

# 採用・就職活動の総括

## 〈調査概要〉

### 【19 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2019 登録者で  
2019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：2,257名  
調査期間：2018年6月11日～6月29日  
調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【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

### 【19 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：969社  
調査期間：2018年6月11日～7月13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

### 【19 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：370校  
調査期間：2018年4月23日～5月18日  
調査方法：郵送、FAX、Web入力フォーム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入力フォーム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 WEB(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 エントリーシート選考結果通知開始時期 .....23

DATA. 19 OB・OGリクルーターによる面接 .....24

DATA. 20 採用選考開始時期 .....25

DATA. 21 内定開始時期 .....26

DATA. 22 採用広報活動 .....27

DATA. 23 応募数 .....28

DATA. 24 採用選考活動 .....29

DATA. 25 採用課題 .....30

DATA. 26 応募・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》 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 .....37～38

DATA. 31 印象に残ったインターンシップ・セミナー .....37

DATA. 32 印象に残ったパンフレット・ベルティ/印象に残ったES設問 .....38

【第3章】 大学就職部の指導総括 .....39

DATA. 33 学生へのキャリア・就職支援の課題 .....40

DATA. 34 大学3年生向け(19卒向け)就職指導状況 .....41

DATA. 35 インターンシップについての対応 .....42

DATA. 36 20卒向け就職支援の方針 .....43

# 第1章

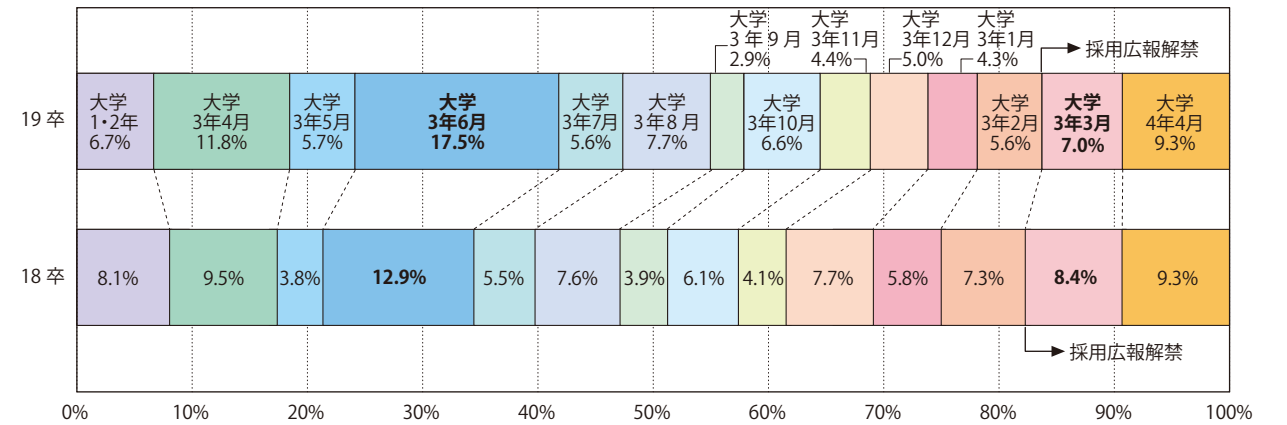
## 学生の就職活動総括

### POINT

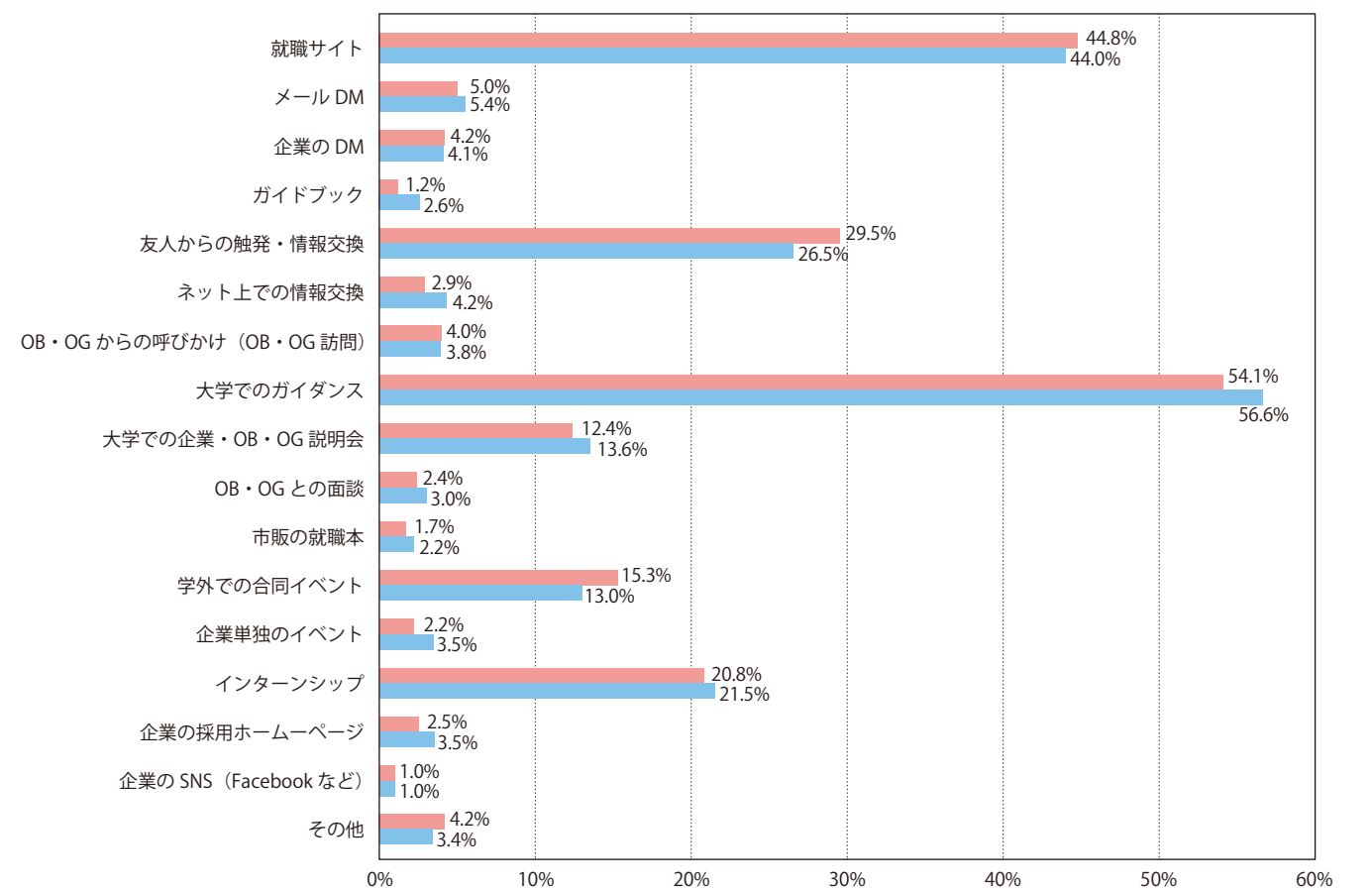
- 売り手市場の就職環境は、今年も継続。
- 就職活動開始時期をはじめ、全体に早期化の傾向。
- 合同イベント参加は3年10月に合同イベントに参加した割合が半数近くに。
- エントリー開始時期は早まるも、エントリー企業数は年々減少する傾向が顕著。
- 受験企業数は昨年並だが、文系男子ではかなり絞り込んだ印象。
- 大学4年4月までに約9割が面接を経験。解禁前の受験企業数も増加。
- 内定率は8割超と高水準。内定企業数は2.43社。
- 内定時期のピークは理系で「4月中」、文系で「5月末まで」。承諾率は昨年から減少。
- 就職活動終了は5割超。入社を決めた理由は「仕事の魅力」と「社風」が上位。
- インターンシップへの参加は73.0%。7割以上が入社企業の選択に影響したと回答。
- Uターン志向の学生は約45%。「生活環境が良い」が理由のトップ。

## 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



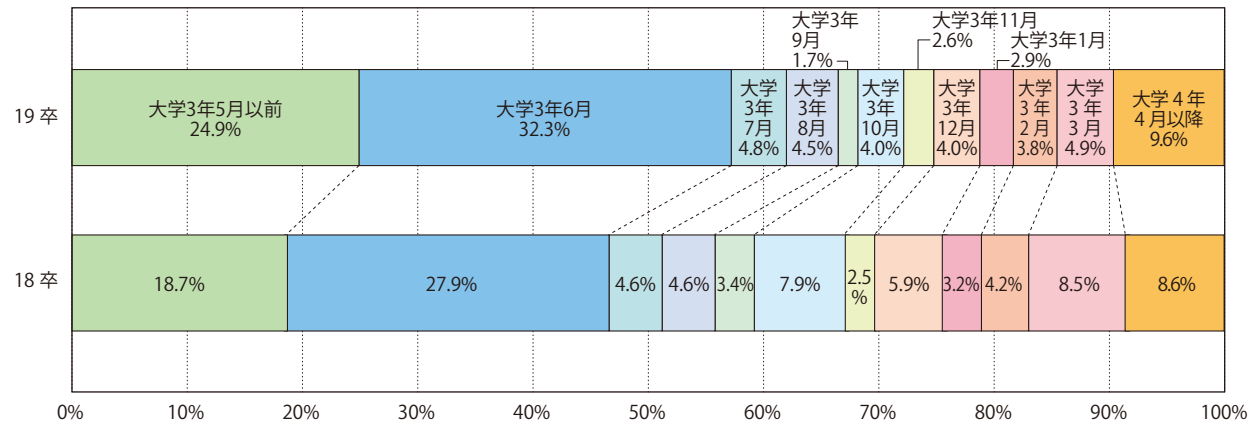
就職について考え始める時期は、「大学3年6月」が最多。プレオープンの時期とも一致する「就職サイト」が、きっかけとしても増加傾向。

学生が就職活動を考え始める時期は、主要就職情報サイトがプレオープンする「大学3年6月」が最多で17.5%。18卒の12.9%から4.6ポイント増加。次いで多いのが「大学3年4月」で11.8%と18卒の9.5%から2.3ポイント増加した。多くの企業で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55.0% (18卒47.4%)と、昨年以上に早い段階から考え始める学生が増加している。なお、以前多かった採用広報解禁時期である「大学3年3月以降」は16.3% (18卒17.7%)と、今や少数派となりつつある。

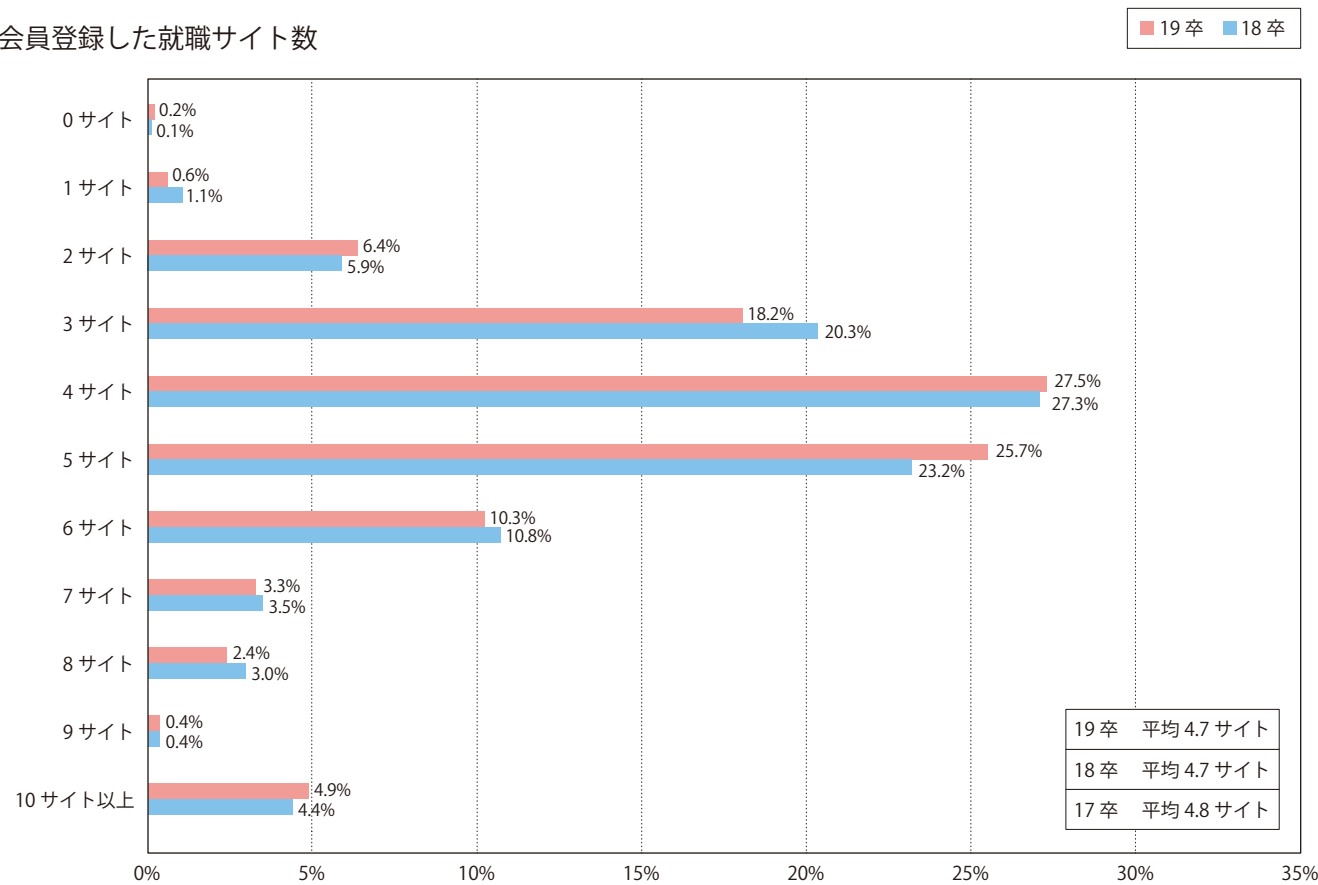
就職活動を考え始めるきっかけは、「大学のガイダンス」が54.1% (18卒56.6%)で1位。続いて「就職サイト」44.8% (18卒44.0%)、「友人からの触発・情報交換」29.5% (18卒26.5%)、「インターンシップ」20.8% (18卒21.5%)の順となった。「大学でのガイダンス」が多いのは例年通りだが、その比重は年々減少傾向。「就職サイト」はプレオープンする6月が考え始めた時期としても最多となっているように、その比重は高まりつつある。「インターンシップ」については、きっかけとしても定着しつつあるようだ。

## 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



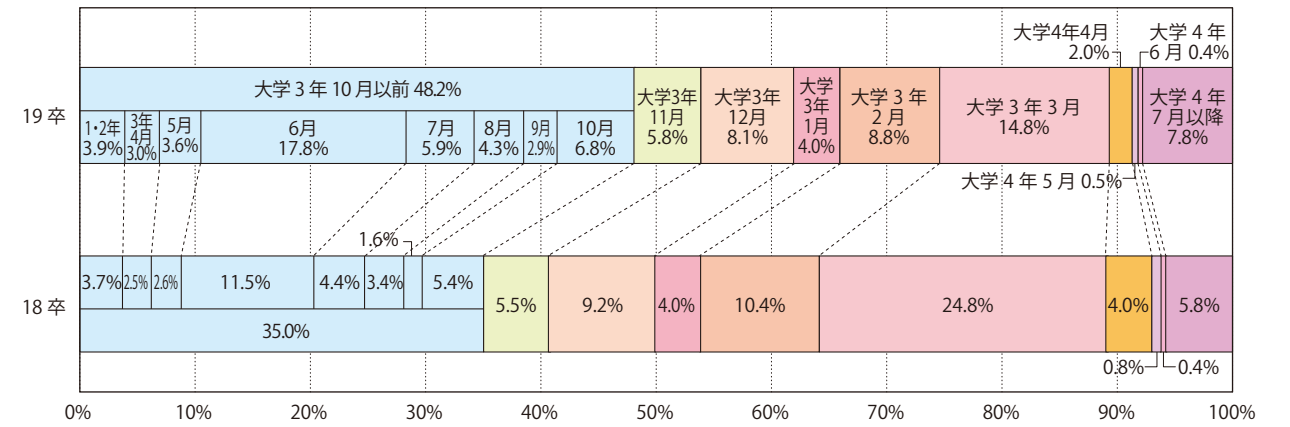
「大学3年6月までの登録開始が57.2%と過半数に。平均登録サイト数は4.7サイトと前年と同じだが、「5サイト」がやや増加。

就職サイトへの登録開始時期は、主要就職サイトのプレオープン時期でもある「大学3年6月」が32.3%（18卒27.9%）と前年から4.4ポイント増加。それ以前の登録と合わせると57.2%（18卒46.6%）と10.6ポイントの増加で、半数以上の学生が6月までに登録を開始しており早期化の傾向がより顕著となっている。なお、主要就職サイトのプレオープン以前の「大学3年5月以前」が24.9%（18卒18.7%）と増加しているのは、一部アプリなどで先行登録を受け付けたことも影響しているだろう。

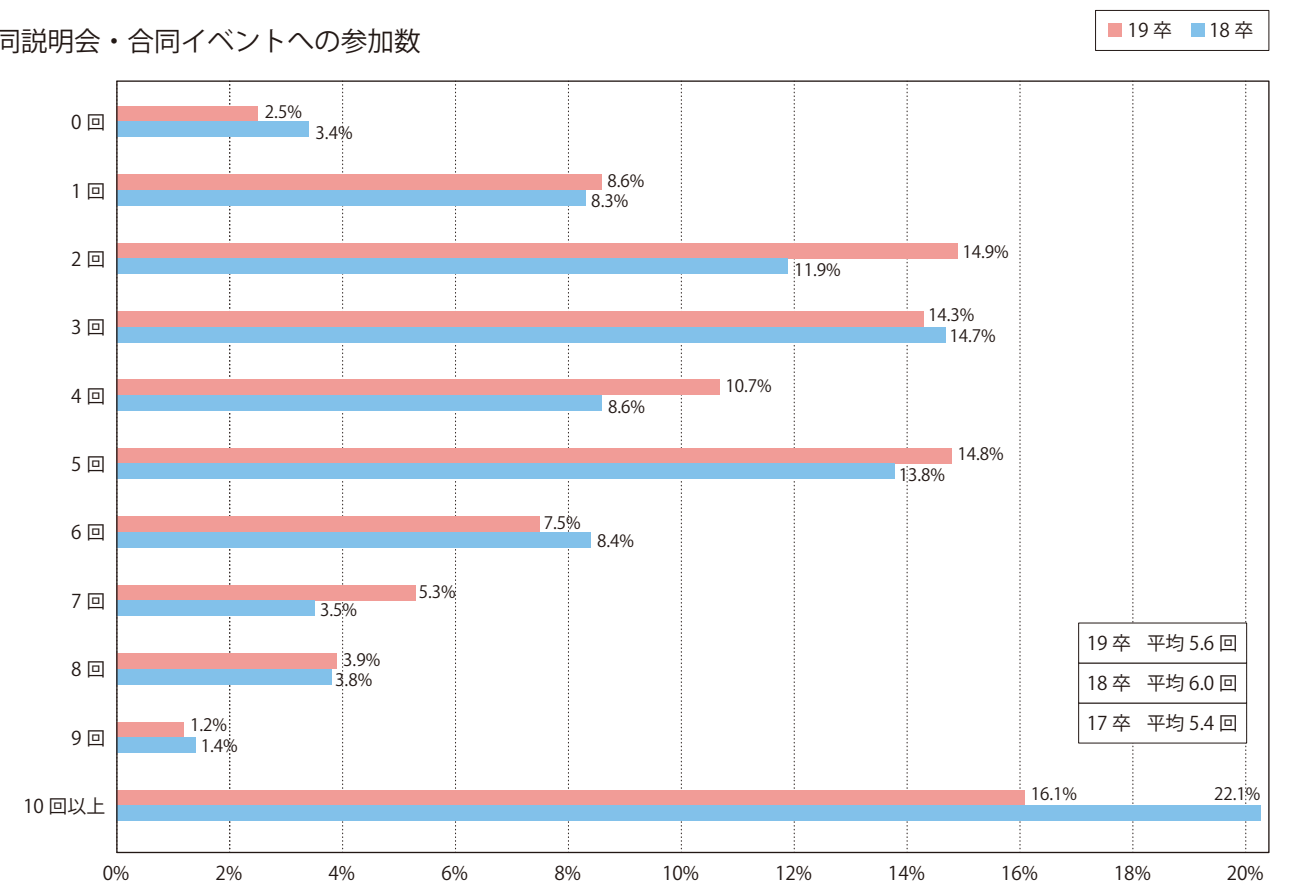
登録した就職サイト数は「4サイト」が最も多く27.5%（18卒27.3%）。次いで、「5サイト」25.7%（18卒23.2%）、「3サイト」18.2%（18卒20.3%）の順で、18卒と同様の傾向が見られた。平均サイト登録数は4.7サイトでこちらも18卒と同じ登録数となり、大きな変化は見られなかった。

## 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月以前の合同説明会・イベント参加が13.2ポイント増の48.2%に。早期化の影響で、「10回以上」の積極派は減少。

合同説明会・イベントの参加時期は大幅に早期化し、約半数となる48.2%の学生が大学3年10月以前に合同イベントに参加している結果となった。時期別に見ると「大学3年5月以前」は18卒8.7%から19卒10.5%と微増にとどまるが、「大学3年6月」は18卒11.5%から19卒では17.8%と6.3ポイントも増加。さらに大学3年7月～10月も18卒14.8%から19卒19.8%と5ポイント増えている。インターンシップやキャリア形成プログラムの増加に伴い告知のための合同イベントも増えており、これに呼応する形で学生も早期からイベントに参加したと考えられる。従来は採用広報開始時期である「大学3年3

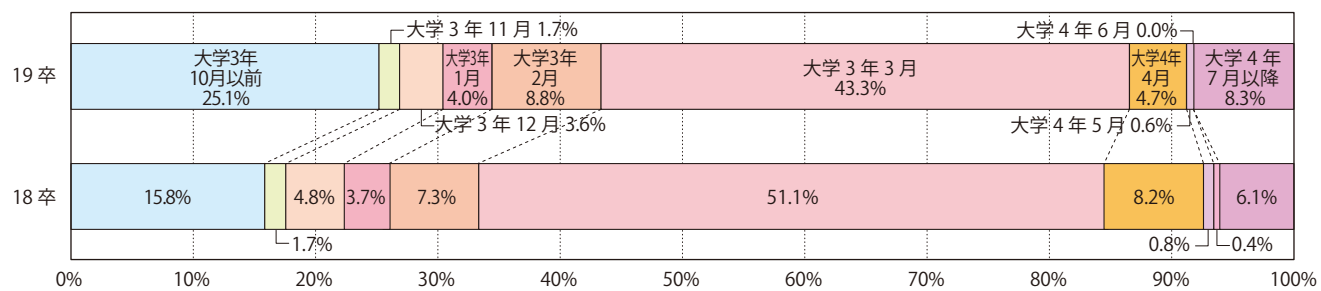
月」が最も多かったが、18卒24.8%から19卒14.8%と大きく減少していることが特徴的だ。

一方で平均参加数は5.6回と18卒の6.0回から減少している。参加回数を見ると「10回以上」が最も多いものの、18卒22.1%から19卒では16.1%と6ポイント減少しており、この減少がダイレクトに平均参加数に影響している。見方を変えれば、企業のインターンシップの受け皿が広がったことで、多数回合同イベントに参加するよりも、企業のプログラムに参加する学生が増えたといえるかもしれない。

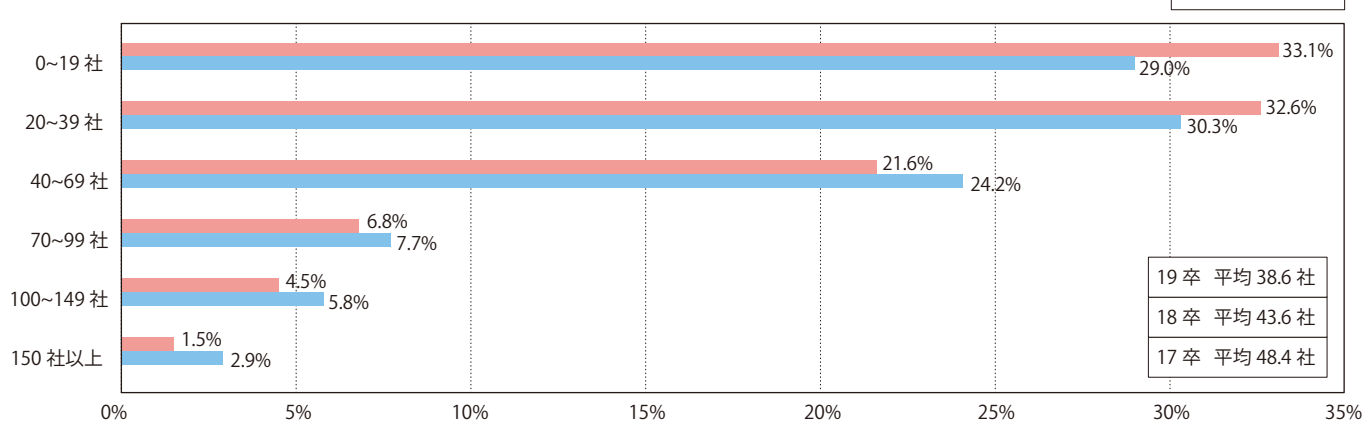


## DATA.04 企業エントリー

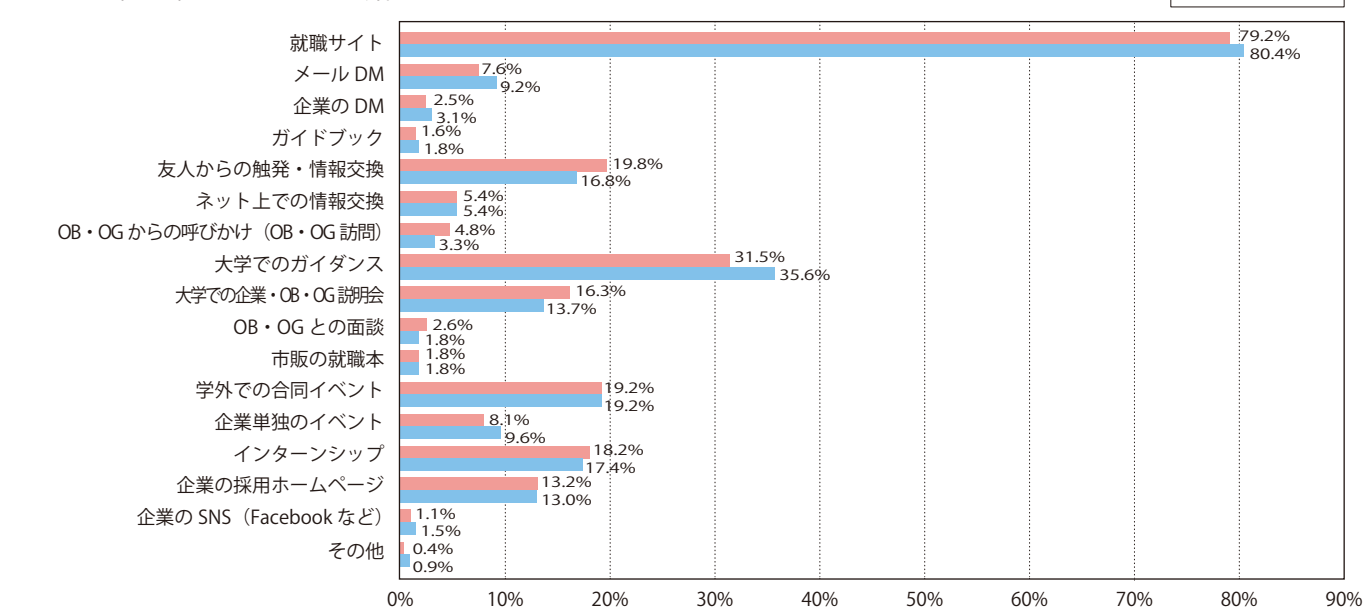
■ 企業へのWeb（プレ）エントリーを始めた時期



■ 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早期化が加速。  
エントリー社数は、平均 38.6 社で、年々減少する傾向が顕著に。**

企業へのWeb（プレ）エントリー開始時期は、企業の採用広報解禁時期である「大学3年3月」が43.3%で1位だが、18卒の51.1%から7.8ポイント減少した。それに対して、「大学3年10月以前」は25.1%と、18卒の15.8%から9.3ポイント増。学生の4人に1人が早い段階から登録を開始しており、早期化の傾向が顕著にあらわれた。

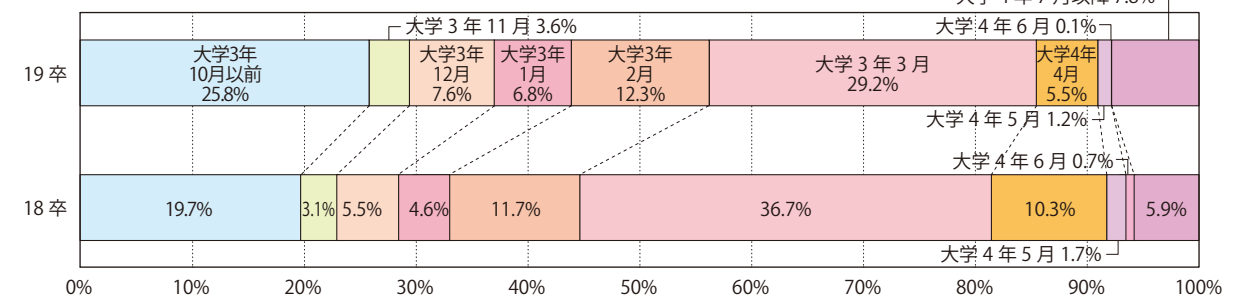
また一人当たりの平均Web（プレ）エントリー社数は38.6社となった。Web（プレ）エントリー数は売り手市場を背景に年々減少しており、15卒平均の76.2社から約半分となった。

