

2027 年卒・新卒採用に関する企業調査－中間調査

売り手市場の傾向が続く中、厳しい展開が予想された 2027 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効企業を対象に調査を行った。2028 年卒採用についても計画を尋ねた。

1. 学生の反応 (2026 年卒採用との比較)

エントリー数が前年度より「増えた」35.1%、「減った」41.2%
面接への参加率は改善傾向。「上昇した」企業が「低下した」を上回る

2. 採用活動の開始時期

年内の面接開始が 4 割超。特に大手企業で早さが目立つ。内定出し開始は 12 月が最多に

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 (74.5%)

4. 選考終了状況と内定者充足率

終了企業は全体の 22.3%。充足率の平均は 54.3%。継続企業の半数以上が「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 (22.2%)。「量」に対する不満が依然目立つ

6. 内定辞退の状況と承諾促進のためのフォロー施策

辞退者「増えた」21.8%、「減った」22.3%。承諾促進のための施策は「人事面談」が最多

7. 新卒採用市場の見方

「完全に売り手市場」が 7 年ぶりに減少に転じるも、9 割以上が売り手市場と回答

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 76.6%。夏季など早い時期の実施が増える見込み
実施方針は「プログラム内容の拡充」「社内の協力体制強化」「広報の強化」が上位

9. 2028 年 3 月卒業予定者の採用計画

7 割強が 2027 年卒以上の採用を予定。採用意欲は引き続き堅調。採用予算も増加傾向

10. 人事担当者川柳

「まず条件 やりたいことは 特になし」「自己PR AI 書いたと AI が言う」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 15,735 社
調 査 時 期 : 2026 年 6 月 29 日～7 月 8 日
調 査 方 法 : インターネット調査法
回 答 社 数 : 1,022 社

《従業員数》

300人未満	300～999人	1000人以上
471社	337社	214社

《業種》

製造	非製造
412社	610社

《株式》

上場	非上場
140社	882社

《地域》

北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
59社	55社	448社	171社	168社	70社	51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（2026 年卒採用との比較）

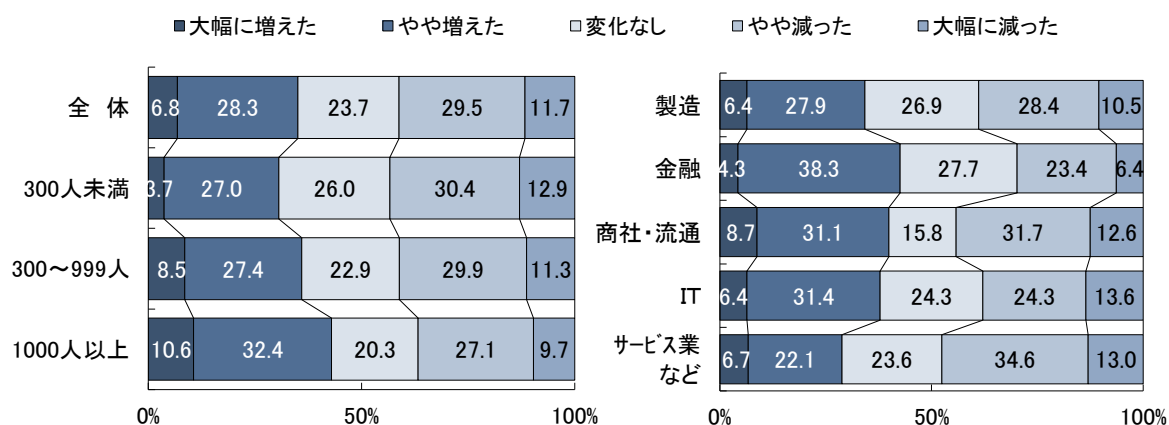
まず、採用母集団形成の状況について見てみよう。

「エントリー数」が前年より「増えた」という企業は、全体の 35.1%（「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 41.2%で、減った企業の方がやや多い（6.1 ポイント差）。

ただ、従業員規模によって傾向が異なり、従業員 300 人未満の企業では「減った」（計 43.3%）が「増えた」（計 30.7%）より 10 ポイント以上多く、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」という企業（計 43.0%）が「減った」（計 36.8%）を上回っている。

業界別の集計では、さらにばらつきが大きい。金融は「減った」企業が 3 割弱にとどまり（計 29.8%）、「増えた」企業の方が多い（計 42.6%）。逆に、サービス業では「増えた」企業が少なく（計 28.8%）、「減った」企業が半数近くに上っている（計 47.6%）。

エントリー数(従業員規模別／業界別)



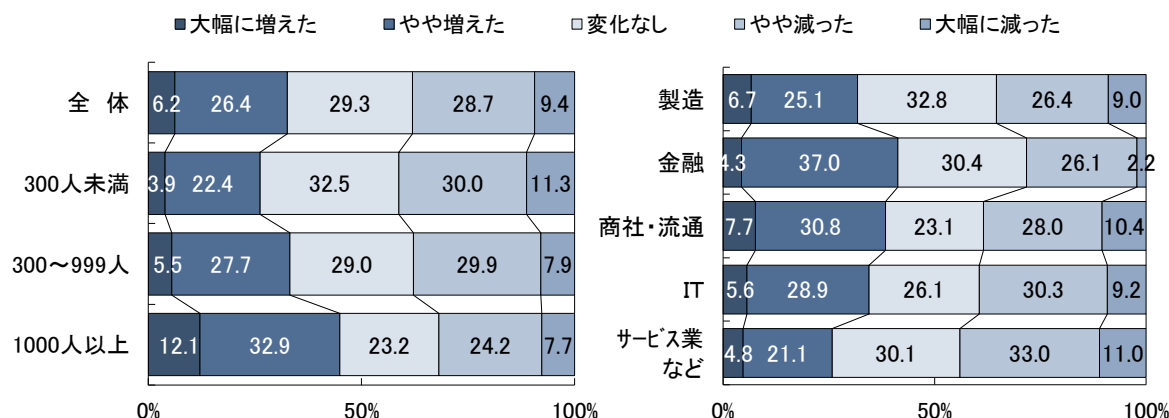
※「大幅に増えた／減った」は、3割以上変動した場合に選択

「選考への応募者数」についても同様に、「減った」企業（計 38.1%）が「増えた」企業（計 32.6%）をやや上回る。

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、選考への応募学生も減ったケースが多いことが推測できる。

なお、IT はエントリー段階では増減が拮抗していたが、選考への応募は「減った」（計 39.5%）が「増えた」（計 34.5%）を上回る。

選考への応募者数(従業員規模別／業界別)



