

2020年度 新卒採用 就職戦線 総括

21卒版

就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報

- ▶ 産学連携の接点とは？－インターンシップにおける大学と企業の協働－
- ▶ COVID-19 状況下の心理的契約
- ▶ コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題

データ集

- ▶ 学生の活動状況 企業選択のポイントや各月活動状況
- ▶ 企業の採用動向 採用予定数・評価基準とスケジュール
- ▶ 大学の就職支援や大学生低学年のキャリア意識

目次

1. 2021年卒の採用活動の振り返りと今後の展望

・はじめに	P 1
・特集 就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報	
【寄稿】	
◆産学連携の接点とは？ -インターンシップにおける大学と企業の協働-	P 2
----多摩大学 経営情報学部 初見 康行 准教授	
◆COVID-19状況下の心理的契約	P 4
----神戸大学 経営学研究科 服部 泰宏 准教授	
◆コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題	P 6
----キャリアライター/元マイナビ編集長 吉本 隆男 氏	
・雇用市場環境概観	P 8
・広報活動開始前の活動状況	P 12
・学生の特徴について	P 24
・採用活動の予定と実際	P 28
・内々定出しと内々定フォロー	P 48
・今後の採用に向けて	P 54

2. データ集

【1】学生の志向	P 65
【2】学生の活動状況	P 71
【3】企業の採用動向	P 80
【4】大学の就職支援	P 87
【5】低学年のキャリア意識	P 89
【6】付録(添付資料)	P 91

新型コロナウイルスの影響下での採用活動 何が起こっていたのか

2021年卒の広報活動が開始する2020年3月1日、新卒採用を取り巻く環境はこれまでになく混乱していた。

採用スケジュールは2020年卒まで指針を出していた経団連から政府主導へと変更したが、これまでと同様に「2020年3月に広報活動開始、6月に選考活動開始」と定められており、前年と同様のペースで就職活動が進められると考えられていた。2020年夏には東京オリンピック・パラリンピックが開催されるため、選考開始や内々定出しが前倒しになるという予想があつたものの、スケジュール面での大きな混乱はないだろうというのが大方の見方だった。しかし想定外の事態が起こった。2019年12月に中国湖北省から広まったとされる新型コロナウイルスの感染拡大ならびに日本国内の感染拡大防止策として発令された緊急事態宣言による「外出自粛要請」である。

3月から開催予定だった合同企業説明会が相次いで中止となり、対面で実施していた企業説明会や面談・面接の多くが延期。企業と学生が最も多く出会う時期である3～5月の活動が停滞することになった。一方で「WEB化」が様々なフェーズで進められ、日本社会全体にリモートワークが浸透したように、採用活動においてもWEBセミナー、WEB面接が広く実施され、採用活動の在り方を再考するきっかけとなっている。

2020年は世界全体にとって大きな変化が起こった年であるが、そうした環境下で実施した2021年卒の採用活動で何が起こっていたのか。

まさしく新卒採用の変革期ともいえる2021年卒採用に関して、マイナビで行った調査及びデータを中心に、企業の採用活動及び学生の就職活動をまとめたい。

産学連携の接点とは？ —インターンシップにおける大学と企業の協働—

大学生のためのインターンシップを実現するために、産学連携は有効な手段である。しかし、大学と企業はどのような部分で協力し合えるのか。両者の視点の違いなどを確認しながら、大学と企業の「接点」について考える。

[多摩大学 経営情報学部] 初見 康行 准教授



2004年、同志社大学卒。株式会社リクルートHRマーケティング(現:リクルートジョブズ)にて、法人営業、人事業務に従事。2017年、一橋大学大学院 商学研究科 より博士(商学)。2018年より現職。2020年より東京都立大学大学院 客員准教授。専門は人的資源管理。主著に「若年者の早期離職」中央経済社。

■ 「有意義」なインターンシップとは

「大学生のためのインターンシップを実現するためにはどうしたら良いか」、これが本稿の問い合わせである。多様な考え方があるのは承知の上で、以下では特に大学と企業の連携について考えていきたい。

有意義なインターンシップの実現に向けて大学と企業が連携していくべきである、という意見に反対する人は少ないだろう。しかしながら、両者の連携は口で言うほど容易ではない。連携に向けた時間・労力もさることながら、より重要な点は「大学生のためのインターンシップとは何か」という根本部分に齟齬が生じる可能性があるためである。

はじめに整理しておこう。インターンシップに関わる主体は、学生・大学・企業の大きく三者である。また、三者それぞれがインターンシップ経験を有意義なものにしたいと考えている。ただし、何が「有意義」かについては、必ずしも合致しない。例えば、主役である学生が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。株式会社マイナビによる「2021年卒 マイナビ大学生インターンシップ前の意識調査」では、インターンシップ先を選ぶ際に就職活動を意識していると回答した学生が95.6%に達している。一方、「自分の力を試すため」「自分の専攻が社会で役立つかを知るため」といった就職活動以外の参加目的は、22%、17%となっている。近年の大学生にとって、インターンシップは具体的な意識・目的を帯びた活動であり、有意義さの基準は将来の就職活動に役立つことであることが推測される。

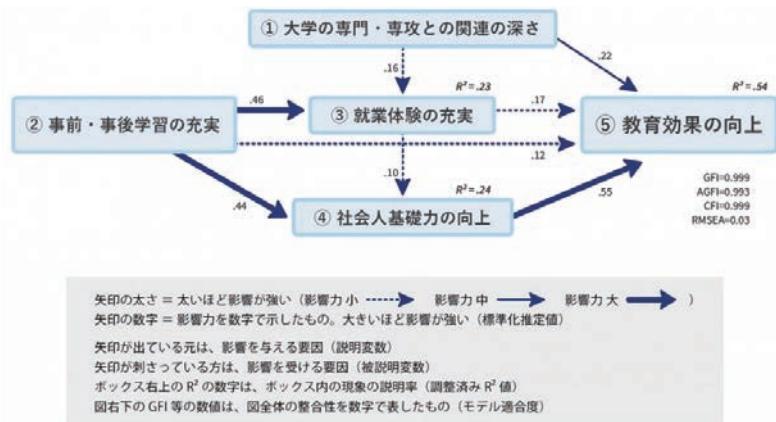
一方、大学等の教育機関が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。日本のインターンシップの大きな特徴は、採用ではなく「教育目的」で実施されている点にある。それゆえ、教育機関の最大の関心事は、インターンシップ経験がその後の学習意欲向上や学習の深化につながるかどうかである。換言すれば、「教育効果」の有無が、インターンシップの有意義さを測る重要な指標となっている。また、大学と連携している企業においても、教育効果への貢献は大きな関心事だろう。しかしながら、企業にとって本来有意義なインターンシップとは、自社が所属する業界・仕事に対する理解を深め、「志望度」を高めてくれるものである。以上の点を鑑みると、インターンシップの有意義さとは「主体によって異なる」といえる。まずはこの事実を抑えておく必要があるだろう。

■ 「教育効果」と「志望度」向上のモデル

「有意義」の解釈が異なる中で、我々はどのように取り組んでいくべきだろうか。お互いの相違点や考え方の違いを批判し合うのは建設的ではない。重要なのは、各主体の考え方が異なることを受け入れつつ、三者の「接点」を探していくことであろう。中でも、インターンシップを企画・運営する大学と企業の接点を探していくことが、「大学生のためのインターンシップ」を実現するための土台になると考えられる。それゆえ、本稿ではインターンシップの「教育効果」を重視する大学と、「志望度」を重視する企業の接点について、探索的な分析を行っていく。

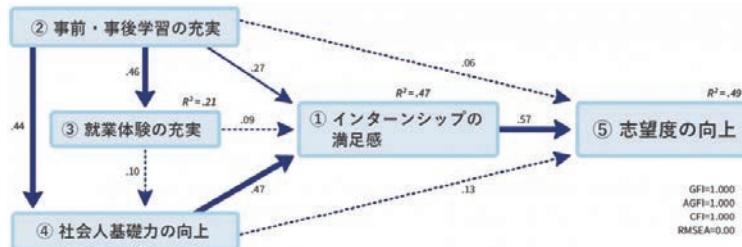
今回、株式会社マイナビが主催する「インターンシップアワード」に参加した学生(4,094名)に対してアンケート調査を行った。具体的には、4つの質問(①インターンシップ経験によって、大学等で学習していた内容がより深まった、②インターンシップ経験によって、大学等での学習意欲が高まった、③インターンシップ経験後、学習時間が増えた、④インターンシップ経験後、主体的に学ぶようになった)をインターンシップによる「教育効果」と捉え、どのような要因が教育効果の向上に影響するのかを統計分析した。同様に、「インターンシップ参加後、参加企業に対する志望度が上がった」を「志望度」と捉え、どのような要因が志望度の向上に寄与するのかを分析した。最後に、上記2つの分析結果を比較し、大学と企業の接点について検討を行った。紙幅の関係で詳細な分析過程を記述することはできないが、本調査では「教育効果」と「志望度」の向上について共分散構造分析(SEM)を行い、最終的に図1・2の結果を得ることができた。

図1：教育効果モデル



矢印の太さ = 太いほど影響が強い (影響力小 → 影響力中 → 影響力大 →)
矢印の数字 = 影響力を数字で示したもの。大きいほど影響が強い (標準化推定値)
矢印が出てる元は、影響を与える要因 (説明変数)
矢印が刺さっている方は、影響を受ける要因 (被説明変数)
ボックス右上の R^2 の数字は、ボックス内の現象の説明率 (調整済み R^2 値)
図右下の GFI 等の数値は、図全体の整合性を数字で表したもの (モデル適合度)

図2：志望度モデル



いるだろうか。インターンシッププログラムの内容については魅力的にアピールしているものの、「成果」については言及していないこともあるのではないだろうか。今後は、「学生に身に付けさせたいスキル・能力から逆算してプログラムを考える」という発想が必要になるだろう。また、広報する際も、インターンシップの内容だけではなく、身に付く「スキル・能力」をセットにして学生に伝えていくことが重要である。

統計の用語を含めて、図の内容を詳細に理解する必要はない。大きなポイントは次の3点である。第一に、今回の分析結果から、「教育効果」と「志望度」それぞれを向上させる具体的な要因を明らかにすることができた。まず、「教育効果」を向上させる要因として、「①大学の専門・専攻との関連の深さ」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。次に、企業に対する「志望度」を向上させる要因として、「①インターンシップの満足感」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。以上の結果をもとに、まずは読者のみなさんの大学・企業が提供するインターンシッププログラムが、上記4点を十分に満たしているのかをチェックすることが重要である。足りない要因があれば追加し、既に実施しているものもさらに充実させることによって、インターンシップ後の「教育効果」や「志望度」を向上させることができると期待できる。

第二に、今回意外な結果となったのが「就業体験の充実」である。就業体験の充実は「教育効果の向上」、「インターンシップの満足感」、「社会人基礎力の向上」に肯定的な影響を与えており、重要な要因である。しかしながら、その影響力は、他の要因よりも相対的に小さくなっている（図1・2の矢印の太さ・数字を参照）。これは就業体験の充実に日々努力している大学・企業にとっては、少々肩透かしな結果と言えるかもしれない。一方、何らかの事情により就業体験（実際の仕事体験）の実施が困難な業界・企業は、この結果を前向きに捉えることができるかもしれない。「就業体験の充実」以外の要因に取り組むことによって、最終的な「教育効果」や「志望度」を向上させることができると期待できる。

第三に、今回特に注目すべき要因として、「社会人基礎力の向上」が挙げられる。「社会人基礎力の向上」は、「教育効果」と「志望度」の向上に重要な役割を果たしており、その影響力も相対的に大きなものとなっている。ポイントは、社会人基礎力のような「スキル・能力」の獲得が、「教育効果」や「志望度」の向上に強く影響することが確認された点である。近年、大学・企業はインターンシッププログラムの内容改善に努めており、その活動は今後も重要である。しかしながら、就業体験はインターンシップの「手段」であって「結果」ではない。本調査から得られる重要な示唆は、インターンシップの内容と同じくらい、もしくはそれ以上に「インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付いたか」という結果が、参加学生にとって大事だという点である。

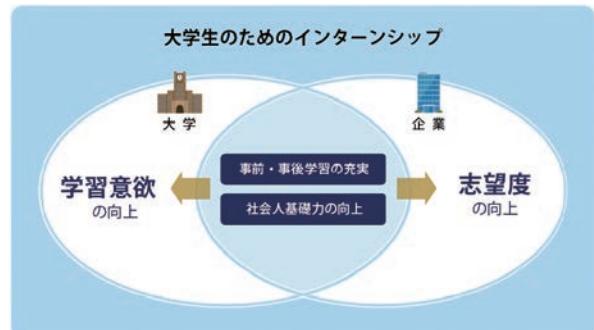
読者のみなさんの大学・企業では、インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付くのかを学生にしっかりと伝えて

■大学と企業の「接点」とは

最後に、本調査では「教育効果」と「志望度」のモデル比較を通して、本稿の目的であった大学と企業の「接点」について検討を行った。結論として、2つのモデルに共通し、なおかつ影響力も大きいことから、「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」の2要因が、大学と企業の連携の場として有望であることが推測される。本調査を通して、インターンシップの事前・事後学習を充実させること、社会人基礎力などのスキル・能力を高めることができ、その後の「教育効果」と「志望度」の両者に肯定的な影響をもたらすことが確認された。このような大学・企業の双方に有益な接点を明らかにすることは、両者の「連携の場」を創出していくことにもつながるものである。今後は、より多くの接点を明らかにした上で、どちらがどの部分を担当していくのか、連携の具体的な在り方を探っていく必要だろう。例えば、お互いの得意分野を活かし、事前・事後学習は大学側でしっかりと時間を取って行い、社会人基礎力向上に向けたプログラムを企業が行う、などが考えられる。

これまで、「大学生のためのインターンシップ」という共通目標はあっても、その考え方・アプローチ方法については、大学と企業で一部相違があったかもしれない。しかしながら、重要な点は相違を否定・批判するのではなく、そもそも主体によってインターンシップの目的・有意義さの定義が異なるという前提を受け入れることである。またその上で、両者の接点や共通利益がどこにあるのかを探っていくことが肝要である。「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」は有望な産学連携の場であり、「大学生のためのインターンシップ」実現に向けた、重要なファーストステップになるのではないだろうか。

図3：大学と企業の「接点」



本分析の結果はインターンシップアワード公式サイト内「Special Column1.2」でも詳しく解説しています。
インターンシップアワード公式サイト <https://internship-award.jp/>

COVID-19 状況下の心理的契約

バブル時代をしのぐほどの売り手市場が続いていた近年の採用戦線。2021年卒学生の就職意識も強気の大手志向がこの20年間で最も高まっていた。そんな中2020年3月以降COVID-19の感染拡大が深刻化し、4月には緊急事態宣言が発令されるなど、我々は未曾有の危機に直面している。COVID-19は採用／就職活動にも大きなうねりをもたらすこととなり、手探りの採用活動を強いられている。COVID-19状況下において今後日本の採用はどうなるのか、求職者の意識、企業側の意識はどう変化するのか。心理的契約の観点から考えていく。



〔神戸大学大学院 経営学研究科〕 服部 泰宏 准教授

神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程修了。滋賀大学専任講師、同准教授、横浜国立大学准教授を経て、2018年4月より現職。日本企業の組織と個人の関わりあいや、経営学的な知識の普及の研究、人材の採用、評価、育成に関する研究に従事。2013年以降、人材の「採用」に関する科学的アプローチである「採用学」の確立に向けた研究・活動を行う。2018年からは、社内で大きな成果をあげる「スター社員」に関する研究も行っている。主著「採用学(新潮選書)」、「日本企業の採用革新(中央経済社)」(「2020年度日本労務学会賞(学術賞)」受賞)等。

■コロナが明らかにしたもの

新型コロナ感染症（COVID-19）の感染拡大が、採用／就職活動にさまざまな影響を与えている。マイナビをはじめとする大手就職情報企業は、自社が運営する合同企業説明会について、2月の一部日程と3月以降の全日程の中止を発表。個別の企業の説明会にも中止が相次いだ。日本の採用のスタンダードであった「とにかく会って、とことん話して、わかり合う」が突如として、不可能になったわけであるが、これは採用／就職活動に少なくとも2つの意味で直接的な影響を与えた。

第1に、求職者と企業とが偶発的に出会う場が大幅に減少した。求職者がお目当ての企業のブースを訪れた時、たまたま目についた隣の企業のブースに立ち寄ったり、暇つぶしに訪れた企業の人と意気投合したり…といった縁で内定先と出会うことが、これまでしばしば起こっていた。特に、知名度の低い企業にとっては、こうした偶発的な出会いが、求職者を獲得する極めて重要な契機となっていた訳であるが、コロナショックによってこれが奪われた。関連して、多くの大学が学生の活動や通学を制限しており、求職者たちはキャリアセンターや指導教員へとアクセスすることができていない。こうした経路を通じて、それまで自身が考えもしなかった「良い会社」を知る、といった機会も奪われてしまった。

第2に、説明から選考、内定式に至るあらゆるプロセスにおいて、求職者と企業とが、お互いの話し方や仕草を観察したり、何気ない会話のなかで相手の素性を知る、といったことが難しくなった。OB／OG訪問や座談会、選考を目的としない面談などが制限されたことで、求職者は、説明会や面接では収集できないリアルな情報を収集する機会にアクセスすることができていない。企業の側も、面接中だけでなく、その前後の雑談、さらには待合室での過ごし方などを通じて、求職者の人となりを理解する機会を逸してしまった。勤務条件や仕事内容など通り一遍の情報であれば、ウェブを介した

面接や説明会でも、対面と遙差のない情報収集が可能なのだが、問題は、ウェブ面接のような非対面型の情報交換の場からは、求職者がエントリー先や就職先を決定するために必要な、上記のような「ささやかだが大切な情報」の取得が難しいということだ。

■冗長さに支えられた日本の採用

COVID-19が私たちに突きつけたのは、日本の採用活動のかなりの部分が、「冗長さ」や「無駄」に支えられてきたという事実であった。合同企業説明会での偶発的な出会い、面接選考中あるいはその前後の何気ない会話、OB／OGとコーヒーを飲みながらかわす何気ない会話。そうした場面でやり取りされる、1つ1つはさやかな情報。一見すると「冗長」であり、場合によっては「無駄」とも思えるこうした機会や情報から遮断されたことで、私たちは皮肉にも、自身の意思決定がいかにこれらに依拠してきたかということを思い知ったのである。多くの若い求職者たちが、COVID-19下での「無駄のないコミュニケーション」を新たな標準として受け入れ始めたいま、私たちは改めて、採用活動の本質とは何かという問いを突きつけられているのだ。

■日本の企業と心理的契約

もっとも、「COVID-19の感染拡大によって日本の採用が変わった」というほど、問題は単純ではない。日本企業の採用活動の地殻変動は2015年前後から緩やかに起こっており、「冗長さ」や「無駄」に支えられた日本の採用の問題はすでに各所で発生していた。それは端的にいえば、求職者と企業との「遠くの曖昧な未来」をめぐるやりとりから、「具体的な近未来」をめぐるやり取りへの変化、である。

戦後間もない日本を訪れたアメリカ人のジェームズ・アベグレンは、自著『日本の経営』の中で、日本企業の雇用の特徴が、福利厚生のような具体的な制度ではなく、会社と社

員の長期にわたる関わり合いにあるとし、それを「終身雇用」と呼んだ。会社側は、倒産危機のような極端な状況に陥らない限り社員を解雇せず、社員もまた余程のことがない限り、他所の企業に移るようなことはしない。そのことがお互いの義務と権利として共有されていることに、日本企業の雇用の特徴をみたのである。重要なのは、こうした関係性が、文章化された雇用契約ではなく、お互いの書かれざる約束として維持されてきたということである。このような書かれざる約束を、経営学では「心理的契約（求職者と会社との書かれざる約束）」と呼ぶ。企業と個人の間には、文章化され、履行を法的に担保された公式の雇用契約だけでなく、お互いの相互期待とでもいうべき書かれざる約束が成立している、と考えるのである。

アベグレンが特に注目したのは、求職者と企業側とが、「具体的な未来のことは不間に付した上で、遠くの曖昧な未来について合意する」という日本の心理的契約のあり方であった。求職者が重視するのは、企業が長期安定的な雇用を提供し、生涯を通じて安定した収入をもたらしてくれるかどうかということであり、企業が重視するのは、（すぐにではなくてもいいから）遠い未来において、その人が会社の中核として活躍するだけの能力を持っていること、そして、会社のメンバーとして適切な人物であるか、ということである。そこには、入社後にどのような職務につくのか、10年後にはどのくらいの収入を得られるのかといった、個別具体的なことは一切含まれていない。その意味で、遠い未来についての、壮大だが、極めて曖昧な心理的契約を日本企業と求職者は結んできたのである。

この「遠くの曖昧な未来」をめぐる採用は、「冗長さ」や「無駄」を取り込む日本の採用と馴染みが良い。「とにかく会って、話して、わかり合う」ことで、職務遂行能力のアセスメントに特化した構造化面接では拾いきれない、様々な周辺情報をも拾うことができる。短期的なビジネスパートナーではなく、終身にわたる組織のメンバーを探すためには、冗長な情報のやり取りが可能になるこのやり方が、極めて有効なのだ。

■心理的契約の変化

ところが、時代の変化が、人々の意識を変えた。いま求職者が求めているのは、会社との間の「遠くの曖昧な未来」ではなく、むしろ「解像度の高い近未来」の約束である。「長期雇用」が重視されていた時代、求職者にとって主たる関心は、会社が長期安定的に雇用と収入をもたらしてくれるかどうかということにあった。これさえ確約されていれば、給与額の多寡や昇進可能性、転勤の有無や人材育成の具体的なあり方については、極端にいえば、不間に付されてきた。これが、しばしば「無限定性」と言われるもののが本である。対して、長期雇用を望まない求職者にとっては、具体的な給与水準や仕事内容、数年以内に獲得可能なスキルや知識の方が、その会社が長きにわたって雇用を保障してくれるか

どうかよりも、はるかに重要になる。「遠くの曖昧な未来」が消滅し、その代わりに、「解像度の高い近未来」の約束が浮上したのだ。

この新しい心理的契約には、「数十年」先の未来を映し出すような壮大さはない。それはむしろ、求職者と企業とが、お互いの手に負える、現実的な数年先の未来について、可能な限り具体的に、胸襟を開いて語り合うイメージに近い。この場合も、かつてのような「長期雇用」の可能性が完全に消滅したわけではない。ただしそれは、会社と社員がお互いの期待に応え続けることで、結果として関係が長期に及ぶという、いわば「結果としての長期雇用」になる。

■「解像度の高い近未来」を共に紡ぎ出す

日本の採用が、このような変化の節目にあるタイミングで起こったのが、今回のCOVID-19の感染拡大であった。その意味で、私たちが今するべきなのは、「COVID-19下で、どのようにこれまでと同水準の採用を行うか」ではなく、「COVID-19下の採用にあって、解像度の高い近未来の約束を可能にするためにはどうすれば良いのか」という議論なのである。

オンライン化された採用によって削ぎ落とされた「冗長さ」や「無駄」とはどのようなものであり、その冗長さゆえにやり取り可能になっていた情報とは何か。そのうち、採用／就職上の意思決定において本当に重要なものとは何であるか。こうしたことを、可能な限り具体的に特定することが重要である。現に、いくつかの企業において、面接時間の一部を、能力や性格の評価ではなく「余興」や「アイスブレーク」に費やすという試みが始まっている。稀少な面接時間の一部をそうした「無駄」な活動に振り分けることが、求職者の緊張を解き、本音に近いコミュニケーションを引き出し、結局は面接のコミュニケーション密度を上げることにつながると考えているのだろう。こうした試みが、本当に期待されたような成果を挙げているのか、それは今後の検証を待たなければならない。重要なのは、オンライン化が削ぎ落とした「冗長さ」を取り戻そうとする動きがあるという事実である。

その上で、採用担当者には、求職者とともに、「解像度の高い近未来」を紡ぎ出す努力をしていただきたい。もちろん、その具体的な中身を、ここでつまびらかにすることはできない。業界によって、企業によって、職種によって、さらには求職者によって、描くことのできる未来は異なるはずだからだ。ただ、少なくともいえるのは、必要なのは、大げさで、派手な、キラキラした未来ではないということだ。それは例えば、「数年先に自分は何ができるようになっているか」「仮に転職を検討した際に、自分は他の会社から求められるような人材になれているのか」「COVID-19が収束したとして、その先に、どのようなワークスタイルを会社は私に求めているのか」といった、私たちの手に負える、しかしそれだけに、約束が果たされたか否かということがはっきりとわかるような未来なのである。

コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題

突如として世界を襲った新型コロナウイルスは、長く続いてきた日本の就職システムに新たなパラダイムシフトを迫っている。ウィズコロナ時代の採用、就活はどう変わり、新たなニューノーマル=新常態にどう対応していくのか。日本の就職システムの歴史を振り返りつつ、新時代の採用コミュニケーションを考える。

[キャリアライター／元マイナビ編集長] 吉本 隆男 氏



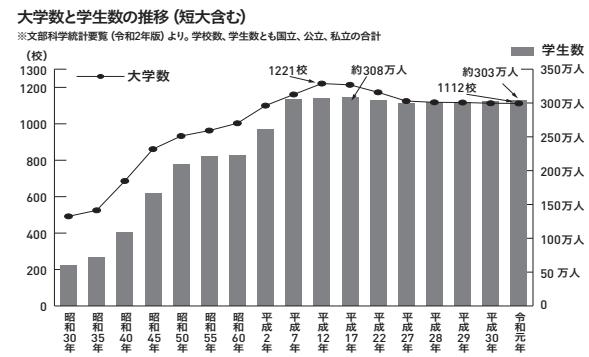
1990年毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)入社。各種採用広報ツールの制作を幅広く手がけた後、パソコン雑誌、転職情報誌の編集長を務める。就職情報誌のデスク業務に従事した後、就職情報サイト「マイナビ」の各種コンテンツ制作、プロモーション施策の立案・実施を担当。2015年から2018年までマイナビ編集長。2019年からは地域創生をテーマとしたキャリア教育プログラム＆教材の開発に従事。2020年定年退職。日本キャリア開発協会会員(CDA)、国家資格キャリアコンサルタント。著書に『保護者に求められる就活支援』(2019年／マイナビ出版)

■時代に翻弄される日本の就職環境

新規学卒者の一括採用は日本独特の雇用システムだが、その起源については諸説存在する。『日本経営史の基礎研究』(経営史学会編)では、「学卒者採用に先進的役割を果たした郵便汽船三菱会社は社長岩崎弥太郎が没する1885年までに慶應出身の4名、東京大学出身の4名らを採用した(氏名は筆者省略)」としているし、社会学者、竹内洋の著書『日本のメリトクラシー 構造と心性』では、「その起源は一八九五年(明治二八)にまで遡れる。当時のビッグビジネスの日本郵船と三井が大学卒を定期的に採用するようになったのがはじまりである」と解説している。他の文献にも異なる解説が見受けられ、明確な起源は特定できないが、新卒一括採用が、明治時代の後期から大正時代にかけてスタートしたことは間違いないさうだ。そして、以降、100年以上にわたってこの仕組みは継続してきた。しかし、この100年は言わずもがな日本にとって激動の時代であった。前半世紀は日清戦争、日露戦争、第一次世界大戦、関東大震災、太平洋戦争と、数々の戦争と大災害を経験する。太平洋戦争後は、朝鮮戦争をきっかけに特需がもたらされ、やがて本格的な高度成長期に突入する。その後も、東京五輪、大阪万博、オイルショック、円高ショックなどを経験してきた。

この間、大学生の就職環境、企業の採用環境はさまざまな変化に直面してきた。その主要因となったのは、もちろん戦争や災害、好不況の波ではあるが、間接的に大きな影響を及ぼした要因として大学卒業者の増加と就職協定も見逃せない。

図 1



※ 1947年に学校基本法が制定され新制大学が誕生したこと、大学数は一気に増え、それに伴い大卒の就職希望者も増大する。

大学数が増加したきっかけとなったのは、1919年の大学令の施行だ。また、1947年に学校基本法が制定され新制大学が誕生したこと、学生数も増大する(図1)。しかし、戦後の復興による好景気で人手不足は深刻化。こうした中で1952年に誕生したのが就職協定である。就職協定は1996年に廃止されるまで40年以上にわたって企業と大学との紳士協定として存続し、「倫理憲章(新規学卒者の採用・選考に関する倫理憲章)」、「採用選考に関する指針」と名を変えて引き継がれ、2021年卒採用から正式に廃止されることが決まった。

■大学紛争をきっかけに自由化と多様化が進む

日本経済が戦後の復興から立ち直り、経済白書に「もはや戦後ではない」と表現されたのは1956年のこと。1960年に『国民所得倍増計画』が発表され、高度経済成長はさらに加速する。やがて、採用活動の早期化が社会的問題となり、「青田買い」という言葉も誕生する。しかし、1960年代後半から激化した大学紛争によって、大学は就職先を斡旋する機能を喪失し、学生が自主的に会社訪問をする時代が訪れる。

筆者は、大学紛争をきっかけとした就職の自由化の流れは、日本の就職システムにおける最初のパラダイムシフトであったのではないかと考えている。それ以前は、「指定校制」「学校推薦」が当たり前だったが、大学生が自主的に就職先を選ぶ時代が到来したのである。この時期に就職をしたのは、いわゆる「団塊の世代」であるが、当時の雰囲気について、漫画家、弘兼憲史氏が『学生 島耕作 就活編』で詳しく紹介している。時代の雰囲気を活写していて興味深い。

この時代、学生運動の経験者は大手企業から敬遠されたため、中堅中小企業に就職する学生が少なくなかった。しかし、大学卒の優秀な人材がさまざまな業界、企業に就職をしたこと、日本の高度経済成長が下支えされたのは間違いない。

就職の自由化に加えて、多様化が進んだのもこの頃である。1970年代の石油危機をきっかけに製造業の成長が停滞し、代わって金融、流通、小売などの第三次産業が成長したこと、大学生の就職先は広がりを見せる。そして、この時期に勃興した就職情報産業が、就職の自由化と多様化をさらに促進した。毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)が設立されたのが1973年(昭和48)。翌年、新規学卒者向け就職情報誌を発行。その情報誌名が『日本の基幹産業・流通産業』となっ

ているのは、当時の産業構造の変化を如実に表していると言えよう。1981年には大型就職情報誌『毎日就職ガイド』を発刊。幅広い採用ニーズを学生に提供することで就職の多様化はさらに加速した。

■インターネットの登場で就職のオープン化が加速

大学紛争をきっかけに始まった「自由化」を日本の就職システムにおける第一のパラダイムシフトとすると、第二のパラダイムシフトはインターネットによる「オープン化」ではないだろうか。インターネットというオープンなメディアの登場で、学生は誰でも等しく企業の採用情報を手にすることができますようになった。

マイナビがインターネットによる就職情報の提供を始めたのは1997年である。その後、サービス名称を「毎日就職ナビ」、「マイナビ」と変更したが、掲載企業数と利用学生数は増え続け、学生の企業への応募は「オープン化」が加速する。

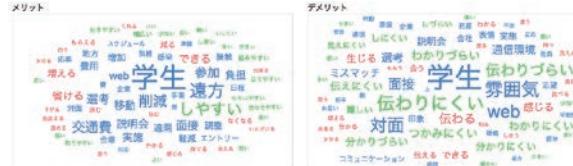
就職環境は、その後も経済環境を反映して売り手市場と買い手市場が交互に繰り返されていく。金融ビッグバン、アジア通貨危機、消費税率アップ、長野五輪、米国同時多発テロ、リーマンショック、東日本大震災など、さまざまな出来事がある度に就職環境にも変化が生じた。アベノミクスがスタートした2013年以降は景気が拡大し、それに連れて採用難が深刻化していった。これがコロナ以前の就職環境の大きな流れである。

■採用活動における「リアリティの確保」が今後の課題

新型感染症の登場で、私たちを取り巻く社会環境が一変し、採用活動のオンライン化は加速したが、実際にWeb対応を進めた企業からはさまざまな声が聞こえてくる。マイナビが実施した「2021年卒企業採用活動調査」に寄せられたWeb化についての自由コメントをAIテキストマイニングツールでマッピングしたのが下の図(図2)である。学生にとっても企業にとっても、移動にかかる経費と時間が削減でき、説明会や面接の負担が軽減できたという声が多い一方で、雰囲気が伝わりにくい、伝えづらいというオンラインならではの難しさを指摘する声が少くない。そのためか、アンケート結果からは採用活動のオンライン化はなかなか進みそうもないという実状も見えてくる。同調査で、来年度は「全てをWEBで実施する」と回答した企業はわずか1.3%で、「会社説明会も面接もWEBでの実施は予定していない」企業が27.5%もあり、まだまだ採用活動のオンライン化は模索段階にあると言えそうだ。

また、オンライン採用を進めた企業からは、内定出し後も「ホントにこれでよかったのだろうか?」とのモヤモヤ感がぬぐえないという声も聞こえてくる。従来なら、態度や話し方などノンバーバルな情報を含めて総合的に学生のことを理解できたが、Web上の対面ではバーバルな情報に頼らざるを得ず、本当に学生の本質を見抜けたのか、腹落ち感、納得感が得られないというのが背景にありそうだ。この状況は、学生側もまったく

図2



※ Web化のメリット、デメリットに関するコメントをAIテキストマイニングツールで分析。by ユーザーローカル <https://textmining.userlocal.jp/>

図3

就活関連のできごと

1923年	関東大震災
1928年	日本銀行、第一銀行、横正金銀行、三井物産、三菱合資、安田保善社の六社結定。翌年から「採用費」は卒業後に決定
1931年	満州事変
1939年	太平洋戦争(～1945年)
1947年	学校基本法公表、教育制度を一新。専門学校や師範学校などの高等教育機関を大学に一本化。新制大学は178校に
1950年	朝鮮戦争、特例によって好景気。新卒採用競争が激化
1952年	文部省、労働省両事務官の協議の形で初めて就職期日の指針(10月1日事務系、10月13日技術系)
1954年	「もはや最後ではない。(経済白書)
1960年	高経済成長が実現。「国民所得倍増計画」実施
1962年	日経新聞が一向に守らない就職協定が無効と、実効的な放送し、宣言。協定废止
1964年	東京オリンピック。早期に「平苗賣い」という言葉も、6割の企業が～7月に選考実験を実施
1968年	大学紛糾激化。大学紛糾によって学校協議の機能が麻痺。学生は地力で企業訪問をするように
1969年	学生活動による内定率が留年が増加し、採用上問題視する声が上がる
1970年	大阪万国博開催
1971年	ドルショック。大学側の申し合わせにより推薦面接日を定める
1973年	第四回東京競輪競走。第一次オイルショック。復活活動実施。毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)設立
1973年	毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)、新規学卒者向け就職情報誌「日本基幹産業・流通産業」発行
1975年	オイルショックによる不況により、内定取り消しが続出。労働省の呼びかけにより、協定の後ろ倒しが決定
1977年	円高ショック
1979年	イラク革命。第二次オイルショック
1981年	労働省、中央雇用対策協議会から撤退宣言。毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)、『毎日就職ガイド』発行
1982年	大学×産業界による「紳士協定」が始まる
1985年	プラザ合意、急激な円高。「男女雇用機会均等法」「労働者派遣法」制定
1986年	主要企業52社公表による就職協定遵守調査会が発足。「男女雇用機会均等法」が施行
1989年	消費税率10%に。就職活動実施(3%)、就職を改定。8月1日会社訪問開始、10月1日内定開始の2段階方式に
1991年	就職活動協定会。8月1日会社訪問開始とすと前倒しに合意。採用活動開始は10月1日。パル済済が事実上崩壊
1995年	阪神淡路大震災
1996年	金融リバウンド。「就職氷河期」が流行語に。産業界、97年から就職協定を廃止する方針を決める
1997年	アジア通貨危機。消費税率5%に。「新規学卒者採用・選考に関する企業の倫理意識」がスタート
1998年	長野オリンピック開幕。経団連が「倫理選考」を制定。マイナビの前身「マイキャリア」スタート
1999年	「マイキャリア」から毎日就職ナビ。サービス名称変更。サイトは11月1日オープン
2001年	米国同時多発テロ
2002年	倫理選考に「採用・選考」について特に配慮を要する要望。を付記。毎日就職ナビ10月24日オーブン
2005年	愛知万博開催。毎日就職ナビ、10月3日オープン
2007年	「毎日就職ナビ」から「マイキャリア2009、へサービス名称変更。マイキャリア2009、10月1日オープン
2008年	リーガルショック。大学院就職者による就職選考の対象となることを記述
2011年	東日本大震災(採用活動が1～2カ月後ろ倒し)。「採用選考に関する企業の倫理意識」により13年春から広報開始12月に
2012年	12月に就職活動サイトがオープン。広報活動が開始。
2013年	アベノミクス始動。安倍首相が採用活動の後ろ倒し要請。経団連「採用選考に関する指針」を発表
2014年	消費税率8%に。
2015年	経団連が就職活動の指針を改定。翌年より選考開始を、2ヵ月前倒し
2018年	経団連、2021年以降も採用選考に関する指針を策定しないことを発表
2019年	「令和」に改元。消費税率10%に
2020年	新型コロナウイルスが大流行

同じで、オンラインでの説明会や面接だけで、意思決定をしたことによる不安感はいつまでもぬぐいきれないというのが実状のようだ。この点を踏まえると、来年以降の採用＆就職活動においては、とりわけ「リアリティの確保」は重要なキーワードとなるだろう。リアルの価値を再確認しながらリアルとオンラインのハイブリッド化をどう進めるかが鍵となりそうだ。

■コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト

コロナ禍は、100年続いてきた日本の就職システムに、新たなパラダイムシフトを迫っている。約50年前の大学紛争が「就職の自由化」を促し、約25年前のインターネットが「就職のオープン化」を実現したとするならば、コロナ禍はいったい私たちにどんな変化をもたらそうとしているのだろうか。採用活動のオンライン化によって地方学生や海外留学生にも等しくチャンスが与えられるならば、「就職活動のボーダレス化」につながるだろうし、Webの特性を活かして学生と企業との接触頻度を増やし、さまざまな社員の協力を得て企業や仕事の多面的な魅力を伝えることができれば、「ミスマッチの解消」に寄与するかも知れない。

あるいは、採用する側の視点に立てば、デジタル化の推進、ITの活用で採用業務の生産性が向上し、距離と時間を超えて多彩な人材にアプローチすることで、均質化された人材採用からの脱却が実現する可能性もある。

社会は、アフターコロナ、ポストコロナに向けて新しい常態=ニューノーマルへの変革が迫られている。そして、日本の就職システムもまた、新たな仕組みの構築に向けて果敢にチャレンジすることが求められている。感染症対策に加えて、通年採用やジョブ型採用の議論も進んでいる。すべてを一気に解決できるような絶対解は見つからないが、コロナ禍を奇貨として最適解と納得解を模索する努力を継続するしかない。5年後、10年後に、「2020年は日本の就職システムが変革するターニングポイントだった」……そう明るく振り返ることができる日が来ることを期待したい。

雇用市場環境概観

コロナ・ショックに世界が揺れるなか 2021年卒新卒採用はスタート

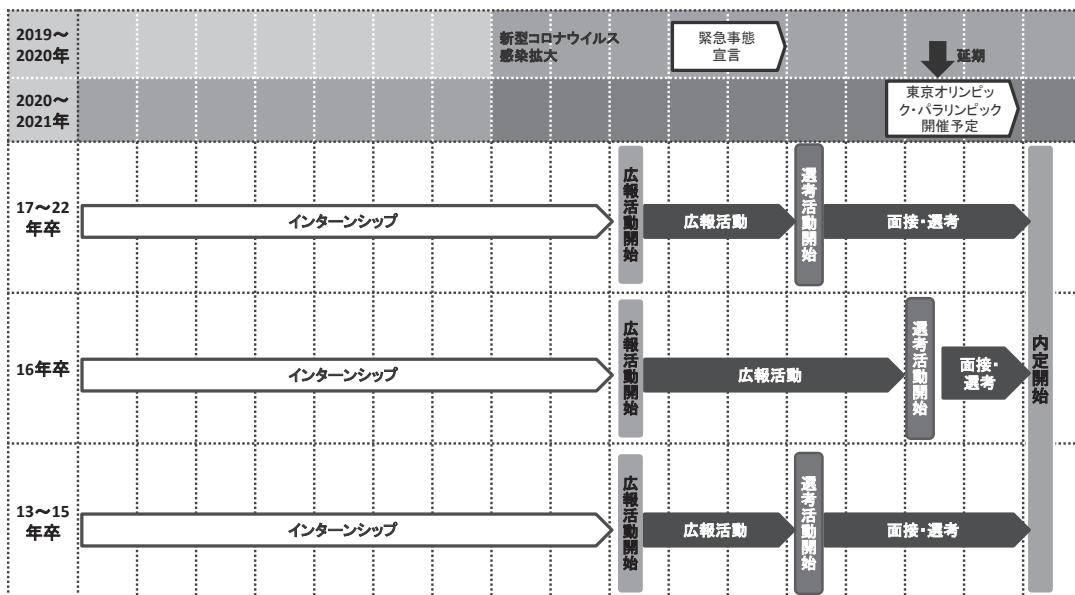
2020年は世界的な新型コロナウイルス感染症の流行、東京オリンピック・パラリンピック開催延期といった予想外の出来事が起こる一方で、正社員と非正規雇用労働者との間の不合理な待遇差の是正を目指した「同一労働同一賃金」、パワハラ防止関連法施行、就職氷河期世代支援といった雇用に関わる政策が多く実施された年でもあった。国内だけでなく世界が揺れているコロナ・ショックのなか、2021年卒新卒採用はスタートしたが、日本における雇用市場環境はどのような状況なのだろうか。

新卒採用スケジュールと影響の大きい出来事

雇用市場環境

2021年卒より政府主導へ 現在の就職スケジュールは2022年卒までは変化せず

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
学事 日程	3年次 授業	前期 試験	夏季休暇		3年次授業		後期 試験	春季 休暇		4年次授業		前期 試験		夏季休暇			



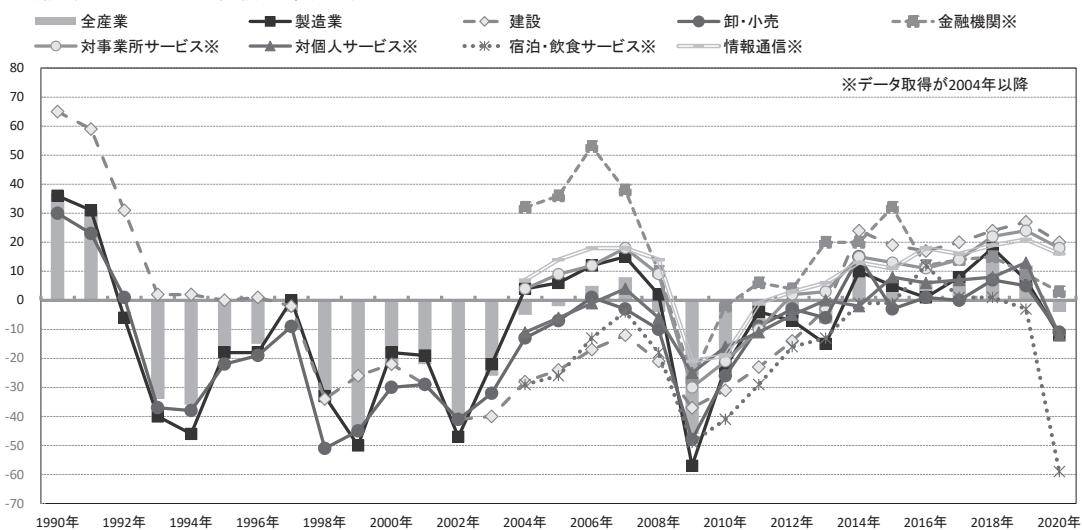
業種別の景気状況

雇用市場環境

新型コロナウイルスの影響を受け全体的に個人向けサービス・製造業が下降傾向

日銀短観の業況判断D.I.（「良い」-「悪い」）をみると、新型コロナウイルスの影響で「宿泊・飲食サービス」「製造業」「対個人サービス」が落ち込んでおり、全体的に下降傾向にある。リーマン・ショック時と比較すると、大きく異なるのは全業種がマイナスに転じているわけではなく、業種によって状況が違う点だろう。

日銀短観 - 業況判断D.I. - 実績 - 業種別（3月時点）



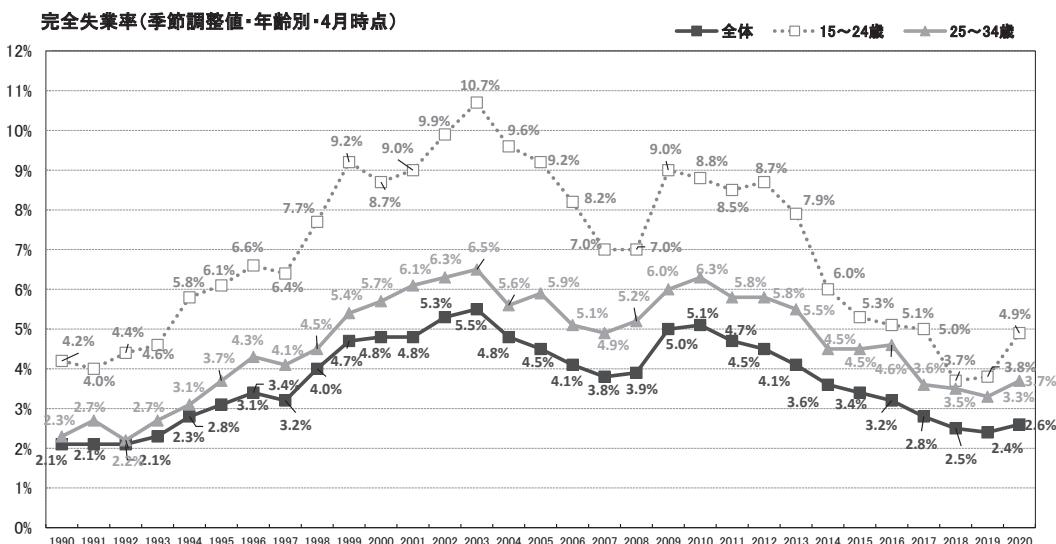
「業況判断D.I.- 実績 - 業種別」出所: 日本銀行・短観(全国企業短期経済観測調査)

失業率の推移

雇用市場環境

失業率はやや上昇傾向にあるが氷河期世代やリーマン・ショック時の水準とは大きく乖離

新型コロナウイルスの影響による景気悪化が懸念されるなか、比較対象として「氷河期世代」「リーマン・ショック」が挙げられるが、そのときと比較するとまだ大きな乖離があり、失業率が極めて低い状況下で今回の環境変化が起きたことがわかる。しかし、新卒の求職者が多く含まれる「15~24歳」はこれまでの傾向からみると景況感に大きく左右される世代でもあることも読み取れるため今後の動向を注視する必要はあるだろう。



「完全失業率」出所: 総務省統計局・労働力調査

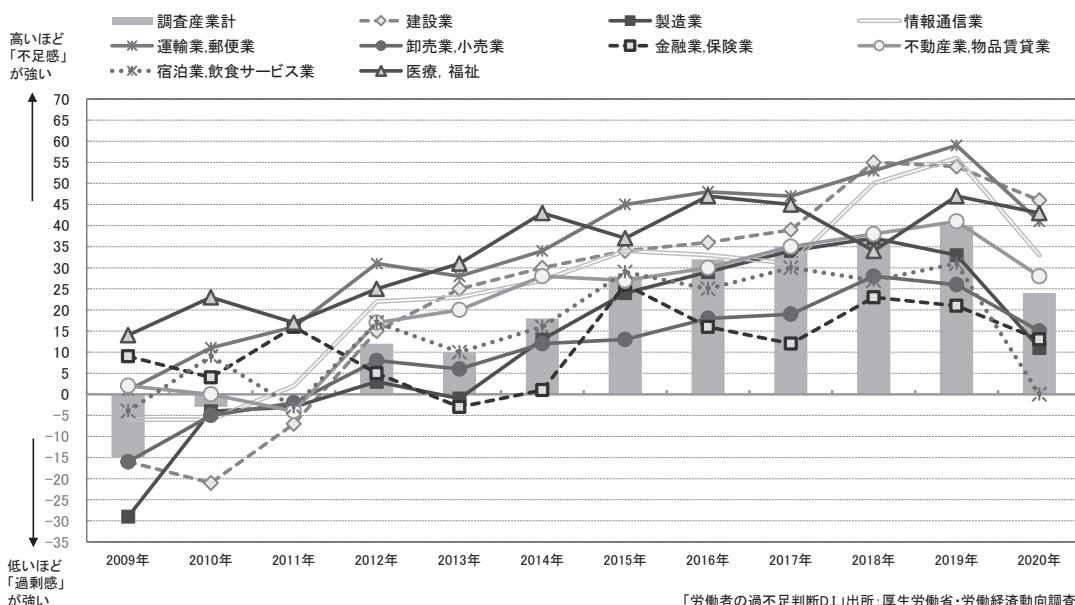
労働者の過不足判断からみる正社員の不足感

雇用市場環境

労働者の「不足感」は減少傾向にあるが業種により差がみられる

正社員等に限定して過不足判断をみると、「建設業」「医療、福祉」では依然、不足感が強い状況が続いているが「宿泊業、飲食サービス業」では不足感が大きく低下するなど業界による差が大きくなっている。

労働者の過不足判断D.I.(不足 - 過剰) - 正社員等 (5月時点)

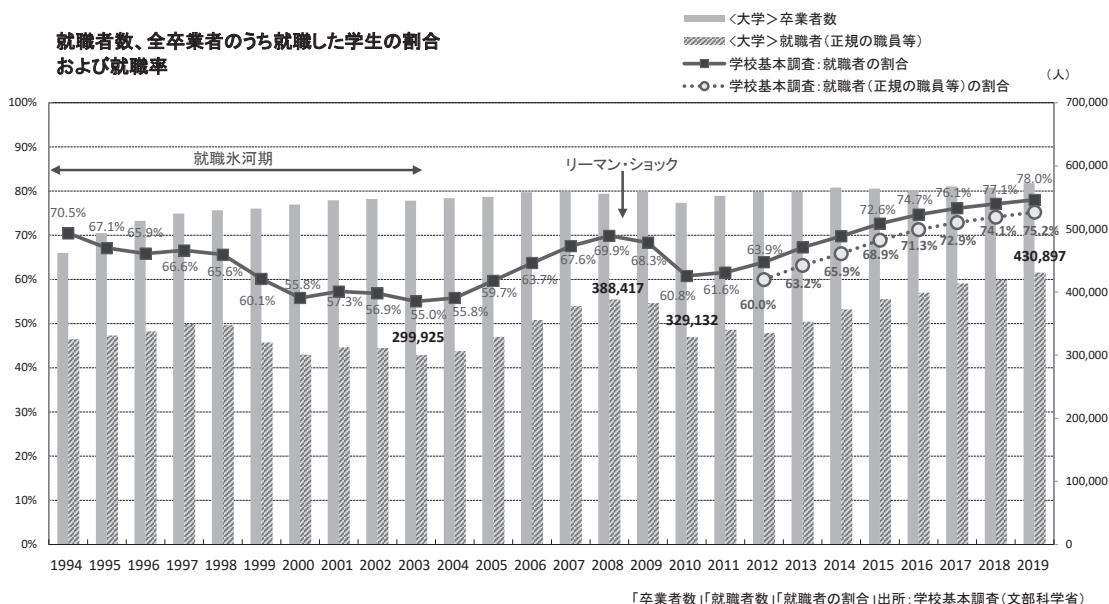


学校基本調査からみる大学卒業者の就職状況

雇用市場環境

大学を卒業し正社員として就職する人は2013年から増え続けてきた

学校基本調査より2013年以降、大学卒業者数は横ばいながら就職者数は上昇し続けてきたことがわかる。新型コロナウイルスの影響で就職氷河期世代やリーマン・ショック時のような状況になるのではと懸念する声もあるが、ここ数年、新卒採用ニーズは拡がりを見せている。今後の動向は注視すべきではあるが、当時とは受け皿となる企業の採用意欲が異なる点を鑑みると、急激に減退するとは考えづらいと思われる。



新型コロナウィルス感染拡大の影響

雇用市場環境

2021年卒採用は、新型コロナウィルス感染拡大防止に向けた政府・自治体指針に大きく左右される形に

＜新型コロナウィルス感染拡大ならびに政府の対応 経緯＞

1月31日

世界保健機関(WHO)は「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態 (PHEIC)」を宣言

2月11日

WHOが新型コロナウィルスの感染による疾患を「COVID-19」と命名

2月27日

政府よりスポーツやイベントの中止・延期要請

3/2～全国小中学校の一斉休校要請

2月26日

マイナビ 3月イベント中止発表

3月11日

WHO事務局長がパンデミック相当との認識を表明

3月1日

2021年卒採用 広報活動開始

3月13日

(内閣府)

「新型コロナウィルス感染症への対応を踏まえた 2020年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動及び 2019 年度卒業・修了予定等の内定者への 特段の配慮に関する要請について」発表

4月 7日

安倍総理大臣が東京、神奈川、千葉、埼玉、大阪、兵庫、福岡の7都府県に緊急事態を宣言

4月16日

対象エリアは全国へ拡大、7都府県に北海道、茨城、石川、岐阜、京都の6道府県を加え、13都道府県を特別警戒道府県と位置づけ

5月14日

緊急事態宣言 39県で解除 北海道、東京、神奈川、千葉、埼玉、大阪、兵庫、京都8都道府県は継続

5月21日

緊急事態宣言 関西は解除 首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)と北海道は継続

5月25日

緊急事態の解除宣言 約1か月半ぶりに全国で解除

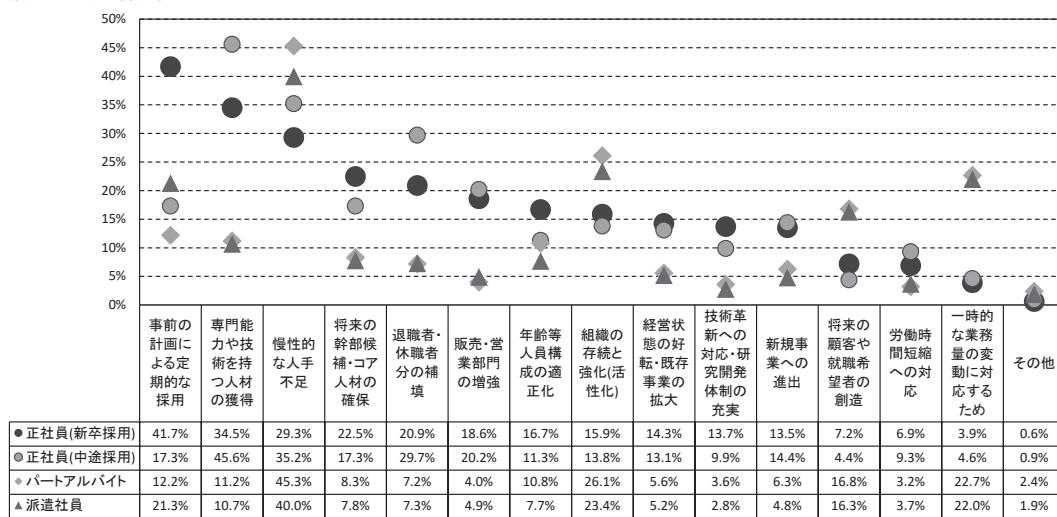
新卒採用を実施する理由

雇用市場環境

新卒は「事前の計画による定期的な採用」「将来の幹部候補・コア人材の確保」のため

新卒採用を行う理由としては「事前の計画による定期的な採用」が最も高い。他に新卒採用が他分野よりも高い項目をあげると「将来の幹部候補・コア人材の確保」「年齢等人員構成の適正化」となっており、人員補充というよりは、将来を見越した組織作りを前提として実施されている様子がうかがえる。一方、同じ正社員領域でも中途採用は「専門能力や技術を持つ人材の確保」が最も高く即戦力となる人材が求められていることがわかる。また、パートアルバイト、派遣社員は「慢性的な人手不足」が高く、人員補充のために重視されているようだ。

雇用形態別 採用実施の理由



「採用実施の理由」出所:マイナビ企業人材ニーズ調査(2019年12月実施)

広報活動開始前の活動状況

インターンシップは学生と企業の接点として存在感を増した

広報活動開始前(2月末まで)の期間に学生と企業が何らかの接点を持つ機会は、この数年増加しており、なかでもインターンシップの存在感は大きい。企業のインターンシップ実施率は6割近くになり、学生の参加率は8割を超えてる。特に、2021年卒学生の就職活動においては新型コロナウイルスの影響で3月以降の合同企業説明会が中止されるなど、学生と企業の接点の場は大きく制限された。その結果、企業・学生双方にとって、広報活動開始前の期間にインターンシップ参加、OB・OG訪問、業界研究イベント参加といった様々な機会に接触できていたかどうかが、その後の成否に大きな影響を及ぼす結果となった。

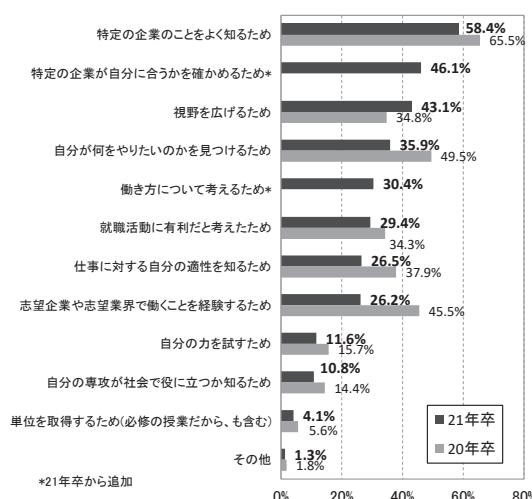
就活準備期間に行動する目的

学生

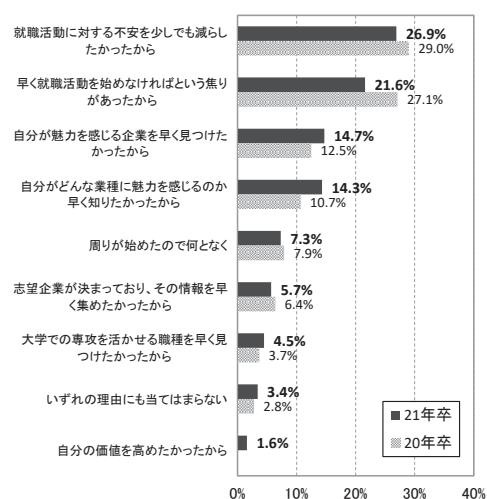
インターンシップへの参加目的は焦点化(狙いを絞る)と展望化(視野の拡大)

学生にインターンシップに参加した目的について聞いたところ、「特定の企業のことをよく知るため」「特定の企業が自分に合うか確かめるため」といった特定の企業とのフィット感を確認して狙いを絞り込む目的(焦点化)と、「視野を広げるため」「自分が何をやりたいかを見つけるため」といった対象を広げる目的の2軸があることがわかる。また、インターンシップ以外の就職活動準備を行おうと思った理由としては「就職活動に対する不安を少しでも減らしたかったから」が最も高い。

インターンシップに参加した目的(複数回答)



