

新卒採用に関する企業調査 (2024 年 2 月調査)

2025 年卒・新卒採用に関する企業調査－採用方針調査

2025 年卒の採用戦線がいよいよ本格的にスタートする。コロナ禍を経て、人材獲得競争が再び熱を帯びる中で、どのような展開が予想されるだろうか。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、分析した。

1. 2025 年 3 月卒業予定者の採用見込み

「増加」が 29.7%で、「減少」(7.9%)を 20 ポイント以上上回る

2. 2025 年卒採用の一番のテーマ

「母集団拡大」がさらに増加し集中度が高まった (34.7%)。次点は「辞退防止」14.0%

3. 採用活動の方向性

早期から積極的に学生と接点を持つ方針が顕著。幅広い層への拡大路線も鮮明

4. プレ期の広報活動

ほとんどの企業がプレ期に広報活動を実施。様々な手段で取り組んだ様子が見て取れる

5. 採用活動のスタンス

「学生の質より人数の確保優先」が年々増加し、初めて 3 割台に (32.6%)

6. 自社の採用活動の見通し (難易度)

「非常に厳しくなる」が半数近くに増加 (47.5%)。8 割強が「厳しくなる」と予想

7. 採用活動の開始予定時期

面接・内定出しともに前年より早まる見通し。7 割超が大型連休前までに内定出し開始予定

8. インターンシップ等のプログラム (※) 実施状況

2023 年度の実施企業は 76.2%。対面での実施企業が 8 割台に (87.2%)

参加者減で満足度は低下。「応募者が少ない」の他に「無断欠席やキャンセル」も課題に

9. 2024 年度 of インターンシップ等実施予定

7 割以上が実施予定。オープン・カンパニーが主流。インターンシップは夏季に集中

10. 低学年 (大学 1~2 年生) へのアプローチ

6 割がアプローチ強化の意向を示す。具体的な施策が課題

11. 2024 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

選考終了企業は 77.0%で前年同期と同率。充足率は低下 (76.8%→72.4%)

※「インターンシップ」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 16,437 社
調査時期 : 2024 年 1 月 31 日 ~ 2 月 13 日
調査方法 : インターネット調査法
回答社数 : 1,128 社

《従業員数》

~299人	300~999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
498社	412社	218社	467社	661社	183社	945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
63社	82社	464社	191社	157社	99社	72社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

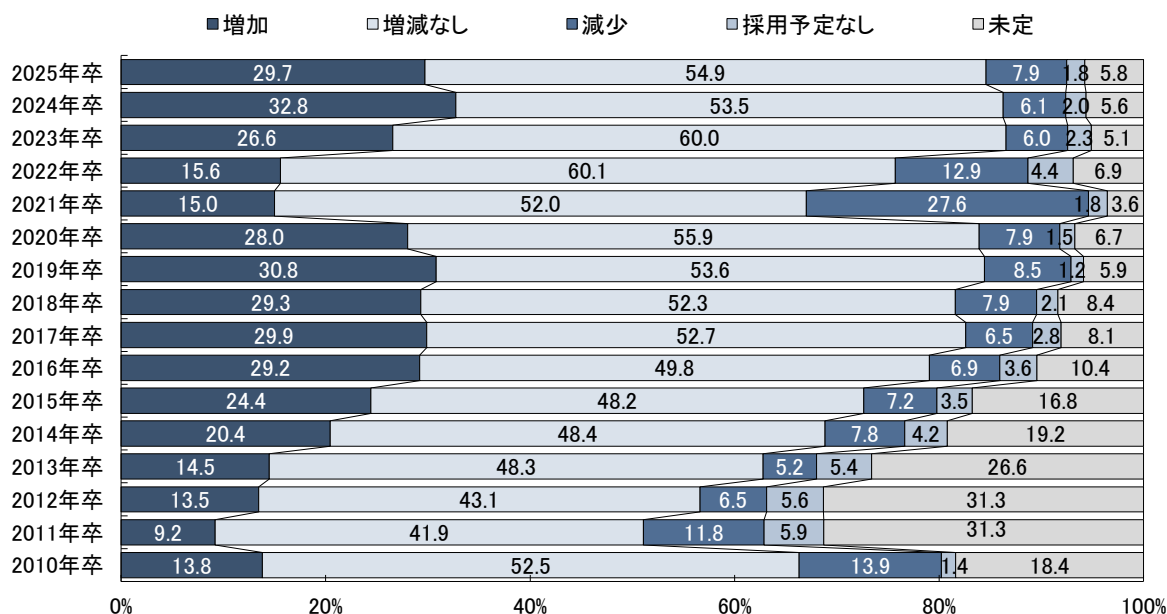
1. 2025年3月卒業予定者の採用見込み

2025年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねたところ、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29.7%。2年連続で「増加」が約3割を示した。これに対し「減少」とする企業は7.9%で、「増加」が「減少」を20ポイント以上、上回る。

企業の採用は、コロナ禍によって急激な縮小を余儀なくされたのち、ほどなく回復基調に転じ、ここ数年は旺盛な状態が続いている。人材獲得競争の激化で、今春入社予定の24年卒採用では、採用予定数を充足できていない企業が多く見られる（12ページ）。このような背景からも、採用意欲の高さは2025年卒採用についても維持される見込みであり、学生に優位な売り手市場が続くと見ていだろう。

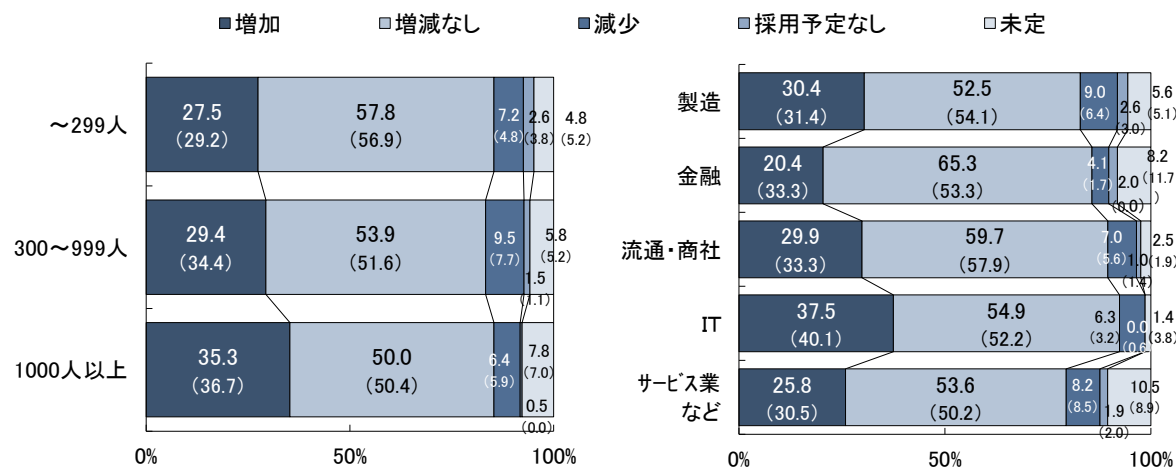
採用見込みを従業員規模別に比較してみると、いずれの規模も「増加」が「減少」を大きく上回る。従業員1000人以上の大手企業においては「増加」企業が35.3%を占め、一層高い割合を示している。業界別では、ITにおいて「増加」の割合が高く（37.5%）、採用意欲の高さが目立つ。

