

〈調査概要〉

【26 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 2026 登録者で
2026 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：1,621 名
調査期間：2025 年 6 月 3 日～7 月 4 日
調査方法：Web 入力フォームより記名回答

【26 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業
有効回答：601 社
調査期間：2025 年 6 月 3 日～7 月 11 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

【25 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 2025 登録者で
2025 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：1,829 名
調査期間：2024 年 6 月 3 日～7 月 5 日
調査方法：Web 入力フォームより記名回答

【25 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業
有効回答：616 社
調査期間：2024 年 6 月 3 日～7 月 12 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



採用・就職活動の総括

【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》インターンシップ類	16～20
DATA. 14	《COLUMN》生成AIの活用	21
DATA. 15	《COLUMN》学生のキャリア観、コース別・職種限定採用	22
DATA. 16	《COLUMN》新卒紹介サービス	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

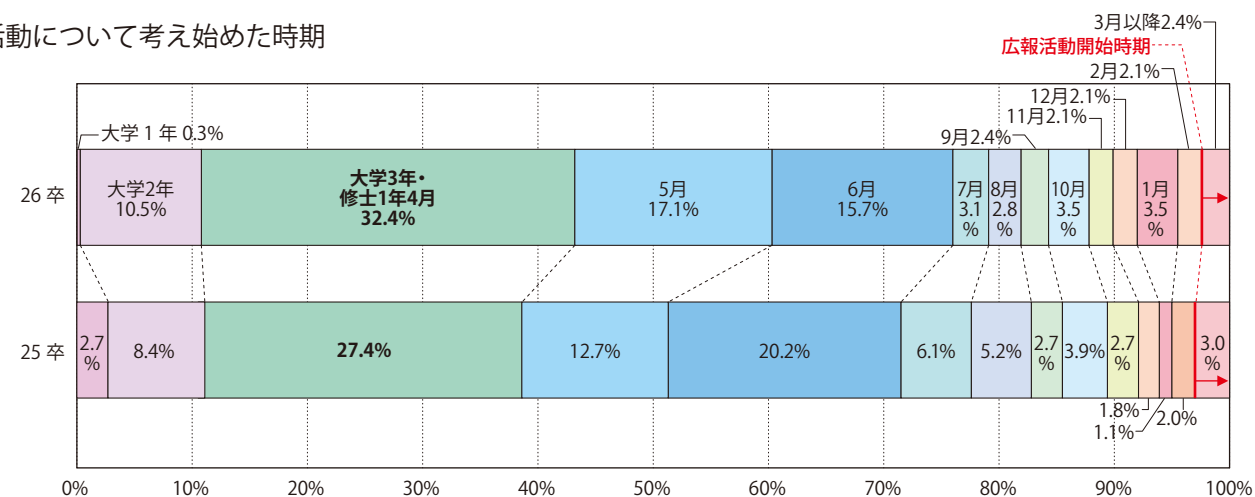
第1章 学生の 就職活動 総括

POINT

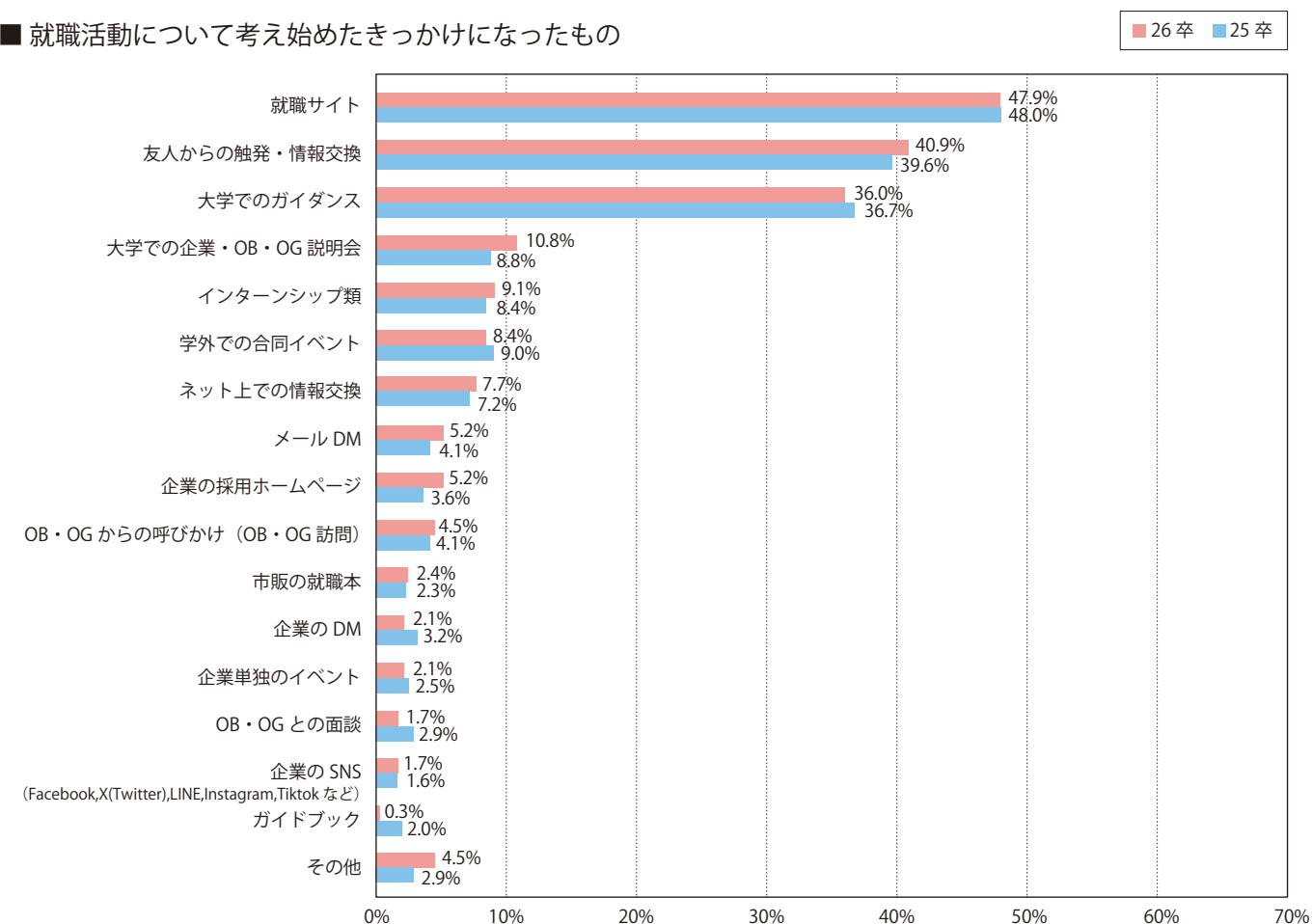
- 学生の動き出しは全般的に早期化傾向が加速。
- 就職サイト登録数は横ばい、エントリー数は41.0社に増加。
- 企業セミナー参加数は19.9社。受験企業数は15.4社と微増。
- 3月以前に面接を受けた学生は85.2%。
5月までに面接を受けた企業数は全受験企業数の53.9%に当たる8.3社。
- 「内定あり」学生は86.4%、重複内定を持つ学生は70.4%、平均内定社数は2.87社。
- 内定獲得時期は「2月以前」がピーク。文系で36.1%、理系で41.2%が2月以前に内定獲得。
- 「就職先が決まって活動を終了した」学生は64.1%、
うち「第一志望に決まった」学生は58.9%。
- インターンシップ類に参加した学生は79.0%。平均参加回数は7.9回。
インターンシップ類参加企業に入社を決めた学生は34.5%。
参加経験が入社企業選択に影響した学生は84.8%。
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」学生は24.3%。
- 就職活動に生成AIを活用した経験のある学生は64.3%と倍増。
活用方法は多様化し、「使用しなかった場面の方が少ない」という声も。
- 「新卒で入社した会社にずっと勤め続けたい」学生は54.4%。
- 新卒紹介サービスを利用した学生は30.9%。
- Uターン志向の学生は48.2%。希望する理由は「家族と一緒に生活したい」が49.4%。
- 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」
「先輩社員の話を聞きたい」「定期的に連絡がほしい」。

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



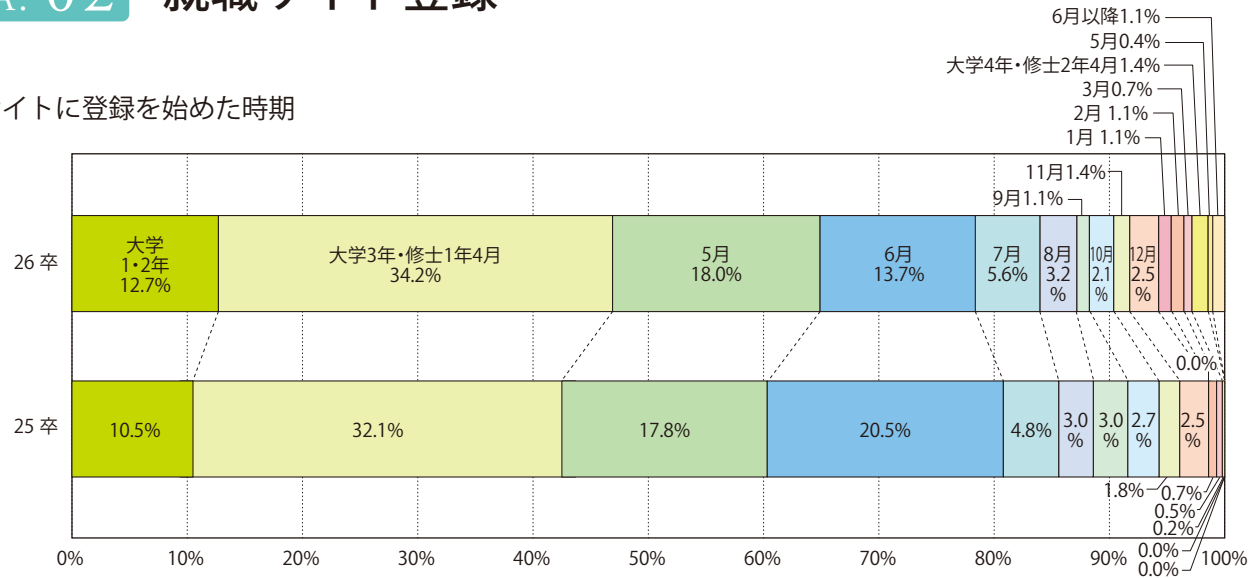
就職について考え始める時期は早期化が加速。「大学3年5月」までが6割超えに。
きっかけは、例年同様「就職サイト」、「友人からの触発・情報交換」、「ガイダンス」。

学生が就職活動を考え始めた時期は、前年と同じく「大学3年4月」が32.4%と最多で、25卒(27.4%)から5.0ポイント増加した。また、「大学3年5月」は17.1%で、25卒(12.7%)から4.4ポイント増加。「大学3年5月」までに考え始めた学生は6割を超え(25卒51.2%→26卒60.3%)、夏のインターンシップ類の応募開始が増える「大学3年6月」を含めると76.0%(25卒71.4%)に達し、早期化が加速した。

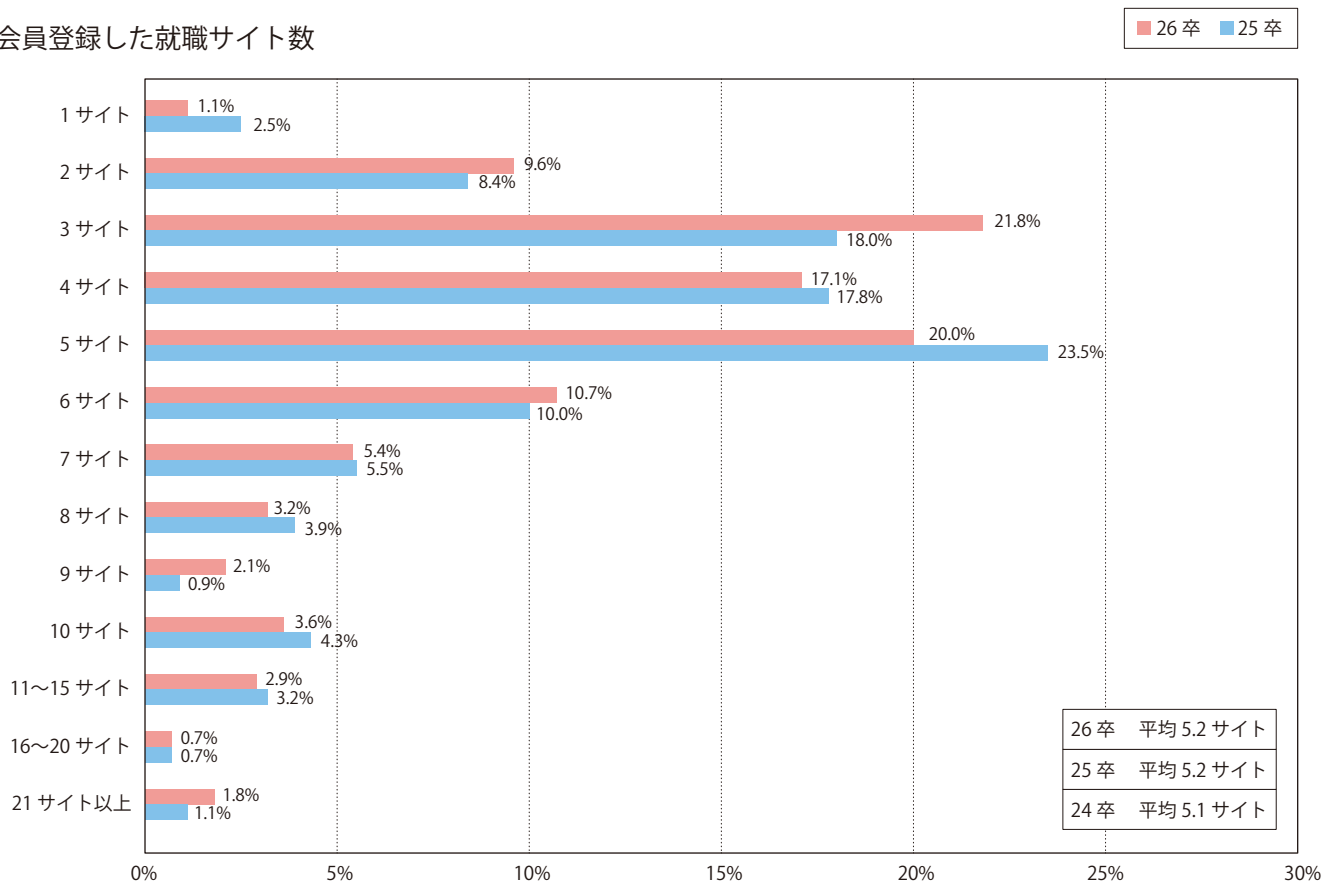
就職活動を考え始めたきっかけは、1位「就職サイト」47.9%(25卒48.0%)、2位「友人からの触発・情報交換」40.9%(25卒39.6%)、3位「大学でのガイダンス」36.0%(25卒36.7%)の順で、数字の微増減はあるものの、上位の3項目を挙げる学生が多いのは前年同様。それに続くのが「大学での企業・OB・OG説明会」10.8%(25卒8.8%)、「インターンシップ類」9.1%(25卒8.4%)と傾向に大きな変動はない。

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



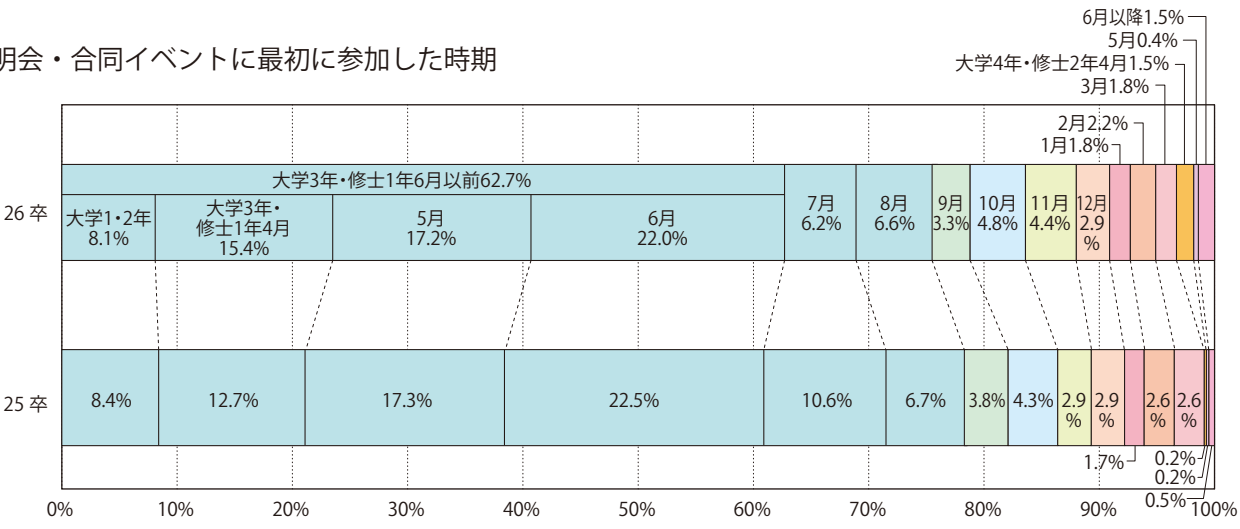
**就職サイトの登録開始は「大学3年4月」がピークで、早期化が加速。
平均登録サイト数は5.2サイトで横ばい。10サイト以上の積極派は微減。**

就職サイトの登録開始については、「大学3年4月」が最多で34.2%と25卒(32.1%)から2.1ポイント増加した。「大学3年5月」までに登録を開始した学生は64.9%に上り、25卒(60.4%)から4.5ポイント増加。前倒しでサイトに登録する傾向が進んでいることがわかる。ちなみに、「大学1・2年」に登録開始した積極派は12.7%と、25卒(10.5%)から2.2ポイント増加。4月以前から会員登録を行う動き出しの早いサイトなど、就職サイトの多様化が影響していると推測される。また、夏のインターン

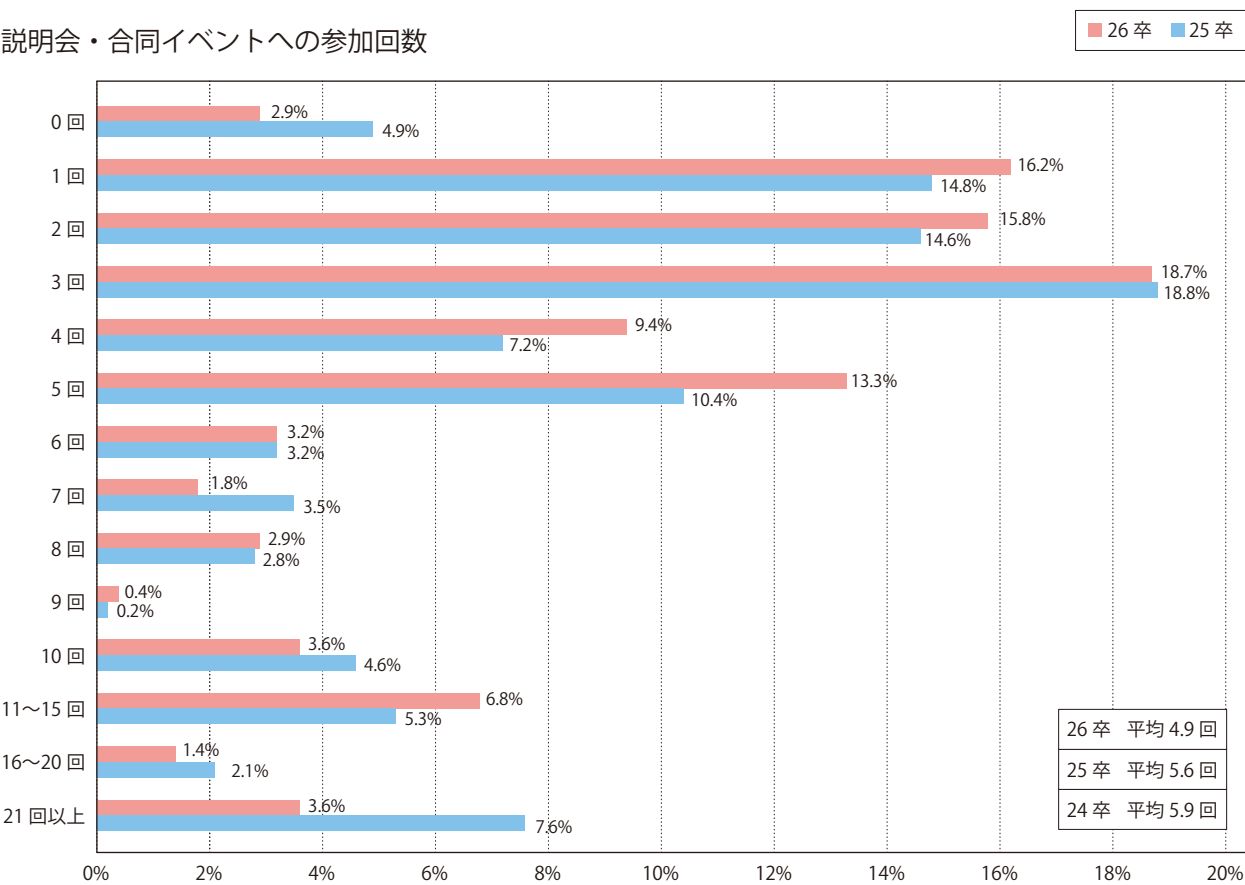
シップ類の動き出しの早まりも前倒しに影響しているようだ。登録したサイト数は、平均で5.2サイト(25卒5.2サイト)と横ばいで推移。ただし、最も多い層は「3サイト」21.8%(25卒18.0%)で、前年1位だった「5サイト」20.0%(25卒23.5%)は2位に。3位は「4サイト」17.1%(25卒17.8%)となった。「10サイト」以上という積極派は9.0%(25卒9.3%)と前年に比べて微減傾向にある。

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



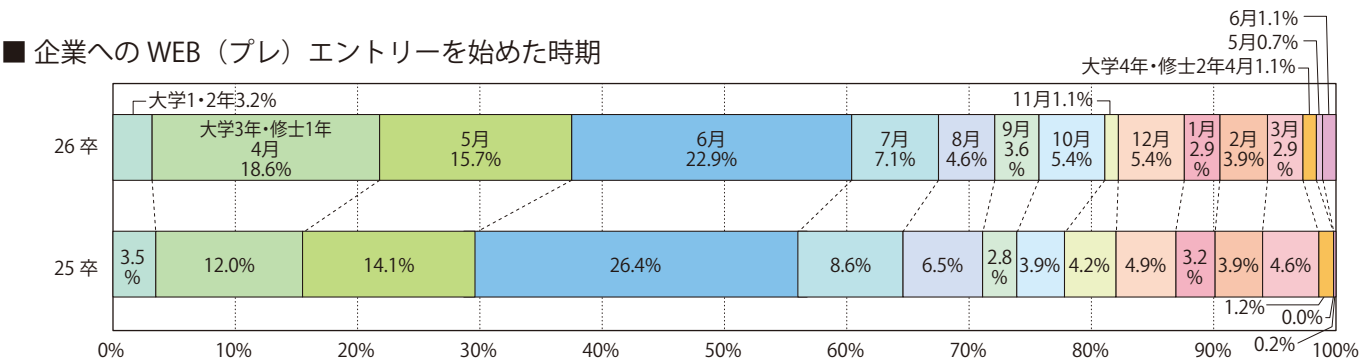
**合同イベントに最初に参加した時期は「大学3年6月」以前が62.7%と早期化が進む。
参加平均回数は4.9回と前年からは減少。**

合同説明会・イベントへの参加時期は「大学3年6月」が22.0%と最多であるのは例年と同じだが、25卒(22.5%)から0.5ポイント減少。代わって「大学3年4月」が15.4%と25卒(12.7%)から2.7ポイント増加した。「大学3年6月」以前の合計で比較すると、25卒(60.9%)から1.8ポイント増えて62.7%と早期化の傾向が顕著にみてとれる。一方、政府要請の広報活動開始時期である「大学3年3月」に参加を開始した学生は1.8%と25卒(2.6%)からさらに減少した。イベントへの参加回数は平均4.9回と25卒(5.6回)から減少し、

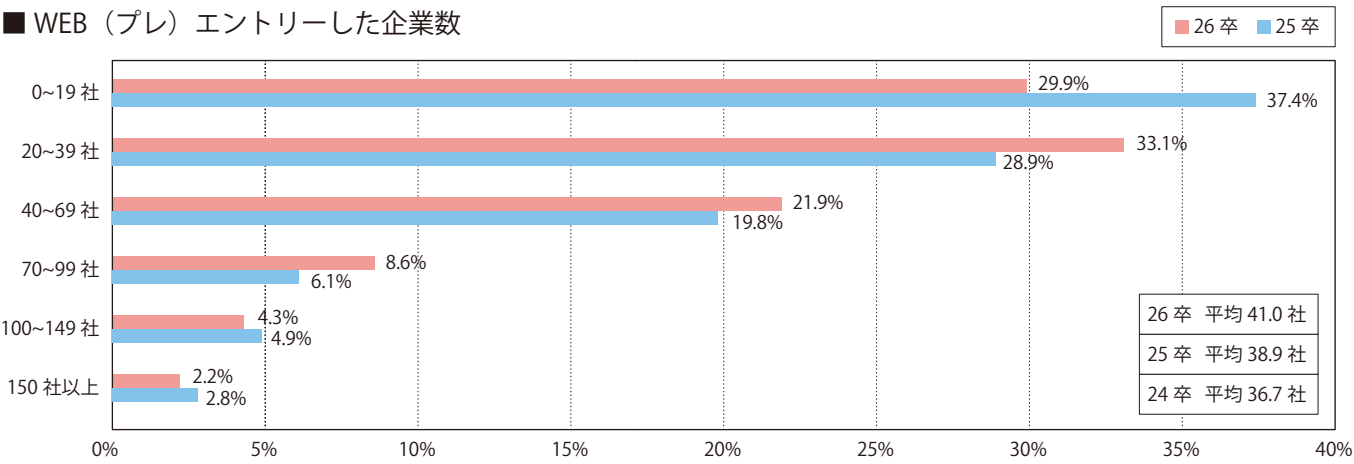
コロナ禍でイベントが中止となり参加回数が減った21卒(4.9回)と同水準に。オンライン開催の定着以降参加回数は増加していたが、26卒では減少傾向となった。最多の「3回」は18.7%(25卒18.8%)と横ばいで推移。2位は「1回」16.2%で25卒(14.8%)から1.4ポイント増加。3位は「2回」15.8%で25卒(14.6%)から1.2ポイント増加となり、1～3回の参加者が50.7%(25卒48.2%)と過半数に達した。一方で、「21回以上」の積極派は3.6%と25卒(7.6%)から4.0ポイント減少している。

DATA.04 企業エントリー

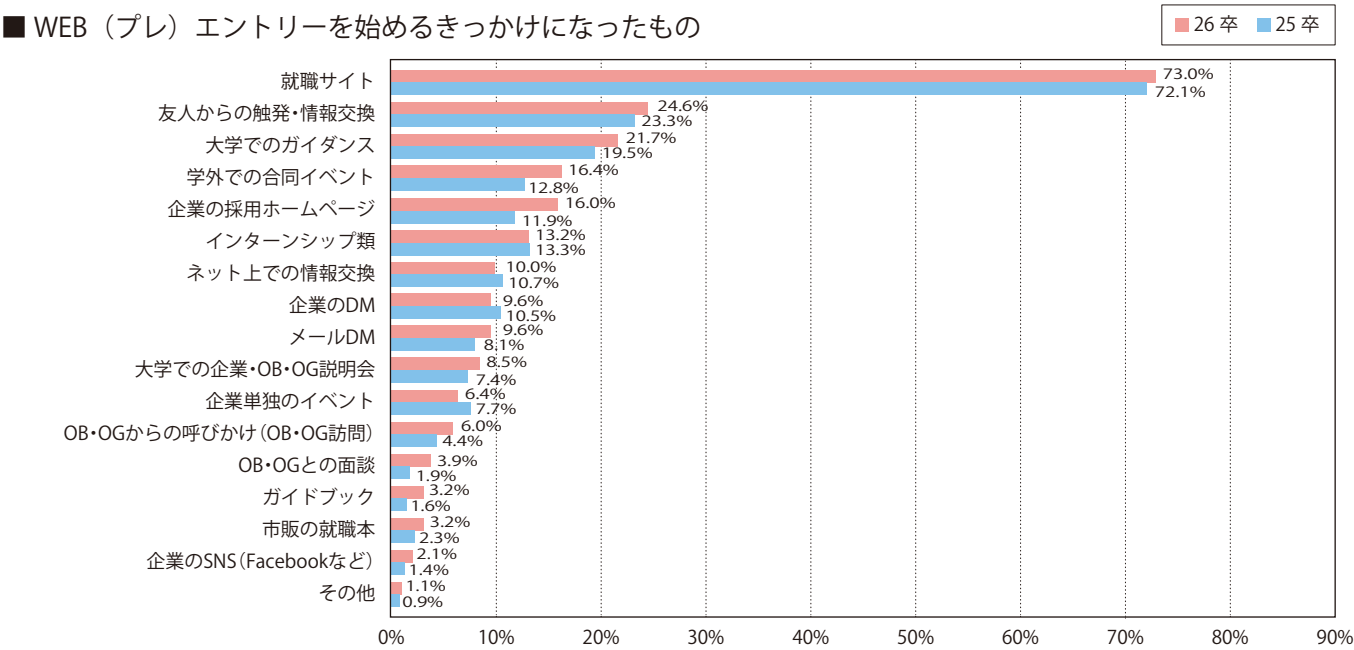
■ 企業へのWEB（プレ）エントリーを始めた時期



■ 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



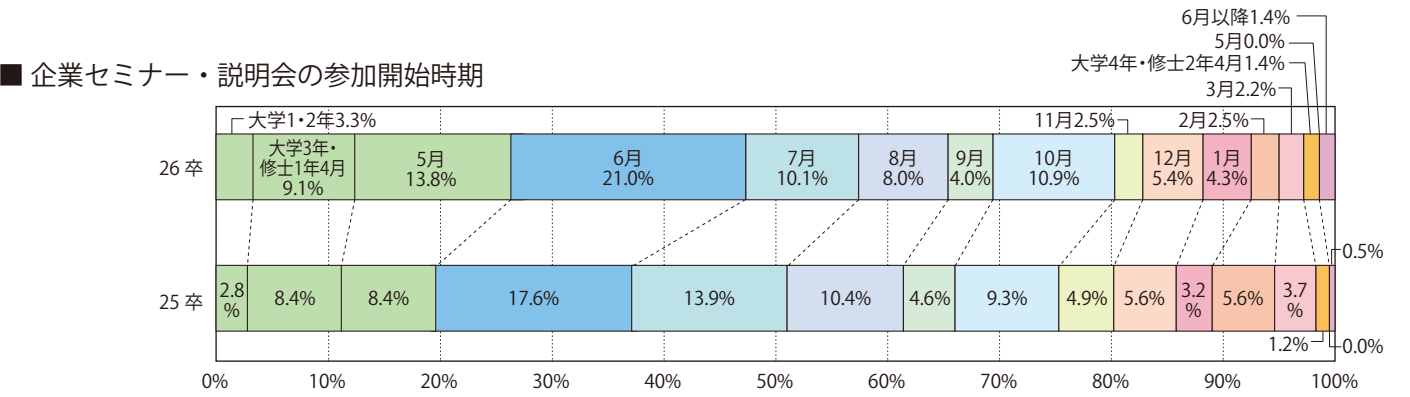
「大学3年6月」までに学生の6割がWEB（プレ）エントリーを開始。
エントリー社数は平均41.0社と前年より増加。

企業へのWEB（プレ）エントリー開始時期は、「大学3年6月」が22.9%とピークではあるものの、25卒（26.4%）から3.5ポイント減少。代わって増加したのは「大学3年4月」18.6%（25卒12.0%）と「大学3年5月」15.7%（25卒14.1%）。4月・5月を合わせると8.2ポイントの大幅増。「大学3年6月」以前の合計は60.4%で、25卒（56.0%）を4.4ポイント上回り、前倒しが進んでいるのがわかる。一方、政府要請の広報活動開始時期の「大学3年3月」は2.9%に留まり、25卒（4.6%）から1.7ポイント減少した。一人当たりのWEB（プレ）エントリー社数は平均41.0社で、25

