

■ 定義変更初年度の実施状況

2025 年卒者より、文部科学省・厚生労働省・経済産業省の三省合意の改正によって学生のキャリア形成支援活動が 4 つに分類された。インターンシップは、5 日間以上で実施することや長期休暇期間中に実施すること、職場への受け入れを行うことや募集時の開示情報など要件が細かく定義された。要件を満たしたもののについては、学生情報を採用に利用することが認められるようになり、反対に、オープン・カンパニーやキャリア教育は、採用活動と切り離すことも明確に定められた。これらの変更により、どのような影響があったのか、このパートで検証していく。

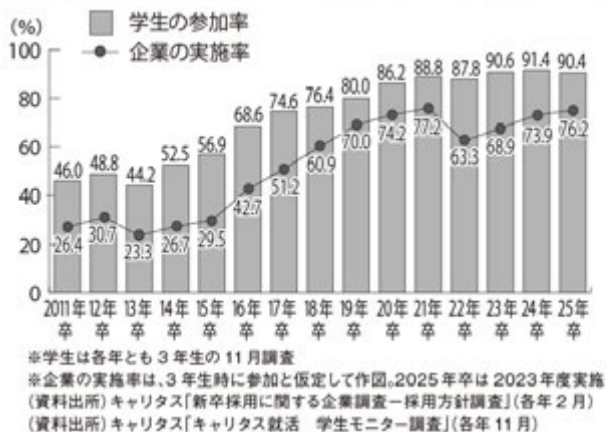
オープン・カンパニーを含めたインターンシップ等について、企業の実施率と学生の参加率に変化があったのかを見てみる(図 2-①)。企業の実施率は 76.2%で、前年度(73.9%)より上昇。インターンシップの実施要件をすべて満たすことは、企業にとっては容易ではなく、やむなく開催を見送った企業も一定数あったようだ。一方で、単日で実施できるオープン・カンパニーの導入に踏み切った企業も少なからず見られ、全体の実施率はわずかに上昇した。学生の参加率は 90.4%と 3 年連続で 9 割を超える高い水準をマークした。参加時期を見ると(図 2-②)、最も多い

のは 8 月(72.9%)で、2 年連続増加。次いで 9 月(62.8%)が多く、夏季に参加が集中している。「タイプ 3：インターンシップ」は、長期休暇期間での開催が定められていることが影響したのだろう。なお、6 月以前が増加している一方で、11 月以降は減少しており、参加時期の早まりが見て取れる。

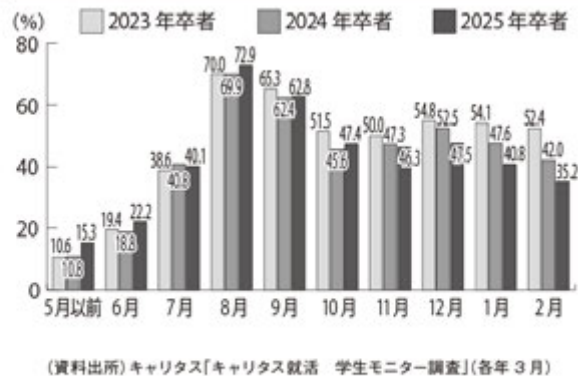
■ 実践的なプログラムが増加

では、どのようなものが実施されたのか、企業の実施状況を類型別に尋ねた(図 2-③)。最も多いのは「タイプ 1：オープン・カンパニー」で 8 割を超える(84.3%)。「タイプ 3-①：汎用能力活用型インターンシップ」は 26.0%と 4 社に 1 社が実施。前年度と比較するために、学生の参加状況を日数別に見ても(図 2-④)、「1 日以内」が 8 割超と圧倒的に多いものの、「5 日間以上」が 26.5%から 37.2%と 10 ポイント以上増加しており、定義変更により長期プログラムが増加したことが読み取れる。「タイプ 3：インターンシップ」は、採用につながるプログラムとして学生の関心も高まったことがうかがえる。ただし、企業の受け入れ枠は依然として限定的であり、その分参加するための競争率が高いものも少なくない。事前選考の準備のために企業研究や自己分析、ES 対策などに力を入れる学生も増えたことで、実質的に

