

# 2018卒 採用・ 就職活動 の総括

## 〈調査概要〉

### 【18 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2018登録者で  
2018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：1,840名  
調査期間：2017年7月3日～7月18日  
調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【17 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2017登録者で  
2017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：3,128名  
調査期間：2016年6月27日～7月19日  
調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【18 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：612社  
調査期間：2017年6月29日～7月20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

### 【17 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：552社  
調査期間：2016年6月28日～7月25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

### 【18 卒就職指導状況アンケート調査】

調査対象：全国の大学  
有効回答：326校  
調査期間：2017年4月24日～5月19日  
調査方法：郵送、FAX、Webフォーム入力によるアンケート方式

### 【17 卒就職指導状況アンケート調査】

調査対象：全国の大学  
有効回答：367校  
調査期間：2016年5月2日～6月20日  
調査方法：郵送、FAX、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 | 就職活動開始時期         | 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         | 12    |
| DATA.11 | 入社を決めた理由         | 13    |
| DATA.12 | 《COLUMN》インターンシップ | 14～16 |
| DATA.13 | Uターン就職に関する意識     | 17    |
| DATA.14 | Uターン就活の実際        | 18    |

## 【第2章】 企業の採用活動総括 .....19

|         |                        |       |
|---------|------------------------|-------|
| DATA.15 | 採用計画                   | 20    |
| DATA.16 | プレエントリー受付&エントリーシート受付開始 | 21    |
| DATA.17 | エントリーシートについて           | 22    |
| DATA.18 | OB・OGリクルーターによる面接       | 23    |
| DATA.19 | 採用選考開始時期               | 24    |
| DATA.20 | 内定開始時期                 | 25    |
| DATA.21 | 採用広報活動                 | 26    |
| DATA.22 | 応募数                    | 27    |
| DATA.23 | 採用選考活動                 | 28    |
| DATA.24 | 採用課題                   | 29    |
| DATA.25 | 応募学生の質                 | 30    |
| DATA.26 | 内定学生の質                 | 31    |
| DATA.27 | 内定者フォロー・辞退防止           | 32    |
| DATA.28 | 採用活動進行状況               | 33    |
| DATA.29 | 《COLUMN》採用選考筆記・適性テスト   | 34～35 |
| DATA.30 | 《COLUMN》企業と学生の意識格差     | 36    |

## ◎ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケート .....37～39

|         |                            |    |
|---------|----------------------------|----|
| DATA.31 | 印象に残ったインターンシップ             | 37 |
| DATA.32 | 印象に残ったセミナー                 | 38 |
| DATA.33 | 印象に残ったパンフ・ノベルティ/印象に残ったES設問 | 39 |

## 【第3章】 大学就職部の指導総括 .....40

|         |                          |    |
|---------|--------------------------|----|
| DATA.34 | インターンシップについての対応          | 40 |
| DATA.35 | 大学3年生向け（18卒向け）就職指導状況     | 41 |
| DATA.36 | 学生へのキャリア・就職支援の課題         | 42 |
| DATA.37 | 学内合同企業説明会（18卒向け）実施状況について | 43 |
| DATA.38 | 19卒向け就職支援の方針             | 43 |

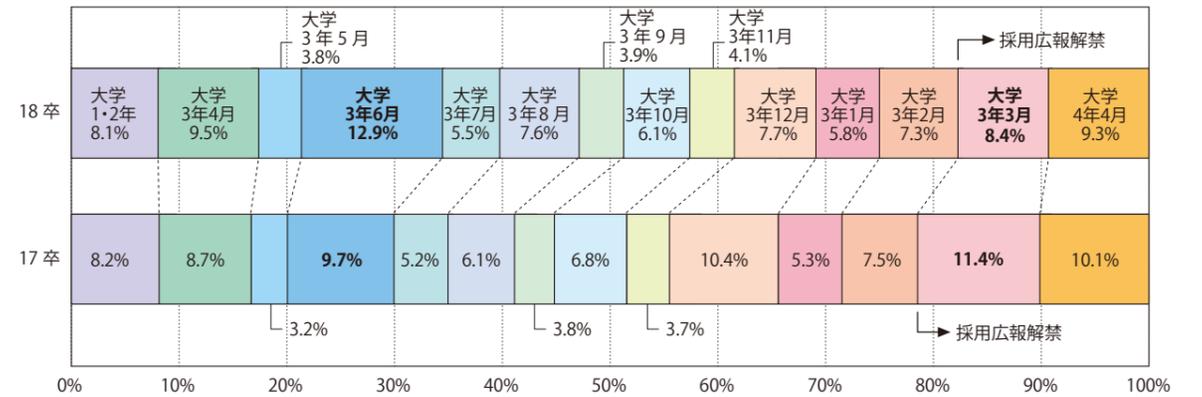
# 第1章 学生の就職活動総括

## POINT

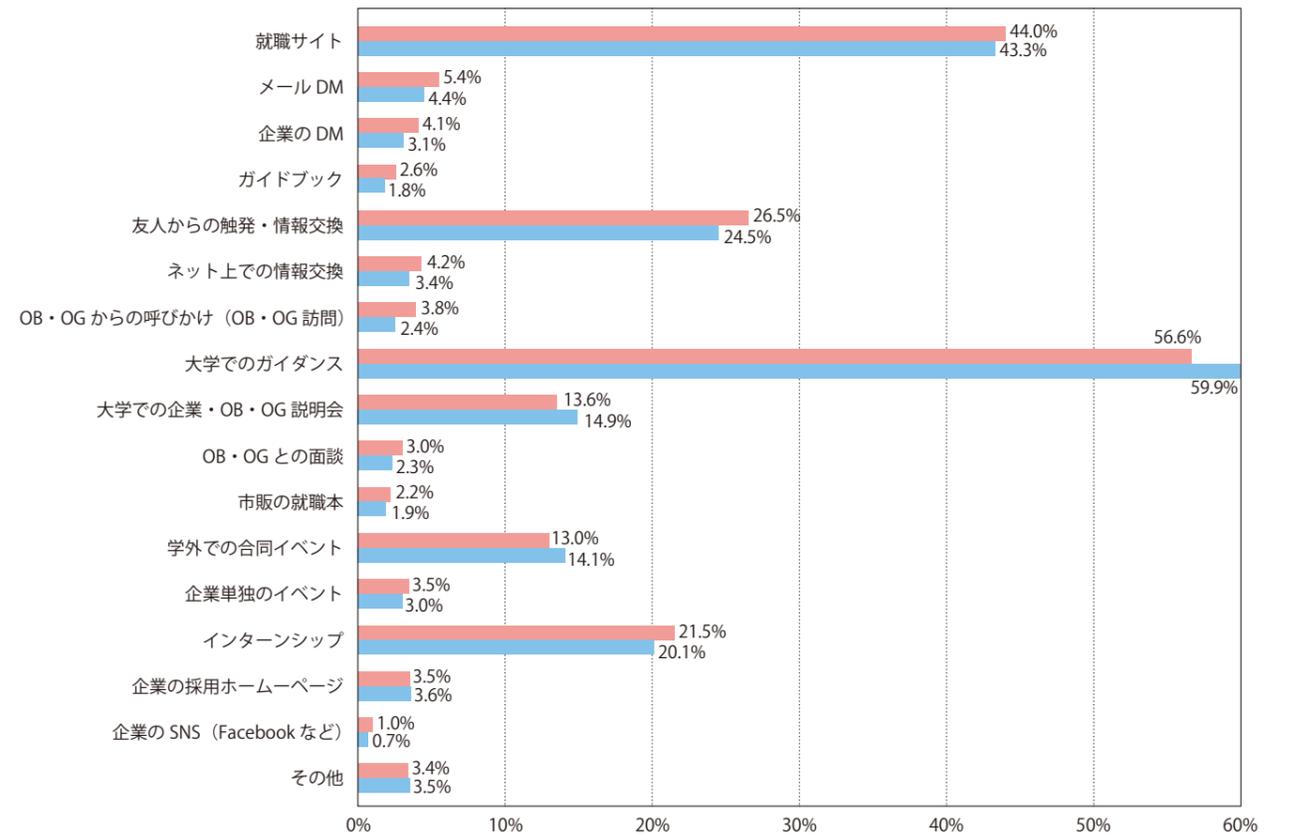
- 売り手市場の就職環境は、今年も継続。
- エントリーの早期化・社数の絞り込み傾向が進む。
- 合同イベント参加は早期化。10回以上の積極派が増加し平均参加社数は微増。
- セミナー参加時期の前倒しが進むも、参加社数は減少。
- 受験企業数は昨年並。文系男子で増加、理系は男女ともに減少。
- 大学4年4月までに8割以上が面接を経験。解禁前の受験社数は理系男子以外で増加。
- 内定率は8割超と昨年以上の高水準。内定企業数は2.4社。
- 内定時期は理系は「4月中」、文系で「5月末まで」がピーク。承諾率は8割弱。
- 就職活動終了は6割超。第一志望率は理系でアップ、文系でダウン。
- 6割超の学生がインターンシップに参加。理由は「就職活動に有利」が7割超。
- Uターン志向の学生は47%と昨年とほぼ同水準。

## DATA. 01 就職活動開始時期

■ 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るきっかけになったもの



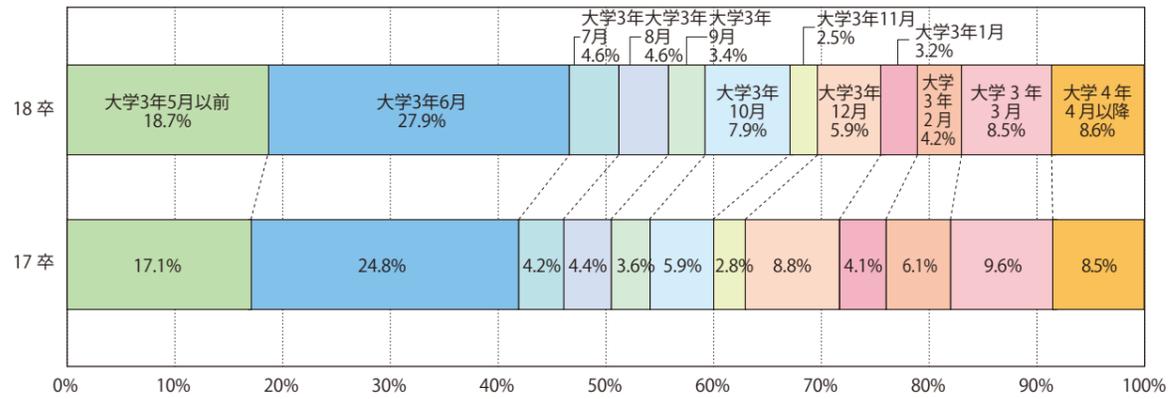
就職について考え始める時期は、大学3年6月がピークに。きっかけは「就職サイト」「友人」「インターンシップ」で増加。

学生が就職について考え始める時期は就職情報サイトがブレイクする「大学3年6月」が12.9%と最も多くなった。17卒のピークが「大学3年3月」(11.4%)であったように、従来は採用広報開始時期に最も多くなっていたが、ここにきて変化が見られた。また、多くの企業がサマーインターンシップを行う「大学3年8月」までに考え始めた学生は17卒の41.1%に対して、18卒では47.4%と6.3ポイント増加。それ以降の時期では、横ばいもしくは減少しており早期化する傾向は継続している。

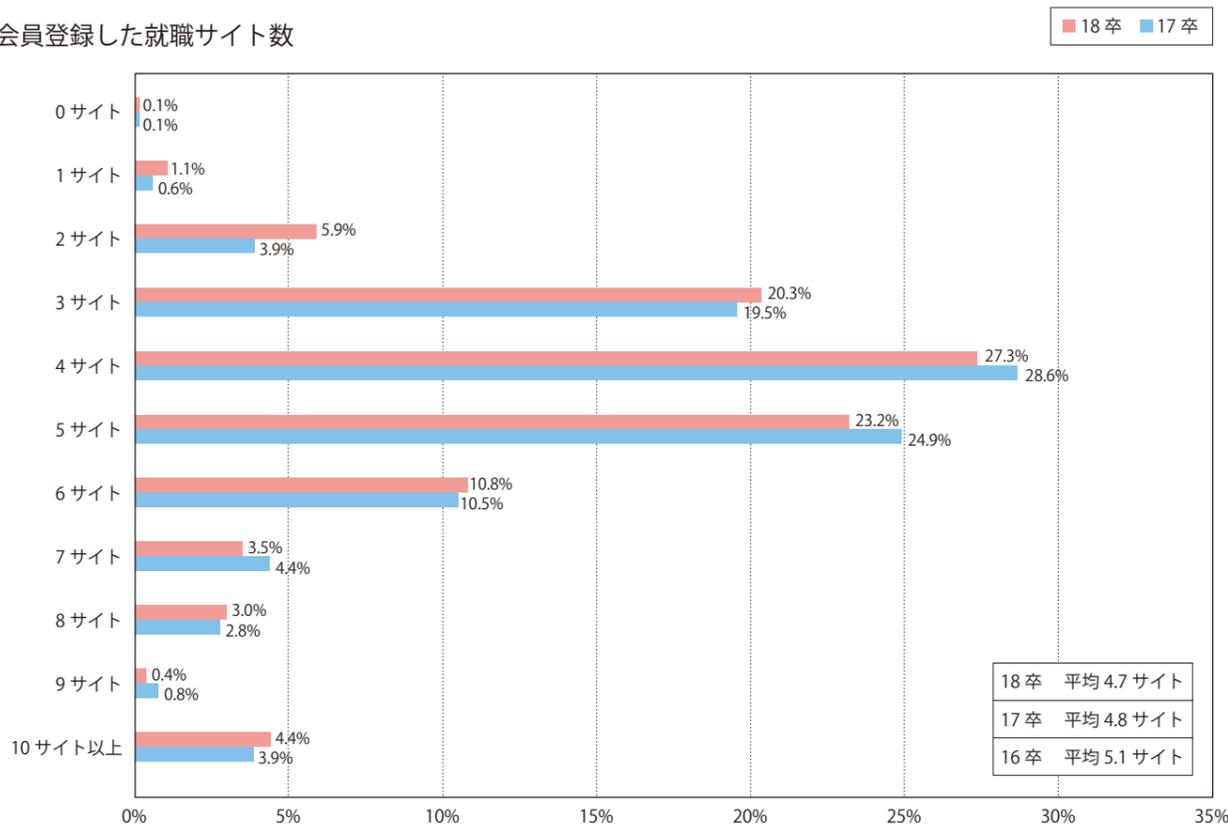
就職を考えるきっかけは17卒(59.9%)からやや減少しているものの18卒でも「大学でのガイダンス」(56.6%)が1位となった。続く「就職サイト」(17卒43.3%→18卒44.0%)、「友人からの触発・情報交換」(17卒24.5%→18卒26.5%)、「インターンシップ」(20.1%→21.5%)はいずれも増加した。インターンシップは実施企業も増えており、早期のガイダンステーマに取り上げられることも多い。就職サイトでインターンシップイベントやエントリーを行いながら友人間で情報交換を行う様子が見え始める。

## 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



**大学3年6月までの登録開始が46.6%と早期化が目立つ。平均登録サイト数は4.7サイトとほぼ横ばい。**

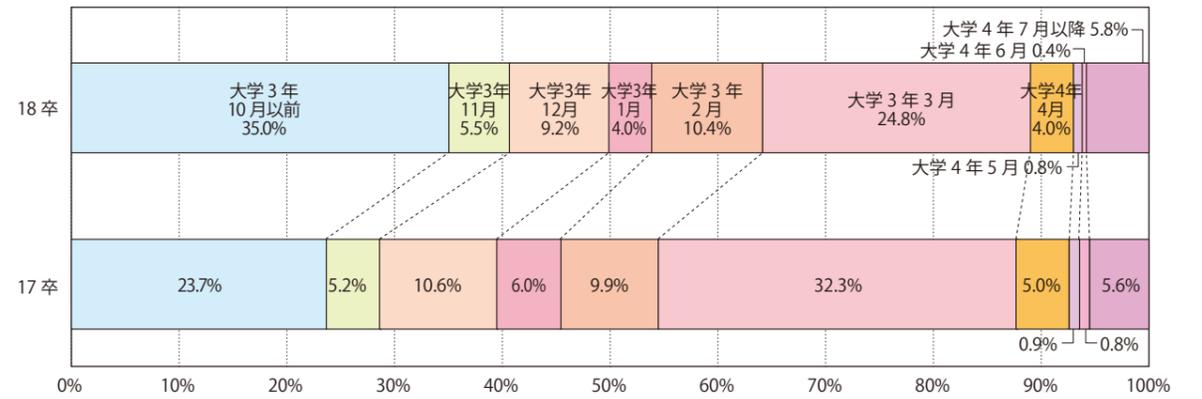
就職サイトへの登録開始時期は、大学3年6月が27.9%で最も多く、主要就職サイトのプレオープン時期(6月)とも合致する。これは17卒(24.8%)と傾向としては同じだが、大学3年5月以前の数字(18.7%)を合わせると、18卒では46.6%で、17卒の41.9%から4.7ポイントの増加となり、就職を考え始めた時期同様早まっている。

登録した就職サイト数の平均は4.7サイトと17卒の4.8サイトとほぼ横ばい。10サイト以上に登録した学生が17卒の3.9%に対して18卒では4.4%と微増したが、最も回答学生の多い4~5サイトの合計

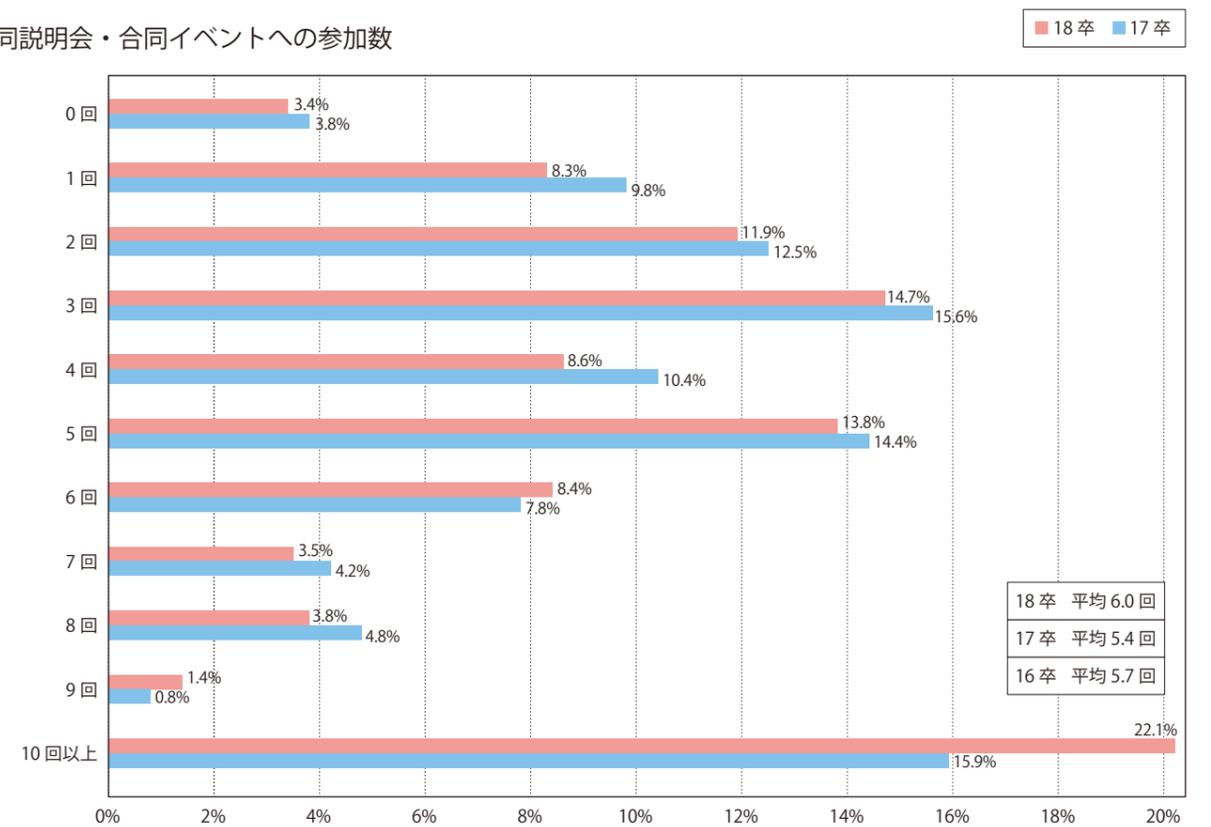
は17卒53.5%に対して18卒では50.5%と3.0ポイント減少。少数登録となる3サイト以下では17卒24.1%に対して18卒27.4%と3.3ポイント増加しており、全体としては若干ながら絞り込む傾向は継続しているといえそうだ。これは売り手市場が続いたことにより楽観視した学生が多かったことがその理由かもしれない。

## 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数



**大学3年10月以前の合同イベントへの参加が11.3ポイントの増加。10回以上参加が6.2ポイント増加し、一人あたりの参加平均数は6.0回に。**

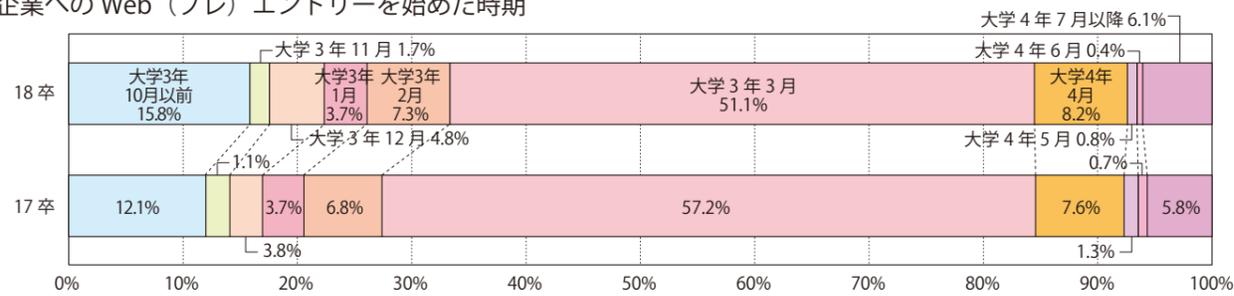
合同イベントへの参加開始時期は、「大学3年10月以前」が17卒は23.7%であったのに対して18卒では35.0%と11.3ポイントの大幅な増加が見られた。17卒調査時も前年から10.8ポイント増加しており、早期化の傾向に拍車がかかったといえる。インターンシップイベントやキャリア形成イベントなど、早い段階から学生が積極的に参加している様子が読み取れる。一方、17卒で1位であった「大学3年3月」は32.3%から24.8%と7.5ポイント減少し、大学3年2月までに参加した学生は8.7ポイント増加(17卒55.4%→18卒64.1%)

した。かつてのような採用広報解禁時期に一極集中する傾向はかなり薄れている。

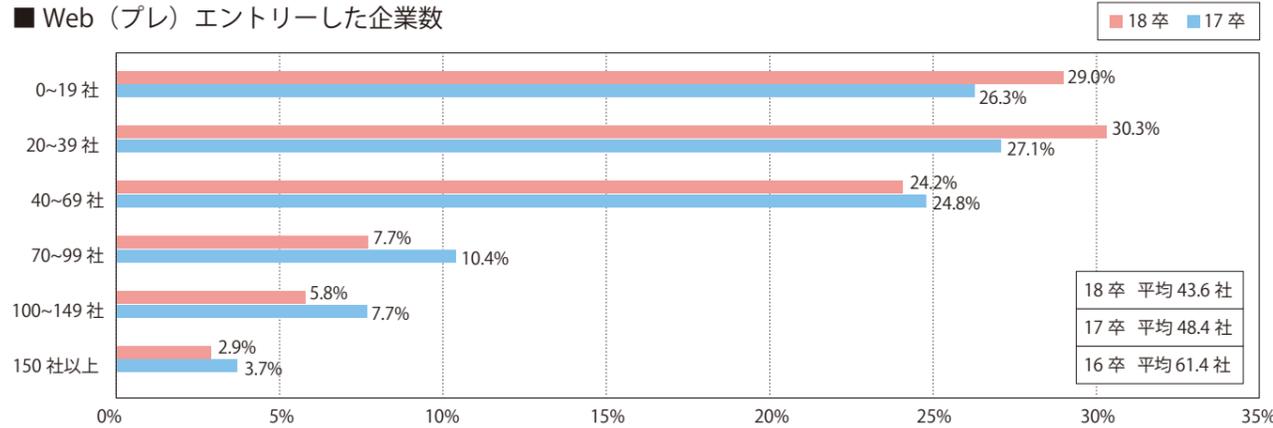
また、動きの早期化は、参加できるイベントの回数に影響し、10回以上参加した積極派が22.1%と17卒の15.9%に対して6.2ポイント増加。学生一人当たりの平均参加数も17卒の5.4回に対して18卒では6.0回と0.6ポイント増の結果となった。

## DATA.04 企業エントリー

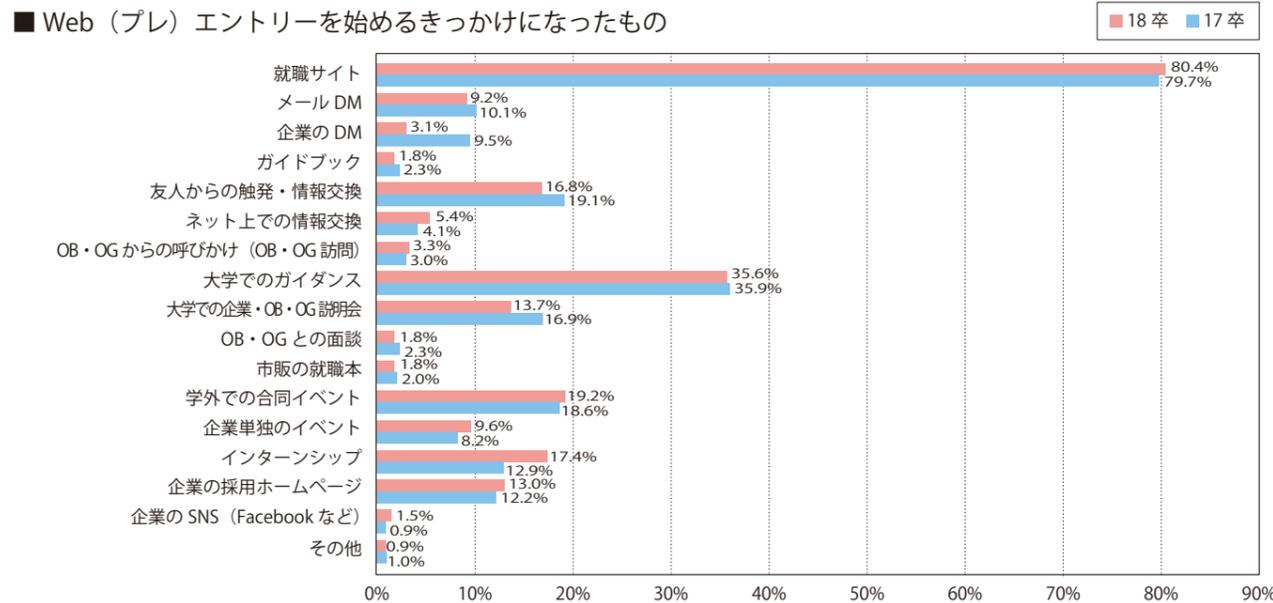
■ 企業へのWeb（プレ）エントリーを始めた時期



■ 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の分散化（早期化）と社数絞り込みが顕著に。「インターンシップ」を契機にエントリーする学生が増加。

企業へのWeb（プレ）エントリー開始時期は、企業の採用広報開始時期である「大学3年3月」が51.1%で1位なのは例年通りだが、17卒（57.2%）から6.1ポイントの減少となった。従前は70%以上と集中していたことを考えれば、分散化傾向は進んでいるといえよう。特に「大学3年10月以前」のエントリーは、18卒15.8%で17卒の12.1%と比較して3.7ポイント増加しており、前倒しが進んでいることがわかる。