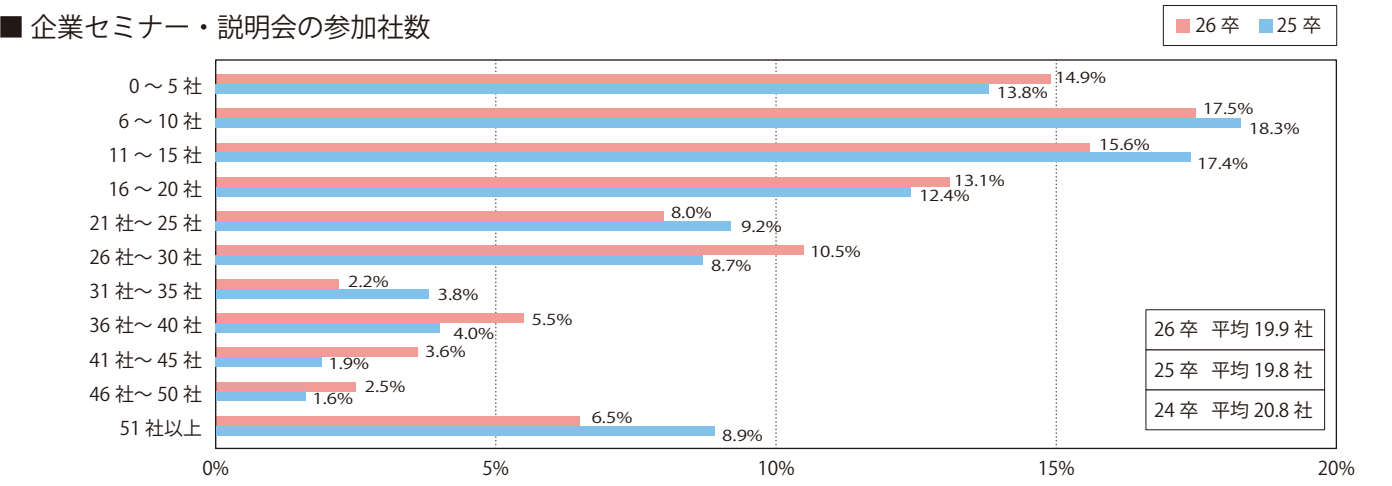
卒（38.9社）から2.1社増加。25卒では最多だった「0～19社」（37.4%）は26卒では29.9%と7.5ポイント減少。代わって「20～39社」が33.1%（25卒28.9%）でボリュームゾーンとなった。（プレ）エントリーを始めるきっかけは、例年同様「就職サイト」73.0%（25卒72.1%）が突出した1位。次いで、「友人からの触発・情報交換」24.6%（25卒23.3%）、「大学でのガイダンス」21.7%（25卒19.5%）と続き、上位の傾向に変化はみられない。目新しい動きを挙げると、「企業の採用ホームページ」が16.0%（25卒11.9%）で4.1ポイント増、「学外での合同イベント」も16.4%（25卒12.8%）と3.6ポイント増加している。

DATA.05 企業セミナー・説明会参加

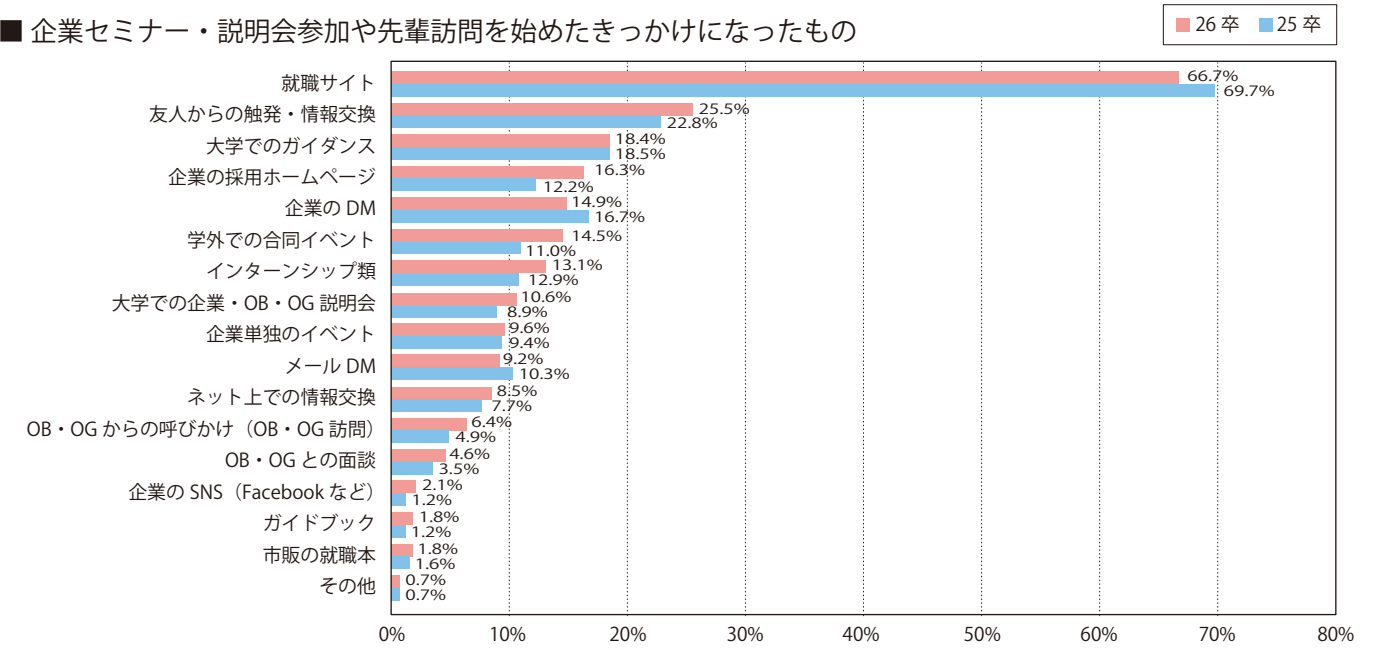
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 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



6割近くの学生が「大学3年7月」までに企業セミナー・説明会への参加を開始。
平均参加社数は19.9社で横ばい。参加のきっかけは「就職サイト」が突出した1位。

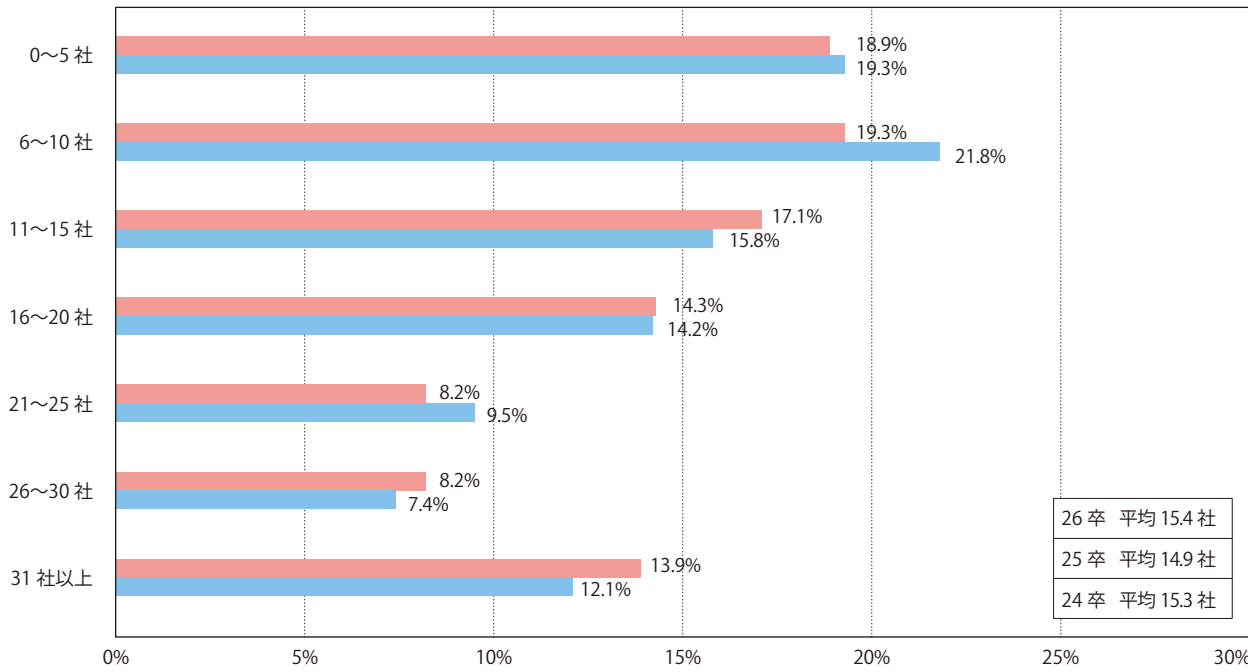
企業セミナー・説明会への参加開始時期は「大学3年6月」の21.0%（25卒17.6%）が最多で、「大学3年6月」以前の合計では47.2%（25卒37.2%）と、10ポイントの大幅増。また、「大学3年7月」までに参加した学生の合計では57.3%（25卒51.1%）で6割に迫る勢いだ。なお、「大学3年10月」が10.9%（25卒9.3%）で1.6ポイント増加しているが、これは冬のインターンシップ類への参加と推測できる。平均参加社数は19.9社で、25卒（19.8社）並みの数字に。参加社数は1位「6～10社」17.5%（25卒18.3%）、2位「11～15社」15.6%（25卒17.4%）、3位「0～5社」14.9%（25卒13.8%）と前年同様。「51

社以上」の積極派は6.5%と25卒（8.9%）から2.4ポイント減少した。参加のきっかけについては例年から大きな変動はなく、「就職サイト」66.7%（25卒69.7%）が突出した1位。以下、多少の数字の変動はあるものの、「友人からの触発・情報交換」25.5%（25卒22.8%）、「大学でのガイダンス」18.4%（25卒18.5%）と続くのも傾向としては例年通りだ。企業エントリー同様、「企業の採用ホームページ」が16.3%（25卒12.2%）で4.1ポイント増、「学外での合同イベント」も14.5%（25卒11.0%）と3.5ポイント増加している。

DATA.06 受験した企業数

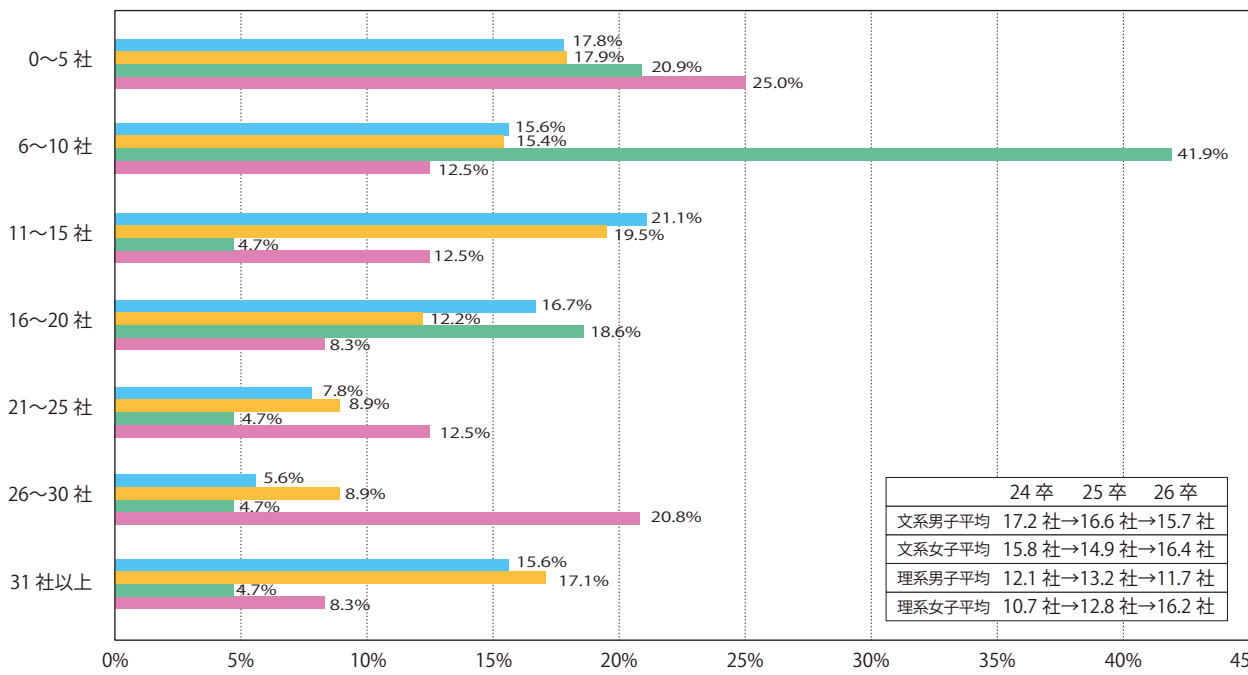
■ 受験した企業数（前年比較）

26 卒 25 卒



■ 受験した企業数（26 卒 文理男女別）

文系男子 文系女子 理系男子 理系女子



平均受験社数は 15.4 社で、前年からは増加。
文理共に平均受験社数は男子で減少、女子で増加。

受験社数は平均で 15.4 社（25 卒 14.9 社）と増加した。最多は「6～10 社」で 19.3%（25 卒 21.8%）、次いで「0～5 社」が 18.9%（25 卒 19.3%）、「11～15 社」が 17.1%（25 卒 15.8%）と続く。数字に多少の動きはあるが、前年から大きな変化はみられない。一方、「31 社以上」という積極派は 13.9% で 25 卒（12.1%）から 1.8 ポイント上昇。平均社数の増加に影響したとみられる。

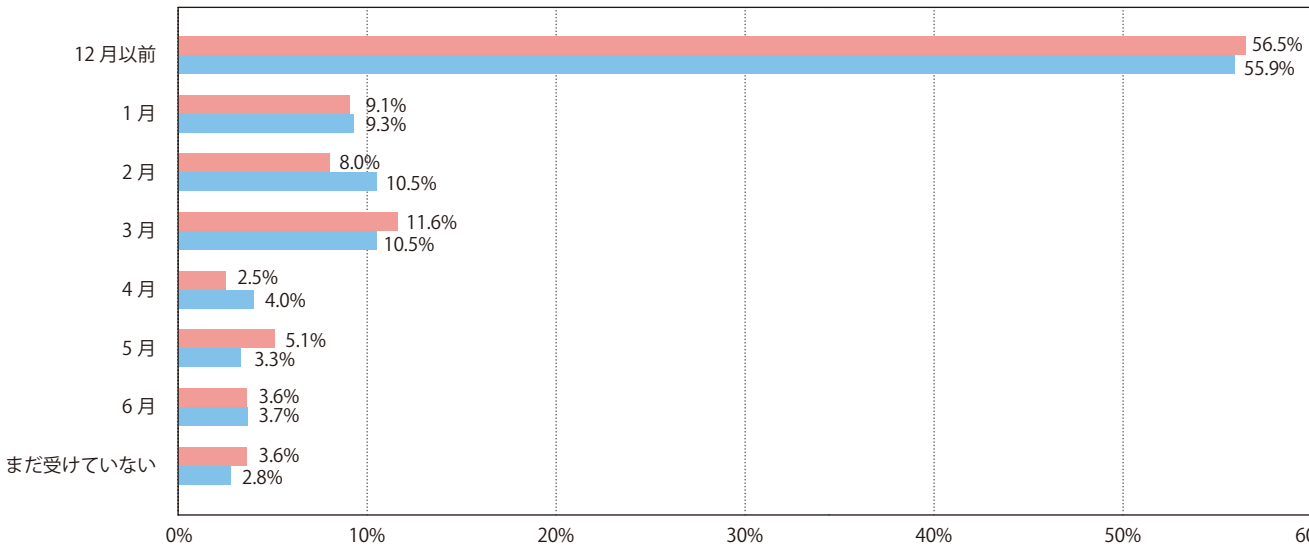
文理男女別でみると、平均社数が最も多いのは「文系女子」16.4 社（25 卒 14.9 社）、次いで「理系女子」16.2 社（25 卒 12.8 社）、「文系男子」15.7 社（25 卒 16.6 社）、「理系男子」11.7 社（25 卒 13.2 社）という順に。

文理共に女子が増加し、男子が減少する結果になった。内訳をみると、「文系女子」では前年 1 位の「6～10 社」が 15.4%（25 卒 20.5%）と減少し、代わりに「11～15 社」が最多 19.5%（25 卒 18.4%）に。「理系女子」では、「0～5 社」が 25.0%（25 卒 27.3%）と最多ではあるものの、「26～30 社」が 20.8%（25 卒 4.5%）と大幅に上昇。これらが女子の平均社数の増加に影響したとみられる。一方、「文系男子」は「0～5 社」が 17.8%（25 卒 15.9%）と上昇し、「理系男子」も「6～10 社」が 41.9%（25 卒 27.7%）と突出した伸びをみせたことで、平均社数の減少に拍車がかかった。

DATA.07 面接を受けた時期と企業数

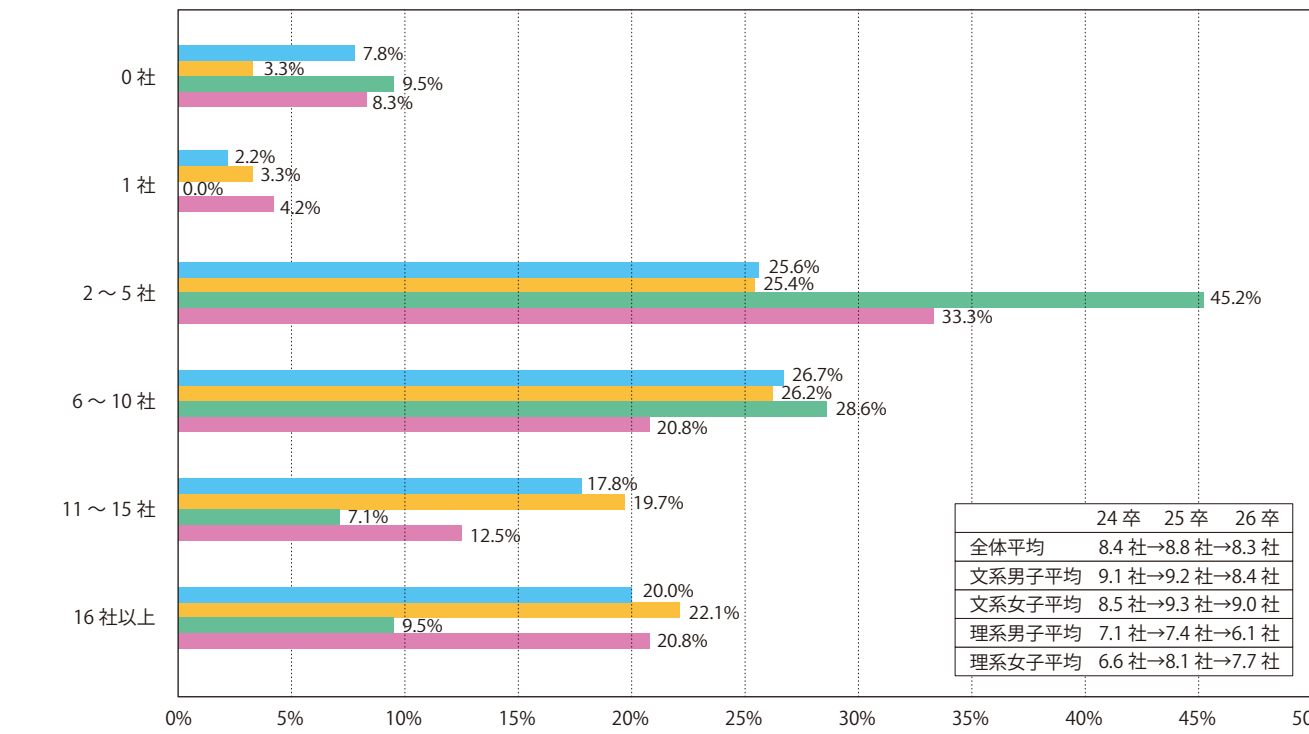
■ 初めて「面接」を受けた時期（前年比較）

26 卒 25 卒



■ 5 月 31 日までに「面接」を受けた企業数（26 卒 文理男女別）

文系男子 文系女子 理系男子 理系女子



「大学 3 年 12 月以前」に初めて面接を受けた学生は 56.5% と半数を超える。
選考解禁前に面接を受けた社数は平均 8.3 社で前年よりも微減。

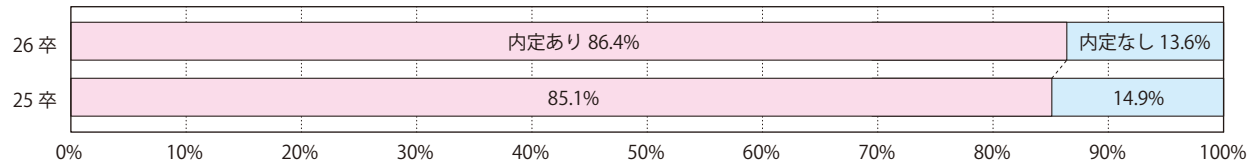
学生が初めて面接を受けた時期は「大学 3 年 3 月以前」が 85.2% と、25 卒（86.2%）から 1.0 ポイント減少したものの、8 割超は変わらず、早期化の傾向が続く。中でも「12 月以前」に受けていた学生は 56.5%（25 卒 55.9%）と過半数を占めた。「大学 4 年 4 月」は 2.5% と 25 卒（4.0%）から 1.5 ポイント減少。政府要請の採用選考活動開始時期の「大学 4 年 6 月」・「まだ受けていない」と回答した学生は、7.2%（25 卒 6.5%）と前年と変わらず少数派となっている。

選考解禁前に面接を受けた企業数は平均 8.3 社で 25 卒（8.8 社）から微減。文理男女別でみると、最も多いのは「文系女子」9.0

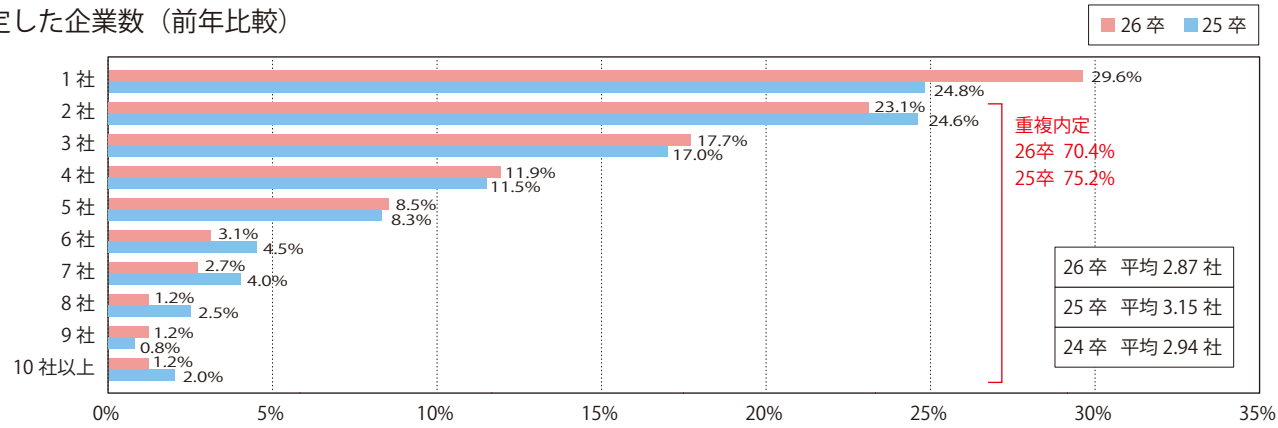
社（25 卒 9.3 社）、次いで「文系男子」8.4 社（25 卒 9.2 社）、「理系女子」7.7 社（25 卒 8.1 社）、「理系男子」6.1 社（25 卒 7.4 社）という順で、すべての属性で減少している。5 月 31 日までに面接を受けた企業数（8.3 社）は、DATA6 の受験した企業数 15.4 社中 53.9%（25 卒 59.1%）に該当。前年に比べて減少しているが、5 月までの面接率は 5 割を超え、前倒しで面接に進んでいる。文理男女別では、「文系女子」54.9%、「文系男子」53.5% に対して、「理系男子」52.1%、「理系女子」47.5% となり、5 月以前に面接を受ける割合は文系学生のほうが多い結果となった。

DATA.08 獲得した内定数

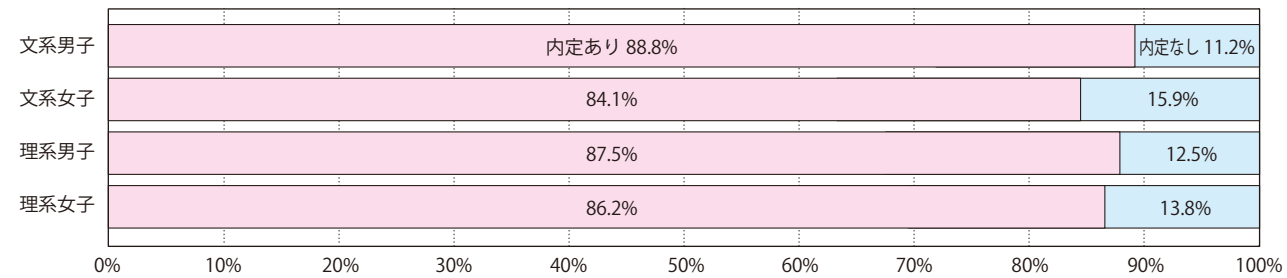
■ 内定の有無（前年比較）



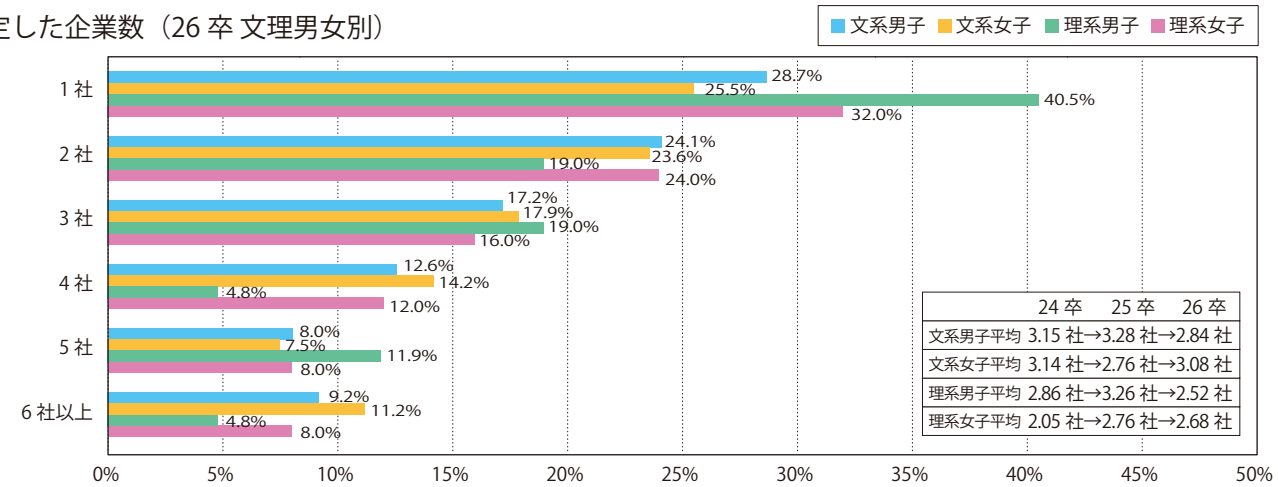
■ 内定した企業数（前年比較）



■ 内定の有無（26卒 文理男女別）



■ 内定した企業数（26卒 文理男女別）



「内定あり」学生は 86.4%で、文理男女すべての属性で高水準。
一方で、重複内定者は 70.4%、平均内定社数も 2.87 社と前年から減少。

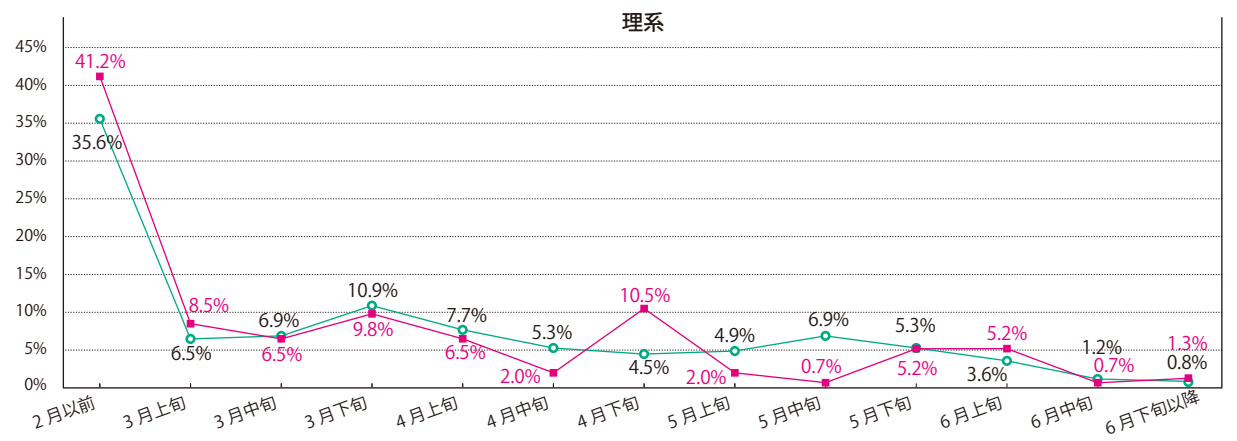
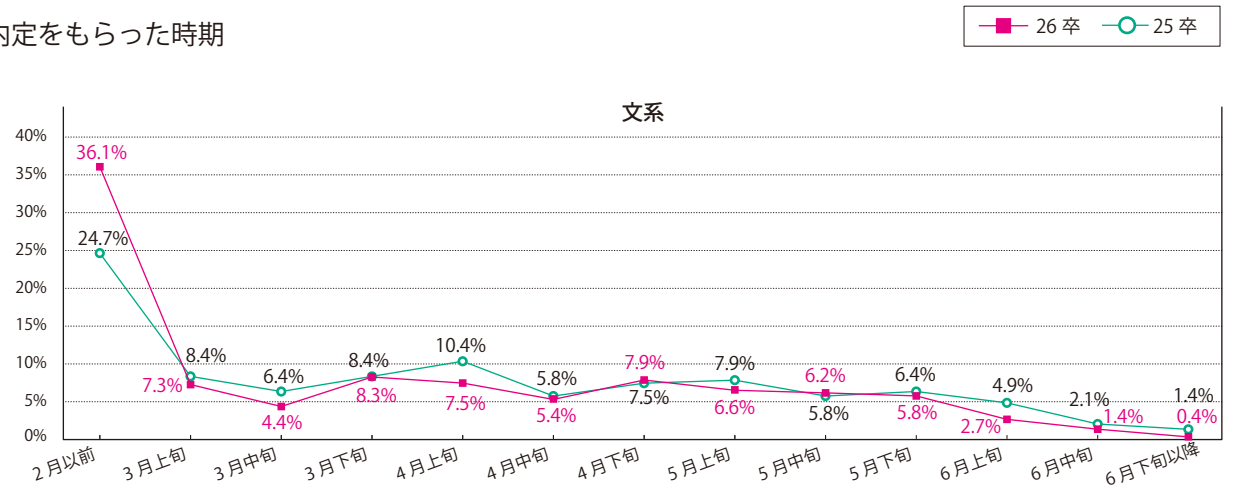
内定の獲得状況は「内定あり」が86.4%と25卒（85.1%）から1.3ポイント上昇し、高い水準での横ばいとなった。文理男女別でみると、最も高いのが「文系男子」88.8%で、苦戦傾向にあった25卒（76.6%）から12.2ポイントと大幅に増加した。次いで「理系男子」87.5%（25卒83.9%）、「理系女子」86.2%（25卒86.8%）、「文系女子」84.1%（25卒83.7%）の順となった。「理系女子」のみ微減したが、いずれも内定獲得率は8割を超え、高水準の安定した結果となった。

