

キャリアタス就活
[career+]



2018年卒 採用マーケットの分析

— 就職・採用戦線総括 —

ディスコ キャリタスリサーチのサイトでは、
採用・就職に関する様々な調査結果をご紹介します。

http://www.disc.co.jp/career_research/

発行元：株式会社ディスコ キャリタスリサーチ
〒112-0004 東京都文京区後楽 2-5-1 飯田橋ファーストビル 9階
TEL 03-4316-5505 career-tasu_research@disc.co.jp
発行日：2017年12月1日



DISCO
はたらくを、もっと豊かに。

INDEX

第1章	採用マーケットの概況	3
	はじめに 引き続き拡大路線が鮮明 内定率は過去最高をマーク 当初の志望業界に決めた学生は2割程度 採用計画に対する充足率は前年よりやや低下 企業の7割が「完全に売り手市場」	
第2章	企業の採用活動	11
	日程ルール変わらずも活動時期早まる 母集団形成のための露出を強化 「エントリー数が減った」企業が4割超 採用満足度は二極化傾向	
第3章	学生の就職活動	17
	エントリー社数は3年前の半数以下に ESの提出ピークは4月から3月に 「効率的に活動できた」が6割 「安定している」が選社理由のトップ	
第4章	来期以降の見通し	23
	旺盛な採用意欲は維持される見込み インターンシップに注力する企業はさらに増加 「就職情報サイトへの情報掲載」が依然主流 企業の動き出しは早まる見通し	
参考データ①	3月より前の動き	10
参考データ②	選考試験辞退・内定辞退	16
参考データ③	ブラック企業について	22
参考データ④	インターンシップ	28
参考データ⑤	2019年卒学生調査より	30
参考データ⑥	企業がアピールしたいこと	31

調査概要

■新卒採用に関する企業調査

	2017年2月調査 (2018年卒・採用方針調査)	2017年7月調査 (2018年卒・中間調査)	2017年10月調査 (2018年卒・内定動向調査)
調査対象	18,058社	17,743社	18,151社
調査時期	2017年1月30日～2月7日	2017年6月26日～7月4日	2017年9月27日～10月4日
回答社数	1,385社	1,339社	1,362社
調査方法	インターネット調査法		

■キャリアス就活 学生モニター調査

	2016年 11月調査	2017年 1月調査	2017年 2月調査	2017年 3月調査	2017年 4月調査	2017年 5月調査	2017年 6月調査	2017年 7月調査	2017年 8月調査	2017年 9月調査	2017年 10月調査
調査対象	2018年3月卒業予定の全国の大学4年生（理系は大学院修士課程2年生を含む）2,000人										
調査時期	11月5日～4日	1月1日～6日	2月1日～6日	3月1日～6日	4月1日～6日	5月1日～8日	6月1日～5日	7月1日～5日	8月1日～7日	9月1日～6日	10月2日～10日
回答人数	1,333人	1,203人	1,272人	1,423人	1,368人	1,295人	1,259人	1,238人	1,188人	1,123人	1,225人
調査方法	インターネット調査法										

キャリアス就活 学生モニター：「キャリアス就活 学生モニター」とは、株式会社ディスコが毎年全国2,000人の学生を対象に、就職活動の動向を定点観測するために抽出されたモニターです。文部科学省「学校基本調査」をベースに、全国の大学生（理系は修士含む）の専攻分野および地域分布、男女比等を割り出し、モニター構成が同等になるようにサンプリングしています。

※大学群のグループ区分

「グループA」=旧帝大、東工大、一橋、早稲田、慶應、上智など 「グループB」=旧帝大以外の国公立、私大（MARCH、関関同立など）
「グループC」=私大（上記A、B以外）

※「内定」には「内々定」を含む。

第1章 採用マーケットの概況

■引き続き拡大路線が鮮明

- 前年度より「増加」する企業が3割超(37.8%)
- 採用の一番のテーマは「母集団の拡大」。学生との接点を増やす企業が増加

■内定率は過去最高をマーク

- 10月時点の内定率は92.7%で、前年同時期(91.2%)よりさらに上昇
- 多くの学生が6月中に決着を迎え、8月には8割超(80.9%)が就活終了

■当初の志望業界に決めた学生は2割程度

- 文系の当初志望業界トップは「マスコミ」、決定業界は「銀行」
- 理系は当初志望5位の「情報処理・ソフトウェア」が、決定業界のトップに

■採用計画に対する充足率は前年よりやや低下

- 正式内定(10月1日)時点の内定者充足率は77.9%で、前年(79.9%)を下回った
- 10月時点で採用選考が「終了していない」企業は、全体の42.9%

■企業の7割が「完全に売り手市場」

- 企業規模に関係なく「完全に売り手市場だと思う」が7割超
- 学生側は、リーマン・ショック後初めて「やさしい」が「厳しい」を上回った

第1章 採用マーケットの概況

はじめに

堅調に推移する日本経済の景気の波を受け、企業の採用意欲は旺盛な高まりを見せている。

企業業績は改善し、雇用の各種統計はバブル期をも上回る高い水準を示している。リーマン・ショック後の採用抑制が長引いたこともあり、企業の人手不足感は深刻さを増す一方だ。そんな中、人材獲得競争はいよいよ熾烈さを極め、新卒学生の採用を巡っては「空前の売り手市場」などとも言われ始めた。危機感を募らせた企業においては、攻めの姿勢が鮮明だ。

新卒採用は近年、日程ルール見直しを巡って試行錯誤が続く(図1-①)、2016年卒・17年卒と2年連続で採用の日程ルールが変わるという異例の事態に見舞われた。

採用現場の様々な局面で戸惑いと混乱が起きたが、2018年卒者の採用活動においては、3年ぶりに前年と同日程となり、少なくとも時期変更による混乱は免れた。企業の採用広報活動開始(学生の就職活動解禁)が「3年生の3月」、選考活動の解禁時期が「4年生の6月」という現行の日程に当面変更はない旨が発表されている。

ただ、日程変更による混乱は回避されたものの、採用広報開始から選考解禁までわずか3カ月間という「短期集中型」の戦線であることに変わりはなく、さらに売り手市場が強まったことで、企業にとって向かい風が吹いている。

強風が吹き荒れた2018年卒採用マーケットを振り返るとともに、2019年卒の採用についても展望したい。

引き続き拡大路線が鮮明

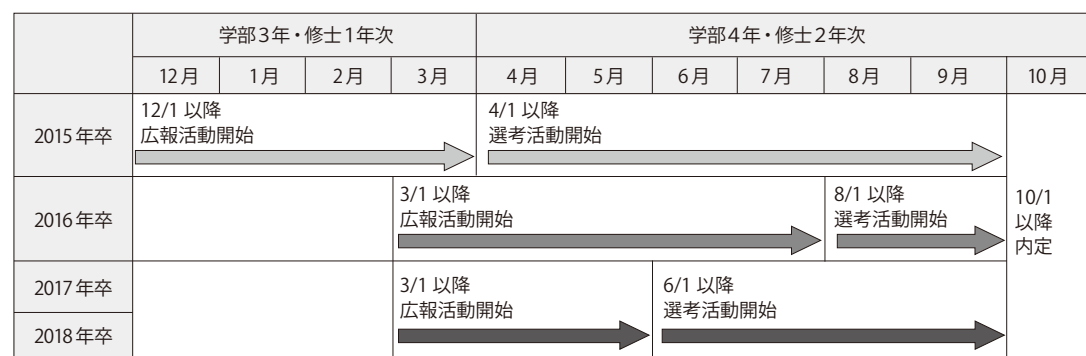
まず、企業の「採用意欲」について確認しよう。採用計画数の増減を前年の採用人数と比較する形で答えてもらったものを経年で見ると、リーマン・ショック後の2010年卒採用を底に採用人数は増加傾向が続いていることが読み取れる(図1-②)。

では2018年卒はどうだろう。前の年よりも採用を「増加」と回答した企業が37.8%であるのに対し、「減少」は15.2%(図1-③)。「増加」が「減少」を22.6ポイント上回っている。これを従業員規模別に比較してみると、いずれの規模も「増加」が「減少」を大幅に上回るが、企業規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が増える。1000人以上の大手企業では39.5%が「増加」と回答す

るなど、新卒採用マーケットが大手企業に牽引される形で進んでいる様子が見て取れる。業界別では「金融」において「減少」が26.8%あり、「増加」(28.6%)と拮抗。マイナス金利の影響などで、大手銀行を中心に採用規模縮小に転じた企業が増えた。このように業界による濃淡はあるものの、いずれも「増加」が「減少」を上回る。

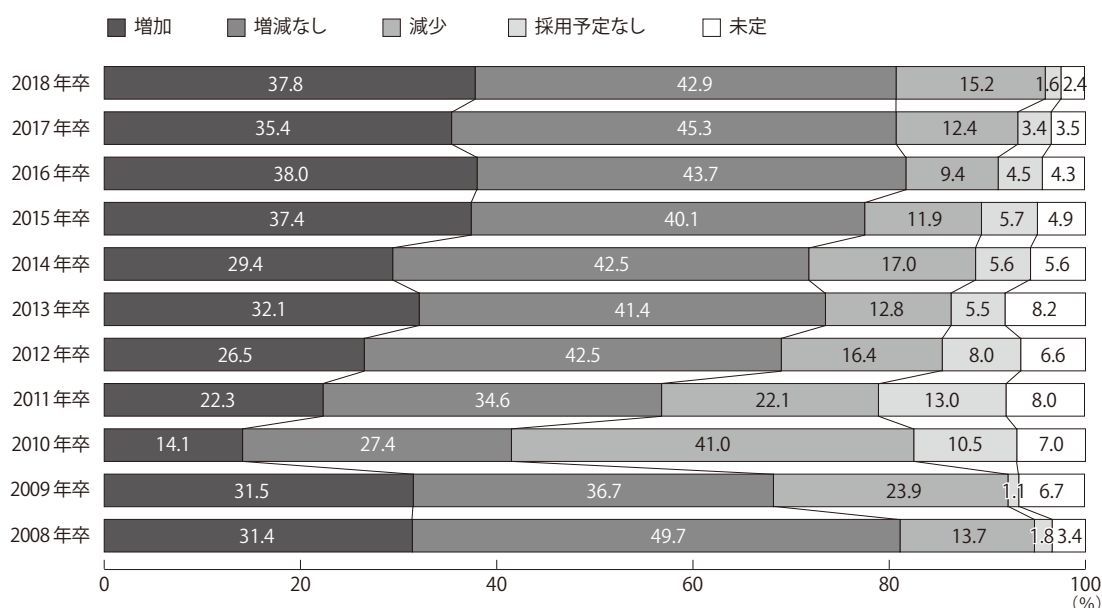
こうした拡大路線は採用戦略にも反映されている。今年2月に行った調査の中で2018年卒採用の一番のテーマを尋ねたところ、最も多くの企業を選んだのは「母集団の拡大」で、27.9%と3割近い企業を選んだ(図1-④)。採用数の増加に伴い、母集団形成を命題とする企業が多いことがわかる。また、採用活動の方向性については、「学内セミナー」で6割強(64.8%)、「自社セミナー」で5割強(54.9%)の企業が前年より増やすと回答するなど、

■ 1-① 採用選考活動のスケジュール比較



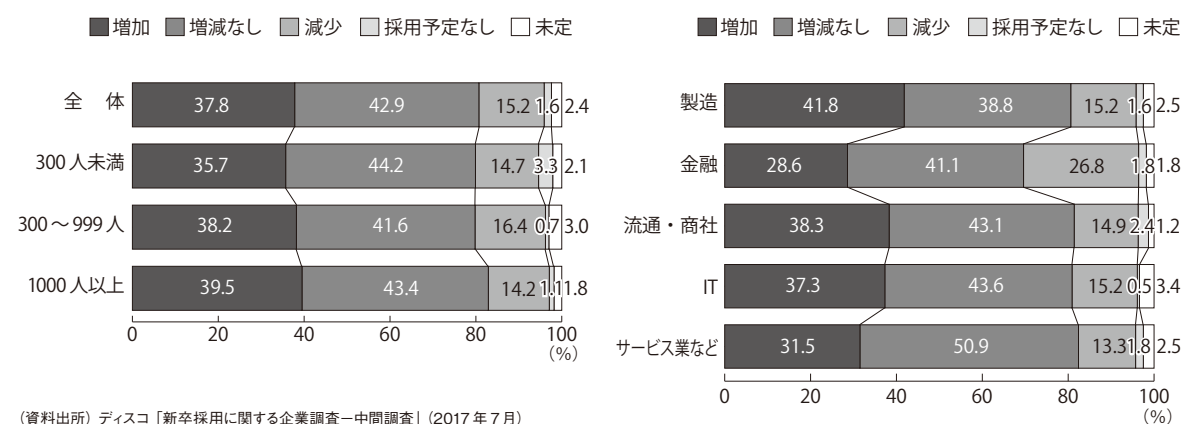
*広報活動→会社説明会など、選考活動→面接・試験など

■ 1-② 新卒採用見込み (前年度入社者との比較)



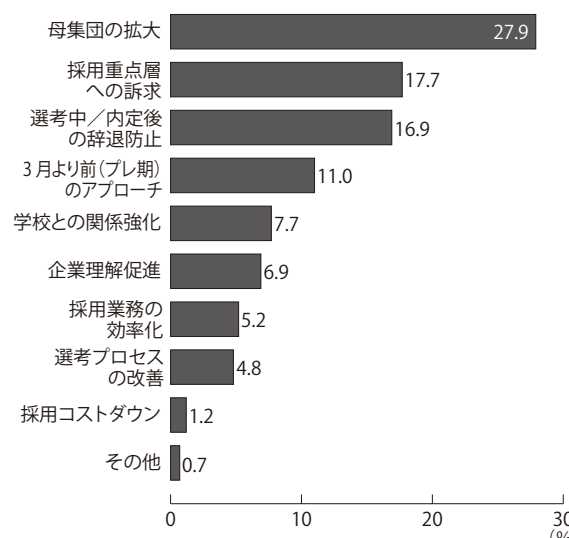
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査」

■ 1-③ 2018年3月卒業予定者の採用見込み (従業員規模別・業界別)



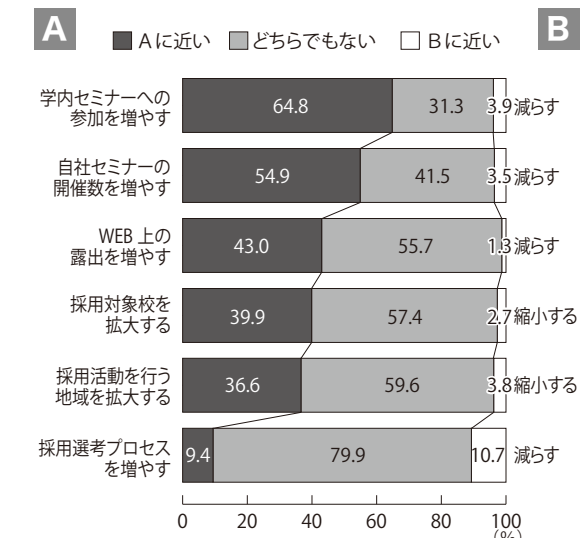
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 1-④ 2018年卒採用の一番のテーマ



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-採用方針調査」(2017年2月)

■ 1-⑤ 採用活動の方向性



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-採用方針調査」(2017年2月)

第1章 採用マーケットの概況

積極的に学生と接触する機会をもち、母集団獲得につなげようとする意向が見取れる(図1-⑤)。

■ 内定率は過去最高をマーク

企業の旺盛な採用意欲に対し、学生の内定状況はどのように変化しただろうか。正式内定日である10月1日時点の内定状況を確認してみよう(図1-⑥)。

2017年10月時点で企業から内定を得ている学生の割合(内定率)は92.7%。前年同時期(91.2%)を1.5ポイント上回り、比較可能な2005年の調査以降、10月の内定率としては最も高い数字をマークした(図1-⑦)。

10月の内定率を大学群別*に比較してみると、旧帝

大・早慶などから成るグループAの内定率は95.8%と高いが、MARCH・関関同立などから成るグループBが91.4%、その他の私立大学から成るグループCが91.5%といずれも9割を超えており、大学群による差はほとんど見られない。就職環境が厳しい時は大学群間の格差は大きかったが、現在その差は縮まりつつある。

今期の学生の動きを別の指標でも見てみよう(図1-⑧)。就職活動終了者と継続者の割合を月ごとに出してみると、6月1日調査までは就職先決定者(活動終了)を継続者が上回っていたが、選考解禁を経た7月1日調査では決定者が大きく増え、全体の6割を超えた(61.7%)。多くの学生が6月中に決着を迎えたことがわかる。

内定率は序盤から前年同期実績を上回り、6月1日の時点で内定を持つ学生は6割を超えていた(63.4%)。しかし、大半の学生は6月に選考のヤマ場を迎える大手企業の選考中で、その結果が出たことで一気に就活を終えたことがうかがえる。8月には、複数内定を保留しているなど未決定である者(4.0%)を合わせ8割超(80.9%)が就活を終了し、選考解禁から2カ月で早くも終盤戦の様相を呈していた。企業がもっと採用したくても市場に学生があまり残っていないという状況が生まれ、その意味でも「短期決戦」だったと言える。