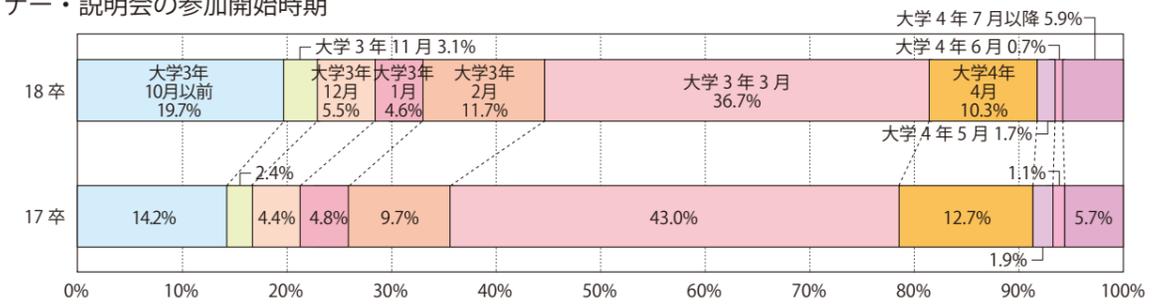
平均プレエントリー企業数は43.6社で、前年から大幅に減少した17卒48.4社から、さらに4.8社減少。17卒では100社以上エントリー

した学生が11.4%いたのに対して、18卒では8.7%にとどまった。早い段階から合同イベントに参加して直接情報を収集する一方で、エントリーは絞り込む学生が増えてきたともいえる。

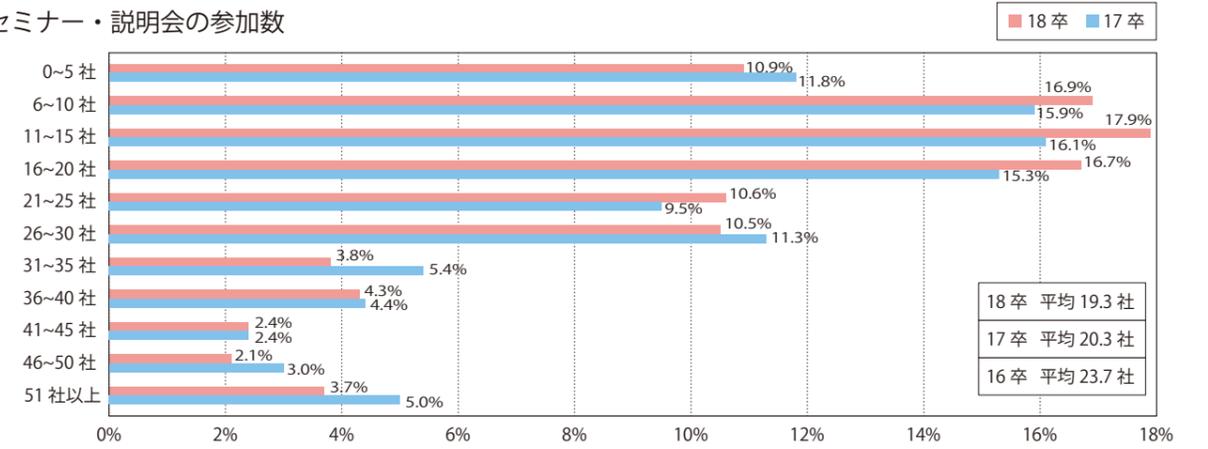
また、エントリーを始めるきっかけとして、「就職サイト」（80.4%）が1位、「大学でのガイダンス」（35.6%）が2位となったのは例年と同様だが、「インターンシップ」が17卒の12.9%から、18卒では17.4%と4.5ポイント増加しているのが、特徴的な傾向であろう。

## DATA.05 企業セミナー・説明会参加

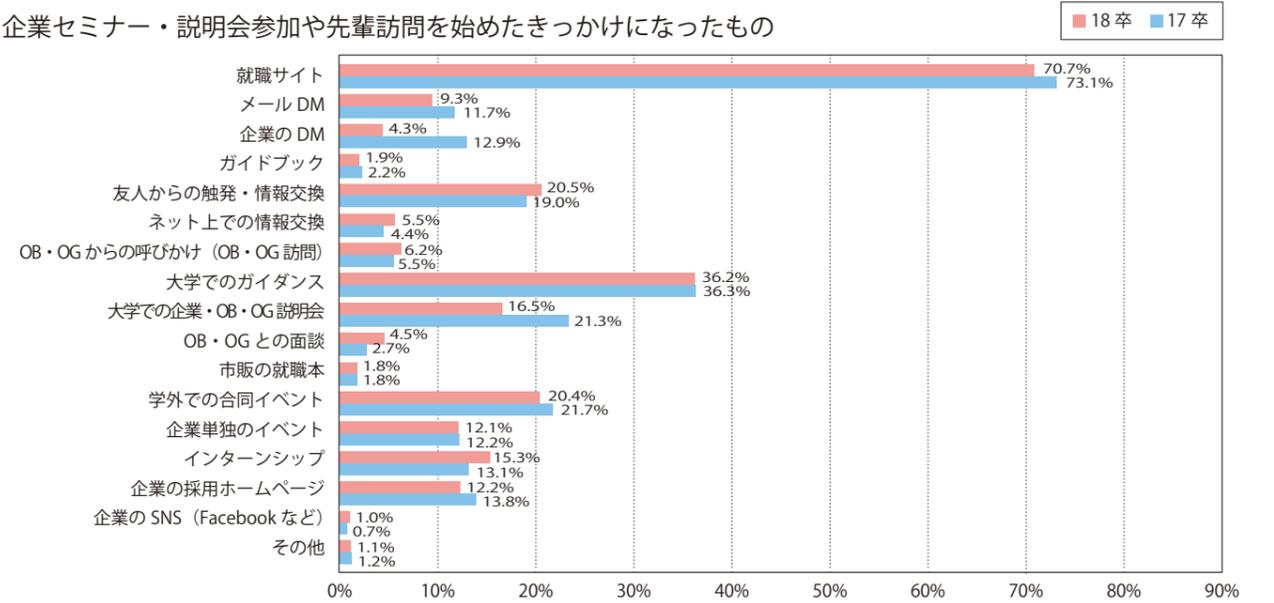
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 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



参加開始時期はエントリー同様、前倒し傾向が強まる。企業セミナー参加数は、絞り込む学生が増加。

企業セミナーへの参加時期は、採用広報開始時期の「大学3年3月」が36.7%で1位となったが、17卒43.0%からは6.3ポイントの減少。前項のエントリー同様一極集中が弱まり分散化する傾向が強まった。解禁前の大学3年2月までに参加した学生は17卒の35.5%に対して18卒では44.6%と9.1ポイント増。特に大学3年10月以前では、17卒14.2%に対して18卒19.7%と5.5ポイント増え、より早期化が進行する結果となった。

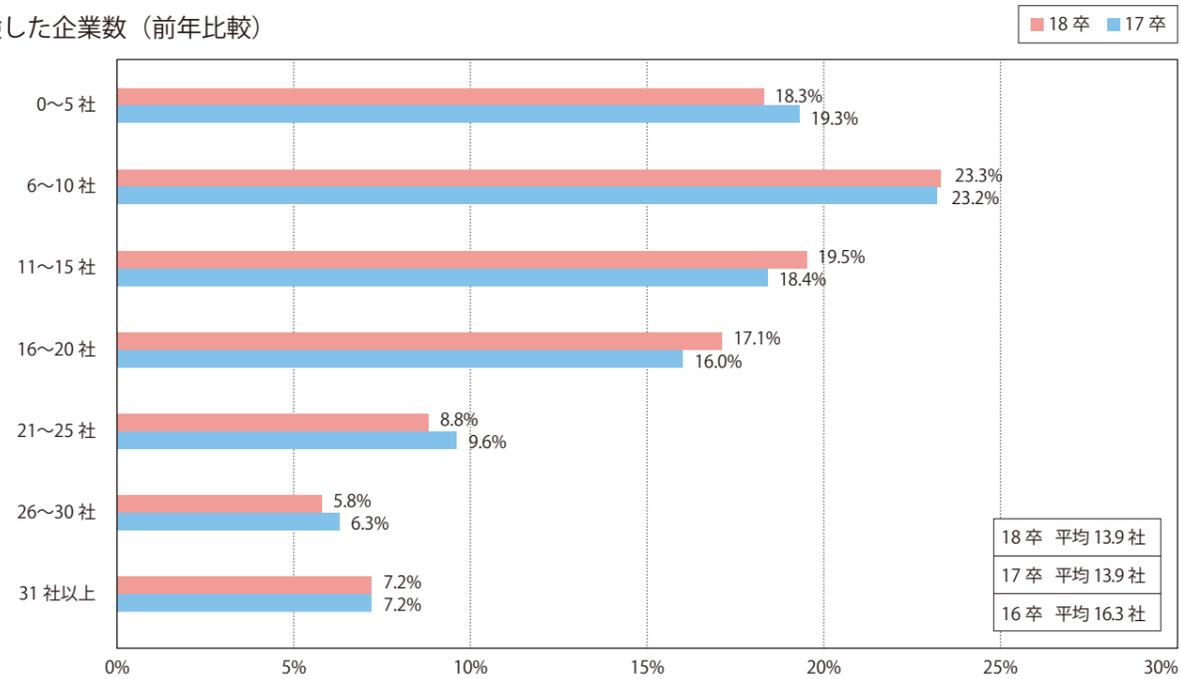
平均参加社数は、17卒での20.3社から18卒は19.3社と減少。最も多かったのは11~15社（17.9%）で、前年と同様であったが、26社

以上と回答した学生は18卒26.8%で、17卒31.5%と比較し4.7ポイント減少。これが平均社数を下げる要因となった。

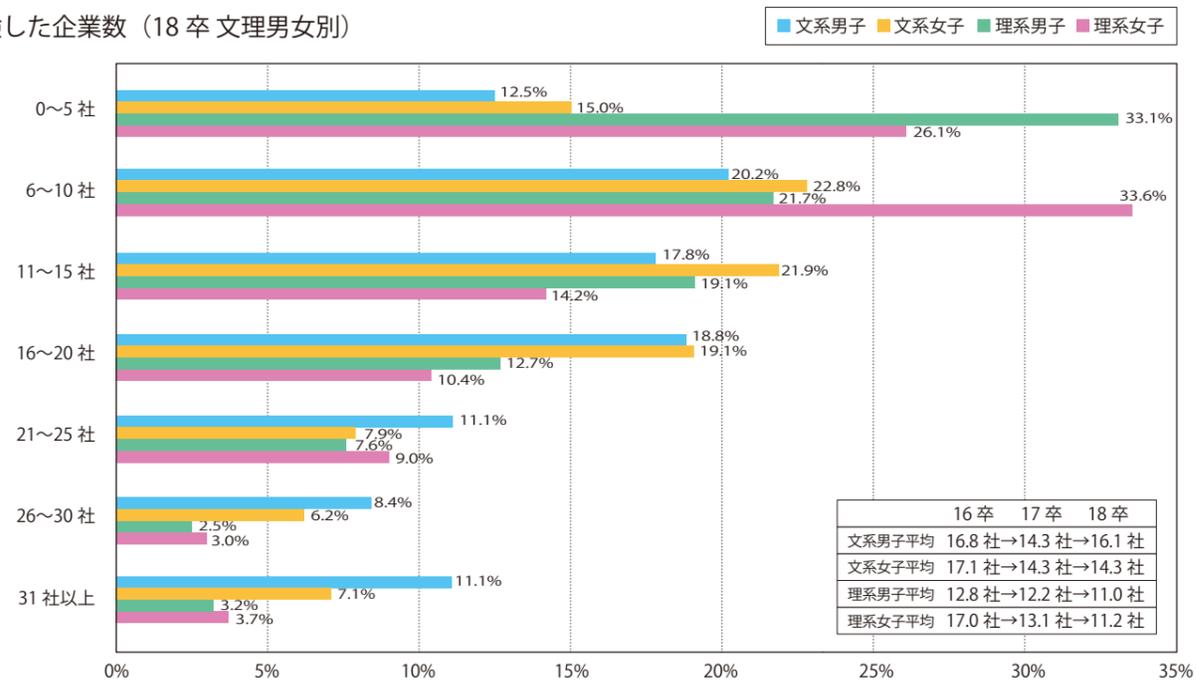
セミナー参加きっかけの1位は「就職サイト」で70.7%と群を抜いており、これは17卒（73.1%）と同じ。2位も「大学でのガイダンス」（17卒36.3%→18卒36.2%）で全体傾向に大きな変化はない。「インターンシップ」が、17卒の13.1%から18卒15.3%と2.2ポイント伸びているのが、やや特徴的だ。

## 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（18卒 文理男女別）



**平均受験社数は、13.9社で昨年同様。文系男子では増加が目立つ一方で理系は男女共に受験社数を絞り込む傾向が見られる。**

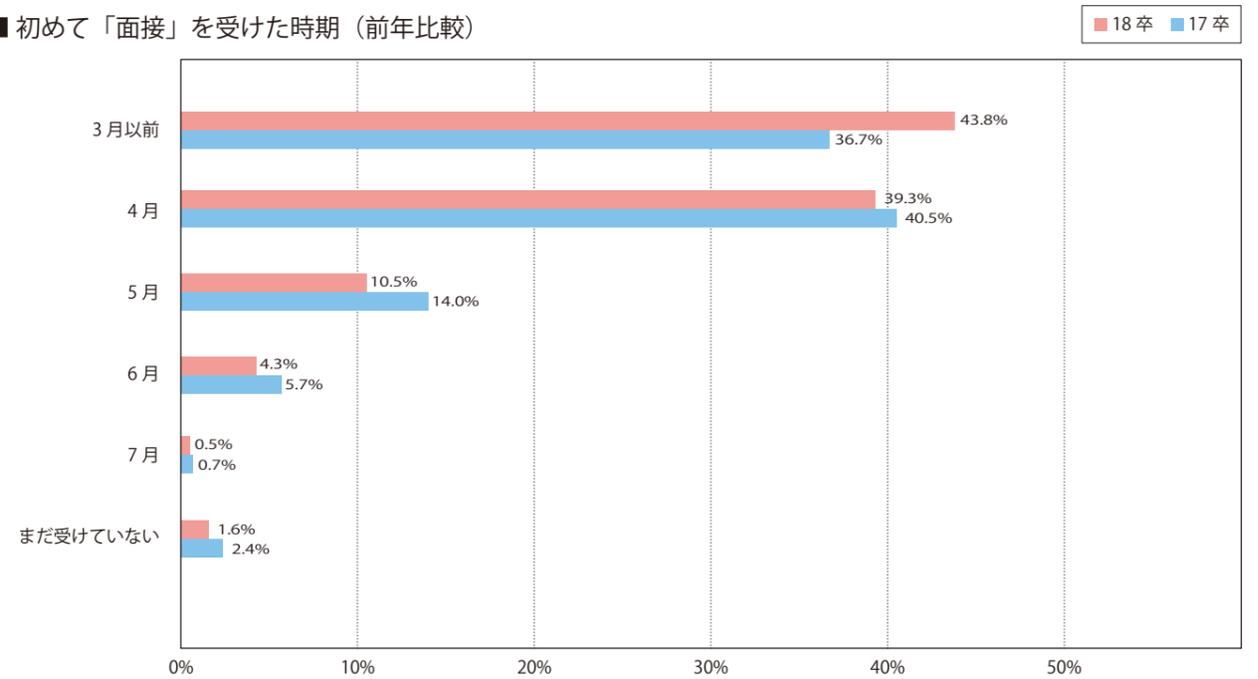
17卒調査では前年の16.3社から13.9社へと大幅に減少した平均受験社数だが、18卒では前年と同じ13.9社となった。最も多かったのは「6~10社」で23.3%と17卒の23.2%から横ばい。「0~5社」「21~30社」でやや減少し、「11~20社」で微増するなど多少のばらつきはあるものの、全体としては昨年並みといえよう。

17卒では全ての属性で絞りこみの傾向が見られたのだが、18卒ではその点にやや動きがある。文系の平均受験社数は、「文系女子」は17卒、18卒共に14.3社と横ばいで推移したが、「文系男子」は、17卒14.3社→18卒16.1社と大幅増。31社以上という積極派も

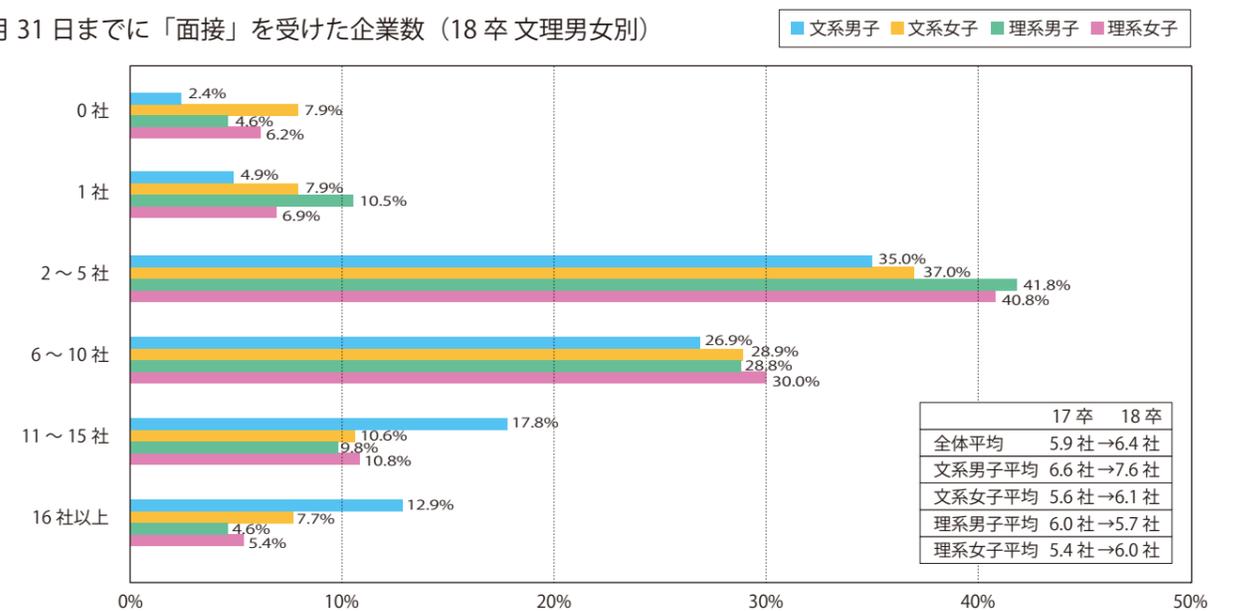
11.1%と17卒7.8%から3.3ポイント増加しているのが目立つ。一方で「理系男子」(17卒12.2社→18卒11.0社)、「理系女子」(17卒13.1社→18卒11.2社)と、理系については男女ともに社数を絞り込む傾向がみられた。特に顕著なのが「理系男子」で、最も回答の多い受験企業数は17卒「6~10社」(29.3%)だったのが、18卒では「0~5社」(33.1%)と変化した。全般的に活動時期が早期化する中で文系男子が受験企業を大幅に増加し、男女共に理系で絞り込みが進んだ結果となった。

## 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）



■ 5月31日までに「面接」を受けた企業数（18卒 文理男女別）



**面接開始時期も早期化。大学4年4月までに8割以上が受ける。解禁前に面接を受けた社数は、理系男子以外で増加。**

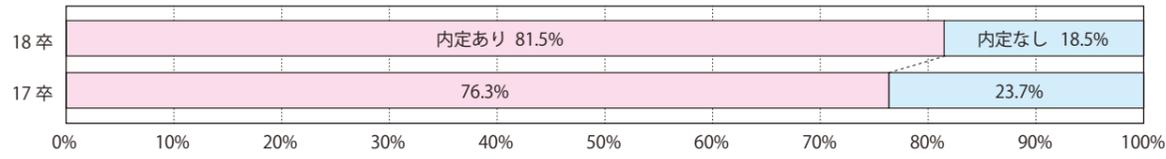
採用選考解禁時期の6月以降に面接を受けた学生はわずかに4.8% (17卒6.4%、調査時点でまだ受けていない学生を除く)。ほとんどの学生は、それ以前に面接を受けている。面接を初めて受けた時期の1位は18卒では「大学3年3月以前」が43.8%と、17卒(36.7%)から7.1ポイントの大幅増となった。2位の大学4年4月(39.3%)と合わせると、83.1%と実に8割を超える数字(17卒77.2%)となり、昨年以上に選考が早期化していることがうかがえる。

また、5月31日までに面接を受けた平均数は、6.4社と17卒の5.9

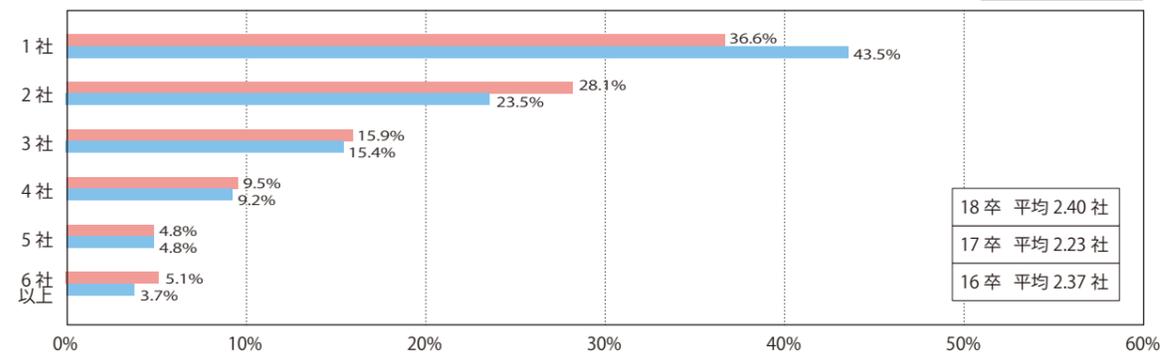
社から0.5社増加。6社以上受けた学生が49.3% (17卒43.1%)と6.2ポイント増えており、活動が早期化した分、社数も増えたということだろう。文理男女別にみると、昨年は全ての属性で受験社数の減少が見られたが、18卒では「理系男子」(17卒6.0社→18卒5.7社)以外は、「文系男子」(17卒6.6社→18卒7.6社)、「文系女子」(17卒5.6社→18卒6.1社)、「理系女子」(17卒5.4社→18卒6.0社)と増加している。特に「文系男子」では「6社以上」が57.6% (17卒49.1%)と過半数を超える結果となっている。

## DATA.08 獲得した内定数

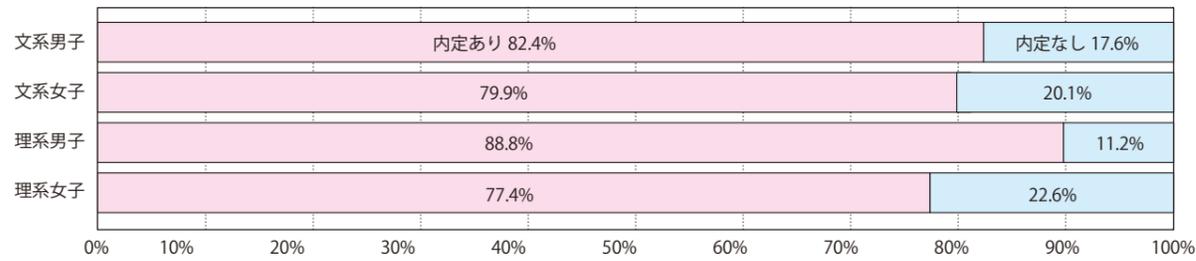
### ■ 内定の有無 (前年比較)



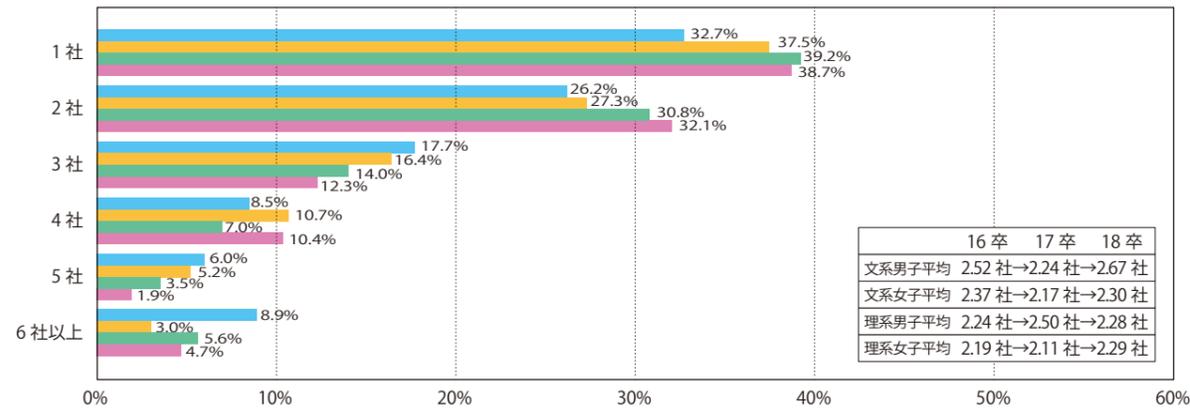
### ■ 内定した企業数 (前年比較)



### ■ 内定の有無 (18卒 文理男女別)



### ■ 内定した企業数 (18卒 文理男女別)



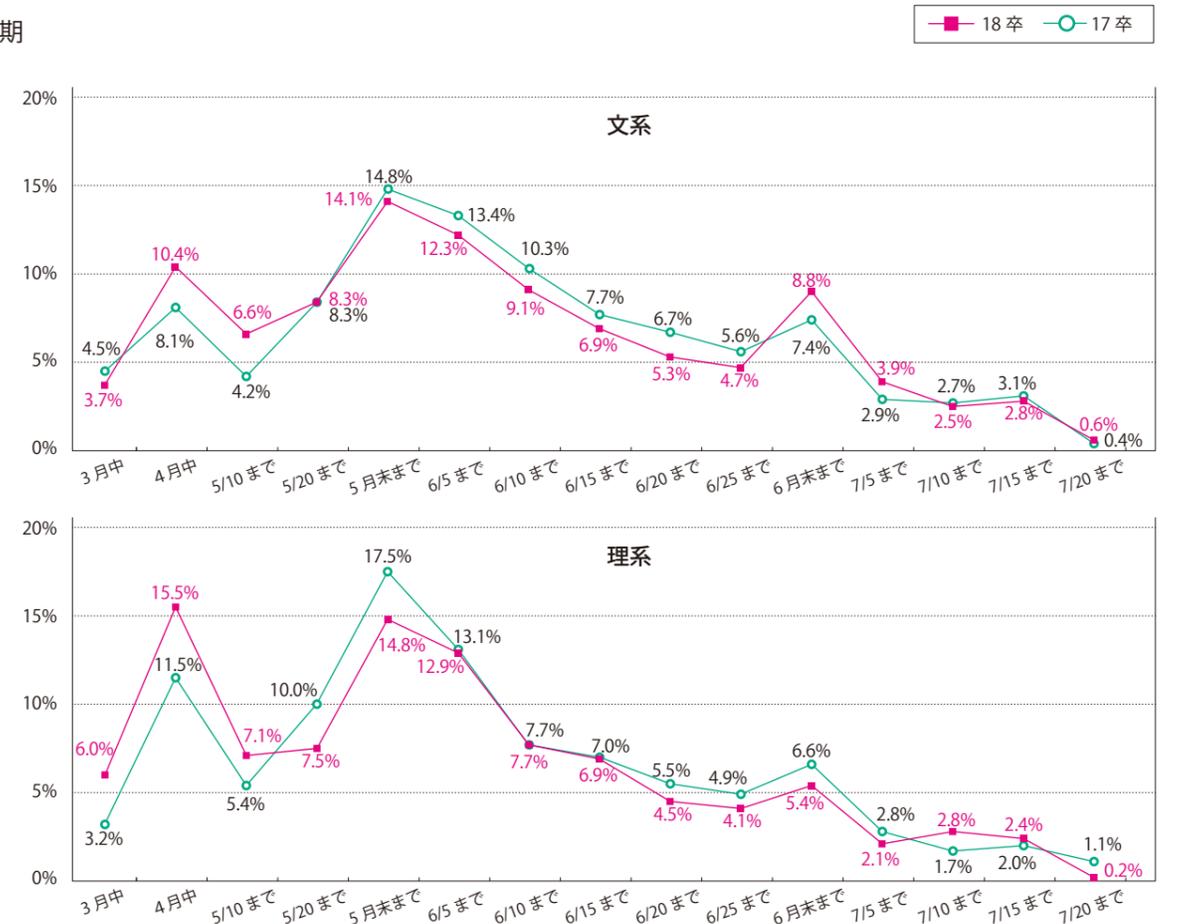
「内定あり」は、81.5%と昨年以上の高水準。  
内定企業数は2.40社と、依然として売り手市場が継続。

