

新卒採用に関する企業調査(2023年2月調査)

2024年卒・新卒採用に関する企業調査－採用方針調査

2024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8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、コロナ後を見据え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. 2024年3月卒業予定者の採用見込み

「増加」32.8%に対し「減少」6.1%。5年ぶりに「増加」が3割超に

2. 2024年卒採用の一番のテーマ

「母集団拡大」が大きく増加し3割に(22.1%→31.6%)。次点は「辞退防止」(16.5%)

3. 採用活動の方向性

「採用広報を強化する」「採用対象校を拡大する」など拡大路線が鮮明に

4. プレ期の活動

今期も9割超がプレ期に広報活動を実施。早くから様々な手段で学生にアプローチ

5. 採用活動のスタンス

「学生の質より人数の確保優先」が約3割に(29.1%)。コロナ禍前(2020年卒)を上回る

6. 自社の採用活動の見通し(難易度)

「非常に厳しくなる」が2倍以上に(18.8%→41.9%)。8割超が「厳しくなる」と予想

7. 採用活動の開始予定時期

面接開始は3月に集中。内定出し開始は4月下旬が最多。6割が大型連休前に内定出し予定

8. インターンシップ等のプログラム(※)実施状況

2022年度の実施企業は73.9%。対面での実施が増え、オンラインと逆転した
参加者減で実施の満足度は低下。課題は「参加者が少ない」「本選考までのつなぎ止め」

9. 2023年度のインターンシップ等実施予定

6割強が実施予定。うち、受け入れ枠を「増やす」企業が3割。夏季の開催が増える見込み
インターンシップの新定義「詳しく知っている」は1割未満

10. 2023年3月卒業予定者の選考終了状況

選考終了企業は77.0%。前年同期(83.1%)より減少。充足率も低下(82.9%→76.8%)

※「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 16,411社
調査時期 : 2023年1月30日～2月7日
調査方法 : インターネット調査法
回答社数 : 1,209社

《従業員数》

～299人	300～999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
497社	442社	270社	471社	738社	198社	1011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
76社	77社	511社	196社	189社	94社	66社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

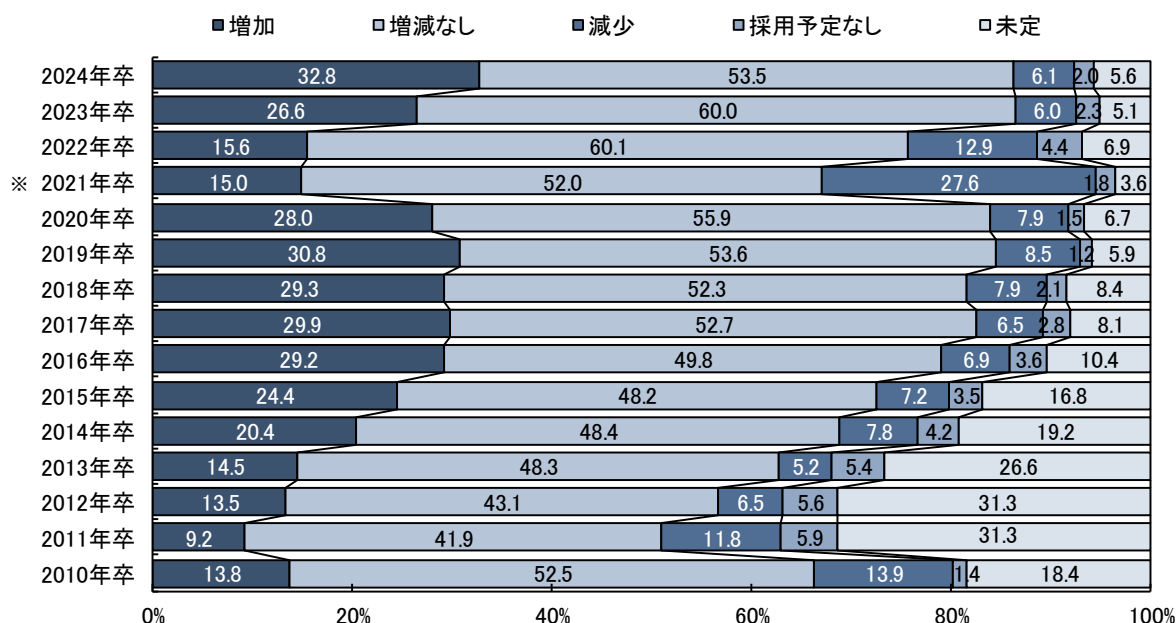
1. 2024年3月卒業予定者の採用見込み

2024年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねたところ、前年よりも採用数を「増加」と回答した企業は全体の32.8%。これに対し「減少」は6.1%。「増加」が「減少」を大きく上回る。2月調査で「増加」見込みが3割を超えるのはコロナ禍前の19年卒以来5年ぶり。

ここ数年を振り返ると、20年卒まで売り手市場と呼ばれる状態が続いていたが、21年卒はコロナ禍により急激に縮小。ほどなく回復基調に転じ、人材獲得競争は再び熱を帯びている。今春入社予定の23卒採用では、採用予定数を充足できていない企業が少なくない（12ページ）。今回の調査結果を見ても、24卒採用では人材獲得競争の激化は避けられそうにない。

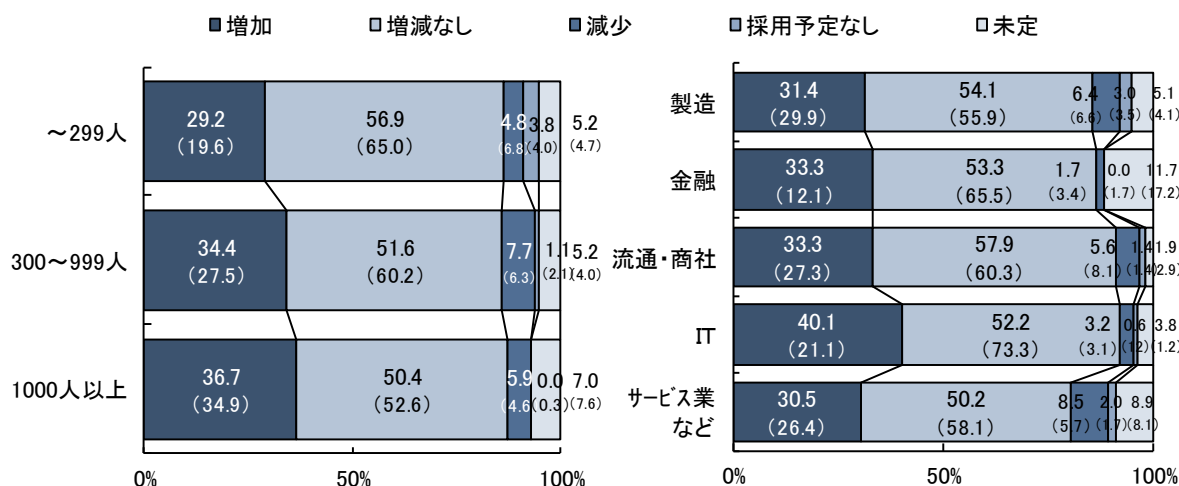
従業員規模が大きくなるほど採用意欲は高く、従業員1000人以上の企業において「増加」が3割台後半に上る（36.7%）。大手企業に牽引される形で回復していることがわかる。業界別では、ITにおいて「増加」が4割を超え、採用意欲の高さが際立つ（40.1%）。

