

新卒採用に関する企業調査 (2025 年 7 月調査)

2026 年卒・新卒採用に関する企業調査－中間調査

売り手市場が続く中、2026 年卒の採用活動はどのように進行してきただろうか。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効企業を対象に調査を行った。2027 年卒採用についても計画を尋ねた。

1. 学生の反応（2025 年卒採用との比較）

エントリー数、応募者数ともに前年度より「減った」が「増えた」を上回る
選考への応募率は 3 割強が「低下した」。面接への参加率は改善の兆しも

2. 採用活動の開始時期

採用広報解禁前の面接開始が過半数。内定出し開始は 12 月が最多。大手の早さが目立つ

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 割超に上る（76.3%）

4. 選考終了状況と内定者充足率

終了企業は全体の 22.0%。充足率の平均は 53.5%。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 割にとどまる（20.7%）。「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」26.3%。承諾促進のための施策は「社員との交流」「人事面談」の順

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（77.7%）

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 77.7%。前年調査を上回る。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、タイプ 3（インターンシップ）が増加傾向

9. 2027 年 3 月卒業予定者の採用計画

7 割強が 2026 年卒以上の採用を予定。採用意欲は依然堅調。採用予算も増加傾向

10. 人事担当者川柳

「初任給 羨ましがる リクルーター」「桜咲く 頃の就活 終盤だ」など佳作を紹介

※「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 16,584 社
調 査 時 期 : 2025 年 6 月 25 日～7 月 4 日
調 査 方 法 : インターネット調査法
回 答 社 数 : 1,135 社

《従業員数》

300 人未満	300～999 人	1000 人以上
519 社	400 社	216 社

《業種》

製造	非製造
483 社	652 社

《株式》

上場	非上場
166 社	969 社

《地域》

北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
67 社	70 社	475 社	195 社	185 社	82 社	61 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（2025 年卒採用との比較）

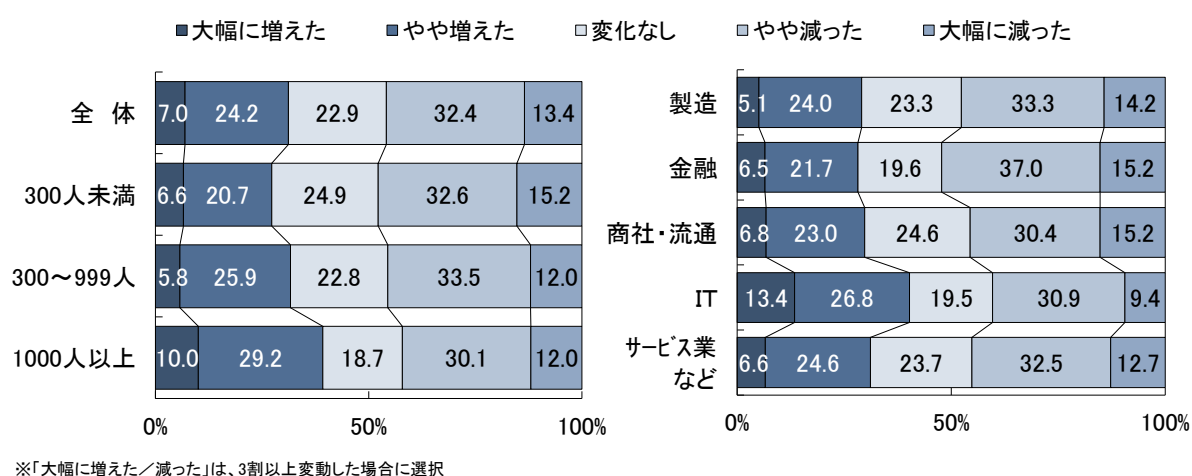
まず、採用母集団形成の状況について確認したい。

「エントリー数」が「前年より増えた」という企業は、全体の 31.2%（「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 45.8%で、全体の半数近くに上る。

従業員規模別に見ても、いずれも「減った」が「増えた」を上回る。とりわけ従業員 300 人未満の企業において「増えた」（計 27.3%）と「減った」（計 47.8%）の差が大きく、厳しさがうかがえる。一方で、従業員 1000 人以上の大手企業においては「増えた」という回答が 4 割近くあり（計 39.2%）、前年より改善した企業が少なくない。

業界別の集計では、IT において「増えた」という企業が他に比べて多いのが目立つ。唯一 4 割を超え（計 40.2%）、「減った」（計 40.3%）と拮抗している。

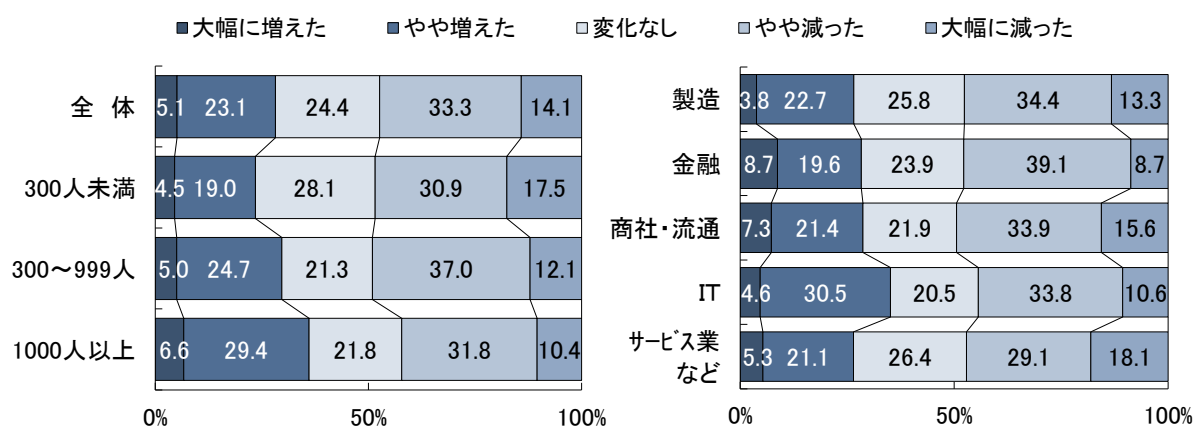
エントリー数(従業員規模別／業界別)



「選考への応募者数」についても同様に、減少傾向が見られる。「増えた」という企業は 3 割に届かず（計 28.2%）、「減った」企業のほうが約 20 ポイント多い（計 47.4%）。

いずれの属性も上記のエントリー数と近い傾向を示しており、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、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。