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。

2025年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)

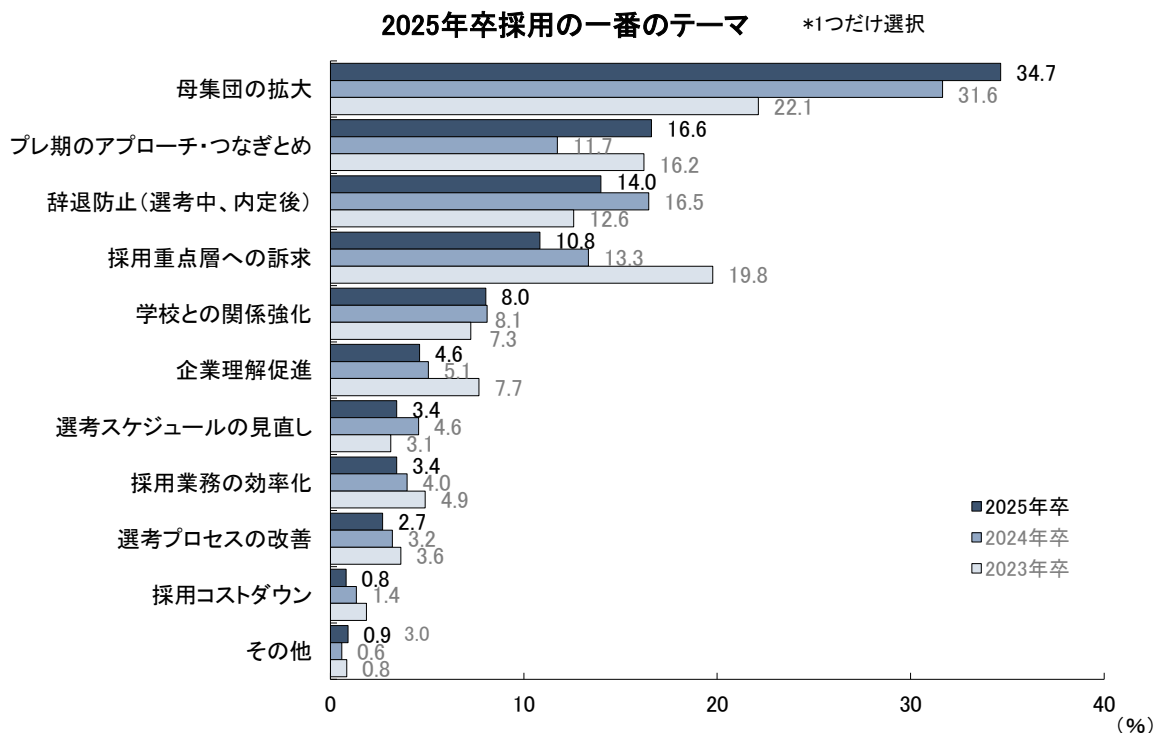


※()内は前年同期調査の数値

2. 2025年卒採用の一番のテーマ

今期の採用の一番のテーマを尋ねた。最も多くの企業が選んだのは「母集団の拡大」。前年調査よりさらにポイントを伸ばし、集中度が高まった（31.6%→34.7%）。売り手市場が続く厳しい環境下において、母集団形成の重要性が増している様子が見て取れる。

2番目は「プレ期のアプローチ・つなぎとめ」で、前年調査から5ポイント近く増加。早期戦略を再び強化する動きが見られる。ここに「辞退防止（選考中、内定後）」が続き、引き続き重要なテーマであることがわかる。一方、「採用重点層への訴求」は3年連続で減少。重点層へのアプローチよりも、まずは母集団の拡大を優先させる企業が増えているということだろう。



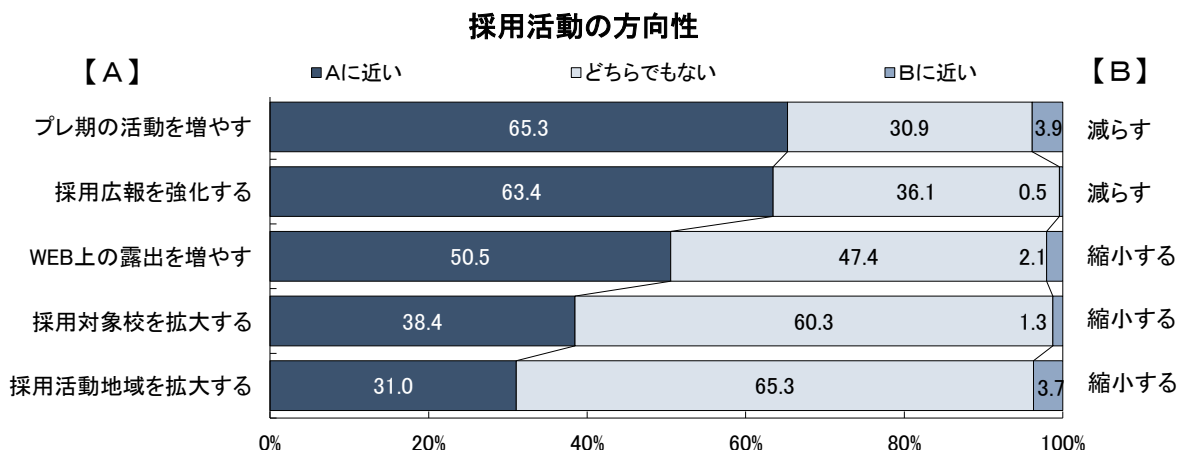
【Voice1】——採用活動のテーマ

- 徐々にエントリー数が減ってきているため、減少を食い止めたい。 <リース・レンタル/中堅>
- 採用人数拡大が急務のため、母集団の拡大は必須。 <コンビニエンス・GMSストア/大手>
- 24卒の採用活動では辞退者が多く出たことにより、採用予定人数に満たなかったため、25卒では学生の辞退防止施策を重点的に行う予定です。 <専門商社/中小>
- 学生の就職活動の幅が狭まっている中で、説明会に来てくれた学生に自社の魅力や良さを伝え興味を持ってもらうこと。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 母集団の形成が難しくなっていることから、県内大学との関係を強化して情報交換や当庫のPR等を推進していきたい。 <信用金庫/中堅>
- 母集団を拡大していきたいですが、苦戦しているため、接点を持つことができた学生との関係構築強化に注力しています。 <専門店/大手>
- 24卒採用では早めに動き出しても面接練習や保険のための内定という扱いをされる傾向にあったため、良く見極め承諾確度の高い学生と密接に関わっていきたい。 <電子・電機/中小>
- 辞退率40%とコロナ禍以降、高水準が続いています。それにより採用へかける労力が増大しマンパワー不足の問題も感じております。 <OA機器・家具・スポーツ・玩具他/中堅>
- 先行して採用活動を始める企業が多く、優秀層学生に対して、どうやって巻き返していくかが課題。 <素材・化学/大手>

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。前年より「増やす」という回答が最も多いのは「プレ期の活動を増やす」（65.3%）で、続く「採用広報を強化する」（63.4%）とともに6割強に上る。「WEB上の露出を増やす」（50.5%）も半数を超えている。早期から積極的に学生と接点を持つという意気込みが感じられる。