内定の有無では、「内定あり」が81.5%。17卒の76.3%から5.2ポイント大幅に増加。さらには超売り手市場だった16卒の80.6%を0.9ポイント超える高水準の内定率となり、売り手市場は依然として継続している。学生が獲得した平均内定企業数は2.40社で17卒の2.23社から微増し、7年連続で増加となった。「1社」だけからの内定が、17卒の43.5%から18卒では36.6%と6.9ポイント減少し、「2社」以上内定を獲得した学生が増えたことがその理由だろう。

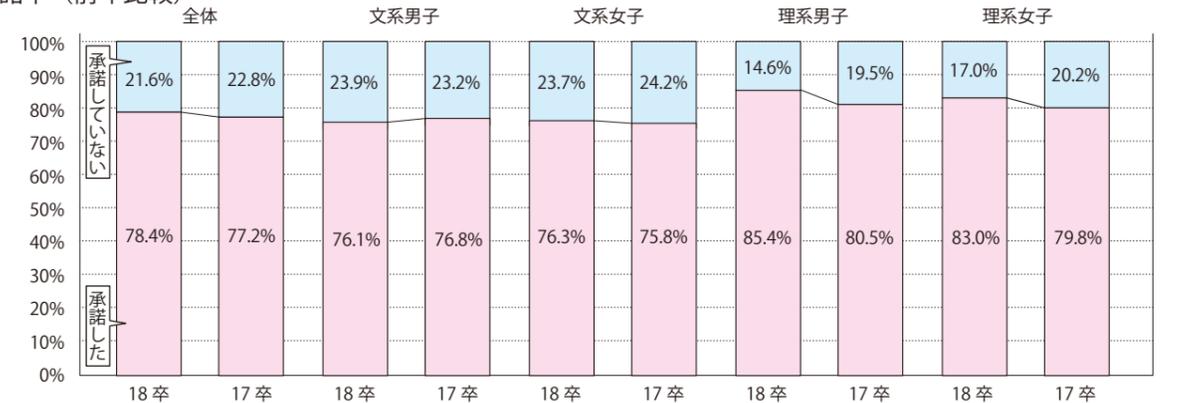
平均内定企業数を文理男女別にみると、1位は「文系男子」の2.67社(17卒2.24社)、2位「文系女子」2.30社(17卒2.17社)、3位「理系女子」2.29社(17卒2.11社)、4位「理系男子」2.28社(17卒2.50社)と、昨年内定獲得社数を大幅に伸ばした理系男子は微減となったもののいずれの属性でも2社台という高い水準を維持している。中でも、唯一受験社数が増加していた「文系男子」は5社以上の内定を獲得した学生が14.9%と伸びが目立つ結果となった。

## DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

### ■ 内定時期



### ■ 内定承諾率 (前年比較)



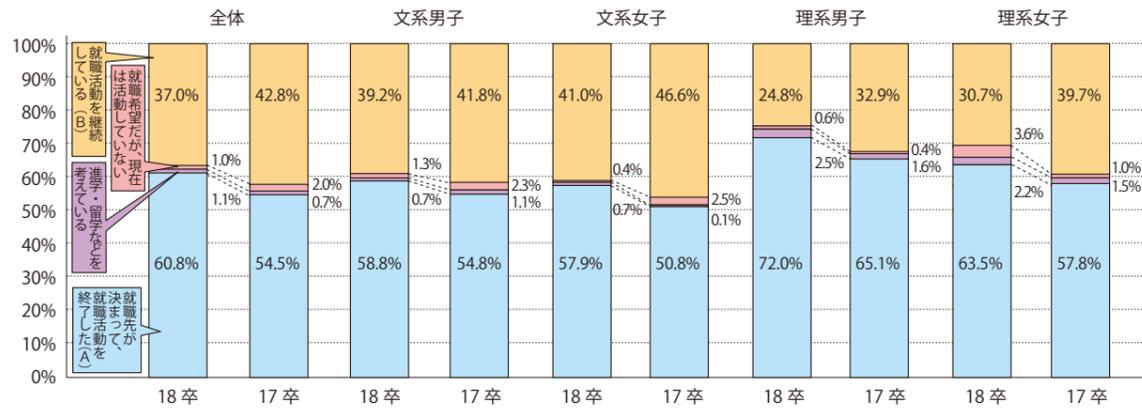
内定獲得時期は、文系で「5月末まで」、理系は「4月中」がピーク。  
内定承諾率は78.4%で、高い水準であった前年からさらに数字を伸ばす。

内定獲得時期は、17卒では文系とも採用選考解禁直前の「5月末まで」が1位(文系14.8%、理系17.5%)だったが、18卒でも文系のピークは「5月末まで」が1位(14.1%)と変わらないものの、理系では「4月中」が15.5%と17卒11.5%から4.0ポイント伸ばし1位、「3月中」(6.0%)も昨年の倍とやや前倒しで進んだ。「6月10日まで」に内定を獲得した学生は、文系で64.5%(17卒63.6%)、理系では71.5%(17卒68.4%)に達し、面接開始時期の早期化に伴い、採用選考・内定出しについても、昨年以上に各企業が解禁前の早い段階から行っているのがうかがい知れる。

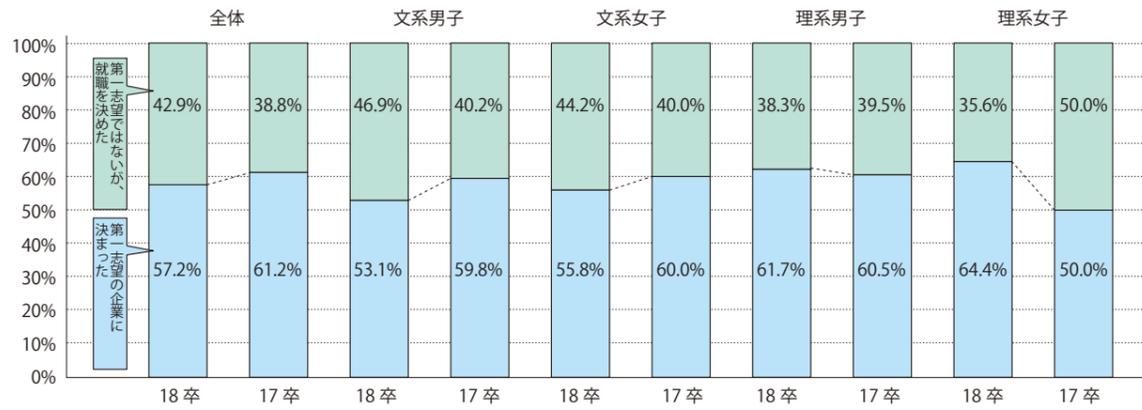
また、内定承諾率は78.4%で、17卒の77.2%から1.2ポイントの増加と高い水準を維持。文理男女別にみても、「理系男子」85.4%(17卒80.5%)、「理系女子」83.0%(17卒79.8%)、「文系女子」76.3%(17卒75.8%)昨年より数字を伸ばしたが、「文系男子」のみ76.1%(17卒76.8%)とわずかに減少している。しかし全体的には、前年よりも早い段階で内定を獲得後、そのまま就職活動を終了した学生が増えてきていることが読み取れる。

# DATA. 10 就職活動進行状況

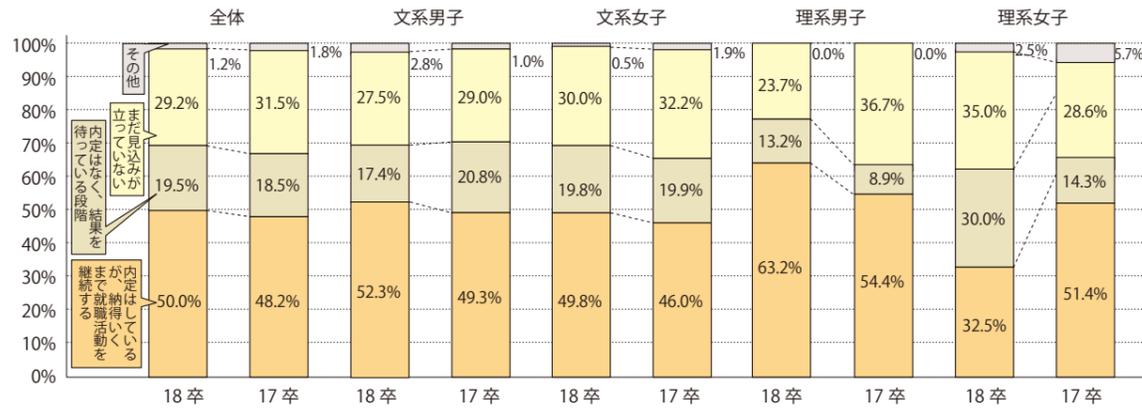
■ 7月中旬時点の学生の就職活動進行状況



■ 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



**就職が決まって活動終了は、60.8%と堅調に推移。第一志望率は、理系で上昇、文系でダウン。**

調査実施時点での就職活動進行状況は、全体では60.8%が「就職が決まって活動を終了した」と回答。17卒の54.5%から6.3ポイントの増加となった。文理男女別にも、「理系男子」72.0% (17卒65.1%)、「理系女子」63.5% (17卒57.8%)、「文系男子」58.8% (17卒54.8%)、「文系女子」57.9% (17卒50.8%)の順で高く、いずれの属性でも終了率が前年よりも高くなっており、特に「理系男子」では7割を超える高水準となった。

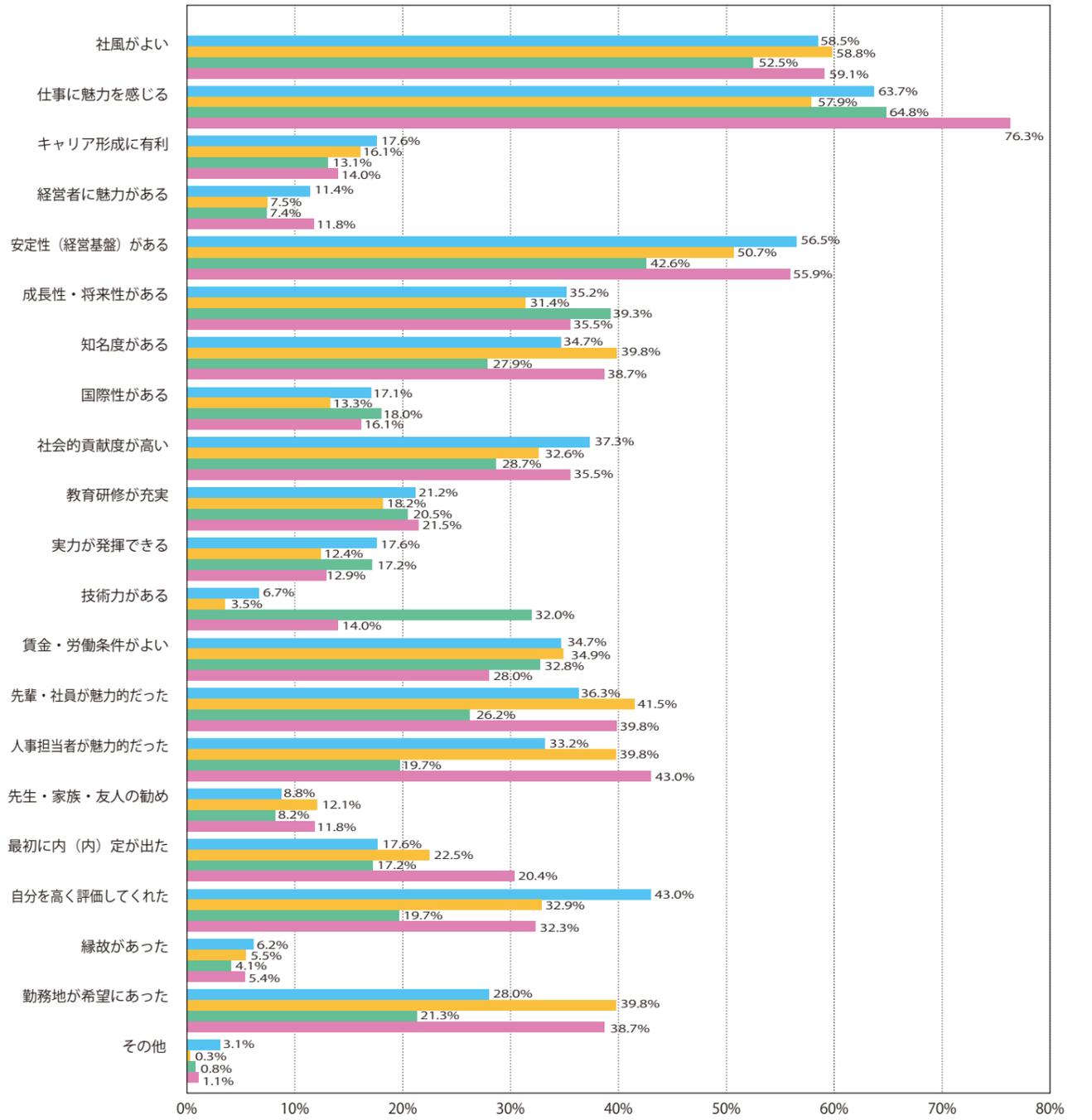
第一志望率を見ると、全体では57.2%と17卒の61.2%よりも4.0ポイントのダウン。文理男女別では、「理系女子」64.4% (17卒

50.0%)、「理系男子」61.7% (17卒60.5%)と理系では満足度が上昇し、「文系女子」55.8% (17卒60.0%)、「文系男子」53.1% (17卒59.8%)と文系ではやや下がる結果となった。「理系女子」は、17卒が前年から10ポイント以上ダウンしたのだが、ここきて再び14.4ポイント上昇した。

就職活動を継続している学生のうち「内定はしているが、納得いくまで継続する」学生は、50.0%。早めに就職を決めて活動を終了する学生と、納得いくまで継続する学生の二極化が見られる。

# 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)



**全体的な傾向は例年通り、「社風」「仕事に魅力」「安定性」が高い。学生の企業・仕事に対する指向の多様性が見られる。**

入社を決めた理由は、1位が「仕事に魅力を感じる」(62.8%)、2位が「社風がよい」(57.7%)、3位が「安定性(経営基盤がある)」(51.5%)の順で、順位・数字ともほぼ前年と同じ傾向となった。その他の項目についても、多少のばらつきはあるものの、全体傾向としては特徴的な変化は見られない。

文理男女別にも、「仕事の魅力」は特に理系で高く、「理系女子」では17卒の60.0%から76.3%と大幅に上昇している。それ以外では、「理系女子」で「先輩・社員」「人事担当者」といった人の魅力を挙げる学生が増加、「文系男子」では「自分を高く評価してくれた」

ことを理由に挙げた学生が増加した。また、「安定性(経営基盤)がある」については、「文系男子」で56.5% (17卒47.5%)と9ポイント上昇したが、「理系男子」では42.6% (17卒56.2%)と減少が見られた。ただ基本的には、時代性を反映した突出した傾向はなく、個々の学生が企業や仕事に対する指向の多様性が反映された結果となったように思われる。

# DATA. 12 インターンシップ

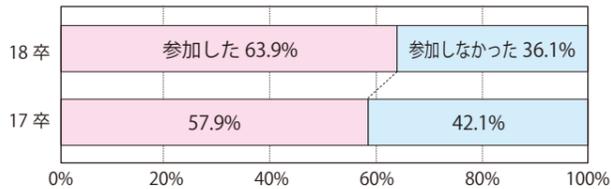
## COLUMN



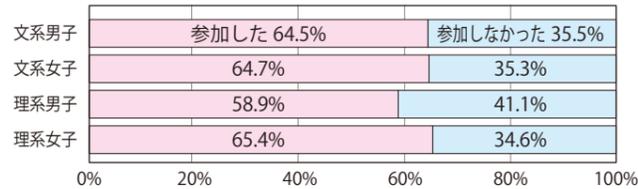
学生のインターンシップへの参加状況は、18卒では参加した学生は63.9%となり、17卒からの57.9%からさらに6ポイント伸ばす結果となった。文理男女別にみても、「理系女子」65.4%を筆頭に「文系女子」64.7%、「文系男子」64.5%、「理系男子」58.9%の順に高く、いずれも6割前後と高い数字を示した。参加回数については、17卒では「1回」が1位で37.4%、2位「2回」が22.1%と続いていたのだが、18卒では順位こそ同じだが「1回」29.1%、「2回」20.8%と少数派が減少し、「5～10回」が20.0%（17卒16.9%）、「11回以上」も5.8%（17卒3.2%）と、多数回参加した学生の割合が増加した。インターンシップの開始時期が早期化し、参加機会が増えたこともその一因だろうが、積極的に参加しようという意欲のある学生が増えていることも確かだろう。文理男女別の平均参加回数は、「文系男子」4.3回（17卒3.3回）、「文系女子」3.7回（17卒3.2回）、「理系男子」3.5回（17卒2.8回）、「理系女子」3.1回（17卒2.8回）の順となった。どの属性でも数字を伸ばしているが、特に「文系男子」の伸びが目立つ。

### 〈学生アンケート〉 インターンシップに参加しましたか？

《前年比》

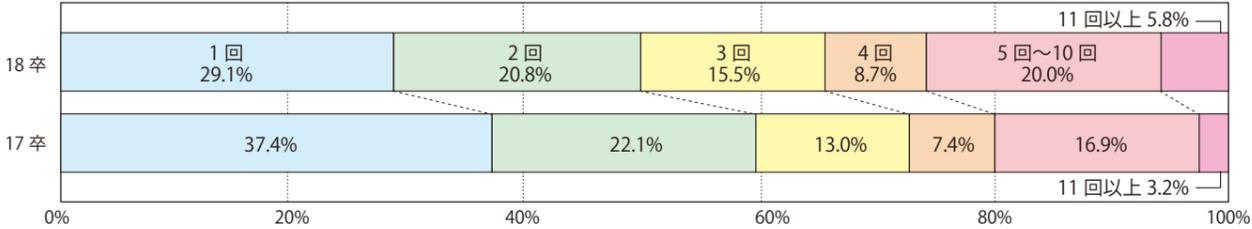


《男女文理別》

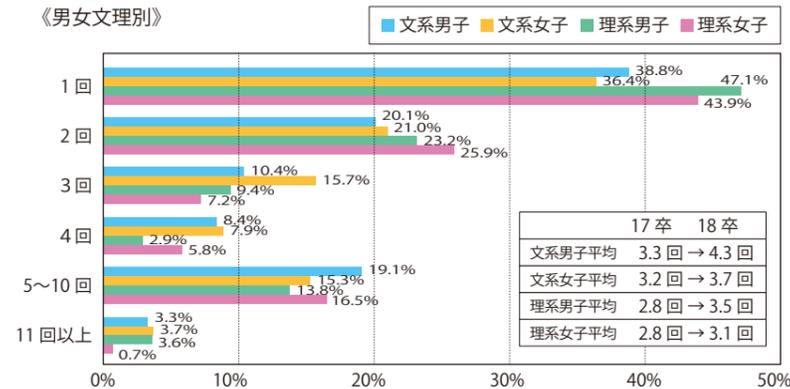


### 〈学生アンケート〉 参加回数

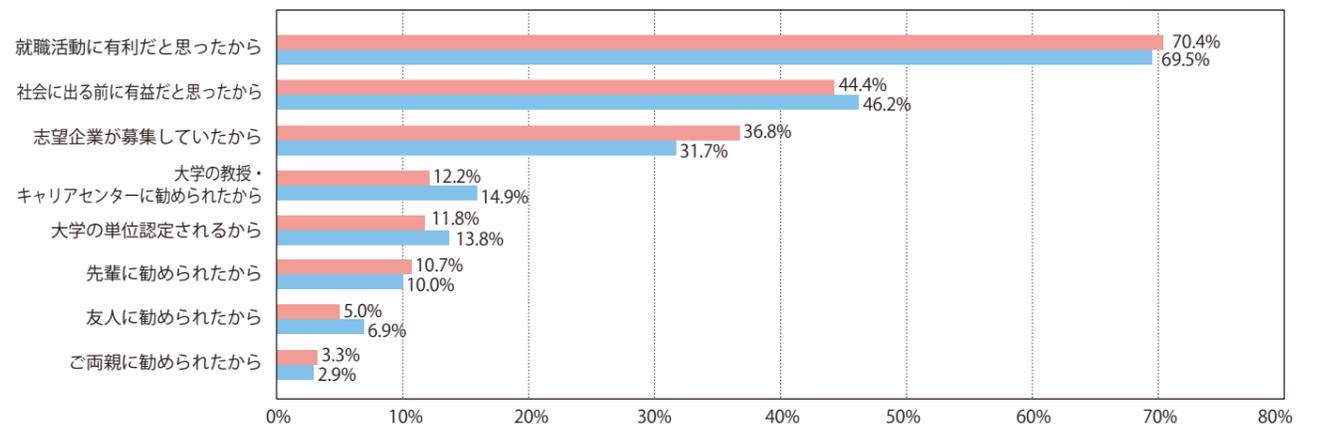
《前年比》



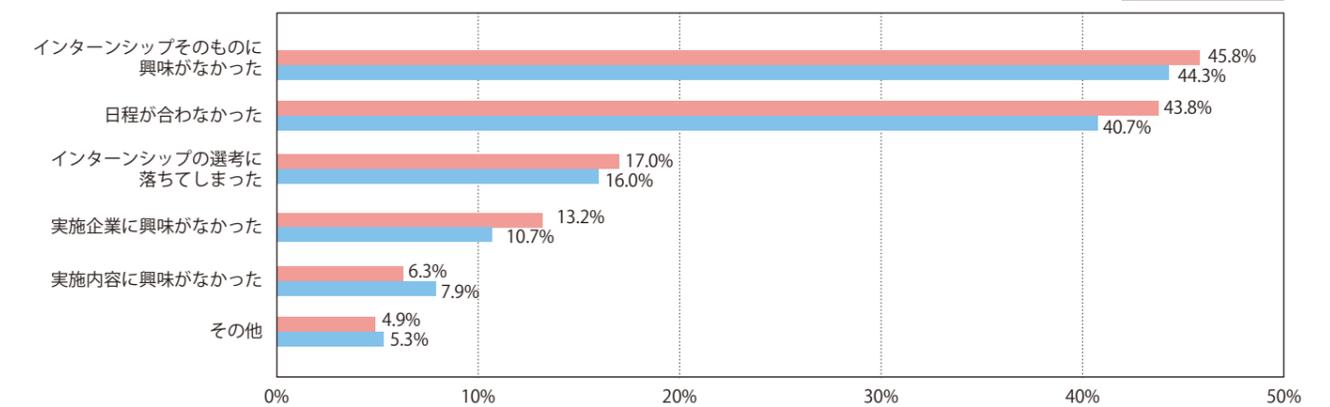
《男女文理別》



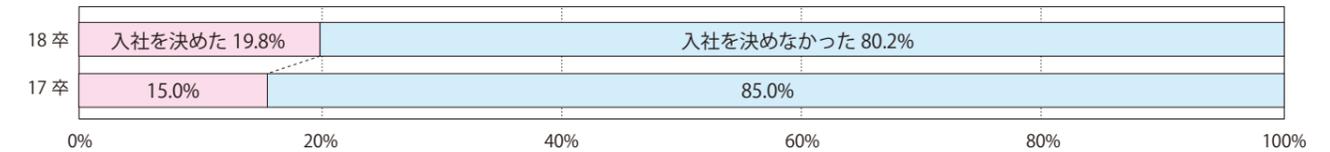
### 〈学生アンケート〉 参加した理由



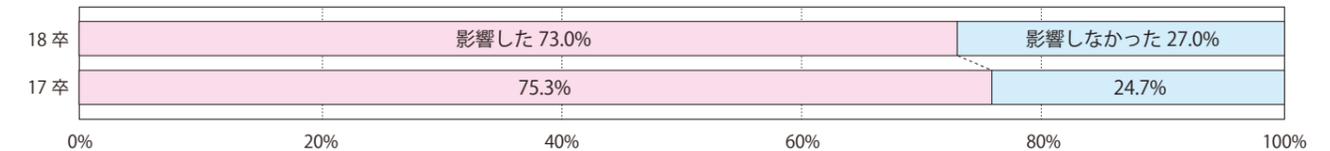
### 〈学生アンケート〉 参加しなかった理由



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



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



インターンシップへの参加理由については、「就職活動に有利だと思ったから」が70.4%で1位（17卒69.5%）。2位「社会に出る前に有益だと思ったから」44.4%（17卒46.2%）、3位「志望企業が募集していたから」36.8%（17卒31.7%）の順。2位の「社会に出る前に有益だと思ったから」は年々数字が下がっており、インターンシップへの参加が就職活動の一環と考える学生が増えてきたことを物語っている。

それに対して、参加しなかった理由としては、「インターンシップそのものに興味なかった」が45.8%（17卒44.3%）と前年に引き続き1位だが、「日程があわなかった」という物理的理由を挙げる学生が、

17卒40.7%から43.8%と3.1ポイント上昇。日程さえええれば参加する可能性が4割あることに注目される。

また、インターンシップ参加と入社に関係について、「入社を決めた」学生は19.8%と17卒の15.0%からは数字は伸びており、今後の動向に注目が集まるところだ。インターンシップ経験が入社企業選択に影響したかという問いに、7割を超える73.0%（17卒75.3%）もの学生が「影響した」と回答。就職活動においてインターンシップの重要性の高まりを感じる結果となった。

一方、企業側のインターンシップへの取り組みはどうだったのか。企業全体では「導入・実施した」企業が55.9%で17卒の47.6%から8.3ポイント増で、初めて半数を超えた。採用広報開始時期が3月に後ろ倒しとなってからインターンシップを導入する企業は年を追うごとに増えてきたが、ここにきて一気に導入へと舵を切った企業が増加した印象がある。それを裏付けるのが今後の導入予定だ。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業で、「既に実施」「導入済み」「17年度より導入予定」というインターンシップ推進組は64.3%に達し、「実施予定なし」は15.6%にとどまる。また、従業員500名以下の企業でも、推進組は48.7%あり、「実施予定なし」23.1%を大きく上回っている。今後、インターンシップを導入・実施する企業はさらに増えることが予想される。

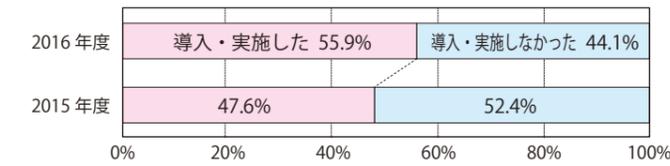
インターンシップの実施時期については、従業員501名以上の企業で、「2月以降」が最多で45.7%、以下、「8月」28.2%、「1月」26.6%と続く。学生の長期休暇期間と、その前後が主流で、特に「2月以降」への集中が目立つ。一方、従業員500名以下の企業も、「2月以降」が最