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。

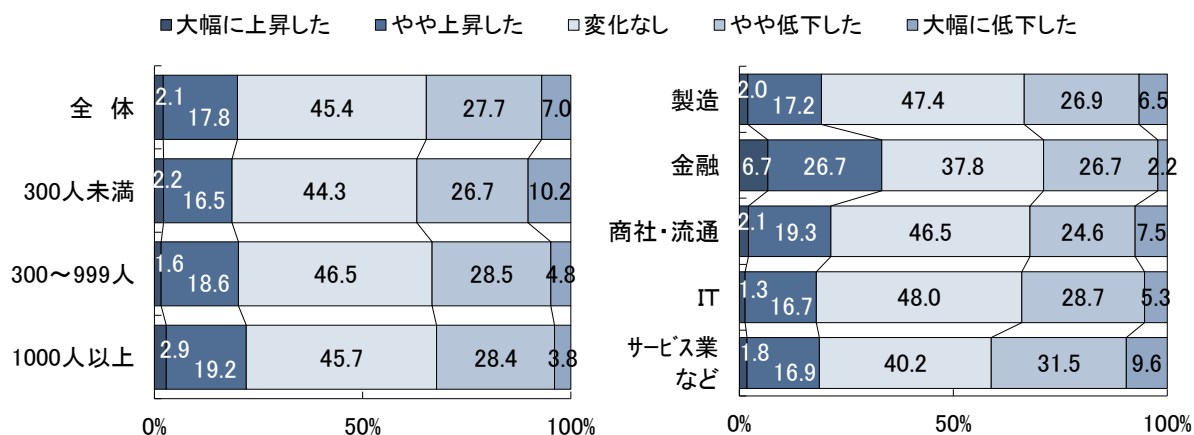
「エントリー者の選考への応募率」が前年よりも「上昇した」と回答した企業は、全体の約 2 割（計 19.9%）。これに対し「低下した」企業は 34.7%で、「上昇」を約 15 ポイント上回る。

エントリー数自体の減少傾向が続く中で、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読み取れる。

従業員規模による極端な差はないものの、従業員300人未満の中小企業では「低下した」という回答が、大手や中堅企業に比べ多い（計36.9%）。

業界別では、金融は「上昇した」企業が3割を超え高いのが目立つ（計33.4%）。

エントリー者の選考への応募率（従業員規模別／業界別）



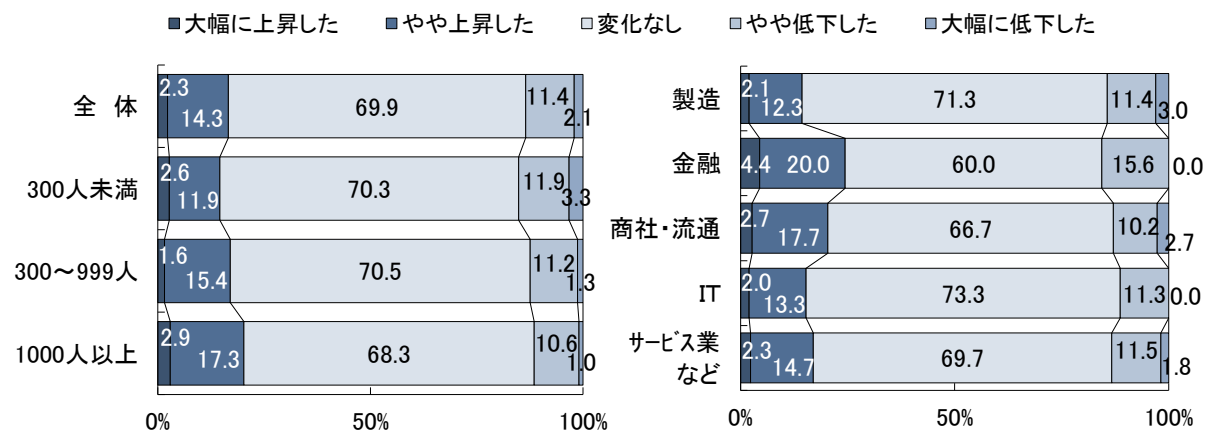
※「大幅に上昇した／低下した」は、3割以上変動した場合に選択

「面接への参加率」については、前年と「変わらない」という回答が約7割を占める（69.9%）。「上昇した」企業が計16.6%で、「低下した」（計13.5%）をやや上回る。エントリーから応募への接続は依然として厳しい一方で、面接については改善の兆しが認められる。

従業員規模による目立った差はなく、企業規模が大きくなるにつれて「上昇した」の割合がやや上がる。

業界別では、選考への応募率同様に、金融業において「上昇した」の割合が他より高い（計24.4%）。

面接の参加率（従業員規模別／業界別）

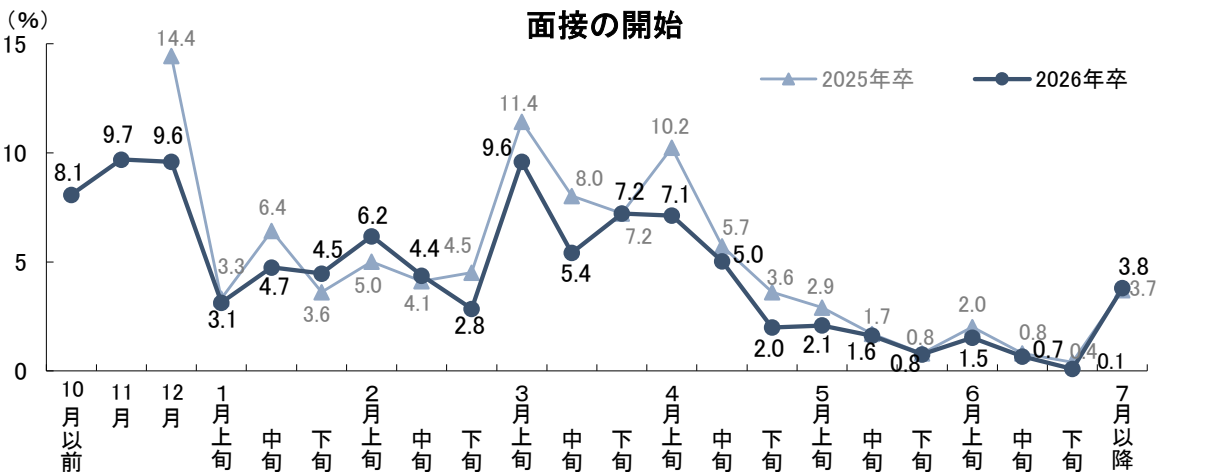


2. 採用活動の開始時期

「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 26 年卒採用で 10 年目を迎えたが、企業の採用活動は今年さらに早期化が加速したようだ。