また、「採用対象校」「採用活動地域」も「拡大する」が「縮小する」を大きく上回る。採用のテーマとして圧倒的多数が選んだ「母集団の拡大」を実現するためにも、幅広い層にアプローチしたいと考える企業が多いことがわかる。

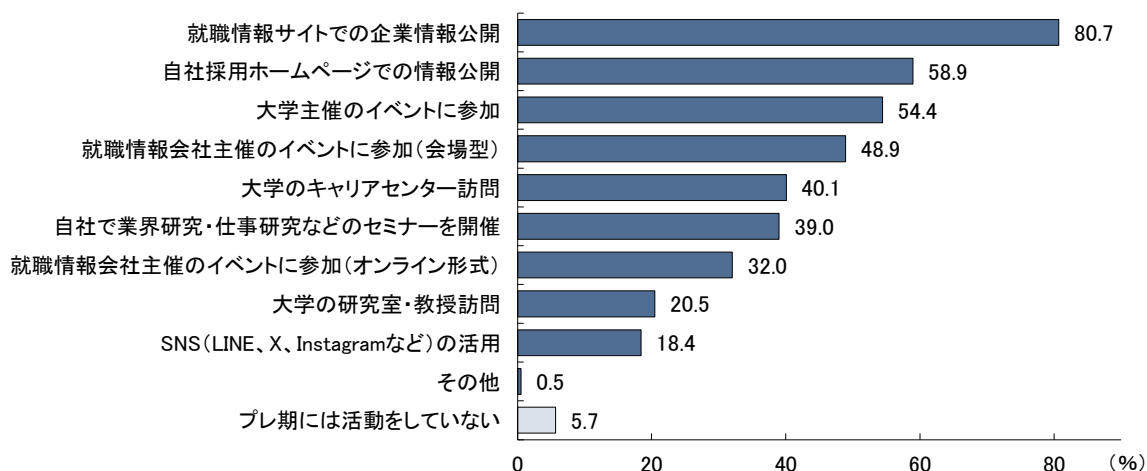


4. プレ期の広報活動

6割強の企業が「プレ期の活動を増やす」と回答したが、具体的にどのような活動を行ってきたのだろうか。プレ期（3月の採用広報解禁前）の広報活動について、具体的な内容を尋ねた。

「プレ期には活動していない」という回答は5.7%にとどまり、ほとんどの企業が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割を超える（80.7%）。続く「自社採用ホームページでの情報公開」（58.9%）、「大学主催のイベントに参加」（54.4%）までが半数を超える。そのほか、就職情報会社のイベントに参加したり、大学のキャリアセンターや研究室を訪問したりするなど、様々な手段を用いて早期広報に取り組んだ様子が見える。

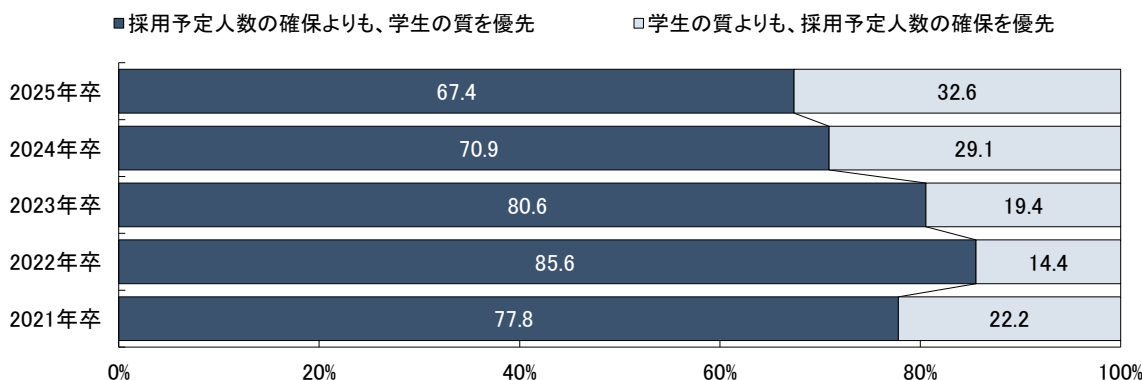
プレ期(3月より前)の活動内容



5. 採用活動のスタンス

採用難を背景に、「質より量」のスタンスをとる企業が年々増加している。「人数の確保よりも学生の質を優先」という回答が67.4%で、前年調査（70.9%）より3.5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」が増え、3割を超えた（32.6%）。この数字が3割台に乗るのは、比較が可能な2004年調査（06年卒）以降、初めてのことだ。こうしたデータからも、現在の売り手市場の強まりや、人材獲得競争の過熱ぶりがわかる。

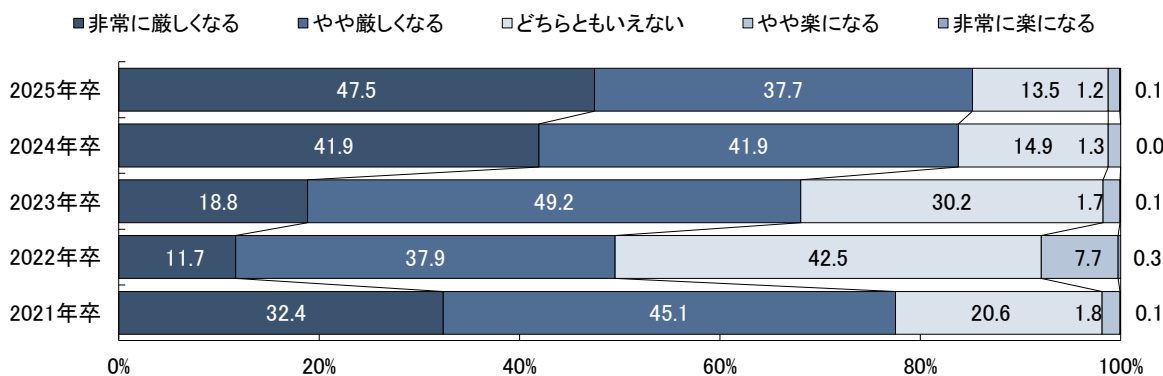
採用活動のスタンス



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よりさらに増加し、半数近くを占めた（41.9%→47.5%）。「やや厳しくなる」（37.7%）を合わせると、「厳しい」との見方を示す企業は8割強を占める（計85.2%）。内定者の確保に向け、危機感が一層強まっている様子が見て取れる。

