



2021卒

採用・就職活動の総括

〈調査概要〉

【21 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2021 登録者で

2021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：1,857名

調査期間：2020年6月5日～7月13日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

【21 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：621社

調査期間：2020年6月2日～7月15日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

【20 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2020 登録者で

2020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：2,349名

調査期間：2019年6月1日～6月30日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

【20 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：878社

調査期間：2019年5月30日～7月8日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

【第1章】学生の就職活動総括2

DATA. 01	就職活動開始時期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(6月末時点)12
DATA. 11	入社を決めた理由13
DATA. 12	《COLUMN》コロナ禍への対応14~17
DATA. 13	《COLUMN》インターンシップ18~21
DATA. 14	《COLUMN》新卒紹介サービス22
DATA. 15	《COLUMN》企業と学生の意識格差23
DATA. 16	Uターン就職に関する意識24
DATA. 17	Uターン就活の実際25

【第2章】企業の採用活動総括26

DATA. 18	採用計画27
DATA. 19	プレエントリー受付&エントリーシート受付開始28
DATA. 20	エントリーシートについて29
DATA. 21	エントリーシート選考結果通知開始時期30
DATA. 22	OB・OGリクレーターによる面接31
DATA. 23	採用選考開始時期32
DATA. 24	内定開始時期33
DATA. 25	採用広報活動34
DATA. 26	採用選考活動35
DATA. 27	採用課題36
DATA. 28	応募・内定学生の質37
DATA. 29	内定者フォロー・辞退防止38
DATA. 30	採用活動進行状況39
DATA. 31	《COLUMN》筆記・適性テスト40~41

◎ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケート...42~43

DATA. 32	印象に残ったインターンシップ・セミナー42
DATA. 33	パンフ・ノベルティ/エントリーシート設問43

第1章

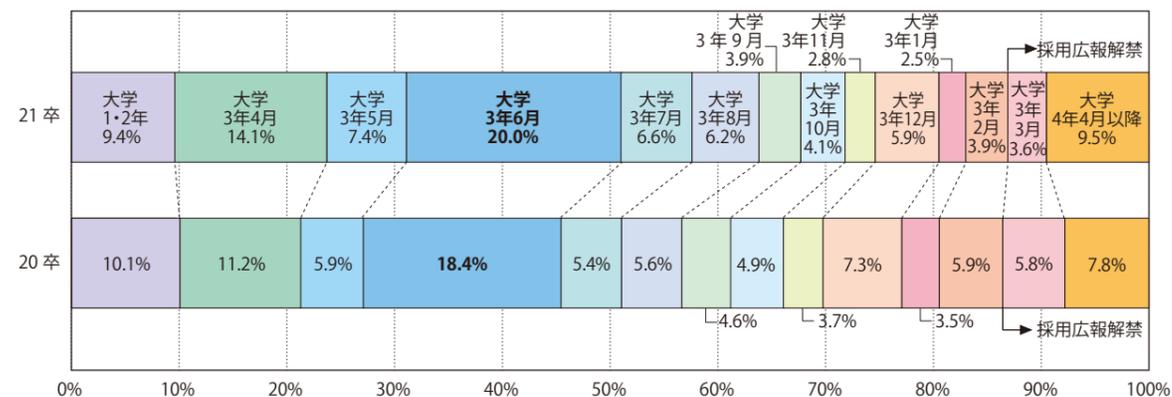
学生の就職活動総括

POINT

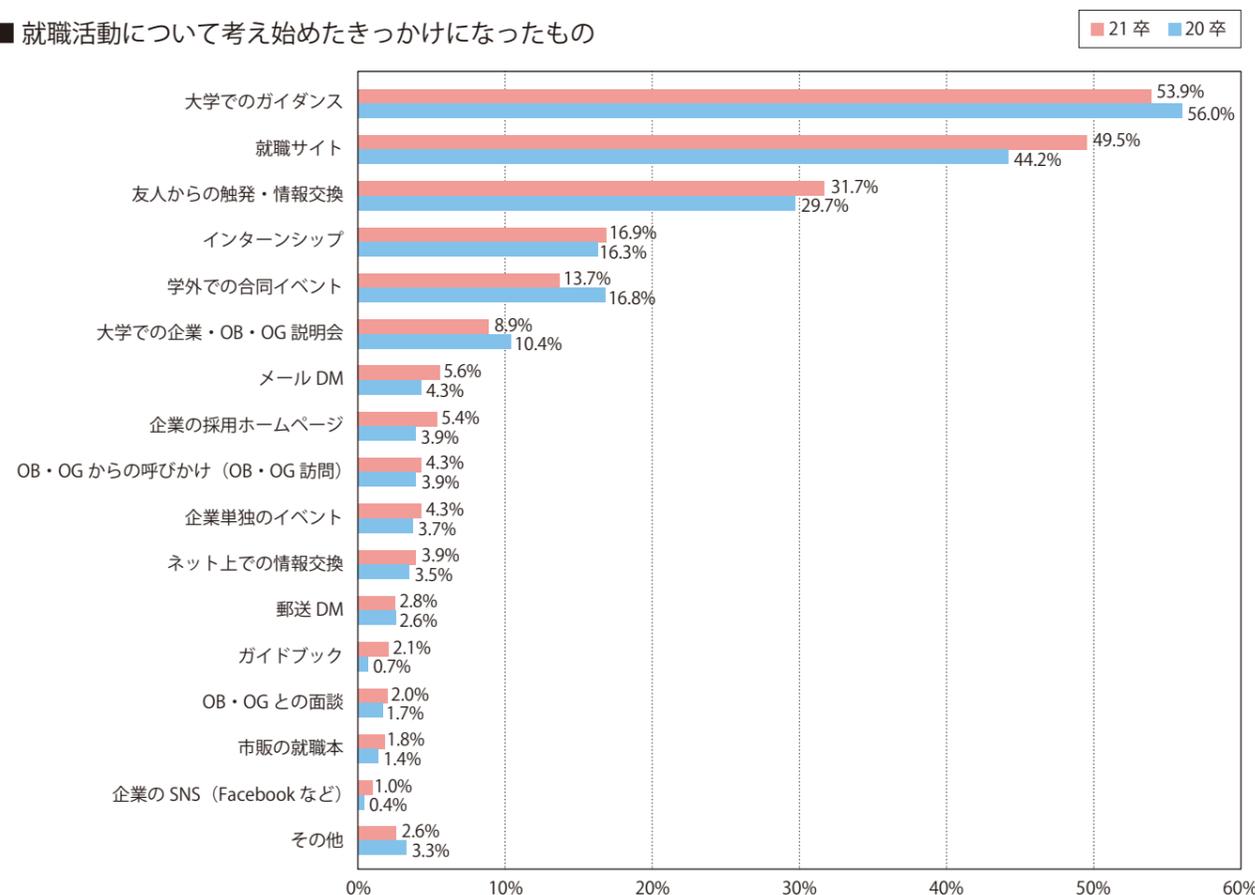
- 学生の動き出しは全般的に早期化傾向が継続。
- 合同イベントは前倒しで参加も、コロナ禍によるイベント中止の影響か平均参加回数は減少。
- エントリー社数、説明会参加社数は減少。受験社数は13.8社で横ばいも、4人に1人は5社以下の受験。
- 「大学3年3月以前」に7割が面接を経験。昨年から7.0ポイント増加し、前倒しで進む。
- 「内定あり」学生は69.5%。昨年同時期比12.2ポイント減。
- 文系の内定獲得時期ピークは「3月以前」で昨年から倍増。
理系学生も「3月以前」が増加し早期化進む。
- 5月までの内定獲得は文系で65.9%、理系で69.0%に留まり大幅減。
- 「就職先が決まって活動を終了した」学生は、4割弱で昨年を下回る。
就職活動を継続している学生の31.7%が、「まだ見込みが立っていない」と回答。
- コロナ禍の影響が大きい説明会参加機会の減少とWEB面接への対応。
- インターンシップ参加は79.1%と増加。参加した会社に入社を決めた学生は31.2%、
参加経験が入社企業の選択に影響した学生は83.9%とますます重要性が高まる。
- 39.9%の学生が「新卒紹介サービス」を利用。
- Uターン志向の学生は39.6%とやや減少。希望理由は「家族と一緒に生活したい」がトップ。

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



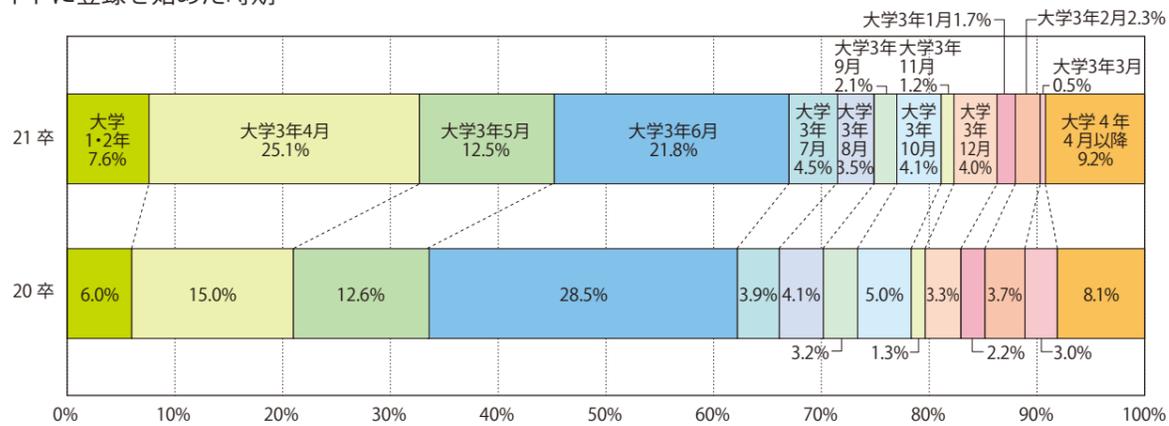
就職について考え始める時期は、「大学3年6月」が最多も、5月以前がさらに増加。考え始めるきっかけについての傾向は、前年から大きな変化は見られず。

学生が就職活動を考え始めた時期は、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(20.0%)となる傾向に変わりはない。また、「大学3年5月」以前が20卒の27.2%から21卒では30.9%と3.7ポイント増加しており、3.0ポイント増加(19卒24.2%)した前年から、さらに早期化している。一方で採用広報解禁時期の「大学3年3月」以降は、20卒の13.6%に対して、21卒では13.1%と、ほぼ横ばいとなった。

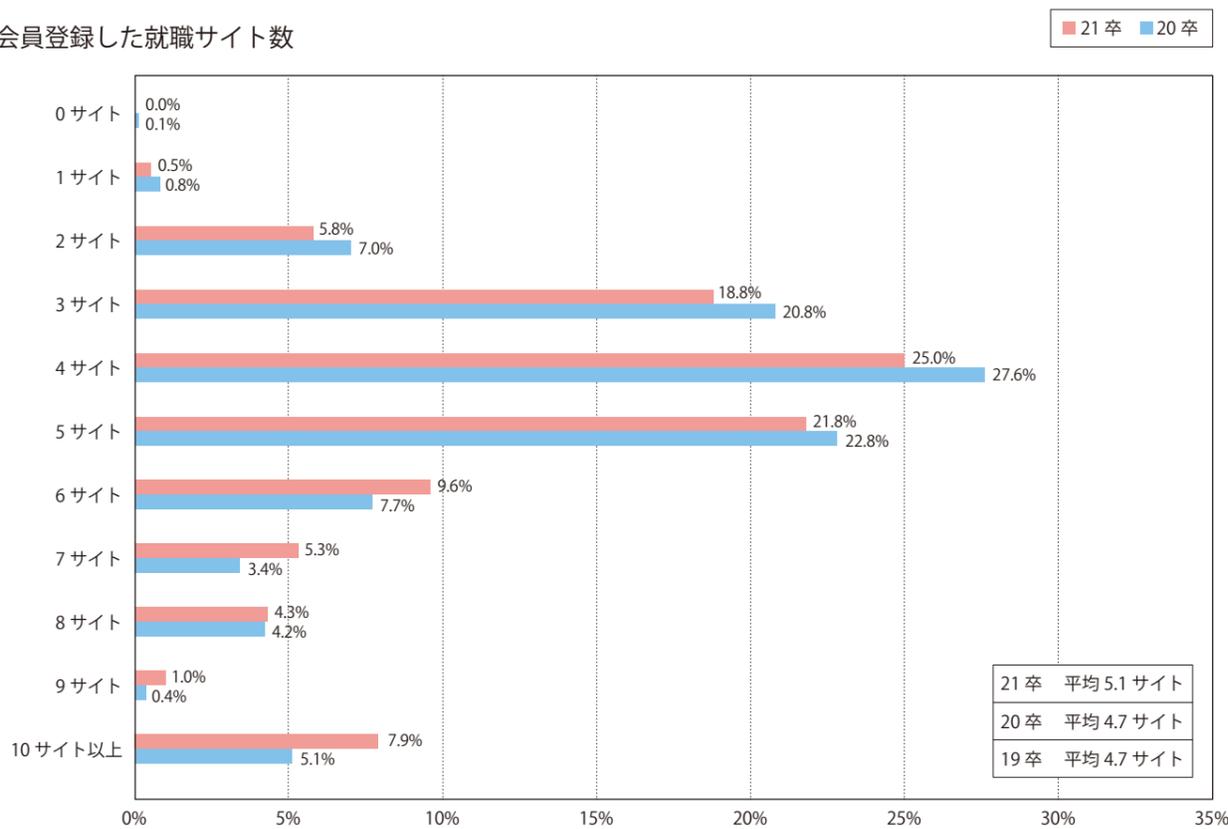
就職活動を考え始めたきっかけは、「大学のガイダンス」が53.9%(20卒56.0%)で1位。続いて「就職サイト」(20卒44.2%→21卒49.5%)、「友人からの触発・情報交換」(20卒29.7%→21卒31.7%)、が上位を占める項目であることに変化はない。さらに、4位「インターンシップ」(20卒16.3%→21卒16.9%)、5位「学外での合同イベント」(20卒16.8%→21卒13.7%)と、5月以前のインターンシップイベント含め、「インターンシップ」が就職活動を考え始める契機として定着してきたようだ。

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



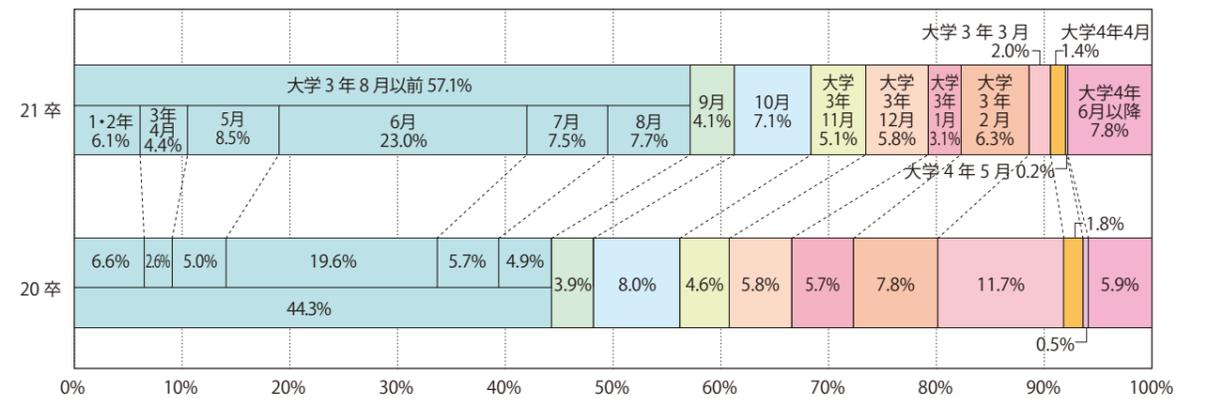
就職サイトの登録開始は「大学3年5月」以前が45.2%を占め、前年比で11.6ポイント増加。平均登録サイト数は5.1サイトと前年から微増。

「大学3年5月以前」に就職サイトに登録開始した学生は45.2%と半数に迫り、20卒33.6%から11.6ポイントも増加した。例年登録が最も多い主要就職サイトプレオープン時期の「大学3年6月」は21.8%と20卒28.5%から6.7ポイント減少し、前倒しで登録を行った様子が見て取れる。「大学3年生6月以前」でも67.0%（20卒62.1%）と7割弱の学生は「大学3年6月」までに登録を開始している。従来型のナビサイトだけでなく、様々な就職サイトが増え、一部サイトでは4月以前から会員登録を行うなど、動き出しの早いサイトが増えていることが影響したものと思われる。

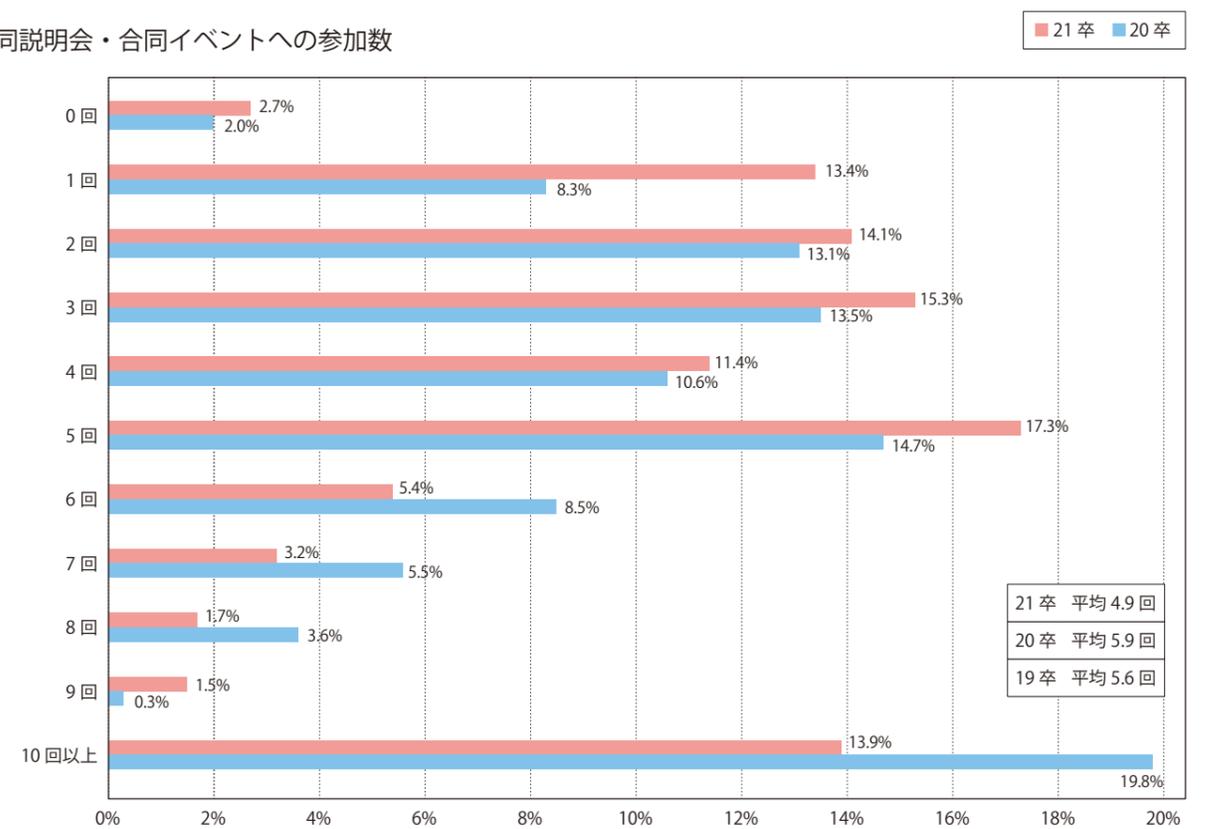
登録した情報サイトは、平均で5.1サイト（20卒4.7サイト）と微増。最も多い層は「4サイト」25.0%（20卒27.6%）で、2位が「5サイト」21.8%（20卒22.8%）、3位が「3サイト」18.8%（20卒20.8%）と、傾向としては大きな変動はない。開始時期が早期化した分、登録するサイト数もわずかに増加したということだろう。

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



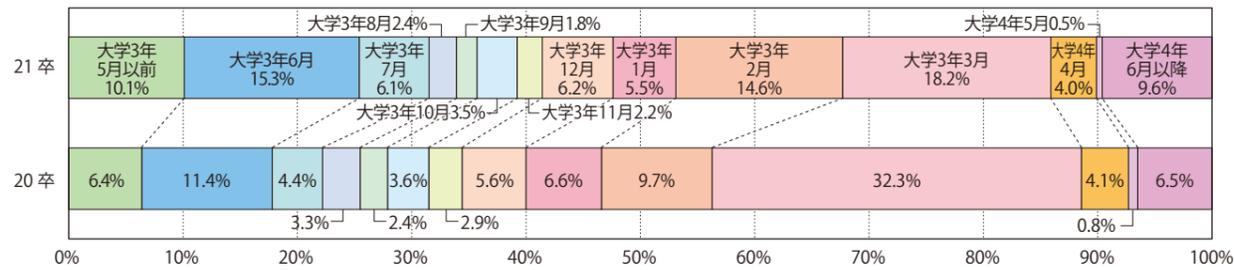
合同イベントに最初に参加した時期は大学3年8月以前が57.1%と過半数に。参加平均回数は前年から減少。コロナ禍によるイベント中止の影響か？

合同説明会・イベントへの参加時期は例年同様「大学3年6月」が23.0%と最も多くなった。「大学3年8月以前」の合計は57.1%と20卒（44.3%）から12.8ポイント増加し、6割に迫る。一方で、採用広報解禁時期である「大学3年3月」に参加を開始した学生は、2.0%と20卒11.7%から大幅に減少している。インターンシップやキャリア形成プログラムなど、早期から開催される合同イベントが増加し、学生側がそれに応じて早い時期から参加するという動きが定着していることがうかがえる。

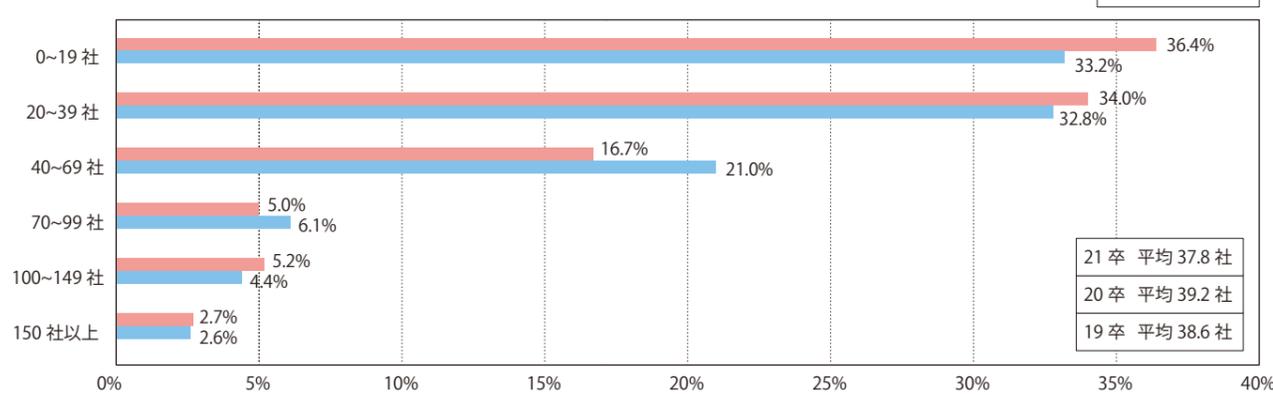
イベントへの参加回数は平均4.9回と20卒（5.9回）から1.0回減少した。特に「10回以上」参加した学生は13.9%と20卒（19.8%）から5.9ポイント減少している。新型コロナウイルス感染拡大防止への対応として、学内外問わず3月以降の合同イベントを中止したことが、参加回数が伸びなかった要因となったのではないかと推察される。

DATA.04 企業エントリー

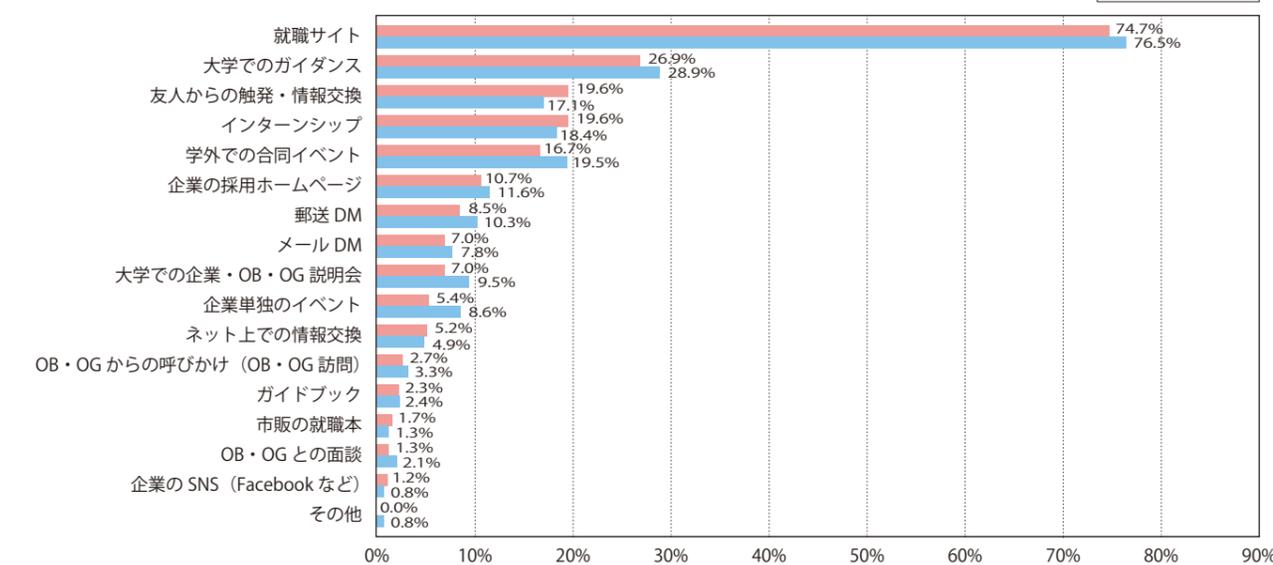
■ 企業へのWEB（プレ）エントリーを始めた時期



■ WEB（プレ）エントリーした企業数



■ WEB（プレ）エントリーを始めるきっかけになったもの



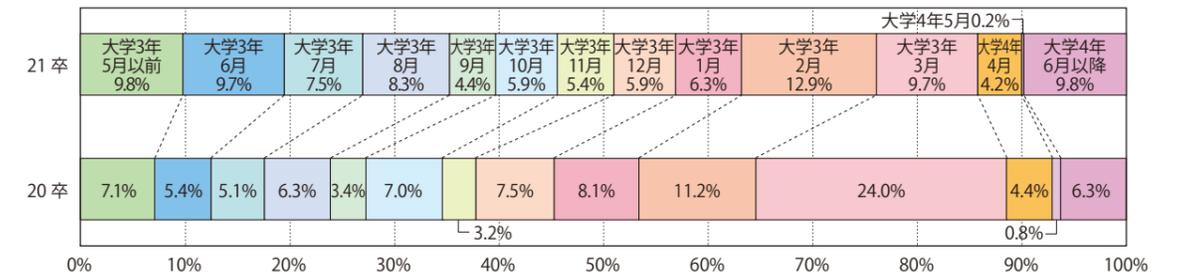
WEB（プレ）エントリー開始時期はさらに加速。2月までに67.7%が開始。エントリー社数は平均37.8社で、社数を絞り込む傾向に。

企業へのWEB（プレ）エントリー開始時期は例年同様「大学3年3月」が1位ながら、21卒は20卒（32.3%）から14.1ポイント少ない18.2%に留まった。次いで多いのは「大学3年6月」（15.3%）。「大学3年6月」までにWEB（プレ）エントリーを開始した学生は4人に1人となっている。かつての企業の採用広報解禁時期一極集中から分散化かつ早期化していることがうかがえる。また、一人当たりのWEB（プレ）エントリーした平均社数は37.8社で、20卒（39.2社）から1.4社の減少。19卒が38.6社であったので、ここ数年はほぼ横ばい状態