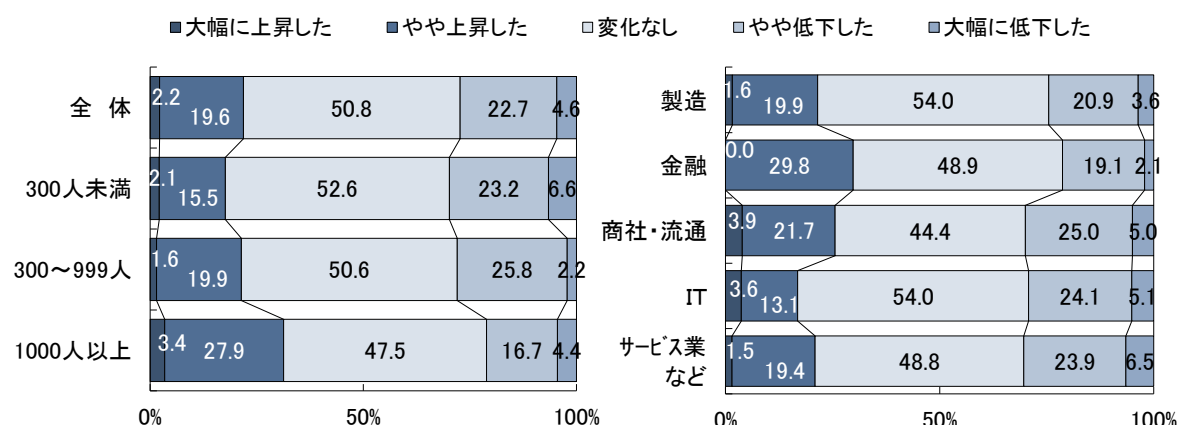
エントリー学生がその後の選考に応募した割合（選考への応募率）や、面接の参加率についても、それぞれ前年との増減を尋ねた。

「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 21.8%）。これに対し「低下した」企業は計 27.3%。改善できた企業もあるが、依然としてエントリーから選考への接続を課題とする企業も少なくない。

選考への応募率も企業属性による差が大きく、従業員1000人以上の大手企業では「上昇した」という回答が3割を超えており（計31.3%）、応募率が改善した企業が多い。

業界別では、金融業で「上昇した」企業が約3割と高いのが目立つ（29.8%）。

エントリー者の選考への応募率（従業員規模別／業界別）



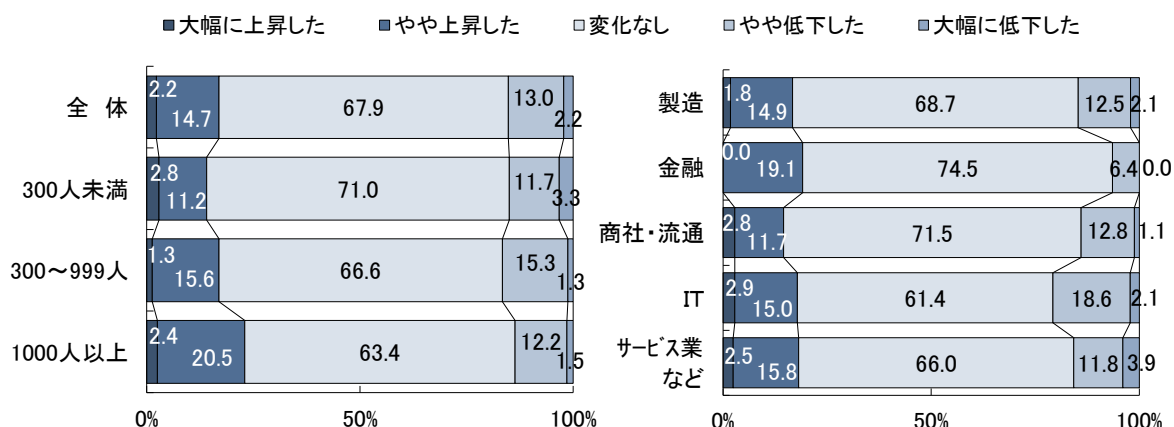
※「大幅に上昇した／低下した」は、3割以上変動した場合に選択

「面接への参加率」については、前年と「変わらない」という回答が多く、7割近くを占める（67.9%）。「上昇した」企業が計16.9%で、「低下した」（計15.2%）をやや上回る。面接については改善した企業の方がやや多いことがわかった。

属性別に見ると、企業規模が大きくなるにつれて「上昇した」の割合が上がり、従業員1000人以上の企業では上昇したという回答が計22.9%。業界別では、やはり金融業において「上昇した」企業が多く（計19.1%）、「低下した」企業は少ない（計6.4%）。

エントリー、選考への応募、面接参加といった一連の学生の反応は、大手企業や金融業界の強さや改善ぶりが目立つ結果となった。

面接の参加率（従業員規模別／業界別）

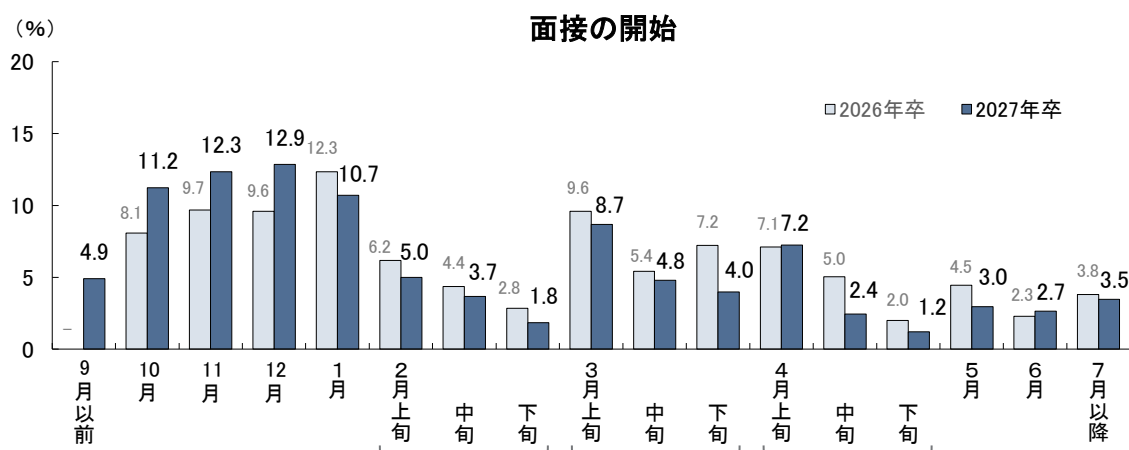


2. 採用活動の開始時期

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。

面接開始時期が最も多かったのは今年も 3 月だが、前年調査よりポイントが減り（計 22.2%→17.5%）、そのぶん早い時期の割合が増えた。年内の合計は 4 割を超える（計 27.4%→41.3%）。従業員規模が大きいほど動き出しが早く、大手企業では年内の開始が半数を超える（計 56.5%）。