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）

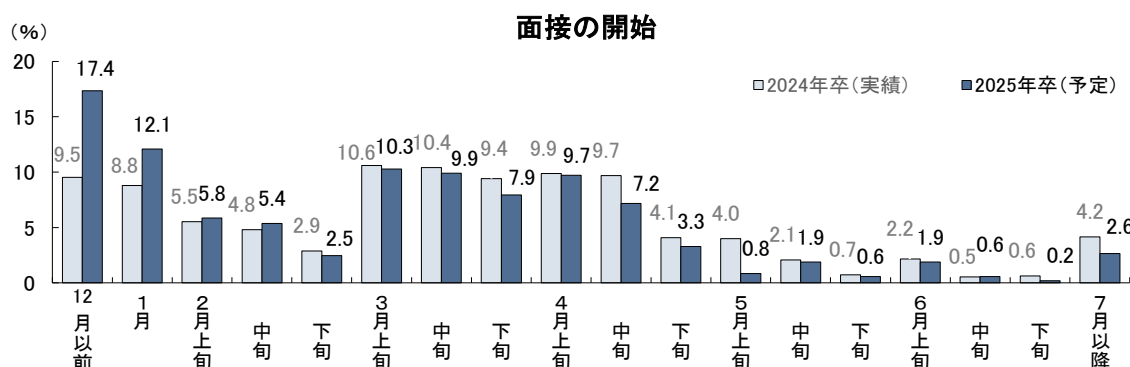
- 大企業が積極採用をしている中で、中小企業へ学生が流れてこない。 <建設・住宅・不動産／中小>
- インターンシップの応募が少なく、本採用につながると思えない。 <その他サービス業／中堅>
- スカウトメール送信数を増やしているが、昨年の半数も承諾がなく厳しさを感じている。 <フードサービス／大手>
- 早期化の加速が進む理系採用は、年々難易度が上がっていると感じる。 <機械・プラントエンジニアリング／中堅>
- 大手企業の採用人数が増えており、新卒の給与水準も高くなっている。 <専門商社／中小>
- 私生活を重視する学生が増えているため、土日仕事の小売業界への応募者の減少。 <コンビニエンス・GMSストア／中堅>
- 他社も採用を強化しているため、学生の困り込みが難しくなる。 <情報処理・ソフトウェア／大手>

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25年卒採用で9年目となるが、ルールの形骸化はさらに進む見込みだ。

面接開始時期を見ると、「12月以前」という回答が17.4%に上り、前年実績（9.5%）を大きく上回る。「1月」（12.1%）を合わせ約3割が調査時点ですでに面接をスタートしており、早期の開始が目立つ。2月以降で最も多いのは3月上旬（10.3%）で、3月中旬・下旬を合わせ約3割が3月の開始を予定している（計28.1%）。選考解禁後の6月以降を回答した企業は僅か5.3%。

企業規模が大きいほど早い傾向が見られ、大手企業の4割が1月以前に開始していると回答した（計40.7%）。

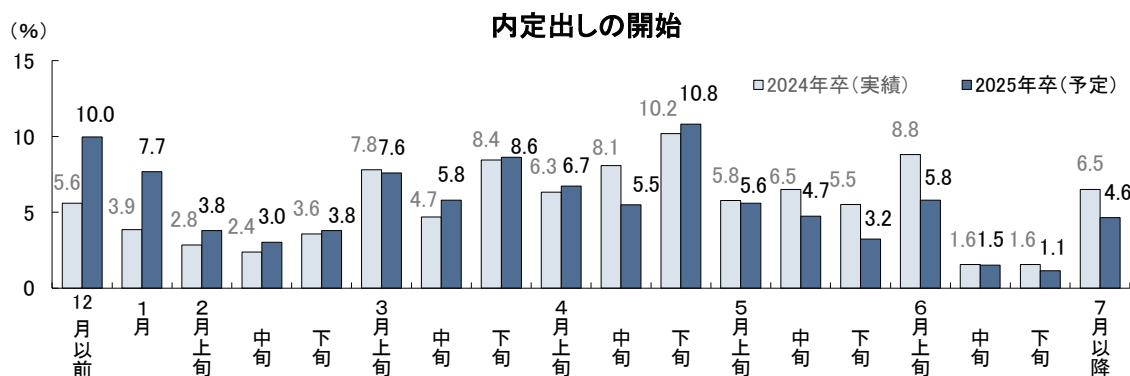


※2024年卒は、2023年7月調査

《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	14.3	9.3	5.8	5.0	2.6	10.0	11.7	7.6	11.5	8.0	3.2	1.5	1.9	0.9	2.4	0.9	0.2	3.2
300~999人	18.0	12.3	4.9	5.4	2.8	10.5	8.7	8.7	8.2	8.5	4.4	0.5	2.3	0.5	1.5	0.3	0.3	2.1
1000人以上	23.0	17.7	7.7	6.2	1.4	10.5	8.1	7.2	8.6	2.9	1.4	0.0	1.0	0.0	1.4	0.5	0.0	2.4

内定出しの開始時期は前年実績と同じく4月下旬が最多（10.8%）。一方で、「12月以前」という回答が1割に達しているほか、2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っている。なお、4月下旬までを足し合わせると73.3%となり、全体の7割以上が大型連休前までに内定を出し始める見込みだ。大手企業では8割を超える（計83.5%）。



※2024年卒は、2023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	8.0	6.3	3.3	3.3	3.5	6.7	4.8	8.2	8.9	5.4	11.1	6.9	4.8	3.0	6.5	1.7	1.7	5.9
300~999人	10.1	7.8	3.9	1.8	4.4	7.0	6.2	9.0	5.7	5.2	11.6	5.7	5.4	4.4	5.9	1.3	0.8	3.9
1000人以上	14.1	10.7	4.9	4.9	3.4	10.7	7.3	8.7	3.9	6.3	8.7	2.4	3.4	1.5	3.9	1.5	0.5	3.4

8. インターンシップ等のプログラム実施状況

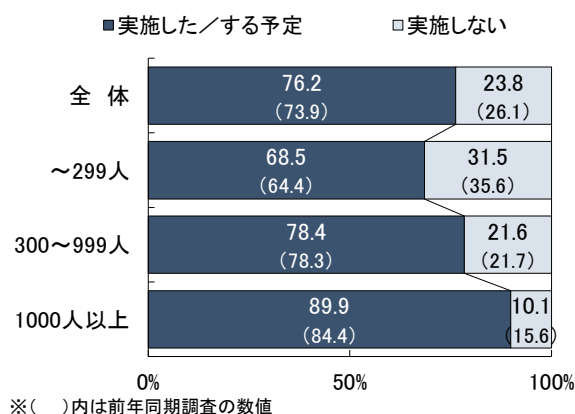
今年度（2023 年 4 月～2024 年 3 月）にインターンシップ等のプログラムを「実施した」と回答した企業は、7 割強（76.2%）。前年調査（73.9%）よりさらに増加した。大手企業では 5 ポイント以上増加し、約 9 割が何らかのプログラムを実施（89.9%）。

実施期間（日数）を見ると、「半日」（57.4%）、「1 日」（41.4%）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、複数日程のプログラムを実施する企業は増加傾向にあり、「5 日間」のプログラムは、この 2 年で 10 ポイント以上増加した（14.5%→24.9%）。今年度から適用されているインターンシップの新定義に応じたプログラムを実施した企業が、一定数いたことがうかがえる。

