

# ダイヤモンド 就活ナビ2026

<https://www.shukatsu.jp/2026/>

## 〈調査概要〉

### 【25卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2024登録者で  
2025年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者  
有効回答：1,829名  
調査期間：2024年6月3日～7月5日  
調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【25卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：616社  
調査期間：2024年6月3日～7月12日  
調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

### 【24卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2024登録者で  
2024年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者  
有効回答：1,805名  
調査期間：2023年6月2日～7月7日  
調査方法：Web入力フォームより記名回答

### 【24卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業  
有効回答：619社  
調査期間：2023年6月2日～7月14日  
調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

## 【第1章】学生の就職活動総括 .....2

DATA.01	就職活動開始	3
DATA.02	就職サイト登録	4
DATA.03	合同イベント参加	5
DATA.04	企業エントリー	6
DATA.05	企業セミナー・説明会参加	7
DATA.06	受験した企業数	8
DATA.07	面接を受けた時期と企業数	9
DATA.08	獲得した内定数	10
DATA.09	内定獲得の時期と承諾率	11
DATA.10	就職活動進行状況(6月末時点)	12
DATA.11	入社を決めた理由	13
DATA.12	《COLUMN》オンライン選考への対応	14~15
DATA.13	《COLUMN》インターンシップ類	16~20
DATA.14	《COLUMN》生成AIの活用	21
DATA.15	《COLUMN》学生のキャリア観、コース別職・種限定採用	22
DATA.16	《COLUMN》新卒紹介サービス	23
DATA.17	Uターン就職に関する意識	24
DATA.18	Uターン就活の実際	25

## 【第2章】企業の採用活動総括 .....26

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



2025卒

# 採用・就職活動の総括



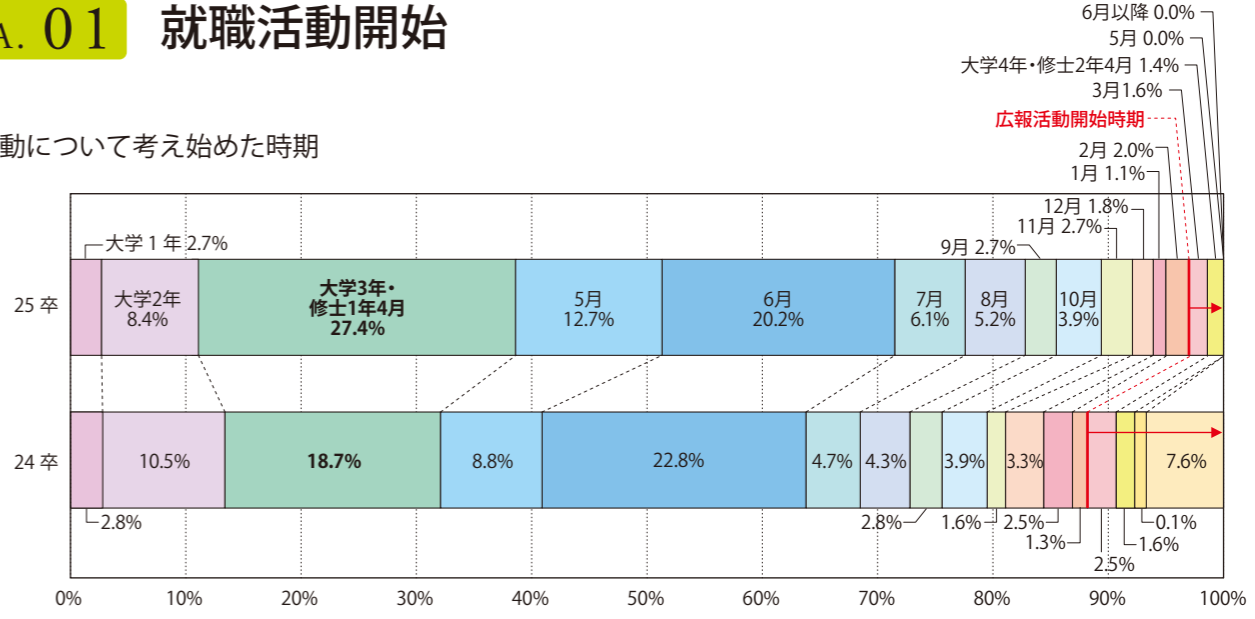
# 第1章 学生の 就職活動 総括

## POINT

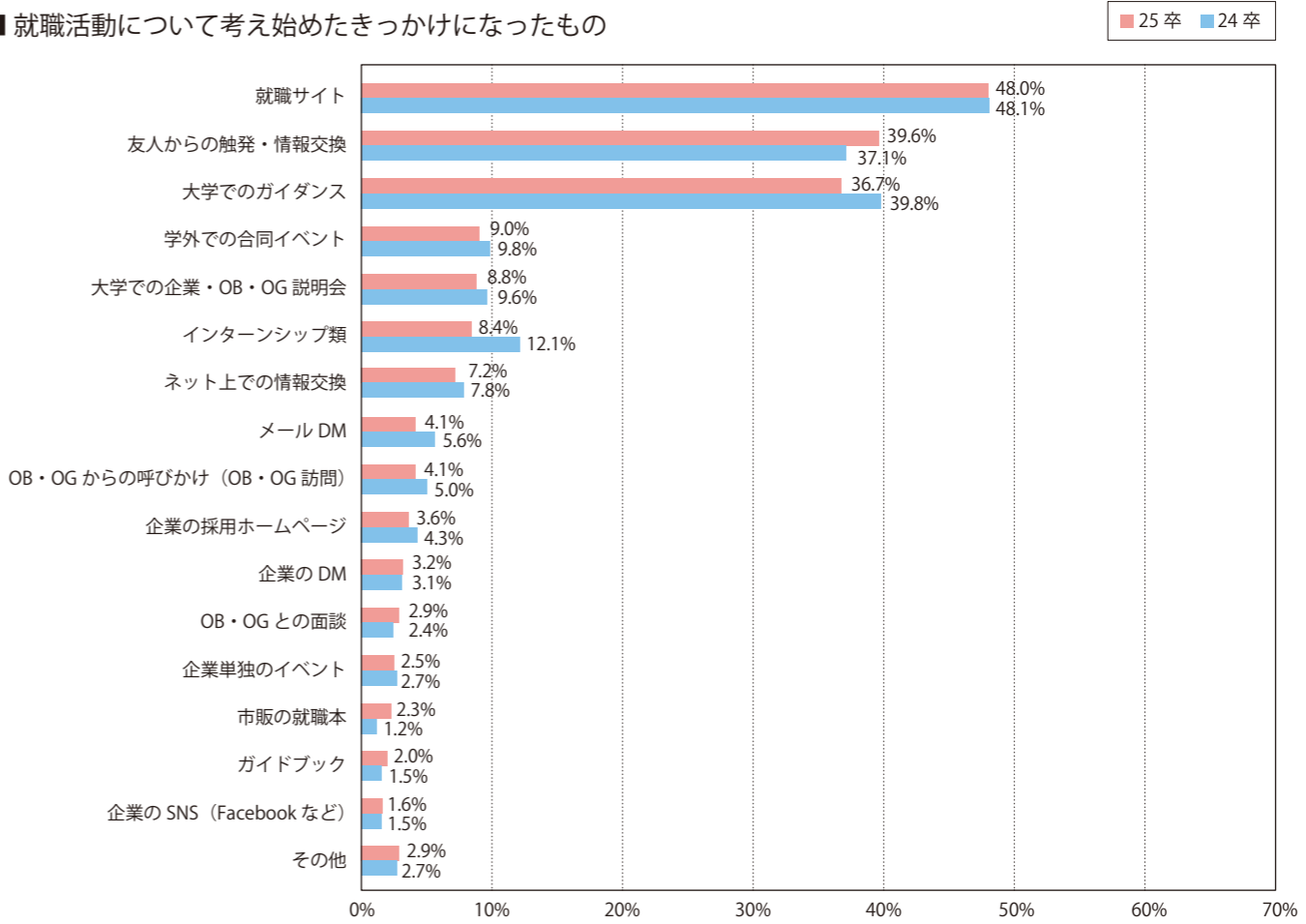
- 学生の動き出しは全般的に早期化傾向が加速。〈→P. 3〉
- 就職サイト登録数は横ばい、エントリー数は 38.9 社に増加。〈→P. 4, 6〉
- 企業セミナー参加数は 19.8 社。受験企業数は 14.9 社と微減。〈→P. 7, 8〉
- 3 月以前に面接を受けた学生が 86.2%。  
5 月までに面接を受けた企業数は全受験企業数の 59.1% に当たる 8.8 社に増加。〈→P. 9〉
- 「内定あり」学生は 81.8% でコロナ禍以前を上回る高水準に。  
重複内定を持つ学生は 75.2%、平均内定社数は 3.15 社に。〈→P. 10〉
- 内定獲得時期は「2 月以前」がピーク。  
文系で 24.7%、理系で 35.6% が 2 月以前に内定獲得。〈→P. 11〉
- 「就職先が決まって活動を終了した」学生は 65.0%、  
うち「第一志望に決まった」学生は 63.0%。〈→P. 12〉
- インターンシップ類に参加した学生は 78.0%。平均参加回数は 8.6 回。  
インターンシップ類参加企業に入社を決めた学生は 40.6%。  
参加経験が入社企業の選択に影響した学生は 87.5%。  
インターンシップ類の選考・抽選に落ちてしまった企業の本選考に「応募しない」学生は 23.6%。〈→P. 16, 17〉
- 「新卒で入社した会社にずっと勤め続けたい」学生は 49.2%。〈→P. 22〉
- 新卒紹介サービスを利用した学生は 31.3%。〈→P. 23〉
- U ターン志向の学生は 45.3%。希望する理由は「生活環境がよいと思える」が 44.5%。〈→P. 24〉
- 内定期間中に企業に期待することは「定期的に連絡がほしい」「内定者同士で連絡を取りたい」〈→P. 41〉

## DATA. 01 就職活動開始

■ 就職活動について考え始めた時期



■ 就職活動について考え始めたきっかけになったもの



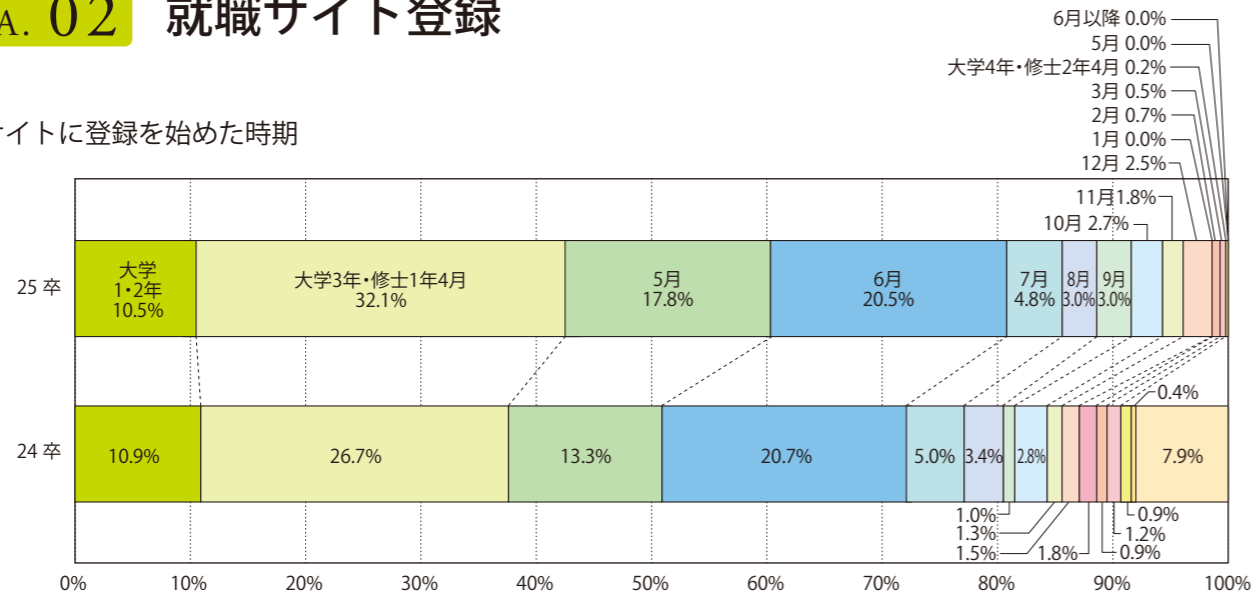
**就職について考え始めた時期は早期化が進む。「大学3年5月」までが5割超に。きっかけは、就職サイト、友人からの触発・情報交換、ガイダンスで大きな変化なし。**

学生が就職活動を考え始めた時期は、24 卒ではそれまで同様主要な就職情報サイトの情報提供が活性化する「大学3年6月」が 22.8% と最多であったが、25 卒では 20.2% と 2.6 ポイント減少。代わって「大学3年4月」が 27.4% (24 卒 18.7%) と 8.7 ポイント増加、早期化傾向に拍車がかかった。夏のインターンシップ類の応募開始が増える 6 月を含めると 71.4% (24 卒 63.6%) に達する。

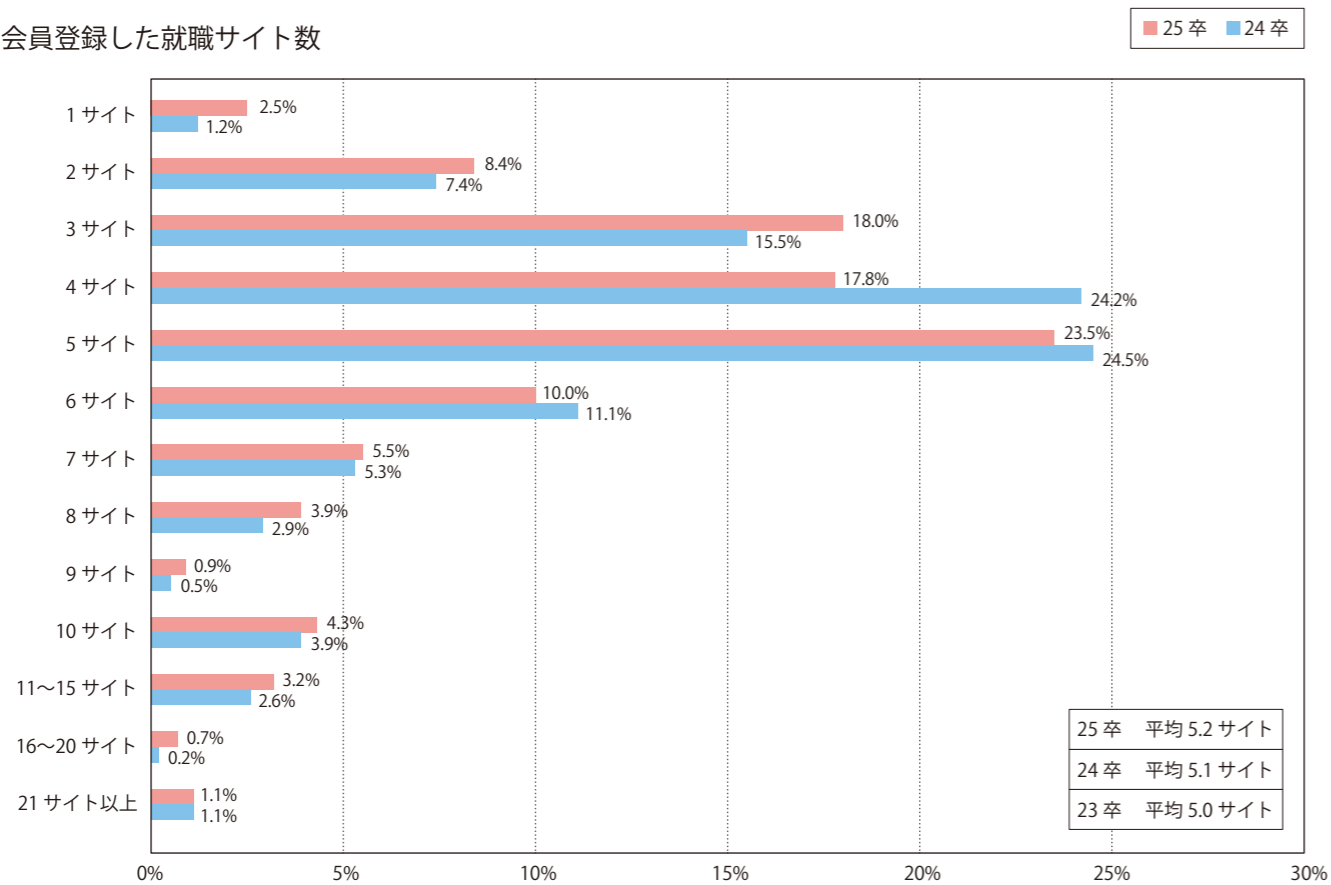
就職活動を考え始めたきっかけは、1 位「就職サイト」48.0% (24 卒 48.1%)、2 位「友人からの触発・情報交換」39.6% (24 卒 37.1%)、3 位「大学でのガイダンス」36.7% (24 卒 39.8%) の順で、順位・数字こそ多少の増減はあるが上位の3項目をきっかけに挙げる学生が多い傾向には変動はない。数字はやや開くが、それに続くのが「学外での合同イベント」9.0% (24 卒 9.8%)、「大学での企業・OB・OG 説明会」8.8% (24 卒 9.6%)、「インターンシップ類」8.4% (24 卒 12.1%) と傾向に大きな変動はない。

## DATA.02 就職サイト登録

■ 就職サイトに登録を始めた時期



■ 会員登録した就職サイト数



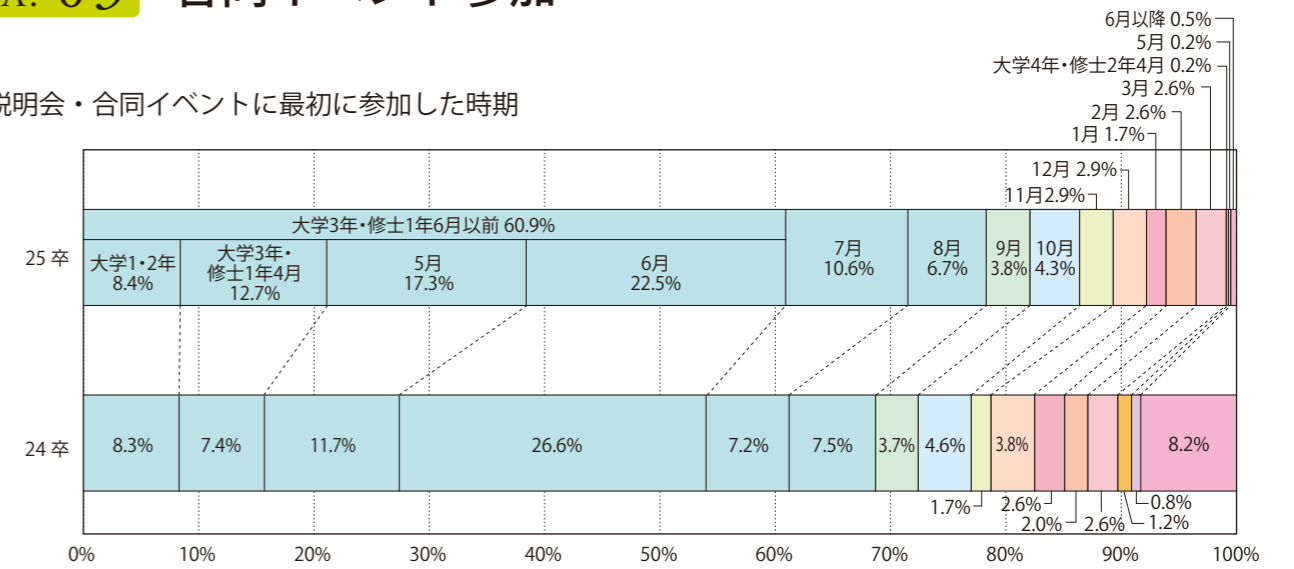
**就職サイトの登録開始は「大学3年5月」以前が6割超で、早期化が加速。平均登録サイト数は5.2サイトで横ばい。10サイト以上の積極派は微増。**

就職サイトの登録開始については、主要な就職サイトの情報提供が活性化する「大学3年生6月」以前が80.9% (24卒71.7%) となり、9.2ポイントの大幅増。早期化が加速し、8割を超える学生が早い段階で登録を開始していることがわかる。中でも「大学3年4月」が32.1% (24卒26.7%)、「大学3年5月」17.8% (24卒13.3%) で、両時期の合計で9.9ポイント増加し、4月から会員登録を開始するなど、各社の夏インターンシップ類の動き出しの早まりが、登録開始時期への影響を強めているようだ。

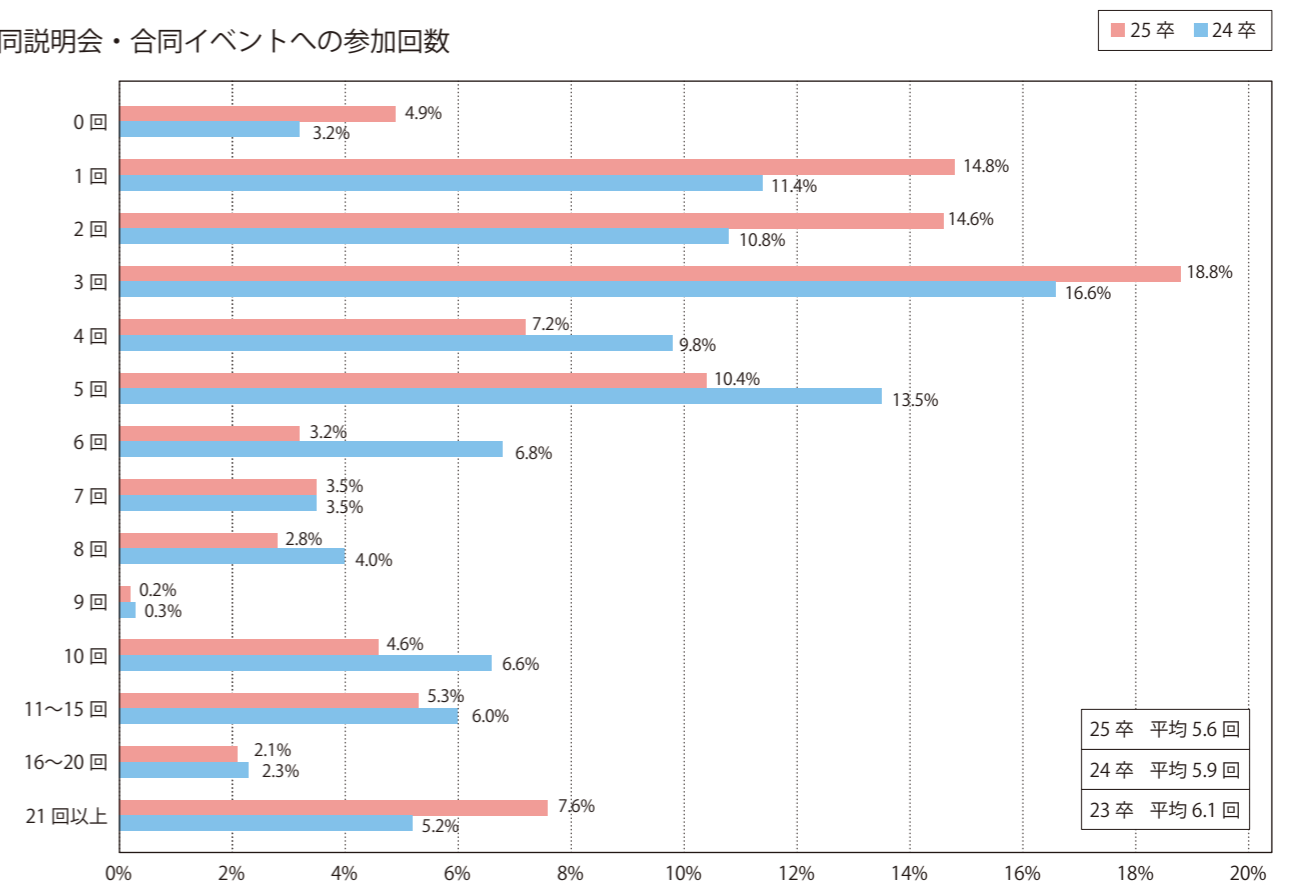
登録したサイト数は、平均で5.2サイト (24卒5.1サイト) と横ばいで推移。コロナ禍の前後でも4.7サイト (20卒) ~5.0サイト (23卒) で推移しており、ここ数年大きな変動はみられない。最も多い層が「5サイト」23.5% (24卒24.5%) で、「3サイト」18.0% (24卒15.5%) と続く。前年2位だった「4サイト」 (24卒24.2%) は17.8%とやや数字を下げたが基調に変化はない。「10サイト」以上という積極派も9.3% (24卒7.8%) と前年に比べ微増傾向にある。

## DATA.03 合同イベント参加

■ 合同説明会・合同イベントに最初に参加した時期



■ 合同説明会・合同イベントへの参加回数



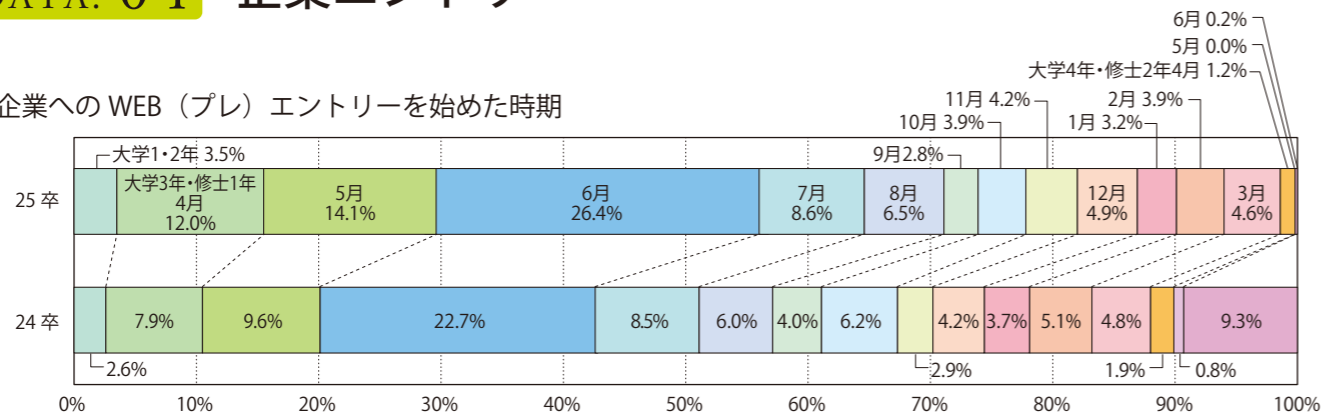
**合同イベントに最初に参加した時期は大学3年6月以前が60.9%と早期化が加速。参加平均回数は5.6回と前年からは減少。コロナ禍以前の状況に戻りつつある。**

合同説明会・イベントへの参加時期は「大学3年6月」が22.5%と最多であるのは例年と同じだが、24卒 (26.6%) からは4.1ポイントの減少。「大学3年6月」以前の合計と比較すると60.9%と23卒 (54.0%) から6.9ポイント増えている。これは、「大学3年4月」12.7% (24卒7.4%)、「大学3年5月」17.3% (24卒11.7%) と両時期の合計で10.9ポイント増加しているためで早期化傾向の継続がみてとれる。一方、政府要請の広報活動開始時期である「大学3年3月」に参加を開始した学生は2.6% (24卒2.6%) に留まっている。イベントへの参加回数は平均5.6回と24卒 (5.9回) から微減。コ

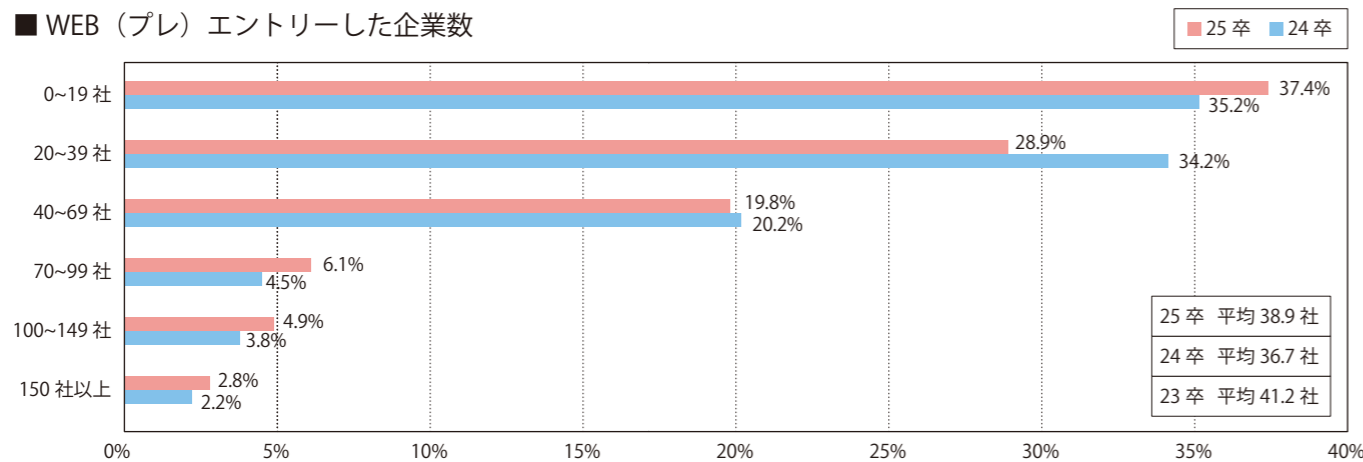
ロナ禍でイベント自体が中止となり参加回数が減少した21卒 (4.9回)、オンライン開催が主流になったことで増加した22卒 (6.4回)、オンライン開催が定着した23・24卒を経て、コロナ禍前の状況に戻った印象が強い。最多の「3回」は18.8%で24卒 (16.6%) から2.2ポイント増、前年2位の「5回」は10.4%で24卒 (13.5%) から3.1ポイント減少。0~2回の少数派が増加した。一方で、「21回」以上の積極派が7.6%と24卒 (5.2%) から2.4ポイントと増加している。

# DATA.04 企業エントリー

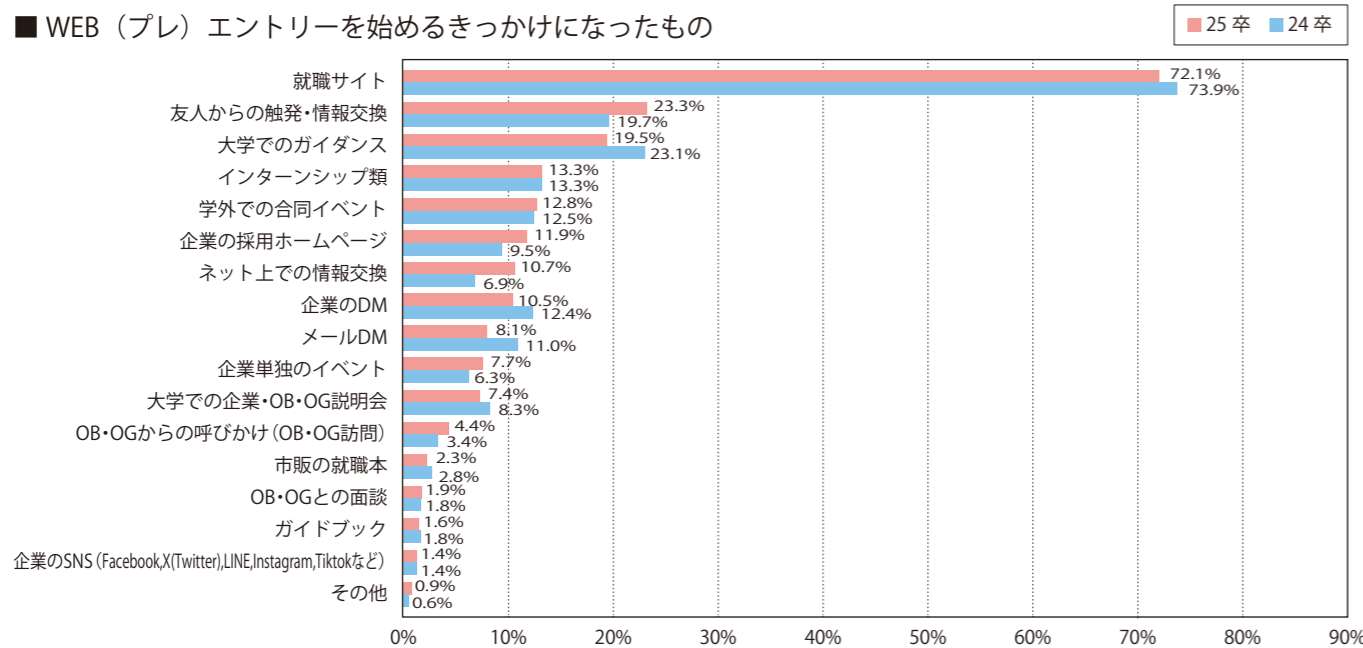
■ 企業へのWEB（プレ）エントリーを始めた時期



■ WEB（プレ）エントリーした企業数



■ WEB（プレ）エントリーを始めるきっかけになったもの



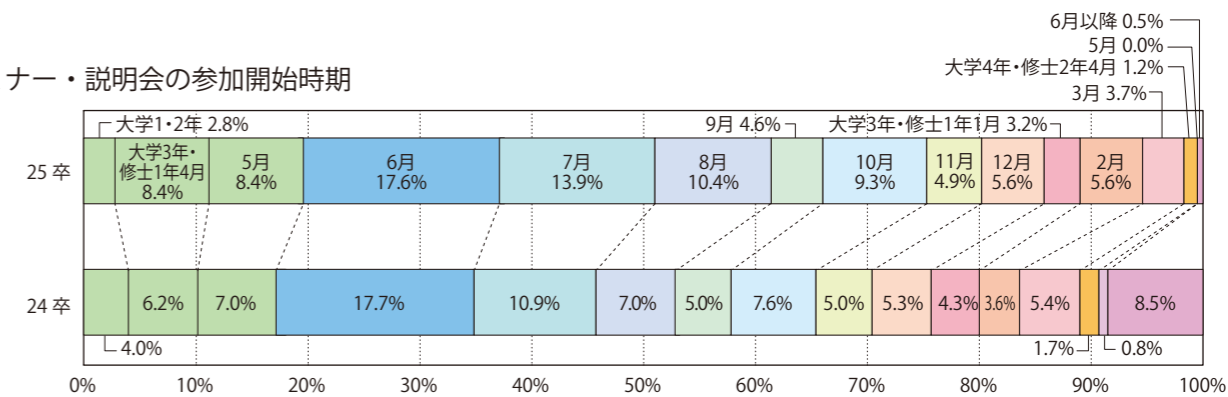
WEB（プレ）エントリー開始時期は、56.0%が「大学3年6月」以前に。エントリー社数は、平均38.9社と前年より増加。

