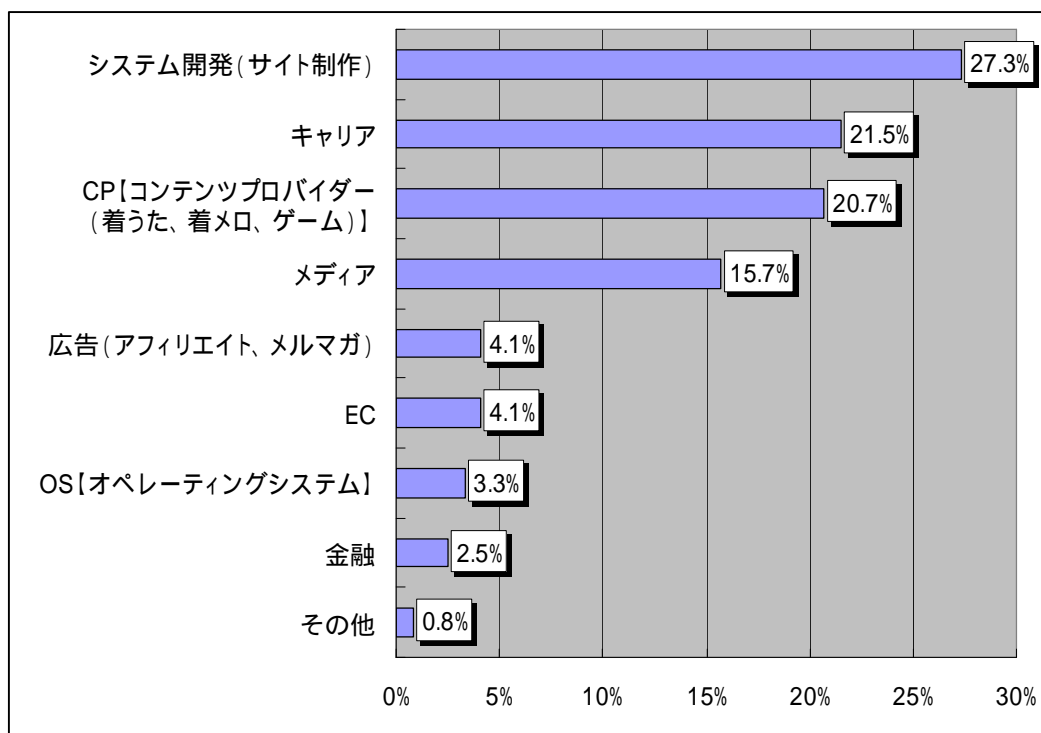


Q7. Q6で「はい」とお答えの方に質問します。Q6であなたが転職したいと思った理由は何ですか。

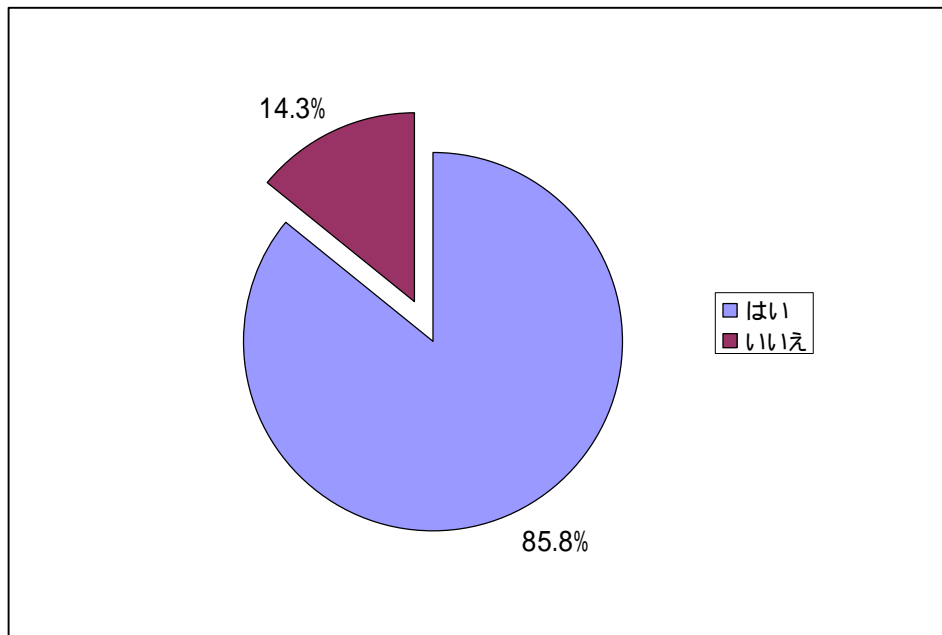
(n: 121、単位: %)



Q8. あなたは、モバイル業界のどんな業種で働きたいと思いますか。(n: 121、単位: %)



Q9. あなたは今後、モバイルで転職情報を受け取る時代が来ると思いませんか。



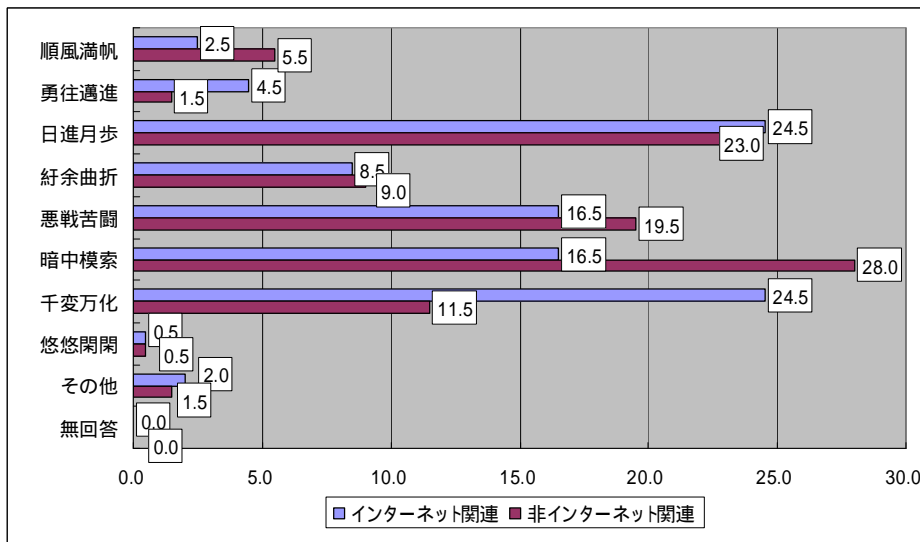
～インターネット関連業界勤務の方・非インターネット関連業界勤務の方に
「2008年予測」に関するアンケートを実施～

2008年の業界展望を各業界のビジネスパーソンが四字熟語で予測

インターネット関連業界は「千変万化」

非インターネット関連業界は「暗中模索」

「あなたが働く業界の2008年の展望を四字熟語で表すと何ですか？」との質問に対し、非インターネット業界の方は「暗中模索」が1位であったのに対し、インターネット関連業界の方は「千変万化」、「日進月歩」が1位となりました。



非インターネット関連業界勤務とインターネット関連業界勤務のビジネスパーソンの回答を比較すると、激しい市場競争の中でインターネット関連以外の業界は暗中模索が続く一方、ハイスピードな技術革新が進むインターネット関連業界の2008年は、変化に富んだ1年になると予想されていることが読み取れます。

また、アンケート対象者全体から支持を受けた「インターネット関連業界」が、転職してみたい業界1位となりました。

「2008年予測」に関する意識調査 調査概要

調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2008年1月22日(火)～24日(木)
対象地域	: 全国
対象者	: 20代・30代の男女400名
回答者属性	:
	インターネット関連業界にて勤務の方(200名)
	非インターネット関連業界にて勤務の方(200名)

アンケート詳細

Q1. 仕事の上での今年の抱負を漢字一字で表すと何ですか？（n:400、単位：人）

10位以下は省略

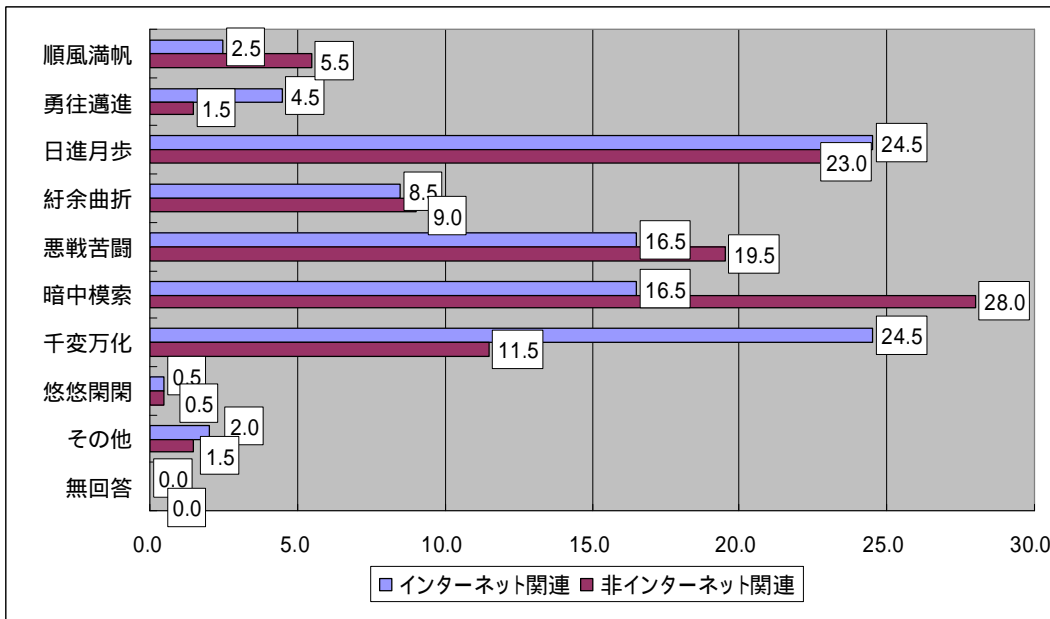
インターネット関連業界

	漢字	人数
1	忍	10
2	進	8
3	新	6
4	上	5
5	耐	5
6	挑	4
7	実	4
8	学	4
9	転	4
10	変	3

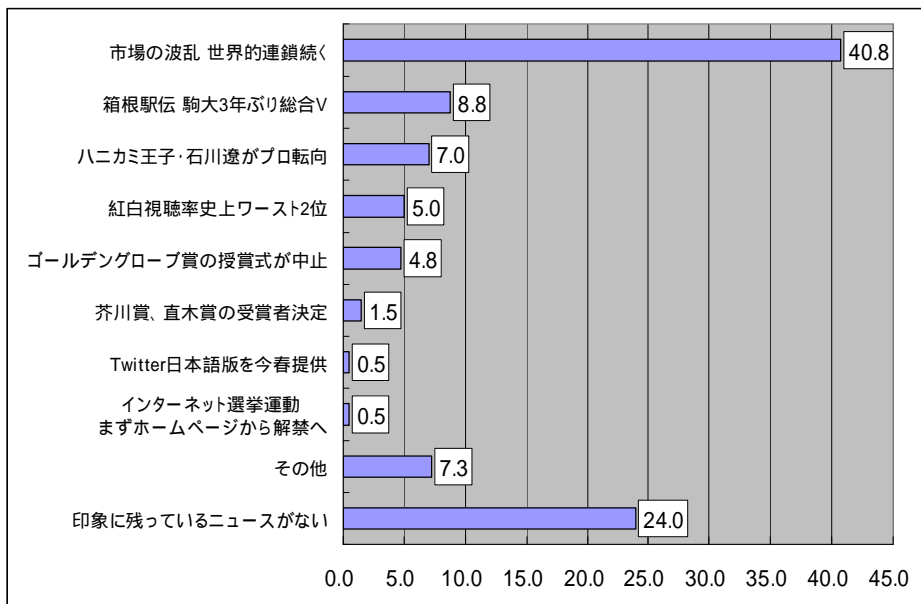
非インターネット関連業界

	漢字	人数
1	進	8
2	上	7
3	忍	6
4	勤	5
5	金	5
6	楽	5
7	耐	5
8	転	5
9	勝	4
10	伸	4

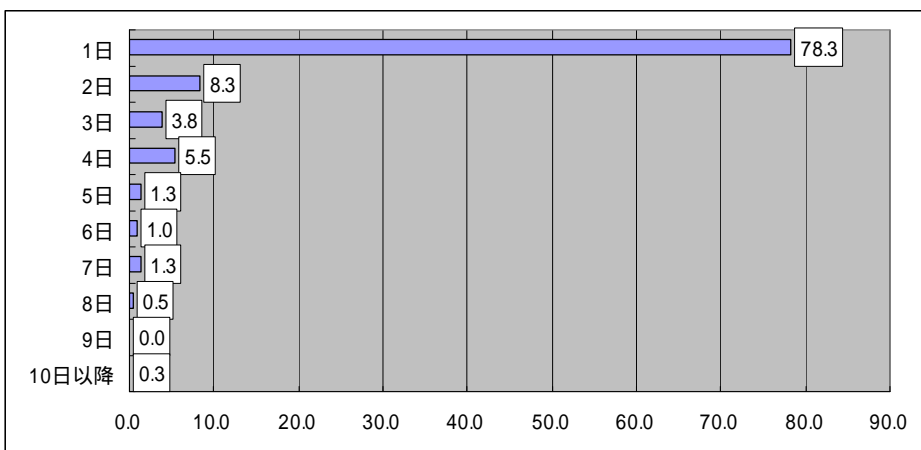
Q2. あなたが働く業界の2008年の展望を四字熟語で表すと何ですか？（n:400、単位：%）



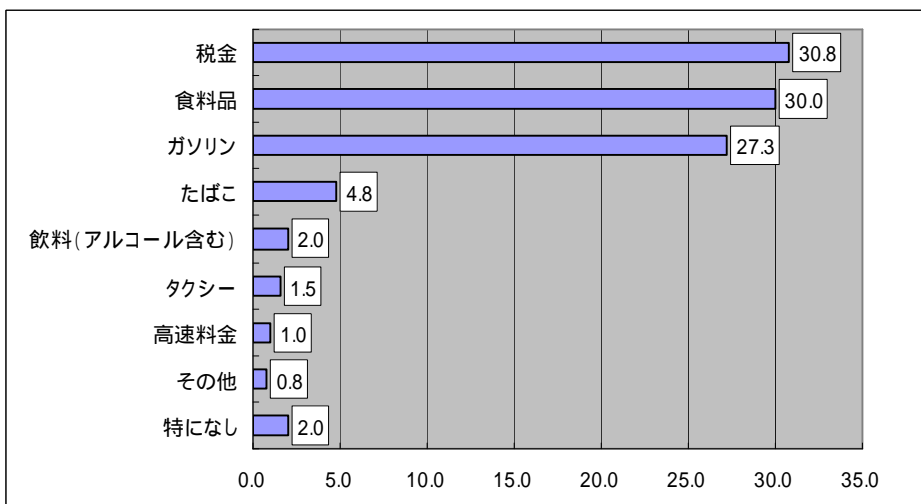
Q3. 2008年になって一番初めに印象に残ったニュースは何ですか？(n:400、単位:%)



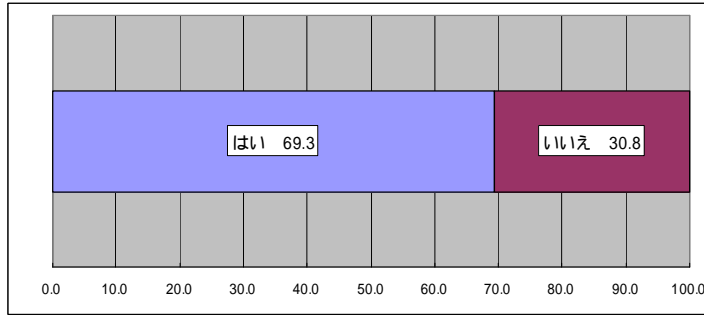
Q4. 2008年になって一番初めにインターネットにアクセスしたのはいつですか？(n:400、単位:%)



Q5. 2008年、これ以上値上げされて最も困るものは何ですか？(n:400、単位:%)

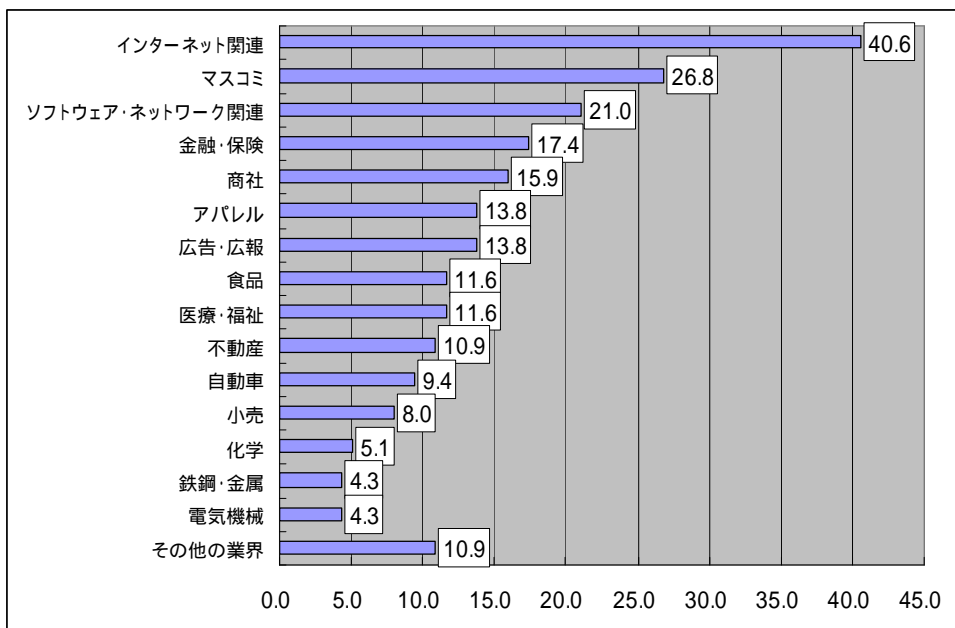


Q6. 2008年の1年間だけ、試しに他の会社で働けるとしたら転職をしてみたいですか？（n：400、単位：％）

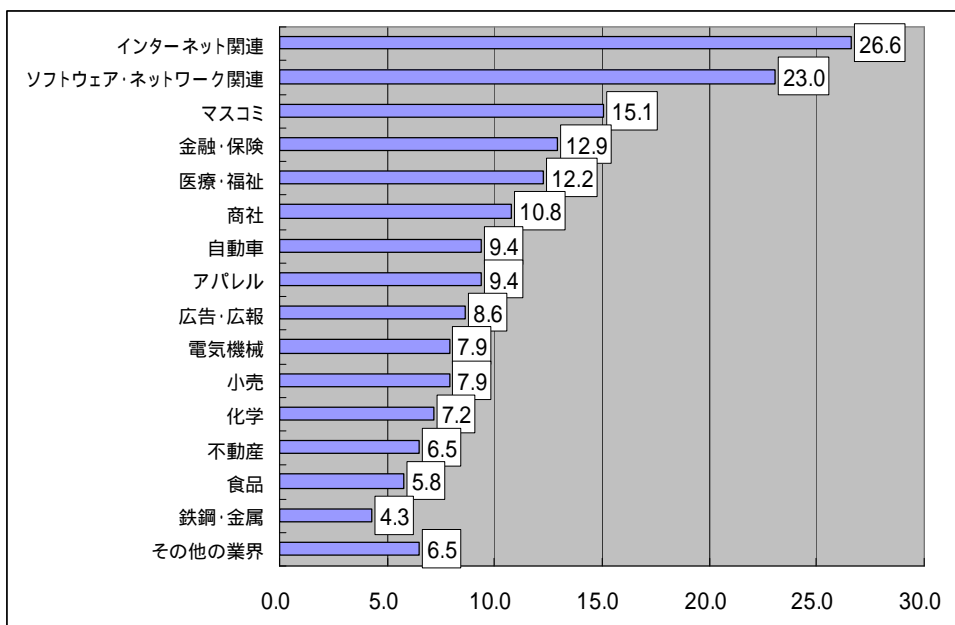


Q7. 今年1年間だけ転職できるとしたらどの業界で働いてみたいですか？（n：400/複数回答可、単位：％）

<インターネット関連業界勤務の方>

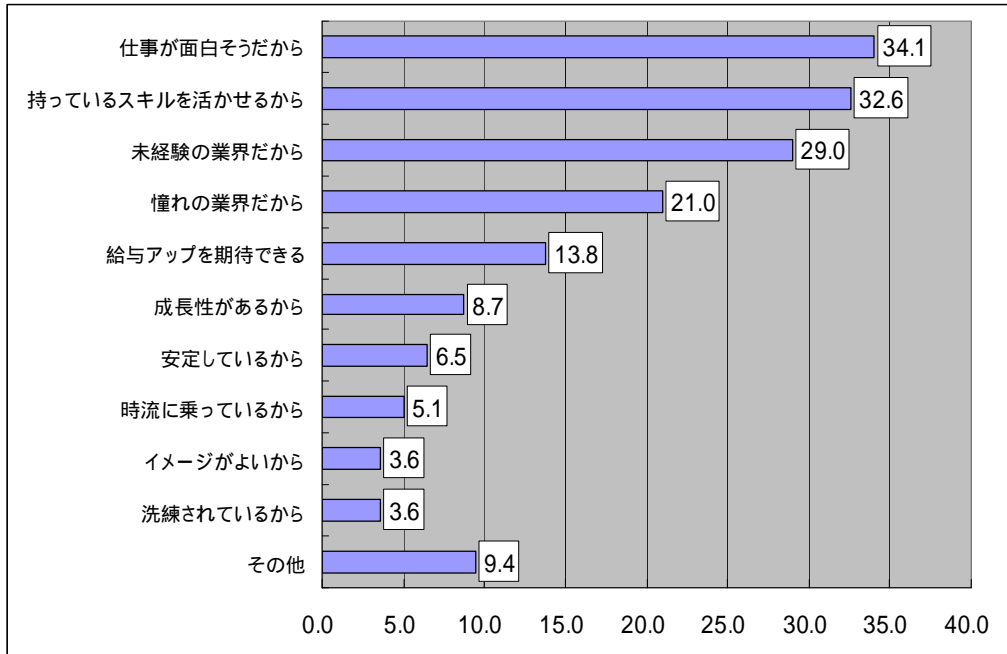


<非インターネット関連業界勤務の方>

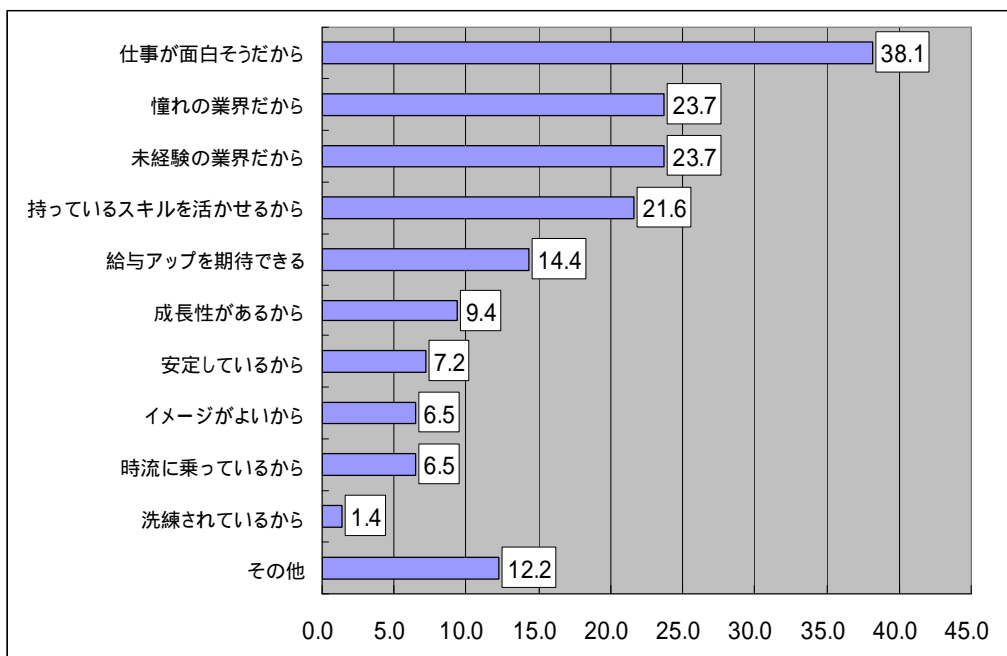


Q8. Q7で、その(それらの)業界を選んだ理由は何ですか？(n:400/複数回答可、単位:%)

<インターネット関連業界勤務の方>



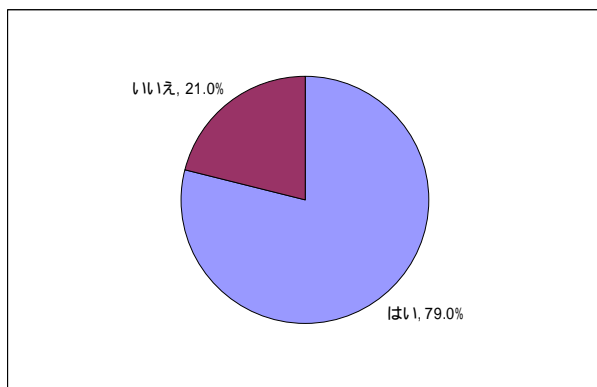
<非インターネット関連業界勤務の方>



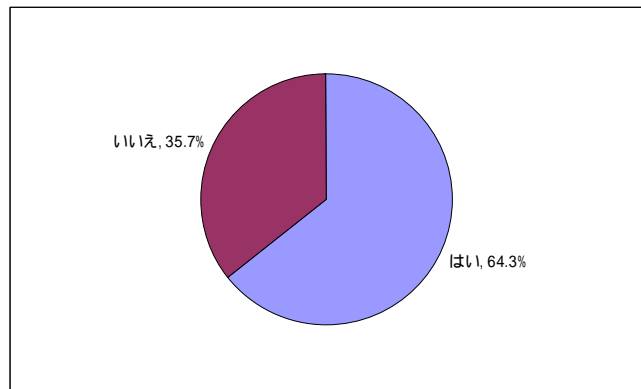
～インターネット関連業界で働く人に聞く「インターネット企業で働く品格」調査～

インターネット関連企業では、転職経験は当り前の品格！？ 転職経験者が約8割

転職を「したことがある」と答えた人が79.0%という結果になりました。また、転職をしたことがない人においては、「転職をしようと思ったことがありますか。」という質問に対して64.3%が「思ったことがある」との回答になり、インターネット関連企業における人材の流動性が明らかになりました。



転職をしたことがありますか



転職をしようとおもったことがありますか

約3人に1人がブログの更新を1日1回以上行い、メール受信数では1日に100通以上と答えた方が3人に1人以上の割合となり、インターネット関連業界のビジネスパーソンのインターネット利用についても特色が表れています。

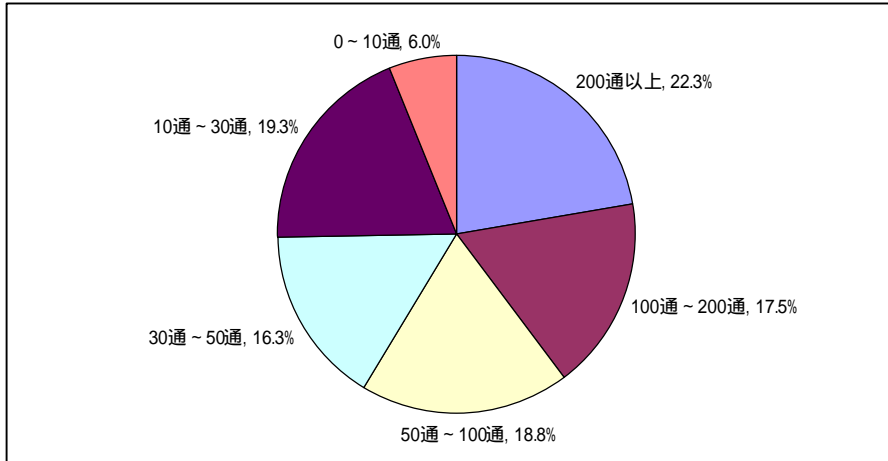
その他、「メタボリックシンドローム・その予備軍」を自覚している人が40.8%、「社内恋愛経験率」が45.3%との結果がでました。

インターネット企業で働く品格調査 調査概要

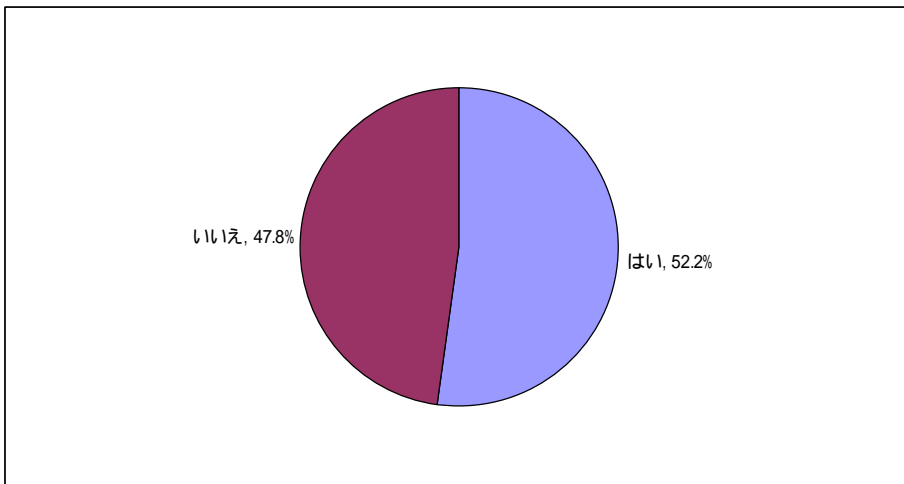
調査方法：インターネットアンケート
 実施期間：2007年9月27日（火）～28日（水）
 対象地域：全国
 対象者：20代～30代男女400名（男性：200名、女性200名）
 回答者属性：インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