「0~19社」が33.1%（18卒29.0%）「20~39社」が32.6%（18卒30.3%）と、少数エントリー層が増加し、40社以上では減少していることから、エントリー社数を絞り込む傾向が年々強まっている様子が見えてくる。

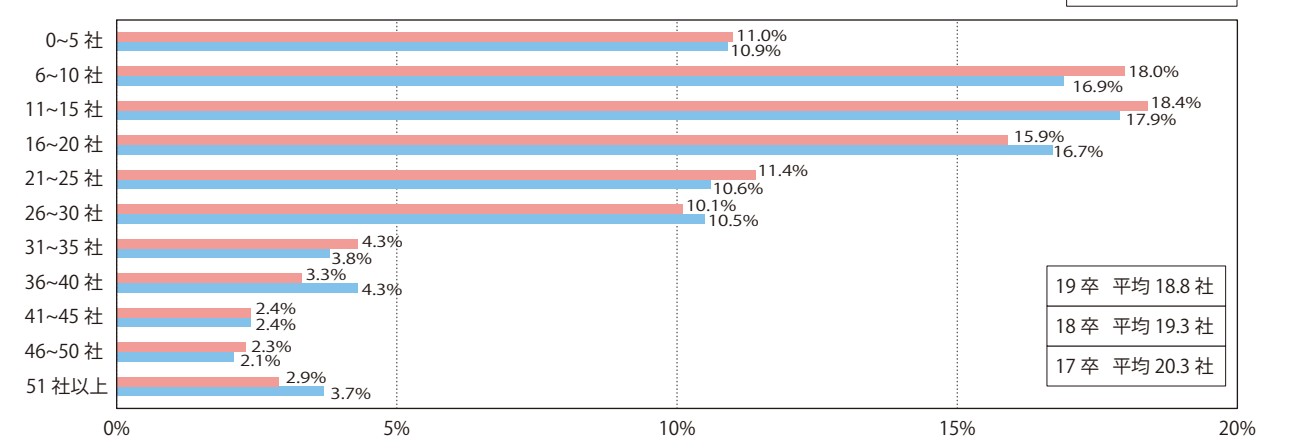
エントリーを始めるきっかけとしては、「就職サイト」79.2%（18卒80.4%）、「大学でのガイダンス」31.5%（18卒35.6%）の順に多く、多少の増減はあるものの、基本的な傾向に大きな変化は見られない。

## DATA.05 企業セミナー・説明会参加

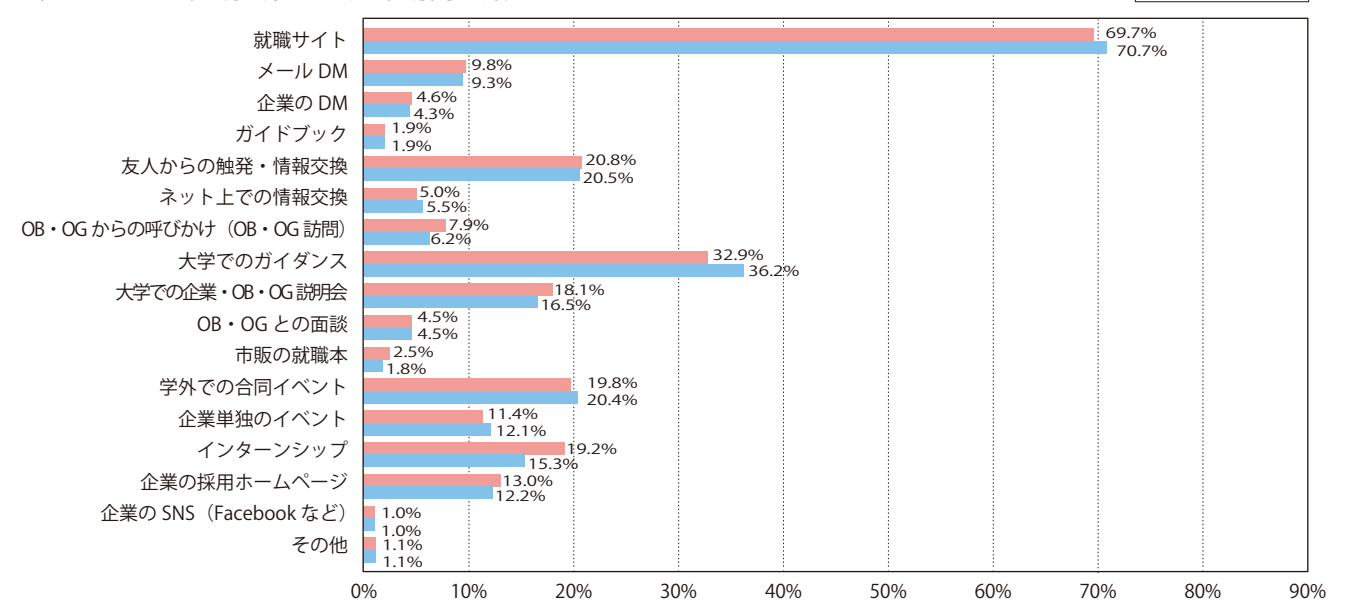
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 企業セミナー・説明会の参加数



■ 企業セミナー・説明会参加や先輩訪問を始めたきっかけになったもの



**企業セミナー・説明会への参加時期も早期化。  
平均参加社数は 18.8 社と年々減少。早い段階から動き、社数は絞る傾向が顕著に。**

企業セミナー・説明会への参加時期は、採用広報解禁時期の「大学3年3月」が29.2%と最多だが、18卒の36.7%から7.5ポイント減。以前はほぼ一極集中といえる状況だったが、年々その傾向は薄れている。逆に増加したのが、「大学3年10月以前」で25.8%（18卒19.7%）で4人に1人がかなり早い段階から参加していることがわかる。こうした傾向は、3月の採用広報解禁前の合計でみるとより明確で、「大学3年2月」までが56.1%（18卒44.6%）と11.5ポイントの大幅増。早期化傾向がより顕著になってきた。

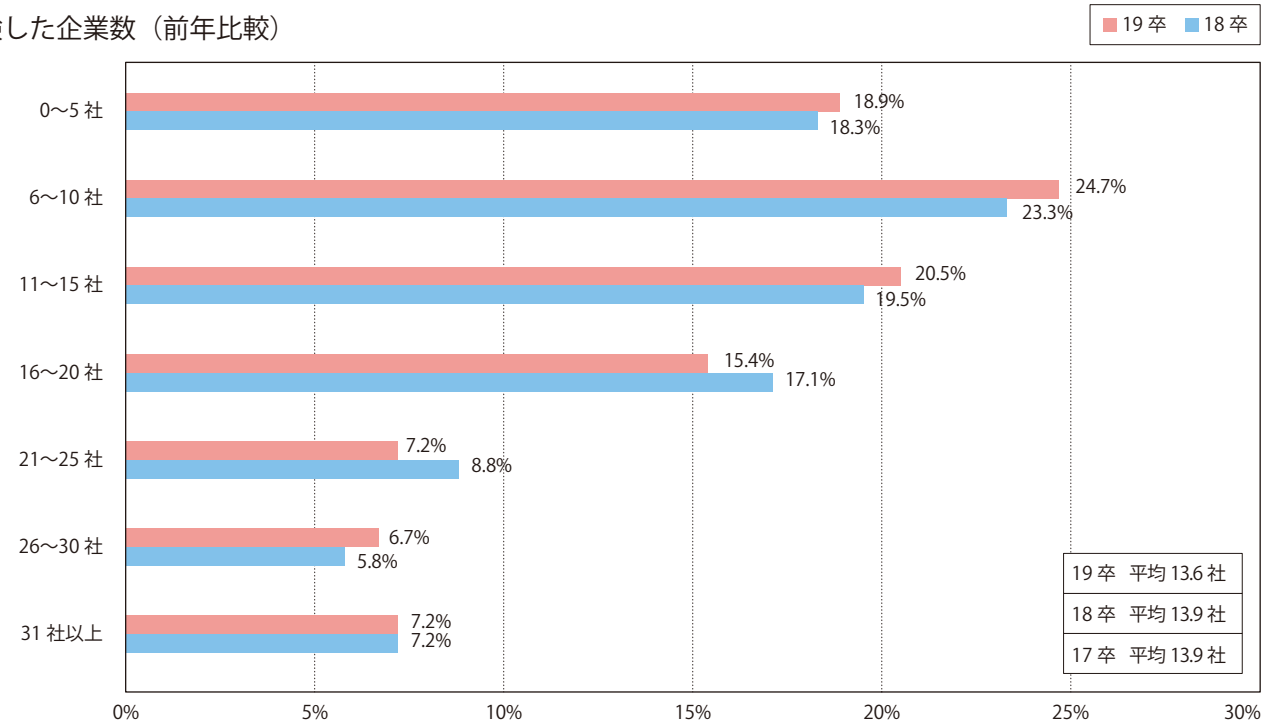
企業セミナー・説明会への参加回数は、平均で18.8社。Web（プ

レ）エントリー同様、19卒18.8社と、ベクトルは年々減少に向かっている。早い時期から活動を開始し、参加社数は絞るトレンドのようだ。

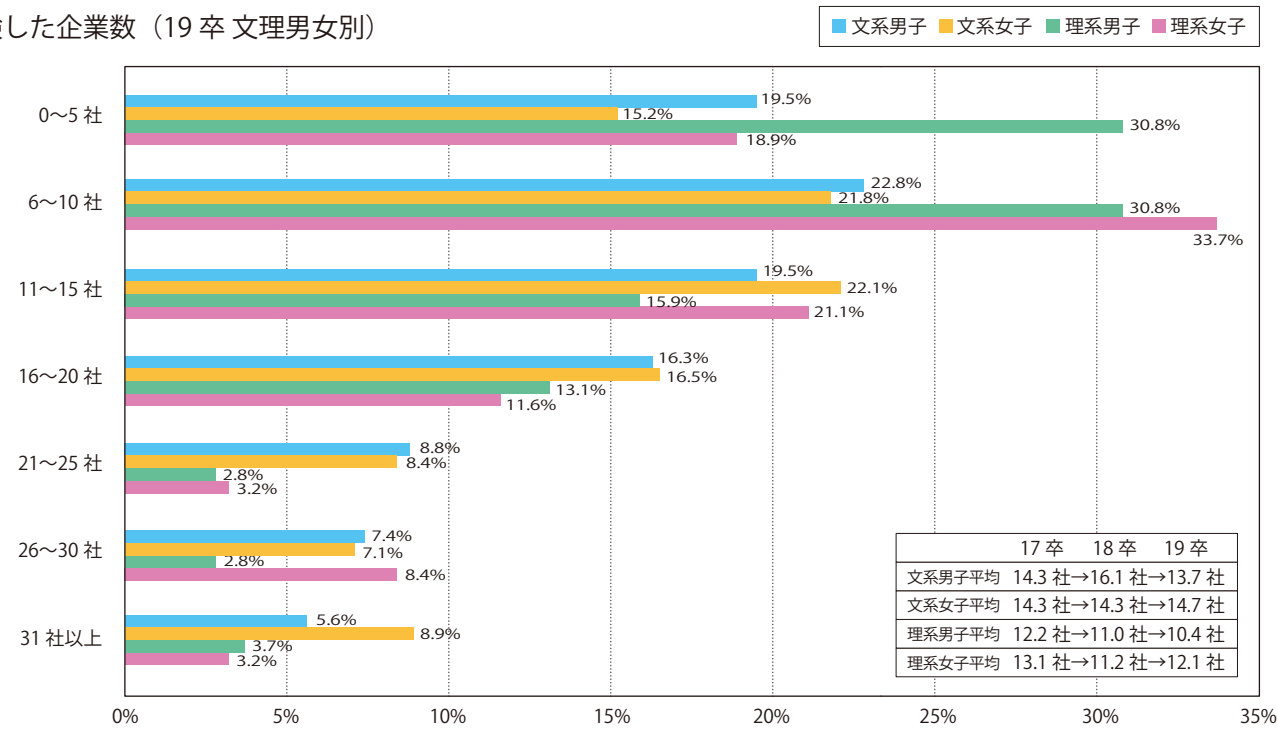
参加のきっかけとなったのは、「就職サイト」69.7%（18卒70.7%）が1位なのは前年と同じ。次いで「大学でのガイダンス」32.9%（18卒36.2%）となった。多少の増減はあるが、基本的な傾向に大きな変化はない。「インターンシップ」が19.2%（18卒15.3%）と3.9ポイント増やした。セミナー参加のきっかけとしても定着しつつあるようだ。

## 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（19卒 文理男女別）



**平均受験社数は、13.6社と横ばいで推移。早期化の影響で、「文系男子」の積極派が減少。「理系男子」では絞り込み傾向が継続。**

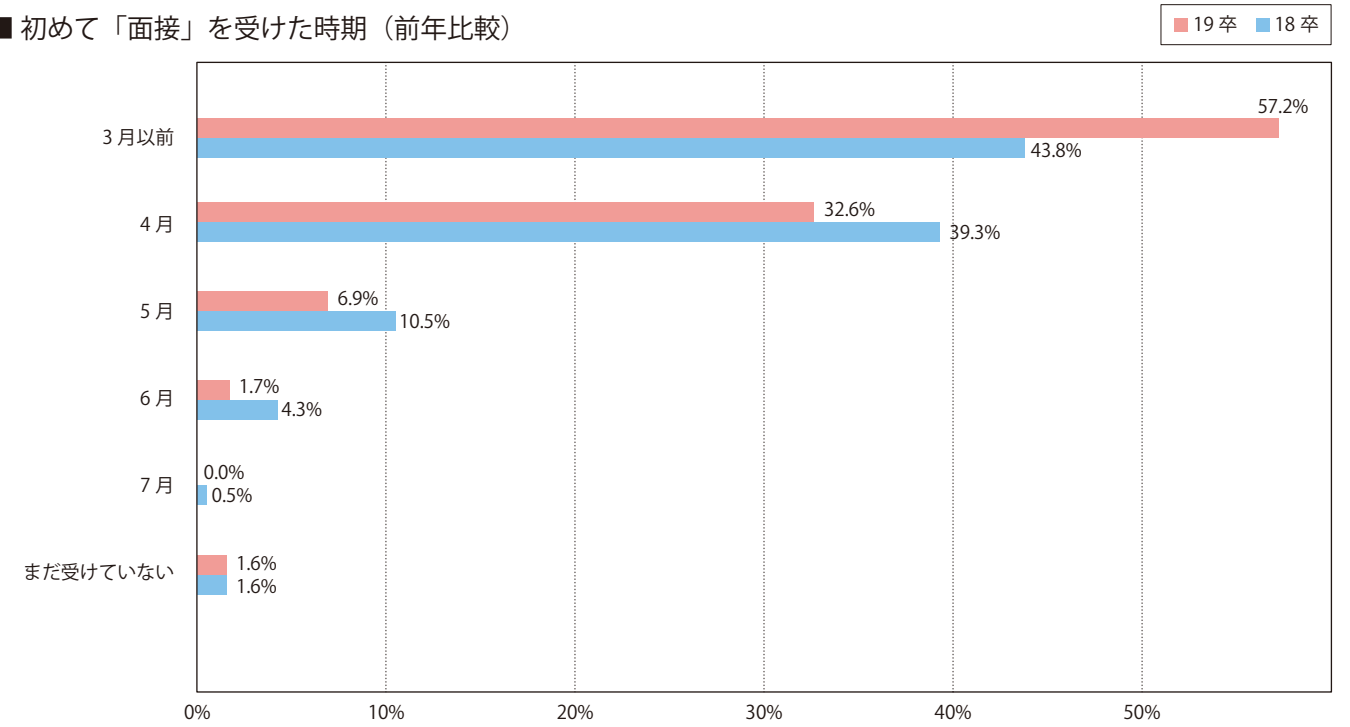
受験社数は、平均で13.6社と18卒の13.9社からほぼ横ばいで推移した。Web(ブレ)エントリーの平均社数が38.6社(DATA.04参照)なので、エントリーした企業の約1/3を受験している計算になる。最も多いのは「6~10社」で24.7%(18卒23.3%)、次いで「11~15社」20.5%(18卒19.5%)、「0~5社」18.9%(18卒18.3%)の順で、多少のばらつきはあるものの、基本的傾向に変化はない。

文理男女別でみると、「文系男子」の平均社数が18卒16.1社から19卒では13.7社と減少している点特徴的だ。「21社以上」の合計が21.8%(18卒30.6%)と大きく減少しおり、かなり受験者数を絞り

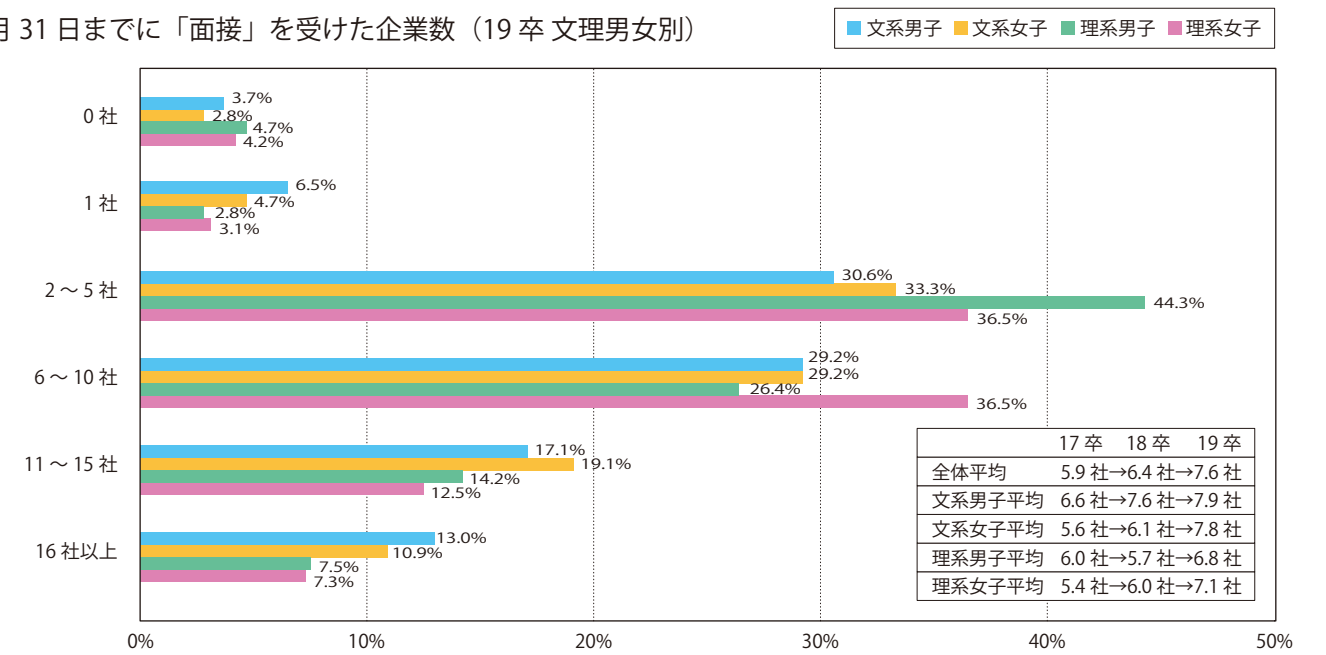
込んだ印象だ。それ以外では「文系女子」14.7社(18卒14.3社)、「理系女子」12.1社(18卒11.2社)と微増に対し、「理系男子」は10.4社(18卒11.04社)と減少傾向が続いている。分布では昨年トップだった「0~5社」30.8%(18卒33.1%)に「6~10社」30.8%(18卒21.7%)が並ぶ形になったが、「11社以上」では減少(18卒45.1%→19卒38.3%)しており、絞り込む傾向は継続してきているようだ。

## DATA.07 面接を受けた時期と企業数

■ 初めて「面接」を受けた時期（前年比較）



■ 5月31日までに「面接」を受けた企業数（19卒 文理男女別）



**面接開始時期も早期化。「大学4年4月」までに約9割が受ける。解禁前に面接を受けた社数は、平均で7.4社と前年の6.4社から増加。**

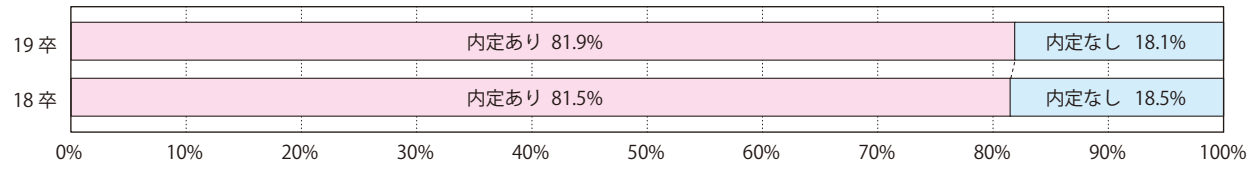
採用選考解禁時期である「大学4年6月以降」に初めて面接を受けた学生は、「まだ受けていない」学生を除くと、わずかに1.7%(18卒4.8%)。ほとんどの学生が解禁前にはすでに面接を受けていた。特に、「大学3年3月以前」は57.2%と18卒の43.8%から13.4ポイントと大幅に増加しており、「4月」と合わせると89.8%(18卒83.1%)に達した。約9割の学生が、大学4年4月までには面接を受けたことになる。

文理男女別に解禁前に面接を受けた企業数を見ると、全体の平均7.6社(18卒6.4社)に対して、「文系男子」7.9社(18卒7.6社)、「文系

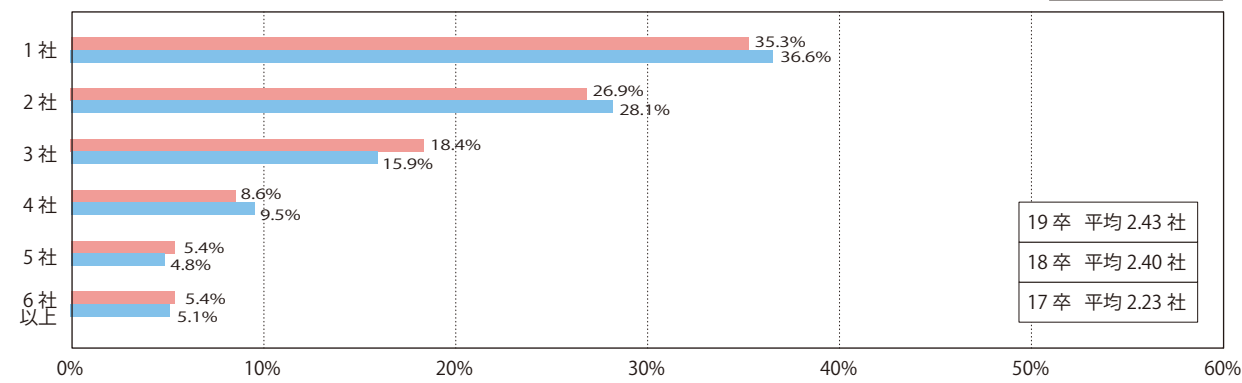
女子」7.8社(18卒6.1社)、「理系女子」7.1社(18卒6.0社)、「理系男子」6.8社(18卒6.0社)の順で多く、いずれの属性でも増加した。受験した企業数(DATA.06)もあわせてみると、受験した企業の約半数について5月31日までに面接を受けており、早期化している様子がうかがえる。

## DATA.08 獲得した内定数

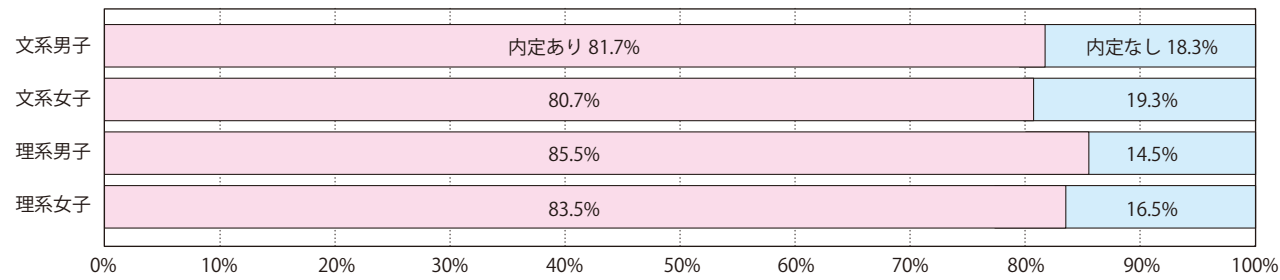
### ■ 内定の有無 (前年比較)



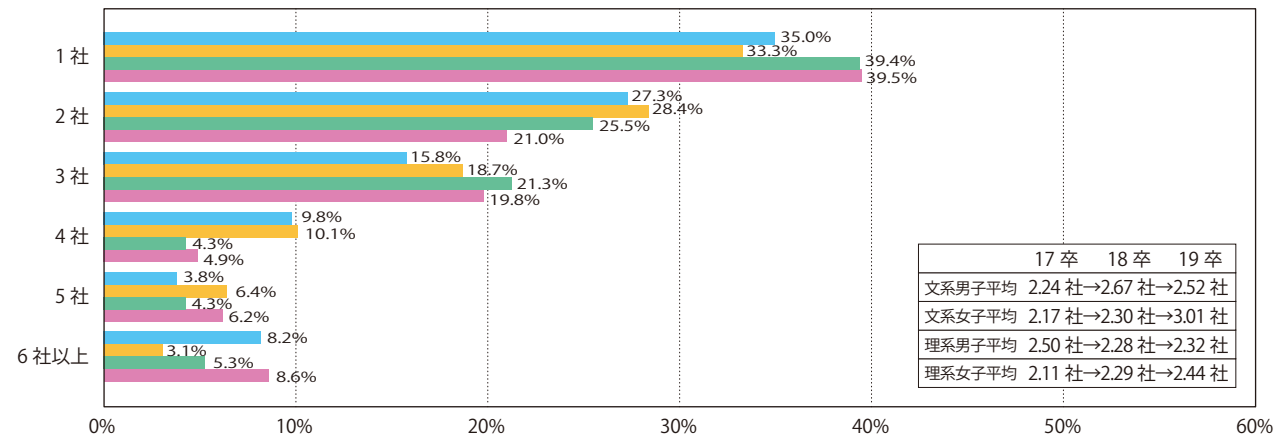
### ■ 内定した企業数 (前年比較)



### ■ 内定の有無 (19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81.9%と、依然として売り手市場が継続。少ない受験社数で多くの内定を獲得。

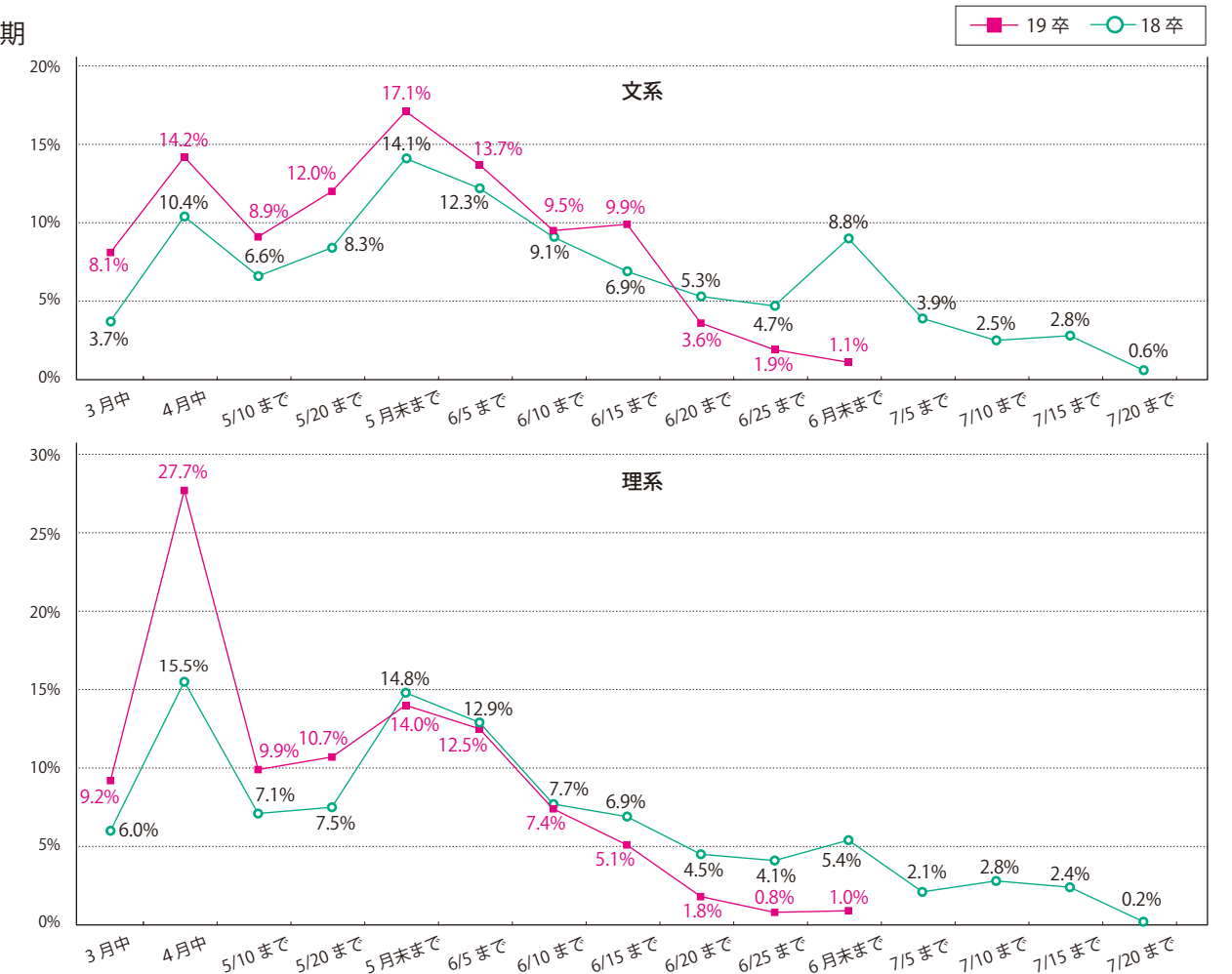
内定の有無では、「内定あり」が81.9% (18卒81.5%)と前年を上回る高い水準となった。この高水準はここ数年継続しており、売り手市場は依然として継続していることを示す結果となった。また、内定した企業数は、平均で2.43社 (18卒2.40社・17卒2.23社)。社数の分布で見ると、「1社」だけが35.3% (18卒36.6%)、「2社」26.9% (18卒28.1%)と減少した分、「3社」が18.4% (18卒15.9%)と増加している。また「5社以上」の合計も10.8% (18卒9.9%)と微増、昨年以上の売り手市場を思わせる数字となった。

