



新卒採用マーケットの分析

2024年卒 就職・採用戦線総括



INDEX

2024年卒 就職・採用戦線の検証

Part 1 採用マーケットの概況..... 4

- はじめに
- コロナ禍からの採用意欲の回復がより鮮明に
- 企業は母集団形成に一層苦戦
- 早期化が進行 3月までに4割が内定出し
- 内定率はコロナ禍前の高水準を維持
- 充足率は初めて6割台に低下
- 売り手市場感 コロナ禍前と同水準に

Part 2 内定辞退の実態と学生を惹きつけるための取り組み 16

- 内定辞退増加に歯止めかからず
- 辞退への抵抗感が薄らぐ傾向
- 多様な採用形態への関心高まる

2025年卒 就職・採用戦線の見通し

Part 3 2025年卒採用の展望..... 24

1)2025年卒採用の計画と方針

- さらに高まる採用意欲
- 企業の動きはさらに早まる見込み
- 学生も早期から意欲的に準備を開始

2)インターンシップ新定義初年度の実施状況

- プログラム実施企業の増加が顕著
- オープン・カンパニーへの参加が主流
- タイプを問わず参加学生へのフォローは手厚い

参考データ① 理系学生の就職活動..... 14

参考データ② 大学キャリアセンター調査より..... 15

参考データ③ 結果通知のタイミング..... 21

参考データ④ 就職活動費用と交通費支給..... 22

参考データ⑤ 留学生の採用とキャリア意識..... 31

調査概要

■新卒採用に関する企業調査

	2023年2月調査 (2024年卒・採用方針調査)	2023年5月調査 (2024年卒・緊急企業調査)	2023年7月調査 (2024年卒・中間調査)	2023年10月調査 (2024年卒・内定動向調査)
調査対象	16,411社	16,386社	16,354社	16,318社
調査時期	2023年1月30日~2月7日	2023年5月10日~15日	2023年6月28日~7月6日	2023年9月27日~10月5日
回答社数	1,209社	1,008社	1,162社	1,238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

	2022年 9月調査	2022年 11月調査	2023年 1月調査	2023年 2月調査	2023年 3月調査	2023年 4月調査	2023年 5月調査	2023年 6月調査	2023年 7月調査	2023年 10月調査
調査対象	2024年3月卒業予定の全国の大学生(理系は大学院修士課程を含む) 2,000人									
調査時期	9月21~28日	11月15~22日	1月1~6日	2月1~6日	3月1~6日	4月1~5日	5月1~7日	6月1~5日	7月1~5日	10月3~11日
回答人数	901人	1,040人	1,028人	1,170人	1,264人	1,256人	1,252人	1,221人	1,238人	1,174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：就職活動の動向を定点観測するための就職活動モニター。株式会社ディスコが全国から毎年2,000人を組織。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る。

※「内定」には「内々定」を含む。 ※回答の比率(%)はすべて百分比で表し、小数点第2位を四捨五入した。

2024年卒

就職・採用戦線の検証

Part 1

採用マーケットの概況

Part 2

内定辞退の実態と

学生を惹きつけるための取り組み



Part 1 ● 2024 年卒 採用マーケットの概況

■ はじめに

新型コロナウイルス禍からの経済活動の回復が進み、人材獲得競争は再び熱を帯びている。学生優位の売り手市場の傾向がより鮮明になる中で、2024 年卒の採用・就職戦線はどのように進行したのだろうか。当社調査データを基に検証したい。

まず Part1 で 2024 年卒採用マーケットの特徴を概観。続く Part2 では、今年さらに深刻化した「内定辞退」の問題について詳しく検証する。また、後半では次の 2025 年卒採用の見通しを展望し、さらには今年度新しい定義で運用が始まった「インターンシップ」についても現状や課題を取り上げたい。

■ コロナ禍からの採用意欲の回復がより鮮明に

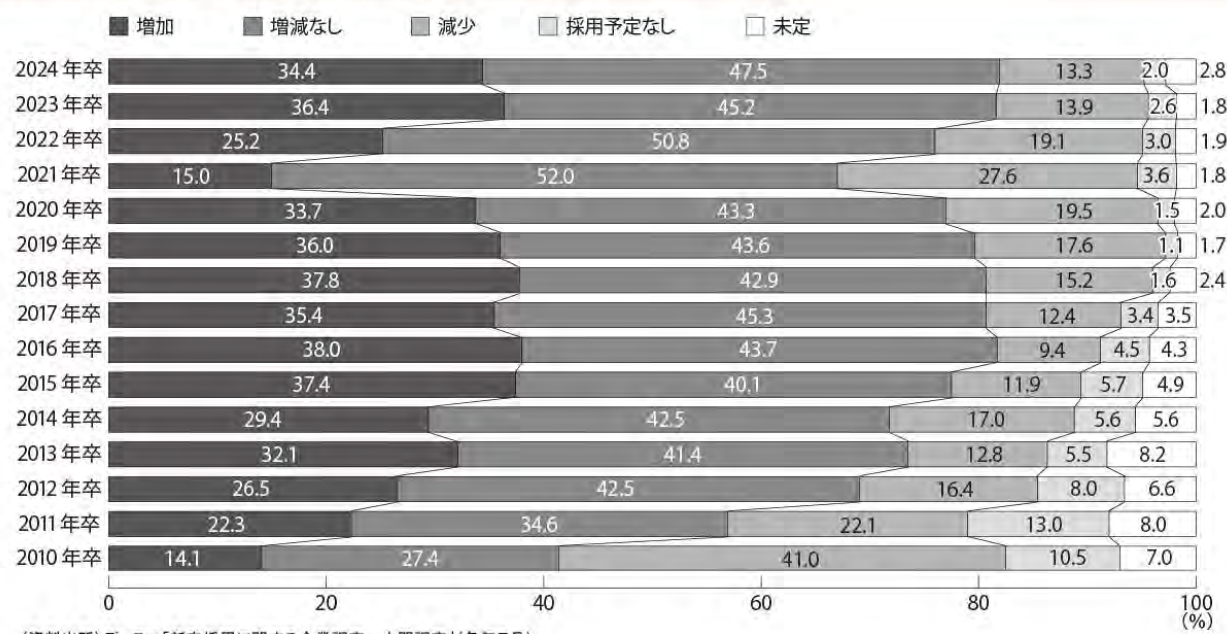
まず、企業の「採用意欲」から確認したい。2024 年 3 月卒業

予定者に対する採用見込みを、前年（今春入社者）と比較する形で尋ねたところ（図 1-①）、採用数を「増加」と回答した企業は全体の 34.4%。これに対し「減少」は 13.3%。2 年連続で「増加」が「減少」を 20 ポイント以上上回った。また、「増減なし」が 47.5%で、「増加」企業と合わせて 8 割以上が前年度以上の採用数を計画している（計 81.9%）。

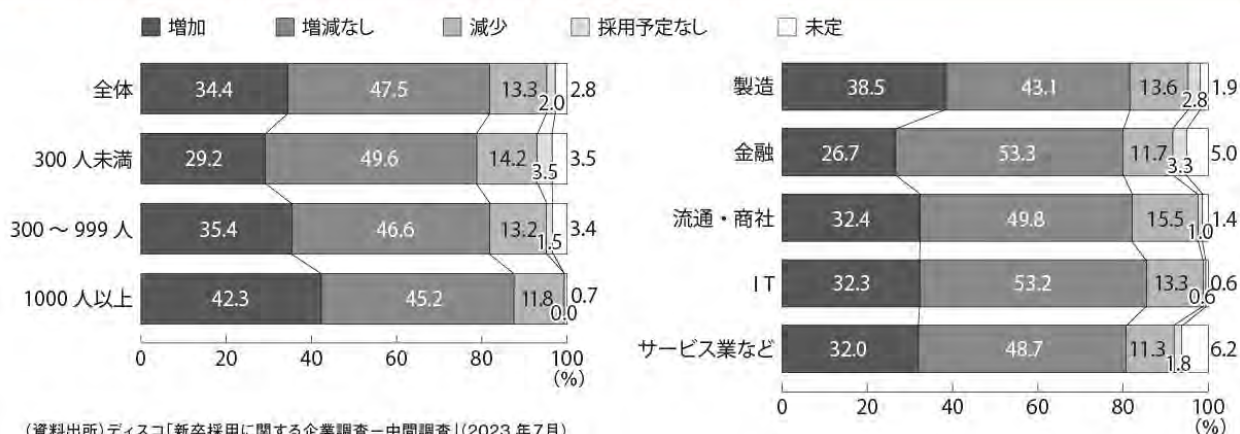
経年で見ると、コロナ禍の影響を最も受けた 2021 年卒採用では、「増加」と回答した企業は 1 割台へと大きく落ち込み（15.0%）、「減少」（27.6%）が「増加」を上回った。売り手市場から一転、採用に慎重な姿勢が目立ったが、その後 22 年卒採用から 3 年連続で増加傾向が続いている。採用を手控えた反動もあり、人手不足解消に取り組む動きがより鮮明になった。

2024 年卒について詳しく見てみると（図 1-②）、従業員規模

1-① 新卒採用見込み（前年度との比較）



1-② 2024 年 3 月卒業予定者の採用見込み（従業員規模別・業界別）



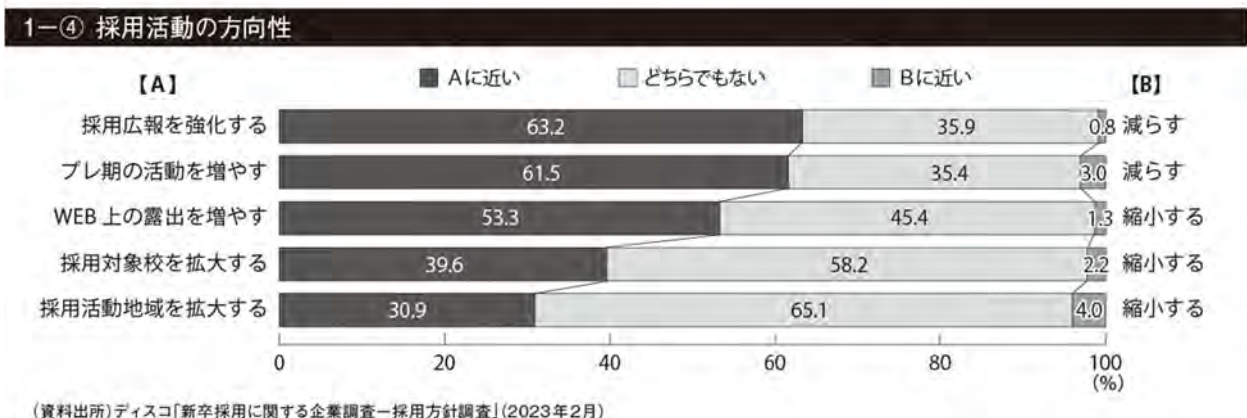
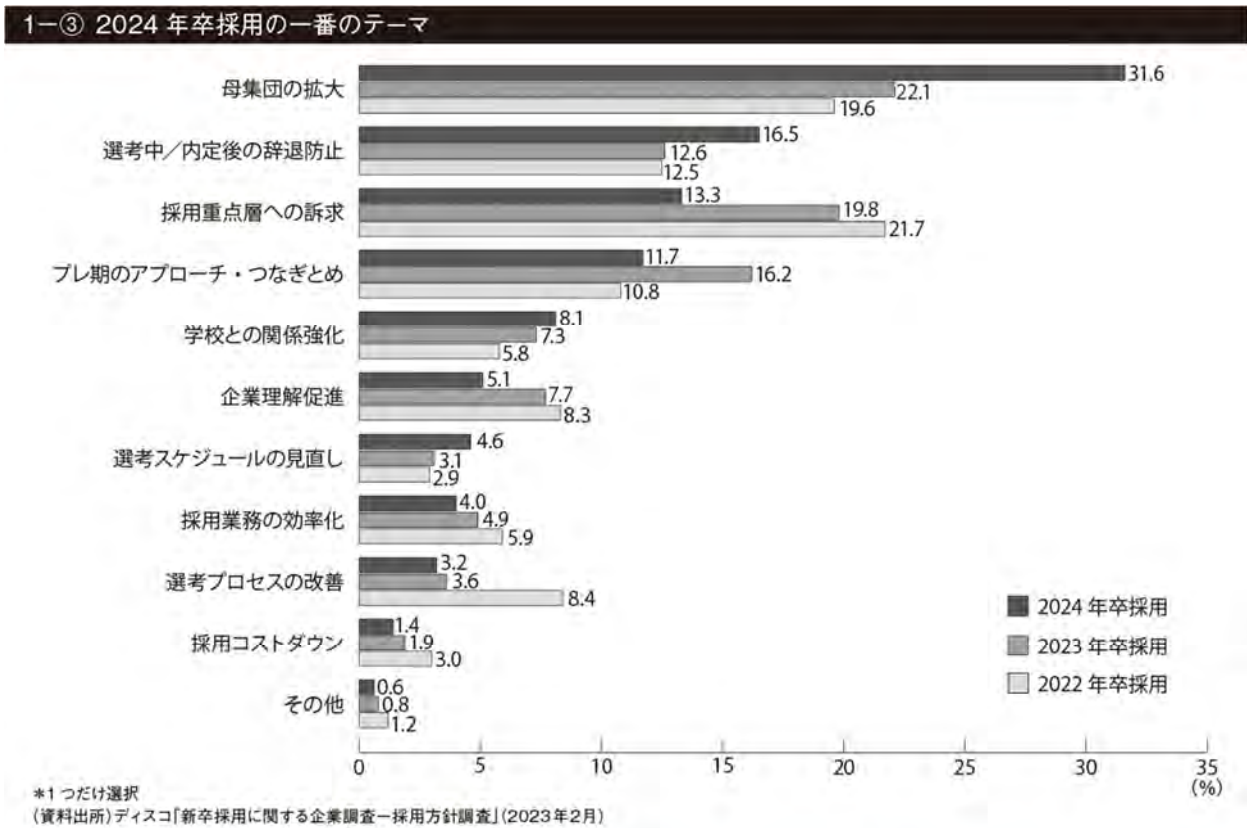
が大きくなるほど採用意欲は高く、従業員1000人以上の企業において「増加」が4割を超える(42.3%)。新卒採用マーケットが大手企業に牽引される形で伸長している様子が見て取れる。業界別ではやや濃淡はあるものの、すべての業界で「増加」が「減少」を大きく上回っているのが確認できる。

