

2027 年卒・新卒採用に関する企業調査－採用方針調査

2027 年卒の採用戦線は 3 月 1 日に広報活動解禁を前に、早くも本格化している。学生に優位な売り手市場が続く中、今期の採用活動はどのように展開されるだろうか。企業の採用方針や施策について最新の状況を知るため、「キャリアタス就活」掲載企業など全国の有効企業を対象に調査を実施した。

1. 2027 年 3 月卒業予定者の採用見込み

「増加」21.7%、「増減なし」58.6%、「減少」10.0%。拡大傾向維持

2. 採用活動のスタンス

「採用予定人数の確保より学生の質を優先」72.1%。3 年ぶりに 7 割台に

3. 2027 年卒採用の一番のテーマ

「母集団拡大」が今年も最多。「採用重点層への訴求」が前年より大きく増加

4. 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鮮明

5. プレ期 (3 月より前) に実施した活動

9 割超がプレ期に広報活動を実施。「就職情報サイトでの企業情報公開」が最多 (80.3%)

6. 採用活動の開始予定時期

面接・内定出しとともに前年より早まり、全体の半数近くがプレ期に内定出し開始

7. 選考で重視する点

人柄重視の傾向が顕著。学生に求める資質は「コミュニケーション能力」が文理とも 1 位

8. 自社の採用活動の見通し (難易度)

「厳しくなる」と見る企業がやや減少も、依然 8 割強が「厳しくなる」と予想

9. インターンシップ等のプログラム (※) 実施状況

2025 年度の実施企業は全体の 79.3%。大手企業の実施率は 9 割超

参加者減で満足度は低下。課題は「応募者が少ない」「本選考までのつなぎとめ」など

10. 2026 年度のインターンシップ等実施予定

各類型とも前年度実績をやや上回る見込み。オープン・カンパニーは年間を通して実施

11. 2026 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

選考終了企業は 71.5%。前年 (68.4%) より増加。充足率もやや上昇 (70.3%→73.1%)

※「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 16,757 社
 調査時期 : 2026 年 1 月 26 日 ~ 2 月 5 日
 調査方法 : インターネット調査法
 回答社数 : 1,064 社

《従業員数》

《業種》

《株式》

~299人	300~999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
510社	355社	199社	432社	632社	152社	912社

《地域》

北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
54社	69社	431社	191社	171社	87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

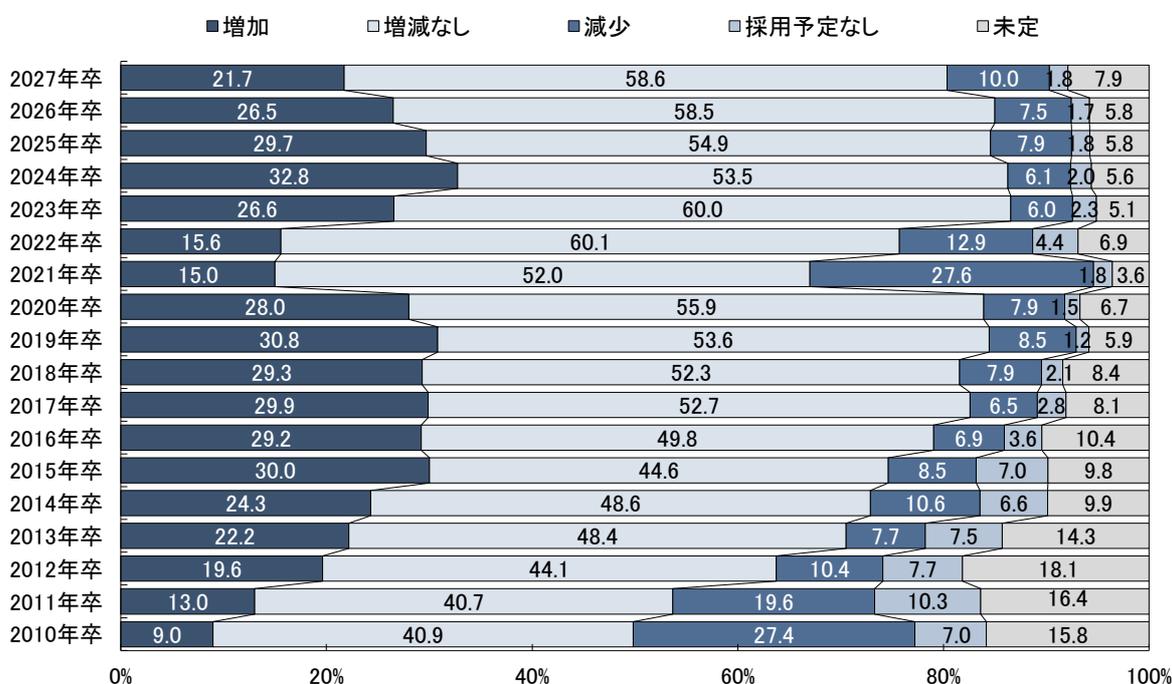
1. 2027年3月卒業予定者の採用見込み

2027年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねた。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21.7%。これに対し「減少」と答えた企業は10.0%。「増加」が「減少」の2倍に上り、拡大傾向は維持される見通しだ。「増減なし」（58.6%）を合わせて8割以上が今春以上の採用数を見込む（計80.3%）。学生に優位な売り手市場は27年卒採用においても続くと考えていいだろう。

一方で、「増加」予定企業の割合は3年連続で下がっており、拡大のペースに落ち着きが見られる。採用予定数の充足が難しく、計画数が高止まりしている企業も一定数出ているとみられる。

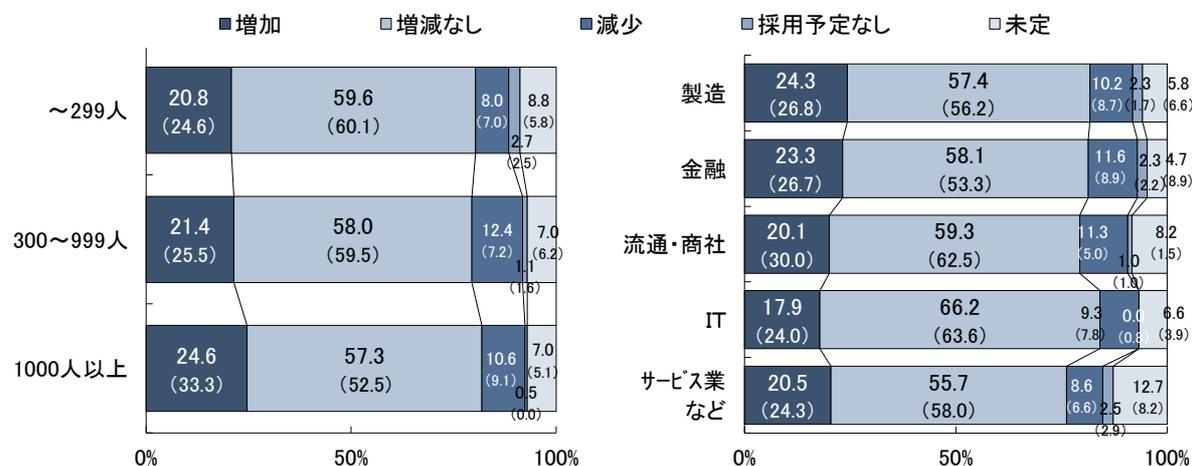
採用見込みを従業員規模別に比較すると、いずれの規模も「増加」が「減少」を上回り、企業規模によらず採用意欲は高い。業界別でも大きな差は見られず、いずれも「増加」が「減少」を上回っている。

