

多様化する求人情報メディア

インターネット求人サイトに求められるものは何か

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、「アルバイト探しにおける求人情報メディア利用状況」にフォーカスしてお届けします。

アルバイト探しにおける各求人媒体の役割

アルバイト探しで利用されるのは「インターネット」60%、「フリーペーパー」48%

「インターネット求人サイト」に求められるのは「機能性」「情報量」

「フリーペーパー」は「手軽さ」「地域性」がポイント

(1,400人に聞くアンケート結果より)

現在、求職活動を行うにあたり、「インターネット」「求人情報誌」「新聞の求人欄」「フリーペーパー」等、さまざまな求人情報媒体があります。求職者は、各人が求めるワークスタイル・仕事内容等、さまざまな状況により、利用する媒体を選択することになりますが、その選択とは、実際どのような要因によって決定されているのでしょうか。

求職方法は、希望するワークスタイルによって大きく違い、それにとまって求人情報媒体の利用方法も違ってくると考えられます。そのため今回当社では、特に「アルバイト探し」にフォーカスし、求人情報媒体がどのように使い分けられているか、特に昨今、求人情報媒体の主流となりつつあるインターネット求人サイトがどのように利用されているか、そしてどのような情報がユーザーから求められているかについて、他の媒体と比較しつつ、検証しました。

< 調査項目について >

グラフ1. アルバイト探しをする際に、最近良く使う媒体をお聞かせください。…当社実施「求人媒体利用調査<Vol2> 2005」

グラフ2. なぜ、パソコンサイトでアルバイトを探すのですか。…当社実施「求人媒体利用調査<Vol2> 2005」

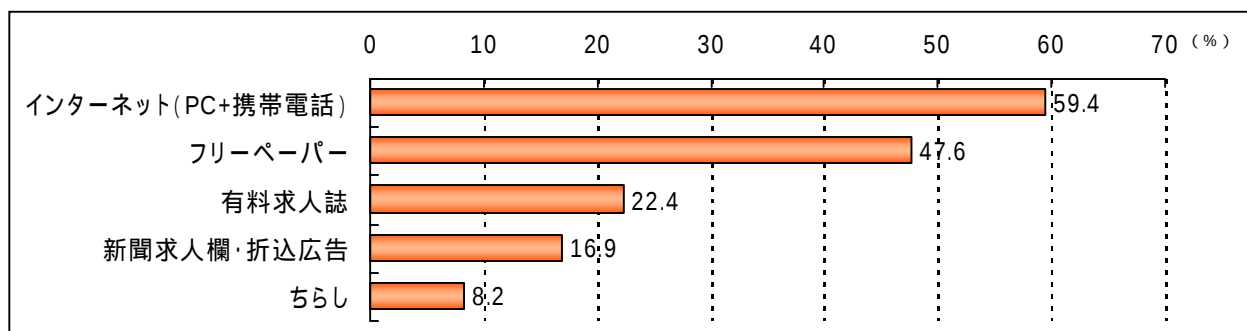
グラフ3. なぜ、アルバイト求人サイトを利用しないのですか。…当社実施「求人媒体利用調査<Vol2> 2005」