企業へのWEB(プレ)エントリー開始時期は、「大学3年6月」が26.4%と最多で、24卒(22.7%)から3.7ポイント増加した。また、「大学3年6月」以前の合計は56.0%と、24卒(42.8%)を13.2ポイント上回った。一方、政府要請の広報活動開始時期の「大学3年3月」は4.6%で24卒(4.8%)並みの数字に留まっている。22卒15.6%、23卒7.9%だったことを考えると、早期化の傾向は顕著だ。また、一人当たりのWEB(プレ)エントリー社数は平均38.9社で、24卒(36.7社)から2.2社増加。動き出しの早さが、エントリー社数の増加につながった印象が強い。

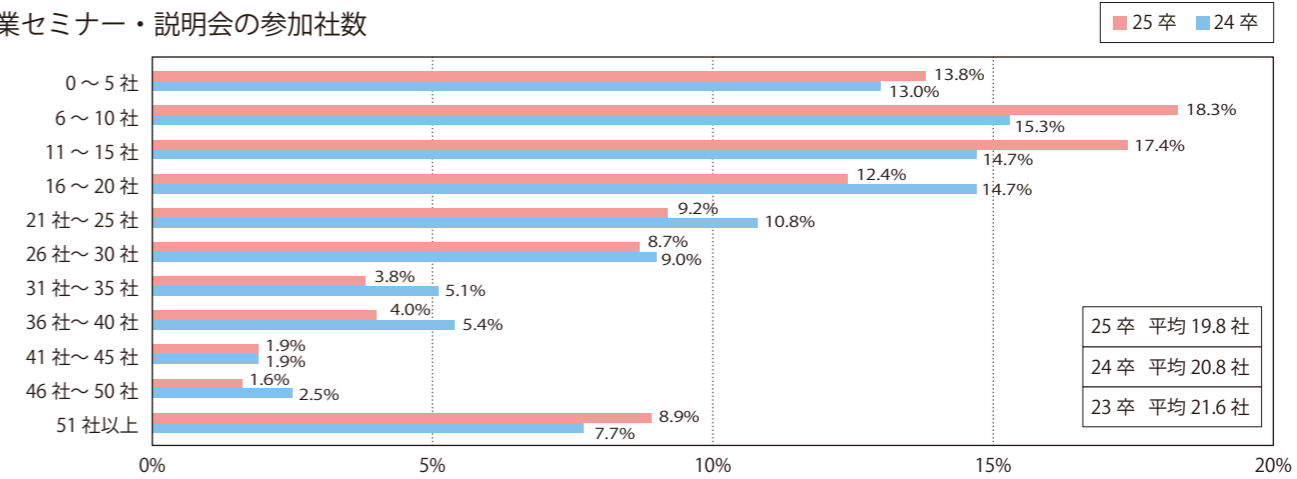
(プレ)エントリーを始めるきっかけは、例年同様「就職サイト」72.1%(24卒73.9%)が突出した1位。「友人からの触発・情報交換」23.3%(24卒19.7%)、「大学でのガイダンス」19.5%(24卒23.1%)が上位を占める傾向は例年から変化はない。以下、「インターンシップ類」13.3%(24卒13.3%)、「学外での合同イベント」12.8%(24卒12.5%)、「企業の採用ホームページ」11.9%(24卒9.5%)の順に。順位・数字に多少の入れ替わりはあるものの、特に目新しい動きはみられない。

# DATA.05 企業セミナー・説明会参加

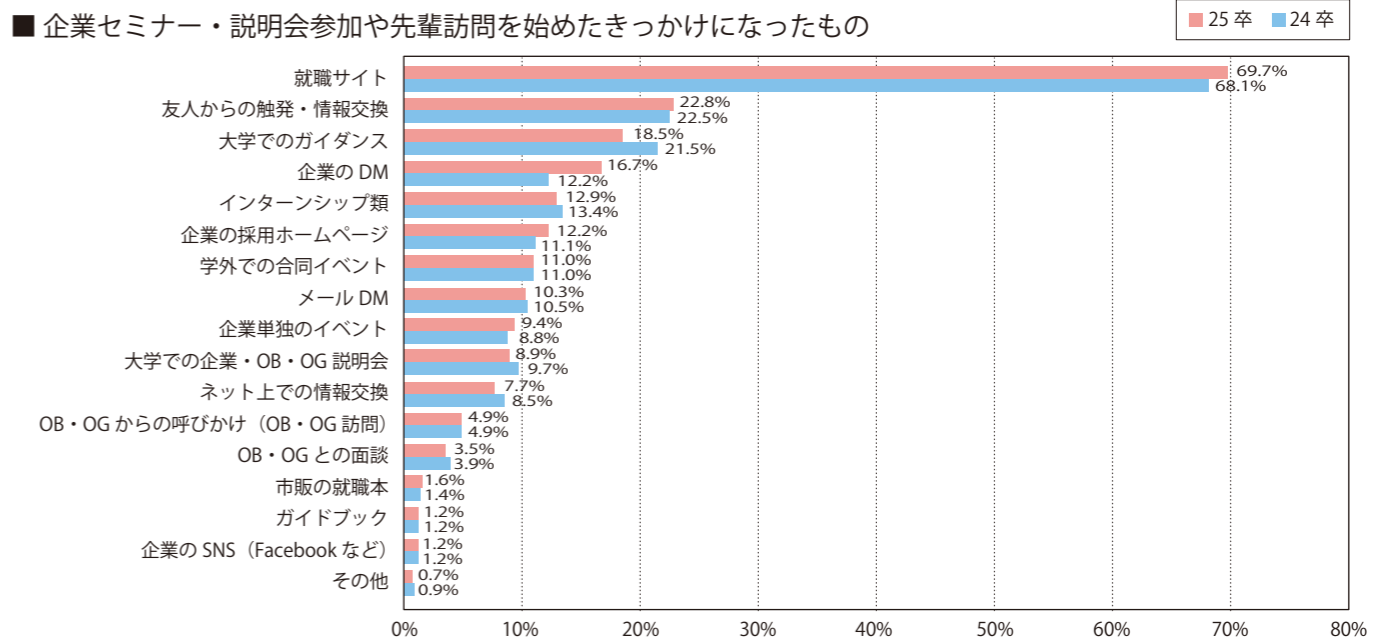
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 企業セミナー・説明会の参加社数



■ 企業セミナー・説明会参加や先輩訪問を始めたきっかけになったもの



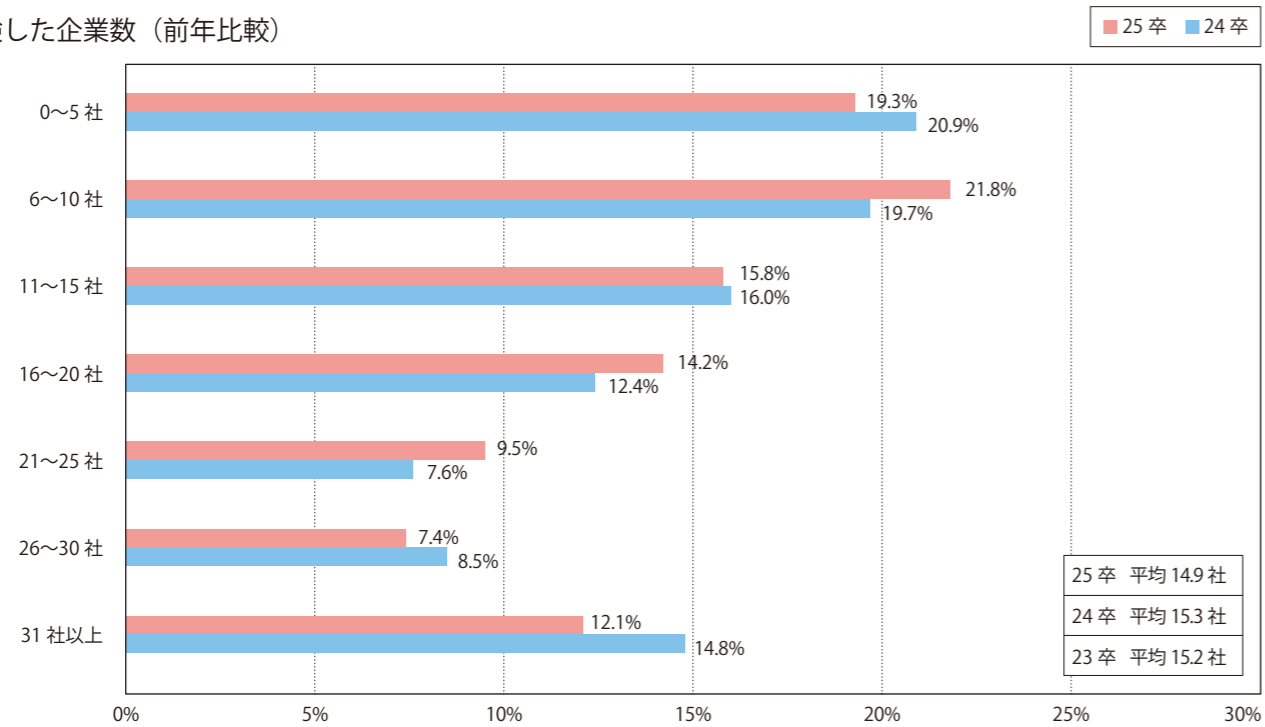
企業セミナー・説明会への参加は、51.0%の学生が「大学3年7月」までに開始。平均参加社数は、対面式開催の増加の影響で19.8社と減少傾向。

企業セミナー・説明会への参加時期は「大学3年6月」の17.6%(24卒17.7%)が最多で「6~8月」の合計では41.9%(24卒35.6%)と、6.3ポイント増加している。「大学3年7月」までに参加した学生の合計では51.0%(24卒45.8%)と5.2ポイント上昇。また広報活動開始時期の「大学3年3月」は3.7%(24卒5.4%)で1.7ポイント減少し、早期化の傾向がより顕著になっていることが読み取れる。平均参加社数は19.8社で、24卒(20.8社)から減少。23卒(21.6社)からみても減少傾向にある。参加社数は1位「6~10社」18.3%(24卒15.3%)で、2位「11~15社」17.4%(24卒14.7%)は同じだが、

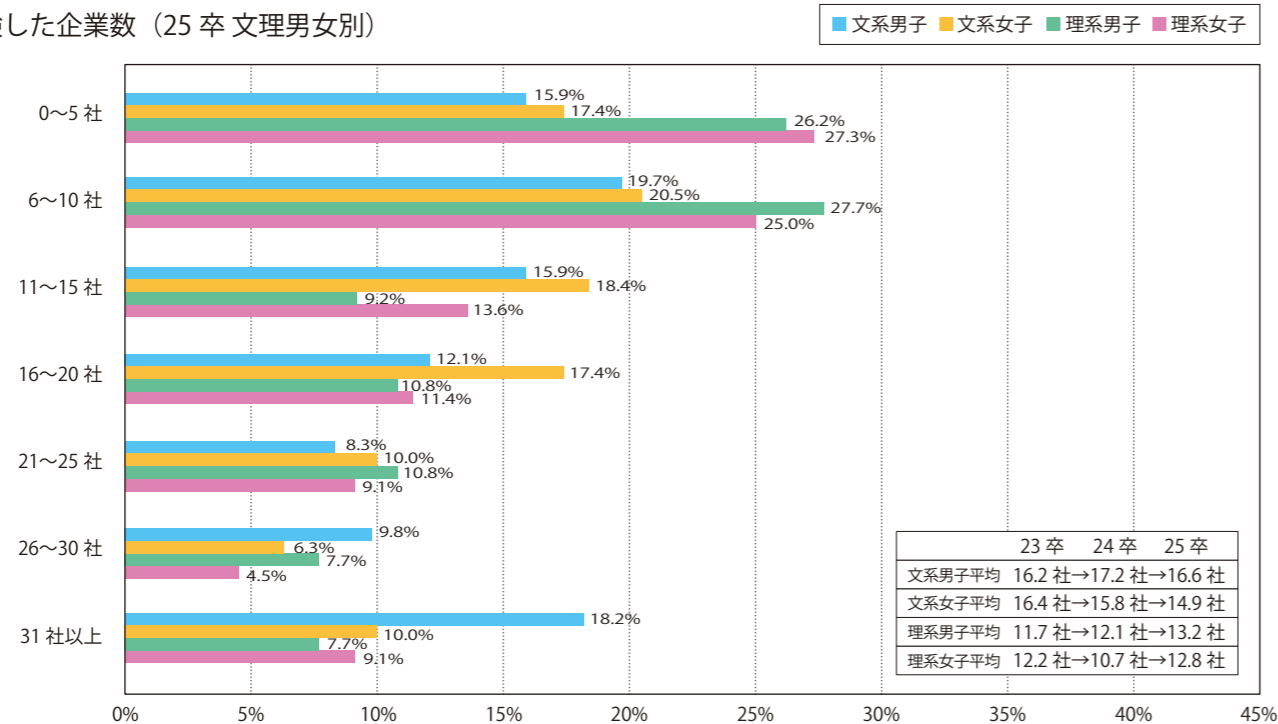
3位が「0~5社」13.8%(24卒13.0%)と少ない社数へとシフトしている(24卒では「16~20社」が14.7%で同率2位)。参加のきっかけについては例年から大きな変動はなく、「就職サイト」69.7%(24卒68.1%)が突出した1位。以下、多少の順位・数字の変動はあるものの「友人からの触発・情報交換」22.8%(24卒22.5%)、「大学でのガイダンス」18.5%(24卒21.5%)、「企業のDM」16.7%(24卒12.2%)、「インターンシップ類」12.9%(24卒13.4%)と続くのも傾向としては例年通りだ。

## DATA.06 受験した企業数

■ 受験した企業数（前年比較）



■ 受験した企業数（25卒 文理男女別）



**平均受験社数は14.9社で、前年からは微減。男女共に文系で平均受験社数が減少し、理系で増加。**

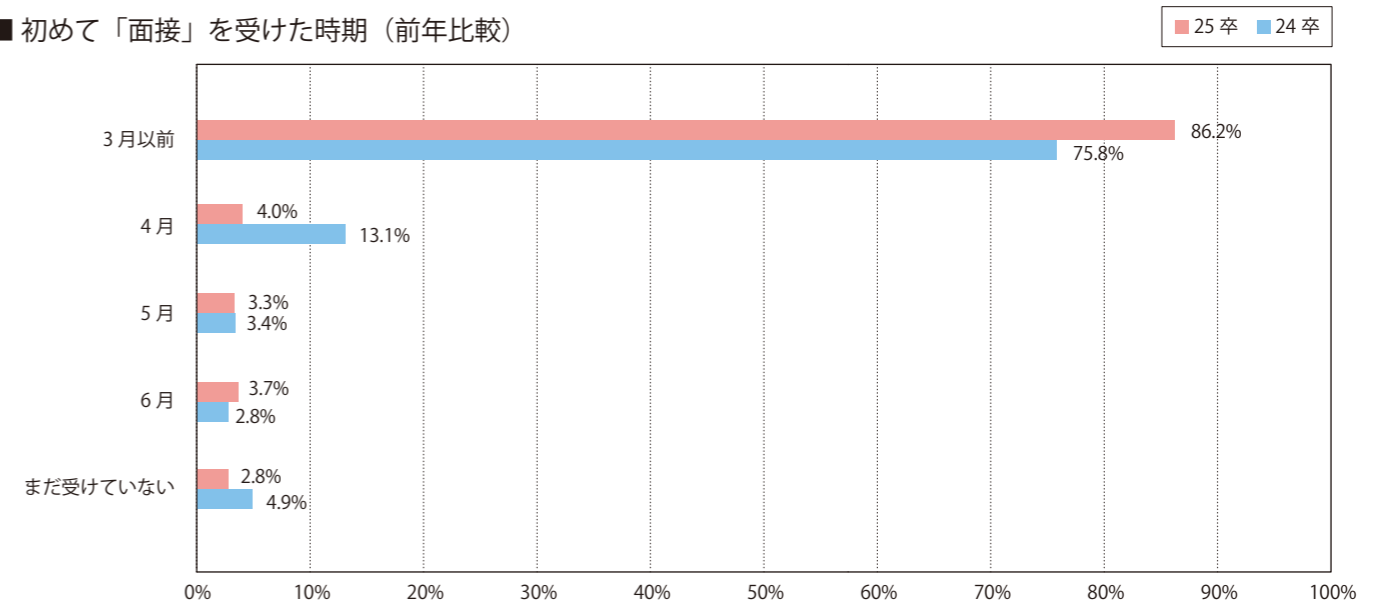
受験社数は平均で14.9社(24卒15.3社)と微減した。最も多い「6~10社」が21.8%(24卒19.7%)、続く「0~5社」が19.3%(24卒20.9%)と数字・順位に多少の動きはあるが、大きな変化はない。一方、「31社」以上という積極派は12.1%で24卒(14.8%)から微減。コロナ禍でのオンライン受験主体から、対面式による受験へ再移行する企業の増加で、学生にとっては物理的に受験できる企業数がやや制限されたことがその背景にあると推測される。

文理男女別で見ると、平均社数は「文系男子」16.6社(24卒17.2社)、「文系女子」14.9社(24卒15.8社)、「理系男子」13.2社(24卒12.1

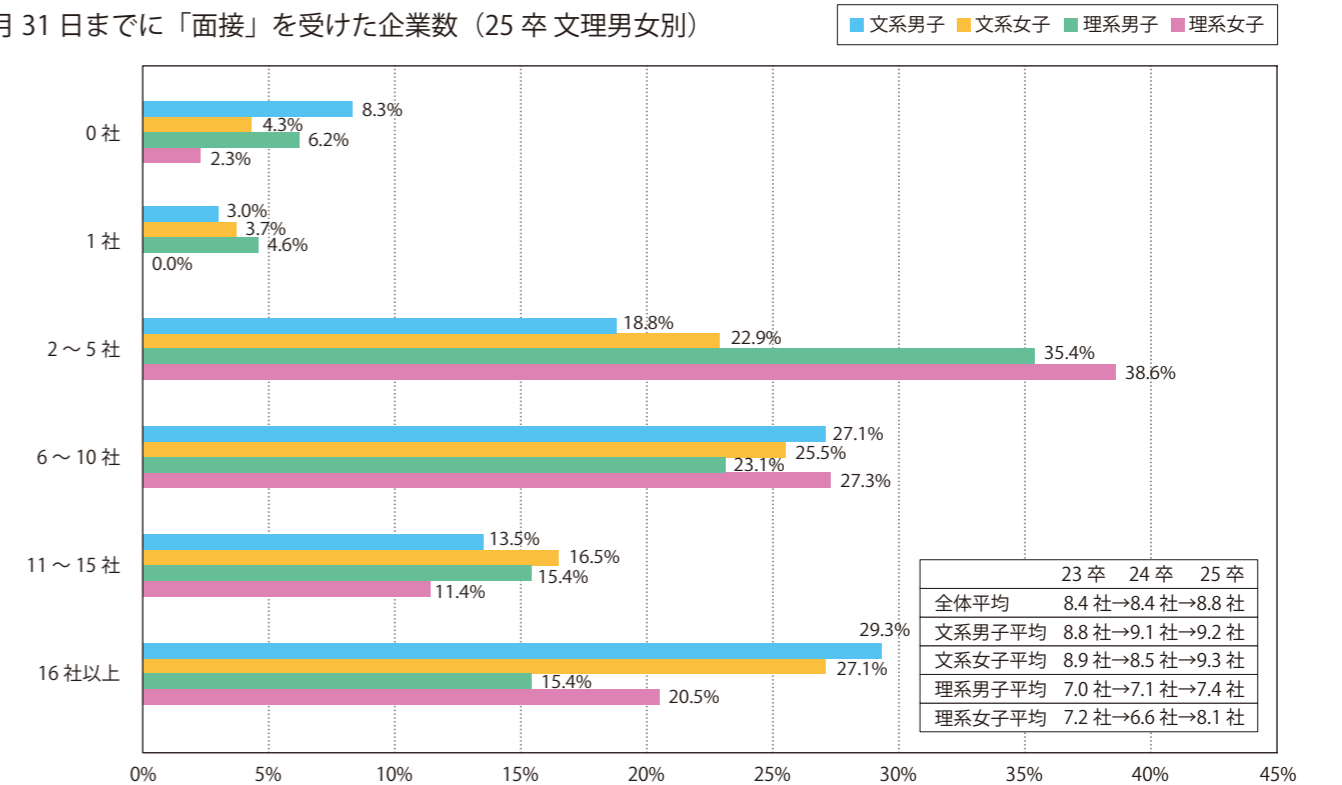
社)、「理系女子」12.8社(24卒10.7社)の順となった。男女共に文系が減少し、理系が増加という結果に。「文系男子」では、最大の「6~10社」は19.7%(24卒19.7%)と横ばいだが、「0~5社」が15.9%(24卒12.8%)と増加。「文系女子」では「31社以上」が10.0%(24卒15.1%)と積極派が減少したことが平均の減少に影響したようだ。一方、「理系男子」では、前年1位の「0~5社」が26.2%(24卒35.6%)と減少し、「6~10社」が27.7%(24卒18.3%)と増加。「理系女子」では「0~5社」が27.3%(24卒26.5%)で最多ではあるが、「31社以上」が9.1%と24卒(2.0%)から大幅に増加していることが底上げに繋がった。

## DATA.07 面接を受けた時期と企業数

■ 初めて「面接」を受けた時期（前年比較）



■ 5月31日までに「面接」を受けた企業数（25卒 文理男女別）



**「大学3年3月以前」に初めて面接を受けた学生は86.2%と早期化が加速。選考解禁前に面接を受けた社数は平均8.8社で前年よりも増加。**

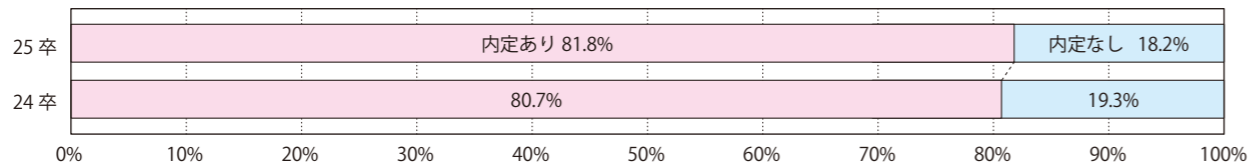
学生が初めて面接を受けた時期は「大学3年3月以前」が86.2%と、24卒(75.8%)から10.4ポイント大幅に増加した。その内訳をみると「12月以前」に受けていた学生が55.9%と過半数を占め、早期化傾向がより顕著になっている様子がうかがわれる。「大学4年4月」は4.0%に留まり24卒(13.1%)から9.1ポイント減少。政府要請の採用選考活動開始時期の「大学4年6月」・「まだ受けていない」と回答した学生は、6.5%(24卒7.7%)の少数派となっている。

選考解禁前に面接を受けた企業数は平均8.8社で24卒(8.4社)から増加。文理男女別にも「文系女子」9.3社(24卒8.5社)、「文

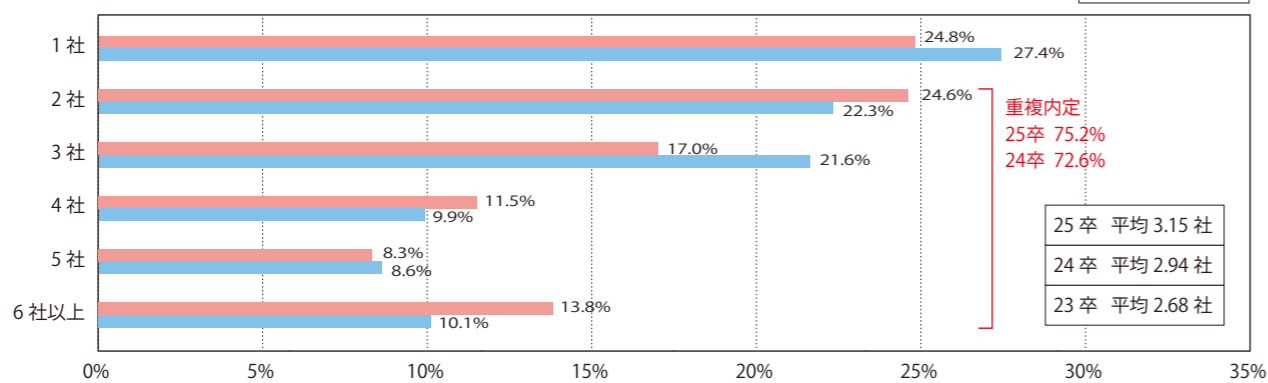
系男子」9.2社(24卒9.1社)、「理系女子」8.1社(24卒6.6社)、「理系男子」7.4社(24卒7.1社)の順で、すべての属性において増加している。5月31日までに面接を受けた企業数8.8社は、DATA6で見た受験した企業数14.9社の59.1%(24卒54.9%)に該当。受験社数が減少したのに対して、面接を受けた社数は増加したことで、面接率が6割近くまで上昇した。文理男女別では、「理系女子」63.3%、「文系女子」62.4%に対して、「理系男子」56.1%、「文系男子」55.4%と女子学生のほうがより多く、早期化傾向がうかがえる。

## DATA.08 獲得した内定数

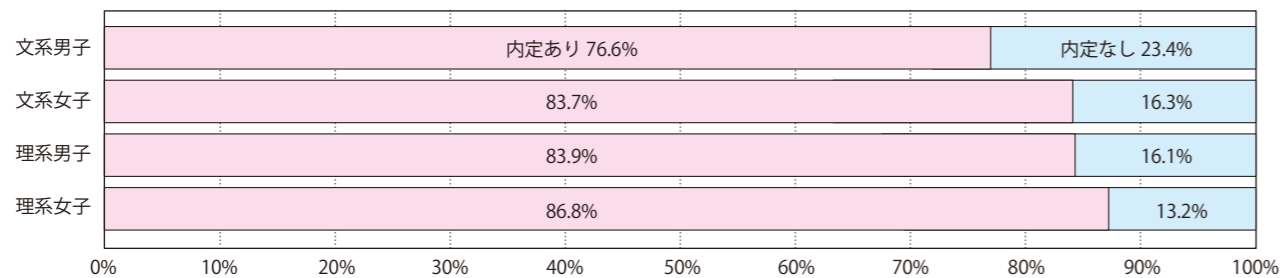
■ 内定の有無 (前年比較)



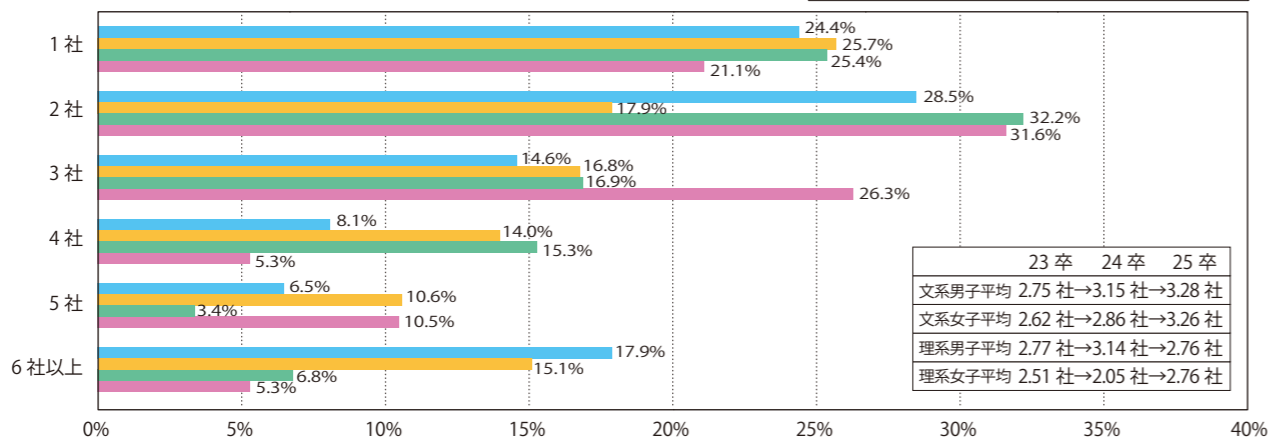
■ 内定した企業数 (前年比較)



■ 内定の有無 (25卒 文理男女別)



■ 内定した企業数 (25卒 文理男女別)



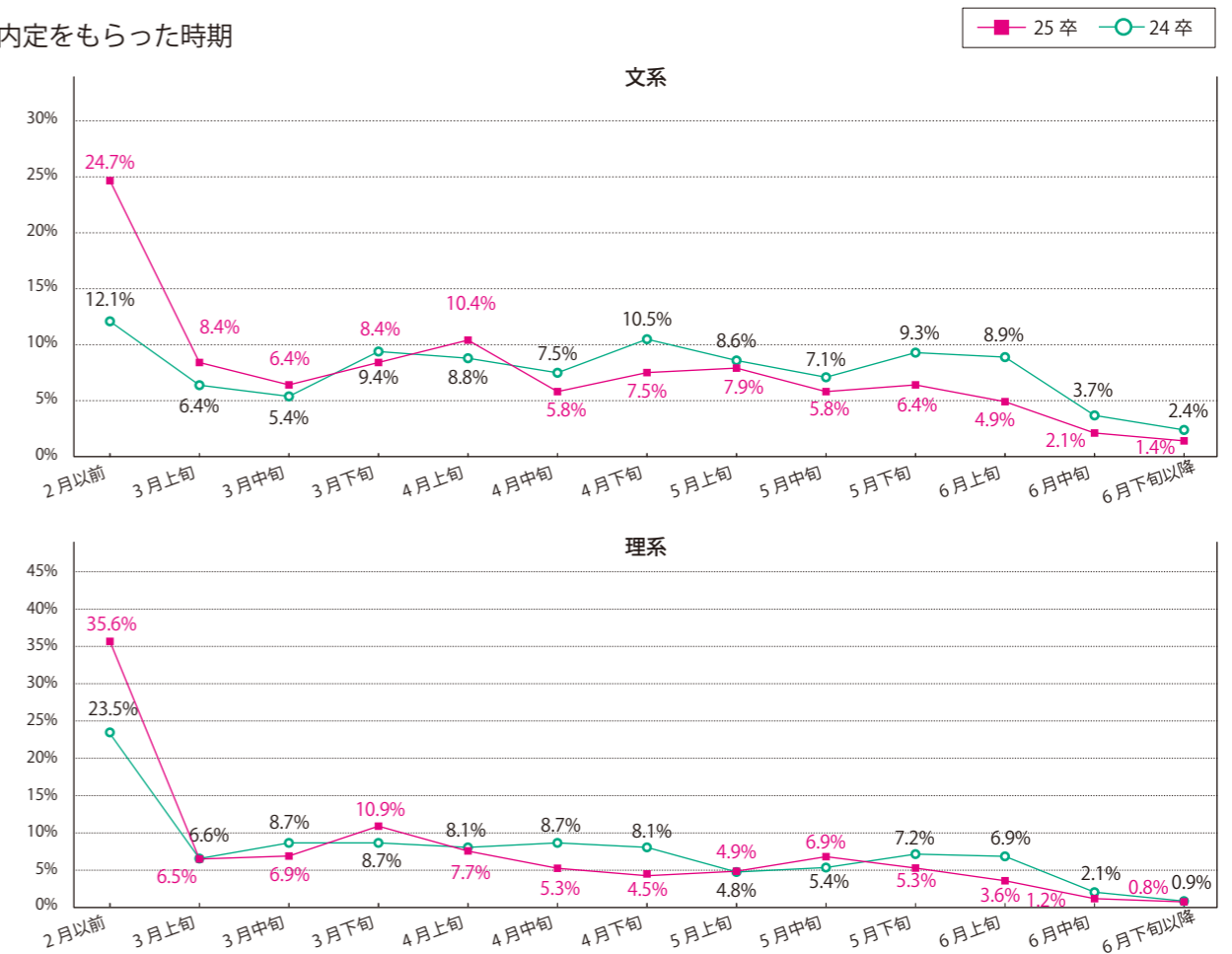
「内定あり」学生は81.8%で、コロナ禍以前を上回る高水準。うち重複内定者は75.2%と前年から増加。平均内定社数も3.15社と売り手市場が鮮明に。