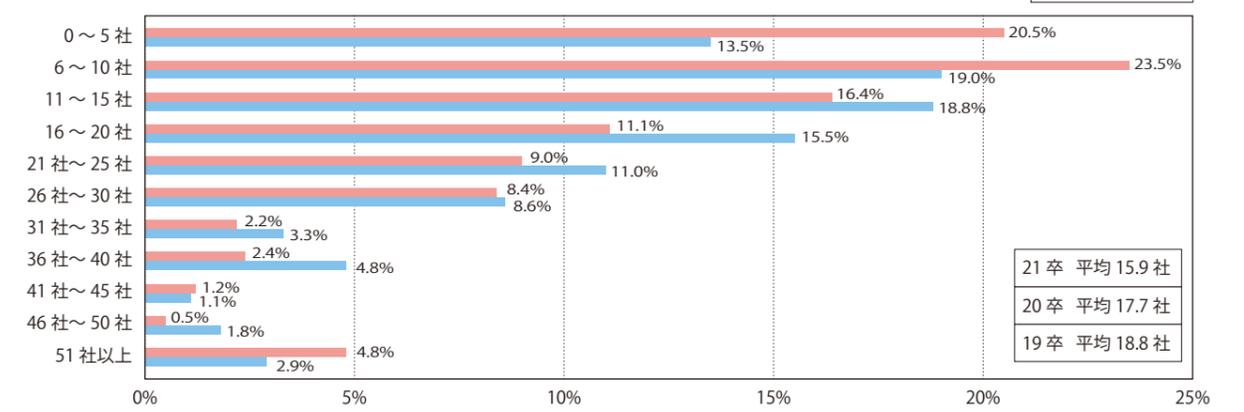
だが、これも15卒で76.2社だったことを考慮すると半減。社数を絞り込んでいることがうかがわれる。もっとも多い層が「0~19社」36.4%（20卒33.2%）であることもそれを裏付けている。エントリーを始めるきっかけとしては、「就職サイト」74.7%（20卒76.5%）、「大学でのガイダンス」26.9%（20卒28.9%）「友人からの触発・情報交換」19.6%（20卒17.1%）で基本的なトレンドに大きな変化は見られなかった。

DATA.05 企業セミナー・説明会参加

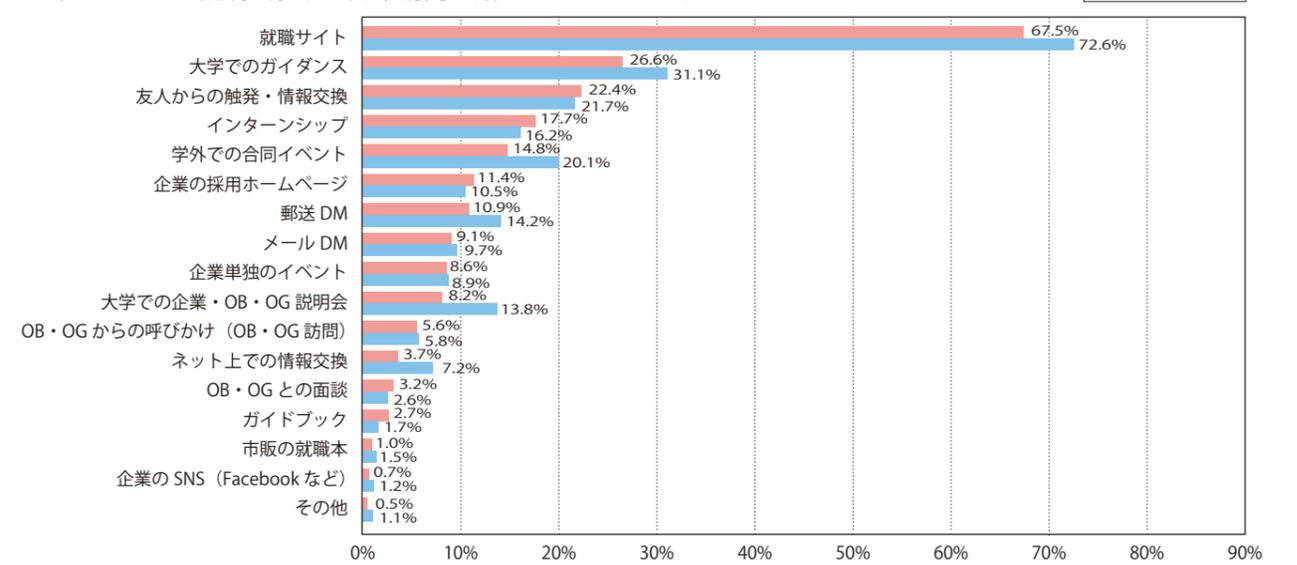
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 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・説明会への参加は、45.6%の学生が「大学3年10月以前」に開始。平均参加社数は15.9社と減少。早期から動き、社数を絞る傾向が強まる。

企業セミナー・説明会への参加時期は、採用広報解禁時期でもある「大学3年3月」が9.7%と20卒（24.0%）から14.3ポイント減少する一方で「大学3年10月以前」が45.6%（20卒34.3%）と11.3ポイント増加し、参加時期の早期化傾向はより鮮明になった。特に「大学3年6月まで」に参加を開始した学生は19.5%と20卒（12.5%）から増加し5人に1人となった。

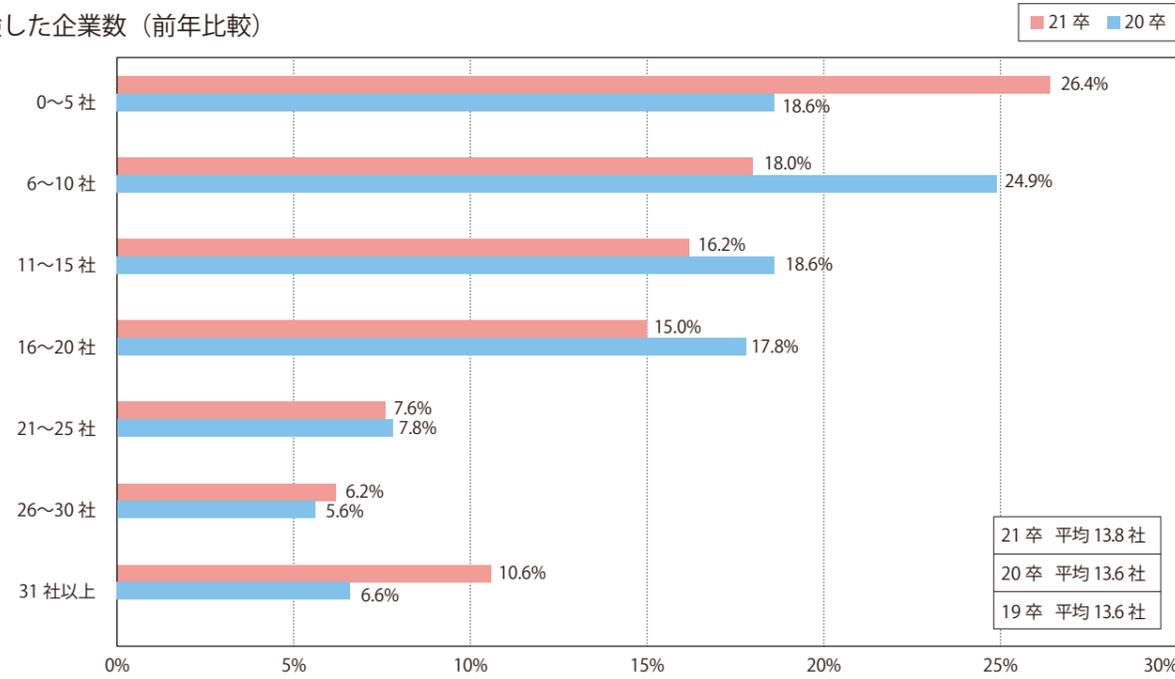
一方、平均参加社数は15.9社で、20卒17.7社、19卒18.8社と年々減少傾向にある。「0~5社」（7.0ポイント増）、「6~10社」（4.5ポイン

ト増）と平均社数よりも少ない階層が伸びており、早い時期から活動を開始しながらも、参加社数を絞るというトレンドが定着してきたことがうかがわれる。

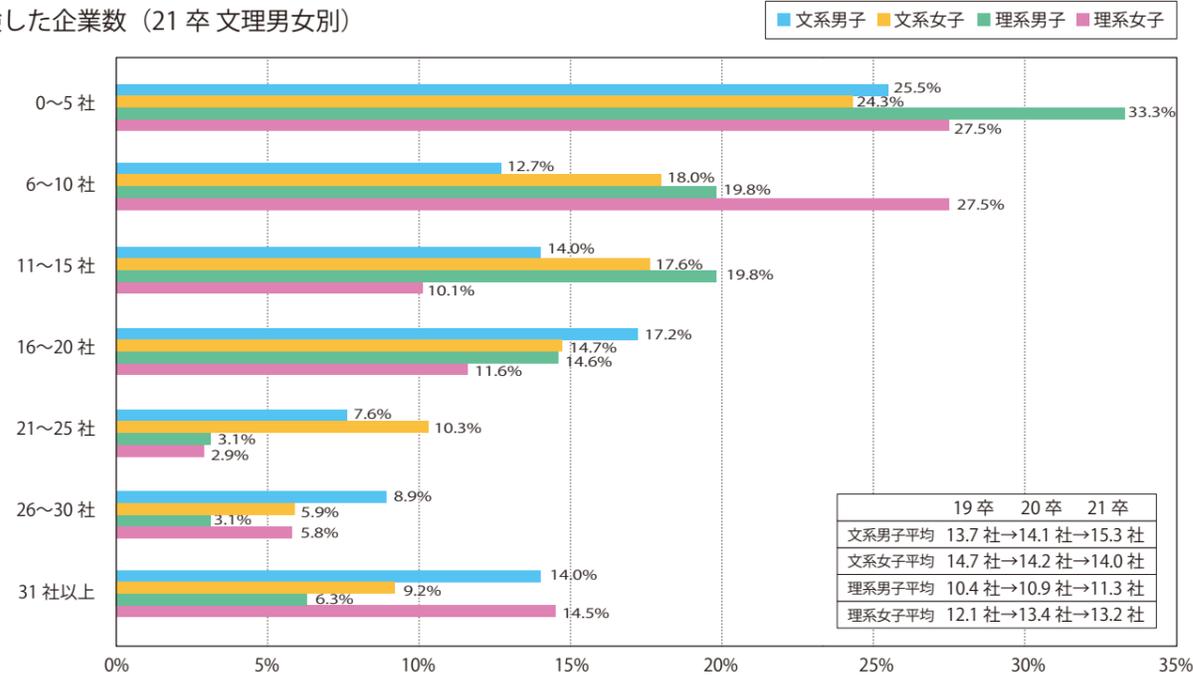
参加のきっかけとなったのは、「就職サイト」67.5%（20卒72.6%）が1位なのは前年と同じ。「大学でのガイダンス」26.6%（20卒31.1%）がそれに次いでいる。数字に多少の増減はあるが、傾向としては前年から大きな変化は見られない。「インターンシップ」については、17.7%（20卒16.2%）とわずかながら増加した。

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（21卒 文理男女別）



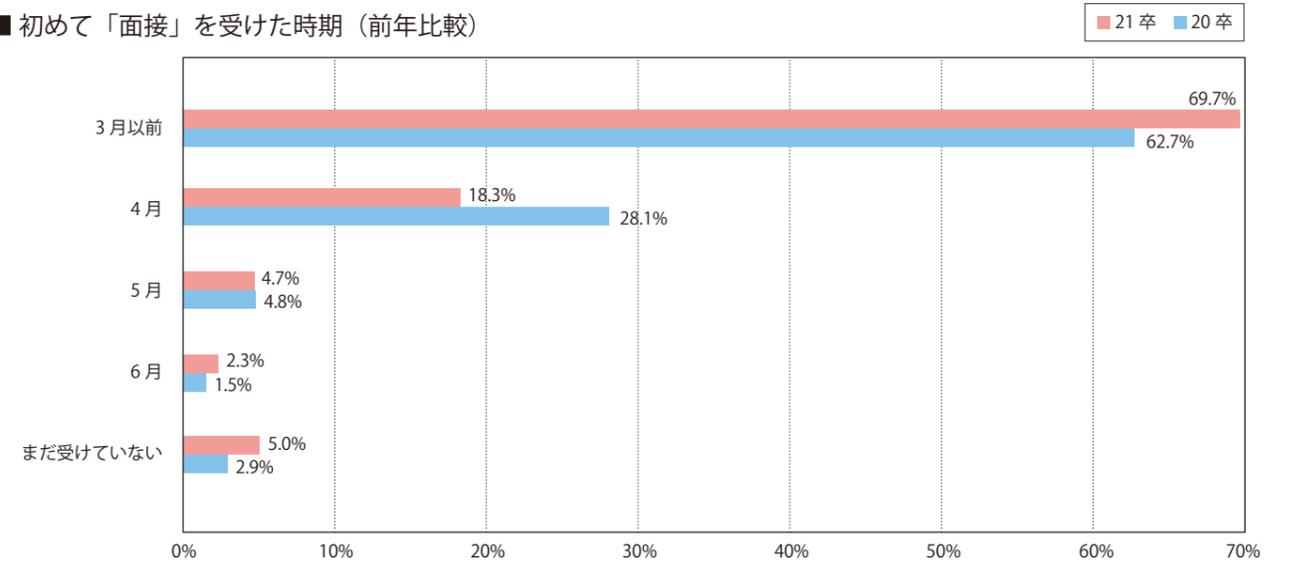
平均受験社数は、13.8社で横ばい。最多は「0~5社」の26.4%で前年比で7.8ポイント増加。逆に「26~30社」と「31社以上」も増加し、二極化の傾向もみとれる。

受験社数は、平均で13.8社と横ばいで推移した。エントリーの平均社数が37.8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り、トレンドに大きな変化は見られない。最も多かったのは、20卒では2位だった「0~5社」で26.4%(20卒18.6%)。次いで「6~10社」18.0%(20卒24.9%)、「11~15社」16.2%(20卒18.6%)の順。「31社以上」という積極派の増加(10.6%、20卒6.6%)もあり、平均で見ると変化はないが、内訳で見ると受験社数をやや絞り込む学生と積極的な学生に二極化している。

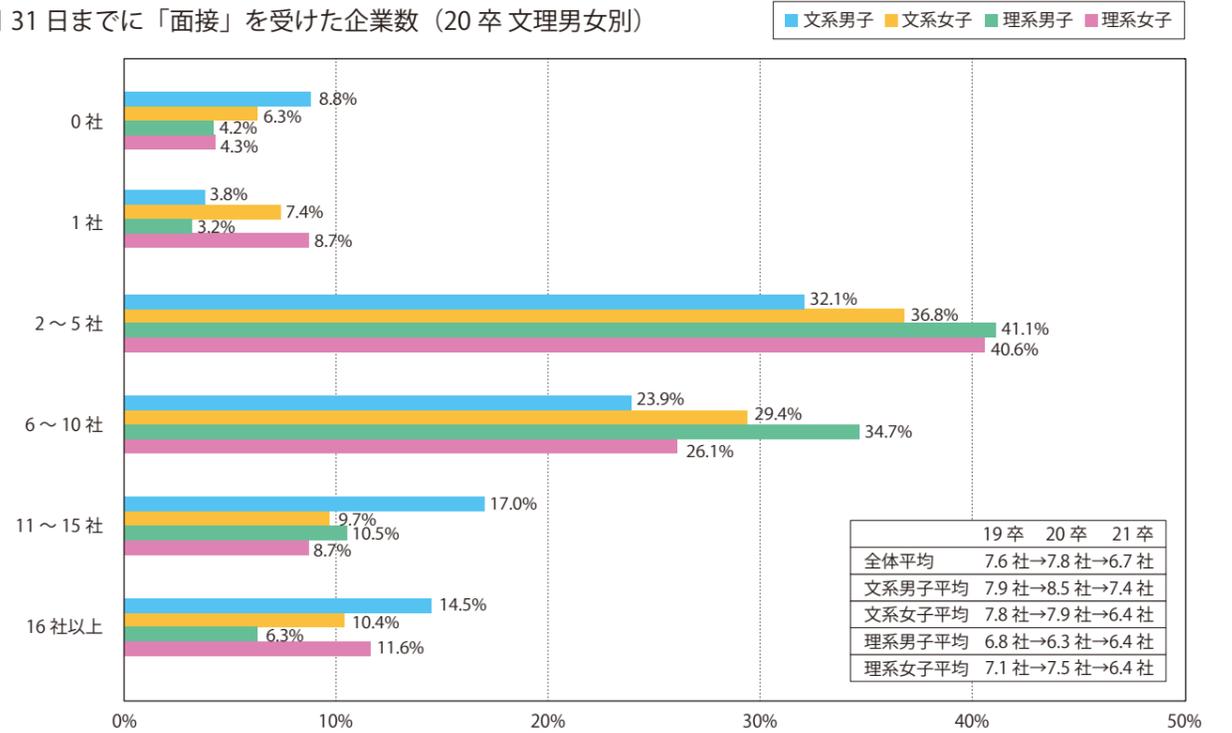
文理男女別で見ると、平均社数では男子は「文系男子」15.3社(20卒14.1社)、「理系男子」11.3社(20卒10.9社)と微増。一方女子は「文系女子」14.0社(20卒14.2社)、「理系女子」13.2社(20卒13.4社)と減少した。内訳で見ると、「0~5社」がすべての属性で1位(理系女子は「6~10社」と同率)。20卒では「6~10社」がすべての属性で1位であったことを考えれば、絞り込む学生の増加が目立つ。一方で「31社以上」受験する積極派は、「文系男子」で14.0%(20卒8.4%)、「文系女子」9.2%(20卒5.7%)と増加した。

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（20卒 文理男女別）



3月以前に初めて「面接」を受けた学生が69.7%で、前年よりもさらに早期化。解禁前に面接を受けた社数は、平均で6.7社(20卒7.8社)で減少に転じる。

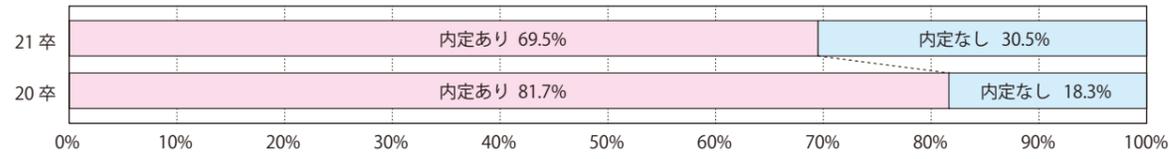
学生が初めて面接を受けた時期は、「大学3年3月以前」で69.7%と20卒の62.7%から7.0ポイント増加しており、早期化の動きはより加速している。「大学4年4月」(18.3%)まで含めると87.9%(20卒90.8%)で、9割前後の学生が「大学4年4月」までにはすでに面接を受けていた。一方採用選考解禁時期である「大学4年6月」以降と回答した学生は、2.3%(20卒1.5%)にとどまる。

解禁前に面接を受けた企業数では、全体の平均は6.7社(20卒7.8社)で、わずかに減少。「6~10社」、「11~15社」が前年より減少

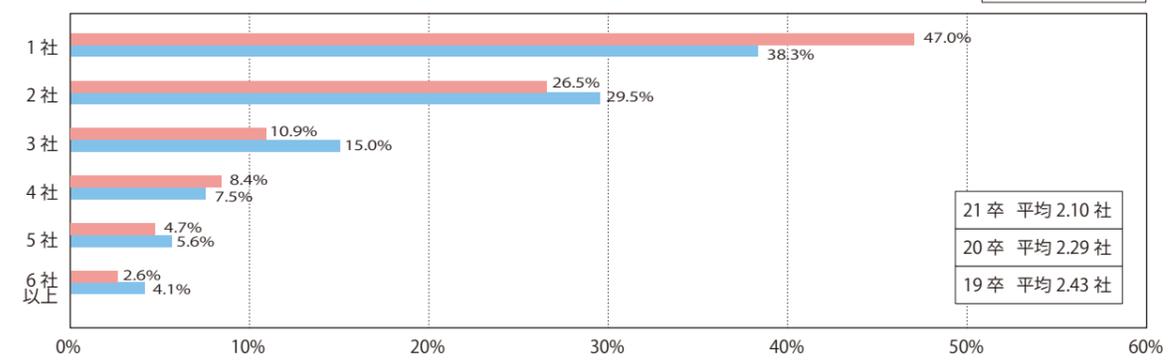
し、「2~5社」が増加した。文理男女別では平均で、「文系男子」7.4社(20卒8.5社)、「文系女子」6.4社(20卒7.9社)、「理系女子」6.4社(20卒7.5社)と、1社以上減少しているのに対して、「理系男子」だけは6.4社(20卒6.3社)と微増した。「理系男子」については、前年と同様「2~5社」が最多で傾向に変化は見られなかった。「文系男子」「文系女子」「理系女子」では前年は「6~10社」が最多だったが、21卒では「2~5社」が最多となり社数の減少に影響していると考えられる。

DATA.08 獲得した内定数

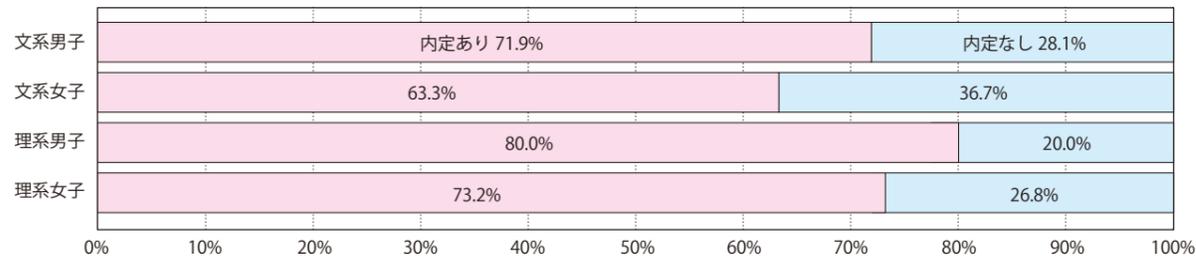
■ 内定の有無 (前年比較)



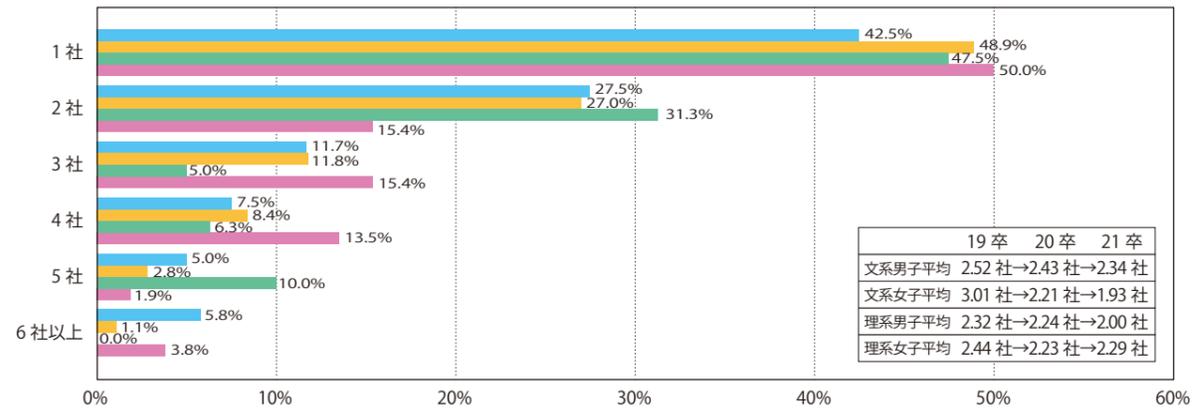
■ 内定した企業数 (前年比較)



■ 内定の有無 (21卒 文理男女別)



■ 内定した企業数 (21卒 文理男女別)



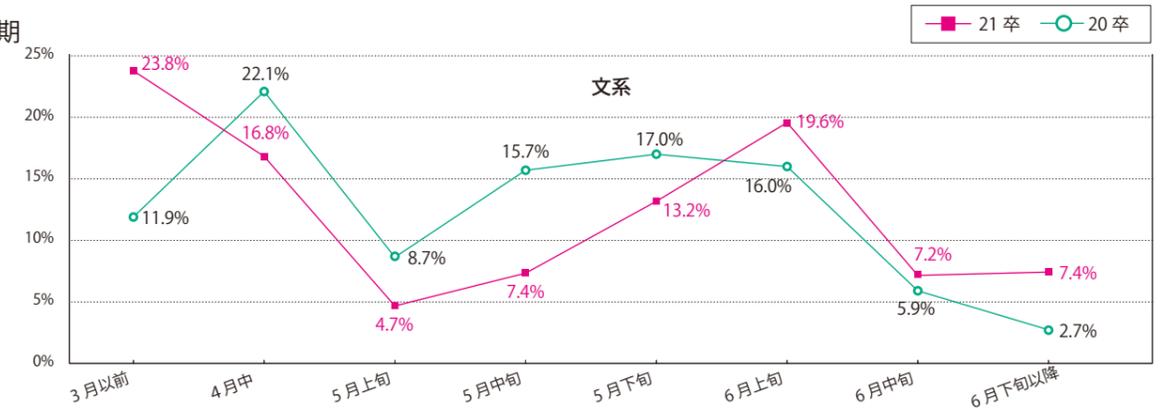
「内定あり」学生は69.5%と12.2ポイントの大幅減。新型コロナウイルスの影響か。

内定の獲得状況は、「内定あり」は69.5% (20卒81.7%)と前年から12.2ポイント減少。ここ数年は同時期で8割を超える高水準が続いてきたが、新型コロナウイルスの影響による選考時期の遅れも影響してか陰りがみられる。文理男女別でみると、「理系男子」が最も内定率は高く80.0% (20卒79.3%)、以下「理系女子」で73.2% (20卒85.5%)、「文系男子」71.9% (20卒82.2%)、「文系女子」63.3% (20卒81.4%)と続く。コロナによる緊急事態宣言の時期との兼ね合いで、比較的早い段階で内定を獲得した理系(特に男子)の方が、影響が少なかったといえそうだ。

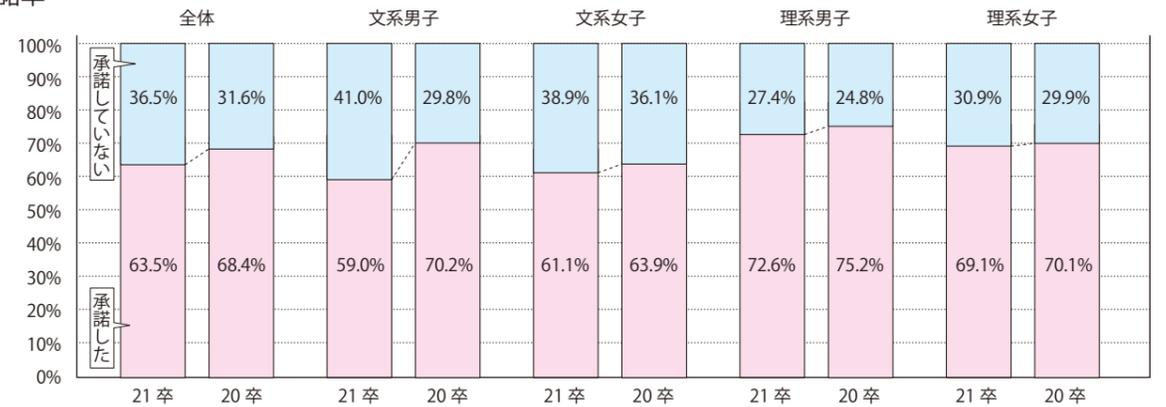
また、内定した企業数は、平均で2.10社となり20卒(2.29社)と比べ微減した。最も多い「1社」が47.0% (20卒38.3%)と8.7ポイント増加した。文理男女別では、「文系男子」2.34社(20卒2.43社)、「理系女子」2.29社(20卒2.23社)、「理系男子」2.00社(20卒2.24社)、「文系女子」1.93社(20卒2.21社)の順だが、「理系女子」以外はいずれも減少。前年と比べれば厳しくなっており、長く続いてきた売り手市場に陰りが見られる結果となった。

DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

■ 内定時期



■ 内定承諾率



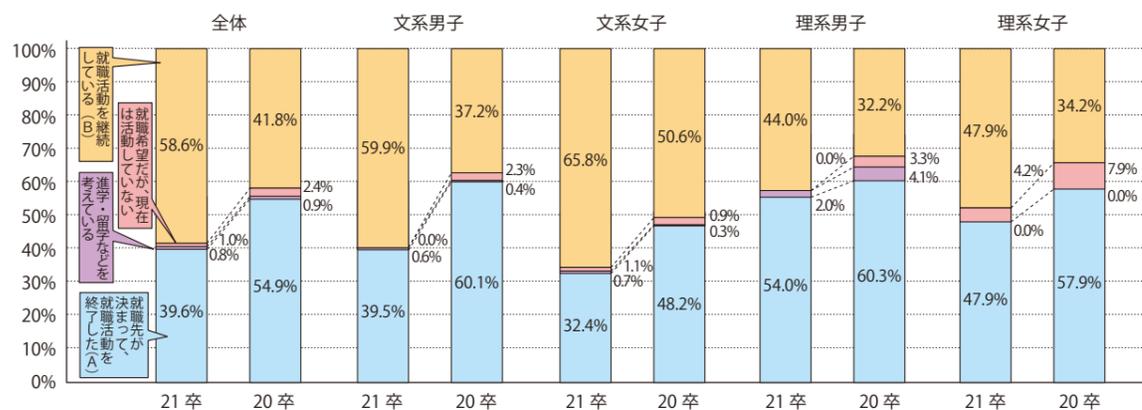
内定獲得の早期化が顕著に。コロナの影響で解禁前の内定獲得率は減少。コロナ禍の影響で納得のいく就職活動ができなかった学生が増加か？