なお、2 月までを足し合わせると 62.5%となり、大半の企業が「プレ期」に本選考の面接を開始。人材確保のため採用活動を前倒しする企業が増え、早期化が一層進んだ様子がわかる。

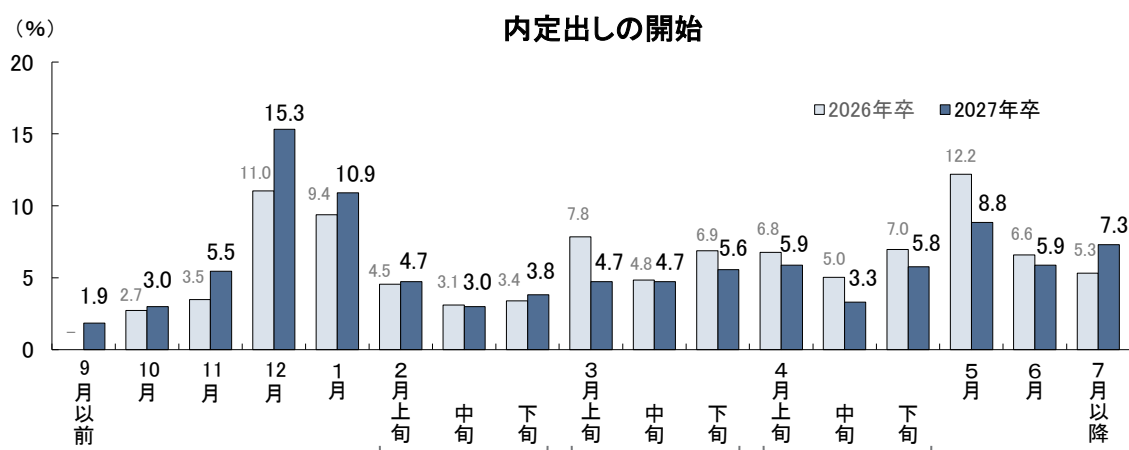


※2026年卒は「10月以前」で調査

《面接の開始/従業員規模別》

	9月以前	10月	11月	12月	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	6月	7月以降
300人未満	4.3	9.8	9.3	10.9	9.1	5.0	2.5	1.8	8.6	5.7	5.7	10.9	2.9	1.6	2.5	3.9	5.7
300～999人	4.8	12.7	13.3	10.3	12.4	5.5	4.8	2.4	10.6	3.6	2.4	4.5	3.3	1.5	4.5	0.9	2.1
1000人以上	6.2	12.0	17.2	21.1	11.5	4.3	4.3	1.0	5.7	4.8	2.9	3.8	0.0	0.0	1.4	2.9	1.0

内定出しの開始時期も早まった。前年調査では 3 月、4 月の順に多かったが、今期は 12 月が最も多く（15.3%）、年内に内定を出した企業は計 25.7%に上った。ただ、3 月・4 月がそれぞれ計 15.0%と依然ボリュームゾーン。なお、従業員 300 人未満の企業では 5 月以降の回答が 3 割を超えるなど（計 30.8%）、大手企業や中堅企業の後に内定出しを開始するケースが比較的多い。



※2026年卒は「10月以前」で調査

《内定(内々定)出しの開始/従業員規模別》

	9月以前	10月	11月	12月	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	6月	7月以降
300人未満	1.4	2.5	3.4	13.1	9.9	3.4	2.3	3.7	3.7	5.5	4.6	7.1	3.2	5.3	12.2	6.2	12.4
300～999人	1.8	4.0	7.0	16.2	8.8	4.6	3.4	4.0	5.8	4.6	7.0	4.9	3.4	6.7	7.6	6.7	3.7
1000人以上	2.9	2.4	7.2	18.7	16.3	7.7	3.8	3.8	5.3	3.3	5.3	4.8	3.3	5.3	3.8	3.8	2.4

3. 接点をもった学生に対して感じたこと

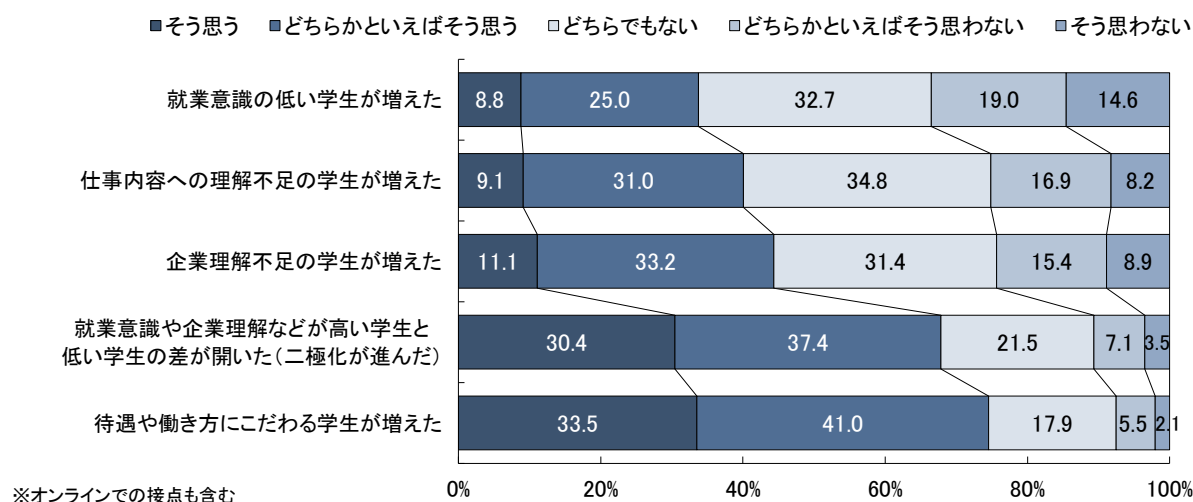
説明会や選考などで接点をもった就活生の印象を尋ねた。「就業意識の低い学生が増えた」と感じる企業は計 33.8%で、「そう思わない」（計 33.6%）と拮抗。