内定の獲得状況は「内定あり」が81.8%と24卒の80.7%から1.1ポイント増加。コロナ禍による影響を受けた21卒(69.5%)・22卒(72.7%)から回復し、コロナ禍前の20卒(81.7%)を上回る結果となった。すでにコロナ禍の影響は払拭したと言っていいだろう。文理男女別でみると、「理系女子」86.8%(24卒77.4%)、「理系男子」83.9%(24卒77.4%)、「文系女子」83.7%(24卒81.8%)、「文系男子」76.6%(24卒82.2%)の順となり、前年から順位が逆になっている。「文系男子」のみが減少したが、前年やや苦戦傾向だった理系学生が男女共に数字を伸ばしたことで、全体平均の増加に繋がった。

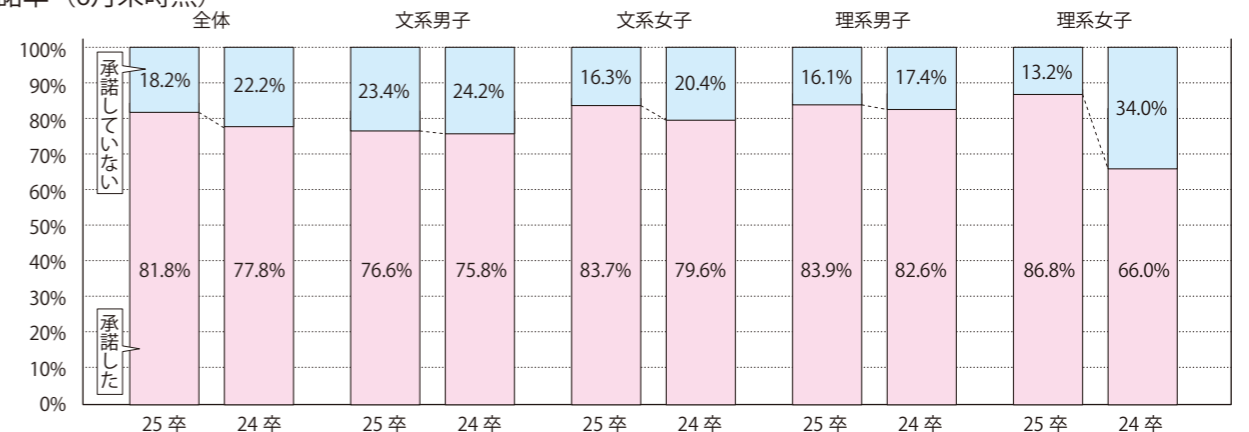
また、内定した企業数は、平均3.15社となり24卒(2.94社)から0.21社増加し、調査開始以来、最多となった。最も多い「1社」は24.8%と24卒(27.4%)から2.6ポイント減少。「2社」が24.6%と24卒(22.3%)から2.3ポイント増加した。また、4社以上内定を獲得した学生は33.6%と24卒(28.6%)から5.0ポイント増加した。文理男女別では、「文系男子」3.28社(24卒3.15社)、「文系女子」3.26社(24卒2.86社)、「理系男子」2.76社(24卒3.14社)、「理系女子」2.76社(24卒2.05社)の順となった(理系男女は同数)。「理系男子」以外は増加しており、売り手市場がより強調される結果となった。

## DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

■ 最初に内定をもらった時期



■ 内定承諾率 (6月末時点)



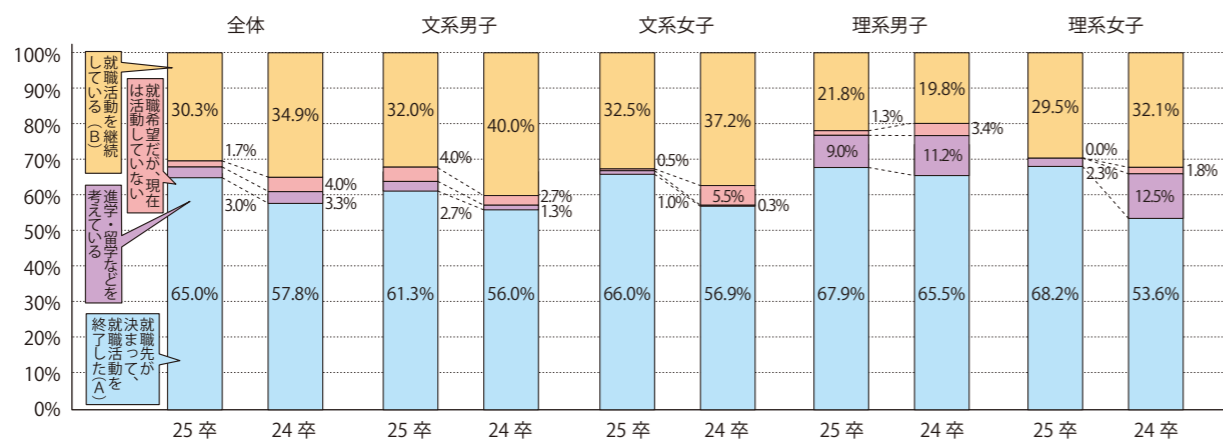
内定獲得時期は「2月以前」が文系で24.7%、理系で35.6%と早期化に拍車がかかる。内定承諾率は文理男女すべての属性で増加。

文理別の内定獲得時期は、文系で「2月以前」が24.7%と24卒(12.1%)から12.6ポイントと大幅に増加した。2位が「4月上旬」10.4%(24卒8.8%)で、23卒で14.2%と1位だった「6月上旬」は4.9%(24卒8.9%)に留まり、早期化及び一極集中化が鮮明となった。一方、理系ではすでに前年からその傾向はみられたのだが、1位は「2月以前」で35.6%と24卒(23.5%)から12.1ポイントの大幅増となった。2位は「3月下旬」が10.9%(24卒8.7%)で、それ以外の期間に大差はないので、早期化及び一極集中化の傾向に拍車がかかった形だ。

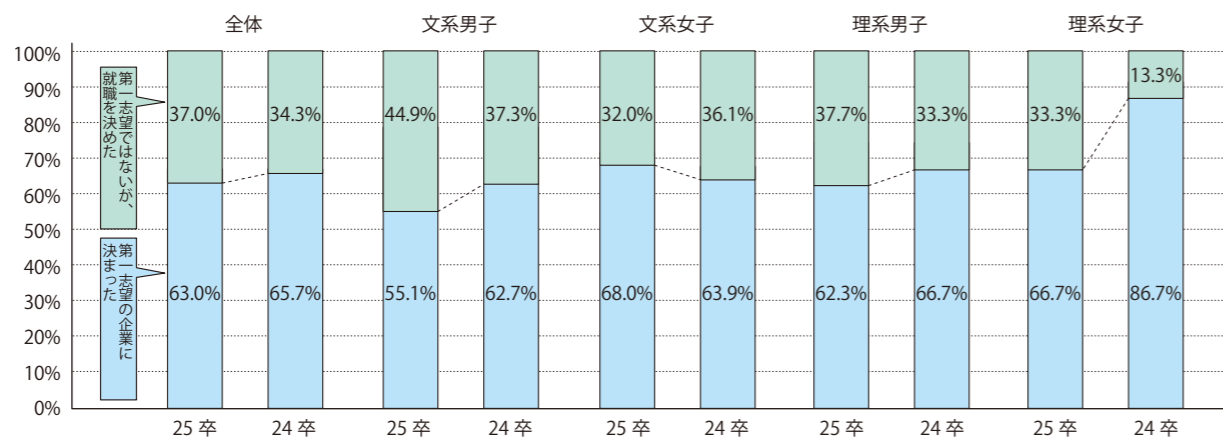
一方、内定承諾率は、全体で81.8%と24卒(77.8%)から4.0ポイントの増加。内定獲得時期が早期化し内定社数も増加したことで、それに比例して承諾率も上がっているようだ。文理男女別では「文系男子」は76.6%(24卒75.8%)と0.8ポイント増加。「文系女子」も83.7%(24卒79.6%)と4.1ポイント増加した。文系女子は22卒62.8%、23卒76.9%と年々着実に増加傾向にある。一方、「理系男子」でも83.9%(24卒82.6%)と1.3ポイント増加。また前年14.0ポイントと大幅に減少した「理系女子」は、86.8%(24卒66.0%)と20.8ポイントの大幅増となった。

# DATA. 10 就職活動進行状況 (6月末時点)

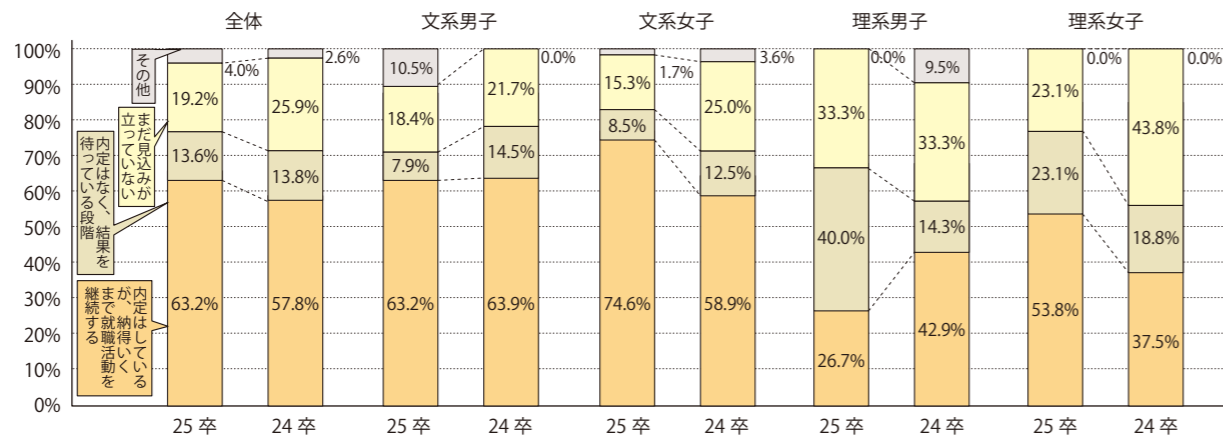
## ■ 学生の就職活動進行状況



## ■ 就職決定学生 (A) の状況 (第一志望率)



## ■ 就職活動継続学生 (B) の状況



「就職先が決まって活動を終了した」学生は65.0%と、コロナ禍前をも上回る水準に。「就職活動を継続している」うち「まだ見込みが立っていない」学生は19.2%に留まる。

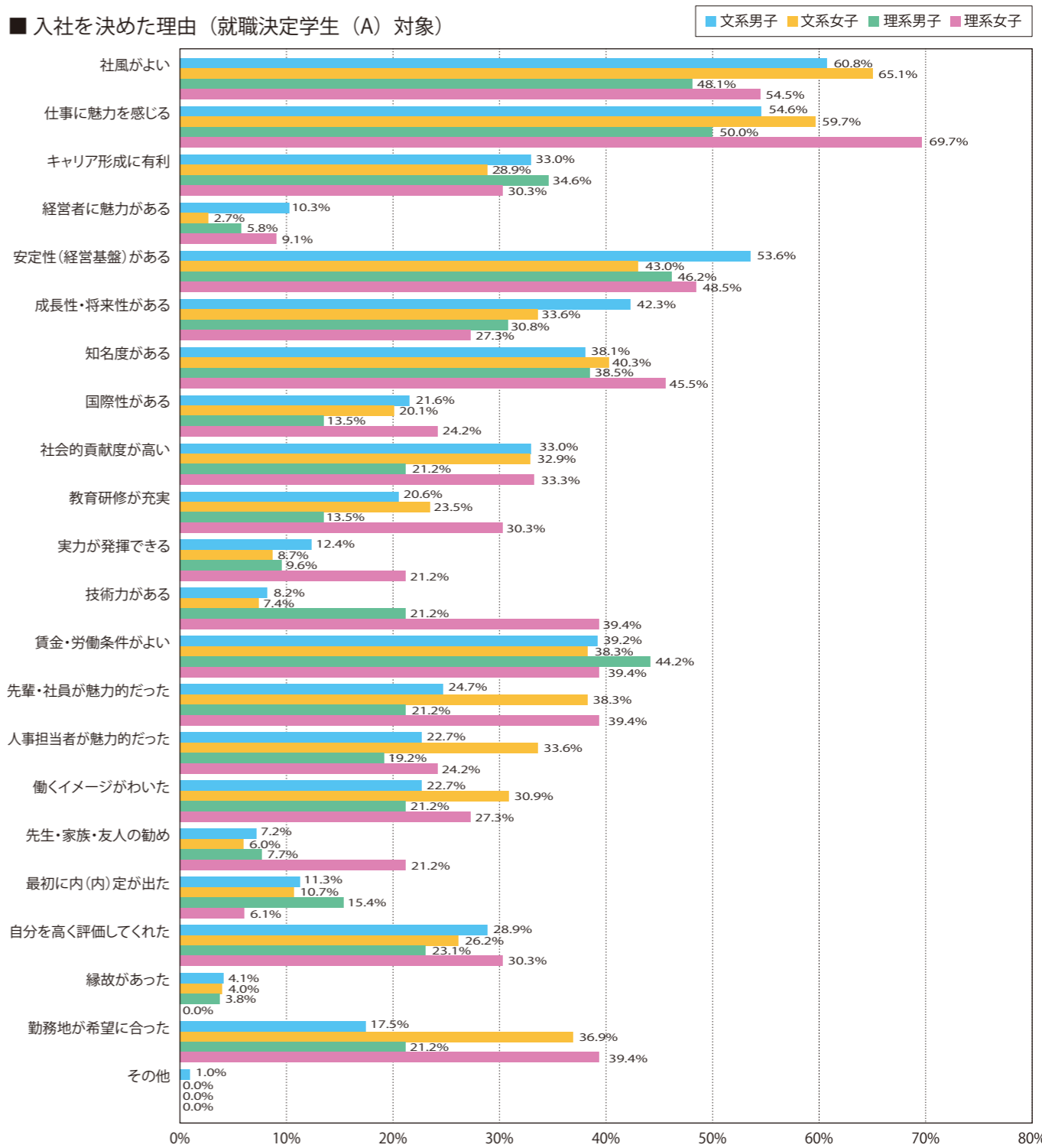
調査実施時点での就職活動進行状況について、全体で65.0%が「就職先が決まって活動を終了した」と回答。これは前年からやや伸び悩んだ24卒(57.8%)と比較して7.2ポイントの増加。回復の兆しが見えた22卒(49.2%)から8.5ポイント増となった23卒(57.7%)と比較しても、ここにきてさらに数字を伸ばした形だ。コロナ禍前の20卒(54.9%)も大きく上回る水準で、学生にとって一時期の厳しい状況からは脱したことを思わせる結果となった。文理男女別にみると、「理系女子」68.2%(24卒53.6%)、「理系男子」67.9%(24卒65.5%)、「文系女子」66.0%(24卒56.9%)、「文系男子」61.3%(24卒

56.0%)の順。文理男女、すべてで増加し、かつ6割を超える結果となった。

第一志望率をみると、「第一志望に決まった」と回答した学生は全体では63.0%で24卒(65.7%)からはやや減少した。それでも22卒(55.2%)を考えれば、23卒(65.8%)以降、高い水準で安定しているといえよう。文理男女別でみると、唯一「文系女子」68.0%(24卒63.9%)のみが増加、「文系男子」55.1%(24卒62.7%)、「理系男子」62.3%(24卒66.7%)、「理系女子」66.7%(24卒86.7%)で減少した。一方、就職活動を継続している学生のうち、「まだ見込みが立っていない」と回答した学生は19.2%で24卒(25.9%)から6.7ポイント減少した。

# DATA. 11 入社を決めた理由

## ■ 入社を決めた理由 (就職決定学生 (A) 対象)



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

入社を決めた理由は、例年同様「社風がよい」「仕事に魅力を感じる」が重視されている。「社風」を1位に挙げたのは「文系男子」60.8%(24卒64.3%)と「文系女子」65.1%(24卒55.3%)。「理系男子」48.1%(24卒47.4%)、「理系女子」54.5%(24卒64.5%)では2位となっている。一方、「仕事の魅力」を1位としたのは「理系男子」50.0%(24卒67.1%)と「理系女子」69.7%(24卒64.5%)。「文系男子」54.6%(24卒59.3%)、「文系女子」59.7%(24卒62.8%)でも2位と高い。多少の増減、順位の変動はあってもこの2項目がどの属性でも上位であることに変化はない。

上位2項目に続くのが「安定性(経営基盤)がある」だ。円安による物価上昇など社会情勢への不安からか、上位に選ばれているようだ。「文系男子」53.6%(24卒45.0%)、「文系女子」43.0%(24卒49.3%)、「理系男子」46.2%(24卒41.9%)で前年に引き続き3位となった。それに続くのが、「知名度」、「賃金・労働条件がよい」で、各属性で上位に選ばれている。

COLUMN



コロナ禍において、人流制限・感染防止の観点から対面による選考が制限され、いわば苦肉の策として採用・就職活動において導入された「オンライン選考」。すでに導入以来数年が経過して、活用ノウハウの蓄積も進んだ。規制自体はすでに解除され、コロナ禍前の日常が戻り、従来の対面式も可能な現在において採用・就職活動はどのように実施・活用されているのか、25卒の動向を調査した。

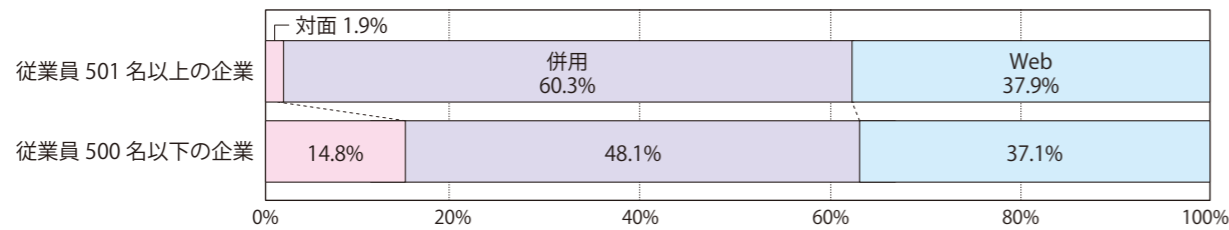
25卒において、企業は会社説明会をどのように実施したのか。「WEBのみで実施」した企業は従業員501名上で37.9% (24卒71.6%)、500名以下では37.1% (24卒47.5%)と減少。「WEBと対面の併用」が大

手企業で60.3% (24卒14.7%)、中堅・中小企業で48.1% (24卒16.1%)と増加した。「対面のみ」の実施は大手企業で1.9% (24卒12.2%)、中堅・中小企業で14.8% (24卒31.4%)。企業説明会においては、対面式に戻すというよりも、利便性の高いオンラインをメインに対面式も取り入れるという動きが、大手を中心に主流のようだ。

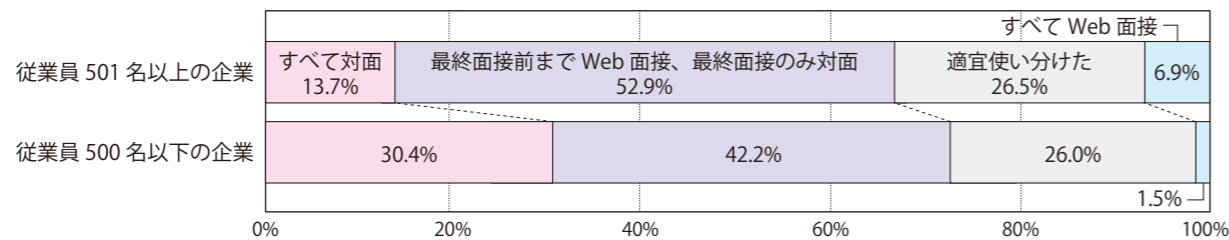
採用面接については、501名以上の企業では「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」が52.9% (24卒46.2%)、500名以下の企業で42.2% (24卒31.0%)と最多。また、「すべて対面」という企業は、大手で13.7% (24卒14.2%)、中堅・中小で30.4% (24卒39.2%)と減少傾向。それぞれの特性に応じてWEBと対面を組み合わせる選考を進める企業が増えているようだ。

オンライン採用のメリットとしては、23卒で1位だった「感染症の予防になった」に代わって「コストの削減ができた」(大手75.6%、中堅・中小43.9%)、「面接日程が調整しやすい」(大手75.1%、中堅・中小48.6%)、「応募が増えた」(大手61.9%、中堅・中小47.1%)を挙げる企業が多いのは前年の傾向と変化はない。感染予防以上に新たなメリットが生まれ、定着したことで、今ではオンラインは採用・就職活動の主要なツールとして活用されていることがうかがわれる。

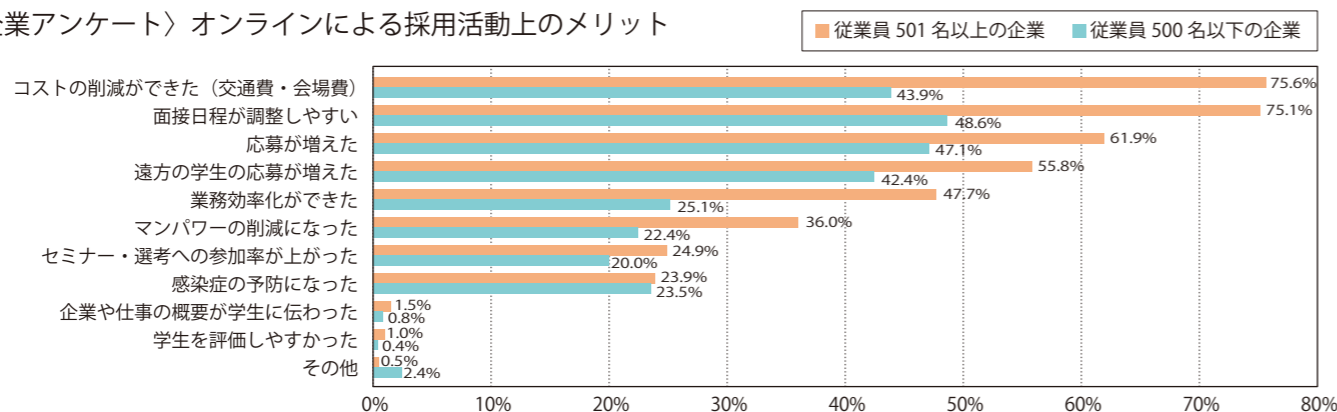
■〈企業アンケート〉会社説明会をどのように実施しましたか？



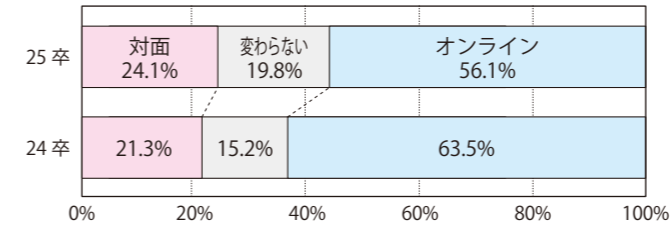
■〈企業アンケート〉採用面接はどのように実施しましたか？



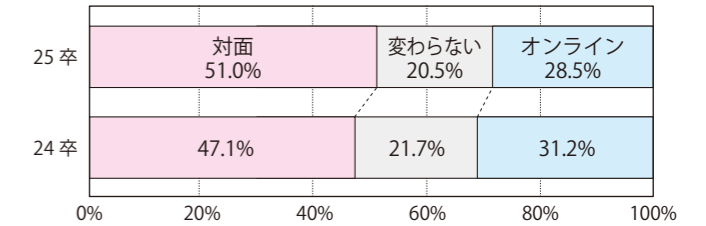
■〈企業アンケート〉オンラインによる採用活動上のメリット



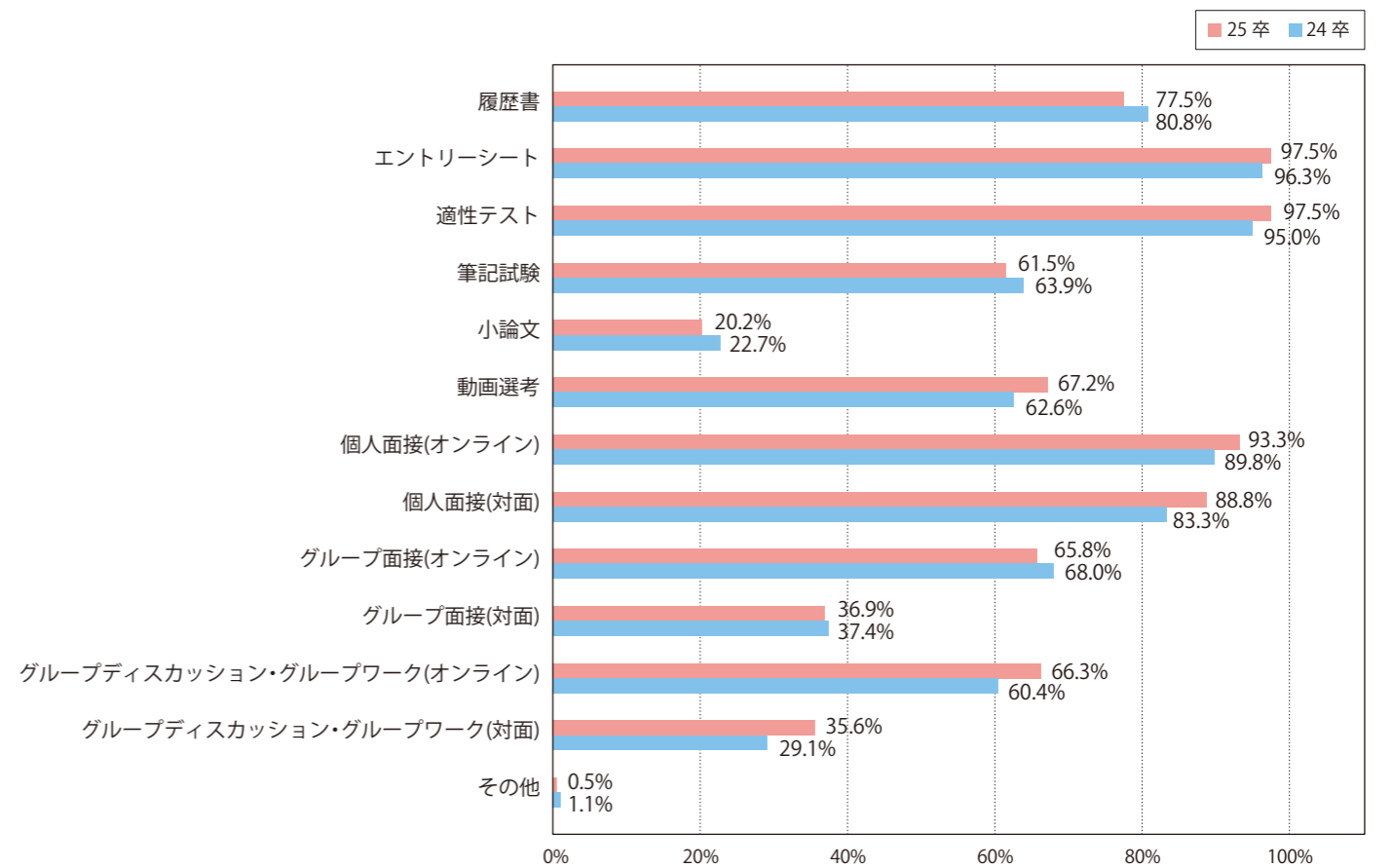
■〈学生アンケート〉【セミナー・説明会】  
対面・オンラインのどちらが良かったかお答えください



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



■〈学生アンケート〉経験したことのある選考手法



一方で、学生は会社説明会や面接のオンライン化をどのように感じているのだろうか。セミナー・説明会について「対面」のほうが良かったと回答した学生は24.1% (24卒21.3%)、「オンライン」は56.1% (24卒63.5%)とやや減少はしたものの依然として「オンライン」による実施を歓迎する学生は多い。移動の時間やコストが軽減されることをメリットと考えればそれも頷ける。

面接については、「対面」は51.0% (24卒47.1%)に対して、「オンライン」では28.5% (24卒31.2%)と前年同様「対面」での面接を評価する回答の比重が高い。利便性や参加しやすさを考えれば「オンライン」だが、合否を判定される面接では「対面」でと考える学生は増加

しており、そのあたりは企業側の思惑とも一致しているようだ。

経験したことのある選考手法については、「動画選考」を経験した学生は67.2%と6割を超えた。面接については「個人面接」、「グループ面接」では「オンライン」が「対面」の比率を上回った。「個人面接」はオンラインが93.3%、対面が88.8%といずれも8割を超えておりその差は少なく、併用の比率が高まったことが要因だろう。「グループ面接」は28.9ポイント (オンライン65.8%、対面36.9%)、「グループディスカッション」は30.7ポイント (オンライン66.3%、対面35.6%)とその差は大きい。



COLUMN



インターンシップ類に参加した学生は78.0%で、24卒(77.1%)から0.9ポイント増加。文理男女別にみると、「文系女子」80.4%(24卒76.5%)が最も参加率が高く、「理系女子」79.5%(24卒73.1%)、「文系男子」75.5%(24卒78.3%)、「理系男子」75.0%(24卒78.2%)と続く。すでに8割弱という高水準でもあるので、今後急激に増加するということもないだろうが、「オンライン」による実施の定着で、参加率は徐々にではあるが上昇傾向にあり、ほぼコロナ禍前の水準(21卒79.1%)には戻っている。

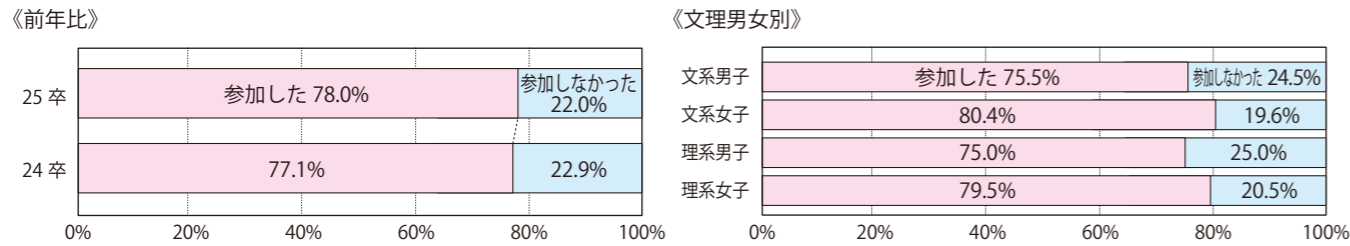
参加回数については、平均8.6回と24卒(6.9回)から1.7回増加。年々着実に伸びてはいたが、ここにきて一段と増加する結果となった。最も

多いのは「1~5回」で46.5%。それに「6~10回」が21.9%と続く。「21回以上」という積極派も11.1%と全体の1割強を占め、複数回参加する学生の存在が全体平均回数を引き上げる要因となっているようだ。

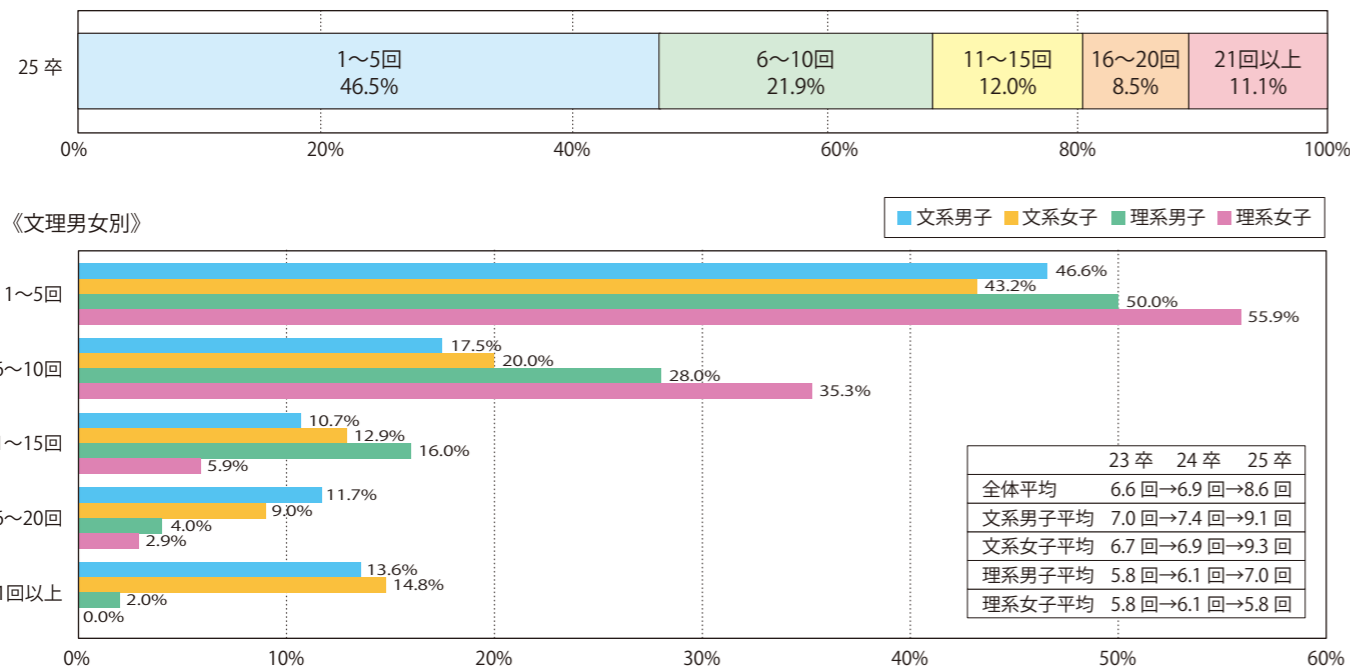
文理男女別に見ると、「文系女子」9.3回(24卒6.9回)、「文系男子」9.1回(24卒7.4回)、「理系男子」7.0回(24卒6.1回)、「理系女子」5.8回(24卒6.1回)の順に、「理系女子」は参加率は高いが、回数は絞り込む傾向にあり、それ以外の属性では増加している。いずれの属性も「1~5回」が最も多く、「理系女子」55.9%、「理系男子」50.0%、「文系男子」46.6%、「文系女子」43.2%。一方、「21回以上」という積極派は、「文系女子」14.8%、「文系男子」13.6%と文系では1割強だが、「理系男子」2.0%、「理系女子」0.0%と、理系では少数。