■ 「母集団拡大」が最重要課題

こうした拡大路線は採用戦略からも確認できる。採用広報解禁直前の2月に実施した調査の中で2024年卒採用の一番のテーマを尋ねたところ(図1-③)、3割を超える企業が「母集団の拡大」を選んだ(31.6%)。前々年から前年調査にかけてやや増加していたが、今年はさらに10ポイント近く伸びた。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たことがわかる。一方で、「採用重点層への訴求」は大きく減少。「数」に対する課題感が増し、重点層に集中するのではなく、幅広い層へのアプローチを優先させる方針へと舵を切る企業が増えたのだろう。

なお、同じ2月調査で採用活動の方向性を尋ねているが(図1-④)、「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」を大幅に上回る。「WEB上の露出を増やす」(53.3%)も過半数が選ぶなど、早期から積極的に学生との接点を増やしたいという意向が見て取れる。また、「採用対象校」や「採用活動地域」についても「拡大する」が「縮小する」を大きく上回っており、採用計画数を達成するために採用対象を拡大させる動きが鮮明に表れていた。



■ インターンシップ等のプログラムはさらに活況

多くの企業が早期の活動を強化する方針を取る中で、インターンシップや仕事研究プログラム等(以下、インターンシップ等と表記)は一段と過熱した。2022年度(2022年4月~2023年3月)に実施した企業の割合は7割強(73.9%)で、前年(68.8%)より5ポイント増加した(図1-⑤)。コロナ禍の影響で一時、実施企業は大きく減少したものの、再開するケースが徐々に増えている。コロナ禍前の実施率(2019年度:77.3%)には及ばないものの、オンラインでの実施により受け入れ枠を拡大している企業も多く見られる。

学生の参加率も上昇しており、2024年卒者では9割に達した(91.4%)。本格的な就職活動の前にこうしたプログラムに参加することで、業界や仕事について理解を深めたり、適性を確かめようとしたりする動きが定着している。

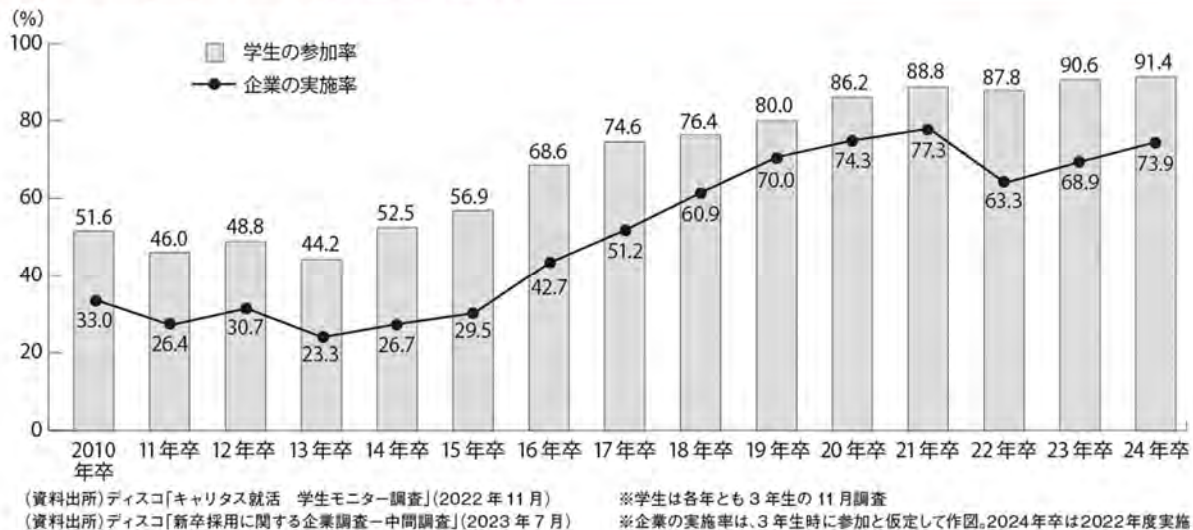
ただ近年は、仕事体験や企業研究の場としての活用にとどまらず、その先の採用選考を意識する傾向が強まっている。

■ 参加学生の囲い込み強まる

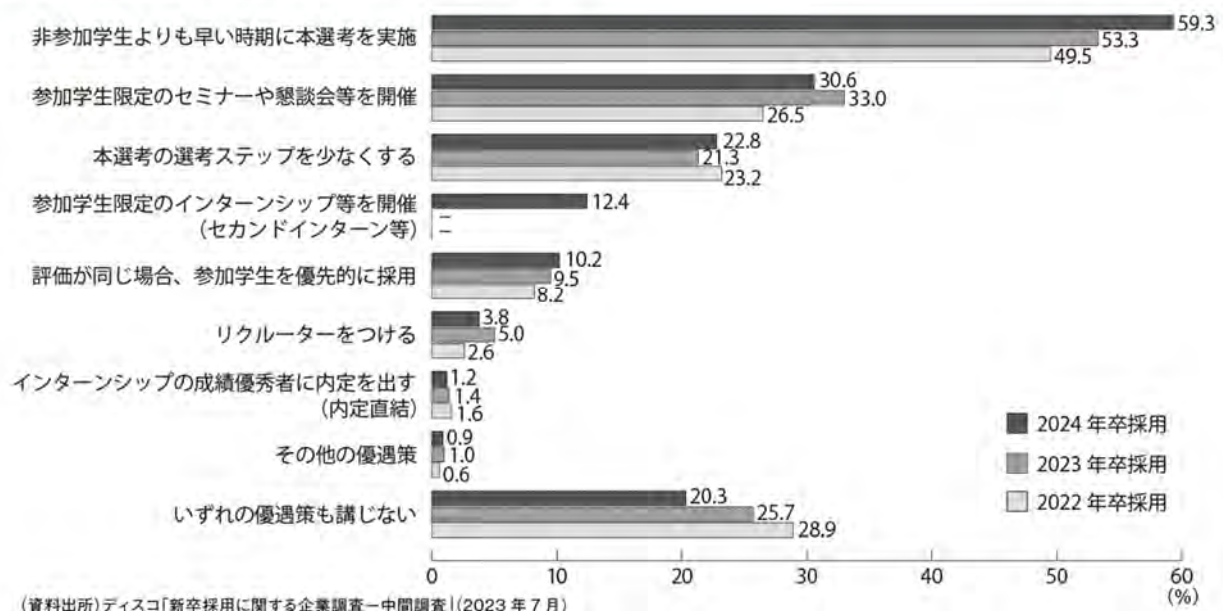
企業側もインターンシップ等参加学生を採用につなげようと、参加後のフォローや採用選考での優遇策を講じている(図1-⑥)。具体的な内容を見てみると、「非参加学生よりも早い時期に本選考を実施」という回答が圧倒的に多く、約6割の企業が選んだ(59.3%)。この3年で大きく増加しており、学生の獲得に後れを取るまいといった強い危機感が感じられる。こうした動きが、選考時期の早期化につながっているのだろう(後述)。

早期選考のほかにも「参加学生限定のセミナーや懇談会を開催」「本選考の選考ステップを少なくする」など様々なフォローや優遇策が実施された。プログラム参加後も学生と継続的に接点

1-⑤ インターンシップ等実施率/参加率の推移



1-⑥ インターンシップ等参加学生の採用での優遇策



を持つことで、自社への興味・関心を維持したい、あるいは高めたいと考える企業が多いことがうかがえる。参加学生を採用に結びつけようという動きは今年ますます強まった。

■ 企業は母集団形成に一層苦戦

ここからは3月の採用広報解禁後の状況を見ていく。

企業は早くから学生との接点を強化して採用活動に臨んだが、満足のいく母集団形成につながられただろうか。エントリー数の状況を見ると(図1-⑦)、前年度よりも「増えた」と回答した企業は全体の17.5%。「減った」という企業は58.3%で、全体の6割近くにも及んだ。前年調査でも「増えた」企業より「減った」企業の方が多かったが、その差が大きく開いた。

企業規模が大きくなるほど「減った」の割合は高まり、従業員1000人以上の大手企業においては「減った」が64.1%に上る。採用予定数の増加(図-②)と相反する結果となり、採用に有利といわれる大手企業であっても厳しい様子が表れている。

「選考への応募者数」についても減少傾向が顕著に認められる。「増えた」という企業は14.8%にとどまり、「減った」企業がそ

の4倍に上っている(60.2%)。いずれの規模においてもエントリー数の指標と同様の傾向を示しており、エントリー受付数が減った企業は、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。

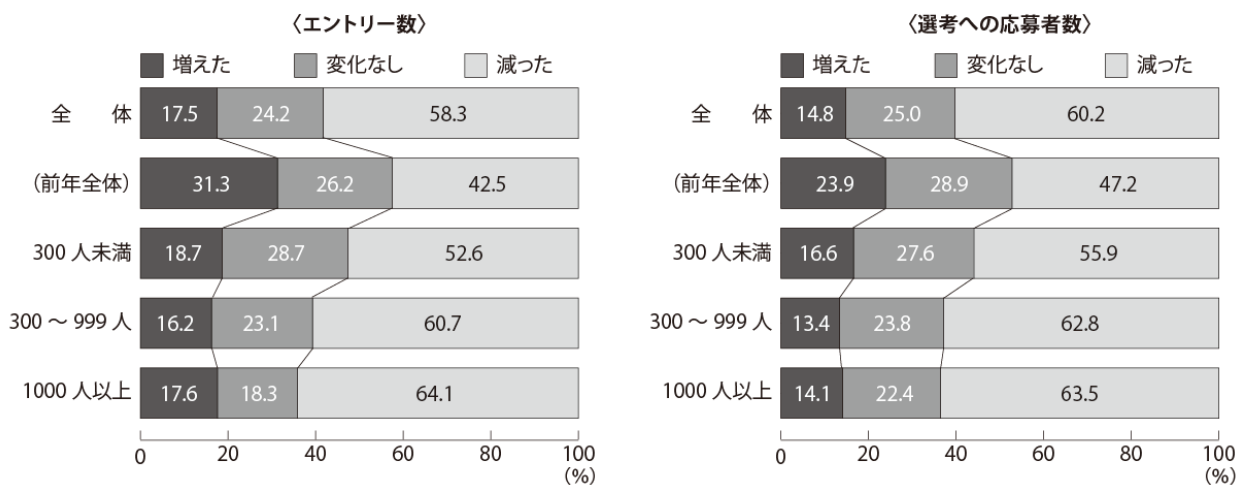
「母集団の拡大」をテーマに臨んだものの、母集団形成に苦戦する企業が前年より増え、深刻さが増した様子が見て取れる。

■ 学生の活動量は前年を下回る

学生側のデータも見てみよう。図1-⑧は10月時点の学生の活動量で、現行の日程ルール初年度の2017年卒からの8年間の推移を示したものだ。一人あたりのエントリー社数の平均は25.4社で、前年同期(27.1社)を1.7社下回る。2022年卒者は31.0社だったので、この2年で5社以上減少。志望企業を絞り込んで就職活動を進める傾向が強まった。就職環境の改善に加え、早期に接点をもった企業から良い感触を得られたことなども、その後の活動量が低下した要因と考えられる。

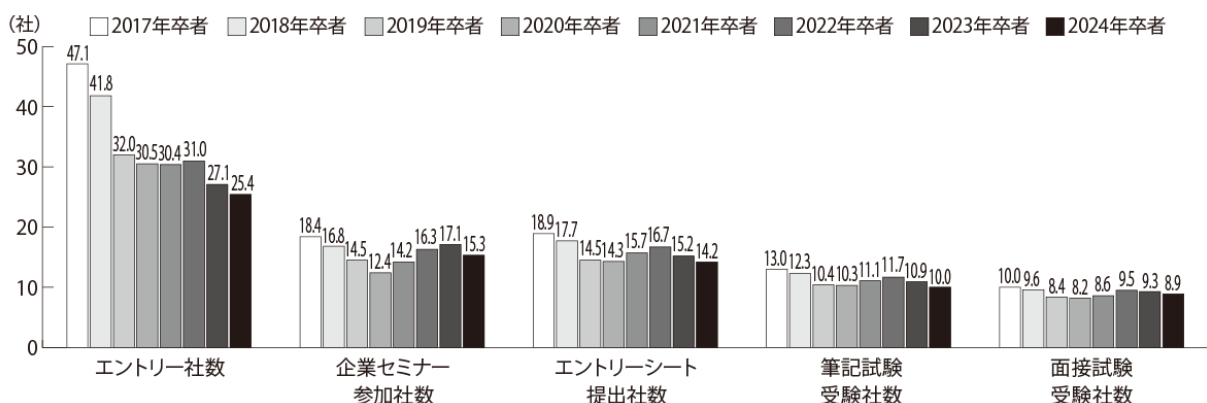
エントリー社数の減少に伴い、セミナー参加社数、エントリーシート提出社数などもそれぞれ減少した。

1-⑦ 学生の反応 (従業員規模別)



(資料出所)ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2023年7月)

1-⑧ 10月1日現在の活動量 (8カ年)



※2021年卒以降の企業セミナーはWEB視聴を含めた実数
(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(各年10月)