多で26.9%、以下、「8月」19.4%、「1月」15.2%、「9月」13.4%と、開催時期の傾向は同様だが、大手企業ほどの一極集中は見られない。

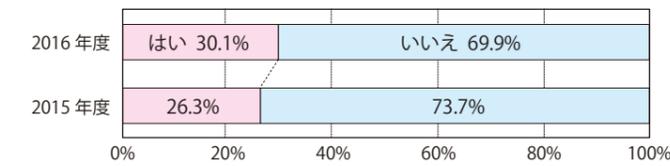
インターンシップの実施理由について、従業員501名以上の企業では、「採用に向けた母集団の形成」48.4%、「企業PR・広告」35.1%の順。一方、従業員500名以下の企業でも、その傾向は同じで、「採用に向けた母集団の形成」31.8%、「企業PR・広告」23.0%。採用直結というよりも、早期段階における業界や仕事、企業への理解を促進する狙いを前面に押し出す企業が多いようだ。しかし、昨年6.8%であった「人材採用」も大手で9.0%、中堅・中小で11.3%と数字を伸ばしており、今後は増加することが予想される。

また、就職への優遇策の有無については、69.9%の企業が「優遇策を講じていない」と回答。17卒の73.7%より若干減少している。優遇策の内容については、「非参加者よりも早期に選考」30.3%、「インターンシップ参加学生限定セミナーの開催」20.0%など、限定的な優遇レベルの項目がやや多いようだ。

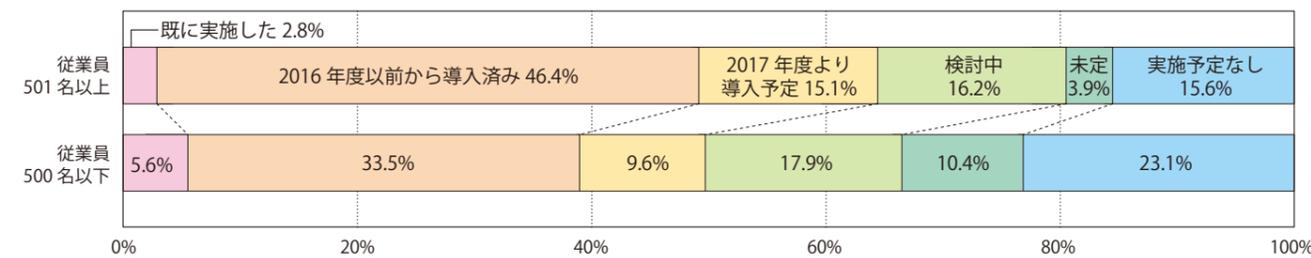
■〈企業アンケート〉インターンシップを導入・実施しましたか？



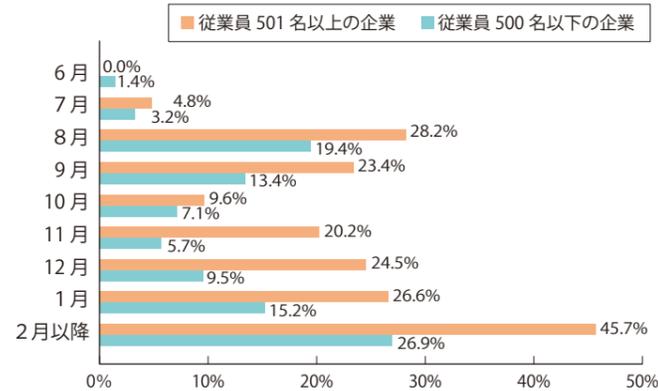
■〈企業アンケート〉インターンシップに優遇策を講じていますか？



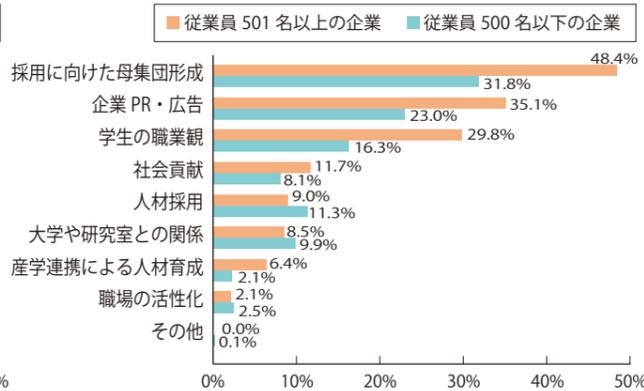
■〈企業アンケート〉インターンシップ導入・実施予定



■〈企業アンケート〉インターンシップ実施月

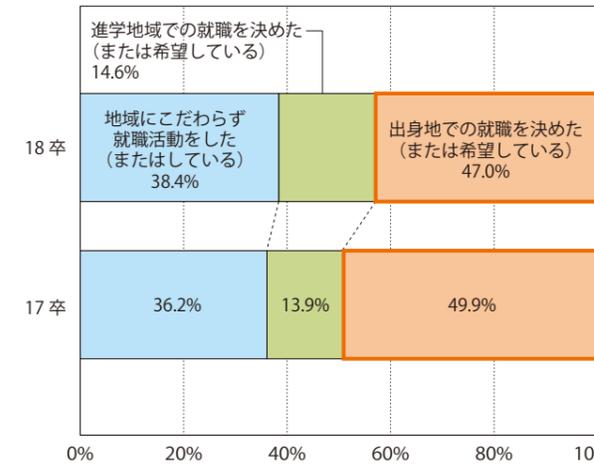


■〈企業アンケート〉インターンシップ実施理由

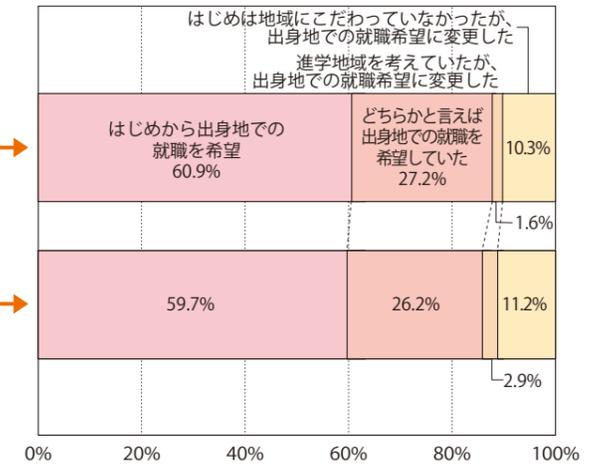


DATA. 13 Uターン就職に関する意識

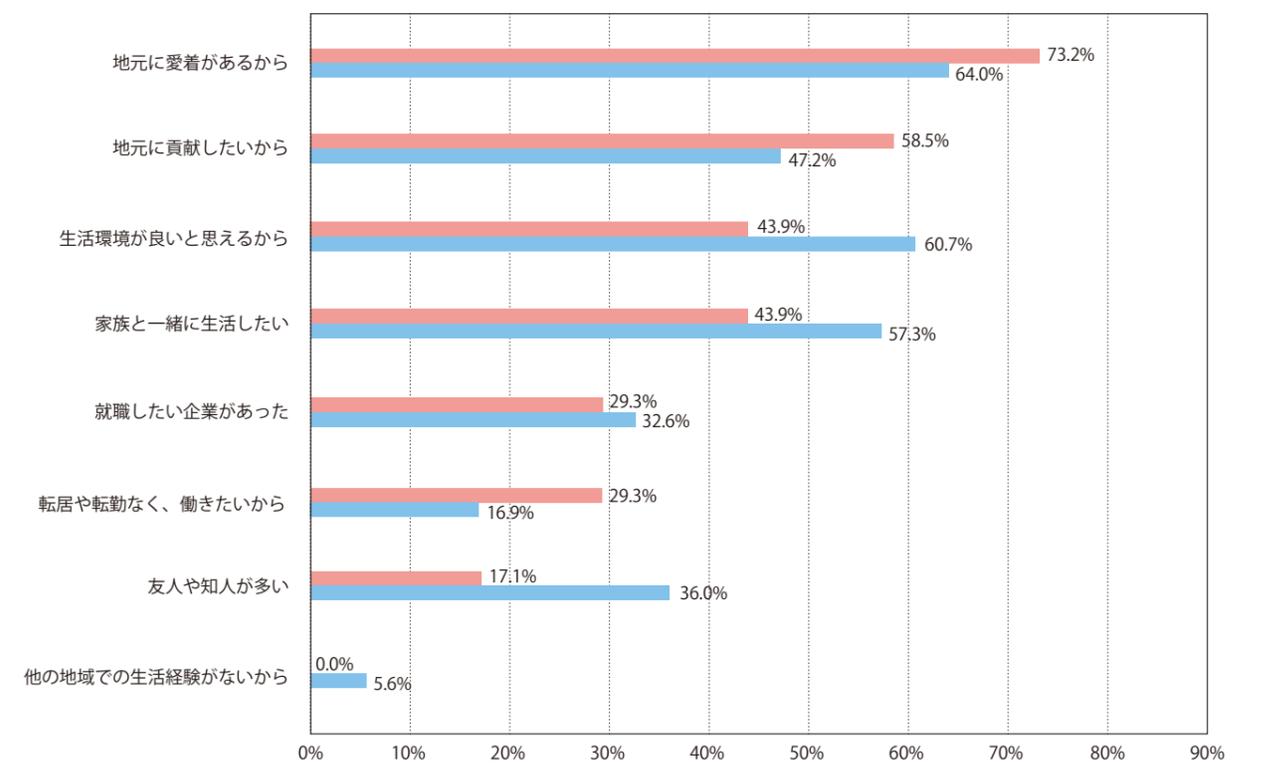
■学生の就職地域意識



■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47.0%と、昨年と同水準。ライフスタイルを重視した地域選択が急上昇。

就職先の地域に関する意識調査では、「出身地での就職を決めた(または希望している)」と答えたUターン志向のある学生が47.0%と、17卒の49.9%から微減ではあるが、ほぼ同水準の結果となった。また、「進学地域での就職を決めた(または希望している)」は14.6%で17卒13.9%から微増。一方、「地域にこだわらず就職活動をした(またはしている)」学生は38.4%と17卒の36.2%からわずかに増えている。多少の増減はあるものの、全体的な傾向としては、昨年とほぼ同じ傾向となった。

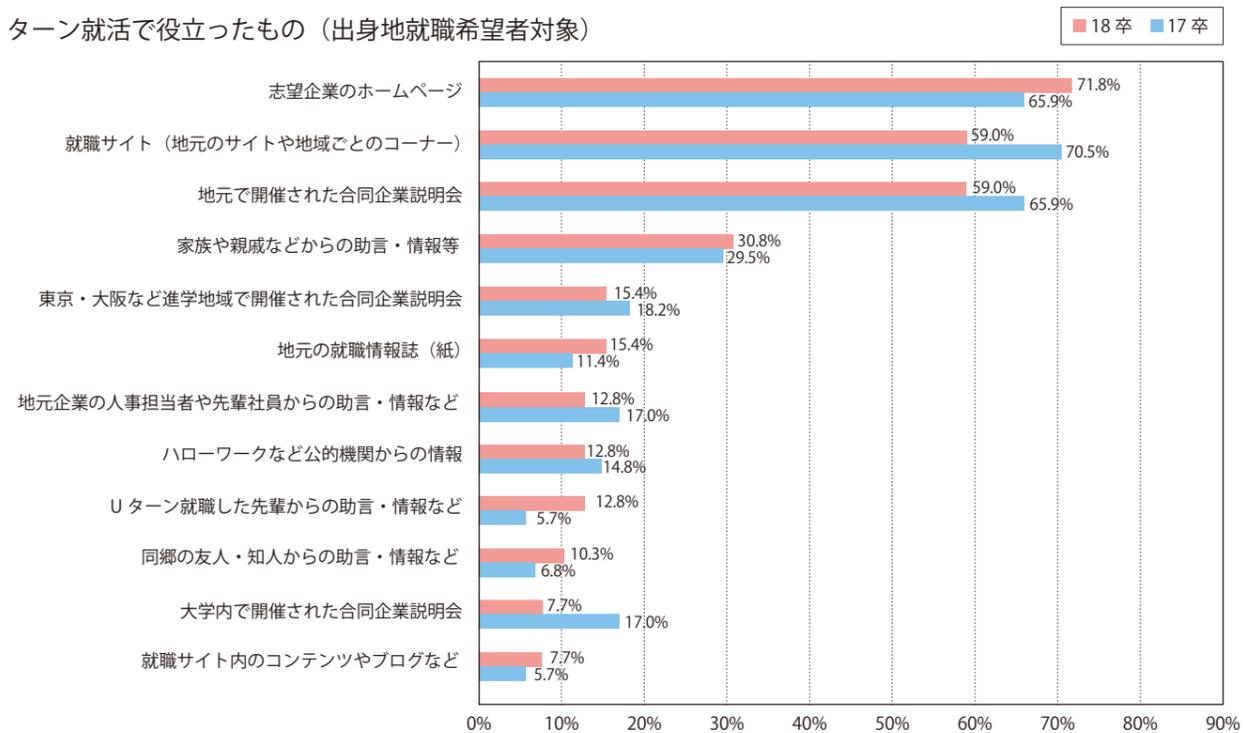
また、出身地での就職を希望していた学生のうち、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」していた学生は88.1%で、17卒の

85.9%から2.2ポイント上昇。Uターン志向の学生は、最初からUターンを意識した就職活動をしていることが読み取れる。

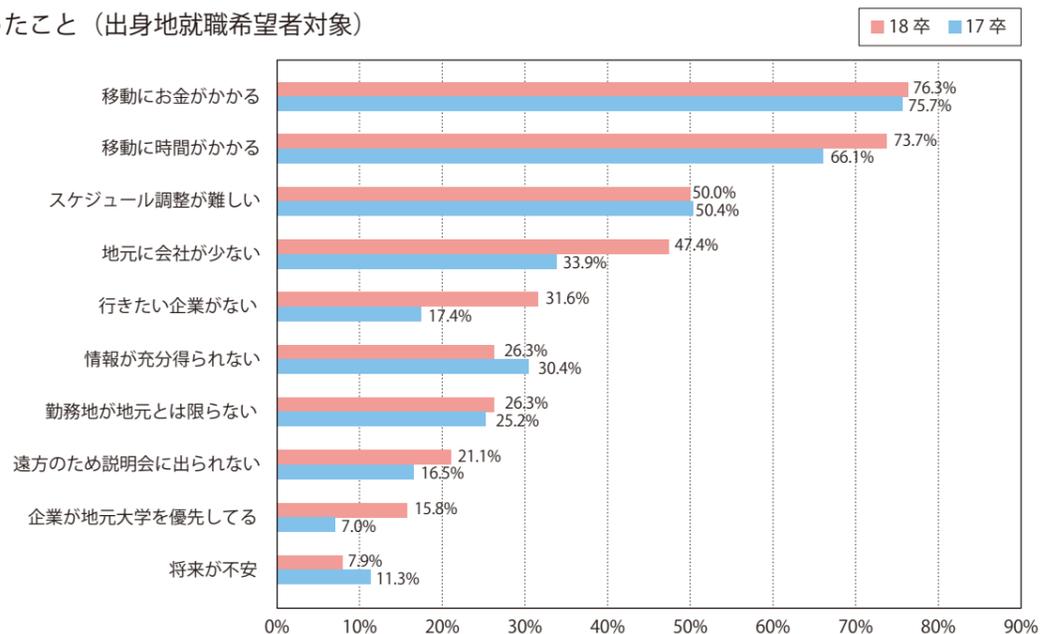
出身地での就職を希望する理由については、「地元に着用があるから」73.2%が17卒の64.0%から9.2ポイント増加して1位。以下、2位が「地元で貢献したいから」58.5%(17卒47.2%)、同率の3位が「生活環境が良いと思えるから」43.9%(17卒60.7%)、「家族と一緒に生活したい」43.9%(17卒57.3%)となった。自分の生まれ育った地域に対する愛着と貢献が、Uターンの動機となっている学生が増えていることを物語っているようだ。

## DATA. 14 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では、「志望企業のホームページ」が71.8%でトップ。移動のためと時間のお金が、Uターン就活の障壁に。

出身地での就職活動で役に立ったものは、「志望企業のホームページ」が71.8%で、17卒の65.9%から5.9ポイント増で、前年の2位から順位を上げて1位となった。2位は前年1位の「就職サイト」59.0%（17卒70.5%）と、同率で「地元で開催された合同企業説明会」59.0%（17卒65.9%）。それぞれ増減はあるものの、この3つが4位以下を大きく引き離しているのは17卒と同様であり、傾向としては大きな変化はない。

また、Uターン就活で困ったこととして、「移動にお金がかかる」を挙げた学生が76.3%（17卒75.7%）で1位。2位は「移動に時間が

かかる」で73.7%（17卒66.1%）。移動のための経費と時間という、Uターン就活をする学生にとっては普遍的ともいえる2大障壁は、18卒でも7割以上の学生を悩ませていたようだ。それに続くのが、「スケジュール調整が難しい」50.0%（17卒50.4%）、「地元へ会社が少ない」47.4%（17卒33.9%）と続く。また、数字が増えたものとしては「行きたい企業がない」が31.6%と17卒の17.4ポイントから14.2ポイントの増。いずれもUターン就活をする学生にとっては避けて通れない問題ともいえ、今後もこの傾向は変わらないだろうと推測される。

## 第2章

## 企業の採用活動総括

## POINT

- 採用予定数は「増」が「減」を上回る。特に中堅・中小企業で積極的な姿勢。
- プレエントリー受付開始は、採用広報解禁時に集中しつつも早期化。
- エントリーシートは大手で8割、中堅・中小で7割の企業で導入。
- 採用選考開始の前倒し傾向が強まる。特に中堅・中小が目立つ。
- 6割前後の企業が採用選考解禁前に内定出しを開始。
- 採用広報活動における傾向は、大筋、例年通り。「説明会」へ注力する企業が主流。
- 応募数の「減少」トレンドは継続。規模を問わず依然採用母集団形成に苦戦。
- 採用選考活動では、「若手社員との懇談」が導入率・効果ともに高い評価。
- 企業の抱える採用課題は、母集団形成・内定歩留り。
- 応募学生の質は5年連続で「満足」が「不満」を上回る。
- 内定学生の質では、9割以上の企業で「満足」「期待・予想通り」の成果。
- 4割強の企業で採用活動終了。早い動き出しにもかかわらず、数の確保に苦戦。
- 企業全体の93.8%で筆記・適性テストを実施。ストレス耐性テストへの導入希望が高まる。

## DATA. 15 採用計画

## ■ 採用人数の増減（前年比）



「増加」が「減少」を上回る中、採用計画数で「前年並」の回答が減少。特に中堅・中小企業では依然として採用に積極的な姿勢が目立つ。

採用人数を「増加」する企業は53.3%と、17卒の47.5%から5.8ポイント増加。その一方で「減少」は23.4%で17卒の21.2%から2.2ポイント増やしたものの、18卒においても「増加」が「減少」を大きく上回る結果となった。例年との違いは「前年並」が17卒の31.3%から23.2%と8.1ポイント減少している点だろう。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では、「増加」と回答した企業は45.4%。17卒の44.4%から1.0ポイント増で、ほぼ前年並であるのに対して、従業員500名以下の企業では「増加」という回答が58.8%あり、17卒（49.6%）から9.2ポイントの大幅増。依然として採用に積極的な姿勢

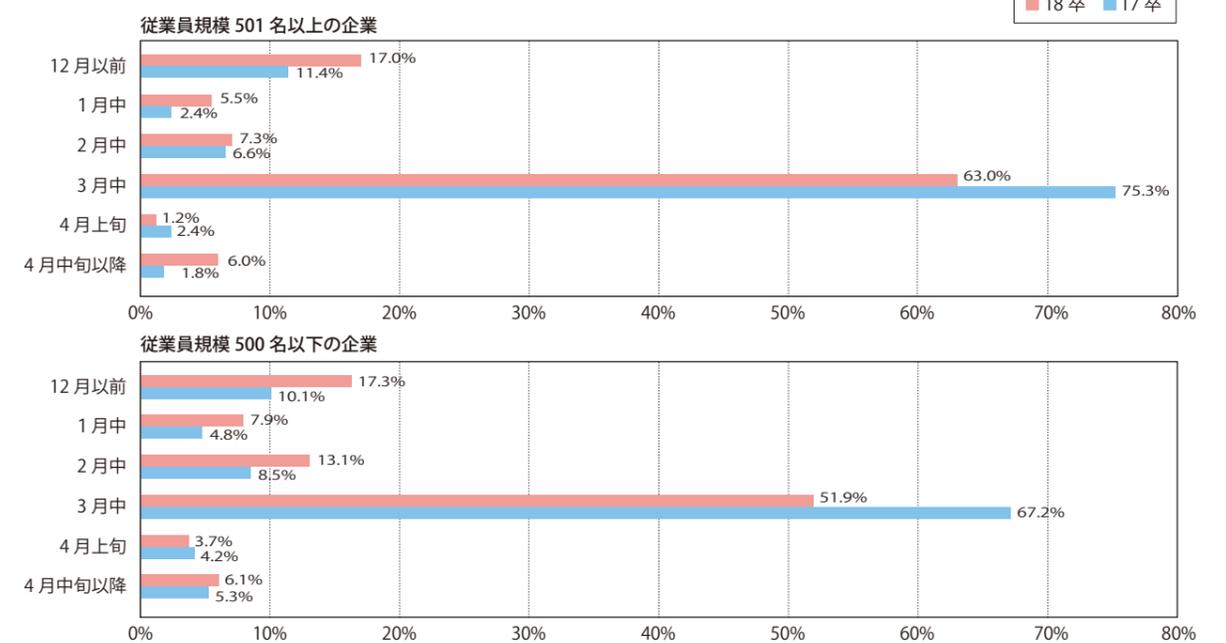
がうかがい知れる。

文理別では企業規模に関わらず総じて「増加」が「減少」を上回っている中で、唯一501名以上の企業の「文系」だけは「減少」（32.0%）が「増加」（30.2%）を上回る結果となった。が、その一方で、500名以下の企業では、「文系」の「増加」（40.4%）が「前年並」（32.3%）を8.1ポイント大幅に上回っており、昨年以上に「文系」学生を積極的に採用しようという意欲がみえる。

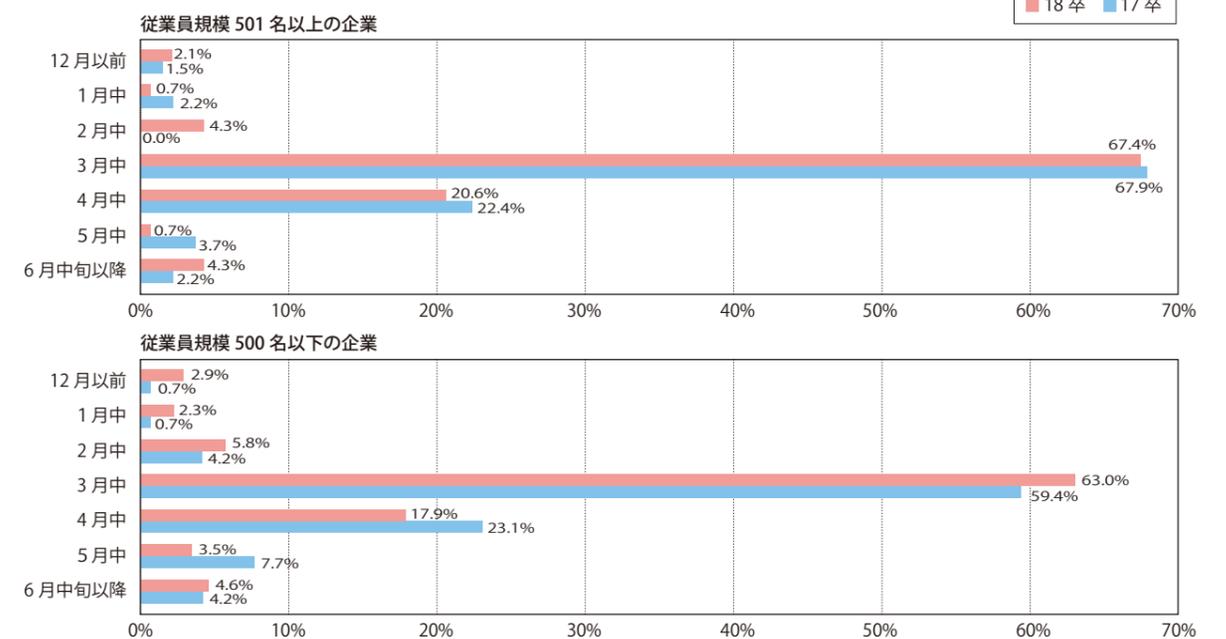
企業の新卒採用計画は依然として増加基調ではあるものの、一部で軌道修正する企業もでてきており今後の動向に注目が集まる。

## DATA. 16 プレエントリー受付&amp;エントリーシート受付開始

## ■ 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、「3月中」に集中しつつも早期化。エントリーシート受付開始時期は特に中堅・中小企業で前倒し傾向目立つ。

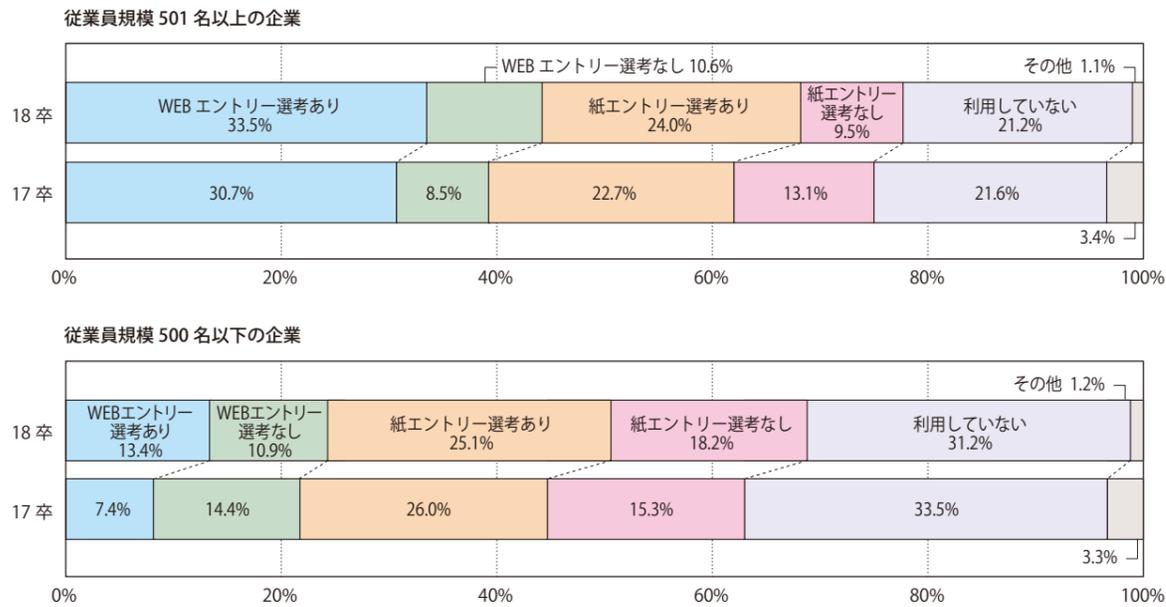
プレエントリー受付開始時期は、「3月中」と回答した企業が最も多いのは昨年と同様だが、昨年までの一極集中がやや弱まった印象がある。従業員501名以上の企業では「3月中」が63.0%（17卒75.3%）と、昨年から12.3ポイント減少。「2月以前」の開始は29.8%と17卒の20.4%から9.4ポイント増加している。特に「12月以前」は17.0%（17卒11.4%）と5.6ポイント増加しており、昨年よりも前倒しでプレエントリー受付を開始した企業が目立つ。従業員500名以下の企業でもこの傾向は顕著に表れた。「3月中」は51.9%（17卒67.2%）と15.3ポイントと大幅減。一方で「2月以前」が14.9ポイント

増（17卒23.4%→18卒38.3%）、「12月以前」も7.2ポイント増（17卒10.1%→18卒17.3%）と大手企業以上に早期から動きだした様子が見えらる。