インターンシップ以外の就職活動準備を行おうと思った理由



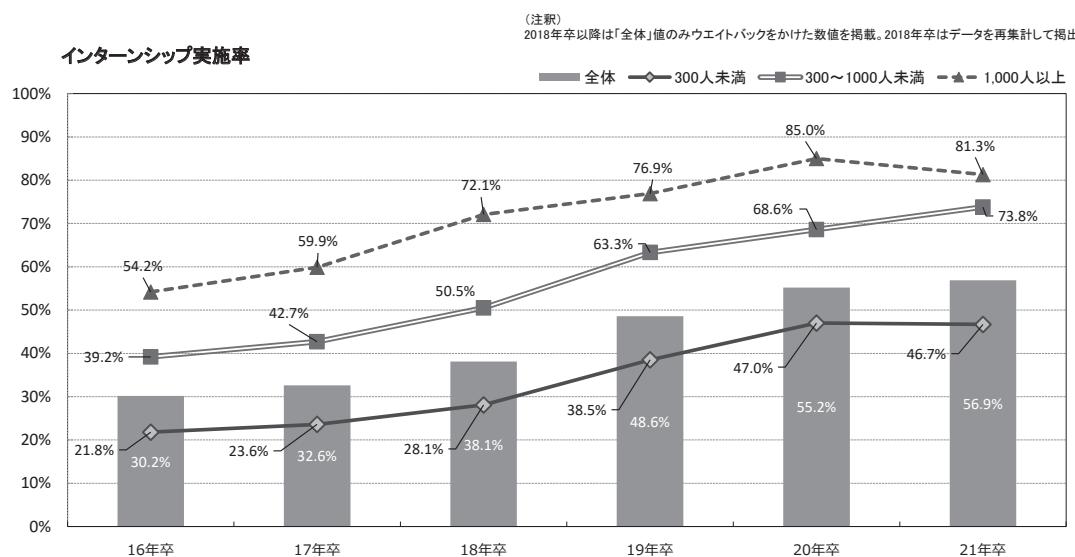
「インターンシップに参加した目的」「インターンシップ以外の就職活動準備を行おうと思った理由」出所:2021年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査 (1~2月実施)

企業のインターンシップの実施率の推移

企業

全体のインターンシップ実施率は上昇、特に中堅規模の企業で増加傾向

インターンシップの実施率は年々上昇しており、特に従業員規模300～1000人未満の中堅規模の企業で増加傾向となっている。1000人以上の大手企業は元々、インターンシップ実施率が高い傾向にあったが、21年卒においても8割を超える企業が実施したと回答している。



「インターンシップ実施率」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

企業のインターンシップ実施時期

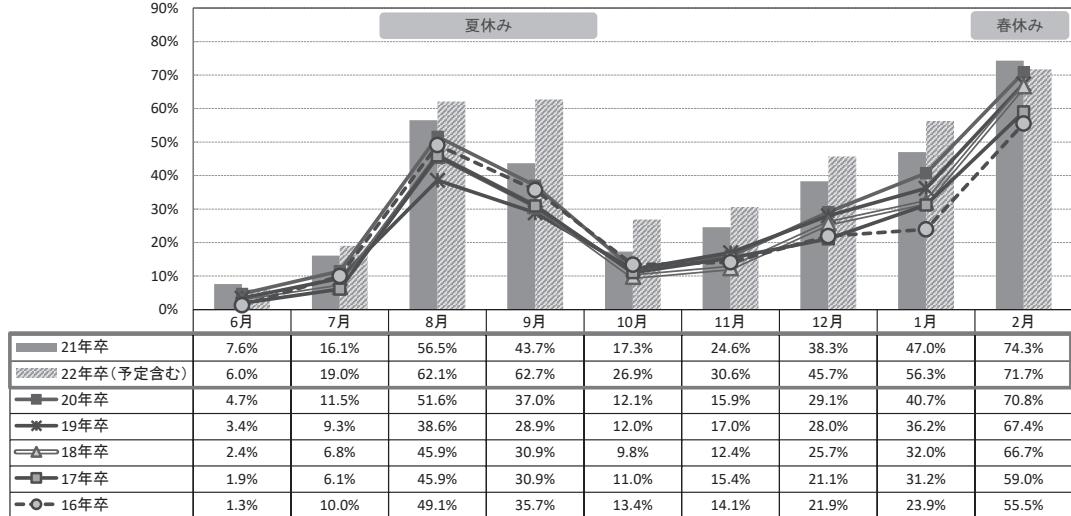
企業

21年卒のピークはこれまでと同様に8月と2月、22年卒は9月実施が増加の予定

インターンシップの実施時期は大学が長期休暇に入り、学生が参加しやすい8月、2月が多い傾向があるが、22年卒の予定を見ると、9月実施が大きく増加し、以降は2月を除く全ての月で21年卒を上回っている。21年卒の採用選考の遅れや、いまだ収束時期が読めない新型コロナウイルスへの対策のため、なるべく実施時期を後倒しにしていると思われる。

インターンシップ実施時期

※「当該期間に実施せず」を除いて掲出



「インターンシップ実施時期」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

広報活動開始前の活動状況

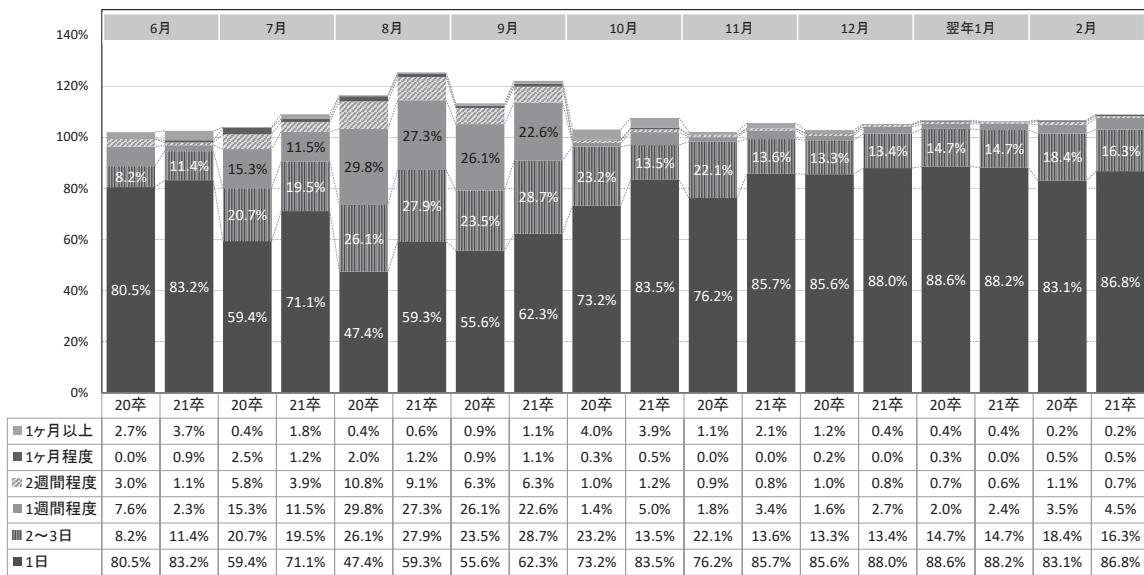
企業のインターンシップ実施時期別の期間

企業

夏季(7~9月)開催ほど期間が実施日数は長い傾向

インターンシップの実施日数は「1日」がいずれの時期も最も高く、実施割合が増加するにつれて「1日」開催の割合が増える傾向にある。また、夏季(7~9月)に開催するものはどちらかというと日数が長い。

インターンシップ実施時期別の実施期間（複数回答）



「インターンシップ実施時期別実施期間」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

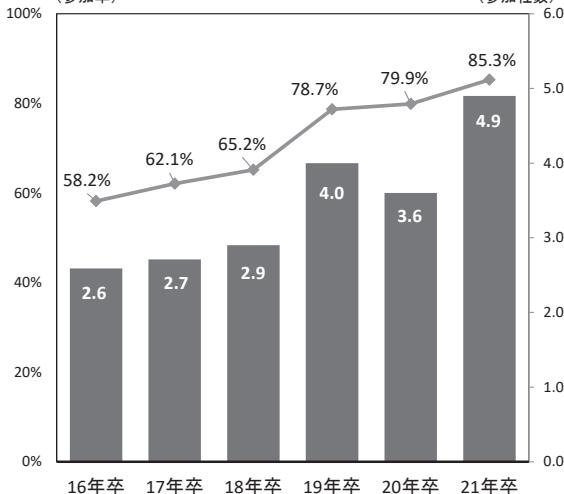
学生のインターンシップ参加率と平均参加社数の推移

学生

インターンシップ参加率は過去最高の85.3%、平均参加社数も4.9社に

インターンシップに参加した学生の割合は増加傾向が続いている。21年卒では85.3%となった。また、1人あたりの平均参加社数についても4.9社と過去最高となっている。属性別でみるとやや文系男子の参加率が低い傾向にあるが、全体的な推移は同じ傾向がみられ、参加率、平均参加社数ともに増加していることがわかる。

インターンシップ参加率と参加社数の推移



属性別 インターンシップ参加率

	16年卒	17年卒	18年卒	19年卒	20年卒	21年卒
文系男子	57.4%	60.5%	63.7%	78.6%	75.4%	81.9%
文系女子	61.6%	66.5%	66.7%	80.5%	81.4%	86.2%
理系男子	54.1%	57.8%	64.8%	75.6%	81.3%	87.0%
理系女子	60.7%	63.2%	65.8%	80.9%	84.8%	87.7%

インターンシップ平均参加社数

	16年卒	17年卒	18年卒	19年卒	20年卒	21年卒
文系男子	2.9	2.9	3.3	4.6	4.0	4.8
文系女子	2.5	2.8	3.0	4.0	3.7	5.2
理系男子	2.5	2.4	2.6	3.4	3.3	4.6
理系女子	2.4	2.7	2.6	3.7	3.5	4.8

「インターンシップ参加率」「インターンシップ平均参加社数」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2016年卒分より毎年1~2月実施)

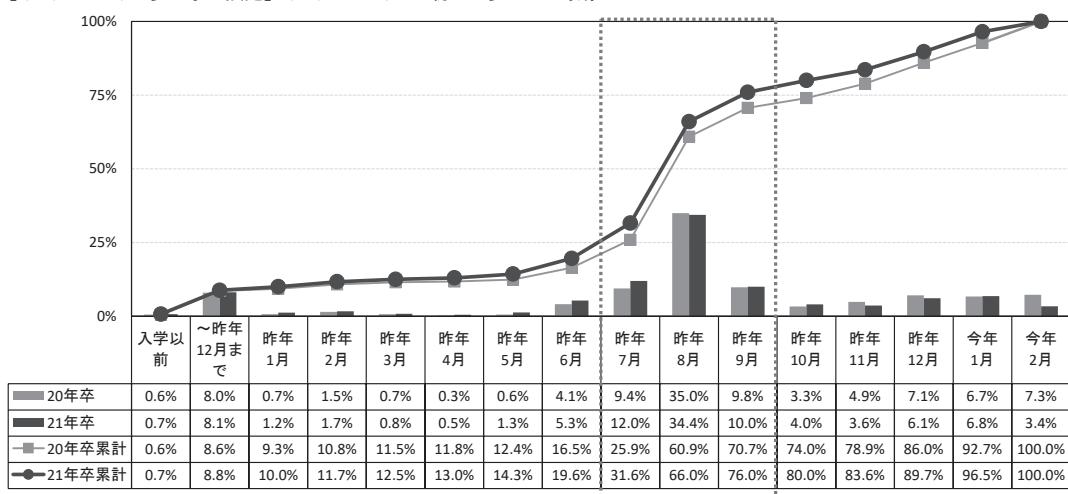
学生のインターンシップに初めて参加した時期

学生

インターンシップに初めて参加する割合が最も高いのは8月、微増ながら夏の割合が増加

インターンシップの経験がある学生に初めて参加した時期を聞いたところ、最も多いのは8月で34.4%だった。夏季休業期間を含む7~9月を合算すると56.4%(対前年2.2pt増)となっており、比較的時間の取りやすい夏に初めてインターンシップに参加する学生が多いことがわかる。

【インターンシップ参加学生限定】インターンシップに初めて参加した時期



「インターンシップ参加者限定 インターンシップに初めて参加した時期」 出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

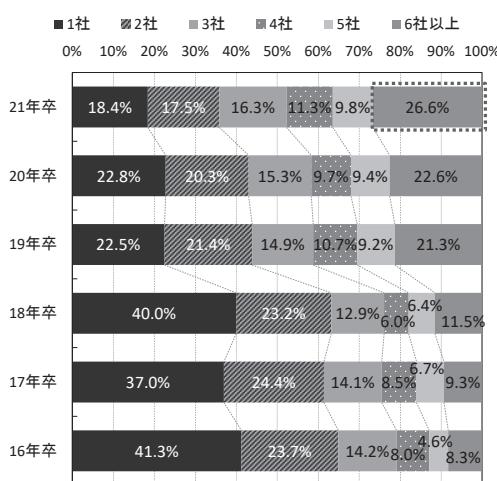
学生のインターンシップ参加社数の分布

学生

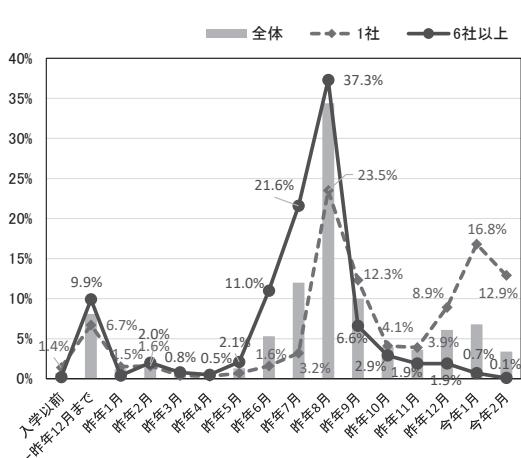
インターンシップ経験者の8割以上が複数社に参加、「6社以上」が増加傾向

1人当たりのインターンシップ参加社数を経年で比較すると、複数企業のインターンシップに参加する人の割合が増加していることがわかる。特に、「6社以上」と回答した割合は21年卒では26.6%と最も高い。また、参加社数別で「初めて参加した時期」を比較すると、「6社以上」参加した人のうち、8割以上は前年の8月までに参加しており、「1社」参加した学生も同様に8月の割合は高いが、特に冬(前年の12月~今年2月)の間に参加し始めた割合が高いことがわかる。

インターンシップ参加社数分布



インターンシップ参加社数別「初めて参加した時期」



「インターンシップ参加社数分布」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2016年卒分より 1~2月実施)
「インターンシップ参加社数別 初めて参加した時期」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

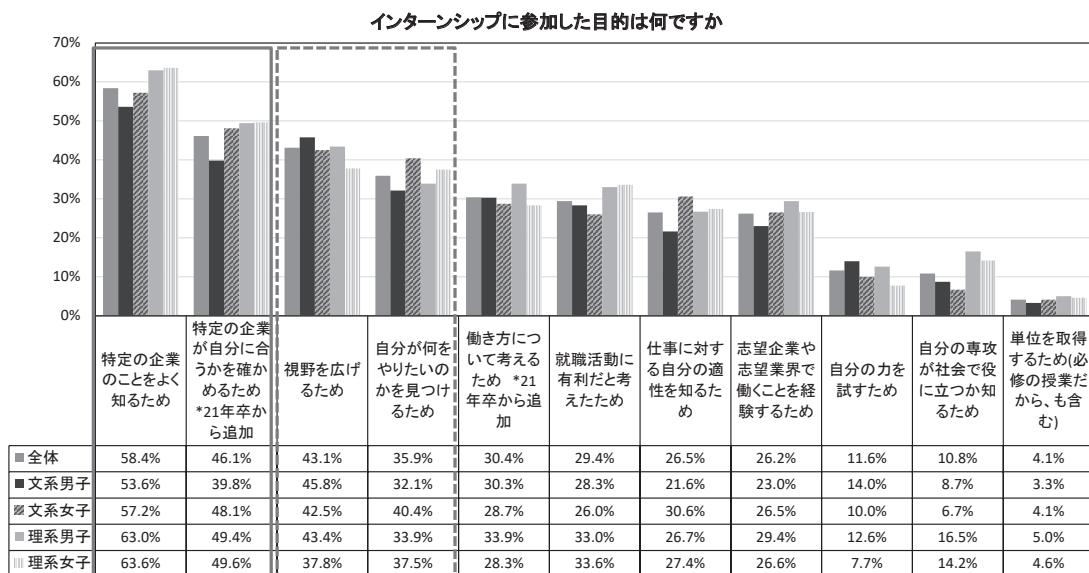
広報活動開始前の活動状況

学生のインターンシップに参加する目的

学生

「特定の企業のことをよく知るため」が全体的に最も高いがそれ以外の志向は文理で差あり

学生にインターンシップに参加する目的について聞いたところ、「特定の企業のことをよく知るため」がトップとなつたが、どちらかというと「視野を広げるため」「自分が何をやりたいのか見つけるため」といった対象を広げる項目は文系が高く、特定の企業に対する絞り込みを示す項目では理系が高い傾向にあった。



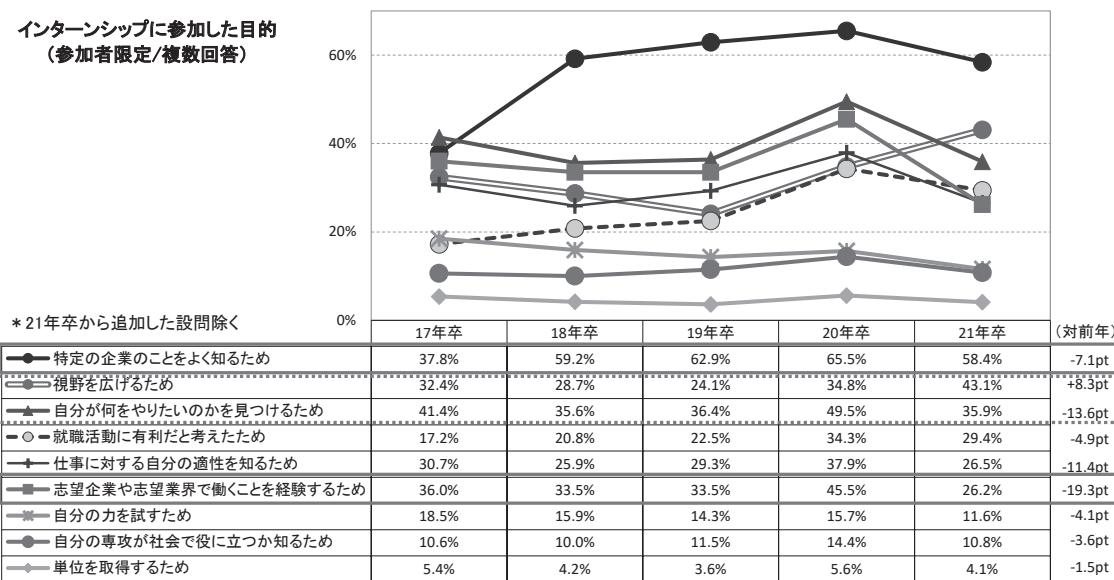
「インターンシップに参加する目的」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査 (1~2月実施)

学生のインターンシップに参加した目的の経年変化

学生

インターンシップ参加目的は特定企業への絞り込みと対象を広げる方向への2軸がある

インターンシップに参加した目的の上位3項目は「特定の企業のことを知るため」と「視野を広げるため」「自分が何をやりたいのか見つけるため」となつており、企業を絞り込む傾向と、志望企業を広げる傾向の両方がみられるが、前年と今年を比べると、特定の企業に絞り込む傾向がやや下降気味となっている。



「インターンシップに参加する目的(17年卒)」出所:2015年度マイナビ大学生インターンシップ調査(2015年9月~10月実施)
「インターンシップに参加する目的(18年卒~21年卒)」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査 (2018年卒分より 毎年1~2月実施)

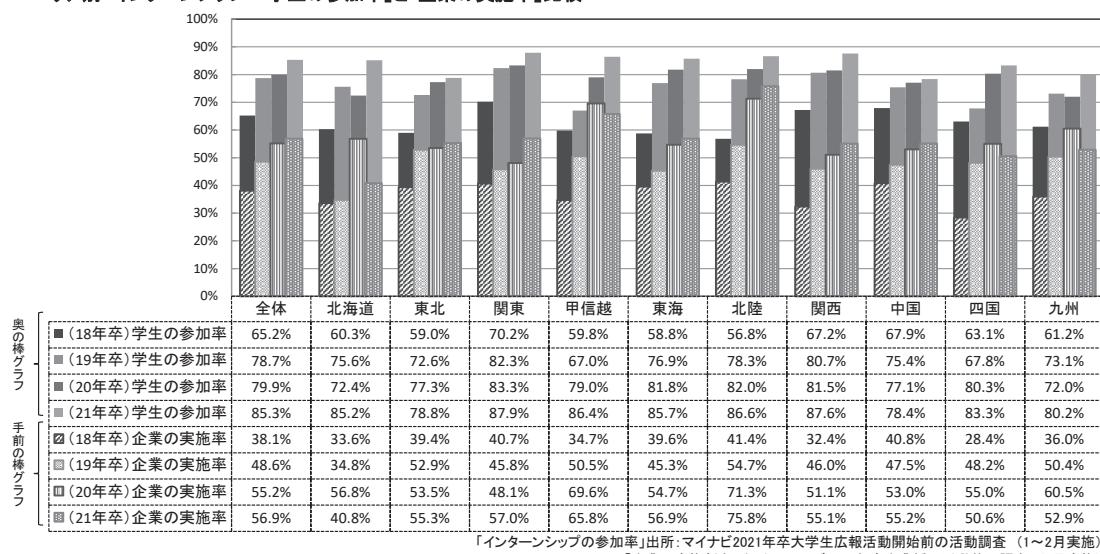
地域別 学生のインターンシップ参加率と企業の実施率

学生 企業

学生の参加率は地域に拘らず増加傾向、企業も概ね増加傾向だがやや地域差あり

企業の実施率は全体で56.9%と年々増加しつつも地域差がみられるが、学生のインターンシップ参加率は全体で85.3%で、地域に依らず高い水準となっている。学生は大手企業を中心に地域に依らず関心のある企業のインターンシップに参加するためだと考えられる。各地域の企業がインターンシップを実施すれば学生は遠方への移動なしに参加機会を得られるため、企業側の実施率は地域差がなくなることが望ましいだろう。

エリア別 インターンシップ「学生の参加率」と「企業の実施率」比較



OB・OG訪問した先輩はどこで知ったか

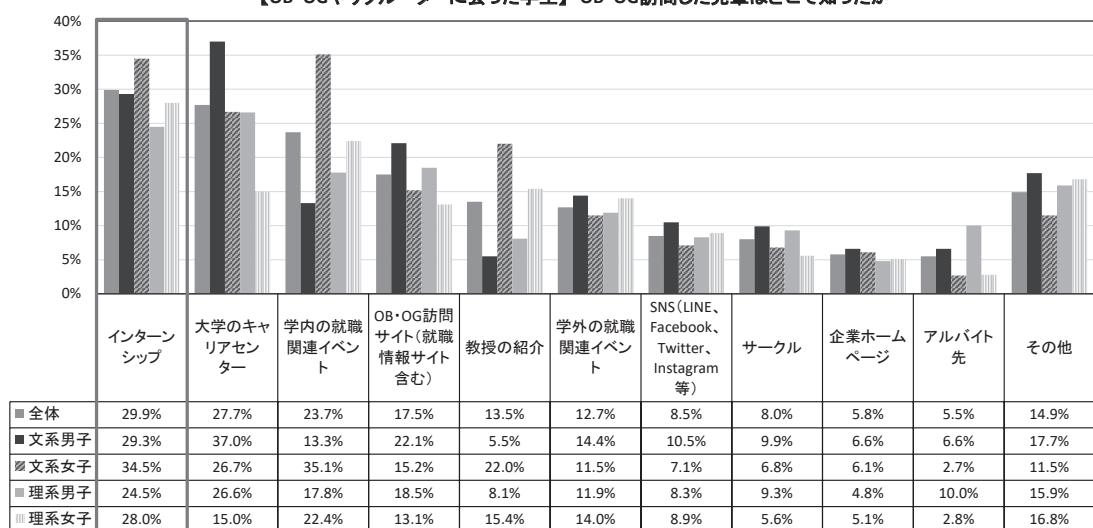
学生

インターンシップは話を聞ける先輩(OB・OG)と知り合える機会としても重要

OB・OGやリクルーターに会った学生にどこでその先輩を知ったか聞いたところ、「インターンシップ」が最も高く全体で29.9%となっており、インターンシップは社会人との人脈つくりという面でも重要な機会になっていることがわかる。

次いで、「大学のキャリアセンター(27.7%)」「学内の就職関連イベント(23.7%)」と大学内で得られる機会が続く。特に、文系男子は「大学のキャリアセンター(37.0%)」、文系女子は「学内の就職関連イベント(35.1%)」が高くなっている。文系学生は大学で得られる機会を活用していることがわかる。

【OB・OGやリクルーターに会った学生】OB・OG訪問した先輩はどこで知ったか



「【OB・OGやリクルーターに会った学生】OB・OG訪問した先輩はどこで知ったか」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1～2月実施)

広報活動開始前の活動状況

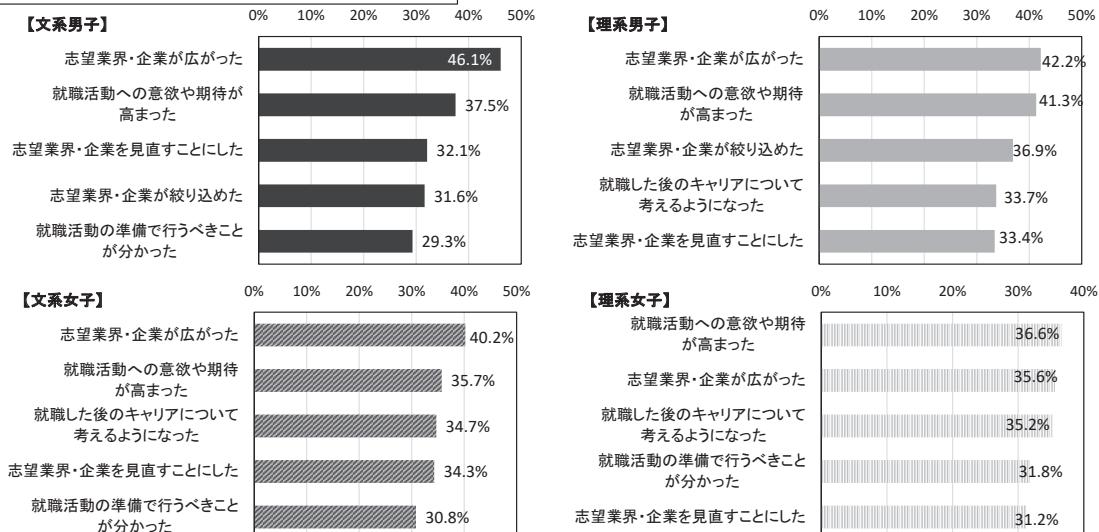
社会人と話して自分に起きた変化

学生

社会人と話して得られた変化は「視野の広がり」と「意欲の高まり」

社会人と話して自分に起きた変化を聞いたところ、共通して上位だったのは「志望業界・企業が広がった」と「就職活動への意欲や期待が高まった」で、理系学生では男女とも「就職した後のキャリアについて考えるようになった」が続く。学生にとって社会人と話すことは、これまで過ごしてきた世界とは別の新しい視点や価値観を得られる貴重な機会になっているようだ。

社会人と話して自分に起きた変化(上位5項目抜粋)



「社会人と話して自分に起きた変化(上位5項目)」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

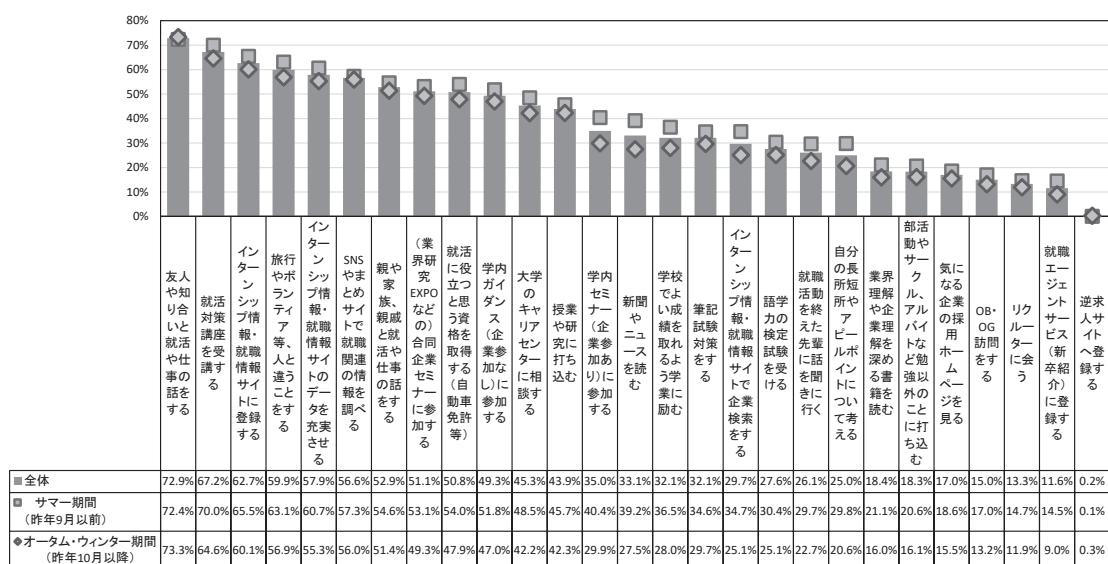
学生が実施した就職活動準備の内容

学生

準備開始時期が早いほどバリエーション豊かに就活準備を実施している

インターンシップ以外に行った就職活動の準備では「友人や知り合いと就活や仕事の話をする」が最も多く72.9%となった。準備開始時期に分けて確認するとサマー期間(昨年9月以前)に準備を開始した学生のほうが全ての項目で実施割合が上回っており、開始時期が早いほど多面的に準備が進められている様子がわかる。

準備開始時期別 インターンシップ以外に実施した就活準備(複数回答)



「インターネット以外に行った就職活動準備」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

広報活動開始直前の心境

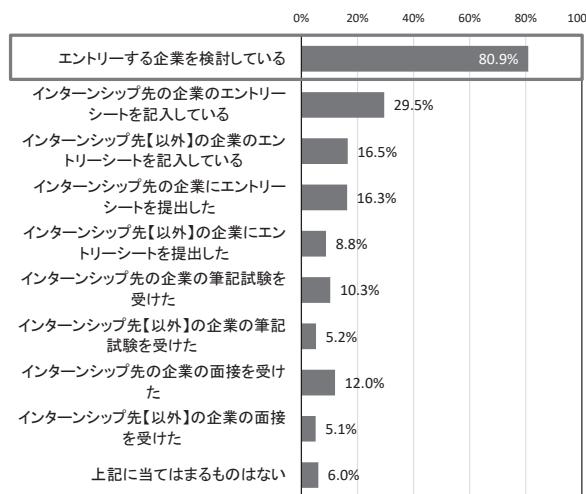
学生

広報活動開始前の段階で「エントリーする企業を検討している」が8割

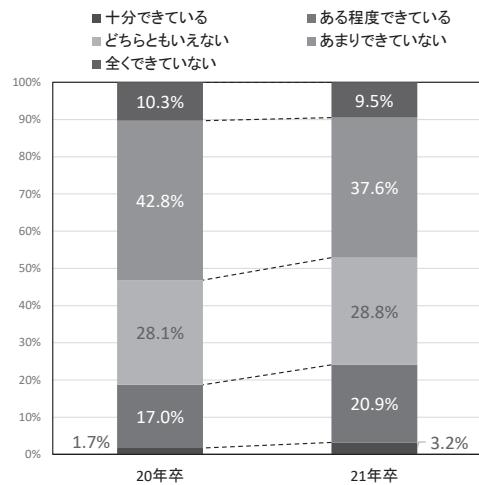
広報活動開始前(1~2月)に「エントリーする企業を探している」という回答が80.9%と最も高かった。また、就職活動に対する準備状況について「できている(十分+ある程度)」と回答したのは24.1%である一方、「できていない(あまり+全く)」との回答は47.1%となっていた。インターンシップ参加などプレ期間中に活動する学生は増えているものの、就職活動に対して、準備万端だと感じている学生は多くないことがわかる。

【広報活動開始直前(1~2月)】

現在の状況について当てはまるものをすべて(複数回答)



【広報活動開始直前(1~2月)】現時点で就職活動に対する準備はどの程度できていると思うか



「現在の状況について」「現時点で就職活動に対する準備はどの程度できていると思うか」出所:マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

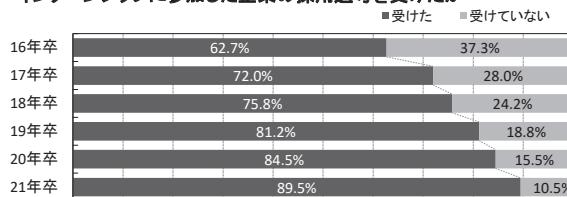
インターンシップ参加企業の採用選考を受けたか

学生

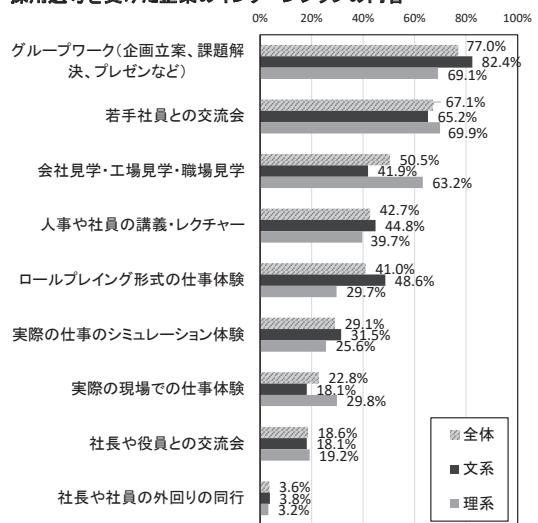
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けた割合は増え続け、21年卒で89.5%

内々定を保有している学生への調査において、インターンシップに参加した企業の採用選考に学生が参加した割合は89.5%となった。文理別に参加時期を見るとそれほど違いは見られず、全体傾向と同様に8月もしくは2月の割合が高い。内容については「グループワーク」「若手社員との交流会」が高いが、文理で比較すると理系では「会社見学・工場見学・職場見学」「実際の現場での仕事体験」といった実体験を伴うインターンシップに参加している割合が高いようだ。

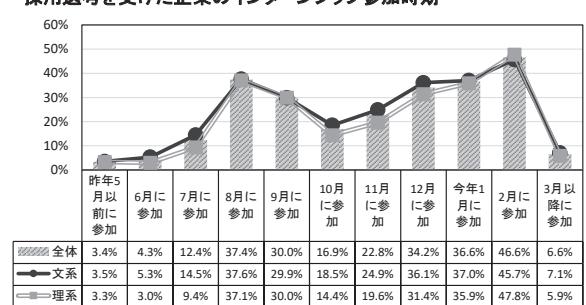
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けたか



採用選考を受けた企業のインターンシップの内容



採用選考を受けた企業のインターンシップ参加時期



「インターンシップに参加した企業の採用選考を受けたか」「採用選考を受けた企業のインターンシップ参加時期」「採用選考を受けた企業のインターンシップの内容」

出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

広報活動開始前の活動状況

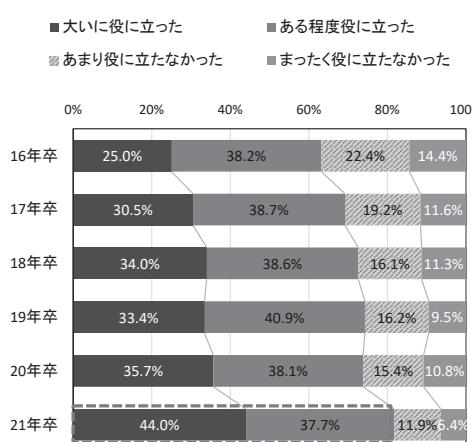
インターンシップは内々定獲得に役立ったか

学生

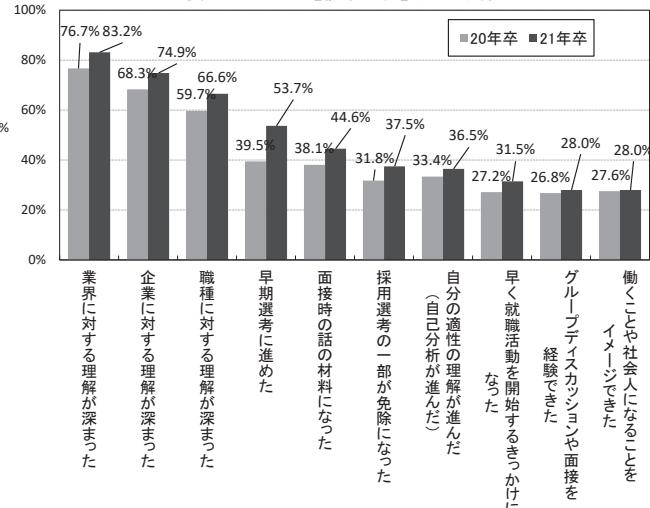
インターンシップが内々定獲得に役立ったと感じている学生は8割超え(対前年7.9pt増)

内々定を保有している学生への調査において、インターンシップが内々定獲得に役立った(大いに+ある程度)と回答した学生は81.7%だった。その理由としては「業界」「企業」「職種」への理解が深まつたことを挙げており、前年と同じ傾向であるが全体的に割合が増加している。2021年卒の就職活動では新型コロナウイルスの影響で合同企業説明会や個別企業セミナーの中止や延期など企業理解の機会が制限されたため、相対的にインターンシップの価値が上がったと推察される。

インターンシップは内々定獲得に役立ったか



インターンシップが役に立った理由【複数回答】(上位抜粋)



「インターンシップは内々定獲得に役立ったか」「インターンシップが役に立った理由【複数回答】(上位抜粋)」出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

業種別 インターンシップにおける問題点

企業

多くの業種で共通しているのは「母集団不足」「マンパワー不足」

インターンシップの問題点として挙げられた項目は多くが共通していたが、人気の高い「マスコミ」では「受け入れられる人数が足りない」、金融では「業務上の機密保持、情報漏洩の観点から現場体験が困難である」の割合が高いなど、業種によって問題点に違いが見られた。

* 各カテゴリの上位5項目を着色

	全体	建設	製造(建設除く)	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
母集団(エントリー数)の不足	45.5%	48.7%	45.0%	47.4%	55.6%	37.7%	15.8%	32.9%	40.8%	48.4%
マンパワー不足(他業務との兼ね合い含む)	37.7%	35.8%	34.9%	36.4%	48.6%	42.6%	39.5%	39.0%	36.4%	22.6%
企業の知名度が無い	32.8%	42.9%	41.6%	32.1%	19.4%	18.0%	7.9%	36.3%	29.3%	25.8%
プログラム内容の充実度	28.4%	29.2%	23.3%	30.1%	40.3%	24.6%	21.1%	21.9%	26.1%	29.0%
協力社員の確保が難しい	27.0%	28.3%	24.0%	30.6%	36.1%	32.8%	26.3%	33.6%	22.0%	29.0%
業務体験の充実度	26.7%	28.8%	23.1%	31.1%	29.2%	23.0%	21.1%	21.2%	26.4%	16.1%
受け入れられる人数が少ない	26.6%	23.0%	33.7%	24.4%	25.0%	18.0%	44.7%	30.1%	24.5%	32.3%
インターンシップに参加した学生の採用選考の参加割合が低い	18.4%	22.6%	16.6%	19.1%	26.4%	6.6%	7.9%	24.0%	14.1%	16.1%
合同インターンシップ説明会での集客	14.8%	15.5%	12.9%	14.8%	23.6%	11.5%	-	7.5%	13.0%	6.5%
実施内容が一般的(特徴を出せていない)	14.3%	11.1%	15.5%	14.8%	18.1%	8.2%	5.3%	17.1%	13.6%	16.1%
参加学生の質の低下	11.4%	10.6%	11.1%	15.3%	15.3%	13.1%	7.9%	17.8%	8.4%	6.5%
同業他社・採用競合の情報がない	9.9%	7.1%	10.6%	10.5%	8.3%	6.6%	13.2%	9.6%	11.7%	3.2%
業務上の機密保持、情報漏洩防止の観点から現場体験が困難である	9.8%	7.1%	9.7%	7.7%	9.7%	23.0%	5.3%	17.1%	10.9%	22.6%
実施エリア以外の学生の参加	8.6%	6.6%	10.9%	8.6%	6.9%	6.6%	10.5%	5.5%	8.7%	16.1%
20年卒学生の採用活動との時期重複	8.5%	5.8%	6.2%	7.2%	16.7%	4.9%	5.3%	10.3%	8.7%	-
参加辞退者の増加	8.2%	5.8%	7.2%	8.6%	13.9%	6.6%	7.9%	6.2%	7.6%	6.5%
予算がない	7.3%	4.0%	7.9%	4.8%	12.5%	8.2%	7.9%	6.2%	7.1%	9.7%
協力社員や面接官の教育・研修(質の均一化)	6.8%	6.2%	6.2%	5.3%	6.9%	6.6%	13.2%	6.8%	7.9%	3.2%
経営陣の関心が低い、理解が得られない	6.0%	3.1%	5.5%	6.2%	12.5%	1.6%	2.6%	3.4%	5.2%	6.5%
参加学生の満足度が低い(アンケートの結果が悪い)	0.9%	0.4%	1.4%	1.4%	1.4%	-	-	-	0.5%	-

「インターンシップにおける問題点」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

Column 第3回 学生が選ぶインターンシップアワード 開催報告

第3回目となった今年は、全国より361法人482プログラムの応募があり、
学生が選ぶインターンシップアワード大賞1法人、文部科学大臣賞1法人、
優秀賞6法人、入賞2法人を表彰

■「学生が選ぶインターンシップアワード」とは

学生が選ぶインターンシップアワードとは、学生の職業観涵養および社会的・職業的自立に貢献したインターンシップを表彰し、学生にとって良い効果をもたらすプログラムの傾向等を社会に伝えることで、インターンシップの質的向上および実施企業数の増加を実現し、学生と企業のより精度の高いマッチングの促進を目的とした取り組みです。



第3回を迎えた本年度は前年までの「学生が選ぶインターンシップアワード大賞」、優秀賞、入賞に加えて「文部科学大臣賞」を新設し、企業だけでなく大学等の皆様からも応募を受付けた。その結果、前年を上回る361法人482プログラムの応募があり、「学生が選ぶインターンシップアワード大賞」は生和コーポレーション株式会社、「文部科学大臣賞」は東京都市大学が受賞した。一部抜粋となるがプログラム概要を紹介したい。

＜生和コーポレーション株式会社：100年先のまちづくり＞

職業体験4日、ビジネススキル研修1日、コンペ4日、フィードバック1日の計10日間プログラム。

現場体験と企画・提案型プログラムがバランスよく組み込まれ、5日間の現場体験を経験した後、ビルのコンセプト立案からイメージ図面の作成まで行うコンペ形式の課題に挑む。実際に現地調査や提案資料作成までチームで競い合う形式で、事前のオリエンテーションで各個人が目標設定を行い、最終日に1日かけてプレゼン及び個人へのフィードバックを実施する。学生個々人の成長を意識していた点が高く評価された。

＜東京都市大学：東京都市大学 海外インターンシップ＞

世界各国の企業・団体9か国26か所の国外就業体験を通じ、海外での勤務体験を行える産学連携・単位認定型インターンシップ。国内企業の海外事務所だけにとどまらず、世界各国の企業・団体9か国26か所の国外就業体験を通じ、海外での勤務体験を行える。しっかりとした事前学習に加え、国外で実践的な業務を複数の中から選択出来るのが魅力。また、大学が事前に現地訪問して環境を確認し、日報を大学に報告させて就業中のフォローも行うなど、学生に対する細やかなケアを行っていた。

参考：インターンシップアワード公式サイト（<https://internship-award.jp/>）

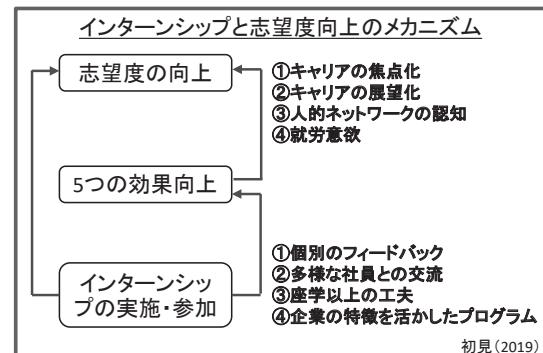
インターンシップの効果とは（インターンシップアワードの調査結果より）

インターンシップと企業への志望度、学生への教育効果との関係

インターンシップアワードでは応募いただいた企業・大学のインターンシップに参加した学生にアンケートを実施し、インターンシッププログラムの評価を行うだけでなく、アンケート結果を分析、様々な視点で『良いインターンシップ』を明らかにしようと大学との共同研究で追及してきた。第1回目の研究成果としては「インターンシップ経験を通して得られる5つの効果」を示し、第2回目ではその効果向上が企業への志望度向上と有意な相関関係にあること、さらに志望度向上が見られたインターンシップに共通していたコンテンツを明らかにした。（下表参照）

インターンシップ経験を通して得られる5つの効果	
①キャリアの焦点化	将来のキャリアについて、関心が絞り込まれ明確化した状態
②キャリアの展望化	将来のキャリアについて、多様な選択肢・可能性を見い出している状態
③人的ネットワークの認知	就職活動を進める上で、周囲の人々や施設・機会の有効性を認識している状態
④就労意欲	仕事・働くことへの意欲が増している状態
⑤自己理解	自分の長所・短所への理解が深まった状態

初見・梅崎・坂爪（2018）



初見（2019）

第3回目ではインターンシップ実施の意義に立ち返り、「企業への志望度を向上させるインターンシップ」ならびに「教育効果を向上させるインターンシップ」とはというテーマでさらに分析を進め、両者に共通する要素を明らかにした。

結果については、本誌特集コラム「産学連携の接点とは？－インターンシップにおける大学と企業の協同－」（多摩大学 初見准教授）に詳しく記載。

広報活動開始前の活動状況

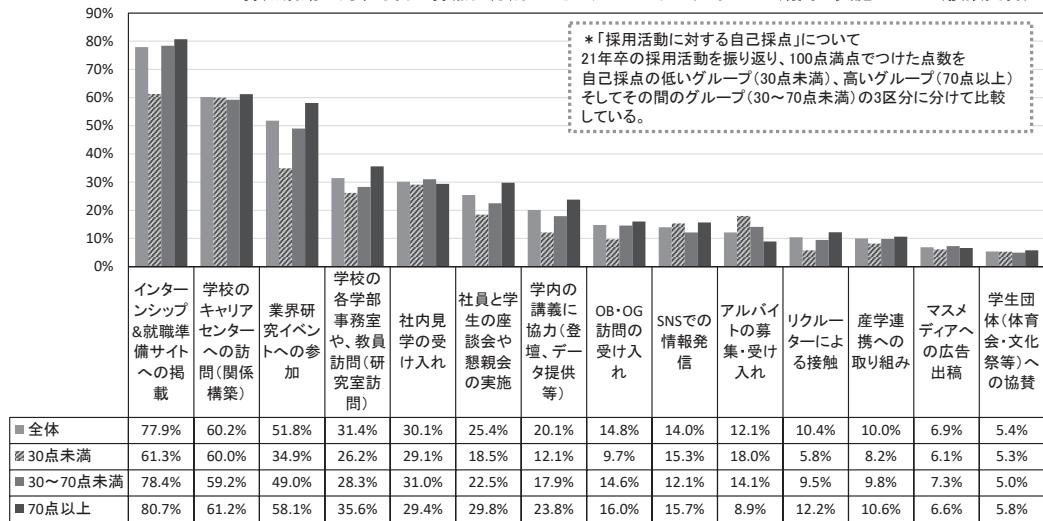
「インターンシップ以外で」企業認知UPのために行った施策

企業

多くの学生の目に触れる機会を持つた企業ほど採用活動の自己採点が高い

企業認知度を上げるために実施しているインターンシップ以外の施策について採用活動への自己採点別*に比較したところ、自己採点が高い企業ほど「インターンシップ＆就職情報サイトへの掲載」「業界研究イベントの参加」など多くの学生の目に触れる機会を持っていったことがわかる。

＜採用活動に対する自己採点区分別*＞インターンシップ以外にプレ期間に実施したこと(複数回答)



「インターンシップ以外にプレ期間に実施したこと」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

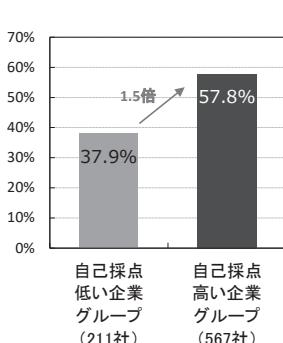
採用が“うまくいった”中小企業が採用広報前に行っていること

企業

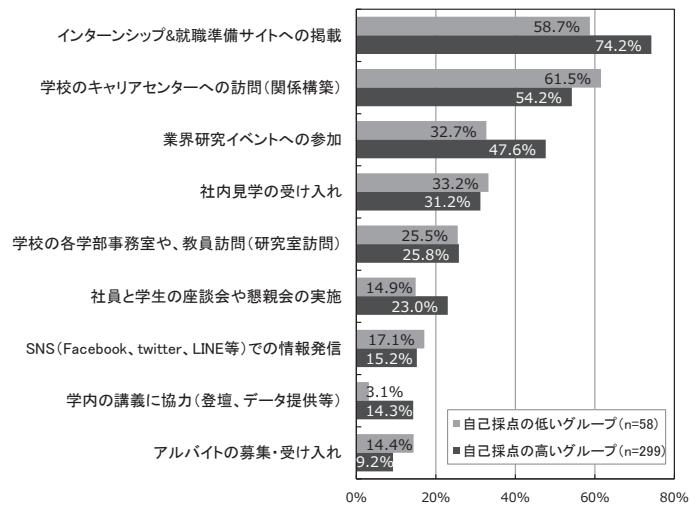
広報活動開始前の活動は学生との接触機会を重視 インターンシップ実施割合は1.5倍

21年卒採用において自己採点が高い中小企業はインターンシップ実施割合が高い。またインターンシップ以外の施策では、「インターンシップ＆就職情報準備サイトへの掲載」「業界イベントの参加」といった学生からの認知をあげる施策を実施していたことがわかる。

インターンシップを「実施した」割合
【従業員300人未満】



インターンシップ以外に2月以前に実施している施策(複数回答)
【従業員300人未満】



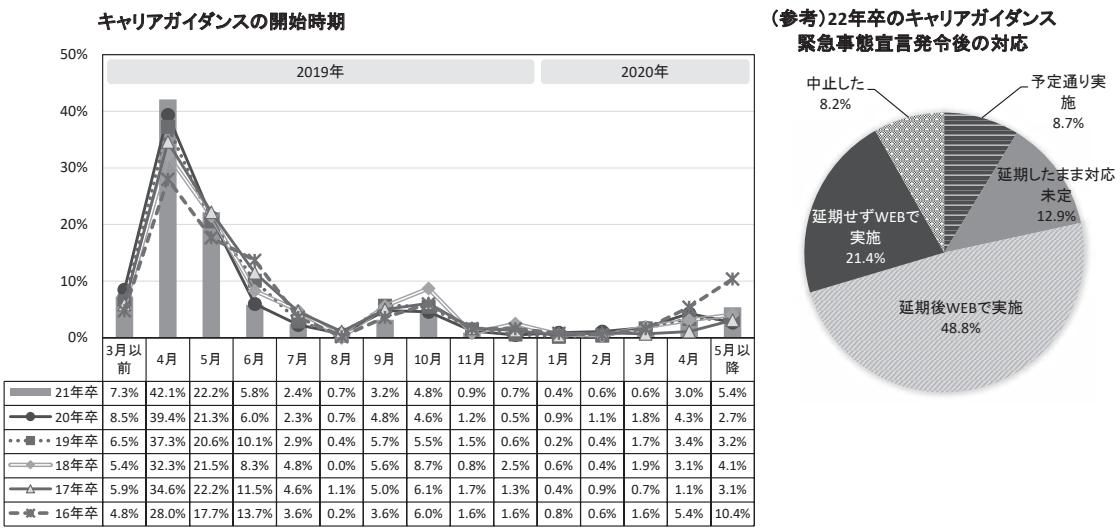
「インターンシップを実施した割合」「インターンシップ以外に2月以前に実施している施策」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

大学におけるキャリアガイダンスの状況

大学

キャリアガイダンスの開始は徐々に早まり、21年卒では42.1%が4月スタート

大学におけるキャリアガイダンスの開始時期は年々早くなっており21年卒では42.1ptが4月となっていた。インターンシップへの参加率が上昇するにつれて「インターンシップガイダンス」の実施がなされるようになったためだと推察される。22年卒のキャリアガイダンスも同様に2020年4月からスタートすることになっていたが緊急事態宣言発令の影響で延期、WEBで実施などの対応がとられていたようだ。



「キャリアガイダンスの開始時期」出所:2015年度～2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査(6～7月実施)
「(参考)22年卒のキャリアガイダンス緊急事態宣言発令後の対応」出所:2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査(6～7月実施)

学生の特徴について

コロナ・ショックは学生の価値観にも影響か

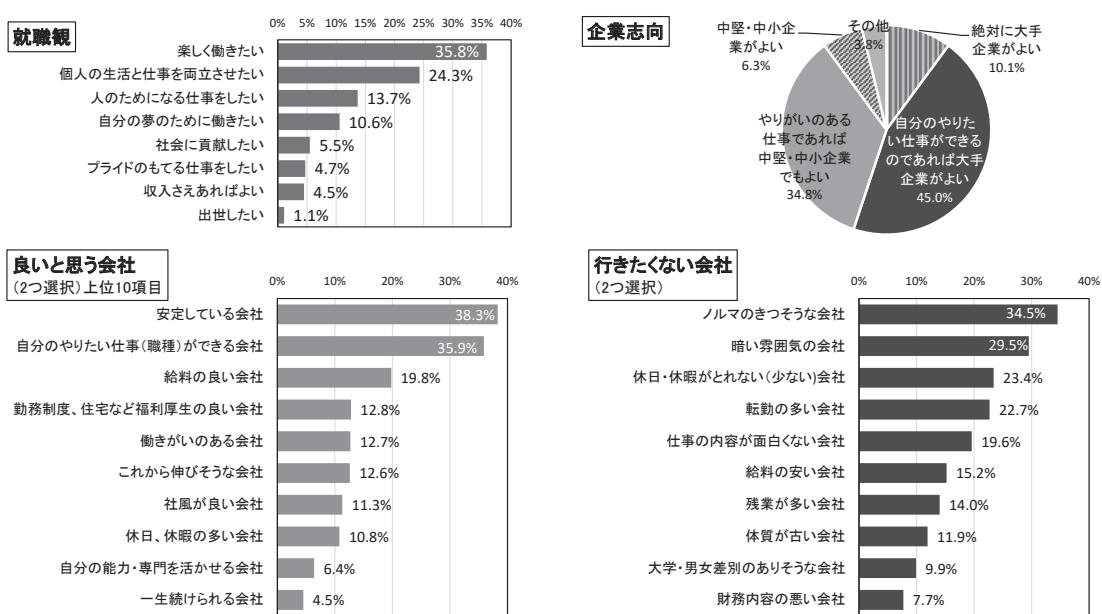
コロナ・ショックによってリモートワークや時差出勤など新たな勤務体系の導入が進み、採用活動でもWEBセミナーやWEB面接が浸透した。こうした企業活動の変化は学生の価値観にも影響を及ぼした。例えば、自社の社員や就職活動を行う学生の安全を守るために、新しい取り組みをいち早く取り入れたということが企業選択を行う理由として重視され始めたことなどがあげられる。一方、環境が変化しても変わらない価値観もある。学生の就職観として選択された「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」は就職氷河期といわれる20年前から変わらず上位である。学生の多くが共通して持つ価値観に配慮しながら、時節に応じた変化を敏感にキャッチし、彼らの心に響く採用広報を展開することが求められている。

2021年卒学生の就職に対する意識

学生

生活も大切にしながら自分のやりたい仕事ができる楽しい職場が理想？！

就職観の上位は「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」、良いと思う会社は「安定している会社」「自分のやりたい仕事ができる」、行きたくない会社は「ノルマのきつそうな会社」「暗い雰囲気の会社」となっている。まとめると、個人の生活も大切にしながら自分のやりたい仕事ができる楽しい職場が理想、ということだろうか。



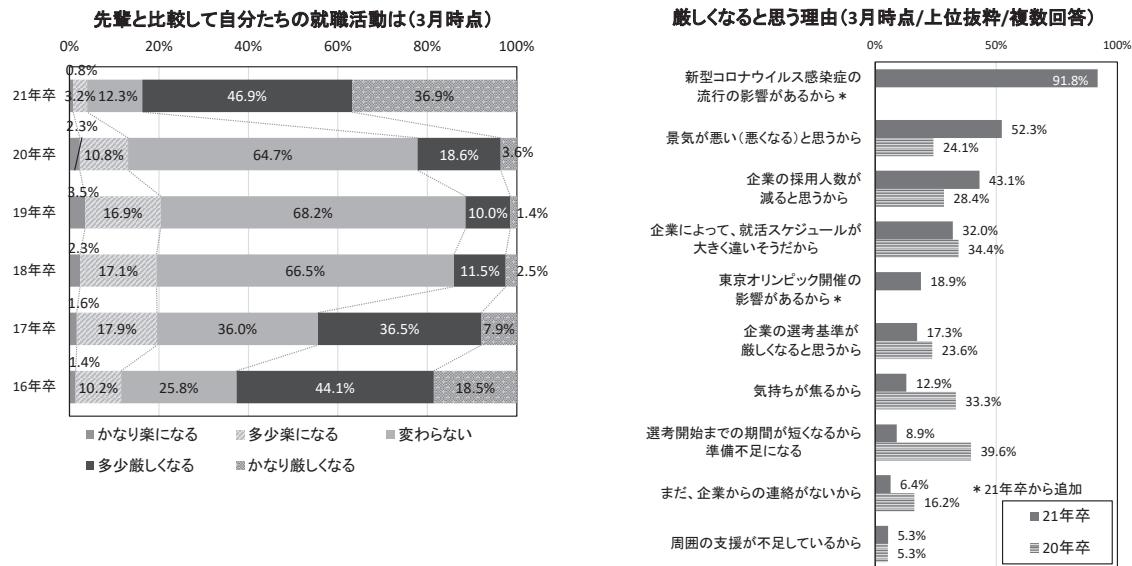
「就職観」「企業志向」「良いと思う会社」「行きたくない会社」出所：マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(2019年12月～2020年3月実施)

2021年卒学生の就職活動への意識「先輩と比べて厳しくなる」

学生

2021年卒学生の就職活動は8割以上が「先輩よりも厳しくなる」と意識

16年卒、17年卒は採用スケジュールの変更が相次いだが、ここ数年は変更もなく先輩の就職活動状況を参考にできたりうえに、売り手市場が続いていることもあり、学生の就職活動への認識はどちらかというと楽観的なものが続いていた。しかし、2021年卒学生は8割を超える学生が「厳しくなる」と回答しており、理由は「新型コロナウイルスの影響」が91.8%となっていた。