■ 早期化が進行 3月までに4割が内定出し

今年の採用活動がどのようなスケジュールで進んだのかを面接開始と内定出しの時期から考察したい。

まず、面接を開始した企業が最も多かったのは3月上旬(10.6%)。4月中旬まで10%前後が続き、大きな山が見られない点は前年と同様の特徴だ。ただ、2月より前の早い時期のポイントが増えているのが目立つ。2月までの合計は前年より6.5ポイント増え(計25.1%→31.6%)、3月1日の採用広報開始前に面接を始めた企業は3割に達した(図1-⑨)。

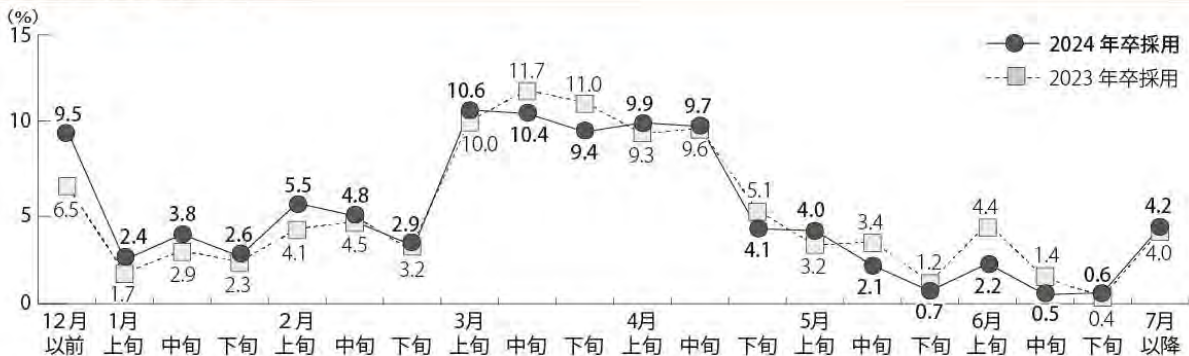
内定出しの開始時期は前年に引き続き4月下旬が最多で(10.2%)、大型連休を前に内定を出し始めた企業が今年も多か

ったことがわかる。ただ、それよりも前の時期を回答した企業が増えた。3月までの合計は4割近くに及ぶ(計33.2%→39.2%)(図1-⑩)。

「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変更から8年。旺盛な採用意欲を背景に早期選考に踏み切る企業が増え、ルールの形骸化が一層進んだ様子が見て取れる。

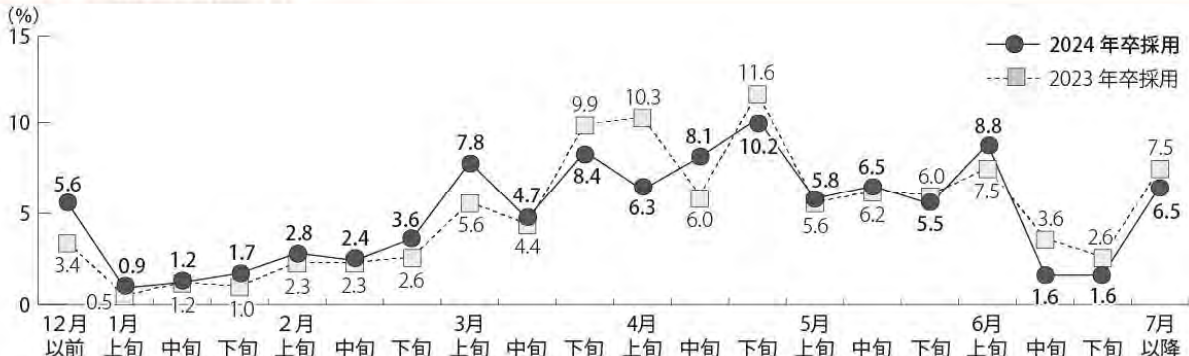
なお、学生への調査では、過半数が「締切が早過ぎて応募できなかった企業がある」と回答しており(計52.0%)、早期化する企業の動きに対応できていないケースが多分にあることがわかる(図1-⑪)。先に見た活動量の減少につながっている面もあるだろう。

1-⑨ 面接の開始時期



(資料出所) ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」(2023年7月)

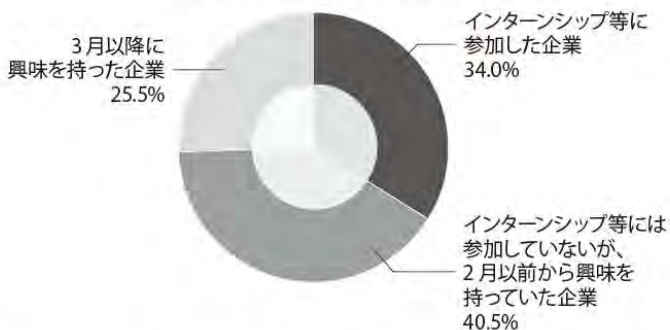
1-⑩ 内定出しの開始時期



(資料出所) 同上

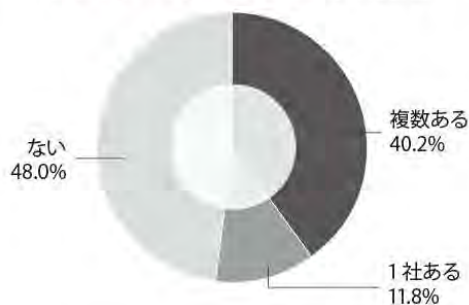
1-⑪ 本選考応募企業について

〈本選考に応募した企業の内訳〉



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年5月)

〈ESの締切が早過ぎて応募できなかった企業〉



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年6月)

■ 内定率はコロナ禍前の高水準を維持

このような企業の前のめりとも映る動きを受け、学生の内定獲得のタイミングも早まった。3月1日の就活解禁時点ですでに内定を手にしているという学生は全体の32.4%に上った(図1-⑫)。現在の日程ルールになった17年卒以降のみならず、就活解禁が3年生の10月や12月だった頃を含めても、3月の内定率が3割を超えるのは初めてのことだ。

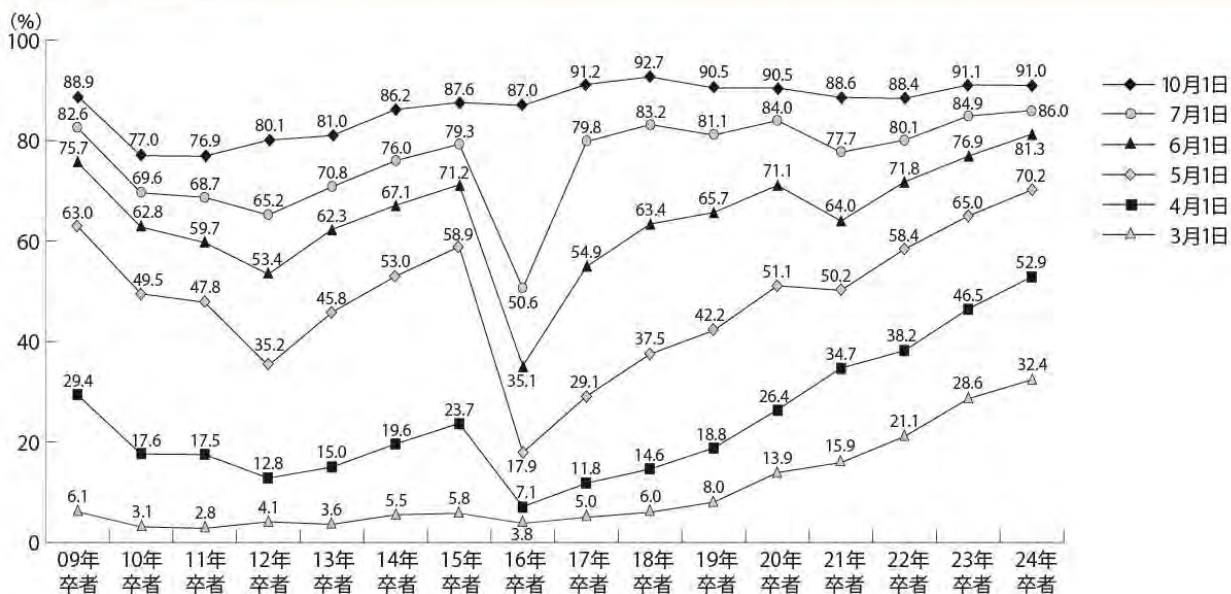
4月には早くも過半数に達し(52.9%)、採用広報解禁後に就職戦線が一気に加速した様子が表れている。3月から4月にかけての上昇幅は20ポイント以上に上り(20.5ポイント増)、3月に

内定を出し始める企業が増えたこととも符合する(図1-⑩)。

高水準で推移した前年(23年卒)をさらに上回るペースで進行し、6月の選考解禁のタイミングで8割台をマークした(81.3%)。正式内定解禁日である10月1日時点の内定率は91.0%と、2年連続で9割を超えた。コロナ禍前の極めて高い水準を回復しており、企業の採用意欲の高さを改めて印象づける数字となった。

10月時点で、内定取得者一人あたりの内定獲得社数は、平均2.5社(図1-⑬)。前年同様に、多くの学生が複数の企業から内定を得たことがわかる。

1-⑫ 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、17～24年卒は6月
(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2008年～2023年)

1-⑬ 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
内定あり		91.0 (91.1)	90.4 (90.2)	94.6 (92.5)	87.5 (89.8)	90.5 (92.4)
内定なし		9.0 (8.9)	9.6 (9.8)	5.4 (7.5)	12.5 (10.2)	9.5 (7.6)
内定者のうち	就職先を決定し活動終了	94.9 (95.6)	94.3 (94.1)	93.8 (96.3)	97.0 (96.1)	94.8 (96.2)
	活動は終了したが複数内定保持	1.4 (0.7)	1.8 (1.2)	1.5 (0.6)	0.7 (0.4)	1.5 (0.0)
	進学などの理由で就職活動を中止	1.2 (1.6)	0.9 (1.2)	1.2 (0.9)	0.4 (2.5)	3.7 (2.3)
	就職活動継続	2.5 (2.2)	3.0 (3.4)	3.6 (2.2)	1.9 (1.1)	0.0 (1.5)
		(社)				
		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定社数/平均		2.5 (2.5)	2.5 (2.6)	2.7 (2.6)	2.4 (2.4)	2.4 (2.5)

* ()内は前年同期調査の数値
(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年10月調査)

■ 充足率は初めて6割台に低下

企業には、採用予定数に対する内定者の割合(=内定者充足率)を尋ねている。正式内定解禁を迎えるタイミングでの充足率は、全体平均で67.9%(図1-⑭)。前年同期(71.3%)をやや下回り6割台へと低下した。採用数の増加で思うように内定者を確保できない企業が増えたようだ。10月時点の充足率が7割に届かないのは、2016年卒採用時にこの時期の充足率を調査し始めて以降、初めてのことだ。2016年卒採用では選考解禁時期が現在より2カ月遅い8月1日だったが、10月の充足率は7割台を維持しており(71.2%)、今期の苦戦ぶりが際立つ。

従業員規模が大きくなるにつれ充足率も上がるが、従業員1000人以上大手企業でも7割台にとどまる(78.1%)。300人未満の中小企業は初めて6割を下回り(59.9%)、規模による格差は拡大した。

業界別の比較では、「IT」が唯一8割を超えている(82.2%)。

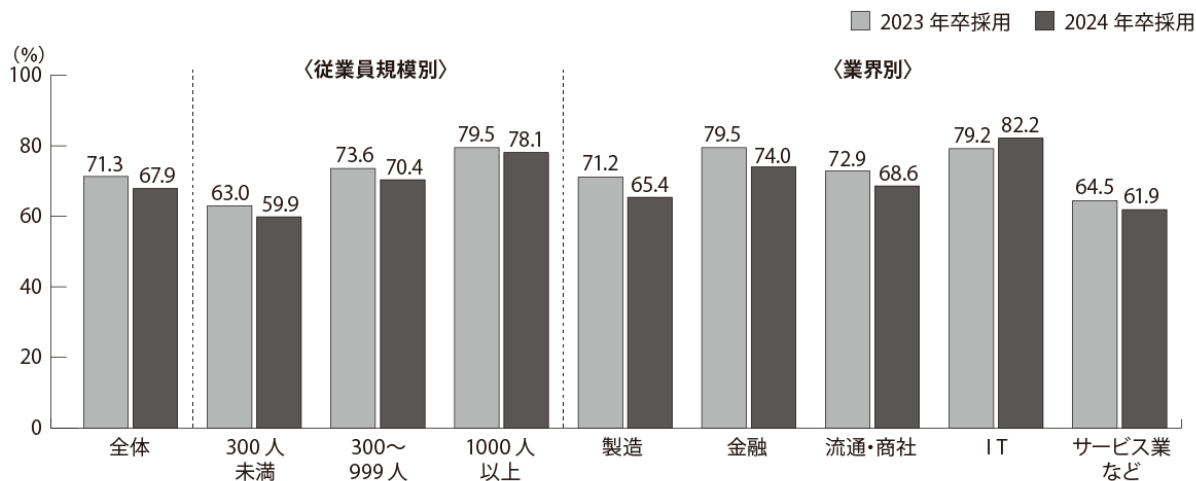
■ 採用の満足度も低下 「数」への不満が目立つ

内定者についてはどのように感じているだろうか。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(図1-⑮)。

前年調査と大きな変化は見られないものの、「質・量ともに満足」という回答がやや減少(25.5%→24.0%)、その分「質・量ともに不満」が増加するなど(21.7%→23.4%)、満足度はやや低下した。