一方、内定した企業数は平均2.87社となり、調査開始以来、

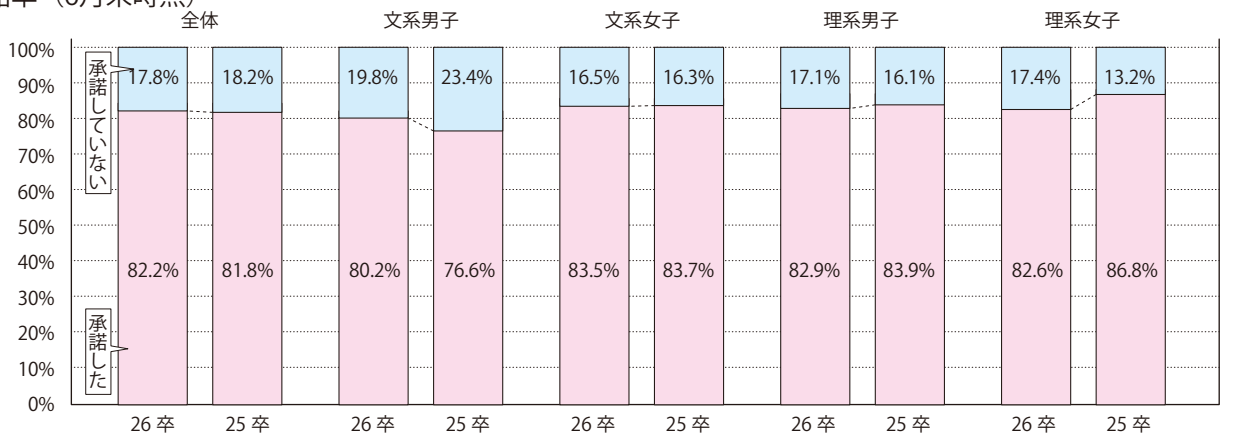
最多となった25卒（3.15社）より0.28社減少。24卒（2.94社）の水準に戻った。重複内定を獲得した学生も70.4%と25卒（75.2%）から4.8ポイント減少した。最も多い「1社」は29.6%と25卒（24.8%）から4.8ポイント上回り、「6社以上」は9.4%と25卒（13.8%）から4.4ポイント減少した。文理男女別でみると、「文系女子」3.08社（25卒2.76社）、「文系男子」2.84社（25卒3.28社）、「理系女子」2.68社（25卒2.76社）、「理系男子」2.52社（25卒3.26社）の順となり、「文系女子」の重複内定増加が目立つ結果となった。

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（6月末時点）



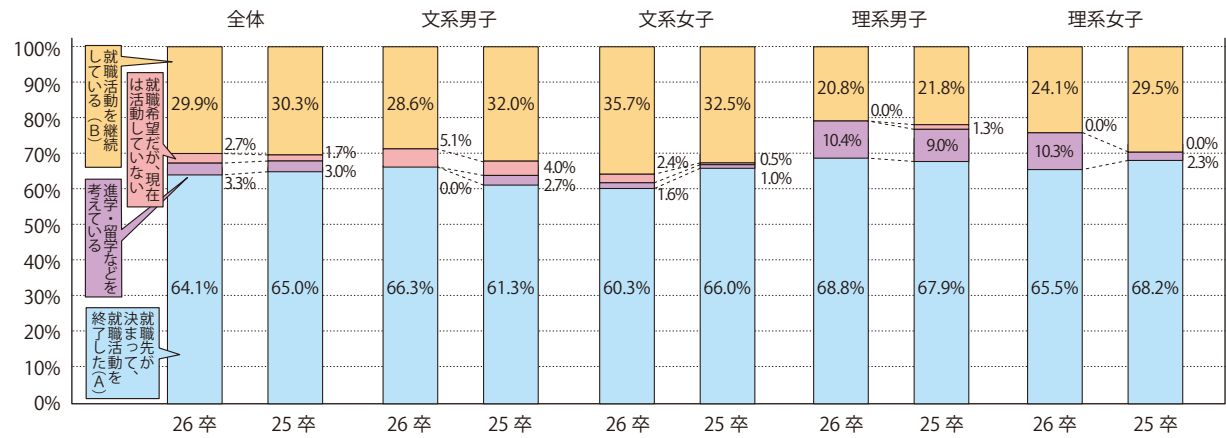
文系は「3月下旬」、理系は「3月中旬」までに半数以上が内定を獲得。
6月末時点の内定承諾率は前年より上昇し、すべての属性で8割を超える。

文理別の内定獲得時期は、文系で「2月以前」が36.1%と25卒（24.7%）から11.4ポイントの大幅増となり、早期化が加速しているのがわかる。採用選考解禁時期の「6月上旬」は2.7%に留まり、25卒（4.9%）から2.2%減少。早期化及び一極集中化が鮮明になっている。理系も同様で、最も多いのが「2月以前」で41.2%と25卒（35.6%）から5.6ポイント増加し、早期化及び一極集中化の傾向が続く。文系学生は3月下旬、理系学生は3月中旬までに半数以上が内定を獲得する結果となった。

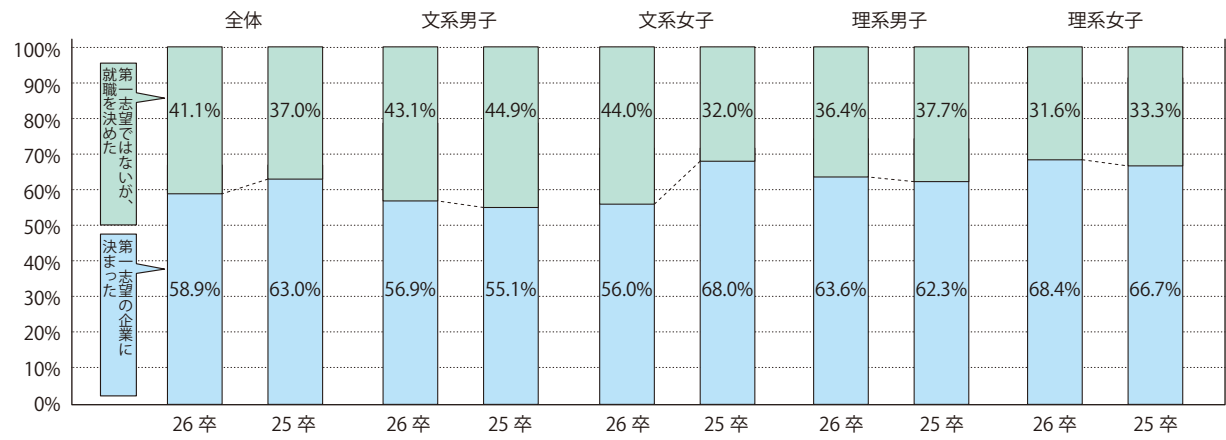
一方、6月末時点の内定承諾率は、全体で82.2%と25卒（81.8%）から0.4ポイント上昇し、高い水準で安定している。文理男女別では、「文系男子」の上昇が目立つ。前年は唯一70%台（25卒76.6%）だったが、3.6ポイント増加し80.2%となった。「文系女子」は83.5%（25卒83.7%）と横ばい。理系は男女共に前年からわずかに減少したものの、「理系男子」は82.9%（25卒83.9%）、「理系女子」は82.6%（25卒86.8%）といずれも8割を超えた。

DATA. 10 就職活動進行状況（6月末時点）

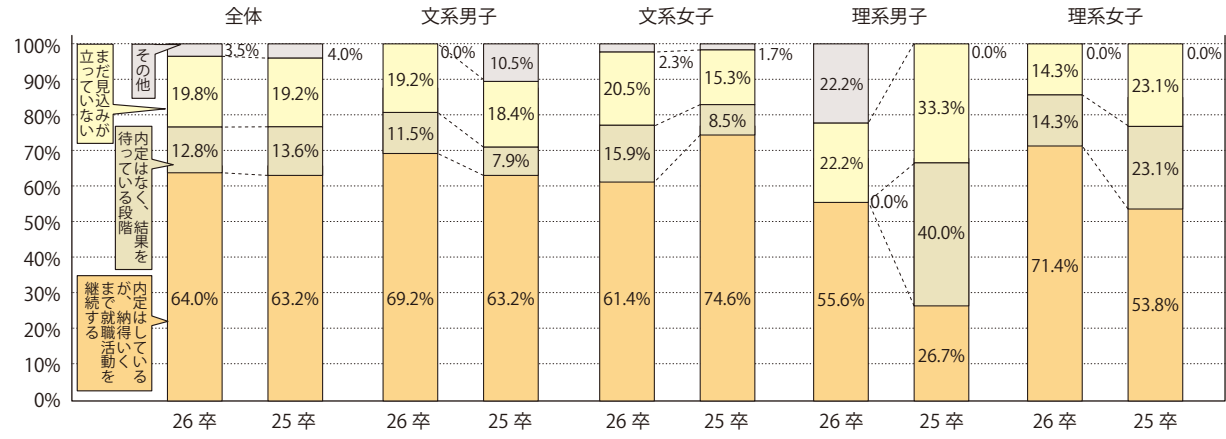
■ 学生の就職活動進行状況



■ 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64.1%と、前年に続き高水準。一方で、4割の学生が「第一志望ではないが、就職先を決めた」と回答。

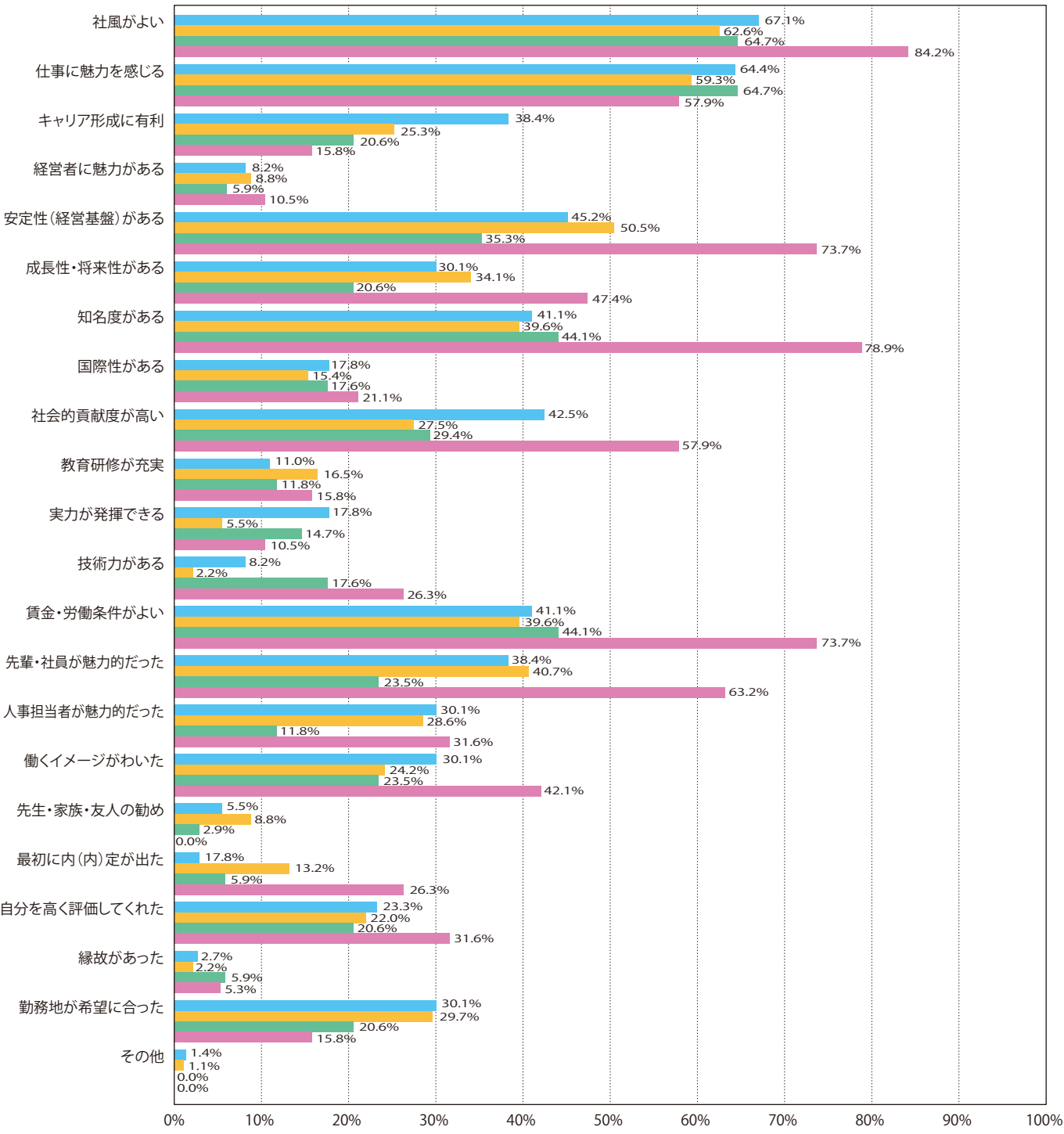
調査実施時点での就職活動進行状況について、全体で64.1%が「就職先が決まって活動を終了した」と回答。25卒（65.0%）から0.9ポイント減少したが、24卒（57.8%）・23卒（57.7%）と比較すると高水準。文理男女別でみると、最も高いのが「理系男子」68.8%（25卒67.9%）、次いで「文系男子」66.3%（25卒61.3%）となり、前年を上回る数字となった。これに対して、「理系女子」は65.5%（25卒68.2%）、「文系女子」は60.3%（25卒66.0%）とそれぞれ減少。文理共に男子は増加し、女子は減少する結果となった。

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58.9%で25卒（63.0%）から4.1ポイント減少。代わって、「第一志望ではないが、就職を決めた」と回答した学生は41.1%（25卒37.0%）と増加した。一方、就職活動を継続している学生のうち、「内定はしているが、納得いくまで就職活動を継続する」と回答した学生は64.0%と25卒（63.2%）から微増。文理男女別でみると、「文系女子」61.4%（25卒74.6%）のみ減少し、「文系男子」69.2%（25卒63.2%）、「理系男子」55.6%（25卒26.7%）、「理系女子」71.4%（25卒53.8%）と増加。より良い労働環境を求めて就職活動を続けている学生が少なからずいることがわかる。

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」、「安定性」。理系は「知名度」や「賃金・労働条件」を重視する傾向も。

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。すべての属性で「社風」が1位となり、「理系女子」84.2%（25卒54.5%）、「文系男子」67.1%（25卒60.8%）、「理系男子」64.7%（25卒48.1%）、「文系女子」62.6%（25卒65.1%）という結果に。なお、「理系男子」は「仕事の魅力」64.7%（25卒50.0%）も同率1位だった。

一方、「仕事の魅力」を2位に挙げたのは、「文系男子」64.4%（25卒54.6%）と「文系女子」59.3%（25卒59.7%）。「理系女子」は「知名度がある」78.9%（25卒45.5%）が2位となった。「理系男子」でも

「知名度」は44.1%（25卒38.5%）と高い数字で、「賃金・労働条件がよい」（25卒44.2%）と同率3位に。「理系女子」も「賃金・労働条件がよい」が73.7%（25卒39.4%）と高い数字で3位に入った。

「社風」「仕事の魅力」に続くのが「安定性（経営基盤）がある」だ。先行き不透明な社会情勢が続くためか、上位に選ばれることが定着。「理系女子」73.7%（25卒48.5%）、「文系女子」50.5%（25卒43.0%）、「文系男子」45.2%（25卒53.6%）で3位に選ばれている。入社を決めた理由の上位は変わらないものの、理系では「安定性」よりも「知名度」や「賃金・労働条件」を重視する学生が多い結果となった。

COLUMN



新型コロナウイルスの影響で急速に普及した「オンライン選考」。企業が学生と非対面で行う選考プロセスは、従来の対面式が可能になった現在においても実施され、選考方法の一部として定着。それに伴い、活用ノウハウの蓄積も進んでいる。26卒の採用・就職活動ではどのように実施・活用されているのか、その動向を調査した。

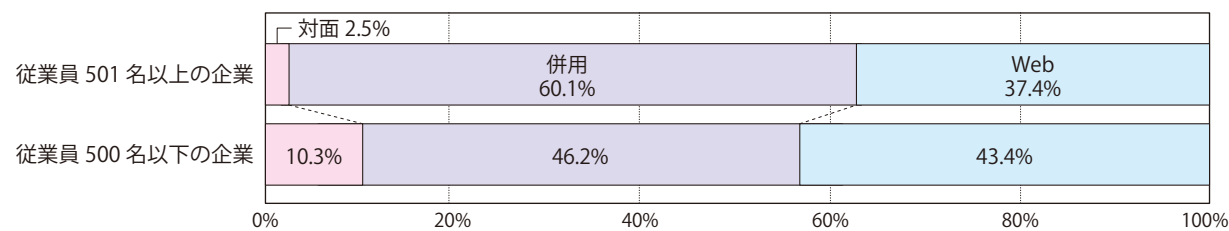
26卒において、企業は会社説明会をどのように実施したのか。「WEBのみで実施した」企業は、従業員501名以上の企業で37.4%（25卒37.9%）、500名以下では43.4%（25卒37.1%）と、中堅・

中小企業で増加した。「WEBと対面の併用」は、大手企業で60.1%（25卒60.3%）、中堅・中小企業で46.2%（25卒48.1%）。「対面のみ」の実施は、大手企業で2.5%（25卒1.9%）、中堅・中小企業で10.3%（25卒14.8%）となった。数字の増減はあるものの、企業説明会においては前年同様、WEBと対面の併用型が大手を中心に主流のようだ。

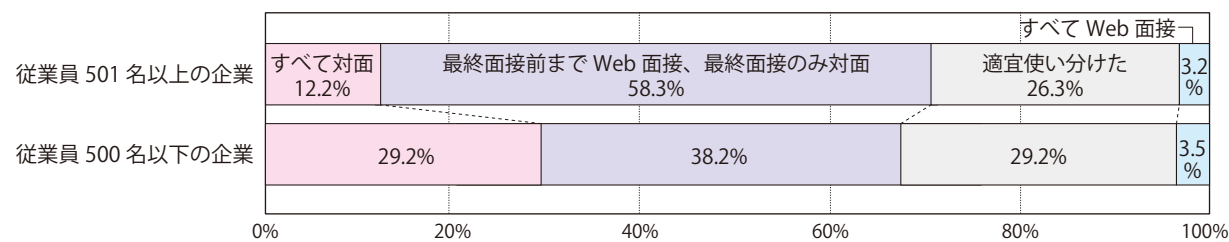
採用面接については、「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」が大手企業で58.3%（25卒52.9%）、中堅・中小企業で38.2%（25卒42.2%）と最多。「適宜使い分けた」を含めると、大手企業は84.6%（25卒79.4%）、中堅・中小企業で67.4%（25卒68.2%）という結果に。WEBと対面を組み合わせる選考を進める企業が大半を占めた。従来型の「すべて対面」での選考は、大手企業で12.2%（25卒13.7%）、中堅・中小企業で29.2%（25卒30.4%）といずれも減少傾向にある。

オンライン採用のメリットについては、「面接日程の調整がしやすい」（大手69.3%、中堅・中小58.6%）、「コストの削減ができた」（大手68.1%、中堅・中小57.9%）「応募が増えた」（大手54.6%、中堅・中小60.7%）を挙げる企業が多いのは前年の傾向と変わらない。

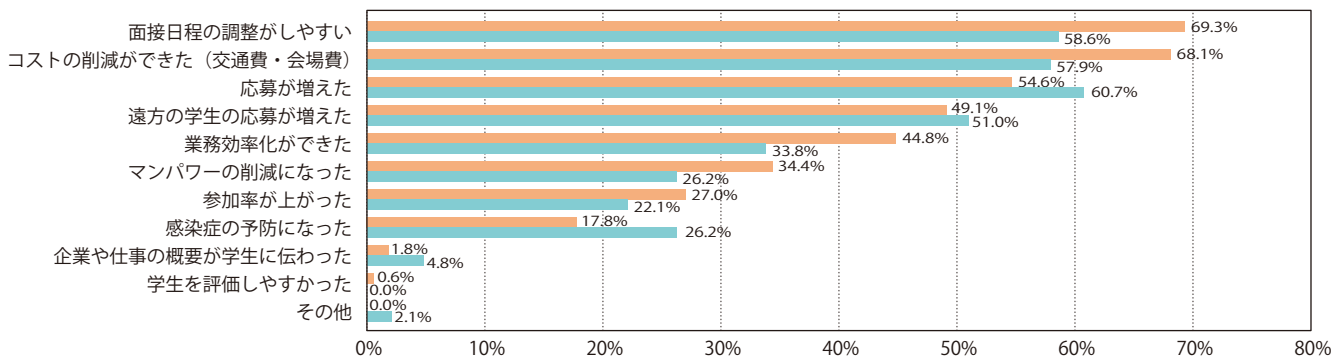
■〈企業アンケート〉会社説明会をどのように実施しましたか？



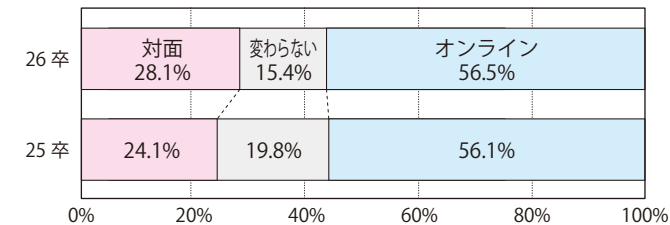
■〈企業アンケート〉採用面接はどのように実施しましたか？



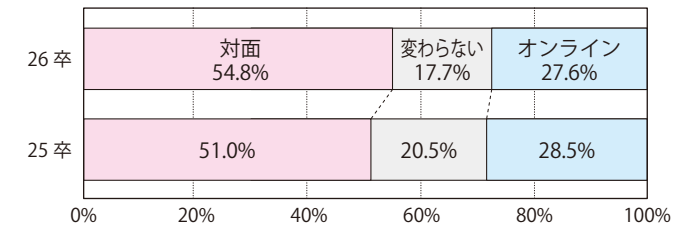
■〈企業アンケート〉オンラインによる採用活動上のメリット



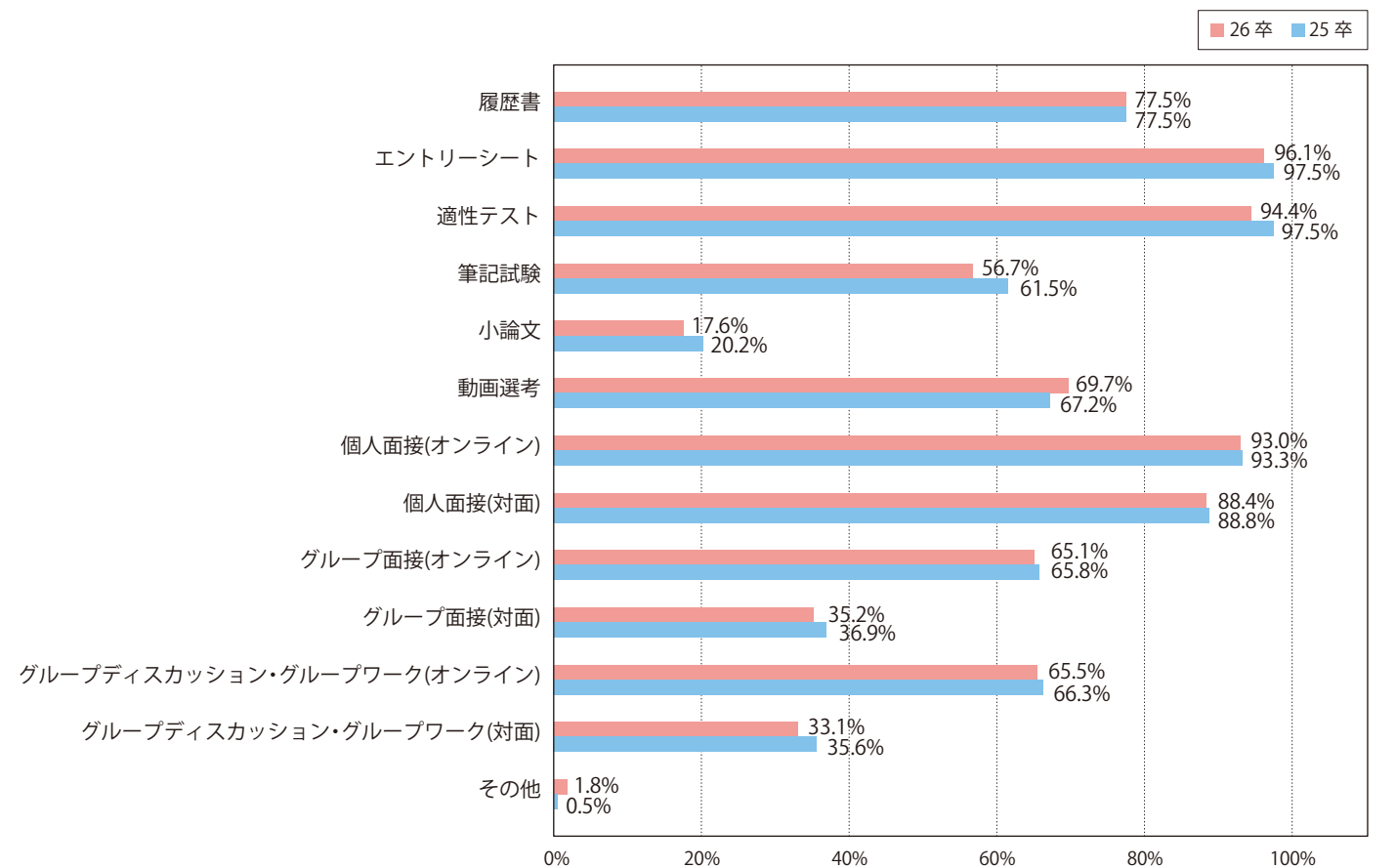
■〈学生アンケート〉【セミナー・説明会】 対面・オンラインのどちらが良かったかお答えください



■〈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28.1%と25卒（24.1%）から4.0ポイント増加したものの、「オンライン」は56.5%（25卒56.1%）と依然として「オンライン」による実施を歓迎する学生のほうが多い。移動の時間やコストが軽減されることをメリットと考えれば当然の結果ともいえるだろう。

面接については、「対面」は54.8%（25卒51.0%）に対して、「オンライン」では27.6%（25卒28.5%）と前年同様「対面」での面接を評価する回答の比重が高く、その差は広がっている。利便性や参加しやすさを考えれば「オンライン」だが、可否を判定される面

接では「対面」を望む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については、「適性テスト」94.4%（25卒97.5%）、「筆記試験」56.7%（25卒61.5%）、「小論文」17.6%（25卒20.2%）がいずれも減少。代わって、「動画選考」を経験した学生は25卒（67.2%）から2.5ポイント増加して69.7%と7割に迫る数字となった。企業の採用活動は、学生を書類選考で絞り込むのではなく、より多くの学生と会いながら、その人柄や熱意、コミュニケーション能力などを見極める方式に変わりつつあることがうかがわれる。

COLUMN



インターンシップ類に参加した学生は79.0%で、25卒(78.0%)から1.0ポイント増加した。文理男女別にみると、「文系女子」82.8%(25卒80.4%)が最も参加率が高く、「文系男子」77.4%(25卒75.5%)、「理系男子」75.6%(25卒75.0%)、「理系女子」73.1%(25卒79.5%)と続く。

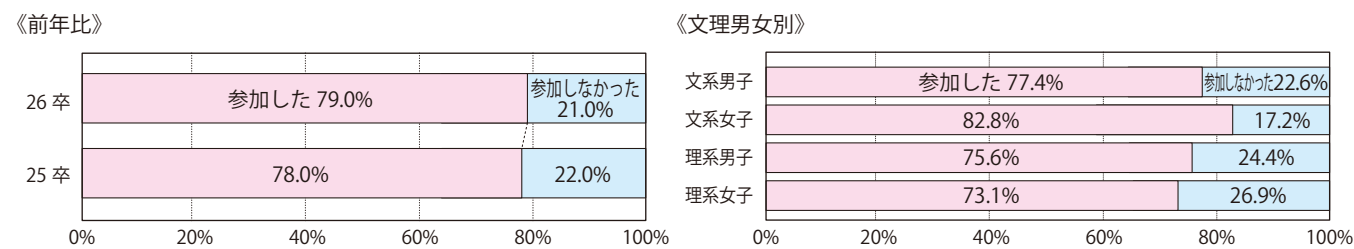
参加回数については、平均7.9回と25卒(8.6回)から0.7ポイントの微減だが、24卒(6.9回)・23卒(6.6回)・22卒(6.0回)と直近5年間では2番目に多く、もはや学生にとってインターンシップ類の参加は当たり前になりつつある。最も多いのは「1～5回」で49.3%と25卒(46.5%)

から2.8ポイント増加。次いで「6～10回」が23.8%と25卒(21.9%)から1.9ポイント増加した。それに対して「16～20回」4.5%(25卒8.5%)や「21回以上」10.3%(25卒11.1%)といった積極派はいずれも減少。多数回行くよりも数を絞り込んで参加する学生が多いようだ。

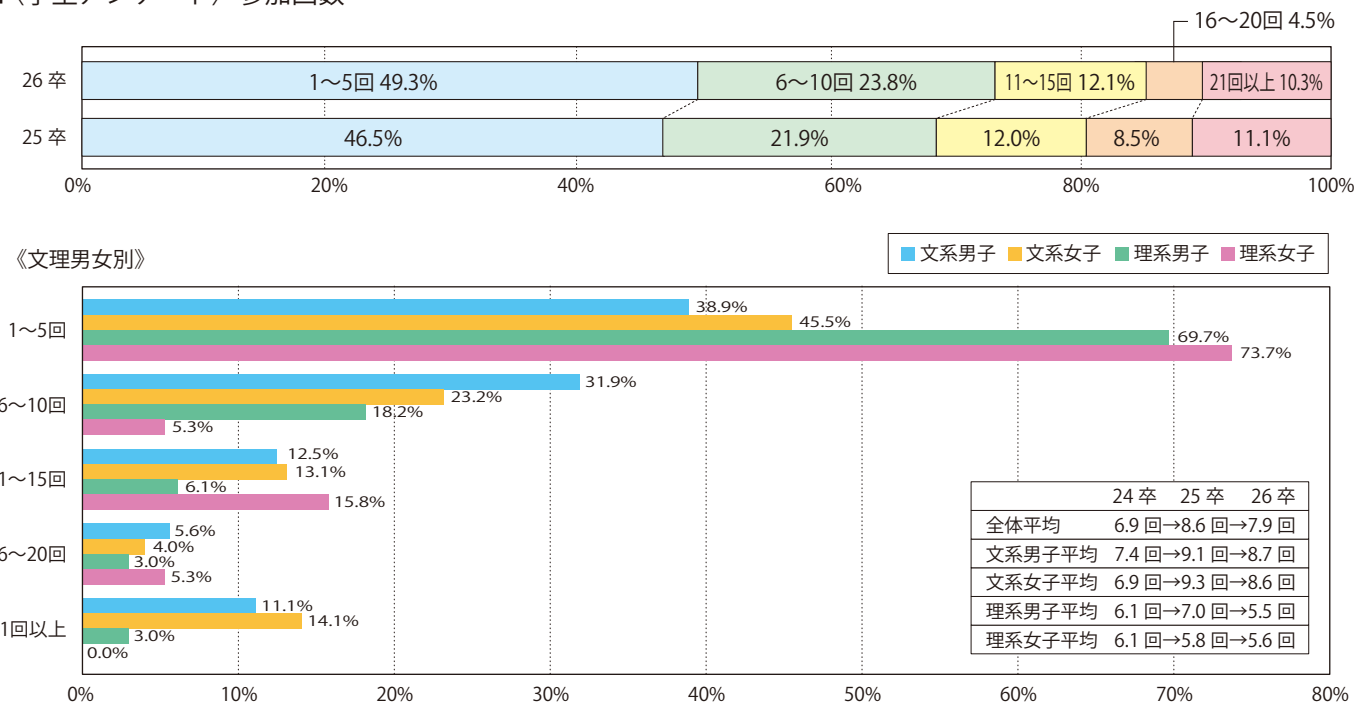
文理男女別にみると、「文系男子」8.7回(25卒9.1回)、「文系女子」8.6回(25卒9.3回)、「理系女子」5.6回(25卒5.8回)、「理系男子」5.5回(25卒7.0回)の順に。例年同様、参加回数では文系が理系を上回った。いずれの属性も「1～5回」が最も多く、「理系女子」73.7%、「理系男子」69.7%、「文系女子」45.5%、「文系男子」38.9%という結果に。それに対して、「21回以上」という積極派は文系に多く、「文系女子」14.1%、「文系男子」11.1%と1割強の学生がいるが、「理系男子」3.0%、「理系女子」0.0%と、理系では少数なのも前年同様だ。

参加しなかった学生も含めた、学生一人当たりの参加期待値(平均参加回数×参加率)では、全体が6.24回(25卒6.71回)。文理男女別では「文系女子」7.12回(25卒7.48回)、「文系男子」6.73回(25卒6.87回)、「理系男子」4.16回(25卒5.25回)、「理系女子」4.10回(25卒4.61回)の順に。プログラムなどの差もあると思われるが、相対的に文系の方が多く参加している。