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。

2027年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)

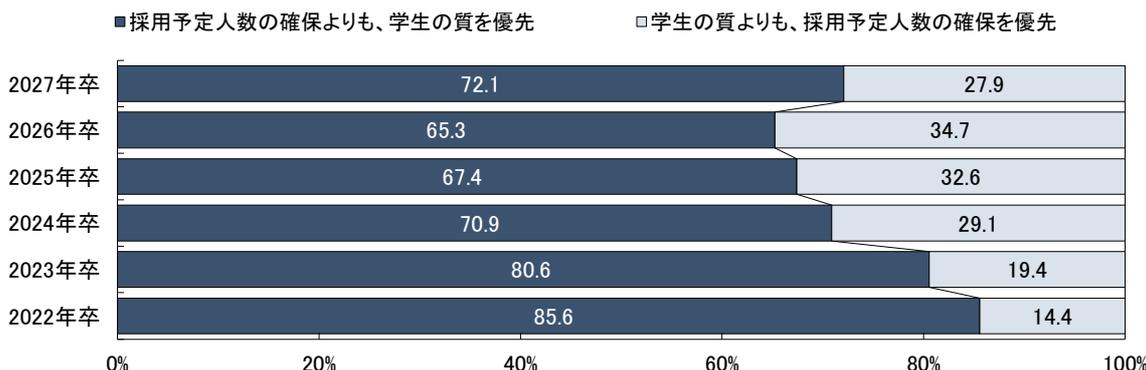


※()内は前年同期調査の数値

2. 採用活動のスタンス

採用活動のスタンスは、「人数の確保よりも学生の質を優先」という回答が72.1%で、前年調査（65.3%）より6.8ポイント増え、3年ぶりに7割台に戻った。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きたが、ここにきて変化が見られる。長く続く売り手市場で人数の確保が難しいことから、ターゲットを絞り、質の担保を意識して採用したいと考える企業が増えたのではないだろうか。

採用活動のスタンス



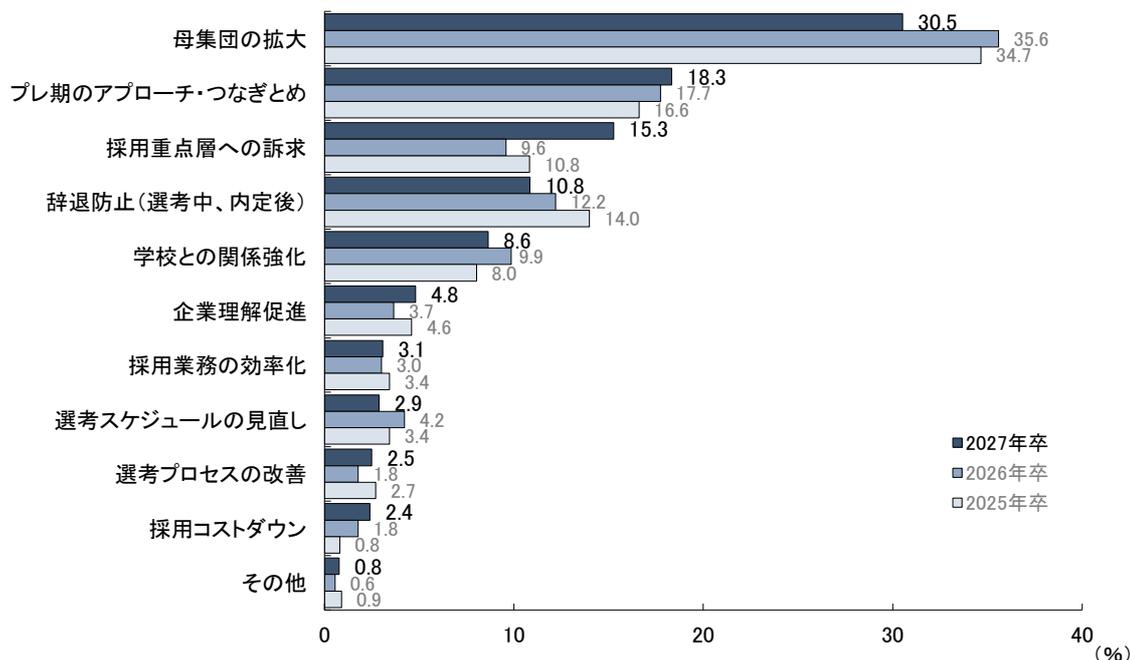
3. 2027年卒採用の一番のテーマ

採用のテーマについても変化が見られる。一番のテーマとして最も多くの企業が選んだのは今年も「母集団の拡大」だが、前年調査より比率は下がった（35.6%→30.5%）。逆に比率が上がったのは「採用重点層への訴求」（9.6%→15.3%）で、順番も5番目から3番目へと上昇した。

採用の成功に向け母集団形成を命題とする企業が多いことには変わりはないが、幅広い層へのアプローチから、重点層を意識した採用にシフトする企業が出てきていることがわかる。

なお、2番目に多いのは「プレ期のアプローチ・つなぎとめ」で、年々比率が増加。優秀な人材に効果的にアプローチするためにも、早期戦略を強化したい企業が増えていることがうかがえる。