「仕事内容への理解不足の学生が増えた」「企業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 67.8%）、早期から動いていた学生と、そうでない学生とで差が例年にも増して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 74.5%）。仕事内容よりも、給与や勤務地、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

○面接の時期が早い学生は企業理解も比較的深く、一方で 6 月以降の面接の学生は企業理解が浅く、仕事や会社への熱意が感じられない学生が多い。以前より顕著になっていると感じる。 <専門商社／中小>

○二極化が進んでいるが、早期に活動している学生が必ず意識が高いかということそうでもなく、周りに流されて自己分析や業界・企業理解が不十分なまま選考参加している学生も見受けられる。 <ホテル・旅行／中堅>

○生成 AI を活用することにより、表面上の浅い理解にとどまっているように感じる。 <機械・プラントエンジニアリング／中小>

○売り手市場の影響で、自己アピールより企業を品定めする姿勢が強いように感じる。 <自動車・輸送用機器／中堅>

○事業内容よりも、転勤有無や希望職種への配属が確約か、勤務地は選べるのかといった質問をする学生が増えている。 <信販・クレジット・ファイナンス／中堅>

○受け身の学生が多いという印象を抱いています。積極的に情報を取りに来ていた学生が少なくなったと感じました。 <医薬品・医療関連・化粧品／大手>

○社会常識がある人とならない人と両極端だった。昨年はあまり感じなかった。 <マスコミ／大手>

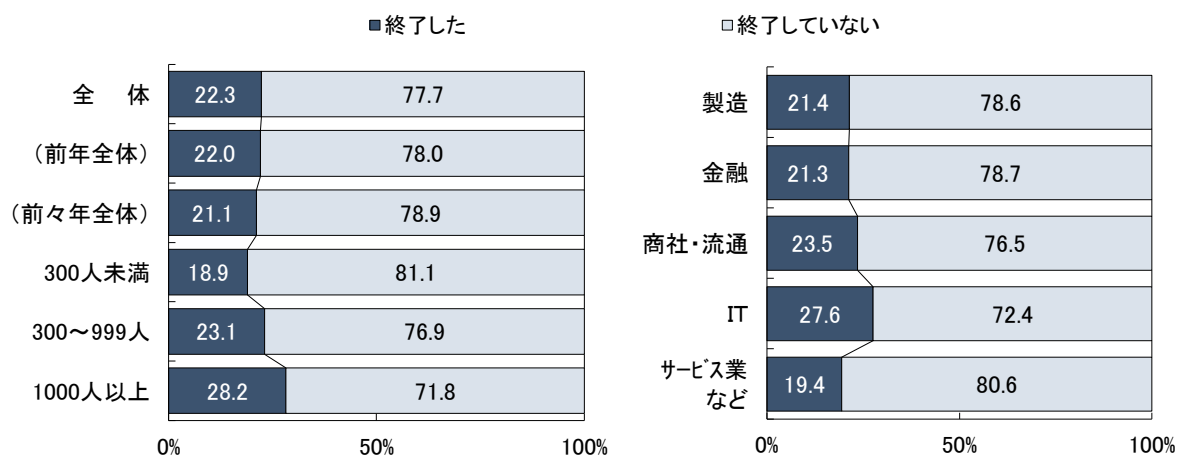
○メールの見落としや、WEB 面接時の接続等個別対応が増え、手がかかる学生が増えた印象。今までの学生より少し子供っぽい学生が増えているように感じました。 <素材・化学／中小>

○学生の考え方が非常に多様化しており、いろいろな採用手法を試さないといけない状況だと感じています。 <電子・電機／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 22.3%。前年、前々年より微増したものの、大半の企業は採用活動を継続。ただ大手企業では終了率が 3 割近い（28.2%）。

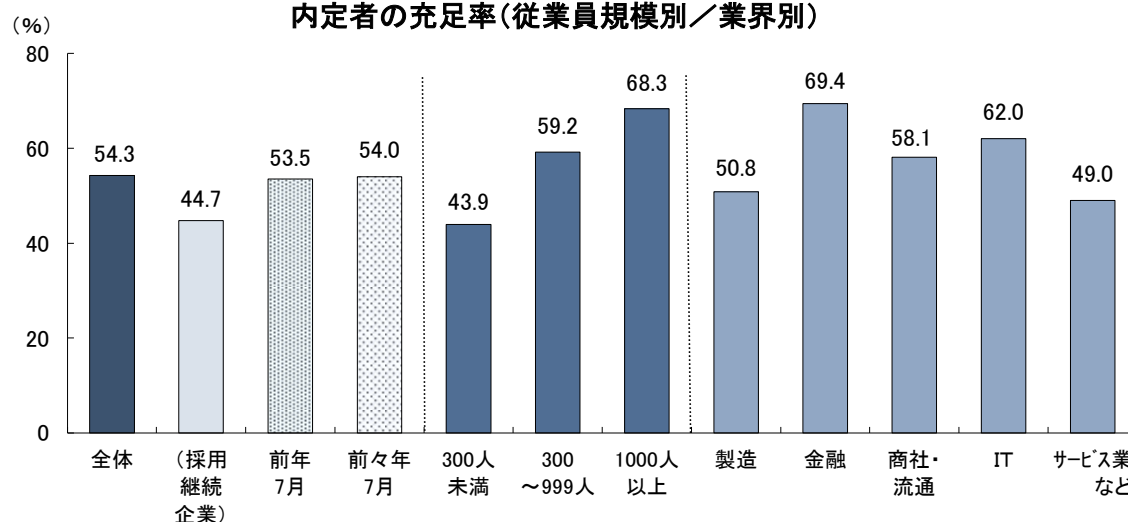
採用選考の終了状況（従業員規模別／業界別）



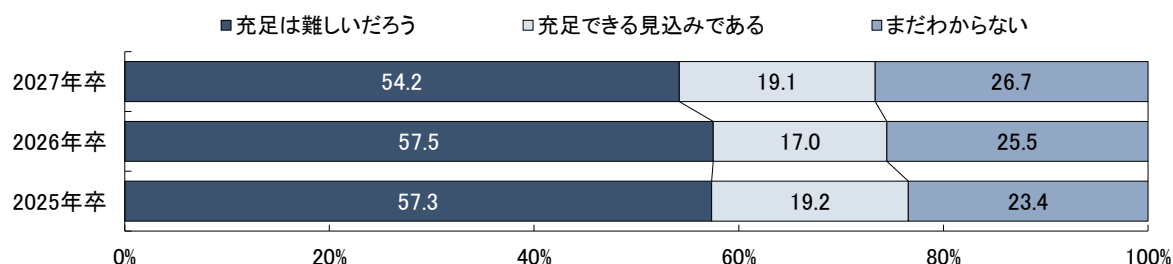
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は 54.3%。終了率同様、前年（53.5%）、前々年（54.0%）よりも僅かに上昇した。充足率は従業員規模による差が大きく、大手企業では 7 割近いが（68.3%）、中小企業は 4 割台にとどまる（43.9%）。業界別では金融で高く（69.4%）、サービス業（49.0%）との差は 20 ポイントにのぼる。