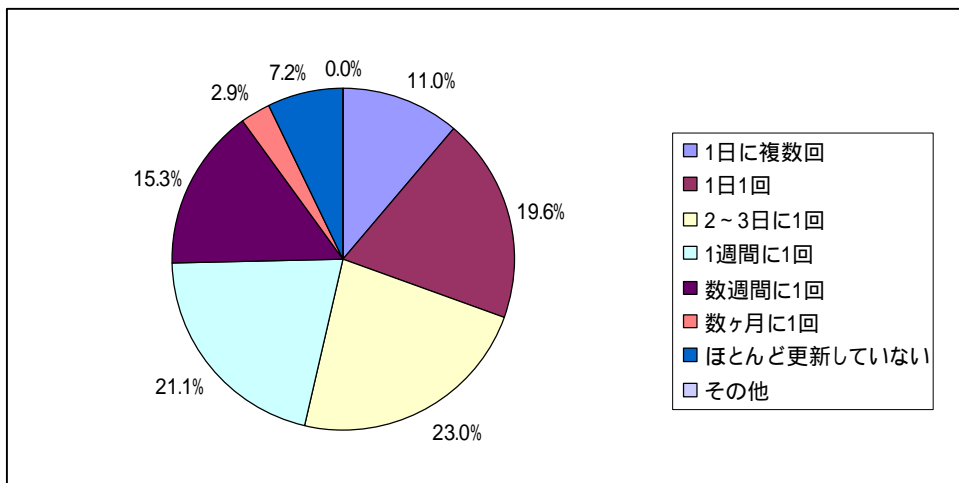
Q1. あなたの一日に受信するメールは何通ですか。(n: 400、単位: %)



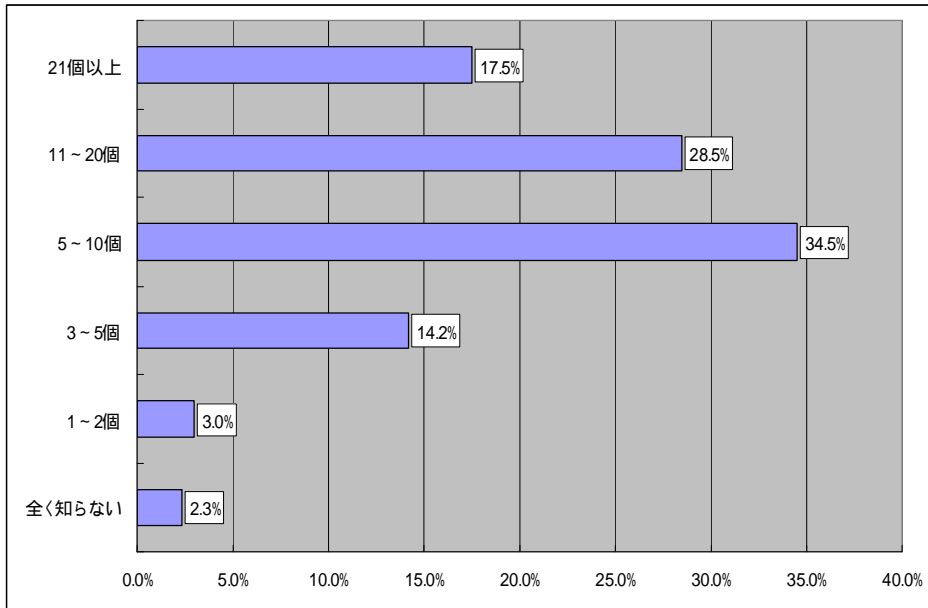
Q2. あなたは、ブログを書いていますか。(n: 400、単位: %)



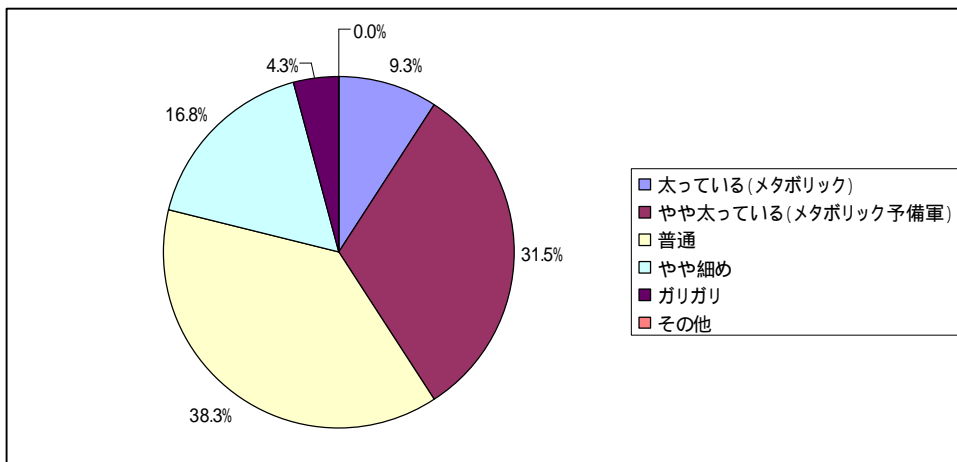
Q3. Q2で「はい」とお答えの方にお伺いします あなたのブログの更新頻度はどの程度ですか。(n: 209、単位: %)



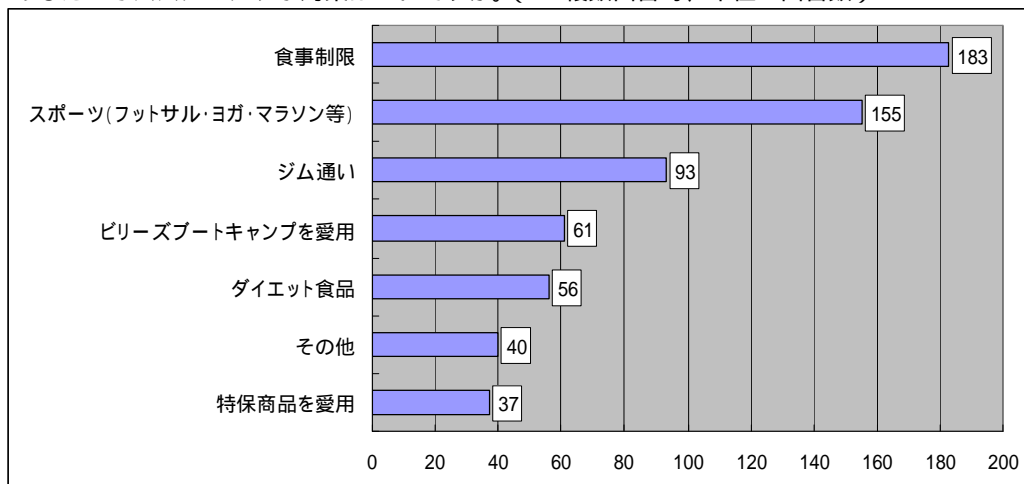
Q4. あなたは、パソコンのショートカットキーをいくつ知っていますか。(n: 400、単位: %)



Q5. あなたは自分の見た目が次のうち、どれに当てはまると思われますか。(n: 400、単位: %)

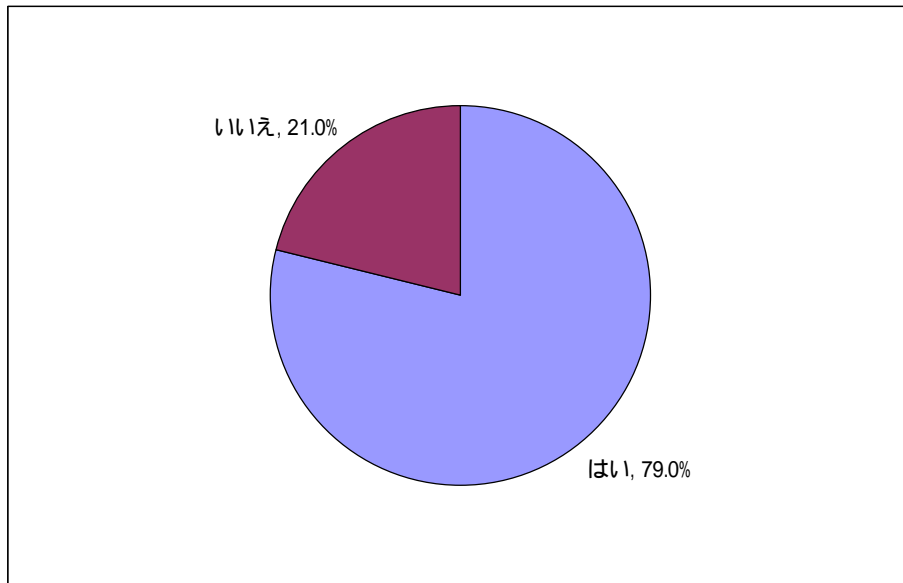


Q6. あなたのオススメのメタボ対策はどれですか。(n: 複数回答可、単位: 回答数)



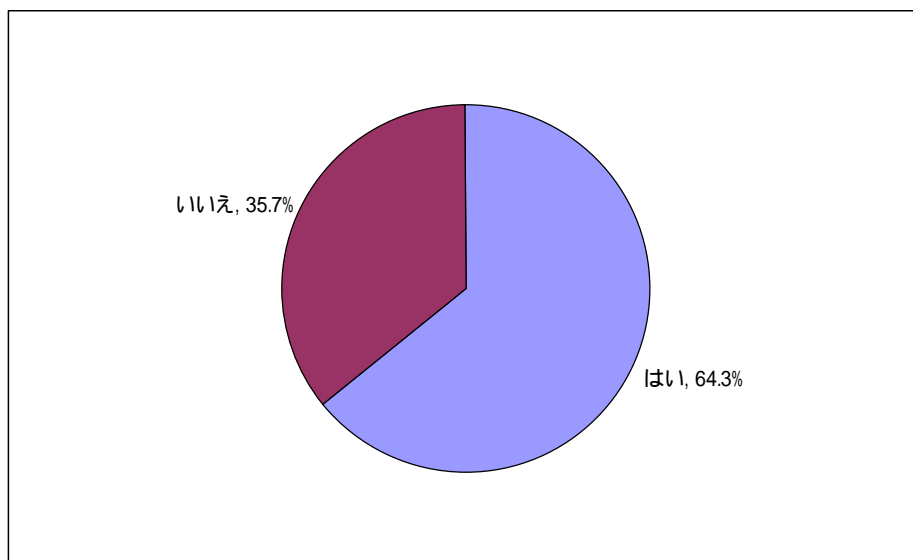
定量的なデータ以外に、以下のような自由回答欄へのコメントもありました。
 車を使わない・ジョギング・ウォーキング・規則正しい生活・イメージトレーニング・ストレッチ
 自転車通勤・バランスの良い食事・サプリメント・ナイトール・長時間寝る

Q7. あなたは、転職をしたことがありますか。(n: 400、単位: %)



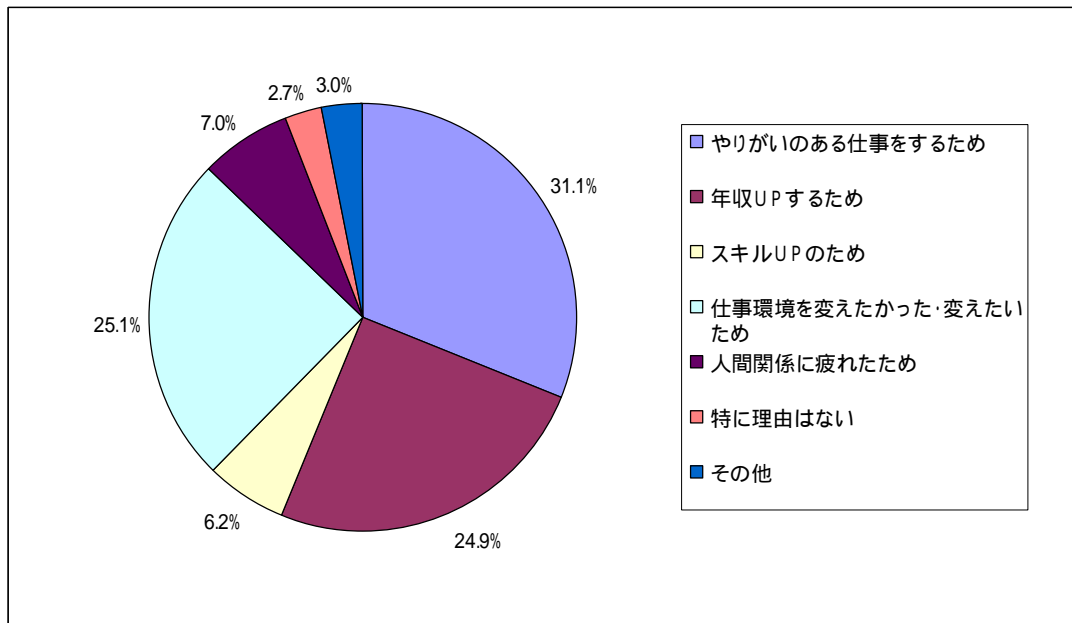
Q8. Q7で「いいえ」とお答えの方にお伺いします

あなたは、転職しようと思ったことはありますか。(n: 84、単位: %)

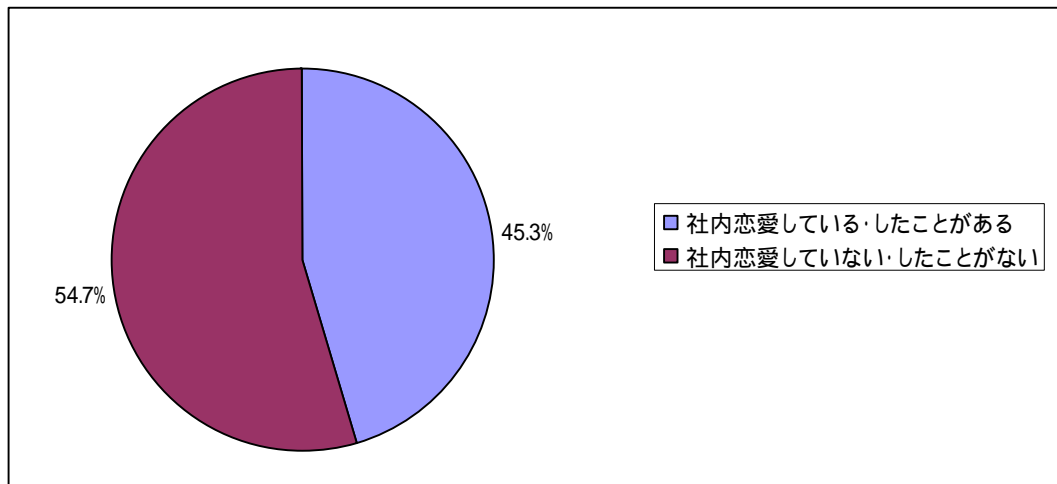


定量的なデータ以外に、以下のような自由回答欄へのコメントもありました。
 スカウト・仕事以外の目標があったため・組織が分裂・家事をする必要があった為

Q9. Q7、8で「はい」とお答えの方にお伺いします あなたの転職をした・しようと思った理由は何ですか。あなたご自身にもっとも近いものをお選びください。(n: 370、単位: %)



Q10. あなたは、社内恋愛をしたことがありますか。(n: 400、単位: %)

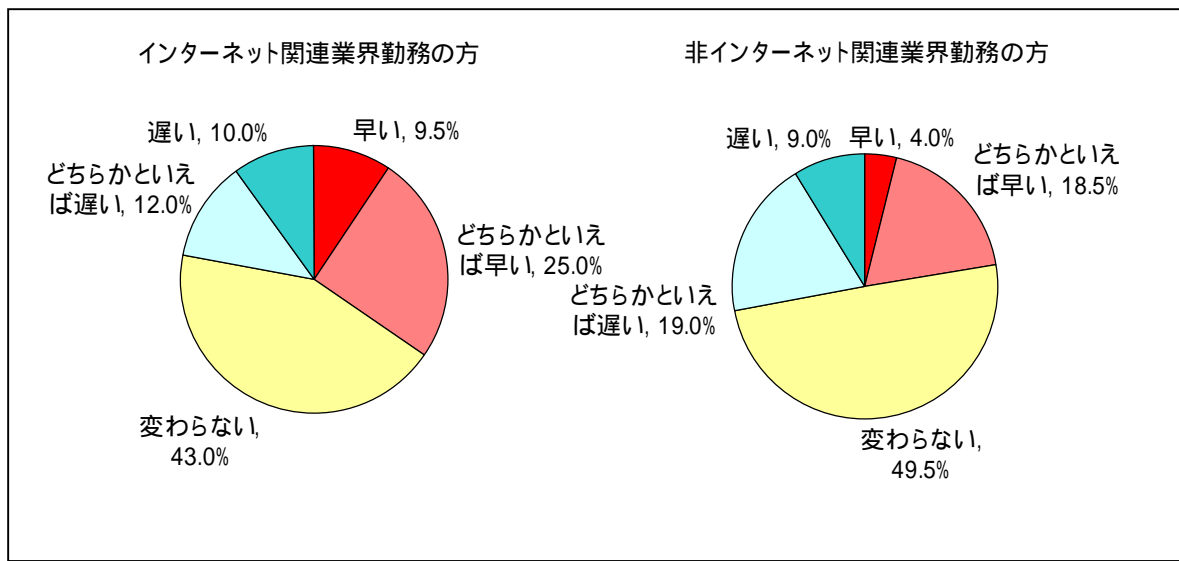


～ 中堅社員の仕事に対する意識調査 ～

インターネット関連業界勤務の方、非インターネット関連業界勤務の方
それぞれ 200 名にアンケートを実施

インターネット関連業界では他業界よりも『昇格』のスピードが早い

「あなたが働いている会社は、他社と比較して昇格のスピードが早いと思いますか？」という質問に対して、「早い」、「どちらかといえば早い」と回答した方の割合がインターネット関連業界では35.0%であったのに対して、非インターネット関連業界では22.5%となり、インターネット関連業界では他業界と比較すると昇格のスピードが早いことが分かりました。



部下を持つ人の比率に関してもインターネット業界が 31.5%であるのに対して、非インターネット業界では 25.5%と、全体的にインターネット業界の昇格の早さがあらわれる結果となりました。

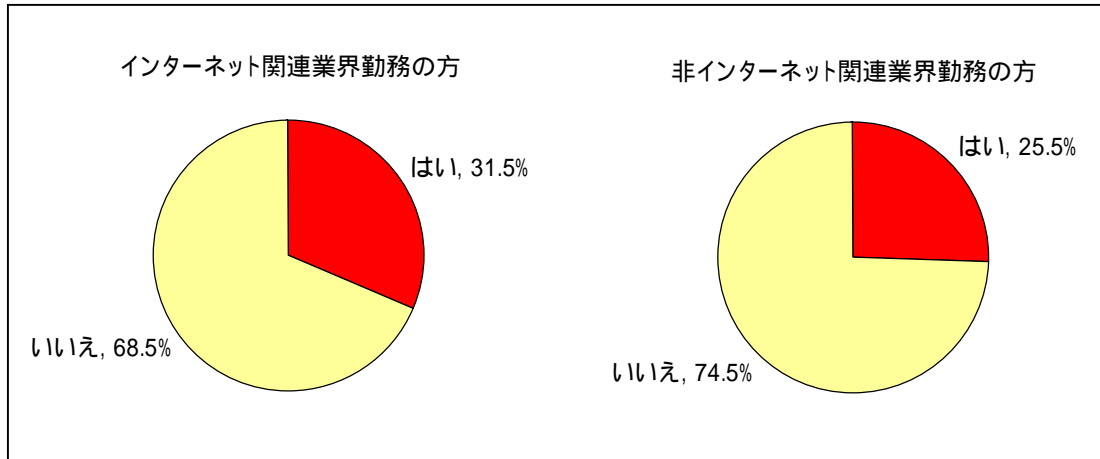
また、「仕事が充実していると感じるのはどんなときですか？」との質問では、インターネット関連業界では「自分のやった仕事が世間で評価を得たとき」と回答した方が比較的多かったのに対し、非インターネット関連業界では「上司から評価されたとき」と回答した方が多く、インターネット関連業界では社外から、非インターネット関連業界では社内からの評価によって仕事の充実感を得ている人の割合が高いという結果になりました。

「中堅社員」の仕事に対する意識調査
調査概要

調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2008年2月7日(金)～2月10日(日)
対象地域	: 全国
対象者	: 20代・30代の業界経験3～7年目の 男女 400名
回答者属性	:
	インターネット関連業界にて勤務の方(200名)
	非インターネット関連業界にて勤務の方(200名)

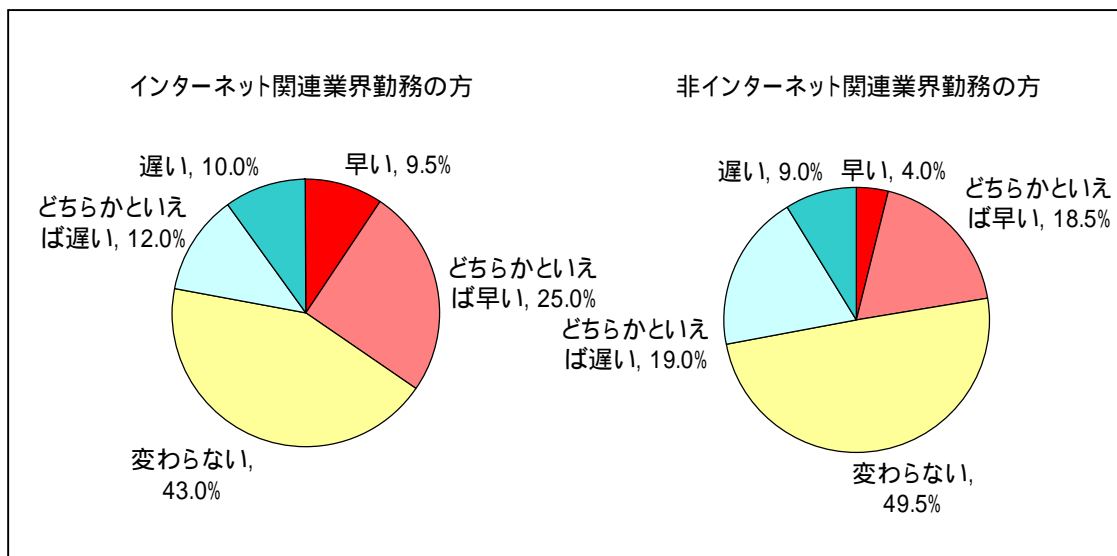
アンケート詳細

Q1. あなたは部下を持っていますか？（n:400、単位：%）

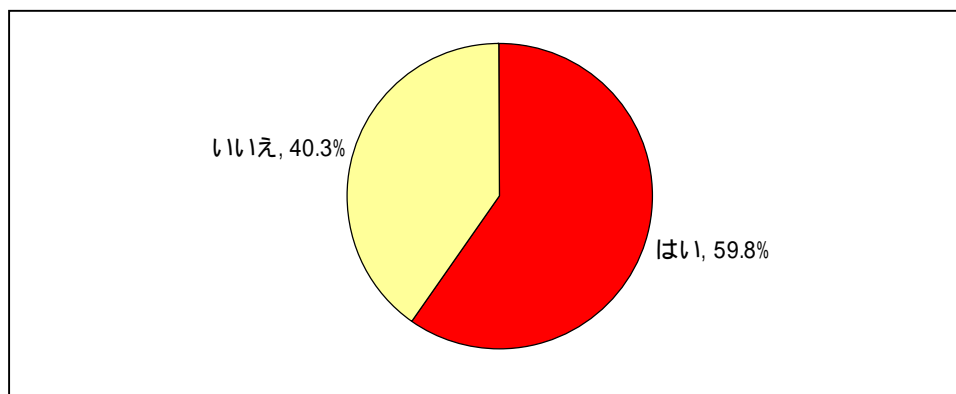


Q2. あなたが働いている会社は、他社と比較して昇格のスピードが早いと思いますか？

（n:400、単位：%）

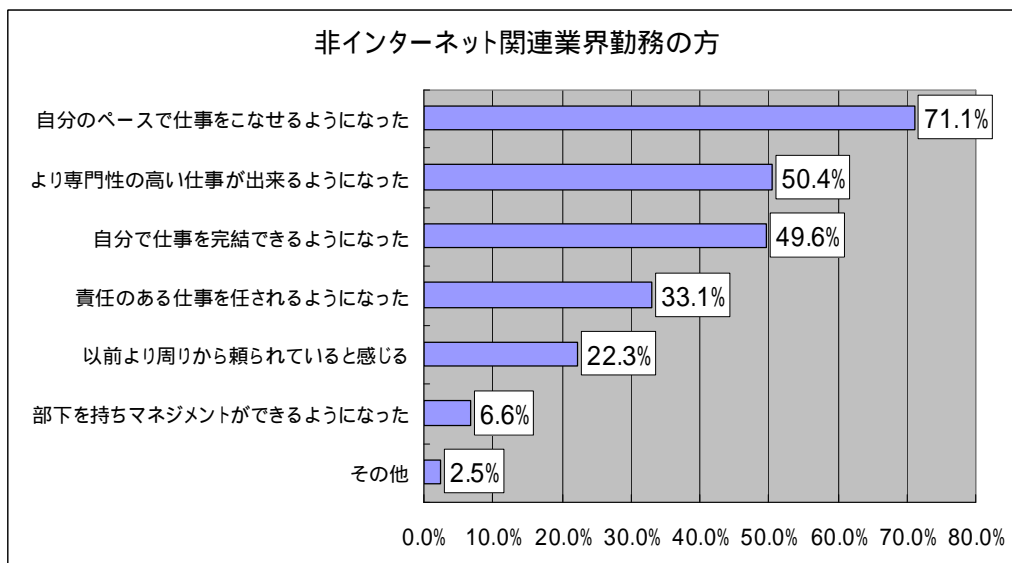
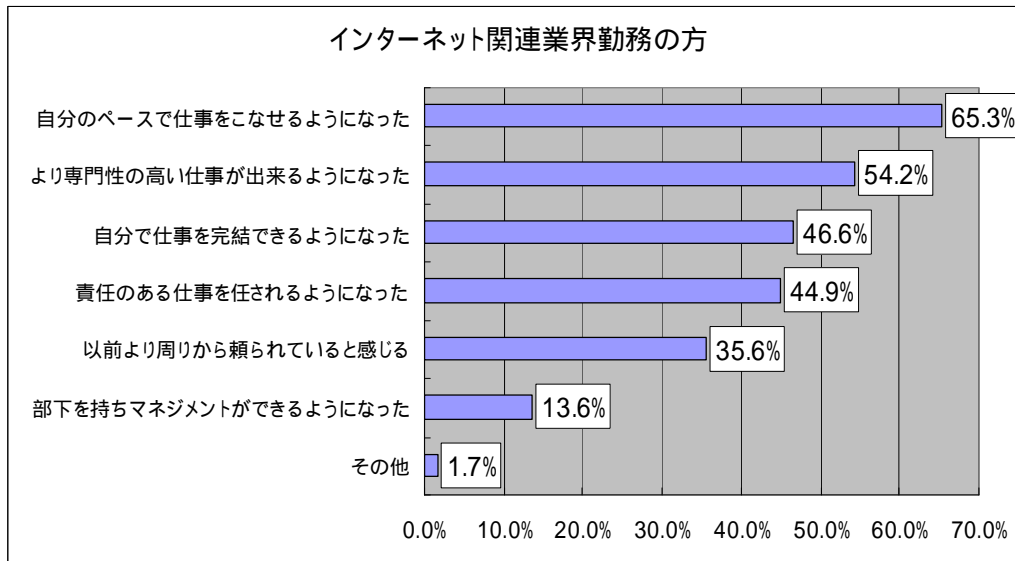