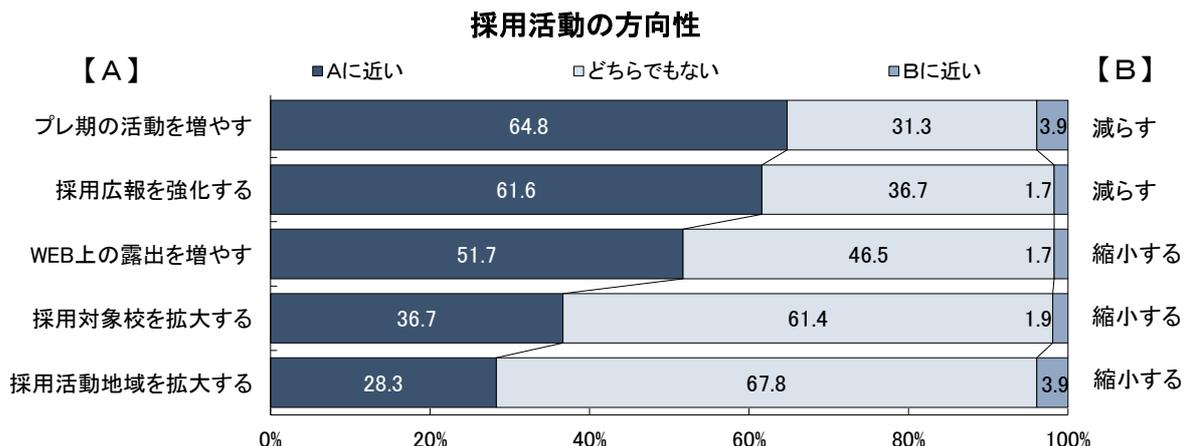
2027年卒採用の一番のテーマ *1つだけ選択



4. 採用活動の方向性

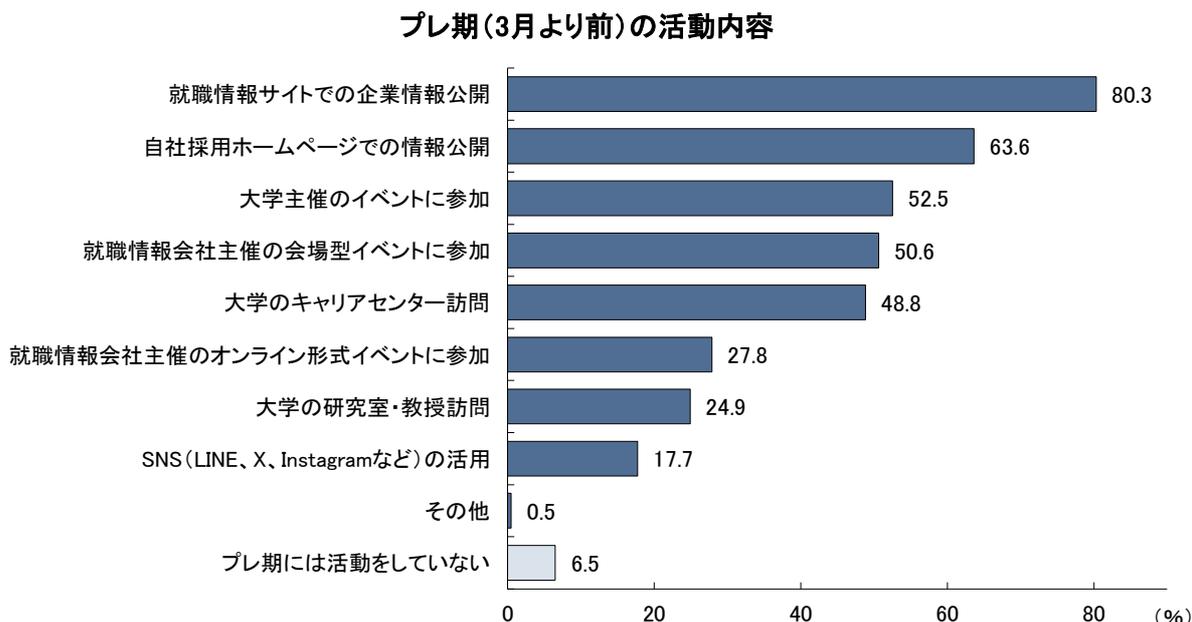
採用活動の方向性について、前年との変化を尋ねた。前年より「増やす」という回答が最も多いのは「プレ期の活動を増やす」（64.8%）で、続く「採用広報を強化する」（61.6%）とともに 6 割を超える。早い時期から積極的に学生と接点を持つという方針を取る企業が多いことが読み取れる。

また、「採用対象校」「採用活動地域」については「拡大する」という企業が 3 割前後。「縮小する」は僅かで、全体的に拡大路線の傾向が表れている。



5. プレ期（3 月より前）に実施した活動

3 月の採用広報解禁前（プレ期）の具体的な活動内容を尋ねた。「プレ期には活動していない」という回答は 6.5%にとどまり、9 割以上の企業は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 割に上る（80.3%）。ここに「自社採用ホームページでの情報公開」が 6 割強で続き（63.6%）、「就職情報会社主催の会場型イベントに参加」（50.6%）までが半数を超える。そのほか大学のキャリアセンター訪問など様々な手段でプレ期から活発にアプローチを図っていることが読み取れる。

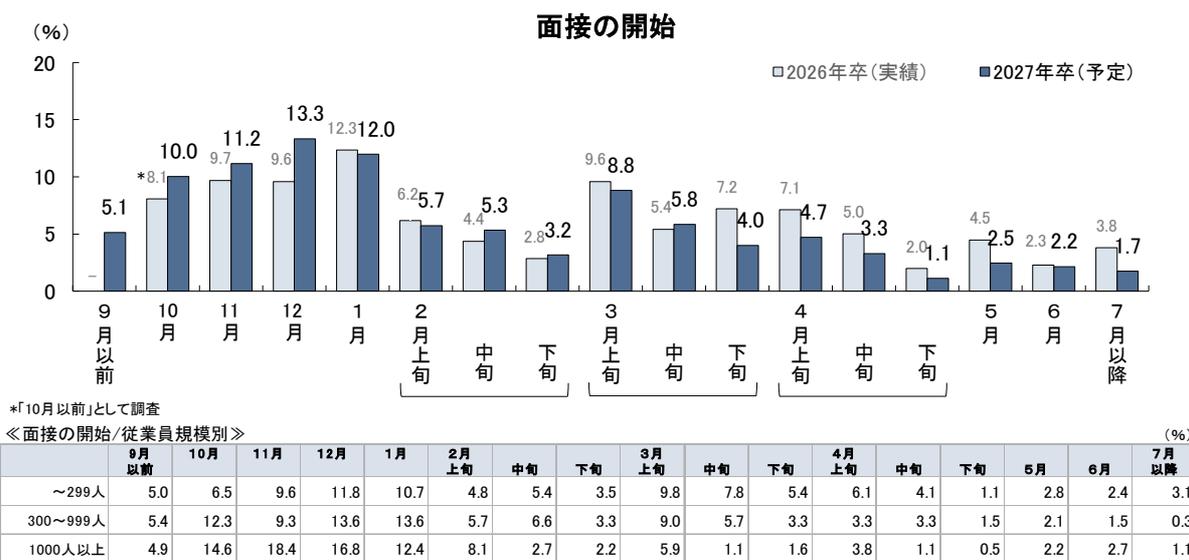


6. 採用活動の開始予定時期

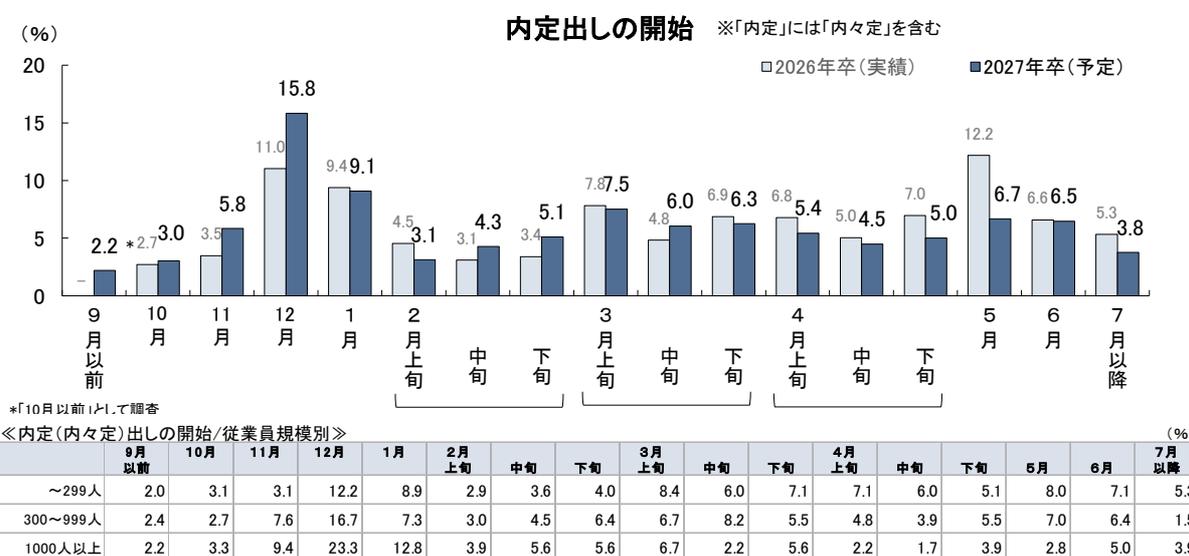
プレ期の活動が活性化していることに伴い、面接開始、内定出し開始時期も一層の早期化が進む見込みだ。