■ 当初の志望業界に決めた学生は2割程度

学生の志望業界は、活動当初からどのように変化しただろうか(図1-⑨)。

就職活動の解禁前である昨年11月時点(プレ期)において、文系学生に第1志望の業界を尋ねたところ、1位が「マスコミ」(10.3%)で、2位が「銀行」(10.1%)だった。その後、今年10月時点において、実際に就職先として決めた業界を尋ねてみると、「銀行」が1位だった(8.6%)。メガバンクが軒並み採用数を減らしたが、業界としての採用規模は大きく、前年に引き続き決定業界のトップとなった。一方、「マスコミ」「ホテル・旅行」など、人気が高くても採用人数が少ない業界は最終的に順位を下げている。

理系を見てみると、プレ期において志望していた業界は、「水産・食品」(15.4%)、「医薬品・医療関連・化粧品」(13.1%)、「素材・化学」(9.9%)がトップ3だった。理系の場合、専門分野に合った業界を就職先として考え

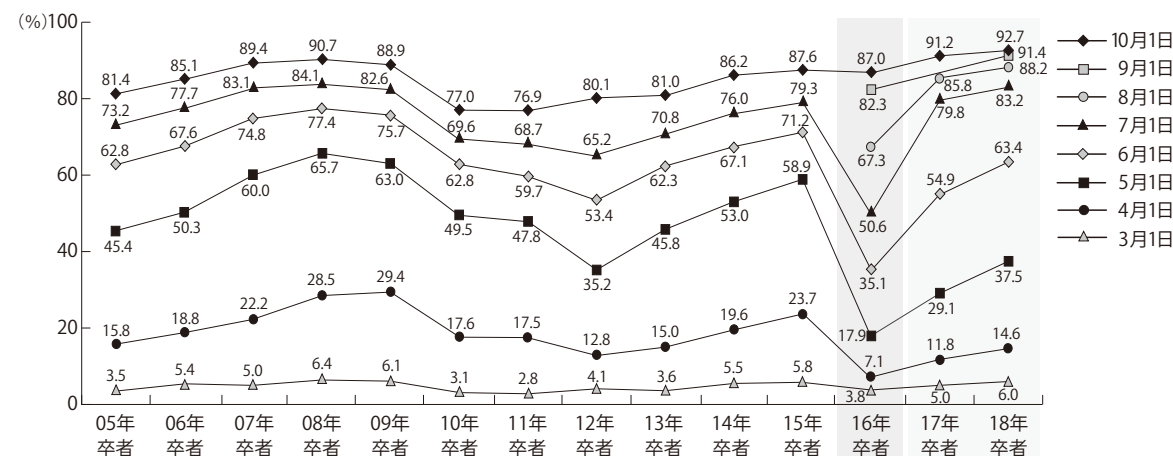
■ 1-⑥ 10月1日現在の内定状況

		(%)								
		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子	グループA	グループB	グループC	
内定あり		92.7 (91.2)	91.2 (87.6)	94.3 (93.8)	91.1 (91.8)	95.7 (93.2)	95.8 (92.9)	91.4 (94.1)	91.5 (86.0)	
内定なし		7.3 (8.8)	8.8 (12.4)	5.7 (6.2)	8.9 (8.2)	4.3 (6.8)	4.2 (7.1)	8.6 (5.9)	8.5 (14.0)	
内定者のうち	就職先を決定し活動終了	94.1 (94.2)	92.7 (91.5)	93.3 (94.0)	96.0 (96.5)	95.5 (96.4)	96.6 (96.7)	93.9 (94.9)	92.1 (90.7)	
	活動は終了したが複数内定保持	1.2 (1.4)	1.6 (2.8)	1.5 (0.9)	0.7 (0.8)	0.6 (0.0)	0.3 (1.0)	2.2 (1.9)	0.8 (1.0)	
	進学などの理由で就職活動を中止	1.0 (0.3)	1.1 (0.0)	0.3 (0.0)	1.4 (0.8)	1.3 (0.7)	1.6 (0.0)	0.2 (0.5)	1.4 (0.3)	
	就職活動継続	3.7 (4.2)	4.6 (5.6)	4.8 (5.0)	1.8 (1.9)	2.6 (2.9)	1.6 (2.3)	3.7 (2.8)	5.6 (7.9)	
		(社)								
		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子	グループA	グループB	グループC	
内定社数/平均		2.4 (2.3)	2.7 (2.4)	2.2 (2.2)	2.3 (2.2)	2.3 (2.4)	2.3 (2.2)	2.6 (2.3)	2.3 (2.2)	

* ()内は前年同期調査の数値
(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2017年10月)

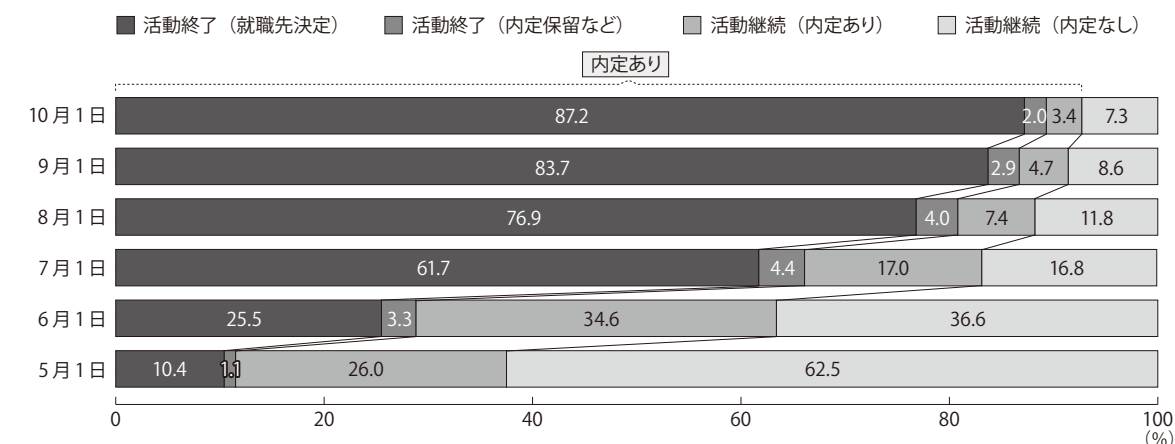
※大学群のグループ区分はP2参照

■ 1-⑦ 内定率の推移



*2015年卒までは選考解禁は4月、16年卒は8月、17年・18年卒は6月
*2015年卒以前は8月・9月のデータはなし
(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」

■ 1-⑧ 就職活動終了者と継続者の割合



(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2017年5月～10月)

■ 1-⑨ 就職活動前の志望業界と就職決定業界の比較

文系 (%)		理系 (%)	
プレ期の志望業界(第1志望)	就職決定企業の業界	プレ期の志望業界(第1志望)	就職決定企業の業界
1 マスコミ 10.3	1 銀行 8.6	1 水産・食品 15.4	1 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 11.8
2 銀行 10.1	2 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 7.4	2 医薬品・医療関連・化粧品 13.1	2 医薬品・医療関連・化粧品 10.6
3 官公庁・団体 9.2	3 官公庁・団体 6.9	3 素材・化学 9.9	3 電子・電機 9.4
4 運輸・倉庫 7.4	4 運輸・倉庫 6.3	4 電子・電機 5.5	4 自動車・輸送用機器 7.7
5 ホテル・旅行 5.7	5 建設・住宅・不動産 5.7	5 情報・インターネットサービス 4.7	5 素材・化学 7.5
6 商社(総合) 5.4	6 商社(専門) 5.5	6 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 4.7	6 建設・住宅・不動産 7.2
7 建設・住宅・不動産 4.6	7 保険 5.4	7 調査・コンサルタント 4.4	7 水産・食品 5.5
8 調査・コンサルタント 4.5	8 調査・コンサルタント 4.6	8 自動車・輸送用機器 4.4	8 機械・プラントエンジニアリング 4.3
9 水産・食品 3.9	9 電子・電機 3.8	9 建設・住宅・不動産 4.1	9 精密機器・医療用機器 3.6
10 医薬品・医療関連・化粧品 3.7	10 情報・インターネットサービス 3.5	10 官公庁・団体 3.8	10 官公庁・団体 3.4

*全40業界のうち上位10業界を掲載
(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2016年11月、2017年10月)

第1章 採用マーケットの概況

る傾向が強いが、実際に就職を決めた業界を見ると、最も多いのは「情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト」で、理系の就職決定者の1割以上を占める(11.8%)。同業界は、文系でも大幅に順位を上げており(21位→2位)、文理の別なく旺盛な採用意欲を誇っていることがわかる。就職活動を進めるうちに就職先として意識していく学生が多かったのだろう。

昨年11月時点の第1志望業界と実際に就職先として決めた業界とが一致する学生がどのくらいいるのかを調べてみると、一致率は24.8%だった。4人に3人は、就職活動中に志望を変え、決定に至っているのが実態だ。

採用計画に対する充足率は前年よりやや低下

採用計画に対して内定者の割合はどの程度かという「内定者充足率」を、正式内定日(10月1日)を迎えるタ

イミングで企業に尋ねた(図1-⑩)。全体平均で77.9%と、前年同時期調査(79.9%)をやや下回る数字だった。

これを従業員規模別に見てみると、1000人以上の大手企業では8割を超えているのに対し(85.8%)、300～1000人未満の中堅企業は77.7%、300人未満の中小企業は70.8%で、7割台にとどまる。中小企業は大手企業の後に選考を本格化させるケースが少なくないという事情もあるが、採用力のある大手企業のほうが、採用戦線が有利な状況にあることは否めない。また業界別の比較では「金融」が高く、9割近い(89.1%)。「サービス業」は70.9%で、他の業界に比べ充足の遅れが目立つ。

採用計画に対する充足率は、そのまま採用活動の終了状況に反映しており、充足率が低い企業群においては、採用選考が「終了していない」とする割合が高くなっ

ている(図1-⑪)。2017年10月時点で、終了していない企業は全体の42.9%と、4割を超える企業が引き続き採用を行っている。十分に内定者を確保できず危機感を募らせる企業も少なくないだろう。

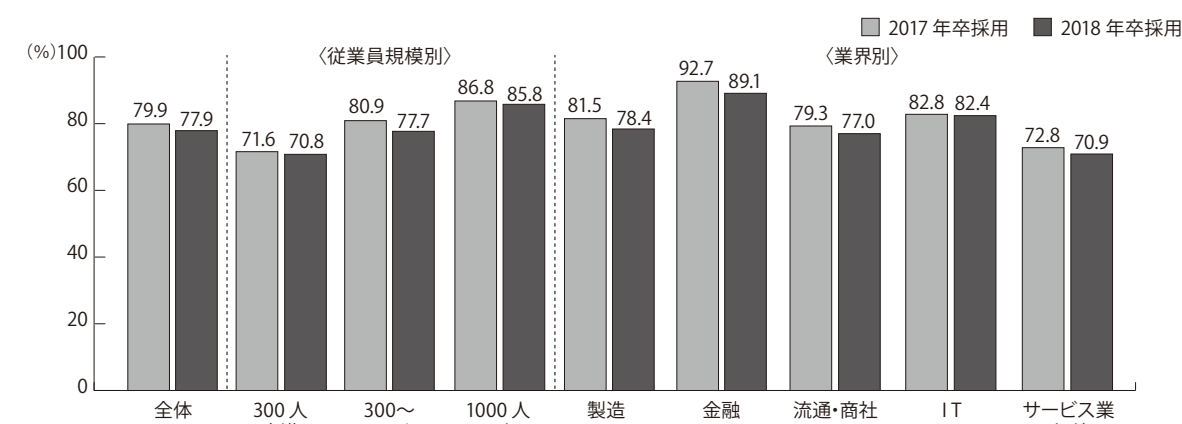
企業の7割が「完全に売り手市場」

企業が採用活動を通じて新卒マーケットをどう見ているのかを調べてみた(図1-⑫)。3年分を比較したところ、「完全に売り手市場だと思う」という回答が昨年から今年にかけて大きく増え、7割を超えた(72.0%)。過去2年も「売り手市場だと思う」という企業は合わせ

て9割以上あったが、今年は「完全に」と回答する企業が圧倒的に多くなった。企業規模による差はほとんどなく、大手であっても売り手市場だと見ていることは興味深い。

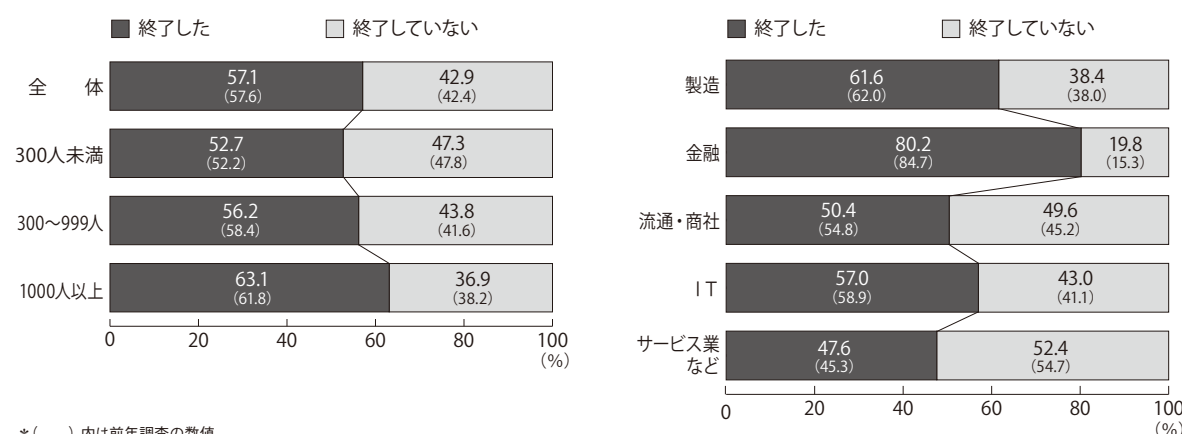
この結果を裏付けるように、学生が就職活動に対して抱く「難易度」にも変化が見られる(図1-⑬)。自身の就職活動を「厳しい」と振り返る学生は、「とても厳しい」「やや厳しい」を合わせて33.2%。これに対し、「やさしい」という回答は35.4%で、リーマン・ショック後に初めて「やさしい」が「厳しい」を上回った。「売り手市場」の強まりを象徴するデータと言える。

■ 1-⑩ 10月時点の充足率 (従業員規模別/業界別)



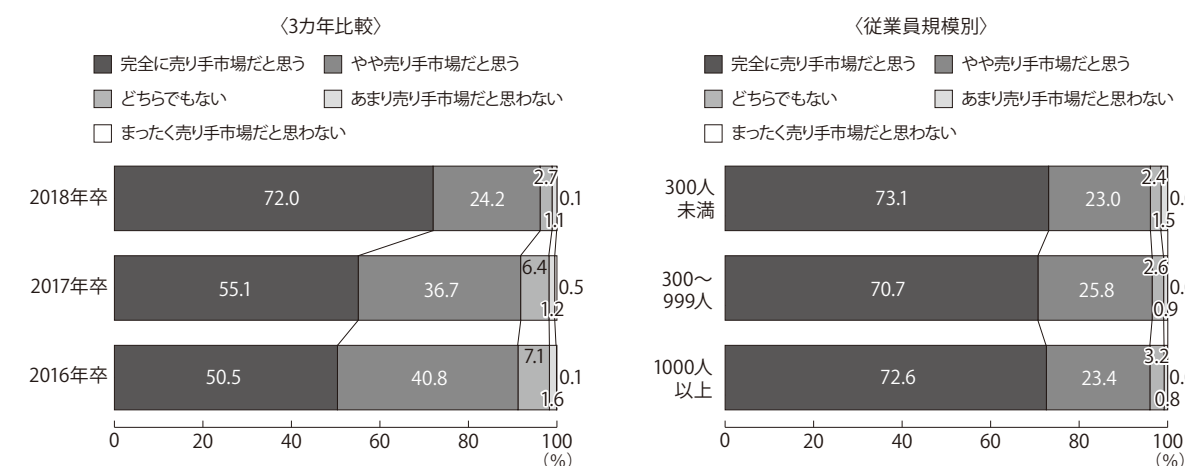
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 1-⑪ 10月時点の採用選考の終了状況 (従業員規模別・業界別)



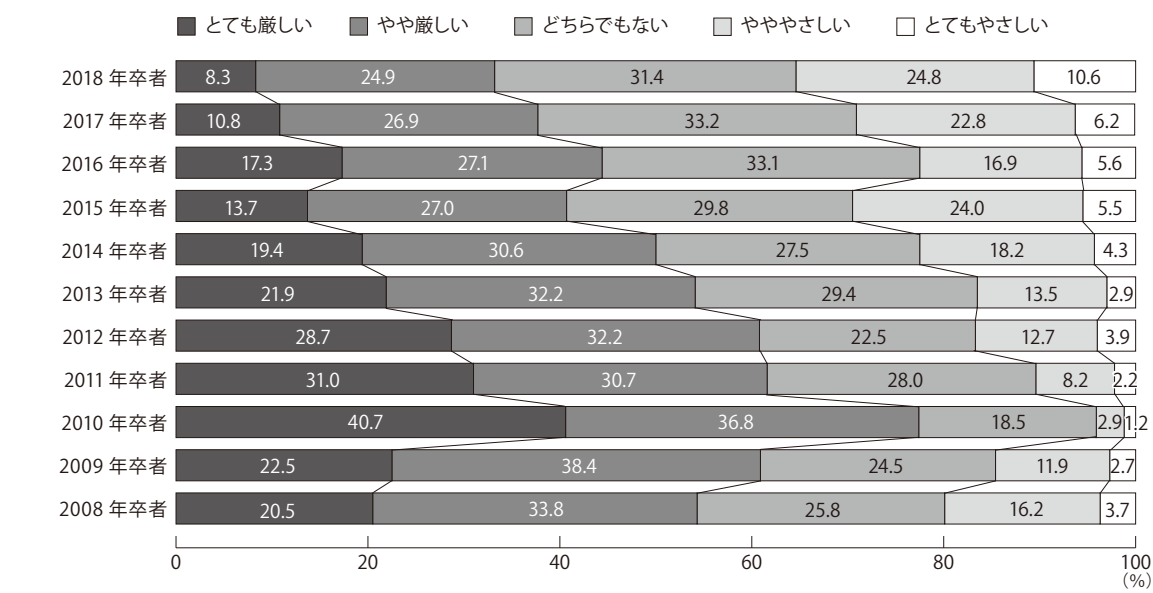
* ()内は前年調査の数値
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 1-⑫ 採用市場の捉え方



