

# ダイヤモンド 就活ナビ2025

<https://www.shukatsu.jp/2025/>

## 〈調査概要〉

### 【24卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2024登録者で

2024年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者

有効回答：1,805名

調査期間：2023年6月2日～7月7日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【24卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：619社

調査期間：2023年6月2日～7月14日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

### 【23卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2023登録者で

2023年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者

有効回答：1,954名

調査期間：2022年6月3日～7月8日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【23卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：605社

調査期間：2022年6月3日～7月15日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

## 【第1章】学生の就職活動総括 .....2

DATA. 01	就職活動開始	3
DATA. 02	就職サイト登録	4
DATA. 03	合同イベント参加	5
DATA. 04	企業エントリー	6
DATA. 05	企業セミナー・説明会参加	7
DATA. 06	受験した企業数	8
DATA. 07	面接を受けた時期と企業数	9
DATA. 08	獲得した内定数	10
DATA. 09	内定獲得の時期と承諾率	11
DATA. 10	就職活動進行状況(6月末時点)	12
DATA. 11	入社を決めた理由	13
DATA. 12	《COLUMN》オンライン選考への対応	14~15
DATA. 13	《COLUMN》キャリア観	16
DATA. 14	《COLUMN》新卒紹介サービス	17
DATA. 15	《COLUMN》インターンシップ類	18~22
DATA. 16	印象に残ったインターンシップ類	23
DATA. 17	Uターン就職に関する意識	24
DATA. 18	Uターン就活の実際	25

## 【第2章】企業の採用活動総括 .....26

DATA. 19	採用計画	27
DATA. 20	プレエントリー受付&エントリーシート受付開始	28
DATA. 21	エントリーシートについて	29
DATA. 22	エントリーシート選考結果通知開始時期	30
DATA. 23	OB・OGリクルーターによる面接	31
DATA. 24	採用選考開始時期	32
DATA. 25	内定開始時期	33
DATA. 26	採用広報活動	34
DATA. 27	採用選考活動	35
DATA. 28	採用課題	36
DATA. 29	応募・内定学生の質に対する満足度	37
DATA. 30	採用活動進行状況	38
DATA. 31	《COLUMN》企業と学生の意識格差	39
DATA. 32	《COLUMN》内定者フォロー・辞退防止	40~41
DATA. 33	《COLUMN》筆記・適性テスト	42~43



## 2024卒

# 採用・就職活動の総括



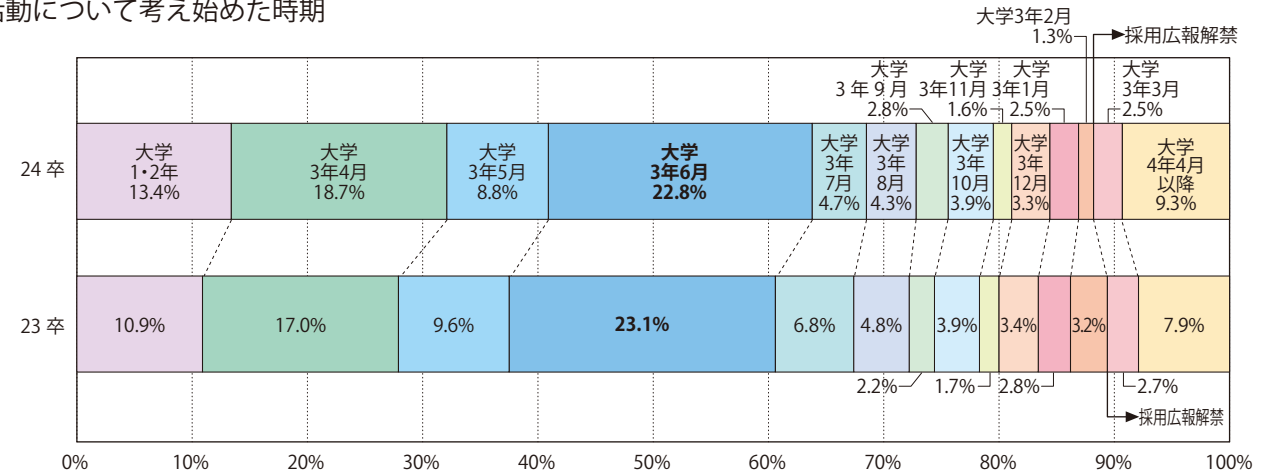
# 第1章 学生の 就職活動 総括

## POINT

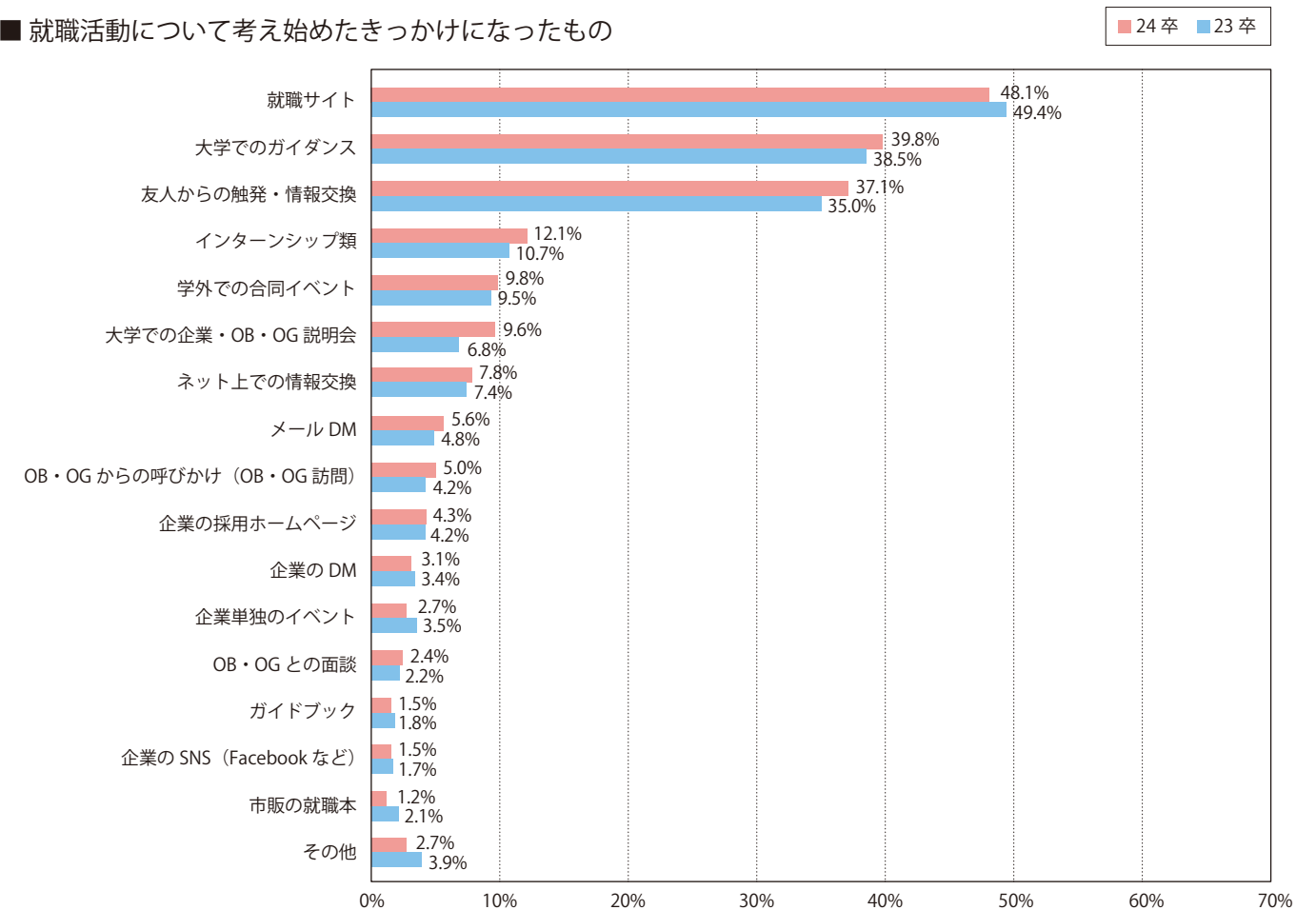
- 学生の動き出しは全般的に早期化傾向が続く。
- 就職サイト登録数は横ばい、エントリー数は36.7社と例年並みの水準に。
- 企業セミナー参加数は20.8社、受験企業数は15.3社と例年並みで推移。
- 3月以前に面接を受けた学生は75.8%、5月までに面接を受けた企業数（8.4社）は受験した企業数全体の半数以上に。
- 「内定あり」学生は80.7%とコロナ禍以前に迫る高水準に。  
重複内定を持つ学生は72.6%、平均内定社数は2.94社に。
- 内定獲得時期はさらに前倒し。「2月以前」の内定獲得は文系で12.1%、理系で23.5%に。
- 「就職先が決まって活動を終了した」学生は57.8%。  
うち「第一志望の企業に決まった」学生は65.7%。
- 「新卒で入社した企業にずっと勤め続けたい」は48.3%。
- 新卒紹介サービスを利用した学生は34.2%。就活のツールとして定着。
- インターンシップ類に参加した学生は77.1%。平均参加回数は6.9回。  
インターンシップ類参加企業に入社を決めた学生は34.9%、参加経験が入社企業選択に影響した学生は81.4%。インターンシップ類に参加しなかった企業に「応募しない」学生は22.2%。
- Uターン志向の学生は48.9%。希望する理由は「生活環境が良いと思える」が45.7%。
- 内定期間中に企業に期待することは「内定者同士で連絡を取りたい」「定期的に連絡が欲しい」。

## DATA. 01 就職活動開始

■ 就職活動について考え始めた時期



■ 就職活動について考え始めたきっかけになったもの



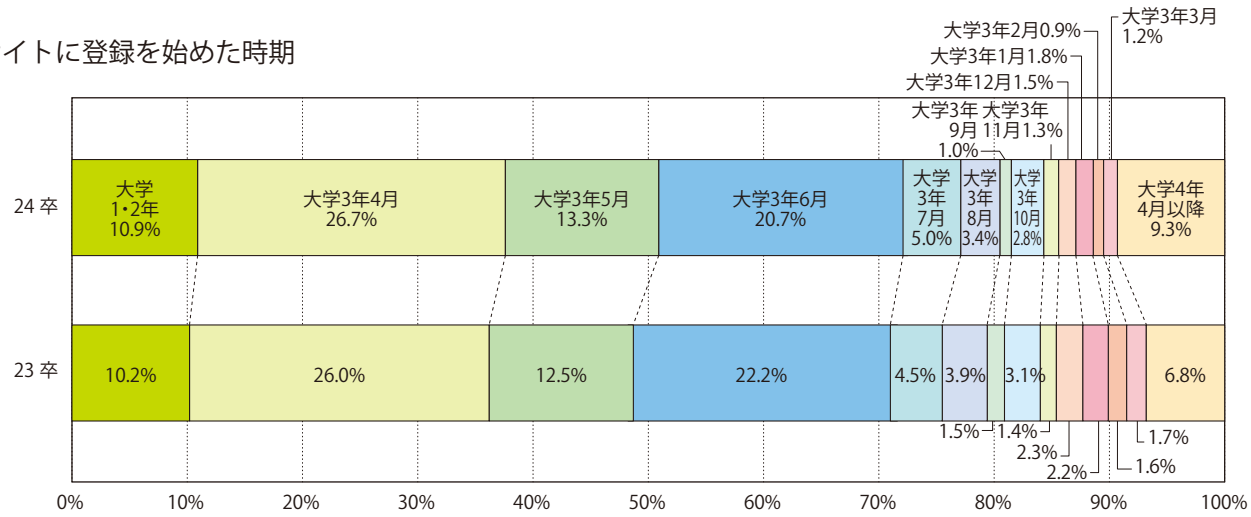
就職について考え始めた時期は早期化が進む。「大学3年4月」以前で3割超に。きっかけは、就職サイト、ガイダンス、友人からの触発・情報交換で大きな変化なし。

学生が就職活動を考え始めた時期は、前年と同様に主要な就職情報サイトの情報提供が活性化する「大学3年6月」が22.8%と最多で23卒（23.1%）とほぼ横ばいに推移。中でも「大学3年4月」以前の合計は32.1%で、23卒（27.9%）から4.2ポイント増加し、3割を超えた。より早い時期から就職活動を考え始める傾向は加速化しているようだ。それに対して、採用広報解禁時期の「大学3年3月」以降は11.8%に留まり、23卒（10.6%）同様全体から見れば少数派で、早期化傾向が読み取れる。

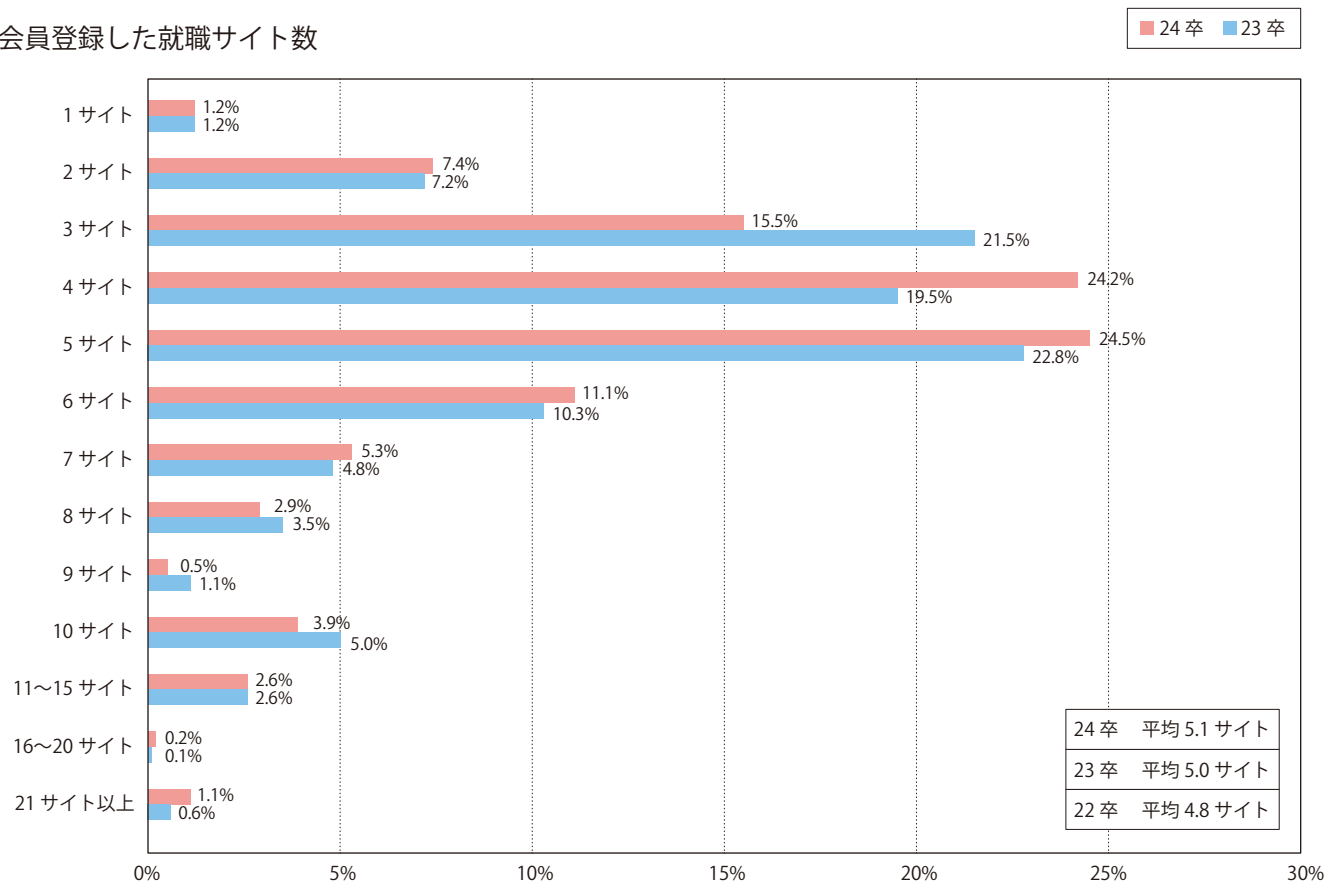
就職活動を考え始めたきっかけは、1位「就職サイト」48.1%（23卒49.4%）、2位「大学でのガイダンス」39.8%（23卒38.5%）、3位「友人からの触発・情報交換」37.1%（23卒35.0%）の順で、数字こそ多少の増減はあるが上位の3項目をきっかけに挙げる学生が多い傾向には変動はない。それに続くのが「インターンシップ類」で12.1%（23卒10.7%）と前年から数字を伸ばしている。各大学のイベント実施前倒しの影響が「大学での企業・OB・OG説明会」も9.6%（23卒6.8%）と2.8ポイント増加した。

## DATA.02 就職サイト登録

■ 就職サイトに登録を始めた時期



■ 会員登録した就職サイト数



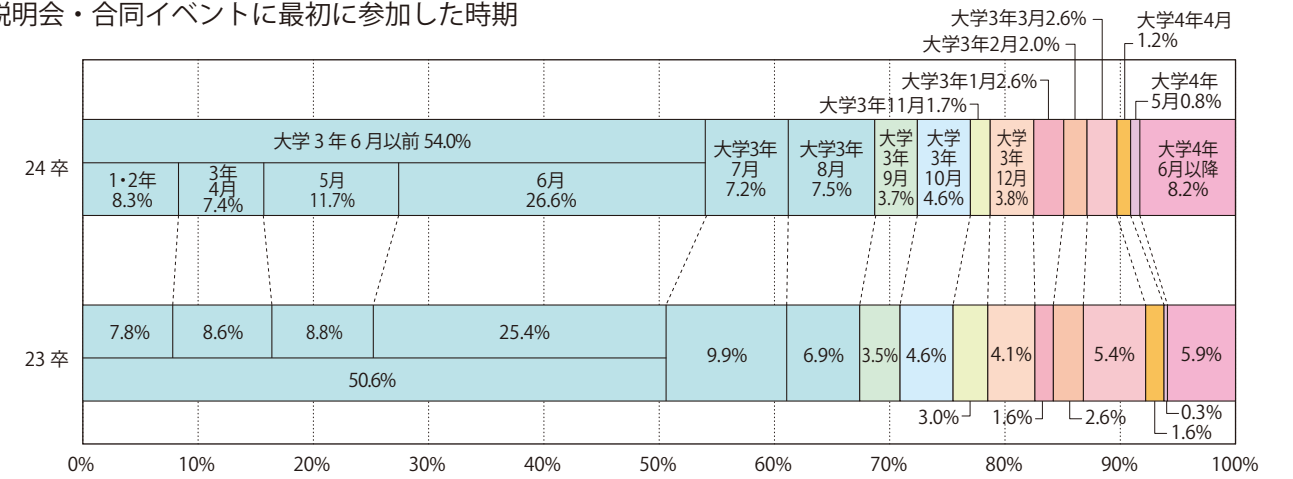
**就職サイトの登録開始は「大学3年6月」以前が71.7%で、早期化基調に変化なし。平均登録サイト数は5.1サイトで横ばい。10サイト以上の積極派も前年並み。**

「大学3年5月」以前に就職サイトに登録開始した学生の合計は51.0%で、23卒(48.8%)から2.2ポイント増加。半数以上の学生が「大学3年5月」までに登録を開始した。主要な就職サイトの情報提供が活性化する「大学3年生6月」まで含めると71.7%(23卒70.9%)となり、前年同様7割超の学生が「大学3年6月」までに登録を開始していることがわかる。月別では「大学3年4月」が26.7%(23卒26.0%)と最も多く、4月以前から会員登録を行うなど、就職サイトの動き出しが早まっている事も影響していると思われる。

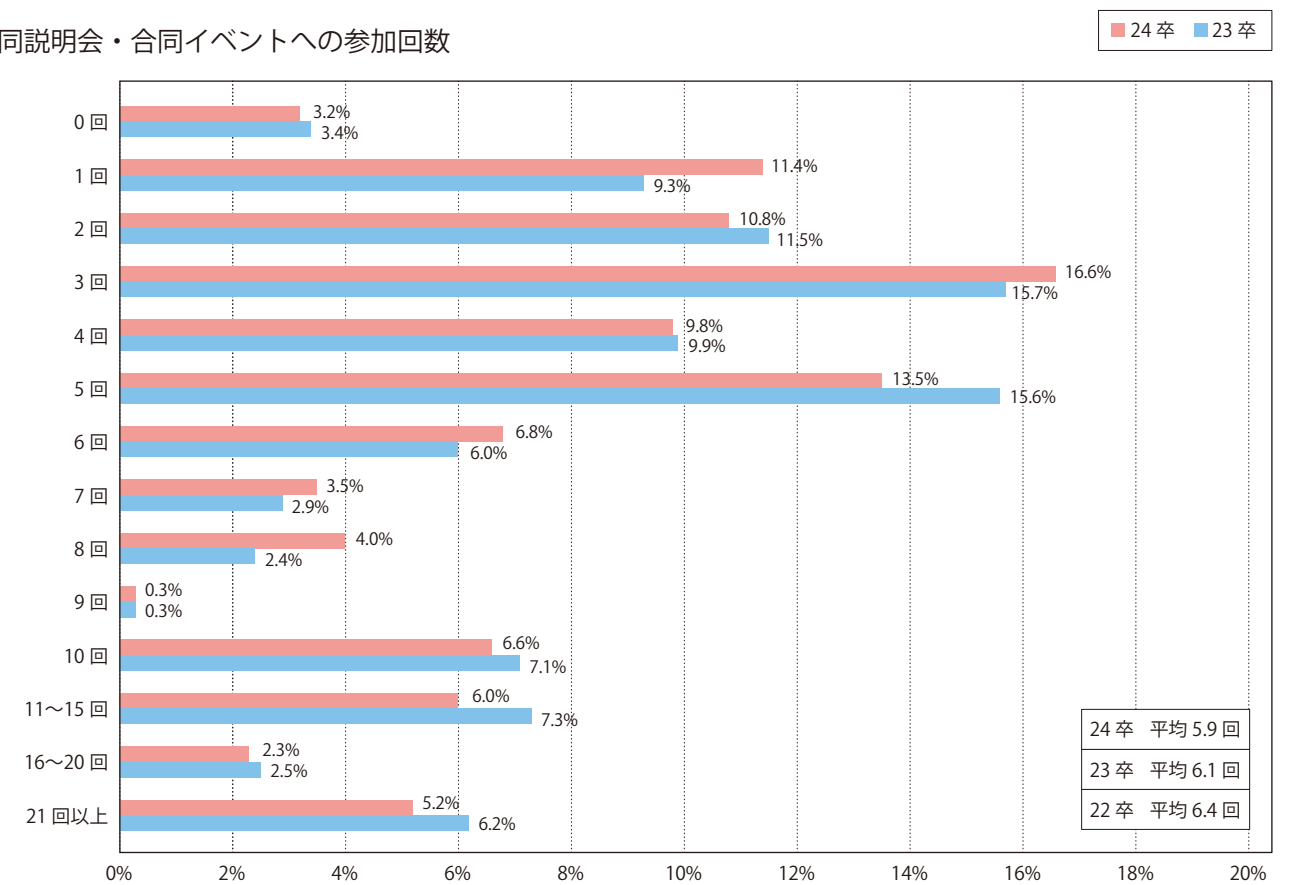
登録したサイト数は、平均で5.1サイトと23卒(5.0サイト)から横ばいで推移。コロナ禍の前後でも4.7サイト(20卒)~5.1サイト(21卒)で推移しており、ここ数年大きな変動はみられない。最も多い層は「5サイト」24.5%(23卒22.8%)で「4サイト」24.2%(23卒19.5%)と続く。前年2位だった「3サイト(23卒21.5%)」は15.5%とやや数字を下げた。「10サイト」以上という積極派も7.8%(23卒8.3%)と前年並みの数字を占めている。

## DATA.03 合同イベント参加

■ 合同説明会・合同イベントに最初に参加した時期



■ 合同説明会・合同イベントへの参加回数



**合同イベントに最初に参加した時期は大学3年6月以前が54.0%と早期化が加速。参加平均回数は5.9回と前年からは減少。コロナ禍以前の状況に戻りつつある。**

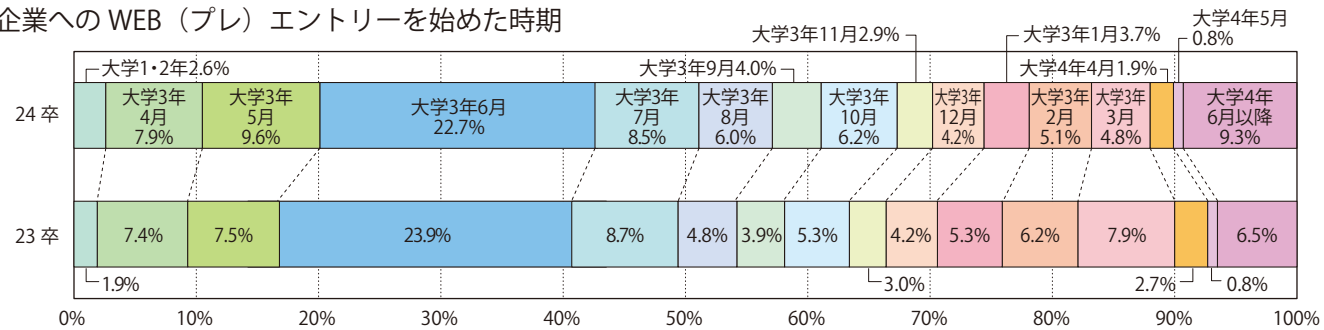
合同説明会・イベントへの参加時期は「大学3年6月」が26.6%と最多であるのは例年と同じで、23卒(25.4%)からは1.2ポイントの微増。「大学3年6月」以前の合計と比較すると54.0%と、23卒(50.6%)から3.4ポイント増で、前年も12.8ポイント増加していることを考えると、早期化の傾向は継続しているといえよう。一方、採用広報解禁時期である「大学3年3月」に参加を開始した学生は2.6%に留まり、23卒の5.4%からさらに減少。20卒では11.7%あったことを考え合わせても、ベクトルは確実に前倒しの方向に向かっていると見ていいだろう。

イベントへの参加回数は平均5.9回と23卒(6.1回)から微減した。コロナ禍でイベント自体が中止となり参加回数が減少した21卒(4.9回)、オンライン開催が主流になったことで増加した22卒(6.4回)、オンライン開催が定着した23卒を経て、コロナ禍前の状況に戻った印象が強い。最大の「3回」は16.6%で23卒(15.7%)から0.9ポイント増、2位の「5回」は13.5%で23卒(15.6%)から2.1ポイント減となった。一方、「10回」以上の積極派も20.1%で23卒(23.1%)と3.0ポイント減少している。

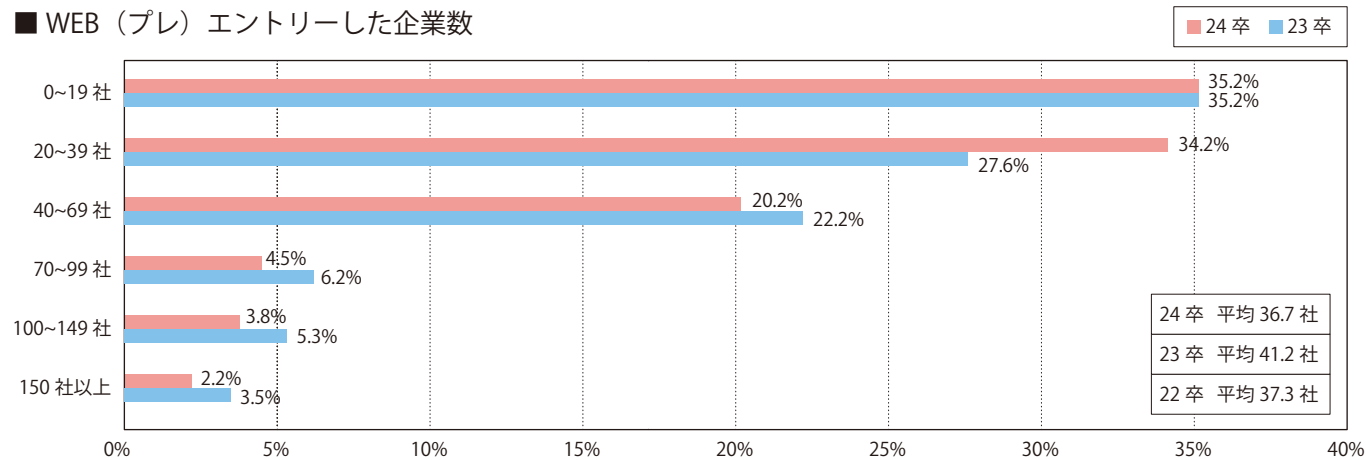


## DATA.04 企業エントリー

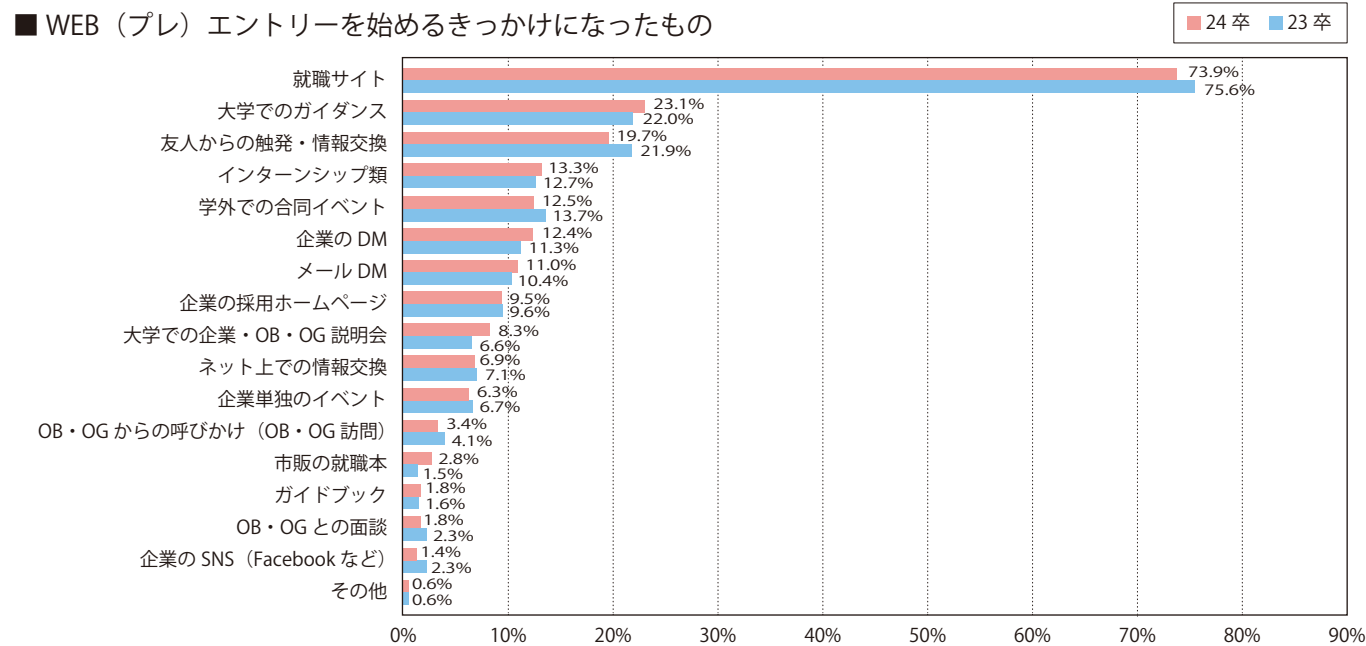
■ 企業へのWEB（プレ）エントリーを始めた時期



■ WEB（プレ）エントリーした企業数



■ WEB（プレ）エントリーを始めるきっかけになったもの



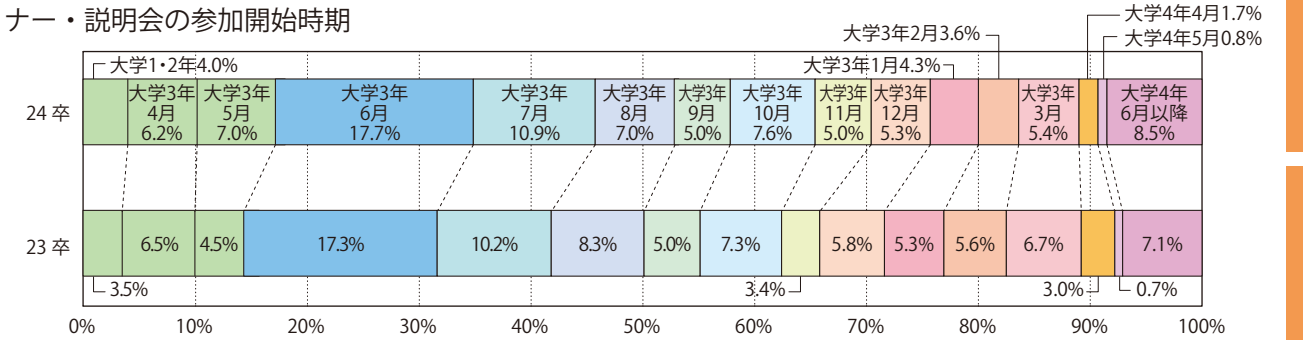
WEB（プレ）エントリー開始時期は4割超が「大学3年6月」以前に。前年増加したエントリー社数は平均36.7社と一昨年並みの水準に。