まず面接の時期を見ると、前年よりも早い時期を回答する企業が大きく増えた。「9月以前」から「12月」を足し合わせると4割近くとなり（計39.6%）、前年実績（計27.4%）を10ポイント以上、上回る。「1月」までを合わせると計51.6%に上り、調査時点で半数を超える企業が面接をスタートしていたことがわかった。

企業規模が大きいほど早い傾向が見られ、大手企業の過半数が12月以前（年内）にすでに開始していると回答した（計54.7%）。



内定出しの開始時期についても同様に早まる見込みだ。中心となるのは「3月」「4月」だが、それより前の時期の数字が軒並み前年実績を上回る。特に「12月」が大きく増加しているのが目立つ（11.0%→15.8%）。夏に接点をもった学生に対し、年内に内定を出した企業が多いことがうかがえる。2月以前を足し合わせると48.4%となり、全体の半数近くがプレ期に内定出しを開始する（した）と回答。ルールが形骸化が一段と進んだ様子が表れている。

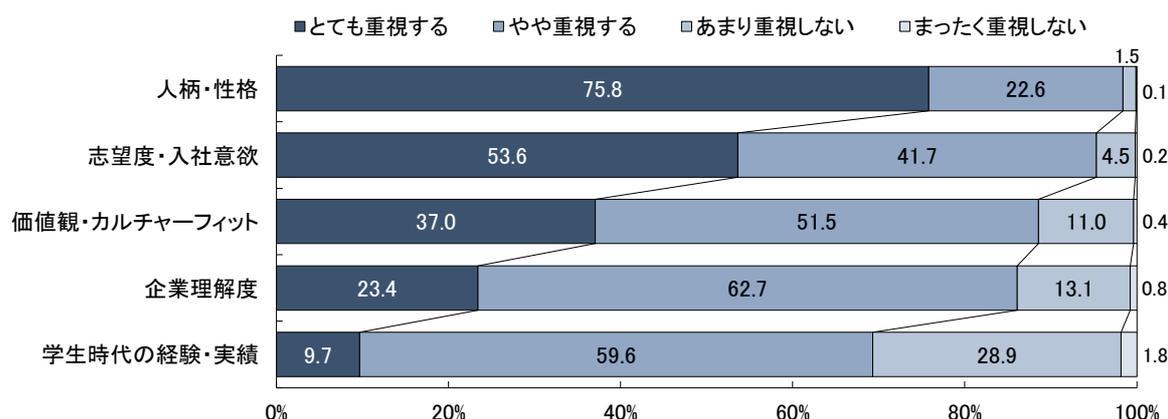


7. 選考で重視する点

採用選考で、次の 5 つの指標をどの程度重視するのかを尋ねた。「とても重視」が最も多いのは「人柄・性格」で、7 割を超える企業が選んだ（75.8%）。人柄重視の傾向が顕著に表れている。次に多いのは「志望度・入社意欲」（53.6%）。内定辞退や早期離職防止のためにも重視する企業が多いのだろう。

一方、「学生時代の経験・実績」をとても重視する企業は 1 割未満にとどまり（9.7%）、「重視しない」という回答が 3 割を超える（計 30.7%）。

選考時に重視する点



学生に求めるものを 24 項目の中から、文理別に 3 つまで選んでもらった。上位 2 項目は文理共通で、1 位「コミュニケーション能力」、2 位「協調性」の順。上司や先輩社員・顧客との円滑なコミュニケーションをとれることを重視する企業が多いようだ。

文系の 3 位は「基礎学力」、理系の 3 位は「専門知識」。専門性の高さだけでなく、入社後の業務知識習得のためにも一定の学力を求める企業が少なくないようだ。

学生に求めるもの（上位 10 項目）

文系 (%)			理系 (%)		
1	コミュニケーション能力	75.2	1	コミュニケーション能力	67.5
2	協調性	42.9	2	協調性	43.0
3	基礎学力	19.4	3	専門知識	25.7
4	ストレス耐性	17.0	4	基礎学力	22.3
5	明るさ	16.5	5	ストレス耐性	17.3
6	一般常識	15.8	6	熱意	14.8
7	社交性	15.0	7	バイタリティー	11.9
8	熱意	14.6	8	一般常識	11.7
9	バイタリティー	14.3	9	信頼性	11.1
10	身だしなみ・マナー	12.5	10	明るさ	11.0

【Voice1】—学生に求めるもの

○多様な年代や職種の人と柔軟かつ気持ちの良いコミュニケーションを取れて、リレーションを形成できることが重要。そのために一定の基礎力や周囲との協調性も必要。 <サービス/大手>

○自分から周囲に働きかける、また、不明点は質問し解決していく行動力。 <運輸・倉庫/中堅>

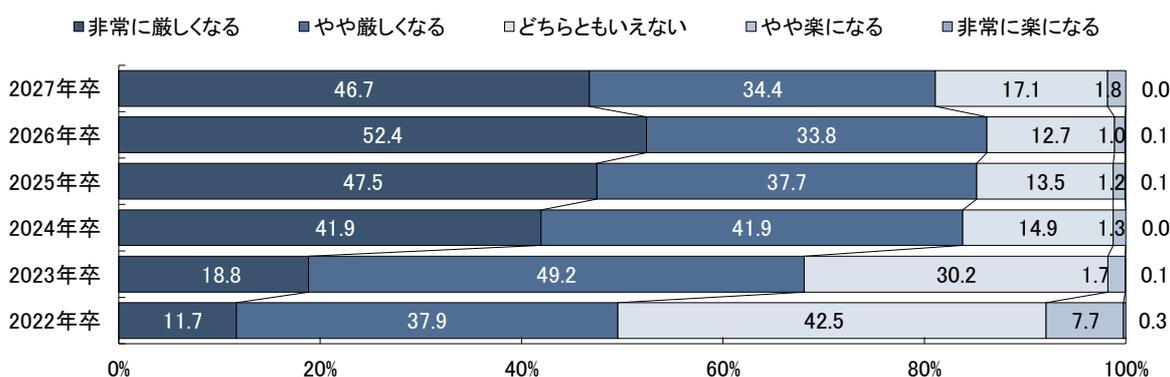
○業界に対する興味や熱意を重要視しています。 <情報処理・ソフトウェア/中小>

○小売業のため、人が好きな人が良い。バイタリティーのある方が望ましいが、現状は難しい。 <専門店/中堅>

8. 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46.7%に上り、「やや厳しくなる」（34.4%）を合わせると、「厳しくなる」との見方を示す企業は8割を超え、引き続き危機感が強い様子が表れている（計81.1%）。前年調査に比べると、「厳しくなる」の割合がやや低下したものの、その分「どちらともいえない」が増加しており、「楽になる」との回答は僅か。