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 1-⑬ 就職活動の難易度 (経年比較)

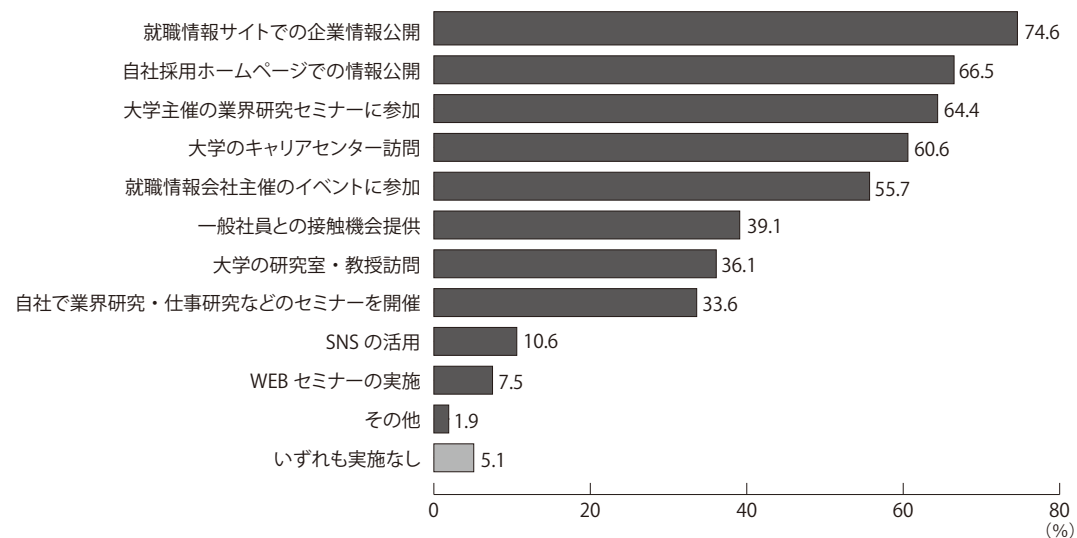


(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」

◇参考データ① 3月より前の動き

■ブレ期の広報活動 <<企業調査>>

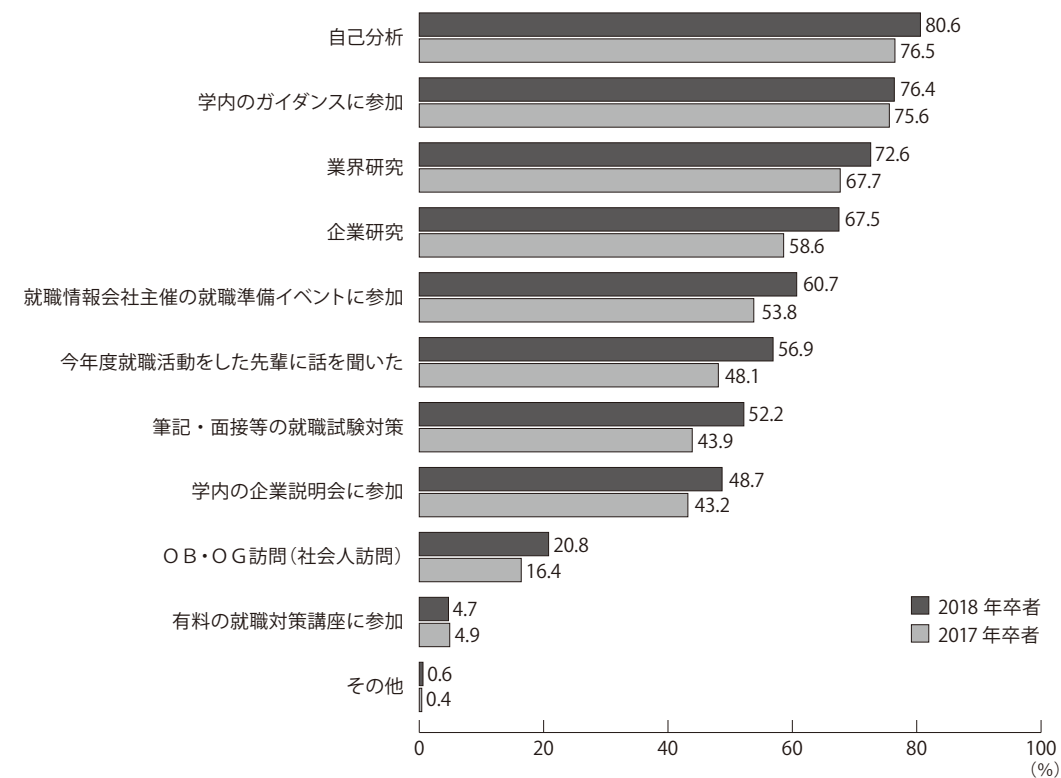
3月からの短期決戦に備え、早期から学生にアプローチするため、様々な広報活動を実施。ブレ期(3月より前)に実施した広報施策で多いのは「就職情報サイトでの企業情報公開」(74.6%)、「自社採用ホームページでの情報公開」(66.5%)。「いずれも実施なし」は5.1%にとどまった。



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■就職活動準備で2月までに行ったこと <<学生調査>>

学生が2月までに行った就職準備で最も多いのは「自己分析」(80.6%)。前年同期調査と比較して全体的にポイントが伸びており、早期からしっかり準備を進めるが学生が増えたことが見て取れる。中でも「企業研究」は8.9ポイント増加(58.6%→67.5%)。業界研究だけでなく、具体的な志望企業を掘り下げの段階に入っていた学生が増えていることがわかる。



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年2月)

第2章 企業の採用活動

■日程ルール変わらずも活動時期早まる

- 面接開始が多かったのは「3月下旬」から「4月中旬」で、6月より前に開始した企業は85.0%
- 内定出しの開始、内定出しのピークはともに「6月上旬」に集中

■母集団形成のための露出を強化

- 「会社説明会の回数」を増やした企業は過半数(51.8%)
- 「一般社員」や「リクルーター」との接触機会を増やした企業は、減らした企業を上回る

■「エントリー数が減った」企業が4割超

- 「エントリー数」が前年より「減った」企業は4割強(43.8%)
- 「意識や理解度などの点で、学生の二極化が進んだ」と感じる企業が6割超(66.3%)

■採用満足度は二極化傾向

- 「質・量ともに満足」32.2%、「質・量ともに不満」22.0%。どちらも前年調査より増加
- 大手企業と金融で満足度が高いのが目立つ

第2章 企業の採用活動

■ 日程ルール変わらずも活動時期早まる

3年ぶりにスケジュールの変更がなく、前年と同じ日程ルール(3月採用広報解禁、6月選考解禁)で行われた2018年卒採用。企業の採用活動時期に変化は見られるだろうか。面接の開始時期、内定出しの時期から考察したい。

まず、面接の時期を見てみると、選考解禁直後の6月上旬に開始した企業は1割未満にとどまり(9.7%)、3月下旬から4月中旬が開始のピークとなった(図2-①)。この時期に面接を開始した企業は全体の42.0%に上る

など、早期化が顕著だ。6月の選考解禁を待たずに面接を開始した企業は合計で85.0%。前年(78.9%)より6.1ポイント増えて8割を超えた。企業規模別に見ると、従業員1000人以上の大手企業では6月上旬の数字が他の規模に比べて高いものの(14.6%)、最も多いのは3月下旬(16.4%)。中堅企業においては4月中旬(15.0%)、中小企業は4月上旬(14.2%)が最も多かった。

次に内定出しの開始時期を見てみると、選考解禁直後の6月上旬が最多だが(18.0%)、前年より1.6ポイント減少(図2-②)。3月下旬から5月上旬のポイントが軒並み前年より上昇しており、内定出しのタイミングもやや

早まったことがわかる。どの規模も最も多いのは6月上旬だが、大手企業では23.5%と比較的集中しているのに対し、中小企業、中堅企業では分散している。

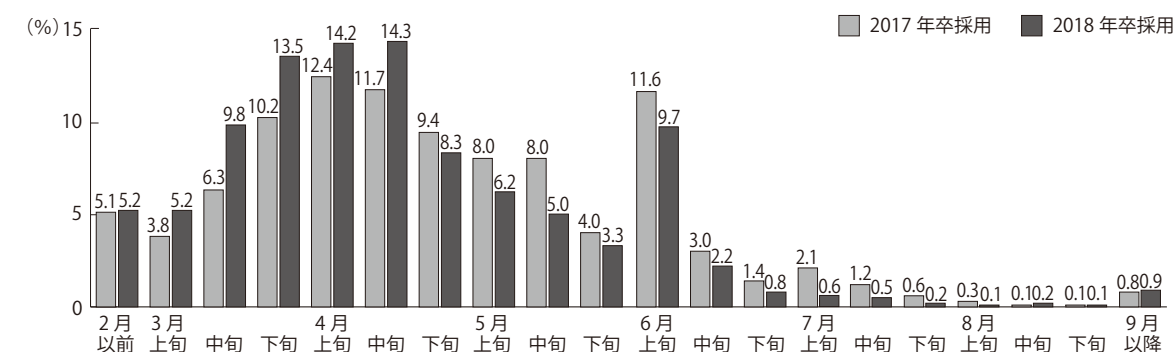
では、実際に最も多くの内定者を出した「内定出しのピーク」の時期はどうだっただろう(図2-③)。前年同様6月上旬が最多で(16.3%)、6月1日の選考解禁のタイミングで内定出しを本格化させた企業が今年も多かったことがわかる。ただし、5月中旬以前が増加しており、前年より早く内定出しのピークを迎えた企業が多かったようだ。内定出し開始時期と同様に、大手企業で6月上旬に集中しているのに対し(24.5%)、中小企業、中堅

企業では分散している。

「内定辞退のピーク」は、前年は6月中旬～下旬に集中していたが、今年は6月上旬～中旬へと前倒しとなった(図2-④)。企業の内定出しのタイミングが早まったことで、学生の意思決定時期も早まり、選考解禁直後に内定辞退が多く出た様子が見える。特に、大手企業で6月上旬～中旬への集中度が高く、大手同士で獲得合戦が想像できる。

前年と同じ日程ルールにもかかわらず、人材獲得競争の激化から、企業の採用活動は、前年にも増して早期化し、ルールの形骸化がより一層進んだ格好だ。

■ 2-① 面接の開始時期

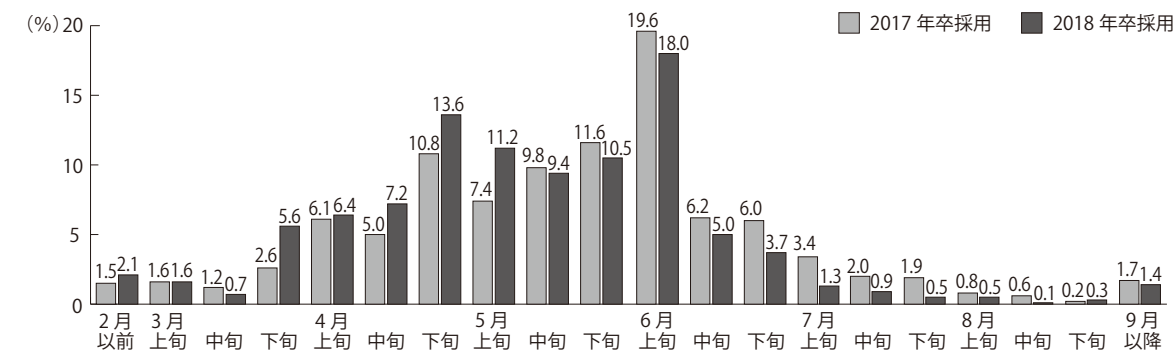


《従業員規模別》 (%)

規模	2月以前	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降
300人未満	4.8	5.1	9.6	13.4	14.2	13.9	7.1	6.6	4.8	3.5	8.4	2.5	1.8	1.0	0.3	0.5	0.0	0.5	0.3	1.8
300～999人	5.5	5.5	9.9	11.4	13.1	15.0	11.2	6.7	5.7	4.2	7.2	2.1	0.6	0.6	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
1000人以上	5.1	4.9	10.0	16.4	15.9	13.7	5.4	5.1	4.3	1.6	14.6	1.9	0.0	0.3	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.3

(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 2-② 内定出しの開始時期 (内々定を含む)

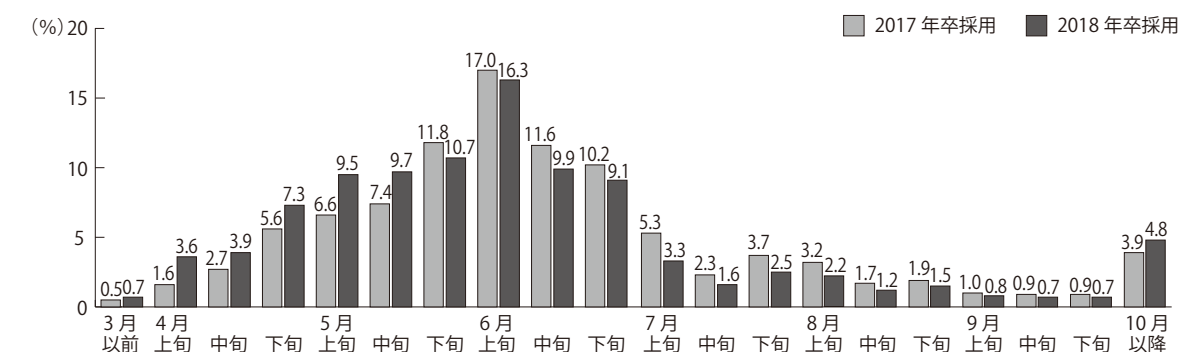


《従業員規模別》 (%)

規模	2月以前	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降
300人未満	2.6	2.1	1.3	4.1	6.5	8.8	11.9	10.6	9.8	8.8	16.3	5.4	3.6	2.3	1.3	0.5	1.0	0.0	0.5	2.3
300～999人	2.1	1.1	0.6	5.9	5.3	6.9	12.4	11.6	11.8	15.3	6.1	4.4	1.1	0.8	1.0	0.2	0.0	0.2	1.5	
1000人以上	1.6	1.6	0.3	6.7	7.8	5.9	17.0	11.1	5.9	10.5	23.5	3.0	3.0	0.5	0.5	0.0	0.3	0.3	0.3	0.3

(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 2-③ 内定出しのピーク時期

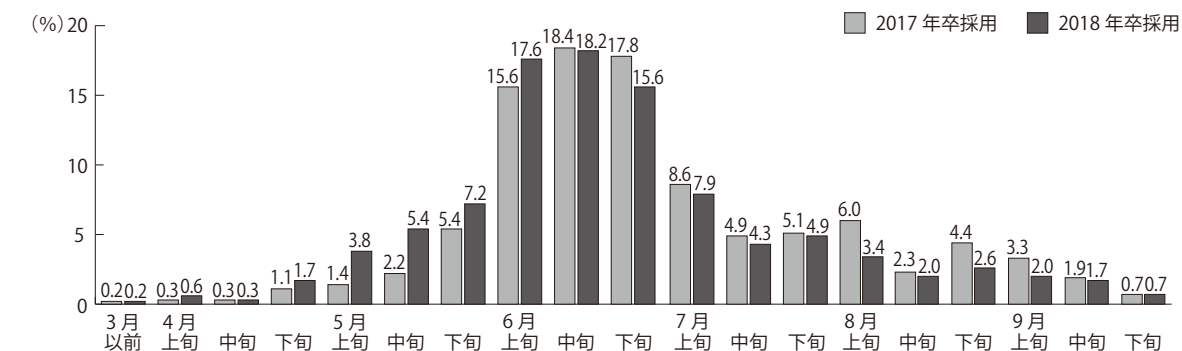


《従業員規模別》 (%)

規模	3月以前	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月上旬	9月中旬	9月下旬	10月以降
300人未満	1.0	3.8	4.0	5.5	9.5	8.8	10.0	12.6	7.1	9.3	3.6	2.6	2.1	4.5	2.1	1.9	0.7	1.2	1.2	8.6
300～999人	0.7	3.4	3.7	8.1	8.8	10.3	11.8	13.3	12.2	9.9	3.7	1.5	3.2	1.5	1.1	1.5	0.9	0.4	0.6	3.4
1000人以上	0.5	3.9	3.9	8.2	10.3	9.8	10.1	24.5	9.8	7.7	2.3	0.8	2.1	0.5	0.3	1.0	0.8	0.8	0.3	2.6

(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 2-④ 内定辞退のピーク時期 (最も多く辞退があった時期)



《従業員規模別》 (%)