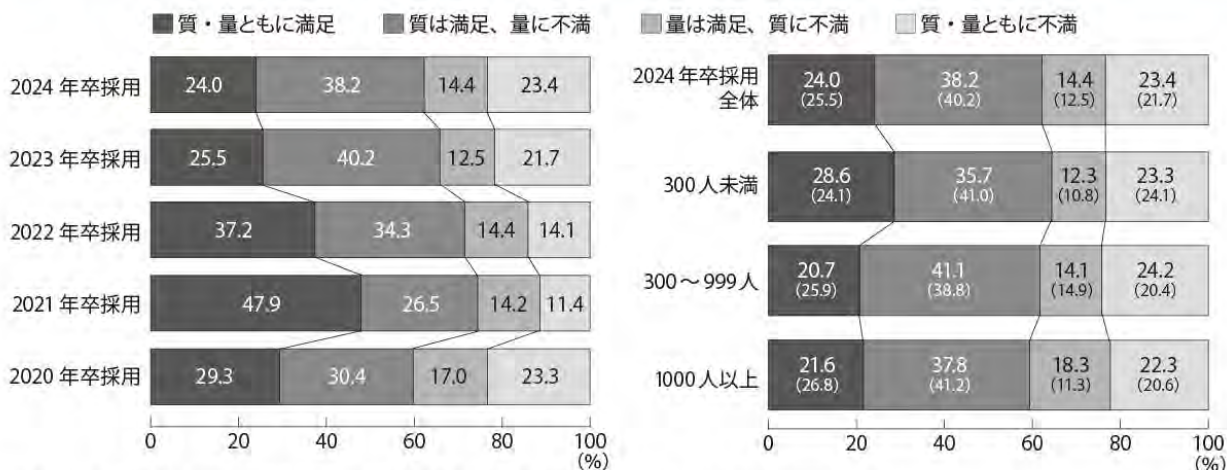
最も多いのは今年も「質は満足、量に不満」という回答だ(38.2%)。採用予定人数が増えたからといって基準を下げてでも充足させたいという企業は多くはなく、質を優先したことで、人数の確保に苦戦した企業が多かったことが推察できる。先に確認してきたように、母集団形成の時点でつまづいた企業が多かったことや、複数の企業から内定を得る学生が一般的になっていることも、数に対する不満が高まった要因と考えられる。

1-⑭ 10月時点の内定者充足率(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」(2023年10月)

1-⑮ 内定者に対する満足度(経年・従業員規模別)



(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」(各年10月)

* ()内は前年同期調査の数値

■ インターンシップ等の採用への効果は？

インターンシップ等のプログラムを実施した企業には、採用活動への効果という観点で振り返ってもらった。

採用への効果を感じる企業の割合は、「とても感じている」「やや感じている」を合わせて約7割（計72.0%）（図1-16）。大半が効果を実感していることがわかる。具体的な効果の内容を見ると、「学生の企業理解向上につながった」が最も多く6割強（66.2%）、次いで「母集団形成につながった」も6割台に上る（60.3%）。プログラムへの参加を通じて企業や仕事への理解を深めた学生が、その後の採用選考に応募している様子がうかがえる。ただし、母集団形成への効果は前年調査（66.7%）より低下した。そもそも実施企業や受け入れ枠の増加（飽和状態）で学生の参加が分散し、十分に参加者を集められなかった企業も見られ、母集団形成への効果が薄らいだ面もあるのだろう。

一方で「優秀な学生に内定を出せた」「早期に内定者を確保できた」が前年調査より伸びた。

■ 参加企業からの内定取得は7割超に

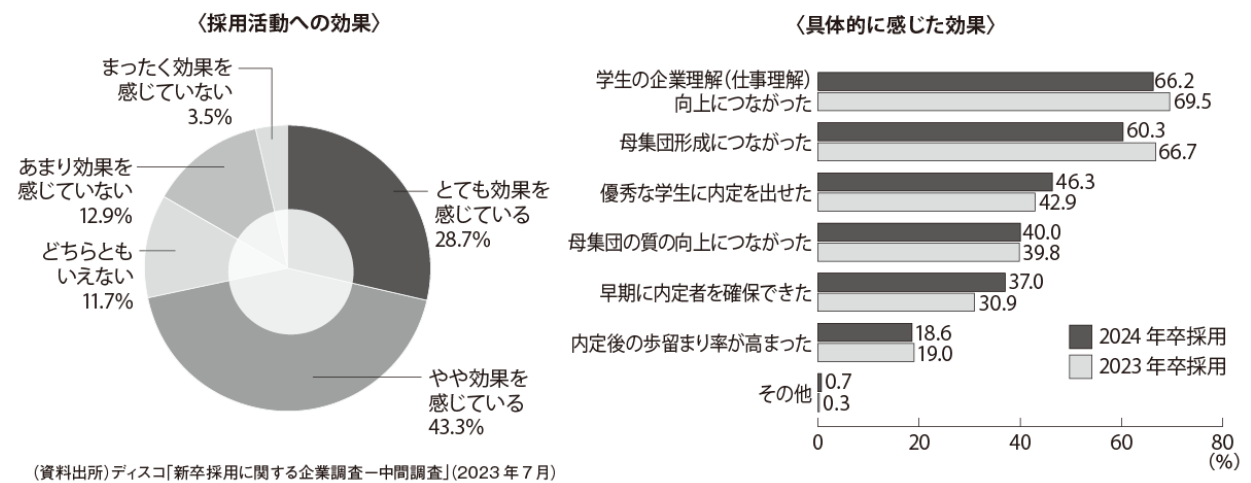
学生側のデータからも検証してみたい（図1-17）。インターンシップ等のプログラムに参加経験がある学生のうち、参加企業の「本選考に応募した」学生は9割近くに上る（87.1%）。さらに、応募学生のうち実際に内定を得た経験を持つ学生の割合は7割を超える（72.2%）。いずれも年々増加しており、インターンシップ等から本選考、内定獲得という道筋がより強くなっていることが読み取れる。特に内定取得はこの8年で40.5%から7割超へと大きく伸びた。こうした内定への距離の近さが学生に魅力に映り、インターンシップ等の活況につながっている面もあろう。

なお、今年度（2023年度）よりインターンシップは新しい定義での運用が始まっている。Part3にて詳しく紹介する。

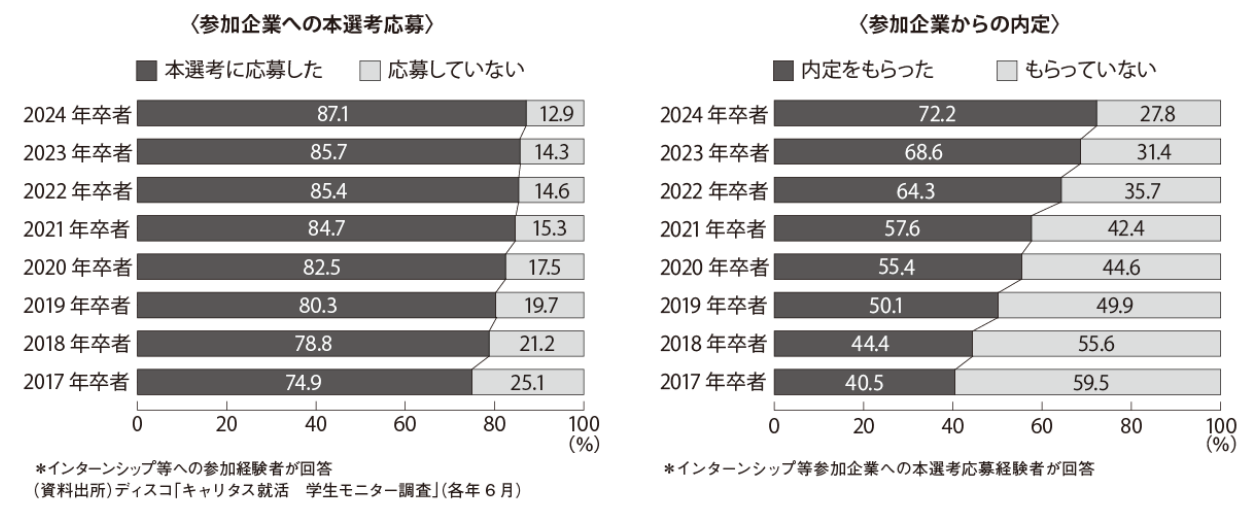
■ 就職決定企業のトップは今年もIT業界

ここからは学生の企業選び、とりわけ就職先として決定した企業について確認したい。

1-16 インターンシップ等を実施したことによる採用活動への効果



1-17 参加企業への本選考応募経験・内定取得



まず、就職決定企業の業界を見ると(図1-⑱)、文系理系ともに1位は「情報処理・ソフトウェア」。前年同様にそれぞれ1割以上を占める。業界の裾野が広く、もともと文理の別なく採用に積極的な企業が多いことに加え、IT分野の社会的ニーズが高まっていることも要因として大きいだろう。内定者充足率(図1-⑭)でもIT業界は8割を超える高水準を示し、人気を裏付ける。文系の2位は「銀行」で、昨年2位の「官公庁・団体」と順番が入れ替わった。銀行のほかに「建設・住宅・不動産」や「運輸・倉庫」なども順位を上げた。

理系の2位以下は製造業が占めるが、6位まで前年と順位が変わらず、上位に変動は見られない。

就職先として決めた企業を知るきっかけとなった情報源は、

「就職情報サイト」が37.4%と今年も突出して多く、学生にとって「就職活動の入り口」として機能・定着していることがわかる(図1-⑲)。

■ 選社理由は「給与・待遇」 コロナ禍前と変化

最終的に就職先企業を選んだ理由を、コロナ禍前に就職活動をした学生(2020年卒者)の結果と比較した(図1-⑳)。

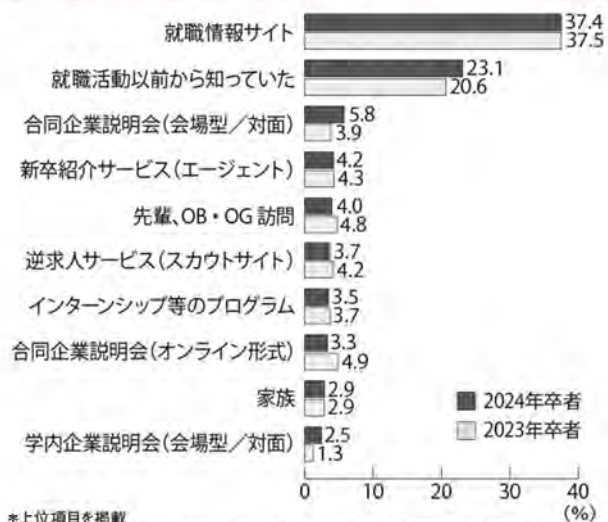
今年最も多かったのは「給与・待遇が良い」(32.8%)で、ここに「大企業である」(30.1%)が続く。ともに3割を超え、20年卒者に比べ6ポイント以上増加した。他に「希望の勤務地で働ける」もポイントを伸ばしており(18.1%→24.2%)、より条件の良い企業に決めているように見える。

1-⑱ 就職決定業界

文系 (%)		理系 (%)	
1	情報処理・ソフトウェア① 11.5	1	情報処理・ソフトウェア① 13.5
2	銀行③ 7.0	2	電子・電機② 10.9
3	官公庁・団体② 6.7	3	建設・住宅・不動産③ 9.6
4	建設・住宅・不動産⑥ 6.2	4	自動車・輸送用機器④ 7.5
5	運輸・倉庫⑦ 5.7	5	素材・化学⑤ 7.0
6	調査・コンサルタント④ 4.5	6	機械・プラント⑥ 5.4
8	商社(専門)⑤ 4.5	7	水産・食品⑩ 5.2
8	その他サービス⑧ 4.1	8	調査・コンサルタント⑧ 4.4
10	インターネットサービス⑪ 4.1	8	医薬品・化粧品⑯ 4.4
10	マスコミ⑧ 4.0	10	官公庁・団体⑧ 3.9

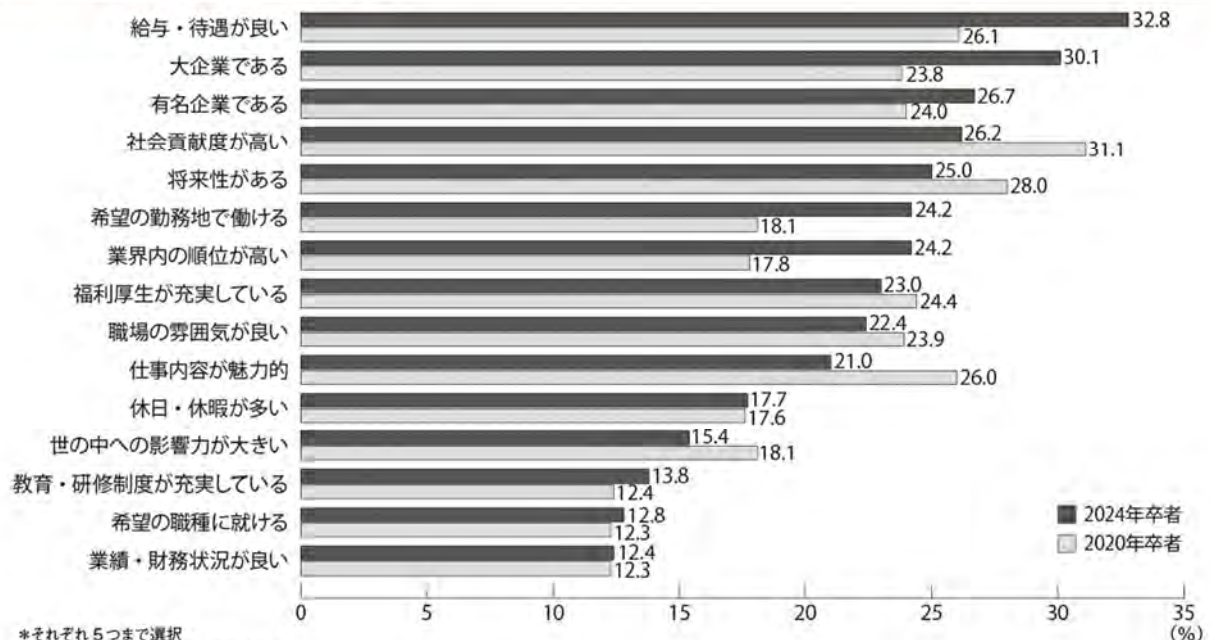
*全40業界のうち上位10業界を掲載
 *○の中の数字は前年同期調査の順位
 *「その他サービス」=介護・福祉サービス、アウトソーシングなどのサービス業
 (資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年10月)