参加しなかった学生も含めた、学生一人当たりの参加期待値(平均参加回数×参加率)では、全体が6.71回(24卒5.32回)。文理男女別では「文系女子」7.48回(24卒5.28回)、「文系男子」6.87回(24卒5.79回)、「理系男子」5.25回(24卒4.77回)、「理系女子」4.61回(24卒4.46回)で、相対的に文系の方が積極的だが、いずれの属性でも数字は伸びており、インターンシップ類への参加意欲は高まっていることがうかがわれる。

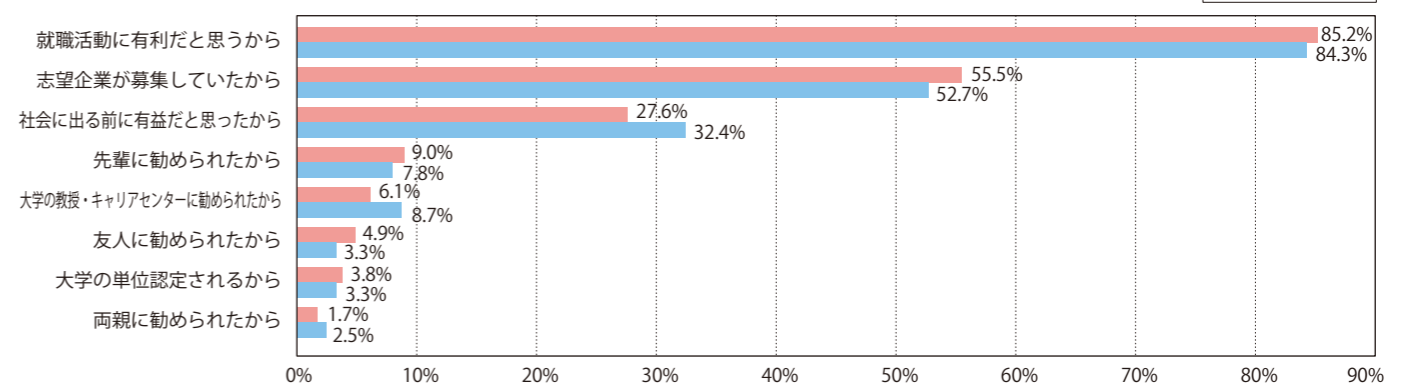
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加しましたか？



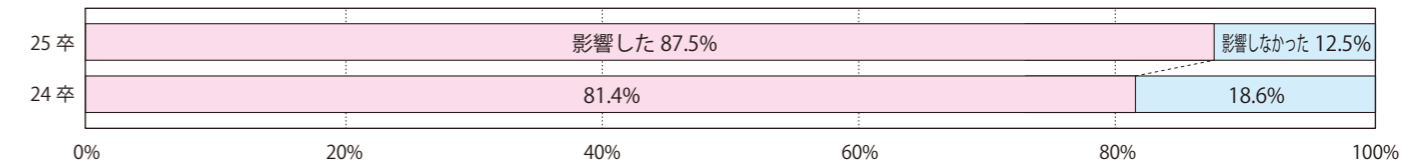
■〈学生アンケート〉参加回数



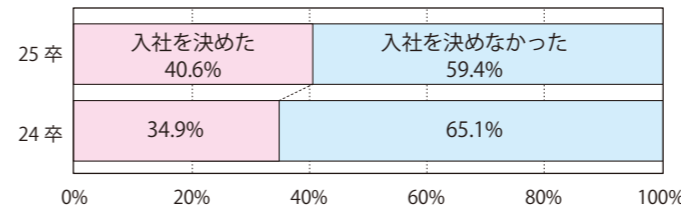
■〈学生アンケート〉参加した理由



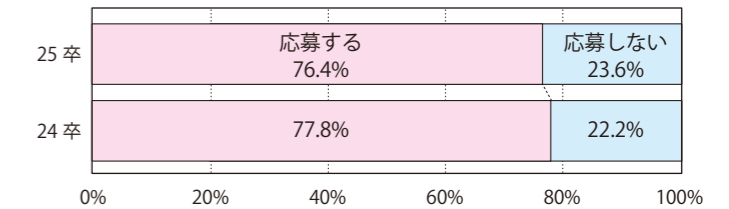
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？



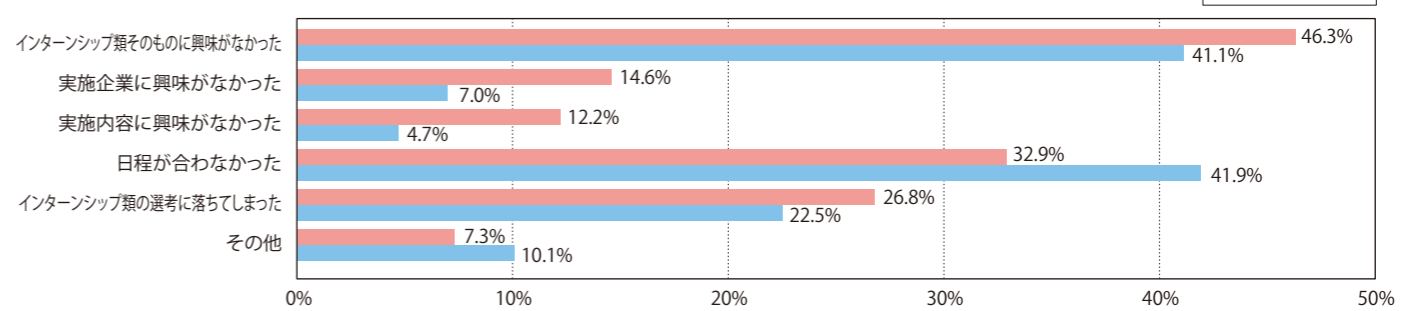
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した会社に入社を決めましたか？



■〈学生アンケート〉インターンシップ類の選考・抽選に落ちてしまった企業の本選考には応募しますか？



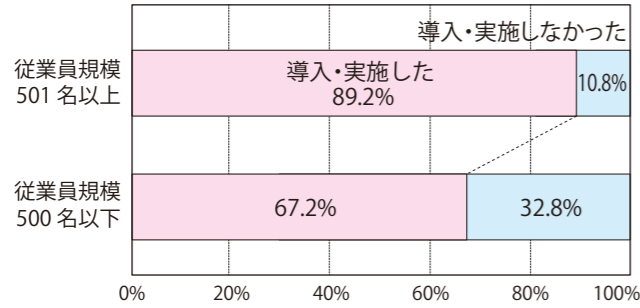
■〈学生アンケート〉参加しなかった理由



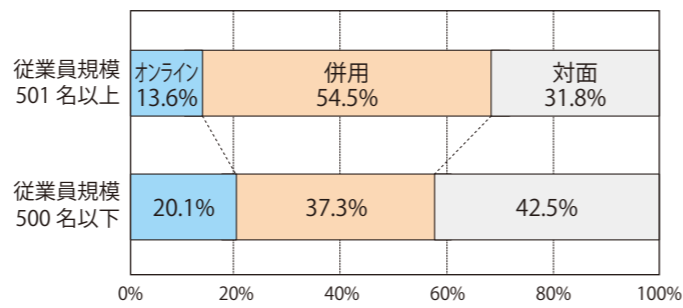
インターンシップ類に参加した理由の1位は、「就職活動に有利だと思うから」が85.2%と24卒(84.3%)から0.9ポイント増加した。また、「志望企業が募集していたから」は55.5%と24卒(52.7%)から2.8ポイント増加。3位の「社会に出る前に有益だと思うから」は27.6%で24卒(32.4%)から4.8ポイント減少し上位2項目との差が開いた。学生にとって、インターンシップ類への参加は就職活動の一環という認識が、より高まっていると見ていいだろう。また、そのことはインターンシップ類への参加経験が入社企業の選択に影響した学生が87.5%(24卒81.4%)と9割近いことから明らかだ。実際にインターンシップ類に参加した企業への入社を決めた学生も40.6%と24卒の34.9%から5.7ポイント増加している。

インターンシップ類に参加しなかった理由として、「インターンシップ類そのものに興味がなかった」と回答した学生は46.3%と24卒(41.1%)から5.2ポイント増加した。「日程が合わなかった」という回答が32.9%(24卒41.9%)と9.0ポイント減少しているのは、インターンシップ類の「オンライン」による実施が増加したことで、日程の調整が容易になったことも一因と考えられる。一方で、インターンシップ類の選考・抽選に落ちてしまった企業の本選考に「応募しない」と回答した学生が23.6%いることを踏まえると、「選考に落ちた」26.8%(24卒22.5%)のために参加できなかった学生をどう繋ぎ止めるかは、今後企業が検討すべき課題となりそう。

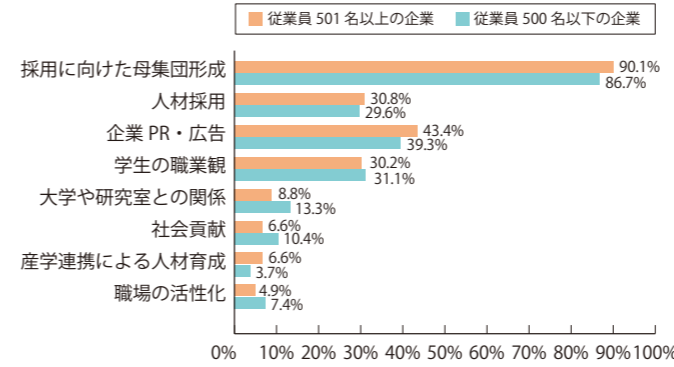
■〈企業アンケート〉インターンシップ類を導入・実施しましたか？



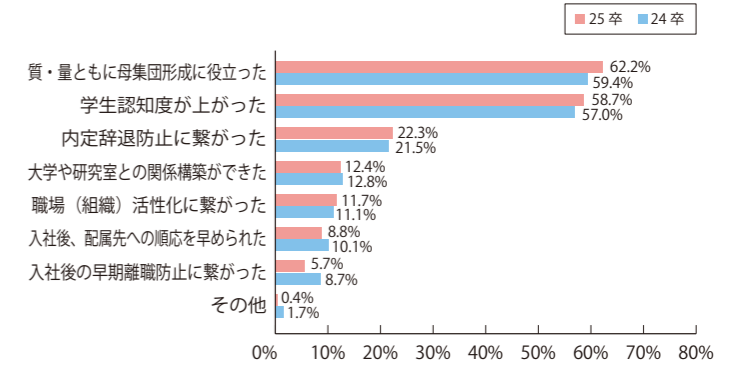
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施方法



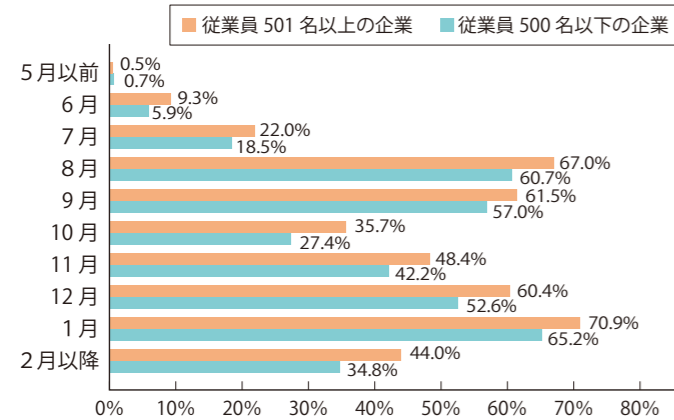
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施理由



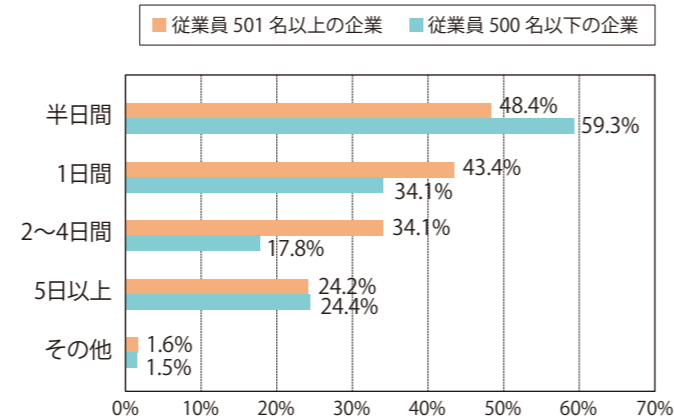
■〈企業アンケート〉インターンシップを通じて得られた効果



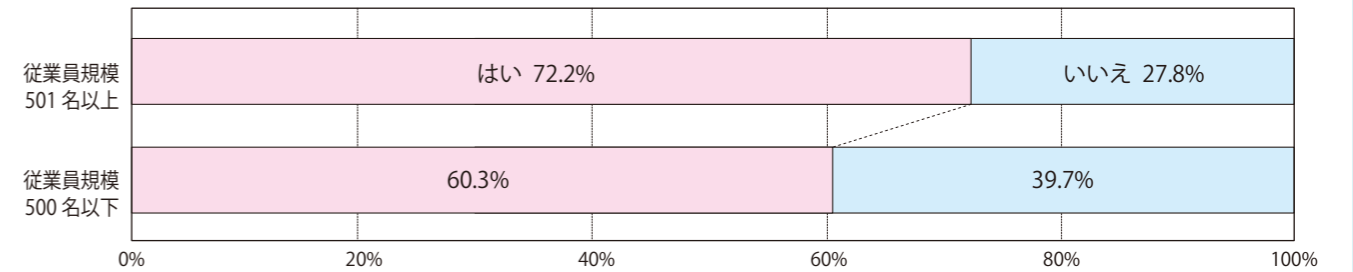
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施月



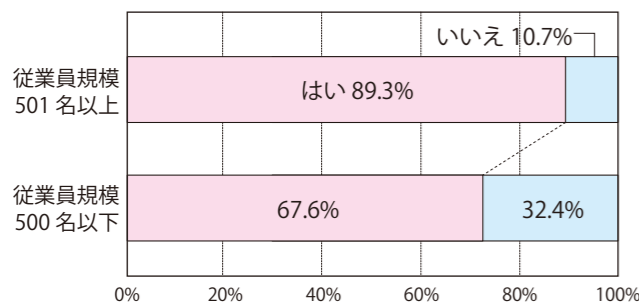
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施日数



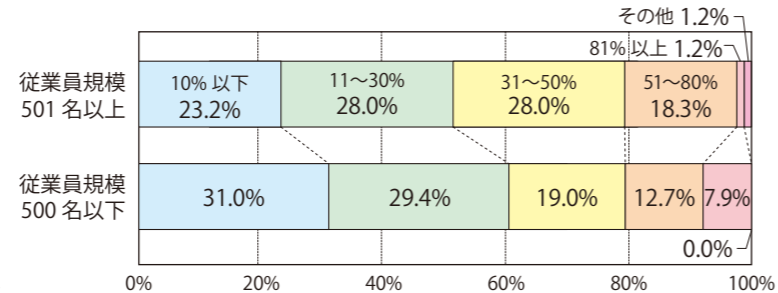
■〈企業アンケート〉インターンシップ類に優遇策を講じていますか？



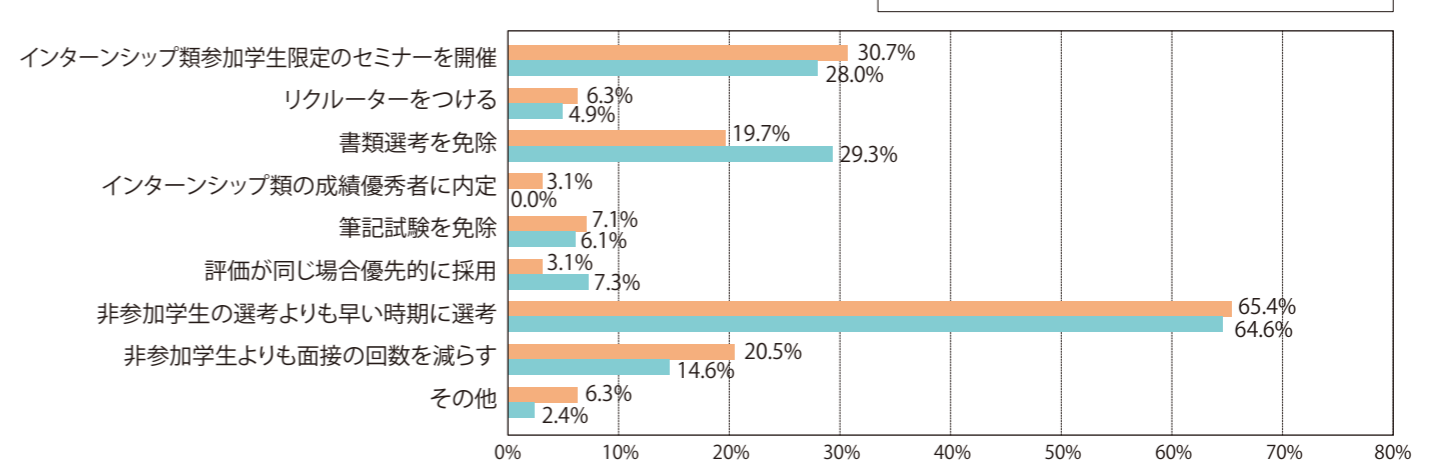
■〈企業アンケート〉インターンシップ類から参加学生を採用しましたか？



■〈企業アンケート〉内定者に占めるインターンシップ類参加者の割合



■〈企業アンケート〉優遇策について



それでは、企業のインターンシップ類への取り組み状況はどうだったのか。「導入・実施した」企業は、従業員501名以上企業で89.2% (24卒88.3%)、従業員500名以下の企業で67.2% (24卒62.2%)と、大手企業では約9割の企業で実施、中堅・中小企業でも7割近くで導入していることがわかる。中堅・中小企業では、5.0ポイント増加しており、今後もインターンシップ類の実施率は高い水準で推移するだろう。

インターンシップ類の実施方法は、501名以上の企業では13.6%がオンラインで実施したと回答。24卒24.5%、23卒57.9%だったので、24卒からは10.9ポイント、23卒からは44.3ポイントの大幅な減少。それに代わってオンラインと対面の併用が54.5% (24卒50.3%・23卒23.7%)と増加。対面による実施も31.8% (24卒25.2%・23卒18.4%)と増加。コロナ禍が沈静化したことで、対面方式が徐々に増加しているようだ。また500名以下の企業ではオンラインによる実施が20.1% (24卒20.3%・23卒36.5%)、併用37.3% (24卒25.5%・23卒

16.7%)、対面による実施が42.5% (24卒54.2%・23卒46.8%)で、併用の増加が目立つ。これは対面方式に移行したいけれど、現実的な受け入れ態勢を考慮して、数を多く受け入れやすいというオンラインのメリットを加味しての結果であろうと推測される。

インターンシップ類の実施時期は、企業規模に関わらず「1月」「8月」「9月」が上位。従業員501名以上の企業では「1月」が70.9% (24卒72.9%)、「8月」67.0% (24卒63.9%)、「9月」61.5% (24卒60.8%)の順に。また従業員500名以下の企業でも「1月」が65.2% (24卒63.5%)、「8月」60.7% (24卒51.3%)「9月」57.0% (24卒43.6%)と同傾向。「1月」が最多であるのは、本選考を意識してインターンシップ類を実施する企業が増加しているからと推測される。また、501名以上の企業で23卒83.2%と最も多かった学生の夏休み期間の「8月」がやや数字を戻して2位。同様に500名以下の企業でも23卒で最多だった「8月」が数字を戻している。

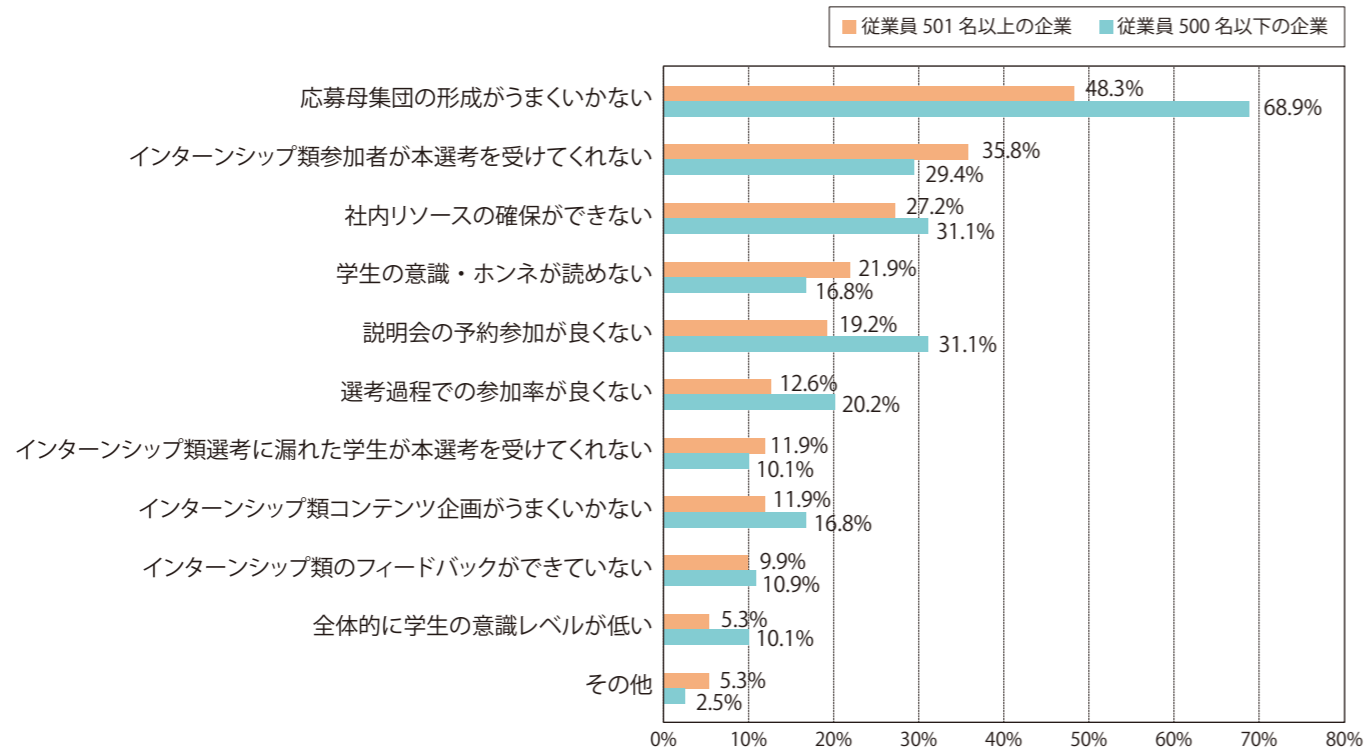
また、「インターンシップ類を実施した日数」は、501名以上の企業で「半日間」48.4% (24卒45.2%)が3.2ポイント増加して1位をキープ。500名以下の企業でも「半日間」が59.3% (24卒51.3%)と8.0ポイント増加して1位。企業規模に関わらずより短期間の実施にシフトする傾向にあるようだ。一方で、「5日間以上」は大手企業で24.2% (24卒23.5%)と微増。500名以下の企業で24.4% (24卒10.9%)で13.5ポイント増加と、後述する産学協議会のインターンシップルール変更の影響も考えられ、前年以上に二極化の傾向が強まってきたようだ。

インターンシップ類の実施理由は、例年同様「採用に向けた母集団形成」が従業員501名以上の企業で90.1% (24卒91.0%)、500名以下の企業で86.7% (24卒87.8%)と2位以下を大幅に離してのトップとなった。インターンシップ類を通じて得られた効果としては、1位が「質・量ともに母集団形成に役立った」(62.2%)、2位「学生認知度が上がった」(58.7%)、次いで「内定辞退防止に役立った」(22.3%)と前年

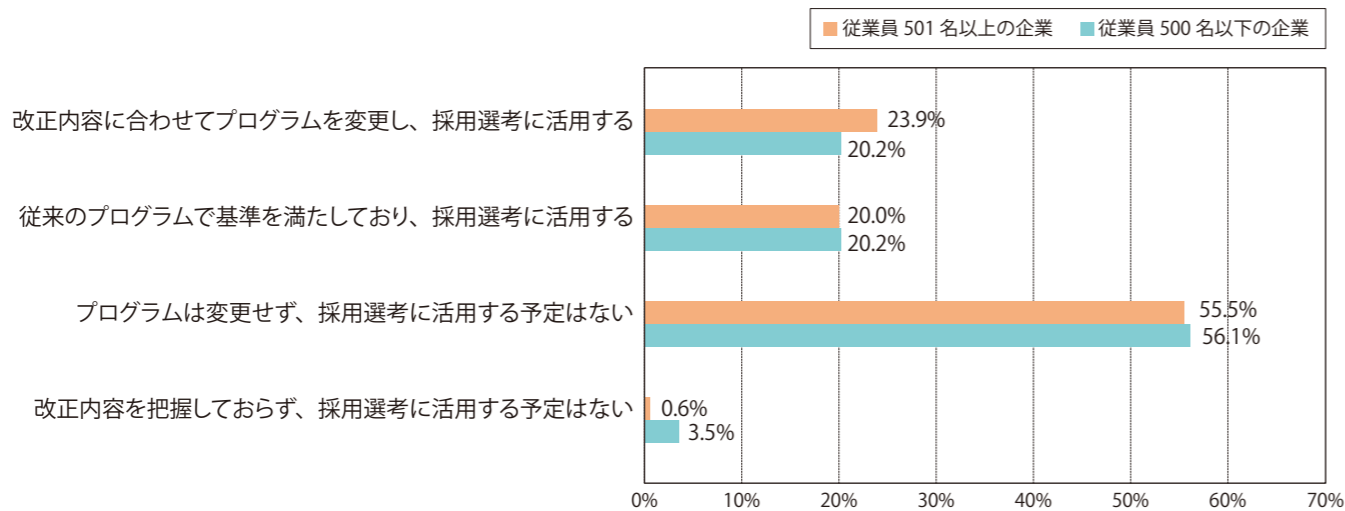
同様の順となった。前年から傾向・数字に大きな変動はなく、早期から仕事理解、会社理解を深めることのできるインターンシップ類が、母集団形成だけでなく内定辞退・早期離職の防止にも役立っていると認識している企業が多いようだ。

インターンシップ類参加者への優遇策の有無については、「優遇策を講じている」企業は501名以上の企業で72.2% (24卒65.8%)で6.4ポイント増加、500名以下の企業で60.3% (24卒51.8%)で8.5ポイントの増加となった。優遇策の内容については企業規模に関わらず、「非参加学生の選考よりも早い時期に選考」を行う企業が最も多く、「参加学生限定のセミナーを開催」が続き、限定的な優遇策にとどまる傾向に大きな変化は見られなかった。

■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施上の課題



■〈企業アンケート〉産学協議会のインターンシップルール変更による26卒の実施予定



インターンシップ類実施上の課題としては、501名以上の企業で1位が「応募母集団の形成がうまくいかない」(48.3%)、2位が「インターンシップ類参加者が本選考を受けてくれない」(35.8%)、次いで「社内リソースの確保ができない」(27.2%)の順となった。一方、500名以下の企業では1位は「応募母集団の形成」(68.9%)だが、2位は同率で「社内リソースの確保」(31.1%)、「説明会の予約参加が良くない」(31.1%)。インターンシップ類の母集団形成と本選考への接続を課題と捉えている企業は依然として多いようだ。また、大手企業では11.9%、中堅・中小企業で10.1%が「インターンシップ類選考に漏れた学生が本選考を受けてくれない」と回答。参加枠が限られるため落とさざるを得なかった学生をいかにフォローしていくかも、今後検討の必要がありそうだ。

産学協議会のインターンシップルール変更により、25卒から「5

日間以上」「参加期間の半分以上を職場での就業体験(テレワーク可)」、「必ずフィードバックを行う」など一定の基準を満たすプログラムを実施する場合に「産学協議会基準準拠マーク」を記載し、プログラムを通じて取得した学生情報を採用活動開始後に活用できるようになった。そこで、26卒採用でプログラムを通じて取得した学生情報を採用選考に活用する予定について聞いてみた。企業規模に関わらず「プログラムは変更せず、採用選考に活用する予定はない」が半数を超えて最多となった。一方で、501名以上の企業では「改正内容に合わせてプログラムを変更し、採用選考に活用する」(23.9%)、「従来のプログラムで基準を満たしており、採用選考に活用する」(20.0%)と4割以上の企業が採用選考に活用する意向で、インターンシップ類の重要性はますます高まりそうだ。

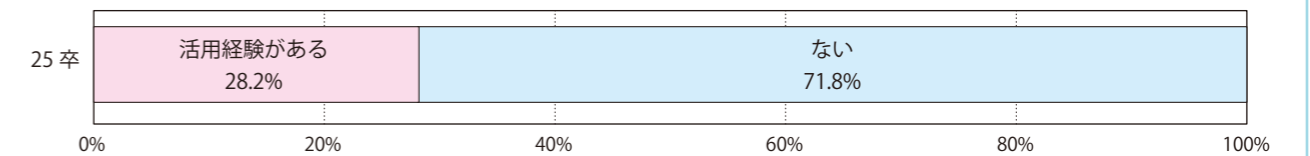
C O L U M N



総務省の令和6年版情報通信白書によれば、日本では46.8%の企業で業務に活用していると回答しているように、各分野で導入の進む生成AI。そこで就職活動における生成AIの活用の有無について学生に質問してみた。「活用経験がある」と回答した学生は28.2%。具体的な利用方法としては、ES(エントリーシート)の作成・推敲、自己分析、面接対策などのテキスト生成で活用されているようだ。中でもESの作成が主流だが、すべてを生成AIで作成するというよりも、添削・校正・アイデア等、補助的な活用が多いのが現状。それに対して、現時点ではESにお

ける生成AIについて意識している企業は高くないようだが、それほど否定的ではない。ただ、今後は提出されたESについて、文章表現や内容をより精査する方向で対策する企業は増えていくものと推測される。今後も経済効果を見込まれる生成AIだけに、活用率は高くなるものと推測されるが、学生にとってはESのみならず、生成AIをどのような形で活用するのか、そのスキルが問われる時代になるのではないかと。また企業も、その対策のみならず、AI面接の実施など採用活動にどのように取り入れていくのか、その動向が注目される。

■〈学生アンケート〉就職活動において、生成AIの活用経験はありますか？



■〈学生アンケート〉生成AIの利用場面

コミュニケーション	企業へのメール文章を作成してもらった。敬語や言葉遣いなどの添削に役立った。
自己分析	自己分析を行う上で壁打ちの相手として利用した。
業界・企業分析	業界分析や企業分析に利用した。
エントリーシート作成	ESを書き始めるきっかけづくりに利用した。1人で最初からフォーマットを作るのに苦労したので。
	ESの添削やESに書く内容のアイデアを提案してもらった。
	ESの文字数を減らしたりするときの言い回しや、文章に納得がいかない時に何パターンか改変例を出してもらった。
	ESを書くとき、誤字脱字チェック、文章校正を参考にした。
面接・選考対策	エントリーシートにおいてまず自分で書いた後に要約してもらったことがある。
	ガクチカを深掘りされる際の質問例を聞いた。
	提出したエントリーシートのどのような部分が面接で尋ねられるかなどを聞くために活用した。
	自分が面接対策で用意したガクチカや志望動機に対するフィードバックや想定質問を考える際に活用した。客観的な視点で自分の回答を評価してもらえるため、参考になった。
インターンシップ	自由作文課題で生成AIを題材にしたエッセイ調の文章を執筆した。その一部で実際に生成AIに出力させた文を引用した。
	選考時のプレゼンの構成について提案してもらった。
インターンシップ	インターンで、ビジネスモデル名を考える際にプレストで利用した。