文理男女別の内定卒では、「理系男子」が85.5% (18卒88.8%)で

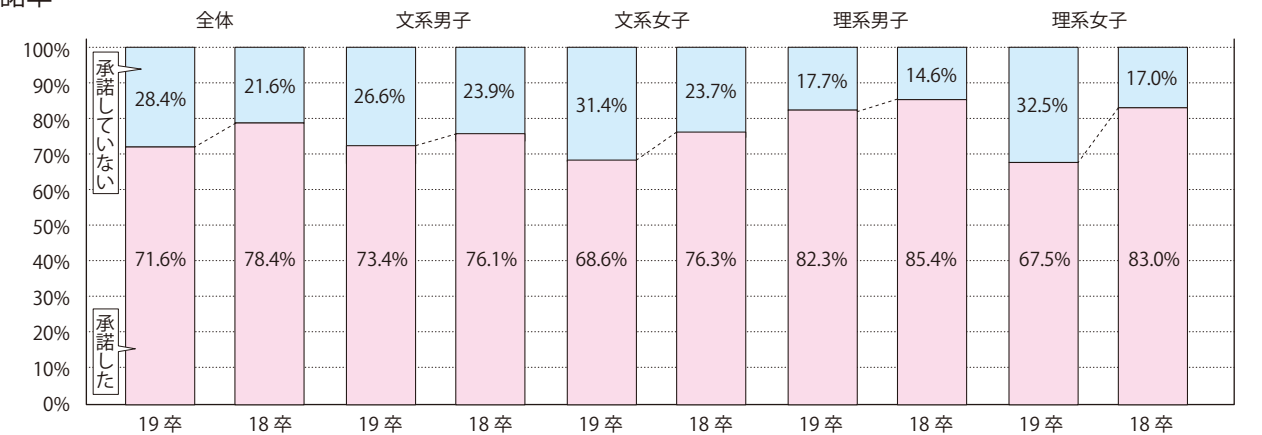
1位。次いで「理系女子」83.5% (18卒77.4%)、「文系男子」81.7% (18卒82.4%)、「文系女子」80.7% (18卒79.9%)の順。文理とも女子が増加して、男子が減少しているが、いずれにせよ各属性共に高い水準を維持している。文理男女別の内定企業数では、平均で「文系女子」3.01社、「文系男子」2.52社、「理系女子」2.44社、「理系男子」2.32社の順。理系は男女共に受験社数が少ない割に、内定企業数では高水準を保っており、効率よく内定を獲得している状況がみとれる。

## DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

### ■ 内定時期



### ■ 内定承諾率



内定獲得時期は早期化するも、承諾率は減少。特に理系は4月中までの内定獲得が大幅増。一方で、内定を確保した状態で就職活動を継続する学生が増加。

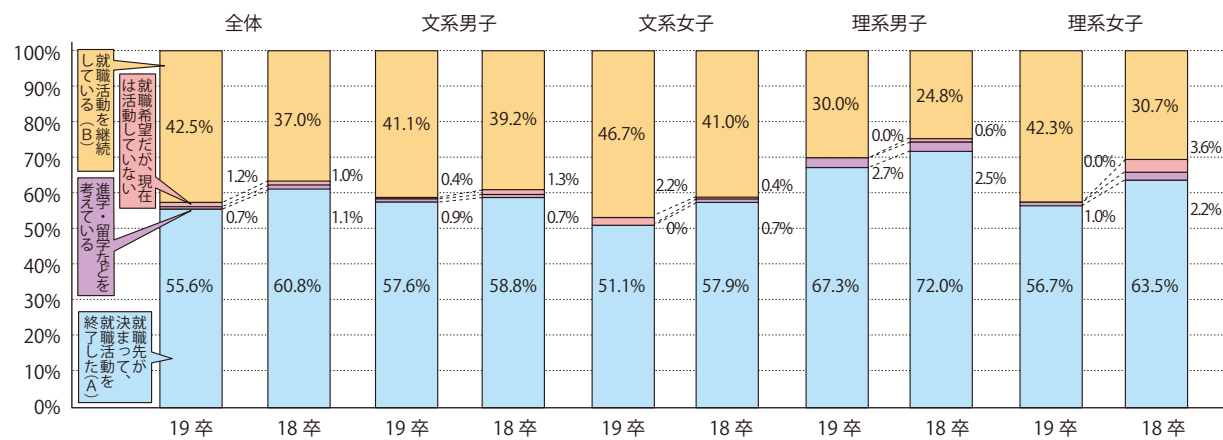
内定獲得時期は、文系は、採用選考解禁直前の「5月末まで」が17.1%と、18卒 (14.1%)と同様最も多くなった。ただ「4月中」が14.2% (18卒10.4%)と増加、さらには18卒では8.8%あった「6月末まで」はわずかに1.1%と前倒し傾向がより顕著になった。理系ではその傾向がより強まり、18卒で最も多かった「4月中」が27.7%と12.2ポイントの大幅増となり、早期化が一気に加速した感がある。解禁前の合計では、文系で60.3% (18卒43.1%)、理系では71.5% (18卒50.9%)と内定を獲得している学生が大幅に増加している。

内定承諾率では、学生全体では「承諾した」が71.6% (18卒78.4%)と、前年から6.8ポイント減少した。文理男女別では、「理系男子」82.3% (18卒85.4%)、「文系男子」73.4% (18卒76.1%)、「文系女子」68.6% (18卒76.3%)、「理系女子」67.3% (18卒83.0%)とすべての属性で減少。これは企業の選考→内定通知が早期化した結果、内定を確保した状態で「もっといい企業があるのではないか」と動いた学生が増加しているのではないかと推測される。

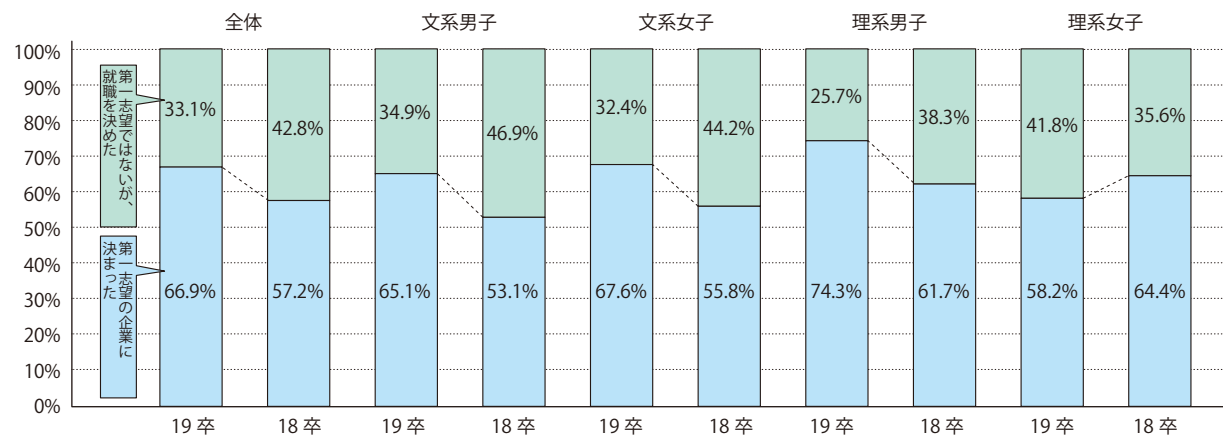


## DATA. 10 就職活動進行状況 (6月末時点)

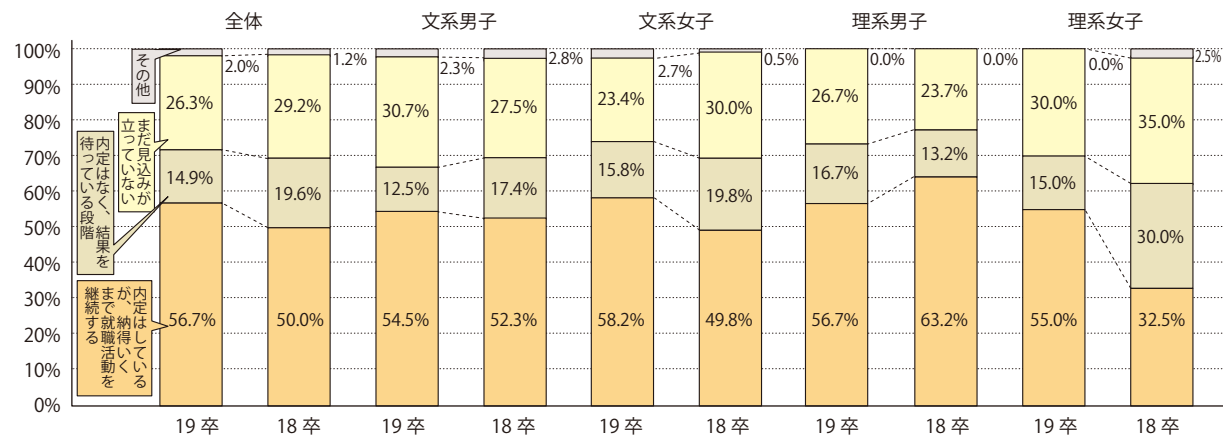
### ■ 学生の就職活動進行状況



### ■ 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、55.6%で昨年からやや減少。第一志望率は66.9%で、9.7ポイント増加。

調査実施時点での就職活動進行状況について、全体では55.6%が「就職先が決まって活動を終了した」と回答、18卒の60.8%から5.2ポイント減少した。文理男女別でも、各属性で減少しているのだが、特に「文系女子」51.1% (18卒57.9%)、「理系女子」56.7% (18卒63.5%)と女子の減少が目立っている。

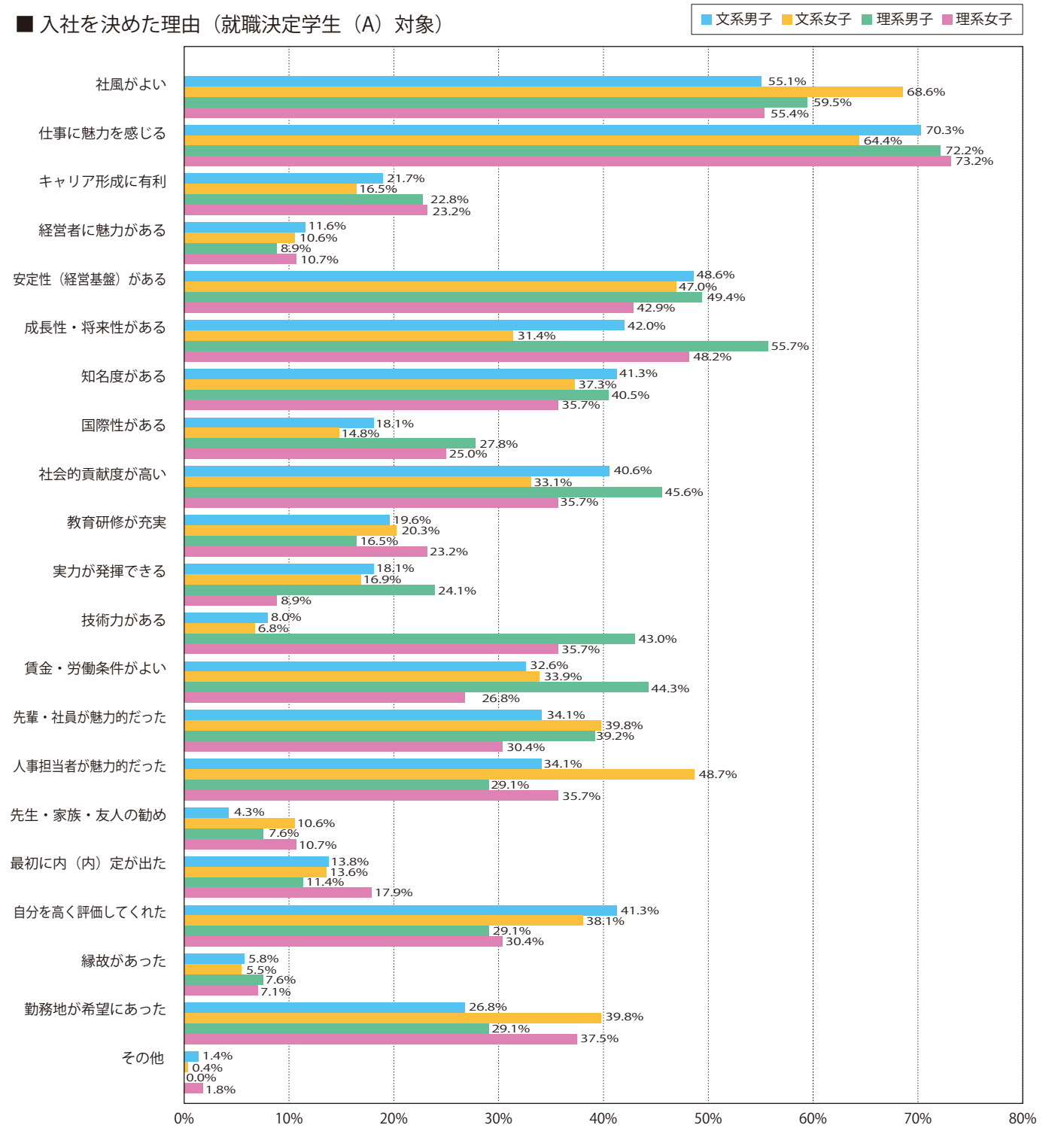
第一志望率をみると、全体では66.9%が「第一志望に決まった」と回答。18卒(57.2%)と比較しても9.7ポイントの増加。「理系男子」74.3% (18卒61.7%)、「文系男子」65.1% (18卒53.1%)、「文系女子」67.6% (18卒55.8%)が、10ポイント以上増加しているのに対し

「理系女子」だけが58.2% (18卒64.4%)と6.2ポイントの減少した。

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」と回答した学生は56.7% (18卒50.0%)と、やや増加。継続学生の半数以上は、内定を確保しながら就職活動を継続しているのが実情のようだ。

## 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「仕事の魅力」と「社風」。その他の理由は文理男女によって多様化。

入社を決めた理由として、各層共に高いのが「仕事に魅力がある」で、「文系男子」70.3%、「理系男子」72.2%、「理系女子」73.2%と1位。「文系女子」では2位だが、それでも64.4%と高い数字を示している。その「文系女子」の1位は、「社風がよい」で68.6%。他の属性でも2位と、数字に多少のばらつきはあるものの、「仕事の魅力」と「社風」は、就活生にとって譲れないポイントといえそうだ。

半数には届かなかったものの、「安定性(経営基盤)がある」「成長性・将来性がある」の2つも、入社を決める理由としての比重は高めだ。特に理系学生は成長性・将来性を重視している様子であ

る。文系学生でポイントが高かったのは「自分を高く評価してくれた」で、文系男子41.3%、文系女子38.1%となった。また文系女子では「先輩・社員が魅力的だった」(48.7%)、「人事担当者が魅力的だった」(39.8%)と高く、働く先輩社員に自分の将来の姿を重ねていると思われる。

COLUMN

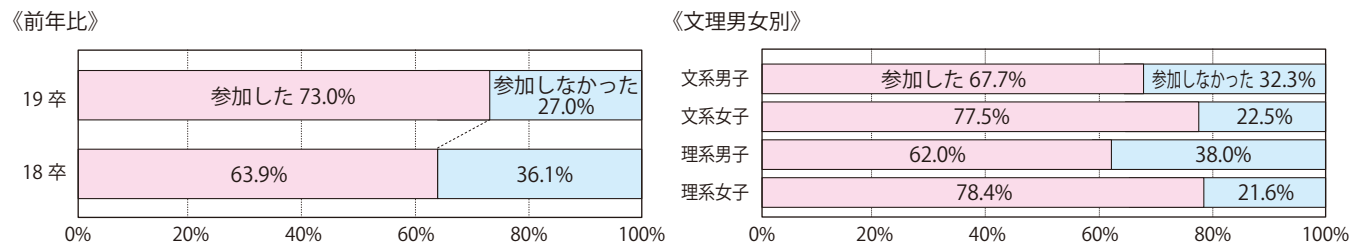
学生のインターンシップの参加状況は73.0%で、18卒の63.9%から9.1ポイント増加。7割を超える学生が参加しており、今や完全に定着したといってもいいだろう。文理男女別にみても、「理系女子」78.4%（18卒65.4%）、「文系女子」77.5%（18卒64.7%）、「文系男子」67.7%（18卒64.5%）、「理系男子」62.0%（18卒58.9%）の順に高く、文理女子を中心に、いずれの属性でも数字を伸ばしている。

参加回数をもとめて、学生が参加に積極的な姿勢がわかる。18卒では「1回」がトップで29.1%だったが、19卒では19.0%と10.1ポイント減少。また、「2回」（18卒20.8%→19卒17.4%）、「3回」（18卒15.5%→19卒12.6%）と軒並み減少しているのに対して、「5～10回」が（18卒20.0%→19卒29.7%）と増加し、1位となった。さらに「11回以上」という積極派も10.2%（18卒5.8%）と増加している。「指針」から最低日数要件が撤廃され、短期間のプログラムを企業が導入したことで参加機会が増えた影響も大きいのだろう。

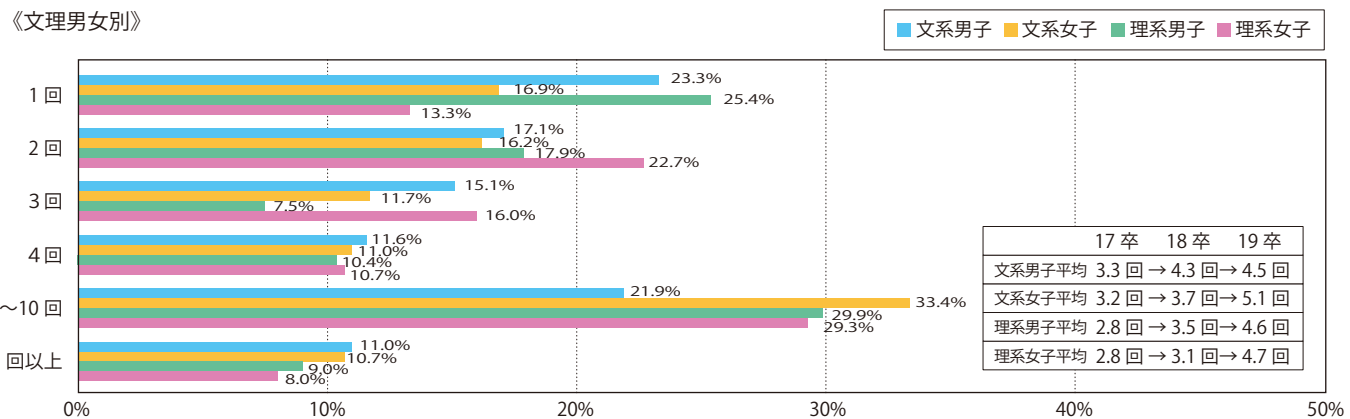
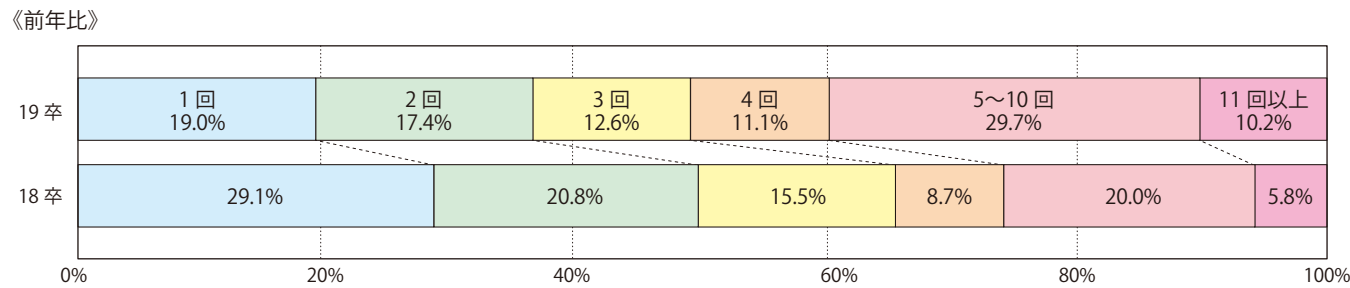
文理男女別の参加回数では、「文系女子」5.1回（18卒3.7回）、「理系女子」4.7回（18卒3.1回）、「理系男子」4.6回（18卒3.5回）、「文系男子」4.5回（18卒4.3回）の順に高く、いずれの属性でも数字を伸ばしている。参加率では他の属性に比べやや低めな「理系男子」だが、参加回数では伸びており、参加する学生はより積極的になり、参加しない学生との二極化がみられるようだ。



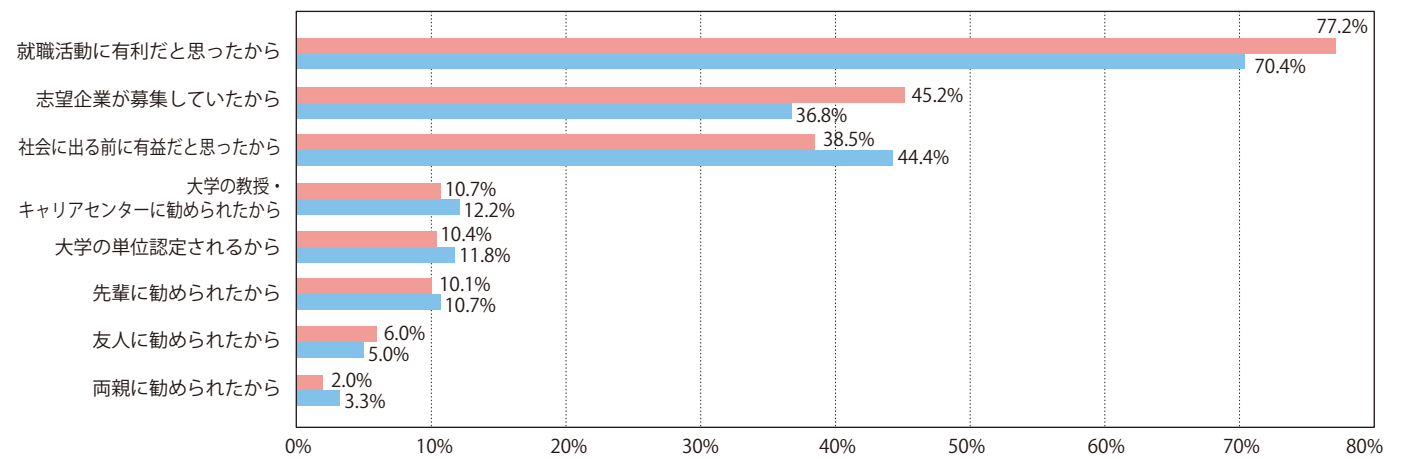
■〈学生アンケート〉インターンシップに参加しましたか？



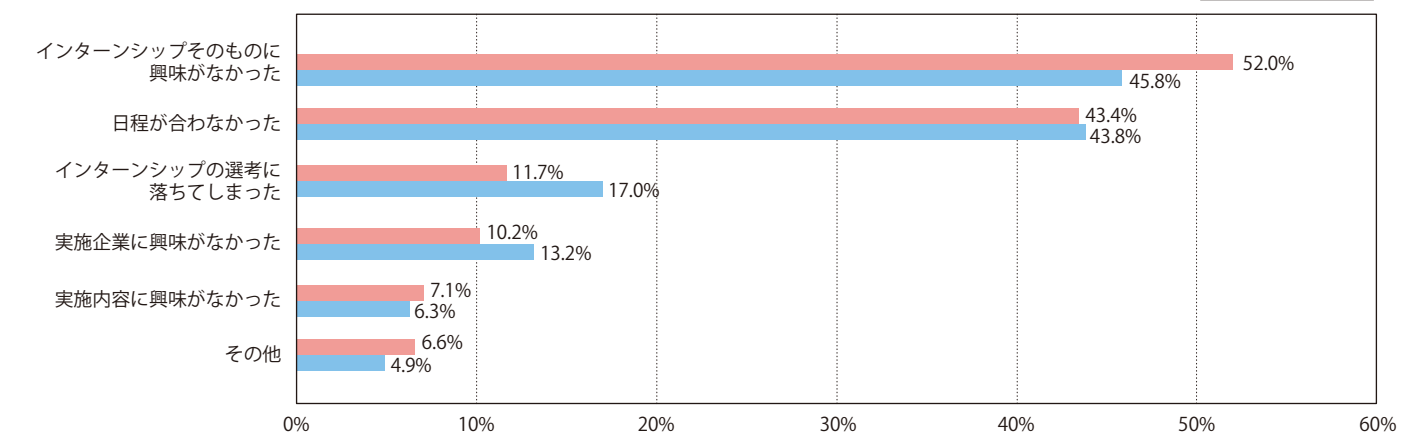
■〈学生アンケート〉参加回数



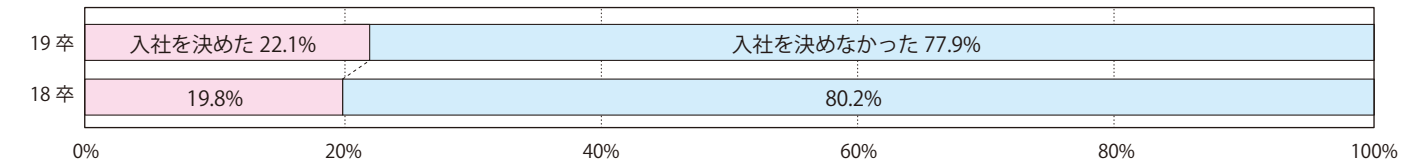
■〈学生アンケート〉参加した理由



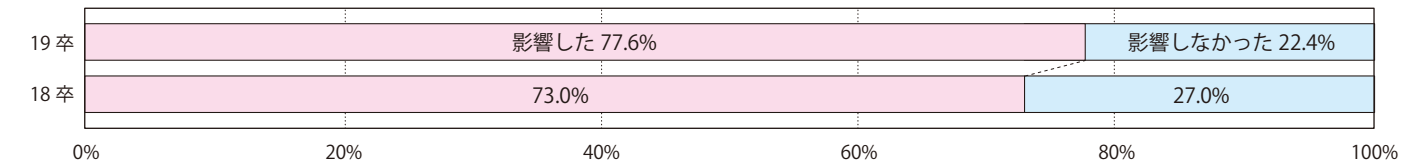
■〈学生アンケート〉参加しなかった理由



■〈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？



インターンシップに参加した理由について、「就職活動に有利だと思ったから」が77.2%と18卒の70.4%から6.8ポイント増加した。また、「志望企業が募集していたから」が45.2%と18卒の36.8%から8.4ポイント伸ばすなど、インターンシップを就職活動の一環と捉えている学生が増加していることが読み取れる。

一方、参加しなかった理由は、「インターンシップそのものに興味がなかった」が52.0%（18卒45.8%）、「日程が合わなかった」43.4%（18卒43.8%）が多いのは18卒と傾向としては同じ。「日程が合わ

なかった」を、日程さえ合えば参加する可能性があった学生が4割いたと考えることもできる。

インターンシップと入社企業選択の関係については、「入社を決めた」学生は22.1%（18卒19.8%）と微増。しかし、選択に影響したかとの問いには77.6%と8割弱の学生が「影響した」と回答（18卒73.0%）。就職活動におけるインターンシップの重要性はより高まってきているようだ。



# DATA. 13 Uターン就職に関する意識

一方、企業のインターンシップへの取り組み状況はどうだったのだろうか。「導入・実施した」企業は65.4%と18卒の55.9%から9.5ポイント増加。全体の約2/3の企業で導入・実施するほどの定着をみせている。ここ数年約10%ずつ伸びており、この傾向は今しばらく続きそうな勢いだ。それを裏付けるのが、今後の導入予定で、企業規模別にみると従業員501名以上企業で「既に実施した」・「以前から導入済み」・「2018年度より導入予定」の合計は78.8%に達する。「実施予定なし」はわずか6.2%となった。従業員500名以下の企業でも、「既に実施した」・「以前から導入済み」・「2018年度より導入予定」は53.3%と半数を超えた。「検討中」も16.4%と、今後もっと多くの企業が実施する可能性がある。企業にとっても、インターンシップは重要な位置づけとなっている。

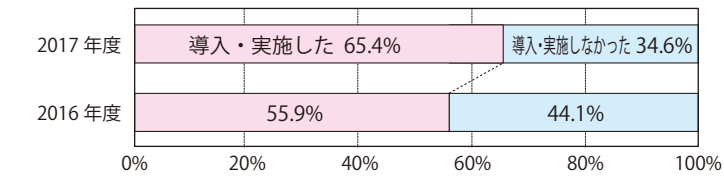
インターンシップの実施時期については、従業員501名以上の企業で「2月以降」が46.3%でトップなのは前年同様だが、「8月」の実施が40.8%と前年の28.2%から12.6ポイントと大幅に増加している。学生の長期休暇の時期及びその前後が多いのは例年通りだが、「2月以降」への一極集中からの分散化傾向が読み取れる。一方、従業員500

名以下の企業では、これまでの「2月以降」18.2%に代わって「8月」が20.6%とトップに。「9月」が18.7%で続き、時期を早めて夏に実施する動きが目立つ結果となった。

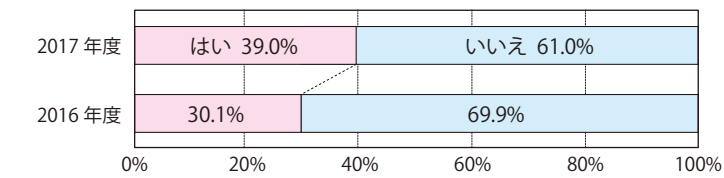
インターンシップの実施理由については、従業員501名以上の企業で「採用に向けた母集団形成」が1位で66.1%。前年の48.4%から17.7ポイント大幅に増えた。次いで「企業PR・広告」34.8%、「学生の職業涵養」26.3%の順。また「人材採用」が17.9%と数字を伸ばしており、採用活動の一環としてインターンシップの重要性が高まりつつあることを物語っている。従業員500名以下の企業では、基本的には順位は同じだが、「採用に向けた母集団形成」は34.2%で大手企業ほど採用に直結して考えてはいないようだ。しかし、「人材採用」は16.0%と、中堅・中小企業にとっても採用活動の一環であるという認識は高まりつつある。

