

新卒採用に関する企業調査 (2022 年 2 月調査)

2023 年卒・新卒採用に関する企業調査－採用方針調査

新型コロナウイルス禍が長引く中で、2023 年卒の採用戦線がいよいよ本格的にスタートする。現行の採用日程ルールはすでに 7 年目を数えるが、どのような動きが予想されるだろうか。また、採用意欲の回復状況も注目される。企業の採用方針や施策について最新の状況を知るため、「キャリアタス就活」掲載企業など全国の有力企業を対象に調査を実施し、その特徴を分析した。

1. 2023 年 3 月卒業予定者の採用見込み

「増加」が 26.6%で、「減少」(6.0%)を大きく上回る。「増減なし」は 6 割

2. 自社の採用活動の見通し(難易度)

7 割近くが「厳しくなる」との見方を示した(68.0%)。「楽になる」は僅か(1.8%)

3. 2023 年卒採用のテーマ

「母集団拡大」が最多に。「プレ期の活動と早期接触学生をつなぎ止め」が大きく増加

4. 採用活動の開始予定時期

エントリーシート受付開始は 3 月上旬に集中。結果通知は 3 月末までに 7 割超が開始予定
面接開始は 3 月中旬が最多も、1 月以前が増加。内定出し開始は 4 月下旬が最多

5. 採用活動の方向性

早期から積極的に学生との接点を増やす傾向が顕著。幅広い層にアプローチする動きも

6. 選考時に重視する点/採用重点層の変化

人物重視での採用が大多数。志望度も重視。採用重点層の条件「ここ数年で変化」3 割超

7. インターンシップ等のプログラム(※)実施状況

今年度実施企業は 68.9%。前年度(63.3%)より増加。オンライン実施企業は 7 割超
参加学生への優遇策は「早期選考」が最多。非参加学生に比べて「1 カ月程度早い」4 割

8. 2022 年度のインターンシップ実施予定

6 割超が実施予定。うち、受け入れ枠を「増やす」企業が 2 割。夏季の開催が増える見込み

9. 2022 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

選考終了企業は 83.1%。充足率の平均は 82.9%。ともに前年同期をやや下回る

※「インターンシップ(就業体験を伴う複数日程のプログラム)」に限定せず、1 日以内のプログラム等も含めて尋ねた

《 調査概要 》

調査対象 : 全国の主要企業 15,964 社
調査時期 : 2022 年 1 月 31 日 ~ 2 月 9 日
調査方法 : インターネット調査法
回答社数 : 1,212 社

《従業員数》

~299人	300~999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
428社	480社	304社	488社	724社	251社	961社

《業種》

《株式》

《地域》

北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
67社	83社	552社	189社	163社	95社	63社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

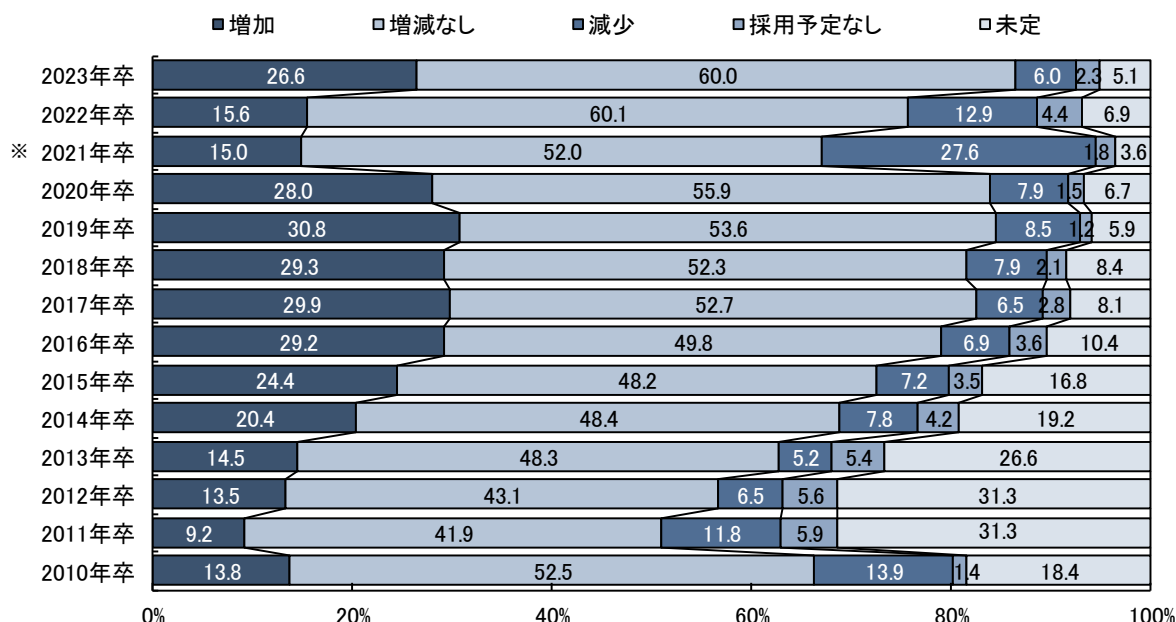
1. 2023年3月卒業予定者の採用見込み

2023年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねた。前年（今春入社予定者）よりも採用数を「増加」と回答した企業は全体の26.6%。これに対し「減少」は6.0%で、「増加」が「減少」を約20ポイント上回る。また、「増減なし」が60.0%で、あわせて8割以上が今春以上の採用数を予定している（計86.6%）。

新型コロナウイルス感染拡大を受け、2021年卒では採用抑制に転じた企業が少なくなかったが、翌22年卒採用では早くも回復基調が見られた。そして、今回の調査結果から、回復基調は23年卒も続くと見てよさそうだ。

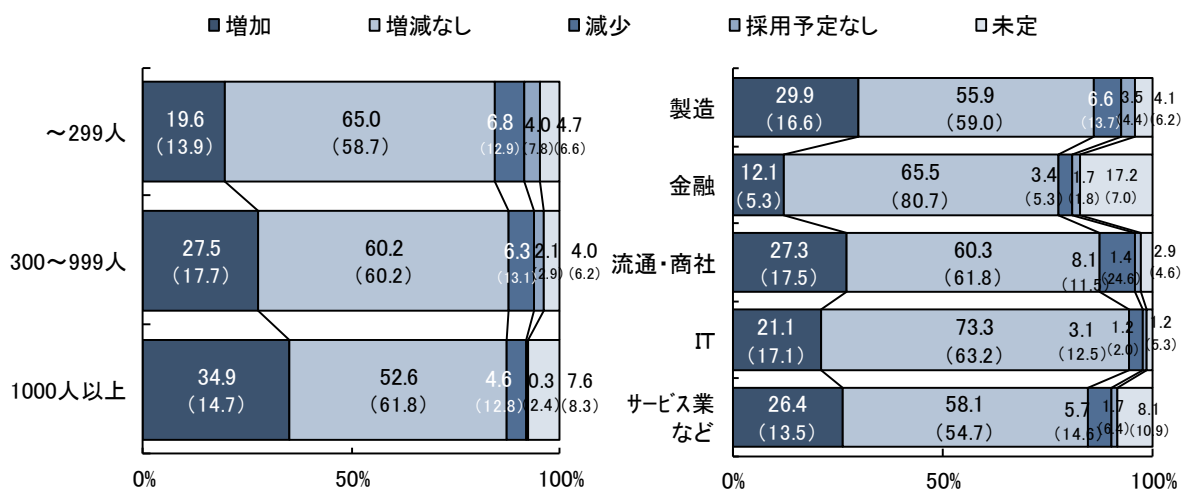
採用意欲は従業員規模が大きくなるほど高く、従業員1000人以上の企業において3割超（34.9%）が「増加」と回答。新卒採用マーケットは大手企業に牽引される形で回復していることが読み取れる。業界別では、いずれも「増加」が「減少」を上回るが、業界によりばらつきが見られる。

