

2023年度 新卒採用 就職戦線 総括

24^{卒版}

就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報

- ▶ 在学中のキャリア形成活動と卒業後の活躍
- ▶ 新卒社員の意欲を高める内定から入社までのコミュニケーション
- ▶ なぜ若者は焦って会社を辞めるのか？

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

新卒採用のお役立ち情報満載！

採用・育成・組織戦略ご担当者さまの課題に寄り添う、マイナビの情報メディア

HUMAN CAPITAL

サポ  ネット

powered by  マイナビ



未来が見える世界をつくる。



株式会社マイナビ

目次

1. 2024年卒の採用活動の振り返りと今後の展望

- ・ はじめに P.2
- ・ 特集 就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報 P.3
 - 【寄稿】
 - ◆ 在学中のキャリア形成活動と卒業後の活躍
——多摩大学 経営情報学部 初見 康行 准教授
 - ◆ 新卒社員の意欲を高める内定から入社までのコミュニケーション
——九州大学ビジネススクール講師 / 合同会社ATDI 代表社員 碓 邦生氏
 - ◆ なぜ若者は焦って会社を辞めるのか？
——筑波大学 人間系 尾野 裕美 准教授
- ・ 新卒採用を取り巻く環境 P.10
- ・ 広報活動開始前の活動状況 P.18
- ・ 採用活動の予定と実際 P.26
- ・ 内々定後のフォローと入社予定先の決定 P.50
- ・ 今後の採用に向けて P.54

2. データ集

- 【1】学生の志向 P.63
- 【2】学生の活動状況 P.69
- 【3】企業の採用動向 P.78
- 【4】低学年のキャリア意識 P.85
- 【5】付録(添付資料) P.87

はじめに

大学入学当初からコロナ禍であった学年 24年卒は企業の採用意欲も高く、採用選考の進捗も スムーズだが、学生生活が変化した影響も

2023年5月に新型コロナウイルス感染症が5類へ移行し、行動制限のない日常が戻ってきた。24年卒の採用活動においては、企業側の採用意欲が高く、前年以上に採用選考を他社よりも先に開始し、内々定を出そうとする企業が増えた。その結果、広報活動開始時期である3月から面接、3～4月から内々定出しを開始する企業が増加し、特に、3～5月の内々定率は前年を上回って推移した。

このようにみると、問題なく順調に進んでいると思われる24年卒の就職活動だが、入学当初を振り返ると、コロナ禍で最も混乱していた時期に入学したという特徴がある。先輩たちと同じように学生生活をスタートできなかった学年ということもあり、サークル・部活動への参加割合がこれまでよりも低いなど、学生生活全体でみると、コロナ禍の影響は大きい。

企業側の採用活動については、これまでのような制約が少なくなり、スケジュールとしてはスムーズに進められている。感染症対策をきっかけに導入されたWEB活用については、学生の利便性向上のために継続されているケースが多く、その活用も習熟してきているようだ。しかしながら、企業側の採用意欲が高まる一方で、学生の数は減少トレンドにあるため、人材獲得競争は激化している。

新しい日常生活のなかで変え続ける企業の採用活動及び学生の就職活動について、2024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まとめたい。

在学中のキャリア形成活動と卒業後の活躍

在学中のキャリア形成活動は卒業後の活躍につながるのか？
キャリア形成活動の効果と今後の課題点を探っていく。

[多摩大学 経営情報学部] 初見 康行 准教授



同志社大学文学部卒。企業にて法人営業、人事業務に従事。2017年、一橋大学大学院商学研究所より博士(商学)。2018年より現職。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、「人材投資のジレンマ」日本経済新聞出版など。

■残された疑問

学生のキャリア形成に関わる人間にとって、最も大きな関心事の1つは、キャリア形成活動の「効果」だろう。昨年度の寄稿文でも述べたように、インターンシップに代表されるキャリア形成活動は、入社企業・就職活動・大学生活の満足感に有意な差を作り出す要因になっている。総論として、キャリア形成活動は学生・企業・大学にとって有意義な活動と言えるだろう。

しかしながら、残された疑問もある。それは、このような在学中のキャリア形成活動が「卒業後の活躍」にも結びついているのか、という疑問である。これまで、インターンシップやキャリア形成に関わる調査の多くは、その成果を「内定の有無」や「就職活動の満足感」などによって測定してきた。その背景には、大学卒業後の追跡調査がなかなか難しいという現実的な問題もあった。しかし、読者の皆さんもご承知のように、進路や就職先の決定は、社会人生活の第一歩に過ぎない。それゆえ、我々が次に取り組んでいくべきは、在学中のキャリア形成活動が「卒業後の活躍」にどのような影響を与えているのか、という疑問だろう。また、そこから逆算して、在学中にどのようなキャリア形成活動を行っていくべきか、という知見・示唆を社会に発信していくことだと考えられる。

■卒業後の活躍とは

繰り返しとなるが、在学中のキャリア形成活動は卒業後の活躍につながっているのだろうか。本疑問に答えていくためには、まず卒業後の活躍(入社後の在るべき姿・状態)を定義する必要がある。本調査では、この入社後の在るべき姿・状態として「ワーク・エンゲージメント」を設定した。ワーク・エンゲージメントは、仕事に対する「活力」、「熱意」、「没頭」を示す概念であり、近年ではエンゲージメントサーベイや従業員満足度調査などでも頻繁に使用されている。また、ワーク・エンゲージメントを使用する大きな利点は、本概念が「生産性の向上」、「ストレスの軽減」、「離職率の低下」、「職務満足」、「職場の人間関係の良好さ」なども強く相関している点にある。つまり、ワーク・エンゲージメントが高い状態にあることは、働く人と企業双方に良い影響を及ぼしている可能性が高い。それゆえ、本調査では入社半年後のワーク・エンゲージメントを卒業後の活躍を示す成果指標として分析を行った。具体的には、Shimazu(2008)¹のユトレヒト・ワー

ク・エンゲージメント尺度(短縮版9項目)を使用して、入社半年後の状態を7件法(7段階)で回答してもらった。

■調査概要

今回の調査では2つのデータを使用して分析を行った。1つは、「第4回インターンシップアワード」の調査に協力してくれた学生の追跡調査(以下、サンプルAと略記)である。第1回(在学中)の調査は2021年10月に行われ、約1年後(入社半年後)の2022年11月に第2回の調査を実施した。今回は第1回と第2回の両方に回答してくれた105名の回答者(男性46名・女性59名、文系57名・理系48名)のデータを使用して分析を行っている。

もう1つのデータは、文部科学省「科学研究費助成事業²」の予算を使用して行われた調査(以下、サンプルBと略記)である。第1回(在学中)の調査は2021年12月に行われ、約1年後(入社半年後)の2022年11月に第2回の調査を実施した。こちらも第1回と第2回の両調査に回答してくれた279名(男性73名・女性206名、文系165名・理系114名)を分析対象としている。本調査では、上記2つの異なるサンプルを分析・比較することによって結果の信頼性・妥当性を担保している。

■在学中の社会人基礎力が入社後のワーク・エンゲージメントに影響する

結論から述べていきたい。分析の結果、在学中の社会人基礎力³が入社半年後のワーク・エンゲージメントと関連していることが確認された。図表1に注目して欲しい。サンプルAを使用した分析では、在学中の社会人基礎力の値に応じて、回答者を3つのグループ(低群・中群・高群)に分割している⁴。図表1は、横軸を在学中の社会人基礎力、縦軸を入社半年後のワーク・エンゲージメントに配置した結果である。

図表1から、在学中の社会人基礎力と入社半年後のワーク・エンゲージメントに正の相関関係があることが分かる。また、分散分析という統計手法を用いて分析した結果、「低群」と「中群・高群」の間に統計的な有意差(偶然とは考えにくい差)があることが確認された。平均値の差の大きさを示す効果量も「大」となっており、低群と比較して、中群・高群はワーク・エンゲージメントの値が有意に高いことが確認された。

次に、同じ分析をサンプル B でも行ったところ、同様の傾向が確認された。サンプル B においても低群と高群に統計的な有意差が確認され、効果量は小～中程度であった。全く同様の結果というわけではないが、異なるサンプルで同様の傾向が確認されたことは注目に値する。また、サンプル B を使用して重回帰分析という統計手法で分析を行ったところ、在学中の社会人基礎力が入社半年後のワーク・エンゲージメントに有意な正の影響を与えていることが確認された。

以上の結果から、社会人基礎力に代表される「能力面」を在学中に高めることは、入社後のワーク・エンゲージメントにポジティブな影響を与えることが明らかとなった。換言すれば、在学中のキャリア形成活動においても社会人基礎力を向上させるようなプログラムを提供することが出来れば、入社後の活躍に前向きな影響を与えられることが示唆される。

■社会人基礎力は自律的キャリア観と強く関連する

さらに、今回の分析から分かったことをもう1つ共有したい。それは、在学中の社会人基礎力は、学生の「自律的キャリア観」と強く相関している点である。自律的キャリア観⁵とは、自分の職業上のキャリア

を自主的・自律的に築いていく姿勢・意識であり、昨今注目されているキャリア自律やキャリアオーナーシップに準じる価値観である。

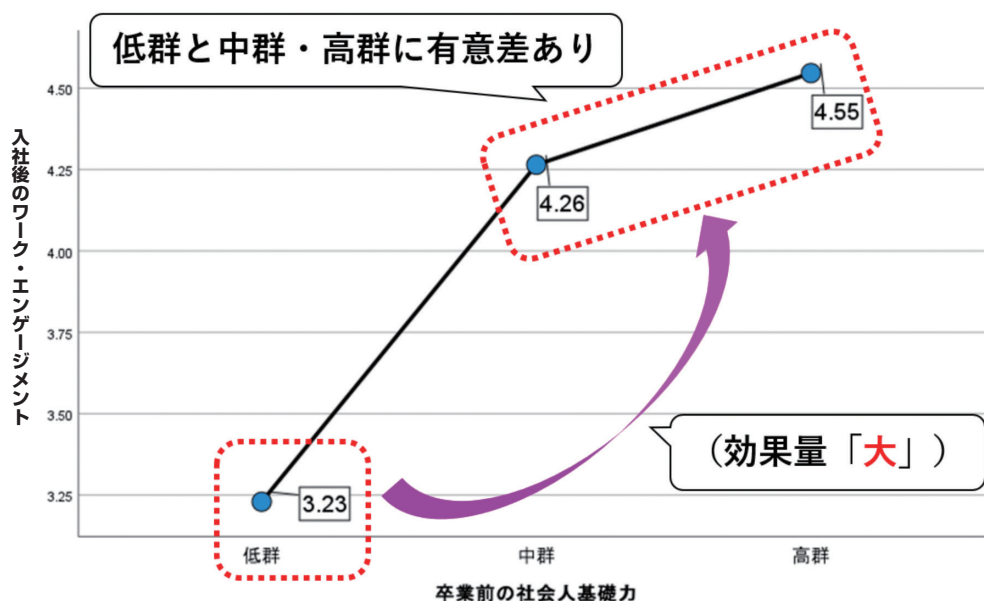
今回、マイナビ卒業前後調査⁶の分析から、在学中の社会人基礎力と自律的キャリア観の間に強い相関関係 ($r = .74$) があることが確認された。図表2は、横軸を自律的キャリア観、縦軸を社会人基礎力として回答者をプロットした結果である。図表2から、文系・理系ともに、自律的キャリア観と社会人基礎力に正の相関関係があることが確認できる。同様の傾向が性別で分割しても確認された。

以上の結果から、自己のキャリアを自主的・自律的に築いていきたいという意識（マインド面）と社会人基礎力（能力面）は強く関係していることが確認された。推測ではあるが、自律的キャリア観が強い学生は在学中のキャリア形成活動が活発になり、活動の結果として社会人基礎力をはじめとする能力面が向上していることが考えられる。

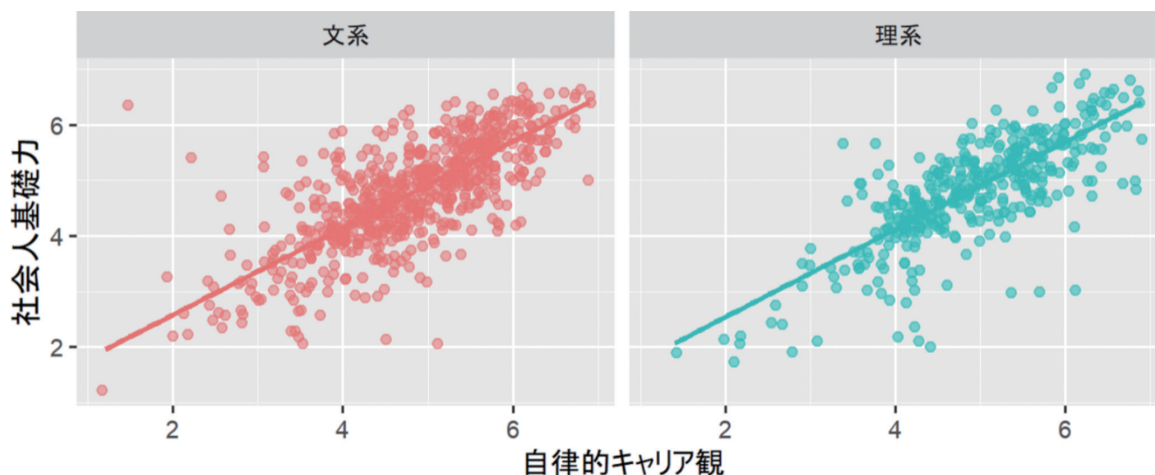
■自律的キャリア観・社会人基礎力を向上させる就業体験系プログラム

本稿最後の疑問は、自律的キャリア観と社会人基礎力を高めるキャリア形成活動とはどのようなものか、という点である。本疑問

図表 1：在学中の社会人基礎力と入社半年後のワーク・エンゲージメントの関係



図表 2：自律的キャリア観と社会人基礎力の関係



に答えるため、本調査では自律的キャリア観と社会人基礎力の値に応じて、学生を低群・中群・高群に再度分割した。また、それぞれのグループが在学中にどのようなキャリア形成活動に参加していたのかを分析した。図表3は、代表的な14個のキャリア形成活動における、各グループの参加割合をまとめたものである。

図表3から、いくつかの特徴が見えてくる。第1に、項目1～3の大学が提供するキャリア教育系のプログラムについては、内容に応じて最も参加経験のあるグループが異なっている。具体的には、キャリア教育科目の履修は低群（36.0%）、キャリアセンターが主催するイベント・セミナーへの参加は中群（61.4%）、産学連携に代表されるプロジェクト・コンテストに最も参加しているのは高群（10.7%）であった。

第2に、項目4～9の企業が提供する業界・企業研究、就活支援系のプログラムに最も参加している割合が高いのは中群であることが確認された。最後に、項目10～14の企業が提供する就業体験系のプログラムに最も参加しているのは高群であった。本結果のみで判断することは出来ないが、自律的キャリア観・社会人基礎力が高い学生は、キャリア形成活動の中でも就業体験系のプログラムにより参加している傾向が確認された。

■今後の課題点

今回の分析結果には、今後のキャリア形成プログラムを検討する上でのヒントが隠されているのではないだろうか。分析結果を素直に受け止めるのであれば、各種のキャリア形成活動の中でも就業体験系のプログラムにより多く参加することによって、在学中に

自律的キャリア観（マインド面）や社会人基礎力（能力面）が高めることが重要である。また、キャリア形成活動を通して培われた社会人基礎力が、入社後の活躍（ワーク・エンゲージメント）につながるということが定量的に確認された点は注目に値する。今後も複数の調査・検証が必要であるが、本稿の結論として、在学中のキャリア形成活動が卒業後の活躍につながる可能性が示されたといえる。

しかしながら課題も残されている。例えば、キャリア形成活動において就業体験系のプログラム（特にタイプⅢ・Ⅳ⁷）にカテゴライズされるような長期の就業体験が有効だったとしても、現状、全ての学生が参加できるほどのキャパシティ（参加枠）がない。また、学生のキャリア形成活動において、インターンシップに代表される長期の就業体験にいきなり参加することが最良の手段であるかも検討の余地がある。全く準備なしに参加すると、却って失敗体験を招き、学生の意欲や自信を失わせることも考えられる。本課題を解決するためには、例えば、1・2年の低学年次はオープンカンパニー（タイプⅠ）やキャリア教育（タイプⅡ）を経験し、一定の準備を経て3年次に就業体験（タイプⅢ）に参加するなど、キャリア形成活動の「平準化・段階化」という考え方が必要になってくるかもしれない。

複数年にわたる調査から、各種のキャリア形成活動は学生・企業・大学にとって有益な活動であることが分かってきた。またその活動が卒業後の活躍にも通じている可能性が示された。今後はキャリア形成活動の効果を最大化するために、「誰が（企業・大学・地域社会が）」、「何を（タイプⅠ～Ⅳを）」、「いつ（何年次に）」、「どのように（対面・オンラインで）」提供すべきかなど、より立体的な視座と計画が必要になっていくだろう。

図表3：代表的なキャリア形成活動の参加状況

| キャリア形成活動 | 自律的キャリア観・社会人基礎力 | | |
|------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|--------------|
| | 低群 (589名) | 中群 (1064名) | 高群 (531名) |
| （大学提供） キャリア教育系 | 参加割合 | 参加割合 | 参加割合 |
| 1. 大学のキャリア教育科目の履修 | 36.0% | 33.6% | 35.4% |
| 2. 大学が主催する就職支援のガイダンス・イベント・セミナー | 56.5% | 61.4% | 52.9% |
| 3. 就業体験以外のプロジェクト・コンテスト | 6.8% | 5.5% | 10.7% |
| 4. 就職情報企業が主催するイベント・合同企業説明会 | 56.2% | 60.2% | 54.6% |
| 5. 企業主催の業界・企業研究プログラム | | 33.6% | 33.1% |
| 6. 企業主催の就職活動支援プログラム（自己分析・面接対策など） | | 23.4% | 26.0% |
| 7. 企業主催の先輩社員との交流ができるプログラム（座談会など） | | 27.8% | 26.2% |
| 8. 企業主催の職場・店舗・研究所・工場見学ができるプログラム | | 11.8% | 10.7% |
| 9. 企業主催の研修・能力開発プログラム（ロジカルシンキングなど） | 1.9% | 5.3% | 4.9% |
| 10. 5日未満の「疑似的な仕事体験」ができるプログラム | 21.6% | 27.9% | 28.4% |
| 11. 5日間以上の「疑似的な仕事体験」ができるプログラム | 2.5% | | 5.3% |
| 12. 5日未満の「就業体験（実際の実務体験）」ができるプログラム | 6.6% | | 8.5% |
| 13. 5日間以上の「就業体験（実際の実務体験）」ができるプログラム | 4.2% | | 7.2% |
| 14. 高度な専門性が必要になる1ヵ月以上の実践型プログラム | 0.2% | 0.4% | 1.3% |
| | | （企業提供） 業界・企業研究 就活支援系 | |
| | | （企業提供） 就業体験系 | |

1 Shimazu, A., Schaufeli, W., Kosugi, S. et al. (2008). "Work engagement in Japan: Validation of the Japanese version of the Utrecht Work Engagement Scale". Applied Psychology, 57(3) 510-523.

2 課題番号 21K13353 「大学在学中のインターンシップ経験が入社後の組織適応に及ぼす影響の実証研究」より。

3 社会人基礎力については、経済産業省が提示している12個の能力それぞれについて、学生自身に7件法（7段階）で回答してもらった。https://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/

4 グループの分割は四分位数をもとに行なった。第1四分位点以下（下位約25%）の値をとるグループを「低群」、第1四分位点から第3四分位点（中間約50%）の値をとるグループを「中群」、第3四分位点以上（上位約25%）の値をとるグループを「高群」とした。

5 今回の調査では「会社に頼らず、自分のキャリアを自主的・自律的に築いていきたい」など、5項目（クローンバック $\alpha = .87$ ）によって、自律的キャリア観を測定している。

6 マイナビ卒業前後調査は2023年卒の大学生4年生（修士2年生）を対象に2023年2月から3月に行われた。回答者2,184名の内訳は、男性1,032名、女性1,152名、文系1,304名、理系880名である。

7 インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たった際の基本的考え方（三省合意）
https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/sangaku2/20220610-20220610-mxt_ope01_01.pdf

新卒社員の意欲を高める内定から入社までのコミュニケーション

内定から入社までの期間、内定者の多くが新社会人への不安を抱えた状態で半年以上の長い期間を過ごす。本稿では、内定者の不安が入社に向けたモチベーションを減退させ、内定後のコミュニケーションが解決策となることを定量分析によって明らかにする。

[九州大学ビジネススクール講師 / 合同会社ATDI 代表] 碓 邦生 氏



2006年立命館アジア太平洋大学を卒業後、民間企業を経て神戸大学大学院へ進学、ビジネスにおけるアイデア創出に関する研究を行う。15年から人事系シンクタンクで採用と人事制度の実態調査を中心とした研究プロジェクトに従事。17年から大分大学経済学部経営システム学科で人的資源管理論の講師を務める。22年から、教職に就く傍ら、経営学系シンクタンクの合同会社ATDIを創業する。現在は、新規事業開発や組織変革を牽引するリーダーの行動特性や認知能力の測定と能力開発を研究。起業家精神育成を軸としたコミュニティを大学内外で展開。日経新聞電子版 COMEMO のキーオピニオンリーダー。2023年9月から現職。

新入社員は高い意欲をもって入社日に臨めているか

新生活には期待と不安がつきものだ。特に学生から社会人への転換という、人生でも大きな変化を迎えるときはひととき大きくなる。経営学ではこのような期待と不安に焦点を当て、入社前の期待と入社後の現実のギャップに悩まされる「リアリティ・ショック」や、入社前に契約書などで明文化されていないが企業と個人で期待しあう暗黙の了解である「心理的契約」の研究が盛んになってきた。しかし、これらの研究には前提条件がある。それは、入社時に新入社員が高いモチベーションを持ち、ポジティブな心持ちで社会人としてのスタートを切っているということだ。つまり、入社時の高いモチベーションをどうリテンションするのか、モチベーションが低下したときにどう対処すべきかが主な課題となっている。

しかし、大学新卒の新入社員は入社時に高いモチベーションを持っているという前提が崩れているパターンがあるようだ。2019年2月8日の日経新聞によると、内定直後に転職サイトに登録して、入社前から転職する学生がみられるという。公益社団法人全国求人情報協会の「2022年卒新卒者の入社後追跡調査」では、新卒者の5人に1人は入社前に「転職志向」があるという。入社後に「この仕事は自分に合っていなかった」と気が付くのならまだしも、入社前から転職ことを考えているというのは、企業にとって好ましい状態とは言い難く、モチベーション・マネジメントの観点からも問題だ。

もともと、入社時に高いモチベーションを持っているという前提は、内定から入社まで短期間であることが多い通年採用が想定されている。短期間であるから最終面接から採用通知を受け取ったときの熱量を維持した状態で入社を迎えることができる。しかし、新卒採用では長いと1年以上、短くても内定式のある10月1日から半年近くのインターバルが空く。期間があくことで思い悩む時間ができてしまい、熱量が下がっていく。特に、新卒採用では、内々定のときに受諾を強く求めたり、就職活動を終わらせる誓約書への署名を求めたりする企業もあり、このような行動が「本当にこの会社で大丈夫なのだろうか」と学生を不安にさせる。

とはいえ、内定から入社までの期間を短くすることは難しい。学業との兼ね合いを考えると、どうしても半年以上の期間が空いてしまう。そこで、内定を出した後のコミュニケーションをどうするかが大切になってくる。本稿では、マイナビキャリアリサーチ Lab との共同研究で実施した「2023年卒の内定者に対するコミュニケーション」に関する企業向け（回答数 2,008 社）と学生向け（回答数 1,847 名）調査（期間：2022年10～12月）の結果を用いて考察していく。

内定先は良い会社だと思うが不安も大いにある

本調査でも、内定先に対する満足度について、複数の指標を用いて測定している。その結果、入社意欲に関する8項目で肯定的な意見が過半数を超えたのは1項目（「内定先の名前がいろいろなところで目に付くようになった」）のみで、他の7項目は否定と中立の意見が過半数を占めている。特に、「早く内定先で働きたい」と回答した学生は39%で最も肯定的な回答が少なかった。また、約4割の学生が「条件の良い企業から内定をもらえるのなら辞退したい」と回答している。

それでは、内定先に満足していないのかというと、そういうわけでもない。学生の8割が内定先を魅力的だと回答し、65.8%の学生が内定先を就職先として他者に勧めたいという。つまり、内定先は良い会社だと認識しているが、働くことには前向きになりきれない学生の悩ましい姿が透けて見える。

そのような学生の現状を裏付けるかのように、内定先に不安を持つ学生は多い。特に学生が不安を感じる要素は4つだ。約6割以上の学生が、「自分に仕事ができるのか」「人間関係を築けるか」「組織に適應できるか」「新生活は問題ないか」について不安を抱えたまま、半年以上を過ごしている。

図1：学生が抱える特に大きな不安の4項目

- | | |
|------------------|-------|
| ① 仕事が自分にできるか不安 | 67.8% |
| ② 良好な人間関係が築けるか不安 | 63.1% |
| ③ 組織に適應できるか不安 | 62.5% |
| ④ 新生活に不安 | 61.2% |

それでは、不安を抱えた学生に企業はどのようなコミュニケーションをとって、入社意欲を高めているのか。

内定後コミュニケーションの実施状況

内定後のコミュニケーション施策については、企業と個人の双方に質問している。その結果、6割以上の企業が実施している施策は3つ（「人事から状況確認（87%）」「内定者懇親会（72%）」「内定式（69%）」だ。また、学生の回答は企業よりも厳しく、6割を超えたのは「内定式（67.73%）」のみだった。次点が「内定者懇親会（50.84%）」だ。

このことから、内定後のコミュニケーション施策として懇親会に留まっている企業が多いことがわかった。入社前研修や職場見学、インターンシップのような入社後の仕事や働き方について理解を深める取り組みを行っている企業は少数派だ。

内定後のコミュニケーションは量より質を重視

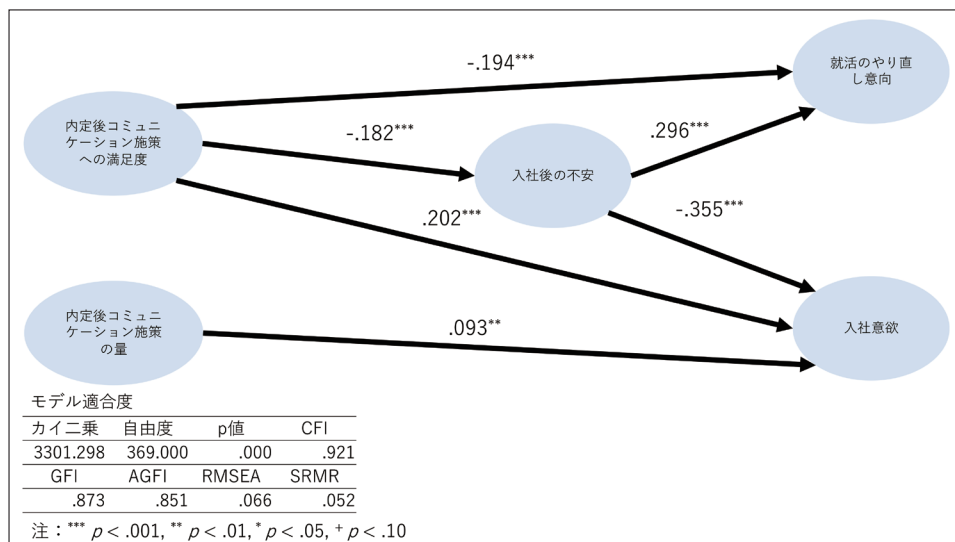
それでは、どのような取り組みが学生の不安を軽減させ、入社へのモチベーションを喚起させるのか。その因果関係をモデルにしたものが図2¹だ。共分散構造分析という、複数の質問項目をまとめた因子²同士の関係性について統計学的手法を用いて明らかにした。

この分析では、内定後のコミュニケーション施策を「満足度」と「量」でまとめている。

「満足度」では、頻度や内容、人事からの情報提供、同期とのコミュニケーションに満足しているかどうかで因子が作られている。(質問の例「内定先とのコミュニケーションの頻度は適切だと思う。」)

「量」では、具体的に人事からあったコミュニケーションの頻度や内定者同士のコミュニケーションの回数、享受した内定後コミュニケーション施策の数で構成されている。(質問の例「内定後に入社とのコミュニケーションの頻度はどれくらいありますか?」)

図2：入社後の不安を減じ、転職意向を下げるにはコミュニケーション施策の量より質が重要



これらの内定後のコミュニケーション施策の2因子が「入社後の不安」(質問の例「入社するにあたって、私は内定先の組織に適應できるか不安がある。」)にどのように影響を及ぼし、「就活のやり直し意向」(質問の例「特に不利益がないのであれば、内定辞退できるのならしたい。」)と「入社意欲」(質問の例「私は、内定先の入社後のことを考えると気分が高揚する。」)に影響を及ぼしているのかについて検証している。また、「入社後の不安」に関しては、「就活のやり直し意向」と「入社意欲」への影響も同時に確認した。このことで、「内定後のコミュニケーション施策」が「入社後の不安」に影響を及ぼし、その結果として「就活のやり直し意向」と「入社意欲」を増減していると仮説を立てた。

その結果、「内定後コミュニケーション施策の量」は「入社後

の不安」とは有意な関係性がなく、「入社意欲」を高める効果があることがわかった。

一方、「内定後コミュニケーション施策の満足度は「入社意欲」を高めるとともに、「就活のやり直し意欲」を軽減させている。加えて、「入社後の不安」を抑えて、そのうえで「就活のやり直し意欲」を低減させ、「入社意欲」を高めるという因果関係も明らかになっている。

このことから、「内定後コミュニケーション施策の満足度」を高めることで学生の持つ不安感を抑え、就職活動をやり直したいという気持ちを減退させ、前向きな気持ちで入社日を迎える動機付けの効果を持つことがわかった。加えて、「内定後コミュニケーション施策の量」をただ増やすことは効果が限定的であり、不安感や就職活動のやり直しといったネガティブな心理状態を減衰させる効果は確認できなかった。

そのため、内定後コミュニケーション施策の設計では、量を増やすことは悪いことではないものの、それ以上に質を高め、学生の満足度を上げることの重要性が明示される結果となった。

まとめ

内定後のコミュニケーション施策は、他の業務の忙しさから後回しにされがちだ。そして、実施したとしても内定式と懇親会を行う

にとどまって、入社後の働き方や仕事のイメージや理解を深めるような施策にまで取り組んでいる企業は少数派となっている。4月1日の入社日に新入社員を迎え入れるだけであれば、そのままでも問題ないだろう。

しかし、そうやって入社日を迎えた学生の半数以上が、半年以上も入社後の不安を抱え続け、入社に前向きな意欲を持つことができない。そして、約4割の新入社員が「より良い条件の会社があれば就職活動をやり直しても良い」と心の中で思っている。この

ような状況は、企業にとって好ましいとは言えない。

新入社員として社会人のスタートを気持ちよく迎えてもらうために、内定後のコミュニケーションを丁寧にとることが大切だ。特に、ただ量を増やすのではなく、学生の満足度を高めるようにコミュニケーション施策の作りこみ重要になる。それは、営業同行の機会を設けたり、内定者向けのインターンシップや集合研修を実施したりすることでも良い。予算をかけないのであれば、卒業論文や卒業制作・研究の支援制度も有効だろう。卒業論文や卒業制作・研究のテーマとして自社を題材として扱ったときに、データ収集や先輩社員への相談など、企業が協力できることは多い。企業は、内定後のコミュニケーション施策を充実させて、新入社員が最高の入社日を迎えられるように支援を充実させて欲しい。

1 モデルの適合度が良好な水準にないが、このことは観測変数の数が多く(35項目)、自由度が大きいためである(豊田秀樹、2002年)。しかし、CFI = .921、GFI = .873、AGFI = .851、RMSEA = .066、SRMR = .052という各指標は許容範囲内に収まっていると言える。

2 各因子は探索的因子分析(最尤法、オブリミン回転)で因子構造を確認したうえで、共分散構造分析の因子として活用している。「満足度」は5設問、「量」は4項目、「入社後の不安」は8項目、「就活のやり直し意欲」は7項目、「入社意欲」は11項目で構成される。

なぜ若者は焦って会社を辞めるのか？

働く若者はなぜ焦るのか？なぜ転職したいと思うのか？キャリア形成を急ぐ若者の心理を解明し、早期離職を防ぐ糸口を探る。

〔筑波大学人間系〕 尾野 裕美 准教授



日本製粉株式会社(現:株式会社ニッポン)の人事、株式会社インテリジェンス(現:パーソルキャリア株式会社)のキャリアカウンセラー、株式会社リクルートマネジメントソリューションズの研究員を経て独立。その後、横浜商科大学専任講師、明星大学准教授を経て2023年4月より現職。筑波大学大学院人間総合科学研究科生涯発達科学専攻修了、博士(カウンセリング科学)。近著に『個人と組織のための男性育休—働く父母の心理と企業の支援』(ナカニシヤ出版、2023年)、『働くひとのキャリア焦燥感—キャリア形成を急ぐ若者の心理の解明』(ナカニシヤ出版、2020年)がある。

■早期離職の背景にあるキャリア焦燥感

企業の人事担当者から「いい学生を苦労して採用したのに、なぜすぐ辞めてしまうのか？」という相談を受けることがある。大卒者の約3割が入社3年以内に離職するという状況は続いており、労働者の確保が厳しくなっている現在、リテンションマネジメント(人材流失引き留め策)は多くの企業に共通する課題となっている。一方で、企業で働く若者からは「このまま今の会社にいたら成長できない」「自分らしく働ける会社に他にあるのではないか」という声が届く。以前、筆者は転職支援のキャリアカウンセラーをしていたが、その当時の若い転職希望者の姿に重なる。彼らは、自分のキャリアについて先が見えないなかで、漠然とこのままではいけないと感じ、何とかしなければと焦り、それを手早く解消する手段として転職を望んでいた。

わが国では1990年代後半以降、就業者はエンプロイヤビリティ(雇用される能力、労働市場で通用する能力)を磨くことが必要だとされ、自らのキャリアを自己責任において管理し主体的にキャリア形成することが求められるようになった。2000年代以降は、学校現場において、児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てる教育、すなわちキャリア教育が本格的に進められた。それ以前も、就職活動においては自己分析や将来目標を設定することが求められていたが、現在の20代から30代半ばの就業者は、初等中等教育の段階からキャリア教育を受けた世代である。そして、入社後は能力やスキルを高め、成果を出すことだけでなく、主体的にキャリアを形成していくという自律的な働き方が求められている。入社前に自分が掲げた目標や抱いていた期待と現状にギャップがあったり、入社後も明確な目標や自分の適性を見いだせなかったりすると、キャリアに関する焦燥感を抱くようになり、結果的にそれが早期離職につながるのである。

■キャリア焦燥感とその喚起状況

キャリアに関する焦り「キャリア焦燥感」とは、具体的にどのような気持ちなのだろうか。筆者は20代の正社員を対象としたインタビュー調査と、それに基づくWebパネル調査を行い、キャリア焦燥感には3つの要素が含まれることを明らかにした(表1)。「切迫感」は、何ともしようがなく追い詰められた気持ちであり、キャリア焦燥感のネガティブな側面である。「キャリア構築への衝動」は、目標に向けて早くキャリアを構築しようと駆り立てられ

る気持ちであり、エネルギーが内在しているポジティブな側面である。「キャリアの懸念」は、現在の自分や今後の自分のキャリアについての気がかりであり、ネガティブにもポジティブにもなり得る裏腹な気持ちである。このうち「切迫感」のみが、離職や転職をしたいという意思を促すことが示されている。

では、キャリア焦燥感はどのような状況で喚起されるのだろうか。筆者は20代の正社員を対象とした質問紙調査と、それに基づくWebパネル調査を行い、キャリア焦燥感の喚起状況には大きく分けて4つあることを明らかにした(表2)。「キャリア探索の停滞」は、自分らしさを発揮できる仕事を求めながらも、その答えが見つからない状況である。「所属組織からの低い評価」は、組織において仕事をするなかで、自分が想定したよりも低い評価を受けている状況である。「友人・知人のキャリアとの上方比較」は、自分より望ましい状態にある友人や知人のキャリアと、自分のキャリアとを見比べている状況である。「ワークライフバランスの欠如」は、仕事とプライベートのバランスがとれた生活を求めながらも、それが実現できていない状況である。このうち「所属組織からの低い評価」には年代差がみられないが、その他の状況においては40代に比べて20代、30代のほうがキャリア焦燥感を喚起しやすいことが示されている。

■キャリア焦燥感を抑制・緩和するには？

キャリア焦燥感のネガティブな側面はどのようにしたら抑制あるいは緩和できるのだろうか。筆者が行った一連の調査結果を統合すると図1のようになる。キャリア焦燥感の抑制要因については、上司との良好な関係が「切迫感」を抑制すること、同僚との良好な関係が「切迫感」および「キャリアの懸念」を抑制することが示されている。

キャリア焦燥感の緩和要因については、「独学によるスキルや知識の習得」「短期目標の設定と取り組み」「キャリアに関する相談」「自分の考えや現状の整理」といった行動や、有意義な仕事経験によって、多角的な視点が獲得され、結果的に切迫感を緩和するということが明らかになっている。すなわち、目標に向けてどれくらい近づいているのかを実感できるような取り組み、キャリアに関する相談や現状整理、有意義な仕事経験によって、物事を客観的にとらえたり新たな考え方に気づいたりすることができ、視野が広がるという認知面の変化によって、焦りの状態が解除されるのである。

■キャリア支援者や人事担当者へ

若者の「辞めたい」「転職したい」という言葉の裏には、キャリア焦燥感が潜んでいる可能性があり、キャリア支援者にはこの視点も踏まえた対応が求められる。具体的には、転職したいと思っただけのきっかけや原因が明確でない場合、若者本人は漠然とした焦燥感に苦しんでいる可能性があり、その気持ちを把握することが必要である。また、キャリア焦燥感にはネガティブな側面だけでなく、さまざまな行動の原動力となるポジティブな側面があることを忘れてはならない。たとえば、キャリア焦燥感が喚起されたことによって、自分が抱えている問題について分析したり、キャリアの目標を設定して、その実現に向けて行動したりするようになる。その結果、視野が広がり、キャリア焦燥感が緩和されたり、現在の職場に留まる選択をしたりする可能性がある。したがって、若者がキャリアに関して偏ったとらえ方をしている場合には、視野が広がるような行動を促すことも必要である。

若者自身が抱えているキャリア焦燥感に目を向けさせることも有効だろう。自分がいったい何に焦っているのかを整理することで気持ちが落ち着き、何から手をつけたいのかが見えてくることもある。

また、職場の上司や同僚との良好な関係が「切迫感」を抑制することから、若者の早期離職を防ぎ、組織の一員として活用していくためには、職場の雰囲気作りに取り組むとともに、新入社員の配属先を決める際には、職場の上司や同僚も検討材料の一つとして考慮することが求められる。そして、若者の視野を広げるような施策も有効である。たとえば、先輩社員がかつてどのようなキャリア焦燥感を抱き、どのような行動を起こしたことによって視野が変化したのかという体験談を共有することを勧めたい。なぜなら、視野が狭くなっている若者は、短絡的に離職という選択肢しか目に入らない可能性があるからである。自分にとって有益な行動の選択肢が示されれば、不用意な離職に至る前の段階で踏み留まることができるだろう。

表 1: キャリア焦燥感の構成要素

| 要素 | 内容 | 尺度項目の例 |
|------------|-------------------------------|--|
| 切迫感 | 何ともしようがなく追い詰められた気持ち | ・八方ふさがりでどうにもならない ・何ともしようがなく、手詰まり感がある |
| キャリア構築への衝動 | 目標に向けて早くキャリアを構築しようと駆り立てられる気持ち | ・少しでも前へ進みたくて仕方がない ・将来のためにがんばらなければと必死だ |
| キャリアの懸念 | 現在の自分や今後の自分のキャリアについての気がかり | ・今の自分に対してどこかしさを感じる ・自分はこの先大丈夫なのだろうかと不安だ |

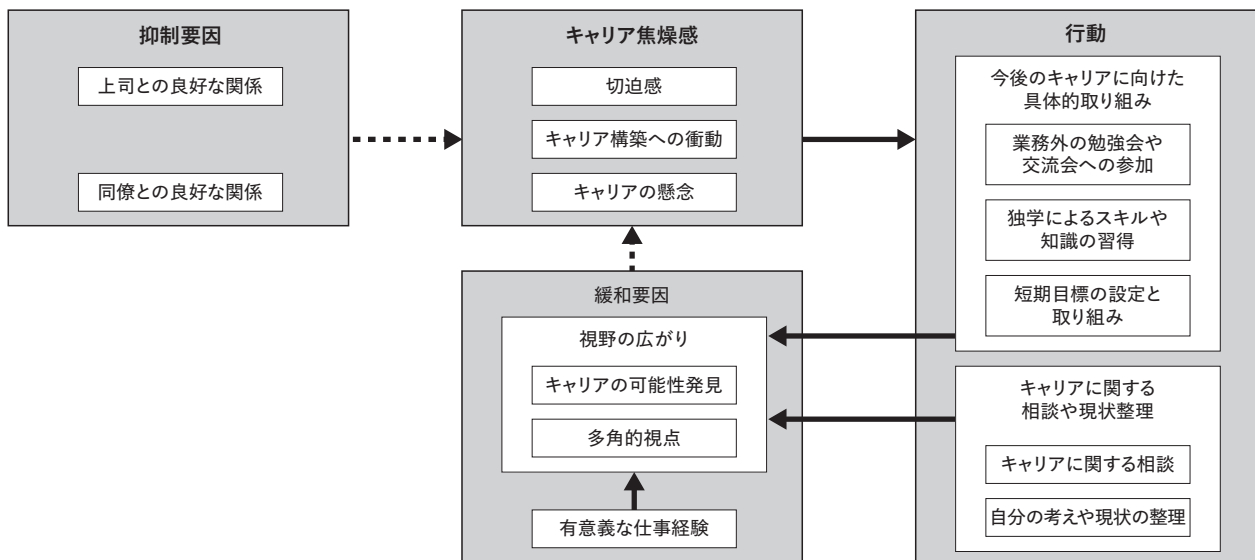
注) 尺度項目の例は「キャリア焦燥感尺度」(尾野・岡田, 2014)より抜粋した。

表 2: キャリア焦燥感の喚起状況

| 状況 | 内容 | 尺度項目の例 |
|------------------|--|--|
| キャリア探索の停滞 | 自分らしさを発揮できる仕事を求めながらも、その答えが見つからない状況 | ・自分のやりたい仕事ははっきりしないとき ・自分にとっての適職が見つからないとき |
| 所属組織からの低い評価 | 組織において仕事をするなかで、自分が想定したよりも低い評価を受けている状況 | ・仕事上で、自分が思うような評価を得られなかったとき ・自分に対する周囲からの評価が、期待するより低いとき |
| 友人・知人のキャリアとの上方比較 | 自分より望ましい状態にある友人や知人のキャリアと、自分のキャリアとを見比べている状況 | ・学生時代の友人が転職したと聞いたとき ・自分とは別の分野の友人が成功しているのを知ったとき |
| ワークライフバランスの欠如 | 仕事とプライベートのバランスがとれた生活を求めながらも、それが実現できていない状況 | ・仕事と家庭をきちんと両立させたいと思ったとき ・結婚や子育てを視野に入れた働き方を考えたとき |

注) 尺度項目の例は「キャリア焦燥感喚起状況尺度」(尾野・湯川, 2008)より抜粋した。

図 1: キャリア焦燥感の抑制・緩和に関するモデル



新卒採用を取り巻く環境 概要

大学入学当初からコロナ禍であった学生 徐々に状況は落ち着き、経済活動は回復 しているが、その影響は無視できない

新型コロナウイルス感染症は5類へ移行し、現時点の状況だけを見るとコロナ禍は落ち着いているように感じる。行動制限がなくなり、経済活動も回復しつつあるなか、企業側の新卒採用へのニーズは高水準となっている。一方で、学部生であればコロナ禍に大学へ入学した学年ということもあり、学生生活全体ではコロナ禍の影響を受け続けてきた。そのことが学生の行動や価値観にどのような影響を及ぼしているのか、しっかりと見極め、慎重な対応が求められている。

業況判断D.I.は非製造業を中心に全体的に回復傾向

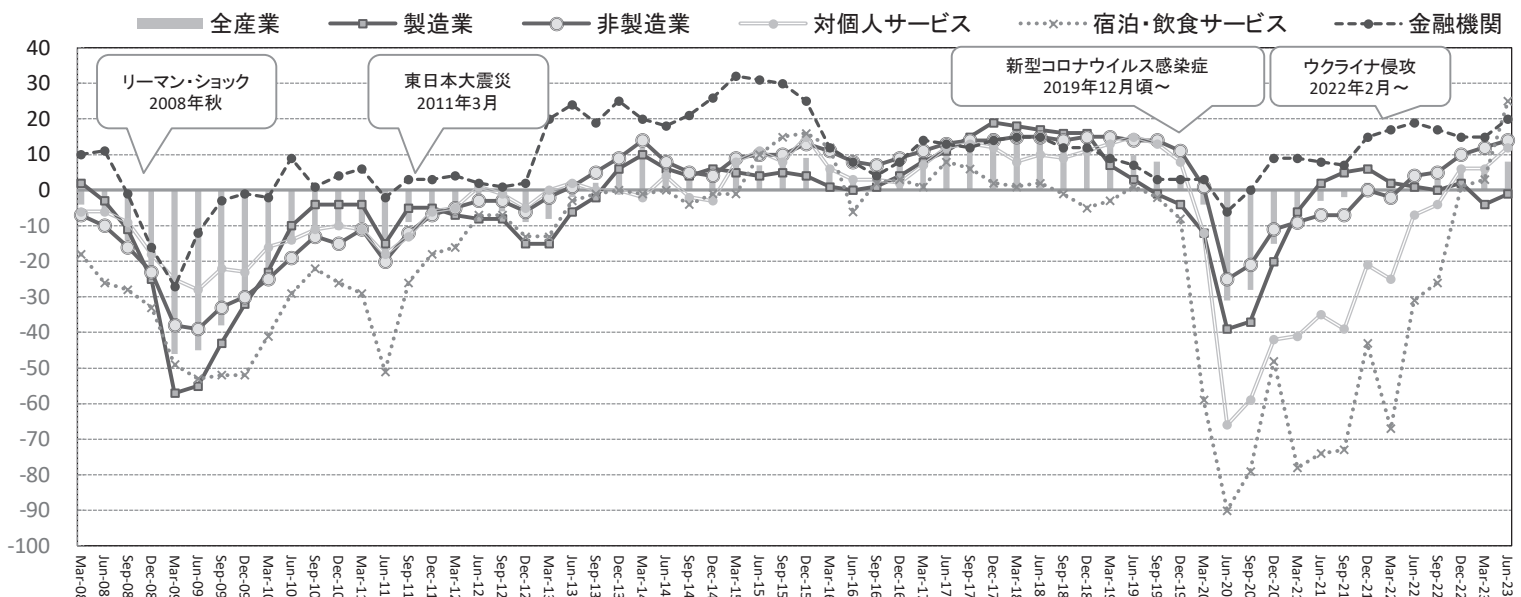
新卒採用を取り巻く環境

業況判断D.I.

コロナ禍で下降した対個人サービス、宿泊・飲食サービスもプラスに転じた

日銀短観の業況判断D.I.（「良い」-「悪い」）をみると、製造業でやや厳しさが残るものの、非製造業を中心にプラスに転じている。特にコロナ禍で大きくマイナスになっていた対個人サービス、宿泊・飲食サービスにおいても2023年に入ってからプラスに転じた。

日銀短観 - 業況判断D.I. - 実績 - 業種別



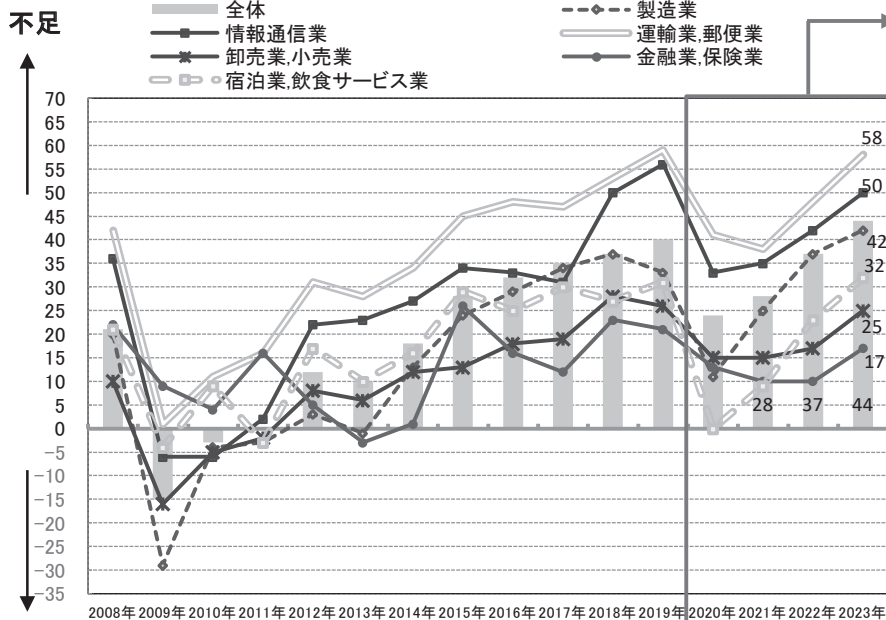
『業況判断D.I. - 実績 - 業種別: 日本銀行・短観(全国企業短期経済観測調査)』

過不足
判断D.I.

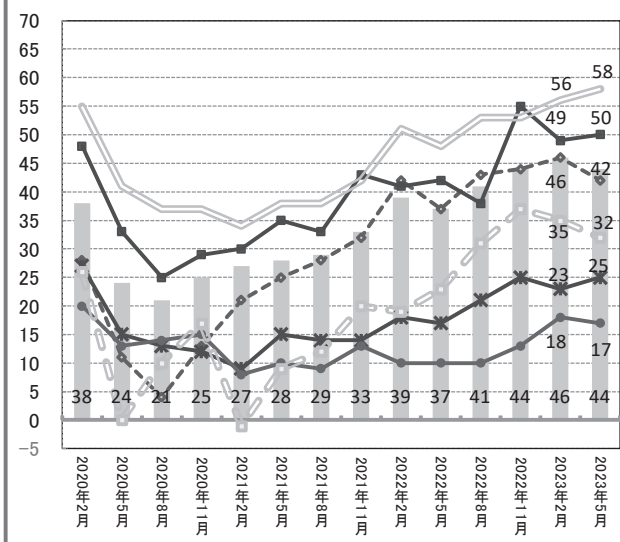
人材不足感は全業種で増加しているが、特に「運輸業、郵便業」「情報通信業」が高い

正社員に限定した結果となるが、2021年以降は業界問わず「人材不足」が高まり、2023年にはコロナ禍前を上回る状況になっている。特に「運輸業、郵便業」「情報通信業」の人材不足感が高い。また、「宿泊業、飲食サービス業」についても人材不足感の高まり度合いが他業界に比べて高い傾向が見られる。

労働者の過不足判断D.I.(不足 - 過剰) - 正社員等 (5月時点)



※2020年～2023年
労働者の過不足判断D.I.(不足 - 過剰)
- 正社員等



『労働者の過不足判断D.I.: 厚生労働省・労働経済動向調査』

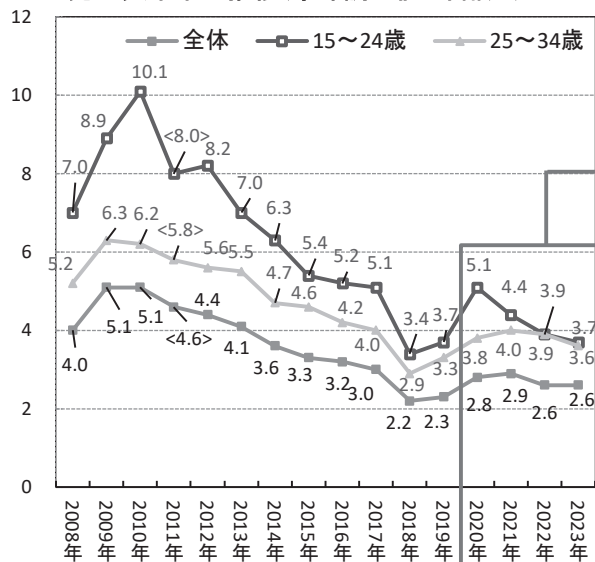
コロナ禍前の水準まで完全失業率は低下

完全
失業率

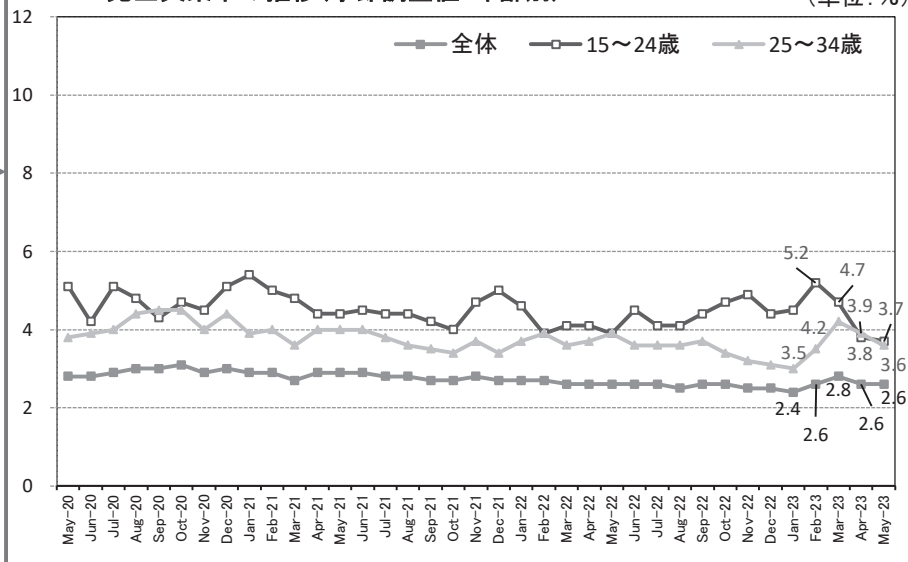
若者世代の完全失業率はコロナ禍前と同程度まで低下し、直近4か年では最も低い値

新型コロナウイルスの影響で一時的に若者世代(15~24歳)の完全失業率が上昇したが、2023年5月時点では3.7%とコロナ禍前と同程度まで低下している。まだ2018年の水準までには達していないが、今後、若者世代の人口減少から、人材不足感が高まる可能性は高く、完全失業率もこのまま低下する傾向にあると考えられる。

<5月時点> (単位:%)
完全失業率の推移(季節調整値・年齢別)



<2020年5月～2023年5月> (単位:%)
完全失業率の推移(季節調整値・年齢別)



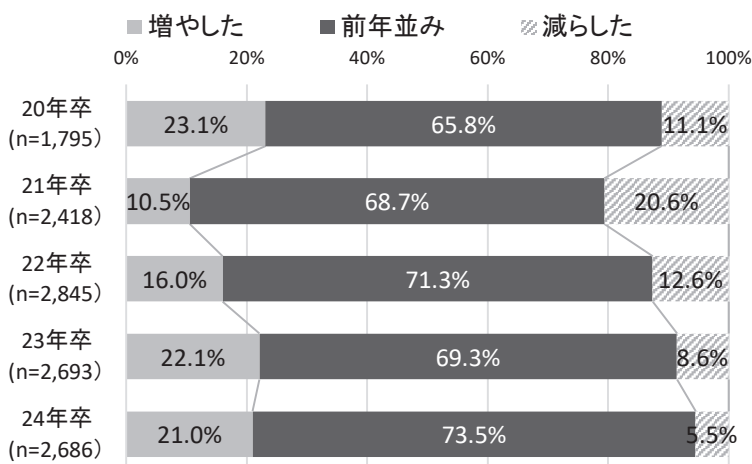
『完全失業率: 総務省統計局・労働力調査』

24年卒
採用
予定数

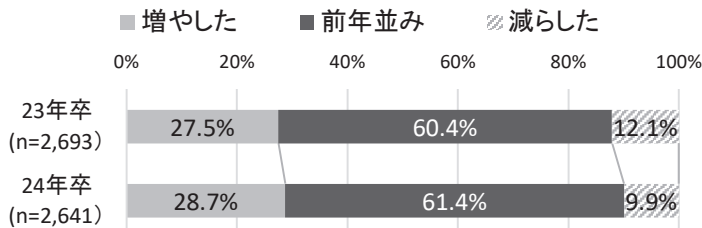
採用予定数は前年から「前年並み」が最多で73.5%

採用予定数について前年との比較を聞いたところ、「前年並み」が最多で73.5%（対前年4.2pt増）、次いで「増やした」が21.0%で、前年から1.1pt減少している。一方、「2023年4月の新卒入社者」との比較では、「増やした」が28.7%（対前年1.2pt増）となっている。23年卒の採用充足率が81.3%（対前年比2.3pt減）だったことを合わせて考えると、前年から続く採用意欲の高まりにより、23年卒で予定通り採用できなかった結果、24年卒の採用予定数（目標値）を設定する際、実現可能性を鑑み、増やすことができなかったと推察される。

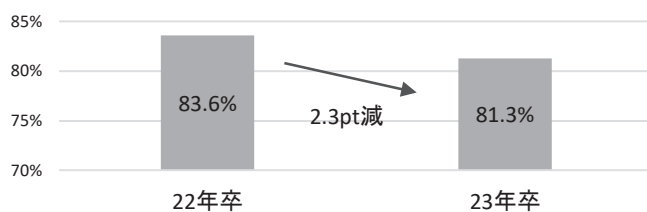
採用予定数、前年の「採用予定数」との比較



採用予定数、前年の「入社者数(実績)」との比較



採用充足率(10月時点)



『採用予定数の前年との比較(前年の採用予定数・入社者数(実績): マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』
『採用充足率(10月時点): マイナビ2023年卒企業新卒内定状況調査(2022年9~10月)』

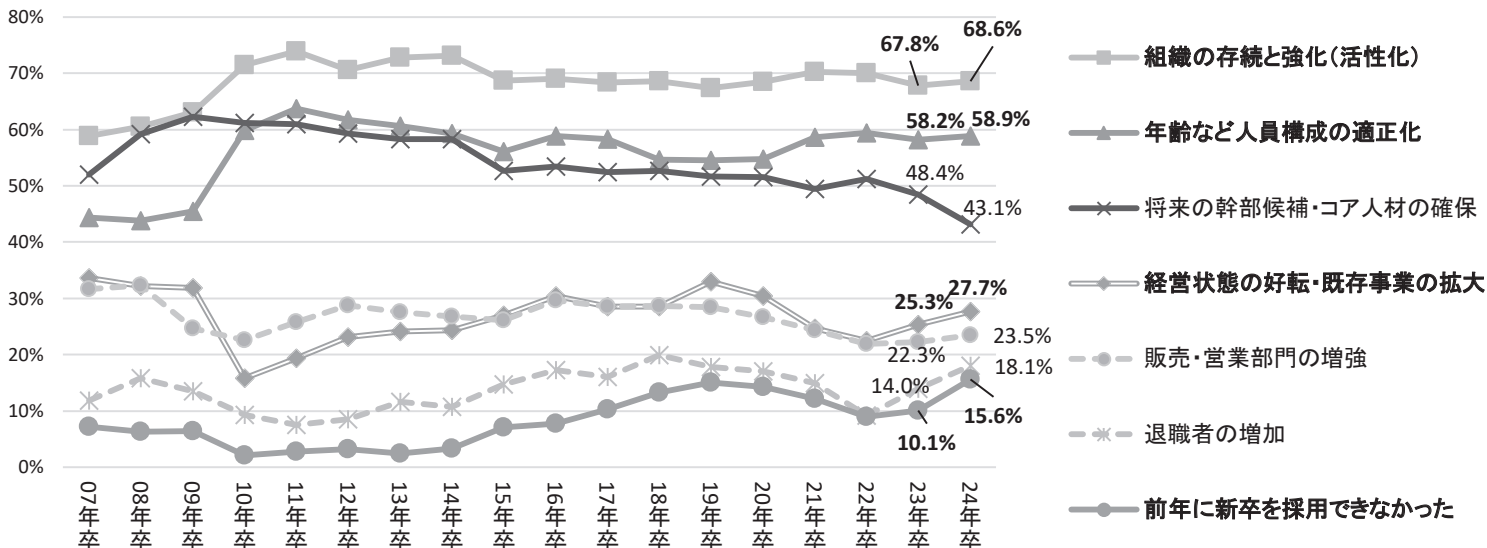
新卒採用を実施する理由

新卒
採用の
理由

「組織の存続と強化」は例年通り上位、「経営状態の好転」などが上昇

新卒採用の実施理由について経年推移を見ると、「組織の存続と強化」「年齢など人員構成の適正化」が例年通り上位となっている。また、24年卒の特徴としては「経営状態の好転・既存事業の拡大」「前年に新卒を採用できなかった」が上昇している点があげられる。新卒採用は数年後の組織形成を見越して実施されるもののため、中途採用等と比べて景気動向の影響を受けづらい採用形態ではあるが、24年卒は景況感の回復を感じさせる結果となった。

採用実施の理由(経年推移)*上位のみ



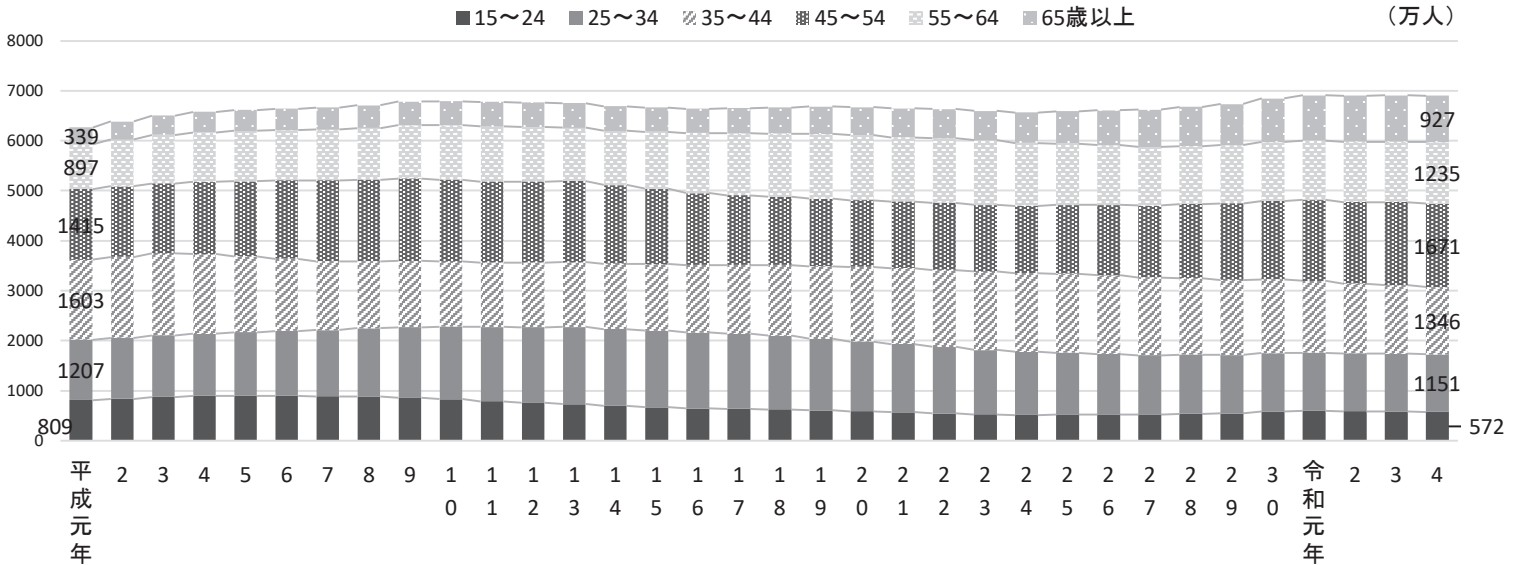
『新卒採用を実施する理由: マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月)』



労働力人口全体ではやや増加傾向にあるが「25～34歳」は減少している

厚生労働省の調査によると労働力全体としては微増傾向が見られるが、年齢階層別でみると特に「25～34歳」は減少傾向にある。一方で、45歳以上は増加傾向にあり、労働力人口の増加を支えている年齢層は中高年以降であることがわかる。この年齢階層別の人数がそれぞれ上側に移動していくことになるが、少子高齢者社会のなかでは、若者世代の労働力人口が減少していくことは明らかだろう。