1-⑲ 就職決定企業を知ったキッカケ



*上位項目を掲載
 (資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年10月)

1-⑳ 就職決定企業に決めた理由



*それぞれ5つまで選択
 *全30項目のうち上位15項目を掲載
 (資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年7月・2019年7月)

2020年卒者の就職環境も良好だったが、コロナ禍を経て転職制度を見直す動きや、初任給を上げるなど待遇の改善をアピールする企業が相次いだことなども、条件や待遇重視が強まった要因と見られる。

20年卒者で1位だった「社会貢献度が高い」は約5ポイント減少し4位に。同じく「仕事内容が魅力的」も5ポイント下がり、今年は10位だった。

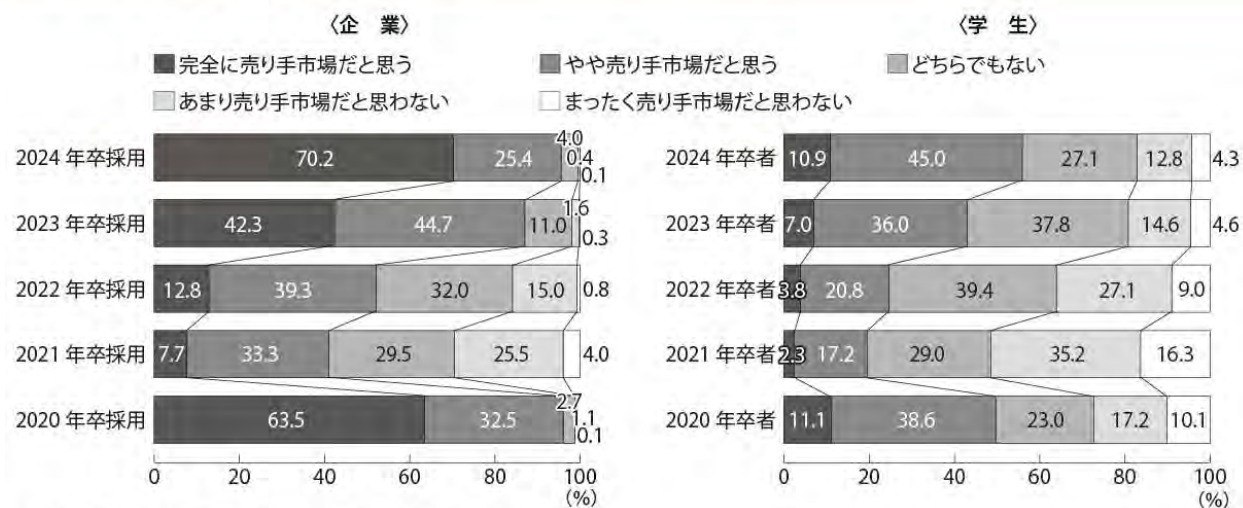
■ 売り手市場感 コロナ禍前と同水準に

ここまで2024年卒採用戦線の概況を振り返ってきたが、このパートの最後に、企業と学生が今年の就職環境・採用市場をそれぞれどのように見ているのかを確認したい（図1-②）。

まず企業側の見解を見ると、「完全に売り手市場だと思う」という回答が前年調査（42.3%）からさらに増加し、7割に上った（70.2%）。「やや売り手市場だと思う」を合わせると、売り手市場との見方が9割を超える（計95.6%）。前年よりも厳しい状況を実感する企業が増え、コロナ禍前とほぼ同水準を示した。

一方学生には、就職活動を通して、自分たちの就職環境をどう捉えているのかを尋ねた。「完全に売り手市場だと思う」「やや売り手市場だと思う」を合わせると55.9%。前年調査（計43.0%）より約13ポイント増加した。企業側の見方に比べれば控えめな数字だが、同じくコロナ禍前の水準に近い数字を示している。企業の積極的な姿勢や、内定の得やすさを売り手市場と見る根拠に挙げる声が目立った。

1-② 採用市場／就職環境への考え



（資料出所）ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」（2023年7月）
 ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」（2023年7月）

企業の声

- 採用の早期化や多様化で、これまでの採用手法では成功しなくなっていると感じる。学生と接点を持つ機会やチャネルを増やす他はないのかと思うが、工数の問題もあり悩ましい。
 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 完全に売り手市場。具体的なキャリアプランや理想的な先輩社員像を出していかないと、最終的な決め手不足になっているのを感じる。
 <専門店／大手>
- 内定辞退が多く、母集団形成も難しいと感じています。選考中に学生の志望度を高めていくことが重要になってきていると感じています。
 <印刷／中堅>
- セミナーにおける学生からの質問の傾向がここ数年で変わり、業務内容の質問ではなく、福利厚生や転職に関する質問が明らかに増えた。
 <保険／大手>
- 学生も売り手市場を意識しているので、余裕をもって行動していると思う。企業のほうが焦っている。
 <食品／中堅>

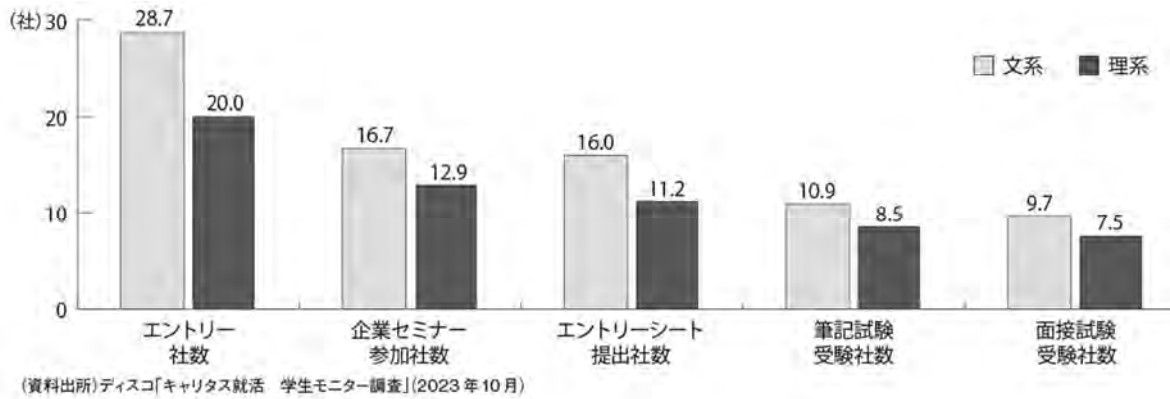
学生の声

- 多くの企業が早期に学生を囲い込んでいる状況を見ると、売り手市場なのだろうと感じる。
 <理系男子>
- 大して志望動機が練れていなくても大手企業から内定をもらうことが可能であり、学生に対しての配慮も多く、就活生の価値の高さを感じた。
 <文系男子>
- 人材不足もあると思うが、だからといって誰でもいいわけではなく、難しい。
 <理系女子>
- たくさんの企業がある中で、興味のある企業を探すのがとても大変だった。
 <文系女子>
- 内定を得たうちの2社のどちらに進むか非常に悩んだ。最終的には、転職が少なくライフプランが設計しやすい企業に決定した。
 <文系女子>
- 早期化かつ長期化しているため、モチベーションを維持し続けることが一番大変であった。
 <文系男子>

参考データ① 理系学生の就職活動

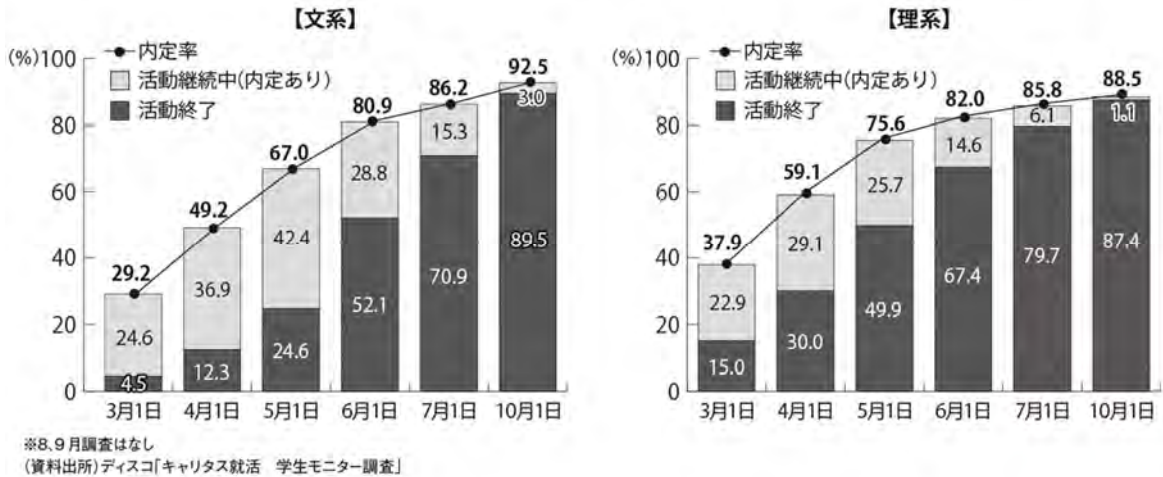
■文理別の活動量（10月1日時点） 《学生調査》

理系学生の活動量は全体的に文系学生よりも少ない。特にエントリー社数において差が大きく、文系の28.7社に対して理系は20.0社と、絞り込んでエントリーしていることがわかる。就職活動が進むにつれ文理差は縮まり、面接社数は文系9.7社、理系7.5社。



■内定率と就職活動状況 《学生調査》

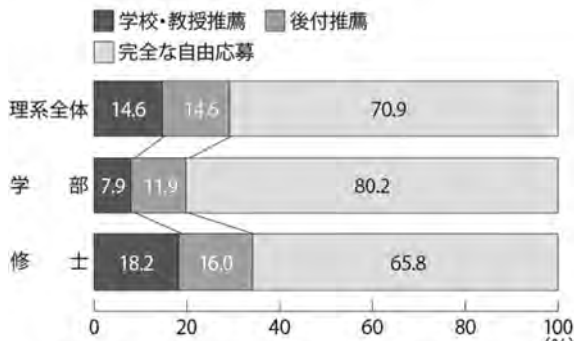
理系学生は文系より内定獲得ペースが速く、4月1日時点で、文系49.2%、理系59.1%で、その差は約10ポイントに及ぶ。また、就職活動終了も早く、選考解禁の6月時点で理系学生の7割近く(67.4%)は終了していた。ただし、後半は内定率が伸び悩み、7月以降は文系を下回る。進学へと進路を切り替える学生が一定数いるためと見られる。



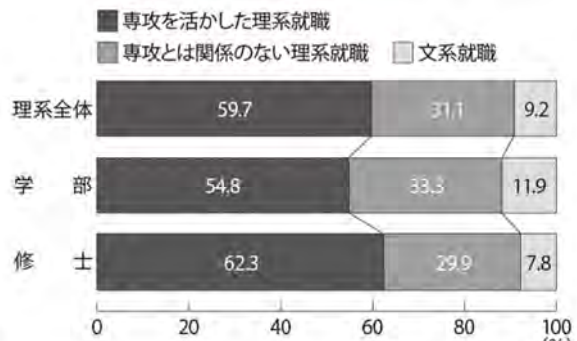
■就職決定方法・専攻分野別との関連 《学生調査》

就職先企業への応募ルートは、学部・修士ともに「完全な自由応募」が大半。学部生の80.2%、修士生でも65.8%を占める。修士生は学部生に比べ推薦の割合が高く、「学校・教授推薦」18.2%と「後付推薦」16.0%を合わせて34.2%。就職先と専攻分野の関連は学部・修士ともに「専攻を活かした理系就職」が過半数で、文系就職は1割程度。

<就職決定方法>



<専攻分野との関連>

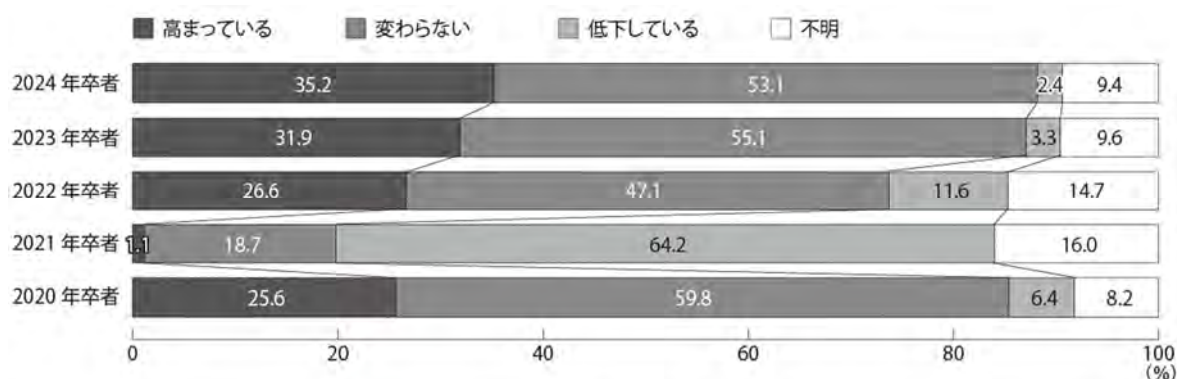


(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年7月)