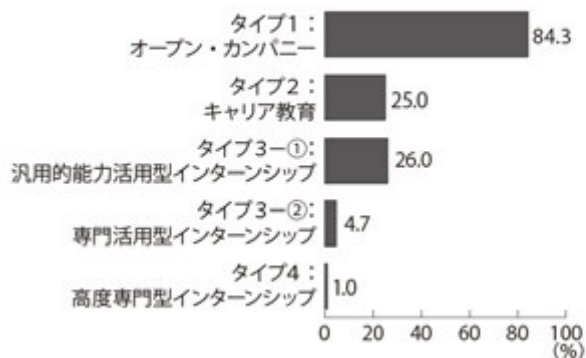
2-① インターンシップ等実施率／参加率の推移



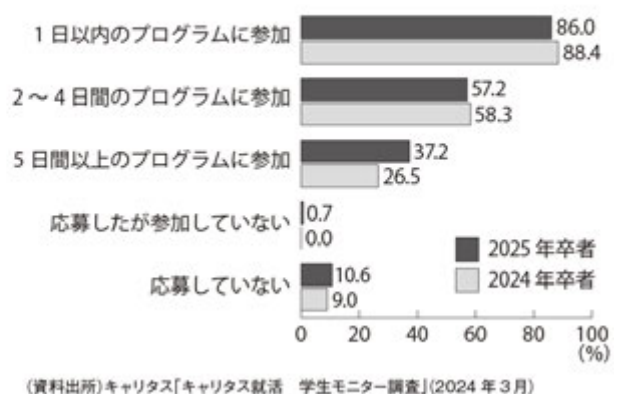
2-② 参加時期



2-③ 2023年度 企業の実施状況



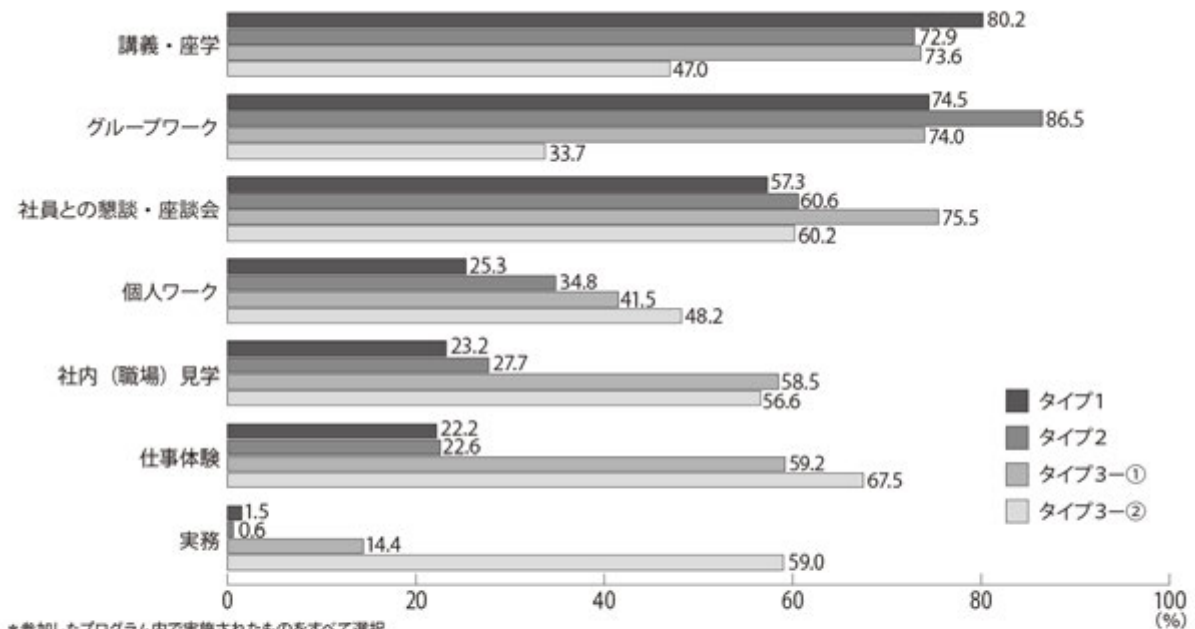
2-④ 学生の参加状況



就活準備を開始するタイミングが早まったことも、定義変更の影響の一つと言えるだろう。

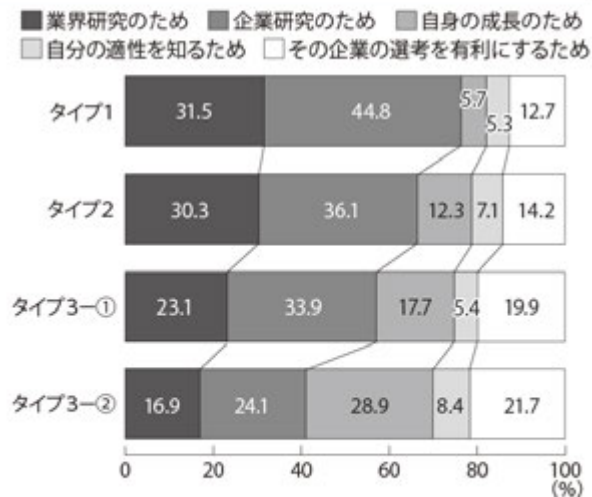
具体的なプログラム内容を類型別に見てみたい（図2－⑤）。「タイプ1：オープン・カンパニー」は、「講義・座学」が最多（80.2%）で、「グループワーク」（74.5%）が続く。「社内（職場）見学」や「仕事体験」は2割程度にとどまる。一方、実務体験を伴うことが要件のインターンシップは、やはり「仕事体験」の割合が高く、「タイプ3－①：汎用的能力活用型インターンシップ」で約6割（59.2%）、「タイプ3－②：専門活用型インターンシップ」では7割近い（67.5%）。2週間以上で実施されるタイプ3－②は「実務」が他類型に比べ突出しているのが目立つ（59.0%）。また、タイプ3はいずれも「社内（職場）見学」の比率も高い（それぞれ58.5%、56.6%）。新定義に沿ったプログラムを提供する企業が比較的多かったようだ。

2－⑤ 参加したプログラムの内容（類型別）



*参加したプログラム内で実施されたものをすべて選択
(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター特別調査」(2024 年 3 月)

2－⑥ 参加目的（類型別）



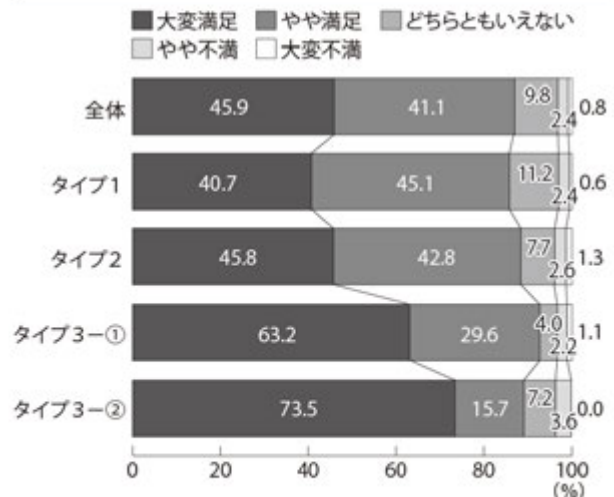
(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター特別調査」(2024 年 3 月)

■ 参加目的や満足度は類型によって差が顕著

学生がどのような意識で参加プログラムを選んだのか、その選び方にも注目したい（図2－⑥）。タイプ1では「企業研究のため」の割合が最多で、「業界研究のため」が続く。タイプ2、タイプ3－①も同じ順だが、「自身の成長のため」と「その企業の選考を有利にするため」の割合が上がる。業界や企業の概要を知るためにはオープン・カンパニーに、就職先として意識する企業にはインターンシップに参加する傾向が読み取れる。新定義適用初年度ではあったものの、目的に応じて使い分けた学生が多かったことがうかがえる。

実際に参加してどのように感じたのか、学生の参加満足度を確認する（図2－⑦）。全体では「大変満足」が4割強（45.9%）。「やや満足」（41.1%）とあわせると8割強に上り（計87.0%）、満足度は総じて高い。これを類型別に見ると、タイプ1は「大変

2－⑦ 参加満足度（類型別）



(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター特別調査」(2024 年 3 月)

満足」の割合が低く4割(40.7%)だが、「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」では6割台(63.2%)、「タイプ3-②：専門活用型インターンシップ」では7割台(73.5%)に上る。参加学生の満足度は長期のものの方が高くなる傾向が顕著に表れている。図2-⑤で見たように、長期のものほど様々なプログラムを経験できており、社員との交流や実践的な仕事体験を通じて、その企業で働くイメージが具体的にもてたことが、高い満足度につながったのだろう。

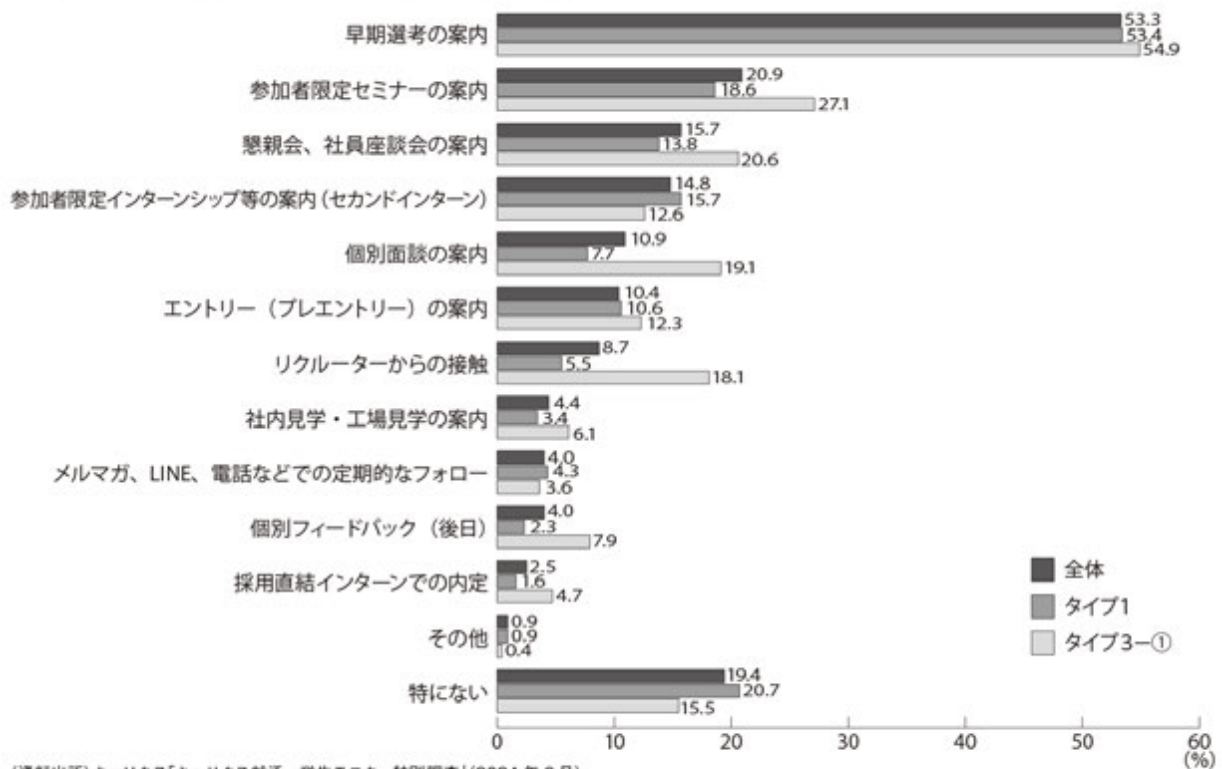
■ 参加者向けの早期選考がさらに加速

学生が参加企業から参加後に受けたフォローやアプローチを尋ね、類型別に分析(図2-⑧)。ここでは「タイプ1：オープン・カンパニー」と「タイプ3-①：汎用能力活用型インターンシップ」について取り上げる。タイプ1よりもタイプ3のほうが全体的に数値が高く、参加後のフォローが手厚く行われていたことがわかる。最も多いのはどちらの類型でも「早期選考の案内」で、