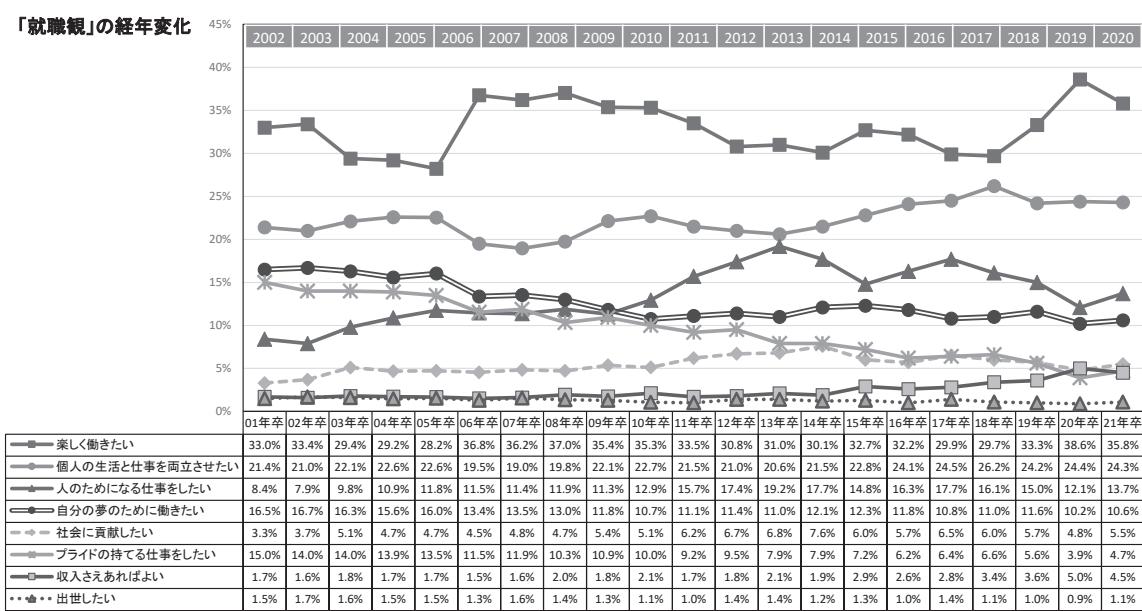
「先輩と比較して自分たちの就職活動は(3月時点)」「厳しくなると思う理由」出所：2021年卒学生就職モニター調査(3月実施)

学生の「就職観」の推移

学生

「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」という志向は氷河期世代から変わらない

氷河期世代の後半に属する2003年卒から経年でみても「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」という志向は変わらず上位項目である。一方、「人のためになる仕事をしたい」はリーマンショック後から徐々に増加し、東日本大震災を経て、今では常にトップ3に位置する項目となっている。



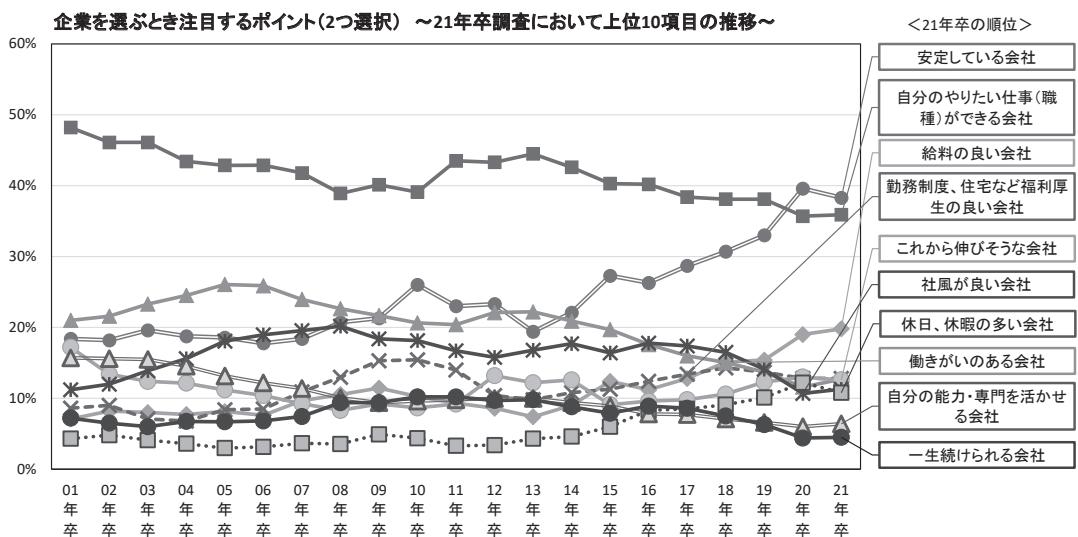
「就職観」出所：マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(12月～翌年3月実施)

学生の企業選択のポイント「良い企業」とは

学生

「自分のやりたい仕事ができる」は徐々に下降傾向ながらも20年間変わらず重視されている

企業を選ぶとき注目するポイント(2つ選択)について21年卒調査での上位10項目の推移を確認したところ、「自分のやりたい仕事ができる」は徐々に下降傾向ながら常に上位にあることがわかる。「安定している」は10年卒調査から徐々に上昇をはじめ、20年卒からトップとなった。遅れて「給与の良い会社」も上昇し、20年卒から上位3位に入っている。一方、20年前は2位だった「働きがいのある会社」は下降し続けている。昨今の学生はより現実的な感覚で企業を選択するようになったといえるのではないだろうか。



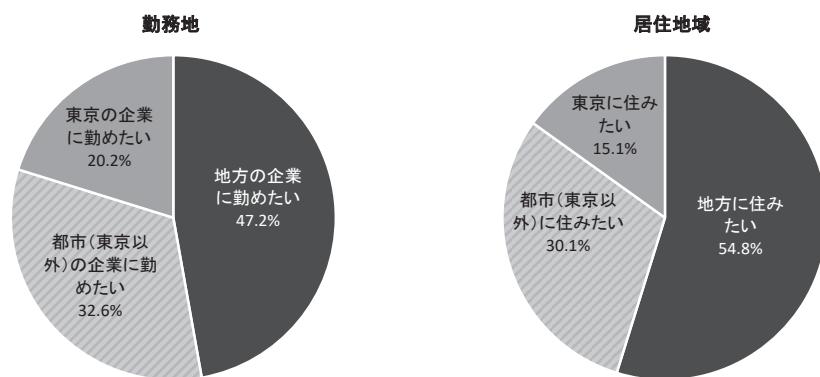
Column

リモートワークがもたらす「働く場所」への意識変化

『働く場所が自由になる』という条件の下で半数が地方での勤務や居住を希望

新型コロナウイルスの感染拡大を契機として各企業がリモートワーク等を推進しているが、学生の「働く場所」への意識に変化はあったのだろうか。Uターン・地元就職に関する調査の際、「働く場所が自由になった際の理想的勤務地・居住地域」について「地方」「都市(東京以外)」「東京」の3分類に分けて聞いた。『働く場所が自由になる』という条件の下であるが「地方の企業に勤めたい」が47.2%、「地方に住みたい」が54.8%となり、半数が地方での勤務や居住を希望する結果となった。人口の東京一極集中が問題になっているが、今後、リモートワークなどが広く浸透していくと「働く場所」の選択肢が拡がり、それに伴い「住む場所」への意識も変わっていくのかもしれない。

リモートワークなどの推進により「働く場所」が自由になった際に【勤務地】【居住地域】の理想として当てはまるものはどれか



「テレワークやリモートワークなどの推進により「働く場所」が自由になった際に【勤務地】【居住地域】の理想として当てはまるものはどれか」
出所:マイナビ 2021年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査(5月実施)

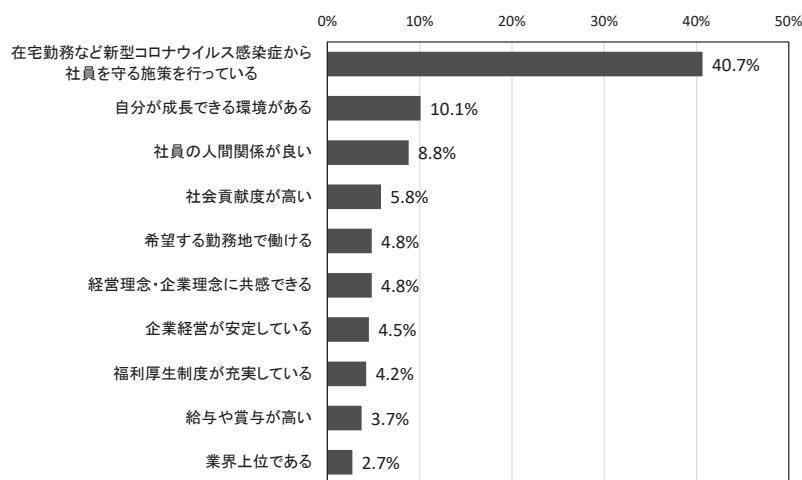
Column

社員を守るための新型コロナウイルス対策に学生も注目

学生だけでなく在籍している社員に対する姿勢も企業選択のポイントに

毎年調査している「企業を選ぶときのポイント」の選択肢に「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」を加えて学生に訊いたところ、「自分が成長できる環境がある」「社員の人間関係が良い」といった選択肢を抑えてトップとなった。採用活動において学生に対する配慮は様々行われているが、社員に対する対応も含めて学生は企業の姿勢を見ている様子が窺える結果となった。

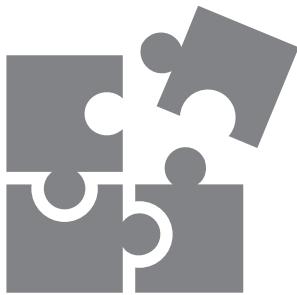
「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」
を入れた場合の、企業を選ぶときに最も注目するポイント(上位10項目)



「企業を選ぶときに最も注目するポイント」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(4月実施)

環境の変化は大きく、採用計画の見直しが相次ぐ

当初、企業の採用意欲は前年に引き続き高水準を維持して開始される予定だったが、新型コロナウイルスの影響で採用計画は変更を余儀なくされた。4月には東京オリンピック・パラリンピックの開催延期が発表され、夏以降も活動を継続する学生・企業にとって不幸中の幸いとなつたが、「対面」での接触機会は大きく制限され、選考、内々定出しなどあらゆるフェーズが後倒しになった。そうした環境下、広く浸透したのが「WEB」の活用である。以前からツールとしては存在したが、ここまで幅広く利用されたのは21年卒採用が初めてだろう。個別企業セミナーや面談・面接をWEB上で実施し、活動を継続する企業も多く見られた。



企業の動き

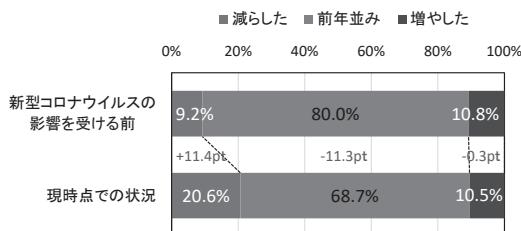
2021年卒新卒採用に対する採用意欲の前年比較

企業

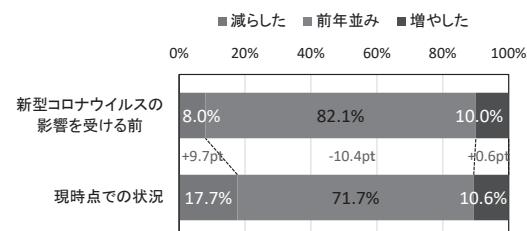
新型コロナウイルスの影響で「減らした」割合は増加するが「前年並み」が多数

採用意欲については『新型コロナウイルスの影響を受ける前の予定*』と『(影響を受けたあの)現時点[6月時点]の予定』を比較すると「減らした」は1割程度高くなり、同程度「前年並み」が低くなっている。しかしながら、「前年並み」が多数であることは変わりなく、「増やした」も同程度となっていた。大手を中心にやや減少傾向にあるが、全体的な採用意欲が著しく低下という状況ではなかったことがわかる。*「新型コロナウイルスの影響を受ける前」は10月～翌年1月ごろを想定

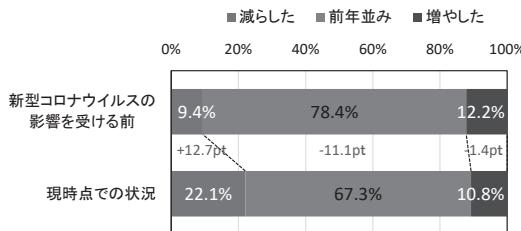
【全体】採用予定数の前年との比較



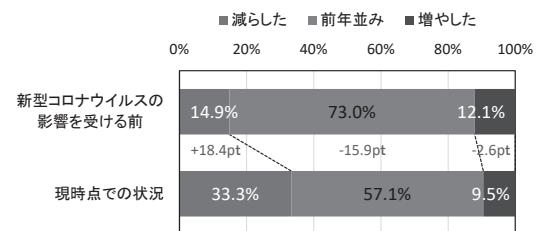
【従業員規模300人未満】採用予定数の前年との比較



【従業員規模300～1000人未満】採用予定数の前年との比較



【従業員規模1000人以上】採用予定数の前年との比較



「採用予定数の前年との比較」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

新卒採用の予定状況と充足率の推移

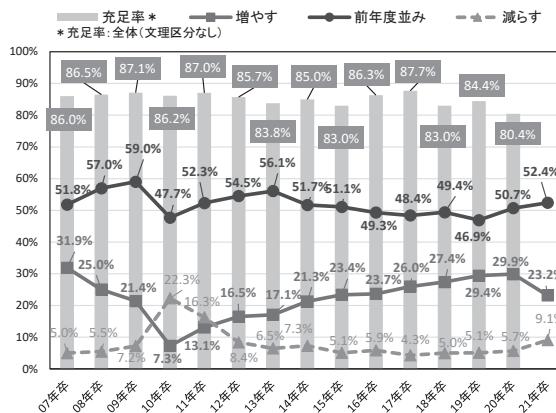
企業

内定時期(10月)の充足率は8割台で推移するも下降傾向で推移し、2020年卒では80.4%一方、採用予定は「増やす」が上昇傾向にあったが2021年卒で下降に転じる

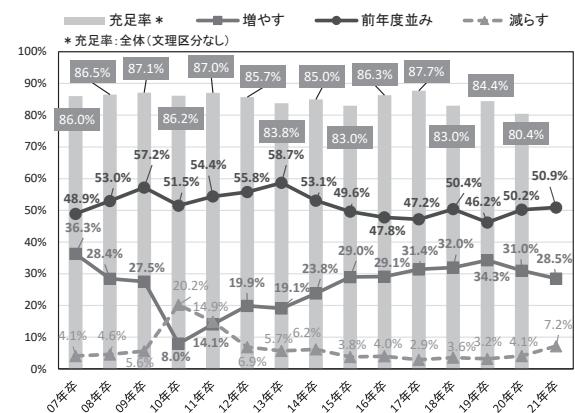
採用活動開始時に調査している採用予定は、リーマンショック後の10年卒で「減らす」が「増やす」を上回っていたが12年卒以降ずっと「増やす」が「減らす」を上回って上昇していた。内定時期(10月)に調査している充足率*は概ね8割台で推移しており、景況感に関わらず同程度であったが、20年卒ではこれまでのなかで最も低く80.4%となっていた。

21年卒では新型コロナウイルスの影響が徐々に明らかになり、「増やす」が下降、「減らす」が上昇する結果となったが、これまで続いている採用難の影響もあり、すぐさま大幅に減少に転じる状況ではないと推察される。

採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)と充足率の推移 <大学生(文系)>



採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)と充足率の推移 <大学生(理系)>



「採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)」出所:マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2007年卒分より 毎年2月～3月実施)
「充足率」出所:マイナビ2020年卒企業内定状況調査(2007年卒分より 每年9～10月実施)

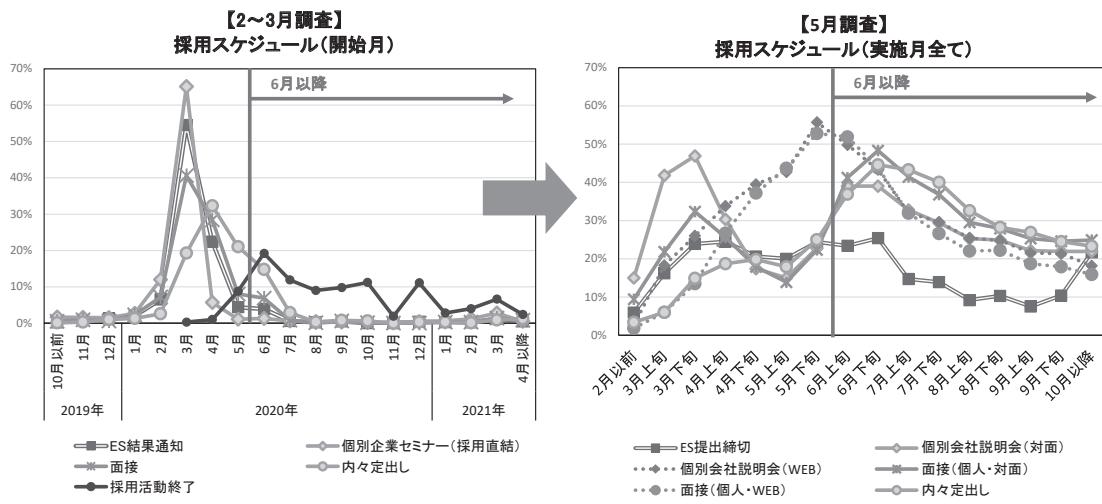
採用活動の予定と実際

新型コロナウイルスの影響による採用スケジュールの変化

企業

3月にあらゆるフェーズが集中していたスケジュールが段階的に後倒しに

当初はこれまで続いた売り手市場による企業側の競争激化によりあらゆるフェーズが前倒しになり、3月に個別企業セミナーから面接まで開始され、内々定出しも4月から実施されることが予定されていた。しかし、新型コロナウイルスの影響で外出自粛が余儀なくされると予定は大きく狂った。個別企業セミナーや面接は一部WEB化され実施されていたが、採用活動は各企業の置かれた状況によって様々となり、実施時期は分散することになった。緊急事態宣言解除後、6月以降に対面実施の個別企業セミナーや面接が活発化し、それに伴い内々定出しが実施されるようになった。



「採用スケジュール(開始月)」出所:マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)
「採用スケジュール(実施月)」出所:マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5月実施)

広報活動開始後3ヶ月間の企業の動き

企業

エントリー受付など早期段階は昨年と同程度だが面接以降は実施割合が減少

広報活動開始後3ヶ月間の採用活動状況を追うと、エントリー受付など早期段階の実施割合は前年と同程度であるが、面接以降のフェーズになると特に4月、5月の実施割合が前年を大きく下回っていた。新型コロナウイルスの影響で採用活動が制限され、先に進められなかった結果だと思われる。

<3月~5月の各月に実施したもの>



「各月に実施したもの」出所:マイナビ2021年卒企業新採用活動状況調査(6月実施)

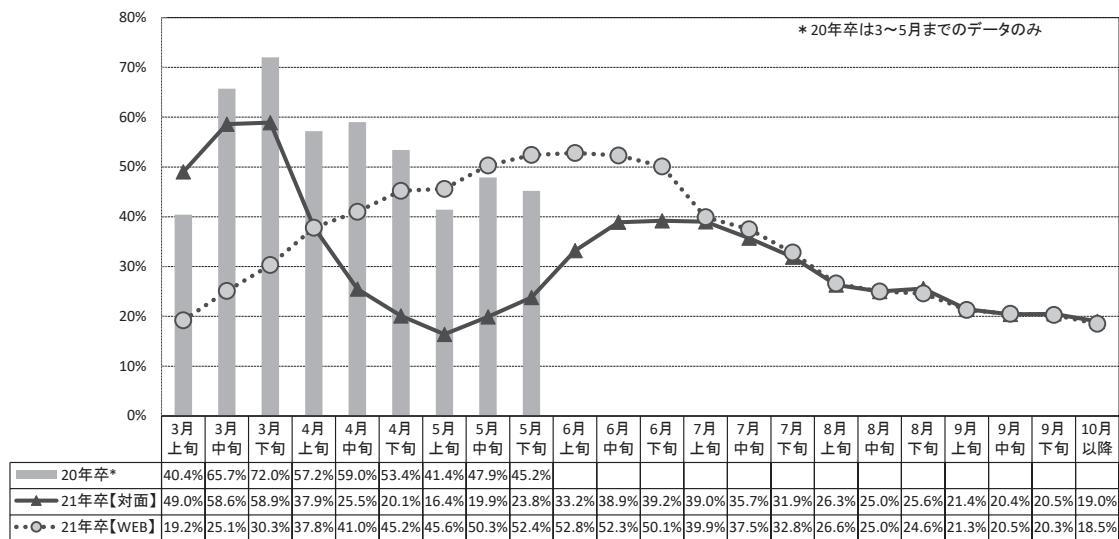
採用活動①-1 個別企業セミナー開催時期

企業

個別企業セミナーは3月までは対面が中心だったが4月以降はWEBが上回る

個別企業セミナーは3月は対面を中心として実施されていたが、新型コロナウイルスの影響により緊急事態宣言が出された4月中旬以降は対面での実施が減少し、WEBの実施割合が増加した。5月下旬に緊急事態宣言が解除されると再び、対面での実施割合が上昇している。7月以降は対面とWEBの実施割合が同程度となっているが学生が対面かWEBどちらも選択できるように準備している企業が増えたためだと推察される。

個別企業セミナーの実施割合(3~5月)と実施予定(6月以降)の割合



「個別企業セミナーの実施割合(3~5月)と実施予定(6月以降)の割合」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

採用活動①-2 個別企業セミナー参加率

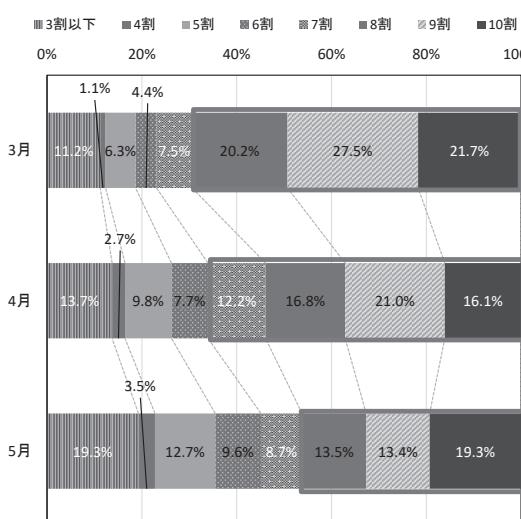
企業

個別企業セミナーの参加率*は半数以上で8割を超え、5月に入っても低下せず

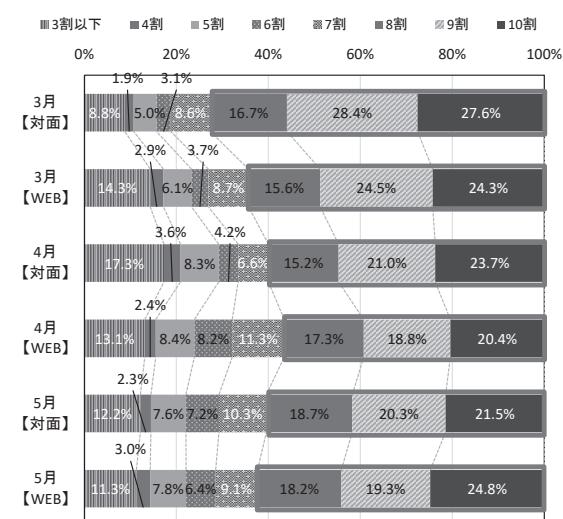
個別企業セミナーの参加率を前年と比較すると4月以降も参加率が下がらず、5月に入っても半数以上が8割を超えていた。21年卒の参加率において実施形式別で比較したが、【対面】か【WEB】かによる参加率の差はそれほど大きくはみられなかった。

* 参加率=実際に参加した学生数/予約した学生数

20年卒 月別参加率の推移



21年卒 月別参加率の推移



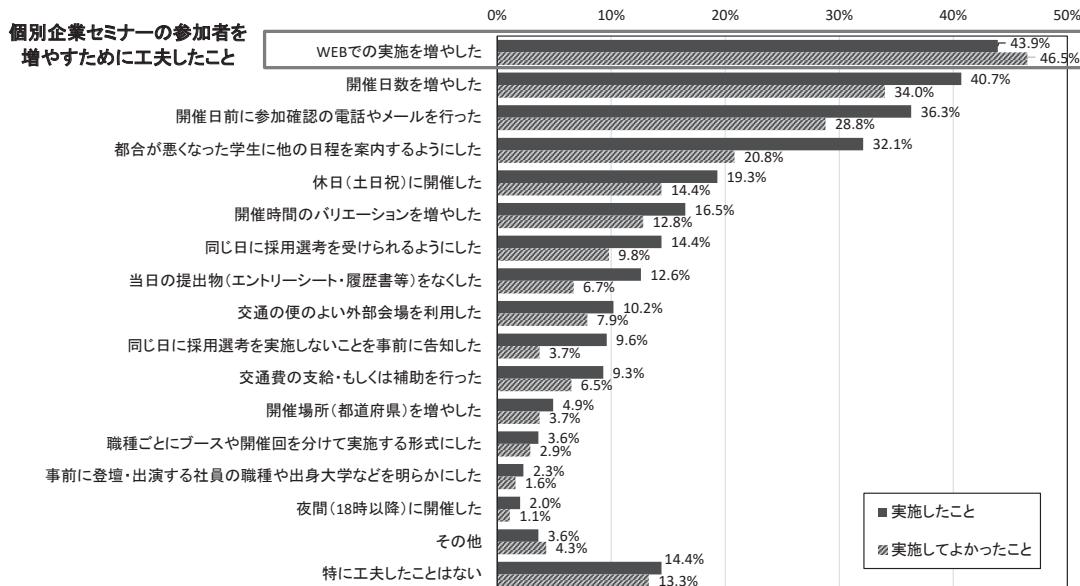
「月別参加率の推移」出所:マイナビ 2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

採用活動①-3 個別企業セミナー参加率を上げるために工夫

企業

実施してよかったことは「WEBでの実施を増やした」で46.5%

個別企業セミナー参加率を上げるために工夫したこととして最も多く挙げられたのは「WEBでの実施を増やした」で、
“実施してよかったこと”としても最も割合が高い。開催日数や時間を増やすなど学生の選択肢を増やす工夫はこれまで
されてきたが、21年卒採用活動においてはWEB化への対応が大きな要素になっていたようだ。



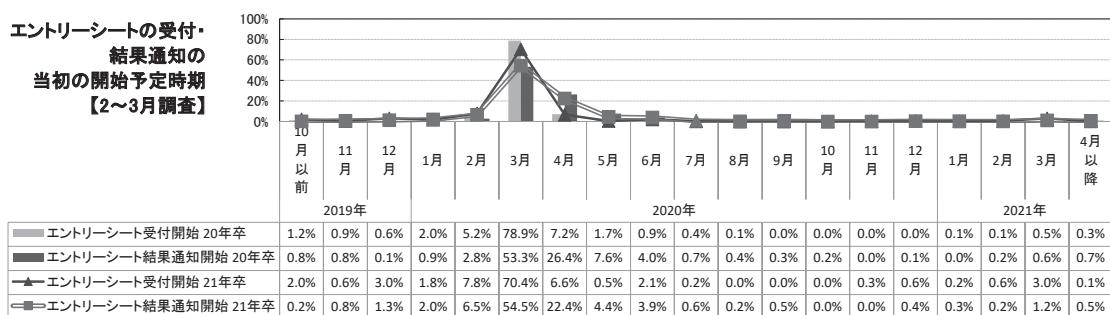
「月別参加率の推移」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

採用活動② エントリーシート

企業

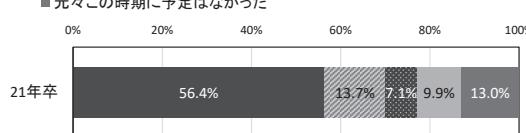
エントリーシート受付は前年同様3月スタート、提出締切時期は緊急事態宣言を受け調整

エントリーシートの受付開始は前年と同様に3月にスタートした。提出締切日の設定は緊急事態宣言受けて、3割程度が
「検討中」「一旦、中止」と回答しており、その時期は全体的に4~5月を中心後に倒しになっていた。



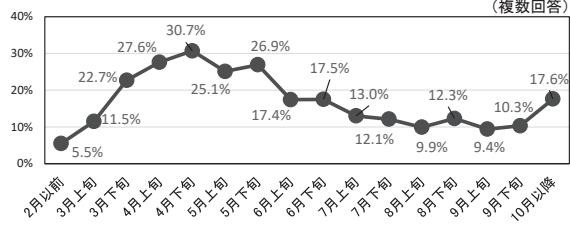
エントリーシート提出締切の対応【4月調査】 <緊急事態宣言下、4/8~5/6の間について>

- 当初の予定どおり
- 一旦中止し、解除後に実施予定
- 一旦中止し、その後は未定
- 検討中(わからない)
- 元々この時期に予定はなかった



エントリーシート提出締切時期の設定【4月調査】

(複数回答)



「エントリーシートの受付・結果通知の開始時期」出所:マイナビ2021年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)
「エントリーシート提出締切の対応」「エントリーシート提出時期の設定」出所:<緊急>マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(4月実施)

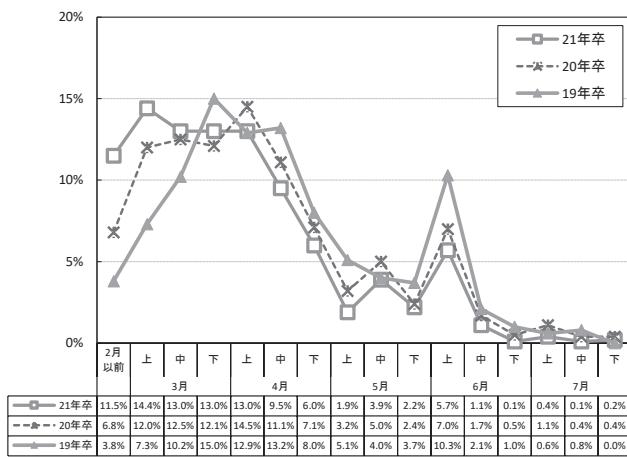
採用活動③-1 選考(面接)の開始、実施時期

企業

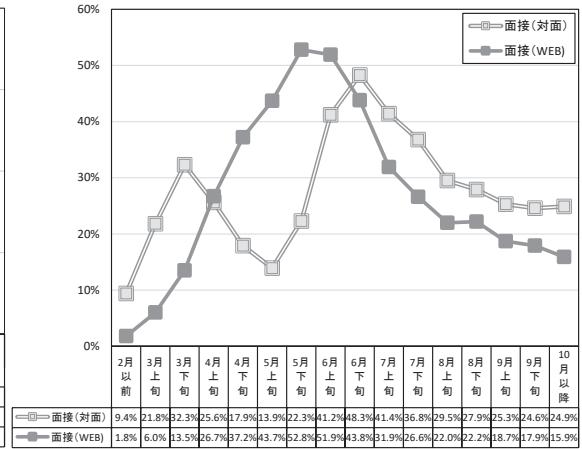
面接は3月にスタートする企業もあったが4月以降、延期・中止が相次ぎ、実施時期は遅れた

学生の売り手市場を受けて面接開始時期は徐々に前倒しになっており、21年卒でも当初の予定では3月上旬～4月上旬に設定していた企業が多かった。しかし新型コロナウイルスの影響によって対面での面接は延期・中止が相次ぎ、WEB実施をメインに続ける状態となった。そのため、予定を含む実施時期全てを選択してもらうとWEBでの実施ピークは5月下旬、対面での実施ピークは6月下旬という結果になった。

＜参考＞ 面接開始時期 当初の予定【2～3月実施調査】



21年卒 面接を実施する時期全て(複数回答)
【5月実施調査】



「＜参考＞ 面接開始時期 当初の予定」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)
「21年卒 面接を実施する時期全て」出所：＜緊急＞マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5月実施)

採用活動③-2 選考(面接)のWEB化について

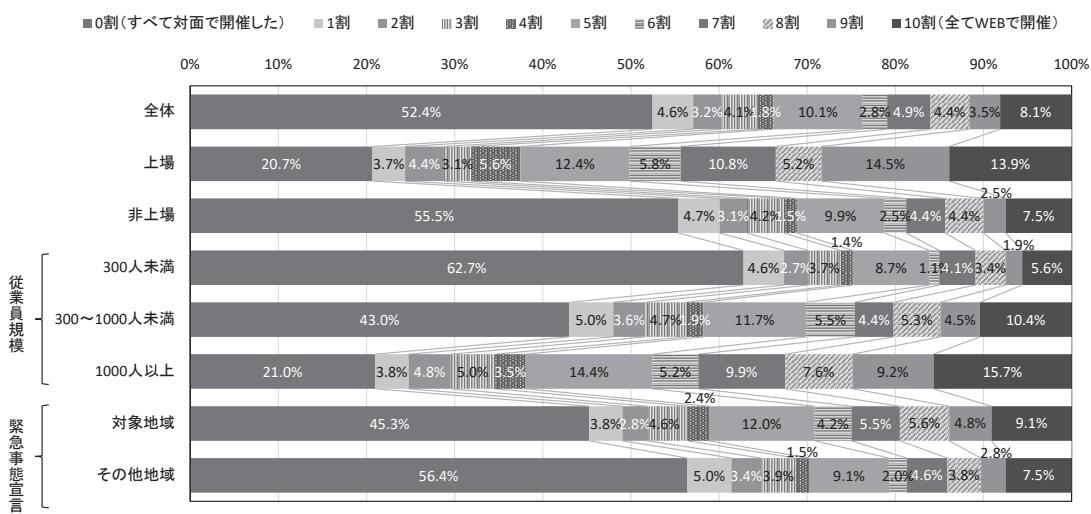
企業

企業全体では半数以上が面接は「全て対面で」と回答、上場企業でWEB化割合が高い

実施した面接のうち全て(10割)をWEB化したと回答した企業は全体では8.1%、上場企業でも13.9%と1割前後程度となつた。新型コロナウイルスの影響で予想外にWEB化が拡大したこともあり、急きよ対応した企業も多かったと思われるが、WEB面接を取り入れた企業も状況に応じて対面とWEBを使い分けるケースが多かったようだ。

【面接】全体の何割がWEB化されたか

*最初の緊急事態宣言で自粛要請対象地域(東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡)に本社所在地がある企業のこと



「【面接】全体の何割がWEB化されたか」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用活動調査(6月実施)

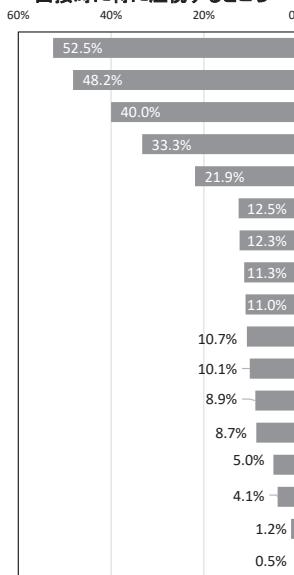
採用活動③-3 面接で注視すること

企業

「明るさ・笑顔・人当たりの良さ」がトップだが業種によって注視することは異なる

面接で注視することを全体との差を用いて業種ごとに比較した。各業種ともに全体との差が最も大きい項目(5pt未満は除く)を確認すると、商社・小売では「明るさ・笑顔・人当たりの良さ」、金融・マスコミでは「様々な能力のバランスの良さ」、ソフトウェア・通信では「地頭の良さ」が特に高くなっている業種ごとに異なるニーズが見えてきた。

面接時に特に注視するところ



業種別 全体との差

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウエア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
明るさ・笑顔・人当たりの良さ	-5.2pt	-15.2pt	9.8pt	25.3pt	7.3pt	-22.2pt	-20.4pt	0.9pt	2.4pt
入社したいという熱意	4.8pt	3.6pt	-3.1pt	-6.8pt	6.1pt	6.3pt	-4.2pt	-1.0pt	-7.4pt
職場の雰囲気に合うか	-2.9pt	0.9pt	0.4pt	2.4pt	-3.0pt	-9.7pt	0.1pt	0.3pt	-2.0pt
素直さや伸びしろ等の成長可能性	-2.4pt	1.4pt	2.5pt	-5.0pt	-7.2pt	-3.0pt	7.6pt	1.7pt	-10.8pt
はじめさ・誠実さ	7.3pt	0.5pt	-0.3pt	-9.8pt	5.3pt	-11.3pt	-7.2pt	-0.2pt	6.3pt
言葉遣い・態度	-0.1pt	-4.0pt	4.8pt	1.6pt	-3.8pt	-9.5pt	-3.4pt	0.6pt	3.0pt
自己紹介・自己PRの内容	0.8pt	1.6pt	-0.6pt	-4.2pt	-0.3pt	1.3pt	1.2pt	0.0pt	3.2pt
臨機応変に対応できるか	-0.2pt	1.8pt	-1.1pt	0.8pt	-1.5pt	8.4pt	-0.6pt	-1.3pt	2.8pt
企業・業界理解の深さ	0.1pt	-0.8pt	-2.4pt	4.2pt	-0.1pt	7.2pt	4.1pt	-0.6pt	-2.5pt
身だしなみ・清潔感	-2.8pt	-4.8pt	0.4pt	10.5pt	-3.1pt	-0.1pt	-5.1pt	1.0pt	-0.8pt
ストレス耐性	0.0pt	-0.2pt	1.6pt	-2.0pt	-0.3pt	-2.5pt	2.6pt	-0.2pt	8.2pt
様々な能力のバランスの良さ	-3.0pt	1.8pt	0.4pt	-3.8pt	8.5pt	16.9pt	5.0pt	0.3pt	6.6pt
地頭の良さ	0.5pt	2.0pt	-3.5pt	-3.6pt	-1.1pt	11.0pt	13.9pt	0.4pt	-4.5pt
大学で学んでいることをきちんと説明できるか	-0.3pt	5.4pt	-2.8pt	-3.0pt	-3.9pt	-2.0pt	0.2pt	-0.5pt	-
技術的・専門的な知識	-0.6pt	7.9pt	-3.5pt	-	-	0.4pt	3.8pt	-1.8pt	0.1pt
個性的な人材かどうか	-0.7pt	0.0pt	-0.9pt	0.8pt	-	4.9pt	0.4pt	0.4pt	0.2pt
1つのことを極められること	-0.3pt	0.3pt	-	0.5pt	-	1.0pt	0.3pt	-0.2pt	-

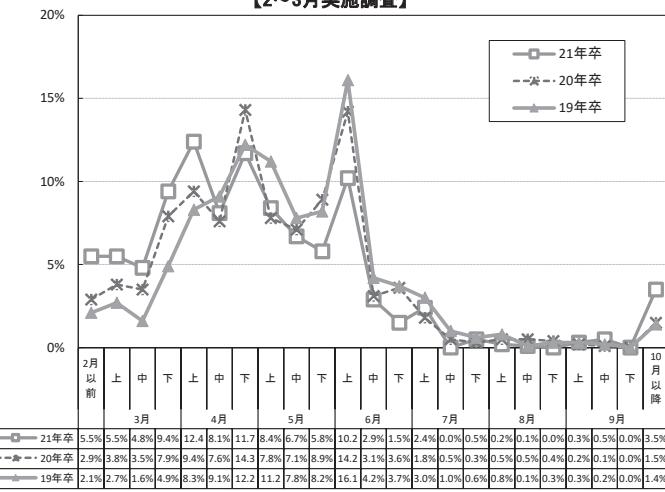
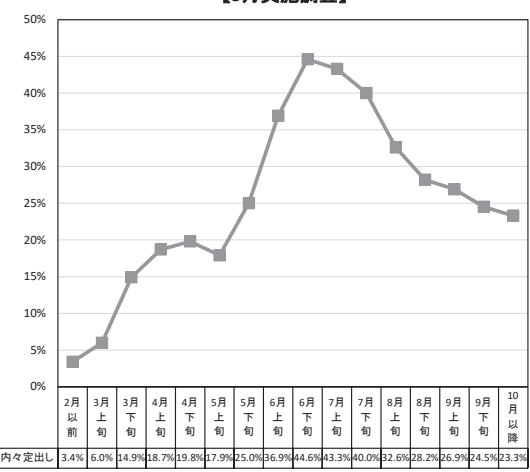
「面接で注視すること」出所:マイナビ2021年卒企業新卒採用活動状況調査(6月実施)

採用活動④ 内々定出し

企業

内々定出しの時期は当初の予定から遅れ、ピークは6月下旬以降へ

内々定出しの開始時期についても面接と同様に当初の予定では3月下旬から4月にかけて行われるはずだったが、面接の遅れが影響して後倒しになり、内々定出しのピークは6月下旬から7月となった。

<参考> 内々定出し 当初の予定
【2~3月実施調査】21年卒 内々定出しを行う時期全て(複数回答)
【5月実施調査】

「<参考> 内々定出し 当初の予定」出所:マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2019年卒分より 毎年2月~3月実施)
「21年卒 内々定出しを行う時期全て」出所: <緊急調査>マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5月実施)

内定者一人当たりの面接前接触、面接の回数

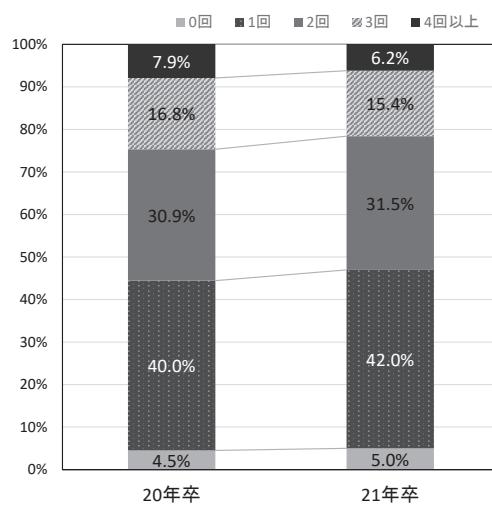
企業

内定者一人当たりの面接前接触*ならびに面接の回数は前年と同程度

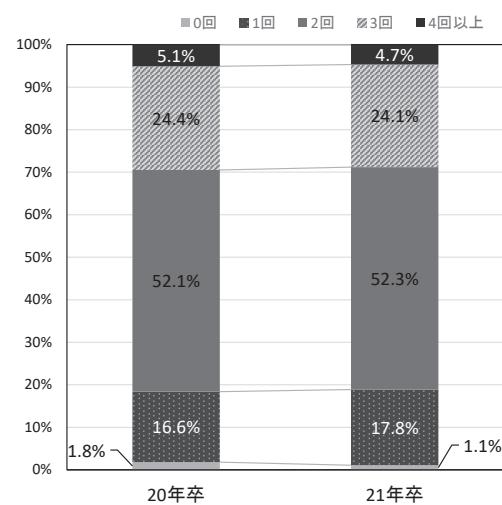
企業に「面接前の接触機会」ならびに「面接」についてWEBか対面かの形式は問わず、内定者1人当たりの平均回数を聞いたところ、前年と同程度の回数であったことがわかった。新型コロナウイルスの影響で採用活動が制限される環境下ではあったが、接触機会の回数は確保されていたことがわかる。

*「面接前接触」とはセミナー、個別面談、OB・OG訪問、リクルーター面談、ジョブマッチング等を想定しております。

内定者一人当たりの面接前接触



内定者一人当たりの面接回数



「面接前接触回数(従業員規模別・業界別)」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

企業認知・採用広報のためにしたこと

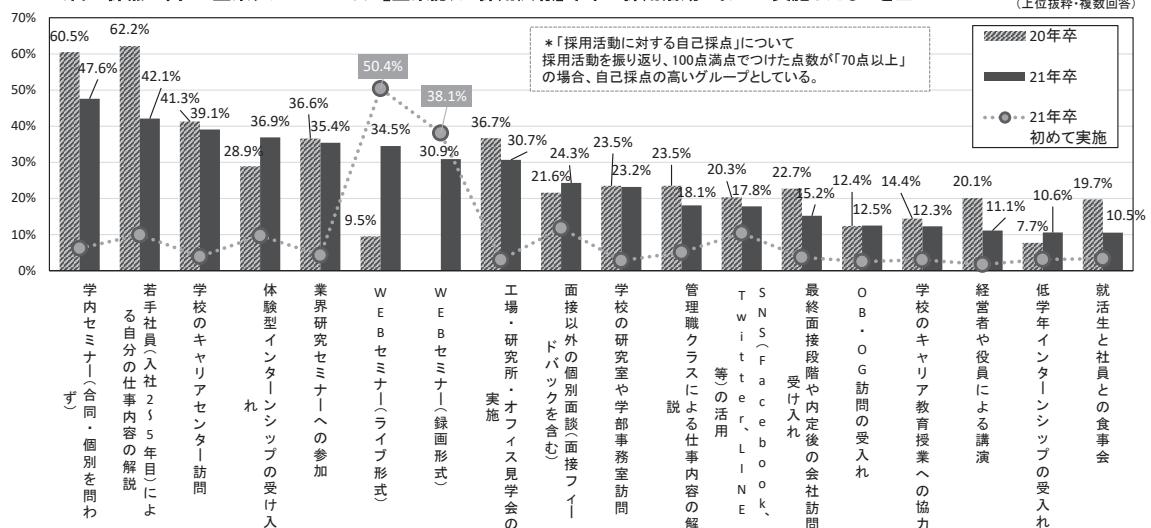
企業

WEBセミナーの実施割合が大幅に増加、制限された接触機会を補う

採用活動における自己採点が高いグループで「企業認知」のために実践したことを前年と比較した。21年卒で大きく増加したのは「WEBセミナー」で、今年初めて実施した割合が50.4%となっていた。上位3項目については前年と同様の内容であったが、その割合は減少している。実施が制限された直接接触の機会をWEBセミナーで補っていたと推察される。

<自己採点の高い*企業グループのみ>【企業認知・採用広報】今年の採用活動において実施したものを全て

(上位抜粋・複数回答)



「【企業認知・採用広報】今年の採用活動において実施したものを全て」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

採用活動の予定と実際

採用方法として実施したこと

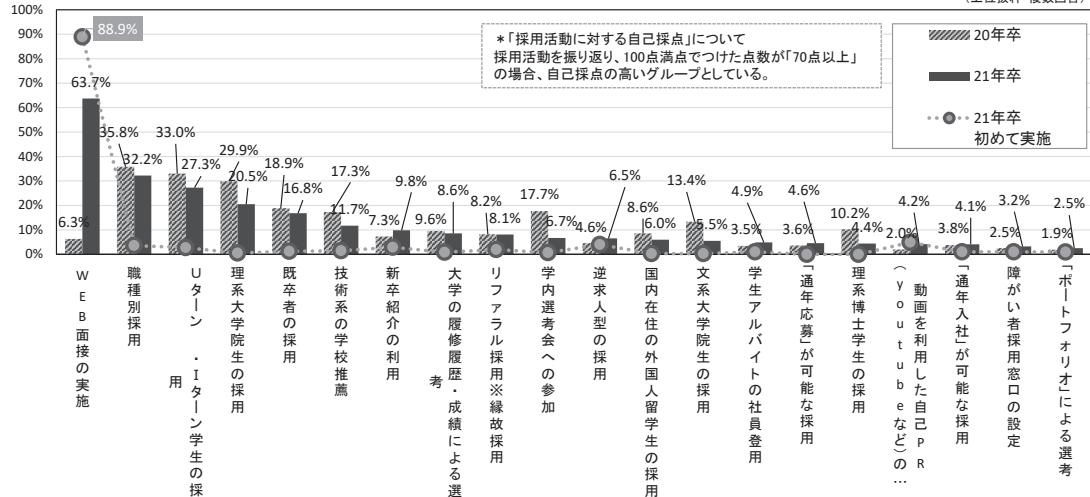
企業

21年卒の大きな特徴は「WEB面接の実施」、今年初めて実施した企業が多かった

採用活動における自己採点が高いグループで実施された採用手法のトップは「WEB面接の実施」で前年から大きく増加した。一方、2位以降は「職種別採用」「Uターン・Iターン学生の採用」など前年と同様の手法が並んでいる。面接の手段としてWEBが新しく投入されたが、採用ニーズを満たすための手法はこれまでと変わらず実施されている様子が窺えた。

＜自己採点の高い*企業グループのみ＞【採用手法】今年の採用活動において実施したもの全て

(上位抜粹・複数回答)



「【採用手法】今年の採用活動において実施したもの全て」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査（6月実施）

2021年卒採用の採用充足率(6月時点)

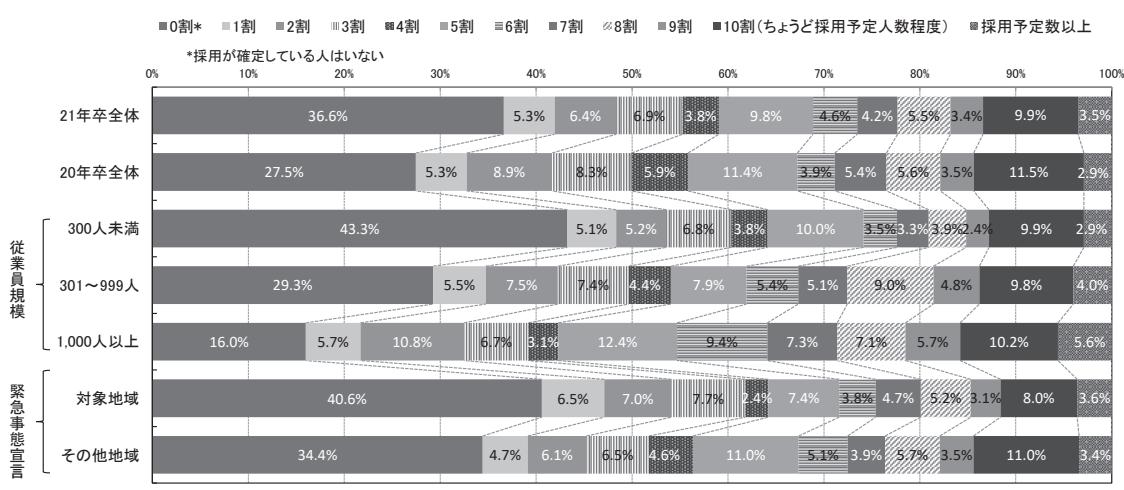
企業

2021年卒の採用充足率は全体的に厳しい状況、特に企業規模で差が大きい

2021年卒の採用充足率(採用予定数に対して現在採用が確定している割合)を聞いたところ「0割(採用が確定している人はいない)」との回答が全体で36.6%となり、特に従業員規模300人未満の中小企業でその割合は高く43.3%にもなる。

また緊急事態宣言の最初の自粛要請対象地域（東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡）とそれ以外の地域で見ると、対象地域のほうは充足率は低い傾向にある。2021年卒学生の内々定率が前年を下回って推移したため企業の採用意欲減退が懸念されていたが、十分な採用活動が行えず厳しい状況に陥っているのは企業側も同様であったことがわかる。

21年末 採用充足率(採用予定数に対して現在採用が確定している割合)



「充足率」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

採用充足率(6月時点)とインターンシップ実施有無の関係

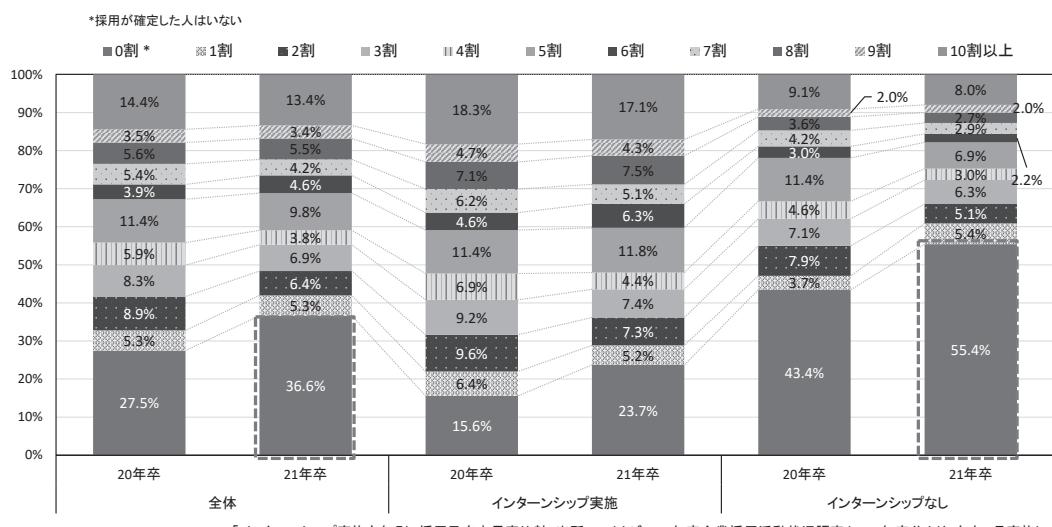
企業

インターンシップを実施した企業ほど採用充足率は高くなる

21年卒の6月時点採用充足率を見ると、全体で36.6%が「0割(採用が確定している人はいない)」と回答しており、企業側にとっては前年よりも厳しい状況になっていることがわかる。特に、インターンシップを実施していない場合は「0割」が55.4%（対前年12.0pt増）と極めて厳しい状況だ。インターンシップを実施していた企業も前年と比べると「0割」の回答割合が増加しているが、実施していない企業と比べると充足率は全体的に高い傾向にある。

インターンシップ実施有無別

採用予定充足率(採用予定数を10割として採用が確定している割合)比較【6月時点】



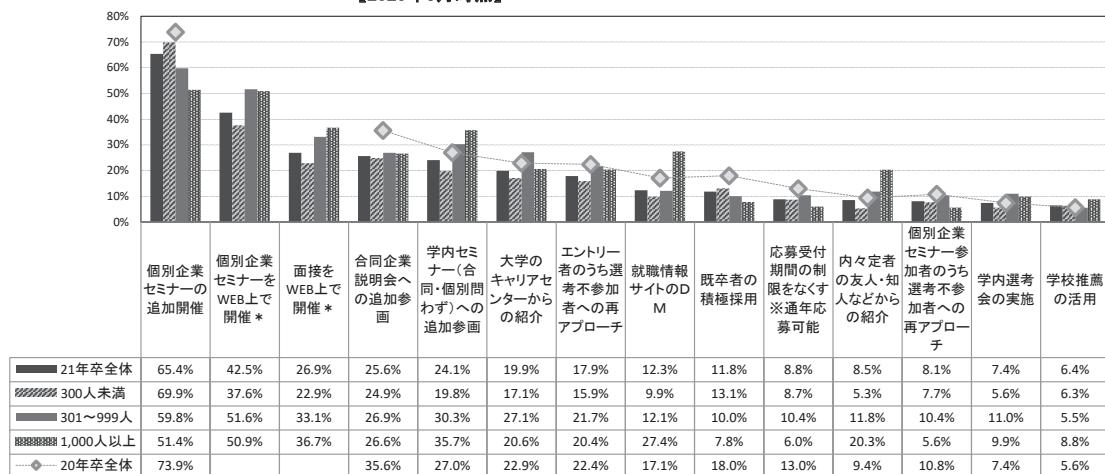
6月末以降の採用活動継続状況

企業

追加選考機会の施策としては「個別企業セミナーの追加開催」が前年同様トップ

6月実施の「企業採用活動調査」によると全体の60.9%が追加選考機会を設けると回答している。以下のグラフは追加選考機会を設ける企業の「実施・検討している施策」の一覧(上位抜粋)である。前年と同様に「個別企業セミナーの実施」がトップであるが、21年卒から追加した選択肢「個別企業セミナーをWEB上で開催」「面接をWEB上で開催」が次いで上位にあがっている。

2021年卒採用において追加選考機会を設ける企業の「実施・検討している施策」(複数回答、上位抜粋) 【2020年6月時点】



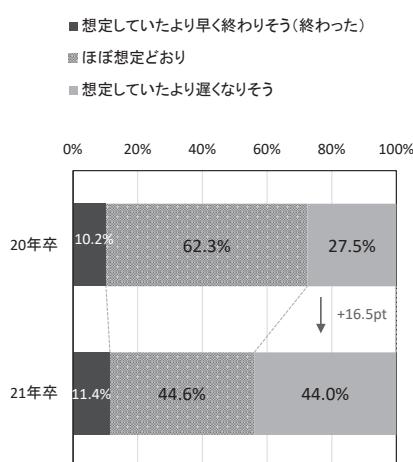
企業の採用活動終了時期について

企業

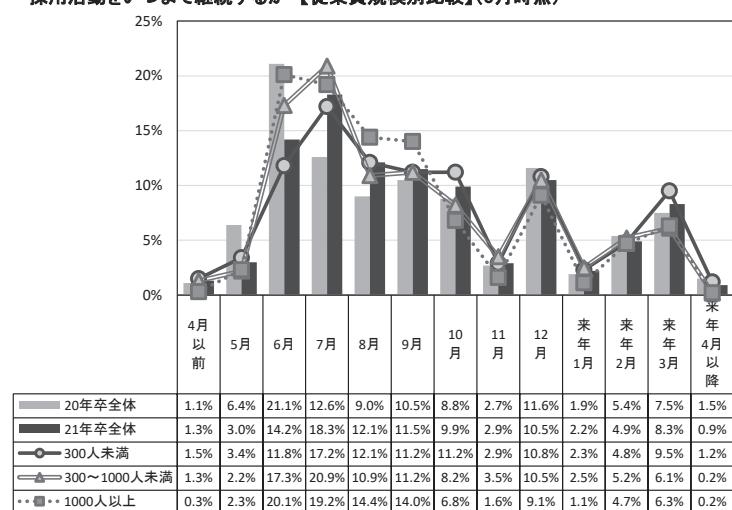
企業の採用活動終了時期は「想定していたより遅くなりそう」が44.0%（対前年16.5pt増）

新型コロナウイルスの影響で採用スケジュールが遅れていたことは先述のとおりだが、それに伴い採用活動終了時期についても「想定していたより遅くなりそう」という回答が44.0%（対前年+16.5pt）となった。時期としては前年は6月が最も高かったが、21年卒では7月が最も高い。従業員規模別にみると1,000人以上では前年と同様に6月終了とする回答が最も高く、1,000人未満の企業に比べるとやや早く終了する傾向が見られた。

採用活動終了時期の想定(6月時点)



採用活動をいつまで継続するか【従業員規模別比較】(6月時点)



「採用活動終了時期の想定」「採用活動をいつまで継続するか【従業員規模別比較】」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

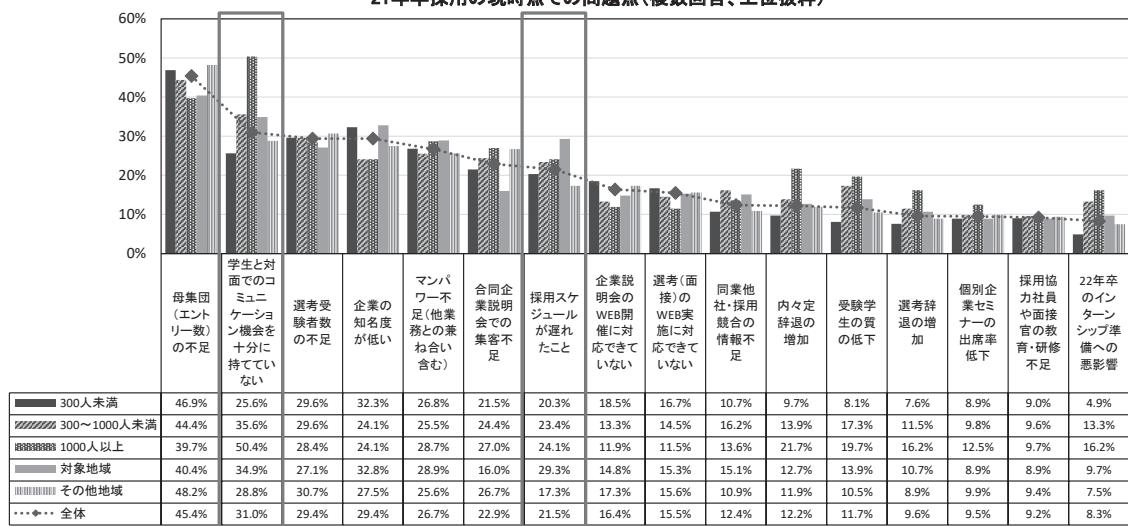
2021年卒採用の6月時点での問題点

企業

新型コロナウイルスの影響で対面でのコミュニケーション不足や採用スケジュールの遅れ

21年卒採用の問題点を従業員規模（300人未満、300～1000人未満、1,000人以上）と緊急事態宣言の最初の対象地域（東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡）とそれ以外の地域で比較した。早い時期からWEBツールを導入していた1,000人以上規模の大手企業では「学生との対面でのコミュニケーション機会を十分に持てていない」が最も高く50.4%となつた。「採用スケジュールが遅れたこと」は緊急事態宣言の最初の対象地域が全体よりも高かった。