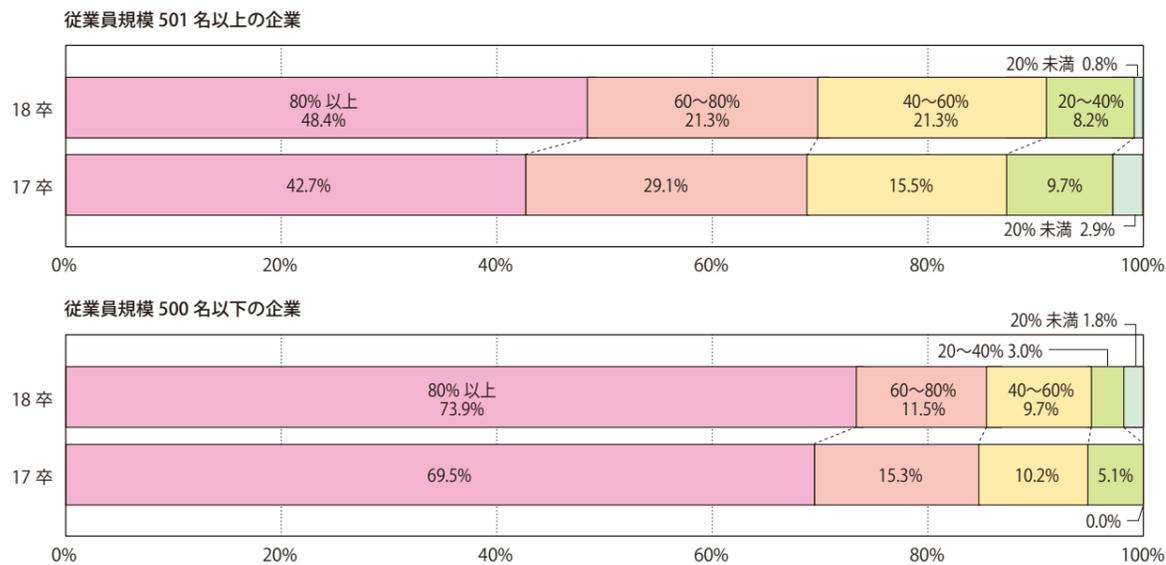
エントリーシート受付開始時期は、501名以上の企業では「3月中」が67.4%（17卒67.9%）で最多。「2月以前」が7.1%（17卒3.7%）と若干増加しているが、傾向としてはほぼ前年と同様だ。一方500名以下の企業も最多は「3月中」が63.0%（17卒59.4%）だが、「4月以降」が減少（17卒35.0%→18卒26.0%）し、その分「2月以前」が5.6%→11.0%と全体的に前倒しの傾向が見られる。

## DATA. 17 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(ES)は、大手で8割弱、中堅・中小で7割弱の企業で導入。ESで選考を行っている企業は、規模に関わらず増加傾向に。

エントリーシート(ES)は、従業員501名以上の企業で77.6%(Web44.1%、紙33.5%)、従業員500名以下の企業では67.6%(Web24.3%、紙43.3%)と多くの企業で導入されている。

ESで選考を行っている企業は、501名以上の企業で57.5%(Web33.5%、紙24.0%)と6割弱に達しており、17卒(53.4%—Web30.7%、紙22.7%)との比較でも増加傾向にある。従業員500名以下の企業では38.5%(Web13.4%、紙25.1%)と4割弱だが、17卒との比較では、WebESの導入が6.0ポイント増加している。

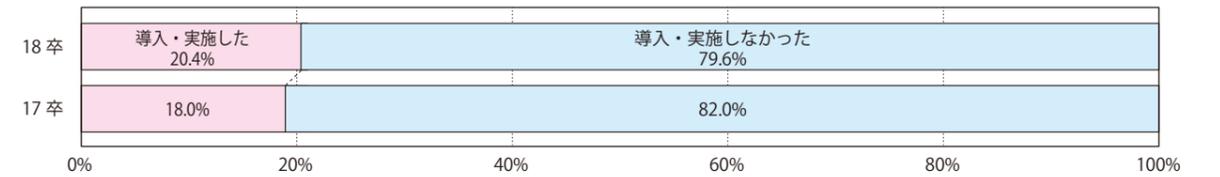
ESでの応募者絞り込みの度合いについては、501名以上の企業

で1位の「80%以上」通過が17卒の42.7%から48.4%と5.7ポイント増加。「60~80%」通過が21.3%(17卒29.1%)と7.8ポイント下げた。「40~60%」通過は21.3%と「60~80%」通過と同率だが、17卒より5.8ポイント上げている。500名以下の企業では、「80%以上」通過が501名以上の企業同様トップで、17卒から4.4ポイント増やし73.9%。次点は「60~80%」通過で11.5%(17卒15.3%)となった。

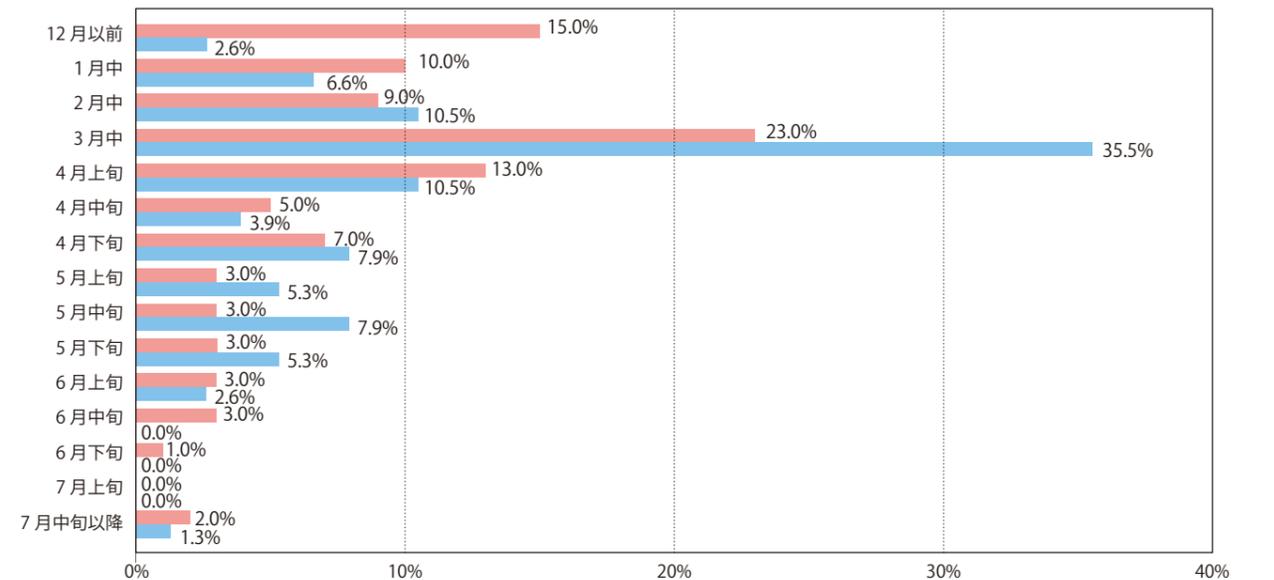
企業規模に関わらず、売り手市場を意識して選考母集団は確保しつつも、ESを活用してある程度絞り込みたいという企業の思惑が読み取れる結果となった。

## DATA. 18 OB・OG リクルーターによる面接

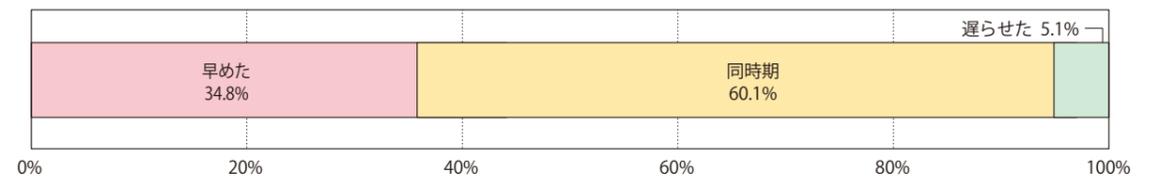
### ■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



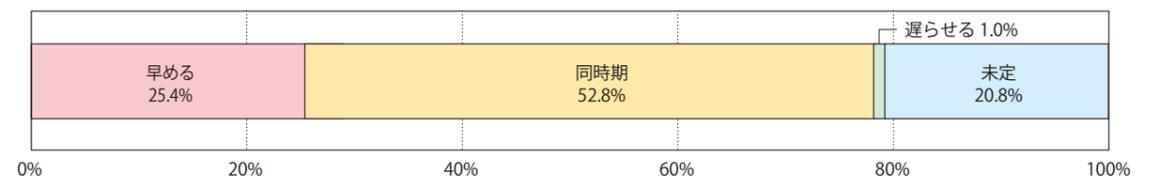
### ■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



### ■ 対昨年



### ■ 次年度の予定



🔍 2割の企業でOB・OGリクルーター面接を実施。接触開始時期は1位「3月中」2位「12月以前」と早期化が進む。

OB・OGリクルーターによる面接の実施について、「導入・実施した」企業は20.4%となった。17卒(18.0%)から微増しているものの、人員の手配や手間、コストがかかることもありまだ少数派といえる。

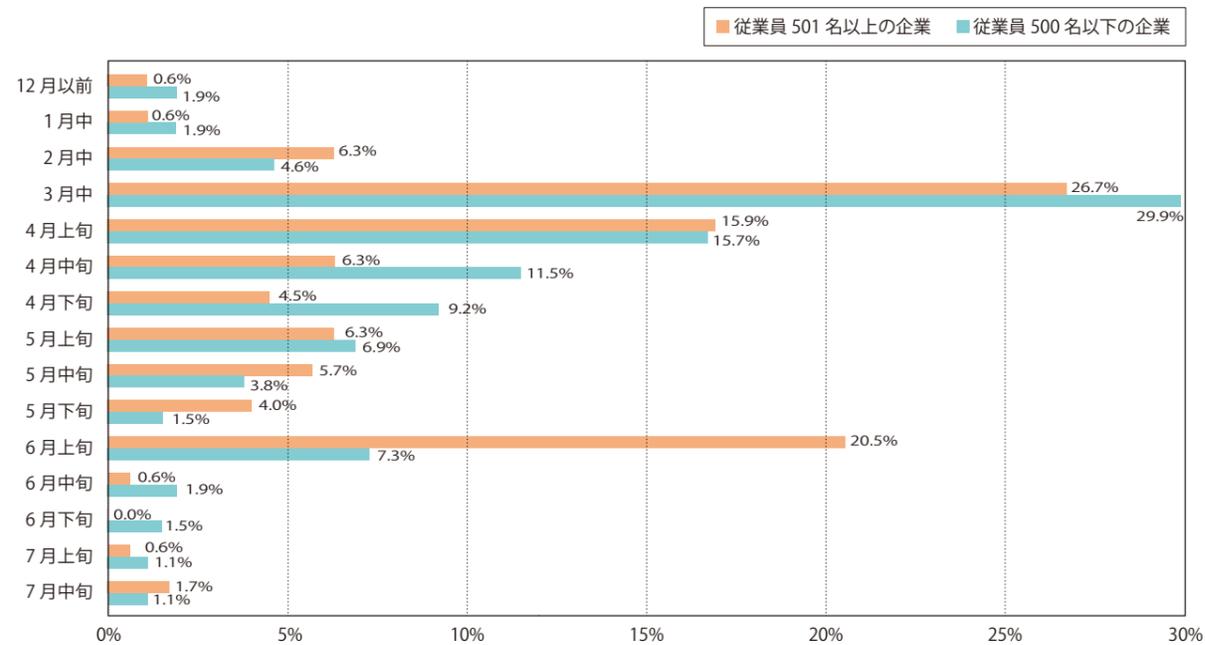
OB・OGリクルーター面接の開始時期は、18卒でも「3月中」(23.0%)が最も多くなったが、17卒(35.5%)のような一極集中度は弱まり、12.5ポイントの大幅な減少となった。一方で「2月以前」は17卒の19.7%に対して18卒では34.0%と14.3ポイントも増加している。特に「12月以前」と回答した企業は17卒の2.6%に対して18卒では15.0%と12.4ポイントも伸びている。昨年よりもかなり早

い段階から実施した企業が増えたことがわかる。

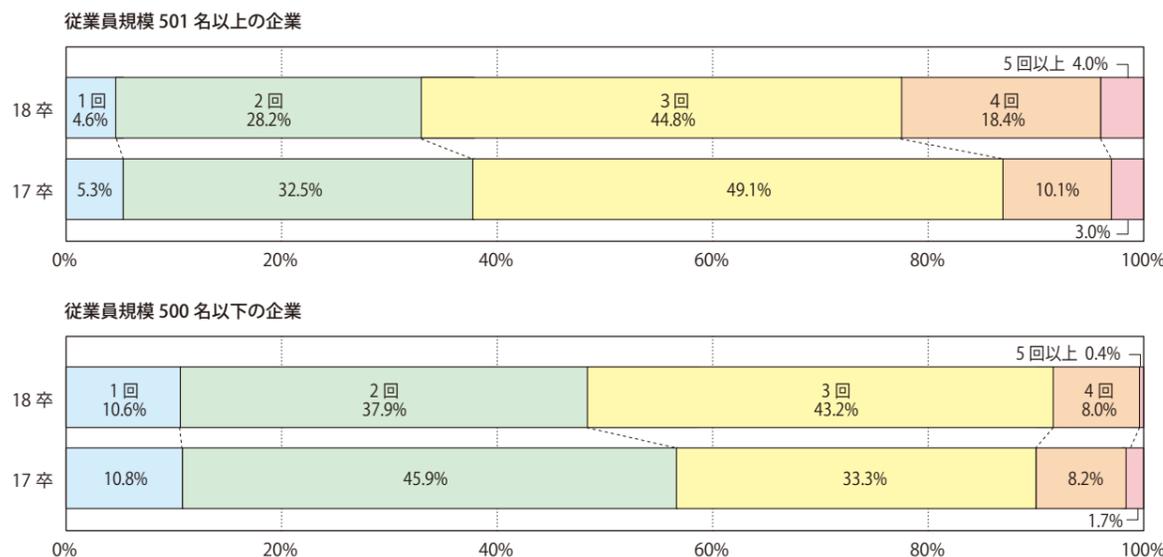
採用活動全般が早期化している状況下で、60.1%の企業は「前年と同時期」に開始。「遅らせた」企業はわずか5.1%に留まり、「前年より早めた」企業は34.8%と前倒しの傾向が見られた。また、次年度に向けても「今年より早める」と回答した企業が25.4%、「今年より遅らせる」と回答した企業は1.0%で、早期化の流れは来年も継続していきだろうと推測される。

## DATA. 19 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



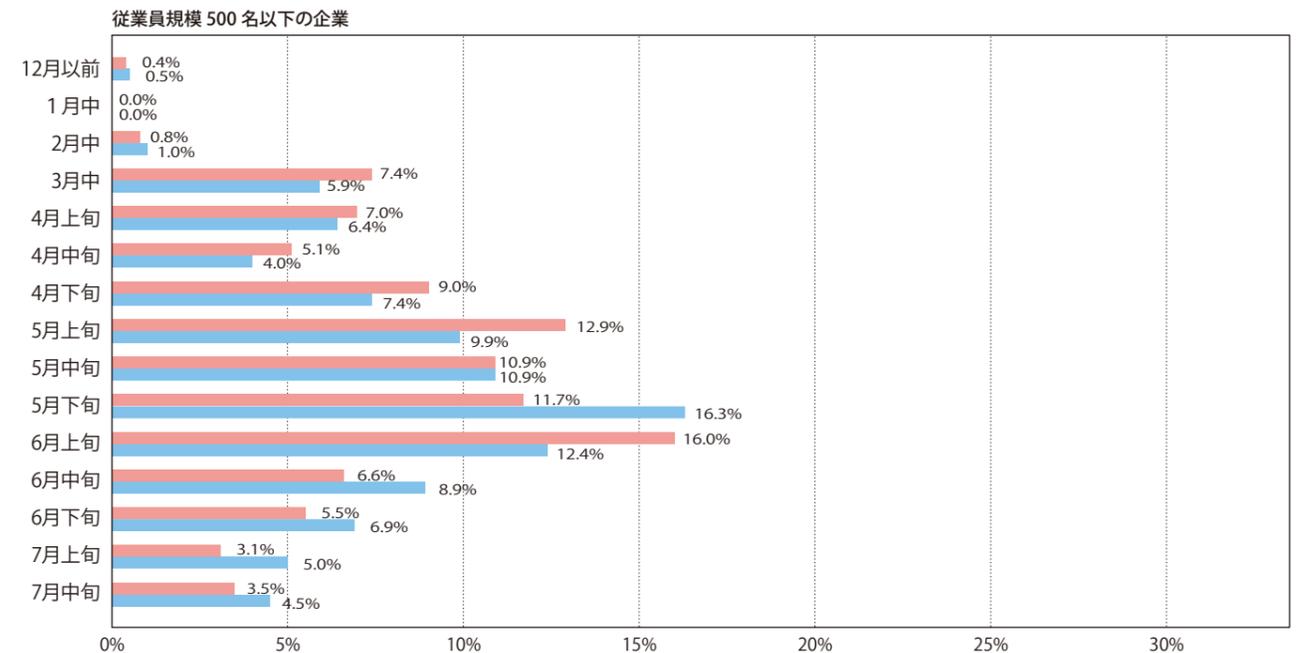
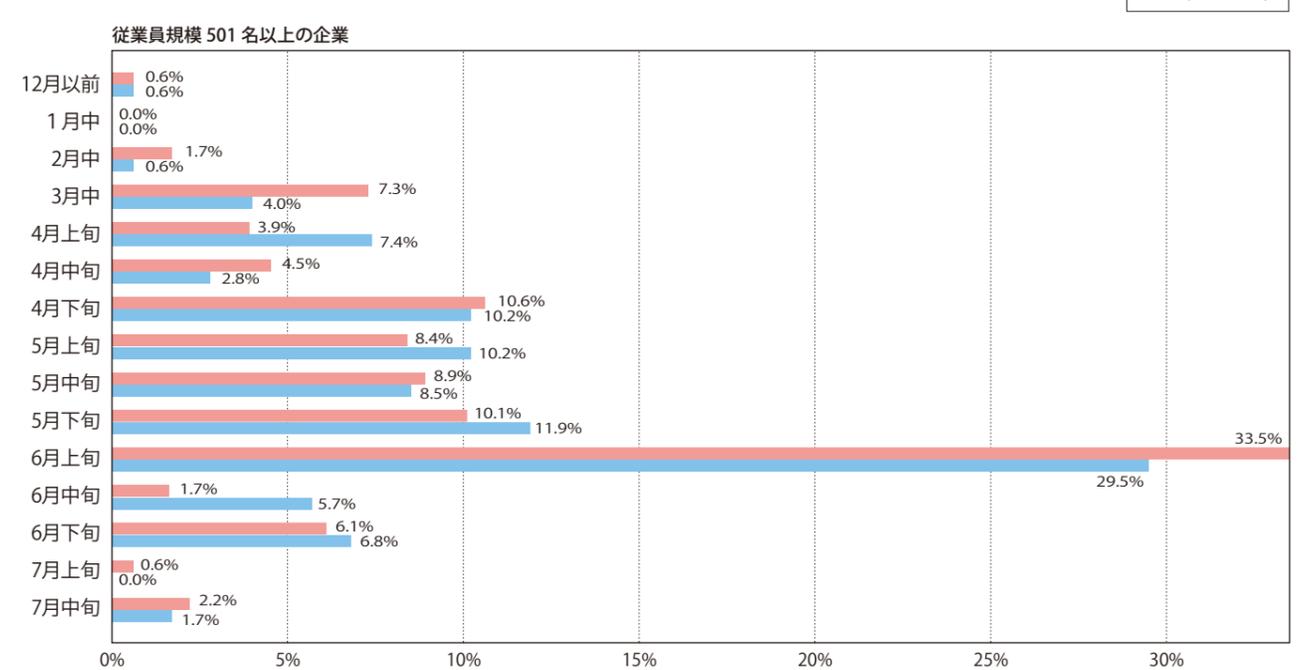
**大手企業よりも中堅・中小企業で、選考開始の前倒し傾向が強まる。選考開始後の面接回数は、2～3回が主流で、昨年よりも多めにシフト。**

採用選考開始時期は、企業規模によって違いが生じている。従業員 501 名以上の企業では、「3 月中」が 26.7% で 1 位。2 位は「6 月上旬」で 20.5%、3 位が「4 月上旬」の 15.9% と、「3 月～4 月上旬」と「6 月上旬」の 2 つのピークがある形になっている。それに対して従業員 500 名以下の企業では、「3 月中」(29.9%) が 1 位であるのは同じだが、2 位は「4 月上旬」(15.7%)、3 位に「4 月中旬」(11.5%)、4 位「4 月下旬」(9.2%) と続き、「6 月上旬」(7.3%) は 5 位となっている。大手企業でも、選考開始時期はやや早まっているが、それ以上に、中堅・中小企業が選考時期を前

倒して、採用選考解禁の「6 月上旬」前に選考を開始する傾向が読み取れる。内定までの面接回数では、501 名上の企業では「3 回」が 1 位で 44.8% (17 卒 49.1%)、「2 回」が 2 位で 28.3% (17 卒 32.5%) となった。どちらも対前年比で減少し、その分「4 回」が 18.4% (17 卒 10.1%) となった。500 名以下の企業でも、1 位は「3 回」で 43.2% (17 卒 33.3%)、2 位が昨年 1 位だった「2 回」で 37.9% (17 卒 45.9%)。1 位と 2 位が逆転し、面接回数を増やす傾向が垣間見える。

## DATA. 20 内定開始時期

■ 内(内)定を出し始めた時期



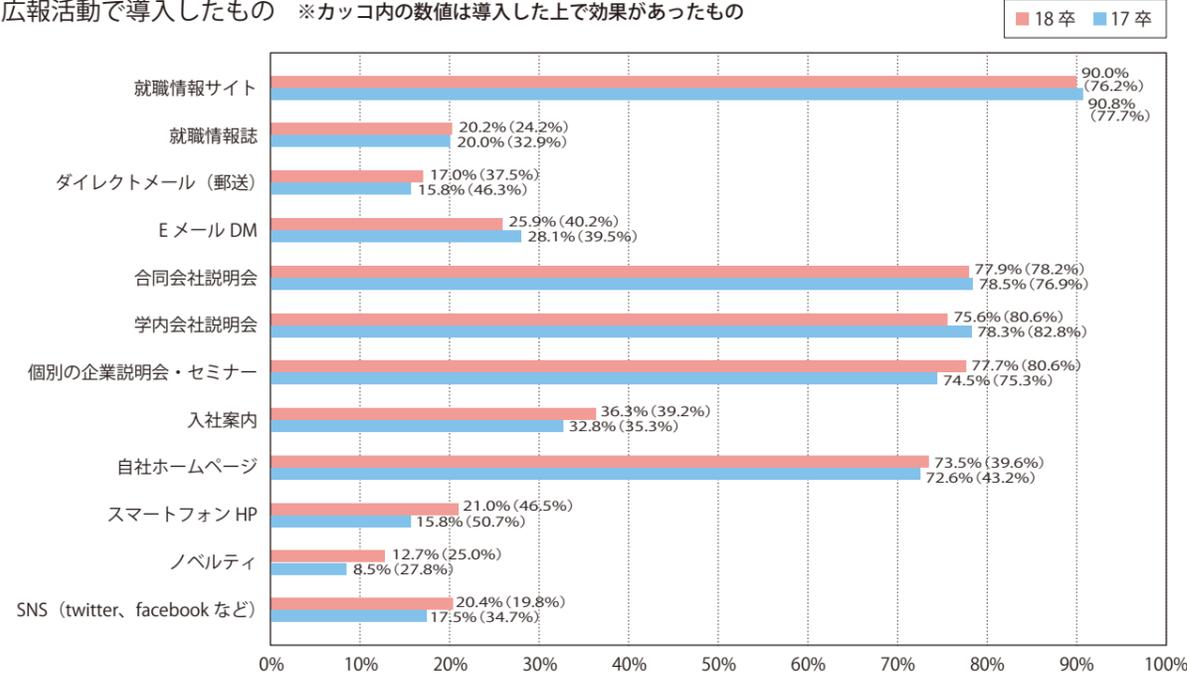
**大手企業の内定開始時期は、「6月上旬」に集中。企業規模に関わらず、6割前後の企業が採用選考解禁前に内定開始。**

従業員501名以上の企業の内定開始時期は、採用選考解禁直後にピークを迎えるのが例年の傾向であるが、18卒でも「6月上旬」(33.5%)に集中した。以降「4月下旬」(10.6%)、「5月下旬」(10.1%)の順に続いた。選考解禁後の6月以降に内定出しを行った企業は44.1%と17卒(43.7%)からほぼ横ばいで推移した。採用選考解禁前の「5月下旬」までに内定出しを開始した企業は過半数となった。一方、従業員500名以下の企業では、17卒では採用選考解禁直前の「5月下旬」(16.3%)がピークとなっていたが、18卒では大手企

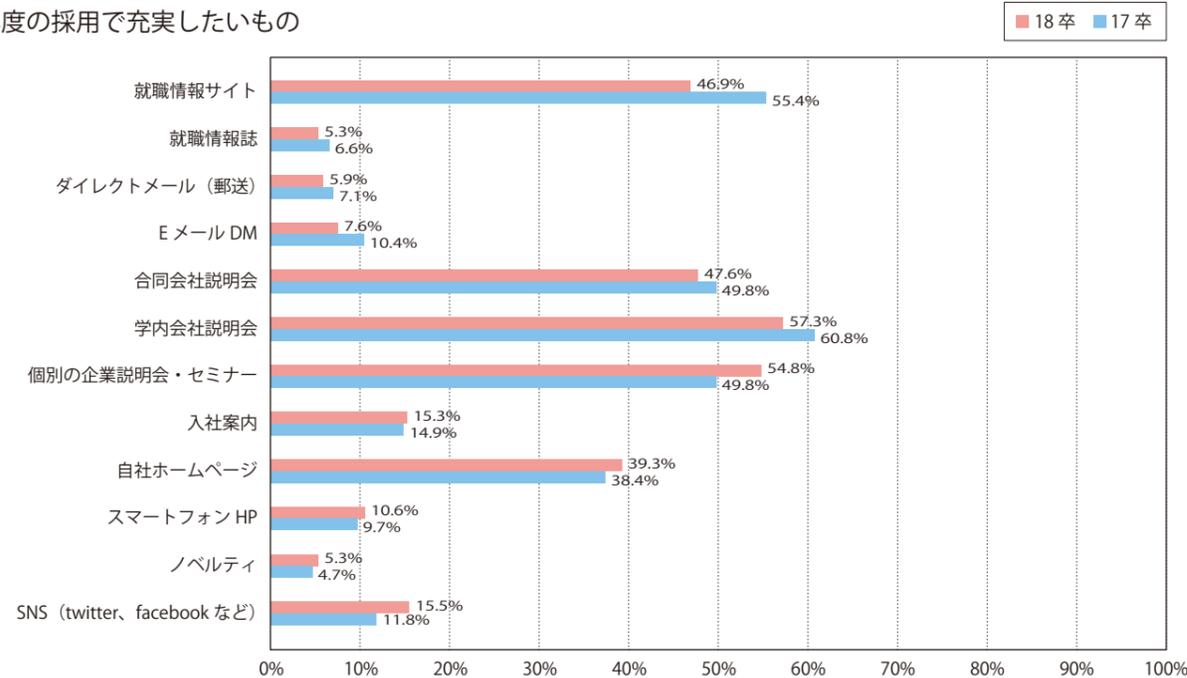
業と同様「6月上旬」(16.0%)が最も多くなった。次いで多いのは「5月上旬」(12.9%)、「5月下旬」(11.7%)、「5月中旬」(10.9%)、ピークこそ大手企業と同時期になったが、採用選考解禁前に内定出しを開始した企業は17卒(62.3%)から2.9ポイント増の65.2%で、大手企業に先駆けて内定出しを開始した様子が見える。

## DATA. 21 採用広報活動

■ 採用広報活動で導入したもの ※カッコ内の数値は導入した上で効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