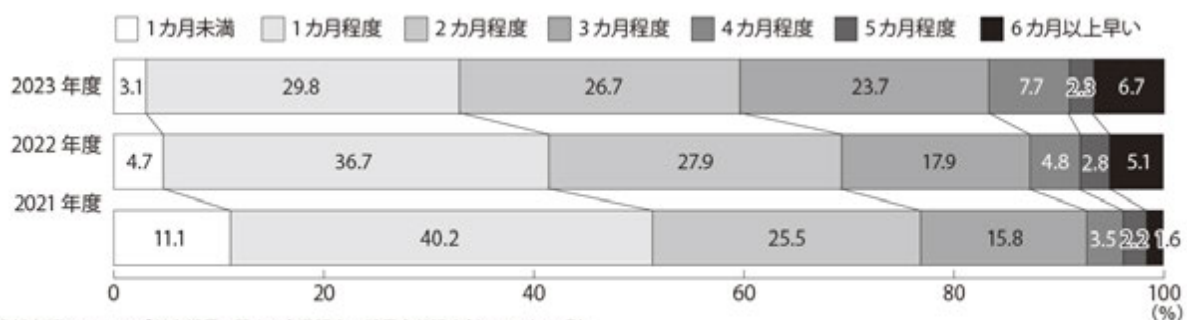
それぞれ半数を超える。本来オープン・カンパニーは、採用活動と切り離して実施することが求められているが、インターンシップと同様に採用選考につながっていることは明らかだ。さらにインターンシップの場合でも、採用選考の日程ルールを遵守することが求められているが、解禁前の選考が多く実施されていることがわかる。

図2-⑨は、インターンシップ等の参加者向けの早期選考のタイミングを企業に尋ねたものだ。非参加者に比べて「1カ月程度早い」という企業が最も多い(29.8%)。ただ、3カ年で見ると、3カ月以上早い企業の割合が増加しており(2021年度23.1%→23年度40.4%)、参加者向けの選考時期を早めた企業が多いことがわかる。インターンシップ等の開催時期を早めたことで、つなぎ止めの時間が長くなることを避けるために、選考時期も早めた企業もあるだろう。参加者を採用に結びつける動きがますます強まったことが読み取れる。こうした動きが、Part1で見た選考・内定出しの早期化につながっている。

2-⑧ プログラム等参加後に受けたフォロー（類型別）



2-⑨ インターンシップ等参加者の早期選考実施時期（非参加者に比べてどのくらい早い）



■ 参加企業からの内定取得は7割強

こうした企業側の動きも影響し、インターンシップ等のプログラムに参加した企業の本選考を受ける学生は増加傾向にある(図2-⑩)。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(87.6%)。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割強に上る(75.5%)。いずれも年々増加しており、とりわけ内定取得の伸びが顕著。採用選考につながることを期待して参加する学生も増えてきている。

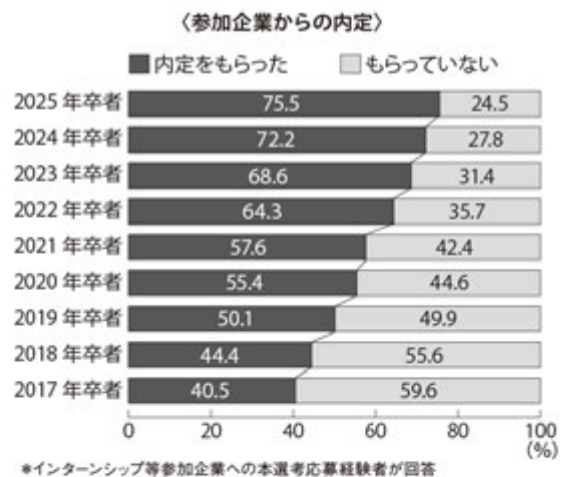
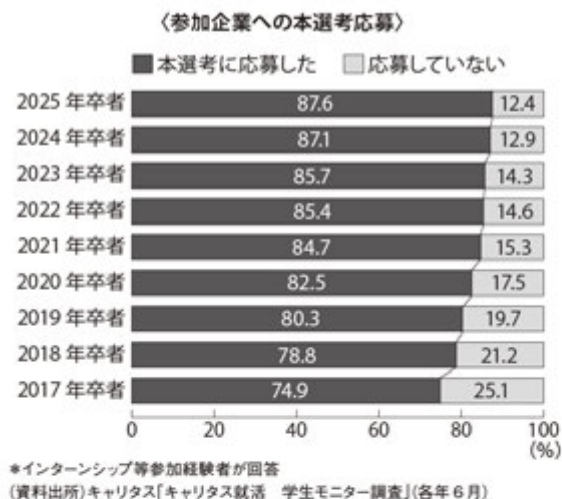
■ 採用活動への効果も類型により差

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(図2-⑪)。こちらも類型別に検証するため、タイプ1：オープン・カンパニーのみを実施した企業と、タイプ3：インターンシップを実施した企業とに分けて分析した。全体では、採用への効果を「とても感じている」「やや感じている」合わせて約7割が

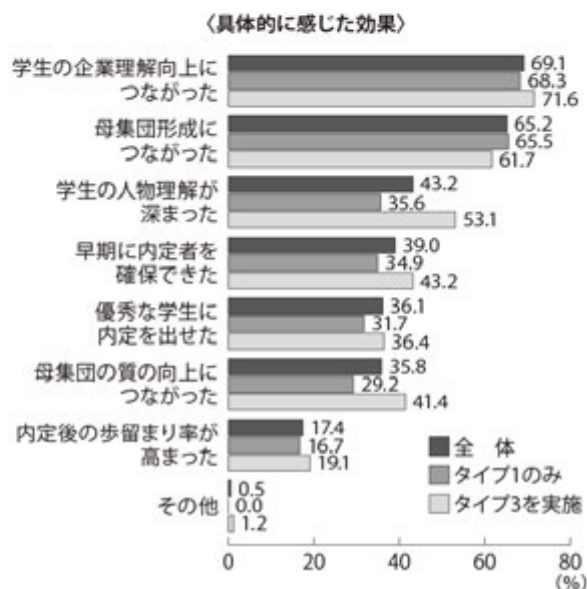
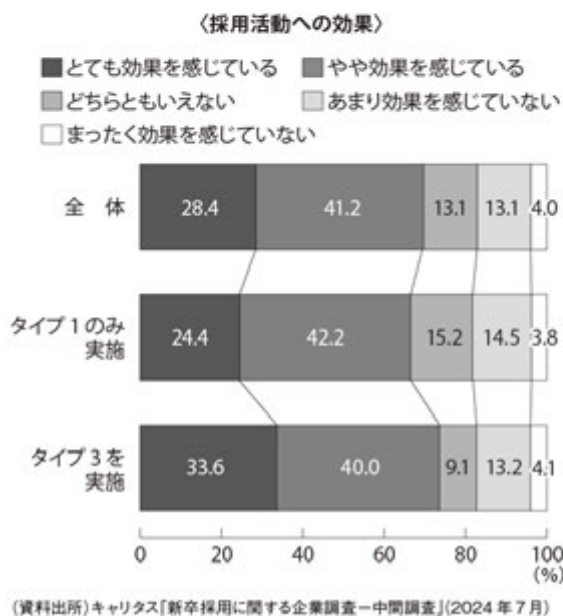
効果を実感(計69.6%)。タイプ1のみ実施企業では「とても感じている」が24.4%に対して、タイプ3実施企業では33.6%と10ポイント近くの高い。具体的な効果を尋ねると、どちらも「学生の企業理解向上につながった」「母集団形成につながった」が多いのは共通しているが、「学生の人物理解が深まった」「母集団の質の向上につながった」などの項目は、タイプ3実施企業がタイプ1のみの企業を大幅に上回る。長時間におよぶ接点や、実際の業務に近い仕事体験を通じて、より相互理解が深まり、ミスマッチの少ない採用につながっていることがうかがえる。