なお、採用継続企業（全体の 77.7%）に今後の充足の見込みを尋ねると、半数強が「充足は難しいだろう」との考えを示した（54.2%）。

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



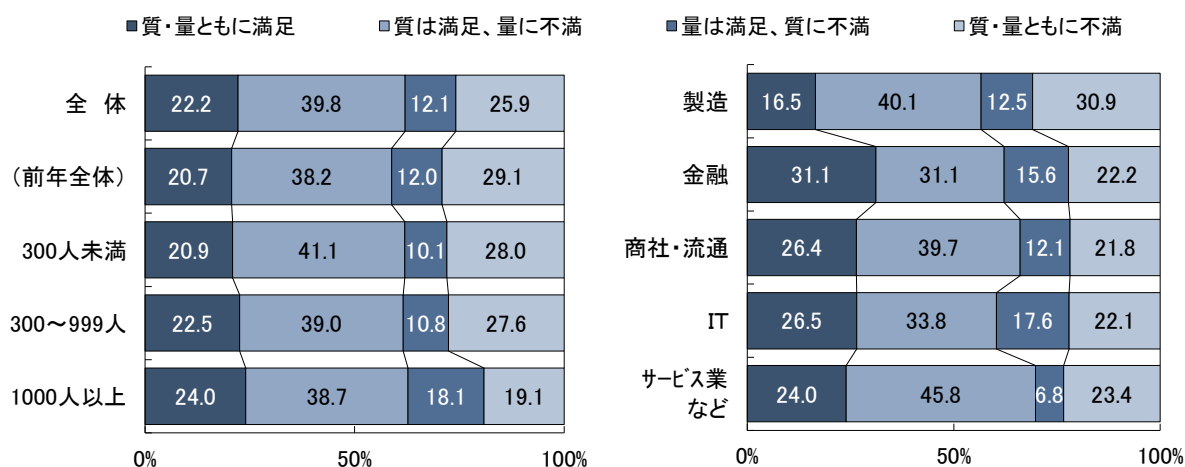
※採用活動継続企業の回答

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 22.2%で、「質・量ともに不満」（25.9%）を 3.7 ポイント下回った。ただし、前年同期調査と比較すると、その差は縮まった（前年：8.4 ポイント差）。今年も最も多いのは「質は満足、量に不満」で約 4 割が選び（39.8%）、依然として量への不満が顕著。

従業員規模別に見ると、大手企業で「質・量ともに不満」が 2 割未満（19.1%）と低め。その分「量は満足、質に不満」の割合が高く、内定者数は確保できたものの、質には満足していない企業が一定数あることが読み取れる。業界別では、金融で「質・量ともに満足」が 31.1%と高いのが目立つ。一方、製造業は「質・量ともに不満」が 30.9%に上り、他業界より満足度が低い。

内定者に対する満足度（従業員規模別／業界別）

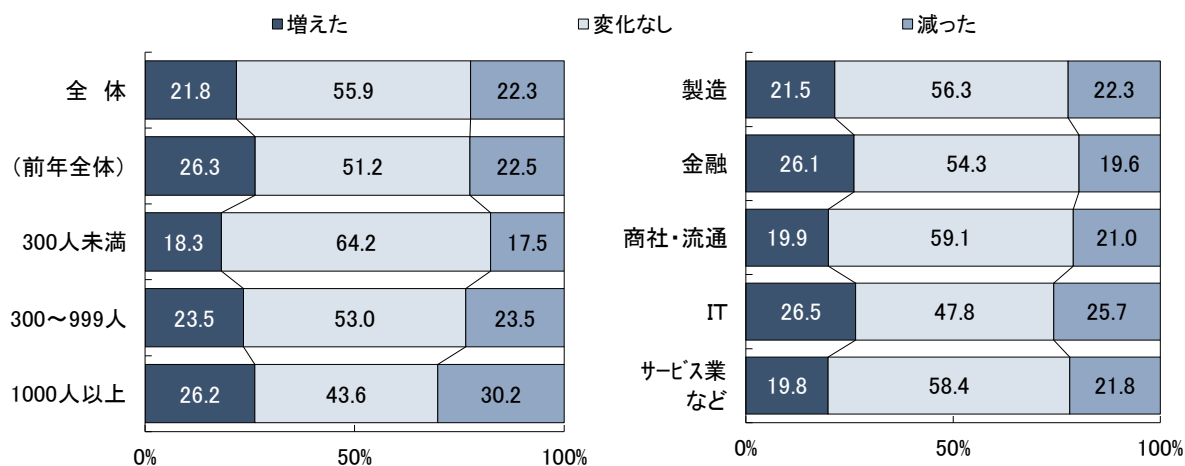


6. 内定辞退の状況と承諾促進のためのフォロー施策

内定辞退者が前年より「増えた」企業が21.8%に対し、「減った」企業が22.3%。2022年卒採用以降、内定辞退の増加が続いていたが、今年は辞退が「減った」企業が「増えた」企業を僅かに上回った。