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。

2024年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)

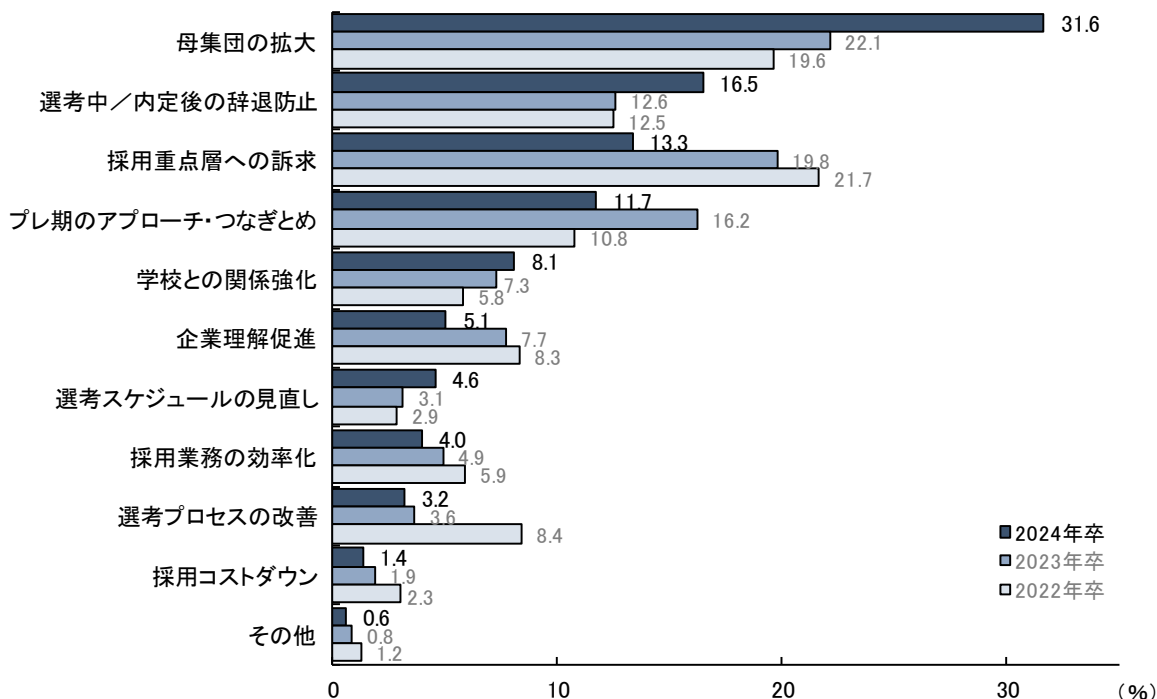


※()内は前年同期調査の数値

2. 2024年卒採用の一番のテーマ

今期の採用の一番のテーマを一つだけ選択してもらったところ、3割を超える企業が「母集団の拡大」を選んだ（31.6%）。一昨年から昨年にかけて増加していたが、今年はさらに10ポイント近く増加した。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明らかだ。2番目に多い「選考中／内定後の辞退防止」（16.5%）も、前年調査より増加。2023年卒採用で辞退の増加に悩まされた企業も多く、重要な課題の一つとなっている。一方、「採用重点層への訴求」は、大きく減少。母集団拡大のために幅広い層へのアプローチを優先させる企業が増えているのだろう。

2024年卒採用の一番のテーマ *1つだけ選択

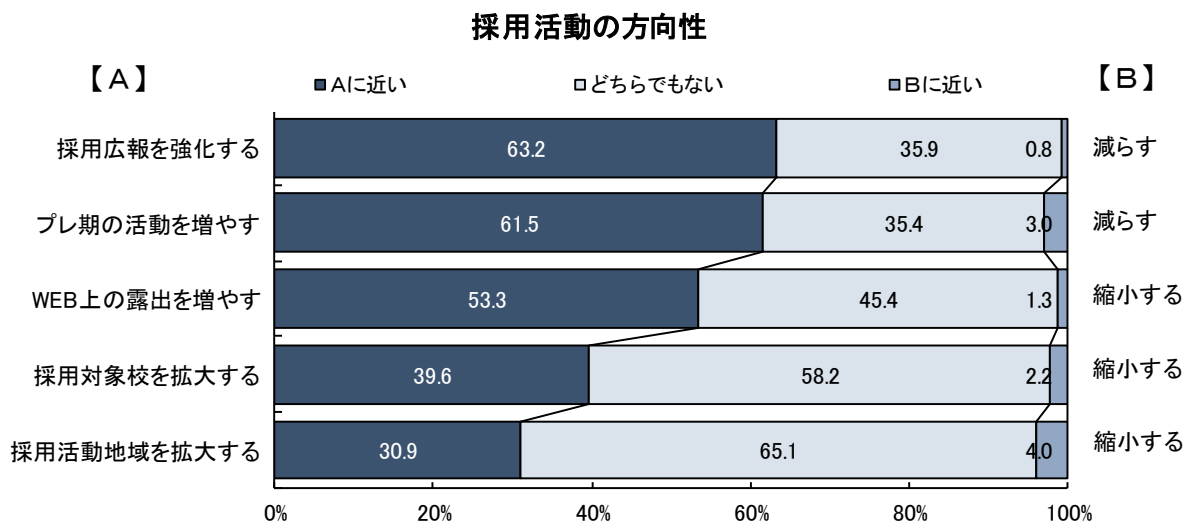


【Voice1】—採用活動のテーマ

- 採用数を数年ぶりに増やすため、母集団の獲得が課題。 <電子・電機／中堅>
- ここ数年は、新卒採用の質に注力し、母集団数の目標を設けていなかったが、改めて母集団の拡大に注力していく予定。 <情報・インターネットサービス／中堅>
- 早期から活動している学生との接触機会を損失しないために、プレ期における広報・イベントを強化した。ただ、選考開始は政府のルールに従い6月としているため、1年弱の期間のつなぎ止めが最も重要（難関）なテーマとなっている。 <官公庁・団体／中堅>
- 例年よりも大幅に早期化して選考を実施するため、それがどれだけ離脱しないかが課題。 <エネルギー／大手>
- 23卒採用では内定辞退率が10%以上高くなった。母集団も減少しているので、辞退率を下げたい。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 早期流入の学生ほど接点を持ち続けることが難しく、選考に至らないことが多いので、その関係性の作り方や接続率を上げる部分が課題で、力を入れていきたい部分です。 <教育／中堅>
- 母集団が減っており、質が下がっているため、理系や情報工学系の学部がある大学との関係強化を図りたい。 <情報・インターネットサービス／中小>
- オンラインの弊害か、事業内容等をよく理解しないまま応募する学生が増えてきた。これを解消することがミスマッチを防ぐことになり、重要なテーマだと考えている。 <専門商社／中堅>