21年卒採用の現時点での問題点(複数回答、上位抜粋)



「現時点での問題点」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

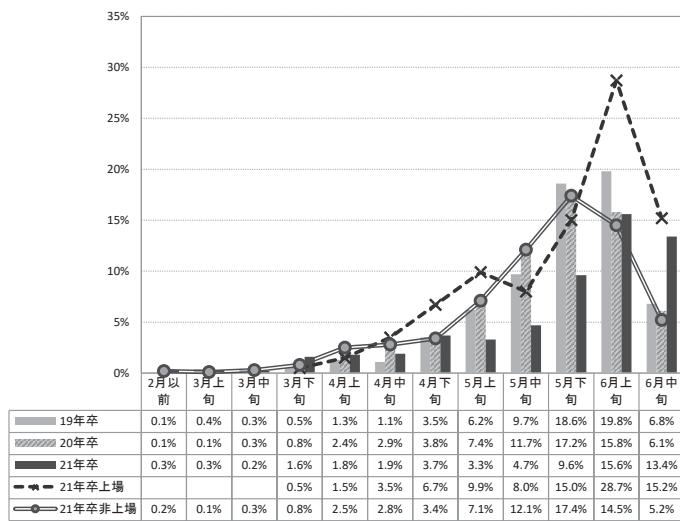
企業が受けた内々定辞退の状況

企業

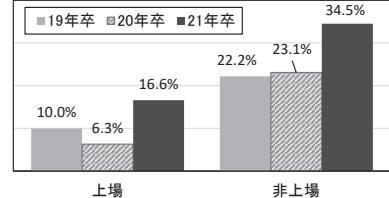
内々定出しの時期が6~7月に集中したことにより内々定辞退の時期も後倒しに

新型コロナウイルスの影響で採用活動が後倒しになった結果、内々定出しの時期も例年より遅れ、6~7月に集中した。そのため内々定辞退の時期も前年までと比較すると後倒しになっている。また6月時点「まだ内々定出しを行っていない割合」が増加しており、非上場企業では3割以上の企業が内々定出しまで至っていない。

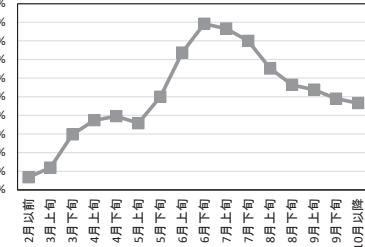
内々定辞退の多かった時期



<参考>まだ内々定出しを行っていない割合(6月時点)



<再掲>21年卒 内々定出しを行う時期全て(5月実施調査)



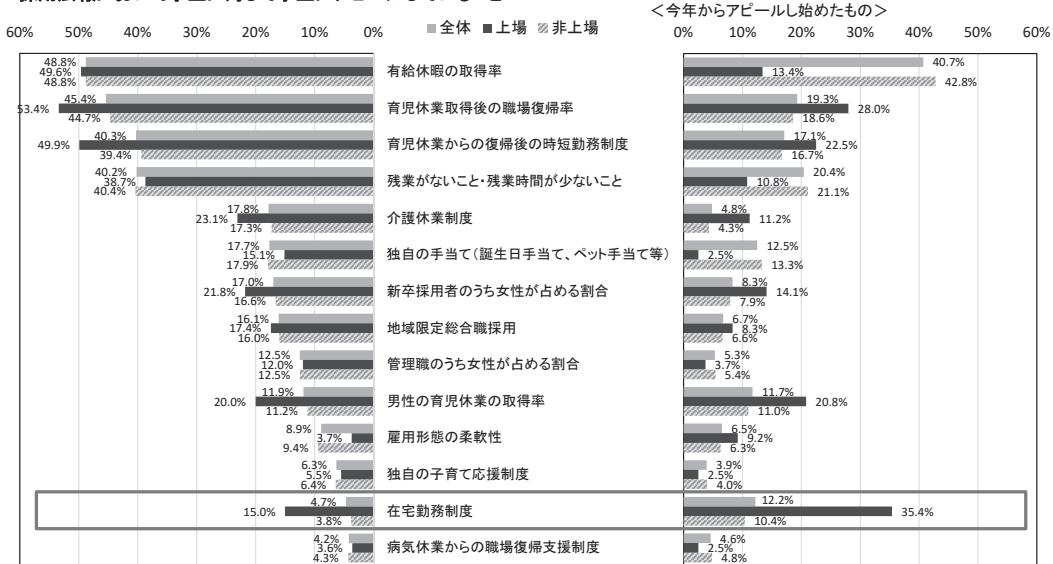
Column

学生にアピールしていること

働き方改革関連の項目が上位、「在宅勤務」は上場企業で“今年からアピール”項目に

採用広報において学生にアピールしていることを聞くと「有給休暇の取得率」や育児休暇関連など働き方改革に関連する項目が上位を占めた。新型コロナウイルスの対策として注目された「在宅勤務制度」については上場企業で割合が高くなっている、「今年からアピールし始めたもの」としてはトップとなった。

採用広報において学生にアピールしていること



「採用広報において学生にアピールしていること」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)



学生の動向

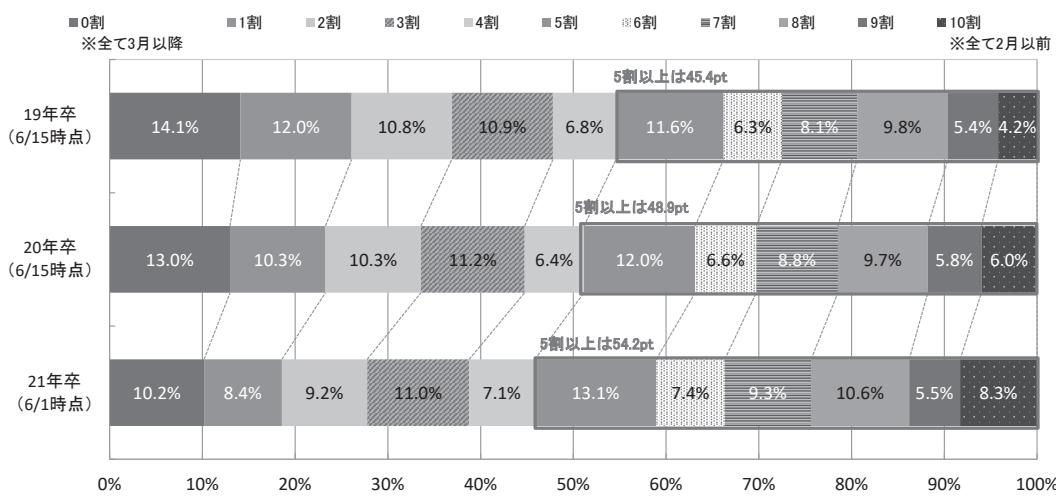
応募した企業のうち広報活動開始前から決めていた割合

学生

「広報活動開始前に応募を決めていた割合」が5割以上の学生が半数を超える

6月のエントリー総数のうち、広報活動開始前からエントリーすると決めていた割合を直近3年間を比較すると徐々にその割合は増加していたが、特に21年卒学生においては「5割以上(5割～10割と回答した学生割合の合算)」が半数を超えた。例年よりも3月以降に企業と出会う機会が少なくなった影響のためだと思われる

これまでのエントリー総数を10割としたとき、2月末までに
エントリーすると決めていた企業は何割くらいありましたか(6月時点)



「エントリー総数を10割とした時、2月末までにエントリーすると決めていた企業の割合」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(6月実施)

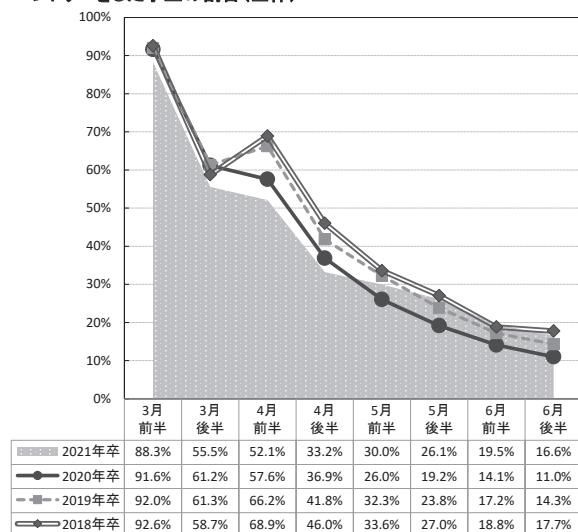
就職活動①-1 エントリーをした時期と累計エントリー社数

学生

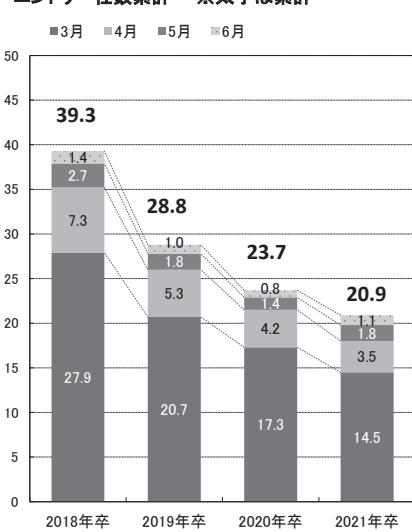
3月後半から4月は例年よりも活動量が減少していたが5月以降は回復

ここ数年は学生の売り手市場だったこともあり3月にエントリーが集中、4月後半からは大幅に減少し続ける傾向がみられていたが、21年卒では5月に入ると減少傾向が緩やかになり、前年を上回る割合を維持している。新型コロナウイルス感染症の影響により企業の採用活動が遅れ、学生の活動時期も緩やかに後ろ倒しになっている様子が窺えた。エントリー社数累計を見ると社数は減少しているため、エントリー対象企業は絞り込まれているようだ。

エントリーをした学生の割合(全体)



エントリー社数累計 ※太字は累計



「エントリーをした学生の割合」「エントリー社数累計」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月～6月実施)

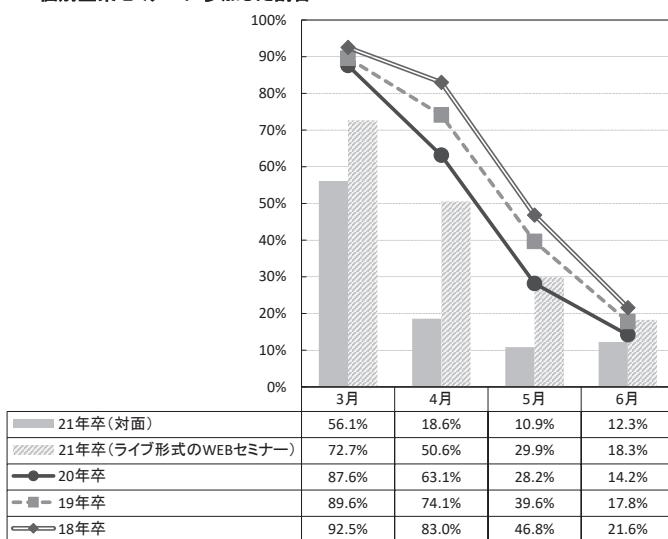
就職活動② 個別企業セミナー

学生

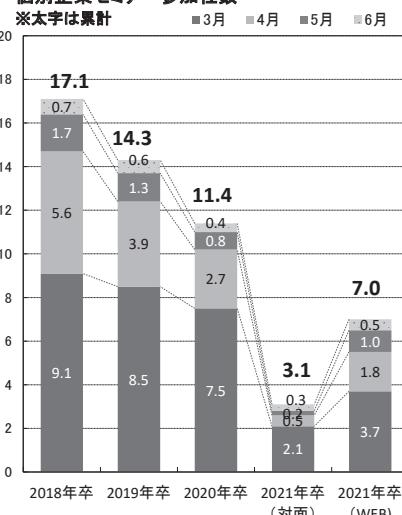
2021年卒は個別企業セミナーの形式に変化あり、対面よりもWEBセミナーの経験が増えた

個別企業セミナーはこれまで基本的には対面で実施され、一部WEBセミナーが導入されているという状態であったが、21年卒では新型コロナウイルスの影響から企業側のWEBセミナー導入が大幅に増加し、学生側もWEBセミナーへの参加割合が増えたと考えられる。参加社数を前年までと単純に比較することはできないが、5月、6月の参加割合が増加していることは明らかだ。

個別企業セミナーに参加した割合



個別企業セミナー参加社数



「個別企業セミナーに参加した割合」「個別企業セミナーに参加した平均社数(累計)」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月～6月実施)

就職活動③ 面接(選考)を受けた時期

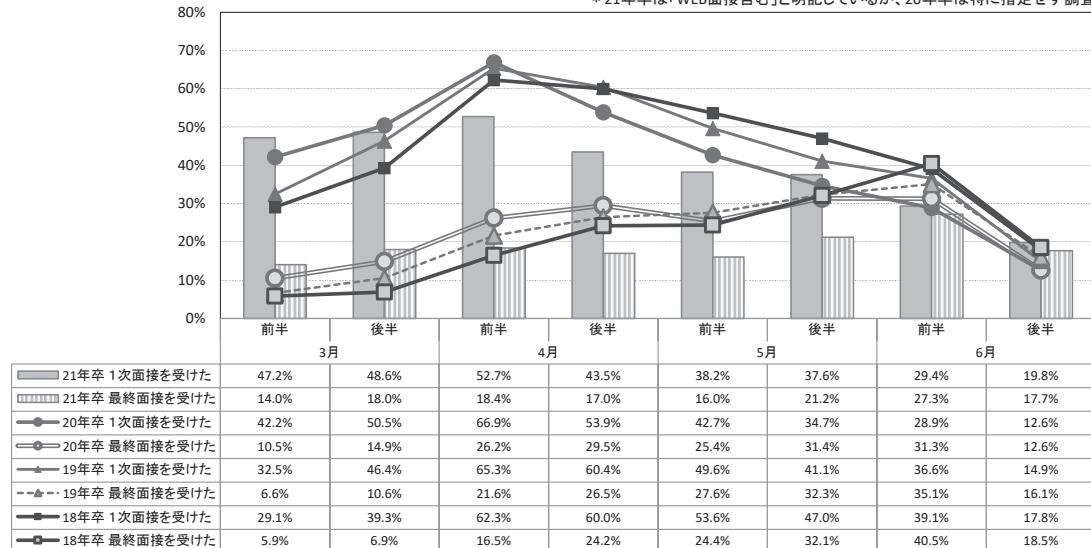
学生

3月の面接参加割合は前年より微増していたが4月に減少、5月後半から徐々に追いつく

1次面接、最終面接ともに3月は前年よりもやや上回る傾向がみられたが4月前半から減少し、5月前半までは前年を下回って推移した。5月後半より徐々に参加割合が増え、6月は前年を上回って推移している。4~5月前半は新型コロナウィルスの影響で企業側の面接実施が中止・延期になるケースが多くその影響を反映していると思われる。

面接を「受けた」学生の割合

* 21年卒は「WEB面接含む」と明記しているが、20年卒は特に指定せず調査



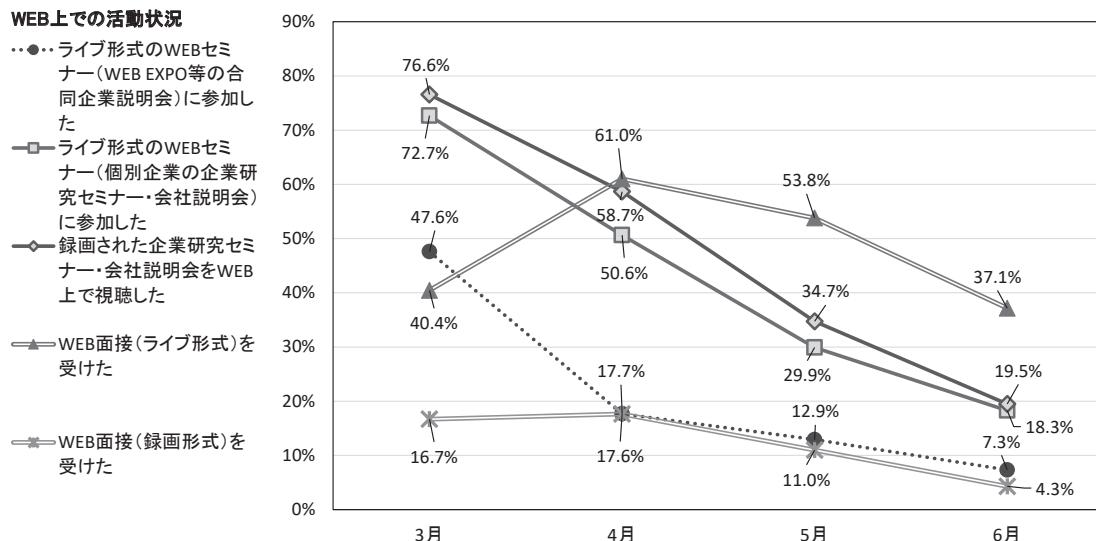
「面接を『受けた』学生の割合(1次面接・最終面接)」出所:マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月~6月実施)

WEBセミナー・WEB面接への参加状況

学生

3月はWEBセミナーを中心に活動し、4月以降はWEB面接に参加

21年卒から広がったWEBセミナーとWEB面接だがその参加状況の詳細を確認する。3月は個別企業セミナーや合同企業説明会としてのWEBセミナーを中心に活動し、4月以降は面接の割合が高くなっている。形式としてWEBとなっているが情報収集フェーズであるセミナー参加と選考フェーズである面接参加ととらえると、前年までの対面実施と同じようなスケジュール感で活動していたことがわかる。



「WEB上の活動状況」出所:マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(3~6月実施)

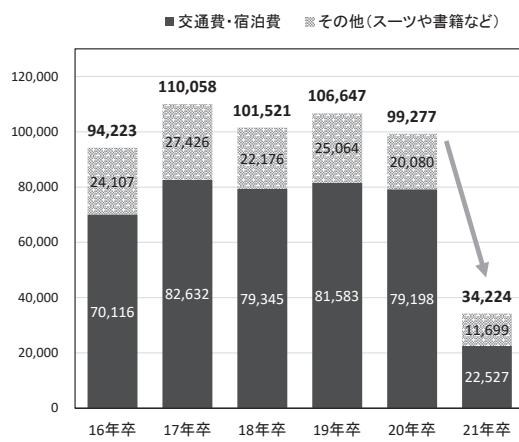
学生の就活費用の削減

学生

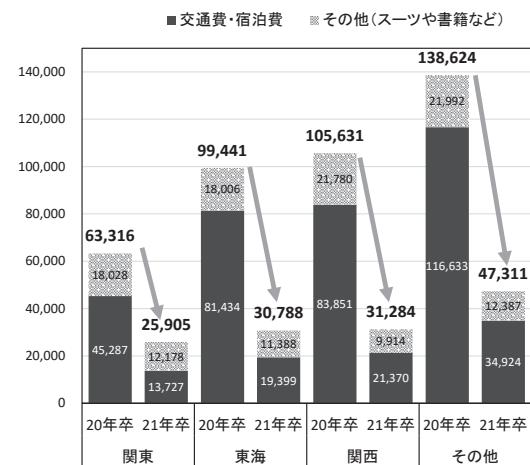
就活費用は前年の3分の1程度に激減、特に地方学生にとっては大きな負担減に

就職活動費用のうち特に「交通費・宿泊費」が大きな負担となっていたが、21年卒については前年の3分の1程度にまで減っていたことがわかる。関東・東海・関西を除く地域では特にその傾向が顕著に現れている。コミュニケーション面での配慮は必要だが、WEB面接の導入によって経済的負担や移動時間の負担が軽減され、選考参加のハードルが低くなったと思われる。

3~6月の就活費用合計 | 経年



3~6月の就活費用合計 | エリア別



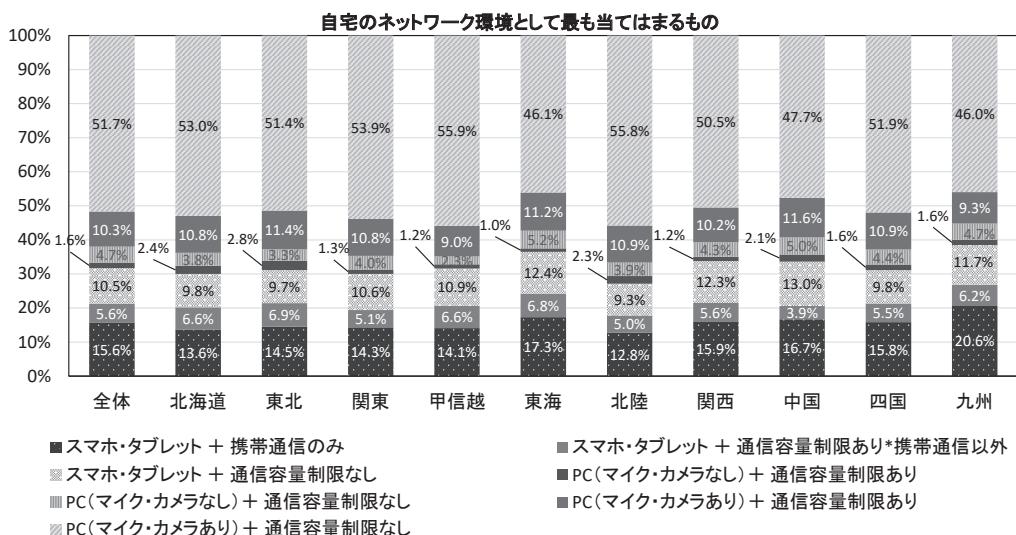
「3~6月の就活費用合計」出所:マイナビ 2021年卒 学生就職モニター調査 6月の活動状況(2020年6月)

学生が置かれていたネットワーク環境の実態

学生

「PC(マイク・カメラあり)+通信容量制限なし」が最も高く半数程度

緊急事態宣言による外出自粛要請の影響で、WEBを利用した就職活動を実施する学生は増えていたが、自宅のネットワーク環境についてきいたところ最も多いのは「PC(マイク・カメラあり)+通信容量制限なし」であり、地域に依らず半数程度だった。一方、「スマホ・タブレット+携帯通信のみ」という学生も1割以上で、九州では特に多く20.6%だった。概ね、ネットワーク環境は整っていたとみえるが、実際には環境の格差もあったと考えられる。



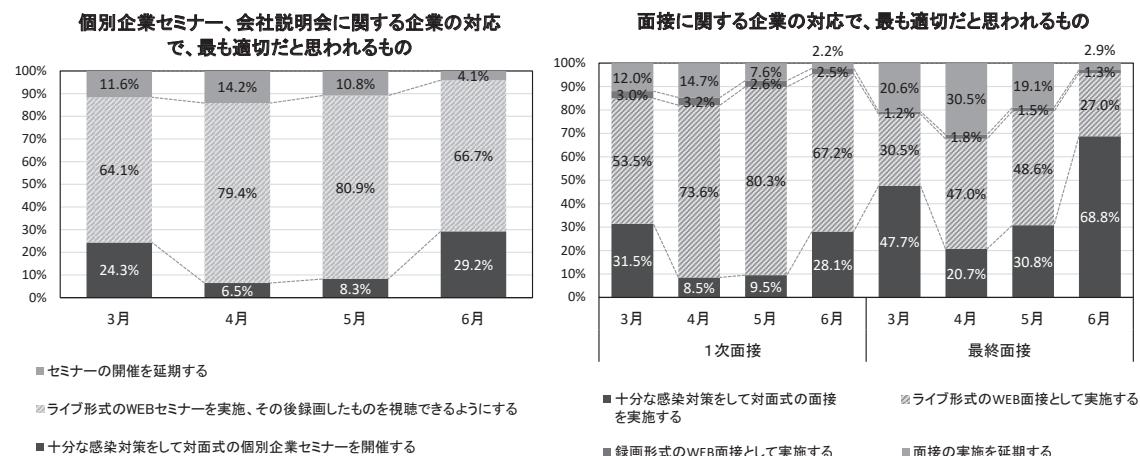
「自宅のネットワーク環境として最も当てはまるもの」出所:マイナビ2021年卒学生活動実態調査(4月実施)

個別企業セミナー、面接の形式に対する学生の考え方

学生

コロナ禍においてはWEB形式を望む声が多いが、最終面接は対面を望む割合が高い

WEBセミナーや1次面接など初期のフェーズではWEB化を望む声が多くみられたが、「最終面接」においてはどちらかというと対面式を望む声が多くなり、特に緊急事態宣言が解除された6月においては68.8%が「十分な感染対策をして対面式の面接を実施する」が適切だと回答した。十分な感染対策をしていることが前提ではあるが、やはり最終的な見極めの段階では「対面式」が望む声も多いようだ。



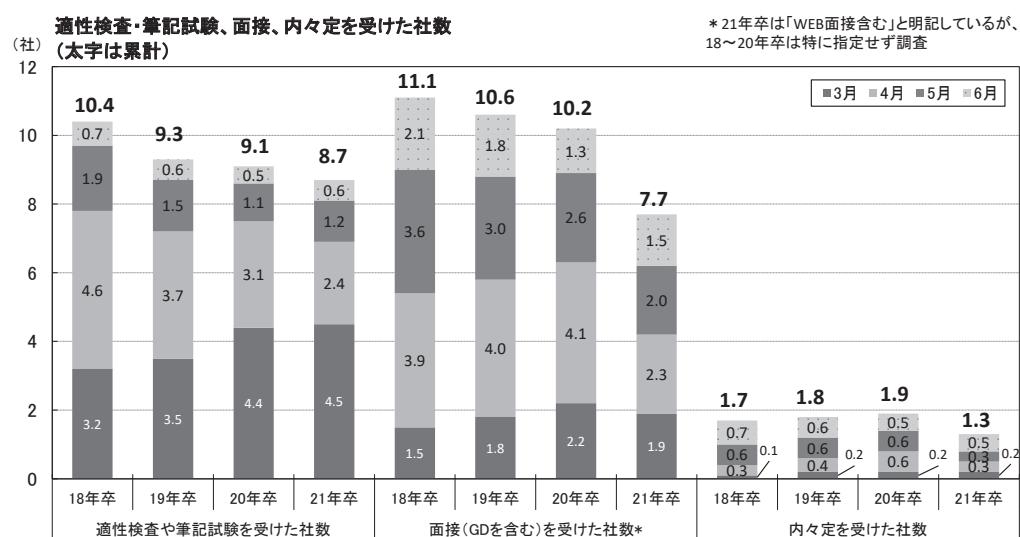
「個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、最も適切だと思われるもの」「面接に関する企業の対応で、最も適切だと思われるもの」
出所：マイナビ 2021年卒 学生就職モニター調査(6月実施)

就職活動③ 選考(面接)～内々定を受けた社数比較

学生

面接を受けた社数は新型コロナウイルスの影響を受け、特に4月は大幅に減少

「適性検査や筆記試験を受けた社数」は累計では減少しているが3月は前年よりも増加していた。新型コロナウイルスの影響で面接が延期・中止されるなか、WEBでも対応可能な適性検査の受検は積極的に行われたようだ。一方、3月、4月に大幅に減少したのが「面接を受けた社数」だが、6月では前年を上回る水準となった。全体的には3月、4月の面接機会の減少が「内々定を受けた社数」の減少にも影響を及ぼしていると思われる。



「適性検査・筆記試験、面接、内々定を受けた社数累計」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(3月～6月実施)

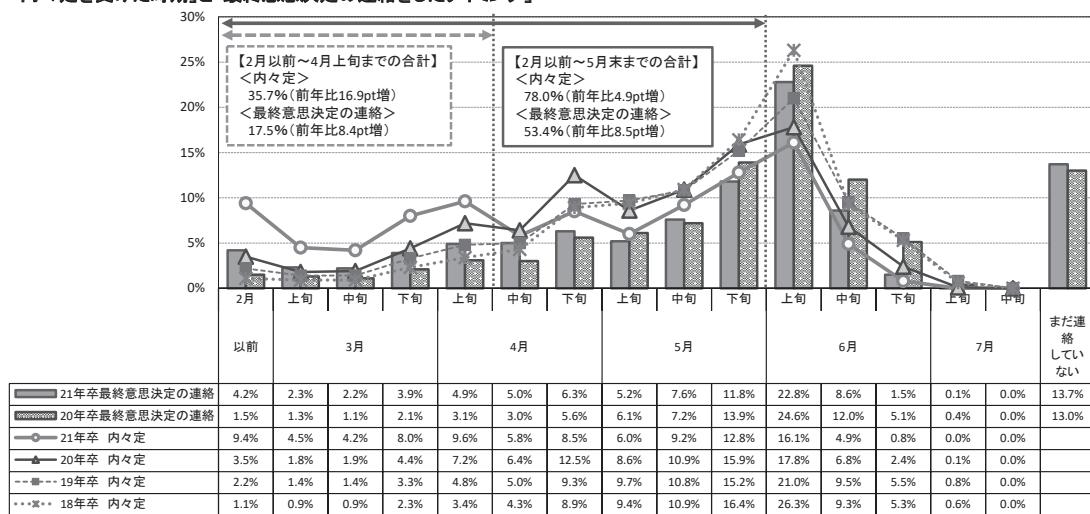
就職活動④ 内々定を受けた時期

学生

内々定を受けた時期は4月上旬までは前年を上回っていたが4月中旬以降は前年割れ

内々定者への意識調査において「内々定を受けた時期」を聞いたところ、2月以前～4月上旬までの合計は35.7%（前年比16.9pt）と大きく前年を上回っていたが、4月中旬を境目に前年を下回る水準で推移している。一方「最終意思決定の連絡をしたタイミング」については5月中旬までは前年を上回って推移していたが、5月下旬以降に前年を下回り、「まだ連絡していない」とする割合がわずかながら増加した。早い時期に内々定を得て終了する学生と、4月以降に十分な就職活動の機会を得られず6月以降も継続している学生があり、内々定者は大きく分けて2つのグループに分かれているようだ。

「内々定を受けた時期」と「最終意思決定の連絡をしたタイミング」



「内々定を受けた時期」と「最終意思決定の連絡をしたタイミング」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査（6月～7月実施）

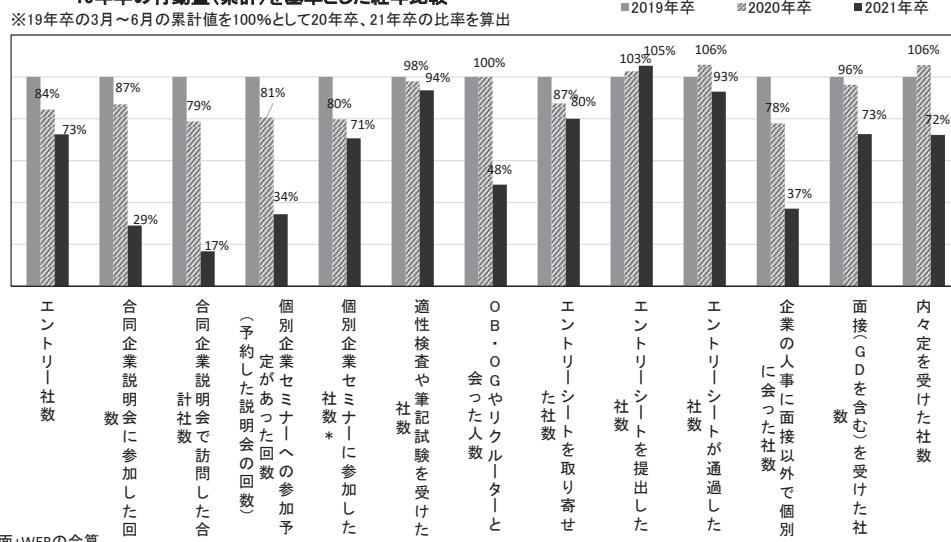
フェーズ別の行動量比較

学生

全体的に行動量が減少するなかで唯一増えたのは「エントリーシートを提出した社数」

19年卒の行動量（3月～6月の累計）を100%として20年卒、21年卒の行動量を比較した。合同企業説明会については相次いで中止になった背景から大幅に減少、その他の項目も減少傾向にある。唯一、増加したのは「エントリーシートを提出した社数」だった。新型コロナウイルスの影響で外出機会は制限されたがその分、企業研究などをを行い、エントリーシートの記入に時間を費やせたためだと考えられる。

19年卒の行動量(累計)を基準とした経年比較



「19年卒の行動量(累計)を基準とした経年比較」出所：マイナビ2021年卒マイナビ学生就職モニター調査（2019年卒分より 每年3月～6月実施）

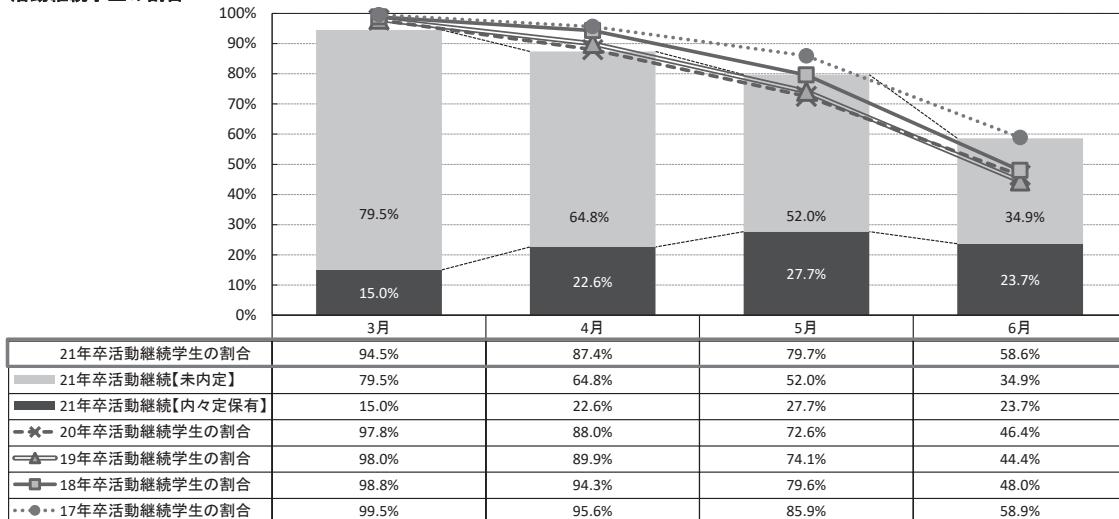
6月末時点の活動継続学生の割合 経年比較

学生

6月末の活動継続割合は58.6%で、現行スケジュールの中では初年度の17年卒と同程度

内々定保有者を含む就職活動を継続する学生の割合は2020年6月末時点で58.6%だった。ここ数年、学生の売り手市場が続き、6月末時点の活動継続割合は5割を切る状況が続いていたが、21年卒の「56.8%」という数値は現行スケジュール初年度の17年卒と同程度の水準である。緊急事態宣言解除後の5月下旬から活発に動き出した21年卒学生であったが3～5月上旬に活動を制限されたために生じた遅れを6月末以降に取り戻し、納得できるまで活動を継続している様子が窺える。

活動継続学生の割合



「活動継続学生の割合」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査（2017年卒分より 毎年3～6月実施）

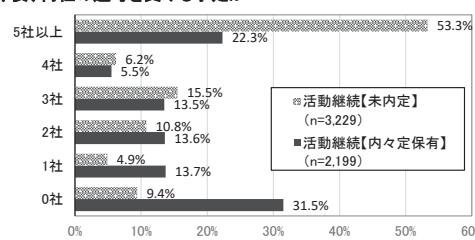
6月末で「活動継続意向」のある学生の今後の進め方

学生

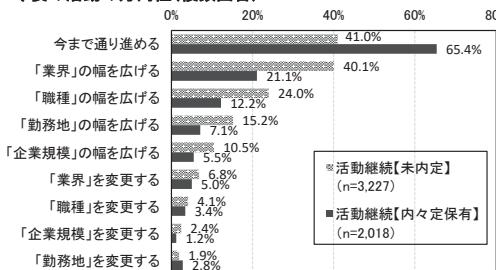
未内定学生は対象を拡げて、内々定保有者はこれまでと同じ条件で活動を継続

6月に実施した「マイナビ2021年卒大学生活動実態調査」において、今後も活動を継続すると回答した58.6%の学生に関して、今後の活動内容についてまとめた。未内定学生は「業界」「職種」「勤務地」の幅を広げて企業を探そうとする意向が見られた。一方、内々定保有学生は「今まで通り進める」と回答した学生が65.4%となり、これまでと同じ条件でさらに選考を受けようとする姿勢が見られた。

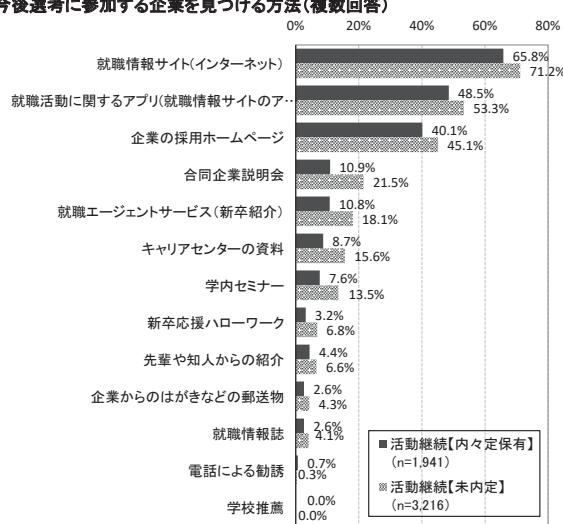
今後、何社の選考を受ける予定か



今後の活動の方向性(複数回答)



今後選考に参加する企業を見つける方法(複数回答)



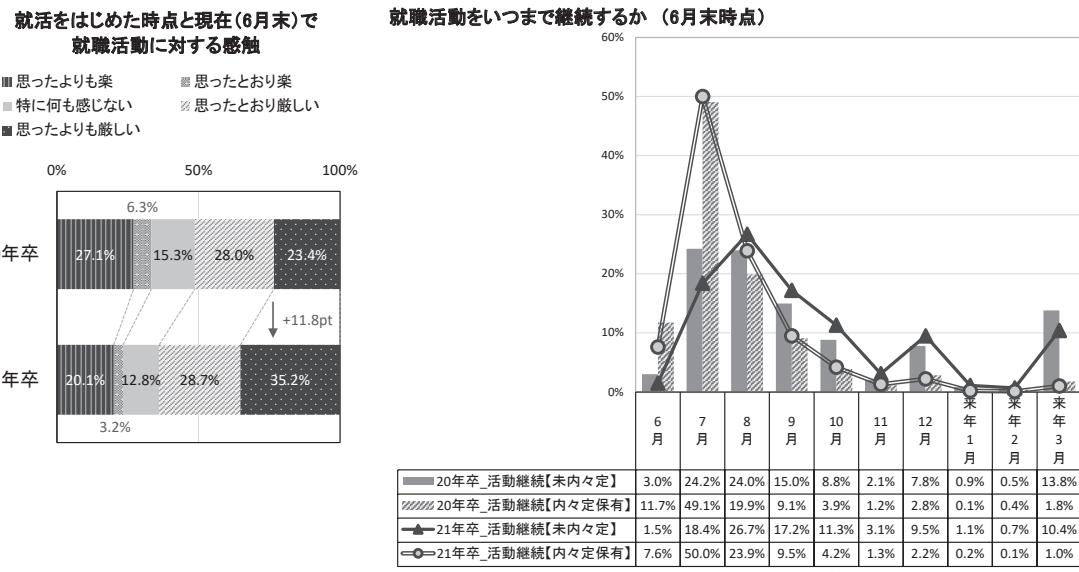
「今後、何社の選考を受ける予定か」「今後の活動の方向性(複数回答)」「今後選考に参加する企業を見つける方法(複数回答)」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(6月実施)

学生の就職活動終了時期について

学生

就活「思ったよりも厳しい」が増加、終了時期も後倒しに

2020年6月実施の調査で、就職活動を始めたころと比べた「就職活動の感触」を聞いたところ「思ったよりも厳しい」という回答が最も高く35.2%（対前年11.8pt増）となっていた。また、就職活動をいつまで継続するかについては内々定保有者では前年と同じで7月終了予定とする割合が最も高いが、未内々定者については8月終了予定が最も高く、9月以降も前年の未内々定者の割合を上回る水準で推移している。全体的に終了時期は後倒しになりそうだ。



就職活動を振り返って「もっとしておけばよかった」と思うこと

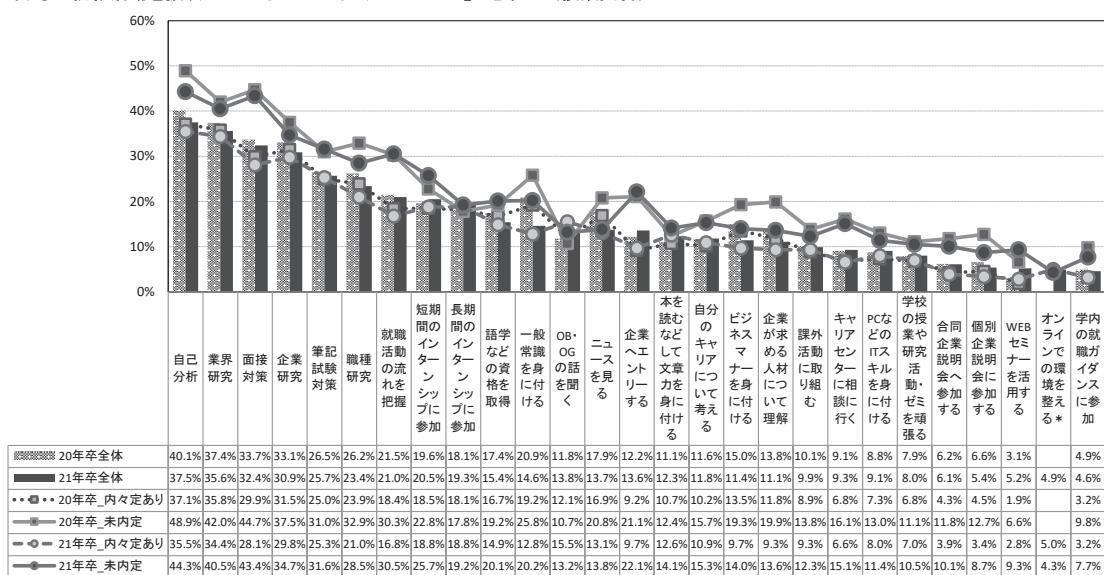
学生

未内定学生が最も「もっとしておけばよかった」と思っているのは『企業研究』

6月末時点で自身の就職活動を振り返ってもらい「もっとしておけばよかった」と思うことを聞いたところ、未内定者では「自己分析(44.3%)」「面接対策(43.4%)」「業界研究(40.5%)」が上位になった。

自身の就職活動を振り返って「もっとしておけばよかった」と思うこと(複数回答)

* 21年卒から追加



「自身の就職活動を振り返って『もっとこうすればよかった』と思うこと」出所:マイナビ2021年卒大学活動実態調査(6月実施)

内々定出しと内々定フォロー

内々定獲得時期は3～4月と6月以降に分かれる

2021年卒ではインターンシップの参加率、参加社数ともに増加し、広報活動開始後すぐに選考に進んだ学生も多く、3月の内々定率は2割を超えていた。しかし、4月に緊急事態宣言が出されると、対面での個別企業セミナーや面談・面接の実施が中止・延期となり、内々定率の伸びが鈍化した。ここ数年、学生の売り手市場が続いていることもあり、前年・前々年ともに5月末時点の内々定率は6割を超えていたが、2021年卒の内々定率は前年を10pt以上も下回り、5割を切っていた。一部で採用を中止する企業の報道等もみられたが、多くは緊急事態宣言の解除を待って採用活動を再開しており、6月以降の内々定率は徐々に改善している。学生の内々定獲得時期をみると、インターンシップ参加企業が3～4月に実施した選考で内々定を獲得している層と、6月以降の採用活動再開後の選考で内々定を獲得している層の2つに大きく分かれる傾向がみられた。

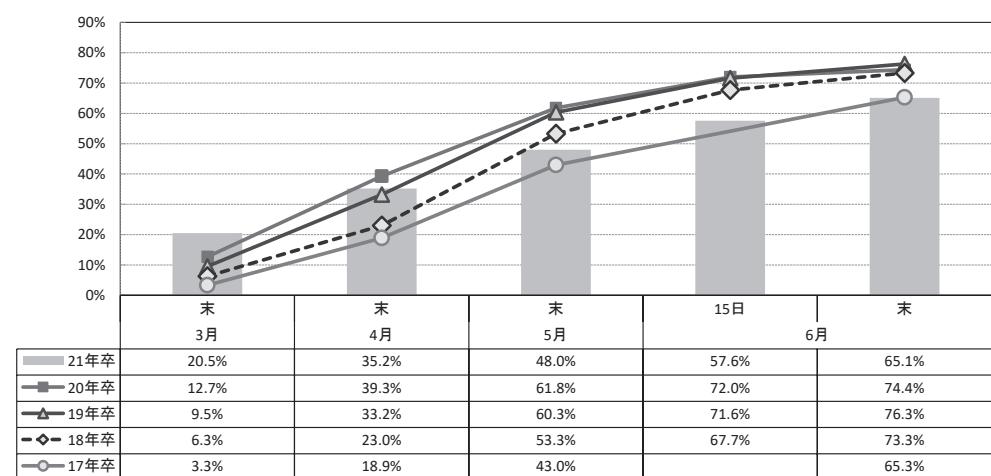
内々定率(全体)の月別推移

学生

内々定率は3月末で20.5%だったが4月以降は前年割れ、6月末で17年卒と同等の水準に

現行スケジュールになった17年卒から内々定率の推移をみると、21年卒の3月末内々定率である20.5%はこれまでのなかで最も高い数値であったことがわかる。しかし、新型コロナウイルスの影響で特に4月以降の個別企業セミナー・面接が中止・延期になるにつれて内々定率は前年を下回るようになった。緊急事態宣言の解除を受けて企業側の採用活動が再開され、6月以降の内々定率は徐々に上がり始めているが、まだ前年の水準には追い付いていない。

内々定率月別推移



※6月15日内々定率は臨時調査として2018年卒より実施。

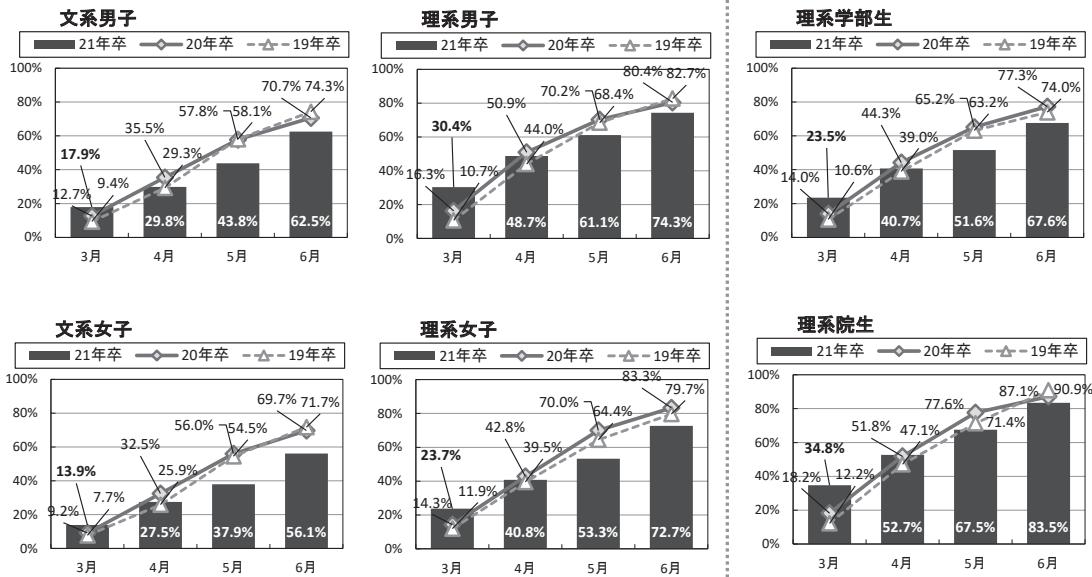
「内々定率月別推移」出所：マイナビ2021年卒マイナビ大学生活動実態調査（2017年卒分より 毎年3月～6月実施）

内々定率の月別推移 文理男女・理系学部・院

学生

3月の内々定率は前年を上回っていたが特に理系で顕著

全体でも3月の内々定率は前年を上回っていたが、文理別にみると特に理系で顕著に高くなっていた。理系院生は例年、内々定率が高い傾向にあるが、21年卒では3月末時点ですでに34.8%だった。ただし、新型コロナウイルスの影響で選考の実施が遅れ、5月の内々定率はすべての属性において、前年よりも低くなかった。



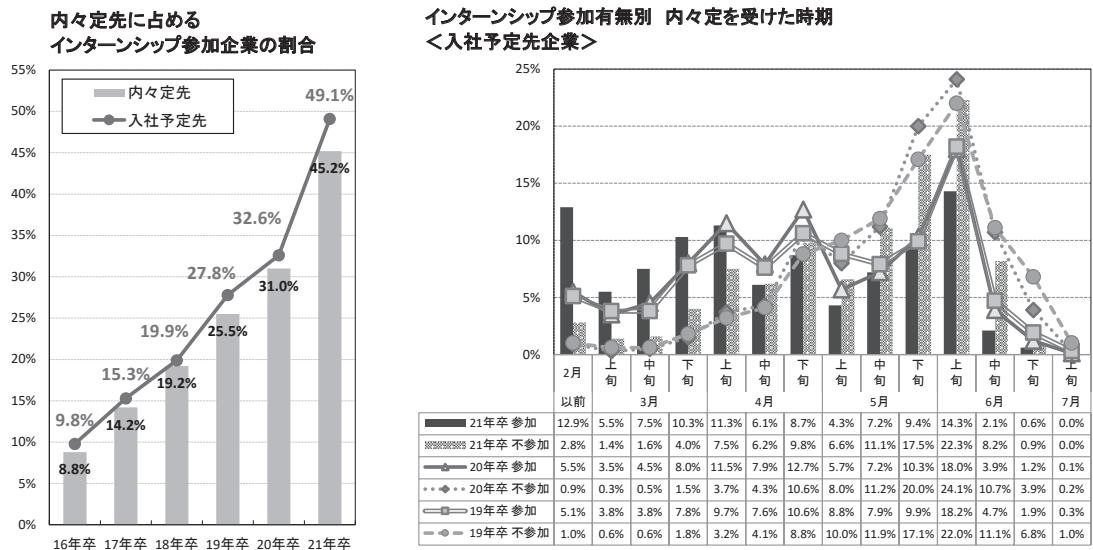
「内々定率月別推移(文理男女・理系学部生・理系院生)」出所:マイナビ2021年卒大学活動実態調査(2019年卒分より 毎年3~6月実施)

内々定を受けた時期(インターンシップ参加企業)

学生

内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は49.1%と過去最高に

内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は49.1% (対前年+16.5pt) これまで最も高い割合となった。入社予定先企業の内々定を受けた時期について、その企業へのインターンシップ参加したか否かで分けてみると、インターンシップ参加者はピーク時の6月上旬に次いで2月以前が高く、3~4月上旬にかけて不参加者よりも内々定獲得割合が高い。インターンシップに参加していない場合は5月中旬からの割合が高くなり、特に5月下旬~6月中旬はインターンシップ参加者の内々定獲得割合を上回っている。同様の傾向は例年みられるものだが、2021年卒は特に2極化が顕著になっていると考えられる。



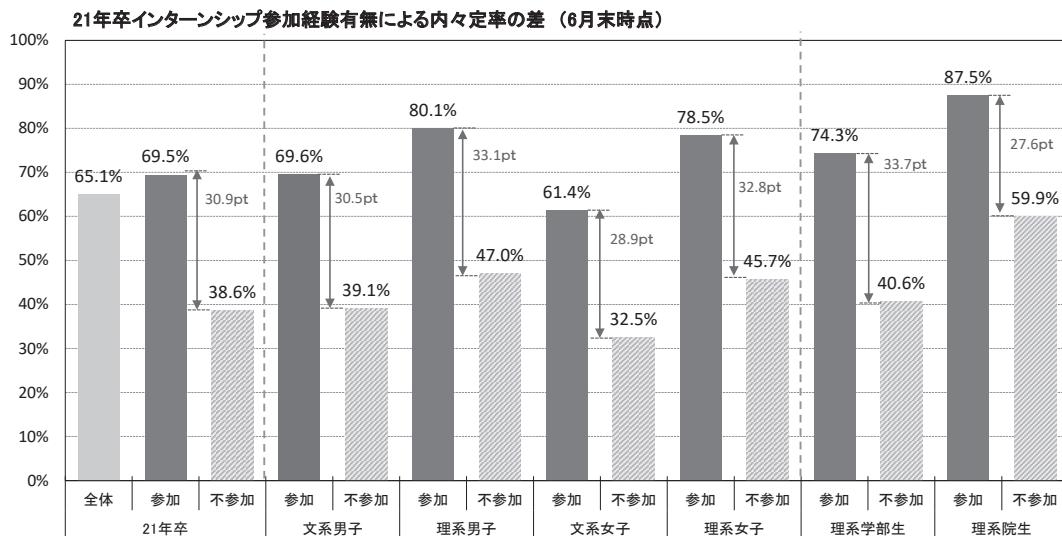
「内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合」「内々定を受けた時期」出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

内定率とインターンシップ参加経験の有無

学生

6月末時点の内々定率はインターンシップ参加経験の有無で30.9ptの差

6月末時点の内々定率を、インターンシップの参加経験有り(参加)、インターンシップの参加経験無し(不参加)の分類で比較すると、「参加」は69.5%、「不参加」は38.6%となり30.9ptの差があった。21年卒においては新型コロナウイルスの影響で4月～5月の就職活動機会が制限されたこともあり、プレ期間中のインターンシップ参加を通じて企業と接触していた経験が内々定獲得にプラスの影響を与えていたと考えられる。



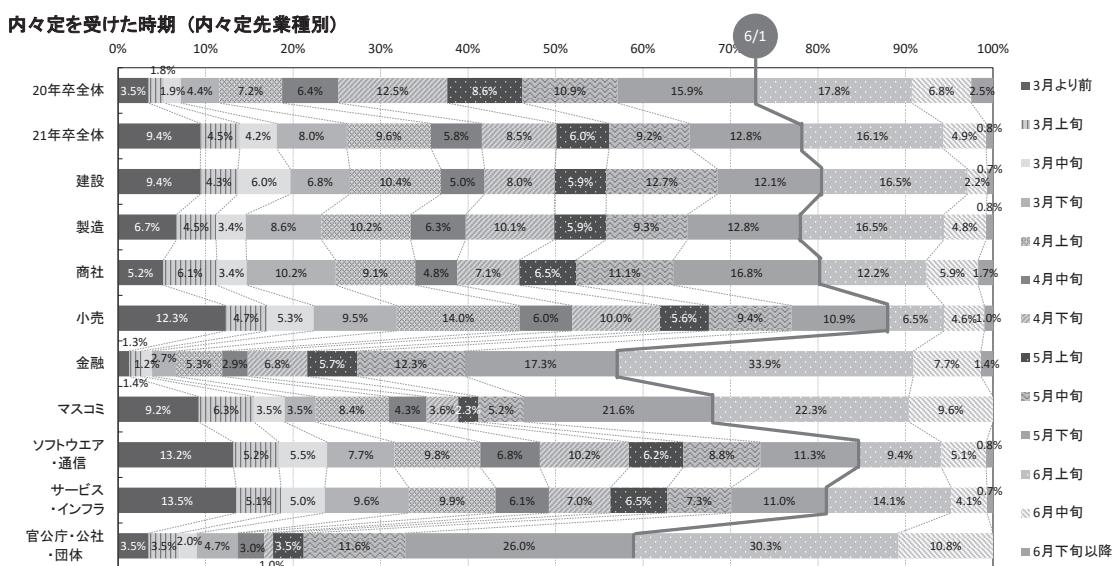
「インターンシップ参加有無による内々定率の差(文理男女・理系学部生・理系院生)」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(6月実施)

内々定を受けた時期(内々定先業種別)

学生

内々定時期は「3月より前」ならびに3月中の割合が全体的に増加、4月下旬から5月が減少

新型コロナウイルスの影響で特に4～5月の就職活動機会が制限されていたが、内々定時期の割合を見ると全体では「3月より前」、3月上旬～4月上旬の割合が増加しているため、6月以後の割合は前年よりも減少した。業種別にみると、小売、ソフトウェア・通信、サービス・インフラが早い傾向にあり内々定時期が5月までだったのは8割以上となった。一方、金融、官公庁・公社・団体はやや遅く、4割以上が内々定時期が6月以降という結果だった。



「内々定を受けた時期(内々定先業種別)」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月～7月実施)

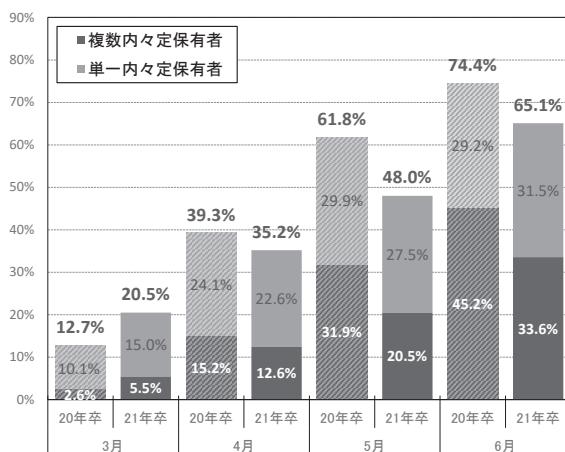
複数内々定保有学生の割合

学生

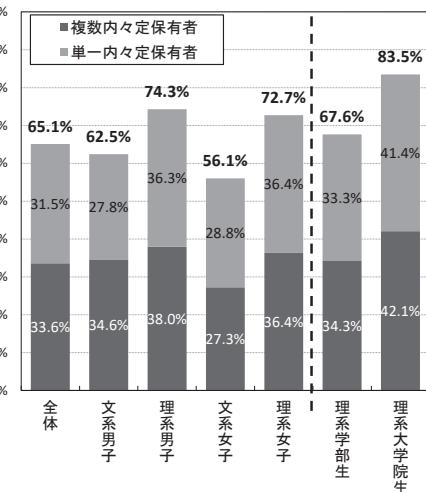
6月末時点で2社以上の内々定を保有している学生は33.6%(対前年11.6pt減)

選考活動開始月である6月末時点の内々定率は65.1%(対前年9.3pt減)、また、複数社から内々定を受けているのが33.6%(対前年11.6pt減)となっており、前年と比較すると、内々定獲得が遅れていることがわかる。文理で比較すると理系のほうが内々定率、複数内々定保有割合ともに高い。

複数内々定保有者の割合の推移
※太字は内々定率



複数内々定保有者の割合【6月末】※太字は内々定率
<文理男女、理系学部院別>



「複数内々定保有者の割合(月別推移、文理男女別)」出所:マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(2020年卒分より 毎年3月～6月実施)