規模	3月以前	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月上旬	9月中旬	9月下旬
300人未満	0.3	1.2	0.3	2.1	6.3	7.6	7.6	13.0	13.0	13.6	9.4	3.0	4.5	5.1	3.9	3.0	2.4	2.4	1.2
300～999人	0.2	0.6	0.0	1.5	3.5	5.2	7.3	17.3	18.7	16.0	8.1	4.6	6.2	3.3	1.2	2.7	1.9	1.0	0.6
1000人以上	0.0	0.0	0.6	1.7	1.7	3.6	6.6	22.4	22.4	16.9	6.4	5.0	3.3	1.9	1.1	2.2	1.9	1.9	0.3

(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

第2章 企業の採用活動

■ 母集団形成のための露出を強化

次に学生との接触機会について前年との変化(増減)を見てみたい(図2-⑤)。いずれの項目でも「増やした」が「減らした」を大幅に上回っている。特に「会社説明会の回数」を増やしたという企業は過半数(51.8%)に上った。また、「合同企業説明会への出展回数」を増やした企業も36.9%と多い。「一般社員」や「リクルーター」との接触機会も「増やした」が「減らした」を大きく上回っている。

第1章で紹介したように、多くの企業が「母集団の拡大」をテーマに掲げていた今年の採用戦略。短い採用広報期間の中で、学生との接触密度を上げることで、母集団形成に奔走していたことが見て取れる。

■ 「エントリー数が減った」企業が4割超

企業は採用の施策を強化して臨んだが、実際の採用満足度はどの程度であっただろうか。

まずは母集団形成の動向を見てみよう。2017年7月時点での「エントリー数」は、前年度に比べ「増えた」が31.4%、「減った」が43.8%で、減った企業が増えた企業を12.4ポイント上回った(図2-⑥)。学生との接点を増やしたものの、結果的には母集団を減らした企業が多かったことがわかる。

「会社説明会の参加者数」、「選考への応募者数」についても同様に減少傾向が見られ、エントリー数が減った企業はそのまま選考への応募学生も減らしてしまっているケースが多いことが推測できる。選考時期を早めた企業が増えたことで、物理的に応募社数を絞らざるを得なかった学生もいると見られる。採用を優位に進めるための早期化が、逆に母集団形成に苦戦する企業の増加につながったことは、皮肉な結果と言えるだろう。

母集団の質についても見てみたい。接点をもった学生に対して感じたことを、「就業意識の低い学生が増えた」、「企業理解不足の学生が増えた」、「(意識や理

解度などの点で)学生の二極化が進んだ」という3つの観点から尋ねた。いずれの項目でも「そう思う」が「そう思わない」を大きく上回った(図2-⑦)。特に「学生の二極化が進んだ」では「そう思う」が6割を超える(66.3%)。今年、インターンシップ参加など早期から積極的に活動する学生が増加。一方、学生優位の就職環境への余裕などから、スタートが出遅れる学生も一定数おり、企業理解や就業意識に対する差が開いたと感じた企業が多かったと見られる。

■ 採用満足度は二極化傾向

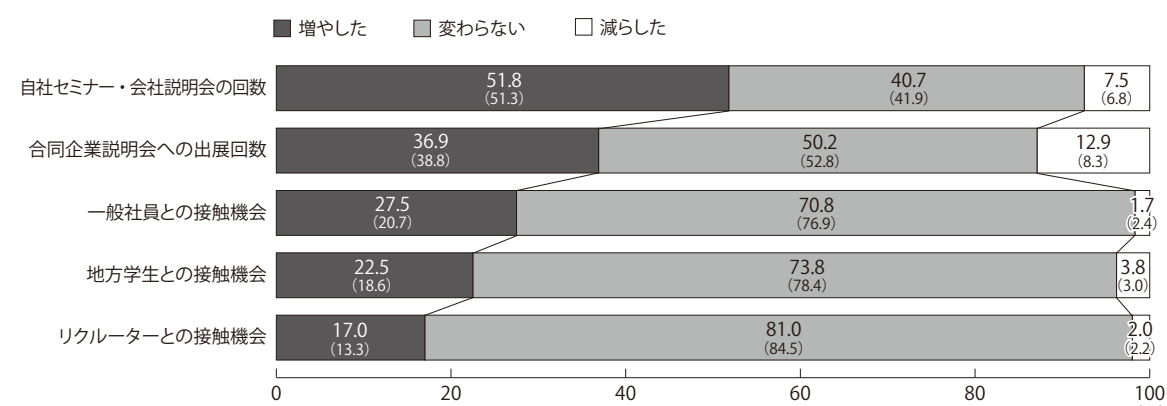
内定者への満足度についてはどのように感じているのだろうか。2017年10月時点での内定者に対する満

足状況を、質と量(人数)の観点で尋ねた。「質・量ともに満足」という回答は全体の約3割(32.2%)で、「質・量ともに不満」は約2割(22.0%)だった(図2-⑧)。

前年調査と比較すると、「質・量ともに満足」が2.6ポイント増加した。一方、「質・量ともに不満」も増加しており(1.4ポイント増)、内定者への満足度に二極化の傾向が見られる。また、質への不満よりも量への不満が多いことから、選考基準を落とさずに採用数を確保しようとした企業が多く、その結果、優秀な学生の争奪戦となっていたと考えられる。

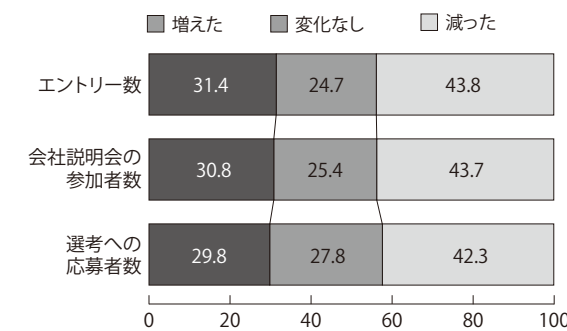
従業員規模別では、大手企業で「質・量ともに満足」の割合が36.0%と他よりも高く、業界別では「金融」の満足度が約5割と高いのが目立つ(47.4%)。

■ 2-⑤ 学生との接触機会の変化(前年との比較)



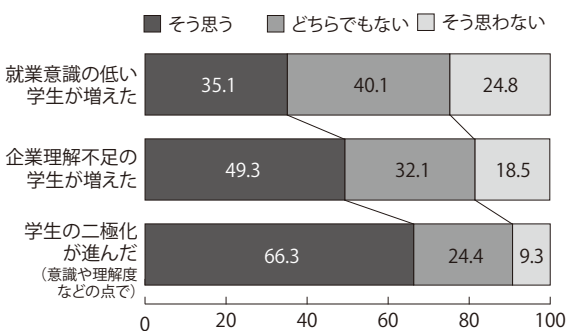
*()内は前年調査の数値
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 2-⑥ 学生の反応(前年との比較)



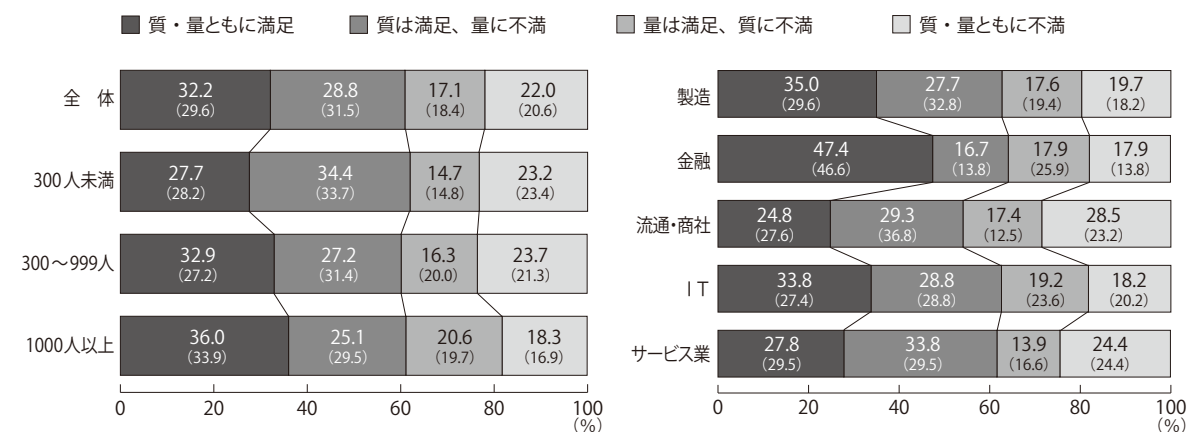
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 2-⑦ 実際に接点をもった学生に対して感じたこと



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 2-⑧ 内定者に対する満足度(従業員規模別・業界別)



*()内は前年調査の数値
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

企業の声

2018年卒・新卒採用に関する企業調査-内定動向調査(2017年10月調査)より

■ 2018年卒採用結果の満足状況 《質・量ともに満足した企業》

- 学生フォローを充実させ、早期に接点を持った良い学生から多く入社承諾を得ることができた。 <商社(専門)/中堅>
- 内定辞退はあったが、インターンシップを活用した採用で、効果的に採用できた。 <水産・食品/中堅>
- 説明会の工夫により、例年に比べてより人物重視の選考を行うことができたため、質は昨年に増して良く感じる。理系の学生が例年に比べ少ないので、もう少し増えると良い。 <教育/中小>
- 自社の将来を見越して「グローバル」に特化した情報発信を行ったところ、例年にはない、語学力・国際意識の高い人材を確保できた。 <商社(専門)/中小>
- かなりの苦戦だったが、若手の積極的起用を行ったことで、昨年に比べて質・量ともに満足しています。 <その他サービス/中堅>
- 女子学生の採用数を増やす予定であったが、就活サイトをうまく利用して採用につなげることができた。 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト/中小>

《質・量いずれかに満足していない企業》

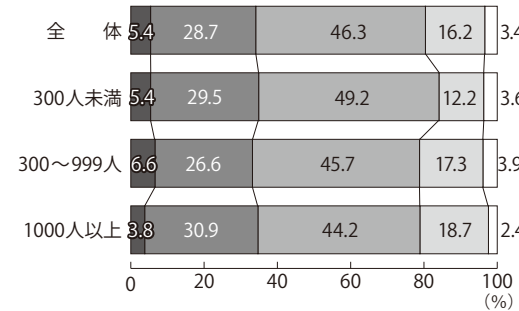
- 内定辞退が多く、全体的に質の良い学生が大手企業に流れている。 <銀行/中堅>
- 採用計画数に対し内定者は充足したため量には満足しているが、優秀だと思う人材は他社へ流れてしまった。 <自動車・輸送用機器/大手>
- 母集団不足および選考に進む人材の質が悪く、一次試験まで進まない。 <機械・プラントエンジニアリング/中小>
- そもそも母集団の数がかなり少なく、その中から選ばざるを得なかったため、質・量ともに物足りない状況でした。 <その他サービス/大手>
- 理系人材獲得に取り組んだものの結果に結びつかず。また理系人材に重きを置いたため、文系人材の質が昨年比低下傾向。 <電子・電機/大手>
- 頭は良いが、全体的におとなしく自主性が不足しているように感じる。また、内定承諾率が昨年比で低下している。 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト/中堅>

◇参考データ② 選考試験辞退・内定辞退

■選考中辞退の増減 <<企業調査>>

前年と比較して、選考段階での辞退者が「増えた」企業は3割を超え(計34.1%)、「減った」企業(計19.6%)を約15ポイント上回る。

■ かなり増えた(3割以上増) ■ やや増えた(1~2割増)
■ 変わらない ■ やや減った(1~2割減)
□ かなり減った(3割以上減)

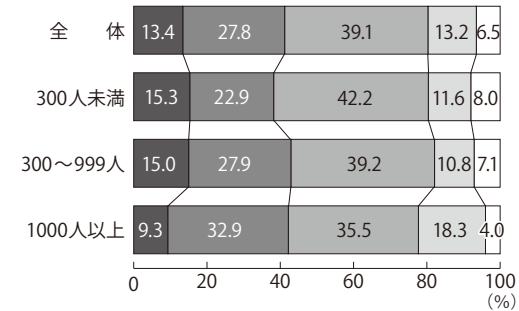


(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■内定辞退の増減 <<企業調査>>

内定辞退者が「増えた」企業は約4割(計41.2%)。「減った企業」(計19.7%)の2倍以上に上り、内定辞退に悩まされた企業が多かったと見られる。

■ かなり増えた(3割以上増) ■ やや増えた(1~2割増)
■ 変わらない ■ やや減った(1~2割減)
□ かなり減った(3割以上減)

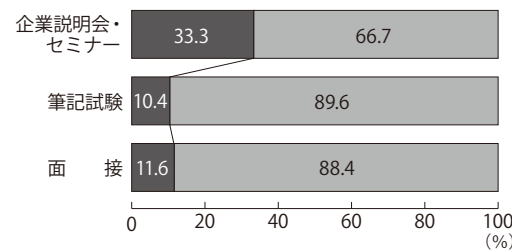


(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■無断欠席の経験 <<学生調査>>

「企業説明会・セミナー」を無断欠席したことがある学生は33.3%。3人に1人は無断欠席の経験を持つ。「筆記試験」「面接」ではそれぞれ1割を超える。

■ 無断欠席の経験がある ■ ない

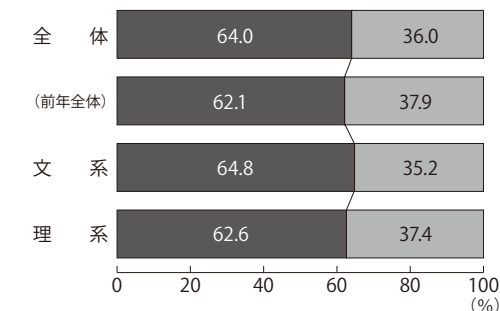


(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2017年10月)

■内定辞退の経験 <<学生調査>>

10月時点で内定を得ている学生のうち、6割以上が内定辞退の経験を持つ(64.0%)。複数の企業から内定を得る学生の増加に伴い、前年よりわずかに増加した。

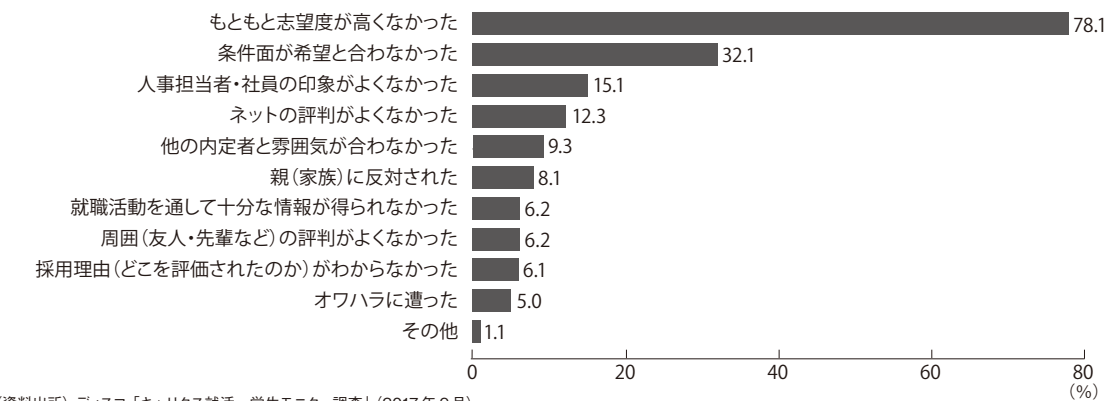
■ 辞退したことがある ■ ない



(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2017年10月)

■内定を辞退した理由 <<学生調査>>

内定を辞退した理由は「もともと志望度が高くなかった」が圧倒的に多いが(78.1%)、待遇や勤務地など「条件面が合わない」も3割を超える(32.1%)。より志望度の高い企業や条件のよい企業から内定を得たことで、他社を辞退する学生が多かったことが推測される。



(資料出所) ディスコ「キャリア就活 学生モニター調査」(2017年9月)

第3章 学生の就職活動

■ エントリー社数は3年前の半数以下に

- エントリー社数は平均39.6社で、前年(45.8社)より6.2社減少。3年前の半数の水準に
- 就活方針は「気になる企業にはとりあえずエントリーする」が75.0%。「気になる」の意味合いが変化か

■ ESの提出ピークは4月から3月に

- 企業セミナー参加のピークは「3月」(62.5%)、エントリーシート提出のピークも「3月」(45.9%)
- セミナー参加とエントリーシート提出のピークが同月に

■ 「効率的に活動できた」が6割

- 短期決戦も、「業界研究や企業研究に十分な時間をとれた」が過半数(50.9%)
- 事前に企業を絞り込んで戦略的に就活を進めるスタイルが主流に

■ 「安定している」が選社理由のトップ

- 就職先を選ぶ際に重視する点、最終的な選社理由とも、「安定している」が最多
- 就活当初に重視していた「労働条件」に関する項目は、選社理由においては軒並みダウン