Q3. 入社した頃と比較して仕事は面白くなっていますか？（n:400、単位：%）

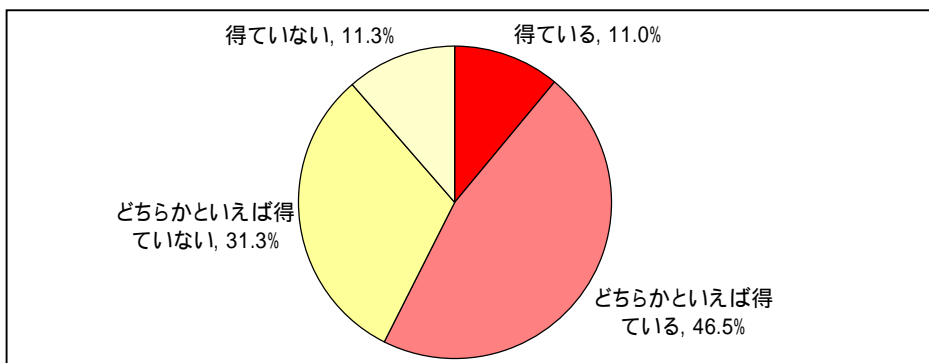


Q4. どのような点で仕事が面白くなったと感じますか？（Q4で「はい」を選択した方のみ回答）

（n:239、単位：％）



Q5. あなたは現在の仕事で充実感を得ていますか？（n:400、単位：％）



Q6. 仕事が充実していると感じるのはどんなときですか？（2個以内、Q5で「得ている」「どちらかといえば得ている」を選んだ方のみ回答）（n:230、単位：％）

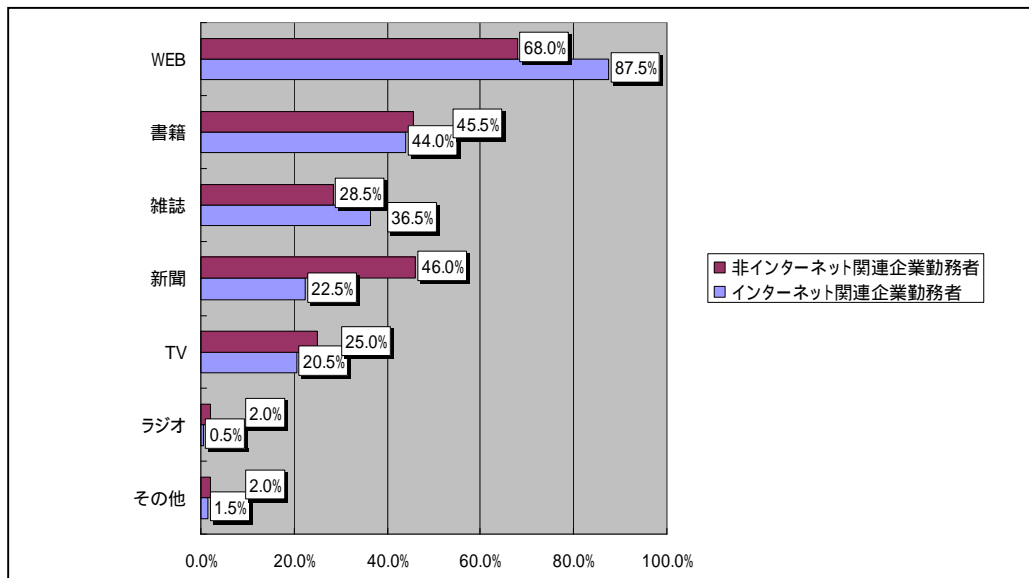
インターネット関連業界勤務の方		
1位	困難な仕事をやり抜いたとき	44.7%
2位	自分のやった仕事が世間で評価を得たとき	29.8%
3位	自分のペースで仕事をコントロールできているとき	27.2%
4位	上司から評価されたとき	24.6%
5位	スケジュールに沿った仕事が出来たとき	20.2%
6位	チームワークで目標を達成したとき	19.3%
7位	部下が成長しているのを実感したとき	9.6%
8位	その他	1.8%

非インターネット関連業界勤務の方		
1位	困難な仕事をやり抜いたとき	51.7%
2位	自分のペースで仕事をコントロールできているとき	35.3%
3位	上司から評価されたとき	30.2%
4位	スケジュールに沿った仕事が出来たとき	22.4%
5位	自分のやった仕事が世間で評価を得たとき	19.0%
6位	チームワークで目標を達成したとき	17.2%
7位	部下が成長しているのを実感したとき	5.2%
8位	その他	0.0%

～20代・30代のビジネスパーソン（インターネット関連企業に勤める方 200 名、非インターネット関連企業に勤める方 200 名）に聞く「影響力」に関する調査～

～インターネット関連企業のビジネスパーソンは WEB 上の情報を有効活用～

「仕事上で参考に使っている情報源は何ですか」との質問に対して WEB と答えたインターネット関連業界の方は 87.5%、そのうちブログと回答した方は 34.0%となりました。一方、非インターネット関連業界では WEB を情報源としている方が 68.0%、そのうちブログは 20.6%となり、この結果からインターネット関連業界のビジネスパーソンは WEB 上の情報を活用し仕事に臨んでいる人が多いことが読み取れます。



最も影響を受ける人のうち、仕事上の関係者においては、1 位が直属の上司 46.5%となり、続いて 2 位が同僚 19.3%となっており、社内の人間からの影響が大きいということが明らかになりました。

また、スポーツ選手・芸能人・文化人ではイチロー選手が 1 位となり、一方で採用担当者が中途採用したい人物でもイチロー選手は 1 位に選ばれ、多くのビジネスパーソンにとって強い影響力を持った人物であることが伺えます。

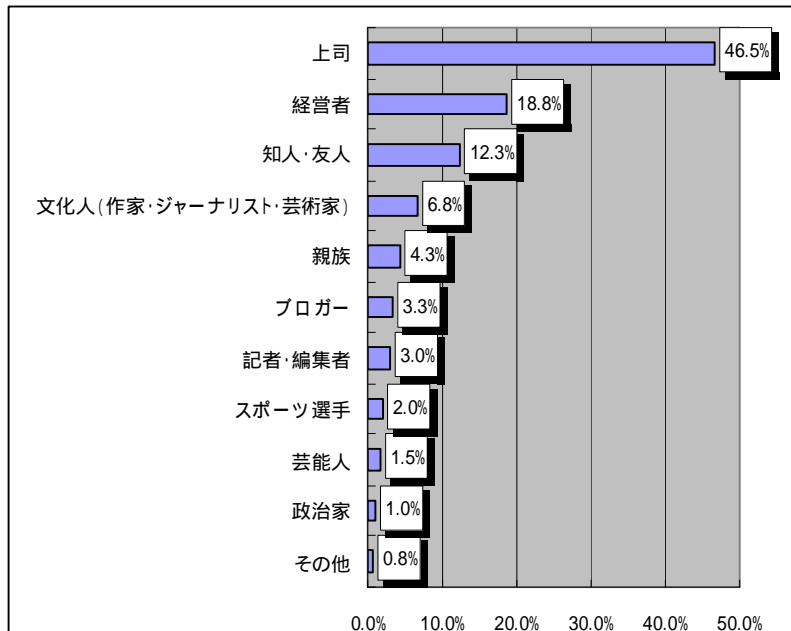
インターネット関連業界で働く人に聞く

「影響力」調査概要

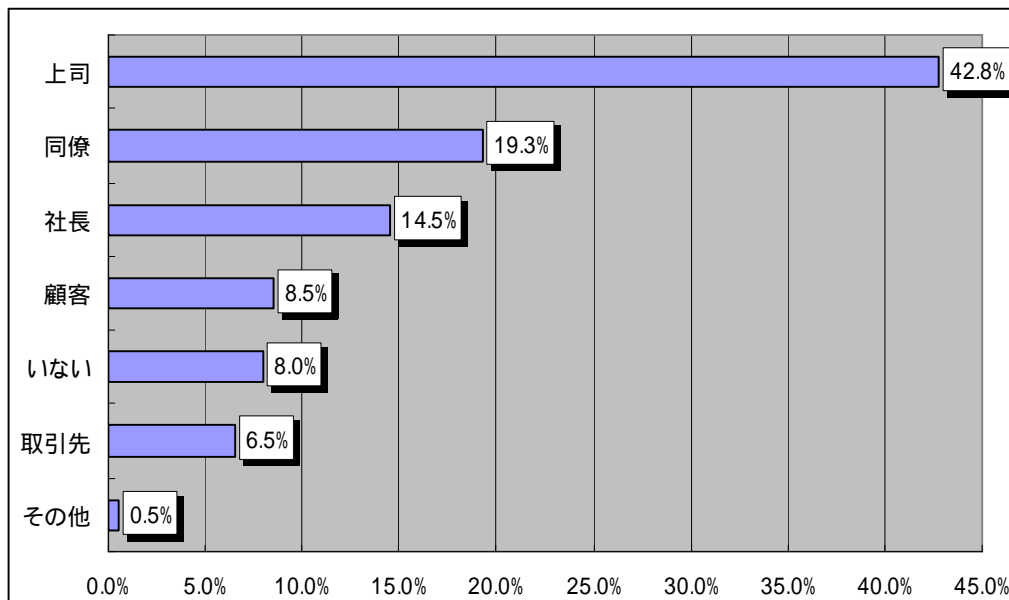
調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2007 年 11 月 26 日(月)～27 日(火)
対象地域	: 全国
対象者	: 20 代・30 代の男女 (200 名)
回答者属性	: インターネット関連業界勤務 (200 名)
	: 非インターネット関連企業 (200 名)

アンケート詳細

Q1. あなたが仕事上で影響を受けるのはどのカテゴリーの人ですか。(n: 400、単位: %)

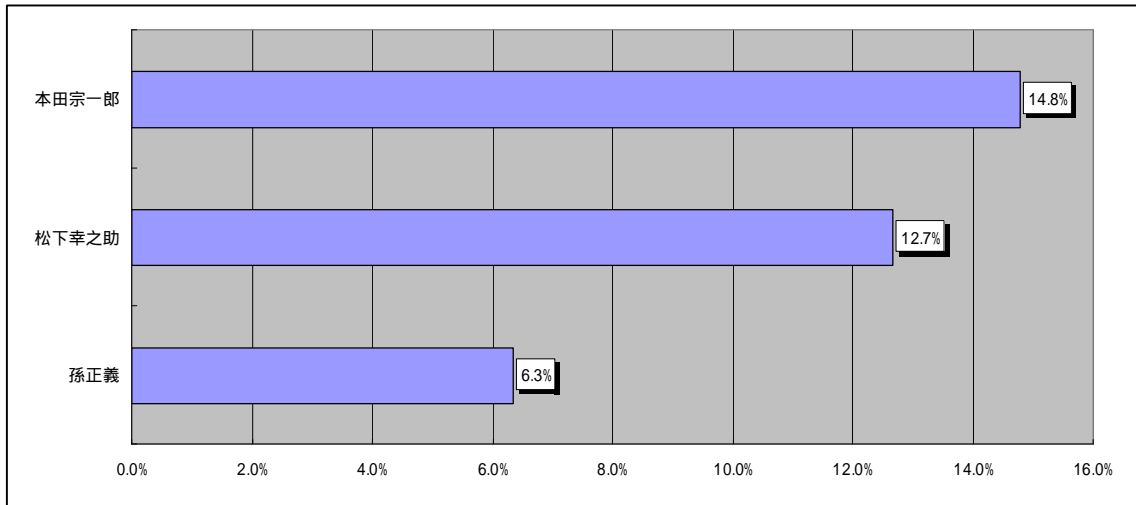


Q2. 仕事上の関係者のうち、あなたが最も影響を受ける人は誰ですか。(n: 400、単位: %)

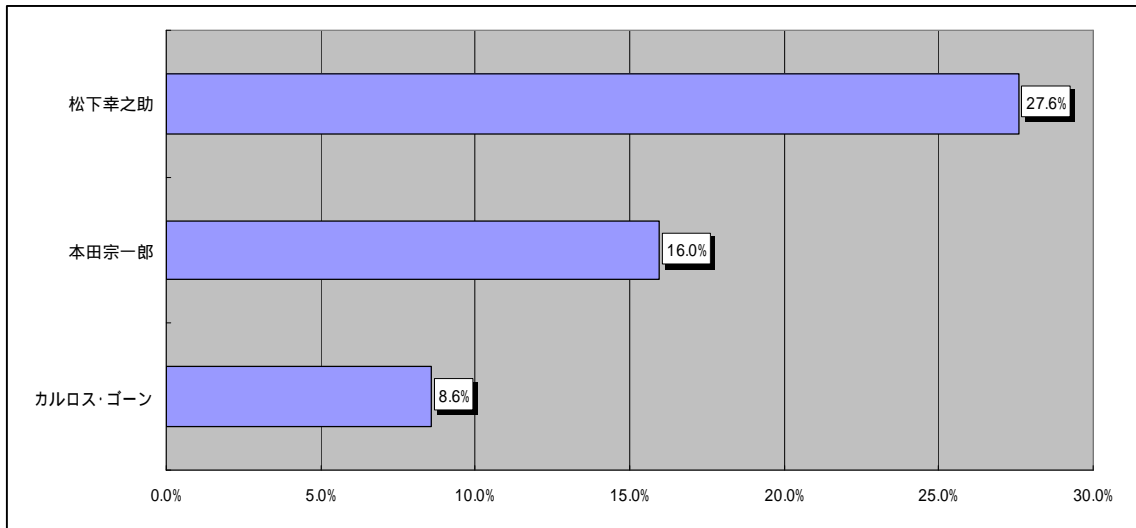


Q3. あなたがこれまで最も影響を受けた著名な経営者を記入してください。(3名まで)(n: 302、単位: %)

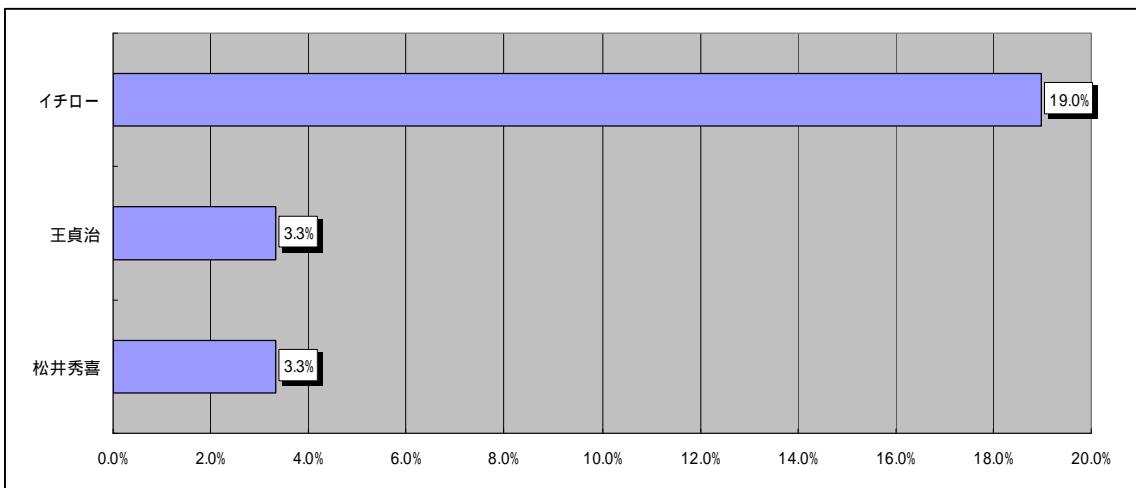
インターネット関連企業勤務者の回答



非インターネット関連企業勤務者の回答



Q4. あなたが最も影響を受けた芸能人・文化人・スポーツ選手を記入してください。(3名まで)(n: 332、単位: %)



参考) 中途採用したスポーツ選手

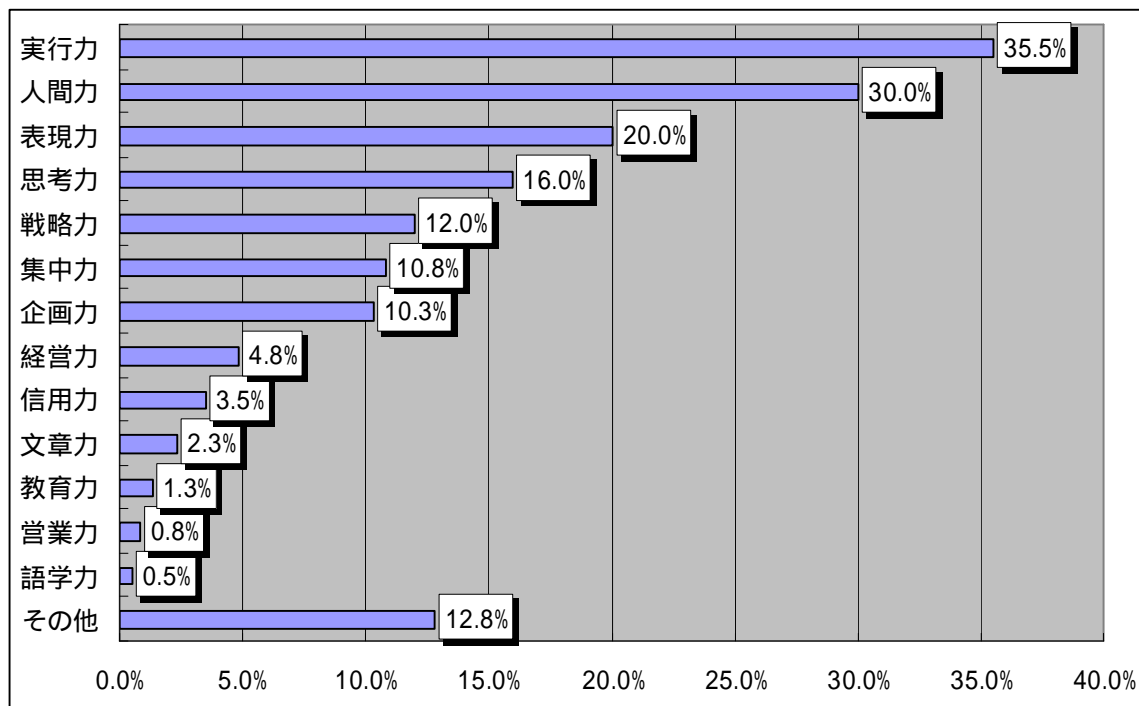
ランキングTOP30

	選手名	%		選手名	%
1	イチロー	28.3	16	ダルビッシュ有	1.1
2	古田敦也	8.3	17	石川遼	1.1
3	松井秀喜	7.9	18	斎藤佑樹	1.0
4	中田英寿	4.6	19	高橋尚子	1.0
5	新庄剛志	2.5	20	室伏広治	0.8
6	松坂大輔	2.4	21	野茂英雄	0.8
7	谷亮子	2.2	22	為末大	0.7
8	金本知憲	1.9	23	田中将大	0.7
9	中村俊輔	1.9	24	亀田兄弟/一家	0.7
10	桑田真澄	1.7	25	浅田真央	0.7
11	内藤大助	1.7	26	浅尾美和	0.7
12	三浦知良	1.7	27	落合博満	0.6
13	岡島秀樹	1.4	28	亀田興毅	0.6
14	宮里藍	1.4	29	荒川静香	0.6
15	星野仙一	1.2	30	安藤美姫	0.6

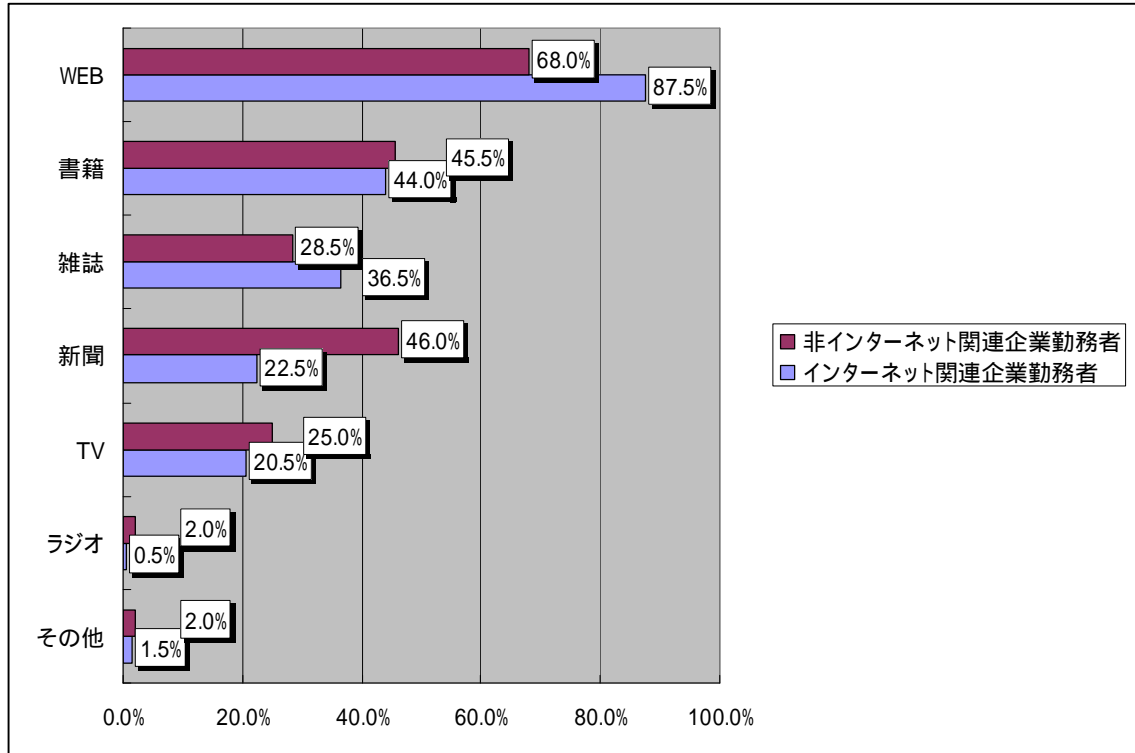
N=1030

2007年10月にソフトバンク・ヒューマンキャピタルが、現在「採用業務」に携わっている方を対象としたアンケート調査結果より抜粋(回答者数:男女1,030名)

Q5. あなたがQ3、Q4であげた人に共通する「力」は何だと思いますか。(2つまで)(n:400/複数回答可、単位:%)

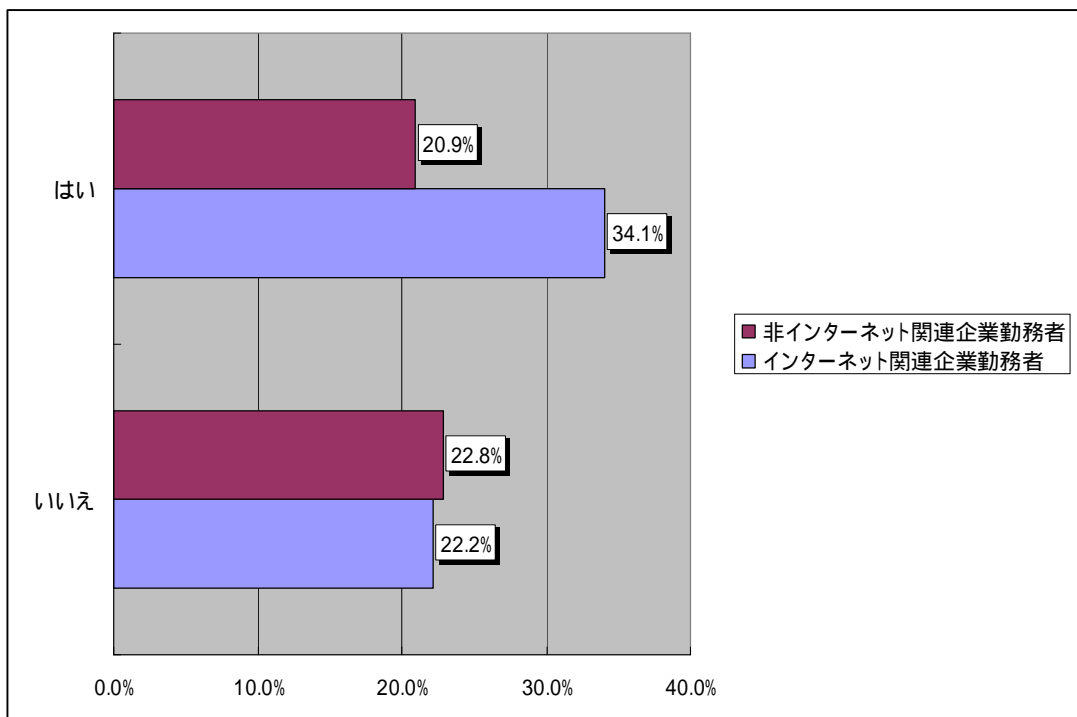


Q6. あなたが仕事上で参考に行っている情報源は何ですか。(3つまで)(n: 400/複数回答可、単位: %)



Q7. Q6で「Web」と答えた方に質問します。あなたは情報源としてブログを活用していますか。

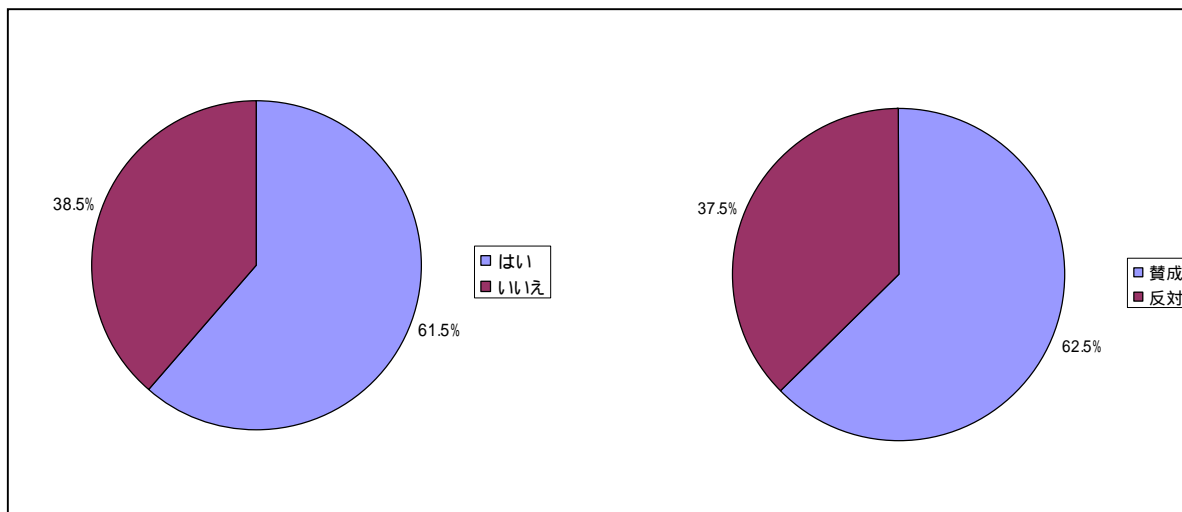
(n: 311、単位: %)



～インターネット関連業界で働く人に聞く「企業間での年賀状」に関する意識調査～

仕事上で付き合いのある方から
メールで年賀状をもらったことがある 61.5%
そのうち63.4%がメールでの年賀状に肯定的

仕事上でメールでの年賀状を送られた方のうち63.4%はメールでの年賀状に肯定的という結果となりました。一方で反対する人は「手を抜いていると思われるから」、「年配の方には抵抗があるから」などの礼儀作法を重視していることがわかりました。



「仕事上で付き合いのある方もしくはあった方に、年賀状を送る予定はありますか」との質問に対し、59.8%の方が「はい」と答えています。

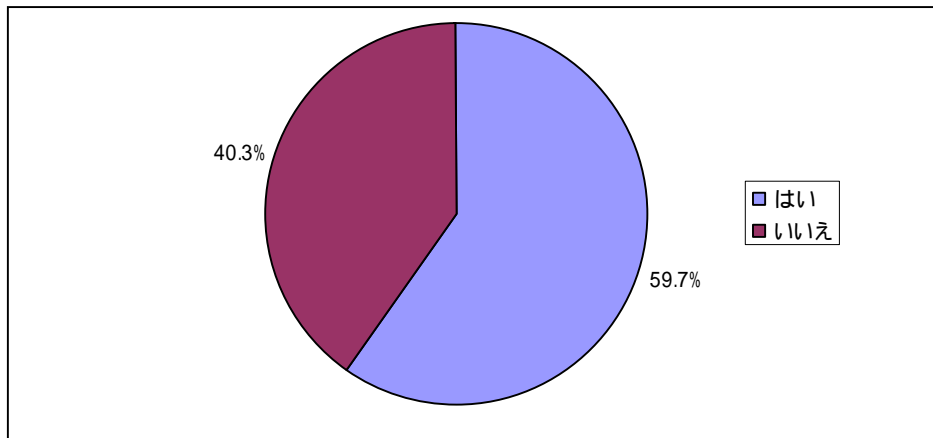
また、「年賀状を送る際にはどのような形式で送る予定ですか」との質問に対しては、個人で作成した年賀はがき(パソコン利用)39.7%、会社で作成した年賀はがき(パソコン利用)32.6%が上位を占め、パソコンを利用した年賀はがきの作成が一般的であるという結果になりました。

インターネット関連業界で働く人に聞く
「年賀状」調査 調査概要

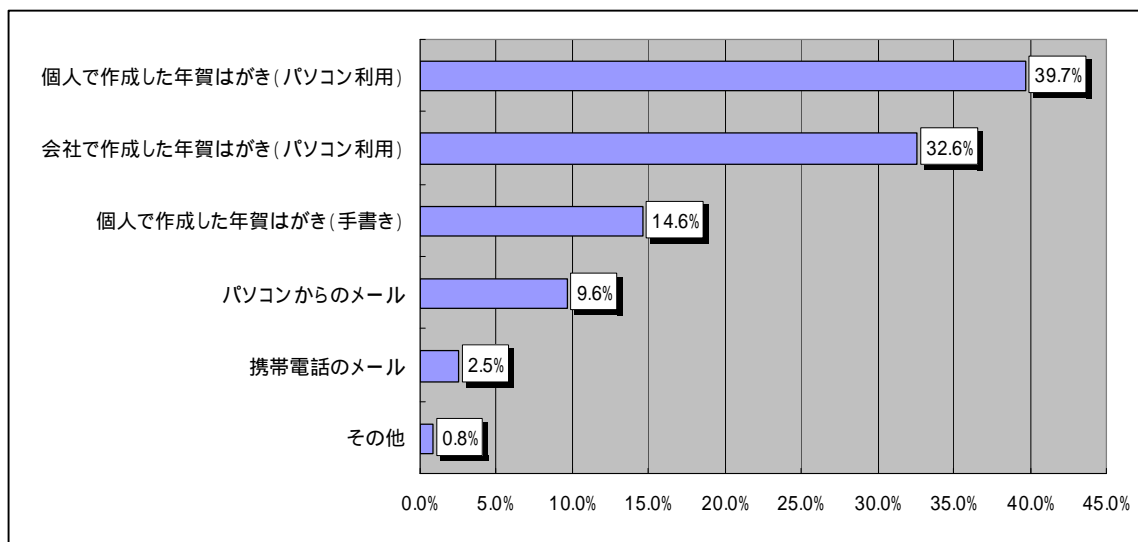
調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2007年12月3日(月)～4日(火)
対象地域	: 全国
対象者	: インターネット関連企業に勤める 20代から50代の男女(400名)
回答者属性	: インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

