

## 2025 年卒・新卒採用に関する企業調査—中間調査

人材獲得競争の過熱を背景に、厳しい展開が予想された 2025 年卒採用。6 月 1 日の採用選考解禁から約 1 カ月が経過し、大きなヤマ場を越えた時点の採用活動状況を確認すべく、「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行った。2026 年卒採用についても計画を尋ねた。

### 1. 学生の反応 (2024 年卒採用との比較)

エントリー、応募者の減少がより深刻に。過半数が「前年より減った」  
選考への応募率は 4 割が「低下した」

### 2. 採用活動の開始時期

採用広報解禁前の面接開始が増加。内定出しは前倒し且つ分散。大手企業で早さが目立つ

### 3. 接点をもった学生に対して感じたこと

「待遇や働き方にこだわる学生が増えた」と感じる企業は 7 割に上る (74.6%)

### 4. 選考終了状況と内定者充足率

終了企業は全体の 21.1%。充足率の平均は 54.0%。継続企業の 6 割近くが「充足難しい」

### 5. 内定者に対する満足度

「質・量ともに満足」は 2 割弱 (18.7%)。「量」に対する不満が目立つ

### 6. 内定辞退の状況と承諾促進のフォロー施策

辞退者「増えた」26.2%。承諾促進のための施策は「社員との交流」「人事面談」が多い

### 7. 新卒採用市場の見方

「完全に売り手市場」と回答した企業がさらに増加。8 割近くに (77.2%)

### 8. 今年度インターンシップ等のプログラム (※) 実施予定

実施予定企業は 76.8%。前年調査より増加。特に夏季の実施が大きく増える見通し  
タイプ 1 (オープン・カンパニー) が主流も、すべての類型で増加傾向

### 9. 2026 年 3 月卒業予定者の採用計画

7 割強が 2025 年卒以上の採用を予定。採用意欲はさらに高まる見通し。予算も増加傾向

### 10. 人事担当者川柳

「驚いた 本当だった 第一志望」「就活生 たまには電話に 出てくれよ」など佳作を紹介

※「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 16,536 社  
調査時期 : 2024 年 6 月 26 日~7 月 4 日  
調査方法 : インターネット調査法  
回答社数 : 1,063 社

#### 《従業員数》

従業員数	従業員数	従業員数	業種	業種	業種	業種
~299人	300~999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
493社	341社	229社	433社	630社	187社	876社

#### 《業種》

#### 《株式》

#### 《地域》

地域	地域	地域	地域	地域	地域	地域
北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
68社	69社	457社	182社	174社	57社	56社

調査機関 : 株式会社キャリアタス/キャリアタスリサーチ

### 1. 学生の反応（2024 年卒採用との比較）

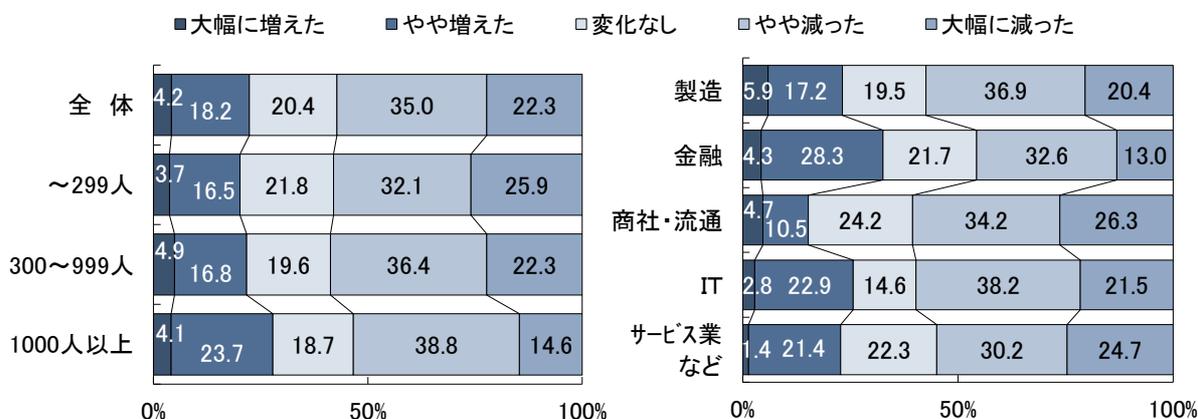
まず、採用母集団形成の状況について見てみよう。

「エントリー数」が「前年より増えた」という企業は、全体の 22.4%（「大幅に増えた」「やや増えた」の合計）。これに対し「減った」の合計は 57.3%で、全体の 6 割近くに上る。

これを従業員規模別に見ると、いずれも「減った」が「増えた」を大きく上回るが、とりわけ従業員 300 人未満の中小企業において「大幅に減った」の割合が高い。4 社に 1 社が、前年より 3 割以上エントリーが減ったと回答した（25.9%）。

業界別の集計でも、いずれも「減った」が「増えた」を上回る。中でも商社・流通は、「増えた」企業が 2 割に満たず（計 15.2%）、「減った」が 6 割を超えるなど（計 60.5%）、苦戦ぶりが目立つ。一方、金融は「減った」企業が比較的少なく（計 45.6%）、「増えた」が唯一 3 割を超える（計 32.6%）。

エントリー数(従業員規模別／業界別)

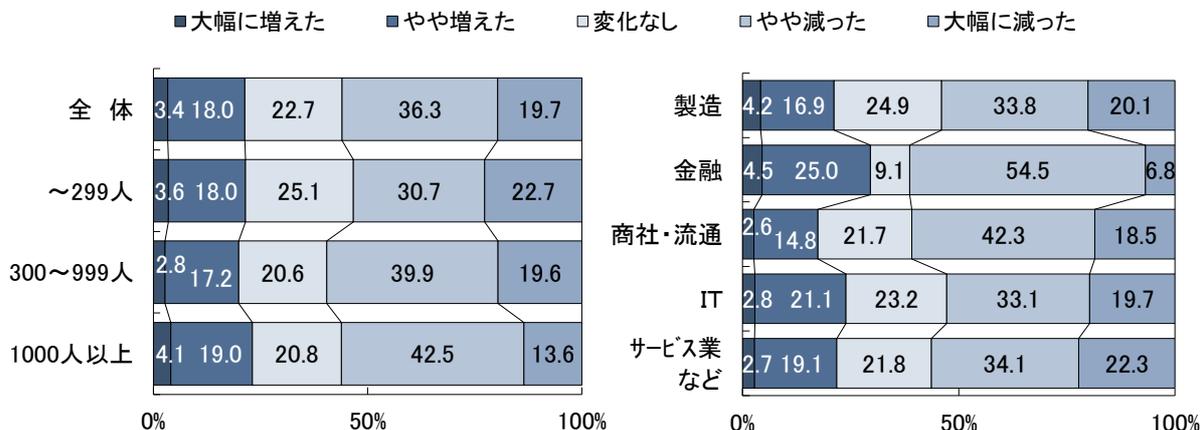


\*「大幅に増えた／減った」は、3割以上変動した場合に選択

「選考への応募者数」についても同様に、減少傾向が明らか。「増えた」という企業が約 2 割（計 21.4%）で、「減った」企業のほうが圧倒的に多い（計 56.0%）。企業規模や業界によらず、エントリー受付数が減った企業は、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。