採用への優遇策について、「講じている」と回答した企業は39.0%と、前年から8.9ポイント伸ばした。内容については、早期の選考や限定セミナーの開催があがった。

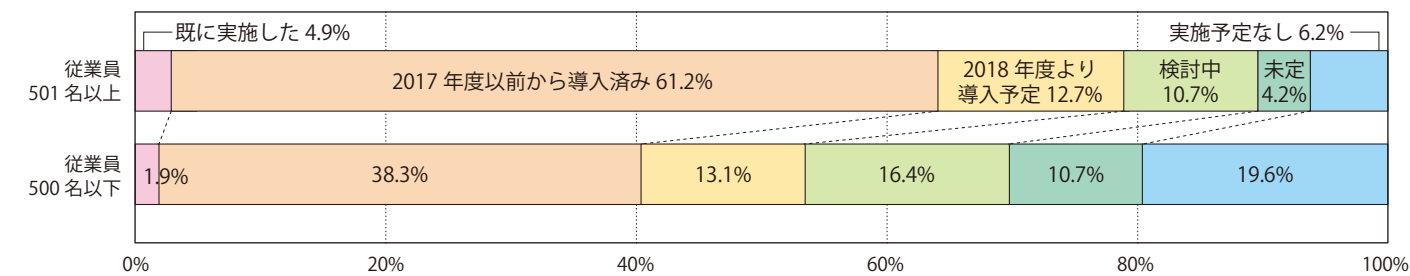
## ■〈企業アンケート〉インターンシップを導入・実施しましたか？



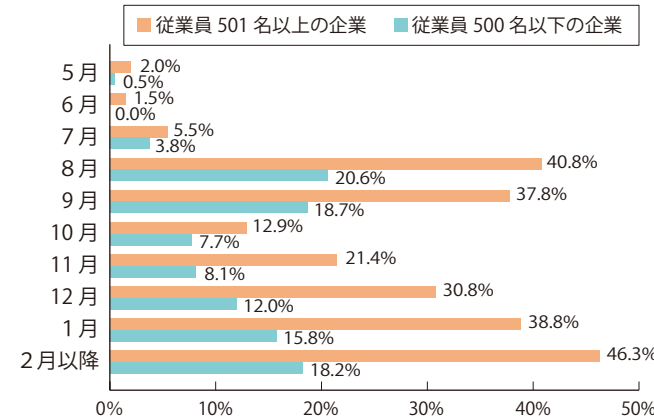
## ■〈企業アンケート〉インターンシップに優遇策を講じていますか？



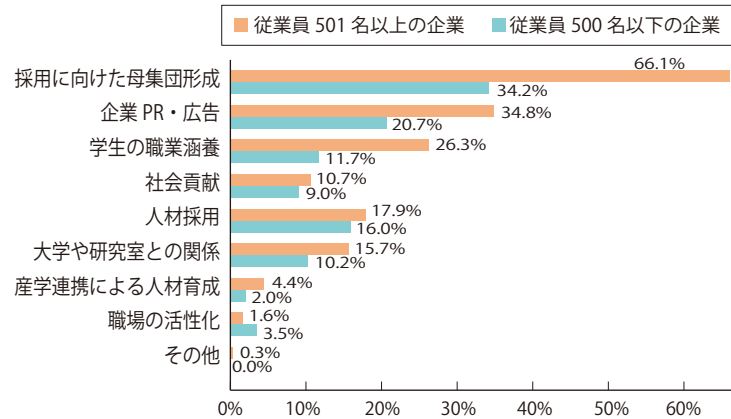
## ■〈企業アンケート〉インターンシップ導入・実施予定



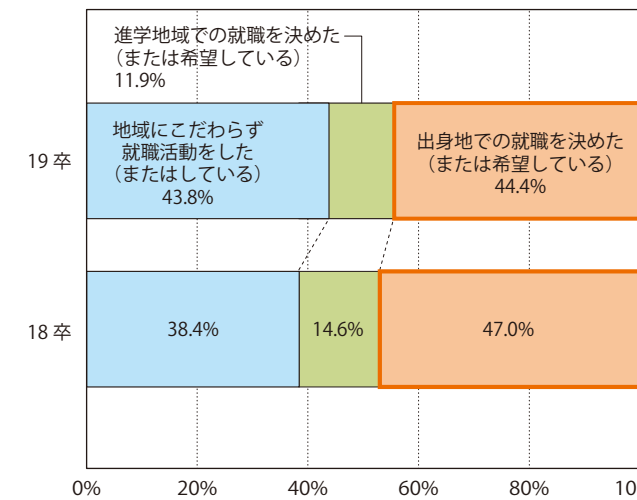
## ■〈企業アンケート〉インターンシップ実施月



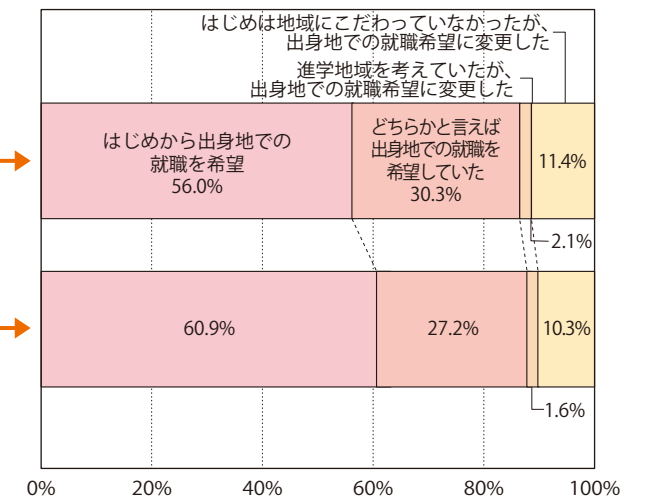
## ■〈企業アンケート〉インターンシップ実施理由



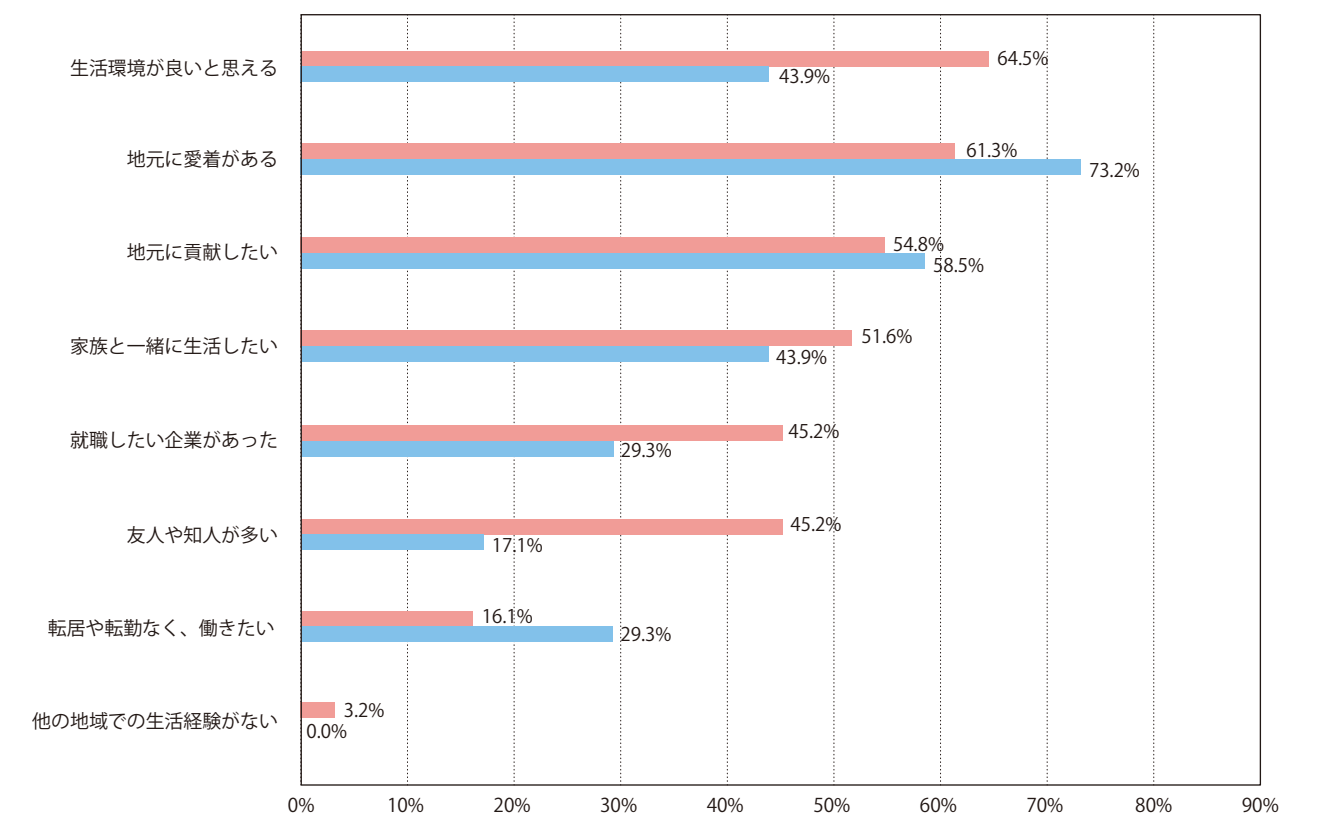
## ■学生の就職地域意識



## ■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)



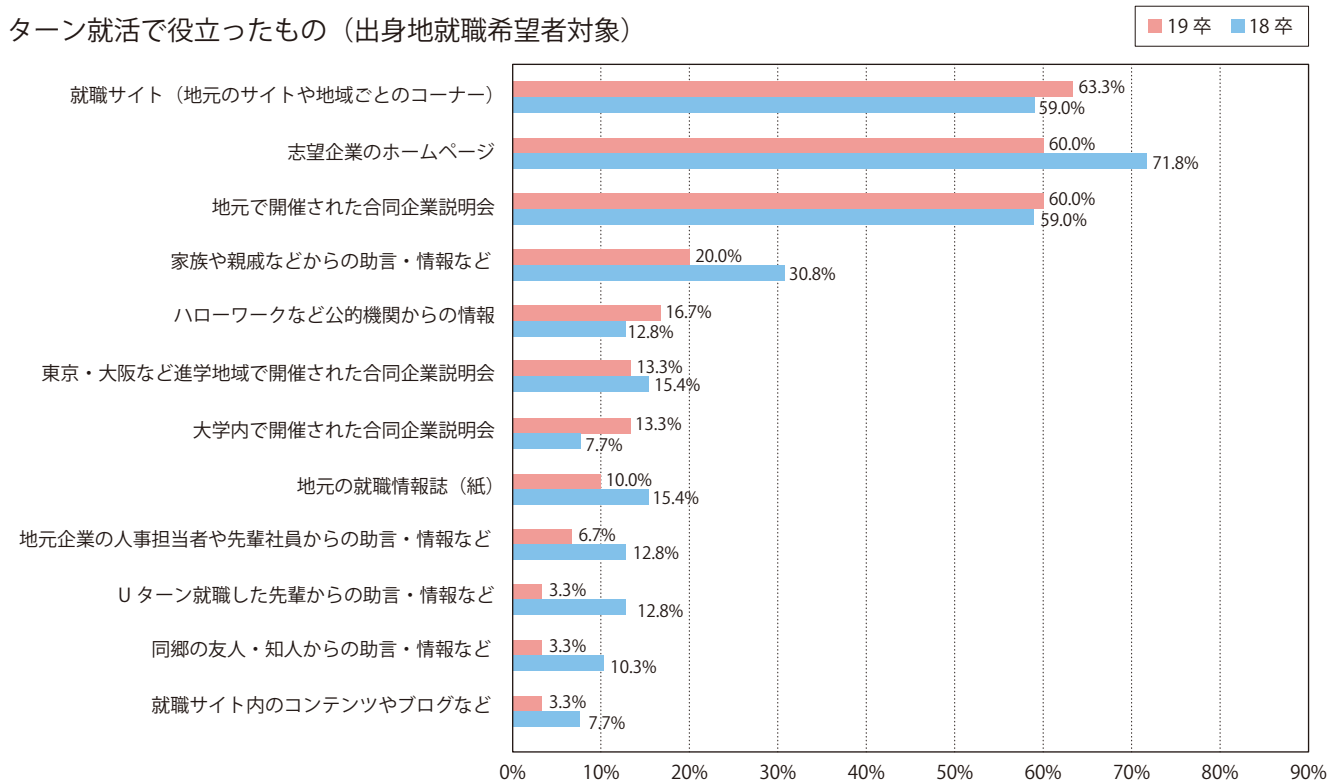
## Uターン志向の学生は44.4%と昨年よりわずかに減少。「生活環境」を重視した選択理由が数字を伸ばして1位に。

就職先の地域に関する意識について、「出身地での就職を決めた(または希望している)」と回答したUターン志向の学生は44.4% (18卒47.0%)と2.6ポイントの微減。また、「進学地域での就職を決めた(または希望している)」学生は11.9% (18卒14.6%)とこちらも2.7ポイントの微減。それに対して、「地域にこだわらずに就職活動をした(またはしている)」学生が43.8% (18卒38.4%)と増加した。Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」していた学生の合計は86.3% (18卒88.1%)でほぼ同水準。Uターン志向の学生は最初から地元を意識して就職活動を

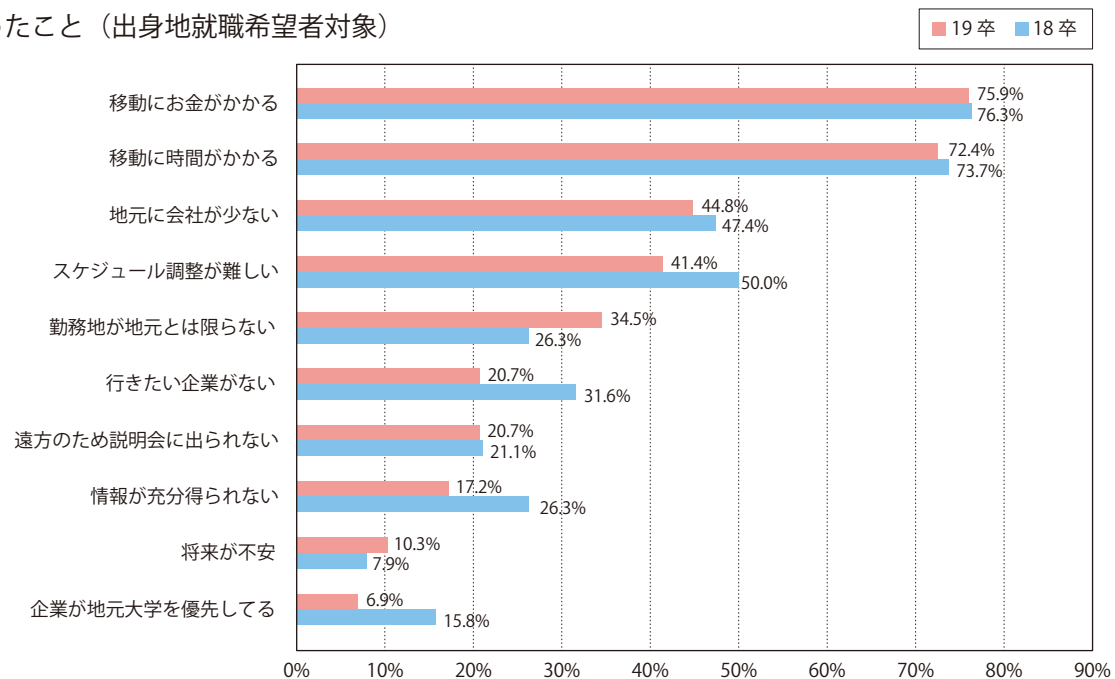
行っていたことがわかる。出身地での就職を希望する理由については、「生活環境が良いと思える」が64.5%と18卒の43.9%から20.6ポイント伸ばして1位。以下、昨年1位の「地元に着用がある」61.3% (18卒73.2%)、「地元で貢献したい」54.8% (18卒58.5%)、「家族と一緒に生活したい」51.6% (43.9%)が半数を超え、続いている。自分の生まれ育った地域に対する愛着や環境を重視した結果がUターンという選択になったようだ。

## 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は「就職サイト」、「企業のHP」、「地元企業の合同説明会」。**  
**移動のためのコストと時間が、19卒でも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、「就職サイト」が63.3%（18卒59.0%）で1位。これに「志望企業のホームページ」で60.0%（18卒71.8%）、「地元で開催された合同企業説明会」60.0%（18卒59.0%）が続く、4位以下の項目を大きく引き離している。「就職サイト」の減少幅は11.8ポイントと大きい、上位3つに順位差こそあれ、就職活動に役立つツールとして、その傾向に大きな変動はない。

一方、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」75.9%（18卒76.3%）、「移動に時間がかかる」72.4%（18卒

73.7%）が上位を占めるのは例年通り。移動のためのコストと時間の2つは、Uターン就活においては普遍的ともいえる障壁で、19卒でも7割以上の学生が悩まされたようだ。「スケジュール調整が難しい」41.4%（18卒50.0%）も例年上位に上がる項目だが、19卒では41.4%と18卒の50.0%から減少の結果となった。「勤務地が地元とは限らない」が34.5%と18卒の26.3%から8.2ポイント伸ばしており、自分の生まれ育った地域に対する愛着や環境を理由にUターン就職を希望している学生にとってはなかなか厳しい問題だったようだ。

## 第2章

## 企業の採用活動総括

## POINT

- インターンシップを導入・実施した企業は6割超。
- 採用予定数は「増」が「減」を上回る。「理系」の採用意欲高まる。
- Web(プレ)エントリーは12月以前の受付開始が急増。
- エントリーシートの受付開始は3月に集中。  
受付開始の早期化に伴い、結果通知開始も早期化。
- 採用選考開始時期は、「3月～4月上旬」への一極集中が進む。
- 6月上旬が内定開始のピーク。  
企業規模に関わらず、半数以上が採用選考解禁前に内定出しを開始。
- 採用広報活動のメインツールは「情報サイト」「説明会」「HP」。
- 応募数の「減少」は「増加」の約2倍に。
- 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。
- 「母集団形成」「内定歩留まり」「辞退学生の増加」が主要な採用課題。
- 内定者フォロー策として、「内定者懇親会」が高い実施率。
- 採用活動を終了した企業は、大手で45.4%、中堅・中小では36.4%にとどまる。

## DATA. 15 採用計画

## ■ 採用人数の増減（前年比）



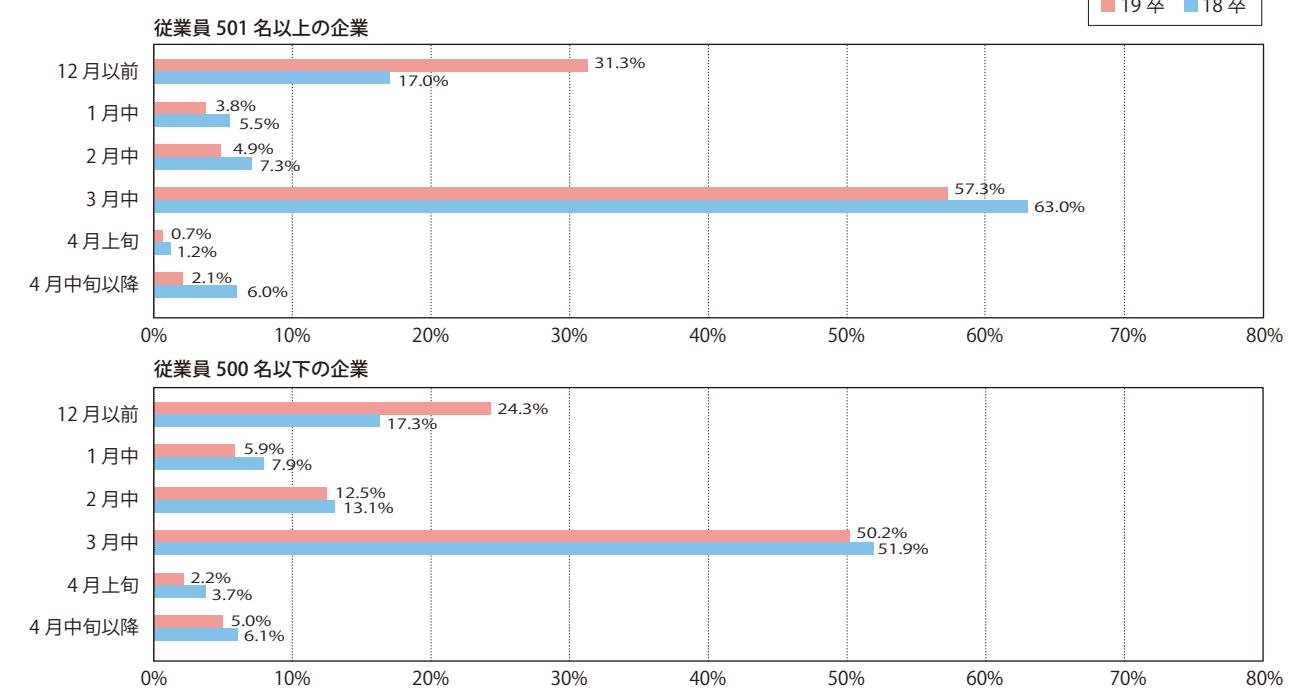
**依然として「増加」が「減少」を上回るも、やや慎重な姿勢をみせる企業も。「理系」学生を積極的に採用したい企業が増加。**

採用人数を「増加」する企業は50.2%と、18卒の53.3%から3.1ポイント減少。一方、「減少」は27.1%と、18卒の23.4%から3.7ポイント増加した。依然として「増加」が「減少」を上回っている状況ではあるが、一部の企業に採用にやや慎重な姿勢がみられる結果となった。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では、「増加」はほぼ横ばいだが、「減少」が30.7%と18卒の28.1%から2.6ポイント増。一方、従業員500名以下の企業では、「増加」が54.4%と18卒の58.8%から4.4ポイント減少し、逆に「減少」と回答した企業は24.1%と18卒の20.4%から3.7ポイント増加した。18卒では採用に積極的な姿勢

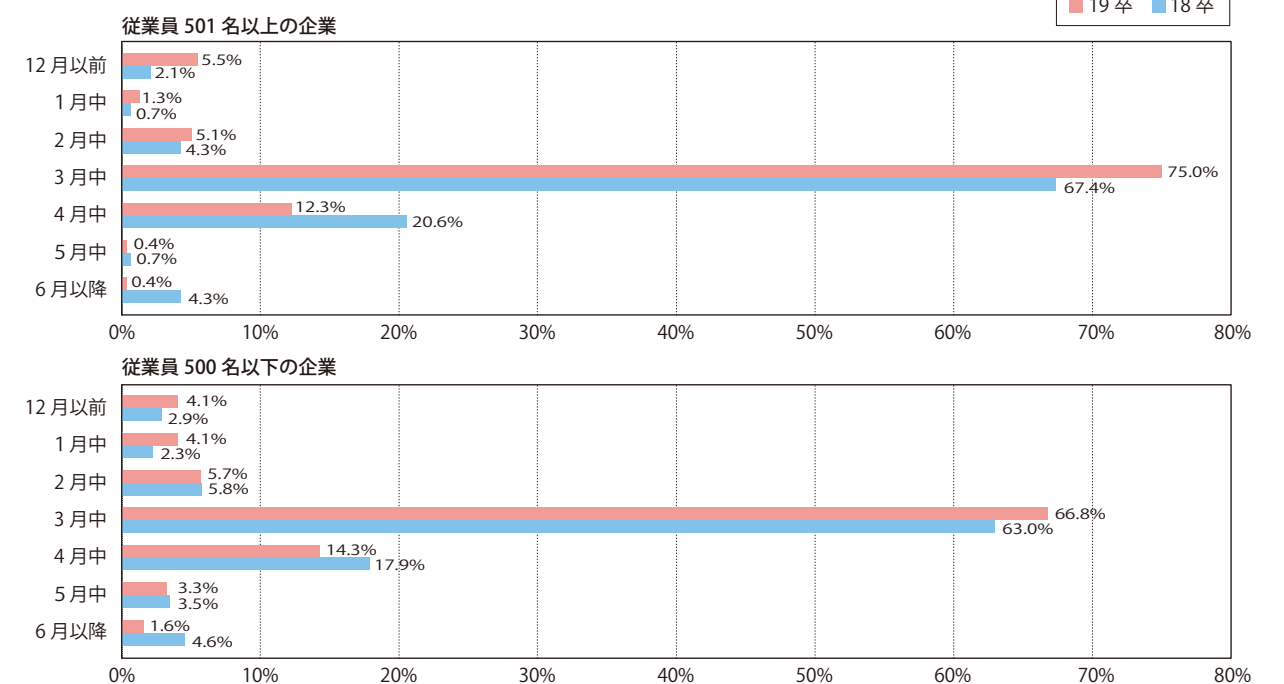
が目立った中堅・中小企業だが、ここに来てその姿勢にやや陰りがみられる。文理別では、501名以上の企業では文系について「減少」(36.2%)が「増加」(28.8%)を7.7ポイント上回っているが、理系については「増加」(31.6%)が「減少」(25.3%)を6.3ポイント上回る結果となった。従業員500名以下の企業でも同じ傾向が見られ、企業規模にかかわらず理系学生を積極的に採用したい企業が目立つ結果となった。

## DATA. 16 プレエントリー受付&amp;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



**Web(プレ)エントリー受付開始時期は、「3月中」が最多も、12月以前の受付が急増。エントリーシート受付開始時期は、「4月中」が減少し、前倒し傾向が強まる。**

Web(プレ)エントリーの受付開始時期は、「3月中」という回答が最も多いのは例年通りなのだが、従業員501名以上の企業で57.3% (18卒63.0%)、従業員500名以下の企業で50.2% (18卒51.9%)と減少する傾向に。その分2月以前の合計が従業員501名以上の企業で40.0%と、18卒の29.8%から10.2ポイント増加。従業員500名以下の企業でも42.7%で18卒の38.3%から4.4ポイント増加。これまでの「3月中」への一極集中が薄まり、より早期に分散する傾向が顕著になってきたことがうかがわれる。

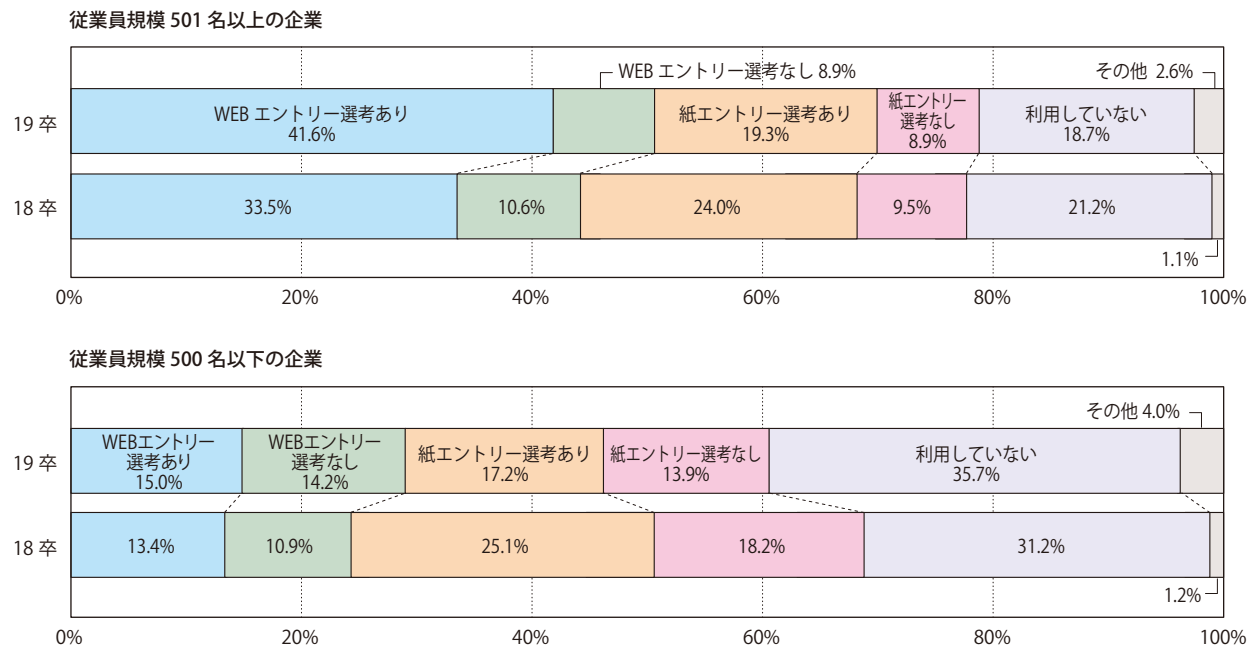
エントリーシート受付開始時期についても同様に、前倒し傾向が

目立つ結果となった。従業員501名以上の企業では、「3月中」が75.0%と18卒の67.4%から7.6ポイント増加。「4月中」が12.3% (18卒20.6%)と8.3ポイント減らしたのに対し、2月以前の合計が11.9%と18卒の7.1%から4.8ポイント増やしている。従業員500名以下の企業でも、「3月中」が66.8% (18卒63.0%)と3.8ポイント増加。「4月中」が14.3% (18卒17.9%)と3.6ポイントの減。反対に2月以前が13.9% (18卒11.0%)と増やし、大手企業同様に、中堅・中小企業でも受付開始時期の早期化が目立っている。