年齢階級(10歳階級)別 労働力人口推移



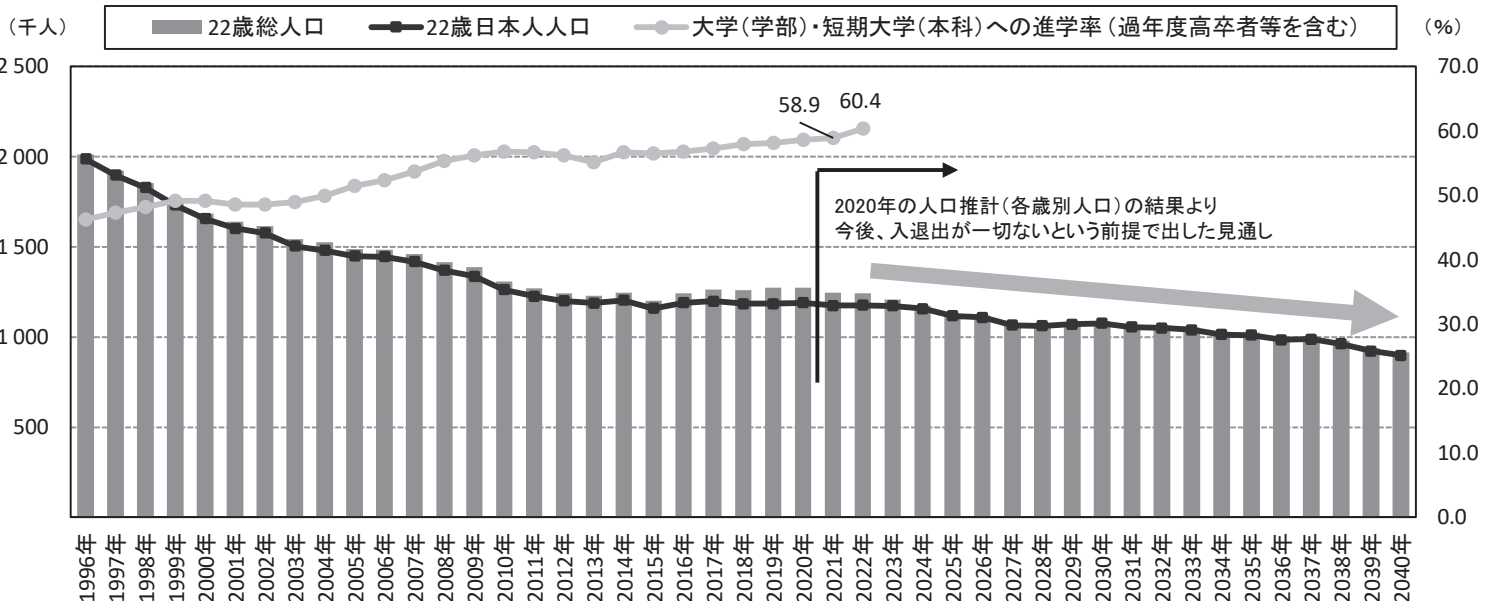
『労働力調査 長期時系列データ(厚生労働省)』

新卒採用の対象年齢の人口



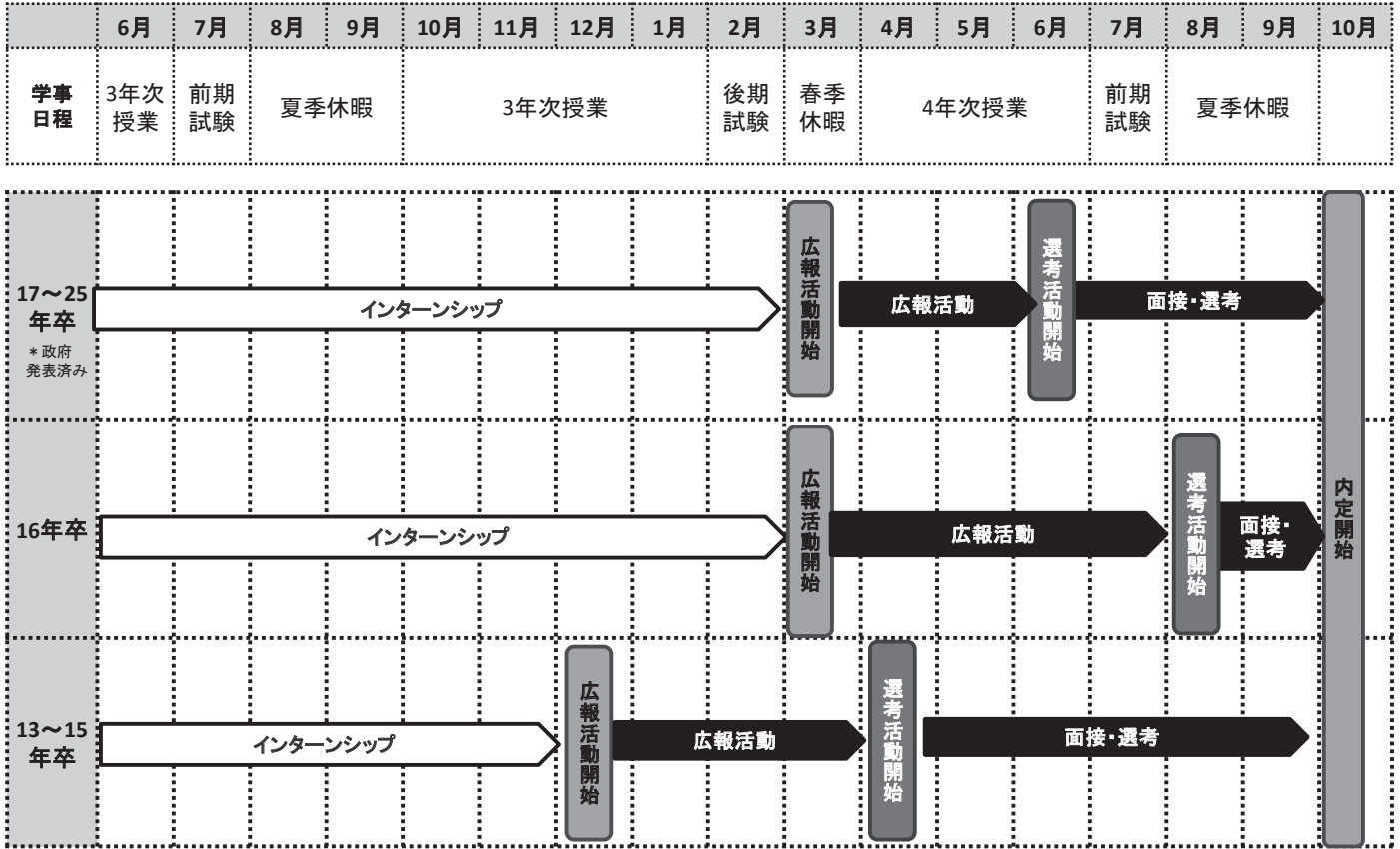
大学進学率は上昇しているが、22歳人口そのものが減少傾向

学校基本調査によると大学(短大含む)への進学率は年々増加し、2022年には60.4%となった。一方で、「新卒採用2022年問題」などとも言われてきたとおり、若者の人口割合は減少の一途をたどっており、今後もこの傾向が続くと予想されている。新卒を対象とした人材採用はさらに難しくなっていく可能性が高い。



『22歳総人口・22歳日本人人口 : 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』
 『大学(学部)・短期大学(本科)への進学率(過年度高卒者等を含む) : 文部科学省・学校基本調査』

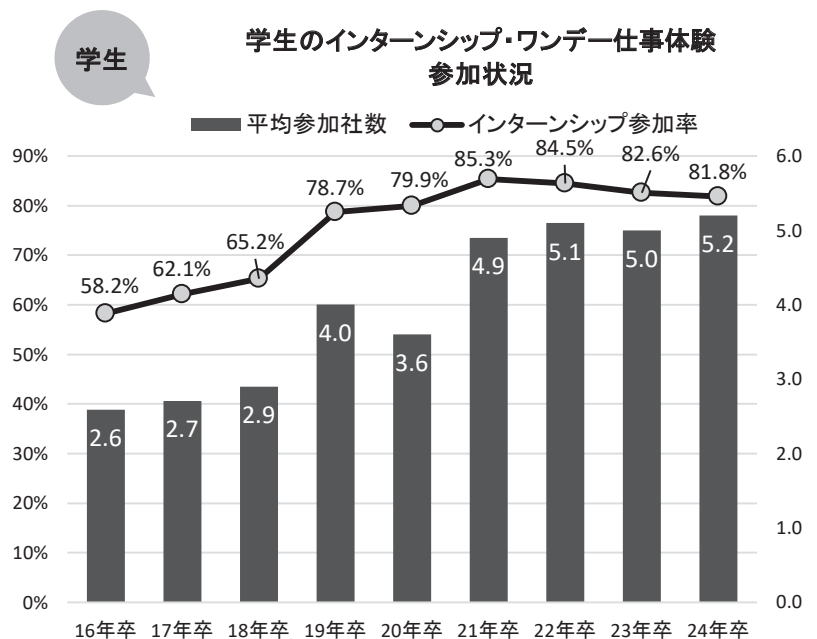
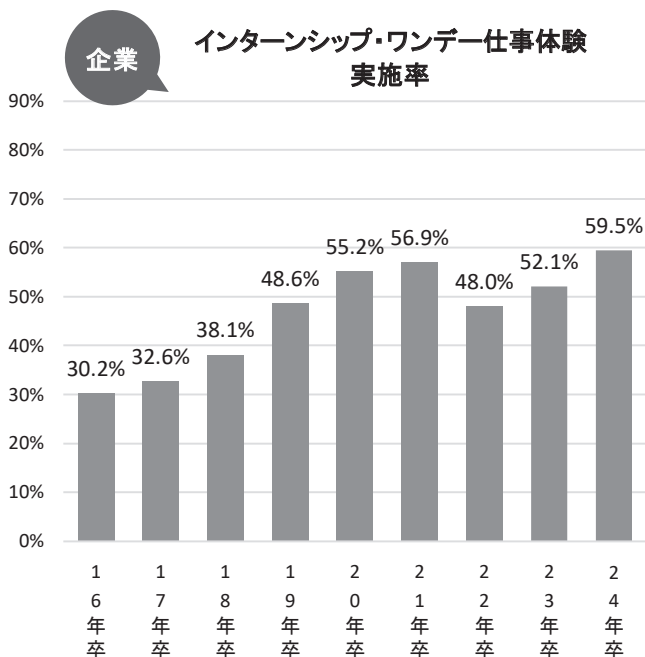
21年卒より政府主導 採用スケジュールは17年卒より同じ内容を継続



企業のインターンシップ・仕事体験実施率が増加

企業のインターンシップ・仕事体験実施率は6割近くに

企業のインターンシップ実施率はコロナ禍でやや低下したが、24年卒は59.5%と前年より7.4pt増加し、コロナ禍前を上回った。学生の参加割合も引きつづき、8割を超えており、高い水準を維持している。

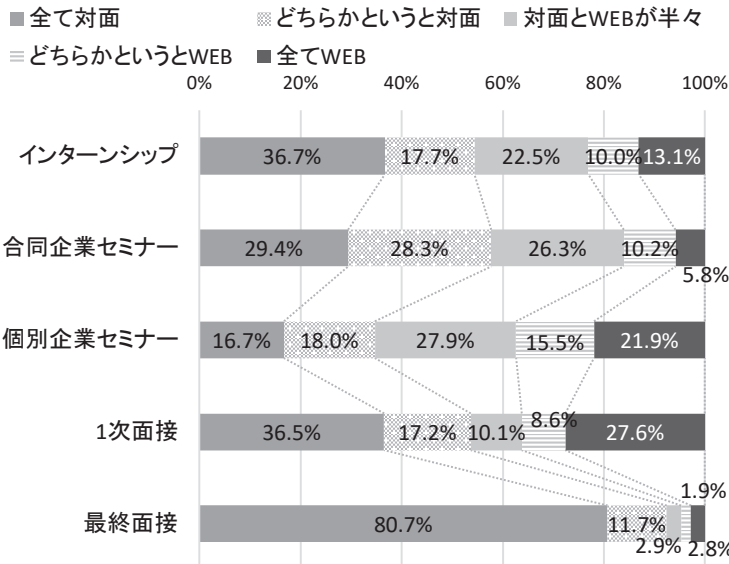


『企業インターンシップ実施率: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』
『学生インターンシップ参加率・参加社数: マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)』

コロナ対策で導入したWEBだが徐々に定着し、感染対策以外の理由で活用されるように

採用活動のフェーズ別でみると、WEBと対面の使い分けが浸透している様子がわかる。学生の企業に対する志望度がまだ醸成しきれていない段階ではWEBを活用して参加ハードルを下げる一方で、十分なコミュニケーションが必要なフェーズでは対面での実施が重視される傾向も見られる。感染対策以外の理由でWEBの有効な活用が模索されているようだ。

各フェーズの実施形式



採用活動にWEBを活用する理由

会社説明会や初期の選考段階においては、学生も一つの企業に対しての志望度が低く、手軽に参加できるWEBの方がニーズに合致していると考えている。また、採用担当者としての工数を見た時にも対応人数や接触機会が多い初期はオンラインを活用することで業務負荷の軽減につながるため。

インターンシップでのWEB対応は内容的に成り立たないため、全て対面での実施。企業セミナーは合同で行われる場合は主催者側で両方提案されることが多いが半々で行う場合が多く、選考に関するセミナーの場合は個別対応が人間的に難しい部分があるためWEB(録画)で実施が多い。選考時の面接については、本来は実際に会っての実施が好ましいが立地の条件があまり良くない為、1次はオンライン・最終面接のみ対面で行っている。

Z世代の合理的な考え方が色濃くなったこと、WEBでの活動が可能になった中で学生側としては、説明会や1次選考などの初期段階の選考にあえて対面で参加する理由が薄くなっている。その中で対面で採用活動をしたいというのは企業側だけの都合となっており、学生には受け入れられにくい

一方でこのような声も…

22卒で面接をすべてWEBで実施した結果、内定者が全員辞退してしまった。23卒ではそれを踏まえ、来社できない学生以外はすべて対面で面接を実施したところ辞退率を低減することができた。よって24卒も同様に対面で面接を実施していく。

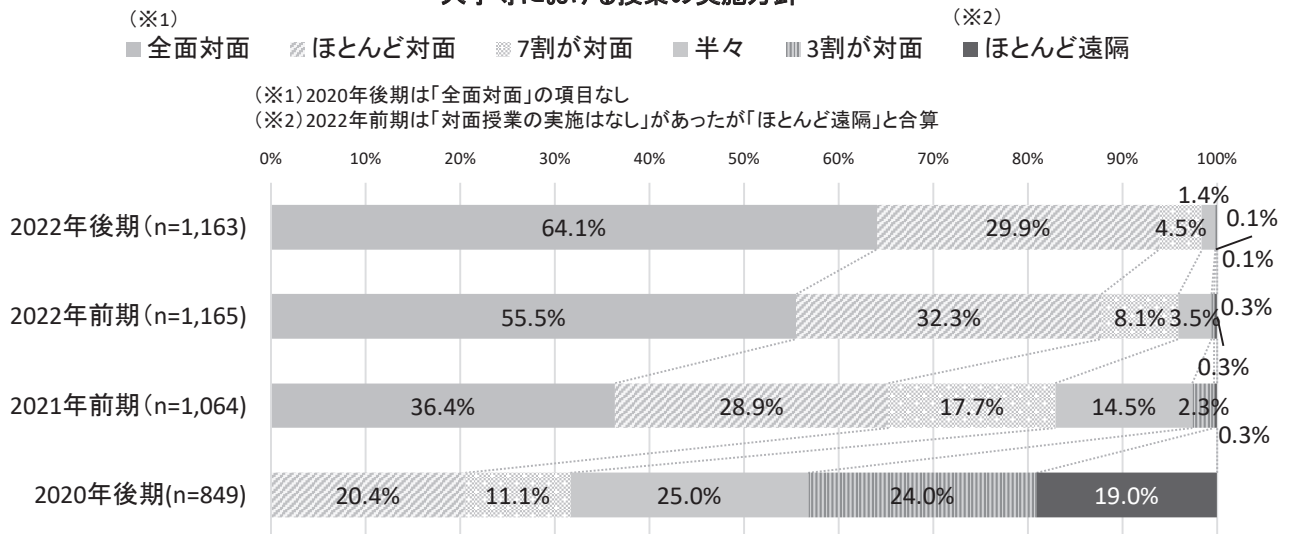
『「各フェーズの実施形式」「採用活動にWEBを活用する理由(自由回答)」:マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月)』

24年卒学生は1年ごとに大学での授業の形式が変わってきた

大学等の授業形式は、2022年後期には64.1%が「全面対面」と回答

コロナの感染対策として導入された「オンライン授業」だったが、2021年以降は徐々に対面形式での実施に戻り始め、2022年の後期では64.1%が「全面対面」と回答している。24年卒の学生は、学部生であれば多くが2020年4月に入学しているため、ひと学年ごとに授業形式が変わってきた様子が見て取れる。

大学等における授業の実施方針

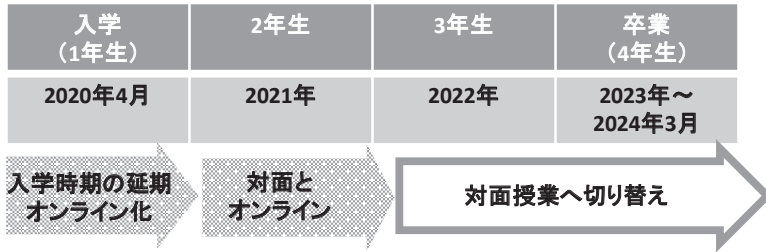


『大学等における授業の実施方針:令和4年度後期の大学等における授業の実施方針等に関する調査の修学状況(中退・休学)等に関する調査(文部科学省)(2022年11月) 令和4年度前期の大学等における授業の実施方針等に関する調査の修学状況(中退・休学)等に関する調査(文部科学省)(2022年6月) 令和3年度前期の大学等における授業の実施方針等に関する調査の修学状況(中退・休学)等に関する調査(文部科学省)(2021年7月) (令和2年)大学等における後期等の授業の実施方針等に関する調査(地域別状況)(文部科学省)(2020年10月)』

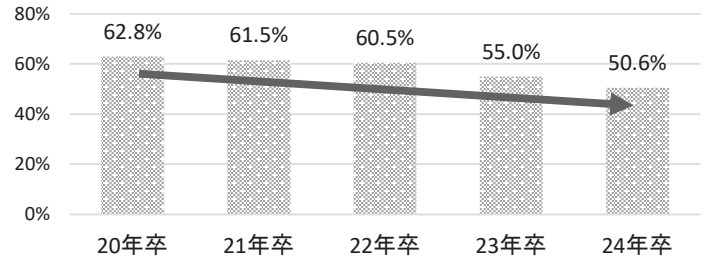
学年を追うごとに通学できる状況になったが、サークル・部活動の所属割合が低下

24年卒学生が入学した年はコロナ禍初年度と重なっており、社会的にも混乱したなかでの学生生活スタートとなった。入学当初は通学機会が少なかったためか、「サークル・部活動に所属している割合」が50.6%とここ数年で最も低い割合になっている。ガクチカ形成においては入学当初のコロナ禍の影響があると考えられる。

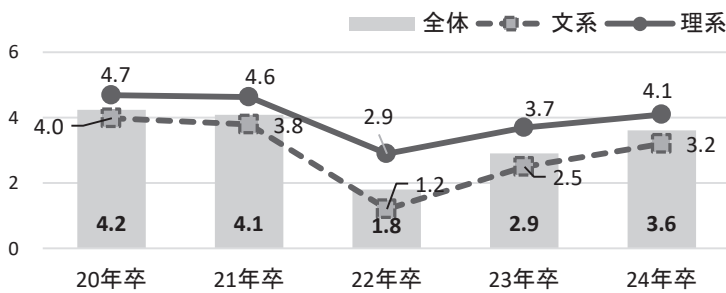
24年卒学生(学部・現役生)の授業の状況



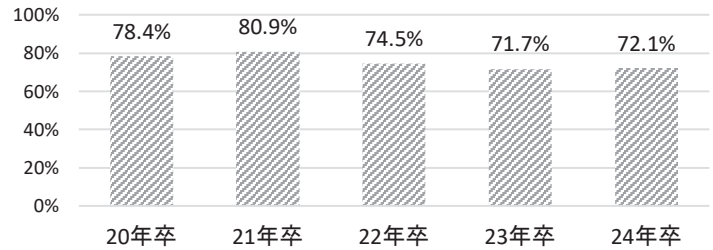
サークル・部活動に所属している割合



【3年生時点】学校に週何日通っているか・平均日数



定期的なアルバイトをしている割合



『学校に週何日通っているか、サークル・部活動に所属している割合、定期的なアルバイトをしている割合：マイナビ2024年卒大学生のライフスタイル調査(2022年11~12月)』

コロナ禍が落ち着いても止まらない「安定している会社」を求める気持ち

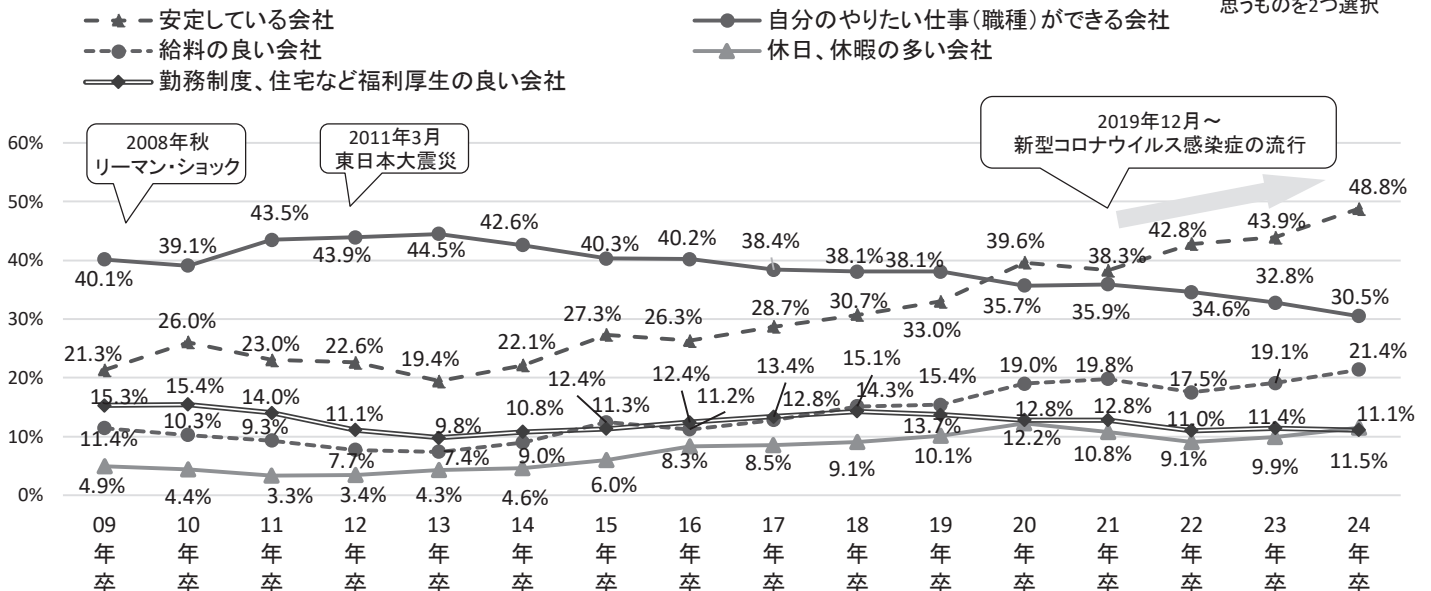
ここ数年上昇している「安定している会社」が24年卒では48.8%に

「企業選択のポイント」上位5項目を見てみると、ここ数年で「安定している会社」が増加し、24年卒では48.8%となった。一方で「自分のやりたい仕事ができる会社」は30.5%と2番目に高い割合だが、やや減少傾向にある。

※企業選択のポイントは20項目を提示し、その中から当てはまるものを2つ選ぶ形式で聴取している。そのため、項目間の優先度合いを推察することができる。(その他の項目は調査結果参照)

企業選択のポイント(上位5項目)

※あてはまると思うものを2つ選択

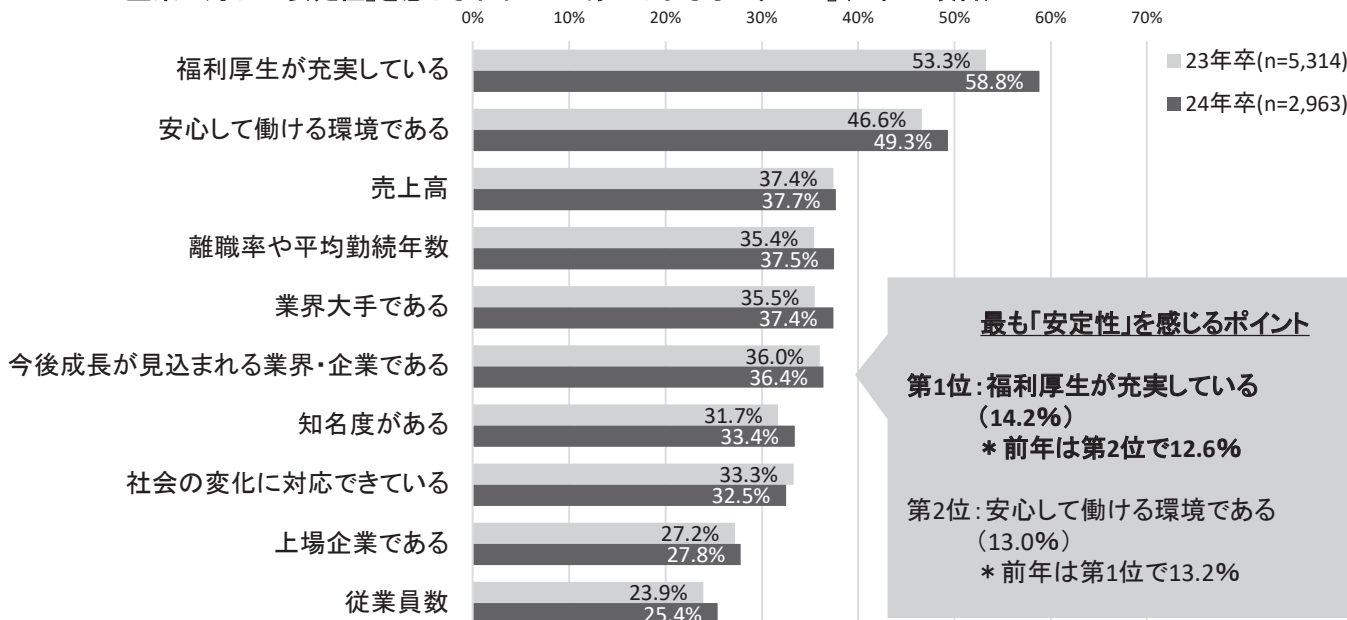


『企業選択のポイント：マイナビ2024年卒大学生就職意識調査(2022年12月~2023年3月実施)』

企業に対して安定性を最も感じるポイントは「福利厚生が充実している」が最多

企業に対して「安定性」を感じるポイントを聞いたところ、「福利厚生が充実している」が最多で58.8%で、そのうち、「最もあてはまるもの」一つに限定して選んでもらった結果も同様に最多となった。前年1位だった「安心して働ける環境である」も引き続き上位となっている。売上高や企業規模も大事だが、より働く場としての安心感を求めていることがわかる。

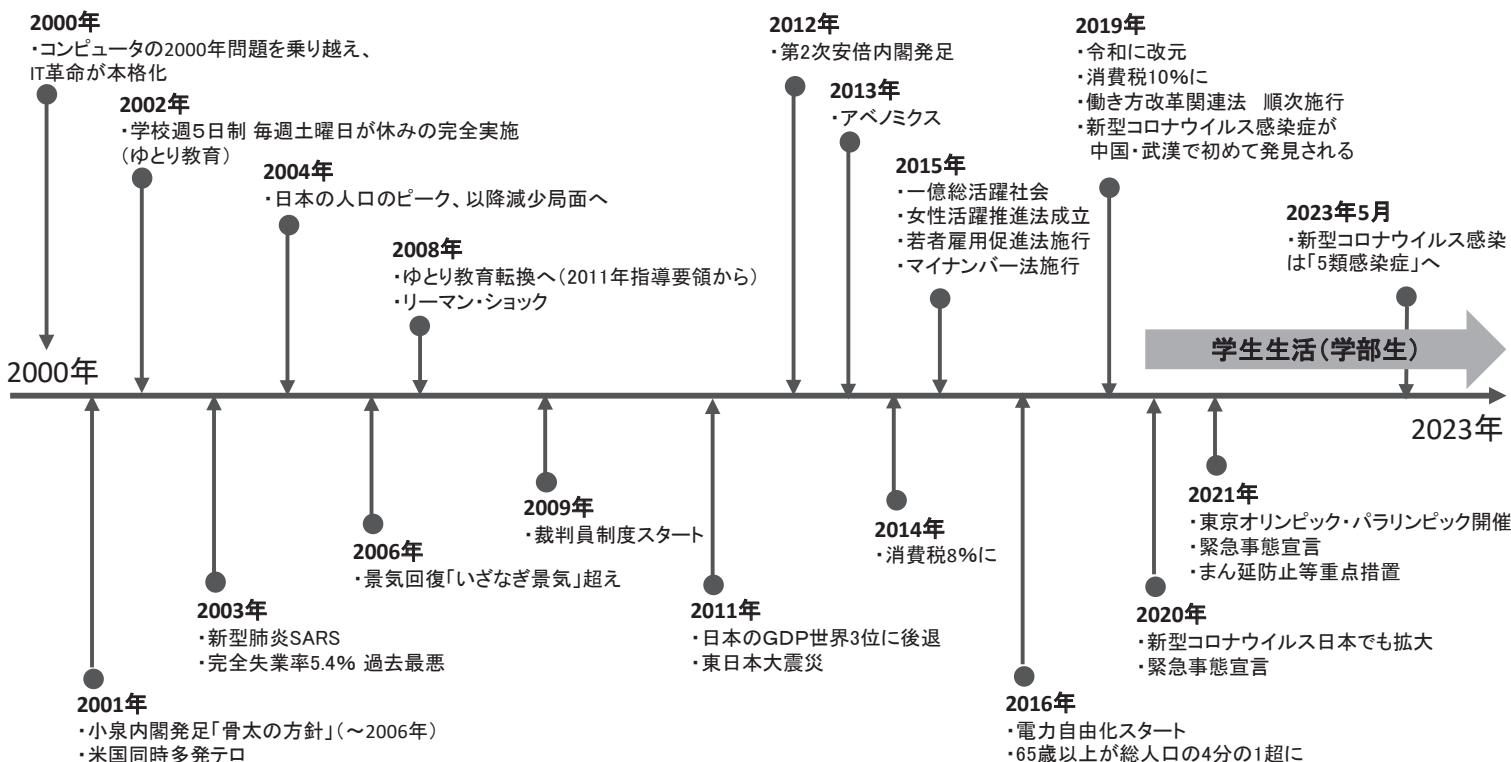
企業に対して「安定性」を感じるポイント「あてはまるものすべて」(上位10項目)



『企業に安定性を感じるポイント: マイナビ2024年卒大學生活動実態調査(2023年3月)』

24年卒学生はどのような時代を過ごしてきたのか

24年卒学生たちは「先行き不透明で将来の予測が困難な状態」を指すVUCAの時代を生きてきた。さらに、コロナ禍で最も混乱した時期を大学生として過ごしてきた。



広報活動開始前の活動状況

インターンシップ・仕事体験は対面での開催が増加傾向

インターンシップ・仕事体験への参加状況は前年と同様に高い水準を維持している。コロナ禍の影響が少なくなり、出社型に切り替える企業が増えるなか、職場での就業体験を含むインターンシップ・仕事体験は対面での開催が増えつつある。“リアル”な体験への満足度が高い一方で、大学の授業もオンラインから対面開催に切り替わったことで、スケジュールの調整が難しくなり、参加しづらくなったという側面もあったようだ。しかし、インターンシップ・仕事体験に限らず、3年生の夏ごろから就職活動に向けた準備が進められていたようだ。

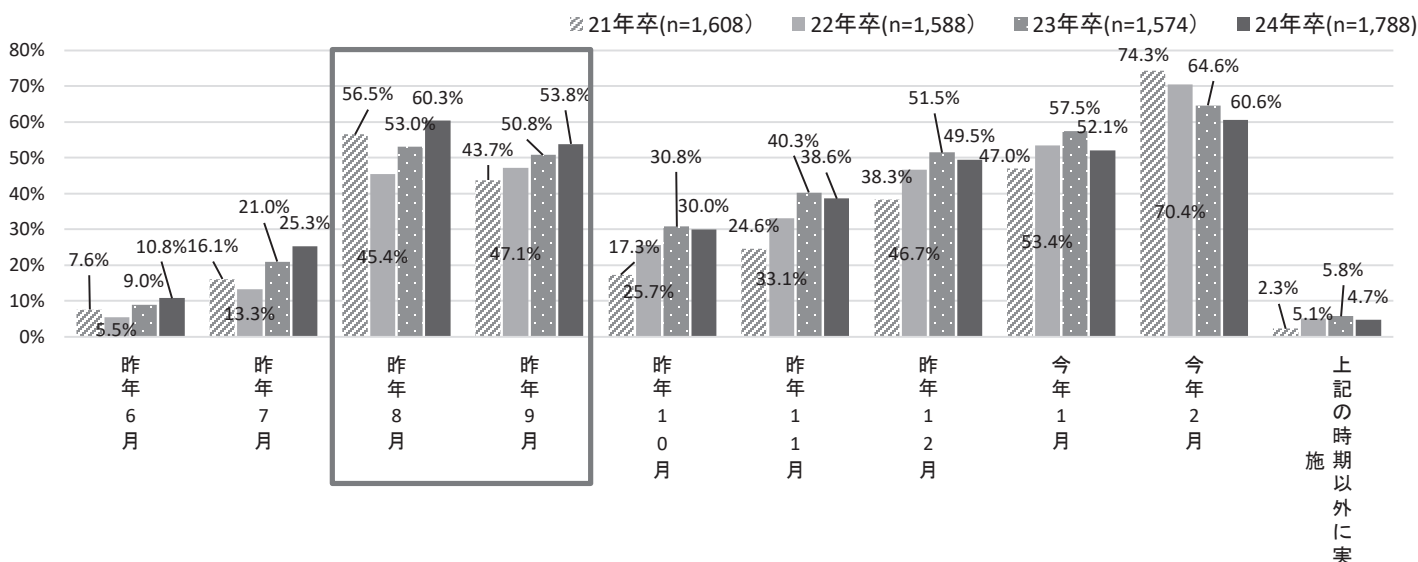
企業のインターンシップ・仕事体験の実施時期

企業

大学の夏季休暇にあたる8～9月の実施割合がコロナ禍前よりも増加

インターンシップ・仕事体験は大学が夏季休暇に入る時期（8～9月）に活発になる傾向にあったが、コロナ禍の影響で22年卒ではこの時期の割合が低下していた。WEBツールが導入されるなどして、徐々に実施割合は回復していたが、24年卒ではコロナ禍前よりもその割合が高くなった。

インターンシップ・仕事体験の実施時期

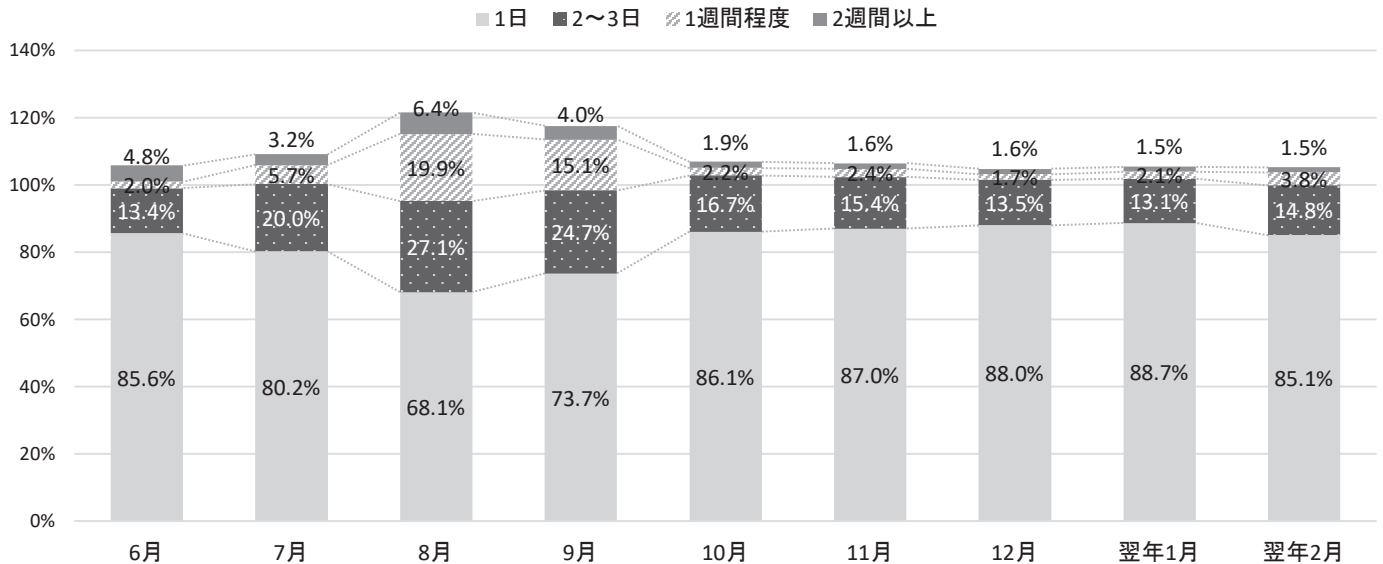


『インターンシップ・仕事体験の実施時期:マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

夏季休暇にあたる8～9月のインターンシップ・仕事体験は実施日数・期間が長い傾向

実施時期別にインターンシップ・仕事体験の実施日数を確認したところ、いずれの月も「1日」が最多であったが、そのなかでも8～9月については長い期間のプログラムが実施される傾向にあった。特に、8月は「2～3日」が27.1%となっており、調査対象期間内ではもっとも高い割合だった。長期間のプログラムに参加するためには学業との両立が課題になるが、学業に配慮し、夏季休暇を利用することで学生にとっても参加しやすい状況だったと思われる。

24年卒インターンシップ・仕事体験 実施時期別の実施日数



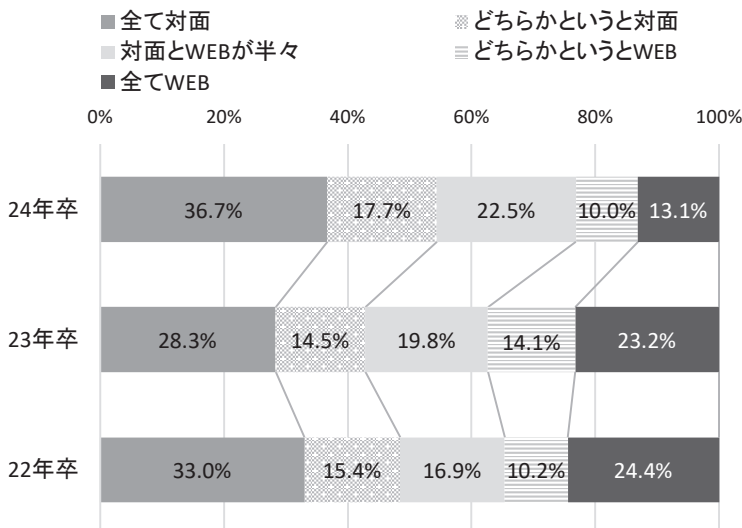
『インターンシップ・仕事体験の実施時期別の実施日数：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

企業のインターンシップ・仕事体験の実施形式

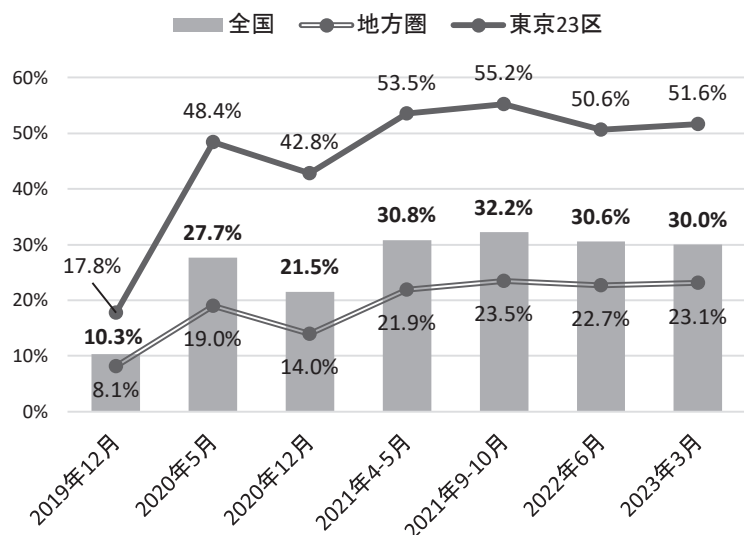
インターンシップ・仕事体験の実施割合は5割、対面開催が増加傾向

企業のインターンシップ・仕事体験の実施形式の推移をみると、24年卒では対面開催の割合が前年に比べて高まっており、「どちらかという対面(17.7%)」「全て対面(36.7%)」を合わせると、半数以上が対面開催になった。右図に示す通り、企業側のテレワークの実施状況を見ると、全国的には3割程度となっている。そのため、実際に仕事を行っている場での就業体験を実施しようと思うと、「対面開催」となるケースが多いと考えられる。

インターンシップ・仕事体験の実施形式



地域別テレワークの実施状況

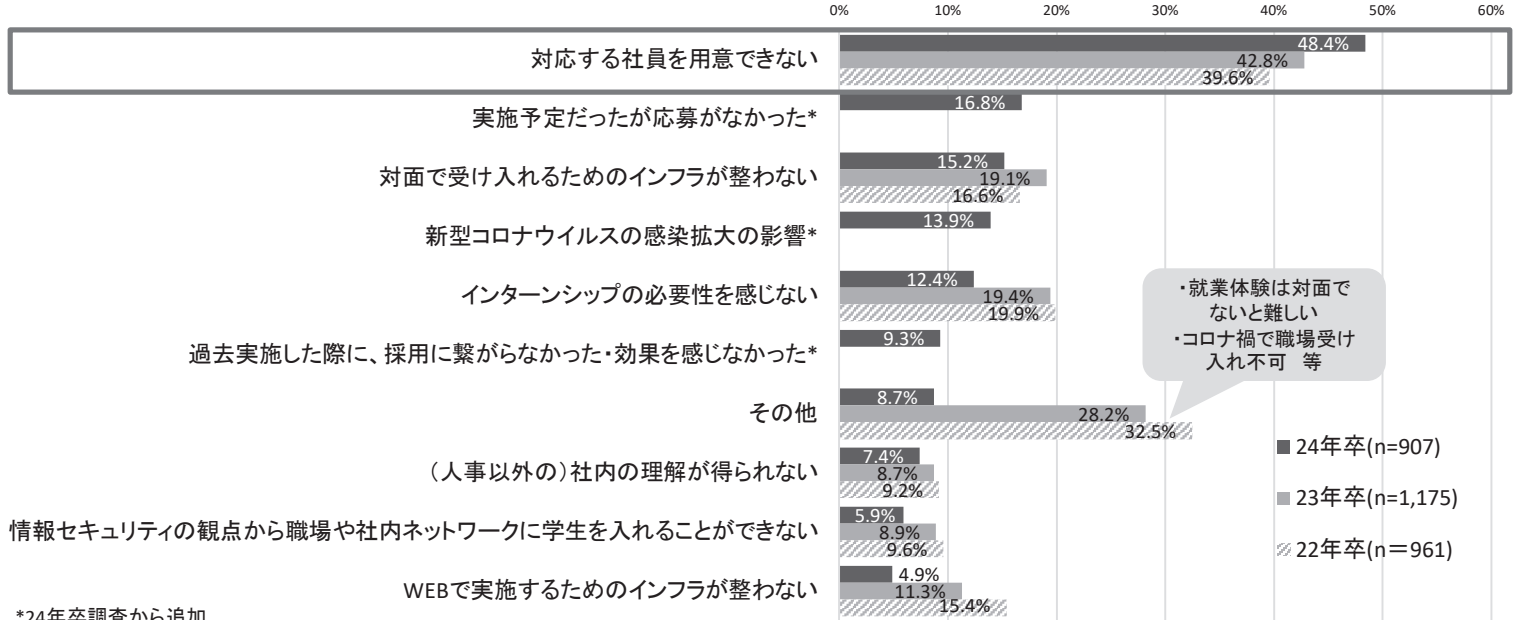


『インターンシップ・仕事体験の実施形式：マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月実施)』
『地域別テレワークの実施状況：第6回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査(内閣府,2023)』

「対応する社員が用意できない」が最多で半数近く

インターンシップ・仕事体験が実施できない理由について聞いたところ、「対応できる社員を用意できない」が最多で48.4%（対前年比5.6pt増加）だった。インターンシップ・仕事体験については徐々に対面での開催が増えてきていることもあり、受け入れ側の企業では、より丁寧な学生対応が求められ、マンパワーがさらに必要になっているためだと推察される。

インターンシップ・仕事体験をしなかった理由



*24年卒調査から追加

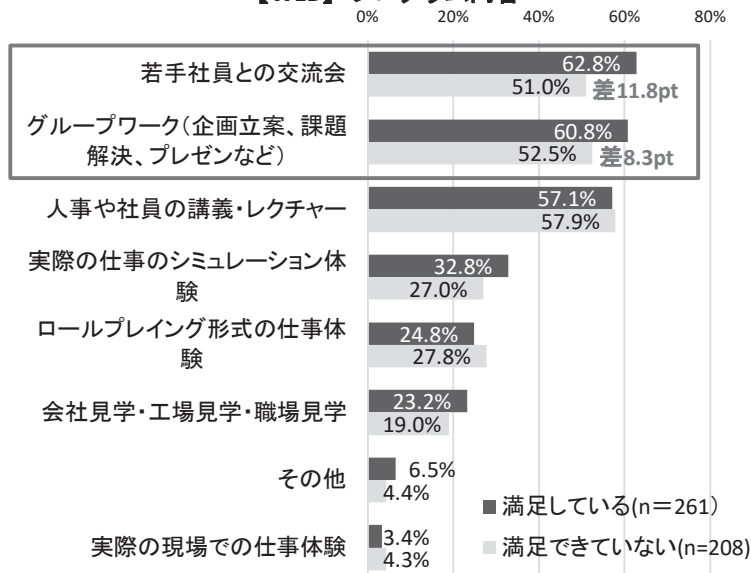
『インターンシップ・仕事体験をしなかった理由:マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月)』

インターンシップ・仕事体験への満足度別プログラム内容

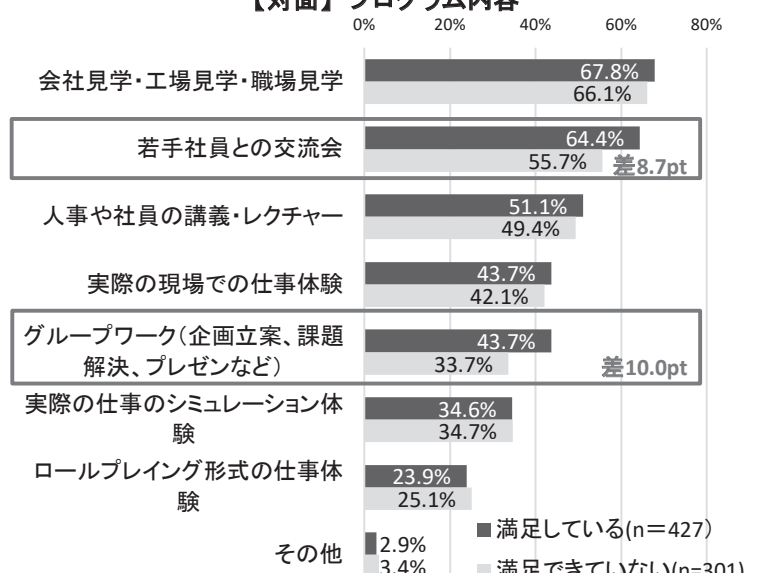
満足している企業で実施されているのは「若手社員との交流会」「グループワーク」

24年卒におけるインターンシップ・仕事体験の満足度を5件法で聞き、「満足している」企業と「満足できていない」企業で実施されたプログラム内容を比較した。特に、満足している企業との差が大きい項目を見ると、WEB、対面の両方で共通していたのが「若手社員との交流会」「グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)」だった。社員との交流や、学生同士の交流機会の多さが満足度につながったと推察される。

インターンシップ・仕事体験満足度別 【WEB】プログラム内容



インターンシップ・仕事体験満足度別 【対面】プログラム内容



『インターンシップ・仕事体験の満足度別 プログラムの内容(WEB、対面):マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

第6回目で見たのは「連携」の力、企業と大学、行政やNPO等との連携も

2018年にスタートした「学生が選ぶインターンシップアワード」は、学生の社会的・職業的自立に貢献したインターンシッププログラムを表彰するアワードとして開催されてきました。2022年6月に文部科学省・厚生労働省・経済産業省により「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」が示されたことをうけ、本アワードでは名称を「学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード」に変更しています。「キャリアデザインプログラム」という言葉は、新たに定義されたタイプ3、タイプ4の「インターンシップ」に限らず、それ以外のキャリア形成支援に係る取組を総称する言葉として設定しました。本アワードは新定義の「インターンシップ」プログラムに限らず、その他キャリア形成支援に係る取組も含め、真に学生にとって有益なプログラムの形を模索し、発信してまいります。



今回は全国の694法人・770プログラムの応募があり、株式会社麦の穂・相山女学園大学「産学連携による『キャリアデザインスキル習得プログラム』とキャリア形成のための『リアルな職場体験』」が大賞を受賞。産学連携の取り組みを表彰する「文部科学大臣賞」には、北九州市立大学「地域創生学群チャレンジプログラム」が選ばれた。また、地方創生賞には燕市（新潟県）が選ばれた。

<大賞>株式会社麦の穂・相山女学園大学「産学連携による『キャリアデザインスキル習得プログラム』とキャリア形成のための『リアルな職場体験』」

「トータル・ライフデザイン教育」を教育理念に掲げる相山女学園大学と、キャリア教育をベースとした人材戦略に取り組む株式会社麦の穂による連携プログラム。キャリアアパスのイメージを体感できるよう、「ピアードババの作りたて工房」の店舗体験からスタートし、その後、幅広い部門の業務を経験できる内容となっている。学生がじっくり振り返りできるようにと、事後学習の場を1か月以上後に設けた。「事前学習」では、大学で、インターンシップの目的や目標設定について考えることの重要性を伝えたほか、業界研究や企業研究、自己分析の方法などをレクチャー。企業は、学生一人ひとりの“なりたい自分”を意識した具体的な目標設定を行い、また、職業体験を通して学びや気づきを深めるために、事前課題も用意した。実店舗での接客や販売、店長業務を2日間経験した後、マーケティング、販促企画、新業態開発、商品企画といった、本社部門の実務を体験できる機会を提供。幅広いフィールドで活躍する多くの社員たちと、コミュニケーションを図った。「フィードバック・事後学習」では「SBI型」「サンドイッチ型」といった手法を用いて、各部門の部長クラスがフィードバックを行った。事後学習ではインターンシップの振り返りに加えて、経験を今後の学生生活や就職活動にどのように活かしていくかを考える時間を用意。疑問点のある学生の質問に対応する、フォローアッププログラムを設けたのも特徴だ。

<文部科学大臣賞>北九州市立大学「地域創生学群チャレンジプログラム」

「起業トライアル」と「リアル就職」という2つの実践型プログラムで構成。「起業トライアル」では、自ら考えた事業を3年次の5月から1月までの9か月間にわたってオウンスクで実施する。「リアル就職」では、3年次の9月から1月までの5か月間、週3～4日のフルタイムインターンシップを実施。1年次の必修科目で意識づけを行なう機会を設け、2年次には面談や研修で背中を押し、3年次には準備科目を用意するなど、学生がチャレンジしやすい体制づくりを心がけた。「事前学習」では3年次1学期の科目（地域創生特講／週2コマ）をインターンシップに向けた準備科目と位置づけ、週替わりで物事の捉え方や仕事、働き方、マネジメント、プレゼンなどに関する事前学習とディスカッションを繰り返している。それらを通じて、チームビルディングを行いながら、マインドセットを固めた。社員との交流状況は受け入れ先企業によって異なるものの、幅広い層の社員と交流を図れるよう工夫した。「フィードバック・事後学習」では事前研修、1ヶ月後研修、ギアチェンジ研修、修了研修など、学生自らが経験の言語化を図り、教員やコーディネーターがフィードバックを行う機会を数多く設けた。最終報告会では受け入れ先企業や後輩学生に向けてインターンシップの成果を発表してもらった。これらの取り組みを通して、就職活動で大切にしたいことや働くうえで譲れないものをクリアにし、学生たちに確固たる軸を見つけるヒントを提供。

※カンファレンスの模様など詳細な情報は特設サイト「インターンシップアワード」(<https://internship-award.jp/>)で公開中

第6回「学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード」研究報告

キャリア形成活動と卒業後の活躍の関連

学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワードでは応募のあった企業・大学等団体のインターンシップ・仕事体験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・仕事体験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・仕事体験』を明らかにしようとする共同研究で追及してきた。多摩大学 初見准教授による分析結果を紹介したい。（2023年5月に実施された本アワードカンファレンスでのクロージングキーノートより）

社会人基礎力や自律的キャリア観を育むためには、キャリア形成活動の内容が重要であり、社会人基礎力が高い学生ほど、入社後の「ワーク・エンゲージメント^[1]」が高まる

▼ **就業体験と低学年次からのキャリア形成活動がキャリアデザインプログラム発展のヒントに**

<ポイント1> 在学中の社会人基礎力の育成・向上は、卒業後の「ワーク・エンゲージメント」を高める

<ポイント2> 社会人基礎力(能力面)と、自律的キャリア観(マインド面)^[2]は強く関連する

<ポイント3> 社会人基礎力や自律的キャリア観の育成において、現在行われている各種のキャリア形成活動は有効

<ポイント4> 特に就業体験系のキャリア形成活動は真剣に取り組むことによる伸びしろ(効果量)が大きい可能性がある

[1] 分析するにあたり、まず“生き生きと働いている状態”を示す指標として、仕事に対する活力・熱意・没頭から構成される概念である『ワーク・エンゲージメント』を採用。これが高いほど、生産性の向上や離職率の低下、職務満足などにつながるかとされている。

[2] 『自律的キャリア観』とは、『会社に頼らず、自分のキャリアを自律的に築いていきたい』『自分のキャリアにおける成功や失敗は自分の責任である』『究極的には、キャリアを前進させるために頼るべきは自分自身だ』といったマインドのこと。

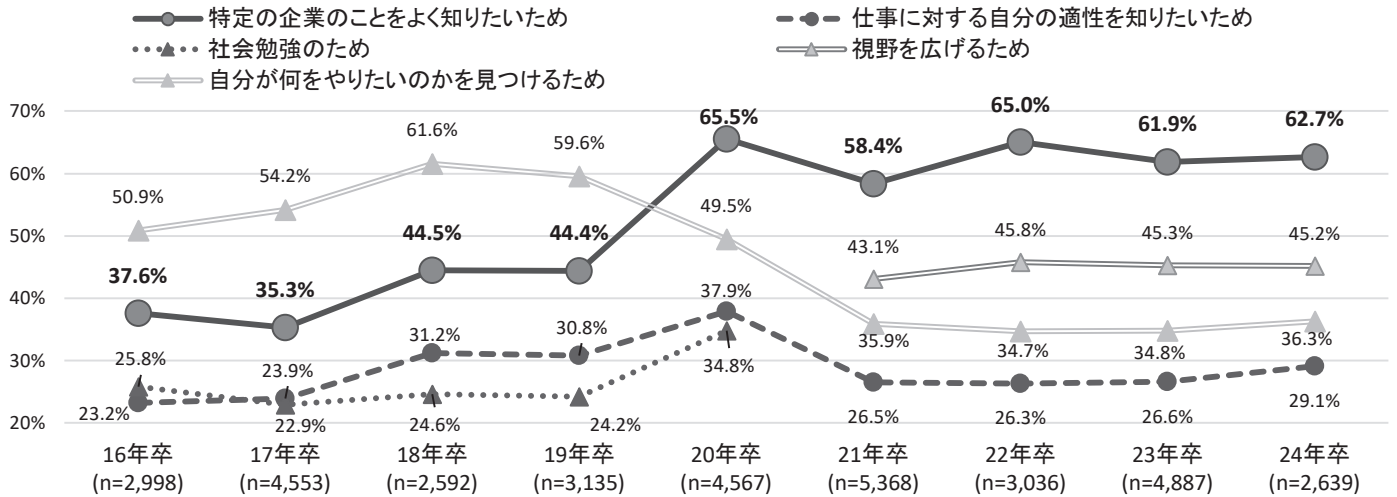
その他分析結果については、本誌特集コラム「在学中のキャリア形成活動と卒業後の活躍」(多摩大学 初見准教授)に詳しく記載。

インターンシップ・仕事体験の参加目的は「特定の企業のことをよく知るため」が上位に

インターンシップ・仕事体験の参加目的は「展望化(=視野の拡大)」と「焦点化(=対象の絞り込み)」の2つの視点があり、年を追うごとに「特定の企業のことをよく知りたいため(焦点化)」の割合が高くなっている。インターンシップ・仕事体験が一般的になり、参加準備を行うタイミングが前倒しになったことで、参加するタイミングで目的がより具体的になっている様子が見えてくる。

<選択肢の分類> 展望化(=視野の拡大):「社会勉強のため」「視野を広げるため」「自分が何をやりたいのかを見つけるため」
 焦点化(=対象の絞り込み):「特定の企業のことをよく知るため」「仕事に対する自分の適性を知るため」

インターンシップに参加した理由(上位項目)推移



※20年卒調査から選択肢を増やしたため、16年卒から共通しており、かつ回答割合の高いものを中心に抜粋

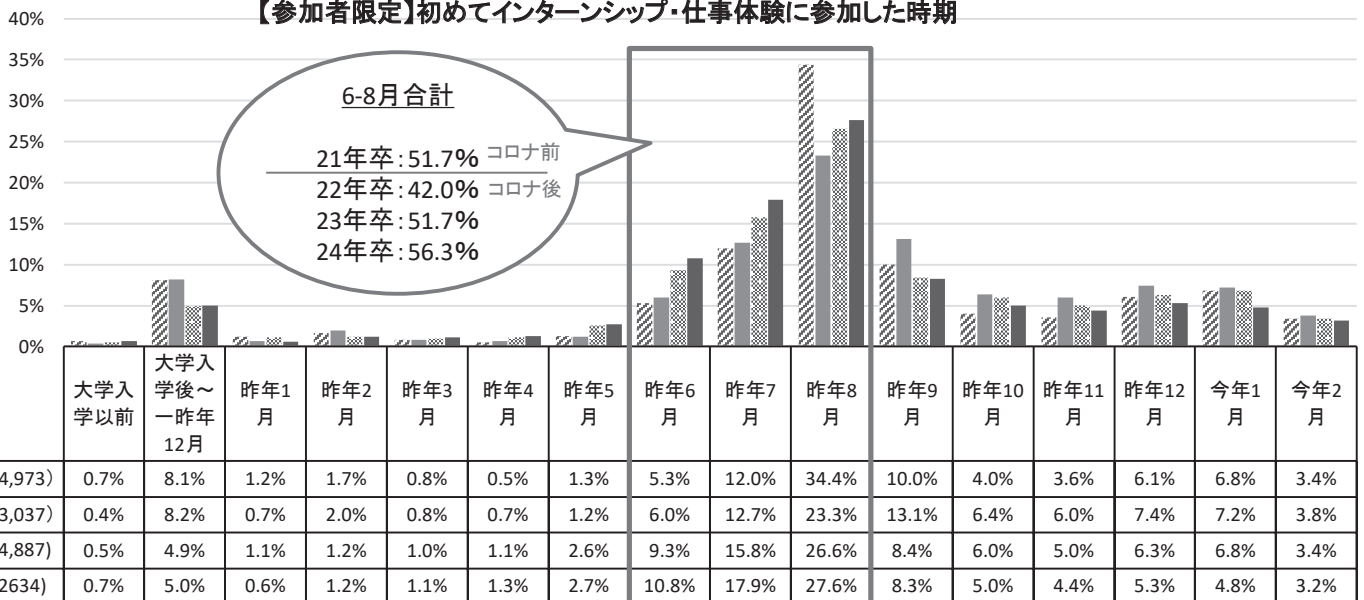
『インターンシップ・仕事体験に参加した理由: マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)』

学生がインターンシップ等に初めて参加した時期

6~8月の間にインターンシップ等に初めて参加した割合は56.3%と前年から4.6pt増加

コロナ禍の影響で夏開催のインターンシップ・仕事体験の参加割合が大きく減少した22年卒から、年を追うごとにその割合は回復してきたが、24年卒においては6~8月の割合が56.3%となり、コロナ前の21年卒を上回っている。最も多いのは夏季休暇に当たる8月だが、最近では授業の合間などでも参加しやすいオンライン開催のプログラムもあり、全体的にインターンシップ・仕事体験への参加時期が早くなっているようだ。

【参加者限定】初めてインターンシップ・仕事体験に参加した時期

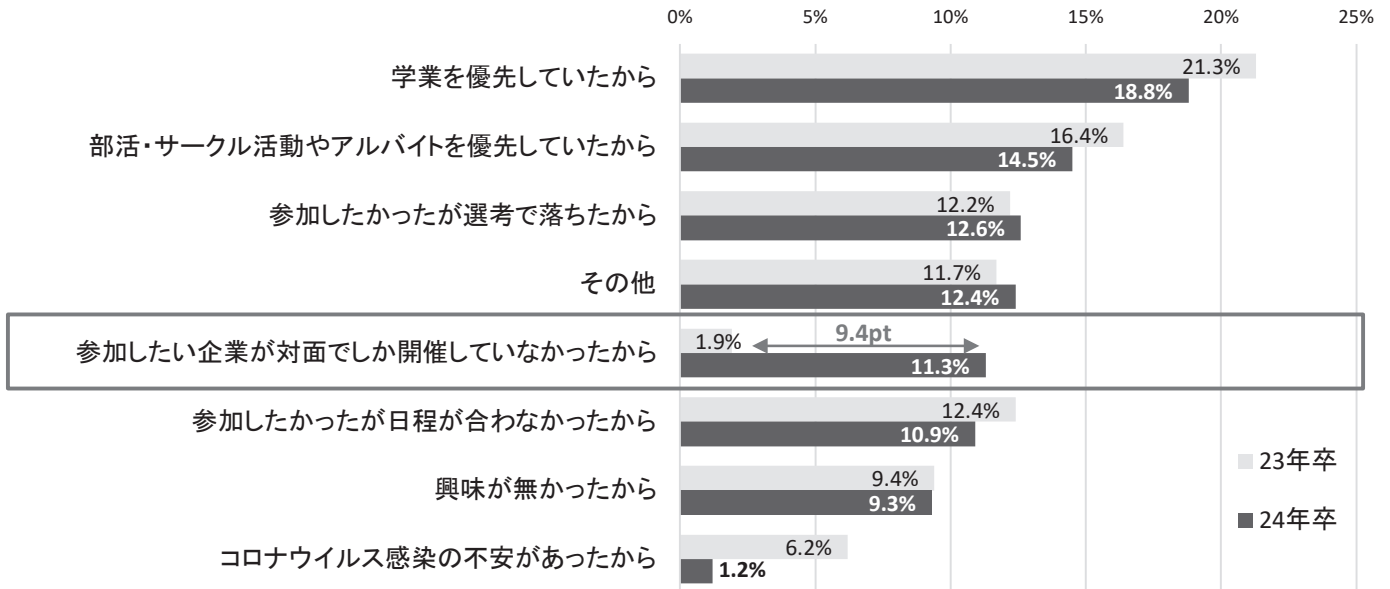


『【参加者限定】初めてインターンシップに参加した時期: マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)』

「学業」など対面での活動が増えたことで調整が難しくなった可能性がある

先述したとおり、大学での授業が対面開催に戻るとともに、インターンシップ・仕事体験の実施形式についても対面の割合が回復してきた。そのため、授業やインターンシップ・仕事体験がともにWEB開催だったときと比べて、遠方からの参加や、スケジュール調整が難しくなったと推察される。インターンシップに参加しなかった理由として、前年からの増加幅が最も大きいのは「参加したい企業が対面でしか開催していなかったから(11.3%)」で、前年から9.4pt増となっていた。

インターンシップに参加しなかった主な理由(単一回答、上位抜粋)



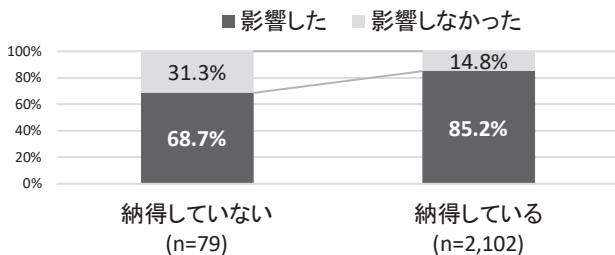
【不参加者限定】 インターンシップに参加しなかった理由: マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)】

内定獲得におけるインターンシップ・仕事体験参加の効果

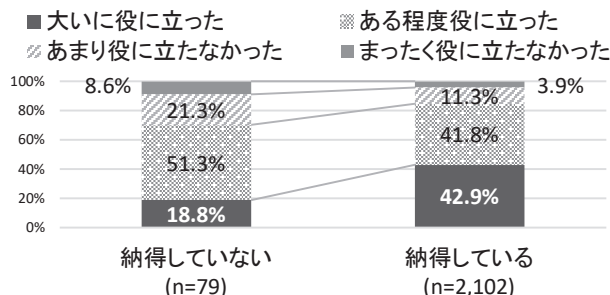
内々定先納得度の高い人ほど「企業に対する理解が深まった」

内々定先への納得度を5段階で評価してもらい、1、2を「納得していない」とし、4、5を「納得している」として、インターンシップ・仕事体験参加の影響度合いを聞いた。内々定先納得度に関わらず、業界、職種に対する理解が深まったとの回答が高かったが、特に内々定先納得度が高い人は「企業に対する理解が深まった」と回答している。深い理解が納得感につながっているようだ。

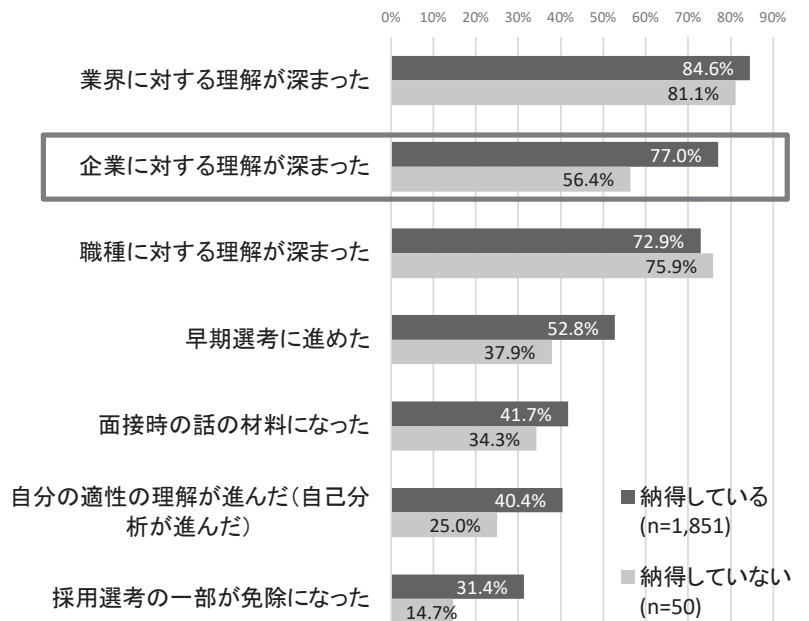
インターンシップの内容は企業選択に影響したか



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内容(上位抜粋)

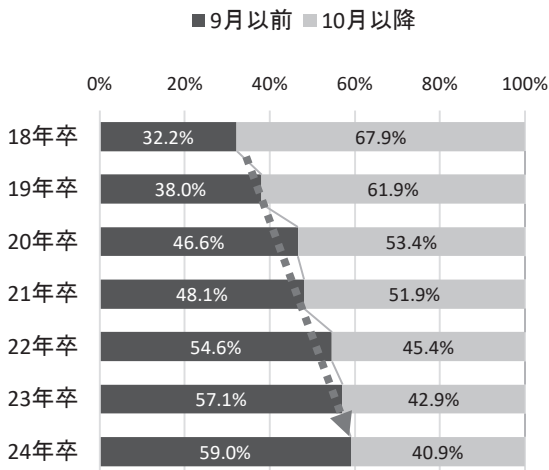


【インターンシップの内容は企業選択に影響したか、内々定獲得に役立ったか、役に立った内容: マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)】