企業へのWEB（プレ）エントリー開始時期は、前年同様「大学3年6月」（22.7%）が最多となり、「大学3年6月」以前の合計は42.8%と、23卒（40.7%）を2.1ポイント上回った。一方、採用広報解禁時期の「大学3年3月」は4.8%で23卒（7.9%）から3.1ポイント減少。22卒では15.6%だったことを考えると、早期化の傾向は顕著だ。また、一人当たりのWEB（プレ）エントリー社数は36.7社で、23卒（41.2社）からは4.5社減少し、22卒（37.3社）並みの水準となった。

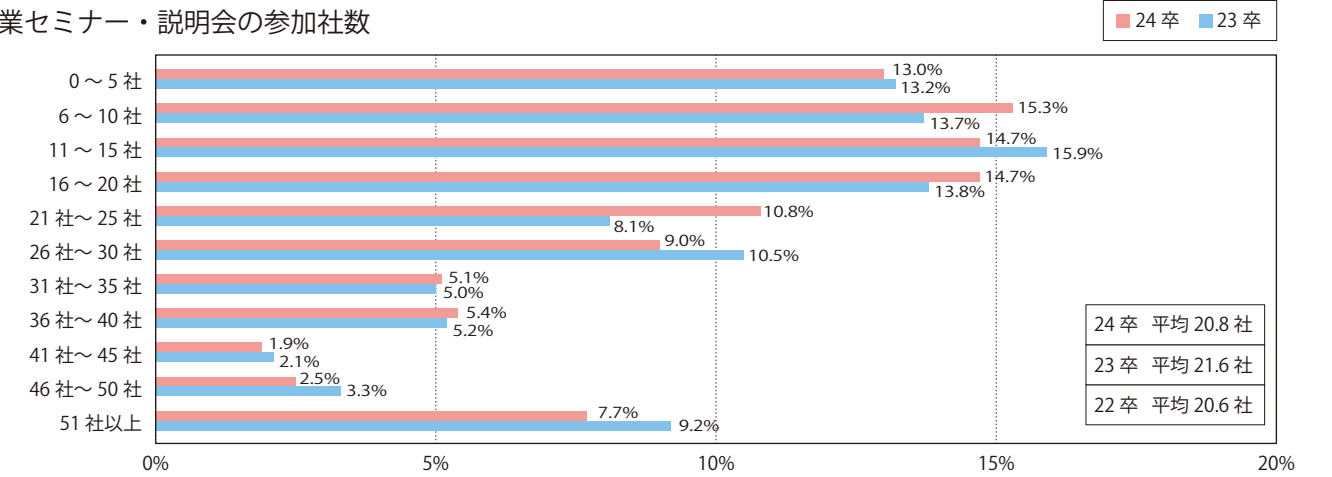
（プレ）エントリーを始めるきっかけは、例年同様「就職サイト」73.9%（23卒75.6%）が突出した1位。「大学でのガイダンス」23.1%（23卒22.0%）、「友人からの触発・情報交換」19.7%（23卒21.9%）と続くのも例年から変化はない。以下、「インターンシップ類」13.3%（23卒12.7%）、「学外での合同イベント」12.5%（23卒13.7%）、「企業のDM」12.4%（23卒11.3%）の順。順位・数字に多少の入れ替わりはあるものの、特に新しい動きは見られない。

## DATA.05 企業セミナー・説明会参加

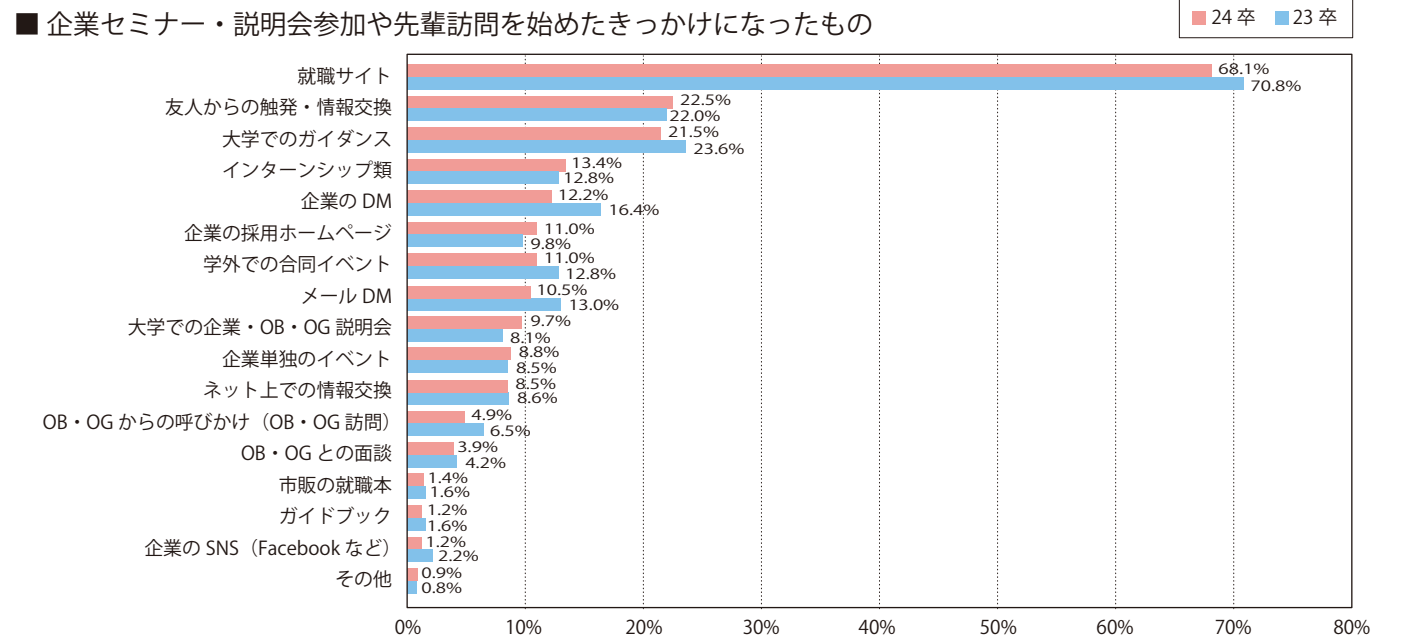
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 企業セミナー・説明会の参加社数



■ 企業セミナー・説明会参加や先輩訪問を始めたきっかけになったもの



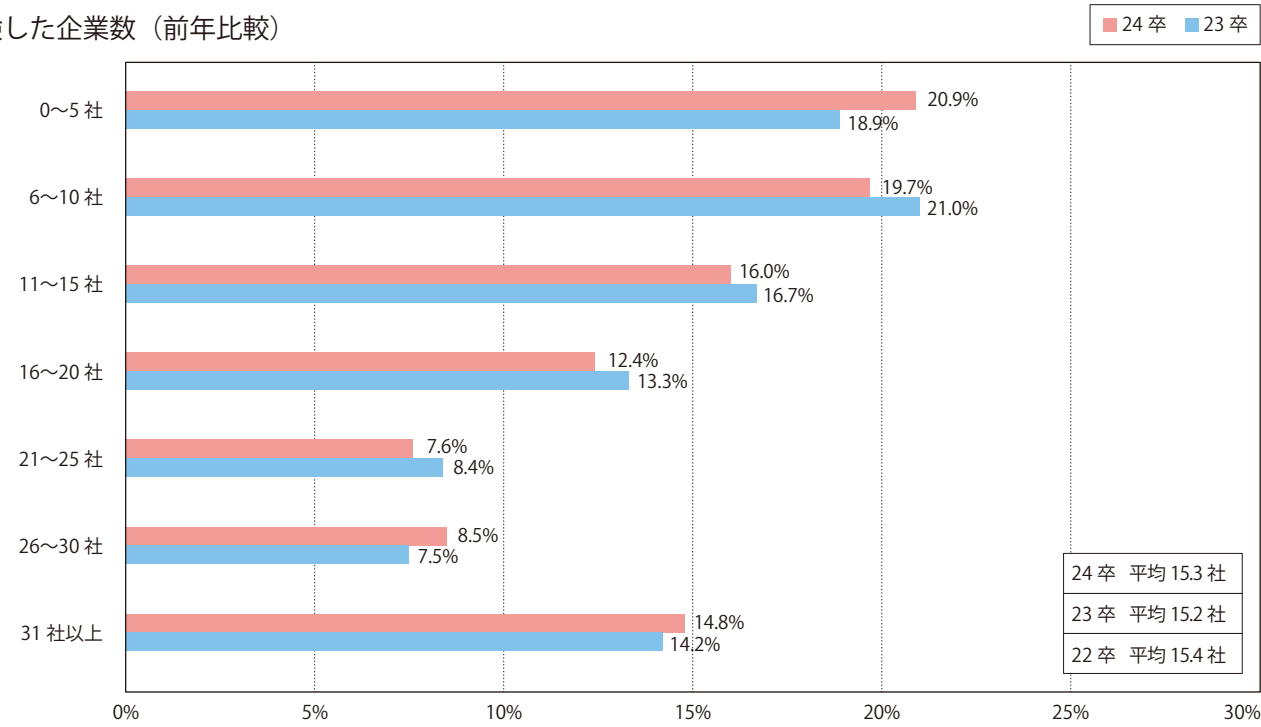
企業セミナー・説明会への参加は、52.8%の学生が「大学3年8月」までに開始。平均参加社数は20.8社と一昨年並みの水準に戻る。

企業セミナー・説明会への参加時期は「大学3年6月」の17.7%をピークに「6~8月」は35.6%と、23卒（35.8%）とほぼ横ばいに推移しているが、「大学3年8月」までに参加した学生の合計では52.8%（23卒50.2%）と2.6ポイント増加。また採用広報解禁時期の「大学3年3月」は5.4%で23卒（6.7%）から1.3ポイント減少した。22卒では10.5%であったことを踏まえても、早期化傾向がより顕著に表れる結果となった。平均参加社数は20.8社で、23卒（21.6社）からは減少したが、22卒が20.6社であったので、一昨年並みに戻ったと考えていいだろう。コロナ禍による企業セミナー・説明会のオンライン開催の増加等の影響

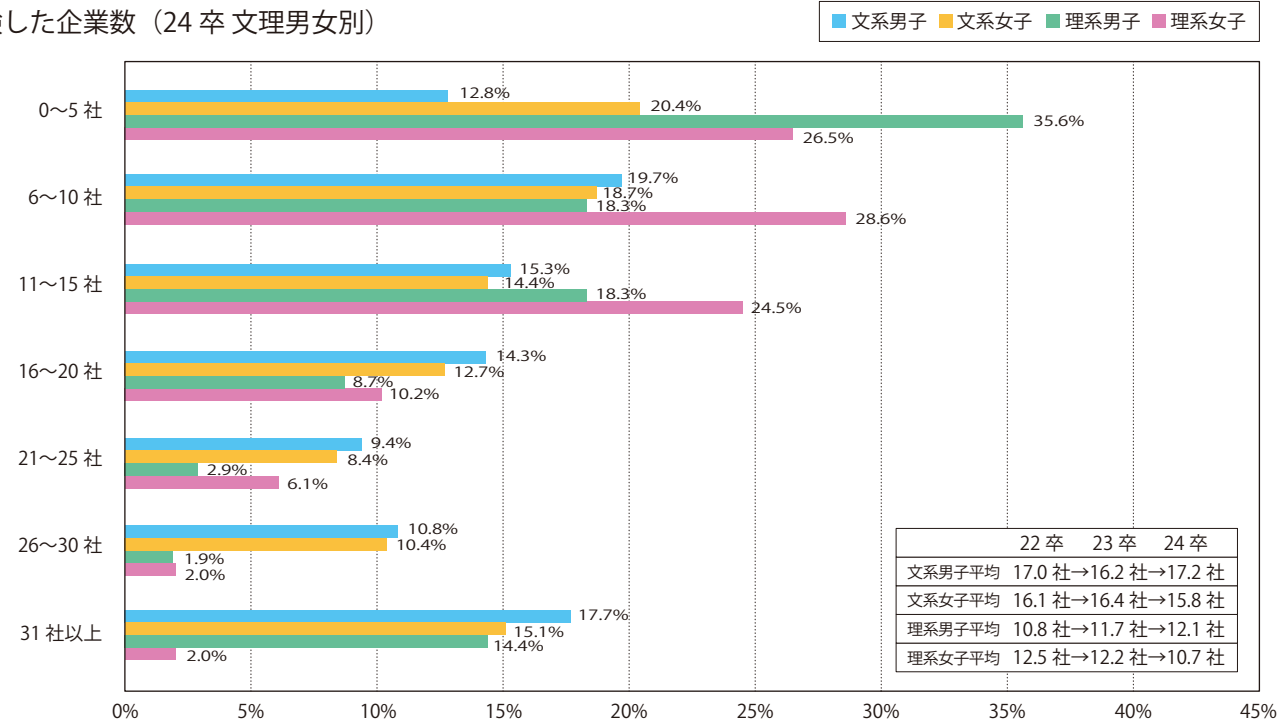
で前年一時的に増加をみせたが、企業のそうした動きが定着したこととで学生側も落ち着きを取り戻したのだろうと推測できる。最も多かったのは「6~10社」15.3%（23卒13.7%）で、2位「11~15社」14.7%（23卒15.9%）、同率2位「16~20社」14.7%（23卒13.8%）と続いている。参加のきっかけについても例年と大きな変化はない。「就職サイト」68.1%（23卒70.8%）が突出した1位。以下、多少の順位の変動はあるものの「友人からの触発・情報交換」22.5%（23卒22.0%）、「大学でのガイダンス」21.5%（23卒23.6%）、「インターンシップ類」13.4%（23卒12.8%）と続くのも傾向としては例年通りだ。

## DATA.06 受験した企業数

■ 受験した企業数（前年比較）



■ 受験した企業数（24卒 文理男女別）



**平均受験社数は前年からは微増し 15.3社と堅調。文理共に男子で平均受験社数が増加し、女子で減少。**

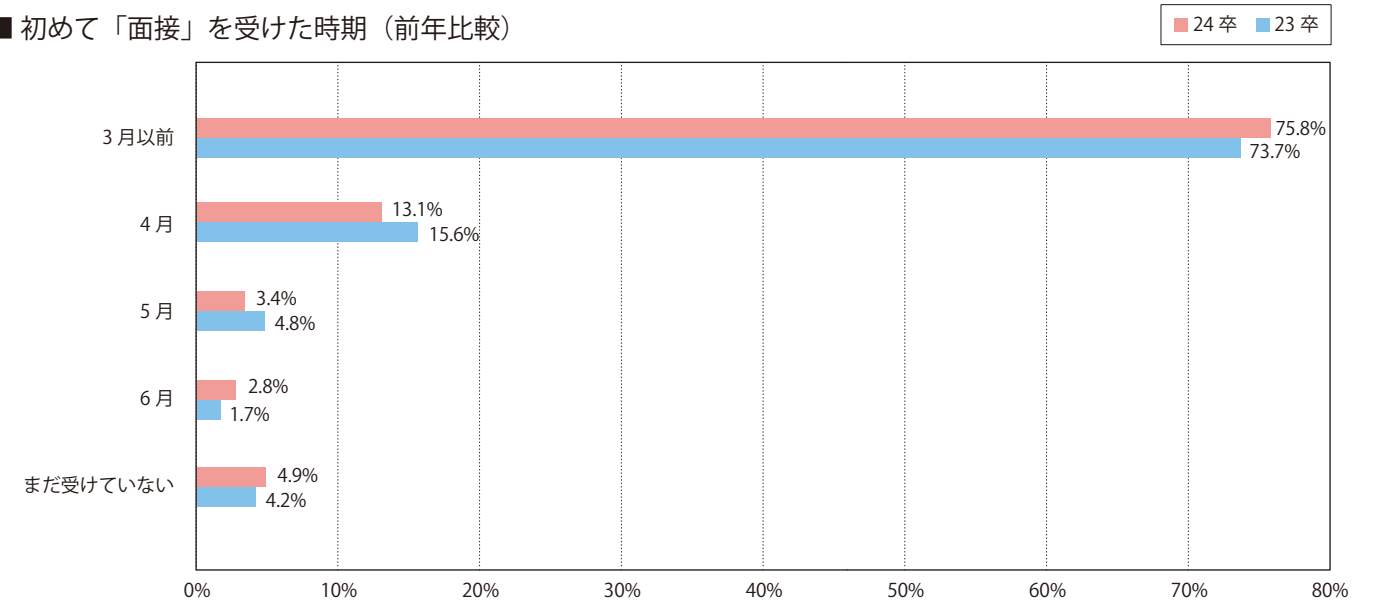
受験社数は平均で15.3社と23卒(15.2社)、22卒(15.4社)と比較しても、ほぼ横ばいで推移している。最も多い「0~5社」が20.9% (23卒18.9%)と微増した一方で、続く「6~10社」19.7% (23卒21.0%)、「11~15社」16.0% (23卒16.7%)は微減した。受験先をやや絞り込む学生が見られる一方、「21社」以上という積極派は30.9%と23卒(30.1%)から微増した。コロナ禍を契機に始まったオンラインによる受験が定着し、学生にとっても受験しやすい環境が整ったことがその背景にあると推測される。

文理男女別でみると、平均社数は「文系男子」17.2社(23卒16.2社)、「文

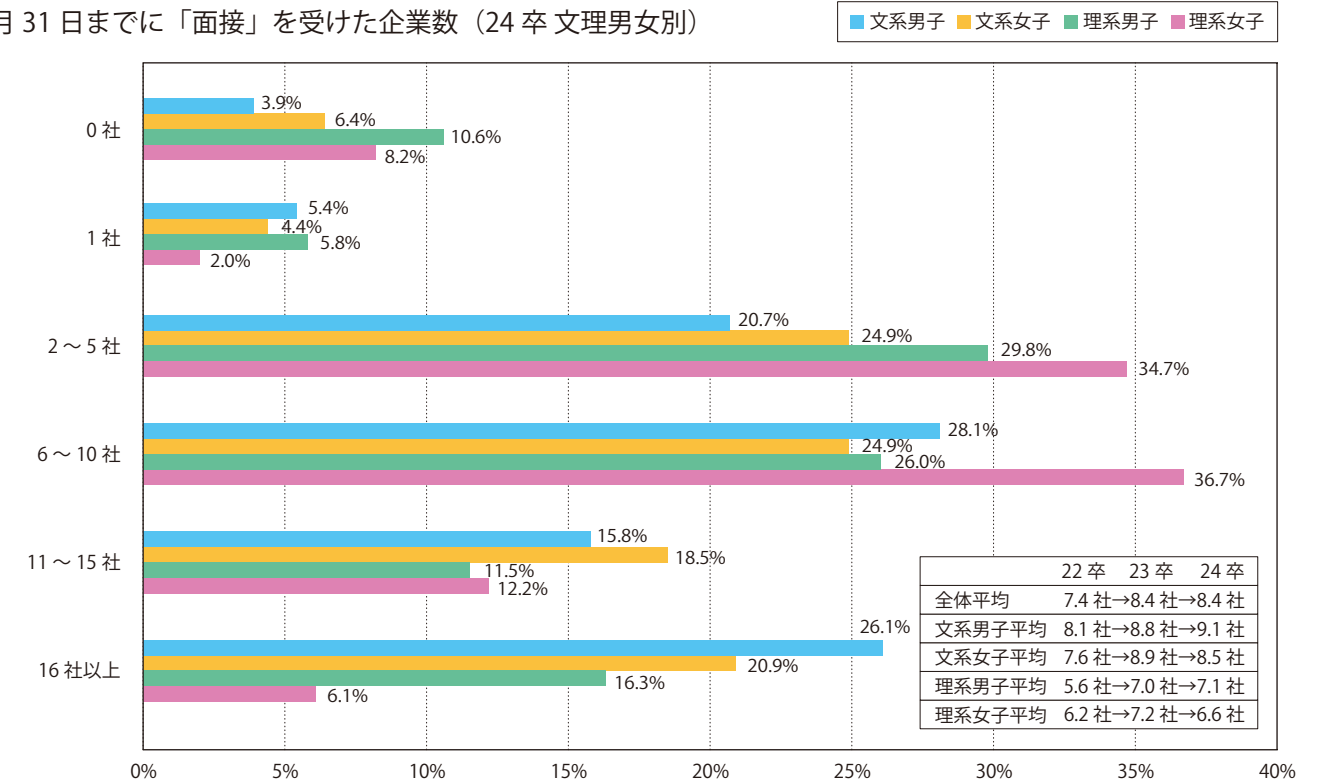
系女子」15.8社(23卒16.4社)、「理系男子」12.1社(23卒11.7社)、「理系女子」10.7社(23卒12.2社)の順となった。文理共に男子が増加し、女子が減少という結果となった。「文系男子」では、「0~5社」が12.8%と23卒(15.8%)から減少した一方「21社」以上が37.9% (23卒33.6%)と増加。「理系男子」では「0~5社」は35.6% (23卒26.0%)と増加した一方で「31社以上」が14.4% (23卒5.3%)と増加し平均を押し上げた。「文系女子」では「0~5社」が20.4% (23卒15.8%)と増加したこと、「理系女子」では「0~5社」が26.5% (23卒33.8%)と減少した上に、「21社以上」も10.1%と23卒(20.8%)から半減していることが平均の減少に影響したようだ。

## DATA.07 面接を受けた時期と企業数

■ 初めて「面接」を受けた時期（前年比較）



■ 5月31日までに「面接」を受けた企業数（24卒 文理男女別）



**「大学3年3月以前」に初めて面接を受けた学生は75.8%と早期化が加速。解禁前に面接を受けた社数は平均8.4社で前年並み。**

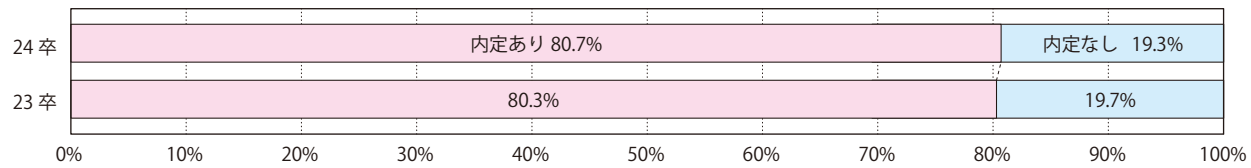
学生が初めて面接を受けた時期は「大学3年3月以前」が75.8%と、23卒(73.7%)から2.1ポイント増加した。前年も6.0ポイント増加しており、早期化傾向に一層拍車がかかる様子が見え始める。「大学4年4月」は13.1%で23卒(15.6%)から2.5ポイント、「大学4年5月」は3.4%で23卒(4.8%)から1.4ポイント減少。採用選考解禁時期の「大学4年6月」・「まだ受けていない」と回答した学生は、7.7% (23卒5.9%)に留まっている。

解禁前に面接を受けた企業数は平均8.4社で23卒と同数となっ

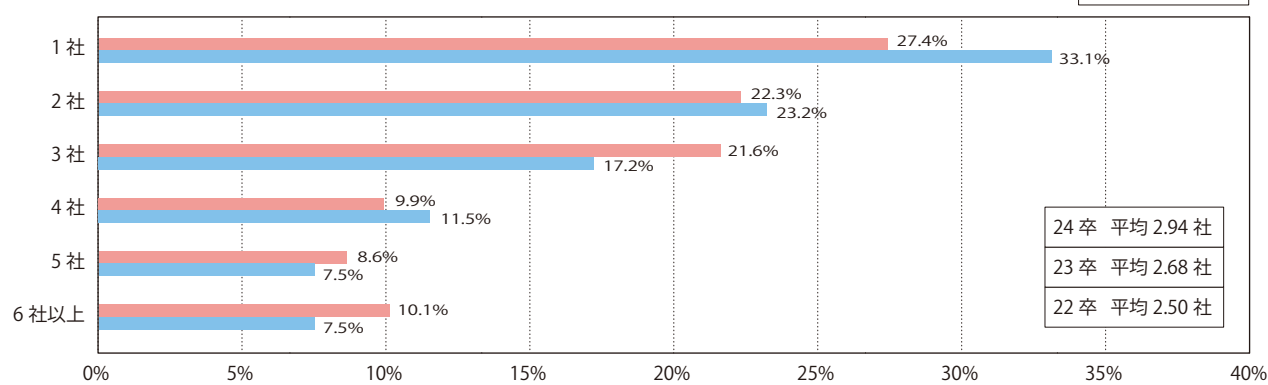
た。文理男女別にみると「文系男子」9.1社(23卒8.8社)、「文系女子」8.5社(23卒8.9社)「理系男子」7.1社(23卒7.0社)、「理系女子」6.6社(23卒7.2社)の順で、男子は増加、女子は減少した。5月31日までに面接を受けた企業数8.4社は、DATA6で見た受験した企業数15.3社の54.9%に該当し、前年同様半数を超えている。文理男女別では、「理系女子」61.7%、「理系男子」57.8%に対して「文系男子」52.9%、「文系女子」53.8%、と理系学生のほうがより多く、早期化傾向が見られる。

## DATA.08 獲得した内定数

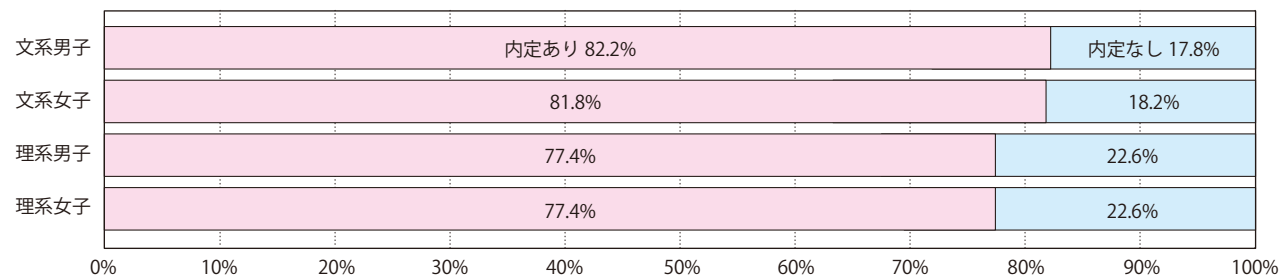
### ■ 内定の有無 (前年比較)



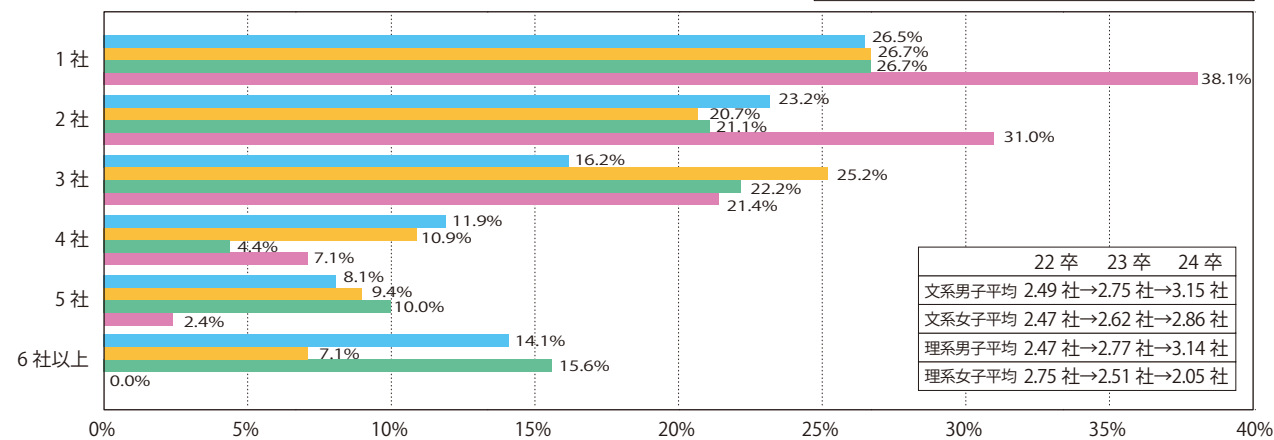
### ■ 内定した企業数 (前年比較)



### ■ 内定の有無 (24卒 文理男女別)



### ■ 内定した企業数 (24卒 文理男女別)



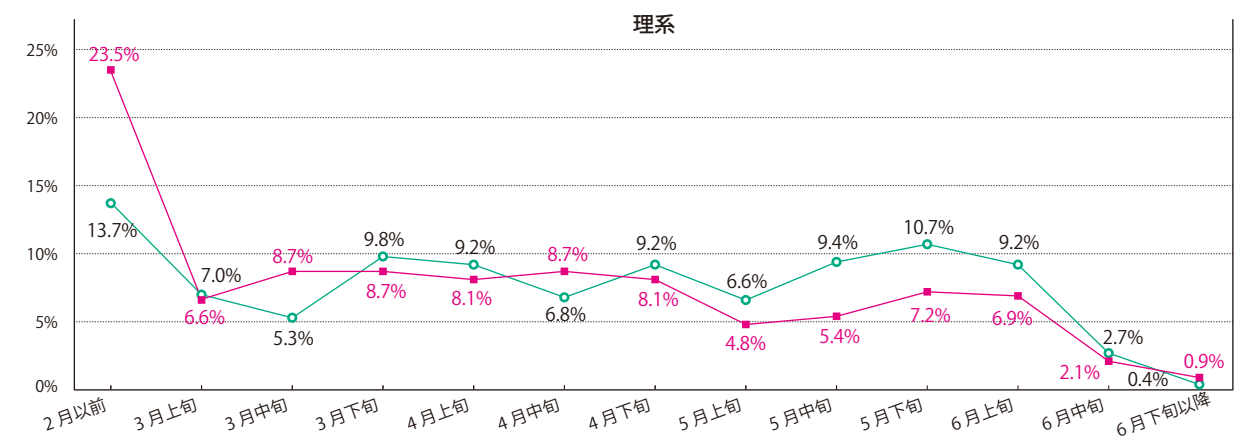
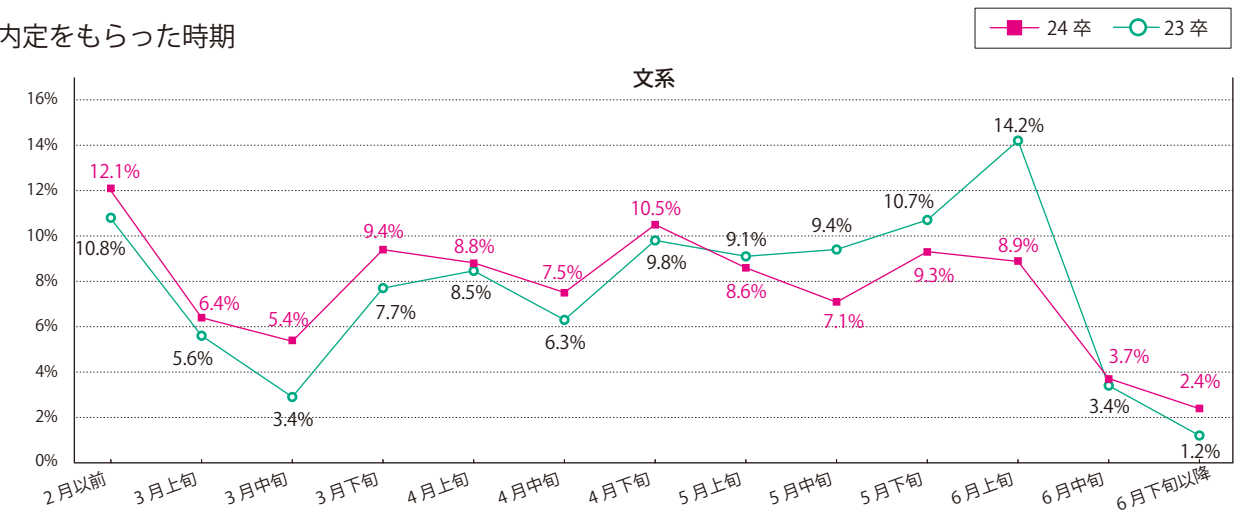
「内定あり」学生は80.7%とコロナ禍以前に迫る高水準。重複内定者は72.6%と前年から増加。平均内定社数も2.94社と売り手市場が鮮明に。

内定の獲得状況は「内定あり」が80.7%と高い水準での横ばいとなった。コロナ禍による影響を受けた21卒(69.5%)・22卒(72.7%)から回復し、コロナ禍前の20卒(81.7%)に迫る結果となった。文理男女別でみると、「文系男子」82.2%(23卒81.8%)、「文系女子」81.8%(23卒78.0%)、「理系男子」77.4%(23卒80.9%)、「理系女子」77.4%(23卒85.2%)の順(理系男女は同率)となり、男女共に文系で増加し、理系で減少した。「理系女子」は7.8ポイントの減でやや厳しい状況だったことが推測されるが、前年13.4ポイント増加していたので、傾向としては高水準で安定しているといっていだろう。

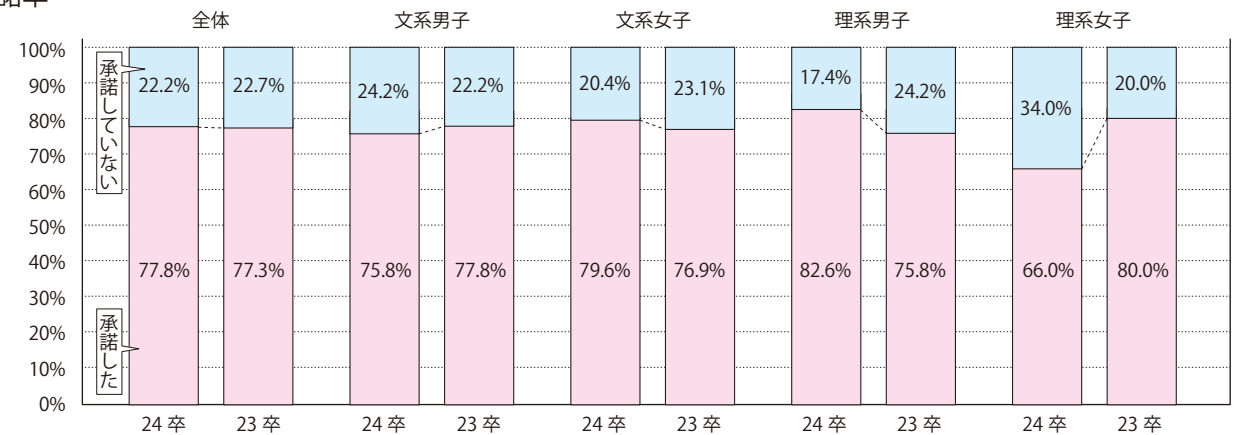
また、内定した企業数は、平均2.94社となり23卒(2.68社)から0.26社の増加。最も多い「1社」は27.4%と23卒(33.1%)から5.7ポイント減少。2~4社の重複内定も微減となる一方で、5社以上内定を獲得した学生は18.7%と23卒(15.0%)から3.7ポイント増加した。文理男女別では、「文系男子」3.15社(23卒2.75社)、「理系男子」3.14社(23卒2.77社)、「文系女子」2.86社(23卒2.62社)、「理系女子」2.05社(23卒2.51社)の順となった。ここでも「理系女子」以外は増加しており、売り手市場がより強調される結果となった。

## DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

### ■ 最初に内定をもらった時期



### ■ 内定承諾率



内定獲得時期は「2月以前」が文系で12.1%、理系で23.5%と早期化。内定承諾率は全体では回復基調。

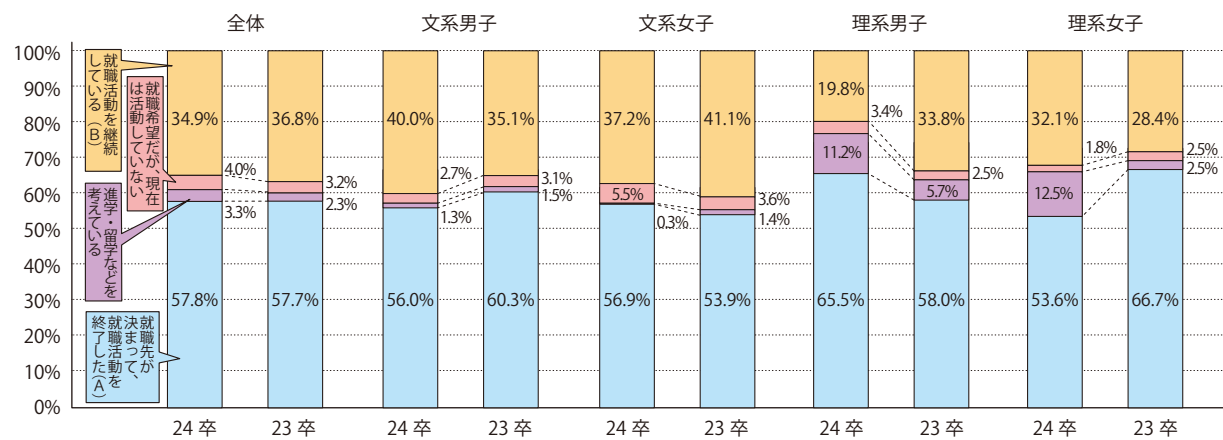
文理別の内定獲得時期は、文系では23卒では「6月上旬」が最も多く14.2%だったが、24卒では8.9%と5.3ポイント減少。代わって1位となったのが「2月以前」12.1%で23卒(10.8%)から1.3ポイント増加した。「4月下旬」以前で数字が増加しているため、早期化しているのは確かだが、同時に突出した時期がなくなったことで、全体に平準化しつつあるという印象を受ける。2位は「4月下旬」で10.5%(23卒9.8%)。一方、理系では「2月以前」が23.5%と23卒(13.7%)から9.8ポイントの大幅増。「4月下旬」以降は軒並み数字を下げており、こちらは早期化がより明確に表れた。2位以下につ

ては各時期とも差はなく、「2月以前」が突出した形になっている。一方、内定承諾率は、全体で77.8%と23卒(77.3%)からほぼ横ばいで推移。全体の基調としては前年から変化はなかったようだ。文理男女別では「文系男子」は75.8%(23卒77.8%)から2.0ポイント減少。「文系女子」は79.6%(23卒76.9%)と2.7ポイント増加した。文系女子は22卒では62.8%に留まっていたことを考慮すると、内定社数の増加に伴い承諾率も上昇したようだ。「理系男子」は、82.6%(23卒75.8%)と前年8割を下回った数字が回復、6.8ポイントの増加となった。「理系女子」は、66.0%(23卒80.0%)から14ポイント減少した。

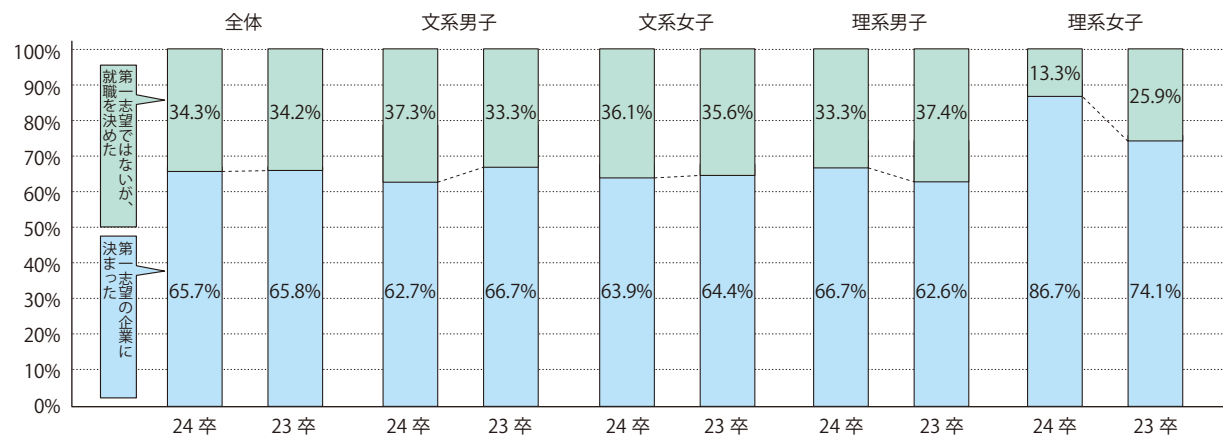


# DATA. 10 就職活動進行状況 (6月末時点)

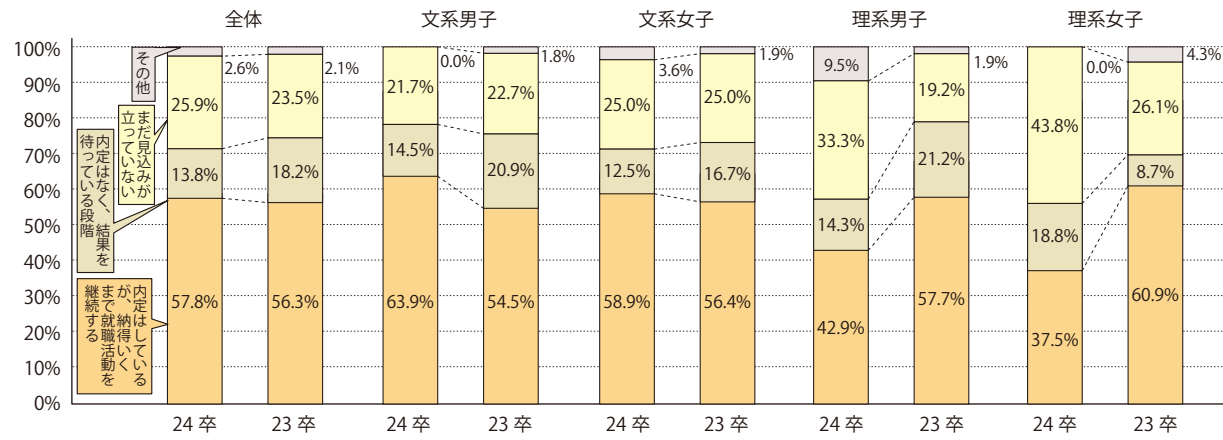
## ■ 学生の就職活動進行状況



## ■ 就職決定学生 (A) の状況 (第一志望率)



## ■ 就職活動継続学生 (B) の状況



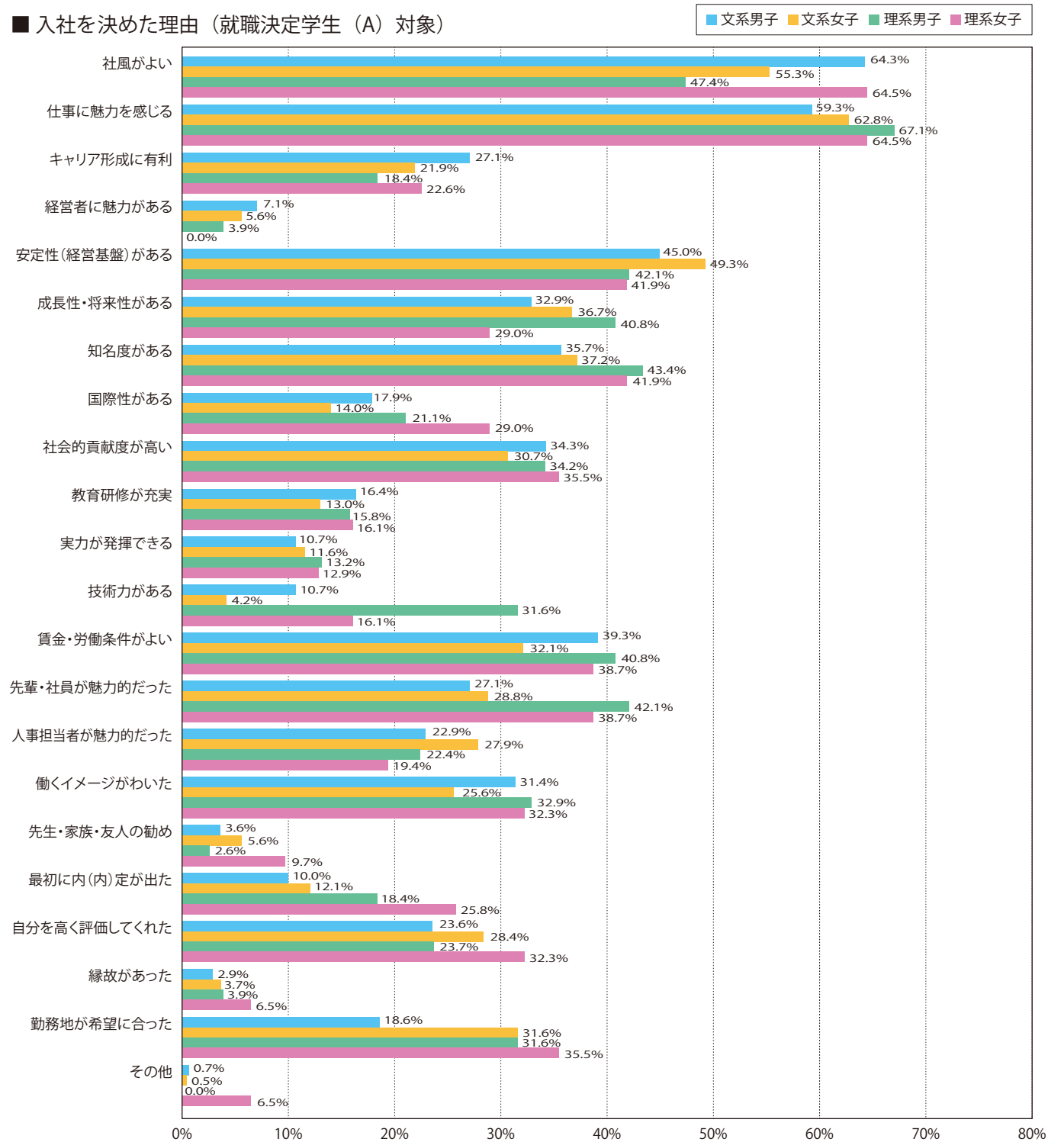
「就職先が決まって活動を終了した」学生は57.8%とコロナ禍前並みの水準に。就職活動を継続しているうち「まだ見込みが立っていない」学生は理系で増加。

調査実施時点での就職活動進行状況について、全体では57.8% (23卒57.7%) が「就職先が決まって活動を終了した」と回答。これは回復の兆しが見えた22卒(49.2%)から8.5ポイント増となった前年と同水準。さらにコロナ禍前の20卒(54.9%)も上回る水準で、学生にとって一時期の厳しい状況からは脱したことを思わせる結果となった。文理男女別にも、「理系男子」65.5% (23卒58.0%)、「文系女子」56.9% (23卒53.9%)、「文系男子」56.0% (23卒60.3%)、「理系女子」53.6% (23卒66.7%)の順。理系の男女でやや明暗が分かれる結果となった。第一志望率をみると、「第一志望に決まった」と回答した学生は

全体では65.7%で23卒(65.8%)からは横ばいだが、23卒で22卒(55.2%)から10.6ポイントの大幅増だったことを考えれば、こちらも高い水準で安定しているようだ。文理男女別でみると、「理系男子」66.7% (23卒62.6%)、「理系女子」86.7% (23卒74.1%)で増加し、「文系男子」62.7% (23卒66.7%)、「文系女子」63.9% (23卒64.4%)で減少。一方、就職活動を継続している学生のうち、「まだ見込みが立っていない」と回答した学生は25.9%で23卒(23.5%)から微増した。

# DATA. 11 入社を決めた理由

## ■ 入社を決めた理由 (就職決定学生 (A) 対象)



入社を決めた理由の上位は例年通り「社風」、「仕事の魅力」。社会情勢への不安から「安定性」も上位に定着。

入社を決めた理由は、例年同様「社風がよい」「仕事に魅力を感じる」が重視されている。「社風」を1位に挙げたのは「文系男子」64.3% (23卒60.2%)と「理系女子」64.5% (23卒58.9%)。「理系男子」47.4% (23卒51.0%)、「文系女子」55.3% (23卒64.5%)では2位となっている。一方、「仕事の魅力」を1位としたのは「理系男子」67.1% (23卒51.0%)と「文系女子」62.8% (23卒60.2%)。「理系女子」64.5% (23卒69.6%)は同率1位で、「文系男子」59.3% (23卒63.8%)でも2位と高い。多少の増減、順位の変動はあってもこの2項目がどの属性でも上位であることに変化はない。

上位2項目に続くのが「安定性(経営基盤)がある」だ。コロナ禍や物価上昇など社会情勢への不安から上位に定着した。「文系男子」45.0% (23卒46.2%)、「文系女子」49.3% (23卒47.7%)、「理系男子」42.1% (23卒39.0%)4位で、3位には「知名度」が選ばれている。また今年から新たに設けられた項目である「働くイメージがわいた」も、「文系男子」31.4%、「文系女子」25.6%、「理系男子」32.9%、「理系女子」32.3%の学生が理由の一つとして選択している。

COLUMN



採用・就職活動に多大なる影響を及ぼした新型コロナウイルス感染症は、ようやく今年5月に感染法上の位置付けが2類から5類へと変更された。コロナ禍前の日常に戻つつあるものの、いまだ完全収束とは言い難く、先々には若干の不透明感も残る。人流制限・感染拡大防止対策として導入が進み、採用・就職活動の主流となった「オンライン選考」について、24卒の動向を調査した。

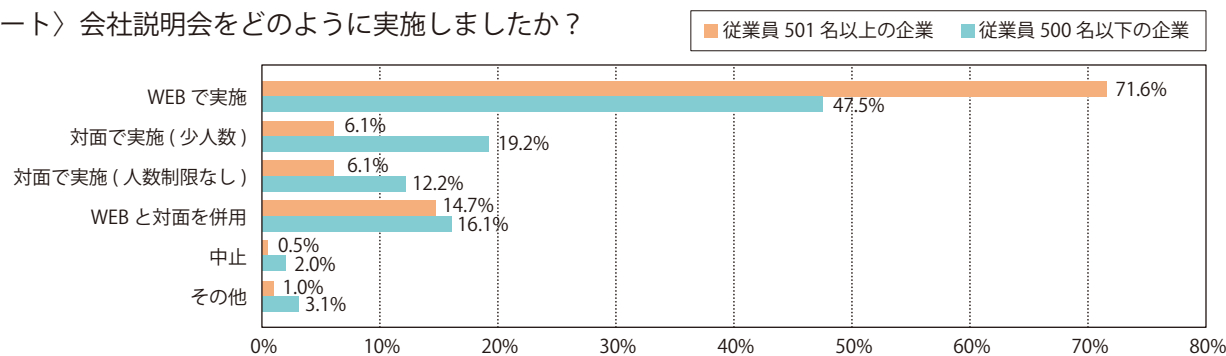
マスクの着用など感染防止対策が自主判断に任されている中、企

業は会社説明会をどのように実施したのか。「WEBで実施」は従業員501名以上に企業で71.6%、500名以下の企業では47.5%と最も多い一方で、「人数制限なしでの対面」も大手企業で6.1%、中堅・中小企業で12.2%となった。オンライン開催がメインではあるものの、徐々にコロナ禍前の対面での開催方式に戻す動きがみられる。

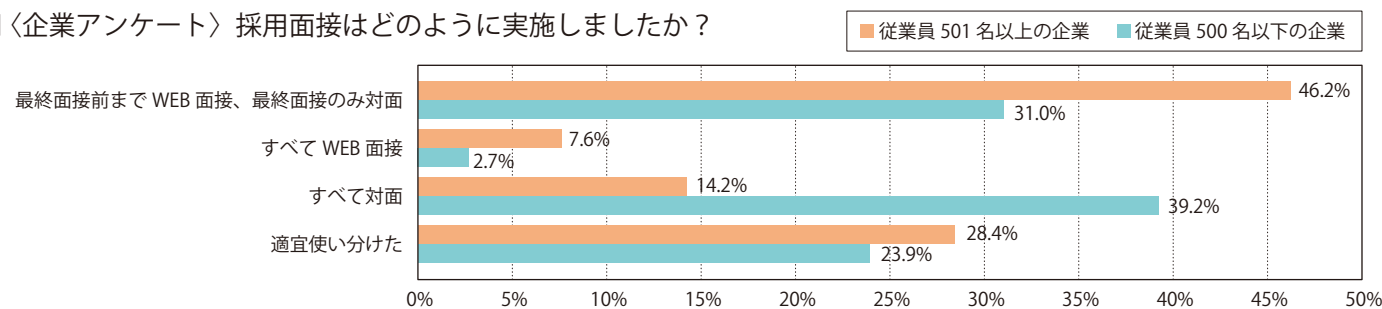
採用面接については、501名以上の企業では「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」が46.2%、500名以下の企業では「すべて対面」が39.2%で最多となった。「適宜使い分けた」企業も大手企業で28.4%、中堅・中小企業で23.9%あり、状況によりWEBと対面を組み合わせ選考を進めた様子がうかがえる。

オンライン採用のメリットとしては、23卒で1位だった「感染症の予防になった」に代わって「コストの削減ができた」(大手企業73.6%・中堅・中小企業51.4%)、「面接日程が調整しやすい」(大手企業69.5%、中堅・中小企業53.7%)、「応募が増えた」(大手企業59.9%、中堅・中小企業51.4%)を挙げる企業が増加した。感染予防以上に新たなメリットが生まれたことで、今後もオンラインは採用・就職活動の主要なツールとして継続活用されることが予測される。

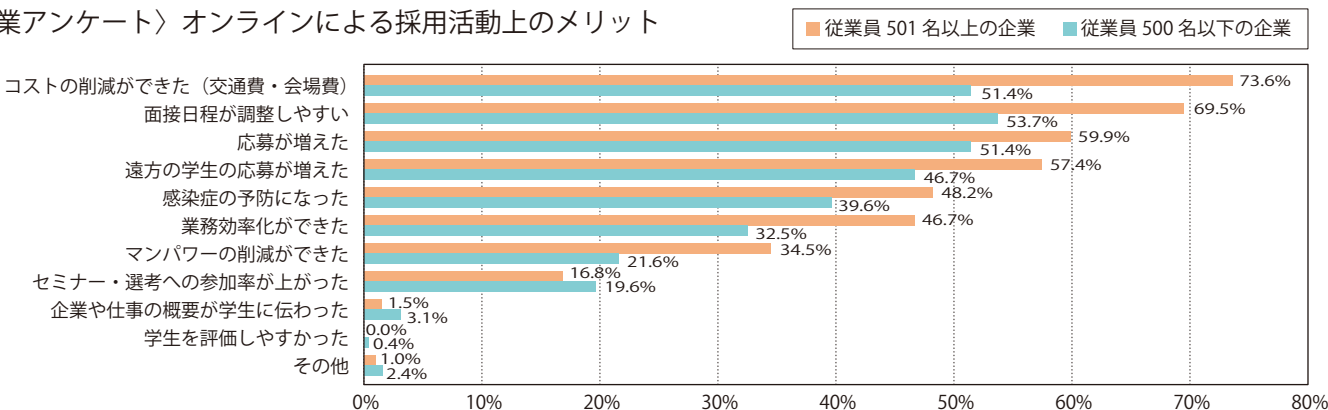
■〈企業アンケート〉会社説明会をどのように実施しましたか？



■〈企業アンケート〉採用面接はどのように実施しましたか？

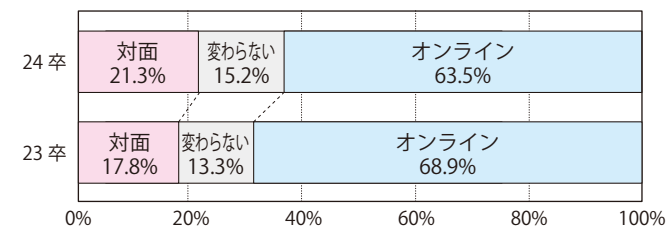


■〈企業アンケート〉オンラインによる採用活動上のメリット



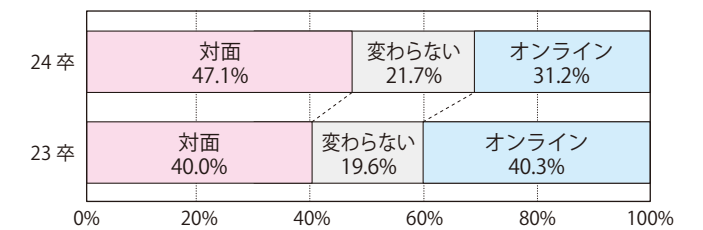
■〈学生アンケート〉【セミナー・説明会】

対面・オンラインのどちらが良かったかお答えください

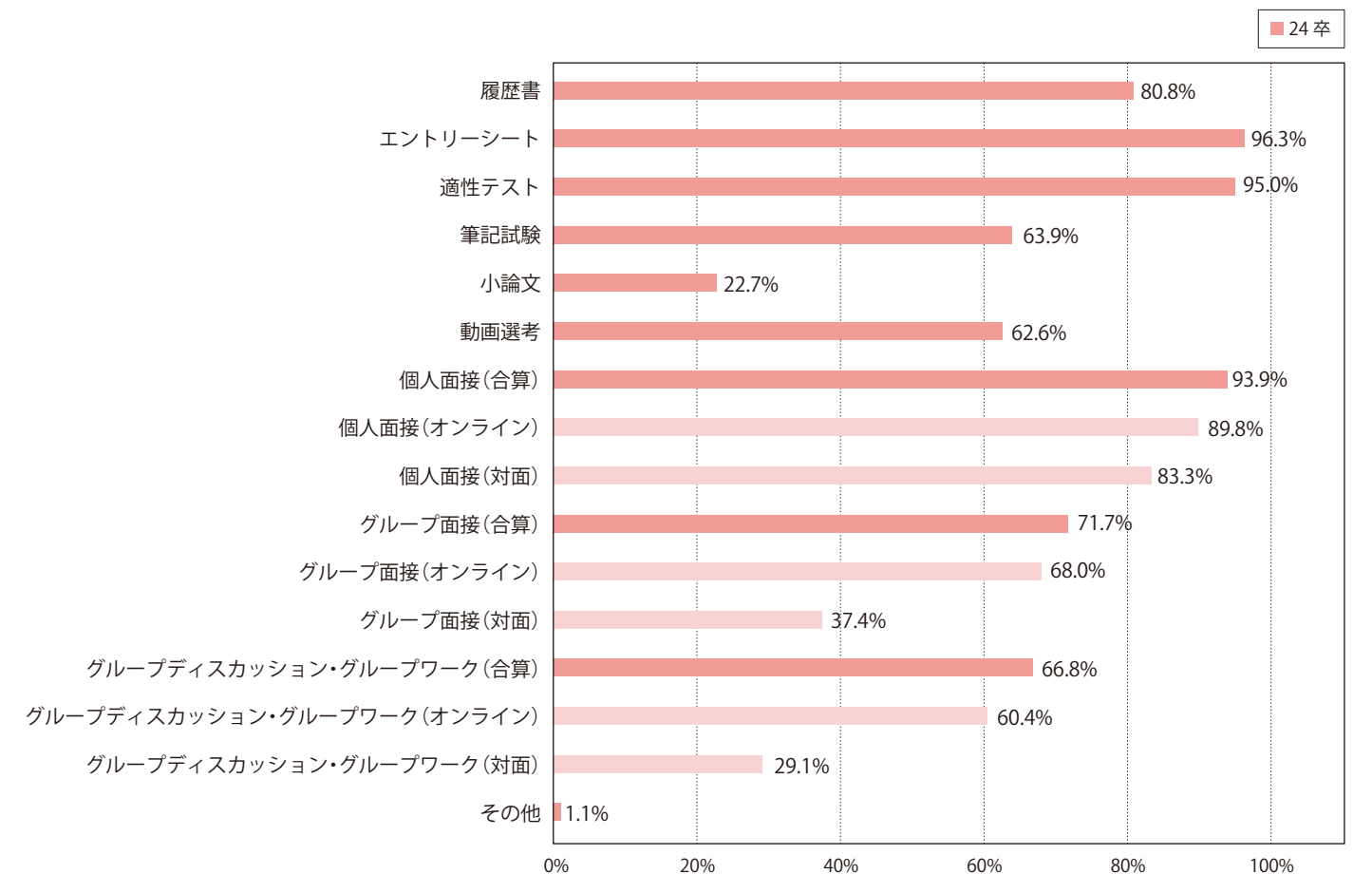


■〈学生アンケート〉【面接】

対面・オンラインのどちらが良かったかお答えください



■〈学生アンケート〉経験したことのある選考手法



一方で、学生は会社説明会や面接のオンライン化をどのように感じているのだろうか。セミナー・説明会について「対面」のほうが良かったと回答した学生は21.3% (23卒17.8%)、「オンライン」は63.5% (23卒68.9%)と依然として6割以上が「オンライン」による実施を歓迎。移動の時間やコスト、感染リスクが軽減されることを考えればそれも頷ける。

面接については、「対面」は47.1% (23卒40.0%) に対して、「オンライン」では31.2% (23卒40.3%) と「対面」での面接を評価する回答の比重が高くなった。利便性や参加しやすさを考えれば「オンライン」だが、合否を判定される面接では「対面」でと考える学生は増加しており、そのあたりは企業側の思惑とも一致しているようだ。

経験したことのある選考手法を学生に聞いたところ「動画選考」を経験した学生は62.6%と6割を超えた。面接については「個人面接」、「グループ面接」、「グループディスカッション」ともに、「オンライン」が「対面」の比率を上回った。「個人面接」はオンラインが89.8%、対面が83.3%といずれも8割を超えておりその差は少ないが、選考の初期段階で実施されることの多い「グループディスカッション」では31.3ポイント差 (オンライン60.4%、対面29.1%)、「グループ面接」は30.6ポイント差 (オンライン68.0%、対面37.4%) とその差は大きく、こうした背景も面接は対面でしっかり評価してほしいという学生の想いに繋がっているものと思われる。



COLUMN



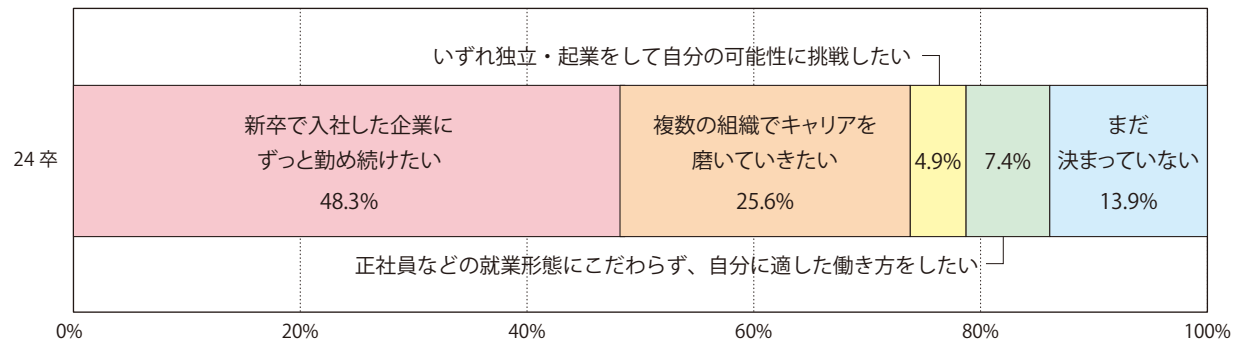
学生のキャリア観・仕事観は、時代背景や情勢に応じて変わると言われている。特にコロナ禍という社会全体が経験したことのない事態は、学生にとっても影響が大きく、20年春以降、キャンパスへの入構制限や、ほぼすべての授業やサークル、ガイダンス等のオンライン化という大きな変化にさらされた。現在は緩和されつつあるも

の、この3年間の経験は、学生の仕事に対する価値観にも大きな影響を及ぼしたのではないかと。また、受け入れる企業サイドでも、かつては終身雇用が一般的ではあったが、働き方が多様化したことで転職市場が活性化し、さらにはアルムナイネットワークの構築などを含め、キャリア形成の在り方は変革期を迎えている。そうした中で、今回は学生のキャリア観・仕事観について調査してみた。

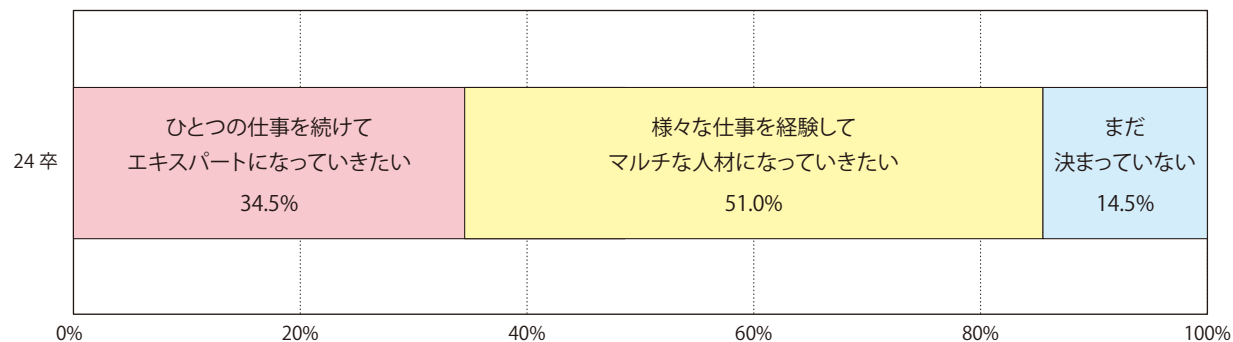
キャリア観については、「新卒で入社した会社にずっと勤め続けたい」という終身雇用志向の強い学生は48.3%。「複数の職場でキャリアを磨く」「将来は独立・起業」「就業形態にこだわらない」といった転職・独立志向の学生が37.9%。終身雇用志向が就職先選定の理由として安定性を上位に挙げる<DATA.11参照>割に低いとみるか、「配属ガチャ」が嫌われたり、人間関係の構築を苦手とする人が増えたと言われる割に高いとみるか。

また、仕事観についてはエキスパート人材志向の学生が34.5%に対して、マルチ人材志向が51.0%。これも判断の難しい数字ではあるが、実際にはまだ社会経験がない段階であるため、今後幅広い仕事を体験する中から、自分の適性に合った仕事を見つけていきたいという志向の表れだろうと思われる。

■〈学生アンケート〉あなたのキャリア観について、教えてください



■〈学生アンケート〉あなたの仕事観について、教えてください



COLUMN



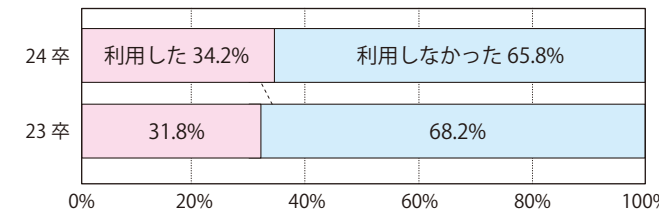
学生にとっては就職活動のツールの一つとして認知度が高まりつつある「新卒紹介サービス」は34.2% (23卒31.8%)の学生が「利用した」と回答した。近年では3~4割の学生は安定して利用

しており、すでに定着したといっていだらう。文理男女別で見ると、「文系女子」37.6% (23卒37.0%)、「文系男子」37.5% (23卒29.5%)、「理系女子」30.6% (23卒27.3%)、「理系男子」20.2% (23卒25.5%)の順で利用されている。「理系男子」以外は前年よりも増加しており、利用率は着実に高まっているようだ。