3. 採用活動の方向性

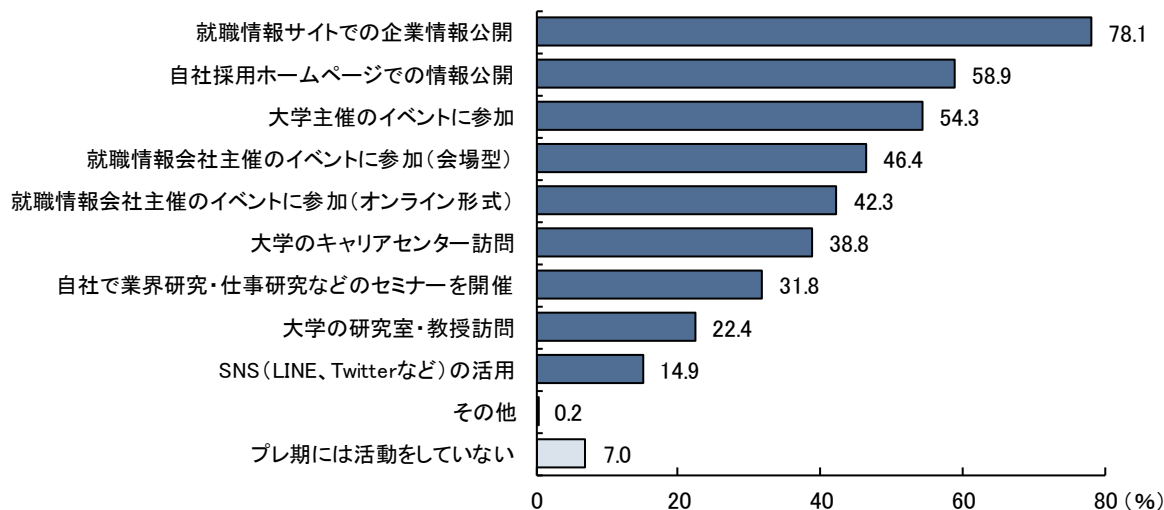
採用活動の方向性について、前年との変化を尋ねた。「採用広報を強化する」（63.2%）、「プレ期の活動を増やす」（61.5%）は、それぞれ6割超が選び、「減らす」「縮小する」を大幅に上回る。「WEB上の露出を増やす」（53.3%）も過半数が選び、早期から積極的に学生との接点を増やす意向が見て取れる。また、「採用対象校」「採用活動地域」も「拡大する」が「縮小する」を大きく上回り、今年一番のテーマに挙げられた母集団拡大のために、幅広い層の学生にアプローチしたいと考える企業が多いことがうかがえる。



4. プレ期の活動

3月の採用広報解禁前（プレ期）の活動内容を尋ねたところ、「プレ期には活動していない」という回答は7.0%にとどまり、9割以上の企業は何らかの広報活動を実施。最も多いのは「就職情報サイトでの企業情報公開」で、8割近く（78.1%）に上る。続く「自社採用ホームページでの情報公開」が6割弱（58.9%）、「大学主催のセミナーに参加」（54.3%）までが半数を超える。そのほか、就職情報会社のイベント参加や大学のキャリアセンター訪問など様々な手段で学生にアプローチを図っていることが読み取れる。

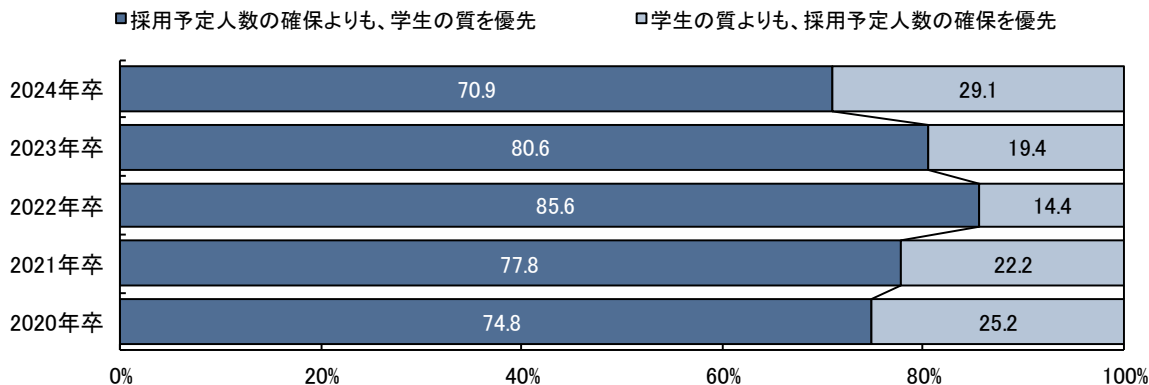
プレ期(3月より前)の活動内容



5. 採用活動のスタンス

採用活動のスタンスは、「人数の確保よりも学生の質を優先」という回答が約7割（70.9%）で、前年調査（80.6%）より約10ポイント減少。その分「学生の質よりも、採用人数の確保を優先」は、3割近くまで増加した（29.1%）。コロナ禍を機に質重視の傾向が見られたが、その後の採用意欲の回復に伴い、「質より量」のスタンスをとる企業が急激に増加。今回、売り手市場と言われているコロナ禍前の2020年卒者（25.2%）を上回った。

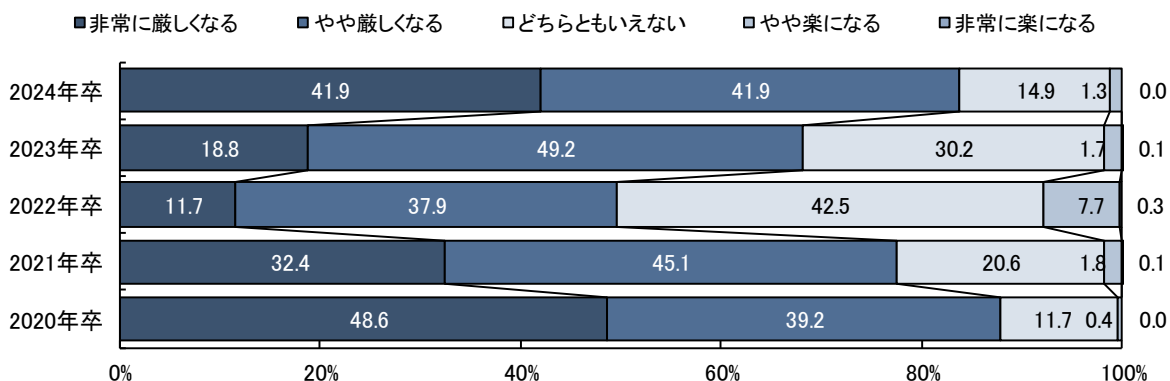
採用活動のスタンス



6. 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」という回答が前年調査の2倍以上に増加（18.8%→41.9%）。「やや厳しくなる」（41.9%）と合わせて8割超が「厳しい」との見方を示した（計83.8%）。「楽になる」と見る企業はほとんどない（計1.3%）。採用予定数の増加や、プレ期の活動の手ごたえなどから危機感を抱く企業が増加していると見られる。