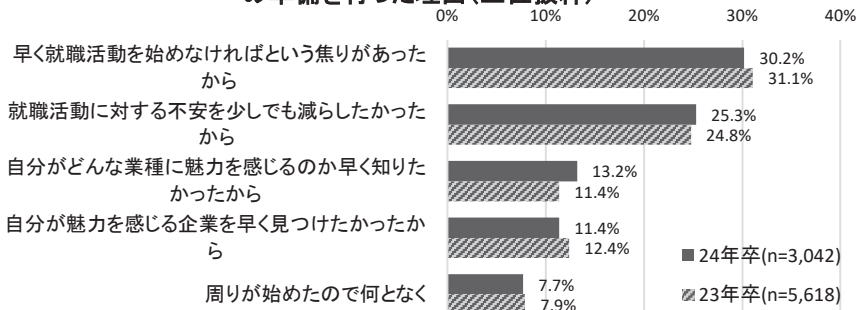
全体的に焦りや不安感があり、就職活動準備の開始時期が前倒しに

インターンシップ・仕事体験以外の就職活動の準備を開始した時期が「9月より前」である学生の割合は年々増えており、24年卒では59.0%となった。その理由としては「焦り」「不安」が目立つ。一方、広報活動開始前である2月の段階で就職活動の準備状況を聞くと、「(「十分」+「ある程度」)できている」との回答は29.4%と、前年から微増していた。

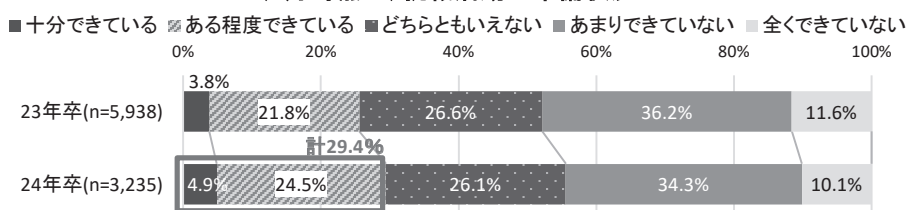
【活動した学生限定】
インターンシップ・仕事体験以外の
就職活動準備の開始時期



【活動した学生限定】インターンシップ・仕事体験以外の就職活動
の準備を行った理由(上位抜粋)



(2月時点の)就職活動の準備状況



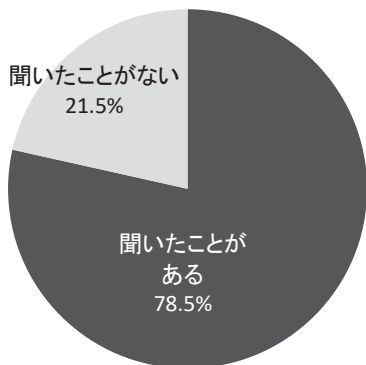
『インターンシップ・仕事体験以外の就職活動準備の開始時期、行った理由、就職活動の準備状況：マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)』

(インターンシップ・仕事体験以外で)社会人に話を聞いたか

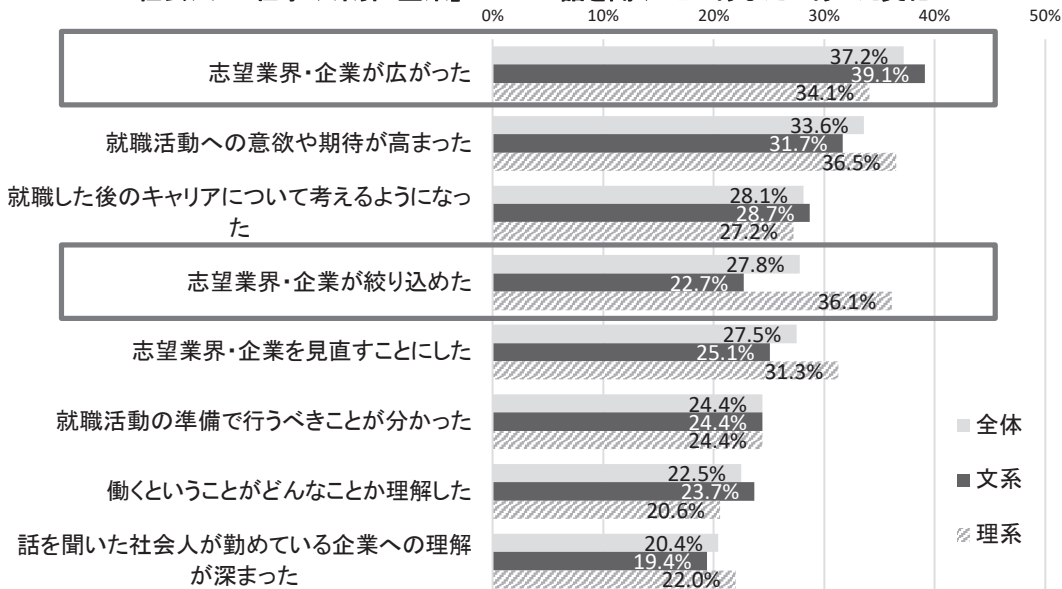
文系では「志望業界・企業が広がった」、理系では「志望業界・企業が絞りこめた」

就職活動開始前にインターンシップ・仕事体験以外で社会人に話を聞いたことのある学生は多く78.5%だった。話を聞いて自分にあった変化について聞いたところ、文系学生では「志望業界・企業が広がった」が最多で39.1%であるのに対し、理系学生では「志望業界・企業が絞りこめた」が36.1%となった。(理系学生の最多は「就職活動への意欲や期待が高まった(36.5%)」) 視野を広げる方向と、選択肢を絞り込んでいく方向のいずれにも社会人に話をきくことがそれぞれに影響したようだ。

(インターンシップ・仕事体験以外で)
社会人に話を聞いたことがあるか



社会人に「仕事や業界・企業」について話を聞くことであなたにあった変化

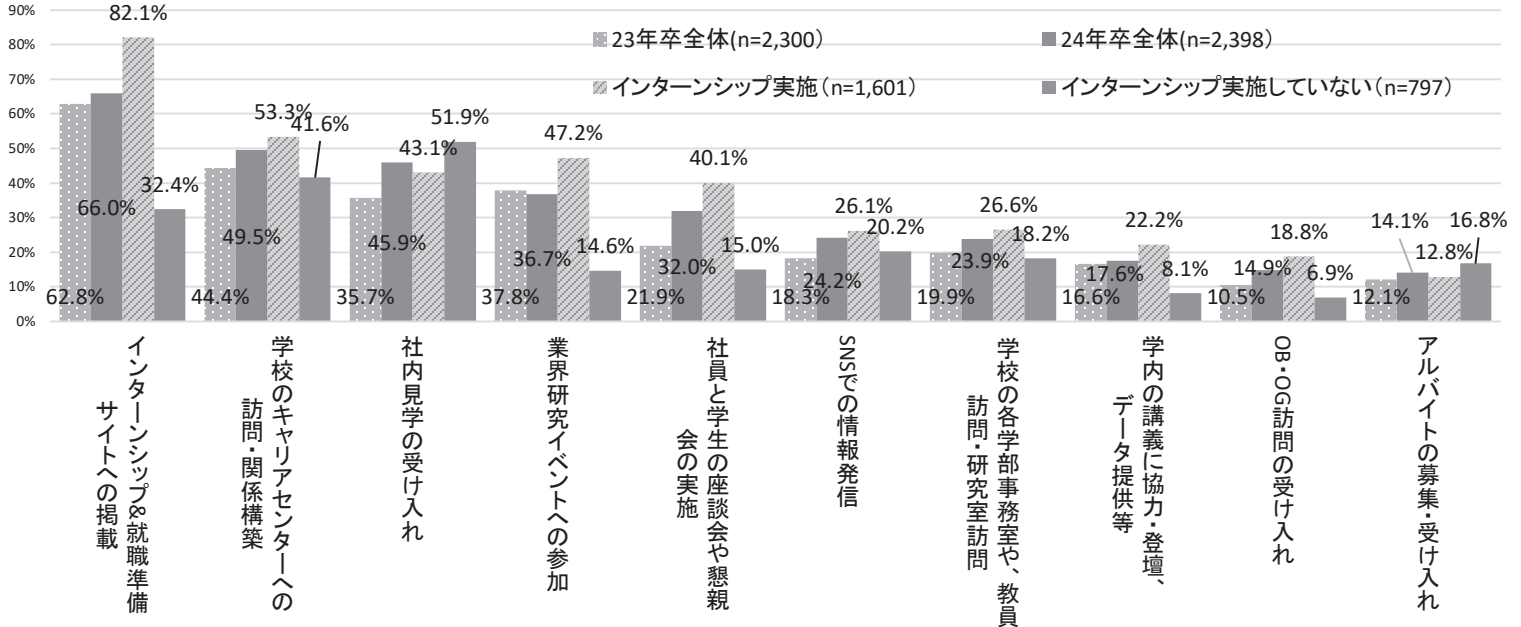


『社会人に話を聞いたことがあるか、社会人に話を聞くことであなたにあった変化：マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前調査(2023年2月)』

キャリアセンター訪問や社内見学受け入れなどが増加

インターンシップ・仕事体験以外で、広報活動開始前に実施したことを聞いたところ、「学校のキャリアセンターへの訪問・関係構築」「社内見学の受け入れ」「社員と学生の座談会や懇親会の実施」などコロナ禍では実施が難しかった施策で前年からの増加が目立った。

(広報活動開始前)インターンシップ、仕事体験以外に実施したこと (上位抜粋)



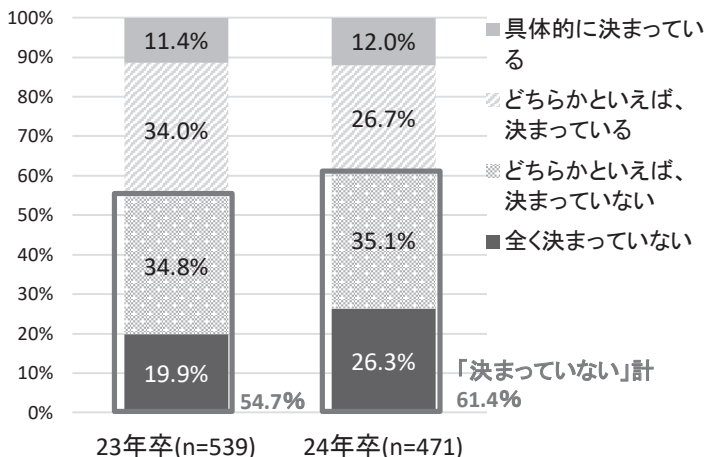
『インターンシップ・仕事体験以外に実施したこと: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

仕事・キャリアの方向性を考える時期

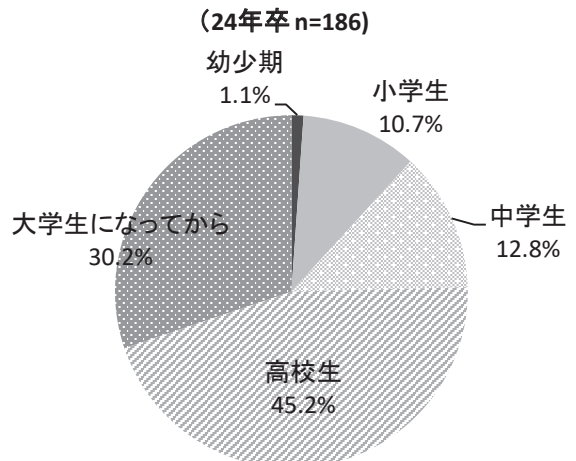
大学2年生の段階でキャリアの方向性が決まっていない人は61.4%(対前年6.7pt増加)

24年卒の学生が大学2年生のときに「仕事・キャリアの方向性が定まっているか」を聞いたところ、「決まっていない(「どちらかといえば」「全く」の合算)」との回答が61.4%で前年から6.7pt増加していた。すでに仕事・キャリアの方向性が決まっている人にそのことについて意識し始めた時期を聞いたところ「高校生」が最多で45.2%、次いで「大学生になってから」が30.2%だった。学生の多くが大学生になってから仕事・キャリアの方向性を考え始めていることがわかる。24年卒は大学入学当初からコロナ禍であったことから、これまで以上にキャリアについて考えることが難しかったと思われ、より一層、広報活動開始前の準備が重要だったと考えられる。

【大学2年生時点】大学卒業後に自分が就きたい仕事・キャリアの方向性が決まっているか



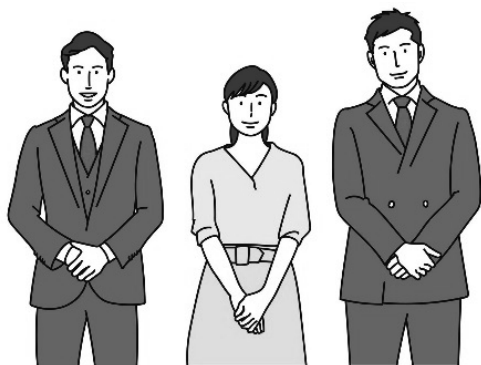
【決まっている人】現在希望している仕事・キャリアについて、意識し始めたのはいつごろか



『現時点において自分が就きたい仕事・キャリアの方向性が決まっているか、【決まっている人】現在希望している仕事・キャリアについて、意識し始めたのはいつ頃か: マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2021年12月)』

企業の採用意欲は前年からさらに高まり、 採用選考、内定出しの開始時期が前倒しに

数年後を見越して実施される新卒採用は中途採用などに比べると景気の影響を受けづらいため、前年からすでに企業側の採用意欲は高まりを見せていたが、24年卒においてはそれがさらに顕著となった。特に採用選考、内定出しの開始時期が前倒しになったことで、3～5月の内々定率は前年を上回って推移してきた。そのため、企業側は母集団の確保に苦戦を強いられている。今後、若者人口が減少していくなか、人材獲得競争がより一層激化することが予想され、「多くの応募者から選考を通して候補者を絞り込んでいく」という形式は難しくなっていくだろう。



企業の動き

前年以上に採用意欲が高まり、競争が激しくなるなか、企業はどのような採用活動を行ってきたか

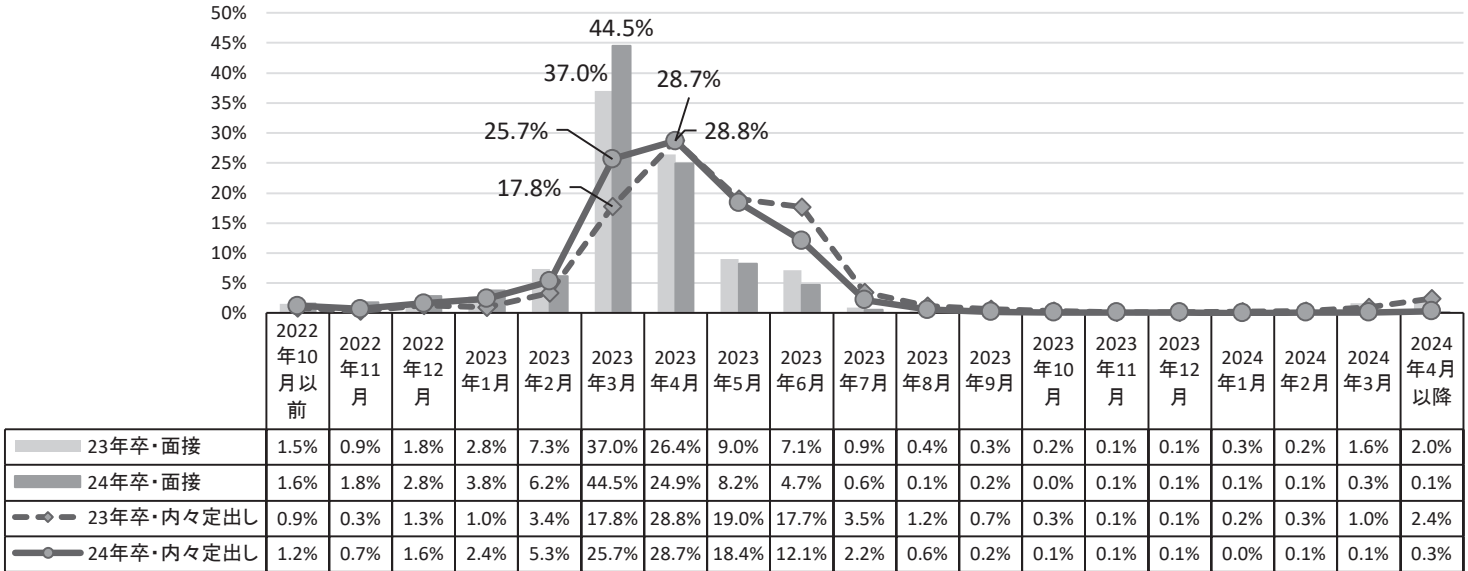
前年に引き続き、面接開始は3月、内々定出しの開始は4月が最多

企業

3月の広報活動開始時期に面接を開始する企業が44.5% (対前年7.5pt増)

採用意欲の高まりとともに面接・内々定出し開始の時期が前年よりも前倒し傾向となり、3月の広報活動開始とともに面接を開始する割合が44.5% (対前年7.5pt増) だった。内々定出しの開始時期は前年と同様に4月 (28.7%) が最多ではあるが、3月の割合が前年から7.9pt増の25.7%となっている。

面接・内々定出しの「開始」時期の前年比較



『面接・内々定出しの「開始」時期の前年比較: マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査 (2023年2月)』

フェーズ別学生数の前年比較の推移

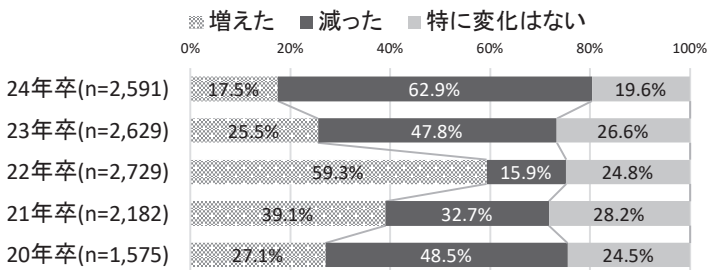
企業

学生の自社に対する行動量についての企業側の認識は全体的に「減った」という印象

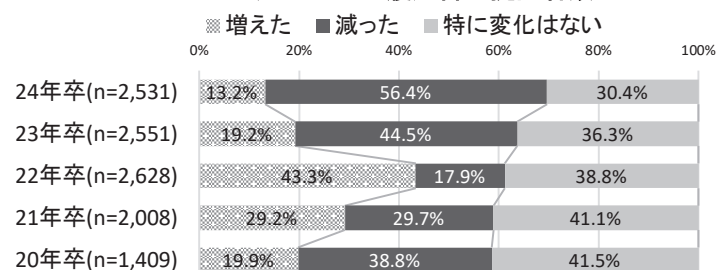
前年から続く、企業側の採用意欲の高まり、競争の激化により、24年卒は学生の自社に対する行動量は全体的に「減った」との印象が強いようだ。特に、「エントリー学生数」については「減った」が62.9%と前年から15.1pt増加している。

フェーズ別 前年との比較

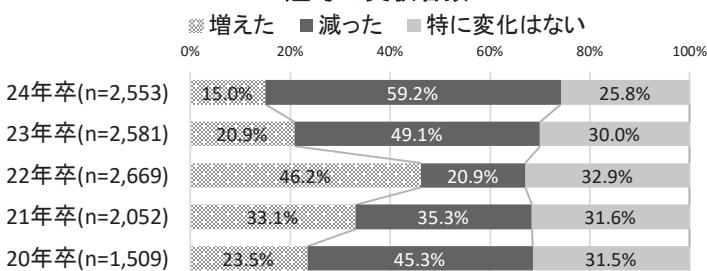
エントリー学生数



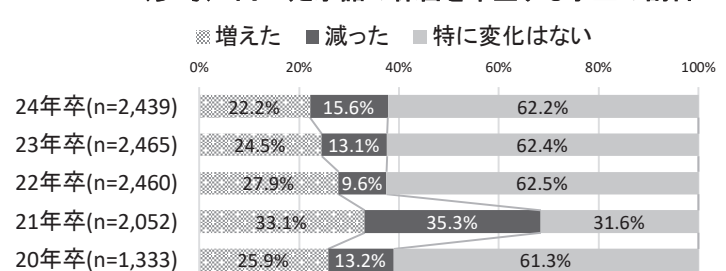
エントリーシートや履歴書の提出者数



選考の受験者数



(参考) 内々定承諾の保留を希望する学生の割合



『フェーズ別前年との比較: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査 (2023年6月)』

「前年よりも『採用したい』と思う学生が少ない」が増加

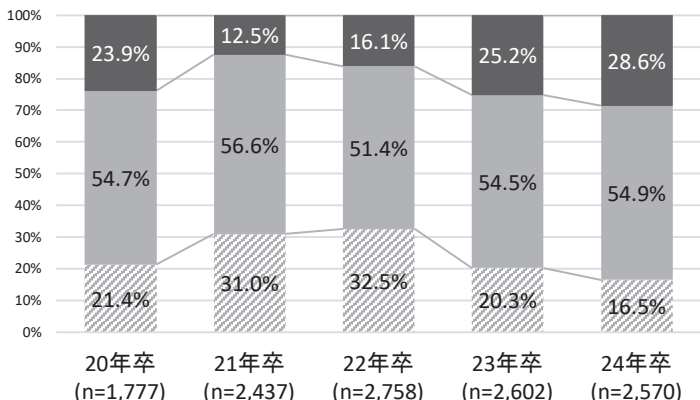
企業

エントリー学生の志望度・熱意・マッチング度合いの低さに対して不満を感じていた

学生の質に関して聞いたところ、最多は「質は変わらない」で54.9%と半数を超えているが、前年に引き続き、「前年よりも『採用したい』と思う学生が少ない(質が落ちた)」が増加しており、28.6%(対前年3.4pt増)だった。「エントリー者の質」のみに限定したものではないが、採用活動について「不満」と回答している企業の理由を確認したところ、「志望度・熱意の低さ」「(自社の採用方針との)マッチング度の低さ」に関わる内容があげられていた

学生の質の変化

- 前年よりも、「採用したい」と思う学生が少ない(質が落ちた)
- 前年と、大体同じ印象の学生からのエントリーが多い(質は変わらない)
- ※ 前年よりも、「採用したい」と思う学生が多い(質が上がった)



「前年よりも『採用したい』と思う学生が少ない」との回答、かつ採用活動の総合的な評価が「**不満**」だった企業の声



(自社の採用方針と)マッチング度の高い学生からのエントリーが少ない。

選考途中で辞退する学生が増加した。

例年以上に説明会の当日キャンセルが多く、選考に参加してくれる人数が集まりにくいので心配が尽きなかった。

インターンシップ・仕事体験参加者から選考(に参加した人)においての質は担保できたが、個別企業セミナーのみの参加者からの内定者の割合が低かった。

対面面接では参加者がマスクを着用し、Web面接では顔を出さず、熱意が伝わらなかった。

『学生の質の変化、「不満」の理由(自由記入)：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

業種別にみた「面接時に注視すること」

企業

※多くの業界に共通点しているのは「コミュニケーション能力」「明るさ・笑顔・人当りの良さ」「入社したいという熱意」

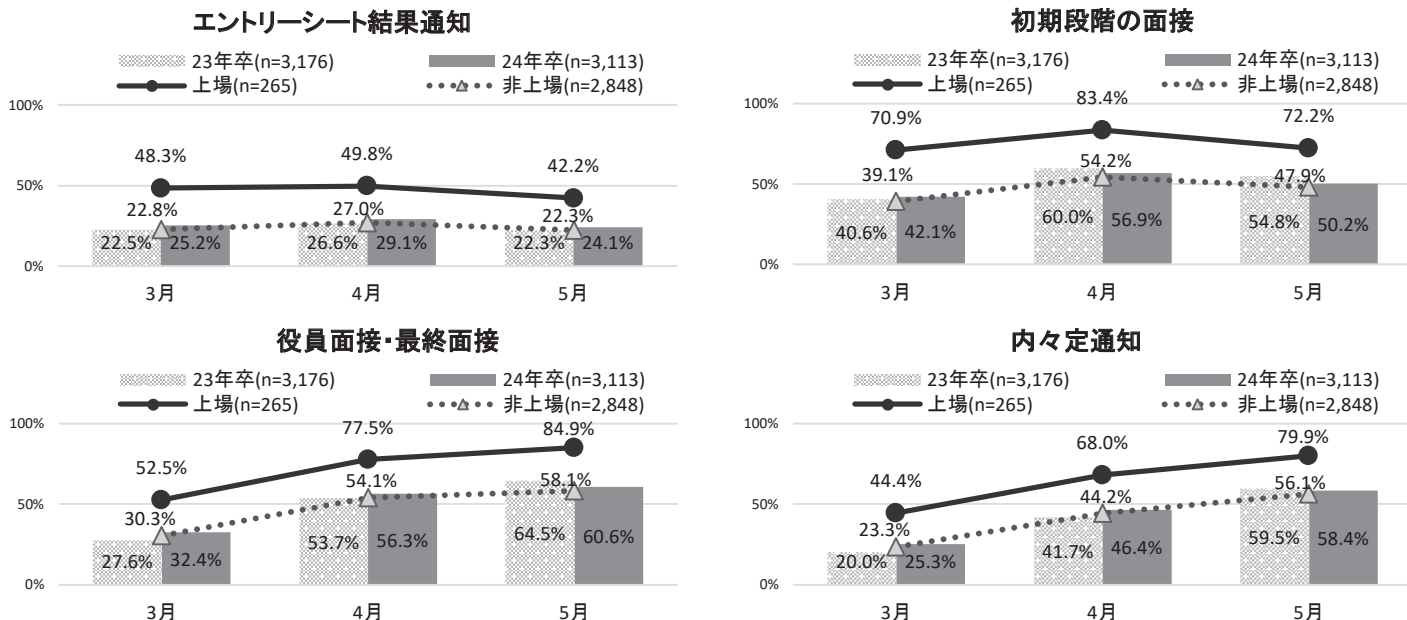
| | 全体 (n=2,657) | 建設 (n=378) | 製造 (n=638) | 商社 (n=334) | 小売 (n=136) | 金融 (n=110) | マスコミ (n=74) | ソフトウェ ア・通信 (n=303) | サービス・官公庁・ インフラ (n=604) | 官公庁・ 公社・団 体(n=80) |
|-----------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|--------------------------|------------------------------|-------------------------|
| コミュニケーション能力 | 50.6% | 47.1% | 50.6% | 48.2% | 62.5% | 60.9% | 47.3% | 61.4% | 48.0% | 61.2% |
| 明るさ・笑顔・人当りの良さ | 39.3% | 29.6% | 26.2% | 45.5% | 60.3% | 42.7% | 33.8% | 20.5% | 41.7% | 47.5% |
| 入社したいという熱意 | 37.3% | 44.7% | 41.1% | 37.7% | 25.7% | 32.7% | 50.0% | 35.0% | 35.6% | 20.0% |
| 職場の雰囲気にか合うか | 36.8% | 40.5% | 37.1% | 36.5% | 27.2% | 34.5% | 45.9% | 31.4% | 38.4% | 31.2% |
| 素直さや伸びしろ等の成長可能性 | 25.7% | 25.4% | 24.8% | 29.9% | 22.1% | 24.5% | 12.2% | 34.7% | 26.2% | 16.2% |
| まじめさ・誠実さ | 18.0% | 20.4% | 17.4% | 16.8% | 16.2% | 23.6% | 9.5% | 15.2% | 18.4% | 18.7% |
| 協調性 | 15.2% | 15.1% | 15.5% | 9.9% | 17.6% | 12.7% | 6.8% | 11.6% | 16.9% | 18.7% |
| 自己紹介・自己PRの内容 | 11.3% | 13.2% | 13.2% | 9.6% | 10.3% | 4.5% | 10.8% | 8.6% | 10.9% | 16.2% |
| ストレス耐性 | 11.3% | 9.3% | 10.3% | 12.9% | 14.7% | 13.6% | 16.2% | 11.6% | 10.8% | 13.7% |
| 企業・業界理解の深さ | 9.6% | 10.6% | 8.5% | 6.6% | 11.0% | 6.4% | 14.9% | 13.5% | 10.1% | 7.5% |
| 言葉遣い・態度 | 8.8% | 9.5% | 6.1% | 12.6% | 6.6% | 10.9% | 5.4% | 5.3% | 9.3% | 11.2% |
| 身だしなみ、清潔感 | 6.7% | 5.0% | 3.8% | 9.3% | 6.6% | 8.2% | 1.4% | 3.3% | 8.3% | 3.7% |
| 臨機応変に対応できるか | 6.5% | 6.3% | 8.9% | 6.3% | 7.4% | 0.9% | 12.2% | 4.6% | 5.5% | 7.5% |
| 様々な能力のバランスの良さ | 5.5% | 4.0% | 6.3% | 6.0% | 5.9% | 7.3% | 14.9% | 8.6% | 5.1% | 11.2% |
| 地頭の良さ | 5.4% | 5.3% | 7.1% | 4.5% | 2.2% | 7.3% | 10.8% | 14.9% | 5.5% | 3.7% |
| 大学で学んでいることをきちんと説明できるか | 4.3% | 3.7% | 10.8% | 4.2% | 1.5% | 1.8% | | 5.9% | 2.8% | 2.5% |
| 技術的・専門的な知識 | 2.7% | 3.4% | 6.9% | | 1.5% | | 1.4% | 8.6% | 1.8% | |
| 個性的な人材かどうか | 0.7% | 0.5% | 0.9% | 0.6% | | 1.8% | 1.4% | 0.3% | 1.0% | 1.2% |
| 1つのことを極められること | 0.5% | 1.1% | 0.3% | 0.6% | | | | 0.7% | 0.3% | |

『業種別「面接で注視すること」：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

全体的に3月の実施割合が前年を上回り、採用活動の開始が早まっている様子が見える

上場企業のほうが6月より前の段階で採用選考を実施している割合が高いが、実施率の波形は上場区分に関わらず、全体的に同様の傾向が見られる。また、「初期段階の面接」は4月が最多で5月には減少に転じており、「役員面接・最終面接」「内々定通知」は右肩上がりに上昇するという動き方は前年と同様だが、全体的に3月の実施割合が前年より高くなっており、採用活動が前倒しで実施されていることがわかった。

※ 各月に実施した採用活動を複数選択で回答したものを項目別に提示



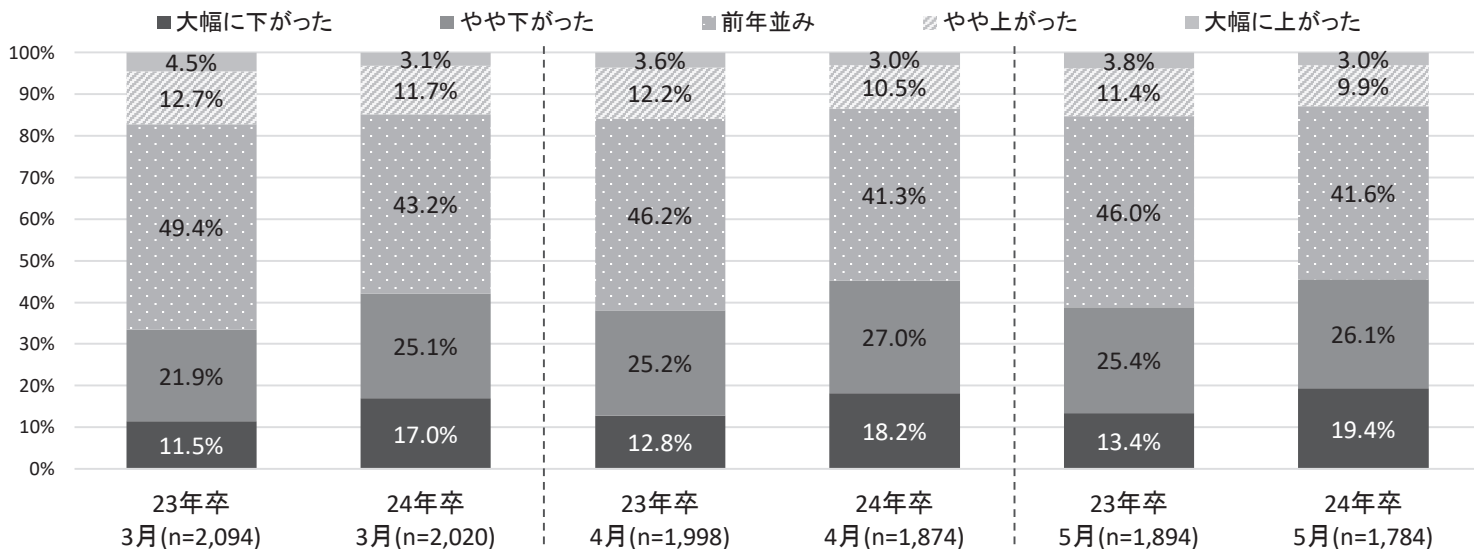
『2023年3～5月に実施したこと: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

個別企業セミナーから選考への歩留まりは全体的に前年から低下

選考への参加割合は時期に限らず、前年よりも「下がった」という印象が増えている

月別で個別企業セミナーから選考への参加割合の前年比較を聞いたところ、「前年並み」が最多ではあるが、全体的に「下がった」の割合が増えている。採用選考が前倒しになることで、月を追うごとに個別企業セミナーから選考への参加割合が低下することは前年と同様の傾向ではあるが、それ以上に3～4月の段階で前年より「下がった」割合が増えていることが目立つ結果となった。学生が採用選考に参加する企業を絞りこむタイミングが前倒しになっていると考えられる。

【月別】個別企業セミナーから選考への参加割合



『【月別】個別企業セミナーから選考への参加割合: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

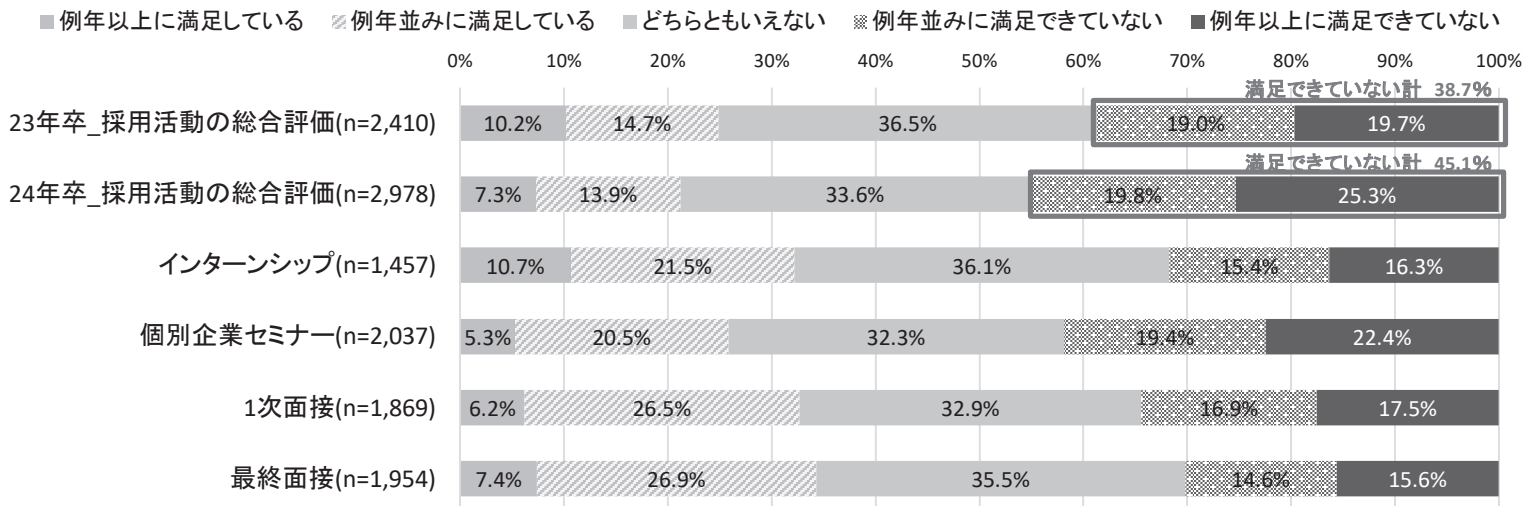
採用満足度の総合評価が前年よりも低下

企業

6月時点での採用活動への満足度は「満足できていない」が前年よりも6.4pt増加

採用活動における満足度を聞いたところ「インターンシップ」「最終面接」では「満足している」が「満足できていない」を上回っていたが、「個別企業企業セミナー」「1次面接」では「満足できていない」の割合が多かった。総合評価については、「満足できていない」が45.1%と前年から6.4pt増加しており、24年卒の新卒採用が企業側にとって厳しい状況である様子がうかがえる結果となった。

採用活動に対する満足度



次頁以降、満足度別に示しているデータは、「採用満足度」を聞く設問の回答結果から以下のように分類している。
 ・「例年以上に満足している」「例年並みに満足している」と回答した企業を「満足」
 ・「例年以上に満足できていない」「例年並みに満足できていない」と回答した企業を「不満足」

『採用活動に対する満足度：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

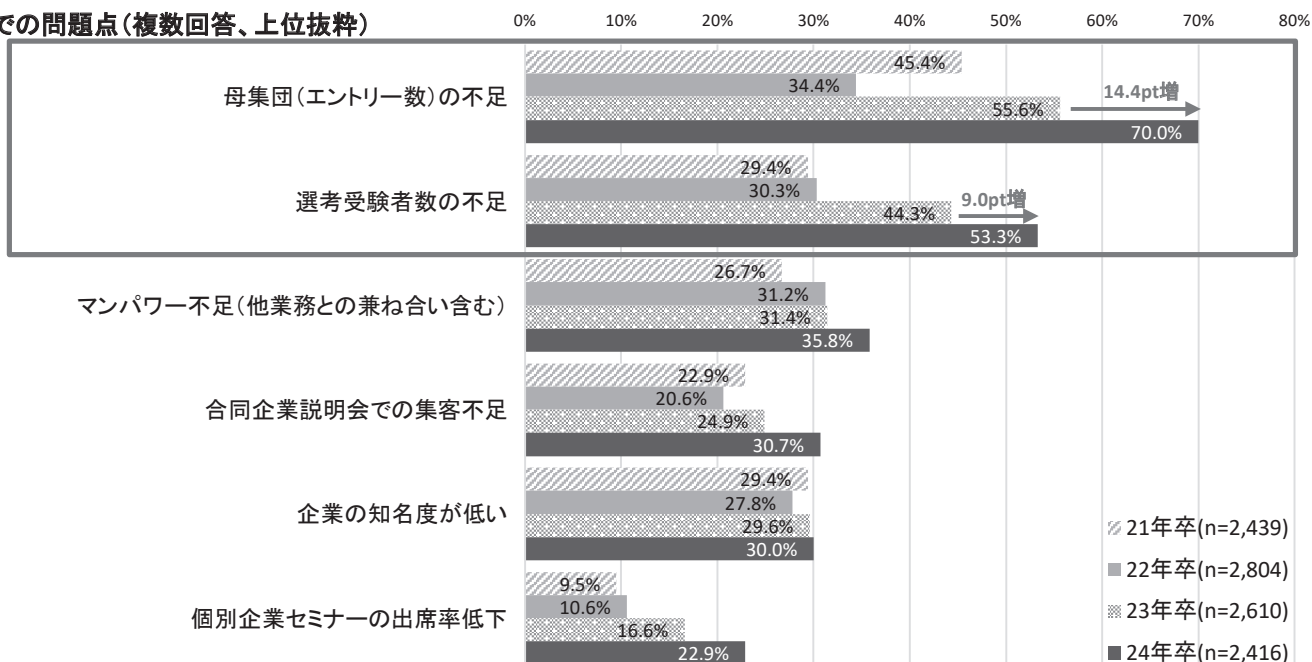
現時点での問題点は「母集団の不足」が7割

企業

前年以上に「母集団(エントリー数)の不足」「選考受験者の不足」が問題視されている

6月時点の問題点を聞いたところ、選考母集団を含めた母集団形成に関する項目が前年に引き続き増加していたが、その増加幅が大きく、特に「母集団(エントリー数)の不足」については、対前年比14.4pt増の70.0%となった。企業側の採用意欲が高まる一方で学生は増えていないため、今後もより一層、人材獲得の競争は厳しくなると考えられる。

現時点での問題点(複数回答、上位抜粋)

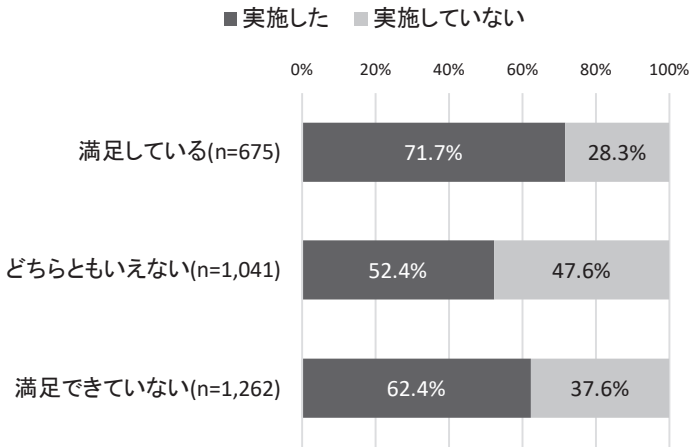


『現時点での問題点：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

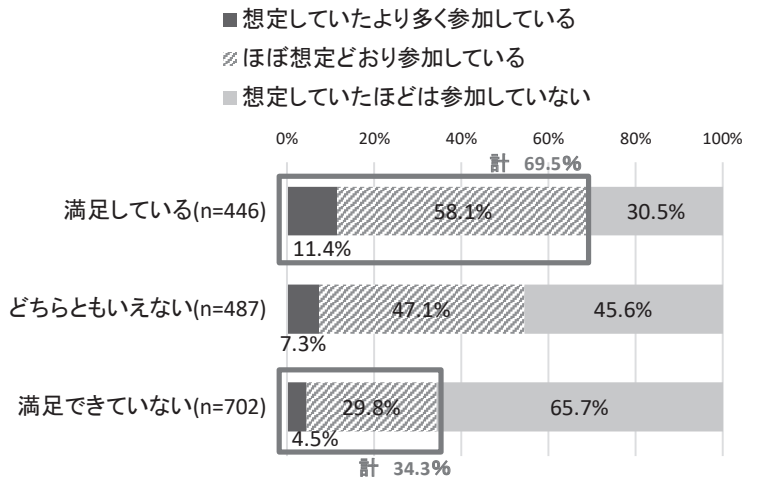
満足度が高い企業ほどインターンシップ・仕事体験参加者が個別企業セミナー参加していた

採用満足度別にインターンシップ・仕事体験の実施率を確認したところ、満足している企業の方が実施している割合が高いものの、大きく差があるとは言えなかった。しかし、インターンシップ・仕事体験参加者がその後、個別企業セミナーに参加したか否かにおいては、「満足している」場合は、「(想定より+ほぼ想定どおり)参加している」との回答が69.5%なのに対して、「満足できていない」場合は、参加している割合が34.3%と、35.2ptの差が見られた。インターンシップ・仕事体験を実施するだけでなく、そこで志望度を醸成し、次につなげられるかがポイントとなったようだ。

【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験を実施したか



【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験参加者の個別企業セミナー参加状況



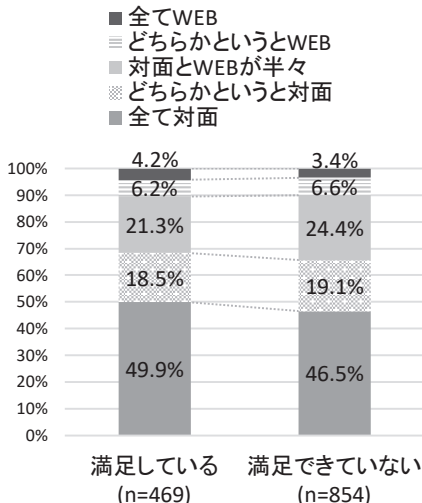
『【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験を実施したか、インターンシップ・仕事体験参加者の個別企業セミナー参加状況 : マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験の内容

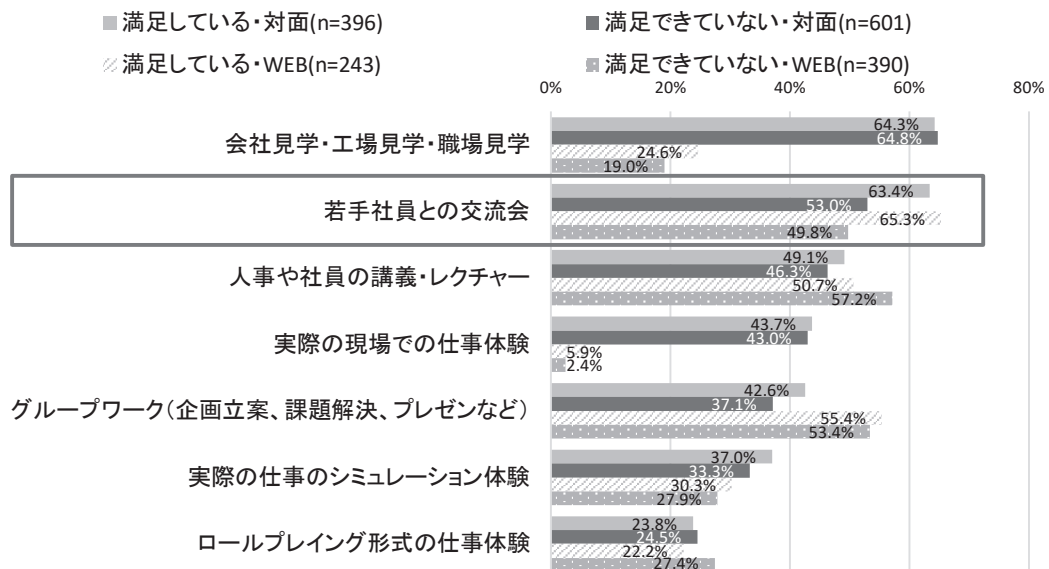
採用満足度の高い企業では「若手社員との交流会」を実施していた割合が高い

採用満足度別のインターンシップ・仕事体験について、まず実施形式を確認したところ、特に対面とWEBの使い方に大きな違いは見られなかった。次にその内容について確認したところ、「満足している」企業では対面、WEBともに「若手社員との交流会」を実施している割合が高く、いずれも6割を超え、「満足していない」企業とは1割以上の差が見られた。内容は複合的に影響していると思われるが、現場の若手社員の協力を得ることがプラスに働いていると推察される。

【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験の実施形式



【採用満足度×実施形式別】インターンシップ・仕事体験のプログラム内容

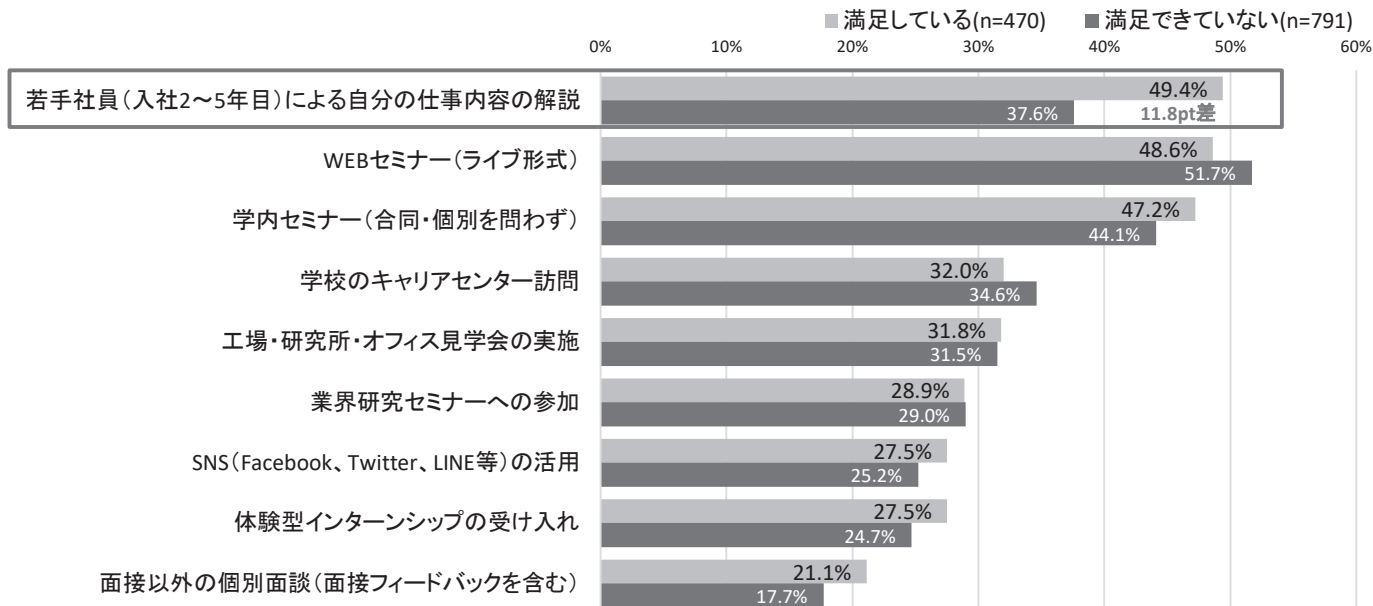


『【採用満足度別】インターンシップ・仕事体験の実施形式、実施形式別のプログラム内容 : マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月)』

企業認知のために採用満足度の高い企業が実施したのは「若手社員による仕事解説」

採用満足度別に「企業認知のために実施したこと」をみると「満足している」企業で最多だったのは「若手社員(入社2～5年目)による自分の仕事内容の解説」が49.4%で「満足できていない」企業に比べると11.8pt多かった。学生に近い年代の社員から、現場の仕事の話をしてもらうことで学生のニーズを満たし、結果的に企業の採用満足度を上げていると考えられる。

【採用満足度別】 企業認知のために実施したこと(上位抜粋)



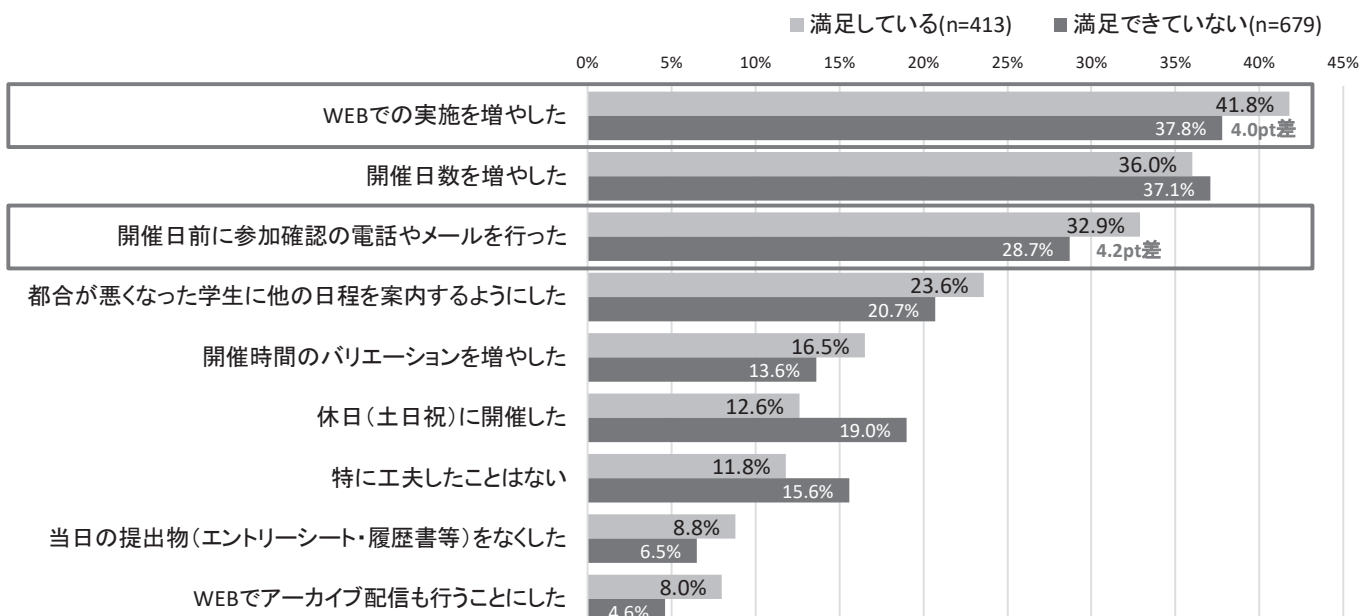
『企業認知のために実施したこと: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

【採用満足度別】 個別企業セミナーの参加者を増やすための工夫

満足度の高い企業は「WEBでの開催を増やした」「開催日前に参加確認」を実施

個別企業セミナーの参加者を増やすために「実施してよかったと思うこと」について採用満足度別に確認したところ、「満足している」企業では「WEBでの実施回数を増やした」「開催日前に参加確認の電話やメールを行った」が「満足できていない」企業よりも4.0pt程度高い傾向が見られた。

【採用満足度別】 個別企業セミナーの参加者を増やすために「実施してよかったこと」(上位抜粋)



『個別企業セミナーの参加者を増やすために「実施してよかったこと」: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

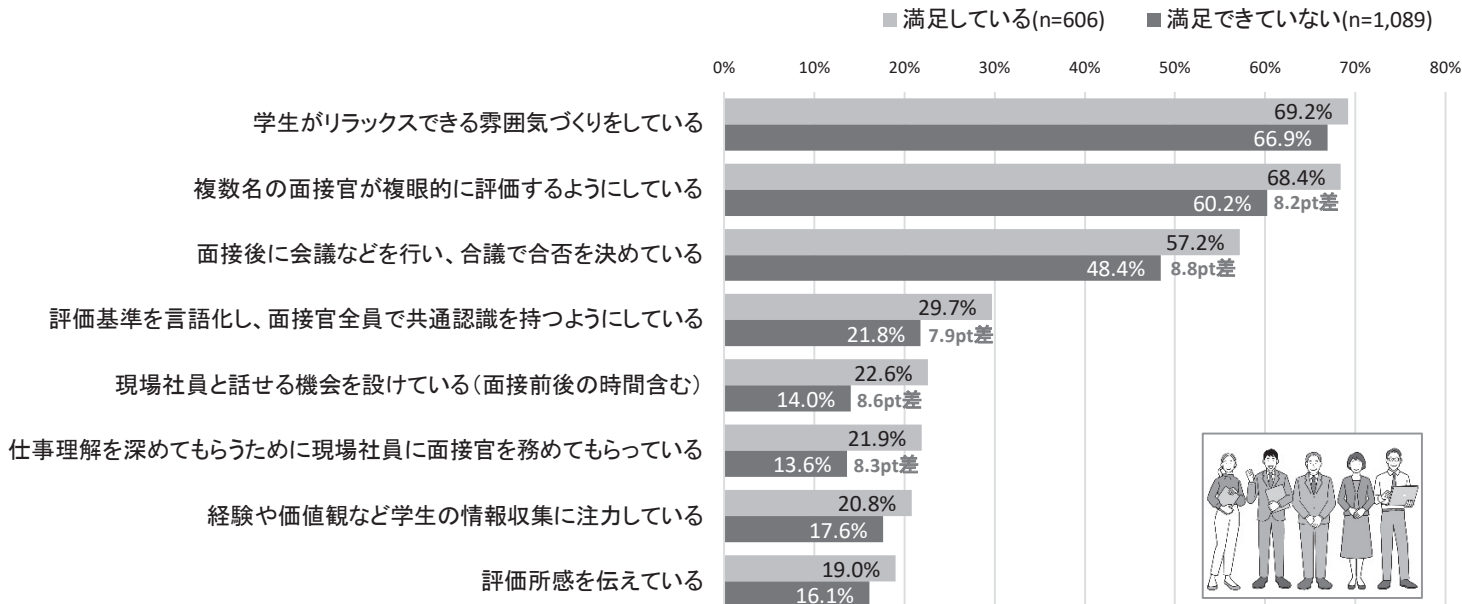
【採用満足度別】面接の際に工夫していること

企業

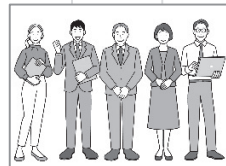
満足度の高い企業は複数名による評価や現場社員の参加といった工夫がみられた

面接実施にあたり工夫していることを聞いたところ「学生がリラックスできる雰囲気づくりをしている」が全体では最多となっていたが、満足度によって差が出ていた項目は「複数名の面接官が複眼的に評価するようにしている」など、複数名の担当者でより適切な評価をしようとする項目だった。また、割合としては高くないものの、「現場社員と話せる機会を設けている」といった現場社員の協力を得ている項目も満足度の高い企業では多くなっていた。

面接実施にあたり特に工夫していること(上位抜粋)



『面接実施にあたり特に工夫していること: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』



【採用満足度別】WEB面接実施のために取り入れたり、強化した施策

企業

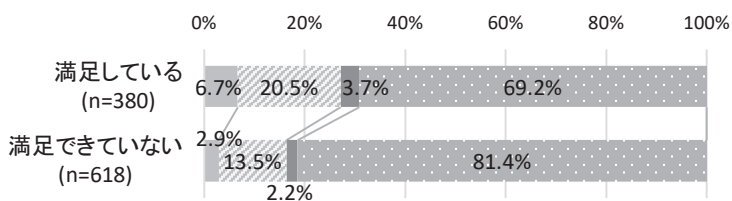
満足度の高い企業ではコロナ禍で増えたWEB面接の対応策として様々な施策を実施

WEB面接を実施している企業に対して、特に強化した施策があるか聞いたところ、導入している割合が高い項目は「エントリーシートなど文章による選考」だった。全体的に満足している企業のほうが様々な施策を取り入れている割合が高い傾向にあり、WEB面接では難しいと言われている人柄の見極めや、深いコミュニケーション機会などを実現するための工夫がなされているようだ。

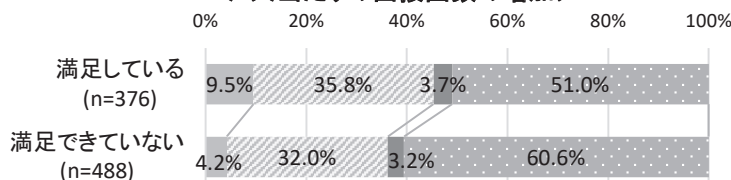


■ 前年までも実施しており、より強化した ■ 前年まで実施しており、継続して利用した ■ 新しく導入した ■ 実施していない

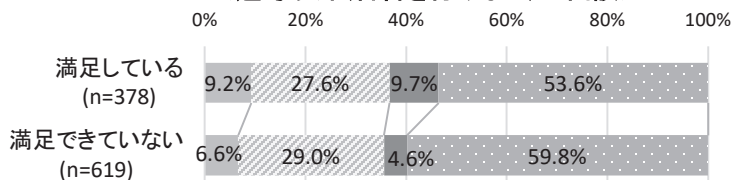
<WEB面接のための面接官研修>



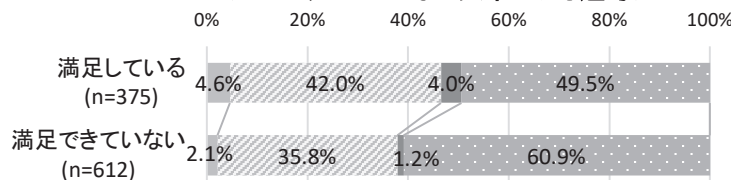
<1人当たりの面接回数の増加>



<選考以外(合否を付けない)の面談>



<エントリーシートなど文章による選考>



『WEB面接実施のために取り入れたり、強化した施策 : マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』



採用活動に「満足している」企業が実施してきたこと



- ✓ インターンシップ・仕事体験のなかで「若手社員との交流会」を実施していた
- ✓ 個別企業セミナーでは「若手社員(入社2~5年目)による自分の仕事内容の解説」
また、開催にあたっては、WEB開催を増やしたり、開催日前に参加確認の電話やメールを行っていた
- ✓ 面接の際は、複数名の面接官が複眼的に評価したり、合議して合否を決めていた
また、面接時に現場の社員と学生が話せる機会を設けたり、実際に面接官として参加してもらっていた
- ✓ WEB面接を実施する場合は、WEB面接に特化した面接官研修を行ったり、面談やエントリーシートなど面接以外で人柄を理解したり、コミュニケーションをとる工夫をしていた

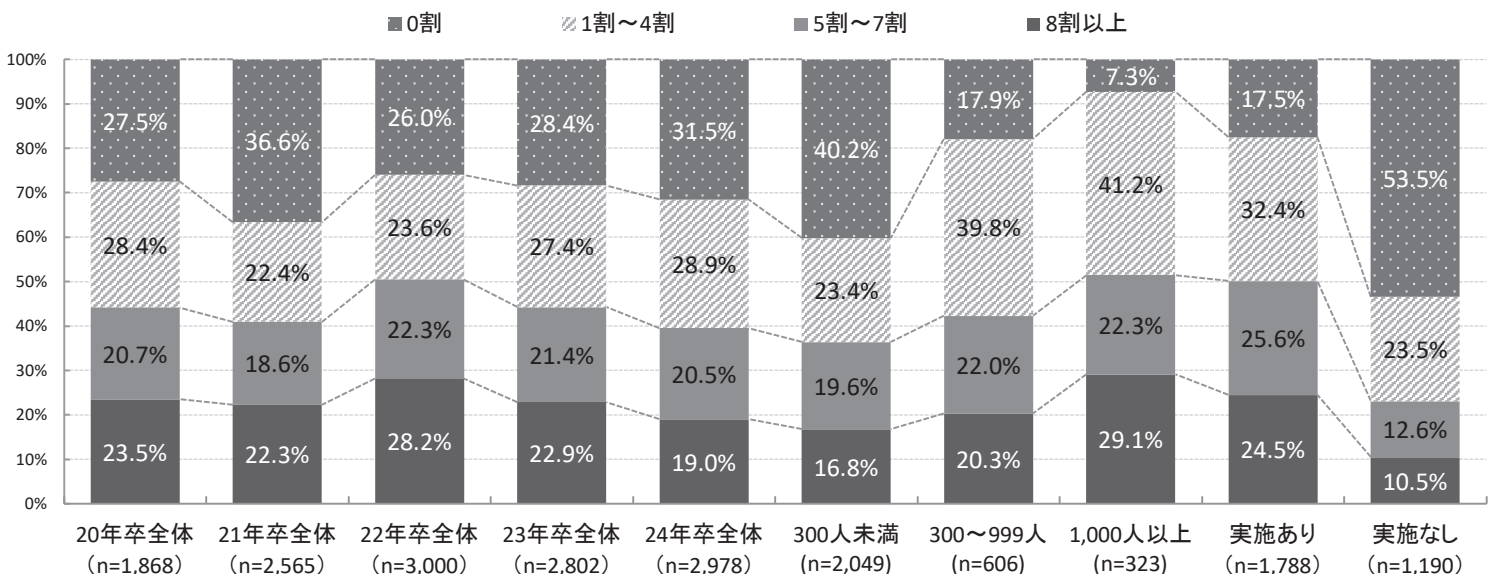
これらの施策は特に、満足している企業とそうでない企業で差が大きかった項目をまとめた。上記に見られるのは、学生の理解や共感を促すための工夫や、丁寧に学生とコミュニケーションをとろうとする施策といっていだろう。もちろん、これらは、「満足できていない」企業も実施している内容でもあり、また、「満足している」企業がすべて実施しているわけでもない。ただ、もしまだ自社でしていない工夫があれば、参考にして取り入れてみることで、状況が改善するかもしれない。

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)

直近3か年で採用充足率は悪化、コロナ禍前よりも厳しい状況に

6月時点の採用充足率について経年変化をみると、コロナ禍で採用スケジュールが遅れた21年卒を除くと、全体的に厳しい状況が続いている。24年卒については、選考開始時期が早まっているにも関わらず、同時期での採用充足率が低下しており、コロナ禍以前を下回った。インターンシップ・仕事体験の実施有無による差が最も大きい結果となった。

採用充足率(6月時点)



卒年

従業員規模

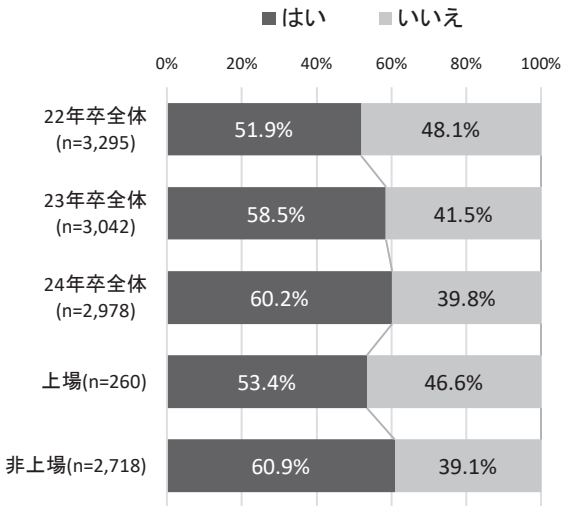
インターンシップ・仕事体験

『採用充足率: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

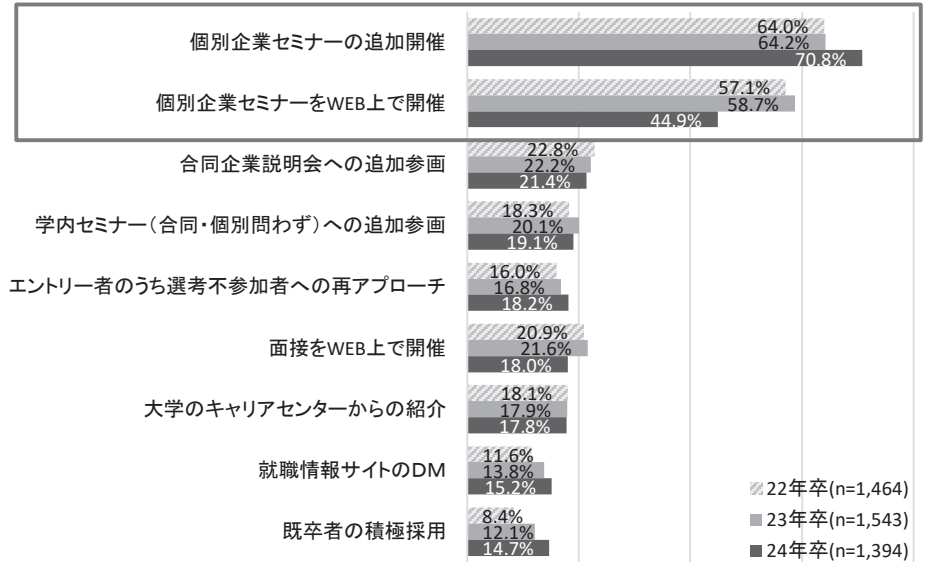
夏以降も追加の選考機会を設ける企業が6割、個別企業セミナーを追加開催予定

夏以降の追加の選考機会を設けるか聞いたところ、実施する企業は6割となった。また、施策としては「個別企業セミナーの追加開催」が70.8%とこれまでと同様に最多だった。一方で「個別セミナーをWEB上で開催」は半数を割る結果となった。あくまで推測となるが、追加開催においては利便性を上げて広く募集するよりも応募の早いタイミングから実際に会うなど、短い期間でコミュニケーションの深さを求めるというように方向性を変えている可能性が考えられる。

追加選考を実施するか



追加の選考機会に実施すること(上位抜粋)



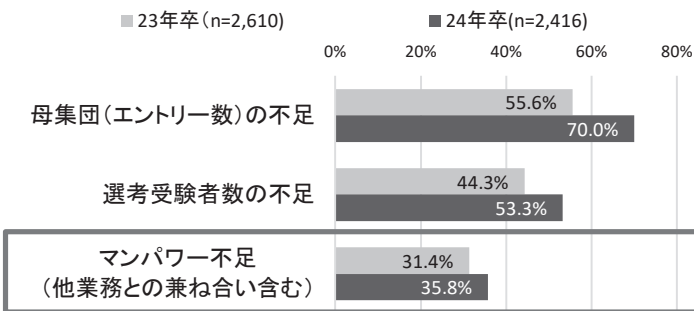
『追加の選考を実施するか/追加の選考機会に実施すること(上位抜粋)：マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

採用状況が厳しくなるなか、採用担当者のマンパワー不足はより深刻

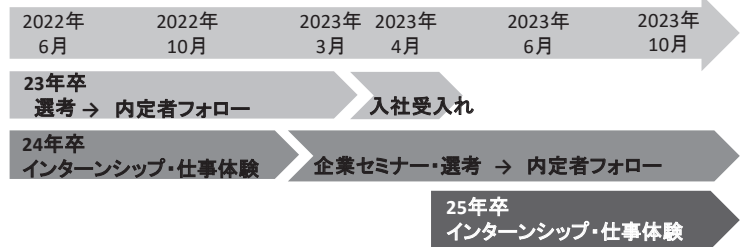
インターンシップ、面接など採用担当者以外の社員の協力が不可欠

採用活動の問題点として毎年上位に上がるのが「マンパワー不足」だ。特に、最近はインターンシップ・仕事体験の実施が採用活動においても不可欠になりつつあることに加え、採用充足率も厳しくなっている。学生に対するよりリアルな仕事情報の提供が求められていることも踏まえると、現場社員の協力をどれだけ得られるかが重要な要因となり得るだろう。

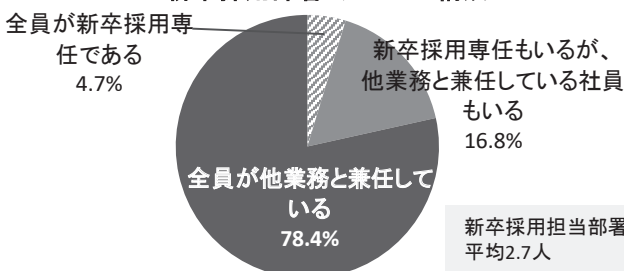
(採用活動について)現在の問題点 上位3項目



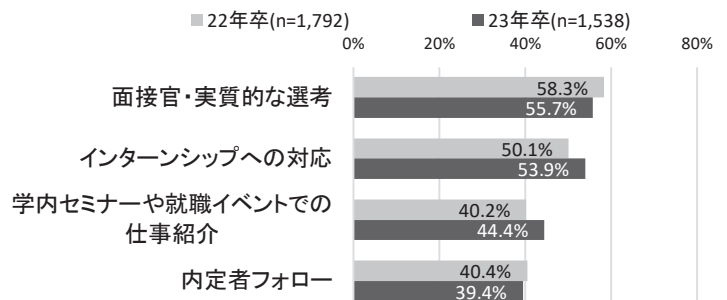
<主な採用スケジュール>



新卒採用部署・チームの構成 (n=1,742)



人事以外の社員の協力内容



『現在の問題点：マイナビ2024年卒企業採用活動調査(2023年6月)』
『新卒採用部署・チームの構成、人事以外の社員の協力内容：マイナビ2023年卒企業新卒内定状況調査(2022年9-10月)』



学生の動き

大学入学当初からコロナ禍で過ごし
てきた24年卒の就職活動の状況は...

