

インターネットを利用した求職情報収集の実態

## 求職活動における企業ホームページの役割は？

インターネットによる、国内最大級の正社員、派遣、アルバイトの求人・転職情報サイトを運営するディップ株式会社では、自社保有のサイト会員や求職者向けにアンケート調査を行い、多様化するワークスタイルに対する意識の違いや傾向について、隔月で「Dip Report」として発信しています。今回は、「求職活動における企業ホームページの利用状況」にフォーカスしてお届けします。

### インターネットでの求職情報収集

「求職者のうち、企業ホームページを訪問するのは 86.9%」

企業ホームページは、効率的な採用活動のための重要な媒体である

(インターネットによる求職活動経験者に聞くアンケート結果より)

先月、総務省より発表された『労働力調査(速報)』(平成17年10月結果)によると、10月の雇用者は5,457万人、前年同月に比べ95万人増となり、8か月連続で増加傾向が続いています。また完全失業者数は304万人で、前年同月に比べ7万人の減少しており、景気回復による雇用環境の好転はいよいよ明らかになっています。

こうした状況の中、企業の採用活動、求職者の求職活動ともに、ますます活発化しています。

求職活動におけるインターネットの重要度は年々大きくなっていますが、その利用実態を検証するため、今回は「転職情報サイト」だけではなく、「企業ホームページ」の果たす役割に、注目してみたいと思います。求職者は、企業への応募に当たってどのような情報を求めているのか、その情報収集のために求職者はインターネット上でどのような経路を辿るのか、それを確認することにより、インターネットによる求職活動の実態を検証し、企業・求職者双方のニーズを満たすことのできる情報提供の在り方を探りたいと思います。

< 調査項目について >

グラフ1. 「転職サイト」/ 「企業ホームページ」を訪問する際、最も多い経路はどれですか？

グラフ2. あなたは、「企業ホームページ」を訪問しますか？

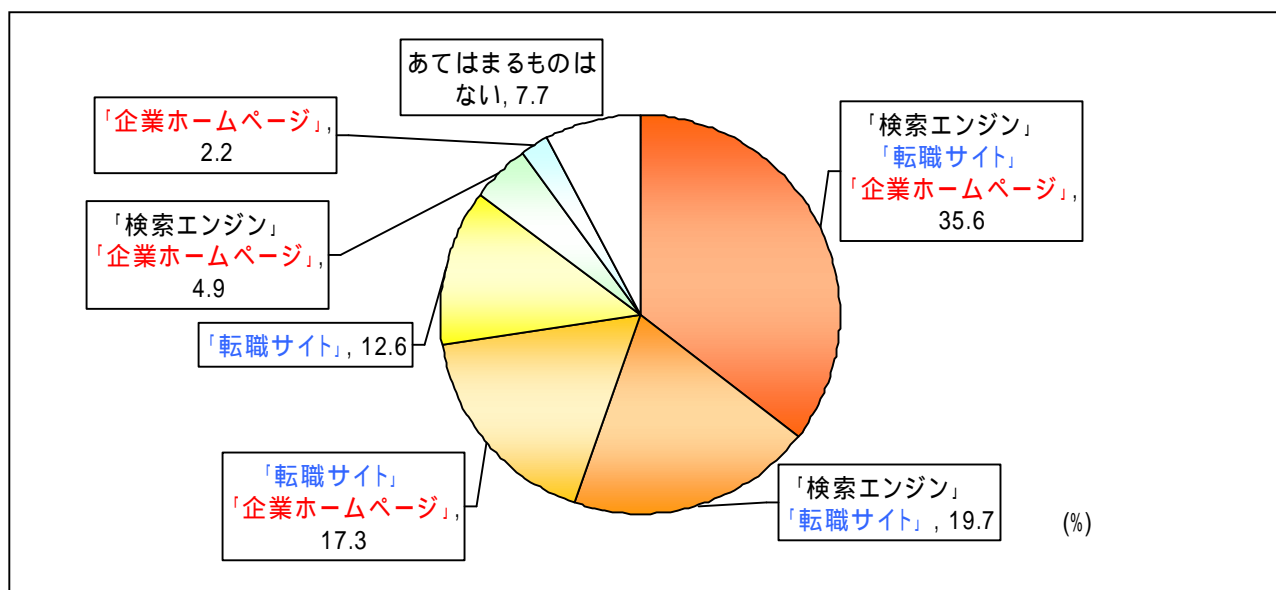
グラフ3. 「企業ホームページ」を訪問する理由は何ですか？(複数回答)