自社の採用活動の見通し



【Voice2】—採用活動の見通し（「厳しくなる」と見る理由）

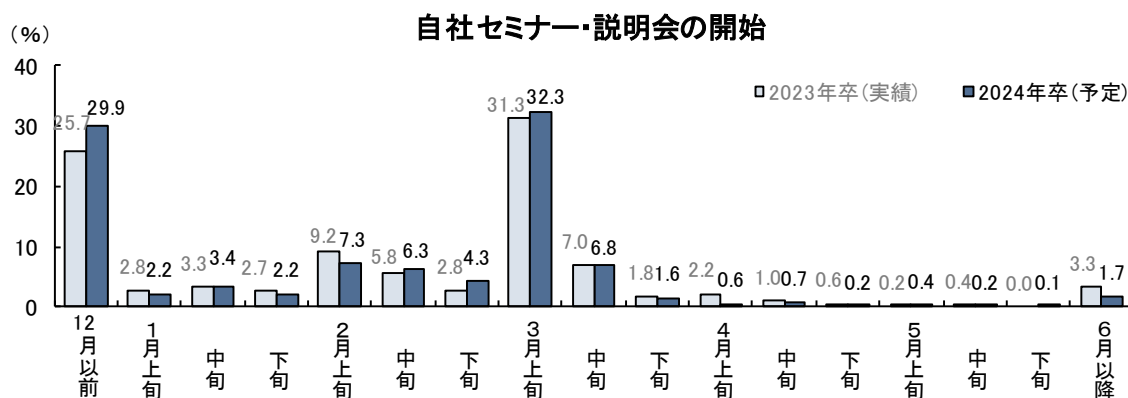
- 厳しかった23卒よりも採用人数を増やすため、さらに厳しくなる。 <情報処理・ソフトウェア/大手>
- インターンシップやプレ期セミナーへの参加率が、例年に比べ低い。 <OA機器・家具・スポーツ他/大手>
- 早期化が加速する中で、インターンシップの実施時期など後手に回ってしまった。 <教育/中小>
- 学生の就活の考えがかなり多様化しており、今までと同じアプローチでは確保が難しい。また他社では働き方改革やリモート推進が進み、比較される企業によっては勝ち目がない場合も。 <マスコミ/中堅>
- 優秀層の取り合いは年々激化している。初任給、福利厚生、制度など、多くの内容が同業他社に追いついていない。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- 例年理系採用には苦戦をしているため、今年も同様になると考えている。 <精密機器・医療用機器/中小>

7. 採用活動の開始予定時期

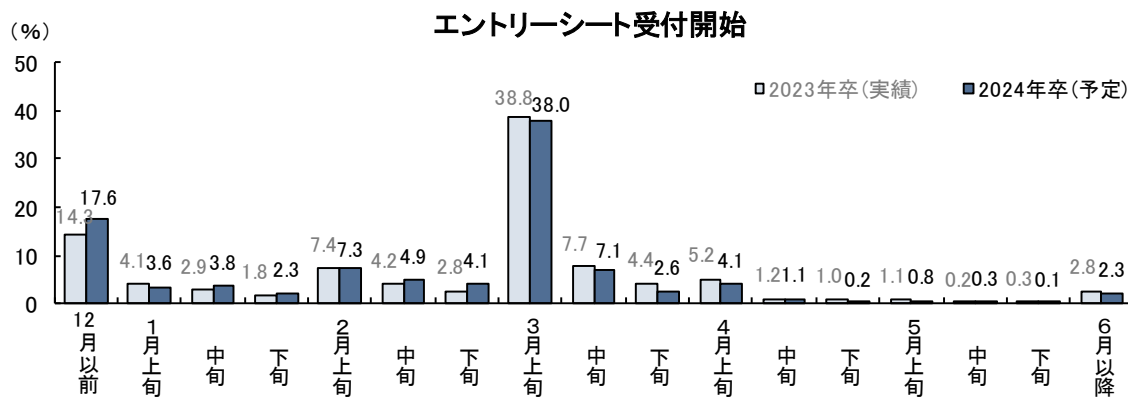
「3月採用広報解禁、6月選考解禁」という採用の日程ルールは8年目を数えるが、企業は採用活動の時期をどう予定しているのだろうか。

自社セミナー・説明会の開始は3月上旬が最も多く（32.3%）、今期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3割近くに上るなど（29.9%）、早期に開始した企業も少なくない。

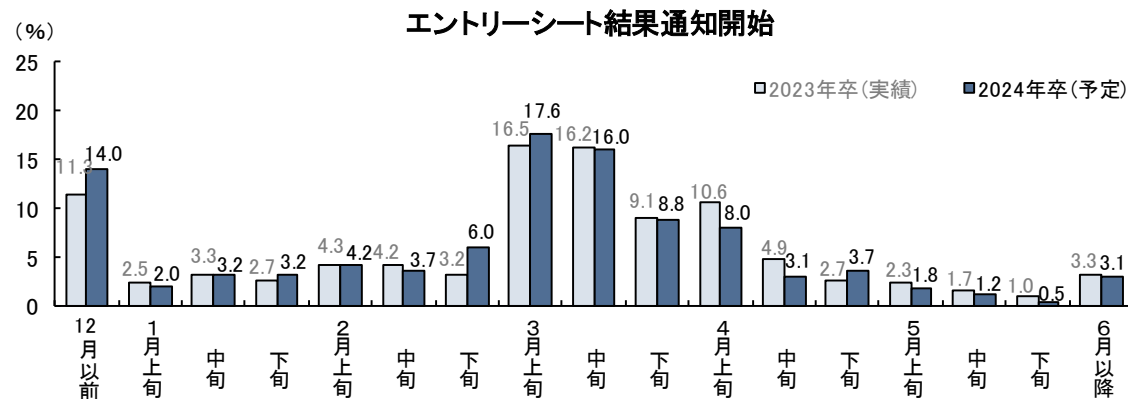
エントリーシート（ES）受付開始も、最も多いのは3月上旬（38.0%）。前年実績と変わらないものの、早い時期を選択した企業が増加し、解禁前の2月下旬までの合計は4割強に上る（計43.6%）。ESの結果通知開始は今年も3月上旬～中旬が多く（17.6%、16.0%）、3月末までに結果通知を開始する企業は8割に迫る（計78.7%）。



※2023年卒は、2022年7月調査



※2023年卒は、2022年7月調査



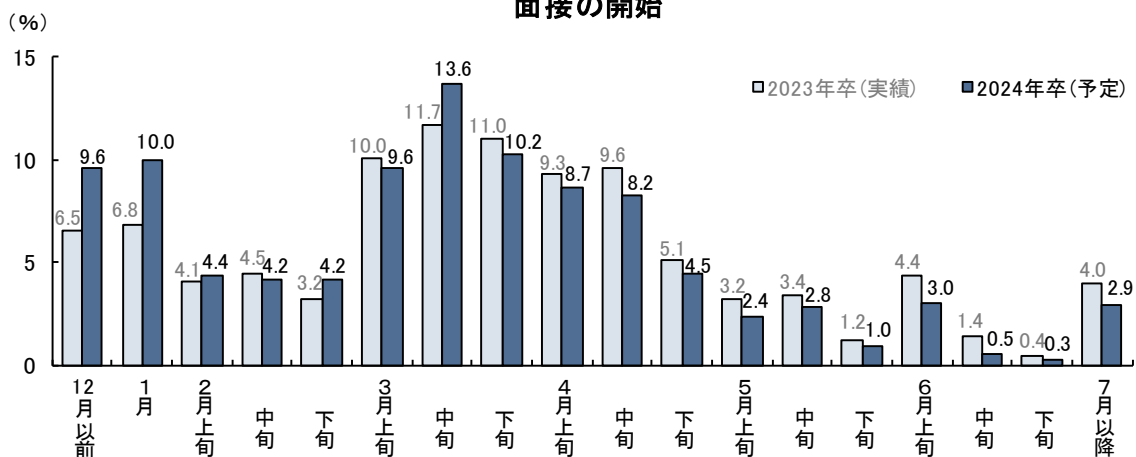
※2023年卒は、2022年7月調査

次に、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（13.6%）。3月下旬（10.2%）がこれに続き、3割強の企業が3月に開始すると回答した（計33.4%）。一方で、12月以前と1月がそれぞれ前年実績よりも3ポイント以上増加するなど、早期の開始も目立つ。とりわけ大手企業において早く、約3割が1月以前に開始していると回答した（計29.4%）。