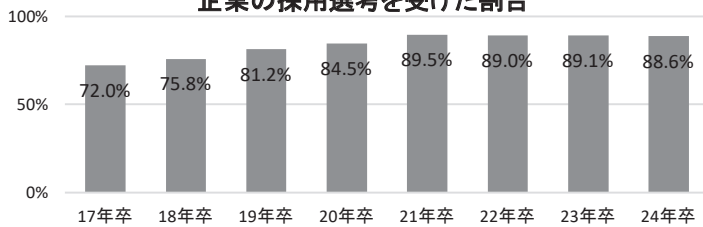
学生が企業に応募する際の状況の変化

学生

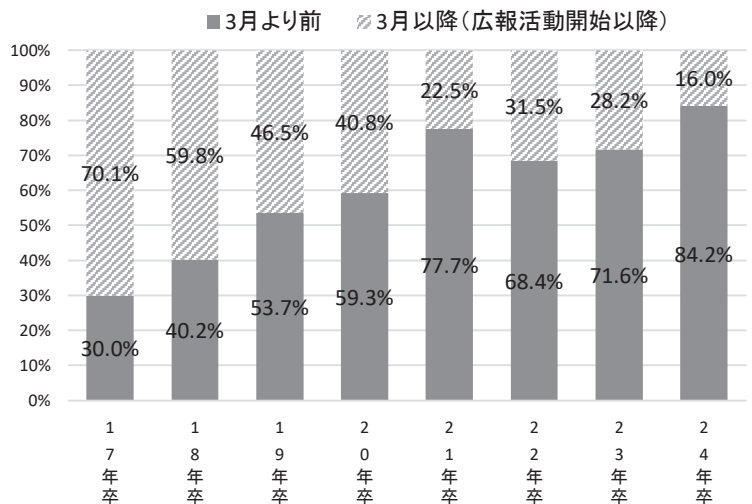
インターンシップ・仕事体験が一般的になるにつれて志望企業との出会いが前倒しに

インターンシップ・仕事体験への参加割合が8割を超えて一般化してきたことは先に述べたが、さらにそこから採用選考を受けた割合も9割近くになっている。6月時点で入社予定先企業を決めた学生がその企業の情報に初めて触れた時期を聞いたところ、「3月より前(広報活動開始前)」とする割合が大きく上昇し、24年卒では84.2%となった。

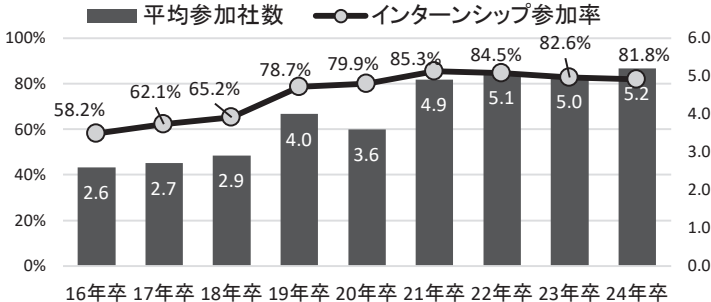
インターンシップ・仕事体験に参加した
企業の採用選考を受けた割合



(6月時点の)入社予定先企業の情報に
初めて触れた時期



(再掲)学生のインターンシップ・ワンデー仕事体験参加状況



※ウエイトバック集計をしているため、%を表示する際に小数点第二位を四捨五入しており、%の合計が100.0%とならない場合があります。予めご了承ください。

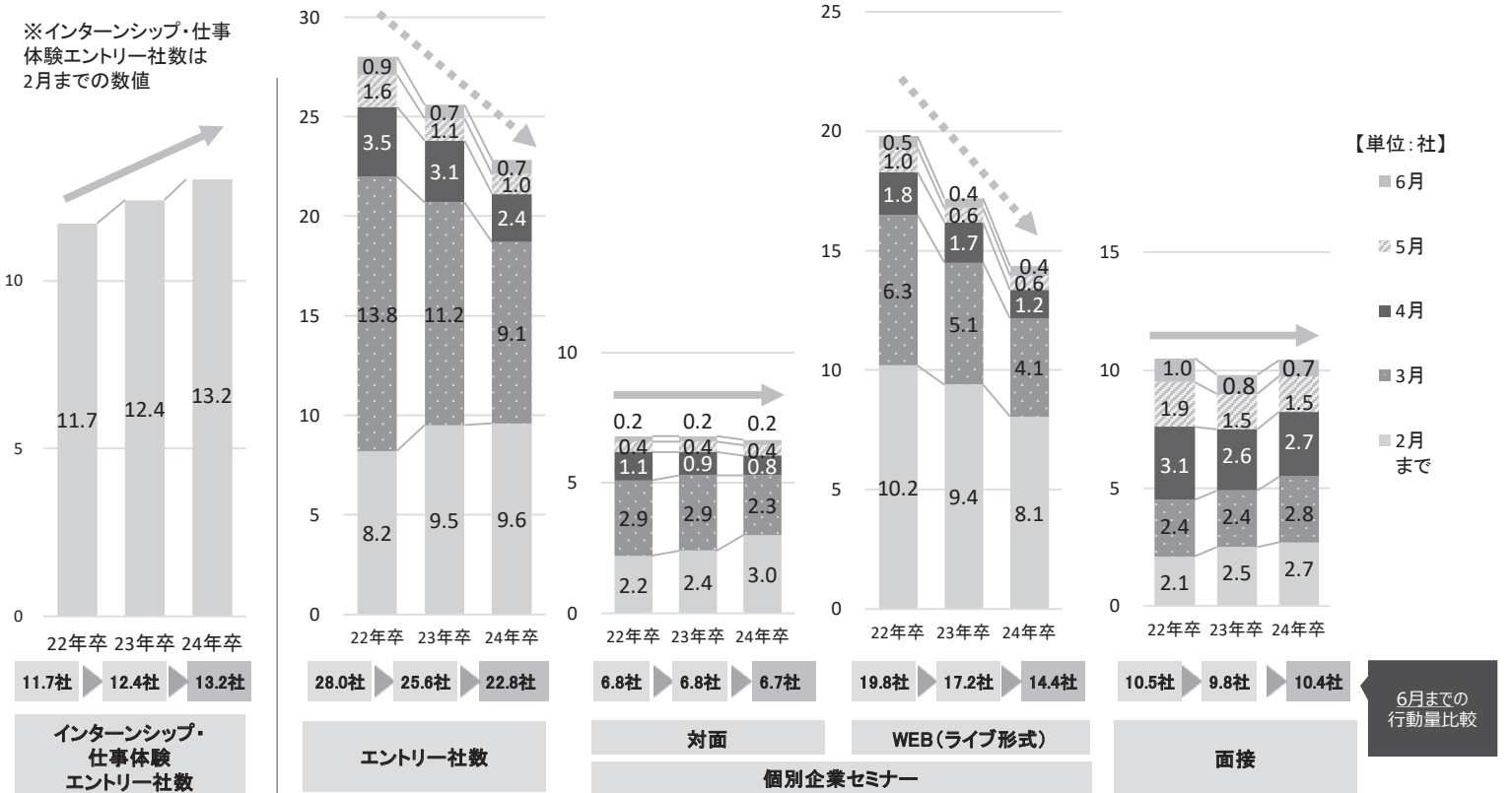
『インターンシップ・仕事体験に参加した企業の採用選考を受けた割合、入社予定先企業の情報に初めて触れた時期: マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6月)』
『学生インターンシップ参加率・参加社数: マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2023年2月)』

学生の活動量の推移

学生

エントリー数、個別企業セミナー参加は減少しているが、インターンシップ・仕事体験へのエントリー数、面接参加社数は増加傾向

※インターンシップ・仕事体験エントリー社数は2月までの数値



『インターンシップ・仕事体験エントリー社数、エントリー社数、個別企業セミナー参加社数、面接を受けた社数：マイナビ2024年卒就職モニター調査(2023年2~6月)』

就職活動に対する感触は「厳しくなる」が徐々に減少

学生

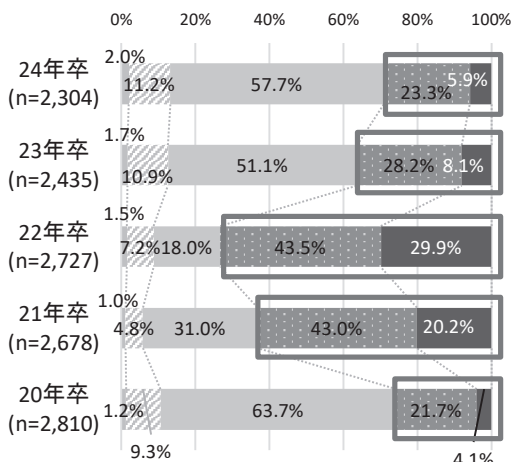
コロナ禍で増加した「厳しくなる」は2年連続減少したが、環境の変化から「楽になる」は少数

先輩と比べて今年の就職活動がどうなるか聞いたところ「厳しくなる」が2年連続で減少していた。しかし、「採用選考が早期化しているから*」「景気が悪いと思うから」など状況の変化を懸念する声も多く、「楽になる」という見方は少数派である。

*採用選考の開始が3~4月となる割合が増加しているため

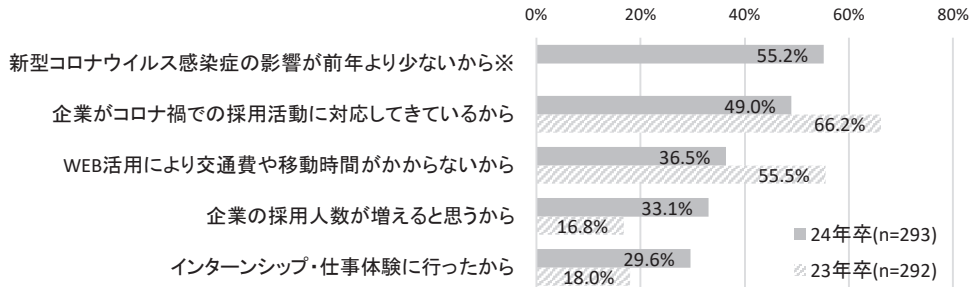
先輩と比べて、今年の就職環境はどうか

- かなり楽になる
- ▨ 多少楽になる
- 変わらない
- ▨ 多少厳しくなる
- かなり厳しくなる



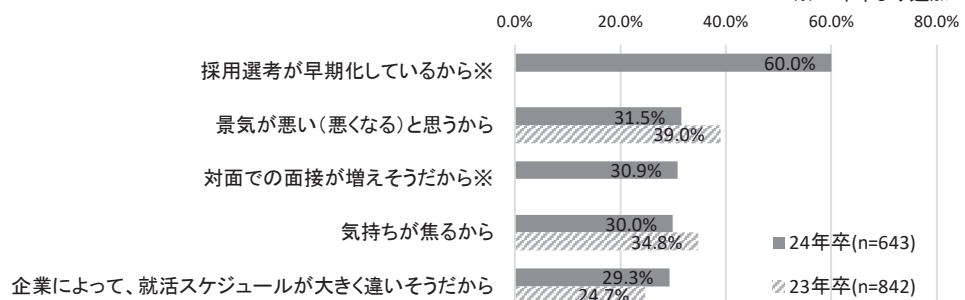
「楽になる」と回答した理由(上位5項目)

※24年卒より追加



「厳しくなる」と回答した理由(上位5項目)

※24年卒より追加

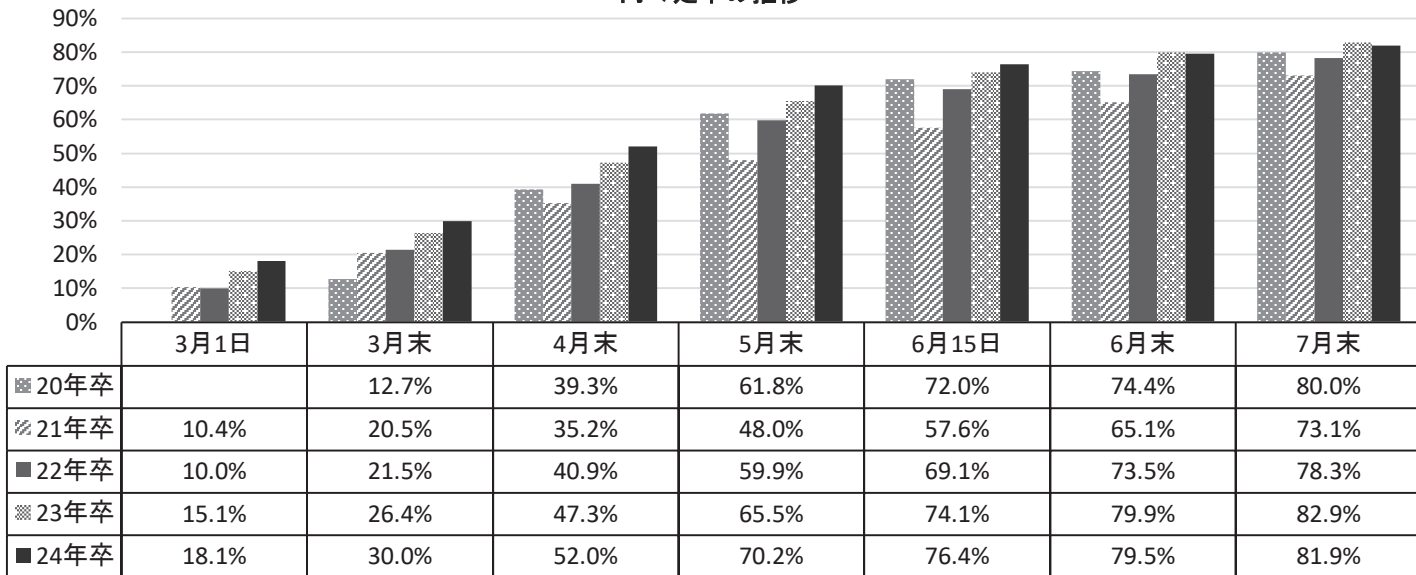


『今年の就職活動の感触、その理由：マイナビ2024年卒学生就職モニター調査 2月の活動状況(2023年2月)』

24年卒の内々定率は特に3～5月で前年を上回って推移

24年卒では企業側の新卒採用意欲が前年からさらに高くなり、3月から採用選考を行う企業が増加していた。その結果、内々定率は特に3～5月の間で前年を上回って推移していた。6月以降の着地は概ね例年通りとなっている。

内々定率の推移



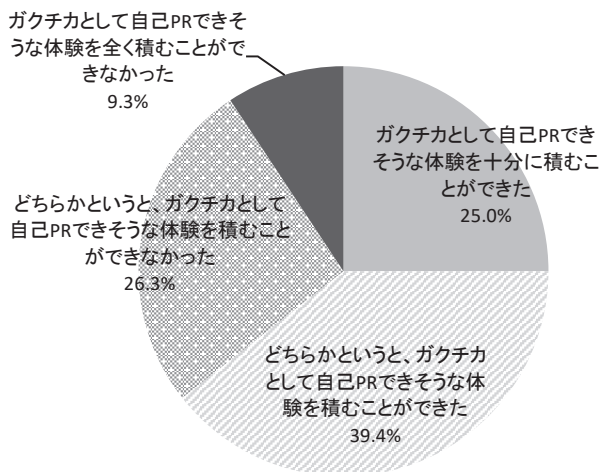
『内々定率月別推移：マイナビ2024年卒大学生活動実態調査（2023年3月～7月）』

コロナ禍で懸念されたガクチカ不足、アルバイトや学業は改善

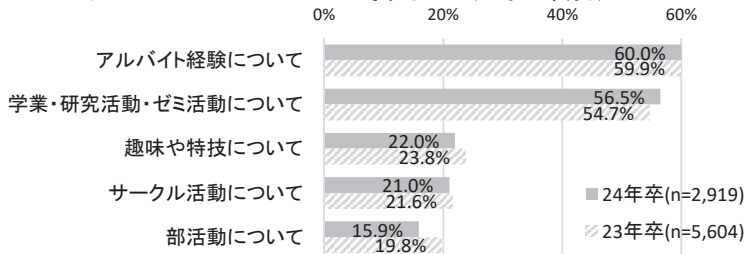
アルバイトや学業に関する経験は改善したが、サークルやボランティア活動は不足感が増加

24年卒学生の多くが入学当初からコロナ禍だったが、状況が改善するなかガクチカとしてのアルバイト経験や学業などの活動は前年から改善傾向が見られた。一方、ガクチカ不足だと感じることは「サークル活動」が43.0%（対前年7.4pt増）、「ボランティア活動」が42.6%（対前年2.2pt増）となっており、学生生活全体を通して考えると、コロナ禍の影響が見られる。

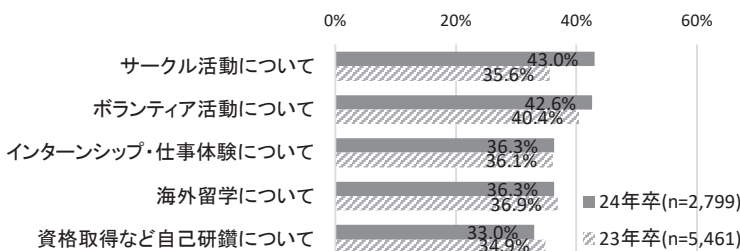
就職活動で自己PRするガクチカについて当てはまるもの



ガクチカとしてアピールできそうなこと(上位5項目)



ガクチカ不足だと感じること(上位5項目)

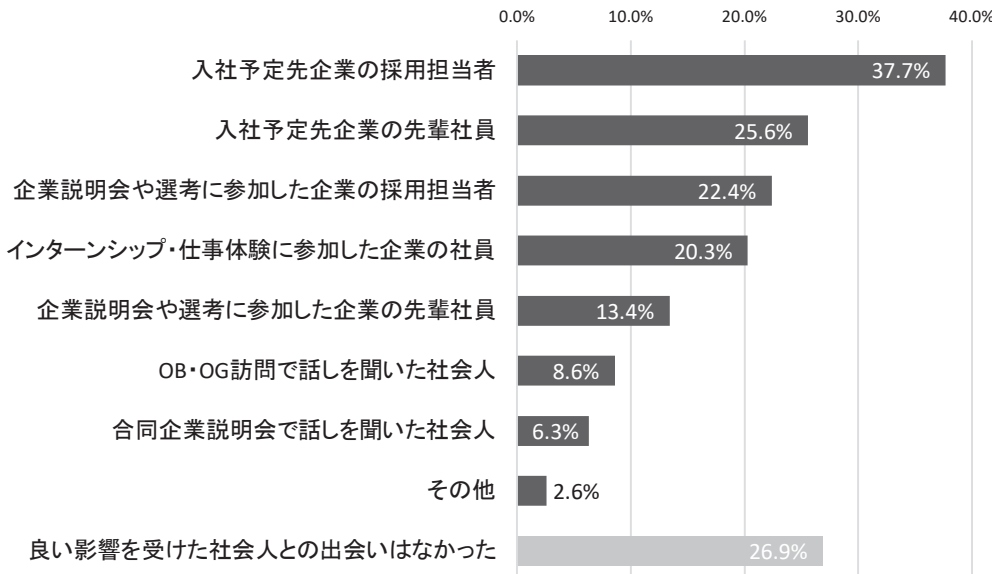


『ガクチカについて、ガクチカでどのようなポイントをアピールできそうか/カ不足と感じるか：マイナビ2024年卒大学生活動実態調査（2023年3月1日）』

入社予定先の採用担当者や先輩社員に良い影響を受けたと感じている

6月時点で内々定を得ている学生に「就職活動を通じて良い影響を受けた社会人」がいるか聞いたところ、「入社予定先企業の採用担当者(37.7%)」が最多、次いで「入社予定先企業の先輩社員(25.6%)」となった。全体で見ると、7割以上の学生がなんらかの良い影響を就職活動を通じて出会った社会人から受けていると回答している。就職活動中の出会いを通じて、キャリア観が醸成されたり、社会人になるための心構えなどを学べたりしている学生もいるようだ。

就職活動を通じて良い影響を受けた社会人



<学生の声>

良い影響を受けた社会人「入社予定先企業の採用担当者」

✓ 学生をきちんと人として扱ってくださり、わかりやすい内容でお話してくださった印象が強く残っている。人に伝える大切さと社会人としての素晴らしさを学べた。

✓ 面談の中で企業の良い部分に共感することよりも、悪い面に納得して入社することが大事だと言って、会社の悪い面についても正直に詳細に話してくれた。

✓ 同じ中学の先輩がいて、地方から出た時のことについてを教えてくれた。

✓ 面接のフィードバックとして、自分では気が付かなかった私の強みを伝えてくれた。また、喋り方も上手く愛嬌もあって、あんな社会人を目指したいと思った。

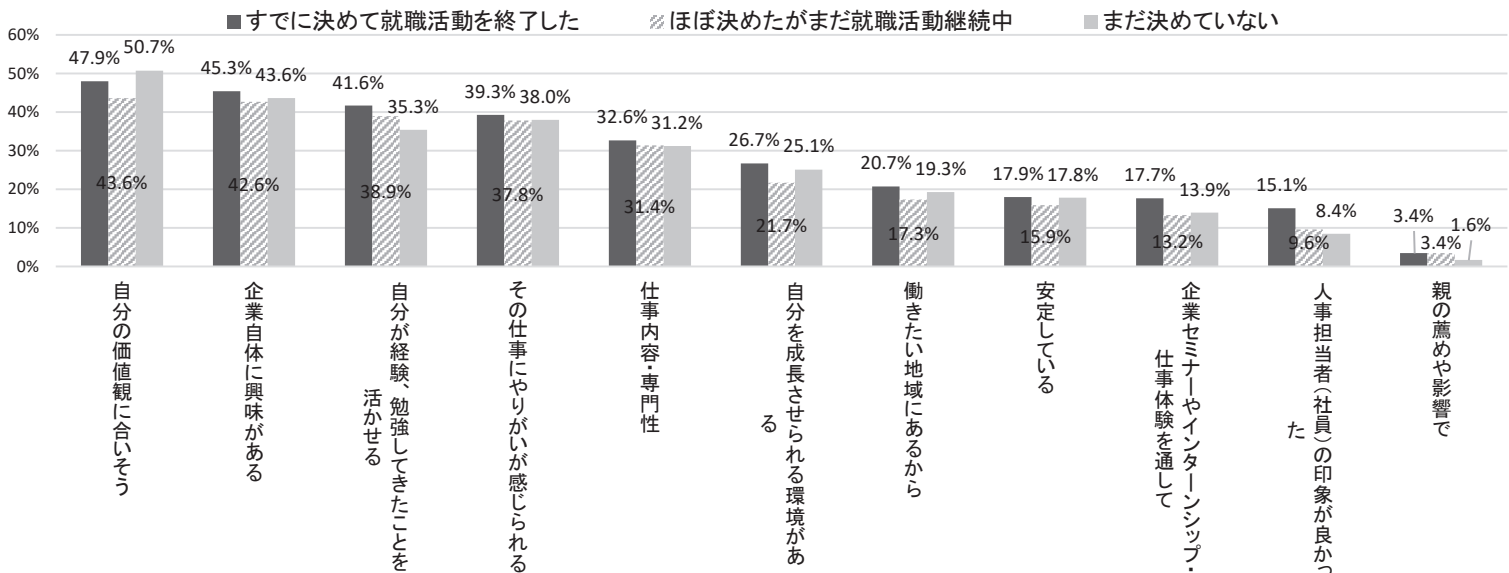
『就職活動を通じて良い影響を受けた社会人、学生の声(自由記述)：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6月)』

第一志望企業への志望理由

自分の価値観に合うことは大事だが、より具体的な理由だと入社決め手になりやすい傾向

内々定保有者に対して現在の活動状況と第一志望企業を志望した理由を聞いて、クロス集計を行ったところ、「自分の価値観に合いそう」はいずれの項目でも最多だったが、「まだ決めていない」学生のほうが高い傾向にあった。一方で「自分が経験、勉強してきたことが活かせる」などより具体的に仕事をイメージした理由では「すでに決めて就職活動を終了した」学生のほうが高かった。価値観に合うことは大事だが、より具体的な理由で志望しているほうが入社予定先企業を決めやすいようだ。

【現在の活動状況別】第一志望企業の志望理由

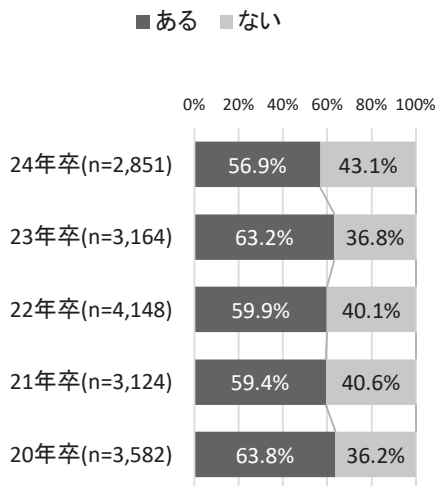


『【現在の活動状況別】第一志望企業の志望理由：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6月)』

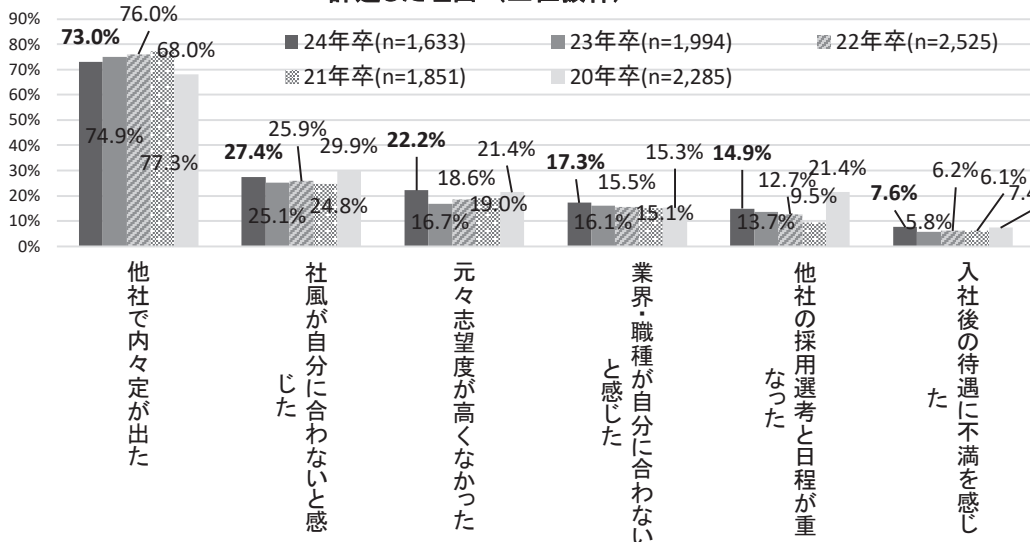
面接辞退をしたことがある割合は減少したが、理由として「元々志望度が高くなかった」が上昇

内々定保有者に対して面接辞退をしたことがあるかを聞いたところ、「ある」との回答が直近5年のうちでは最も低い割合だった。しかし、その理由を聞いたところ「元々志望度が高くなかった」が22.2%と5.5pt上昇していた。先ほど述べたとおり、学生は応募先を絞りこんで活動する傾向が高まっているため、面接を辞退したことがある割合が減少するのは自然な結果だが、そのなかでも「元々志望度が高くなかった」企業が含まれているということは、「志望度が高い」と学生が認識する基準がこれまで以上に高くなっていると推察される。

面接を辞退したことがあるか



辞退した理由 (上位抜粋)



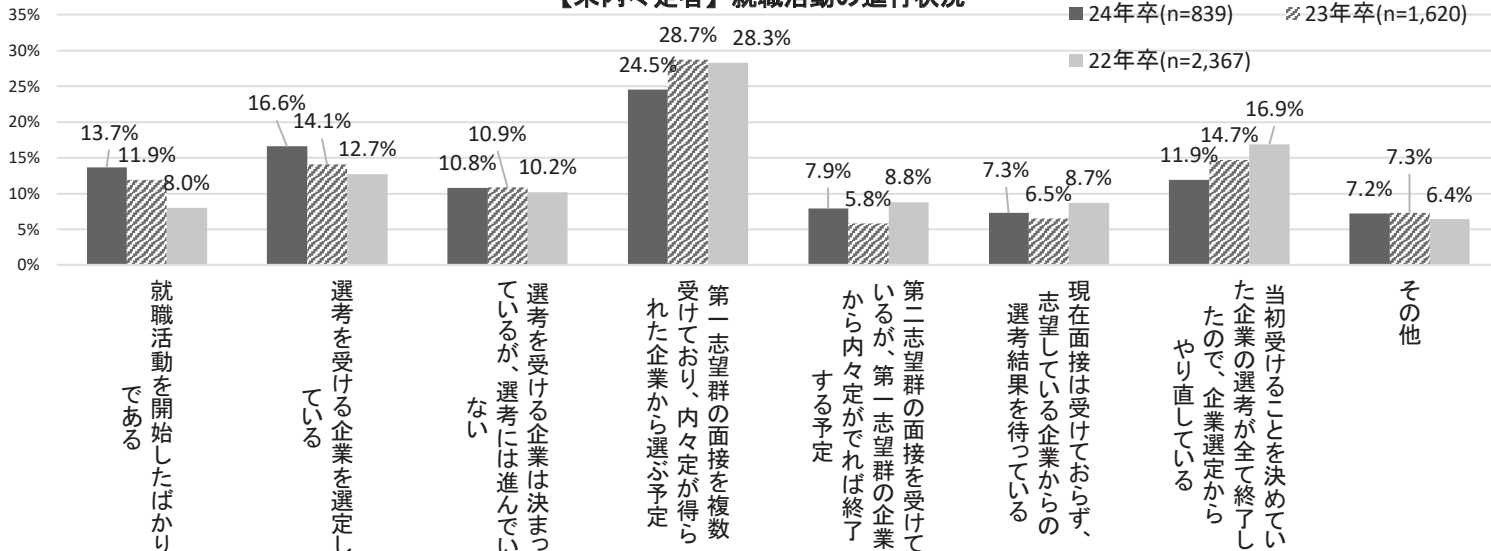
『面接辞退をしたことはあるか、辞退した理由:マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6月)』

6月15日時点で未内々定である学生の今後の進め方

「内々定が得られた企業から選ぶ」が最多だが、就職活動を開始したばかりの学生が増加

6月15日時点で未内々定者に対して現在の状況を聞いたところ「第一志望企業群の面接を(略)内々定が得られた企業から選ぶ予定」と結果を待っている割合が前年と同様に最多ではあるが、その割合は4.2pt減少し、「就職活動を開始したばかりである」「選考を受ける企業を選定している」といった段階にいる学生が増加している。全体的に就職活動への動きだしや、内々定獲得時期が早まっているため、6/15時点で未内々定である学生のなかでは、活動開始が遅かった学生の割合が増加していると考えられる。

【未内々定者】就職活動の進行状況

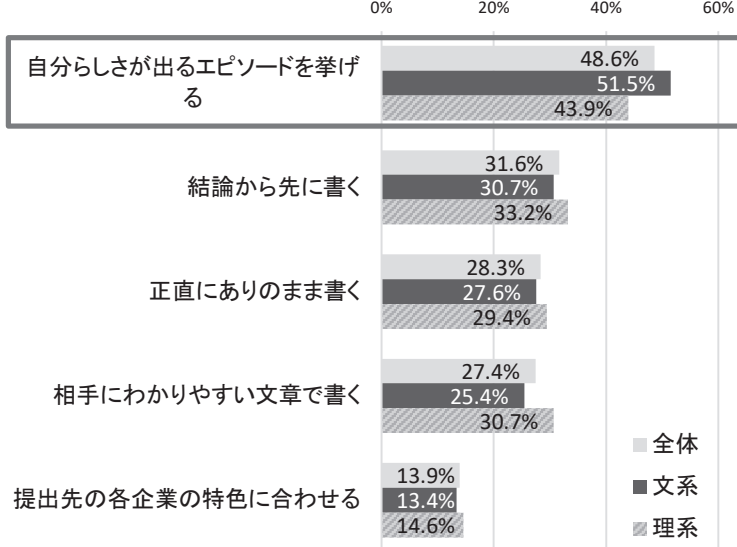


『【未内々定者限定】就職活動の進行状況:マイナビ2024年卒大学生活動実態調査(6月15日調査)(2023年6月)』

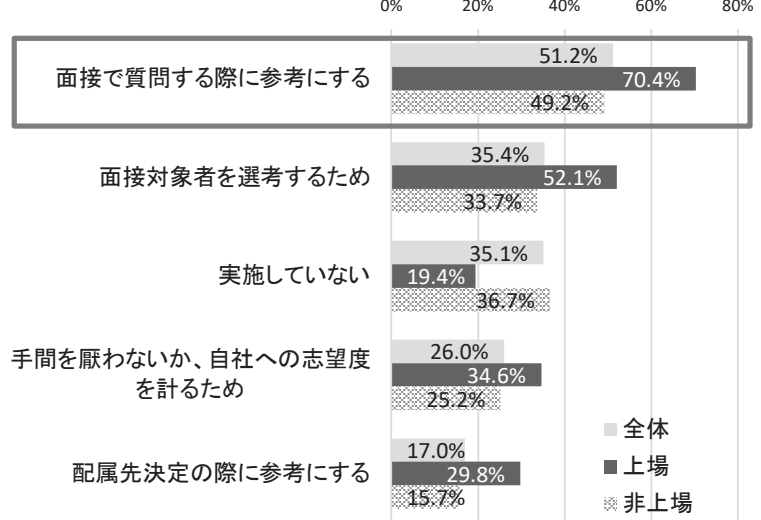
エントリーシートで大事なものは「自分らしさが出るエピソード」

学生自身が考えるエントリーシート作成のポイントを聞いたところ「自分らしさが出るエピソードを挙げる」が最多で約半数程度だった。また、企業側にエントリーシートを提出させる目的を聞いたところ「面接で質問する際に参考にするため」が最多で、エントリーシートはそれ自体を提出することで完了するものではなく、そこから次の選考へつながっていくものだといえる。学生がどのような人材であるか、志望企業に理解してもらうためのきっかけとして重要であると学生も理解しているようだ。

(学生が考える)エントリーシート作成のポイント
(上位抜粋)



参考<企業>エントリーシートを提出させる目的
(上位抜粋)



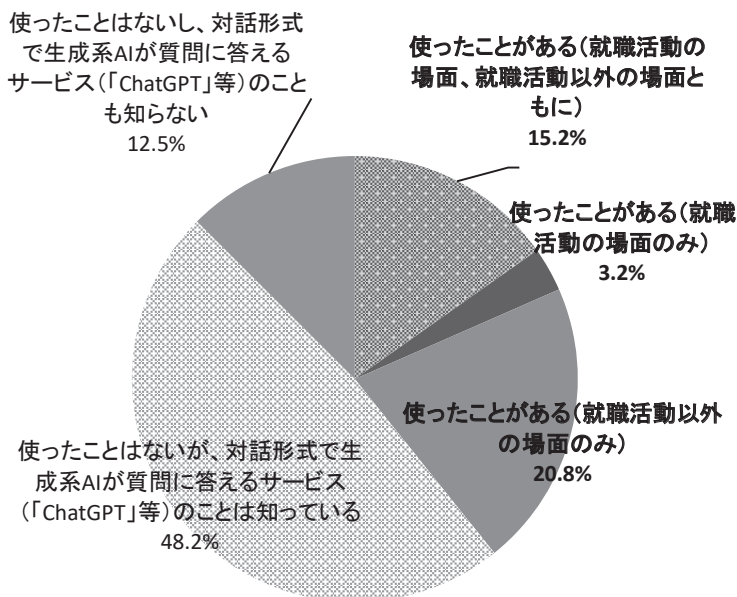
『エントリーシート作成のポイント: マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6月)』
『<企業>エントリーシートを提出させる目的: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

就職活動における生成系AIの利用について

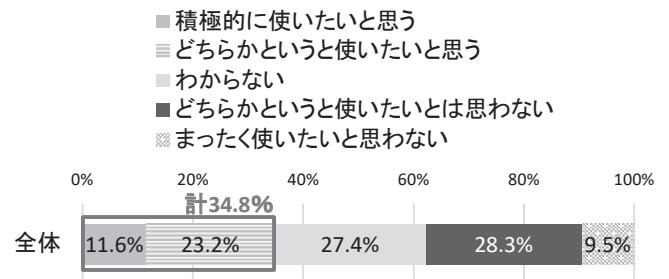
生成系AIの利用経験があるのは約4割、就職活動に使いたいのは3.5割

報道などでも話題になっているChatGPT等の生成系AIについて利用経験と、就職活動のなかで使うことについて意見を聞いた。意見は分かれたが「使いたい」とする人もあくまで補助的なツールとして活用するというスタンスであることがわかる。

生成系AI(ChatGPT)の利用経験



生成系AI(ChatGPT)を就職活動で使うことについてどう思うか



<使いたい場面>

- ✓ エントリーシートなどで自分の強みを言い換えて弱みを作ってくれるなど、自分では盲点だったところを教えてくれるため。
- ✓ 文章の推敲や拡大(400文字から600文字にするなど)など、就職活動の補助的なものとして使いたい。
- ✓ 企業の情報と自身のエントリーシート記入内容を読み込ませ、面接で聞かれそうな設問を想定させている。自分では思いつかない角度からの質問は実際の面接でも役立った。

<使いたくない理由>

- ✓ 自分らしさが表現できず、他の就活生との差別化ができないと考えるから。

「生成系AIの利用経験、生成系AIを就職活動で使うことについてどう思うか: マイナビ2024年卒大学生生活動実態調査(2023年5月)」



学生の価値観

新卒採用の対象となる学生は「Z世代」と呼ばれる若者たち、その価値観は...

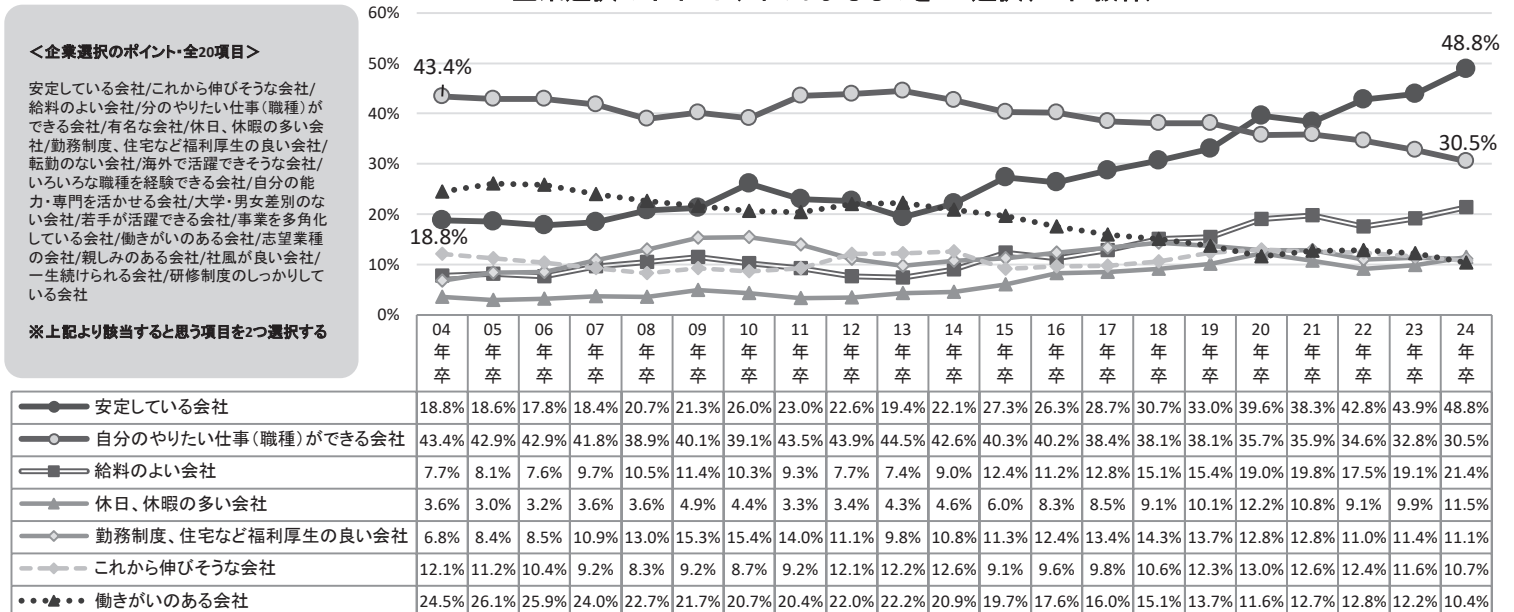
大学生の企業選択軸の変遷

学生

20年前(04年卒)と比較すると「安定している会社」が30.0pt増加

企業を選択するポイントとして20項目を提示し、当てはまるものを2つ選択してもらったところ、最多だったのは「安定している会社」で48.8%、20年前と比較すると30.0pt増加した。次いで、「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」が30.5%だが、20年前と比較すると12.9pt減少している。最近では、配属ガチャ対策として仕事内容を確約するなど「やりたい仕事」に関して、企業側が対策していることもあり、優先順位をつけて項目を選ぶような場合はより実現が難しい項目として「安定している会社」が選ばれていると推察される。

企業選択のポイント(当てはまるものを2つ選択、上位抜粋)

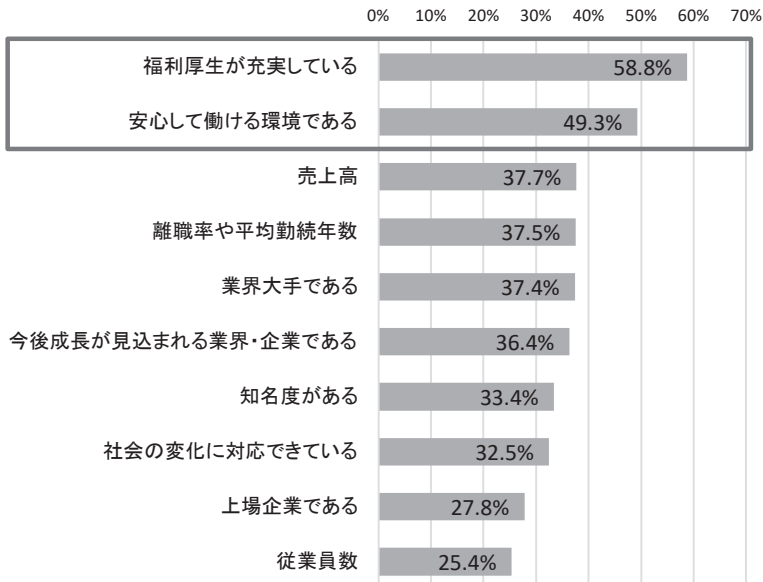


『企業選択のポイント(上位抜粋)：マイナビ2024年卒 大学生就職意識調査(2022年12月～2023年3月)』

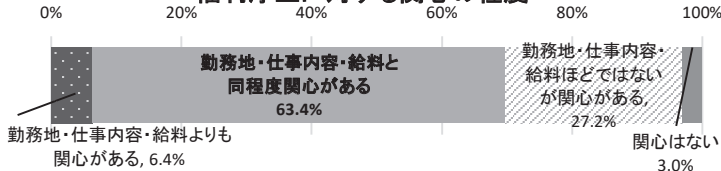
福利厚生に対する関心度は「勤務地・仕事内容・給料と同程度」が最多で63.4%

企業に対して「安定性」を感じるポイントは「福利厚生が充実している」が最多で58.8%、次いで「安心して働ける環境である」が49.3%だった。「安定性」として一般的に考えられるのは「企業の経営的基盤」だと思われるが、それよりも自分が働くうえで安心できる場か、またそのための制度があるののかに関心を持っているようだ。また福利厚生に対する関心度は「勤務地・仕事内容・給料」と同程度とする割合が63.4%と最も高くなっており、学生にとって優先度の高い項目であることがわかる。

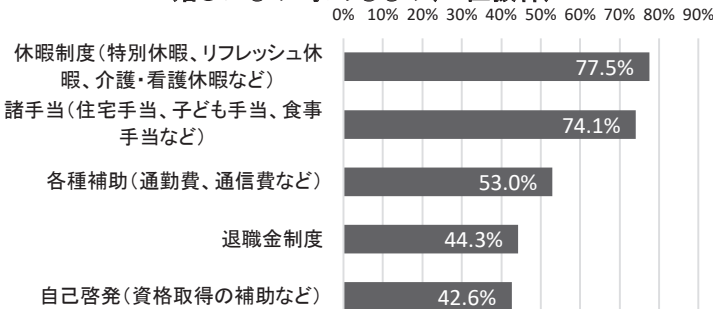
企業に対して安定性を感じるポイント(上位抜粋)



福利厚生に対する関心の程度



「福利厚生」と聞いて就職する企業にあったら嬉しいもの・求めるもの(上位抜粋)



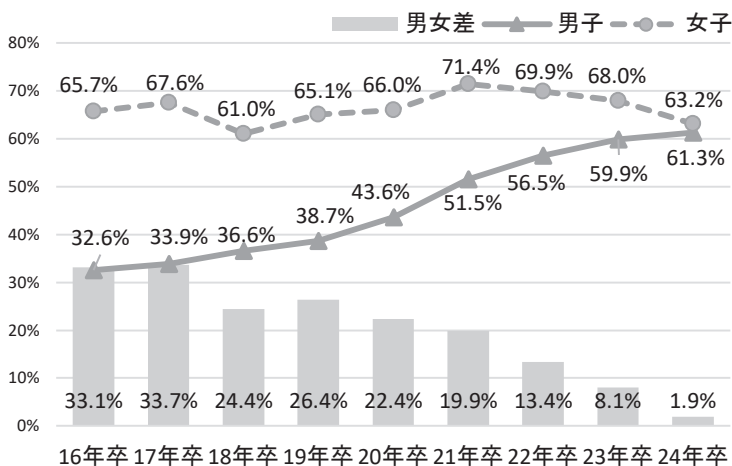
『企業に対して安定性を感じるポイント: マイナビ2024年卒 大学生生活実態調査(2023年3月)』
『福利厚生に対する関心の程度、「福利厚生」と聞いて就職する企業にあったら嬉しいもの・求めるもの: マイナビ2024年卒 大学生生活実態調査(2023年4月)』

「育児休業」の取得意向

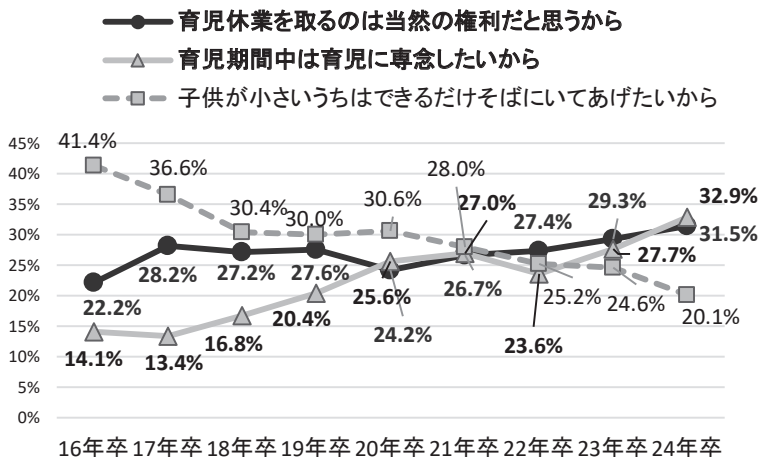
「育児休業をとって積極的に子育てしたい」という意向が男女ほぼ同程度に

育児・介護休業法が改正され、2022年4月から段階的に施行されている「男性育休」は、2023年4月から、常時雇用する労働者が1,000人を超える企業のみではあるが、育児休業等の取得状況の公表が義務付けられるようになった。こうした機運の高まりを受け、「育児休業をとって積極的に子育てしたい」の回答割合の男女差は1.9%とほぼ同程度となっている。また、「育児休業を取って積極的に子育てしたい」理由については「育児休業を取るのには当然の権利だと思うから」が男子学生でも3割を超えており、大学生には「男性育休の取得」が性別問わず浸透している様子がわかる。

「育児休業をとって積極的に子育てしたい」の割合推移



男子の「育児休業を取って積極的に子育てしたい」理由の推移



『「育児休業をとって積極的に子育てしたい」割合推移、男子の「育児休業をとって積極的に子育てしたい理由」の推移: マイナビ2024年卒 大学生ライフスタイル調査(2022年11~12月)』

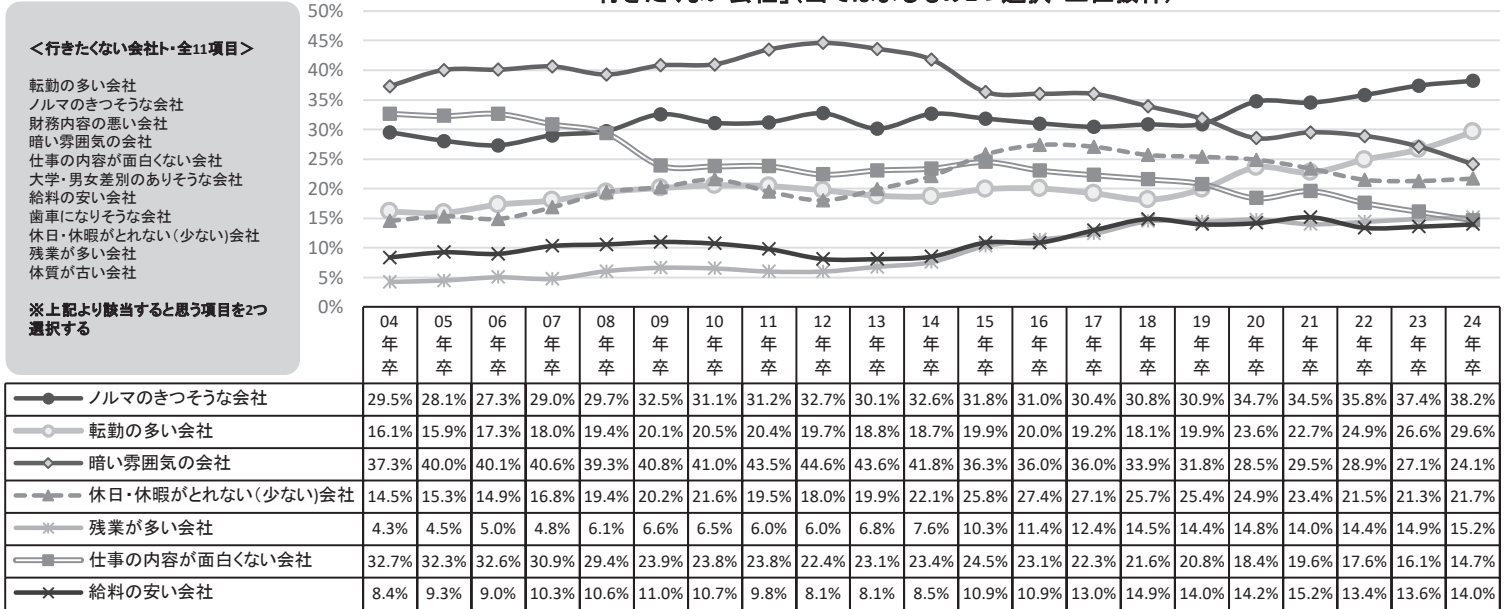
「行きたくない会社」として「転職の多い会社」との回答が増加

学生

20年前(04年卒)と比較すると「転職の多い会社」が13.5pt増加、24年卒で2番目に高い項目に

行きたくない会社の特徴として11項目を提示し、当てはまるものを2つ選択してもらったところ、最多だったのは「ノルマのきつそうな会社(38.2%)」で、ここ数年トップが続いている。次いで「転職の多い会社(29.6%)」だが、ここ数年で割合が増え、24年卒で2番目に高くなった。コロナ禍でリモートワークが一般化するなど、職場の場所に捉われない働き方が社会に受け入れられていなかで、意図しない転職を忌避する傾向が高まっていると考えられる。

「行きたくない会社」(当てはまるもの2つ選択・上位抜粋)



『行きたくない会社(当てはまるもの2つ選択)』: マイナビ2024年卒大学生就職意識調査(2022年12月~2023年3月)』

配属先(勤務地・職種)の決め方について

学生

配属先は勤務地・職種ともに「自分で適性を判断して選びたい」が最多

入社後の配属先の決定に関して聞いたところ、前年に引き続き「勤務地・職種ともに自分で適性を判断して、選びたい」が最多で半数を超えていた。さらに、24年卒学生に対して、入社後の配属先に対する考え方を内々定を得た企業に伝えたことがあるかと聞いたところ、「伝えやすい雰囲気なので、伝えた」が最多で38.3%だった。次いで、「企業側から希望を聞かれたので、それに答えた」が27.3%となっており、学生の配属先に対する関心の高さに配慮した企業側が、希望を言いやすい状況を作っていることと推察される結果となった。

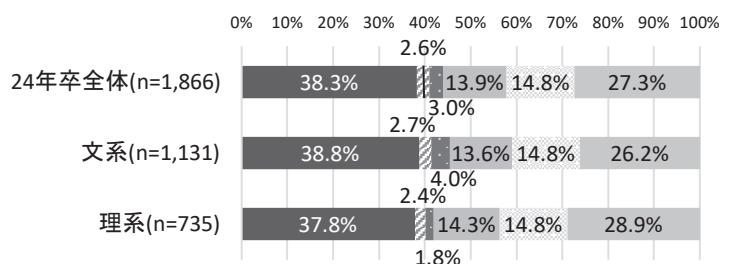
入社後の配属先(勤務地・職種)に対する考えとして、一番近いもの

- 勤務地・職種ともに自分で適性を判断して、選びたい
- ☒ 勤務地は自分で選びたいが、職種は適性をみて会社に判断してほしい
- 職種は自分で選びたいが、勤務地は適性をみて会社に判断してほしい
- 勤務地も職種も、適性を見て会社に判断してほしい



【内々定保有者】内々定を得た企業に対し、入社後の配属先について希望を伝えたことはあるか

- 伝えやすい雰囲気だったので、伝えた
- ☒ 伝えやすい雰囲気ではなかったが、伝えた
- 伝えるに難しい雰囲気だったので、伝えなかった
- 伝えようという考えがそもそもなかった
- ☒ そもそも配属先に関する希望がなかった
- 企業側から希望を聞かれたので、それに答えた

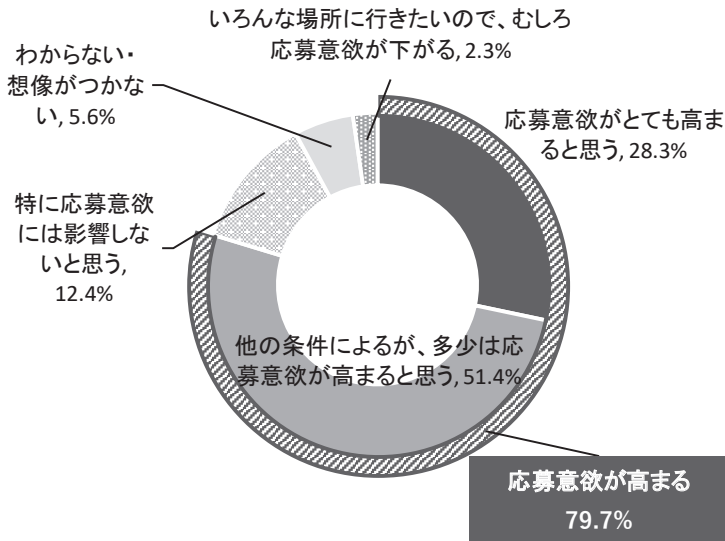


『入社後の配属先(勤務地・職種)に対する考えとして、一番近いもの、内々定を得た企業に対し、入社後の配属先について希望を伝えたことはあるか』: マイナビ2024年卒 大学生活動実態調査(2023年6月)』

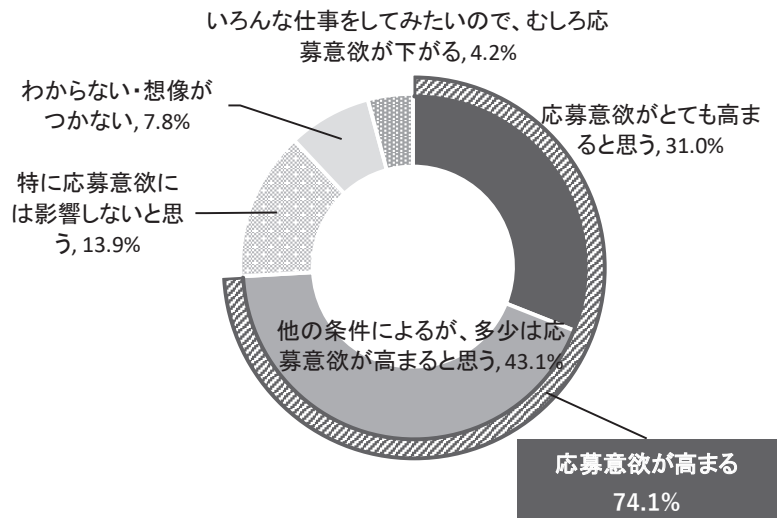
“他の条件にもよる“という条件つきだが、応募意欲が高まる学生が7割以上

応募時に最初の勤務地や職種(仕事内容)が限定されていると応募意欲が高まるかと聞いたところ、他の条件も考慮することが前提となるが、7割を超える学生が「応募意欲が高まる」と回答している。現状、「総合職採用」が主流ではあるが、採用時に複数の応募コースを用意する等、学生が「選べる」状況を作ることは好意的にみられているようだ。

応募時に「最初の勤務地」が限定されていると、
応募意欲が高まると思うか



応募時に「最初に配属される職種(仕事内容)」が
限定されていると、応募意欲が高まると思うか



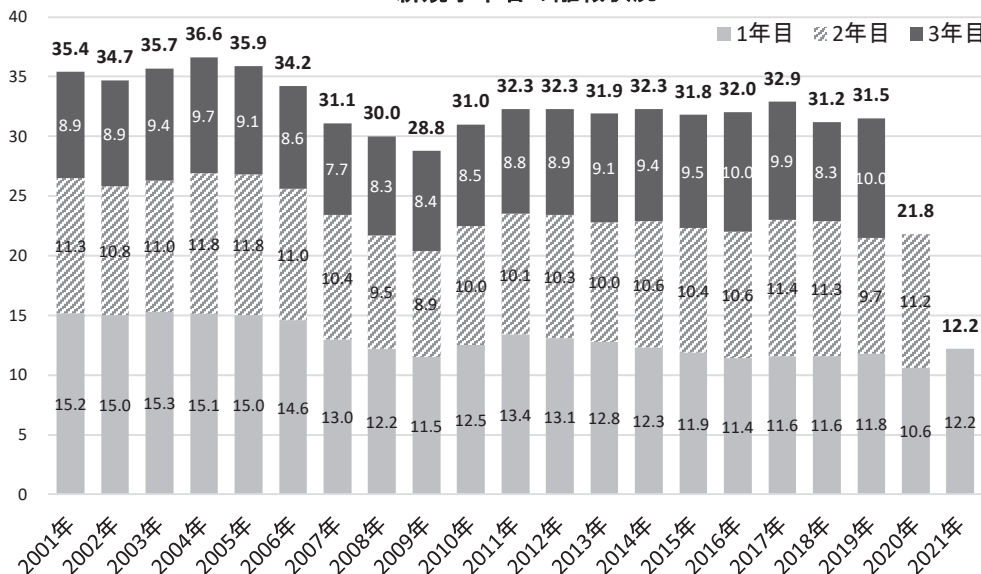
『応募時に「最初の勤務地」「最初に配属される職種」が限定されていると応募意欲が高まるか
：マイナビ2024年卒大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(2022年11月)』

新規学卒者の離職状況は「3年3割」を継続している状態

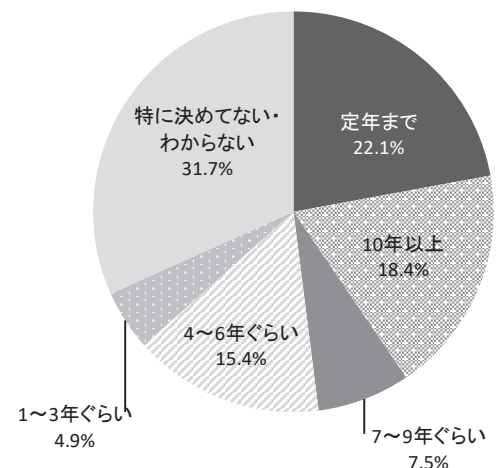
就活中の学生は長く働きたいと考えているが、結果的に3年目で3割が離職している状況

新規学卒者の離職状況については、以前から「3年3割」と言われてきたが、その状況は現在も続いている。一方、就職活動を行う学生に新卒で入社する会社で何年くらい働きたいか聞いたところ、「特に決めていない・わからない」が最多で31.7%、次いで「定年まで」が22.1%だった。今後、若者人口が減少していくなか、人材採用はより困難になると予想されるが、採用にいたった新入社員の定着についても重視していく必要があるだろう。

新規学卒者の離職状況



新卒で入社する会社で何年くらい働きたいか

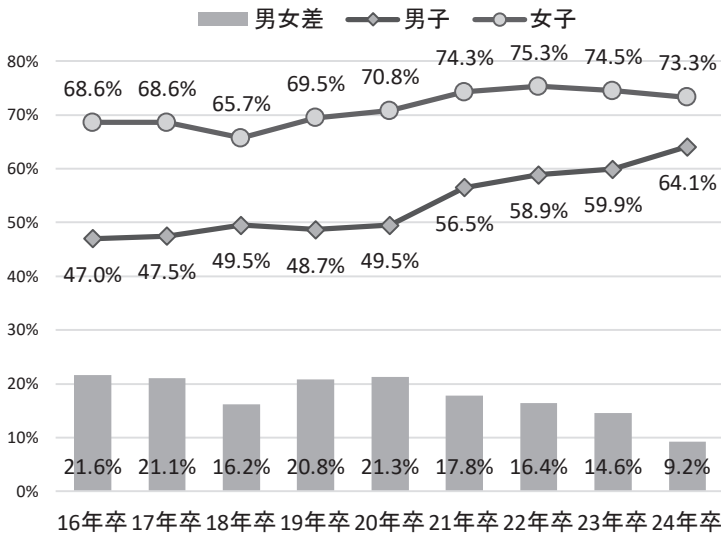


『新規学卒者の離職状況：厚生労働省(2022年10月発表)』
『新卒で入社する会社で何年くらい働きたいか：マイナビ2024年卒大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(2022年11月)』

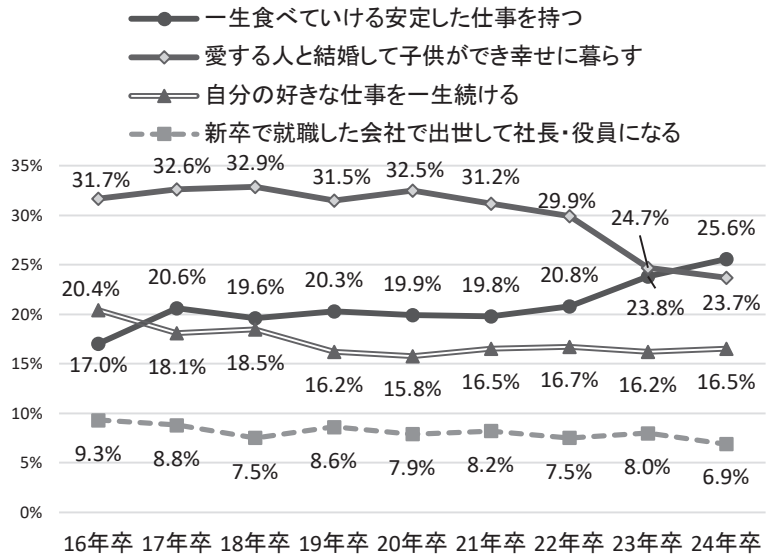
理想とするのは「一生食べていける安定した仕事を持つ」自分

共働きを希望する割合は、もともと女子学生は高い傾向にあったが、徐々に男子学生でも希望する割合が高まり、男女差は1割未満になった。また、理想とする「将来の自分」は「一生食べていける安定した仕事を持つ」が最多で25.6%、前年トップだった「愛する人と結婚して子どもができ幸せに暮らす(23.7%)」を1.9ptを上回った。全体的に、ライフイベントの変化に関わらず、仕事を続けていこうとする傾向が性別問わず高まっていることがわかる。