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）

- インターンシップの申込みが激減し、プレ期からの母集団形成ができなくなってきている。 <専門商社/中小>
- 夏インターンは上々の参加学生が得られたものの、早期選考への参加や秋以降インターン参加学生が減少し、母集団形成が思っていた以上に伸びていないため。 <自動車・輸送用機器/中堅>
- ターゲット学生（理系）の就活時期に合わせた対応が追いついていない。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 学生の動きの少なさを、あらゆる場面で感じるため。 <機械・プラントエンジニアリング/大手>
- 採用規模の拡大と採用単価の抑制を両立しなければならないため。 <素材・化学/大手>
- 学生との関係作りにはマンパワーが重要となってきているため。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 競合他社が採用人数や初任給を増やしており、やや厳しくなるとみている。 <信用金庫・労働金庫・信用組合/中堅>

【Voice3】—採用活動のテーマ

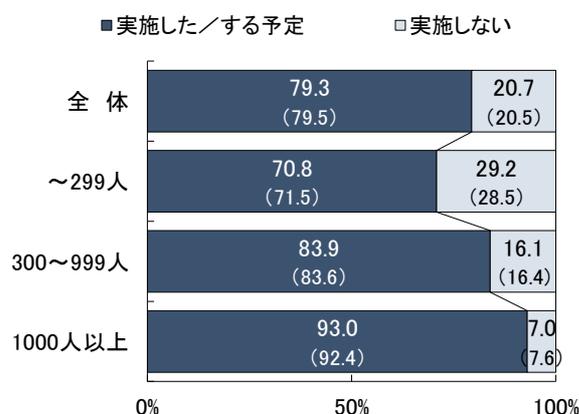
- 説明会や選考に来てくれる学生が年々減少傾向にあるため、SNS やイベントを活用し、学生との接点をより一層拡充して、説明会等の参加学生を増やしていきたい。 <専門商社/中小>
- より多くの学生にエントリーしてもらい、企業側としても学生を選択する余裕が欲しい。 <運輸・倉庫/中堅>
- 母集団も減り、学生の選考受験企業数も減っている中で、いかにターゲットとする学生層に当社を受験してもらえるかが最大の課題。 <機械・プラントエンジニアリング/大手>
- とにかく母集団の形成に苦戦しているが、それ以前にターゲット層に訴求できていないことが大きな課題。少しでも認知・興味を醸成できるような施策を実施したい。 <建設・住宅・不動産/中小>
- 早期から学生との接点を持ち、継続的な関係性を築くことが重要だと考えています。他社との差別化を図るためにも、早期のアプローチとつなぎとめが不可欠です。 <精密機器・医療機器/中堅>
- 母集団や応募も少なく困っている中、せっかく合格した早期内定者や役員面接後の辞退が多くなっている。 <建設・住宅・不動産/中堅>
- 内定辞退防止に注力すること。具体的な施策を複数用意する必要があると考えている。 <教育/大手>
- 早い段階から内定出しをするため、入社までのモチベーション維持が難しくなる。ドロップアウトしないように定期的に接触する機会を設ける。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 職種別採用を導入しているため、職種への理解を高めることを一番に実施している。 <ガラス・セラミックス/大手>

9. インターンシップ等のプログラム実施状況

今年度（2025年4月～2026年3月）にインターンシップやオープン・カンパニー等のプログラムを「実施した」と回答した企業は、約8割に上る（79.3%）。大手企業では、実施率が9割を超える（93.0%）。

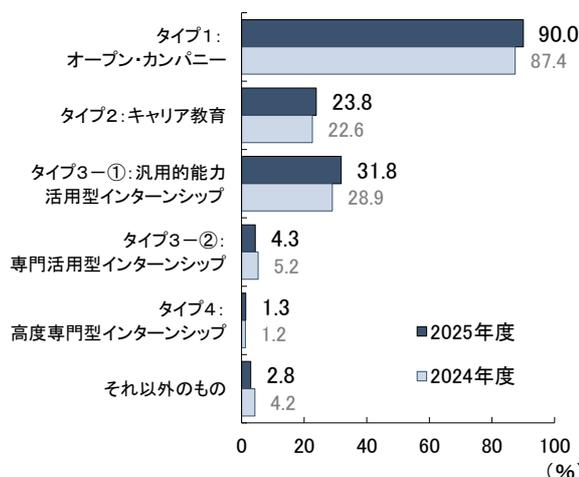
実施プログラムの類型（タイプ）は、「タイプ1：オープン・カンパニー」が9割と圧倒的に多い（90.0%）。前年度より2.6ポイント増加し、今年度も短期のプログラムが中心だったことがわかる。ただ、5日間以上の「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」も前年度より増加し、3割を超えた（31.8%）。