グラフ4. 求人サイト(パソコン)にどのような「使いやすさ」を求めますか。…当社実施「求人媒体利用調査<Vol2> 2005」

グラフ5. …求人サイト(パソコン)にどのような情報を求めますか。…当社実施「求人媒体利用調査<Vol2> 2005」

まず最初に、アルバイト探しにはどのような求人情報媒体がよく利用されているか、媒体利用状況を確認してみましょう。

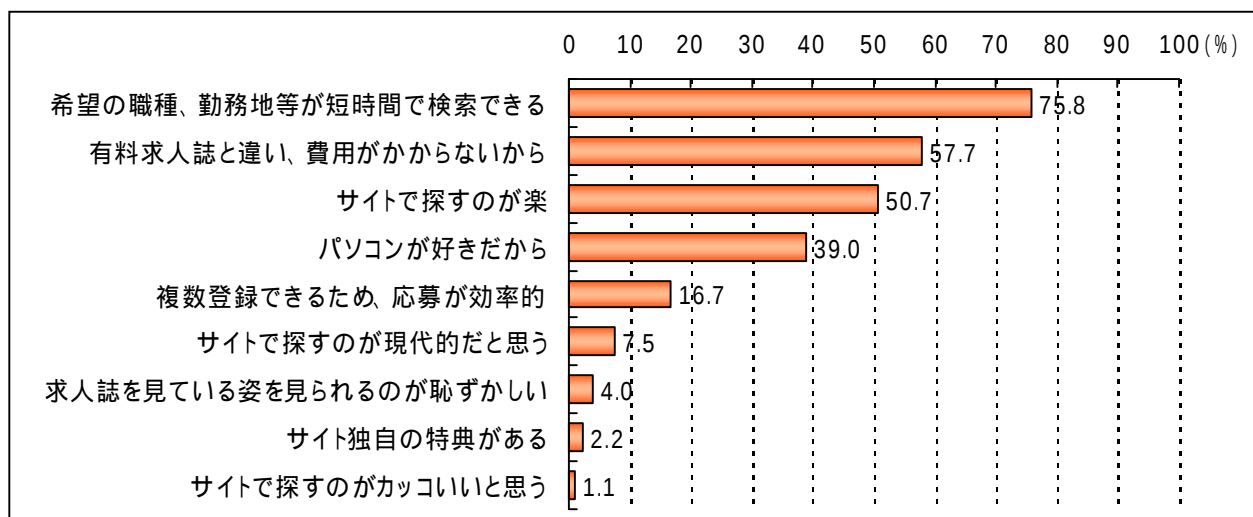
- グラフ1 アルバイト探しをする際に、最近良く使う媒体をお聞かせください。(複数回答)



アルバイトを探す際によく使う媒体は、「インターネット(パソコン・携帯電話含む)」が59%で最も割合が高く、「フリーペーパー」が48%でそれに続いています。以下「有料求人誌」22%、「新聞求人欄・折込広告」17%、「ちらし」8%となっています。複数回答の質問であるにもかかわらず、インターネット・フリーペーパー2媒体に利用が集中していることがわかります。過去、求人情報媒体の主流であった「有料求人誌」「新聞求人欄・折込広告」はすっかり後退した形です。

次に、最も利用率の高かったインターネット求人サイトの「利用される理由」について、特に「パソコン」にフォーカスして検証しました。

- グラフ2 なぜ、パソコンサイトでアルバイトを探すのですか。(複数回答)



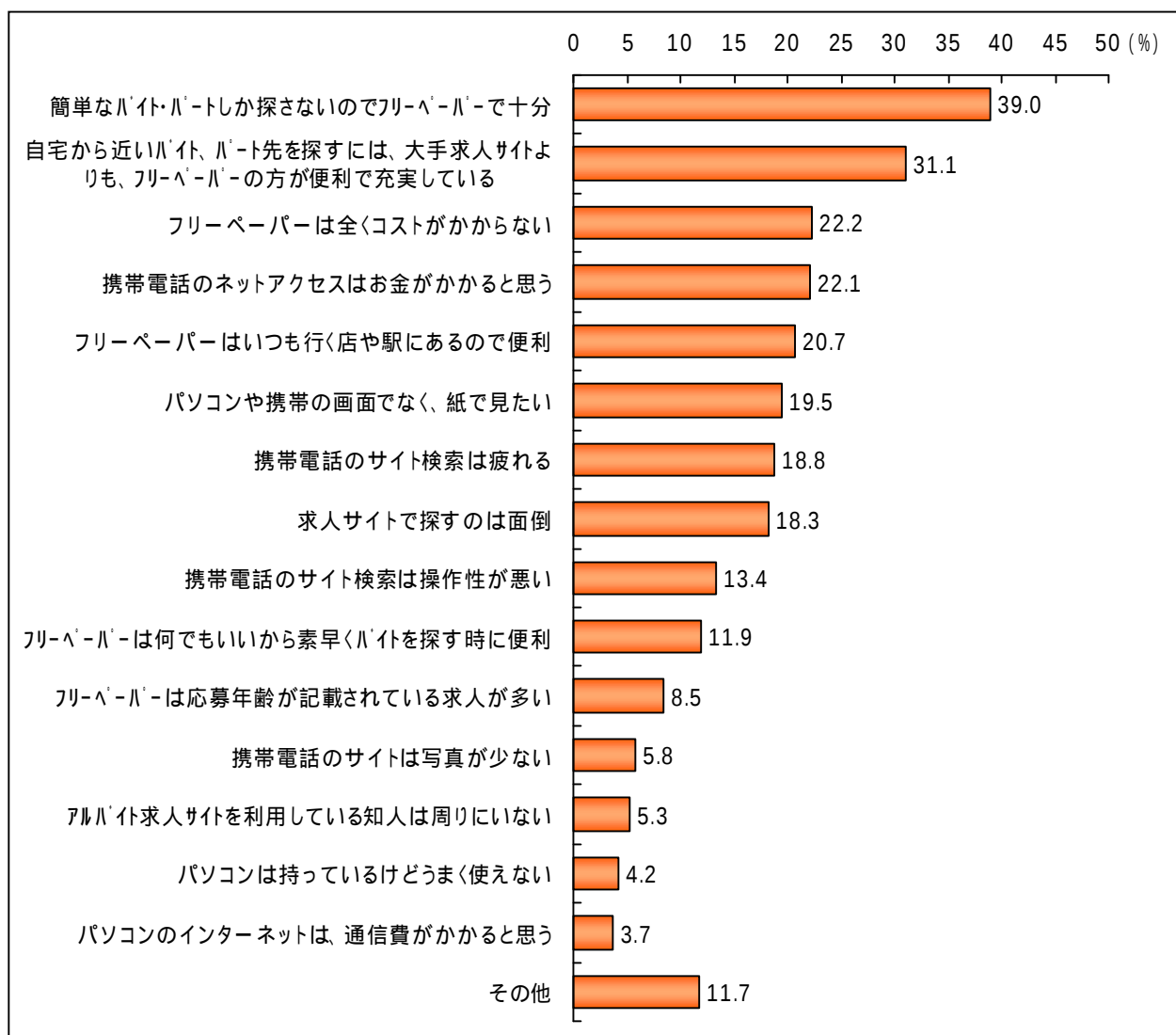
利用理由としては、「希望の職種・勤務地等が短時間で検索できる」が76%で最も多く、以下「有料求人誌と違い費用がかからない」58%、「サイトで探するのが楽」51%、「パソコンが好きだから」39%と続きます。「費用」に関する意見も多くあがっていますが、それにも増して、「希望の情報が短時間で検索できる」「探するのが楽」、また「複数登録できるため応募が効率的」といった意見も含め、「検索における機能性のよさ」に関する意見が大きな割合を占めているのがわかります。