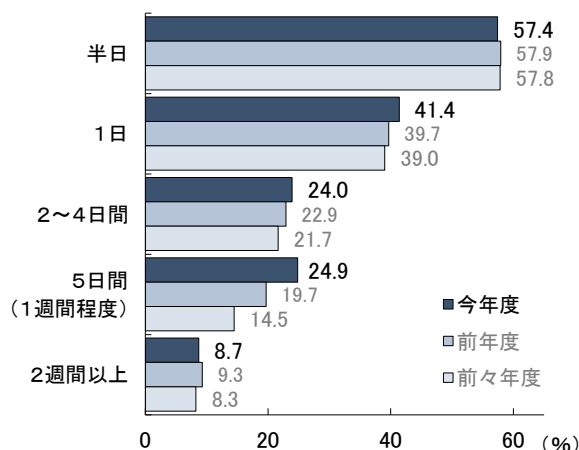
加えて、対面で実施する企業が前年度より増えたことも、実施日数の伸びに影響していると思われる。オンラインとの併用も含め、対面で実施した企業は 8 割強に上った（計 87.2%）。前々年度まではオンラインの方が多かったが、前年度に逆転し、今年はさらに対面が増加した。

なお、学生の参加状況を尋ねたところ、「想定よりかなり多い（3 割以上）」は 4.0%で、「やや多い（1～2 割程度）」（12.3%）を合わせても 2 割未満にとどまる（計 16.3%）。一方、「やや少ない」「かなり少ない」を合わせると 4 割を超える（計 43.8%）。実施企業や受け入れ枠が増加したことなどもあり、参加学生を十分に確保できない企業が増えていることがうかがえる。

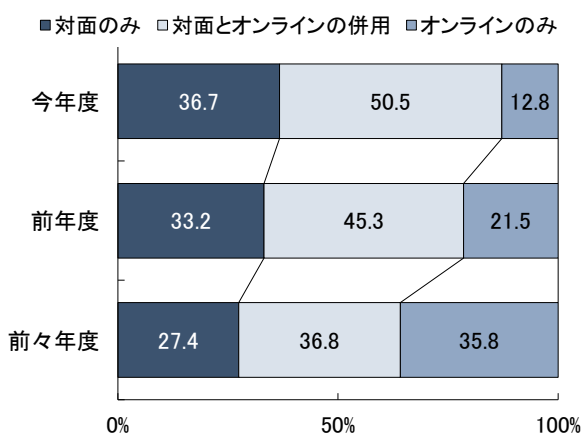
今年度（2023年4月～2024年3月）の
インターンシップ等実施状況



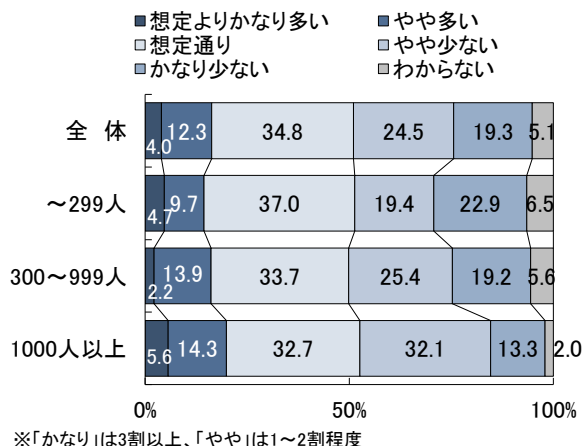
プログラム実施期間（日数）



プログラム実施形式

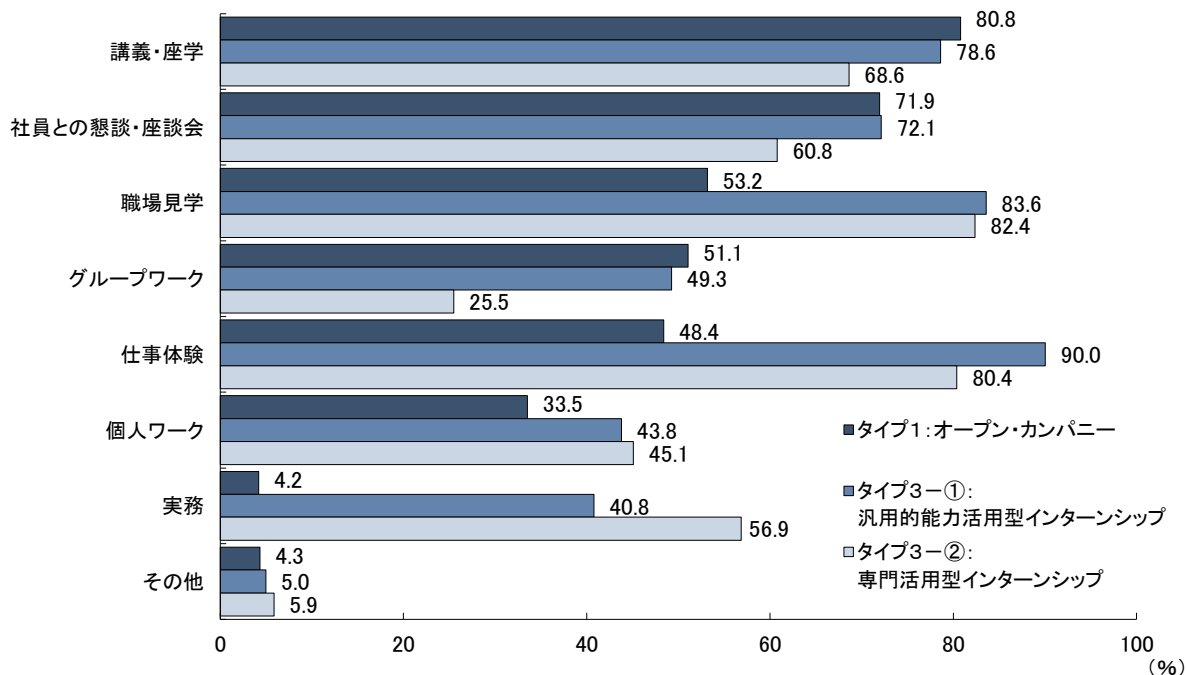


参加学生数（想定との比較）



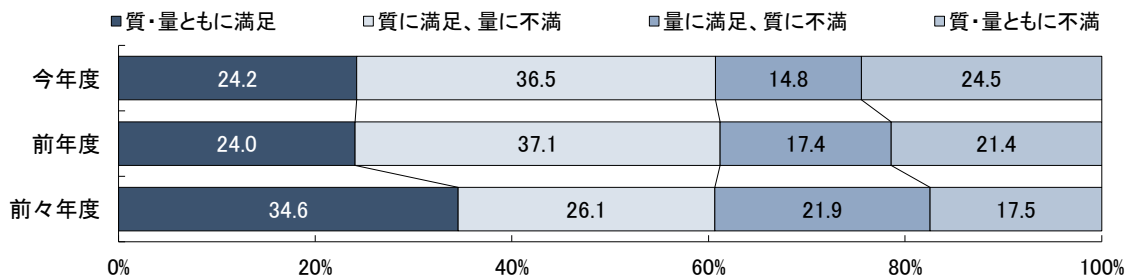
続いて、実施したプログラム内容を類型（タイプ）別に確認する。「タイプ1：オープン・カンパニー」は、「講義・座学」（80.8%）が最も多く、「社員との懇談・座談会」（71.9%）の実施率も高い。「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」では、「仕事体験」（90.0%）、「職場見学」（83.6%）の順に多い。「タイプ3-②：専門活用型インターンシップ」は、「実務」が5割強（56.9%）に上る。インターンシップでは、より実践的な場を提供していることがわかる。