内々定までに得られた対面接触の機会

学生

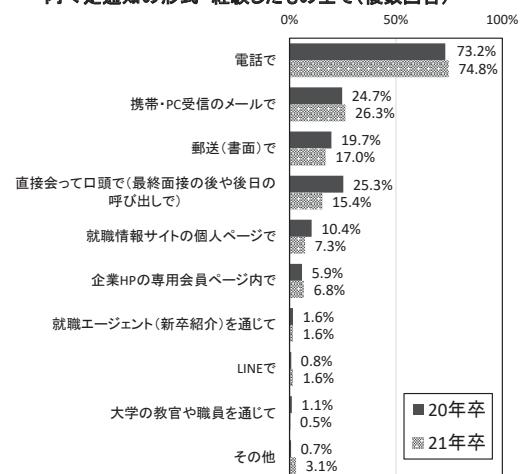
入社予定先に対して全て「対面」参加だったのは28.7%、全て「WEB」は18.6%

6月末時点で内々定を持っていて入社予定先企業を決めている学生に、その企業の選考に対面かWEBどちらで参加したか聞いたところ、全て「対面」だったのは28.7%で、全て「WEB」だったのは18.6%だった。残りの半数は「対面」と「WEB」が混じる形で参加したり、個別企業セミナーには参加していないという回答も見られた。一方、経験したことのある内々定通知の形式について訊いたところ「電話で」が前年と同様に最も高く74.8%となった。「全く会う機会がない」というのは一般的ではないが、例年よりも減っていることは否めない。

<入社予定先>個別企業セミナー、1次面接、最終面接
対面かWEBどちらで参加したか

個別企業セミナー	1次面接	最終面接	%
対面	対面	対面	28.7%
WEB	WEB	WEB	18.6%
対面	WEB	WEB	9.8%
参加していない	WEB	WEB	8.0%
対面	対面	WEB	7.5%
参加していない	対面	対面	5.9%
WEB	WEB	対面	4.4%
対面	WEB	対面	3.4%
その他			13.7%

内々定通知の形式 経験したもの全て(複数回答)



「個別企業セミナー、1次面接、最終面接、対面かWEBどちらで参加したか」「内々定通知の形式 経験したもの全て」
出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(2020年卒分より 毎年6月～7月実施)

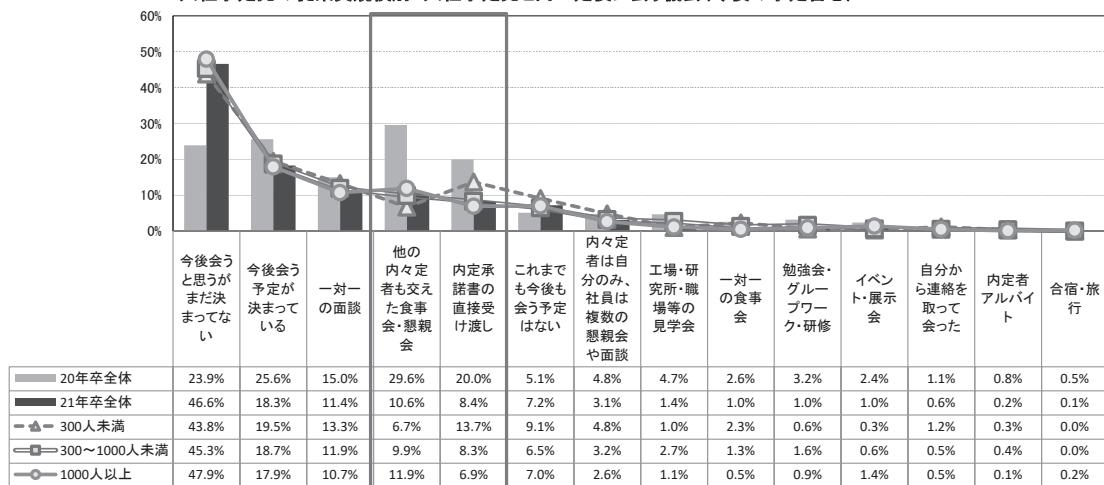
学生が内々定後に入社予定先企業と会う機会

学生

6月末時点で入社予定先と内々定後の会う機会は「未定」が最も多く46.6%

今後の予定も含め内々定後の企業との接触内容を聞いたところ、全体では「未定（今後会うと思うがまだ決まっていない）」が最も高く46.6%となった。前年トップだった「内定者懇親会」は10.6%（対前年19.0pt減）となっており、新型コロナウイルス感染拡大防止のために食事会などが自粛されている影響が内々定後の会う機会にも及んでいることがわかった。

入社予定先の従業員規模別 入社予定先と内々定後に会う機会（今後の予定含む）



「入社予定先の従業員規模別 入社予定先と内々定後に会う機会（今後の予定含む）」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査（2020年卒分より 毎年6月～7月実施）

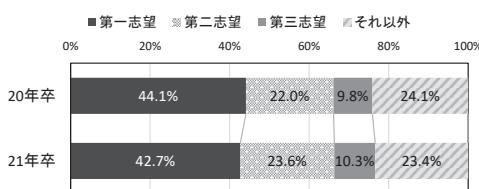
第一志望以外の企業に入社予定先企業を決めた理由

学生

第一志望以外に決めた学生のうち53.6%（対前年7.8pt増）が選考結果が出ていない状態

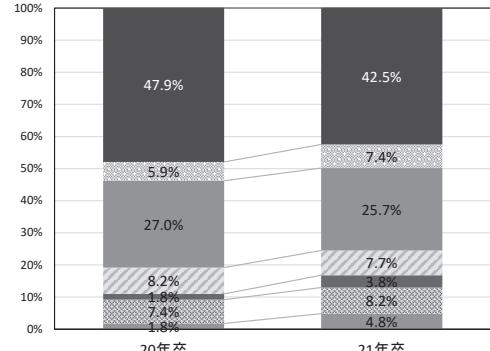
6月時点第一志望を入社予定先とした学生は4割程度で、残りはなんからの理由で第一志望でない企業を入社予定先に決めたと回答した。そのうち、第一志望企業の選考結果がまだ出ていない状態である割合が21年卒では53.6%（対前年7.8pt増）。21年卒は企業の採用スケジュールが遅れ、内々定出しが後倒しになった影響もあるだろう。内々定承諾後に学生に対して、自社を第一志望企業に育てるプロセスが前年以上に必要になると思われる。

入社予定先企業は第何志望か

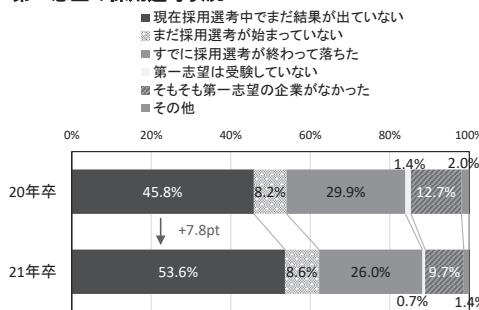


第一志望以外に決めた理由

- 第一志望の企業に落ちたから
- 第一志望の企業よりも早く内々定が出たから
- 就活を進めるうちに第一志望に変わったから
- 内々定が出たとき入社したいと思ったから
- 第一志望の企業から内々定をもらう自信がないから
- そもそも第一志望の企業がなかった
- その他



第一志望の採用選考状況



「入社予定先の従業員規模別 入社予定先と内々定後に会う機会（今後の予定含む）」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査（2020年卒分より 毎年6月～7月実施）

企業が実施する予定の内定者施策

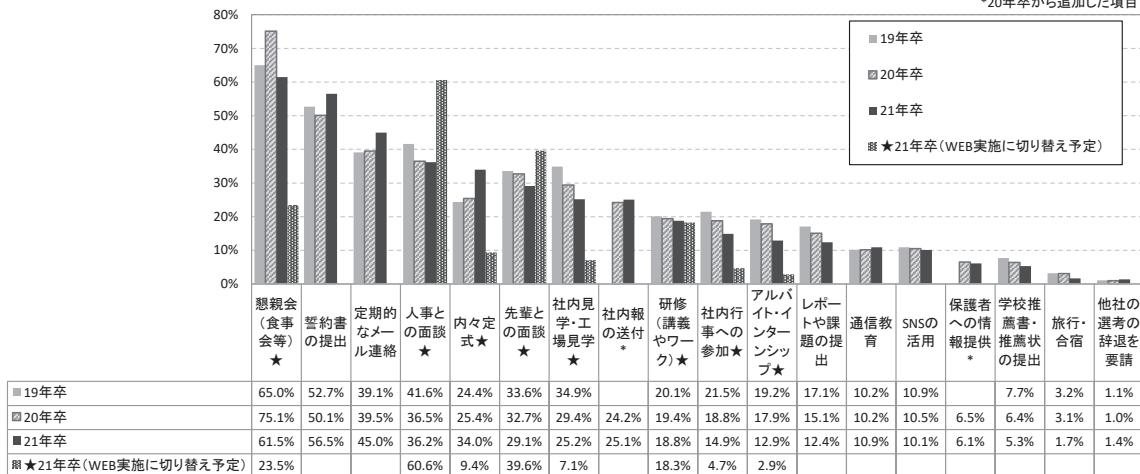
企業

内々定辞退対策のトップは前年と同様に「懇親会」、「人事との面談」はWEBで実施

内々定辞退対策の内容を聞くと前年から引き続き「懇親会」が引き続きトップで61.5%だったが、前年からは10.1pt減少する結果となった。21年卒ではグラフ内★項目についてWEB化実施の予定を訊いたが「人事の面談」(60.6%)、「先輩との面談」(39.6%)、「研修(講義やワーク)」(18.3%)となっており、内々定辞退対策においてもWEB活用が進んでいるようだ。

内々定辞退対策として実施予定のもの

*20年卒から追加した項目



★印はWEB化を予定している項目内の割合

「内々定対策として実施予定のもの」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(2019年卒分より 毎年6月実施)

学生の内々定状況 まとめ



学生の内々定率の推移は例年に比べ1~2ヶ月の遅れ、
インターンシップ参加者ほど早期段階で内々定を獲得。



3月以降の新たな企業発見機会が失われたことから、
58.6%の学生が7月以降も活動を継続すると回答。



対面機会の減少により、企業・学生ともに意思決定の材料が不足。
相互理解を深めるフォロー活動がより重要に。

今後の採用に向けて

ニューノーマル時代の採用活動に求められること

2021年卒の新卒採用では、インターンシップ実施はもちろんのこと、WEBツールを用いて個別企業セミナーや面談・面接を実施するなど、コロナ禍で対面での接触に制約があるなかでも、様々なチャネルで学生と接触機会を持ち続けた企業ほど採用に成功していた。2020年は予想外の事態に見舞われ、働き方においても半ば強制的に新しい様式の導入が進んだが、それは採用活動においても同じ状況だったといえるだろう。ウィズコロナという文脈に限らず、その後の世界でもニューノーマルと呼ばれる新しい価値観は社会に浸透していくと思われ、それは採用活動においても同様である。2021年卒が転機となった新卒採用活動は、今後、どうなっていくのだろうか。

2021年卒採用動向のまとめ



企業のインターンシップ実施率、学生の参加率とも増加、
インターンシップ参加をきっかけに採用選考へ進むことが一般化。



学生の早期積極活動層が増加、
3月以降の行動量（エントリー・説明会参加社数）は全体的に減少。



企業のWEB化対応には差がある、
大手を中心にWEB化対応企業は早期に採用活動を終える見込み。

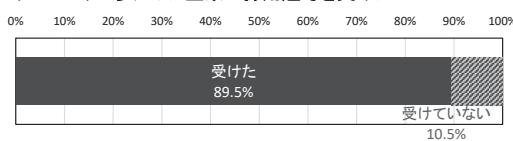
志望企業の優先順位づけに果たすインターンシップの役割

学生

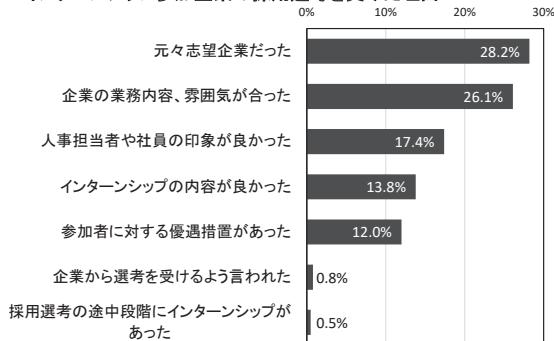
インターンシップ参加企業の選考を受けた割合は89.5%、フィット感を確認する場に

6月時点で内々定をもつ学生に調査したところ、89.5%の学生がインターンシップに参加した企業の採用選考を「受けた」と回答した。理由としては「元々志望企業だった」が最も高いが、次いで「企業の業務内容、雰囲気が合った」「人事担当者や社員の印象がよかったです」が続く。また、第一志望が変わったきっかけとしてもインターンシップが上位に挙がっており、学生にとってインターンシップ参加が仕事や企業とのフィット感を確認する場になっていることがわかる。

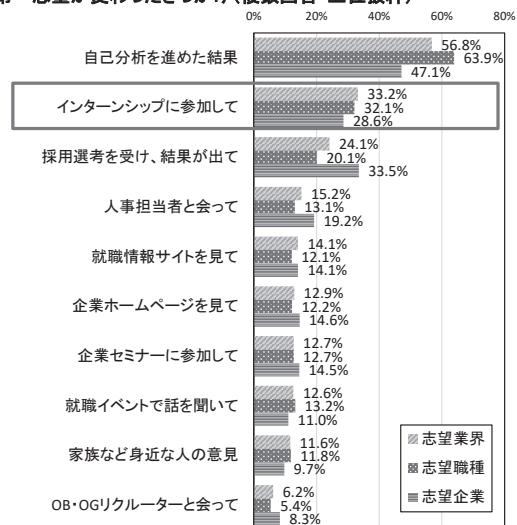
インターンシップ参加した企業の採用選考を受けたか



インターンシップ参加企業の採用選考を受けた理由



第一志望が変わったきっかけ(複数回答・上位抜粋)



「インターンシップ参加した企業の採用選考を受けたか」「インターンシップ参加企業の採用選考を受けた理由」「第一志望が変わったきっかけ」
出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6~7月実施)

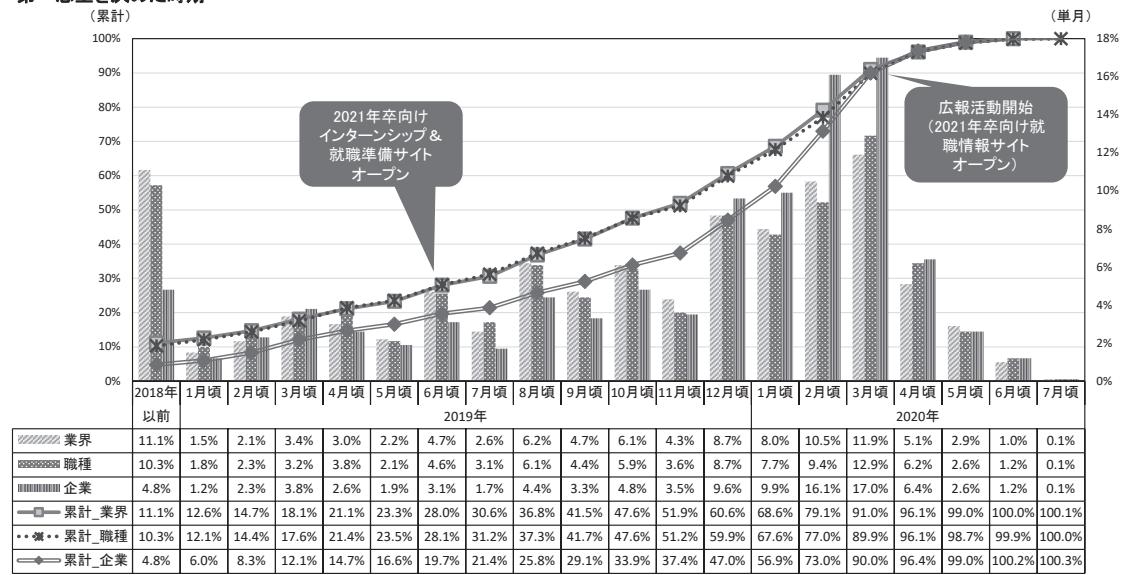
学生が第一志望(業界・職種・企業)を決めた時期

学生

業界・職種は低学年時から決めている場合が多いが、企業は就職活動時期に決めている

学生が業界・職種・企業について「第一志望」を決めたタイミングを聞くと、業界・職種は同じような時期に決める傾向が見られ、大きく分けると低学年時から決めている場合と準備期間を含む就職活動時期に決める場合の2パターンが見られた。一方、志望企業については広報活動開始直前の2月~3月に決めたとする割合が特に高くなっている。

第一志望を決めた時期



小数点第2位以下を処理しているため、累計値が100%を超えていません。

「第一志望を決めた時期」出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6~7月実施)

今後の採用に向けて

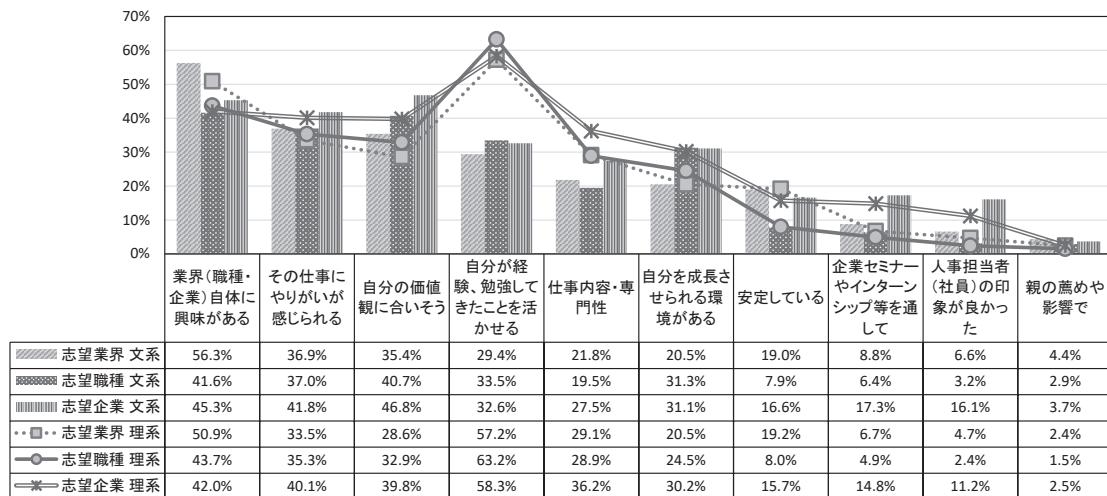
学生が第一志望(業界・職種・企業)を決めた理由

学生

第一志望を決めるとき文理ともに共通するのは業界への興味、仕事に感じるやりがい

学生が業界・職種・企業について「第一志望」を決める理由について聞いたところ、文理共に共通して高い回答割合だったのは「業界自体に興味がある」「その仕事にやりがいを感じられる」だった。文系では次いで「自分の価値観に合いそう」が高く、特に企業選択の際には46.8%と半数近くに及んだ。理系では業界・職種・企業選択いずれにおいても「自分が経験、勉強してきたことを活かせる」が高く、6割程度となっている。第一志望を決める際は、学生自身の興味関心、価値観などにおける自分軸を大切に選択している様子が窺える。

文理別 第一志望を決めた理由



「第一志望を決めた理由」出所:マイナビ2021年卒内定者意識調査(6~7月実施)

「入社予定先企業の1社」を決めるまでに重要なこと

採用選考における学生接触は、時間軸の流れだけではなく、高さ(複数施策)がより重要になる。

①検討するための十分な時間、②不安を払拭する十分な情報提供、③対面接触、雰囲気の理解

情報量が不足した状態で内々定承諾をしなければならない場合、意思決定の満足度が低くなるリスクが高い。
複数の施策で面積(=納得感)を大きくすることで、満足感をもった『入社意思』の決定を促進できる。

学生の「入社予定先への納得感」に関する概念

面積

入社予定先企業を決める納得感(※)

※「納得感」とは入社予定先企業への理解を深め、満足できるだけの情報を知ったうえで自分で選択したと思えること、ならびに学生が自分自身の就職活動において多くの選択肢から選んだのだという満足感の結果、得られるものと定義。

高さ

相互理解を深める
複数施策
(接触回数×情報の質)

※学生にとっては活動量、企業にとっては学生1人あたりにかける時間・手間と言い換えられる。

底辺 = 時間

WEB対応が可能な施策

選考フロー

リアル(対面)の設計が重要な施策

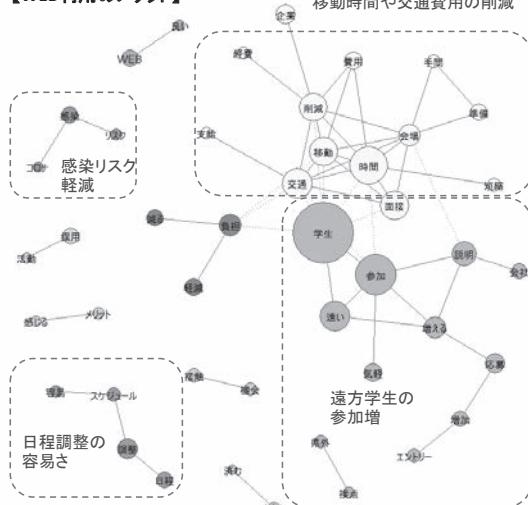
(マイナビ採用戦線報告会より)

採用活動におけるWEB利用のメリット/デメリット 採用担当者の声より

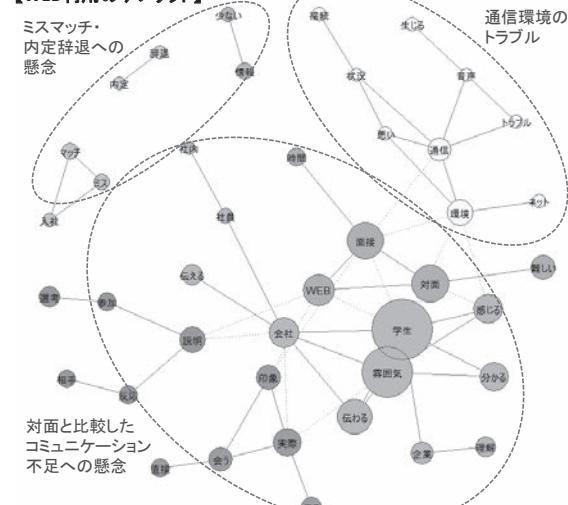
メリットは「(時間・費用)コスト削減」と距離を超えることで得られる「参加ハードルの低さ」

2020年6月に実施した調査で採用担当者に採用活動におけるWEB利用のメリット・デメリットを自由回答で聞いた。メリットとして多くあげられたのは移動にかかる費用や時間の削減、またそれに伴う遠方学生の参加があげられた。一方、デメリットとしては通信環境の不安定さなど実務的なことや、相手の反応が見えづらい・雰囲気が伝わりづらいといった直接会えないことで起こるコミュニケーション不足、そのうえで生じる「ミスマッチ」「内定辞退」を心配する声が多くみられた。

【WEB利用のメリット】



【WEB利用のデメリット】



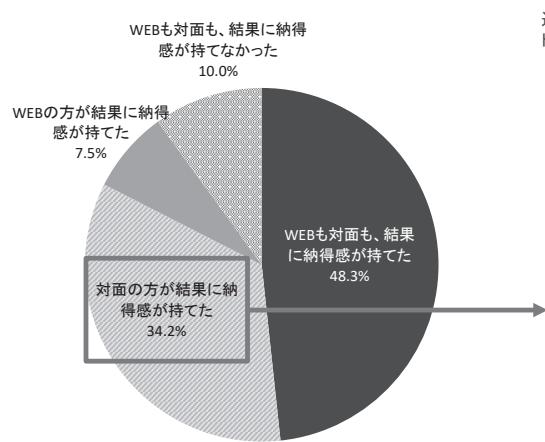
「WEB利用のメリット」「WEB利用のデメリット」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)で取得した回答結果を用いてKH coderで共起ネットワークを作成

就職活動におけるWEB活用の納得感/不安感 学生の声より

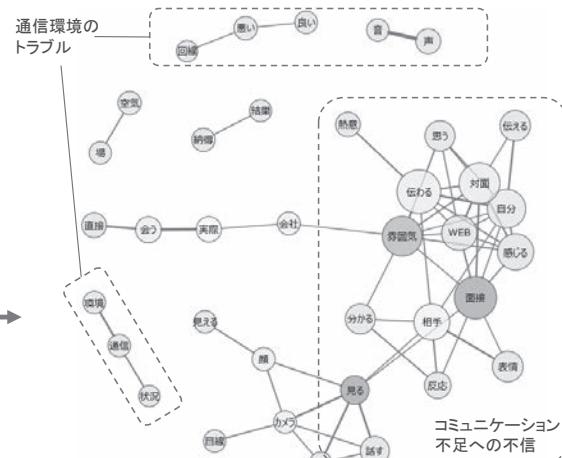
対面でもWEBでも納得できたとする学生が半数だが、対面のほうが納得感はやや高い傾向

2020年6月に学生に向けて実施した調査でWEB/対面いずれの面接に納得感があったかと聞いたところ、両方ともに納得できたとする学生が半数程度だった一方、「対面のほうが納得できた」とする学生が次いで多く34.2%だった。その理由としては通信環境の状況やカメラの使い勝手など手段についての不満と相手の表情や反応が見えづらく、思いを伝えづらいことや相手のことを感じづらいなどコミュニケーションにおける情報不足があげられた。

【「WEB」「対面」両方の面接を経験した方限定】 面接結果の「納得感」に違いはあったか



【対面の方が納得感を持てたと回答した学生】 なぜWEBだと納得感が持てなかつたのか



「面接結果の“納得感”に違いはあったか」「なぜWEBだと納得感が持てなかつたのか」
出所:マイナビ2021年卒大学活動実態調査(6月1日実施)で取得した回答結果を用いてKH coderで共起ネットワークを作成

今後の採用に向けて

WEB面接・WEBセミナーにおける情報量 イメージ図



オンライン採用のメリット・デメリット

学生側

企業側

コスト削減(金銭)

コスト削減(時間)

選択肢の拡大(エリア等)

メリット

コスト削減(金銭)

コスト削減(時間)

母集団・応募者層の広がり

情報量の不足

心理的ハードル
(孤独感・不安感・切り替えの難しさ)

デバイス環境

デメリット

見極めの情報不足

グリップ不足

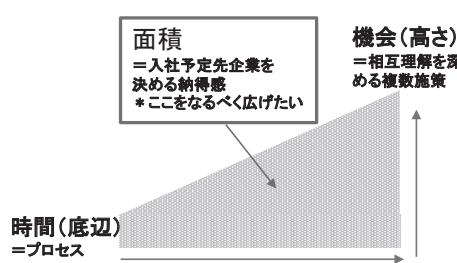
情報漏洩・拡散の不安

(マイナビ採用戦線報告会より)

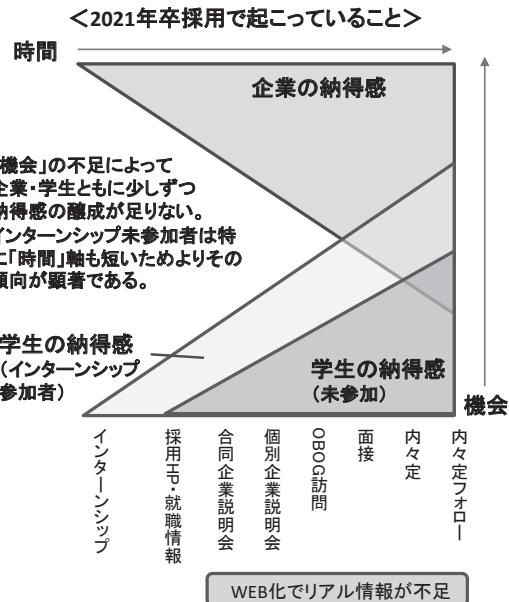
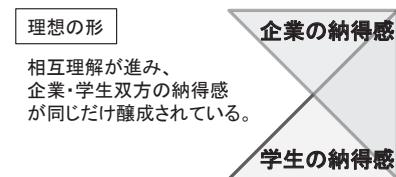
学生と企業の相互理解 2021年卒採用において注意が必要な点

学生にとっての就職活動、企業にとっての採用活動は逆サイドから見た表現をしているだけで、互いへの理解を深め、「納得感」の持てる、最も良い選択をしようと努力するプロセスは同じである。「納得感」を醸成するためには各段階を重ねるごとに「時間×機会」の掛け算でコミュニケーションを深めていくことが必要である。先ほど示した『学生の「入社予定先への納得感」に関する概念』を基に2021年卒採用において特に注意が必要だと思われる視点を示した。

(再掲)学生の「入社予定先への納得感」に関する概念



上記の納得感醸成のプロセスは企業側からみた学生への納得感醸成でも同じであると考える。



2022年卒採用に向けての検討事項

2021年卒の状況を踏まえて、2022年卒採用では以下の内容を検討する必要があると考えられる



満足度の高いインターンシップの開催



WEB化も含めた、複合的施策の準備



人材要件の共通言語化と見極め

(「マイナビ採用戦線報告会」資料より)

☑ 満足度の高いインターンシップの開催

＜インターンシップアワードの結果分析からわかったこと＞ 企業への志望度に影響するインターンシップコンテンツ設計のポイント

インターンシップの満足感

インターンシッププログラムに対する学生の満足感を示している。

大前提として、自社に対する志望度を高めるためには、インターンシップに満足してもらうことが最重要。

事前・事後学習の充実

インターンシップ前の「目標設定」、インターンシップ中の「フォロー」、インターンシップ後の「フィードバック」の3つが、どれくらい充実しているかが志望度に影響を及ぼす。

就業体験の充実

インターンシップの内容がどれくらい実際の仕事内容に近いものであり、それによってどれくらい仕事を理解することができたかが重要。

社会人基礎力の向上

社会人基礎力を構成する「前に踏み出す力」、「考え方」、「チームで働く力」の3つが、インターンシップ経験を通してどれくらいが向上したかが志望度に影響を及ぼす。

上記4点を十分に満たしているかをチェックすることが重要。
特に「事前・事後学習の充実」については通常のインターンシッププログラムの前後に追加することができるで実現しやすく、満足度向上につなげやすいためお勧めしたい。

もっと詳しく知りたい方は、インターンシップアワード公式サイトへ ▶

インターンシップアワード

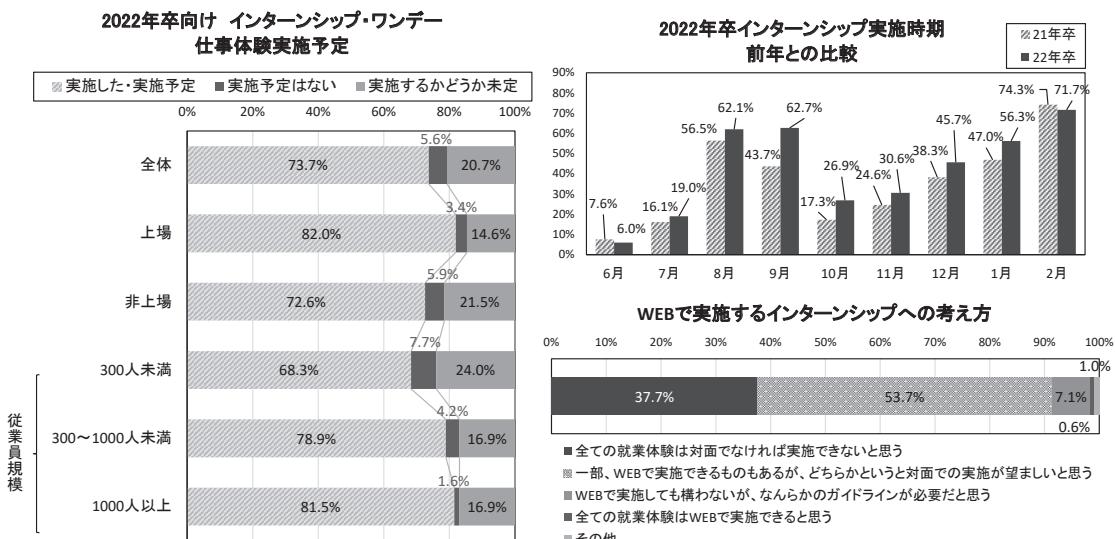
検索



＜参考＞2022年卒 インターンシップの実施予定

2022年卒のインターンシップ 現時点で実施予定なのは73.7%

2020年6月時点の調査となるが、2022年卒のインターンシップについて訊いたところ、全体では73.7%が実施予定だと回答した。まだ2割は未定のことだったが22年卒向け多くの企業で実施されるようだ。またその時期については前年よりも9月以降の実施割合が増加している。21年卒採用の遅れなどが影響していると思われる。一部で検討されているWEB上のインターンシップについては全面的なWEB化への賛成意見は少なく限定的な利用を望む声が多いようだ。



「2022年卒向け インターンシップ・ワンデー 仕事体験実施予定」「2022年卒インターンシップ実施時期前年との比較」「WEBで実施するインターンシップへの考え方」
出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)



WEB化も含めた、複合的施策の準備

企業・学生、双方からの多面的な情報提供を

企業・学生の双方からコミュニケーションを行い、向き合った状態で互いを理解することが「マッチング」。

企業側の十分な情報発信を行うと同時に、多面的・多角的に学生一人ひとりを見ていくことがより重要となる。WEB化で不足しがちな「インフォーマルな情報」を提供する工夫が特に必要。

企業からの情報発信の工夫と 積み重ね

例)採用ホームページの情報

→採用ブログやTwitterなど、予算をかけない施策も

例)スマートフォンで会社内の雰囲気を撮影し、クローズで発信

→既存のデバイスができる工夫を

ノンバーバルコミュニケーション の見直し

例)エントリーシートの工夫(Photoコラムなど)

→基本ESは共通フォーマットで可とし、自分らしい写真とその時のエピソードを記述する設問など、「その人らしさ」を汲み取るための工夫を

例)文章力の確認(レポートの提出など)

→大学で提出したレポートの1つをしてもらうなど、新たな課題で言語能力を図る

WEBや動画の 複合的な活用

例)録画型 会社説明会の準備

→会社の基本情報のみであれば繰り返し視聴可能な録画型もおすすめ

例)ビデオ面接の導入

→テーマを与えて動画を撮影・投稿してもらう。全身や私服、普段の話し方を見る

互いの不安を取り去り合う「取り組みの整理と継続」が必要

本誌特集コラム「COVID-19 状況下での心理的契約」(神戸大学 服部准教授)のなかで、採用活動のなかで進められる「心理的契約」のプロセスについてコロナ禍での状況、そして今後の社会でどのように変化していくのかを詳しく解説されています。

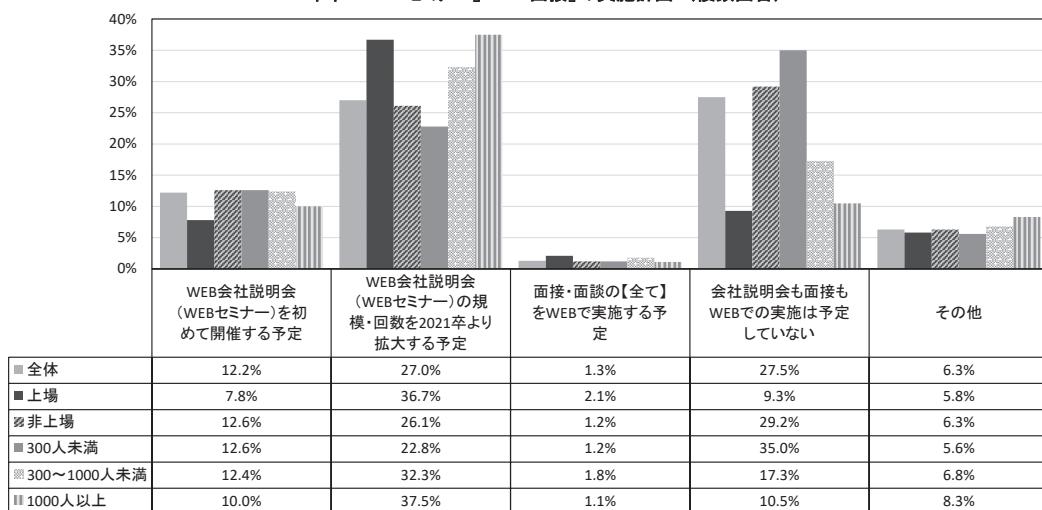
(「マイナビ採用戦線報告会」資料に筆者加筆)

＜参考＞2022年卒における「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画

会社説明会・面接ともにWEBの実施は予定していないとの回答は27.5%

2022年卒の採用に関してWEBを全く導入しないと回答したのは27.5%で、特に従業員規模300人未満の中小企業では35.0%と高い傾向にあった。裏を返すと、全体の7割以上の企業ではなんらかの形でWEB導入を予定していることがわかった。しかしながら、「全てをWEBで実施」と回答したのはわずか1.3%となっており、多くはWEBと対面を使い分けることを想定している様子が窺えた。

2022年卒 「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画 (複数回答)

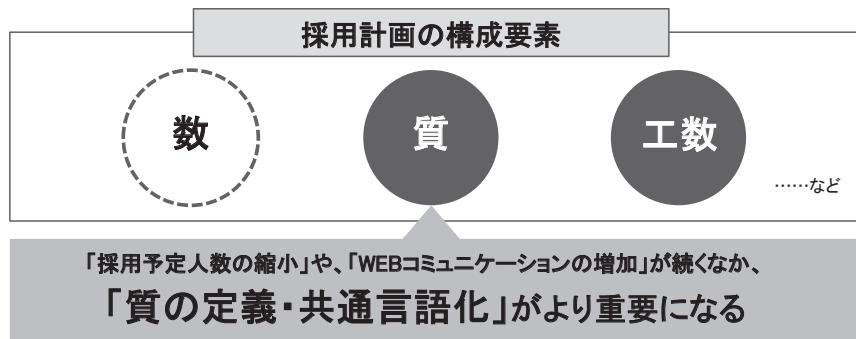


「2022年卒 「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画 (複数回答)」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)



人材要件の共通言語化と見極め

厳選採用における重要な視点



- ✓ ビジョン・ミッション・バリュー(自社カルチャー)の言語化
- ✓ 求める人材像(ハイパフォーマー)、将来の幹部候補・マネジメント層
- ✓ 充足していない職種と、必要技能・スキル・知識レベル
- ✓ 勤務エリア・配属想定先の見える化、数値化
- ✓ これからの時代に求められる人材(現組織に存在しない人材)の必要性

採用予定数を減らす企業も増えていくことが予測される中、「質」重視の採用活動へシフトする。

WEB化対応等で「効率化」を図ることができる一方で、「質」をどう定義していくべきか。

(マイナビ採用戦線報告会より)

2022年卒採用に向けての検討事項 まとめ

2021年卒を転機として、2022年卒採用はニューノーマル時代のかたちへ
変化すること、そして、その価値を改めて見直すこと



満足度の高いインターンシップの開催

企業理解の重要な機会としてインターンシップの存在感は年々増している。
22年卒は1日開催のものを「ワンドー仕事体験」という呼称にして2日以上のインターンシップと区別するなどプログラム内容の質に拘る意識がより明確になった。
インターンシップアワードで示された「事前・事後学習の充実」や「社会人基礎力の向上」といった要素を織り込むなど、満足度の高いインターンシッププログラムの検討が重要になる。



WEB化も含めた、複合的施策の準備

新型コロナウイルスの対策としてだけではなく、ニューノーマル時代にマッチした採用手法としてのWEB対応ならびに複数施策の投入など学生の選択肢を増やし、これまでリーチできなかつた学生と企業の出会いを創出する。一方、WEBでは得づらい企業の日常に関する「インフォーマルな情報」をどのように提供していくのか、対面とWEBのそれぞれのメリットを生かし、デメリットを補完していくアイデアが必要に。



人材要件の共通言語化と見極め

対面では「場」を共有することで当たり前に得られていた情報をWEBでは全て「言語化」して表現する必要に迫られるこども。特に面接の現場では複数の担当者が同じ水準で選考を行うために人材要件の再確認を行うとともに、見極めのための目線合わせが必要に。
また、ビジネスシーンでWEB活用が浸透すれば、これまでになかった人材要件(WEB活用の場面で活躍する人材とは等)の見直しも必要であろう。

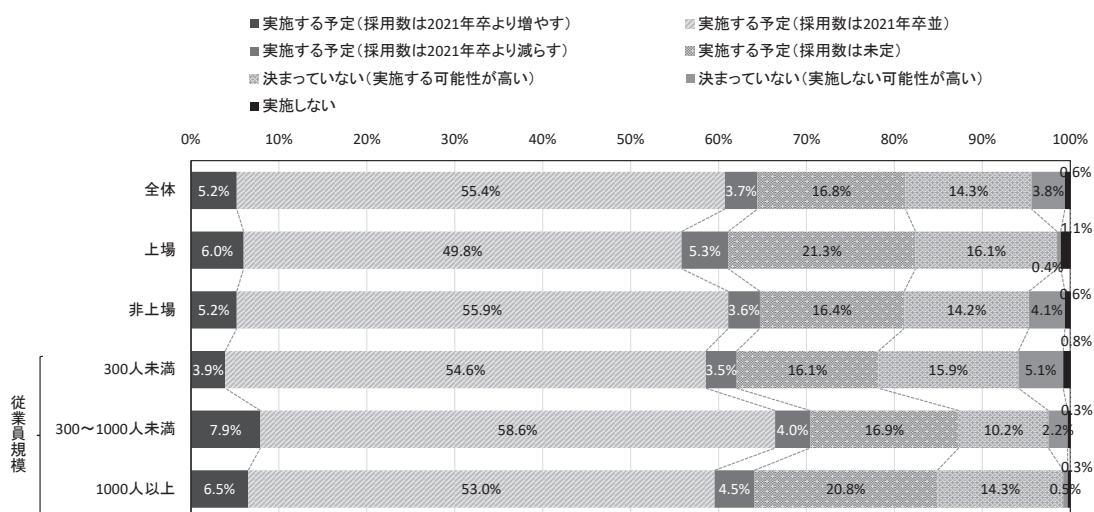
(「マイナビ採用戦線報告会」資料に筆者追記)

＜参考＞ 2022年卒 採用予定計画

2022年卒採用は8割が実施する予定

2020年6月時点の調査となるが、2022年卒の採用予定計画について8割の企業が「実施する予定」と回答した。採用数を「2021年卒並」と予定している企業が55.4%と最も高く、次いで「採用数は未定」が16.8%となった。新型コロナウイルスはいまだ収束しておらず、日本経済の見通しも明確ではない状況だが、企業規模に関わらず、2022年卒においても新卒採用の継続を予定している企業が多数派であるといえる。

2022年卒 新卒採用の計画状況

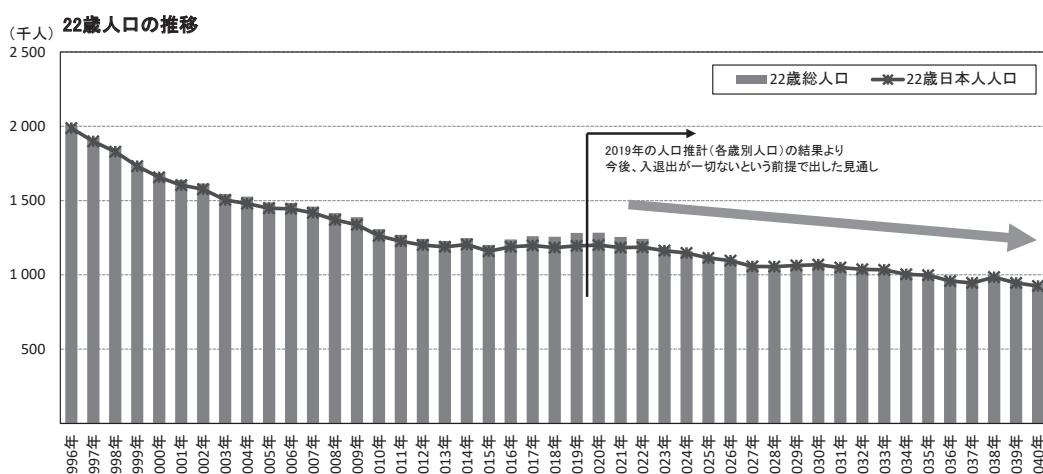


「2022年卒 新卒採用の計画状況」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

＜参考＞ 新卒採用の今後 22歳人口の推移

新卒対象となる若者の人口は今後も減少が続き、相対的な価値が上がる

1920年の国勢調査開始以来、初めて2016年調査で日本の人口が減少したと報告されたが、国勢調査を基準に毎年公表されている人口推計によると、2008年をピークに人口は減少に転じていたと言われている。現在の日本は言わずと知れた少子高齢化社会であり生産年齢人口(15歳～65歳)の人口は1995年をピークに減少している。新卒採用の対象として多数を占める「22歳」人口についても同様の傾向があり、2012年頃から一時期横ばいとなっていたが2021年以降、本格的に減少トレンドに入るとみられている。今後、テクノロジーの進化による省人化が進んだり、景気動向が上下動するなど環境は変化していくと思われるが、長期的にみると人口減少による人材不足は続くものと思われる。



「22歳人口」出所：人口推計(総務省統計局)の『年齢(各歳)、男女別人口及び人口比-総人口、日本人人口(各年10月1日現在)』より作成

2. データ集

【1】 学生の志向

P 65

- 1-1 学生の就職観・大手企業志向
- 1-2 学生の勤務地選び
- 1-3 学生の地元志向
- 1-4 企業選択のポイント

【2】 学生の活動状況

P 71

- 2-1 インターンシップ参加状況
- 2-2 就職活動の感触
- 2-3 月別エントリー状況
- 2-4 月別個別企業セミナー参加状況
- 2-5 エントリーシートの取り寄せ、提出、通過状況
- 2-6 適性検査受検状況、面接受験状況、OB・OG訪問状況
- 2-7 WEB上での活動状況
- 2-8 就活費用
- 2-9 内々定状況

【3】 企業の採用動向

P 80

- 3-1 新卒採用実施の理由、採用環境の見通し
- 3-2 採用スケジュール
- 3-3 企業の採用予定数
- 3-4 評価基準・質と量
- 3-5 採用手法

【4】 大学の就職支援

P 87

- 4-1 学内就職ガイダンス、学内企業説明会
- 4-2 求人(票)の受付社数、障がいのある学生への就職支援

【5】 低学年のキャリア意識

P 89

- 5-1 低学年のキャリア意識
- 5-2 低学年のインターンシップに対する意識

【6】 付録(添付資料)

P 91

- 6-1 新型コロナウイルス感染症への対応等・採用活動に関する要請について(2021年卒)
- 6-2 就職・採用活動に関する要請について(2022年卒)
- 6-3 掲載資料の調査概要
- 6-4 業種対応表

1-1 学生の就職観、大手企業志向

学生の就職観の1位は「楽しく働きたい」(35.8%)で前年より2.8pt減少した。2位は「個人の生活と仕事を両立させたい」で24.3%とほぼ横ばいである。3位は「人のためになる仕事をしたい」が13.7%で前年より1.6pt増加している。割合としては小さいが「社会に貢献したい」が5.5%で0.7pt増加しており、社会的意義を求める志向が若干だが高まりつつある傾向が見られた。

大手志向についてはいずれも属性においても「(絶対に+自分のやりたいことができるのであれば)大手企業がよい」が前年よりも高くなっている。インターンシップ参加割合が増加し、積極的にインターンシップを実施している大手企業の情報に触れる機会が増えているためだと推察されるが、自分のやりたいことを実現するために大手企業を志向している学生も含まれていると思われる。

◆学生の就職観

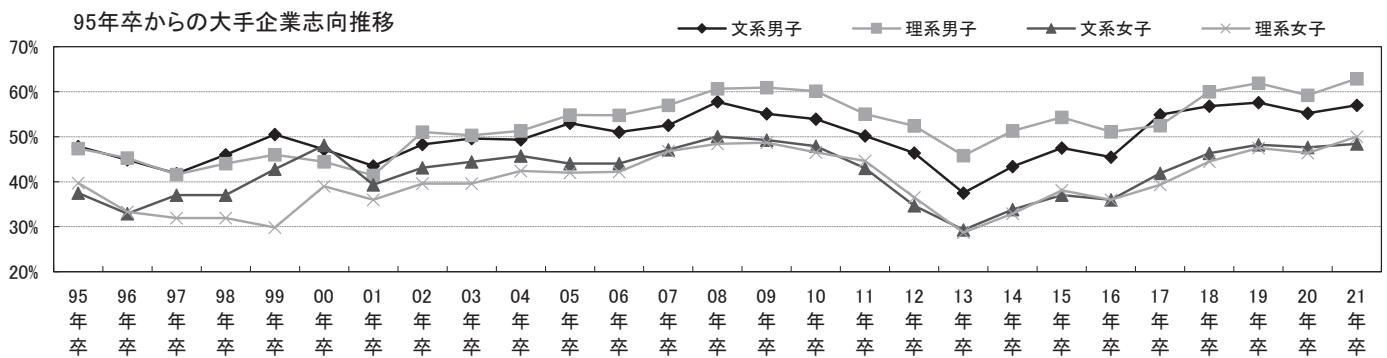
	全体		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	21年卒	20年卒								
収入さえあればよい	4.5%	5.0%	6.0%	6.7%	6.0%	6.8%	2.5%	2.9%	2.3%	2.7%
楽しく働きたい	35.8%	38.6%	34.9%	38.0%	34.9%	36.8%	38.4%	41.5%	33.8%	36.5%
自分の夢のために働きたい	10.6%	10.2%	11.1%	10.7%	11.4%	10.5%	9.4%	9.3%	10.5%	10.8%
個人の生活と仕事を両立させたい	24.3%	24.4%	21.8%	22.2%	22.5%	23.3%	26.6%	26.1%	28.2%	27.6%
プライドのもてる仕事をしたい	4.7%	3.9%	4.8%	4.2%	5.4%	4.5%	4.1%	3.3%	4.3%	3.6%
人のためになる仕事をしたい	13.7%	12.1%	13.4%	11.5%	11.9%	11.0%	14.7%	12.9%	15.5%	14.3%
出世したい	1.1%	0.9%	1.7%	1.6%	1.3%	1.1%	0.4%	0.4%	0.5%	0.2%
社会に貢献したい	5.5%	4.8%	6.1%	5.2%	6.5%	5.9%	4.0%	3.7%	5.1%	4.2%

(図1)

◆大手志向

	全体		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
	21年卒	20年卒								
絶対に大手企業がよい	10.1%	8.9%	11.8%	11.0%	13.3%	11.1%	6.9%	6.4%	7.2%	5.7%
自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい	45.0%	43.8%	45.2%	44.2%	49.6%	48.1%	41.5%	41.2%	42.8%	40.7%
やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい	34.8%	36.1%	32.3%	33.2%	29.7%	32.1%	39.9%	39.6%	39.6%	42.0%
中堅・中小企業がよい	6.3%	7.3%	5.7%	6.6%	4.5%	5.7%	8.1%	8.9%	7.1%	8.3%
その他(公務員 Uターン志望など)	3.2%	3.4%	4.0%	4.2%	2.4%	2.3%	3.2%	3.6%	2.9%	3.1%
自分で会社を起したい	0.6%	0.5%	1.0%	0.8%	0.6%	0.7%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%
「絶対に大手企業がよい」+「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」	55.1%	52.7%	57.0%	55.2%	62.9%	59.2%	48.4%	47.6%	50.0%	46.4%

(図2)



(図3)

◆就職希望度

	21年卒	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	20年卒
A:なにがなんでも就職したい	87.2%	87.1%	87.8%	86.1%	88.5%	87.0%
B:希望する就職先に決まらなければ、就職しなくともよい	12.8%	12.9%	12.2%	13.9%	11.5%	13.0%

(図4)

前問でBと答えた場合の進路	21年卒	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	20年卒
進学(留学、大学院進学)	30.2%	22.0%	43.6%	24.2%	37.9%	31.4%
卒業して次年度就職活動する	23.4%	23.3%	18.7%	26.1%	26.5%	21.2%
フリーター	23.2%	20.9%	15.4%	31.9%	21.9%	24.3%
就職留年	15.1%	20.2%	13.8%	13.5%	9.0%	15.8%
起業	8.2%	13.5%	8.5%	4.2%	4.6%	7.3%

(図5)

図1～5 出所:『マイナビ2021年卒大学生就職意識調査』

1-2 学生の勤務地選び①

「働きたいと思う勤務地の都道府県」で全体で最も高いのは「東京都」で34.5%。なかでも、地元外進学男子で38.5%、地元外進学女子で40.9%となっており、高校を卒業し地元外の大学に進学した学生で特に東京都勤務を希望する割合が高くなっていた。

また、「地元就職希望の割合」は全体で48.7%（前年比1.1pt減）。5割を超えている都道府県は割合の高い順から東京都、大阪府、愛知県、福岡県、北海道、石川県、広島県、宮城県、愛媛県だった。

◆現在あなたが最も働きたいと思う勤務地を1つ選択してください。【SA】

◎働きたいと思う勤務地の都道府県		全体	地元進学男子	地元進学女子	地元外進学男子	地元外進学女子
回答数		7,263	1,095	2,272	1,385	2,511
北海道	北海道	2.6%	5.0%	3.3%	1.4%	0.8%
東北	青森県	0.4%	0.7%	0.4%	0.2%	0.2%
	岩手県	0.6%	0.8%	0.4%	0.6%	0.4%
	宮城県	2.0%	2.9%	2.2%	1.7%	1.4%
	秋田県	0.3%	0.3%	0.2%	0.4%	0.1%
	山形県	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%
	福島県	0.4%	0.3%	0.4%	0.4%	0.5%
	茨城県	0.9%	0.6%	1.1%	1.2%	0.6%
関東	栃木県	0.6%	0.5%	0.3%	0.7%	0.7%
	群馬県	0.7%	0.5%	0.8%	0.8%	0.7%
	埼玉県	1.8%	1.6%	1.1%	2.2%	2.1%
	千葉県	1.8%	2.4%	1.3%	1.7%	1.9%
	東京都	34.5%	26.7%	30.6%	38.5%	40.9%
	神奈川県	4.6%	5.9%	4.0%	4.6%	4.0%
	新潟県	1.0%	1.4%	1.1%	0.9%	0.5%
甲信越	山梨県	0.2%	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%
	長野県	0.9%	0.8%	0.4%	1.2%	0.9%
	岐阜県	0.6%	0.5%	0.6%	0.5%	0.8%
東海	静岡県	2.1%	1.9%	2.2%	2.5%	1.6%
	愛知県	8.9%	10.7%	14.2%	6.3%	5.6%
	三重県	0.5%	0.4%	0.3%	0.7%	0.5%
	富山県	0.6%	0.5%	0.5%	0.9%	0.7%
北陸	石川県	0.8%	1.1%	0.8%	0.8%	0.5%
	福井県	0.4%	0.5%	0.4%	0.3%	0.3%
	滋賀県	0.6%	0.2%	0.4%	0.8%	0.7%
関西	京都府	2.9%	2.6%	2.1%	3.2%	3.5%
	大阪府	13.3%	13.7%	12.1%	12.5%	14.8%
	兵庫県	2.5%	2.6%	3.3%	1.9%	2.4%
	奈良県	0.3%	0.5%	0.3%	0.1%	0.3%
	和歌山県	0.3%	0.4%	0.1%	0.3%	0.2%
	鳥取県	0.1%	0.1%	—	0.1%	0.2%
中国	島根県	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
	岡山県	1.0%	1.5%	1.1%	0.8%	0.7%
	広島県	2.0%	1.6%	2.6%	2.0%	1.8%
	山口県	0.3%	0.4%	0.4%	0.1%	0.3%
	徳島県	0.2%	0.2%	0.3%	0.3%	0.1%
四国	香川県	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.6%
	愛媛県	0.8%	1.2%	0.7%	0.9%	0.6%
	高知県	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%
	福岡県	4.4%	4.7%	5.0%	3.8%	4.3%
九州	佐賀県	0.2%	—	0.2%	0.3%	0.3%
	長崎県	0.3%	0.4%	0.7%	0.1%	0.2%
	熊本県	0.5%	0.4%	0.9%	0.4%	0.5%
	大分県	0.3%	0.3%	0.2%	0.5%	0.3%
	宮崎県	0.2%	0.1%	0.4%	0.2%	0.3%
	鹿児島県	0.5%	0.7%	0.5%	0.4%	0.2%
	沖縄県	0.5%	0.6%	0.7%	0.4%	0.2%
海外	海外	1.0%	1.0%	0.7%	1.5%	0.7%

【地元進学】現在の学校所在都道府県が卒業高校都道府県に一致

【地元外進学】現在の学校所在都道府県が卒業高校都道府県に不一致

* 地元就職希望(最も就職したい都道府県が卒業高校都道府県に一致)の割合

◎卒業高校都道府県別		全体		地元進学		地元外進学		地元進学と地元外進学の差(pt)
		回答数	地元就職希望	回答数	地元就職希望	回答数	地元就職希望	
全体		7,224	48.7%	3,367	69.7%	3,890	30.9%	+38.8pt
北海道	北海道	223	61.4%	160	75.0%	63	27.0%	+48.0pt
東北	青森県	71	31.0%	32	46.9%	39	17.9%	+29.0pt
	岩手県	76	36.8%	27	55.6%	49	26.5%	+29.1pt
	宮城県	155	54.8%	90	71.1%	65	32.3%	+38.8pt
	秋田県	48	31.3%	11	63.6%	37	21.6%	+42.0pt
	山形県	51	33.3%	13	69.2%	38	21.1%	+48.1pt
	福島県	80	26.3%	17	41.2%	63	22.2%	+19.0pt
	茨城県	167	29.3%	43	62.8%	124	17.7%	+45.1pt
関東	栃木県	93	30.1%	19	52.6%	74	24.3%	+28.3pt
	群馬県	106	36.8%	34	64.7%	72	23.6%	+41.1pt
	埼玉県	346	22.3%	83	36.1%	263	17.9%	+18.2pt
	千葉県	293	26.6%	94	41.5%	199	19.6%	+21.9pt
	東京都	702	86.3%	529	90.4%	173	74.0%	+16.4pt
	神奈川県	469	39.4%	181	58.6%	288	27.4%	+31.2pt
	新潟県	126	43.7%	59	64.4%	67	25.4%	+39.0pt
甲信越	山梨県	43	23.3%	16	43.8%	27	11.1%	+32.7pt
	長野県	103	41.7%	17	82.4%	86	33.7%	+48.7pt
	岐阜県	135	26.7%	25	48.0%	110	21.8%	+26.2pt
東海	静岡県	229	49.3%	73	76.7%	156	36.5%	+40.2pt
	愛知県	641	75.5%	489	83.2%	152	50.7%	+32.5pt
	三重県	113	22.1%	20	45.0%	93	17.2%	+27.8pt
	富山県	82	47.6%	23	73.9%	59	37.3%	+36.6pt
北陸	石川県	64	60.9%	37	73.0%	27	44.4%	+28.6pt
	福井県	58	39.7%	17	76.5%	41	24.4%	+52.1pt
	滋賀県	109	22.9%	32	21.9%	77	23.4%	-1.5pt
関西	京都府	236	40.3%	118	48.3%	118	32.2%	+16.1pt
	大阪府	533	76.9%	293	85.3%	240	66.7%	+18.6pt
	兵庫県	352	38.9%	176	50.6%	176	27.3%	+23.3pt
	奈良県	97	17.5%	19	47.4%	78	10.3%	+37.1pt
	和歌山県	50	28.0%	12	41.7%	38	23.7%	+18.0pt
	鳥取県	22	36.4%	2	50.0%	20	35.0%	+15.0pt
中国	島根県	30	20.0%	2	100.0%	28	14.3%	+85.7pt
	岡山県	113	49.6%	54	72.2%	59	28.8%	+43.4pt
	広島県	202	55.4%	109	67.9%	93	40.9%	+27.0pt
	山口県	72	27.8%	20	60.0%	52	15.4%	+44.6pt
	徳島県	32	37.5%	14	57.1%	18	22.2%	+34.9pt
四国	香川県	53	35.8%	7	71.4%	46	30.4%	+41.0pt
	愛媛県	101	50.5%	43	67.4%	58	37.9%	+29.5pt
	高知県	29	27.6%	10	50.0%	19	15.8%	+34.2pt
	福岡県	262	64.9%	163	74.2%	99	49.5%	+24.7pt
九州	佐賀県	40	32.5%	7	42.9%	33	30.3%	+12.6pt
	長崎県	71	26.8%	35	48.6%	36	5.6%	+43.0pt
	熊本県	87	37.9%	47	53.2%	40	20.0%	+33.2pt
	大分県	60	33.3%	14	50.0%	46	28.3%	+21.7pt
	宮崎県	56	25.0%	18	44.4%	38	15.8%	+28.6pt
	鹿児島県	79	32.9%	27	63.0%	52	17.3%	+45.7pt
	沖縄県	64	40.6%	35	60.0%	29	17.2%	+42.8pt