内定出しの開始時期は前年実績と同じく4月下旬が最も多いが（10.6%）、僅差で3月下旬も1割を超える（10.3%）。3月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、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66.4%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としている。

面接の開始

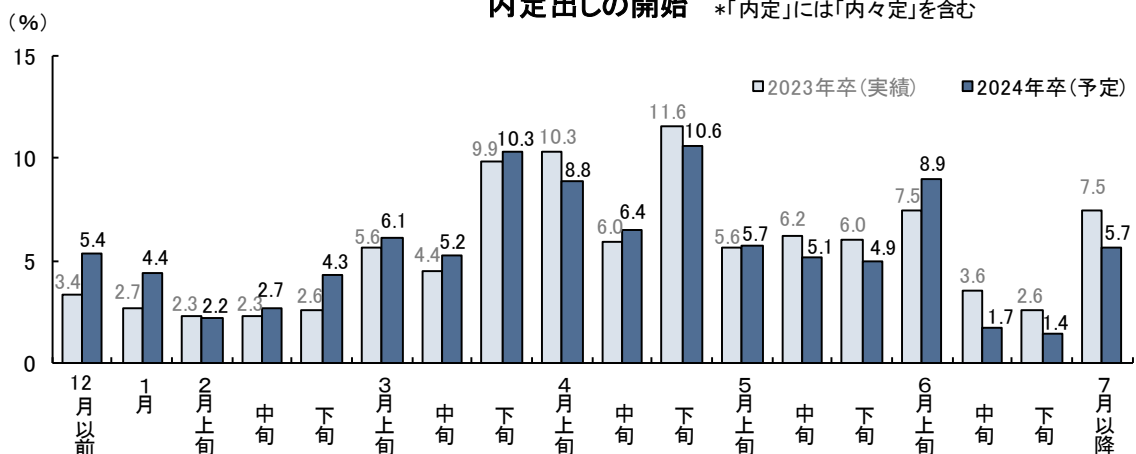


※2023年卒は、2022年7月調査

《面接の開始/従業員規模別》

	12月以前	1月	2月上旬	中旬	下旬	3月上旬	中旬	下旬	4月上旬	中旬	下旬	5月上旬	中旬	下旬	6月上旬	中旬	下旬	7月以降
~299人	7.0	6.8	3.3	4.6	3.1	9.2	14.0	13.6	10.7	8.3	4.8	3.5	2.6	2.2	3.1	0.7	0.2	2.4
300~999人	9.0	10.8	5.7	2.6	4.5	10.1	14.2	9.2	9.2	8.5	5.2	2.4	3.3	0.2	2.4	0.2	0.2	2.4
1000人以上	15.3	14.1	4.2	6.1	5.7	9.5	12.2	6.1	4.2	7.6	2.7	0.4	2.3	0.0	3.8	0.8	0.4	4.6

内定出しの開始 *「内定」には「内々定」を含む



※2023年卒は、2022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	中旬	下旬	3月上旬	中旬	下旬	4月上旬	中旬	下旬	5月上旬	中旬	下旬	6月上旬	中旬	下旬	7月以降
~299人	3.8	2.2	1.3	2.0	5.3	6.7	5.3	8.9	10.2	6.9	11.1	7.6	4.5	4.9	8.7	3.6	1.3	5.6
300~999人	5.0	5.2	1.7	2.6	4.0	5.5	3.8	12.1	8.6	7.1	10.9	5.5	6.9	5.9	8.8	0.5	1.2	4.8
1000人以上	8.8	6.9	4.6	3.8	3.1	6.1	7.3	9.9	6.9	4.6	9.2	3.1	3.4	3.4	9.5	0.4	1.9	7.3

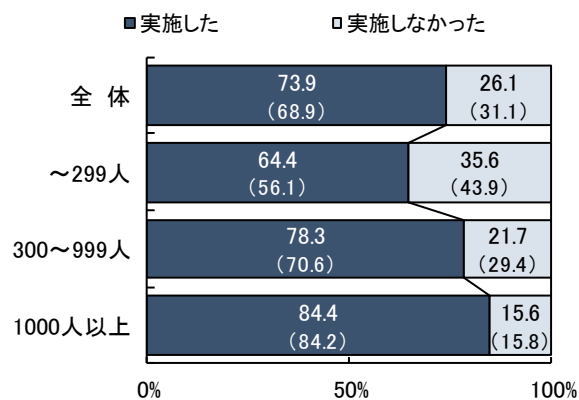
8. インターンシップ等のプログラム実施状況

今年度（2022 年 4 月～2023 年 3 月）にインターンシップ等のプログラムを「実施した」と回答した企業は、7 割強（73.9%）。前年調査（68.9%）より 5 ポイント増加した。とりわけ中堅・中小企業において増加傾向が顕著。

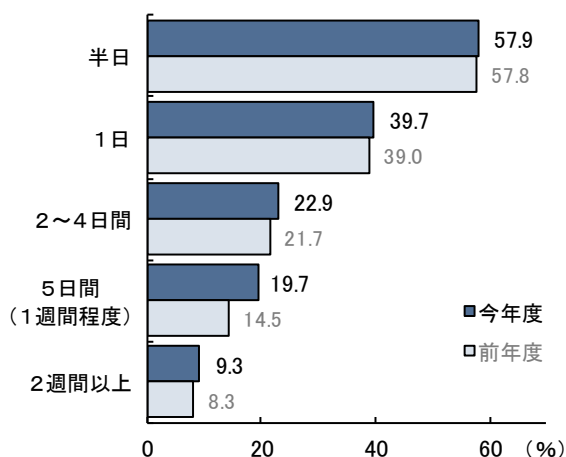
実施期間（日数）を見ると、「半日」（57.9%）、「1 日」（39.7%）の順に多く、今年度も短期プログラムが中心だったことがわかる。ただ、「5 日間」など複数日程のプログラムを実施する企業が前年度より増加した。対面で実施する企業が前年度より増えたことも、実施日数が伸びたことと関係ありそうだ。オンラインとの併用も含め、対面で実施した企業は 8 割近くに上った（計 78.5%）。過去 2 年はオンラインの方が多かったが、逆転した。

実施したプログラムを確認すると、「講義・座学」「社員との懇談・座談会」が約 7 割と多くの企業で取り入れている点は変わらないが、「仕事体験」「社内（職場）見学」を実施する企業が前年度より増えた。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難しさを感じていた企業が、これらを実施するために対面に切り替えたと見られる。