**採用広報活動における傾向は、大筋、例年通り。  
来季も今季同様、「説明会」に注力していく企業が主流。**

採用広報活動で導入したものは、「就職情報サイト」(90.0%)で1位となった。以下、7割以上の企業が導入したものは、多い順に「合同説明会」(77.9%)、「個別の企業説明会」(77.7%)、「学内会社説明会」(75.6%)、「自社ホームページ」(73.5%)と続いた。これは17卒と多少の上下はあるものの同様の傾向が見られた。学生の利用環境を反映して「スマートフォンHP」(17卒15.8%→21.0%)を導入する企業も増えてはいるが、まだまだ主流とは言い難い。

中でも「効果があった」ものは、「学内会社説明会」と「個別の企業説明会」が80.6%で同率の1位。以下、「合同説明会」(78.2%)、

「就職情報サイト」(76.2%)と続く。こうした傾向も17卒とほぼ同様。「スマートフォンHP」は46.5%がその効果を認めており、今後の導入に注目したい。

また次年度充実したいものは、「学内会社説明会」(57.3%)、「個別の企業説明会」(54.8%)、「合同会社説明会」(47.6%)、「就職情報サイト」(46.9%)と続く。多くの企業が学生と直接会って訴求のできる説明会がに力を入れていきたいと考えているようだ。

## DATA. 22 応募数

■ 応募学生数の増減 (前年比)



**応募数の「減少」トレンドは継続。  
企業規模に関わらず依然、母集団形成に苦労**

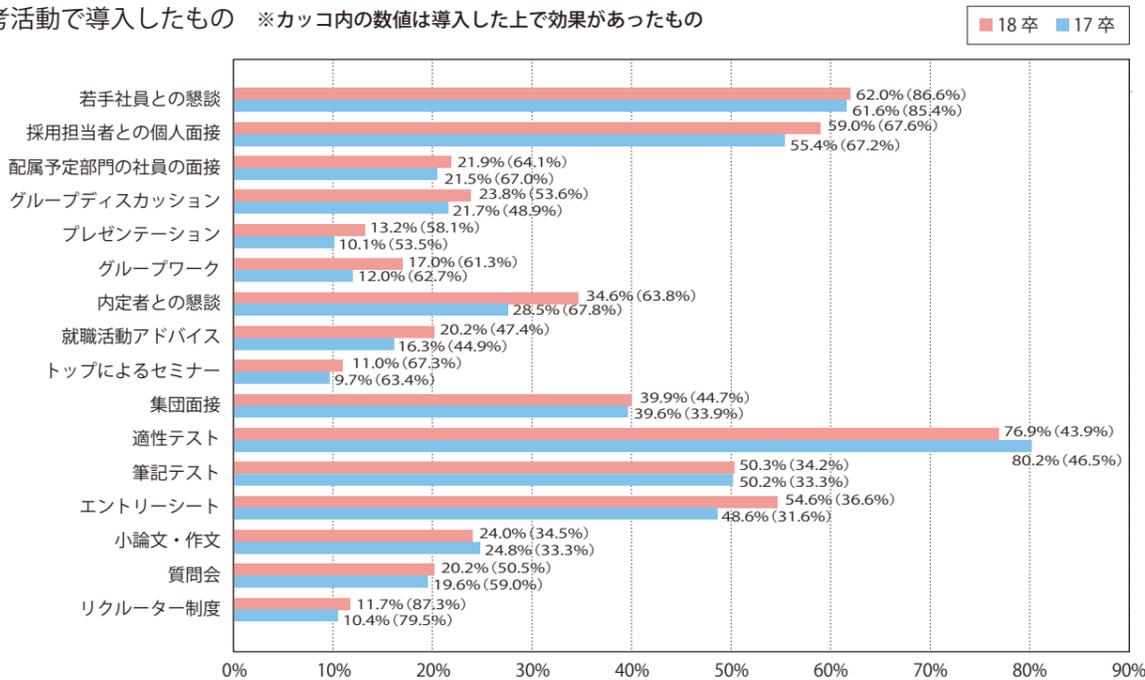
応募数について、「減少」した企業と「増加」した企業の差は17卒の21.1ポイント(「減少」42.0%－「増加」20.9%)から18卒では16.9ポイント(38.6%－21.7%)とその差は狭まっているものの、依然として「減少」の割合が最も多く、応募者の「減少」傾向は続いている。

企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では、「前年並」が41.8%(17卒35.7%)と最も多く、「減少」が39.7%(17卒42.9%)と、「減少」を「前年並」が上回っているが、「増加」17.4%と「減少」の差は▲22.3ポイントと厳しい状況にあることは変わらない。一方、従業員500名以下の企業では、「増加」24.6%(17卒21.8%)、「前年並」

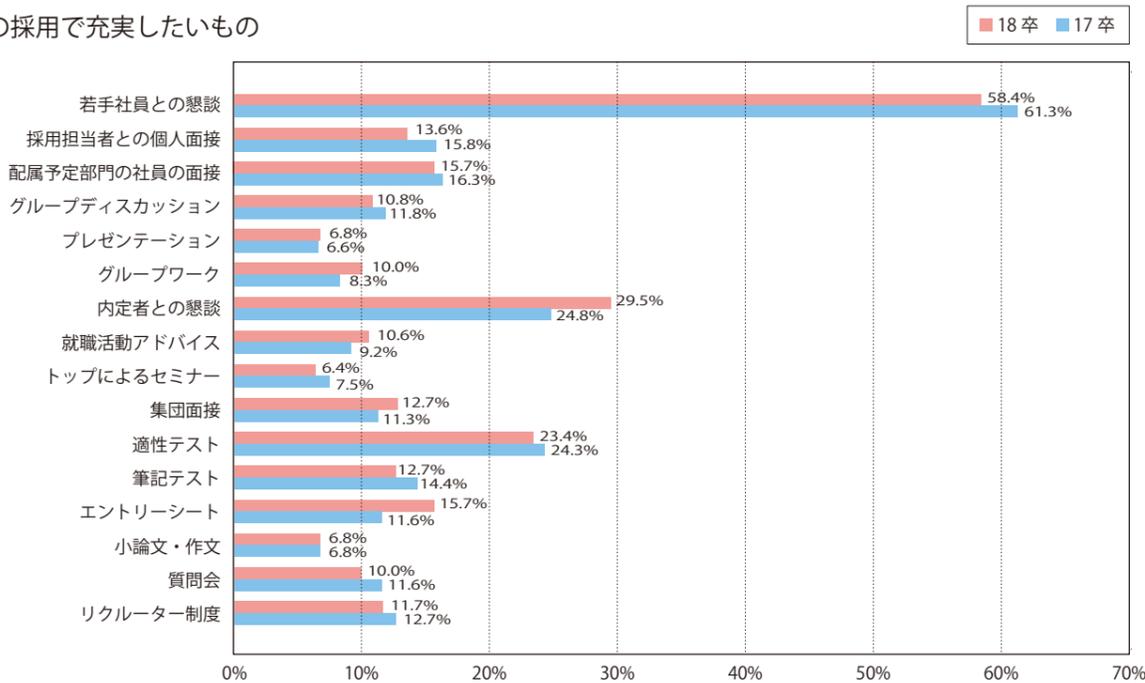
34.8%(17卒34.5%)、「減少」38.0%(17卒41.6%)となった。「減少」が減った分「増加」が増えてはいるものの、その差は▲13.4ポイントと大手企業同様に厳しい状況には変わりはない。企業規模に関わらず母集団形成に苦労した様子が見えてくる。

## DATA. 23 採用選考活動

■ 採用選考活動で導入したもの ※カッコ内の数値は導入した上で効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



導入率が高く、効果が認められているのが「若手社員との懇談」。学生にとって身近に感じる社員との接触を今後も積極的に導入。

採用選考で導入したものは、上位から「適性テスト」(17卒80.2%→18卒76.9%)、「若手社員との懇談」(17卒61.6%→18卒62.0%)、「採用担当者との個人面接」(17卒55.4%→18卒59.0%)となり、この傾向は17卒との比較でも変化はない。「採用担当者との個人面接」が3.6ポイント増加しているほか、「内定者との懇談」が6.1ポイント(17卒28.5%→18卒34.6%)、「エントリーシート」が6.0ポイント(17卒48.6%→18卒54.6%)増加している。

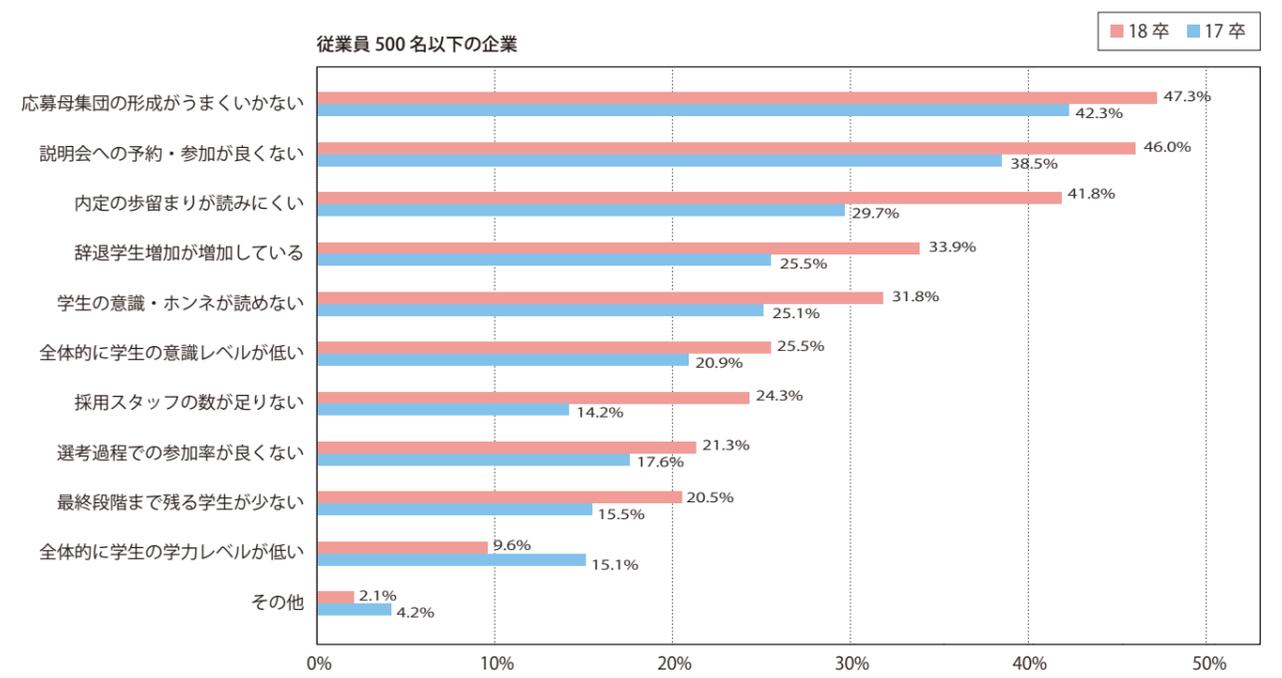
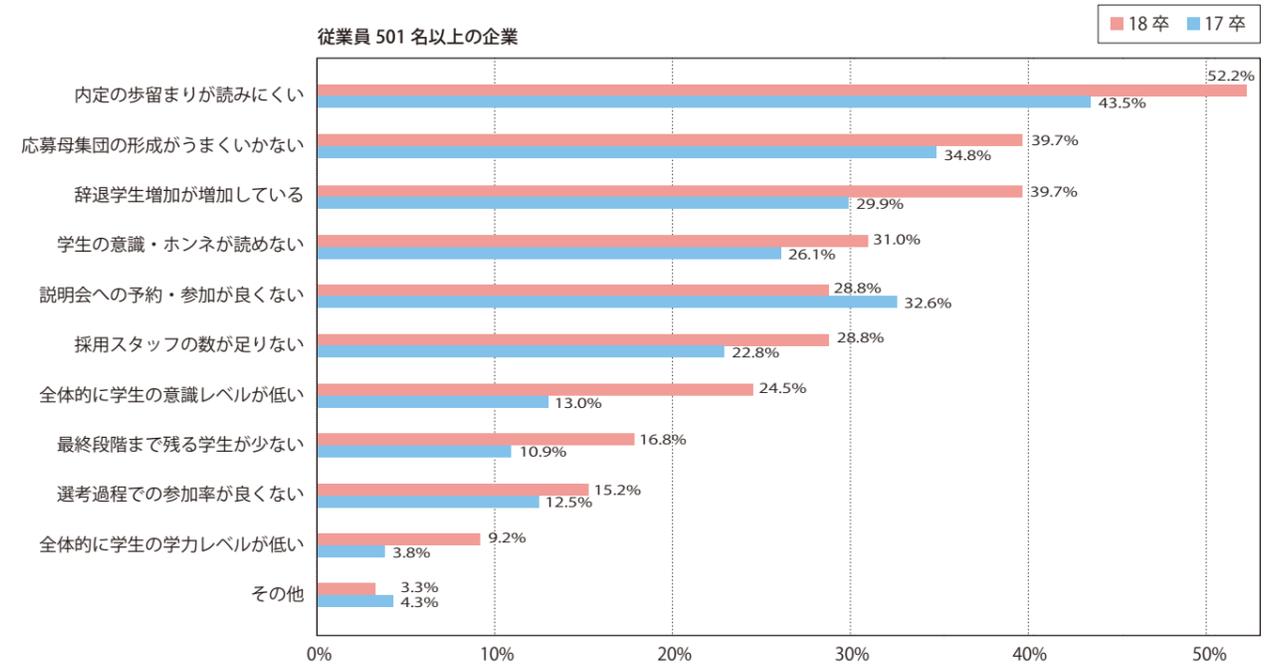
採用選考で効果があったものについては、「リクレーター制度」(87.3%)、「若手社員との懇談」(86.6%)、「採用担当者との個人面

接」(67.6%)、「トップによるセミナー」(67.3%)、「配属予定部門の社員の面接」(64.1%)、「内定者との懇談」(63.8%)の順で高く、「若手社員との懇談」は導入率が高く、かつ効果も認められている。また、「内定者との懇談」は導入率に対する効果が高く、今後も導入が増える可能性がある。

今後充実させたいものとしては、「若手社員との懇談」(58.4%)を6割弱の企業で挙げており、さらに「内定者との懇談」(29.5%)が2位で、学生と年齢の近い層との接触を通じて、より身近に感じさせることで効果アップを図る企業の増加が目立つ。

## DATA. 24 採用課題

■ 採用活動の悩み



「母集団形成」と「内定歩留り」が、採用活動の主要課題。売り手市場の逆風で、昨年以上に対応に苦労している企業が増加。

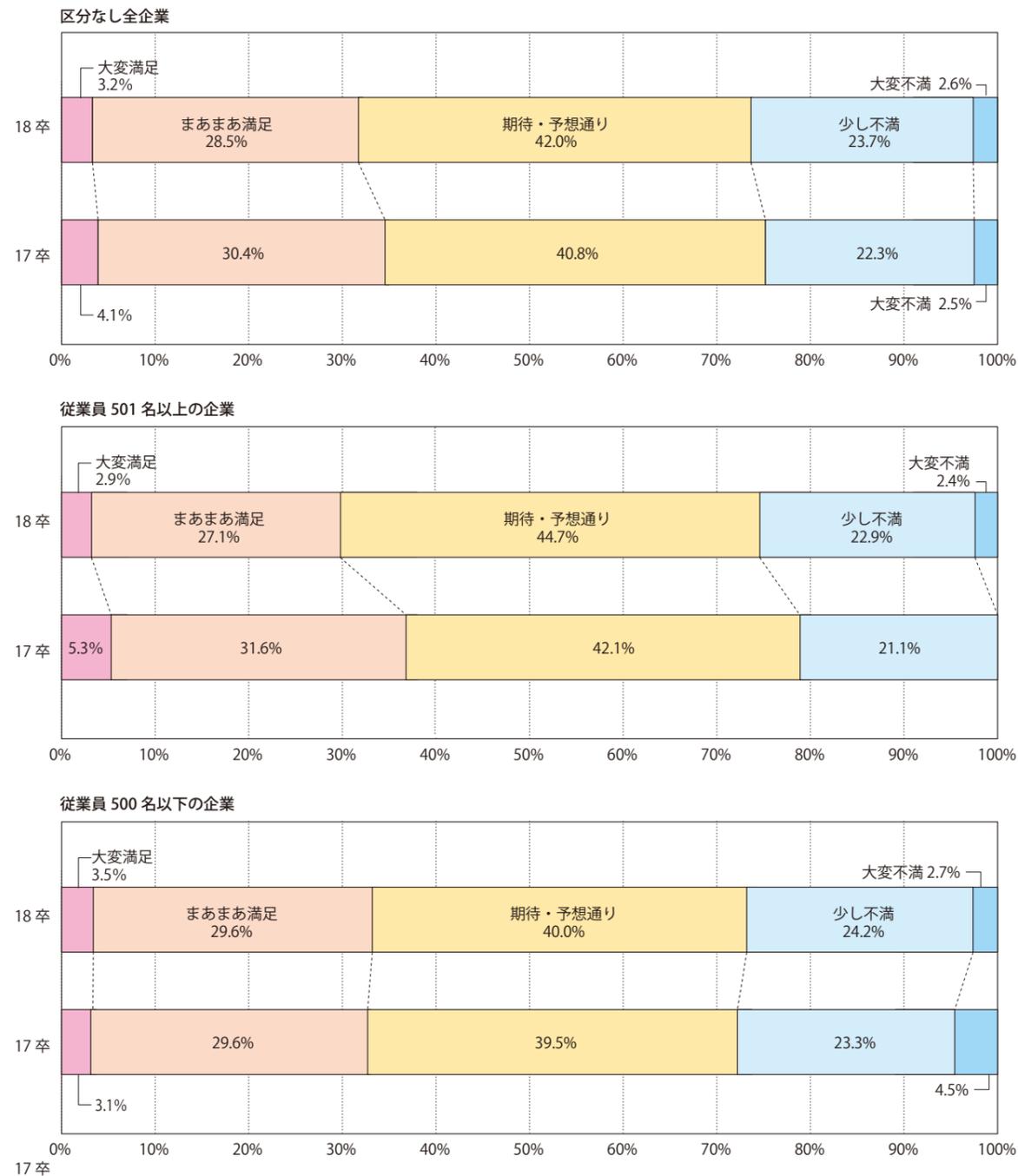
企業が抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では「内定の歩留まりが読みにくい」(17卒43.5%→18卒52.2%)、「応募母集団の形成がうまくいかない」(17卒34.8%→18卒39.7%)、「辞退学生が増加している」(17卒29.9%→18卒39.7%)、「学生の意識・ホンネが読めない」(17卒26.1%→18卒31.0%)の順。上位の項目ではいずれの数字も前年比で高くなっており、売り手市場の逆風により、昨年以上に対応に苦労している企業の姿がうかがえる。

一方、従業員500名以下の企業では、「応募母集団の形成がうま

くない」(17卒42.3%→18卒47.3%)、「説明会への予約・参加が良くない」(17卒38.5%→18卒46.0%)、「内定の歩留まりが読みにくい」(17卒29.7%→18卒41.8%)、「辞退学生が増加している」(17卒25.5%→18卒33.9%)、「学生の意識・ホンネが読めない」(17卒25.1%→18卒31.8%)の順となり、大手企業同様、一項目を除いて前年比で高くなっており、対応に苦労している様子がうかがえる。母集団形成と共に大きな課題となった「内定の歩留まり」については昨年よりも12.1ポイント高くなっている。昨年以上に採用選考時期を早めた結果であろう。

## DATA. 25 応募学生の質

## ■ 応募学生の質に対する満足度



**応募学生の質は5年連続で「満足」が「不満」を上回る。  
中堅・中小企業で満足度は高まり、大手企業では下がる。**

応募学生の質は、企業全体では、「大変満足」「まあまあ満足」の合計が31.7%（17卒34.5%）とやや減少。一方で「少し不満」「大変不満」の合計は26.3%（17卒24.8%）となり微増した。前年と比べてその差が小さくなったものの、5年連続で「満足」が「不満」を上回る結果（17卒9.7ポイント→18卒5.4ポイント）となった。

企業規模別でみると、従業員501名以上の企業では、「大変満足」「まあまあ満足」の合計が30.0%（17卒36.9%）と6.9ポイント減少する一方で「少し不満」「大変不満」の合計は25.3%（17卒21.1%）と4.2ポイント増加。「満足」と「不満」の差は4.7ポイント（17卒15.8ポ

イント）となり、依然「満足」が上回っているものの、昨年と比べると企業間の差は縮まった。また、従業員500名以下の企業では、「大変満足」「まあまあ満足」の合計が33.1%（17卒32.7%）の一方で「少し不満」「大変不満」の合計は26.9%（17卒27.8%）。「満足」と「不満」の差は6.2ポイント（17卒4.9ポイント）で、昨年と比べるとわずかながら満足度が増した結果となった。

## DATA. 26 内定学生の質

## ■ 内定学生の質に対する満足度



**内定学生の質では、91.5%の企業で「満足」・「期待・予想通り」の成果。  
中堅・中小企業で、前年よりも満足度が7ポイント上昇。大手企業は昨年並。**

内定学生の質については、企業全体では「大変満足」と「まあまあ満足」の合計が54.9%で、17卒の50.5%から4.4ポイント増加。「期待・予想通り」36.6%（17卒39.9%）と合わせると91.5%（17卒90.4%）に達する。一方で「少し不満」「大変不満」の合計は8.4%で17卒の9.6%から微減。昨年並に満足度の高い成果を上げた企業が多かったようだ。

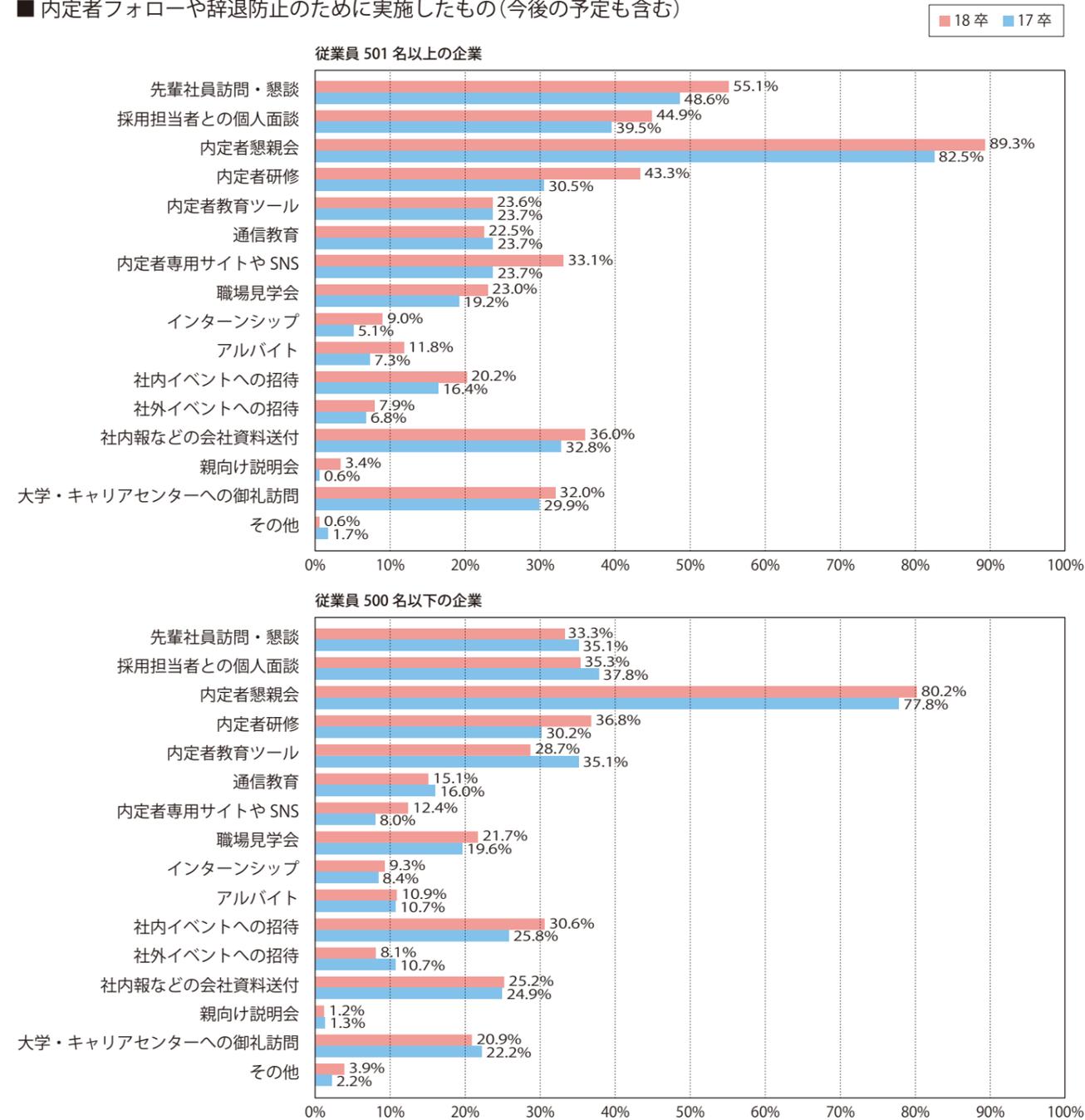
企業規模別には、従業員501名以上の企業で「満足」の合計が50.0%（17卒49.7%）で前年と同じ水準。「期待・予想通り」との合計でも89.5%（17卒89.7%）と前年並ではあるが、ほぼ9割の企業で一

定の成果を得られた。

従業員500名以下の企業では、「満足」の合計が58.5%と17卒の51.5%から7.0ポイントの増加。「期待・予想通り」との合計でも92.9%（17卒91.0%）となり、1.9ポイント増えている。母集団の形成や内定の歩留まりには苦勞しながらも、一定の成果を上げることによって成功した企業が増加しているようだ。

## DATA. 27 内定者フォロー・辞退防止

■ 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)



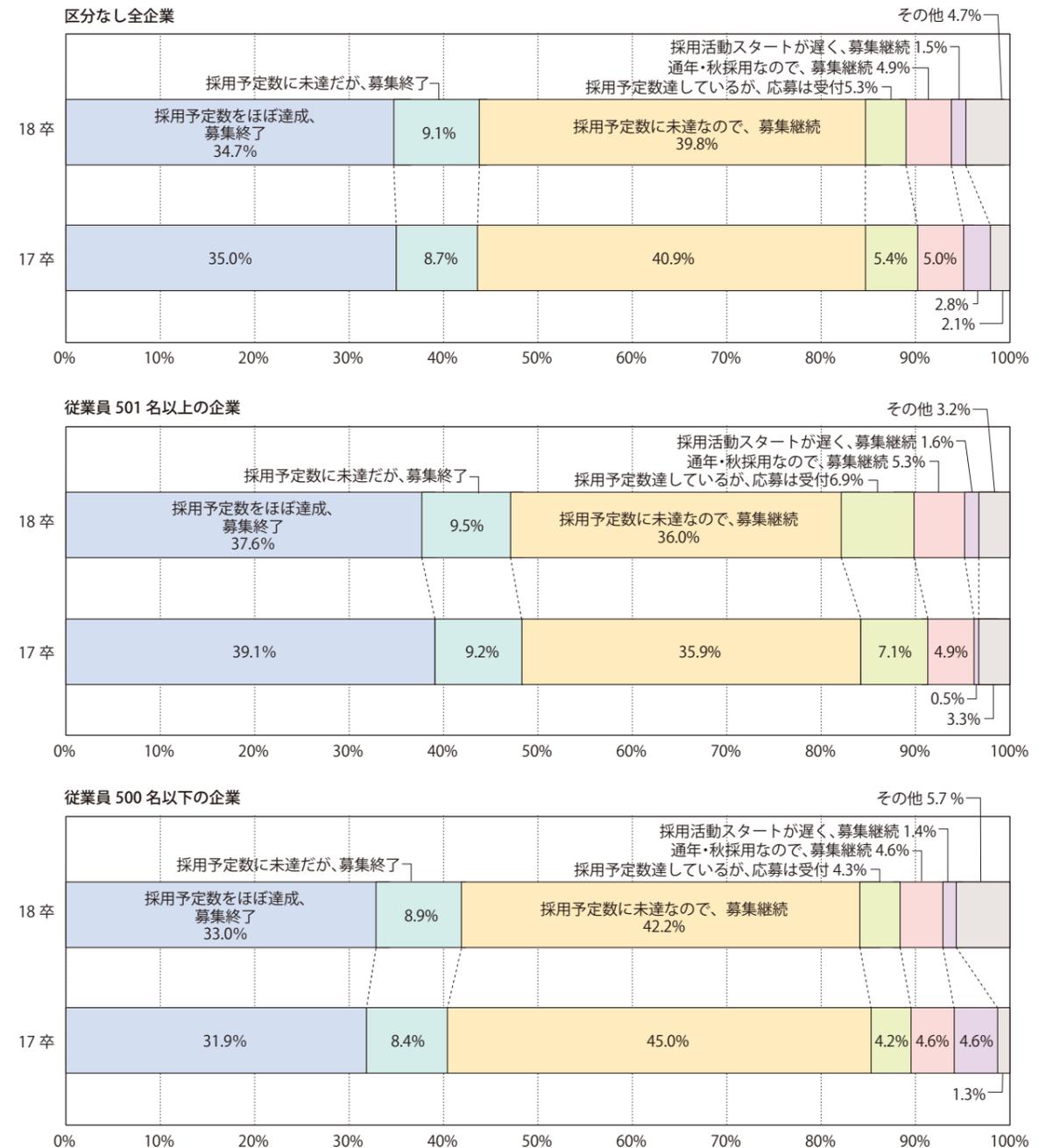
**大手で9割、中堅・中小で8割の企業が「内定者懇親会」を実施。企業規模にかかわらず導入率が伸びているのは「内定者研修」。**