COLUMN



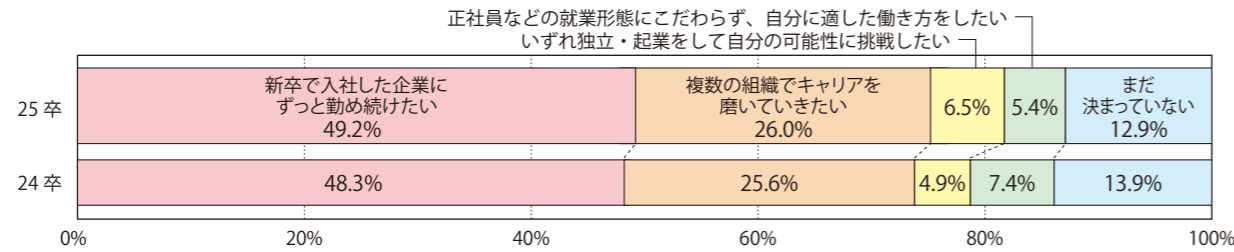
学生のキャリア観については、「新卒で入社した会社にずっと勤め続けたい」という終身雇用志向の強い学生は49.2%で、24卒(48.3%)からは大きな変化はない。「複数の組織でキャリアを磨く」「将来は独立・起業」「就業形態にこだわらない」といった転職・独立志向の学生は37.9%で24卒と同率となった。就職先選定の理由として安定性を上位に挙げる<DATA.11参照>割に終身雇用志向が低いとみるか、「配属ガチャ」が嫌われる割に高いとみるか。

また、仕事観については、エキスパート人材志向の学生が33.3%で24卒(34.5%)から減少。それに対して、マルチ人材志向が51.5%(24卒51.0%)と増加し、その差をやや広げた。急激な変化の波にさらされたことで、社会の中で必要とされるスキルは刻々と変化するという認識が生まれ、そうした時代を生き残るには、マルチな経験が重要という考え方が主流になりつつあるのかもしれない。

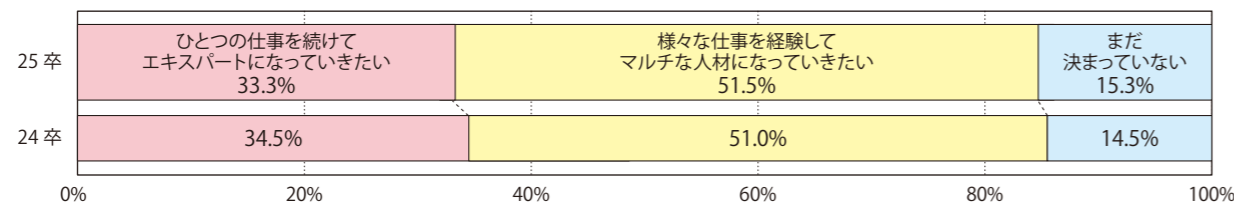
一方、企業のコース別採用(総合職・一般職など)、職種限定採用(部門・キャリアなどを指定)の実態はどうか。従業員501名以上の企業では「コース別採用」を実施した企業は47.1%、「職種限定採用」は32.0%で行っており、「職種を限定した採用を行っていない」企業は31.6%に留まる。一方、従業員500名以下の企業では、「コース別採用」は36.9%、「職種限定採用」は26.2%、「行っていない」企業は40.8%で、大手ほどは実施していないことがうかがわれる。

コース別・職種限定採用後は、大手企業で18.8%、中堅・中小企業で30.5%が職種変更を行っていない。職種変更を実施する企業では「本人の希望があれば職種変更を行うことがある」が大手企業で42.0%、中堅・中小企業で33.9%。「本人の希望だけでなく、会社都合による職種変更を行うことがある」が、大手企業で39.2%、中堅・中小企業では35.6%だった。今後の動向に注目したい。

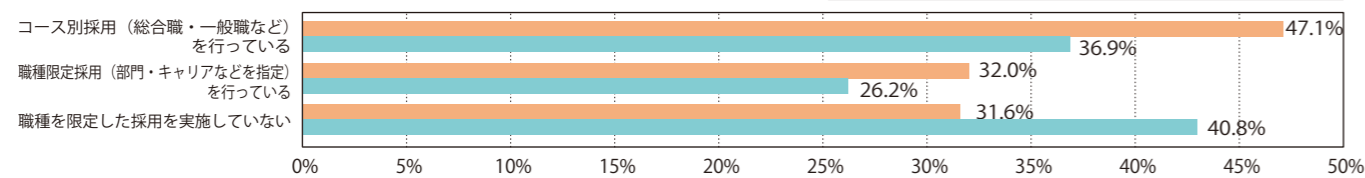
■〈学生アンケート〉あなたのキャリア観について、教えてください



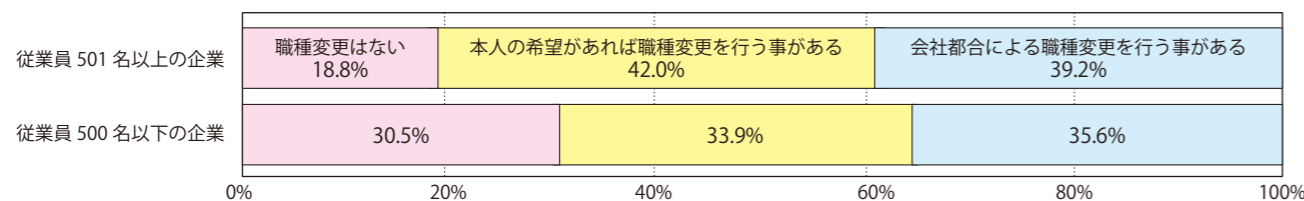
■〈学生アンケート〉あなたの仕事観について、教えてください



■〈企業アンケート〉職種を限定した採用を実施していますか



■〈企業アンケート〉職種を限定した採用後、職種の変更は実施していますか



COLUMN

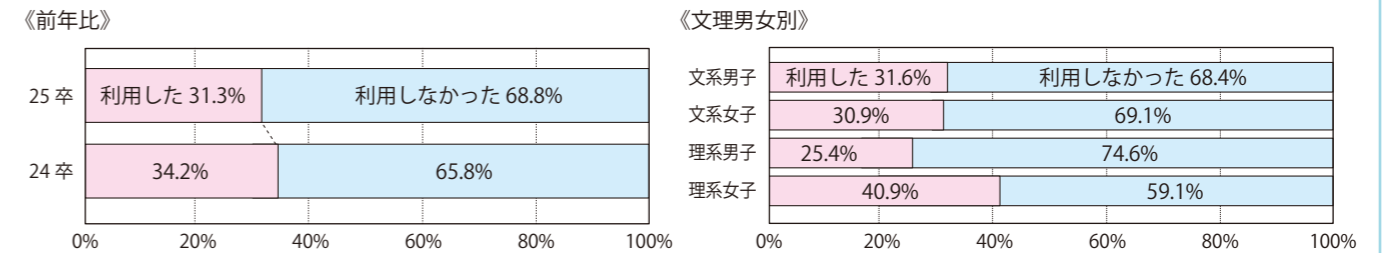


学生にとっては就職活動のツールの一つとして認知度が高まりつつある「新卒紹介サービス」は31.3%(24卒34.2%・23卒31.8%)の学生が「利用した」と回答した。多少の増減はあるものの3~4割の学生は安定して利用しており、すでに定着したとい

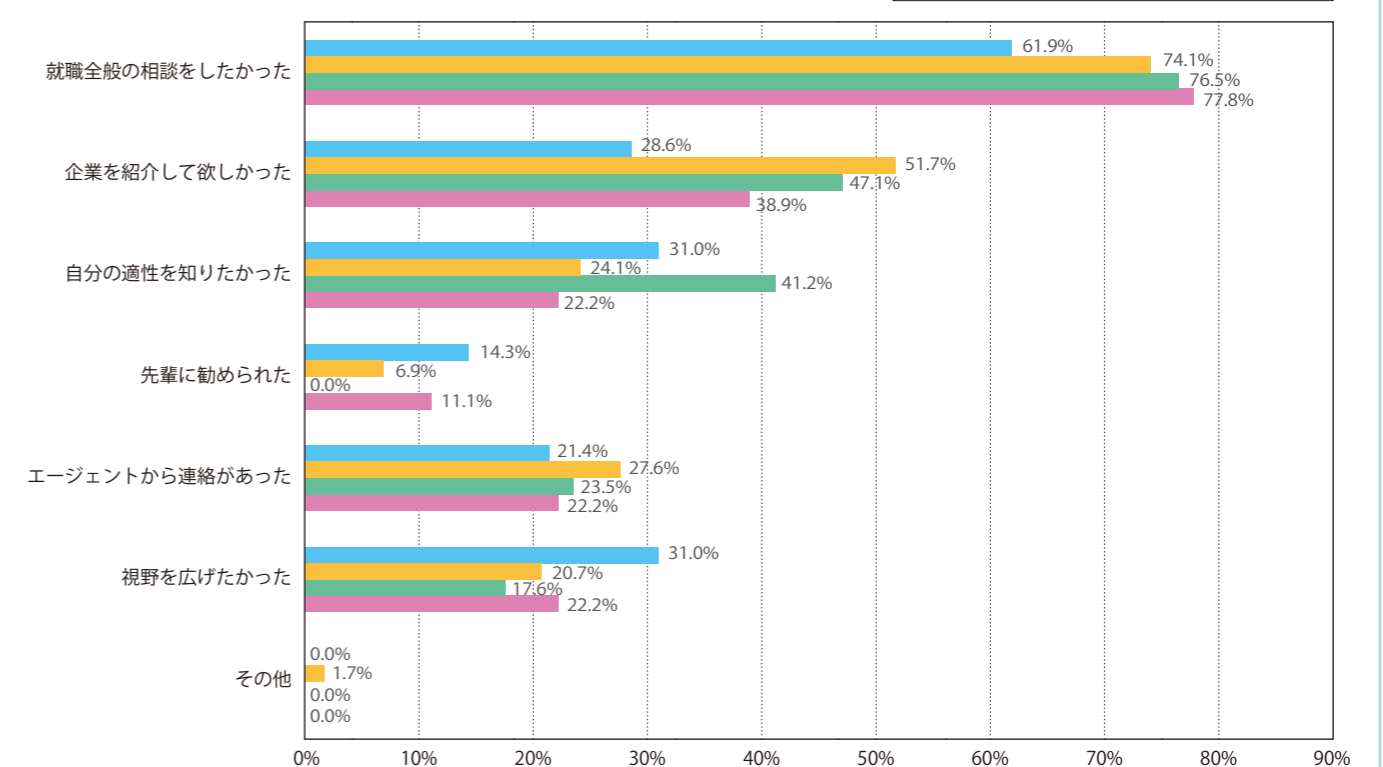
ていだろう。文理男女別でみると、「理系女子」40.9%(24卒30.6%)、「文系男子」31.6%(24卒37.5%)、「文系女子」30.9%(24卒37.6%)、「理系男子」25.4%(24卒20.2%)の順で利用されている。文系男女で利用率は下がっているものの、理系男女では増加しており、特に理系での利用率は高まりつつあるようだ。

利用した理由については、「就職全般の相談をしたかった」が、「理系女子」77.8%(24卒40.0%)、「理系男子」76.5%(24卒72.7%)、「文系女子」74.1%(24卒65.8%)、「文系男子」61.9%(24卒64.0%)とすべての属性で1位となっている。「理系女子」では37.8ポイントと大幅に増加した。それに対して、「企業を紹介してほしい」という就職に直結した理由を2位に挙げたのは、「文系女子」51.7%(24卒52.3%)、「理系男子」47.1%(24卒36.4%)、「理系女子」38.9%(24卒53.3%)。「文系男子」では31.0%の同率で「自分の適性を知りたかった」(24卒26.7%)と「視野を広げられた」(24卒26.7%)が2位。依然として企業選択に直結するニーズはあるものの、同時に、エージェントに対するアドバイザーとしてのニーズがより高まりつつあるという傾向には変化はない。

■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用しましたか?

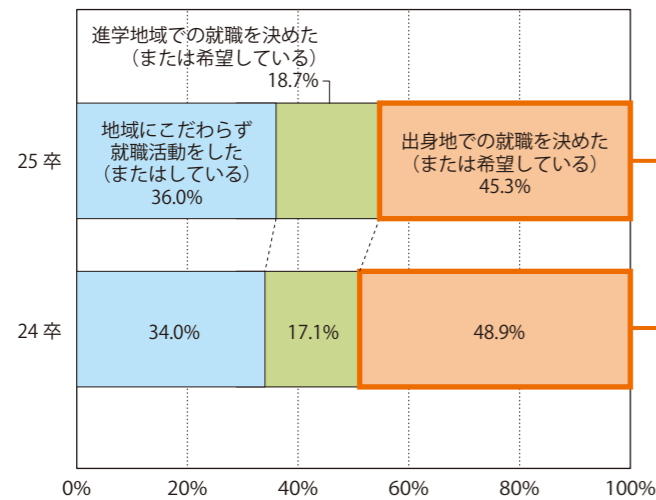


■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用した理由

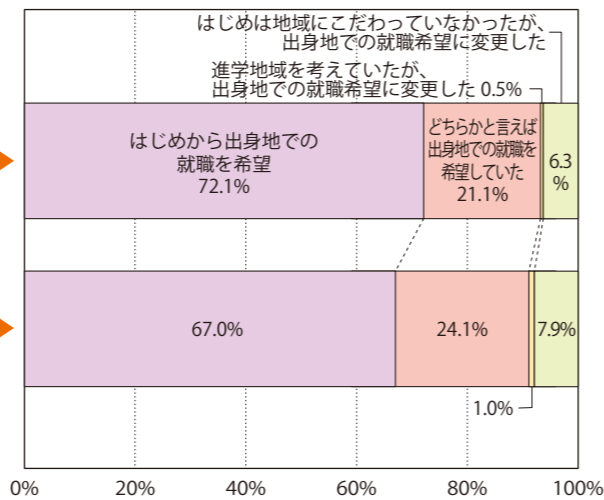


## DATA. 17 Uターン就職に関する意識

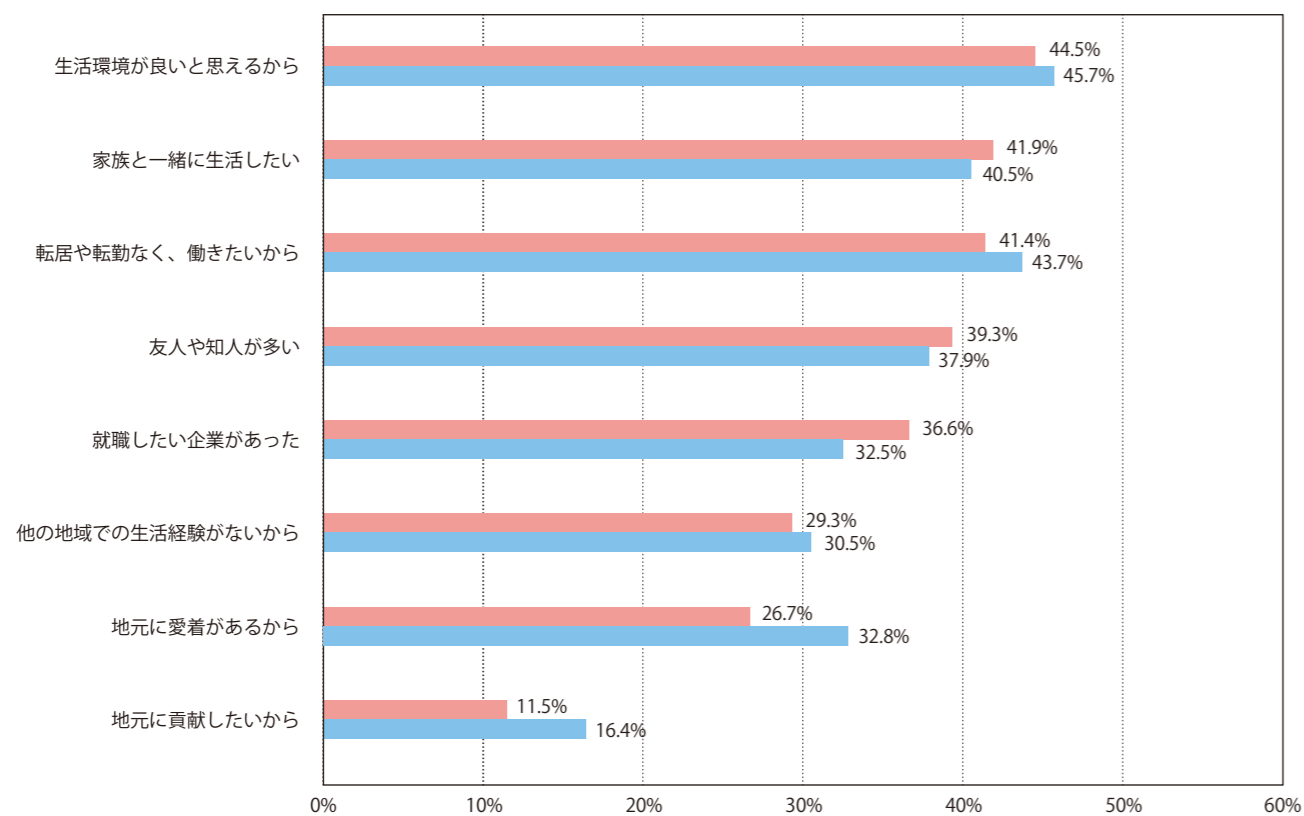
■ 学生の就職地域意識



■ 出身地就職希望者の意識変化



■ Uターン就職を希望する理由 (出身地就職希望者対象)



Uターン志向の学生は45.3%と減少するもトレンドに変化なし。「地元への愛着と貢献」は今年も下位に留まり「生活環境の良さ」が高い動機に。

就職先の地域に関する意識について、「出身地での就職を決めた(または希望している)」と回答したUターン志向の学生は45.3%(24卒48.9%)から3.6ポイント減少。一方、「地域にこだわらずに就職活動をした(またはしている)」学生は36.0%(24卒34.0%)と増加し、「進学地域での就職を決めた(または希望している)」学生は18.7%(24卒17.1%)と増加した。従来から4割強で推移していたUターン志向だが、今年も多少の数字の動きはあるものの、その範囲内の動きで、今後もこの傾向大きく変動することはないと推測される。

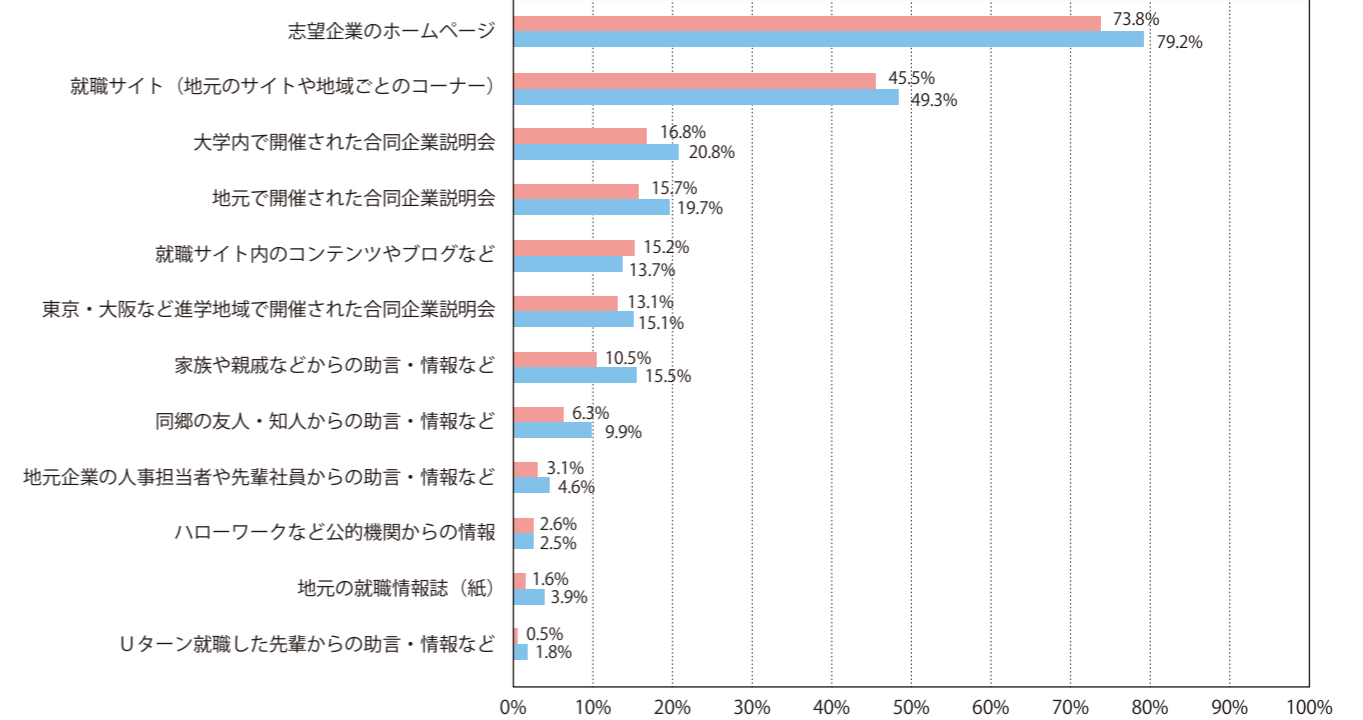
Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」

の合計で93.2%(24卒91.1%)と2.1ポイント増加。「はじめから希望」という強い意志を持った学生が72.1%(24卒67.0%)で「どちらかといえば希望」が21.1%(24卒24.1%)。最初から地元での就職を意識した活動を行う学生が増加している。

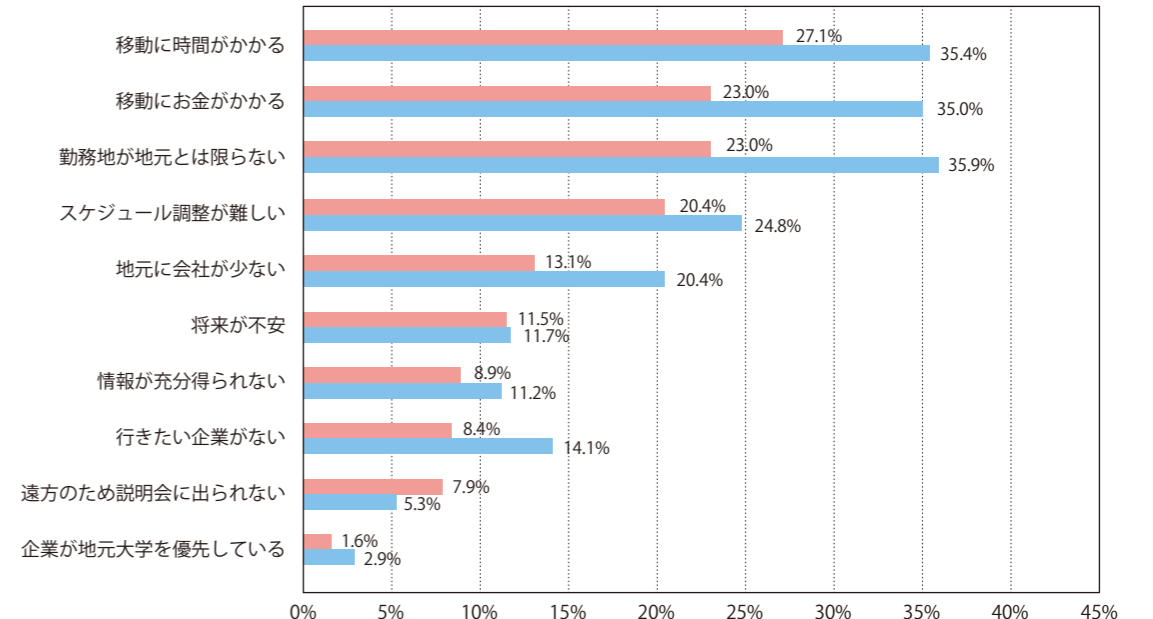
出身地での就職を希望する理由は、1位は前年と同じ「生活環境が良い」が44.5%(24卒45.7%)。さらに「家族と一緒に生活したい」41.9%(24卒40.5%)、「転居や転勤がない」41.4%(24卒43.7%)と続き、4割以上の数字を集めた。これまでのUターン志向の高い動機であった「地元への愛着と貢献」が順位を下げる傾向は今年も同様で、これがトレンドとして変化したものかどうかは、次年度以降の動向を待ちたい。

## DATA. 18 Uターン就活の実際

■ Uターン就活で役立ったもの (出身地就職希望者対象)



■ Uターン就活で困ったこと (出身地就職希望者対象)



Uターン就活に役立ったものは「企業のホームページ」、「就職サイト」。移動のためのコストと時間は依然としてUターン就活の障壁だが、解消の方向に。

出身地での就職活動で役に立ったものとして、「志望企業のホームページ」73.8%(24卒79.2%)、「就職サイト」45.5%(24卒49.3%)が数字こそやや減少しているが上位を占めるのは前年と同じ傾向。オンライン選考による採用・就職活動が主流となった現在、地元企業の情報収集もWEBを活用して行うのは自然な流れだろう。「大学での合同説明会」16.8%(24卒20.8%)、「地元で開催された合同企業説明会」15.7%(24卒19.7%)は減少しており、コロナ禍沈静化により説明会の開催自体は増えたが、オンライン化の波が、Uターン就活にも影響を及ぼしつつあるのではないかと推測される。また、Uターン就活で困ったことについては、例年通り「移動に時間

がかかる」27.1%(24卒35.4%)、「移動にお金がかかる」23.0%(24卒35.0%)を挙げる学生が多い。移動の時間とコストは依然として、Uターン就活の大きな障壁ではある。とはいえ、オンライン選考の導入が進んでいることで、数字自体は年々下がっており、課題解決の方向には確実に向かっているものと推測できる。また、移動の問題同様に上位に挙げられるのが「勤務地が地元とは限らない」で23.0%(24卒35.9%)。働く地域を優先して地元を志向したにもかかわらず、転勤の可能性があるとジレンマも、Uターン就活を目指す学生にとっては、変わらず悩みの種となっているようだ。

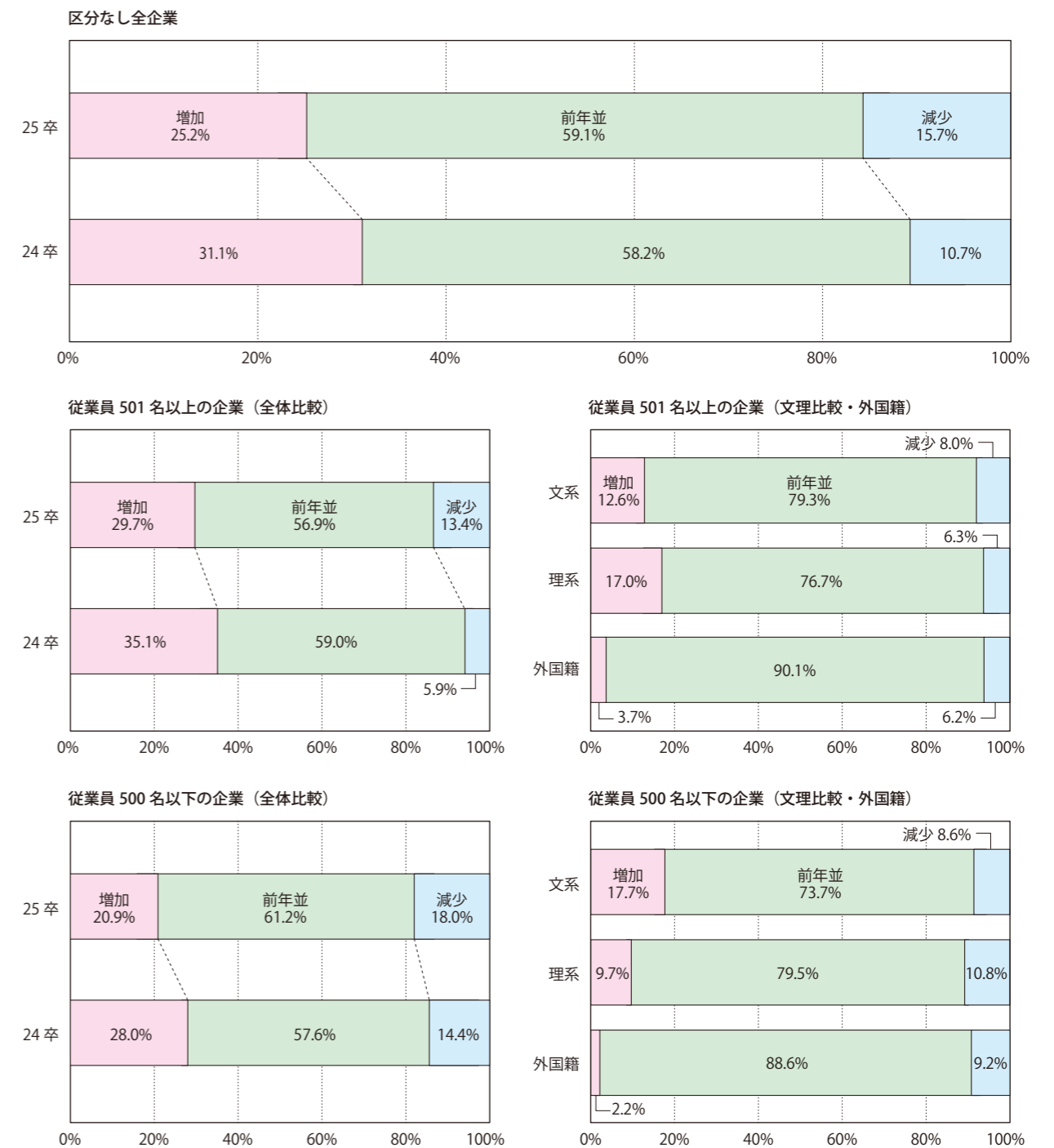
## 第2章 企業の 採用活動 総括

### POINT

- 説明会実施方法はWebと対面の併用が大手企業で60.3%、中堅・中小企業で48.1%。(→P. 14)
- インターンシップ類を実施した企業は大手企業で89.2%、中堅・中小企業で67.2%。(→P. 18)
- 採用計画は「増加」が「減少」を上回り、採用意欲は継続も前年からは減速。(→P. 27)
- プレエントリー受付時期は大手企業で「12月以前」が9割に迫る。  
エントリーシート受付開始時期は大手企業で「12月以前」がピークに。前倒し傾向強まる。(→P. 28)
- エントリーシート選考結果通知時期、採用活動開始時期は「12月以前」が最も多く早期化。(→P. 30, 32)
- 内々定を出し始めた時期は大手企業は「2月中」、中堅・中小企業は「12月以降」「6月以前」がピークに。(→P. 33)
- 企業規模に関わらず採用課題は「母集団形成」。  
大手企業の52.8%、中堅・中小企業の54.8%が課題に挙げる。(→P. 36)
- 採用活動を終了した企業は40.3%。「予定数未達」は減少し「予定数達成」が増加。(→P. 38)
- 内定辞退が「増えた」企業は31.9%。大手企業では「減った」企業も2割。  
内定フォローや辞退防止のために実施したものは「内定者懇親会」で大手企業は79.0%、中堅・中小企業は77.1%が実施(または実施予定)。(→P. 40)
- 筆記・適性テストの導入企業は96.1%。今後導入したいテストは「ストレス耐性」。(→P. 42)

## DATA. 19 採用計画

### ■ 採用人数の増減（前年比）



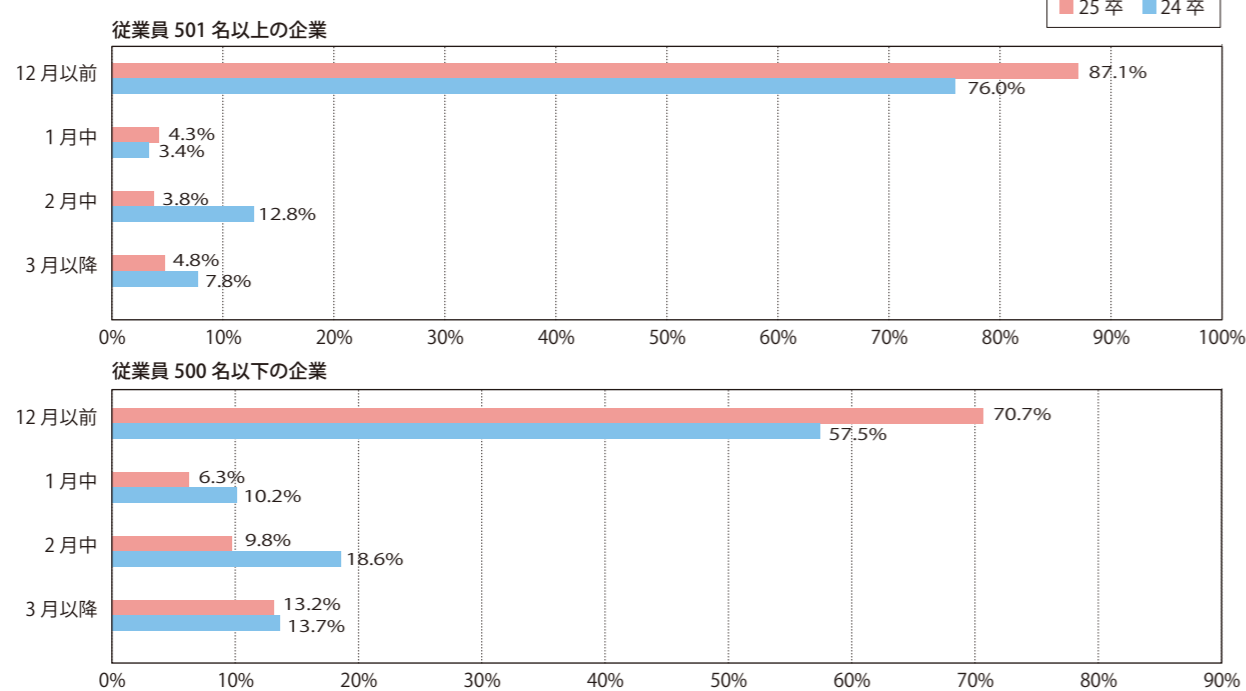
### 採用人数を増加する企業は 25.2%で、高い採用意欲は継続。 前年意欲的だった理系学生の採用も、前年からは減速。