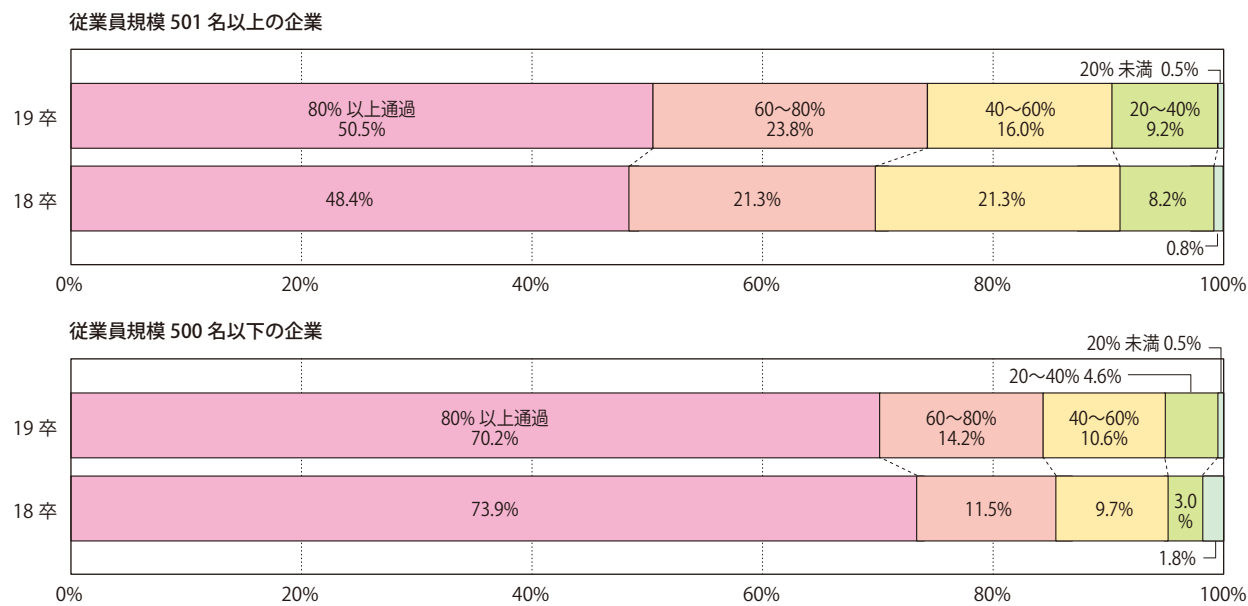


## DATA. 17 エントリーシートについて

### ■ 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



**🔍 エントリーシートを紙からWEBへ切り替える企業の増加が目立つ。採用母集団確保のために、選考・絞り込みへの活用はやや消極的に。**

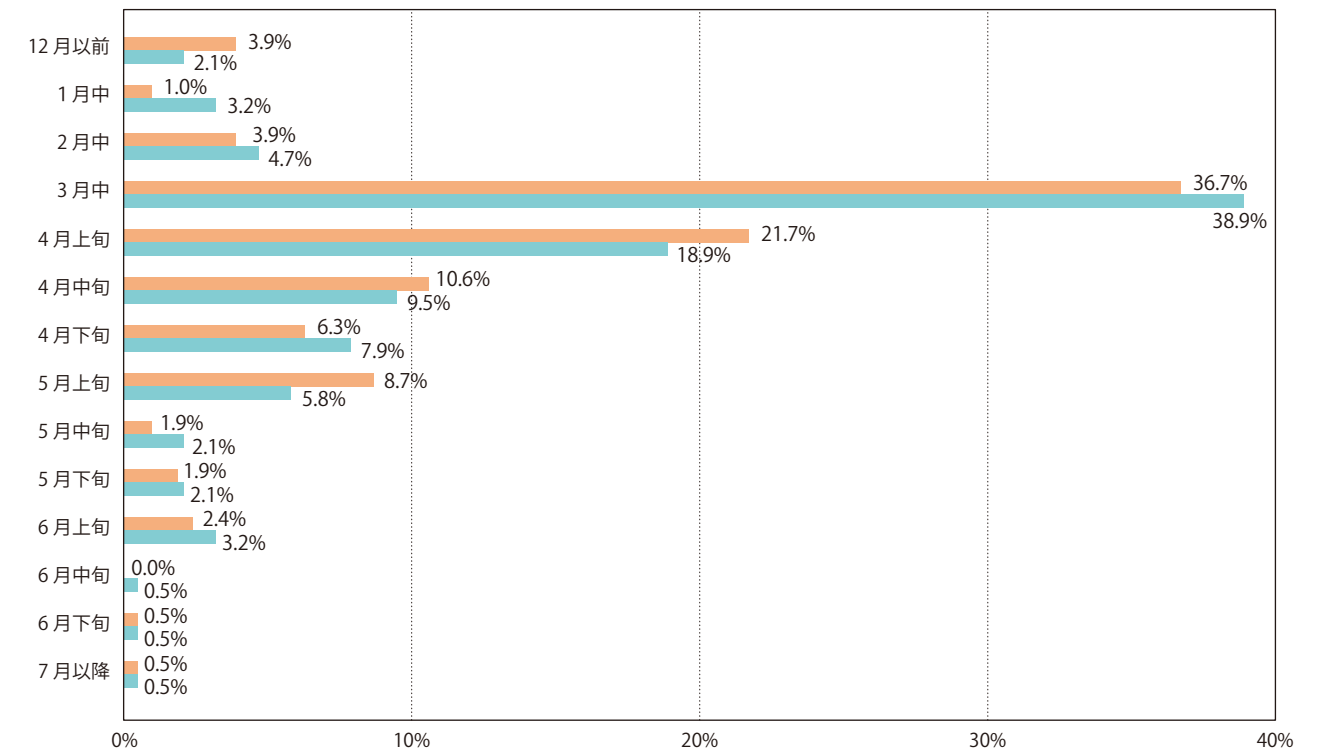
エントリーシート (ES) は、従業員501名以上の企業ではWEBが50.5% (18卒44.1%)、紙が28.8% (18卒33.5%)と、79.3% (18卒77.6%)の企業で導入。導入率自体はほぼ横ばいだが、紙をWEBへと切り替える企業が増加している。また従業員500名以下の企業では、WEBが29.2% (18卒24.3%)、紙が31.1% (18卒43.3%)と、60.3% (18卒67.6%)の企業で導入。導入率自体はやや伸び悩んでいる印象だが、紙からWEBへ切り替える傾向は顕著で、中堅・中小企業においても、今後はWEBによるESが主流になるものと推測される。

ESによる選考については、選考「あり」と回答した企業が従業員

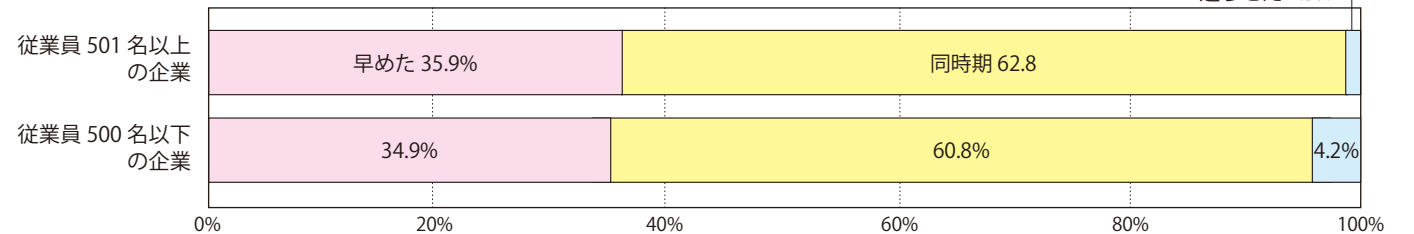
501名以上で60.9% (18卒57.5%)、「なし」と回答した企業は17.8% (18卒20.1%)なので、ESを選考に活用する企業がわずかながら増加。従業員500名以下の企業では、選考「あり」が32.2% (18卒38.5%)、「なし」が28.1% (18卒29.1%)で、ESによる選考にはやや消極的な姿勢が見られる。また、ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が従業員501名以上で50.5%、500名以下で70.2%と高く、この傾向に変化はない。こうした傾向は、学生の応募数自体が減少傾向にあるため (DATA.23参照)、絞り込みすぎると、採用母集団を確保できなくなることを危惧する企業が多かったためと推測される。

## DATA. 18 エントリーシート選考結果通知開始時期

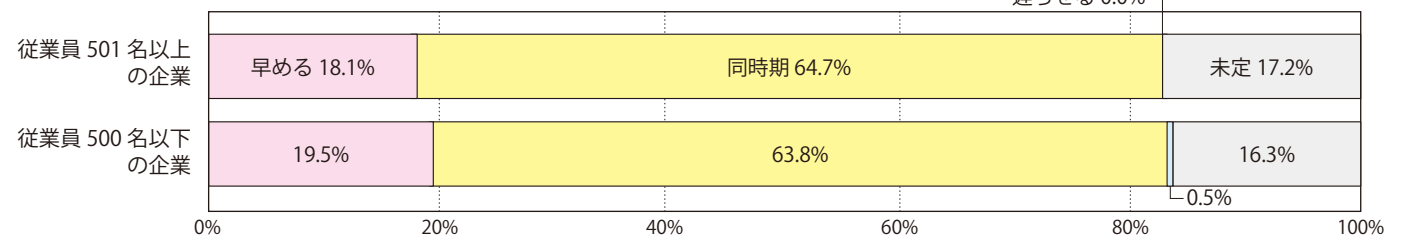
### ■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



### ■ 対昨年



### ■ 次年度の予定



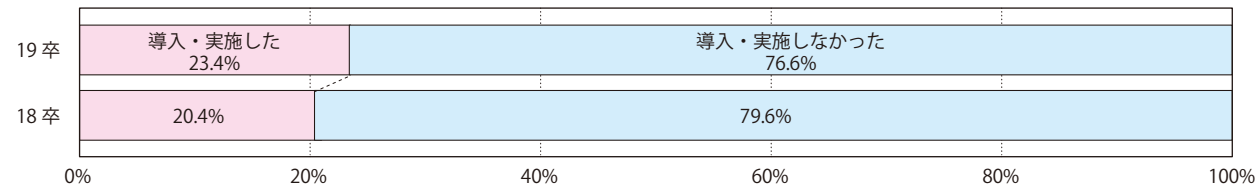
**🔍 エントリーシートの選考結果の通知開始時期は「3月中」が最多。受付開始時期の早期化に伴い、結果通知開始も早期化が加速。**

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「3月中」が36.7%で最多。「4月上旬」と合わせると58.4%と約6割を占める。ESの受付開始時期が、「3月中」が75.0%であったので (DATA.16参照)、早期受付開始だけでなく、その結果通知もかなり早期化している傾向が読み取れる。実際、対昨年比でも、「同時期」が62.8%で最多だが、「早めた」という回答も35.9%ある。また、次年度についても、「同時期」が64.7%だが、「早める」と回答している企業も18.1%あり、この傾向は来年も継続していくことが予測できる。

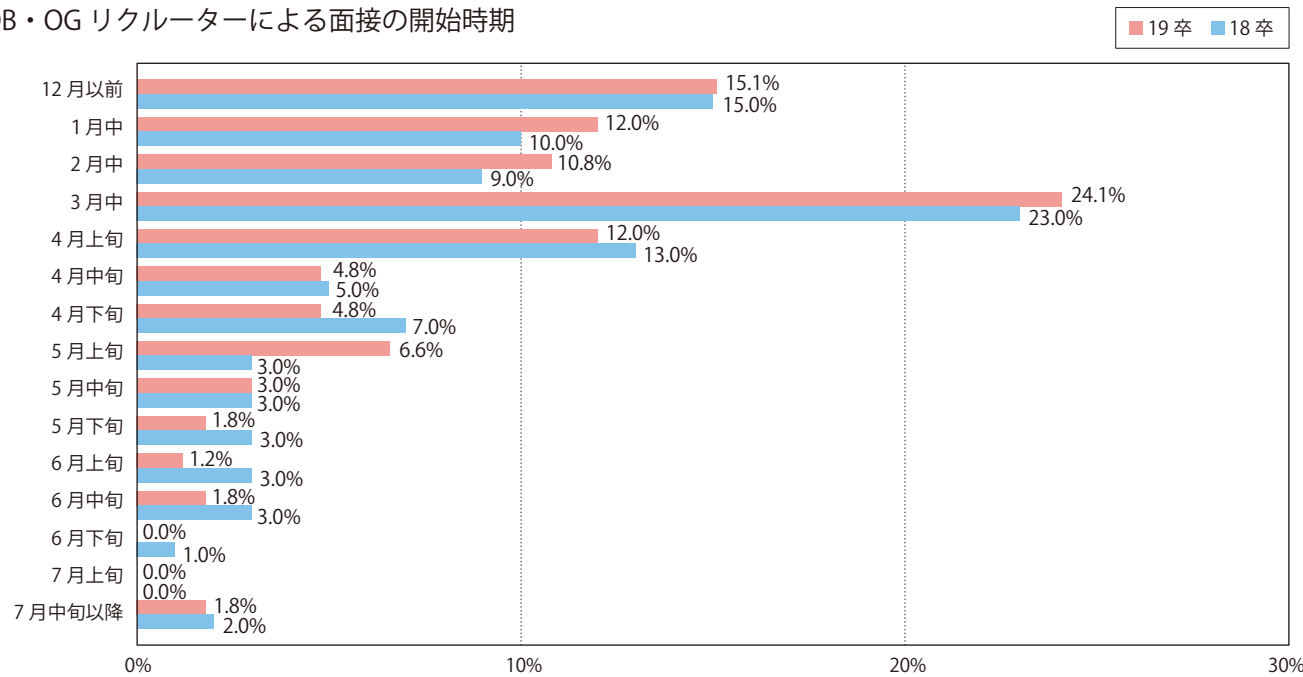
従業員500名以下の企業でも、基本的な傾向は同じだ。選考結果の通知開始時期の最多は「3月中」で38.9%。それに次ぐのが「4月上旬」で18.9%。受付開始時期は「3月中」が最多で66.8% (DATA.16参照)なので、こちらもかなり前倒しで選考結果の通知を実施しているのがわかる。対昨年比では「同時期」が60.8%で最多だが、「早めた」企業も34.9%ある。次年度の予定についても、「同時期」が63.8%だが、「早める」企業が19.5%ある。エントリーシートの受付開始時期同様、企業規模に関わらず、選考結果の通知開始も早期化が目立っている。

## DATA. 19 OB・OG リクルーターによる面接

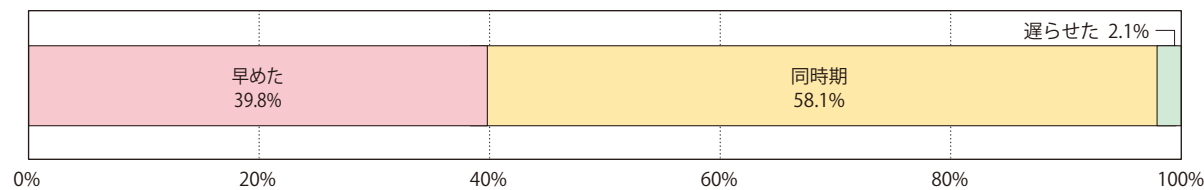
### ■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



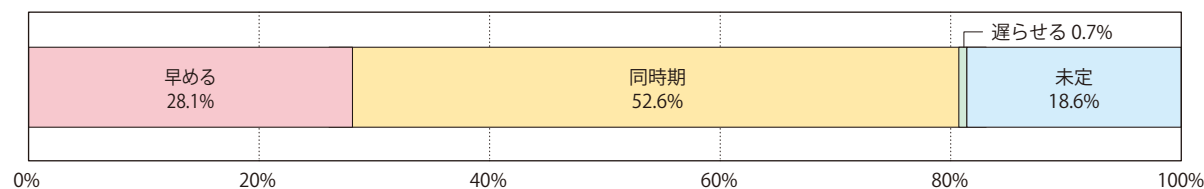
### ■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



### ■ 対昨年



### ■ 次年度の予定



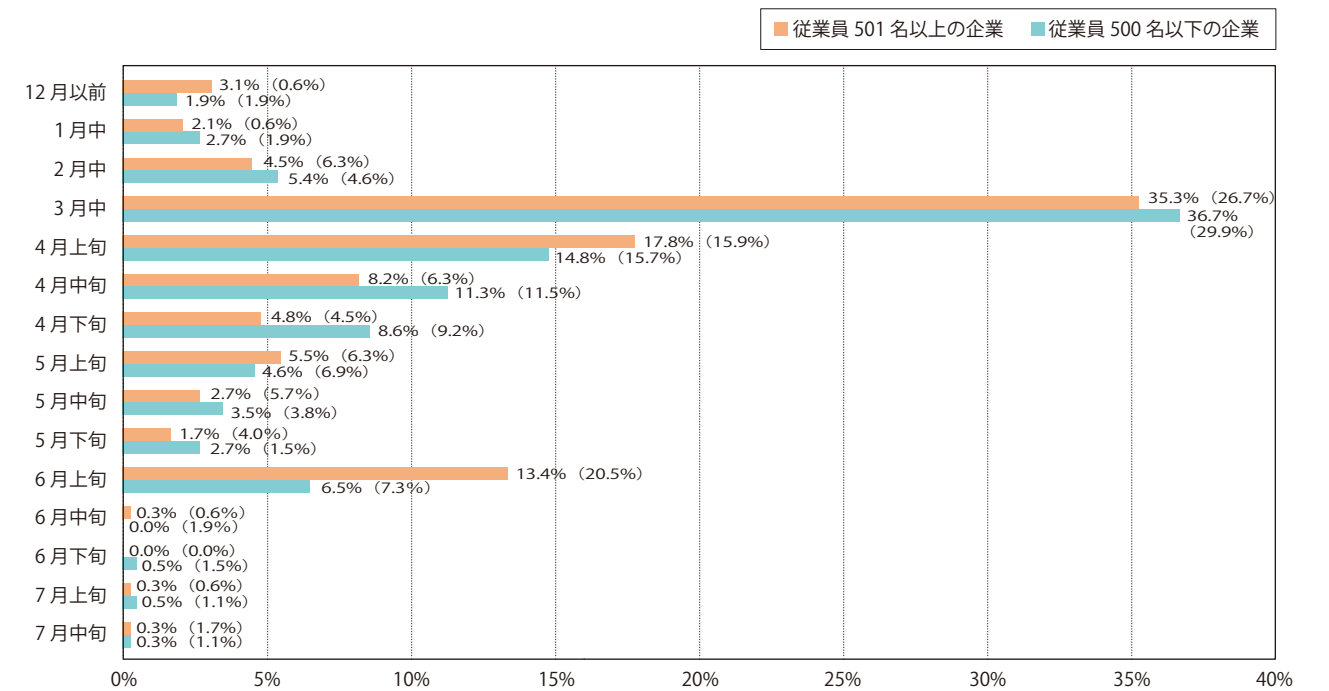
**OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は2割強でまだまだ少数派。接触開始時期は「2月以前」が増加し、早期化の動きが継続。**

OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は23.4%で、18卒の20.4%と比較すると3.0ポイントの微増となった。人員の手配やコストがかかることもあり、まだまだ少数派といえよう。リクルーター面接の開始時期については、「3月中」が24.1%で、18卒(23.0%)と、ピークの傾向はほぼ同じ。しかし、2月以前の合計が37.9%で18卒の34.0%から3.9ポイント増加しており、「12月以前」も15.1%(18卒15.0%)と変わらず多い。それに対して、「4月中」は21.6%で、18卒の25.0%から3.4ポイント減少しており、接触開始時期を早めている企業が増加していることが読み取れる。

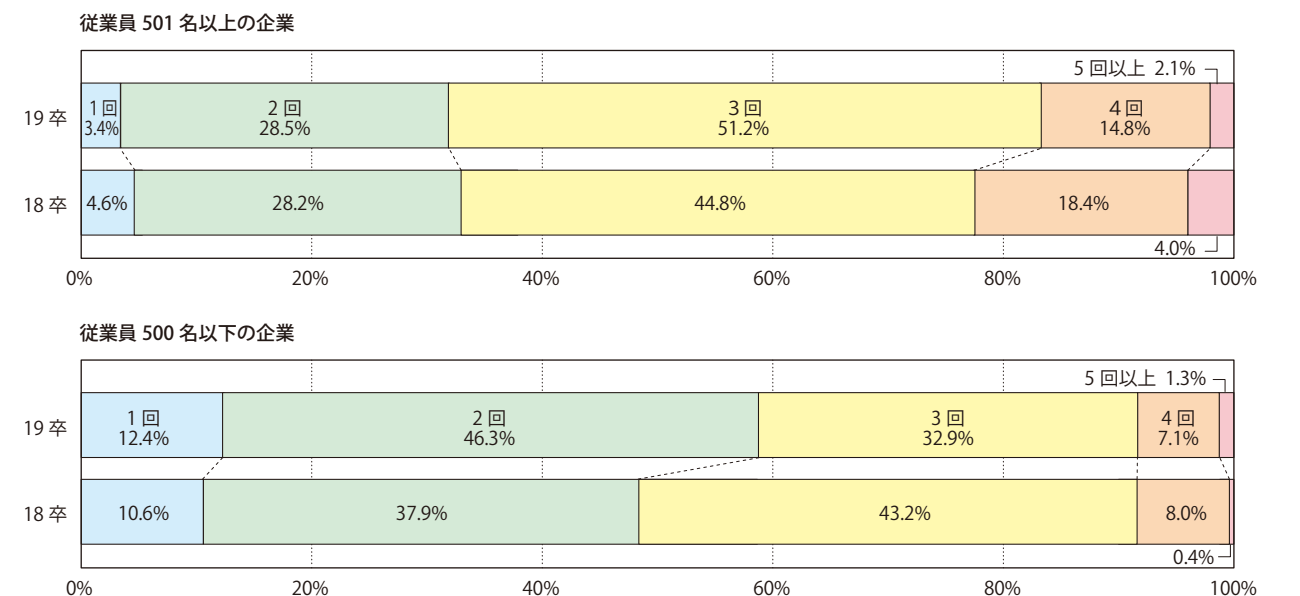
実際、対昨年比でも、「早めた」と回答した企業は39.8%で、18卒の34.8%から5.0ポイント増加。「遅らせた」と回答した企業は2.1%にとどまっている(18卒5.1%)。次年度の予定でも「早める」と回答した企業が28.1%で、18卒の25.4%を2.7ポイント上回り、「遅らせる」という企業はわずか0.7%に過ぎない。OB・OGリクルーターによる面接早期化の動きは、来年以降も継続していくであろうと推測される。

## DATA. 20 採用選考開始時期

### ■ 採用選考開始時期 ※カッコ内は昨年度数値



### ■ 内定までの面接回数



**採用選考開始時期は、「3月～4月上旬」への一極化が進む。採用活動全般の早期化に伴い、時間的制約から面接回数を減らす傾向に。**

採用選考開始時期については、従業員501名以上の企業では、18卒で「3月中」26.7%、「6月上旬」20.5%と2つのピークがあったのだが、それが19卒では「3月中」が35.3%と8.6ポイント増なのに対して、「6月中」は13.4%と7.1ポイント減。「4月上旬」の17.8%(18卒15.9%)と合わせて、「3月～4月上旬」への集中が進む結果となった。一方、従業員500名以下の企業では、「3月中」が36.7%(18卒29.9%)で6.8ポイント増加。「4月上旬」14.8%(18卒15.7%)、「4月中旬」11.3%(18卒11.5%)と続き、早期化の傾向に変化はない。企業規模に関わらず、採用選考解禁の6月以前にはすでにほとんどの企

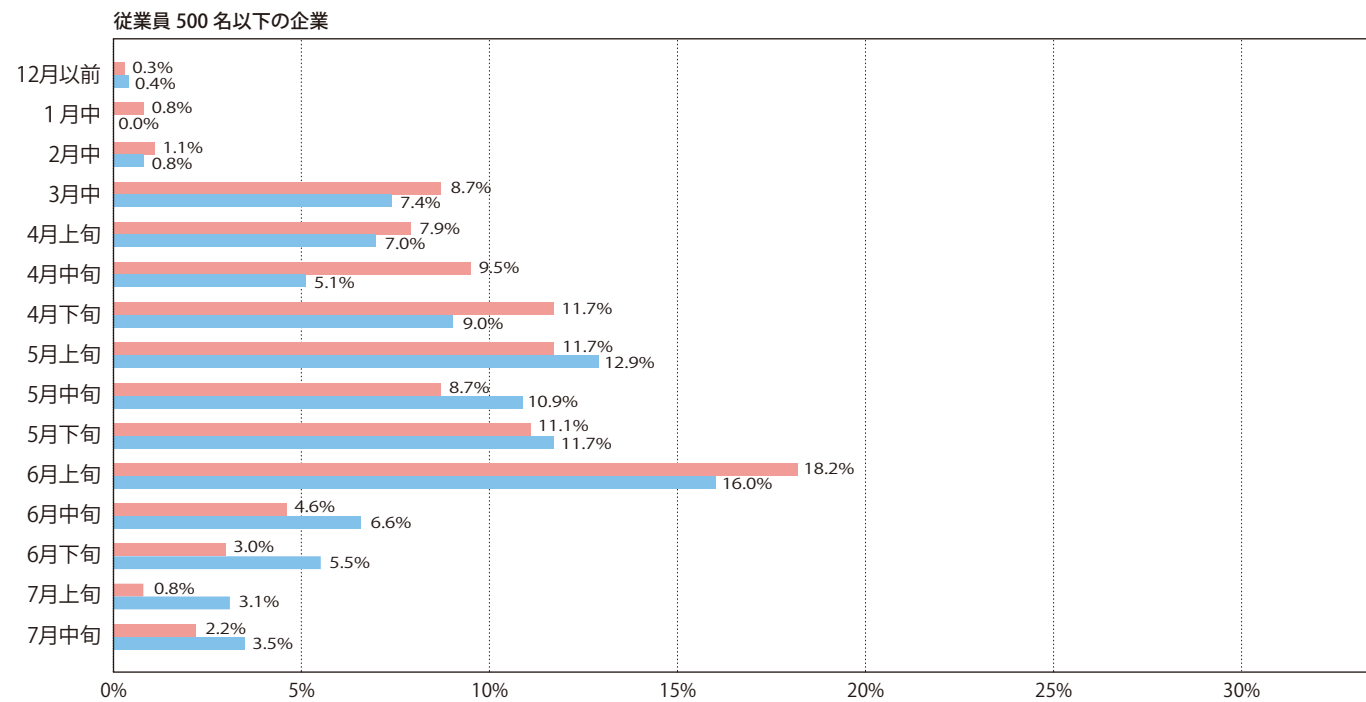
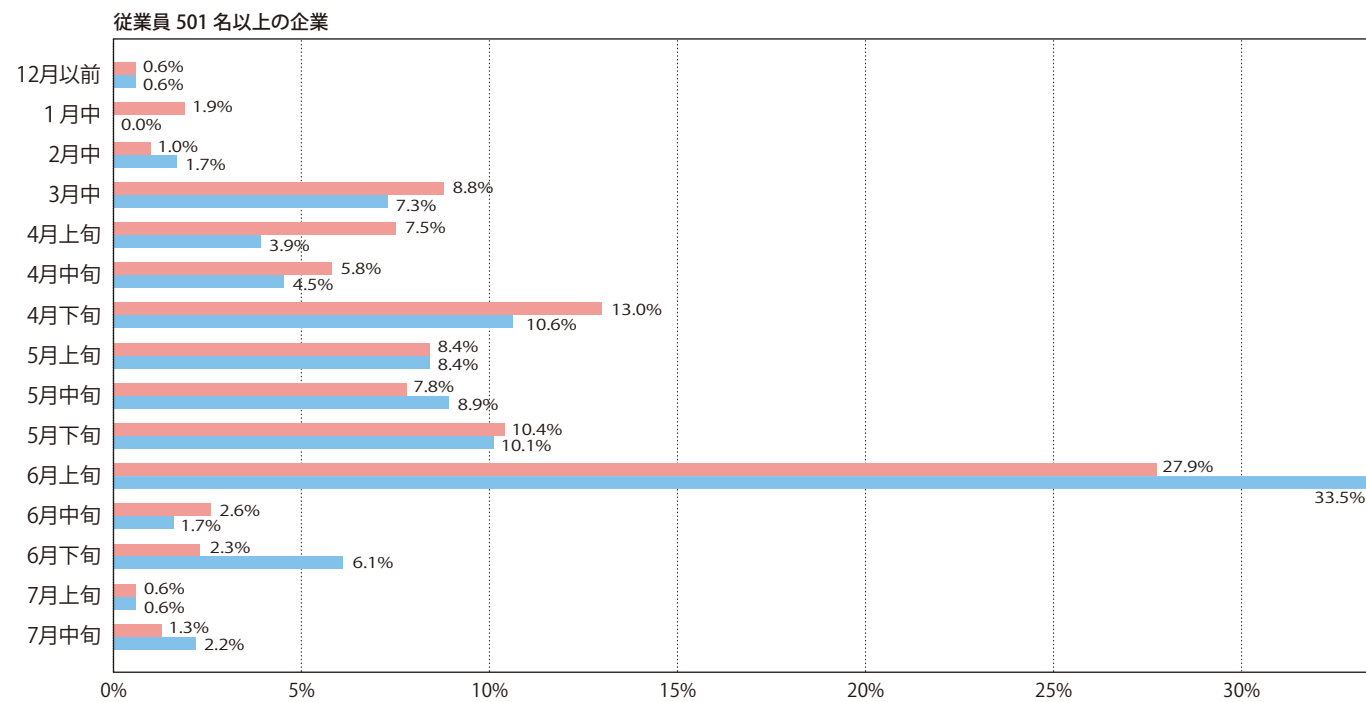
業で選考を開始しているのが実情のようだ。

内定までの面接回数では、従業員501名以上の企業では過半数の51.2%が「3回」と回答。18卒の44.8%から6.4ポイント増加する一方、「4回」が14.8%で18卒の18.4%から3.6ポイント減少している。従業員500名以下の企業では、最多は「2回」で46.3%だが18卒37.9%との比較では8.4ポイント増加。「3回」32.9%が18卒の43.2%から10.3ポイント減少している。企業規模に関わらず、面接回数を減らす傾向が顕著となった。

## DATA. 21 内定開始時期

■ 内(内)定を出し始めた時期

■ 19卒 ■ 18卒



**「6月上旬」が内定開始のピークは変わらず。ただし、大手企業の65.2%、中堅・中小企業の71.5%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、例年と同様に採用選考解禁時期の「6月上旬」がピークとなっているものの27.9%にとどまり、18卒の33.5%から5.6ポイント減少した。それに対して5月以前に内定開始していた企業は65.2%で、18卒の56.0%よりも9.2ポイント増加。3社に2社は解禁前に内定を出していた様子がうかがえる。