採用見込みの推移(全体)



※各年2月調査。ただし、2021年卒は7月調査。

2023年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)

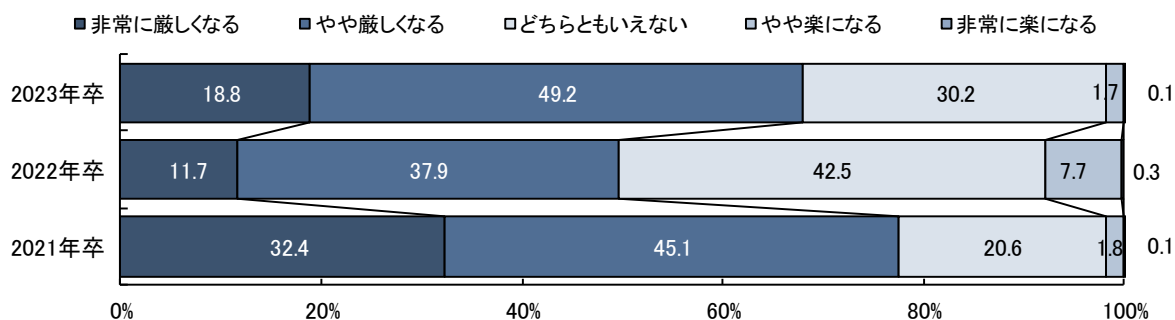


※()内は2021年2月調査の数値。

2. 自社の採用活動の見通し（難易度）

採用活動の見通しを尋ねると、「非常に厳しくなる」と「やや厳しくなる」という回答がそれぞれ前年調査よりも増加し、合わせて 7 割近くが「厳しい」との見方を示した（計 68.0%）。一方で、「楽になる」と見る企業はほとんどない（計 1.8%）。前ページで確認したように、大手を中心に採用数は増加する見込みであり、採用数確保に向け危機感を抱く企業が増えているようだ。

自社の採用活動の見通し

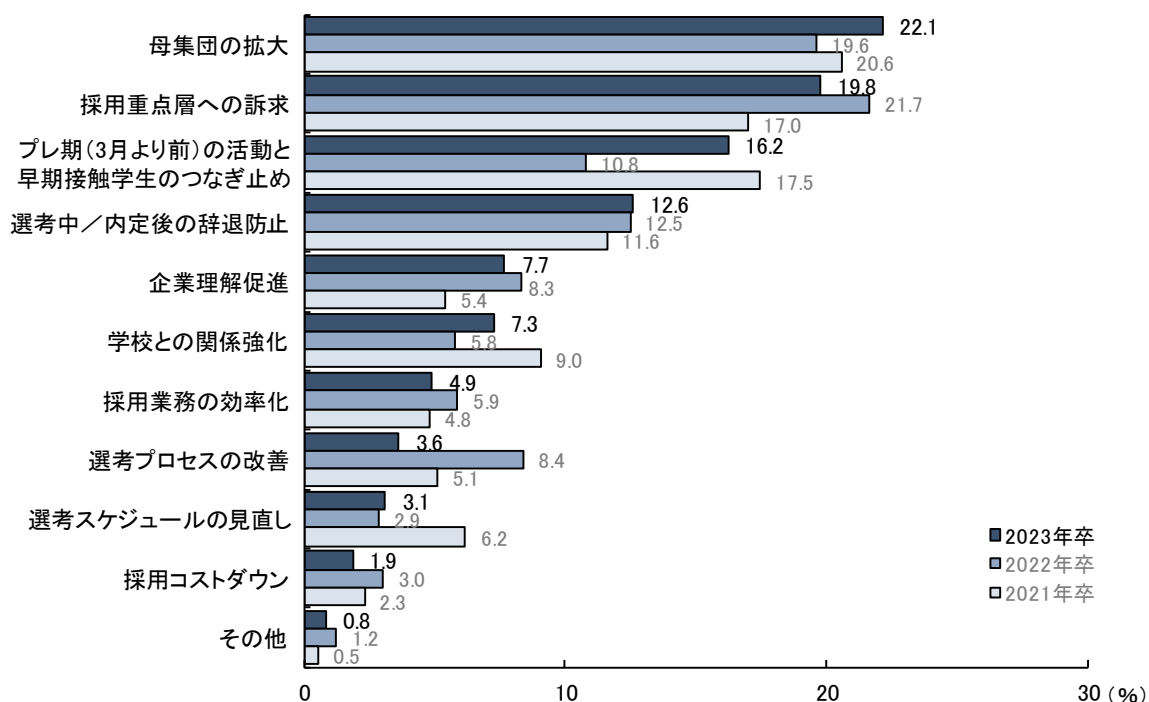


3. 2023 年卒採用のテーマ

採用の一番のテーマとして最も多くの企業を選んだのは、「母集団の拡大」（22.1%）。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。前年調査で最多だった「採用重点層への訴求」は、ややポイントが減ったものの、依然として約 2 割の企業を選んでいる（19.8%）。オンライン中心の採用活動が続く中で、ターゲットとなる学生に自社の魅力をいかに伝えるかを課題とする企業も少なくないのだろう。

また、「プレ期（3 月より前）の活動と早期接触学生のつなぎ止め」は大きくポイントが戻り（10.8%→16.2%）、コロナ禍で手薄になった早期戦略を再び強化する動きが見られる。