面接開始時期を見ると、最も多いのは今年も 3 月だが、前年調査よりポイントが減り（計 26.6%→22.2%）、そのぶん早い時期の割合が増えた。年内（12 月まで）の合計が 27.4%で、前年（14.4%）より 13 ポイント増加。大手企業では 3 割を大きく超え（計 37.4%）、動き出しの早さが際立つ。

2 月までの合計は 5 割を超え（計 53.1%）、全体の半数以上がいわゆる「プレ期」に本選考の面接を開始したと回答した。

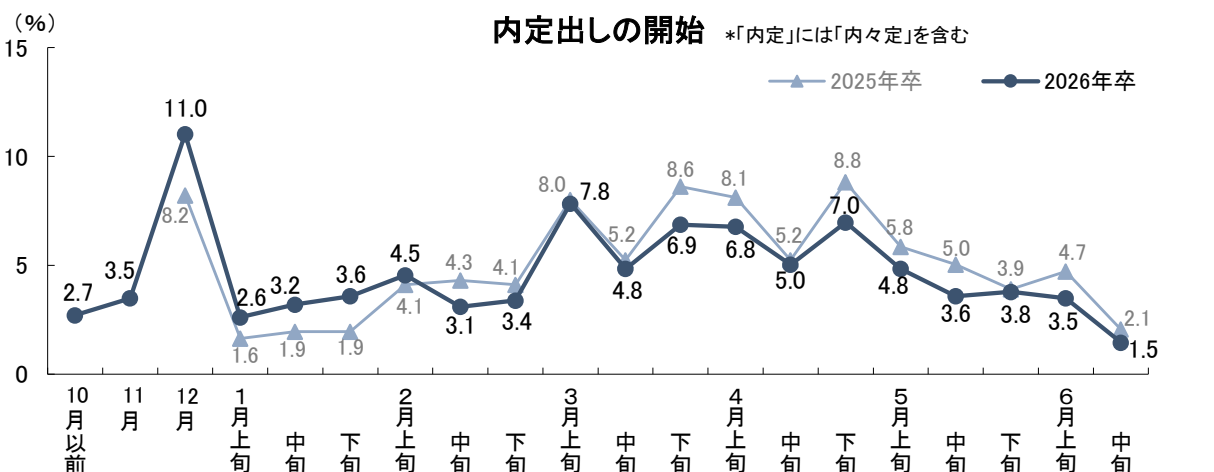


※2025年卒は「12月以前」で調査

《面接の開始/従業員規模別》

	10月以前	11月	12月	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	8.4	6.5	7.1	2.6	3.7	4.8	5.4	3.9	2.8	12.3	5.2	7.4	8.4	4.8	2.6	2.6	2.2	0.9	1.5	0.9	0.0	6.1
300～999人	6.8	11.3	10.0	4.2	6.3	3.9	6.6	5.3	2.6	7.6	6.8	6.1	7.6	5.8	1.8	2.1	1.6	0.8	0.8	0.3	0.3	1.3
1000人以上	9.5	13.7	14.2	2.4	4.3	4.7	7.1	3.8	3.3	7.1	3.3	9.0	3.3	4.3	0.9	0.9	0.5	0.5	2.8	0.9	0.0	3.3

内定出しの開始時期も早まった。前年調査では「4 月下旬」が最も多く、3 月から 4 月にかけて分散していたが、今期は年内や 1 月など早い時期を回答する企業が増えた。2 月までの合計は前年より 10 ポイント以上増え、3 割を大きく超えている（計 26.1%→37.6%）。



※2025年卒は「12月以前」で調査

《内定(内々定)出しの開始/従業員規模別》

	10月以前	11月	12月	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	3.1	1.6	9.1	2.2	2.2	3.6	4.2	2.2	2.2	8.9	4.5	6.0	8.2	5.8	7.8	4.7	3.6	3.8	4.0	2.4	2.2	7.6
300～999人	2.9	3.2	11.2	2.7	4.3	2.9	4.8	3.7	5.1	6.4	6.1	8.3	5.6	4.8	6.4	5.3	4.5	4.5	3.7	0.8	0.3	2.4
1000人以上	1.4	8.1	14.8	3.3	3.3	4.8	4.8	3.8	2.9	8.1	3.3	6.2	5.7	3.8	6.2	4.3	1.9	2.4	1.9	0.5	2.9	5.7

3. 接点をもった学生に対して感じたこと

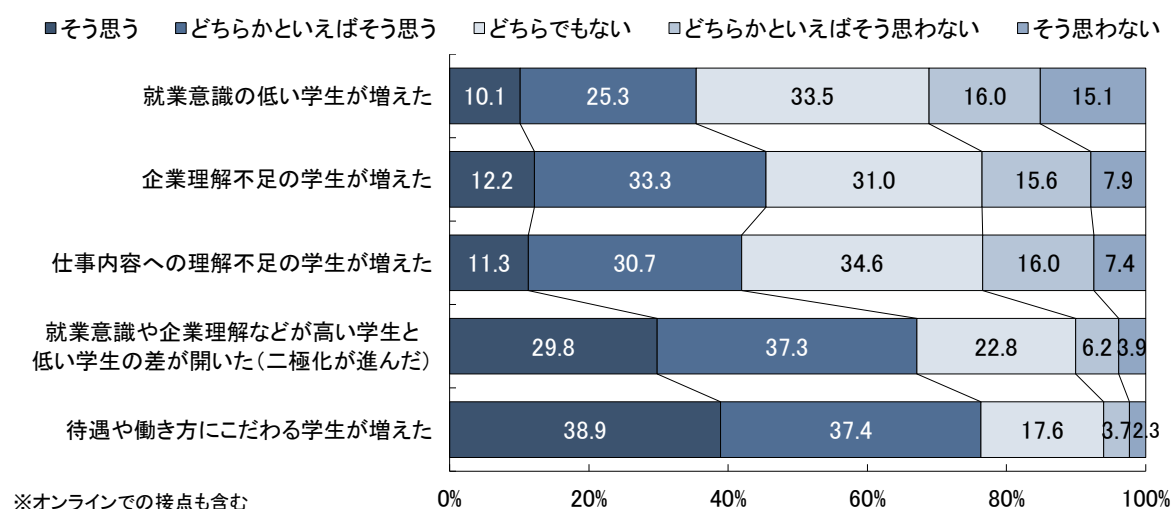
説明会や選考などで接点をもった学生の印象を尋ねた。今年の就活生に対して「就業意識の低い学生が増えた」と感じる企業は計 35.4%で、「そう思わない」（計 31.1%）と拮抗。見方が割れている。