共働き希望の推移



理想とする「将来の自分」(上位抜粋)



『共働き希望の推移、理想とする「将来の自分」(上位抜粋)の推移: マイナビ2024年卒 大学生ライフスタイル調査(2022年11~12月)』

学生が「福利厚生」や「配属先」に関心をもつのはなぜか

高まるワーク・ライフ・バランス意識と「安心して働ける職場」を求める気持ち

✓ 安定志向の高まり

「安心して働ける環境」を望む傾向

→ 予め、配属先が想定できるとその準備がしやすい。また、自分が安心して働くことができる場を選択することもできる。

✓ 共働き志向の学生が増加している

様々なライフイベントが起こったときに「働き続けられる」状況にしておきたい

→ 様々なライフイベントに対応できる制度(福利厚生)が用意されていると続けやすい

・夫婦それぞれが全国転勤がある場合、両立が難しくなるのではないかと感じる

・今後のライフプランを考えるうえで、勤務地(住む場所)が選べるのが重視されている

・仮にライフイベントの変化で転勤や転職が必要になったときに、自由に選択できるような実績をもち、備えておきたい



✓ 終身雇用が当たり前でなくなった環境下で長く続けるための対策

学生はできれば長く勤めたいと考えている

定年まで1つの会社で働くことが現実的でないと感じているため、働き手としての能力・スキルを身につけたい

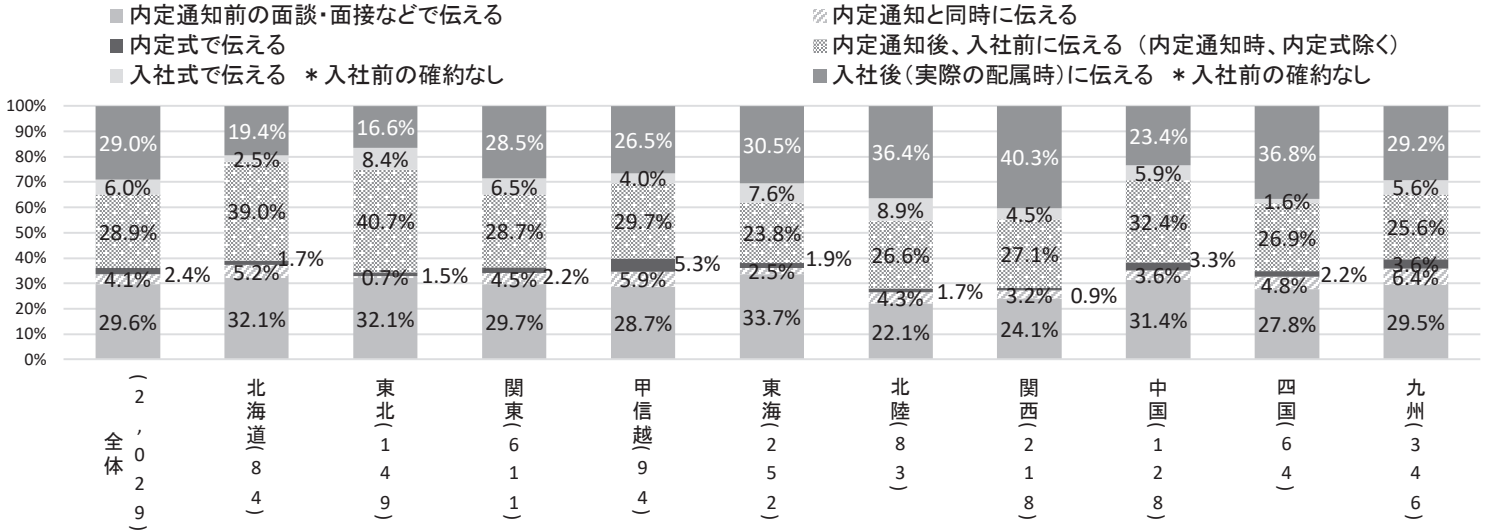
→ 就職活動中の学生は短期間で退職することは想定しておらず、むしろ終身雇用が当たり前でない社会のなかで、どうしたら長く勤められるか、また、それが難しくなった場合に備えておきたいと考えているのではないかと

学生が就職活動中にワーク・ライフ・バランスを意識したり、安定性を求めたり、福利厚生に関心が高かったりすると、そのことを働くことに消極的かのように感じる企業の方もいるかもしれない。また、働き手としての自分の価値をなるべく早く向上させたいとする姿勢に、転職するつもりなのかと心配になるかもしれない。しかし、学生がなぜ、そういう心境に至ったのかについて、よくその原因を考える必要があるだろう。新規学卒者の離職については「3年3割」などと言われているが、就職活動中の学生の多くはもっと長く働きたいと思って活動している。ライフイベントによって、生活が変わったとしても、働き続ける環境を求めるからこそ、こうした内容に関心を持っているともいえるのだ。

全体では「内定通知前の面談・面接」が最多だが、総合的には入社前後が主流

勤務地について、どのタイミングで告知するかを聞いたところ、「内定通知前の面談・面接などで伝える(29.6%)」が最多だったが、「内定通知後、入社前に伝える(28.9%)」「入社後に伝える(入社前の確約なし)(29.0%)」となっており、全体的に見ると、入社前後とタイミングが多いようだ。本社所在地のエリア別にみると、「北海道」「東北」で「内定通知後、入社前に伝える」の割合がやや高いが、全体的に同じような傾向となった。

【本社所在地エリア別】配属先(勤務地)についてどのタイミングで告知するか



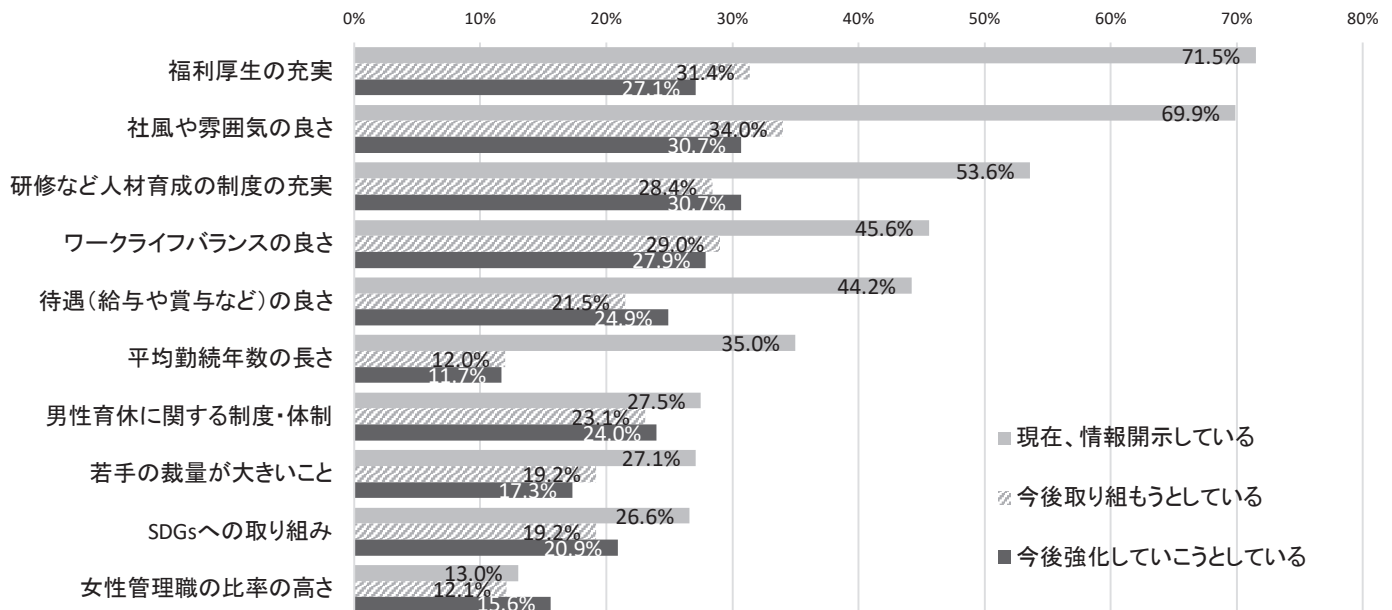
【【本社所在地エリア別】配属先(勤務地)についてどのタイミングで告知するか: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)】

採用広報で強みとしている内容・強みとしたい内容

「福利厚生充実」「社風や雰囲気の良さ」「研修など人材育成の制度の充実」

採用広報として強みにしている内容に関して、業界や仕事内容以外の会社全体の取り組みや状況に限定して聞いたところ、「福利厚生の充実(71.5%)」が最多で、次いで「社風や雰囲気の良さ(69.9%)」となり、この項目は「今後取り組もうとしている」「今後強化していこうとしている」でも同様に高い割合となった。「今後強化していこうとしている」については「研修など人材育成の制度の充実」も高くなっており、企業として新入社員を育成することを強みにしていこうとする様子が見られた。

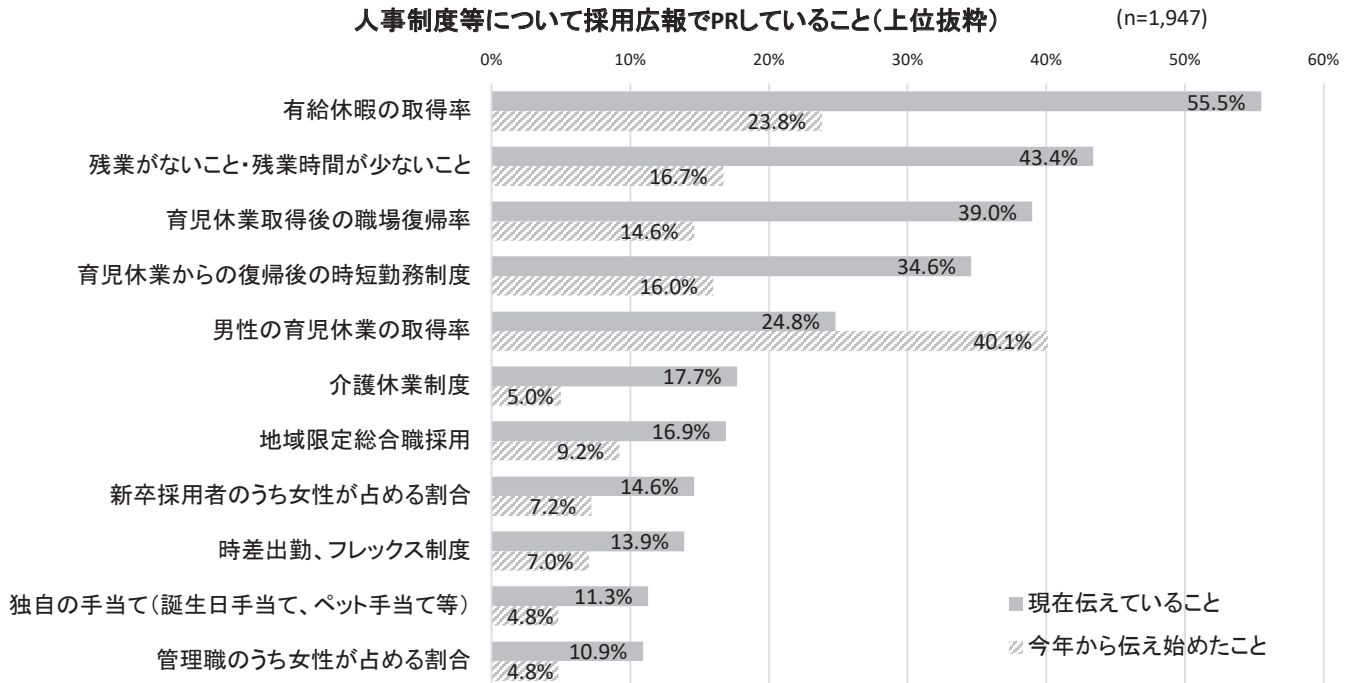
採用広報で強みとしている内容、今後強みにしたい内容(仕事内容を除く、上位抜粋) (n=2,193)



【採用広報で強みとする内容、今後強みにしたい内容: マイナビ2024年卒企業採用活動調査(2023年6月)】

「有給休暇の取得率」が最多、今年から伝え始めたことは「男性の育児休業の取得率」

人事制度等に限定して、採用広報としてPRしていることを聞いたところ、「有給休暇の取得率」が最多で55.5%、次いで「残業がないこと・残業時間が少ないこと(43.4%)」となり、ワーク・ライフ・バランスの良さを意識されていることがわかった。また、今年から伝え始めたこととして最多なのは「男性の育児休業の取得率」で40.1%となった。



『人事制度等について採用広報でPRしていること: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

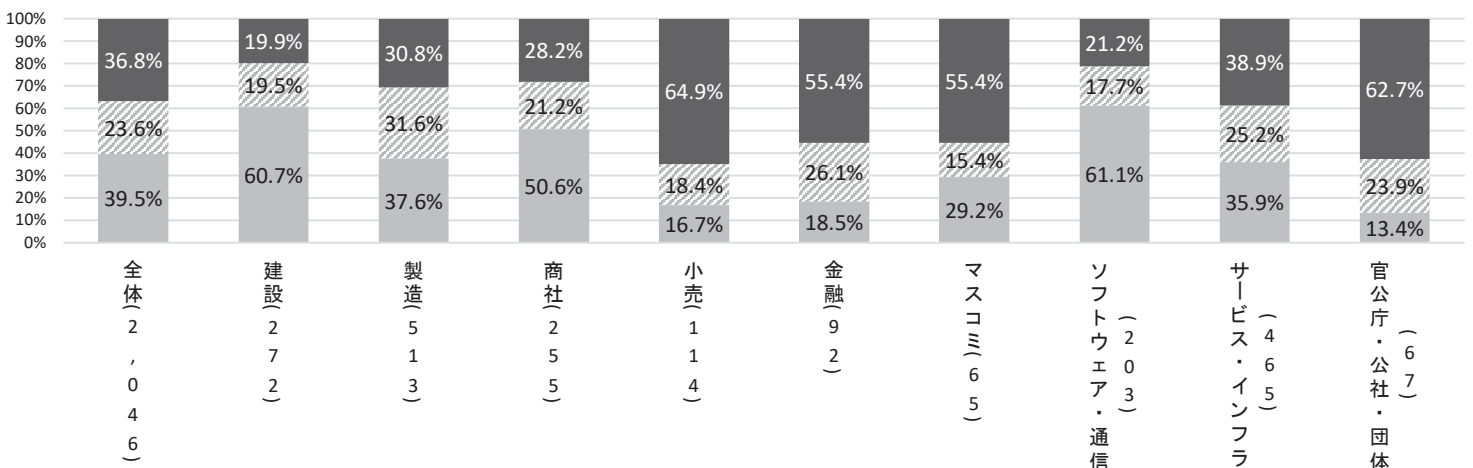
企業が実施している採用方法の実態(職種別コースの設定)

業種による差はあるものの、総合職を含む職種別コースを設定している割合は6割超

「小売」「金融」「マスコミ」「官公庁・公社・団体」では、「職務を限定しない枠のみ」が半数以上となっているが、それ以外の業種では、なんらかの職種別コースを設定しており、全体ではなんらかの職種別コースを設定している割合は6割を超えている。特に、「建設」「ソフトウェア・通信」では、「(総合職を設定しない)職種別コースを設定している」が6割を超えている。

【業種別】募集・選考時のコース設定(募集要項への記載内容)

- 職務を限定しない枠(総合職等)のみ(「一般職」「地域職」など勤務地限定や待遇が異なるが、職務を限定していない)
- ▨ 職務を限定しない枠(総合職等)を含む、職種別コースを設定している
- 職種別コースを設定している * 職務を限定しない枠(総合職等)の設定はない

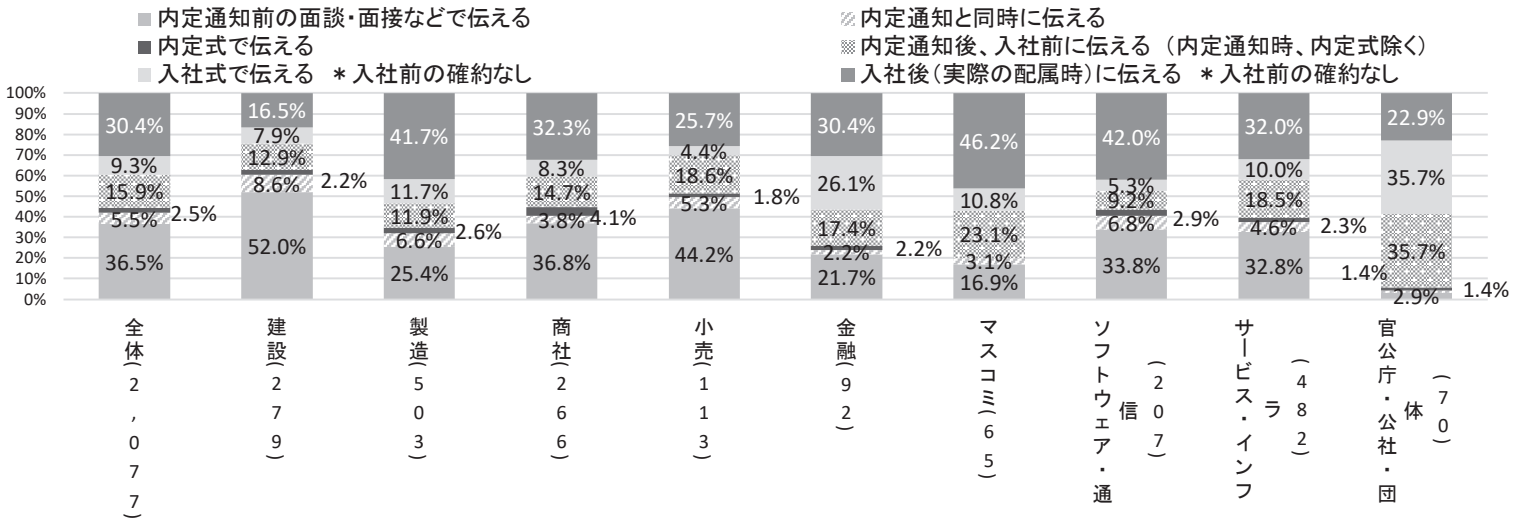


『【業種別】募集・選考時のコース設定(募集要項への記載内容): マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

「内定通知前の面談・面接」もしくは「入社後」にわかる

職務内容について、どのタイミングで告知するかを聞いたところ、「内定通知前の面談・面接などで伝える(36.5%)」が最多だったが、「入社後に伝える(入社前の確約なし)」も30.4%となり、大きく2つに分かれているようだ。業種別では「内定通知前の面談・面接(略)」が多いのは「建設」「小売」だった。「建設」は職種別コースを実施している割合も高いため、おのずと職務内容を踏まえたコミュニケーションが図られるのは想像できるが、「小売」については職別コースではないが、職務内容を伝えるようにしているようだ。このことは、職種別コースを設定していなくとも、学生とのコミュニケーションのなかで伝えることもできることを示している。

【業種別】配属先(職務内容)についてどのタイミングで告知するか



『【業種別】配属先(職務内容)についてどのタイミングで告知するか: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

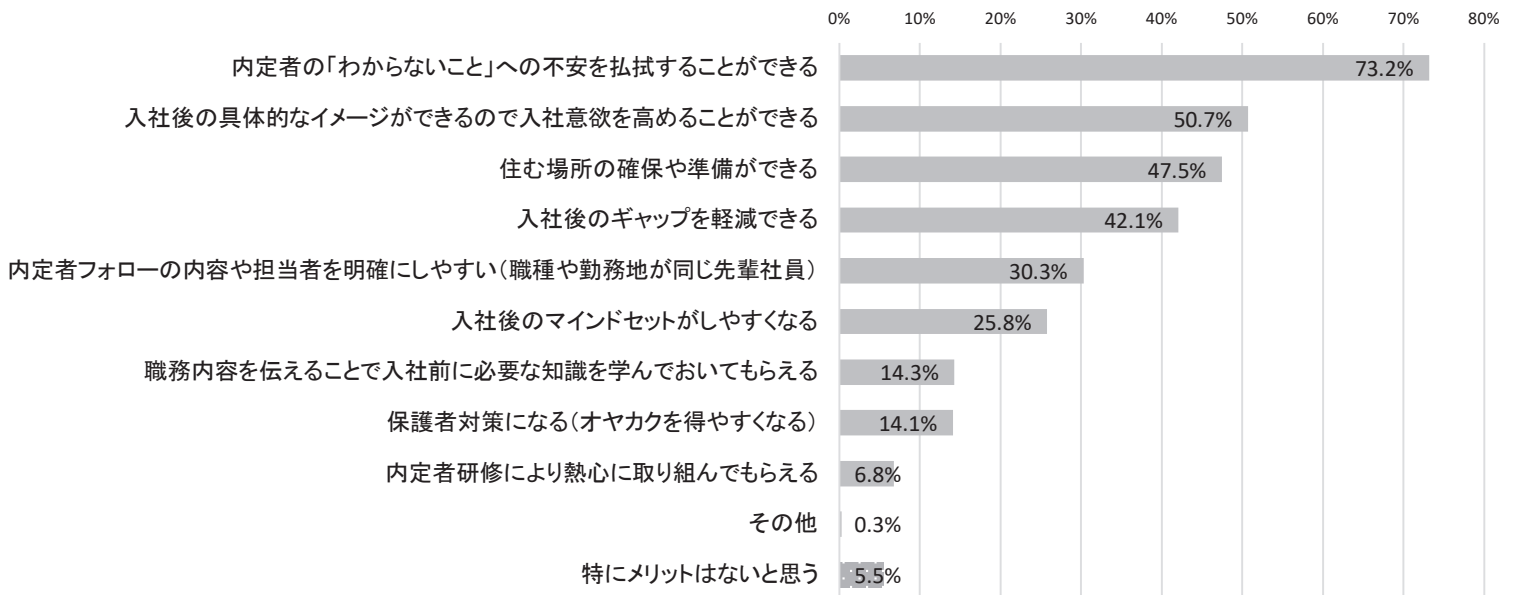
配属先を入社前に告知することのメリット

主に内定者の不安軽減や入社意欲向上にメリットを感じている

入社前に配属先を告知することのメリットについて聞いたところ「内定者の『わからないこと』への不安を払拭することができる」が最多で73.2%、次いで、「入社後の具体的なイメージができるので入社意欲を高めることができる」が50.7%となった。主には内定者フォローや辞退防止のための施策としてメリットを感じられているようだ。

配属先を入社前に告知することのメリット

(n=1,939)



『配属先を入社前に告知することのメリット: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

内々定後のフォローと入社予定先の決定

複数の内々定を保有する学生は6割 内々定を出したあと、「入社予定先の1社」 に選ばれることが重要

6月時点での内々定状況は前年と同程度ではあったが、内々定獲得の進捗が早く、前年と同様に複数の内々定を保有している学生が6割程度だった。また、内々定獲得から入社までの期間がさらに長くなったうえに企業選択の軸として、仕事内容、勤務地、福利厚生、待遇など様々な要件が同じように重視される傾向は続いており、学生が安心して入社予定先の1社を選択できるようなフォローが企業側には求められている。

1人当たりの内々定保有社数と入社予定先企業への志望状況

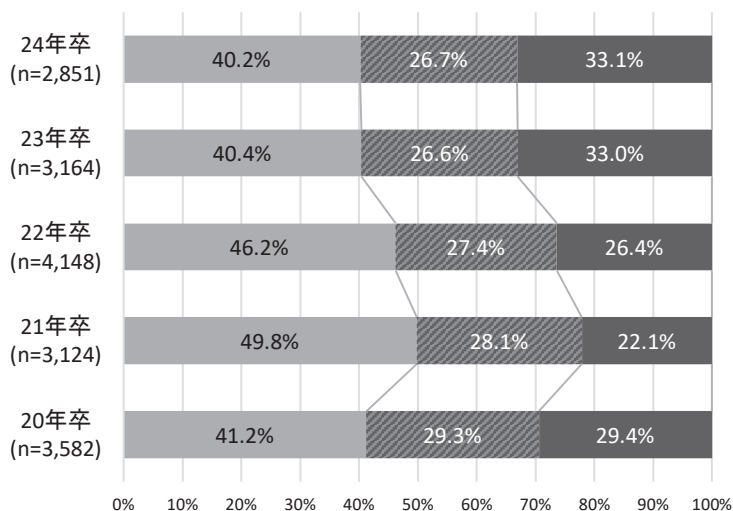
学生

複数内定を保有し、第一志望企業を入社予定先企業とする割合が増加

6月時点の内々定保有状況を確認したところ、複数社からの内々定を保有している割合が23年卒と同様に6割近くだった。また、入社予定先企業が第何志望だったかについては「第一志望」の割合が24年卒では48.7%（対前年比0.6pt）と半数近くになっている。内々定の保有状況だけを見ると、21年卒でコロナ禍の影響をやや受けたが、24年卒においては、コロナ禍前よりも状況は改善しているといえる。

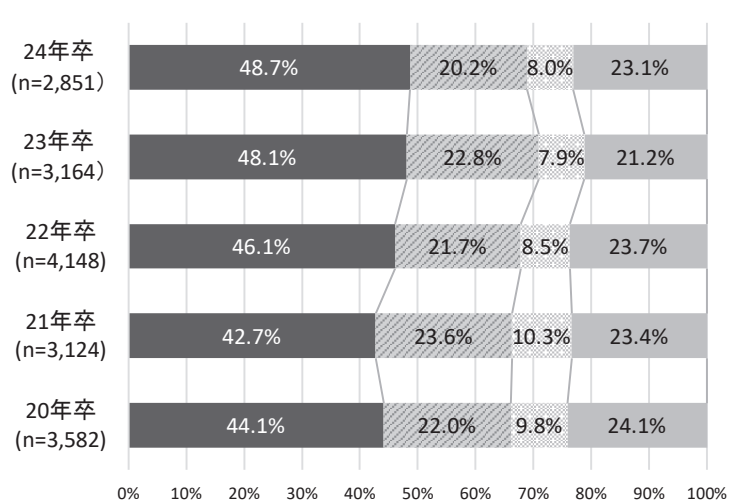
<6月末時点> 内々定保有社数

■ 1社 ■ 2社 ■ 3社以上



入社予定先企業は第何志望か

■ 第一志望 ■ 第二志望 ■ 第三志望 ■ それ以外

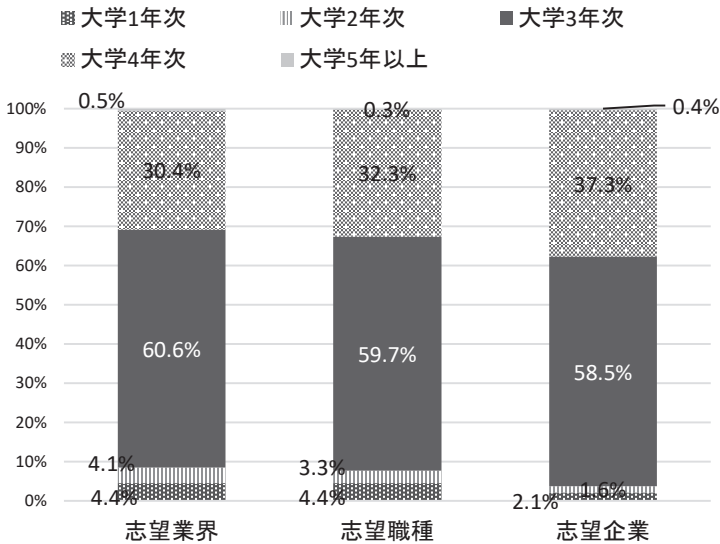


『内々定保有社数、入社予定先企業は第何志望か：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

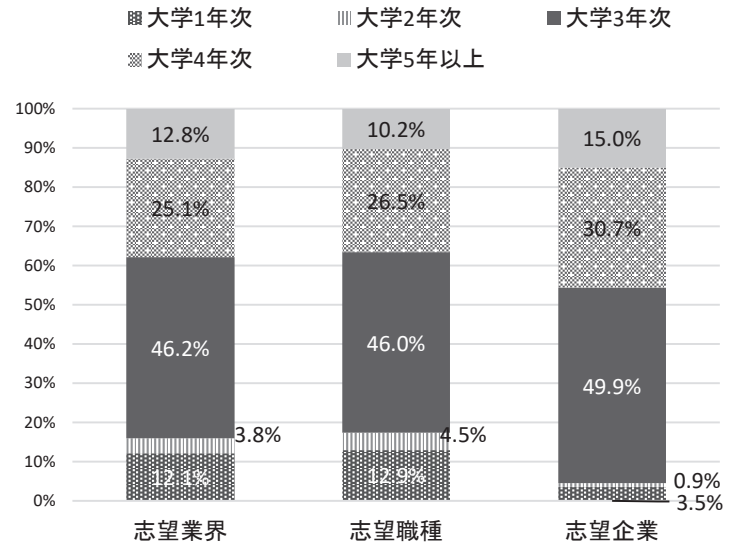
全体的に業界、職種、企業の順に志望する先を決めており、時期は大学3年次が最多

内々定保有者に対して業界、職種、企業について志望先を決めた学年を聞いたところ、全体的に「大学3年次」が最も多く、就職活動が始まる前、インターンシップ・仕事体験などへの参加が本格化する時期に決める人が多いことがわかった。理系学生については業界、職種については「大学1年次」に決めていた割合がそれぞれ1割を超え、文系学生に比べるとその割合は高い。技術職に就職を希望するような場合は、大学の専攻内容と関連が強い場合もあるため、このような結果になっていると推察される。ただ、「大学4年次」以降の割合もまた高い傾向にあり、専攻とは関係の薄い就職先を志望するような場合は、決定時期が遅くなることもあると考えられる結果だった。

【文系・学部】 志望業界・職種・企業を決めた学年



【理系・学部】 志望業界・職種・企業を決めた学年



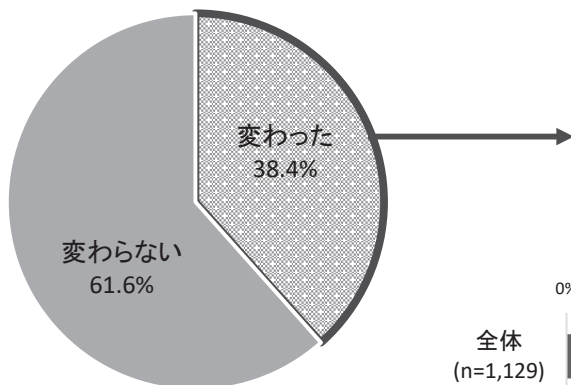
『志望業界、職種、企業企業を決めた学年：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

第一志望企業が変わった状況

第一志望企業が変わったことのある割合は38.4%、別の企業の魅力に気づくことも

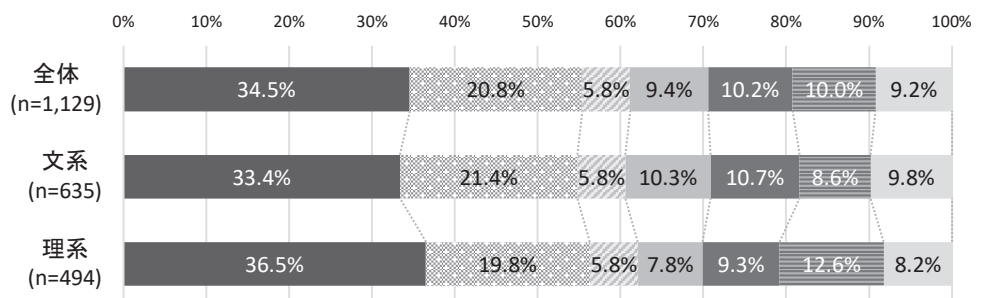
6月時点で内々定を保有している学生に「第一志望企業が変わったか」を聞いたところ、「変わった」は38.4%だった。また、その状況については「別の企業により魅力を感じるようになった」が最多で34.5%、次いで「別の企業のほうが自分に向いていると思うようになった」で20.8%となり、半数以上が就職活動をしていく中で、別の企業の魅力や、自分とのよい相性を感じて志望を変えたことがわかった。

第一志望の企業が変ったか



第一志望企業が変った状況

- 別の企業により魅力を感じるようになった
- ▨ 別の企業のほうが自分に向いていると思うようになった
- ▩ 別の企業で内々定が出た
- 最初の第一志望の企業に魅力を感じなくなった
- 最初の第一志望の企業が自分に向いてないとわかった
- ▨ 第一志望の企業を目指すのを諦めた
- その他

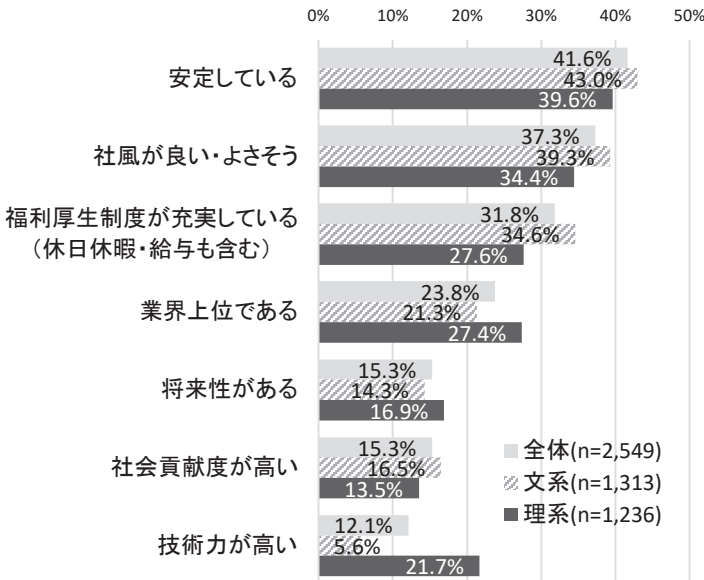


『第一志望の企業が変ったか、第一志望企業が変った状況』：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

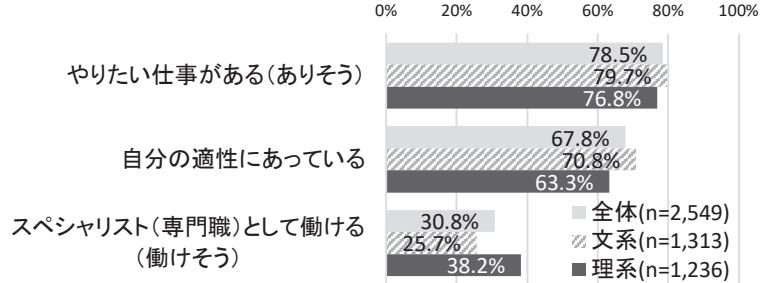
安定性や社風、やりたい仕事ができることと同様に大切な人事担当者の印象

内々定保有者に対して入社予定先を選んだポイントを「企業」「仕事」「内定者・社員※」それぞれについて聞いたところ、企業軸では「安定している」、仕事軸では「やりたい仕事がある(ありそう)」、人(内定者・社員)軸では「人事担当者の印象が良かった」がそれぞれ最多となった。※選択肢に「内定者の印象が良かった」が含まれる。

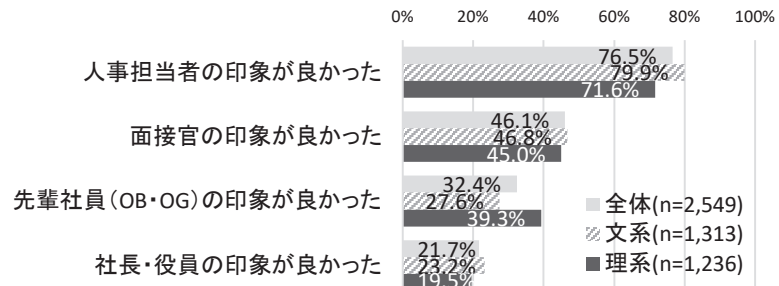
企業について(上位抜粋)



仕事について(上位抜粋)



内定者・社員について(上位抜粋)



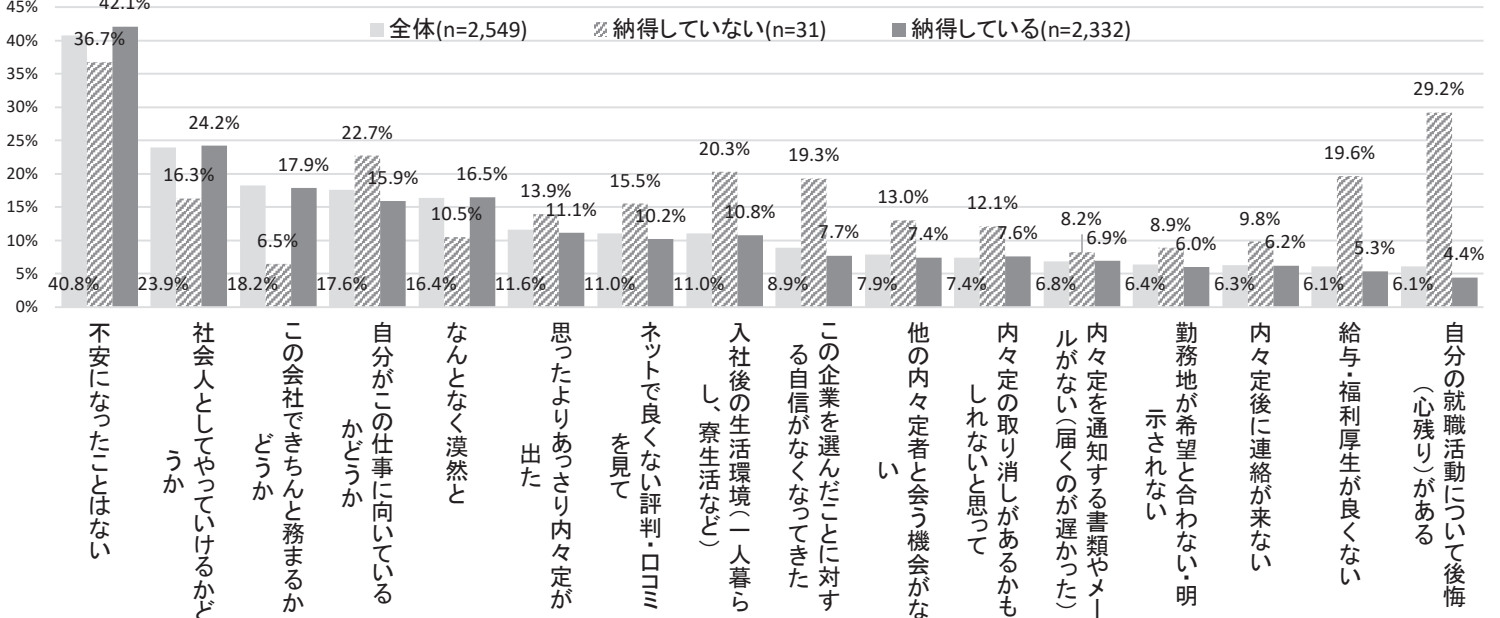
『入社予定先企業を選んだポイント<採用ツール>:マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

内々定後に不安になった理由(内々定先への納得度別)

内々定先への納得度が低いほど、不安になる要素が多い傾向

内々定保有者に対して入社予定先企業を決めたあと不安になった理由を聞き、内々定先納得度別に確認したところ、納得度の低い人ほど不安になった割合が高かった。そのなかでも「自分の就職活動について後悔がある」が最多で29.2%となった。この不安は学生自身が納得できるまで活動する必要も考えられ、内定者フォローだけでは解決できない不安ともいえるだろう。一方、納得度の高い学生では「社会人としてやっていけるかどうか」など将来に向けての不安が目立つため、企業側の内定者フォローで解消できる可能性は高い。

入社予定先企業を決めた後不安になった理由(複数回答) ※上位抜粋

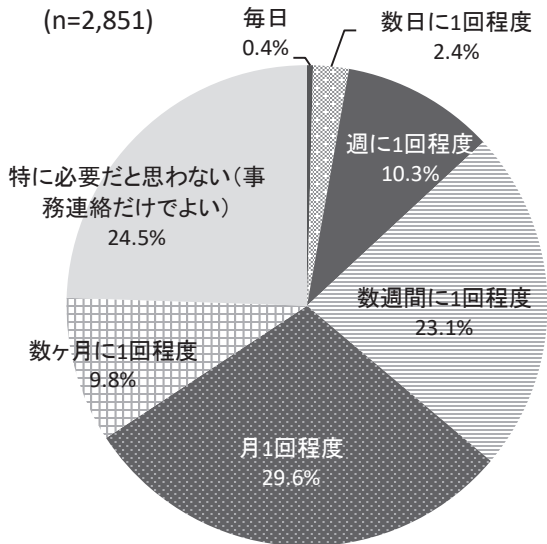


『入社予定先企業を決めた後不安になった理由(複数回答) ※上位抜粋:マイナビ2023年卒内定者意識調査(2022年6~7月)』

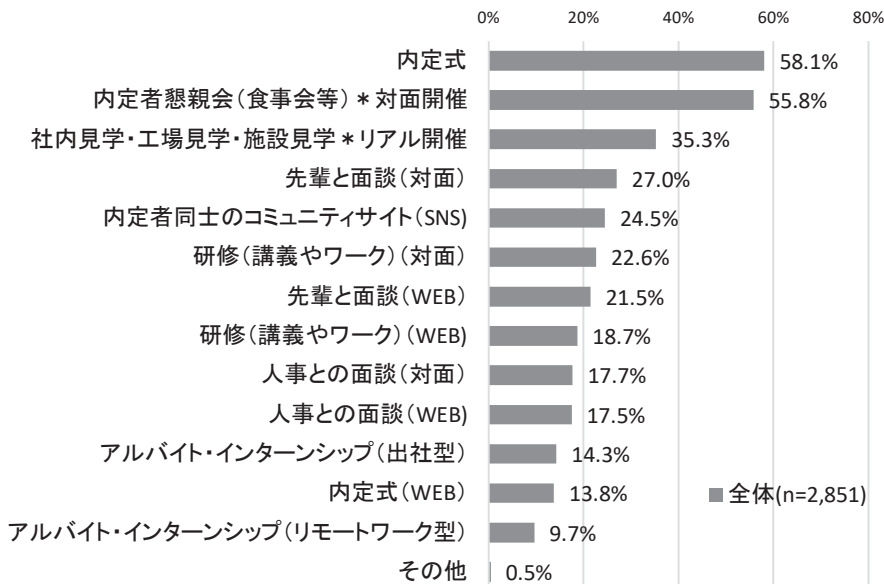
連絡の頻度は「月1回程度」が最多、実施してほしいフォローは「内定式」など実際に会う場

内々定保有者に対して、企業から事務連絡以外でどの程度の頻度で連絡が欲しいか聞いたところ、「月1回程度」が最多で29.6%、次いで「数週間に1回程度(23.1%)」となったが、意見は分かれた。しかし、連絡が多ければ多いほど良いというわけではなさそうだ。また、内定者フォローとして実施してほしいことは「内定式(58.1%)」が最多で、以降、内定者同士や社員と会える機会を望む傾向が見られた。

入社予定先企業からの事務連絡以外の連絡頻度に関して望ましいと思う頻度



実施してほしい内定者フォロー



内定者フォローについては、本誌特集コラム「新卒社員の意欲を高める内定から入社までのコミュニケーション」(九州大学/合同会社ATDI代表 礎氏)に詳しく記載。

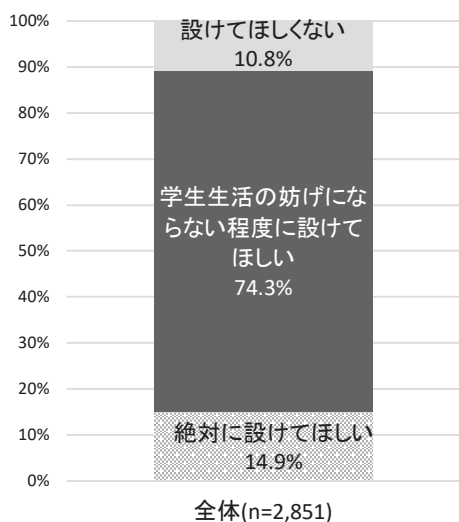
『入社予定先企業からの事務連絡以外の連絡頻度に関して望ましいと思う頻度、実施してほしい内定者フォロー望:マイナビ2024卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

内定者研修について望むこと

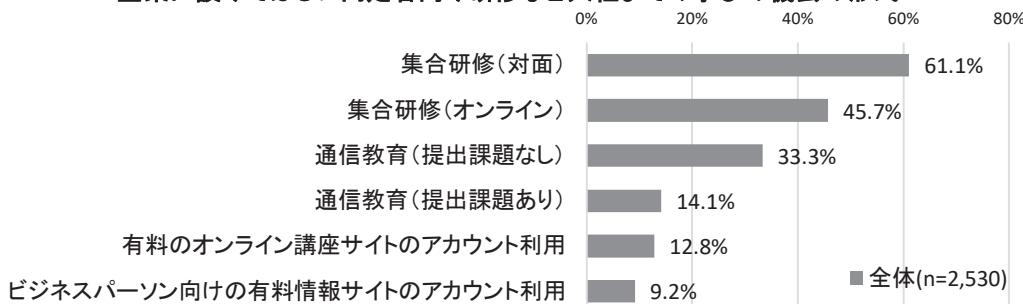
学生生活の妨げにならない程度という条件はあるが、なんらかの学びの機会を望む声が9割弱

内定者向けに企業から提供される学びの機会についての希望を聞いたところ「学生生活の妨げにならない程度に設けてほしい」が最多で74.3%、「絶対に設けてほしい(14.9%)」とあわせると9割近くになった。その形式については「集合研修」が多く、対面で61.1%、オンラインで45.7%だった。その内容については「基本的なビジネスマナー」が最多で73.1%だった。

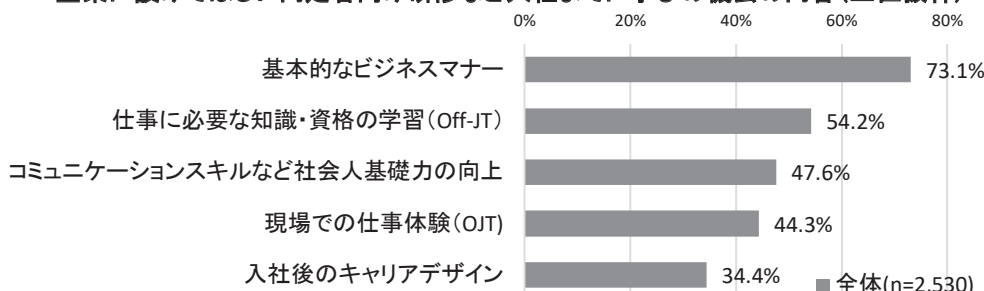
企業からの内定者向け研修など入社までに学びの機会を設けてほしいか



企業に設けてほしい内定者向け研修など入社までの学びの機会の形式



企業に設けてほしい内定者向け研修など入社までに学びの機会の内容(上位抜粋)



『企業から内定者向け研修など入社までに学びの機会を設けてほしいか、その形式、内容:マイナビ2024卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

今後の採用に向けて

本格化する人材不足に向け、入社後の育成や定着を視野にいった個別の対応が求められる

ここまで24年卒の新卒採用の状況について述べてきた。世界中を翻弄した新型コロナウイルス感染症の存在感は薄れつつあるが、コロナ対策をきっかけに変化した価値観や新しい働き方は残っていると言えるだろう。また、日常生活を取り戻し、景気が回復傾向になるにつれ、改めて認識された「人材不足感」については、今後より一層深刻化していくと予想される。特に、若者人口は今後減少トレンドとなるため、新卒採用においてはより厳しい状況となるだろう。職務経験を持たない学生を採用する新卒採用では、入社後の育成を前提とした採用となるが、採用活動の段階から、入社後の育成・定着まで見越した丁寧なコミュニケーションが求められると思われる。

24年卒新卒採用のまとめと見えてきた課題

応募数の減少、複数内々定の保有割合増加など企業にとっては厳しい状況が続く

また、配属ガチャへの不安、福利厚生への高い関心に配慮する必要も

採用ニーズが高まる中、

若者人口は減少傾向

母集団形成は苦戦

日常生活を取り戻し、経済も回復傾向になるなか、採用ニーズは前年以上に高まった。しかし、若者人口は減少トレンドに入っている。かつてのように多くの母集団を形成し、絞りこんでいくような採用手法は困難となり、学生に対してより個別のコミュニケーションが求められる。

配属ガチャへの不安、

福利厚生への関心に

企業は配慮

共働き志向やワーク・ライフ・バランスへの意識が高まるなか、学生は勤務地を予め決めたいと考えたり、福利厚生への関心を強く持ったりしている。また、終身雇用が当たり前ではなくなったいま、「就社」ではなく「就職」という意識が強くなり、配属先(仕事内容)を自分で決めたいというニーズも高まっている。

複数内々定先から

最後の1社に選ばれる

対策がより一層必要に

24年卒では前年以上に複数の内々定を保有する学生が増えている。入社する1社を決めるために、仕事内容だけでなく、配属先や福利厚生、待遇など様々な要件で選択を行う。そのような状況のなか、企業側は選考時のコミュニケーションから内定者フォローに至る長い時間をかけてコミュニケーションを深める必要がある。

今後の採用に向けて

より個と個の関係へ、人の顔が見える対話を。
また、採用が難しくなるなか、新入社員の育成・定着により一層、注力する必要も。

【就職活動生の特徴】

配属ガチャ

への不安感があり
配属先は自分で決めたい

待遇・福利厚生

への関心が高い

複数の内々定

から入社する1社を選択

上記の特徴は24年卒の就職活動生に限った話ではなく、今後も続く特徴だと考えられる。若者に限らず、労働人口が減少していくなか人材不足はより深刻になる一方で、終身雇用が当たり前の時代でもない。一見、“(学生の)売り手市場”のように見えるが、学生は決して将来を楽観視しておらず、むしろ不安感を抱えている。先の見えないVUCAの時代に、少しでも良い人生を送ることができる選択をしたい、そういう気持ちで最初に入社する1社を探しているのだ。

「働く上で、『やりたい仕事か』『福利厚生』『給料』の3つの内2つがあれば長く続けられるというお話を面談でされ、『福利厚生』『給料』の面では充実していると言われた。やりたい仕事かどうかという点は本人次第だからしっかり考えて決めてほしいと言われた。私の悩みに真摯に向き合ってください、ここで働きたいと思った。」

「しっかり悩んだ上で就職先は決めた方がよい。この会社を選んでほしいけど、こればかりは君自身がしっかり悩むべきだ。」

「あなたのような経験やお考えを持つ人も含めて、いろんな経験を持つ人と関われる素地がここにはあるし、キャリアを通じて他の人には得られない経験を積んでほしい。」

『入社を決意させた一言：マイナビ2024年卒内定者意識調査(2023年6~7月)』

福利厚生や待遇があればいい、という話しではないことの難しさ

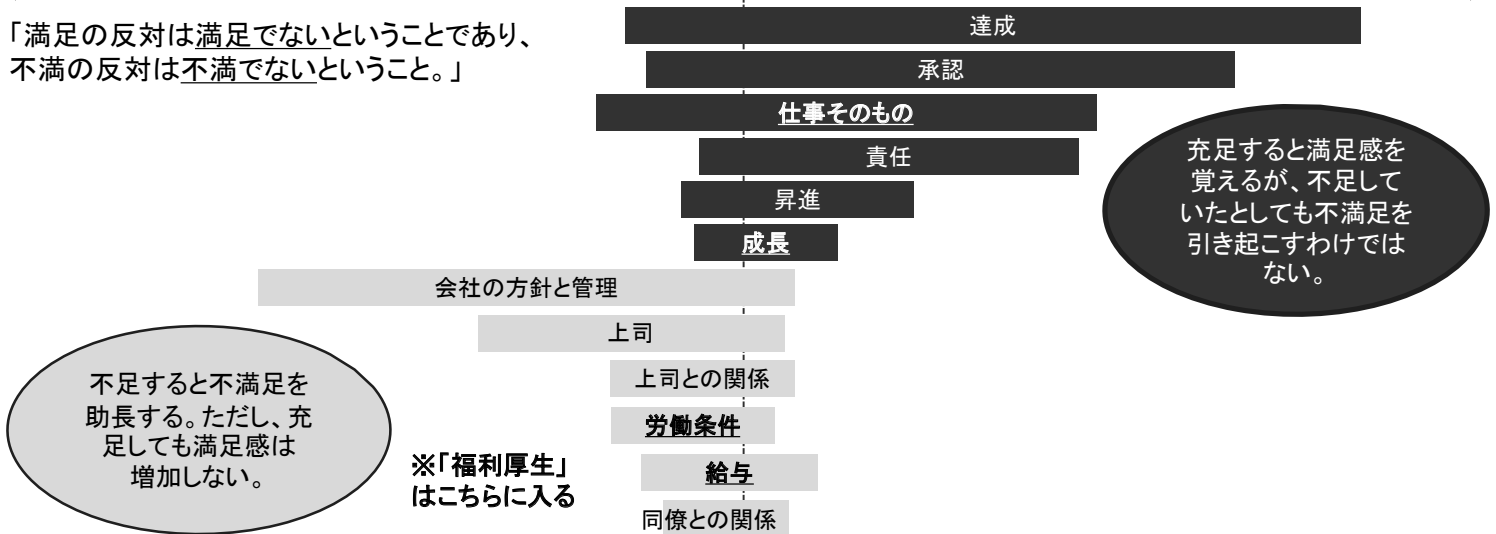
福利厚生など職務環境を整えることは重要だがそれだけで満足感を高めることはできない。

ハーズバーグの二要因理論

衛生要因(不満足要因)

動機づけ要因(満足要因)

「満足の反対は満足でないということであり、不満の反対は不満でないということ。」



Herzberg, F. (1986). One more time: How do you motivate employees. *New York: The Leader Manager*, 433-448.

→不満要素を取り除いたということは、ネガティブ(マイナス)ではなくなったというだけ動機付けを行うのはまた別の話である

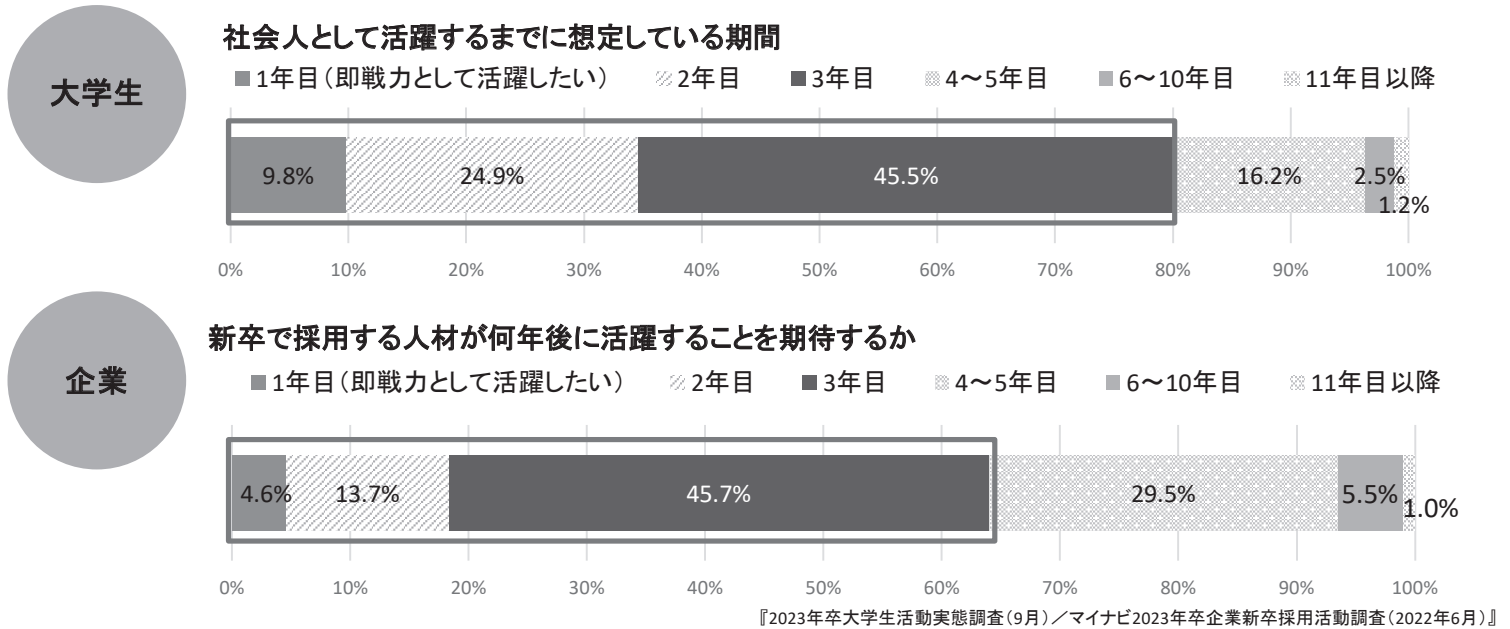
しかし、職務経験のない学生にとってはすべて「未来」に起こる「未知」の話である。そういう意味では従業員のいう「不満」ではなく「不安」と考えたほうがしっくりくるかもしれない。そのため、不満を解消すること以上に「不安を解消する」必要性は高いともいえる。単純に置き換えることができないことも併せてお伝えしたい。

「早く成長したい」と願う若者たち

企業・若者間の成長スピードに関する感覚のギャップ

「3年目」がポイントとなるのは共通しているが、全体的に学生のほうは「早く成長したい」と考えている。
 →背景にあるのは「終身雇用の終焉」、定年まで働くことがリアルではない、数年後に転職する可能性が高いのであれば、「働き手としての自分の価値」をあげておきたい、と考えている。

「成長意欲」というよりは「成長しない(できない)ことへの不安」という感覚ではないか。



「ゆるブラック」という感覚

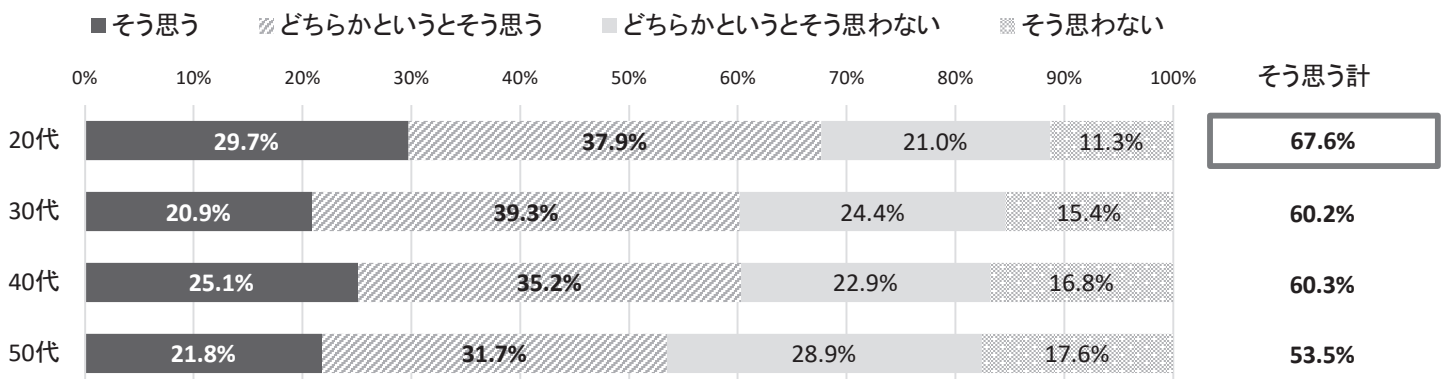
「ゆるブラック」とは

- ✓過度な残業などの長時間労働はないが、成長実感が得られない
- ✓職場の雰囲気は悪くないが、将来性は感じられない
- ✓離職率は低い、その理由は楽だから etc.