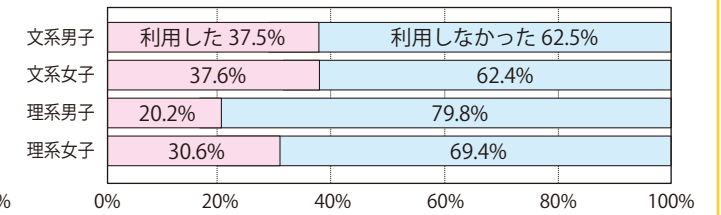
利用した理由については、「就職全般の相談をしたかった」が、「文系男子」64.0% (23卒66.3%)、「文系女子」65.8% (23卒65.1%)、「理系男子」72.7% (23卒60.5%)で1位となっている。「理系女子」でも40.4% (23卒52.4%)で2位。それに対して、「企業を紹介してほしいかった」という、就職に直結した理由を挙げたのは「理系女子」53.3% (23卒57.1%)で1位。「文系女子」52.3% (23卒47.3%)、「文系男子」49.3% (23卒43.5%)、「理系男子」36.4% (23卒36.8%)、では2位(理系男子は「自分の適性を知りたかった」と同率2位)となっている。依然として企業選択に直結するニーズはあるものの、同時に、エージェントに対するアドバイザーとしてのニーズがより高まりつつあるのではないかと推察される。

■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用しましたか？

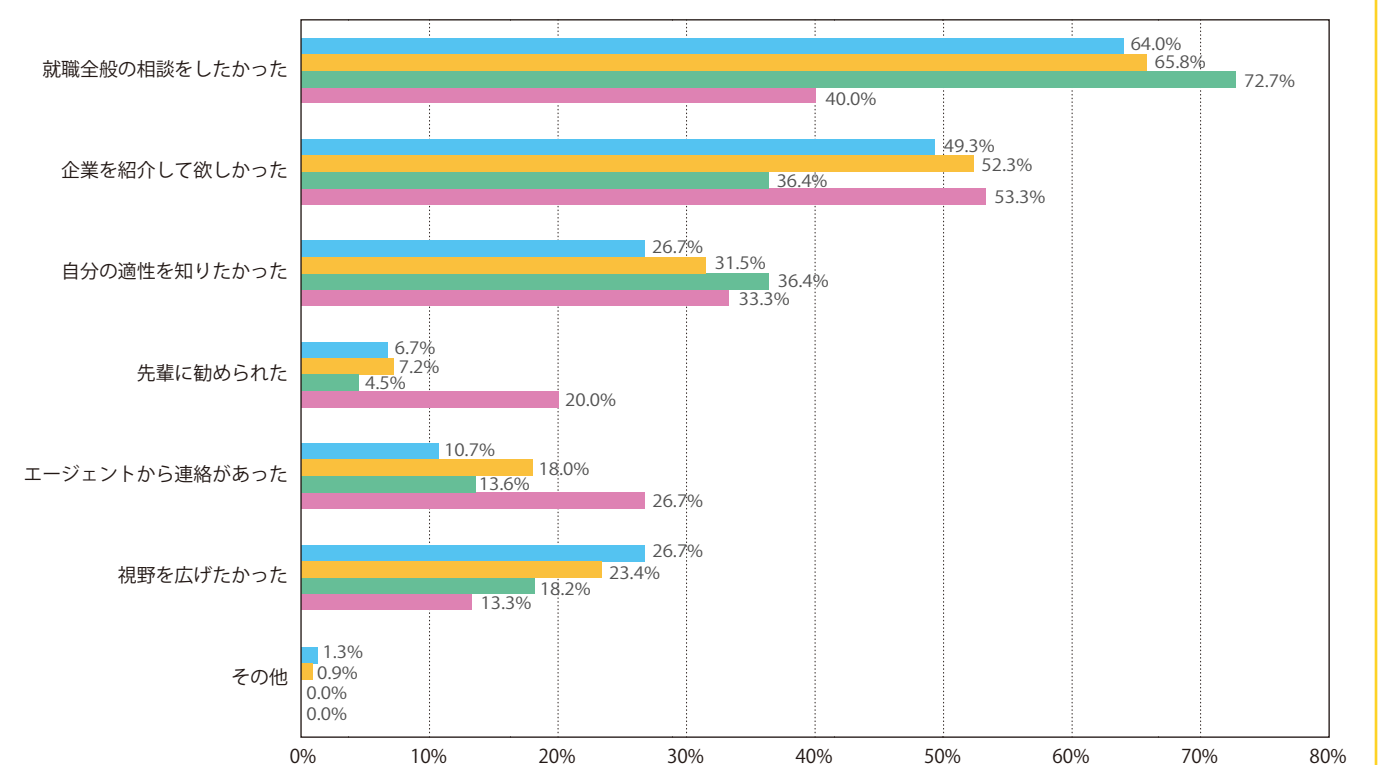
《前年比》



《文理男女別》



■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用した理由



COLUMN

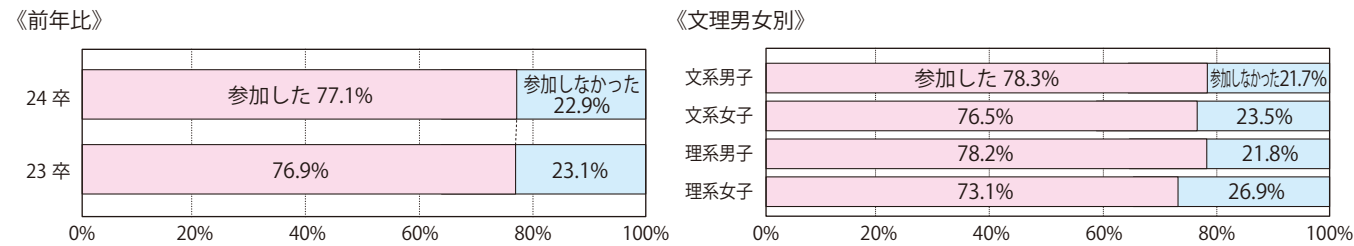


インターンシップ類に参加した学生は77.1%で、23卒(76.9%)から0.2ポイント増加。文理男女別にみると、「文系男子」78.3%(23卒75.6%)が最も参加率が高く、僅差で「理系男子」78.2%(23卒72.0%)、「文系女子」76.5%(23卒78.8%)、「理系女子」73.1%(23卒81.0%)と続く。インターンシップ類においても「オンライン化」の定着で、参加率は徐々にではあるが上昇傾向にあり、コロナ禍前の水準(21卒79.1%)に戻りつつあるといえる。

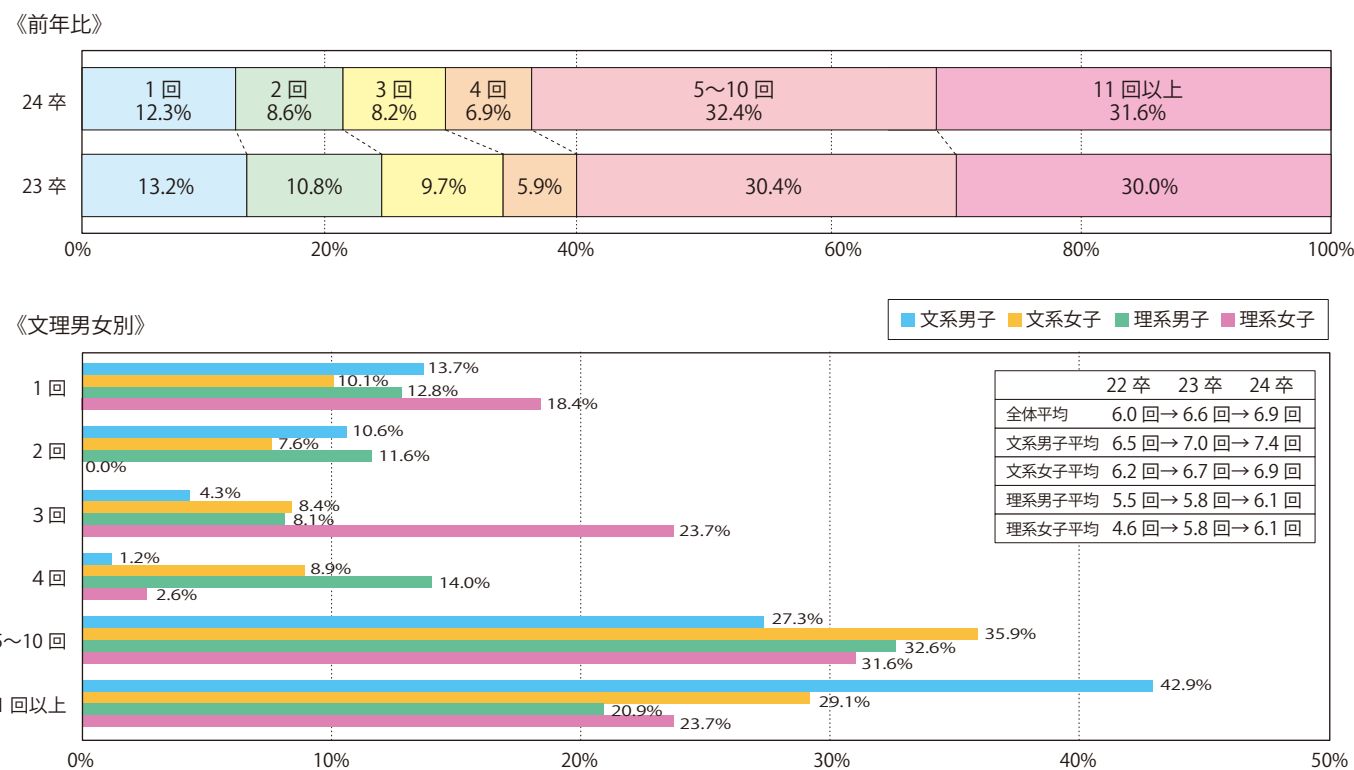
参加回数については、平均6.9回と23卒(6.6回)から0.3回増加、年々着実に増加している結果となった。最も多いのは「5~10回」で32.4%(23卒30.4%)だが、差なく「11回以上」が31.6%(23卒30.0%)続いている。「3回以下」では、29.1%と23卒(33.7%)から4.6ポイント減少、22卒では40.2%あったので、複数回参加する学生の増加傾向がより鮮明な結果となった。

文理男女別に見ると「文系男子」7.4回(23卒7.0回)、「文系女子」6.9回(23卒6.7回)、「理系男子」6.1回(23卒5.8回)、「理系女子」6.1回(23卒5.8回)の順。「文系男子」では「11回以上」42.9%(23卒35.3%)が最も多く、「5~10回」が最も多いのが「文系女子」35.9%(23卒28.4%)、「理系男子」32.6%(23卒34.3%)、「理系女子」31.6%(23卒31.3%)となっている。

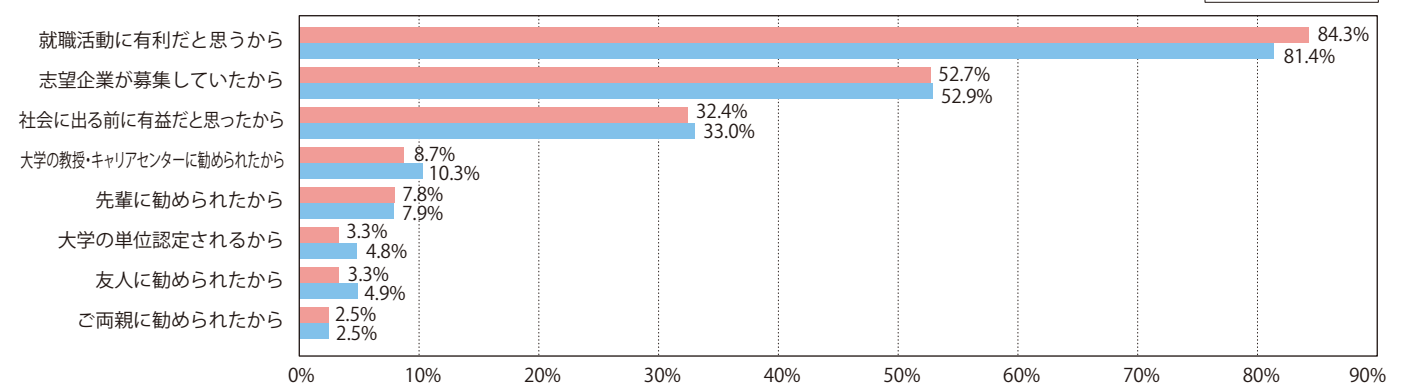
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加しましたか？



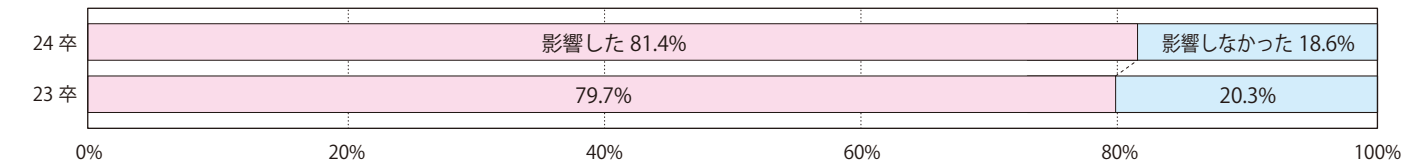
■〈学生アンケート〉参加回数



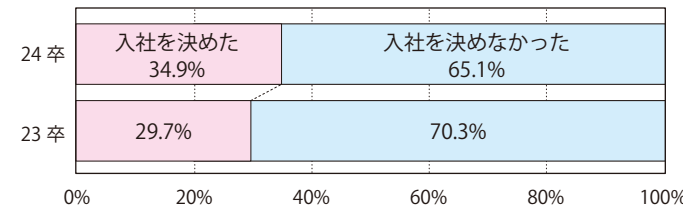
■〈学生アンケート〉参加した理由



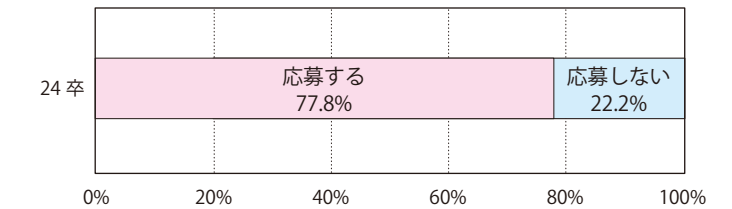
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？



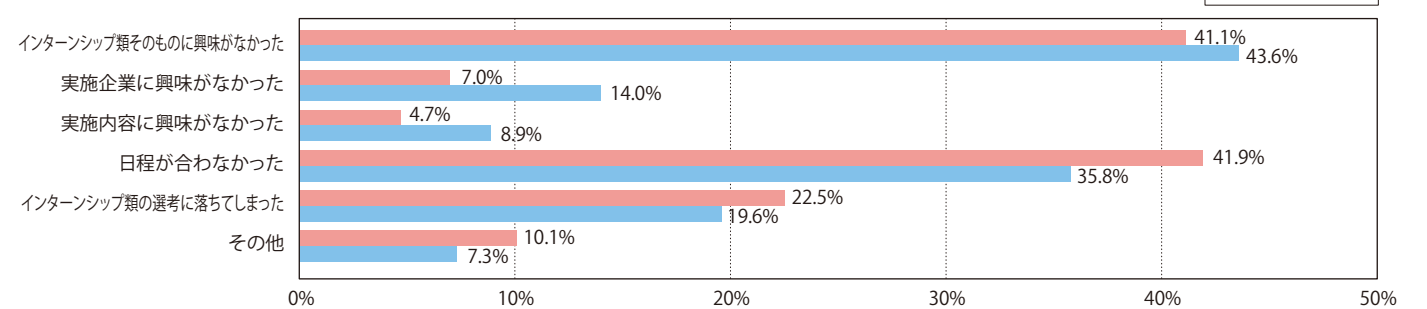
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した会社に入社を決めましたか？



■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加しなかった企業の本選考には応募しますか？



■〈学生アンケート〉参加しなかった理由

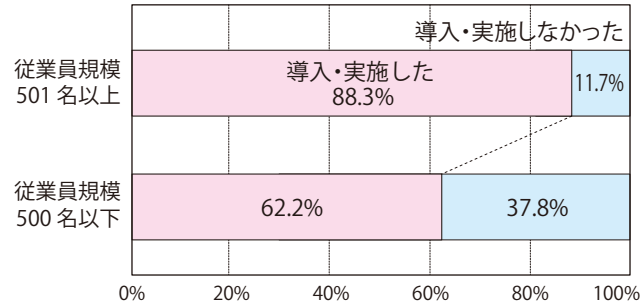


インターンシップ類に参加した理由の1位は、「就職活動に有利だと思うから」が84.3%と23卒(81.4%)から2.9ポイント増加した。また、「志望企業が募集していたから」は52.7%と23卒(52.9%)から横ばいで推移。3位の「社会に出る前に有益だと思うから」は32.4%で23卒(33.0%)から0.6ポイント減少し上位2項目との差が開いた。学生にとって、インターンシップ類への参加は就職活動の一環という認識がすでに定着しているといっていだろう。また、そのことはインターンシップ類への参加経験が入社企業の選択に影響した学生が81.4%(23卒79.7%)と8割を超えてきたことから明らかだ。実際にインターンシップ類に参加した企業への入社を決めた学生も34.9%と23

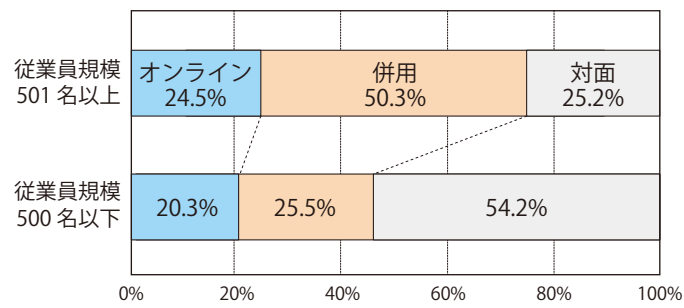
卒の29.7%から5.2ポイント増加している。  
インターンシップ類に参加しなかった理由として「インターンシップ類そのものに興味がなかった」と回答した学生は41.1%と23卒(43.6%)から2.5ポイント減少した。「日程が合わなかった」41.9%(23卒35.8%)を、日程さえ合えば参加する可能性があった学生であると考えると今後も学生のインターンシップ類への参加率は上昇する余地がありそうだ。一方で、インターンシップ類に参加しなかった企業の本選考に「応募しない」と回答した学生が22.2%いることを踏まえると、「選考に落ちた」22.5%(23卒19.6%)のために参加できなかった学生をどう繋ぎ止めるかも今後企業が検討すべきテーマとなりそうだ。



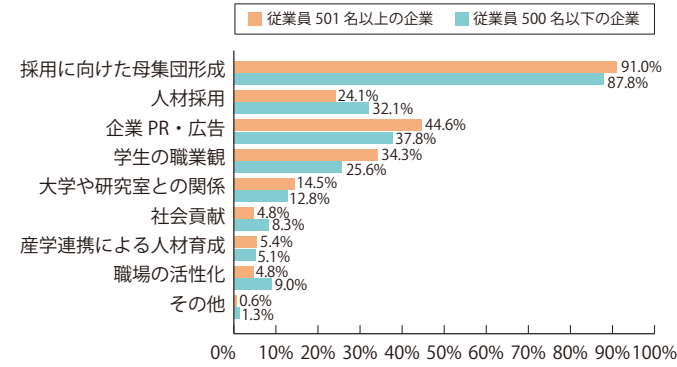
■〈企業アンケート〉インターンシップ類を導入・実施しましたか？



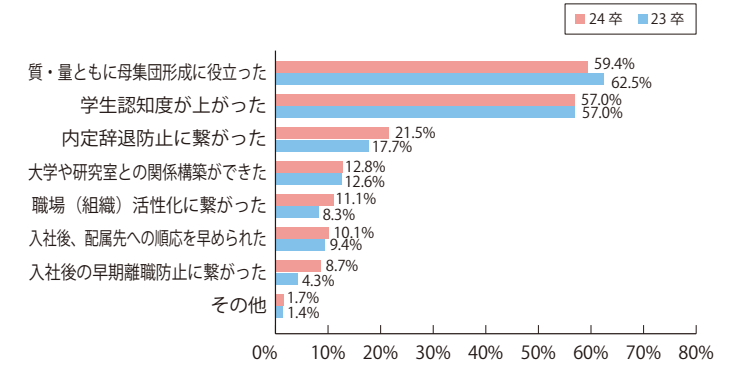
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施方法



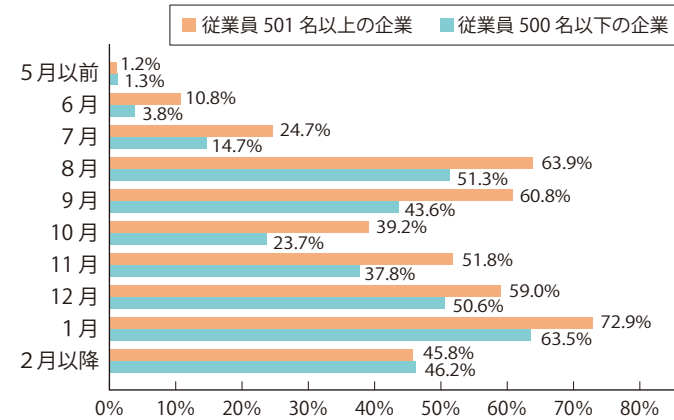
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施理由



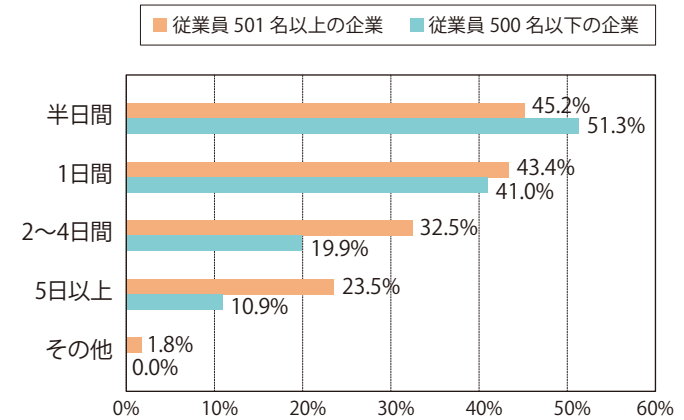
■〈企業アンケート〉インターンシップを通じて得られた効果



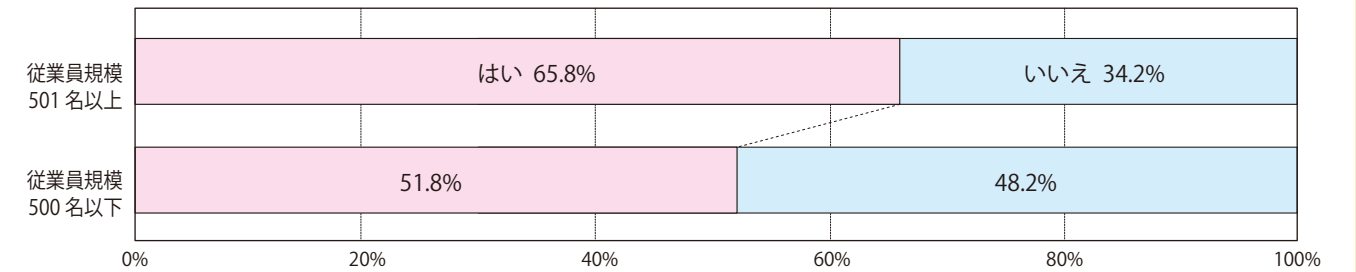
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施月



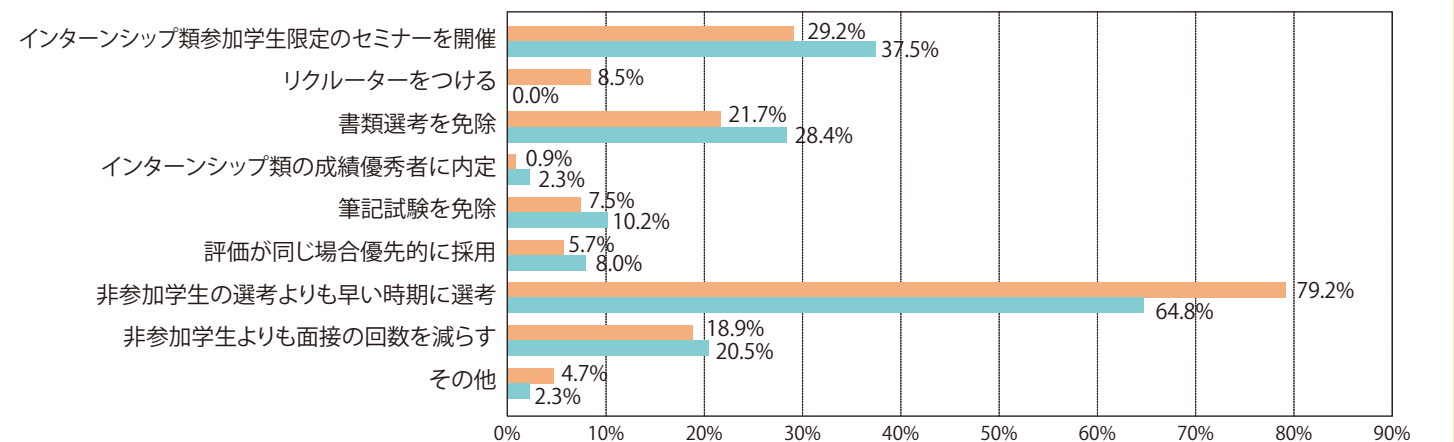
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施日数



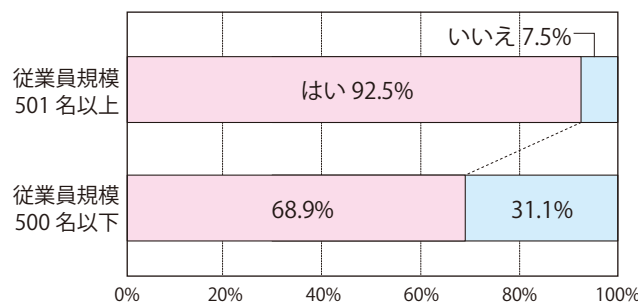
■〈企業アンケート〉インターンシップ類に優遇策を講じていますか？



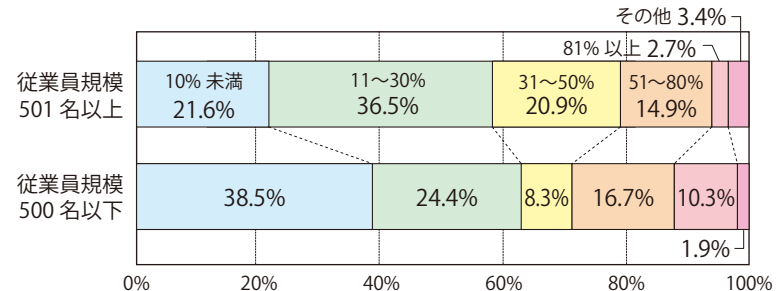
■〈企業アンケート〉優遇策について



■〈企業アンケート〉インターンシップ類から参加学生を採用しましたか？



■〈企業アンケート〉内定者に占めるインターンシップ類参加者の割合



それでは、企業のインターンシップ類への取り組み状況はどうだったのか。「導入・実施した」企業は、従業員501名以上企業で88.3%（23卒81.5%）、従業員500名以下の企業で62.2%（23卒61.0%）と大手企業を中心に多くの企業で前年以上に導入が進んでいることがわかる。中堅・中小企業ではまだ増加する余地もあり、今後もインターンシップ類の実施率は高い水準で推移するだろう。

インターンシップ類の実施方法は、501名以上の企業では24.5%がオンラインで実施したと回答。23卒では57.9%だったので、33.4ポイントと大幅に減少した。それに代わってオンラインと対面の併用が50.3%（23卒23.7%）と大幅に増加。対面による実施も25.2%（23卒18.4%）と増加。新型コロナウイルスの感染拡大防止規制が緩和されたことで、対面方式が徐々に増加しているようだ。また500名以下の企業でもオンラインによる実施が20.3%（23卒36.5%）、併用25.5%

（23卒16.7%）、対面による実施が54.2%（23卒46.8%）と、大手企業同様に対面方式が増加傾向にある。

インターンシップ類の実施時期は、企業規模に関わらず「1月」及び「2月以降」に実施する企業の増加が目立つ。従業員501名以上の企業では「1月」が72.9%（23卒55.0%）、「2月以降」が45.8%（23卒42.3%）と前年から増加。また従業員500名以下の企業でも「1月」が63.5%（23卒50.0%）、「2月以降」が46.2%（23卒41.8%）と増加している。これは、より採用活動を意識した実施が増加しているからと推測される。一方、501名以上の企業で従来最も多かった学生の夏休み期間の「8月」は63.9%（23卒83.2%）に留まる。同様に500名以下の企業でもこれまで最も多かった「8月」は51.3%（23卒68.0%）と数字を下げていく。また、「インターンシップ類を実施した日数」は、501名以上の企業で前年最も多かった「1日間」43.4%（23卒43.5%）を抜いて「半日

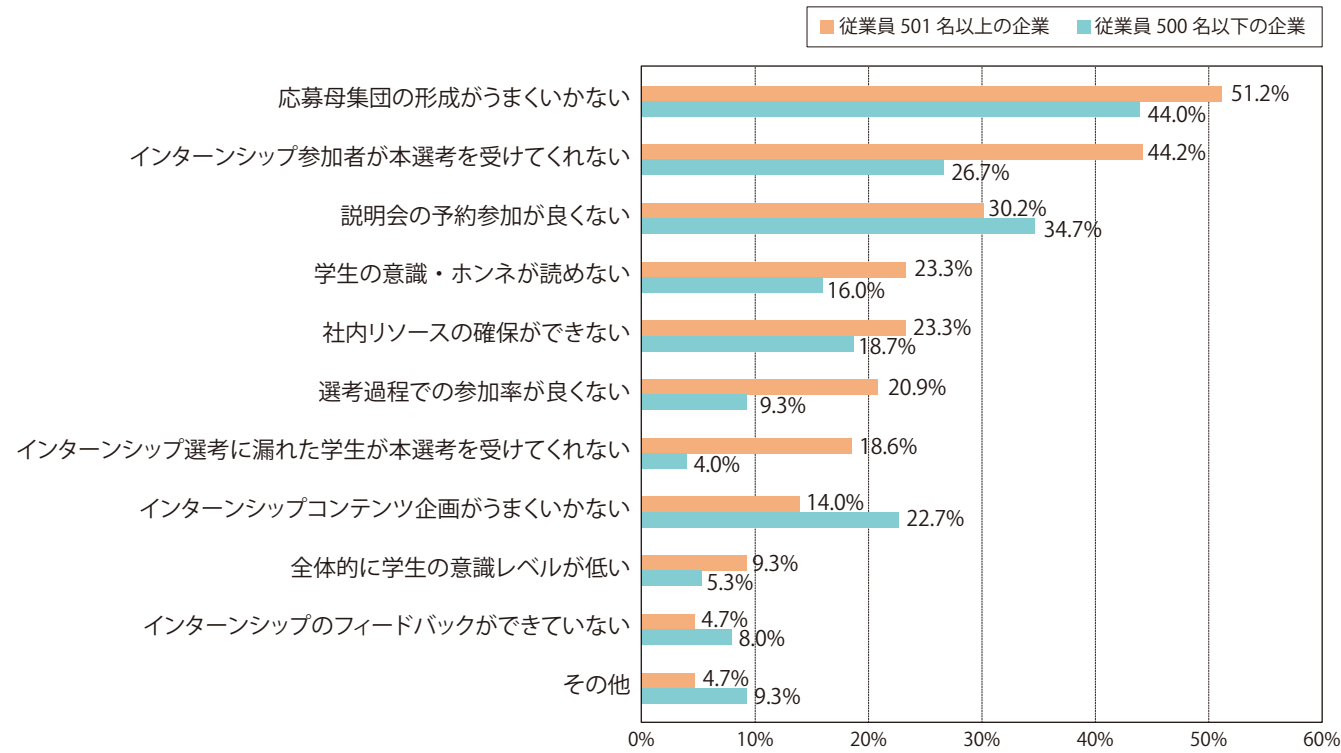
間」45.2%（23卒42.2%）が最多。500名以下の企業では前年同様「半日間」51.3%（23卒46.9%）が1位、「1日間」41.0%（23卒35.4%）が2位と、企業規模に関わらずより短期間の実施にシフトする傾向にあるようだ。一方で「5日間以上」も従業員501名以上の企業で23.5%（23卒19.5%）、500名以下の企業で10.9%（23卒12.3%）と、二極化するの今後動向に注目が要だ。

インターンシップ類の実施理由は、例年同様「採用に向けた母集団形成」が従業員501名以上の企業で91.0%（23卒94.0%）、500名以下の企業で87.8%（23卒86.1%）と2位以下を大幅に離してのトップとなった。インターンシップ類を通じて得られた効果としては、1位が「質・量ともに母集団形成に役立った」（59.4%）、2位「学生認知度が上がった」（59.4%）、次いで「内定辞退防止に役立った」（21.5%）と前年同様の順となった。「内定辞退防止に役立った」は23卒（17.7%）か