「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」を上回った。学生の理解度を物足りなく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 7 割近くに上り（計 67.1%）、インターンシップ等のプログラムに積極的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という意見が多く挙がった。

「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 76.3%）。仕事内容よりも、働き方やワークライフバランスに関心を寄せる学生の姿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



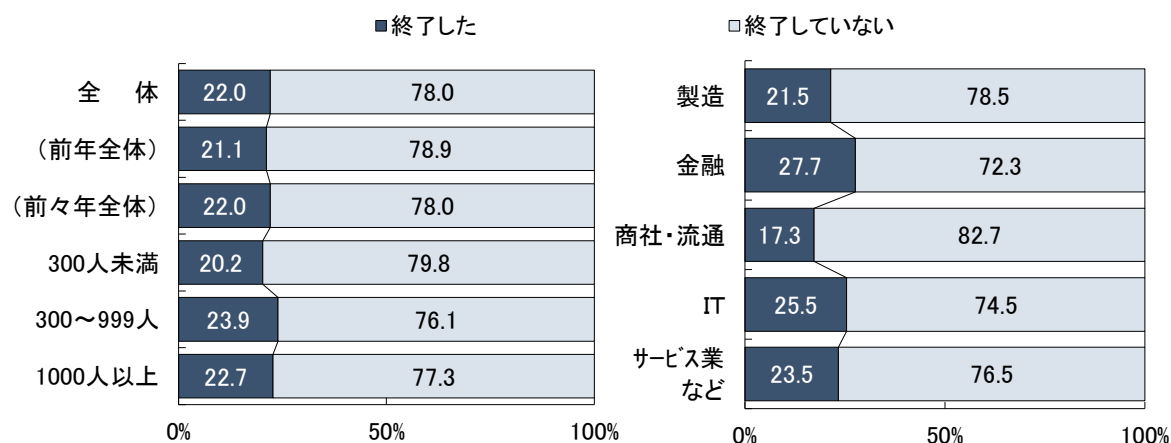
【Voice1】——接点をもった学生に対して感じたこと

- 入社後のワークライフバランスを重視している学生が多かったです。そのためか会社待遇ばかり調べて、業界理解が低い学生も見受けられました。 <保険／中堅>
- 給与や福利厚生重視の学生が多く、仕事のやりがい等は二の次になっていると思う。 <サービス業／中小>
- 初期配属地や転勤の有無等を気にする学生が年々増えている印象です。 <運輸／大手>
- 良くも悪くも正直な学生が増えている。第二志望や第三志望など正直に答える。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 待遇にこだわる、地域にこだわる、市場価値を高める、の3要素が強い。社会貢献性や日本経済の活性化など、形だけでも全体視野を持つ学生が減った印象。 <専門店／大手>
- 受験する会社を絞る分、しっかり勉強してきている印象は受ける。 <リース・レンタル／中堅>
- プレ期から活動している学生は意識が高く感じます。また弊社が内定を出したいと思う学生は、他企業からも内定が出ていて「やっぱり」と感じます。 <食品／中堅>
- 遅い時期でもまったく慌てていない学生が多くなった。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 就業意識については年々二極化していると感じる。いかに早期に接触して意識の高い学生と接点を持てるかが重要。 <建設・住宅・不動産／中小>
- 売り手市場が進み、なんとなくでも内定が出る状況となっているため、しっかりと業界、企業理解をしないまま進んでいる学生も多く、入社後のギャップに繋がるのではないかと不安を抱くことも多い。 <印刷／大手>

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 22.0%で、前年・前々年とほぼ同率。面接や内定出しのタイミングは大きく前倒しが進んだが、終了率に変化は見られない。

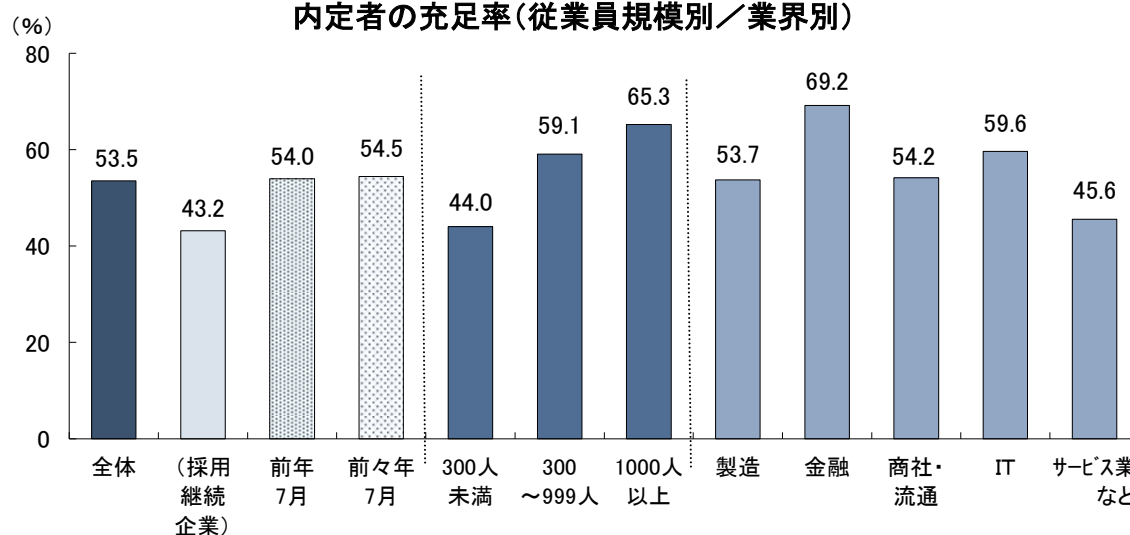
採用選考の終了状況(従業員規模別／業界別)