第3章 学生の就職活動

■ エントリー社数は3年前の半数以下に

学生モニターの内定率が過去最高をマークするなど、学生優位の環境下で、今年の学生の就職活動状況には、例年と比較してどのような特徴があるのだろうか。

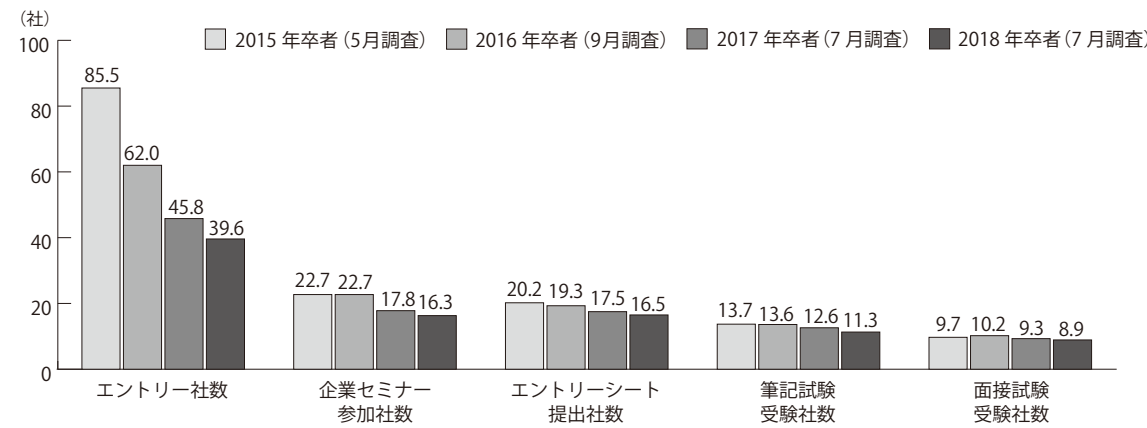
選考解禁翌月の就職活動量について、直近4年分を比較してみる(図3-①)。今年7月1日時点の活動量を見ると、一人あたりのエントリー社数は平均39.6社。40社を切り、3年前の半数以下に減少した。減少が大きく目立つのはエントリー社数だが、この3年で企業セミナー参加社数は6.4社の減少(22.7社→16.3社)、エントリーシート(ES)提出社数は3.7社の減少(20.2社→16.5社)など、エントリー以降の活動量も減少した。これは、企業の採用活動

において、エントリー数や会社説明会の参加者数が減ったという結果と一致している(図2-⑥)。

売り手市場と言われていることが、エントリー社数の減少につながった可能性が高いが、学生の活動量が減った要因について、もう少し掘り下げて考えたい。

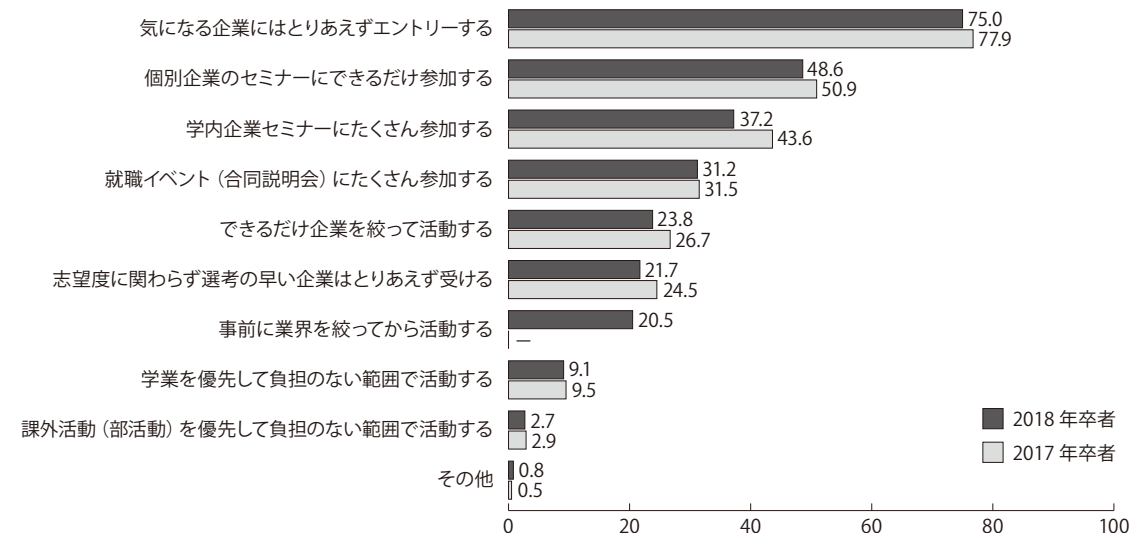
学生はどのような方針で就職活動を進めたのだろうか。今年3月に就職活動の方針を尋ねたところ(図3-②)、最も多くが選んだのは、「気になる企業にはとりにあわずエントリーする」。前年よりややポイントを下げたものの7割を超える学生が選んだ(75.0%)。次いで「個別企業のセミナーにできるだけ参加する」(48.6%)、「学内企業セミナーにたくさん参加する」(37.2%)と続く。就職活動を始めた当初は、志望先を絞って活動するよりも、幅広く情報収集したいと考えていた学生が多数派だった。

■ 3-① 選考解禁翌月の活動量比較



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2014年5月、2015年9月、2016年7月、2017年7月)

■ 3-② 就職活動の方針



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年3月)

ただし「気になる企業」と言っても手当たり次第というよりは、実際には厳選された企業であることも多い。インターンシップなどを通じて早期から業界研究・企業研究を進める学生が増えており、3月のエントリー開始時には、志望業界や企業選びの基準をもつ学生も少なくない。それらの軸に合う企業が見つければ、「気になる企業」としてエントリーする傾向が見られる。

エントリー数の減少から危機感をもつ企業は多いが、学生の一人あたりのエントリー社数が減っていることから、その分、エントリーした企業への関心度は以前の学生よりも高いと推測される。エントリー学生をいかに次のステップにつなげるかが重要と言えるだろう。

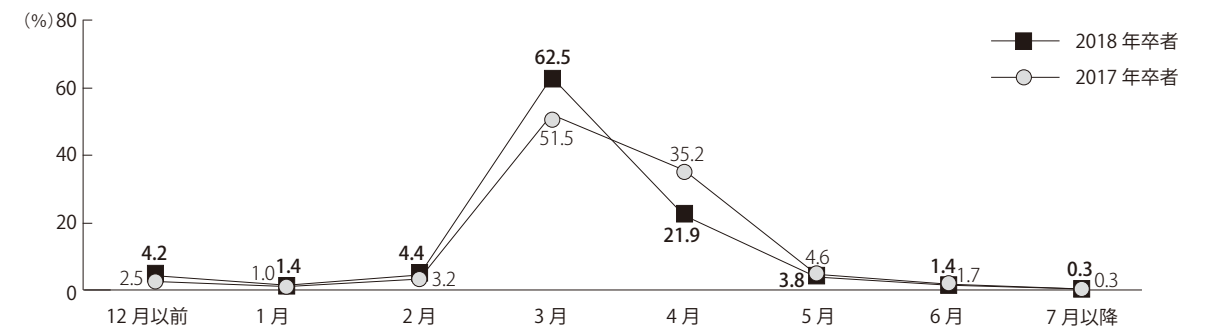
■ ESの提出ピークは4月から3月に

続いて、セミナー参加やエントリーシート(ES)提出、面接受験のピーク時期について、前年と比較しながら見てみる。

まず、セミナー参加のピーク時期を見てみると、2018年卒者、2017年卒者ともに「3月」が最も多い(図3-③)。ただし、2017年卒者では約半数(51.5%)だったのに対し、2018年卒者では6割を超え(62.5%)、10ポイント以上増加。3月の集中度が高まったことがわかる。

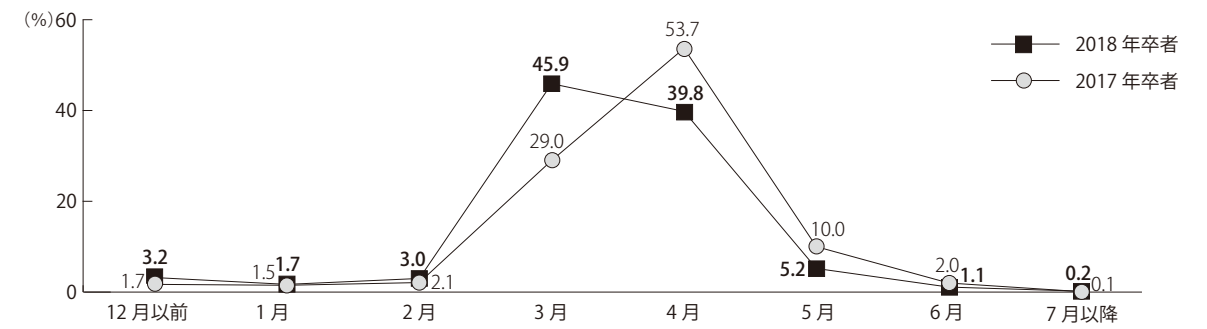
次に、エントリーシート提出のピーク時期を見てみる。2017年卒者では4月に集中していたのに対し(53.7%)、今年の学生は3月と4月が多い。特に3月(45.9%)は、

■ 3-③ 最も多く企業単独セミナーに参加した時期



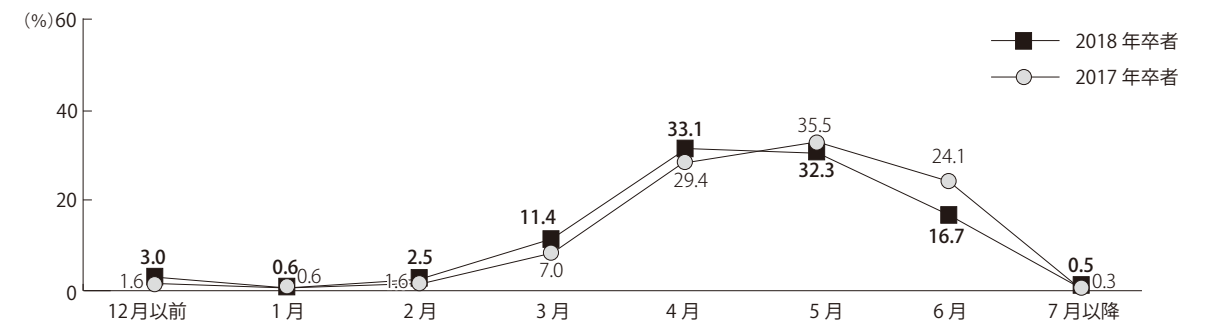
(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年7月)

■ 3-④ 最も多くエントリーシートを提出した時期



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年7月)

■ 3-⑤ 最も多く面接試験を受けた時期



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年7月)

第3章 学生の就職活動

前年(29.0%)より16.9ポイント増加している。第2章で見たように、企業の面接開始時期は早まっており(図2-①)、その前段階であるES提出の締切も早めたことから、学生の提出ピーク時期も早まったことがうかがえる。

面接受験のピーク(最も多く面接試験を受けた時期)は、2017年卒者では5月が最も多く(35.5%)、4月が僅差で続いたが(29.4%)、2018年卒者では逆転。4月(33.1%)が最も多く、5月(32.3%)をわずかに上回り、面接試験の受験ピークも早まったことがわかる。選考解禁の6月以降に面接受験のピークを迎えた学生は、1割台(計17.2%)にとどまる。

3月1日の採用広報解禁と同時に、エントリーを開始し、多数のセミナーにも参加。さらに同じ月のうちにES提出のピークを迎えるという、非常に過密な日程で学生の就職活動が進んだことがわかる。このような状況下では、すでに

興味をもっていた企業への応募を優先して進めた学生が多かったことが推測できる。

■「効率的に活動できた」が6割

このように、昨年以上に短期決戦を余儀なくされた就職活動について、学生はどのように感じているのだろうか。就職戦線の山場を越えた7月に、自身の就職活動を振り返ってもらった(図3-⑥)。

「業界研究や企業研究に十分な時間をとれた」という学生は「とてもあてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて過半数に上り(50.9%)、前年(43.8%)を上回った。また、「企業を絞り込んで効率的に選考を受けることができた」という学生は6割近い(計59.8%)。

一方、「締め切りが早くて応募できなかった」という学生

は計34.8%で前年(計45.9%)を約10ポイント下回った。3月の広報解禁直後の動きは前年より過密だったものの、応募をあきらめた経験を持つ学生は減少。

現行の短縮日程ルールも2年目だったことから、先輩の就職活動を参考にするなど、早期から就活準備を進め、事前に志望企業を絞り込んで戦略的に就活に臨んだ者も少なくなかったと推測できる。

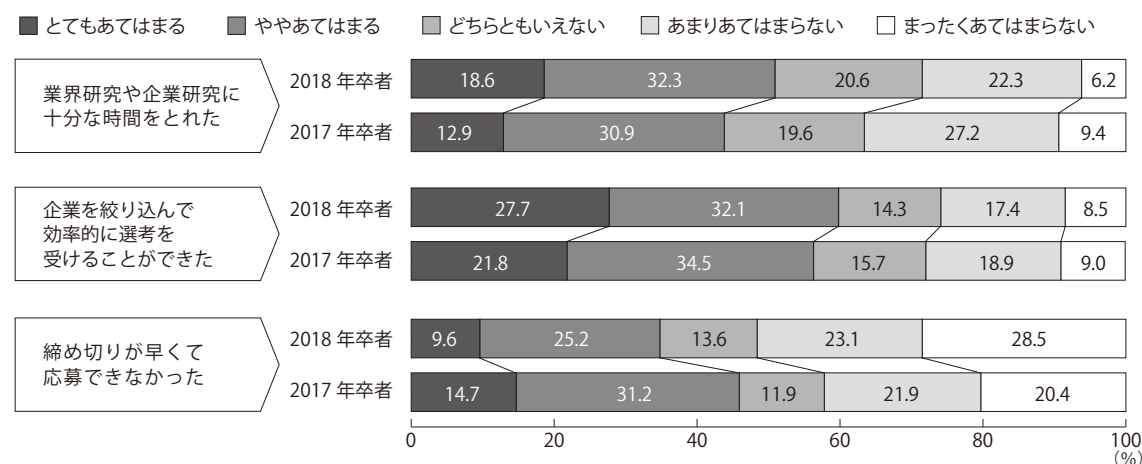
■「安定している」が選社理由のトップ

当初企業を選ぶ際に重視していた点と、その企業への就職を決めた理由に変化はあっただろうか。今年1月時点の就職先企業を選ぶ際に重視する点と、9月時点の就職決定企業に決めた理由を比較してみた(図3-⑦)。初期の企業選びで重視していた点でも、就職先を決めた理由でも、1位は「安定している」だった。ただし、就活初期には半数近くの学生が選んだのに対し(47.6%)、就職先決定

時の9月では31.6%と大幅に減少した。他にも、当初順位の高かった「将来性がある」、「給与待遇が良い」は大きくポイントが減少。逆に「社会貢献度が高い」、「仕事内容が魅力的」などがポイントを伸ばした。当初は、労働条件に関する項目が上位を占めていたものの、就職先の決定においては、セミナーやインターンシップなど企業や社員との関わりを通して、自身の価値観と企業の雰囲気が合っているかという点や、やりたい事と仕事内容がマッチしているかなど、マッチングを重視して判断したようだ。

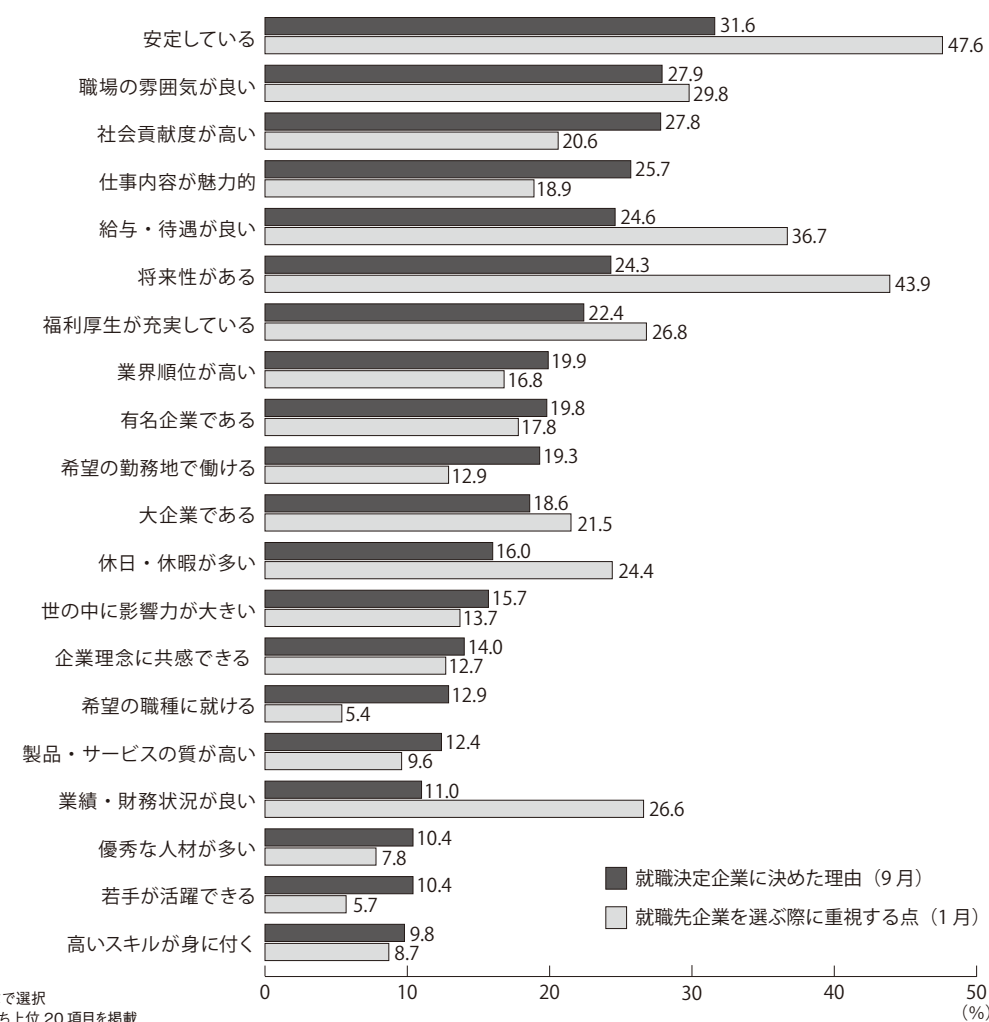
しかしながら、短期決戦と言われる今年の就活戦線においては、企業理解があまり深まっていなまま就職先を決めてしまう学生も多い。学生からは、「あっさり内定をもらって就職先を決めたので、入社までにもう少し企業理解を深めなければ」といった声も聞かれた。入社後のギャップを軽減させ、定着や早期の活躍につなげるためには、入社前に仕事理解や企業理解を深めるためのフォローが不可欠だろう。