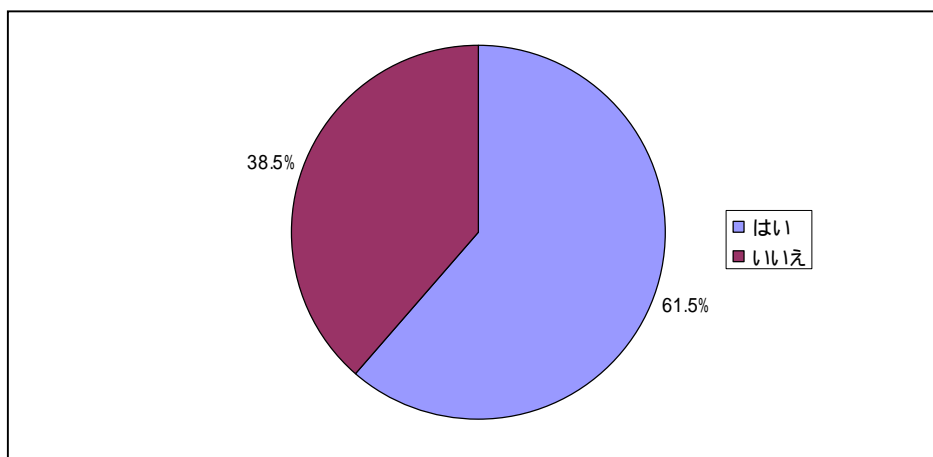
Q1. 仕事上で付き合いのある方もしくはあった方に、年賀状を送る予定はありますか。(n: 400、単位: %)



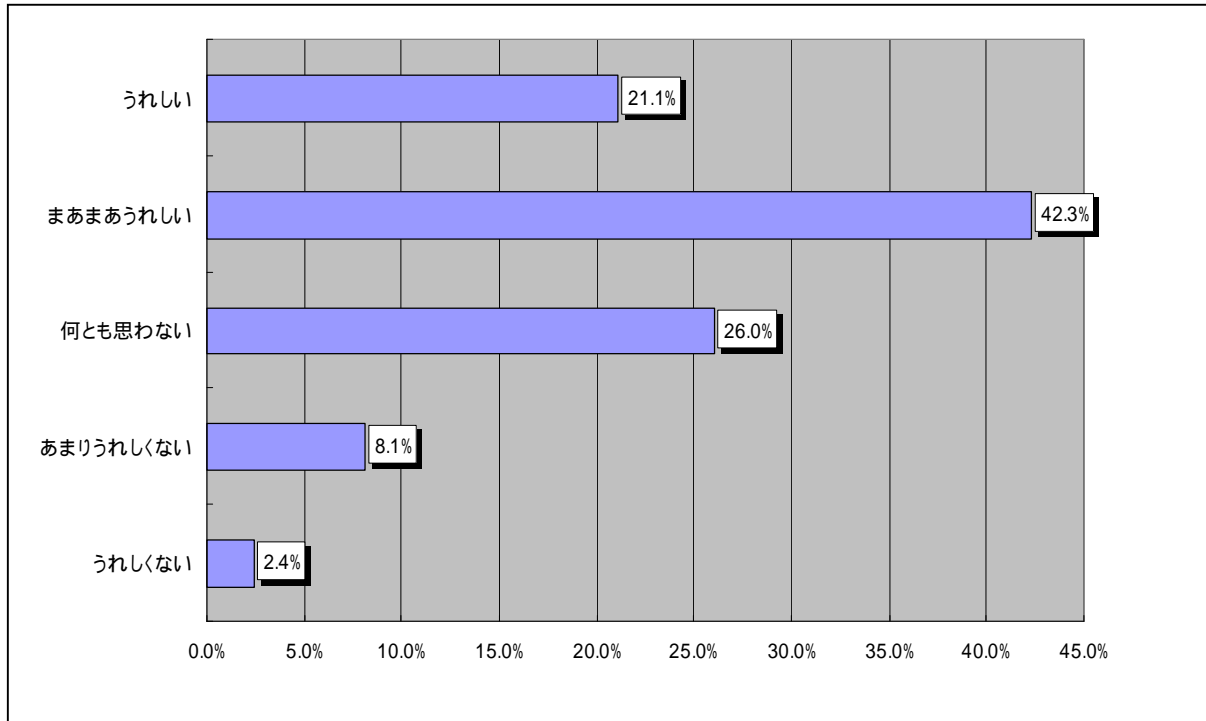
Q2. Q1で「はい」と答えた方に質問します。主にどんな形式で送る予定ですか。(n: 239、単位: %)



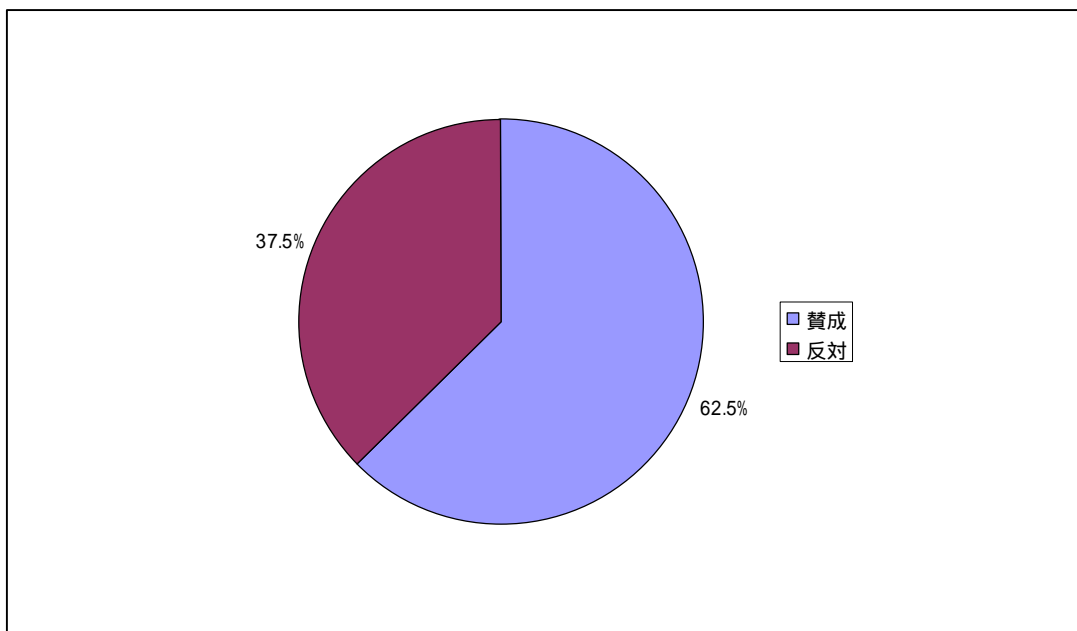
Q3. 過去に仕事上の年賀状を携帯電話又はパソコンのメールでもらったことはありますか。(n: 400、単位: %)



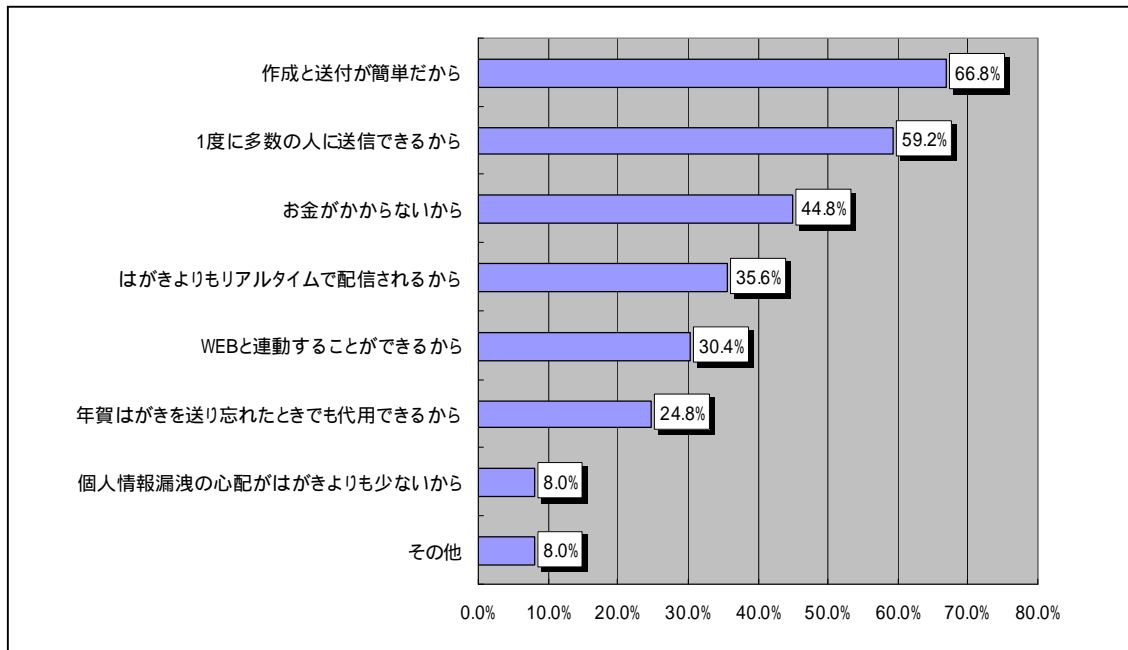
Q4. Q3で「はい」と答えた方に質問します。年賀状を携帯電話やパソコンからメールで受け取った印象はいかがでしたか。(n: 246、単位: %)



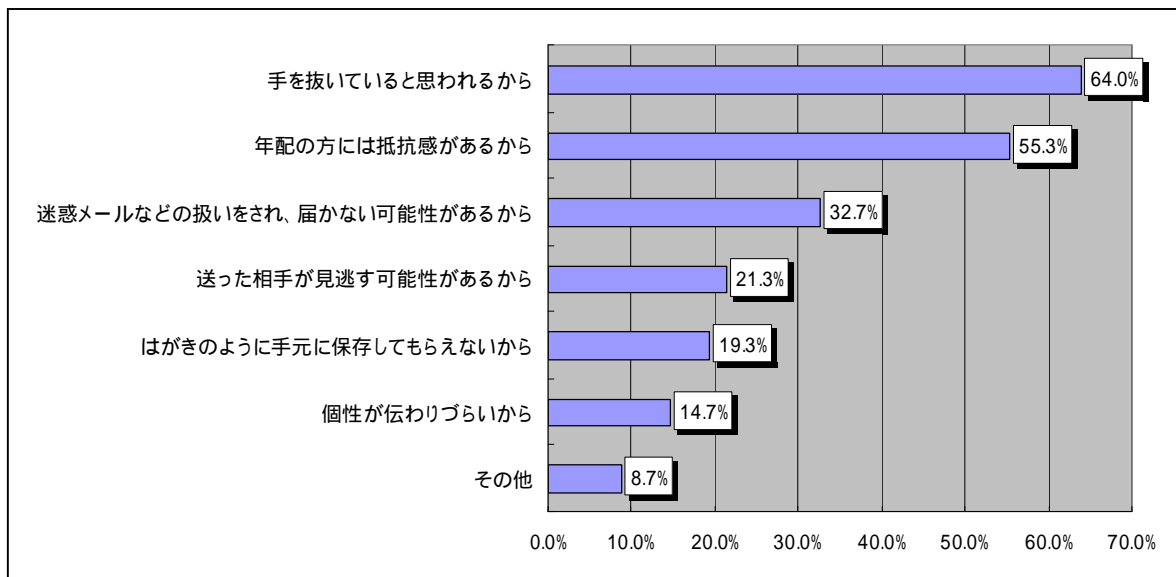
Q5. 仕事上の年賀状を携帯電話やパソコンのメールで送ることに賛成ですか。反対ですか。(n: 400/、単位: %)



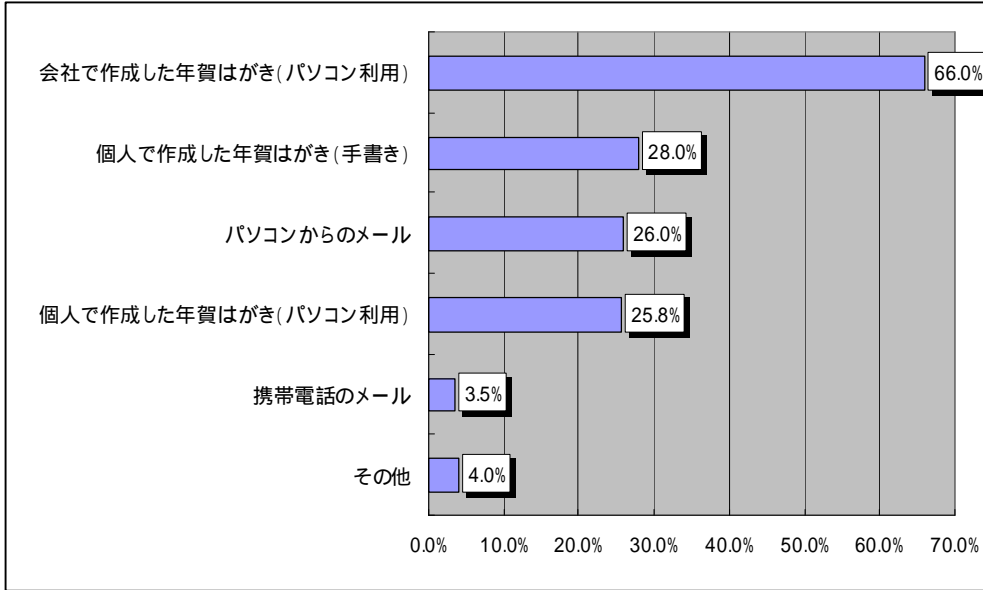
Q6. Q5で「賛成」と答えた方に質問します。賛成する理由は何ですか。(n: 250/複数回答可、単位: %)



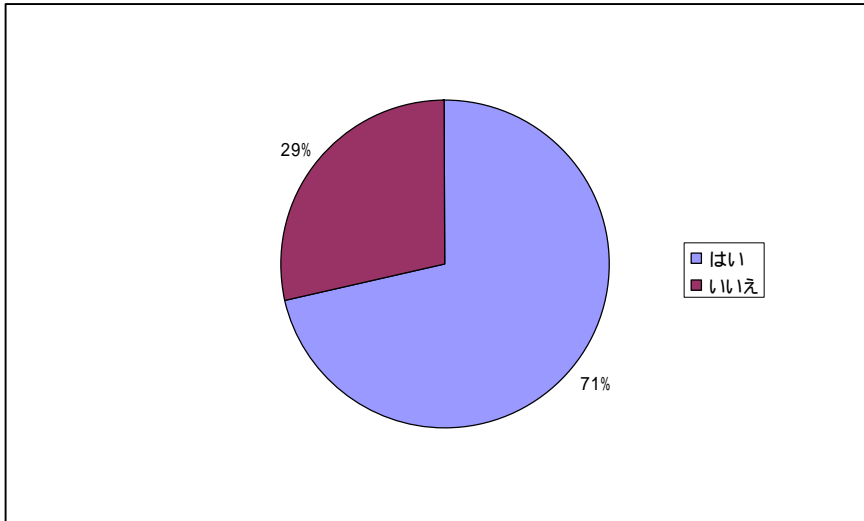
Q7. Q5で「反対」と答えた方に質問します。反対する理由は何ですか。(n: 150/複数回答可、単位: %)



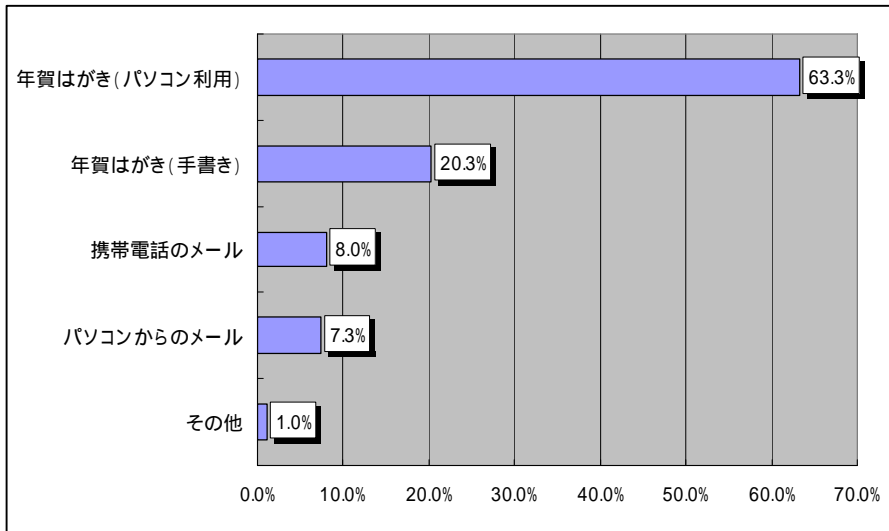
Q8. 本来であれば、仕事上の年賀状はどのような形式で送るべきだと思いますか。(n: 400/複数回答可、単位: %)



Q9. 個人(プライベート)で年賀状を送る予定はありますか。(n: 400、単位: %)



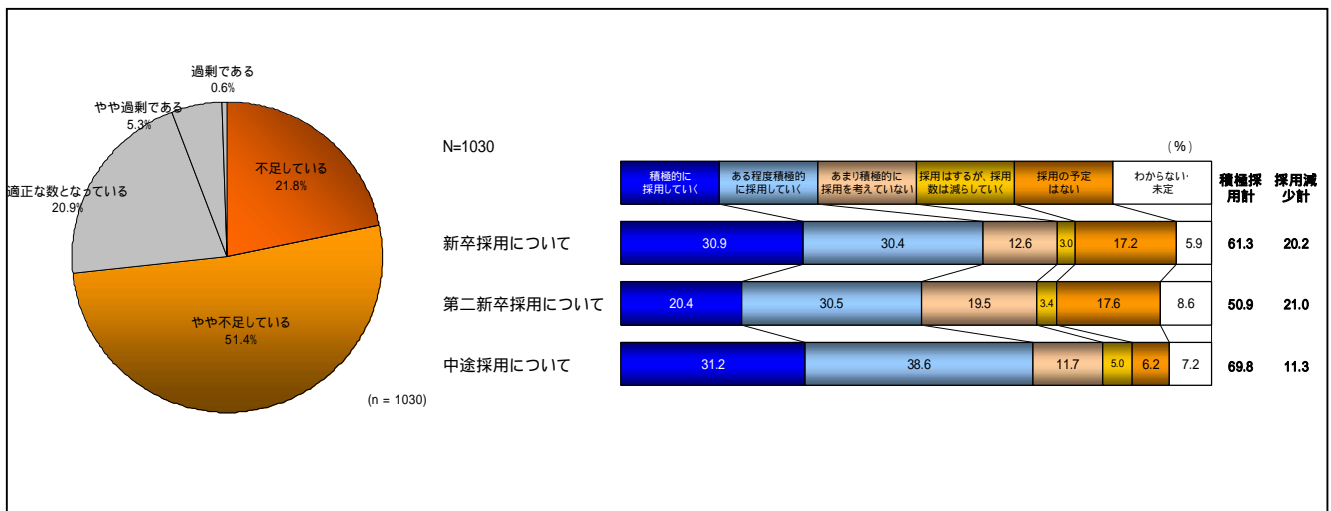
Q10. Q9で「はい」と答えた方に質問します。主にどんな形式で送る予定ですか。(n: 286、単位: %)



～ 採用担当者の意識調査 ～

採用担当者の 73.2% が「人員が不足している」と実感

現状の人員過不足についての質問結果では 73.2% が「人員が不足している」と回答し、転職市場は現在売り手市場となっていることが伺えます。また、人員不足を受けて、中途採用を積極的に行うと回答した採用担当者は 69.8% でした。



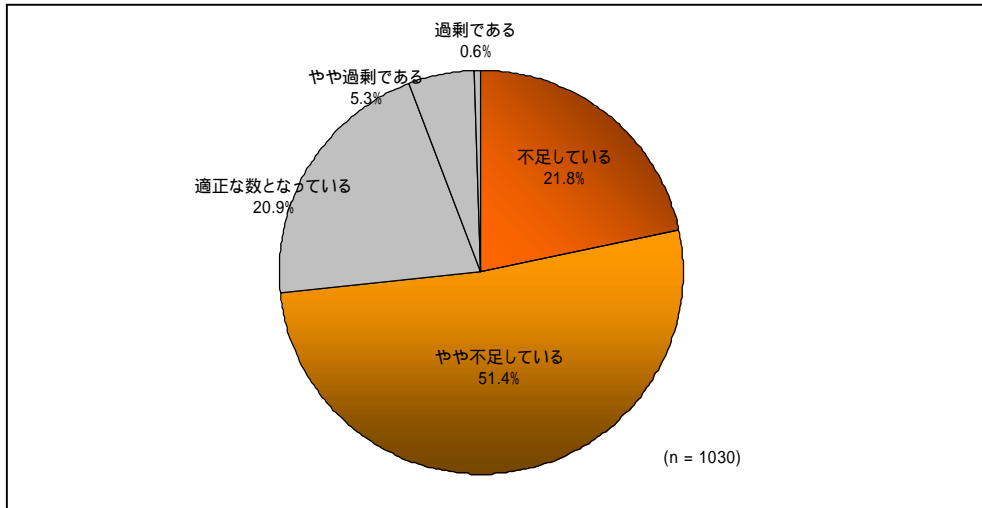
中途採用における課題は、1 位「条件に合致した応募者がいない」(68.9%)、2 位(39.6%)「応募者の数が少ない」、3 位「応募者の選別が難しい」(21.8%)という結果になり、ほしい人材とのマッチングに悩む採用担当者の姿が浮き彫りになりました。

また、転職希望者に求める能力では「コミュニケーションスキル」(61.7%)が 1 位となり、「特定分野の専門的な知識・スキル」(56.1%)よりも重視されており、業務を行う上でもっと必要な要素としてコミュニケーション力が中途採用においても重要なポイントとなっていることが分かります。

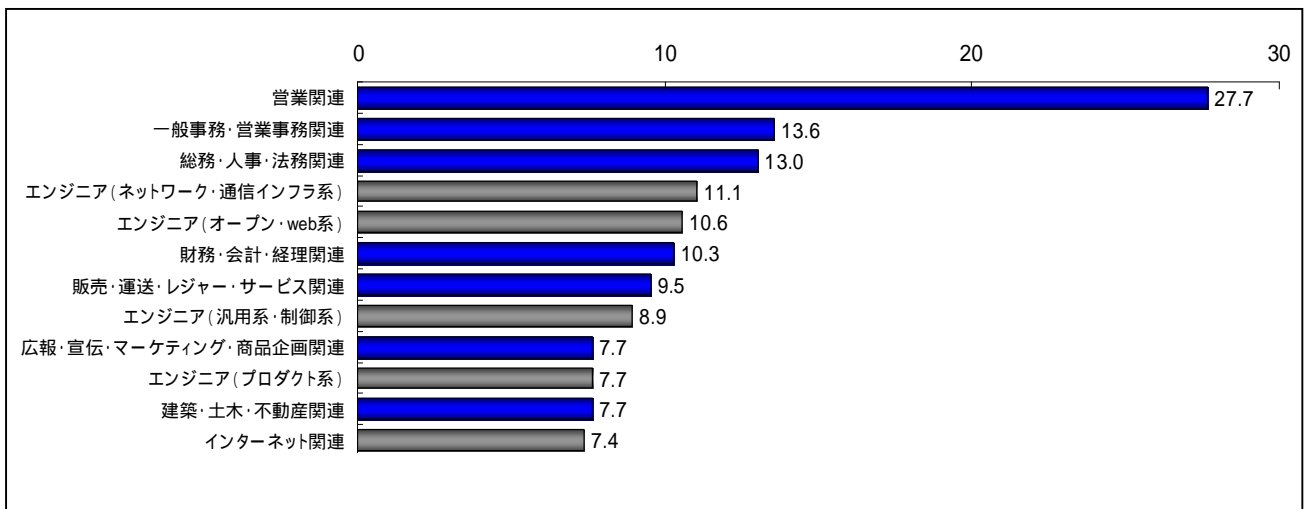
転職者の意識調査	
調査概要	
調査方法	: インターネットアンケートによるモニター調査
対象地域	: 全国
回答者属性	: 全国の企業の従事している正社員かつ現在、自身の業務として「採用活動」に携わっている方
実施期間	: 2007 年 10 月 26 日 ~ 10 月 27 日
対象者属性	: 男女 1,030 名
対象者年齢	: 22 歳以上の男女

アンケート詳細

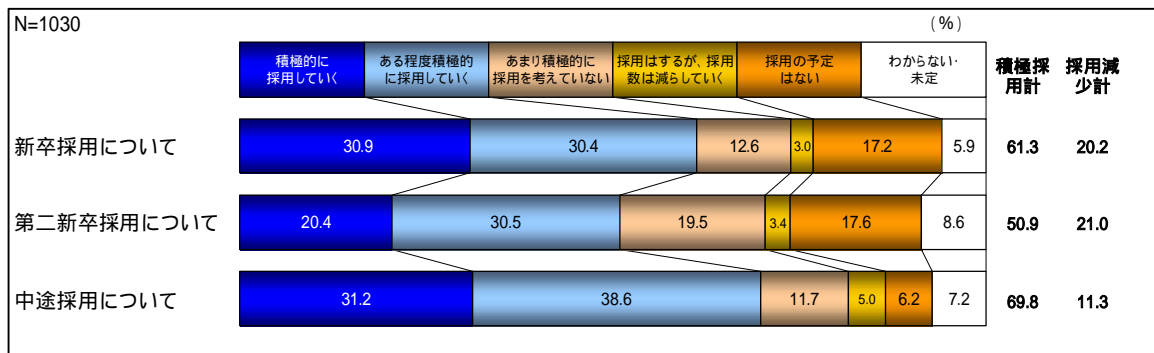
Q1：現状の人員過不足について (n=1,030、単位 %)



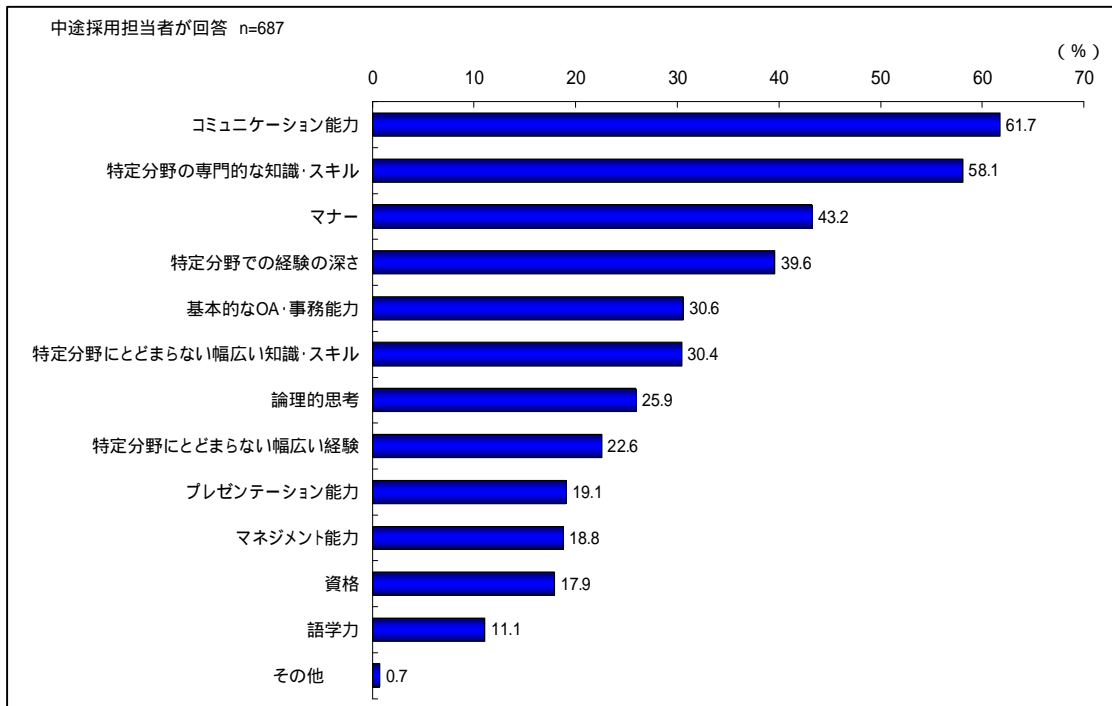
Q2：不足している職種について (n=1,030、単位 %)