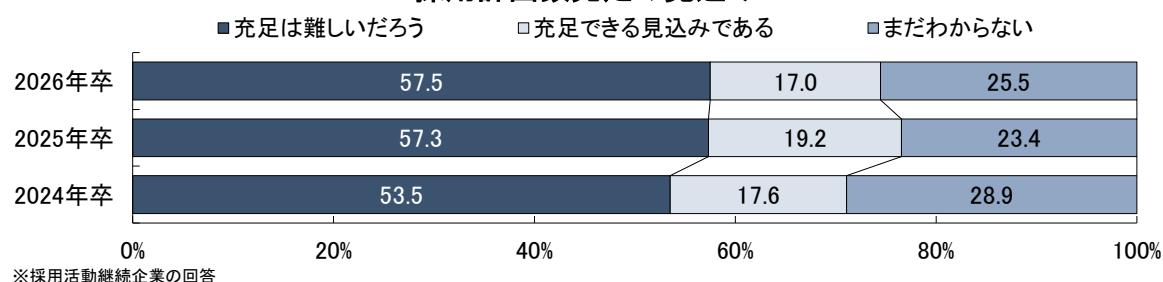
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は 53.5%。前年（54.0%）よりも僅かながら減少した。充足率は従業員規模による差が大きく、大手企業では 6 割を超えるが（65.3%）、中小企業は 4 割台にとどまる（44.0%）。業界別では金融で高く（69.2%）、サービス業（45.6%）との差は 20 ポイント以上。

なお、採用継続企業（全体の 78.0%）に今後の充足の見込みを尋ねると、今年も 6 割近くが「充足は難しいだろう」との考えを示した（57.5%）。

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

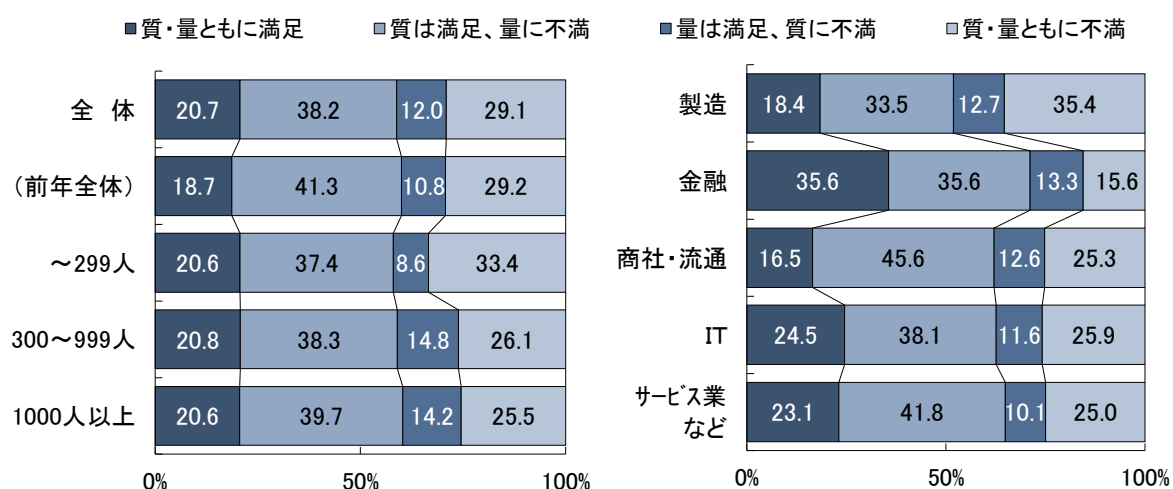


5. 内定者に対する満足度

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割にとどまり（20.7%）、「質・量ともに不満」が3割近くに上った（29.1%）。最も多いのは「質は満足だが、量に不満」という回答（38.2%）。応募者が減少したことで、採用基準を満たす学生も減ってしまった企業が少なくなかったようだ。

規模別に見ると、「質・量ともに満足」の割合に差はないが、中小企業で「質・量ともに不満」が33.4%と高め。業界別では、金融で「質・量ともに満足」が35.6%と高いのが目立つ。一方、製造は「質・量ともに不満」が35.4%に上る。

内定者に対する満足度（従業員規模別／業界別）

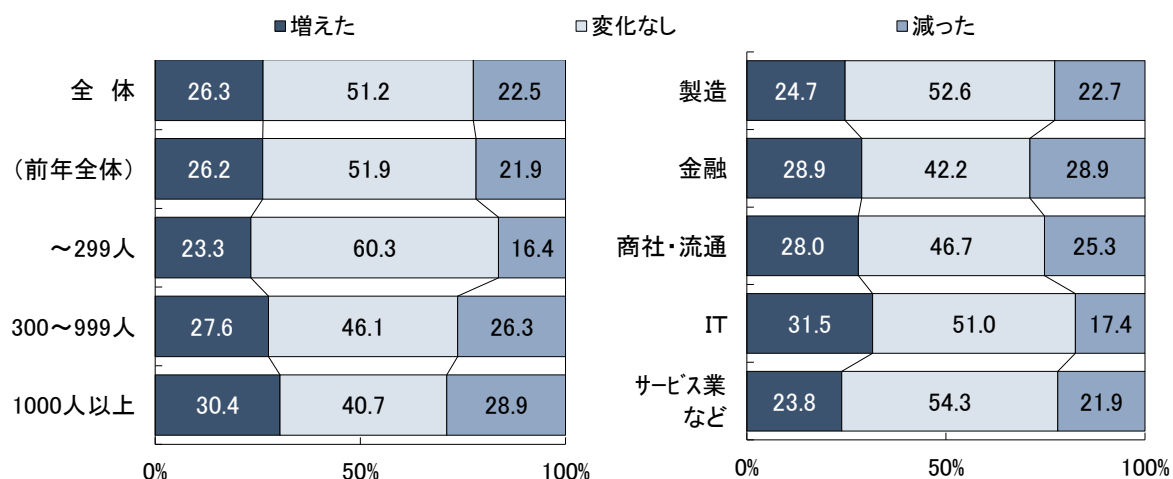


6. 内定辞退の状況と承諾促進のフォロー施策

内定辞退者については、「増えた」企業が26.3%で、「減った」は22.5%。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、内定辞退が「増えた」企業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、ITは「増えた」が3割超と高い（31.5%）。