■ 3-⑥ 就職活動を振り返って



(資料出所) ディスコ「キャリアス就活 学生モニター調査」(2017年7月)

■ 3-⑦ 就職先企業の選択基準



*それぞれ5つまで選択
*全31項目のうち上位20項目を掲載
(資料出所) ディスコ「キャリアス就活 学生モニター調査」(2017年1月、9月)

学生の声

「2018年卒 キャリタス就活 学生モニター調査」(2017年7月)より

■自身の就職活動を振り返って

- しっかりと業界研究ができていたおかげで効率的に選考に挑めた。 <文系男子>
- 昨年の夏から様々な業界、企業のインターンシップに参加し、自分に合う業界や企業を見つけることができた。結果、自信を持ってエントリーする企業を絞り込むことができたので、4月下旬以降はスケジュールに余裕があった。 <文系女子>
- 3月の頭に企業にエントリーする前に、どれだけ企業の情報を収集した上で、就職活動の戦略を講じられるかが非常に肝要である。 <理系男子>
- 短期決戦と言われているものの、私は3年の夏から活動していたため、就職活動が非常に長く感じた。しかし準備に多くの時間を割くことができたため、満足のいく活動ができた。 <文系女子>
- 学業と就職活動の両立が難しく、趣味や睡眠の時間を減らさなければならなかったのが、気力的にも体力的にもつらかった。 <理系女子>
- ニュースや新聞で売り手市場だと言われていたのに、逆にプレッシャーになっていた。 <文系女子>

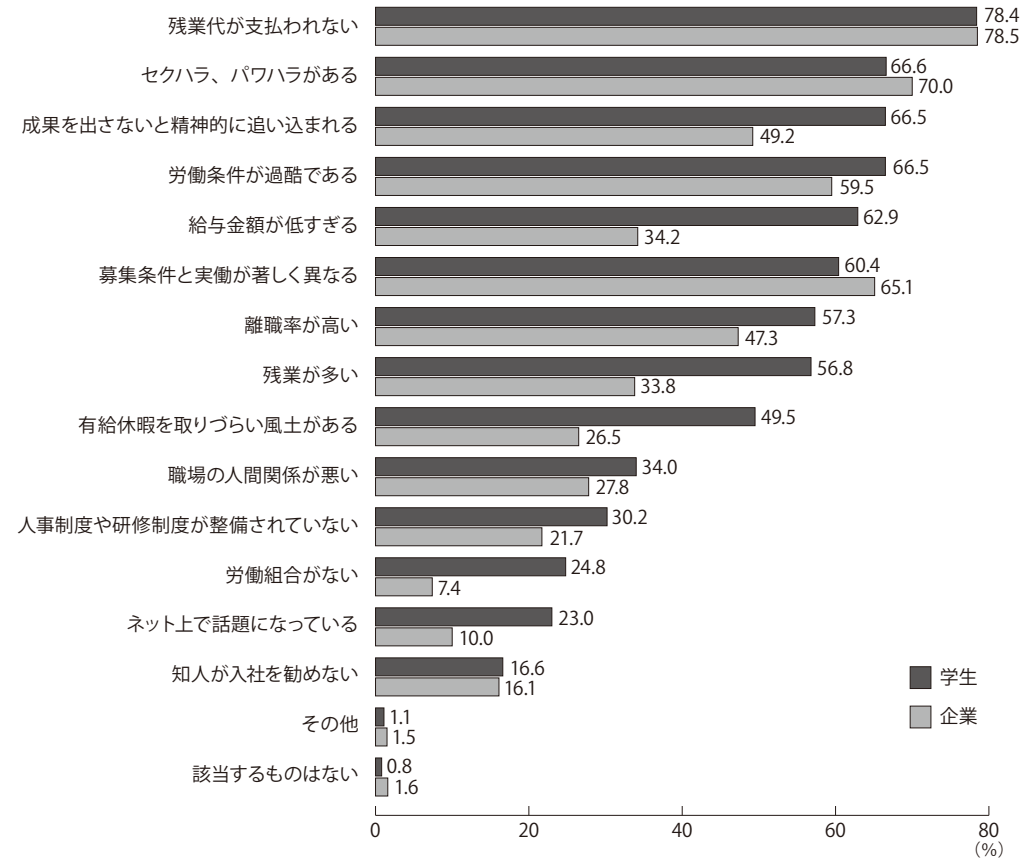
■就職活動に関して思うこと

- 地方学生はインターンシップに行くためにお金がかかるので、あまりインターンシップに参加しなかったが、後悔している。 <理系女子>
- 短期決戦だというのは本当に実感します。3月1日以前に受ける企業をかなり決めておかないと、乗り遅れると思います。 <文系男子>
- 売り手市場という言葉が先行して適当に就活している学生が多い気がした。 <理系男子>
- 志望順位を決めたつもりで挑んだが、実際に複数内定が出ると決められなくなってしまい、結果が出る前に突き詰めて自己分析を行うことが重要だと感じ、後悔した。 <文系女子>
- 事実上の内々定を出した学生を拘束する企業の意向は理解できる。でも就活生としては、「納得するまで就活を続けて」という姿勢の企業のほうが魅力的に思えるし、入社後も大切に扱ってくれそうに思える。 <文系男子>
- 非常に楽な就活だったが、だからこそ、入ってからキャリアをしっかりと考えないといけないなと感じている。 <理系男子>

◇参考データ③ ブラック企業について

■「ブラック企業」だと思ふ条件 《企業調査》《学生調査》

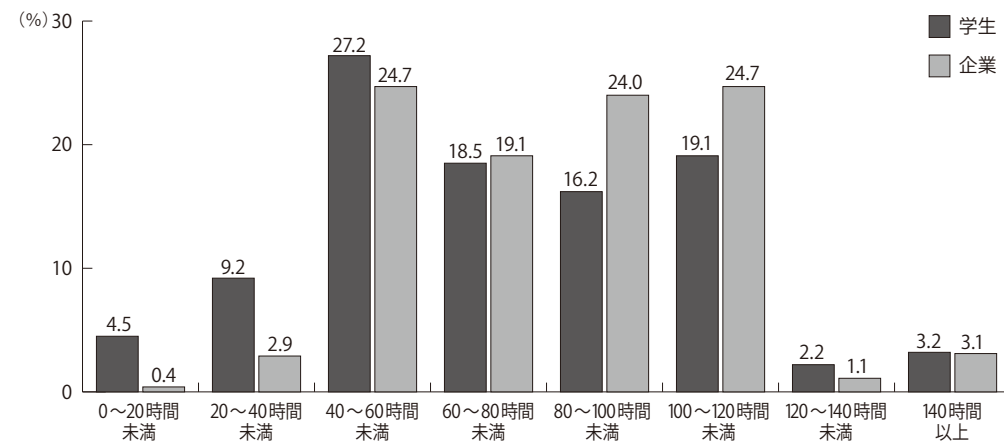
「働き方改革」で労働環境の改善が社会的注目を集める中、ブラック企業の問題は学生にとって大きな関心事となっている。「ブラック企業」だと思ふ条件について採用担当者と学生の双方に尋ねたところ、両者とも「残業代が支払われない」がトップだった。全体的に学生のほうがより多くの項目を選んでおり、厳しい目で見ていることが読み取れる。



(資料出所) ディスコ「キャリアタスク 学生モニター調査」(2017年10月)
ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■「ブラック企業」になると思ふ目安【1カ月の残業時間】 《企業調査》《学生調査》

「1カ月の残業時間」が何時間を超えたらブラック企業になると思ふか、目安となる数字を尋ねた。両者とも最も多いのは「40～60時間未満」(学生27.2%、企業24.7%)だが、採用担当者は「100～120時間未満」が同率で(24.7%)、「80～100時間未満」(24.0%)が僅差で続くなど、より長時間を目安にする傾向が見られた。



(資料出所) ディスコ「キャリアタスク 学生モニター調査」(2017年10月)
ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

第4章 来期以降の見通し

■ 旺盛な採用意欲は維持される見込み

- 2019年卒者の採用が「増える見込み」は19.9%で、「減る見込み」は6.2%
- 金融業界は「減る見込み」が「増える見込み」を大きく上回る

■ インターンシップに注力する企業はさらに増加

- 2019年卒の採用で注力したいことは「インターンシップの実施・見直し」がトップ。「プレ期の活動」が前年より大きく増加(34.8%→45.8%)

■ 「就職情報サイトへの情報掲載」が依然主流

- 採用活動での利用メディアは「就職情報サイトへの情報掲載」が実績・予定ともトップ
- 早期対策に力点を置く企業が増えたことで、「大学への求人票」は割合が低下

■ 企業の動き出しは早まる見通し

- 「3月採用広報解禁、6月選考解禁」の3年目を迎え、企業の動き出しはさらに早まる可能性
- 面接開始は4月、内定出し開始は6月が最多となる見込み

第4章 来期以降の見通し

■ 旺盛な採用意欲は維持される見込み

7年連続で回復を続け、売り手市場が定着しつつある新卒採用マーケットだが、採用担当者の関心事は「この逆風はいつまで続くのか」ということではないだろうか。今後の変化を予測したい。

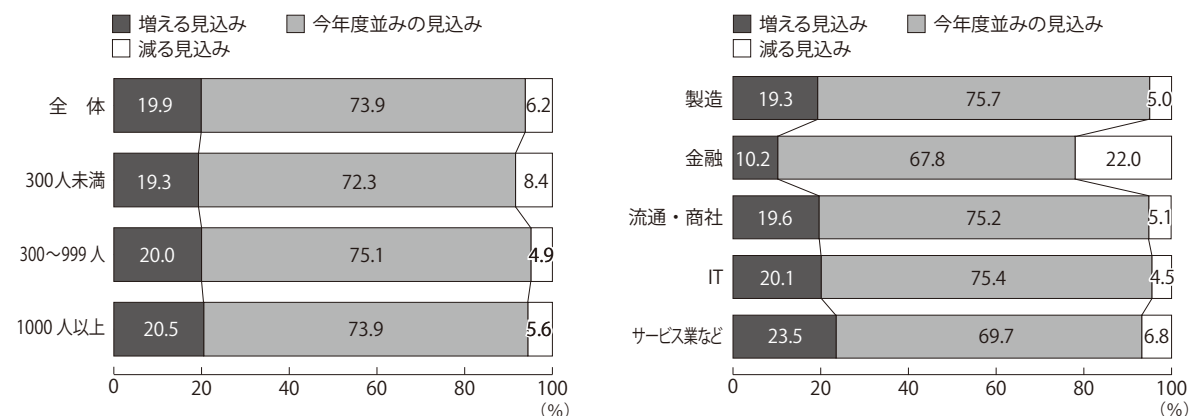
2019年卒者の採用見込みについて尋ねたところ(図4-①)、「増える見込み」と回答した企業は19.9%で、「減る見込み」(6.2%)の3倍以上に上った。「今年度並み」と回答した企業は全体の73.9%。従業員規模別の大きな差はなく、いずれの規模でも「増える見込み」が「減る見込み」を大幅に上回った。人手不足の悩みは中小企業においてより深刻であり、採用難が続いているが、この結果を見る限り、規模によらず採用意欲の高さは来期も維持されそうだ。

ただし、業界別の比較では、「金融」において「減る見込み」(22.0%)が「増える見込み」(10.2%)を上回っている。

メガバンクが相次いで組織のスリム化を掲げて大規模な事業見直しに動くなど、採用抑制の方向にある。採用規模の大きな業界だけにその影響が目立つ。その他の業界では、いずれも前年より「増える」が「減る」を大幅に上回り、「IT」「サービス業」では「増える見込み」との回答が2割を超える。18卒採用で思うように人数を確保できていない業界において、より積極的な姿勢が目立つ。採用拡大の動きは堅調であり、現段階では売り手市場は当面続くものと考えられる。

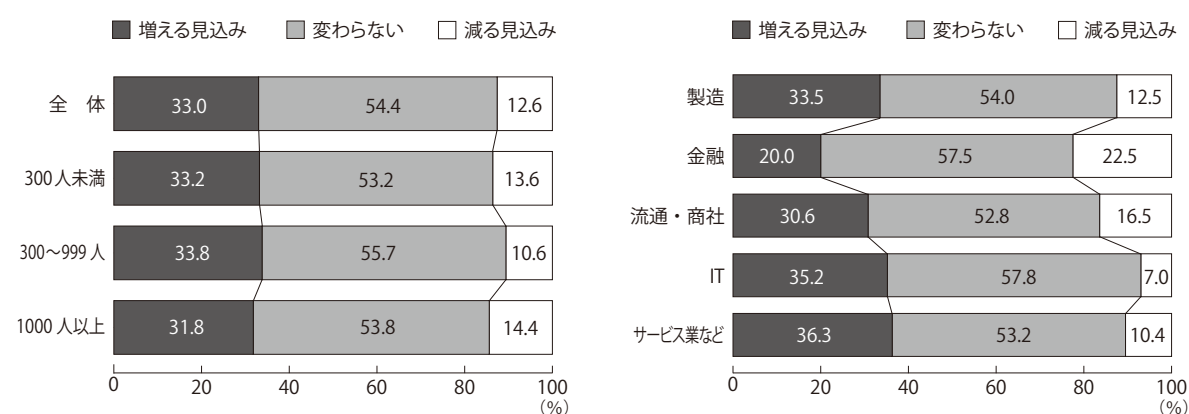
採用数の増加に伴い、予算も増加傾向が表れている(図4-②)。「増える見込み」と回答したのが33.0%であり、「減る見込み」(12.6%)と比較すると、その差は2倍以上。どの規模でも「増える」は3割を超えている。業界別では、とりわけ「IT」「サービス業」で「増やす」という回答割合が高く、採用意欲の高い業界ほど予算も増加する傾向が見られ、必要な費用をかけて人材を確保しようとする姿勢が見て取れる。

■ 4-① 2019年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 4-② 2019年3月卒業予定者の採用予算(従業員規模別・業界別)



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ インターンシップに注力する企業はさらに増加

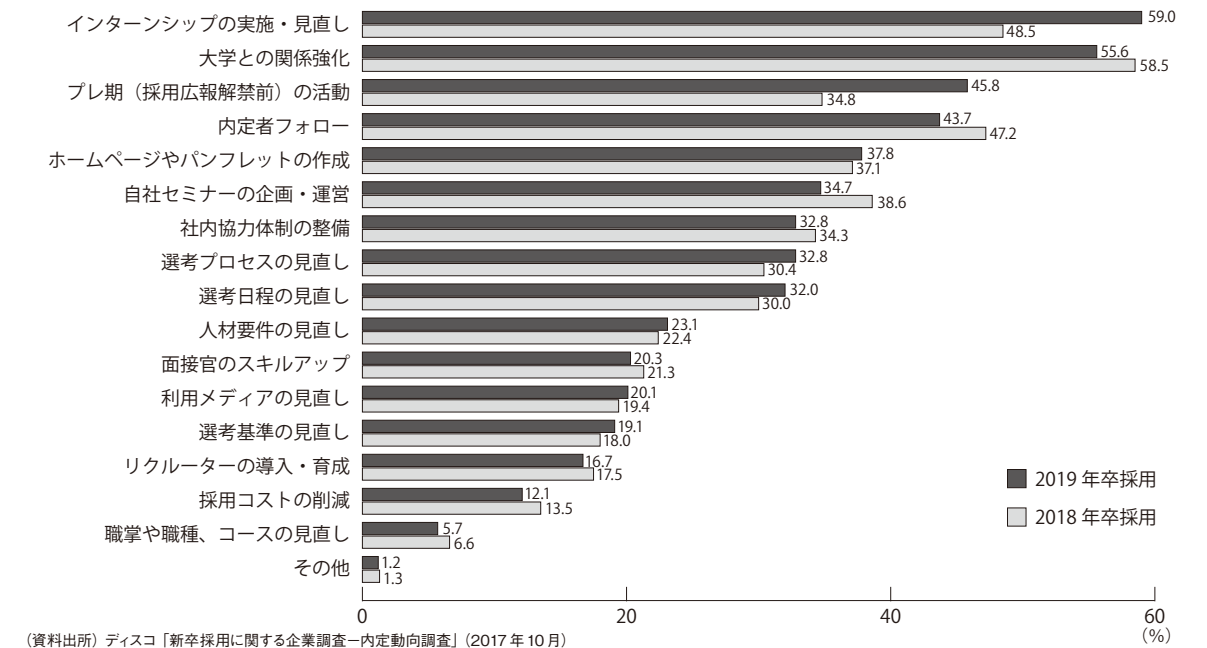
採用活動で注力したいことを尋ね、前年調査と比較してみた。前年調査では「大学との関係強化」が最も多かったが、今回は「インターンシップの実施・見直し」が1位になった。ポイントも48.5%から59.0%へと10ポイント以上伸び、より多くの企業で課題として捉えている様子がわかる。採用広報期間の3カ月間で、学生に理解を深めてもらうのは限界があるとの考えから、採用広報開始前の早い時期から学生と接触できる機会として、インターンシップを重要視する企業が増えている。