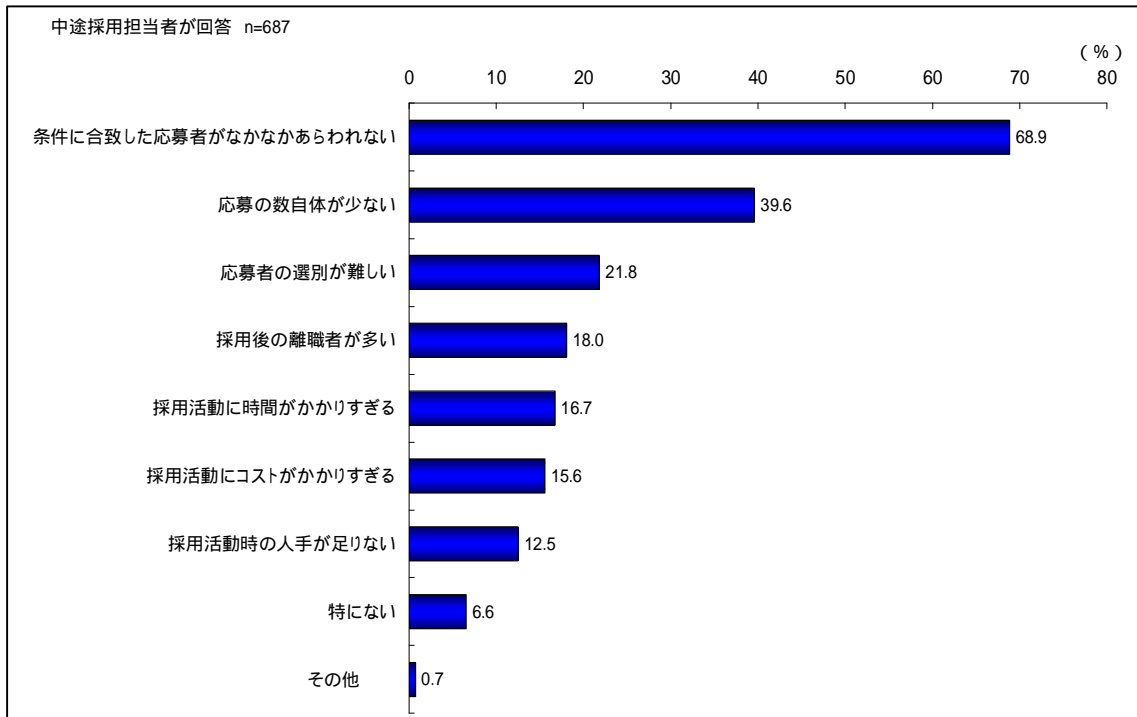
Q3：今後の採用計画について (n=1,030、単位 %)



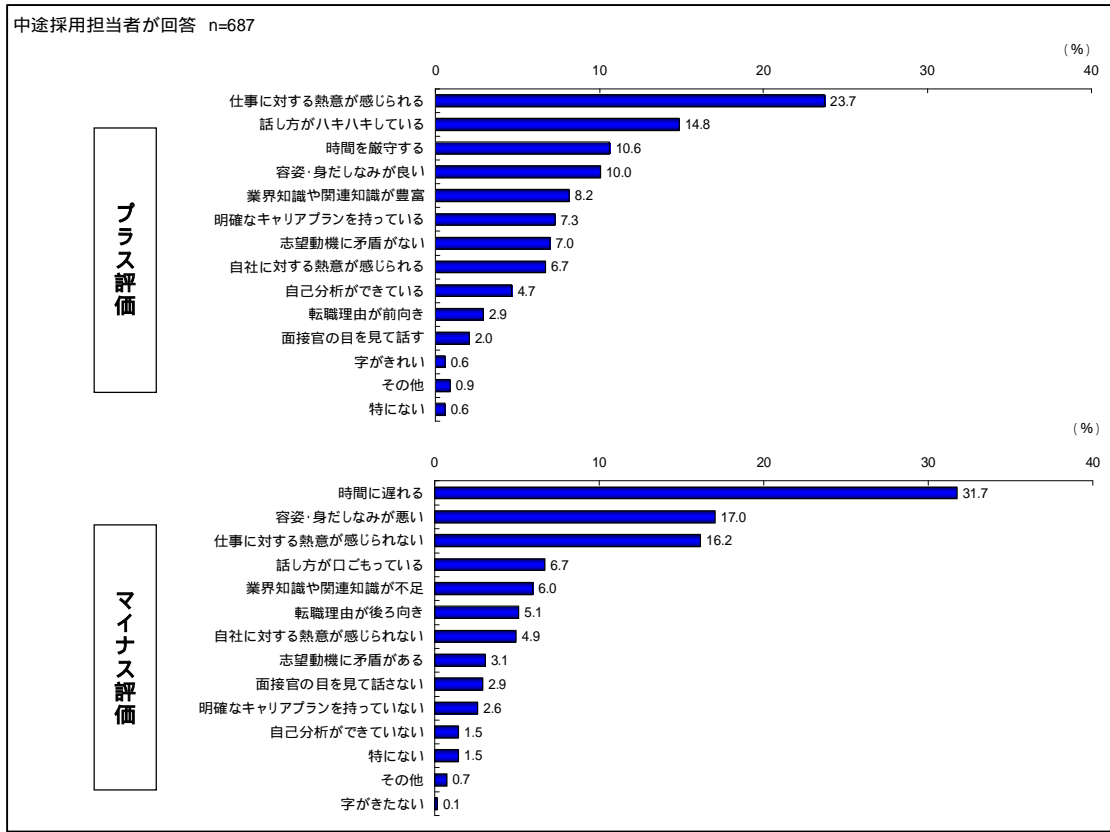
Q4：転職希望者に求める能力について(n=1,030、単位%)



Q5：中途採用における課題について(n=1,030、単位%)

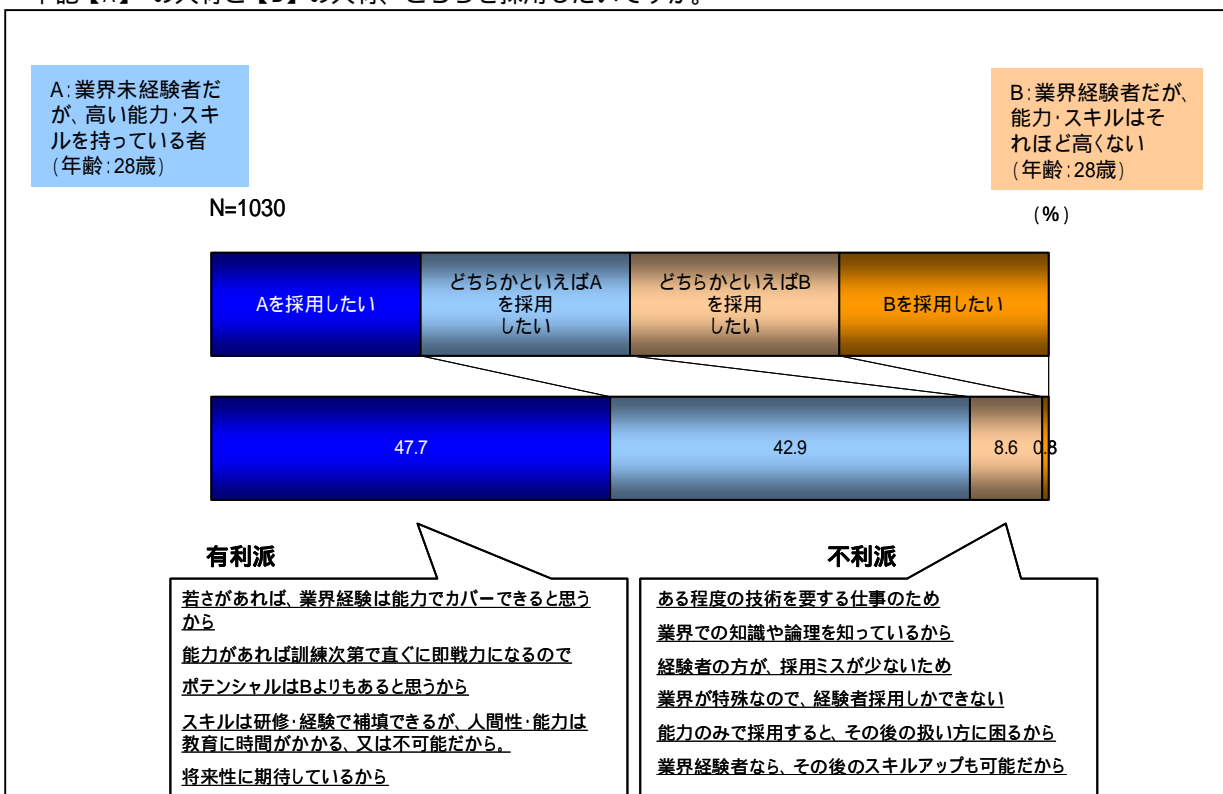


Q6：中途採用時の面接ポイントについて(n=1,030、単位%)



Q7：採用の判断基準について【能力と経験の重視比重について】(n=1,030、単位%)

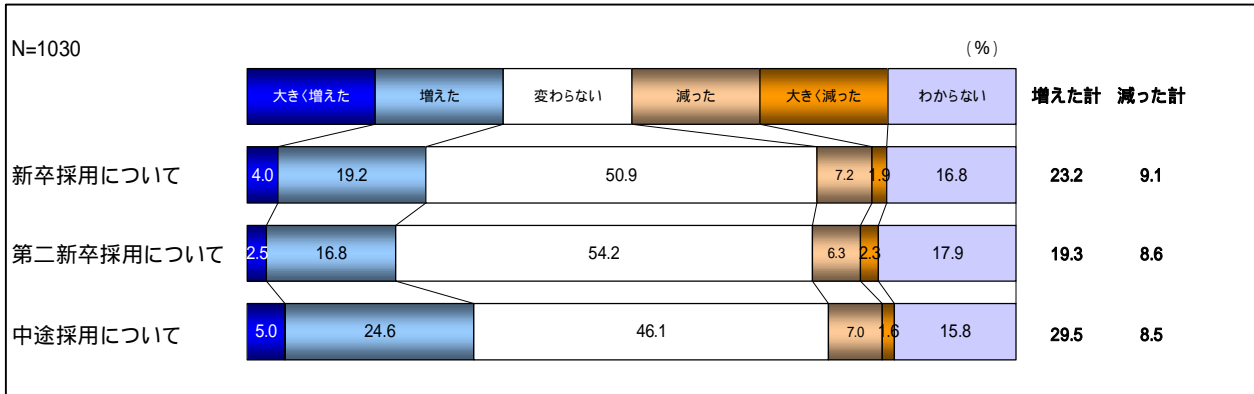
下記【A】の人材と【B】の人材、どちらを採用したいですか。



～ 採用担当者への採用活動の実態調査～

**4社に1社が、過去1年と比較して採用コストが増えたと回答。
一方、採用コストが減った企業は10社に1社**

過去1年と比較して採用コストが増えたと回答と、減ったという回答を比べてみると、増加の割合の方が高く、採用市場の激化に伴って、企業は優秀な人材を得るために採用コストを増加しているようです。



平均採用コストについては、新卒採用のための年間採用コストは1,322万円、第2新卒採用のための年間採用コストは882万円、中途採用のための年間採用コストは1,094万円という結果が出ました。

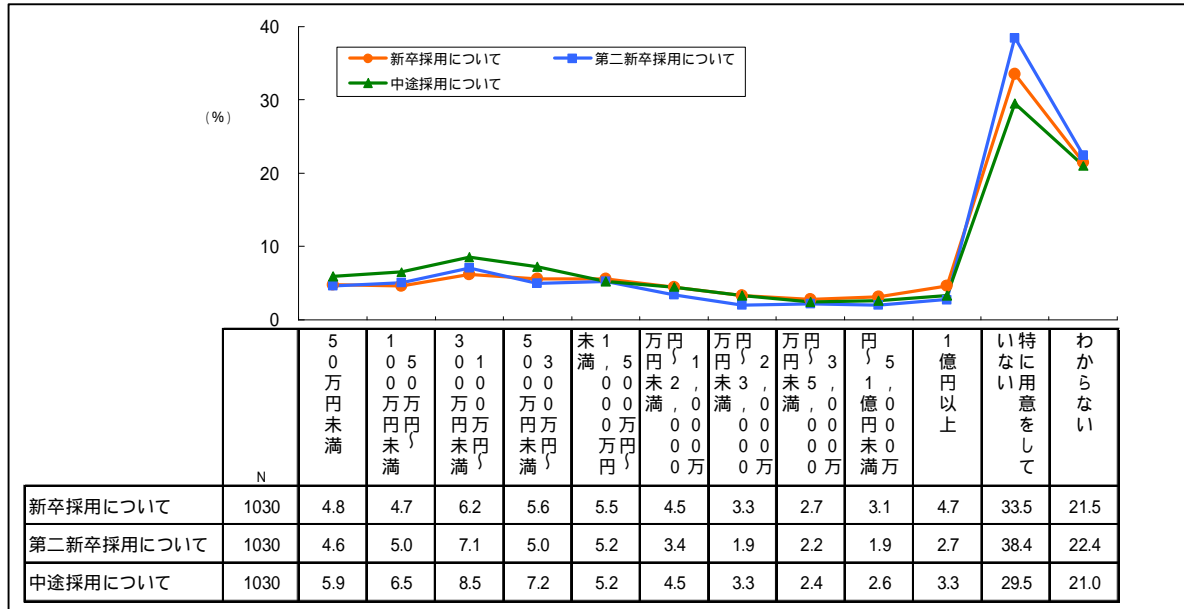
また今後、採用にかかるコストを増加予定の企業は22.9%、一方、採用コストを減少予定の企業は7.5%となっており、多くの企業では今後採用に力を入れる構えであることがわかりました。

また、採用担当者が選ぶ中途採用したいタレントでは男性第1位はビートたけし、女性第1位は篠原涼子となりました。

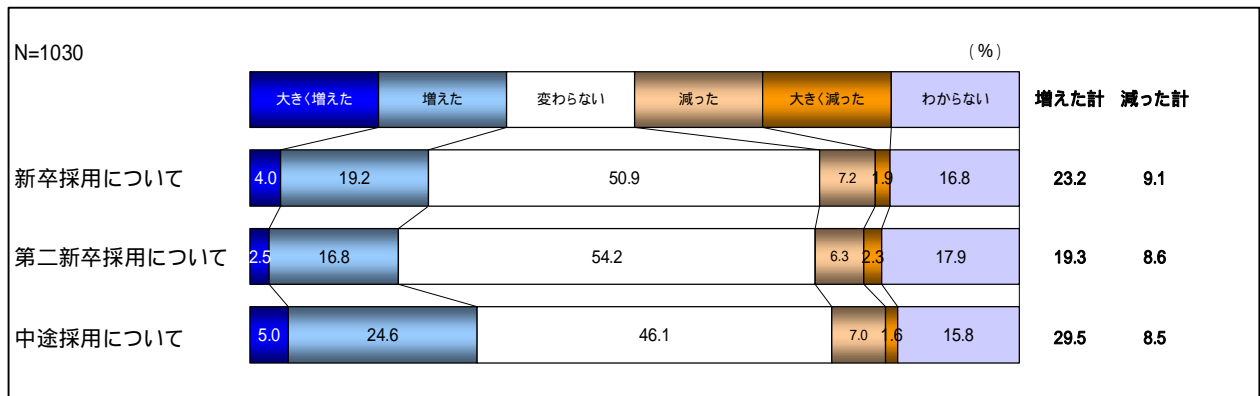
採用活動の実態調査 調査概要	
調査方法	: インターネットアンケートによるモニター調査
対象地域	: 全国
回答者属性	: 全国の企業に従事している正社員かつ、現在、自身の業務として「採用活動」に携わっている方
実施期間	: 2007年10月26日～10月27日
対象者属性	: 男女1,030名
対象者年齢	: 22歳以上の男女

アンケート詳細

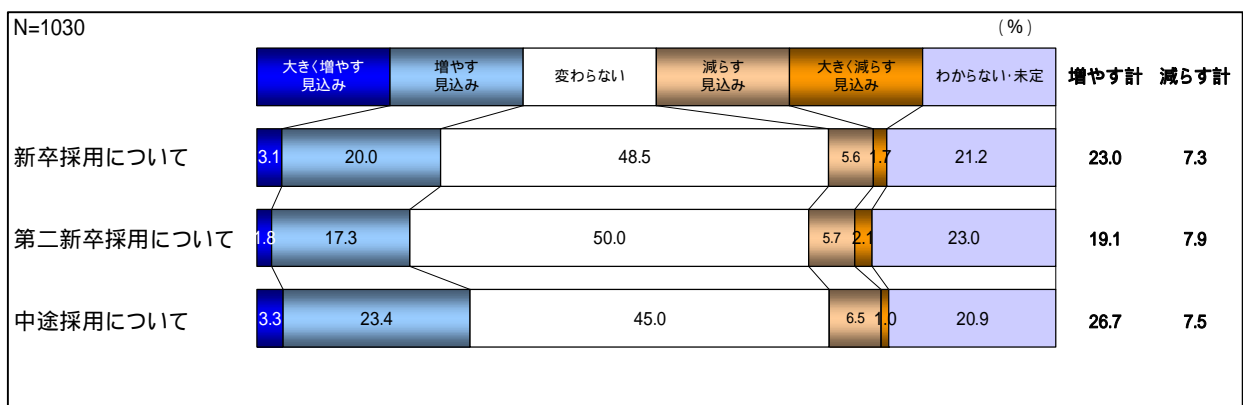
Q1：2006年度の年間採用コスト（各ターゲット別【新卒/第2新卒/中途】）（n=1,030、単位 %）



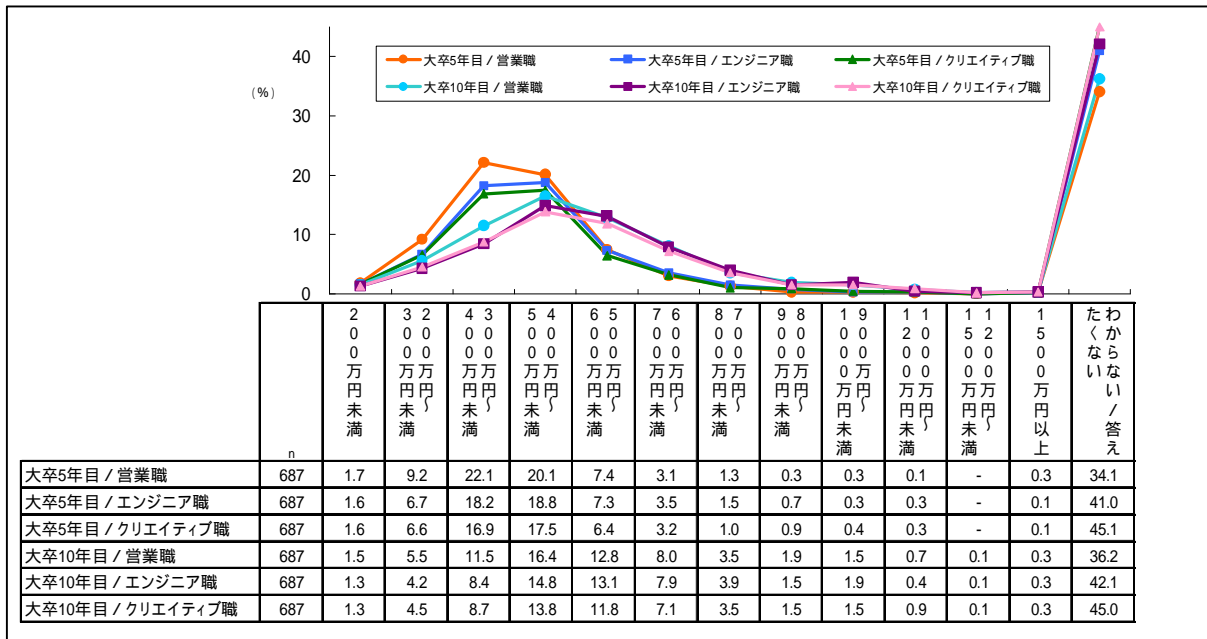
Q2：過去1年と比較した年間採用コストの増減（各ターゲット別【同上】）（n=1,030、単位 %）



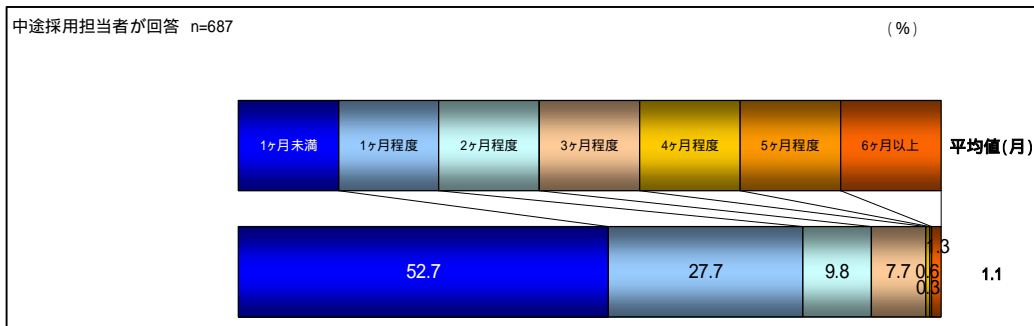
Q3：今後の年間採用コストの増減見込み（各ターゲット別【同上】）（n=1,030、単位 %）



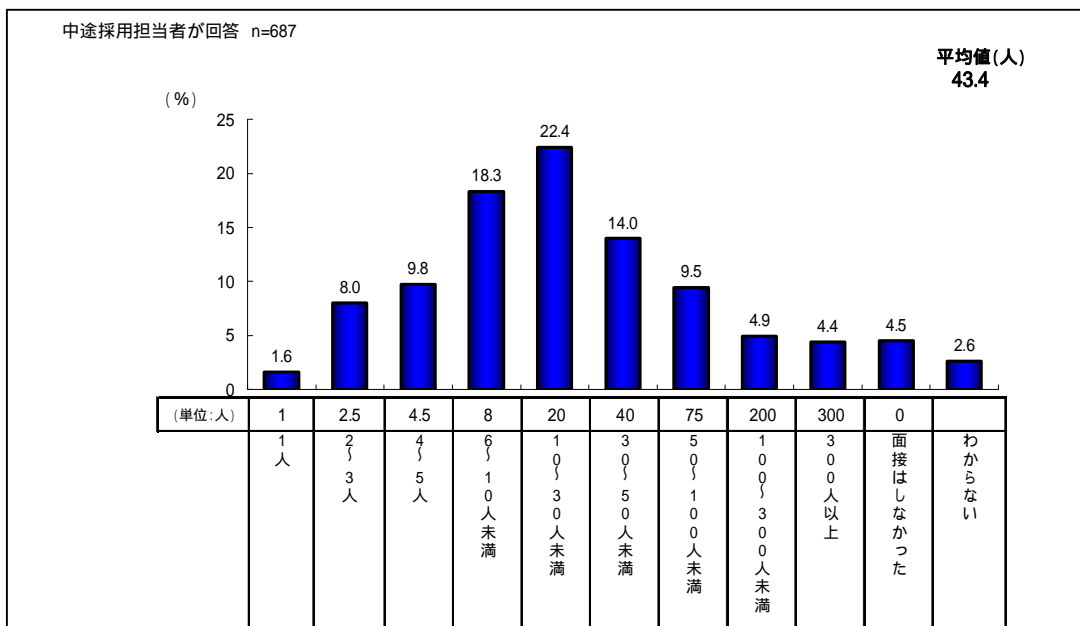
Q4：職種別・年次別の平均給与提示金額（各職種・年次別）(n=687、単位%)



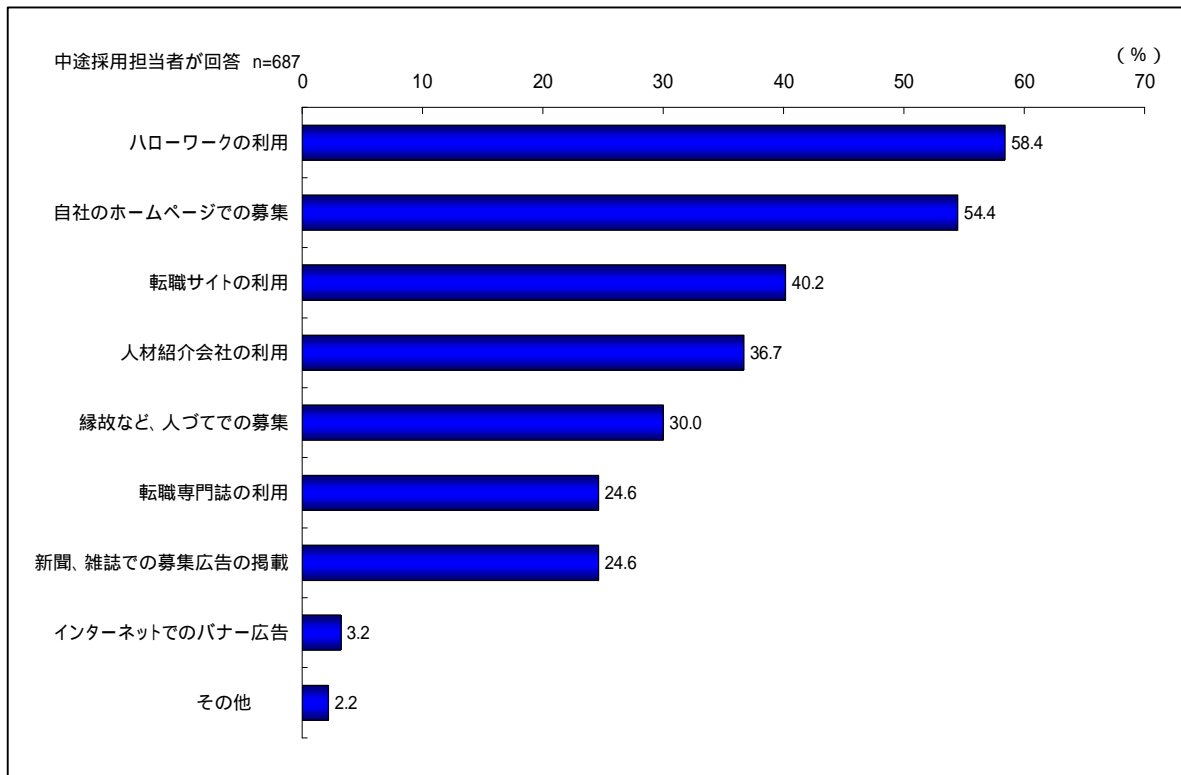
Q5：応募者1人あたりの選考期間(n=687、単位%)



Q6：採用担当者1人あたりの年間面談人数(n=687、単位%)



Q7：中途採用者の募集方法(n=687、単位%)



Q8：中途採用したいタレントランキング (n=1,030、単位%)

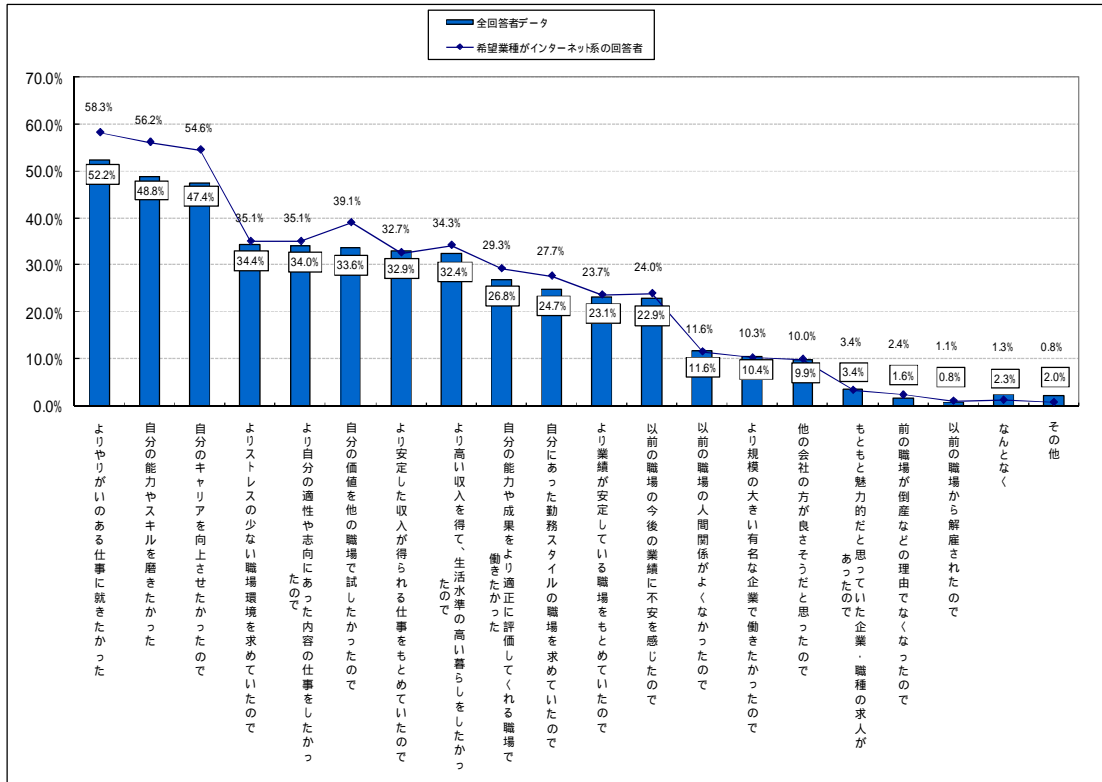
ランキングTOP30

順位	選手名	%	順位	選手名	%
1	ビートたけし	5.6	16	山口智充	1.0
2	明石家さんま	3.6	17	大泉洋	0.9
3	所ジョージ	3.5	18	草彅剛	0.9
4	島田紳助	3.2	19	ベッキー	0.9
5	福山雅治	3.0	20	松本人志	0.9
6	木村拓哉	2.6	21	渡辺謙	0.8
7	渡哲也	2.3	22	高橋克典	0.8
8	タモリ	2.2	23	小島よしお	0.8
9	篠原涼子	1.5	24	菊川怜	0.8
10	太田光	1.4	25	えなりかずき	0.7
11	桑田佳祐	1.3	26	武田鉄矢	0.7
12	真鍋かをり	1.2	27	佐藤浩市	0.7
13	役所広司	1.1	28	菅野美穂	0.7
14	仲間由紀恵	1.0	29	長澤まさみ	0.6
15	織田裕二	1.0	30	西田敏行	0.6