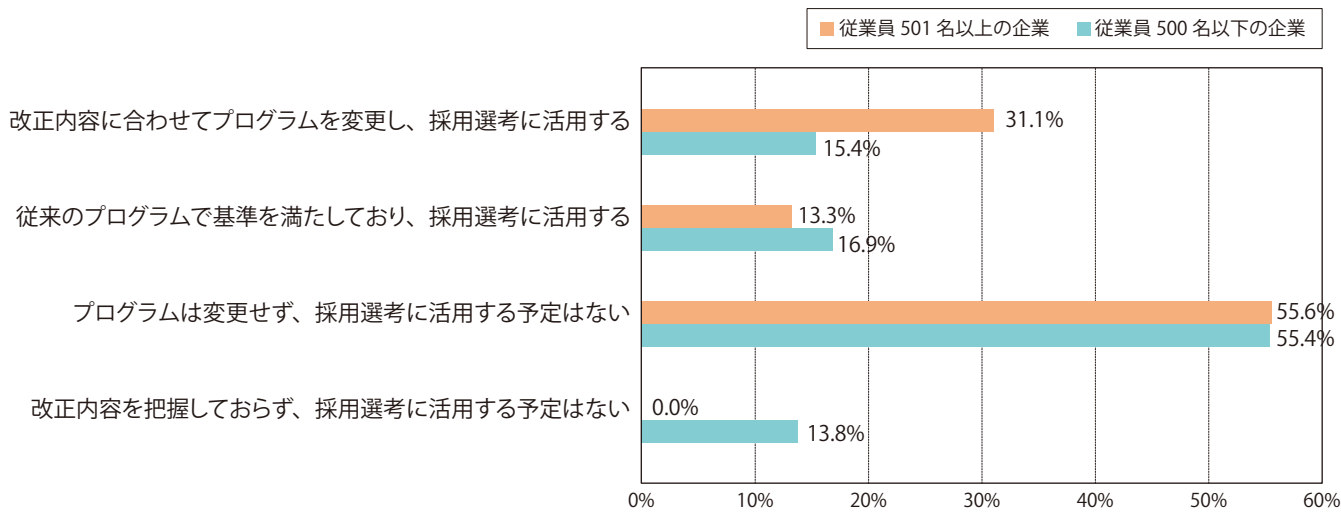
ら3.8ポイント、「入社後の早期離職防止に役立った」は8.7%と23卒（4.3%）から4.4ポイント上がっており、早期から仕事理解、会社理解を深めることのできるインターンシップ類は、母集団形成だけでなく内定辞退・早期離職の防止にも役立っているようだ。

インターンシップ類参加者への優遇策の有無については、「優遇策を講じている」企業は501名以上の企業で65.8%（23卒55.8%）、500名以下の企業で51.8%（23卒51.8%）となった。優遇策の内容については企業規模に関わらず、「非参加学生の選考よりも早い時期に選考」を行う企業が最も多く、「参加学生限定のセミナーを開催」が続き、限定的な優遇策にとどまる傾向に大きな変化は見られなかった。

■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施上の課題



■〈企業アンケート〉産学協議会のインターンシップルール変更による25卒の実施予定



インターンシップ類実施上の課題としては501名以上の企業で1位が「応募母集団の形成がうまくいかない」(51.2%)、2位が「インターンシップ参加者が本選考を受けてくれない」(44.2%)、次いで「説明会の参加率が良くない」(30.2%)の順となった。数字、順位に多少の差はあるものの、500名以下の企業でも上位3項目は同様で、インターンシップ類の母集団形成と本選考への接続を課題と捉えている企業が多いようだ。また、大手企業では18.6%が「インターンシップ類選考に漏れた学生が本選考を受けてくれない」と回答。参加枠が限られるため落とさざるを得なかった学生をいかにフォローしていくかも、今後検討の必要がありそうだ。

産学協議会のインターンシップルール変更により、25卒から「5日間以上」「参加期間の半分以上を職場での就業体験(テレワー

ク可)」、「必ずフィードバックを行う」など一定の基準を満たすプログラムを実施する場合に「産学協議会基準準拠マーク」を記載し、プログラムを通じて取得した学生情報を採用活動開始後に活用できるようになる。そこで、25卒採用でプログラムを通じて取得した学生情報を採用選考に活用する予定について聞いてみた。企業規模に関わらず「プログラムは変更せず、採用選考に活用する予定はない」が半数を超えて最多となった。一方で、501名以上の企業では「改正内容に合わせてプログラムを変更し、採用選考に活用する」(31.1%)、「従来のプログラムで基準を満たしており、採用選考に活用する」(13.3%)と4割以上の企業が採用選考に活用する意向で、インターンシップ類の重要性はますます高まりそうだ。

■印象に残ったインターンシップ類

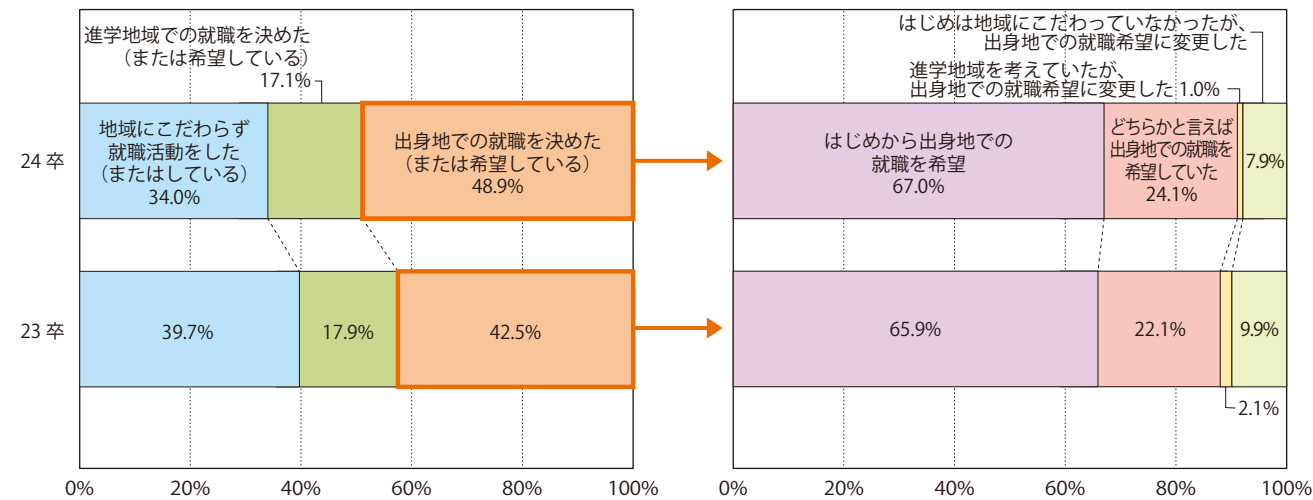
業種	日程	形式	実施形態	印象
情報・通信	半日	●グループワーク型	オンライン	グループでWebゲームに取り組み、IT業界に関する知識などについて学んだ。会社に関する説明もあった。企業の方の説明がとても分かりやすかった。また、事業内容について知り、自分のやりたいことが出来そうな企業だと感じた。
メーカー	半日	●グループワーク型	オンライン	最初は、業務内容等について簡単に説明があった。次に、志望職種ごとに分かれてそれぞれの職種に関するグループワークを行った。サービスの場合は、実際の故障事例を基にして、どのような原因が考えられるか等のディスカッションをグループで行い、それを全体に発表する形で行われた。元々業界に興味があったから、理系であることを活かして製造するのではなく、修理する側に回るのも良いと思った。
メーカー	半日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型	対面	顧客が利用している商品を口コミ評価のデータから分析し、新しい提案をするコンサルティング営業のワークをした。会社の雰囲気自体は悪くなかったが、周りの学生の専門性の高さや意識の高さに圧倒されてしまった。
メーカー	半日	●セミナー・見学型	オンライン	特に「実現性」や「トレンドを見越す」など、ターゲットや市場を調査し、未来の先に行く思考力の難しさとともに、それを製品の企画に繋げることの面白さを学びました。そして「企画もエンターテインメント」との言葉から、日々の着想の共有を大切にされている心構えにも魅力を感じました。お話を伺い、どのようにして発想のヒントを得ているのかを知る機会となった。
小売・サービス	半日	●セミナー・見学型	オンライン	異なる内容のインターンシップに複数回参加したが、面接の練習や自己分析など、就活の準備が中心の内容であった。会社の雰囲気や福利厚生が充実した環境であることなどが伝わってきた。
小売・サービス	半日	●グループワーク型	オンライン	グループ毎に異なるテーマに沿った商品プロモーション企画を立案した。一気通貫型ビジネスの一端を体験することができ、自分が仕事として取り組む姿が想像できた。
情報・通信	半日	●就業体験・実践型 ●セミナー・見学型	オンライン	要件定義のシミュレーションゲームを通して、ヒアリング、ソリューション提案の流れを体験し、結果発表、振り返りを行った。個人の振り返りの後グループワークで、各人がどのような結果だったか共有した。最後に社員懇談の時間が設けられ、1時間弱質疑応答をした。顧客企業の業務を理解し、言われたことだけでなく潜在的なニーズを探し、最適なシステム化を遂行するというSEの仕事の難しさ、面白さを感じられた。また、社員の方々が配属や入社理由について、包み隠さずお話ししてくださった印象がある。
情報・通信	1日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型	対面+オンライン	IT業界へのイメージについて、IT業界ではどのような能力が必要になると思うかなどをテーマとするディスカッション、プログラミング初心者向けのプログラミング体験、適性検査体験をした。1つの会社の複数のインターンシップに参加したが、いずれのインターンシップでも説明をしてくれた方の雰囲気が良く、このような人と一緒に働きたいと思った。また、志望業界であったので、選考についても詳しく聞いてよかった。
情報・通信	1日	●グループワーク型	対面	グループでの謎解きゲームを通して、システムや保険に関する知識について学んだ。企業に関する説明もあった。企業の方の雰囲気が良いと感じた。インターンシップ終了後に個人的な質問をした際にも、丁寧に答えてくれた。また、企業に関する説明を受けて、この企業であれば自分のやりたいことが出来そうだと感じた。
エネルギー	2~4日	●就業体験・実践型	対面	実際の業務現場を見学するとともに、機械などを実際に使って普段の業務を体験した。また、その業務内容について意見をやり取りした。実際の職場の雰囲気が自分に合っていると感じたし、業務の一部が自分の専攻分野と合致していることがよくわかり、経験が生かせると思った。対面なので、職員の方と企業の情報を詳しく知ることができた。
商社	2~4日	●グループワーク型	対面+オンライン	陸上風力発電事業を行う上で、ふさわしい都道府県を策定せよ。商社の事業開発という若手社員ではなかなか体験できない領域の業務を体験することができた。難しい課題であったが、社会貢献性が非常に高く、自分の仕事に誇りを持って働けると感じた。
金融	2~4日	●グループワーク型	対面	1日目は用意されたフォーマットを考えて埋めていく形での短めのワークを三つほど行い、2日目と3日目の2日をかけて新規事業の立案を行った。社員がついて、施策実施までのロードマップやコスト・利益の計算まで含む、深く詰めたワークが体験できた。対面かつ3daysなので深くワークに取り組みした点で学びは非常に大きかった。
金融	2~4日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型	オンライン	コンサルティング事例の研究。一つ一つのことを真摯に対応していただき、嬉しかった。また、それぞれの先輩への質問の時間をしっかりと取っていただけたことで、理解が深まった。
金融	2~4日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 ●セミナー・見学型	対面+オンライン	営業編：〇〇市の課題解決のために、商品を交えて具体的な解決方法を提案する。損害サービス編：保険の支払い金額のご案内。伝え方を考える。社員の方の人の良さを感じられ、自分自身があるまままでいられて成長できると感じた。
不動産・住宅	2~4日	●グループワーク型	対面	とある分譲マンションの販売戦略を検討した。コンセプトやターゲット層、そのターゲットにアプローチする宣伝方法を検討した。業務内容を具体的にイメージすることができたことや、社員との座談会を通して企業理解を深められた。
不動産・住宅	5日	●就業体験・実践型	対面	不動産企画営業提案、収益性の検討。現場配属を通して社員さんの雰囲気や具体的な業務を知り、自分のやりたいこと、一緒に働きたい人がいると感じた。

※ダイヤモンド就活ナビ学生生活動調査より学生のコメントを抜粋しています。

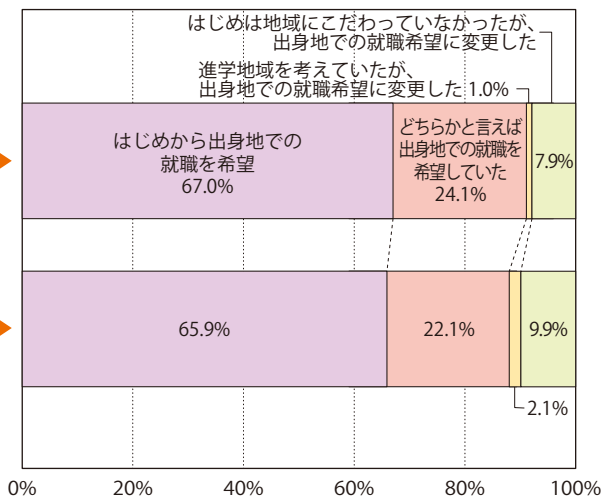


## DATA. 17 Uターン就職に関する意識

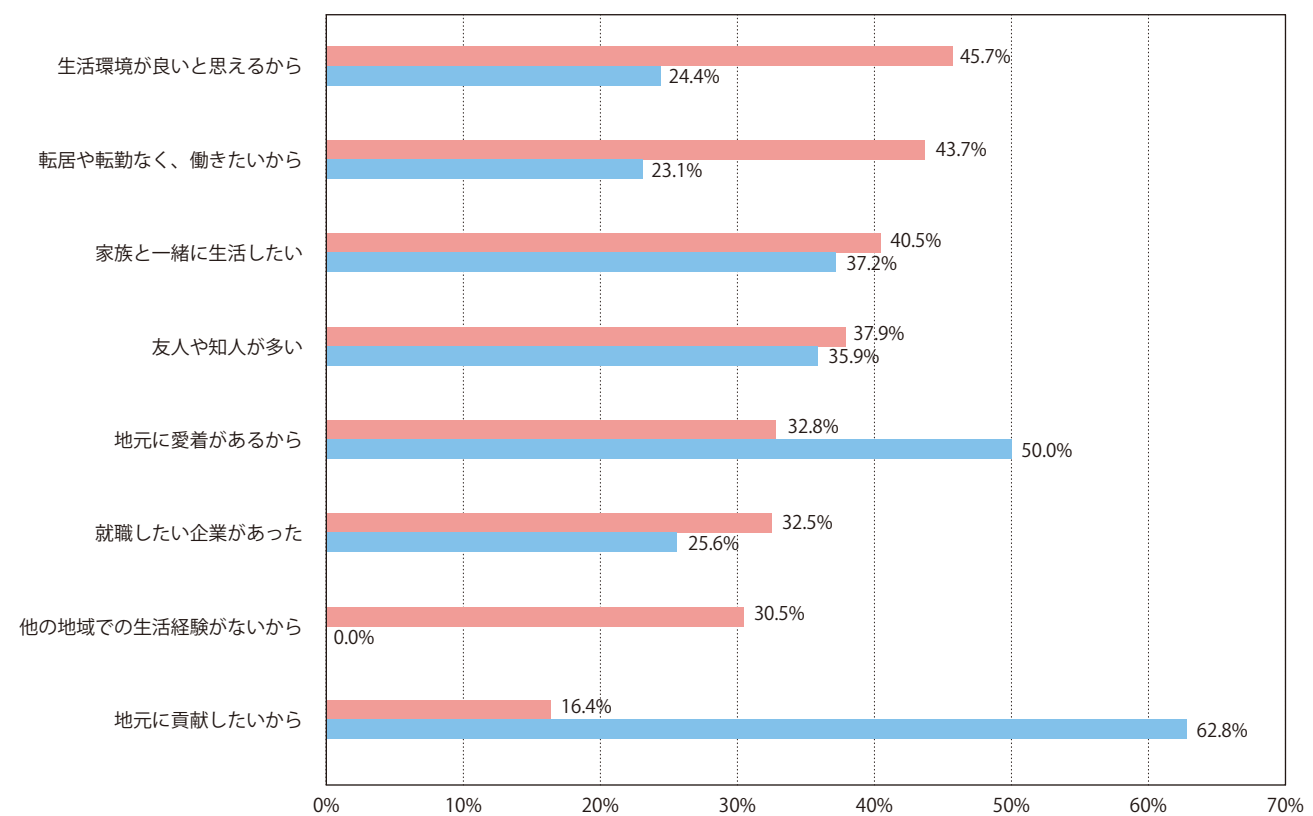
■ 学生の就職地域意識



■ 出身地就職希望者の意識変化



■ Uターン就職を希望する理由 (出身地就職希望者対象)



**Uターン志向の学生は48.9%と増加。「地元への貢献と愛着」に代わって「生活環境の良さ」がUターン志向の高い動機に。**

就職先の地域に関する意識について、「出身地での就職を決めた(または希望している)」と回答したUターン志向の学生は48.9%で23卒(42.5%)から6.4ポイント増加。一方、「地域にこだわらずに就職活動をした(またはしている)」学生は34.0%(23卒39.7%)と減少し、「進学地域での就職を決めた(または希望している)」学生は17.1%(23卒17.9%)と横ばいに推移した。従来4割前後で推移していたUターン志向だが、ここに至り5割弱まで増加した。この傾向が今後も続くのかは次年度以降の推移に注目が必要だろう。

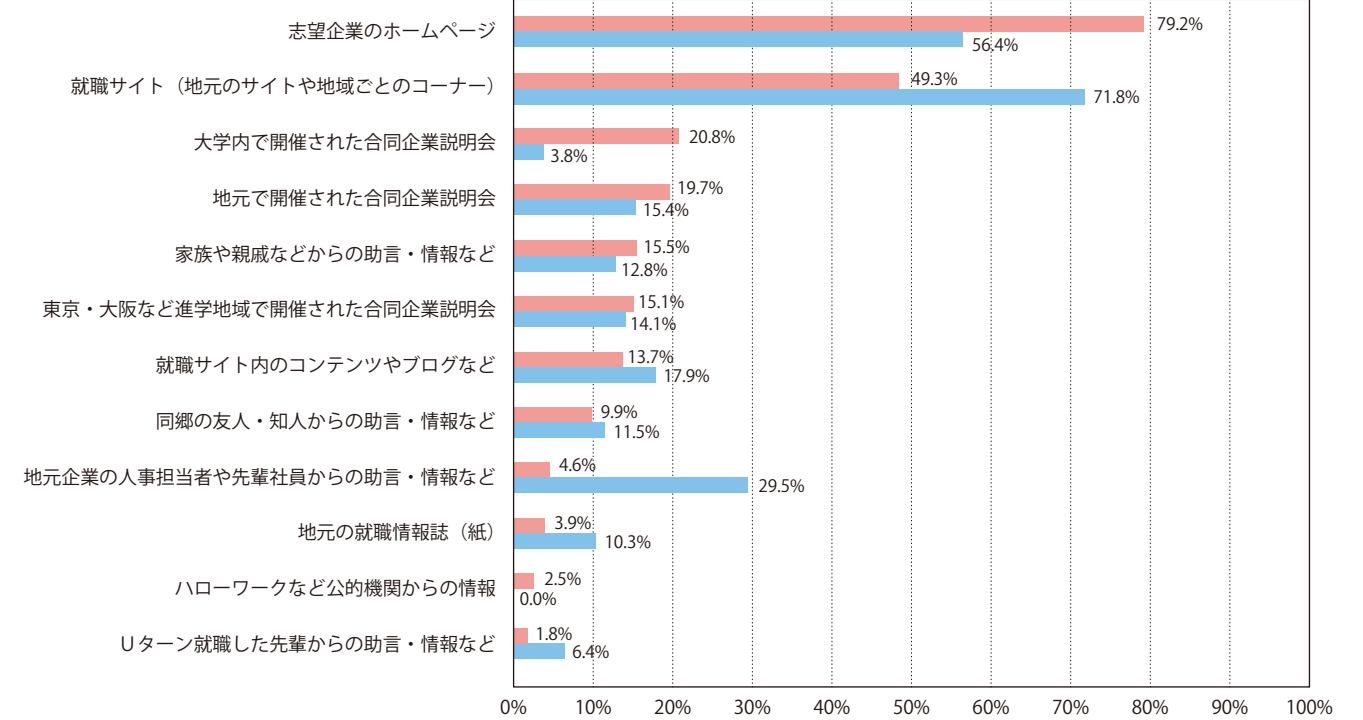
Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」の合計で91.1%(23卒88.0%)と3.1ポイント増加。「はじめから希望」という強い

意志を持った学生が67.0%(23卒65.9%)で「どちらかといえば希望」が24.1%(23卒22.1%)。最初から地元での就職を意識した活動を行う学生が主流のようだ。

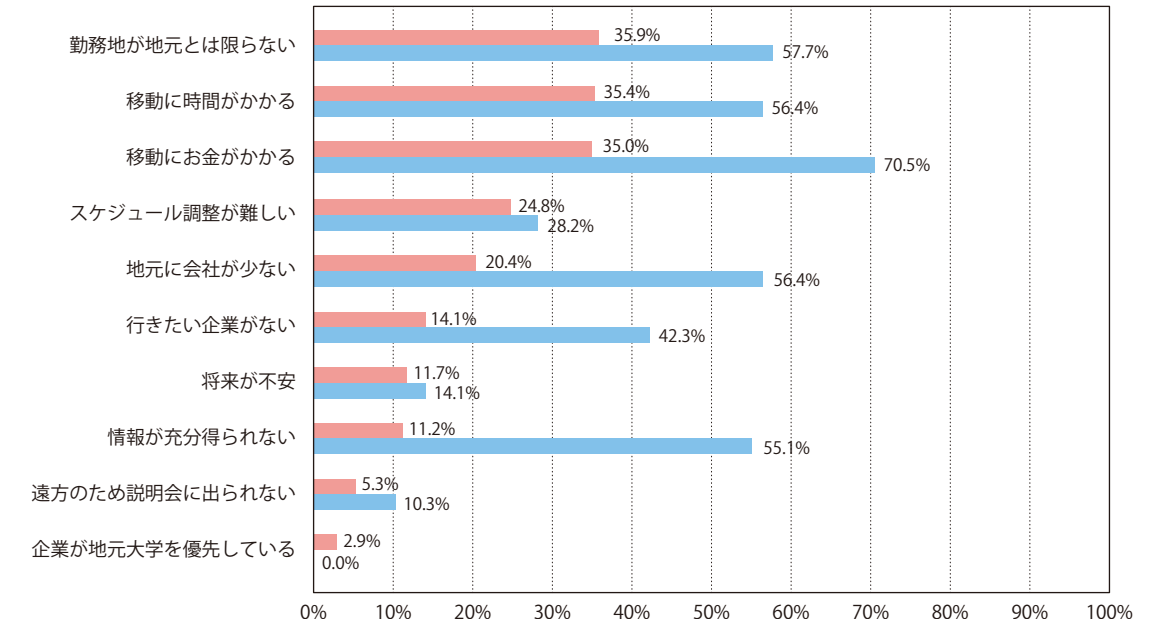
出身地での就職を希望する理由は順位に多少変動がある。例年高い「地元で貢献したい」は16.4%(23卒62.8%)と大きく後退。代わって「生活環境が良い」が45.7%(23卒24.4%)で1位に。さらに「転居や転勤がない」が43.7%(23卒23.1%)が2位、「家族と一緒に生活したい」40.5%(23卒37.2%)と続き、4割以上の数字を集めた。これまでのUターン志向の高い動機であった「地元への愛着と貢献」が順位を下げたのは気になるが、これがトレンドとして変化したのか、あるいは24卒単年の傾向かは、次年度以降の動向が気になるところだ。

## DATA. 18 Uターン就活の実際

■ Uターン就活で役立ったもの (出身地就職希望者対象)



■ Uターン就活で困ったこと (出身地就職希望者対象)



**Uターン就活に役立ったものは「企業のHP」、「就職サイト」。移動のためのコストと時間は、依然としてUターン就活の障壁。**

出身地での就職活動で役に立ったものとして、「志望企業のホームページ」79.2%(23卒56.4%)、「就職サイト」49.3%(23卒71.8%)が順位・数字に変動はあるが上位を占めるのは前年と同じ。オンライン選考による採用・就職活動が主流となった現在、地元の情報収集もWEBを活用して行うのは自然な流れだろう。「大学での合同説明会」20.8%(23卒3.8%)、「地元で開催された合同企業説明会」19.7%(23卒15.4%)が増加しているのは、コロナ禍による人流の規制が緩和されたことで、開催自体が増え、ここ数年減少していたものが元に戻りつつあるということだろう。

また、Uターン就活で困ったことについては、例年通り「移動に時

間がかかる」35.4%(23卒56.4%)、「移動にお金がかかる」35.0%(23卒70.5%)を挙げる学生が多く、勤務地の問題に加えて、移動の時間とコストは依然として、Uターン就活の大きな障壁となっているようだ。とはいえ、オンライン選考の導入が進んでいることで、数字自体は下がっており、課題解決の方向には向かっているものと推測できる。また、移動の問題を上回り1位となったのは「勤務地が地元とは限らない」で35.9%(23卒57.7%)。働く地域を優先して地元を志向したにもかかわらず、転勤の可能性があるとというジレンマも、Uターン就活を目指す学生にとっては悩みの種となっているのだろう。



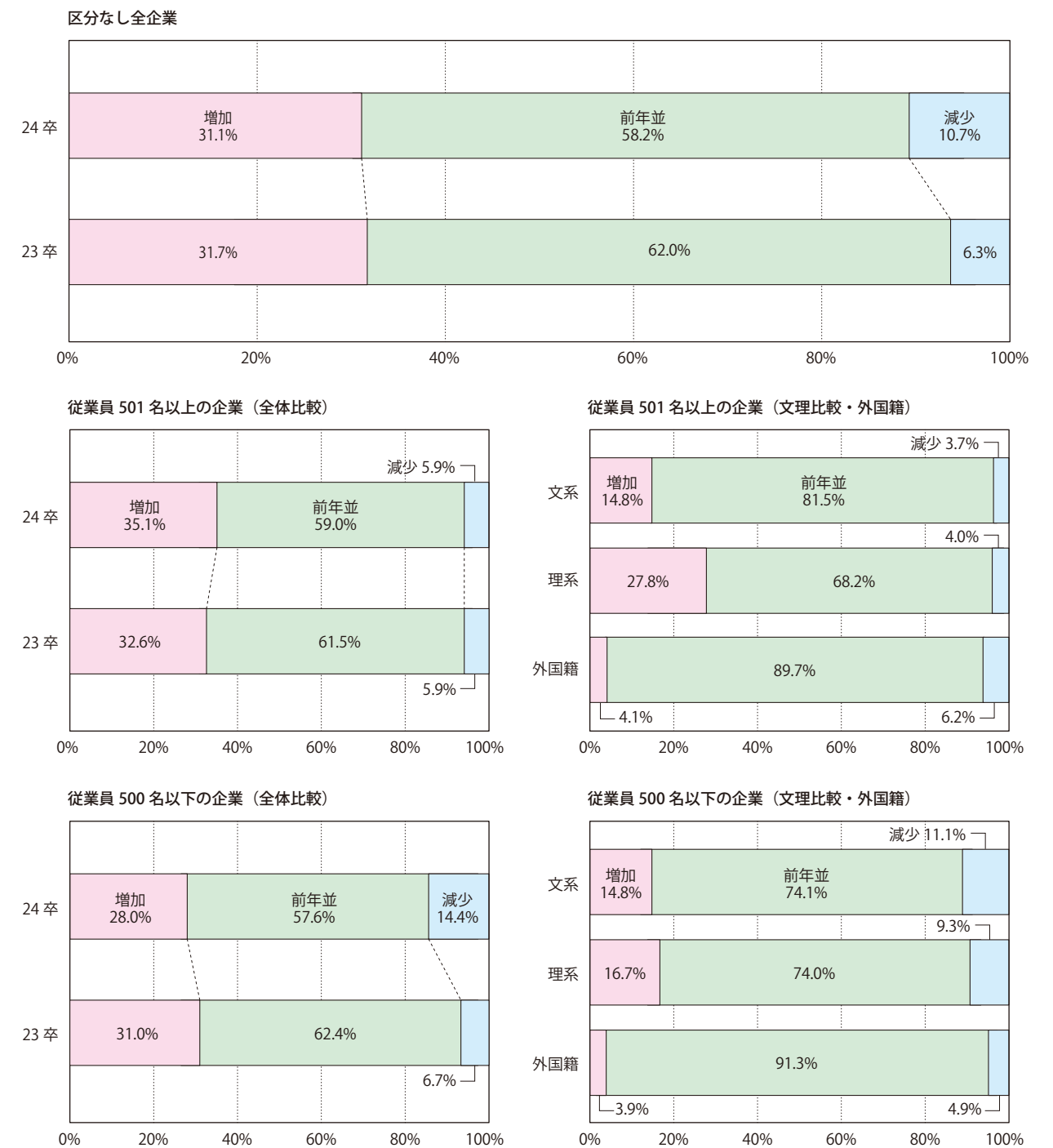
## 第2章 企業の 採用活動 総括

### POINT

- WEBで会社説明会を実施した企業は大手企業で71.6%。中堅・中小企業で47.5%。
- インターンシップ類を実施した企業は大手企業で88.3%、中堅・中小企業で62.2%。
- 採用計画は「増加」が「減少」を上回る。特に大手企業で理系を「増加」する企業が増える。
- プレエントリー受付開始時期は大手企業で「12月以前」が7割超。  
エントリーシート受付開始時期は「3月中」ピークから前倒し傾向強まる。
- エントリーシート選考結果通知時期、採用活動開始時期は大手企業で「2月中」、  
中堅中小企業で「3月上旬」と早期化。
- 内々定を出し始めた時期は、大手企業で「2月中」、中堅・中小企業で「12月以前」が1位に。  
早期化・分散化が進む。
- 企業規模に関わらず採用課題は「母集団形成」。大手企業の59.9%、中堅・中小企業の54.5%  
が課題に挙げる。
- 採用活動を終了した企業は35.3%。企業規模に関わらず「採用数に未達」の企業が増加。
- 前年に比べて「内定辞退が増えた」企業は33.2%。大手企業では「減った」企業も2割。
- 内定フォローや辞退防止のために実施したものは「内定者懇親会」で大手企業は84.3%、  
中堅・中小企業も70.6%が実施（または実施予定）。
- 筆記・適性テストの導入企業は92.6%。今後導入したいテストは「ストレス耐性」。

## DATA. 19 採用計画

### ■ 採用人数の増減（前年比）



**大手企業では前年比増の35.1%で採用人数を「増加」。**  
**中堅・中小企業では採用人数を「減少」する企業が増える。**

前年は採用人数を「増加」した企業が全体で13.4ポイント増(22卒18.3%→23卒31.7%)と回復基調をみせていたが、24卒では「増加」は31.1%と微減し、「減少」と回答した企業が10.7%と23卒(6.3%)から4.4ポイント増加した。その内訳は企業規模により異なる。従業員501名以上の企業では「増加」が35.1%と23卒(32.6%)から2.5ポイント増。「減少」は5.9%で前年と同じだった。それに対して、従業員500名以下の企業では「増加」が28.0%と23卒(31.0%)から3.0ポイント減、「減少」が14.4%と23卒6.7%から7.7ポイント増加し、特に中堅・中小企業で前年までの回復基調にやや陰りが見られる結果となった。企業規模に関

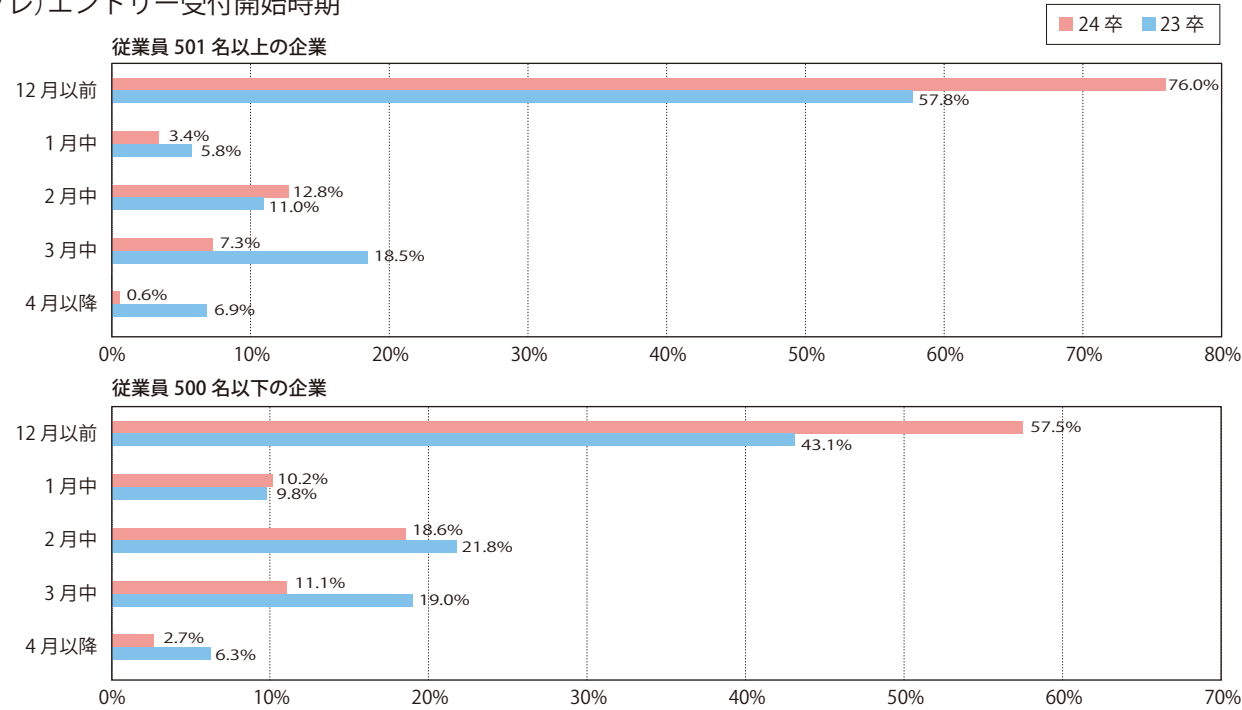
わらず最多は「前年並み」で、大手で59.0%、中堅・中小で57.6%ではあるので、企業の採用意欲自体が減退したというわけではないだろう。