DATA24でも多数の企業が「内定歩留まり」を採用課題として挙げているように、内定者のフォローは、各企業がその対策に注力している重要なテーマともいえる。企業規模別にその対策をみると、従業員501名以上の企業では、1位は「内定者懇親会」89.3% (17卒82.5%) でほぼ9割の企業が実施している。以下、「先輩社員訪問・懇談」55.1% (17卒48.6%)、「採用担当者との個人面談」44.9% (17卒39.5%)、「内定者研修」43.3% (17卒30.5%)の順に高い。前年比で見ると上位項目は全体に増加しており、特に「内定者研修」は12.8ポイント増加と伸びが目立った。

一方、従業員500名以下の企業でも、1位は「内定者懇親会」80.2% (17卒77.8%) で約8割の企業が実施。以下、「内定者研修」36.8% (17卒30.2%)、「採用担当者との個人面談」35.3% (17卒37.8%)、「先輩社員訪問・懇談」33.3% (17卒35.1%)と続く。伸びが目立つのは大手企業同様、「内定者研修」で、前年比6.6ポイントの増加。企業規模にかかわらず、内定者フォロー・辞退防止策を積極的に実施する企業が増えているようだ。

## DATA. 28 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4割強。活動の早期化にもかかわらず、厳しい環境が続く。**

企業全体では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」が34.7% (17卒35.0%)、「採用予定数に未達だが、募集終了」は9.1% (17卒8.7%)と、すでに採用活動を終了した企業の合計は43.8% (17卒43.7%)でほぼ昨年並となった。一方、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は、17卒の40.9%に対して18卒では39.8%とやや微減となった。

企業規模別では、従業員501名上の企業では、「採用活動終了」と回答した企業の合計は47.1% (17卒48.3%)と微減。「採用予定数に未達なので、募集継続」は36.0% (17卒35.9%)とこちらも昨年並の

数字。しかし、一昨年の16卒では過半数の企業 (56.6%) が終了していたことを考えると、昨年に引き続き、厳しい環境が続いていることがうかがえる。

従業員500名以下の企業では、「採用活動終了」と回答した企業の合計は41.9% (17卒40.3%)、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は42.2% (17卒45.0%)となった。昨年よりも多少数字は良くなっているものの、大手企業と比べるとやはり、より厳しい状況にあったと言わざるを得ない。

C O L U M N

企業全体の93.8%で筆記・適性テストを実施。  
重視するポイントでは、大手企業では「ストレス耐性」が1位に。

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の93.8%。今や採用選考の必須ツールとなっているのが実情である。

テスト実施のタイミングは、1位は「面接前」48.2%。以下、「面接時」32.5%、「説明会・セミナー時」15.0%と続く。面接のタイミングで実施している企業が80.7%と、あくまでも選考手段として活用している企業が多いことがわかる。

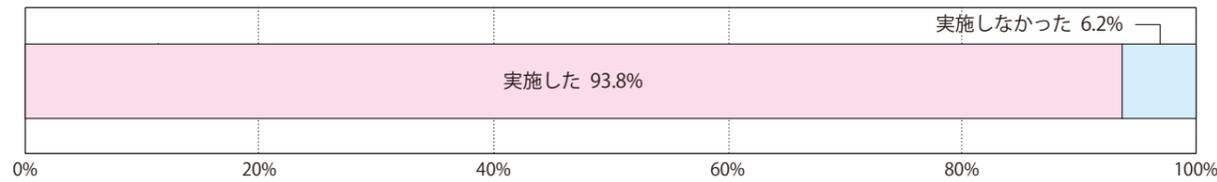
テストで重視しているポイントについて、従業員501名以上の企業では、「ストレス耐性」55.3%が1位。17卒での50.0%から順位・ポイントを伸ばしている。近年のメンタルヘルスの問題が背景にありそうだ。2位は、17卒で1位だった「態度・性格・気質」47.3%。以下、「知的能力(基礎学力)」41.5%(17卒38.0%)、「職務適性」35.1%(17卒38.6%)、「知的能力(考える力)」34.6%(17卒36.4%)と続いており、基礎学力を重視する傾向が高まっていることが目立つ。

一方、従業員500名以下の企業では、1位は17卒同様、「態度・性格・

気質」で54.6%(17卒51.7%)。2位が「職務適性」43.6%(17卒44.6%)で、以下、「ストレス耐性」41.5%(17卒38.3%)、「知的能力(基礎学力)」31.6%(17卒27.5%)、「知的能力(考える力)」26.2%(17卒31.7%)と続く。中堅・中小企業では、傾向はほぼ昨年と同じだが、こちらでも大手企業ほどではないが「ストレス耐性」を重視する傾向が高まっている。



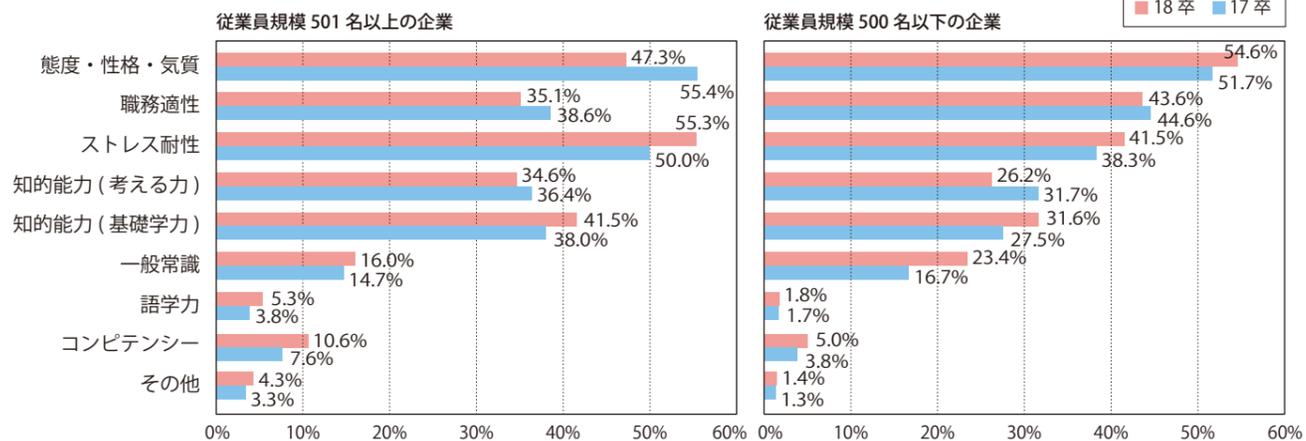
■〈企業アンケート〉採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



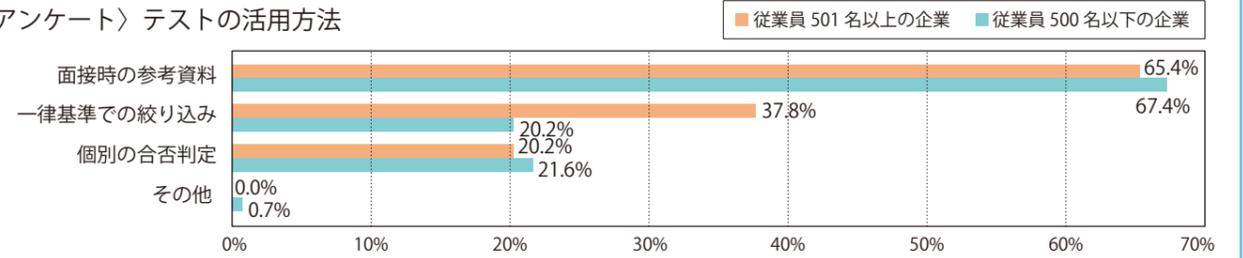
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



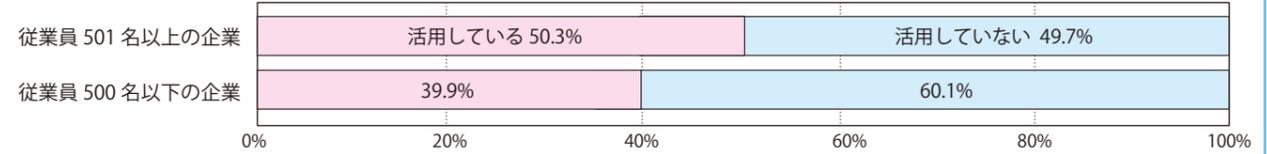
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



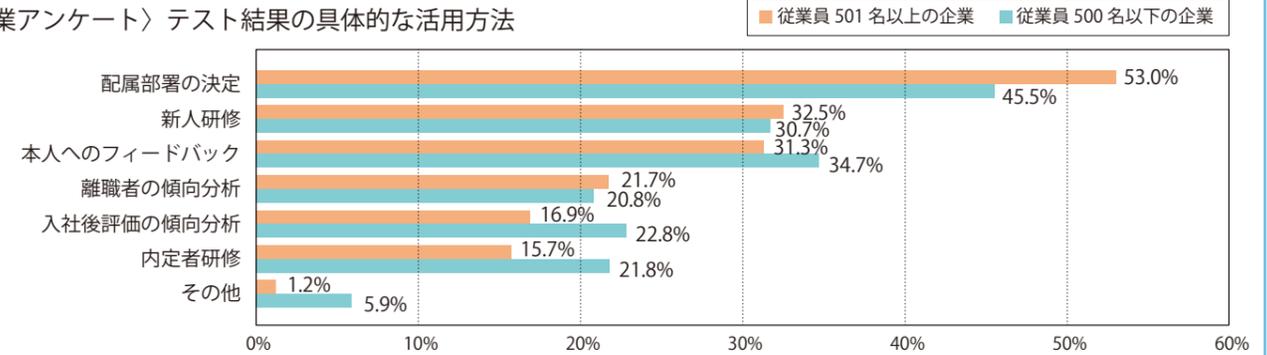
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈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



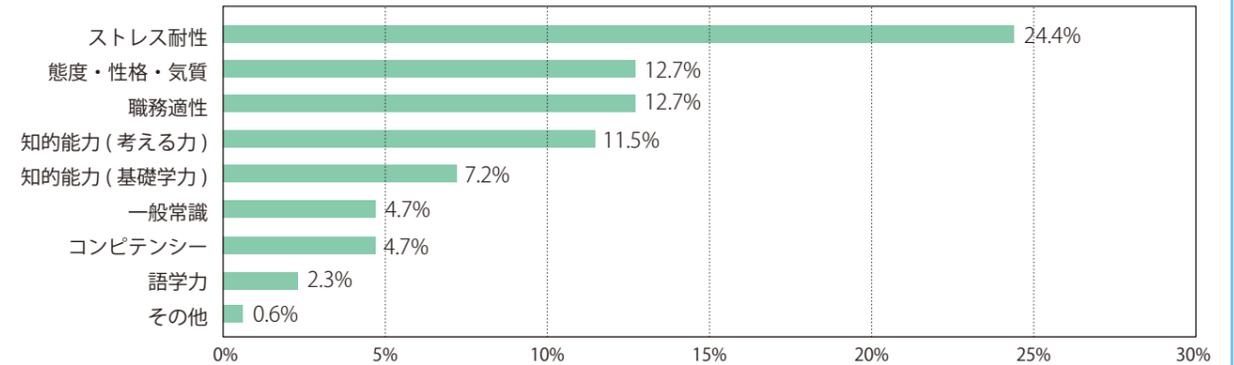
7割弱の企業で、筆記・適性テストを「面接の参考資料」として活用。  
今後の「ストレス耐性テスト」の導入希望は24.4%に。

筆記・適性テストの活用方法については、従業員501名以上の企業では「面接時の参考資料」が1位で65.4%。以下、「一律基準での絞り込み」37.8%、「個別の合否判定」20.2%の順。一方、従業員500名以下の企業では、1位は同様に「面接時の参考資料」で67.4%だが、2位は「個別の合否判定」21.6%で、3位、「一律基準での絞り込み」20.2%と大手企業とは順位が逆転した。面接の参考と一口に言っても、どの程度参考にするかは企業によって様々だが、テストの点数自体を合否の判定に用いる企業もあり、テストによる客観的データを一つの指標として重視する企業は少なくないのを読み取れる。

また、入社後のテスト結果の活用について、従業員501名以上の企業では、50.3%が「活用している」と回答。その方法としては「配属部署の決定」53.0%、「新人研修」32.5%、「本人へのフィードバック」31.3%、「離職者の傾向分析」21.7%の順となった。一方、従業員500名以下の企業では「活用している」という回答は39.9%で、その方法は「配属部署の決定」45.5%、「本人へのフィードバック」34.7%、「新人研修」30.7%の順で、大手企業とは2位3位の順が逆転した。

今後導入してみたいテストとしては、「ストレス耐性」が1位の24.4%と最も多く、重視しているポイント同様、導入を希望する企業の増加が目立つ結果となった。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト



C O L U M N

企業が学生を選考する際に重視する点と、学生が企業にアピールしたいポイントの比較は、例年両者間にギャップがあるのだが、今年もその傾向に変化はなかった。

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77.5%。例年8割前後の企業が挙げているのだが、アピールポイントとして挙げる学生は37.8%で半数にも届かず、最もギャップの大きい項目になっている。企業の2位は「仕事への意欲・興味」で60.3%。学生でも3位だが、40.8%にとどまり、その差は大きい。企業の3位は「誠実さ・信頼感」で52.0%（学生30.0%）。4位「粘り強さ・責任感」51.4%（学生47.6%）、5位「行動力」50.3%（学生34.9%）と続く。企業の重視する点の上位項目は、「粘り強さ・責任感」を除き、学生のアピールポイントと10ポイント以上乖離しており、意識の隔たりを感じさせる結果となった。

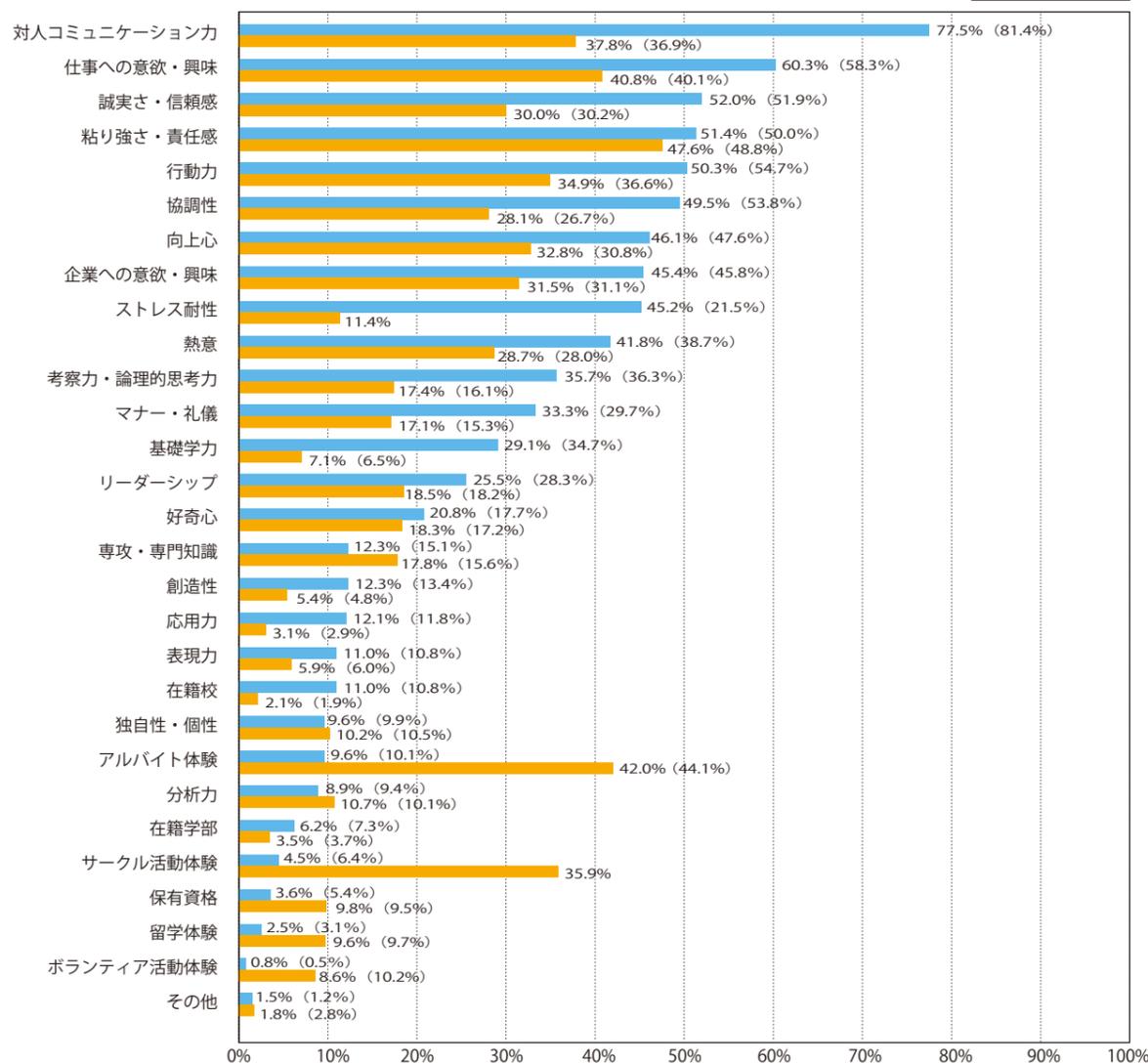
一方、学生がアピールポイントとして挙げた項目の1位は「粘り強さ・責任感」47.6%で、これは前述の通り企業とのギャップが小さい（3.8ポイント）。2位には42.0%で「アルバイト体験」が付けている

が、企業では9.6%に過ぎず、その差32.4ポイントと意識格差が大きい項目の一つとなっている。3位は「仕事への意欲・興味」で40.8%。学生の4位は企業では1位の「対人コミュニケーション力」37.8%、5位が「サークル活動体験」35.9%。これも「アルバイト体験」と同じく、企業ではわずか4.5%とほとんど重視されておらず、ギャップの大きい項目になっている。

前述した項目以外で、企業と学生の意識格差が大きいものとしては、「ストレス耐性」（企業45.2%・学生11.4%）、「マナー・礼儀」（企業33.3%・学生17.1%）、「基礎学力」（企業29.1%・学生7.1%）が挙げられる。

企業の重視する点は、例年さほど大きな違いを見せておらず、結果として学生の意識がまだ追いついていない印象が強い。アルバイトやサークル活動など体験そのものではなく、その経験を通じて何を学んだのか、それを踏まえていかにアピールすべきか、本質を理解していない学生が多いのが、この意識格差を生み出している原因のように思われる。

■ 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17卒の数値



■ 印象に残ったインターンシップ

| 業種    | 日程   | 内容   | 感想  |
|-------|------|--|---|
| 金融    | 5日   | 社員による企業説明、銀行業務体感ワーク、ソリューション事業体感ワーク、新規事業立案ワーク                 | ●働き方、行員の方の印象に魅力を感じたため。なかなか体験する事ができない銀行業務に携わり、実際に働く事のイメージができた。また、その職場の方々の仕事に対する熱意ややりがいを感じることができ、自分自身もそのように働きたいと思った。    |
| 金融    | 5日   | 部署の説明後、その内容にそってグループワークを行う。                                   | ●インターンシップが終わってからもこまめな連絡やプラスのセミナーなどを行なってくれたため。   |
| 金融    | 5日   | 金融業界や証券業務についてのセミナーを受講後、グループごとに1社選び、その企業の今後の見通しなどを考えプレゼンテーション | ●金融業界は、堅いイメージがあったが実際は顧客との繋がりをとても大切にしている、コンサルティング的要素が大きいと感じたから。  |
| メーカー  | 5日   | グループワーク(実践型)、臨床医、現場MR交流                                      | ●ワークをやって疲れたが充実感に溢れてとても楽しく、臨床医のお話を聞くなどとても参考になる良い経験ができた。  |
| メーカー  | 2~4日 | 新事業創出ワーク   | ●初めてメーカーの企業を見たが、モノを作るという具体的なイメージが湧き、エンドユーザーの自分達に届くまでのプロセスを学ぶことができ、メーカーにも興味が湧いた。事業内容も面白く、私も仕事として考えてみたいと思った。            |
| メーカー  | 1日   | チームビルディングの基本グループワーク  | ●元々志望度の高い企業であったこともあり、インターンに参加することで、内定者や人事課の方と話す機会があり、社風や人柄がとても自分と合っていたと思った。   |
| メーカー  | 1日   | 仮想の取引先への訪問営業や提案を通じて、文系がどのように活躍しているかを体感する                     | ●営業の厳しさ、やりがいを両方知ることがイメージ出来たから。  |
| 運輸    | 2~4日 | パイロットによるセミナー、座談会、実際のフライトを想定したグループワーク                         | ●気さくでユーモラスだが、芯がしっかりして使命感に溢れた、人間味が豊かな方が多く、職場の雰囲気が良さそうだった。個人面接でフィードバックも行っていただき、学生のことを考えてくれている印象を受けた。                    |
| 運輸    | 1日   | 仕事・企業の説明や一部の仕事の場面をグループで考えてお客様に対して何が必要かなど意見を出す                | ●実際に社員の方とお話しする機会があり、社員の方の生き生き仕事に向かう姿勢が読み取れ、また立ち居振舞いもすばらしかったから。  |
| サービス  | 1日   | 顧客の理想と自分たちのウェディングプランをいかに近づけられるかがテーマのグループワーク                  | ●社員の方全員が自分の仕事に誇りを持っていると感じた。また、緊張している学生たちの雰囲気を和ませる為の気遣いも感じられた。社員同士も仲が良さそうに見えた。   |
| 情報・通信 | 5日   | 新ビジネス創出ワーク   | ●電話やインターネット固定回線だけでなく、ICTなど広い分野に力を入れていることに、大変面白さを感じた。<br>●堅いイメージがあったが、社員の方々は気さくな方ばかりで話しやすく、働いてみたいと感じた。                 |
| 情報・通信 | 2~4日 | 「ブログのユーザーが増えるにはどうしたらよいか」をテーマにグループワーク                         | ●グループワークの内容が楽しかった。事業内容への理解が深まり、イメージが掴めた。  |
| 情報・通信 | 1日   | 「SEのコミュニケーションを学ぶ」と題し、インターンシップ実施企業が取り組んでいるサービスの設計をグループで考えた。   | ●企業の雰囲気がとても良かった。社員の方のチームワークのあり方がインターンシップを通して見えた。また、ワークライフバランスが実現できる職場だと強く感じた。   |
| 流通・小売 | 1日   | 会社の経営の歴史を元に、1972年~2013年までの経営をシミュレーションワークとして体感する。             | ●企業の方の対応が非常に良かったと感じたから。また、企業についての理解を深められ、その魅力を実際に感じる事ができたから。  |
| 流通・小売 | 1日   | 物流業界の説明<br>物流業務体感ワーク<br>「働く」ということについて考える                     | ●業務体感ワークのあと、社員の方からとても丁寧なフィードバックをいただくことができた。辛口なコメントをいただき、社会人として働くことの厳しさを感じることができた。また、熱心に指導して下さる姿勢から、教育に力を入れているのかなと思った。 |

※ダイヤモンド就活ナビモニターアンケートより学生のコメントを抜粋しています。

## DATA. 32 印象に残ったセミナー

## ■ 印象に残ったセミナー

|                |   |
|----------------|---|
| 三井物産           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 他商社は抽選でなかなか行けないものが多かったが、大規模座談会/講演会、少人数質問会など、様々な種類のセミナーが開催され楽しめた。</li> <li>● 一度に複数名にOG訪問ができたような充実した内容であった。</li> <li>● 非常にリアルな生の話をたくさん聞けたから。</li> <li>● 時間をかけて深くまで理解できたから。</li> </ul>  |
| 東京海上日動火災保険     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 様々な部門で活躍する、幅広い年次の方のお話を聞いて、仕事のイメージが明確に理解できるようになりました。たくさんの人と会う中で人柄に触れ、志望度が上がりました。</li> <li>● 会社の想い、ということを中心に話されていた。生活の安心を第一に、と話される姿に誠実だと好感を持ちました。</li> <li>● 面接官のしているポイント、損保で働くやりがいなど印象的な話が多かった。社員さんや内定者と話す時間もかなり長くとってもらえたのもよかった。</li> <li>● 自社の宣伝ではなく就職活動に対するセミナーだった。</li> <li>● 学生目線の話し方で、人事が学生に対して見るポイントをわかりやすく伝えてくれた。どの業界を志望する学生にとっても為になるセミナーだった。</li> </ul> |
| 三菱東京UFJ銀行      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 業界のトップでありながら、誠実な方が多く魅力を感じたから。</li> <li>● 実際の業務について詳しく知ることができた。</li> </ul>  |
| 日本生命保険         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● たくさんの人を救うことが出来るといった内容のVTRが素敵だった。</li> <li>● 職場見学があり、実際の職場を見ることができたから。</li> <li>● ES、GD、面接、自己分析など就活で不安になる全ての事を網羅している。また全てレジュメにして配布してくれたので、メモすることに気を取られずにしっかり話を聞いた。</li> </ul>   |
| みずほフィナンシャルグループ | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各部門ごとの講演・社員との座談会は、8種類ほどの講演と多数の社員の中から合わせて3つ選んで各自で回るというものだったが、もっと聞きたい場合は次の回まで待てば聞くことができるシステムだったので、計6カ所(3講演+3人と座談会)を回ることで、かなり満足だった。</li> <li>● 実際の仕事内容や内定者からのアドバイスなど非常に有意義なものであったから。</li> <li>● スケールの大きさに鳥肌がたった。</li> </ul>   |
| 大和証券グループ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ただ女性向けのセミナーを行うのではなく、女性が好みそうなおしゃれな会場で開催されていたところ。内容からだけでなく、雰囲気からも女性の働きやすさが伝わった。</li> </ul>   |
| りそな銀行          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 3時間ほどの、中で、説明だけではなく、グループワークを通じて、体感することができたため。また社員の方の対応を見ている、会社の経営理念が感じられた。</li> <li>● とても細かい設定でのワークに取り組み、銀行業務や信託業務の面白みを感じることができた。</li> <li>● 実際の営業に似た状況で課題を解決するため、働き方の実感が少しわいた。</li> <li>● 人事の方がとても面白く、金融の説明会と聞くと面白みに欠ける印象があったが、会場が笑いに包まれていたから。</li> </ul>  |
| 住友商事           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 社長を筆頭に、上層部の方がお話しして下さるセミナーは他になかったから。</li> <li>● 社長が登壇され、またスマホで質問できたから。</li> <li>● 採用担当の人の言葉の掛け合いが上手だったから</li> </ul>   |
| 損害保険ジャパン日本興亜   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 会社説明を聞か、初めから座談会に参加するかを決めることができ、自分に合ったセミナーを選択することができた。</li> <li>● 渋谷ヒカリエの巨大なホールに様々なブースが展開されており、一度参加するだけで企業の情報が一通り網羅できたから。</li> <li>● 1日で社員10人以上と話ができたり、役員や専務の講演もあり大満足でした。</li> </ul>  |
| ニトリ            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ただ家具を売っている、のではなく、人々の暮らしを豊かにする為には会社の中にも様々な仕事があり、配転のシステムがとられているということを初めて知った為。また、アメリカ研修などもあり、グローバルな視点を持ち、自身が成長できる環境があると感じた為。</li> <li>● 企業の歴史などが分かり易く、一連の流れを人生ゲーム方式で楽しめた。</li> </ul>  |
| 三井住友銀行         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● メガバンクで堅そうな印象であったが柔軟性も備わっている会社であることを発見できたため。</li> <li>● 1つの会社の説明会なのに規模の大きさに改めて驚いた</li> </ul>  |
| 全日本空輸          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工場見学のみでなく、技術系社員による説明があり、具体的に自分が働く姿を想像できた。</li> <li>● 実際に現場で働いている社員の方がたくさん参加され、色々な人に話を聞ける環境があった。</li> </ul>   |