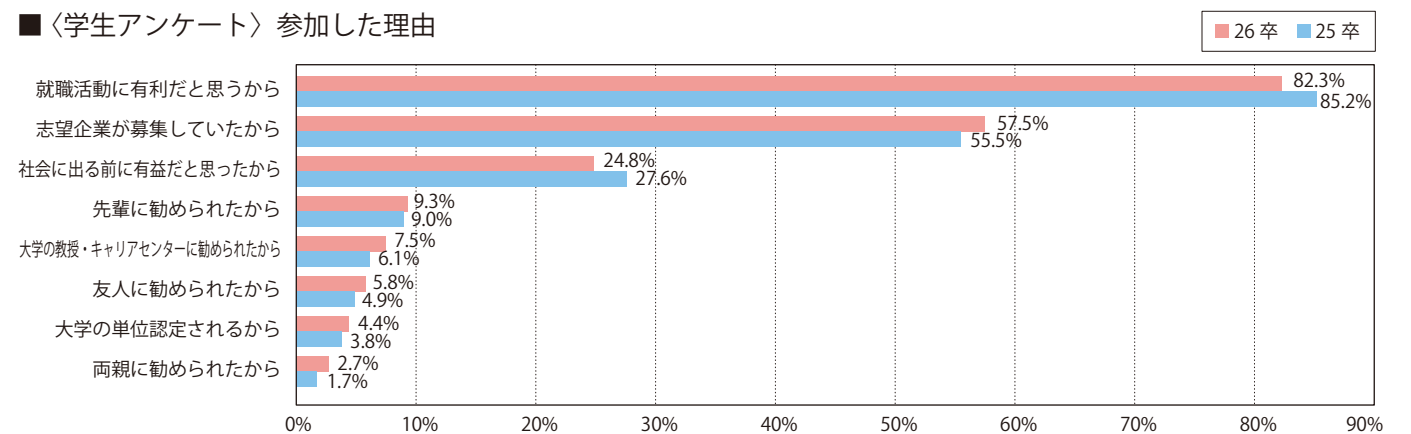
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加しましたか？



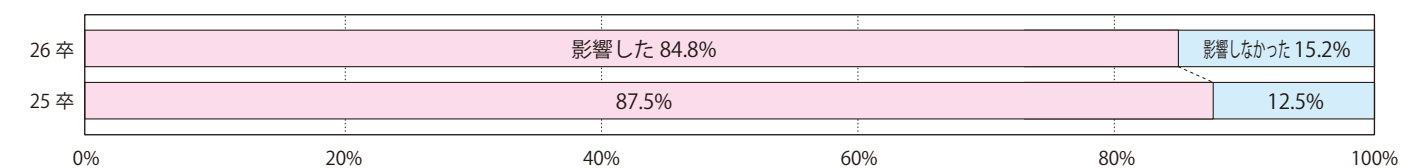
■〈学生アンケート〉参加回数



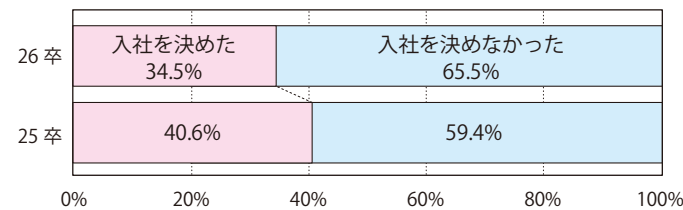
■〈学生アンケート〉参加した理由



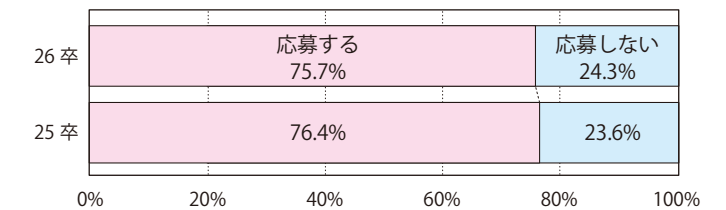
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？



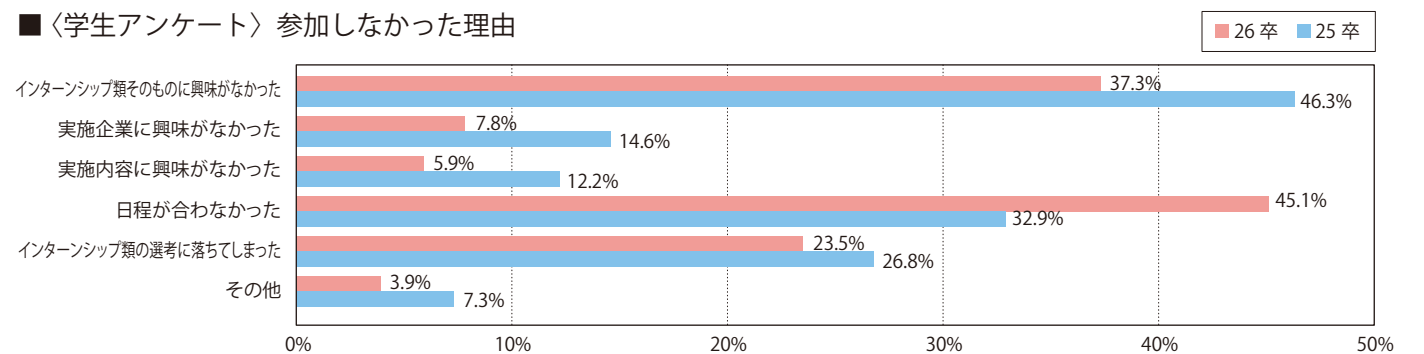
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した会社に入社を決めましたか？



■〈学生アンケート〉インターンシップ類の選考・抽選に落ちてしま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

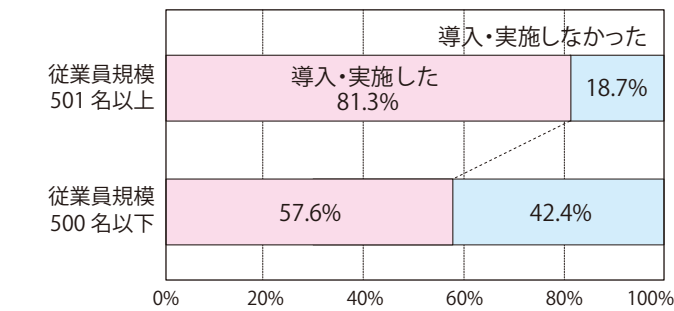


インターンシップ類に参加した理由は、「就職活動に有利だと思うから」が82.3%で、25卒(85.2%)から2.9ポイント減少したものの、依然として1位に。2位は「志望企業が募集していたから」57.5%で25卒(55.5%)から2.0ポイント増加。3位の「社会に出る前に有益だと思うから」は24.8%で25卒(27.6%)から2.8ポイント減少し、上位2項目との差が開いた。学生にとって、インターンシップ類への参加は就職活動の一環という認識がより高まっているといっていだろう。そのことはインターンシップ類への参加経験が入社企業の選択に影響した学生が84.8%(25卒87.5%)と8割を超えていることから明らかだ。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は34.5%と25卒(40.6%)から減少したが、24卒(34.9%)並みの数字であり、就職

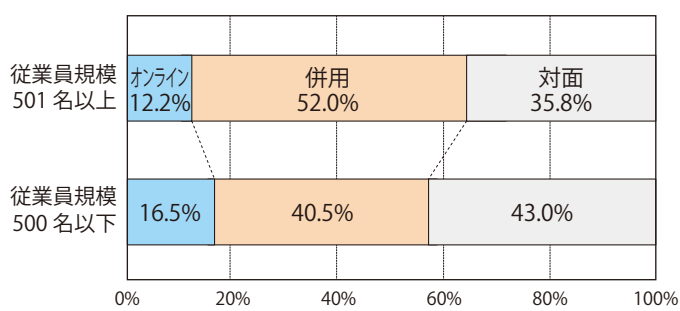
活動におけるインターンシップ類の影響は強いことに変わりはない。

インターンシップ類に参加しなかった理由を見ると、前年1位だった「インターンシップ類そのものに関心がなかった」と回答した学生は37.3%と25卒(46.3%)から9.0ポイントの大幅減。代わって、「日程が合わなかった」が45.1%と25卒(32.9%)から12.2ポイントの大幅増で1位に。いかに学生はインターンシップ類を重視しているかがわかる結果となった。一方で、インターンシップ類の選考・抽選に落ちてしまった企業の本選考に「応募しない」と回答した学生が24.3%(25卒23.6%)と微増していることを踏まえると、「選考に落ちた」23.5%(25卒26.8%)のために参加できなかった学生をどうつなぎ止めるかは、今後企業が検討すべき課題といえそうだ。

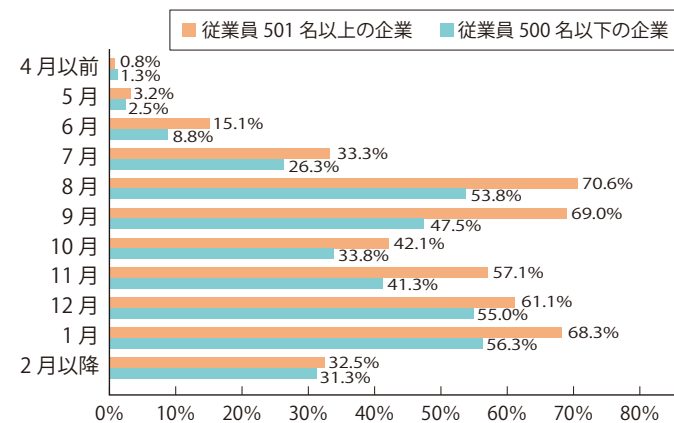
■〈企業アンケート〉インターンシップ類を導入・実施しましたか？



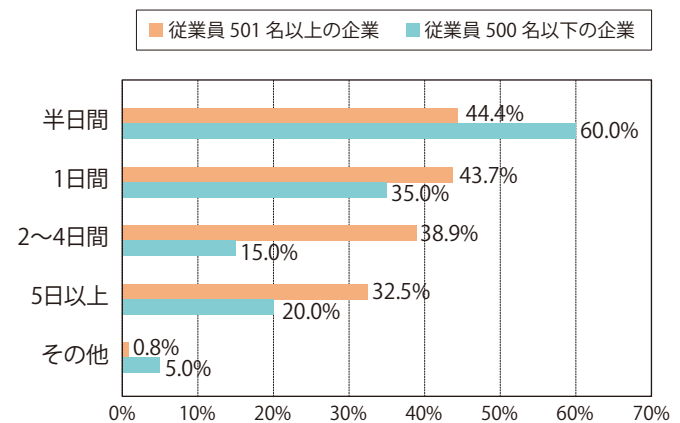
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施方法



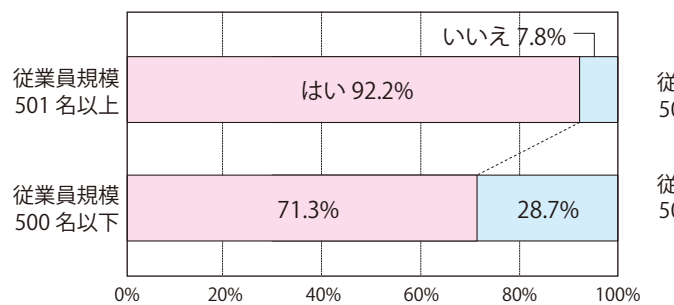
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施月



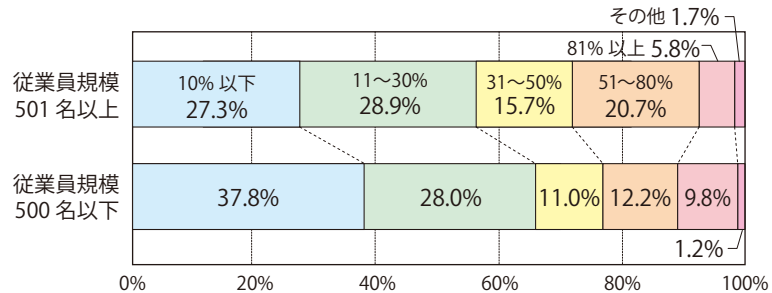
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施日数



■〈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名以上の企業で81.3%（25卒89.2%）、従業員500名以下の企業では57.6%（25卒67.2%）と、大手企業で8割強、企業でも6割近くが導入しており、特に大手では高い実施率となった。

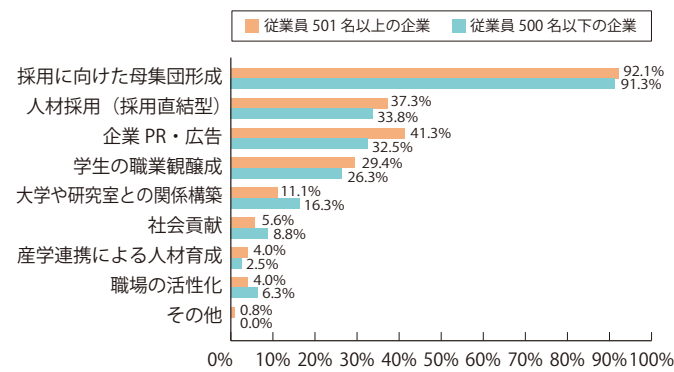
インターンシップ類の実施方法は、大手企業では「オンライン」が減少（13.6%→12.2%）し、「対面」での実施が増加（31.8%→35.8%）した。大手企業ではオンラインよりも対面方式やオンラインと対面の併用が主流となっているようだ。中堅・中小企業でも「オンライン」が減少（20.1%→16.5%）。代わって「オンラインと対面の併用」が増加（37.3%→40.5%）した。

インターンシップ類の実施時期は、大手企業では「8月」70.6%（25卒67.0%）が最も多く、次いで「9月」69.0%（25卒61.5%）、「1月」68.3%（25卒70.9%）の順に。中堅・中小企業でも「8月」53.8%

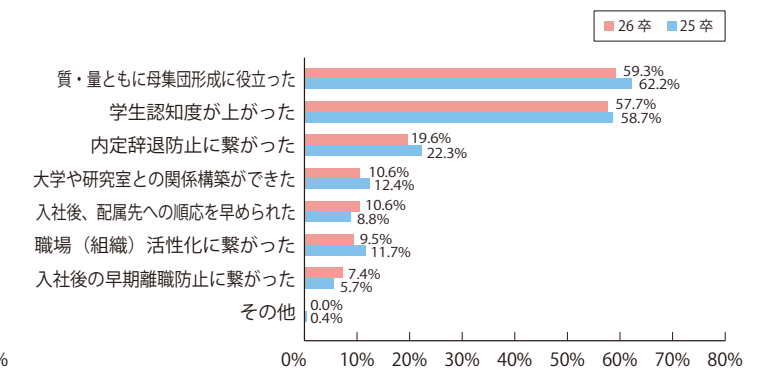
（25卒60.7%）の実施は多いが、それを上回るのが「1月」56.3%（25卒65.2%）と「12月」55.0%（25卒52.6%）で、「1月」・「12月」・「8月」という順に。企業規模によって実施時期が異なる結果となった。

インターンシップ類を実施した日数については、大手企業では前年同様、「半日間」44.4%が1位だが、25卒（48.4%）からは減少。一方で、「5日以上」32.5%が25卒（24.2%）から大幅増加した。背景には、産学協議会によるインターンシップのルール変更があるとみられる。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ったからだ。その一方で、中堅・中小企業では「5日間以上」20.0%が25卒（24.4%）から減少し、「半日間」が60.0%（25卒59.3%）に。大手企業も中堅・中小企業

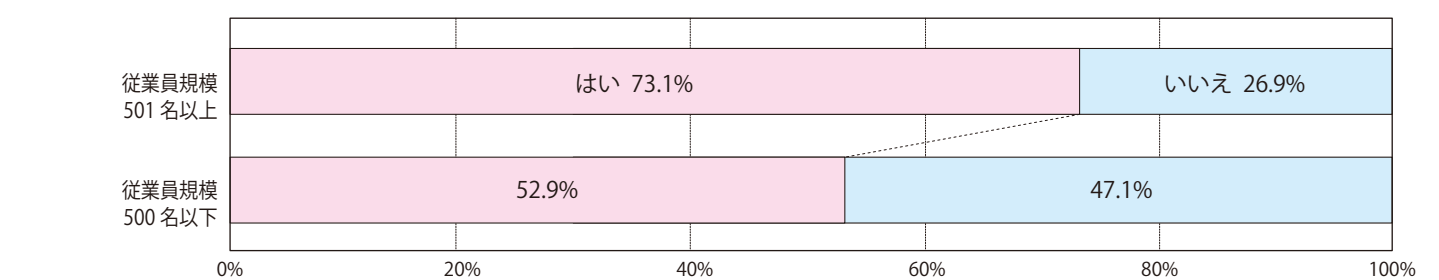
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施理由



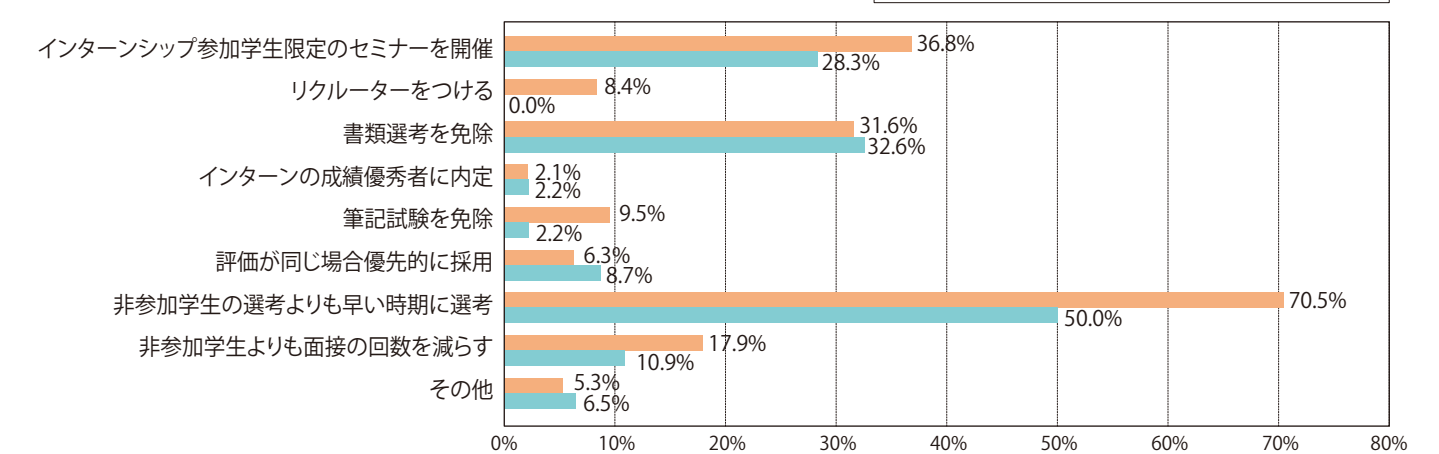
■〈企業アンケート〉インターンシップを通じて得られた効果



■〈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



も短期間の実施が主流だが、インターンシップが採用選考に直結する可能性が出てきたことを踏まえると、今後は長期間の実施が大手を中心に増加していくかもしれない。

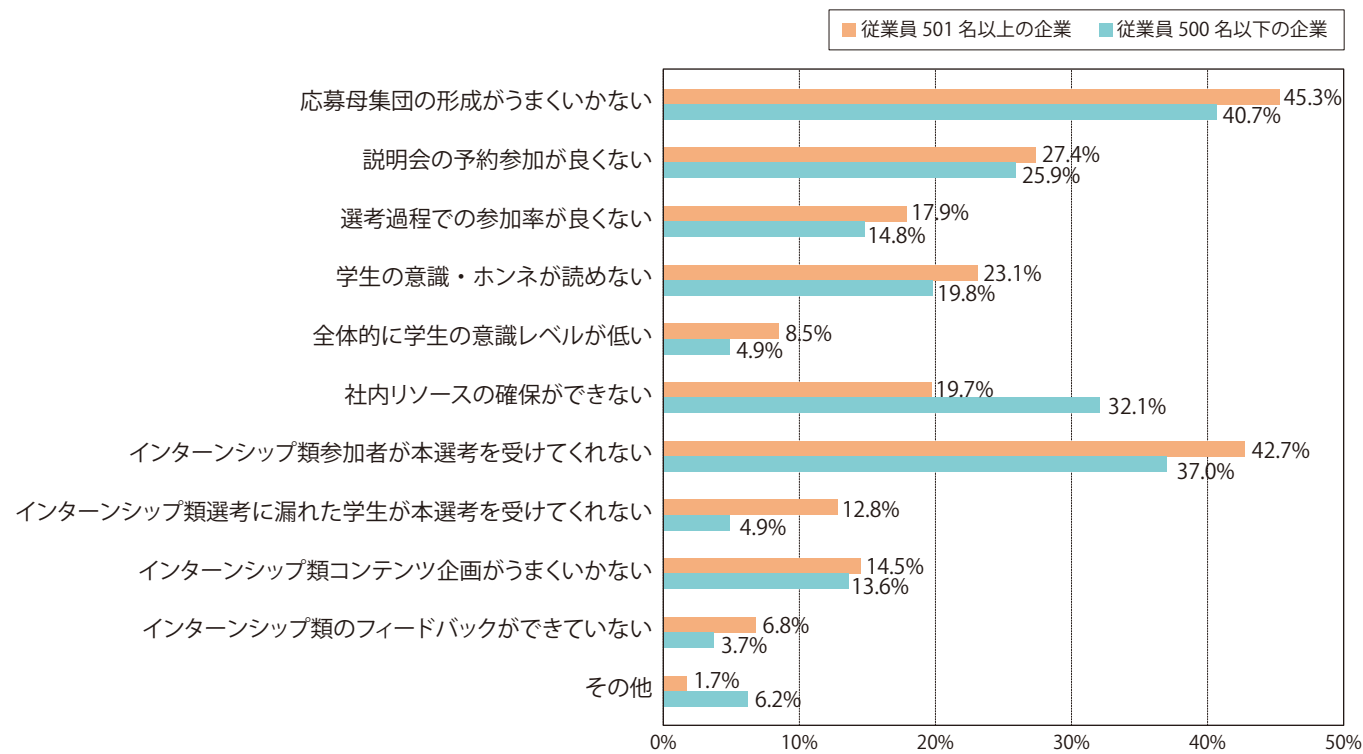
インターンシップ類参加者から採用した割合は、大手企業で92.2%（25卒89.3%）、中堅・中小企業で71.3%（25卒67.6%）といずれも前年から増えており、採用活動におけるインターンシップ類の重要性がうかがえる。内定者に占めるインターンシップ類の参加者の割合をみると、大手企業では「31～50%」が減少（28.0%→15.7%）し、「51～80%」（18.3%→20.7%）と「81%以上」（1.2%→5.8%）が増加。一方で、中堅・中小企業では「31～50%」が減少（19.0%→11.0%）し、「0～10%」が増加（31.0%→37.8%）。大手企業と比べると、中堅・中小企業ではインターンシップ類を採用に繋げることに苦戦しているようだ。

インターンシップ類の実施理由は、例年同様、企業規模に関わらず「採用に向けた母集団形成」が突出した1位だが、2位の「人

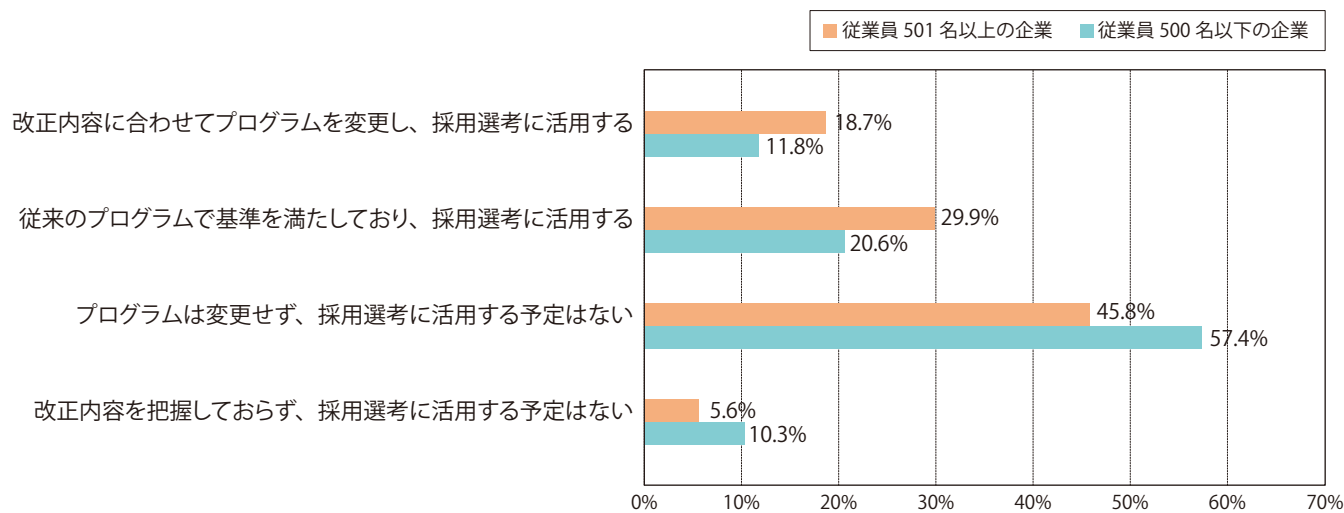
材採用」が大手企業（30.8%→37.3%）でも中堅・中小企業（29.6%→33.8%）でも増加した。インターンシップ類を通じて得られた効果としては、1位が「質・量ともに母集団形成に役立った」（59.3%）、次いで「学生認知度が上がった」（57.7%）、「内定辞退防止に役立った」（19.6%）の順は前年と変わらないが、数字はいずれも減少。代わって「入社後、配属先への順応を早められた」（10.6%）と「入社後の早期離職防止に繋がった」（7.4%）が微増。インターンシップ類の実施は入社後にもメリットがあるようだ。

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」企業は大手企業で73.1%（25卒72.2%）と微増、中堅・中小企業で52.9%（25卒60.3%）と減少した。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、大手では早い時期に選考する企業が7割に達した。

■〈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26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、大手企業では前年同様「応募母集団の形成がうまくいかない」45.3% (25卒48.3%) がトップに。2位も前年と変わらず「インターンシップ類参加者が本選考を受けてくれない」42.7% (25卒35.8%)。前年5位だった「説明会の予約参加が良くない」27.4% (25卒19.2%) が3位に浮上した。一方、中堅・中小企業でも1位は前年同様「応募母集団の形成がうまくいかない」40.7%だったが、25卒 (68.9%) から28.2ポイントの大幅減少。2位は「インターンシップ類参加者が本選考を受けてくれない」37.0% (25卒29.4%) で、「社内リソースの確保ができない」32.1% (25卒31.1%) が3位に。大手企業と中堅・中小企業では抱える課題がやや異なる結果となったが、いずれも「インターンシップ類参加者が本選考を受けてくれない」が数字を伸ばしている。企業規模に関わらず、インターンシップ類を通していかに仕事内容や

職場環境を伝えていくか、今後検討の必要がありそうだ。

先述したように、25卒から産学協議会のインターンシップルールが変更されたが、企業はどうとらえているのか。ルール変更への対応を聞いてみたところ、大手企業では「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」29.9%が25卒 (20.0%) から増加。「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」18.7% (25卒23.9%) を合わせると48.6% (25卒43.9%) となり、「採用選考に活用する」企業は過半数に迫った。一方、中堅・中小企業では「プログラムは変更せず、採用選考に活用する予定はない」57.4% (25卒56.1%) が最も多く、「改正内容を把握しておらず、採用選考に活用する予定はない」10.3% (25卒3.5%) を合わせると67.7% (25卒59.6%) で、「採用選考に活用しない」企業が7割近くに。企業規模によって、ルール変更への対応は大きく異なる結果となった。

COLUMN

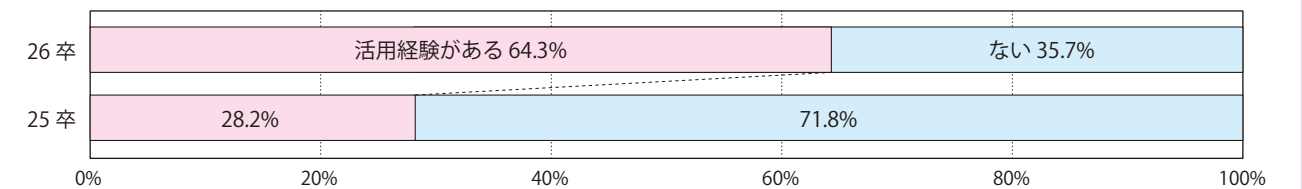


総務省の令和7年版情報通信白書（2024年度調査）によれば、日本で生成AIを活用する方針の企業は約50%に上り、2023年度調査（約43%）よりも増加。個人の利用経験についても、2023年比で約3倍（9.1%→26.7%）と大きく上昇したと報告している。そこで就職活動における生成AIの活用の有無について学生に質問してみた。「活用経験がある」と回答した学生は64.3%と25卒（28.2%）から36.1ポイントの大幅増加となり、生成AIの活用が一気に進んだことを示す結果となった。

具体的な利用方法としては、ES（エントリーシート）の作成・推敲、

自己分析の言語化、企業へのメールの添削などが挙げられる。さらに、面接の練習相手や企業情報の分析、SPI問題集の解説などもあり、活用方法の多様化が進んでいる。中には「使用しなかった場面の方が少ない」という声もあり、生成AIは就職活動の重要なツールとして今後定着していく可能性が高い。企業側においても、業務の効率化などを理由にAI面接の導入が進んでいる。このように、就職活動や採用活動において生成AIの活用率はますます高くなるものと推測されるが、どのような形で活用するのか、そのスキルが問われる時代になるのではないかと。今後の動向が注目される。

■〈学生アンケート〉就職活動において、生成AIの活用経験はありますか？



■〈学生アンケート〉生成AIの利用場面

就活全般	Webテスト以外のほとんど全ての場面で活用した。ES作成、面接対策、GD対策等、使用しなかった場面の方が少ない。
メール	企業へのメールを添削するために使用した。誤字脱字チェックや敬語など文面を整えてもらった。 OB訪問の際に、どのような文面でメールを出せば良いか、失礼がないようにするにはどうすれば良いかを知るために利用した。
自己分析	自己分析で自分の性格や、やりたいことの言語化を手伝ってもらった。過去の経験などを入力し、どんな人物だと思いか考えさせた。
エントリーシート	箇条書きを制限文字数内の文章にしてもらった。志望動機や自分の強み等、表現のブラッシュアップに活用した。 ESを書く時に大枠を作ってもらったり、言い回しを正しく直してもらったりした。 ESを添削してもらった。字数制限があるため、言い換えの言葉を知る際に活用した。
面接対策	面接深掘り質問の準備。エントリーシートの内容を送信し、深掘り質問をされそうな内容を答えさせた。 音声チャット機能による面接練習。面接の練習相手としてAIを相手に話して受け答えのアドバイスをもらった。
企業分析	第一志望の企業と競合する企業の調査や比較のまとめに使用した。 その企業の製品やサービスを列挙してもらい、競合他社との違いや特徴を調べた。自分の理解があっているか確認した。 企業情報、IRなどの分析。必ず最終的には自分の目を通すということを怠らなかつた。
テスト	SPI問題集の解説に使用した。

COLUMN



学生のキャリア観については、「新卒で入社した企業にずっと勤め続けたい」という学生は54.4%（25卒49.2%）と半数を超えた。それに対して、「複数の組織でキャリアを磨く」「いずれ独立・起業」「就業形態にこだわらない」といった転職・独立志向の学生は34.8%と25卒（37.9%）から減少した。DATA11で見たように、就職先選定の理由として安定性を上位に挙げる学生

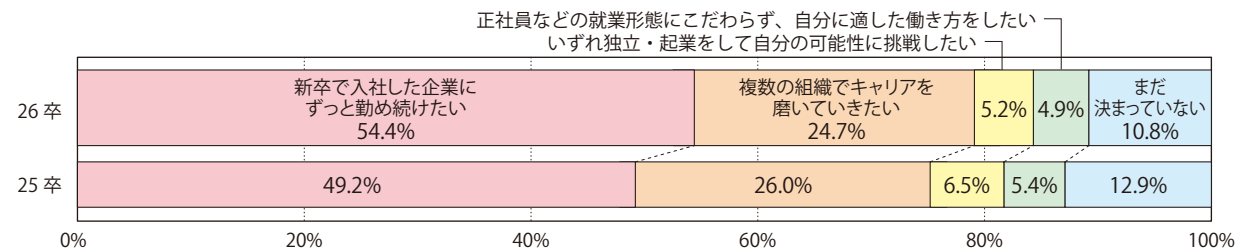
が増える中、終身雇用志向も高まっているようだ。

仕事観については、エキスパート人材志向が36.0%（25卒33.3%）で増加したものの、前年同様、マルチ人材志向49.3%（25卒51.5%）のほうが多い。不確実性の時代を生き残るにはマルチな経験が重要という考え方が主流なのかもしれない。