なお、金融はエントリー段階では比較的よかったものの、選考への応募は 6 割超が「減った」と回答した（計 61.3%）。

選考への応募者数(従業員規模別／業界別)



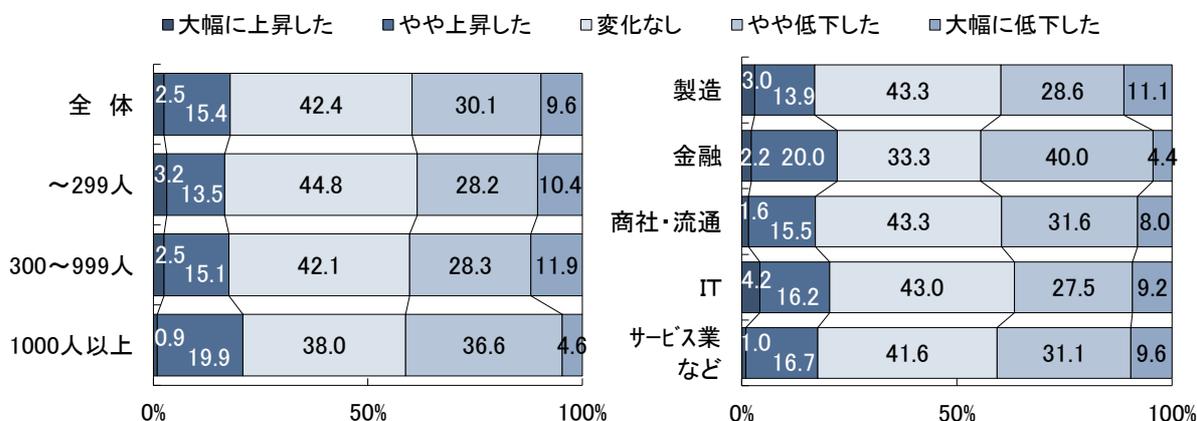
エントリーをした学生がその後の選考に応募した割合（選考への応募率）や、面接の参加率についても、それぞれ前年との増減を尋ねた。

まず、「エントリー者の選考への応募率」が前年よりも「上昇した」と回答した企業は、全体の17.9%。これに対し「低下した」企業は約4割で（計39.7%）、「上昇した」企業の2倍以上に上る。

エントリー数自体が減少傾向にある中で、その後の選考への応募率も下がっていることから、母集団形成の厳しさが色濃くうかがえる結果と言える。

企業属性による極端なばらつきはないものの、従業員1000人以上の大手企業に比べ、中堅・中小企業は「上昇した」という回答が少なめ。ただ、大手企業は「低下した」企業も多く（計41.2%）、二極化したとの見方もできそうだ。

### エントリー者の選考への応募率（従業員規模別／業界別）

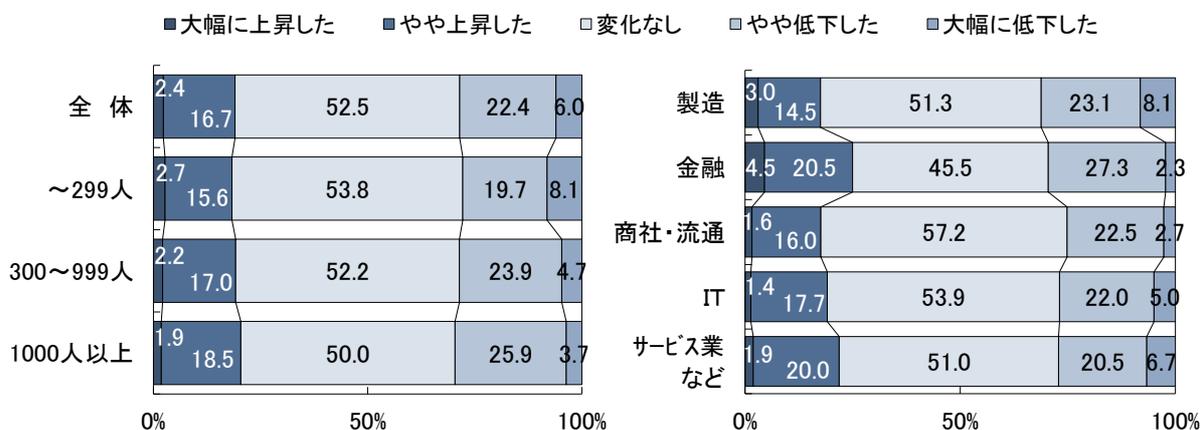


\*「大幅に上昇した／低下した」は、3割以上変動した場合に選択

「面接への参加率」はどうだろう。前年と「変わらない」という回答が過半数を占めるが（52.5%）、現段階で「低下した」企業が3割近くあり（計28.4%）、「上昇した」（計19.1%）を上回る。

従業員規模による目立った差はなく、1000人以上の大手企業において上記同様に、やや二極化の傾向がみられる。業界別では、製造業において「低下」の割合が3割を超え（計31.2%）、比較的高い。

### 面接の参加率（従業員規模別／業界別）

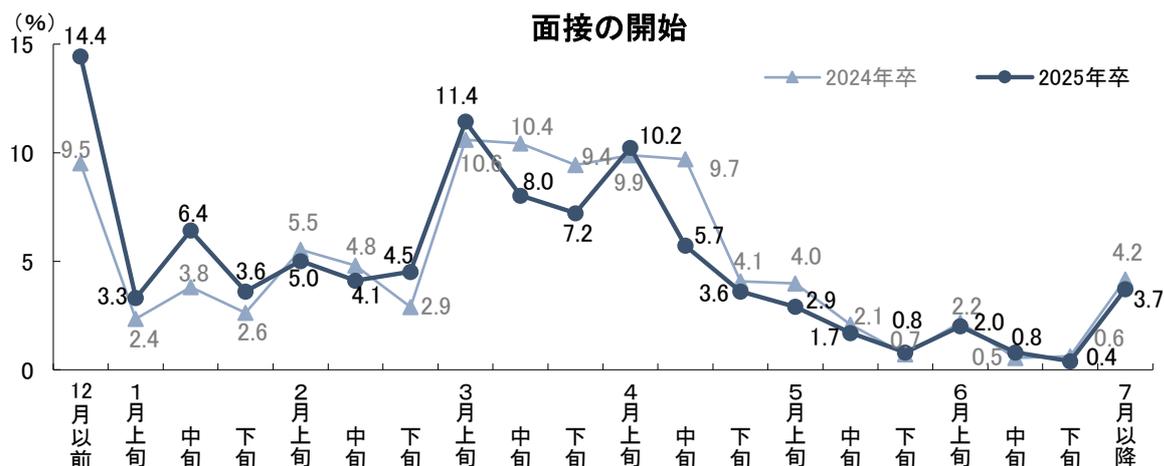


## 2. 採用活動の開始時期

「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年目だが、企業の採用活動はどのようなスケジュールで進んだのだろうか。