## DATA. 33 印象に残ったパンフ・ノベルティ / 印象に残ったES設問

## ■ 印象に残ったパンフ・ノベルティ

## 東京海上日動火災保険

- 就職活動中はもちろん今後も使える身だしなみグッズを頂き、非常に便利。毎日の身だしなみに活用しています。
- パンフレットの作りの重厚感がすごかったこと、ジェットストリームのペンがついていた
- 服のごみとり、靴磨きをいただき、自分では用意してなかったけれど、就活ではやはり身だしなみが大事なんだと改めて気づかされたし、役に立つものがあったのでうれしかった。
- パンフレットが市販のもののような立派な冊子だったからです。
- PCメガネをいただけるとは思っていなかった。日常で非常に役立っています。

## 三菱東京UFJ銀行

- パンフレットが厚くて表紙のキャッチコピーに惹かれました
- 女性目線のパンフレットも充実していたから
- 仕事をする上でのやりがいがよくわかったから。

## 日本生命保険

- 花粉の時期でマスクをもらうと助かったから。
- デザインもニッセイのイメージカラーの紅白が綺麗でインパクトがあった。
- かわいいクリアファイルで普段使いできそうなものだったから

## 電通

- 分厚くてキラキラしていた
- 見た目が非常にクリエイティブだったこと、最先端の事業内容に驚いたから。
- 個別でのパンフレット送付、デザイン性も高くとても面白い文庫本サイズのパンフレットでした。

## 大和証券グループ

- 女性の活躍についてよく理解できるパンフレット内容で、働くイメージが掴みやすかったため。
- フリクションのボールペンはよく使うので有り難かった。
- 社員の方の笑顔が、みんな本当に心の底からの笑顔に見えた。

## みずほフィナンシャルグループ

- どこでも使いやすいデザインでかつカッコいい。企業名をそこまで大きく書いてなくて使いやすくなる。
- パンフレットの中が紙をくり抜いてみたらグラシンペーパーのような紙を使ったりととにかく手が込んでいたから。
- フリクションのボールペンが紺色で、非常に使いやすい
- ES書く時期に消せるボールペン送ってきたところ。黒ではなく青色だったこと。が印象に残った。
- パンフレットのデザインがスタイリッシュ

## 損害保険ジャパン日本興亜

- 就職サイトや企業の会員制ページのパスワードやエントリーシートの提出期限日をまとめられたり、就職活動アドバイスも載っていて便利だったため。
- 手帳のようなしっかりした物が貰えるとは思ってなかったから。

## Sky

- モバイルバッテリーは初めてもらったから
- 会社案内がすごく見やすく良かった。

## 住友商事

- クリアファイルが3つに仕切られていて、とても便利だったから。
- Forbesの住友商事特集が、完成度が高く読み応えがあった。
- モバイルチャージャーは就活でとても役立った。

## 野村證券

- カロリーメイトをもらえるとは思っていなかったので、驚いた。
- 合同説明会のブースで栄養食品をいただいたが、就活生の健康面も配慮されていることが、自分の中で一番印象的だったため。

## ■ 印象に残ったES設問

## 金融

- 最近3ヶ月でもっとも関心を持った出来事を話してください。
- 「私の誇れる実績」とそこに至るまでの行動を書いてください。
- 地域貢献のための新たな施策を提言してください。
- 異なる価値観に影響を受けた経験を教えてください。
- あなたにとっての「挑戦」の経験を教えてください。
- 継続している習慣を教えてください。
- 今までに人の気持ち動かしした経験を教えてください。
- 食材の一つ選びあなたのこだわりの食べ方を教えてください。

## 商社

- 提示した9つのワード(化学・創造・宇宙・Cなど)から3つ以上用いて、自由に文章を作ってください。自分の考えでも詩でも、何でも構いません。
- 当社が社名変更することになりました。あなたなら、どんな社名に変えますか？その理由も教えてください。
- 「今、世界中でこんなこと私しか考えていないだろう」と思うことを教えてください。

## メーカー

- 最高に自分らしい写真を貼付してください。
- あなたの「挑戦」または「創造」の歴史を教えてください。

## マスコミ・広告

- 2025年に発行される新聞各面の見出しをつけ、その内容を書いてください。
- 世の中にあるまだ名前のないものをみつけ、共感する名前をつけてください。
- 「〇〇は〇〇だが役に立つ」の〇に入る言葉を考えなさい。
- いいね!と言われる日本にするためにあなたはどんな人々に声をかけ、どんなことをしますか。
- あなたの取扱説明書を書くとして、注意事項は何か。

## 運輸

- 当社を発展させるためのアイデアを実現可能性に拘らずに書いてください。
- 将来どのような自分でありたいですか。自由に記入してください。
- なぜ、総合職は最初に現場で働くのだと考えますか？
- 30秒の動画の中で自分を表現してください。

## 建設・不動産

- これまでの人生の充実度を曲線で書いて説明してください。
- これまでにあなたがした一番大きな決断を教えてください。
- あなたにとって価値があると思うものは何ですか。また、価値がないと思うものは何ですか。
- 弊社の社会貢献とあなたの社会貢献について比べて、思ったことを書いてください。

## 情報・通信

- 人生のモチベーショングラフを書いてください。
- ストレスが溜まった経験とその対処法を教えてください。
- 自社であなたはどのような価値を発揮できますか？
- 社会人として活躍するために、今から準備したいことは何ですか？現在の自分に不足している点を踏まえて、教えてください。
- 人生を大きく変えたエピソードとその経験から学んだことを教えてください。

## 流通・小売

- 今後ファッション業界をどう変えていきたいですか？またその理由はなんですか？
- あなたが他者と共同で何かを行う時の役割を教えてください。

## サービス

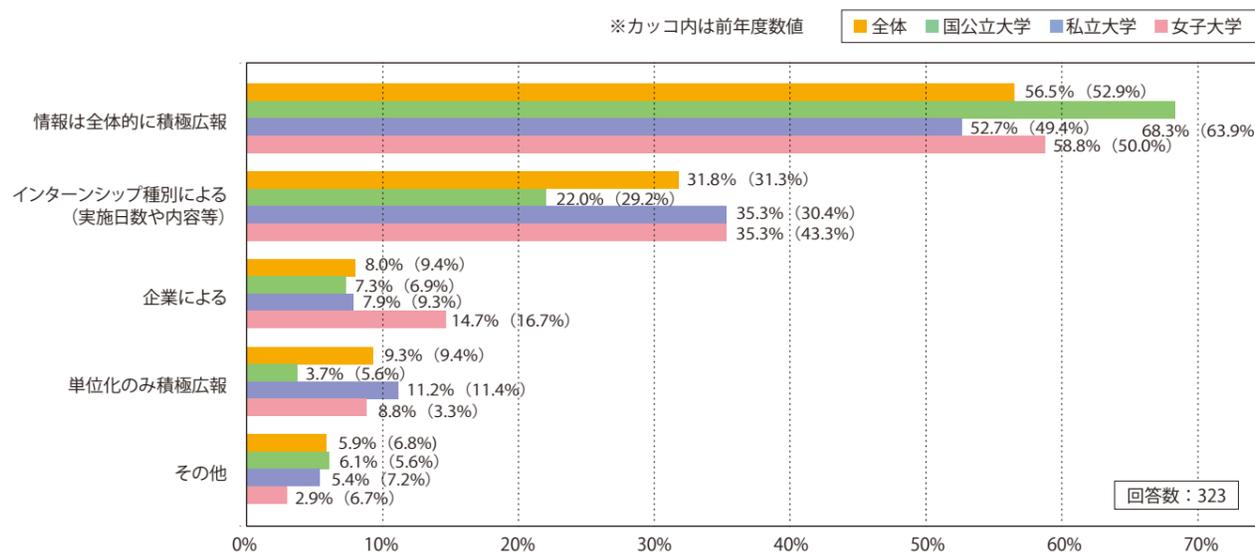
- 人間性を高めるために挑戦したことはなんですか？
- 国内外問わず、現在発生している社会問題の中で優先的に解決すべき事は何かだと思いますか？
- また、それを解決すべきと考えた理由を記載してください。
- 「ありがとう」を伝えたい人に手紙を書いてください。
- あなたが最大限体を使って成し遂げたことをあげてください。

# 第3章 大学就職部の指導総括

## POINT

- インターンシップは学校種類にかかわらず引き続き積極的に広報
- 「人事担当者・OBOGによるセミナー」、「内定者による就職個別相談・アドバイス」の実施率が増加
- 「学生の業界・企業理解の向上」は引き続きの課題
- 参加企業数は約6割が前年と「変わらない」と回答、国公立大学は前年より大幅に増加傾向

### DATA. 34 インターンシップについての対応

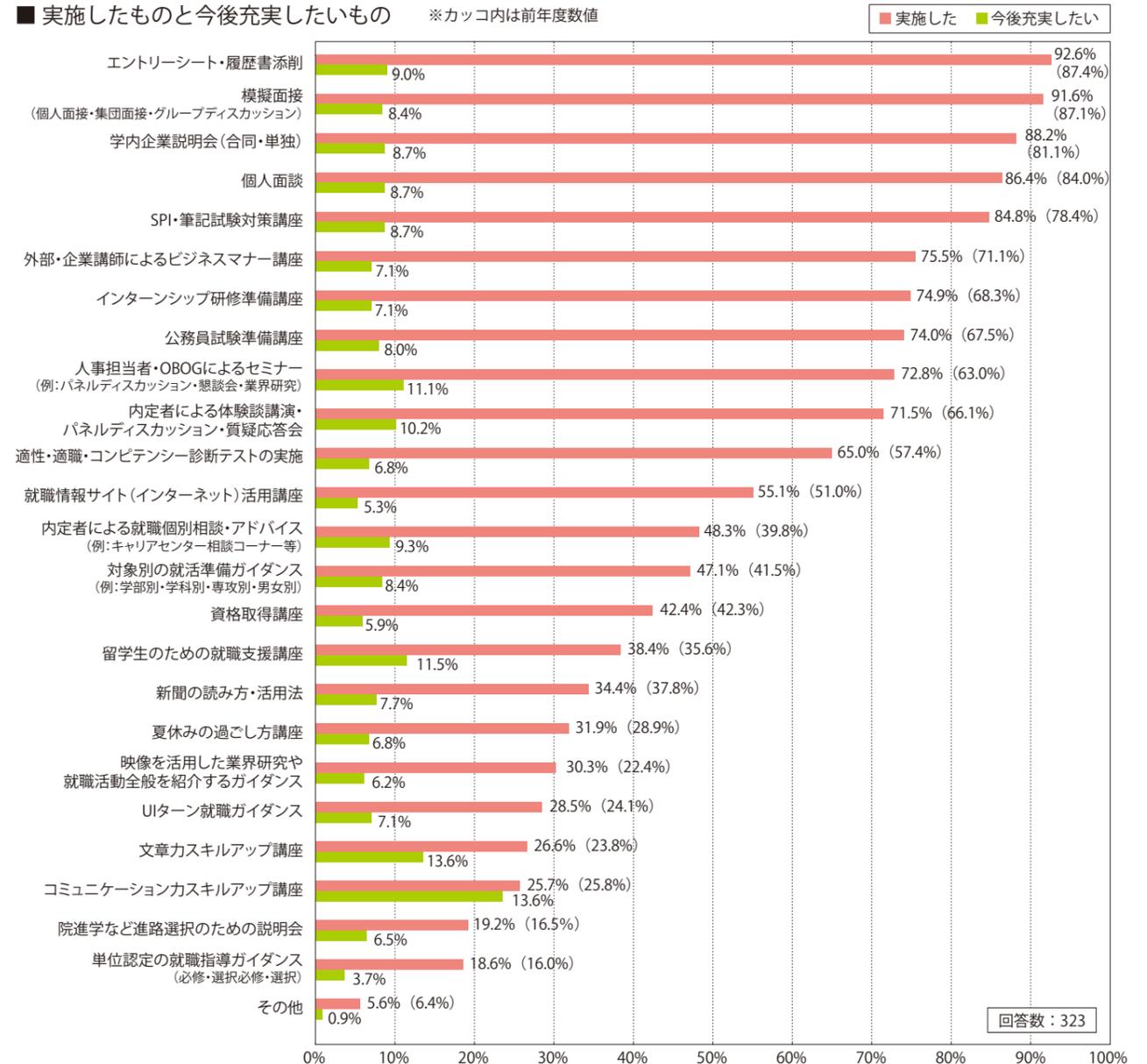


#### インターンシップは学校種類別にかかわらず引き続き積極的に広報

産学連携による人材育成の観点などから、インターンシップの学内広報については前年に引き続き積極的に行う大学が多く、前年調査から4.0ポイント伸ばした56.5%の大学で「情報は全体的に積極広報」の回答を得られた。学校種別に見ると、国公立大学は68.3%とトップ、次いで女子大学が58.8%となり、前年の50.0%から8.8ポイントも伸ばす結果となった。私立大学も52.7%と前年より3.3ポイント伸ばした。

「インターンシップ種別による(実施日数や内容等)」は全体では31.8%とほぼ前年から横ばいだが、学校種別に見ると特に女子大学で昨年同時期調査の43.3%から35.3%と8.0ポイント、国公立大学で29.2%から22.0%と7.2ポイントそれぞれ下げているのが特徴的だ。経団連の指針からインターンシップ実施についての最低日数要件が削除されてきたことも、大学のインターンシップに対する見方に一部影響が及んでいるのかもしれない。

### DATA. 35 大学3年生向け(18卒向け)就職指導状況



#### 「人事担当者・OBOGによるセミナー」、「内定者による就職個別相談・アドバイス」の実施率が増加

18卒対象就職ガイダンス実施状況は例年と大きく変わりはなく、「エントリーシート・履歴書添削」「模擬面接」「学内企業説明会(合同・単独)」「個人面談」「SPI・筆記試験対策講座」の5項目が8割を超える実施率となった。いずれの項目も前年度調査からポイントを伸ばしており、インターンシップの選考対策も兼ね、充実させている様子が垣間見られる。

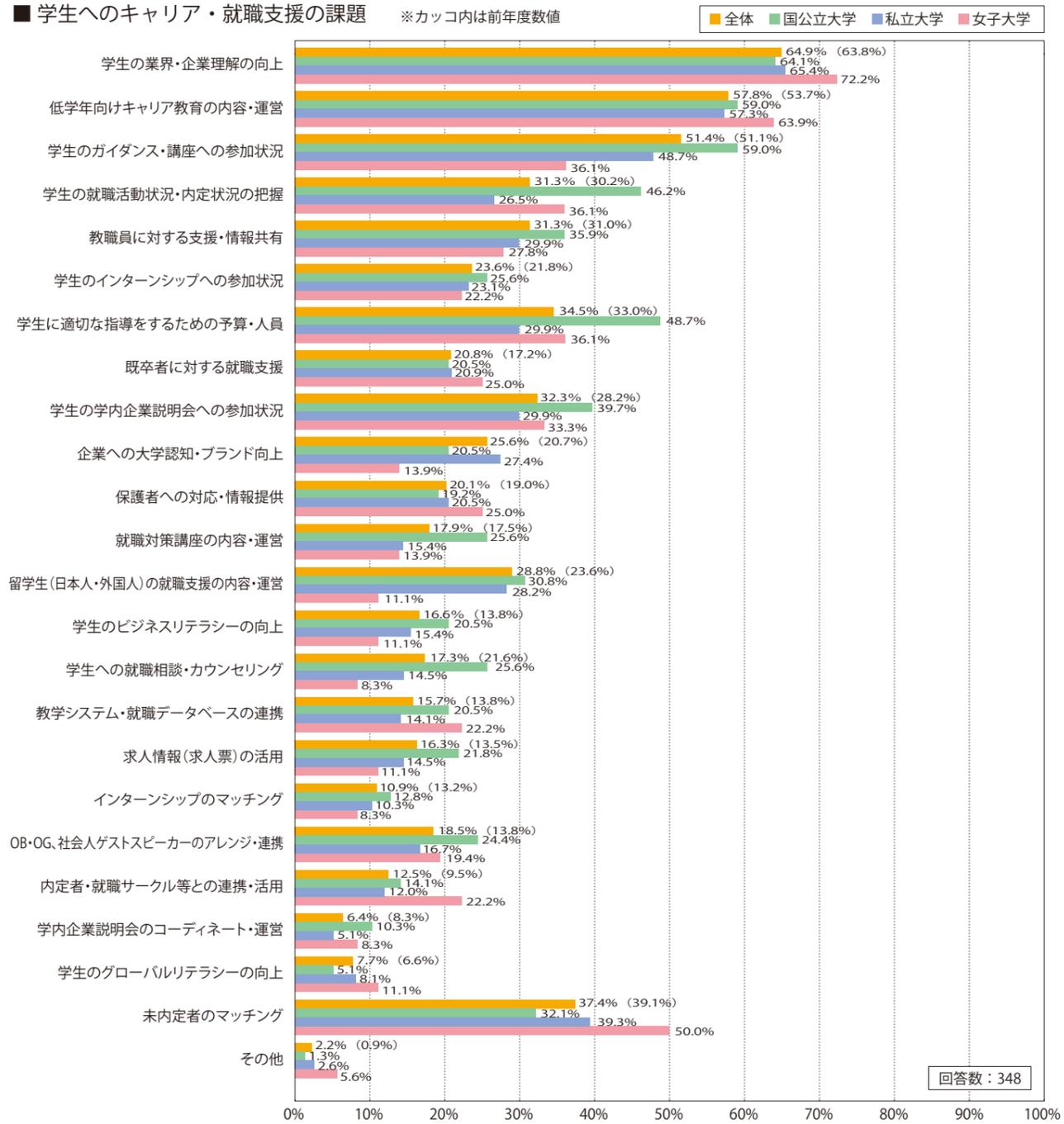
上位5項目の中で注目したいのは「学内企業説明会(合同・単独)」だ。採用広報活動解禁前後のタイミングで学内セミナーを開催している大学が散見されたが、前年より7.1ポイント伸ばし88.2%となり、数字からも各校の積極的に開催している状況が反映される結果となった。

上位には入らなかったものの、実施率が高まったのは「人事担当

者・OBOGによるセミナー(例:パネルディスカッション・懇談会・業界研究)」「(前年調査63.0%→本年調査72.8%)、「内定者による就職個別相談・アドバイス(例:キャリアセンター相談コーナー等)」「(前年39.8%→本年48.3%)だ。特に人事担当者・OBOGによるセミナーは10ポイント近い伸びを見せた。具体的な企業を介しての支援は様々な側面からニーズが高まっている。また今後充実したい項目でも、「人事担当者・OBOGによるセミナー」は11.1%、「内定者による就職個別相談・アドバイス」は10.2%となっており、今後さらなる拡大が見込まれる。

また、この他「文章力スキルアップ講座」「コミュニケーション力スキルアップ講座」「留学生のための就職支援講座」の5項目が今後充実したいものの中で10%以上の結果となった。

## DATA. 36 学生へのキャリア・就職支援の課題



### 「学生の業界・企業理解の向上」は引き続きの課題

各大学でのキャリア・就職支援の課題は「学生の業界・企業理解の向上」(64.9%)、「低学年向けキャリア教育の内容・運営」(57.8%)、「学生のガイダンス・講座への参加状況」(51.4%)の3項目が半数以上を占める。前年同様の傾向となった。

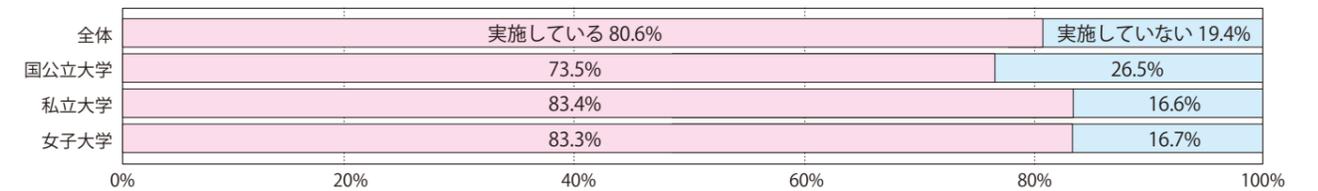
学校種類別に見ると、国公立大学では上位3項目に次いで「学生に適切な指導をするための予算・人員」(48.7%)、「学生の就職活動状況・内定状況の把握」(46.2%)が上がった。私立大学では「未内定者のマッチング」(39.3%)、29.9%の同率で「教職員に対する

支援・情報共有」「学生に適切な指導をするための予算・人員」「学生の学内企業説明会への参加状況」が続く。女子大学では「未内定者のマッチング」(50.0%)が学校種類別の3位に食い込んでいる。

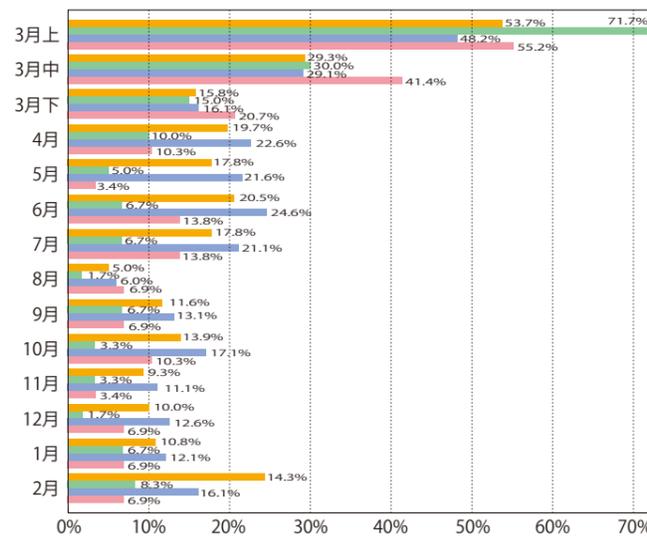
前年との比較でギャップが大きな項目については「留学生の就職支援の内容・運営」(17卒 23.6%→18卒28.8% +5.2ポイント)「企業への大学認知・ブランド向上」(17卒20.7% →18卒25.6% +4.9ポイント)「OB・OG、社会人ゲストスピーカーのアレンジ・連携」(17卒 13.8% → 18卒 18.5% +4.7ポイント)と続いている。

## DATA. 37 学内合同企業説明会(18卒向け)実施状況について

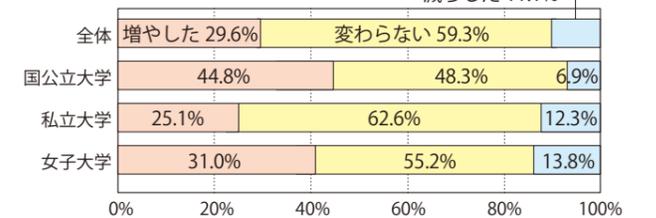
### ■ 学内合同企業説明会実施について



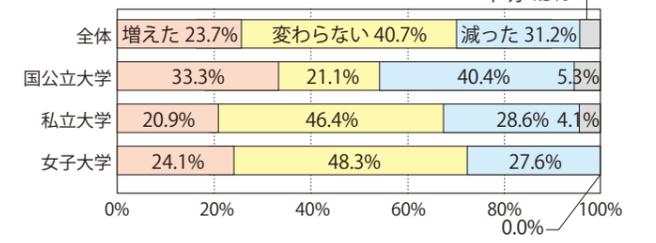
### ■ 学内合同企業説明会実施(予定)月



### ■ 参加企業数(前年比)



### ■ 参加学生数(前年比)



### 参加企業数は約6割が前年と「変わらない」と回答、国公立大学は前年より大幅に増加傾向

実施状況は全体で80.4%と前年から2.7ポイントアップし、調査開始以来初めての8割超えとなった。学内合同企業説明会の実施月では採用広報活動解禁となった「3月上旬」がもっとも高く53.7%と過半数を占めた。次に「3月中旬」が29.3%でつづけている。採用広報解禁後の開催が集中しているが、学校種類別に見ると国公立大学では3月の開催が圧倒的に多いが、私立大学では3月から採用選考解禁後の7月にかけて一定数が開催されている様子が見られる。

参加企業数については59.3%が前年と「変わらない」と回答しているが、国公立大学では44.8%と半数近くが企業数を増やしていることが特徴的だ。

参加学生数について、40.7%が「変わらない」と回答しているものの、いずれの学校種類別においても「減った」が「増えた」を上回る結果となった。

## DATA. 38 19卒向け就職支援の方針

|  |           |
|--|-----------|
| 好景気を背景にした就職活動と向上きな実績が続いているが、一方で学生の就職活動に以前ほど切迫感を感じられないきらいがある。就活レースではなく、就職そのものに真剣に向かい合う方向で支援していきたい   | 北海道東北・私立大 |
| OB・OGとの連携強化<br>学生への積極的な情報提供  | 首都圏・私立大   |
| 基本的には例年通りで大きく変更する予定はないが、採用活動が早まっているため、各種ガイダンスの時期を再考する必要があると考える。  | 首都圏・私立大   |
| 学生の視野を広げ、選択肢を増やすため、インターンシップへの参加促進。県内企業の紹介を継続して実施する。  | 甲信越・国公立大  |
| 学部別に学部特化した内容のガイダンスを開催、より学生たちに自分たちの働く姿が描けるような支援をしていく  | 東海・国公立大   |
| 特に低学年向けのキャリア意識醸成を図る。学内・学外を問わずインターンシップへの積極的参加を促すとともに、学内に多様な業界から企業を誘致し、学生の就業意識を高めるきっかけを増やしたい。  | 関西・私立大    |
| 昨年度に引き続き、3月以降の採用活動に出遅れることがないように、各種選考(ES・筆記試験・GD・面接)に向けて早期から準備を行うよう指導していく。インターンシップについては、業界研究の有効的なツールとして主に5日間以上のプログラムを積極的に奨励していくが、採用活動とインターンシップとの現状を鑑みると、インターンシップ(特に秋・冬期)に参加しないことが直接学生の不利益につながることもあるため、5日間未満のプログラムについても奨励せざるを得ない | 関西・私立大    |
| 大手指向が強まっていることから、ガイダンスにおいて、企業研究の方法に焦点をあてた内容に力を入れたい。   | 中四国・国公立大  |
| インターンシップへの参加促進を含めた3月以前の支援強化に努めたい   | 中四国・国公立大  |
| 個別就職相談や求人情報の提供などに引き続き力を入れていく予定である。また、県内就職率向上のためのセミナー等を実施する予定である。   | 九州・国公立大   |