グラフ4. 「企業ホームページ」を訪問した際、満足することが多いですか？

グラフ5. 「企業ホームページ」で知りたいと思う情報は何か？(複数回答)

…当社実施「インターネットを利用した求職活動に関する調査 2005」より

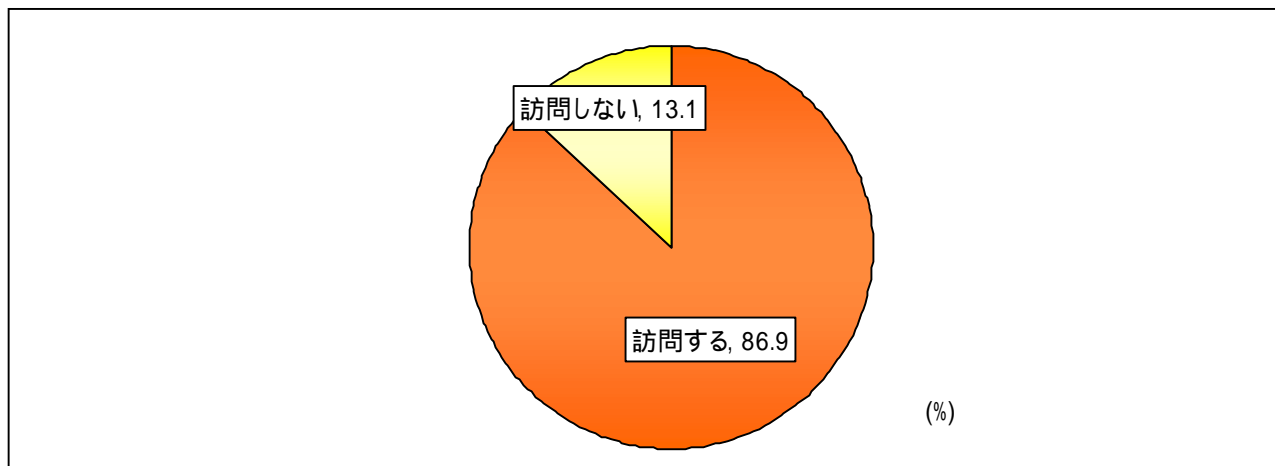
- グラフ1 「転職サイト」/「企業ホームページ」を訪問する際、最も多い経路はどれですか？



「転職サイト」を訪問する人が全体の 85%程度にも達し、利用率が高くなっているのは予想のできるところですが、「転職サイト」から「企業ホームページ」へ移る人が多いことが注目されます。「転職サイト」で情報収集を完結する人が 32.3%であるのに対し、「転職サイト」から「企業ホームページ」を訪問する人は 52.9%と、全体の約半数を占めているのです。