2023年卒採用の一番のテーマ *1つだけ選択

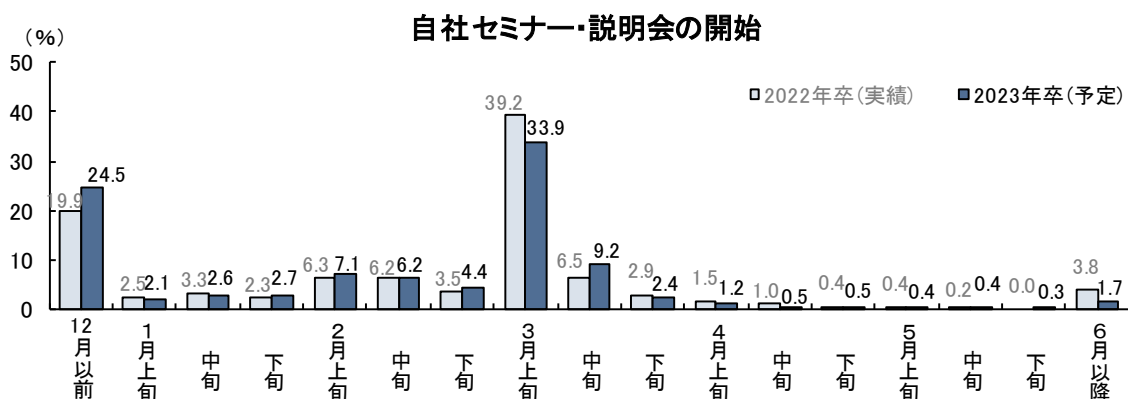


4. 採用活動の開始予定時期

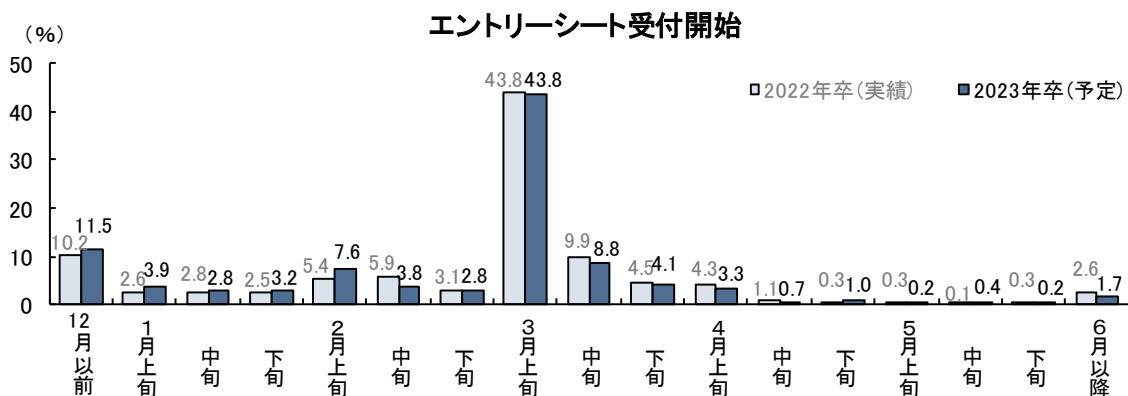
「3月採用広報解禁、6月選考解禁」という採用の日程ルールは7年目を数える。企業は具体的にどのようなスケジュールで進めようとしているのだろうか。

自社セミナー・説明会の開始は3月上旬が最も多く（33.9%）、今年も採用広報解禁直後が開始のピークになる見込みだ。ただし、12月以前に既に開始したという企業が2割以上に上るなど（24.5%）、動き出しの早さが確認できる。

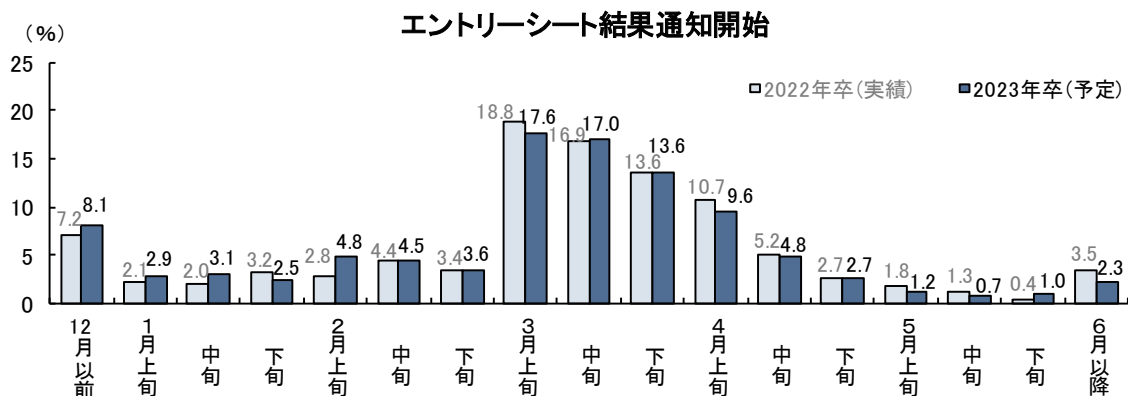
エントリーシート（ES）受付開始のピークは3月上旬（43.8%）で、前年実績と変わらないものの、早期の回答割合がやや増加。解禁前の2月下旬までの合計は約3ポイント増えた（計32.5%→35.6%）。ESの結果通知開始は3月上旬～中旬が多く（17.6%、17.0%）、3月末までに結果通知を開始する企業は7割を大きく超える（計77.7%）。



※2022年卒は、2021年7月調査



※2022年卒は、2021年7月調査



※2022年卒は、2021年7月調査

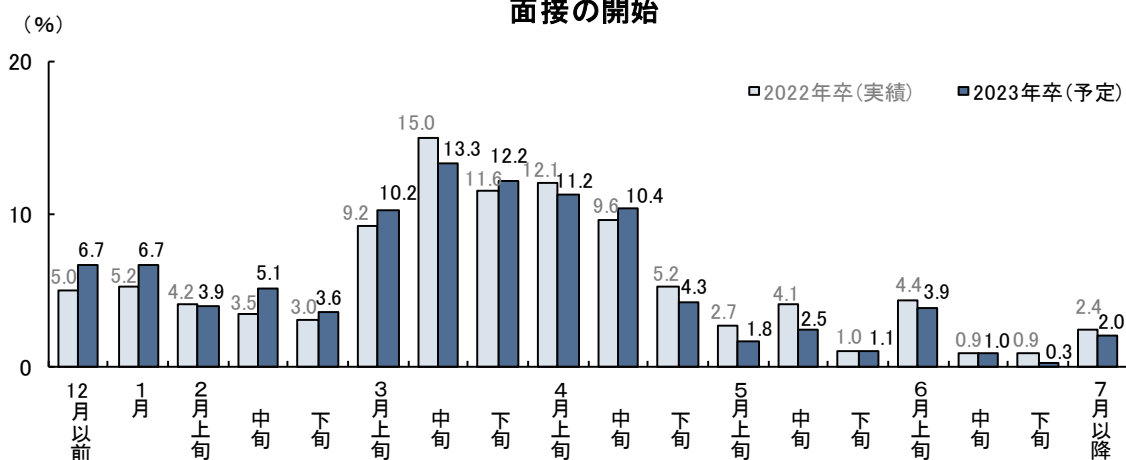
続いて、面接開始と内定出し開始の予定時期を確認したい。

面接開始が最も多いのは3月中旬（13.3%）で、3月下旬（12.2%）がこれに続く。3月上旬から4月中旬まで1割台が続き、面接の開始はやや分散化しそうだ。一方で、12月以前と1月が前年実績よりも増加するなど、早期の開始が目立つ。とりわけ大手企業において早く、約2割が1月以前に開始していると回答した（計19.9%）。

内定出しの開始時期は前年実績と同じく4月下旬が最も多く（12.5%）、3月下旬と4月上旬がそれぞれ1割前後で続く（10.5%、9.6%）。3月中旬以前の数字が軒並み前年実績を上回っていることから、面接と同様に、内定出しのタイミングも早まりそうだ。