採用人数を「増加」した企業は、全体で25.2%(24卒31.1%)と5.9ポイント減少。一方、「減少」と回答した企業は15.7%(24卒10.7%)で5.0ポイント増。コロナ禍明けの23卒で大幅に増加したが、24卒・25卒ではやや落ち着きを見せ始めた印象がある。それでも「増加」は「減少」を9.5ポイント上回っており、採用意欲は失われていない。従業員501名以上の企業では「増加」が29.7%と24卒(35.1%)から5.4ポイント減。「減少」は13.4%(24卒5.9%)で7.5ポイント増加した。それに対して、従業員500名以下の企業では「増加」が20.9%(24卒28.0%)から7.1ポイント減、「減少」が18.0%(24卒14.4%)と3.6ポイント増加。企業規模に

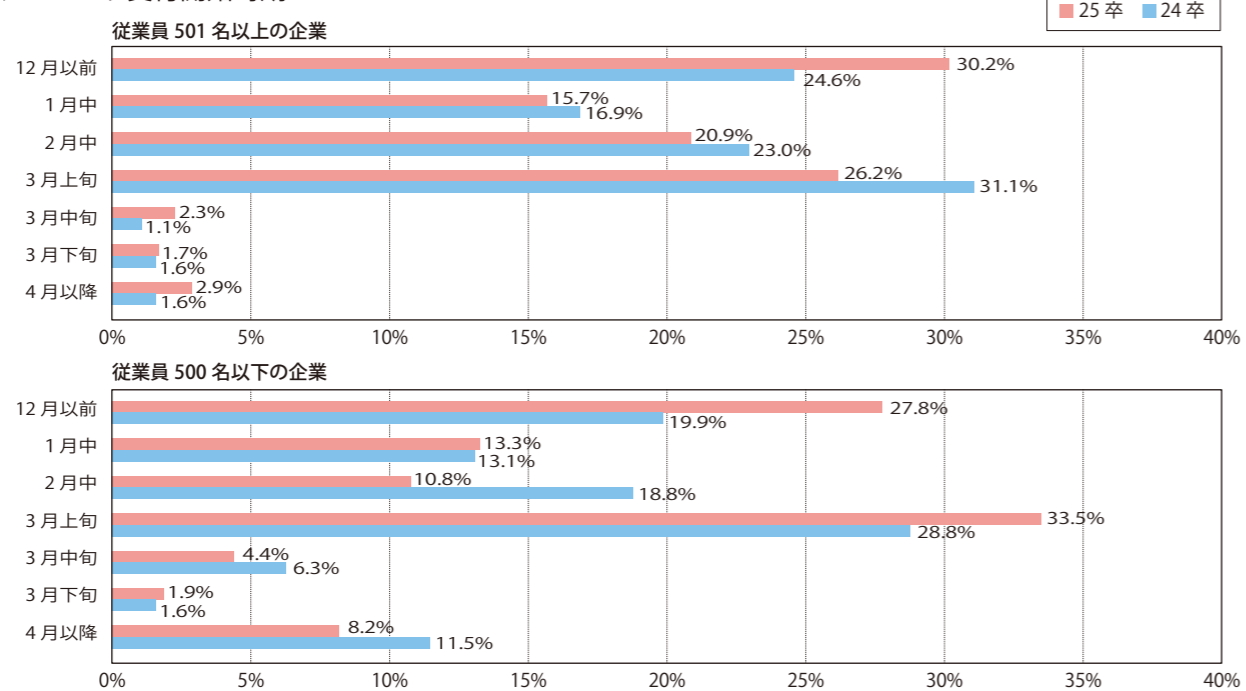
関わらず、回復基調にやや陰りがみられる結果となった。最多は「前年並み」で、大手で56.9%、中堅・中小で61.2%ではあるので、現状を維持しつつ、今後の経済動向を踏まえての模様眺めといったところか。文理別にみると、501名以上の企業で文系採用人数を「増加」と回答した企業は12.6%(24卒14.8%)と2.2ポイント減少、理系も17.0%(24卒27.8%)から10.8ポイント減少。理系については前年8.2ポイント増加と意欲的だったので、その反動による調整があるのかもしれない。500名以下の企業では文系採用を「増加」した企業は17.7%(24卒14.8%)で2.9ポイント増加、理系は9.7%(24卒16.7%)7.0ポイントの減少となった。

## DATA. 20 プレエントリー受付&エントリーシート受付開始

### WEB(プレ)エントリー受付開始時期



### エントリーシート受付開始時期



**プレエントリー受付開始時期は、「12月以前」が大手で87.1%、中堅・中小で70.7%。エントリーシート受付開始時期も大手で「12月以前」がピークに。前倒し傾向強まる。**

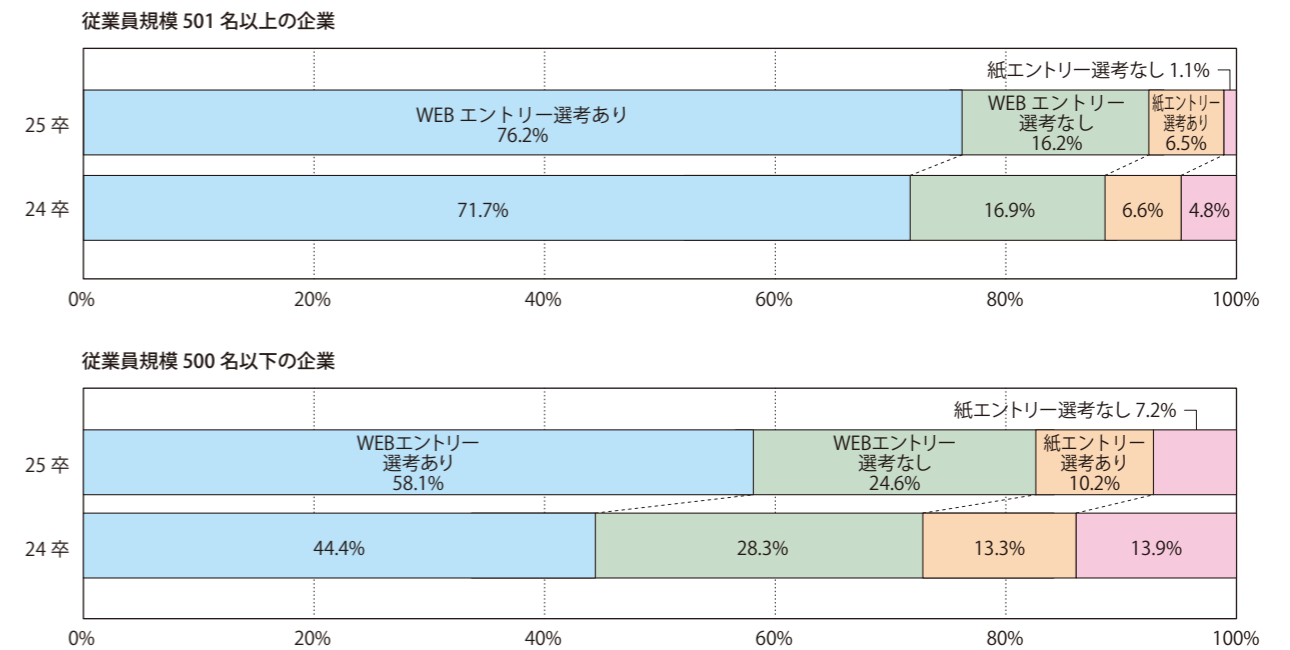
プレエントリーの受付開始時期は、従業員501名以上の企業で「12月以前」が87.1%と24卒(76.0%)から11.1ポイント増加し、9割弱の企業が年内には開始している結果となった。24卒では12.8%あった「2月中」は3.8%と9.0ポイント減少しており、前倒し傾向は前年以上により鮮明になった。従業員500名以下の企業でも同様で、「12月以前」が70.7%と24卒(57.5%)から13.2ポイント増加。「2月中」が9.8%と24卒(18.6%)から8.8ポイント減少しており、大手ほどではないが、こちらも早期化が進んだ。プレエントリー受付時期はかつての「3月中」から「12月以前」へとトレンドが移行したといっ

いいだろう。

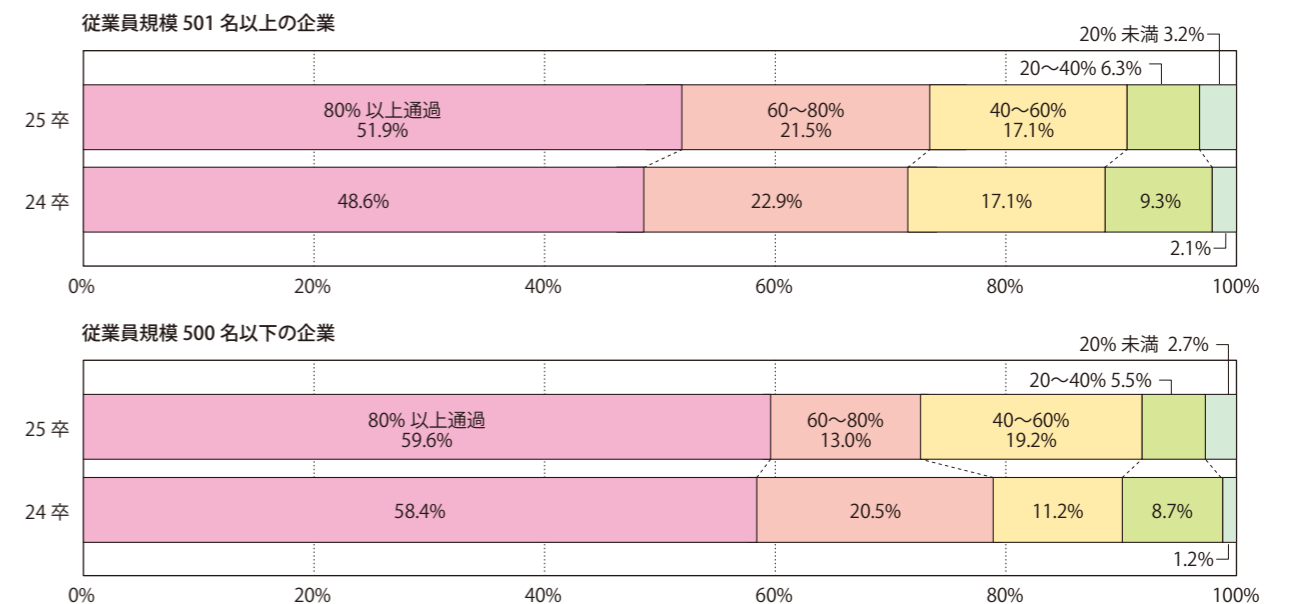
エントリーシートの受付開始時期については、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が30.2%(24卒24.6%)と5.6ポイント増加して最も多くなった。24卒で1位だった「3月上旬」は26.2%(24卒31.1%)と4.9ポイント減少。前倒し傾向がより加速した。また、従業員500名以下の企業では、「3月上旬」が33.5%と最も多いことに変わりはないが、「12月以前」が27.8%(24卒19.9%)と7.9ポイント増加して2位に。エントリーシートを前倒しで受け付ける傾向が強くなったことがうかがわれる。

## DATA. 21 エントリーシートについて

### エントリーシートの種類と選考の有無



### エントリーシートでの絞り込み度合い



**エントリーシートのWEB化が進む。大手で92.4%、中堅・中小で82.7%が導入。選考母集団を維持するためにES段階での絞り込みはやや慎重に。**

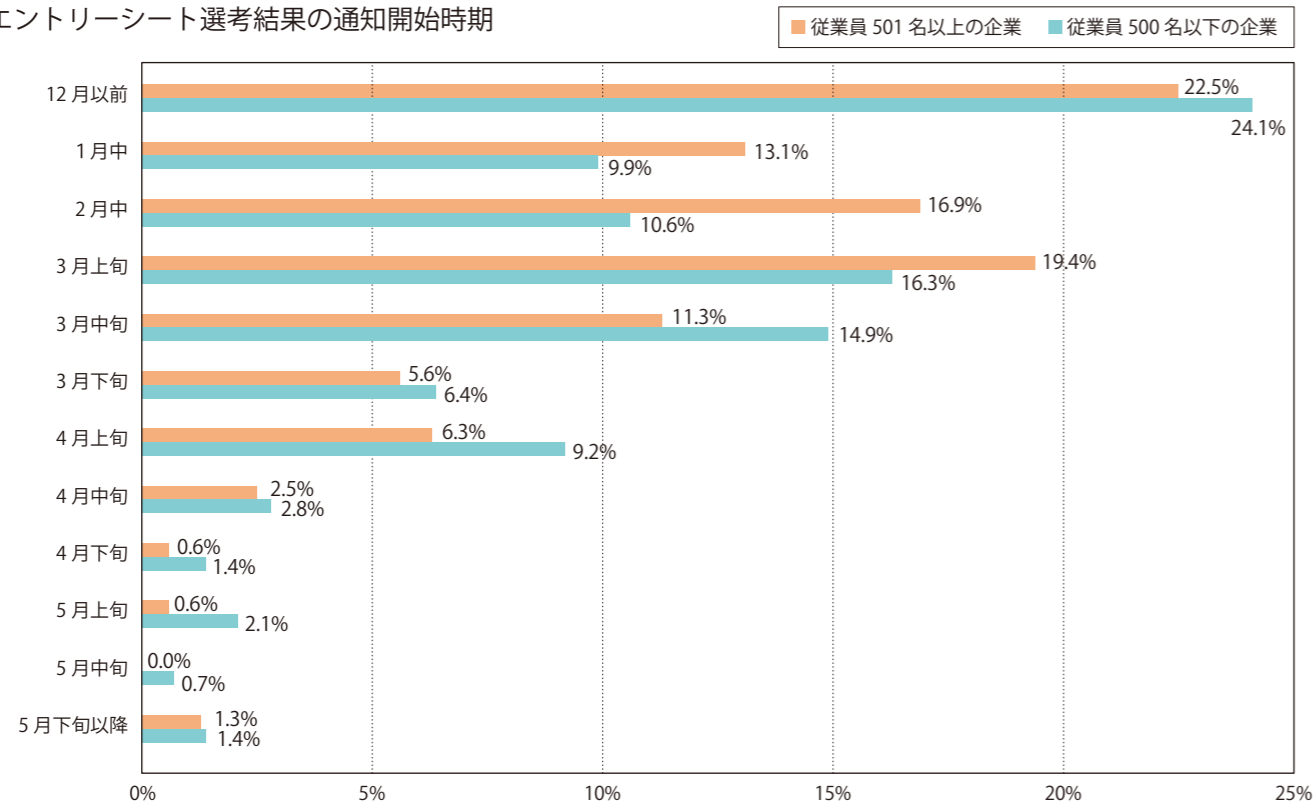
エントリーシート(ES)を利用している企業のうちWEBと紙の内訳をみると、従業員501名以上の企業ではWEBが92.4%と24卒(88.6%)から3.8ポイント増加し、紙が7.6%と24卒(11.4%)から減少。紙からWEBへの移行は一段と加速しており、WEBが9割を超えた。一方、従業員500名以下の企業でも、WEBが82.7%と24卒(72.7%)から10.0ポイント増加した。選考全般のオンライン化が進む中、中堅・中小企業においても8割を超えており、ESのWEB化は今後も加速するものと予測される。

ESによる選考「あり」と回答した企業は、501名以上で82.7%と

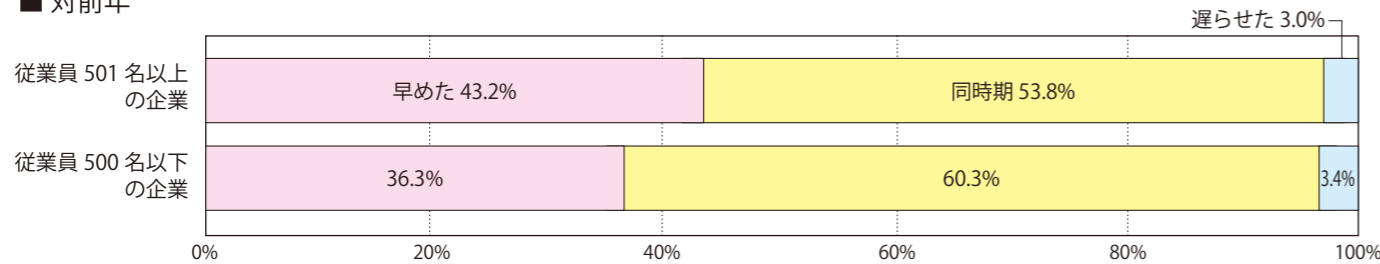
24卒(78.3%)から4.4ポイント、500名以下でも68.3%と24卒(57.7%)から10.6ポイント増加した。企業規模の関わらず、ESによる選考を行う企業は増加傾向にある。また、ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が、大手企業で51.9%(24卒48.6%)、中堅・中小企業で59.6%(24卒58.4%)とやや増加。一方で、通過率が40%未満の合計は、大手企業で9.5%(24卒11.4%)、中堅・中小企業でも8.2%(24卒9.9%)と減少傾向にあり、選考母集団を維持するためにも、ES段階での通過率は絞り込みすぎない傾向があるようだ。

## DATA. 22 エントリーシート選考結果通知開始時期

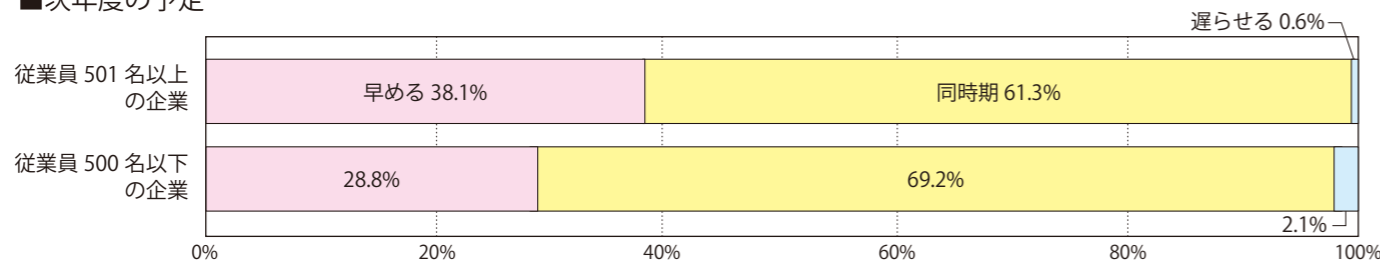
■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



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

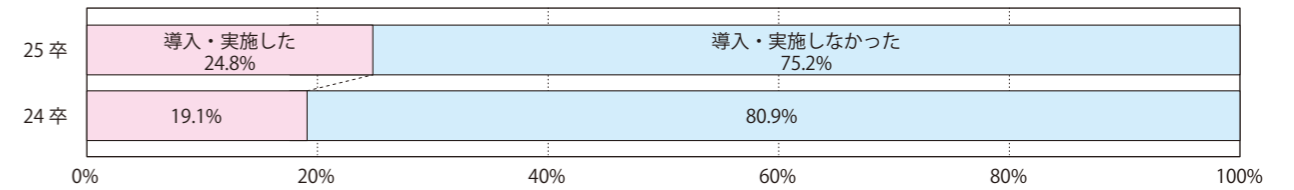
エントリーシート (ES) の選考結果通知開始時期は、従業員501名以上の企業で、「12月以前」の合計が22.5%と24卒(18.1%)から4.4ポイントの増加。ここにきて選考結果の通知開始時期の早期化は一気に加速したようだ。前年比較では、「早めた」企業が43.2%(24卒32.4%)と10.8ポイントと大幅に増加し、逆に「遅らせた」企業は3.0%(24卒2.8%)に留まっている。次年度については「同時期」が61.3%と最も多いが、「早める」と回答した企業は38.1%で、24卒(30.1%)から8.0ポイント増加している。次年度以降も早期化は加速

するものと推測される。

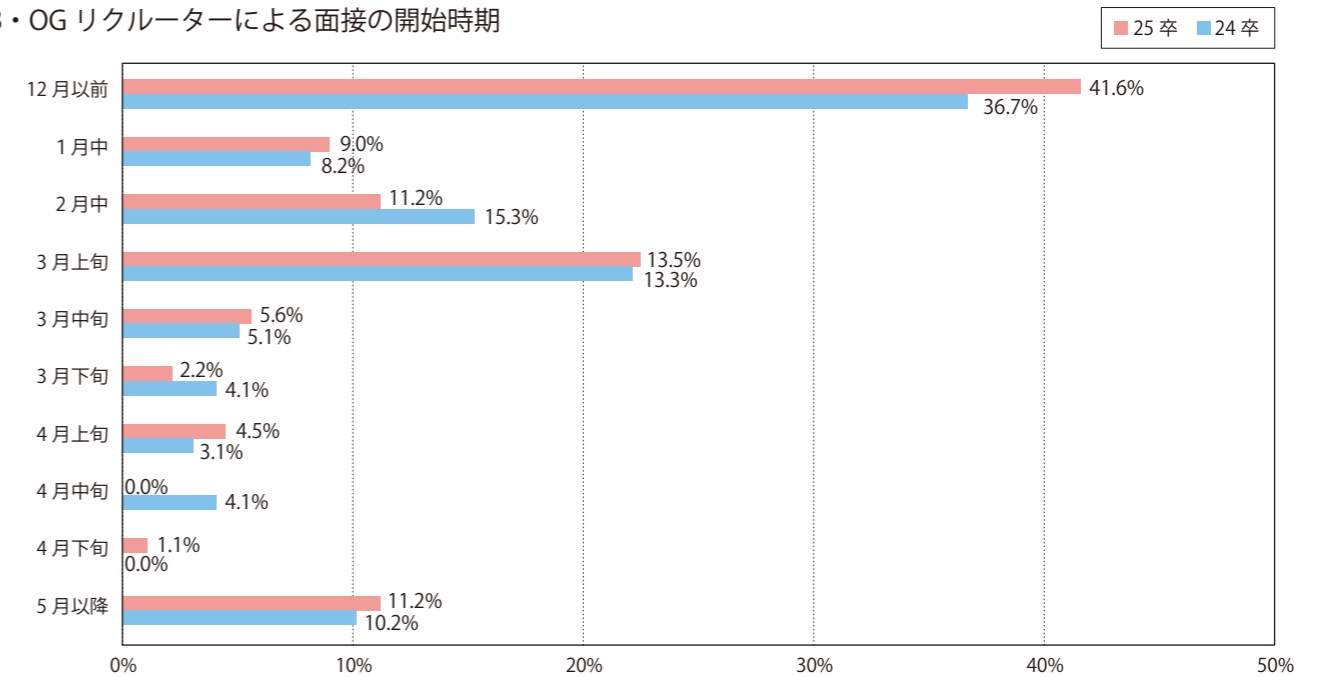
一方、従業員500名以下の企業では、「12月以前」の合計が24.1%(24卒15.1%)と9.0ポイントの増加。こちらも早期化の傾向は顕著だ。前年比較では「早めた」企業は36.3%と24卒(24.2%)から12.1ポイントの大幅増。「遅らせた」企業も3.4%(24卒4.5%)に留まっている。次年度の予定については、「早める」企業が28.8%(24卒24.7%)で、前倒ししたい中堅・中小企業の増加が目立つ結果となった。

## DATA. 23 OB・OG リクルーターによる面接

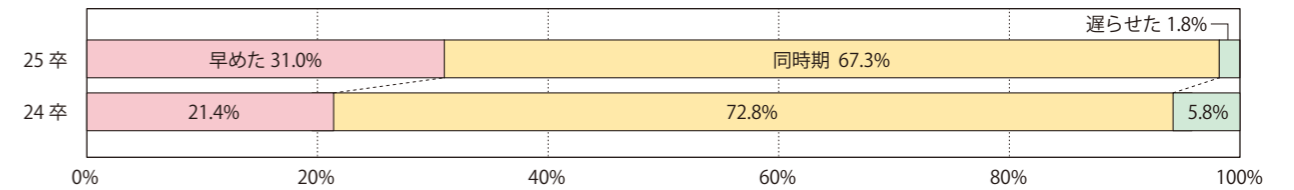
■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



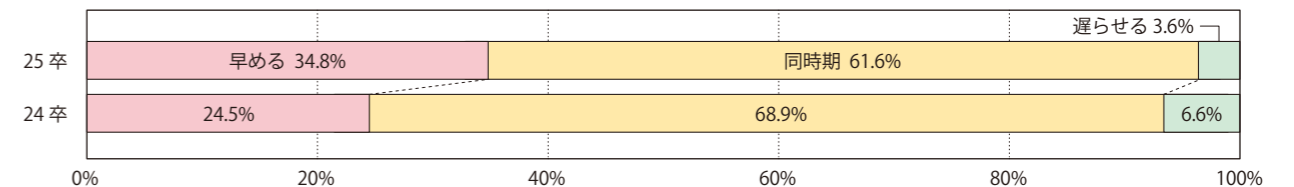
■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



**OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は24.8%で増加傾向。接触開始時期は「12月以前」が最多で、早期化が加速。**

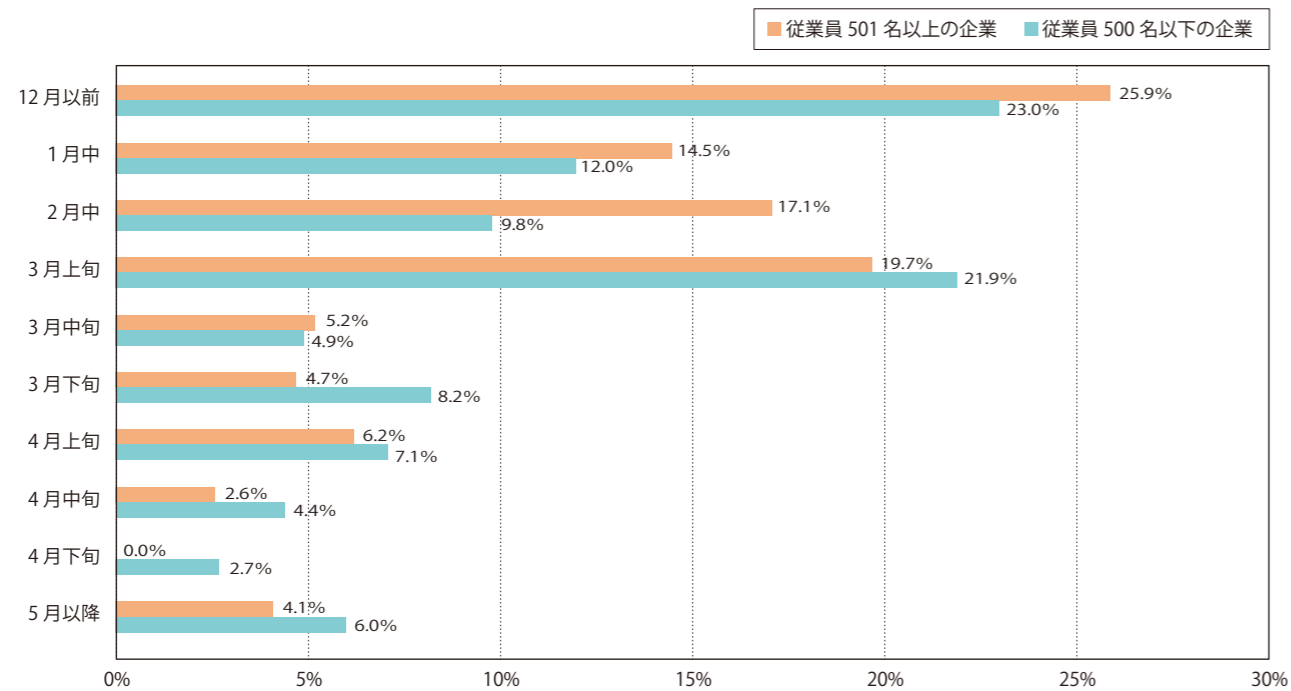
OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は24.8%で24卒(19.1%)から5.7ポイント増加。例年2割前後だったが、ここにきてやや増加の兆しが見える。今後、人員の手配やコストに加えて、採用フローの複雑化を考えると、劇的な増加は考えにくい。ベクトルとしては増加傾向にあるようだ。また、導入・実施している企業の接触開始時期については、「12月以前」が41.6%と24卒(36.7%)から増加しており、早期から積極的に接触機会を増やす動きが主流となりつつある。

対前年比でみると、「早めた」と回答した企業は31.0%で24卒(21.4%)から9.6ポイント増加。「同時期」は67.3%と24卒(72.8%)から減少。「遅らせた」企業も1.8%(24卒5.8%)と減少した。現状維持が主流も、ベクトルとしては早期化に向かっていることがうかがえる。そのことは次年度の予定からも明らかで、「早める」と回答した企業が34.8%(24卒24.5%)と10.3ポイントの大幅増したのに対して、「同時期」61.6%(24卒68.9%)、「遅らせる」3.6%(24卒6.6%)と減少している。

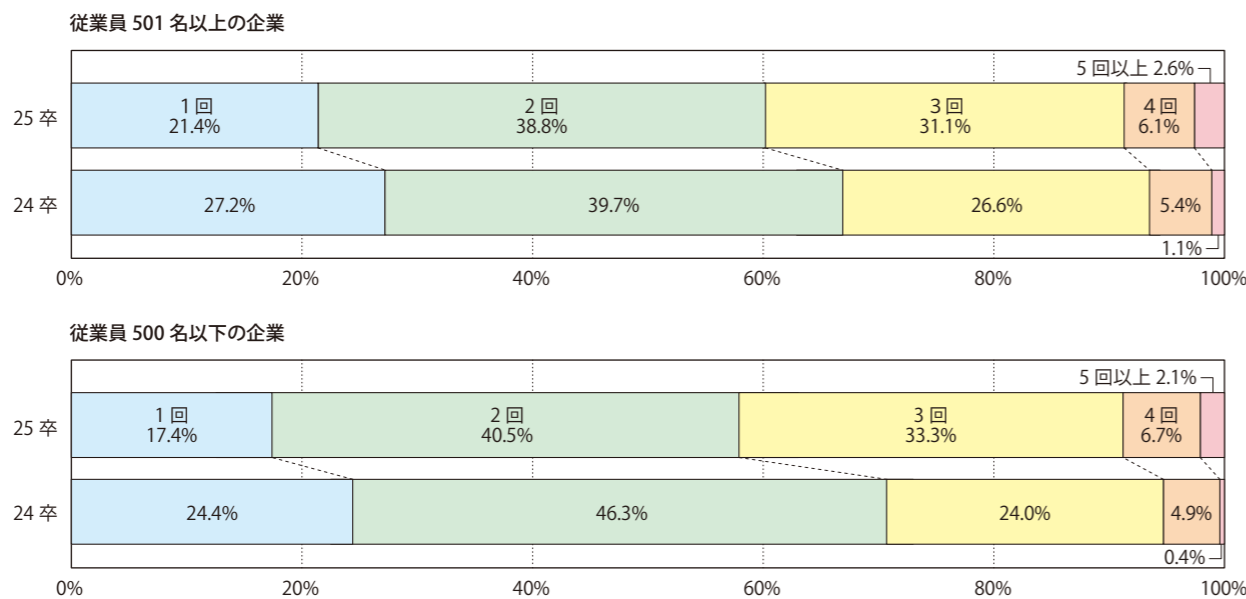


## DATA. 24 採用選考開始時期

■ 採用選考開始時期



■ 内定までの面接回数



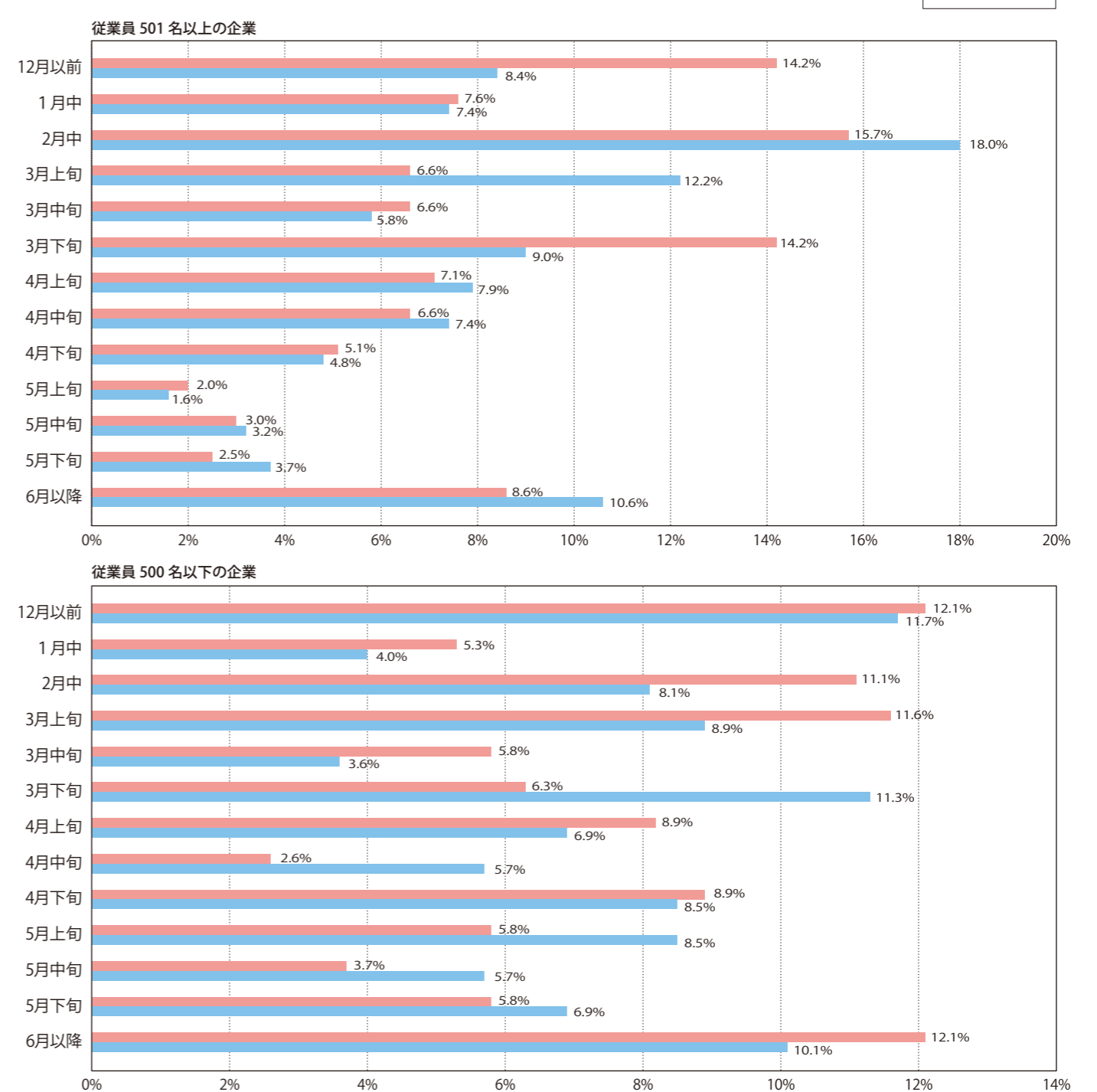
**採用選考開始時期は、企業規模に関わらず「12月以前」がピークに。面接回数は「2回」が最も「3回以上」が増加傾向に。**