上記データは「最も多い訪問パターン」として、1つの経路のみ選択した場合のデータですが、実際に「企業ホームページ」を訪問する人の割合を確認しました。

- グラフ2 あなたは、「企業ホームページ」を訪問しますか？

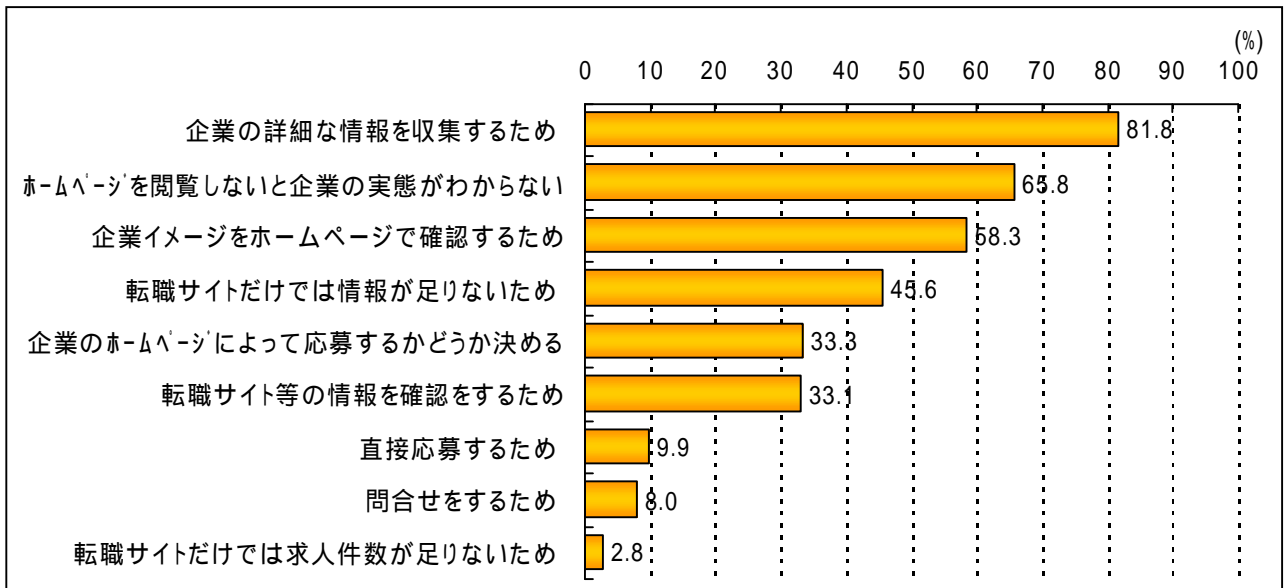


企業ホームページを訪問している人は 86.9%に達し、9割に近い人達に利用されていることがわかります。

通常、インターネットの求人媒体として「転職サイト」が注目されていますが、企業のホームページも多くの求職者に利用されているのです。そしてその利用方法は、グラフ1で分かるように、「企業ホームページ」単独で利用されるよりも、「転職サイト」を経由した上で利用されることが圧倒的に多いことがわかります。

それでは、求職者はどのような理由で企業ホームページを訪問するのでしょうか。

- グラフ3 「企業ホームページ」を訪問する理由は何ですか？（複数回答）



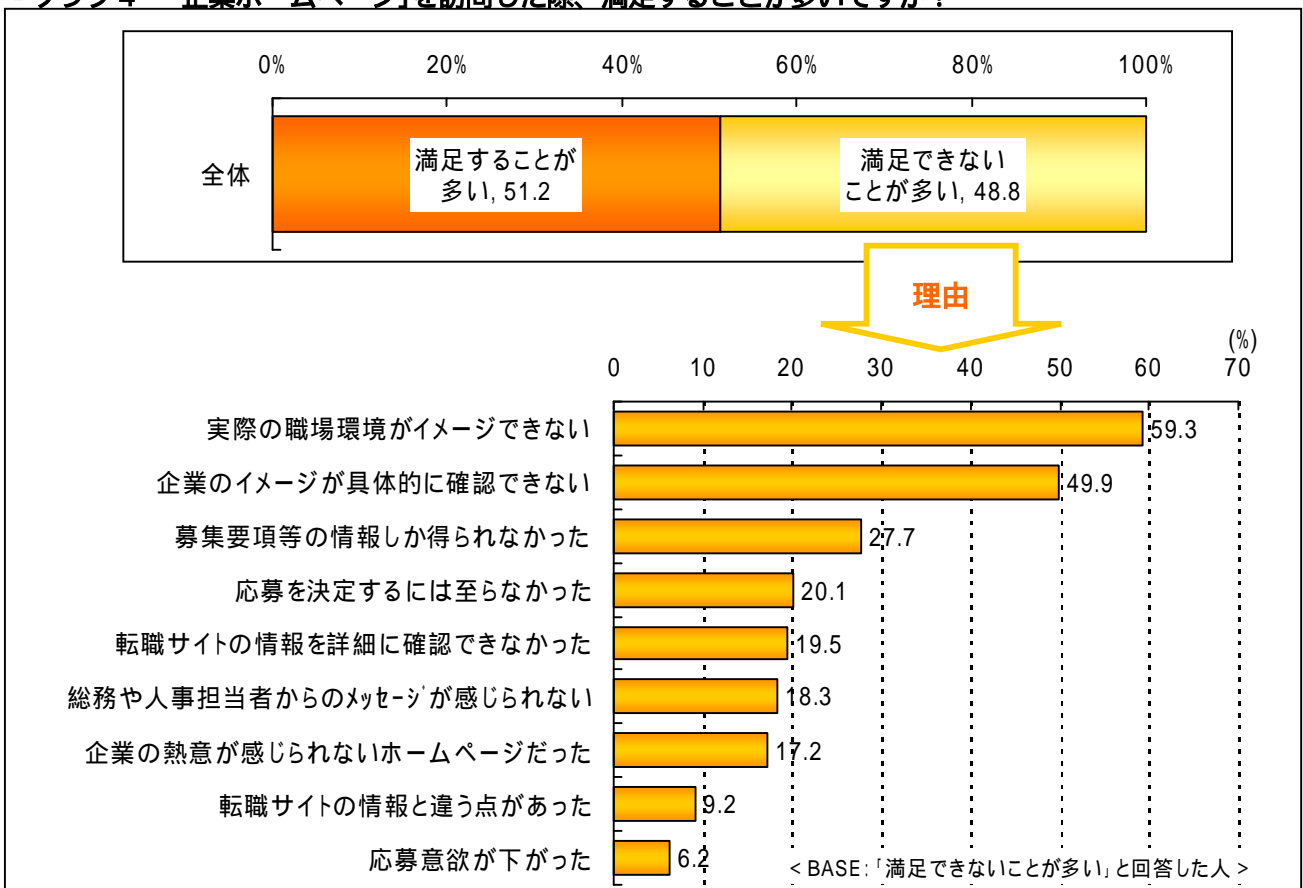
上位の意見から、求職者の、「転職サイトだけでは収集できない企業の情報を収集したい」というニーズが浮かび上がってきます。