⇒仕事はきつなく居心地も悪くないが、スキルアップができずに成長できないと感じる会社・職場のこと

転職意向者のうち、どの年代においても過半数は自身の会社や職場がゆるブラックであると感じているが、特に20代の数値は高く、約7割まで達している。

現在の会社や職場が「ゆるブラック」だと思うか ※対象: 転職意向がある正社員1,385名

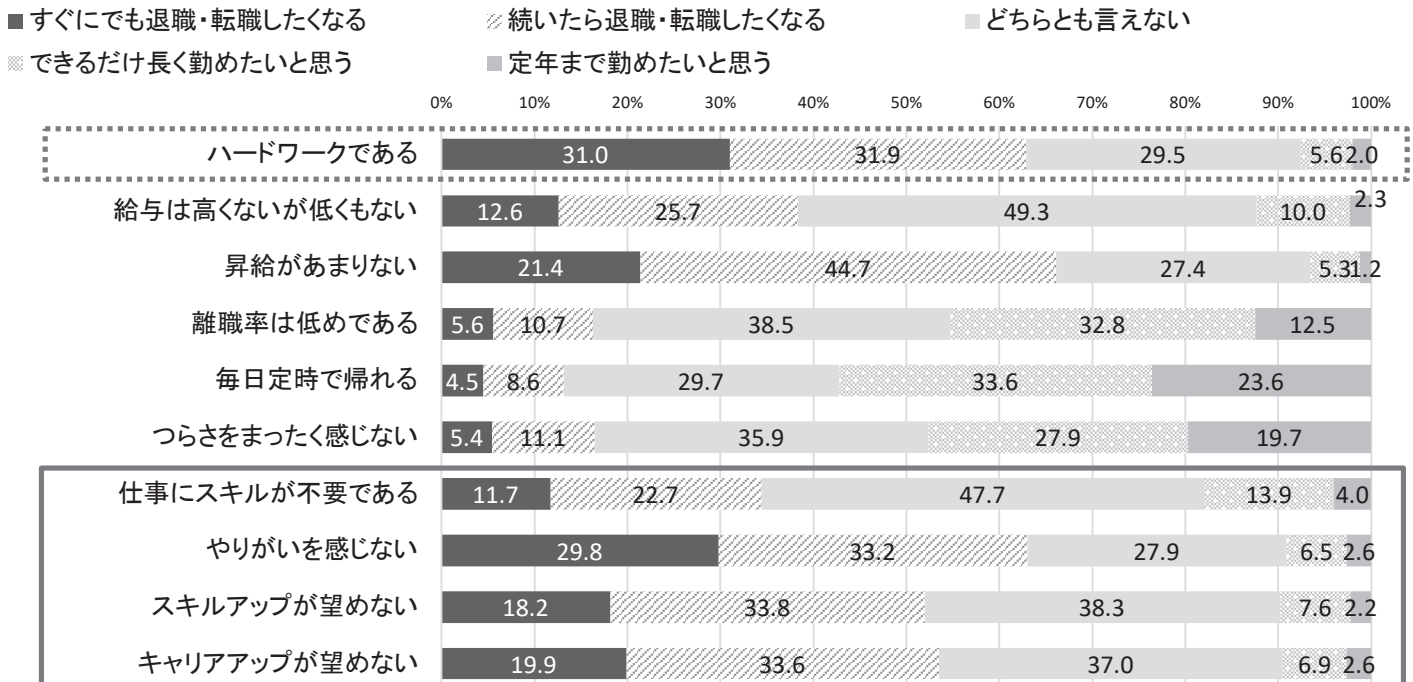


『マイナビ2023年2月度 中途採用・転職活動の定点調査(追加調査)』

若者は職場に何を求めているのか

ブラックと同様にゆるブラックも離職意向を高める

離職意向が高まる職場環境



『マイナビ2023年2月度 中途採用・転職活動の定点調査(追加調査)』

早期離職の背景にある「キャリア焦燥感(キャリアに関する焦り)」

「ブラック企業はいやだが、ゆるいのもいや」とは“ないものねだり”なのか？
その背景にどのような思いがあるのか

キャリア焦燥感

(キャリアに関する焦り)

切迫感

何ともしようがなく追い詰められた気持ち

キャリア構築への衝動

目標に向けて早くキャリアを構築しようと駆り立てられる気持ち

キャリアへ懸念

現在の自分や今後の自分のキャリアについての気がかり

「長時間会社で過ごす」「(盲目的に)会社の指示に従う」ことに代わる、働きがいや成長実感を高めるための施策を行っているのかという問いかけや、「ゆるブラック」の反対は「ブラック」ではない、という認識を持つ必要があるかもしれない。

より詳しい解説については、本誌特集コラム「なぜ若者は焦って会社を辞めるのか？」(筑波大学/尾野裕美准教授)に記載。

新卒に限らず人材採用ニーズが高まるなか、より競争が激しくなる 多くの応募者を集めて選抜していくというやり方が困難に

採用を継続する

企業は91.0%

「増やす」も増加

25年卒の新卒採用を実施する予定は前年を1.7pt上回り、91.0%。

さらに採用数を「増やす」企業も4.5pt増加しており、企業側の競争はさらに激しくなると予想される。

25年卒学生の

インターンシップ・仕事

体験参加率は39.8%*

6月時点でインターンシップ・仕事体験の参加率は前年から10.9pt増の39.8%。

25年卒対象のプログラムからインターンシップの定義が改正され、関心はより高くなっている。

* マイナビ2025年卒大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(6月)

職種別採用等に加え

個別のコミュニケーション

を増やす必要性も

今後、若者人口が減少していくなか、多くの母集団を集めたなかから選抜していく方法が困難になる。

より個別に、より深い情報提供が可能なアプローチを検討する必要があり、また、選考の過程で育成・定着を見据えた対話が必要に。

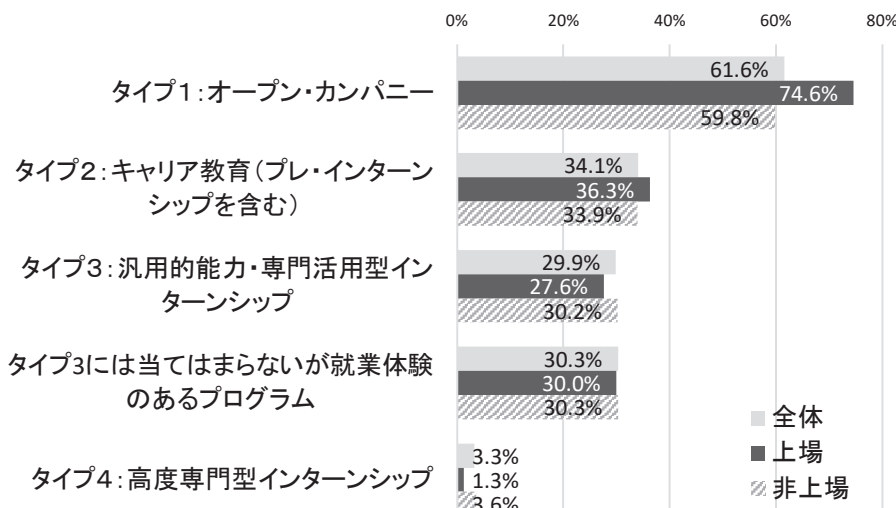
25年卒から始まった「インターンシップ」の定義改正 企業側の対応

企業

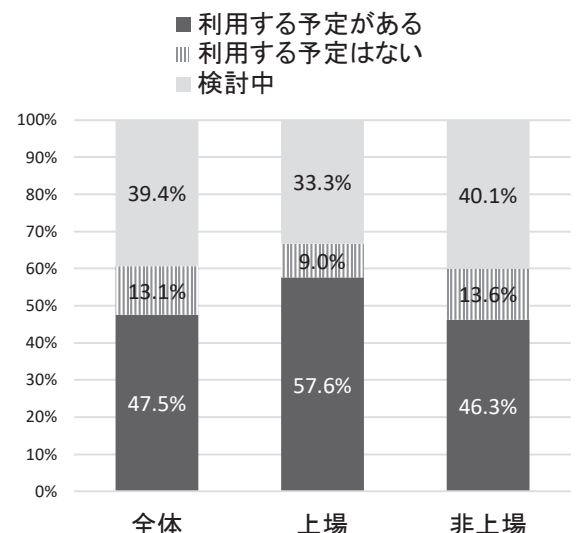
25年卒対象に実施予定のインターンシップ・仕事体験等は「オープン・カンパニー」が最多

25年卒からインターンシップの定義が改正されたが、それを踏まえて、24年卒の新卒採用を実施した企業に対して、25年卒向けにはどのようなタイプのプログラムを実施予定が聞いた。結果は「タイプ1: オープンカンパニー」が最多で、特に上場企業では7割を超えていた。また、タイプ3もしくは4の場合、取得した情報を採用活動に活用することができるが、その予定については「利用する予定がある」が最多となっていた。ただし、「検討中」という回答も4割近くあり、まだ対応を決めかねている企業も少なくない。

25年卒対象として実施する予定の
インターンシップ・仕事体験等のタイプ



インターンシップ(タイプ3,4)で取得した情報を採用活動にて活用する予定

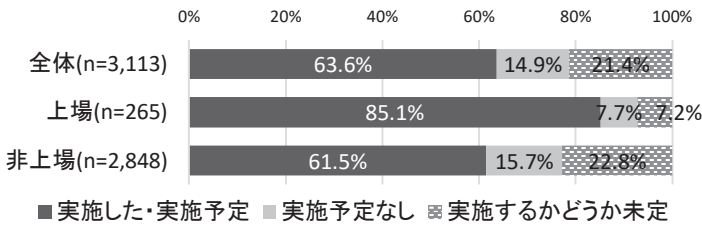


『25年卒のインターンシップ・仕事体験のタイプ、インターンシップで取得した情報を活用する予定: マイナビ2024年卒企業採用活動調査(2023年6月)』

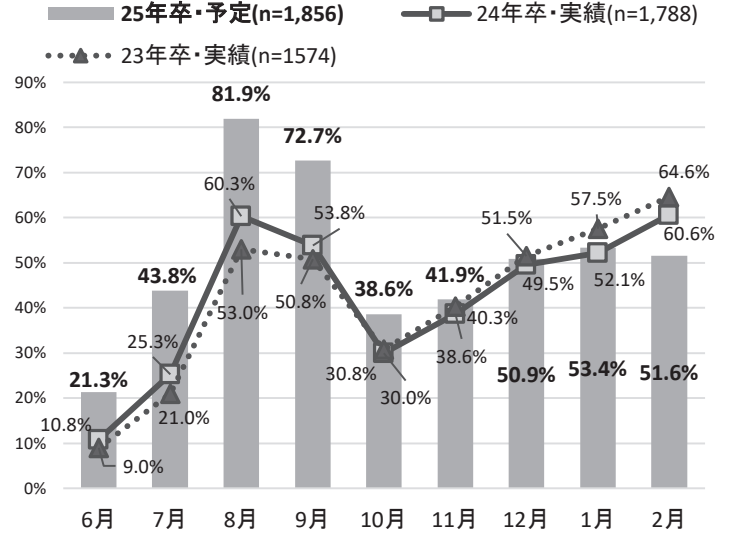
25年卒のインターンシップ・仕事体験の実施予定は63.6%、「全て対面」が最多で48.0%

24年卒の新卒採用を実施していた企業に対して、25年卒のインターンシップ・仕事体験の実施予定を聞いたところ、全体では63.6%が実施予定と回答した。その実施形式に関しては全体では「全て対面」が最多で48.0%と約半数となった。またその実施時期については学生の夏季休暇にあたる8~9月の実施が大きく増加している。インターンシップ・仕事体験への参加についてはある一定の期間以上、実際の職場のなかで就業体験をすることが望ましいとされているが、その拘束時間が学業の妨げになることが懸念されてきた。夏季休暇を利用することでそうした懸念を払拭することができるだろう。

25年卒インターンシップ・仕事体験実施予定

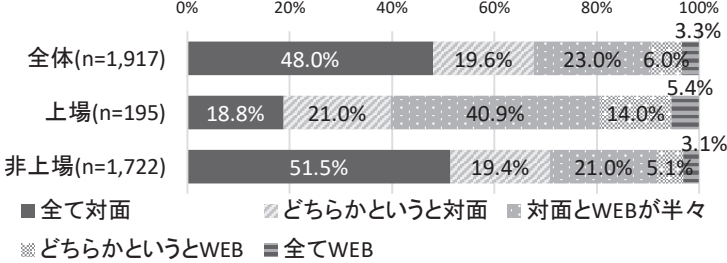


インターンシップ・仕事体験実施時期



『25年卒のインターンシップ実施予定、実施形式・予定、実施時期・予定：マイナビ2024年卒企業採用活動調査（2023年6月）』

25年卒インターンシップ・仕事体験実施形式・予定

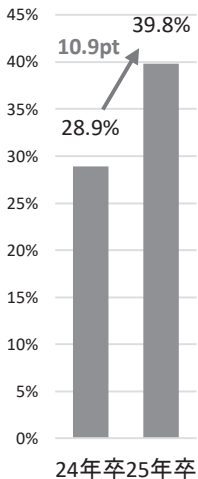


25年卒学生のインターンシップ・仕事体験参加状況

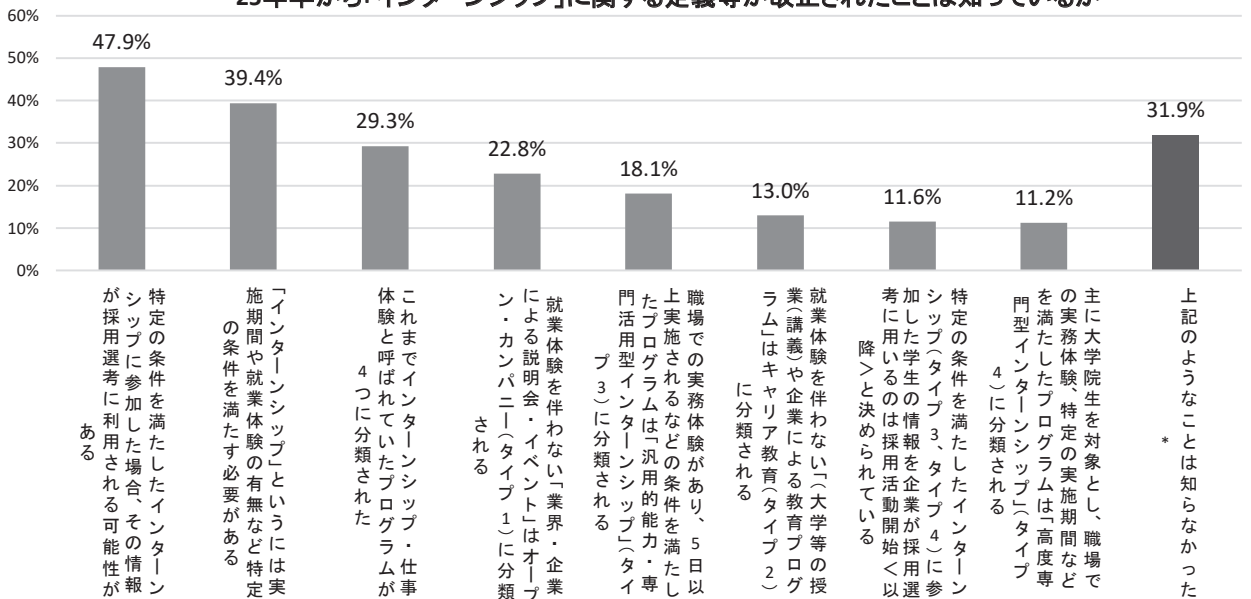
6月時点でこれまでにインターンシップ・仕事体験に参加割合は前年から10.9pt増の39.8%

25年卒学生にインターンシップ・仕事体験に参加したことがあるか聞いたところ、6月時点で39.8%（対前年比10.9pt増）だった。また、25年卒からインターンシップの定義が改正されたことについて知っているか聞いたところ、約3割は知らないと回答したが、採用選考に関わる項目についての認知度は高く、就職活動に早めに備えたいと考える学生が多いと推察される。

【6月時点】これまでにインターンシップ・仕事体験に参加したことがある割合



25年卒から「インターンシップ」に関する定義等が改正されたことは知っているか

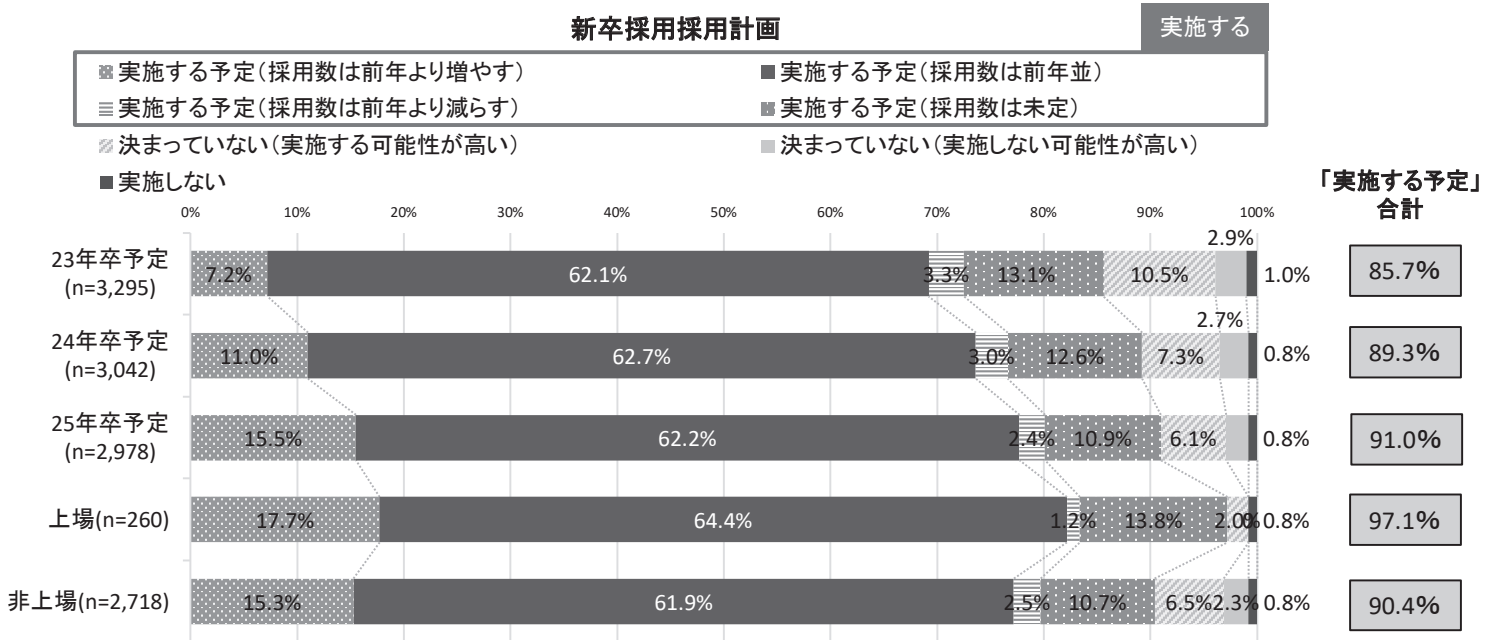


* 抜取選択

『これまでにインターンシップ・仕事体験に参加したことはある割合、インターンシップの定義が改正されたことについて知っているか：マイナビ2025年卒インターンシップ・就職活動準備実態調査（2023年6月）』

25年卒も新卒採用を継続する企業が9割超、「前年より増やす」が15.5%

24年卒の新卒採用を実施した企業に対して25年卒の新卒採用計画を聞いたところ、91.0%がなんらかの形で「実施する予定」と回答している。今後、人材不足感がさらに高まると言われているが、特に減少傾向にある若者世代はその傾向が顕著になっている。そのため、確実に若者世代にアプローチできる新卒採用のニーズはより高まると考えられる。



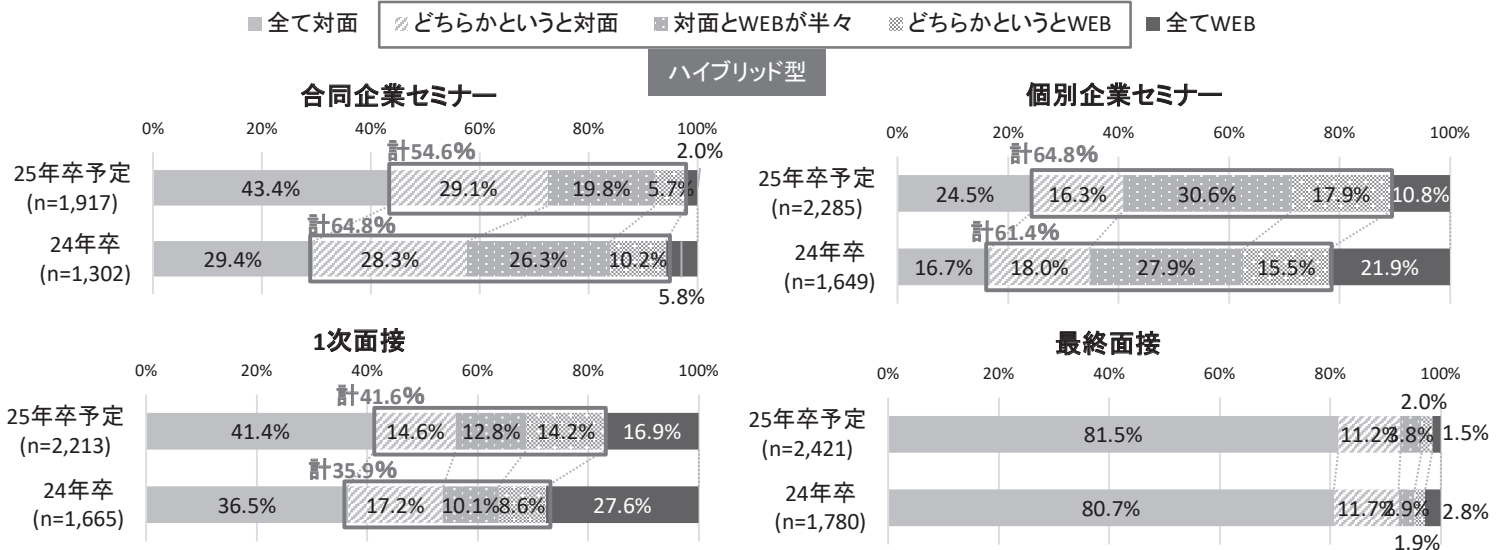
『25年卒の採用計画: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』

25年卒の新卒採用 実施形式の予定

全体的に前年から「全てWEB」が減少し、「全て対面」が増加

24年卒の新卒採用を実施した企業に対して25年卒採用における実施形式をフェーズ別に聞いたところ、全体的に「全てWEB」が減少し、「全て対面」が増加する傾向がみられた。“対面回帰”とも言える状況だが、ハイブリッド型については前年と同程度かもしくは増加している場合も見られた。感染症対策としてではなく、学生の参加しやすさに考慮したWEB運用が定着しつつあると言えるだろう。

フェーズ別のWEB・対面の度合い

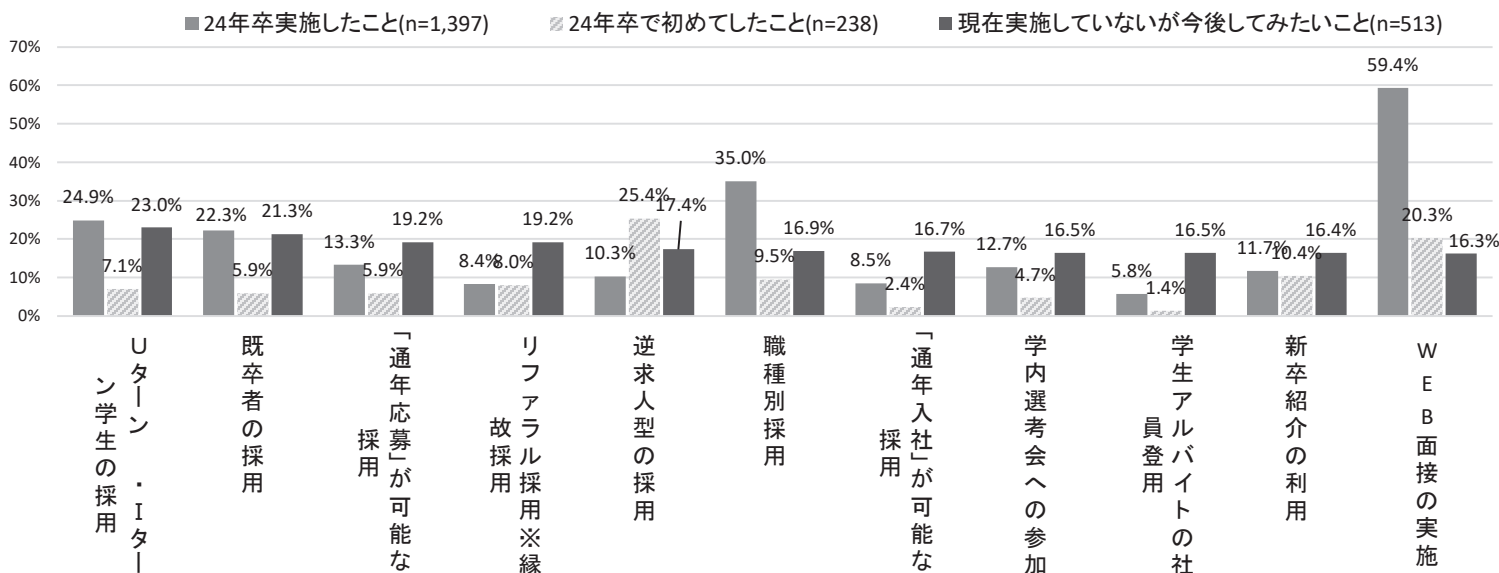


『25年卒 フェーズ別のWEB・対面の度合い: マイナビ2024年卒企業新卒採用活動調査(2023年6月)』
 『24年卒 フェーズ別のWEB・対面の度合い: マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2023年2月)』

既卒者、U・Iターン学生など対象者の拡大、通年採用、リファラル採用などに関心あり

24年卒の新卒採用を実施した企業に対して採用手法として「実施したもの」「今年初めて実施したもの」「今後してみたいこと」を聞いたところ、「今後してみたいこと」として、対象者の拡大(既卒者、U・Iターン学生)や、手法の拡大(通年採用、リファラル採用等)の回答がみられた。また、すでに実施率も高い「WEB面接」「職種別採用」なども引き続き、導入が検討されているようだ。

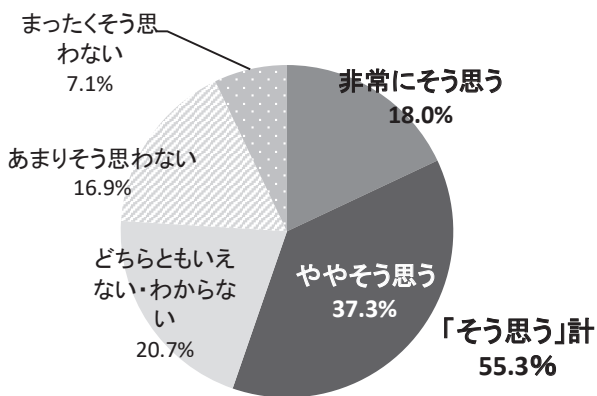
採用手法（「今後してみたいこと」で降順・上位抜粋）



『採用手法：マイナビ2024年卒企業採用活動調査(2023年6月)』

配属先や福利厚生、初任給等の待遇など企業の選択軸は複雑に

「どの企業が自分にあっているか判断材料となる情報が少ない」



内々定保有者に限定して自分自身の就職活動を振り返った感想として「どの企業が自分にあっているか判断材料となる情報が少ない」と感じたかどうか聞いたところ、「非常に」「やや」をあわせた数値だが、55.3%が「そう思う」と回答した。

しかし、採用活動をしている担当者の立場からすると、「情報が少ないとはどういうことか……」という感想を持たれるのではないだろうか。就職情報サイトや求人票などに記載している情報、個別企業セミナーで提供される情報、そのほかにも採用HPやパンフレット、SNS、面接時の逆質問、内定者フォロー……とあらゆるフェーズで企業から学生へ情報は提供されているはずである。それにも関わらず、半数以上の学生が「判断材料となる情報が少ない」という感想をもっているのだ。これは一体どういうことなのか。

おそらく学生が就職先の企業を決めるための判断軸が多岐に渡り、複雑になっていること、またその軸が個人によって様々である、ということが理由ではないかと推察される。従来あった志望業界、志望職種、志望企業という軸に加え、勤務地や仕事内容といった配属先、また、各企業の福利厚生や初任給といった待遇面など、様々な情報を学生は取り入れ、それぞれ自分自身の価値観や今後のプランと照らし合わせながら、どの

企業が自分に一番合うのか、を探り、判断しているのである。しかも採用選考を受けるのは1社だけではないので、複数の企業の情報を同時に比較しているのだ。そう考えると、「判断できる情報が少ない」というよりは、その情報が目の前にたくさんありすぎて、何が自分にとって大切な情報かわかりづらくなり、認識できていない、という感覚が近いのかもかもしれない。

多くの候補から選択することの負荷についてアイエンガーとレッパーが行った研究に、「選択肢過多効果」というものがある。多すぎる選択から何かひとつを決定するには時間と労力がかかり、それがストレスになり、選べなくなってしまう現象のことである。この研究は消費行動について行われたものだが、「就職先を選ぶ」という人生における非常に重要な選択に置き換えると、そのストレスはより一層、強いものであるというのは想像に難くない。しかし、選択肢が多いことが常に悪いわけではない。選択肢過多効果が顕著になるのは、自分の好みが明確でなかったり、難しい選択であったり、また十分に時間や労力をかけられないような場合ということだ。先述したように、「就職先を選ぶ」ということは簡単な選択ではないため、難しい選択であることに変わりはないが、「自分の好みを明確にする」ということは準備段階として可能ではないかと思う。就職活動が始まり、多くの企業の情報に触れる前に、学生はしっかりと「自分の好み」を明確にしておく必要があるだろう。それ自体が困難だとは思いますが、低学年時からのキャリア教育などを利用して実現できるよう、我々も引き続き、啓蒙していきたいと思う。

マイナビキャリアリサーチLab 主任研究員 東郷こずえ

2. データ集

【1】 学生の志向 P 63

- 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 69

- 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 78

- 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】 低学年のキャリア意識 P 85

- 4-1 低学年のキャリア意識
- 4-2 低学年のインターンシップに対する意識

【5】 付録(添付資料) P 87

- 5-1 就職・採用活動に関する要請について(2025年卒)
- 5-2 インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方(2024年卒・2025年卒以降)
- 5-3 掲載資料の調査概要
- 5-4 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

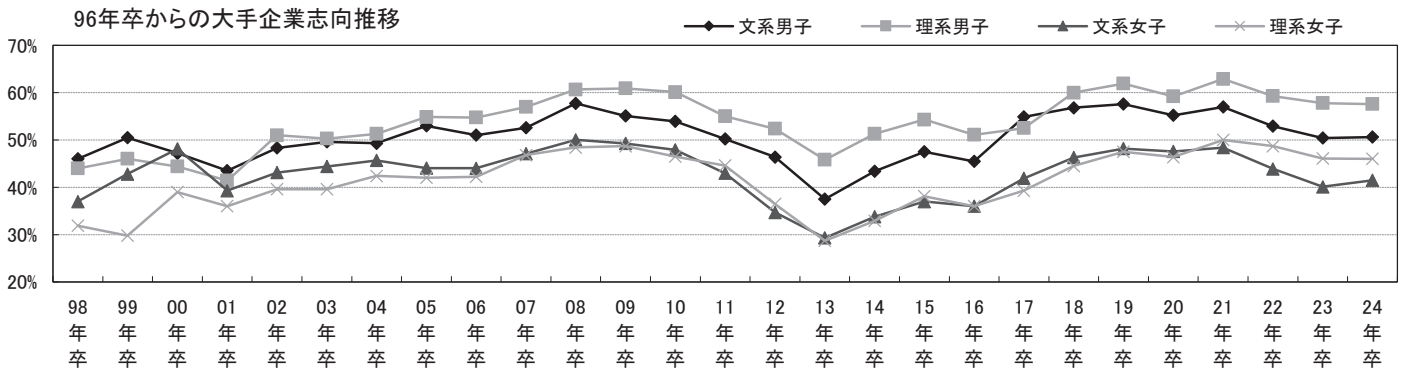
| | 全体 | | 文系男子 | | 理系男子 | | 文系女子 | | 理系女子 | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 |
| 収入さえあればよい | 7.7% | 6.1% | 10.7% | 8.1% | 9.2% | 7.7% | 5.1% | 3.6% | 4.1% | 3.9% |
| 楽しく働きたい | 38.9% | 37.6% | 38.9% | 37.4% | 36.7% | 36.4% | 41.4% | 40.0% | 37.4% | 34.8% |
| 自分の夢のために働きたい | 9.7% | 10.1% | 9.1% | 9.8% | 10.8% | 11.5% | 8.3% | 8.2% | 12.0% | 12.4% |
| 個人の生活と仕事を両立させたい | 22.8% | 22.7% | 20.5% | 20.5% | 22.5% | 21.8% | 25.2% | 24.8% | 23.2% | 24.6% |
| プライドのもてる仕事をしたい | 2.9% | 3.6% | 2.9% | 3.8% | 3.2% | 4.3% | 2.5% | 2.7% | 3.1% | 4.0% |
| 人のためになる仕事をしたい | 11.9% | 13.5% | 11.2% | 12.9% | 10.5% | 11.0% | 12.7% | 15.3% | 14.3% | 15.1% |
| 出世したい | 0.6% | 0.9% | 1.0% | 1.5% | 0.8% | 0.9% | 0.3% | 0.4% | 0.2% | 0.5% |
| 社会に貢献したい | 5.4% | 5.5% | 5.6% | 6.0% | 6.2% | 6.2% | 4.5% | 4.9% | 5.7% | 4.7% |

(図1)

◆大手志向

| | 全体 | | 文系男子 | | 理系男子 | | 文系女子 | | 理系女子 | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 |
| 絶対に大手企業がよい | 8.0% | 8.0% | 9.4% | 9.1% | 10.8% | 11.5% | 5.1% | 4.6% | 6.2% | 6.6% |
| 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 | 40.9% | 40.5% | 41.2% | 41.3% | 46.8% | 46.3% | 36.4% | 35.5% | 39.8% | 39.5% |
| やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい | 40.0% | 40.1% | 38.4% | 38.4% | 34.4% | 34.1% | 44.9% | 45.5% | 43.1% | 42.4% |
| 中堅・中小企業がよい | 7.1% | 7.7% | 6.3% | 6.9% | 5.1% | 5.5% | 9.4% | 10.1% | 7.2% | 8.0% |
| その他(公務員 Uターン志望など) | 3.6% | 3.3% | 4.1% | 3.5% | 2.4% | 1.9% | 4.1% | 4.1% | 3.5% | 3.3% |
| 自分で会社を起こしたい | 0.4% | 0.5% | 0.6% | 0.8% | 0.5% | 0.7% | 0.3% | 0.3% | 0.2% | 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」 | 48.9% | 48.5% | 50.6% | 50.4% | 57.6% | 57.8% | 41.5% | 40.1% | 46.0% | 46.1% |

(図2)



(図3)

◆就職希望度

| | 24年卒 | 文系男子 | 理系男子 | 文系女子 | 理系女子 | 23年卒 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| A: なにがなんでも就職したい | 86.4% | 87.2% | 88.1% | 84.2% | 87.0% | 86.4% |
| 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 | 13.6% | 12.8% | 11.9% | 15.8% | 13.0% | 13.6% |

(図4)

| 前問でBと答えた場合の進路 | 24年卒 | 文系男子 | 理系男子 | 文系女子 | 理系女子 | 23年卒 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 進学(留学、大学院進学) | 26.7% | 18.1% | 18.1% | 21.0% | 34.9% | 26.3% |
| 卒業して次年度就職活動する | 21.8% | 22.1% | 22.1% | 23.2% | 24.7% | 25.7% |
| フリーター | 30.8% | 31.6% | 31.6% | 39.0% | 26.2% | 27.2% |
| 就職留年 | 13.8% | 19.0% | 19.0% | 12.3% | 8.9% | 13.7% |
| 起業 | 6.9% | 9.2% | 9.2% | 4.4% | 5.2% | 7.1% |

(図5)

図1~5 出所:『マイナビ2024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34.2%、地元外進学男子で36.8%、地元外進学女子で39.3%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った。一方で「地元就職希望の割合」は全体で52.8%と5割を超えている。特に、地元就職希望割合が高い都道府県(6割以上)は割合の高い順から東京都、大阪府、宮城県、北海道、愛知県、福岡県、広島県、岡山県だった。

◆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 | | 3,924 | 627 | 1,251 | 735 | 1,311 |
| 北海道 | 北海道 | 3.1% | 6.0% | 3.6% | 1.7% | 1.2% |
| 東北 | 青森県 | 0.3% | 0.3% | 0.5% | 0.3% | 0.3% |
| | 岩手県 | 0.2% | 0.2% | 0.1% | 0.2% | 0.4% |
| | 宮城県 | 2.3% | 3.0% | 3.1% | 1.7% | 1.4% |
| | 秋田県 | 0.2% | - | 0.1% | 0.4% | 0.3% |
| | 山形県 | 0.4% | 0.2% | 0.2% | 0.5% | 0.7% |
| | 福島県 | 0.7% | 0.5% | 0.3% | 1.0% | 0.8% |
| | 茨城県 | 0.9% | 1.0% | 0.8% | 0.7% | 1.3% |
| 関東 | 栃木県 | 0.8% | 0.5% | 0.5% | 1.0% | 1.1% |
| | 群馬県 | 1.0% | 1.2% | 0.8% | 1.1% | 0.8% |
| | 埼玉県 | 1.7% | 1.3% | 1.4% | 1.3% | 2.8% |
| | 千葉県 | 2.3% | 2.8% | 1.3% | 2.3% | 2.7% |
| | 東京都 | 34.2% | 28.4% | 32.1% | 36.8% | 39.3% |
| | 神奈川県 | 5.4% | 5.9% | 3.5% | 6.8% | 4.7% |
| | 新潟県 | 1.3% | 2.0% | 1.3% | 1.2% | 0.8% |
| | 山梨県 | 0.4% | 0.2% | 0.6% | 0.3% | 0.5% |
| 甲信越 | 長野県 | 1.2% | 1.8% | 0.7% | 0.9% | 1.5% |
| | 岐阜県 | 0.5% | 0.8% | 0.5% | 0.5% | 0.4% |
| | 静岡県 | 2.4% | 1.5% | 2.6% | 3.2% | 2.0% |
| 東海 | 愛知県 | 7.6% | 9.5% | 10.3% | 6.0% | 5.1% |
| | 三重県 | 0.4% | 0.3% | 0.4% | 0.4% | 0.5% |
| | 富山県 | 0.8% | 0.7% | 0.5% | 1.2% | 0.8% |
| | 石川県 | 0.7% | 1.0% | 1.1% | 0.3% | 0.7% |
| 北陸 | 福井県 | 0.3% | 0.3% | 0.2% | 0.3% | 0.5% |
| | 滋賀県 | 0.8% | 0.8% | 0.6% | 1.1% | 0.7% |
| | 京都府 | 2.6% | 2.3% | 2.8% | 2.4% | 2.9% |
| 関西 | 大阪府 | 11.6% | 10.0% | 11.5% | 11.6% | 13.5% |
| | 兵庫県 | 3.0% | 2.4% | 3.8% | 3.3% | 2.4% |
| | 奈良県 | 0.1% | - | 0.3% | - | 0.3% |
| | 和歌山県 | 0.2% | 0.1% | - | 0.5% | 0.2% |
| | 鳥取県 | 0.0% | - | - | - | 0.1% |
| | 島根県 | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.2% | 0.1% |
| 中国 | 岡山県 | 1.0% | 0.8% | 1.5% | 0.9% | 0.6% |
| | 広島県 | 1.8% | 3.3% | 2.3% | 0.9% | 0.8% |
| | 山口県 | 0.5% | 0.3% | 0.6% | 0.6% | 0.5% |
| | 徳島県 | 0.2% | - | 0.4% | 0.4% | 0.2% |
| | 香川県 | 0.4% | 0.1% | 0.2% | 0.3% | 0.9% |
| 四国 | 愛媛県 | 0.6% | 0.6% | 0.8% | 0.6% | 0.5% |
| | 高知県 | 0.2% | 0.3% | 0.2% | 0.3% | 0.1% |
| | 福岡県 | 3.9% | 4.8% | 4.6% | 3.3% | 3.0% |
| | 佐賀県 | 0.2% | 0.5% | 0.2% | 0.1% | - |
| | 長崎県 | 0.2% | - | 0.4% | 0.1% | 0.1% |
| 九州 | 熊本県 | 0.8% | 1.1% | 1.1% | 0.5% | 0.4% |
| | 大分県 | 0.3% | 0.1% | 0.3% | 0.5% | 0.4% |
| | 宮崎県 | 0.3% | 0.3% | 0.2% | 0.3% | 0.2% |
| | 鹿児島県 | 0.4% | 0.5% | 0.4% | 0.2% | 0.5% |
| | 沖縄県 | 0.6% | 1.2% | 0.6% | 0.4% | 0.4% |
| | 海外 | 0.9% | 0.7% | 0.6% | 1.3% | 0.9% |

【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 | | 3,924 | 52.8% | 1,878 | 74.1% | 2,046 | 33.5% | +40.6pt |
| 北海道 | 北海道 | 123 | 76.1% | 92 | 84.9% | 31 | 47.5% | +37.4pt |
| 東北 | 青森県 | 30 | 45.0% | 11 | 72.5% | 19 | 29.5% | +43.0pt |
| | 岩手県 | 28 | 22.0% | 9 | 33.7% | 19 | 15.4% | +18.3pt |
| | 宮城県 | 84 | 77.7% | 62 | 87.2% | 22 | 47.4% | +39.8pt |
| | 秋田県 | 17 | 42.8% | 1 | 100.0% | 16 | 40.3% | +59.7pt |
| | 山形県 | 29 | 44.1% | 6 | 73.3% | 23 | 36.9% | +36.4pt |
| | 福島県 | 43 | 46.2% | 13 | 56.9% | 30 | 41.8% | +15.1pt |
| 関東 | 茨城県 | 90 | 33.6% | 23 | 57.5% | 67 | 25.1% | +32.4pt |
| | 栃木県 | 56 | 40.4% | 7 | 89.5% | 49 | 33.9% | +55.6pt |
| | 群馬県 | 69 | 44.1% | 24 | 72.3% | 45 | 28.1% | +44.2pt |
| | 埼玉県 | 202 | 18.1% | 50 | 31.8% | 152 | 14.0% | +17.8pt |
| | 千葉県 | 157 | 31.0% | 45 | 45.4% | 112 | 24.3% | +21.1pt |
| | 東京都 | 485 | 86.7% | 377 | 88.7% | 108 | 80.0% | +8.7pt |
| | 神奈川県 | 287 | 41.5% | 102 | 64.0% | 185 | 28.6% | +35.4pt |
| | 甲信越 | 新潟県 | 83 | 54.8% | 42 | 67.1% | 41 | 41.2% |
| 東海 | 山梨県 | 33 | 44.1% | 11 | 65.2% | 22 | 33.2% | +32.0pt |
| | 長野県 | 74 | 48.6% | 19 | 90.5% | 55 | 32.0% | +58.5pt |
| | 岐阜県 | 64 | 25.7% | 18 | 44.2% | 46 | 17.7% | +26.5pt |
| 北陸 | 静岡県 | 129 | 48.6% | 50 | 61.6% | 79 | 41.2% | +20.4pt |
| | 愛知県 | 280 | 69.3% | 208 | 78.7% | 72 | 45.4% | +33.3pt |
| | 三重県 | 54 | 24.7% | 11 | 42.0% | 43 | 20.1% | +21.9pt |
| | 富山県 | 40 | 57.4% | 12 | 69.5% | 28 | 52.0% | +17.5pt |
| 関西 | 石川県 | 40 | 58.0% | 23 | 70.4% | 17 | 36.8% | +33.6pt |
| | 福井県 | 28 | 41.2% | 5 | 87.9% | 23 | 30.0% | +57.9pt |
| | 滋賀県 | 58 | 35.2% | 15 | 65.9% | 43 | 22.0% | +43.9pt |
| 中国 | 京都府 | 101 | 52.2% | 59 | 59.0% | 42 | 44.3% | +14.7pt |
| | 大阪府 | 271 | 78.1% | 157 | 87.0% | 114 | 65.0% | +22.0pt |
| | 兵庫県 | 204 | 43.2% | 95 | 57.9% | 109 | 31.8% | +26.1pt |
| | 奈良県 | 55 | 6.7% | 7 | 59.1% | 48 | 1.5% | +57.6pt |
| | 和歌山県 | 26 | 29.7% | 2 | 0.0% | 24 | 31.5% | -31.5pt |
| | 鳥取県 | 9 | 7.9% | - | - | 9 | 7.9% | - |
| | 島根県 | 14 | 52.9% | 4 | 100.0% | 10 | 35.1% | +64.9pt |
| 四国 | 岡山県 | 57 | 61.8% | 32 | 72.9% | 25 | 49.9% | +23.0pt |
| | 広島県 | 86 | 65.4% | 60 | 78.9% | 26 | 35.0% | +43.9pt |
| | 山口県 | 31 | 48.7% | 10 | 68.2% | 21 | 40.0% | +28.2pt |
| | 徳島県 | 24 | 30.9% | 9 | 47.5% | 15 | 24.5% | +23.0pt |
| | 香川県 | 38 | 35.9% | 4 | 100.0% | 34 | 28.6% | +71.4pt |
| 九州 | 愛媛県 | 42 | 45.5% | 17 | 72.4% | 25 | 27.2% | +45.2pt |
| | 高知県 | 16 | 48.9% | 6 | 66.6% | 10 | 39.3% | +27.3pt |
| | 福岡県 | 121 | 68.6% | 86 | 79.1% | 35 | 41.2% | +37.9pt |
| | 佐賀県 | 26 | 22.7% | 9 | 45.1% | 17 | 8.8% | +36.3pt |
| | 長崎県 | 30 | 21.6% | 17 | 27.2% | 13 | 15.9% | +11.3pt |
| | 熊本県 | 45 | 56.3% | 30 | 70.5% | 15 | 24.6% | +45.9pt |
| | 大分県 | 18 | 42.0% | 4 | 61.5% | 14 | 36.1% | +25.4pt |
| | 宮崎県 | 22 | 31.1% | 7 | 56.6% | 15 | 18.6% | +38.0pt |
| 九州 | 鹿児島県 | 30 | 36.5% | 12 | 59.2% | 18 | 21.8% | +37.4pt |
| | 沖縄県 | 33 | 57.3% | 15 | 92.4% | 18 | 18.0% | +74.4pt |

※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81.9%と最も低い割合だが、近隣県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 |
|------------|------|-----|---------------|------------|------------|-----------|
| 北海道 | 北海道 | 123 | 98.9% | | | |
| 東北 | 青森県 | 30 | 100.0% | 宮城県:21.4% | | |
| | 岩手県 | 28 | 97.5% | 宮城県:50.4% | 青森県:22.0% | |
| | 宮城県 | 84 | 92.3% | | | |
| | 秋田県 | 17 | 75.8% | | | |
| | 山形県 | 29 | 97.5% | | | |
| | 福島県 | 43 | 100.0% | 宮城県:27.4% | | |
| 関東 | 茨城県 | 90 | 89.3% | | | |
| | 栃木県 | 56 | 95.1% | | | |
| | 群馬県 | 69 | 100.0% | 埼玉県:22.0% | 栃木県:20.4% | |
| | 埼玉県 | 202 | 90.0% | 東京都:26.4% | | |
| | 千葉県 | 157 | 93.0% | 東京都:24.2% | | |
| | 東京都 | 485 | 81.9% | 神奈川県:24.1% | | |
| | 神奈川県 | 287 | 93.1% | 東京都:34.6% | | |
| | | | | | | |
| 甲信越 | 新潟県 | 83 | 95.5% | | | |
| | 山梨県 | 33 | 100.0% | | | |
| | 長野県 | 74 | 98.1% | | | |
| 東海 | 岐阜県 | 64 | 93.0% | 愛知県:57.5% | 三重県:22.8% | |
| | 静岡県 | 129 | 94.6% | | | |
| | 愛知県 | 280 | 96.9% | 岐阜県:30.6% | 三重県:23.8% | |
| | 三重県 | 54 | 90.8% | 愛知県:38.3% | | |
| 北陸 | 富山県 | 40 | 100.0% | 石川県:31.5% | | |
| | 石川県 | 40 | 100.0% | 富山県:42.3% | 福井県:32.7% | |
| | 福井県 | 28 | 93.4% | | | |
| 関西 | 滋賀県 | 58 | 97.8% | 京都府:36.1% | | |
| | 京都府 | 101 | 86.7% | 大阪府:40.5% | 滋賀県:26.9% | |
| | 大阪府 | 271 | 94.5% | 兵庫県:33.9% | 京都府:33.2% | |
| | 兵庫県 | 204 | 93.9% | 大阪府:53.2% | 京都府:23.2% | |
| | 奈良県 | 55 | 91.6% | 大阪府:50.7% | 京都府:42.9% | 兵庫県:28.2% |
| | 和歌山県 | 26 | 92.9% | | | |
| 中国 | 鳥取県 | 9 | 100.0% | 島根県:44.7% | 岡山県:29.8% | 広島県:22.8% |
| | 島根県 | 14 | 100.0% | 広島県:28.0% | 鳥取県:22.9% | |
| | 岡山県 | 57 | 90.7% | 広島県:25.4% | | |
| | 広島県 | 86 | 95.7% | | | |
| | 山口県 | 31 | 95.5% | 広島県:36.9% | 福岡県:30.2% | |
| 四国 | 徳島県 | 24 | 100.0% | 香川県:28.6% | | |
| | 香川県 | 38 | 89.7% | | | |
| | 愛媛県 | 42 | 96.3% | 香川県:26.7% | | |
| | 高知県 | 16 | 95.8% | | | |
| 九州 | 福岡県 | 121 | 90.2% | | | |
| | 佐賀県 | 26 | 94.6% | 福岡県:69.1% | 長崎県:21% | |
| | 長崎県 | 30 | 88.6% | 福岡県:29.1% | | |
| | 熊本県 | 45 | 100.0% | 福岡県:27.3% | | |
| | 大分県 | 18 | 100.0% | 福岡県:26.3% | 熊本県:22.8% | |
| | 宮崎県 | 22 | 94.1% | | | |
| | 鹿児島県 | 30 | 90.7% | 熊本県:28.1% | 福岡県:21.0% | 宮崎県:21.0% |
| | 沖縄県 | 33 | 84.0% | | | |
| | | | | | | |
| 海外 | 海外 | 37 | 44.7% | 東京都:25.7% | 神奈川県:24.1% | |

※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。

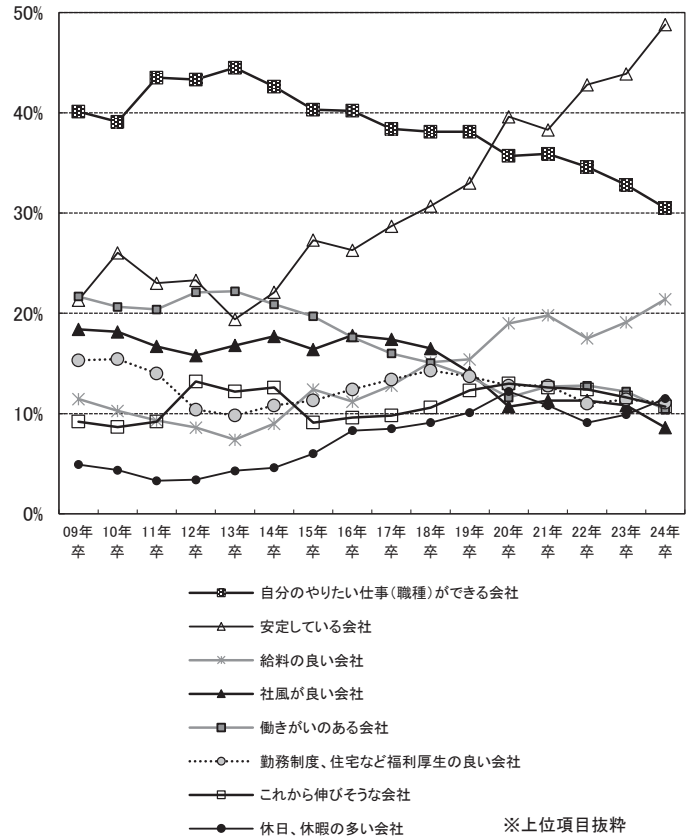
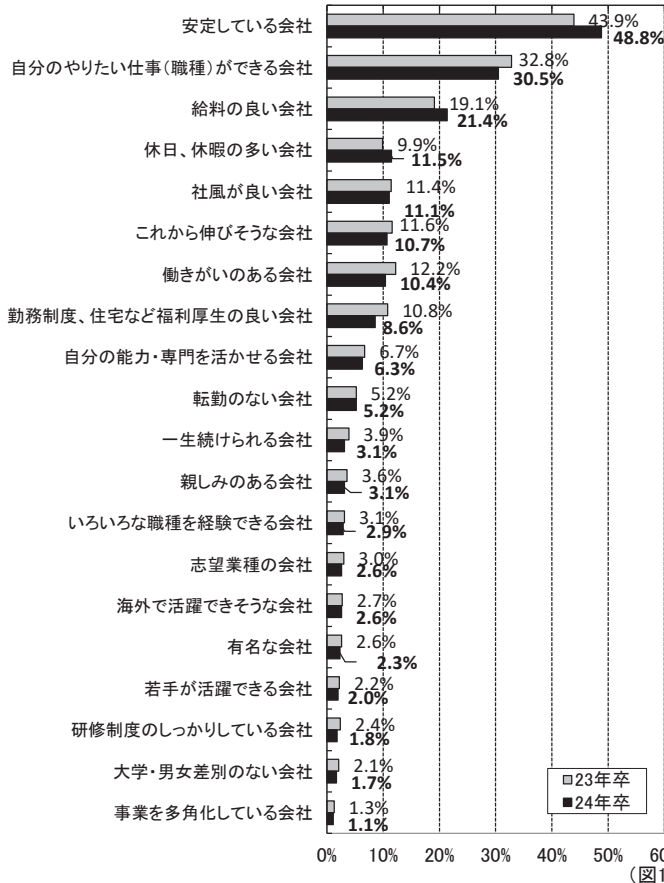
※回答数30未満は参考値とする。

- →: 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



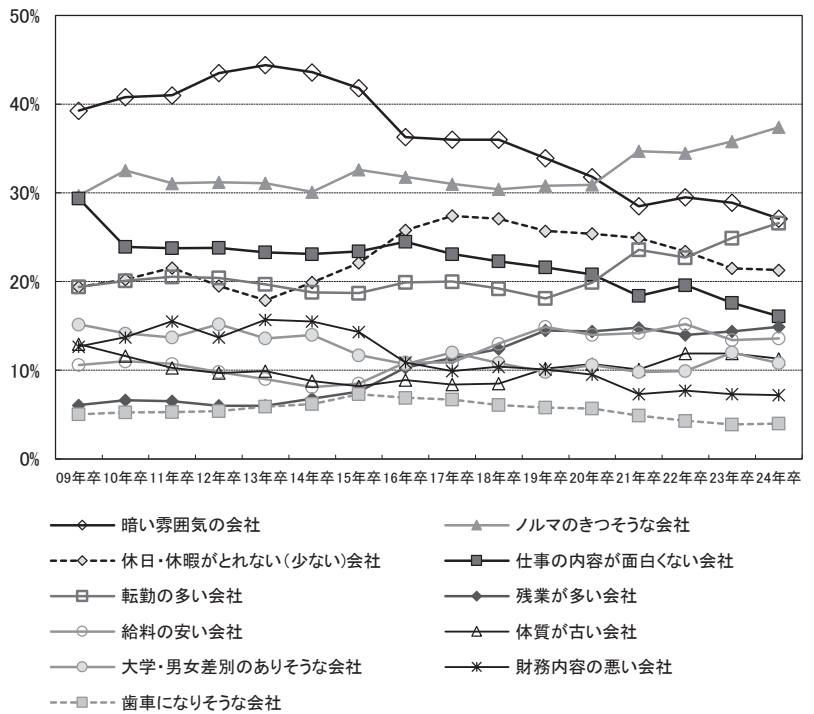
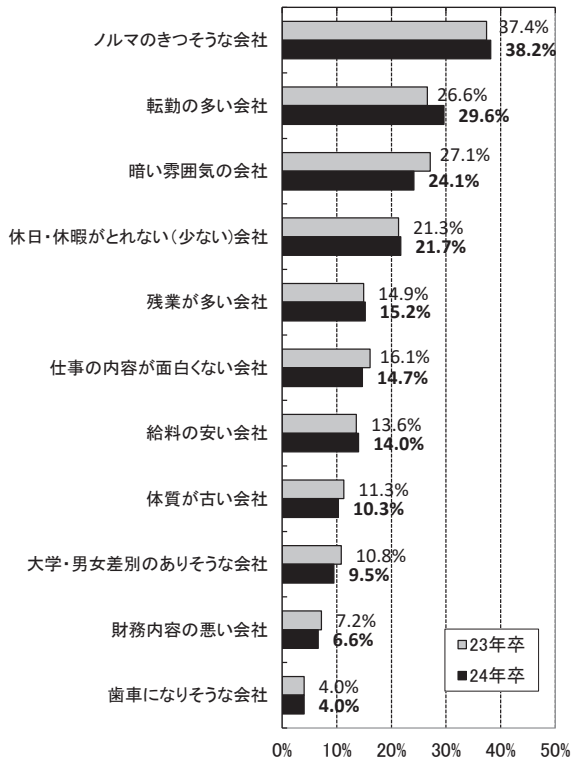
1-4 企業選択のポイント

◆企業選択の際、よいと思う会社



(図2)

◆行きたくない会社



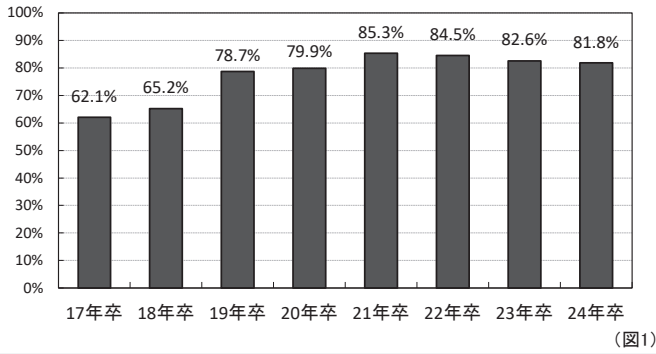
(図4)

(図3)

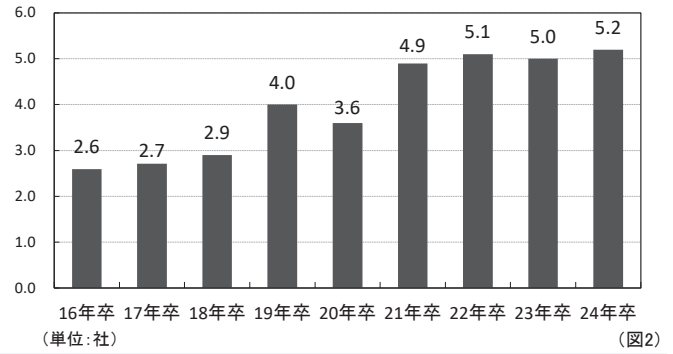
図1~4 出所:『マイナビ2024年卒大学生就職意識調査(12月~3月実施)』

2-1 インターンシップ参加状況

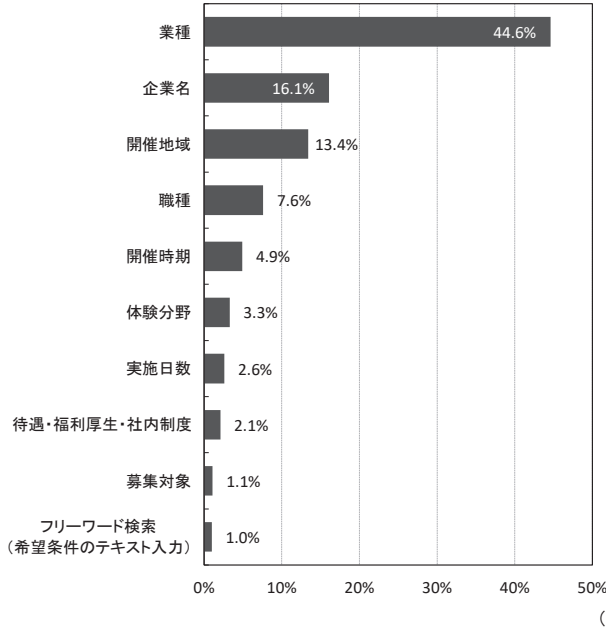
◆インターンシップに参加した学生の割合



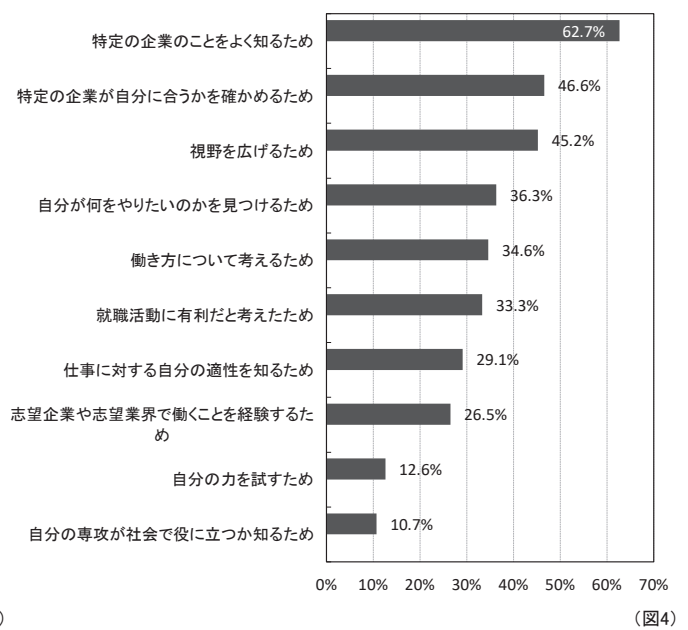
◆インターンシップ参加者の平均参加社数



◆インターンシップを探す際の切り口

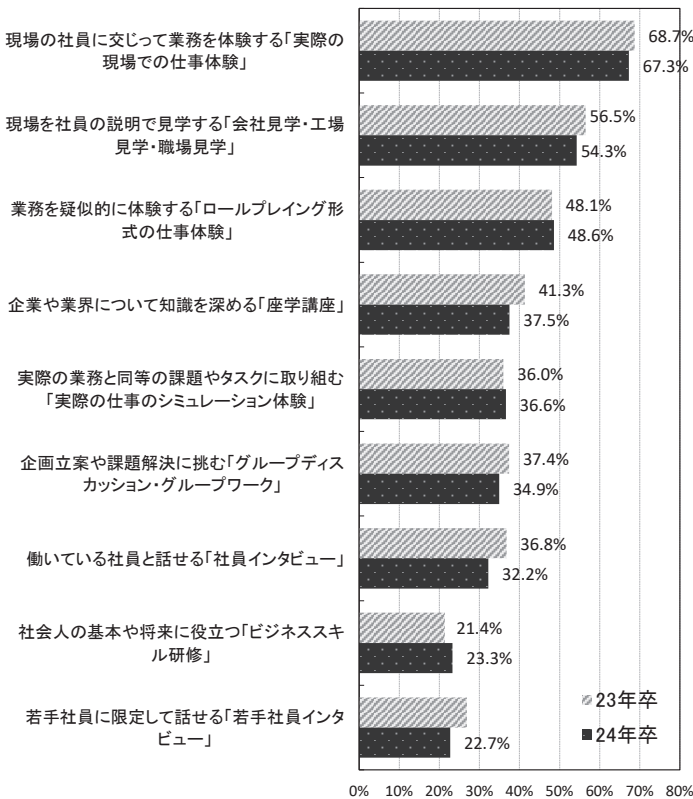


◆インターンシップに参加する目的



◆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

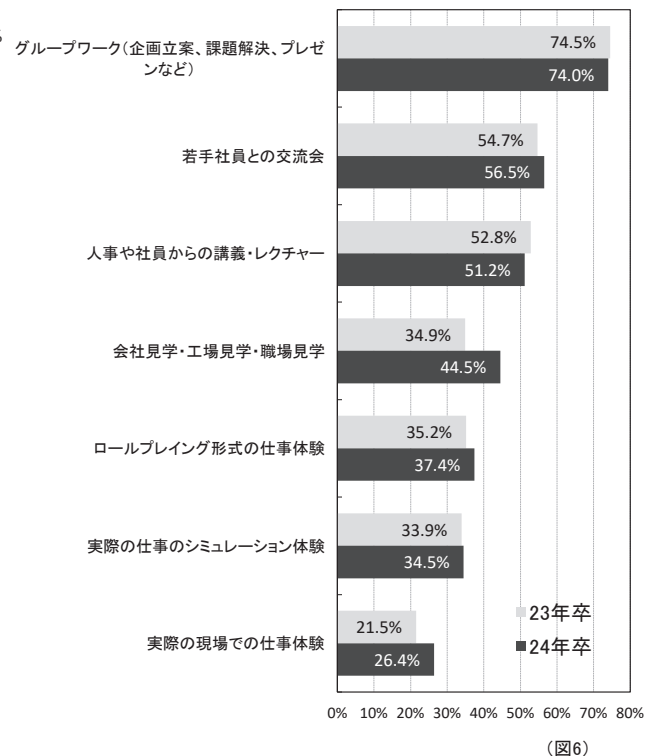


図1～4、6 出所:『マイナビ2024年卒大学生広報活動開始前の活動調査(2月調査)』

図5 出所:『マイナビ2024年卒インターンシップ・就職活動準備実態調査(6月実施)』

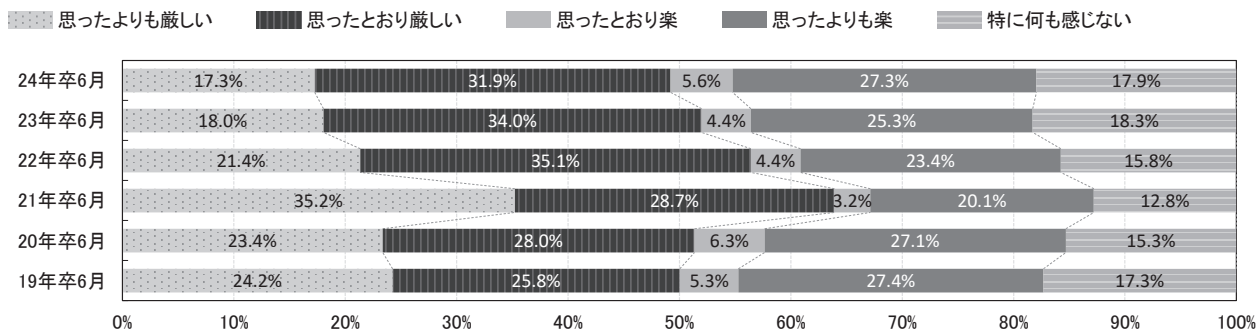
2-2 就職活動の感触

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、「思ったとおり厳しい」が最多で34.0%、「思ったよりも厳しい」と合算すると半数を超えた。厳しいと感じる理由では、「なかなか内々定を得られない」が最多で47.3%だった。

◆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=910

* 今年から追加

(図2)

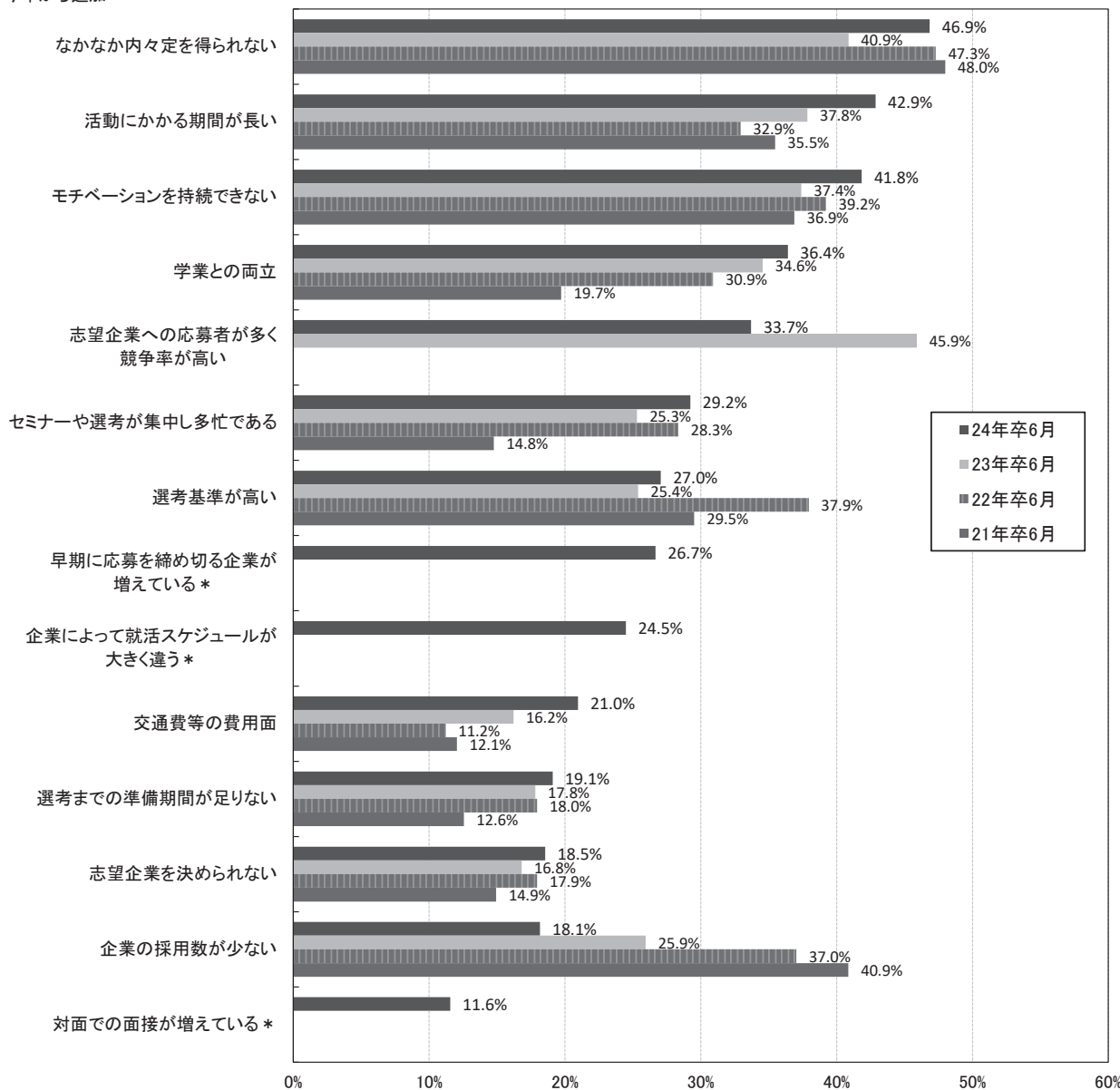
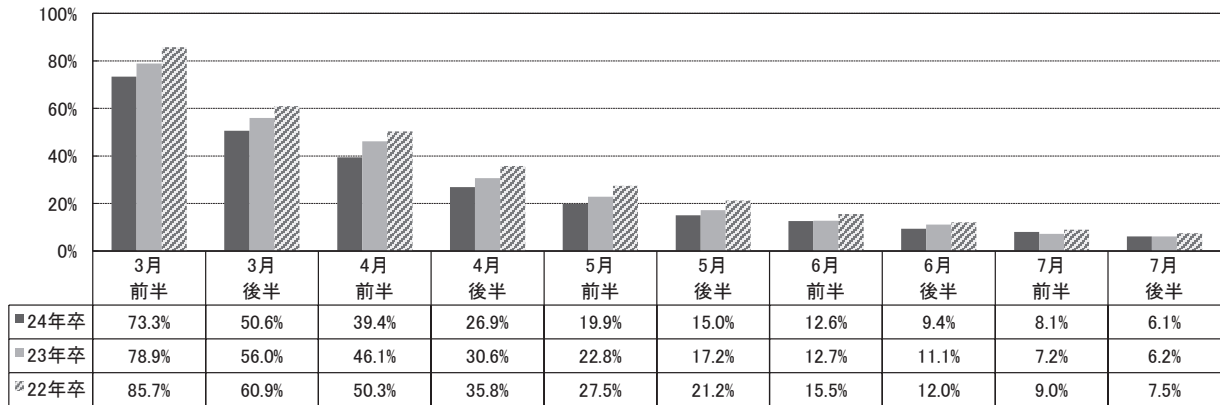


図1~2 出所:『マイナビ2024年卒大学生就職モニター調査(6月実施)』

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)