なお、4月下旬までの数値を足し合わせると64.0%となり、全体の6割以上が大型連休前に内定を出し始める見込みだ（前年実績は計59.5%）。

面接の開始



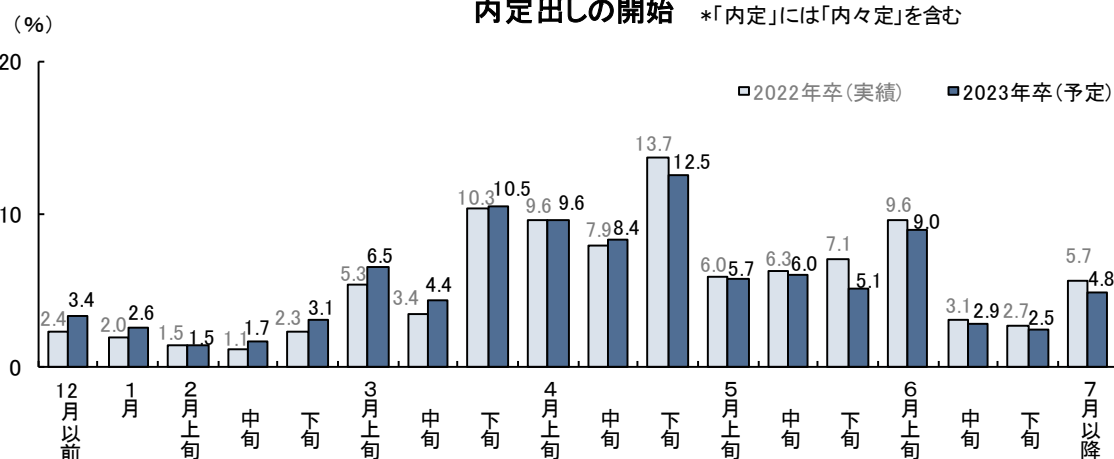
※2022年卒は、2021年7月調査

《面接の開始/従業員規模別》

	12月以前	1月	2月上旬	2月中旬	2月下旬	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月以降
~299人	3.4	4.9	3.6	3.9	2.8	11.1	12.6	11.3	13.9	9.8	5.2	3.6	2.1	5.2	2.6	0.5	1.8	
300~999人	6.6	7.0	4.6	5.7	3.1	10.5	13.8	13.3	9.8	12.9	4.4	2.0	2.2	0.2	2.2	0.2	1.5	
1000人以上	11.1	8.8	3.4	5.7	5.4	8.8	13.5	11.4	9.8	7.4	3.0	1.3	1.3	1.0	4.7	0.0	3.0	

内定出しの開始

*「内定」には「内々定」を含む



※2022年卒は、2021年7月調査

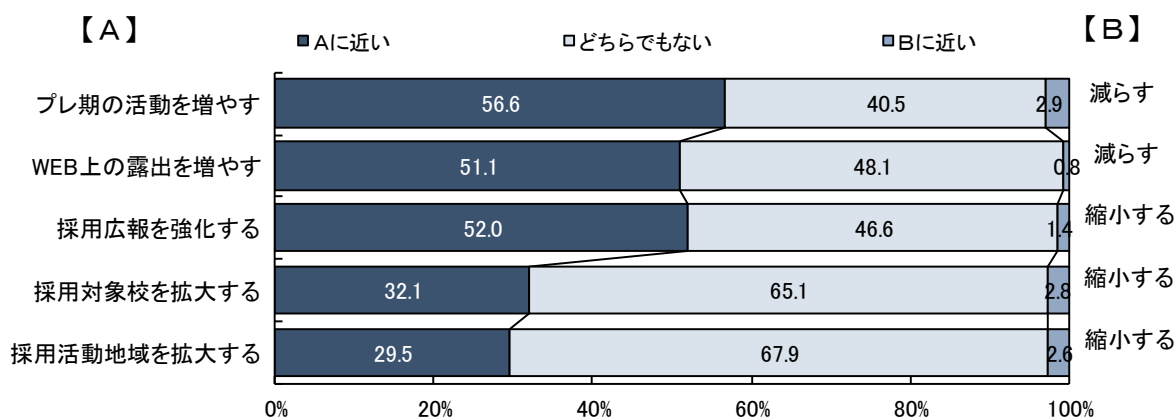
《内定(内々定)出しの開始/従業員規模別》

	12月以前	1月	2月上旬	2月中旬	2月下旬	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月以降
~299人	1.3	1.8	0.5	1.6	2.6	5.7	4.4	11.4	11.2	6.5	11.2	7.3	7.3	3.6	8.8	4.2	4.2	6.5
300~999人	3.3	2.2	2.0	1.3	2.6	6.8	4.8	9.6	10.1	9.8	14.0	5.9	6.1	6.3	8.3	2.2	1.1	3.5
1000人以上	6.4	4.1	2.0	2.4	4.4	7.1	3.7	10.5	6.8	8.5	11.9	3.4	4.1	5.1	10.2	2.4	2.4	4.7

5. 採用活動の方向性

採用活動の方向性について、前年との変化を尋ねた。「プレ期の活動を増やす」（56.6%）、「WEB上の露出を増やす」（51.1%）、「採用広報を強化する」（52.0%）は、それぞれ過半数が選び、「減らす」「縮小する」を大幅に上回る。早期から積極的に学生との接点を増やす意向が見て取れる。また、「採用対象校」「採用活動地域」も「拡大する」が「縮小する」を大幅に上回り、今年一番のテーマに挙げられた母集団拡大のために、幅広い層の学生にアプローチしたいと考える企業が多いことがうかがえる。

採用活動の方向性



【Voice1】—採用活動の見通し

- 採用を抑えていた企業も少しずつ採用数を戻してくると思うので、昨年よりも同業他社との競争が増えることが予想されます。 <印刷／中堅>
- 恐らく売り手市場になると思われる。また、プレ期の学内セミナーでの学生の反応の鈍さから、コロナにより社会との接点の少ない学生が多いように思われ、クオリティにも疑問が残る。 <運輸／大手>
- コロナの影響で IT 企業の人気が高まり、応募者が増えたが、いつまでも続かないと思っているので、気持ちはやや厳しくなると考えておきたい。 <インターネットサービス／中小>
- 優秀層については他企業との奪い合いになることを想定しており、引き続き厳しい状況が続くものと想定。 <エネルギー／大手>
- 活動している学生とそうでない学生との差が激しく、採用活動をどの程度の期間行えば良いかも含めて見通しが立たない。 <情報処理・ソフトウェア／中小>

【Voice2】—採用活動の方針や具体的な取り組み

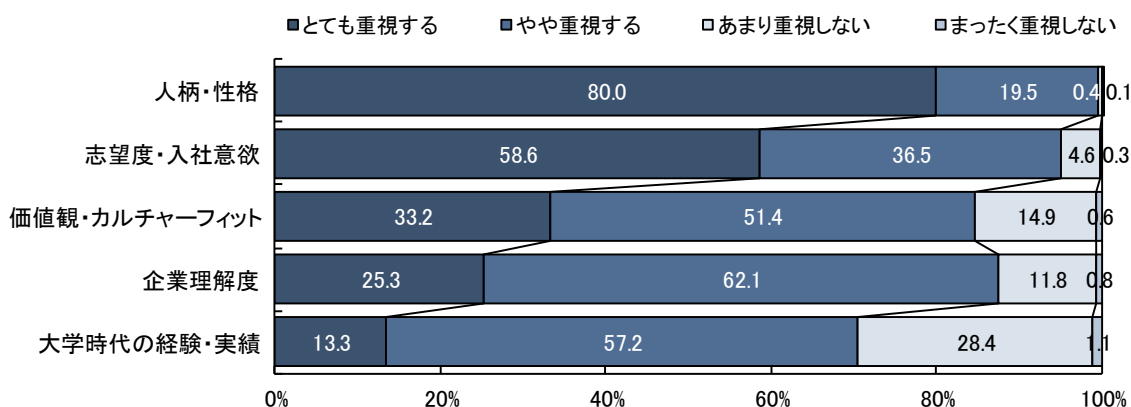
- とにかくプレ期の活動に重きを置く方針です。学生の活動早期化（特に優秀層）への対応がすべてと考えています。 <専門商社／中堅>
- ここ数年、理系人材の採用が計画数に至っていないため、母集団拡大に注力した施策を予定しています。 <電子・電機／中堅>
- WEB化により、採用担当の負担が減るため、自社セミナーの回数を増加し、学生との接触の機会を増やす。 <コンビニエンス・GMS／大手>
- 遠方の大学でも、オンラインでの学内説明会によって効率よく参加できるため、採用対象地域を拡大する。 <信販・クレジット・ファイナンス／中堅>
- 学校との関係強化、学内イベントからの採用実績を増やしたい。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- WEBでの露出を増やすこと、WEB掲載の動画や写真の質を高めることが重点課題。 <自動車・輸送用機器／中堅>