「直接応募するため」「問合せをするため」は 10%弱で、応募自体を目的にしている人は少数にとどまっています。また「転職サイト等の情報を確認するため」が 3 割程度にとどまっていることから、単に「転職サイト」の補足、といった感覚の人も決して多くはありません。

「転職サイト」と「企業ホームページ」は、セットとして利用されることが多いのですが、その役割はあくまで異なっているようです。求職活動のための情報収集にあたって、「企業ホームページ」には「企業の実態を具体的に把握する」ことが求められているといえるでしょう。

では実際に、企業のホームページは、こうした求職者のニーズに応えることができているでしょうか。

- グラフ4 「企業ホームページ」を訪問した際、満足することが多いですか？

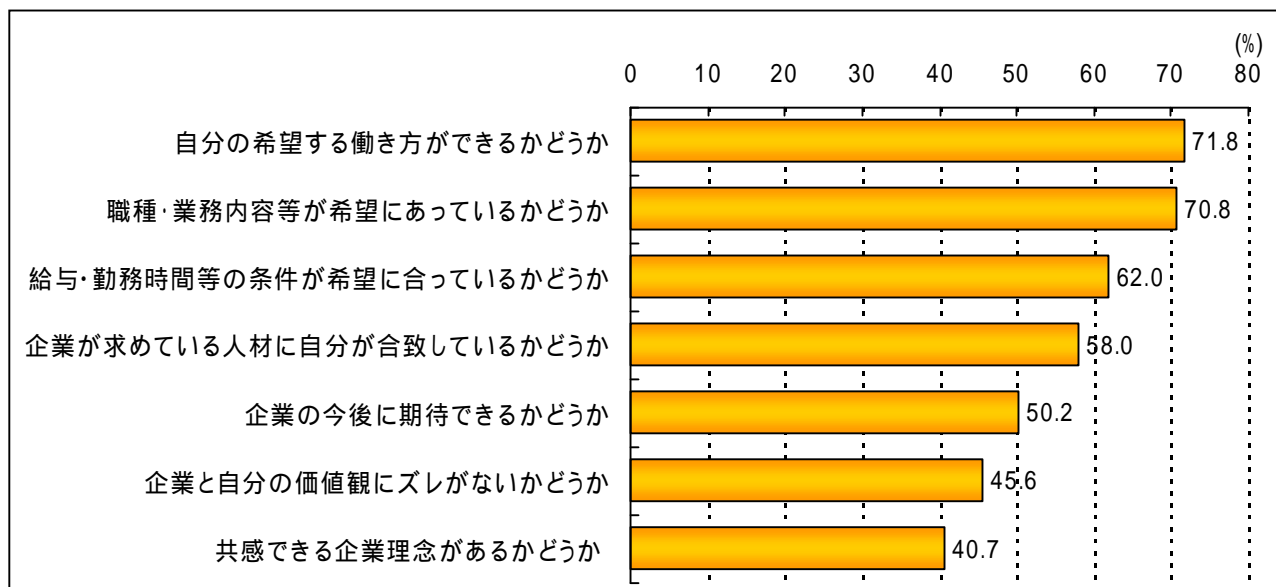


企業ホームページは求職者から、応募企業の情報収集手段として、転職サイトとは異なる役割を求められていると述べましたが、実際は、まだ求職者のニーズに十分対応することができていないことが分かります。

求職者は、転職サイトでも収集可能な単なる募集要項ではなく、企業全体、さらには自分が勤務するかもしれない職場環境を具体的に知りたいと考えて、企業ホームページを訪問しているのです。

さらに、企業ホームページで知りたい情報について聞いてみました。

#### - グラフ5 「企業ホームページ」で知りたいと思う情報は何ですか？（複数回答）



上位意見から、「企業の具体的なイメージを把握する」という求職者のニーズは、その企業、その職場が自分にあっているか、自分の希望を満たす働き方ができるかどうか、それを具体的に把握したいという欲求につながっていることがわかります。