ただし、インターンシップ等に精力的に参加する学生は、一般的に活動量が多く、複数の参加企業から内定を得ることも珍しくない。参加者を囲い込むために早期選考を実施した結果、選考応募や内定出しまではつなげられたものの、最終的な内定承諾までは至らなかったというケースも少なくない。選考時期を早めるだけでなく、参加後のフォローや選考プロセスを通じて、しっかりと入社意欲を醸成していくことが求められる。

2-⑩ 参加企業への本選考応募経験・内定取得



2-⑪ 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(類型別)



■ 定義変更の影響と今後に向けた課題

ここまで見てきたように、2025 年卒者から適用されたキャリア形成支援活動の 4 類型により、本来の狙いである「質の高いインターンシップ」が増加したことや、学生の満足度や採用への効果も高いことが確認された。定義変更による一定の効果が見られたことは明白だ。また、主な開催時期である夏季に向けて、早い時期から将来のキャリアに関心をもって動き出す学生が増えたことは、良い側面もあるだろう。一方で、就職活動の長期化やそれに伴う学業への支障といった負の側面も浮き彫りになった。参加者に対する早期選考が加速し、採用日程ルールの形骸化が進行したのも事実だ。

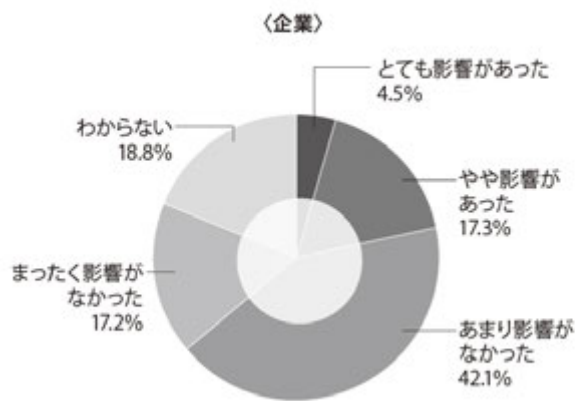
定義変更の影響や変化をどのように感じているのか、企業と大学のキャリアセンターにそれぞれ尋ねた(図 2-⑫)。企業側は、「とても影響があった」(4.5%)、「やや影響があった」(17.3%)を合わせて 2 割程度(計 21.8%)が「影響があった」と回答した。具体的には、定義に沿うようにプログラムの見直しを行った

ことで、工数がかかったことや学生の応募状況が変化したことなどが挙げられた。

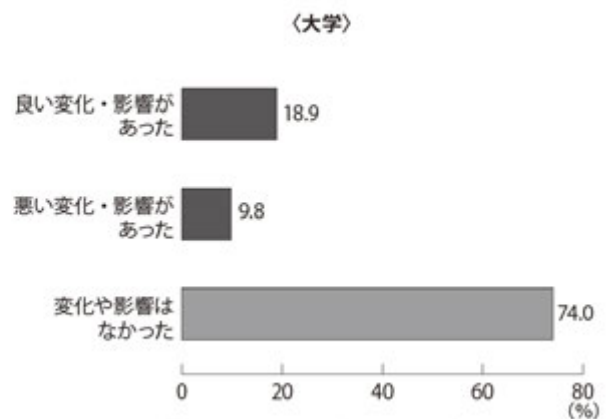
大学側は、「変化や影響はなかった」と回答した大学が大半だが(74.0%)、「良い変化・影響があった」は約 2 割(18.9%)。「悪い変化・影響があった」は約 1 割(9.8%)で、どちらかと言えば、良い影響を実感する大学が多い。学生の就業意欲が高まったという声が多く挙がった一方、初年度ということもあり、学生・企業双方に新定義の 4 類型が十分に浸透しておらず、混乱が生じることもス君買うなかった。

今後、新定義が浸透していけば、各自の目的に応じて参加プログラムの選択をする学生はより増えていくことが予想される。企業には、学生のニーズに応じた質の高いプログラムを提供することに加え、学生が選択しやすいような情報提供をしていくことも求められるだろう。同時に、事前選考なども含め、学業の妨げにならないよう、より一層の配慮が必要なのは言うまでもない。

2-⑫ インターンシップの定義変更による変化・影響



(資料出所) キャリタス「新卒採用に関する企業調査-採用方針調査」(2024 年 2 月)



(資料出所) キャリタス「大学の就職・キャリア支援に関する調査」(2024 年 9 月)

学 生 の 声

「キャリタス就活 学生モニター調査 2025」(2024 年 3 月特別調査) より

■ 参加してよかったプログラム

○学生の参加人数に対して、多くの社員が関わってくれた。またロールプレイングはかなり実践的で、その後社員と話す機会もあったため解像度高く理解できた。
＜タイプ 1 / 文系男子＞

○グループ内で職種を分けてワークをしたため、職種ごとの業務の違いやどのように連携しているのがよくわかった。
＜タイプ 1 / 理系女子＞

○個別フィードバックの時間を 2 回設けていただいたので、改善ができた。
＜タイプ 1 / 文系女子＞

○志望業界ではなかったが、参加したことで自分の適性を知ることができた。
＜タイプ 2 / 文系女子＞

○実際のオフィスで業務体験ができた。新入社員と話す機会があり、選考スケジュール、選考対策を聞くことができた。
＜タイプ 3 - ① / 理系男子＞

○毎日異なる部署のワークを経験するので、濃度の高い充実したプログラム内容だった。また、参加学生が 50 名以上と多く、たくさんの就活仲間に出会うことができて刺激的だった。
＜タイプ 3 - ① / 理系男子＞

○部長レベルの方や実際の顧客企業の社員の方に発表する場をもらえたことで、業務理解の解像度が非常に高まった。また、グループにつくメンターも積極的に議論に参加して下さった。
＜タイプ 3 - ① / 文系女子＞

○現場社員との同行は初めてだったので、働くとはどのようなことなのかを理解するきっかけになった。早期選考にもつながり、参加できてよかった。
＜タイプ 3 - ① / 文系男子＞

○実際に現場で働くことで社会人としての経験を積めた。内部で働くことで企業への理解度が深まるとともに、偽りのない社風をみることができた。
＜タイプ 3 - ② / 理系男子＞

参考データ② 企業の社会貢献に対する学生の考え

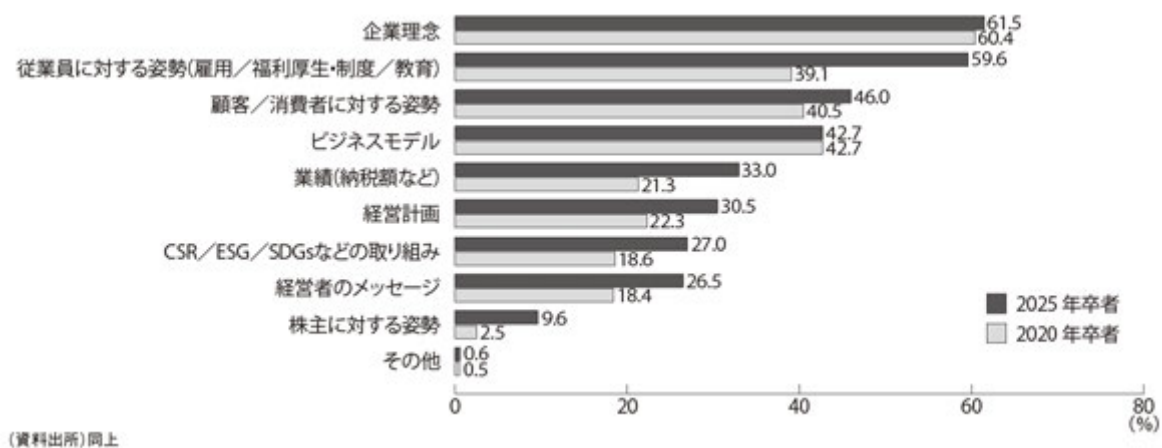
■社会貢献度の高さによる就職志望度への影響 《学生調査》

2025 年卒者は「とても影響する（志望度が上がる）」（28.4%）、「やや影響する」（49.0%）を合わせ 8 割近くが、社会貢献度の高さが就職先としての志望度に「影響する」と回答（計 77.4%）。20 年卒者（計 61.1%）よりも影響度が増した。