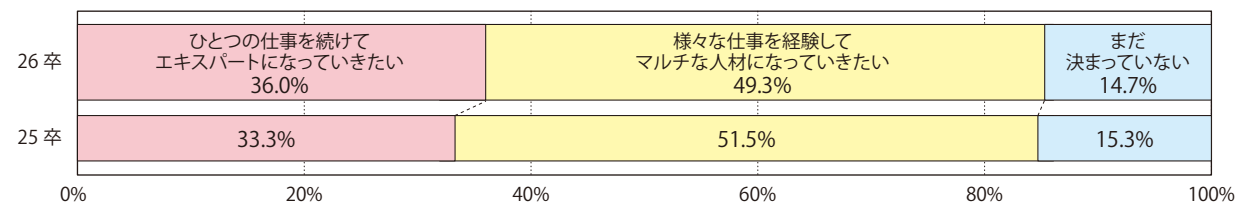
一方、企業のコース別採用（総合職・一般職など）、職種限定採用（部門・キャリアなどを指定）の実態はどうか。従業員501名以上の企業では「コース別採用」を実施した企業は44.9%、「職種限定採用」は30.1%で行っており、「職種を限定した採用を行っていない」企業は33.3%だった。一方、従業員500名以下では、「コース別採用」は39.2%、「職種限定採用」は26.6%。「行っていない」企業は37.8%で、大手ほどは実施していない。

コース別・職種限定で採用後に職種変更がない企業は大手企業で19.3%、中堅・中小企業で29.7%。職種変更を実施する企業では「本人の希望があれば職種変更を行うことがある」が大手企業で40.7%、中堅・中小企業で38.3%。「会社都合による職種変更を行うことがある」が、大手企業で40.0%、中堅・中小企業では32.0%という結果だった。

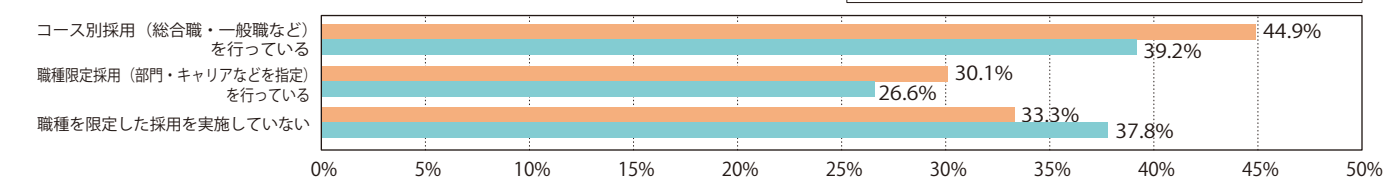
■〈学生アンケート〉あなたのキャリア観について、教えてください



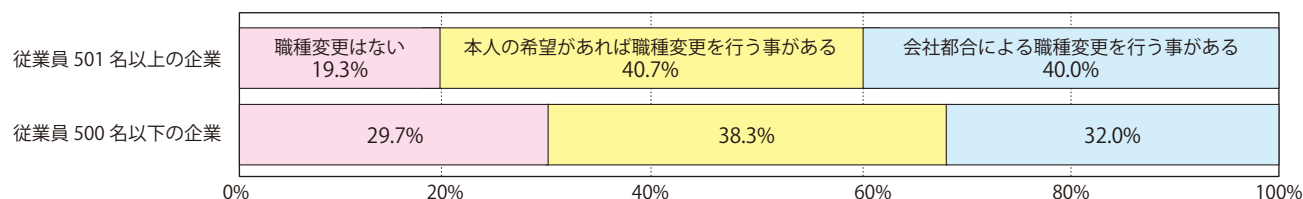
■〈学生アンケート〉あなたの仕事観について、教えてください



■〈企業アンケート〉職種を限定した採用を実施していますか



■〈企業アンケート〉職種を限定した採用後、職種の変更は実施していますか



COLUMN



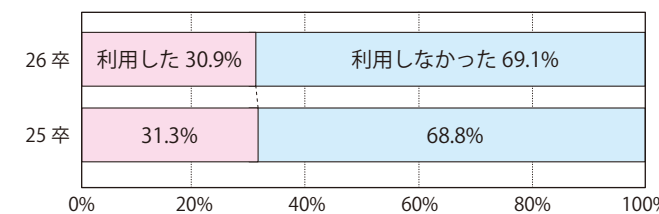
学生にとっては就職活動のツールの一つとして認知度が高まっている「新卒紹介サービス」は、30.9%の学生が「利用した」と回答した。22卒33.8%・23卒31.8%・24卒34.2%・25卒31.3%と多少の増減はあるものの、この5年間で全体として3割余の学生が安定して利用しており、もはや定着した感がある。

文理男女別でみると、「理系女子」34.6%（25卒40.9%）、「文系女子」34.4%（25卒30.9%）、「理系男子」30.2%（24卒25.4%）、「文系男子」25.3%（25卒31.6%）の順で利用されている。数字の増減、順位の変動はみられるが、いずれの属性でも一定数の利用があり、「新卒紹介サービス」の定着を裏付けている。

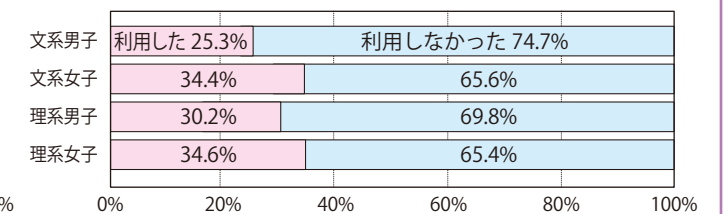
新卒紹介サービスを利用した理由については、「就職全般の相談をしたかった」が、「理系女子」66.7%（25卒77.8%）、「文系女子」66.7%（25卒74.1%）、「文系男子」60.9%（25卒61.9%）、「理系男子」46.2%（25卒76.5%）とすべての属性で1位となっている。「理系女子」では「企業を紹介して欲しかった」という就職に直結した理由も同率66.7%（25卒38.9%）で1位となった。それに対して、「文系女子」42.9%（25卒51.7%）、「理系男子」30.8%（25卒47.1%）、「文系男子」26.1%（25卒28.6%）では2位となっている。このうち、「理系男子」と「文系男子」はそれぞれ2位と同率で「視野を広げたかった」（理系男子25卒17.6%・文系男子25卒31.0%）を挙げている。前年同様、企業選択に直結するニーズはあるものの、アドバイザーとしてのニーズのほうが高い。

■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用しましたか？

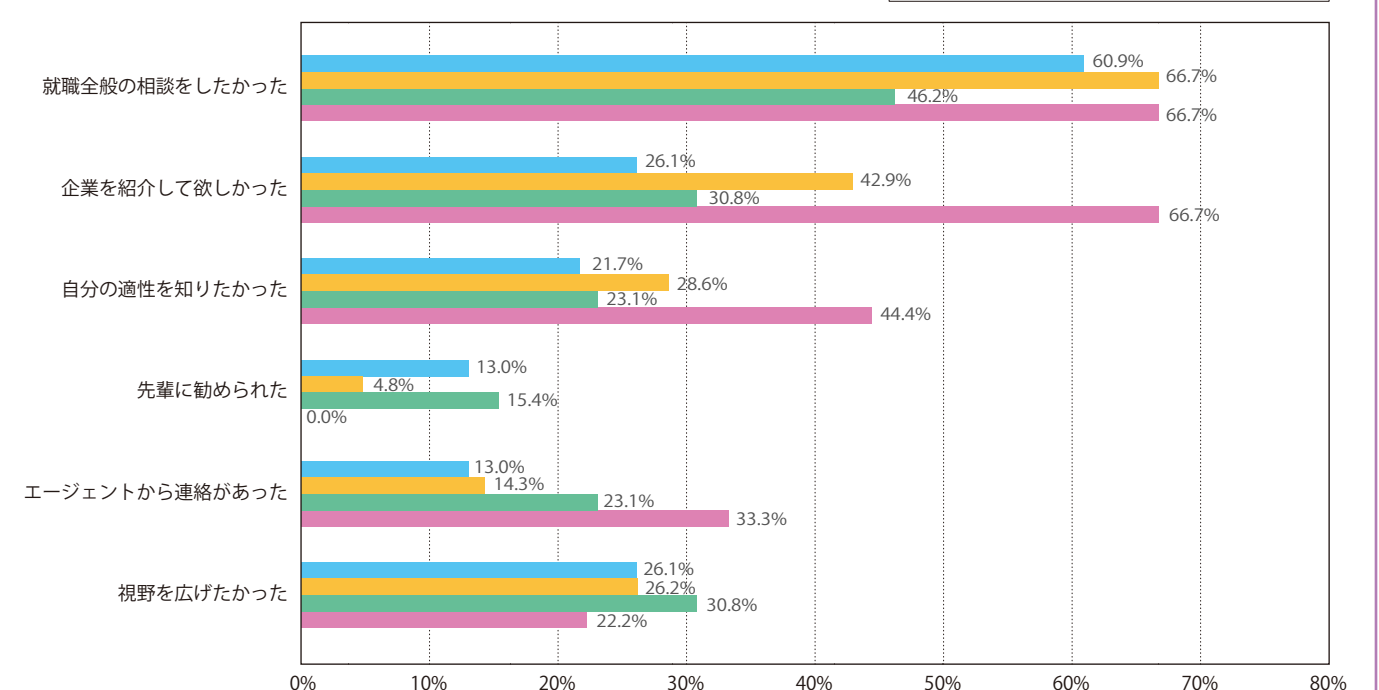
《前年比》



《文理男女別》

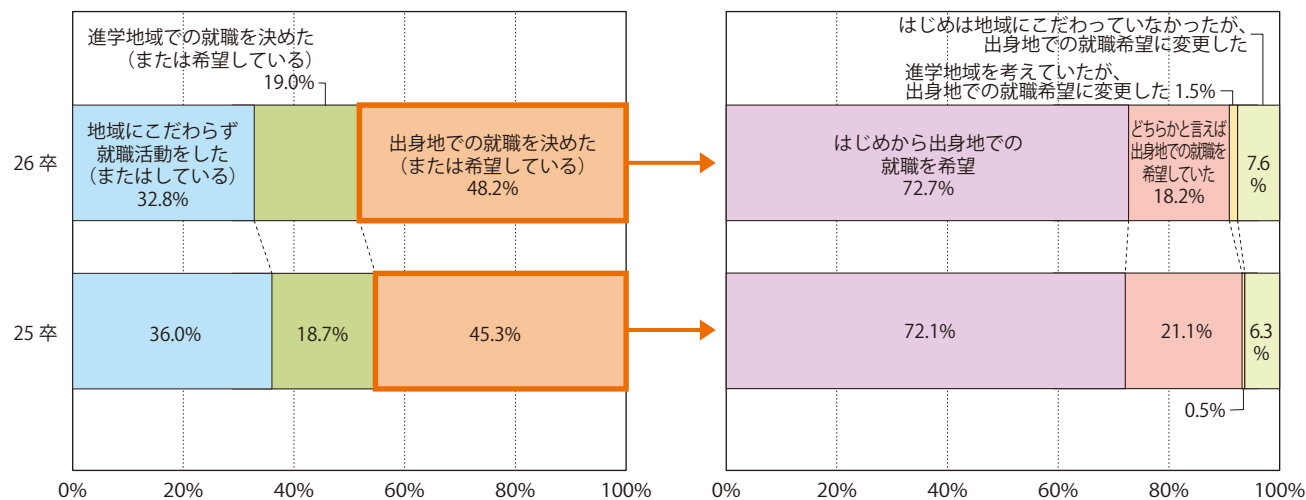


■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用した理由

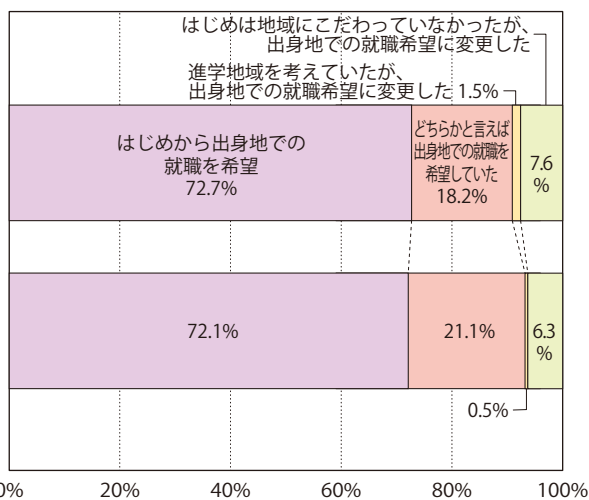


DATA. 17 Uターン就職に関する意識

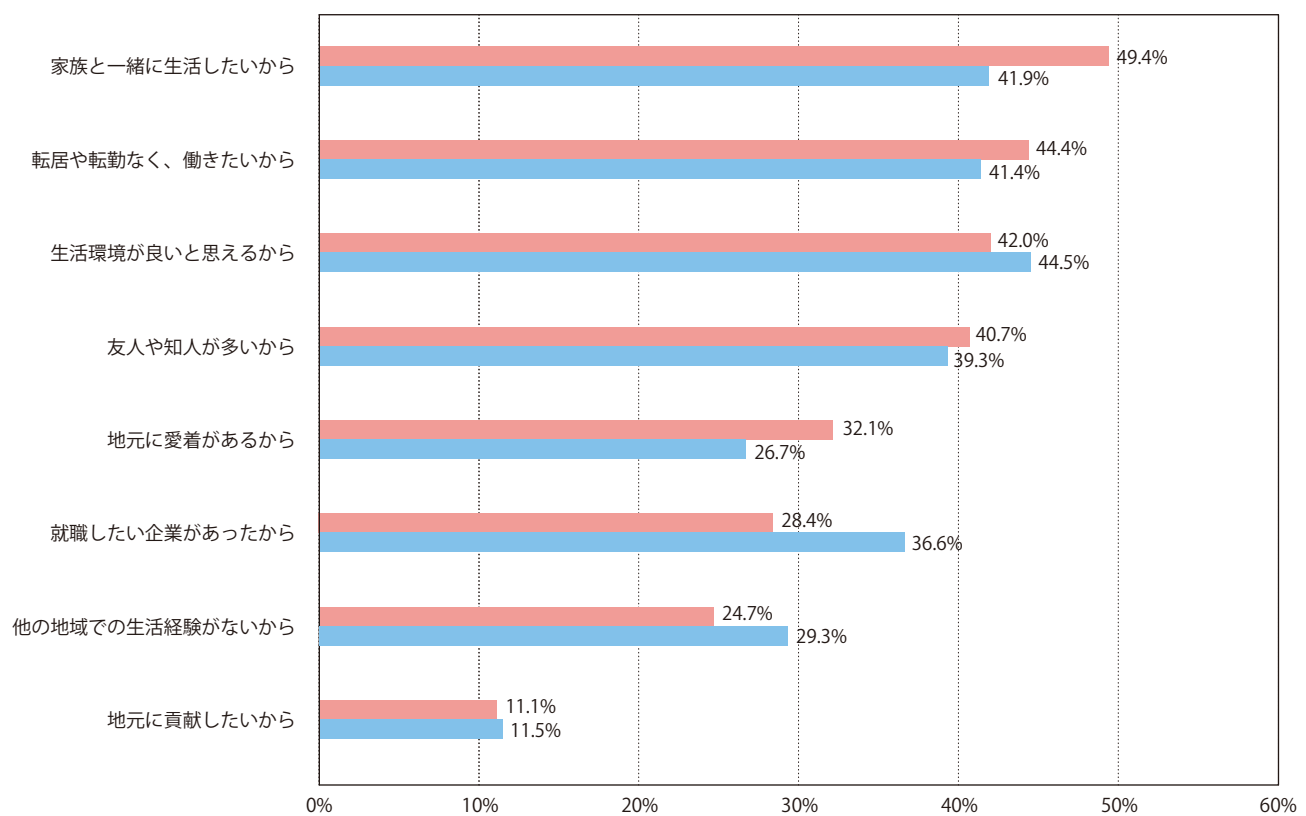
■ 学生の就職地域意識



■ 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48.2%と前年よりも増加。
その動機は「地元で貢献したい」よりも「家族と一緒に生活したい」が主流。

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48.2%（25卒45.3%）と2.9ポイント増加した。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32.8%（25卒36.0%）と3.2ポイント減少した。従来から4割強で推移していたUターン志向だが、今年はさらに数字を伸ばす結果となった。

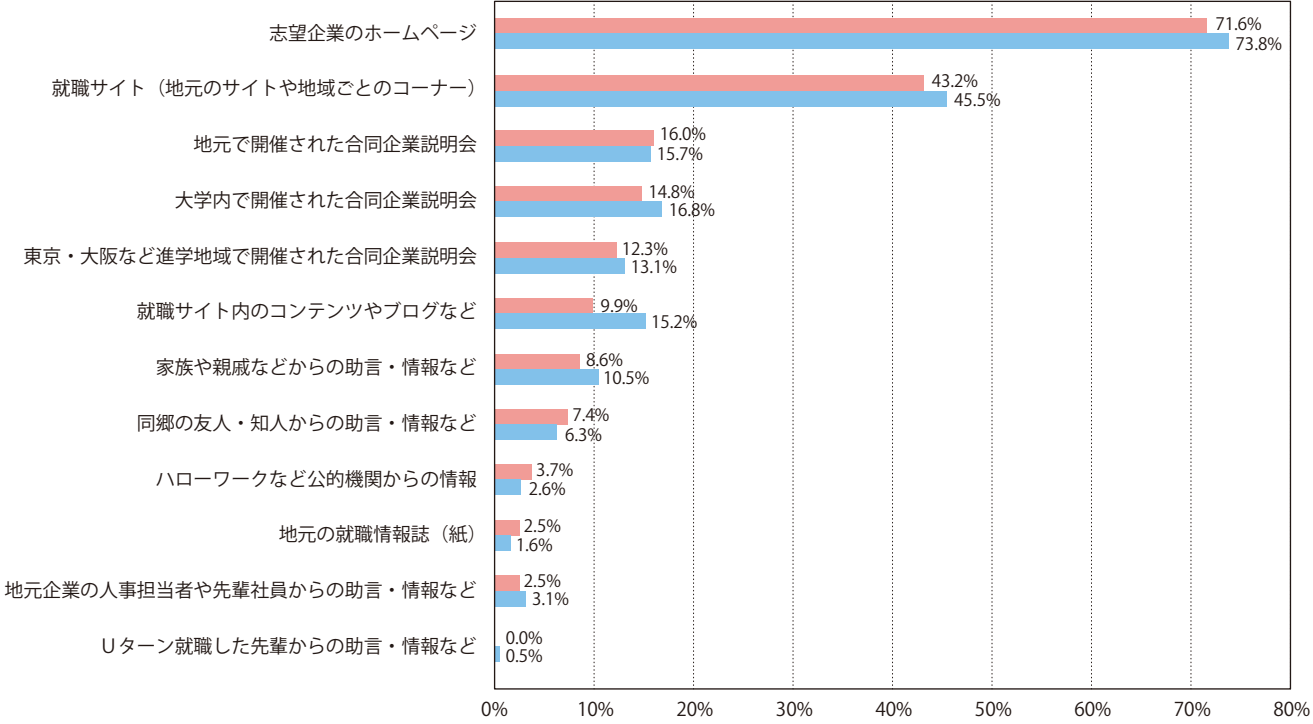
Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」という強い意志を持った学生は72.7%（25卒72.1%）と0.6ポイント増加。「どちらかといえば希望」と合わせると90.9%となり、25卒（93.2%）から減少

したものの、9割の学生が地元での就職を意識した活動を行っている。

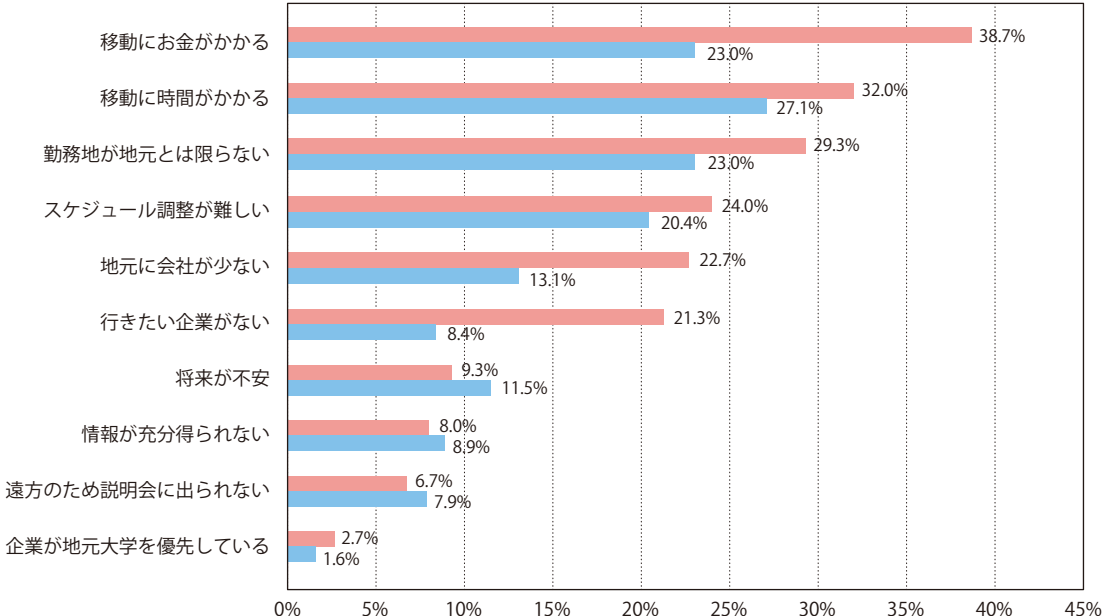
出身地での就職を希望する理由は、1位は「家族と一緒に生活したいから」が49.4%と25卒（41.9%）から7.5ポイントの大幅増となった。次いで「転居や転勤なく、働きたいから」44.4%（25卒41.4%）、「生活環境が良いと思えるから」42.0%（25卒44.5%）、「友人や知人が多いから」40.7%（25卒39.3%）と続き、4割以上の数字を集めた。これまでのUターン志向の高い動機であった「地元で貢献したいから」11.1%（25卒11.5%）は3年連続で低調な数字となり、トレンドが変わったと推察される。

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「企業のホームページ」、「就職サイト」。
移動のためのコストと時間は、依然としてUターン就活の大きな障壁。

出身地での就職活動で役に立ったものは、前年同様、「志望企業のホームページ」71.6%（25卒73.8%）が最も多く、2位は「就職サイト」43.2%（25卒45.5%）だった。オンライン選考による採用・就職活動が主流となり、地元企業の情報収集もWEBを活用して行うのは自然な流れだろう。それを裏付けるかのように、「大学内で開催された合同企業説明会」14.8%（25卒16.8%）、「東京・大阪など進学地域で開催された合同企業説明会」12.3%（25卒13.1%）は減少傾向に。一方で、「地元で開催された合同企業説明会」16.0%（25卒15.7%）は微増しており、より確かな情報を求めて現地に足を運ぶ学生は一定数いる。

Uターン就活で困ったことについては、「移動にお金がかかる」38.7%が最も多く、25卒（23.0%）から15.7ポイントの大幅増となった。次いで「移動に時間がかかる」32.0%（25卒27.1%）が4.9ポイント増加。移動のコストと時間が例年以上に大きな障壁であることを印象づける結果となった。また、「勤務地が地元とは限らない」29.3%（25卒23.0%）、「地元で会社が少ない」22.7%（25卒13.1%）、「行きたい企業がない」21.3%（25卒8.4%）といった項目を挙げた学生が増加。地元志向はあるが、選択肢の幅が狭まるのがUターン就活の問題といえそうだ。

第2章 企業の 採用活動 総括

POINT

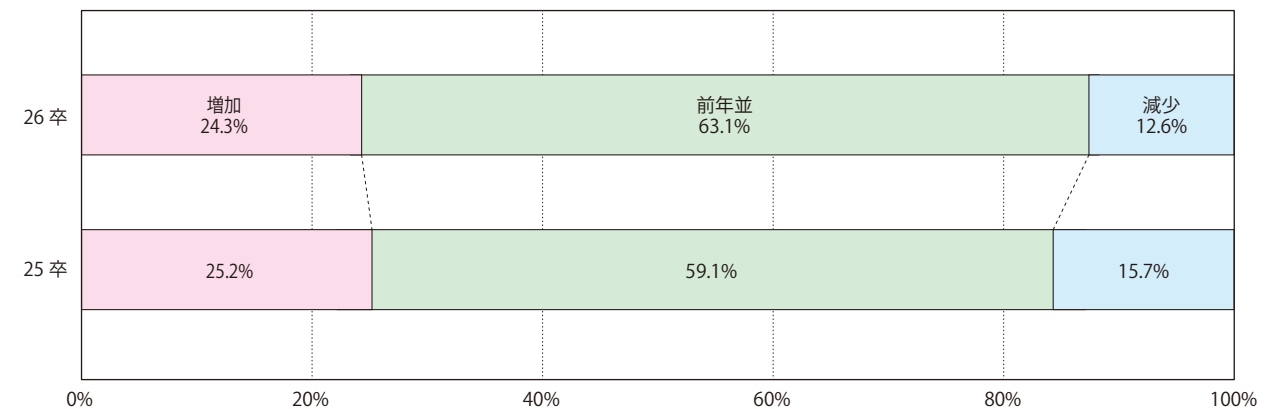


- 説明会実施方法はWebと対面の併用が大手企業で60.1%、中堅・中小企業で46.2%。
- インターンシップ類を実施した企業は大手企業で81.3%、中堅・中小企業で57.6%。
- 採用計画は「増加」が「減少」を上回り、採用意欲は継続。
- プレエントリー受付時期は大手企業で「12月以前」が82.0%。
エントリーシート受付開始時期は大手企業で「12月以前」がピークに。前倒し傾向強まる。
- エントリーシート選考結果通知時期、採用活動開始時期は「12月以前」が最も多く早期化進む。
- 内々定を出し始めた時期は大手企業で「2月中」がピーク、僅差で「12月以前」。中堅・中小企業のピークは「12月以前」。
- 採用課題は大手企業の「内定の歩留まりが読みにくい」。中堅・中小企業は「応募母集団の形成」。
- 採用活動を終了した企業は39.0%。「予定数達成・終了」が増加する一方で「予定数未達・募集継続」も増加。
- 内定辞退が「増えた」企業は30.0%。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「内定懇親会」で大手企業は82.2%、中堅・中小企業は80.0%が実施（または実施予定）。
- 筆記・適性テストの導入企業は9割以上。今後導入したいテストは「ストレス耐性」。

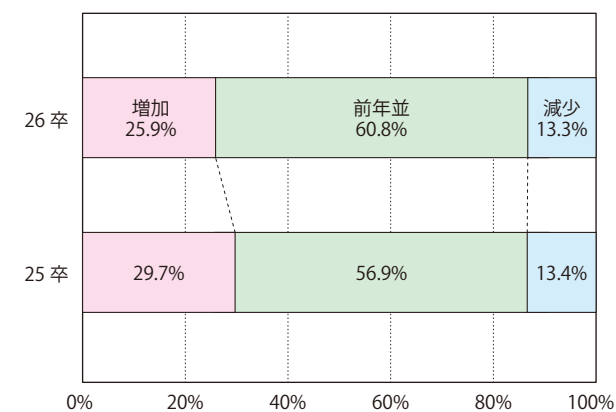
DATA. 19 採用計画

■ 採用人数の増減（前年比）

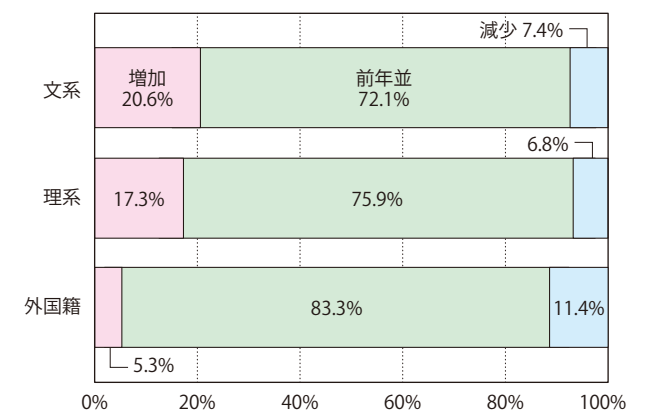
区分なし全企業



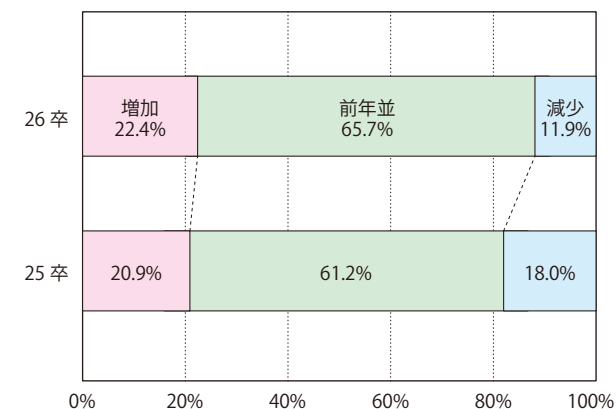
従業員 501 名以上の企業（全体比較）



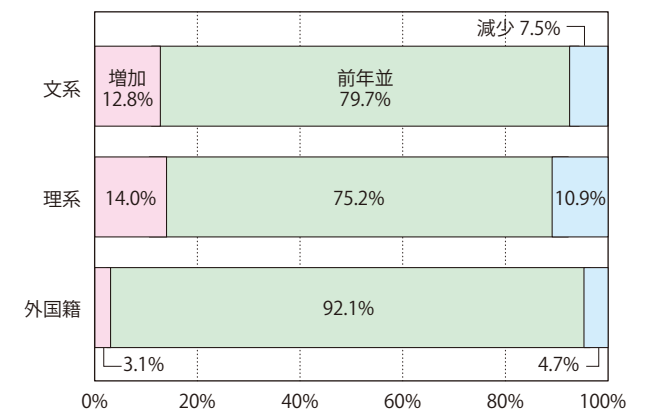
従業員 501 名以上の企業（文理比較・外国籍）



従業員 500 名以下の企業（全体比較）



従業員 500 名以下の企業（文理比較・外国籍）



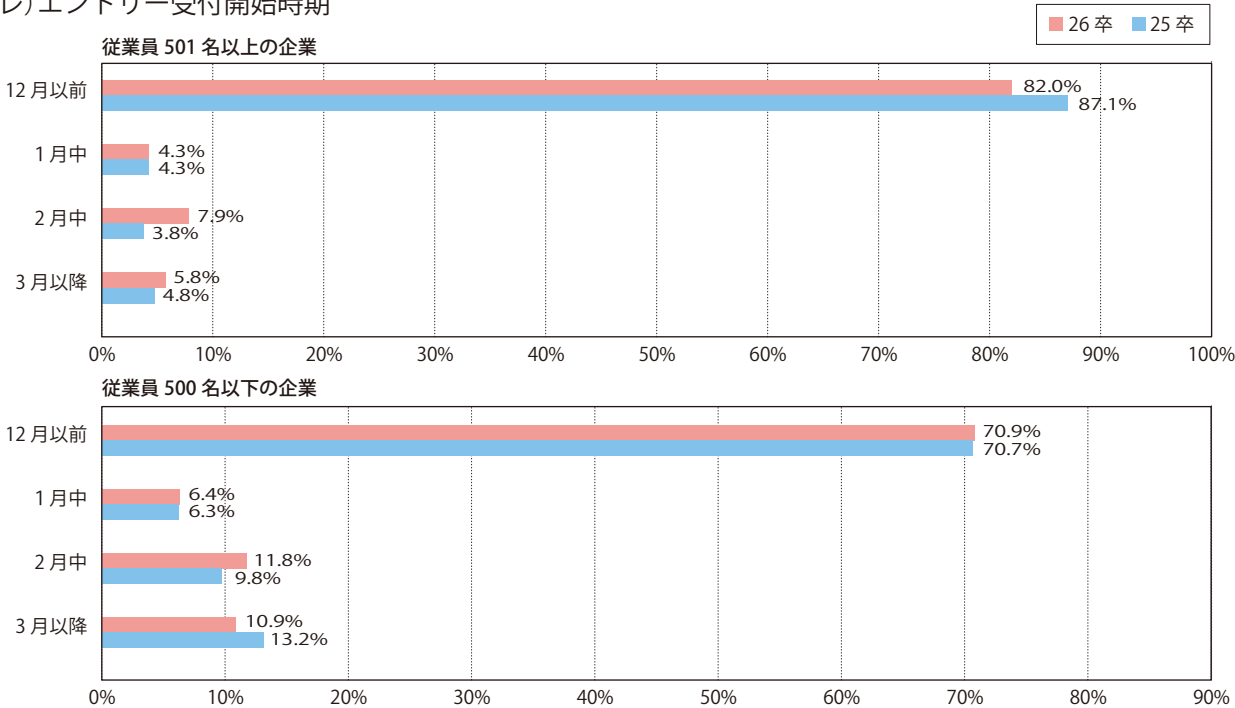
企業規模に関わらず、「増加」が「減少」を上回り、学生の採用に積極的。
大手企業では文理共に「増加」が「減少」を10ポイント以上上回る。