実施プログラムの内容（類型別）



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3割強が選んだ(36.5%)。前々年度までは「質・量ともに満足」が最多だったが、前年度にかけて減少し、今年度も2割台にとどまる(24.2%)。「質・量ともに不満」の割合が年々上昇し、「量」に不満を感じる企業は6割を占める(計61.0%)。参加者の確保に苦戦する様子がこのデータからも読み取れる。

インターンシップ等の実施満足度

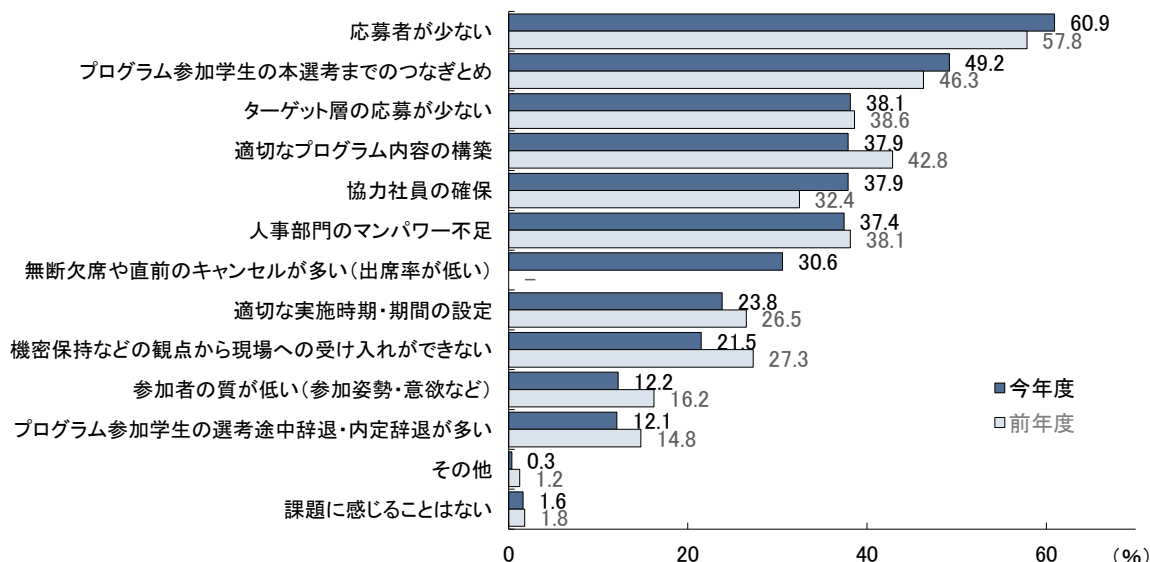


【Voice3】—インターンシップ等の満足状況

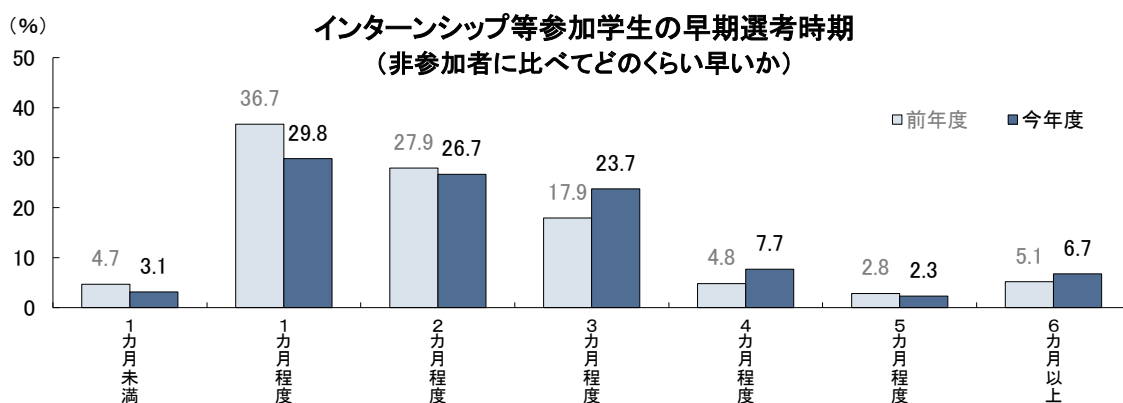
- 一定数の参加者を確保でき、学生の姿勢も積極的であった。 <信用金庫・労働金庫・信用組合/中堅>
- 実際に参加した学生の質は満足しているが、無断欠席などが多い。 <その他サービス/中小>
- 昨年よりも回数を増やしても、参加学生数が激減している。 <コンビニ・GMSストア/大手>
- エンジニア採用の母集団形成を狙っていたが、文系でプログラミング経験のない学生も多々おり、全体のエントリー数も昨年度と比較して激減した。 <情報・インターネットサービス/中小>
- 夏季は想定通りの学生数が集まったが、秋以降に関しては苦戦している。早期化により、学生の企業選定が早まっているのを感じている。 <建設・住宅・不動産/中小>

課題として最も多いのは「応募者が少ない」で、約 6 割（60.9%）。「無断欠席や直前のキャンセルが多い」も 3 割に上り（30.6%）、やはり参加者の確保が最大の課題と言える。2 番目に多いのは「参加者の本選考までのつなぎとめ」で半数近くが選んだ（49.2%）。学生と接点を持つ時期が年々早まっており、そうした学生をいかに採用につなげるかも重要な課題の一つになっている。

インターンシップ等の課題



参加者のつなぎとめの一環として早い時期に採用選考を実施する企業も増加している。非参加者に比べて「1 カ月程度早い」(29.8%)、「2 カ月程度」(26.7%)、「3 カ月程度」(23.7%) がいずれも 2 割台。「3 カ月程度」「4 カ月程度」などが前年度より増加しており、早める企業が多いことがわかる。このような動きが、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。



※早期選考を実施する企業が回答

【Voice4】——インターンシップ等を実施する上での課題

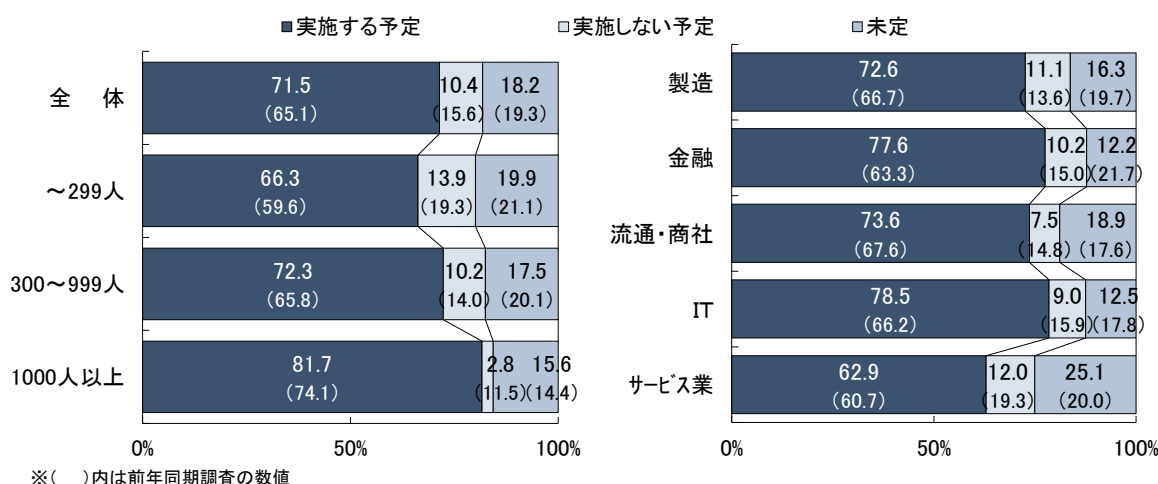
- 予約から参加への推移が悪く、出席率の改善が必要。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- 学生が魅力に感じるようなプログラムを構築したいが、そのノウハウが不足している。 <百貨店/中堅>
- 開催時期や文理などによって求めるものが違うため、対応がかなり難しいと感じる。 <自動車・輸送用機器/中小>
- タイプ別実施による運用工数の増加や受入部門の負担の増加。 <機械・プラントエンジニアリング/中堅>
- インターンシップを実施したいが、マンパワーや社内の協力体制に課題があり、現状は難しい。 <マスコミ/大手>
- 参加者アンケートでも高い満足感が出ているが、その後のつなぎ止めが課題。 <医薬品・医療関連・化粧品/中堅>