文理別にみると、501名以上の企業で文系採用人数を「増加」と回答した企業は14.8%と23卒(18.5%)から3.7ポイント減少した一方、理系は27.8%と23卒(19.6%)から8.2ポイント「増加」しており、大手企業で理系の採用意欲の高さが際立つ。500名以下の企業では文系採用を「増加」した企業は14.8%で23卒(21.5%)から6.7ポイント減少、理系も16.7%(23卒18.8%)に留まった。企業規模に関わらず、文系を増加する企業がやや減少し、特に大手企業で理系を積極的に採用する企業が増加したようだ。

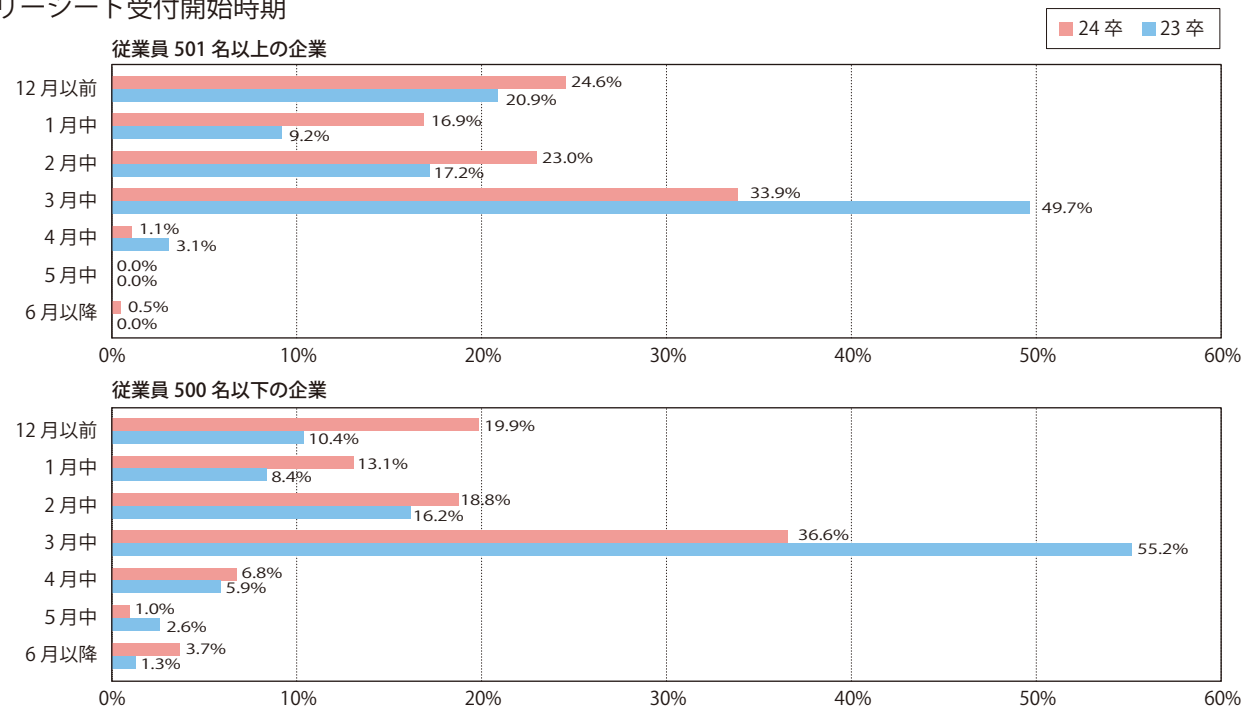


## DATA. 20 プレエントリー受付&エントリーシート受付開始

### WEB(プレ)エントリー受付開始時期



### エントリーシート受付開始時期



**プレエントリー受付開始時期は、大手企業で「12月以前」が7割超。エントリーシート受付開始時期はかつての「3月中」ピークから、前倒し傾向強まる。**

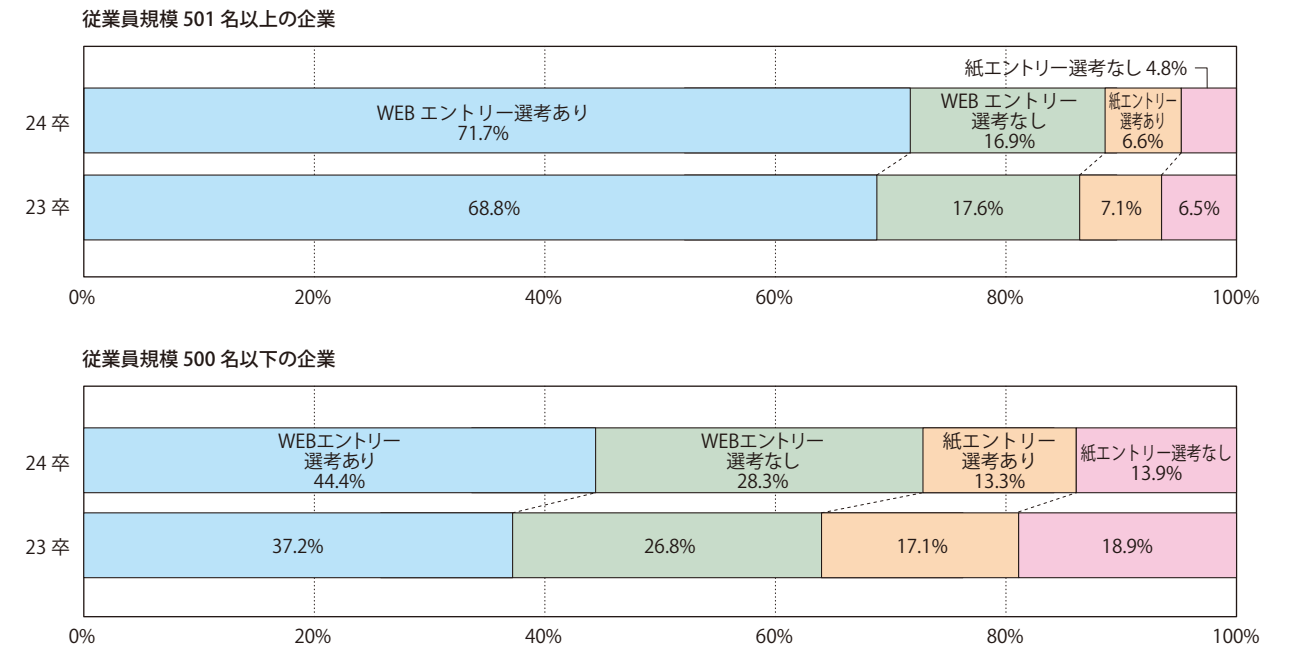
プレエントリーの受付開始時期は、従業員501名以上の企業で「12月以前」が76.0%と23卒(57.8%)から18.2ポイントの大幅増となり、20卒以降連続で1位となった。ここ数年減少傾向にあった「3月中」は7.3%と23卒(18.5%)から11.2ポイント減少し、前倒し傾向はより鮮明になった。従業員500名以下の企業でも同様で、「12月以前」が57.5%と23卒(43.1%)から14.4ポイント増加して1位。20卒まで1位だった「3月中」は11.1%と23卒(19.0%)から7.9ポイント減少し早期化が進んだ。企業規模に関わらず、プレエントリー受付時期はかつての「3月中」から「12月以前」へとトレンドが移行したとい

ていだろう。

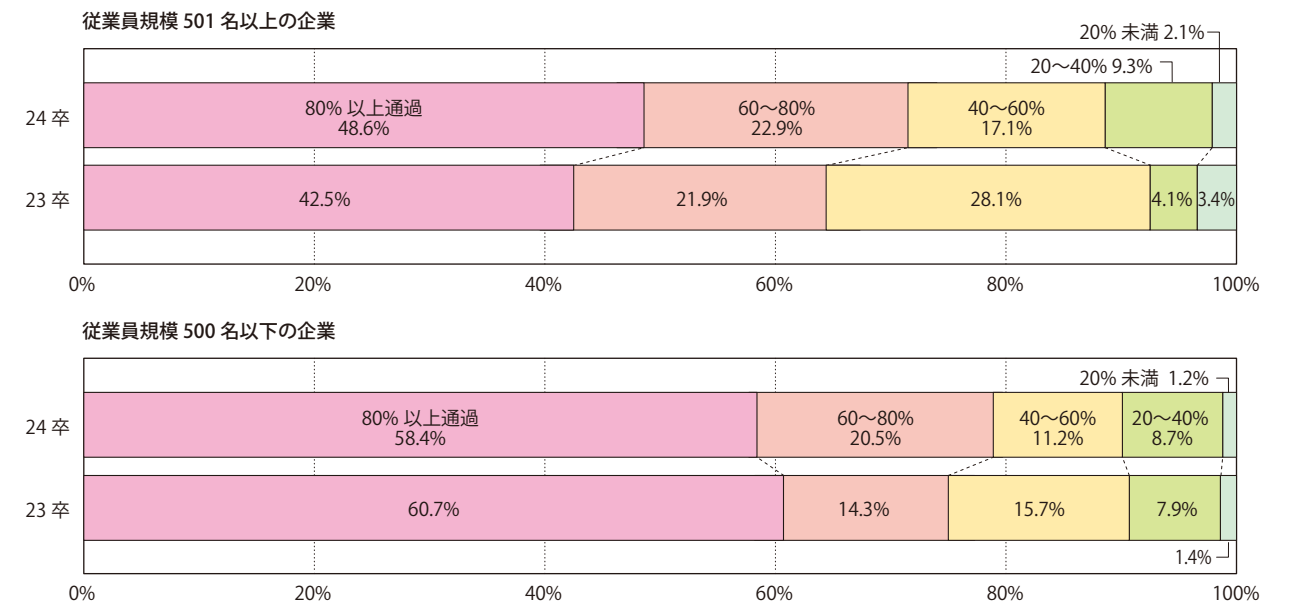
エントリーシートの受付開始時期については、従業員501名以上の企業で、「3月中」が33.9%と23卒(49.7%)から15.8ポイント大幅減。それに対して2月以前の合計は64.5%と23卒(47.3%)から17.2ポイントの大幅増。前倒し傾向がより顕著となった。また、従業員500名以下の企業でも、「3月中」が36.6%と23卒(55.2%)から18.6ポイントの大幅減。2月以前の合計は51.8%と23卒(35.0%)から16.8ポイント増加しており、企業規模に関わらず、エントリーシートを前倒しで受け付ける傾向がより強くなったことがうかがわれる。

## DATA. 21 エントリーシートについて

### エントリーシートの種類と選考の有無



### エントリーシートでの絞り込み割合



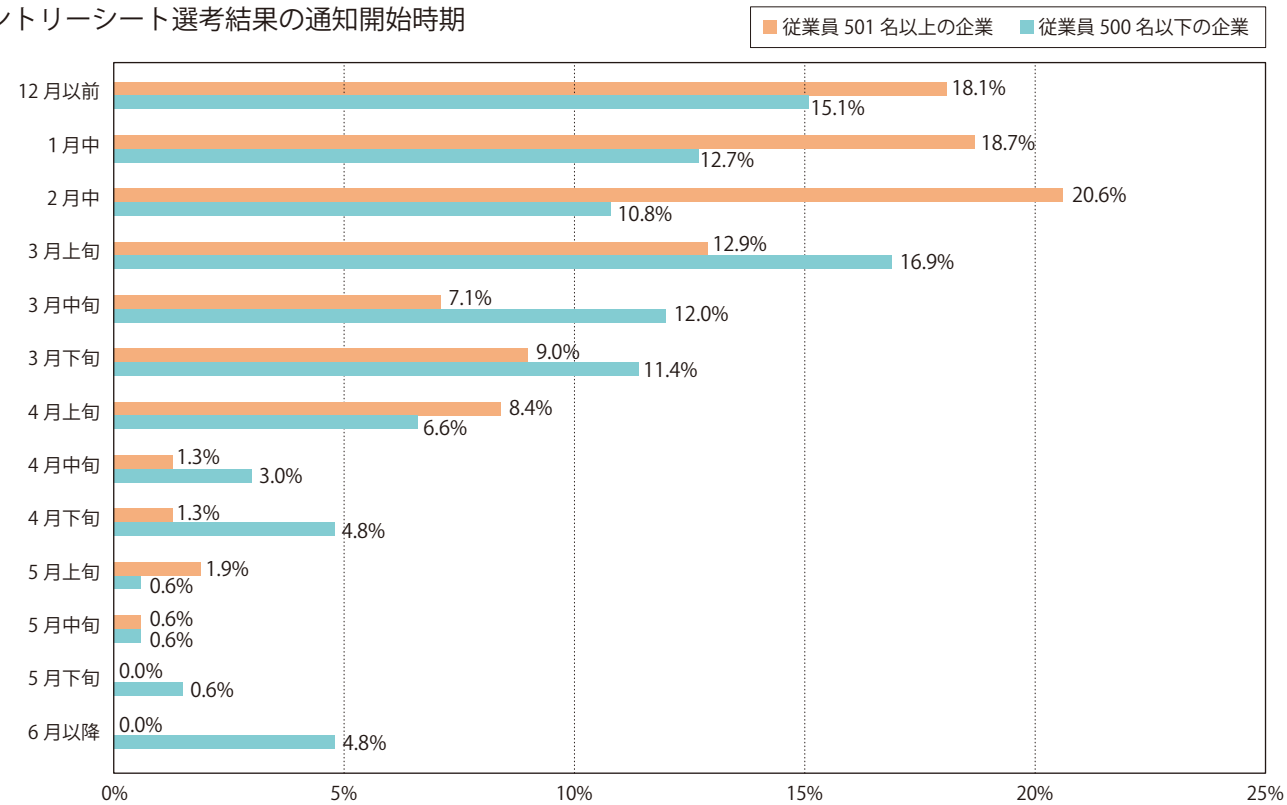
**エントリーシートのWEB化が進む。大手で88.6%、中堅・中小で72.7%が導入。採用母集団を維持するためにES段階での絞り込みはやや慎重に。**

エントリーシート(ES)を利用している企業のうちWEBと紙の内訳をみると、従業員501名以上の企業ではWEBが88.6%と23卒(86.4%)から2.2ポイント増加し、紙が11.4%と23卒(13.6%)から減少。紙からWEBへの移行はさらに加速しており、WEBが9割弱となっている。一方、従業員500名以下の企業では、WEBが72.7%と23卒(64.0%)から8.7ポイント増加した。選考全般のオンライン化が進む中、大手ほどではないが中堅・中小企業においてもESのWEB化は確実に進んでおり、今後も加速するものと予測される。ESによる選考「あり」と回答した企業は501名以上で78.3%と

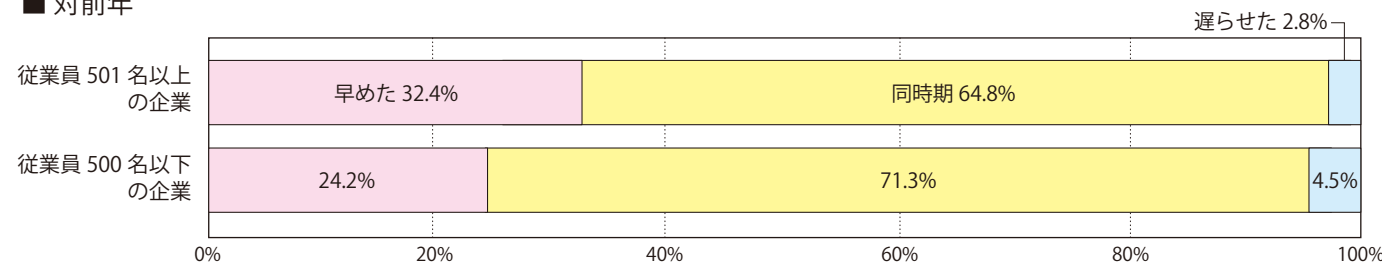
23卒(75.9%)から2.4ポイント、500名以下でも57.7%と23卒(54.3%)から3.4ポイント増加した。ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が大手企業で48.6%(23卒42.5%)、中堅・中小企業で58.4%(23卒60.7%)と多い。一方で、通過率が40%未満の合計は大手企業で11.4%(23卒7.5%)、中堅・中小企業でも9.9%と23卒(9.3%)とやや増加しながらも少数派であることに変わりなく、選考母集団を維持するためにも、ES段階での通過率は絞り込みすぎない傾向があるようだ。

## DATA. 22 エントリーシート選考結果通知開始時期

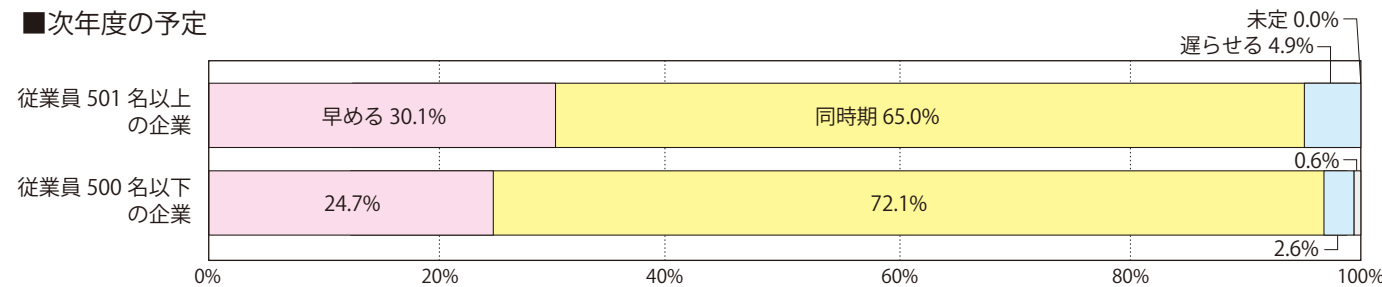
■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



**エントリーシートの選考結果通知開始時期の早期化が加速。企業規模に関わらず次年度は、「早める」予定の企業が増加。**

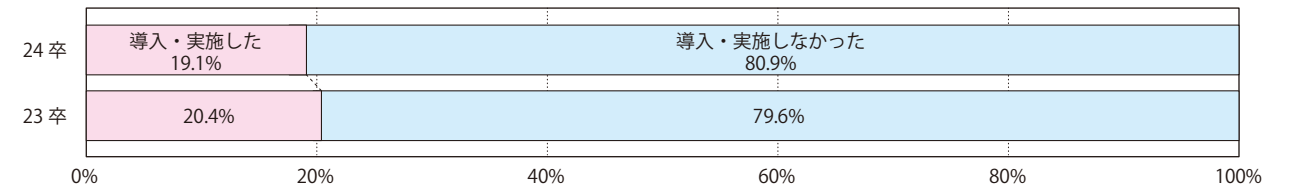
エントリーシート (ES) の選考結果通知開始時期は、従業員501名以上の企業で前年最も多かった「3月上旬」が12.9%と23卒(23.0%)から10.1ポイントの大幅減。代わって「2月中」が20.6%(23卒9.9%)でトップに。また1月以前の合計も36.8%と23卒(22.3%)から大幅に数字を伸ばしており、選考結果の通知開始時期の早期化が一気に加速したようだ。前年比較では、「早めた」企業が32.4%と23卒(26.8%)から増加し、「遅らせた」企業は2.8%(23卒2.0%)に留まっている。次年度については「同時期」が65.0%と最も多いが「早める」と回答した企業は30.1%と前年調査(17.5%)から12.6ポイントと大幅に増加して

いる。次年度以降も早期化は加速するものと推測される。

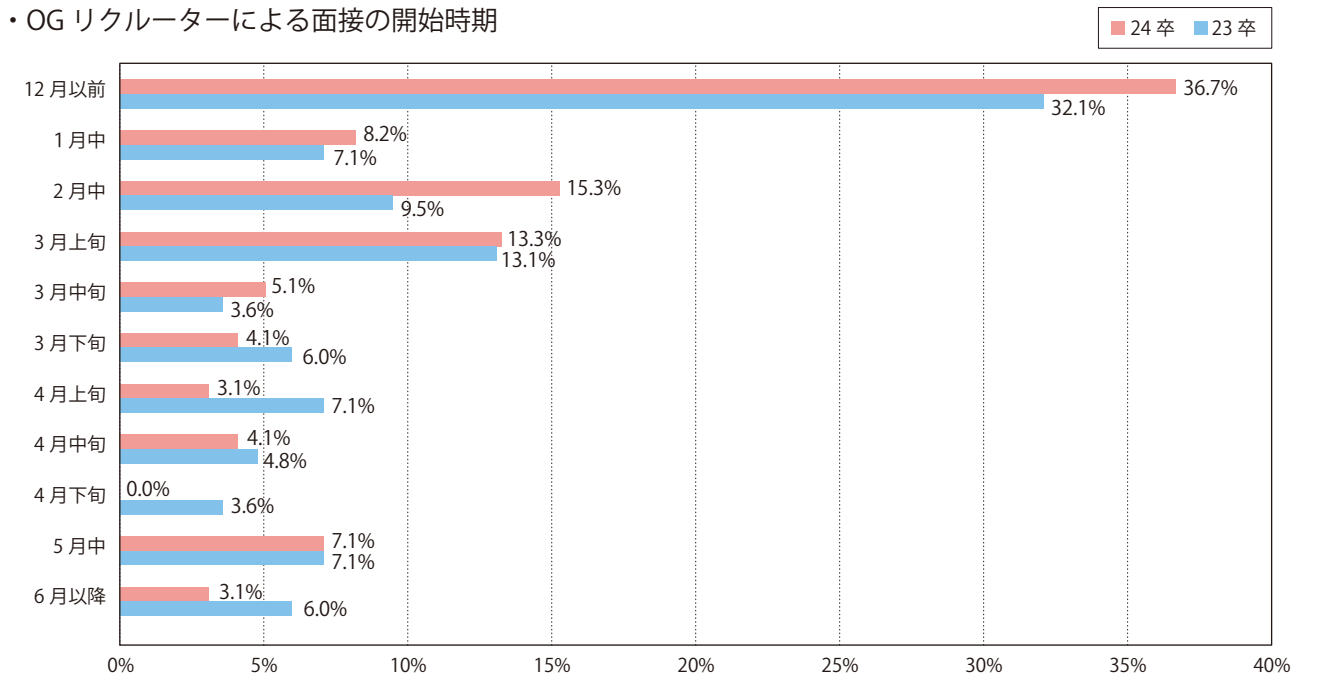
一方、従業員500名以下の企業では、前年トップだった「3月上旬」が16.9%と23卒(23.1%)から6.2ポイント減少したものの順位としては変わらず。しかし、2月以前の合計で見れば38.6%(23卒20.8%)と17.8ポイントの大幅増で、こちらも早期化の傾向は同様だ。前年比較では「早めた」企業は24.2%と23卒(25.8%)から微減。「遅らせた」企業も4.5%(22卒4.5%)見られた。次年度の予定については、「早める」企業が24.7%と、前倒ししたい中堅・中小企業も増加していると思われる。

## DATA. 23 OB・OG リクルーターによる面接

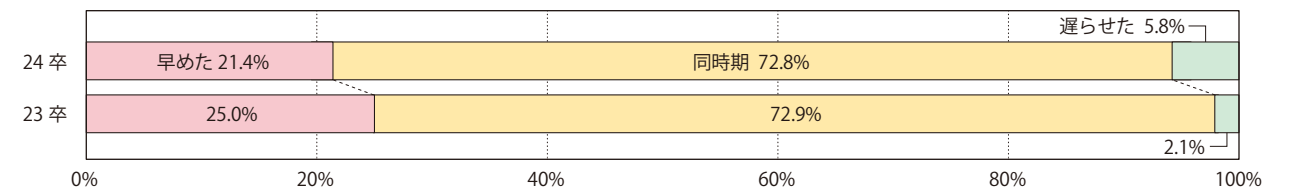
■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



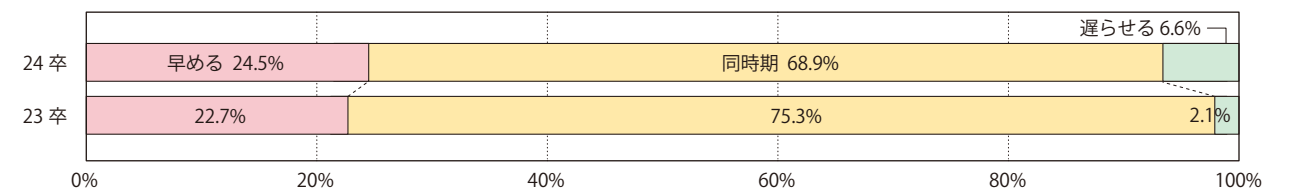
■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



**OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は19.1%で、ここ数年横ばい。接触開始時期は「12月以前」が増加し、早期化傾向が加速。**

OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は19.1%で23卒(20.4%)から若干減少したが、例年ほぼ2割程度の企業が実施しており、大きな変化はない。人員の手配やコストに加えて、採用フローの複雑化を考えると、今後も劇的に導入企業が増加することは考えにくい。また、導入・実施している企業の接触開始時期については、「12月以前」が36.7%と23卒(32.1%)から4.6ポイントの増加で1位。前年も増加しており、早期化は加速している。また「3月以降」は39.8%と23卒(51.2%)から減少していることから、採用広報解禁前はかなり早い段階から、積極的に接触機会を増やす動きが主流

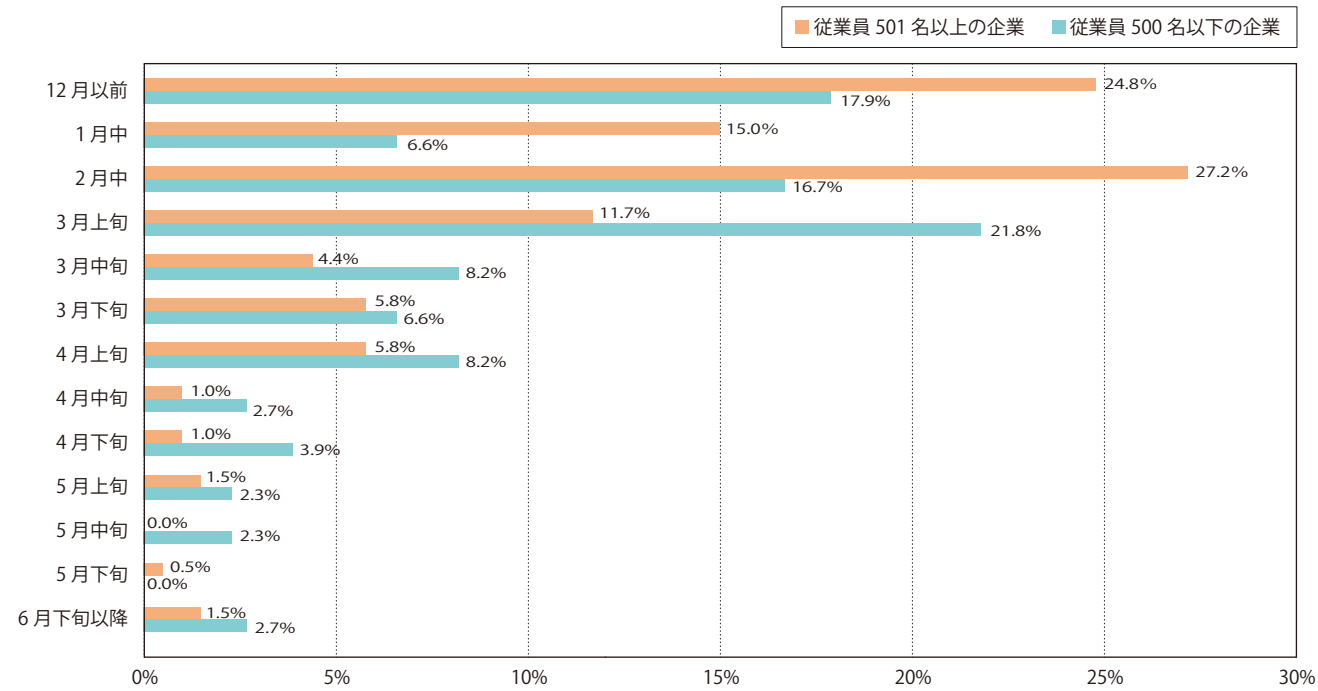
となりつつあることがわかる。

対前年比でみると、「早めた」と回答した企業は21.4%で23卒(25.0%)から3.6ポイント増加。「同時期」は72.8%と23卒(72.9%)と横ばいで、「遅らせた」企業は5.8%(23卒2.1%)とやや増えた。多少の数字の増減はあるものの、基調としては現状維持選択した企業が多いことがうかがえる。次年度の予定では、「早める」と回答した企業は24.5%(23卒22.7%)と1.8ポイント増、「同時期」が68.9%(23卒75.3%)と次年度も今年の傾向が継続していくことが見込まれる。

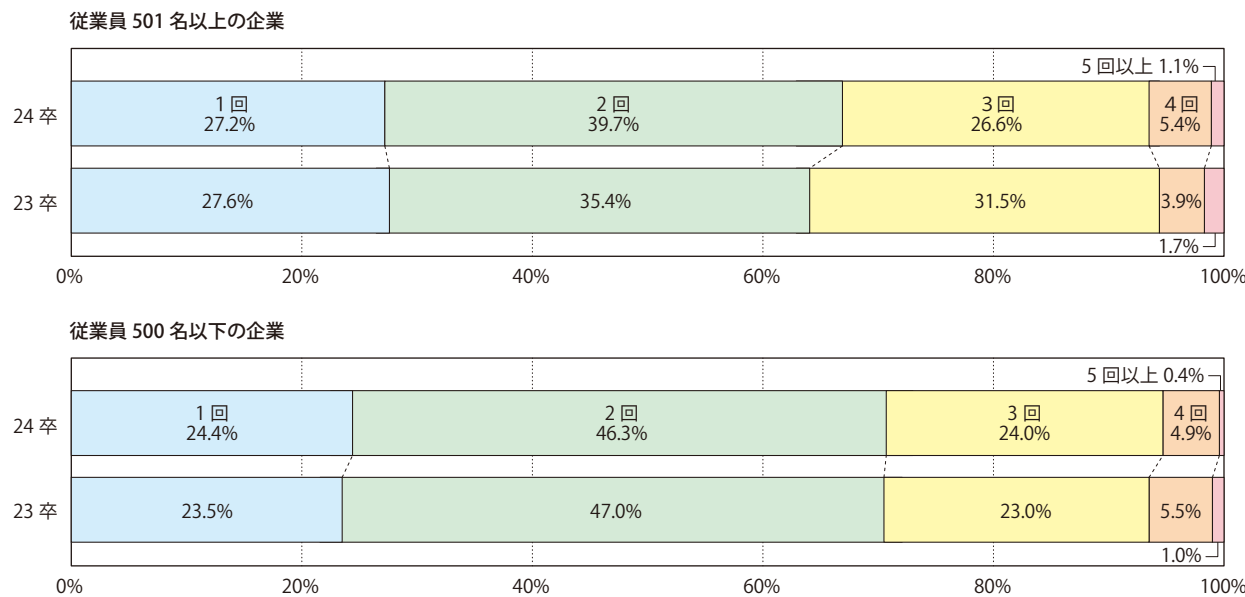


## DATA. 24 採用選考開始時期

■ 採用選考開始時期



■ 内定までの面接回数



**採用選考開始時期は、大手で「2月中」、中堅中小で「3月上旬」ピークも早期化が進行。企業規模に関わらず、面接回数は「2回」が最多。**

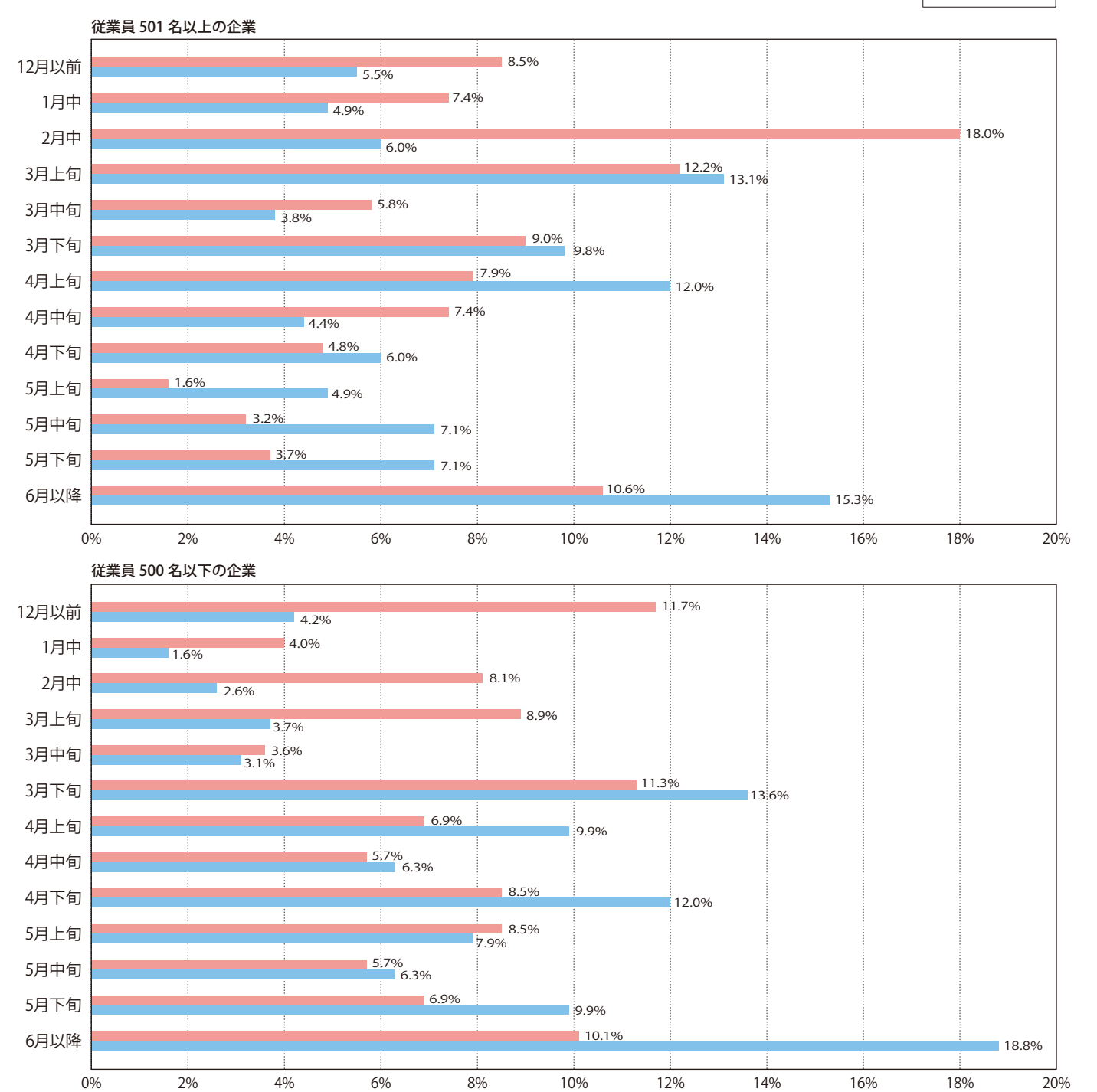
採用選考を開始した時期は、従業員501名以上の企業で前年トップだった「3月上旬」が11.7%と23卒(19.8%)から8.1ポイント減少。代わって「2月中」が27.2%と23卒(12.6%)から14.6ポイントの大幅増で1位になった。また「12月以前」が24.8%(23卒14.3%)、「1月中」15.0%(23卒11.5%)という早い段階で選考を開始した企業が増加し、前倒し傾向がより顕著となった。従業員500名以下の企業も同様に、ピークは「3月上旬」21.8%で23卒(21.9%)と大きな変化はないものの、「12月以前」が17.9%(23卒6.4%)と11.5ポイントの大幅増で2位。「2月中」も16.7%(23卒12.8%)と前倒しする企業