※回答数30未満は参考値とする。

1-3 学生の地元志向

「卒業高校のある都道府県」を起点として、学生自身が「地元」と認識している都道府県を選択してもらった。「東京都」では「卒業高校都道府県の一致率」が85.3%と最も低いが、これは神奈川県、埼玉県などから県をまたいで通学する学生の割合が高いためだと思われる。また、関西エリアでは近接する府県をまとめて地元だと認識している割合が高く、通学などで日常的に県をまたぐ移動がみられるのではないかと推察される。ひとことで「地元志向」と言っても、「地元」をどの範囲で捉えているのかについては地域差がありそうだ。

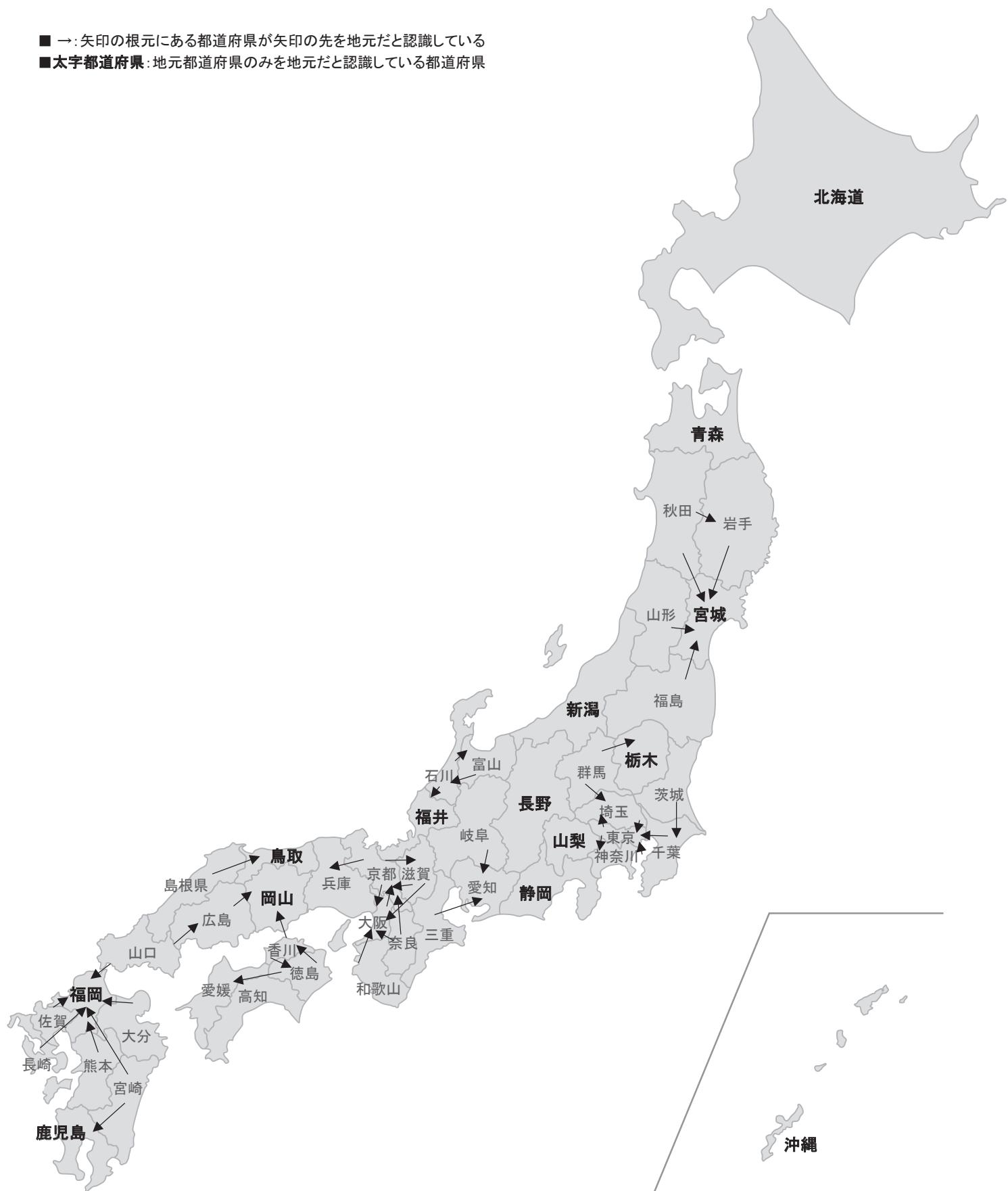
◆あなたが「地元(Uターン先含む)」だと認識する範囲の都道府県を選択してください。【MA】

◎卒業高校都道府県別		回答数	卒業高校都道府県との一致率	地元地域1	地元地域2	地元地域3	地元地域4
北海道	北海道	223	96.0%				
東北	青森県	71	98.6%				
	岩手県	76	93.4%	宮城県:39.5%			
	宮城県	155	98.1%				
	秋田県	48	93.8%	岩手県:27.1%	宮城県:25.0%		
	山形県	51	96.1%	宮城県:39.2%			
	福島県	80	97.5%	宮城県:37.5%			
関東	茨城県	167	91.0%	千葉県:27.5%			
	栃木県	93	95.7%				
	群馬県	106	98.1%	埼玉県:33.0%	栃木県:22.6%		
	埼玉県	346	91.6%	東京都:32.7%			
	千葉県	293	94.5%	東京都:25.6%			
	東京都	702	85.3%	神奈川県:28.2%	埼玉県:22.1%		
甲信越	神奈川県	469	94.7%	東京都:39.7%			
	新潟県	126	96.8%				
	山梨県	43	93.0%				
東海	長野県	103	97.1%				
	岐阜県	135	97.8%	愛知県:66.7%			
	静岡県	229	99.1%				
	愛知県	641	98.6%	岐阜県:25.7%			
北陸	三重県	113	96.5%	愛知県:58.4%			
	富山県	82	97.6%	石川県:46.3%			
	石川県	64	98.4%	富山県:34.4%	福井県:29.7%		
関西	福井県	58	98.3%				
	滋賀県	109	95.4%	京都府:45.9%	大阪府:22.9%		
	京都府	236	94.1%	大阪府:50.8%	滋賀県:25.4%	兵庫県:22.9%	
	大阪府	533	95.7%	京都府:37.9%	兵庫県:36.2%		
	兵庫県	352	97.7%	大阪府:52.6%			
	奈良県	97	93.8%	大阪府:48.5%	京都府:30.9%		
中国	和歌山県	50	90.0%	大阪府:32.0%			
	鳥取県	22	100.0%				
	島根県	30	96.7%	鳥取県:26.7%			
	岡山県	113	97.3%				
	広島県	202	98.5%	岡山県:22.3%			
四国	山口県	72	95.8%	広島県:27.8%	福岡県:22.2%		
	徳島県	32	100.0%	香川県:34.4%	愛媛県:21.9%		
	香川県	53	94.3%	岡山県:22.6%	徳島県:20.8%		
	愛媛県	101	98.0%	香川県:22.8%			
九州	高知県	29	86.2%	徳島県:20.7%			
	福岡県	262	98.5%				
	佐賀県	40	97.5%	福岡県:57.5%			
	長崎県	71	97.2%	福岡県:26.8%			
	熊本県	87	95.4%	福岡県:25.3%			
	大分県	60	100.0%	福岡県:33.3%			
	宮崎県	56	98.2%	鹿児島県:30.4%	福岡県:21.4%		
	鹿児島県	79	92.4%				
海外	沖縄県	64	100.0%				
	海外	33	57.6%	東京都:27.3%	神奈川県:24.2%		

※地元地域1～4は、その都道府県を地元と認識している割合が20%以上を示した都道府県を割合が高い順に列挙したもの。

※回答数30未満は参考値とする。

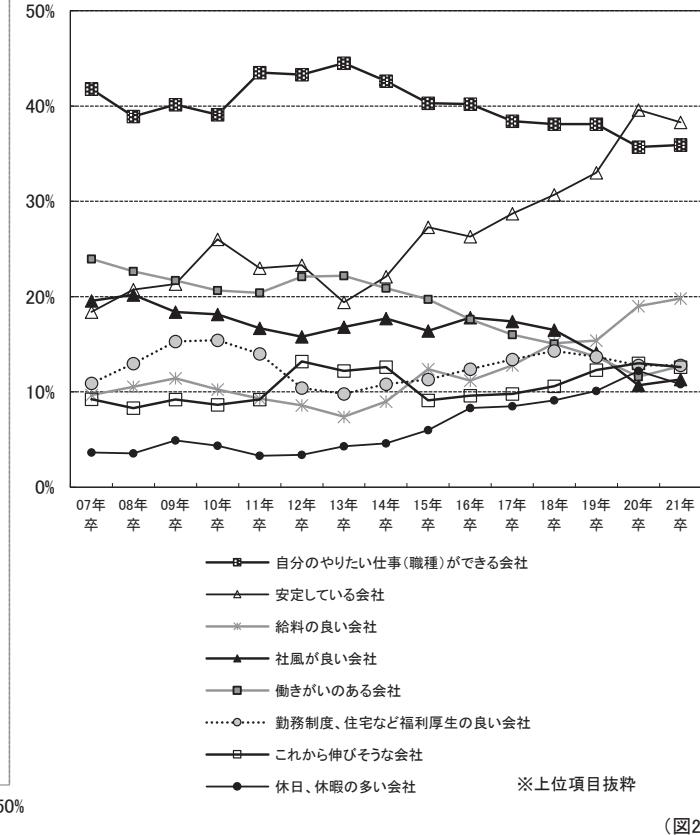
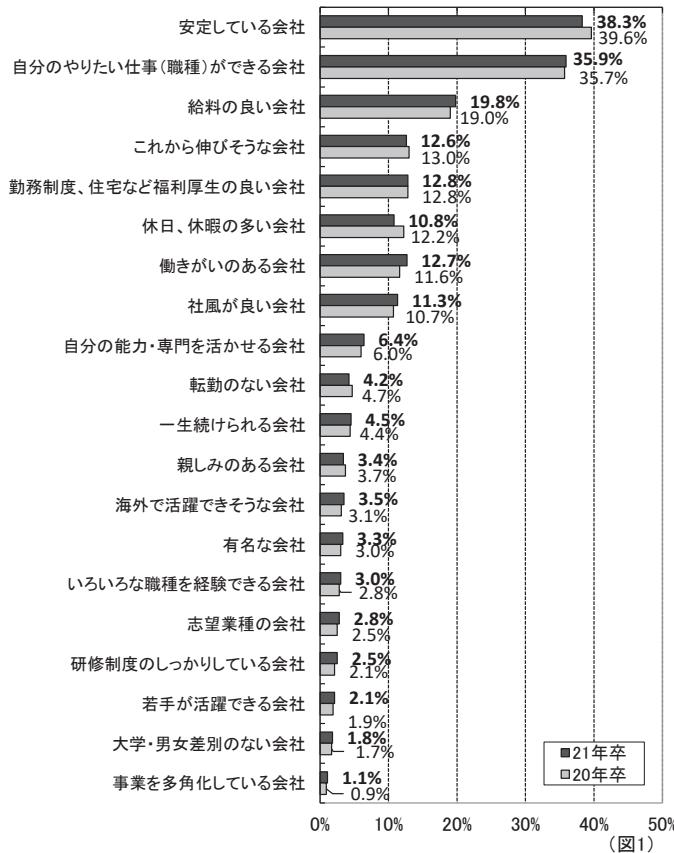
- : 矢印の根元にある都道府県が矢印の先を地元だと認識している
- 太字都道府県**: 地元都道府県のみを地元だと認識している都道府県



1-4 企業選択のポイント

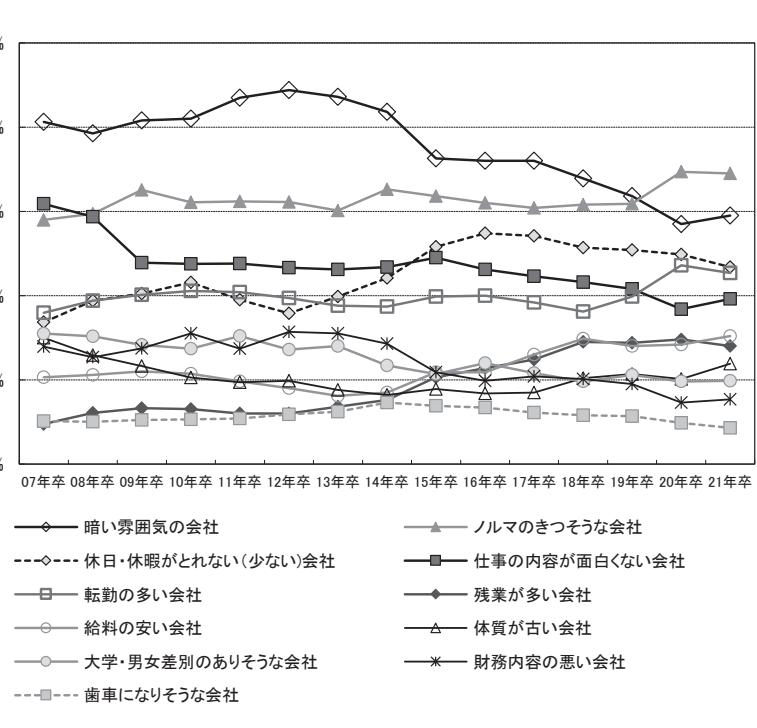
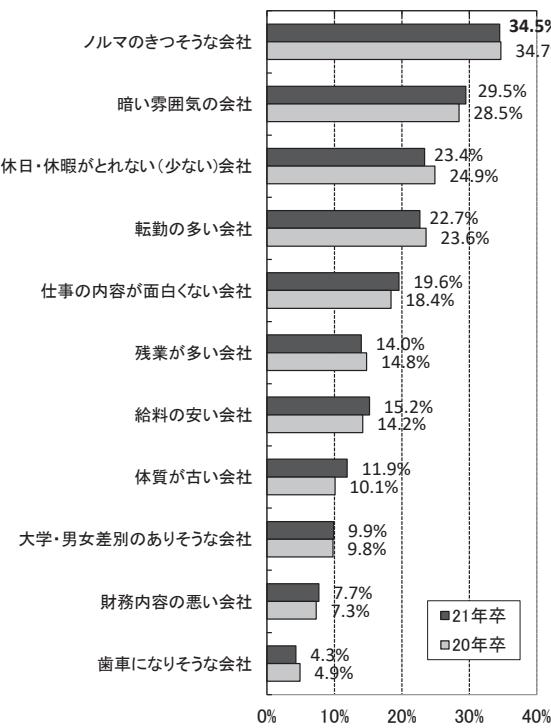
企業選択の際、よいと思う会社は、「安定している会社」(38.3%)が前年から1.3pt減少したものの引き続き最多となった。2位は「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」(35.9%、前年比0.2pt増)でほぼ横ばい、3位は「給料の良い会社」(19.8%、前年比0.8pt増)になっている。前年と上位3項目の顔ぶれは変わらないが、経済情勢がやや不透明になりつつある環境下で先行きを見越して「安定している会社」を選びたいと思っている様子が窺える。(図1・図2)。行きたくない会社については、前年と同様に1位が「ノルマのきつそうな会社」(34.5%)、2位が「暗い雰囲気の会社」(29.5%)、3位が「休日・休暇が取れない(少ない)会社」(23.4%)だった(図3・図4)。

◆企業選択の際、よいと思う会社



(図1)

◆行きたくない会社



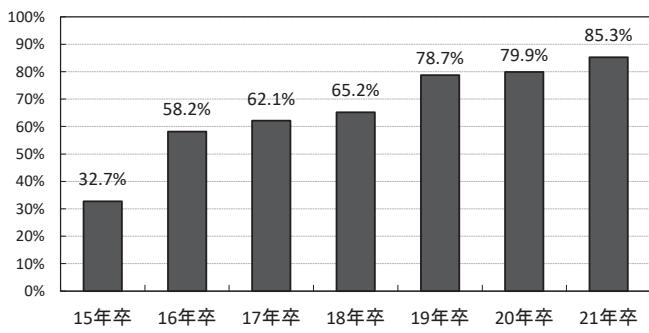
(図2)

図1～4 出所:『マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(12月～3月実施)』

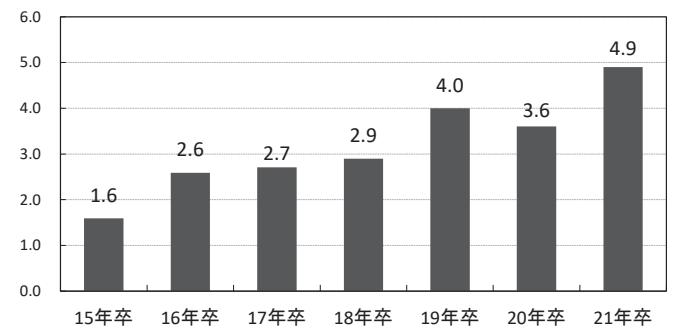
(図3)

2-1 インターンシップ参加状況

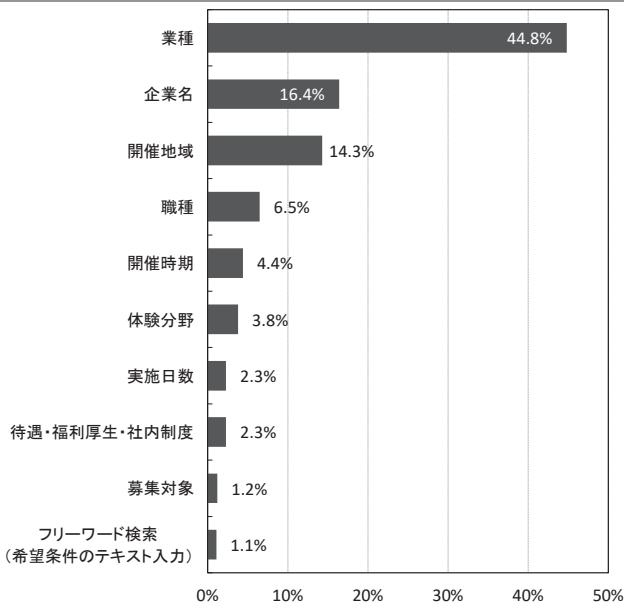
◆インターンシップに参加した学生の割合



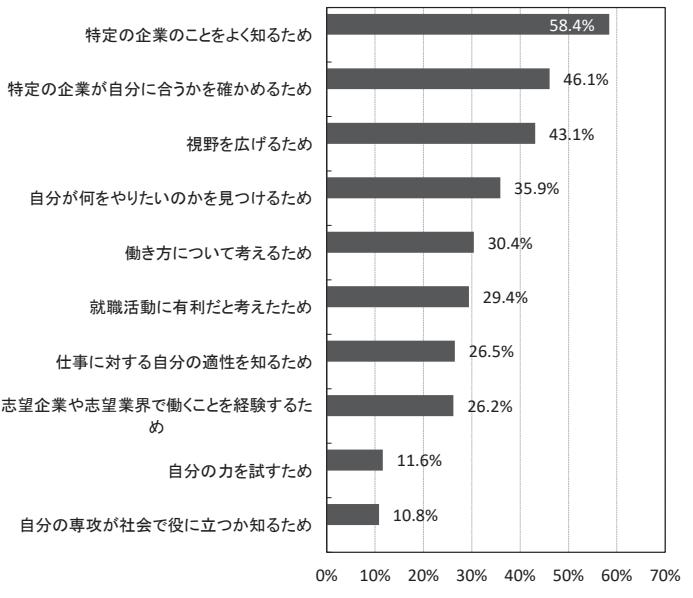
◆インターンシップ参加者の平均参加社数



◆インターンシップを探す際の切り口

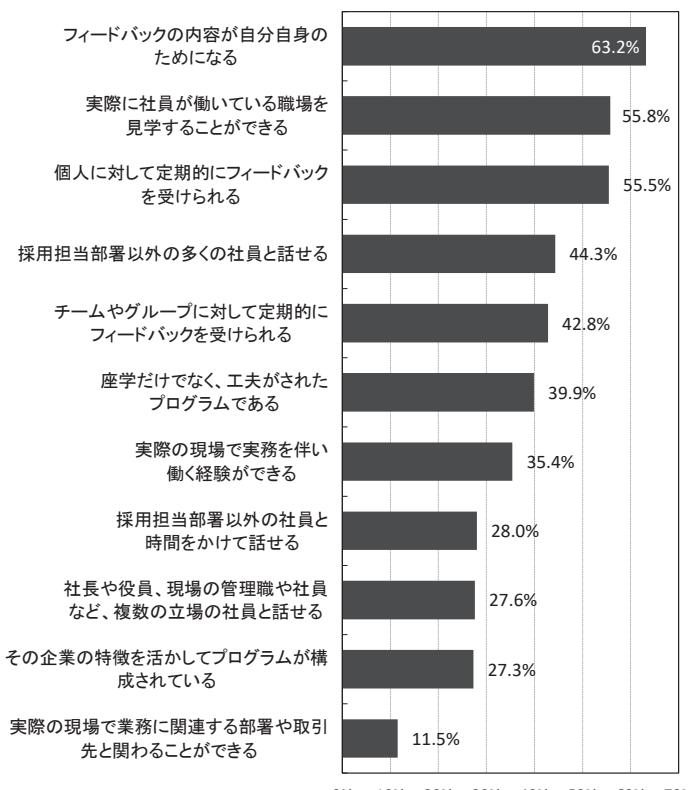


◆インターンシップに参加する目的



◆インターンシップの内容

＜参加前＞参加してみたいインターンシップの内容 (6月調査)※複数回答



＜参加後＞参加したインターンシップの内容 (2月調査)※複数回答

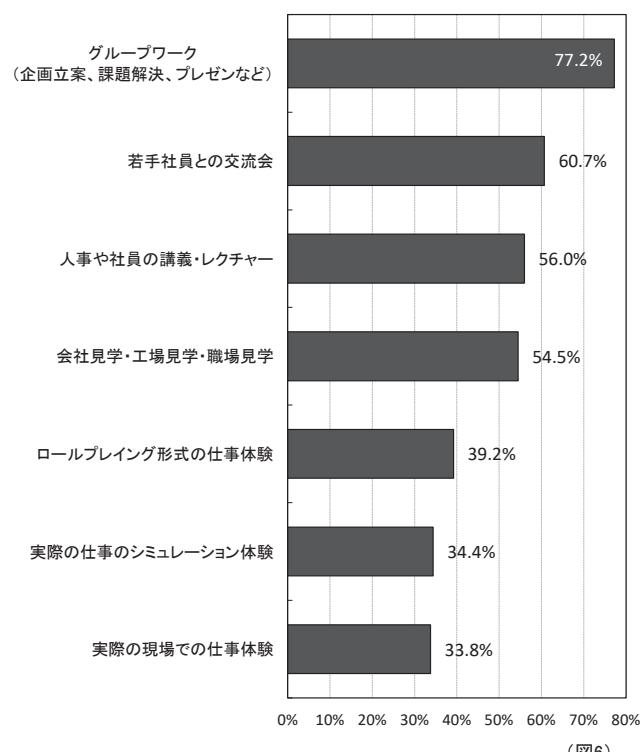


図1～4、6 出所:『マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2月調査)』

図5 出所:『マイナビ2021年卒インターンシップ前の意識調査(6月実施)』

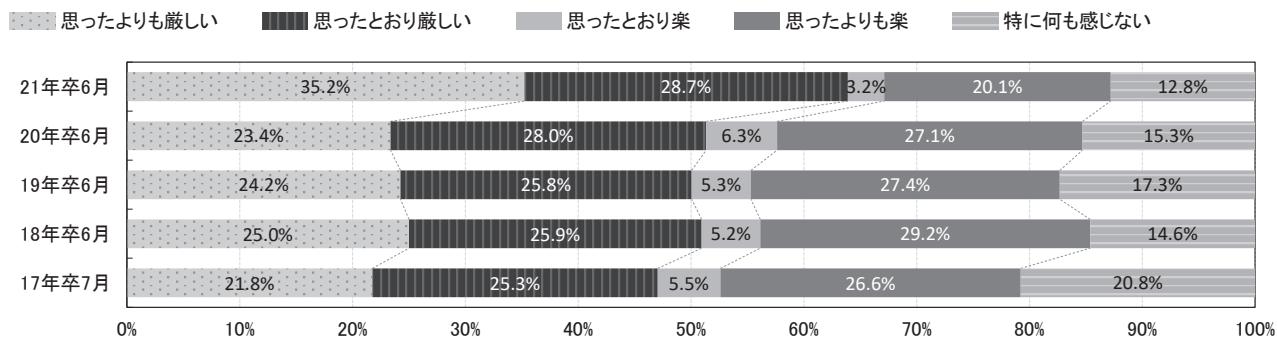
2-2 就職活動の感触

6月における調査で「就職活動を始めた時点」と現時点を比較して、就職活動に対する感触を聞いたところ、「思ったよりも厳しい」という回答が35.2%で、前年から11.8pt増加し、最も高い割合だった。「(思ったより+思ったとおり)厳しい」と感じる学生の割合は63.9%（前年比12.5pt増）で、「(思ったより+思ったとおり)楽」の23.3%を大きく上回った。厳しいと感じる理由では、今年選択肢に加えた「新型コロナウイルス感染症の流行の影響があるから」が49.7%と最も高い割合となった。

◆就職活動の感触

活動開始時点と比較して活動の感触は

(図1)



厳しいと感じる理由【複数回答】 n=1,279

*今年から追加

(図2)

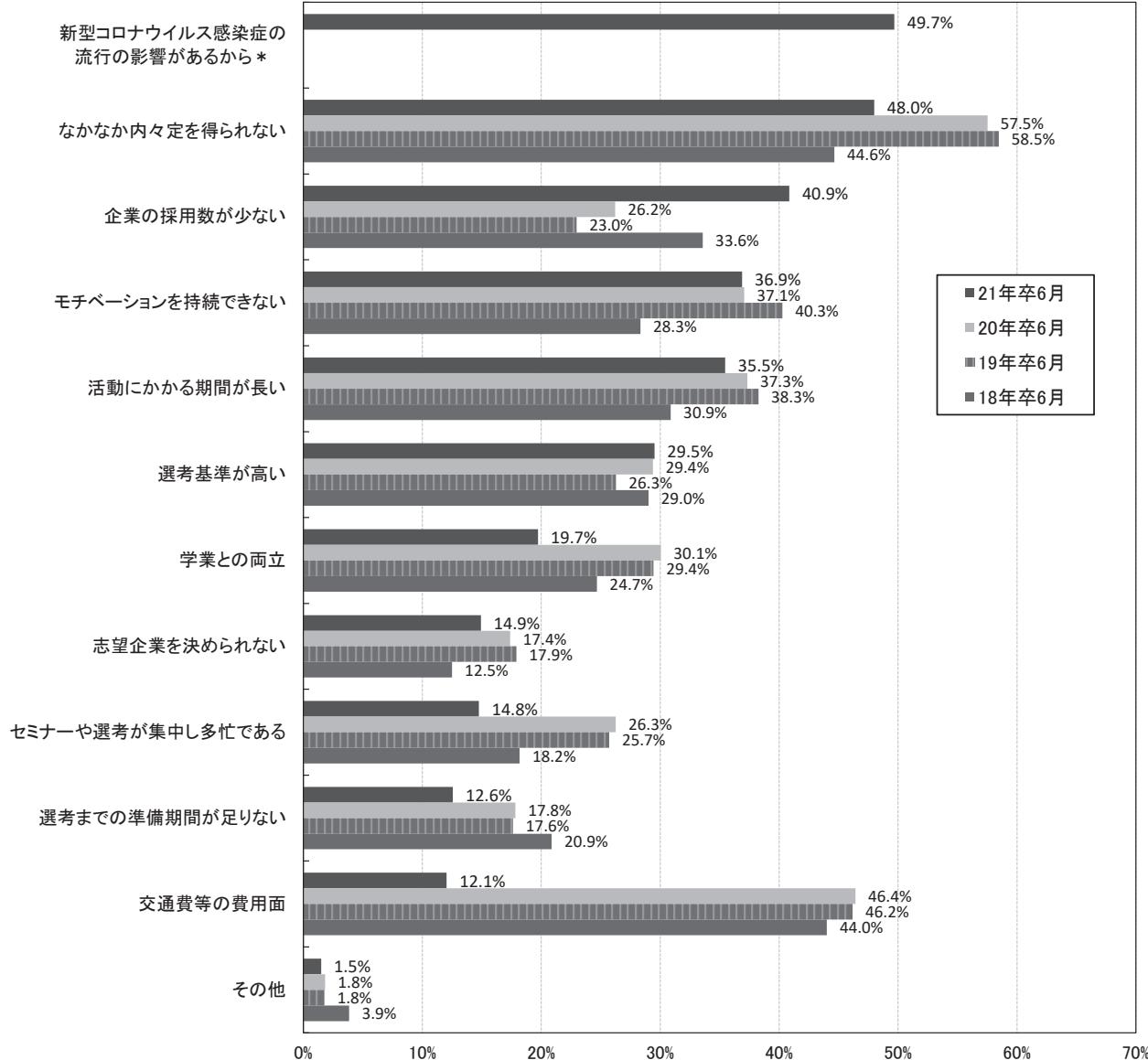
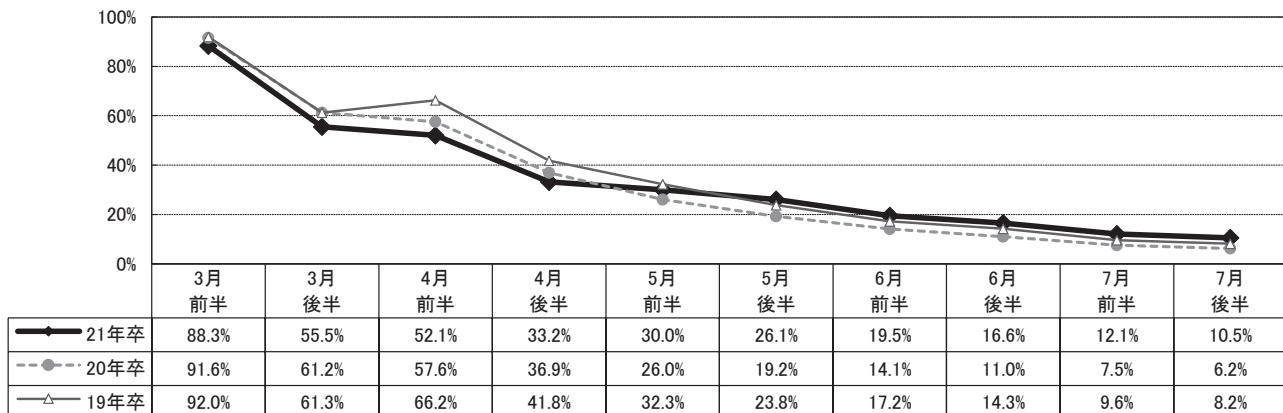


図1～2 出所：『マイナビ2021年卒大学生就職モニター調査(6月実施)』

2-3 月別エントリー状況

◆エントリーを行った学生の割合推移(全体)



グラフは当該期間に「エントリーした」という学生の割合を表しています。

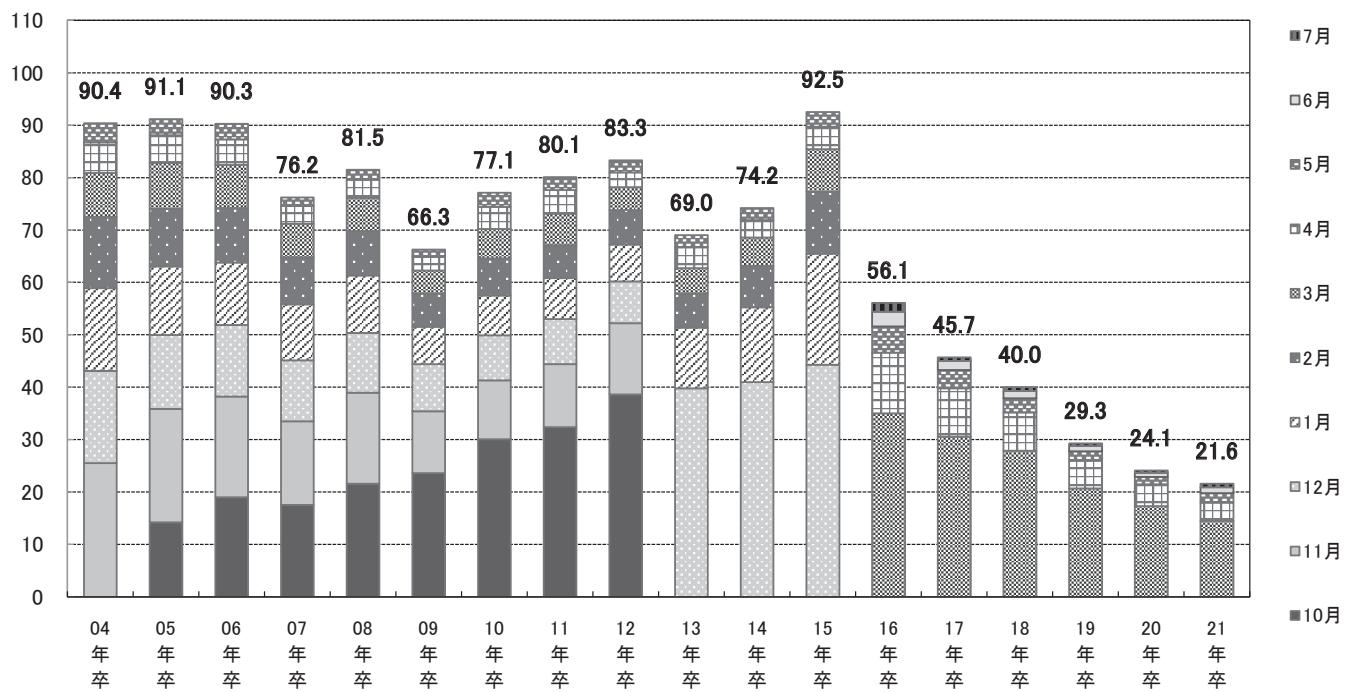
(図1)

◆平均エントリー社数(回答数全体を母数とした集計の平均)

	3月	4月	5月	6月	7月	累計	前年比
							21年卒
全体	21年卒	14.5	3.5	1.8	1.1	0.7	21.6
	20年卒	17.3	4.2	1.4	0.8	0.4	24.1
	19年卒	20.7	5.3	1.8	1.0	0.5	29.3
文系男子	21年卒	16.2	4.3	2.5	1.7	0.9	25.6
	20年卒	20.0	5.2	2.2	1.2	0.7	29.3
	19年卒	23.5	7.0	2.4	1.8	0.5	35.2
理系男子	21年卒	10.5	2.8	1.3	0.8	0.3	15.7
	20年卒	12.5	2.8	0.8	0.4	0.2	16.7
	19年卒	14.8	4.0	1.3	0.5	0.3	20.9
文系女子	21年卒	18.5	4.5	2.5	1.6	1.1	28.2
	20年卒	20.4	5.5	2.0	1.0	0.6	29.5
	19年卒	26.1	6.5	2.4	1.4	0.7	37.1
理系女子	21年卒	13.0	2.7	1.3	0.7	0.5	18.2
	20年卒	17.6	4.0	1.3	0.7	0.3	23.9
	19年卒	19.1	4.2	1.5	0.8	0.3	25.9

(単位:社)
(図2)

◆累計エントリー社数(04年卒~20年卒) ※卒年によって合算月数が異なります。



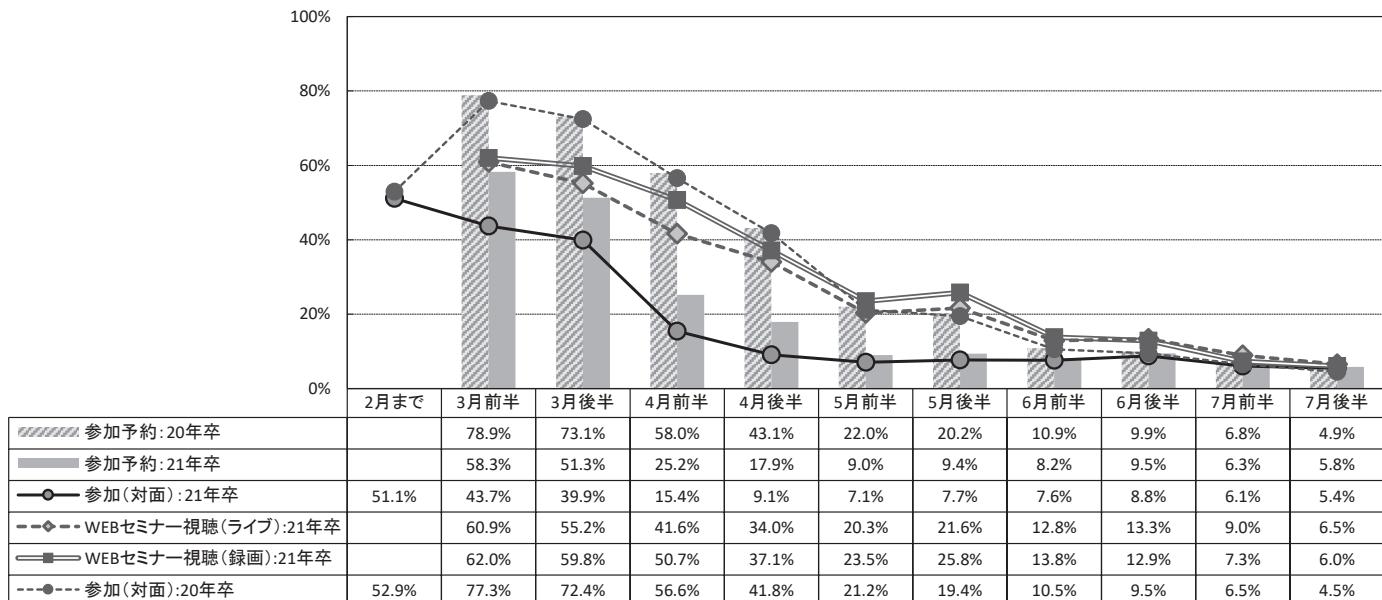
(単位:社)
(図3)

図1・2 出所:『2019年卒~2021年卒マイナビ学生就職モニター調査』

図3 出所:『2004年卒~2021年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-4 月別個別企業セミナー参加状況

◆個別企業セミナー予約・参加状況



グラフは当該期間に「個別企業セミナーに参加予定」、「参加した」という行動をとった学生の割合を表しています。

(図1)

◆個別企業セミナー(WEBセミナー除く)参加社数(回答数全体を母数とした集計の平均)

※WEBセミナーに関する数値は「2-7 WEB上での参加状況」に詳しく記載しています。

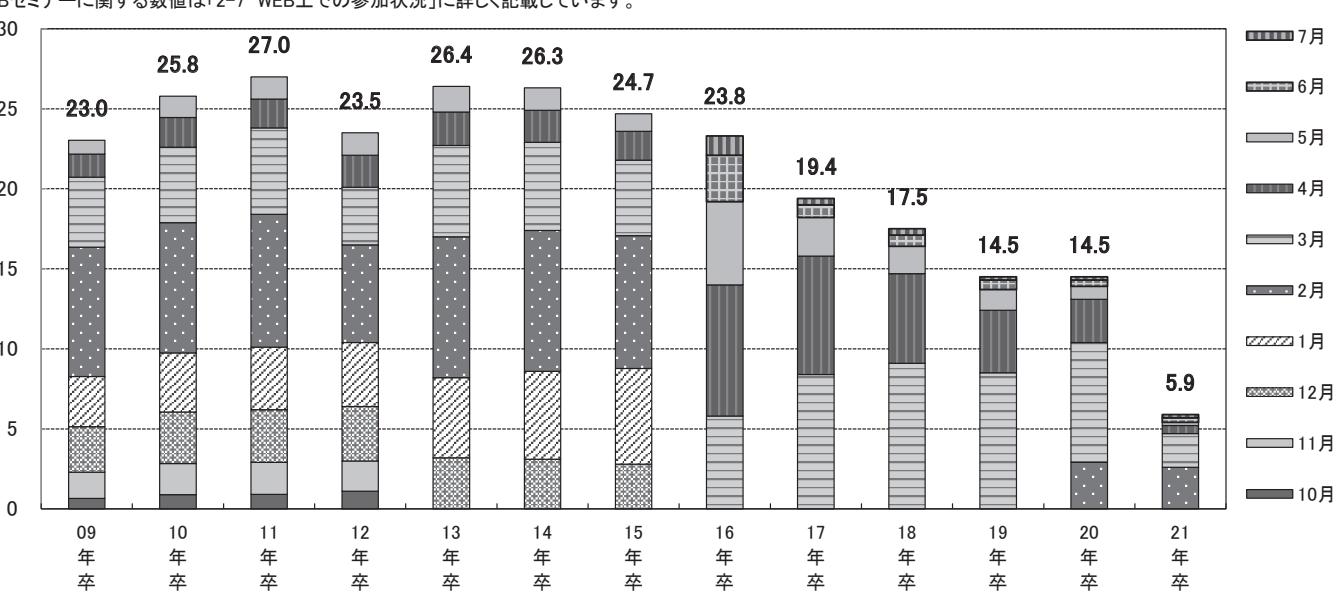
	2月まで	3月	4月	5月	6月	7月	3~7月の合計		※前年比	
							12月	11月		
全体	20年卒	2.9	7.5	2.7	0.8	0.4	0.2		11.6	-
	21年卒	2.6	2.1	0.5	0.2	0.3	0.2		3.3	▲ 8.3
文系男子	20年卒	3.6	9.4	3.4	1.3	0.7	0.3		15.1	-
	21年卒	3.1	2.7	0.7	0.4	0.5	0.3		4.6	▲ 10.5
理系男子	20年卒	2.5	5.8	1.7	0.4	0.2	0.1		8.2	-
	21年卒	2.3	1.6	0.6	0.2	0.1	0.1		2.6	▲ 5.6
文系女子	20年卒	3.1	8.8	3.7	1.1	0.6	0.3		14.5	-
	21年卒	2.9	2.8	0.7	0.2	0.5	0.4		4.6	▲ 9.9
理系女子	20年卒	2.5	6.9	2.4	0.8	0.4	0.0		10.5	-
	21年卒	2.1	1.8	0.3	0.2	0.2	0.1		2.6	▲ 7.9

(単位:社)
※19年卒は「2月まで」の数字がないため、前年比は3月~7月で比較

◆累計セミナー(WEBセミナー除く)参加社数

※卒年によって合算月数が異なります。

※WEBセミナーに関する数値は「2-7 WEB上での参加状況」に詳しく記載しています。



(単位:社)

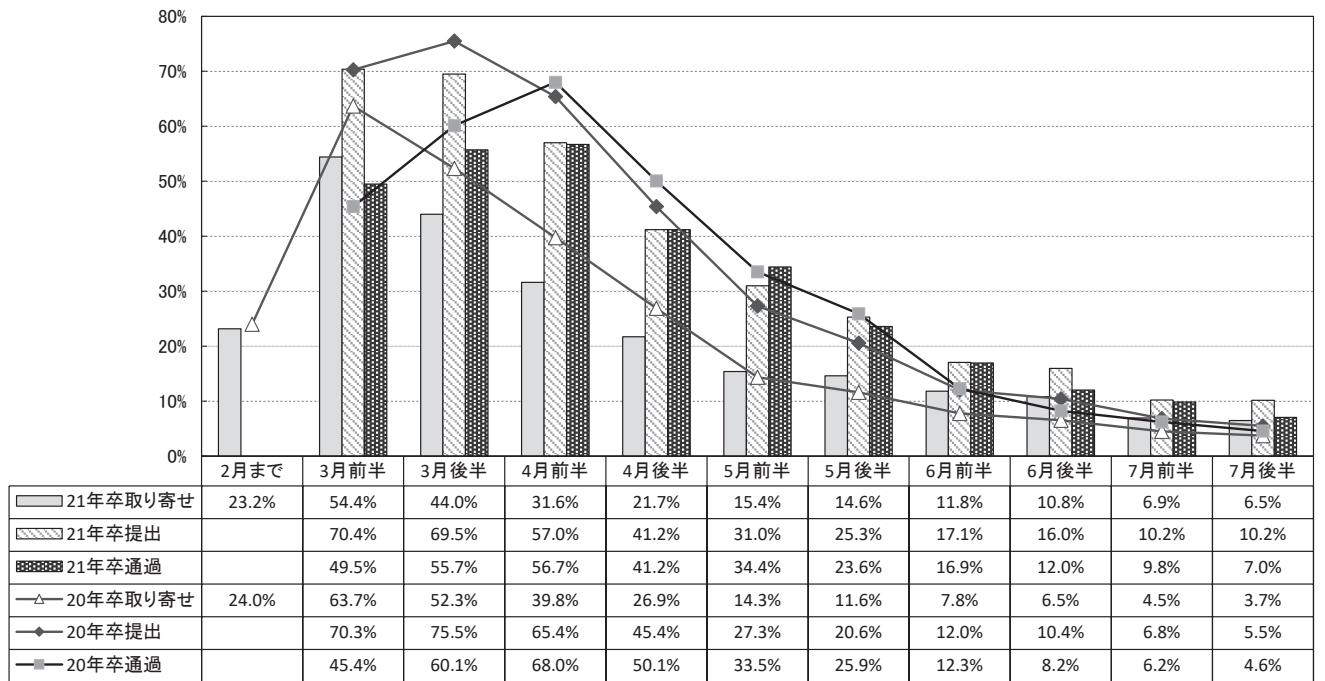
(図3)

図1・2 出所:『2020年卒~2021年卒マイナビ学生就職モニター調査』

図3 出所:『2009年卒~2021年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-5 エントリーシートの取り寄せ、提出、通過状況

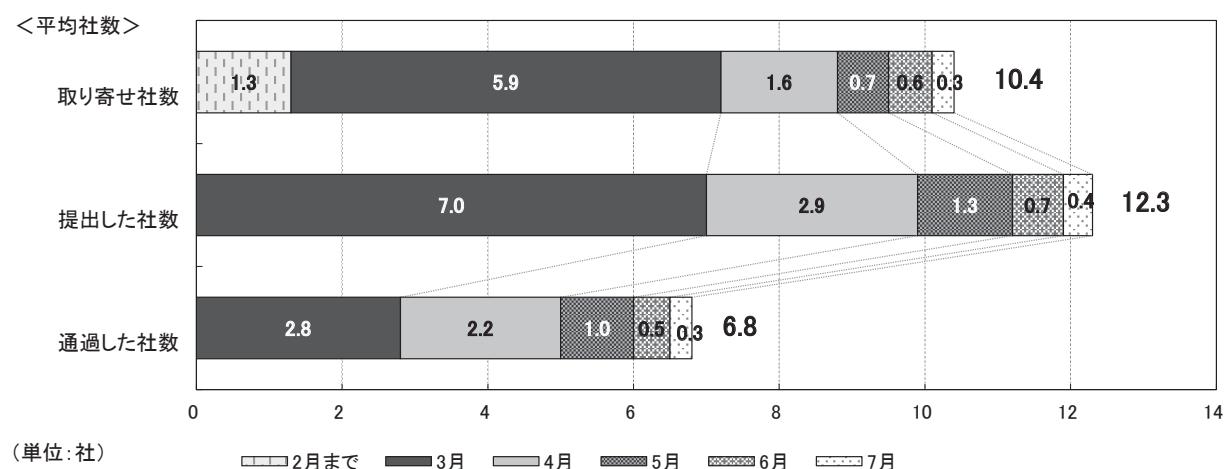
◆エントリーシート取り寄せ・提出・通過



(図1)

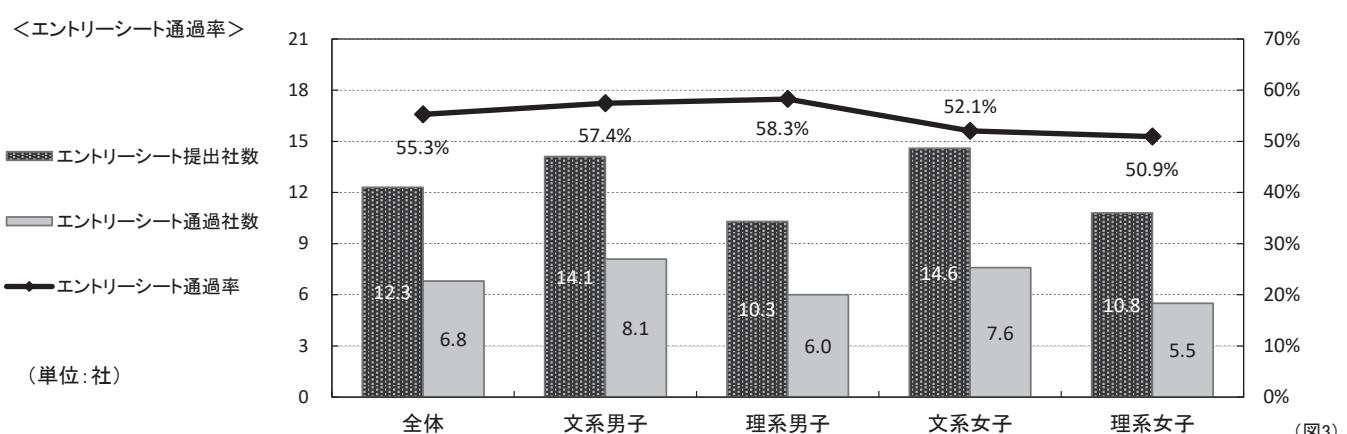
◆エントリーシートの平均社数(取り寄せ・提出・通過)

※太字は2月まで～7月の累計値



(図2)

◆エントリーシートの通過率【文理男女別】



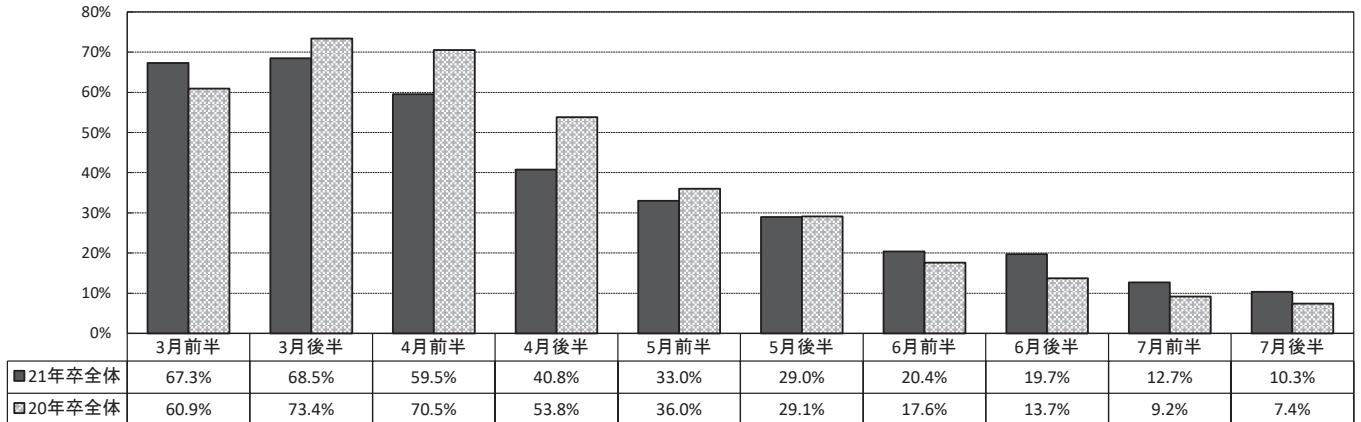
(図3)

図1～3 出所:『2019年卒～2021年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-6 適性検査受検状況、面接受験状況、OB・OG訪問状況

◆適性検査の受検状況

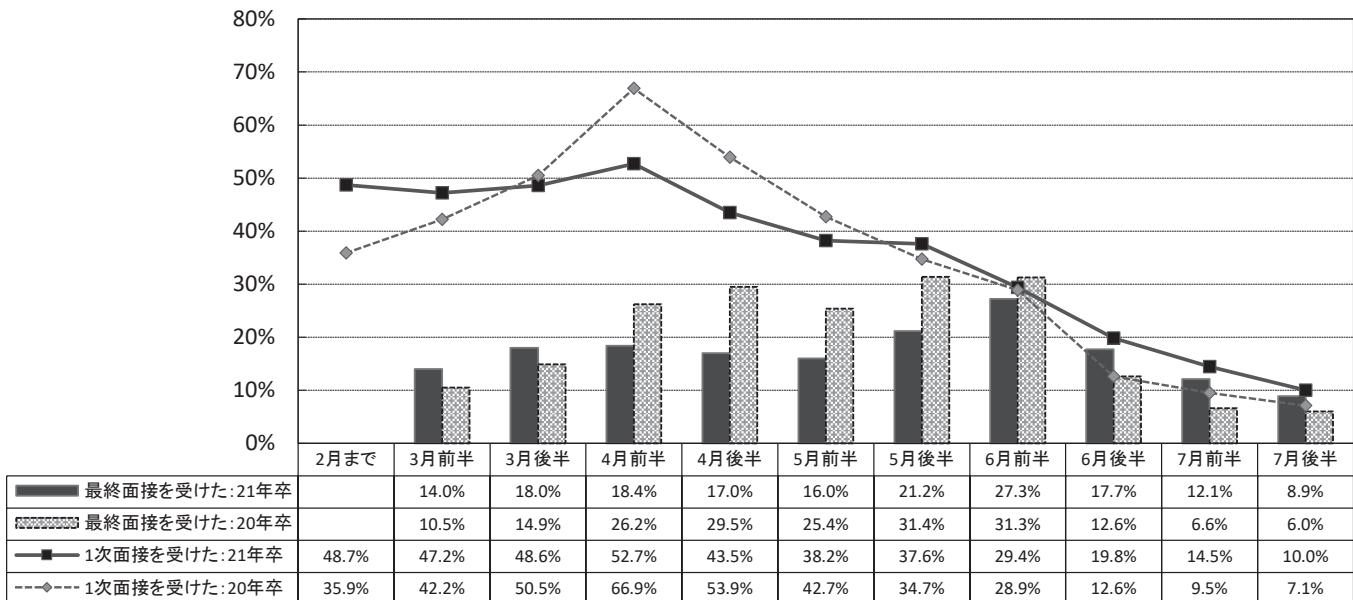
以下のグラフは当該期間に「適性検査を受けた」学生の割合を表しています。



(図1)

◆1次面接、最終面接状況

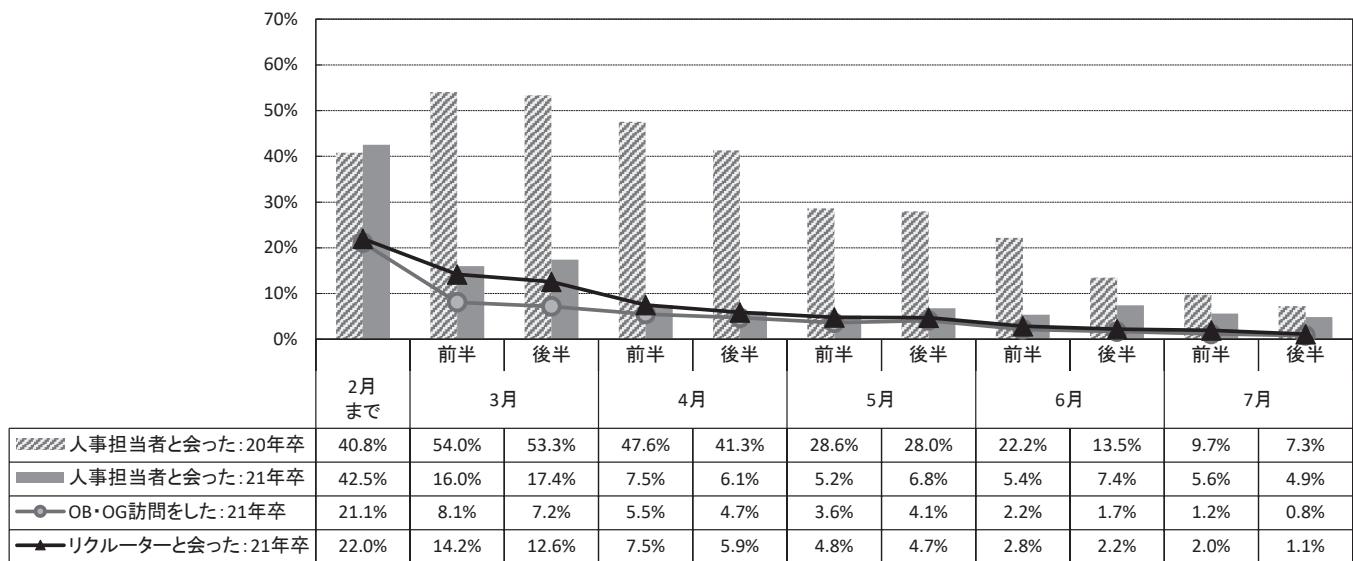
以下のグラフは当該期間に「一次面接を受けた」、「最終面接を受けた」学生の割合を表しています。



(図2)

◆OB・OG訪問状況、(面接以外で)人事担当者と会った状況

以下のグラフは当該期間に「OB・OG訪問をした」、「リクルーターと会った」、「人事担当者と会った」学生の割合を表しています。



(図3)