文系学生の内定獲得時期は、20卒で最も多かった「4月中」(16.8%、20卒22.1%)に代わって、「3月以前」が23.8% (20卒11.9%)と倍増。一方、理系学生も、20卒でも1位だった「4月中」が25.7% (20卒31.2%)と5.5ポイント減に対し、「3月以前」は23.9% (20卒13.2%)と10.7ポイント増加し、こちらも早期化が進んだ。4月7日に発出された緊急事態宣言の影響もあり、採用選考解禁前の合計では文系で65.9% (20卒75.4%)、理系で69.0% (20卒81.8%)に留まった。

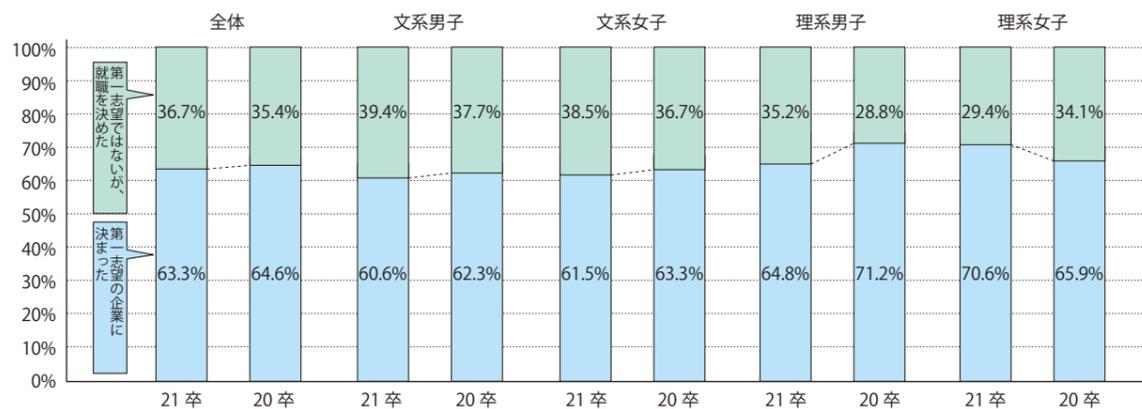
一方、内定承諾率は、全体で63.5% (20卒68.4%)と4.9ポイント減少している。文理男女別では、「文系男子」59.0% (20卒70.2%)、「文系女子」61.1% (20卒63.9%)、「理系男子」72.6% (20卒75.2%)、「理系女子」69.1% (20卒70.1%)とすべての属性で減少した。コロナの影響で対面の説明会や選考を行うことができず接触回数の減少やWEB選考のみで内定出しを行うケースもあり、学生の納得感に影響している可能性もありそうだ。

DATA. 10 就職活動進行状況（6月末時点）

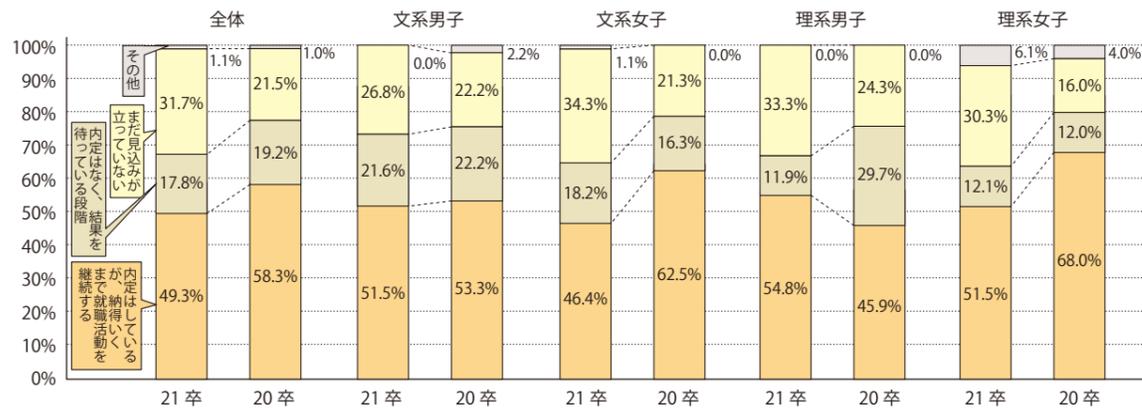
■ 学生の就職活動進行状況



■ 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



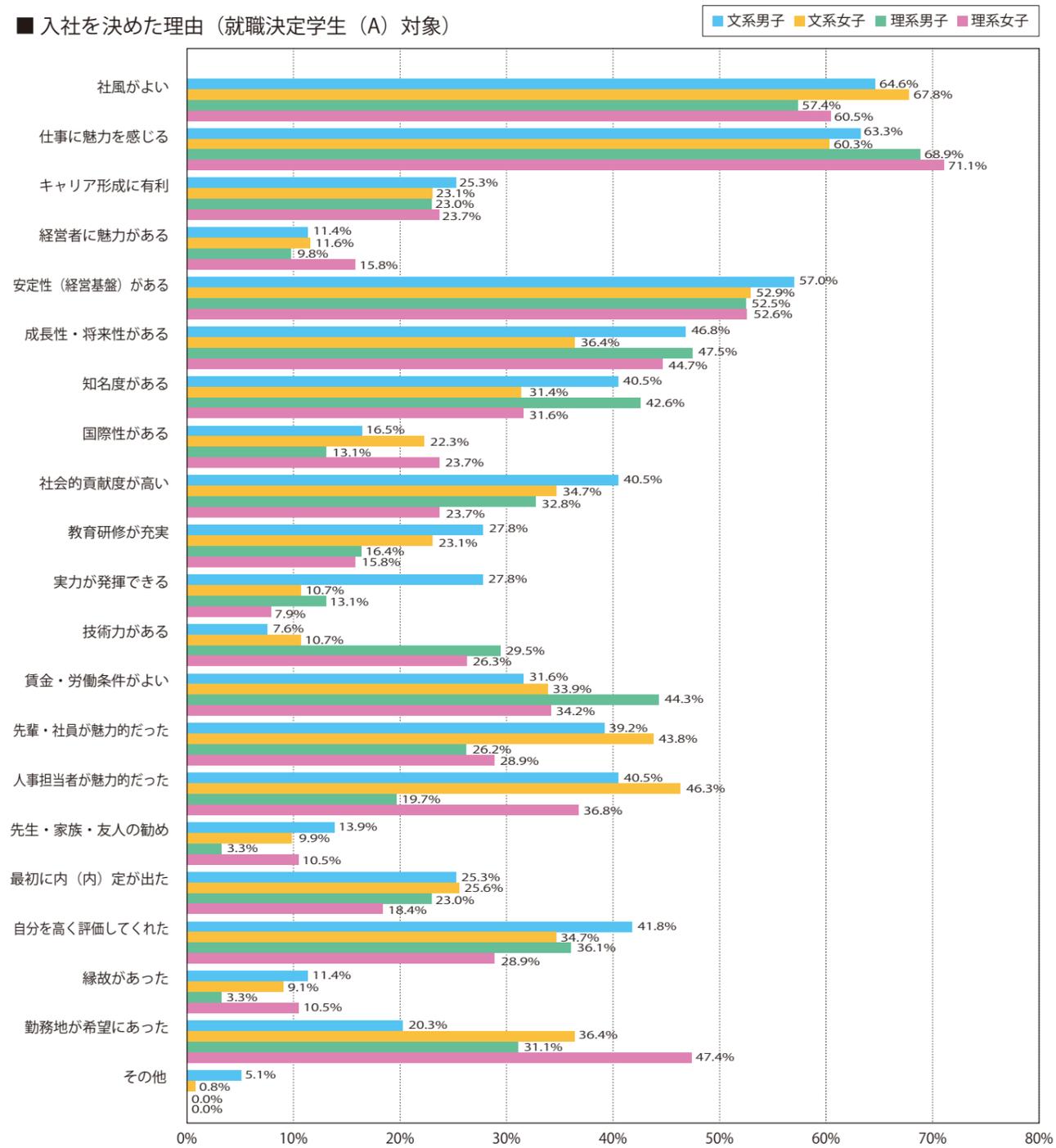
「就職先が決まって活動を終了した」学生は、39.6%。就職活動を継続している学生の31.7%が、「まだ見込みが立っていない」と回答。

調査実施時点での就職活動進行状況について、全体では39.6%が「就職先が決まって活動を終了した」と回答、20卒の54.9%から15.3ポイントの大幅減となっており、学生にとって厳しい状況が浮き彫りとなった。文理男女別にみると、「文系男子」39.5%（20卒60.1%）、「文系女子」32.4%（20卒48.2%）、「理系男子」54.0%（20卒60.3%）といずれの属性も減少する中で特に文系の厳しさがうかがえる。

第一志望率をみると、全体では63.3%が「第一志望に決まった」と回答。「理系男子」（6.4ポイント減）、「理系女子」（4.7ポイント増）と理系学生の差が目立った。一方、就職活動を継続している学生のうち、「内定はしているが納得いくまで継続する」と回答した学生は49.3%（20卒58.3%）と9ポイント減少。「まだ見込みが立っていない」と回答した学生が31.7%（20卒21.5%）と10ポイント以上増加している点にも、21卒の学生の厳しさが表れている。

DATA. 11 入社を決めた理由

■ 入社を決めた理由（就職決定学生（A）対象）



入社を決めた理由の上位は例年通り「仕事の魅力」と「社風」。コロナの影響からか、「安定性」に着目する学生も増加。

入社を決めた理由は、例年同様「仕事に魅力を感じる」「社風がよい」が評価ポイントに。例年上位である「仕事に魅力を感じる」は、「理系男子」68.9%（20卒64.5%）、「理系女子」71.1%（20卒59.6%）で1位。「文系男子」63.3%（20卒62.0%）、「文系女子」60.3%（20卒63.4%）で2位となっている。また、同様に高いのが「社風がよい」で、こちらは「文系男子」64.6%（20卒60.1%）、「文系女子」67.8%（20卒63.4%）で1位、「理系男子」57.4%（20卒57.9%）、「理系女子」60.5%（20卒55.3%）で2位となっている。多少の増減はあってもこの2項目の上位は安定している。

すべての属性で3位に選ばれたのが「安定性（経営基盤）がある」。「文系男子」57.0%（20卒46.2%）、「文系女子」52.9%（20卒55.4%）、「理系男子」52.5%（20卒42.6%）、「理系女子」52.6%（20卒42.6%）の順に高く、すべての属性で5割を超える学生が選択している。入社を決めた時期的に、コロナ禍による景気悪化への不安が色濃く反映されたとは言い難いが、今後の状況いかなるかは次年度以降さらに着目される可能性もある。

COLUMN

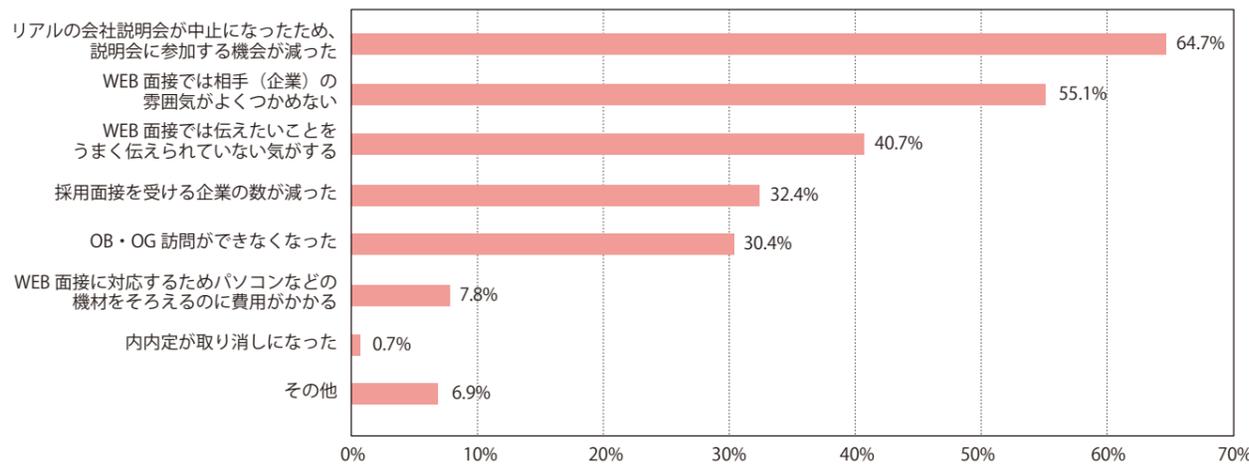


新型コロナウイルスの感染拡大による影響は、採用・就職活動にも大きな変化をもたらしている。合同説明会や学内説明会など就職イベントは軒並み中止となり、自社説明会についても多くの企業が開催形式を変更、対面による面接を制限されるなど、企業、学生ともにその対応に苦慮した。そこで今回、コロナ禍が及ぼす学生、企業への影響について調査した。

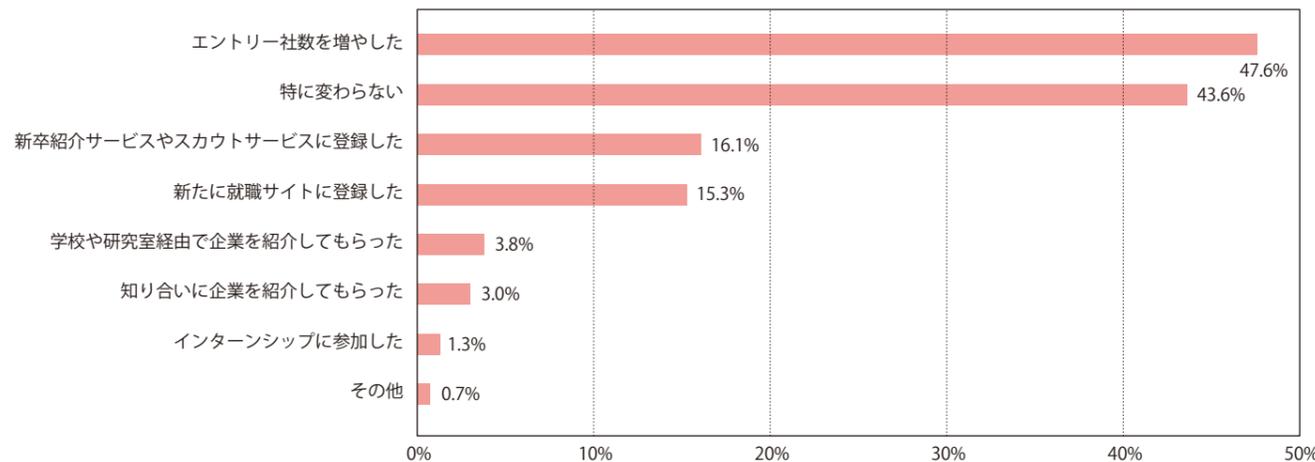
学生に新型コロナウイルスの流行で就活にどのような影響が出ているか聞いたところ、最も多かったのは「リアルな会社説明会が中止になったため、説明会に参加する機会が減った」(64.7%)となった。以下「WEB面接で相手の雰囲気がわからない」(55.1%)、「WEB面接でうまく伝えられない」(40.7%)と続き、企業と接する機会の減少と、不慣れなWEB面接に対する不安が大きかった様子がうかがえる。また、「最終面接が複数回延期になった」などスケジュールに関する影響も大きかったようだ。

また、新たに行ったこととしては、「エントリー社数を増やした」(47.6%)と「特に変わらない」(43.6%)が大多数となったが、「新卒紹介サービスやスカウトサービスに登録した」(16.1%)、「新たに就職サイトに登録した」(15.3%)と新たな情報収集手段を模索した学生も一定数見受けられた。

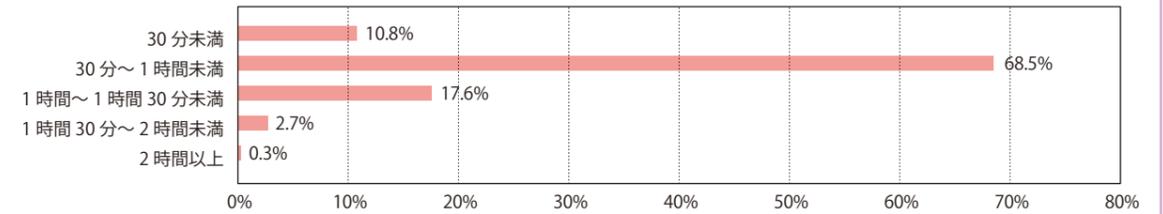
■〈学生アンケート〉新型コロナウイルスの流行で就活にどんな影響が出ていますか？



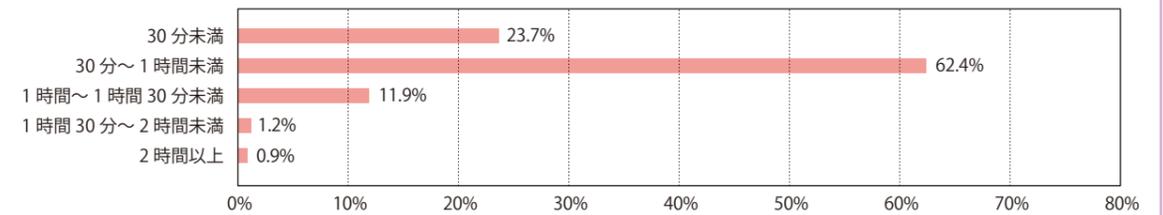
■〈学生アンケート〉新型コロナウイルスの流行で新たに行ったことはありますか？



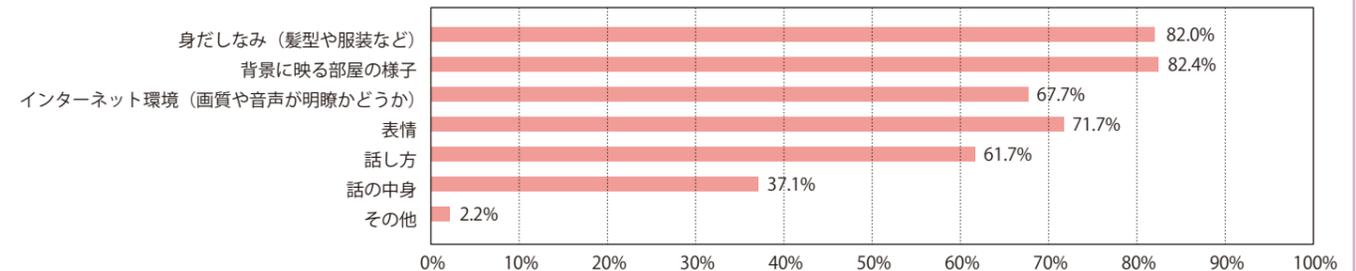
■〈学生アンケート〉WEBセミナーの適切な所要時間はどのくらいですか？【ライブ配信】



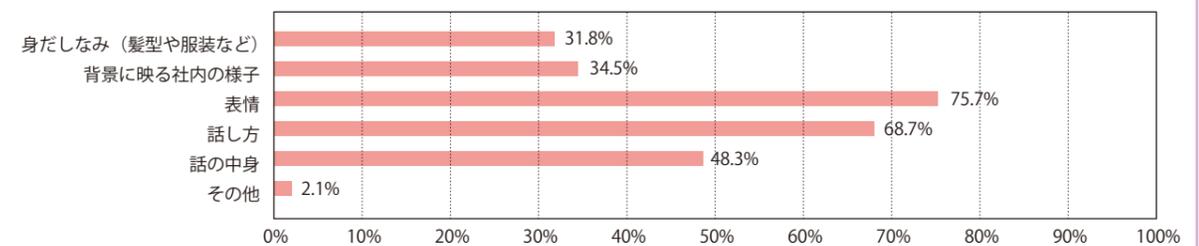
■〈学生アンケート〉WEBセミナーの適切な所要時間はどのくらいですか？【録画配信】



■〈学生アンケート〉WEB面接の際に自分で気をつけていることは何ですか？



■〈学生アンケート〉WEB面接で面接官のどんなところをチェックしますか？



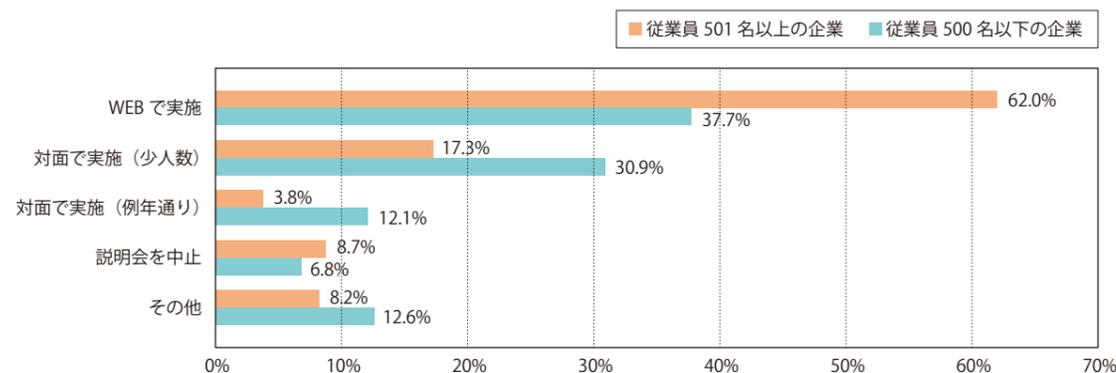
また、一気に増加したWEBセミナーについて学生はどのように感じているか聞いた。適切と感じる所要時間は「30分～1時間」が、ライブ配信の場合で68.5%、録画配信で62.4%と最も多く、従来開催されていた対面の説明会と比較しても短時間の開催が支持される結果となった。

また、多くの学生が不安に感じているWEB面接について、どのような点に気をつけたかという問いに対して、最も多かったのは「背景に映る部屋の様子」(82.4%)で、以下「身だしなみ」(82.0%)、「表情」(71.7%)、「インターネット環境」(67.7%)、「話し方」(61.7%)の順で高く、「話の中身」は37.1%に留まった。企業との意識のギャップにつ

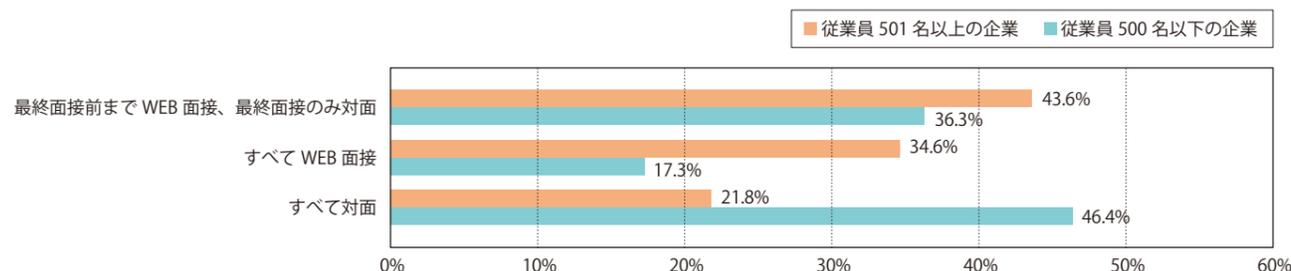
いては、次頁で詳しく考察するが、学生からすれば、従来の対面式と異なり、不慣れさゆえの不安から、面接の本質ともいえるべき「話の中身」よりも、自分の見え方や印象の方を気にしてしまっているようだ。「映え」を意識する世代の特徴であるかもしれない。

逆に学生が、面接官のどんなところをチェックしているかという問いに対しては、「表情」(75.7%)が最も多く、以下「話し方」(68.7%)、「話の中身」(48.3%)、「背景に映る社内風景」(34.5%)、「身だしなみ」(31.8%)と続く。自分が相手にどう映っているのか、その反応が一番気になるということだろうか。

■〈企業アンケート〉会社説明会をどのようにして実施しましたか？



■〈企業アンケート〉採用面接はどのように実施しましたか？



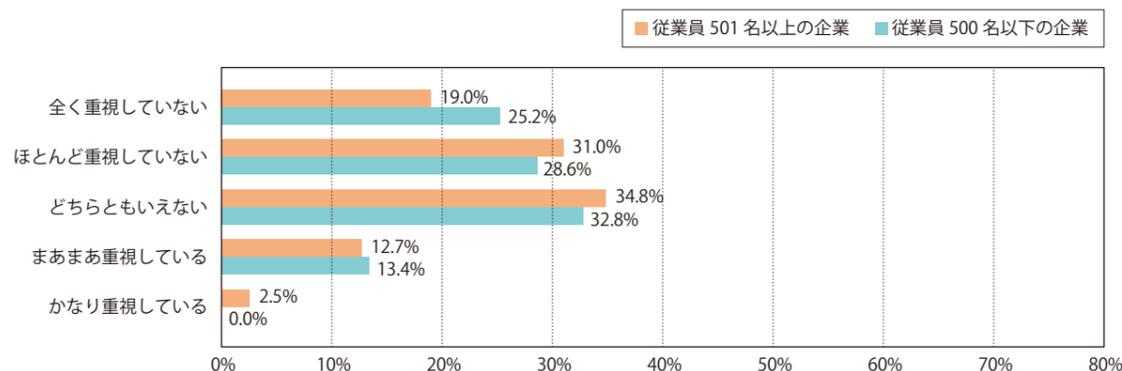
では、企業の方はどういった対応を迫られたか。学生を会場に集めて対面で会社説明会を実施することが難しい環境下で、従業員501名以上の企業では、「WEB」による会社説明会の実施が62.0%と最も多く、続く「対面で実施(少人数)」(17.3%)と大きな差をつけた。「例年通り」に実施した企業は3.8%に留まり、「中止」した企業も8.7%ある。一方、500名以下の企業では、1位の「WEB」(37.7%)と2位の「対面で実施(少人数)」(30.9%)に大手企業ほどの差はなく、「例年通り」実施した企業が12.1%、「中止」したのは6.8%に留まる。大手企業ほど、WEBに切り替えが多かったようだ。

また、採用面接については、501名以上の企業では、「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」だった企業が43.6%と最も多く、「すべてWEB」で実施した企業は34.6%、「すべて対面」は21.8%となった。

500名以下の企業では、「すべて対面」が46.4%で最も多く、「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」が36.3%、「すべてWEB」が17.3%と続く。面接においても大手ほどWEBの利用度が高くなっているが、一度も直接対面することなく採用を決定した企業が、大手で3割超、中堅・中小で2割弱あることは予想以上ともいえる。こうしたWEB説明会や面接の普及が、コロナ禍という特殊な状況下での特例なのか、あるいは今後感染終息後も継続されるのか、次年度以降の動向に注目したい。

WEB面接の際に、82.4%の学生が気をつけていると回答した「背景に映る部屋の様子」について企業側はどの程度重視していたのか。501名以上の企業では「全く重視していない」「ほとんど重視していない」の合計は50.0%で「まあまあ重視している」「かなり重視して

■〈企業アンケート〉WEB面接で【背景に映る部屋の様子】をどの程度重視していますか？



いる」の合計15.2%とはかなり差がある。一方、500名以下の企業でも、重視しない派の合計は53.8%。こちらも企業と学生の意識にギャップが垣間見られる。

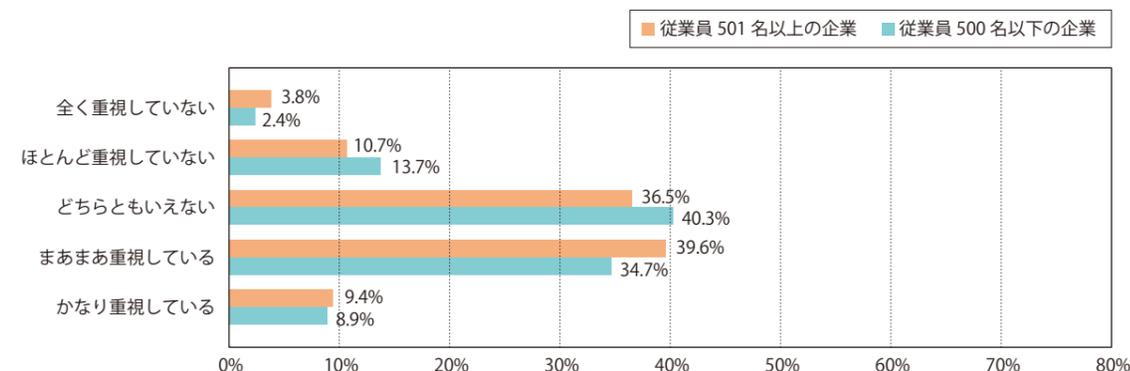
また、同様に82.0%の学生が気をつけていた「身だしなみ」については、501名以上の企業で「重視しない」の合計が14.5%、「重視する」は49.0%。500名以下の企業でも、「重視しない」16.1%に対して、「重視する」は43.6%と上回った。