6. 選考時に重視する点／採用重点層の変化

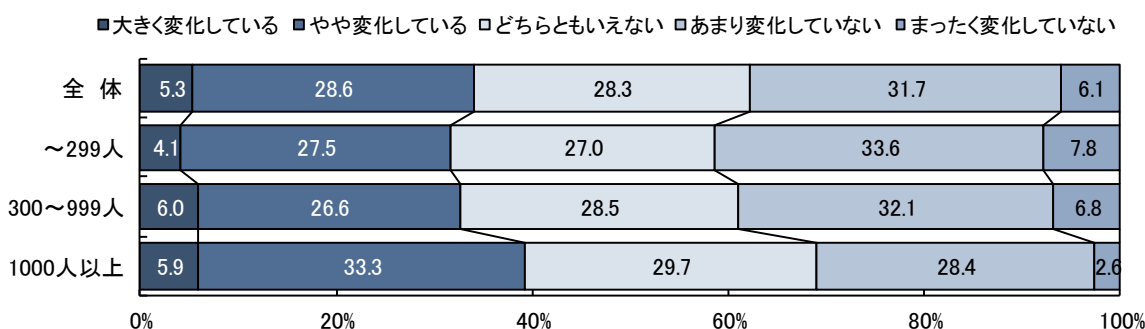
採用選考で、「人柄・性格」「志望度・入社意欲」「価値観・カルチャーフィット」「企業理解度」「大学時代の経験・実績」の5つの指標をどの程度重視するのか、それぞれ尋ねた。「人柄・性格」は、「とても重視する」が8割に上り（80.0%）、人物重視での採用傾向が鮮明に表れている。「志望度・入社意欲」は6割近くが「とても重視」と回答（58.6%）。内定辞退や早期離職防止のために重視する企業が多いことがうかがえる。一方、「大学時代の経験・実績」は13.3%にとどまる。長引くコロナ禍で満足な学生生活を送れていない学生も多く、重視できない面もありそうだ。

続いて、採用重点層となる学生の条件について、ここ数年での変化について尋ねた。「大きく変化している」「やや変化している」を合わせると3割を超える（計33.9%）。寄せられたコメントからは、ビジネスモデルの変化に応じて、求める人物像も変化している企業のほか、採用数の確保に苦戦し、ターゲットを広げる企業も見られた。

選考時に重視する点



採用重点層の変化



【Voice3】—採用重点層の具体的な変化

- 理系出身学生、または文系学生でも DX 業務の適性がありそうな学生を要件に追加。 <ホテル・旅行／中小>
- コロナ禍で、営業手法や提案内容が変化したため、それに合う要件に変更した。 <人材紹介・人材派遣／中小>
- 人柄重視に偏っていたところ、能力面の比重が大きくなった。 <フードサービス／大手>
- エントリー数が多くなり、よりレベルの高い学生を求める傾向になった。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>
- 採用予定数に達しないため、質についてはあまり問えない状況となっている。 <機械／中小>
- ジョブ型採用を意識し、より専門性の高い学生を求めるようになった。 <素材・化学／中堅>
- 「多様化」がキーワードに追加され、選考基準も少々変わりました。 <専門店／大手>
- 早期離職の可能性が少ない学生（当社とのマッチング）を重視するようになった。 <自動車・輸送用機器／中堅>

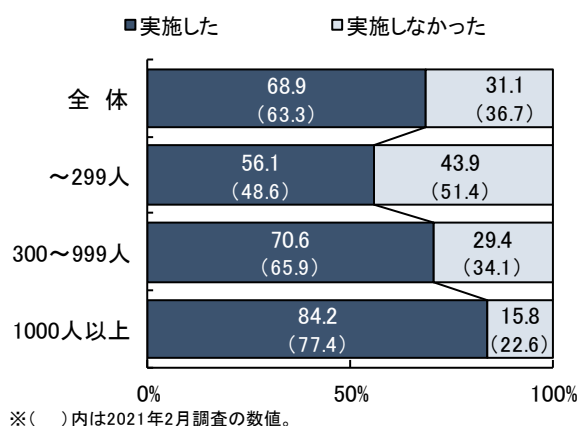
7. インターンシップ等のプログラム実施状況

今年度（2021 年 4 月～2022 年 3 月）にインターンシップ等のプログラム（以下インターンシップ）を「実施した」と回答した企業は、7 割弱（68.9%）。前年度（63.3%）は、コロナ禍により 10 ポイント以上減少したが、今年度は増加に転じた（5.6 ポイント増）。ただし、従業員規模別で差が見られ、大手企業では 8 割を超えるのに対し（84.2%）、中小企業は 5 割台（56.1%）。

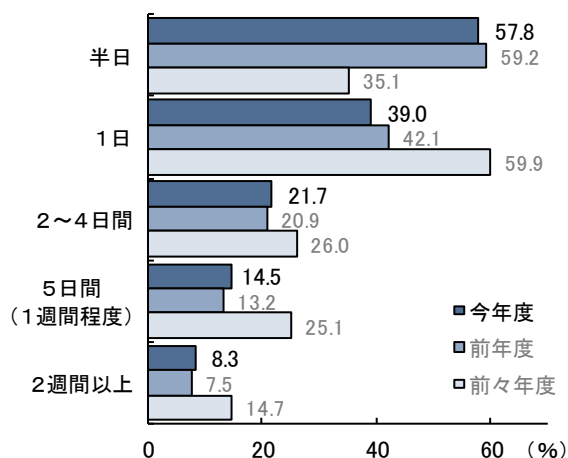
実施期間を見ると、「半日」（57.8%）、「1 日」（39.0%）の順に多く、短期プログラムが中心だったことがわかる。実施形式は、「オンラインのみ」（35.8%）と「対面とオンラインの併用」（36.8%）を合わせると、オンラインで実施した企業は 7 割を超える（計 72.6%）。前年度はオンライン化に伴い、急速に実施期間の短期化が進んだが、今年度も長引くコロナ禍でオンライン開催が多く、長期プログラムの実施が難しかったことが読み取れる。

続いて、実施したプログラムの内容を、形式別に尋ねた。「社員との懇談・座談会」「講義・座学」は、どちらの形式も実施率が高く、特にオンラインで高い。一方、「仕事体験」「社内（職場）見学」は対面での実施が圧倒的に多く、オンラインで職場の雰囲気や具体的な仕事内容を伝えることに課題感を持つ企業も少なくない。「グループワーク」「個人ワーク」は、オンラインの方が多く、少しでも仕事理解を促すために、ワークを実施するケースが多いようだ。