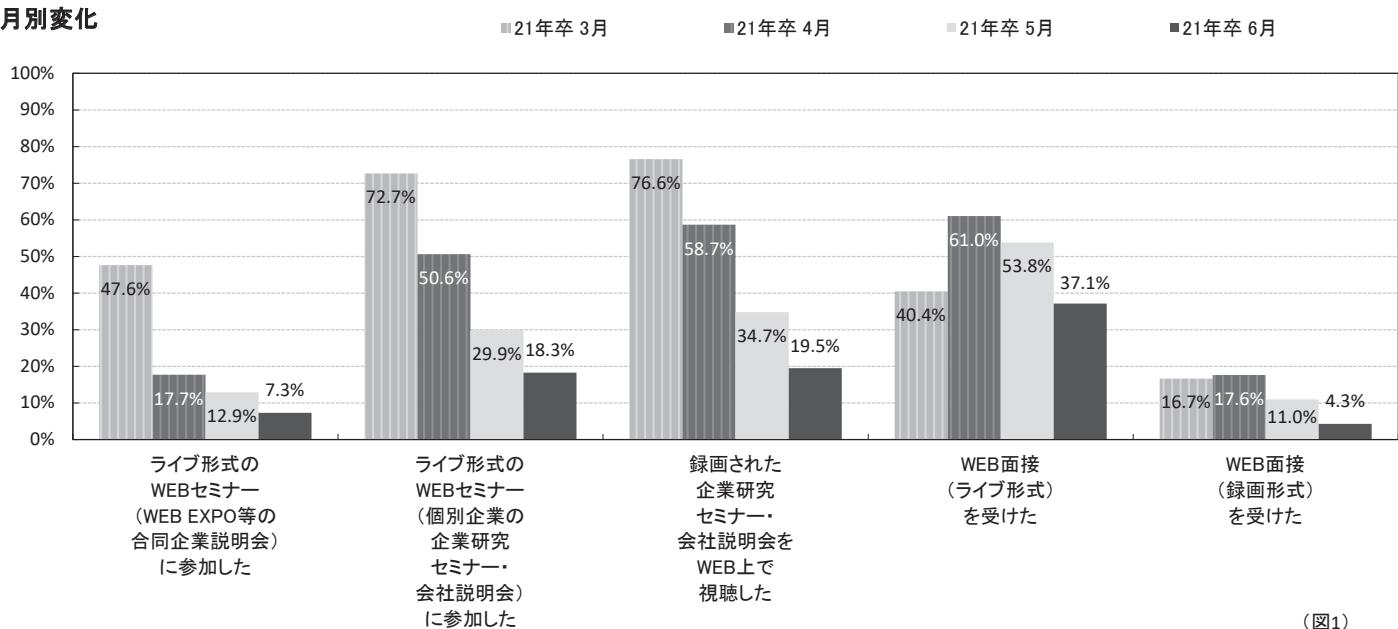
図1～3 出所:『2019年卒～2020年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-7 WEB上の活動状況

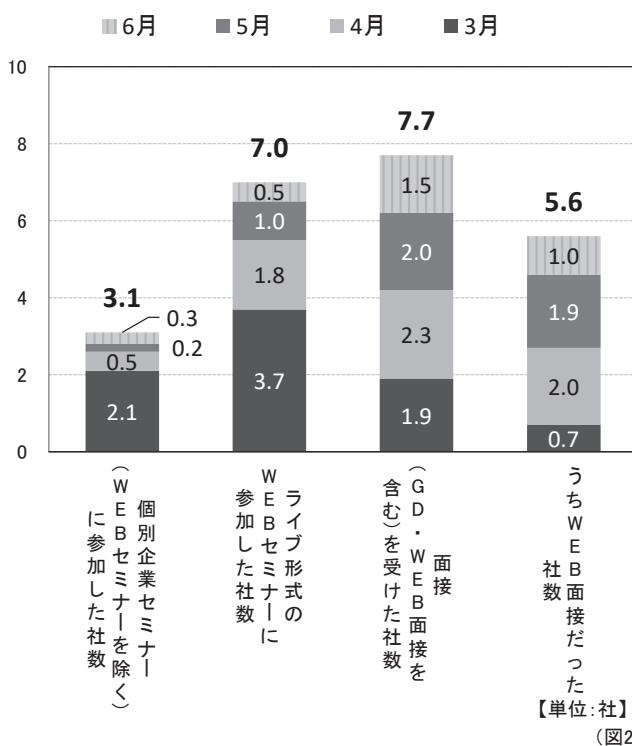
新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の対応策として増加したWEBセミナー・WEB面接に関して月別に参加状況をみると、3~4月はWEBセミナーの参加割合が高く、4~5月はWEB面接の参加割合が高いことがわかる。「その期間に受けた面接がWEB面接だった割合」の月別推移をみると、4月で87.9%、5月で94.7%となっており、特に緊急事態宣言下においてWEB面接を経験する割合が高くなっていたことがわかる。

◆WEB上の活動状況

月別変化



WEBセミナー参加社数、面接を受けた社数
うちWEB面接だった社数(平均・累計)



その期間に受けた面接が、WEB面接だった割合*
WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均)
* その期間に受けた面接のうちWEB面接だったものの割合

■ うちWEB面接だった社数(平均)
■ うちWEBでない面接だった社数(平均)

● WEB面接が占める割合
(=学生が受けたWEB面接総数/受けた面接総数)

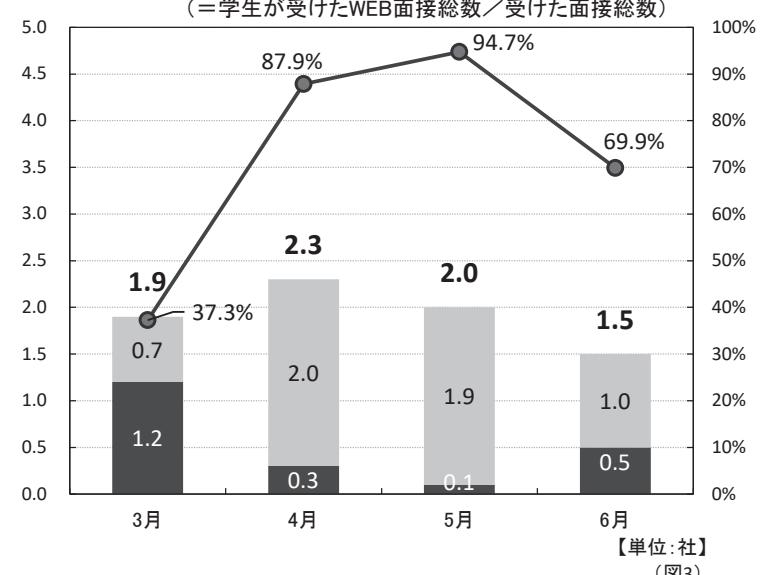
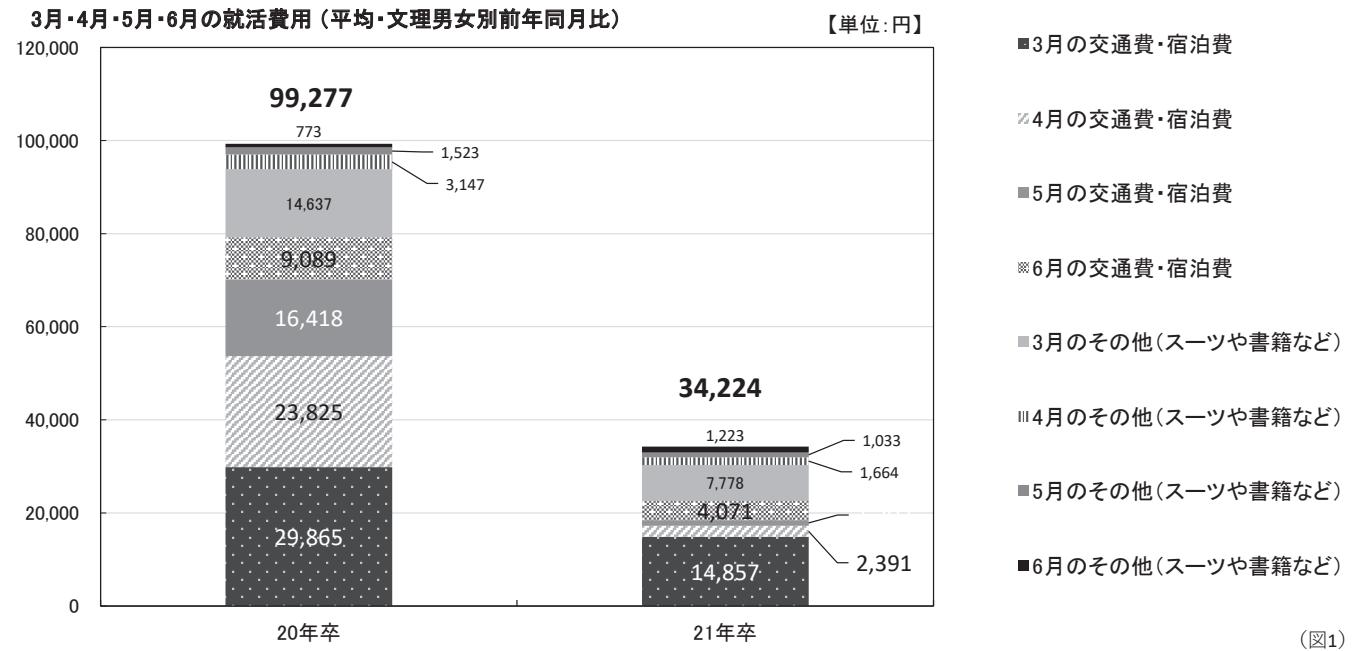


図1~3 出所:『マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(3~6月実施)』

2-8 就活費用

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止対策として広がったWEBセミナー・WEB面接だが、それに伴い変化したのが「就活費用」である。WEB上で個別企業セミナー・面接に参加できるようになったおかげで特に「交通費・宿泊費」が前年と比較すると大きく減少することになった。地域別でみると、特に「関東」を除く地域で、前年では10万円前後かかっていた費用がいずれも半分未満となっており、学生にとって金銭的負担が大幅に減少していたことがわかる。

◆就活費用



3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・地域別前年同月比）

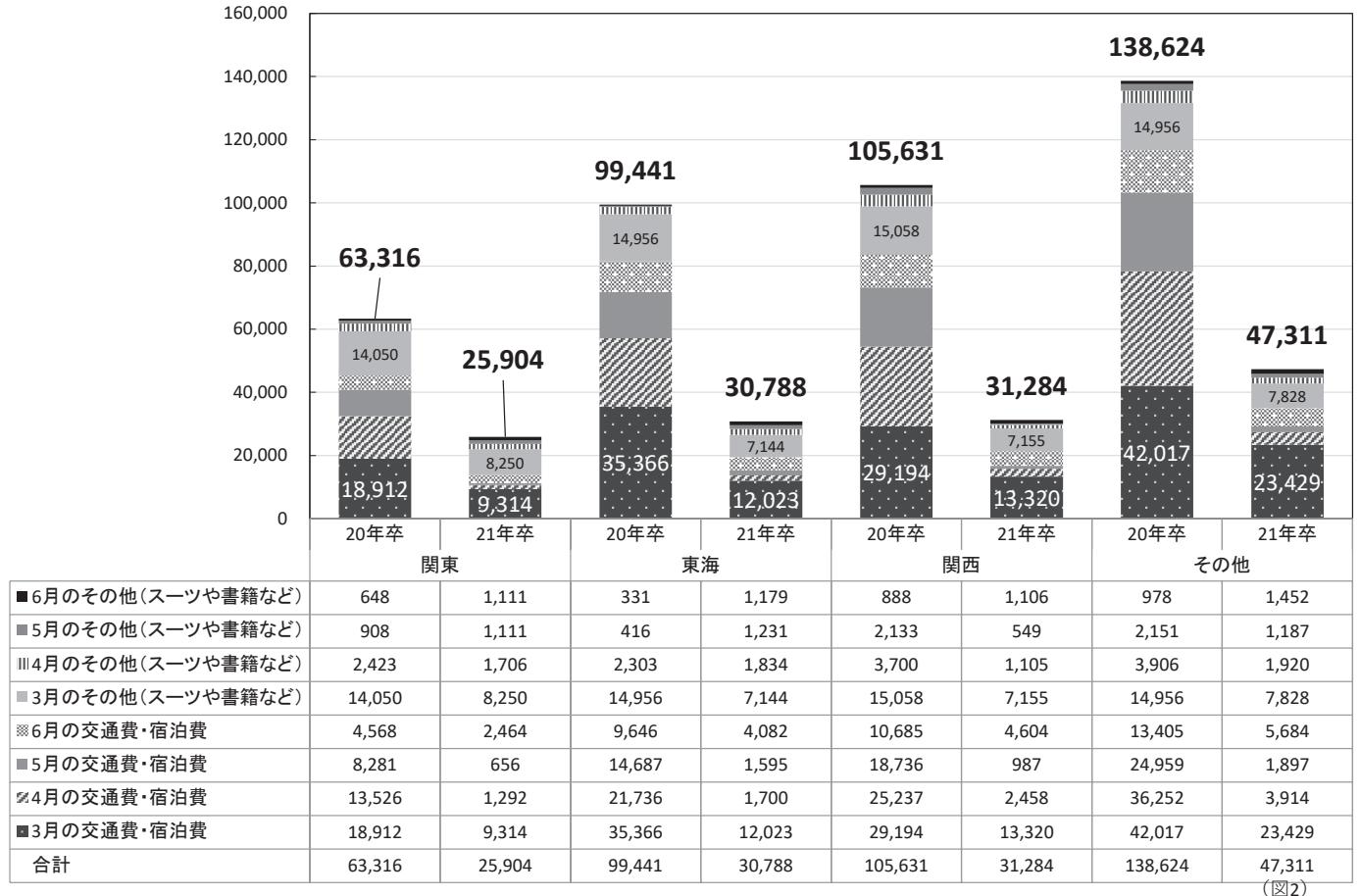


図1～2 出所：『2019年卒～2020年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-9 内々定状況

◆活動実態調査 概要

調査対象:マイナビに登録している2021年3月卒業見込みの全国大学4年生、大学院2年生

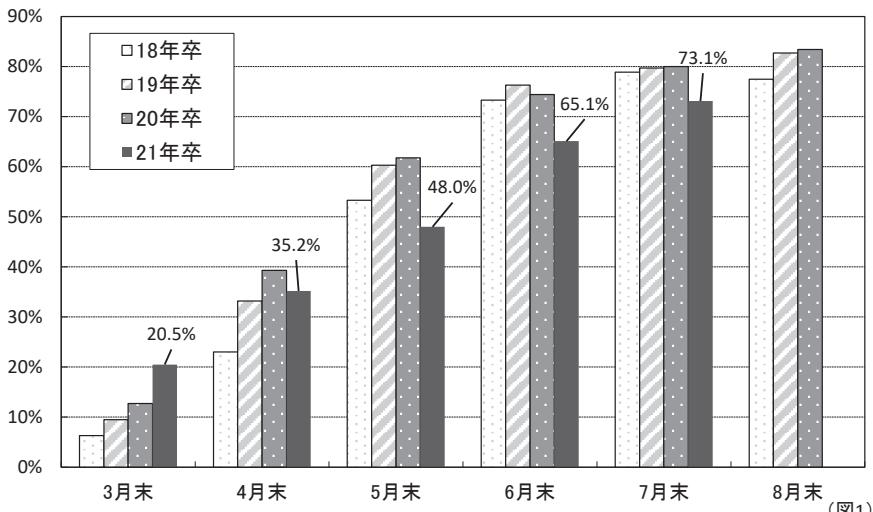
調査方法:WEBアンケートフォーム

調査期間 / 回答数

3月調査	2020年3月25日～3月31日	/ 5,643名	6月調査	2020年6月24日～6月30日	/ 9,325名
4月調査	2020年4月24日～4月30日	/ 9,478名	7月調査	2020年7月24日～7月31日	/ 7,386名
5月調査	2020年5月25日～5月31日	/ 9,531名			

◆内々定保有率(3月～7月の推移)

	3月	4月	5月	6月	7月	8月
21年卒(全体)	20.5%	35.2%	48.0%	65.1%	73.1%	-
20年卒(全体)	12.7%	39.3%	61.8%	74.4%	80.0%	83.4%
19年卒(全体)	6.3%	23.0%	53.3%	73.3%	78.9%	82.7%
18年卒(全体)	3.3%	18.9%	43.0%	65.3%	72.7%	77.5%
文系男子	17.9%	29.8%	43.8%	62.5%	68.7%	-
理系男子	30.4%	48.7%	61.1%	74.3%	81.7%	-
文系女子	13.9%	27.5%	37.9%	56.1%	66.7%	-
理系女子	23.7%	40.8%	53.3%	72.7%	79.9%	-



(図1)

◆内々定保有社数(平均)、複数内々定保有率

選考活動開始初月(6月末)の数値での比較

内々定保有社数(平均)

(単位:社)	複数内々定保有率					
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	全体
21年卒6月末(全体)	1.9	2.1	2.0	1.9	1.9	51.6%
20年卒6月末(全体)	2.2	2.3	2.2	2.2	2.0	60.7%

(図2)

◆内々定保有者の活動終了状況

選考活動開始初月(6月末)の数値での比較

	21年卒					20年卒				
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子
内々定先に満足したので終了する(終了している)	60.5%	53.3%	73.8%	50.8%	63.5%	68.9%	62.8%	80.3%	61.4%	76.0%
内々定先に不満だが活動は終了する(終了している)	3.1%	3.3%	3.8%	2.8%	1.7%	3.2%	4.1%	3.5%	2.1%	2.8%
内々定先に不満なので続行する	10.3%	13.5%	5.6%	12.8%	9.5%	8.8%	10.4%	4.1%	12.2%	7.5%
内々定先に不満でないが、他の企業も見たいので続行する	25.0%	28.5%	15.7%	32.5%	24.6%	18.3%	22.0%	11.7%	22.9%	13.4%
その他	1.1%	1.3%	1.0%	1.1%	0.7%	0.8%	0.7%	0.4%	1.5%	0.4%

(図3)

◆内々定保有率(地域別)

選考活動開始初月(6月末)の数値での比較

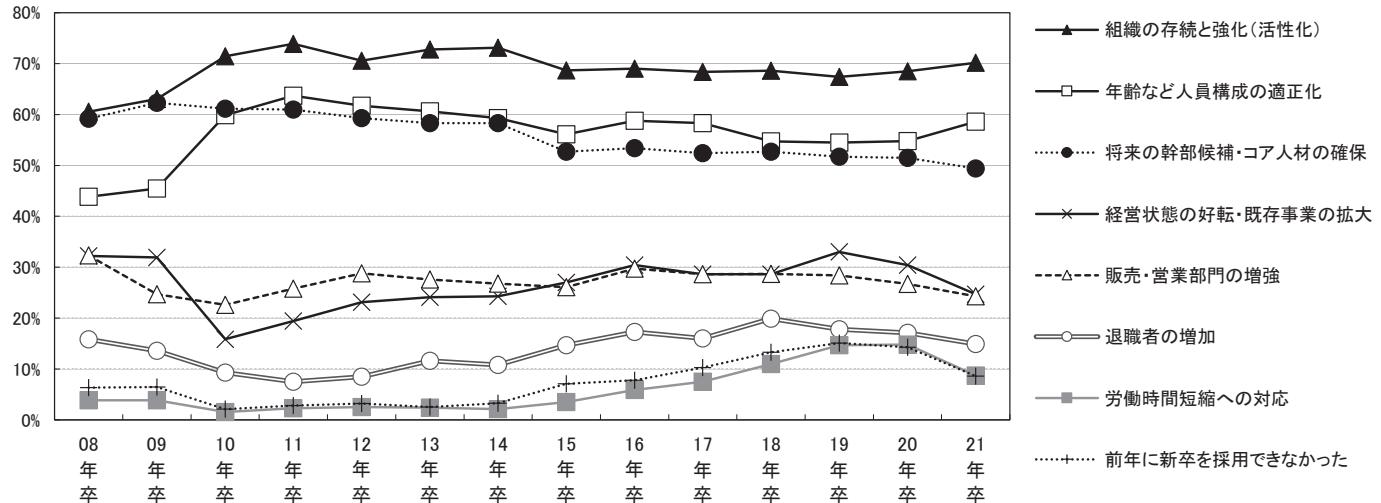
	北海道	東北	関東	甲信越	東海	北陸	関西	中国	四国	九州
21年卒	59.4%	65.6%	63.2%	71.6%	70.8%	72.7%	59.0%	62.9%	73.1%	60.6%
20年卒	66.4%	73.3%	73.9%	69.3%	76.3%	82.7%	72.2%	81.1%	70.9%	72.5%

(図4)

図1～4 出所:『2018年卒～2020年卒マイナビ大学生内定率調査』『マイナビ2021年卒 大学活動実態調査』

3-1 新卒採用実施の理由、採用環境の見通し

◆採用実施の理由(複数回答、抜粋)



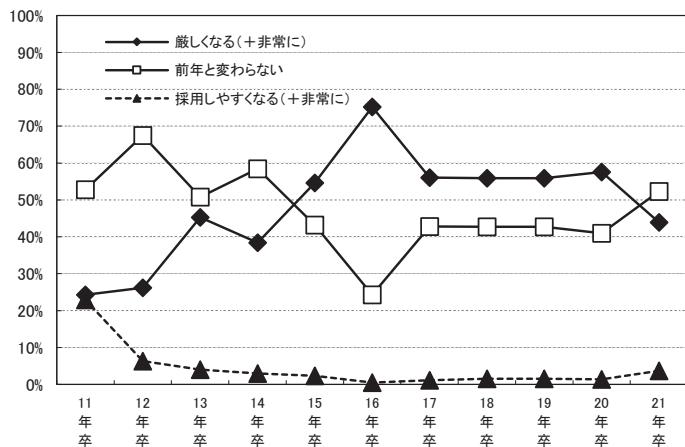
(図1)

◆採用環境はどうなると思うか

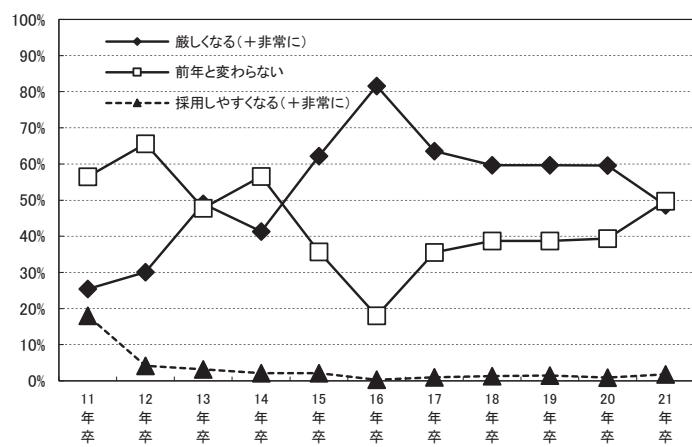
		厳しくなる		採用しやすくなる	
		非常に厳しくなる	厳しくなる	採用しやすくなる	非常に採用しやすくなる
文系	21年卒	8.6%	35.3%	52.3%	3.6%
	20年卒	15.5%	42.1%	41.0%	1.4%
	19年卒	16.3%	39.6%	42.7%	1.3%
理系	21年卒	15.6%	33.0%	49.7%	1.4%
	20年卒	23.7%	35.9%	39.4%	0.7%
	19年卒	23.1%	36.6%	38.7%	1.3%

(図2)

経年比較(文系)



(図3)



(図4)

◆「非常に厳しくなる/厳しくなる」と考える理由

(複数回答)

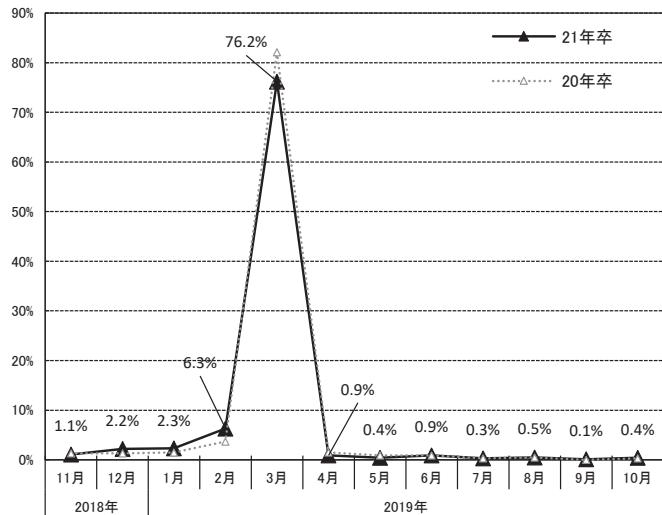
(図5)

	文系採用					理系採用				
	全体	上場	非上場	製造	非製造	全体	上場	非上場	製造	非製造
母集団(エントリー数)の不足	73.5%	67.1%	76.1%	59.5%	78.6%	76.0%	75.4%	76.3%	73.5%	78.2%
内定辞退の増加	35.9%	37.3%	35.4%	38.1%	35.1%	33.0%	33.9%	32.6%	34.1%	32.1%
セミナー動員数の不足	40.5%	46.2%	38.1%	32.0%	43.6%	37.5%	44.4%	34.3%	32.4%	42.1%
応募学生の質の低下	26.5%	28.7%	25.5%	27.2%	26.2%	18.4%	24.0%	15.8%	18.7%	18.1%
マンパワーの不足	21.0%	24.2%	19.7%	18.2%	22.0%	16.1%	17.7%	15.3%	17.0%	15.2%
業界イメージ・会社イメージの低下	19.8%	20.5%	19.5%	16.4%	21.1%	14.1%	16.4%	13.0%	10.4%	17.4%
採用人數の増加	12.6%	12.7%	12.5%	15.7%	11.5%	12.6%	10.2%	13.7%	15.5%	10.0%
採用活動期間の変化	17.0%	20.7%	15.4%	13.2%	18.3%	15.9%	22.5%	12.9%	15.3%	16.4%
業務の集中・増大	10.1%	7.1%	11.4%	14.2%	8.7%	11.4%	7.4%	13.1%	15.1%	8.0%
景気改善の報道余波	5.8%	6.0%	5.8%	7.1%	5.4%	7.2%	7.9%	6.9%	8.8%	5.8%
採用費用の削減	4.6%	7.9%	3.3%	3.4%	5.1%	3.8%	5.4%	3.1%	4.5%	3.1%
その他	7.7%	8.5%	7.4%	8.4%	7.5%	5.6%	6.9%	4.9%	3.3%	7.6%

図1～5 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

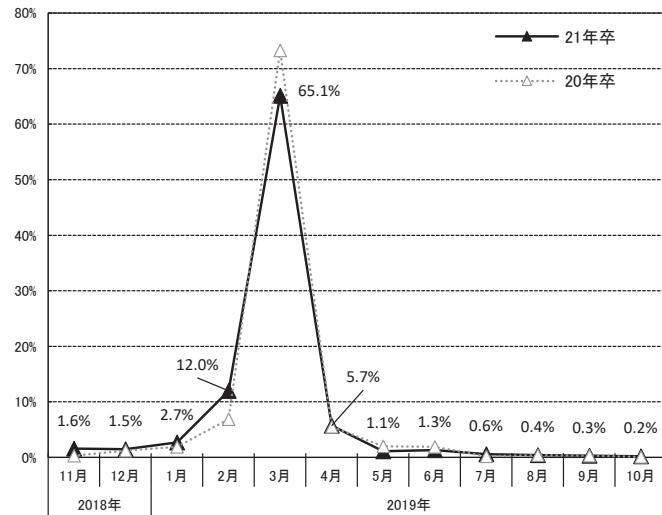
3-2 採用スケジュール(2~3月時点で聞いた各フェーズの開始時期)

◆新卒採用エントリー受付開始時期



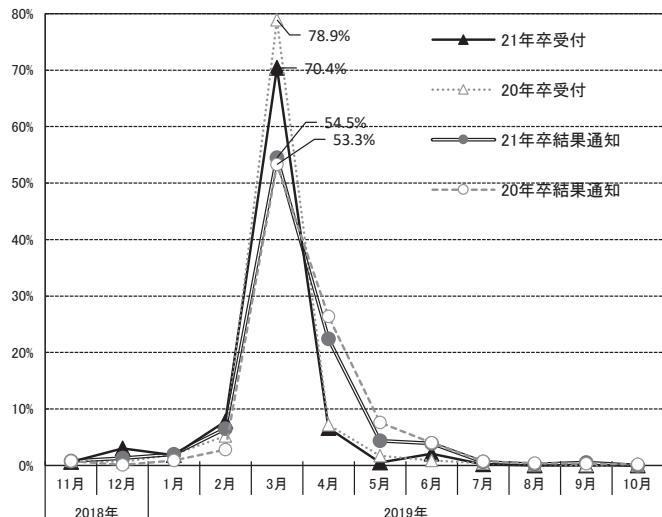
※21年卒の数値を表記

◆採用に直結する説明会やセミナーの開始時期



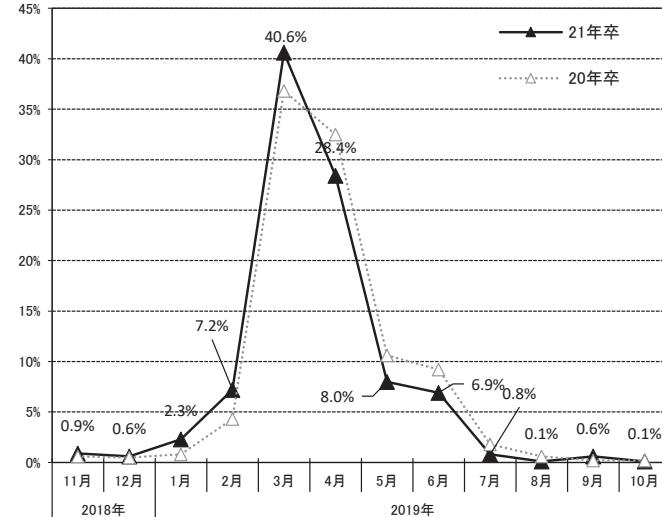
※21年卒の数値を表記

◆エントリーシート受付開始時期と結果通知時期



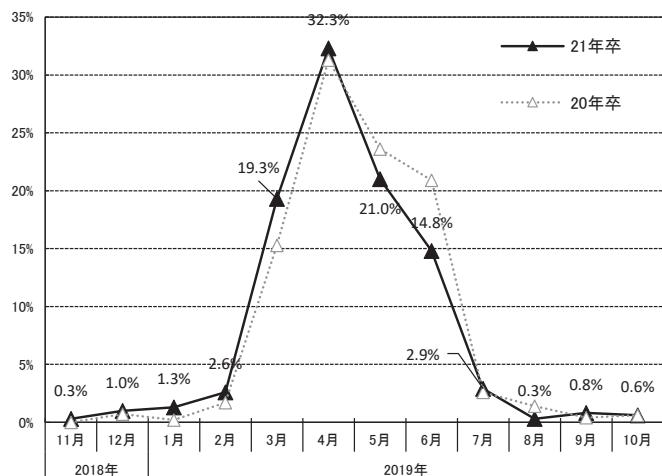
※ピーク時の数値を表記

◆面接開始時期



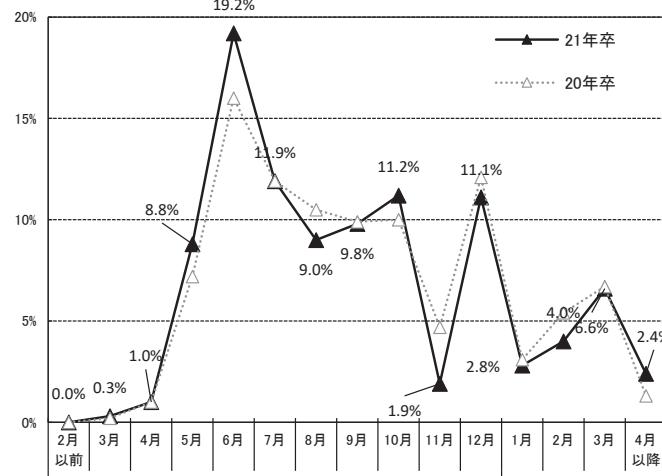
※21年卒の数値を表記

◆内々定出し開始時期



※21年卒の数値を表記

◆採用活動終了時期



※21年卒の数値を表記

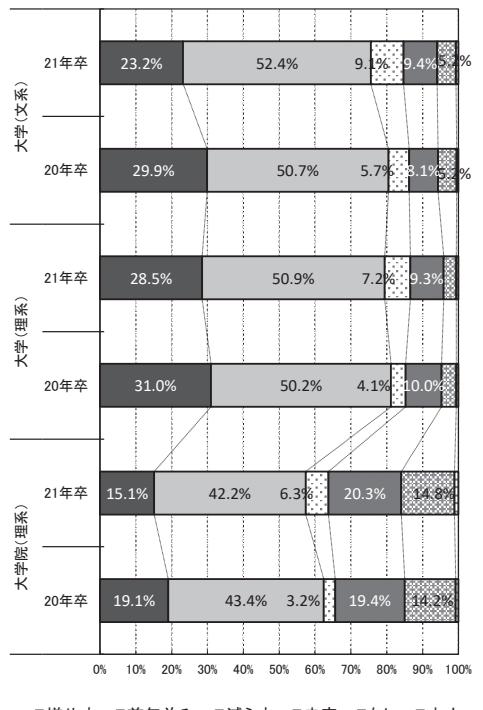
図1～6 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

3-3 企業の採用予定数

◆採用予定数増減

		採用あり			未定	採用なし	
		増やす	前年並	減らす		なし	中止
大学(文系)	21年卒	23.2%	52.4%	9.1%	9.4%	5.2%	0.7%
	20年卒	29.9%	50.7%	5.7%	8.1%	5.2%	0.5%
大学(理系)	21年卒	28.5%	50.9%	7.2%	9.3%	3.5%	0.6%
	20年卒	31.0%	50.2%	4.1%	10.0%	4.1%	0.6%
大学院(理系)	21年卒	15.1%	42.2%	6.3%	20.3%	14.8%	1.1%
	20年卒	19.1%	43.4%	3.2%	19.4%	14.2%	0.8%
短期大学	21年卒	12.2%	37.0%	4.6%	20.0%	24.9%	1.3%
	20年卒	16.3%	38.1%	2.8%	18.6%	23.4%	0.7%
専門学校	21年卒	15.5%	36.7%	4.8%	18.3%	23.7%	0.9%
	20年卒	19.3%	39.1%	2.7%	16.8%	21.5%	0.7%
高等専門学校	21年卒	11.9%	34.0%	3.1%	21.1%	29.1%	0.8%
	20年卒	14.5%	30.8%	1.6%	21.8%	29.9%	1.4%
高等学校	21年卒	14.2%	36.5%	3.9%	11.8%	32.6%	0.9%
	20年卒	21.6%	31.3%	3.6%	12.4%	29.5%	1.6%

(図1)



■増やす □前年並み □減らす □未定 □なし □中止

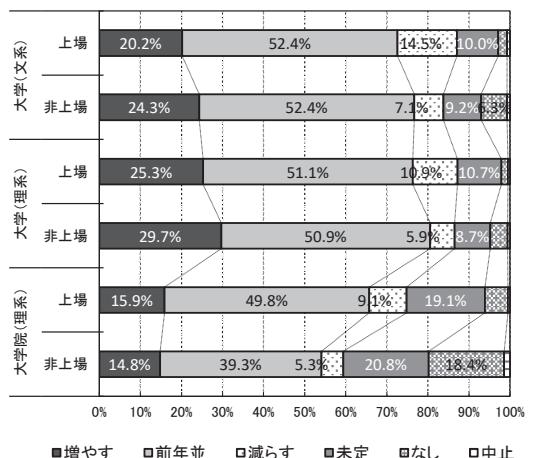
◆採用予定数の増減(上場・非上場、製造・非製造)

■上場	採用あり			未定	採用なし	
	増やす	前年並	減らす		なし	中止
大学(文系)	20.2%	52.4%	14.5%	10.0%	2.2%	0.7%
大学(理系)	25.3%	51.1%	10.9%	10.7%	1.6%	0.5%
大学院(理系)	15.9%	49.8%	9.1%	19.1%	5.6%	0.5%

(図2)

■非上場	採用あり			未定	採用なし	
	増やす	前年並	減らす		なし	中止
大学(文系)	24.3%	52.4%	7.1%	9.2%	6.3%	0.7%
大学(理系)	29.7%	50.9%	5.9%	8.7%	4.2%	0.6%
大学院(理系)	14.8%	39.3%	5.3%	20.8%	18.4%	1.4%

(図3)



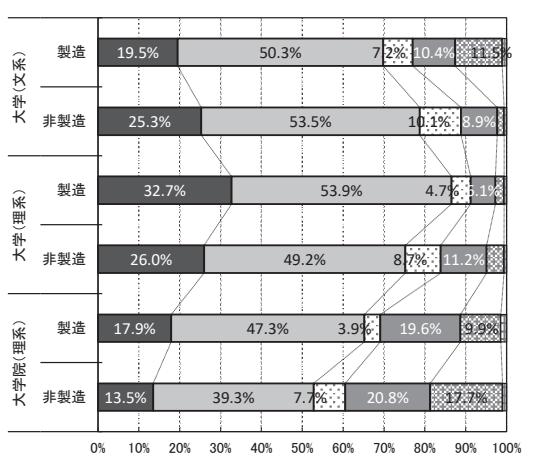
■増やす □前年並み □減らす □未定 □なし □中止

■製造	採用あり			未定	採用なし	
	増やす	前年並	減らす		なし	中止
大学(文系)	19.5%	50.3%	7.2%	10.4%	11.5%	1.1%
大学(理系)	32.7%	53.9%	4.7%	6.1%	2.1%	0.6%
大学院(理系)	17.9%	47.3%	3.9%	19.6%	9.9%	1.4%

(図4)

■非製造	採用あり			未定	採用なし	
	増やす	前年並	減らす		なし	中止
大学(文系)	25.3%	53.5%	10.1%	8.9%	1.7%	0.6%
大学(理系)	26.0%	49.2%	8.7%	11.2%	4.3%	0.6%
大学院(理系)	13.5%	39.3%	7.7%	20.8%	17.7%	1.0%

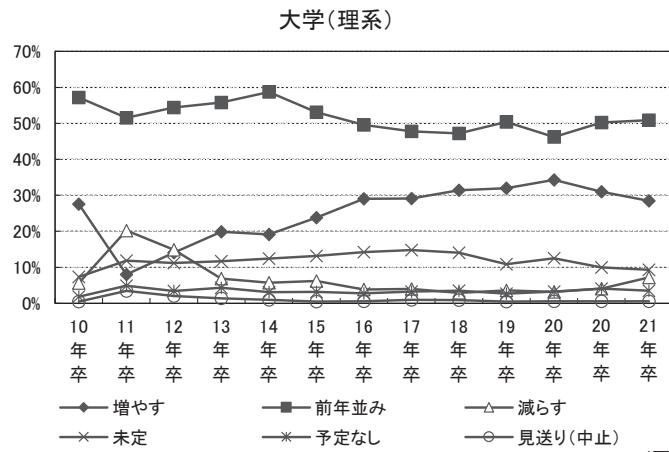
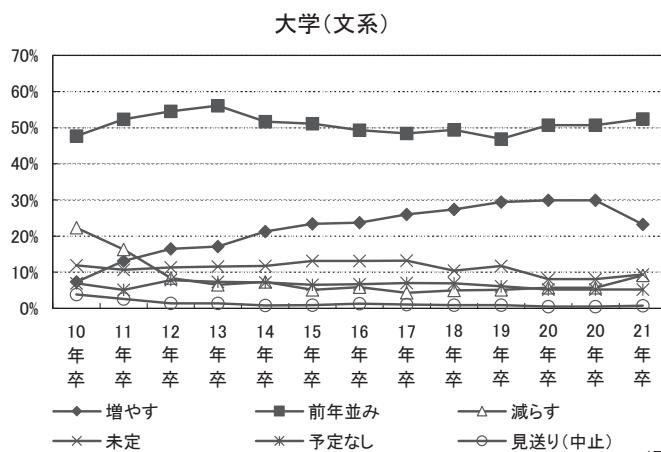
(図5)



■増やす □前年並み □減らす □未定 □なし □中止

図1～5 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

◆採用予定数の増減(大学文系・大学理系)



◆採用予定数と前年入社予定数の比較

■21年卒採用予定数と20年卒入社予定数の比較(=21年卒採用予定数の合計／20年卒入社予定数の合計)

※21年卒の採用予定数と20年卒の入社予定数の両方に回答した企業のみで集計

	全体	上場	非上場	製造	非製造
回答数	863	235	628	328	535
平均前年比増減	+ 7.8%	+ 2.6%	+ 15.5%	+ 12.3%	+ 5.5%

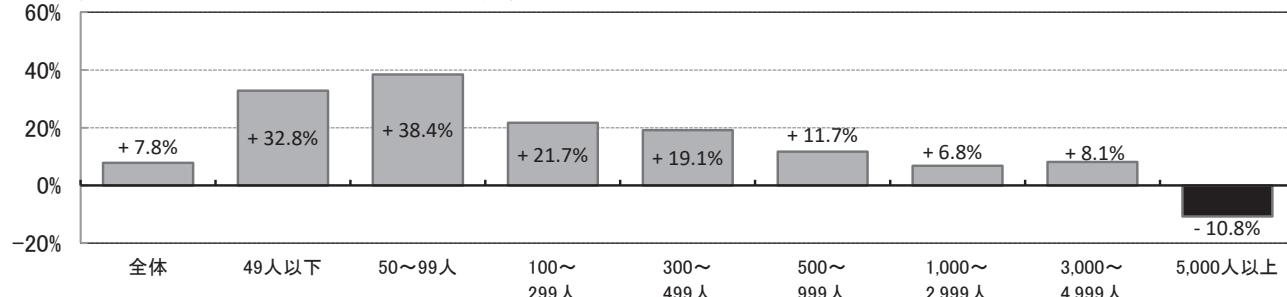
（図8）

■従業員規模別

	全体	49人以下	50～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1,000～2,999人	3,000～4,999人	5,000人以上
回答数	863	97	136	241	128	112	95	24	30
平均前年比増減	+ 7.8%	+ 32.8%	+ 38.4%	+ 21.7%	+ 19.1%	+ 11.7%	+ 6.8%	+ 8.1%	- 10.8%

（図9）

採用予定数と前年入社予定数の比較(従業員規模別)



■業種別

	全体	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
回答数	863	99	229	112	46	39	15	93	211	19
平均前年比増減	+ 7.8%	+ 17.3%	+ 10.3%	+ 1.4%	+ 17.0%	+ 1.4%	+ 30.3%	+ 6.4%	+ 4.5%	- 4.5%

（図10）

採用予定数と前年入社予定数の比較(業種別)

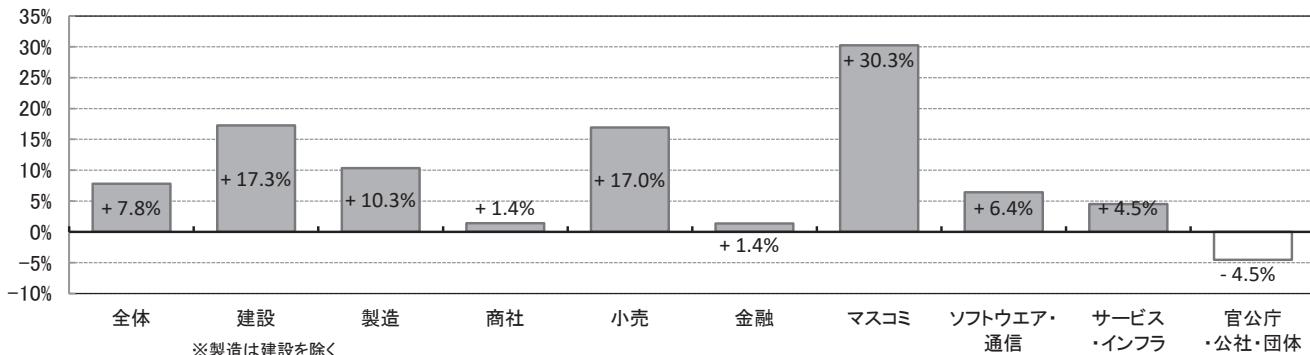


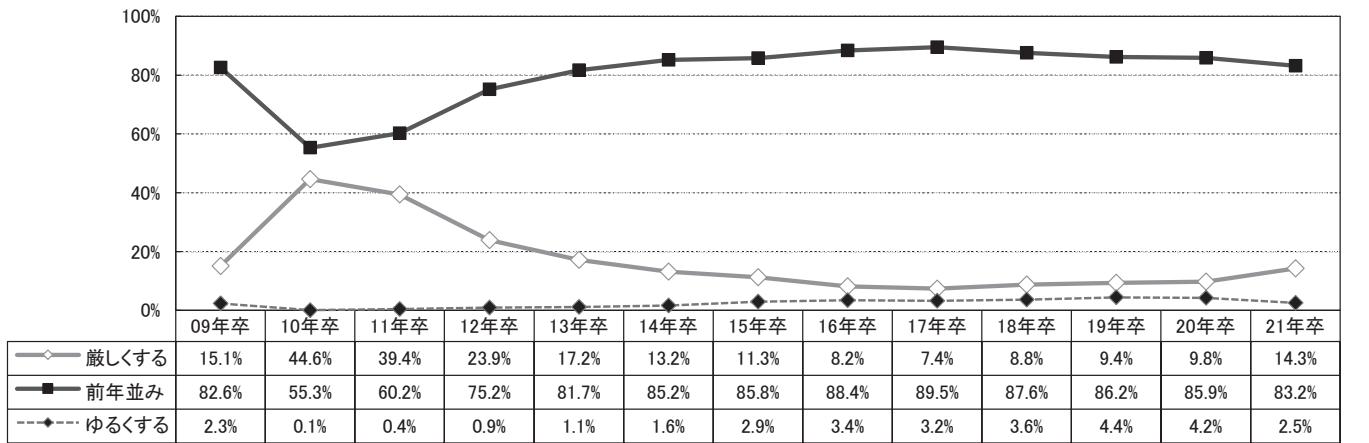
図6～10 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

3-4 評価基準・質と量

◆企業の評価基準

	全体		上場		非上場		製造		非製造	
	21年卒	20年卒								
厳しくする	14.3%	9.8%	15.8%	7.7%	13.7%	9.3%	11.9%	6.9%	15.6%	10.3%
前年並み	83.2%	85.9%	81.8%	90.3%	83.7%	85.8%	86.4%	90.6%	81.5%	84.5%
ゆるくする	2.5%	4.2%	2.4%	2.0%	2.5%	4.9%	1.7%	2.5%	2.9%	5.3%

評価基準(全体・経年比較)

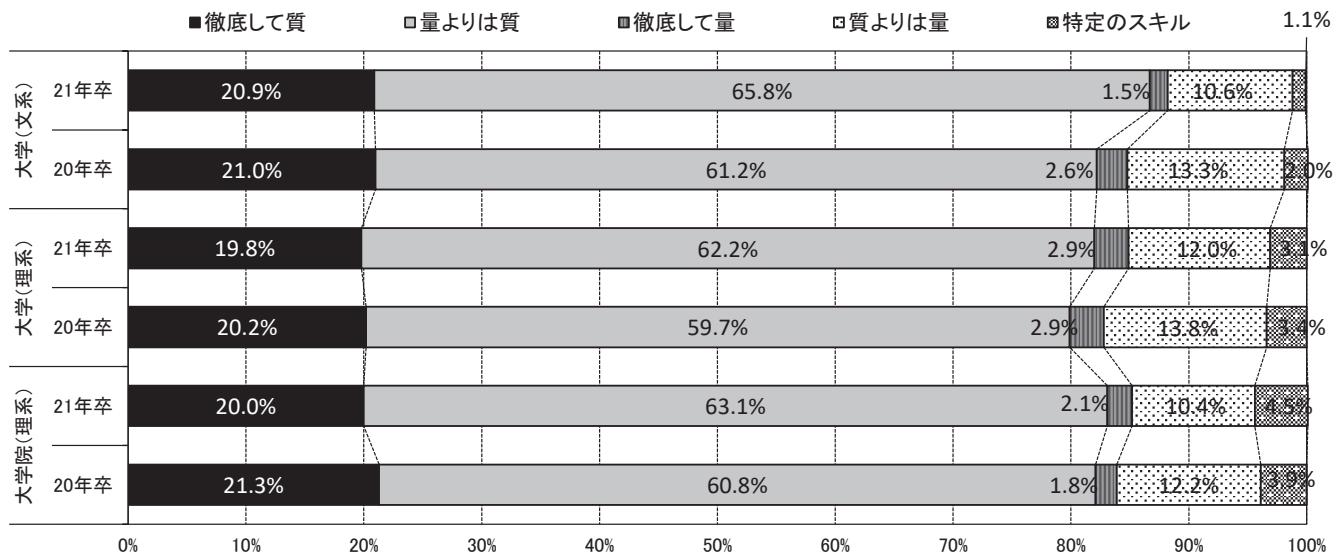


(図1)

◆質・量の優先度

	徹底して質	量よりは質	徹底して量	質よりは量	特定のスキル
大学(文系)	21年卒	20.9%	65.8%	1.5%	10.6%
	20年卒	21.0%	61.2%	2.6%	13.3%
大学(理系)	21年卒	19.8%	62.2%	2.9%	12.0%
	20年卒	20.2%	59.7%	2.9%	13.8%
大学院(理系)	21年卒	20.0%	63.1%	2.1%	10.4%
	20年卒	21.3%	60.8%	1.8%	12.2%
短期大学	21年卒	19.2%	63.6%	1.9%	13.2%
	20年卒	17.8%	58.9%	3.2%	16.4%
専門学校	21年卒	17.2%	60.1%	1.7%	15.0%
	20年卒	16.9%	56.4%	3.8%	15.4%
高等専門学校	21年卒	18.8%	59.2%	1.7%	14.3%
	20年卒	17.1%	57.9%	3.2%	16.4%
高等学校	21年卒	14.3%	57.1%	3.5%	23.0%
	20年卒	12.6%	51.0%	6.5%	25.6%

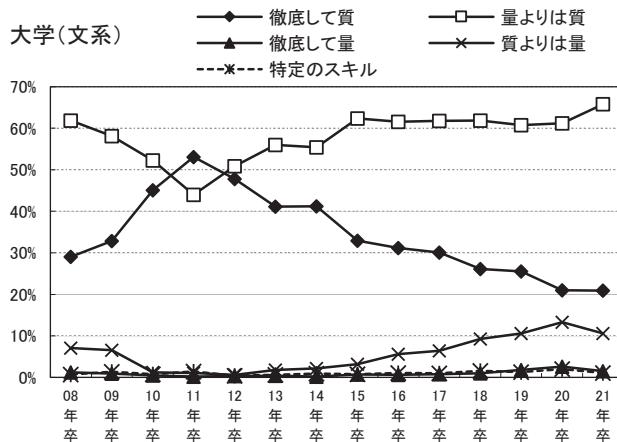
質・量の優先度(大学文系・大学理系・大学院理系)



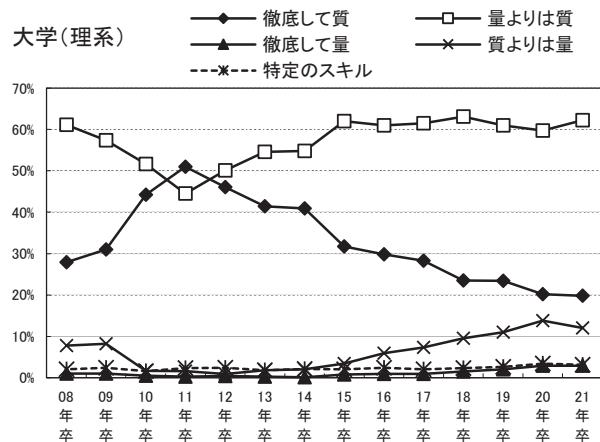
(図2)

図1・2 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2~3月実施)』

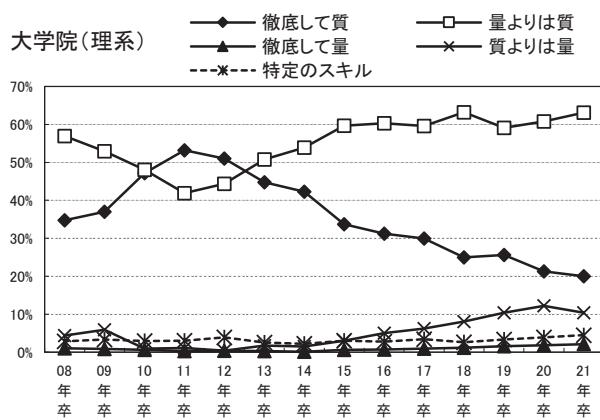
【質・量の優先度 - 総合・経年比較】



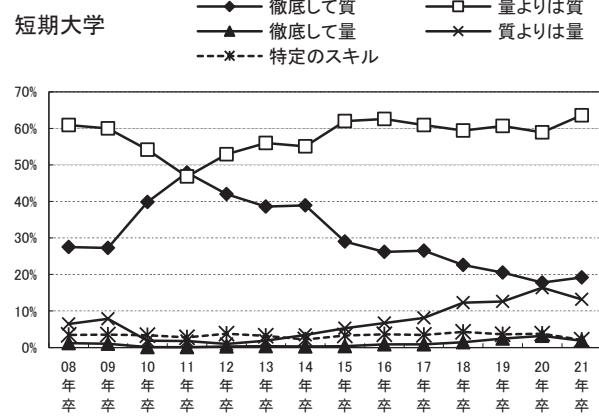
(図3)



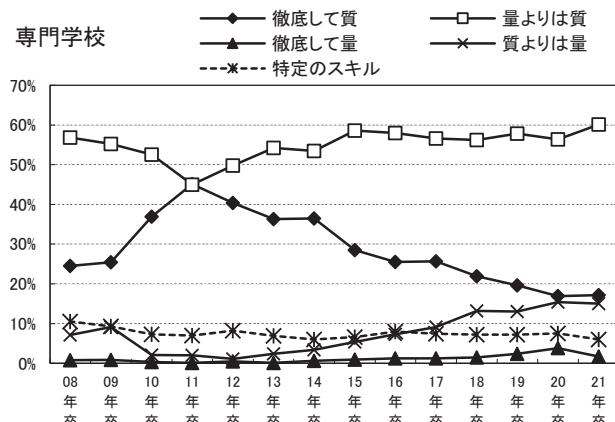
(図4)



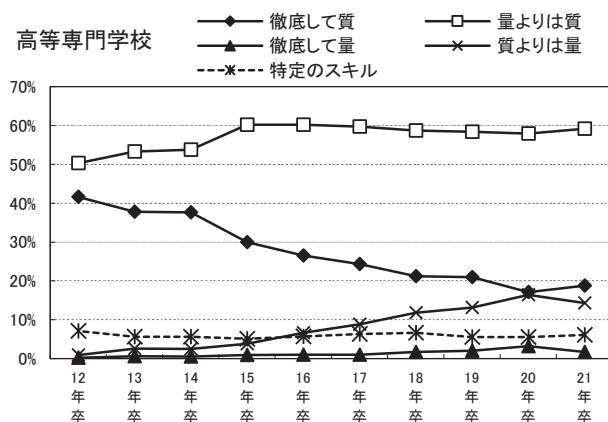
(図5)



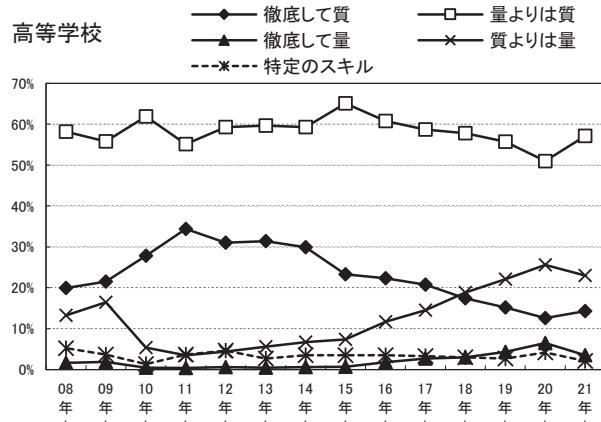
(図6)



(図7)



(図8)



(図9)

図3～9 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

3-5 採用手法

◆実践している採用手法

(複数回答)	全体		上場		非上場		製造		非製造	
	21年卒	20年卒								
体験型インターンシップの受け入れ	54.8%	51.5%	62.6%	60.8%	52.0%	46.0%	54.9%	51.8%	54.8%	48.8%
採用直結型インターンシップの受け入れ	14.8%	15.1%	19.4%	17.0%	13.2%	13.3%	14.8%	15.0%	14.8%	13.8%
ソーシャルメディアの活用(Facebook、Twitter等)	9.8%	8.8%	11.3%	9.1%	9.3%	8.4%	7.2%	4.5%	11.3%	11.5%
OB・OG訪問	17.3%	17.0%	30.1%	36.0%	12.7%	11.4%	21.6%	19.1%	14.9%	17.4%
会社・工場見学	56.6%	58.5%	49.5%	54.9%	59.2%	58.5%	69.0%	73.9%	49.7%	45.8%
学校訪問	52.1%	52.4%	61.7%	66.3%	48.6%	46.0%	55.3%	57.6%	50.2%	47.2%
学内セミナー	55.4%	53.8%	82.7%	82.0%	45.6%	44.3%	54.7%	54.9%	55.8%	54.4%
合同企業セミナー	68.8%	69.1%	79.5%	79.8%	65.0%	63.6%	64.8%	69.6%	71.1%	67.0%
採用に直結しないオープンセミナー	12.7%	13.4%	18.0%	23.6%	10.8%	11.0%	12.3%	13.3%	13.0%	15.3%
WEBセミナー	16.5%	9.2%	33.4%	21.4%	10.5%	4.9%	15.6%	10.2%	17.1%	8.9%
最終面接段階や内定後の会社訪問	26.4%	28.0%	31.5%	33.3%	24.6%	25.9%	27.5%	26.7%	25.8%	28.8%
エントリーシート(紙)	18.7%	20.8%	22.0%	25.1%	17.5%	20.7%	16.4%	21.4%	20.0%	22.3%
エントリーシート(WEB)	29.3%	26.6%	42.7%	42.4%	24.5%	22.8%	31.7%	32.7%	28.0%	24.9%
動画ES・動画選考(*1)	1.6%	-	4.4%	-	0.5%	-	1.4%	-	1.7%	-
適性検査(紙)	39.4%	38.4%	38.3%	32.5%	39.7%	42.0%	35.7%	36.9%	41.4%	41.2%
適性検査(WEB)	34.5%	31.8%	56.4%	58.4%	26.6%	25.6%	36.3%	34.8%	33.4%	34.4%
学力テスト・筆記試験(紙)	35.7%	38.8%	29.6%	32.3%	37.9%	41.7%	31.3%	35.3%	38.3%	41.9%
学力テスト・筆記試験(WEB)	9.8%	11.1%	22.5%	21.2%	5.2%	9.1%	9.0%	12.1%	10.2%	12.5%
グループディスカッション	14.6%	14.9%	22.6%	23.9%	11.7%	11.7%	9.9%	12.6%	17.3%	16.8%
個人面談	60.6%	65.1%	64.2%	66.7%	59.3%	63.9%	56.7%	61.2%	62.8%	67.2%
WEB面接・WEB面談(*2)	8.7%	-	18.7%	-	5.1%	-	7.2%	-	9.5%	-
HR Tech(AI)などの活用	1.6%	0.9%	3.3%	2.7%	1.1%	0.5%	1.6%	0.8%	1.7%	1.3%
コンピテンシーにもとづく採用	3.0%	3.1%	5.9%	8.1%	2.0%	1.6%	1.6%	2.9%	3.8%	3.7%
学校名不問	22.5%	27.1%	24.0%	27.1%	22.0%	26.2%	17.9%	23.3%	25.1%	28.7%
技術系の学校推薦	7.8%	7.8%	16.0%	20.7%	4.9%	5.0%	15.6%	17.2%	3.4%	3.7%
学生アルバイトの社員登用	8.7%	9.0%	16.8%	6.7%	5.8%	5.1%	1.0%	1.1%	13.0%	8.6%
外国人留学生採用	11.3%	12.4%	23.1%	25.9%	7.0%	8.3%	13.1%	17.5%	10.2%	10.0%
日本人の海外留学生採用	2.7%	4.2%	8.2%	9.6%	0.8%	2.1%	3.1%	4.5%	2.5%	3.9%
ジョブマッチング	1.7%	2.2%	3.8%	4.9%	0.9%	1.5%	3.0%	3.7%	0.9%	1.5%
職種別採用	17.5%	18.8%	20.2%	25.4%	16.5%	16.1%	19.3%	19.6%	16.5%	18.0%
地域総合職での採用	5.5%	4.8%	10.3%	6.2%	3.8%	4.1%	3.2%	2.8%	6.8%	6.0%
新卒・中途枠の撤廃	2.1%	3.1%	0.5%	1.0%	2.7%	3.5%	1.8%	2.4%	2.3%	3.1%
リクルーター制	7.2%	9.6%	13.7%	19.0%	4.9%	5.2%	7.8%	10.7%	6.9%	7.7%
前年実績に基づく採用戦略立案	12.1%	14.2%	20.5%	22.9%	9.2%	10.5%	10.0%	11.5%	13.4%	15.7%
新卒紹介	12.2%	11.8%	14.2%	17.0%	11.4%	9.3%	10.8%	9.4%	12.9%	12.9%
リファラル採用(社員からの紹介採用)	9.0%	8.2%	15.2%	11.6%	6.7%	6.1%	6.7%	6.1%	10.2%	8.6%
オファー・スカウト型採用	8.1%	7.7%	13.4%	14.5%	6.2%	5.2%	8.5%	7.3%	8.0%	8.1%
秋採用や通年採用	18.6%	21.9%	18.0%	17.5%	18.9%	20.2%	15.0%	14.7%	20.7%	22.8%
新卒採用HPのスマホ対応	20.5%	17.6%	32.0%	29.3%	16.3%	13.7%	18.1%	15.5%	21.8%	19.7%
その他	1.3%	1.4%	1.8%	1.0%	1.2%	1.6%	1.1%	1.0%	1.4%	1.7%