N=1030

転職理由 1 位が「よりやりがいのある仕事に就きたい」52.2%

転職理由に関する質問では「よりやりがいのある仕事に就きたい」「自分の能力やスキルを向上させたい」など、仕事に対する意欲を感じさせる回答が上位に選ばれました。キャリアアップを目的として転職を考える方が多いことが伺えます。



転職を希望する業種では1位がメーカー、2位がサービス・エンターテインメント系、3位がインターネット系という結果になりました。また、転職の検討理由上位3つである「よりやりがいのある仕事に就きたかった」「自分の能力やスキルを磨きたかった」「自分のキャリアを向上させたかった」において、全体平均をインターネット関連業界転職希望者が上回り、インターネット関連業界への高いキャリアアップの期待が明らかになった。

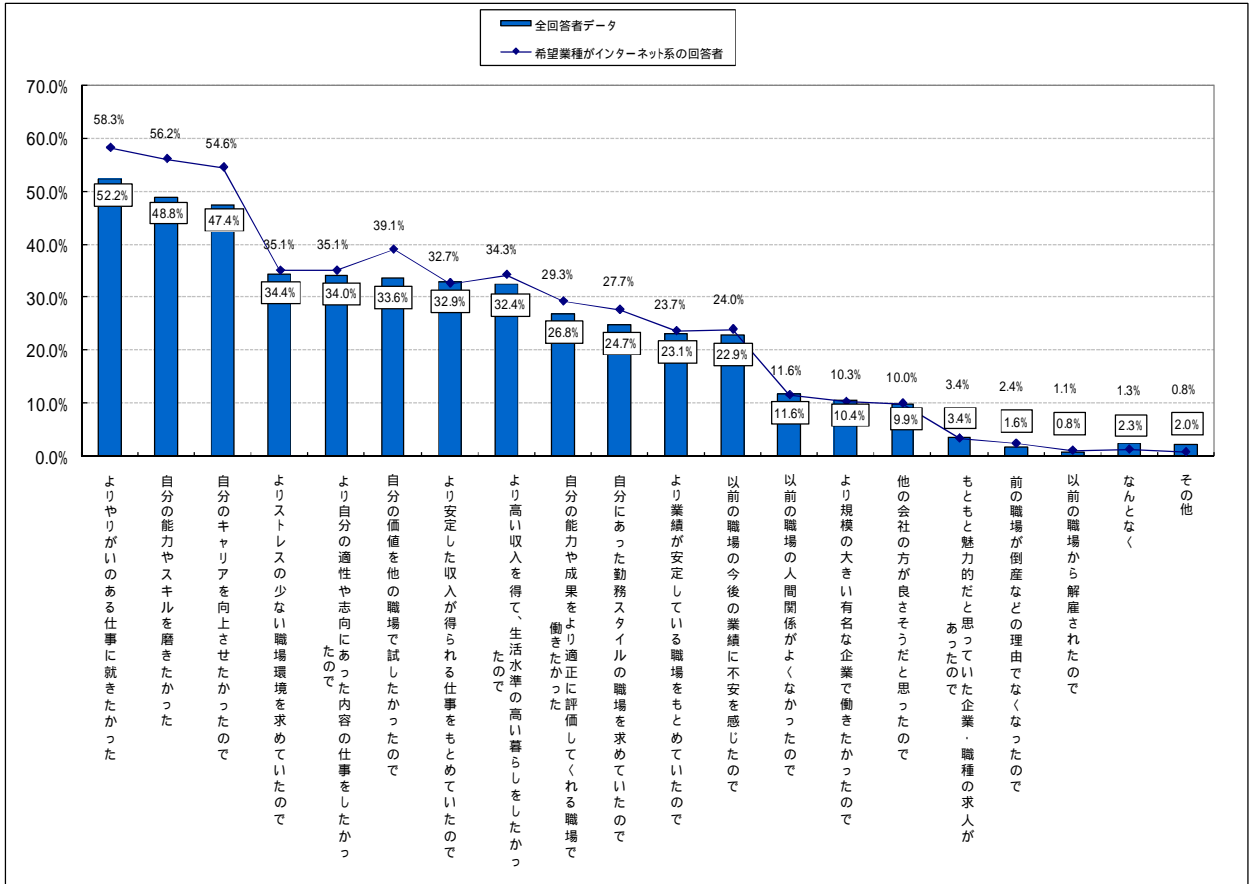
転職者の意識調査

調査概要

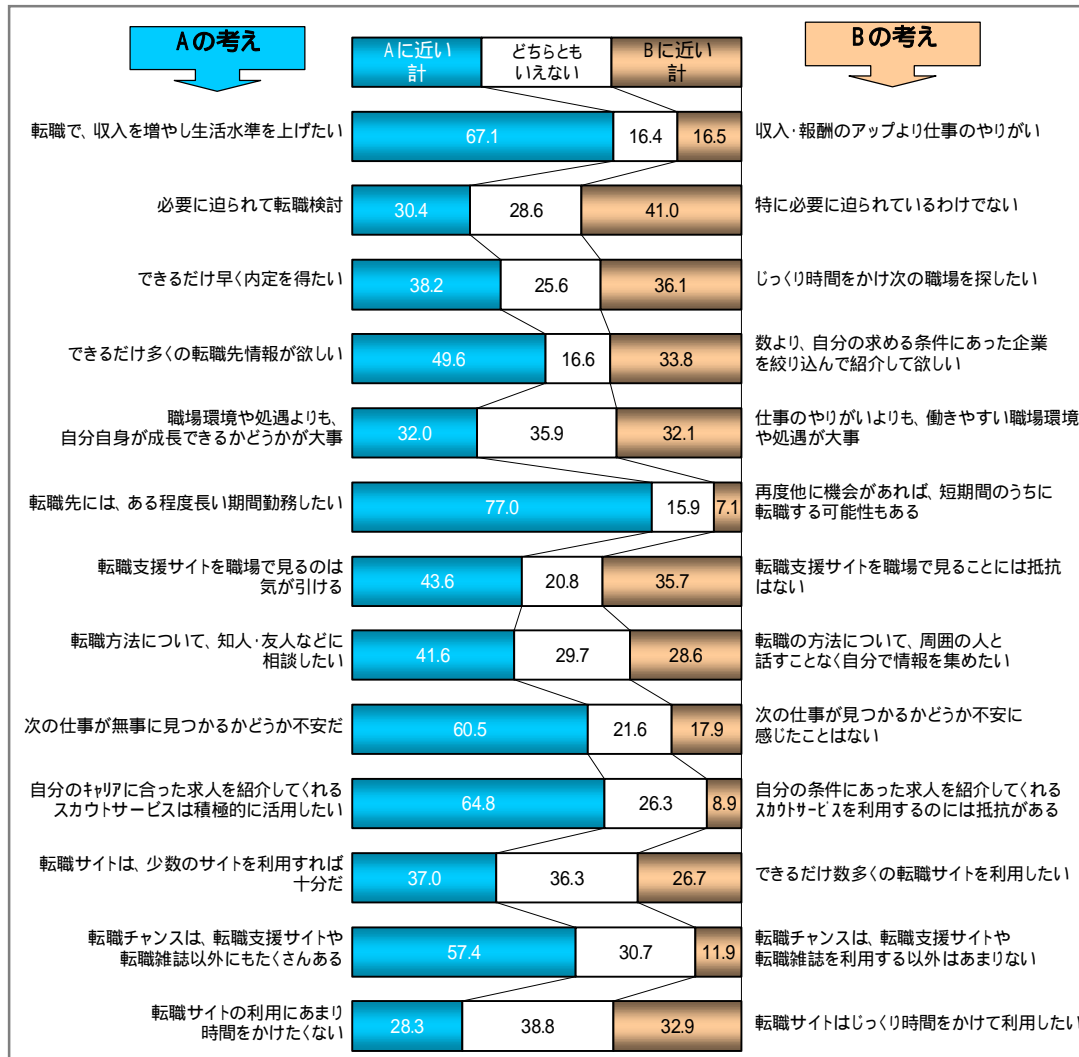
調査方法	: インターネットアンケート
対象地域	: 全国
回答者属性	: 過去1年以内に転職意向をもち、過去3カ月以内に転職サイトを利用したことのある方
実施期間	: 2007年4月13日、27日、6月15日
対象者属性	: 男女1,030名(1回目) 男女1,854名(2回目) 男女791名(3回目)
対象者年齢	: 25歳～39歳

アンケート詳細

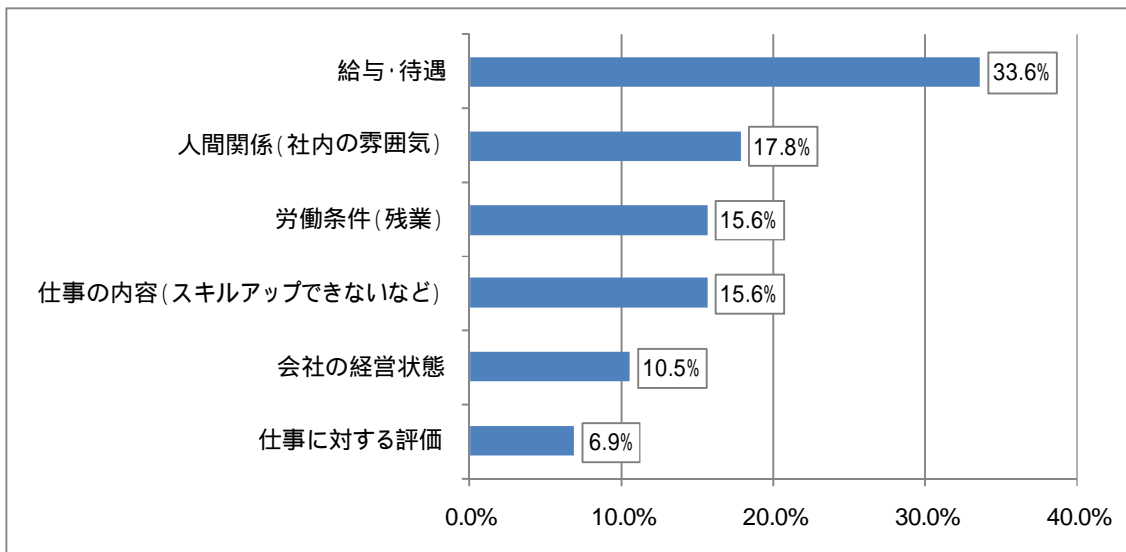
Q1：転職の検討理由



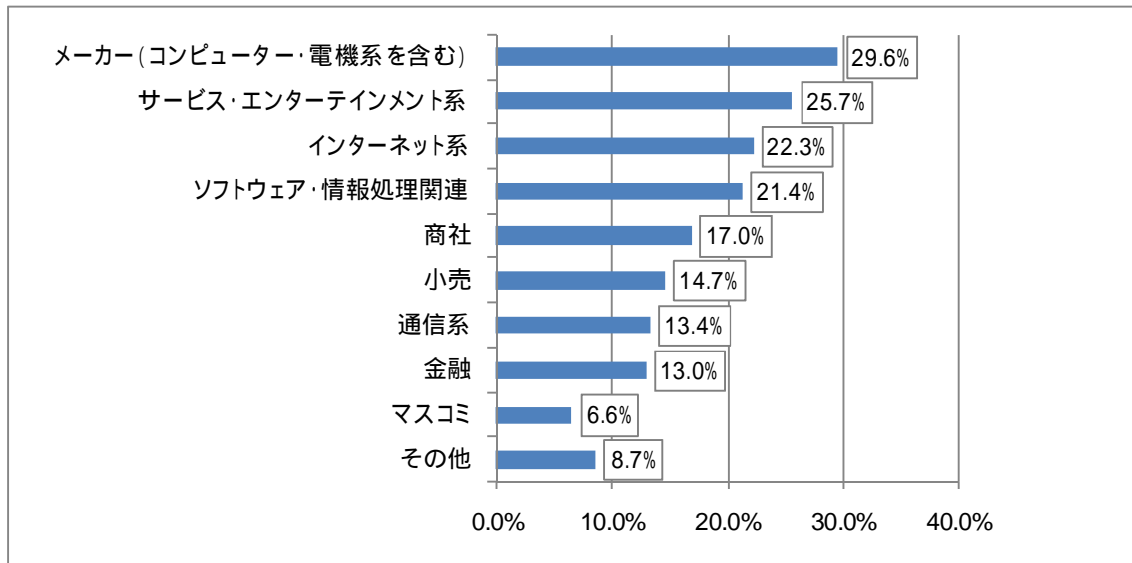
Q2：転職に対する意識



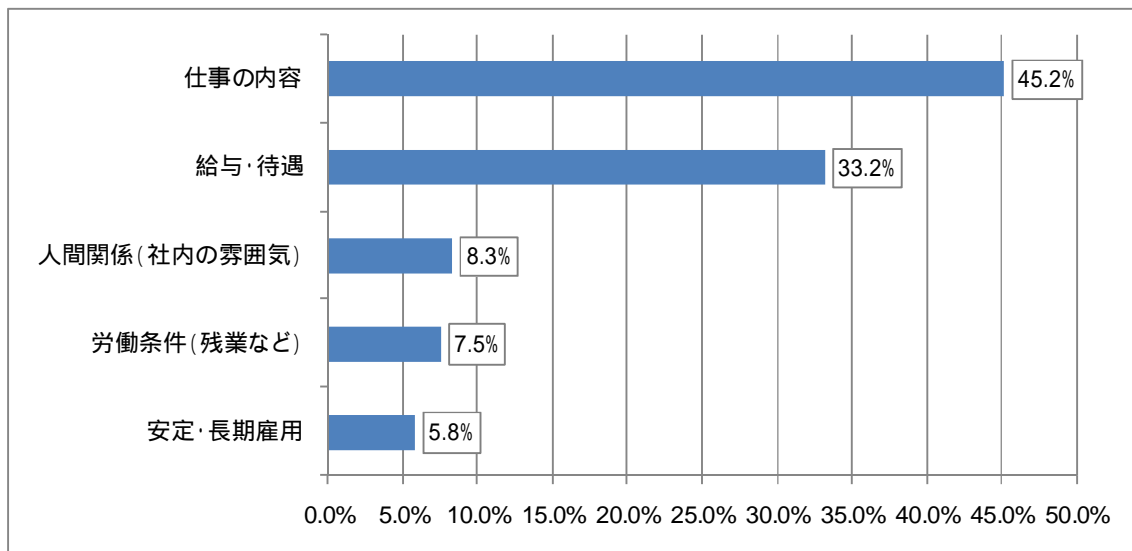
Q3：現在の職場の不満点



Q4：現在の希望業種



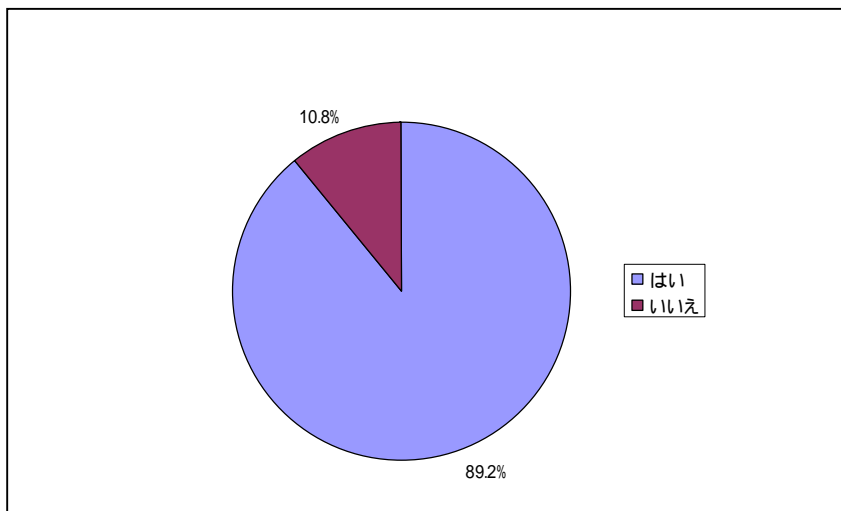
Q5：新しい職場での期待点



～インターネット関連業界で働く人に聞く「ボーナス後転職」に関する調査～

退職をする際は、ボーナスをもらった後が良い 89.2%
実際の退職時期は 1位：9月（13.6%）、2位：3月（12.7%）
 ～6月、12月のボーナスから3ヵ月後が退職のピーク～

「退職する時は、できればボーナスをもらってからの方が良いと思いますか」との質問に対し、約90%の方が「はい」と答えており、転職するならボーナス後という意見が多く見られました



実際の退職時期としては、9月、3月、12月、2月、8月などが上位となっており、一般的なボーナス支給時期（6月、12月）以降3ヶ月以内に退職する方が多いという結果が明らかになりました。また、ボーナス支給後に退職をした場合のボーナスの使い道としては貯金（72.5%）が1位に上げられました。

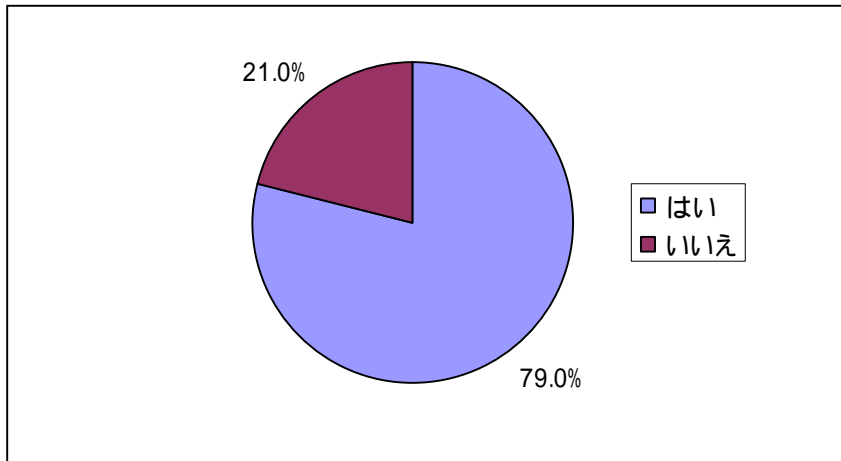
本調査の結果は、退職後、次の仕事での給与が支給されるまでの転職者の不安な気持ちを反映しているものと思われます。

インターネット関連業界で働く人に聞く
「ボーナス後転職」調査概要

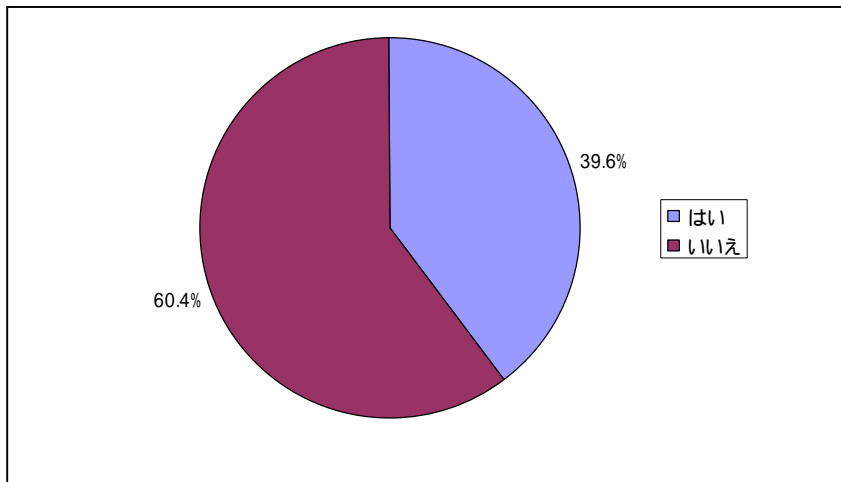
調査方法	: インターネットアンケート
実施期間	: 2007年11月27日(火)～28日(水)
対象地域	: 全国
対象者	: インターネット関連企業に勤める 20代、30代の男女(400名)
回答者属性	: インターネット関連業界勤務

アンケート詳細

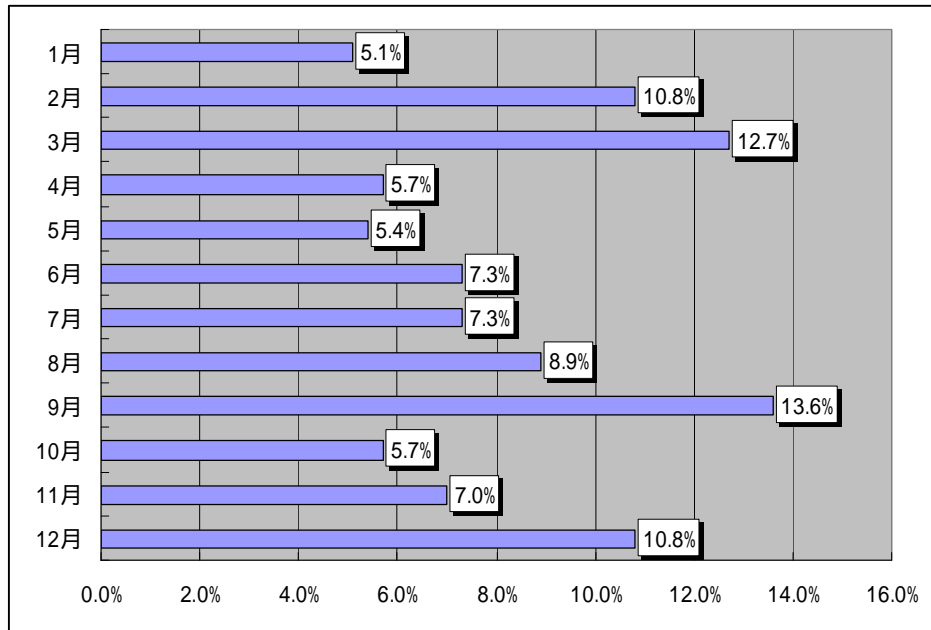
Q1. 転職をしたことはありますか。(n: 400、単位: %)



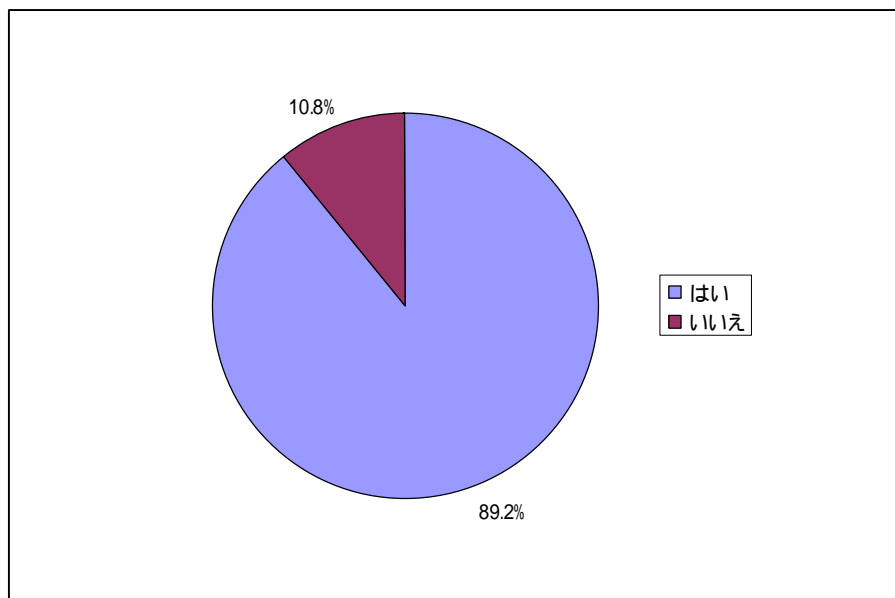
Q2. 1)で”はい”と答えられた方、前職の退職時期を決めるにあたり、ボーナス支給後の退職を意識しましたか。(n: 316、単位: %)



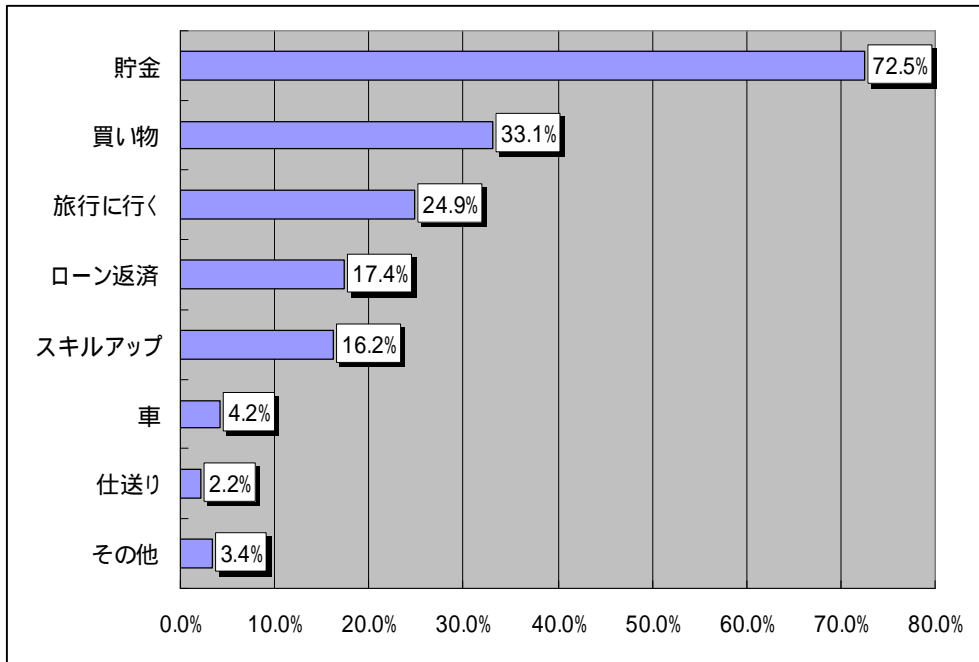
Q3. 1)で”はい”と答えた方、実際に退職をしたのはいつでしたか。(n: 316、単位: %)



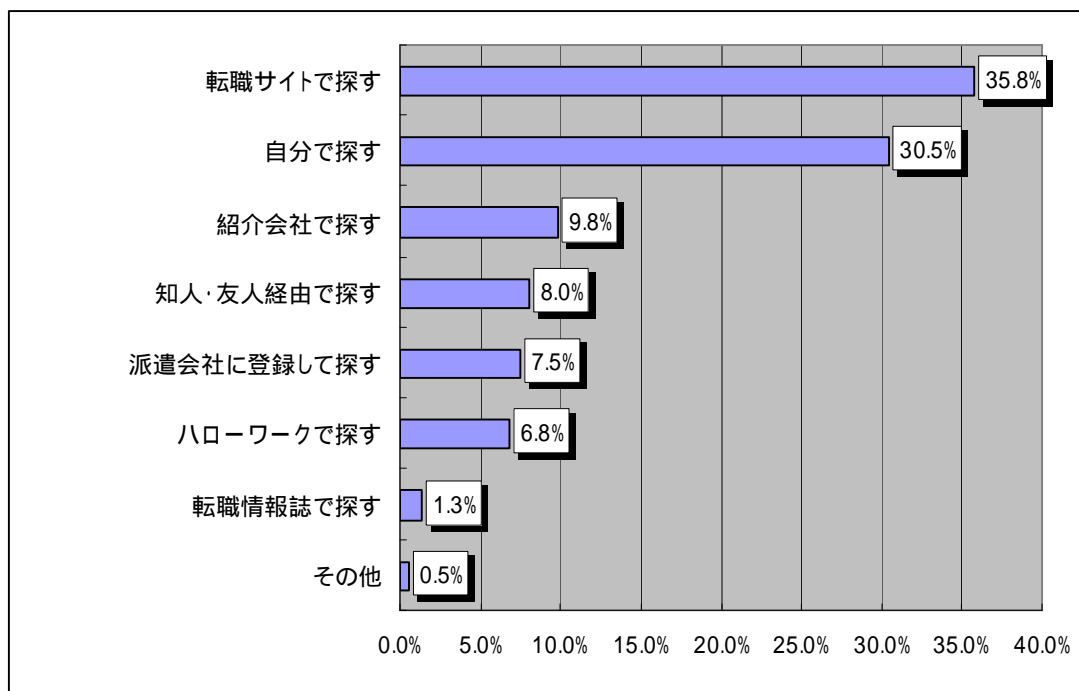
Q4. 退職する時は、できればボーナスをもらってからの方が良いと思いますか。(n: 400、単位: %)