面接開始時期を見ると、「12月以前」と回答した企業が前年調査より増え、全体の1割を超えた（14.4%）。大手企業で2割を超えるなど（20.1%）、従業員規模が大きいほど動き出しが早い。

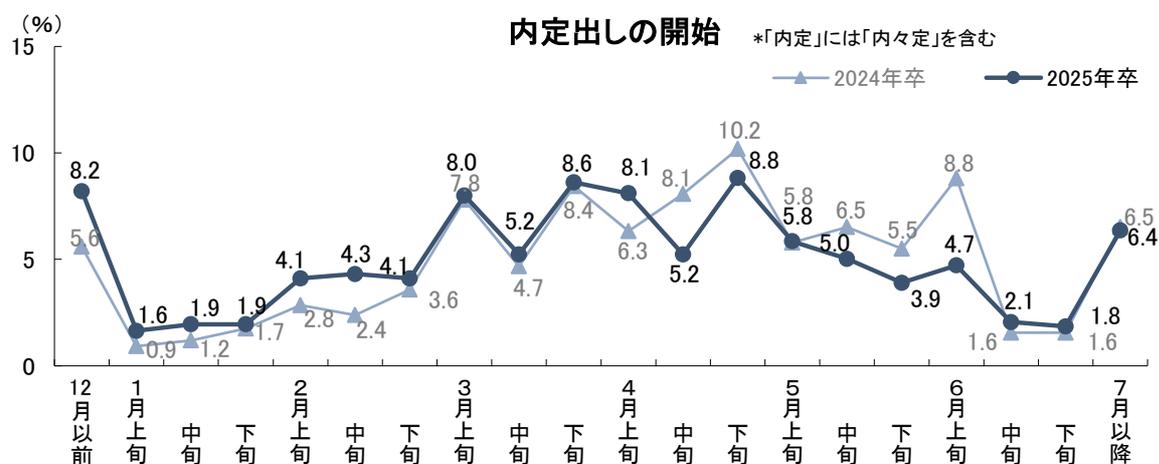
「3月上旬」（11.4%）と「4月上旬」（10.2%）にも山が見られるが、2月までの合計は4割に達している（計41.3%）。前年（計31.5%）より約10ポイント増え、早期化が急激に進んだ様子がわかる。



《面接の開始/従業員規模別》 (%)

	12月以前	1月上旬	1月中旬	1月下旬	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	12.0	2.4	5.3	2.4	5.1	2.9	4.0	13.3	8.0	6.7	12.0	6.2	3.5	3.8	3.3	0.9	3.3	0.9	0.4	3.5
300~999人	14.1	2.4	6.1	5.2	4.9	4.6	5.8	9.5	8.3	9.8	10.1	6.1	4.0	2.1	0.6	1.2	1.5	0.9	0.3	2.4
1000人以上	20.1	6.4	9.1	3.7	5.0	5.9	3.7	10.5	7.8	4.6	6.8	4.1	3.2	2.3	0.0	0.0	0.0	0.5	0.5	5.9

内定出しの開始時期は前年同様「4月下旬」が最多だが、その割合は下がり（10.2%→8.8%）、3月から4月にかけて広く分散した。前年は選考解禁時期にあたる「6月上旬」にも山が見られたが、今年は4.7%へと大きく減った。前年よりも早い時期を回答する企業が増え、2月までの合計は2割を大きく超える（計18.2%→26.1%）。



《内定(内々定)出しの開始/従業員規模別》 (%)

	12月以前	1月上旬	1月中旬	1月下旬	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	6.4	1.1	2.3	0.7	5.3	2.7	2.3	8.2	5.9	8.2	8.0	3.9	9.1	8.0	4.6	4.8	5.3	2.7	2.1	8.4
300~999人	8.2	1.3	1.6	2.2	2.5	4.4	6.0	8.2	4.1	9.7	8.8	5.3	10.7	4.4	6.6	4.7	5.0	1.6	2.2	2.8
1000人以上	11.9	3.2	1.8	4.1	4.1	7.3	5.0	7.3	5.5	7.8	7.3	7.8	5.5	3.7	3.7	0.9	3.2	1.4	0.9	7.3

### 3. 接点をもった学生に対して感じたこと

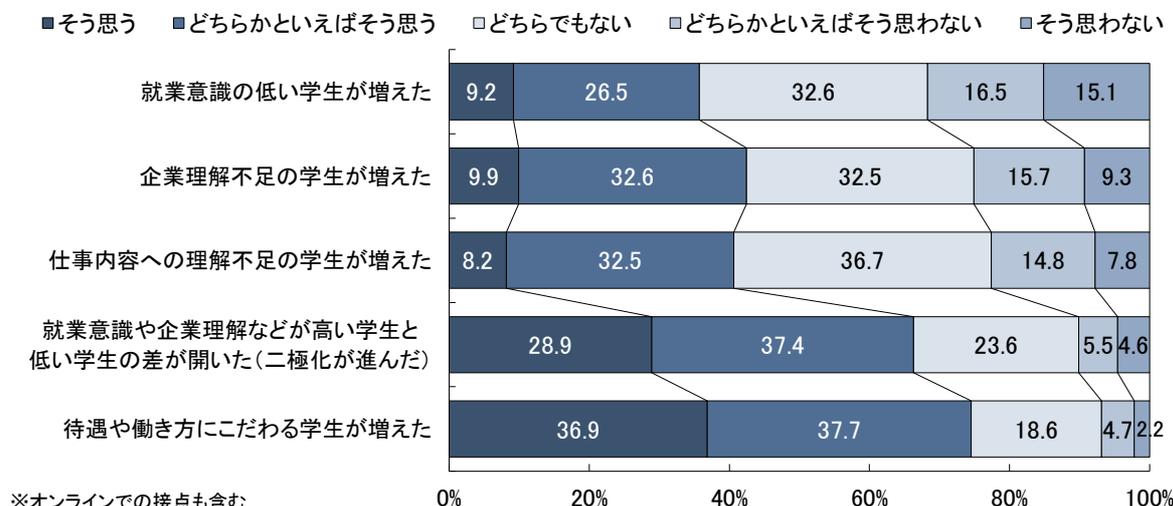
これまでに接点を持った学生の印象を尋ねた。今年の就活生に対して「就業意識の低い学生が増えた」と感じる企業は計 35.7%で、「そう思わない」（計 31.6%）と拮抗。見方が割れている。

「企業理解不足の学生が増えた」「仕事内容への理解不足の学生が増えた」と感じる企業はそれぞれ 4 割台で、「そう思わない」を大きく上回った。学生の理解度に物足りなさを感じる企業が多いようだ。