採用人数を「増加」した企業は、全体で24.3%（25卒25.2%）と微減したものの、「減少」と回答した企業は12.6%（25卒15.7%）で3.1ポイント減。「増加」が「減少」を11.7ポイント（25卒9.5ポイント）上回り、その差が前年よりも開いた。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では「増加」が25.9%と25卒（29.7%）から3.8ポイント減だが、「減少」は13.3%（25卒13.4%）と横ばいで推移。一方、従業員500名以下の企業では「増加」が22.4%と25卒（20.9%）から1.5ポイント増。「減少」は11.9%と25卒（18.0%）から6.1ポイント減で、採用に積極的な姿勢がみてとれる。

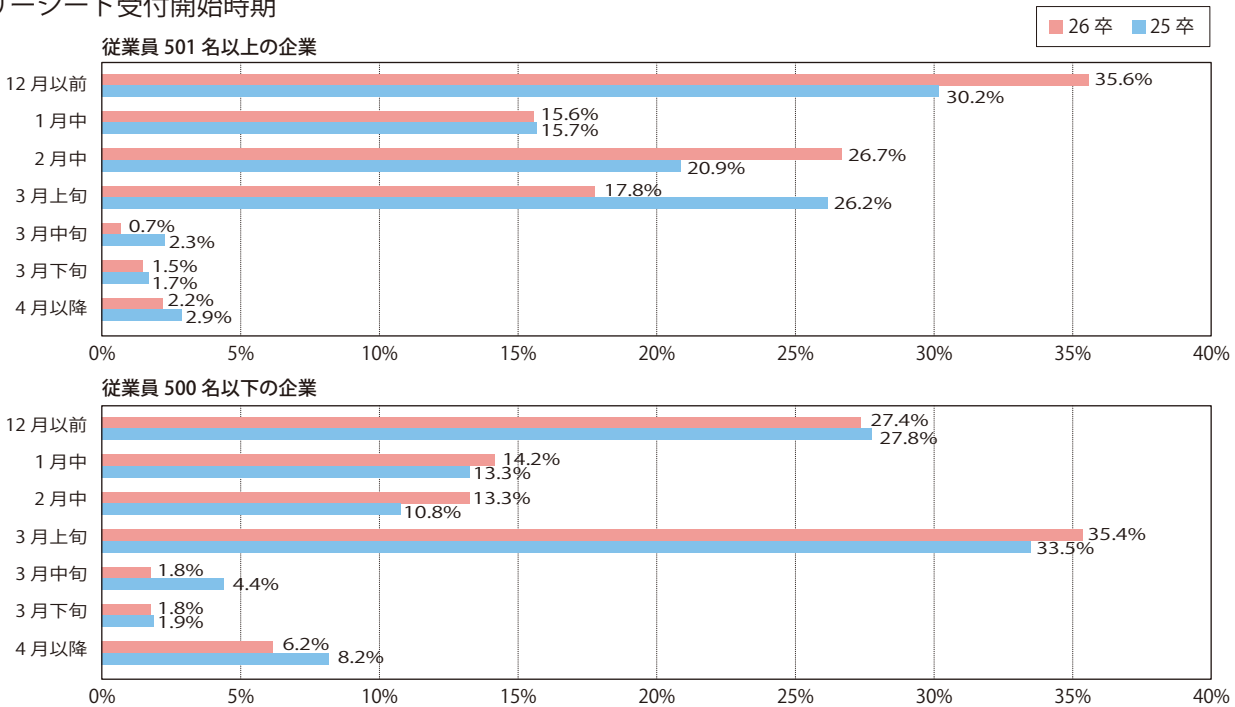
文理別にみると、501名以上の企業で文系採用人数を「増加」と回答した企業は20.6%（25卒12.6%）と8.0ポイント増。「減少」は7.4%（25卒8.0%）と0.6ポイント減。理系は「増加」が17.3%（25卒17.0%）で0.3ポイント増、「減少」も6.8%（25卒6.3%）で0.5ポイント増。大手企業では文理共に「増加」が「減少」を10ポイント以上上回った。一方、500名以下の企業では文系採用を「増加」した企業は12.8%（25卒17.7%）と4.9ポイント減。「減少」は7.5%（25卒8.6%）と1.1ポイント減。理系採用は「増加」が14.0%（25卒9.7%）と4.3ポイント増、「減少」は10.9%（25卒10.8%）で横ばいという結果となった。

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



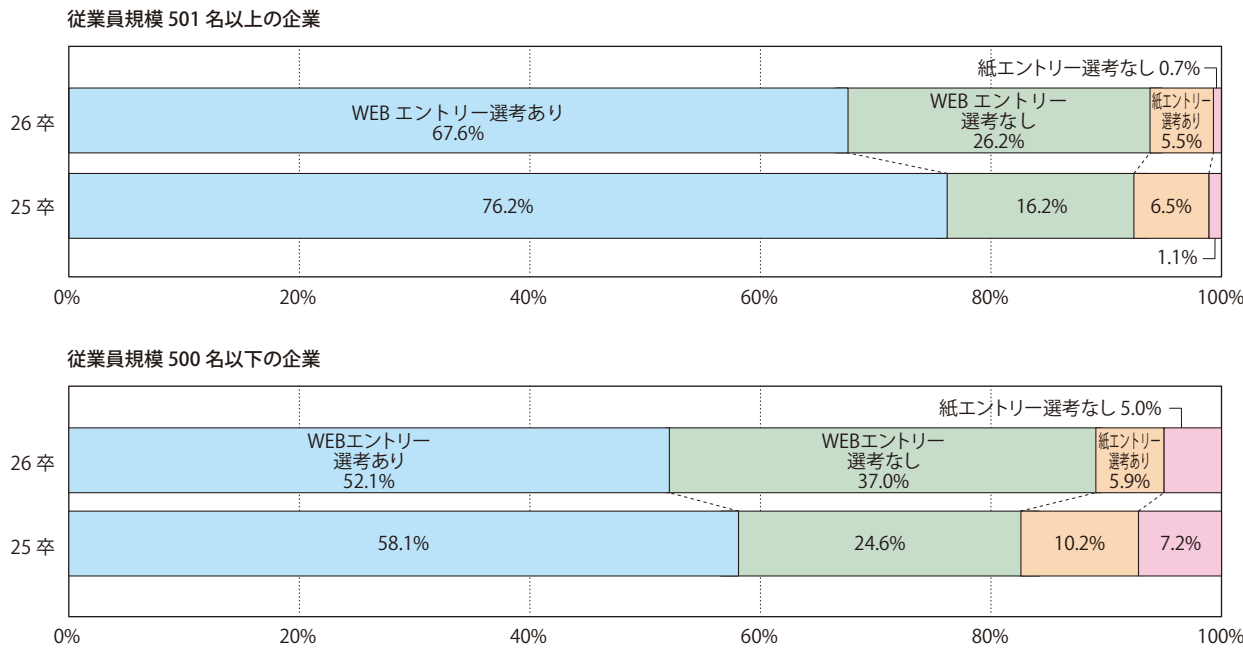
プレエントリー受付開始時期は、「12 月以前」が大手で 8 割、中堅・中小で 7 割に。
エントリーシート受付開始時期は大手で「12 月以前」がピーク。早期化が進む。

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82.0%と25卒(87.1%)から5.1ポイント減少した。代わって、「2月中」が7.9%(25卒3.8%)と4.1ポイント増、「3月以降」も5.8%(25卒4.8%)と1.0ポイント増加した。一方、従業員500名以下の企業では「12月以前」は70.9%(25卒70.7%)と横ばいで推移。「2月中」は11.8%(25卒9.8%)と2.0ポイント増だったが、「3月以降」は10.9%(25卒13.2%)と2.3ポイント減少した。若干の分散化がみられるものの、プレエントリー受付開始時期は「12月以前」が主流で、大手企業では8割、中堅・中小企業でも7割に上る。

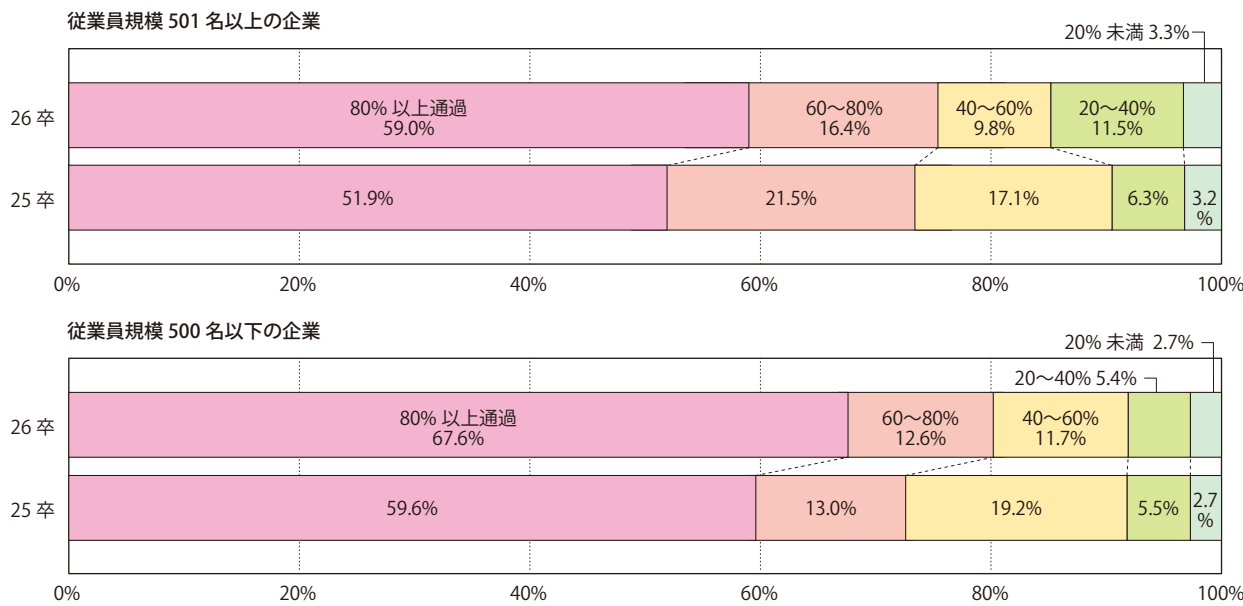
エントリーシートの受付開始時期については、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が35.6%(25卒30.2%)と5.4ポイント増加して最も多くなった。25卒で2位だった「3月上旬」は17.8%(25卒26.2%)と8.4ポイント減少。その結果、2月までに受付開始する企業は77.9%と25卒(66.8%)を11.1ポイント上回り、早期化が顕著となった。従業員500名以下の企業では、「3月上旬」が35.4%(25卒33.5%)と最も多いことには変わりはないが、2月までに受付開始する企業が54.9%と25卒(51.9%)を3.0ポイント上回り、エントリーシートを前倒しで受け付ける傾向がより強くなった。

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度合い



エントリーシートのWEB化が加速。大手で93.8%、中堅・中小で89.1%が導入。
選考母集団を維持するためにES段階での通過率は拡大傾向。

エントリーシート(ES)を利用している企業のうちWEBと紙の内訳を見ると、従業員501名以上の企業ではWEBが93.8%と25卒(92.4%)から1.4ポイント増加し、紙が6.2%と25卒(7.6%)から減少。紙からWEBへの移行は加速しており、WEB化が一段と進んだ。一方、従業員500名以下の企業でも、WEBが89.1%と25卒(82.7%)から6.4ポイント増加、紙が10.9%と25卒(17.4%)から減少した。選考全般のオンライン化が進む中、中堅・中小企業においてもWEBが9割に迫った。

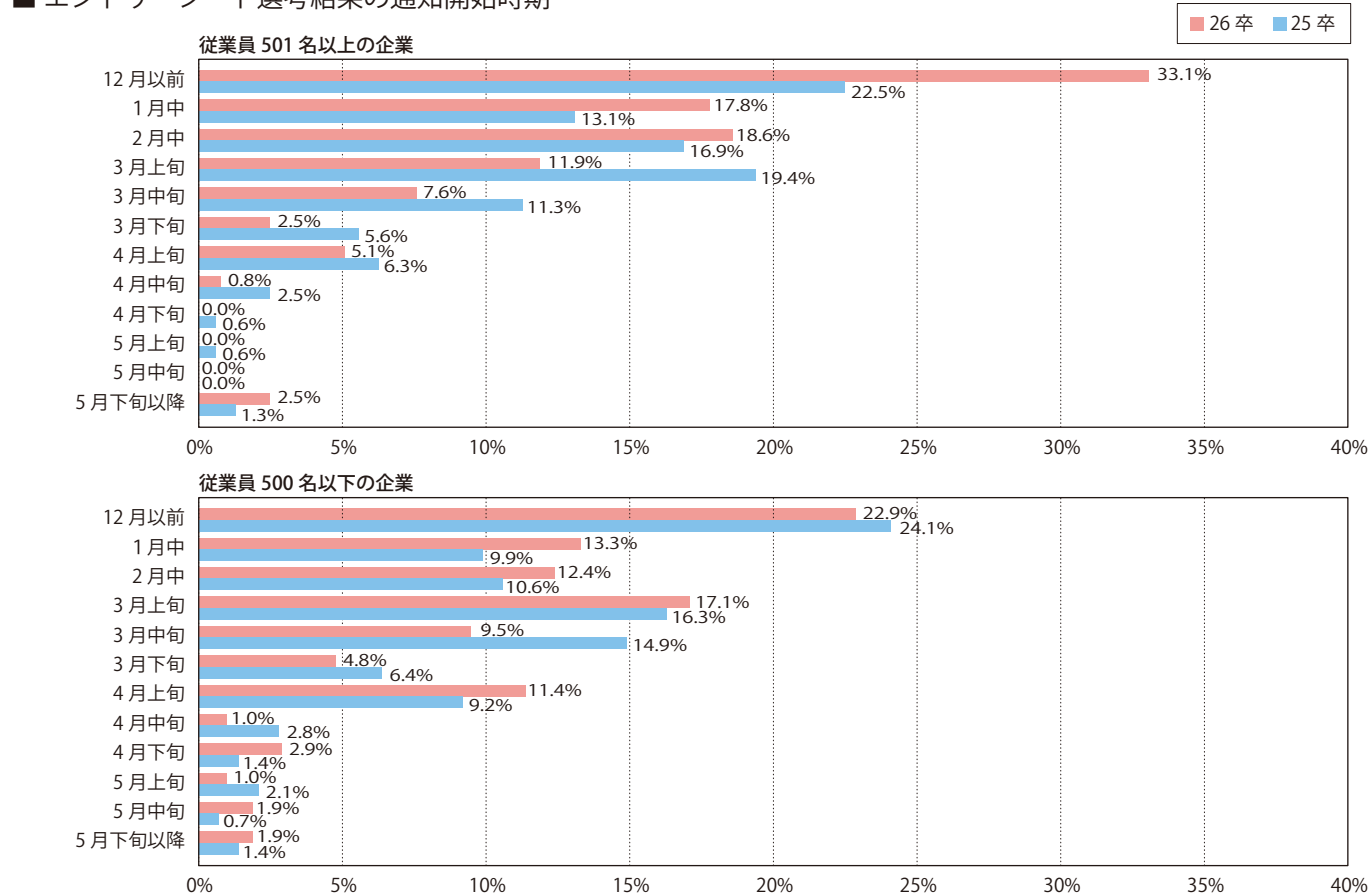
ESによる選考については、企業規模に関わらず、選考「あり」と回答した企業が半数を超えた。その一方で、大手企業で「WEBエ

ントリー・選考なし」が26.2%と25卒(16.2%)から10.0ポイント増加。中堅・中小企業でも「WEBエントリー・選考なし」が37.0%と25卒(24.6%)から12.4ポイントと大幅増加。大手、中堅・中小共に、ESによる選考を行わない企業が増える結果となった。

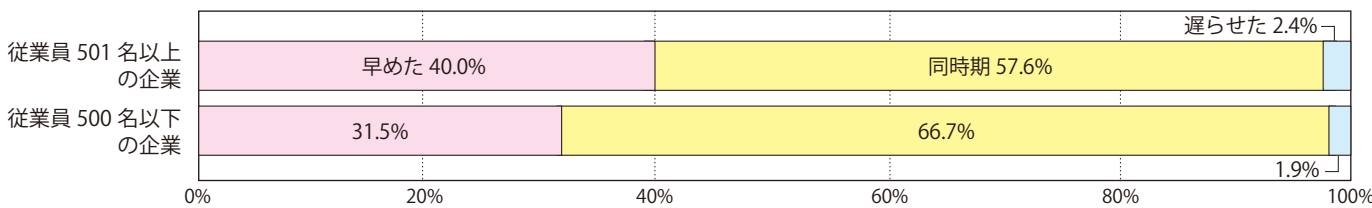
また、ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が、大手企業で59.0%と25卒(51.9%)から7.1ポイント増加。中堅・中小企業でも67.6%と25卒(59.6%)から8.0ポイントと増加した。選考母集団を維持するためにも、企業規模に関わらず、ES段階での通過率を拡大する傾向がみられた。

DATA. 22 エントリーシート選考結果通知開始時期

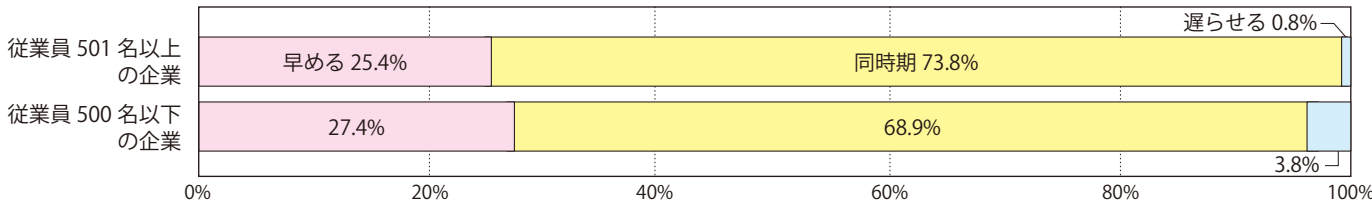
■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



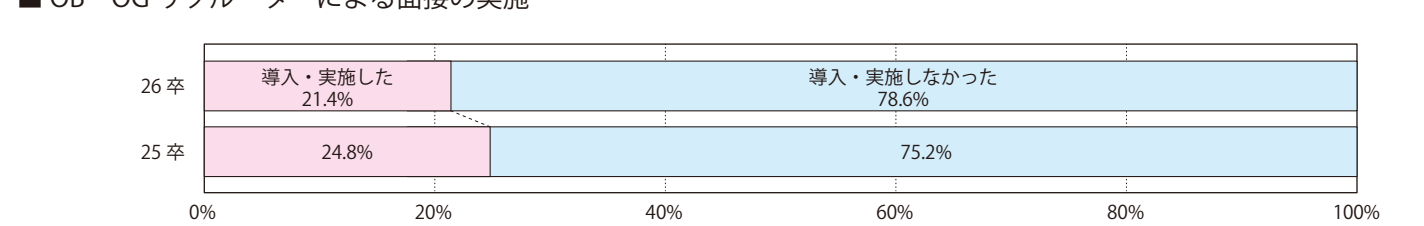
**エントリーシートの選考結果通知開始時期の前倒しが進む。
企業規模に関わらず、次年度は4分の1の企業が「早める」意向。**

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、「12月以前」が33.1%と25卒(22.5%)から10.6ポイント増加。さらに2月までに選考結果の通知を開始する企業は69.5%と7割に迫り、25卒(52.5%)から一気に170ポイントの大幅増加となった。前年比較をみても、「早めた」企業は40.0%(25卒43.2%)に上り、逆に「遅らせた」企業は2.4%(25卒3.0%)に留まっている。ESの受付開始時期の早期化に伴い、選考結果の通知開始時期の前倒しも進んでいることがわかる。一方、従業員500名以下の企業では、「12月以前」は22.9%と25卒

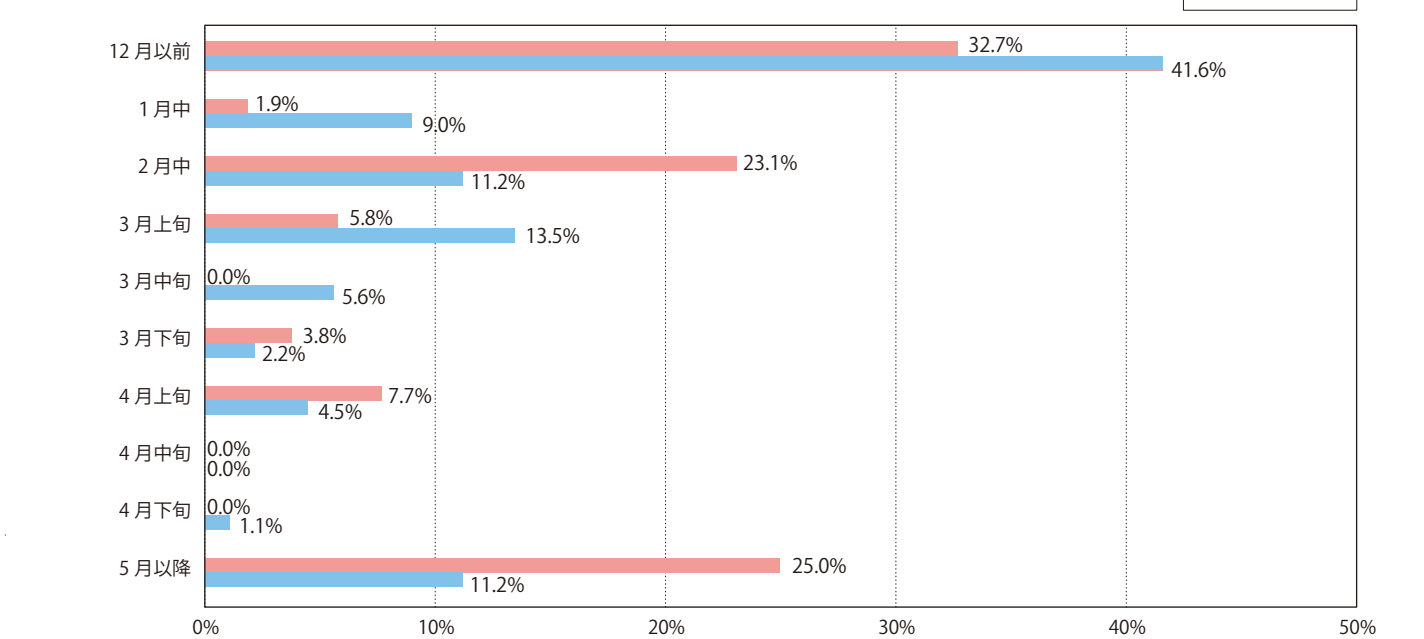
(24.1%)から1.2ポイント減少したものの、2月までの合計は48.6%と25卒(44.6%)から40ポイント増加した。前年比較でも「早めた」企業は31.5%(25卒36.3%)と3割に上り、大手企業ほどではないが前倒し傾向は顕著だ。では、次年度の予定はどうか。大手・中堅・中小共に、「同時期」(大手73.8%、中堅・中小68.9%)が最も多いが、「早める」と回答した企業は大手で25.4%(25卒38.1%)、中堅・中小では27.4%(25卒28.8%)という結果に。企業規模に関わらず、次年度に向けても4分の1の企業が通知開始時期を早める意向のようだ。

DATA. 23 OB・OG リクルーターによる面接

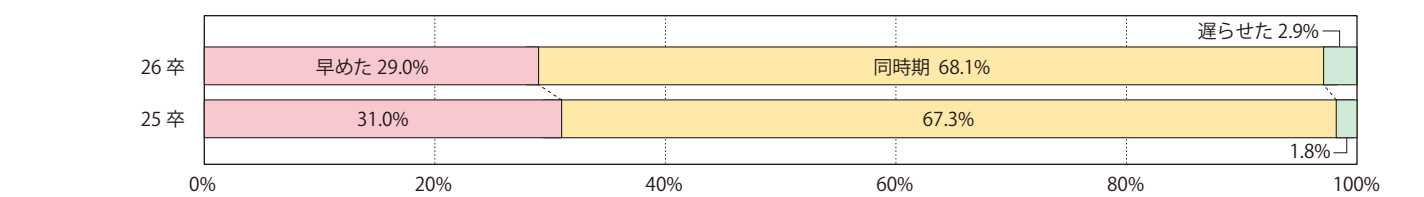
■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



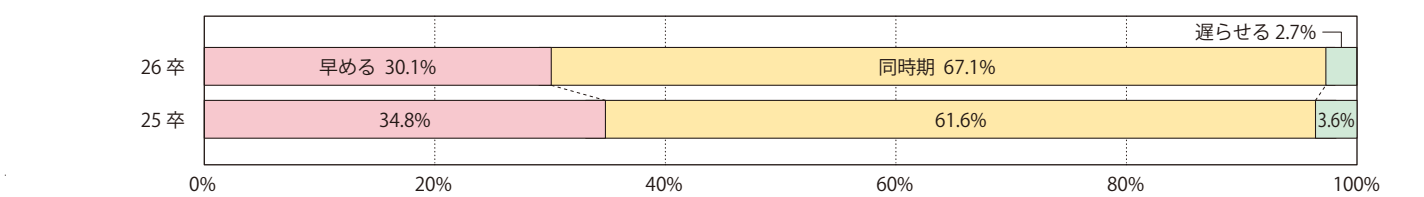
■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



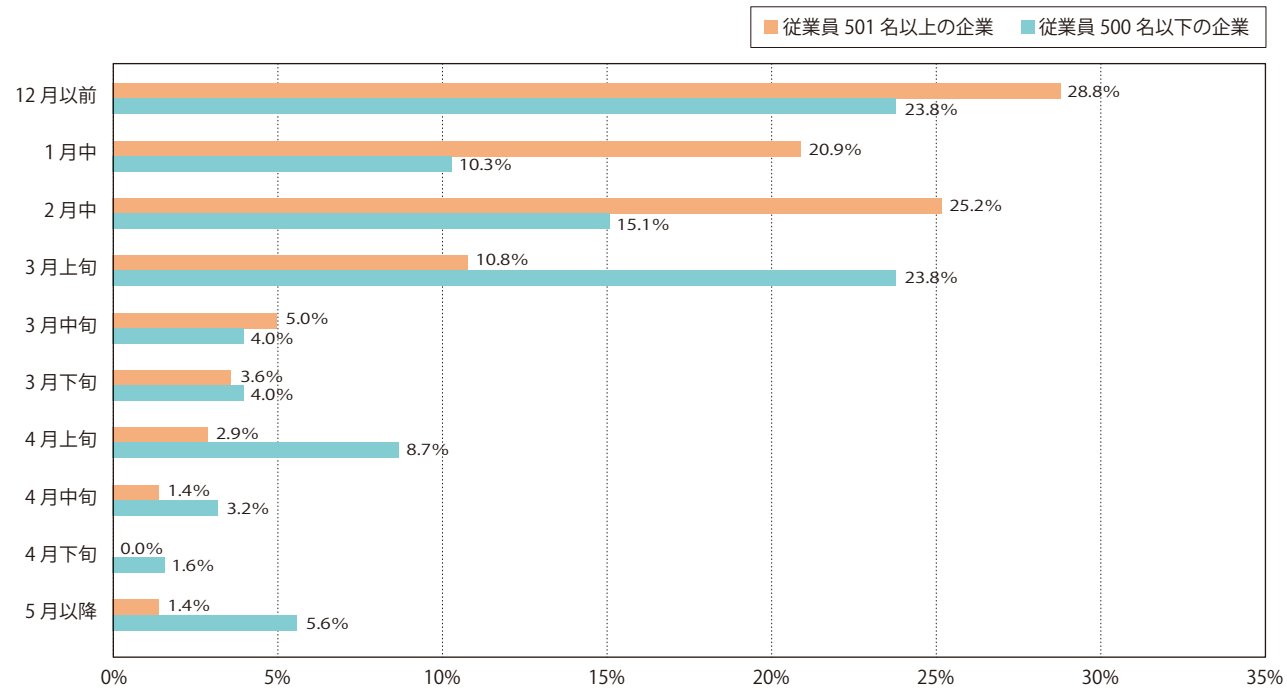
**OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は21.4%。
接触開始時期は「12月以前」がピークで、「早めた」企業は約3割。**

OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は21.4%で25卒(24.8%)から3.4ポイント減少したが、例年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、今後も劇的な増加は考えにくいだろう。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」32.7%(25卒41.6%)が最も多く、次いで「5月以降」25.0%(25卒11.2%)、「2月中」23.1%(25卒11.2%)という順に。前年に比べて若干ばらつきがみられるが、開始ピークは「12月以前」で、早期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。

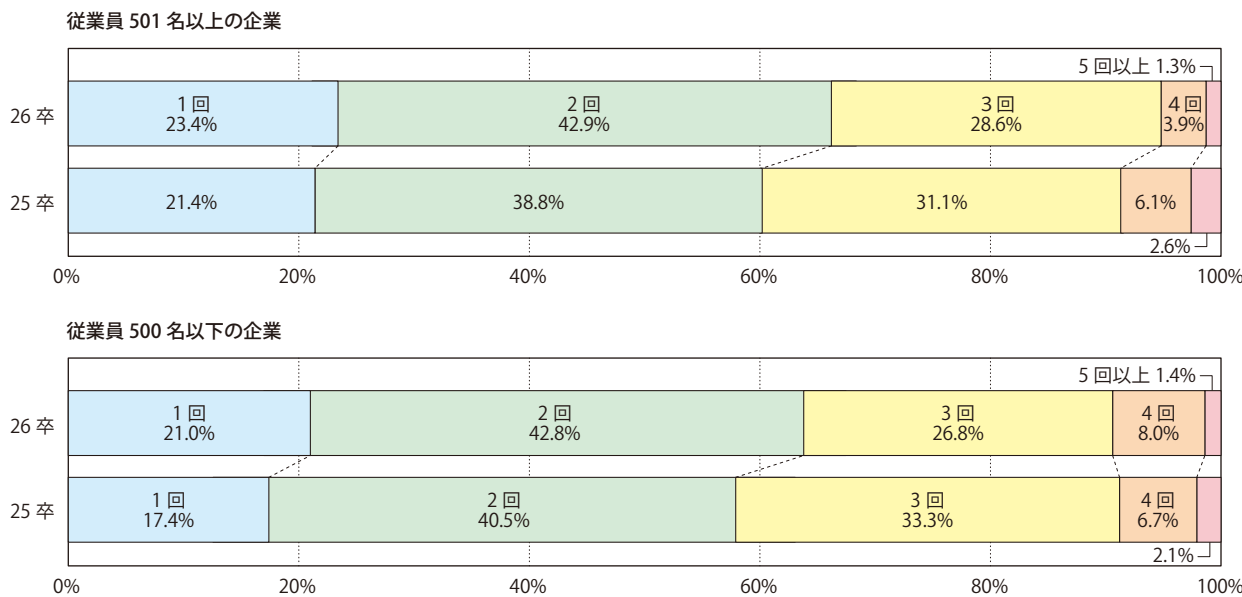
対前年比でみると、「早めた」と回答した企業は29.0%(25卒31.0%)と2.0ポイント減少。「同時期」は68.1%(25卒67.3%)と増加し、「遅らせた」企業も2.9%(25卒1.8%)と増加した。多少の数字の増減はあるものの前年並みの結果で、約3割の企業が接触時期を早めていた。次年度の予定では、「早める」と回答した企業は30.1%(25卒34.8%)と4.7ポイント減、「同時期」が67.1%(25卒61.6%)と5.5ポイント増加。それに対して、「遅らせる」は2.7%(25卒3.6%)に留まった。現状維持か前倒しを選択した企業が多い結果となった。