費用面、あるいは嗜好性(「現代的だと思う」「カッコいい」)よりも、あくまで、実際に利用する上においての使い勝手、効率性が評価され、利用率の高さにつながっているのです。

なお携帯電話についても「費用面」以外は、ほぼ同様の傾向がみられ、インターネット求人サイトには「機能性」が求められていると言えるでしょう。

では逆に、求人サイトを使わない理由には、どのようなものがあるのでしょうか。

- グラフ3 なぜ、アルバイト求人サイトを利用しないのですか。(複数回答)



ご覧いただくとわかるように、フリーペーパーに関連した理由が大きな割合を占めています。「簡単なバイト・パートしか探さないので、フリーペーパーで十分」が 39%で最も多く、「自宅から近いバイト・パートを探すには、大手サイトよりもフリーペーパーの方が便利で充実している」31%、「フリーペーパーは全くコストがかからない」22%、「フリーペーパーはいつも行く店や駅になるので便利」21%と続いています。これらの意見をまとめ、全回答から、フリーペーパーに関連した意見を抜き出し再集計すると、実に約半数の回答者が「フリーペーパー」を理由に、求人サイトを使っていないことになります。

前述したとおり、フリーペーパーはアルバイト探しでは、インターネットに次いで多く利用されている媒体であり、ここでも、この2媒体の競合状況がはっきりとわかりますが、これらの意見から、逆にフリーペーパーの利点がよく見えてきます。「自宅近く」「簡単」「コストがかからない」「いつも行く場所にある」といった文言から、「手軽さ」「簡便性」といったキーワードが、フリーペーパーの特性、利点として浮かび上がります。こうした点が、「アルバイト」というワークスタイルとマッチし、フリーペーパー利用率の高さにつながっていると考えられるのです。

フリーペーパー関連以外の理由としては、携帯電話について「費用面」また「検索が疲れる」「見づらい」という指摘がみられますが、パソコンについては、「パソコン自体」に対する不満点は少数にとどまっています。