参考データ② 大学キャリアセンター調査より

■内定状況の変化 <<大学調査>>

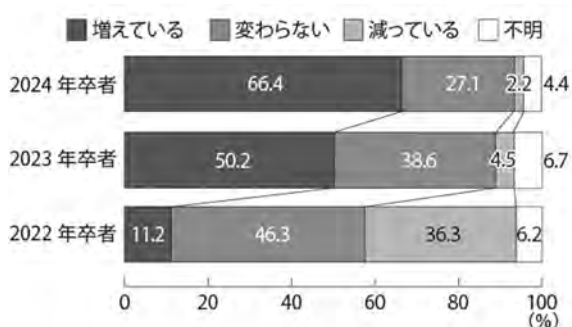
2024年卒者の内定状況を、前年度と比べて「高まっている」と回答した大学は3割を超え(35.2%)、「低下している」(2.4%)を大幅に上回る。3年前の2021年卒者ではコロナ禍の影響で「低下している」が6割を占めたが(64.2%)、企業の採用意欲回復に伴い、内定状況の改善を実感している大学が増加傾向にあることが読み取れる。



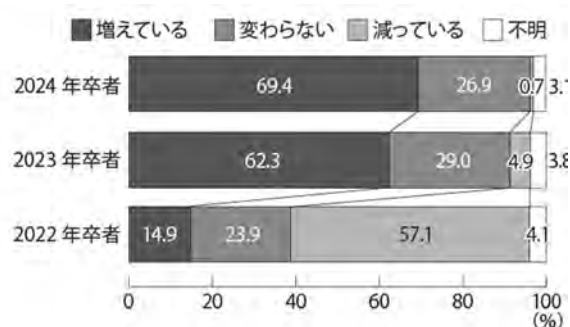
■求人状況の変化 <<大学調査>>

求人数が「増えている」大学が6割強を占める(66.4%)。前々年から前年にかけて大幅に増加したが、さらに伸びた。企業の来訪数は「増えている」が7割近くに上る(69.4%)。コロナ禍による行動制限の解除に加え、今期は採用数を増やす企業が多く、大学との関係を強化したいという企業が多かったことがうかがえる。

<<求人数の変化>>

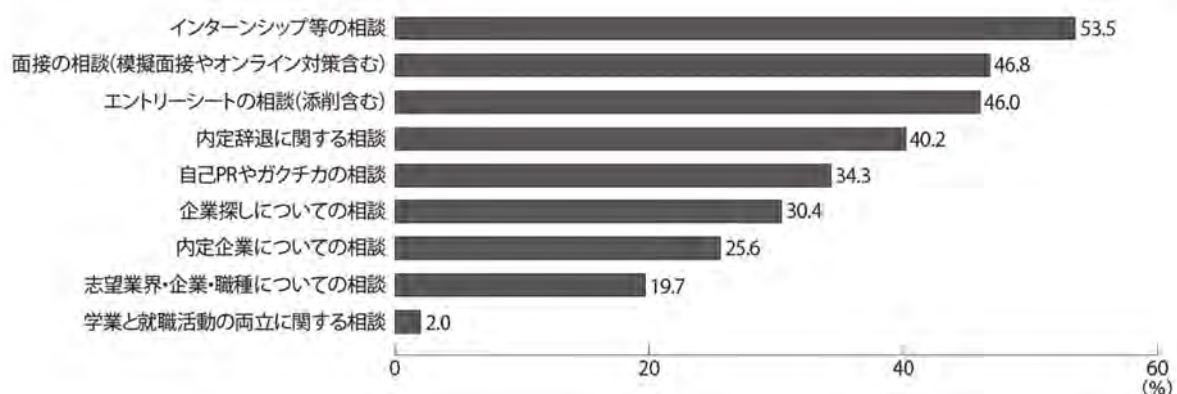


<<企業の来訪数の変化>>



■学生からの相談で前年度より増えた内容 <<大学調査>>

最も増えたのは「インターンシップ等の相談」(53.5%)。次いで「面接の相談」(46.8%)、「エントリーシートの相談」(46.0%)と選考に関する相談が続く。4番目は「内定辞退に関する相談」で、4割を超える大学が選んだ(40.2%)。複数内定を得る学生が増えたことで、内定辞退の相談が増加した大学も少なくないようだ。



調査概要

■大学の就職・キャリア支援活動に関する調査

調査対象：全国の大学の就職・キャリア支援担当部署

調査時期：2023年9月1日～22日

回答学校数：458校

Part 2 ● 内定辞退の実態と学生を惹きつけるための取り組み

■ 内定辞退増加に歯止めかからず

企業の採用数が増加する一方、学生の活動量は減少傾向にあり、母集団形成の難易度が増す中、接点を持った学生を入社に結びつけるための取り組みが重要性を増している。このパートでは、内定辞退の実態と学生を惹きつけるための取り組みについて見ていきたい。

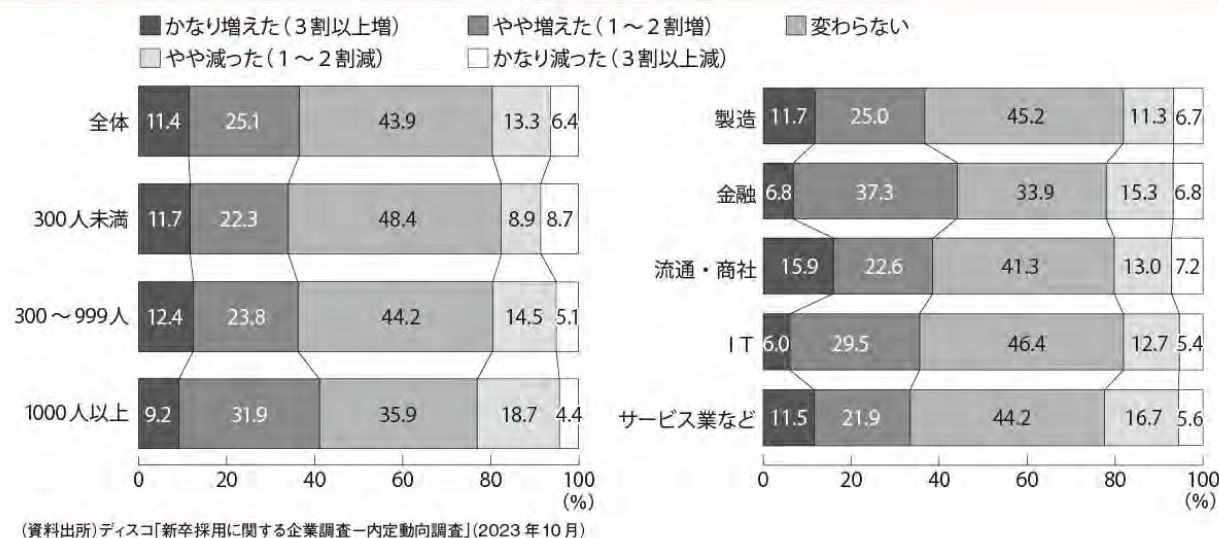
まず、企業の内定辞退の状況を確認したい（図2-①）。前年と比較して「かなり増えた」11.4%、「やや増えた」25.1%で、合わせて3割強の企業が「増えた」と回答した（計36.5%）。これに対し、「かなり減った」「やや減った」の合計は19.7%。「増え

た」が「減った」の2倍近くに上る。

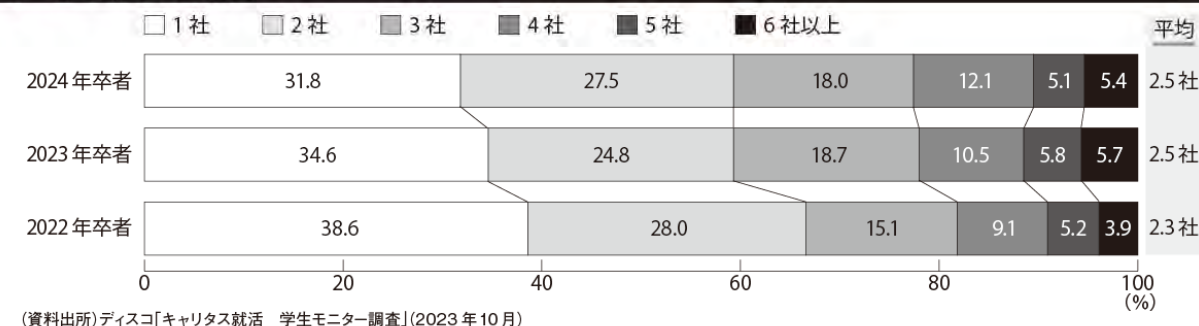
従業員規模別に見ても、いずれの規模でも「増えた」が「減った」を上回り、特に従業員1000人以上の大手企業において「増えた」の合計が4割を超えている（計41.1%）。また、業界別では「金融」で「増えた」が「減った」を大きく上回っている。

次に、学生の内定社数について見てみる（図2-②）。10月時点で内定者一人あたりの内定獲得社数は平均2.5社。前年と同数だが、分布をみると「1社のみ」内定の割合は前年より減少した（34.6%→31.8%）。内定獲得者の7割近くは複数の企業から内定を得ており、3社以上という学生が4割を超える（計40.7%）。

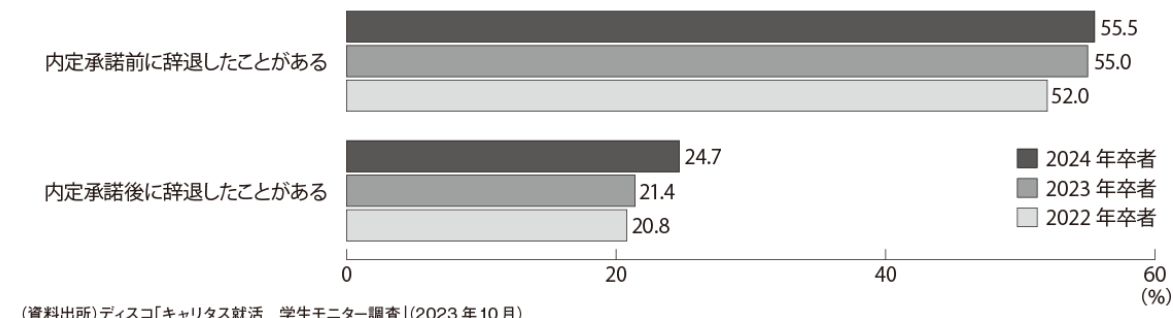
2-① 内定辞退者の増減（従業員規模別・業界別）



2-② 内定社数の内訳



2-③ 内定辞退経験



重複内定者が増加したことで、企業の内定辞退増加につながったことが読み取れる。

■ 辞退への抵抗感が薄らぐ傾向

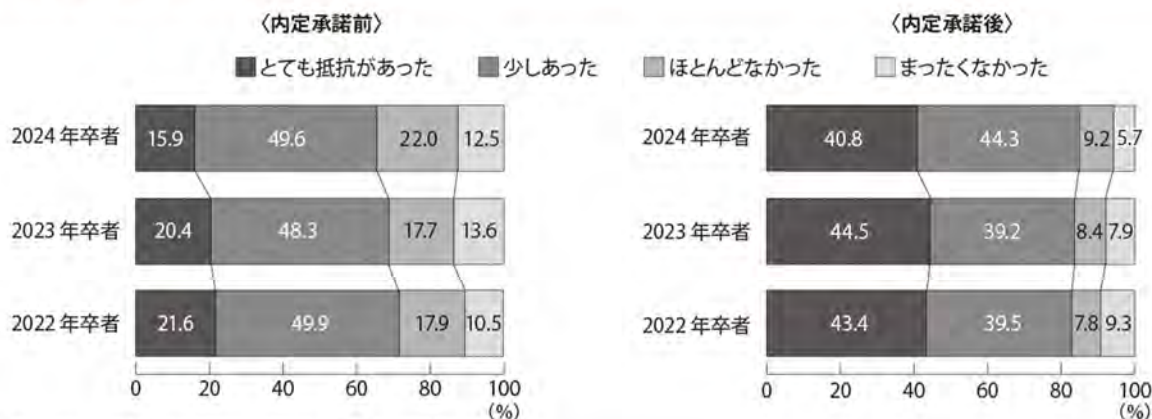
内定辞退の経験を、内定承諾前と承諾後に分けて尋ねた(図2-③)。内定承諾前に辞退したことがある学生は55.5%で、前年(55.0%)とほぼ同率。内定を一旦承諾した後に辞退した経験がある学生は前年より3.3ポイント増加し、2割台半ば(24.7%)。

内定を辞退することについて、学生はどう捉えているのだろうか。辞退への抵抗感についても、内定承諾前と承諾後に分けて尋ねた(図2-④)。内定辞退に「とても抵抗があった」という学生は、内定承諾前では1割台(15.9%)にとどまり、承諾の返事をした後でも約4割(40.8%)と、それほど抵抗感は強くないことがわかる。また経年で見ると、「とても抵抗があった」の割合