1日型のインターンシップが解禁されたことで、これま

で5日間以上のプログラムしか実施していなかった大手企業においても、新たに1日型を実施する動きが広がっている。採用との線引きが曖昧で、事実上の選考になっているという指摘もあるが、インターンシップがますます増えることは疑いようもない。

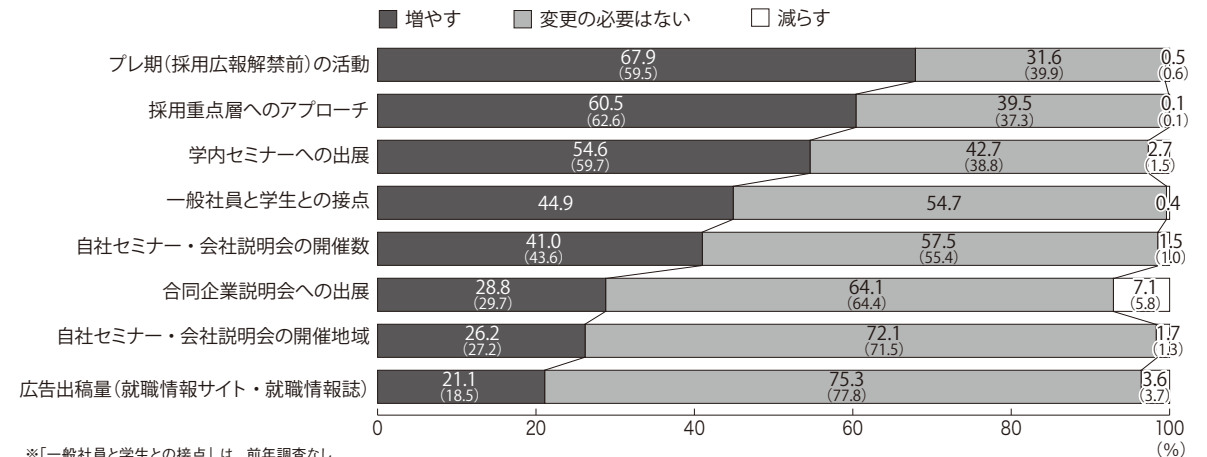
注力したいことで前年調査から最もポイントを増やしたのは「プレ期の活動」だ。11.0ポイント増加し(34.8%→45.8%)、前年の6位から3位へと浮上した。「プレ期の活動」は採用活動で必要だと思う対応においても「増やす」と回答した割合が最も高く、ポイントも上昇している(59.5%→67.9%)(図4-④)。質を担保しながら量(採用数)も拡大するという高度な採用活

■ 4-③ 2019年卒採用で注力したいこと



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 4-④ 2019年卒者の採用活動で必要だと思う対応



※「一般社員と学生との接点」は、前年調査なし
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

第4章 来期以降の見通し

動は来期も維持される見込みであり、そのため、早期からの採用広報にますます力を入れざるを得ないのだろう。

■「就職情報サイトへの情報掲載」が依然主流

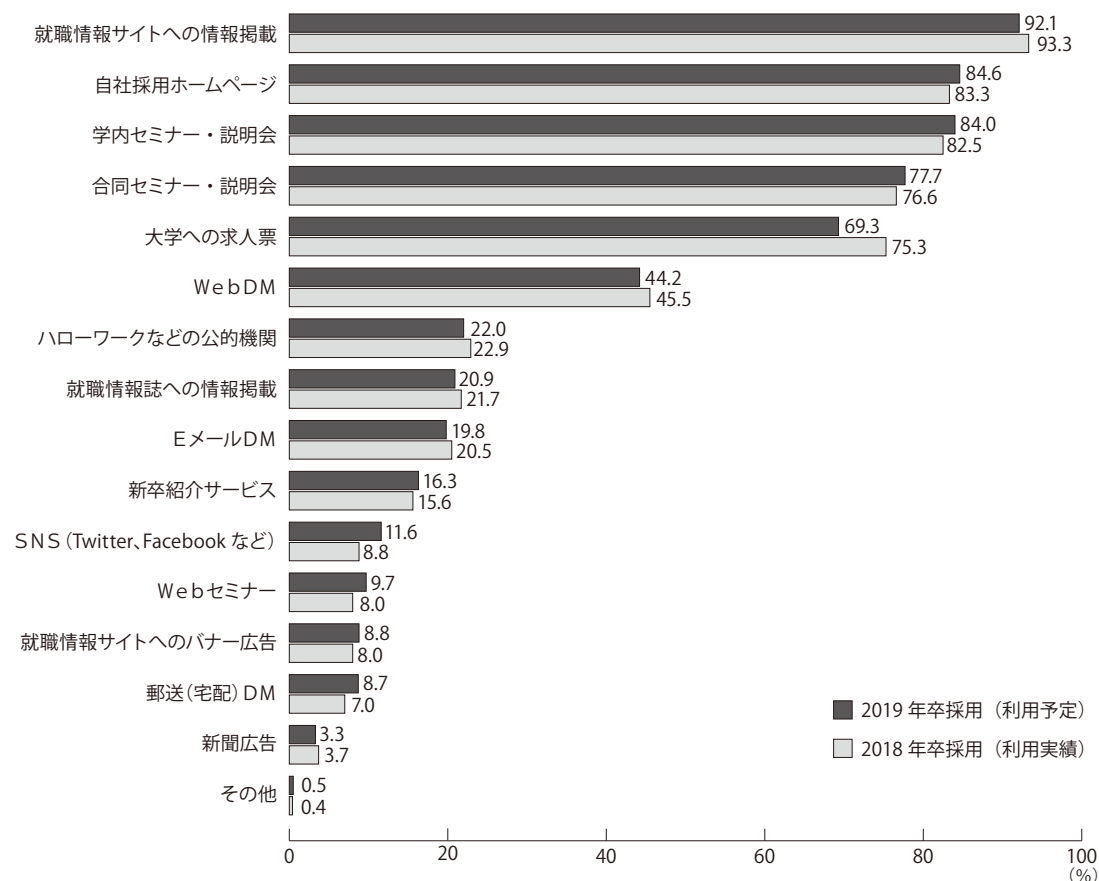
続いて、採用広報について具体的に見てみよう。2019年卒採用で利用予定のメディアやサービスを尋ね、前年の利用実績と比較した(図4-5)。

最も多いのが「就職情報サイトへの情報掲載」で、実績・予定ともに9割を超えている。次いで、「自社採用ホームページ」(84.6%)と「学内セミナー・説明会」(84.0%)が僅差で続き、「合同セミナー・説明会」(77.7%)までが7割を超える。

「大学への求人票」の割合が低下しているのが目立つが(75.3%→69.3%)、早期対策に力点を置く企業が増えたことで、減少していると見ることができる。早期アプローチでうまく結果が出ない場合など、後半戦に求人票を活用する企業が増える可能性はある。

1社あたり平均6～7項目を選択しており、多岐にわたるメディアやサービスを利用して採用広報に注力しようとしている姿勢が読み取れる。

■ 4-5 採用広報の利用メディア・サービス



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)

■ 企業の動き出しは早まる見通し

2019年卒の採用活動は、「3月採用広報解禁、6月選考解禁」の3年目となるが、企業は具体的にどのようなスケジュールで採用活動を進めようとしているのだろうか。

まず、自社セミナーの開始時期であるが(図4-6)、採用広報開始時期の「3月」が最も多いものの(63.1%)、今期(71.3%)より割合が下がり、3月より前に開始する企業が増える見込みだ。

次に、面接の開始時期を見てみると(図4-7)、引き続き「4月」が最も多いが(35.1%)、割合はやや下がり、代わりに3月以前という回答が増加している(計33.7%→38.6%)。「5月」も今期より減少するなど(14.5%→11.7%)、4月以降は軒並み減少。面接の開始時期も前倒す動きが見られる。選考解禁月である「6月」という回答は12.4%にとどまり、解禁前に面接を開始する予定の企業は合計で8割を超えて(85.4%)。

一方、内定出しについてはやや慎重な姿勢が見られる(図4-8)。今期は「5月」が3割を超えて最も多かったが、来期については「6月」が最も多くなる見込みだ

(27.6%)。4月から6月にかけてはほぼ同率で、山が分散しているのが見て取れる。2018年卒採用では内定辞退者が増えた企業が目立ったが、早期の内定出しに一因があると考え、改善に乗り出す企業があるのだろう。ただし、解禁前の5月までの割合を合計してみると65.4%となり、6割を超える。日程ルールは来期もまた形骸化しそうだ。

学生・企業ともに最適なスケジュールはいつなのか、その議論は尽きないが、時期の見直しが一旦落ち着いたことで、より本質的かつ切実な問題、つまり、「自社にとって必要な人材はどのような人物で、そうした人材をいかに見極め、確保するか」といった点にフォーカスされるように思われる。企業は優秀な人材の獲得に向け、これまで以上に知恵を絞る必要性に迫られている。

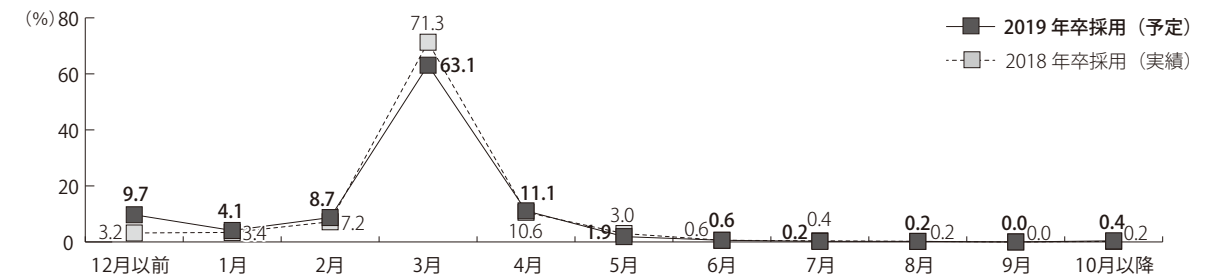
政府が進める「働き方改革」における残業時間規制新

設や、過労死を巡る報道などから、長時間労働を見直す動きが広がり、学生側も働きやすさに高い関心を示すなど、企業選びの条件も変わりつつある。売り手市場という好環境と相まって、彼らが企業を選ぶ目は厳しくなっている。

各企業も自社の「働き方改革」という決して低くはないハードルに取り組まざるを得ない状況だ。働きやすい組織作りが、結局はいい人材を採用する最良の方法だというのは決して言い過ぎではないだろう。

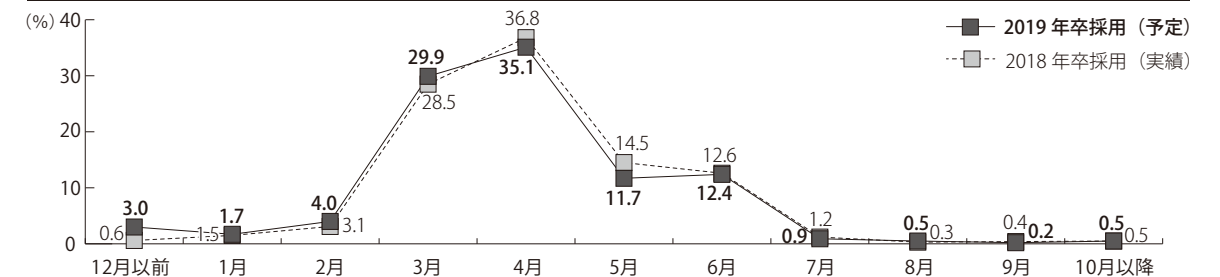
少子化による若年層の労働力不足は避けようがなく、新卒採用難の時代がしばらく続く可能性は高い。必要な人材を確保できるかどうかは、経営上の死活問題である。「新卒一括採用の見直し」などの議論が開始されるなど、より根本的な議論も生じる中、2019年卒の採用戦線は間もなく本格化しようとしている。

■ 4-6 自社セミナー開始時期



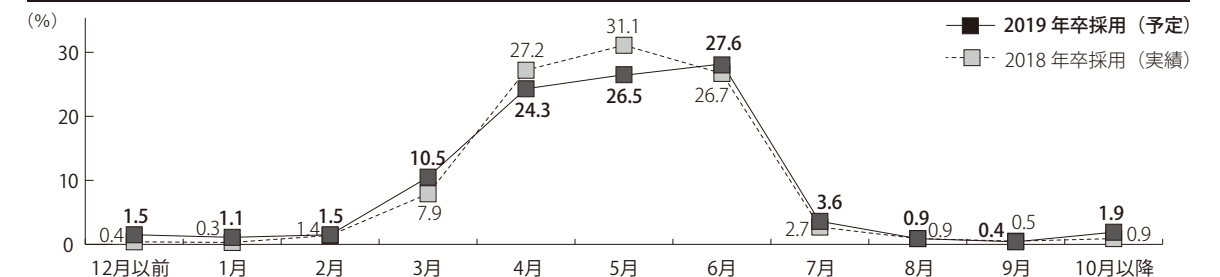
(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)
ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 4-7 面接開始時期



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)
ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■ 4-8 内定出し開始時期

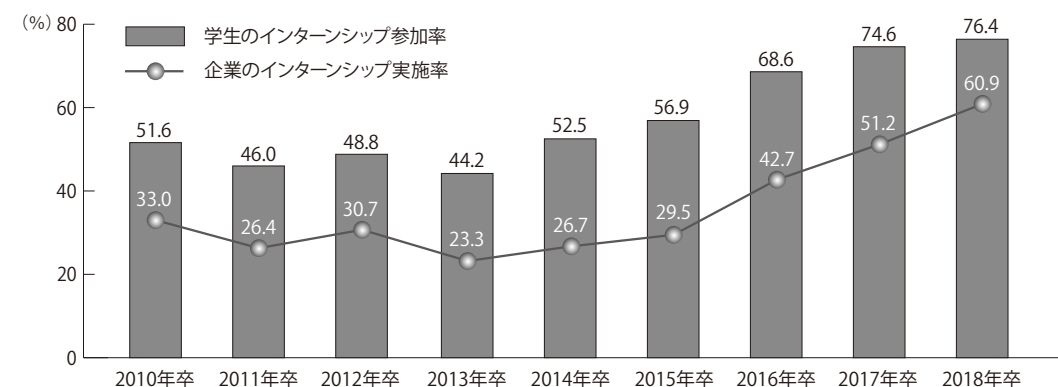


(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2017年10月)
ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

◇参考データ④ インターンシップ

■インターンシップ実施・参加状況 《企業調査》《学生調査》

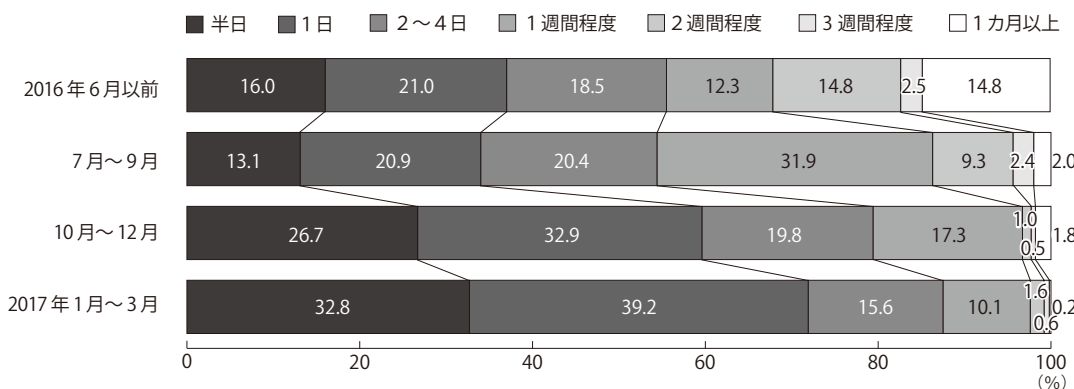
企業のインターンシップ実施率は、近年上昇を続け、現在6割を超える(60.9%)。3年前は29.5%だったので、実施率は2倍以上に。それに伴い、学生のインターンシップ参加率も増加。2018年卒者では7割強に上った(76.4%)。



※学生は各年とも3年生の11月調査
 ※企業の実施率は、3年生時に参加と仮定して作図。2018年卒は2016年度実施
 (資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-採用方針調査」(各年2月)※2017年卒以降は7月調査
 ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(各年11月)