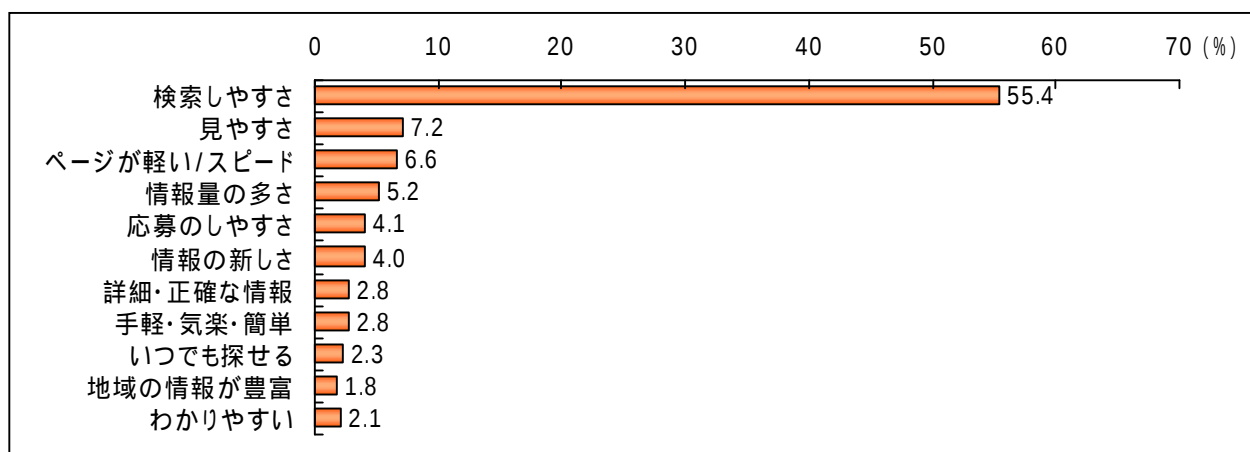
より効率的に、時間をかけずに仕事を探したい、という点ではインターネットとフリーペーパーは共通しています。が、目的は同じでも、その方法論は違っていることがわかります。

インターネット求人サイト、特にパソコンを利用する場合、その機能性・操作性を駆使することによって求職活動を効率化することが求められているのです。ですから、パソコン利用者は、多くの情報の中からより自分にあった仕事を、納得のいくまで、しかも効率的に探したいという意向が強いと考えられます。

それに対しフリーペーパーは、よりシンプルに、探す手間も省いて、すぐに仕事情報を得たい、という場合に、その効力を発揮するようです。

それでは具体的に、パソコンに求められる「使いやすさ」を検証してみましょう。

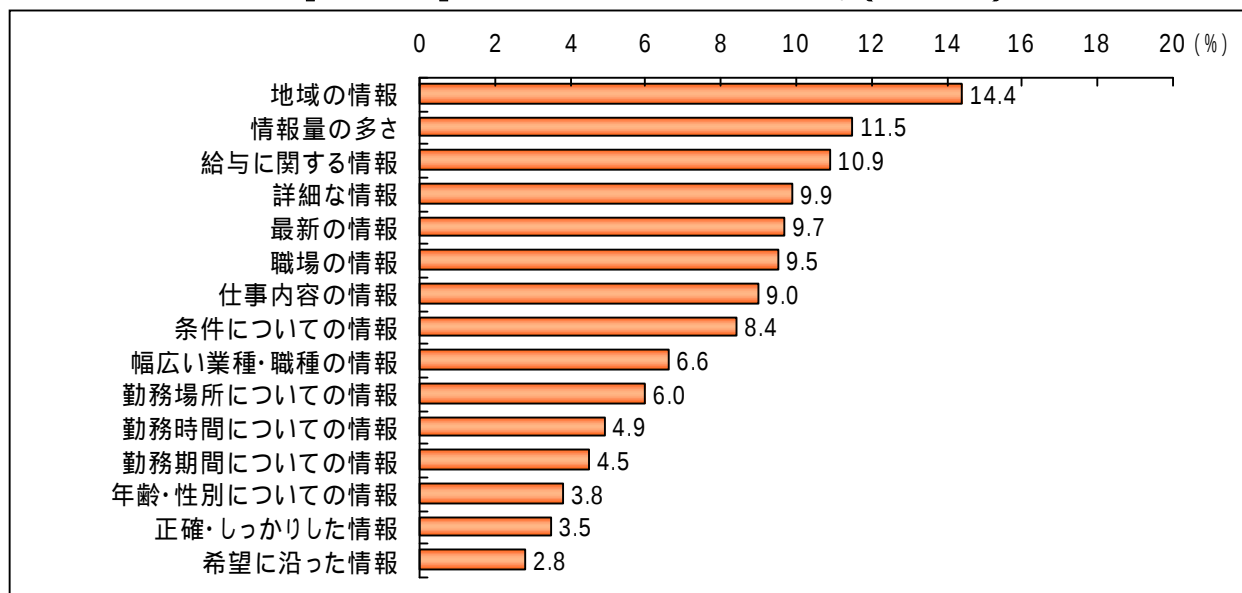
- グラフ4 求人サイト[パソコン]にどのような「使いやすさ」を求めますか。(複数回答)