71.7%の学生が気をつけていた「表情」についてはどうか。501名以上の企業で「重視しない」はわずかに0.6%であるのに対して、「重視する」は84.2%に達する。同様に500名以下の企業でも、「重視しな

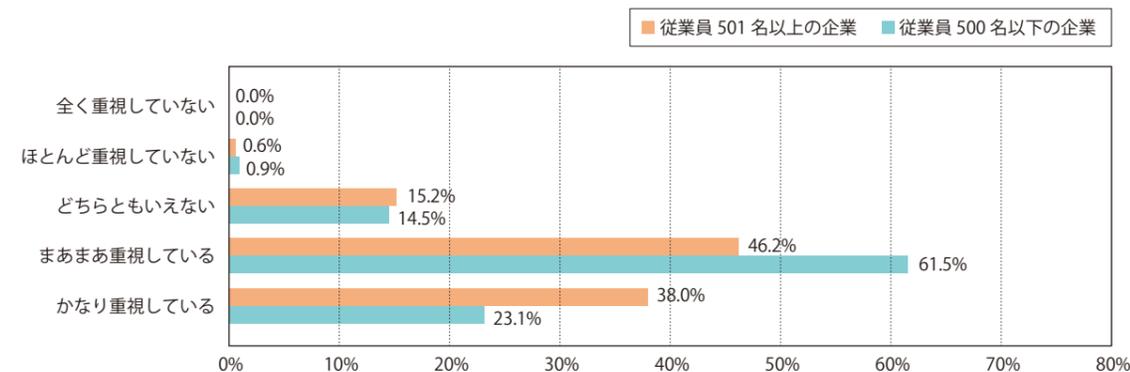
い」は0.9%で、「重視する」が84.6%ある。対面で学生と接触できる機会が限られる中、WEB面接を通じて「身だしなみ」や「表情」から人物像を読み取ろうとする企業の姿勢が垣間見える。

さらに学生で気をつけていると回答したのが37.1%に留まった「話の中身」については、企業規模に関わらず「重視しない」と回答した企業はゼロ。501名以上の企業で96.2%が、500名以下の企業では89.7%が重視すると回答している。面接の本質を考えると当然のこと、このあたりが企業と学生の意識のギャップを如実に表しているように思える。

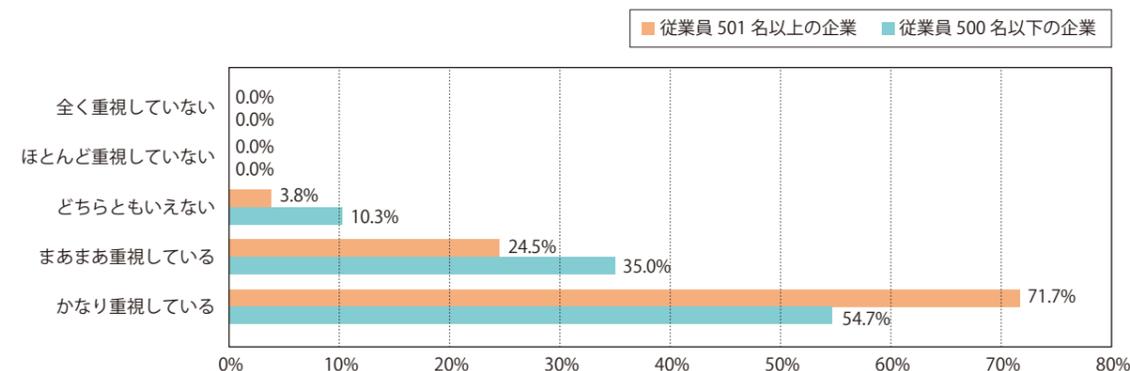
■〈企業アンケート〉WEB面接で【見だしなみ】をどの程度重視していますか？



■〈企業アンケート〉WEB面接で【表情】をどの程度重視していますか？



■〈企業アンケート〉WEB面接で【話の中身】をどの程度重視していますか？



COLUMN

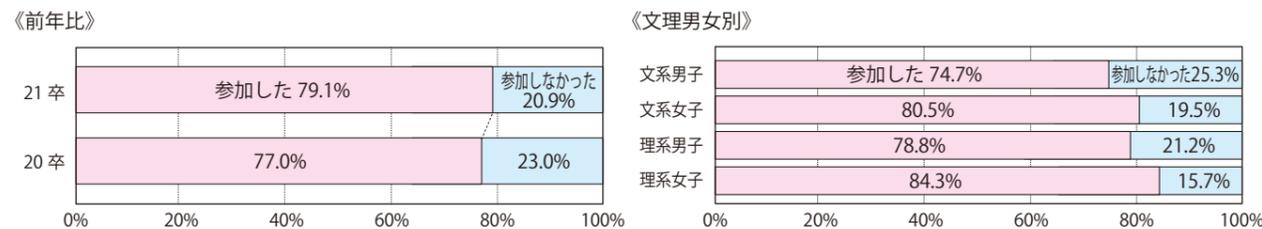


学生のインターンシップの参加状況は79.1%で、20卒の77.0%から2.1ポイント増加。19卒では73.0%だったので、参加率はここ数年確実に上昇しており、今や完全に定着したといってもいいだろう。文理男女別にみると、「理系女子」84.3%（20卒86.8%）、「文系女子」80.5%（20卒83.0%）、「理系男子」78.8%（20卒73.7%）、「文系男子」74.7%（20卒67.9%）の順となった。文理とも女子がやや減少しているが、男子は数字を伸ばしており、これまで参加率が高かった女子に男子が追いついた形になっている。

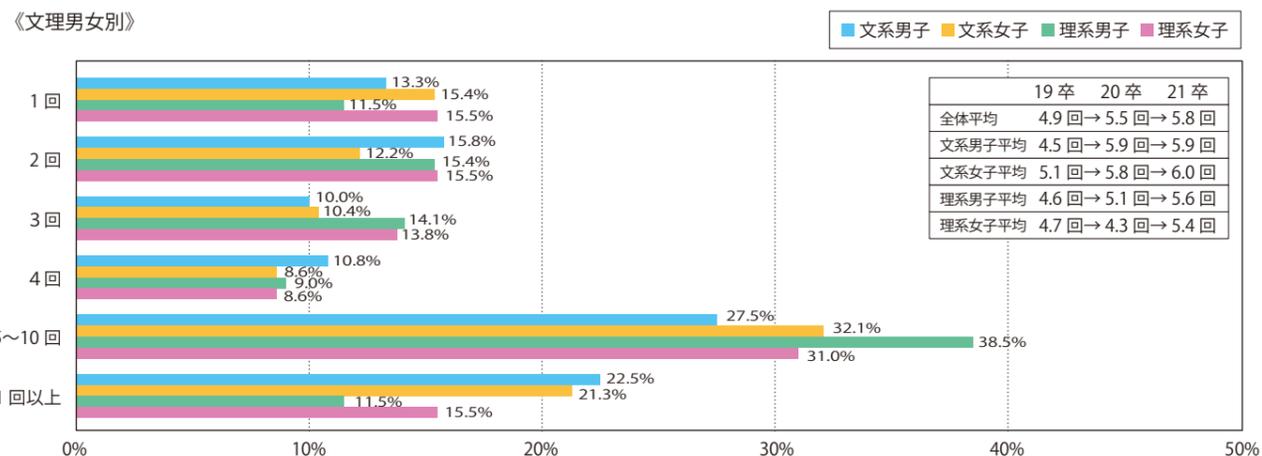
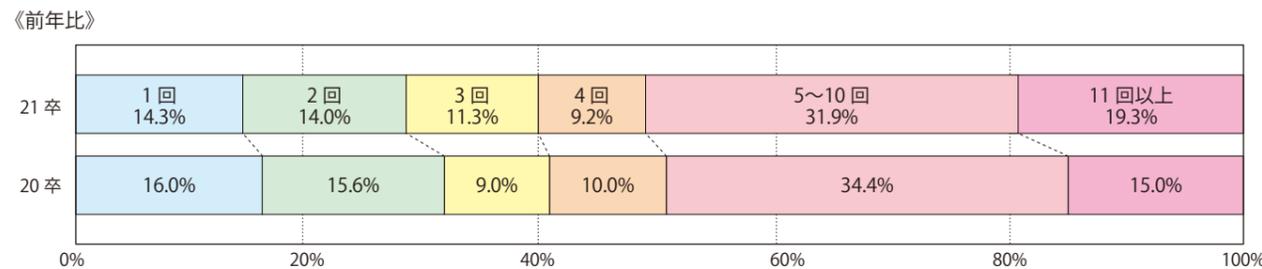
平均参加回数は5.8回と20卒の5.5回から微増。「4回以下」の合計は48.8%と20卒（50.6%）から横ばいながら、「11回以上」という積極参加派が19.3%（20卒15.0%）と増加。参加率、参加回数ともに増加した要因は、インターンシップ開催時期の早期化により参加機会が増えたことの影響も大きいと考えられる。

文理男女別の参加回数では、「文系女子」6.0回（20卒5.8回）、「文系男子」5.9回（20卒5.9回）、「理系男子」5.6回（20卒5.1回）、「理系女子」5.4回（20卒4.3回）の順。前年と同数の「文系男子」を除く属性で、参加回数が伸びており、特に「理系女子」はこれまで参加率が高いものの参加回数は少なかったのだが、21卒では数字を大きく伸ばした。参加率、参加回数共に、インターンシップに積極的に取り組む学生の増加が読み取れる結果となった。

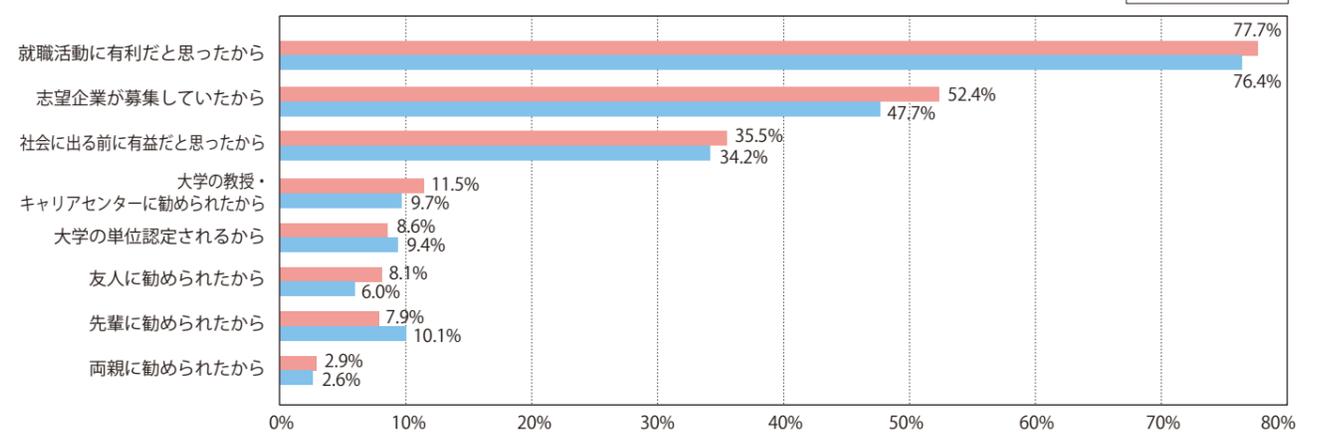
■〈学生アンケート〉インターンシップに参加しましたか？



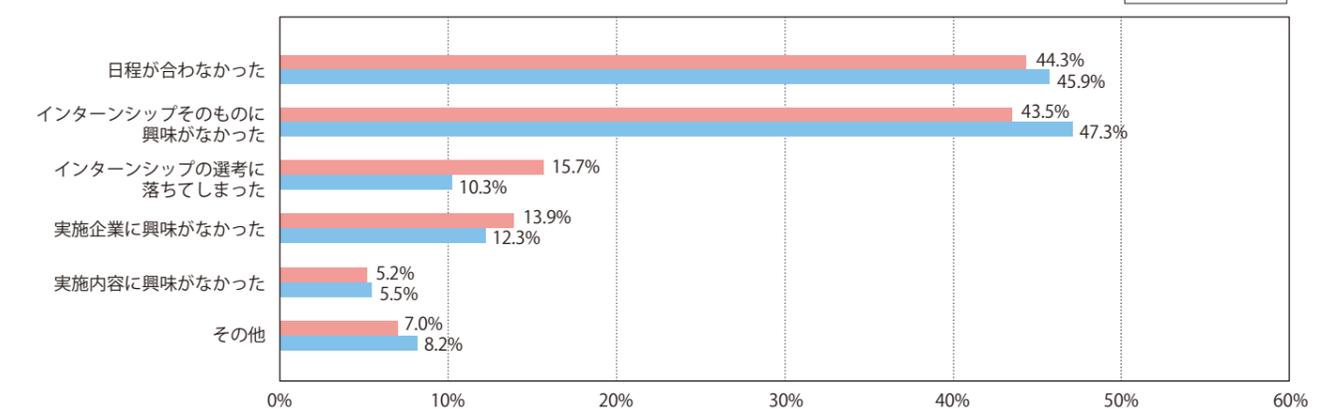
■〈学生アンケート〉参加回数



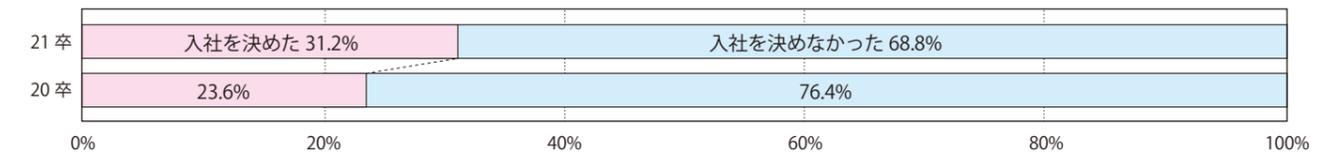
■〈学生アンケート〉参加した理由



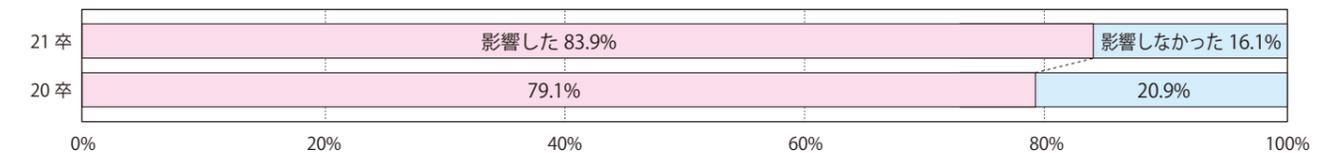
■〈学生アンケート〉参加しなかった理由



■〈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？



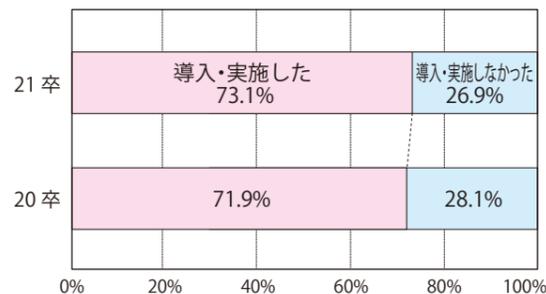
■〈学生アンケート〉インターンシップに参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？



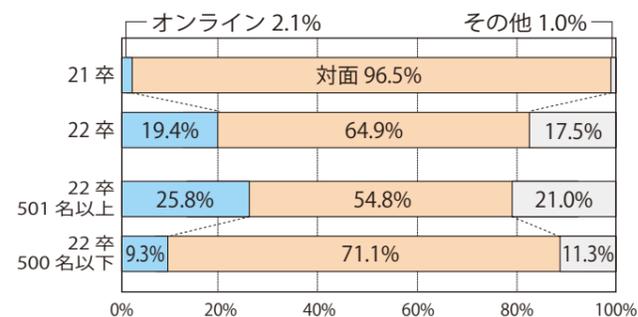
インターンシップに参加した理由は、「就職活動に有利だと思うから」が1位で77.7%と20卒の76.4%から数字を伸ばした。また、「志望企業が募集していたから」が52.4%と20卒の47.7%から4.7ポイント増加し2位。3位の「社会に出る前に有益だと思うから」35.5%（20卒34.2%）からはやや差が開く形となり、インターンシップ参加を就職活動の一環と認識している学生が増加していることがより鮮明になった。

一方、参加しなかった理由としては、前年1位の「インターンシップそのものに興味なかった」が43.5%（20卒47.3%）を抜いて、「日程が合わなかった」が44.3%（20卒45.9%）が1位に。「興味なかった」層は年々減少しており、「日程が合わずに参加しなかった」4割強の学生を、日程さえ合えば参加する可能性があった学生であると考えれば、今後もインターンシップに対する参加率は伸びる余地があるように思われる。

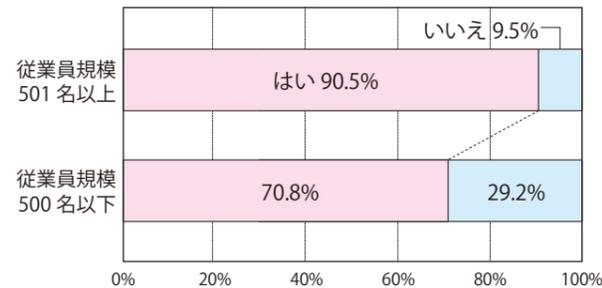
■〈企業アンケート〉インターンシップを導入・実施しましたか？



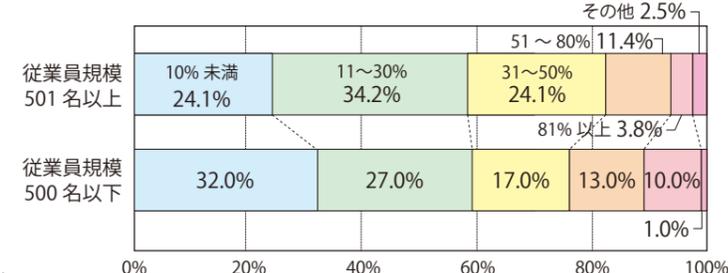
■〈企業アンケート〉インターンシップ実施方法



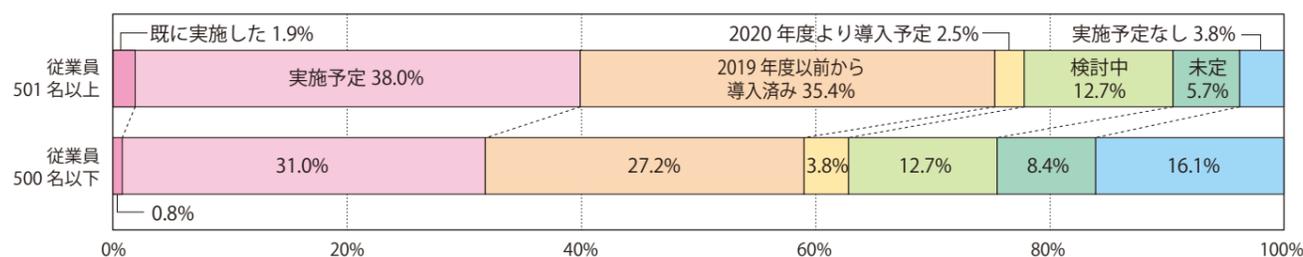
■〈企業アンケート〉インターンシップから採用した企業割合



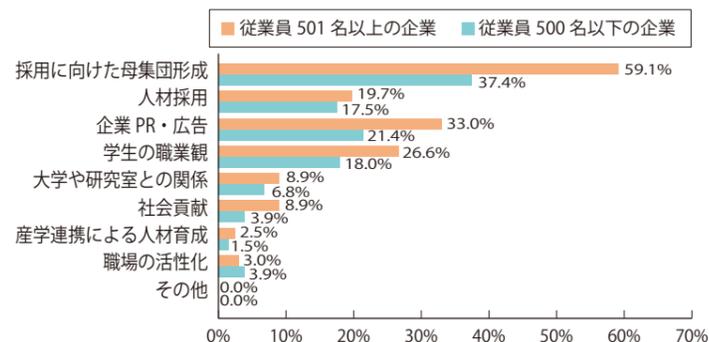
■〈企業アンケート〉内定者に占めるインターンシップ参加者の割合



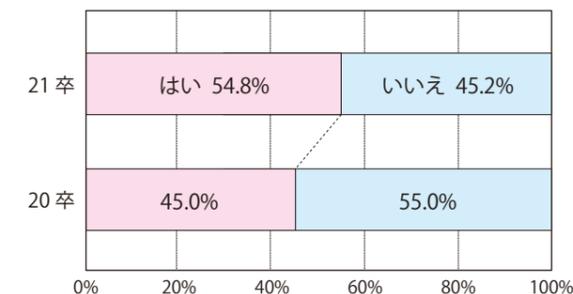
■〈企業アンケート〉2020年度のインターンシップ導入・実施予定



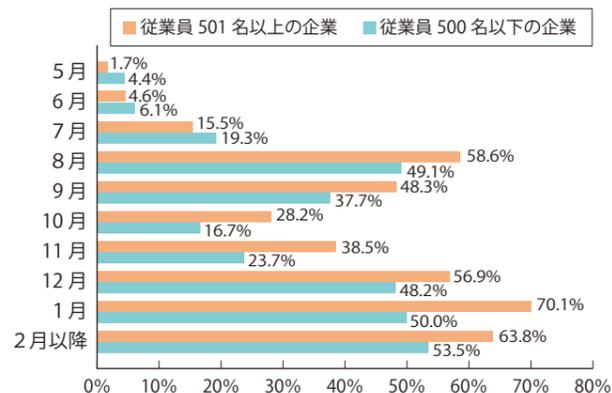
■〈企業アンケート〉インターンシップ実施理由



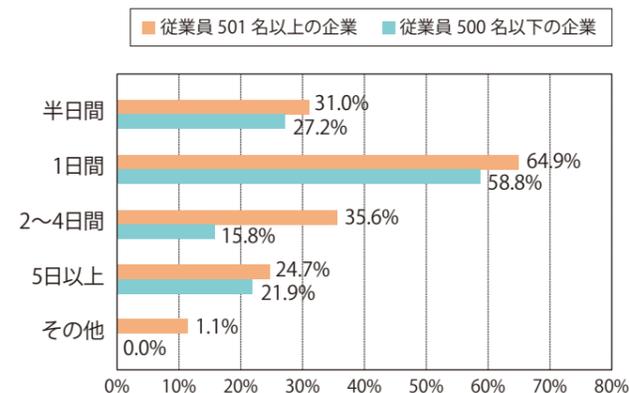
■〈企業アンケート〉インターンシップに優遇策を講じていますか？



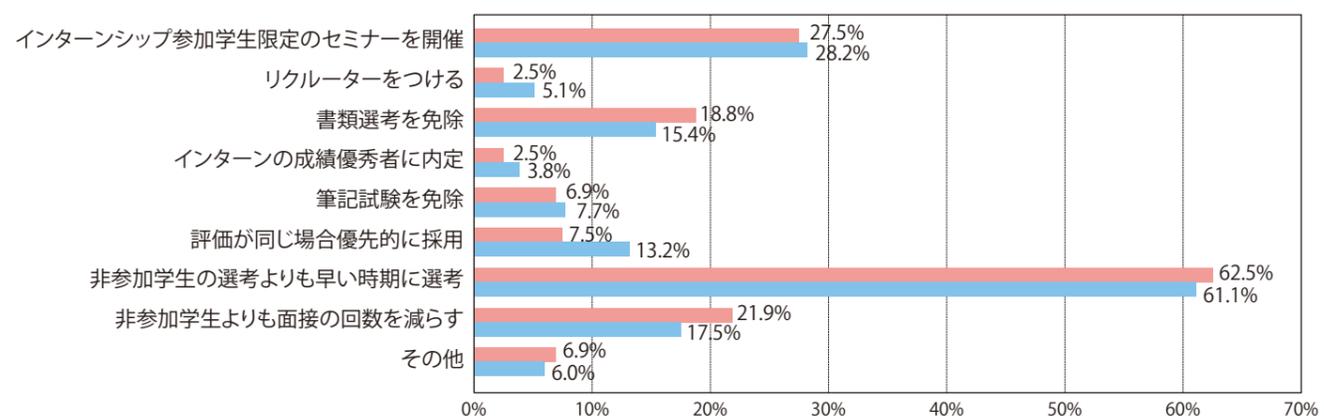
■〈企業アンケート〉インターンシップ実施月



■〈企業アンケート〉インターンシップ日数



■〈企業アンケート〉優遇策について



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73.1%と20卒の71.9%から1.2ポイント増加。全体の7割超の企業で導入・実施するほどの定着をみせている。21卒では伸びにやや陰りが見られたが、高い水準での安定的増加傾向は今後も継続するだろう。今後の導入予定をみると、企業規模別にみると従業員501名以上企業で「すでに実施した」・「実施予定」・「以前から導入済み」・「2020年度より導入予定」の合計は77.8%に達する。「実施予定なし」という回答はわずか3.8%となった。従業員500名以下の企業でも、「すでに実施した」・「実施予定」・「以前から導入済み」・「2020年度より導入予定」の合計は62.8%で、「検討中」も12.7%と、今後さらに多くの企業が実施する可能性を示唆している。企業にとっても、インターンシップは今や重要な位置付けとなっているよう

だ。また、2020年度の実施形式については、コロナの影響を念頭に500名以下で9.3%、501名以上で25.8%がオンライン形式でのインターンシップ実施を検討している。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「1月」が70.1%（20卒49.4%）と大きく数字を伸ばして1位。前年1位の「2月以降」が63.8%（20卒58.3%）が2位。以下、「8月」58.6%、「12月」56.9%の順。いずれの時期も増加しており、時期を分散化させて複数回実施する企業の増加が目立つ。一方、従業員500名以下の企業では、前年同様「2月以降」が53.5%（20卒36.9%）で1位。以下、「1月」50.0%、「8月」49.1%、「12月」48.2%と続く。大手同様、時期を分散化させて複数回実施する傾向が読み取れる。また、「インターンシップを実施した日数」については、企業規模に関わらず「1日」が最も多く、従業員501名以上の企業で64.9%（20卒

45.7%）、従業員500名以下の企業で58.8%（44.8%）と大きく数字を伸ばした。逆に「5日間以上」という長期間派は従業員501名以上の企業で24.7%、従業員500名以下の企業で21.9%に留まった。インターンシップ参加者から採用した割合は、従業員501名以上の企業で90.5%、従業員500名以下の企業で70.8%に及ぶ。採用活動におけるインターンシップの重要性の高さがうかがえる数字だ。また、内定者に占める割合が「30%未満」の合計は、従業員501名以上の企業で58.3%、従業員500名以下の企業で59.0%と過半数を超える数字となっている。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59.1%（20卒77.3%）と、前年から18.2ポイント減。若干トーンダウンしたものの、それでもイン

ターンシップの採用活動における重要性への認識が高いことを物語っている。一方、従業員500名以下の企業でも、「採用に向けた母集団形成」は37.4%（20卒50.1%）と前年よりも12.7ポイント減少しているが、他の理由とは差があり、大手ほどではないが、採用活動の一環としての認識は高い。また、採用への優遇策の有無については、「講じている」と回答した企業は54.8%。前年（20卒45.0%）からは9.8ポイント伸びている。ここ数年数字は伸びており、この傾向は今後も継続するだろうと思われる。優遇策の内容については、「選考時期」が62.5%で1位。以下、「限定セミナーの開催」27.5%と、限定的な優遇策にとどまっているようだ。