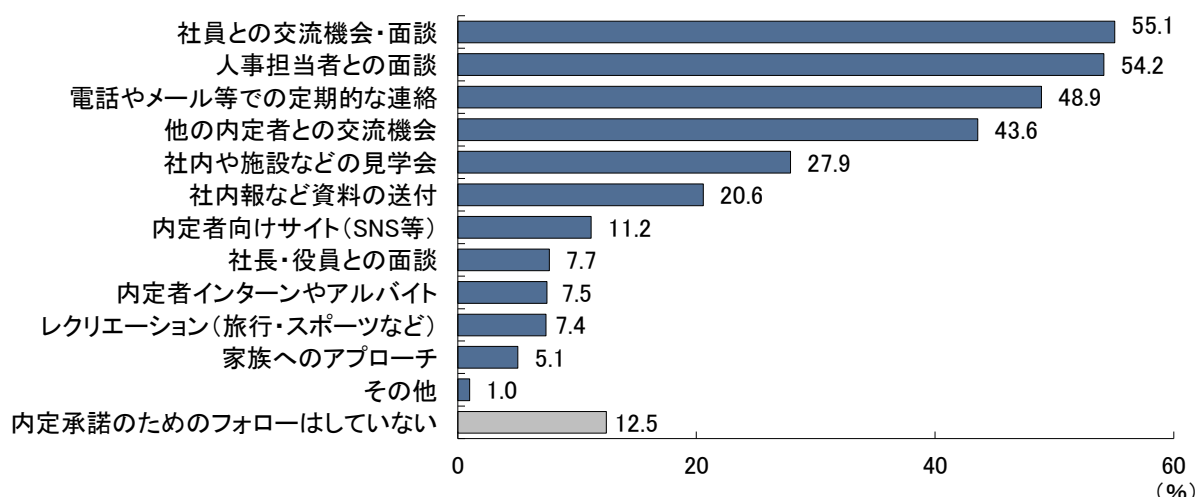
内定辞退者数（従業員規模別／業界別）



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」（55.1%）。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12.5%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。

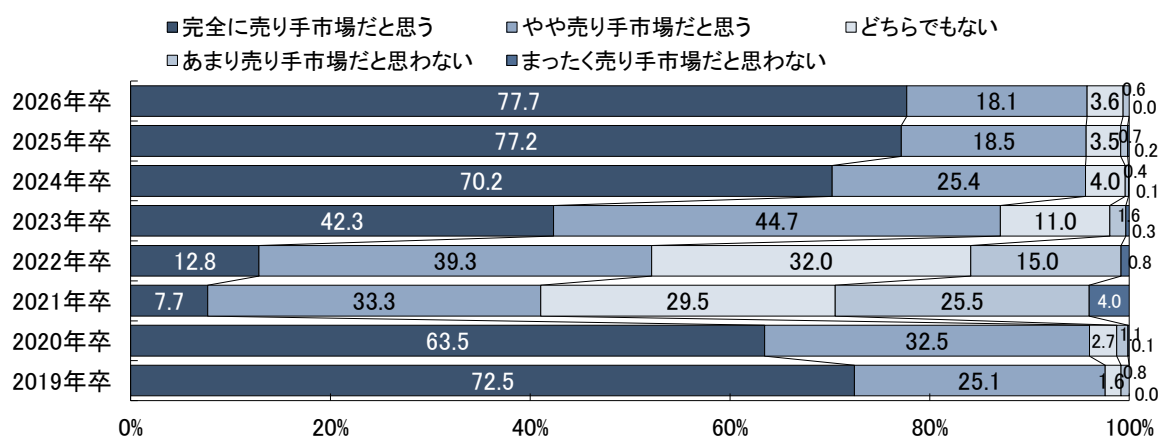
内定承諾を促すために実施するフォロー（予定含む）



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（77.2%）からさらに増加し、8割近くに上った（77.7%）。「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95.8%）。ほとんどの企業が厳しい採用環境を実感していることが顕著に表れている。

採用市場についての考え



【Voice2】——2026 年卒採用のここまでを振り返って感じたこと

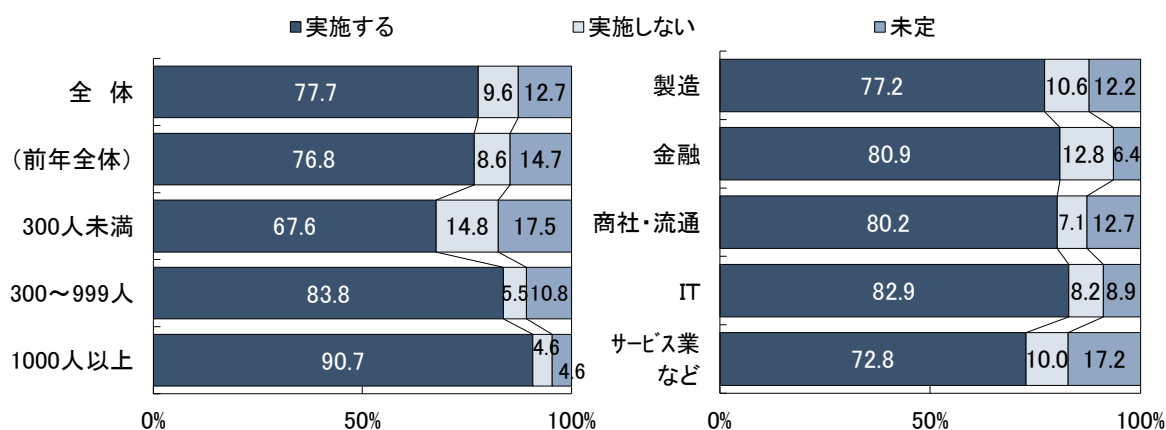
- ここ数年、理系学生からのエントリーが極端に少なく、従来に比べて大手志向の学生が増え、当社のような中小企業は大変厳しいと感じています。 <鉄鋼・非鉄・金属製品／中小>
- 給与や福利厚生の実装も大切ですが、学生への個々の丁寧な対応が重要となってきたことを年々感じています。 <OA機器・家具・スポーツ・玩具他／中堅>
- これまでになかった業種業界との競合が増えたように思います。 <フードサービス／大手>
- 全体的な学生の質はここ数年で落ちたように思う。4月中旬に選考辞退者が増えたことは課題。 <銀行／大手>