「就業意識や企業理解などが高い学生と低い学生の差が開いた（二極化が進んだ）」と感じる企業は 6 割強に上り（計 66.3%）、インターンシップ等のプログラムに参加するなど早期から動いていた学生と、そうでない学生とで差が顕著だったという意見が多く挙げた。

また、「待遇や働き方にこだわる学生が増えた」についてはさらに多く、7 割を超える企業が「そう思う」と回答した（計 74.6%）。学生の志向の変化に戸惑う声も寄せられた。

#### これまでに接点をもった学生に対して感じたこと



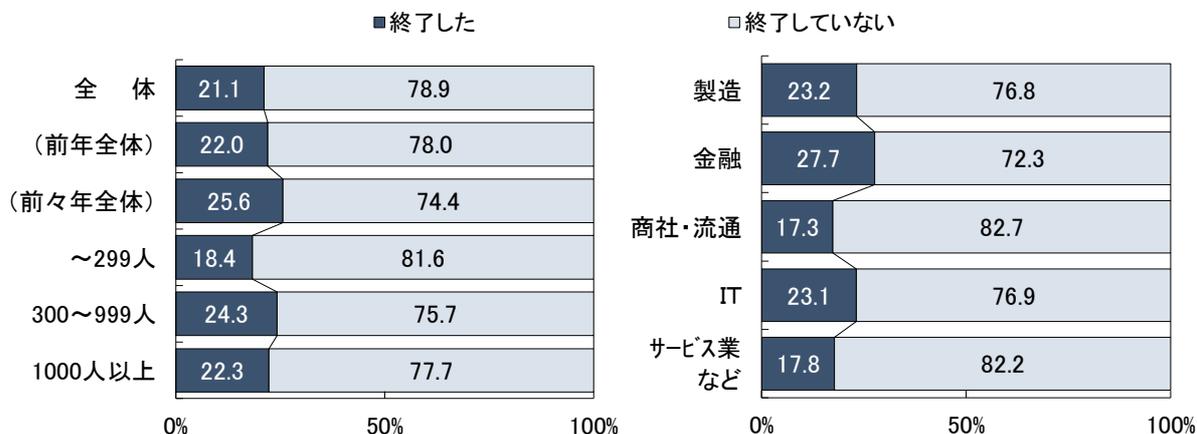
#### 【Voice1】—接点をもった学生に対して感じたこと

- 説明会での質疑応答で、仕事内容についてよりも勤務地やリモートワークができるかどうかといった働き方を聞かれることが多くなった。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- 業界研究、企業研究が物足りない学生が増えた。面接の中で、ホームページ等で確認できる内容を質問してくる学生も多い。 <銀行/大手>
- 地元志向、親元を離れたくない学生は増えたと感じる。 <建設・住宅・不動産/中堅>
- 「丁寧に優しく教えて欲しい」「先輩が優しい会社が良い」など学校の延長で考えている学生が多い。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- コミュニケーション能力が高く、積極的な学生が多い印象です。早期で就職活動をしている学生ほど就業意識や業界・企業理解度が高く、5 月以降の応募学生と差があります。 <人材サービス/大手>
- 早期化が加速しており、3 月以降は就活疲れが見える。 <サービス業/中堅>
- 知名度重視で大企業志向の学生が増えている。 <機械/中小>
- 自分が企業に入ることによって何ができるかよりも、何をもらえるか/失わずに済むかといった観点で就職活動に取り組む人が目立つ気がします。 <専門店/大手>
- 仕事そのものについては二の次で、ワークライフバランスや休日や待遇を重視する学生が増えた。もちろん大切なことではあるが、目の前に現れるのは仕事だからこそ、事業や仕事そのものへの意識を高めないと、早期離職は避けられないと感じる。 <専門商社/中堅>

#### 4. 選考終了状況と内定者充足率

調査時点で採用選考を「終了した」と回答した企業は全体の21.1%。前年（22.0%）、前々年（25.6%）を下回った。面接や内定出しのタイミングは前倒しで進んだものの、内定者を確保できず採用活動を継続している企業の割合は年々増加している。

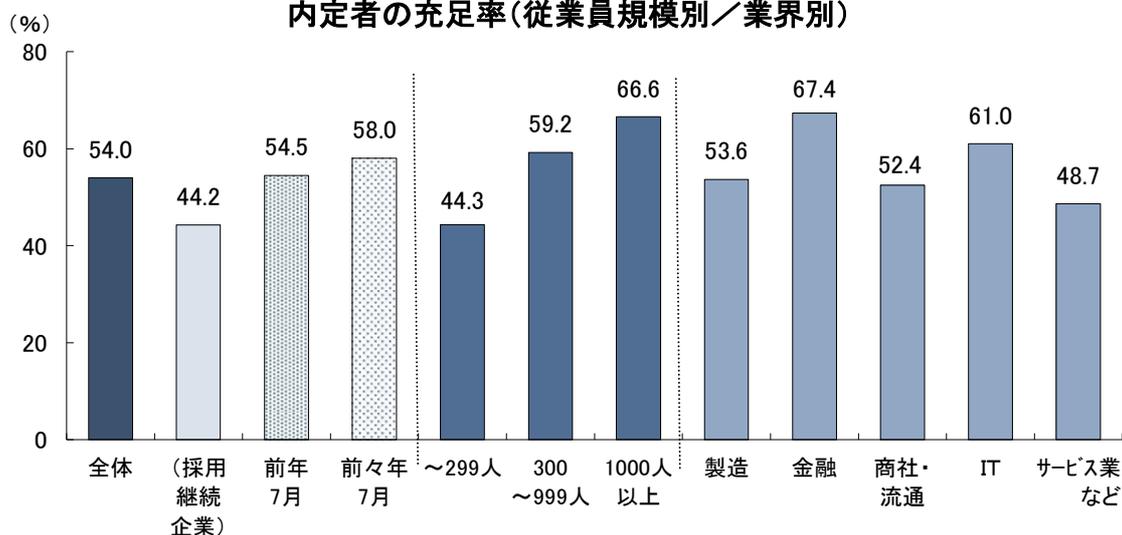
採用選考の終了状況(従業員規模別/業界別)



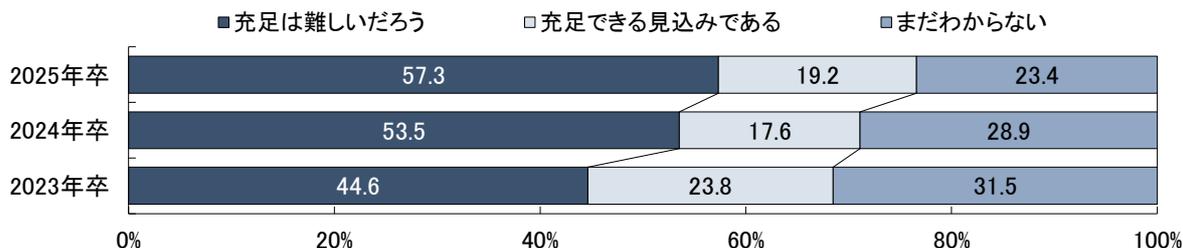
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は54.0%。従業員規模が大きいほど充足率は上がり、大手企業では6割を超えるが（66.6%）、中小企業では4割台（44.3%）。業界別では「金融」で高く（67.4%）、「サービス業」（48.7%）との差は20ポイント近い。