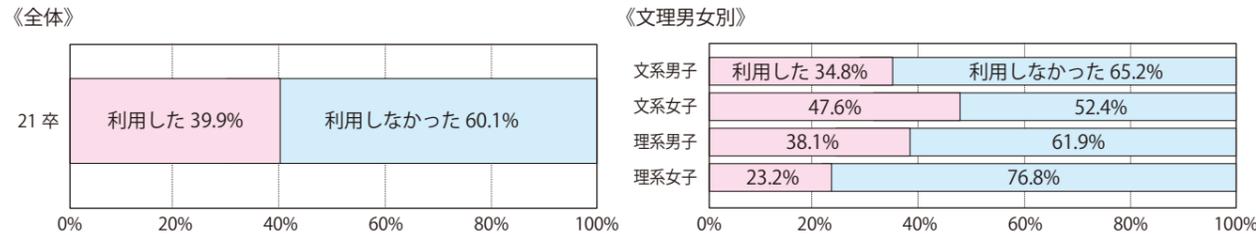
COLUMN



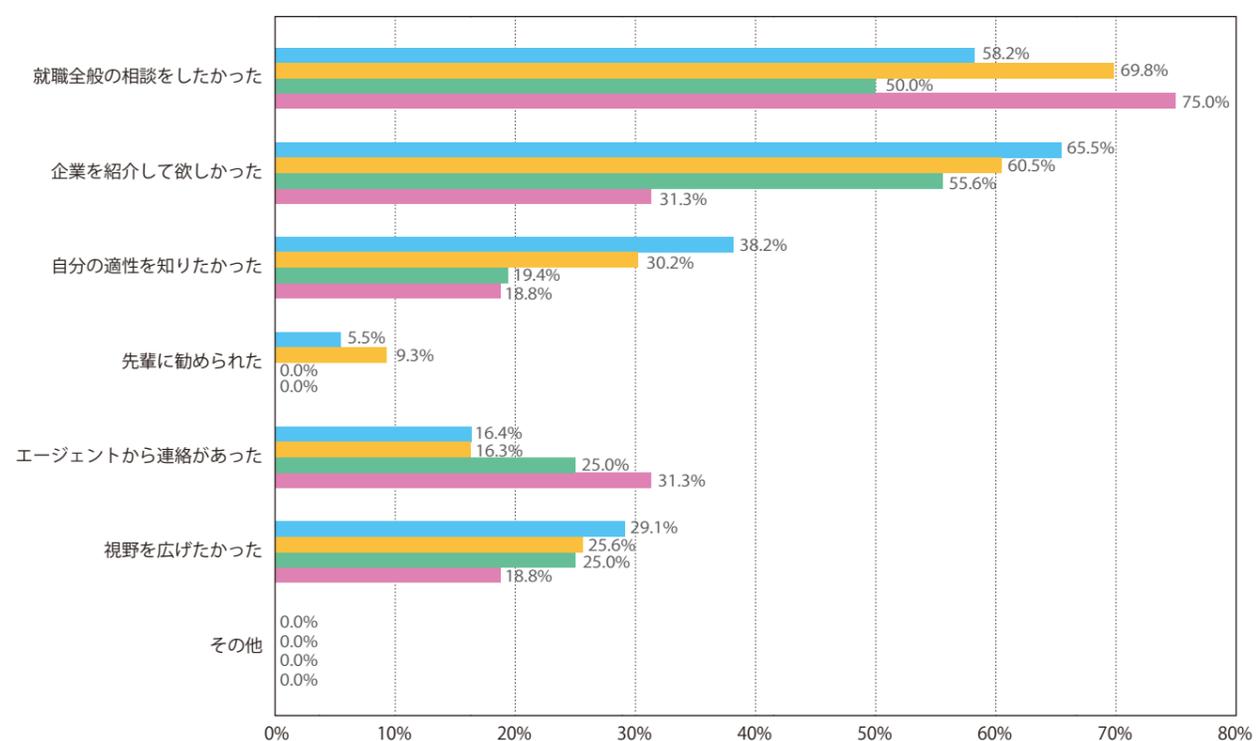
就活ツールの一つとして、近年、学生の認知度が高まってきた「新卒紹介サービス」。学生全体で39.9%が「利用した」と回答、20卒(35.1%)から4.8ポイント増加した。すでに学生の4割が利用しており、今後はさらに利用率が上昇することが予想される。文理男女別にみると、「文系女子」47.6%(20卒39.6%)、「理系男子」38.1%(20卒26.1%)、「文系男子」34.8%(20卒32.1%)、「理系女子」23.2%(20卒39.7%)、の順に多く、「理系女子」を除く属性で数字を伸ばしており、特に「理系男子」では12ポイント増と大幅に増加した。

利用した理由については、「理系女子」75.0%(20卒62.1%)、「文系女子」69.8%(20卒60.0%)で「就職全般の相談をしたかった」が最も多く、「文系男子」65.5%(20卒49.4%)、「理系男子」55.6%(20卒48.3%)では「企業を紹介して欲しかった」が最多となっている。男子学生にとっては、より直接的な就職活動ツールとしてのニーズが高く、一方、女子学生ではアドバイザーとしてのニーズが高いようだ。かつては、内定を獲得できなかった学生が就活後半戦に利用するツールというイメージもあったが、最近では早期の段階から、様々なニーズに応じて積極的に利用するツールとして定着しつつあることを示す結果となった。

■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用しましたか？



■〈学生アンケート〉新卒紹介を利用した理由



COLUMN

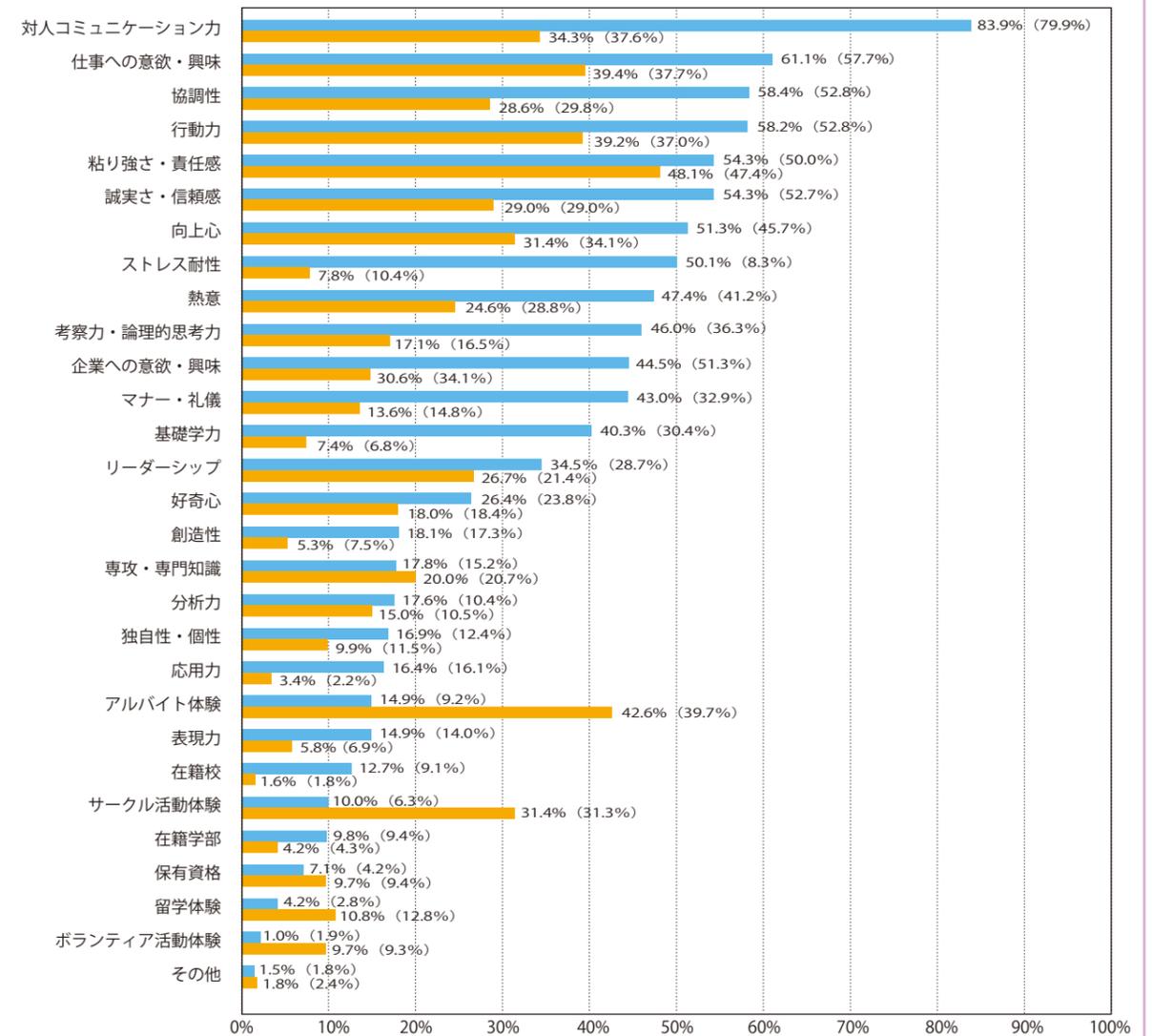
企業が選考の際に重視する点と学生がアピールしたいポイントは、例年、両者間にはかなりのギャップがあるのだが、21卒でも同様の傾向が見られた。

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、83.9%(20卒79.9%)。2位に20ポイント以上の大差をつけての1位であり、学生にも意識して欲しいところだが、実際には34.3%(20卒37.6%)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、両者の意識のギャップは逆に7.3ポイント拡大した。企業の2位は「仕事への意欲・興味」で61.1%(20卒57.7%)。学生では順位こそ3位だが39.4%(20卒37.7%)と企業との意識差は大きい。企業の3位は「協調性」58.4%(20卒52.8%)で、学生では28.6%(20卒29.8%)。企業の4位の「行動力」は58.2%(20卒52.8%)だが、学生は39.2%(20卒37.0%)。企業の上位3位では前年以上に数字を上げているが、逆に学生では下げており、4位でようやくギャップはいくぶん縮んだが、両者の意識格差はまだまだかなりの開きがある。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」42.6%(20卒39.7%)については、企業は14.9%(20卒9.2%)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31.4%(20卒31.3%)と毎年高い数字だが、企業では10.0%(20卒6.3%)とさほど重視していない。それに対して、「基礎学力」は企業では40.3%(20卒30.4%)だが、学生では7.4%(20卒6.8%)。学業に対する意識の落差も大きい。

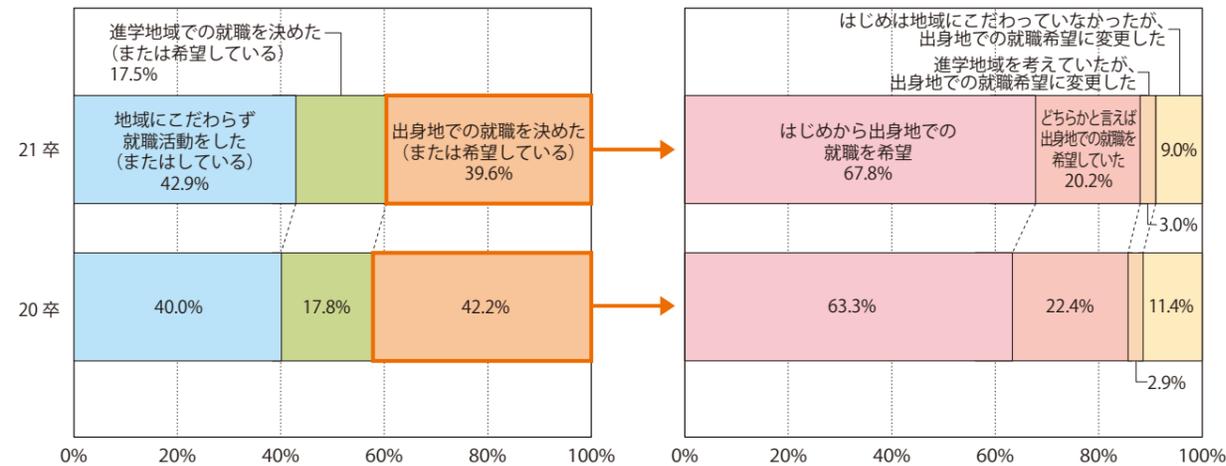
企業の重視するポイントの中には、たとえば「対人コミュニケーション力」など、具体的にどうアピールすれば企業に響くのか表現が難しいものもあり、アピールしやすいアルバイトやサークル活動体験に寄りやすいのだろうが、体験を通して何を学んだか、どのように成長したかまで一歩踏み込む姿勢が不足している点が、意識格差の背景にあるのではなからうか。

■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20卒の数値

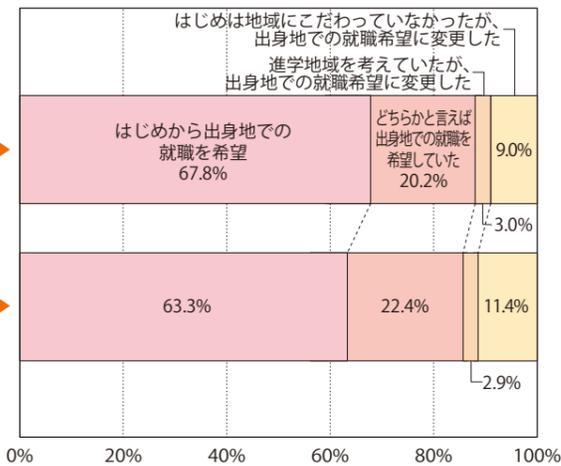


DATA. 16 Uターン就職に関する意識

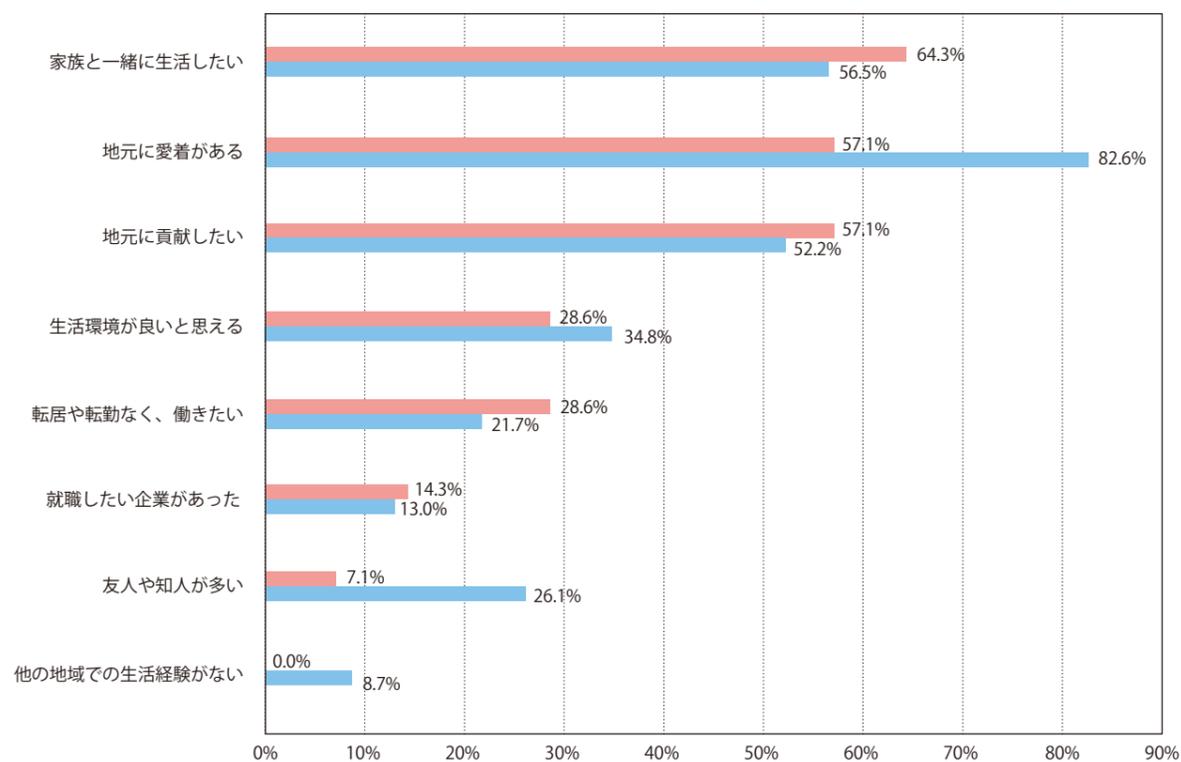
■ 学生の就職地域意識



■ 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39.6%と前年並みの数字に。Uターン希望の理由では、「家族と一緒に生活したい」が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39.6%(20卒42.2%)と微減した。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17.5%(20卒17.8%)、「地域にこだわらずに就職活動をした(またはしている)」学生も42.9%(19卒40.0%)と変化はなく、前年からほぼ横ばいの推移となっている。

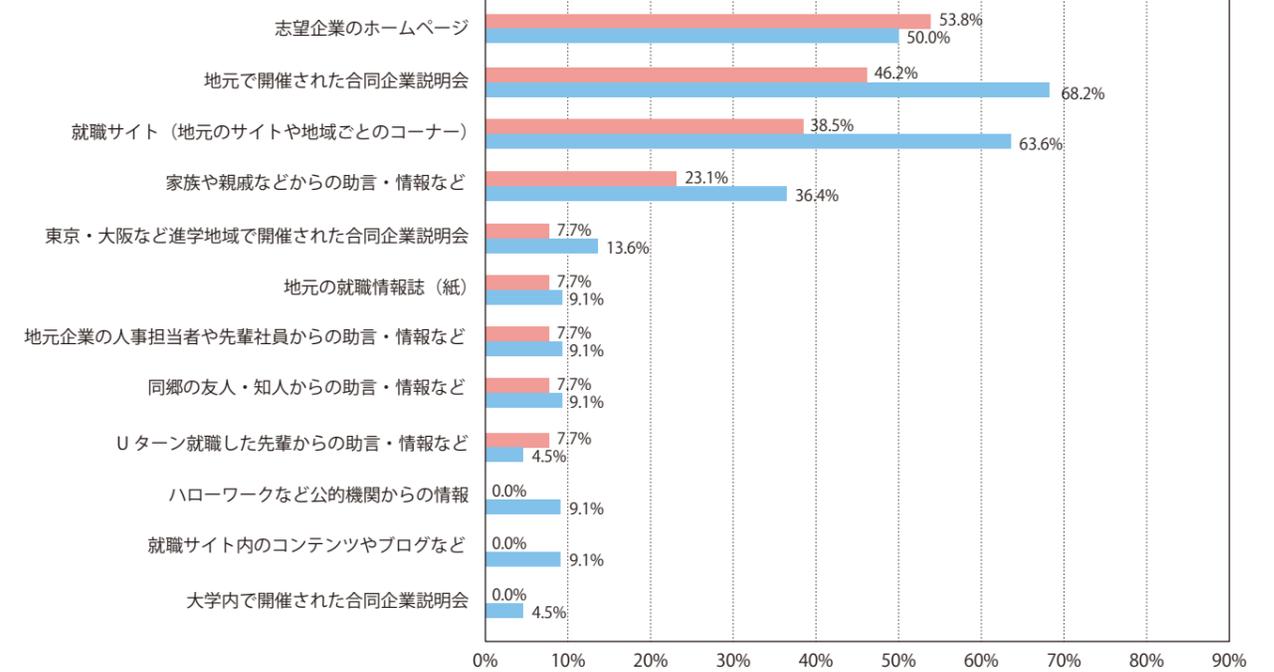
Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」の合計で88.0%(20卒85.7%)と増加しているが、内訳は「はじめから希望」という強い意志を持つ学生が67.8%(20

卒63.3%)で4.5ポイント増加。最初から地元を意識した就職活動を行っていたUターン志向の学生の増加が目立つ。

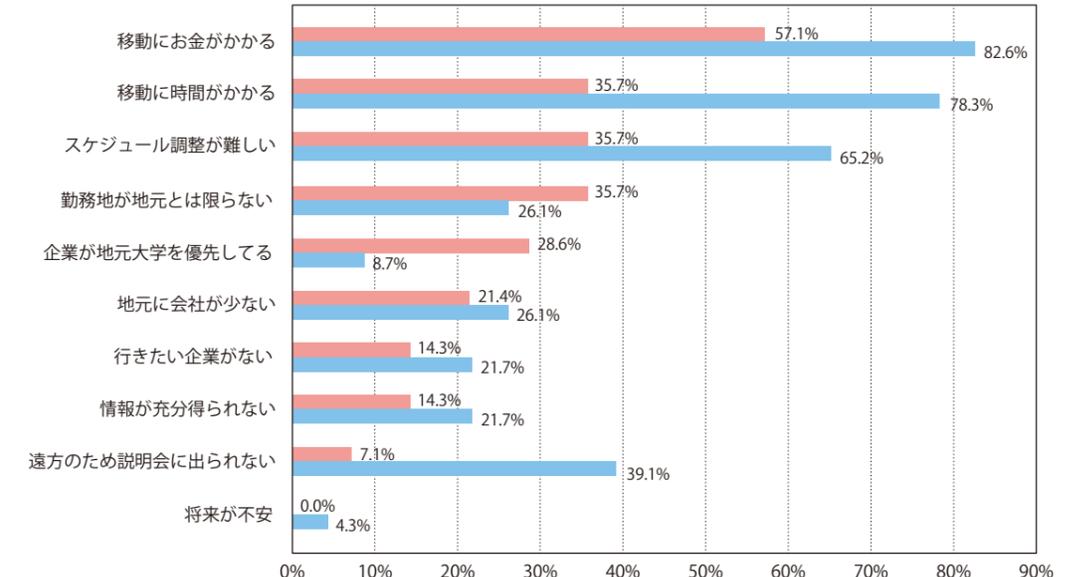
出身地での就職を希望する理由としては、「家族と一緒に生活したい」64.3%(20卒56.5%)が1位。前年大幅に増加した「地元に着がある」が57.1%(20卒82.6%)と数字を落として、「地元で貢献したい」57.1%(20卒52.2%)と並んで2位となった。19卒で1位だった「生活環境」は28.6%(20卒34.8%、19卒64.5%)とさらに数字を落とす結果となった。

DATA. 17 Uターン就活の実際

■ Uターン就活で役立ったもの (出身地就職希望者対象)



■ Uターン就活で困ったこと (出身地就職希望者対象)



Uターン就活に役立ったものは「企業のHP」、「地元企業の合同説明会」、「就職サイト」。移動のためのコストと時間が、21卒でもUターン就活の障壁だが、数字は減少。

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」53.8%(20卒50.0%)が最も多くなった。例年「地元で開催された合同説明会」46.2%(20卒68.2%)、「就職サイト」38.5%(20卒63.6%)がUターン就職活動に役立つツールとして高い評価を集めてきたが、コロナウイルスの影響で合同説明会の中止が相次ぎ、説明会や選考の実施は企業ごとに対応が分かれたこともあって順位が逆転したと思われる。

一方、Uターン就活で困ったことについては、例年8割前後の学生が挙げる「移動にお金がかかる」が57.1%(20卒82.6%)、前年2

位の「移動に時間がかかる」35.7%(20卒78.3%)も同様に大幅に減少した。コロナウイルスの影響により移動が制限され、オンライン選考などが導入された結果減少したことが推測できるが、いずれにせよ、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な障壁ではある。また、同率2位「スケジュール調整が難しい」35.7%(20卒65.2%)も同じように「時間」絡み。さらに「勤務地が地元とは限らない」も同率2位で35.7%(20卒26.1%)の学生が挙げている。

第2章

企業の採用活動総括

POINT

- WEBで会社説明会を実施した企業は大手で62.0%、中堅・中小で37.7%。
- 最終面接まですべてWEB面接で行ったのは大手で34.6%、中堅・中小で17.3%。
- インターンシップを導入・導入した企業は7割超。
- 採用計画は11卒採用以来、10年ぶりに「減少」が「増加」を上回る。
- 新型コロナウイルス感染拡大前の動きは全体的に前倒し。選考フェーズは後ろ倒しに。
- プレエントリー受付開始時期は、「12月以前」が主流、エントリーシート選考結果の通知開始時期は「3月中」が最多で、2月までも2割に迫る。コロナで結果通知を遅らせた企業も。
- OB・OGリクレーターによる面接実施企業は約2割。接触開始時期は「12月以前」が増加。
- 採用選考開始時期は「3月中」ピーク継続ながら早期化進む。コロナの影響か面接回数はやや少なめに。
- 内定開始の時期は早期化基調も、コロナの影響で後ろ倒しにする企業も増加。採用選考解禁前に内定開始した企業は大手62.2%、中堅・中小59.6%に留まる。
- 応募学生の質は、「満足」が「不満」を大きく上回り、満足度の上がった企業が増加。内定学生の質は、「満足」・「期待・予想通り」の合計が97.0%に。
- 内定フォローは大手企業で73.9%（20卒85.0%）、中堅・中小企業で66.5%（20卒74.8%）が「内定者懇親会」だが、コロナの影響で集めにくくなっている。
- 採用活動を終了した企業は大手で53.5%、中堅・中小では35.5%。大手企業を中心に、前年までの苦戦傾向から、状況が好転した企業が増加。
- 91.2%の企業が筆記・適性テストを実施。24.7%の企業が「ストレス耐性テスト」導入を希望。

DATA. 18 採用計画

採用人数の増減（前年比）



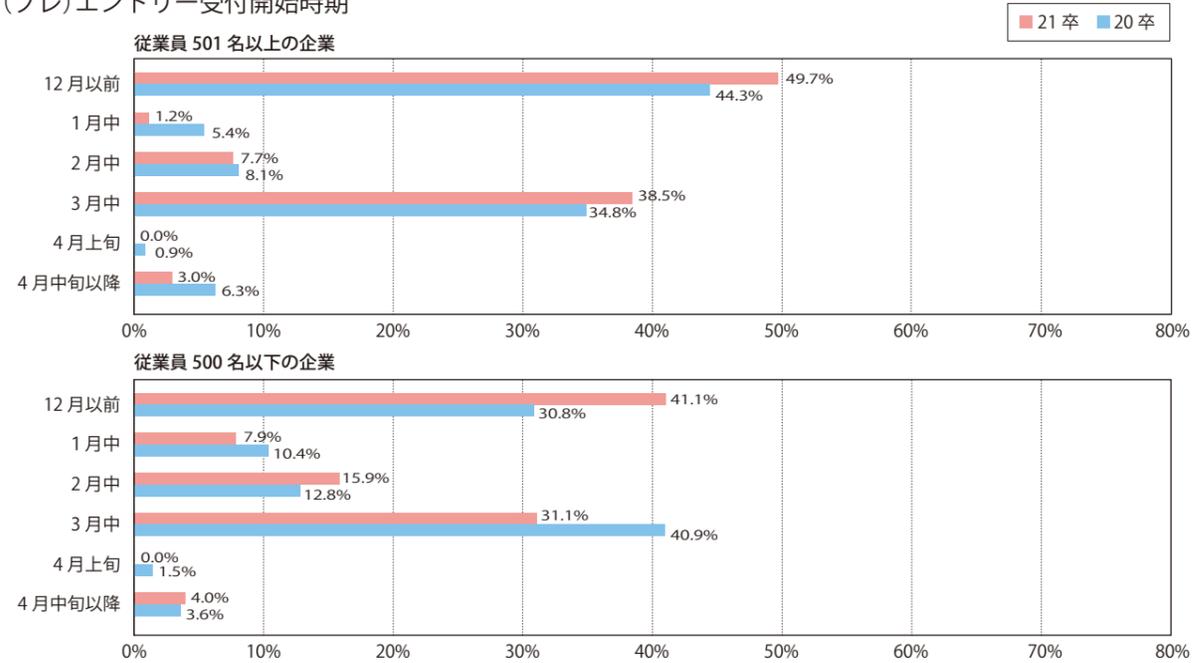
採用に慎重な姿勢をみせる企業が増加。企業規模、文理を問わず「減少」が「増加」を上回る。

採用人数を「増加」する企業は14.0%と20卒の33.0%から19.0ポイントの大幅減となった。一方、「減少」は28.2%（20卒22.0%）と6.2ポイント増加し、11卒調査以来10年ぶりに「減少」が「増加」を上回る結果となった。また「前年並」も57.9%（20卒45.0%）と12.9ポイント増加、採用に慎重な姿勢をみせる企業が増えている。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業で「増加」15.6%（20卒31.4%）は半減し、「減少」31.8%（20卒20.5%）が逆転、「前年並」も52.6%（20卒48.0%）と増加した。従業員500名以下の企業でも同様に「増加」

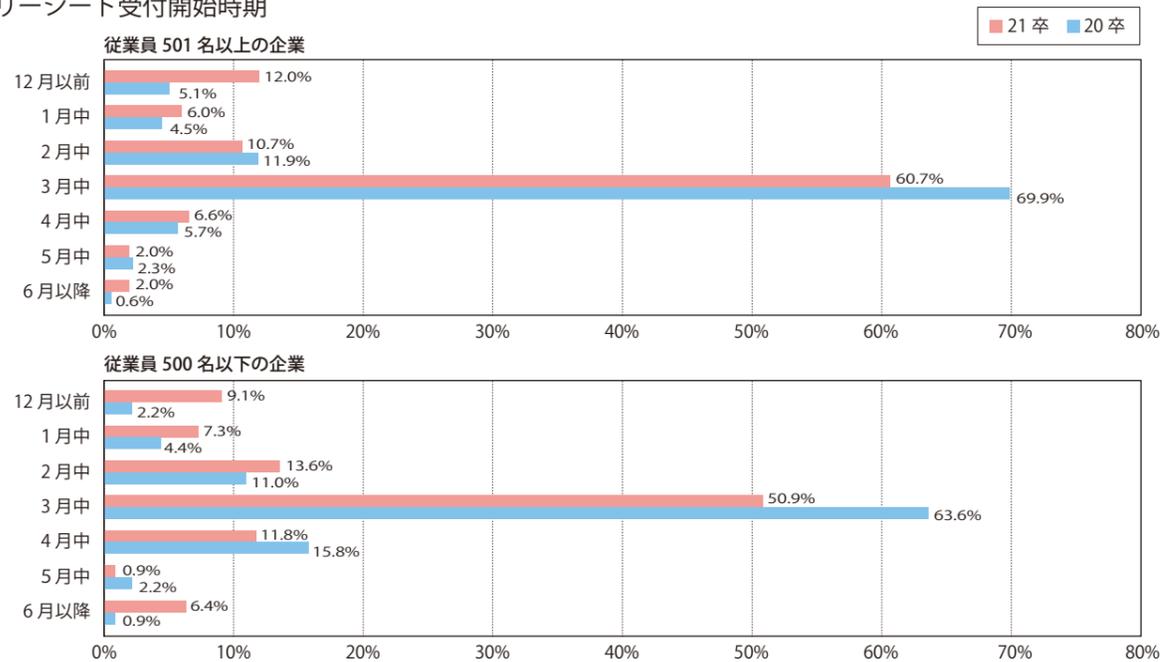
12.4%（20卒33.9%）と「減少」24.8%（20卒22.8%）は逆転、「前年並」も62.9%（20卒43.3%）と増加した。文理別にみると、501名以上の企業で「増加」は文系10.5%、理系10.9%、「減少」は文系23.0%、理系21.1%となったが、500名以下の企業では「増加」は文系10.5%に対して理系は14.5%、「減少」も文系16.9%に対して理系10.2%と、より文系を絞る傾向が見られた。