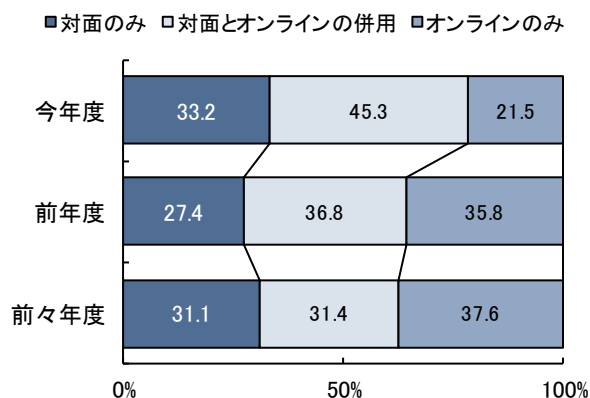
今年度(2022年4月～2023年3月)の
インターンシップ等実施状況



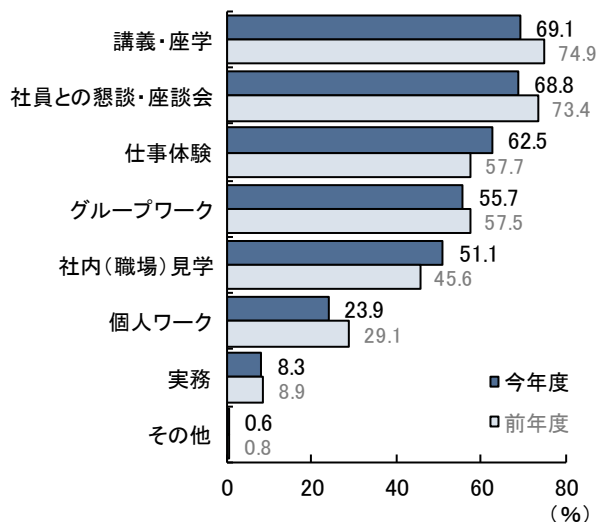
プログラム実施期間(日数)



プログラム実施形式



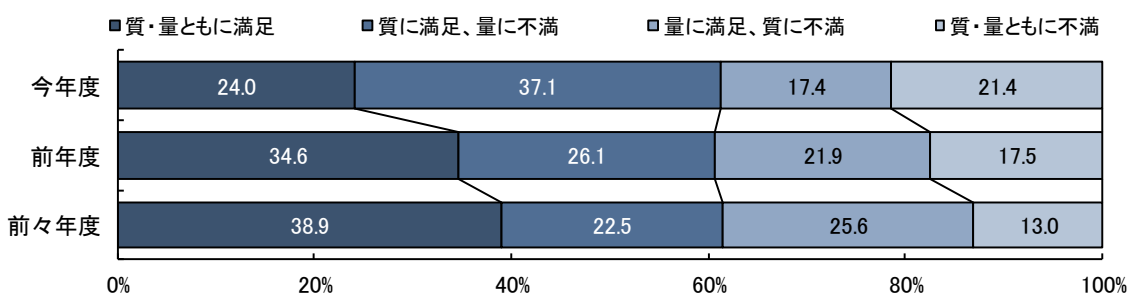
プログラム内容



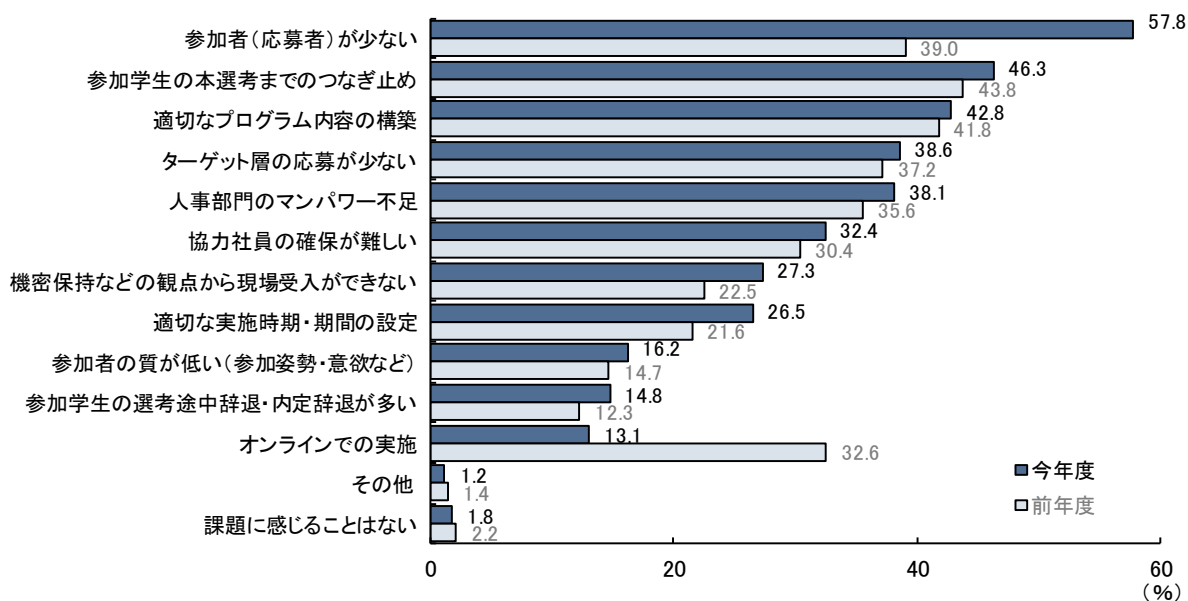
実施した満足度を尋ねたところ、最も多いのは「質に満足、量に不満」で 4 割弱が選んだ(37.1%)。前年度までは「質・量ともに満足」が最多だったが、年々減少し、今年度は 2 割台にとどまる(24.0%)。「質・量ともに不満」の割合も上昇し、「量」に不満を感じる企業が 6 割近くを占める(計 58.5%)。

課題として最も多いのは「参加者（応募者）が少ない」で 57.8%。前年調査（39.0%）より大幅に増加しており、参加者の確保が最大の課題であることが、このデータからも読み取れる。次いで「参加者の本選考までのつなぎ止め」（46.3%）が多く、早期に接点をもった学生を、いかに採用に繋げるかも重要な課題の一つと言える。

インターンシップ等の実施満足度



インターンシップ等の課題



【Voice3】—インターンシップ等を実施する上での課題

- 日程や開催時間など、どうすれば学生が参加しやすいのか考えなければいけない。 <コンビニ・GMS/大手>
- 実施内容を考えるのが大変。予定をしても学生の応募がない日程もあり、協力社員をどのように配置すべきか難しい。 <専門店/中小>
- 対面のみで実施していたが、参加者増加のためにはオンライン実施が必須だと感じた。 <専門商社/中小>
- もう少し工数をかけずに、丁寧に一人ずつに接することができるよう、工夫したい。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- コロナ禍で WEB での企画を強化してきたが、今後はリアルでも再開していきたい。 <専門商社/中堅>
- こちらとしては採用選考につなげたいが、学生側が早期に選考を進めたいのか、単なる情報収集で来ているのかをはかりかねている。 <鉄鋼・非鉄・金属製品/中堅>