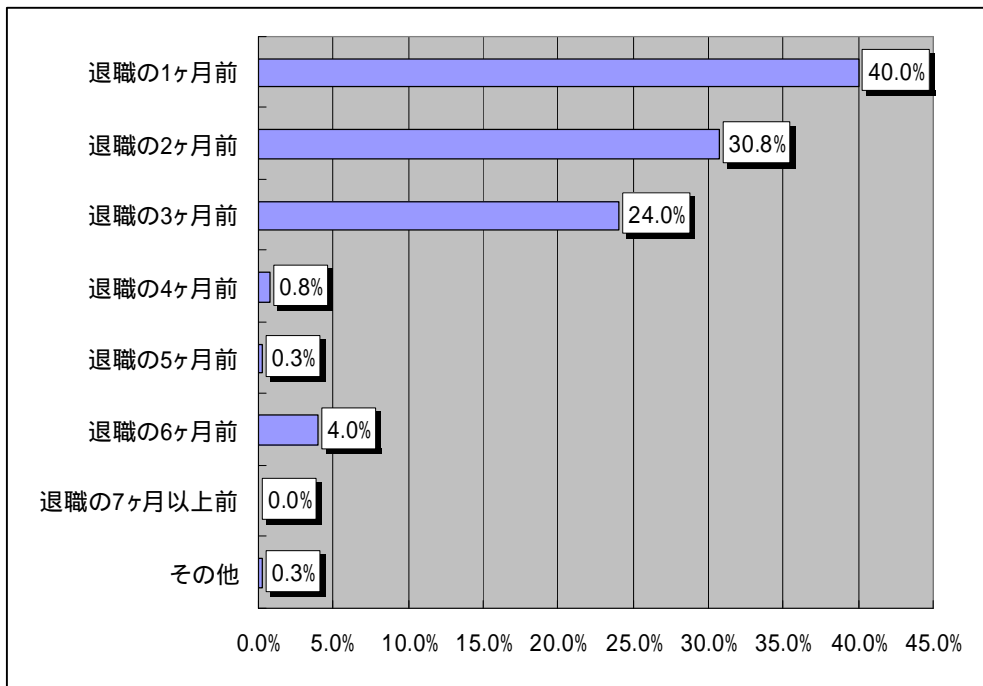
Q5. ボーナス支給後の退職をした場合、ボーナスは何に使いたいですか。(n : 357/複数回答可、単位 : %)



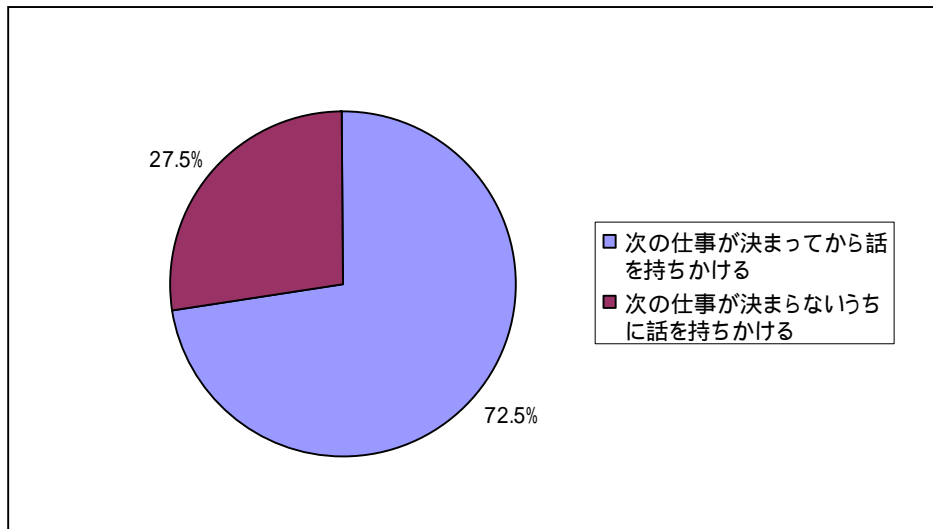
Q6. 転職をする際、次の仕事をどのように探しますか。(n : 400、単位 : %)



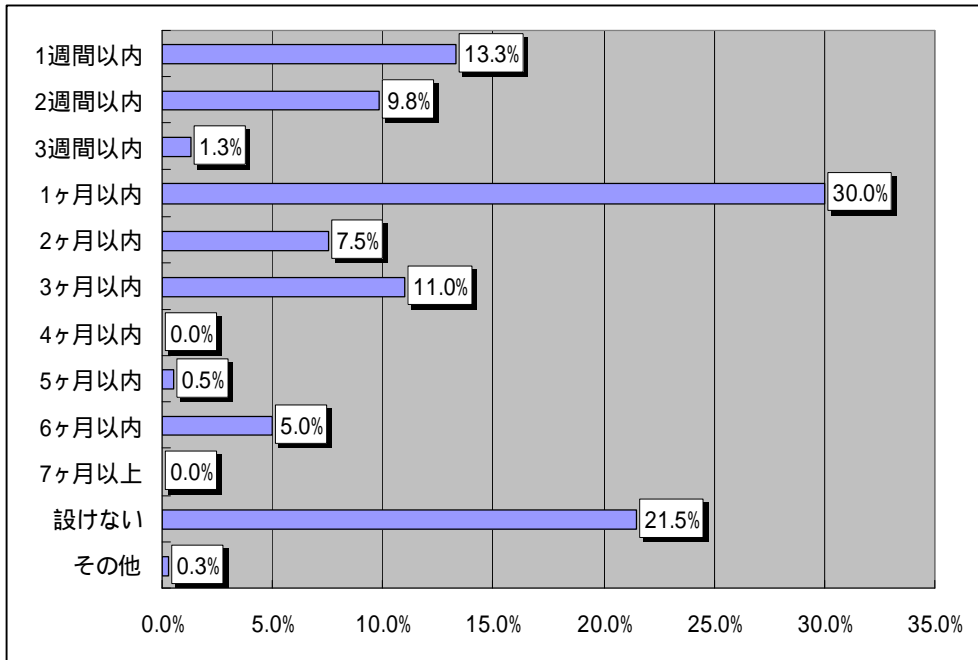
Q7. 現在お勤めの会社に退職の旨をいつ伝えますか。(n: 400、単位: %)



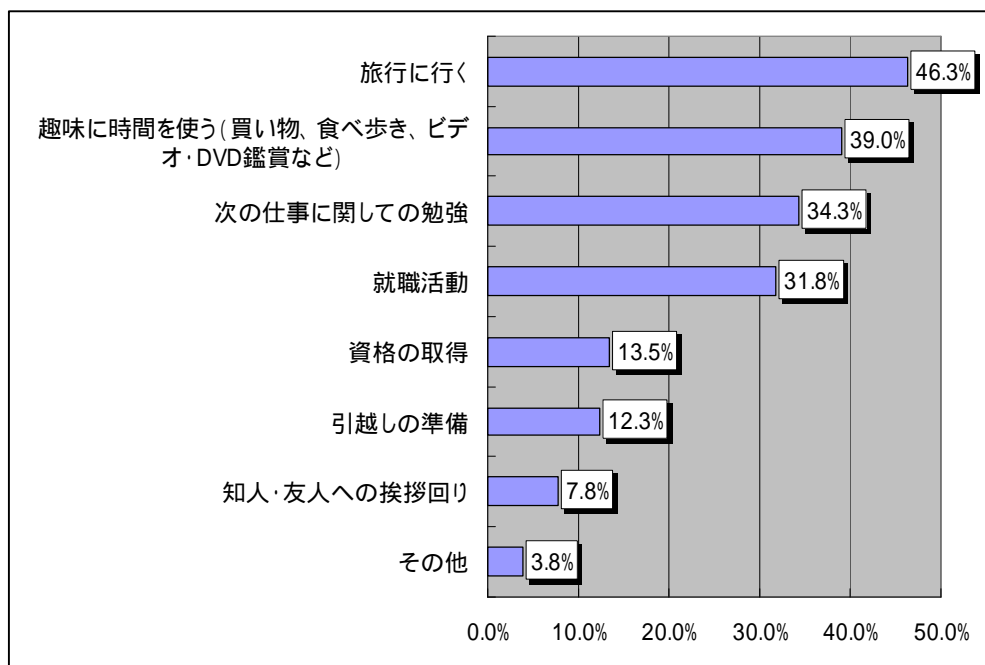
Q8. 現在お勤めの会社に、退職の旨をどのタイミングで伝えますか。(n: 400、単位: %)



Q9. 退職後、次の仕事を始めるまでにどのくらいの期間を設けますか。(n: 400、単位: %)



Q10. 9)で”はい”と答えた方、次の仕事に移るまでの期間、何をしたいですか。(n: 400/複数回答可、単位: %)



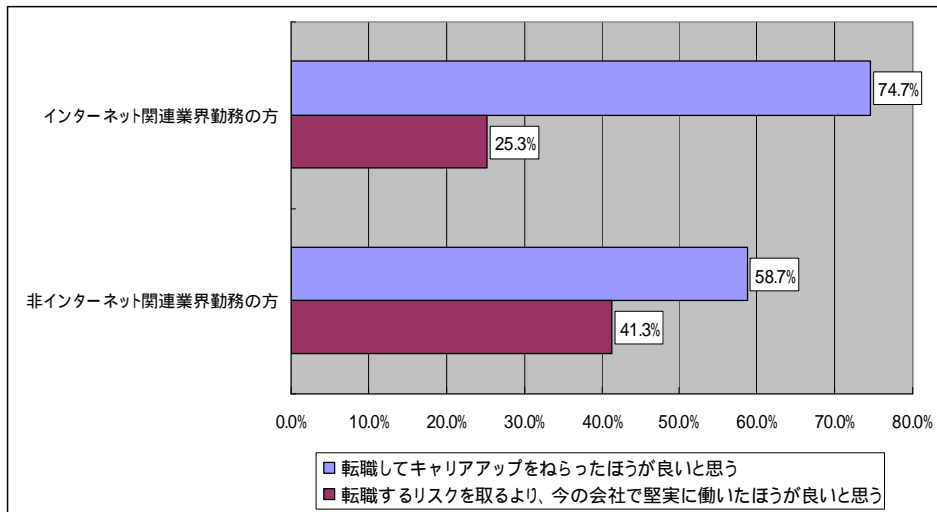
～「第二新卒」の仕事に対する意識調査～

インターネット関連業界勤務の方、非インターネット関連業界勤務の方
それぞれ 150 名にアンケートを実施

インターネット関連業界はキャリアアップ志向と起業意識が顕著

キャリアアップできる会社があれば転職したほうが良い 74.7%

「現在勤務している会社よりキャリアアップできそうな会社への転職」についての意識調査を行ったところ、インターネット関連業界勤務の第二新卒は74.7%が「転職してキャリアアップをねらったほうが良いと思う」と回答し、インターネット関連業界の高いキャリアアップ意識があらわれる結果となりました。



近年若い世代にみられる年功制への支持や競争意識の低下といった安定志向とは対照的に、全体的に第二新卒のキャリアアップ志向や起業意識が強いことがわかりました。

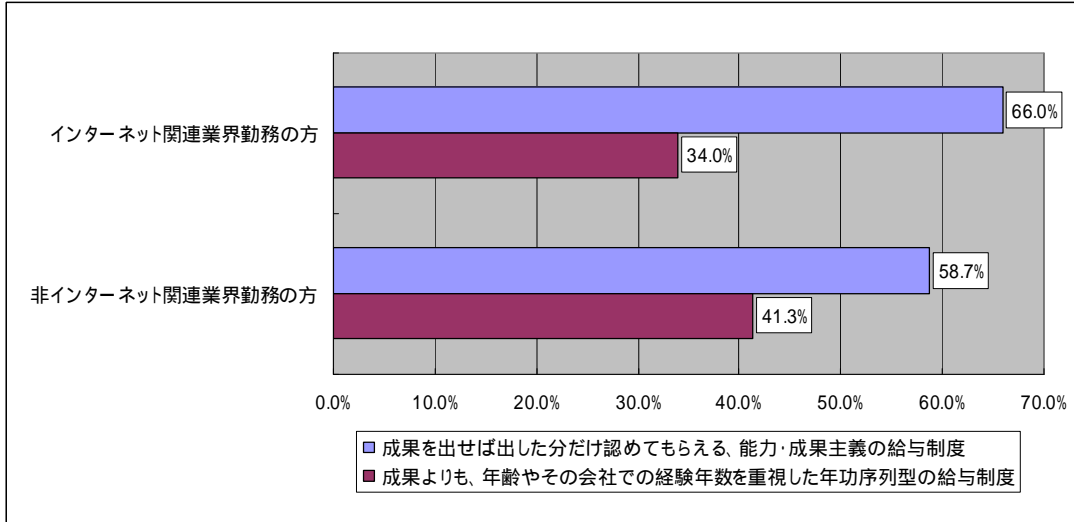
特にインターネット関連業界においては「これから先チャンスがあれば起業したい」62.0%と半数以上が高い起業志向を持ち、また43.0%が「起業をするなら現在働いている業界で」と回答するなど、同じインターネット業界での起業を望む人が多い傾向が明らかになりました。

「第二新卒」の仕事に対する意識調査
調査概要

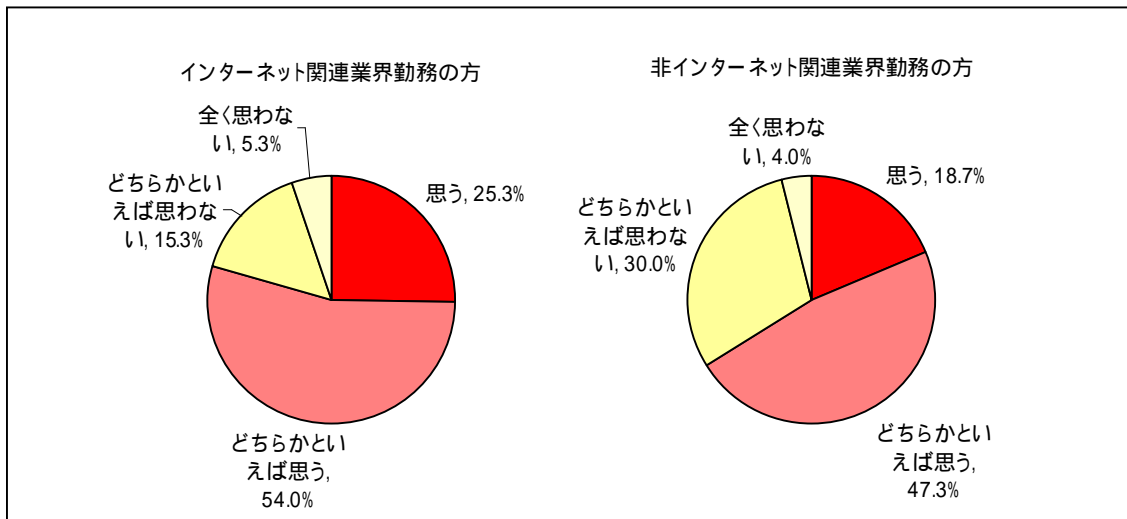
調査方法 : インターネットアンケート
 実施期間 : 2008年1月29日(火)~2月2日(土)
 対象地域 : 全国
 対象者 : 第二新卒の男女 300名
 回答者属性 :
 インターネット関連業界にて勤務の方 (150名)
 非インターネット関連業界にて勤務の方 (150名)

アンケート詳細

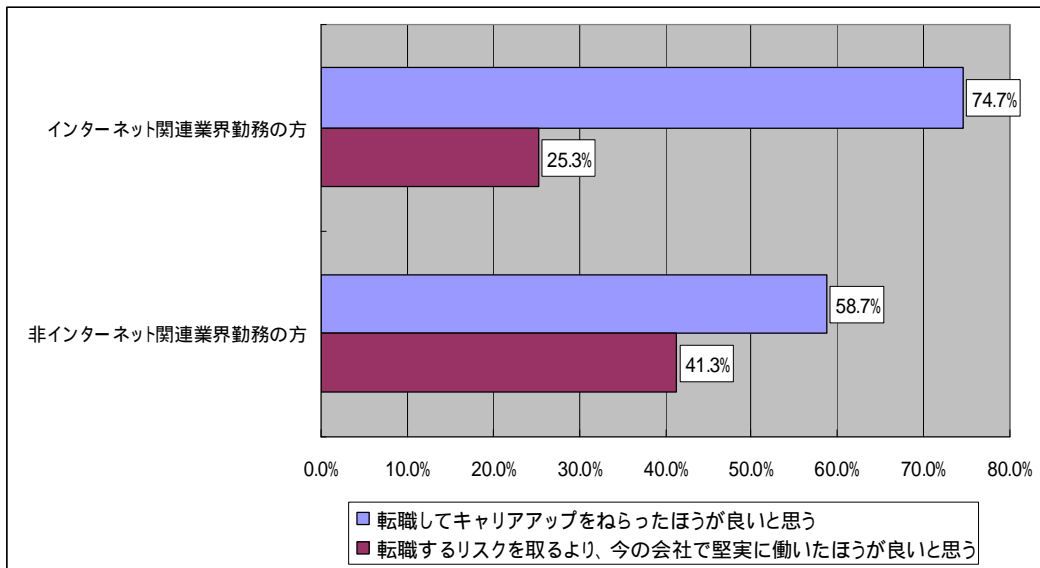
Q1. あなたはどちらの給与制度の企業で働きたいですか？（n:300、単位：％）



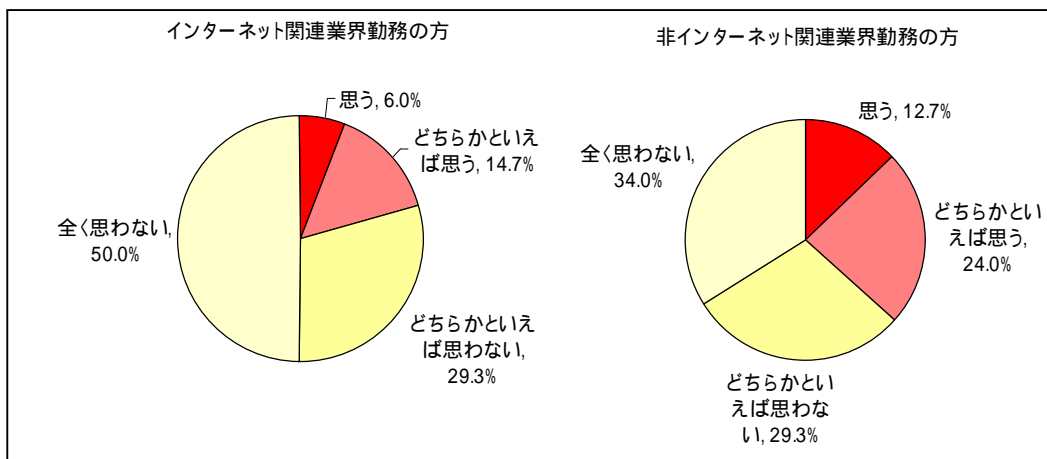
Q2. 自分のキャリアプランに沿わない仕事を続けることは意味がないと思いますか？（n:300、単位：％）



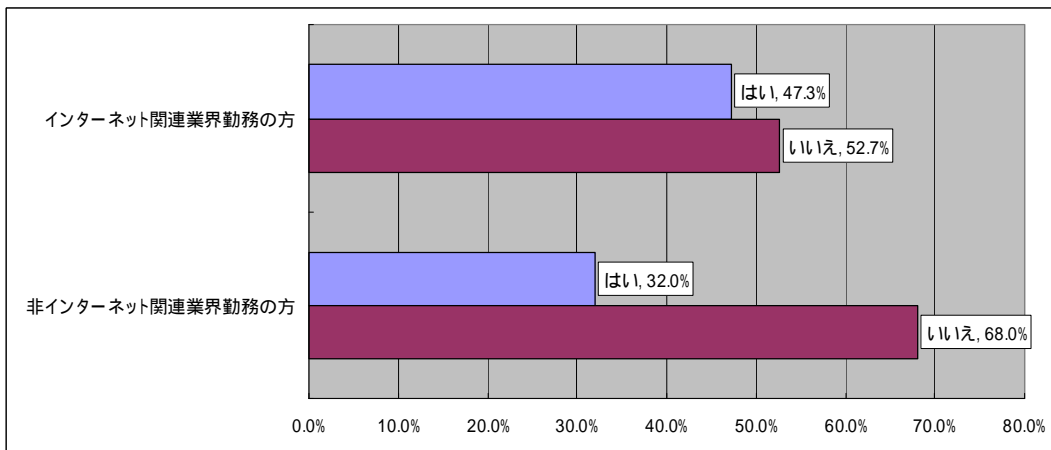
Q3. 現在勤めている会社よりもキャリアアップできそうな会社があった場合、その会社へ転職をすることに対してどう思いますか？（n:300、単位：%）



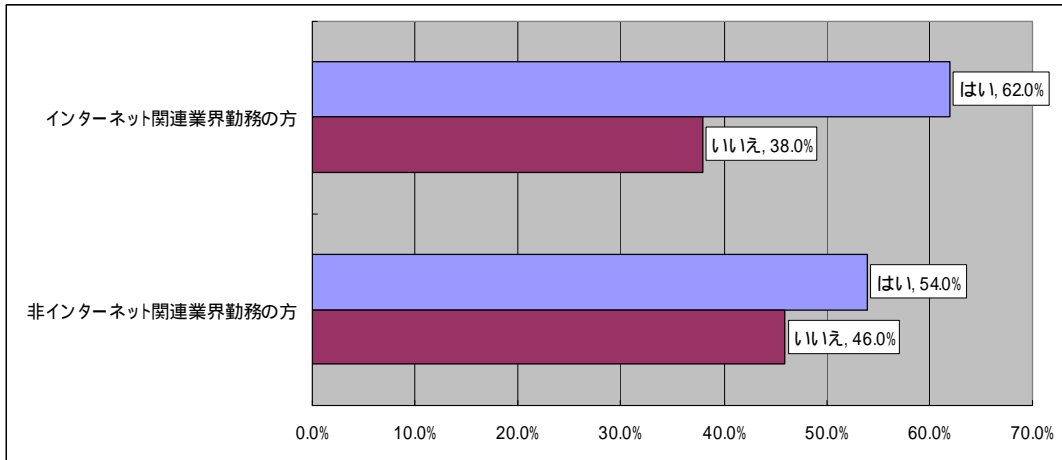
Q4. あなたは出来ることなら現在勤めている会社で定年まで働きたいと思いませんか？（n:300、単位：%）



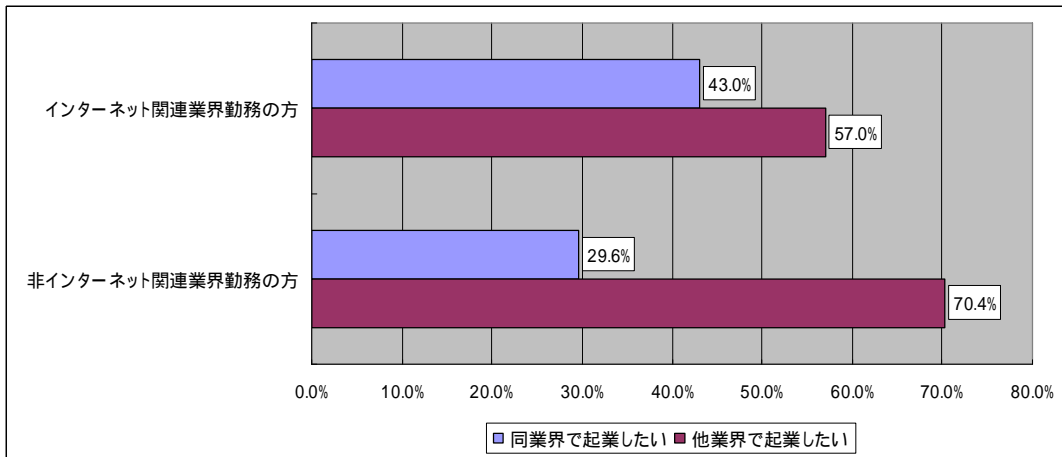
Q5. あなたはこれまでに起業をしたいと考えたことはありますか？（n:300、単位：%）



Q6. あなたはこれから先チャンスがあれば起業したいと思いますか？（n:300、単位：%）



Q7. 起業するなら、現在働いている業界で起業したいですか？（n:300、単位：%）



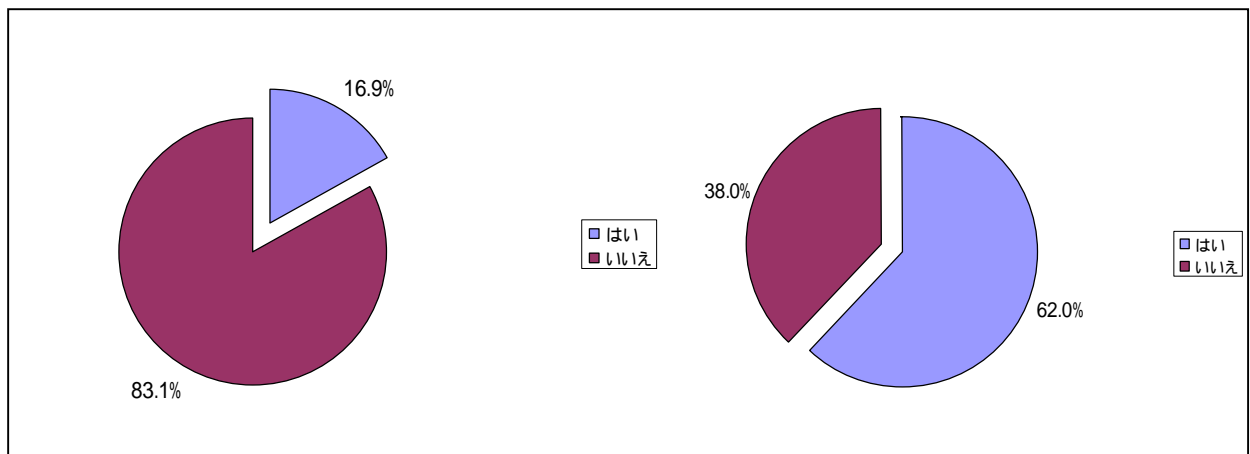
なお、本調査での「第二新卒」とは新卒入社1年目～3年目の若手社員を指します。

～新社会人（2007年4月入社）の転職事情調査～

**既に転職活動を始めている新社会人は
5人に1人 16.9%**

転職を考えたことのある新社会人は62.0%

既に転職活動を始めている新社会人は5人に1人となる16.9%おり、また2人に1人以上が入社後に転職を考えたことがあるなど、転職活動の早期化が明らかになりました。



= アンケート総括 =

新社会人の現在の仕事に関する不満としては「年収」(50.3%)と「やりがい」(32.8%)が上位に挙げられました。また、働いてみたい業界についてはインターネット関連業界が1位に選ばれ、特に「ポータルサイトの企画・運営」に興味をもっている方が多いことが明らかになりました。

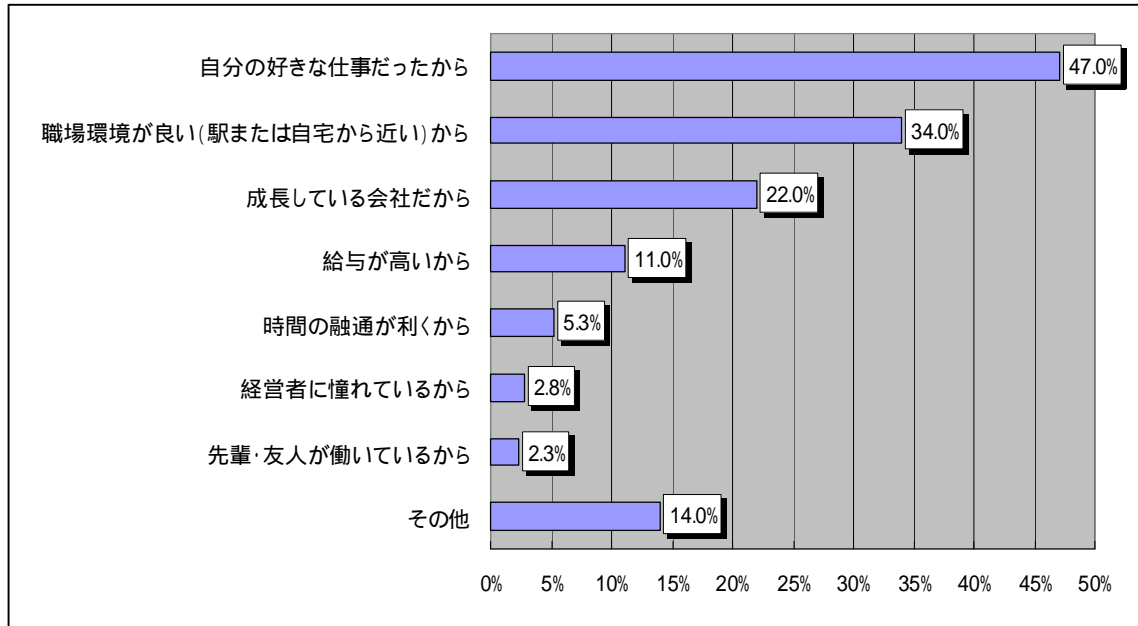
インターネット関連業界で働きたい理由としては、「自分のやりたい仕事だから」(44.1%)、「若い社員が多そうだから」(28.4%)などが選ばれています。