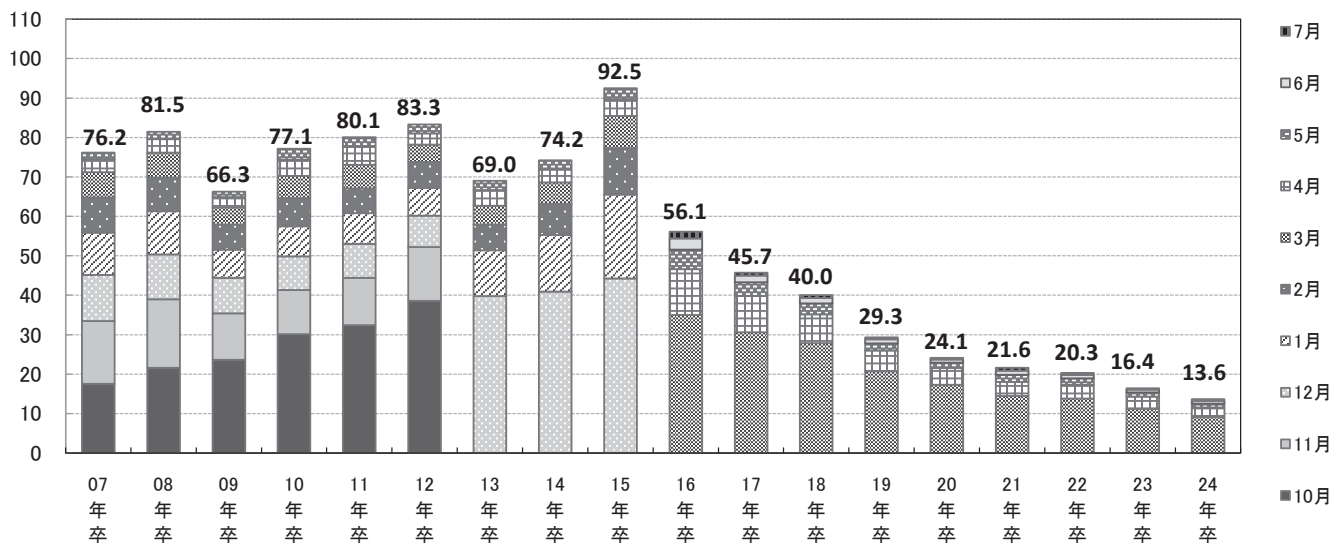
◆平均エントリー社数(回答数全体を母数とした集計の平均)

| | | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 累計 | 前年比 |
|------|------|------|-----|-----|-----|-----|------|-------|
| 全体 | 24年卒 | 9.1 | 2.4 | 1.0 | 0.7 | 0.4 | 13.6 | ▲ 2.8 |
| | 23年卒 | 11.2 | 3.1 | 1.1 | 0.7 | 0.3 | 16.4 | ▲ 3.9 |
| | 22年卒 | 13.8 | 3.5 | 1.6 | 0.9 | 0.5 | 20.3 | ▲ 1.3 |
| | 21年卒 | 14.5 | 3.5 | 1.8 | 1.1 | 0.7 | 21.6 | - |
| 文系男子 | 24年卒 | 12.2 | 3.8 | 1.7 | 1.1 | 0.6 | 19.4 | ▲ 2.7 |
| | 23年卒 | 14.1 | 4.4 | 1.7 | 1.2 | 0.7 | 22.1 | ▲ 3.8 |
| | 22年卒 | 16.7 | 5.3 | 2.2 | 1.1 | 0.6 | 25.9 | 0.3 |
| | 21年卒 | 16.2 | 4.3 | 2.5 | 1.7 | 0.9 | 25.6 | - |
| 理系男子 | 24年卒 | 6.4 | 1.5 | 0.7 | 0.4 | 0.2 | 9.2 | ▲ 1.9 |
| | 23年卒 | 8.1 | 1.8 | 0.7 | 0.4 | 0.1 | 11.1 | ▲ 1.9 |
| | 22年卒 | 9.4 | 2.1 | 0.9 | 0.4 | 0.2 | 13.0 | ▲ 2.7 |
| | 21年卒 | 10.5 | 2.8 | 1.3 | 0.8 | 0.3 | 15.7 | - |
| 文系女子 | 24年卒 | 11.6 | 3.1 | 1.4 | 0.9 | 0.6 | 17.6 | ▲ 3.3 |
| | 23年卒 | 13.7 | 4.4 | 1.5 | 0.9 | 0.4 | 20.9 | ▲ 6.0 |
| | 22年卒 | 17.9 | 4.3 | 2.4 | 1.4 | 0.9 | 26.9 | ▲ 1.3 |
| | 21年卒 | 18.5 | 4.5 | 2.5 | 1.6 | 1.1 | 28.2 | - |
| 理系女子 | 24年卒 | 6.9 | 1.7 | 0.5 | 0.3 | 0.2 | 9.6 | ▲ 3.3 |
| | 23年卒 | 9.5 | 2.2 | 0.7 | 0.3 | 0.2 | 12.9 | ▲ 4.6 |
| | 22年卒 | 12.1 | 2.9 | 1.4 | 0.9 | 0.2 | 17.5 | ▲ 0.7 |
| | 21年卒 | 13.0 | 2.7 | 1.3 | 0.7 | 0.5 | 18.2 | - |

(単位:社)

(図2)

◆累計エントリー社数(07年卒～24年卒) ※卒年によって合算月数が異なります。(いずれも広報活動開始後のみ)



(図3)

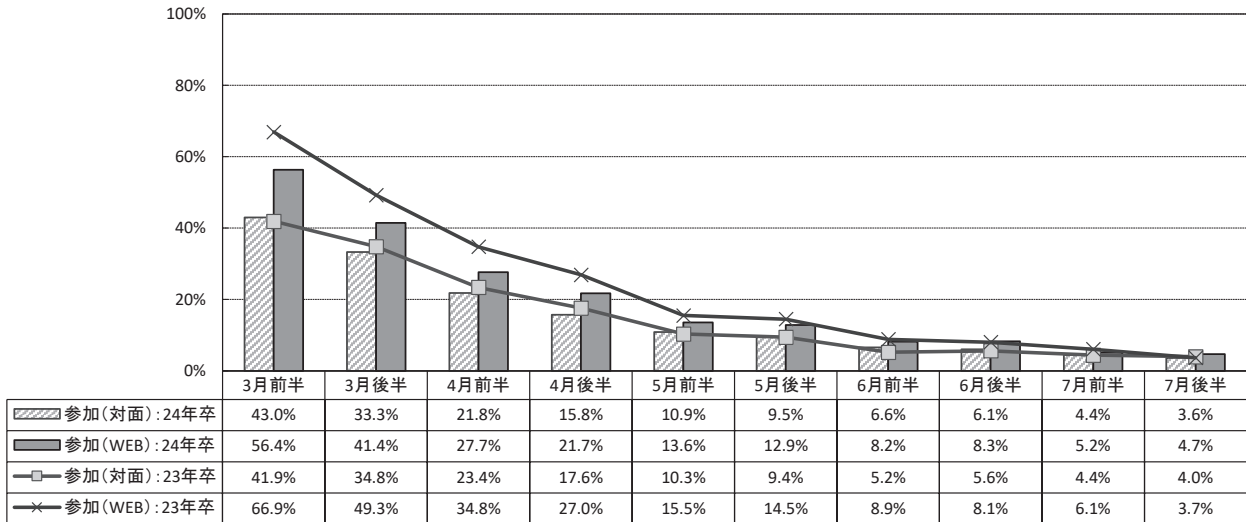
(単位:社)

図1・2 出所:『2021年卒～2024年卒マイナビ学生就職モニター調査』

図3 出所:『2007年卒～2024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 |
|------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|---------|-------|
| 全体 | 22年卒 | 2.2 | 2.9 | 1.1 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 4.8 | - |
| | 23年卒 | 2.4 | 2.9 | 0.9 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 4.6 | ▲ 0.2 |
| | 24年卒 | 3.0 | 2.3 | 0.8 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 3.9 | ▲ 0.7 |
| 文系男子 | 22年卒 | 2.9 | 3.6 | 1.6 | 0.6 | 0.3 | 0.3 | 6.4 | - |
| | 23年卒 | 3.3 | 3.5 | 1.4 | 0.6 | 0.5 | 0.3 | 6.3 | ▲ 0.1 |
| | 24年卒 | 3.7 | 3.4 | 1.2 | 0.7 | 0.4 | 0.2 | 5.9 | ▲ 0.4 |
| 理系男子 | 22年卒 | 1.9 | 2.4 | 0.7 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 3.5 | - |
| | 23年卒 | 2.2 | 1.9 | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 2.8 | ▲ 0.7 |
| | 24年卒 | 3.0 | 1.6 | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 2.5 | ▲ 0.3 |
| 文系女子 | 22年卒 | 2.4 | 3.4 | 1.4 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 6.2 | - |
| | 23年卒 | 2.4 | 3.9 | 1.3 | 0.6 | 0.4 | 0.1 | 6.3 | 0.1 |
| | 24年卒 | 3.2 | 2.9 | 1.0 | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 4.9 | ▲ 1.4 |
| 理系女子 | 22年卒 | 1.8 | 2.4 | 0.9 | 0.4 | 0.3 | 0.0 | 4.0 | - |
| | 23年卒 | 1.9 | 2.4 | 0.6 | 0.2 | 0.2 | 0.0 | 3.4 | ▲ 0.6 |
| | 24年卒 | 2.5 | 1.7 | 0.5 | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 2.5 | ▲ 0.9 |

(単位:社)

(図2)

◆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)

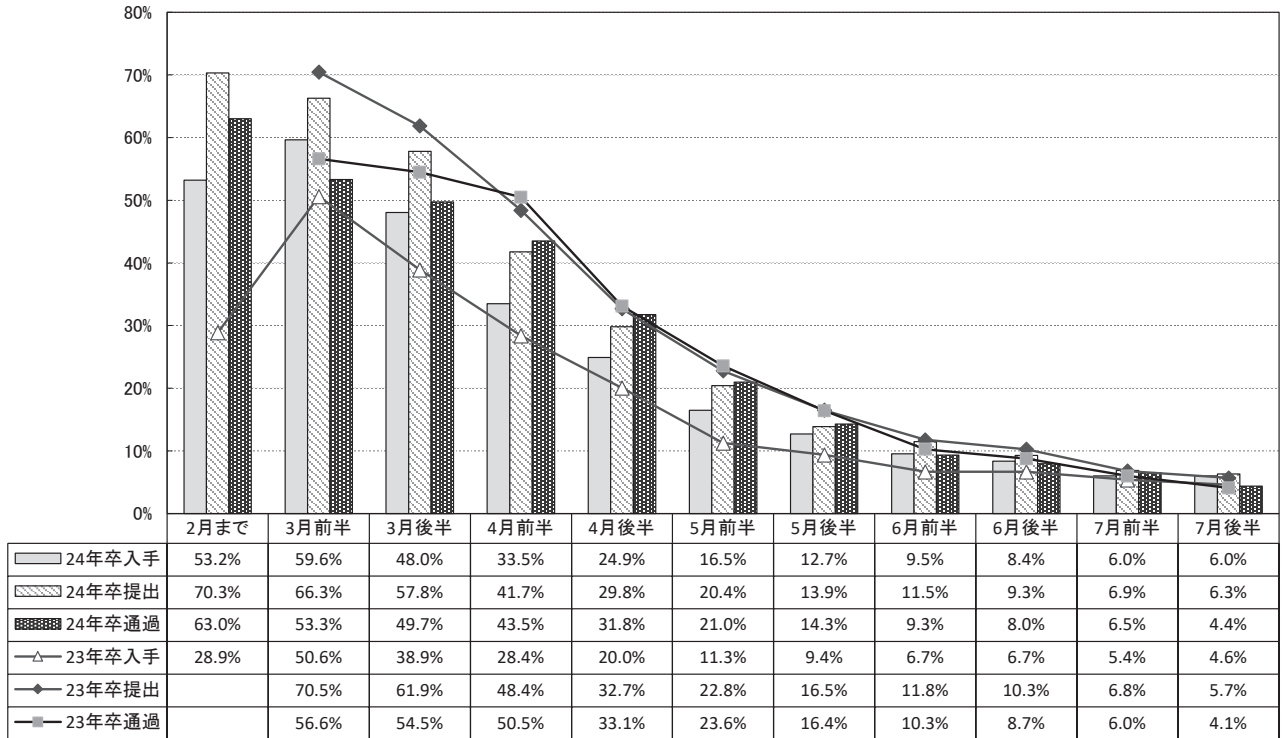
(図3)

図1-2 出所:『2022年卒~2024年卒マイナビ学生就職モニター調査』

図3 出所:『2011年卒~2024年卒マイナビ学生就職モニター調査』

2-5 エントリーシート入手、提出、通過状況

◆エントリーシート入手・提出・通過



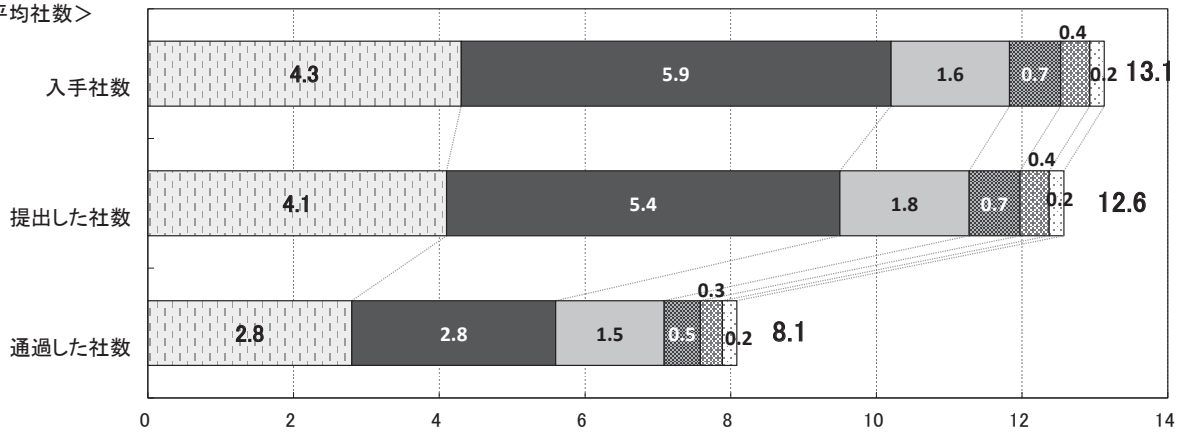
*「提出」「通過」の2月数値なし

(図1)

◆エントリーシートの平均社数(入手・提出・通過)

※太字は2月まで～7月の累計値

<平均社数>



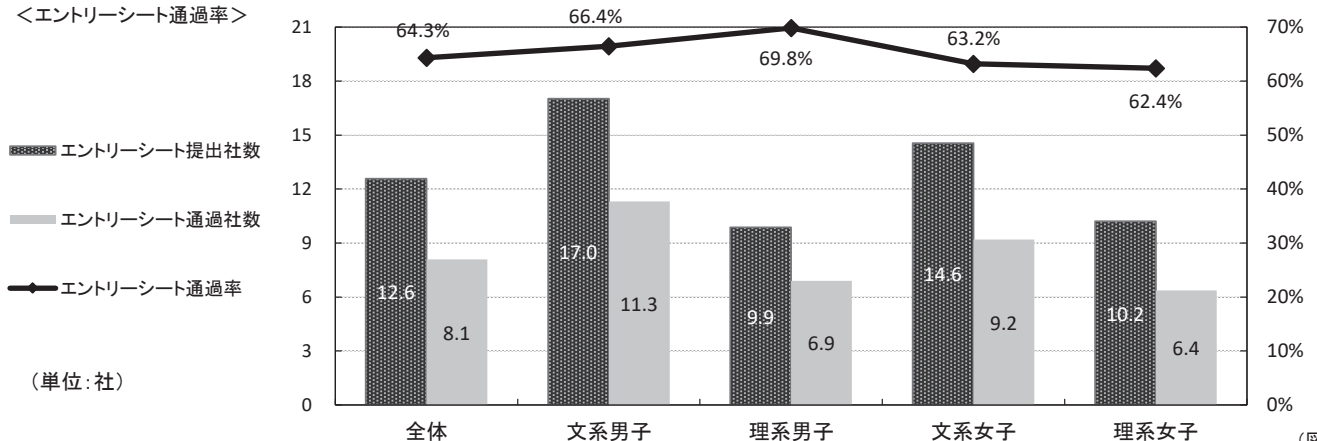
(単位:社)

□ 2月まで ■ 3月 □ 4月 ■ 5月 □ 6月 □ 7月

(図2)

◆エントリーシートの通過率【文理男女別】

<エントリーシート通過率>

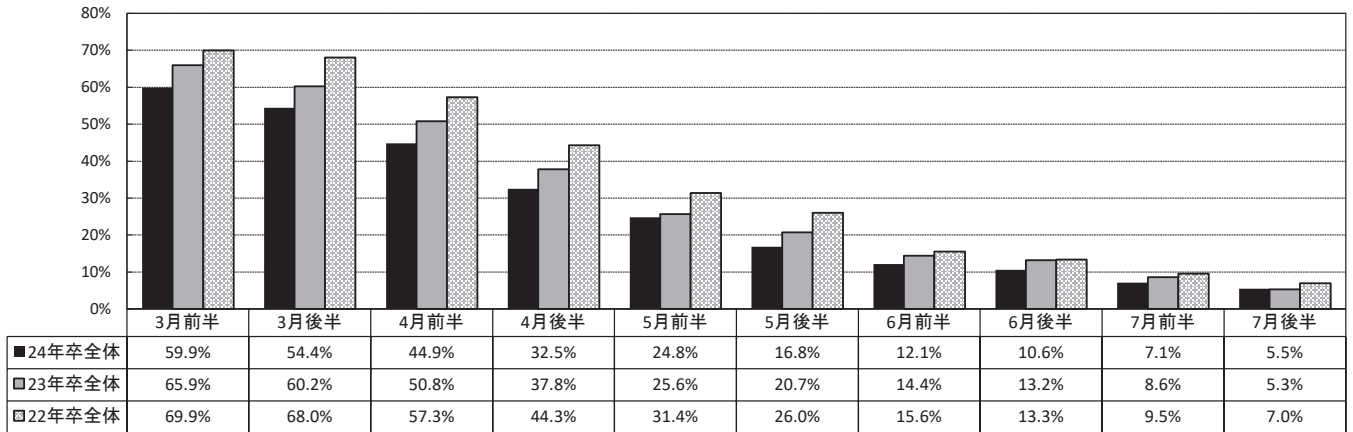


(図3)

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

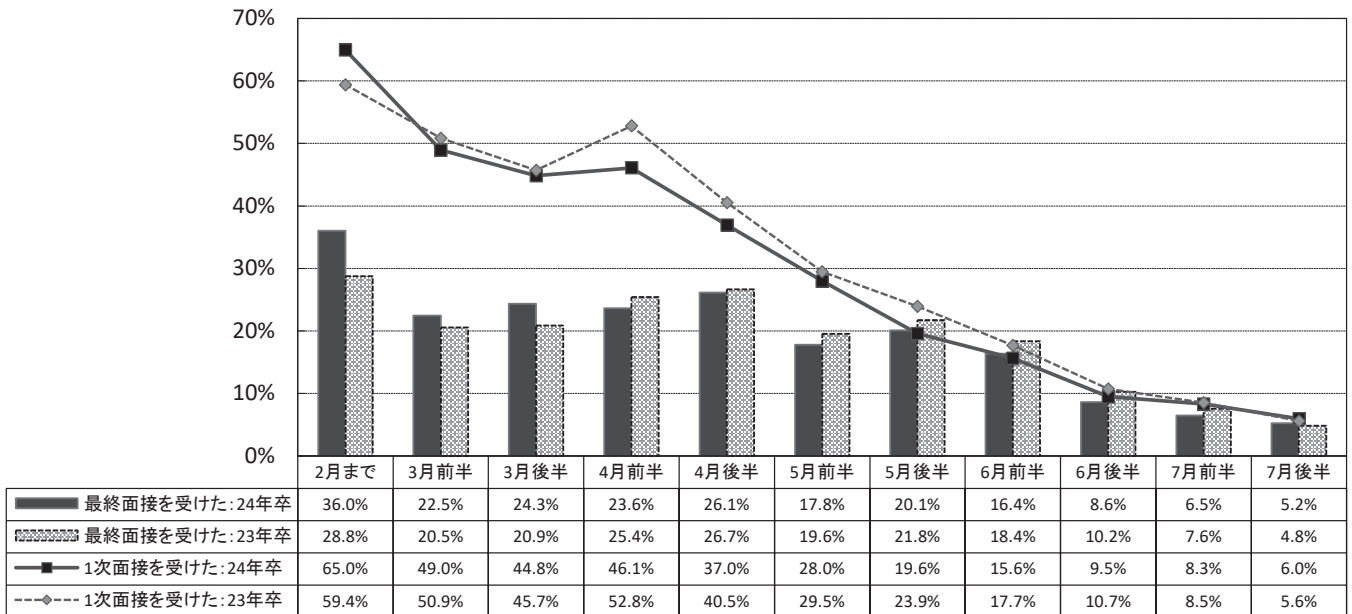
以下のグラフは当該期間に「適性検査を受けた」学生の割合を表しています。



(図1)

◆1次面接、最終面接受験状況

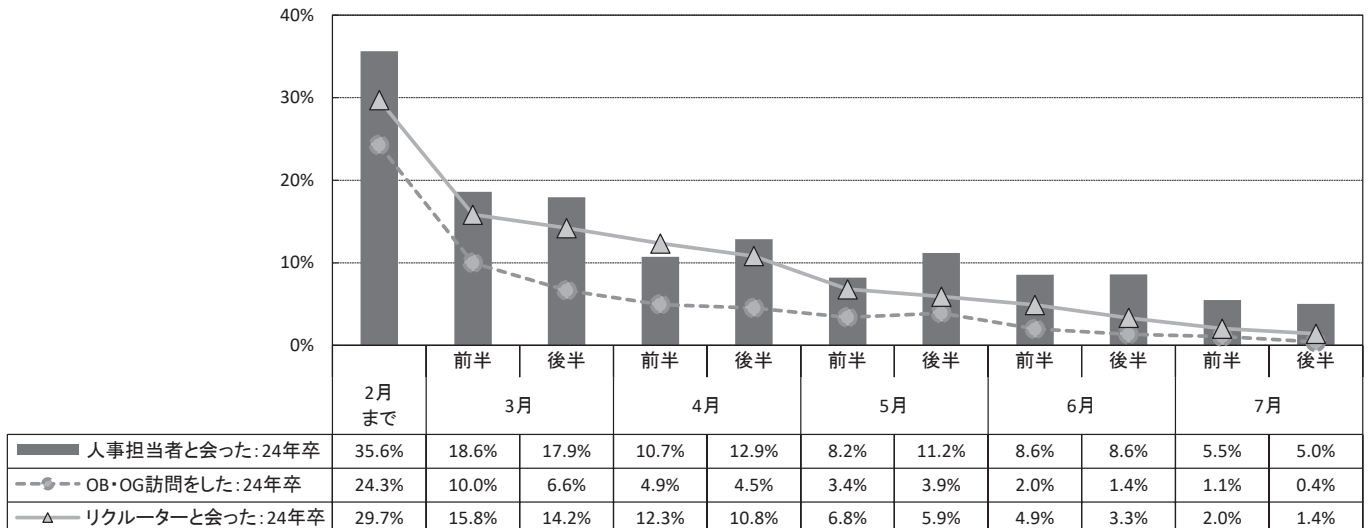
以下のグラフは当該期間に「1次面接を受けた」、「最終面接を受けた」学生の割合を表しています。



(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」、「リクレーターと会った」、「人事担当者と会った」学生の割合を表しています。



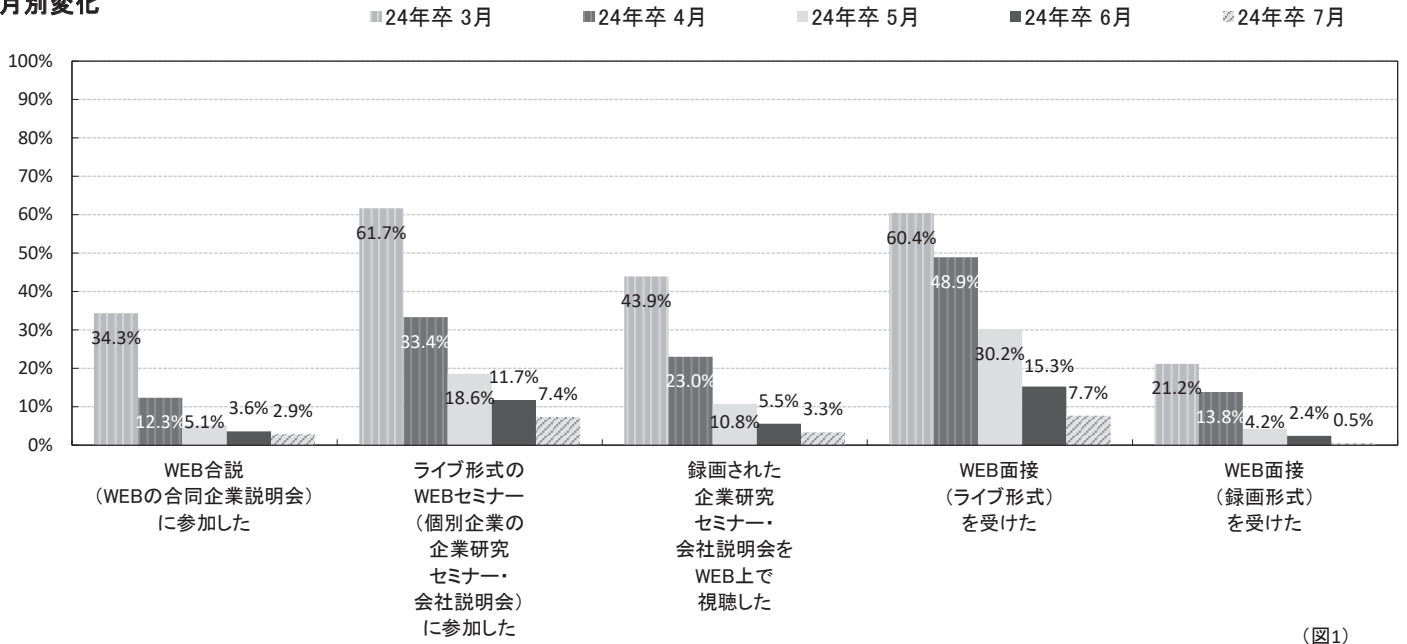
(図3)

図1~3 出所:『マイナビ2024年卒学生就職モニター調査』

2-7 WEB上での活動状況

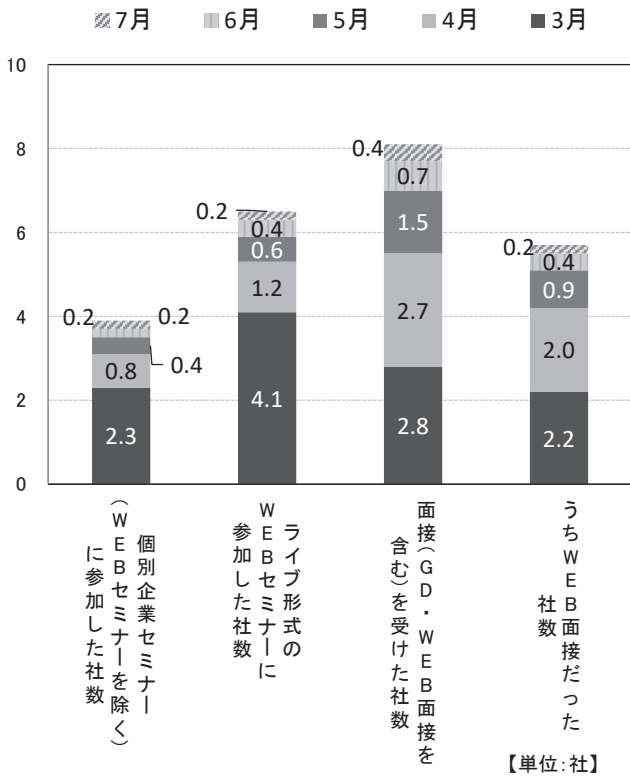
◆WEB上での活動状況

月別変化



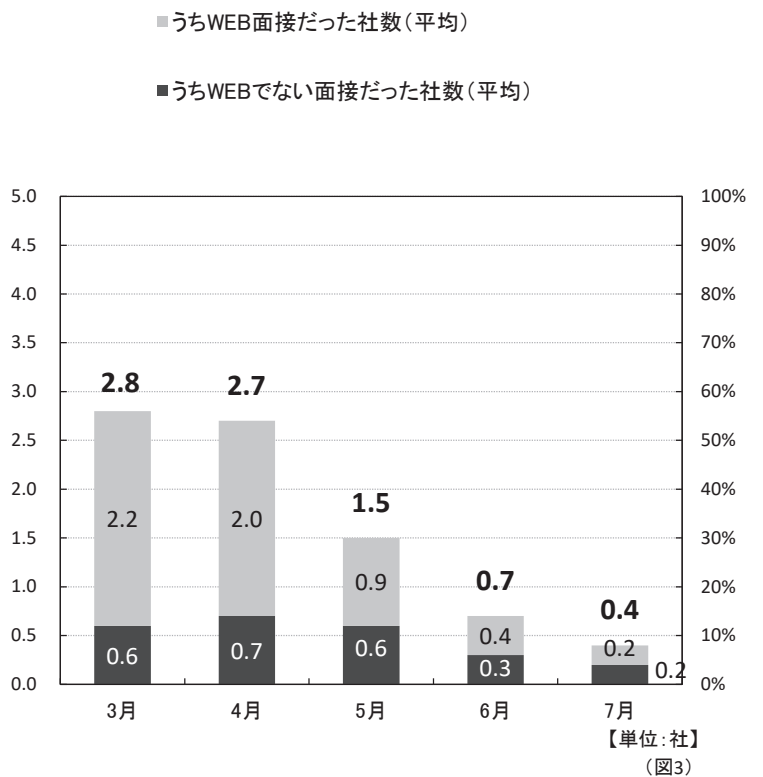
(図1)

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)



(図2)

WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均) ※太字は合計



【単位:社】
(図3)

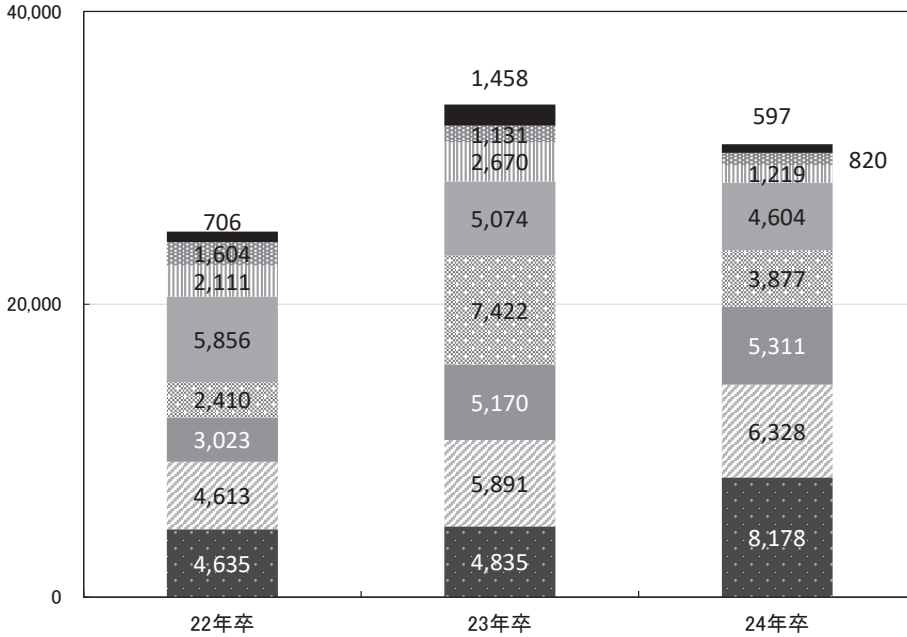
図1～3 出所:『マイナビ2024年卒学生就職モニター調査(3～7月実施)』

2-8 就活費用

◆就活費用

3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・文理男女別前年同月比）

【単位：円】

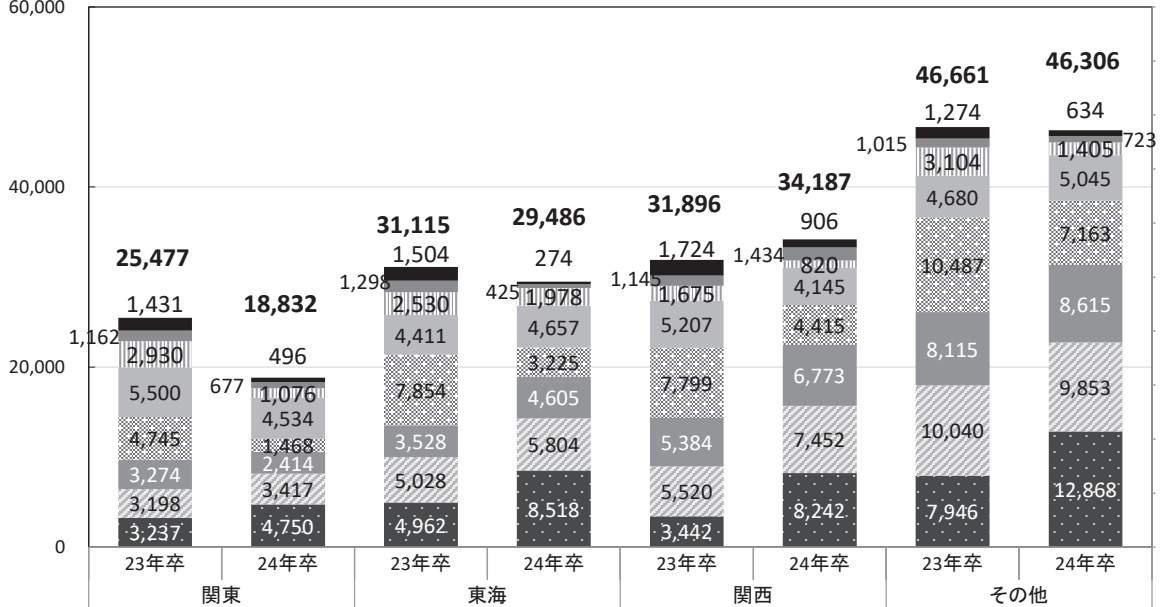


- 3月の交通費・宿泊費
- ▨ 4月の交通費・宿泊費
- 5月の交通費・宿泊費
- ▨ 6月の交通費・宿泊費
- 3月のその他（スーツや書籍など）
- ▨ 4月のその他（スーツや書籍など）
- ▨ 5月のその他（スーツや書籍など）
- 6月のその他（スーツや書籍など）

(図1)

3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・地域別前年同月比）

60,000



| | 関東 | | 東海 | | 関西 | | その他 | |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ■ 6月のその他（スーツや書籍など） | 1,431 | 496 | 1,504 | 274 | 1,724 | 906 | 1,274 | 634 |
| ■ 5月のその他（スーツや書籍など） | 1,162 | 677 | 1,298 | 425 | 1,145 | 1,434 | 1,015 | 723 |
| ▨ 4月のその他（スーツや書籍など） | 2,930 | 1,076 | 2,530 | 1,978 | 1,675 | 820 | 3,104 | 1,405 |
| ■ 3月のその他（スーツや書籍など） | 5,500 | 4,534 | 4,411 | 4,657 | 5,207 | 4,145 | 4,680 | 5,045 |
| ▨ 6月の交通費・宿泊費 | 4,745 | 1,468 | 7,854 | 3,225 | 7,799 | 4,415 | 10,487 | 7,163 |
| ■ 5月の交通費・宿泊費 | 3,274 | 2,414 | 3,528 | 4,605 | 5,384 | 6,773 | 8,115 | 8,615 |
| ▨ 4月の交通費・宿泊費 | 3,198 | 3,417 | 5,028 | 5,804 | 5,520 | 7,452 | 10,040 | 9,853 |
| ■ 3月の交通費・宿泊費 | 3,237 | 4,750 | 4,962 | 8,518 | 3,442 | 8,242 | 7,946 | 12,868 |
| 合計 | 25,477 | 18,832 | 31,115 | 29,486 | 31,896 | 34,187 | 46,661 | 46,306 |

(図2)

図1～2 出所：『マイナビ2024年卒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2023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

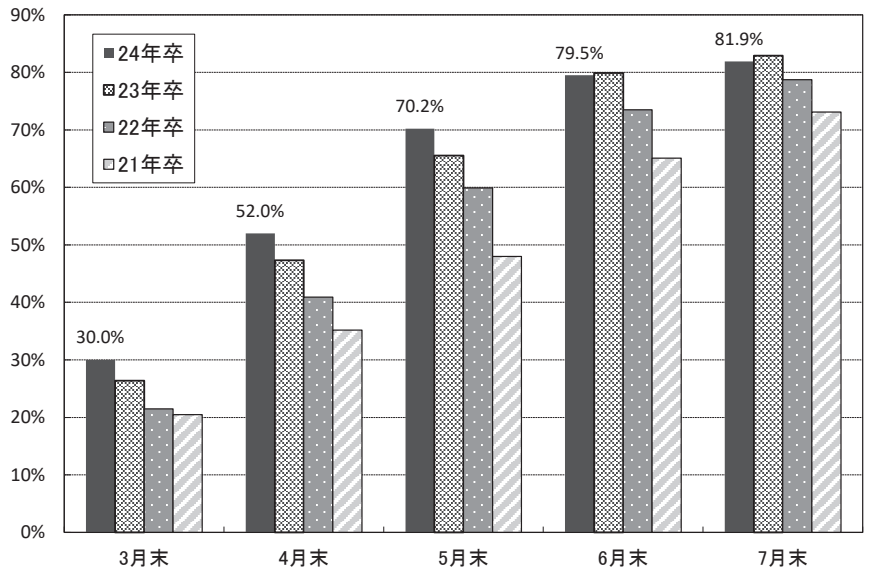
調査期間 / 回答数

3月調査 2023年3月25日～3月31日 / 2,963名 6月調査 2023年6月24日～6月30日 / 2,472名
4月調査 2023年4月24日～4月30日 / 3,895名 7月調査 2022年7月25日～7月31日 / 4,069名
5月調査 2023年5月25日～5月31日 / 5,062名

◆内々定保有率(3月～7月の推移)

| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 24年卒(全体) | 30.0% | 52.0% | 70.2% | 79.5% | 81.9% |
| 23年卒(全体) | 26.4% | 47.3% | 65.5% | 79.9% | 82.9% |
| 22年卒(全体) | 21.5% | 40.9% | 59.9% | 73.5% | 78.7% |
| 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% |

| | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 文系男子 | 25.3% | 46.7% | 66.1% | 75.0% | 80.4% |
| 文系女子 | 23.8% | 46.4% | 67.3% | 76.2% | 77.7% |
| 理系男子 | 37.6% | 60.7% | 75.6% | 85.1% | 85.7% |
| 理系女子 | 41.3% | 60.7% | 76.7% | 87.2% | 88.2% |



(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) | 全体 | 文系男子 | 文系女子 | 理系男子 | 理系女子 | 複数内々定保有率 |
|-------------|-----|------|------|------|------|----------|
| 24年卒6月末(全体) | 2.5 | 2.6 | 2.4 | 2.4 | 2.4 | 66.4% |
| 23年卒6月末(全体) | 2.4 | 2.6 | 2.3 | 2.4 | 2.4 | 63.7% |

(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

| | 24年卒 | | | | | 23年卒 | | | | |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 全体 | 文系男子 | 文系女子 | 理系男子 | 理系女子 | 全体 | 文系男子 | 文系女子 | 理系男子 | 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) | 72.6% | 69.5% | 66.8% | 80.6% | 75.7% | 72.6% | 69.5% | 66.8% | 80.6% | 75.7% |
| 内々定先に不満だが活動は終了する(終了している) | 4.1% | 4.9% | 2.9% | 4.5% | 4.1% | 4.1% | 4.9% | 2.9% | 4.5% | 4.1% |
| 内々定先に不満なので続行する | 7.3% | 8.7% | 8.9% | 5.1% | 5.4% | 7.3% | 8.7% | 8.9% | 5.1% | 5.4% |
| 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 | 15.0% | 15.3% | 20.6% | 9.1% | 13.7% | 15.0% | 15.3% | 20.6% | 9.1% | 13.7% |
| その他 | 1.1% | 1.6% | 0.9% | 0.7% | 1.2% | 1.1% | 1.6% | 0.9% | 0.7% | 1.2% |

(図3)

◆内々定保有率(地域別)

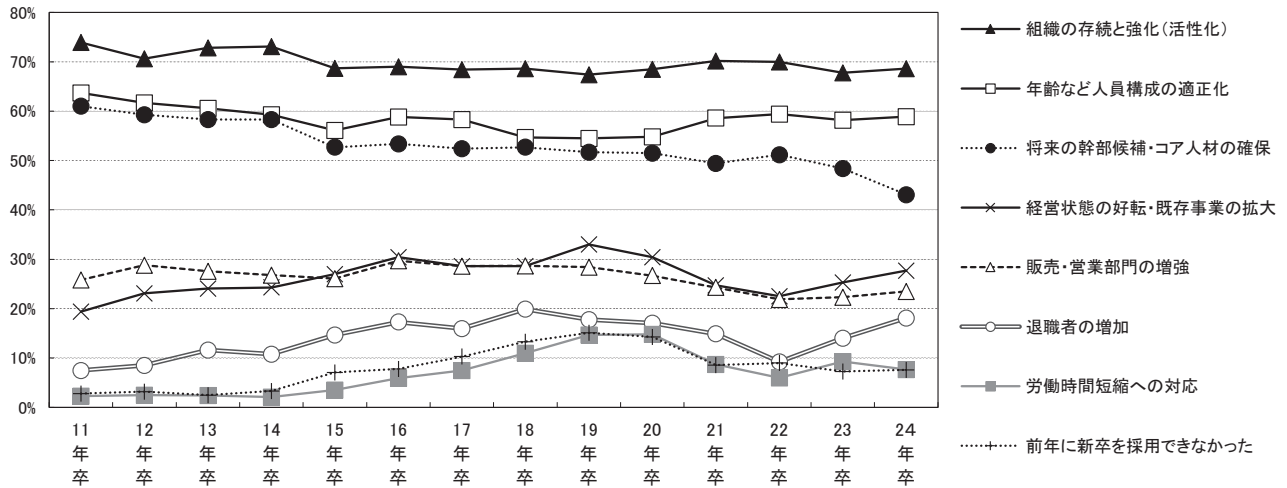
選考活動開始初月(6月末)の数値での比較

| | 北海道 | 東北 | 関東 | 甲信越 | 東海 | 北陸 | 関西 | 中国 | 四国 | 九州 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 24年卒 | 76.8% | 80.5% | 79.2% | 85.1% | 80.5% | 80.5% | 78.8% | 85.9% | 84.5% | 73.5% |
| 23年卒 | 70.7% | 80.5% | 80.4% | 83.9% | 80.1% | 82.0% | 77.6% | 85.0% | 82.6% | 79.5% |

(図4)

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)



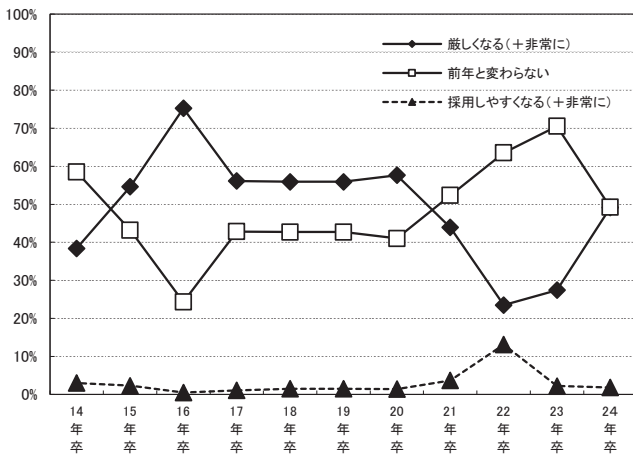
(図1)

◆採用環境はどうかと思うか

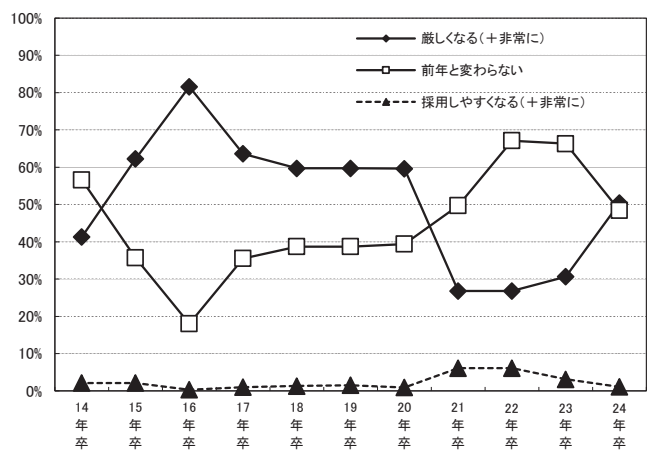
| | | 厳しくなる | | 前年並み | 採用しやすくなる | |
|----|------|----------|-------|-------|----------|-------------|
| | | 非常に厳しくなる | 厳しくなる | | 採用しやすくなる | 非常に採用しやすくなる |
| 文系 | 24年卒 | 11.9% | 37.2% | 49.2% | 1.7% | 0.1% |
| | 23年卒 | 2.2% | 25.2% | 70.5% | 2.1% | 0.1% |
| | 22年卒 | 3.3% | 20.2% | 63.5% | 12.5% | 0.6% |
| | 21年卒 | 8.6% | 35.3% | 52.3% | 3.6% | 0.1% |
| 理系 | 24年卒 | 17.6% | 32.8% | 48.4% | 1.1% | 0.0% |
| | 23年卒 | 7.9% | 22.7% | 66.3% | 2.6% | 0.5% |
| | 22年卒 | 5.7% | 21.1% | 67.1% | 5.7% | 0.4% |
| | 21年卒 | 15.6% | 33.0% | 49.7% | 1.4% | 0.4% |

(図2)

経年比較(文系)



経年比較(理系)



(図3)

(図4)

◆「非常に厳しくなる/厳しくなる」と考える理由

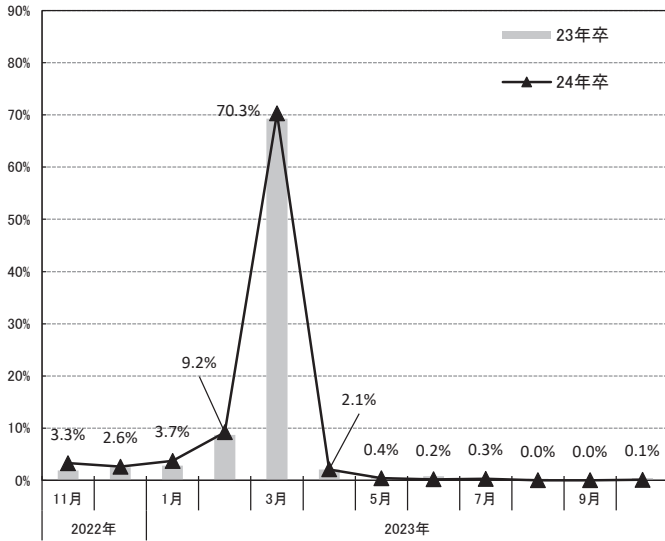
| (複数回答) | 文系採用 | | | | | 理系採用 | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 全体 | 上場 | 非上場 | 製造 | 非製造 | 全体 | 上場 | 非上場 | 製造 | 非製造 |
| 母集団(エントリー数)の不足 | 77.9% | 76.6% | 78.1% | 73.3% | 79.5% | 82.2% | 77.0% | 82.8% | 83.0% | 81.5% |
| 内定辞退の増加 | 34.4% | 48.3% | 32.8% | 27.1% | 37.0% | 30.1% | 43.8% | 28.4% | 29.4% | 30.7% |
| セミナー・動員数の不足 | 35.2% | 42.5% | 34.4% | 32.2% | 36.2% | 32.9% | 33.3% | 32.9% | 31.9% | 33.7% |
| 応募学生の質の低下 | 23.5% | 29.0% | 22.9% | 21.6% | 24.2% | 15.3% | 23.6% | 14.2% | 13.7% | 16.6% |
| マンパワーの不足 | 19.3% | 15.6% | 19.7% | 16.5% | 20.2% | 14.8% | 11.8% | 15.2% | 15.3% | 14.3% |
| 業界イメージ・会社イメージの低下 | 18.2% | 15.8% | 18.5% | 16.0% | 19.0% | 15.0% | 11.0% | 15.5% | 15.5% | 14.6% |
| 採用人数の増加 | 15.1% | 20.3% | 14.5% | 12.3% | 16.1% | 14.4% | 21.4% | 13.5% | 14.0% | 14.6% |
| 採用活動期間の変化 | 9.4% | 11.2% | 9.2% | 7.8% | 10.0% | 9.7% | 15.5% | 9.0% | 11.3% | 8.4% |
| 業務の集中・増大 | 8.9% | 7.6% | 9.0% | 10.4% | 8.3% | 8.6% | 9.1% | 8.5% | 10.4% | 7.1% |
| 景気改善の報道余波 | 13.8% | 12.2% | 14.0% | 10.4% | 15.0% | 13.7% | 10.6% | 14.1% | 12.3% | 14.7% |
| 採用費用の削減 | 4.4% | 8.2% | 3.9% | 2.1% | 5.2% | 3.2% | 7.0% | 2.7% | 2.8% | 3.6% |
| その他 | 3.1% | 3.1% | 3.1% | 5.5% | 2.2% | 3.9% | 5.9% | 3.6% | 5.2% | 2.9% |

(図5)

図1~5 出所:『マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2月実施)』

3-2 採用スケジュール(2月時点で聞いた各フェーズの開始時期)

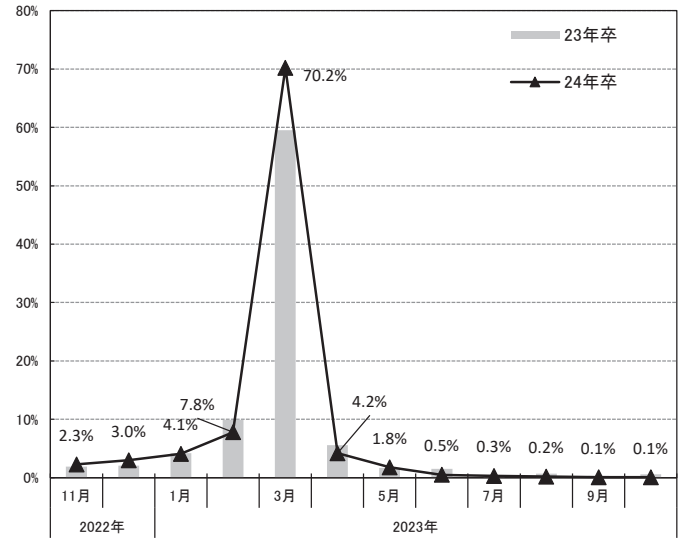
◆新卒採用エントリー受付開始時期



※24年卒の数値を表記

(図1)

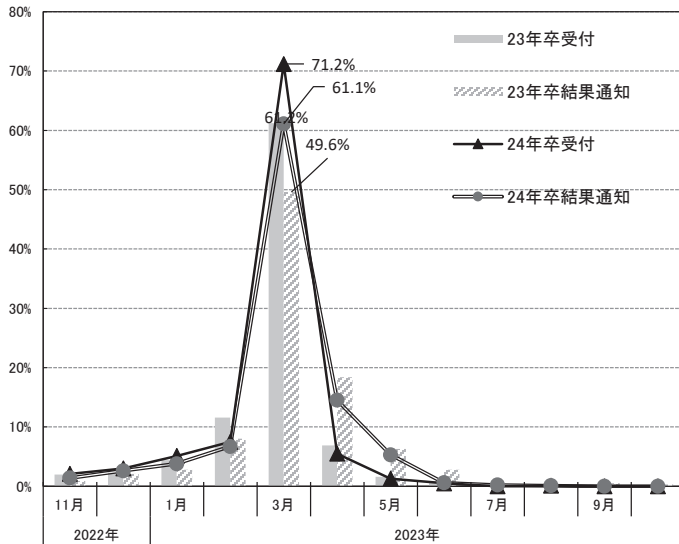
◆採用に直結する説明会やセミナーの開始時期



※24年卒の数値を表記

(図2)

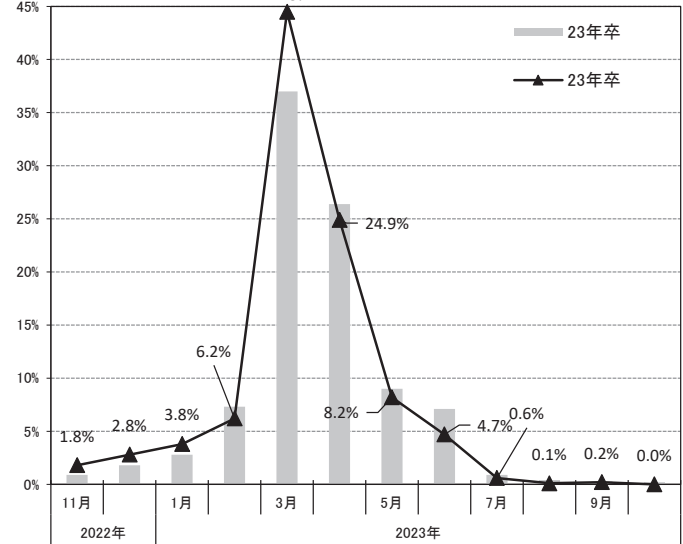
◆エントリーシート受付開始時期と結果通知時期



※ピーク時の数値を表記

(図3)

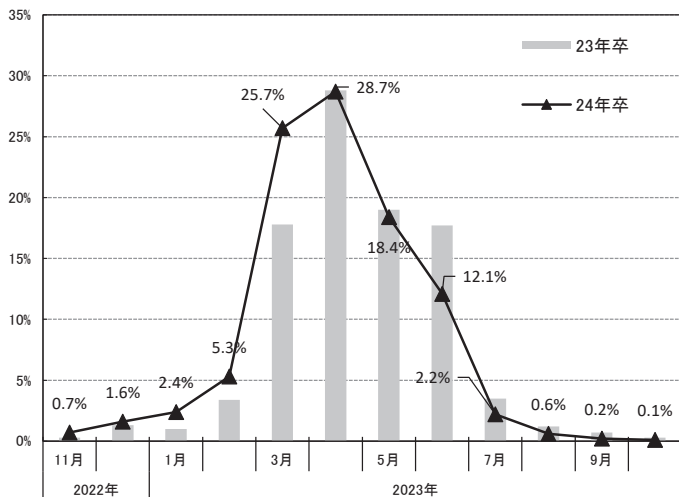
◆面接開始時期



※24年卒の数値を表記

(図4)

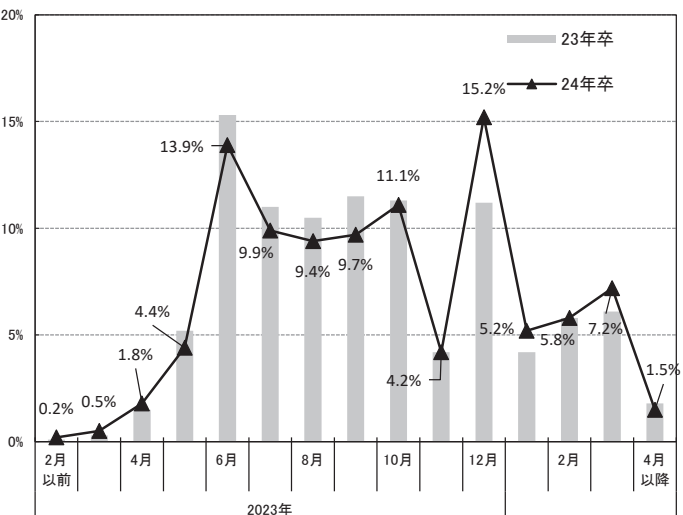
◆内々定出し開始時期



※24年卒の数値を表記

(図5)

◆採用活動終了時期



※24年卒の数値を表記

(図6)

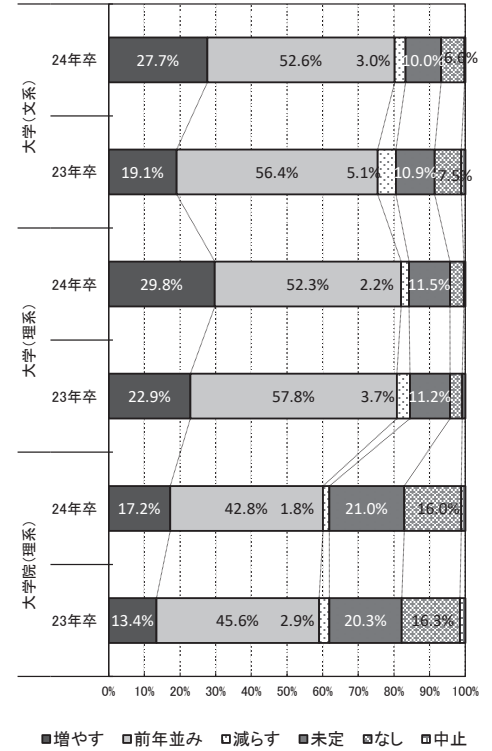
図1~6 出所:『マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2月実施)』

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) | 24年卒 | 27.7% | 52.6% | 3.0% | 10.0% | 6.6% | 0.2% |
| | 23年卒 | 19.1% | 56.4% | 5.1% | 10.9% | 7.5% | 1.1% |
| 大学(理系) | 24年卒 | 29.8% | 52.3% | 2.2% | 11.5% | 3.9% | 0.4% |
| | 23年卒 | 22.9% | 57.8% | 3.7% | 11.2% | 3.4% | 0.9% |
| 大学院(理系) | 24年卒 | 17.2% | 42.8% | 1.8% | 21.0% | 16.0% | 1.1% |
| | 23年卒 | 13.4% | 45.6% | 2.9% | 20.3% | 16.3% | 1.5% |
| 短期大学 | 24年卒 | 14.7% | 40.0% | 1.6% | 19.5% | 23.3% | 0.9% |
| | 23年卒 | 9.5% | 43.2% | 3.3% | 18.5% | 23.9% | 1.6% |
| 専門学校 | 24年卒 | 17.4% | 41.1% | 1.3% | 18.2% | 21.2% | 0.8% |
| | 23年卒 | 12.2% | 43.4% | 2.8% | 16.9% | 23.1% | 1.5% |
| 高等専門学校 | 24年卒 | 13.2% | 32.0% | 0.8% | 21.7% | 31.1% | 1.1% |
| | 23年卒 | 9.6% | 35.9% | 2.3% | 19.6% | 30.9% | 1.7% |
| 高等学校 | 24年卒 | 15.6% | 33.0% | 1.0% | 13.7% | 35.1% | 1.7% |
| | 23年卒 | 11.2% | 36.6% | 2.7% | 13.8% | 34.2% | 1.5% |

(図1)



◆採用予定数の増減(上場・非上場、製造・非製造)

■上場

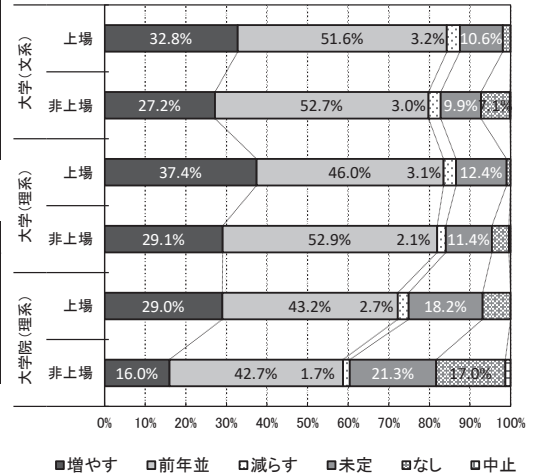
| | 採用あり | | | 未定 | 採用なし | |
|---------|-------|-------|------|-------|------|----|
| | 増やす | 前年並 | 減らす | | なし | 中止 |
| 大学(文系) | 32.8% | 51.6% | 3.2% | 10.6% | 1.9% | - |
| 大学(理系) | 37.4% | 46.0% | 3.1% | 12.4% | 1.0% | - |
| 大学院(理系) | 29.0% | 43.2% | 2.7% | 18.2% | 6.9% | - |

(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) | 27.2% | 52.7% | 3.0% | 9.9% | 7.1% | 0.2% |
| 大学(理系) | 29.1% | 52.9% | 2.1% | 11.4% | 4.2% | 0.4% |
| 大学院(理系) | 16.0% | 42.7% | 1.7% | 21.3% | 17.0% | 1.3% |

(図3)



■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) | 22.7% | 51.7% | 3.9% | 9.6% | 11.7% | 0.4% |
| 大学(理系) | 35.6% | 52.0% | 2.6% | 6.6% | 2.7% | 0.4% |
| 大学院(理系) | 22.7% | 44.9% | 2.2% | 16.7% | 12.3% | 1.1% |

(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) | 30.4% | 53.1% | 2.5% | 10.2% | 3.8% | 0.1% |
| 大学(理系) | 26.5% | 52.4% | 1.9% | 14.3% | 4.5% | 0.3% |
| 大学院(理系) | 14.0% | 41.5% | 1.6% | 23.5% | 18.2% | 1.2% |

(図5)

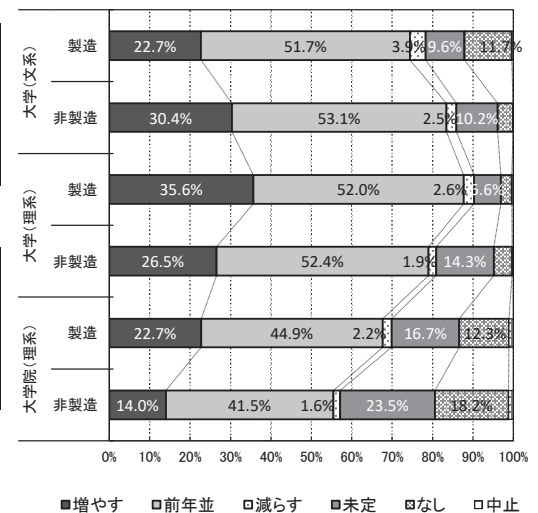
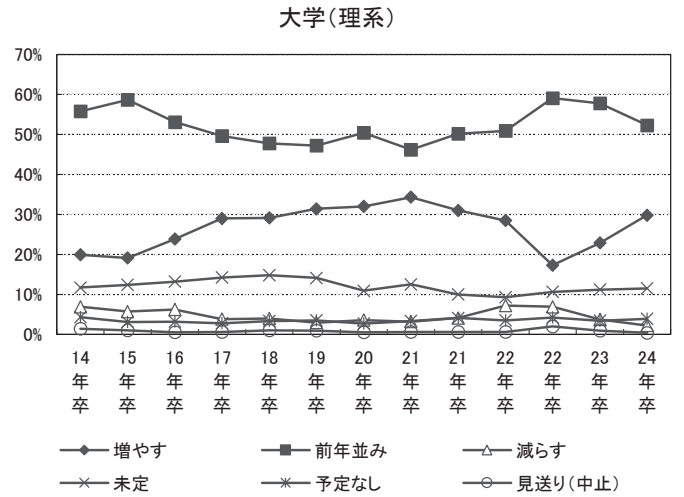
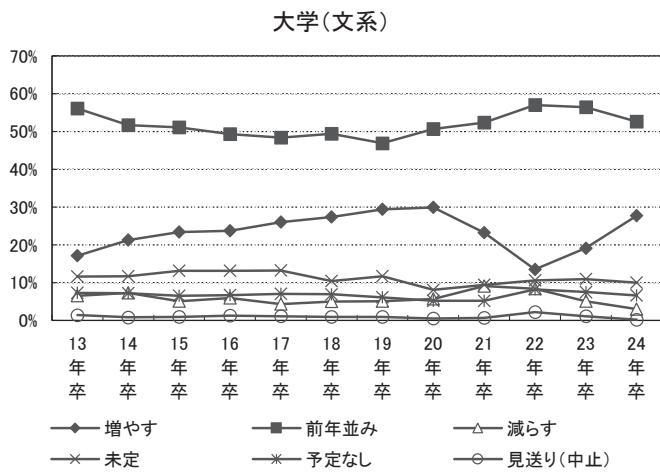


図1~6 出所:『マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2月実施)』

◆採用予定数の増減(大学文系・大学理系)



(図6)

(図7)

◆採用予定数と前年入社予定数の比較

■24年卒採用予定数と23年卒入社予定数の比較(=24年卒採用予定数の合計/23年卒入社予定数の合計)

※23年卒の採用予定数と22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 | 1,602 | 153 | 1,449 | 567 | 1,035 |
| 平均前年比増減 | + 27.6% | + 27.6% | + 27.6% | + 28.6% | + 27.3% |

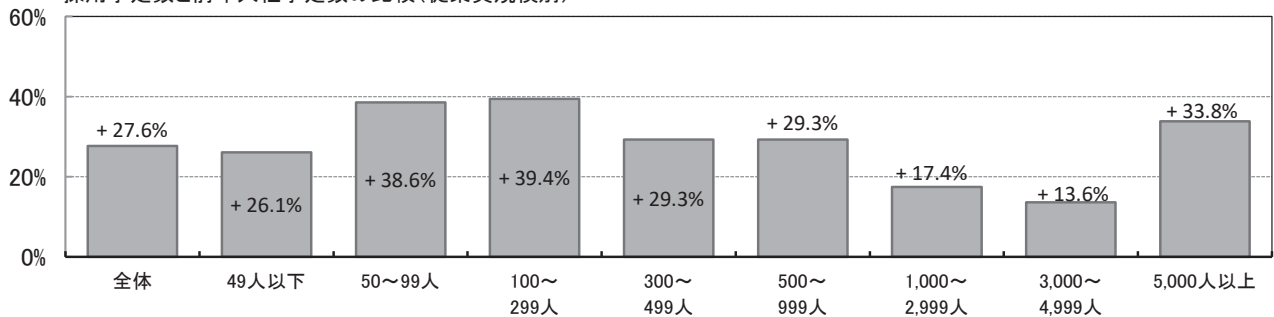
(図8)

■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 | 1,602 | 212 | 278 | 562 | 192 | 183 | 126 | 22 | 27 |
| 平均前年比増減 | + 27.6% | + 26.1% | + 38.6% | + 39.4% | + 29.3% | + 29.3% | + 17.4% | + 13.6% | + 33.8% |

(図9)

採用予定数と前年入社予定数の比較(従業員規模別)

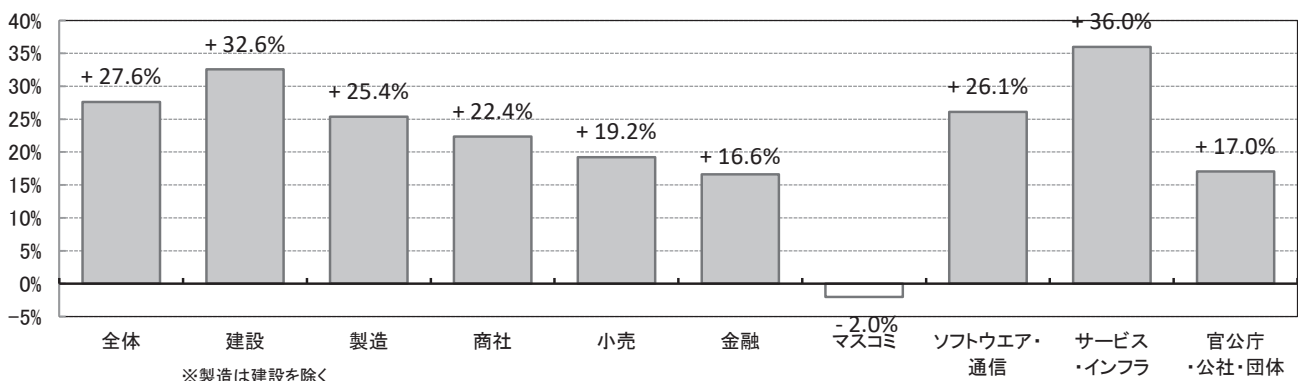


■業種別

| | 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 | 1,602 | 227 | 340 | 205 | 72 | 69 | 32 | 214 | 399 | 44 |
| 平均前年比増減 | + 27.6% | + 32.6% | + 25.4% | + 22.4% | + 19.2% | + 16.6% | - 2.0% | + 26.1% | + 36.0% | + 17.0% |

(図10)

採用予定数と前年入社予定数の比較(業種別)