今年度(2025年4月～2026年3月)の
インターンシップ等実施状況



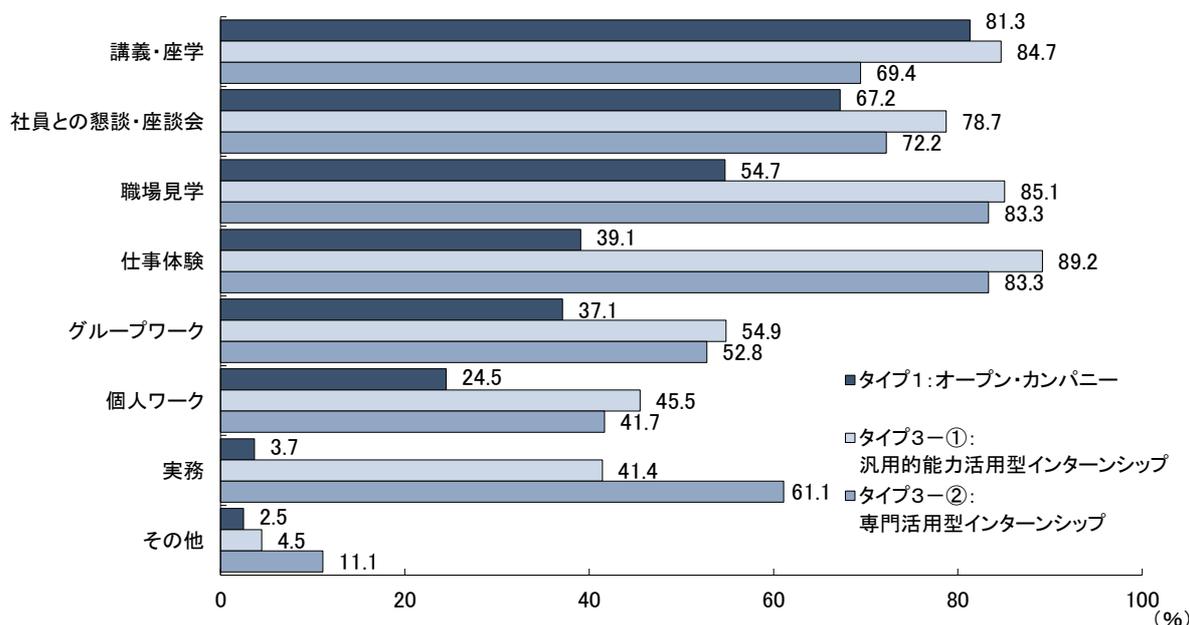
※()内は前年同期調査の数値

実施類型

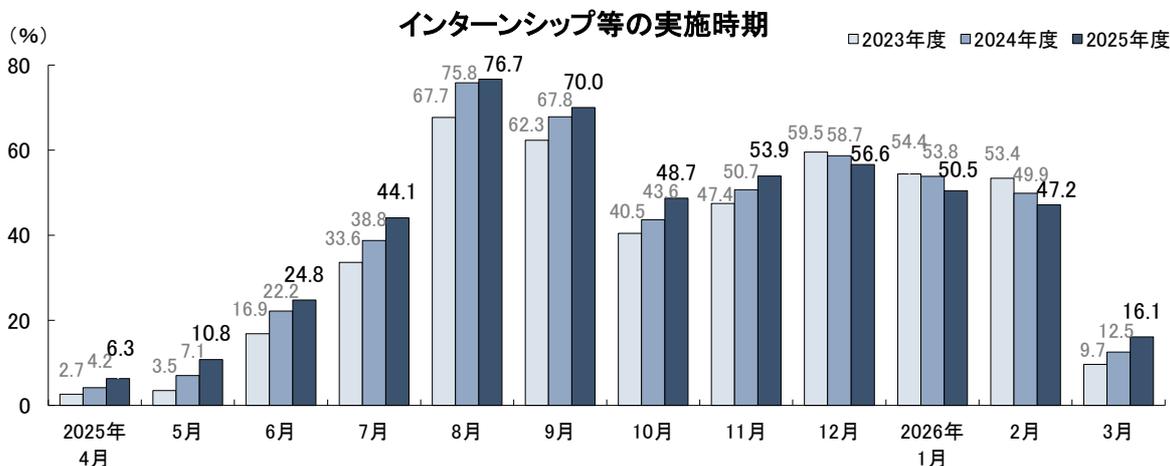


実施したプログラムの内容を類型別に見ると、「タイプ1：オープン・カンパニー」は、「講義・座学」(81.3%)が最も多く、次に「社員との懇談・座談会」(67.2%)が続く。「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」では、「仕事体験」(89.2%)、「職場見学」(85.1%)の順。「タイプ3-②：専門活用型インターンシップ」は、「実務」が6割を超え(61.1%)、インターンシップでは、より実践的なプログラムが提供されていることがわかる。

実施プログラムの内容（類型別）

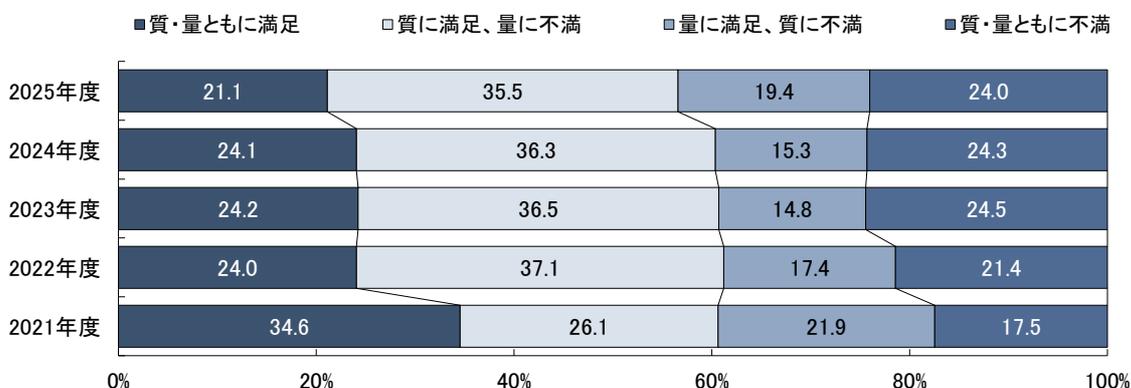


実施時期を見てみると、「8月」「9月」がともに7割台で、夏季休暇中の実施率の高さが目立つ。3カ年分を比較すると、11月までは年々ポイントが増加しているが、12月以降は減少傾向が見られることから、インターンシップ等のプログラムも実施時期の前倒しが進んでいることが読み取れる。



実施した満足度を尋ね、5カ年での比較を行った。2021年度は「質・量ともに満足」が3割を超えていたものの、22年度にかけて大幅に減少した。今年度も2割台にとどまり（21.1%）、前年度から3ポイント減少した。中でも「量」に不満を感じる企業が6割近くに上り（計59.5%）、学生の動員に苦戦する企業の多さが読み取れる。