は減少傾向にあり、内定辞退への抵抗感が年々薄らいでいる様子が読み取れる。実際、できるだけ多くの内定を得てから、就職先を選ぼうとする学生も珍しくなくなった。

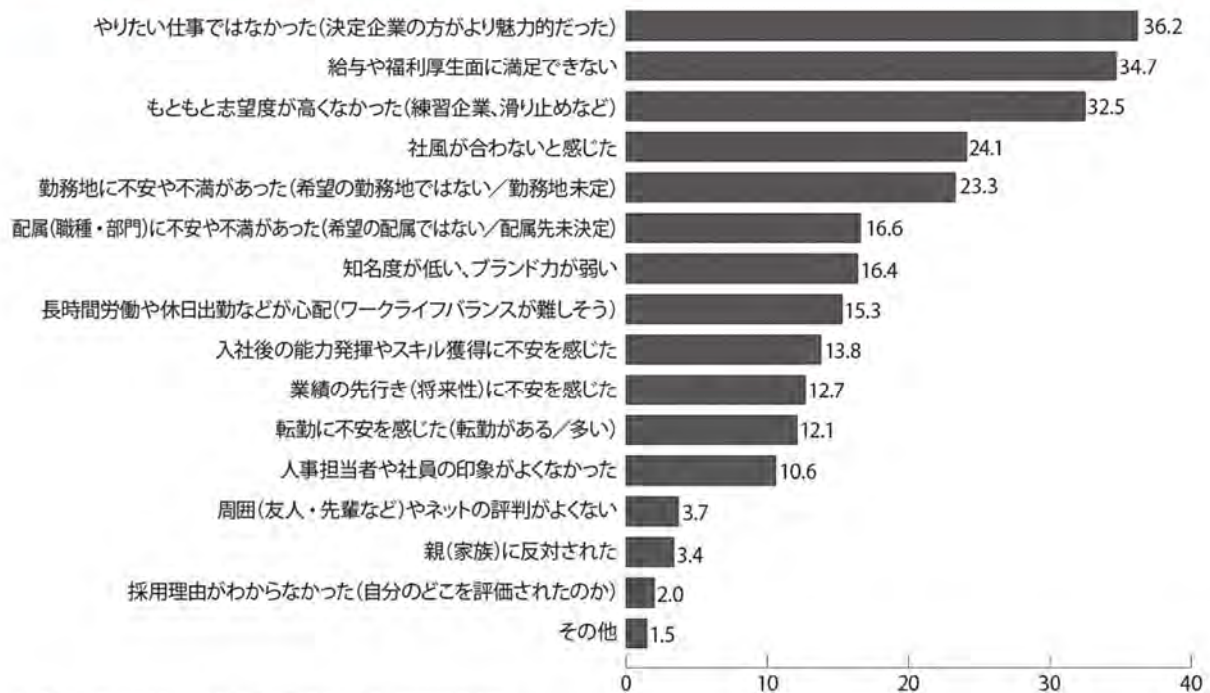
内定辞退の理由を学生に尋ねたところ(図2-⑤)、最も多いのは「やりたい仕事ではなかった」(36.2%)。次いで「給与や福利厚生面に満足できない」(34.7%)が続ぎ、複数の内定を得て、より条件の良い企業を選んだ学生が少なくなかったことが読み取れる。3番目の「もともと志望度が高くなかった」も3割を超える学生を選んだ(32.5%)。面接の練習や滑り止めとして早い時期の選考を受け、そのまま内定を取得する学生が少なくないことがうかがえる。こうした学生は、内定を出した後にフォローをするだけでは辞退を防ぐことが難しく、内定を出すまでの間に、少しでも自社への関心を高めておくことが欠かせない。

2-④ 内定辞退への抵抗感



(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年10月)

2-⑤ 内定を辞退した理由



(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年7月)

■ 選考中の志望度醸成がカギ

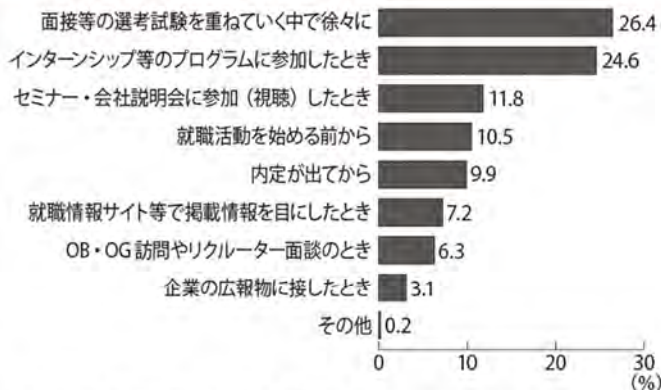
就職先企業を決めた学生に、その企業で具体的に働きたいと思ったタイミングを尋ねた(図2-⑥)。「面接等の選考試験を重ねていく中で徐々に」(26.4%)が最も多く、面接官との対話を通し、仕事内容や企業理解を深めたり、面接官の人物柄から社風を感じ取ったりして、入社意欲を高めていった様子がうかがえる。

面接官の印象が志望度に影響するかを尋ねた調査では(図2-⑦)、「とても影響する」が4割近くに上り(38.4%)、「ある程度影響する」(50.8%)と合わせると約9割が影響すると回答した。自社にとって優秀な学生を見極め、惹きつけるために、面接官の果たす役割は大きい。しかしながら、面接官

自身が惹きつけの必要性を認識していないというケースも少なくないのが実態だ。面接官に対して、マニュアルやガイドラインなどを作成し、浸透させることや、面接官トレーニングなどを実施することが、選考中の辞退や内定辞退を防ぐ有効な手段の一つとなるだろう。

加えて、内定を出した後のフォローも重要であることはいうまでもない。内定企業への意思決定のためにもっと必要だと思う情報を学生に尋ねたところ(図2-⑧)、「実際の仕事内容」が6割超に上った(62.1%)。内定までの選考プロセスを通じて、その企業の事業内容や業務内容について理解を深めてきた学生であっても、入社後に自身がどのような業務に携わるのかをより具体的に知りたいという意向が強いようだ。

2-⑥ 就職決定企業で働きたいと具体的に思ったタイミング



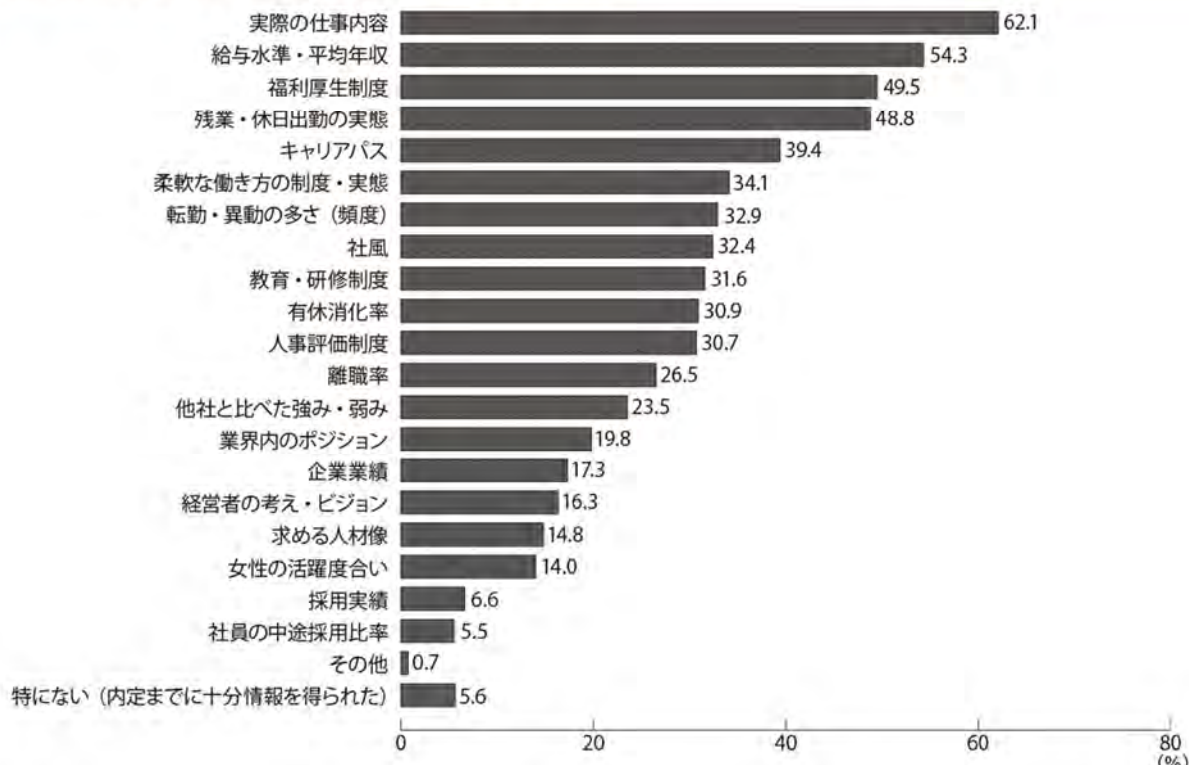
(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年7月)

2-⑦ 面接官の印象による志望度への影響



(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年5月)

2-⑧ 内定企業への意思決定のためにもっと必要な情報



(資料出所)ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023年5月)

次いで「給与水準・平均年収」「福利厚生制度」「残業・休日出勤の実態」など、選考中には聞きづらい項目が上位に挙げられた。働き方の実態なども含めて、さらに詳しく知ること、入社後のイメージの解像度を上げ、内定を承諾するかどうか意思決定をしたい学生が多いことがうかがえる。

■ 多様な採用形態への関心高まる

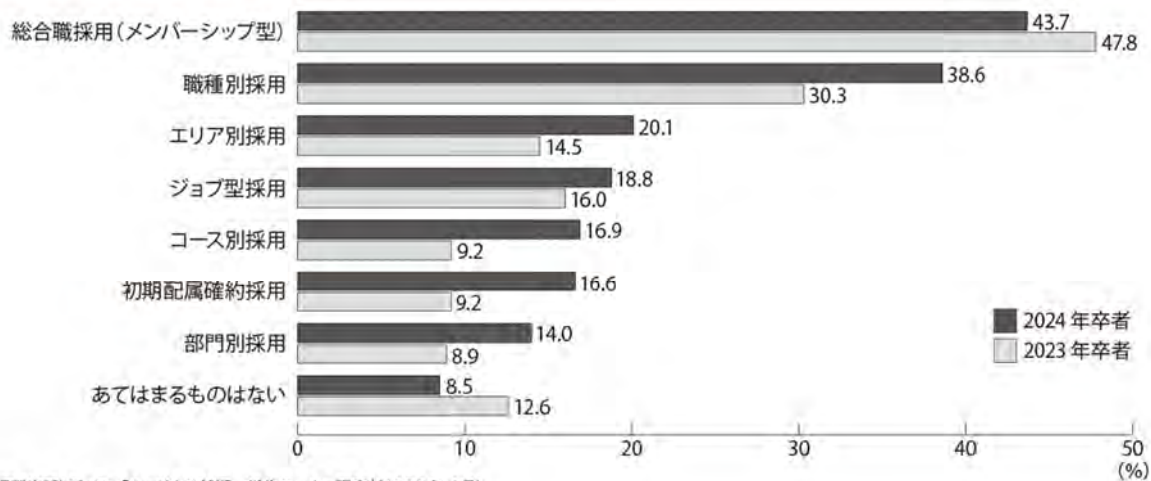
こうした考えは、別のデータからも読み取れる。学生に、魅力を感じる採用形態を複数回答で尋ねた(図2-⑨)。最も多いのは「総合職採用(メンバーシップ型)」だが、前年よりポイントが低下(47.8%→43.7%)。代わりに「職種別採用」「エリア別採用」など、「総合職採用」以外の項目が伸びている。幅広い業務を経験したい、働きながら適性を見極めたいという理由から「総合職」を志望する学生が依然として多いものの、職種やエリアを限定したコースを希望する学生が増えており、入社後のイメージやキャリアパスを明確にしたいという意向が表れているものと考えられる。とりわけ、理系の大学院生などを中心に、専攻分野に直結した業務で専門性を高めるためにジョブ型に強いこだわりをもつ学生が存在するのも事実だ。求める人物像の志向に応じた選択肢を増やすこ

とで、一定の効果が見込めると考えられる。

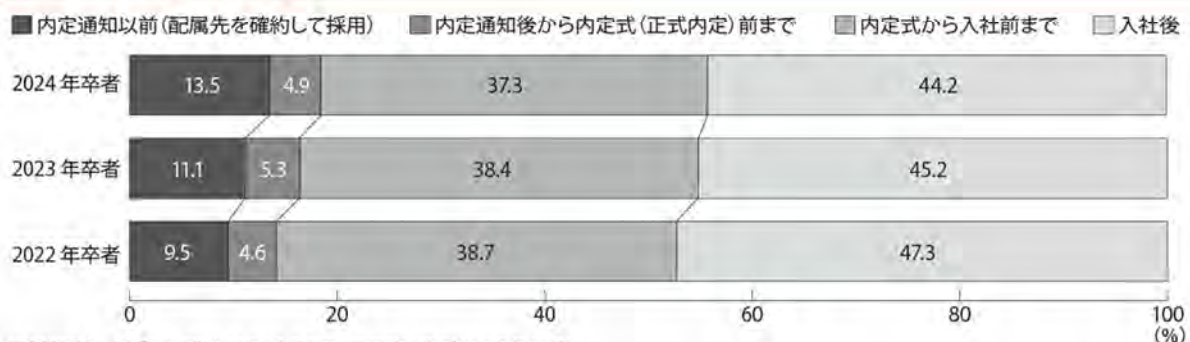
学生の志向の変化に対応するため、施策を講じる企業も徐々に増えてきた。その一例として、新入社員の配属を決めるタイミングについてのデータを紹介したい(図2-⑩)。最も多いのは「入社後」(44.2%)だが、3カ年で見ると減少傾向にあり、その分「内定通知以前(配属先を確約して採用)」という企業の割合が増加している(9.5%→11.1%→13.5%)。日本企業においては依然としてメンバーシップ型の採用が中心で、なおかつ、募集開始から入社までの期間が長いこともあり、入社前に配属先を決めることは難しいとされてきた。ただ、入社後のミスマッチを防ぎ、内定承諾を後押しするためにも、初期配属を決めるタイミングを早める動きが緩やかに広がってきている。

入社後の具体的な仕事内容にとどまらず、生活スタイルや長期的なキャリアを明確にすることは、入社意欲を高める有効な手段の一つとなりうるだろう。加えて、学生の志向に応じた採用形態や採用手法を検討するためには、自社が求める人物像を見直したり、解像度を上げたりすることも求められているといえる。

2-⑨ 学生が魅力を感じる採用形態



2-⑩ 配属を決めるタイミング



■ 企業価値の向上が不可欠に

優秀な人材を確保するために、採用手法やプロセスのほかにも様々な取り組みが進められている。新卒に限らず、採用や入社後の定着・リテンションのために実施している取り組みについて、企業に尋ねた（図2-①）。

最も多いのは「給与水準の見直し（賃上げ）」で62.3%。前年同期調査（36.9%）と比べると、大幅に増加しているが目立つ。今年度は、物価上昇を背景としたベースアップを実施する企業が目立った。さらには、採用競争力を上げるために、初任給をはじめとする給与水準の見直しを図った企業も一定数あったものと見られる。