なお、採用継続企業（全体の78.9%）に今後の充足の見込みを尋ねると、6割近くが「充足は難しいだろう」との考えを示した（57.3%）。「充足できる見込み」は19.2%。

内定者の充足率(従業員規模別/業界別)



採用計画数充足の見込み



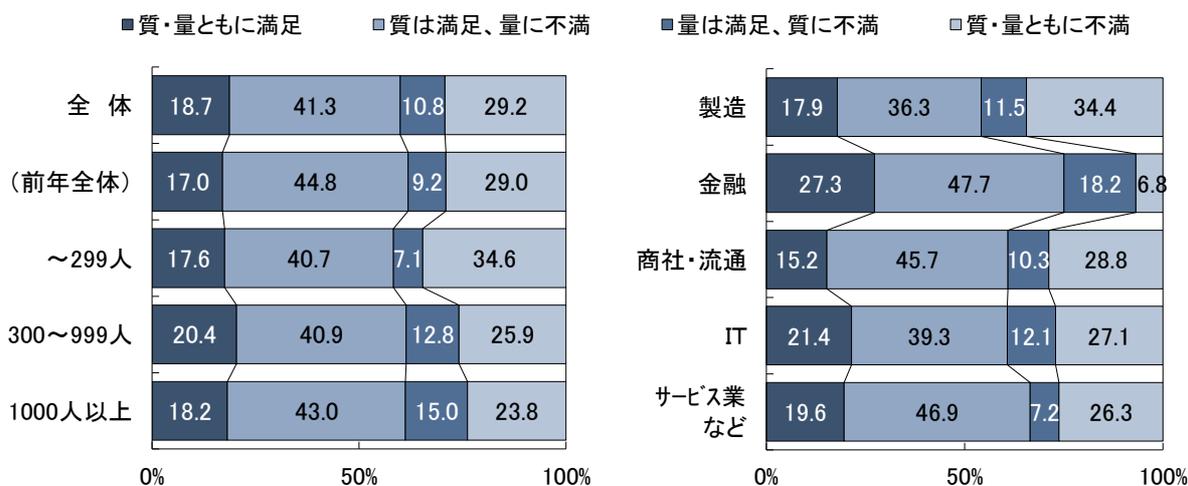
※採用活動継続企業の回答

### 5. 内定者に対する満足度

現時点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」は全体の2割弱にとどまり（18.7%）、「質・量ともに不満」が3割近くに上った（29.2%）。最も多いのは「質は満足だが、量に不満」という回答（41.3%）。応募者が減少する中でも、内定者の質にこだわった企業が多かったと見られる。

規模別に見ると、「質・量ともに満足」の割合に大きな差はないが、中小企業で「質・量ともに不満」が34.6%と高いのが目立つ。業界別では、金融で「質・量ともに満足」が27.3%に上り、「質・量ともに不満」は1割未満（6.8%）と、満足度が高い。

内定者に対する満足度(従業員規模別／業界別)

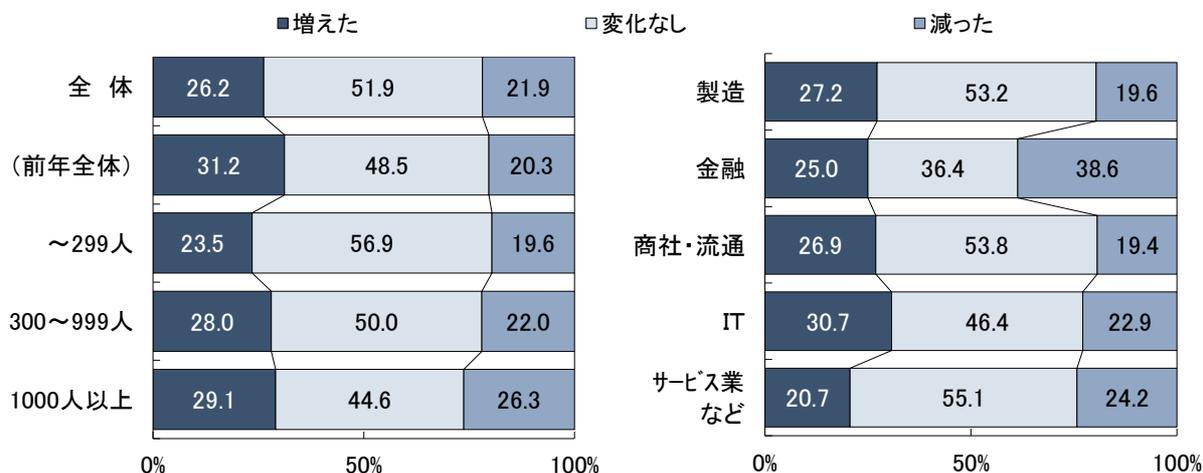


### 6. 内定辞退の状況と承諾促進のフォロー施策

内定辞退者については、「増えた」企業が26.2%で、「減った」は21.9%。選考解禁から約1カ月後の途中経過ではあるものの、思うように内定承諾を得られない企業が少なくないことがうかがえる。

従業員規模が大きいほど「増えた」の割合が高いものの、「減った」の割合も高まり、大手企業の中でも明暗が分かれたようだ。業種別に見ると、金融で「減った」が4割近くに上る（38.6%）。内定辞退が減ったことも充足率の高さに影響していると考えられる。

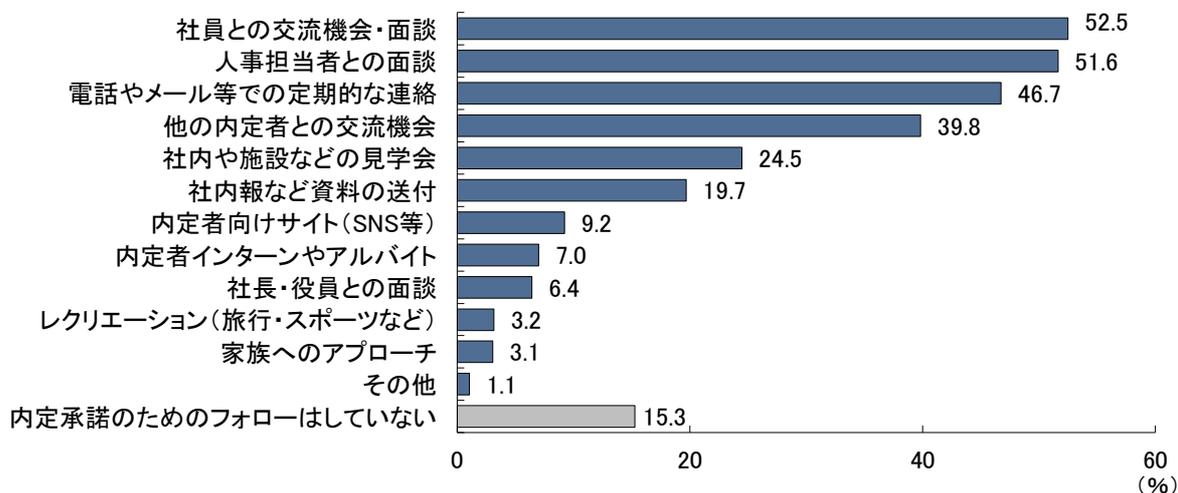
内定辞退者数(従業員規模別／業界別)