DATA. 19 プレエントリー受付&エントリーシート受付開始

Web(プレ)エントリー受付開始時期



エントリーシート受付開始時期



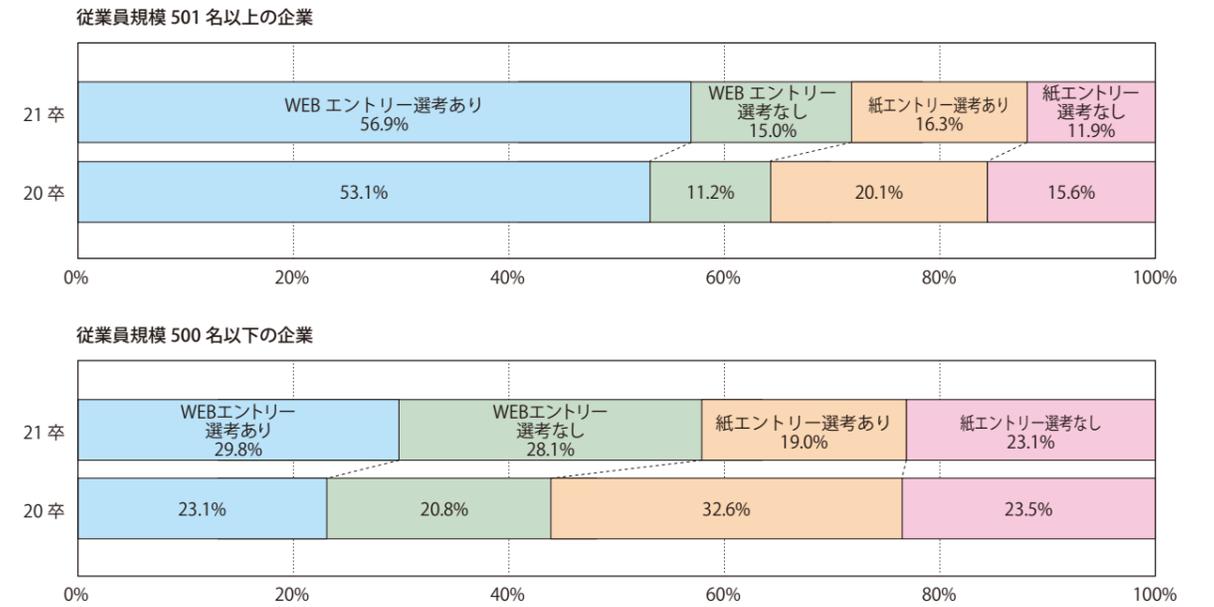
**プレエントリー受付開始時期は、「12月以前」が主流に。
エントリーシート受付開始時期は「2月」以前が増加し、前倒し傾向が顕著。**

プレエントリーの受付開始時期は、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が49.7% (20卒44.3%)と5.4ポイント増加して20卒に引き続き1位。「3月中」は38.5% (20卒34.8%)に留まり、前倒し傾向はより強まったといえる。従業員500名以下の企業でも同様の傾向がみられ、20卒で1位だった「3月中」が31.1% (20卒40.9%)と9.8ポイント減少し2位に。代わって「12月以前」が41.1% (20卒30.8%)と10.3ポイント増加して1位となった。企業規模に関わらず、プレエントリー受付は「3月中」一極集中から「12月以前」へとシフトしつつあるようだ。

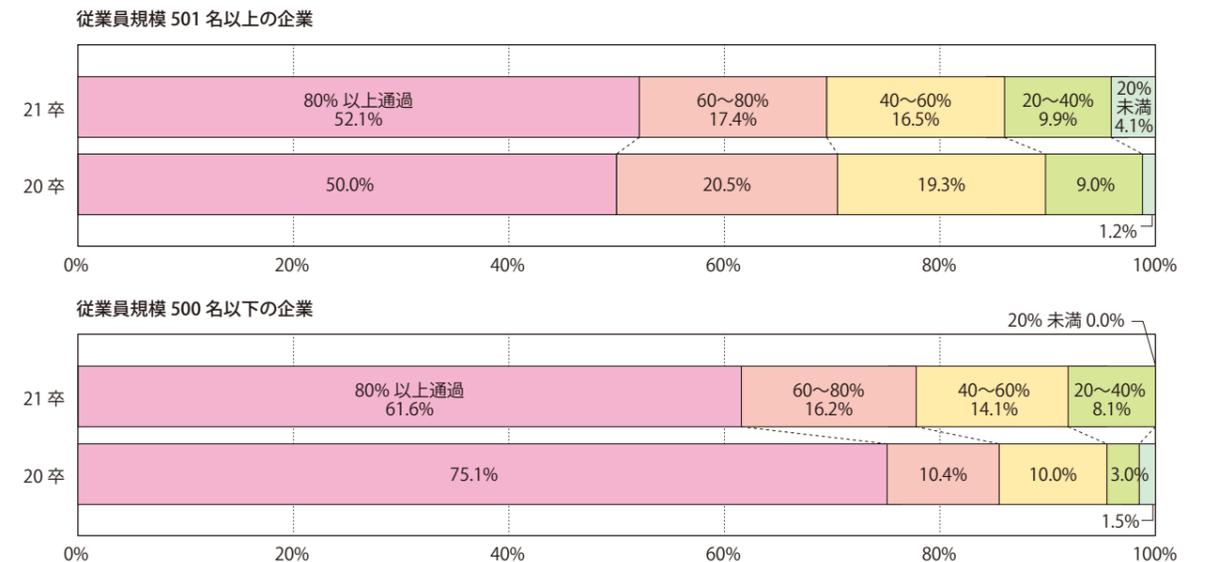
エントリーシートについても受付開始時期の前倒し傾向は顕著に表れている。従業員501名以上の企業では、「3月中」の回答が60.7% (20卒69.9%)と9.2ポイント減少。それに対して「2月以前」の合計で28.7% (20卒21.5%)と7.2ポイント増加。また、従業員500名以下の企業では、「3月中」が50.9% (20卒63.6%)と12.7ポイントの大幅減、大手同様、「2月以前」の合計で30.0% (20卒17.6%)と12.4ポイントの大幅増となった。大手・中小とも「3月中」中心ではあるが、早期化傾向は加速しているようだ。

DATA. 20 エントリーシートについて

エントリーシートの種類と選考の有無



エントリーシートでの絞り込み度合い



**エントリーシートのWEB化が加速、大手で71.9%、中堅・中小で57.9%が導入。
採用母集団確保のために、選考・絞り込みへの活用にはやや消極的に。**

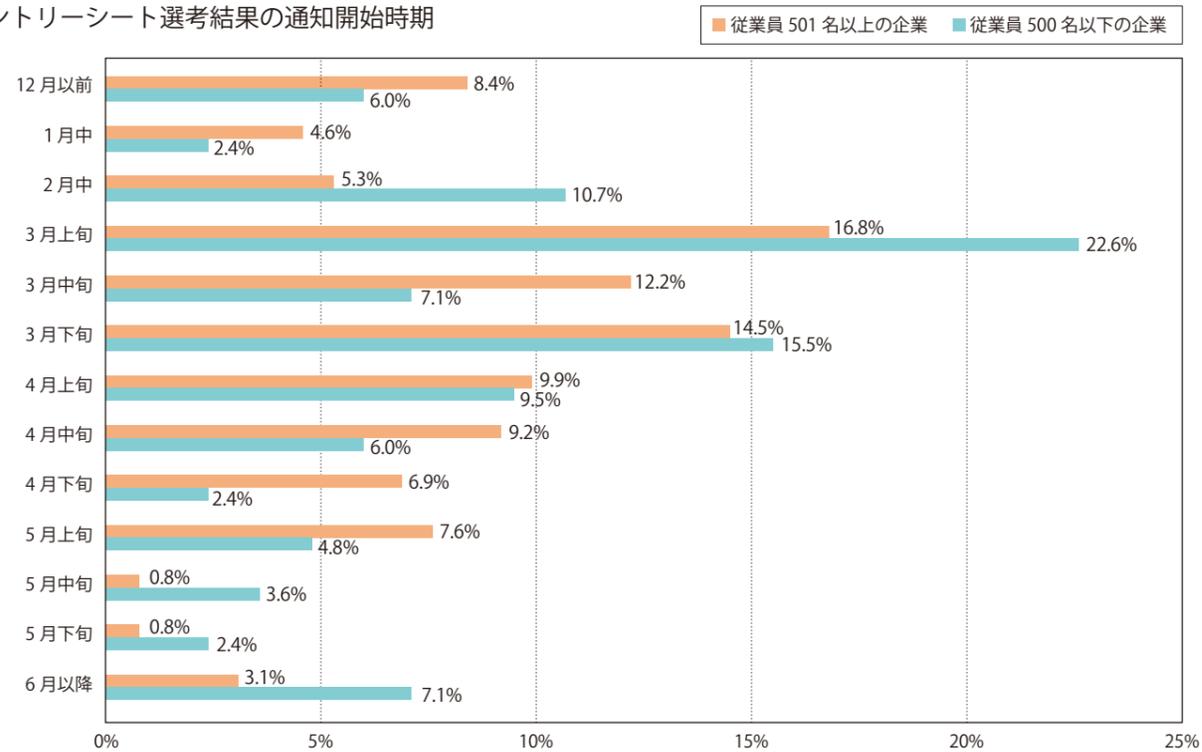
エントリーシート (ES) を利用している企業のうちWEBと紙の内訳をみると、従業員501名以上の企業ではWEBが71.9% (20卒64.3%)、紙が28.1% (20卒35.7%)。紙からWEBへの移行がすすんでおり、WEBが7割超と主流となっている。一方、500名以下の企業では、WEBが57.9% (20卒43.9%)、紙が42.1% (20卒56.1%)。前年までは紙の方が多数派であったが、ここにきて逆転、ESのWEB化が加速し、WEBが半数を超える結果となった。今後は、WEBが主流になっていくものと推測できる。

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

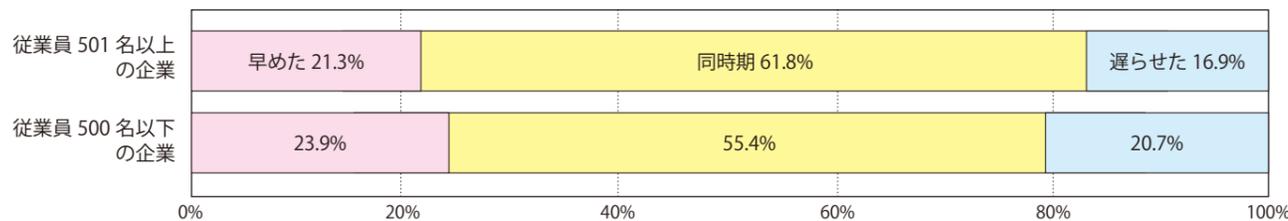
501名以上で73.1% (20卒73.2%)、「なし」と回答した企業は26.9% (20卒26.8%)で、前年から横ばい。従業員500名以下の企業では、選考「あり」が48.8% (20卒55.7%)、「なし」が51.2% (20卒44.3%)と「なし」が増加しており、大手企業と比べて、ESによる選考には依然として消極的な姿勢が目立つ。ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が従業員501名以上で52.1%、500名以下で61.6%と高く、この傾向に変化はない。絞り込みすぎると、採用母集団を確保できなくなることを危惧する企業が多かったためと推測される。

DATA. 21 エントリーシート選考結果通知開始時期

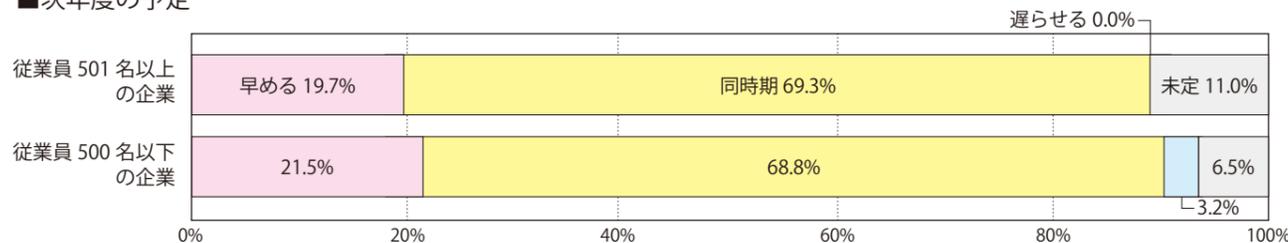
■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



エントリーシートの選考結果の通知開始時期は「3 月中」が最多。2 月までも 2 割に迫る。コロナの影響で結果通知を遅らせた企業も。

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43.5% (20卒47.5%) で最多だが微減となり、その分「2月以前」の合計は18.3% (20卒11.8%) と増加した。DATA.18で触れたようにESの受付開始時期が、「3 月中」から「12月以前」にシフトしつつあることから、その結果通知も同様に早期化しているのではないかと推測できる。前年比較では、コロナ禍の影響もあってか「遅らせた」という企業が16.9% (20卒2.4%) と大幅に増加。5月以降の選考結果通知は12.2%と20卒(8.6%) から3.6ポイント増加した。次年度については、「同時期」が69.3% (20卒

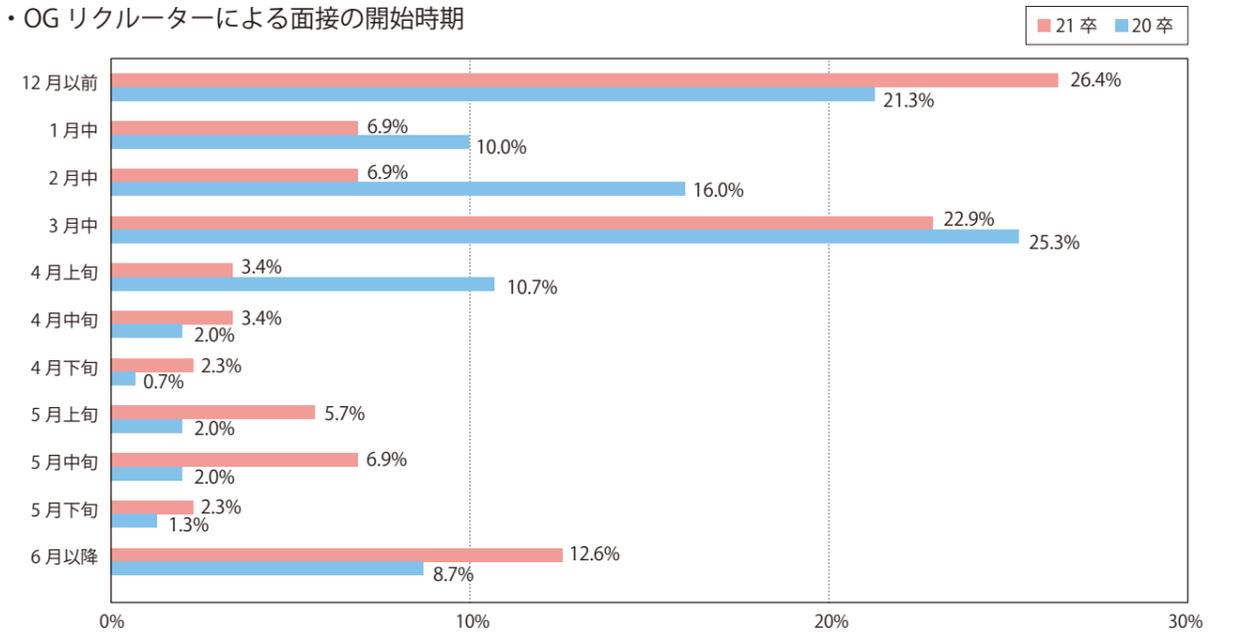
44.9%) と最も多く、「早める」と回答した企業は19.7% (20卒31.1%)、現時点で遅らせるという回答をした企業はなかった。一方、従業員500名以下の企業でも、基本的な傾向は同じだ。選考結果の通知開始時期で最多は「3月中」で45.2% (20卒41.0%) と増加するも、「2月以前」の合計も19.1% (20卒13.6%) と増加。こちらも前倒しで選考結果を通知しているのがわかる。一方で対前年から「遅らせた」企業も20.7%と20卒(2.0%) から18.7ポイント増加。次年度の予定については「同時期」が68.8%、「早める」企業は21.5%となった。

DATA. 22 OB・OG リクルーターによる面接

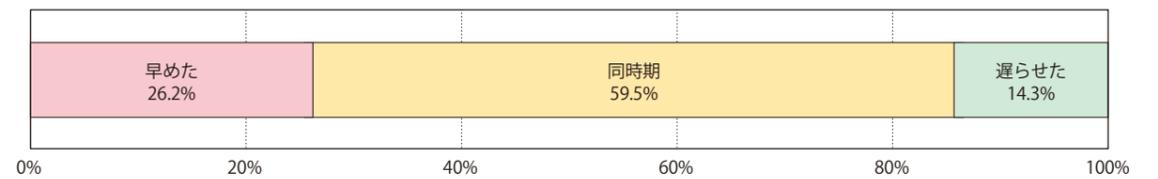
■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



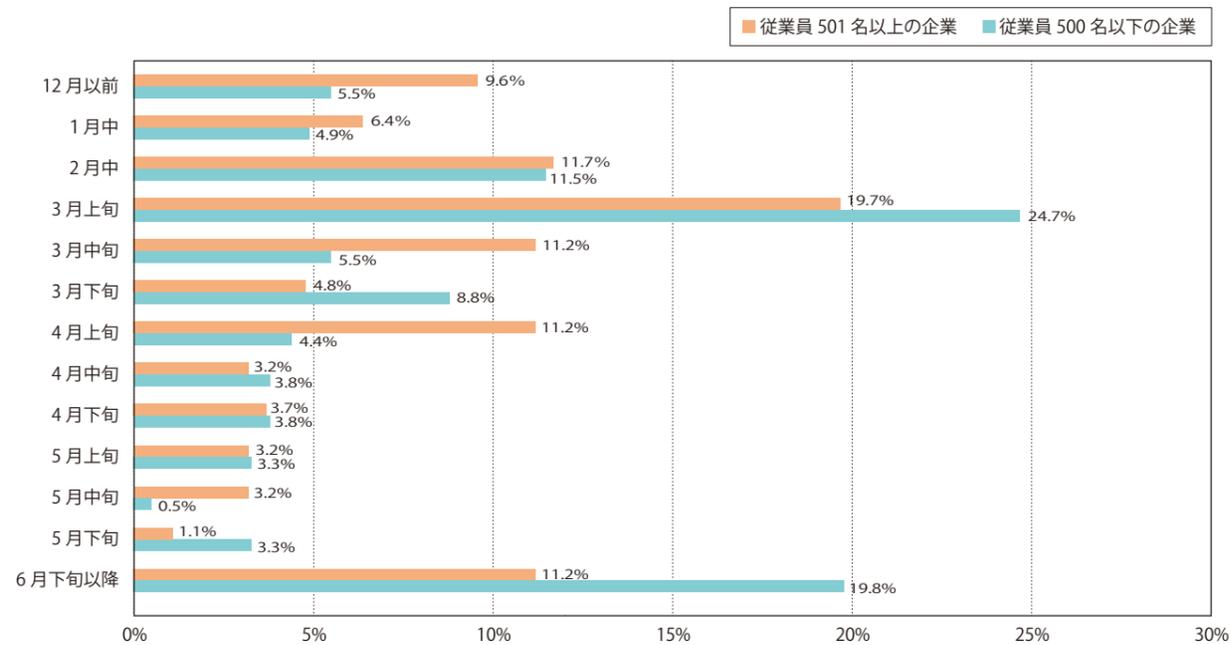
OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は約 2 割。接触開始時期は「12 月以前」が増加し、前倒しへ。

OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は、21卒でも19.9% (20卒22.1%) と横ばいで推移した。人員の手配やコストがかかることもあり、導入企業は2割前後となっている。また、導入・実施している企業の接触開始時期については、前年ピークだった「3月中」が22.9% (20卒25.3%) で2.4ポイント減少し、それに代わって「12月以前」が26.4% (20卒21.3%) と5.1ポイント増加して1位となった。採用広報解禁前のかかなり早い段階から、積極的に接触機会を増やす動きが主流となりつつあるようだ。

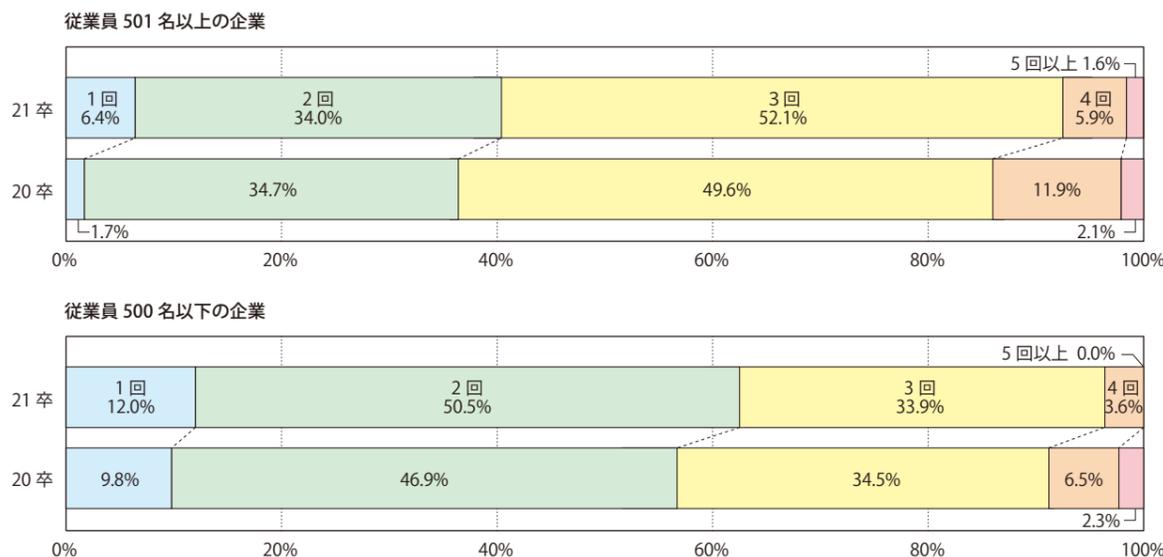
対前年で見ると、「早めた」と回答した企業は26.2% (20卒38.7%) と12.5ポイントの減少。「同時期」は59.5% (20卒59.0%) と横ばいだが、「遅らせた」企業が14.3% (20卒2.3%) と12ポイントと増加した。依然「早めた」企業が多いものの、一部で「遅らせる」企業も増加している。次年度の予定を見ても、「同時期」が68.1% (20卒45.4%) と22.7ポイント大幅に増加する一方で、「早める」と回答した企業は16.0% (20卒35.1%) と19.1ポイントの大幅減。ここ数年の早期化の流れがすでに定着してきた様相を呈している。

DATA. 23 採用選考開始時期

採用選考開始時期



内定までの面接回数



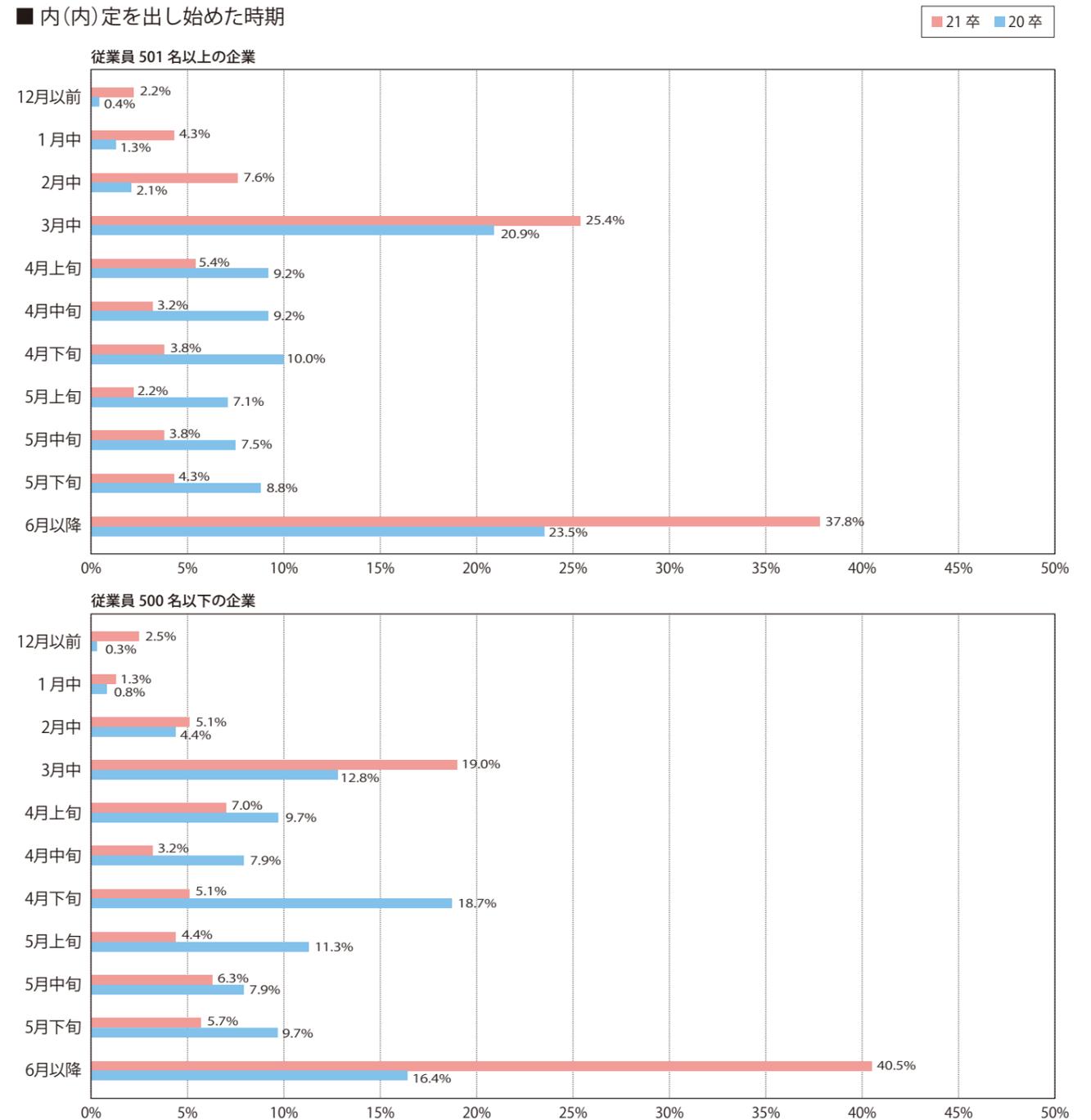
採用選考開始時期は、「3月中」ピークは継続ながら早期化が進む。採用活動全般の早期化に伴い、時間的制約から面接回数はやや少なめに。

採用選考を開始した時期は、従業員501名以上の企業で「3月中」が35.7%（20卒41.5%）と5.8ポイント減少も、一極集中というトレンドに変化はない。選考解禁時期の「6月」以降は11.2%（20卒10.7%）に留まり、実質的に広報開始と同時に選考を開始する企業が多いようだ。注目すべきは「2月」以前の合計で、27.7%（20卒20.5%）と7.2ポイント増加しており早期化傾向が読み取れる。従業員500名以下の企業でも、ピークは「3月中」の39.0%（20卒41.4%）で2.4ポイントの減少。それに対し、「2月」以前の合計が21.9%（20卒16.6%）と5.3ポイント増加しており、大手企業同様、「3月中」に集