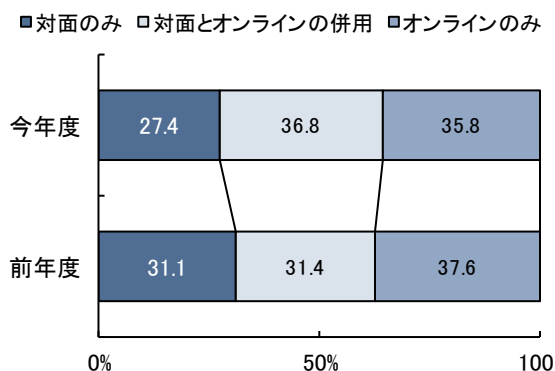
今年度（2021年4月～2022年3月）の
インターンシップ実施状況



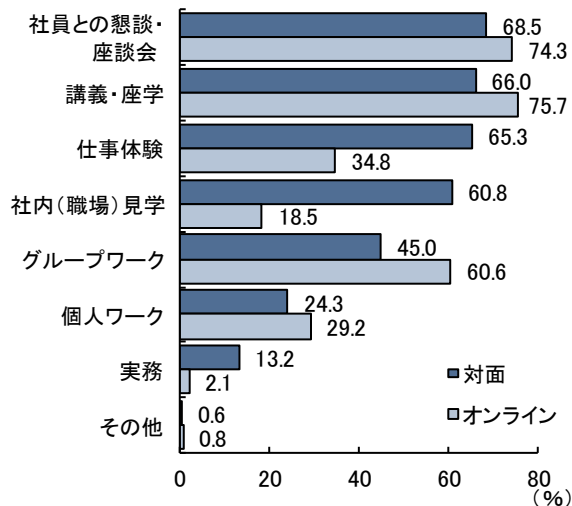
インターンシップの期間(日数)



プログラム実施形式



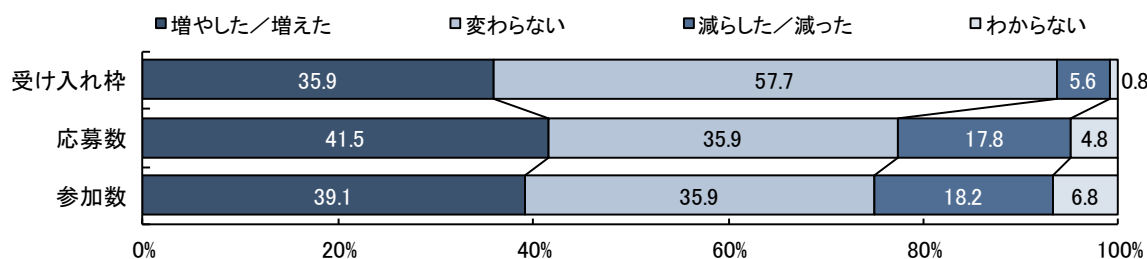
プログラム内容(実施形式別)



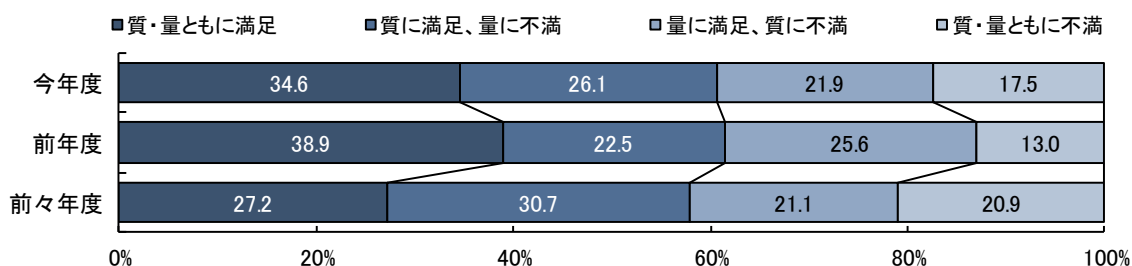
インターンシップの「受け入れ枠」を、前年度より増やした企業は 35.9%。「応募数」「参加数」も増えた企業がそれぞれ 4 割前後に上り、前年度より多くの学生と接点をもてた企業が多かったようだ。ただし、応募者数、参加者数が減った企業も 2 割近く、実施企業数や受け入れ枠の増加により、学生の参加が分散したことで、参加者数が減った企業もあるのだろう。

実施した満足度は、「質・量ともに満足」が最も多い（34.6%）。ただし前年度（38.9%）より減少し、その分「質に満足、量に不満」と「質・量ともに不満」の割合が上昇し、「量」に不満を感じる企業が増加した（計 35.5%→43.6%）。