内定通知後に内定承諾を促すために実施しているフォローを尋ねた。最も多いのは「社員との交流機会・面談」（52.5%）。僅差で「人事担当者との面談」が続く。いずれも過半数が選択。

「内定承諾のためのフォローは実施していない」は15.3%にとどまり、大半の企業でなんらかのフォローが実施されていることがわかる。

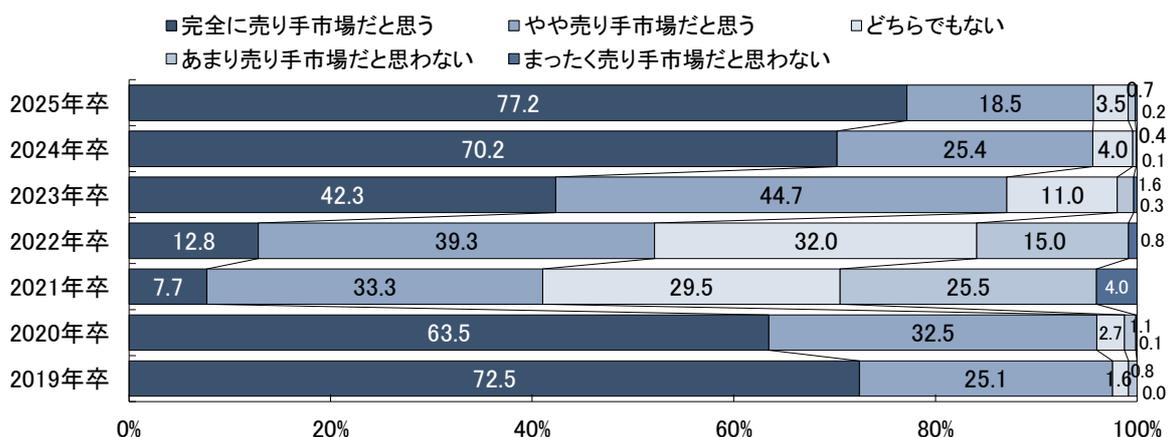
### 内定承諾を促すために実施するフォロー（予定含む）



## 7. 新卒採用市場の見方

今期の採用市場についての考えを尋ねた。「完全に売り手市場だと思う」という回答が前年調査（70.2%）からさらに増加し、8割近くに上った（77.2%）。「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95.7%）。コロナ禍により市場観は大きく変化したのが、年々回復し、コロナ禍前の2019年卒と同水準を示した。

### 採用市場についての考え



### 【Voice2】—2025年卒採用のここまでを振り返って感じたこと

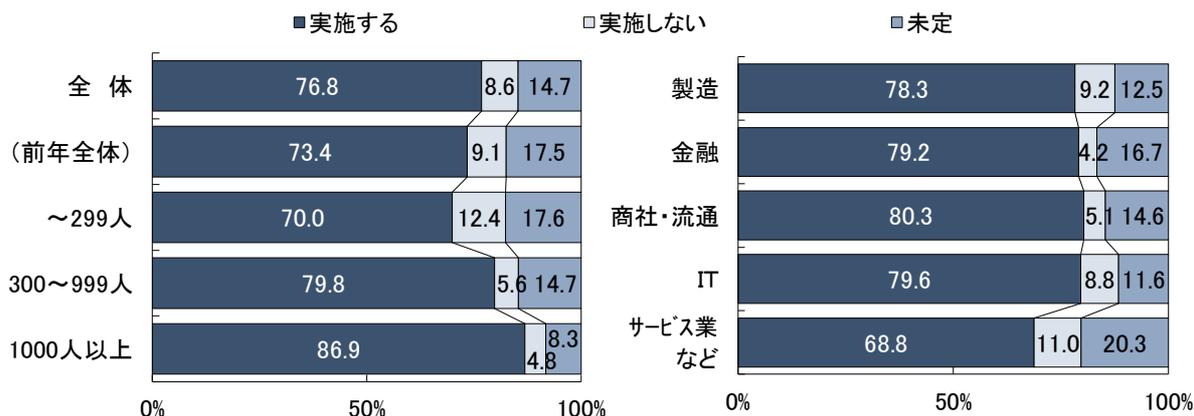
- 内定者フォローを昨年よりも多く実施したためか、内定辞退率が昨年と比較してかなり減った。 <官公庁・団体／中堅>
- 内定出しからのフォロー期間が長く、採用担当の負担が大きい。中規模の当社では、同業大手相手に定量面で優っているポイントがなく、会社規模や給与・処遇が理由で内定辞退をされてしまう。 <専門商社／中堅>
- 2024年卒採用が上手くいかなかったため、早期選考や初任給の見直しを図り、2025年卒採用は概ね順調に終了を迎えているが、2026年卒採用も始まっており、先行きを見通すことが困難。 <建設・住宅・不動産／中小>

### 8. 今年度インターンシップ等のプログラム実施予定

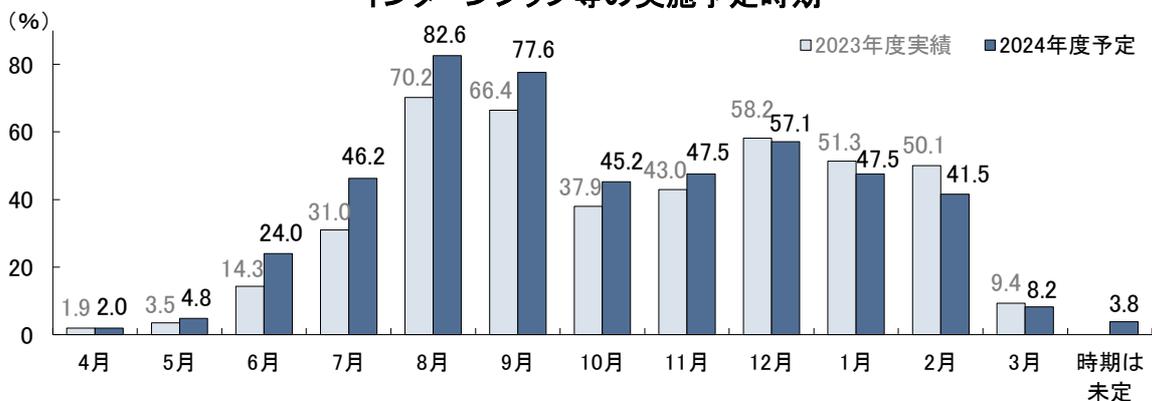
2024年度（2024年4月～2025年3月）のインターンシップ等の実施予定を尋ねたところ、7割超（76.8%）が「実施する」と回答。前年調査（73.4%）から増加した。実施時期は、「8月」（82.6%）、「9月」（77.6%）が多く、夏季が中心。前年度実績よりそれぞれ10ポイント以上増加。一方、12月以降は前年度実績を下回っているが、これから実施を決める企業も一定数あるものと見られる。