企業ホームページは、求職者にとって、その企業のイメージを具体的に把握する、さらに言えば自分の希望を満たせる企業かどうかを見極めるための媒体として機能していることがわかりました。

このことから、企業ホームページを訪問し、その採用ページから応募をする求職者には、必然的に「多くの求人情報の中から本当に就業したいと思える企業を厳選したい」と考えている、目的意識の強固な人材が多いと思われます。

企業側としても、「やりたい仕事かわからない」「目的が見出せない」という若者が多い昨今、自社の特徴を効果的に訴求することにより、採用側・応募側双方のミスマッチを防ぎ、効率よく、定着率の高い人材確保を実現することができます。つまり、企業ホームページの充実が、採用活動の充実につながるのです。

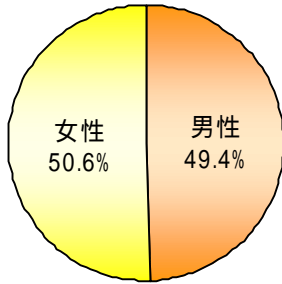
ただ、こうした状況は、まだ十分認識されているとはいえません。採用ページを覗くと、転職サイトに掲載されている情報とほとんど変わらない、募集要項が並んでいるだけ、という企業ホームページも多いようです。グラフ5の「満足度」のデータが、それを物語っています。

雇用環境が好転している今こそ、採用企業・求職者ともに、真のベストマッチが求められています。その実現のために、ディップ株式会社では、さらなる努力を続け、より多く「夢をかなえる仕事と出会う」機会を提供していきたいと考えております。

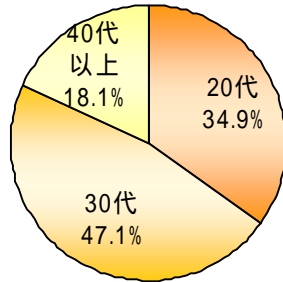
## 「インターネットを利用した求職活動に関する調査 2005」の概要

1. アンケート方法 : メール配信の告知によるインターネットアンケート
2. アンケート期間 : 2005年12月13日～12月14日
3. 対象条件 : 現在求職中、もしくは過去求職活動を行ったことがある人
4. 有効回答者数 : 1,030人

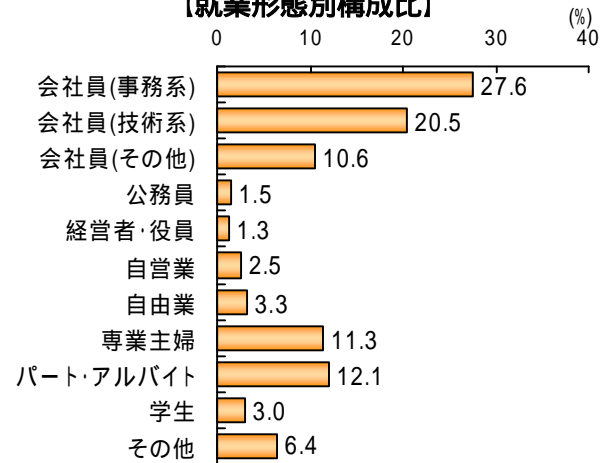
【男女比】



【年代別構成比】



【就業形態別構成比】



Dip Report で得た情報、集計結果を第三者に公開する場合には下記の表示をお願いいたします。  
『総合求人情報サービスを行うディップ株式会社が発表した Dip Report による』

Dip Report のデータをホームページでアップしております。詳しくは下記 URL でご確認ください。  
<http://www.dip-net.co.jp/news/trend.php>

**ディップ株式会社 会社概要** URL: <http://www.dip-net.co.jp/>

本社所在地: 〒106-6032 東京都港区六本木 1-6-1 泉ガーデンタワー 32F

設立: 1997年3月

代表者: 富田 英揮(代表取締役社長)

資本金: 10億7,149万円(2005年8月末現在の正社員数 除 役員)

従業員数: 316名(2005年8月末現在の正社員数 除 役員)

事業内容: インターネットによる求人・求職情報提供サービス

2004年5月東証マザーズ市場へ株式を上場

<この報道資料のお問い合わせ先>

ディップ株式会社 広報担当 : 眞野 玲子、大野 恭子

TEL 03-5114-1286 / e-mail : [info@dip-net.co.jp](mailto:info@dip-net.co.jp)