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



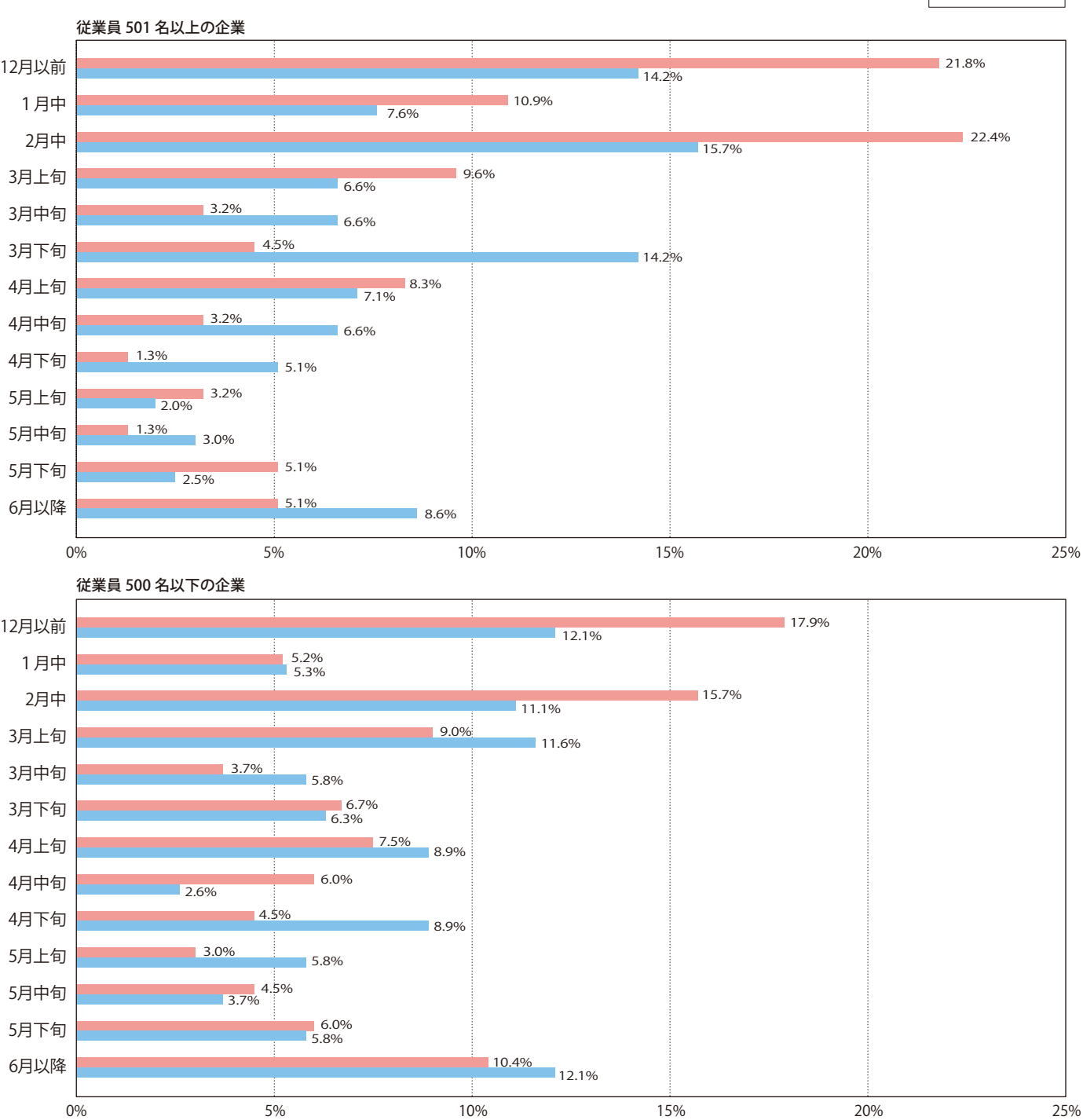
採用選考開始時期は「12 月以前」がピークに。中堅・中小でも早期化が進む。企業規模に関わらず、面接回数は「2 回」が最多で、少なめにシフト。

採用選考を開始した時期は、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が28.8%と25卒(25.9%)から2.9ポイント増加して1位に。「1月中」も20.9%(25卒14.5%)、「2月中」も25.2%(25卒17.1%)とそれぞれ増加。その結果、2月中までに選考を開始した企業は74.9%(25卒57.5%)に上り、採用選考開始時期の早期化が顕著となった。一方、従業員500名以下の企業では、従来ピークといわれていた「3月上旬」23.8%(25卒21.9%)と同率で「12月以前」(25卒23.0%)が1位に。中堅・中小企業においても早期化が進行している。

内定までの面接回数は、従業員501名以上の企業では「2回」42.9%が最多で、25卒(38.8%)から4.1ポイント増加した。次いで「3回」28.6%だが、25卒(31.1%)から2.5ポイント減少。それに対して「1回」が23.4%(25卒21.4%)と2.0ポイント増加した。従業員500名以下の企業でも「2回」42.8%(25卒40.5%)が最多で、それに続く「3回」26.8%は25卒(33.3%)から6.5ポイント減少。それに対して「1回」21.0%は25卒(17.4%)から3.6ポイント増加した。企業規模に関わらず、「3回」が減少し、「2回」「1回」が増加するという結果となり、採用プロセスの効率化がうかがえる。

DATA. 25 内定開始時期

内(内)定を出し始めた時期



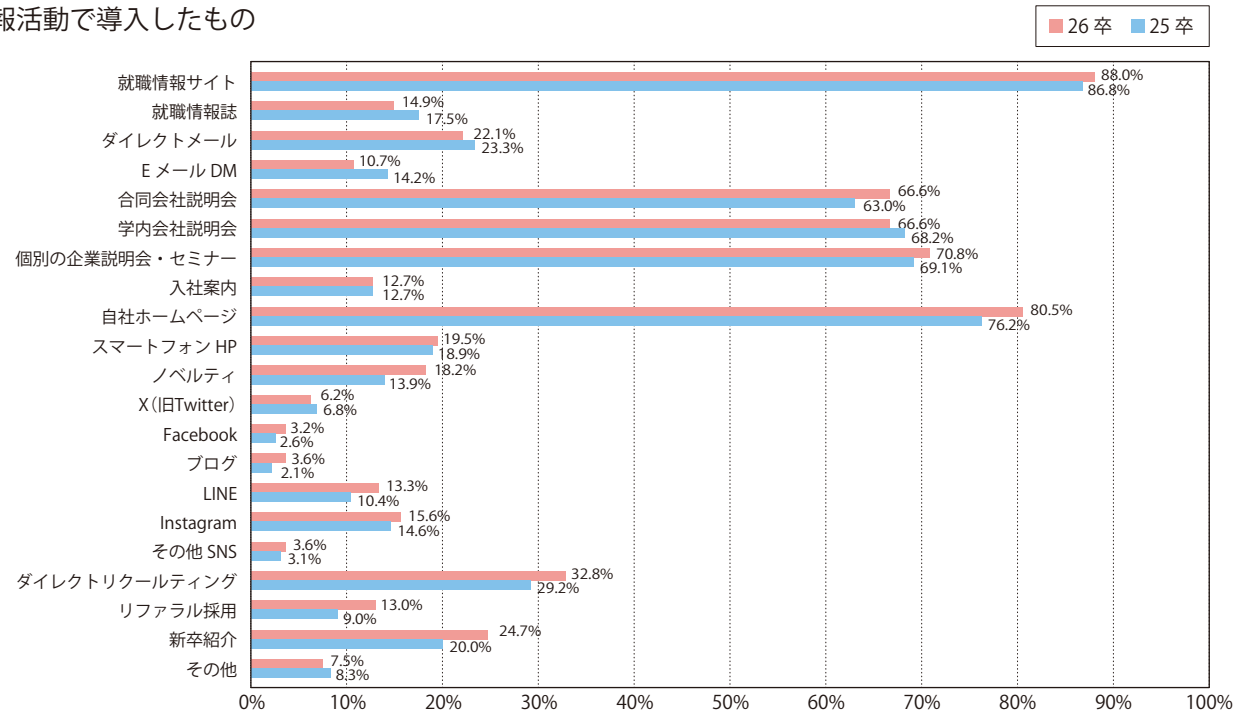
内定開始の時期は、大手では「2 月中」、中堅・中小では「12 月以前」がピーク。企業規模に関わらず、「6 月以降」は減少傾向。

内定を出し始めた時期は、従業員501名以上の企業では、「2月中」が22.4%と25卒(15.7%)から6.7ポイント増加して最多に。次いで「12月以前」が21.8%で、25卒(14.2%)から7.6ポイント増加した。大手の内定開始時期のピークは「2月中」だが、「12月以前」の増加も目立っており、内定開始時期の早期化は一段と加速しているようだ。実際、2月までの合計は55.1%(25卒37.5%)となり、過半数を超える企業が「2月中」までに内定出しを開始している。その一方で、採用選考解禁後の「6月以降」での内定出しは5.1%(25卒8.6%)と減少傾向が続く。

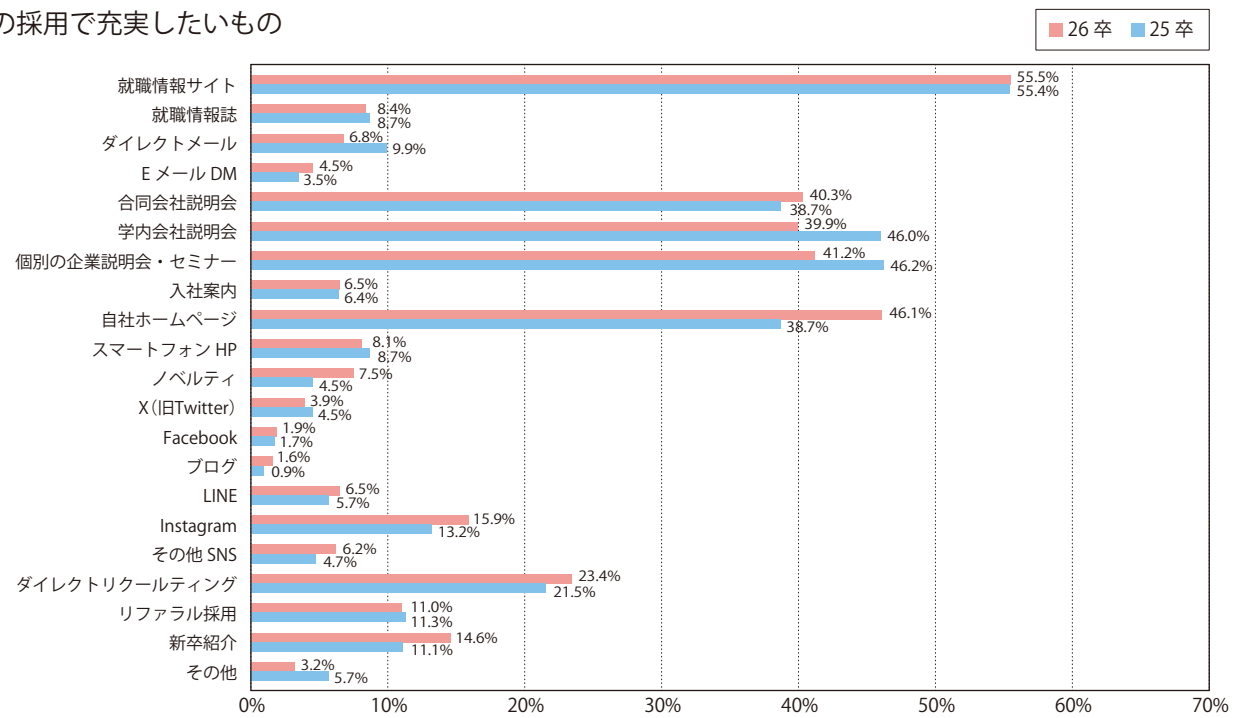
従業員500名以下の企業では、最も多いのが「12月以前」で17.9%と25卒(12.1%)から5.8ポイント増加。大手企業よりも先行してピークを迎えている。次いで「2月中」が15.7%で、25卒(11.1%)から4.6ポイント増加した。その結果、2月までの合計は38.8%と25卒(28.5%)から10.3ポイント増加し、大手ほどではないものの、4割近くの企業が「2月中」までに内定出しを開始していることがわかった。採用選考解禁後の「6月以降」は10.4%と25卒(12.1%)から1.7ポイント減少。企業規模に関わらず、「6月以降」は減少傾向にあり、内定開始時期も早期化の基調といえよう。

DATA. 26 採用広報活動

■ 採用広報活動で導入したもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



 採用広報活動の主流は例年同様「情報サイト」「ホームページ」「説明会」。
次年度導入したいものも「情報サイト」「ホームページ」「説明会」の順に。

採用広報活動で導入したものは、「就職情報サイト」88.0%（25卒86.8%）が最も多く、次いで「自社ホームページ」80.5%（25卒76.2%）、「個別の企業説明会・セミナー」70.8%（25卒69.1%）と前年同様の順位に。いずれも前年より数字を伸ばし、「情報サイト」・「ホームページ」・「説明会」が広報活動の主流であることがわかる。

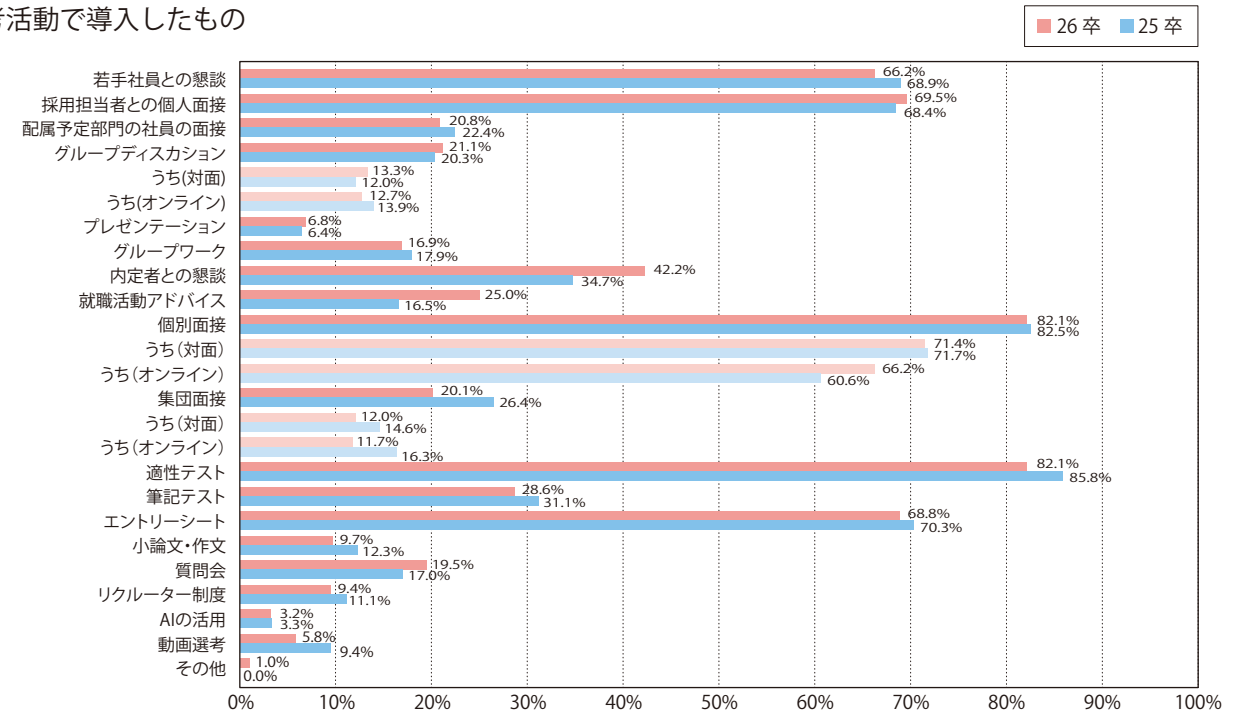
次年度の採用で充実したいものとしては、「就職情報サイト」55.5%（25卒55.4%）が最も多いのは変わらないが、「自社ホームページ」46.1%が25卒（38.7%）から7.4ポイント増加して2位に。

前年2位の「個別の企業説明会・セミナー」41.2%（25卒46.2%）が3位となり、導入したものと同順となった。

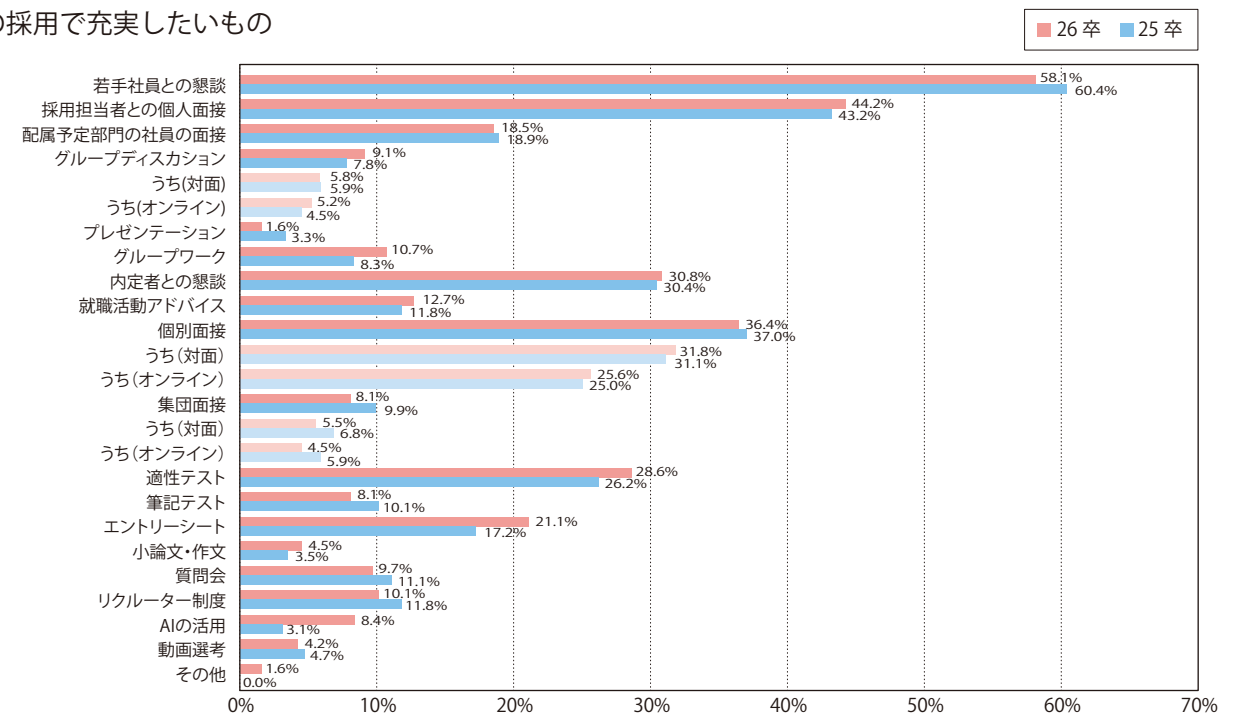
主要な採用メディア以外で導入したものは、「ダイレクトリクルーティング」が32.8%（25卒29.2%）、「新卒紹介」が24.7%（25卒20.0%）、「リファラル採用」が13.0%（25卒9.0%）といずれも増加。次年度以降に充実したいものとしても増加傾向、もしくはほぼ横ばいに推移しており、手法の一つとして一定の評価は得ているようだ。

DATA. 27 採用選考活動

■ 採用選考活動で導入したもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



 例年同様「適性テスト」と「個別面接」は高い導入率。
充実したいものは「若手社員との懇談」「採用担当との個人面談」「個別面接」。

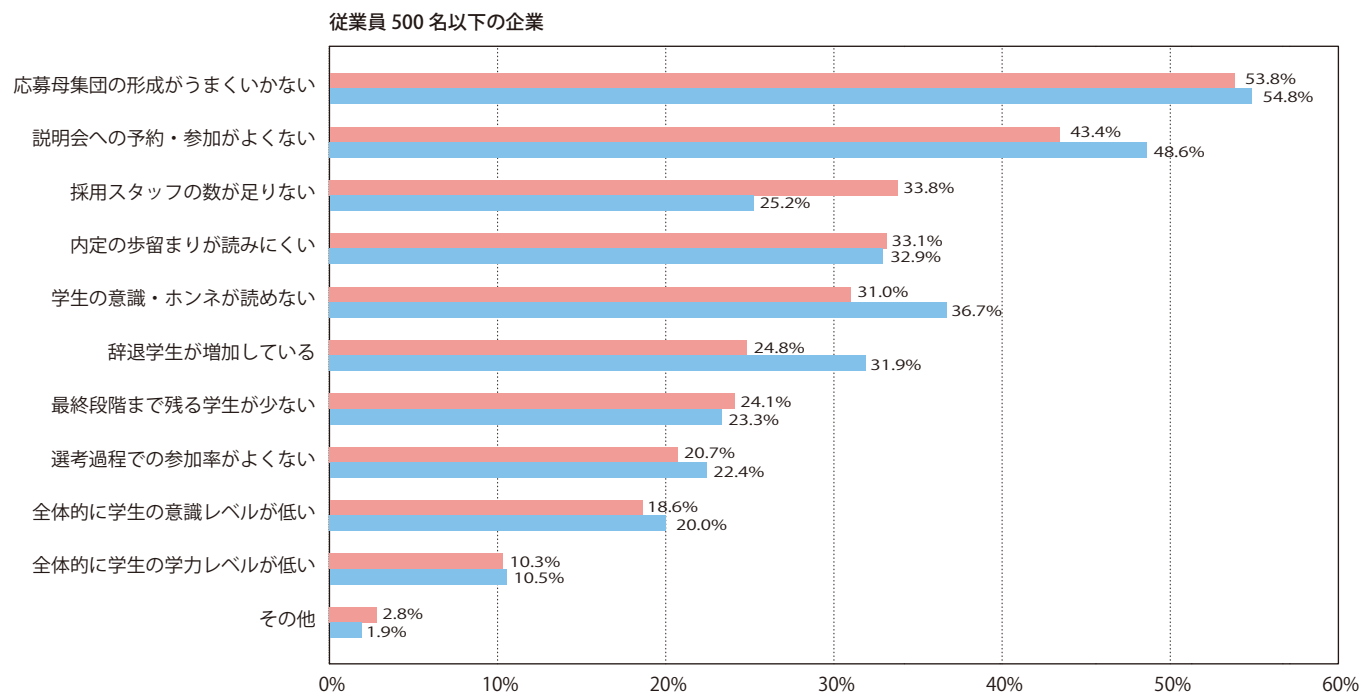
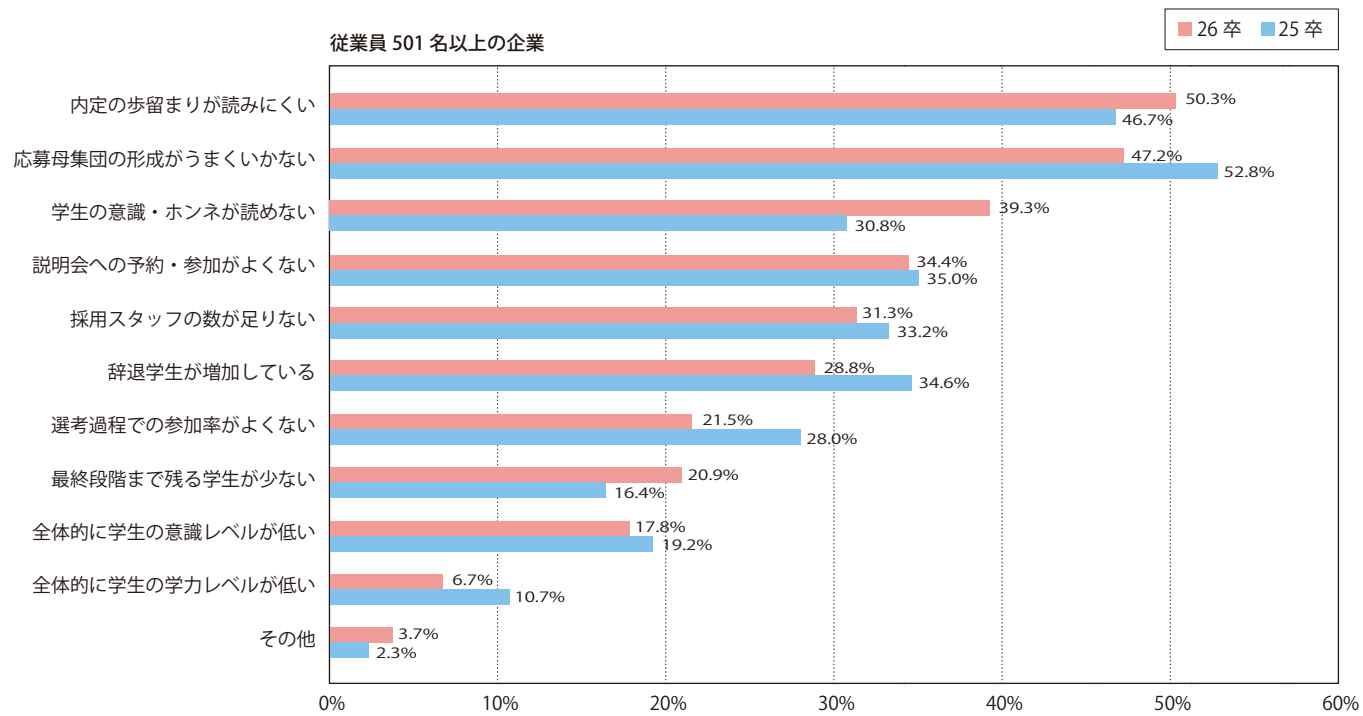
採用選考活動において導入したものは、「適性テスト」82.1%（25卒85.8%）と「個別面接」82.1%（25卒82.5%）が同率で最多に。次いで「採用担当者との個人面談」69.5%（25卒68.4%）、「エントリーシート」68.8%（25卒70.3%）、「若手社員との懇談」66.2%（25卒68.9%）と続く。多少の順位の入替えはあるものの、基本的な傾向は変わらない。

次年度の採用で充実したいものでは、1位が「若手社員との懇談」58.1%（25卒60.4%）、以下、「採用担当者との個人面談」

44.2%（25卒43.2%）、「個別面接」36.4%（25卒37.0%）と続く。なお、オンライン選考が主流になったことで導入された「動画選考」については、導入率は5.8%（25卒9.4%）で3.6ポイント減。次年度導入希望率も4.2%（25卒4.7%）に留まった。一方、「AIの活用」については、導入率が3.2%（25卒3.3%）と横ばいだったが、導入希望率は8.4%（25卒3.1%）と5.3ポイント増加。今後の動向に注目したい。

DATA. 28 採用課題

■ 採用活動の悩み



大手企業では、「内定の歩留まり」「母集団形成」「学生の意識・ホンネ」。
中堅・中小企業では、「母集団形成」「説明会予約」「採用スタッフの数」が課題に。

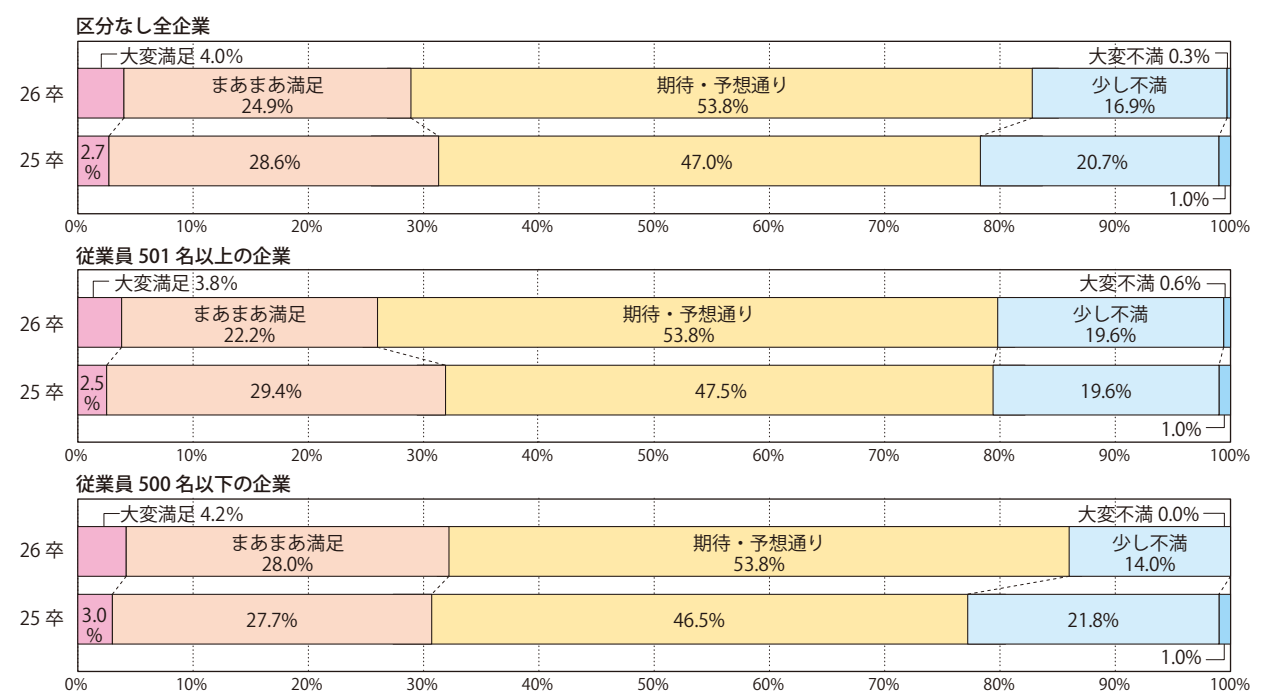
企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、「内定の歩留まりが読みにくい」が50.3%と25卒(46.7%)から3.6ポイント増加して1位となった。例年課題として上位に挙げられる「応募母集団の形成がうまくいかない」47.2%(25卒52.8%)は5.6ポイント減少して2位に。前年6位の「学生の意識・ホンネが読めない」39.3%が25卒(30.8%)から8.5ポイント増加し、3位に浮上した。以下、「説明会への予約・参加がよくない」34.4%(25卒35.0%)、「採用スタッフの数が足りない」31.3%(25卒33.2%)と続く。「なかなか本選考まで学生が来てくれない」といった声は採用の現場で聞く

機会が多いが、そうした実態を裏付ける結果となった。

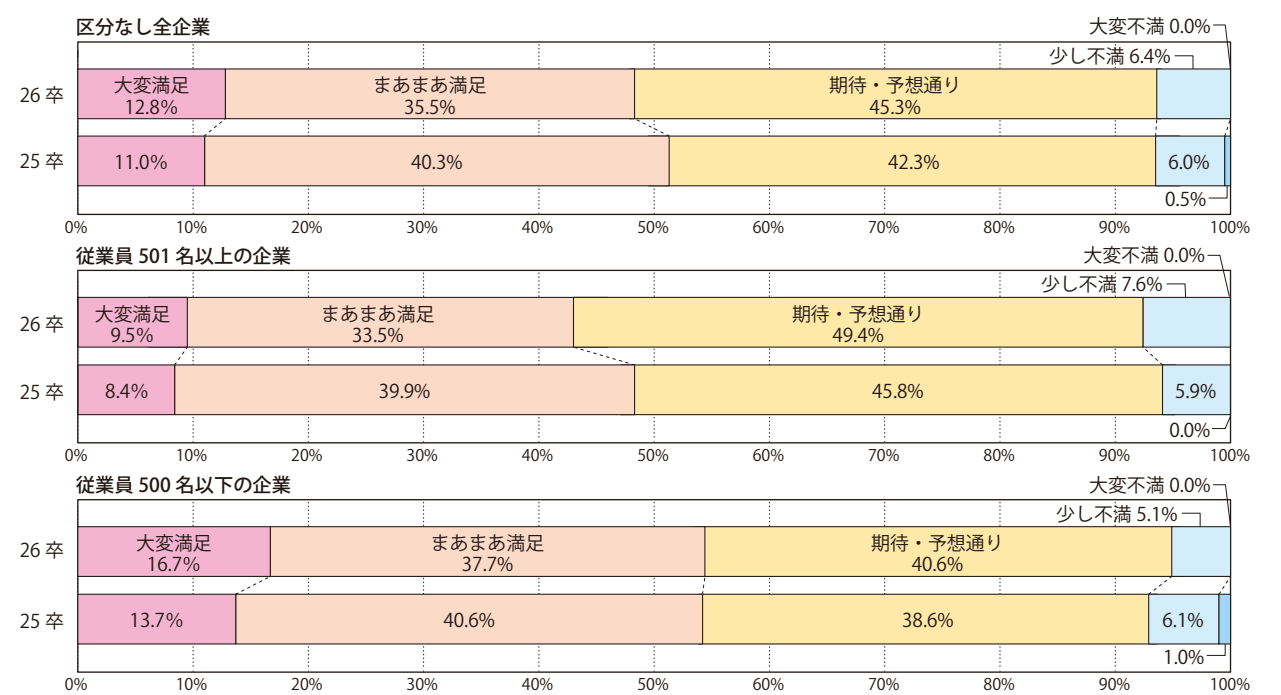
一方、従業員500名以下の企業では、「母集団の形成」53.8%(25卒54.8%)が前年に引き続き1位に。過半数を超える企業が課題に挙げており、深刻度は高い。2位も前年と変わらず「説明会への予約・参加」43.4%(25卒48.6%)。それに続くのが「採用スタッフの数が足りない」33.8%で25卒(25.2%)から8.6ポイント増加した。大手と中堅・中小企業では課題の傾向がやや異なるものの、「母集団形成」については企業規模に関わらず深刻な課題といえる。