採用選考を開始した時期は、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が25.9%と24卒(24.8%)から1.1ポイント増加して1位に。「1月中」も14.5%(24卒15.0%)と、早い段階で選考を開始した企業が目立ち、早期化が加速した24卒と同水準で推移するという結果となった。従業員500名以下の企業も同様に、ピークは「12月以前」で23.0%と24卒(17.9%)から5.1ポイント増加した。「1月中」も12.0%と24卒(6.6%)から前倒しする企業が増加。中堅・中小企業においても採用選考開始時期の早期化が進行している様子が見える。内定までの対面での面接回数は、従業員501名以上の企業では

「2回」が38.8%(24卒39.7%)で最多。それに続くのが「3回」(31.1%)で24卒(26.6%)から4.5ポイント増加した。「1回」は21.4%(24卒27.2%)と5.8ポイント減少。近年は、減少傾向にあったのが、ここに来てベクトルは増加の方向に転じた。従業員500名以下の企業でも「2回」が40.5%(24卒46.3%)とやや減少したものの最も多く、「3回」(33.3%)は24卒(24.0%)から9.3ポイント増加。「1回」(17.4%)が24卒(24.4%)から7.0ポイント減少しており、大手企業同様、中堅・中小企業においてもここに来てやや増加の兆しが見え始めているようだ。

## DATA. 25 内定開始時期

■ 内(内)定を出し始めた時期



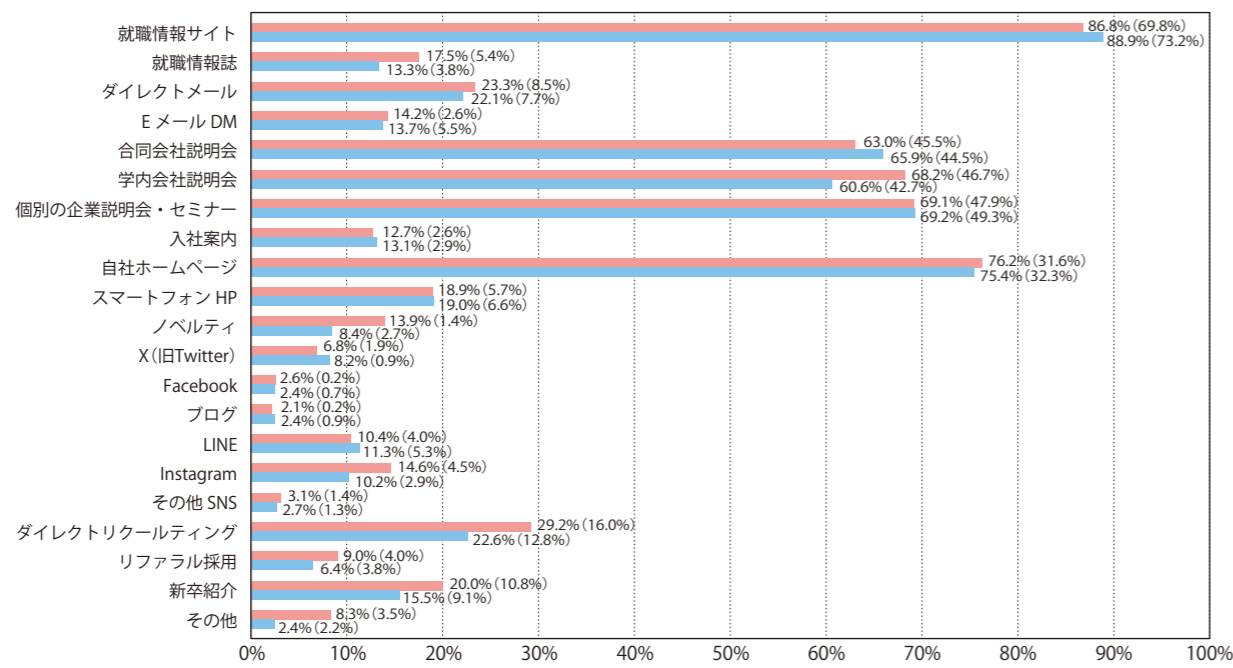
**内定開始の時期は、大手企業では「2月中」が1位。「3月中」までに65.0%が開始。中堅・中小企業も「12月以前」が1位で基調は早期化だが、「6月以降」も増加。**

内定を出し始めた時期は、従業員501名以上の企業では、「2月中」が15.7%で24卒(18.0%)から2.3ポイントの減少ながらトップは変わらず。「12月以前」の合計では14.2%と24卒(8.4%)から5.8ポイント増加した。また、24卒では27.0%であった「3月中」は、27.4%で、横ばいに推移。採用選考解禁後の「6月以降」に至っては8.6%と24卒(10.6%)から2.0ポイント減少。かつて4割弱(21卒37.8%)だったことを考えても、早期化のトレンドは確実に加速している。2月までの合計は37.6%(24卒33.9%)と3.7ポイント増加し、65.0%が「3月中」までに内定出しを開始している。

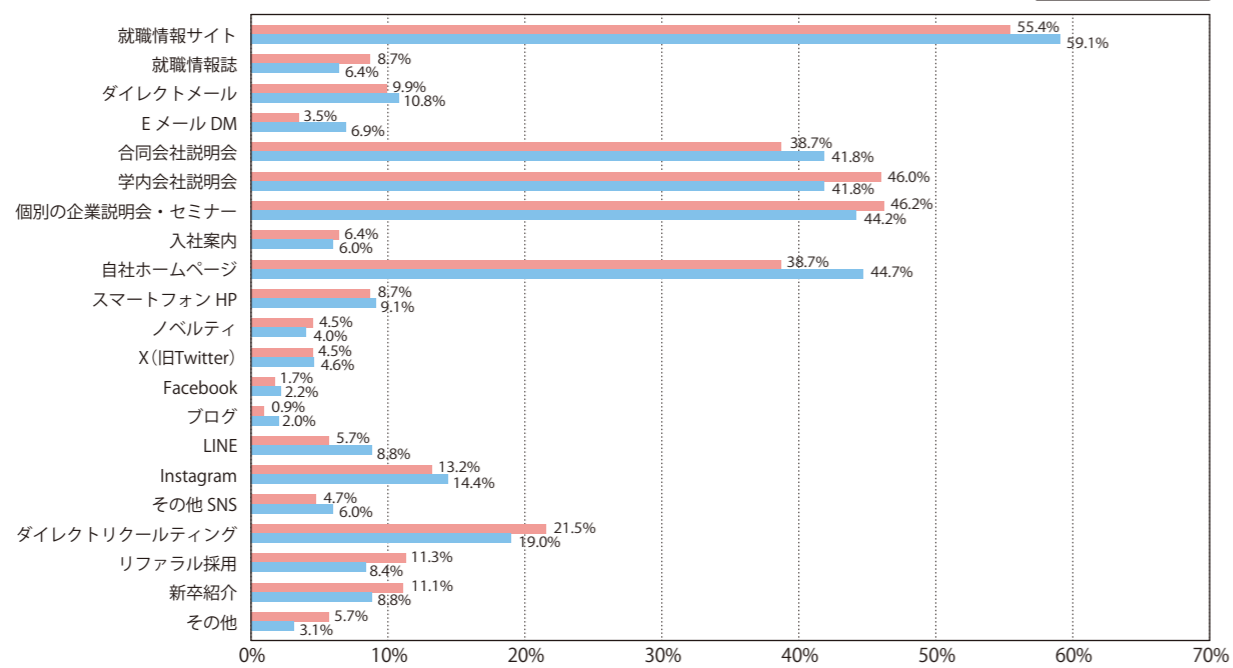
従業員500名以下の企業でも、「12月以前」は、12.1%と24卒(11.7%)から0.4ポイント増加しており、大手企業同様、早期化のトレンドはやや加速している。その一方で「6月以降」が12.1%と24卒(10.1%)から2.0ポイント増加。やや二極化の傾向も散見される。2月までに内定出しを開始した企業は28.4%で24卒(23.9%)から4.5ポイント増、「3月中」までの合計では52.1%(24卒47.8%)と過半数を超えており、基調としては早期化に向かっていっていると言える。

# DATA. 26 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



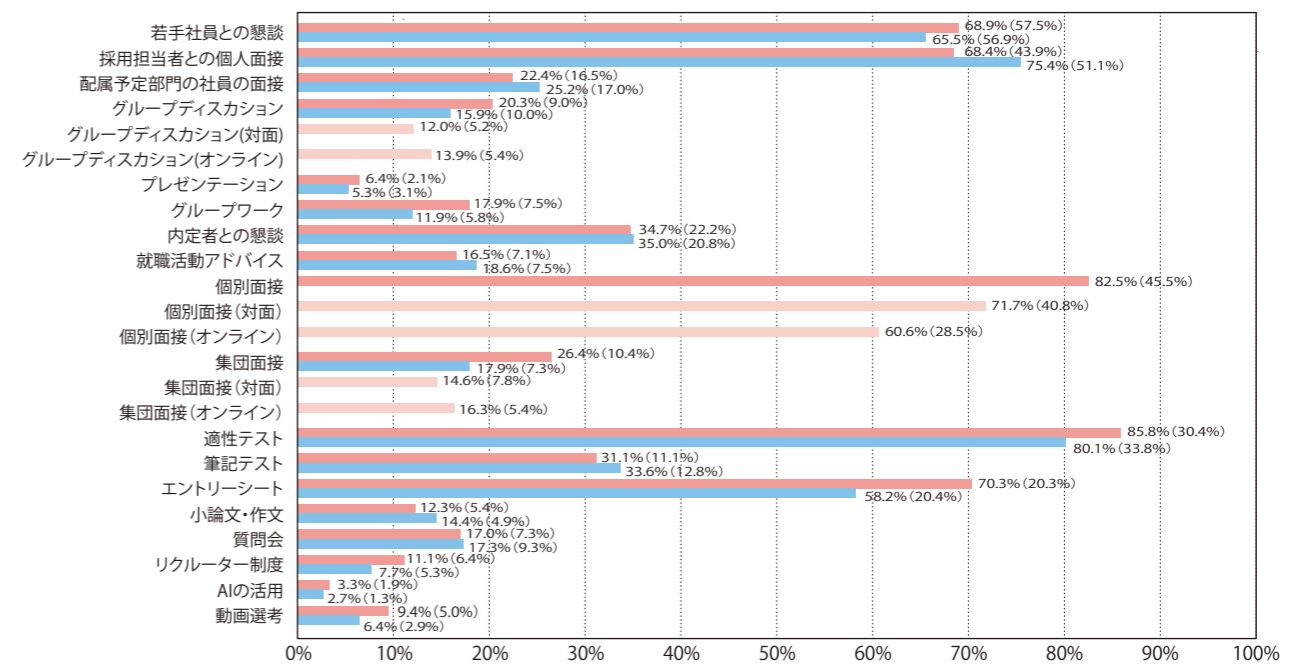
採用広報活動の主流は例年同様「情報サイト」・「ホームページ」・「説明会」。  
次年度以降、「説明会」に力を入れたい企業の増加が目立つ。

採用広報活動で導入したものに前年から大きな変動はない。「就職情報サイト」(86.8%)が最も多く、以下、「自社ホームページ」(76.2%)、「個別の企業説明会」(69.1%)、「学内説明会」(68.2%)、「合同会社説明会」(63.0%)と続く。多少の数字・順位の変動はあるものの、「情報サイト」・「ホームページ」・「説明会」が広報活動の主流であることは例年通り。また、「効果があった」と回答したのは、「情報サイト」(69.8%)、「個別の企業説明会」(47.9%)、「学内説明会」(46.7%)、「合同会社説明会」(45.5%)、「自社ホームページ」(31.6%)の順で、こちらも例年の傾向から変化はない。

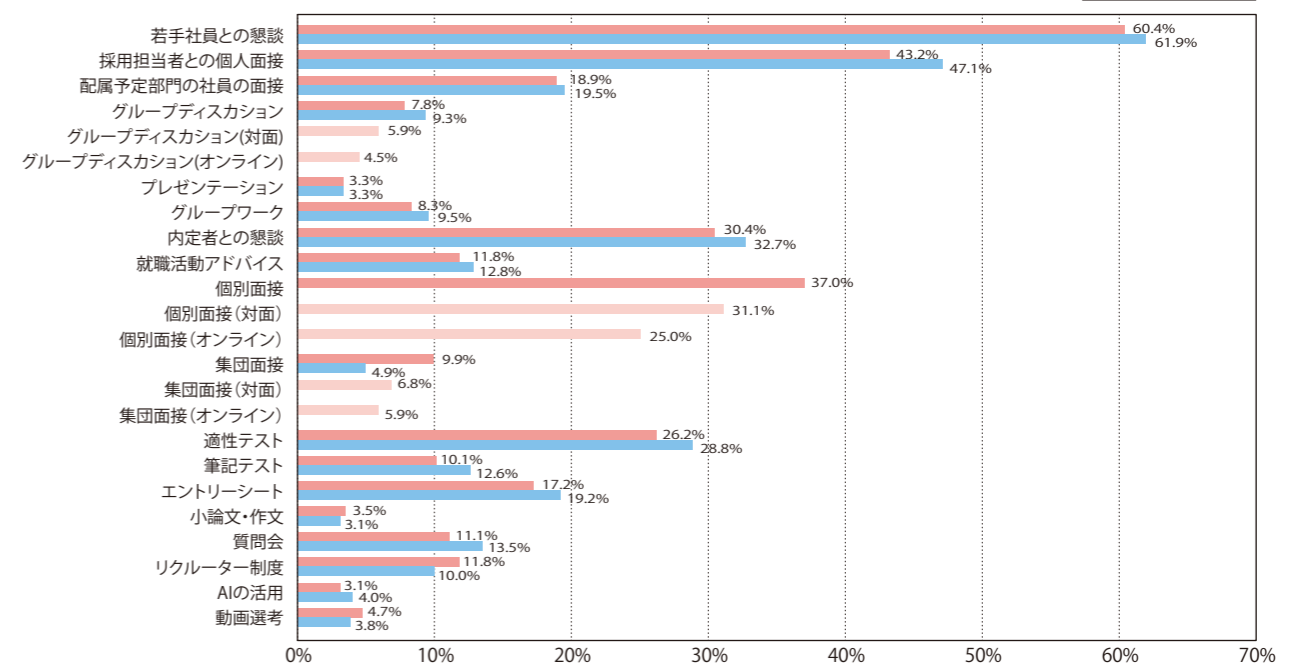
次年度以降導入したいものとしては、「就職情報サイト」(55.4%)を筆頭に、「個別の企業説明会」(46.2%)、「学内説明会」(46.0%)、「合同会社説明会」(38.7%)、「自社ホームページ」(38.7%)と続き、説明会に力を入れたいと考える企業が増加していることがうかがわれる。主要な採用メディア以外で導入したものは「ダイレクトリクルーティング」が29.2%(24卒22.6%)、「新卒紹介」が20.0%(24卒15.5%)と増加。「リファラル採用」も9.0%(24卒6.4%)と増加傾向で推移。次年度以降に充実したいものとしても同様に増加傾向で、手法の一つとして一定の評価は得ていると同時に、今後、利用が活発化する可能性が高まっている。

# DATA. 27 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



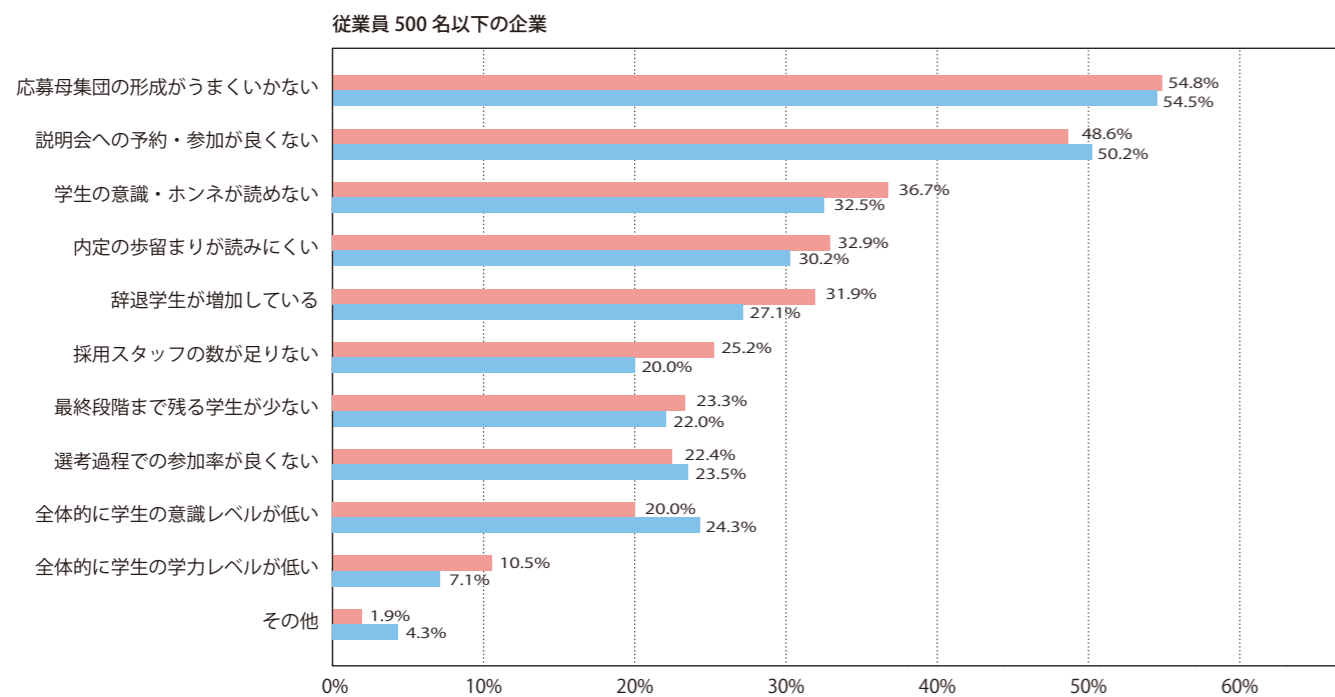
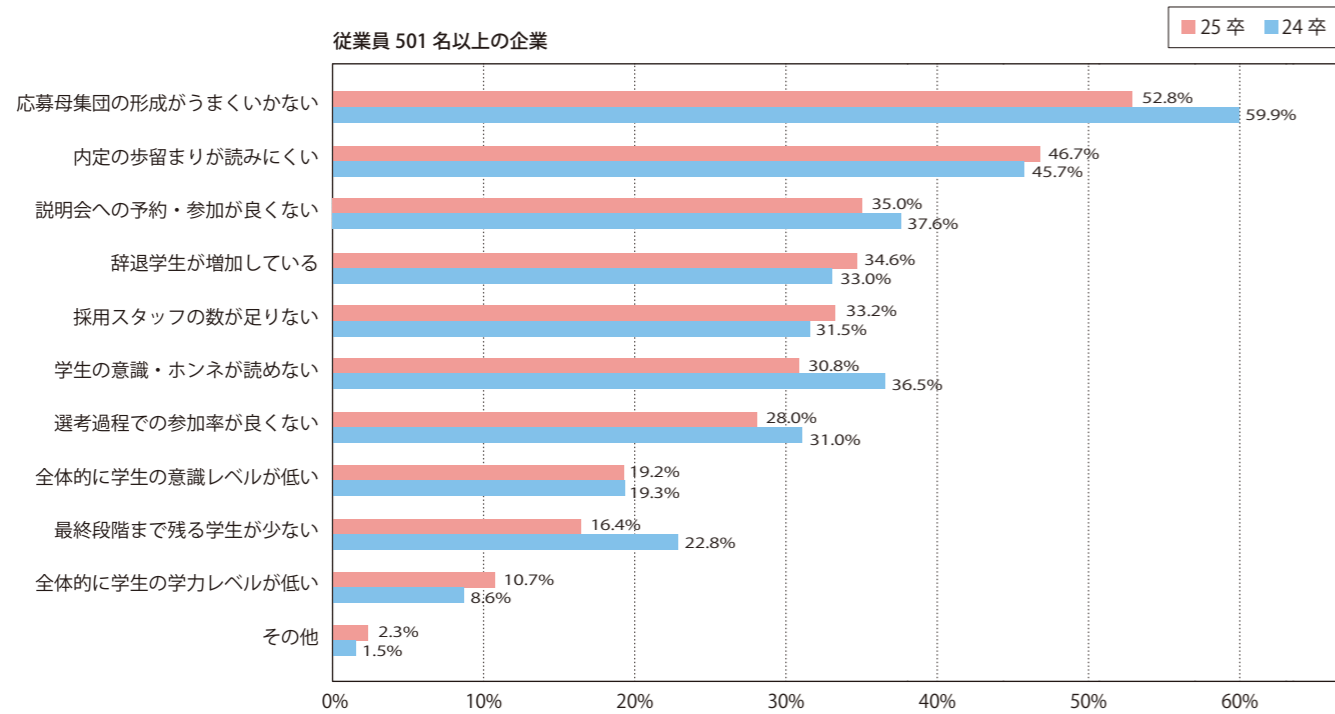
導入したものは「適性テスト」「個別面接」「エントリーシート」。  
充実したいものは「若手社員との懇談」「採用担当との個人面接」。

採用選考活動において導入したものは、「適性テスト」85.8%が最多。以下、「個別面接」82.5%、「エントリーシート」70.3%、「若手社員との懇談」68.9%、「採用担当者との個人面接」68.4%が6割超の企業で導入された。多少の順位の変動はあるものの、基本的な傾向には変化はない。効果を認められたものとしては、「若手社員との懇談」57.5%が前年同様1位。以下、「採用担当者との個人面接」43.9%、「対面による個別面接」40.8%、「適性テスト」30.4%、「オンラインによる個別面接」28.5%、「内定者との懇談」22.2%が続く。これも傾向としては例年通りだ。

また、次年度以降導入したいものでは、1位が「若手社員との懇談」で60.4%。以下、「採用担当者との個人面接」43.2%、「個別面接」37.0%、「内定者との懇談」30.4%、「適性テスト」26.2%の順となった。今年効果を認められたものを次年度導入するのは自然な流れで、ここでも大きな変化はない。なおオンライン選考が主流になったことで導入の始まった「動画選考」については、導入した企業は9.4%で次年度導入希望率4.7%となった。また「AIの活用」が導入率3.3%で導入希望率は3.1%。今後の動向には注目したい。

## DATA. 28 採用課題

### 採用活動の悩み



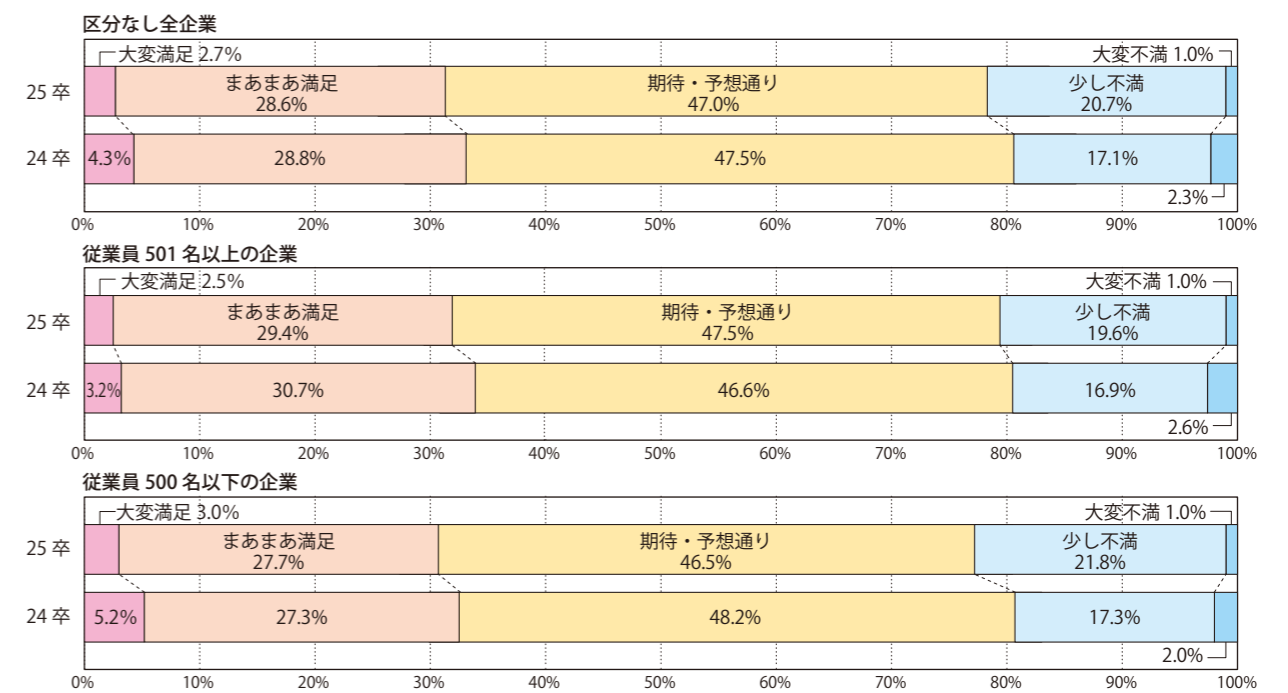
**大手企業では、「母集団形成」を課題に挙げる企業が 52.8%。  
中堅・中小企業でも、54.8%が「母集団形成」で悩みと回答。**

企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、「応募母集団の形成がうまくいかない」が52.8%と24卒(59.9%)から7.1ポイント減少したものの前年に引き続き1位。23卒(40.2%)と比較して考えても、その深刻度が軽減されたとは言えない。同様に、例年課題として挙げる企業が多い「内定の歩留まりが読みにくい」も46.7%と24卒(45.7%)からほぼ横ばいで2位。依然として改善されてはいないようだ。「説明会への予約・参加が良くない」が35.0%で24卒(37.6%)から2.6ポイント減で3位。以下、「辞退学生の増加」34.6%(24卒33.0%)、「採用スタッフの不足」33.2%(24卒31.5%)と続く。「インターンシップでの選考に落ちた学生が

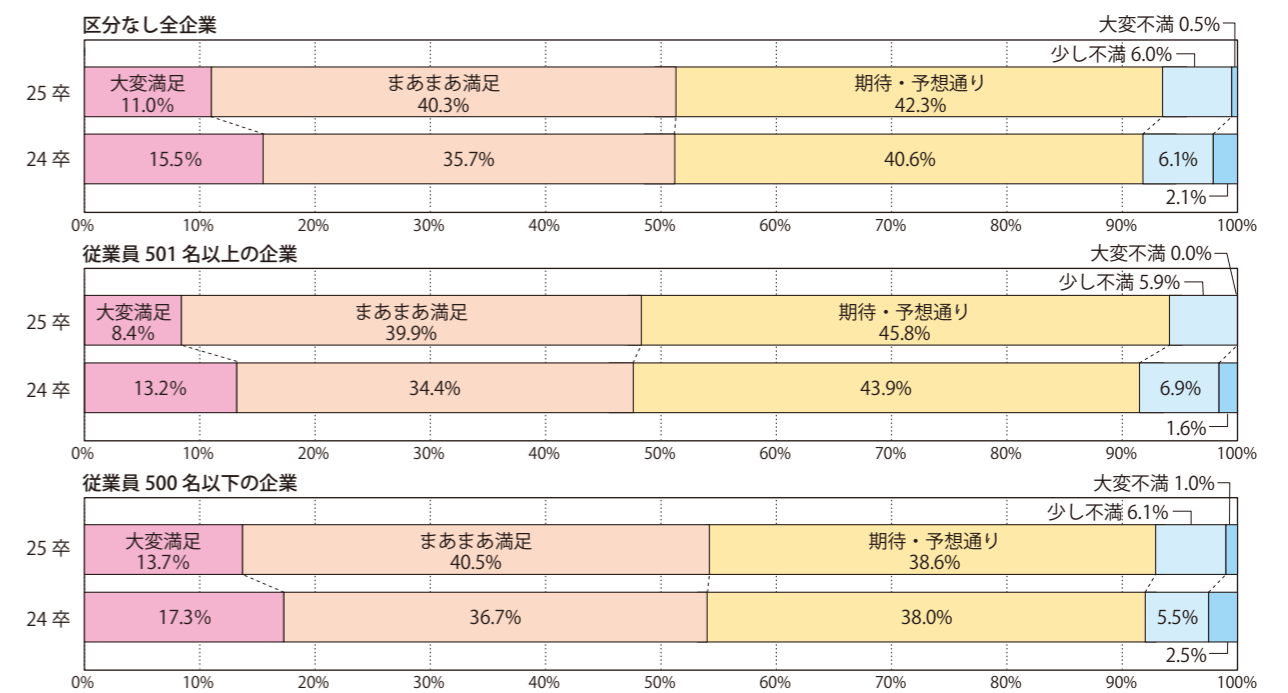
募してくれない」など、「本選考まで学生が来てくれない」という声は、採用の現場でも聞く機会が多く、そうした実態をデータが裏付ける形となった。一方、従業員500名以下の企業でも、「母集団の形成」54.8%が24卒(54.5%)とほぼ横ばいながら1位。こちらも23卒(38.6%)と比較すると、深刻度は依然として高い。以下、「説明会への予約」48.6%(24卒50.2%)、「学生の意識・ホンネが読めない」36.7%(24卒32.5%)、「内定の歩留まりが読みにくい」32.9%(24卒30.2%)と続く。オンライン導入で一時的には改善の兆しが見えた「母集団形成」だが、企業規模に関わらず最も深刻な課題として挙げる企業が多いようだ。