が増加。大手企業同様、中堅・中小企業においても採用選考開始時期の早期化が進行している様子うかがえる。

内定までの面接回数は、従業員501名以上の企業では「2回」が39.7%(23卒35.4%)で最多となり、一昨年1位の「3回」は26.6%(23卒31.5%・22卒38.9%)と年々減少している。一方で「1回」は27.2%と23卒(27.6%)から微減。一方、従業員500名以下の企業でも「2回」が46.3%(22卒47.0%)とやや減少したものの最も多く、「1回」が24.4%と23卒(23.5%)から微増。「3回」は24.0%と23卒(23.0%)から微増、前年から大きな傾向の変化は見られない。

## DATA. 25 内定開始時期

■ 内(内)定を出し始めた時期

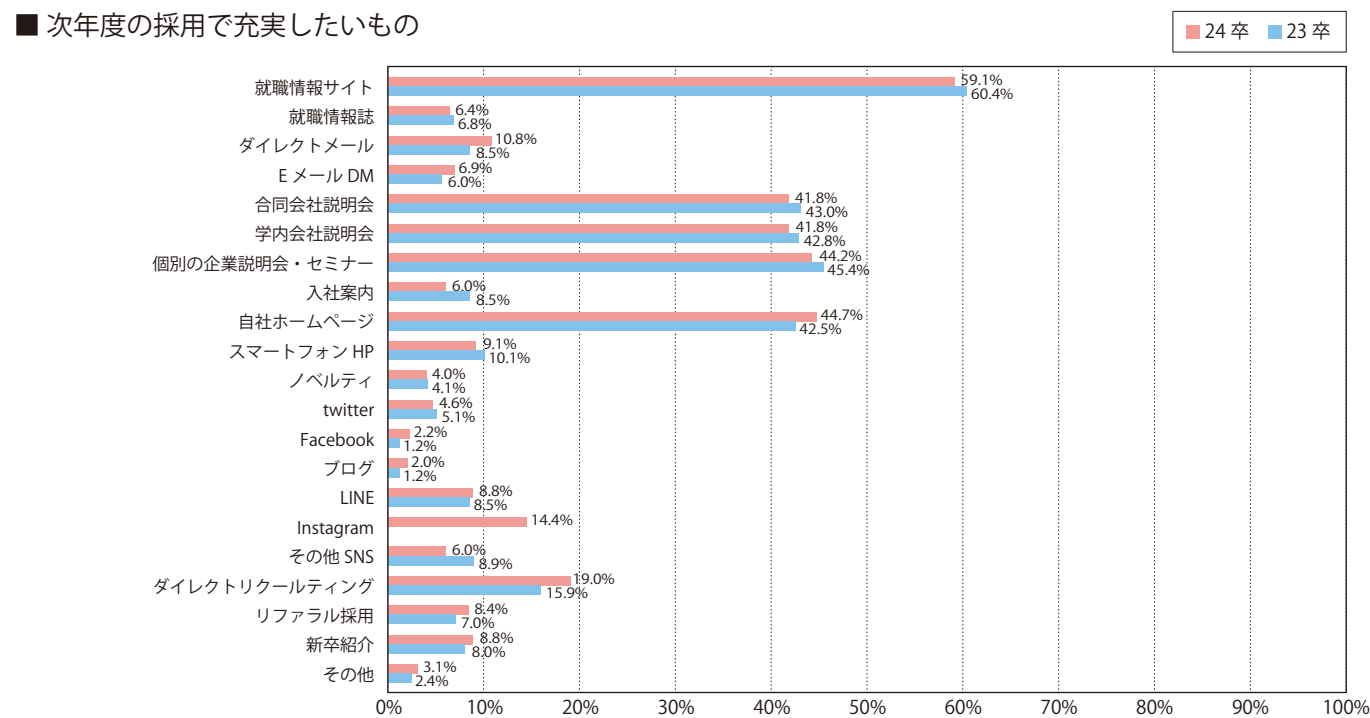
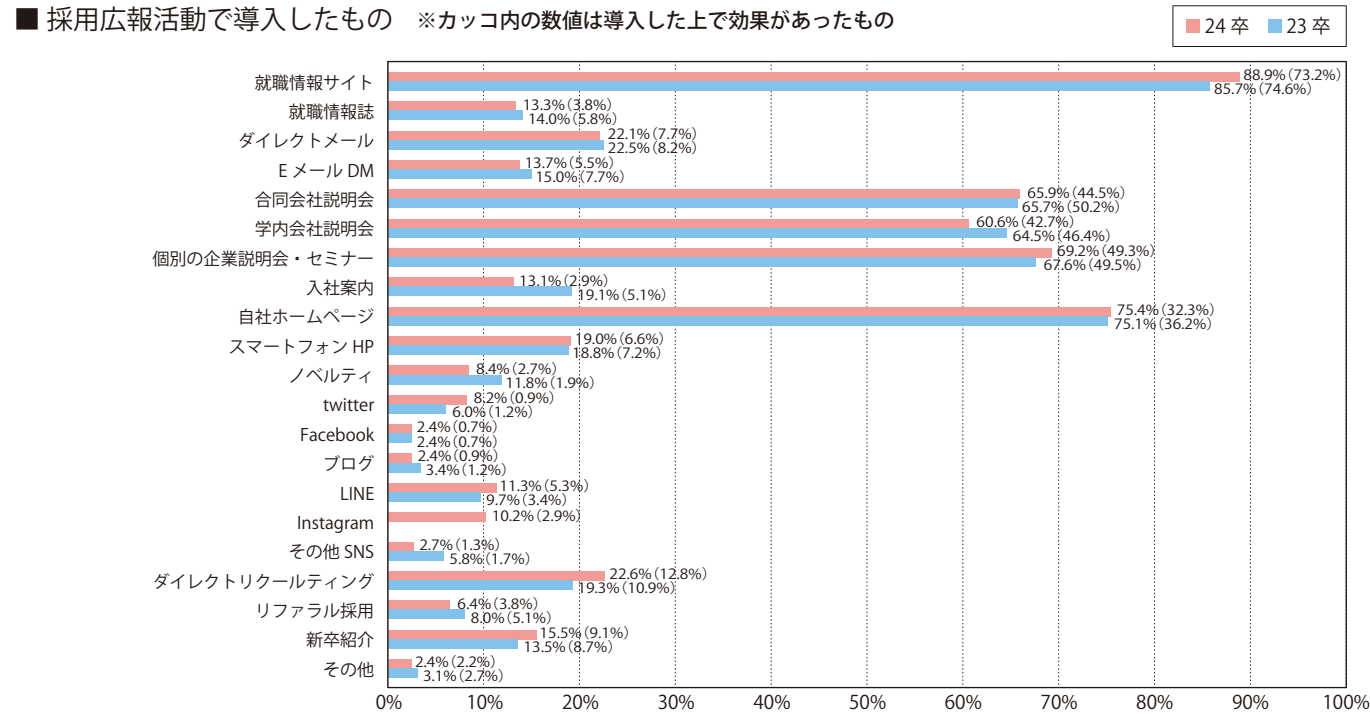


**内定開始の時期は、大手企業では「2月中」が1位で、早期化・分散化が進む。中堅・中小企業の1位は「12月以前」に。**

内定を出し始めた時期は、従業員501名以上の企業では採用選考解禁後の「6月以降」が10.6%と23卒(15.3%)から4.7ポイント減少。「6月以降」は21卒(37.8%)、22卒(19.7%)と年々減少し、早期化のトレンドはより加速している。特に増加が目立つのは「2月中」(18.0%)で23卒(6.0%)から12.0ポイント増加して1位に。2月までの合計は33.9%と3割に上り、半数を超える51.9%が3月中旬までに内定出しを開始している。

従業員500名以下の企業でも「6月以降」が10.1%と23卒(18.8%)から8.7ポイント減少した一方で、「12月以前」は11.7%と23卒(4.2%)から7.5ポイント増加して1位となり大手企業同様早期化が見られる。2月までに内定出しを開始した企業は23.9%、3月中旬以前の合計は36.4%に上る一方で「3月下旬」以降は総じて減少しており、前倒し傾向が顕著となった。

# DATA. 26 採用広報活動

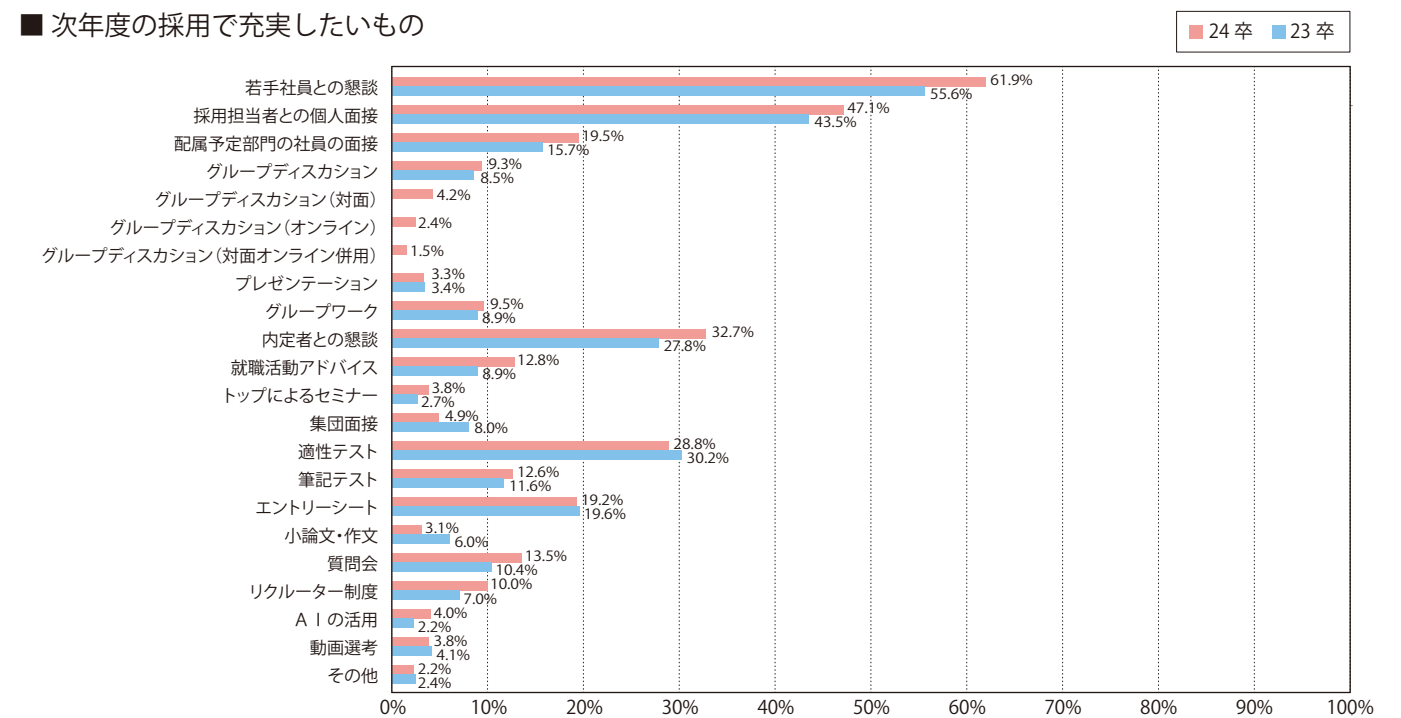
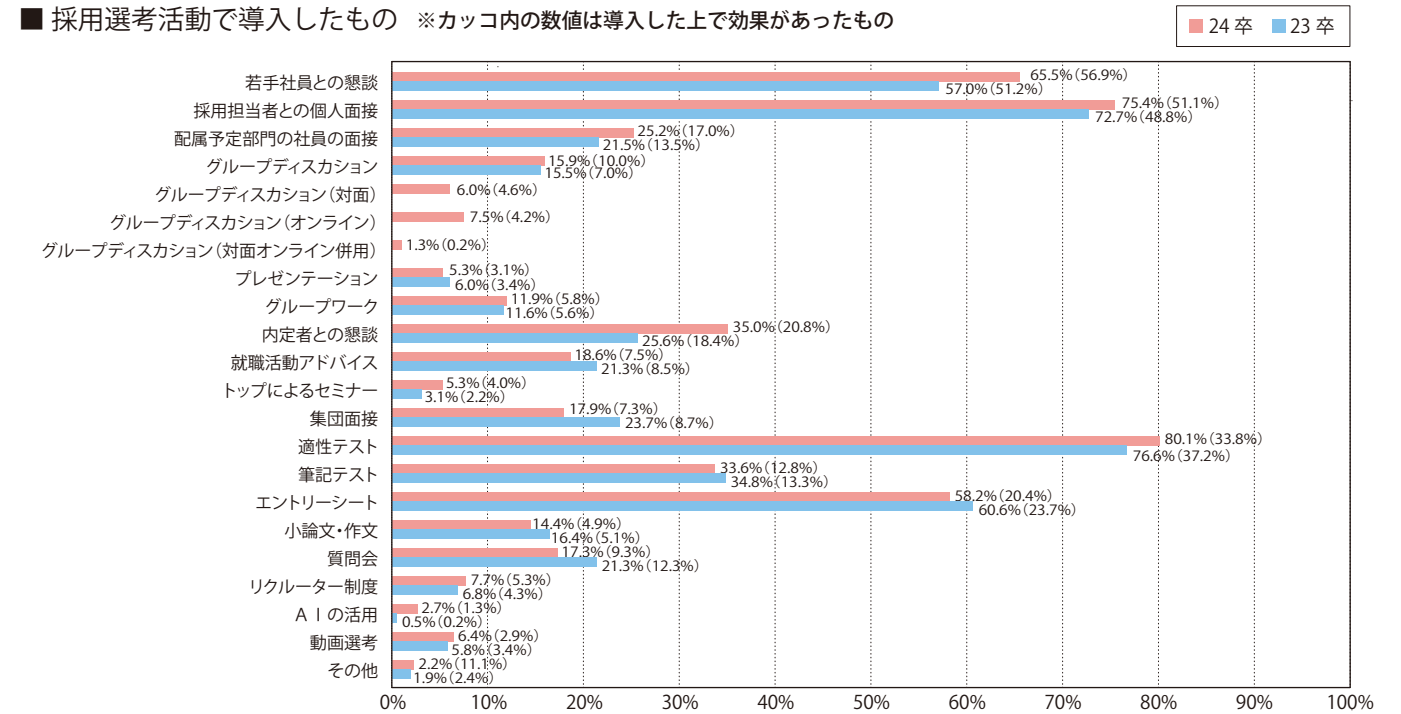


採用広報活動の主流は例年同様「情報サイト」・「HP」・「説明会」。「効果があった」もの、「次年度導入したい」ものも大きな変化は見られず。

採用広報活動で導入したものは前年から大きな変動はない。「就職情報サイト」(88.9%)が最も多く、以下、「自社ホームページ」(75.4%)、「個別の企業説明会」(69.2%)、「合同会社説明会」(65.9%)、「学内説明会」(60.6%)と続く。多少の数字の増減はあるものの、「情報サイト」・「HP」・「説明会」が広報活動の主流であることは例年通り。また、「効果があった」と回答したのは、「情報サイト」(73.2%)、「個別の企業説明会」(49.3%)、「合同会社説明会」(44.5%)、「学内会社説明会」(42.7%)、「自社HP」(32.3%)の順で、こちらも例年の傾向から変化はない。

次年度以降導入したいものとしては、「就職情報サイト」(59.1%)を筆頭に、「自社ホームページ」(44.7%)「個別の企業説明会」(44.2%)、「合同会社説明会」(41.8%)、「学内会社説明会」(41.8%)と続き、すでに導入して効果も認められたものが順次に上位を占めている。主要な採用メディア以外で導入したものは「ダイレクトリクルーティング」が22.6%(23卒19.3%)、「新卒紹介」が15.5%(23卒13.5%)とやや増加し、「リファラル採用」6.4%(23卒8.0%)はほぼ横ばいで推移。次年度以降に充実したいものとしても同様で、手法の一つとして、すでに一定の評価は得ているようだ。

# DATA. 27 採用選考活動



導入率、効果が高いのは「採用担当者との面談」、「若手社員との懇談」。「動画選考」の導入企業は6.4%、次年度導入希望は3.8%。今後の動向は流動的。

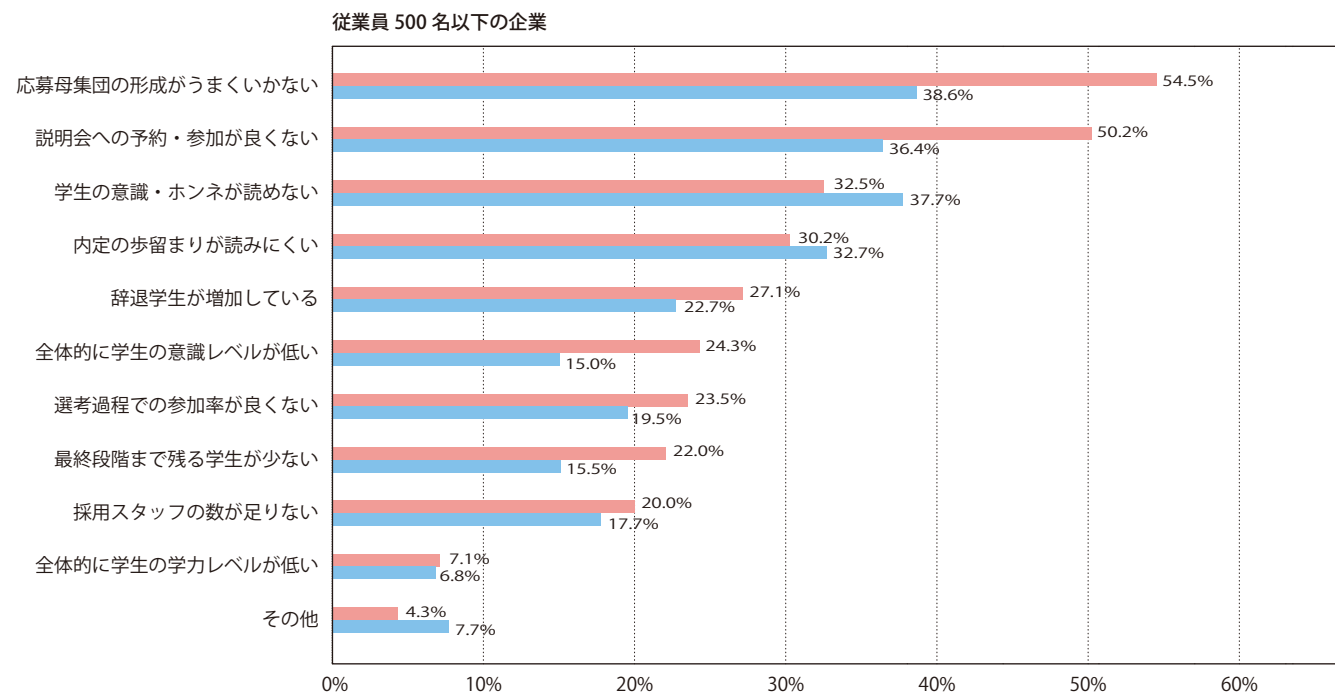
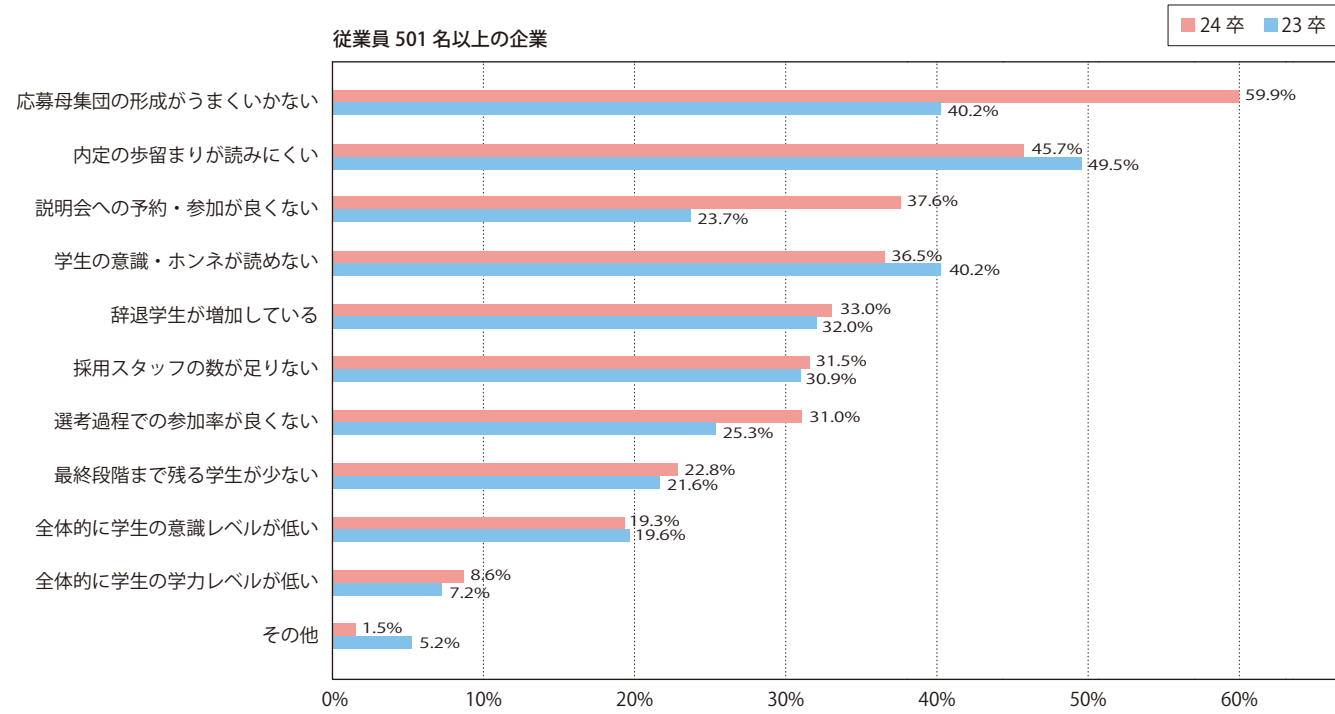
採用選考活動において導入したものは、「適性テスト」80.1%(23卒76.6%)が最も多く、「採用担当者との個人面談」75.4%(23卒72.7%)、「若手社員との懇談」65.5%(23卒57.0%)「エントリーシート(ES)」58.2%(23卒60.6%)の順となった。多少の順位の入替はあるものの、基本的な傾向には変化はない。効果を認められたものとしては「若手社員との懇談」56.9%(23卒51.2%)が前年同様1位。以下、「採用担当者との個人面談」51.1%(23卒48.8%)、「適性テスト」33.8%(23卒37.2%)が続く。それ以外では「内定者との懇談」(導入率35.0%・効果20.8%)が目立つのも例年通りの傾向だ。

また、次年度以降導入したいものでは、1位が「若手社員との懇談」で61.9%(23卒55.6%)。以下、「採用担当者との個人面談」47.1%(23卒43.5%)、「内定者との懇談」32.7%(23卒27.8%)、「適性テスト」28.8%(23卒30.2%)の順となった。今年効果を認められたものを次年度導入するのは自然な流れで、ここでも大きな変化はない。なおオンライン選考が主流になったことで導入の始まった「動画選考」については、導入した企業は6.4%(23卒5.8%)、次年度導入希望企業は3.8%となった。また「AIの活用」が導入率2.7%で導入希望率は4.0%。今後の動向には注目したい。



## DATA. 28 採用課題

### 採用活動の悩み



**大手企業では、「母集団形成」を課題に挙げる企業が 59.9%に増加。中堅・中小企業でも、54.5%が「母集団形成」で悩みと回答。**

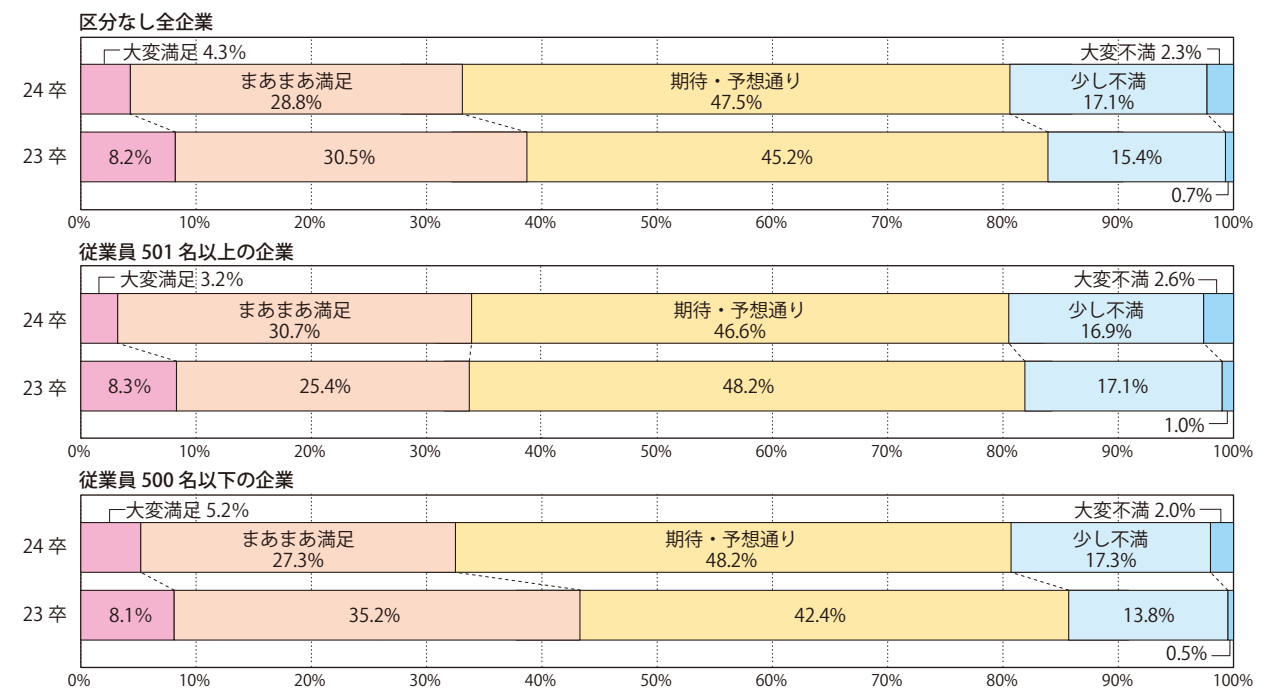
企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、前年も数字を伸ばしていた「応募母集団の形成がうまくいかない」が59.9%と23卒(40.2%)から19.7ポイント伸ばして1位となり、その深刻度は年々増している。前年1位の「内定の歩留まりが読みにくい」は45.7%(23卒49.5%)で2位。「説明会への予約・参加が良くない」が37.6%と23卒(23.7%)から13.9ポイント増加し3位に。以下、「学生の意識・ホンネが読めない」36.5%(23卒40.2%)、「辞退学生の増加」33.0%(23卒32.0%)と続く。「インターンシップでの選考に落ちた学生が応募してくれない」など、「本選考まで学

生が来てくれない」という声は、採用の現場でも聞く機会が多く、そうした実態をデータが裏付ける形となった。

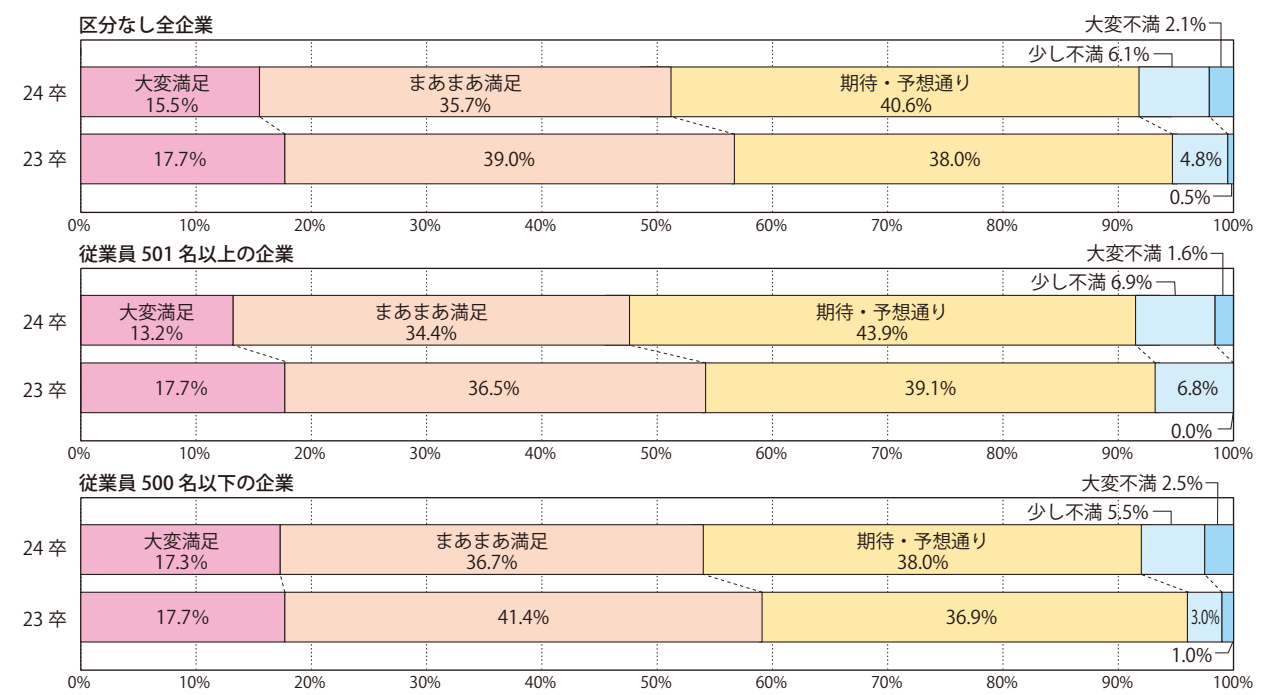
一方、従業員500名以下の企業では、「母集団の形成」54.5%(23卒38.6%)が前年同様1位だが、15.9ポイントの大幅増でより深刻度が増した形だ。以下、「説明会への予約」50.2%(23卒36.4%)、「学生の意識・ホンネが読めない」32.5%(23卒37.7%)、「内定の歩留まりが読みにくい」30.2%(23卒32.7%)と続く。オンライン導入で一時的には改善の兆しが見えた「母集団形成」だが、企業規模に関わらず最も深刻な課題として挙げる企業が増加したようだ。