実施予定のプログラムは、「タイプ1：オープン・カンパニー」が最多で9割近くに上る（88.1%）。いずれも前年度実績を上回っており、長期開催のものも含め、実施プログラムが増える見込みだ。

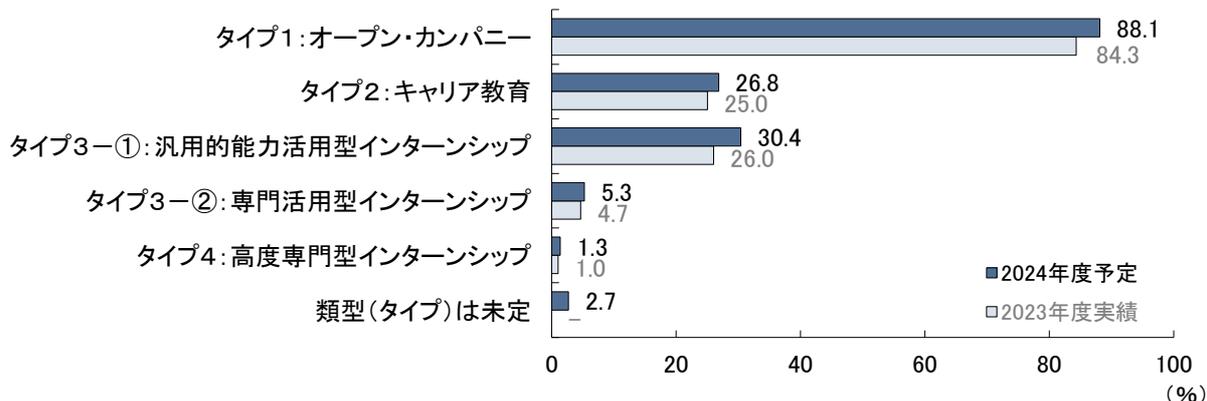
2024年度のインターンシップ等の実施有無（従業員規模別／業界別）



インターンシップ等の実施予定時期



実施予定のプログラム

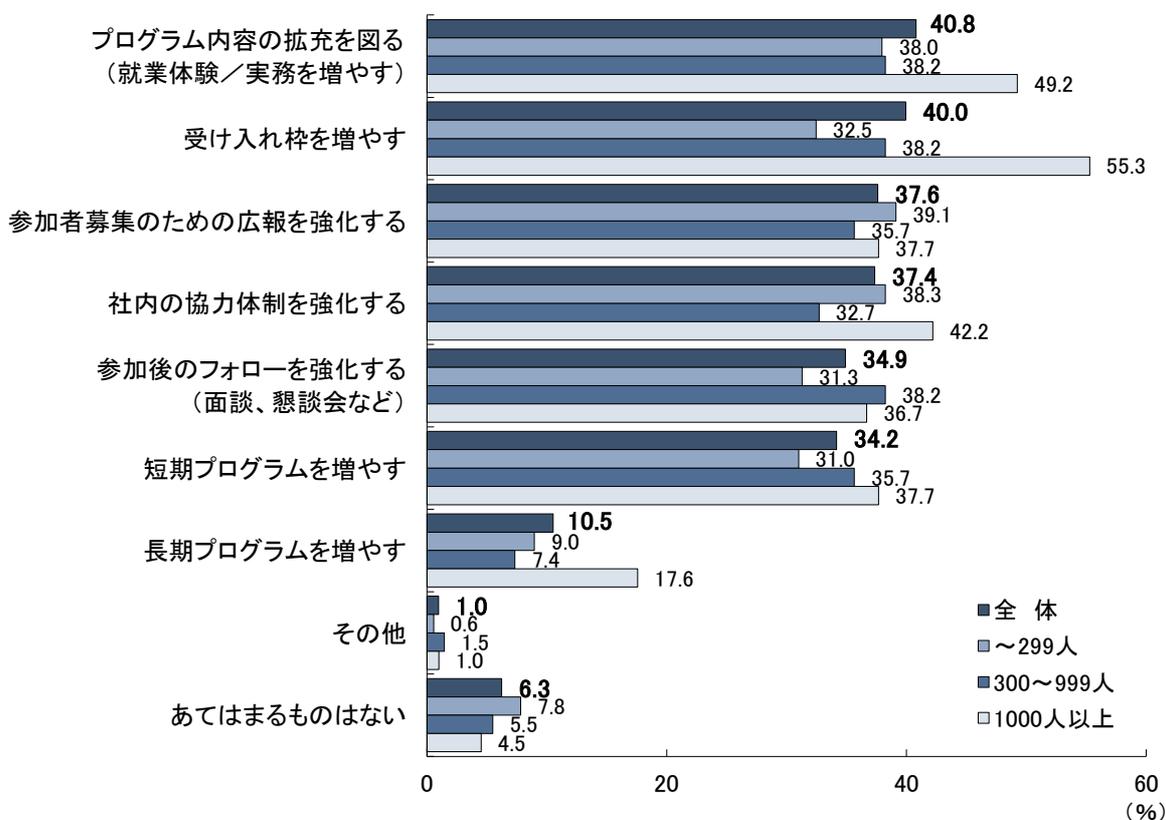


今年度のインターンシップ等の実施方針を尋ねた。最も多いのは「プログラム内容の拡充を図る」で約 4 割（40.8%）。就業体験や実務を伴う、実践的なプログラムが増加する見込みだ。僅差で「受け入れ枠を増やす」が続く（40.0%）。

3 番目に多いのは「参加者募集のための広報を強化する」で 37.6%。前年度思うように参加者を確保できなかった企業も多く、対策を講じる企業が多いことがわかる。

従業員規模別に見ると、大手企業では「受け入れ枠を増やす」「プログラム内容の拡充を図る」が、他に比べて高いのが目立つ。その他の項目も全体的に数値が高く、インターンシップ等の実施に注力する企業が多いことがうかがえる。中小企業では「参加者募集のための広報を強化する」が最も多い（39.1%）。