インターンシップ等の実施満足度



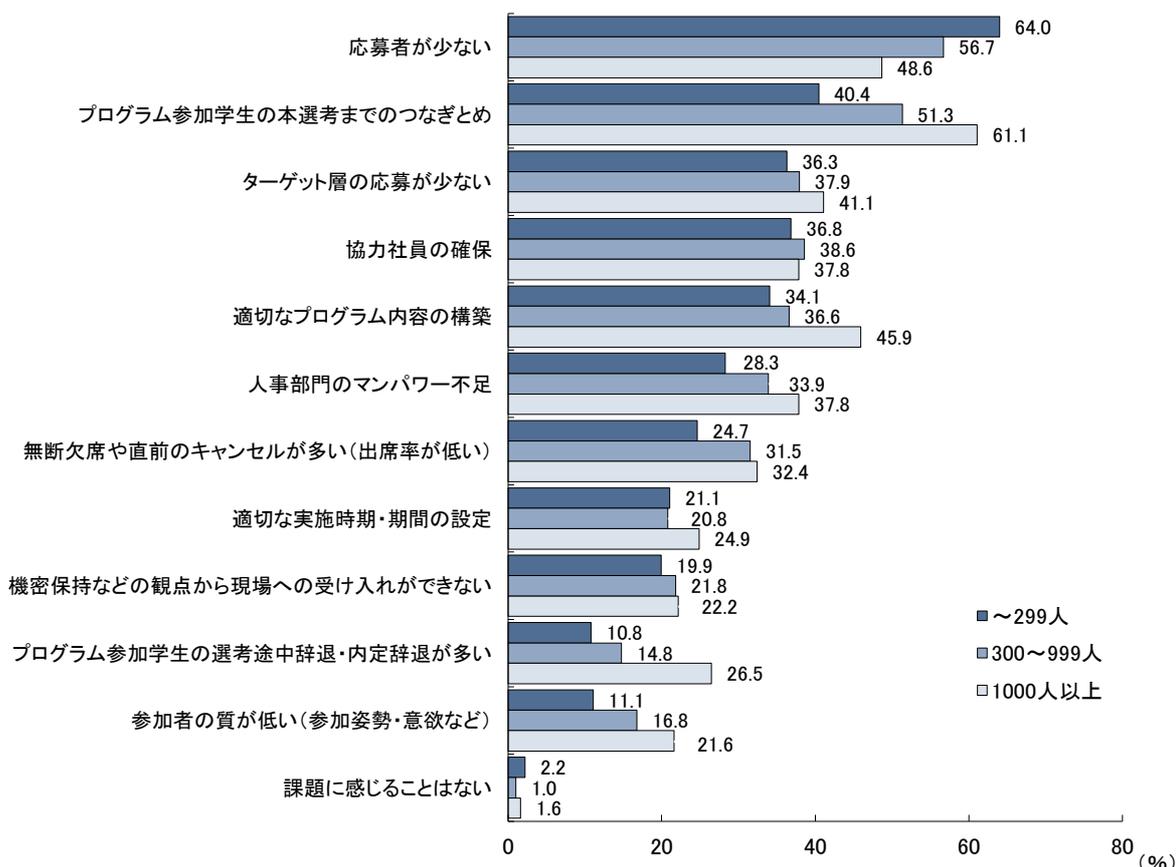
【Voice4】—インターンシップ等の満足状況

- 今年度のプログラムを企画・体験中心にしたことで、熱意ある学生に集まってもらえた。 <官公庁・団体/中堅>
- 1回の開催での参加人数が減少したため、回数を多くして対処した。 <専門商社/中小>
- メインターゲットの学部の学生が少なく感じた。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 秋以降のインターン参加学生が伸びず、夏インターン参加者も「何となく」参加が多く、前向きな学生が少なかった。 <自動車・輸送用機器/中堅>
- 年々参加者数が減少している。また、開催直前のキャンセルも多く発生し、量の確保ができなかった。 <情報処理・ソフトウェア/大手>
- 参加者の属性や人柄は満足いくことが多かったが、その後の早期選考には繋がっていない。 <建設・住宅・不動産/中小>

課題を尋ね、従業員規模別に分析した。中小企業では「応募者が少ない」が 6 割を超えているのに対し（64.0%）、大手企業では 4 割台（48.6%）で、規模によって応募状況に大きな差があることがうかがえる。

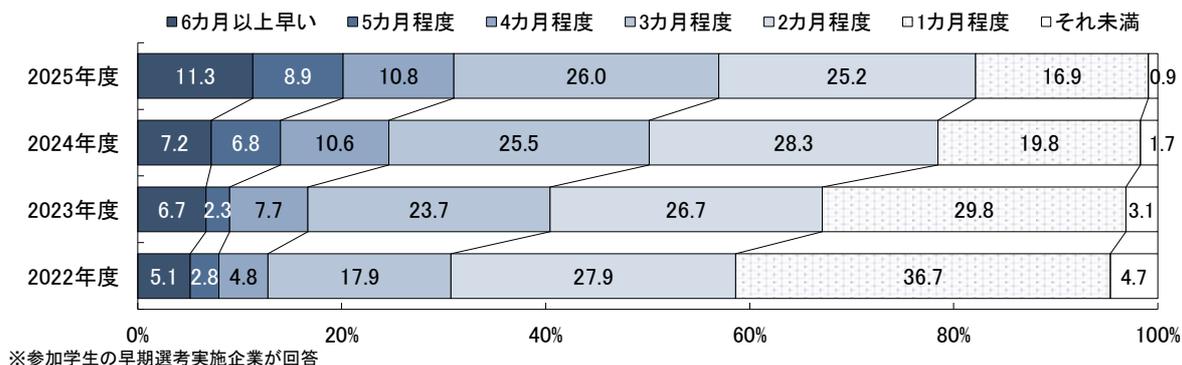
大手企業で最も多いのは「参加学生の本選考までのつなぎとめ」で 6 割超が選んだ（61.1%）。接点を持った学生をいかに採用につなげるかも重要な課題の一つになっている。

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多い。2023 年度までは、非参加者に比べて「1 カ月程度早い」が最も多かったが、年々減少。2025 年度は「3 カ月程度早い」企業が一番多い（26.0%）。参加者向けの選考のタイミングを早める企業が多いことがわかる。こうした動きが、先に見た選考時期の早期化の要因になっていると考えられる。

インターンシップ等参加学生の早期選考時期 (非参加者に比べてどのくらい早い)



※参加学生の早期選考実施企業が回答

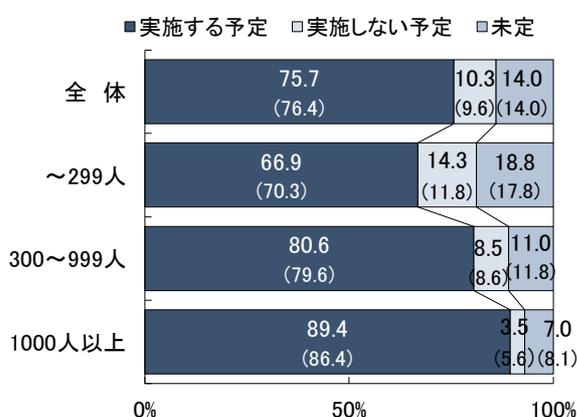
10. 2026年度のインターンシップ等実施予定

来年度(2026年4月～2027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75.7%。現時点では「未定」が14.0%あるものの、大半の企業が来年度も実施を予定。大手企業では9割近くに上る(89.4%)。

実施予定の類型(タイプ)は、「タイプ1：オープン・カンパニー」が9割を超える(91.9%)。「タイプ2：キャリア教育」は24.2%。「タイプ3-①：汎用型能力活用型インターンシップ」は約3割(32.0%)で、「タイプ3-②：専門活用型インターンシップ」は4.3%。いずれも今年度の実績をやや上回っており、実施プログラムを増やす企業もあることがうかがえる。

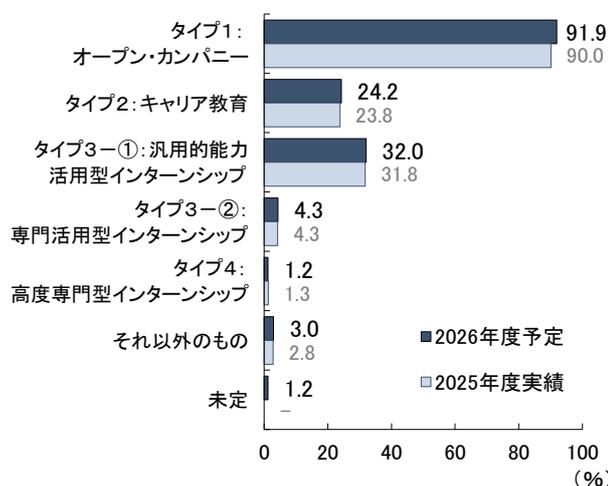
実施予定時期を類型別に見ると、「タイプ3-①：汎用型能力活用型インターンシップ」は、夏季に集中しているのに対し、「タイプ1：オープン・カンパニー」は、5割台の月が多く、年間を通して実施される見込み。