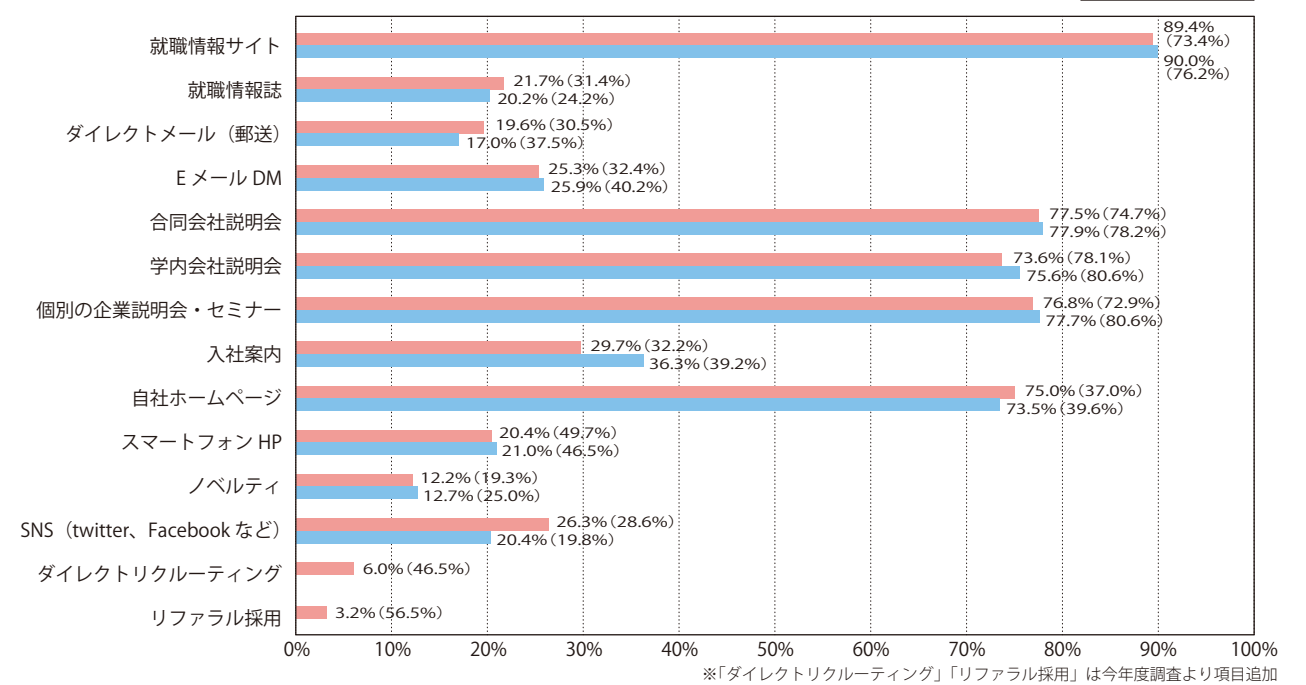
一方、従業員500名以下の企業では、大手企業と同様に「6月上旬」が18.2%（18卒16.0%）でピークとなったが、「4月下旬」・「5月上旬」の11.7%、「5月下旬」の11.1%と較べても、特別高いとは言え

ず、企業により内定開始の時期は分散している。採用選考解禁前の5月以前の合計は71.5%と、18卒の65.2%から6.3ポイント増加しており、全体的に前倒しで進み、大手企業に先駆けて内定出しを開始した様子が見て取れる。

## DATA. 22 採用広報活動

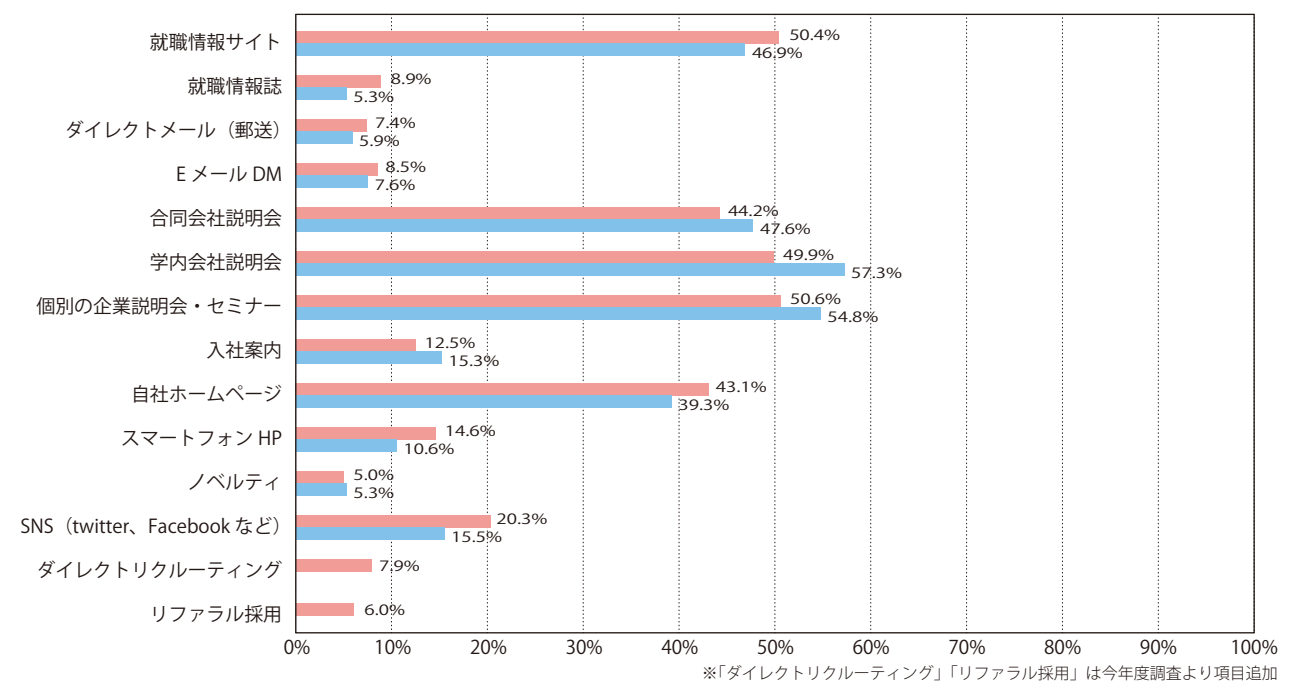
■ 採用広報活動で導入したもの ※カッコ内の数値は導入した上で効果があったもの

■ 19卒 ■ 18卒



■ 次年度の採用で充実したいもの

■ 19卒 ■ 18卒



**採用広報活動の主流は「情報サイト」・「説明会」・「HP」で、例年から変化なし。手広く試行する傾向は来期も継続。ダイレクトリクルーティングやリファラル採用の今後注目。**

採用広報活動で導入したものは、「就職情報サイト」が1位で89.4%（18卒90.0%）。続いて「合同会社説明会」77.5%（18卒77.9%）、「個別の企業説明会」76.8%（18卒77.7%）、「学内説明会」73.6%（18卒75.6%）と説明会関連が上位を占める。また「自社ホームページ」75.0%（18卒73.5%）も高く、採用広報手法として外せないものとなっている。

次年度以降充実したいものとしては、1位が「個別の企業説明会」50.6%（18卒54.8%）、次いで「就職情報サイト」50.4%（18卒46.9%）、「学内会社説明会」49.9%（18卒57.3%）、「合同会社説明

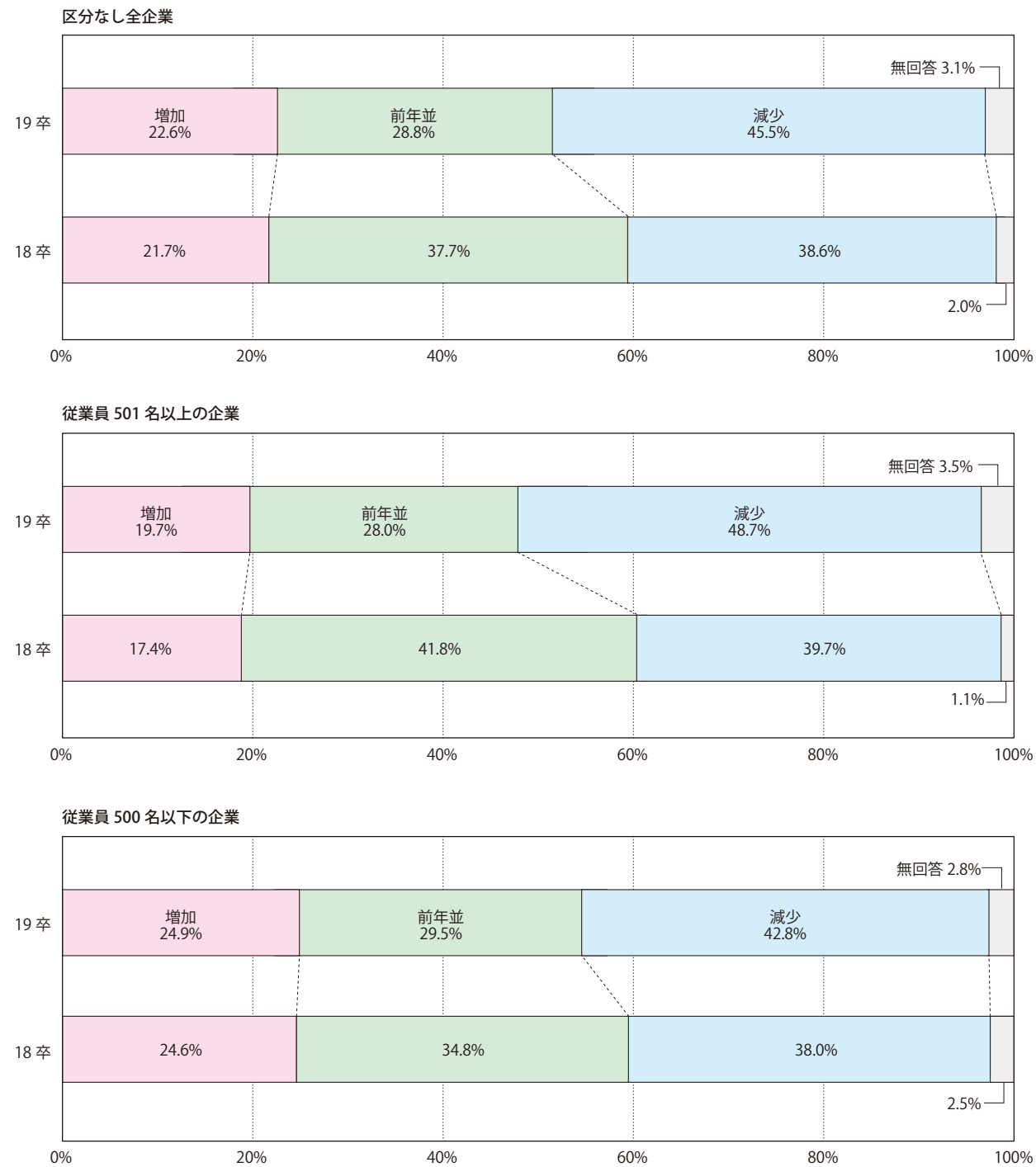
会」44.2%（18卒47.6%）、「自社ホームページ」43.1%（18卒39.3%）と続く。多少の増減はあっても、こちらも例年と比べて傾向に大きな変化はない。

今年度より「ダイレクトリクルーティング」「リファラル採用」の2項目を選択項目に追加したが、積極的に活用している割合は少ない。反面、導入した企業ではいずれもそれなりの効果を感じている様子であり、今後の導入状況を見守りたい。



## DATA. 23 応募数

■ 応募学生数の増減（前年比）



**応募数の「減少」は、「増加」の約2倍に。母集団形成に苦労する企業が増加。**

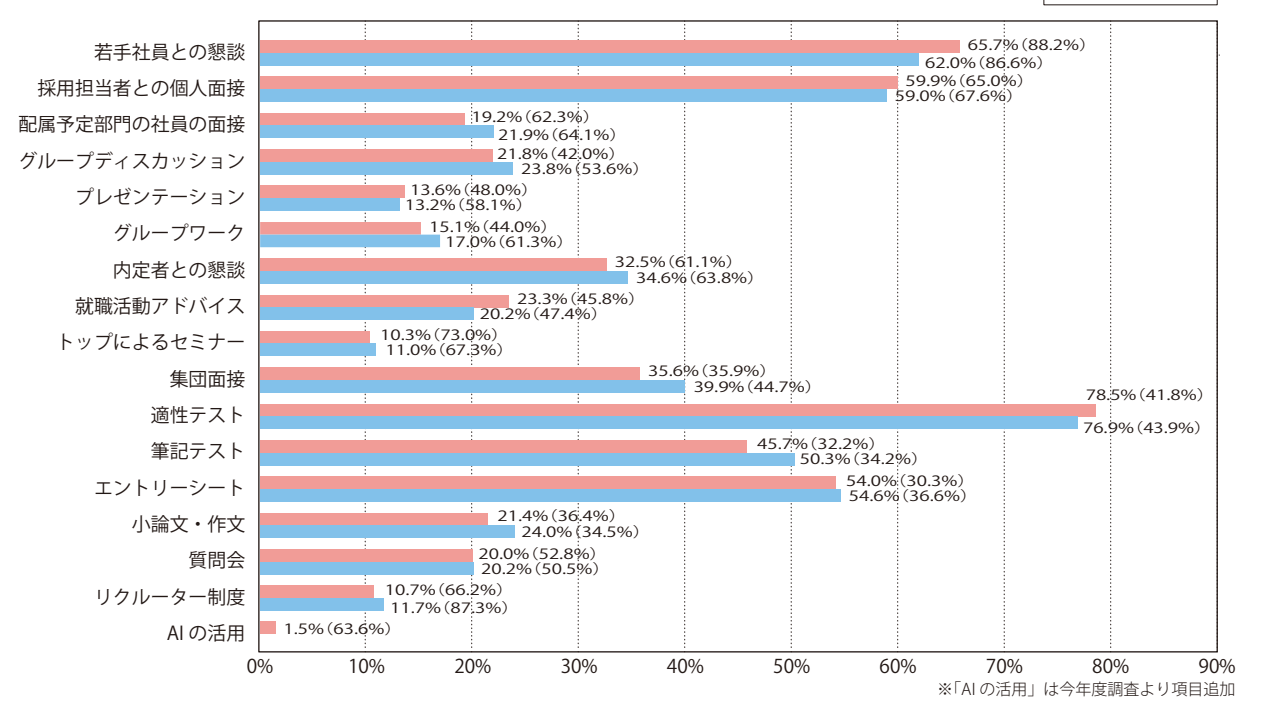
応募学生数が「増加した」と回答した企業は22.6%と18卒の21.7%から微増しているものの、「前年並」は28.8%と18卒の37.7%から8.9ポイント減少。その分、「減少」が45.5%と18卒の38.6%から6.9ポイント増加した。ここ数年続いている「減少」が最も多いというトレンドは今年も継続。「増加」のほぼ2倍となった。

企業規模別にみると、従業員501名以上の企業でその傾向は顕著で、「増加」は19.7%（18卒17.4%）と微増ながら、「前年並」が28.0%と18卒41.8%から13.8ポイント大幅に減。「減少」が48.7%と18卒39.7%から9.0ポイント増加している。一方、従業員500名以

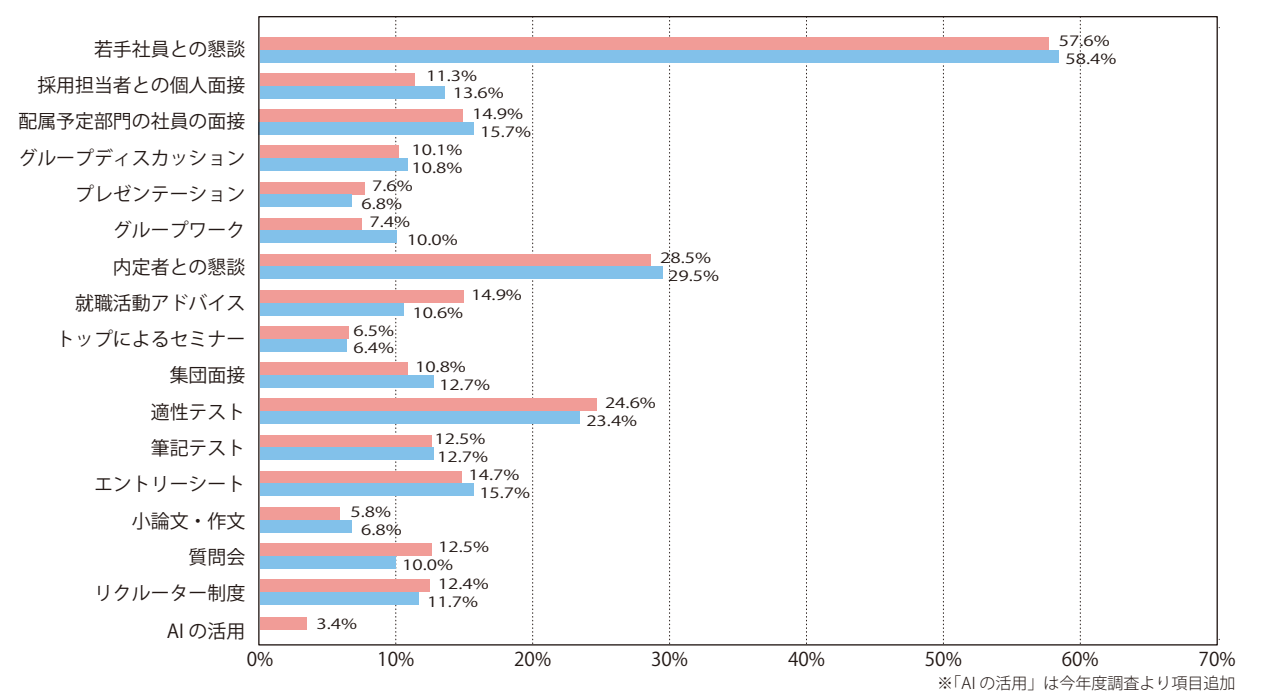
下の企業でも、大手企業ほどではないが、「増加」が24.9%（18卒24.6%）とほぼ横ばいなのに対して、「前年並」は29.5%（18卒34.8%）と5.3ポイント減。「減少」は42.8%（18卒38.0%）と4.8ポイント増加している。

## DATA. 24 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、効果も認められているのが「若手社員との懇談」。年齢が近い層を中心にコミュニケーション重視の選考活動は今年も継続。**

採用選考活動において導入されたものは、上位から「適性テスト」78.5%（18卒76.9%）、「若手社員との懇談」65.7%（18卒62.0%）、「採用担当者との個人面接」59.9%（18卒59.0%）、「エントリーシート」54.0%（18卒54.6%）の順で、多少の増減はあるものの、特に昨年から大きな変化はない。今年度より調査項目に追加した「AIの活用」1.5%については、導入率からみても本格的な取り組みはまだこれからで、基本的にはコミュニケーション重視の選考に変化はない。

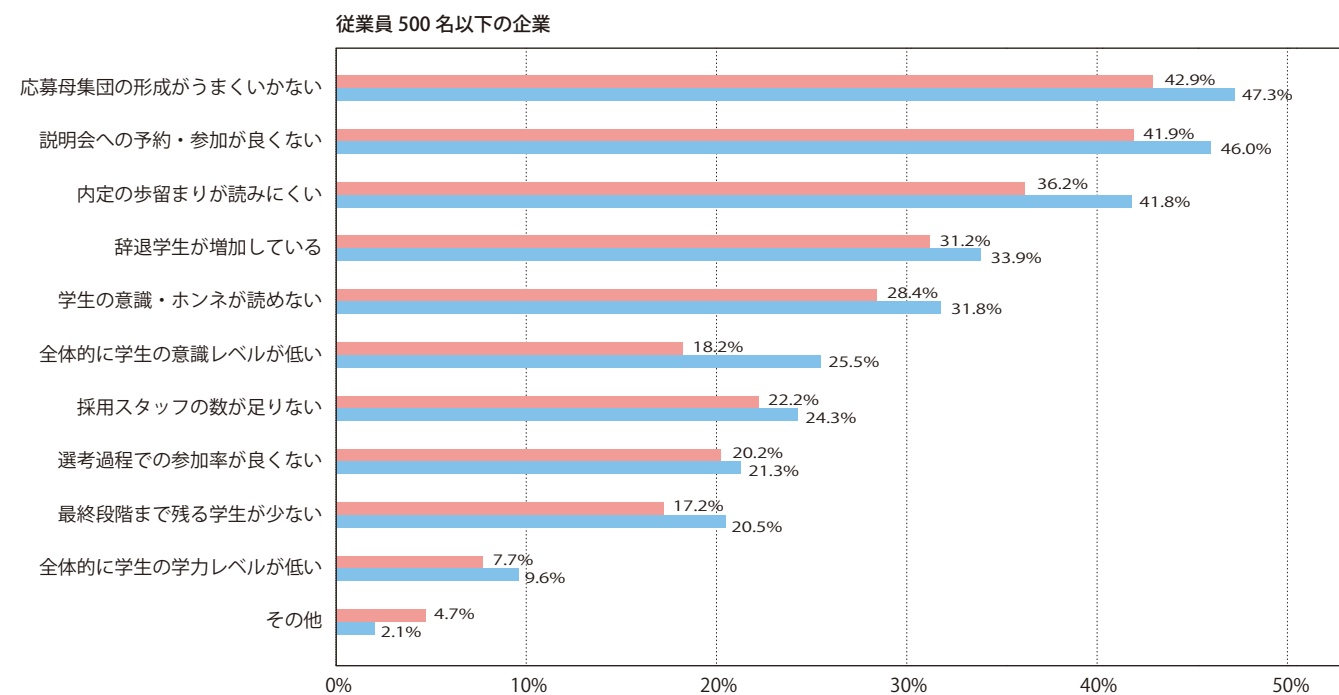
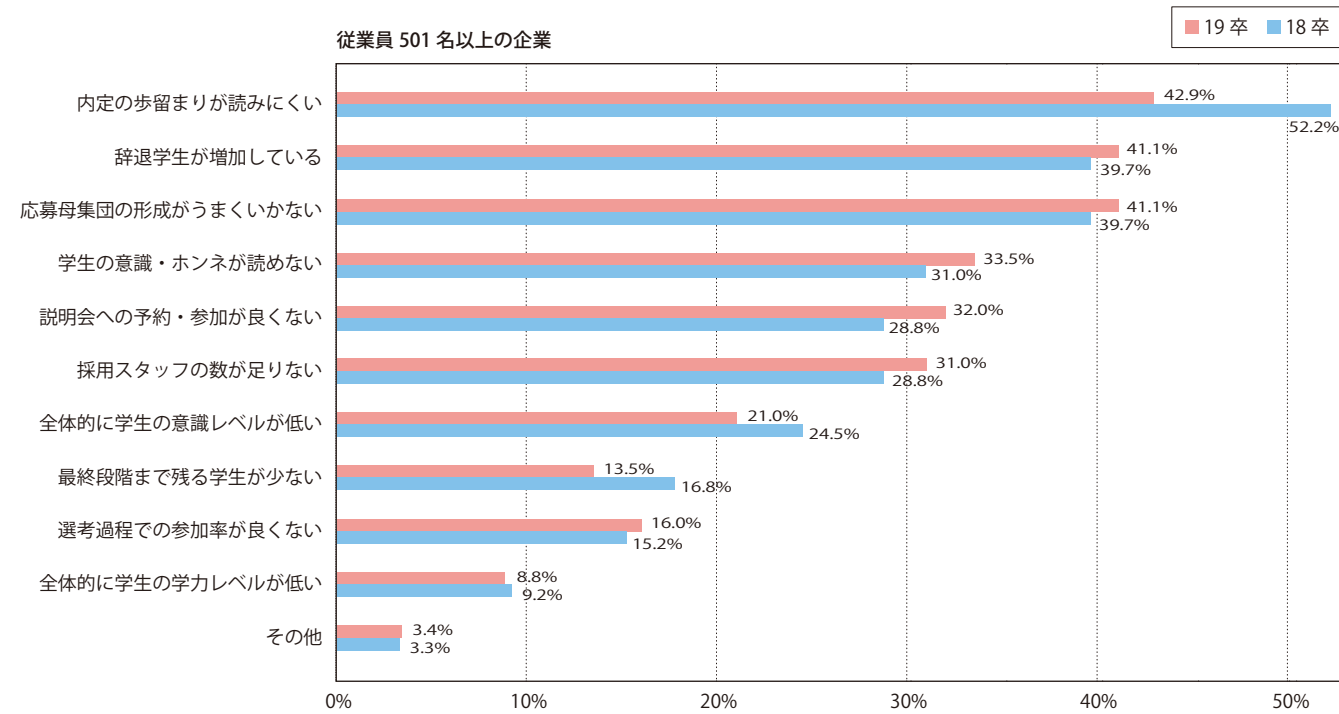
また、効果のあったものとしては、「若手社員との懇談」88.2%

（18卒86.6%）、「トップによるセミナー」73.0%（18卒67.3%）、「リクルーター制度」66.2%（18卒87.3%）の順で高い。

次年度以降充実したいものとしては、「若手社員との懇談」57.6%（18卒58.4%）、「内定者との懇談」28.5%（18卒29.5%）の順に高く、これも昨年から大きな変化はない。学生と年齢の近い層との接触を通じて、身近な存在として認識させることで効果を期待する企業が多いことがうかがわれる結果となった。

## DATA. 25 採用課題

### 採用活動の悩み



### 「母集団形成」「内定歩留まり」「辞退学生の増加」が、主要採用課題。中堅・中小企業では「説明会への予約・参加」など初期段階にも悩み

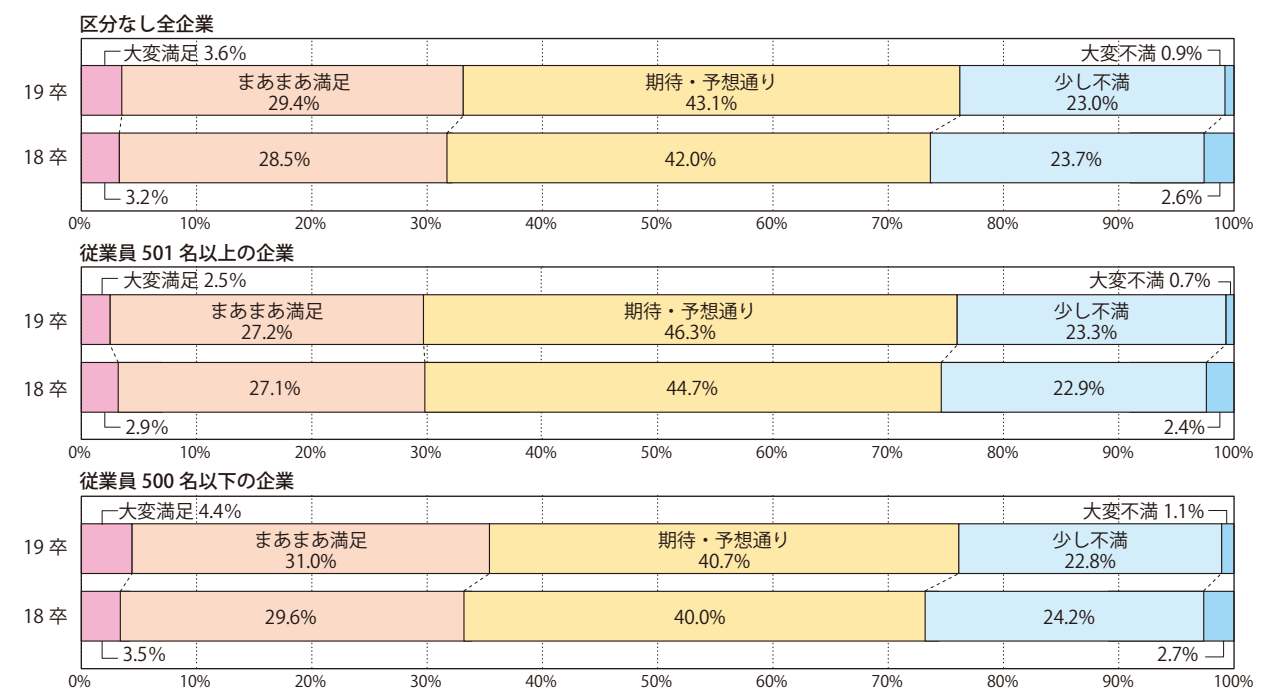
企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、「内定の歩留まりが読みにくい」42.9%（18卒52.2%）、「応募母集団の形成がうまくいかない」41.1%（18卒39.7%）、「辞退学生が増加している」41.1%（18卒39.7%）、「学生の意識・ホンネが読めない」33.5%（18卒31.0%）の順に高い。「内定の歩留まり」は前年比9.3ポイントの減少で、いくぶん改善された感もあるが、「母集団の形成」や「辞退学生」については、微増ながら年々増加している。

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いかない」42.9%（18卒47.3%）、「説明会への予約・参加が良くない」