9. 2024 年度のインターンシップ等実施予定

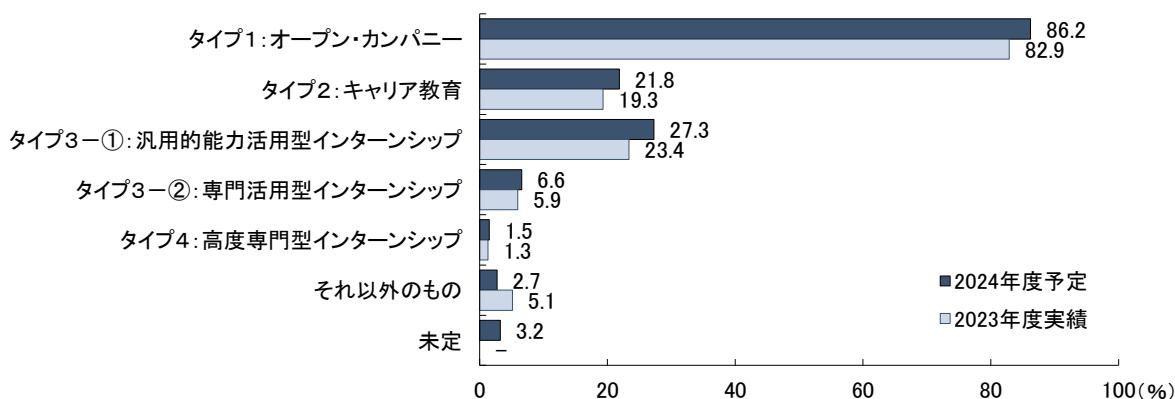
来年度（2024 年 4 月～2025 年 3 月）の実施予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 71.5% で、前年同期調査（65.1%）をやや上回る。従業員規模が大きいほど実施率が高く、大手企業では 8 割を超える（81.7%）。いずれの規模でも実施企業が増える見込みで、今年度以上に過熱することが予想される。業界別では、IT が最も高く 8 割近くに上る（78.5%）。最も低いサービス業は 6 割台（62.9%）。

実施予定のタイプは、「タイプ 1：オープン・カンパニー」が圧倒的に多く、8 割強（86.2%）。「タイプ 2：キャリア教育」（21.8%）、「タイプ 3-①：汎用型能力活用型インターンシップ」（27.3%）は 2 割台。「タイプ 3-②：専門活用型インターンシップ」は 6.6%。ほとんどの項目で今年度の実績を上回っており、実施企業が増えるだけでなく、実施プログラムを増やす企業も一定数あることが読み取れる。

来年度（2024年4月～2025年3月）のインターンシップ等実施予定



実施予定の類型



【Voice5】——インターンシップ等で工夫・検討したいこと

○職種別に体験できるようにする。オンラインと対面を使い分け、参加のハードルが下がるようにする。

<機械・プラントエンジニアリング/大手>

○様々な地域の学生に参加してもらいやすいプログラムにしたい。

<運輸・倉庫/中堅>

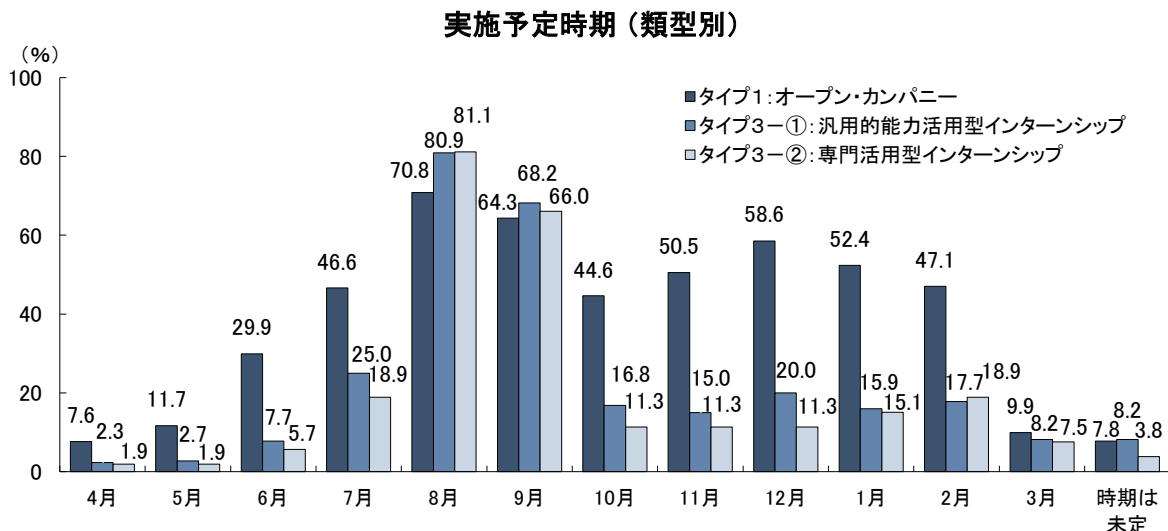
○現場の雰囲気を感じられるつくりをしたい。

<専門商社/中堅>

○業務体験を、形式ばったものではなく、よりリアルに体験してもらうにはどうすればいいかを検討中です。

<情報・インターネットサービス/大手>

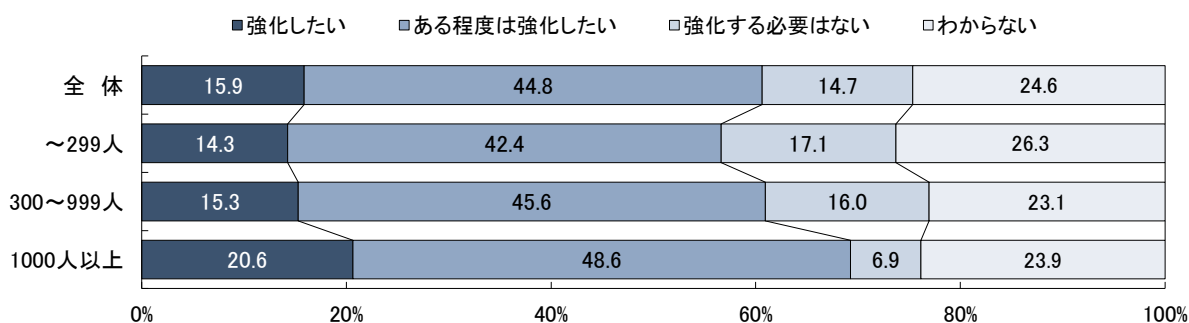
実施予定時期を類型別に尋ね、比較した。5 日以上で実施される「タイプ 3：インターンシップ」は、①②ともに 8 月 9 月の夏季休暇期間に集中している。単日開催の「タイプ 1：オープン・カンパニー」も 8 月 9 月が多いものの、7 月から 2 月までが 4 割を超え、12 月は 6 割近くに上るなど、時期を問わず多くの企業が開催する見込みであることがわかる。