8. 今年度インターンシップ等のプログラム実施予定

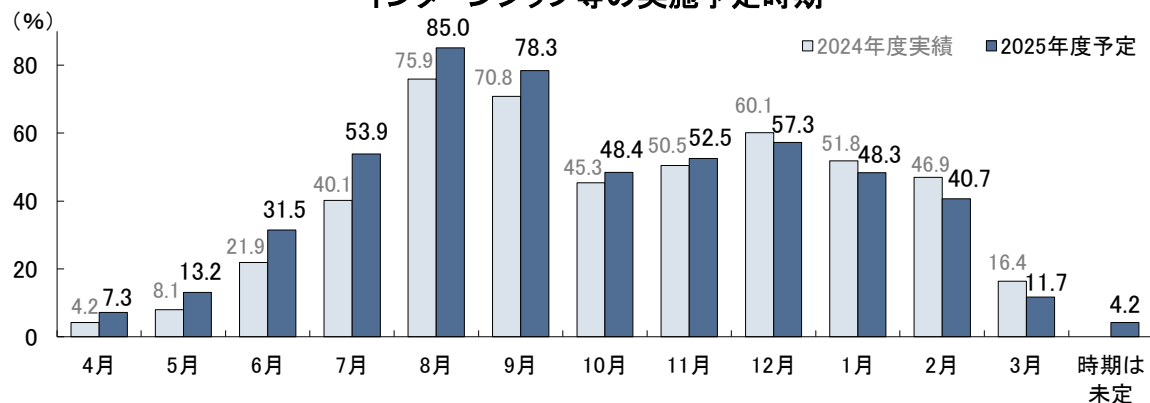
2025 年度（2025 年 4 月～2026 年 3 月）のインターンシップ等の実施予定を尋ねたところ、7 割台後半の企業（77.7%）が「実施する」と回答。前年調査（76.8%）からさらに増加した。実施時期は、「8 月」（85.0%）、「9 月」（78.3%）が多く、夏季が中心。前年度実績よりそれぞれ 10 ポイント近く増加見込み。一方、12 月以降は前年度実績を下回っているが、これから実施を決める企業も一定数あるものと見られる。

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 割を超える（92.1%）。今期も短期のものが中心だが、前年実績を上回るものが多く、実施プログラムが増える見込みだ。

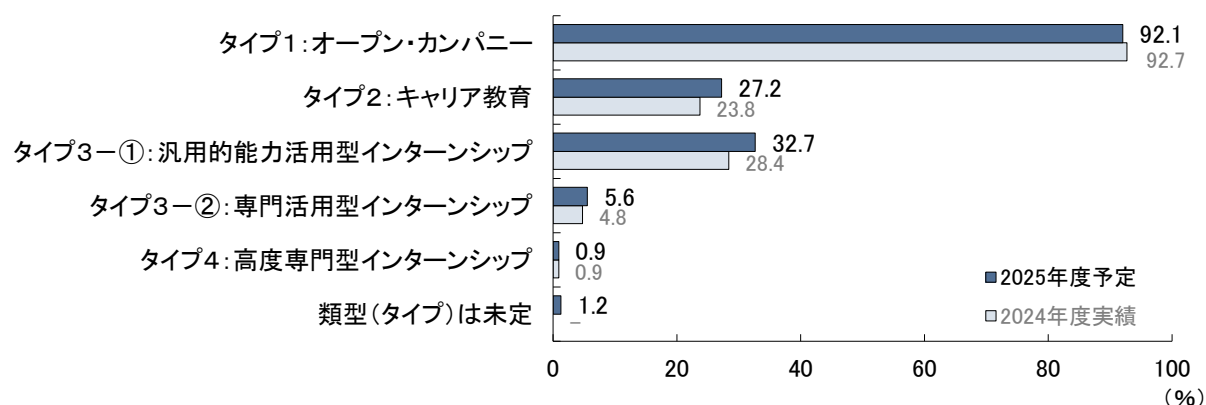
2025年度のインターンシップ等の実施有無（従業員規模別／業界別）



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

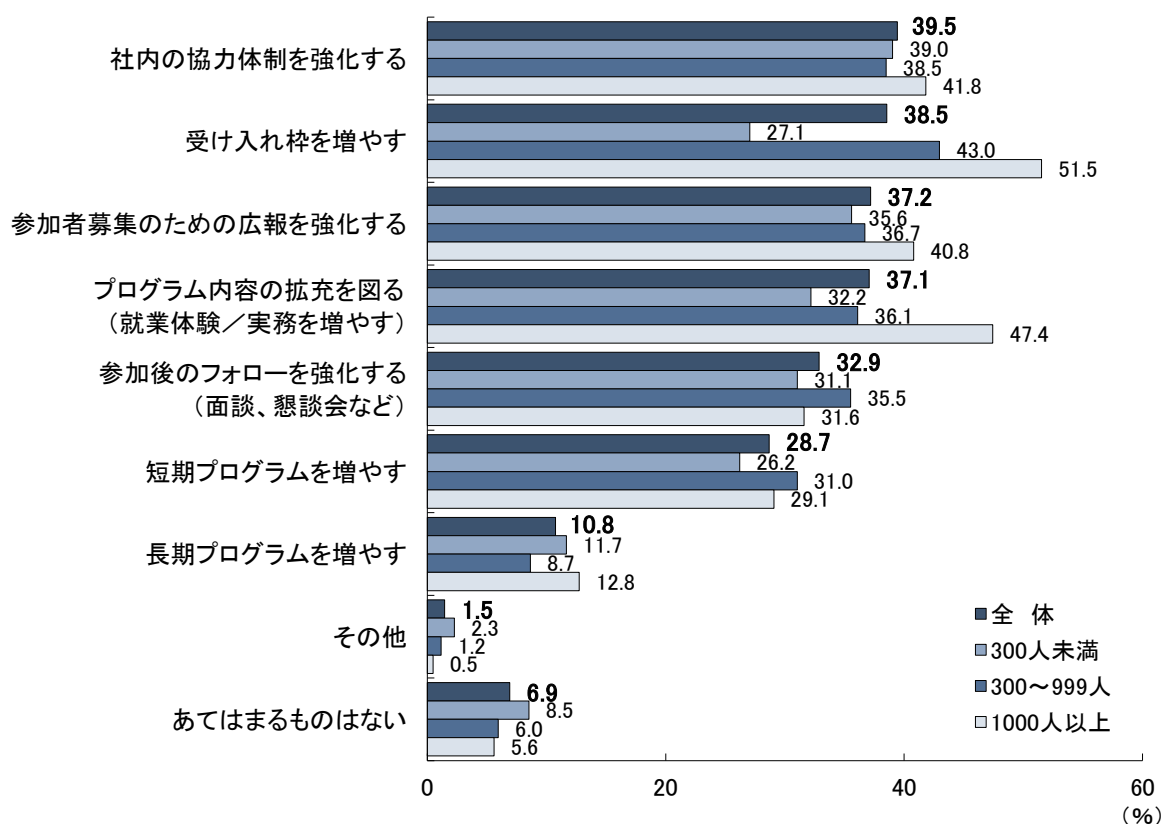


今年度の実施方針を尋ねた。最も多いのは「社内の協力体制を強化する」で 4 割近くが選んだ（39.5%）。仕事体験、現場への受け入れ、座談会への登壇などを通じて、学生と社員の接点を増やそうとする姿勢がうかがえる。