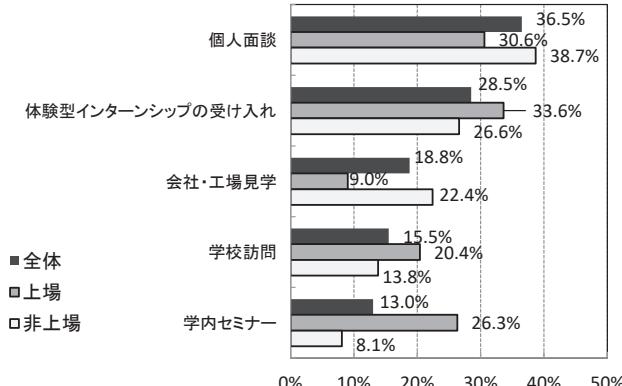
(*1)企業が学生に指定した形式・内容で作成させた動画を提出させること(面接形式で学生が質問に回答した動画を提出するものを含む)

(図1)

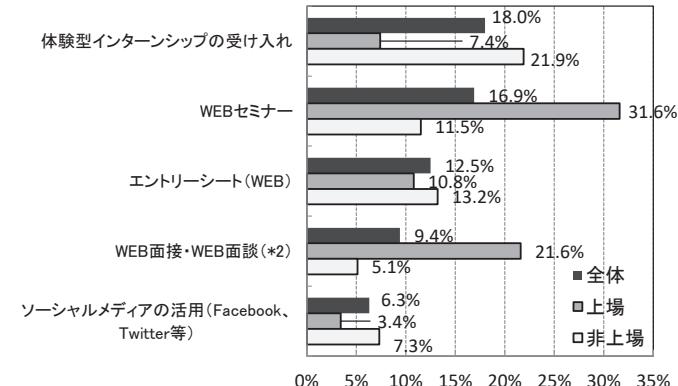
(*2)インターネットを介してリアルタイムで行う面接/いずれも本調査より追加した。

◆特に注力している採用手法・今年から導入した採用手法

特に注力している採用手法【上位回答】



今年から導入した採用手法【上位回答】



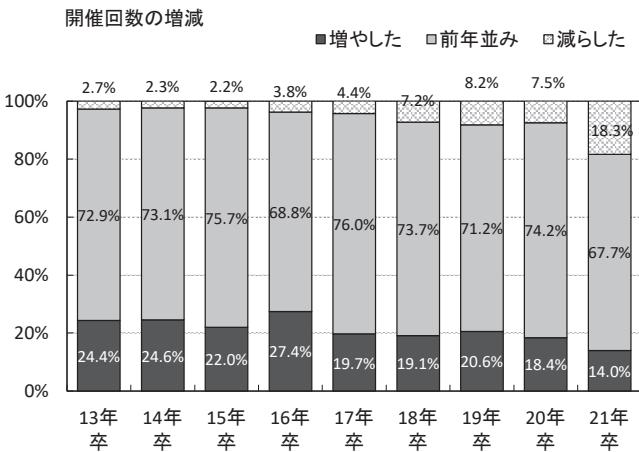
(図2)

(図3)

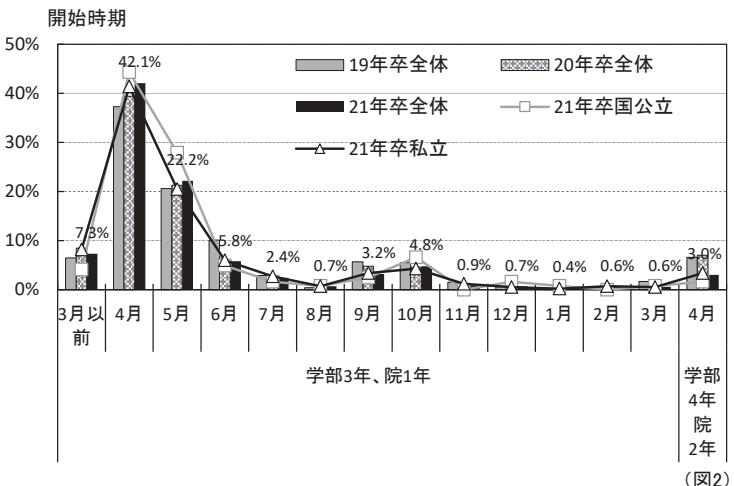
図1～3 出所:『マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2～3月実施)』

4-1 学内就職ガイダンス、学内企業説明会

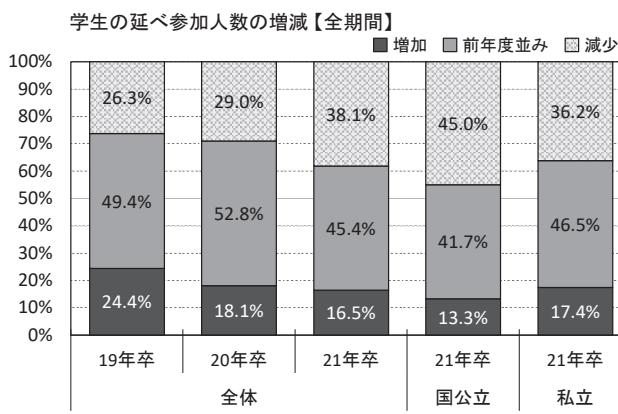
◆学内就職ガイダンスについて



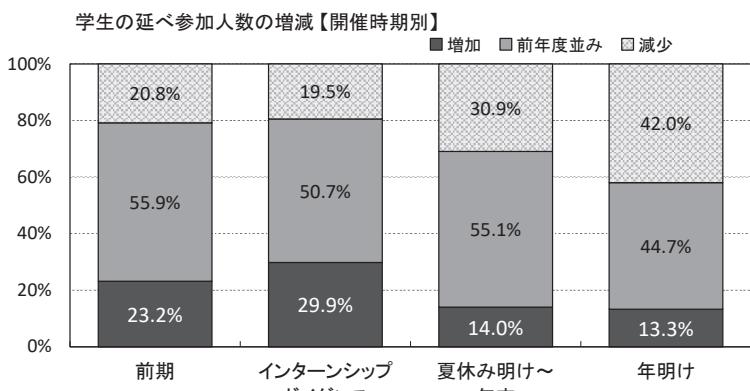
(図1)



(図2)

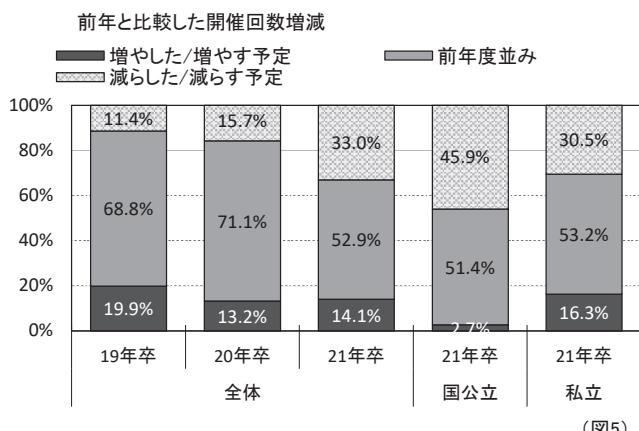


(図3)

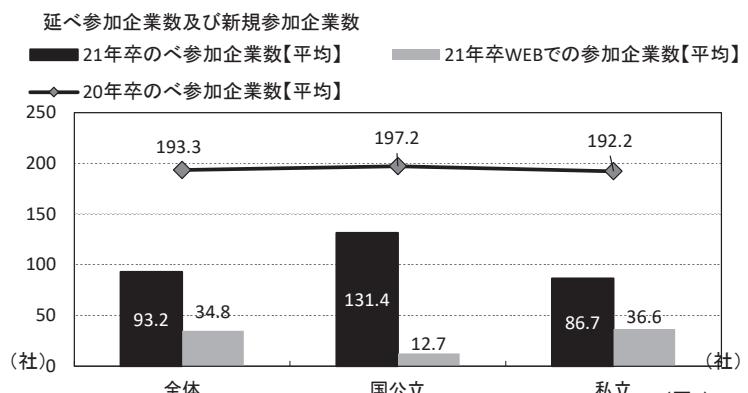


(図4)

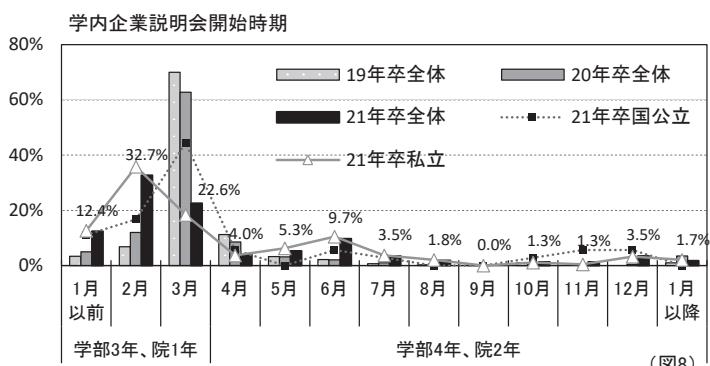
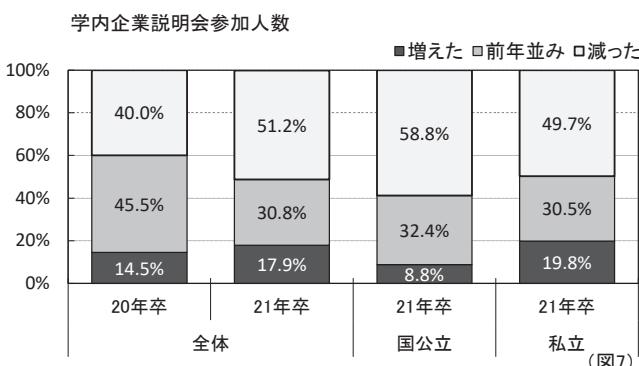
◆学内企業説明会について



(図5)



(図6)



(図8)

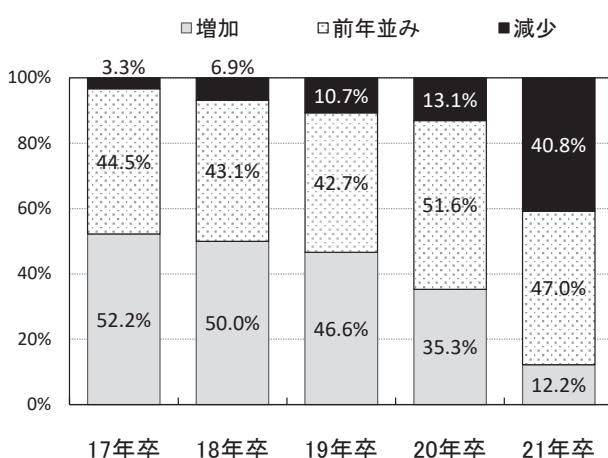
※「予定はあるがまだ実施していない」を除いて集計

図1～8 出所:『2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査』

4-2 求人(票)の受付社数、障がいのある学生への就職支援

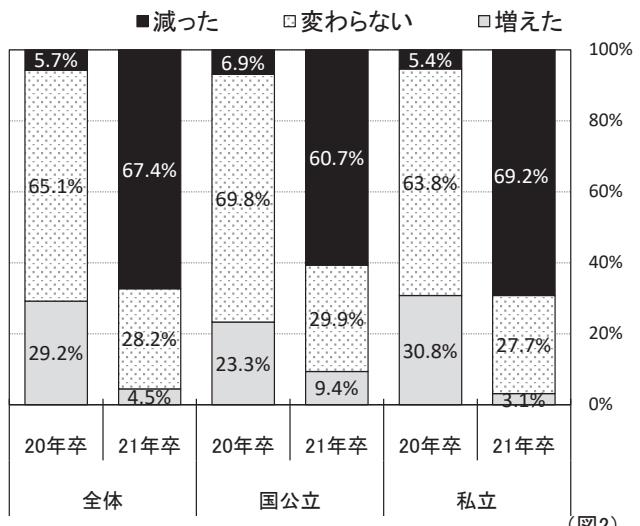
◆求人(票)の受付社数、人事担当者がキャリアセンターに求人を直接持参した社数の増減

求人(票)の受付社数の増減



(図1)

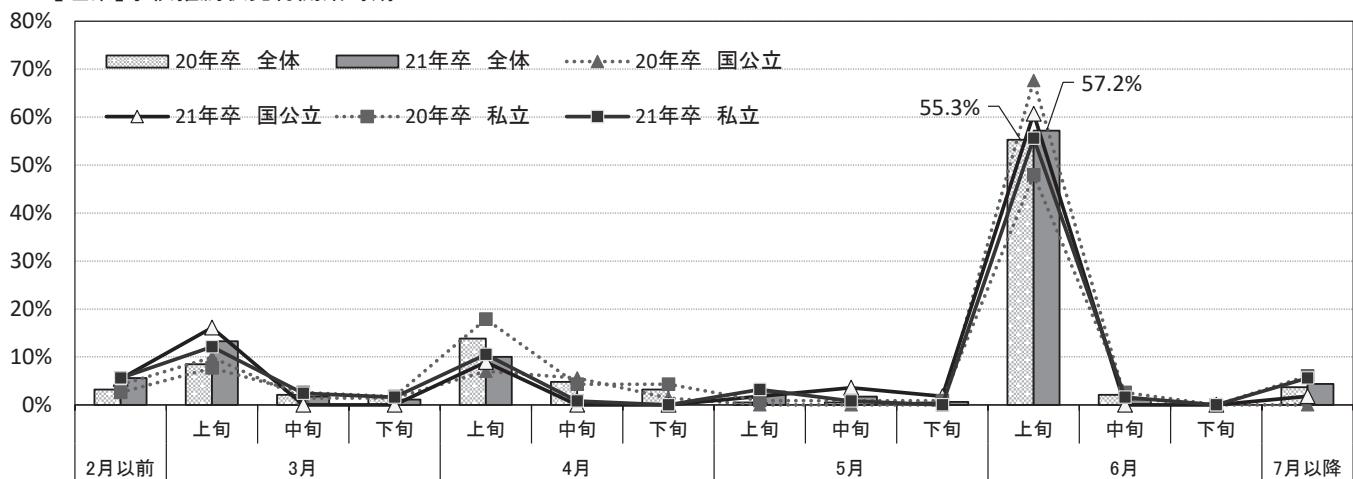
人事担当者がキャリアセンターに求人を直接持参した社数



(図2)

◆理系学生について:学校推薦状発行開始時期

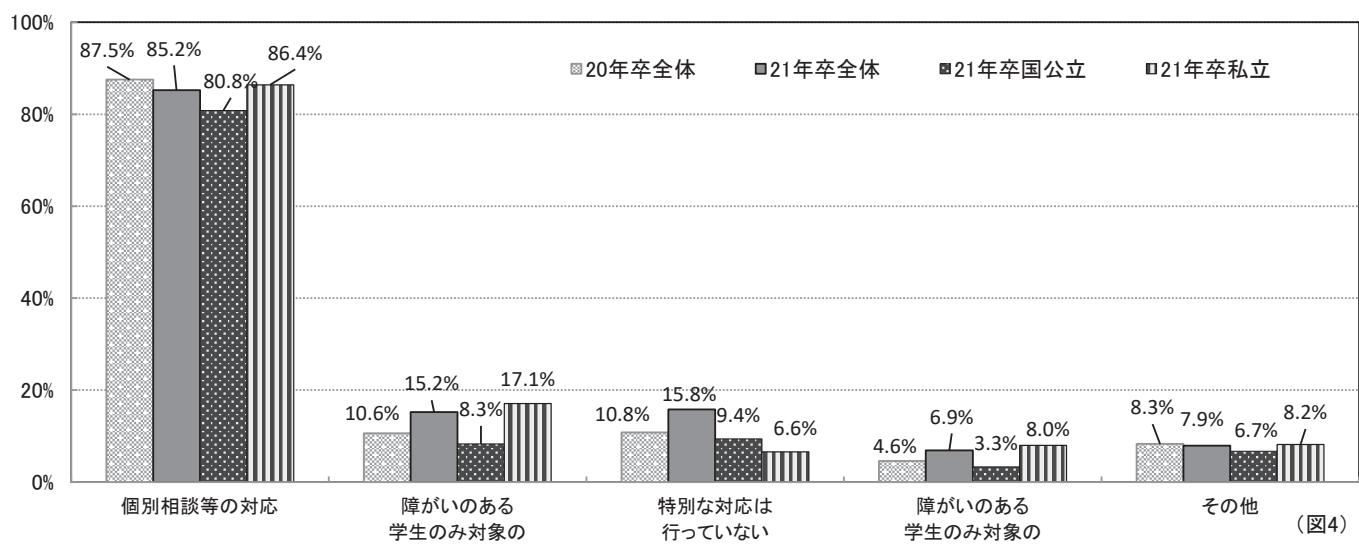
【理系】学校推薦状発行開始時期



(図3)

◆障がいのある学生への就職支援の取り組みについて

障がいのある学生への就職支援の取り組み

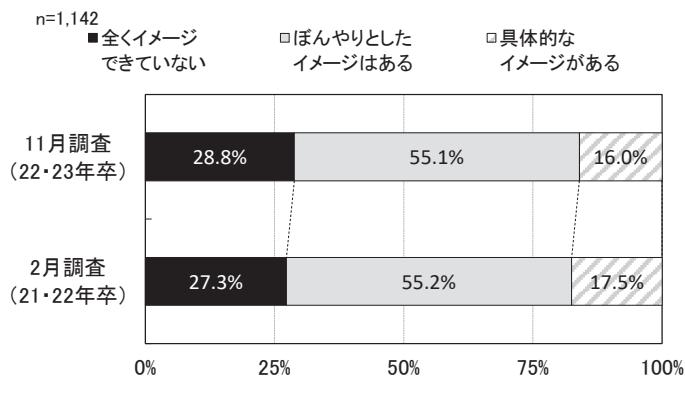


(図4)

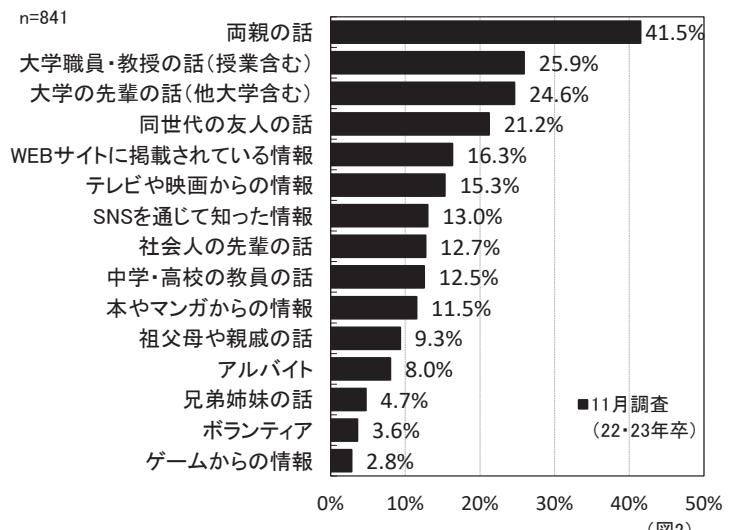
図1～5 出所:『2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査』

5-1 低学年のキャリア意識

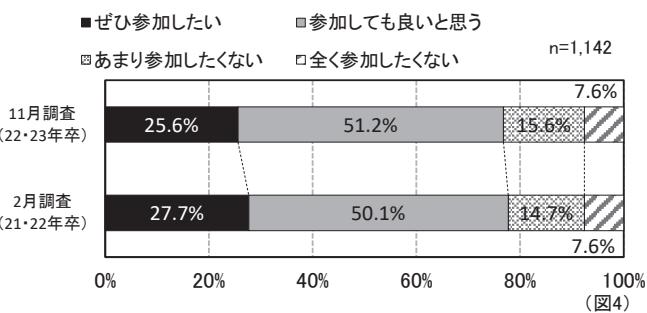
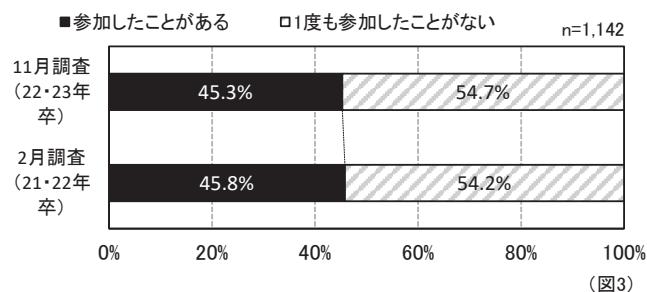
◆自分がやりたい仕事についてイメージできているか



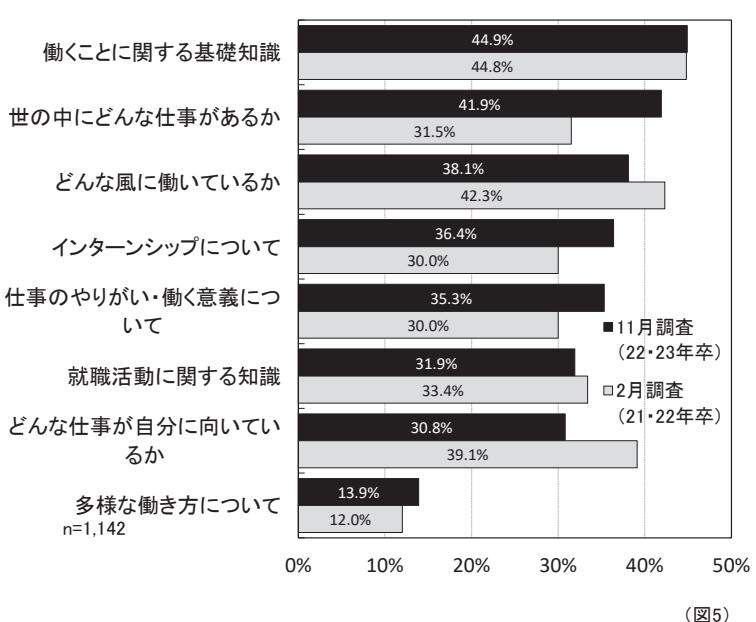
◆やりたい仕事について考えるとき、影響を受けているもの



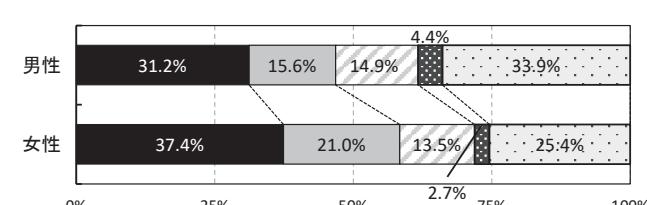
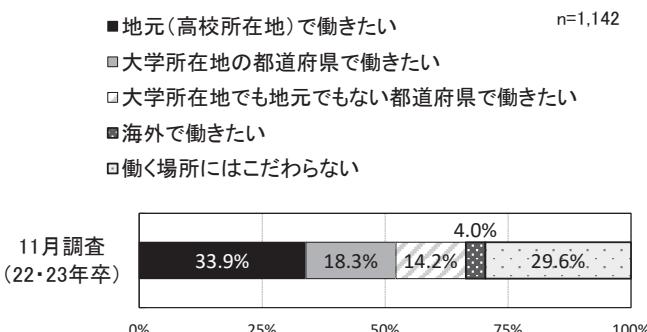
◆低学年向けキャリアガイダンス参加割合と参加希望



◆キャリアガイダンスで知りたいこと



◆将来就職して働く場所に関する考え方



・地元を"高校所在地"とする。

・働きたい特定の地域がある(例:絶対東京で働きたい、地元以外の場所で働きたい、など)

◆入社10年目の社員になったと仮定したときの理想の姿

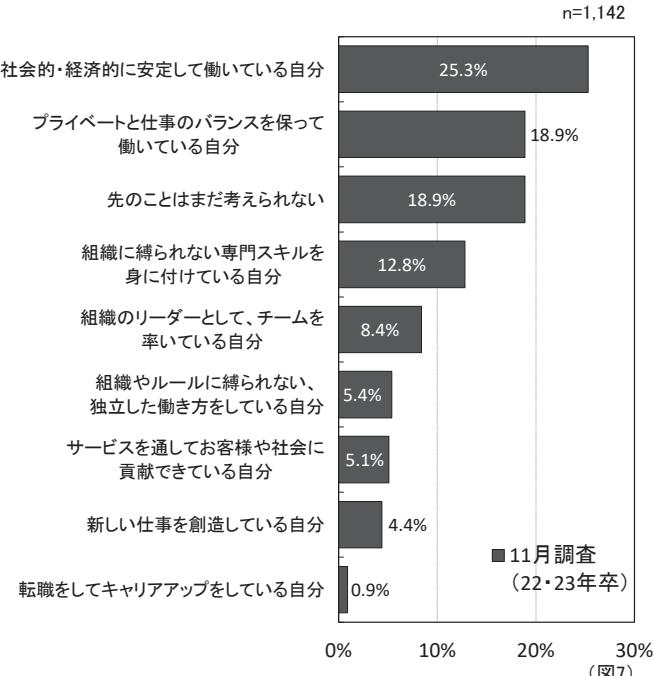
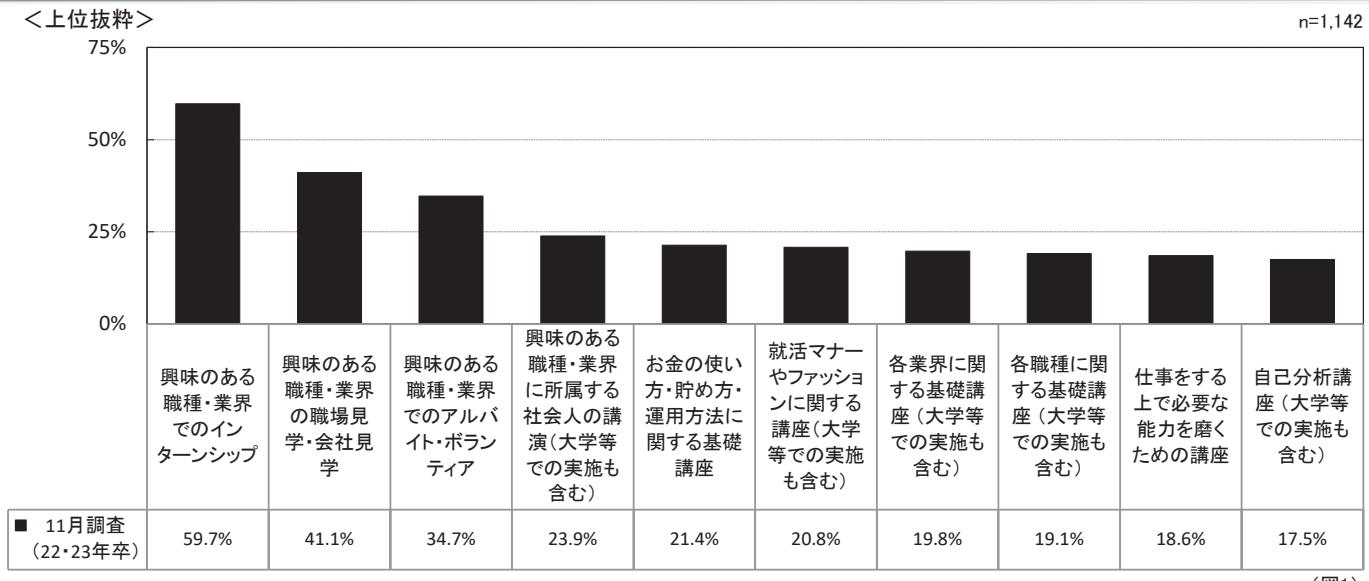


図1～7 出所:『マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査』

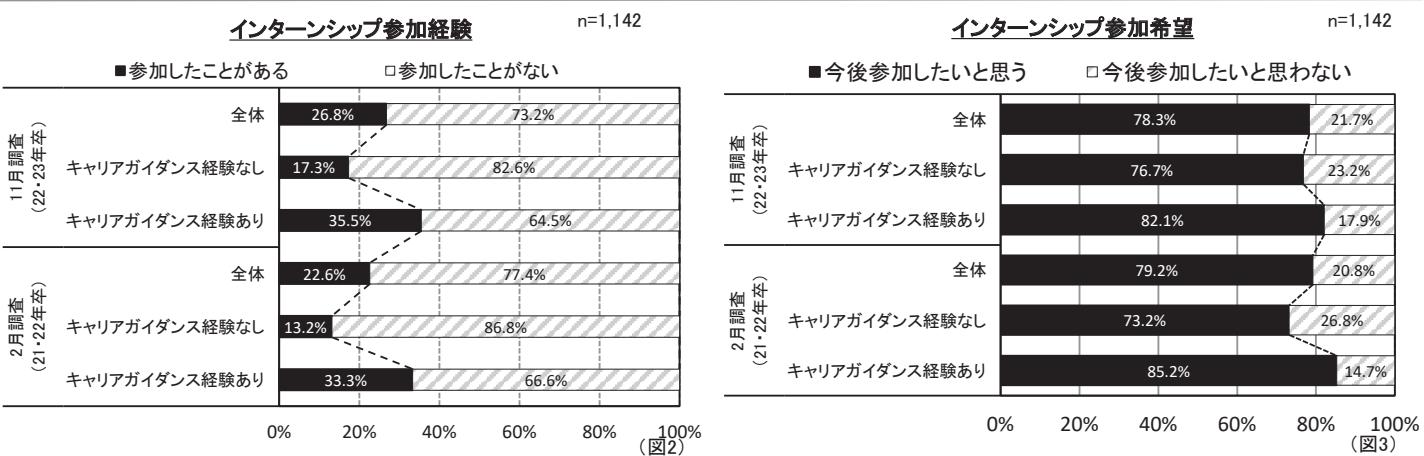
5-2 低学年のインターンシップに対する意識

◆仕事について考える上で、積極的に受けてみたい(経験したい)もの



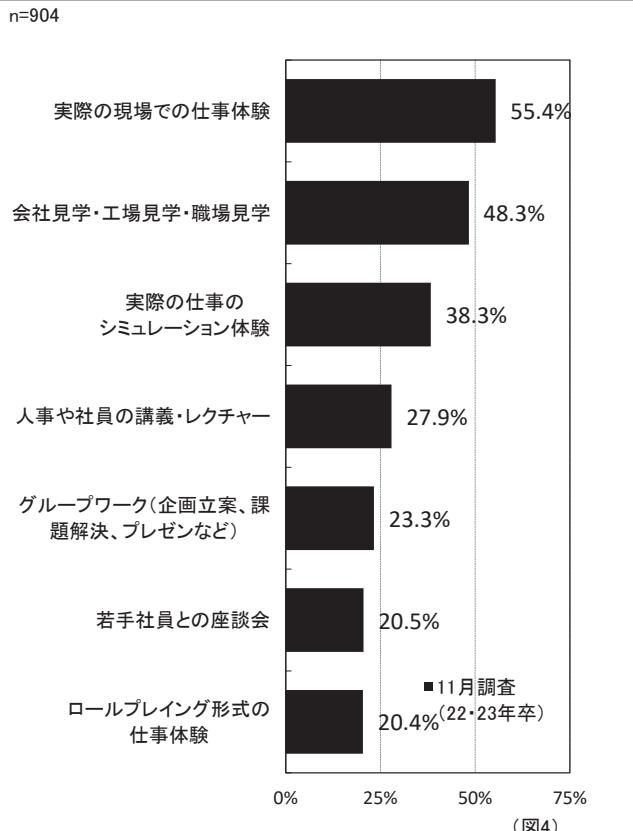
(図1)

◆インターンシップ参加経験の有無、今後参加したいか



(図2) (図3)

◆参加してみたいインターンシップの内容



(図4)

◆インターンシップに参加するにあたり不安に思うこと

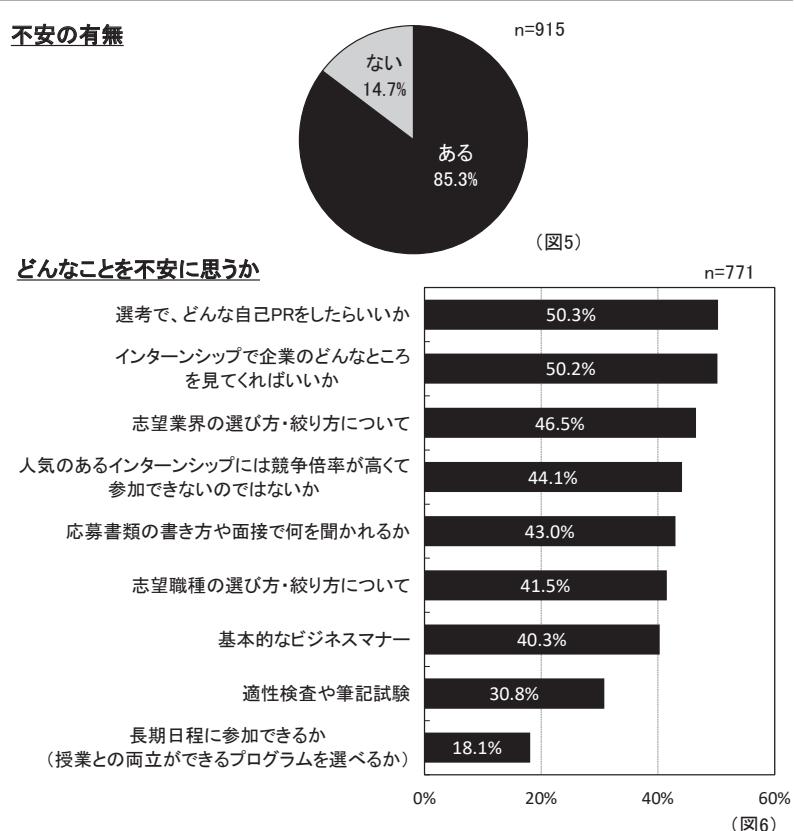


図1～6 出所:『マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査』

6-1 新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえた2020年度卒業・修了予定者等(2021年卒)の就職・採用活動及び2019年度卒業・修了予定等(2020年卒)の内定者への特段の配慮に関する要請について

令和2年3月13日

内閣官房内閣審議官
文部科学省高等教育局長
厚生労働省人材開発統括官
経済産業省経済産業政策局長

新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえた2020年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動及び2019年度卒業・修了予定等の内定者への特段の配慮に関する要請について

2020年度卒業・修了予定者等を対象とした就職・採用活動については、本年3月1日から企業の広報活動が開始されており、6月1日には採用選考活動の開始が予定されております。しかしながら、現在、新型コロナウイルスの感染拡大を防止するため、政府においては、イベントの開催の必要性について主催者等に検討をお願いし、またそれを踏まえて、全国規模のイベントについては中止・延期・規模縮小等の対応を要請したところです。こうした状況などを踏まえ、多数の学生が集まるような企業説明会については、中止・延期又は規模縮小等の対応が行われています。このため、学生に不安が生じていることや、学生が企業を十分に理解する機会が失われ企業に対する理解が進まず、雇用のミスマッチが生じる可能性があることなど、今後の就職・採用活動等への影響が懸念されます。以上の状況に鑑み、引き続き、新型コロナウイルスの感染拡大の防止に取り組んでいただくとともに、学生が十分な企業情報を得て、それを咀嚼できる時間を確保できるよう、採用活動を最大限柔軟に行うことにより、学生が安心して就職活動に取り組める環境を整えていただく必要があります。また、2019年度卒業・修了予定等の既に内定を得ている学生が、今般の影響を受けて、内定先の企業に入社できるか不安を抱いていると思われるため、その不安を解消していただく必要があります。貴団体におかれましては、加盟各企業等で採用活動や新卒の内定者の取扱いに特段の配慮がなされるよう、別紙の要請を速やかに周知徹底いただき、御理解と御協力のほどお願い申し上げます。

＜要請事項＞

I. 2020年度卒業・修了予定者等について

1. 企業説明会について(必要性の検討)

- ① 現時点で全国一律の自粛要請を行うものではないが、新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、感染の広がり、会場の状況等を踏まえ、開催の必要性を改めて検討すること。(開催の場合)
- ② 出席者へのマスクの着用や手洗いの推奨、アルコール消毒薬の設置、こまめな換気の実施など感染の拡大防止に十分配慮すること。
- ③ 学生が出席できなかったことをもって、その後の採用選考に影響を与えることがない旨を積極的に情報発信すること。(中止・延期の場合)
- ④ 学生の交通、宿泊等への影響に鑑み、可能な限り速やかに中止・延期の連絡を行うこと。
- ⑤ インターネットをはじめ多様な通信手段を活用した代替的な企業説明会を積極的に実施すること。

2. エントリーシートについて学生が企業を理解する十分な機会を確保するため、エントリーシートの提出期限の延長を積極的に検討するとともに、こうした対応を実施する場合には、積極的に情報発信すること。

3. 採用選考活動について

- ① 学生が企業を理解する十分な機会を確保し、雇用のミスマッチを防止するため、令和2年6月1日以降の開始を遵守すること。
- ② 採用選考日程を後倒しにするなど柔軟な日程の設定や秋採用・通年採用などによる一層の募集機会の提供を行うとともに、その旨を積極的に情報発信すること。
- ③ 学生の意向にも配慮しつつ、インターネットをはじめ多様な通信手段を活用した面接や試験を実施するとともに、その旨を積極的に情報発信すること。

II. 2019年度卒業・修了予定等の内定者について

- ① 採用内定の取消しを防止するため、最大限の経営努力を行う等あらゆる手段を講じること。
- ② やむを得ない事情により採用内定の取消し又は採用・入職時期の延期を行う場合には、対象者の就職先の確保について最大限の努力を行うとともに、対象者からの補償等の要求には誠意を持って対応すること。

6-2 就職・採用活動に関する要請について(2022年卒)

令和2年3月31日

内閣官房内閣審議官
文部科学省高等教育局長
厚生労働省人材開発統括官
経済産業省経済産業政策局長

2021年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動に関する要請について

我が国の持続的な発展のためには、若者の人材育成が不可欠であり、学生が学業に専念し、安心して就職活動に取り組める環境をつくることが重要です。しかしながら、学生の就職・採用活動を取り巻く状況をみると、就職・採用活動の日程が遵守されていない事例が増加しています。また、採用選考活動等では、学生の個人情報の不適切な取扱いにより、就職活動に不利に働くようなサービスが提供され、利用される事案や、就職をしたいという学生の弱みに付け込むような学生に対するセクシュアルハラスメント行為も発生しています。さらに、就業体験を伴わないプログラムが、インターンシップと称して行われたり、そのような情報発信がなされる事態も生じています。こうした事態は、学生に混乱をもたらすとともに、学生が学修時間等を確保しながら安心して就職活動に取り組める環境を大きく損なうものです。このため、政府として「2021年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動に関する要請事項」を別紙1及び2のとおりとりまとめました。就職・採用活動の円滑な実施及び学生が学業に専念できる環境の確保のためには、足並みをそろえた取組が必要です。別紙を熟読していただいたうえで、加盟各企業等に対し、本要請が確実に伝わるよう周知徹底をお願い申し上げます。

■2021年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動に関する要請事項のポイント

1. 就職・採用活動日程を以下のとおり、遵守すること。

広報活動開始：卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降

採用選考活動開始：卒業・修了年度の6月1日以降

正式な内定日：卒業・修了年度の10月1日以降

2. 学事日程等に十分配慮すること。

採用選考活動は、土日・祝日、平日の夕方以降の時間帯などを活用するとともに、学生の健康状態に配慮すること。

遠隔地の学生に対し、多様な通信手段などを活用すること。

3. 日本人海外留学生・外国人留学生などに対し、多様な採用選考機会を積極的に周知・提供すること。

4. 学生の個人情報の取扱い等について、法令を遵守すること。

5. セクシュアルハラスメント等の防止を徹底すること。

6. 就業体験を伴わないプログラムをインターンシップと称して行ったり、情報発信することができないようにするとともに、学生の長期休暇の活用など学事日程に十分配慮すること。

7. 採用選考に当たり、成績証明等を一層活用し、学修成果や学業への取組状況を適切に評価すること。

8. 卒業・修了後少なくとも3年以内の既卒者は、新規卒業・修了予定者の採用枠への応募を可能とすること。

1. 就職・採用活動の日程

我が国の持続的な発展のためには、若者の人材育成が不可欠であり、学生が学業等に専念し、安心して就職活動に取り組める環境をつくることが重要です。しかしながら、近年、通常の学事日程に配慮し定められた広報活動の開始日(卒業・修了年度に入る直前の3月1日)及び採用選考活動の開始日(卒業・修了年度の6月1日)より前にそれらの活動が行われることで、広報活動及び採用選考活動の時期は早期化する傾向にあり、それに伴い学生の就職活動期間は長期化する傾向を示しています。こうした事態は、学生に混乱をもたらすとともに、学生が学修時間等を確保しながら安心して就職活動に取り組める環境を損なっています。このため、以下の事項を遵守してください。

① 就職・採用活動の日程

広報活動開始：卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降

採用選考活動開始：卒業・修了年度の6月1日以降

正式な内定日：卒業・修了年度の10月1日以降

② 広報活動の開始期日より前における活動は、不特定多数に向けたものにとどめ、学生の個人情報の取得や個人情報を活用した広報活動は行わないこと。

③ 広報活動の実施に当たっては、その後の採用選考活動に影響を与えるものではないことを十分に周知すること。

【用語の定義】

○ 広報活動とは、採用を目的として、業界情報、企業情報、新卒求人情報等を学生に対して広く発信していく活動をいう。その開始期日の起点は、自社の採用サイトあるいは就職情報会社の運営するサイトで学生の登録を受け付けるプレエントリーの開始時点とする。

○ 採用選考活動とは、一定の基準に照らして学生を選抜することを目的とした活動をいう。具体的には、選考の意思をもって学生の順位付けまたは選抜を行うもの、あるいは、当該活動に参加しないと選考のための次のステップに進めないものであり、こうした活動のうち、時間と場所を特定して学生を拘束して行う面接や試験などの活動をいう。

2. 学事日程等への配慮

近年、学生の就職活動期間は長期化する傾向を示しており、こうした事態は、学生による学修時間等の確保に影響を与えて います。採用選考活動は、広報活動とは異なり、日程や場所等の決定に関して学生に裁量が与えられているものではないため、学生が学修時間等を確保できるよう、学事日程等に十分に配慮する必要があります。また、学生が在学する大学等の所在地により不利が生じないよう、対応する必要があります。このため、以下の事項を遵守してください。

- ① 面接や試験の実施に際して、土日・祝日、平日の夕方以降の時間帯等を活用するとともに、学生の健康状態に配慮すること。
- ② 学生の授業、ゼミ、実験、試験、教育実習などの時間と重ならないよう、採用選考活動の日時を設定すること。
- ③ 採用選考活動の対象となる学生に対して、事前に余裕をもって連絡を行うこと。
- ④ 遠隔地の学生に対して、多様な通信手段などを活用すること。
- ⑤ 学生のクールビズ等への配慮を行うとともに、その旨を積極的に学生に対して周知すること。
- ⑥ 上記①～⑤のほか、学生から個別事情の申し出がある場合、それらに十分配慮しながら採用選考活動を実施すること。

3. 日本人海外留学生や外国人留学生などに対する多様な採用選考機会の提供

国際的な人材獲得競争が展開される中で、日本人海外留学生や外国人留学生が、就職活動で不利になるとの認識が生じることがないよう、多様な採用選考の機会を提供することが重要です。このため、以下の事項を遵守してください。

- ① 日本人海外留学生に対して、一括採用とは別に採用選考機会を設けるなどの取組を、各企業の必要に応じて行うこと。また、そうした取組を自社の採用ホームページ等で積極的に周知すること。
- ② 外国人留学生に対して、業種や職種等によって求められる日本語能力が多様であること等も踏まえ、選考時点での一律の日本語能力ではなく、業務で求められる日本語能力や専門性に応じた採用選考を行うなどの取組を、各企業の必要に応じて行うこと。また、そうした取組については、外国人留学生の多様性に応じた採用選考や採用後の柔軟な人材育成・待遇等について政府として策定したチェックリストやベストプラクティス等を参考に、自社の採用ホームページ等で積極的に周知すること。
- ③ 2022年3月とは卒業・修了の時期が異なるなど何らかの理由により一括採用の採用選考時期に就職活動を行わなかった学生に対して、通年採用や秋季採用の導入をはじめとした様々な募集機会を設けることについて、積極的に検討すること。また、そうした機会を提供している場合には、学生に対し、情報発信をすること。

6-2 就職・採用活動に関する要請について(2022年卒) 続き

4. 公平・公正で透明な採用、個人情報の不適切な取扱いの防止の徹底

学生が安心して就職活動に取り組むためには、公平・公正で透明な採用選考活動を行っていただくことが必要です。しかしながら、学生の個人情報の不適切な取扱いにより、就職活動に不利に働くようなサービスが提供され、利用される事案などが発生しています。こうした事態は、学生が安心して就職活動に取り組める環境を損なっています。このため、以下の事項を遵守してください。

- 関係法令等を踏まえ、公平・公正で透明な採用選考活動を行うとともに、学生の個人情報の取扱い等を適切に行うこと。

5. セクシュアルハラスメント等の防止の徹底

就職をしたいという学生の弱みに付け込むような、学生に対するセクシュアルハラスメントや、学生の職業選択の自由を妨げる行為が確認されています。こうした事態は、学生が安心して就職活動に取り組める環境を損なっています。このため、以下の事項を遵守してください。

- ① 採用選考活動やOB・OG訪問対応時等において、性的な冗談やからかい、身体に接触するなどセクシュアルハラスメント等を行ってはならない旨を社員に対して周知をするほか、学生からの相談に対して適切な対応を行うなど、セクシュアルハラスメント等の防止のための対応を徹底すること。
- ② 正式な内定前に他社への就職活動の終了を迫る、誓約書等を要求するといった採用選考における学生の職業選択の自由を妨げる行為を行わないよう徹底すること。

6. インターンシップの取扱い

インターンシップについては、インターンシップと称することで、広報活動及び採用選考活動の開始日より前に、実質的にそれらの活動が行われるといった事態が生じています。また、インターンシップは、学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うものであり、長期の就業体験はミスマッチによる離職の防止につながる効果等が期待されますが、短期間で実施されるプログラムなどの中には、就業体験を伴わないものがインターンシップと称して行われたり、そのような情報発信もなされています。さらに、インターンシップの実施時期が学生の長期休暇などに限られないため、学事日程等への影響も生じています。こうした事態は、学生に混乱をもたらすとともに、学生が学修時間等を確保しながら安心して就職活動に取り組める環境を損なっています。このため、以下の事項を遵守してください。

- ① インターンシップの実施に当たり、広報活動や採用選考活動とは異なるものであることを明確にすること。
- ② 就業体験を伴わないプログラムをインターンシップと称したり、情報発信することができないようにすること。
- ③ 学生の長期休暇の活用など学事日程に十分に配慮すること。
- ④ 募集対象を卒業・修了年度に入る直前の学年に在籍する学生に限定しないこと。
- ⑤ 2021年度卒業・修了予定者を対象に広報活動又は採用選考活動の趣旨を含むインターンシップを実施する場合には、あらかじめ当該活動の趣旨を含むことを明示すること。

7. 成績証明等の一層の活用

採用選考活動においては、学生の学業に対する取組状況が適切に評価されることが重要です。このため、以下の事項を遵守してください。

○採用選考活動に当たっては、大学等における成績証明等を取得して一層活用すること(例えば、面接時にそれらに基づいた質問を行うなど)等により、学修成果や学業への取組状況を適切に評価すること。

8. 卒業・修了後3年以内の既卒者の取扱い

意欲や能力を有する若者に応募の機会を広く提供することが重要です。このため、以下の事項を遵守してください。

- ① 若者雇用促進法に基づく指針も踏まえ、卒業・修了後少なくとも3年以内の既卒者は、新規卒業・修了予定者の採用枠に応募できること。
- ② 上記①の既卒者について、通年採用など様々な募集機会を設けることを積極的に検討すること。また、そうした機会を提供している場合には、情報発信を行うこと。

6-3 掲載資料の調査概要

調査名	調査実施機関・団体	調査概要
マイナビ 2019年度大学生 インターンシップ調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…大学生のインターンシップ実施状況や志向の把握 ・調査対象…調査開始時にマイナビに登録している2021年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 ・調査期間…2019年10月2日～10月20日 ・調査方法…10月2日時点のマイナビ2021会員にWEB DMを配信。WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…5,247名（文系男子 767名 理系男子 880名 文系女子 2,542名 理系女子 1,058名）
マイナビ 2021年卒大学生 広報活動開始前の 活動調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生の広報活動開始前段階での活動・準備状況の把握 ・調査対象…プレ期間にマイナビに登録している2021年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 ・調査期間…2020年2月1日～2月13日 ・調査方法…2月1日時点のマイナビ2021会員にWEB DMを配信、WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…5,794名（文系男子 1,086名 理系男子 987名 文系女子 2,686名 理系女子 1,035名）
マイナビ 2021年卒学生 就職モニター調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生の就職活動状況の月毎定点観測 ・調査対象…全国各大学より応募のあったモニター会員4,674名（2月～7月の有効回答数平均 2,300名程度） ・調査期間…2020年2月～7月まで毎月末に実施 ・調査方法…モニター会員にメールで告知し、WEB上のアンケートフォームより回収
マイナビ 2021年卒大学生 活動実態調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生の内々定保有状況ならびに活動状況の月毎の観測・把握 ・調査対象…マイナビに登録している2021年卒業予定の全国大学4年生、大学院2年生 ・調査方法…メールで告知し、WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…3月調査 2020年3月25日～3月31日…5,643名 6月調査 2020年6月24日～6月30日…9,325名 4月調査 2020年4月24日～4月30日…9,478名 7月調査 2020年7月24日～7月31日…7,386名 5月調査 2020年5月25日～5月31日…9,531名
マイナビ 2021年卒大学生 就職意識調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生の就職観や就職志向などの把握 ・調査対象…2021年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 ・調査期間…2019年12月1日～2020年3月20日 ・調査方法…メールで告知し、WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…31,007名（文系男子 8,133名、理系男子 5,458名、文系女子 13,446名、理系女子 3,970名）
マイナビ 2021年卒大学生の ライフスタイル調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生のライフスタイルや価値観の把握 ・調査対象…2021年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 ・調査方法…2019年11月25日時点のマイナビ2021会員の大学生・大学院生にWEB DMを配信 2019年11月27日に過去のアンケート回答者にWEB DMを配信 回答はWEB上のアンケートフォームにて回収 ・調査期間…2019年11月25日～2019年12月23日 ・有効回答数…4,850名（文系男子 825名 理系男子 754名 文系女子 2,306名 理系女子 965名）
マイナビ 2021年卒大学生 Uターン・地元就職に 関する調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査期間…2020年3月18日～4月6日 ・調査方法…2020年3月18日時点のマイナビ2021会員にWEB DMを配信 ・有効回答数…7,263名（文系男子 1,320名 理系男子 1,160名 文系女子 3,408名 理系女子 1,375名）
マイナビ 2021年卒内定者意 識調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒業予定の大学生における内々定保有者の意識や行動の調査 ・調査対象…2021年卒業予定の全国大学4年生及び院2年生のうち調査時点で内々定を獲得している学生 ・調査期間…2020年6月18日～7月5日 ・調査方法…メールで告知し、WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…3,124名（文系男子 525名、理系男子 755名、文系女子 1,116名、理系女子 728名）
マイナビ 大学生 低学年でのキャリア意識調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…大学低学年時の働くことや仕事に関する意識の調査 ・調査対象…18歳～20歳の大学1、2年生 ・調査期間…2019年11月20日～2019年11月26日 ・調査方法…18歳～20歳の大学1、2年生を対象にWEB調査を実施 （アンケートモニター提供元：GMOリサーチ株式会社） ・有効回答数…1,142名（文系男子 277名、理系男子 274名、文系女子 300名、理系女子 291名）
マイナビ 2021年卒 企業新卒採用予定調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒新卒採用活動の実態と傾向の把握、及び今後の推移分析 ・調査期間…2020年2月13日～3月6日 ・調査方法…調査票を新卒採用実績のある国内2,000社に郵送。 人事担当者のための新卒採用支援情報サイト「新卒採用サポネット」会員にメールを送信。 回答はWEB上のアンケートフォームおよびFAXにて回収 ・有効回答数…1,060社（上場 292社・非上場 768社 製造 411社・非製造 649社）
マイナビ 2021年卒 企業新卒採用予定調査 (追加4月調査)	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒新卒採用活動の実態と傾向の把握、及び今後の推移分析 *新型コロナウイルス対応の影響を見るため追加実施 ・調査期間…2020年4月9日～4月13日 ・調査方法…人事担当者のための新卒採用支援情報サイト「新卒採用サポネット」会員にメールを送信。 回答はWEB上のアンケートフォームおよびFAXにて回収 ・有効回答数…1,926社
マイナビ 2021年卒 企業新卒採用予定調査 (追加5月調査)	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…2021年卒新卒採用活動の実態と傾向の把握、及び今後の推移分析 ・調査期間…2020年5月21日～5月25日 ・調査方法…人事担当者のための新卒採用支援情報サイト「新卒採用サポネット」会員にメールを送信。 回答はWEB上のアンケートフォームおよびFAXにて回収 ・有効回答数…1,629社
マイナビ 2021年卒 企業採用活動調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…企業の新卒採用における採用活動の進捗状況の把握 ・調査期間…2020年6月5日～6月29日 ・調査方法…人事担当者のための新卒採用支援情報サイト「新卒採用サポネット」会員にメールで調査案内送信。 回答はWEB上のアンケートフォームにて回収 ・有効回答数…2,886社（上場 264社・非上場 2,640社 製造 1,200社・非製造 1,686社）
マイナビ 2020年卒企業 新卒内定状況調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…企業の新卒採用における内定出し状況とその傾向の把握 ・調査期間…2019年9月4日～10月3日 ・調査方法…人事担当者のための新卒採用支援情報サイト「新卒採用サポネット」会員にメールを送信。 回答はWEB上のアンケートフォームおよびFAXにて回収 ・有効回答数…1,349社（上場 109社・非上場 1,240社 製造 497社・非製造 852社）
2020年度 キャリア・就職支援への 取り組み調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…大学の就職支援及びキャリア指導に関する最新状況の把握 ・調査対象…全国の大学就職支援担当部署・窓口 ・調査期間…2020年6月5日～2020年6月30日 ・調査方法…調査票を大学にメール及びFAX・手渡しで配布。WEB上のアンケートフォームより回収 ・有効回答数…415大学・156キャンパス（国公立 101校・私立 314校）
2019年 マイナビ企業 人材ニーズ調査	株式会社 マイナビ	<ul style="list-style-type: none"> ・調査目的…企業の採用全般に関する状況の把握 ・調査期間…2019年12月13日～12月18日 ・調査方法…人材採用に関して、[採用実施]・[手法選定]・[雇用の決定]のいずれかの決裁権を持つ採用担当者を対象に、WEB調査を実施 (アンケートモニター提供元：GMOリサーチ株式会社) ・有効回答数…2,077名（上場 584名・非上場 1,493名 製造 581名・非製造 1,496名）

6-4 業種対応表

コード	アンケート上の業種	この調査結果上の業種	大分類
1	建設・設備工事・建築設計	建設	製造
2	住宅・建材・インテリア・ディスプレイ		
3	食品・農林・水産		
4	アパレル・服飾関連		
5	繊維・化学・紙パルプ・ゴム・ガラス・セラミック		
6	薬品・化粧品		
7	鉄鋼・金属・金属製品・鉱業		
8	機械・プラント・環境・リサイクル		
9	電子機器・電気機器・OA機器		
10	自動車・輸送用機器		
11	精密機器・医療機器		
12	印刷・事務機器・日用品		
13	スポーツ・玩具・ゲーム製品・アミューズメント製品		
14	その他メーカー		
15	総合商社	商社	
16	専門商社		
17	百貨店・スーパー・コンビニ	小売	
18	専門店・ドラッグストア		
19	銀行・証券・信金・労金・信組	金融	
20	クレジット・信販・リース・レンタル・その他金融		
21	生保・損保		
22	放送・新聞・出版	マスコミ	
23	広告・芸能		
24	ソフトウエア・情報処理・ネット関連	ソフトウエア・通信	
25	ゲームソフト		
26	通信		
27	鉄道・航空	サービス・インフラ	非製造
28	陸運・海運・物流・倉庫		
29	電力・ガス・エネルギー		
30	不動産		
31	レストラン・給食・フードサービス		
32	ホテル・旅行		
33	医療・調剤薬局		
34	介護・福祉サービス		
35	アミューズメント・レジャー		
36	コンサルティング・調査		
37	人材サービス(派遣・紹介)		
38	教育・学校法人		
39	エステ・理美容・フィットネス		
40	冠婚葬祭		
41	その他サービス		
42	官公庁・公社・団体・農協	官公庁・公社・団体	

2020年度 新卒採用・就職戦線総括

発行・編集 株式会社マイナビ 社長室 HRリサーチ部
〒100-0003

東京都千代田区一ツ橋1-1-1

編集責任者 東郷 こずえ

印刷 町田印刷株式会社

発行日 2020年9月28日

※本冊子の内容を許可無く転載、複製することを禁じます。

本当に満足できる採用を。

マイナビは豊富な企画とノウハウでお手伝いいたします。



貴社の課題を解決するソリューションをご提供します。

WEB面談



マイナビと連携したWEB面談機能です。予約受付から面談実施までが可能となっており、学生が面談の予約をマイナビ上で行うと、当日の面談URLが画面上で自動で生成されます。

障がい者採用支援



障がいのある学生向けに、貴社の特徴や詳細な仕事内容などを訴求することができます。

就職イベント・WEBセミナー



圧倒的動員数の合同説明会。地域や時間を問わないWEB会社説明会。さまざまな手法で動員をサポートします。

クリエイティブサービス



採用課題に合わせた広報プランニングやツール制作で、採用力強化を実現します。

研修サービス



採用から育成、内定フォローまで、充実のサービスで人材活用をサポートします。

新卒紹介



①登録・相談 ②求人依頼 ③求人紹介 ④登録者紹介

ターゲット層に合致した効率的な母集団形成や志望度醸成を代行します。

採用データベース・採用業務アウトソーシング

採用選考のペーパーレス化・オンライン化に完全対応! テレワークでのオンライン選考を強力にサポートします。

グローバル人材採用サービス

日本人留学生、外国人留学生や海外現地採用、また入社斡旋支援まで、グローバル人材の採用をサポートする豊富なサービスを取り揃えております。

適性テスト

パーソナリティを分析し、求める人物像を明確化。タレントマネジメントにもご活用いただけます。

他にもさまざまな企画をご用意しております。まずはお問い合わせください!