

電通 PR が大学3年生を対象にしたソーシャルリクルーティング調査を実施
約半数（47.3%）の学生が就職活動に Twitter、Facebook®などの SNS を利用

株式会社 電通パブリックリレーションズ（代表取締役社長執行役員：近見竹彦、本社：東京都中央区、以下電通 PR）は、就職活動中の大学3年生に対し、「ソーシャルリクルーティング」に関する調査を実施しました。同調査はインターネットを使ったアンケート形式で、実施時期は2012年1月7日～11日。関東1都3県および関西の2府2県に居住する男女それぞれ150人の大学生から回答を得ました。

<約7割の学生が不安や焦り>

今年度の就職活動は、これまでより2カ月遅れの12月1日から本格スタートしましたが、約7割（66.0%）の学生が、開始時期の遅れに対して「漠然とした不安や焦りを抱いている」ことがわかりました。

<就職活動に約半数（47.3%）の学生がソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を利用>

実際にどのくらいの学生が就職活動に SNS を利用しているかを聞いたところ、約半数（47.3%）が、SNS を利用していることがわかりました。また、利用している SNS の種類は、「Twitter」（34.3%）と「Facebook」（31.7%）が拮抗しており、就職活動のツールとして浸透してきていることがうかがえます。

<SNS 利用の理由は、“より多く”の“詳しい”企業情報の入手>

SNS を利用する理由としては、1位「少しでも企業の情報がほしいから」（54.2%）、2位「企業の雰囲気や風土を具体的に知るができるから」（44.4%）に続き、3位「使える手段はすべて使いたいから」（30.3%）となっており、学生が、より多くの詳しい企業情報を渴望していることがわかりました。

<SNS の利用メリットは、情報の“広さ”と“速さ”>

SNS を利用して実感したメリットに関する質問には、“幅広い情報の取得”（22件）と“情報のいち早い入手”（20件）というように、1位と2位が拮抗するスコアになりました。自分にとって有益だと思う情報発信者をマークすることで、気になる情報がリアルタイムで入手できるという SNS ならではの特徴が、効率的に有益な情報を入手したい就活生のニーズに合致した結果となっています。

本調査に関する詳細は電通パブリックリレーションズのウェブサイトをご覧ください。

http://www.k-meg.com/check/dpr/test/wp-content/themes/dpr_themes/release/20120131_report.pdf

株式会社 電通パブリックリレーションズについて

電通 PR は、1961年の創立以来、日本の PR 業界のパイオニアとして、国内外の企業・政府・団体のコミュニケーションをサポートしてきました。株式会社 電通の100%子会社である電通 PR は、大阪に支社をもつ数少ない PR 会社のひとつです。代表取締役社長執行役員である近見竹彦のもと、現在220名の社員（2011年10月1日現在）が、マーケティング・コミュニケーションやコーポレート・コミュニケーションに関するクライアントの多様な課題に対して、総合的なサービスでお応えしています。詳細

は当社ウェブサイトをご覧ください。www.dentsu-pr.co.jp

Facebook は Facebook, Inc.の商標です。Twitter という名称は、アメリカ合衆国また他の国々における Twitter, Inc.の登録商標です。

本件に関する問い合わせ先

株式会社 電通パブリックリレーションズ 人事総務部

Tel : 03-5565-2740 Fax : 03-5565-8658

〒104-0045 東京都中央区築地 5-6-4 浜離宮三井ビルディング

<http://www.dentsu-pr.co.jp/>