インターンシップ受け入れ学生数の増減

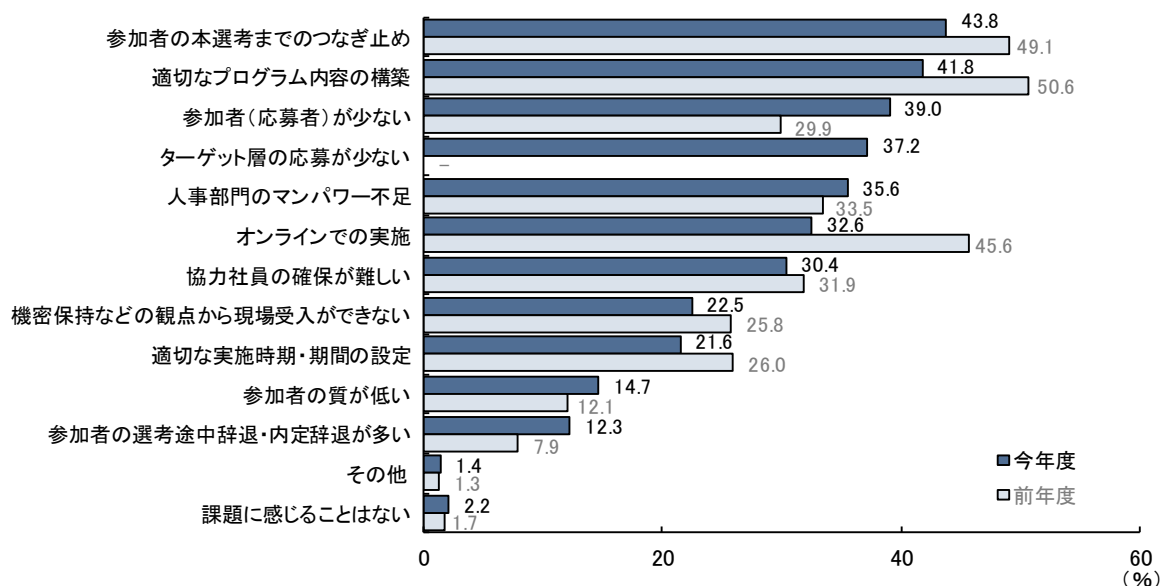


インターンシップ実施の満足度



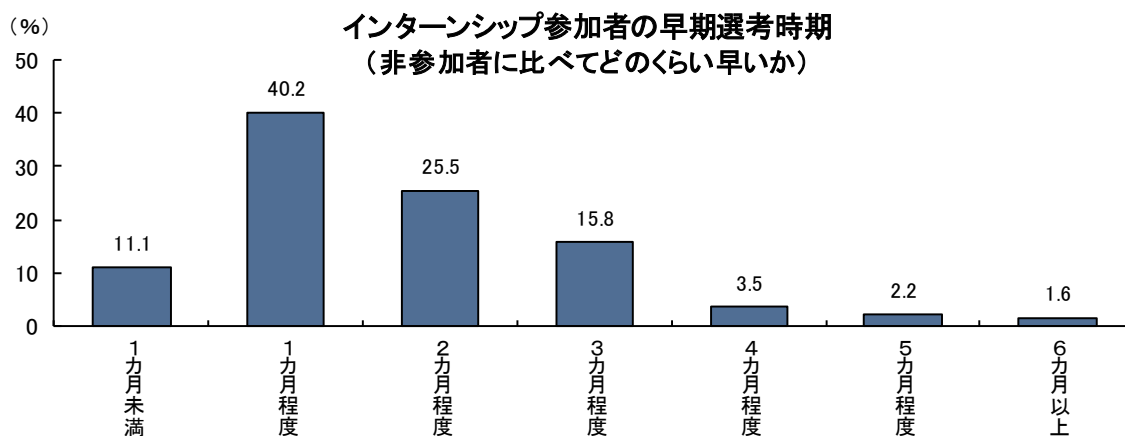
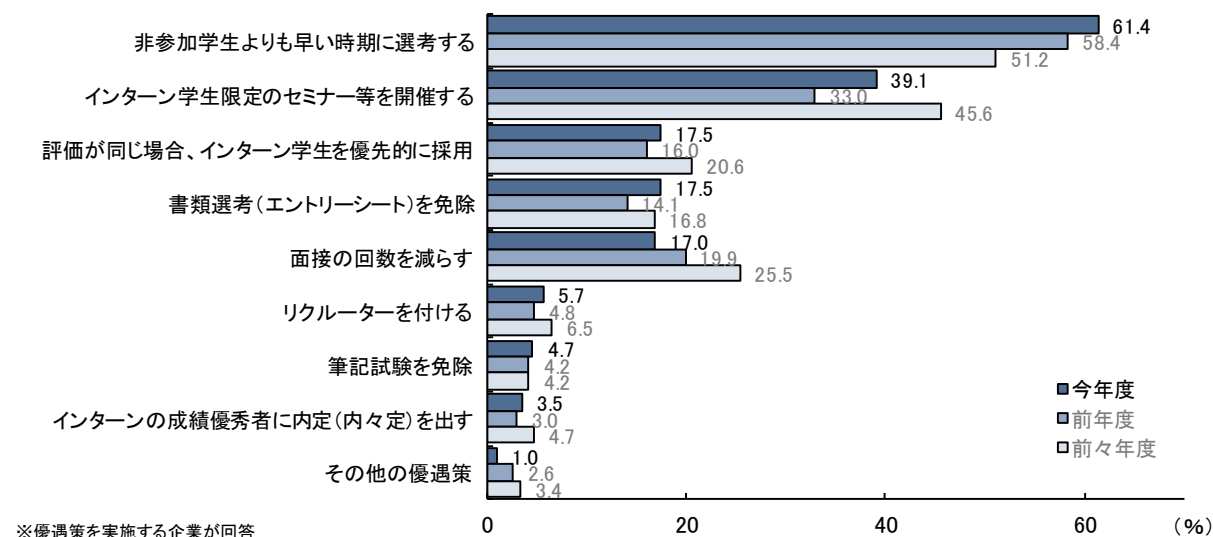
続いて、インターンシップを実施する上での課題を尋ねた。最も多いのは「参加者の本選考までのつなぎ止め」で 4 割強が選んだ（43.8%）。早期に接点をもった学生を、いかに採用に繋げるかが最大の課題のようだ。「オンラインでの実施」「適切なプログラム内容の構築」は、前年度より大きくポイントが低下。コロナ禍での開催も 2 シーズン目となり、オンライン化にうまく適応できた企業が増えたことが推測できる。

インターンシップの課題



インターンシップ参加学生に対して何らかの優遇策を講じるという企業は 7 割を超える（72.0%）。具体的な優遇策は、「早い時期に選考」が圧倒的に多く、6 割の企業が選んだ（61.4%）。3 年分の推移を見ると、増加傾向が顕著。なお、非参加者に比べてどの程度早く選考を実施しているかを尋ねたところ、「1 カ月程度」が 4 割（40.2%）、「2 カ月程度」（25.5%）の順に多く、3 カ月以上という企業も少なくない（計 23.1%）。こうした動きが、先に見たような選考時期の早期化につながっていると考えられる（5 ページ）。

インターンシップ参加学生の採用での優遇策



【Voice4】—インターンシップ実施の満足状況

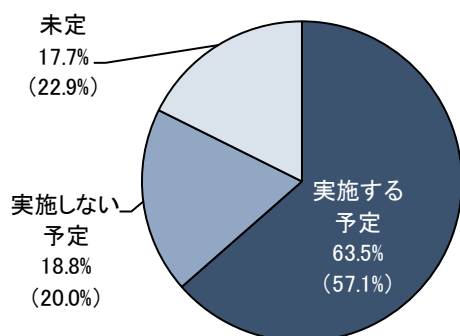
- オンライン化により、学生との接点が増えた。 <官公庁・団体ノ大手>
- 昨年より多くの学生が参加してくれた。また、今まであまりで会わなかった大学群の学生の参加が増えた。 <情報処理・ソフトウェアノ中小>
- コロナの影響で、当初より日程を短縮して行わざるを得なかったため、参加学生数が想定より下回った。その中で参加者の質はかなり高く満足できた。 <機械・プラントエンジニアリングノ中堅>
- 学生の活動が思った以上に夏期に集中して、冬期実施のプログラムに参加する学生が少なく、上手いかなかったという印象。 <運輸・倉庫ノ大手>
- 参加学生は優秀で採用に繋がるが、参加人数が少ない <建設・住宅・不動産ノ中小>
- 選考へ進まないという選択をする学生も一定数いることを考えると、もっと量が必要。 <専門店ノ中小>

8. 2022 年度のインターンシップ実施予定

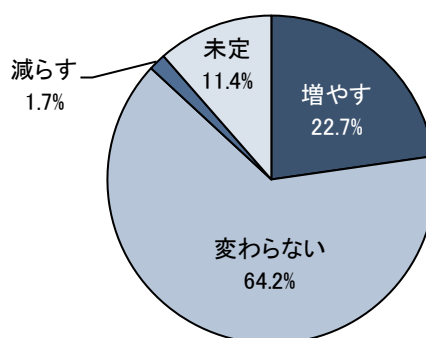
来年度（2022 年 4 月～2023 年 3 月）のインターンシップの予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 6 割強（63.5%）で、前年同期調査（57.1%）を 6.4 ポイント上回る。受け入れ枠についても、「増やす」（22.7%）が「減らす」（1.7%）を大幅に上回っており、今年度以上に過熱することが予想される。

実施予定時期を今年度の実績と比較すると、9 月以前の開催予定が軒並み増加しており、早期の開催が増加する見込みだ。秋・冬の開催は、現時点では今年度実績を下回っているが、「時期は未定」という企業もあり、これから実施を決める企業もあると見られる。