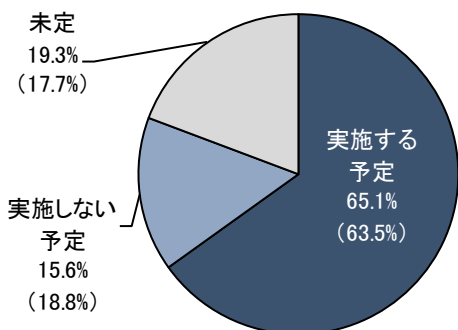
9. 2023 年度のインターンシップ等実施予定

来年度（2023 年 4 月～2024 年 3 月）の実施予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 65.1% で、前年同期調査（63.5%）をやや上回る。受け入れ枠についても、「増やす」（32.1%）が「減らす」（0.3%）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。

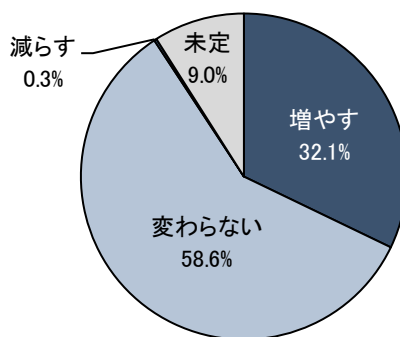
実施予定時期を今年度の実績と比較すると、9 月以前の開催予定が軒並み増加しており、早期の開催が増加する見込みだ。秋・冬の開催は、現時点では今年度実績を下回る月も多いが、「時期は未定」という企業もあり、これから実施を決める企業もあると見られる。

実施予定のタイプは、「タイプ 1：オープンカンパニー」が最多で約半数（48.2%）。「タイプ 3：汎用型能力・専門活用型インターンシップ」は約 3 割（30.2%）。ただし、現時点では「どのタイプに分類されるかわからない」といった回答も一定数見られた。

来年度（2023年4月～2024年3月）の
インターンシップ等実施予定

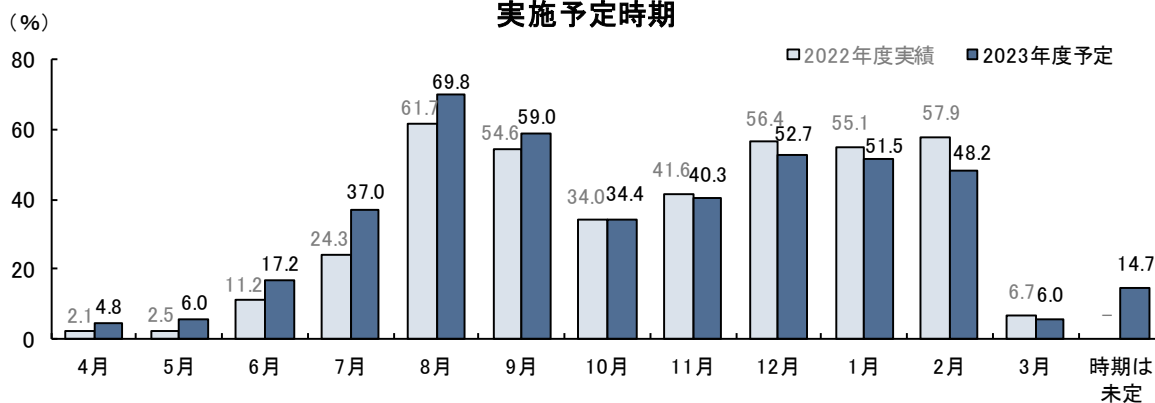


受け入れ枠の増減

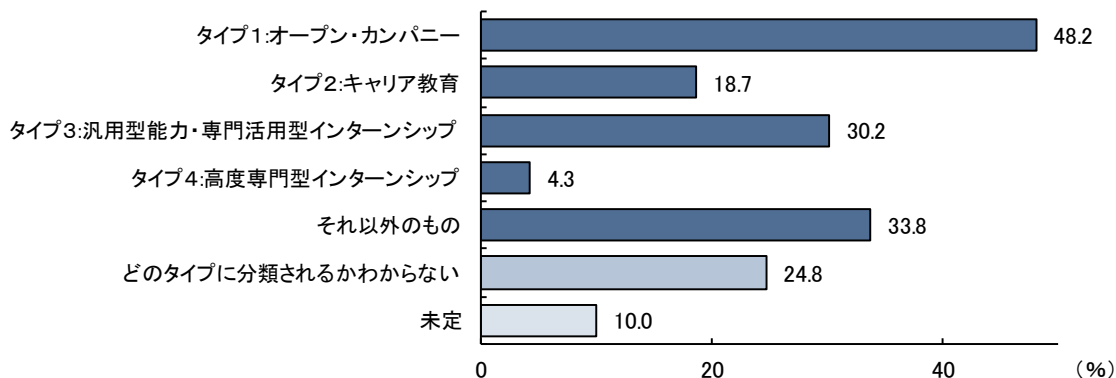


※()内は前年同期調査の数値

実施予定時期



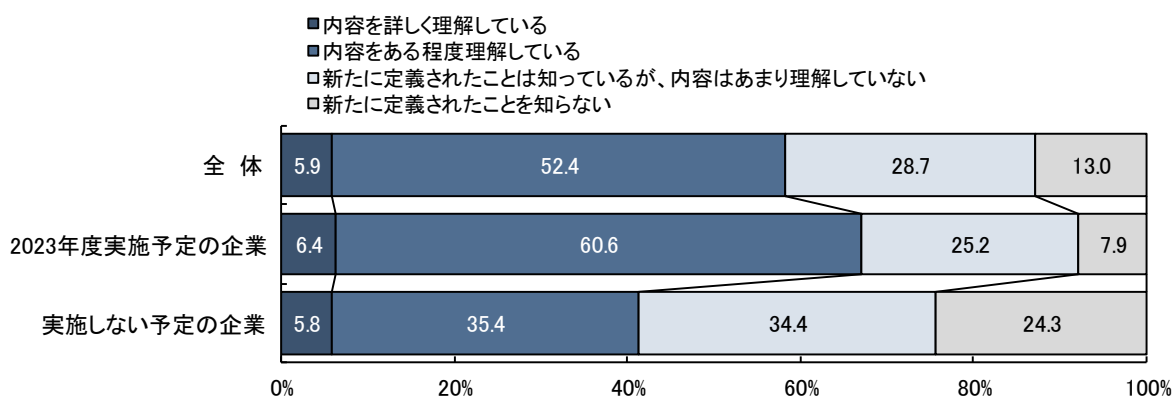
実施予定タイプ



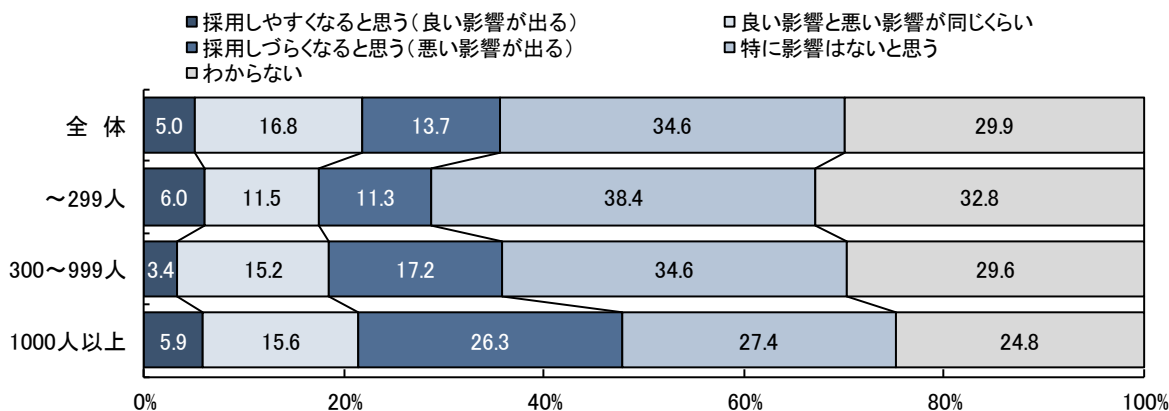
2025 年卒者から適用されるインターンシップの新定義の認知度について、来年度の実施予定にかかわらず全企業に尋ねた。「内容をある程度理解している」が過半数を占め（52.4%）、「内容を詳しく理解している」は 5.9%と 1 割未満にとどまる。2023 年度実施予定企業に限っても、「内容はあまり理解していない」「新たに定義されたことを知らない」という企業も少なからず見られる。