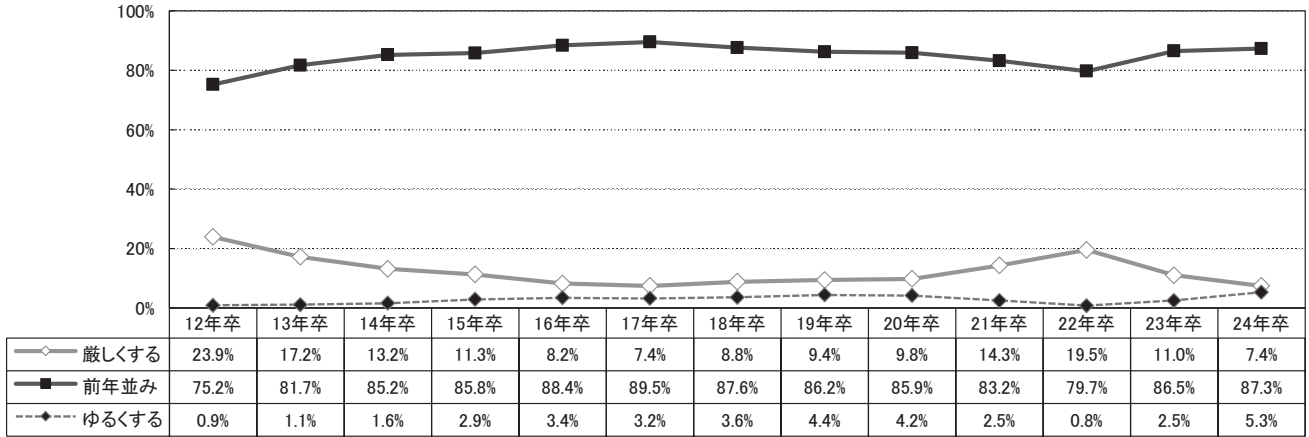


3-4 評価基準・質と量

◆企業の評価基準

| | 全体 | | 上場 | | 非上場 | | 製造 | | 非製造 | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 |
| 厳しくする | 7.4% | 11.0% | 7.4% | 9.5% | 7.4% | 11.3% | 6.8% | 8.6% | 7.8% | 12.4% |
| 前年並み | 87.3% | 86.5% | 88.6% | 89.5% | 87.1% | 86.0% | 86.7% | 89.1% | 87.6% | 85.0% |
| ゆるくする | 5.3% | 2.5% | 4.0% | 1.1% | 5.4% | 2.7% | 6.6% | 2.2% | 4.6% | 2.6% |

評価基準(全体・経年比較)

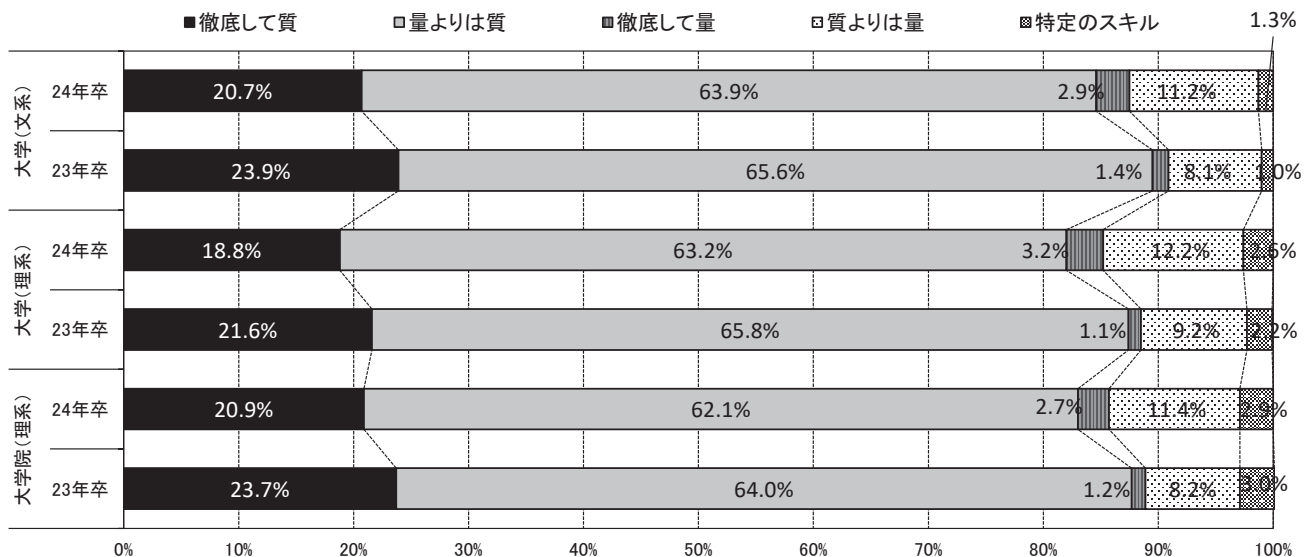


(図1)

◆質・量の優先度

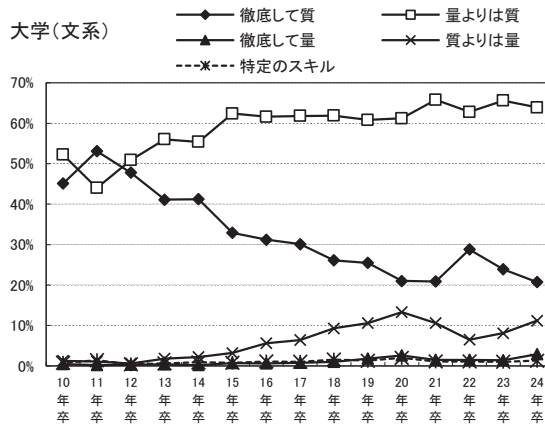
| | | 徹底して質 | 量よりは質 | 徹底して量 | 質よりは量 | 特定のスキル |
|---------|------|--------|-------|-------|-------|--------|
| | | 大学(文系) | 24年卒 | 20.7% | 63.9% | 2.9% |
| | 23年卒 | 23.9% | 65.6% | 1.4% | 8.1% | 1.0% |
| 大学(理系) | 24年卒 | 18.8% | 63.2% | 3.2% | 12.2% | 2.6% |
| | 23年卒 | 21.6% | 65.8% | 1.1% | 9.2% | 2.2% |
| 大学院(理系) | 24年卒 | 20.9% | 62.1% | 2.7% | 11.4% | 2.9% |
| | 23年卒 | 23.7% | 64.0% | 1.2% | 8.2% | 3.0% |
| 短期大学 | 24年卒 | 19.2% | 60.9% | 3.4% | 13.0% | 3.4% |
| | 23年卒 | 20.1% | 65.4% | 2.1% | 9.0% | 3.4% |
| 専門学校 | 24年卒 | 18.7% | 58.1% | 3.7% | 14.1% | 5.4% |
| | 23年卒 | 19.0% | 62.7% | 2.4% | 9.5% | 6.4% |
| 高等専門学校 | 24年卒 | 18.1% | 59.6% | 4.2% | 14.5% | 3.6% |
| | 23年卒 | 17.9% | 62.7% | 2.0% | 11.3% | 6.2% |
| 高等学校 | 24年卒 | 13.7% | 53.2% | 6.5% | 24.7% | 1.9% |
| | 23年卒 | 13.9% | 59.8% | 3.7% | 19.1% | 3.4% |

質・量の優先度(大学文系・大学理系・大学院理系)

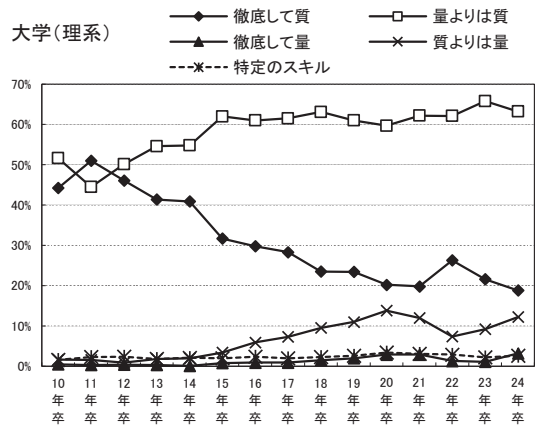


(図2)

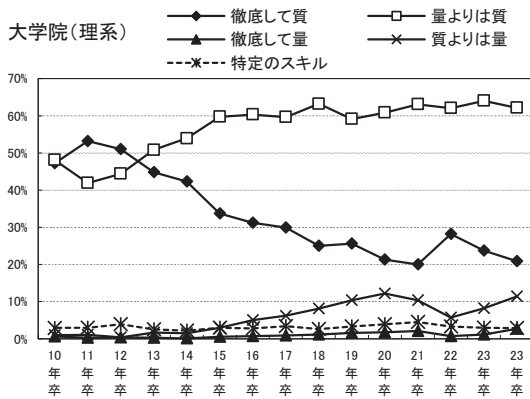
【質・量の優先度 - 総合・経年比較】



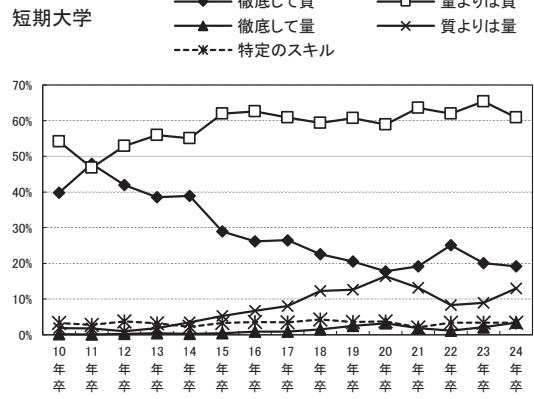
(図3)



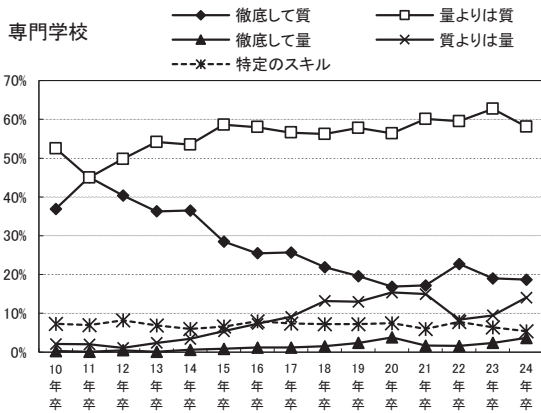
(図4)



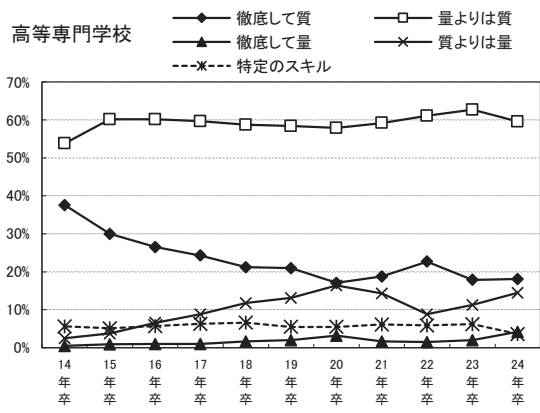
(図5)



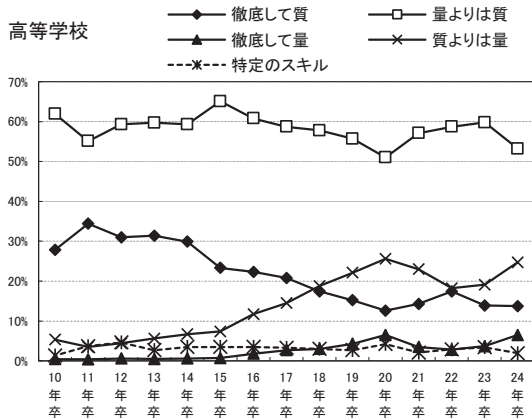
(図6)



(図7)



(図8)



(図9)

3-5 採用手法

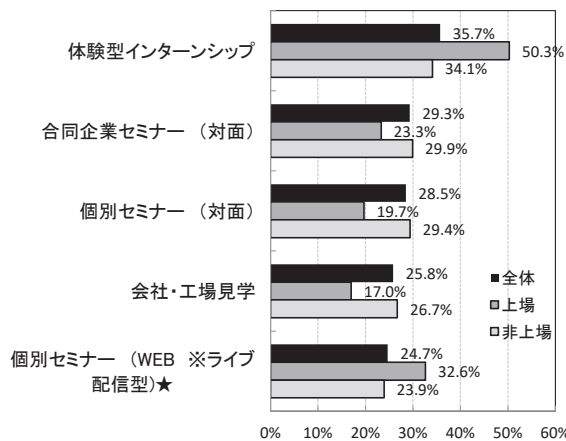
◆実践している採用手法

| (複数回答) | 全体 | | 上場 | | 非上場 | | 製造 | | 非製造 | |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 | 24年卒 | 23年卒 |
| 体験型インターンシップ | 57.4% | 46.8% | 71.3% | 60.1% | 56.0% | 44.7% | 60.5% | 51.2% | 55.7% | 44.3% |
| 採用直結型インターンシップ | 14.4% | 10.4% | 16.1% | 13.5% | 14.2% | 9.9% | 15.2% | 12.7% | 13.9% | 9.1% |
| インターンシップのWEB対応 | 33.9% | 38.9% | 66.8% | 71.5% | 30.6% | 33.6% | 33.6% | 37.5% | 34.2% | 39.7% |
| SNSの活用 (Facebook、Twitter等) | 18.0% | 15.7% | 17.0% | 17.9% | 18.2% | 15.3% | 14.2% | 12.1% | 20.2% | 17.6% |
| OB・OG訪問 (対面) | 14.3% | 14.1% | 20.1% | 23.8% | 13.7% | 12.6% | 16.6% | 15.4% | 13.0% | 13.4% |
| OB・OG訪問 (WEB) | 10.6% | 12.5% | 25.2% | 34.7% | 9.1% | 8.9% | 11.4% | 14.1% | 10.2% | 11.5% |
| 会社・工場見学 | 53.5% | 51.5% | 41.3% | 39.0% | 54.7% | 53.5% | 66.3% | 66.6% | 46.3% | 43.0% |
| 学校訪問 | 39.8% | 34.0% | 44.9% | 35.8% | 39.3% | 33.8% | 46.3% | 40.2% | 36.2% | 30.6% |
| 学内セミナー | 41.5% | 44.1% | 72.9% | 74.7% | 38.3% | 39.2% | 41.9% | 44.2% | 41.2% | 44.0% |
| 合同企業セミナー (対面) | 57.7% | 54.3% | 62.2% | 61.7% | 57.2% | 53.1% | 59.1% | 52.8% | 56.9% | 55.1% |
| 合同企業セミナー (WEB) | 38.5% | 49.7% | 63.7% | 73.9% | 35.9% | 45.9% | 39.9% | 49.0% | 37.7% | 50.1% |
| 採用に直結しないオープンセミナー | 7.1% | 7.4% | 13.1% | 14.9% | 6.5% | 6.3% | 7.2% | 7.4% | 7.0% | 7.5% |
| 個別セミナー (対面) | 44.1% | 44.2% | 41.0% | 36.4% | 44.5% | 45.4% | 44.5% | 44.5% | 43.9% | 44.0% |
| 個別セミナー (WEB ※ライブ配信型) | 42.1% | 42.8% | 50.9% | 58.8% | 41.3% | 40.2% | 41.5% | 44.1% | 42.5% | 42.1% |
| 個別セミナー (WEB ※録画・動画型)★ | 17.6% | 17.6% | 32.3% | 16.2% | 16.2% | 18.5% | 18.5% | 17.2% | 17.2% | 17.2% |
| 最終面接段階や内定後の会社訪問 | 24.8% | 30.5% | 31.3% | 38.2% | 24.1% | 29.3% | 25.8% | 32.8% | 24.2% | 29.2% |
| エントリーシート (紙) | 18.7% | 16.7% | 14.9% | 13.8% | 19.1% | 17.2% | 18.6% | 14.5% | 18.8% | 17.9% |
| エントリーシート (WEB) | 41.2% | 39.7% | 65.5% | 69.8% | 38.8% | 34.8% | 40.6% | 39.7% | 41.6% | 39.7% |
| 動画ES・動画選考 (*1) | 1.6% | 3.1% | 5.1% | 9.6% | 1.2% | 2.0% | 0.5% | 2.6% | 2.1% | 3.3% |
| 適性検査 (紙) | 22.9% | 25.4% | 20.8% | 15.4% | 23.1% | 27.0% | 23.2% | 26.5% | 22.7% | 24.8% |
| 適性検査 (WEB) | 48.5% | 49.8% | 73.7% | 79.9% | 45.9% | 45.0% | 47.6% | 46.4% | 49.0% | 51.7% |
| 学力テスト・筆記試験 (紙) | 25.8% | 26.7% | 18.9% | 17.2% | 26.5% | 28.3% | 23.0% | 26.2% | 27.3% | 27.0% |
| 学力テスト・筆記試験 (WEB) | 12.0% | 15.0% | 23.0% | 33.7% | 10.9% | 12.1% | 13.1% | 13.4% | 11.4% | 16.0% |
| グループディスカッション (対面) | 4.3% | 5.8% | 7.0% | 7.2% | 4.0% | 5.6% | 3.1% | 4.2% | 4.9% | 6.7% |
| グループディスカッション (WEB) | 3.4% | 6.2% | 11.6% | 16.1% | 2.6% | 4.6% | 1.9% | 4.5% | 4.3% | 7.2% |
| 個人面談 *選考なし | 15.7% | 20.5% | 23.1% | 23.5% | 14.9% | 20.1% | 16.2% | 22.7% | 15.4% | 19.4% |
| WEB面談 *選考なし | 17.5% | 18.0% | 34.0% | 33.6% | 15.8% | 15.5% | 18.5% | 17.3% | 16.9% | 18.4% |
| WEB面接 (*2) | 34.1% | 48.8% | 55.9% | 76.0% | 31.9% | 44.4% | 31.8% | 45.8% | 35.3% | 50.5% |
| HR Tech (AI)などの活用 | 0.5% | 0.8% | 2.4% | 3.8% | 0.3% | 0.3% | 0.5% | 0.8% | 0.5% | 0.8% |
| コンピテンシーにもとづく採用 | 2.5% | 3.2% | 7.8% | 11.4% | 1.9% | 1.9% | 1.8% | 2.7% | 2.8% | 3.4% |
| 学校名不問 | 24.4% | 21.1% | 32.7% | 26.3% | 23.6% | 20.3% | 24.1% | 18.8% | 24.6% | 22.4% |
| 技術系の学校推薦 | 5.3% | 6.3% | 14.3% | 14.4% | 4.4% | 5.0% | 11.6% | 13.8% | 1.8% | 2.1% |
| 学生アルバイトの社員登用 | 6.8% | 5.6% | 11.3% | 7.0% | 6.4% | 5.4% | 1.7% | 1.4% | 9.7% | 7.9% |
| 外国人留学生採用 | 6.5% | 7.4% | 22.4% | 21.1% | 4.9% | 5.2% | 7.6% | 9.6% | 5.9% | 6.2% |
| 日本人の海外留学生採用 | 1.6% | 2.6% | 8.2% | 10.4% | 0.9% | 1.4% | 2.0% | 2.8% | 1.3% | 2.5% |
| ジョブマッチング | 1.1% | 1.3% | 2.1% | 3.5% | 1.0% | 0.9% | 1.8% | 1.9% | 0.7% | 0.9% |
| 職種別採用 | 18.2% | 17.1% | 24.0% | 25.4% | 17.7% | 15.7% | 23.1% | 22.0% | 15.5% | 14.3% |
| 地域総合職での採用 | 5.8% | 3.4% | 10.4% | 10.3% | 5.3% | 2.3% | 4.4% | 2.6% | 6.6% | 3.9% |
| 新卒・中途枠の撤廃 | 1.6% | 1.5% | 0.8% | 0.4% | 1.7% | 1.7% | 1.9% | 1.6% | 1.4% | 1.4% |
| リクルーター制 | 4.7% | 5.0% | 10.5% | 14.3% | 4.1% | 3.5% | 3.7% | 5.6% | 5.3% | 4.7% |
| 前年実績に基づく採用戦略立案 | 10.2% | 10.9% | 27.7% | 24.0% | 8.5% | 8.8% | 9.0% | 11.8% | 11.0% | 10.4% |
| 新卒紹介 | 9.9% | 10.1% | 15.1% | 13.0% | 9.3% | 9.7% | 10.0% | 11.7% | 9.8% | 9.2% |
| リファラル採用 | 8.4% | 7.1% | 14.3% | 15.5% | 7.8% | 5.8% | 7.3% | 7.5% | 8.9% | 6.8% |
| オファー・スカウト型採用 | 11.7% | 10.0% | 28.9% | 23.6% | 9.9% | 7.8% | 11.9% | 12.7% | 11.5% | 8.5% |
| 秋採用や通年採用 | 16.6% | 12.7% | 20.8% | 13.1% | 16.1% | 12.7% | 14.3% | 11.1% | 17.8% | 13.6% |
| 新卒採用HPのスマホ対応 | 13.0% | 16.5% | 26.6% | 35.7% | 11.6% | 13.4% | 12.9% | 17.7% | 13.1% | 15.8% |
| その他 | 0.8% | 1.2% | 1.2% | 1.2% | 0.8% | 1.3% | 0.9% | 0.8% | 0.8% | 1.5% |

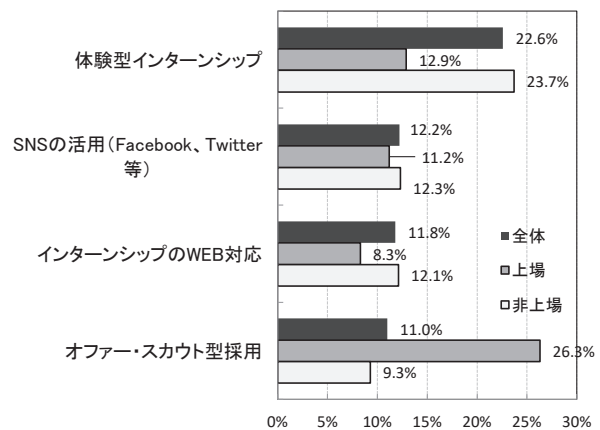
(*1) 企業が学生に指定した形式・内容で作成させた動画を提出させること (面接形式で学生が質問に回答した動画を提出するものを含む) (図1)
 (*2) インターネットを介してリアルタイムで行う面接/いずれも本調査より追加した。

◆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】



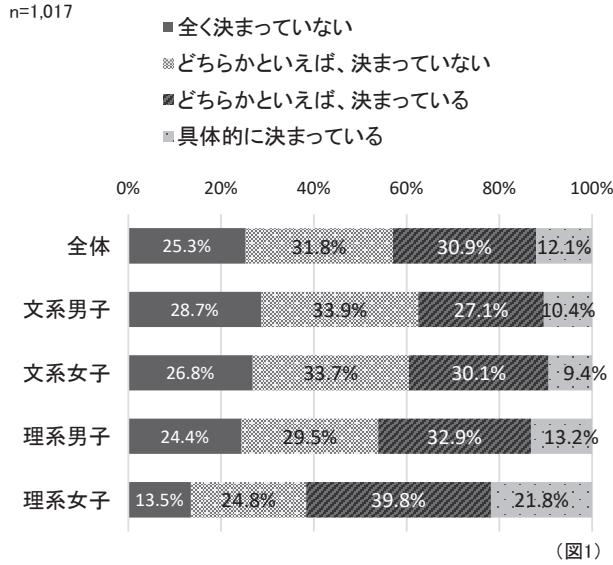
(図2)

(図3)

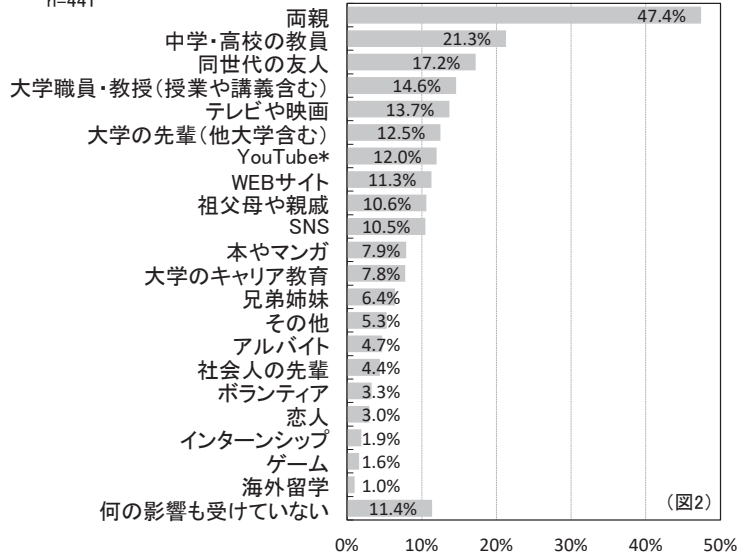
図1～3 出所:『マイナビ2024年卒企業新卒採用予定調査(2月実施)』

4-1 低学年のキャリア意識(25年卒・26年卒対象)

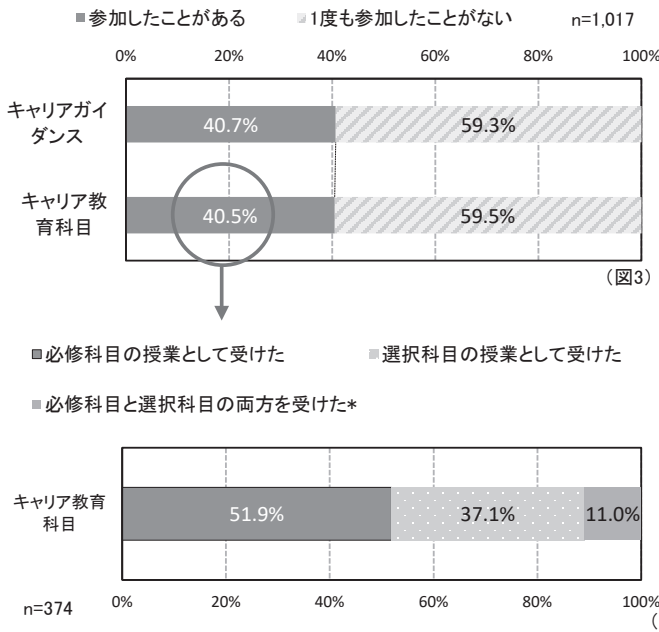
◆大学卒業後に自分が就きたい仕事・キャリアの方向性



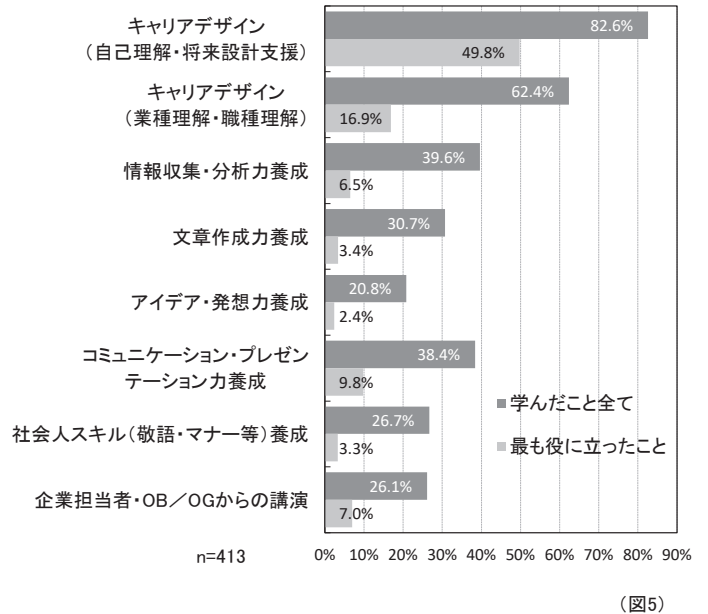
◆やりたい仕事について考えるとき、影響を受けているもの



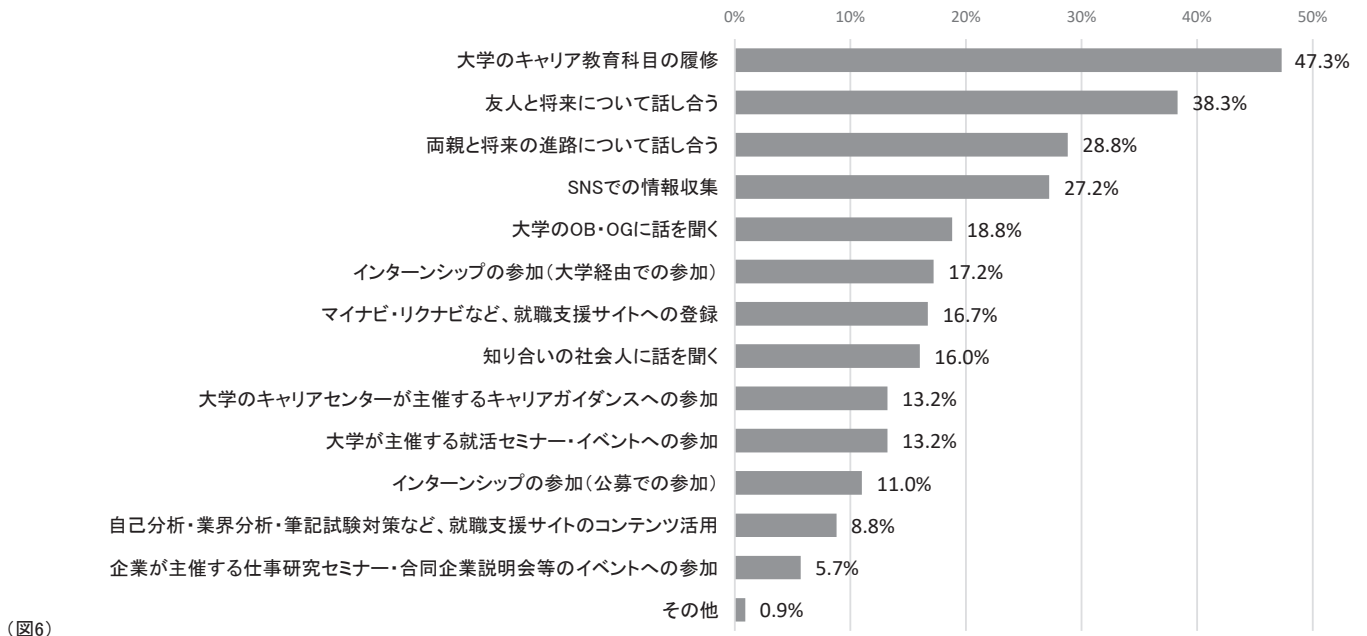
◆低学年向けキャリアガイダンス・キャリア科目の参加状況



◆キャリア科目の内容と最も役に立ったこと

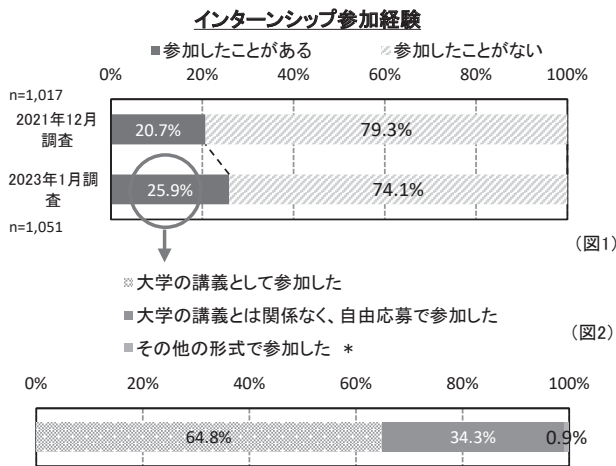


◆大学在学中、卒業後の仕事選びをする上でどのような活動を行っているか(上位抜粋)



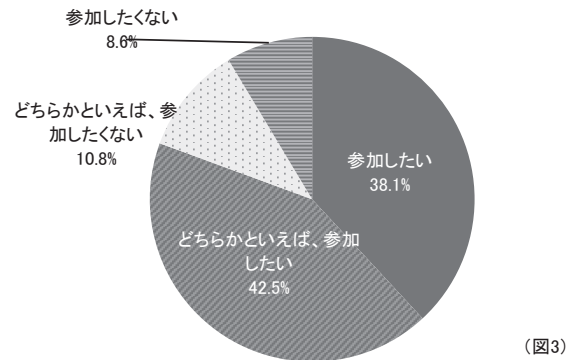
4-2 低学年のインターンシップに対する意識(25年卒・26年卒対象)

◆インターンシップ参加経験の有無、今後参加したいか



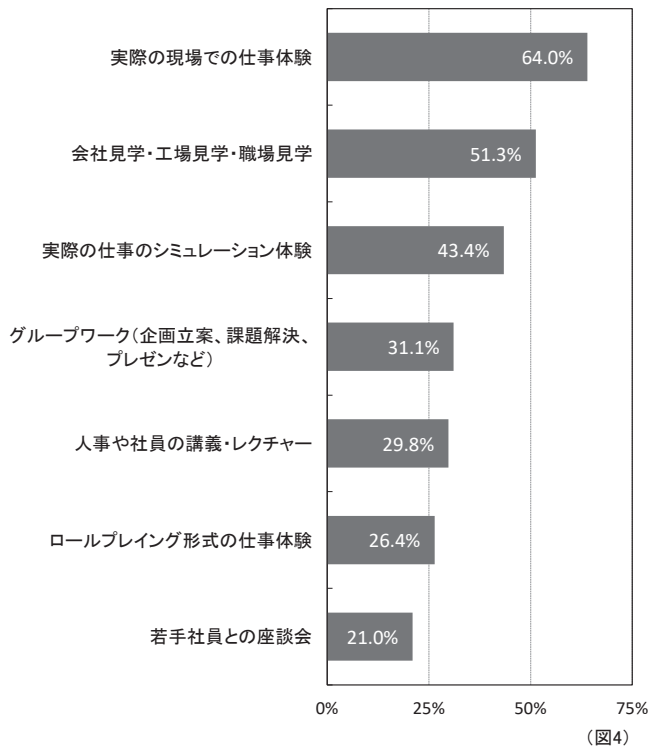
今後、インターンシップに参加したいか

n=1,051

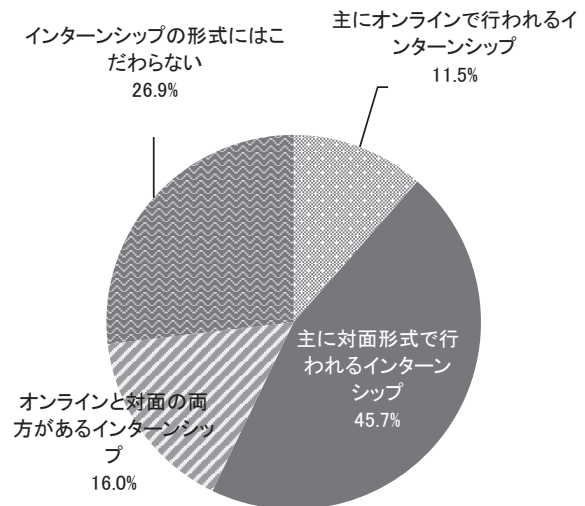


◆参加してみたいインターンシップの内容

n=848



◆参加してみたいインターンシップの形式



◆インターンシップに参加する企業選びにあたって、不安に思うこと

n=1,051

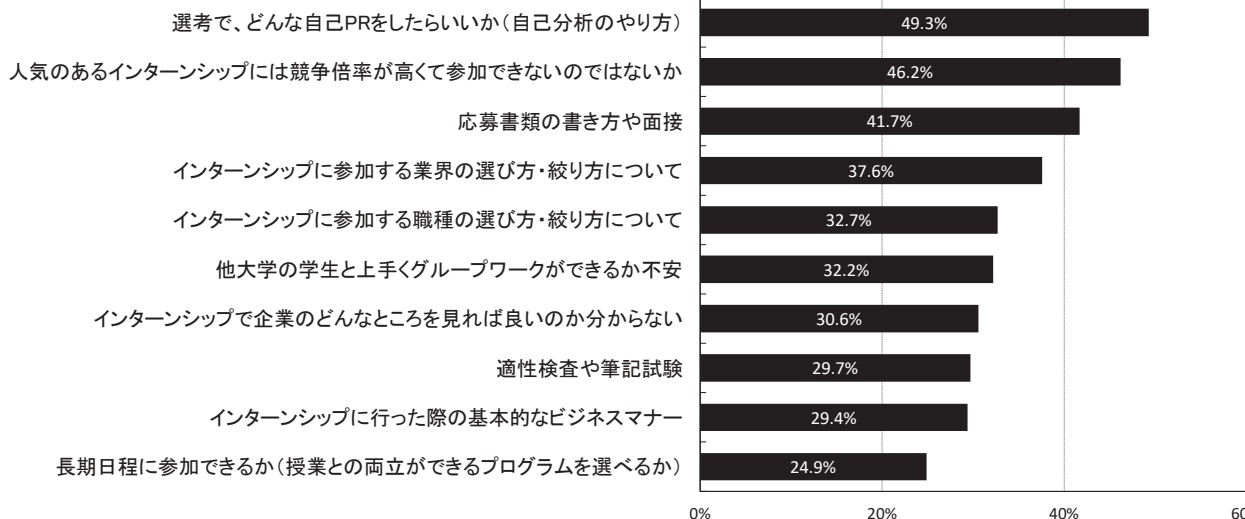


図1~6 出所:『マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2023年1月)』

5-1就職・採用活動に関する要請について(2025年卒)

令和5年4月10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

2024(令和6)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

■2023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(*記載内容から抜粋)

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. 学事日程等への配慮

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。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. インターンシップの取り扱い

インターンシップについては、産学協議会における2021年度報告書「産学協働による自律的なキャリア形成の推進」における整理を踏まえ、政府においても「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」を改正し、2024年度以降の卒業・修了予定者については、就職・採用活動開始日以降に限って、一定の要件を満たした質の高いインターンシップで取得した学生情報を活用できることとなった。

一方で、インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組(以下、「インターンシップ等」という。)を契機として、本要請でお願いしている日程より前に実質的な採用選考活動が行われる事例、通常の学事日程を考慮しないインターンシップ等が実施されることにより、学生が学修時間等を確保しながら就職活動に取り組める環境が損なわれる事態も生じている。こうしたことから、産学の共通理解に基づくインターンシップ等を実施することが重要である。

4. 卒業・修了後3年以内の既卒者の扱い

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ようにすること。通年採用など様々な募集機会を積極的に提供し、その旨の情報発信を行うこと。

5. 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

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。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。

6. オンラインの活用

オンライン環境にアクセスすることが困難な学生に対しては、対面や他の通信手段による企業説明会や面接・試験等も併せて実施すること。遠隔地の学生に対して、オンラインによる企業説明会や面接・試験等を積極的に実施すること。

7. 成績証明等の一層の活用

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. 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

9. セクシュアルハラスメント等の防止の徹底

10. 採用選考における学生の職業選択の自由を妨げる行為の防止の徹底

正式な内定前に他社への就職活動の終了を迫ったり、誓約書等を要求したりすることや、内(々)定期間中に行われた業務性が強い研修について、内(々)定辞退後に研修費用の返還を求めたり、事前にその誓約書を要求したりすることなど、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。

11. 学生からの苦情・相談への対応

若者雇用促進法に基づく指針等も踏まえ、職業安定機関(ハローワーク等)等と連携を図りつつ、相談窓口の設置など、学生からの苦情・相談を迅速、適切に処理するための体制の整備及び改善向上に努めること。

(参考)内閣官房 2024(令和6)年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動に関する要請
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/shushoku_katsudou_yousei/2024nendosotu/index.html

5-2 インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方

令和4年6月13日一部改正

文部科学省
厚生労働省
経済産業省

(*記載内容から抜粋)

1.大学等におけるインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組について

大学等におけるインターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る産学協働の取組(以下、「キャリア形成支援に係る取組」という。)は、大学等での学修と社会での経験を結びつけることで、学修の深化や学習意欲の喚起、職業意識の醸成などにつながるものであり、その教育的効果や学生のインターンシップを始めとするキャリア形成支援における効果が十分に期待できる重要な取組である。

本年4月に一般社団法人日本経済団体連合会と大学関係団体等の代表者により構成される「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」(以下、「産学協議会」という。)において、「学生のキャリア形成支援に係る産学協働の取組み」が次の四つの類型に整理され、そのうちタイプ3及びタイプ4がインターンシップであるとされた。

(学生のキャリア形成支援に係る産学協働の取組の四つの類型)

タイプ1 オープン・カンパニー

タイプ2 キャリア教育

タイプ3 汎用型能力・専門活用型インターンシップ

タイプ4 高度専門型インターンシップ(試行)

この整理は、産業界と学界で議論された上で決定されたものであることを踏まえ、インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっては、その整理に基づき、取組を実施すべきである。

タイプ3及びタイプ4の大学等のインターンシップ(以下、「インターンシップ」という。)については、「学生がその仕事に就く能力が自らに備わっているかどうか(自らがその仕事で通用するかどうか)を見極めることを目的に、自らの専攻を含む関心分野や将来のキャリアに関連した就業体験(企業の実務を経験すること)を行う活動(但し、学生の学修段階に応じて具体的内容は異なる)」と定義された。一方、タイプ1及びタイプ2のうち、従来インターンシップと称されていたもので、今回の産学協議会の定義では、インターンシップとは称されないが、教育的効果や学生のキャリア形成への効果が一定程度期待できるものもあることから、それらの取組を含めたインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方について改めて示すこととする。

なお、新たな取組として、タイプ4のうち博士課程におけるジョブ型研究インターンシップは、令和3年度より先行的・試行的取組として実施されており、今後の展開が期待されている。タイプ4の修士課程におけるジョブ型研究インターンシップや高度な専門性を重視した修士課程学生向けインターンシップ(仮称)の実施時期等の詳細については、今後検討されることとされている。本「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」については、今後の産学協議会における検討状況や新たな整理に基づいたキャリア形成支援に係る取組の実施状況等を踏まえ、必要に応じて見直すこととする。

2.インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の意義

インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組は、学生を送り出す大学等、これを体験する学生、学生を受け入れる企業等それぞれにとって、様々な意義を有するものであり、それぞれの側において積極的に対応していくことが望まれる。

①大学等及び学生にとっての意義

○ キャリア教育・専門教育としての意義

大学等におけるキャリア教育・専門教育を一層推進するとともに、学生のキャリア形成を支援する観点から、有効な取組である。

○ 教育内容・方法の改善・充実

アカデミックな教育研究と社会での実地の体験を結び付けることが可能となり、大学等における教育内容・方法の改善・充実につながる。また、学生の新たな学習意欲を喚起する契機となることも期待できる。

○ 高い職業意識の育成

学生が自己の職業適性や将来設計について考える機会となり、主体的な職業選択や高い職業意識の育成が図られる。また、これにより、就職後の職場への適応力や定着率の向上にもつながる。

○ 自主性・独創性のある人材の育成

企業等の現場において、企画提案や課題解決の実務を経験したり、就業体験を積み、専門分野における高度な知識・技術に触れながら実務能力を高めることは、課題解決・探求能力、実行力といった「社会人基礎力」や「基礎的・汎用的能力」などの社会人として必要な能力を高め、自主的に考え行動できる人材の育成にもつながる。また、企業等の現場において独創的な技術やノウハウ等がもたらすダイナミズムを目の当たりにすることにより、Society 5.0 for SDGs に向けたイノベーションの創出の担い手となる独創性と未知の分野に挑戦する意欲を持った人材の育成にも資する。

② 企業等における意義

○ 実践的な人材の育成

前述1で記載した四つの類型のうちタイプ2、タイプ3及びタイプ4によって学生が得る成果は、就職後の企業等において実践的な能力として発揮されるものであり、その普及は実社会への適応能力のより高い実践的な人材の育成につながる。

○ 大学等の教育への産業界等のニーズの反映

取組の実施を通じて大学等と連携を図ることにより、大学等に新たな産業分野の動向を踏まえた産業界等のニーズを伝えることができ、大学等の教育にこれを反映させていくことにつながる。

○ 企業等に対する理解の促進、魅力発信

大学等と企業等の接点が増えることにより、相互の情報の発信・受信の促進につながり、企業等の実態について学生の理解を促す一つの契機になる。これについては、特に中小企業やスタートアップ企業等にとって意義が大きいものと思われ、中小企業等の魅力発信としても有益な取組である。

さらに、取組を通じて学生が各企業等の業態、業種又は業務内容についての理解を深めることによる就業希望の促進が可能となることや、受入企業等において若手人材の育成の効果が認められる。また、学生のアイデアを活かすような企業等以外の人材による新たな視点等の活用は企業等の活動におけるメリットにもつながる。これらの企業等の受入れの意義を大学等及び企業等において共有することが重要である。

○ 採用選考時に参照し得る学生の評価材料の取得

新たに整理されたインターンシップ(タイプ3及びタイプ4)において、学生が実際の現場で就業体験を行うことにより、企業等にとっては、学生の仕事に対する能力を適正に評価するとともに、採用選考活動時における評価材料を取得することができる。

3. インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の推進の望ましい在り方

当該取組については、大学等の教育・学生のインターンシップを始めとするキャリア形成支援の一環として位置付けられるものであることから、大学等が積極的に関与することが必要である。また、学生と企業のマッチングの機会を提供する等のサポート体制を構築することは、そのプログラムの効果を高めるという点で有益である。

また、インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組は、就職・採用活動そのものではないので、インターンシップと称して就職・採用活動開始時期前に就職・採用活動そのものが行われることにより、産学協働による取組全体に対する信頼性を失わせるようなことにならないよう、関わる者それぞれが留意することが、今後のそれらの取組の推進に当たって重要である。

このため、当該取組で取得した学生情報の企業等の広報活動・採用選考活動における取扱いについては、新しいインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の定義等を正しく理解し、今回変更となった別紙2の「企業等がインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動における取扱いの考え方について」に基づき、実施時期に応じた取扱いに留意する必要がある。なお、別紙2については、令和5年度の卒業・修了生を対象とした「令和4年度のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組」と「令和6年度以降の卒業・修了生を対象とした令和5年度以降のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組」では取扱いが異なる点に留意が必要である。

(1) 大学等におけるインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組についての留意事項

① 大学等における取組の位置付け

上述の四つの類型は、それらの取組を大学等における単位として認めるか否かに関係し、タイプ2、タイプ3及びタイプ4のうち、実施期間等の一定の水準を満たした場合には、大学等の教育課程に位置付けられたものとして単位が認定される場合が多いと思われる。

インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組を大学等の単位に組み込むことは、大学等の教育、特に専門教育とのつながりがより明確になることや、それらの取組のプログラムや事前・事後教育等の体系化及び充実が図られる等、その教育効果を高め、学生が大学等における教育内容をより深く理解できるとともに、自身のキャリア形成が大きく進展するというメリットがあり、望ましいと考えられる。

なお、特に当該単位を学位の構成要件とするに当たっては、教育課程の体系の中に当該単位をどのように位置付けるか十分な検討が必要である。また、単位化を進めんがため、かえって不必要な教育内容を生じさせることのないような工夫が必要である。

一方、タイプ1の形態のものは、原則単位は認定されないものであると思われるが、人材育成の観点から有益と判断されるものについては、授業の一部に取り入れるなど大学等の教育課程の中に位置付けていくことを含め、検討することが必要である。

② 実施体制の整備

企業等との連携を適切に図り、取組を円滑に実施するため、インターンシップを始めとするキャリア形成支援の専任の教職員を配置するなど、大学等の規模に応じた実施体制の充実が重要である。

③ 取組の教育目的の明確化等

取組の実施に際しては、その教育目的を明確化し、これに基づき、必修か選択か、何年生で実施するか、授業期間中に行うか休業期間中に行うか、期間をどれくらいにするかなど様々な点について、どのように行うのが最も効果的かという観点から検討する必要がある。

また、それらの取組は企業等にとっても大きな負担を伴うものであり、こうした点からも、その効果が最大のものとなるよう努力していくことが重要である。

さらに、インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組は、学生が自らの専攻や将来希望する職業に関連した職場で業務を体験することを通じ、大学等において自らが学んだ内容と社会との関連性を認識し、今後の主体的な学修への動機付けを強め、専門知識の有用性や職業自体について具体的に理解することを促す契機となると考えられる。大学等における教育の推進や学生のインターンシップを始めとするキャリア形成支援の観点からも、能動的な学修を促す学修プログラムとして提供されるそれらの取組の意義が重要である。

6-2 インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る 取組の推進に当たっての基本的考え方 続き

④ 取組による学習成果の評価等

インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組は大学等の外の場所における学習であり、こうした学習成果について企業等と連携した適切な評価方法について検討し、その目的を踏まえながら適切な評価を行っていく必要がある。特に、学生のそれらの取組の成果の評価について、企業等にとって各大学等によって異なる対応が必要な現状を改めるため、大学等からの学生の評価書類における要素等の共通化を図る必要がある。

⑤ 実施時期、期間等

実施時期については、その教育目的、全体の教育課程との関係、企業等の受け入れ可能時期との関係等を検討した上で、適切な時期を選択する必要がある。また、採用・就職活動の秩序の維持にも配慮する必要がある。

実施期間については、現状においては様々であるが、その教育目的や教育効果などを踏まえながら、学生・企業等の意見を十分に聞き、適切な期間を定める必要がある。

⑥ 形態の多様化

参加の機会提供にあたっては、短期プログラムの内容の充実を図りながら拡大することはもちろんのこと、教育効果の高い中長期インターンシップや、専門教育との関連付けにより一層効果を発揮するコーオプ教育プログラム(例えば数ヶ月間～数年次にわたり大学等での授業と企業等での実践的な就業体験を繰り返す教育プログラム)、学生の責任感を高め、長期の場合には学生の参加を促す効果が考えられる有給インターンシップなど、多様な形態の取組をその目的に合わせて柔軟に取り入れることが重要である。

⑦ 場の多様化

実際に行う場としては、一般的には企業が考えられるが、その目的に応じて、行政機関や公益法人等の団体なども考えられる。また、受入先の企業を選ぶ場合、特定の業種や大企業に偏ることなく、中小企業やスタートアップ企業等を含めバランスが保たれるよう配慮する必要がある。

さらに、職業意識を高める観点からは、必ずしも学生の専攻に関連する分野だけでなく、幅広い分野を対象にしたり、また一つの分野にだけ行くのではなく、複数の分野を体験したりすることも有意義であると考えられる。

また、社会や経済がグローバル化する中、世界で活躍する真のグローバル人材を育成する観点から、日本人学生が海外留学中に行う海外インターンシップを推進することや、我が国の成長につながる優秀な外国人留学生を確保する観点から、日本企業による外国人留学生を対象とした実施を促進することも必要である。

(2) 学生を受け入れる企業等におけるインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組についての留意事項

① 取組に対する基本認識

当該取組は、社会・地域・産業界等の要請を踏まえ、将来の社会・地域・産業界等を支える人材を産学連携による人材育成の観点から推進するものであり、自社の人材確保にとられない広い見地からの取組が必要である。また、こうした観点から、長期的な視野に立って継続的にそれらの取組を受け入れていくことが望ましい。

学生を受け入れる企業等において、こうした趣旨を十分理解して対応することが、今後のそれらの取組の推進において極めて重要である。

② 実施体制の整備

インターンシップを始めとしたキャリア形成支援に係る取組は、企業等の場における学生に対する教育活動であり、十分な教育効果をあげるためには、企業等における実施体制の整備が必要である。また、実際のプログラムの目的・方法を明確化するとともに、大学等と連携しながら効果的なプログラムを開発することが重要である。その際には、双方の負担軽減の観点から、大学との協定書や覚書等の書類については可能な限り簡略化を図るべきである。

③ 経費に関する問題

取組に関しては、これに要する経費負担や学生に対する報酬支給の扱いなど経費に関する問題がある。現状においては、こうした経費の扱いに関しては多様な例が見られるとともに、実施の形態には様々なものがあるため、基本的には、個別に大学等と企業等が協議して決定することが適切であると考えられる。

④ 安全、災害補償の確保、ハラスメントへの対応

実施中の学生の事故等への対応については、大学等、企業等の双方において十分に留意する必要があるが、現場における安全の確保やハラスメントへの対応に関しては、企業等において責任をもった対応が必要である。また、万一の災害補償の確保に関しても、大学等と事前に十分協議し、責任範囲を明確にした上で、それぞれの責任範囲における補償の確保を図ることが重要である。

⑤ 労働関係法令の適用

取組の実施にあたり、受け入れる企業等と学生の間で使用従属関係等があると認められる場合など、労働関係法令が適用される場合もあることに留意する必要がある。その場合には、企業等において労働関係法令が遵守される必要がある。

⑥ 適切な運用のためのルールづくり

取組により、企業等と大学等や学生との結び付きが強くなり、採用の早期化、指定校制などにつながるのではないかといった懸念も指摘されている。このため、その実施に当たっては、学生の受入れの公正性、透明性を確保するための適切な運用のためのルールづくりが必要である。

⑦ タイプ3のインターンシップの実施時期

タイプ3のインターンシップについては、大学等の正課及び大学院博士課程を除き、卒業・修了前年度ないし卒業・修了年度の長期休暇中に実施するものであり、学生の学修時間の確保に十分な配慮が必要である。

4 インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の推進方策の在り方

インターンシップを始めとしたキャリア形成支援に係る取組の円滑な推進のため、文部科学省、厚生労働省、経済産業省が連携しつつ、大学等、企業等の協力を得ながら、以下の施策を積極的に展開することが必要であると考えられる。

① 情報提供及び調査研究

インターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の意義、メリットなどが十分理解されるよう、様々な広報媒体の活用やシンポジウムの開催などにより、産学協議会が定めた学生のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の四つの類型、取組推進の望ましい在り方について、関係省庁それぞれより大学等・学生・企業等への周知・普及啓発を図る。

また、文部科学省において、平成9年より「インターンシップ実施状況調査」を全ての大学及び高等専門学校に対して実施し、大学等が単位認定を行っているものについて実施状況を把握しているところである。このほか、関係省庁や民間においても調査等により、それらの取組の実施状況が把握されている。

今後、学生のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組の四類型化や学生情報の取扱いの考え方の変更後の実施状況について把握に努める。さらに、このような取組の推進のための各種施策の実施や指導・助言等を行うための体制整備を図る。

② 取組推進のための仕組みの整備

上記の情報提供に加え、実際に大学等のニーズと企業等のニーズとを効果的に結び付け、より多くの学生の参加機会を確保するため、マッチングが円滑に行われるような仕組みを整備することが必要である。このため、例えば、各地域に企業等、大学等、関係する諸々の行政機関からなる産官学による協議会等の場を活用するなどし、情報交換等を図る。

なお、当該仕組みにおけるインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組のプログラムの構築の際、大学等の教育目的と企業等が提供可能な教育資源等の調整を行うなど、大学等と企業等との相互理解を前提とすることによって、より教育効果の高い取組が期待される。

③ 専門人材の育成・確保

大学等はインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組に関する専門的知見を有する教職員の育成を行うとともに、大学等と企業等が協力して、受入れ拡大のための それらの取組のプロジェクト設計や、大学側と企業側のニーズのマッチング等を行う専門人材（コーディネーター等）の育成・確保が必要である。

④ 大学等及び受入企業等に対する支援

取組の実施は、大学等、企業等にとって、新たな負担が伴うものであり、その推進のため、これに積極的に取り組む大学等や企業等に対する適切な支援を図る。特に、資金力や情報力等が十分でない中小企業やスタートアップ企業等にもそれらの取組が普及するよう適切な支援を図る。

6-2 インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る 取組の推進に当たっての基本的考え方 続き

III. 採用・インターンシップ 学生のキャリア形成支援における産学協働の取組み 各類型の特徴

- (1) タイプ1～4はキャリア形成支援の取組みであって、採用活動ではない。学生は改めて採用選考のためのエントリーが必要
 (2) タイプ1～4からなる学生のキャリア形成支援は、産学が協働しながら、それぞれを推進していくことが重要
 (3) 今回、政府が定める現行の「就職日程ルール」を前提に検討
 (4) インターンシップ(タイプ3・4)に参加できる学生数は、就活予定者の一部(入社就職先でのインターンシップ参加経験がなくても、採用選考へのエントリーは可能)学生等への周知が重要
 (5) タイプ3は、産学協議会が定める基準(下表の★)を満たす場合に、「産学協議会基準に準拠したインターンシップ」と称する(準拠マークを付すこと可)
 (6) 各タイプの活動を通じて取得した学生情報を採用活動に活用することについて、「タイプ1・2は活用不可」「タイプ3・4は採用活動開始以降に限り活用可」

| 類型 | 取組みの性質 | 主な特徴 |
|---|---|--|
| タイプ1： オープン ・カンパニー <small>※オープン・キャンパス の企業・業界・仕事版</small> | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;"> 個社・業界の 情報提供・PR </div> | <ul style="list-style-type: none"> ● 主に、企業・就職情報会社や大学キャリアセンターが主催するイベント・説明会を想定 ● 学生の参加期間(所要日数)は「超短期(単日)」。就業体験は「なし」 ● 実施時期は、時間帯やオンラインの活用など学業両立に配慮し、「学士・修士・博士課程の全期間(年次不問)」 ● 取得した学生情報の採用活動への活用は「不可」 |
| タイプ2： キャリア教育 | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;"> 教育 </div> | <ul style="list-style-type: none"> ● 主に、企業がCSRとして実施するプログラムや、大学が主導する授業・産学協働プログラム(正課・正課外を問わない)を想定 ● 実施時期は、「学士・修士・博士課程の全期間(年次不問)」。但し、企業主催の場合は、時間帯やオンラインの活用など、学業両立に配慮 ● 就業体験は「任意」 ● 取得した学生情報の採用活動への活用は「不可」 |
| タイプ3： 汎用的能力 ・専門活用型 インターンシップ | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> ◆就業体験 ◆自らの能力 の見極め ◆評価材料の 取得 </div> | <ul style="list-style-type: none"> ● 主に、企業単独、大学が企業あるいは地域コンソーシアムと連携して実施する、適性・汎用的能力ないしは専門性を重視したプログラムを想定 ● 学生の参加期間(所要日数)について、汎用的能力活用型は短期(5日間以上)、専門活用型は長期(2週間以上)★ ● 就業体験は「必ず行う(必須)」。学生の参加期間の半分以上の日数を職場で就業体験★ ● 実施場所は、「職場(職場以外との組み合わせも可)」 (テレワークが常態化している場合、テレワークを含む)★ ● 実施時期は、「学部3年・4年ないしは修士1年・2年の長期休暇期間(夏休み、冬休み、入試休み・春休み)」「大学正課および博士課程は、上記に限定されない」★ ● 無給が基本。但し、実態として社員と同じ業務・働き方となる場合は、労働関係法令の適用を受け、有給 ● 就業体験を行うにあたり、「職場の社員が学生を指導し、インターンシップ終了後にフィードバック」★ ● 募集要項等において、必要な情報開示を行う★ ● 取得した学生情報の採用活動への活用は、「採用活動開始以降に限り、可」 ● ★の基準を満たすインターンシップは、実施主体(企業または大学)が基準に準拠している旨宣言したうえで、募集要項に産学協議会基準準拠マークを記載可 |
| タイプ4(試行)： 高度専門型 インターンシップ <small>※試行結果を踏まえ、 今後判断</small> | <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> ◆就業体験 ◆実践力の 向上 ◆評価材料の 取得 </div> | <ul style="list-style-type: none"> ● 該当する「ジョブ型研究インターンシップ(文科省・経団連が共同で試行中)」 「高度な専門性を重視した修士課程学生向けインターンシップ(2022年度にさらに検討)」は、大学と企業が連携して実施するプログラム ● 就業体験は「必ず行う(必須)」 ● 取得した学生情報の採用活動への活用は、「採用活動開始以降に限り、可」 |

出典：「採用と大学教育の未来に関する産学協議会 2021 年度報告書「産学協働による自律的な
キャリア形成の推進」

■企業等が令和5年度以降のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動における取扱いの考え方について ※25年卒以降※

| インターンシップを始めとする キャリア形成支援 に係る取組の実施(開始)時期 | 基本的な取扱い | あらかじめ広報活動・採用選考活動 の趣旨を含むことが示された 場合の取扱い |
|---|---|---|
| 卒業・修了前年次2月末まで 広報活動開始時期「前」 | <p>学生情報は、広報活動・採用選考活動に使用できない。</p> <p>※広報活動・採用選考活動において、学生が企業に対し自ら提出したエントリーシート、成績表等にタイプ1～4の取組への参加事実、フィードバック結果等が記載されている場合は、他の成績書類と同様に、これを広報活動・採用選考活動に使用することは差し支えない。</p> | タイプ3のインターンシップに限り、取得した学生情報を3月以降は広報活動に、6月以降は採用選考活動に使用できる。 |
| 卒業・修了前年次3月 ～卒業・修了年次5月末まで 広報活動開始時期「後」かつ 採用選考活動開始時期「前」 | | 学生情報を広報活動に使用できる。 タイプ3のインターンシップに限り、取得した学生情報を、6月以降は採用選考活動に使用できる。 |
| 卒業・修了年次6月以後 採用選考活動開始時期「後」 | | 学生情報を使用できる。 |

■企業等が令和4年度のインターンシップを始めとするキャリア形成支援に係る取組で取得した学生情報の広報活動・採用選考活動における取扱いの考え方について ※24年卒※

| インターンシップを始めとする キャリア形成支援 に係る取組の実施(開始)時期 | 基本的な取扱い | あらかじめ広報活動・採用選考活動 の趣旨を含むことが示された 場合の取扱い |
|--|---|---|
| 3学年次2月末まで 広報活動開始時期「前」 | <p>学生情報は、広報活動・採用選考活動に使用できない。</p> <p>※広報活動・採用選考活動において、学生が企業に対し自ら提出したエントリーシート、成績表等にタイプ1～4の取組への参加事実、フィードバック結果等が記載されている場合は、他の成績書類と同様に、これを広報活動・採用選考活動に使用することは差し支えない。</p> | <p>広報活動・採用選考活動の趣旨を含むことはできない。</p> <p>※広報活動開始日以前に開始されるタイプ1～4の取組については、終了日が広報活動開始日以降であっても、開始時点では趣旨の明示を行うべきではないため、広報活動・採用選考活動としての取扱いは行わない。</p> |
| 3学年次3月 ～4学年次5月末まで 広報活動開始時期「後」かつ 採用選考活動開始時期「前」 | | 学生情報を広報活動に使用できる。 |
| 4学年次6月以後 採用選考活動開始時期「後」 | | 学生情報を広報活動に使用できる。 |

(参考)内閣官房 2024(令和6)年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動について(周知依頼)
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/shushoku_katsudou_yousei/2024nendosotu/Internship_yousei.html

5-3 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2024年卒大学生 インターンシップ・就職活動 準備実態調査 | 株式会社 マイナビ | <ul style="list-style-type: none"> 調査目的…2024年卒業予定の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…マイナビに登録している2024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…6月調査 2022年6月20日～6月30日…6,426名 10月調査 2022年10月20日～10月31日…2,267名 7月調査 2022年7月20日～7月31日…4,251名 11月調査 2022年11月20日～11月30日…2,767名 8月調査 2022年8月20日～8月31日…3,229名 12月調査 2022年12月21日～12月31日…1,950名 9月調査 2022年9月20日～9月30日…2,789名 1月調査 2023年1月20日～1月31日 …2,108名 |
| マイナビ2024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…2024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…ブレ期間にマイナビに登録している2024年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 調査期間…2023年2月1日～2月10日 調査方法…2月1日時点のマイナビ2024全会員に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…3,235名（文系男子639名 文系女子1,411名 理系男子530名 理系女子655名） |
| マイナビ2024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…2024年卒業予定の大学生の就職活動状況の月毎定観測 調査対象…全国各大学より応募のあったモニター会員5,368名（2月～7月の有効回答数平均 2,000名程度） 調査期間…2023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2024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…2024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2024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 2023年3月25日～3月31日…2,963名 6月15日調査 2023年6月10日～6月15日…3,645名 4月調査 2023年4月24日～4月30日…3,895名 6月調査 2023年6月24日～6月30日…2,472名 5月調査 2023年5月25日～5月31日…5,062名 7月調査 2023年7月25日～7月31日…2,521名 |
| マイナビ2024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…2024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…2024年卒業予定の全国大学3年生、大学院1年生 調査期間…2022年12月1日～2023年3月26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…41,197名（文系男子 14,325名、理系男子 5,776名、文系女子 17,560名、理系女子 3,536名） |
| マイナビ2024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…2024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…2024年卒業予定の全国大学3年生、大学院1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 調査期間…2022年11月26日～2022年12月22日 有効回答数…3,106名（文系男子 480名 理系男子 568名 文系女子 1,325名 理系女子 733名） |
| マイナビ2024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…2023年3月20日～4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…3,924名（文系男子 684名 文系女子 1,705名 理系男子 678名 理系女子 857名） |
| マイナビ2024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…2024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…2024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…2023年6月16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…2,851名（文系男子 505名、理系男子 620名、文系女子 1,026名、理系女子 700名） |
| マイナビ大学生 低学年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…2023年1月6日～2023年1月11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…1,051名（文系男子 251名、文系女子 276名、理系男子 258名、理系女子 266名） |
| マイナビ2024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…2024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…2023年2月1日～2月14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…2,036社（上場 181社・非上場 1,855社 製造 765社・非製造 1,271社） |
| マイナビ2024年卒 企業新卒採用活動調査 | 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…2023年6月2日～6月20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…3,113社（上場 265社・非上場 2,848社 製造 1,223社・非製造 1,890社） |

5-4 業種対応表

| コード | アンケート上での業種 | この調査結果上での業種 | 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 | 製造(建設除く) | |
| 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・鋳業 | | |
| 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 | 非製造 |
| 16 | 専門商社 | 小売 | |
| 17 | 百貨店・スーパー・コンビニ | | |
| 18 | 専門店・ドラッグストア | 金融 | |
| 19 | 銀行・証券・信金・労金・信組 | | |
| 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 | マスコミ | |
| 22 | 放送・新聞・出版 | | |
| 23 | 広告・芸能 | ソフトウェア・通信 | |
| 24 | ソフトウェア・情報処理・ネット関連 | | |
| 25 | ゲームソフト | | |
| 26 | 通信 | | |
| 27 | 鉄道・航空 | サービス・インフラ | |
| 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 | |

2023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リサーチ統括部 HRリサーチ1部
〒100-0003
東京都千代田区一ツ橋1-1-1

編集責任者 マイナビキャリアリサーチLab 主任研究員 東郷 こずえ

印刷 町田印刷株式会社

発行日 2023年9月20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。



未来が
見える
世界を
つくる。

未来が見えない時代。
周りを見ても、答えは
ない。だからこそ、自分
を見つめよう。人は、
いつだって、可能性だ
らけだ。進もう。決めら
れた道なんてないの
だから。未来を、自分を、
一緒に変えていこう。

W. マイナビ

50th



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



直接学生と会うリアルイベントのほか、完全オンラインイベント、WEBとリアルを掛け合わせたハイブリッドイベントなど、参画スタイルをお選びいただきやすいラインナップをご用意しております。

採用広報ツール



採用課題に合わせた広報プランニングやブランディングで、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。

採用管理データベース・採用業務アウトソーシング

学生データを一元管理し、選考のペーパーレス化・オンライン化を実現。プロ集団によるアウトソーシングで、コア業務に専念いただけるようサポートします。

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！

