

就職白書2020

－就職活動・採用活動のコミュニケーション編－

株式会社リクルートキャリア（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小林 大三）の研究機関・就職みらい研究所（所長：増本 全）は、『就職白書2020』として2020年卒の企業の採用活動および学生の就職活動の実態、2021年卒採用の見通しについてまとめており、就職活動・採用活動のコミュニケーション編として一部を抜粋してご報告申し上げます。

※「就職活動・採用活動の振り返り編」は2月26日に発表しております

サマリー

【現状】

企業は採用難の中でよりよい採用活動を模索している様子がうかがえ、テクノロジーの進展とともにグローバル競争も加速し、日本的雇用慣行を時代に合わせて変えていく必要性も語られています。新卒一括採用は、学生のポテンシャルを重視し社内で育成することが少なくありませんでした。また、求められる仕事内容やスキル、キャリアパスなどの詳細が選考過程で学生に明示されないことも少なくありませんでした。それらを踏まえ、企業と学生の採用選考におけるコミュニケーションの在り方について注目し、学生・企業双方の認識を明らかにしました。

【活動量：学生の活動量は減少。企業が学生1人にかかる総面接時間は約60分】

学生の就職活動量を見ると、プレエントリーや個別企業セミナー（対面）など多くの項目で減少しています。就職確定先の入社意欲が高まった情報や企業との接触については「面接など対面での選考」や「個別企業の説明会・セミナー」が上位になりました。（P3）

企業の、学生1人あたりにかける総面接時間を見ると、平均62.7分となっています。（P4）

【内容：学生の「知ることができた情報」と企業の「提供している情報」に差が見られる】

コミュニケーション内容として、学生が就職活動で「知りたいと思っていた情報」「知ることができた情報」の差が大きい項目は、「社内の人間関係」「採用選考の基準」などが上位となりました。一方、企業の「提供している情報」と学生の「知ることができた情報」との差が大きい項目は、「社内研修・自己啓発支援の有無とその内容」「企業・各種団体等が求めている具体的な能力・人物像」などが上位となりました。（P4）

【手法：「ネガティブな情報でも開示してくれた」と捉えている学生は約6割】

採用選考時のコミュニケーションの手法としては、「情報開示」や「疑問や不安解消」という点において、企業と学生の認識に差が見られました。「ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた」と捉えている学生は、59.4%でした。（P5）

【納得度との関係：納得している学生は「自分のために時間や情報を提供してくれた」と捉えている】

入社予定企業等への納得度別に採用選考時のコミュニケーション13項目（「自分のことをよく理解しようとしてくれた」「疑問や不安があれば、解消する場や機会があった」など）について学生の捉え方を点数化。納得している学生と納得していない学生を比較すると、入社予定企業等が「自分のために十分な時間や情報を提供してくれた」と捉えているかで差が見られます。（P7）

調査概要

【企業調査】

■大学生・大学院生の採用活動振り返り調査

調査目的：新卒採用に関する企業の活動実態を把握する

調査方法：郵送調査

調査対象：全国の新卒採用を実施している従業員規模5人以上の企業

2020年卒－4853社、2019年卒－8422社、2018年卒－8314社、2017年卒－8501社

調査期間：2020年卒－2019年12月5日～2020年1月14日

2019年卒－2018年12月19日～2019年1月28日

2018年卒－2017年12月18日～2018年1月22日

2017年卒－2016年12月18日～2017年1月25日

回収社数：2020年卒－1256社（回収率25.9%）、2019年卒－1673社（回収率19.9%）

2018年卒－1493社（回収率18.0%）、2017年卒－1637社（回収率19.3%）

※過去の調査データについては、別途聴取していたデータを統合して再集計を行った。

そのため『就職白書2019』以前に掲載したサンプル数、数値とは異なる

※就職活動・採用活動のコミュニケーション編には、2020年卒データのみ使用している

【学生調査】

■大学生・大学院生の就職活動振り返り調査

調査目的：就職に関する学生の活動実態を把握する

調査方法：インターネット調査

調査協力：株式会社クロス・マーケティング（2018～2020年卒）、株式会社インテージ（2017年卒）

調査対象：調査協力会社のモニターにスクリーニング調査を行い、民間企業等を対象に就職活動を行った
全国の大学4年生・大学院2年生の男女

調査期間：2020年卒－2019年11月29日～2019年12月16日

2019年卒－2018年12月28日～2019年1月21日

2018年卒－2017年12月15日～2018年1月15日

2017年卒－2016年12月26日～2017年1月17日

集計対象：2020年卒－1904人、2019年卒－2030人、2018年卒－1825人、2017年卒－2295人

■就職プロセス調査（2020年卒）2019年7月1日時点 内定状況

調査目的：大学生・大学院生における就職活動の実態を把握する

調査方法：インターネット調査

調査対象：2020年卒業予定の大学生および大学院生に対して、『リクナビ2020』（※）にて調査モニターを
募集し、モニターに登録した学生6395人（内訳：大学生5267人/大学院生1128人）

※株式会社リクルートキャリアが運営している、就職活動を支援するサイト

調査期間：2019年7月1日～2019年7月2日

集計対象：大学生 965人／大学院生 342人

《集計方法について》

- ・大学生については、性別、専攻、所属大学の設置主体の構成比が実際の母集団に近づくよう、文部科学省「学校基本調査」の数値を参照し、ウェイトバック集計を行った。大学生と大学院生を合わせた学生全体については、大学生と大学院生の構成比に関して、同様のウェイトバック集計を行ったため、大学生と大学院生の合計値が、学生全体の値と一致しない場合がある。

《調査結果を見る際の注意点》

- ・%を表示する際に小数点第2位で四捨五入しているため、%の合計値や差の数値と計算値が一致しない場合がある。
- ・図表の一部で、今回調査と過去調査のポイント差をカッコ内に記載した。
例：54.1%（-16.9）の場合、16.9ポイント減少
- ・データは無回答サンプルを除いて集計している。
- ・企業は従業員規模の無回答企業があるため、従業員規模別の計と全体は一致しない。

《その他》

- ・2020年卒業や2019年卒業を「2020年卒」「2019年卒」と表記。
- ・インターンシップは卒年を問わず実施することがあるため、『卒年』ではなく『年度』で表記。

1) 学生と企業の対面での接点 (学生)

プレントリーや個別企業セミナー (対面) など就職活動プロセスの量が多く項目で減少

2020年卒学生の就職活動について、活動のプロセス毎に実施率、実施数を現行の採用スケジュールが開始された2017年卒と比較した。実施数を見ると、「プレントリー社数」は、24.79社と約13社減少し、「個別企業のセミナー (対面)」は、11.25社と約4社減少している。

参考ではあるが、「就職確定先の入社意欲の高まった情報や企業との接触」については、「面接など対面での選考」が60.2%、「個別企業の説明会・セミナー」が44.3%と、対面での接触が上位となった。

学生

■就職活動プロセス毎の実施状況

(実施率：学生全体/それぞれ単一回答、平均実施数の対象：各プロセスを実施した学生/実数回答)

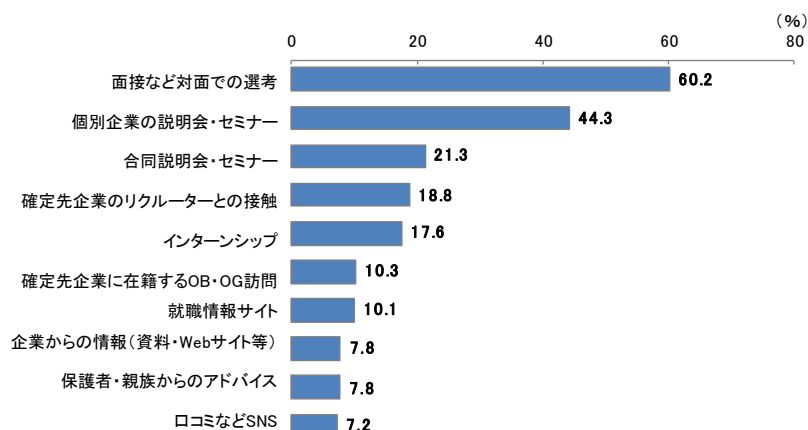
実施率 (%)	2020年卒		平均実施数(実施者ベース)		
	n=1904		① 2020年卒	② 2017年卒	①-②
就職に関する情報を収集する	83.2	(7.9)			
OB・OGなど社会人の先輩を訪問する	20.0	(4.2)	n=381 3.06 社 4.41 人	n=363 2.75 社 4.45 人	0.31 社 -0.04 人
リクルーターと接触する	21.0	(3.0)	n=400 3.38 社 5.11 人	n=413 3.45 社 5.23 人	-0.07 社 -0.12 人
プレントリー(企業・各種団体等への個人情報提供)をする	41.8	(-8.8)	n=797 24.79 社	n=1161 37.91 社	-13.11 社
大学で開催される合同説明会・セミナーに参加する	40.6	(-13.1)	n=773 3.48 回	n=1232 5.08 回	-1.60 回
大学以外で開催される合同説明会・セミナーに参加する	38.9	(-12.5)	n=741 4.46 回	n=1179 5.43 回	-0.97 回
個別企業の説明会・セミナー	対面(社内、会場など)で開催されるものに参加する	34.5 (-13.6)	n=658 11.25 社	n=1105 15.22 社	-3.97 社
	Web上で開催されるものに参加する	18.9 (-3.9)	n=360 4.60 社	n=524 3.19 社	1.41 社
エントリーシートなどの書類を提出する	54.7	(-8.2)	n=1042 12.36 社	n=1444 16.23 社	-3.87 社
適性検査・筆記試験を受ける	50.4	(-10.2)	n=960 8.36 社	n=1391 11.02 社	-2.66 社
面接など対面での選考を受ける	54.8	(-5.5)	n=1044 7.84 社	n=1384 9.39 社	-1.55 社
内々定・内定を取得する	85.4	(3.2)	n=1626 2.35 社	n=1886 2.22 社	0.13 社
参考) インターンシップへの参加	62.2	(18.5)	n=1184 4.53 社	n=1003 3.07 社	1.46 社

※カッコ内の数値は2017年卒との差

◆参考：就職確定先の入社意欲が高まった情報や企業との接触 (14項目のうち上位10項目を抜粋)

(大学生のみ_就職志望者・就職確定者/複数回答)

出典：「就職プロセス調査 (2020年卒) 2019年7月1日時点 内定状況」



2) コミュニケーションの時間、内容（企業、学生）

企業が学生1人あたりにかける総面接時間は平均約60分

企業が学生1人あたりにかける総面接時間を聞いたところ、平均で62.7分だった。

また、学生に就職活動で「①知りたいと思っていた情報」と「②知ることができた情報」、企業に採用活動で「③提供している情報」を聞いた。学生の①と②の差は「社内の人間関係」が20.9ポイントと最も大きく、次いで「採用選考の基準」が18.6ポイントだった。企業（③）と学生（②）の差は「社内研修・自己啓発支援の有無とその内容」が56.5ポイントと最も大きく、次いで「企業・各種団体等が求めている具体的な能力・人物像」が52.6ポイントであった。

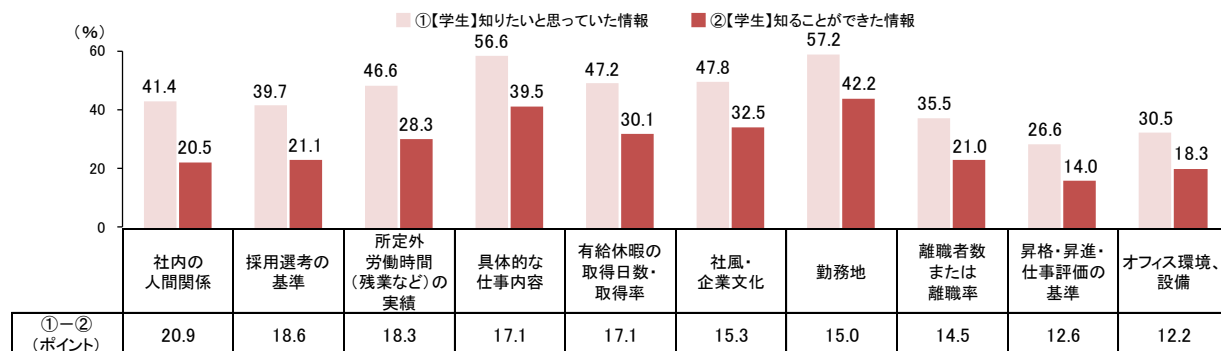
企業

■学生1人あたりにかける総面接時間（2020年卒採用実施企業／実数回答） ※0分の回答を除く

n=752	全体	従業員規模別			
		300人未満	300～999人	1000～4999人	5000人以上
学生1人あたりにかける総面接時間(平均)	62.7	56.1	70.5	57.5	65.6

学生

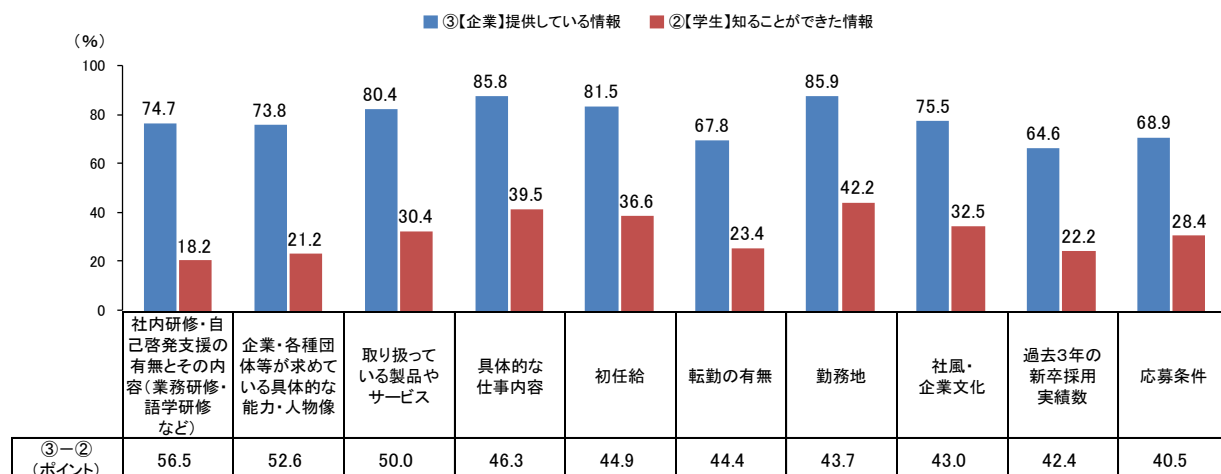
■学生「知りたいと思っていた情報」と「知ることができた情報」の差（39項目のうち差の大きい上位10項目を抜粋）（学生全体／複数回答）



企業

学生

■企業「提供している情報」と学生「知ることができた情報」の差（39項目のうち差の大きい上位10項目を抜粋）（企業：2020年卒採用実施企業／複数回答、学生：学生全体／複数回答）



3) コミュニケーションの手法と捉え方 (企業、学生)

「情報開示」「疑問・不安解消」に関して、企業と学生の捉え方が異なる

採用選考時の企業と学生のコミュニケーションについて、企業および学生（学生は入社予定企業等に対して）に13項目についてあてはまるかどうかを聞き、双方の認識を比較した。

①：企業は「学生に情報を求められれば隠すことなく開示している・した」の「あてはまる・計」が92.4%であることにに対し、学生は「ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた」の「あてはまる・計」が59.4%だった。

②：企業は「学生の疑問や不安を解消するための場や機会を設けている・設けた」の「あてはまる・計」が81.4%、学生は「疑問や不安があれば、解消する場や機会があった」の「あてはまる・計」が72.6%だった。

企業 学生

■採用選考時のコミュニケーション（13項目のうち5項目を抜粋、学生の13項目詳細についてはP7参照）
（企業：新卒採用実施または実施予定企業／単一回答、学生：就職先確定者／単一回答）

			(%)		
			あてはまる・計	どちらともいえない	あてはまらない・計
●凡例					
①	企業	学生に情報を求められれば 隠すことなく開示している・した n=1115	92.4	6.9	0.7
	学生	ネガティブな情報でも、 求めれば隠すことなく開示してくれた n=1668	59.4	33.5	7.1
②	企業	学生の疑問や不安を解消するための 場や機会を設けている・設けた n=1116	81.4	15.1	3.6
	学生	疑問や不安があれば、解消する場や 機会があった n=1668	72.6	22.1	5.2
③	企業	学生に自社を理解してもらうための場や 機会を多く設けている・設けた n=1115	74.9	18.8	6.3
	学生	企業理解のための場や機会が多くあった n=1668	67.9	24.6	7.5
④	企業	学生にとって自社が合うか検討する ための情報を提供している・した n=1113	74.8	20.7	4.5
	学生	自分に合っているかを検討するのに 有効な情報が得られた n=1668	69.8	25.2	5.1
⑤	企業	学生のために十分な時間を割くことを 意識している・した n=1113	67.7	22.9	9.3
	学生	自分自身のために十分な時間を 割いてくれた n=1668	73.1	22.2	4.6

※「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の5段階、「あてはまる」「ややあてはまる」の合計を「あてはまる・計」、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」の合計を「あてはまらない・計」としている

※企業は「どちらともいえない」を「どちらでもない」で聴取

4) 学生の入社予定企業等へ就職することの納得度 (学生)

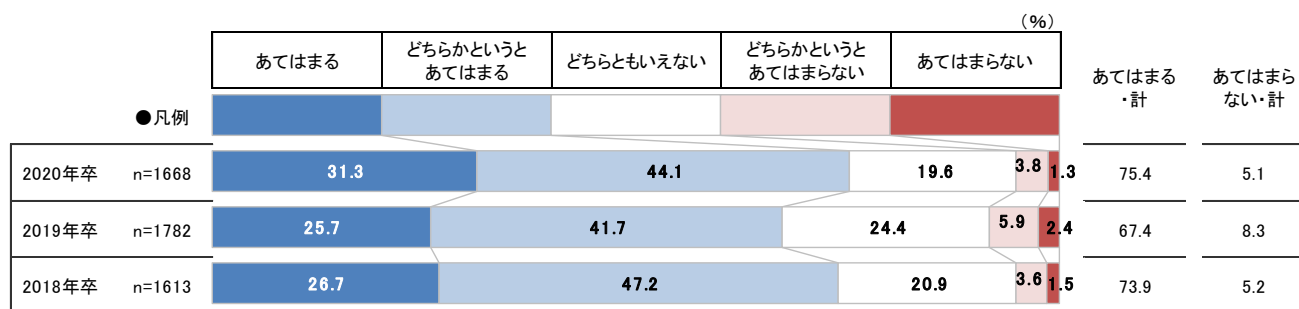
入社予定企業等へ就職することに納得している学生は約75%

就職先が確定している学生に入社予定企業等へ就職することに納得しているかを聞いたところ、「あてはまる・計」は75.4%であった。

就職活動開始当初「第一志望群以外」だった企業等に入社予定の学生が就職活動を終了した理由を見ると、「志望度の高い就職先から内定(内々定)を取得し、進路が決まったから」は57.6%。また、この「志望度の高い就職先から内定(内々定)を取得」した学生は、入社予定企業等に「納得している」が79.3%であった。

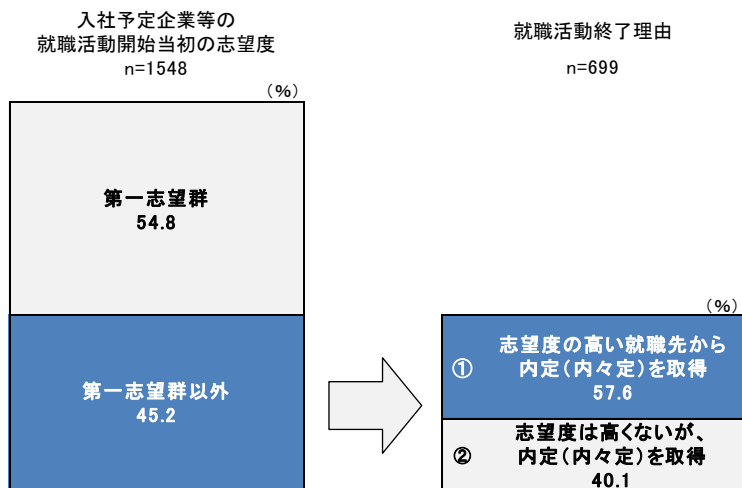
学生

■入社予定企業等へ就職することへの納得度 (就職先確定者/単一回答)



◆参考：入社予定企業等の志望度の変化 (就職活動終了者のうち就職先確定者/複数回答)

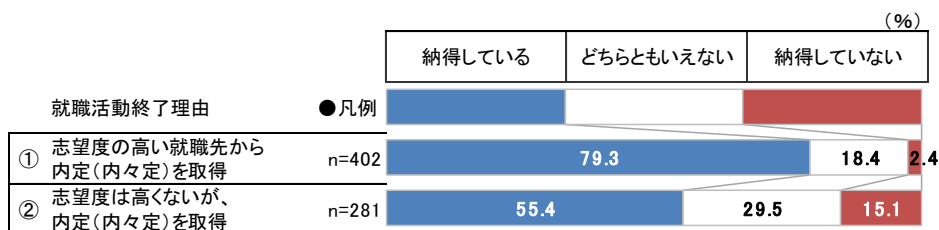
※就職活動終了理由は複数回答で10項目について聴取。「①志望度の高い就職先から内定(内々定)を取得し、進路が決まったから」
「②志望度は高くないが、就職先から内定(内々定)を取得し、進路が決まったから」のみに着目したため、合計が100%とならない。
※①と②の重複回答者を除いて集計



◆参考：就職活動終了理由別 入社予定企業等へ就職することへの納得度

(就職活動終了者のうち就職活動開始当初の第一志望群以外に入社予定の学生/単一回答)

※①と②の重複回答者を除いて集計



5) 採用選考時のコミュニケーションと納得度の関係 (学生)

納得度の高い学生は入社予定企業等が「自分のことを理解しようとしてくれた」と捉えている

就職先確定者に、入社予定企業等での採用選考時のコミュニケーションについて、どのように捉えたかを13項目で聞いた。得られた回答を点数化(*)し、入社予定企業等に就職することへの納得度別に比較をした。納得している学生の中で「1 自分のことをよく理解しようとしてくれた」の数値が1.42と最も高い。

また、「2 自分が本当にやりたいことをじっくり考えさせてくれた」「3 自分自身のために十分な時間を割いてくれた」「8 自分に合っているかを検討するのに有効な情報が得られた」の3項目は、納得している学生が納得していない学生よりも数値が1.00以上高かった。

*採用選考時のコミュニケーション13項目について、5段階の回答を「あてはまる=2」「ややあてはまる=1」「どちらともいえない=0」「あまりあてはまらない=-1」「あてはまらない=-2」と点数化

学生

■納得度別 入社予定企業等の採用選考時のコミュニケーションについての捉え方 (就職先確定者/単一回答)

※ウェイトバックせずに集計しているためサンプル数は異なる

※学生の入社予定企業等への納得度 (P6参照。「納得している」=「あてはまる・計」、「どちらともいえない」、「納得していない」=「あてはまらない・計」) 別に、点数化した回答の平均値を算出

※網掛けは「納得している」と「納得していない」の差が1.00以上の項目

		全体 n=1685	納得している n=1284	どちらともいえない n=319	納得していない n=82	
信頼感の醸成	1	自分のことをよく理解しようとしてくれた	1.26	1.42	0.77	0.54
	2	自分が本当にやりたいことをじっくり考えさせてくれた	0.96	1.12	0.54	0.11
	3	自分自身のために十分な時間を割いてくれた	1.07	1.25	0.56	0.22
	4	自分のことを必要としていることが伝わった	0.96	1.13	0.47	0.16
	5	ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた	0.76	0.90	0.37	0.10
働くイメージの醸成	6	より多くの社員と接する機会を設けてくれた	0.85	1.00	0.47	0.02
	7	企業理解のための場や機会が多かった	0.90	1.06	0.45	0.12
	8	自分に合っているかを検討するのに有効な情報が得られた	0.95	1.14	0.40	0.10
	9	疑問や不安があれば、解消する場や機会があった	1.00	1.17	0.51	0.28
	10	自分にとって魅力的な社員と出会えた	0.92	1.09	0.42	0.10
採用プロセスの速さ・公平性	11	企業の採用活動全般がスピーディーに進んだ	0.95	1.09	0.52	0.40
	12	採用選考における各種のやりとり(合否連絡等)が手際よく迅速だった	0.99	1.14	0.56	0.34
	13	企業の採用活動のプロセスが公正だと感じられた	0.87	1.03	0.41	0.17

※13項目引用：「就業レディネスを高めるための企業側フォローに関する考察－内定保有者を対象とした調査から－」
渡辺かおり・飯塚彩 (株式会社リクルートマネジメントソリューションズ 測定技術研究所)より一部加筆

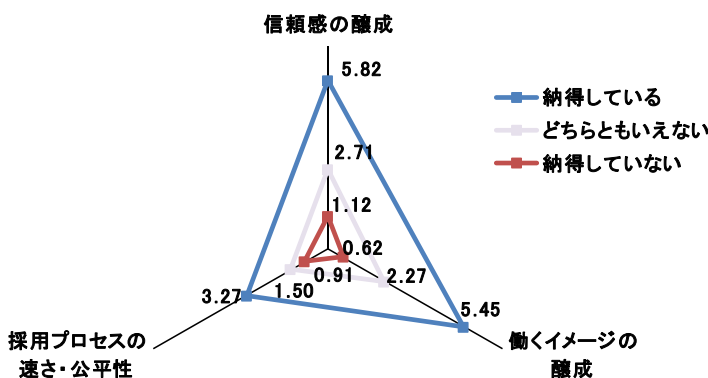
入社予定企業等に納得している学生は、採用選考時のコミュニケーションの捉え方として「あてはまる」度合いが大きい

P7の採用選考時のコミュニケーションに関する13項目を、「信頼感の醸成」「働くイメージの醸成」「採用プロセスの速さ・公平性」の3要素に集約し、各項目の合計値を算出。

入社予定企業等に就職することに「納得している」学生ほど、「信頼感の醸成」「働くイメージの醸成」「採用プロセスの速さ・公平性」の各要素とも数値が高い。

学生

◆納得度別 入社予定企業等の採用選考時のコミュニケーションについての捉え方（就職先確定者／単一回答）
※ウェイトバックせず集計しているためサンプル数は異なる



		全体 n=1685	納得している n=1284	どちらともいえない n=319	納得していない n=82
信頼感の醸成	1 自分をよく理解しようとしてくれた	5.00	5.82	2.71	1.12
	2 自分が本当にやりたいことをじっくり考えさせてくれた				
	3 自分自身のために十分な時間を割いてくれた				
	4 自分を必要としていることが伝わった				
	5 ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた				
働くイメージの醸成	6 より多くの社員と接する機会を設けてくれた	4.62	5.45	2.27	0.62
	7 企業理解のための場や機会が多かった				
	8 自分に合っているかを検討するのに有効な情報が得られた				
	9 疑問や不安があれば、解消する場や機会があった				
	10 自分にとって魅力的な社員と出会えた				
採用プロセスの速さ・公平性	11 企業の採用活動全般がスピーディーに進んだ	2.82	3.27	1.50	0.91
	12 採用選考における各種のやりとり（合否連絡等）が手際よく迅速だった				
	13 企業の採用活動のプロセスが公正だと感じられた				

※13項目引用：「就業レディネスを高めるための企業側フォローに関する考察－内定保有者を対象とした調査から－」
渡辺かおり・飯塚彩（株式会社リクルートマネジメントソリューションズ 測定技術研究所）より一部加筆

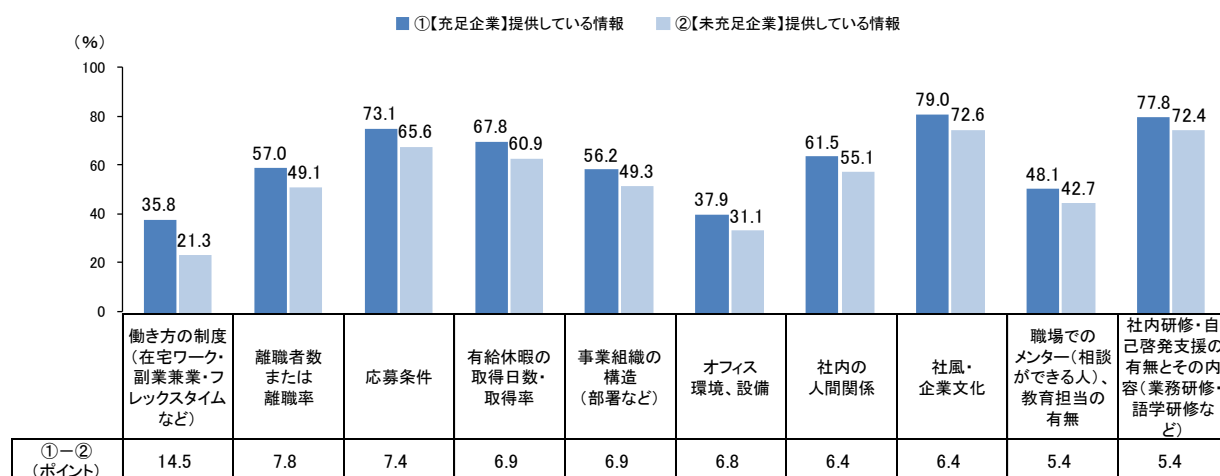
充足企業と未充足企業において、採用選考時のコミュニケーションの実施度合いに差がある

企業が採用活動で提供している情報について、採用計画に対する充足状況別に充足企業（①）と未充足企業（②）を比較したところ、①と②の差は「働き方の制度」が14.5ポイントと最も大きく、次いで「離職者数または離職率」が7.8ポイントであった。

企業の採用選考時のコミュニケーションを充足企業と未充足企業で比較したところ、(1)～(5)の全てで充足企業の方が未充足企業よりも「あてはまる」の割合が高かった。

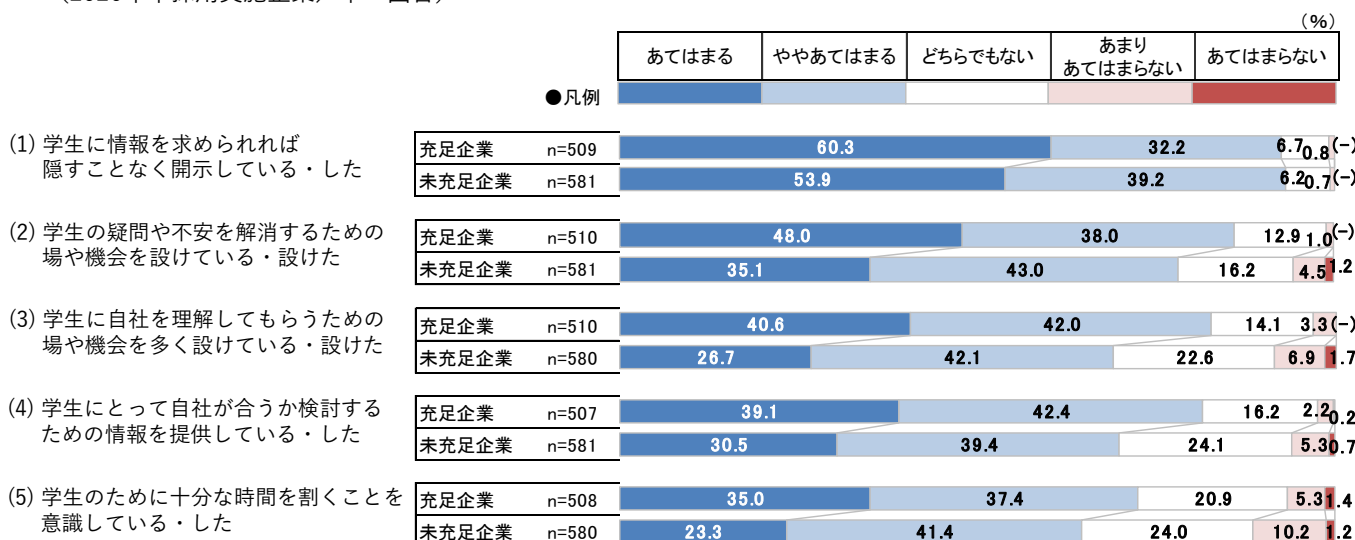
企業

◆充足・未充足別 提供している情報の差（39項目のうち差の大きい上位10項目を抜粋）
（2020年卒採用実施企業／複数回答）



企業

◆充足・未充足別 採用選考時のコミュニケーション（13項目のうち5項目を抜粋）
（2020年卒採用実施企業／単一回答）

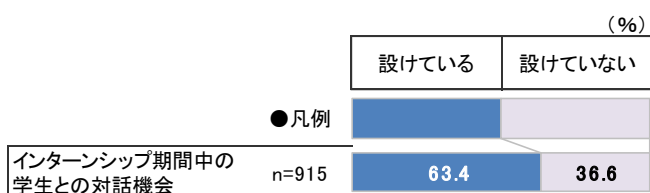


インターンシップで学生との対話機会を設けている企業は約6割、対話時間は平均約50分

インターンシップ期間中に学生を理解するために対面で話す機会を「設けている」企業は63.4%だった。また、対話機会を設けている企業において、学生1人あたりとの対話時間は平均49.5分だった。

企業

◆インターンシップ期間中の学生との対話機会（2019年度インターンシップ実施企業／単一回答）



企業

◆インターンシップ期間中の学生1人あたりとの対話時間（「対話機会を設けている」企業／実数回答）

	全体	従業員規模			
		300人未満	300～999人	1000～4999人	5000人以上
インターンシップ期間中の学生1人あたりとの対話時間(平均)	49.5	70.3	44.9	37.5	41.1

n=545