続いて、新定義による自社の採用活動への影響を予想してもらった。「採用しやすくなると思う」という回答は 5.0%で、「採用しづらくなると思う」（13.7%）の方が多し。ただし、「特に影響はないと思う」が 3 割強（34.6%）で、採用活動への影響は限定的という見方が最も多い。なお、「わからない」が 3 割あり（29.9%）、現時点では影響が読み切れない企業も少なくない。

インターンシップ新定義の認知度



インターンシップ新定義による自社の採用活動への影響予想



【Voice4】—新定義による採用活動への影響

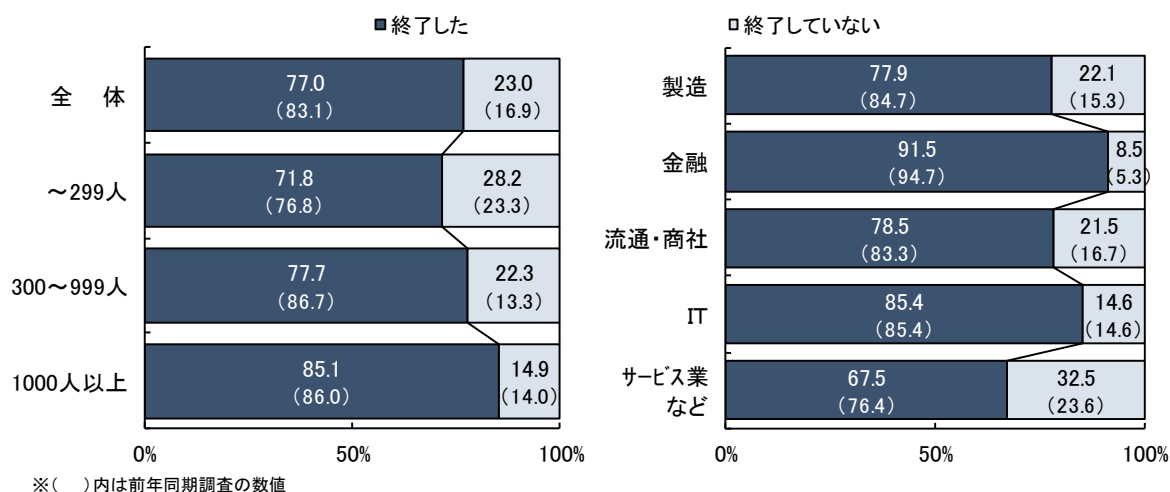
- タイプ別に区分けされたことで、弊社のインターンシップの質を学生に理解してもらえ、応募者が増えるのではないかと期待している。 <自動車・輸送用機器／中小>
- プログラム内容の柔軟性が上がったため、企業側が実施しやすい内容かつ学生が参加しやすい（参加のハードルが低い）内容で企画できるのではないかと期待している。 <素材・化学／中堅>
- タイプ3、4の開催ができる企業と、そうでない企業で差が出るのではと思っている。 <運輸・倉庫／中堅>
- 経団連に加盟している大手企業がインターンシップからの採用を始めることで、優秀な学生と接点を持つことすらできなくなるのではないかと。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>
- 5日間以上の受け入れが必須となるため、マンパワーが必要。一方で、これまでよりは早期のマッチングが可能となるとも考える。 <エネルギー／大手>
- 結局のところ、指針に従いきれない会社も多く、現状通りなのではないか。 <建設・住宅・不動産／中小>

10. 2023 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

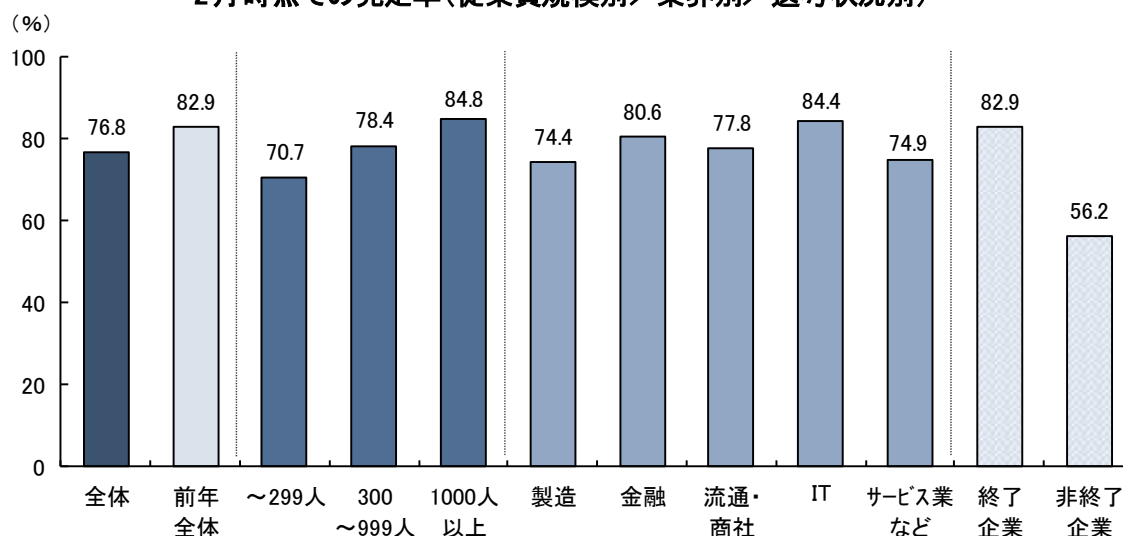
最後に、2023 年 3 月卒者（現 4 年生）の採用選考状況を確認したい。入社まで約 2 カ月という時点で、採用活動を「終了した」と回答した企業は全体の 77.0%。前年同期調査（83.1%）を 6.1 ポイント下回った。従業員規模別に見ると、大手では 8 割強に上り（85.1%）、前年同期との差もわずかだが、中堅企業では 9 ポイント、中小企業では 5 ポイント低下し、7 割台にとどまる（77.7%、71.8%）。また、業界別で差が目立ち、「金融」は 9 割を超えるが（91.5%）、最も低い「サービス業」は 67.5%で、その差は 24 ポイントに上る。

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 76.8%で、前年調査（82.9%）を下回った。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 82.9%。終了していない企業では 56.2%にとどまる。2023 年卒者の採用計画数に未達の企業が多いことが、2024 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)



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