中しつつも早期化が進行している様子が伺える。内定までの面接回数では、従業員501名以上の企業では「3回」が最多で52.1%（20卒49.6%）と大きな変化はないが、「4回」が5.9%と20卒（11.9%）から半減し、1回（6.4%）が増加している。一方、従業員500名以下の企業では、最多は「2回」で50.5%（20卒46.9%）と3.6ポイント増加。「4回」が3.6%（20卒6.5%）と減少。コロナの影響により面接方法変化する中で企業規模に関わらず、回数は少なめにシフトしているようだ。

DATA. 24 内定開始時期

内(内)定を出し始めた時期



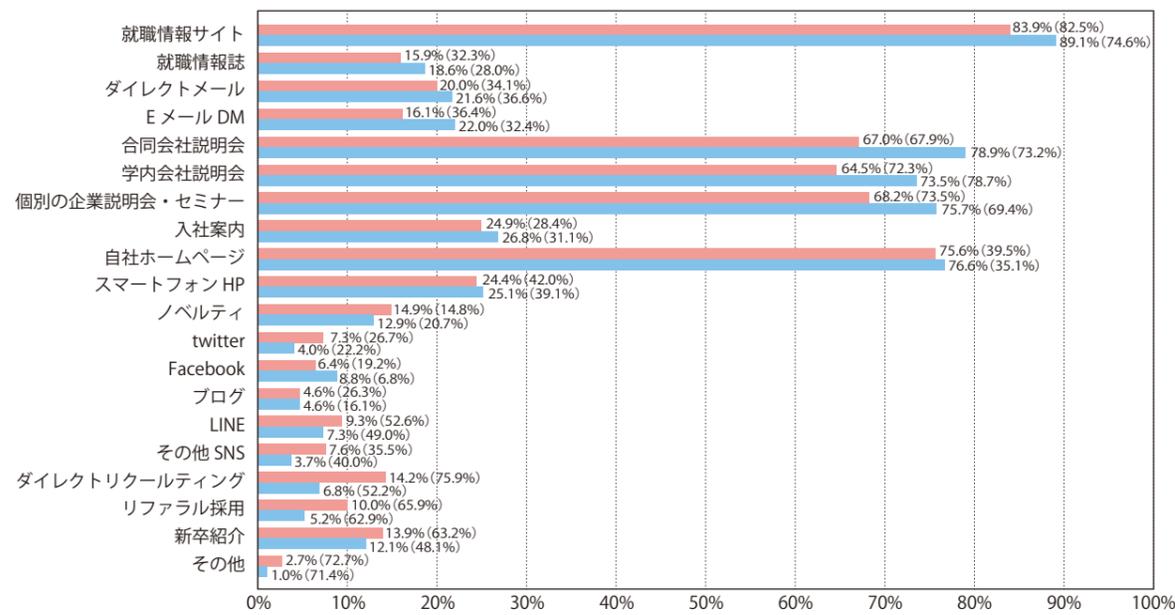
内定開始の時期は「3月」以前が大手で39.5%、中堅・中小で27.9%と早期化が進行。「6月」以降も増加、コロナ禍の影響で内定開始を後ろ倒しにする企業が増加。

従業員501名以上の企業の内定開始時期は、「3月」までの合計が39.5%と、20卒の24.7%から14.8ポイントの大幅増。トレンドとしては早期化が加速した。しかし、採用選考解禁時期である「6月」以降の合計も37.8%（20卒23.5%）と14.3ポイントの大幅増。これは新型コロナウイルス感染拡大の影響で、内定開始を後ろ倒しにする企業が増加したことがその要因であろう。

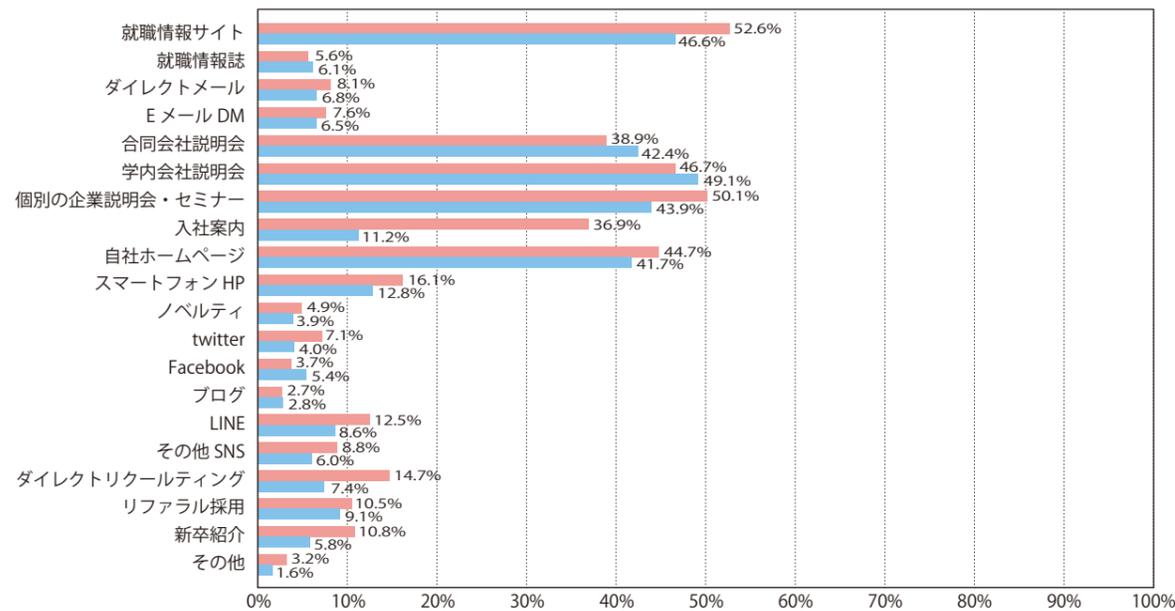
こうした状況は、従業員500名以下の企業でも同様だ。「3月」までの合計が27.9%と、20卒の18.3%から9.6ポイント増と早期化が進行した。が、同時に「6月」以降の合計も40.5%（20卒16.4%）と24.1ポイントの大幅増。大手企業以上に、中堅・中小企業で、内定開始を後ろ倒しにする企業の増加が目立ち、コロナ禍による影響は大きかったようだ。

DATA. 25 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



採用広報活動の主流は例年同様「情報サイト」・「HP」・「説明会」。特に「決め手」が見つからず、手広く試行する傾向は来期も継続。

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83.9% (20卒89.1%)。それに次ぐのが「自社ホームページ」75.6% (20卒76.6%)、「個別の企業説明会」68.2% (20卒75.7%)、「合同会社説明会」67.0% (20卒78.9%)、「学内説明会」64.5% (20卒73.5%)と傾向としては例年通りながら、コロナの影響で合同説明会や説明会の開催が難しかったことで対面形式のツールがそれぞれポイントを下げている。

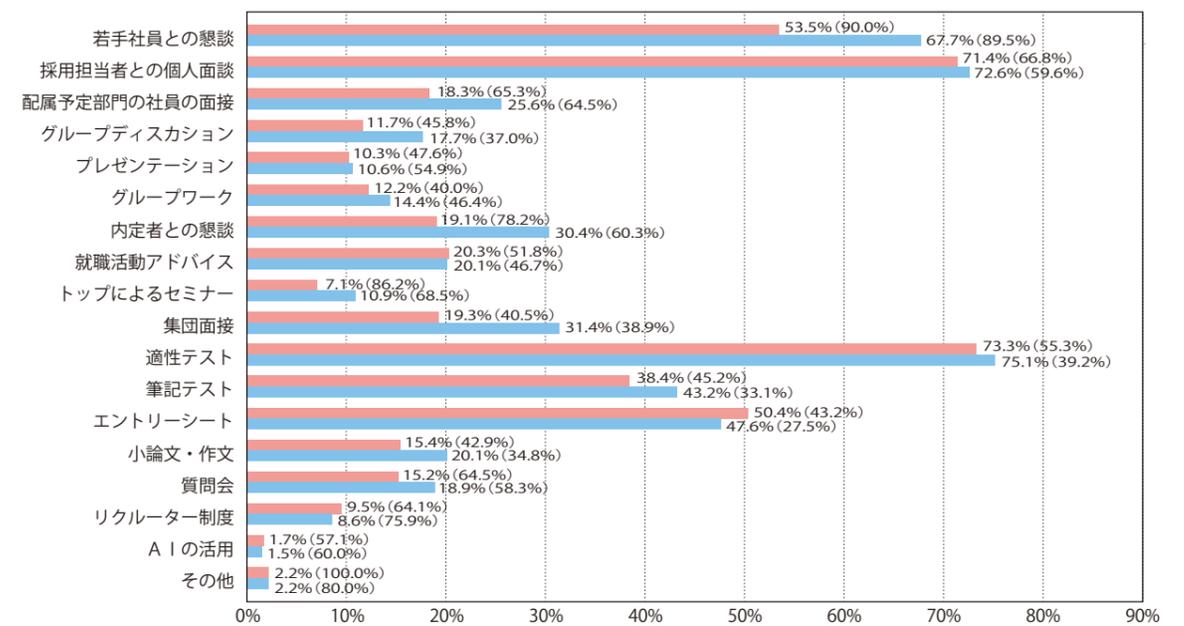
次年度以降導入したいものとしては、1位が「就職情報サイト」52.6% (20卒46.6%)で、以下、「個別の企業説明会」50.1% (20卒

43.9%)、「学内会社説明会」46.7% (20卒49.1%)、「自社ホームページ」44.7% (20卒41.7%)、「合同会社説明会」38.9% (20卒42.4%)と続く。

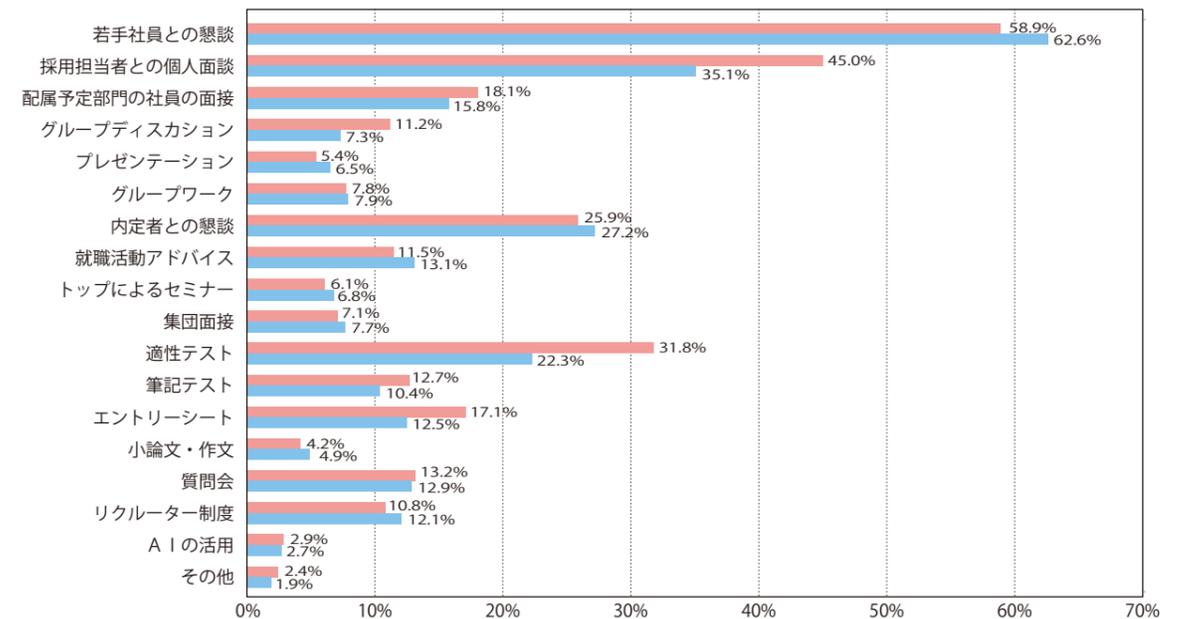
新たな採用広報の手法である「ダイレクトリクルーティング」(14.2%、20卒6.8%)・「リファラル採用」(10.0%、20卒5.2%)、「新卒紹介」(13.9%、20卒12.1%)は、それぞれ前年から導入率を上げ、また次年度以降に導入を考えている企業も着実に増加している。コロナの影響で従来型の母集団形成に影響が出たため、新たな手法を模索する様子が見え始める。

DATA. 26 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、効果の認知度が高いのは「採用担当者との面談」、「若手社員との懇談」。年齢に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。

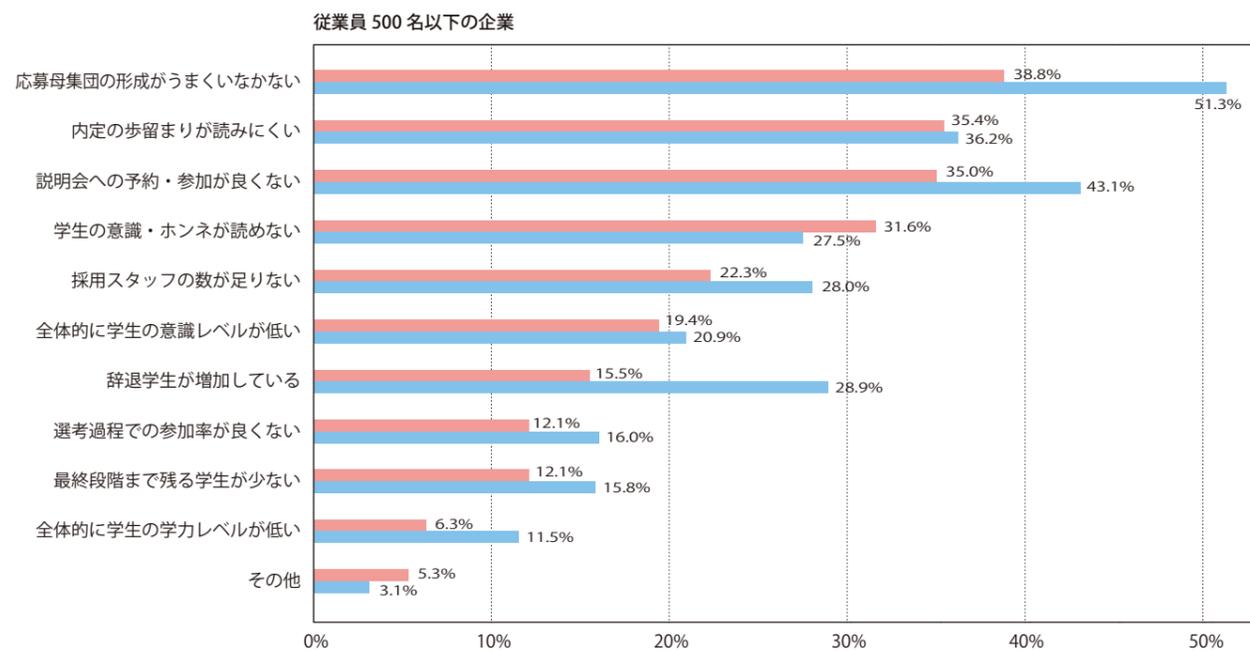
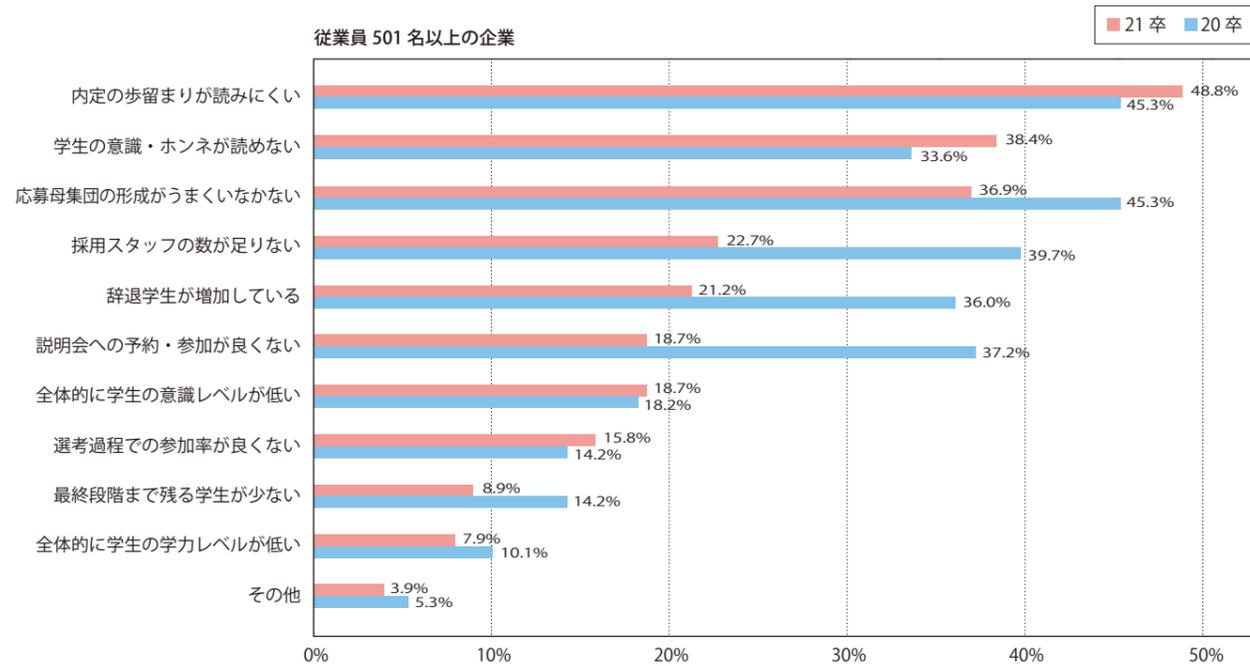
採用選考活動において導入されたものは、上位から「適性テスト」73.3% (20卒75.1%)、「採用担当者との個人面談」71.4% (20卒72.6%)、「若手社員との懇談」53.5% (20卒67.7%)、「エントリーシート」50.4% (20卒47.6%)の順。「エントリーシート」以外は数字を下げているが、他に目立って伸びたものもなく、基本的な傾向に大きな変化は見られない。新たな手法である「AIの活用」については、前年から特に動きはなく、依然として様子見が続いている。効果のあったものとしては「若手社員との懇談」90.0% (20卒89.5%)が昨年同様高く、「内定者との懇談」78.2% (20卒60.3%)も導入は少数ながら、早期化

を受けて手ごたえを感じているようだ。

また、次年度以降導入したいものでは、1位は「若手社員との懇談」で58.9% (20卒62.6%)で変化はないものの、2位の「採用担当者との個人面談」が45.0% (20卒35.1%)と数字を伸ばした。志望度を高めるため選考途中に接触回数を増やしたい思惑がうかがえる。3位の「適性テスト」を除くと、4位「内定者との懇談」25.9%、5位「配属予定部門の社員の面接」18.1%と続き、入社後の姿をイメージしてもらうことのできる、学生と年齢の近い層とのコミュニケーションに期待が持たれているようだ。

DATA. 27 採用課題

採用活動の悩み



「母集団形成」と「内定歩留まり」が、依然として主要な課題。企業規模に関わらず、「学生の意識・ホンネが読めない」という悩みが増加。

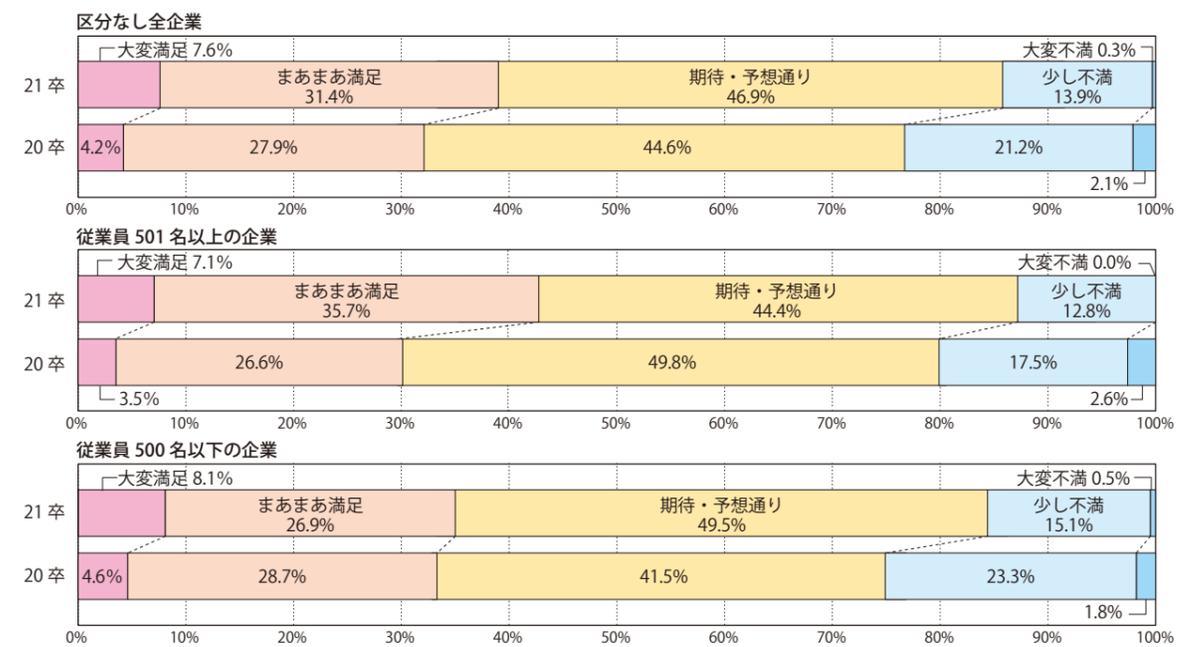
企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、「内定の歩留まりが読みにくい」48.8% (20卒45.3%)が3.5ポイント増えて1位。それに続くのが前年は同率1位だった「応募母集団の形成がうまくいかない」36.9% (20卒45.3%)。この2つが上位に来るのは前年と同じだが、母集団形成については採用計画の減少を受けてか8.4ポイント減少した。全体的に前年比で減少している中で増加が目立つのが、「学生の意識・ホンネが読めない」38.4% (20卒33.6%)。DATA.26でみた次年度導入したい採用選考活動で、「採用担当者との個人面談」が増加したのは、このあたりに

起因しているのかもしれない。

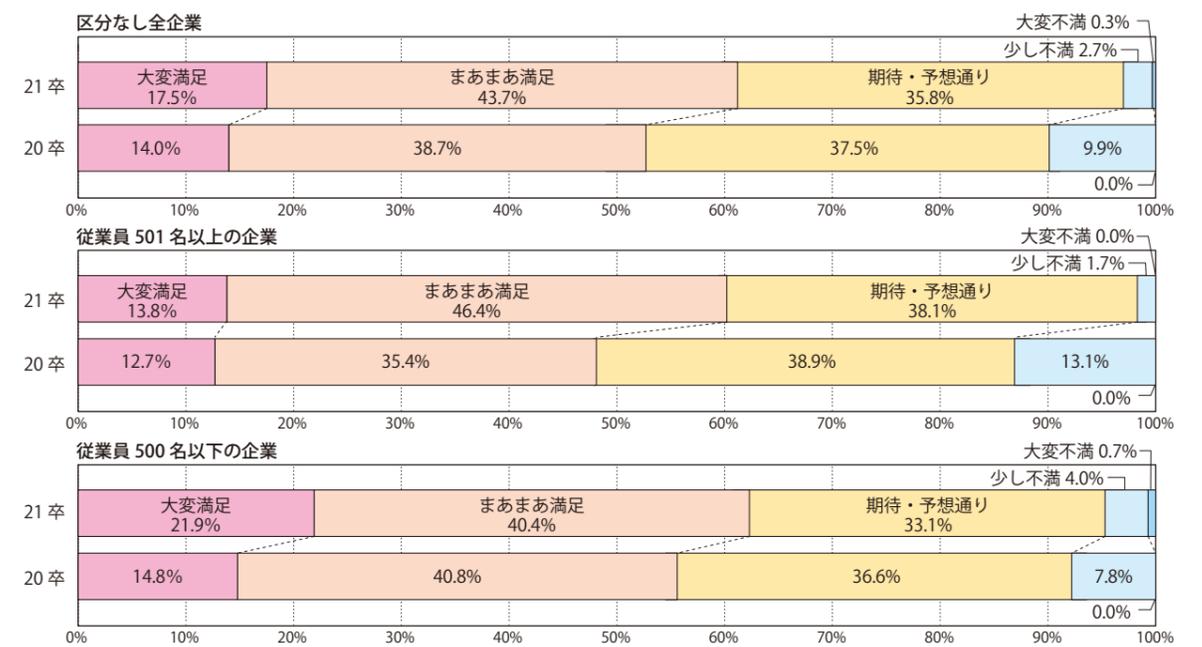
一方、従業員500名以下の企業では、「応募母集団の形成がうまくいかない」38.8% (20卒51.3%)、「説明会への予約・参加が良くない」35.0% (20卒43.1%)、「内定の歩留まりが読みにくい」35.4% (20卒36.2%)が、上位であるのは前年同様の傾向が見られた。また、大手同様、ほとんどの項目で数字を下げる中、唯一増加したのが「学生の意識・ホンネが読めない」31.6% (20卒27.5%)。今後の新たな課題となっていくのであろうか。

DATA. 28 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、「満足」が「不満」を大きく上回り、満足度の上った企業が増加。内定学生の質は、「満足」・「期待・予想通り」の合計が97.0%に。

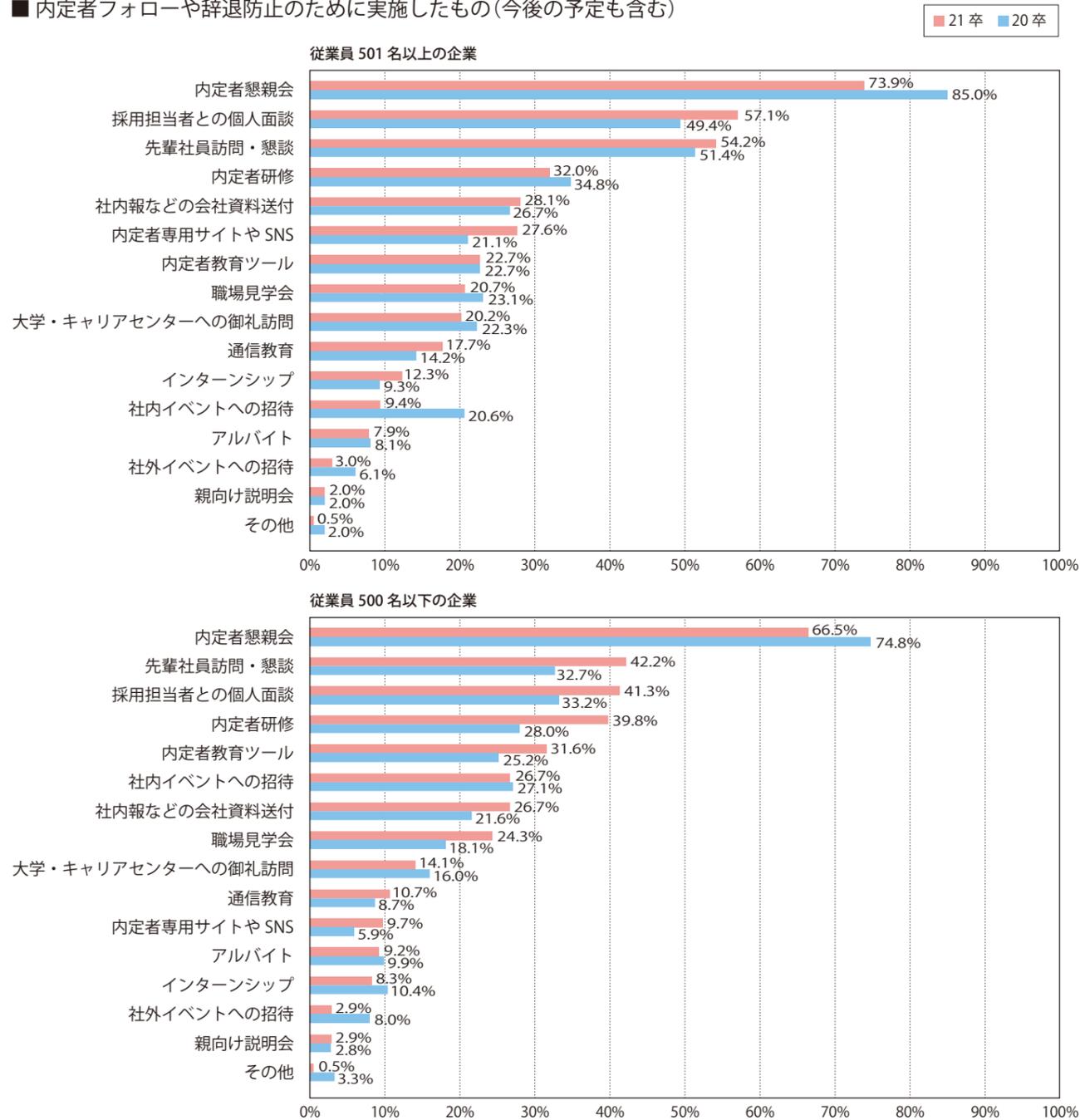
応募学生の質について、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は39.0% (20卒32.1%)で、「少し不満」・「大変不満」の合計14.2% (20卒23.3%)と比べ24.8ポイント差と、前年(8.8ポイント差)と満足度が向上した。企業規模別にみると、従業員501名以上では「満足」の合計が42.8% (20卒30.1%)で、「不満」の合計12.8% (20卒20.1%)と30ポイント差と昨年(10ポイント差)から大幅に増加した。従業員500名以下企業でも同様に、「満足」の合計が35.0% (20卒33.3%)で、「不満」の合計15.6% (20卒25.1%)から19.4ポイント差と前年(8.2ポイント差)と大幅に増加、企業規模を問わず満足でき