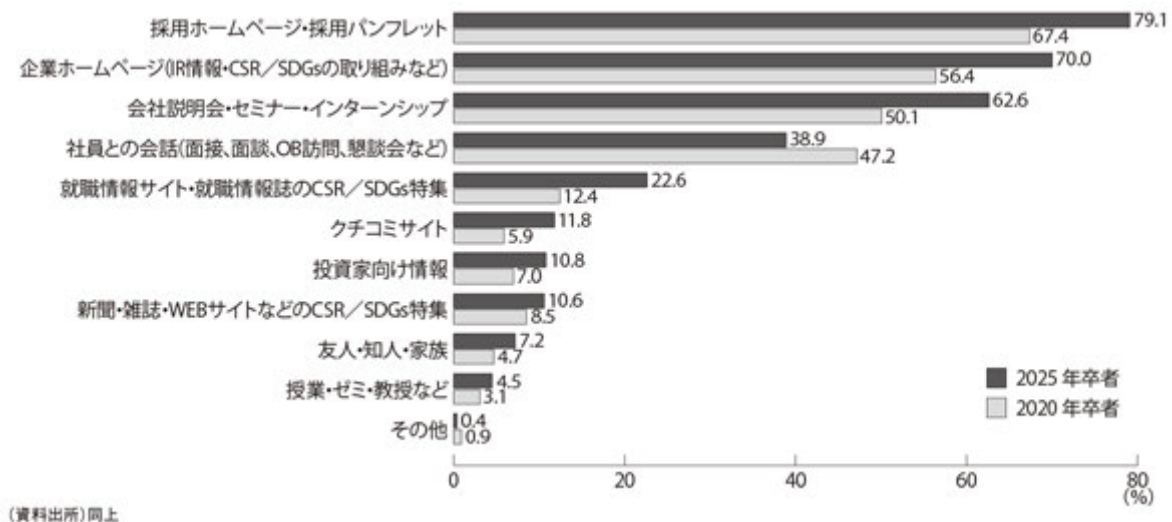
■企業の社会貢献について意識・確認したこと 《学生調査》

最も多くの学生が挙げたのは両年とも「企業理念」で 6 割に上る。2025 年卒者は「従業員に対する姿勢」が続くが、20 年卒者に比べ数字が大きく伸びた（39.1%→59.6%）。社員に対する企業の姿勢に注目する学生が増えた様子が見える。他の項目も軒並み 20 年卒者を上回っており、この 4 年間で多角的に社会貢献度を測る傾向が強まった。



■企業の社会貢献について調べた手段 《学生調査》

社会貢献度を調べた手段（情報源）としては、「採用ホームページ・採用パンフレット」「企業ホームページ」などが多く用いられ、企業側が社会貢献について積極的に情報発信している結果と推測される。「社員との会話」や「就職情報サイトの CSR/SDGs 特集」も一定数みられ、様々な情報を通じて企業の社会貢献度を確認していることがわかる。



■ 内定辞退の増加傾向続く

このパートでは、売り手市場の昨今、大きな課題の一つとなっている内定辞退について見ていきたい。

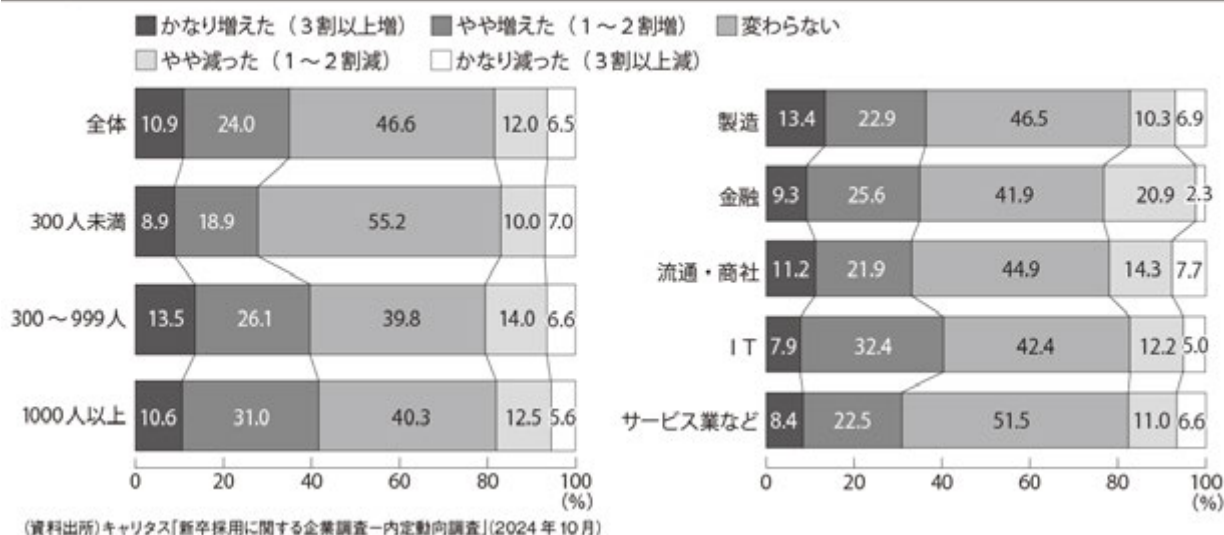
まず、企業の内定辞退の状況を確認する（図3-①）。前年と比較して、「かなり増えた」企業が約1割（10.9%）、「やや増えた」（24.0%）を合わせて3割を超える企業が、内定辞退が「増えた」と回答した（計34.9%）。これに対し、「かなり減った」と「やや減った」の合計は18.5%。「増えた」が「減った」の2倍以上に上る。

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」を上回る。中堅企業では「かなり増えた」が13.5%に上り、辞退数の増加が深刻だ。また、大手企業で「増えた」の合計が4割を超えており（計41.6%）採用数が増えた分、内定出しの人数も増やしたものの、最後に辞退が多く発生してしまった企業が少なからずあったことが推測できる。