「新社会人（2007年4月入社）の転職事情調査」
調査概要

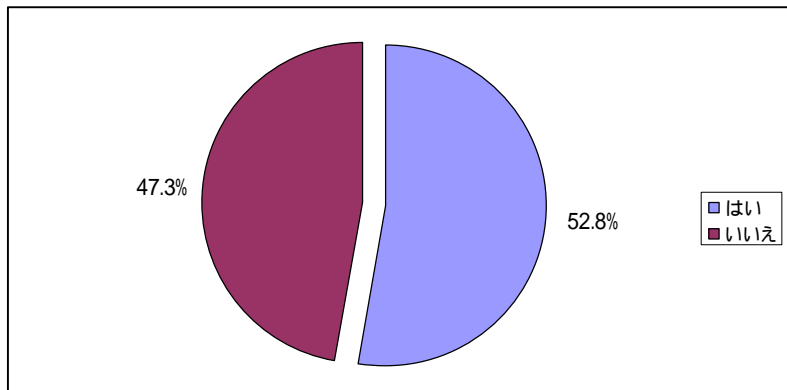
調査方法 : インターネット調査
 実施期間 : 2007年11月13日(火)～14日(水)
 対象地域 : 全国
 対象者 : 会社に勤める新社会人の男女400名
 (男性:182名、女性218名)

アンケート詳細

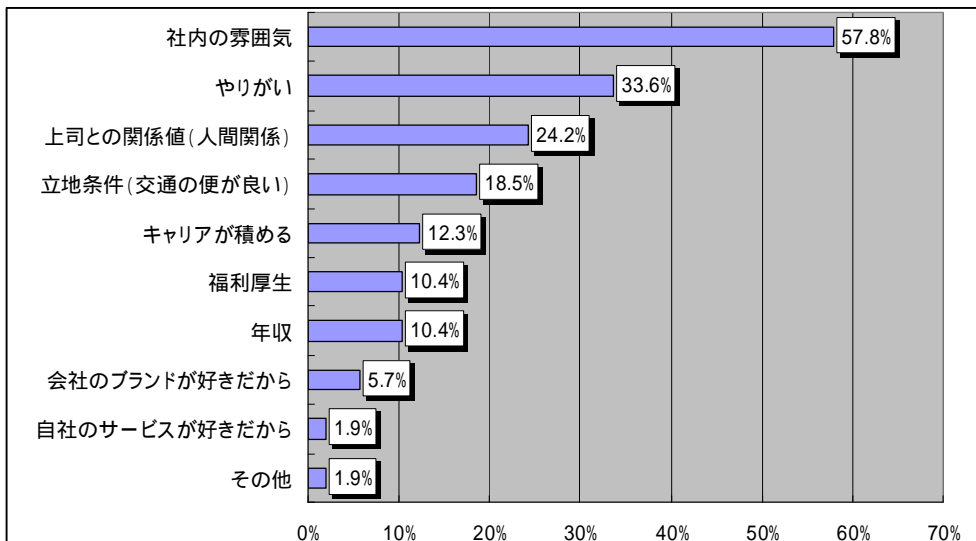
Q1. 現在働いている会社に入社を決めた理由は何ですか（2つまで）。（n：400/複数回答、単位：％）



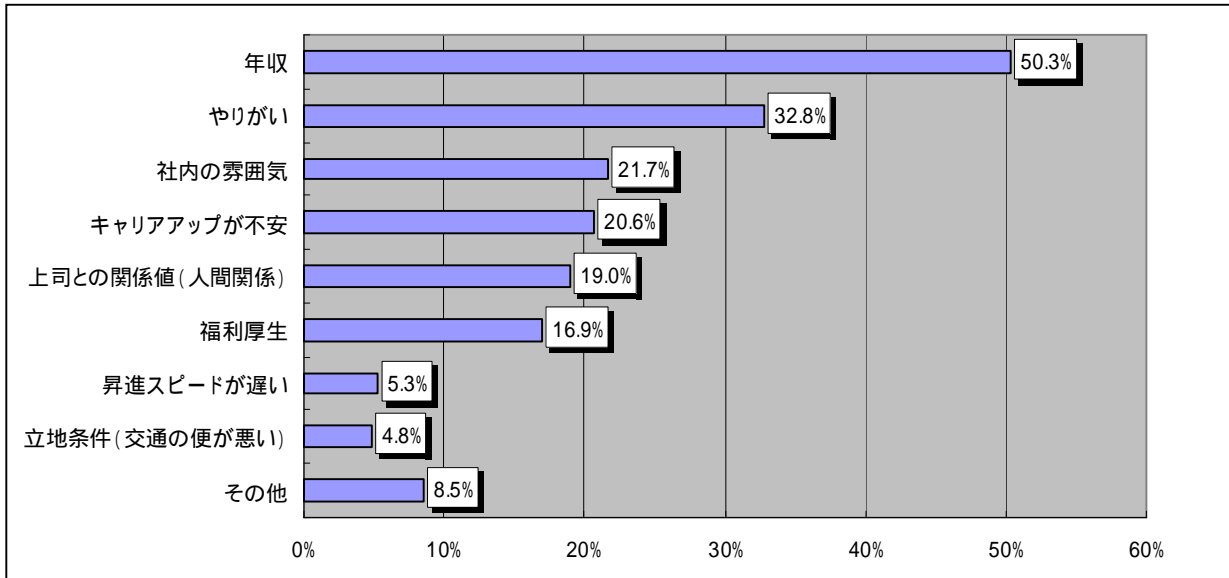
Q2. 現在の仕事に満足していますか。（n：400、単位：％）



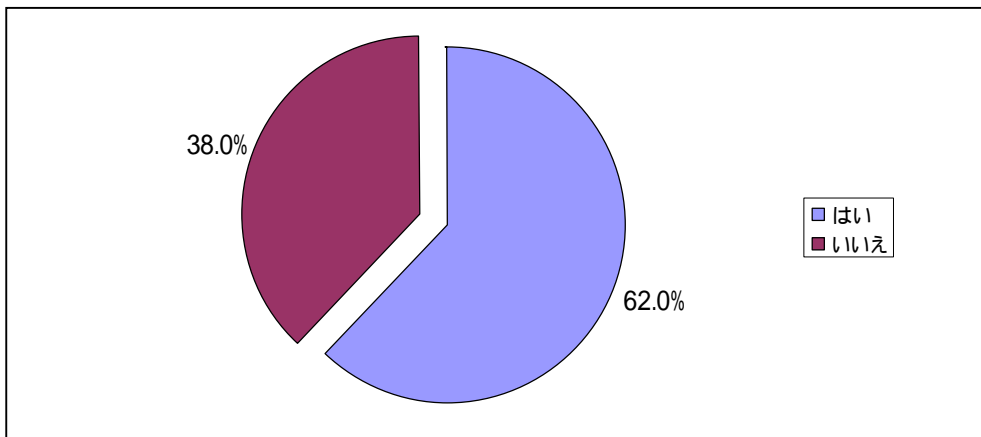
Q3. Q2で「はい」と答えた方に質問します。現在の仕事で満足しているポイントはどれですか（2つまで）。（n：211、単位：％）



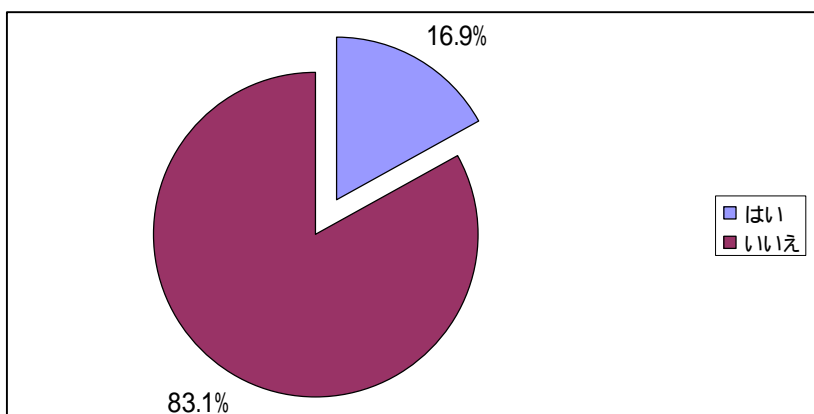
Q4. Q2で「いいえ」と答えた方に質問します。現在の仕事で不満なポイントはどれですか(2つまで)。(n:189、単位:%)



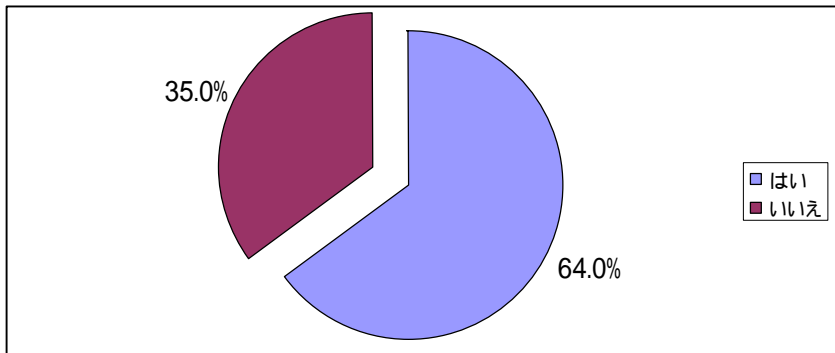
Q5. 他企業への転職を考えたことはありますか。(n:400、単位:%)



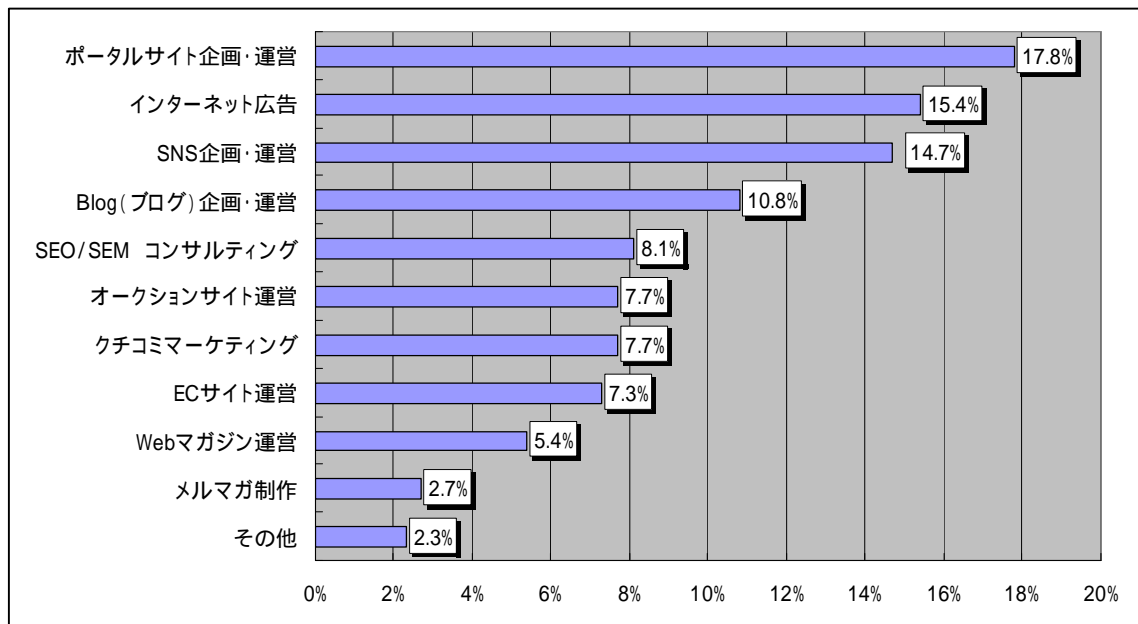
Q6. Q5で「はい」と答えた方に質問します。あなたは、既に転職活動をしていますか。(n:248、単位:%)



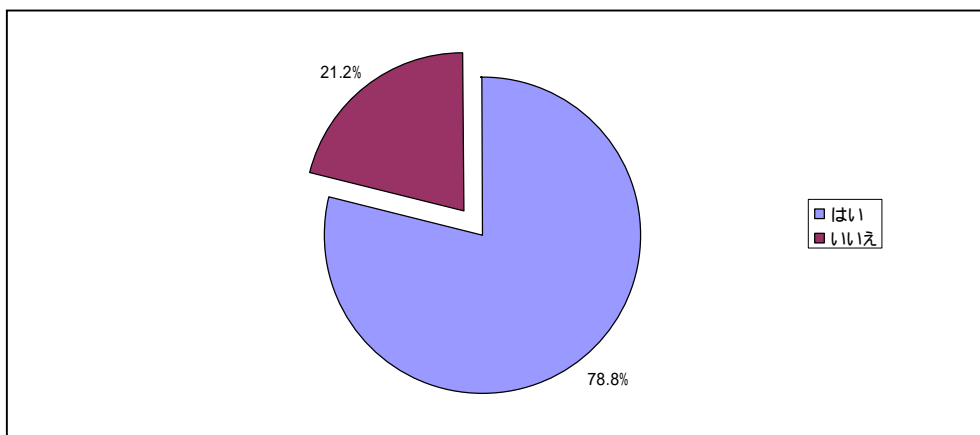
Q7. インターネット業界の仕事に興味はありますか。(n: 400、単位: %)



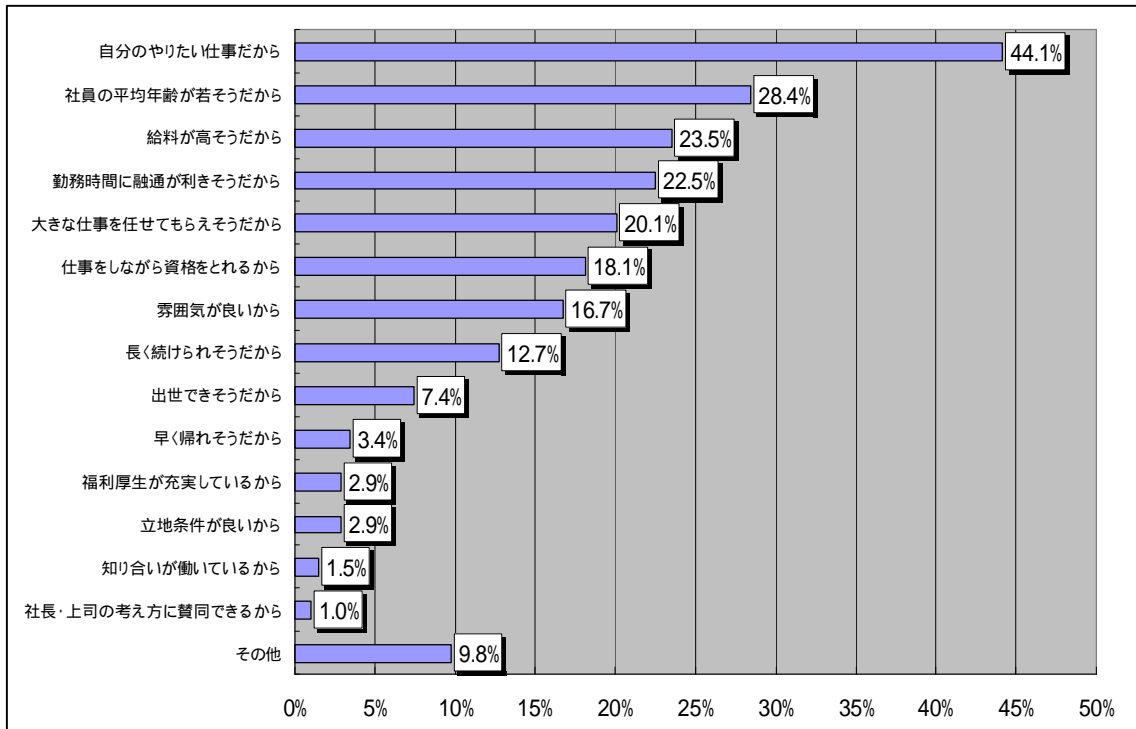
Q8. Q7で「はい」と答えた方に質問します。あなたは、どんなサービスの仕事に興味がありますか。(n: 259、単位: %)



Q9. Q7で「はい」と答えた方に質問します。あなたは、インターネット業界で働いてみたいと思いますか。(n: 259、単位: %)



Q10. Q9で「はい」と答えた方に質問します。あなたが、インターネット業界で働いてみたいと思う理由はどれですか。(いくつでも)(n: 204、単位: %)

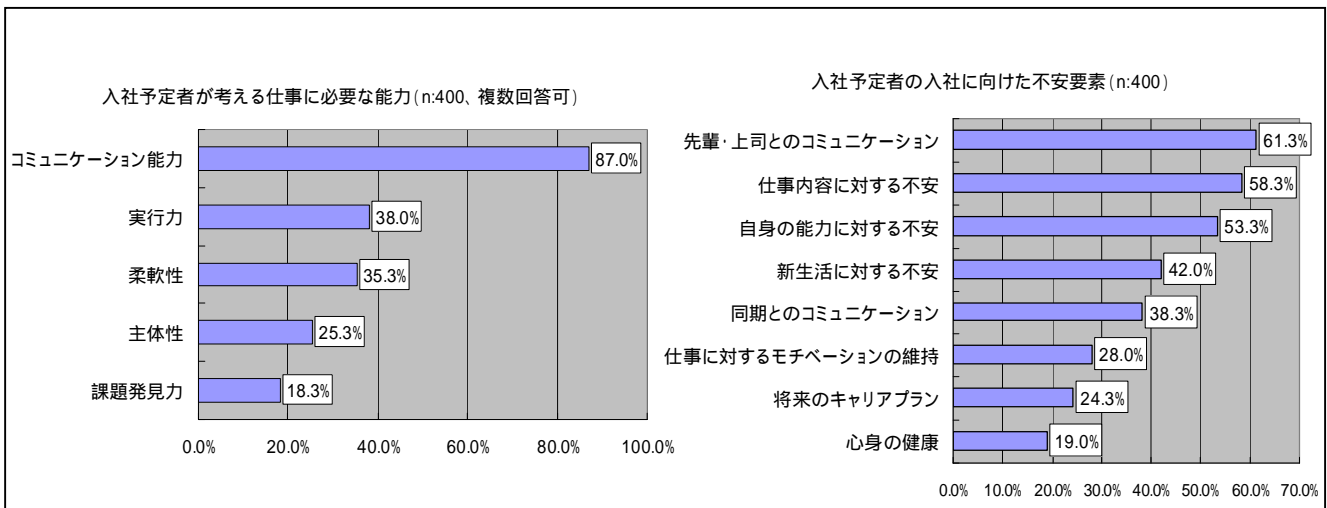


～ 2008 年度入社予定者と採用担当者の意識比較調査～
2008 年度入社予定者 400 名と人事採用担当者 100 名にそれぞれアンケート調査を実施

必要性と不安の両面からコミュニケーションに高い関心

仕事に必要な能力 1位：コミュニケーション能力 87%
仕事に向けた不安 1位：先輩・上司とのコミュニケーション 61%

入社予定者が回答した、働く上で最も大切な能力は「コミュニケーション能力」である一方、仕事に向けた不安には「先輩・上司とのコミュニケーション」が1位にあげられ、必要性と不安の両面からコミュニケーションに対する関心が高まっていることが明らかになりました。



2008年度の入社予定者が採用担当者の期待以上に働く意欲と、仕事の準備への意気込みを持っていることが分かりました。採用担当者が最も問題視している「仕事に対するモチベーションの維持」については、入社予定者の不安は比較的小さいという結果が出ました。

入社予定者が入社までにしておきたいことについて、全体の1位は「旅行」である一方、インターネット関連業界の入社予定者の1位は「仕事に向けた心構え、スキル等の勉強」でした。高いスキルを持った人材が即戦力として求められるインターネット関連業界の入社予定者は、仕事に向けて自身の能力を高めようとする傾向が強いようです。

2008 年度入社予定者の意識調査概要

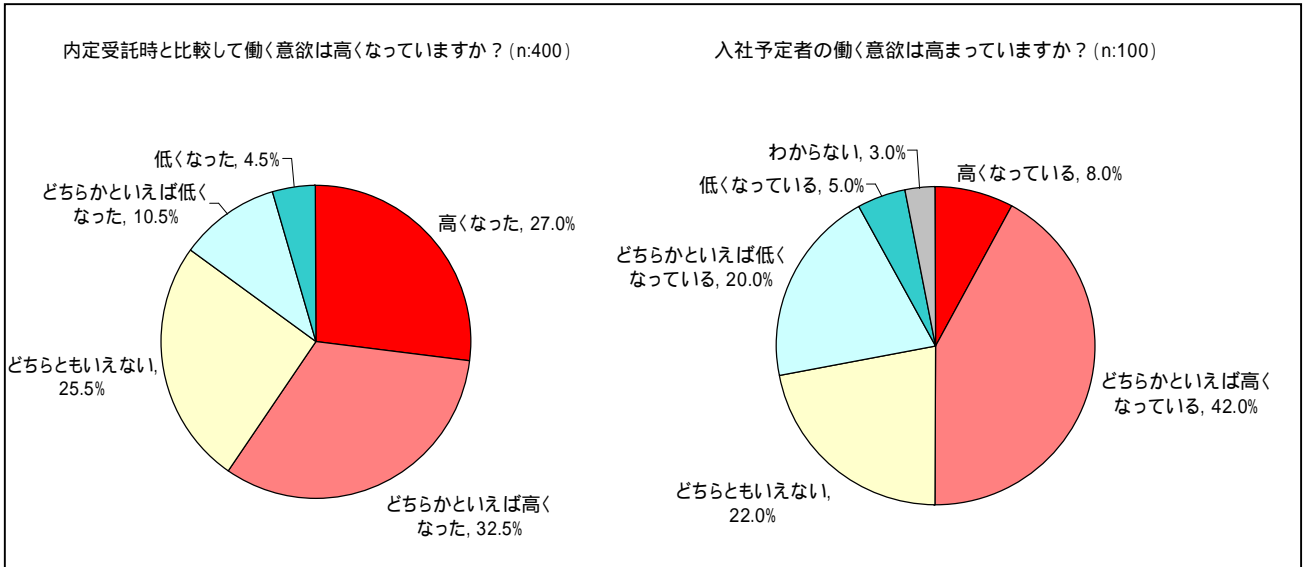
調査方法 : インターネットアンケート
実施期間 : 2008 年 2 月 8 日～9 日
対象地域 : 全国
対象者 : 男女 400 名
回答者属性 : 2008 年度入社予定

人事採用担当者の意識調査

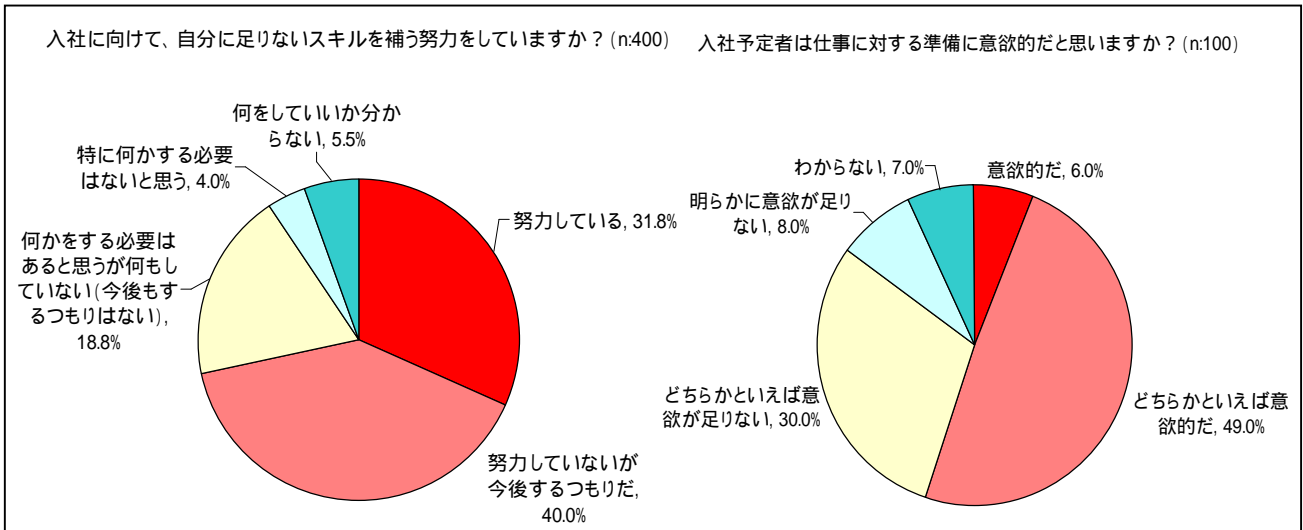
調査方法 : インターネットアンケート
実施期間 : 2008 年 2 月 22 日(金)
対象地域 : 全国
対象者 : 男女 100 名
回答者属性 : 人事採用担当

アンケート詳細

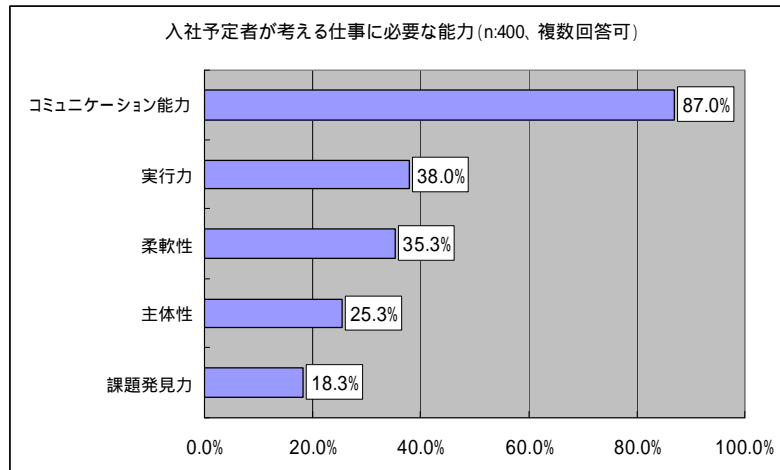
入社予定者の働くことに対する意欲について（左図：入社予定者、右図：採用担当者）

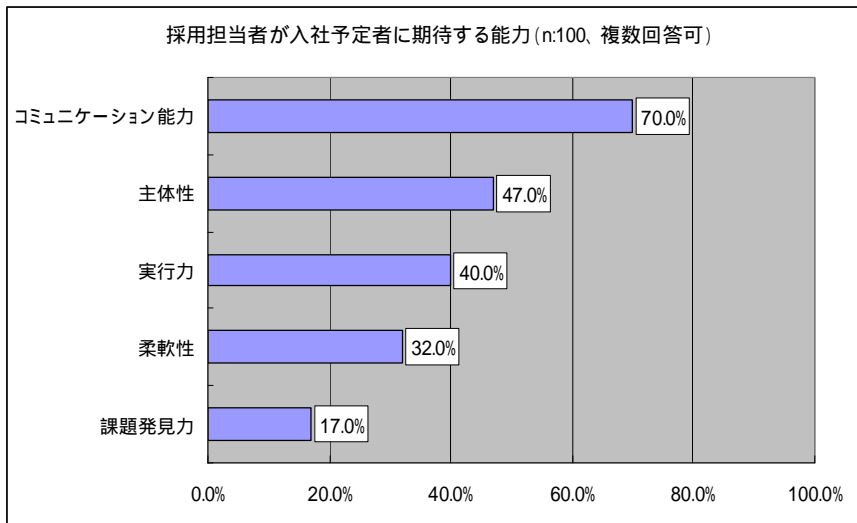


入社予定者の働くことに対する準備について（左図：入社予定者、右図：採用担当者）



入社予定者が考える仕事に必要な能力と、採用担当者が考える入社予定者に期待する能力（それぞれ上位5位まで）





入社予定者の入社に向けた不安要素と、採用担当者が問題視する入社予定者の不安要素

入社予定者の入社に向けた不安要素		
1位	先輩・上司とのコミュニケーション	61.3%
2位	仕事内容に対する不安	58.3%
3位	自身の能力に対する不安	53.3%
4位	新生活に対する不安	42.0%
5位	同期とのコミュニケーション	38.3%
6位	仕事に対するモチベーションの維持	28.0%
7位	将来のキャリアプラン	24.3%
8位	心身の健康	19.0%

(n:400、複数回答可)

採用担当者が問題視する入社予定者の不安要素		
1位	仕事に対するモチベーションの維持	48.0%
2位	先輩・上司とのコミュニケーション	46.0%
3位	仕事内容に対する不安	39.0%
4位	新生活に対する不安	27.0%
5位	将来のキャリアプラン	17.0%
6位	自身の能力に対する不安	16.0%
7位	心身の健康	12.0%
8位	同期とのコミュニケーション	8.0%

(n:100、複数回答可)

入社予定者が入社までにしておきたいことと、採用担当者が入社予定者にしておいてもらいたいこと

入社予定者(全体)		
1位	旅行	63.8%
2位	友人と遊ぶ	54.0%
3位	趣味に没頭	29.8%
4位	仕事に向けた心構え、スキル等の勉強	25.0%
5位	恋人と過ごす	21.0%

(n:400、複数回答可)

入社予定者(インターネット関連業界)		
1位	仕事に向けた心構え、スキル等の勉強	45.8%
1位	友人と遊ぶ	45.8%
3位	趣味に没頭	37.5%
4位	旅行	33.3%
5位	読書	25.0%

(n:24、複数回答可)

採用担当者		
1位	旅行	50.0%
2位	友人と遊ぶ	48.0%
3位	仕事に向けた心構え、スキル等の勉強	41.0%
4位	読書	24.0%
5位	スポーツ	23.0%
5位	趣味に没頭	23.0%