る結果となった企業が増加している。

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61.2% (20卒52.7%)で、「期待・予想通り」35.8% (20卒37.5%)と合わせると、実に97.0% (20卒90.2%)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「不満」の合計が1.7% (20卒13.1%)に留まり、従業員500名以下の企業でも「不満」の合計は4.7% (20卒7.8%)で、内定学生の質に満足した企業の増加が目立つ結果となった。

DATA. 29 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 73.9%、中堅・中小企業で 66.5% が「内定者懇親会」を実施。コロナ禍の中、内定歩留まりを高めようとする努力が見られる。

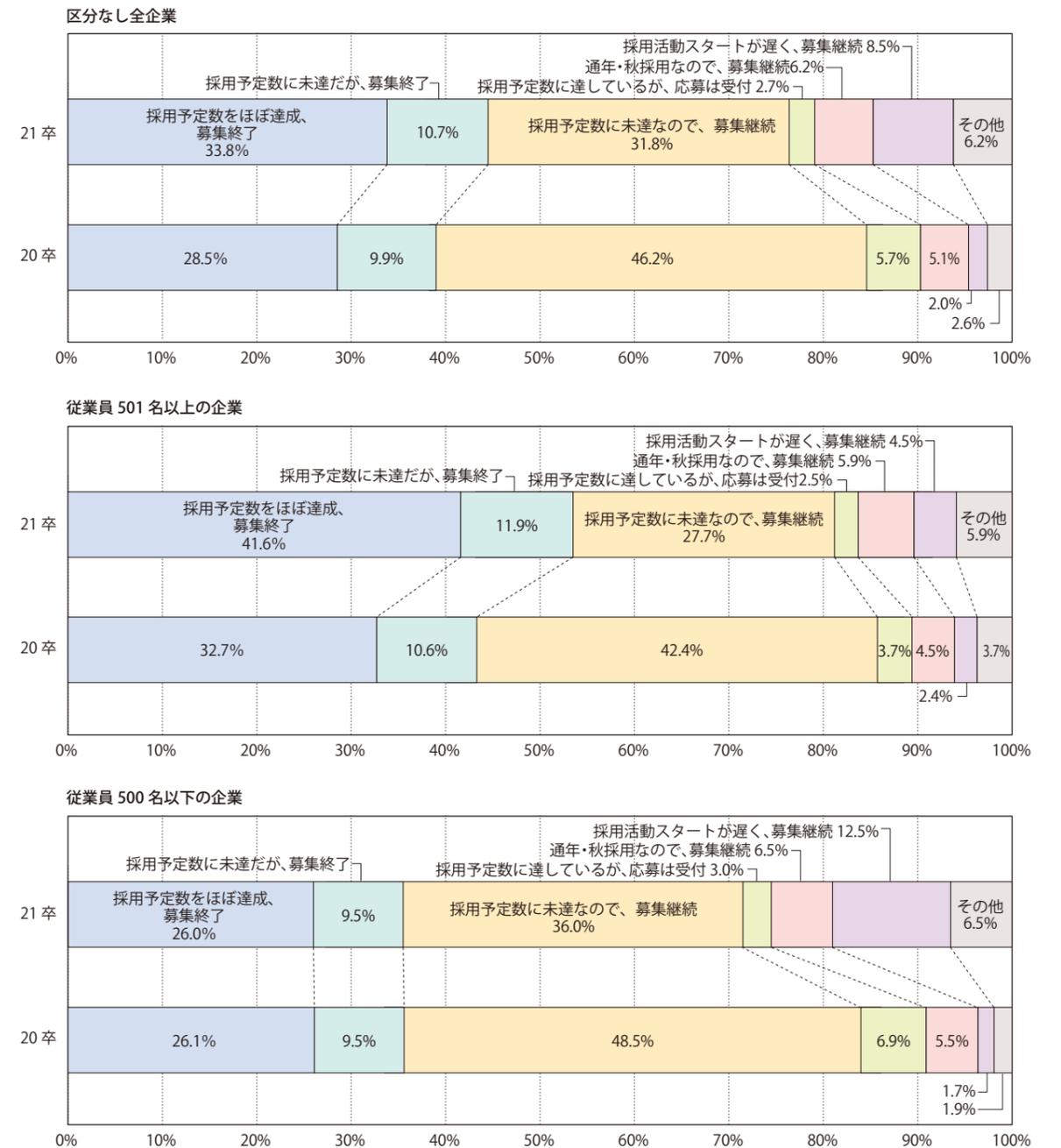
DATA.27の採用課題で多くの企業が「内定の歩留まりが読みにくい」を挙げているように、内定者フォロー・辞退防止は、採用活動においても重要なテーマのひとつとなっている。企業規模別にその対応策をみてみると、従業員501名以上の企業では、「内定者懇親会」73.9% (20卒85.0%)、「採用担当者との個人面談」57.1% (20卒49.4%)、「先輩社員訪問・懇談」54.2% (20卒51.4%)の順に高く、傾向に大きな変化はない。「内定者懇親会」および「社内イベントへの招待」(9.4%)が20卒(20.6%)から10ポイント以上数字を下げてるのは、新型コロナウイルスの影響によるものと推測される。

一方、従業員500名以下の企業でも、「内定者懇親会」66.5% (20卒74.8%)がコロナ禍の影響で8.3ポイント減ながら前年同様1位。以下、「先輩社員訪問・懇談」42.2% (20卒32.7%)、「採用担当者との個人面談」41.3% (20卒33.2%)が数字を伸ばして、上位の差が縮まった。

コロナ禍という突発的アクシデントの中で、各企業とも「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。対応策に苦慮しながら、内定歩留まりを高めようとする努力が見られる。

DATA. 30 採用活動進行状況

■ 採用終了企業と継続企業の状況



採用活動を終了した企業は大手で 53.5%、中堅・中小では 35.5%。大手企業を中心に、前年までの苦戦傾向から、状況が好転した企業が増加。

企業全体では、「採用予定数をほぼ達成、募集終了」33.8% (20卒28.5%)、「採用予定数に未達だが、募集終了」10.7% (19卒9.9%)と、すでに採用活動を終了した企業の合計は44.5% (20卒38.4%)で、前年を6.1ポイント上回り、半数弱の企業がすでに終了という結果となった。一方、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は31.8% (20卒46.2%)に留まり、前年よりも状況が好転した企業が増加している。Data.18採用計画で「減少」が「増加」を上回ったことに加え、コロナの影響で採用人数が必達ではなくなっている可能性もあると推測できる。

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53.5% (20卒43.3%)、対して「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は27.7% (20卒42.4%)と大幅に好転。従業員500名以下の企業では、「採用活動終了」した企業は、合計で35.5% (20卒35.6%)に留まっているが、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は36.0% (20卒48.5%)と減少している。大手企業と比べると、中堅・中小企業では、依然として苦戦する企業も見られるようだ。

COLUMN

91.2%の企業が筆記・適性テストを実施。選考の必須ツールとして定着。企業規模に関わらず「ストレス耐性」を重視する企業の増加が目立つ。

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91.2% (20卒92.3%)。前年とほぼ同水準で、採用選考の必須ツールとして定着していることがうかがえる。

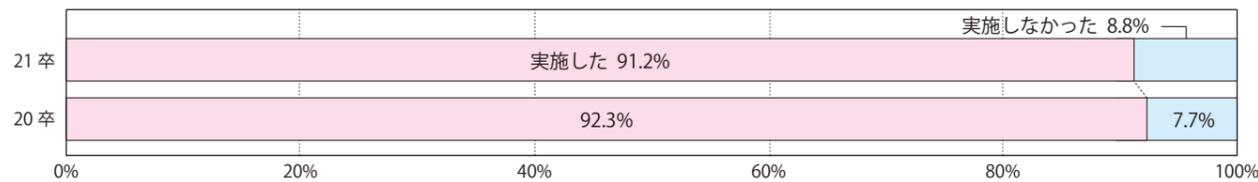
テスト実施のタイミングは、「面接前」54.5%、「面接時」23.0%、「説明会・セミナー時」11.5%の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が77.5%と、選考ステップの一つとして活用している企業が多いことがわかる。

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」59.1% (20卒53.8%) が最も多く、以下、「態度・性格・気質」53.7% (20卒55.1%)、「職務適性」41.4% (20卒37.7%)、「基礎学力」40.9% (20卒42.9%)、「考える力」39.4% (20卒41.3%)と続く。

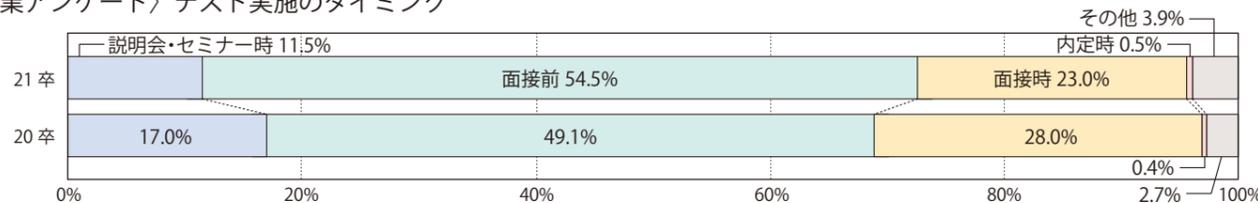
一方、従業員500名以下の企業では、「態度・性格・気質」が54.9% (20卒53.9%)と最も多い。以下、「ストレス耐性」50.5% (20卒41.6%)、「職務適性」44.7% (20卒37.4%)、「考える力」37.9% (20卒28.7%)「基礎学力」34.5% (20卒31.3%)の順で、企業規模に関わらず傾向に大きな変化はないが、前年以上に「ストレス耐性」を重視する企業の増加が目立つ。



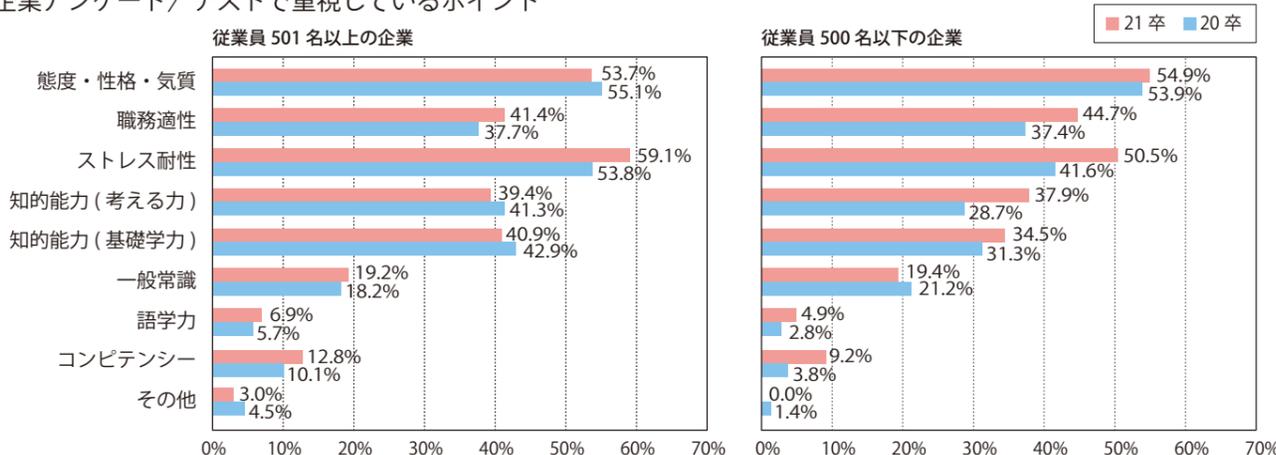
■〈企業アンケート〉採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



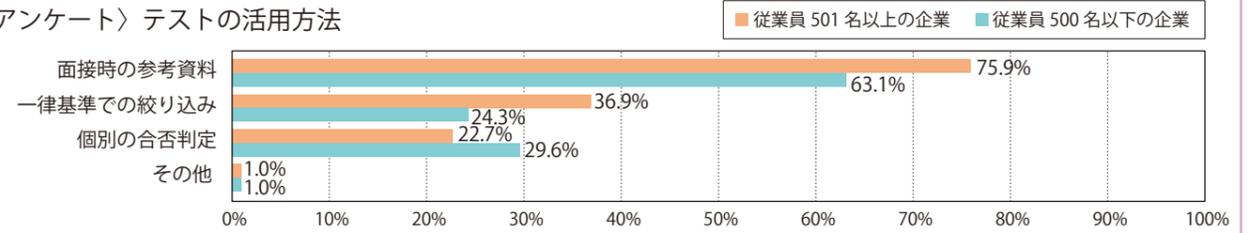
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



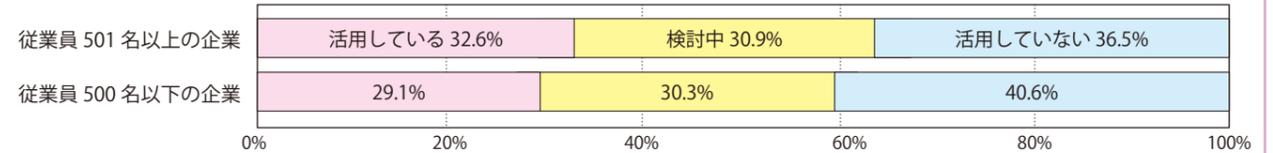
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



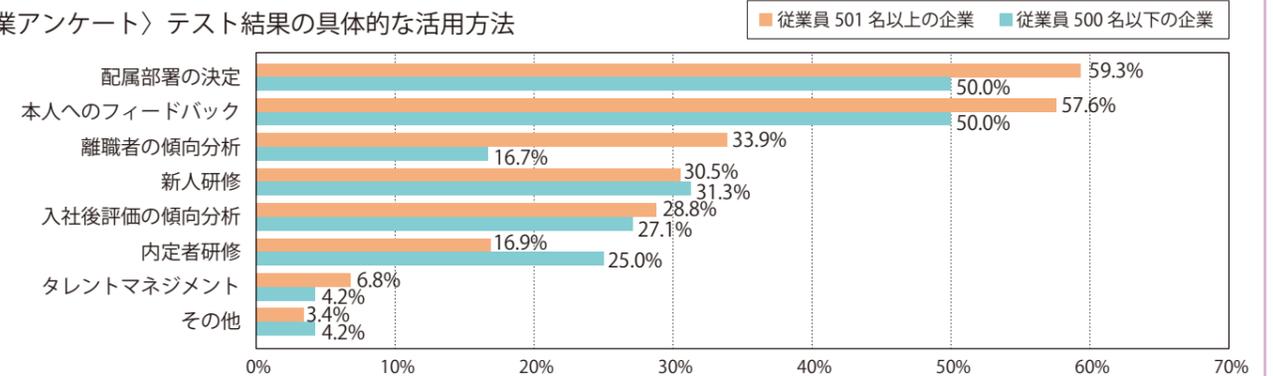
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈企業アンケート〉テスト結果を入社後に活用していますか



■〈企業アンケート〉テスト結果の具体的な活用方法



大手の75.9%、中堅・中小企業の63.1%が、「面接時の参考資料」としてテストを活用。24.7%の企業が、今後「ストレス耐性テスト」導入を希望。

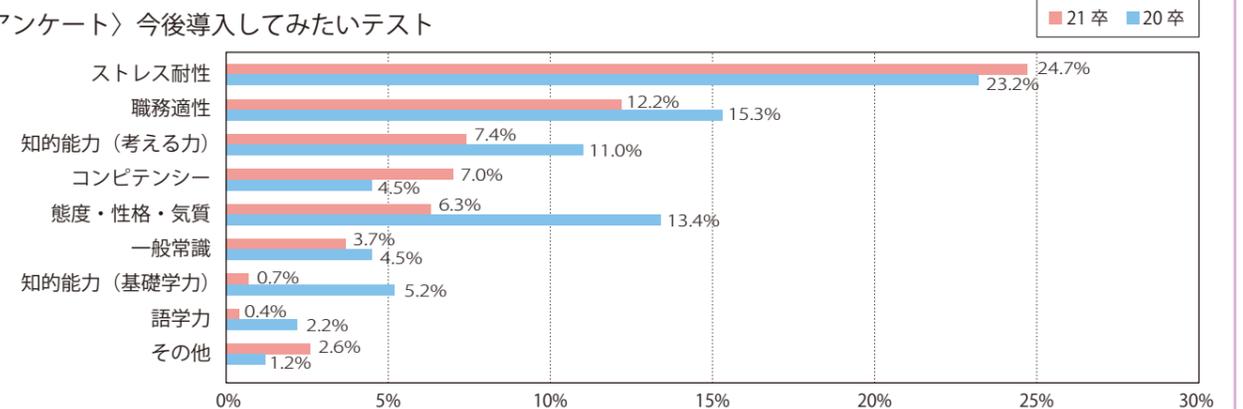
筆記・適性テストの活用方法は、「面接時の参考資料」が従業員501名以上の企業で75.9%、500名以下の企業で63.1%と企業規模に関わらず高い数字を示している。「面接時」に実施する企業が多いことを考えると、納得のいく数字だろう。「一律基準での絞り込み」は、従業員501名以上の企業で36.9%なのに対して、500名以下の企業では24.3%に留まり、「個別の合否判定」が29.6%と上回っている(従業員501名以上では22.7%)。

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32.6%、「検討中」が30.9%。その活用方法は「配属部署の決定」が59.3%と最も高く、以下、「本人へのフィードバック」

57.6%、「離職者の傾向分析」33.9%と続く。一方、従業員500名以下の企業では「活用している」は29.1%、「検討中」30.3%という結果。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」50.0%が高く、同率で「本人へのフィードバック」50.0%、「新人研修」31.3%と続いている。

今後導入してみたいテストについては、「ストレス耐性」が24.7%と最も高く、以下、「職務適性」、「考える力」と続く。「ストレス耐性テスト」については前年以上にニーズが高まっているが、それ以外についてはおおむね前年を下回っており、すでに必要と感じる企業は導入済みであるということなのだろう。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト



DATA. 32 印象に残ったインターンシップ・セミナー

■印象に残ったインターンシップ

メーカー	1日	●グループワーク型 既存の商品の開発フローについて、正解と照らし合わせながらグループワークを行いました。	インターンシップでは社員の方がとても穏やかな人ばかりで、事業内容にとっても興味が湧いた。生活に密着した商品の開発を知ることができ、多くの人の役に立つものづくりができると感じたため。
金融	2~4日	●グループワーク型 1日目に金融業界体験型のボードゲームを行い、2,3日目には事業承継などに対する解決策を考えるグループワークを行いました。	元々持っていた印象よりも和やかな雰囲気であると感じた。お客さんに親身になって相談にのり問題を解決していく部分などを学べたことで金融業界のイメージが変わった。
情報	2~4日	●就業体験・実践型 システム開発の職場での就業体験	実際の職場の雰囲気を知ることができた。予想していたよりもはるかにコミュニケーションを大事にする職場であることがわかり、話しやすい環境だと思ったから。
情報	2~4日	●グループワーク型 自社サービスを掛け合わせた新規事業立案ワーク	優秀な社員、就活生が多く集まっていてこの会社で働けば成長できそうだと感じた。社員の方々と自分の志向性に類似性を見つけたから。
電力	5日	●グループワーク型 新規ビジネスの立案	社員の方が誇りを持っていきいきと働いていて、同じような社会人になりたいと思ったから。
商社	1日	●グループワーク型 企業オリジナルのトレーディングカードを用いて、実際に商社パーソンとして取引をするグループ対抗型ゲーム。英語のみの取引もあった。	商社パーソンとして働いてみる楽しさややりがいを感じられたから。周りのレベルの高さを実感し、モチベーションアップに繋がった。
金融	2~4日	●グループワーク型 決算書から企業の経営状況をグループで確認し、発表を行う。社員の方に業務内容についてインタビューし、それを劇にする。	雰囲気もよく、自分がその会社で働いている姿をイメージすることができた。
金融	2~4日	●グループワーク型 デジタル時代に求められる人の力とは	お会いする社員の方々が、どの方も論理的な話し方をされていて、社員同士の関係が良好そうに感じたから。また、インターン生に真摯に向き合ってくださっているのを感じたから。
メーカー	1日	●グループワーク型 仮定の顧客の情報を収集し、集客率アップのための問題解決と隠れたニーズを見つけ出し、満たすという内容と、自社の技術を用いて顧客の業務自体をまるっきり変えるという内容。	今まで他のインターンシップも含め、行ったグループワークの中で一番難しい課題で、よく考えられて準備されていると感じたから。

■印象に残ったセミナー

金融	WEB上にて参加	インスタのライブを使った質問会だった。
金融	WEB上にて参加	登場した2名の社員がすごく楽しそうだった。リアルタイムで質問することができ、社員の方の雰囲気も知ることができたから。
製造	WEB上にて参加	グループ会社10社以上の合同説明会。2時間かけて全ての会社を知ることができ、視聴前は志望していなかった企業を志望するきっかけになったため。閲覧者の多さからチャットルームが4つに分かれている上、出演者の多さにより途中からセミナー自体も二手に分かれるという、かつてないWEBセミナーだった。
サービス	WEB上にて参加	WEBでの先輩方への質問会。5人ほどの先輩方に生放送で質問でき、雰囲気も分かったため。
金融	直接接​​触にて参加	時間はそれほど長くないが、1日に何コマかあるものを数日間にわたって開催して下さった。1コマずつお話しして下さる社員の方の職種が異なっていて学生が事前に提出した質問に沿ったトークセッションをして下さった。就活生のニーズに向き合い、セミナー外でも親身になって最大限のサポートをして下さったと感じたため。
商社	直接接​​触にて参加	自社の経営理念や取り組みやについて。自社と他の商社との違いを明確に説明し、且つ会社説明会にも関わらず学生の為になる内容の話もして頂けたから。
通信	直接接​​触にて参加	企業の意思決定という観点から、どのようにして社会に価値をもたらしてきたかがドラマティックに表現されていたビデオが印象に残った。
運輸	WEB上にて参加	コロナで中止になったセミナーに参加予定であった学生限定のWEBセミナーだった。学生からの質問すべてに回答してもらえたから。WEBでも少人数であれば効果的であると感じた。
金融	直接接​​触にて参加	座談会を複数回用意していただき、人事の方以外のお話も多く聞くことが出来た。他社と比較しても質問をしやすい雰囲気があり、深く知ることができたと感じた。

※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. 33 パンフ・ノベルティ/エントリーシート設問

■印象に残ったパンフレット・ノベルティ

第一生命保険	業界や会社理解に関する説明ももちろんあるが、その上で社員の方がどのような生活を送っているか具体的に知ることができ、働くイメージを想像しやすかった。 理系学生用のパンフレットがあり、仕事のイメージをしやすいうように配慮されていた。
電通	パンフレットのデザインが面白いです。さすが電通です。 包装が工夫されていて、内容がとてもおしゃれだった。装丁デザインへのこだわりには目を見張るものがあった。
東京海上日動火災保険	非常に実用的な、就職活動に使えるリングノート。中身が非常にシンプルなので何にでも使えるから。企業のロゴがとても小さいので他社企業を訪問しメモをとる時も気兼ねなく使えるから。 豪華な冊子で高級そうな本のため、当初志望していなかったが思わず読んでしまった。
任天堂	キャラクターと共に仕事内容の記載があり、会社案内もパンフレットではなく、絵本のような形だったため。
損害保険ジャパン	モバイルバッテリー。他社でも文具の配布は多かったが、モバイルバッテリーの配布は経験がなく驚いたから。
Sky	靴や鞆などを磨くためのクロスが就活応援グッズとして自宅に届いた。 実用的で非常にありがたいと思った。
アパホテル	インターンシップ参加御礼として、アパ社長カラー、アパ社長うまい棒、その他ホテル内で使用されている歯ブラシやタオルなど。
クリエイトSDホールディングス	ビジネスマナーにおいて必要なことを、立ち方から受け答えの仕方まで、詳細に記してある書類をくださった。
東急	コロナの影響で説明会を中止したすぐ後に、エントリー者全員に向けパンフレットを郵送してくれたから。

■印象に残ったES設問

金融	<ul style="list-style-type: none"> ●これまでに学業・勉強で熱心に取り組んだことと、その際に特に工夫したこと(字数制限なし、範囲指定のみ) ●あなたらしさは何ですか ●あなたにとって「働く」とは ●得意な科目、苦手な科目 ●最近感動したこと ●あなたと中小企業との関連について事例を交えて述べてください ●興味のある部門を3つ選びその理由を答える ●これまでに最も感動あるいは感謝したエピソードを教えてください 	マスコミ	<ul style="list-style-type: none"> ●あなたの大学時代をものがたりとして表してください ●思い出すと眠れない失敗談を教えてください ●アメリカ大統領のような「ユニーク」な投稿を考えてください(英語でも可)
商社	<ul style="list-style-type: none"> ●あなたが起こしたイノベーション ●30年後の世の中はどのように思うか ●最近キュンキュンしたこと ●あなたらしい写真とその説明 ●あなたが動物にたとえるとき ●自分史 ●弊社に興味を持ったきっかけはなにか? ●世の中で変えたいこと ●しんどい仕事と楽な仕事どっちをとりますか。理由も併せて教えてください 	メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ●あなたが一番好きなモノ、ヒトまたはコトの魅力を弊社の社長に伝えてください ●就職において重視している点 ●あなたが主体的に行動し変化を起こせたこと ●カラオケの持ち歌は? ●これからチャレンジしてみたい事は何ですか ●A4一枚を使って自由に自分を表現してください ●自社製品の長所と短所を教えてください ●あなたのキャッチコピーを教えてください。 ●あなたにとって「働く」とはどのようなことですか ●最近面白かったことを教えてください ●世界中であなたしか考えていないだろうなということを1つ教えてください ●あなたの短所について教えてください。 ●あなたが周囲と最も協力し、成し遂げた挑戦はなんですか? ●喜怒哀楽を象徴する出来事 ●人生で最も印象に残った経験はなんですか ●あなたを食品に例えたら何ですか。理由も含めてお答えください。 ●あなたにとって仕事とは何ですか ●社名を変更するとしたら何にするか
情報・通信	<ul style="list-style-type: none"> ●企業の一つ選び、その企業が抱える課題について述べ、解決策を提示する ●自分の口癖 ●今の就職活動を川柳で表す ●〇〇社に入ってやってみたいことについて自由に書いてください。 ●会社の行動指針についての自身の経験やエピソード ●あなたはこれまでの人生を振り返って、運がいいか悪いか ●あなたが感じる「IT業界のおもしろさ」を記載してください ●今までに道をひらいた経験について ●写真に対して大喜利をする ●会社の掲げるバリューの中で、あなたの強みと合致する項目と、その強みを発揮して成し遂げたエピソード ●叶えたい夢を800字以内で ●内定をもらえなかった会社がある場合、理由は何だと思えますか ●挫折経験とそれをやり遂げた経験 ●自分から周りを巻き込んで取り組んだこと 	運輸	<ul style="list-style-type: none"> ●あなたが最近気になっているコトまたはモノについて、その理由を含めて教えてください ●自らの長所を伸ばすために努力していることは何ですか? ●もし目が覚めて自分以外の誰かになっていたら誰だと思うか
マスコミ	<ul style="list-style-type: none"> ●好きな言葉。人生でしんどかったこと ●あなたが成し遂げたかった夢はなんですか?なぜその夢を諦めたのですか? ●あなたを五七五で表してください ●「働くことへの心構え」が伝わる川柳を作り、その内容を解説してください ●世の中に感じる違和感 	サービス	<ul style="list-style-type: none"> ●自分のこれまでのなかで困難を乗り越えた経験を具体的に教えてください。 ●10年後の自分へ手紙を書いて下さい ●あなたを一文字で表すと ●あなたが最も笑顔になれることを教えてください ●最近注目している商品・サービス・プロモーション等で面白と思うものを1つ以上、最大3つまで挙げ、その概要と何故面白く感じたかを教えてください。 ●この時期だからこそお勧めするエンターテインメント ●今までの人生に「題名」をつけるなら何とつけますか?(理由も含めご記入ください) ●SDGsの関心のある項目名とその理由を教えてください。 ●今までの学生生活で仲間と共に困難に立ち向かった経験を教えてください

※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。