「検索のしやすさ」が 55%と半数を超え、他に抜きん出ています。詳細意見として、「希望の職種・条件などの絞込みが簡単で、確実であること」「項目を簡潔にまとめ、クリックしやすくしてほしい」「地域を細かい部分まで選択できたらいいと思う」といった声が聞かれました。

その他、割合はやや低くなりますが、「見やすさ」「ページが軽い/スピード」「情報量の多さ」といった意見がみられます。これらを総合すると、「多くの情報」を、「見やすい」レイアウトで、そして「迅速」に「検索したい」という、ユーザーの希望がみえてきます。携帯電話は、操作性や見やすさの面ではどうしてもパソコンに劣る部分があるため、より一層パソコンにこうした機能が求められていると思われます。

- グラフ5 求人サイト[パソコン]にどのような情報を求めますか。(複数回答)



パソコンに求められる情報を聞いたところ、「地域の情報」が 14%で最も多く、以下「情報量の多さ」12%、「給与に関する情報」11%、「詳細な情報」「最新の情報」「職場の情報」ともに 10%、「仕事内容の情報」9%と続きます。

「地域の情報」の詳細な内容としては「自宅近くの仕事の情報がたくさんあるとよいと思う」「地方のアルバイト情報」等多くあがっており、「自宅近辺」「身近」な仕事探しに利用されるフリーペーパーと共通しています。このことから、アルバイト探しにおける求職者のニーズがわかるとともに、インターネット求人サイトにおけるアルバイト情報提供の、今後の課題ともなってくると考えられます。

その他、「情報量の多さ」「詳細な情報」「最新の情報」、求人案件に関する個別情報も含め、パソコンでこそ効率的な検索が可能となる「豊富な情報」が求められていることがわかります。

インターネット求人サイト、特にパソコンには、多くの詳細な情報の中から、いかにスピーディーに希望の情報を検索できるか、その機能性が求められています。このことは、「アルバイト探し」というカテゴリーの中でフリーペーパーと対比することにより、いっそう明確に見えてきました。

^{*1}インターネット利用者は平成 16 年末で 7,948 万人、人口普及率は 62.3%に達し、インターネットは日常生活の中に着実に浸透しています。それに伴い求人サイト利用も大きく広がっています。

このような状況の中で、求人サイトを利用する理由は、単に「現代的だから」「カッコいいから」という漠然としたものではなく、「情報量の充実」と、それを効率的に検索する為の「機能性の追及」というニーズによるものだったのです。

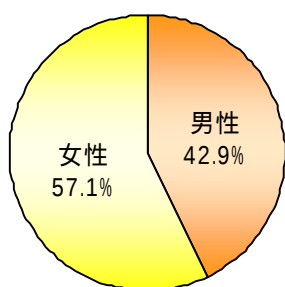
当社ではこうした結果を踏まえ、ユーザーの志向、市場動向を的確に把握、一層のユーザビリティ向上を実現し、真に求職者に求められる求人サイトを実現するよう、努力をしていきたいと考えております。

^{*1} 平成 17 年度版「情報通信白書」(総務省)より

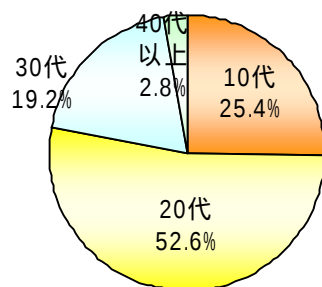
< 求人媒体利用調査の概要 >

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及び店舗留め置き調査
2. 対象: アルバイト・パート就業者及び就業希望者
3. アンケート期間: 2005 年 4 月 5 日 ~ 4 月 18 日
4. 有効回答者数: 1,400 人

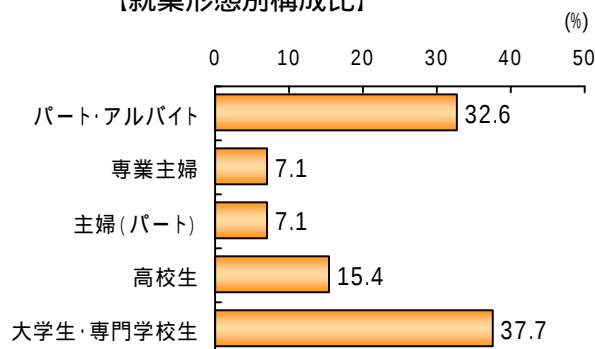
【男女比】



【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: 9 億 8,770 万円

従業員数: 224 名 (2005 年 5 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 : 大野 恭子

TEL 03-5114-1177 / e-mail : info@dip-net.co.jp