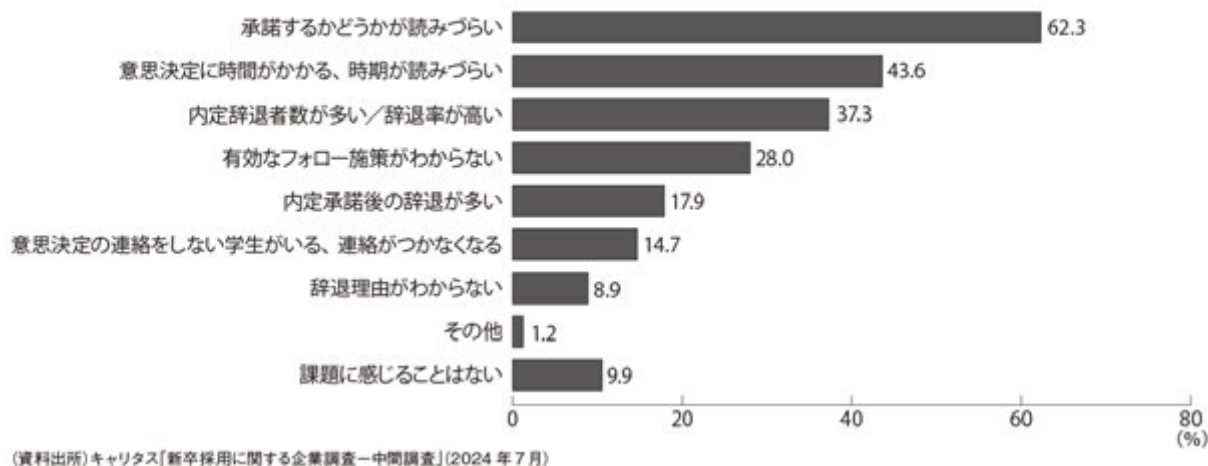
業界別ではITで「増えた」が「減った」を大きく上回っている。採用意欲が高く、動きの早い企業が多いが、そのことにより業界内でも人材の奪い合いが起きていることが推測できる。

内定承諾や辞退に関する課題を尋ねた調査では（図3-②）、「承諾するかどうか読みづらい」が最も多く、6割を超える企業を選んだ（62.3%）。次いで「意思決定に時間がかかる、時期が読みづらい」（43.6%）が続く。いずれも「内定辞退者数が多い／辞退率が高い」（37.3%）を大きく上回っており、人数の問題だけにとどまらないことがわかる。Part1で見たように、企業の選考開始時期が早まっていることに加え、業界や企業によって選考時期のバラツキが大きくなっており、学生が内定を得る時期が分散している。それにより、内定を出した学生が、いつ、どのような意思決定をするのかが読みづらい環境になっていることは、今期の戦線の特徴の一つと言えるだろう。

3-① 内定辞退者の増減



3-② 内定承諾の課題



■ 6 割超が重複内定 意思決定には迷いも多い

次に、学生の内定社数について見てみる（図 3-③）。10 月時点で内定者 1 人あたりの内定獲得社数は平均 2.6 社。この 5 年で増加傾向が見られる。内定社数の分布を出してみると、1 社のみは 3 割台にとどまり（33.2%）、残りの 6 割以上は複数の企業から内定を得ていた。特に 4 社以上の割合が年々増加し、2021 卒者では計 13.6%だったのが、2025 年卒者では 24.7%まで上昇した。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。

学生の意思決定について掘り下げたい。就職先企業を決定する際に、迷いがあったかどうかを尋ね、内定獲得社数が 1 社の学生と、複数社から内定を得た学生とに分けて比較した（図 3-④）。複数内定を獲得した学生では、「非常に迷った」が 2 割を超える（22.4%）。「少し迷った」41.1%を合わせると 6 割強に上る（計 63.5%）。

迷った理由を尋ねると、複数内定獲得者では「複数内定で優劣

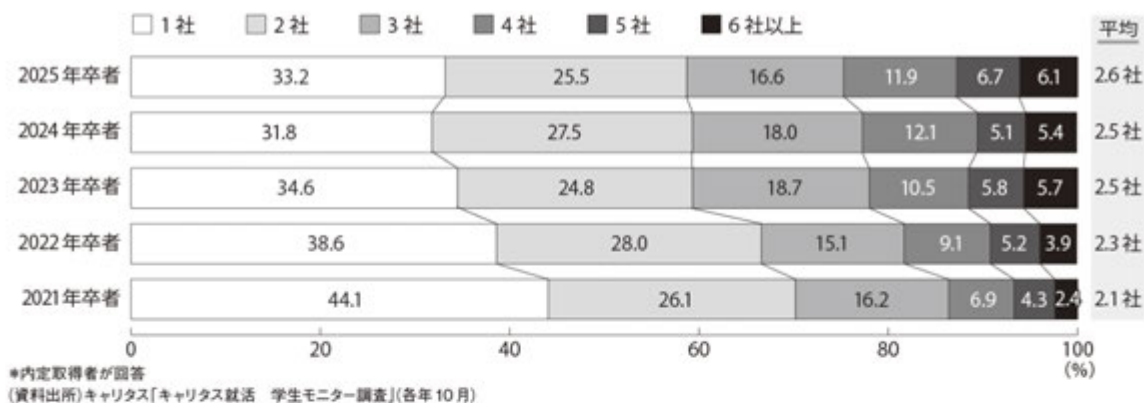
がつけにくかった」が最多で、過半数が選んだ（51.8%）（図 3-⑤）。志望度の高い複数の企業から内定を得る学生も増えており、就職先企業の決断が容易でなかったことが読み取れる。

内定社数が 1 社の学生では「不安要素や不満要素があった」（45.9%）、「何を基準に決断すべきかわからなかった」（42.9%）のポイントが高い。内定を得た後にも採用活動を続けている企業は多く、このまま終わらせていいのかと悩む学生は少なくない。また、自身のやりたいことや企業選びの軸が定まっていない状態の学生でも、内定を得やすい環境にあり、本当に自分に合う企業なのかを内定後に改めて考え始める学生も少なからず見られる。

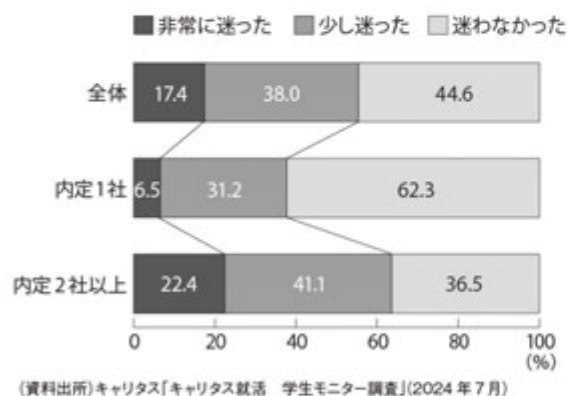
■ 内定承諾後の辞退 4 人に 1 人が経験

学生が就職決定企業への内定承諾に要した期間を見ると（図 3-⑥）、即日や 1 週間以内という人が大半だが、1 カ月以上という人も 2 割に上る（20.2%）。早く内定を得ても、志望度の高い企業の選考が終わるまでは就職活動を続けたいと考える学生は

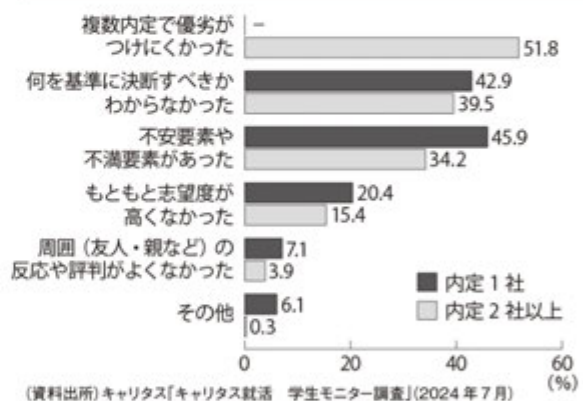
3-③ 内定社数の内訳（5 カ年）



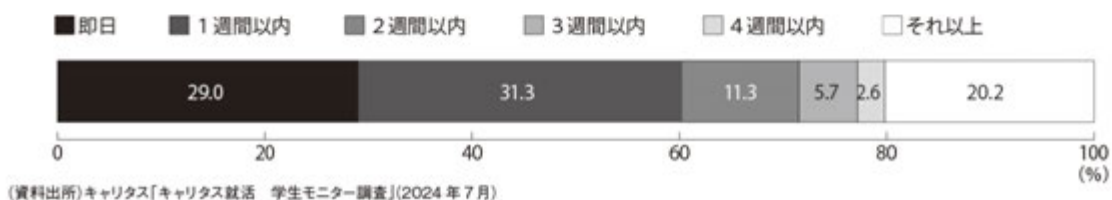
3-④ 就職先決定に際しての迷い



3-⑤ 迷った理由



3-⑥ 学生が就職決定企業への承諾に要した日数



多く、意思決定に時間を要する。このようなケースの場合、先に内定が出た企業に対し、返答期限の延長を打診する学生が多いが、就職活動を継続しているにもかかわらず、一旦内定を承諾するケースが増加している。