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、特に大手企業の中で明暗が分かれたようだ。

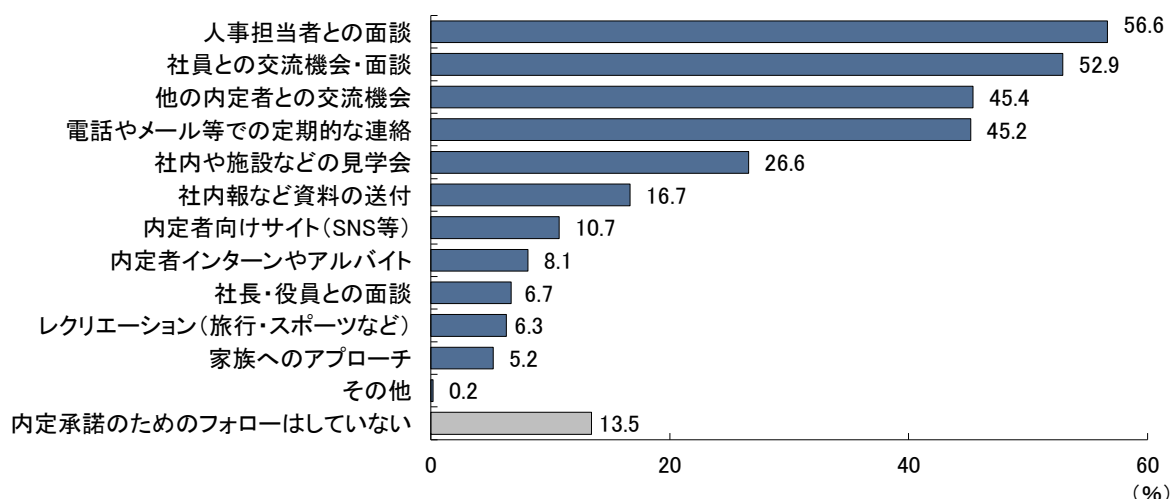
内定辞退者数（従業員規模別／業界別）



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「人事担当者との面談」（56.6%）で、「社員との交流機会・面談」（52.9%）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13.5%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。

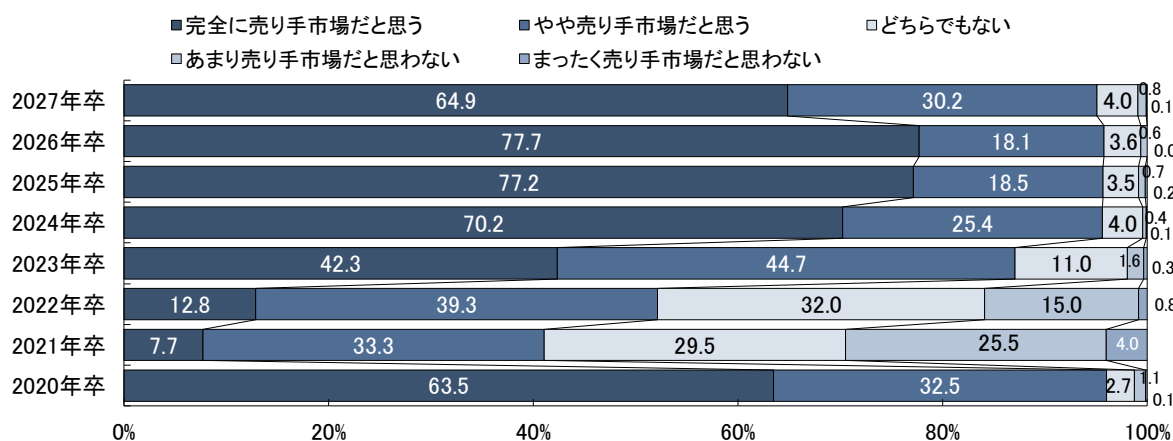
内定承諾を促すために実施するフォロー（予定含む）



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 64.9%で、前年調査（77.7%）から大幅に減少した（12.8ポイント減）。ただし、「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割を超えており（計95.1%）、大半の企業が厳しい採用環境を実感していることが読み取れる。

採用市場についての考え



【Voice2】——2027 年卒採用のここまでを振り返って感じたこと

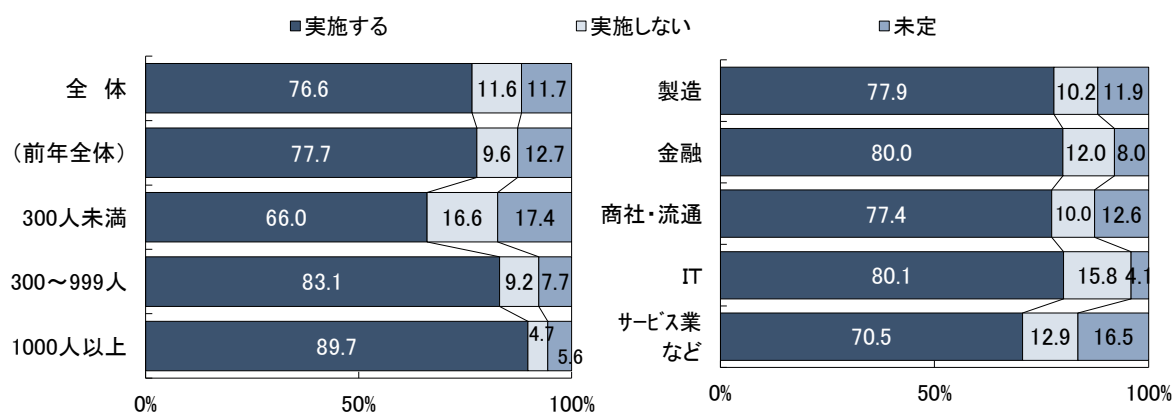
- インターンシップでの母集団形成は好調だったので、本選考へのエントリーがもっとあると思っていた。選考への応募にうまく結びつかなかったように感じる。 <銀行／大手>
- 3月時点で内定を保持している学生がかなり多くいる一方で、当初の志望業界や条件にこだわり苦戦している学生も少なからずいると感じている。 <建設・住宅・不動産／中小>
- 内定承諾後の辞退に対して重みを感じていない学生が非常に増えている。 <専門商社／中小>
- 売り手市場は少し和らぎ始めている感あり。 <自動車・輸送用機器／中堅>

8. 今年度インターンシップ等のプログラム実施予定

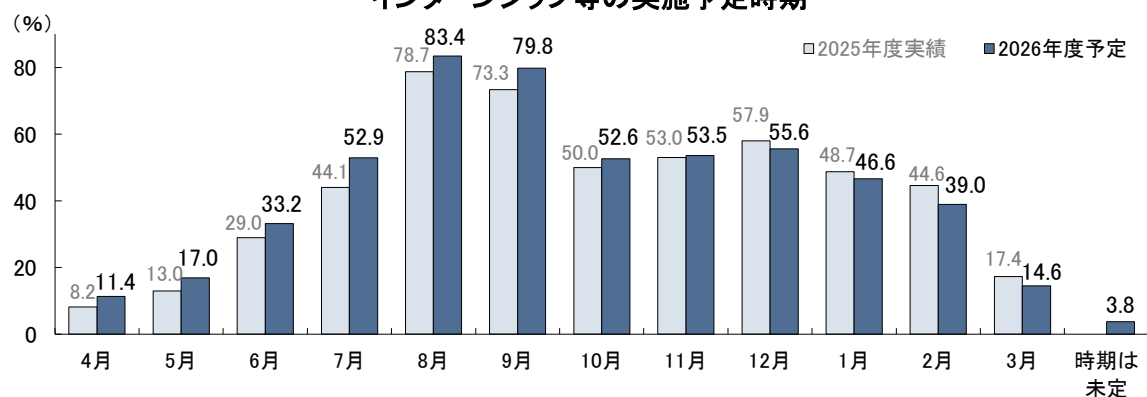
2026 年度（2026 年 4 月～2027 年 3 月）のインターンシップ等の実施予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 7 割台後半に上った（76.6%）。従業員規模 1000 人以上の大手企業では 9 割近い（89.7%）。実施時期は「8 月」（83.4%）、「9 月」（79.8%）が多く、夏季が中心。7 月～9 月は前年度実績を大きく上回り、早い時期の実施が増加する見込み。一方、12 月以降は前年度実績を下回っているが、これから実施を決める企業も一定数あるものと見られる。