### 今年度の実施方針（従業員規模別）

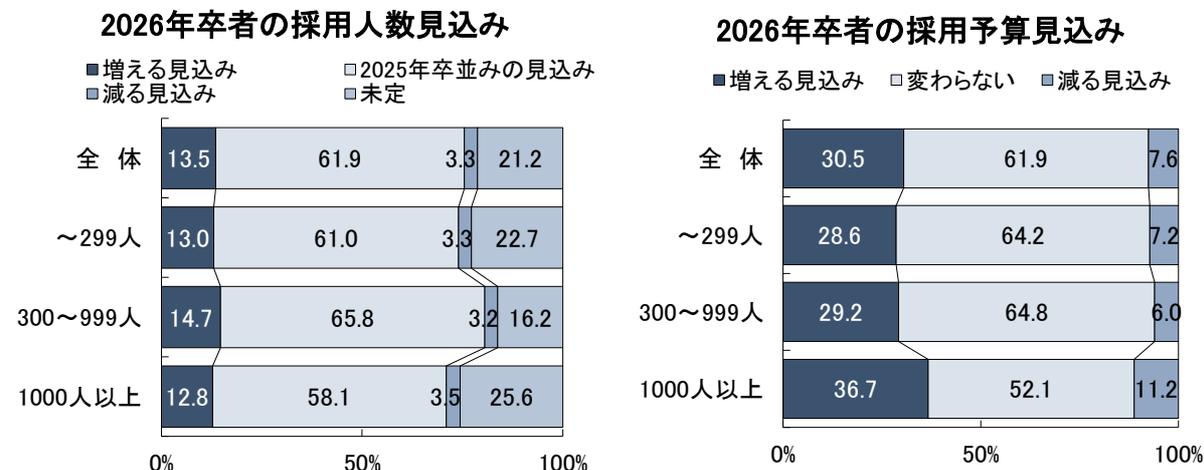


### 【Voice3】——インターンシップ等の実施方針や新たに取り組むこと

- 各月の開催日程を増やし、かつ、事前の告知期間を長く設定した。 <機械・プラントエンジニアリング／中小>
- 今年度初めて 5days インターンシップを実施します。 <専門店／大手>
- 直前キャンセルが多いので、受付人数自体を多めに設定する予定です。 <運輸・倉庫／中小>
- 形式（リアルと WEB）など参加方法やタイプを複数用意する。 <専門商社／中小>
- オープン・カンパニーの参加者獲得に向けて大学等へ告知する。 <印刷・パッケージ／中堅>
- 社内協力とアフターフォローの強化に注力したい。 <機械・プラントエンジニアリング／中小>
- 現場社員との交流を持てる時間を作る。 <精密機器・医療用機器／中堅>
- SNS を活用した PR と学生との接触の機会を増やす。参加後のフォローはこれまで実施してこなかったもので、検討してみたい。 <建設・住宅・不動産／中小>
- インターンシップを 7 月から開催し（昨年は 10 月より開催）、早期から学生との接触を図る。また、新たに職場見学なども入れ、学生が働くイメージを醸成できるようにする。 <情報処理・ソフトウェア／中小>

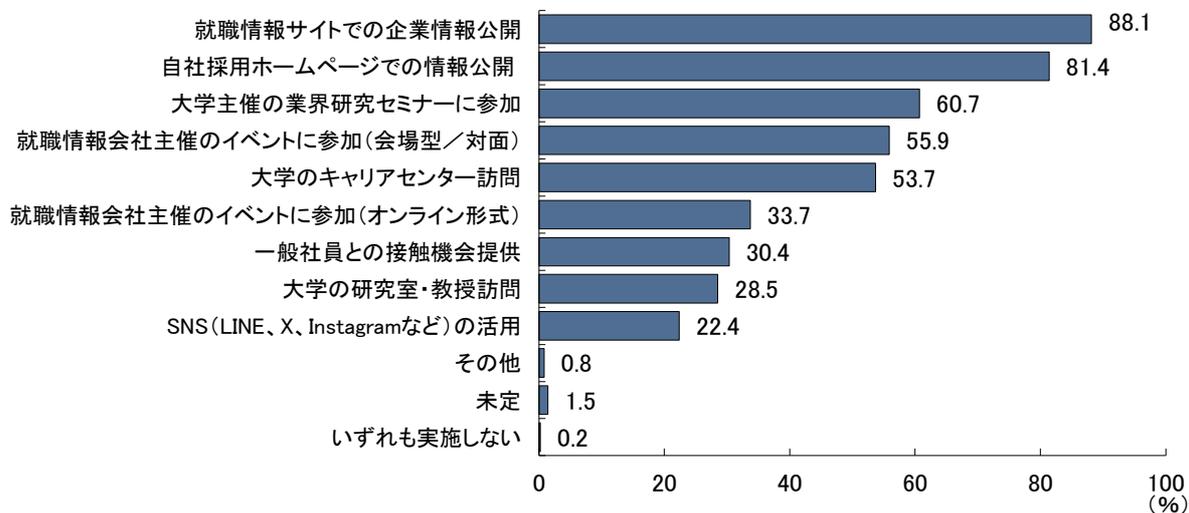
### 9. 2026 年 3 月卒業予定者の採用計画

2026 年卒者の採用見込みについて尋ねたところ、「増える見込み」(13.5%)、「2025 年卒並みの見込み」(61.9%)を合わせると、7 割強の企業が今期以上の採用を予定(計 75.4%)。「減る見込み」は、3.3%とわずか。採用予算も増加傾向が表れており、大手企業では 36.7%に上る。



3 月の採用広報解禁前に実施する企業広報について尋ねた。最も多いのは「就職情報サイトでの企業情報公開」で 9 割近くが選んだ(88.1%)。次いで「自社採用ホームページでの情報公開」(81.4%)の順。その他、大学を通じた広報活動や就職準備イベントなど、様々な手段を利用し、自社の認知度を高める企業が多いようだ。

#### プレ期(採用広報解禁前)に実施する企業広報



#### 【Voice4】—2026 年卒採用で新たに取り組むこと・検討していること

- 対面型のイベントが増えたので、若手の先輩社員の参加機会を増やしたい。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 地方イベントへの参加やアーカイブ動画の強化。 <マスコミ/中堅>
- 大学の研究室、教授訪問を頻繁におこない、会社の知名度を上げる活動も行っていきたいです。 <OA機器・家具・スポーツ・玩具他/中小>
- 初期配属確約採用を一部実施予定。 <専門商社/大手>
- SNSの活用を予定。Instagram、LINE、YouTubeの3つを運用予定。 <建設・住宅・不動産/中小>

### 10. 人事担当者川柳

採用業務を通して感じていることを、川柳に詠んでいただいた。売り手市場感が強まるなかで、学生の心を掴もうと奮闘する担当者の心境が表れた句や、内定承諾に苦慮する句などが目立った。

そんな採用担当者の本音がうかがい知れる全 352 作品の中から、世相が反映された 11 作品を紹介したい。