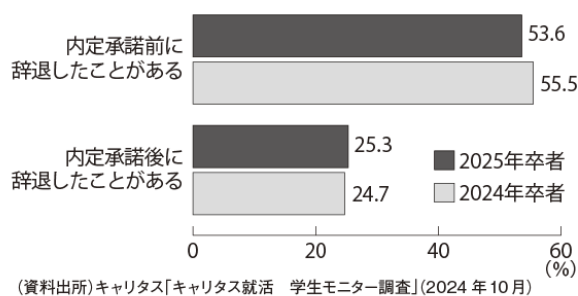
内定辞退の経験を、内定承諾前と承諾後に分けて尋ねた(図3-⑦)。内定承諾前に辞退したことがある学生は53.6%。内定承諾後の辞退は25.3%で、内定を承諾した後に辞退したことがある学生が4人に1人に上る。

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が(図3-⑧)、内定承諾後の辞退に「とても抵抗があった」という学生は約4割にとどまる(42.5%)。内定承諾後であっても、抵抗感それほど強くない学生も少なくないのが実態だ。「内定承諾」という言葉の重みが変わってきている。企業としては、学生の意思決定がその後の採用活動に大きく影響するため、承諾・辞退にかかわらず、早めの意思決定ができるように、情報提供やフォローをより積極的に行うことが欠かせない。

■ 内定後に求められるフォロー

では、学生の意思決定を促すために、どのようなフォロー

3-⑦ 承諾前後の辞退経験

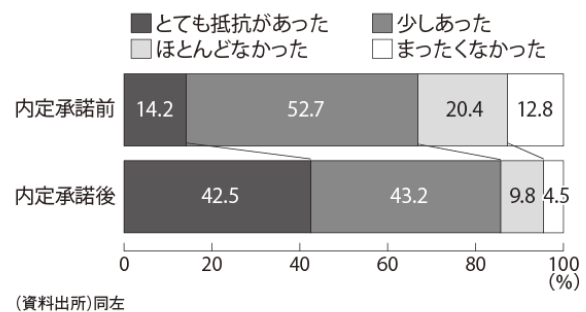


が求められるだろうか(図3-⑨)。学生が求めるものとして最も多いのは「社員との交流機会・面談」で7割を超える(73.2%)。現場の社員と話をすることで、仕事内容や職場の雰囲気、働き方の実態などを確かめたいのだろう。次いで「他の内定者との交流機会」で過半数が選んだ(55.4%)。同期となる可能性のある人たちとうまくやっていけそうかを判断したい学生も多いようだ。「人事担当者との面談」「社内や施設などの見学会」なども比較的多く、様々な角度から企業の魅力や実態を確認したいことがうかがえる。

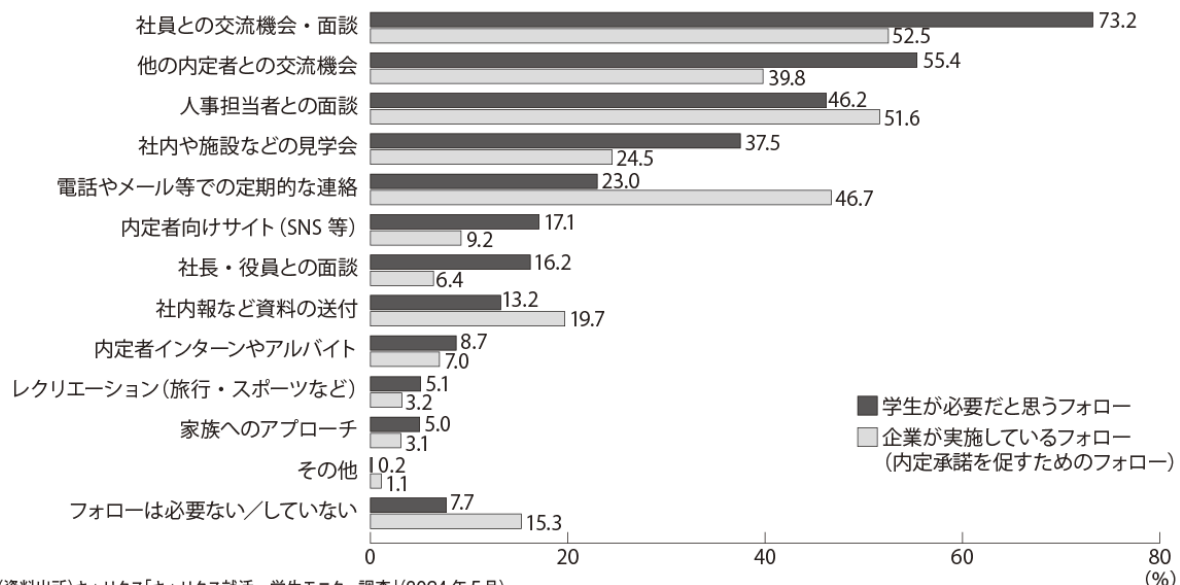
企業が実際に実施しているフォローを同グラフに重ねて示しているが、「社員との交流機会・面談」(52.5%)、「人事担当者との面談」(51.6%)がそれぞれ5割台。学生の希望に比べると「社員との交流機会、面談」「他の内定者との交流機会」「社内や施設などの見学会」の割合が低い。こうした機会は、内定者全員に対して一律で実施する必要があるとは限らないが、迷いのある学生に対しては、決断を後押しする機会として提供することも一つの策として有効だろう。

学生には、意思決定のために具体的に知りたいことも尋ねている(図3-⑩)。最も多いのは「実際の仕事内容」で、6割に上る(60.6%)。内定までのプロセスを通じて、その企業

3-⑧ 承諾前後の辞退への抵抗感



3-⑨ 内定企業への意思決定に必要なフォロー



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。

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を判断したい学生が多いことがうかがえる。また、ネガティブな情報についても取り繕うことなく開示してくれるかどうかといった企業の姿勢を確認する学生も少なくない。

内定後のフォローによって、志望度・入社意欲が上がったことがあるという学生は4割強に上る(43.4%) (図3-⑪)。内定後のフォローの重要性が表れている。こうした取り組みは、内定者の意思決定を促すことにとどまらず、入社後のギャップを減らすことにもつながり、ひいては、将来の早期離職防止や早期活躍にも寄与するだろう。

■ 待遇や働き方の改善も進む

しかし、どれほど情報を開示しても、それ自体が魅力的でなければ、内定者を惹きつけることは難しい。優秀な人材を

確保するために、採用活動そのものだけではなく、様々な取り組みが進んでいる。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3-⑫)。最も多いのは「給与水準の見直し(賃上げ)」で約7割(69.8%)。物価上昇を背景としたベースアップや採用力強化のために、前々年から前年にかけて大幅に実施企業が増加したが、今年さらに増加した。すでに大半の企業が給与水準の見直しを実施しており、賃上げを行ったとしても他社に及ばなければ採用競争力の低下につながりかねない。人手不足の深刻な業界を中心に、当面この傾向は続くと思われる。

他にも「教育・研修制度の見直し」「多様な働き方の環境整備」「評価制度・等級制度・報酬制度の見直し」なども毎年一定数の企業が回答しており、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多いことがうかがえる。

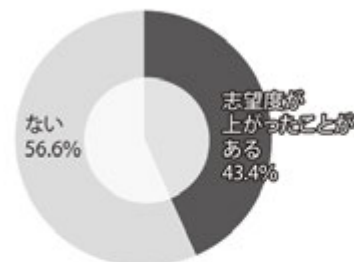
業務内容にとどまらず、入社後の生活スタイルや長期的なキャリアパスをできるだけ明確にすることが、学生の内定承諾を後押しすることにつながる。採用広報やプロセスの見直しにとどまらず、待遇や働き方の改善、採用形態の多様化などにより企業価値を高めることが、優秀な人材獲得のために必要不可欠と言えるだろう。