僅差で「受け入れ枠を増やす」が続く（38.5%）。3 番目は「参加者募集のための広報を強化する」（37.2%）。前年度は思うように参加者を確保できなかった企業も多かったことから、少しでも参加者を増やすべく対策を講じようということだろう。

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読み取れる。

今年度の実施方針（従業員規模別）

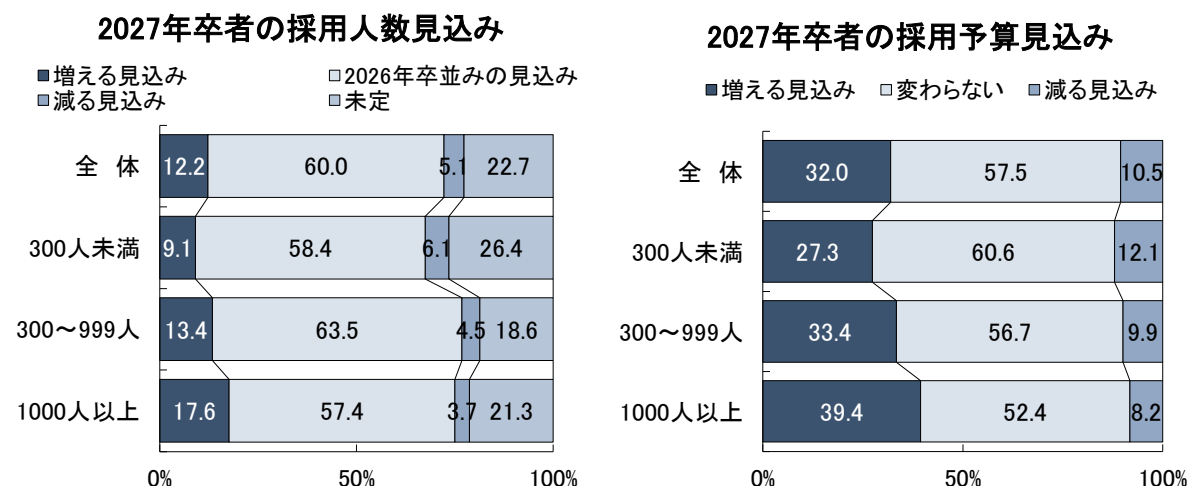


【Voice3】——インターンシップ等の実施方針や新たにに取り組むこと

- 現場社員も含め当日の対応社員を増やし、実体験のプログラムを追加する予定。 <自動車・輸送用機器／中小>
- 参加する社内の若手社員を増員し、学生との接触機会を増やす。 <運輸・倉庫／中堅>
- 母集団形成を強化したく、受け入れ枠の増加を想定しています。 <自動車・輸送用機器／中小>
- 学生の早期化にともない、夏のインターンシップに予約が集中するため、開催回数を増やしました。 <人材紹介・人材派遣／中小>
- 部門ごとに募集を行い、多様なカリキュラムを準備。 <コンビニ・GMS ストア／大手>
- 学生が参加してためになるようなプログラムや就職後のイメージが付きやすい環境を整備する。 <建設・住宅・不動産／中小>
- 仕事体験を行っていることを認知してもらうために SNS を強化していく。 <サービス業／大手>
- インターンシップ後に、カジュアル面談などを実施することで学生の動向を確認しつつフォローを実施する。 <情報処理・ソフトウェア／中小>

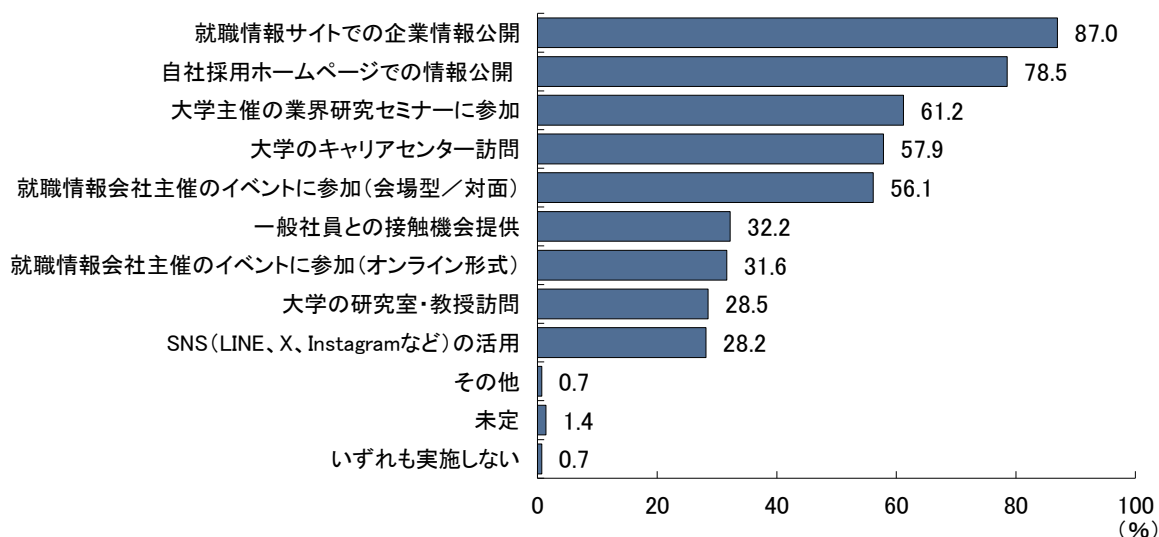
9. 2027 年 3 月卒業予定者の採用計画

2027 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」(12.2%)、「2026 年卒並みの見込み」(60.0%) を合わせて、7 割強の企業が今期以上の採用を予定 (計 72.2%)。「減る見込み」は 5.1%。採用予算も増加傾向が表れており、大手企業で「増える」が約 4 割 (39.4%) 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 割近くの企業を選んだ (87.0%)。次いで「自社採用ホームページでの情報公開」(78.5%) 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、自社の認知度を高めるために、様々な手段を講じる予定の企業が多いことがわかる。

プレ期(採用広報解禁前)に実施する企業広報



【Voice4】——2027 年卒採用で新たに取り組むこと・検討していること

- 26 卒はオンラインイベントのみだったが、対面イベントも実施する。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 学内企業説明会の出展を増やす。キャリアセンターと定期的にコンタクトを取り、学生を紹介していただけるよう依頼する。 <ホテル・旅行/中堅>
- リクルーター制度の導入。 <自動車・輸送用機器/大手>
- 学生との連絡の負担を軽減するため公式 LINE を開設し、スムーズに行えるようにする。 <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 407 作品の中から、世相が反映された 11 作品を紹介したい。