来年度(2026年4月～2027年3月)の
インターンシップ等実施予定

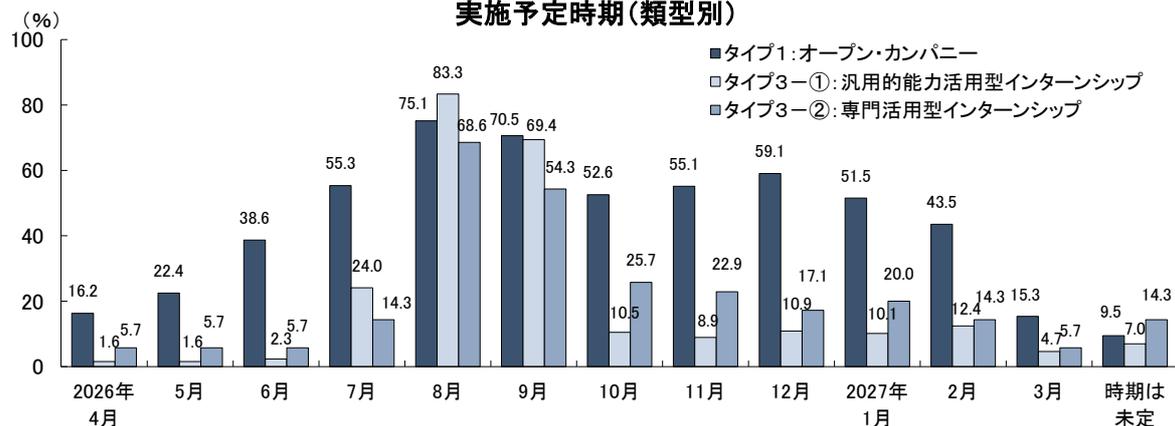


※()内は前年同期調査の数値

実施予定の類型



実施予定時期(類型別)



【Voice5】——インターンシップ等で工夫・検討したいこと

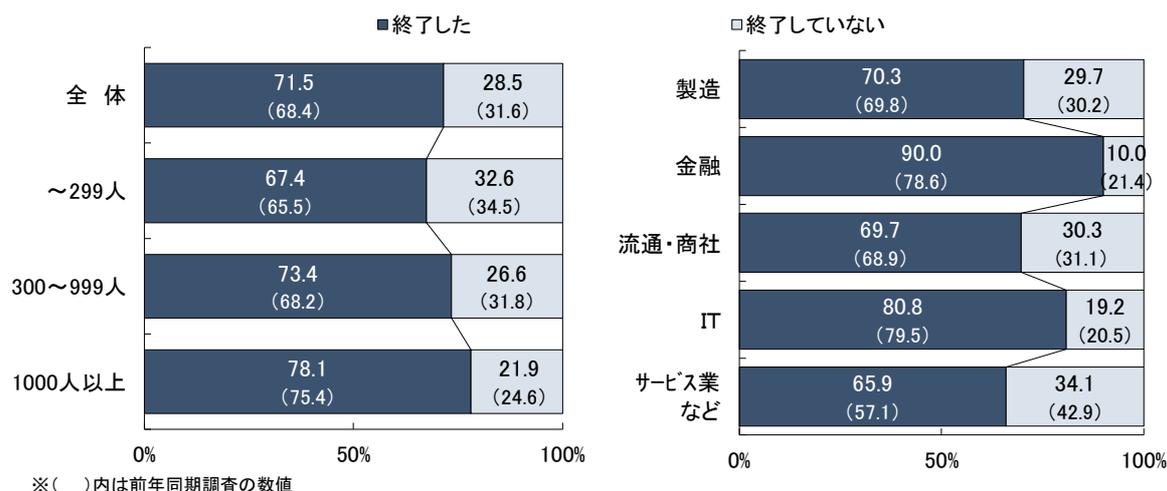
- 夏季期間での参加者を増やしたい(業界に興味を持ってもらう機会を増やす)。 <医薬品・医療関連・化粧品/中堅>
- 現状は1日のみの開催だが、2～3日の日程を検討したい。 <鉄鋼・非鉄・金属製品/中小>
- 1回あたりの参加人数が少ないので、冒頭にそれぞれから参加理由等のヒアリングを行ってから本題に入るようにしています。 <サービス/中堅>
- 選考に繋がるように職場の臨場感を体験してもらう内容としたい。 <建設・住宅・不動産/大手>

11. 2026 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

2026 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 71.5%。前年同期調査（68.4%）より 3.1 ポイント上昇し、7 割を超えた。従業員規模別、業界別に見ても、いずれも前年同期の終了率を上回る。

ただ、規模が小さいほど終了率は低く、大手企業の 78.1%に対し、中小企業では 67.4%。また、業界別でも差が見られ、金融が 9 割に上るのに対し、流通・商社、サービス業は 65.9%。

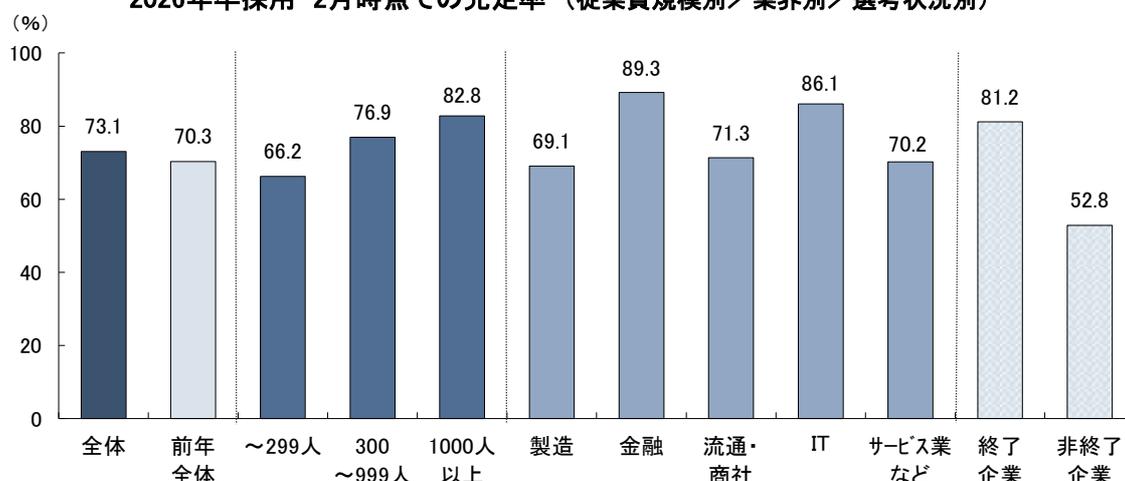
2026年卒採用選考の終了状況（全体／従業員規模別・業界別）



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 73.1%。前年調査（70.3%）よりやや上昇。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 8 割を超えるが（81.2%）、終了していない企業では 52.8%にとどまる。終了状況同様、規模別や業界別による差も大きい。

前年よりやや改善の傾向が見られるものの、依然として採用計画未達の企業が多いことが、2027 年卒採用を早期から強化する動きにつながっていると考えられる。

2026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