3-⑩ 内定企業への意思決定のためにもっと必要な情報

順位		(%)
1	実際の仕事内容	60.6
2	給与水準・平均年収	53.2
3	福利厚生制度	48.5
4	残業・休日出勤の実態	46.8
5	キャリアパス	37.8
6	転勤・異動の多さ(頻度)	33.8
7	柔軟な働き方の制度・実態	32.4
8	教育・研修制度	31.3
9	社風	29.9
10	有休消化率	28.4

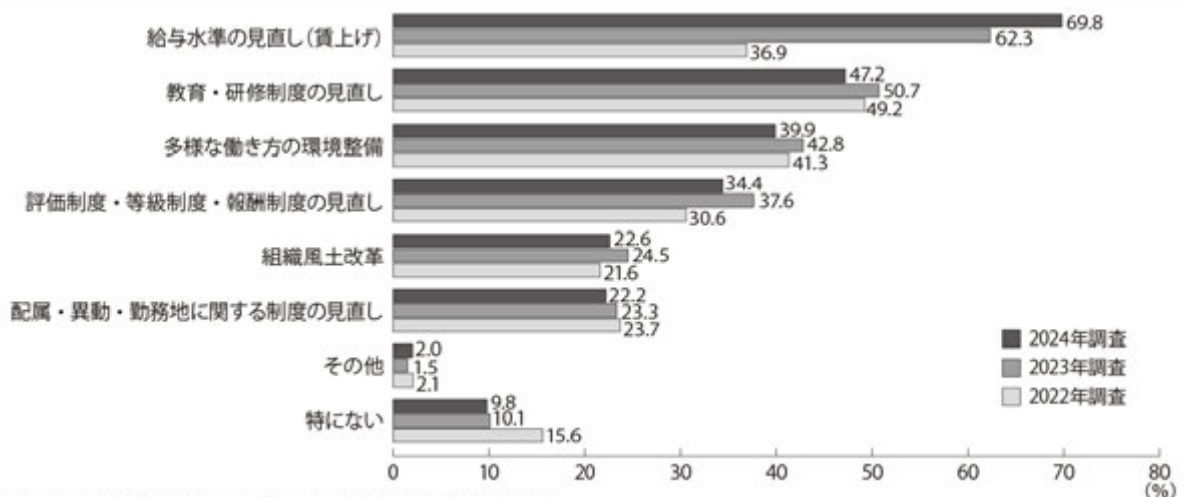
※全20項目のうち上位10項目を掲載
(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター調査」(2024年5月)

3-⑪ フォローによる志望度上昇経験



*内定企業からフォローを受けた経験のある学生が回答
(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター調査」(2024年6月)

3-⑫ 採用や定着のための取り組み

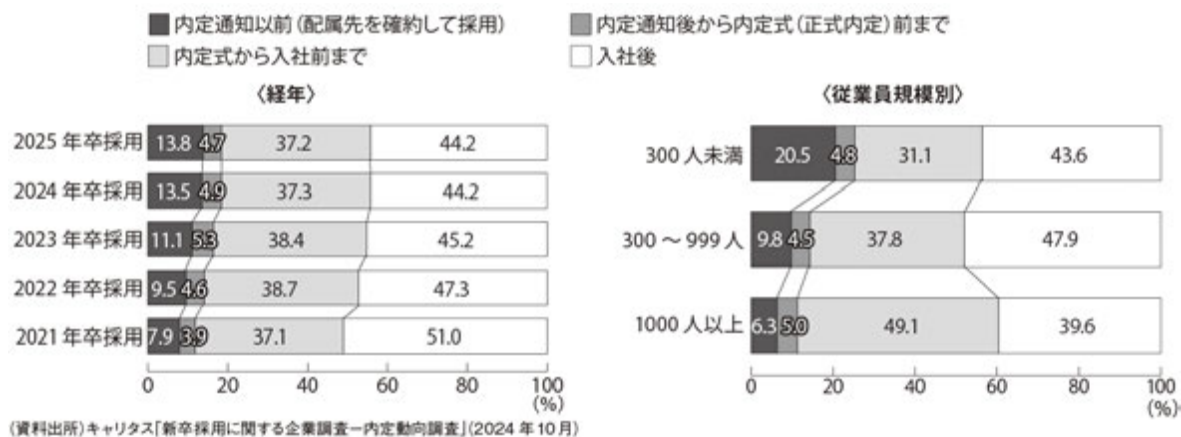


(資料出所) キャリタス「新卒採用に関する企業調査-内定動向調査」(2024年10月)

参考データ③ 初期配属確約採用

■初期配属を決めるタイミング 《企業調査》

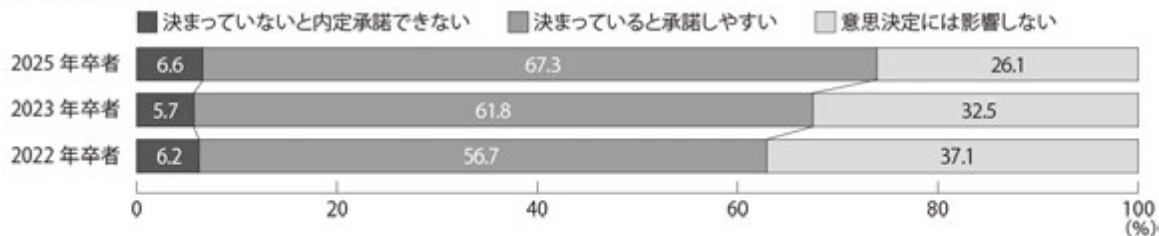
企業が最初の配属を決めるのは「入社後」が全体の4割強を占め最も多いものの（44.2%）、残りの半数以上の企業が入社前に配属先を決定すると回答した。「内定通知以前（配属を確約して採用）」を選んだ企業は13.8%と1割台だが、過去5年間の推移を見ると、少しずつ増加してきたことがわかる。従業員300人未満の企業で「内定通知以前」の割合が高く、2割を超える（20.5%）。



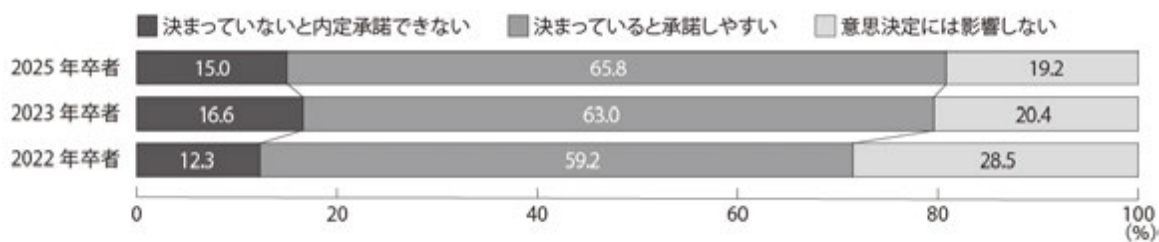
■初期配属の決定が内定承諾に与える影響 《学生調査》

入社後の初期配属について、部署・職種・エリアのいずれの項目も「決まっていると内定を承諾しやすい」という学生が6割を超える。2022 年卒者より割合が増加し、意思決定への影響度合いが強まっている様子がわかる。「決まっていないと内定承諾できない」の割合が比較的高いのは「初期配属のエリア（勤務地）」で、25 年卒者では 2 割超（22.4%）。

(1) 初期配属の部署



(2) 初期配属の職種



(3) 初期配属のエリア（勤務地）



(資料出所) キャリタス「キャリタス就活 学生モニター調査」(2021 年 3 月、2022 年 5 月、2024 年 5 月)