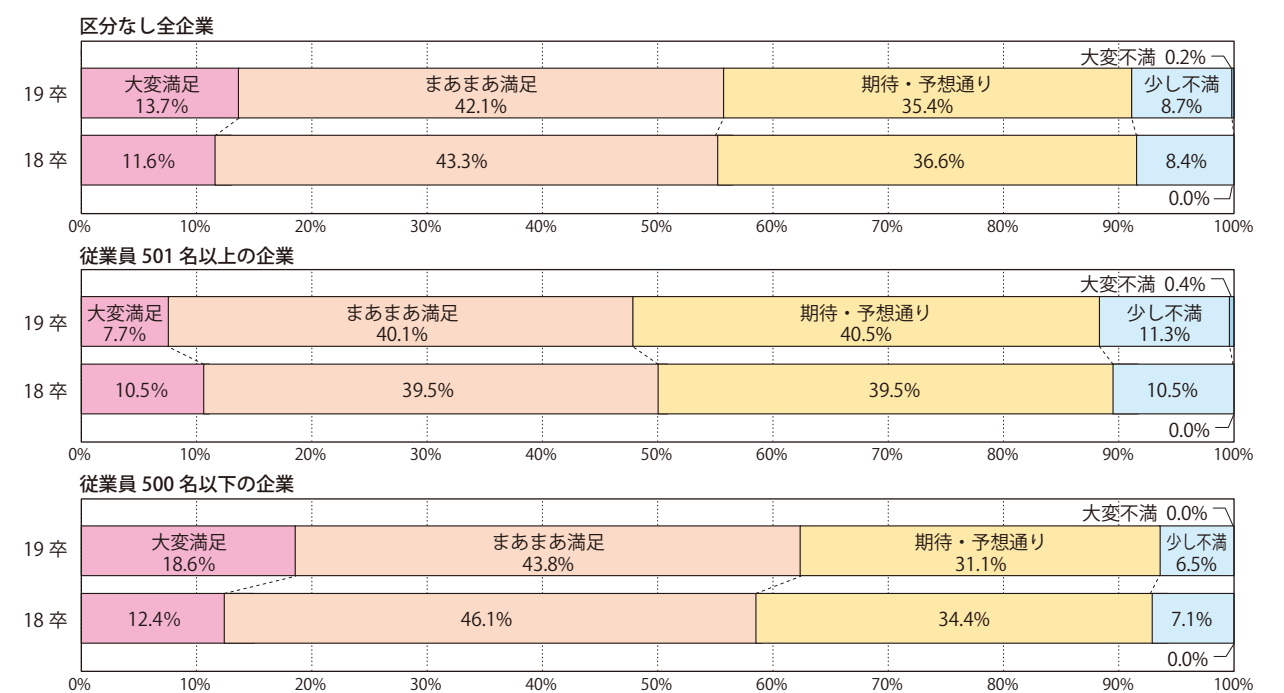
41.9%（18卒46.0%）、「内定の歩留まりが読みにくい」36.2%（18卒41.8%）、「辞退学生が増加している」31.2%（18卒33.9%）の順に高い。上位3項目については5ポイント前後減少しているが、それでも依然として高い数字となっており、特に母集団形成で苦慮している企業が多いことを物語っているようだ。

## DATA. 26 応募・内定学生の質

### 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



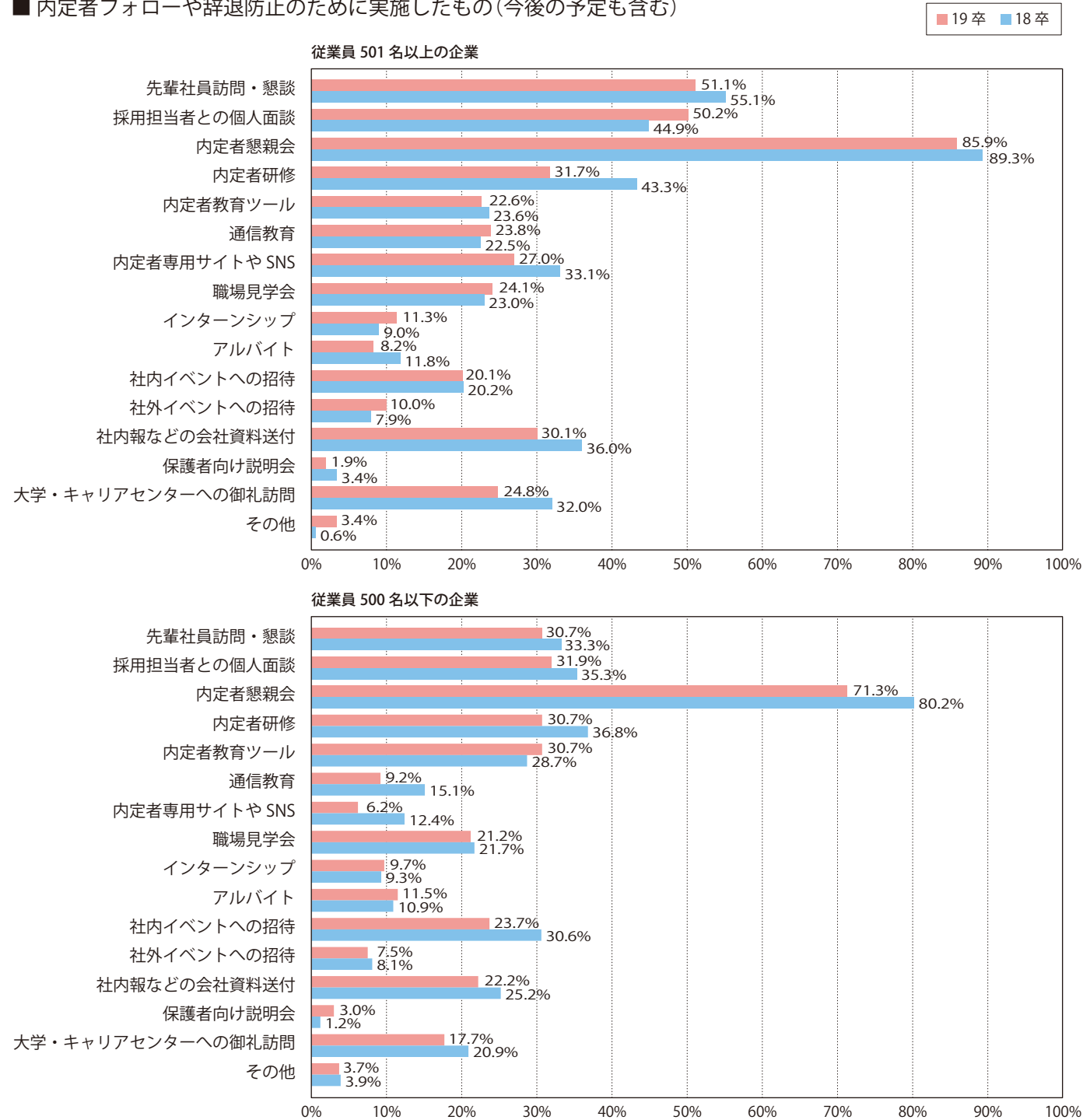
### 応募学生の質は、昨年以上に「満足」が「不満」を上回る。内定学生の質は、「満足」「期待・予想通り」の合計が91.2%に。

応募学生の質について、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は33.0%（18卒31.7%）で、「少し不満」・「大変不満」の合計23.9%（18卒26.3%）との差は9.1ポイントと、昨年（5.4ポイント差）より差を広げる結果となった。企業規模別にみると、従業員501名以上では「満足」の合計が29.7%と18卒の30.0%からほぼ横ばい。「不満」は24.0%と、18卒の25.3%から微減した。従業員500名以下では「満足」の合計が35.4%と、18卒の33.1%から微増。「不満」は23.9%と18卒より減少し、「満足」が「不満」を10ポイント以上上回る結果となった。

一方、内定学生の質についてみると、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は55.8%（18卒54.9%）で、「期待・予想通り」35.4%（18卒36.6%）と合わせると、91.2%（18卒91.5%）の企業がおおむね満足いく成果を得たと回答。企業規模別には、従業員501名以上では「満足」・「期待・予想通り」の合計が88.3%（18卒89.5%）でわずかに減少したものの、従業員500名以下の企業では、「満足」・「期待・予想通り」の合計が93.5%（18卒92.9%）で、ほぼ満足のいく成果を上げられているようだ。

## 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)



**大手企業で85.9%、中堅・中小企業で71.3%が「内定者懇親会」を実施。内定歩留まりを高めようとする努力が見られる。**

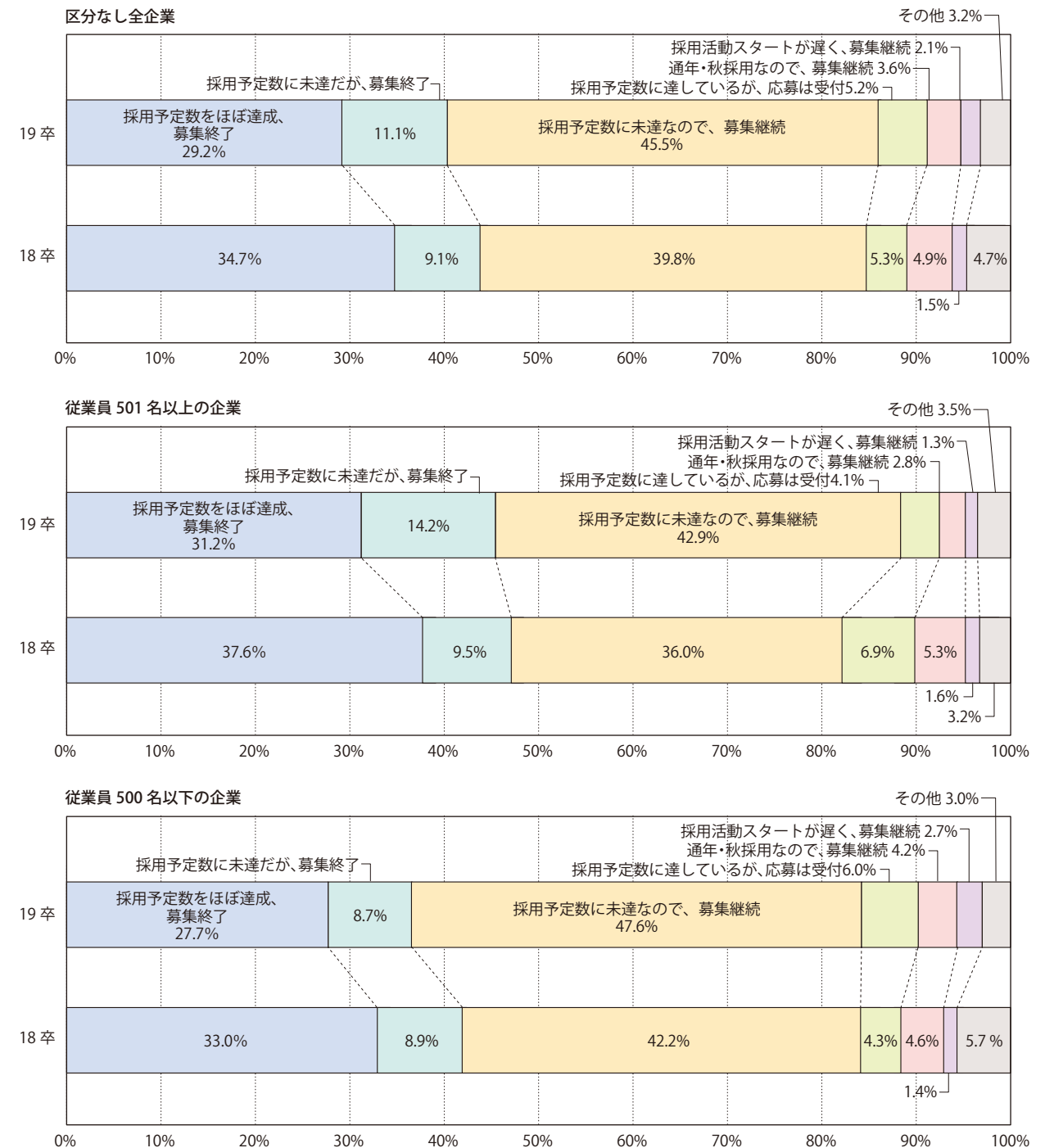
DATA25の採用課題で「内定の歩留まりが読みにくい」が上位にあがっていたように、内定者フォロー・辞退防止は、採用活動の重要なテーマのひとつとなっている。企業規模別にその対応策をみると、従業員501名以上の企業では、「内定者懇親会」85.9% (18卒89.3%)、「先輩社員訪問・懇談」51.1% (18卒55.1%)、「採用担当者との個人面談」50.2% (18卒44.9%)の順に高い。昨年伸びの目立った「内定者研修」は31.7% (18卒43.3%)で、やや伸びを欠いた印象だが、それでも3割の企業で導入されている。

一方、従業員500名以下の企業でも、「内定者懇親会」が71.3%

(18卒80.2%)と飛び抜けて高い。以下、「採用担当者との個人面談」31.9% (18卒35.3%)、「先輩社員訪問・懇談」30.7% (18卒33.3%)、「内定者研修」30.7% (18卒36.8%)、「内定者教育ツール」30.7% (18卒28.7%)と続く。研修や教育ツールなどを活用することで、先輩社員訪問・懇談や採用担当者との面談部分をカバーしているのかもしれない。企業規模に関わらず多くの企業で「内定者懇親会」を中心に内定者フォロー・辞退防止策を積極的に実施。各社の内定歩留まりを高めようとする努力が見られる。

## 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大手で45.4%、中堅・中小では36.4%にとどまる。早期化にも関わらず、募集は継続という厳しい状況がより深刻に。**

企業全体では、「採用予定数をほぼ達成、募集終了」29.2% (18卒34.7%)、「採用予定数に未達だが、募集終了」11.1% (18卒9.1%)で、すでに採用活動を終了した企業の合計は40.3% (18卒43.8%)で、昨年よりもやや下回る結果となった。一方、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は45.5% (18卒39.8%)で、昨年以上に苦戦している企業が増加している。

企業規模別にみると、従業員501名以上では「採用活動終了」した企業は、合計で45.4% (18卒47.1%)と昨年を下回り、「採用予定数に未達なので、募集継続」の企業が42.9% (18卒36.0%)と増加

した。一方、従業員500名以下の企業では、「採用活動終了」した企業は、合計で36.4% (18卒41.9%)にとどまった。逆に「採用予定数に未達なので、募集継続」の企業が47.6% (18卒42.2%)と半数に迫り、大手企業以上に厳しい環境に苦戦している実態がうかがえる。数を確保したい企業に対して学生の応募数自体は減少しており、今後この状況は継続していくのではないかと推測される。



C O L U M N

93.9%の企業が筆記・適性テストを実施。今や選考の必須ツールに。大手企業の58.0%が「ストレス適性」を重視。

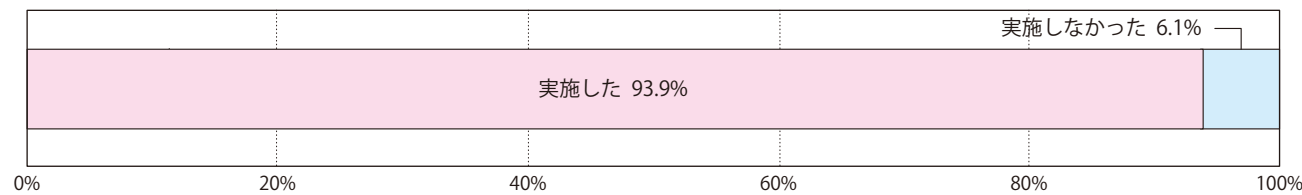
採用選考において筆記・適性テストを実施している企業は全体の93.9%。今や採用選考の必須ツールとして定着しているといえよう。

テスト実施のタイミングは、「面接前」48.3%、「面接時」28.8%、「説明会・セミナー時」16.7%の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が77.1%と、選考手段として活用している企業が多いことが見てとれる。

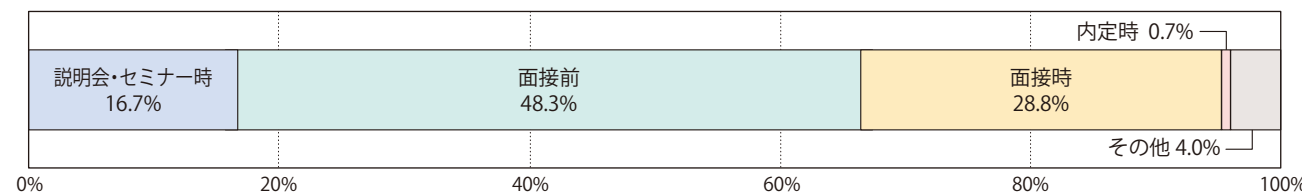
テストで重視しているポイントについて、企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では「ストレス耐性」58.0%（18卒55.3%）が最も多く、以下、「態度・性格・気質」50.2%（18卒47.3%）、「考える力」42.3%（18卒34.6%）、「職務適性」42.0%（18卒35.1%）、「基礎学力」40.1%（18卒41.5%）と続く。「ストレス耐性」を重視する傾向が目立つ結果となった。一方、従業員500名以下の企業では、「態度・性格・気質」が50.6%（18卒54.6%）と最も多い。以下、「職務適性」40.1%（18卒43.6%）、「ストレス耐性」36.7%（18卒41.5%）、「基礎学力」29.7%（18卒31.6%）、「考える力」28.4%（18卒26.2%）の順となった。



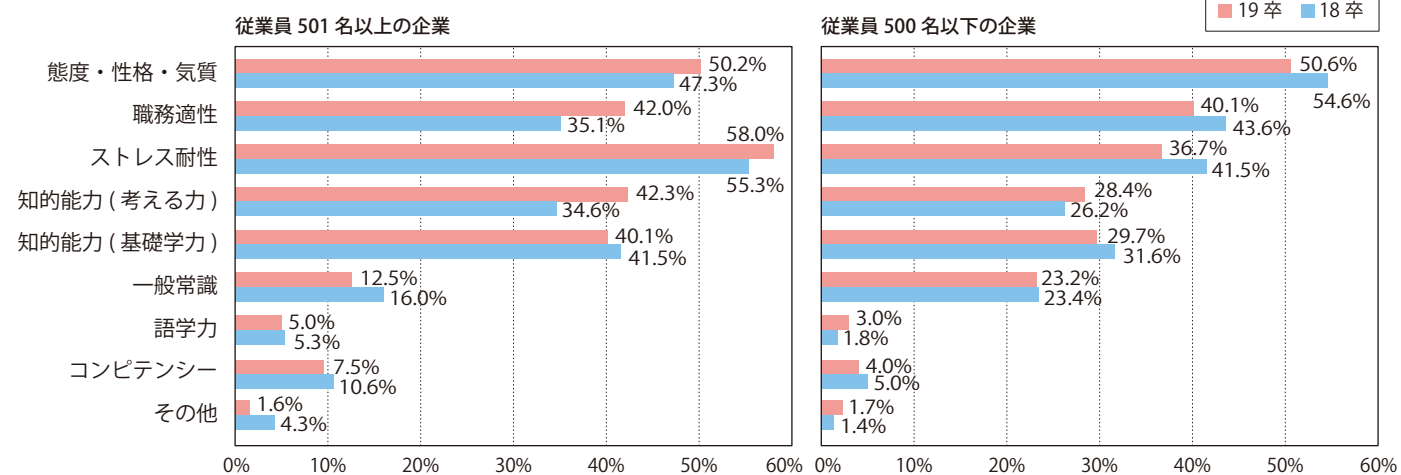
■〈企業アンケート〉採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



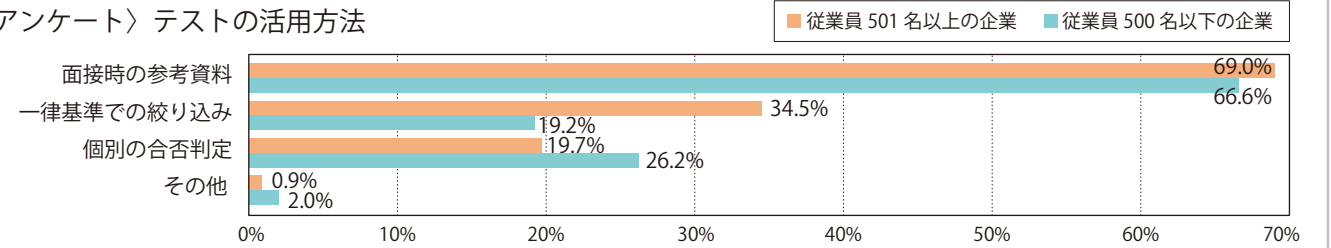
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



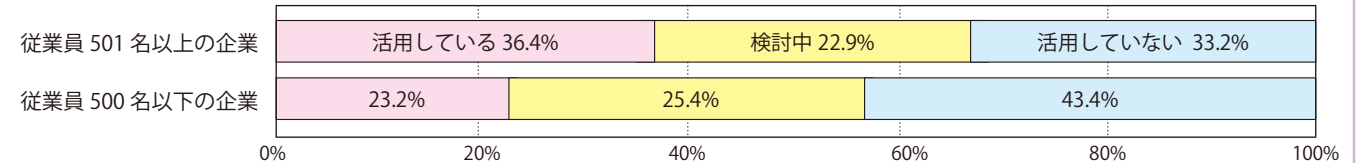
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



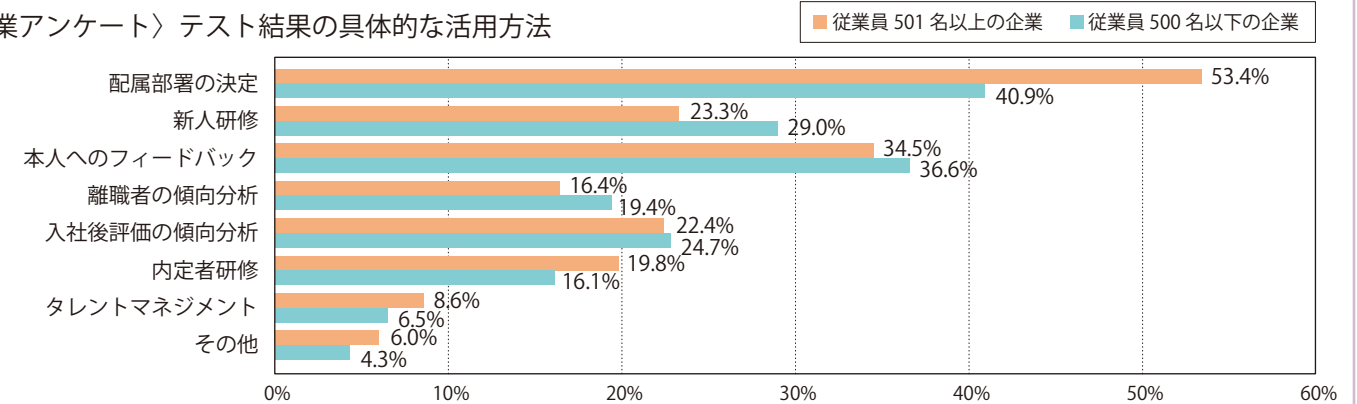
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈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



7割弱の企業で、筆記・適性テストを「面接時の参考資料」として活用。22.8%の企業が、今後の「ストレス適性テスト」導入を希望。

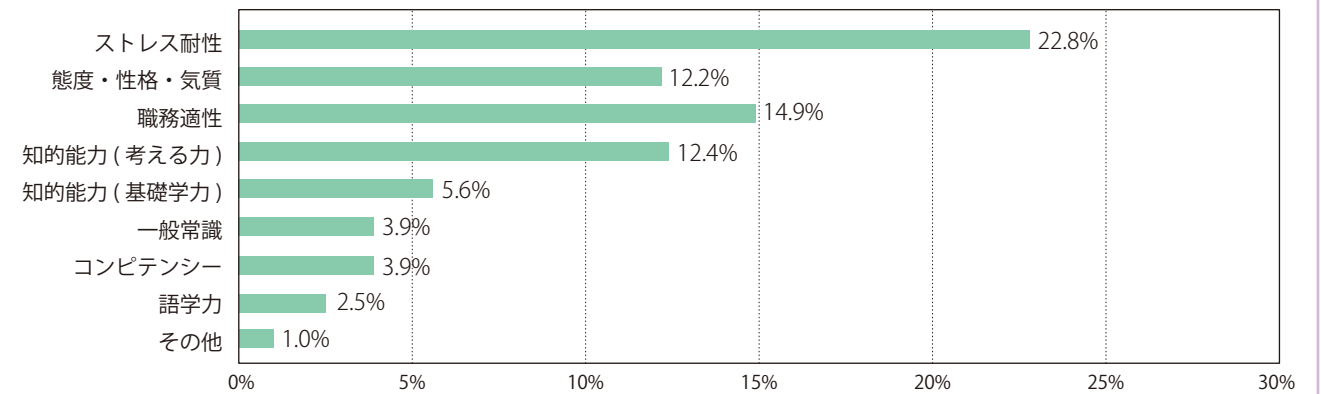
筆記・適性テストの活用方法は、「面接時の参考資料」が従業員501名以上の企業で69.0%、500名以下の企業で66.6%と企業規模に関わらず高い数字を示している。「一律基準での絞り込み」は、従業員501名以上の企業で34.5%なのに対して、500名以下の企業では19.2%にとどまり、「個別の合否判定」が26.2%と上回っている（従業員501名以上では19.7%）。「面接の参考」と一口に言っても、大手企業では絞り込みの要素が強い企業が多いのに対して、中堅・中小企業ではテストの結果を合否の判定に直結させた使い方をする企業が多いともいえる。

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「活用している」が36.4%、「検討中」が22.9%。その活用方法は「配属部署の決定」が53.4%と最も高く、以下、「本人へのフィードバック」34.5%、「新人研修」23.3%と続く。一方、従業員500名以下の企業では「活用している」は23.2%、「検討中」25.4%という結果。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」40.9%、「本人へのフィードバック」36.6%、「新人研修」29.0%の順に高い。

今後導入してみたいテストについては、「ストレス耐性」が22.8%と最も高く、重視しているポイント同様に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

企業が選考する際に重視する点と学生がアピールしたいポイントは、例年、両者間にかなりのギャップがあるのだが、今年もその傾向に大きな変化はなかった。

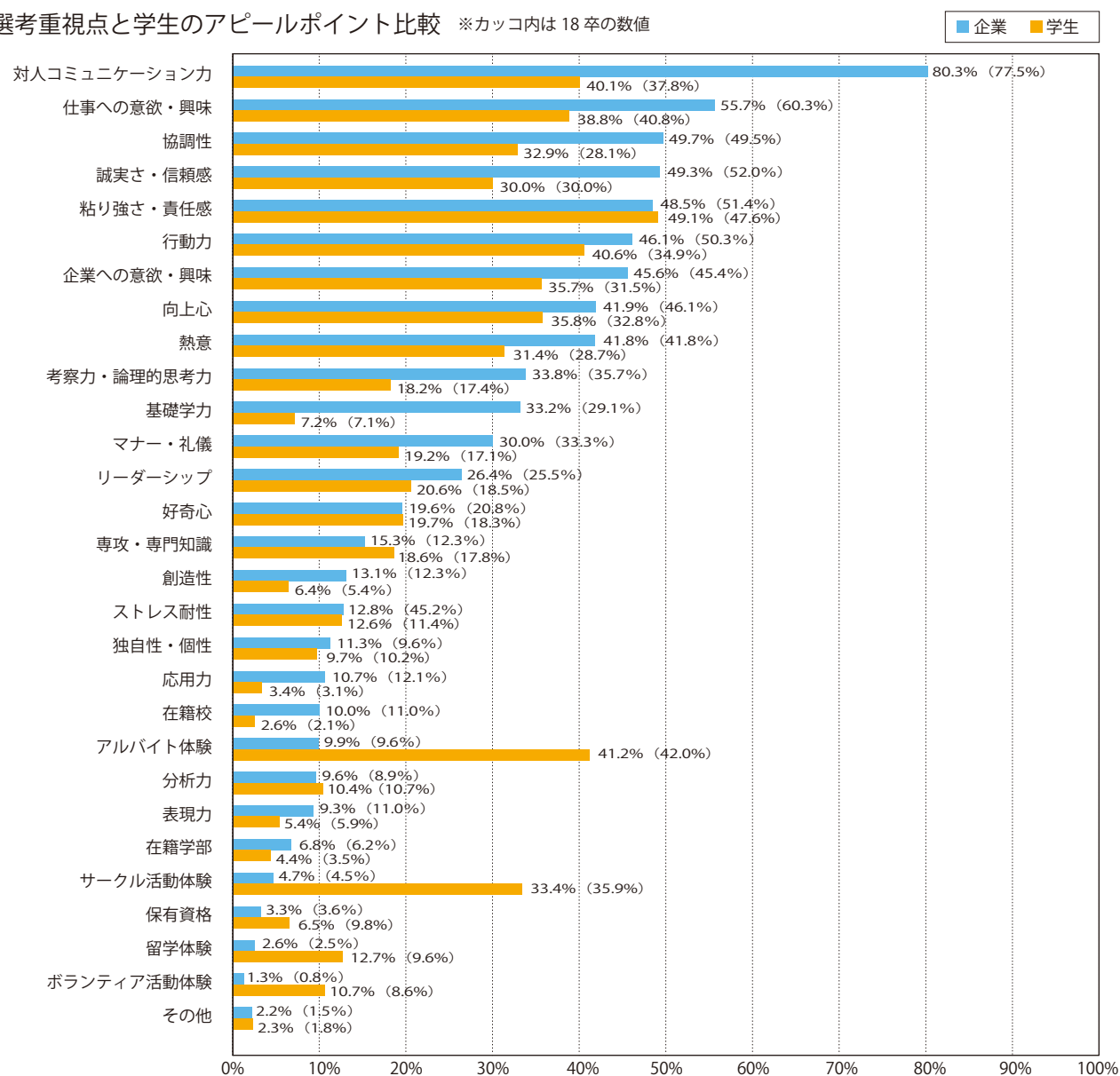
企業が重視する点の1位は「対人コミュニケーション力」で、80.3% (18卒77.5%)の企業が挙げている。2位以下に20ポイント以上差をつけての1位、学生にも意識して欲しいところだが、実際には40.1% (18卒37.8%)の学生がアピールポイントとして挙げているにとどまり、約2倍の意識のギャップがある。企業の2位は「仕事への意欲・興味」で55.7% (18卒60.3%)で、学生では38.8% (18卒40.8%)。企業の3位は「協調性」で49.7% (18卒49.5%)だが、学生は32.9% (18卒28.1%)。2・3位とも両者間のギャップは大きい。企業の5位は「粘り強さ・責任感」で48.5% (18卒51.4%)で、ここにきてようやく学生でも1位で49.1% (18卒47.6%)とギャップはほとんどない。

逆に学生がアピールポイントの2位に挙げている「アルバイト経

験」41.2% (18卒42.0%)は、企業では9.9% (18卒9.6%)に過ぎず、いくらアピールしても面接官にとってはさほど心を動かされるポイントにはなっていないようだ。また、「サークル活動体験」は学生では33.4% (18卒35.9%)と高い数字だが、企業では4.7% (18卒4.5%)とほぼ重視していない。それに対して、「基礎学力」は企業では33.2% (18卒29.1%)だが、学生では7.2% (18卒7.1%)。学業に対する意識の差も大きい。