■インターンシップ参加時期別の参加期間 《学生調査》

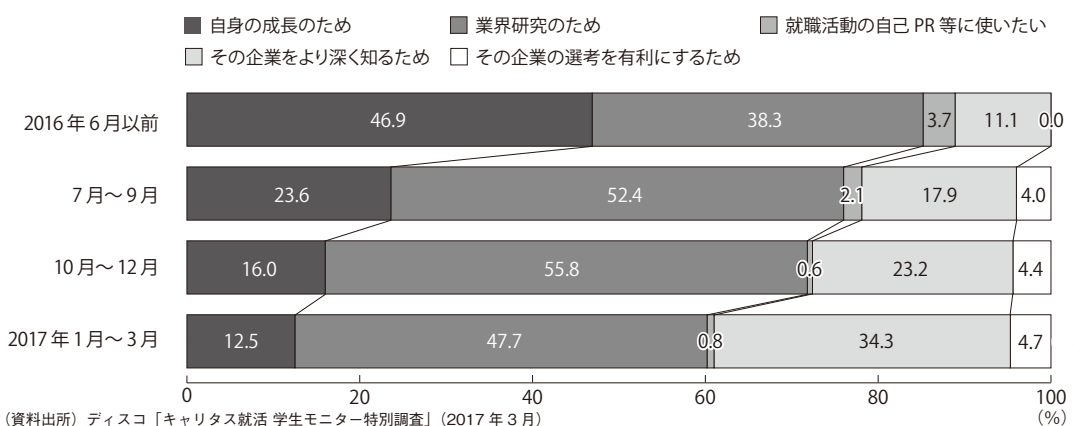
インターンシップ参加時期別に参加期間を見ると、9月までは2週間以上のインターンシップへの参加が多いが、10月以降になると「1日」や「半日」の占める割合が急増。1月～3月では1日以内のショートプログラムが7割以上を占める(72.0%)。



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター特別調査」(2017年3月)

■インターンシップ参加前後の就職志望度の変化 《学生調査》

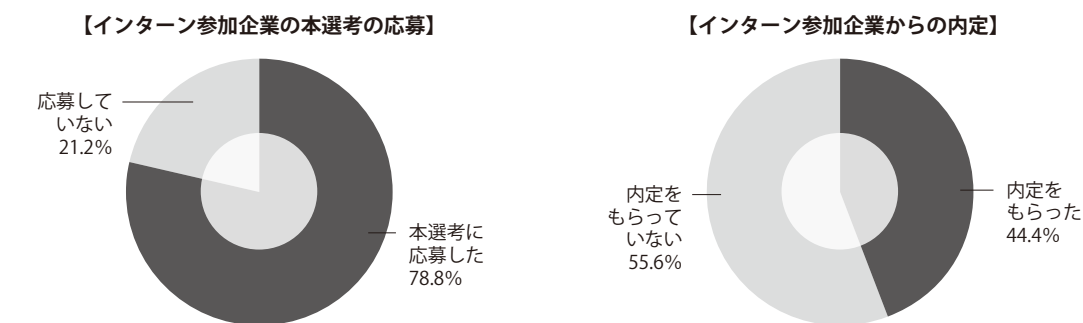
参加時期別に参加目的を見ると、6月以前は「自身の成長のため」(46.9%)が最も多いが、7月以降は大きく減少。代わりに「その企業をより深く知るため」が増え、1～3月では3割を超える(34.3%)。参加時期によって、インターンシップへの参加目的が変化していることが見て取れる。なお、夏以降は「業界研究」を目的とする学生が半数を占める。



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター特別調査」(2017年3月)

■インターンシップ参加企業への本選考応募と内定 《学生調査》

インターンシップ参加経験を持つ学生の約8割(78.8%)が、インターンシップに参加した企業の本選考に応募している。さらに、本選考応募者の約半数(44.4%)がインターン参加企業からの内定を得ており、インターンシップが、本選考やその先の内定につながっている様子があらわれている。

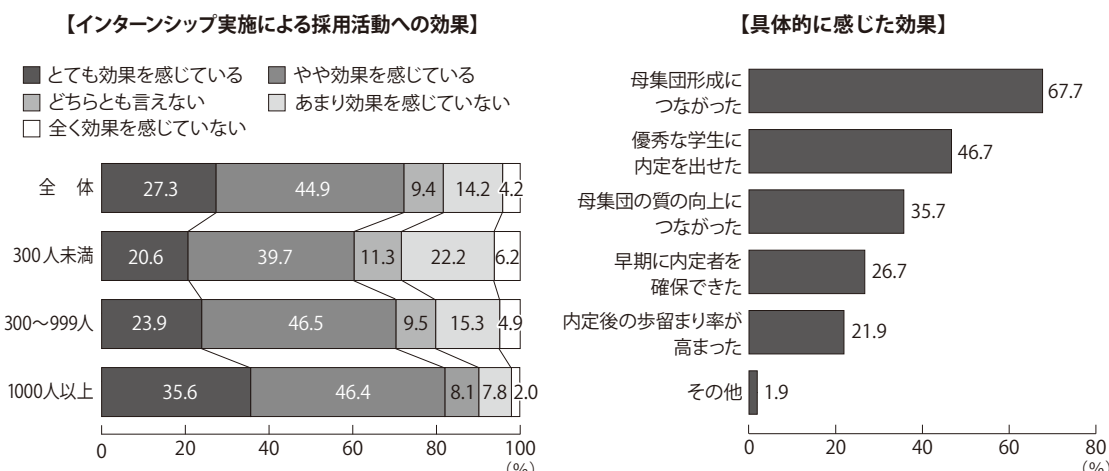


*インターンシップ参加経験者が回答
 (資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年6月)

*インターンシップ参加企業の本選考応募者が回答

■インターンシップの採用活動への効果 《企業調査》

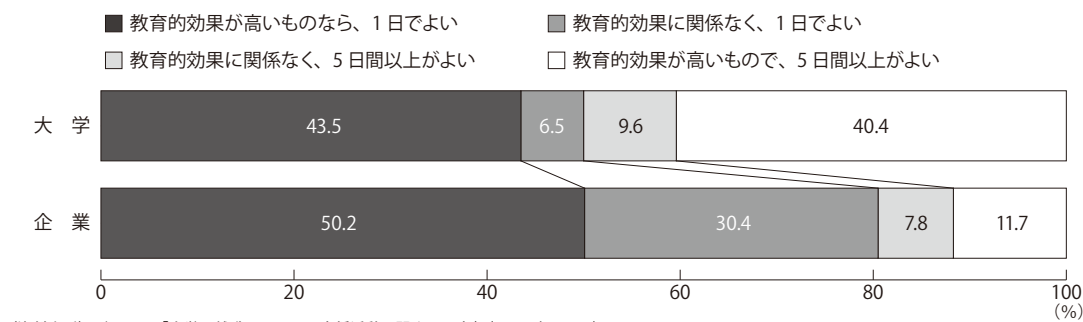
従業員規模に関わらず、インターンシップ実施企業の7割強(計72.2%)が、実施による採用活動への効果を感じている。具体的な効果としては、「母集団形成につながった」が6割強(67.7%)で最も多く、「優秀な学生に内定を出せた」(46.7%)が続く。



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

■インターンシップの実施日数についての考え 《企業調査》《大学調査》

インターンシップの実施日数についての考えを大学と企業それぞれに尋ねた。企業、大学ともに「教育的効果が高いものなら、1日でもよい」が最も多いが、企業側は「教育的効果に関係なく、1日でもよい」と合わせて8割を超えるのに対し、大学側は「教育的効果が高いもので、5日以上がよい」と合わせて8割超で、「教育的効果」を強く求めていることが分かる。企業と大学のインターンシップに対する考えの違いが浮き彫りになった。

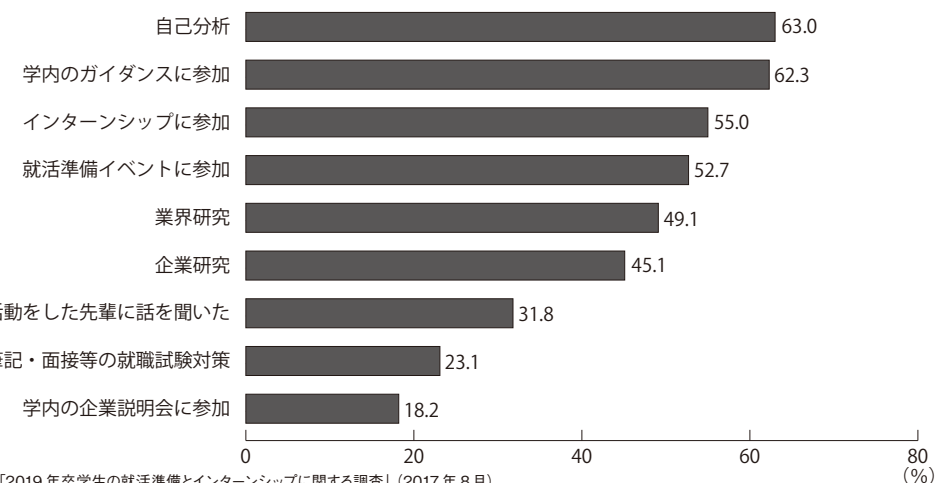


(資料出所) ディスコ「大学の就職・キャリア支援活動に関する調査」(2017年10月)
 ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2017年7月)

◇参考データ⑤ 2019年卒学生調査より

■就職活動準備でこれまでにやったこと <<学生調査>>

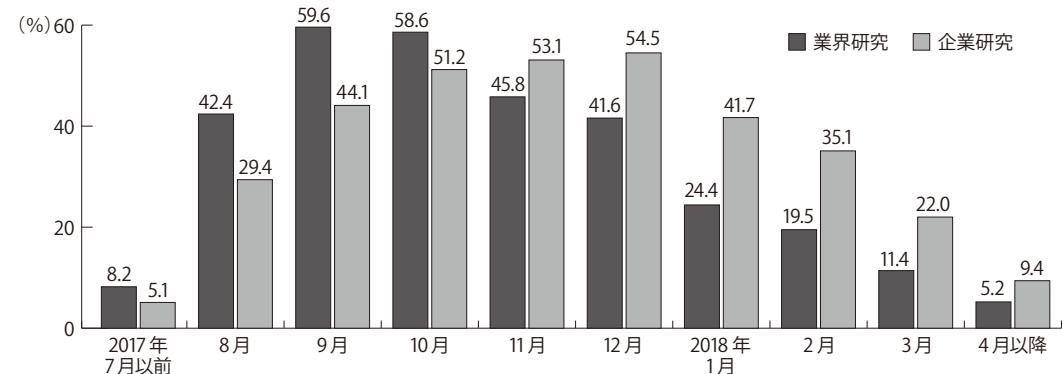
調査時点(8月中旬)までに行った就職活動準備の1位は「自己分析」、2位は「学内のガイダンスに参加」で、ともに6割を超える(63.0%、62.3%)。「インターンシップ」、「就活準備イベント」も半数強が参加。多くの学生が積極的に就活準備に取り組んでいる様子だ。



(資料出所) ディスコ「2019年卒学生の就活準備とインターンシップに関する調査」(2017年8月)

■業界研究・企業研究に力を入れたい時期 <<学生調査>>

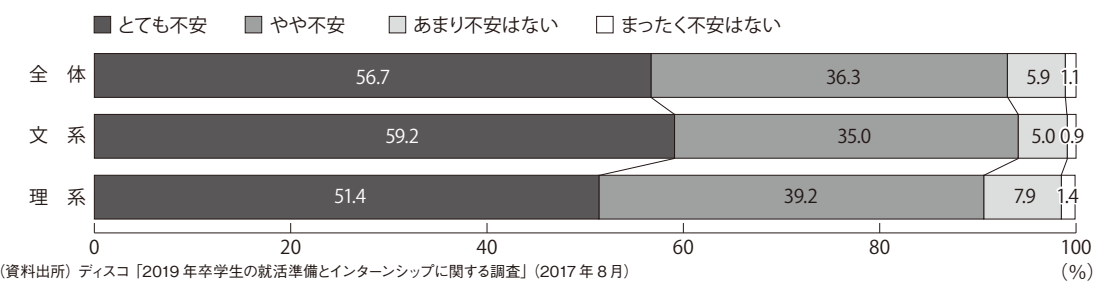
「業界研究に力を入れたい時期」として最も多いのは「9月」で約6割(59.6%)。「10月」(58.6%)が僅差で続く。「企業研究に力を入れたい時期」は、「12月」が54.5%で最も多い。夏から秋にかけて業界研究を進めて志望業界を固め、年内に企業研究に取り組みたいと考えている学生が多いようだ。



(資料出所) ディスコ「2019年卒学生の就活準備とインターンシップに関する調査」(2017年8月)

■就職活動への不安 <<学生調査>>

自身の就職活動への不安について尋ねた。「とても不安」と「やや不安」を足し合わせると不安を感じている学生は9割を超える(93.0%)。初めての就職活動を手探りで進めることに加え、インターンシップの事前選考に通らないことによる焦りから不安を感じる学生も少なくない。



(資料出所) ディスコ「2019年卒学生の就活準備とインターンシップに関する調査」(2017年8月)

調査概要

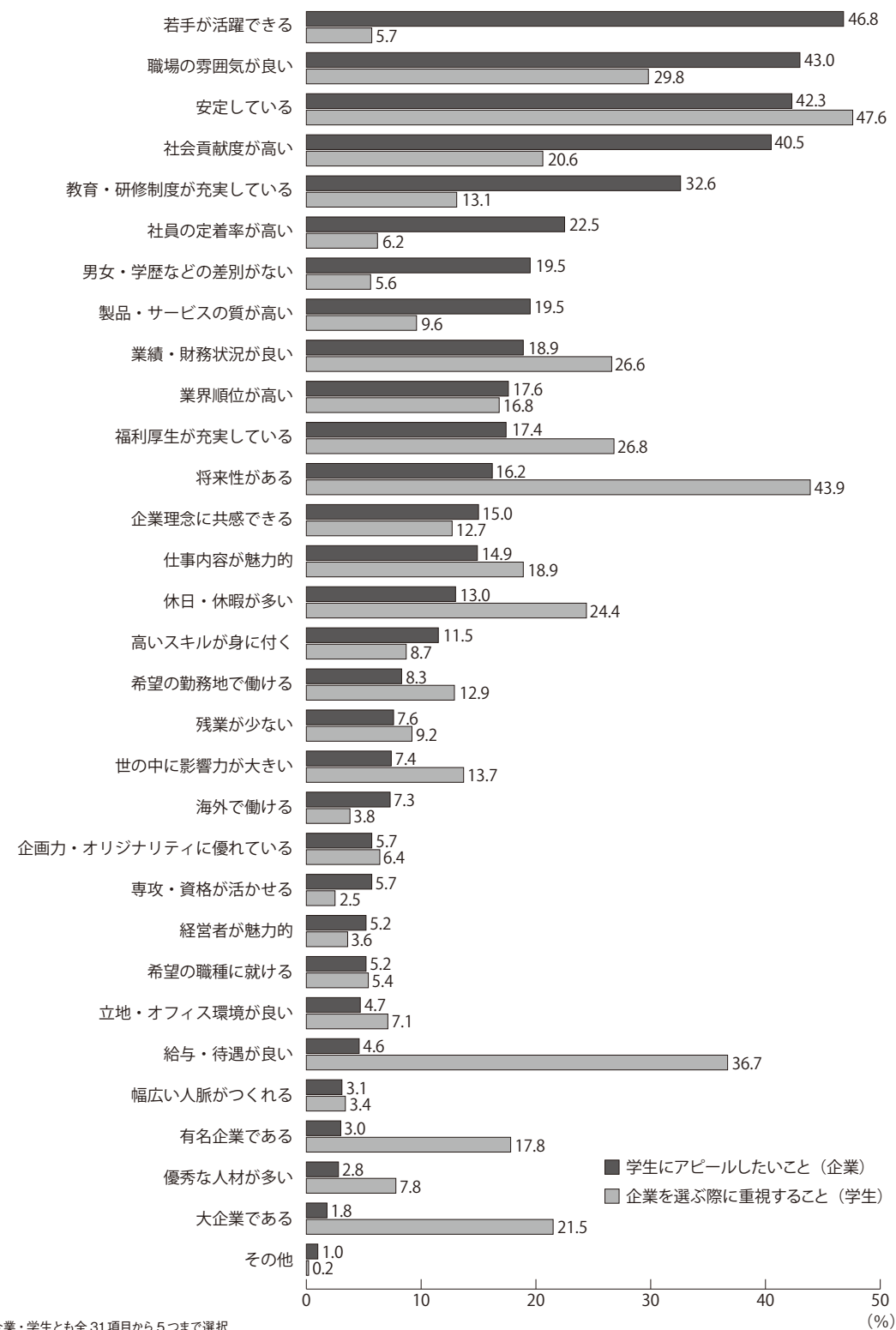
■2019年卒学生の就活準備とインターンシップに関する調査

調査対象：キャリアタス就活2019会員(2019年3月卒業予定の全国の大学3年生・大学院修士課程1年生)
 調査時期：2017年8月9日～8月17日
 回答者数：1320人(文系904人、理系416人)

◇参考データ⑥ 企業がアピールしたいこと

■企業がアピールしたいポイント/学生が企業選びで重視すること <<企業調査>><<学生調査>>

企業は自社のどのような点を学生にアピールしたいのかを尋ね、学生側に尋ねた「企業選びで重視すること」と比較してみた。企業側がアピールしたい点は「若手が活躍できる」(46.8%)がトップで、「職場の雰囲気が良い」(43.0%)、「安定している」(42.3%)と続く。しかし、「若手が活躍できる」は、学生側は僅か5.7%で、大きく乖離している。逆に、学生の方が高く企業が低い項目は、「将来性がある」や「給与・待遇が良い」など。学生が求めるものと、企業側が訴求したい点にズレが見られた。



*企業・学生とも全31項目から5つまで選択
 (資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2017年1月)
 ディスコ「新卒採用に関する企業調査-採用方針調査」(2017年2月)