来年度(2022年4月～2023年3月)の
インターンシップ実施予定

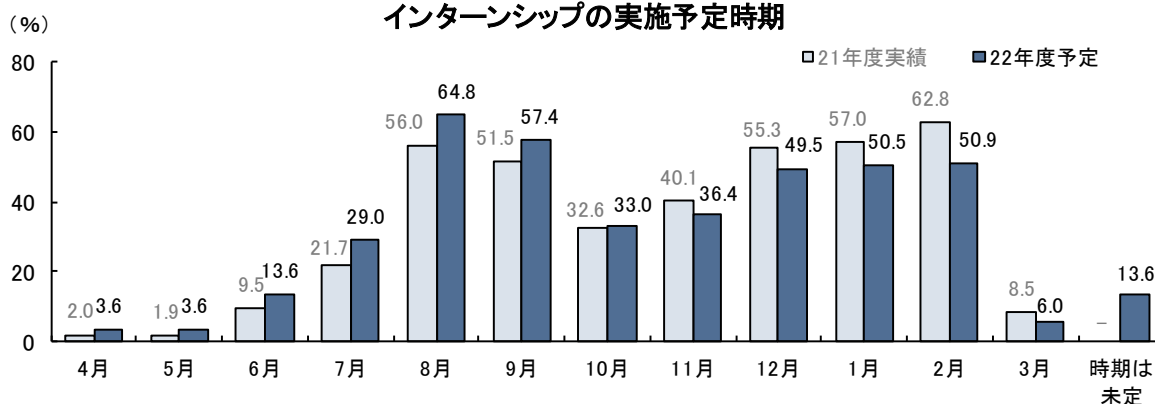


受け入れ枠の増減



※（ ）内は2021年2月調査の数値。

インターンシップの実施予定時期



【Voice4】—インターンシップ実施にあたって工夫したいこと

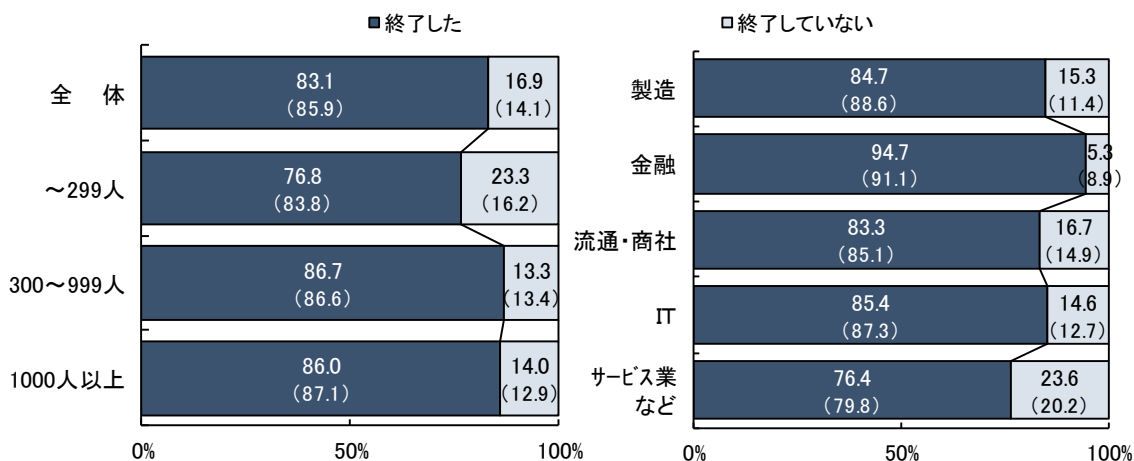
- 現在は座学、個人ワークが中心だが、学生が退屈しないようにグループディスカッションや現場社員と接点を持てるプログラムにしていきたい。 <建設・住宅・不動産/中小>
- オンラインでの参加学生の満足度の向上（こういった内容であれば満足し、選考へ繋げることができるのか）。 <運輸・倉庫/大手>
- 2021 年度はコロナの影響で集合型を急遽 WEB に変更せざるを得ず、中途半端な内容になってしまったので、2022 年度は、事前に集合型と WEB の両方で対応できるよう準備したい。 <官公庁・団体/中小>
- 今年度参加学生のアンケート結果を分析し、より満足度の高い内容へ改善する予定です。 <情報・インターネットサービス/中小>
- インターンシップの種類を増やし、母集団形成につなげたい。 <専門店/大手>
- これまで実施したいことはないが、夏の時期のインターンシップ開催を検討しています。 <情報処理・ソフトウェア/中小>

9. 2022 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

ここでは、2022 年 3 月卒者（現 4 年生）の採用選考状況を確認したい。入社まで約 2 カ月という時点で、採用活動を「終了した」と回答した企業は全体の 83.1%。前年同期調査（85.9%）をやや下回った。正式内定日（10 月 1 日）を迎えるタイミングで実施した前回調査では 53.4%だったので、この 4 カ月間で 29.7 ポイント増加した。従業員規模別に見ると、中堅・大手では 8 割強に上るのに対し、中小企業では 7 割台にとどまる（76.8%）。また、業界別で差が目立ち、「金融」は 9 割を超えるが（94.7%）、最も低い「サービス業」は 76.4%で、その差は 20 ポイント近くに上る（18.3 ポイント差）。

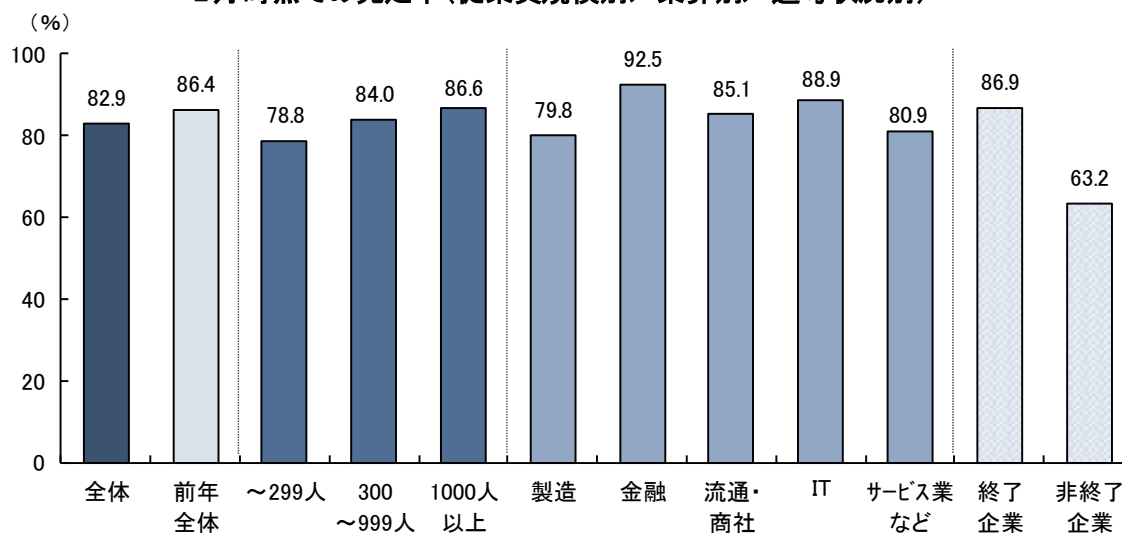
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は 82.9%で、前年調査（86.4%）を下回った。なお、調査時点で採用選考を終了している企業の充足率の平均は 86.9%。終了していない企業では 63.2%にとどまる。2022 年卒者の採用計画数に未達の企業が多いことが、2023 年卒者の採用強化の動きの要因の一つになっていると考えられる。

採用選考の終了状況(全体／従業員規模別・業界別)



※()内は2021年2月調査の数値。

2月時点での充足率(従業員規模別／業界別／選考状況別)



※「終了企業」は、採用を終了した企業

※「非終了企業」は、調査時点で採用を継続している企業