社会経験の乏しい学生に企業の視点を理解するというのは難しい部分もあるが、企業が重視する点は例年大きな変化はなく、学生の意識が追いついていないというのが現実だろう。アルバイトやサークル活動体験そのものをアピールするのではなく、その体験を通じて何を学んだか、一步本質に踏み込む姿勢に欠けているのが、このギャップを生み出す一因となっているのではなかろうか。

■ 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18卒の数値



■ 印象に残ったインターンシップ

金融	5日	就業体験(実践型) 業界を知るワーク、企業説明、グループワーク、プレゼンテーション	実際にオフィスの中に入れていただき、社風や社員の方の働く様子を肌身をもって感じることができたため。また今後の就職活動に活かせるコンテンツであったため。
金融	2~4日	銀行員の考え方のシミュレーション 銀行員の中小企業への新規立案提案	考えていた以上に銀行員が企業の経営に深く関与し、責任と影響力のある働き方ができると知ったため。
金融	1日	● 銀行ビジネス体感グループワーク ● 座談会	簡単なゲームで、銀行が主に行っているビジネスについて少し理解することができたため。座談会を通して、社員の方々が、「自分自身の信念」「やりたいこと」を明確にして働いている人が多いと感じた。
サービス	11~20日	● レストランでの接客業務 ● 企業理解のためのグループワーク ● 社内見学	長い日数のインターンシップに参加することで、この業界で働く大変さを体感できた。しかし、ホスピタリティに溢れた優しく思いやりのある社員の方々ばかりで、職場環境が大変良く、一緒に働きたいと思える人ばかりでした。
情報・通信	2~4日	グループワーク型。自動車保険のシステム変更という設定で、上流工程を経験。	非常に頭を使う地道な作業だったが、仲間とコミュニケーションを取りながら最終的にプログラムが完遂した時の達成感がとても気持ち良かったから。又、社員の皆さんがアドバイスをくれたりもして、この環境で働けたら自分の成長を感じられると思ったから。
メーカー	1日	会社説明、社内見学、グループディスカッション、フィードバック。	学生へのインターンシップなのにビジネスマナーなどまるで研修のような内容で社会人としての素養を身につけさせてくれるものだったから。
流通・小売	5日	他己紹介ワーク、会社説明、就業体験、座学(マーケティング、社会人のマナー講習)、自己分析ワーク、模擬面接、社員との交流会	人事、営業、総務、技術、経理と社内のさまざまな部署の方と話す機会を設けてもらい、実際に仕事をしているところも見せていただいて、扱う商品・サービスだけでなく会社の雰囲気もとても良いと感じたから。
流通・小売	2~4日	営業同行新製品提案	企業を知れただけでなく、営業同行を通して、社会で働くうえでの職への情熱、思考力の足りなさを実感したため、成長しなければならないと思う良い機会となったから。

■ 印象に残ったセミナー

東京海上日動火災保険	一回のセミナーで幅広い年代の方達の話ブースごとに聞けるのは有益だった。 エキスポ方式で、自分が聞きたいテーマを選べた。 社員の方や内定者の方と話せる機会が多く、雰囲気など分かりやすい。
三井住友海上火災保険	内定者主催で就活生向けに面接やESなど様々なブースを用意していただき、学生目線からアドバイスをいただくことができたためです。 本音でお話しされているのが伝わり、就活生のためを思って開催されているセミナーだと感じた。
住友商事	内容が非常に現実的で、総合商社の事業内容に対する理解が非常に深まった。特に、総合商社のビジネスを大枠で捉えることが出来た。 とにかくみんな自由な発想をしていた。枠に囚われていなくて頭が柔らかい。ショーのように魅せる説明会だった。面白くためになる内容だった。
大和証券グループ	ざっくばらんに質問しやすく、親身になって話を聞いてくれたから。 働いている方の魅力が大いに出ているセミナーだったから。
三菱UFJ銀行	銀行業務に対して理解が深まり、それがきっかけで銀行が第一志望になった。 人の人生に深く関わる仕事だと痛感したから。
サントリーホールディングス	登壇されていた社員の方の仕事のお話が感動的だったから。 どの社員の方もかっこよく魅力的で、仕事に対する想いの熱さが伝わったから。
森ビル	事業内容の規模が大きくて魅力的だったことに加え、映像の見せ方が良かったから。

※ダイヤモンド就活ナビ学生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 印象に残ったパンフ・ノベルティ / ES設問

### ■ 印象に残ったパンフレット・ノベルティ

東京海上日動火災保険	パンフレットが卒業アルバムのような豪華さで情熱が伝わった。
	身だしなみセットとして、ミラー、エチケットブラシ、靴磨きなど、ここまで就活に活かせるグッズをもらえることに驚いた。
	ブルーライト用メガネは内定者の案から作られたと聞き、インパクトがあった。
三井物産	パンフレットの他に、実際の仕事内容や社員の声がかかれているカードが複数枚入っていておもしろかった。会った社員の方のカードをどンドン箱に入れていくことが画期的だった。
	現在の仕事のやりがいや、就活生だったときの思いが書かれていたりして、とても参考になったから。
電通	チケットのようなエントリー案内が届いて、ワクワクした。
	目を引く派手な外装に加え、中にはチケットという形でQRコードが添えてある紙が入っていた。
みずほフィナンシャルグループ	厚い冊子だったが、中身がとても見やすかった。
	「みずほらしくない人に会いたい」というインパクトのあるワードが用いられていたため。
NTT東日本	社員が関わってきた仕事の感想やその時の対応、どんな部分が大変だったかが書かれていて、イメージが持ちやすかったから。
伊藤忠商事	社員さんの仕事のエピソードがカンパニーごとに書いてあって、読んでいてこんな仕事をするのかと思ったり、様々な悩みや葛藤がありイメージが持ちやすかった。
	Conflictという表紙が真っ白の本は、社員のみなさんの経験談が泥臭く表現されていたから。
三井住友海上火災保険	就職活動を始めてみて分かったが、健康であるためにも、清潔であるためにもウェットシートは必須だと思った。
	合同企業説明会や会社説明会にて、机なしで使えるボードつきのファイルは実用性に優れ、プレゼントとして他社と差別化されているから。
りそな銀行	裏面にペーパーストッパーがついており、バインダーにもなるファイルで便利だと思ったから。
日本航空	パンフレットから社員一人一人がチーム一丸となっていることが伺えた。飛行機の載っているファイルはモチベーションにも繋がる。
大和証券グループ	内容は豊富で、デザインも爽やかである。特に、社員の声という内容が多くて会社に対する理解が深まる。
住友商事	会社案内が雑誌のようで読みやすかった。
Sky	モバイルバッテリーは、特に就活中にスマートフォンの電池切れを防いでくれると考えると大いに助かる。

### ■ 印象に残った ES 設問

金融	あなたをあらわすキャッチフレーズを書きなさい。	マスコミ・広告	2017年で最も心を動かされたエンタテインメントをその魅力が分かるように説明しなさい。
	あなたの「光る個性」を教えてください。		現在流行しているもので、あなたが理解できないものは何ですか？
	趣味について、読む人ができるだけ興味を持つように説明してください。	運輸	あなたが思う「自分には向いていない」または「やりたくない」仕事は何ですか？
	他者を巻き込みリーダーシップを発揮した経験を教えてください。		自分らしさを表している写真と、なぜその写真が自分らしいのかを説明してください。
	宝くじで1000万当たったら何に使うか。	建設・不動産	あなたが決めている個人的なルールはなんですか？ それを守っている理由も合わせて教えてください。
あなたと中小企業との関わりはなんですか？	社会人になるにあたって、大事にしたい価値観とは。		
商社	仕事内容などを踏まえた上で、あなたが発揮できる力はなんですか？	情報・通信	夢を教えてください、その夢が弊社で実現可能である理由も教えてください。
	あなたの地味にすごい活躍を教えてください。		学業で力を入れたことは何か。なぜ力を入れたのか、それをすることで自分になんの価値があったか、具体的に書いてください。
メーカー	グローバルな力を身に付けたいと考えた場合、あなたはどこの国に行きますか？		あなたは「なんのために」「なぜ」本気になるますか？
	あなたは今どんな気持ちでこのエントリーシートを記入していますか？指定されたキーワードのうち一つの言葉を必ず用いて書いてください。	普段どのようにして最新の技術動向の情報を取得していますか？	
	あなたの考えるコミュニケーションとはなんですか？あなたの体験をもとに書いてください。	サービス	あなたの価値観が形成された時期はいつですか。具体的なエピソードを教えてください。
当社の製品で最も興味があるものを一つ書き、その理由と、あなたが思うその製品の強みと弱みを述べなさい。	最近ありがとうと言われたエピソードを教えてください。		
「誰にも言えない密かなこだわり」について作文を書いてください。	自分の人生のなかで後悔していることを箇条書きで3つ記入してください。		
マスコミ・広告	質問100個の中から、3つ選んで、自由に書いてください。		あなたの人生三大ニュースはなんですか？

※ダイヤモンド就活ナビ学生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。

## 第3章

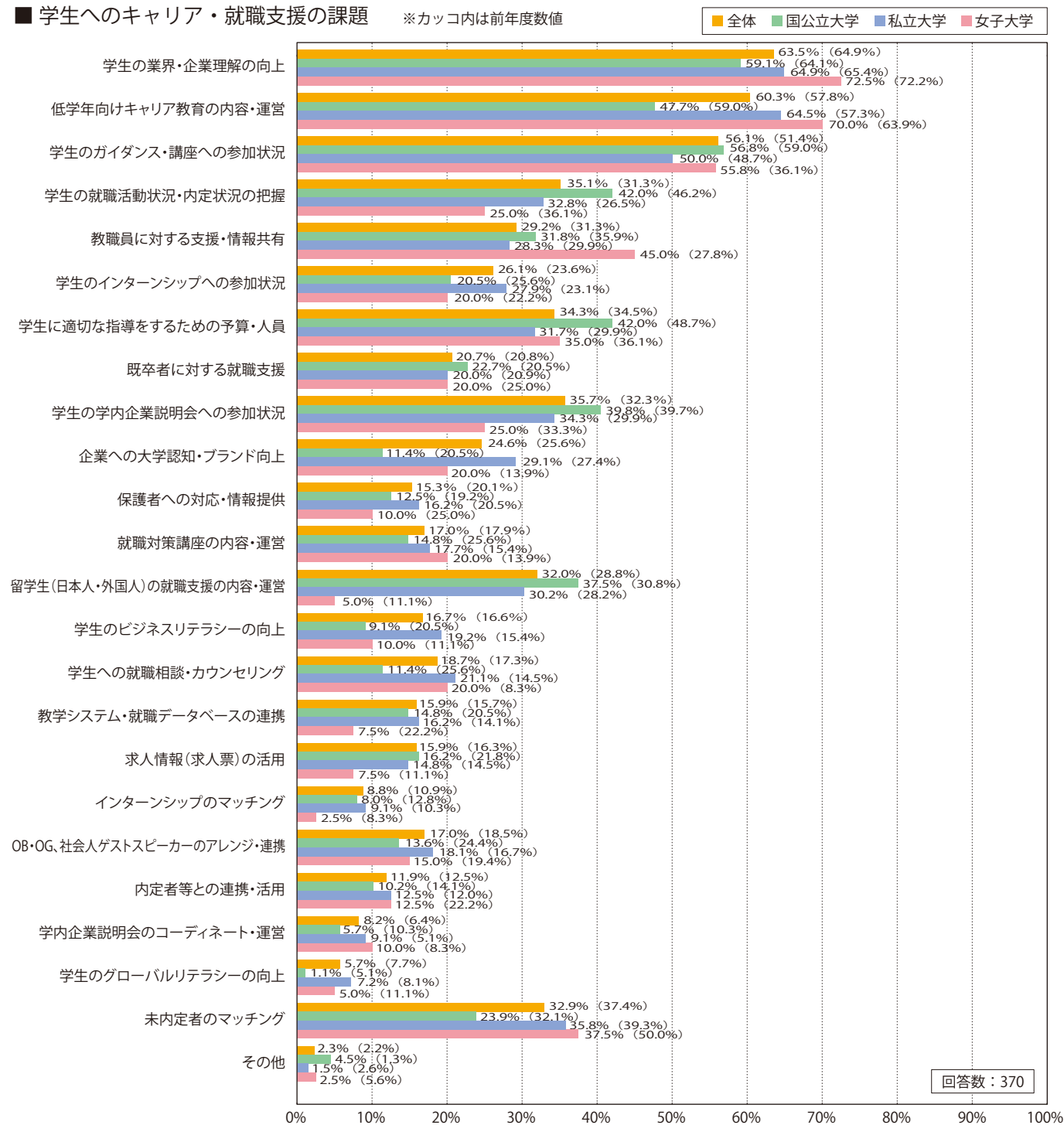
# 大学就職部の指導総括

## POINT

- キャリア・就職支援の課題は「業界・企業理解の向上」「低学年向けキャリア教育」「ガイダンス・講座への参加」で半数以上に
- 国公立大学では「就職活動・内定状況の把握」、私立・女子大学では「未内定者のマッチング」にそれぞれ課題
- 学内企業説明会や、模擬面接・ES添削等の選考に関する指導を充実
- 対象を特定したものや映像を活用するなど、特徴あるガイダンスを実施している様子も
- インターンシップ情報は積極的に広報しているものの、実施日数や内容により対応は大学毎に大きく異なる
- インターンシップに特化した合同説明会は、過半数が「実施していない」と回答



## DATA. 33 学生へのキャリア・就職支援の課題



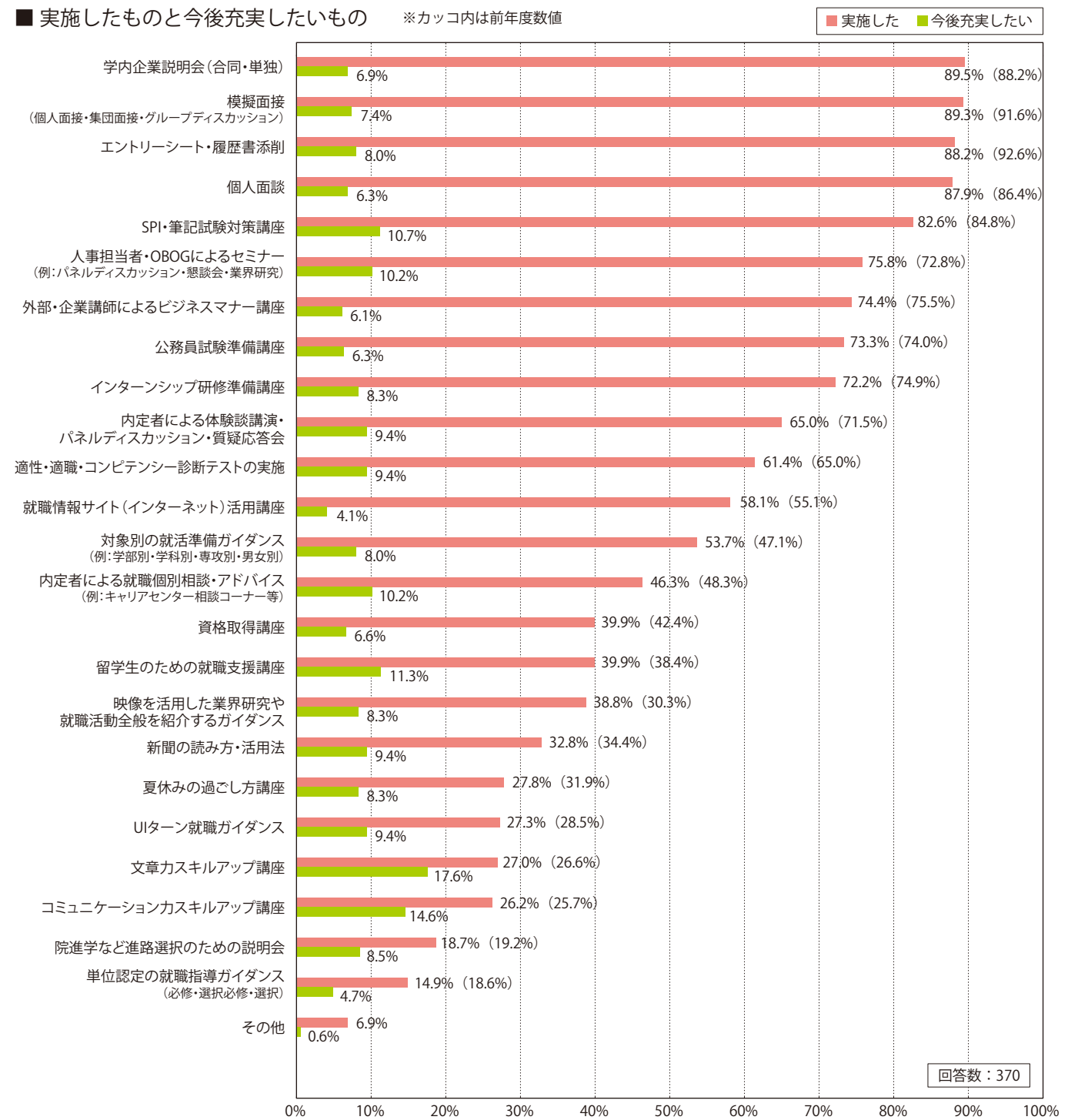
「業界・企業理解の向上」「低学年向けキャリア教育」「ガイダンス・講座への参加」が半数以上を占める  
 国公立大学では「就職活動・内定状況の把握」、私立・女子大学では「未内定者のマッチング」にそれぞれ課題

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」(63.5%)、「低学年向けキャリア教育の内容・運営」(60.3%)、「学生のガイダンス・講座への参加状況」(56.1%)の3項目が半数以上を占めた。この傾向は例年と同様である。この3項目以外を学校種類別にみると、国公立大学では、「学生の就職活動状況・内定状況の把握」(42.0%)に課題に感じているようだが、私立大学では32.8%、女子大学では25.0%となった。女子大学は学生に対しきめ細やかなフォローをしている結果が、この数値にあらわれ

ているといえよう。反面、それぞれの学生の状況を把握しているからこそ、「未内定者のマッチング」について、私立大学では35.8%、女子大学では37.5%が課題を感じているのに対し、国公立大学では23.9%にとどまっている。

また「企業への大学認知・ブランド向上」について、国公立大学の11.4%に対し、私立大学では29.1%とその差17.7ポイント、女子大学でも20.0%となっており、特に私立大学や女子大学は就職・内定状況も大学評価の一つとしてとらえ、取り組んでいるといえよう。

## DATA. 34 大学3年生向け(19卒対象)就職指導状況



学内企業説明会や、模擬面接・ES 添削等の選考に関する指導を充実  
 対象を特定したものや映像を活用するなど、特徴あるガイダンスを実施している様子も

19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)」「個人面接」「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。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を垣間見ることができる。

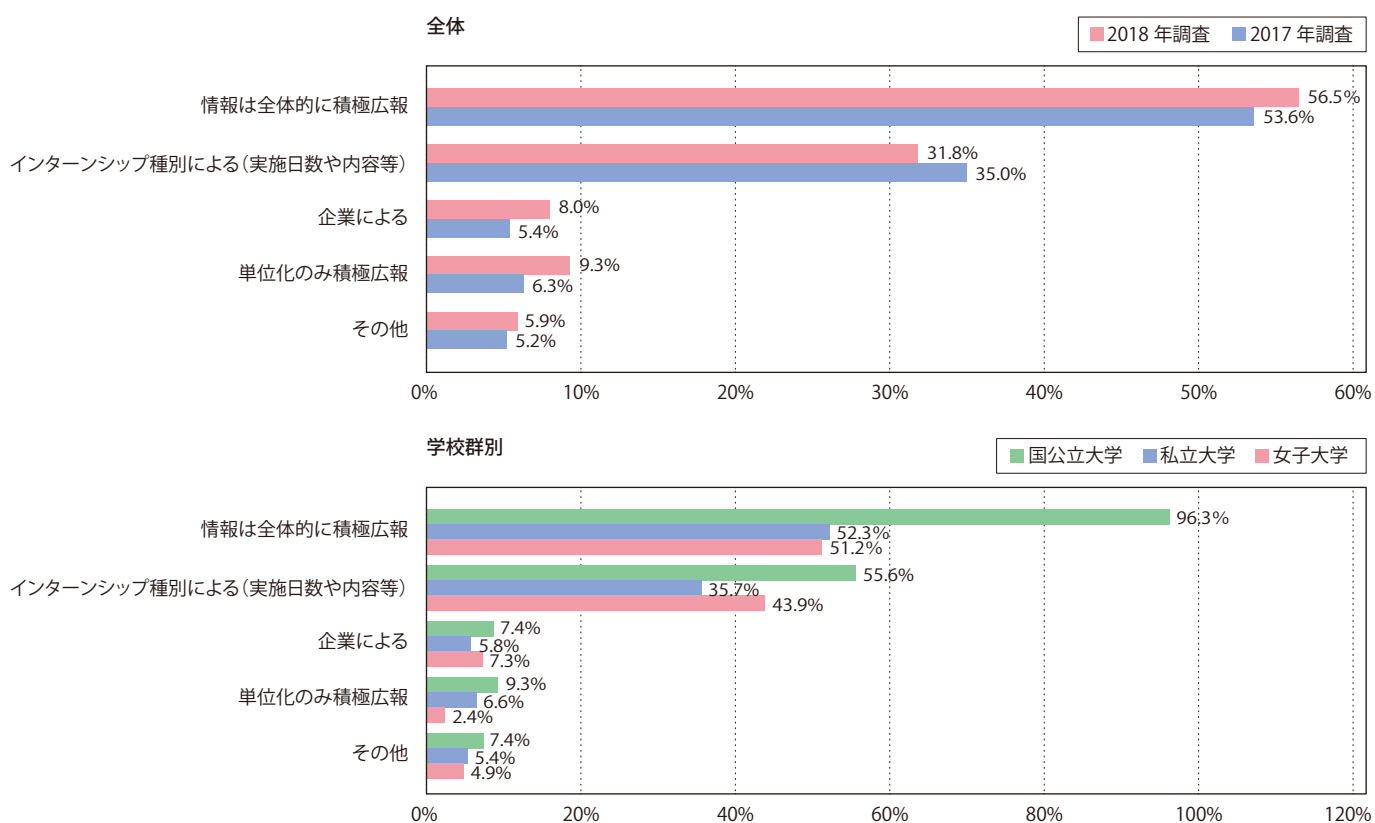
前年度調査より実施率が上がった「人事担当者・OBOGによるセミナー」(前年調査:72.8%→本年調査:75.8%)は3.0ポイント伸ばし、2016年調査からは12.8ポイント伸ばしている。また10.2%が「今

後充実したい」と回答しており、学内企業説明会と共に、企業と直接接触できる機会を充実させたい様子が見える。

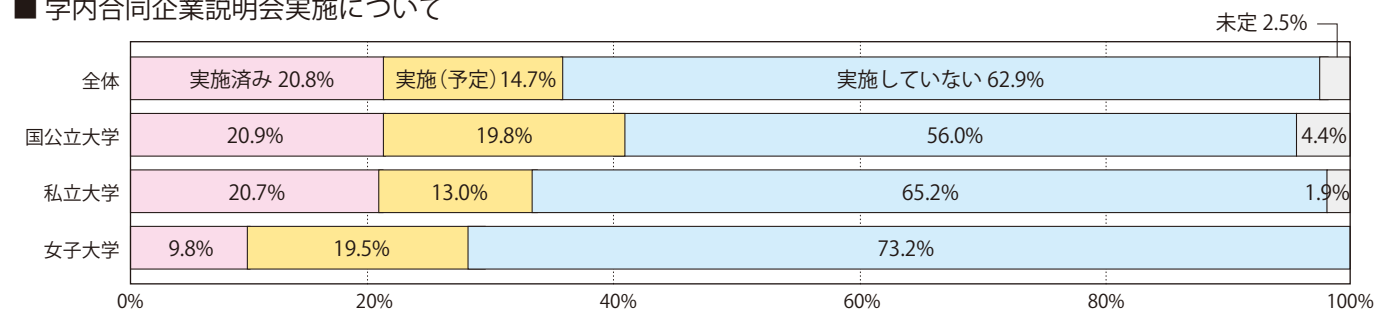
また「対象別の就活準備ガイダンス」(47.1%→53.7%)、「映像を活用した業界研究や就職活動全般を紹介するガイダンス」(30.3%→38.8%)も前年度より実施率を伸ばしており、本格的な就職活動を始める前の準備段階での就職指導を充実させている様子も見える。それぞれ約8%が「今後充実したい」との回答を得ており、次年度の実施状況を見守りたい。

## DATA. 35 インターンシップについての対応

### ■ 広報について（複数回答）



### ■ 学内合同企業説明会実施について



### 🔍 情報は積極的に広報しているものの、実施日数や内容により対応は大学毎に大きく異なる インターンシップに特化した合同説明会は、過半数が「実施していない」と回答

インターンシップについての対応では「情報は全体的に積極広報」が前年度の53.6%から2.9ポイント伸ばし、56.5%となった。反面、実施日数や内容等を踏まえた「インターンシップ種別による」は前年度の35.0%から3.2ポイント減らし、31.8%となった。経団連の「採用選考に関する指針」の改定により、19年入社対象から「インターンシップは5日間以上」とする日数規定が廃止されたことも、多少影響したようだ。

学校群別に見ていくと、「情報は全体的に積極広報」と答えたのは国公立が96.3%と9割を超え、私立大学の52.3%、女子大学の51.2%と比べても圧倒的な積極広報姿勢を見せた。しかし「インターンシップ種別による(実施日数や内容等)」も55.6%と半数を超え、「単位化のみ積極広報」も9.3%と、インターンシップ(就業体験)そのものは前向きに受け止めているものの、各社の実施内容や取

り組み姿勢については私立大学や女子大学よりもやや厳しい目線を持っている様子が見える。20卒のインターンシップも始まっている今、今後の対応を各校がどのように対応していくか、見守りたい。

学内インターンシップ合同説明会については、「実施していない」が62.9%と過半数の結果となった。反面、「実施済み」と答えた割合は20.8%、「実施(予定)」(14.7%)を合わせても35.5%にちどまっている。

学校種類別では、実施と未実施の差が最も大きいのは女子大学であり、「実施していない」は73.2%。「実施済み」に至っては9.8%のみと、1割に満たない結果となった。国公立大学では「実施済み」が20.9%、「実施(予定)」が19.8%と約4割が導入している状況だ。前掲の国公立大学の積極広報姿勢を裏付けているといえるだろう。

## DATA. 36 20卒向け就職支援の方針

就職ガイダンス等の開催時期は例年通り。個別支援を重視し、指導教員と就職・キャリア担当スタッフとの連携を強化し、支援を充実させていく。	関西・私立大
就職活動期間が現状のままであれば、学生ができるだけ早期に企業研究等に取り掛かれるようすること。	東海・私立大
今年度も、売り手市場が続くことが予想され、「学生の二極化」が進むと考えている。これまでの課題でもあった学生フォローに力を入れ、内定者の就職先(就職活動)の満足度を上げることを目的としたキャリア支援を実施していきたいと考えている。	関西・私立大
全学対象のインターンシップ説明会、Web 模擬試験の実施。他大学と連携した合同企業説明会の拡大。	関西・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全学をあげて学外学修(インターンシップ等)を推進する。</li> <li>● 留学生の就職支援を行う。</li> </ul>	関東・国公立大学
昨年度に比べ、自己分析や業界研究などのセミナーを早期に実施することで、学生の事前準備を強化する。	九州・私立大
外部講師による就職相談・面接練習等の充実 学内合同企業説明会の充実	九州・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 低学年次生(1・2年)を対象としてキャリア形成支援を目的とした就職ガイダンス(年2回)、企業見学ツアーを実施。大学主催型インターンシップの1・2年次生動員強化。</li> </ul>	北海道東北・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 低学年向けキャリア教育の充実(H29年度より実施)</li> <li>● 教員との連携</li> </ul>	九州・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従来、秋に開催していた業界・企業研究講座を6月開催に前倒しした</li> <li>● インターンシップ相談セミナーを6月に開催することにした</li> </ul>	甲信越・国公立大学
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 夏のインターンシップ参加に特化した業界研究</li> <li>● 上位企業をめざす選抜クラスの設置</li> </ul>	関東・私立大
10月と2月に、各業界の企業・団体等の人事の方をお招きし、学内合同業界セミナーを実施。例年に比べ、より早い時期により多くの企業と接点を持てる機会を設けています	関東・私立大
これまで全体ガイダンス内でインターンシップの説明をしていたが、今年からインターンシップガイダンスを独立させ、実施することにした	関東・私立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● GD、集団面接対策講座</li> <li>● 学生の企画運営による学内合同企業説明会</li> <li>● やさしい数学講座</li> </ul>	九州・私立大
地元就職者を増加させるとともに、就職のミスマッチを防ぐため、地元企業を含む様々な業種・職種の企業を招き、業界研究を実施する	北海道東北・国公立大学
キャリアプロジェクトの推進(低学年の取り込み)(就職、卒業後の考え方等、企業、OB等を通して学ぶ)	甲信越・私立大学
従来の方法に加え、LINE@を活用し、学生に対して就職に関する情報を積極的に提供していく	関東・私立大学
各学部・研究科と連携して全学的に就職支援し、一人ひとりの学生を支援するための個別相談を重視している。また、人との関わりが苦手な学生への配慮や支援、学生の就業意識を高めるため低学年からのキャリア教育を一層進めていく必要がある	中四国・国公立大
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 就職希望者比率のさらなる向上</li> <li>● 早期離職を防ぐための就職マッチング精度の向上</li> </ul>	東海・私立大学
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地元有力企業合同説明会の開催</li> <li>● インターンシップ単位付与制度の導入</li> </ul>	関西・国公立大
3年生の前期スタート時に学科別ガイダンスを実施、それぞれの学科の特色を活かした就職先の紹介や、3年生の夏頃に行われる企業の長期インターンシップへの積極的な参加を促す	関西・私立大
学生の進路選択の機会を増やすため、ガイダンスやセミナー、OBOGによる座談会等を定期的実施していく予定です。	関東・私立大