## DATA. 29 応募・内定学生の質に対する満足度

### 応募学生の質に対する満足度



### 内定学生の質に対する満足度



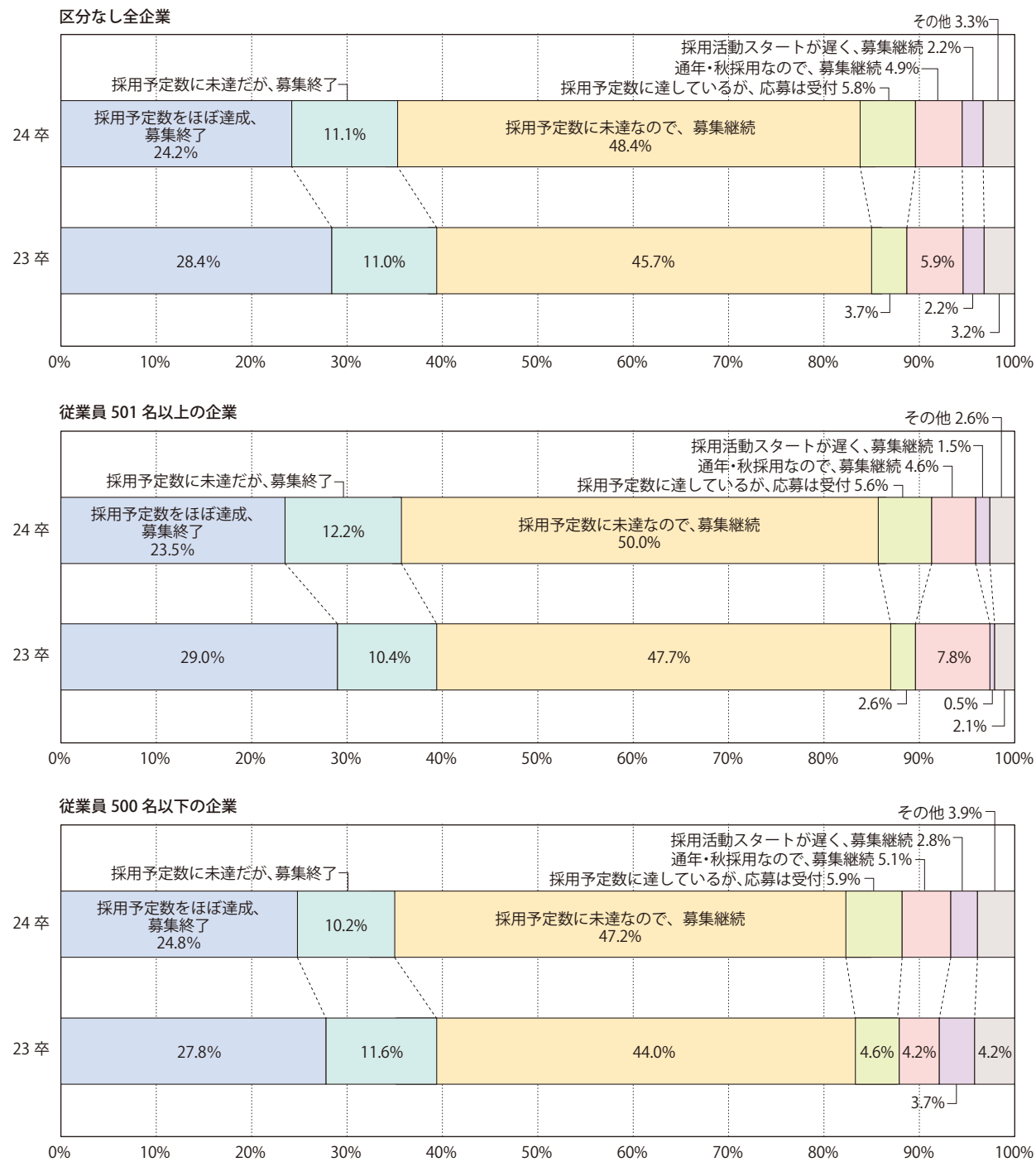
**応募学生の質は、前年同様「満足」が「不満」を上回るも、その差は縮小。内定学生の質は、9割前後の企業で「満足」・「期待・予想通り」。**

応募学生の質について、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は33.1%(23卒38.7%)で依然満足度は高いものの、「少し不満」・「大変不満」の合計19.4%(23卒16.1%)との差は13.7ポイントと23卒(22.6ポイント差)から縮まった。企業規模別にみると、従業員501名以上では「満足」の合計は33.9%と23卒(33.7%)から横ばい。「不満」の合計は19.5%と23卒(18.1%)から微増となった。従業員500名以下企業では、「満足」の合計が32.5%で23卒(43.3%)から10.8ポイント減少。「不満」の合計19.3%と23卒(14.3%)から5ポイント増加しており、中堅・中小企業の満足度は減少傾向にあるといっていだろう。

一方、内定学生の質についてみると、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は51.2%(23卒56.7%)で、「期待・予想通り」40.6%(23卒38.0%)と合わせると、おおむね満足いく成果を得たと回答した企業は91.8%(23卒94.7%)に上り9割前後の企業が内定学生の質には満足しているようだ。企業規模別には、従業員501名以上では「満足」の合計は47.6%(23卒54.2%)、「不満」の合計は8.5%(23卒6.8%)、従業員500名以下の企業も「満足」は54.0%(23卒59.1%)、「不満」は8.0%(23卒4.0%)と企業規模に関わらず「満足」は下がり、「不満」が増加する形となった。

# DATA. 30 採用活動進行状況

## ■ 採用終了企業と継続企業の状況



**採用活動を終了した企業は 35.3% に留まる。企業規模に関わらず、「採用予定数に未達」の企業が増加。**

企業全体では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」は24.2%と23卒(28.4%)から4.2ポイント減、「採用予定数に未達だが、募集終了」は11.1%(23卒11.0%)で、すでに採用活動を終了した企業の合計は35.3%に留まった。一方「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は48.4%で23卒(45.7%)から2.7ポイント増加。前年に引き続き募集継続する企業が増加している。売り手市場の中、母集団形成に苦労すると同時に、本選考までに進む学生の歩留まりにも課題を抱える企業が増えたことから、採用活動には前年以上に苦戦する企業が増加しているようだ。

企業規模別にみると、従業員501名以上では「採用活動終了」した企業は、合計で35.7%と23卒(39.4%)から3.7ポイント減少した一方「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は50.0%と23卒(47.7%)から2.3ポイント増加。また、「予定数未達」の合計は62.2%と23卒(58.1%)から4.1ポイント増加した。従業員500名以下の企業では、「採用活動終了」した企業は、合計で35.0%と23卒(39.4%)から減少、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は47.2%(23卒44.0%)と増加した。「予定数未達」の合計も57.4%(23卒55.6%)と微増している。企業の規模に関わらず、苦戦する企業が増えている状況が読み取れる。

# DATA. 31 企業と学生の意識格差

## COLUMN

選考の際、企業が学生のどのような点を重視し、学生は何をアピールしているのか。その意識のギャップをみるのがこの調査の目的である。結論から言うならば、毎年のことではあるが、両者間には相変わらず大きな隔りが存在している。

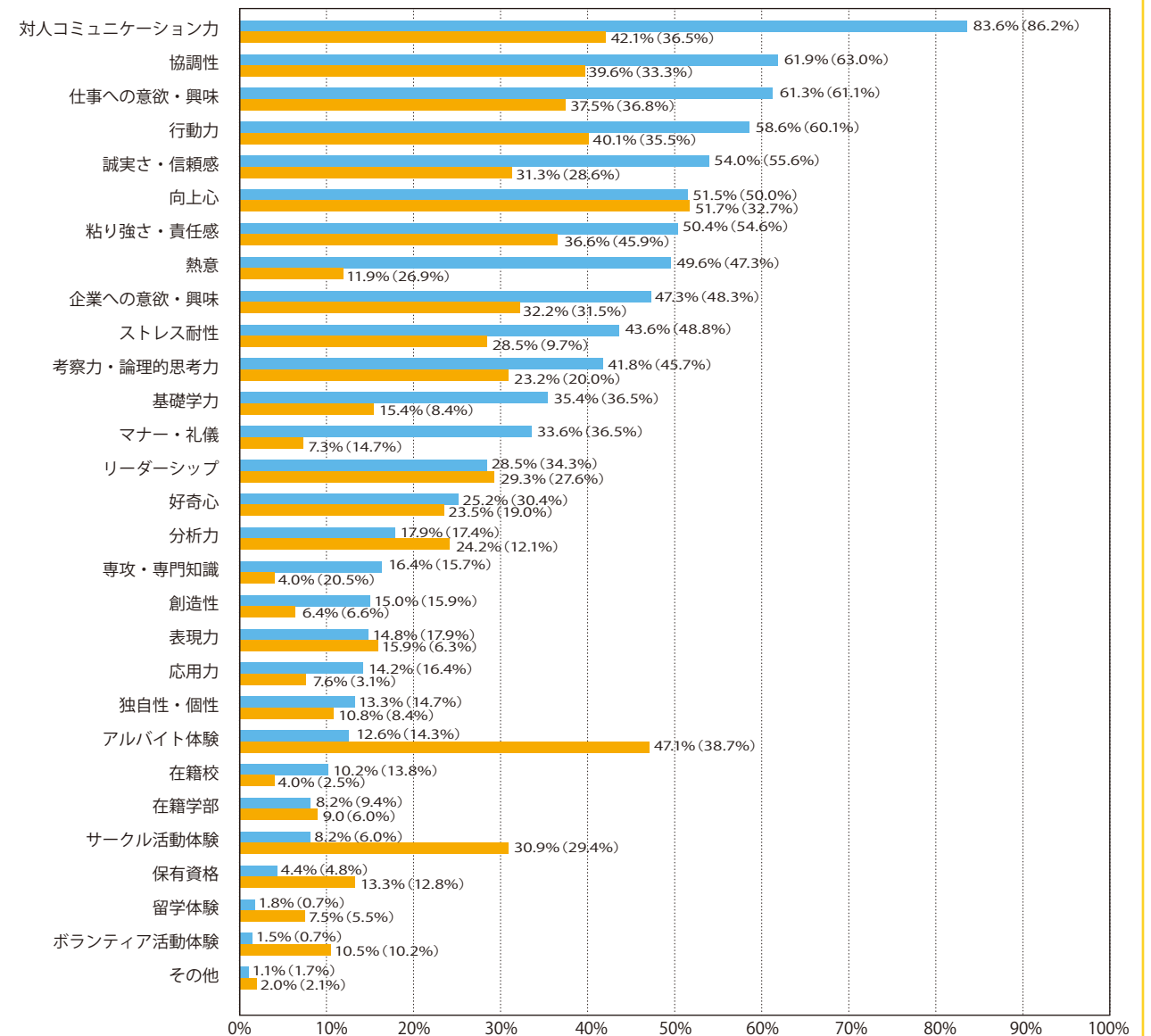
企業が重視する点の1位は、「対人コミュニケーション力」で83.6%(23卒86.2%)。2位に20ポイント以上の大差をつけての1位であり、当然学生にも意識して欲しいところだが、現実には学生のアピールしたいポイントとしては42.1%(23卒36.5%)と、依然として両者の意識のギャップは倍近くある。企業の2位は「協調性」61.9%(23卒63.0%)で、これに対して学生は39.6%(23卒33.3%)と若干高まったが、まだまだ両者間のギャップは大きい。企業の3位は「仕事への意欲・興味」で61.3%(23卒61.1%)。この項目が重視されるのは、採用選考の本質を考えれば当然のことであるが、学生では6位の37.5%(23卒36.8%)に留まった。それに続く企業の4位は

「行動力」58.6%(23卒60.1%)で、学生では40.1%(23卒35.5%)。上記の4項目はいずれも例年企業が上位で重視しているものだが、学生の意識がいまだに追いついていない。

一方、学生がアピールしたいポイントの1位に挙げているのが「向上心」51.7%(23卒32.7%)で、これは企業では51.5%(23卒50.0%)で6位ながら最も意識のギャップが小さい。しかし、ギャップの小さい項目はこれだけで、学生の2位の「アルバイト体験」47.1%(23卒38.7%)を重視する企業はわずか12.6%(23卒14.3%)に留まり、「サークル活動体験」30.9%(23卒29.4%)でも重視する企業は8.2%(23卒6.0%)に過ぎない。

意識ギャップがある以上、「アルバイト体験」や「サークル活動体験」から一歩踏み込んで、学生がそうした体験から何を学び、どう成長したか面接で引き出す力が企業には求められる。

## ■ 企業の選考重視点と学生のアピールポイント比較 ※カッコ内は昨年の数値





C O L U M N



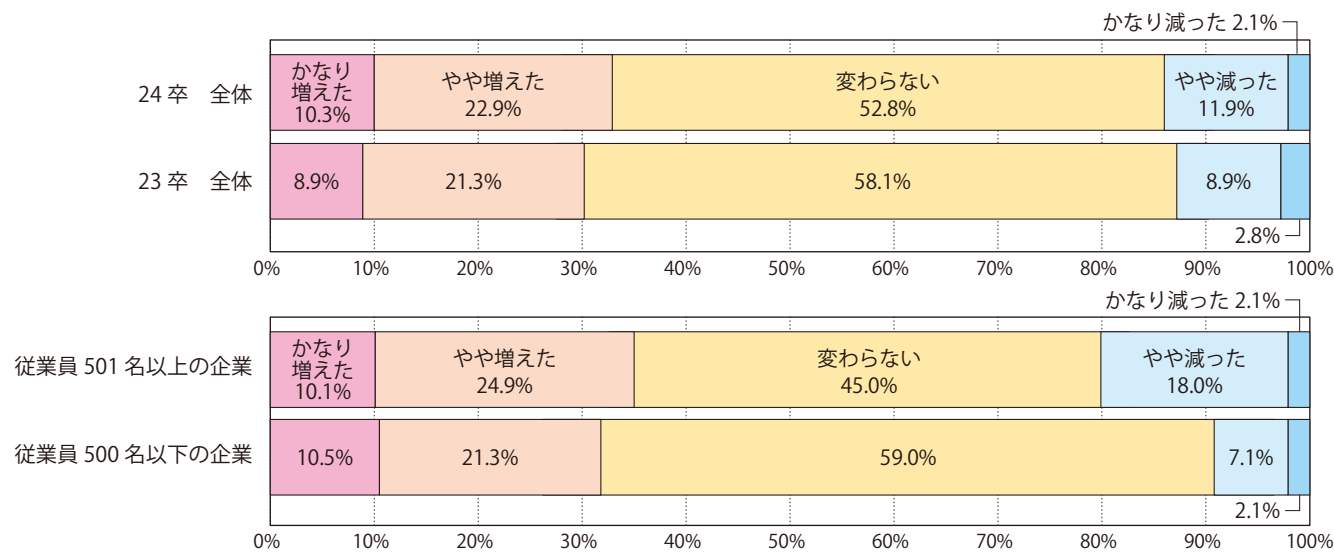
例年、多くの企業が「内定の歩留まりが読みにくい」、「辞退学生が増加している」を採用課題として挙げているが、それは24卒においても継続している（DATA.28参照）。内定辞退が「かなり増えた」「やや増えた」の合計は33.2%（23卒30.2%）と「やや減った」「かなり減った」の14.0%（23卒11.7%）を大幅に上回っている。内定者フォロー・辞退防止は、採用活動においても最重要課題のひとつだけに、各企業の対策方法に注目が集まる。一方で、学生が内定先企業にどのような対応を期待しているのか。併せて調査

した。

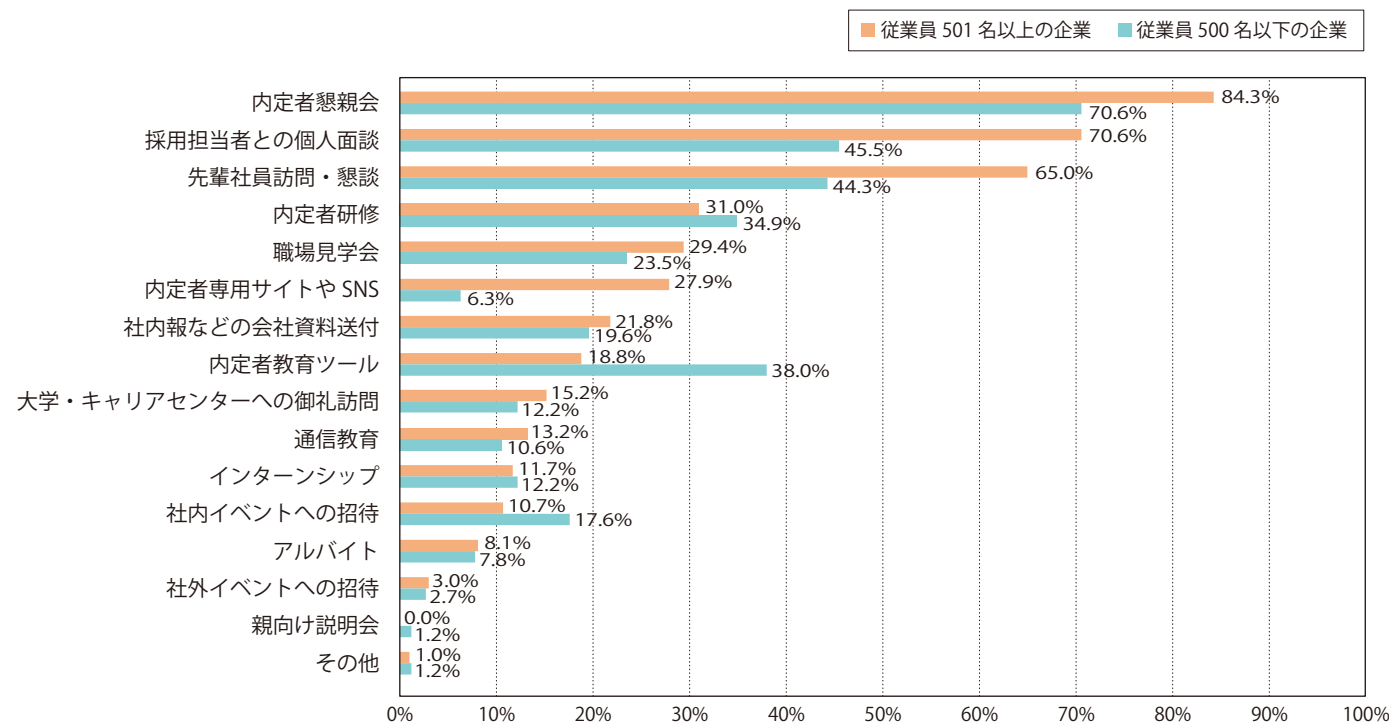
企業規模別にその対応策を見てみると、従業員501名以上の企業では、「内定者懇親会」84.3%（23卒83.5%）、「採用担当者との個人面談」70.6%（23卒59.8%）、「先輩社員訪問・懇談」65.0%（23卒66.0%）の順に高く、「採用担当者との個人面談」を増やした大手企業が増加した。一方、従業員500名以下の企業でも、「内定者懇親会」70.6%（23卒63.2%）、「採用担当者との個人面談」45.5%（23卒39.1%）、「先輩社員訪問・懇談」44.3%（23卒40.0%）の順で、

数字としては大手ほど高くないが同様の傾向が見られる。企業規模に関わらず、上位に挙げられた対策は「対面」によるコンタクト。コロナ禍による人流の規制や対面の制限が解除された前年の傾向が、今年もそのまま引き継がれた形になった。「内定者懇親会」を中心に、内定者と密にコンタクトを取ることで、辞退防止に努めようとする企業の姿が見て取れる結果となった。

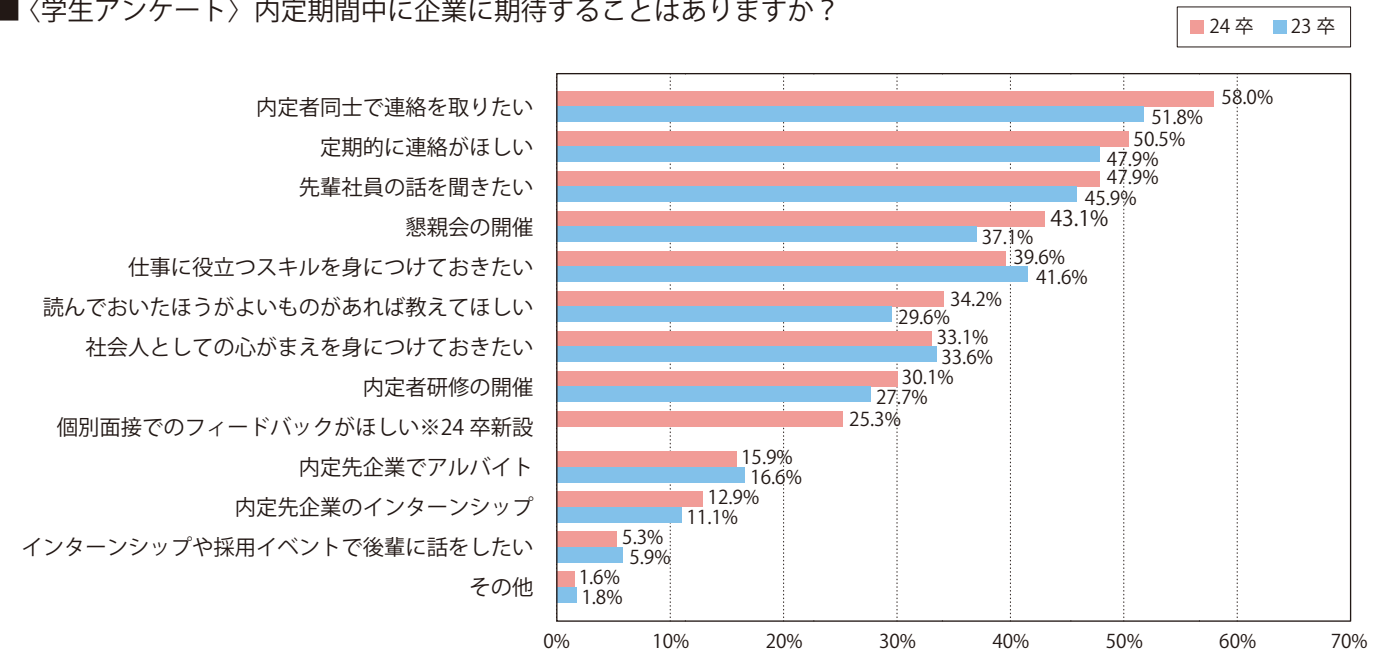
■〈企業アンケート〉内定辞退の増減



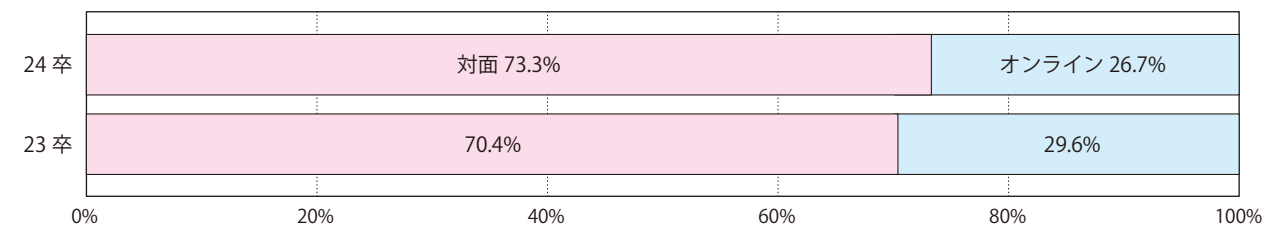
■〈企業アンケート〉内定者フォローや辞退防止のために実施したもの（今後の予定も含む）



■〈学生アンケート〉内定期間中に企業に期待することはありますか？



■〈学生アンケート〉内定企業との交流は、対面・オンラインのどちらを希望しますか？



一方、学生は内定先企業にどのような対応を期待しているのだろうか。1 位となったのは「内定者同士で連絡を取りたい」で 58.0%で23卒（51.8%）から6.2ポイント増加した。「懇親会の開催」43.1%も23卒（37.1%）から6ポイント増加しており、どんな同期と働くのか、内定者同士の交流に対する期待値は高いようだ。それに次ぐのが「定期的に連絡が欲しい」50.5%（23卒47.9%）、「先輩社員の話を聞きたい」47.9%（23卒45.9%）で、基本的な傾向は例年と大きな変化はない。内定企業との交流については73.3%（23卒70.4%）の学生が「対面」を希望しており、「オンライン」希望

は26.7%に留まる。オンライン選考が主流となり、選考中に社員と対面で接触する機会も少ないため、せめて内定後は直接接触したいと考える学生が多いようだ。企業の対応・学生の希望を比較すると、企業は懇親会等を通じて内定者同士の交流に努め、さらには社員とコミュニケーションをはかる機会を設けるなど、学生のニーズに合致した対応策を取っており、その意味では現状できうる対策は行っているといえるのではないだろうか。

COLUMN

筆記・適性テストを実施した企業は92.6%。すでに選考の必須ツールとして定着。企業規模に関わらず、「ストレス耐性」を重視する企業が増加。

採用選考において筆記・適性テストを実施している企業は全体で92.6% (23卒91.5%)。ここ数年は9割を超える高い水準で推移しており、すでに採用選考の必須ツールとして定着していることがうかがえる。

テスト実施のタイミングは、「面接前」61.9% (23卒61.7%)、「面接時」25.1% (23卒26.7%)、「説明会・セミナー時」7.4% (23卒6.6%)の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が87.0%で23卒(88.4%)同様、選考ステップの一つとして活用している企業が多いことがわかる。

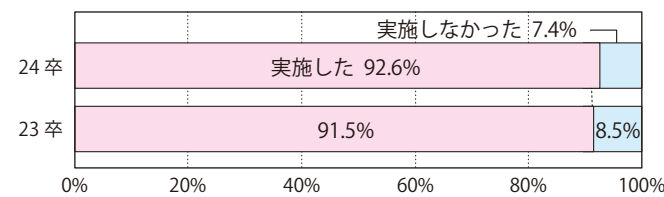
企業規模別にテストで重視しているポイントを見ると、従業員501名以上の企業では「ストレス耐性」66.5% (23卒64.9%) が最も多い。以下、「態度・性格・気質」57.4% (23卒58.2%)、「職務適性」47.7% (23卒48.5%)、「基礎学力」39.6% (23卒50.5%)、「考える力」38.1% (23卒49.0%)と続く。

一方、従業員500名以下の企業では、「態度・性格・気質」が51.8% (23卒48.6%)で1位。「ストレス耐性」49.4% (23卒49.1%)と「職務適性」49.4% (23卒45.9%)が同率の2位で続く。以下、「考える力」30.2% (23卒29.5%)、「基礎学力」25.5% (23卒25.5%)が続く。企業規模に関わらず、基本的な傾向に大きな変化はないが、「ストレス耐性」を重視する企業の割合は増加している結果となった。

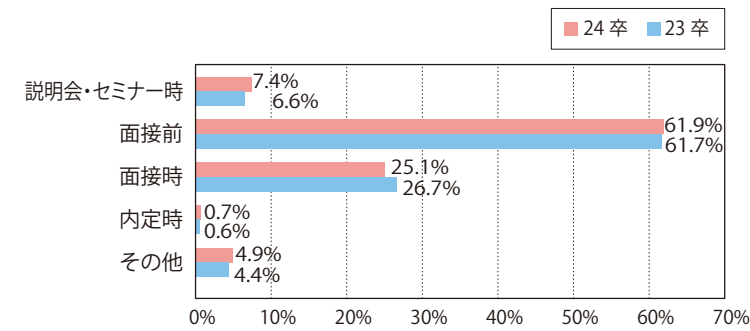


■〈企業アンケート〉

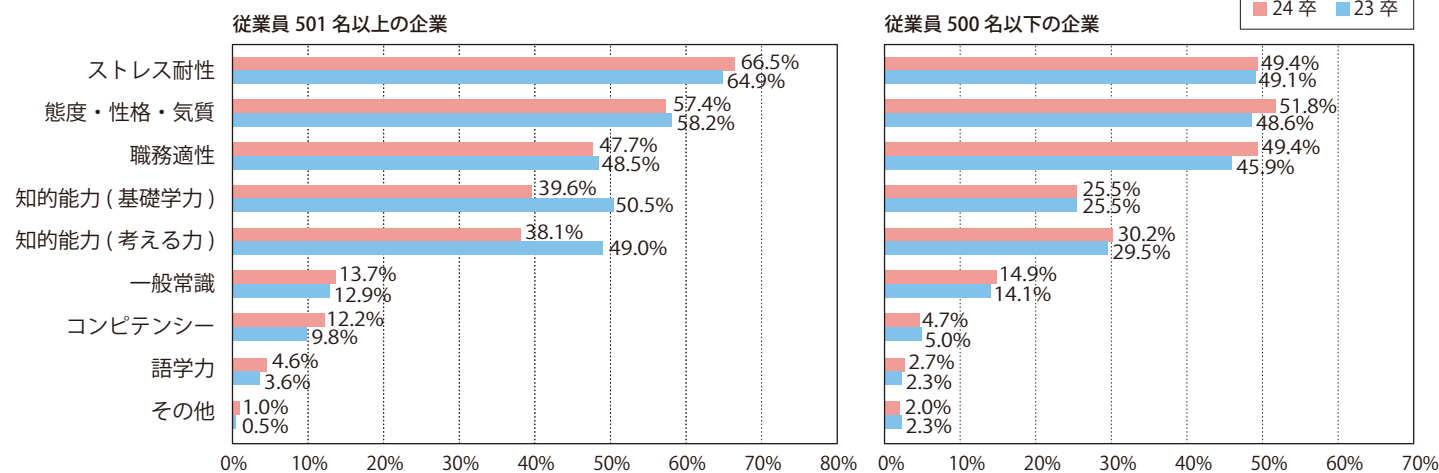
採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



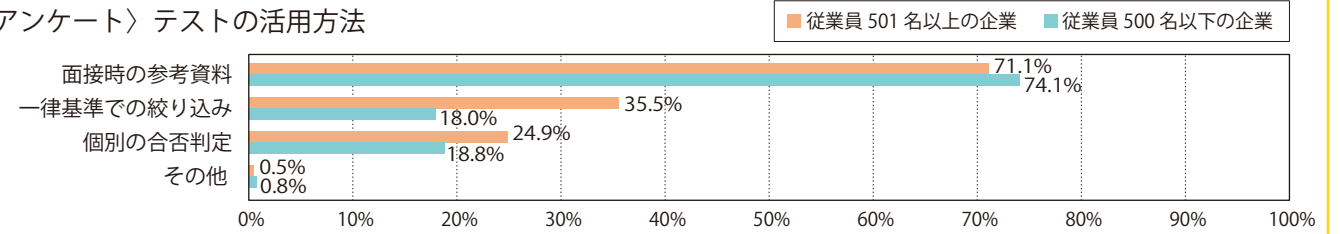
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



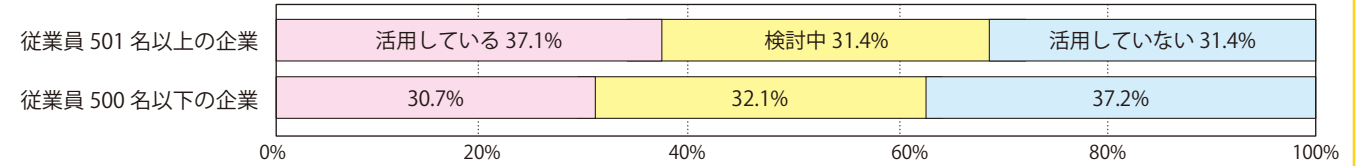
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



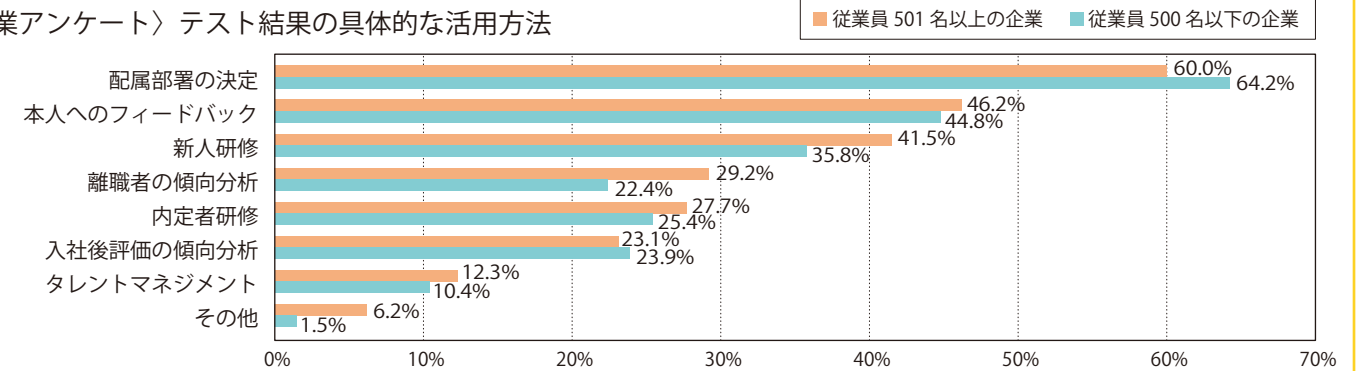
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈企業アンケート〉テスト結果を入社後に活用していますか



■〈企業アンケート〉テスト結果の具体的な活用方法



大手の71.1%、中堅・中小企業の74.1%が、「面接時の参考資料」としてテストを活用。20.4%の企業が、今後「ストレス耐性テスト」導入を希望。

筆記・適性テストの活用方法は、「面接時の参考資料」が従業員501名以上の企業で71.1%、従業員500名以下の企業で74.1%と企業規模に関わらず高い数字を示している。「面接時」に実施する企業が多いことを考えると、納得のいく数字だろう。「一律基準での絞り込み」は、501名以上の企業35.5%に対して、500名以下の企業では18.0%。「個別の合否判定」も501名以上の企業24.9%に対して、500名以下の企業では18.8%で、絞り込みや合否判定に活用する中堅・中小企業は大手企業ほど多くないのが現状だ。

また、入社後のテスト結果の活用について、501名以上の企業で「活用している」が37.1%、「検討中」が31.4%。その活用方法は「配属部署の決定」

が60.0%と最も高く、以下、「本人へのフィードバック」46.2%、「新人研修」41.5%と続く。一方、500名以下の企業では「活用している」30.7%、「検討中」32.1%という結果。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」が最多で64.2%。以下、「本人へのフィードバック」44.8%、「新人研修」35.8%と続く。

今後導入してみたいテストについては、「ストレス耐性」が20.4% (23卒24.2%)と最も高く、以下、「職務適性」13.7% (23卒18.8%)、「態度・性格・気質」11.6% (23卒13.8%)、「考える力」10.7% (23卒13.8%)と続く。前年と比較して数字自体は減少しているが、各テスト共にすでに多くの企業で導入済みであり、伸び率の低さは、逆に普及率の高さを示しているともいえる。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト