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（92.0%）。今期も短期のものが中心だが、前年度実績を上回るものも多く、実施プログラムが増える見込みだ。

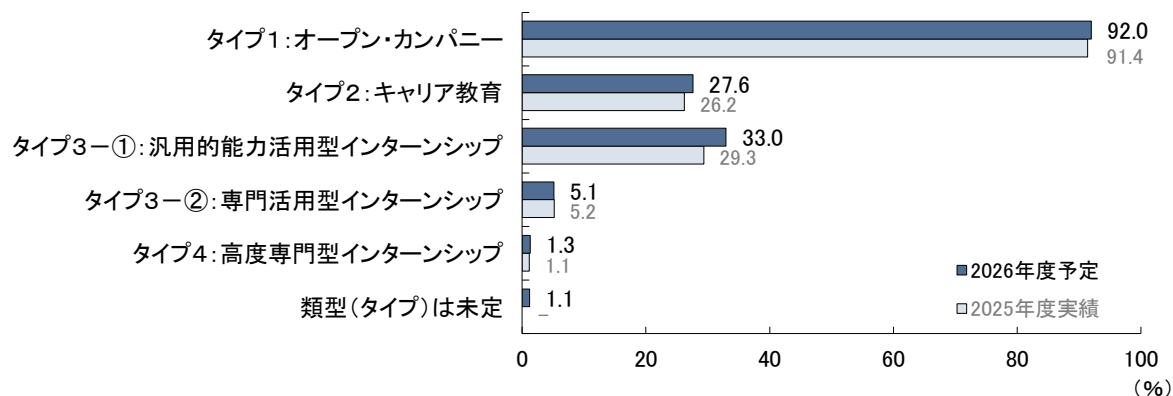
2026年度のインターンシップ等の実施有無（従業員規模別／業界別）



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

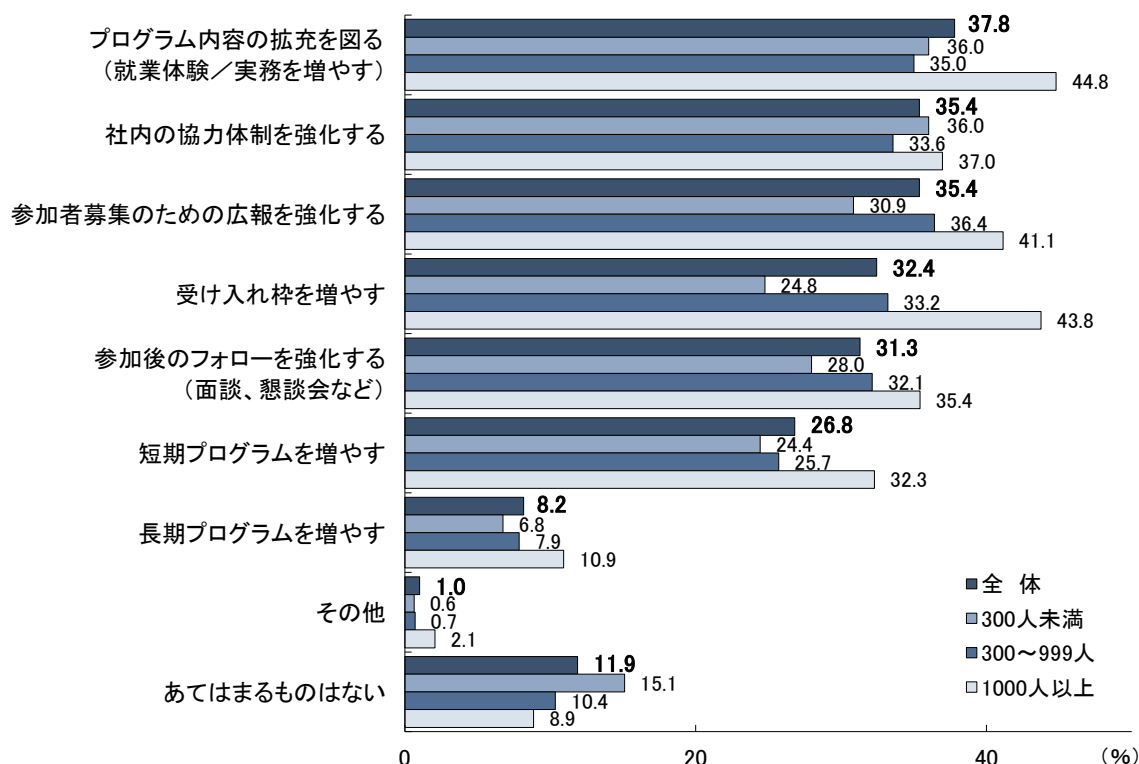


今年度の実施方針を尋ねた。最も多いのは「プログラム内容の拡充を図る（就業体験／実務を増やす）」で 37.8%。次いで「社内の協力体制を強化する」「参加者募集のための広報を強化する」が続く（ともに 35.4%）。

仕事体験や現場への受け入れ、座談会などを通じて、学生と社員の接点を増やすことで、企業理解を深め、学生の満足度を高めようとする姿勢がうかがえる。また、広報強化により参加者を増やしたい企業も少なくないことがわかる。

従業員規模別に見ると、大手企業では「プログラム内容の拡充を図る」「受け入れ枠を増やす」が高いのが目立つ。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）