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



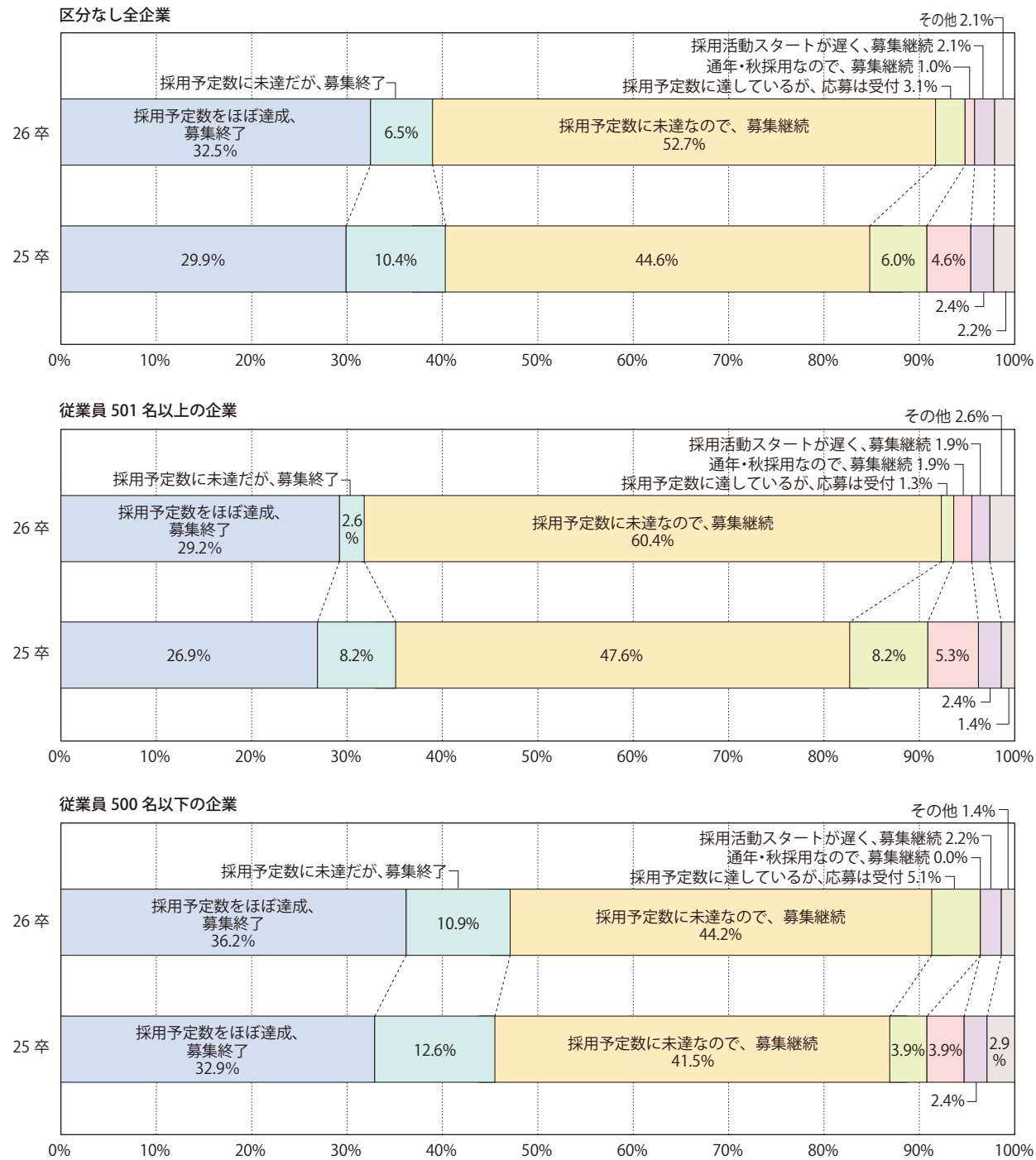
応募学生の質は、企業規模に関わらず「期待・予想通り」が増加。
内定学生の質は、9割超の企業で「満足」「期待・予想通り」。

応募学生の質について、「大変満足」「まあまあ満足」の合計は28.9%と25卒(31.3%)から2.4ポイント減少。「少し不満」「大変不満」の合計17.2%(25卒21.7%)も4.5ポイント減少した。代わって「期待・予想通り」が53.8%と25卒(47.0%)から6.8ポイント増加した。企業規模別にみても、従業員501名以上で「期待・予想通り」53.8%(25卒47.5%)が6.3ポイント増加。従業員500名以下の企業でも「期待・予想通り」53.8%(25卒46.5%)が7.3ポイント増加している。なお、中堅・中小企業では「不満」の合計が14.0%(25卒22.8%)と8.8ポイント大幅に減少しており、不満は改善傾向にあるようだ。

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48.3%(25卒51.3%)。「期待・予想通り」45.3%(25卒42.3%)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93.6%(25卒93.6%)に上る。企業規模別では、従業員501名以上では「満足」の合計は43.0%(25卒48.3%)に対して「不満」の合計は7.6%(25卒5.9%)と、その差は25卒より縮まった。一方、従業員500名以下の企業では「満足」54.4%(25卒54.3%)に対して「不満」は5.1%(25卒7.1%)と、その差は25卒より拡大し、満足度の高まる結果となった。

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39.0%。
「採用予定数達成・終了」が増加する一方で、「未達・募集継続」も増加。

企業全体では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」した企業は32.5%と25卒(29.9%)から2.6ポイント増加。「採用予定数に未達だが、募集終了」6.5%(25卒10.4%)と合わせて、採用活動を終了した企業の合計は39.0%と25卒(40.3%)から微減。その一方で「採用予定数に未達なので、募集継続」は52.7%と25卒(44.6%)から8.1ポイント増加した。DATA28でみたように、母集団形成に苦労すると同時に、内定の歩留まりが読みにくいなどの課題を抱える企業が多いことから、採用活動に苦戦している企業は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「採用予定数をほぼ

達成、募集終了」した企業は29.2%(25卒26.9%)と2.3ポイント増加。一方で、「採用予定数に未達なので、募集継続」は60.4%(25卒47.6%)と12.8ポイント大幅増加し、「予定数未達」の合計は63.0%と25卒(55.8%)から7.2ポイント増加した。従業員500名以下の企業でも、「採用予定数をほぼ達成、募集終了」は36.2%(25卒32.9%)と3.3ポイント増加したが、「採用予定数に未達なので、募集継続」も44.2%(25卒41.5%)と2.7ポイント増。「予定数未達」の合計は55.1%と25卒(54.1%)から微増した。企業規模に関わらず、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、企業は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。結論から言えば、例年と変わらず、両者間には依然として大きな隔たりが存在している。

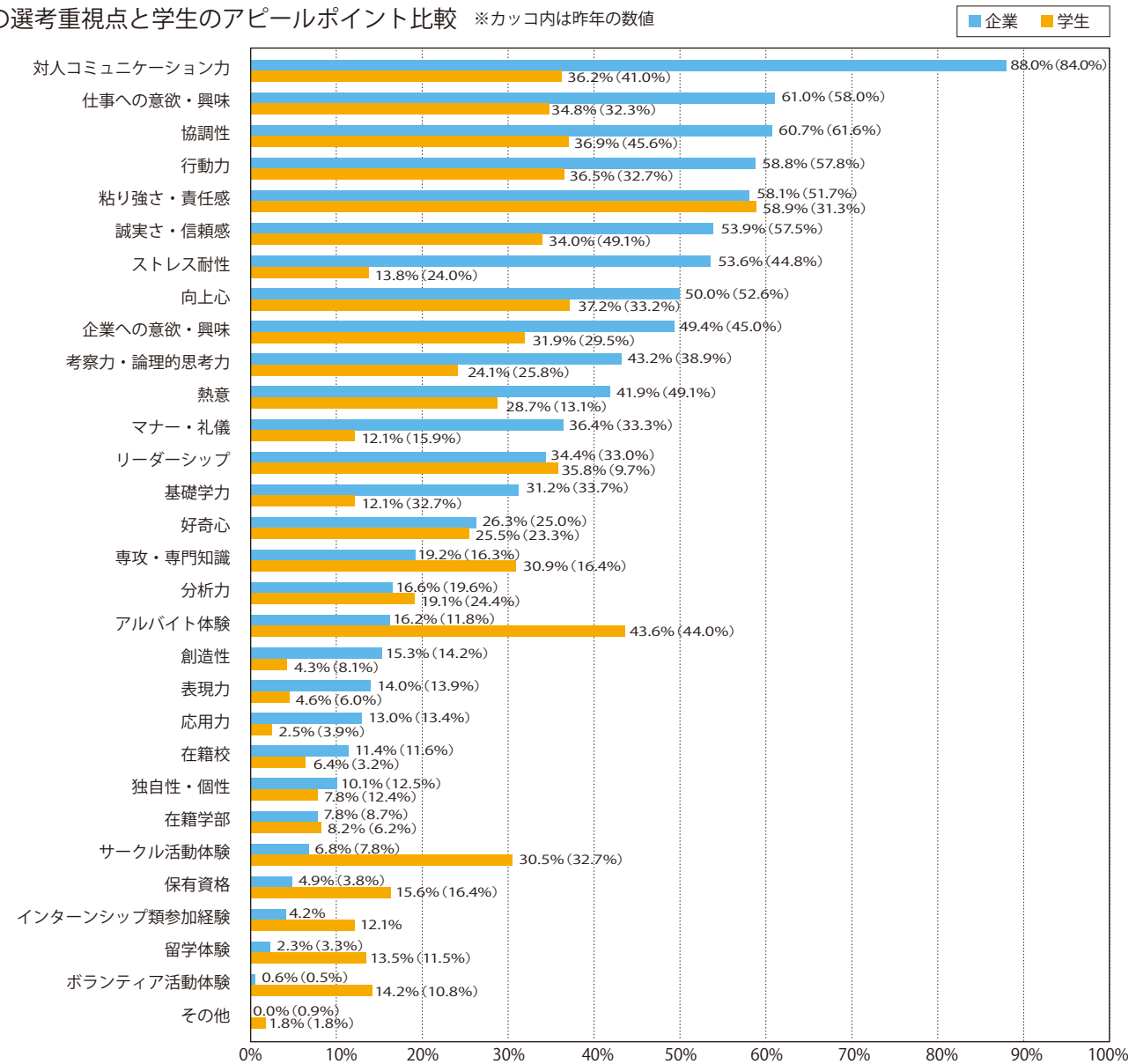
企業が重視する点の1位は、「対人コミュニケーション力」で88.0%(25卒84.0%)。2位に30ポイント近くの大差をつけて突出した1位となった。この傾向は例年同様であり、学生にも意識して欲しいところだが、現実には学生のアピールしたいポイントとしては36.2%(25卒41.0%)と低く、両者の意識のギャップは2倍以上となった。しかも、その差は前年以上に開いている(25卒43.0ポイント→26卒51.8ポイント)。企業が重視する点の2位は「仕事への意欲・興味」で61.0%(25卒58.0%)。これに対して学生は34.8%と25卒(32.3%)からやや高まったが、まだまだ両者間のギャップは大きい。企業の3位は「協調性」60.7%(25卒61.6%)で、これに対して学生

は36.9%(25卒45.6%)に留まる。それに続く企業の4位は「行動力」58.8%(25卒57.8%)で、学生では36.5%(25卒32.7%)。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、学生の意識は3割台に留まっており、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「粘り強さ・責任感」58.9%(25卒31.3%)は、企業も58.1%(25卒51.7%)が重視しており、唯一ギャップの小さいものではある。しかし、学生の2位の「アルバイト体験」43.6%(25卒44.0%)を重視する企業は16.2%(25卒11.8%)と少なく、「サークル活動体験」30.5%(25卒32.7%)に至っては、重視する企業はわずか6.8%(25卒7.8%)に過ぎない。

企業と学生の間にある意識格差はそう簡単に解消されるものではない。だからこそ、「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、どう成長したかを面接で引き出す力が企業には求められている。

■ 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

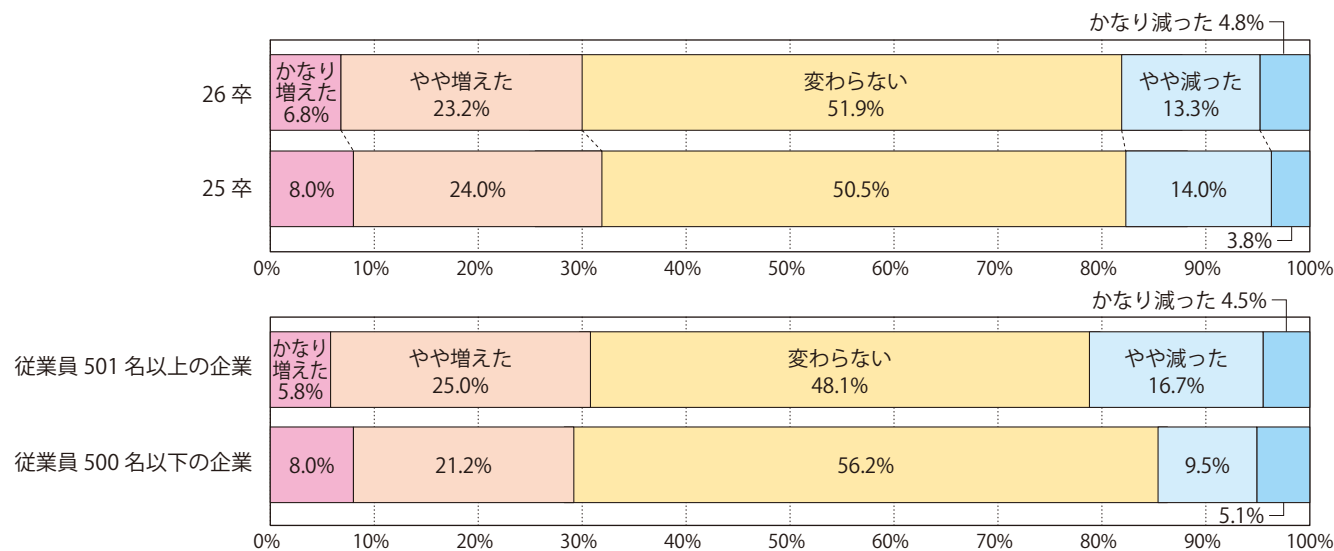


C O L U M N

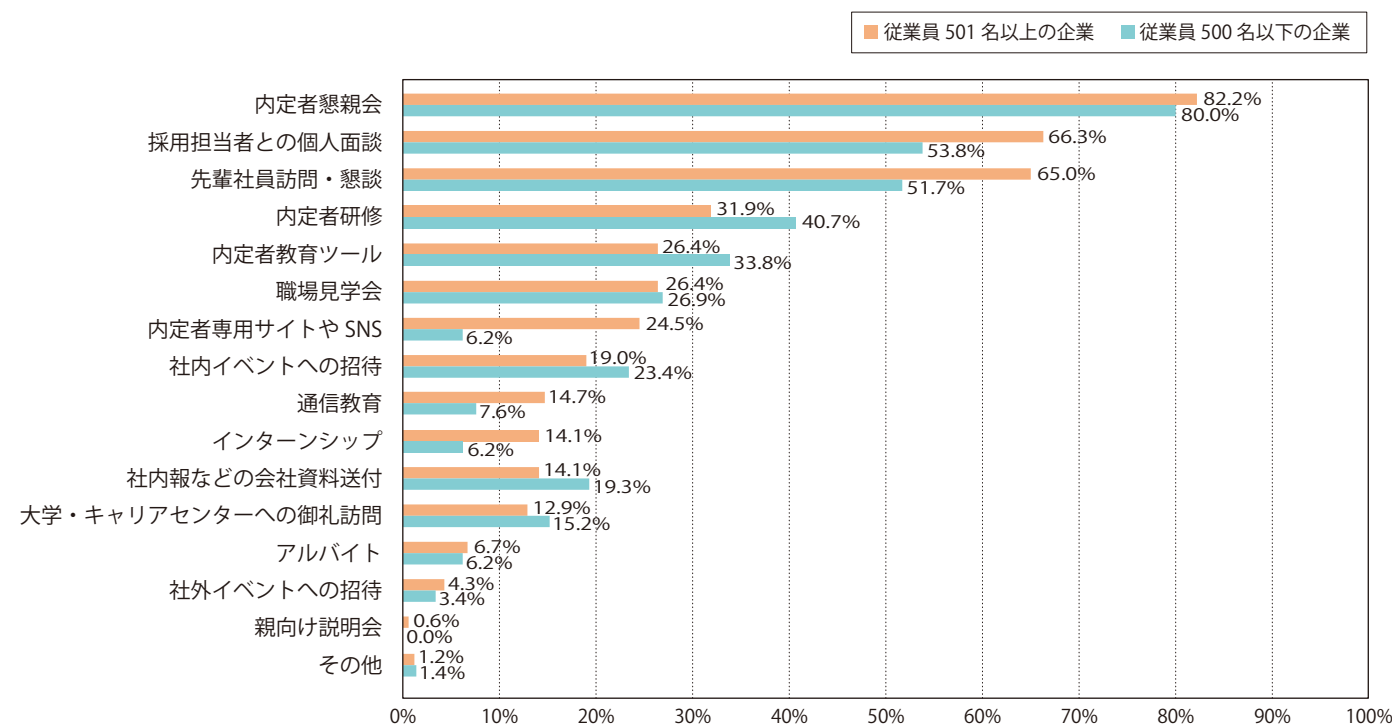


例年、多くの企業が「応募母集団形成」と並んで採用課題として挙げているのが「内定の歩留まりが読みにくい」であり、それは26卒においても変わらない(DATA28参照)。内定辞退が「かなり増えた」「やや増えた」の合計30.0%(25卒32.0%)と「やや減った」「かなり減った」の合計18.1%(25卒17.8%)を比較すると、内定辞退が「増えた」企業が「減った」企業を上回った。内定者フォロー・辞退防止は、採用活動における最重要課題の一つだけに、各企業の具体的な対応策についても調査した。

■〈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)

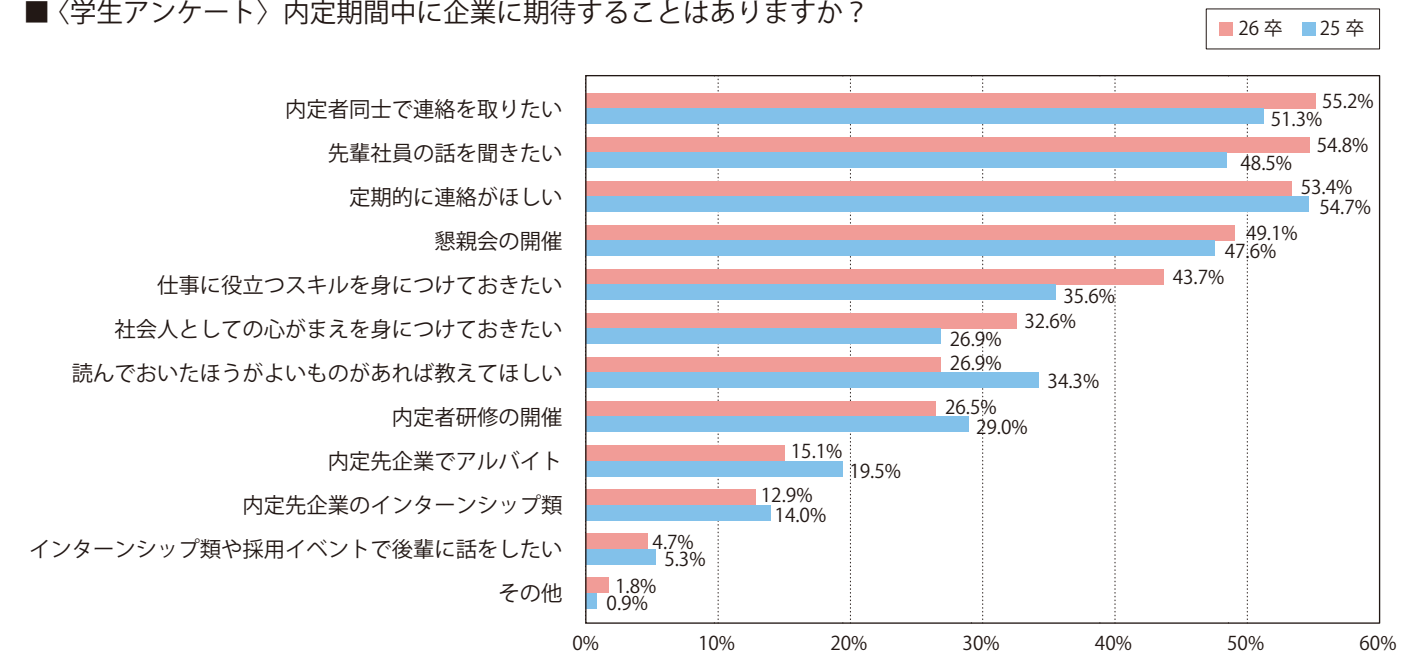


企業規模別にその対応策をみると、従業員501名以上の企業では、最も多いのが「内定者懇親会」82.2%(25卒79.0%)で、次いで「採用担当者との個人面談」66.3%(25卒67.3%)、「先輩社員訪問・懇談」65.0%(25卒65.9%)の順で、上位を占める傾向に大きな変化はない。一方、従業員500名以下の企業でも、最も多いのは「内定者懇親会」80.0%(25卒77.1%)であり、次いで「採用担当者との個人面談」53.8%(25卒50.0%)、「先輩社員訪問・懇談」51.7%(25卒46.7%)の順で、数字としては大手ほど高くないが同様の傾

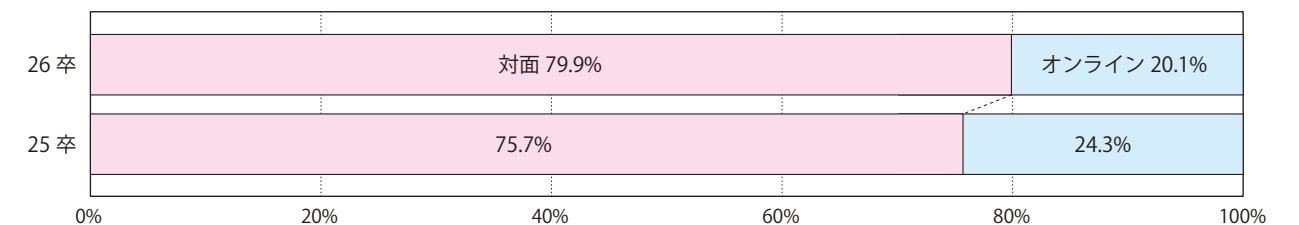
向がみられる。企業規模に関わらず、上位に挙げられた対策はいずれも人を介したフォローであり、そうした対策が有効であるという認識は根強いようだ。「内定者懇親会」を実施する企業は8割を超えており、内定者と密にコンタクトを取ることで、辞退防止に努めようとする企業の姿がみてとれる。

それに対して、学生は内定先企業にどのような対応を期待しているのか。1位となったのは「内定者同士で連絡を取りたい」55.2%で25卒(51.3%)から3.9ポイント増加した。「懇親会の開催」

■〈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？



49.1%(25卒47.6%)も1.5ポイント増で4位であることから、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。2位は「先輩社員の話を聞きたい」54.8%(25卒48.5%)、3位は「定期的に連絡が欲しい」53.4%(25卒54.7%)という順に。「先輩社員の話を聞きたい」・「定期的に連絡がほしい」という“縦のつながり”と、「内定者同士で連絡を取りたい」・「懇親会の開催」という“横のつながり”を求める回答が上位を占める結果となった。内定企業との交流については、「対面」を希望する学生が79.9%(25卒75.7%)とほぼ8割に。「オンライン」希望は20.1%(25卒24.3%)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が少ない学生にとって、入社後働くことを実感する上でも、内定後は直接接したいと考えているようだ。

企業の対応と学生の希望を比較すると、企業は懇親会など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図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いる。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。

C O L U M N

筆記・適性テストを実施した企業は94.9%。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94.9%（25卒96.1%）と微減したものの、ここ数年同様9割を超えており、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。

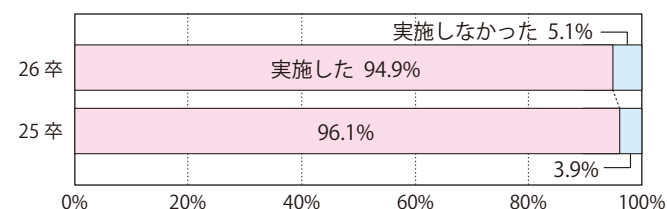
テスト実施のタイミングは、「面接前」63.5%（25卒66.2%）、「面接時」24.5%（25卒24.3%）、「説明会・セミナー時」5.5%（25卒6.6%）の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が88.0%と25卒（90.5%）同様、選考ステップの一つとして活用している企業が多い。

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」71.8%（25卒67.3%）が最も多い。次いで「態度・性格・気質」58.9%（25卒55.1%）、「職務適性」49.1%（25卒51.4%）、「考える力」44.2%（25卒37.4%）、「基礎学力」43.6%（25卒36.0%）と続く。

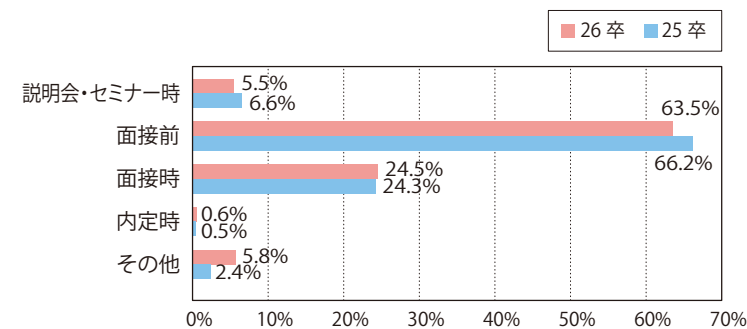
一方、従業員500名以下の企業でも、「ストレス耐性」が66.2%（25卒62.4%）で1位に。次いで「態度・性格・気質」が58.6%（25卒58.1%）、「職務適性」44.1%（25卒49.5%）、「考える力」40.0%（25卒31.9%）、「基礎学力」31.7%（25卒29.5%）と続く。企業規模に関わらず、基本的な傾向に違いもなければ、前年から大きな変化もみられないが、「ストレス耐性」を重視する企業の割合が増加する結果となった。

■〈企業アンケート〉

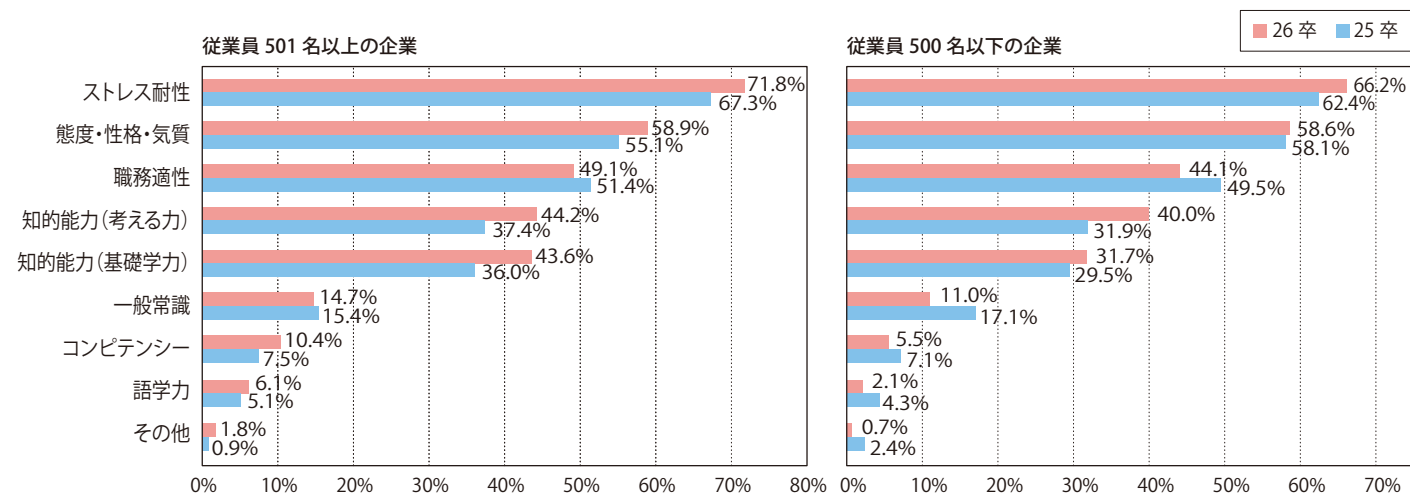
採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



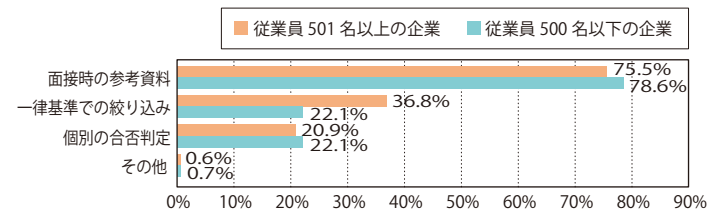
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



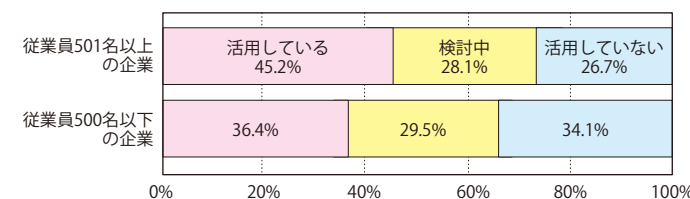
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



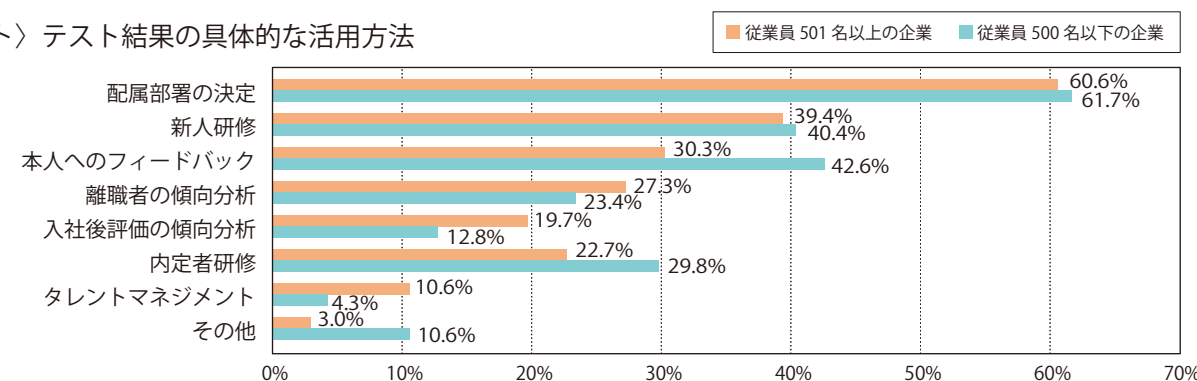
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈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75.5%、中堅・中小企業の78.6%が、「面接時の参考資料」としてテストを活用。
27.7%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75.5%（25卒78.5%）、従業員500名以下の企業で78.6%（25卒78.6%）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。一方、「一律基準での絞り込み」は、501名以上の企業36.8%（25卒37.4%）に対して、500名以下の企業では22.1%（25卒20.5%）。「個別の合否判定」は、501名以上の企業20.9%（25卒24.3%）に対して、500名以下の企業では22.1%（25卒18.1%）だった。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ようで、いずれも2割程度に留まっている。

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45.2%、「検討中」が28.1%。その活用方法は「配属

部署の決定」が60.6%と最も高く、次いで「新人研修」39.4%、「本人へのフィードバック」30.3%と続く。一方、500名以下の企業では「活用している」が36.4%、「検討中」29.5%という結果に。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」が最多で61.7%。次いで「本人へのフィードバック」42.6%、「新人研修」40.4%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27.7%（25卒24.2%）と最も高く、次いで「職務適性」16.6%（25卒17.5%）、「考える力」12.7%（25卒15.1%）、「態度・性格・気質」12.1%（25卒14.5%）と続く。各テスト共にすでに多くの企業で導入されているため、伸び率はさほど高くないが、「ストレス耐性」のみ前年と比較して3.5ポイント増加している。いかに企業は学生の「ストレス耐性」を重視しているかを示す結果となった。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト