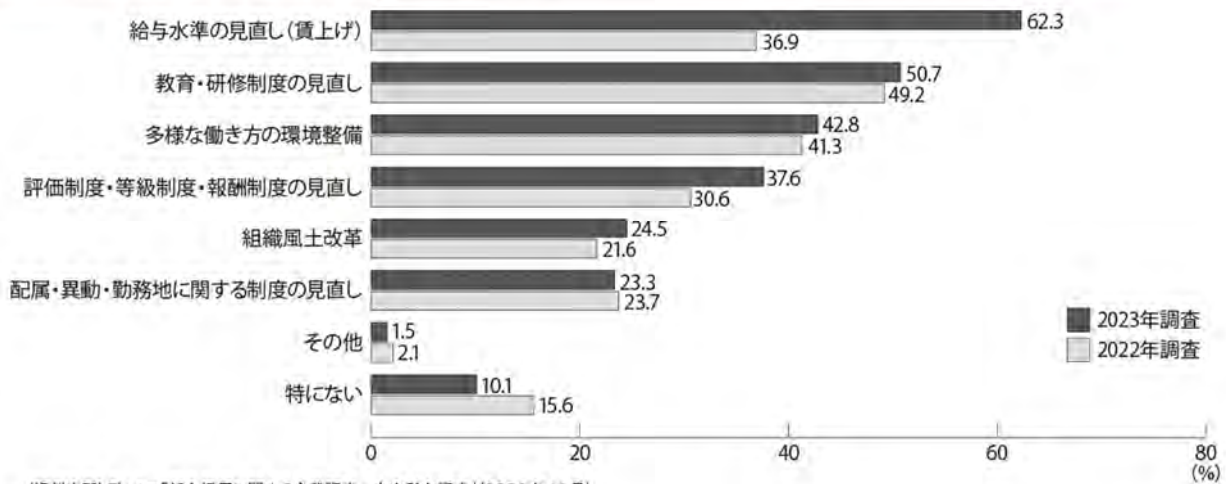
次に多いのは「教育・研修制度の見直し」で5割（50.7%）

の企業が選んだ。若手社員研修・階層別の研修等の拡充により、継続的な成長環境を設ける狙いだ。

続く「多様な働き方の環境整備」以下、ほとんどの項目で前年調査を上回っており、人材確保や生産性向上のために多角的に取り組む企業が増えていることが読み取れる。

産業構造の変化や労働人口の減少などに対応するため人的資本経営が注目を集めるようになった。また、上場企業においては人的資本の情報開示の義務化が始まったことなどからも、人への投資が加速している。時流に応じた企業の姿勢に敏感な学生も多い。採用広報やプロセスの改善にとどまらず、企業価値を高めることが、優秀な人材獲得のために必要不可欠といえるだろう。

2-① 採用や定着・リテンションのための取り組み



学生の声

「2024年卒 キャリタス就活 学生モニター調査」(2023年6月調査)より

■ 志望度が上がった内定後のフォロー

- 内定後に企業への不安があり面談の機会をいただきたいと相談したところ、迅速な対応でスケジュールを組んでくださり、承諾期間内に決められた。 <理系男子>
- 対面でのオフィスツアー、内々定者同士の懇談会、詳しい選考に対するフィードバック。またOB・OG訪問をした方が、おめでとうのメッセージとともに質問を聞いてくださったこと。 <文系女子>
- 選考のフィードバックや、年齢の近い先輩社員と話す機会があったおかげで、入社後の未来を想像できた。 <文系男子>
- 実際に現場で働いている社員の話を聞く機会があり、良い点、悪い点含めて、具体的な業務イメージが良かった。 <理系女子>
- 本来は勤務地が未定だったが、希望勤務地になると連絡をもらった。 <理系男子>

■ 志望度が下がった内定後のフォロー

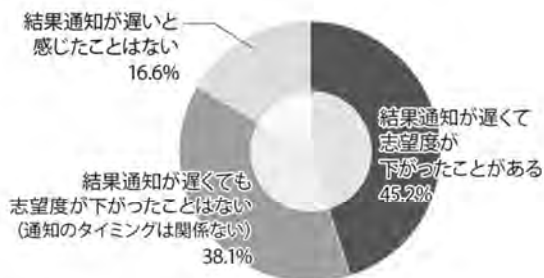
- あまりアフターフォローがなかったので、入社意欲がなくなってしまった。 <文系女子>
- 承諾延長を願い出た際、「君の後の人もあるから早くして」と言われた。自分じゃなくてもいいんだと思った。 <文系男子>
- 他業界のことを下げて、自社に入社しろというふうになく話してきたこと。 <理系男子>
- まだ内定を承諾するか決めなくてもいい時期なのに、すぐに決断をしてくれと催促してきた。そのせいで印象が悪くなり、志望度が下がった。 <文系男子>
- 定期的にリクルーターの社員から電話がかかってきたこと。正直、電話が苦手で緊張するから怖かった。 <文系女子>
- 遅い時間に連絡が来ると、その時間まで働かなければいけないのかと思い、入社意欲が下がりました <理系男子>

参考データ③ 結果通知のタイミング

■最終より前の選考結果通知 < 学生調査 > < 企業調査 >

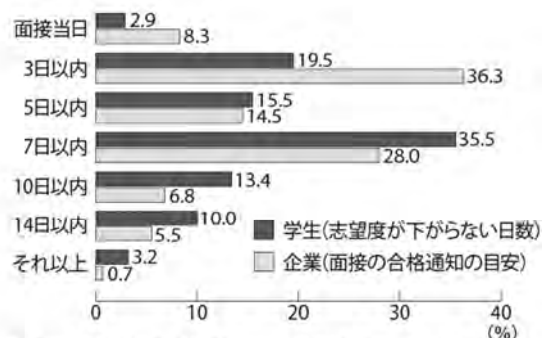
選考結果の通知（合格連絡）が遅いことで志望度が下がった経験がある学生は4割強に上る（45.2%）。選考辞退を防ぐためにも、スピード感のある合否判定と次回の案内が求められている。志望度が下がらずに待てるのは「7日以内」との回答が最多だが、「3日以内」「5日以内」も少なくない。企業の合格通知の目安は3日以内が最多だが（36.3%）、「10日以内」「14日以内」という企業も見られる。

< 通知が遅いことで志望度が下がった経験 >



（資料出所）ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」（2023年7月）

< 面接の合格通知 >



※「結果通知が遅くて志望度が下がったことがある」と回答した学生が回答

※ 最終面接の合格通知（内定通知）は除いて回答（企業・学生とも）

（資料出所）ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」（2023年7月）

ディスコ「新卒採用に関する企業調査-中間調査」（2023年7月）

■就職先企業の最終面接から内定通知までの日数 < 学生調査 >

就職先企業の最終面接から内定通知までの日数は、平均4.7日。内定通知時期別に見ると、2月以前では4.9日とほかの月に比べて長め。ただし即日の割合も2割超える（23.6%）。6月以降の内定では面接からの平均が6.3日と最も長い。最終面接を早めに終えても、内定通知は選考解禁後という企業が一定数あることが読み取れる。

	全体	就職先企業からの内定通知月				
		2月以前	3月	4月	5月	6月以降
最終面接から内定通知までの日数／平均（日）	4.7	4.9	3.8	4.2	4.2	6.3
〈内訳（%）〉						
即日	26.1	23.6	28.8	28.6	20.9	27.8
1日後	19.6	16.9	23.9	17.6	24.9	14.8
2日後	8.5	7.4	12.9	7.5	7.9	7.1
3日後	7.6	4.7	8.0	6.0	11.3	7.7
4日後	3.9	2.7	4.9	3.0	5.6	3.0
5日後	4.9	5.4	1.8	7.5	6.2	3.0
6日後	3.6	3.4	1.8	4.0	3.4	5.3
7日後以降	25.8	35.8	17.8	25.6	19.8	31.4

（資料出所）ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」（2023年7月）

■就職先企業の内定承諾までの期間 < 学生調査 >

就職先企業の内定を承諾するまでの期間は、平均13.9日。内定通知月によって差が大きく、2月以前の内定通知では、平均して1カ月近くかかっている（29.2日）。内定通知から数カ月後に承諾するケースも少なからず見られる。一方、6月の内定では平均4.4日で、即日承諾も4割強と高い（45.1%）。

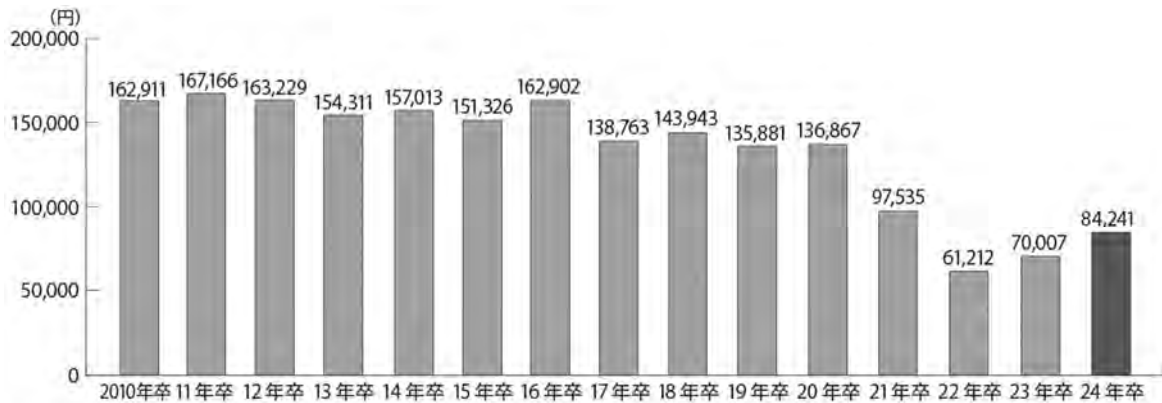
	全体	就職先企業からの内定通知月				
		2月以前	3月	4月	5月	6月以降
内定を受諾するまでの期間／平均（日）	13.9	29.2	13.2	15.4	9.3	4.4
〈内訳（%）〉						
即日	30.8	23.6	35.4	25.6	24.3	45.1
1週間以内（1日～7日後）	29.4	21.6	27.4	21.6	40.7	35.3
2週間以内（8日～14日後）	12.4	10.8	9.8	13.6	14.1	13.3
4週間以内（15日～28日後）	9.5	8.1	8.5	14.6	10.2	5.2
それ以上（29日後以上）	17.9	35.8	18.9	24.6	10.7	1.2

（資料出所）ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」（2023年7月）

参考データ④ 就職活動の費用と交通費支給

■就職活動にかかった平均費用の推移 《学生調査》

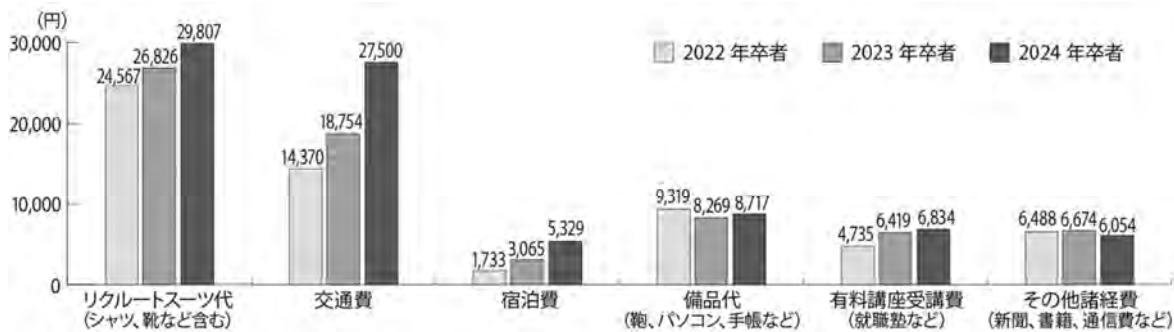
「交通費」「リクルートスーツ代」「宿泊費」などの各項目の平均を算出し足しあげると 84,241 円となり、前年調査 (70,007 円) より 1 万 5 千円近く増加した。コロナ禍を機に大幅に減少した後、昨年増加に転じたが、今年はさらに増加した。ただ、コロナ禍前 (2020 年卒) の 6 割程度に収まっている。



(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(各年 10 月)

■就職活動費用の内訳 《学生調査》

項目別では、交通費の増加が顕著 (8,746 円増)。今期も説明会や初期の選考はオンラインが中心だったが、最終面接は対面で行う企業が大半だったことなどから、その分費用も上昇したと見られる。

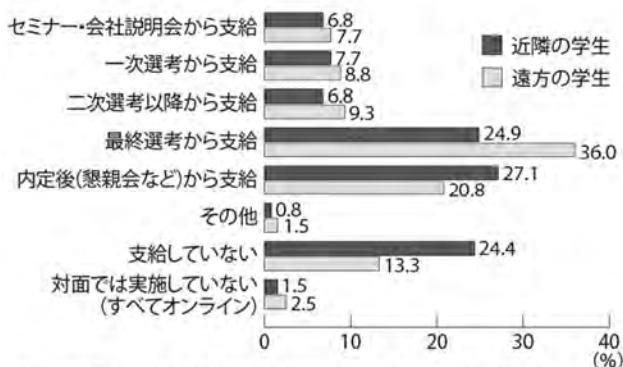


※就職活動のために支払った費用について回答
(資料出所) ディスコ「キャリアタス就活 学生モニター調査」(2023 年 10 月)

■学生への交通費支給 《企業調査》

企業の学生への交通費支給状況を見ると、遠方の学生には、最終選考から交通費を支給する企業が多い (36.0%)。近隣の学生には、最終選考または内定後から支給する企業がそれぞれ 2 割台半ばだが、支給していない企業も同程度 (24.4%)。支給額は全額支給が最多 (59.4%)。

<交通費支給のタイミング>



(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」(2023 年 10 月)

<支給額の設定>