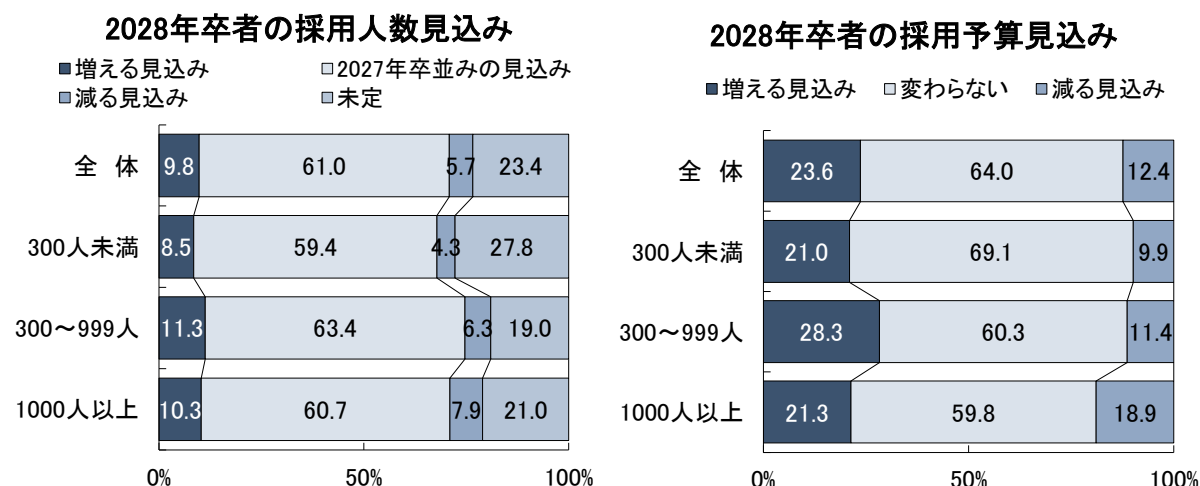


【Voice3】——インターンシップ等の実施方針や新たに取り組むこと

- 対面での開催は東京のみであったが、東名阪でそれぞれ実施する。 ＜情報処理・ソフトウェア／中小＞
- 会社概要の説明や工場見学などを行っていますが、実際に工程に参加してもらうなど、内容面での拡充を図っていきたい。 ＜電子・電機／中堅＞
- インターンを特定の大学と実施していたが、今後は複数大学もエントリーしてもらえる形に切り替える予定。 ＜OA機器・家具・スポーツ・玩具他／中小＞
- 若手職員に企画から参画してもらい、学生と主体的に関わるようにした。 ＜サービス／中堅＞
- 大学訪問を強化し、周辺大学の学生が参加してくれるよう注力したい。 ＜医薬品・医療関連・化粧品／大手＞
- 昨年よりもスタートを前倒しし、先輩社員との座談会を取入れ、学生の理解度を上げる。 ＜専門商社／中堅＞
- 4～6月の合説イベントへの出展を増やした。プログラムについてはより実務に近い内容や、フィードバックができるような内容への見直しも検討する。 ＜自動車・輸送用機器／中堅＞
- 大手との時期競合を避け、遅めのスタートにする方針に転換した。 ＜専門商社／中小＞

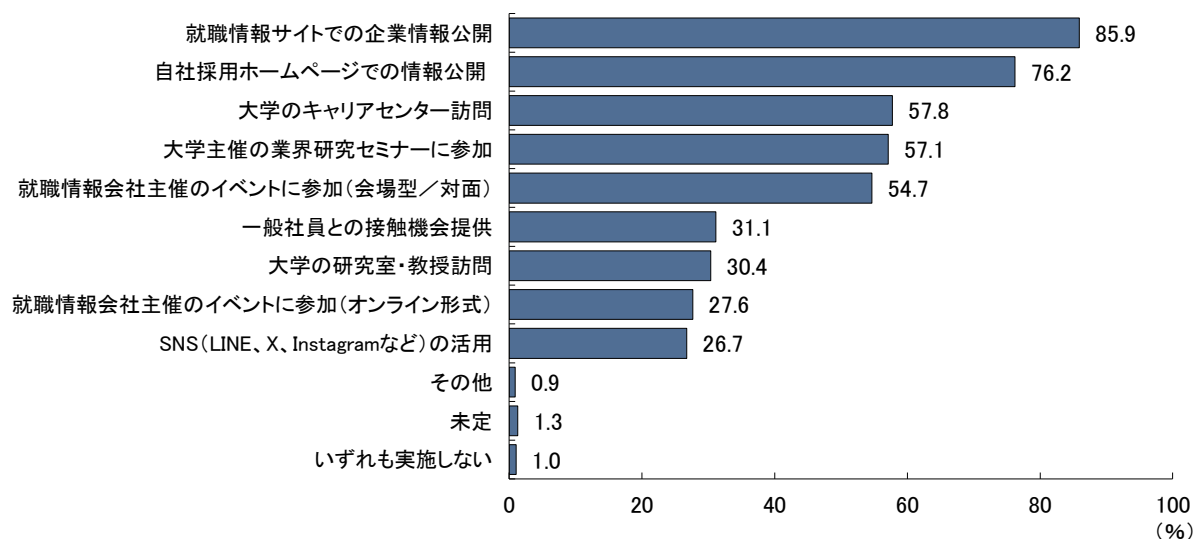
9. 2028 年 3 月卒業予定者の採用計画

2028 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」(9.8%)、「2027 年卒並みの見込み」(61.0%)を合わせて、7 割の企業が今期以上の採用を予定（計 70.8%）。「減る見込み」は 5.7%。採用予算も増加傾向が見られ、中堅企業で「増える」が 3 割近くに上る（28.3%）。



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 8 割超の企業が選んだ（85.9%）。次いで「自社採用ホームページでの情報公開」（76.2%）の順。その他、大学を通じた広報活動や就職準備イベントへの参加など、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】——2028 年卒採用で新たに取り組むこと・検討していること

- 大学の研究室訪問の強化。地方に足を延ばす施策を検討。 <素材・化学/大手>
- SNS にて、若手社員の業務のメリハリなどを発信していこうと考えている。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 広報面よりも社内体制の強化（インターンシップ受入体制の強化、職場環境の改善、待遇・福利厚生面の見直し）で、参加学生から選ばれる企業になる。 <機械・プラントエンジニアリング/中小>
- 職種別の選考スケジュールを明確に分ける。 <教育/中堅>
- 面接官の研修・トレーニング、リクルーターの拡充。 <自動車・輸送用機器/大手>

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。厳しい採用環境が続くなかで、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、生成 AI の利用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 362 作品の中から、世相が反映された 11 作品を紹介したい。