10. 低学年（大学 1～2 年生）へのアプローチ

オープン・カンパニーやキャリア教育は、対象学年を問わず実施できるが、今後、大学 1～2 年生との接点や企業広報などを強化したいかどうか尋ねた。「強化したい」（15.9%）、「ある程度は強化したい」（44.8%）を合わせると 6 割に上る（計 60.7%）。早い時期に自社を知ってもらいたい、大学の学びにつなげてもらいたいなどのコメントが寄せられた。ただ、強化意向がある企業でも、何をすればよいかわからない、マンパワーが足りないなどの理由により、現時点では具体的な行動には結びついていないケースも少なくないようだ。

低学年(大学1、2年生)への企業広報・アプローチ



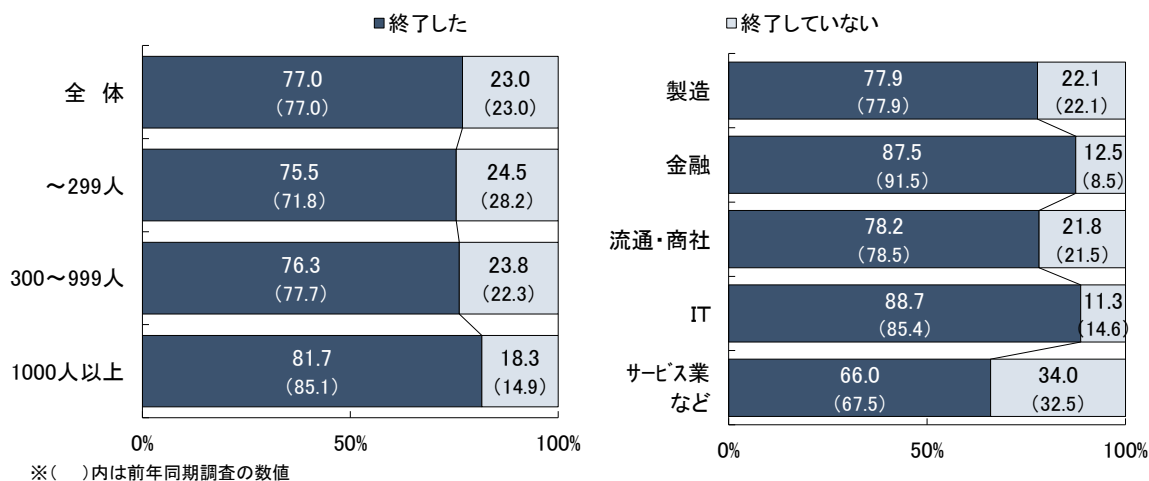
【Voice6】—低学年へのアプローチ意向や具体的な内容

- 研究室での授業協力などで、当社の製品や仕組みを知ってもらいたい。 <電子・電機/中小>
- 大学での研究課題に繋がるようなプログラムを実施したい。 <専門商社/中小>
- BtoB 企業で知名度向上が課題なので、低学年のうちから認知を図りたい。 <その他金融/中堅>
- 母集団確保のため強化したいが、何をしたらよいかわからない。 <運輸・倉庫/大手>
- 強化はしたいが、確実にマンパワーが不足している。 <建設・住宅・不動産/大手>
- 長期にわたるフォローは無理があるため、参加希望は受け入れるものの、当社から積極的に活動はしない。 <機械・プラントエンジニアリング/中堅>

11. 2024 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

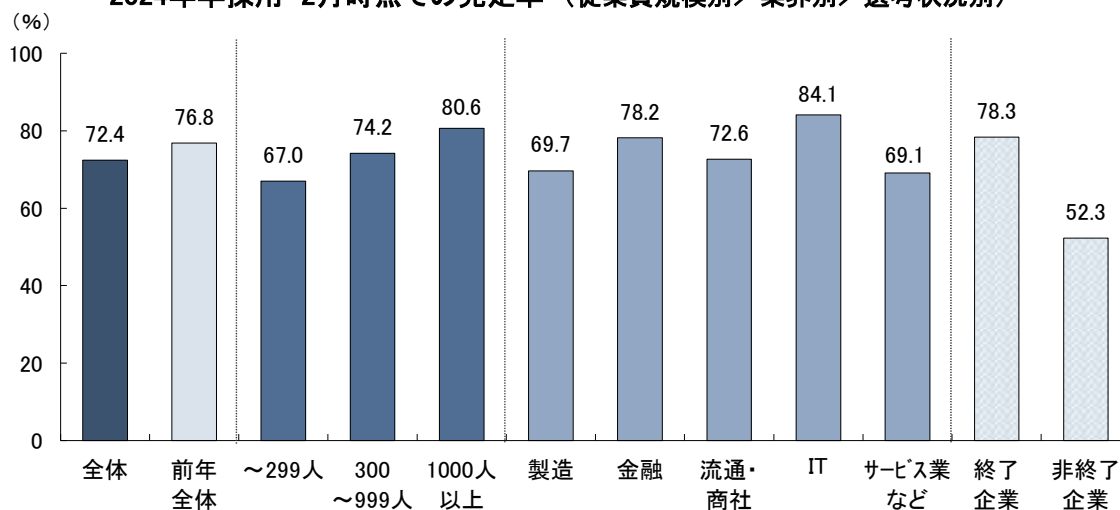
最後に、2024 年 3 月卒者（現 4 年生）の採用選考状況を確認したい。入社まで約 2 カ月という時点で、採用活動を「終了した」と回答した企業は全体の 77.0%。前年同期と同率。従業員規模別に見ると、大手では 8 割を超えているが（81.7%）、中堅企業、中小企業では 7 割台にとどまる（76.3%、75.5%）。また、業界別で差が目立ち、IT、金融は 9 割近いが（88.7%、87.5%）、最も低いサービス業は 66.0%で、その差は 20 ポイントを超える。

2024年卒採用選考の終了状況（全体／従業員規模別・業界別）



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 72.4%。終了率は前年と変わらないものの、充足率は前年調査（76.8%）を下回った。調査時点で採用選考を終了している企業に限って充足率を算出すると平均は 78.3%。終了していない企業では 52.3%にとどまる。2024 年卒者の採用計画未達の企業が多いことが、2025 年卒者の採用を強化する動きにつながっていると見られる。

2024年卒採用 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」「非終了企業」は、それぞれ調査時点の状況