## DATA. 29 応募・内定学生の質に対する満足度

### 応募学生の質に対する満足度



### 内定学生の質に対する満足度



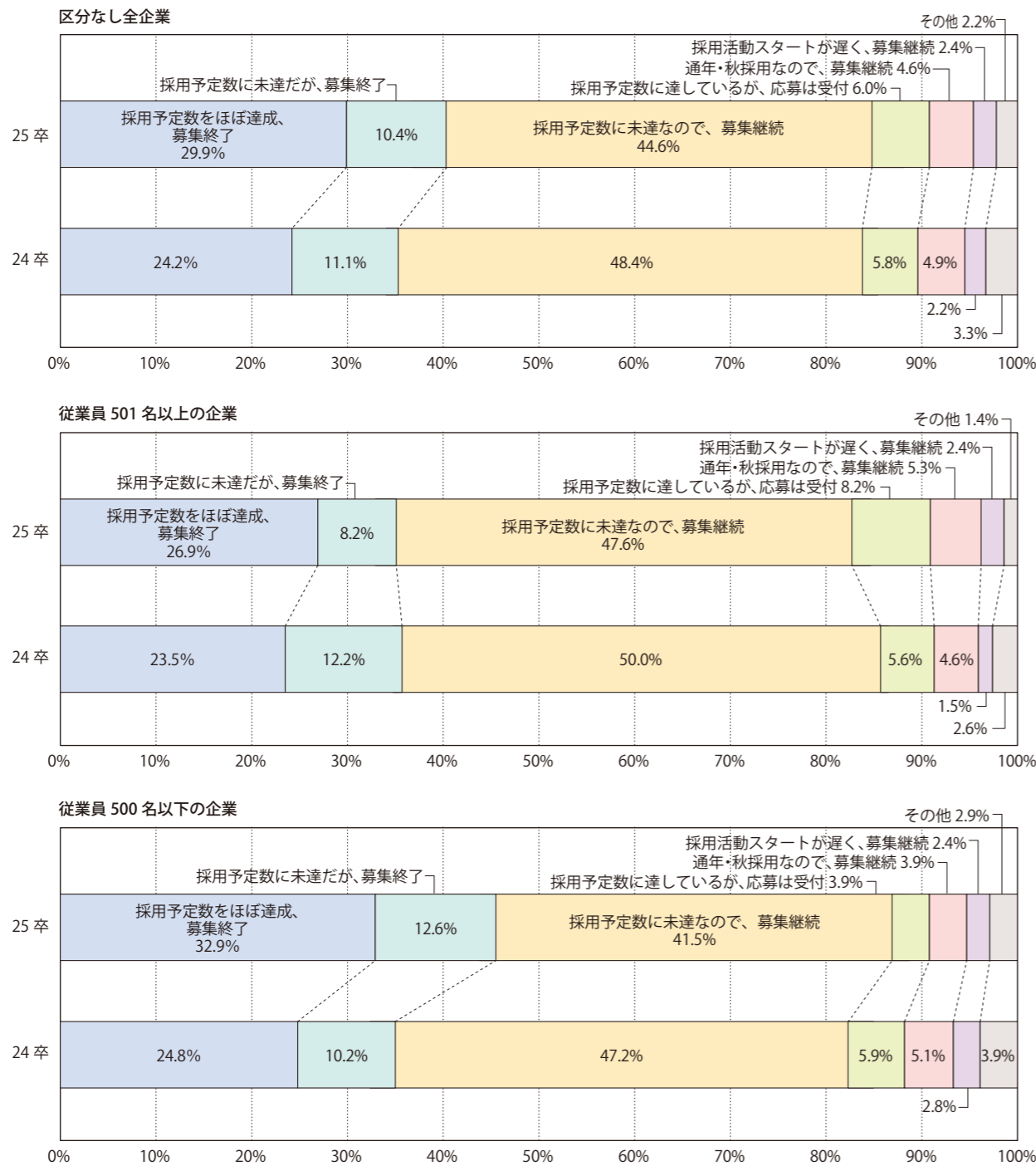
**応募学生の質は、前年同様「満足」が「不満」を上回るも、その差は縮小。  
内定学生の質は、9割超の企業で「満足」・「期待・予想通り」。**

応募学生の質について、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は31.3%(24卒33.1%)で依然満足度は高いものの、「少し不満」・「大変不満」の合計21.7%(24卒19.4%)との差は9.6ポイントと24卒(13.7ポイント差)から縮まった。企業規模別にみると、従業員501名以上では「満足」の合計は31.9%と24卒(33.9%)から2.0ポイント減少。「不満」の合計は20.6%と24卒(19.5%)から1.1ポイントの増となった。従業員500名以下企業では、「満足」の合計が30.7%で24卒(32.5%)から1.8ポイント減少、「不満」の合計22.8%(24卒19.3%)から3.5ポイント増加しており、企業規模に関わらず、満足度は前年に引き続き減少傾向にあるようだ。

一方、内定学生の質についてみると、「大変満足」・「まあまあ満足」の合計は51.3%(24卒51.2%)。「期待・予想通り」42.3%(24卒40.6%)と合わせると、おおむね満足いく成果を得たと回答した企業は93.6%(24卒91.8%)に上り9割超の企業が内定学生の質には満足しているようだ。企業規模別には、従業員501名以上では「満足」の合計は48.3%(24卒47.6%)、「不満」の合計は5.9%(24卒8.5%)、従業員500名以下の企業も「満足」は54.3%(24卒54.0%)、「不満」は7.1%(24卒8.0%)と企業規模に関わらず、若干ではあるが「満足」が増加し、「不満」が減少する形となった。

# DATA. 30 採用活動進行状況

## ■ 採用終了企業と継続企業の状況



### 採用活動を終了した企業は 40.3% で 5.0 ポイント増加。「採用予定数に未達」が減少し、「予定数達成」が増加。

企業全体では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」した企業は29.9%と24卒(24.2%)から5.7ポイント増加。「採用予定数に未達だが、募集終了」10.4%(24卒11.1%)と合わせて、採用活動を終了した企業の合計は40.3%と24卒(35.3%)を5.0ポイント上回った。一方で「採用予定数に未達なので、募集継続」は44.6%と24卒(48.4%)から3.8ポイント減少。Data.19採用計画でみた通り、コロナ禍以降、採用人数「増加」が「減少」を上回る傾向がやや落ち着いたこともあってか、予定数を達成した企業が増加した。しかし、「予定数未達」の合計は55.0%と半数以上の企業は予定数を充足できておらず、売り手市場で採用活動に苦戦する企業は依然として多いようだ。

企業規模別にみると、従業員501名以上では「採用予定数をほぼ達成、募集終了」した企業は26.9%と24卒(23.5%)から3.4ポイント、「採用予定数に達しているが、応募は受付」(8.2%)も24卒(5.6%)から2.6ポイント増加した。一方で、「予定数未達」の合計は55.8%と24卒(62.2%)から6.4ポイント減少した。従業員500名以下の企業でも、「採用予定数をほぼ達成、募集終了」した企業は32.9%と24卒(24.8%)から8.1ポイント増加。「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は41.5%と24卒(47.2%)から5.7ポイント減少した。「採用予定数に未達だが、募集終了」は12.6%と24卒(10.2%)から2.4ポイント増加しており企業規模により規模採用活動進行状況には差が表れた。

# DATA. 31 企業と学生の意識格差

## COLUMN

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

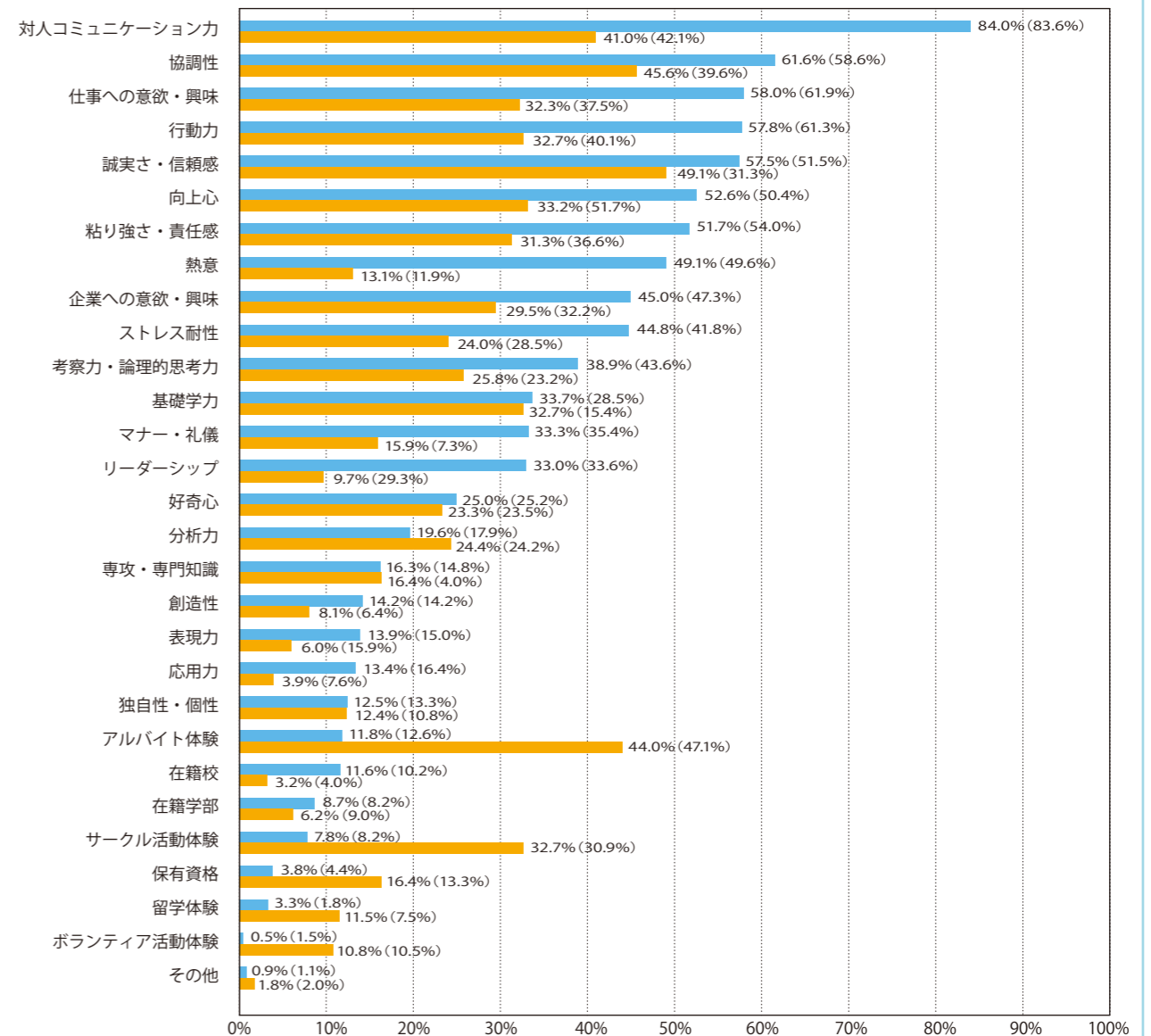
企業が重視する点の1位は、「対人コミュニケーション力」で84.0%(24卒83.6%)。2位に20ポイント以上の大差をつけての1位であり、当然学生にも意識して欲しいところだが、現実には学生のアピールしたいポイントとしては41.0%(24卒42.1%)と、依然として両者の意識のギャップは倍近くあるどころか、むしろその差は前年以上に開いている。企業の2位は「協調性」61.6%(24卒58.6%)で、これに対して学生は45.6%(24卒39.6%)と若干高まったが、まだまだ両者間のギャップは大きい。企業の3位は「仕事への意欲・興味」で58.0%(24卒61.9%)。この項目が重視されるのは、採用選考の本質を考えれば当然のことであるが、学生では9位の32.3%(24卒37.5%)

に留まった。それに続く企業の4位は「行動力」57.8%(24卒61.3%)で、学生では32.7%(24卒40.1%)。上記の4項目はいずれも例年企業が上位で重視しているものだが、学生の意識がいまだに追いついていないのが現状だ。

一方、学生がアピールしたいポイントの1位に挙げているのが「誠実さ・信頼感」49.1%(24卒31.3%)で、これは企業では57.5%(24卒51.5%)で5位ながら最も意識のギャップが小さい。しかし、学生の3位の「アルバイト体験」44.0%(24卒47.1%)を重視する企業はわずか11.8%(24卒12.6%)に留まり、「サークル活動体験」32.7%(24卒30.9%)でも重視する企業は7.8%(24卒8.2%)に過ぎない。

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

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



C O L U M N



例年、多くの企業が「応募母集団形成」と並んで採用課題として挙げているのが「内定の歩留まりが読みにくい」、「辞退学生が増加している」であり、その傾向は25卒でも継続している（DATA28参照）。内定辞退が「かなり増えた」「やや増えた」の合計31.9%（24卒33.2%）と「やや減った」「かなり減った」の合計17.7%（24卒14.0%）を比較すると、幾分回復基調にはあるが、それでも「増えた」企業が「減った」企業を上回っているのが現実だ。内定者フォロー・辞退防止は、採用活動における最重要課題

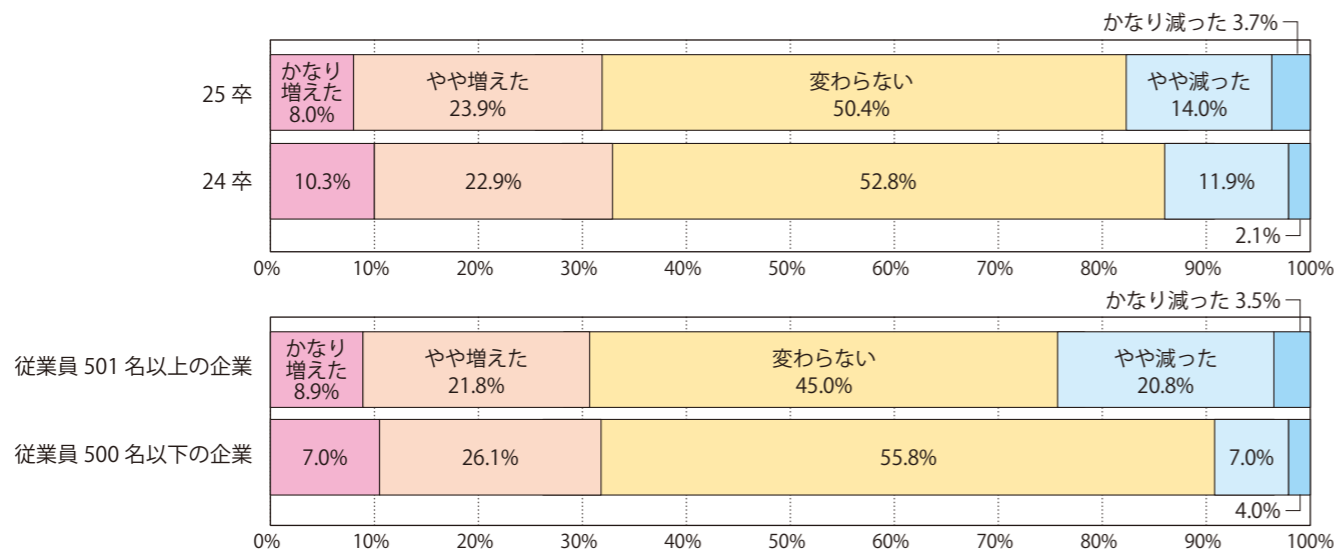
の一つだけに、各企業の具体的な対応策についても調査した。

企業規模別にその対応策を見てみると、従業員501名以上の企業では、「内定者懇親会」79.0%（24卒84.3%）、「採用担当者との個人面談」67.3%（24卒70.6%）、「先輩社員訪問・懇談」65.9%（24卒65.0%）の順に高く、上位を占める傾向に大きな変化はない。一方、従業員500名以下の企業でも、「内定者懇親会」77.1%（24卒70.6%）、「採用担当者との個人面談」50.0%（24卒45.5%）、「先輩社員訪問・懇談」46.7%（24卒44.3%）の順で、数字としては大手ほど

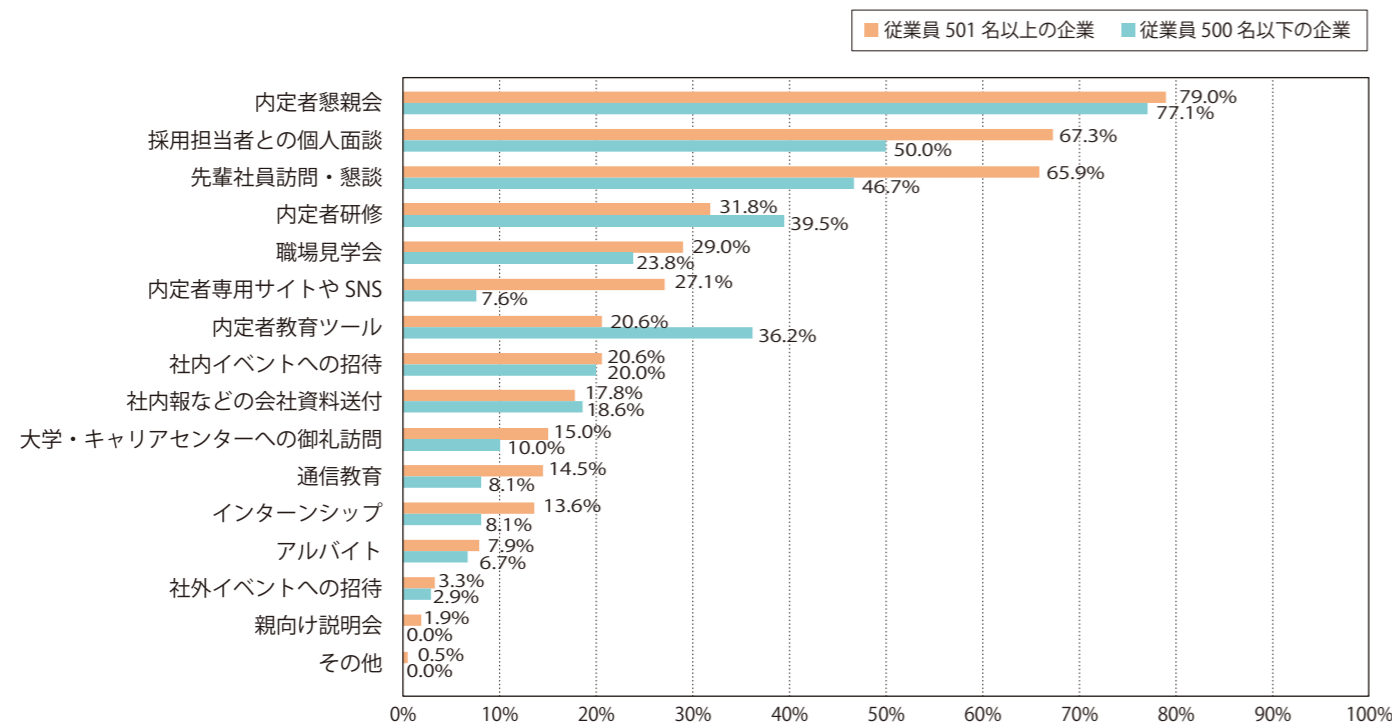
高くないが同様の傾向が見られる。企業規模に関わらず、上位に挙げられた対策は、いずれも人を介したフォローで、そうした対策が有効であるという認識は根強いようだ。「内定者懇親会」を中心に、内定者と密にコンタクトを取ることで、辞退防止に努めようとする企業の姿が見て取れる結果となった。

それに対して、学生は内定先企業にどのような対応を期待しているのだろうか。1位となったのは、前年2位だった「定期的に連絡が欲しい」54.7%で24卒（50.5%）から4.2ポイント増加した。

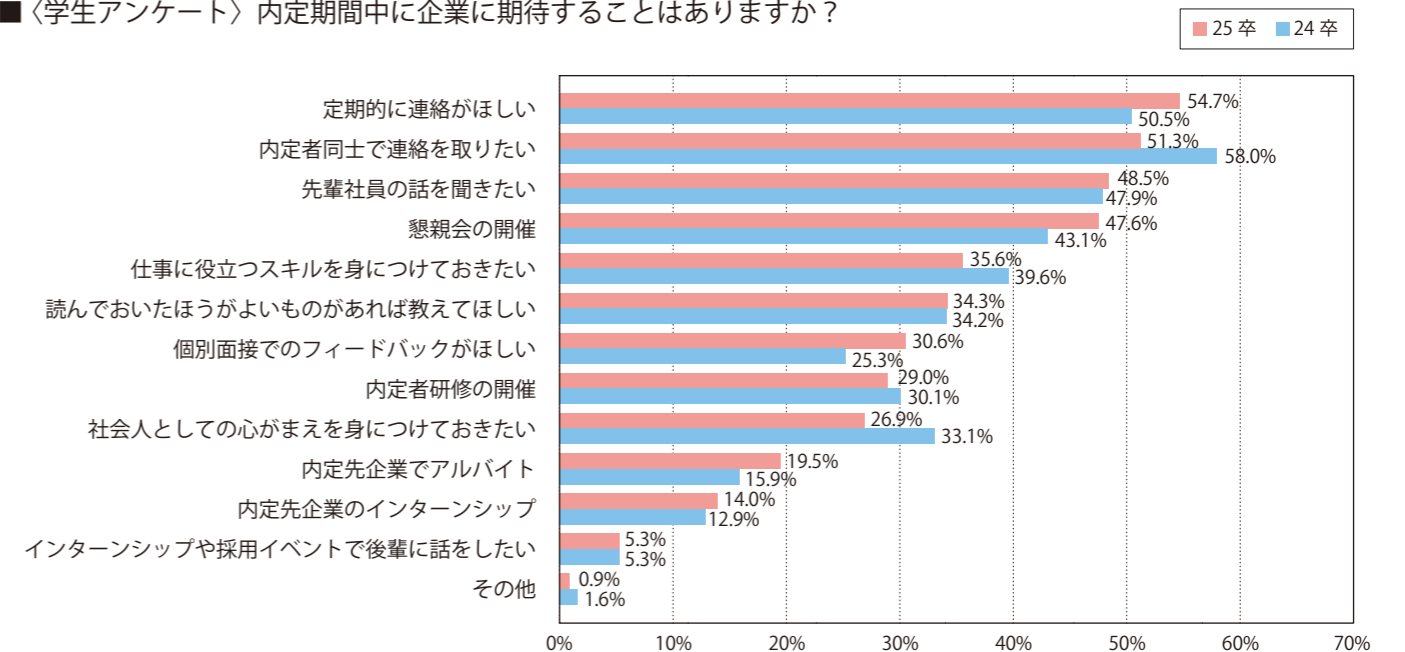
■〈企業アンケート〉内定辞退の増減



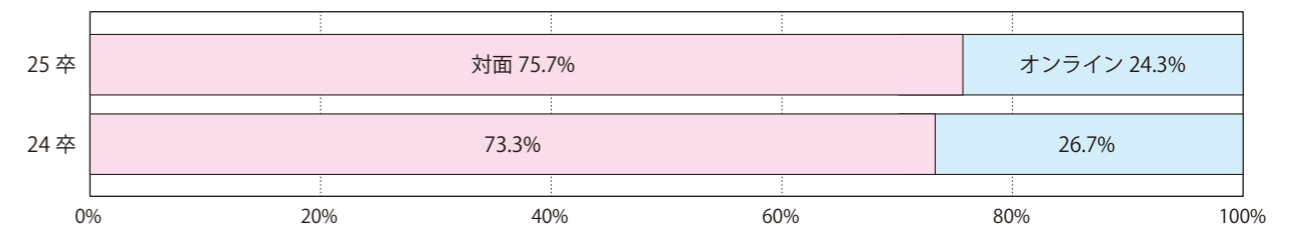
■〈企業アンケート〉内定者フォローや辞退防止のために実施したもの（今後の予定も含む）



■〈学生アンケート〉内定期間中に企業に期待することはありますか？



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



内定先企業から連絡が少ないことに対する不安を抱く学生は少なからず存在するようだ。前年1位だった「内定者同士で連絡を取りたい」は51.3%で24卒（58.0%）から6.7ポイント減少して2位。「懇親会の開催」47.6%（24卒43.1%）から4.5ポイント増で4位。どんな同期と働くのか、内定者同士の交流に対する期待値は高いようだ。3位となったのは「先輩社員の話を聞きたい」48.5%（24卒47.9%）で、多少の順位や数字の変動はあっても、基本的な傾向は例年と大きな変化は見られない。内定企業との交流については75.7%（24卒73.3%）の学生が「対面」を希望しており、「オン

ライン」希望は24.3%（24卒26.7%）に留まる。オンライン選考が主流となり、選考中に社員と対面で接触する機会も少ない学生にとって、入社後働くことを実感する上でも、内定後は直接接したいと考える学生が多いようだ。

企業の対応・学生の希望を比較すると、企業は懇親会等を通じて内定者同士の交流に努め、さらには社員とコミュニケーションをはかる機会を設けるなど、学生のニーズに合致した対応策を取っており、その意味では現状できうる対策は行っているといえるのではないだろうか。

COLUMN

筆記・適性テストを実施した企業は96.1%。すでに選考の必須ツールとして定着。企業規模に関わらず、「ストレス耐性」を重視する企業が増加。

採用選考において筆記・適性テストを実施している企業は全体で96.1% (24卒92.6%) で3.5ポイント増。ここ数年は9割を超える高い水準で推移しており、すでにほとんどの企業で採用選考の必須ツールとして導入されている。

テスト実施のタイミングは、「面接前」66.2% (24卒61.9%)、「面接時」24.3% (24卒25.1%)、「説明会・セミナー時」6.6% (24卒7.4%)の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が90.5% (24卒87.0%)と、9割超の企業で選考ステップの一つとして活用していることがわかる。

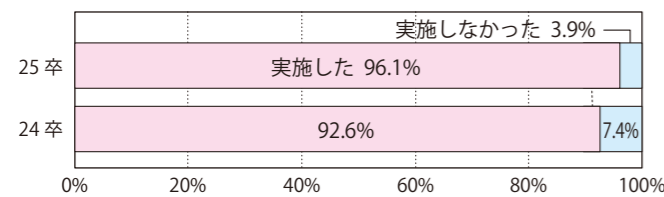
企業規模別にテストで重視しているポイントを見ると、従業員501名以上の企業では「ストレス耐性」67.3% (24卒66.5%) が最も多い。以下、「態度・性格・気質」55.1% (24卒57.4%)、「職務適性」51.4% (24卒47.7%)、「考える力」37.4% (24卒38.1%)、「基礎学力」36.0% (24卒39.6%)と続く。

一方、従業員500名以下の企業では、「ストレス耐性」が62.4% (24卒49.4%) で1位。以下、「態度・性格・気質」が58.1% (24卒51.8%)、「職務適性」49.5% (24卒49.4%)、「考える力」31.9% (24卒30.2%)、「基礎学力」29.5% (24卒25.5%)と続く。企業規模に関わらず、基本的な傾向に大きな変化はないが、「ストレス耐性」を重視する企業の割合が増加している結果となった。

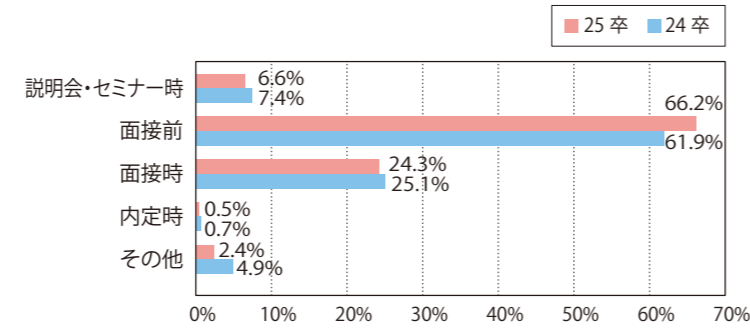


■〈企業アンケート〉

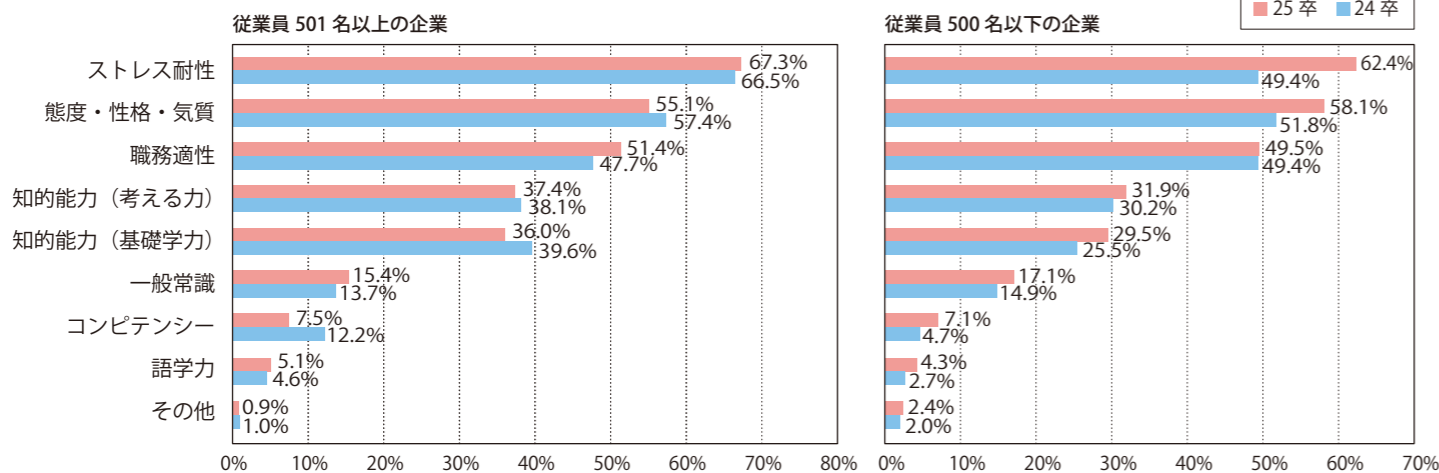
採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



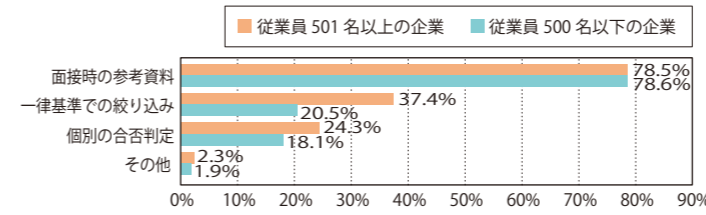
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



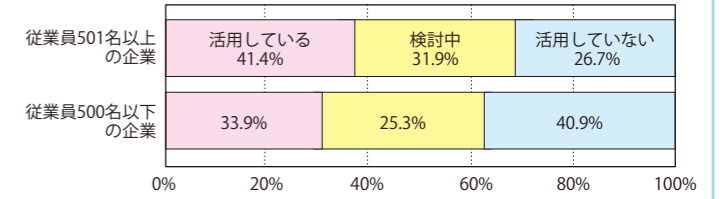
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



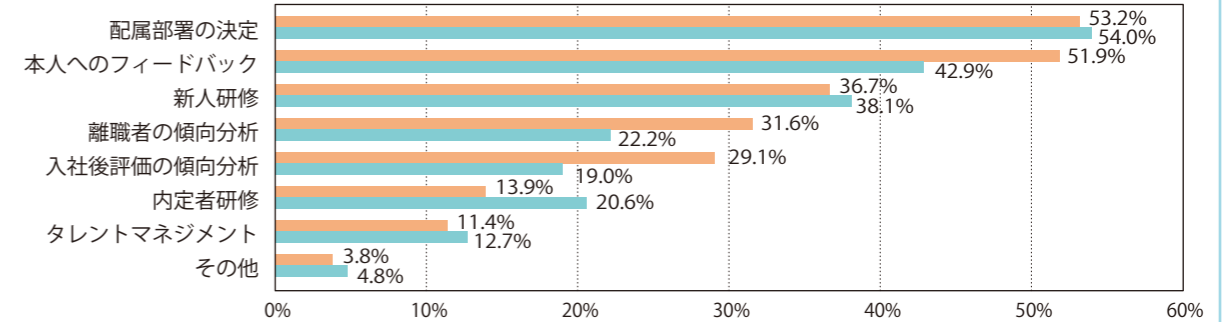
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈企業アンケート〉テスト結果を入社後に活用していますか



■〈企業アンケート〉テスト結果の具体的な活用方法



大手の78.5%、中堅・中小企業の78.6%が、「面接時の参考資料」としてテストを活用。24.2%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78.5% (24卒71.1%)、従業員500名以下の企業で78.6% (24卒74.1%)と企業規模に関わらず高い数字を示している。「面接時」に実施する企業が多いことを考えると、納得のいく数字だろう。「一律基準での絞り込み」は、501名以上の企業37.4% (24卒35.5%)に対して、500名以下の企業では20.5% (24卒18.0%)。「個別の合否判定」も501名以上の企業24.3% (24卒24.9%)に対して、500名以下の企業では18.1% (24卒18.8%)で、絞り込みや合否判定に活用する中堅・中小企業は企業は大手企業ほど多くないのが現状だ。

また、入社後のテスト結果の活用について、501名以上の企業で「活用している」が41.4%、「検討中」が31.9%。その活用方法は「配属部署の決定」が53.2%と最も高く、以下、「本人へのフィードバック」

51.9%、「新人研修」36.7%と続く。一方、500名以下の企業では「活用している」が33.9%、「検討中」25.3%という結果。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」が最多で54.0%。以下、「本人へのフィードバック」42.9%、「新人研修」38.1%と続く。

今後導入してみたいテストについては、「ストレス耐性」が24.2% (24卒20.4%)と最も高く、以下、「職務適性」17.5% (24卒13.7%)、「考える力」15.1% (24卒10.7%)、「態度・性格・気質」14.5% (24卒11.6%)と続く。前年と比較して「ストレス耐性」の3.8ポイント増加を筆頭に、前年よりも増加しているものが多い。各テスト共にすでに多くの企業で導入済みであることを考えれば、そこからさらに数字を伸ばすのはニーズの高さの現れともいえよう。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト

