

就職白書

2022

就職活動・採用活動の振り返りと今後の見通し

コロナ禍において、就職・採用活動に大きな変化が起こり

学生・企業共に新たな課題を模索したことで、これまでにはなかった工夫や取り組みも生まれている。

その中でもオンラインを活用した授業、インターンシップ、採用選考など

非接触型のコミュニケーションが広く普及した2021年度。

学校生活や就職活動の急激な変化は、学生の志向や企業の採用活動にどのような影響を及ぼしたのだろうか。

すでに「説明会・セミナー」においては、対面よりもオンラインを支持する学生が多く

企業の約8割がオンラインで実施している。

オンライン化は、時間・費用・マンパワーの点でもメリットが大きく、2023年卒以降もこの傾向は続きそうだ。

オンライン化のメリットの一方で、「自社の魅力の伝達」「学生の動機づけ」に課題を感じる企業が増えている。

オンラインコミュニケーションが一般化する中でも、学生と企業のより深い相互理解を実現するために

企業が取り組めることは何か。学生が押さえておくべき視点は何か。

調査データ、就職活動を経験した学生の体験談、採用やインターンシップなどで工夫する企業の取り組み

などから、これからの就職・採用活動のヒントを見つけていただければ幸いです。

Our Vision

私たちが目指す未来

- 若者と働く組織が対等な立場から、互いを開示し理解し合うことで一人ひとりが自分らしく生き、活かされる社会

Our Mission

私たちが果たす社会的役割

- 若者と組織の実態・兆しを捉え、より良いつながりを示唆する

Our Values

私たちの行動指針

- あるがままの、多様な個人を尊重する
- 社会起点に立った研究・発信をしていく
- 就職・採用領域における専門性を高め続け、実態を追究する

調査概要

就職白書2022

※現在と同様の調査は「2012年卒より実施」

【企業調査】

2022年卒(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(2022年卒・2021年卒はWeb調査を含む)

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 4,787社

調査期間：2021年12月4日～2022年1月12日

回収社数：1,588社(回収率33.2%)

【学生調査】※1

2022年卒(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(2020～2022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

調査期間：2021年11月24日～2021年12月1日

集計対象：2,868人

※1大学生については、性別、専攻、所属大学の設置主体を基に、実際の母集団に近づけるよう、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ている



CONTENTS

2022年卒の就職・採用市場	4
2022年卒就職活動の振り返り（学生）	6
2022年卒採用活動の振り返り（企業）	10
オンライン化の現状	12
●ソニーグループ 浅井 孝和氏	
●ニップスシステムセンター 梶原 大輔氏	
オンライン化の成果・課題	14
2023年卒採用の見通し	16
インターンシップのトレンド	18
●広島銀行 花村 茜氏	
●愛媛大学 菅原 卓也氏	
これからの企業と学生の相互理解に向けて	20
●日本経済団体連合会 長谷川 知子氏	
就職みらい研究所の主な調査・コラム	22
イベントレポート	22
●インターンシップでリアルを伝えるための対話型セミナー	
就職みらい研究所Webサイト・Twitter	23

【就職プロセス調査】 P5、P15 ※1

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
調査対象：2020年・2021年・2022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』『リクナビ2021』『リクナビ2022』にて調査モニターを募集し、モニターに登録した学生

【働きたい組織の特徴】 P5

調査目的：就職活動中の大学生および大学院生の「働きたい組織（企業、団体、官庁など）の特徴」を把握する
調査対象：『リクナビ2022』会員より、2022年3月卒業予定の大学生および大学院生
集計対象：大学生 4,872人

※%を表示するために小数点第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

2022年卒の就職・採用市場

大卒求人倍率、学生の志向の変化など、2022年卒就職・採用環境の概観は？

大卒求人倍率は1.50倍で前年並み

コロナ禍2年目となった2022年卒の就職・採用活動。コロナ禍1年目の2021年卒においては、スケジュールの見直しや活動のオンライン化などが見られたが、2022年卒においてはどうかだろうか？ まずは環境を概観する。

「ワークス大卒求人倍率調査」(リクルートワークス研究所)によると、2022年3月卒業予定の大学生・大学院生対象の大卒求人倍率は1.50倍で、2021年卒の1.53倍から微減した(グラフ①)。新型コロナウイルスの感染拡大による経済停滞により10年ぶりの下落となった2021年卒に続く減少だが、1.5倍台を維持し底堅い結果となった。

2020年卒の水準(1.83倍)まで戻らなかった要因として、コロナ禍による景況感の不透明さにより従業員規模1000人未満、特に300~999人の企業で採用予定数が減少したことや、飲食店・宿泊業のような、コロナ禍の影響を受け

やすい業種で採用予定数が減少した企業が多かったことなどが指摘されている。

就職内定率は96.4%で例年と同水準

一方、学生の内定状況を見ると、2022年卒学生の3月卒業時点での就職内定率は96.4%と、2020年卒(95.4%)、2021年卒(96.1%)と同水準だった(P5・グラフ②)。

4月1日時点までは、コロナ禍以前の2020年卒を上回る高さとなった2021年卒並みに推移したが、5月1日時点以降は、2020年卒よりも低く推移した2021年卒よりは高く、2020年卒よりは低く推移。10月1日時点以降は、2020年卒と同水準で推移し、最終的には例年と同水準となった。

学生の価値観の変化

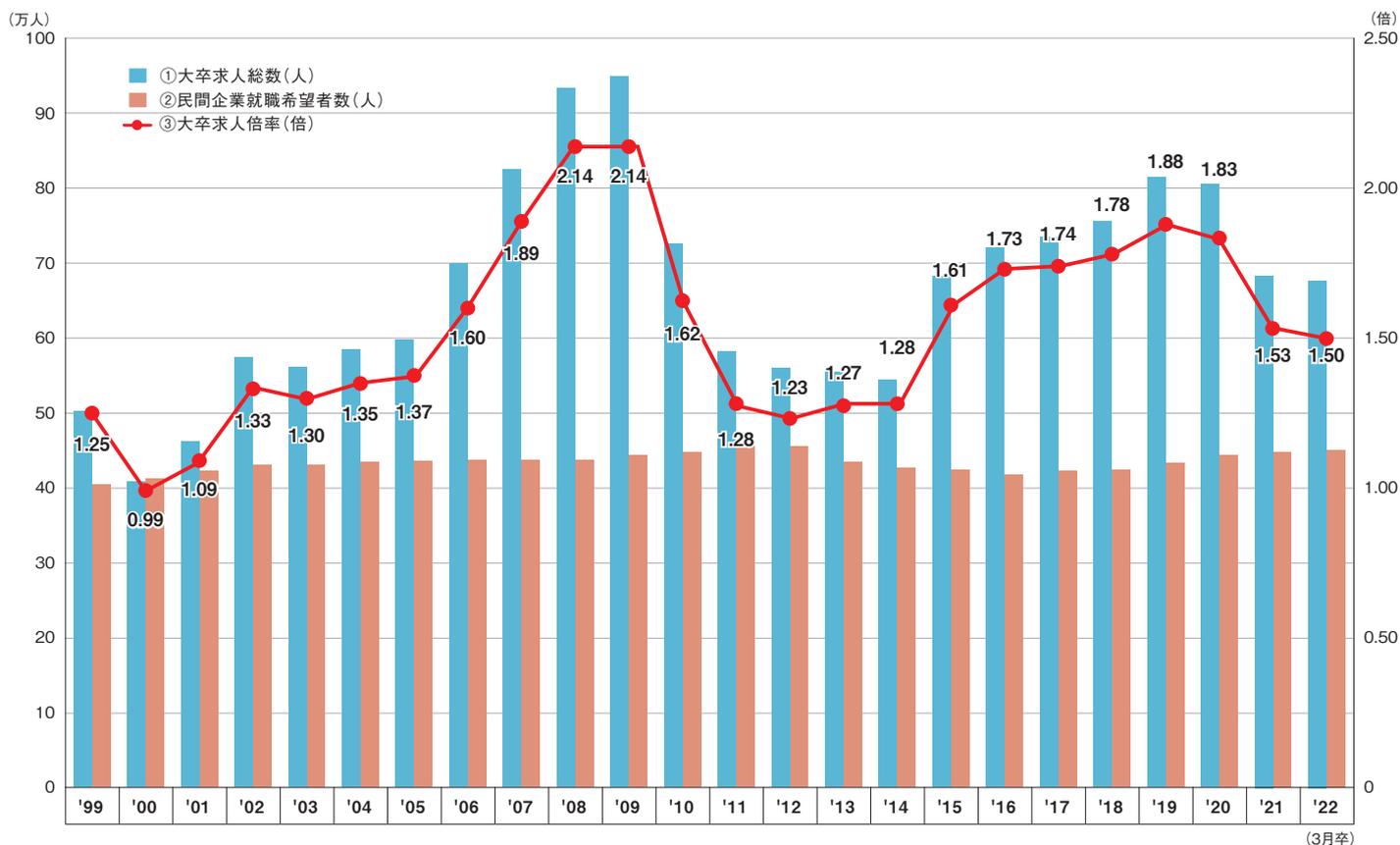
『就職白書2021』では、学生において自己成長志向の高まりが見られることを指摘したが、2022年卒学生におい

企業

大卒求人倍率は1.50倍。2021年卒並みで企業の採用意欲は底堅い状況

学生

① 大卒求人倍率・求人総数・民間企業就職希望者数



※2021年3月卒の大卒求人倍率は2回調査されており、2月調査は1.72倍、6月調査は1.53倍であった

出典：①②③リクルートワークス研究所「ワークス大卒求人倍率調査」



でも、その傾向がうかがえる。

具体的には、2022年卒学生への「働きたい組織」に関する調査において、「これまでの経験とは無関係に、ゼロから学べる」ことよりも「これまでの経験を活かして成長できる」ことを重視する学生が、また、「企業独自の特殊な能力が身につく」ことよりも「どこの会社に行ってもある程度通用するような汎用的な能力が身につく」ことを重視する学生が5年前と比べ増加している（グラフ③）。

また、入社後の起業・副業・兼業の予定についても、2022年卒学生においては「すでに起業した会社を続けていきたい」「入社後に起業したい」「これまでやっていた仕事を副業・兼業として続けたい」「入社後に副業・兼業を始めたい」の合計が29.9%と、約3割に上った（グラフ④）。

こうした働くことへの価値観や働き方の変化に対応した活躍の場の提供も、今後、雇う側と働く側がWin-Winの関係築いていくために重要になりそうだ。

将来の起業に向け、転職も視野に就職先を決定

● 化学メーカー内定・理系大学院2年

学部は化学系、大学院は生物系の専攻でしたが、就活は専攻にとらわれず、医薬品や化学、繊維、ITなど興味を持った企業を広く見て、約20社に応募。起業しない限り、雇われる立場だどこに行っても給与などに大差はないと考え、得られる経験を優先して選びました。結果、3社から内定を得て、選考過程で最も自分に向き合い、高く評価してくれた実感を得た化学メーカーに決定。開発職を中心に関連業務にも広く携わりたいという希望に沿った配属を確約してもらえたことや、選考が全てオンラインで職場の様子分からないため見学に行きたいという要望に応えてもらったことなども決め手の一つです。他社は、入社まで配属が分からず、希望する仕事で、主体的な判断・行動が認められる環境で働きたいという希望に合いませんでした。

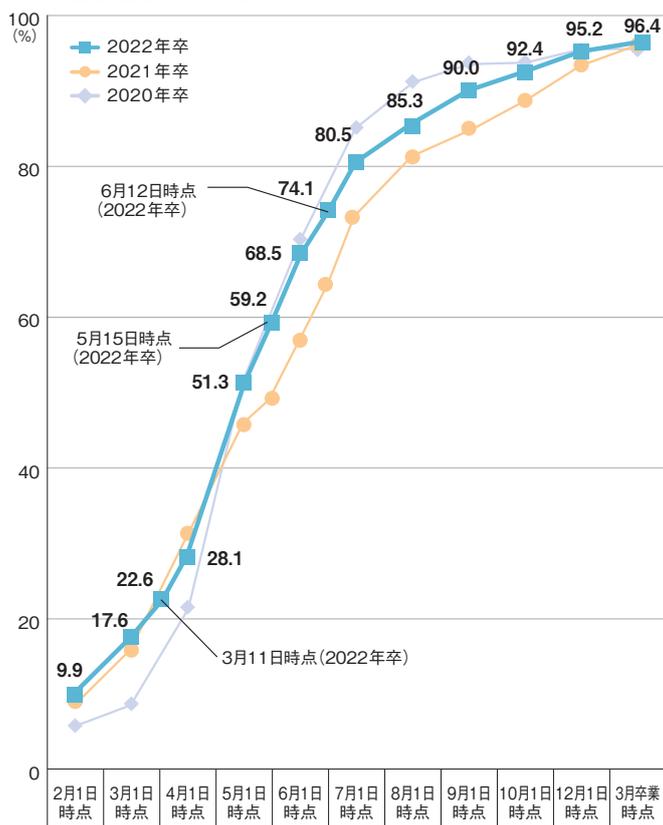
入社後は、開発業務と並行して弁理士資格をとり、特許事務所に移って経験を積み、起業したいと思っています。もちろん転職する際は、将来的に協力関係を築けるよう円満退職するつもりです。就活では、採用の視点も知れて起業の糧になりました。



学生 3月卒業時点の就職内定率は96.4%で例年並み

② 就職内定率の推移

※大学生・就職志望者／単一回答

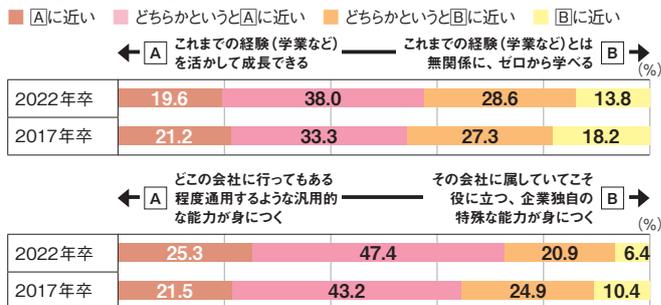


(2022年卒 就職プロセス調査)

学生 自己成長を志向する割合が増加

③ 働きたい組織の特徴

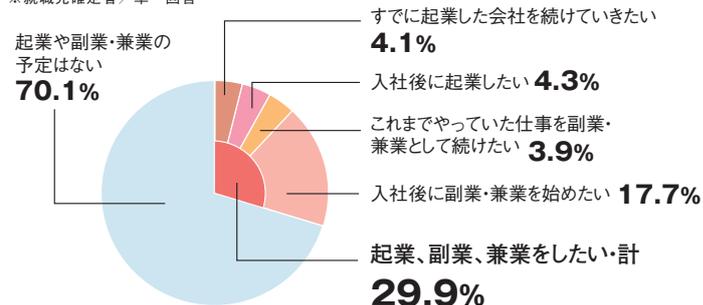
※大学生のみ／単一回答



学生 約3割が入社後に起業・副業・兼業を「したい」「続けたい」

④ 入社後の起業・副業・兼業の予定

※就職先確定者／単一回答



2022年卒就職活動の振り返り(学生)

学生の進路決定状況や、活動プロセスごとの行動量、活動時期は？

第1志望群に入社する学生が増加

ここからは、2022年卒学生の就職活動を振り返る。民間企業等を対象に就職活動を行った学生のうち、2021年11月時点で民間・民間以外を問わず就職先が確定している学生は86.9% (グラフ①)。2021年卒(87.2%)と同水準だった。そのうち、「民間企業に就職する」ことが確定したのは81.0%で、こちらも前年(80.0%)と同水準だった。

就職先が確定している学生のうち、当初からの第1志望群に入社予定の学生は55.8%で、前年(50.5%)から5.3ポイント増加(グラフ②)。2020年卒(52.8%)と比較しても3.0ポイント高い。2021年卒においては、コロナ禍に入り急ぎょ採用計画を変更した企業が例年より多く見られたため、学生も志望する企業群に決まりづらかった面があるが、2022年卒においては採用環境をふまえて志望先を選べたことも影響していると考えられる。

1社以上内定を取得した学生の平均取得社数は2.46社(データ③)。前年(2.17社)から微増し、コロナ禍前の2020年卒を上回った。

就職活動を終了した学生にその理由を聞いたところ、「内定を取得した企業等に入社したいと思った」が87.1%で最も高い(グラフ④)。一方、「できるだけ早く内定を取得し、就職活動をやめたかった」という学生が27.8%だった。活動期間がコロナ禍前の2020年卒に比べて約1カ月長くなっていることや(P8・データ②)、入社予定企業の内定取得時期が活動開始時期にかかわらず「卒業年次6月」が最多となっていることから(P8・表③)、活動の長期化やそれに伴う学生の負担増が懸念される。

オンラインの活動量が上昇

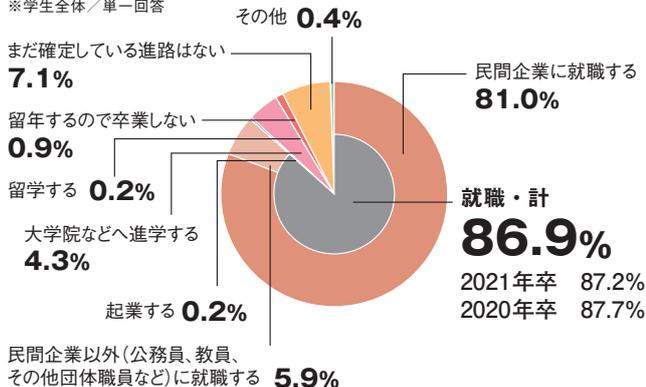
活動プロセスごとの実施率・実施数を2021年卒と比較すると、全体的な実施率は減少傾向だが、オンラインの活

学生

約9割が、就職先を確定

① 卒業後の進路確定状況(2021年11月時点)

※学生全体/単一回答

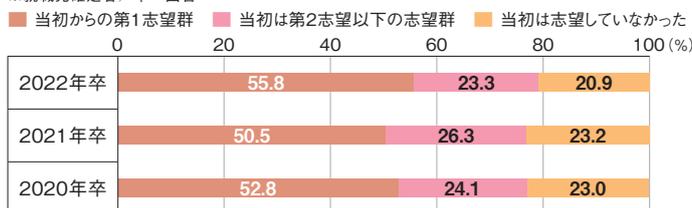


学生

半数以上が、当初の第1志望群に入社予定

② 入社予定企業等への就職活動開始当初の志望度

※就職先確定者/単一回答



学生

平均2.46社から内定を取得

③ 内定を取得した企業数

※該当年度の前年11月時点で内定を取得している学生/実数回答

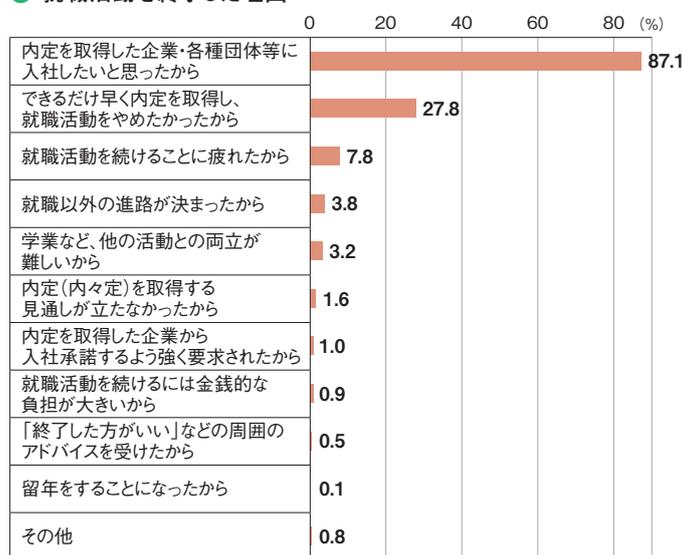
2022年卒	2021年卒	2020年卒
2.46社	2.17社	2.35社

学生

約3割が、早く活動を終わりたいという理由で就職活動を終了

④ 就職活動を終了した理由

※就職活動終了者/複数回答





動は活発化した(表⑤)。2021年卒に比べて実施率が上昇したのは、「個別企業等の説明会・セミナー(Web)」「前年卒差+13.3ポイント)」、「面接選考(Web)」「(同+3.4ポイント)」、「プレエントリーをする」(同+1.1ポイント)、「選考のための動画を提出する」(同+1.0ポイント)の4項目。実施平均数は、「個別企業等の説明会・セミナー(対面)」、「面接選考(対面)」を除いた11項目が上昇した。特に「個別企業等の説明会・セミナー(Web)」は6.37社、「面接(Web)」も1.87社増加し、オンラインによる効率化を背景に活動量が上昇していることが分かる。

就職先が確定した学生に、「合同説明会・セミナー」「個別企業等の説明会・セミナー」「面接選考」におけるWeb・対面での実施経験を聞いたところ、いずれも「Webのみ実施」「Web・対面どちらも実施」の合計が9割を超えた(P12・表①)。学生にとって企業とオンラインでコミュニケーションをとることは当たり前になっていることが分かる。



選考は全てオンライン。予定を組みやすかった

● IT企業内定・商学部4年

アルバイト感覚でしていた報酬付き長期インターンシップで業務自動化に取り組んだことから、学んだ技術をすぐにシステムという形でできることにひかれてIT業界を志望。Web説明会を30社ほど、また、企業の公式情報以外に外部の人が各社の年収や働き方などを解説するYouTubeを視聴して、給料が良く、転職時に強みになるスキルがつくと感じた企業10社に応募しました。

説明会・選考はほぼオンラインで、外出したのは適性検査の1回だけ。予定を組みやすく楽でした。社員の方が働く様子などはインターネットで検索して調べるしかありませんでしたが、ほかの学生も同じ状況なので仕方ありません。また、Web説明会は倍速にできて、夜にも見られるオンデマンドのものを中心に視聴。活躍している社員の特徴や求める人材像に注目し、自分のどの経験を面接で伝えるか検討しました。他方で、YouTubeは企業の実情を知るツールとして活用。ただし、実態を判別しづらい情報もあるので、主観的な意見以上に業務内容やサービス・製品の特徴など客観的な情報を参照するようにしていました。

学生

全体的な実施率は減少傾向だが、オンラインの活動は上昇

⑤ 就職活動プロセスごとの実施状況

※実施率：学生全体/それぞれ単一回答、平均数の対象：各プロセスを実施した学生/実数回答
※()内の数値は2021年卒との差(ポイント)

	実施率 (%)		平均数 (実施者ベース)		
	2022年卒 / 2021年卒	n=2868 / n=2111	①2022年卒	②2021年卒	①-②
就職に関する情報を収集する	83.6	(-3.2)			
OB・OGなど社会人の先輩を訪問する	15.5	(-1.6)	n=444 3.13 社 4.28 人	n=362 2.74 社 4.12 人	0.39 社 0.16 人
リクルーターと接触する	19.0	(-2.0)	n=544 4.05 社 5.37 人	n=444 3.08 社 4.76 人	0.97 社 0.61 人
プレエントリー(企業・各種団体等への個人情報提供)をする	46.4	(1.1)	n=1330 29.74 社	n=956 27.54 社	2.20 社
合同説明会・セミナー	対面で開催されるものに参加する ※1	32.6	n=935 5.54 回		
	Webで開催されるものに参加する ※1	49.8	n=1428 11.20 回		
個別企業・各種団体等の説明会・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	28.9	n=828 6.28 社	n=732 7.80 社	-1.52 社
	Webで開催されるものに参加する	42.9	n=1230 16.43 社	n=624 10.06 社	6.37 社
エントリーシートなどの書類を提出する	57.6	(-4.3)	n=1652 17.33 社	n=1306 14.75 社	2.58 社
選考のための動画を提出する	23.0	(1.0)	n=658 5.95 社	n=463 2.82 社	3.13 社
適性検査・筆記試験を受ける	53.7	(-4.8)	n=1540 11.30 社	n=1235 9.83 社	1.47 社
面接選考	対面での面接選考を受ける	48.9	n=1403 4.70 社	n=1206 4.84 社	-0.14 社
	Web上での面接選考を受ける	54.3	n=1559 9.10 社	n=1075 7.23 社	1.87 社
内々定・内定を取得する	85.1	(-1.2)	n=2441 2.46 社	n=1821 2.17 社	0.29 社

※1 2022年卒調査より聴取

2022年卒就職活動の振り返り(学生)

活動開始時期は前倒し傾向

次に、活動時期・期間について見る。就職活動を終了した学生に就職活動の開始時期を聞いたところ、最も多かったのは、卒業年次前年の「6月以前」で27.0%（グラフ①）。前年（26.1%）と同水準で、2020年卒（17.9%）からは9.1ポイント増加した。また、卒業年次前年の9月までの累計は44.0%で、前年（44.6%）と同水準、2020年卒（30.3%）からは13.7ポイント増加した。2021年卒以降、活動開始時期の前倒し傾向が続いている。

一方で、6ページで触れたように、就職先が確定した学生に入社予定先からの内定取得時期を聞いたところ、就職活動を開始した時期にかかわらず「卒業年次6月」が最も高い割合であった（表③）。ただし、5月までの累計を見ると、「卒業年次前年9月以前」に開始した学生が5月までに入社予定先から内定した割合は51.2%で、「卒業年次前年3月

以降」に開始した学生（15.5%）を35.7ポイント上回った。

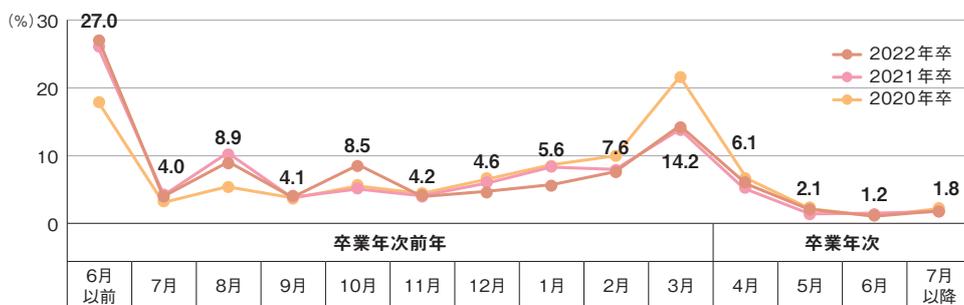
実質就職活動期間の平均は7.6カ月で、前年（7.8カ月）と同水準だが、コロナ禍前の2020年卒（6.4カ月）に比べると、1.2カ月長い（データ②）。また、インターンシップに参加経験のある学生は8.3カ月、参加経験のない学生は6.2カ月と、参加経験の有無によって約2カ月の差があった。前年はコロナ禍の影響で採用活動が後ろ倒しになったが、2022年卒の採用活動の進捗は例年並みに戻っていることから、さらなる早期化・長期化への影響も見受けられる。

また、応募した企業の採用活動の方法・形態について聞いたところ（P9・グラフ⑤）、最も多かったのは「誰でもエントリー可能な採用」で、80.4%と、2021年卒と同水準だった。一方、2021年卒に比べて大きく伸びたのが、「インターンシップからの採用」（前年卒差+11.0ポイント）と「逆求人など、スカウト型の採用」（同+4.5ポイント）であった。いずれも、早期に企業と学生が出合うことのできる方法で

学生

44%が、卒業年次前年の9月以前に活動を開始

① 就職活動の開始時期 ※就職活動終了者/実数回答



学生

実質活動期間は平均7.6カ月

② 実質活動期間の平均 ※就職活動終了者/実数回答

2022年卒
7.6 カ月
2021年卒 7.8カ月
2020年卒 6.4カ月
2019年卒 6.2カ月

学生

入社予定先からの内定取得時期は、活動開始時期にかかわらず6月がピーク

③ 就職活動開始時期別 入社予定企業等からの内定取得時期

※学生全体：就職先確定者のうち内定取得者/実数回答、就職活動開始時期別：就職先確定者のうち内定取得者かつ就職活動終了者/実数回答

	n	卒業年次前年										卒業年次					2月までの累計 (%)	5月までの累計 (%)
		9月以前	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月以降			
全体	2337	1.8	0.3	0.5	0.6	0.9	2.2	6.3	12.1	13.0	19.0	12.4	12.2	9.0	9.7	6.3	37.7	
就職活動開始時期別	卒業年次前年9月以前	978	3.6	0.6	1.0	1.3	1.9	4.0	10.3	15.8	12.7	19.0	9.1	10.6	5.6	4.5	12.4	51.2
	卒業年次前年10月～2月	706	0.3	—	0.2	0.3	0.4	1.6	6.5	13.2	16.7	20.9	14.5	11.2	7.2	6.9	2.8	39.3
	卒業年次前年3月以降	550	—	0.3	—	—	—	—	—	5.4	9.9	17.7	16.1	15.8	15.6	19.3	0.3	15.5



あり、早期化の一因になっている可能性がある。

活動開始時期による働く意欲の差はない

就職活動の早期化・長期化が進んでいるが、就職活動に際して、学生の働く意欲は伴っているだろうか。学生に就職活動開始時点での働く意欲を聞き、就職活動を開始した時期を卒業年次前年の「9月以前」「10月～2月」「3月以降」に分けて比較した(グラフ④)。

働く意欲が「十分」「どちらかという十分」を合わせた「十分・計」の割合が最も高かったのは、「9月以前」で、62.3%。次が「10月～2月」で59.5%。「3月以降」は56.0%と最も低かった。ただし、「9月以前」と「3月以降」の差は約6ポイントと極端に大きな差は見られなかった。また、「どちらかというと不十分」「不十分」を合わせた「不十分・計」は、開始時期にかかわらず15%前後と、働く意欲が醸成されないまま活動を開始する学生が一定数存在することがうかがえる。

3年生9月のインターンシップから1年間活動

● テレビ制作会社内定・文系学部4年

学んでいた英語を使えそうな旅行会社と、自分の考えを発信できる仕事としてマスコミに興味があったので、学部3年9月から冬にかけて旅行、テレビ制作、新聞、出版など7社のインターンシップに参加。それぞれの現場や仕事内容を知ったことで、自分の意見も取り入れてもらえる中小規模の企業でテレビ制作に携わりたいと志望が固まりました。

しかし、選考がなかなか通らず、応募業種を広告・人材系にも広げて最終的には21社に応募。途中、人材業界の1社に内定しましたがテレビ制作会社を諦められず、3週間の教育実習を挟みながら応募・選考参加を続けました。そうして4年生の9月に、取り組みたいと思っていた情報・報道分野の番組制作に特化していて、説明会や選考で大変さもやりがいも包み隠さず話してくれた企業に内定。納得できる企業に決まってよかったです。

どの企業も、選考はオンライン中心だったので、住んでいる西日本から東京に毎回行かなくて済み、体力面も費用面も助かりました。20社以上受けられたのも、オンライン中心だからこそでした。

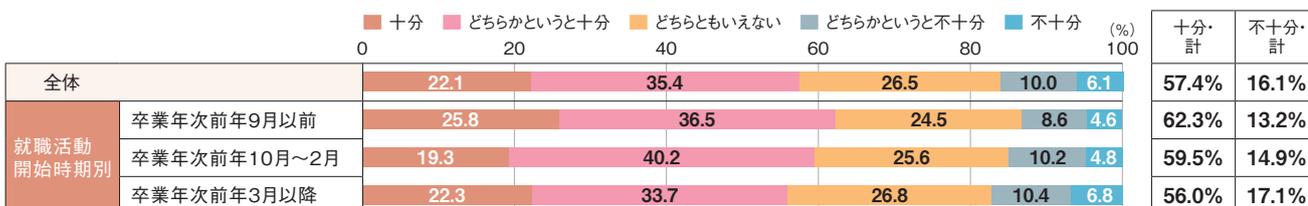


学生

働く意欲について、就職活動開始時期の違いによる大きな差はない

④ 就職活動の開始時期別の就職活動開始時点での働く意欲

※全体：学生全体／単一回答、時期別：就職活動終了者／単一回答

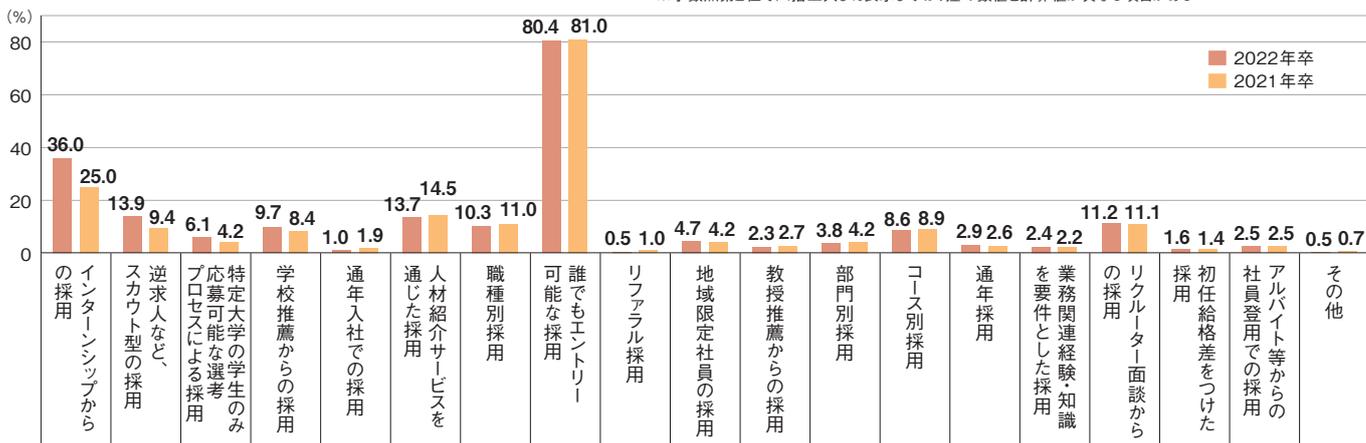


学生

応募企業の採用方法として、「インターンシップからの採用」「逆求人など、スカウト型の採用」などが前年より増加

⑤ 応募した(応募する予定)企業の採用活動の方法・形態

※学生全体／複数回答 ※「その他」を除き前年差(絶対値)の大きい順 ※小数点第2位で四捨五入し%表示しており差の数値と計算値が異なる項目がある



2022年卒採用活動の振り返り(企業)

企業の採用計画に対する充足状況や内定出し人数は？

採用数充足企業の割合は減少

ここからは、企業の採用活動について紹介する。

2022年卒の採用数の計画に対する2021年12月時点での充足状況は、「計画通り」「計画より若干多い」「計画よりかなり多い」を合わせた採用数充足企業の割合が52.2%と、前年(56.0%)から3.8ポイント減少した(グラフ①)。

従業員規模別・地域別に見ると(表③)、「1000～4999人」企業で6.9ポイント、「300人未満」企業で6.4ポイント減少。また、「300人未満」企業、「北海道・東北」「中国・四国」で、充足企業が半数を下回った。

採用数が「計画より若干少ない」「計画よりかなり少ない」と回答した企業にその理由を聞いたところ、「内定辞退が予定より多かった」が前年より12.3ポイント増、「選考辞退が予定より多かった」が9.8ポイント増で(グラフ②)、想定以上の選考辞退・内定辞退に苦戦した様子が見られる。

「採用予定数を100」とした場合の「内定出し人数」「内定辞退人数」「内定人数」の割合を見ると(P11・グラフ⑥、表⑦)、「内定出し人数」は171.2で前年に比べ14.6増加。「内定辞退人数」は75.7で、前年に比べ19.1増加。多く内定を出しても辞退人数が多い事態となった。

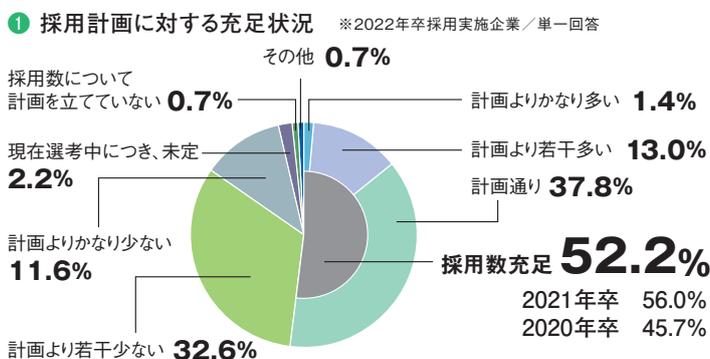
説明会・セミナーはオンライン実施が主流に

採用プロセスの実施状況を見ると、「個別企業説明会・セミナー」は、Webが82.4%、対面が56.9%。「合同企業説明会・セミナー」は、Webが72.0%、対面が63.4%で、いずれもWebが対面を超えた(P11・グラフ④)。「面接」は、Webが78.4%で対面の87.0%に及ばなかったが、前年からは8.6ポイント増加。従業員規模別に見ると、「300人未満」で前年より12.4ポイント増加しており、Web面接実施率の従業員規模間の差が小さくなっている(P11・表⑤)。

オンライン化の動向は、12ページより詳しく見ていく。

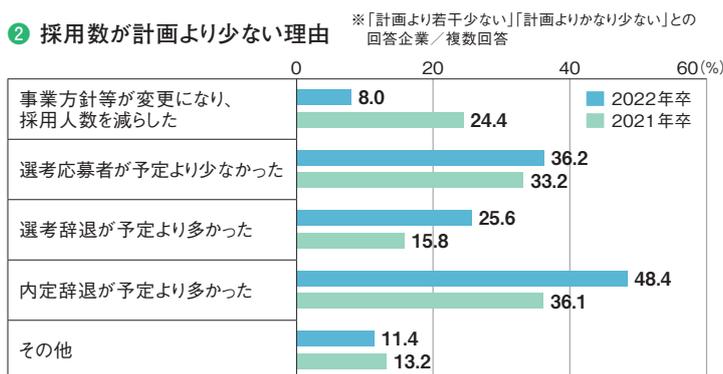
企業

採用目標数を充足できた企業は半数以上



企業

採用数未充足の理由として「予定を上回る内定辞退/選考辞退」が増加



企業

従業員規模1000～4999人、300人未満の企業で充足企業が減少

③ 2022年卒の12月時点での採用数充足状況

※2022年卒採用実施企業/単一回答
※「充足」は「計画よりかなり多い」「計画より若干多い」「計画通り」の合計、「未充足」は「計画より若干少ない」「計画よりかなり少ない」「現在選考中につき、未定」の合計

	n	充足	未充足
全体	1529	52.2%	46.4%

従業員規模別	n	充足	未充足
300人未満	500	47.8%	49.6%
300～999人	529	53.1%	45.7%
1000～4999人	385	53.8%	46.0%
5000人以上	99	64.6%	34.3%

地域別	n	充足	未充足
北海道・東北	143	47.6%	47.6%
関東	620	54.5%	44.8%
中部・東海	300	51.0%	47.7%
関西	239	53.1%	45.2%
中国・四国	136	47.1%	51.5%
九州	91	52.7%	47.3%

面接(Web)実施別	n	充足	未充足
実施	1199	52.4%	46.8%
非実施	330	51.5%	45.2%

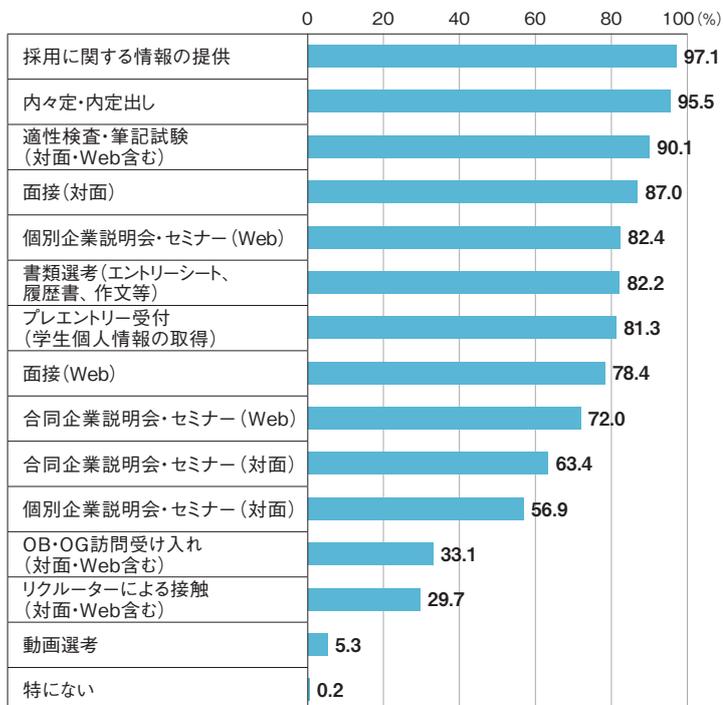


企業

説明会・セミナーの実施率は、
Web実施が対面実施を上回った

4 採用プロセスの実施率

※2022年卒採用実施企業／複数回答



企業

Web面接の実施率が、
300人未満企業で12.4ポイント増加

5 従業員規模別・地域別 面接(Web)の実施率

※該当卒年採用実施企業／複数回答 ※各「年卒」の左列はサンプル数

	面接(Web)実施			
	2022年卒		2021年卒	
全体	1531	78.4%	1334	69.8%
従業員規模別				
300人未満	501	62.5%	431	50.1%
300～999人	528	80.1%	489	72.2%
1000～4999人	387	91.7%	317	86.8%
5000人以上	99	98.0%	88	94.3%
地域別				
北海道・東北	143	67.1%	124	51.6%
関東	622	85.5%	542	78.4%
中部・東海	301	75.7%	244	65.2%
関西	238	73.9%	216	68.1%
中国・四国	136	73.5%	127	60.6%
九州	91	75.8%	81	72.8%

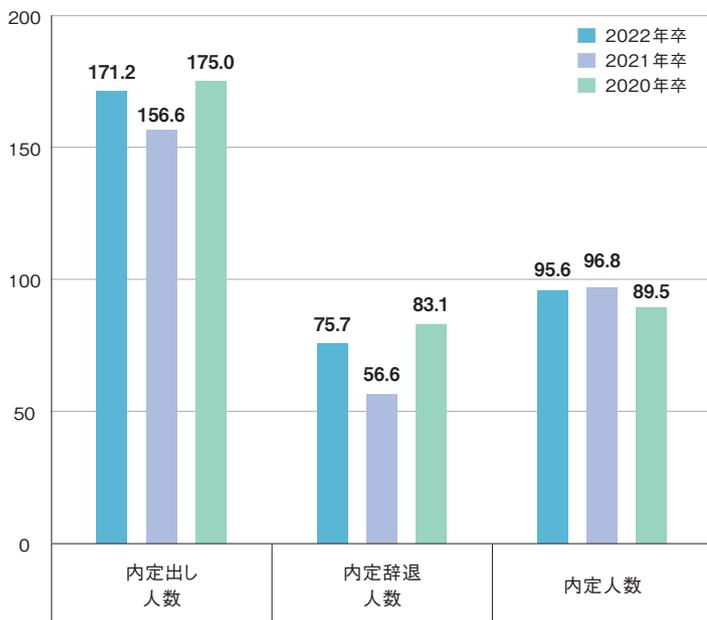
企業

採用予定数を100とした場合の、内定出し人数、内定辞退人数が増加傾向

6 「採用予定数を100」とした場合の

「内定出し人数」「内定辞退人数」「内定人数」(全体)

※2022年卒の採用予定数、プレエントリー受付人数、面接人数、内定出し人数、内定人数の全回答企業／実数回答



※2022年卒の「内定辞退人数」は、「内定出し人数」から「内定人数」を引いて算出

7 「採用予定数を100」とした場合の「内定出し人数」「内定辞退人数」「内定人数」(従業員規模別・地域別)

※2022年卒の採用予定数、プレエントリー受付人数、面接人数、内定出し人数、内定人数の全回答企業／実数回答

	n	内定出し人数	内定辞退人数	内定人数
全体	439	171.2	75.7	95.6
従業員規模別				
300人未満	143	163.9	69.5	94.4
300～999人	159	166.8	74.9	92.0
1000～4999人	113	171.4	77.4	94.0
5000人以上 ※1	21	177.3	75.1	102.2
地域別				
北海道・東北 ※1	37	142.8	48.1	94.7
関東	176	171.8	75.6	96.2
中部・東海	81	158.7	66.8	91.9
関西	65	178.5	82.4	96.1
中国・四国 ※1	48	194.7	100.5	94.2
九州 ※1	32	223.3	123.5	99.8

※1 サンプル数50未満のため参考値として掲載

オンライン化の現状

学生の就職活動のオンライン化の状況は？

説明会・選考へのWeb参加は当たり前

ここからは、就職・採用活動のオンライン化の動向について見ていく。

就職先が確定した学生に「合同説明会・セミナー」「個別説明会・セミナー」「面接選考」におけるWeb・対面での実施経験を聞いたところ、いずれも「Webのみ実施」と「Web・対面どちらも実施」を合わせた割合が9割を超えた(表①)。Webで説明会や選考に参加することは、学生にとって当たり前になっていることが分かる。

学生は、Webと対面の違いをどのように捉えているだろうか？「Web・対面どちらも実施」した学生に、Webと対面のどちらがよいかを聞いたところ、「合同説明会・セミナー」「個別説明会・セミナー」は、「Webの方がよい」「どちらか」というとWebの方がよい」と合わせた「Webの方がよい・計」がそれぞれ65.7%、53.7%と半数を超えた(グラフ②)。一

方、「面接選考」については、「対面の方がよい」「どちらか」というと対面の方がよい」を合わせた「対面の方がよい・計」が45.8%で、「Webの方がよい・計」(29.9%)を上回った。ただし、前年から7.9ポイント減少している。

Webと対面、それぞれについて「よい」とする理由として学生から挙げたコメントをページ下にまとめた。

「合同説明会・セミナー」や「個別説明会・セミナー」で「Webの方がよい」という学生は、移動の手間や交通費の削減などを挙げていた。また、質問のしやすさや調べながら話を聞けることなど、Webならではのよさを見出している学生もいた。「面接」については、「せめて最終面接やその前段階の面接では人柄を見てほしいし、社員の人柄を実際に見たい」に代表されるように、Webでは把握しづらい非言語情報を対面で伝えたい・得たいという声が多く見られた。「Webの方がよい」という学生の中にも「最終面接は対面がよい」との声が挙がっていた。

学生

説明会、面接とも9割超がWebで参加経験あり

① 就職活動プロセスのWeb・対面実施率

※就職先確定者／単一回答 ※「未実施」を除く

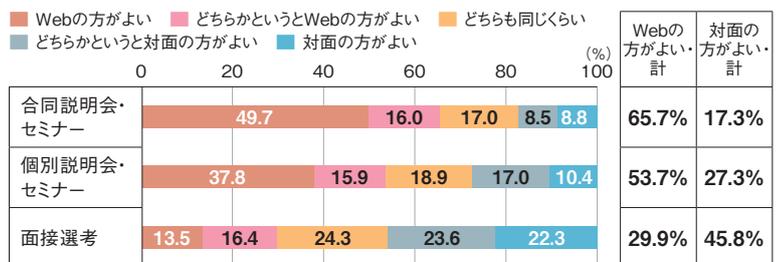
	Webのみ実施	Web・対面どちらも実施	対面のみ実施
合同説明会・セミナー	38.2%	53.6%	8.1%
個別説明会・セミナー	36.1%	56.5%	7.4%
面接選考	16.8%	74.3%	9.0%

学生

説明会は「Webの方がよい」が過半数

② Webと対面、どちらがよいか

※就職先確定者のうち、各プロセスをWeb・対面どちらも実施した学生／単一回答



「Webの方がよい」「対面の方がよい」それぞれの理由

<Webの方がよい：合同説明会・セミナー>

- 合同説明会は、「なんとなく興味を持っている企業の話聞く」「新しい企業と出会う」ことを目的に参加していたので、家から気軽に参加できる方が便利だと思う。
- 興味を持てなかった際も退室しやすいことや、移動時間がないといった気軽さから参加する意欲がわいた。
- 立見になるほど人気の企業もWebなら確実に話を聞けるから。

<Webの方がよい：個別説明会・セミナー>

- Webでも十分に会社の特徴を理解できたため。
- Webは移動がないため対面よりも1日に多くの数の会社の説明を受けることができるから。
- 質疑応答をチャットで送ることができるため、気軽に質問できる。
- 資料を見ながら話を聞いたり、メモをしたりしやすいと感じたから。

<Webの方がよい：面接>

- 始まるギリギリまで対策できるから。
- 対面と違って会場の雰囲気やダイレクトに感じるものがなく、リラックスして受けることができたから。
- 選考のために、交通費や宿泊費だけで地方学生は30~40万円が必要とされているが、Webならほぼ0円で済むから。
- 移動の手間や新型コロナウイルス感染の心配をしなくてよいから。

<対面の方がよい：面接>

- 一度も対面せず内定になると不安になるから。
- Webだとカメラ目線にしなければならず、面接担当者の顔を見ることができないから。
- 選考の序盤はWebでもよいが、せめて最終面接やその前段階の面接では人柄を見てほしいし、社員の人柄を実際に見たいと思ったから。
- Webだと通信問題などが起こる可能性があるから。



職種コースごとに 業務内容や社風を伝える 動画を約70本作成

ソニーグループ株式会社
採用部2課（新卒採用担当）採用統括課長
浅井 孝和氏

自社への学生の理解を深めるため動画コンテンツを強化

コロナ禍で学生とのリアルでのコミュニケーションが減った中、オンラインであってもソニーのカルチャーをしっかりと伝えたいと考え、2022年卒の採用ページからは動画コンテンツを強化しました。職種コースごとに業務内容や社員の雰囲気伝える70本近くの動画を作成し、新卒採用マイページに登録した学生が見られるようにしました。動画公開に対する学生の反応は大きく、とくにエントリーシートの締め切り前と、各面接の実施前のタイミングで閲覧数の増加が見られました。一人あたりの閲覧動画数は3~4コース。動画を見た学生の当社に対する理解度は高く、手ごたえを感じました。

2023年卒採用では動画での発信をより意識。当社の採用のいくつかの特徴（個人面接、私服面接、コース別採用）について、実施理由や意図をソニー・ミュージックアーティスツに所属する芸人を起用して親しみやすく伝えたい動画などを作成し、

「YouTube」のソニーグループ採用チャンネルで公開しています。

相互理解を深めるための情報は、可能な限り公開

当社のエントリーシートの設問のひとつに「ガクチカ（学生時代に力を入れたこと）」がありますが、コロナ禍で部活やアルバイトに取り組みず、「書けることがない」という声を学生から聞きます。しかし、当社が「ガクチカ」で知りたいのは華やかな活動の有無ではありません。活動の動機や、妥協せずに頑張ったこと、経験から学んだことといった物事に取り組む時の姿勢や考え方を聞くことによって、その人らしさや、今後の可能性を見たいのです。

ところが、企業がどのような情報を求めているのかを知らないために、自分らしさを伝え切れない学生も少なくありません。そこで、2023年卒採用ページではエントリーシートの「ガクチカ（学生時代に力を入れたこと）」を当社が評価する際の6つのポイント（①きっかけ・背景 ②設定したゴール ③体制・役割 ④こだわったこと ⑤結果・学んだこと ⑥学んだことを今後どう活かすか）とその意図を公開しています。

学生との相互理解を深めるために必要な情報は、今後も可能な限り公開していく考えです。

事業内容●2021年4月に「ソニー」から「ソニーグループ」へ社名を変更。ゲーム、音楽、映画、エレクトロニクス、半導体、金融の6事業をグローバルに展開する。



オンライン選考では 「学生との対等な信頼関係を 築く努力」がより重要に

株式会社ニッポンシステムセンター
SI事業部総責任者、新卒・中途採用担当
梶原 大輔氏

事実ベースの情報開示で学生の心理的安全性を高める

2021年卒は5月以降、2022年卒は説明会と選考過程を全てオンラインで実施しました。オンライン選考においては、学生との対等な信頼関係を築くために当社が大切にしてきたことをより意識して行う重要性を感じています。

事実ベースでの情報開示によって学生に安心してもらうことを目的に、説明会などでは会社の強みのみならず、問題点や課題もその解決に向けての考え方や具体的なアクションとともに伝えています。IT企業に多い横文字の専門用語は使わず、保護者に伝えても理解してもらえるよう具体的にイメージしやすい内容を心がけるなど伝え方にも配慮。透明性のある情報開示によって学生との信頼関係が深まり、入社後のミスマッチ防止にもなっています。

また、募集要項では前年までの選考通過人数など採用選考に関する情報もできる限り公表しています。相場観が分かり、

「安心で役立つ情報」として受け取ってもらえているようです。

一次面接の冒頭では、厚生労働省が示す「公正な採用選考の基準」に則って選考を行うことを和やかな会話とともに伝えています。基準順守は当然のことですが、あえて対等な立場を宣言することで安心し、自分らしく面接を楽しんでくれている学生が多いと感じています。毎回の面接で宣言を読み上げることによる、面接担当者への意識づけの効果もあります。

学生ファーストの面接の意義をオンラインでより実感

オンライン面接は対面と比較して場づくりに時間がかかることや、「会話の途中で話を挟みにくい」といったツールの特性から、従来30分で把握できた情報を得るために最低でも45分かかります。しかし、ある程度の時間をかければ把握できる情報に対面との差は感じません。

場慣れしていない学生から十分な情報を得るために、質問方法も工夫しています。比較的話しやすい過去の事柄から聞き、現在、将来と時系列で質問。さらに、この流れで聞くことを面接の最初に伝えています。また、当社に応募して良かったと感じていただけるよう、面接時には学生の魅力や長所をフィードバックし、内定者には採用の理由も伝えています。

事業内容●福岡県拠点のシステム開発会社。モバイルシステムを得意分野に自治体、インフラ、金融など幅広い業種を顧客に持ち、自動運転、FinTechなど最先端分野においても実績がある。

オンライン化の成果・課題

オンライン化による企業・学生の成果や今後の課題は？

費用削減の一方、双方の魅力伝達などに課題

次に、オンライン化の成果と課題について、企業・学生双方の視点から見ていく。

まず、企業に採用活動のWeb化による成果を聞いたところ、最も多かったのは、「採用活動費用の削減」で66.4%（グラフ①）。次に、「これまで接点の取れなかった学生層からの応募」（66.0%）、「応募者の増加」（54.0%）が続いた。

Web化対応における課題として最も多かったのは、「自社の魅力の伝達」で57.3%（グラフ②）。次に、「ノウハウ」（54.8%）、「社内の環境・設備」（51.9%）が続いた。ただし、「ノウハウ」「設備」を挙げた企業の割合は前年に比べるとどちらも10ポイント近く減少。「面接での学生評価」も同様に減少した。増加したのは、「自社の魅力の伝達」や「学生の動機づけ」で、「予算」「社内の理解・承諾」も増加した。

学生においては、孤立という課題が見られる。就職活動

についての周囲とのコミュニケーションでどのような不安があったか聞いたところ、約半数にあたる48.4%の学生が「就職活動中の他の学生との接点が少ない・ない」と回答した（P15・グラフ③）。「社会人」「志望企業の内定者」「サークル・ゼミの先輩」などとの接点の少なさ・なさを感じている学生も2～3割いた。

成果としては、活動費用の減少が挙げられる。就職活動でかかった平均金額は、7万2,034円で2年連続減少（P15・表④）。内訳を見ると、交通費1万7,420円（前年卒差－8,147円）、宿泊費1万3,313円（同－9,154円）の順で減少額が大きく（P15・表⑤）、特に交通費は2020年卒に比べ約65%減少した。

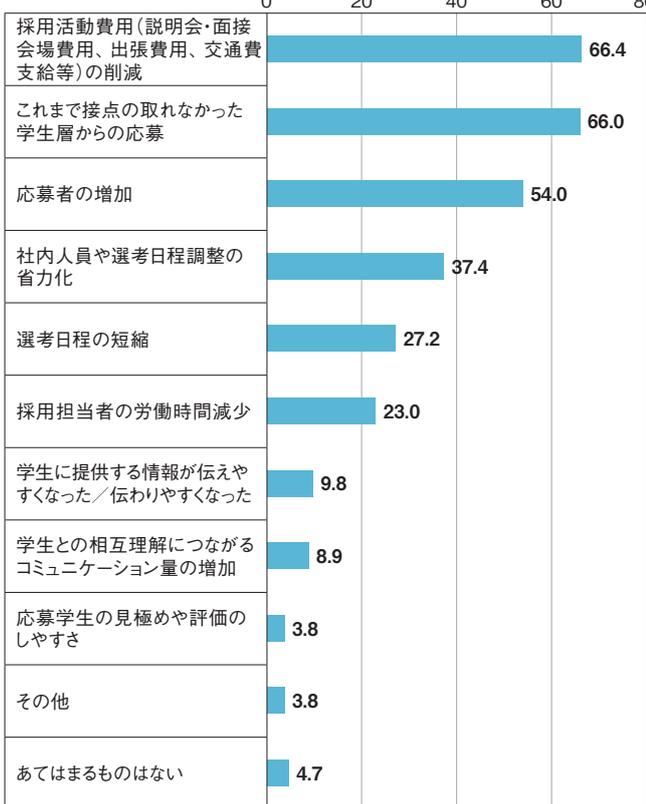
このように、オンライン化によって学生・企業とも移動時間や費用が減少し、出会いのプロセスが効率化された。一方で、職場の雰囲気や学生の人柄などの伝達・理解には課題が見える。

企業

Web化により、費用削減や新たな学生との出会いなどの成果あり

① 採用活動のWeb化による成果

※新卒採用における課題で「採用プロセスのWeb化（オンライン）への対応」回答企業／複数回答 (%)

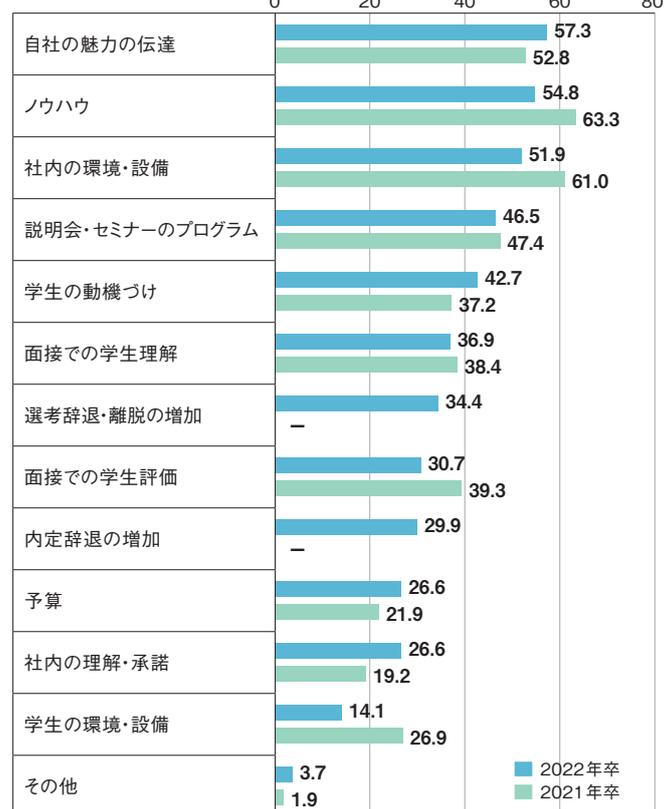


企業

課題は自社の魅力の伝達、学生の動機づけなど

② Web化（オンライン）対応における課題

※新卒採用における課題で「採用プロセスのWeb化（オンライン）への対応」回答企業／複数回答 (%)





オンラインは金銭、対面は実態把握に優位

● イベント企画会社内定・理系学部4年

学部で学んだ建築・空間デザインの知識を活かすことができ、かつ事業全体の動きが見える規模の会社で働くことを重視して企業を探しました。学部主催のオンライン合説や就職情報サイト、大学の就職課にある先輩の就職活動報告書などを見て興味を持った企業についてホームページや個別説明会で情報収集し、7社に応募。最も魅力に感じていた今の内定先から5月に内定を得たので、他社の選考は辞退し、就活を終えました。

オンラインで選考を行う企業がほとんどだったので、金銭面ですごく助かりました。ただ、3月半ばから4月末くらいまではどの企業も同じようなスケジュールで個別説明会や面接が進んでいくので、対面の選考のために移動中の新幹線の中でWeb説明会を視聴することもありました。

また、Web面接に比べて対面での面接の方が話しやすくてぐっと引き込まれる感覚があり、相手の雰囲気もよく分かったので、内定先のようにWebと対面から選べるときは、感染状況を見ながらもできるだけ対面を選択していました。



Webでも社員や職場の雰囲気が分かる映像を見たい

● 銀行内定・法学部4年

法学部で民法のゼミに所属しています。できるだけ4年間の学びと関係のある仕事をしたいと思い、インターンシップの段階から金融業界に目を向けていました。採用選考は、金融業界を中心に35社に応募、4社から内定を得て、働き方や仕事内容が自分により合っていると感じた今の内定先に決めました。

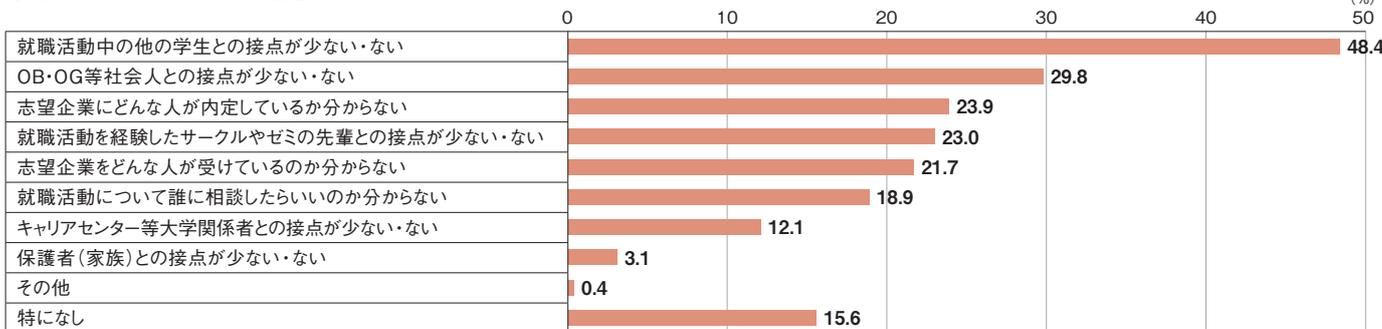
金融各社の説明会・選考はオンラインで、他業種で一部対面を経験しましたが、社員や職場を生で見て感じる雰囲気は、オンラインでは得られないものだと思います。内定先での働き方は今もよく分かっておらず、入社後、オンラインでは知り得なかったことを知ってがっかりする可能性はあります。でも、第一志望群の企業に入社できるという点で就活には100%満足しています。

Web説明会は、ぜひオンデマンド映像を用意してほしいと思います。ライブだと枠が埋まって見られないことがありますが、オンデマンドなら繰り返し見て、面接で話す内容のヒントを探ることができました。また、社員のインタビュー動画をたくさん掲載してくれる企業は、先輩訪問をしている感覚になってよかったです。

学生 約半数が、他の就職活動生との接点の少なさに不安を抱いた

③ 就職活動についての周囲とのコミュニケーション不安

※学生全体 / 複数回答



学生 就職活動費用は2年連続減少。交通費は2020年卒に比べ約65%ダウン

④ 就職活動全体にかかった平均金額

※大学生全体 就職志望者のうち就職活動に「1円」以上使用した学生 / 実数回答

	①2022年卒 (2021年 6月12日時点)	②2021年卒 (2020年 6月12日時点)	2020年卒 (2019年 7月1日時点)	差①-②
全国	72,034	88,923	128,890	-16,889
地域別				
北海道・東北	92,245	94,468	140,861	-2,223
関東	65,193	81,833	117,374	-16,640
中部	76,508	83,776	132,900	-7,268
近畿	62,579	97,263	131,201	-34,684
中国・四国	101,491	116,654	139,967	-15,163
九州	78,368	92,717	156,989	-14,349

⑤ 就職活動費用の内訳

※大学生全体 就職志望者のうち就職活動に「1円」以上使用した学生 / 実数回答

※平均金額の集計対象：各項目で「1円」以上を使用した学生 / 実数回答

※使用率：「1円」以上を使用した学生 / それぞれ単一回答

※()内の数値は、平均金額の差(2022年卒-2021年卒)

(円)

	交通費	被服費	宿泊費	飲食費	書籍費	公務員試験 対策費	スキルアップ 費用
平均金額	17,4200	31,462	13,313	6,104	5,193	116,455	21,806
(対前年差)	(-8,147)	(-2,898)	(-9,154)	(-852)	(280)	(23,251)	(4,408)
使用率	85.3%	81.7%	8.3%	46.7%	58.4%	10.2%	22.9%

出典④⑤：2022年卒 就職プロセス調査

※項目ごとの平均額のため、各項目の合計は総額とは一致しない

2023年卒採用の見通し

企業は2023年卒の採用活動をどのように見通しているのだろうか？

採用予定数は増える見込み

次に、2023年卒採用についての企業の見通しを見る。

企業に、2023年卒採用について採用予定数を聞いたところ、平均30.7人という結果に(表①)。2022年卒の平均28.5人から2.2人増加した。従業員規模別に見ても、どの規模でも増加しており、企業の採用意欲が増加傾向にあることが分かる。

2022年卒と比較した2023年卒の採用基準については、「2022年卒並み」が80.0%で最も高く、「厳しくなる」は8.9%、「緩くなる」は2.5%だった(表②)。

なお、2022年卒においては、2021年卒と比較して採用基準を「厳しくした」が19.5%で「緩くした」の2.6%に比べ高く、特に、従業員規模「1000～4999人」で26.9%、「5000人以上」23.2%と、大手企業において厳しくなっていた。これは、新型コロナウイルスの流行により採用数を絞ったこ

とによるものと考えられる。2023年卒においては、「厳しくなる」は減少し、「前年並み」が大半となったが、採用数の増加傾向などから内定者確保の難易度が上がることが想定される。

応募人数は、4社に1社が「増える」と予測

応募人数、選考辞退人数、内定辞退人数、採用活動に費やす総費用について、2022年卒採用と比較した見通しを聞いたところ、いずれも「増える」が「減る」を上回った(グラフ③)。特に、応募人数は、およそ4社に1社にあたる24.0%が「増える」と見通している。

また、応募人数、選考辞退人数、内定辞退人数については、Web面接実施企業の方が、非実施企業に比べて「増える」と答えた企業の割合が高く(応募人数：Web面接実施25.6%、非実施17.9%/選考辞退人数：Web面接実施13.9%、非実施10.6%/内定辞退人数：Web面接実施

企業

採用予定数は増加傾向

① 2023年卒と2022年卒の採用予定数比較

※2022年卒採用実施かつ2023年卒採用実施予定企業/実数回答

	①2023年卒	②2022年卒	①-②
全体	30.7人	28.5人	2.2人
従業員規模別			
300人未満	6.6人	6.1人	0.6人
300～999人	17.1人	15.0人	2.1人
1000～4999人	43.4人	39.4人	3.9人
5000人以上	155.7人	152.9人	2.8人

企業

採用基準は「2022年卒並み」が8割

② 2022年卒と比較した2023年卒の採用基準

※2022年卒採用実施企業/単一回答

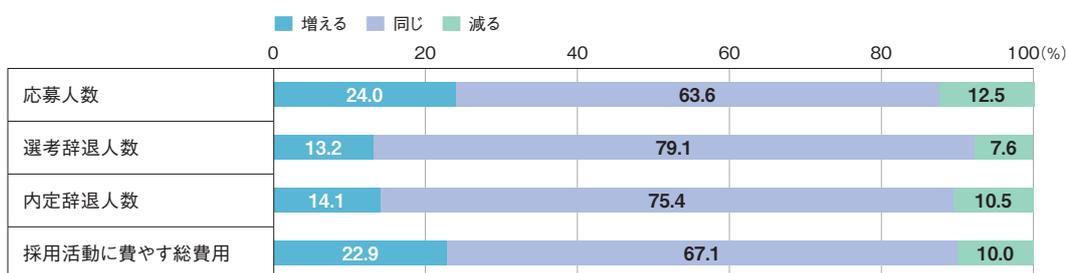
	厳しくなる	2022年卒並み	緩くなる	未定
全体	8.9%	80.0%	2.5%	8.6%
従業員規模別				
300人未満	9.0%	76.8%	1.6%	12.6%
300～999人	9.5%	81.8%	2.5%	6.3%
1000～4999人	8.8%	80.9%	3.6%	6.7%
5000人以上	6.1%	83.8%	2.0%	8.1%

企業

応募人数、選考辞退人数、内定辞退人数、活動費用は、すべて「増える」が「減る」を上回る

③ 2022年卒と比較した2023年卒の採用の見通し

※2022年卒採用実施企業/単一回答





14.8%、非実施11.2%)、オンライン化における「学生の動機づけ」の課題感がうかがえる結果となった。

採用プロセスは、さらに早期化する見込み

次に、採用スケジュールの見直しを見る。

未定回答を除いた2023年卒の採用プロセスの開始予定時期は、面接(対面)、面接(Web)、内々定・内定出しとも、「2022年2月まで」という企業が2022年卒実績に比べて増加し、採用プロセスの早期化がうかがえる(グラフ④)。

具体的には、面接(対面)では「2022年2月まで」が25.0%で4社に1社に上り、前年実績(12.8%)と比べても12.2ポイント増加した。面接(Web)では、「2022年2月まで」が33.6%で3社に1社となり、前年実績(21.9%)に比べ11.7ポイント増加。内々定・内定出しでは「2022年2月まで」が18.5%で、前年実績(9.0%)に比べ9.5ポイント増加した。

また、「2022年5月まで」という企業も前年実績に比べて

増加。特に面接は、面接(対面)が89.8%(前年卒差+10.8ポイント)、面接(Web)が94.7%で(同+6.1ポイント)、およそ9割に上った。さらに、内定・内々定出しも約8割が2022年5月までに開始を予定している。

開始のピークは、面接(対面)、面接(Web)、内々定・内定出しともに、「3月」で、いずれも前年を上回る割合となった。他方で、「4月」「5月」の割合は、いずれも前年より減少していることから、例年に比べて3月の選考プロセスが重複し過密化することが予想される。

これらの見通しや、オンライン化による選考プロセスの効率化や学生の応募・選考参加のしやすさが進んだ2022年卒の状況からも、2023年卒の採用選考においては、企業・学生ともより短期間で多くの選考が進むことが見込まれるだろう。その結果、学生は3・4月の予定が過密になることが、企業は2022年卒同様に選考・内定辞退が多く生じることが考えられる。

企業

未定を除き「5月までに面接開始」が約9割。採用プロセスの開始予定時期も早まる見通し

④ 2023年卒の採用プロセス開始予定時期

※新卒採用実施または実施予定企業／実数回答
 ※「未定」を除く
 ※2022年卒は実績を掲載



各プロセスの「未定」回答割合
 面接(対面) 32.7%
 面接(Web) 32.3%
 内々定・内定出し 29.2%

	2023年卒	2022年												2月 までの 累計	5月 までの 累計			
		2021年		2021年														
	n	10月 以前	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月 以降		
2023年卒 面接(対面)	873	6.5	1.0	3.1	6.0	8.4	33.8	22.2	8.8	7.0	0.7	0.5	0.6	0.3	—	1.1	25.0	89.8
2022年卒 面接(対面)	1132	1.0	0.2	1.6	3.5	6.5	30.3	24.1	11.7	10.2	3.0	0.9	1.7	0.9	0.4	4.0	12.8	79.0
2023年卒 面接(Web)	774	7.1	1.8	5.0	9.4	10.2	38.2	18.3	4.5	3.6	0.3	0.1	—	0.1	—	1.2	33.6	94.7
2022年卒 面接(Web)	1058	1.4	0.7	2.8	6.1	10.9	35.5	22.4	8.7	5.3	1.3	0.5	0.7	0.1	—	3.6	21.9	88.6
2023年卒 内々定・内定出し	960	6.7	0.6	1.9	3.5	5.8	24.6	22.6	13.4	15.5	2.0	0.4	0.4	1.0	0.2	1.3	18.5	79.2
2022年卒 内々定・内定出し	1326	1.2	—	1.1	1.7	5.0	18.2	24.6	17.3	18.1	4.8	1.2	1.1	1.5	0.3	4.0	9.0	69.0

インターンシップのトレンド

インターンシップの実施率や目的、採用・就職活動との関係は？

※インターンシップには1日以内の仕事体験型プログラムも含む

Webインターンシップへの参加率・社数が増加

学生と企業の大きな相互理解の場となっているインターンシップ。近年の実施・参加動向やその変化を見る。

企業に2023年卒および2024年卒対象のインターンシップの実施状況を聞いたところ、2023年卒対象に「実施または実施予定」という企業は73.9%（グラフ①）。実施形態は、「対面・Web両方」が最も多く31.8%で、「対面でのみ」は21.2%、「Webでのみ」は20.9%だった。

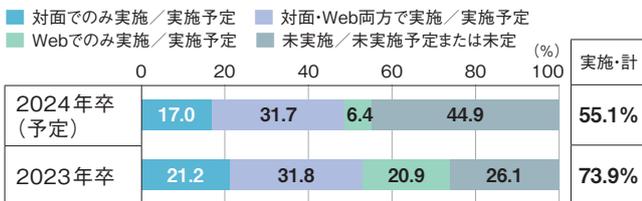
一方、学生の参加率は、2022年卒は61.4%と2021年卒（70.8%）に比べ減少したが、Webインターンシップの参加率は48.4%と2021年卒（15.7%）に比べ32.7ポイント上昇した（表②）。また、平均参加社数は、2022年卒は2021年卒に比べ約1社増と微増だったが、Webインターンシップの平均参加社数は6.05社と、2021年卒（2.61社）に比べ約3.5社増加した。

企業

3割が対面・Web両方で実施または実施予定

① インターンシップ実施状況

※全体／単一回答



学生

Webインターンシップの参加率・社数が大幅増
3人に1人がインターンシップ参加企業に入社予定

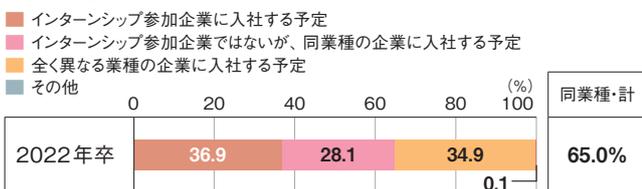
② インターンシップ参加の割合と平均参加社数

※参加率：学生全体／単一回答、参加社数：インターンシップ参加者／実数回答
※()内は、Webインターンシップの参加率・社数

年次	参加率 (%)	参加社数 (社)
2022年卒	61.4% (48.4%)	6.69社 (6.05社)
2021年卒	70.8% (15.7%)	5.79社 (2.61社)

③ インターンシップ参加企業への入社予定

※就職先確定者のうち、インターンシップ参加者／単一回答



学生の約6割が参加企業または同業種に入社

インターンシップへの参加と、入社企業との関係については、インターンシップに参加経験のある学生の6割強が参加企業または同業種に入社予定（グラフ③）。また、2022年卒採用および2022年卒対象のインターンシップを実施した企業においては、内定人数のうち平均3割程度が自社のインターンシップ参加者であった（表④）。この2点に加えて、内定者の中に自社のインターンシップ参加者が「いた」企業が約8割という結果（グラフ⑤）は、この2年間大きく変化していない。

形骸化されたインターンシップが問題視される中、本質的な就業体験を通じて学生が実務を知り「学ぶ」と「働く」をつなげる設計がなされた、低学年から参加できる産学連携の長期インターンシップを実施する動きも進んでいる。19ページで広島銀行、愛媛大学の事例を紹介する。

企業

内定人数の平均3割が
インターンシップ参加者

④ 採用数における自社インターンシップ参加者の割合

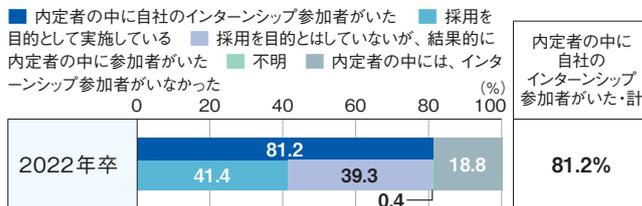
※2022年卒採用実施かつ2022年卒対象インターンシップ実施企業／実数回答

	n	平均値 (%)
全体	503	29.1%
従業員規模別		
300人未満	104	36.4%
300～999人	186	29.2%
1000～4999人	173	29.8%
5000人以上 ※1	32	26.9%
地域別		
北海道・東北 ※1	47	28.0%
関東	209	27.2%
中部・東海	101	29.5%
関西	70	38.4%
中国・四国 ※1	49	34.7%
九州 ※1	27	20.7%

※1 サンプル数50未満のため参考値として掲載

⑤ 内定者のインターンシップ参加状況

※2022年卒採用実施かつ2022年卒対象インターンシップ実施企業／単一回答





低学年も対象に 地域の大学と連携した インターンシップを実施

株式会社広島銀行
人事総務部
花村 茜氏

大学での2日間の事前学習後に職場でのワークを実施

IT人材の採用強化に伴い、当行ではグループ全体のDXへの取り組みや銀行のIT業務の実際に関する学生の認知度向上を課題としていました。このような背景のもと、県立広島大学経営情報学部経営情報学科^(※)と連携して地域人材の育成を目指す長期インターンシップ「けんひろインターンシップ」を2021年の夏休み期間中に実施しました。学年を限定せず募集し、2年生7名、3年生5名が参加。参加動機を明確化したり、金融業界や当行への理解を深める2日間(計8時間)の事前学習を大学で行った後、金融業界や当行デジタル戦略部でスマートフォンアプリ「ひろぎんアプリ」の企画に携わってもらいました。

職場でのプログラムは4日間。社員が日常的に使用しているデータを企業秘密に触れない範囲で提供して作業をもらい、アウトプットへのフィードバックを手加減せず行うなど、仕事をリアルに体感してもらうことを大事にしました。

低学年を対象としたインターンシップの意義は大きい

「けんひろインターンシップ」の最大の成果は、金融業界や広島銀行に対する学生と私たちの認識のギャップを具体的に把握できたこと。これは採用コミュニケーションを見直す上で非常に価値のある情報であり、当行への関心度が高い学生との接点の主となるこれまでの取り組みでは得られないものでした。また、「けんひろインターンシップ」をきっかけに当行に関心を持ち、企業インターンシップに参加してくれた学生もおり、企業認知においても大きな成果を感じています

当行での低学年を対象としたインターンシップの実施は今回が初めて。スキルや知識が十分でない学生がリアルなビジネス課題に取り組むにはサポートも必要であり、相応の負担もありましたが、それを上回る利点があります。第一に、学生の固定概念が形成される前に業界や企業について知ってもらえること。第二に、学生が企業との関係に利害を感じにくく、選考の機会では表出されない率直な意見や対話が生まれることです。

「けんひろインターンシップ」によって大学や学部の研究について理解を深め、大学との関係性が強まったことにも大きな価値を感じており、来年度以降も実施を考えています。

事業内容●広島・岡山・山口・愛媛県を中心に約150支店を展開する地方銀行。2020年10月より「ひろぎんホールディングス」として持株会社体制に移行。

※2020年4月以降入学の学生が参加する場合は、地域創生学部地域創生学科地域産業コース



産学連携のプログラムで 学生のキャリア支援と 地域経済への貢献を目指す

愛媛大学大学院農学研究科
生命機能学専攻 教授
菅原 卓也氏

食品業界に関心を持つ学生の実践的な学びの場に

愛媛大学農学部生命機能学学科および大学院農学研究科生命機能学専攻は、2021年度より、愛媛県内の食品関連企業との産学連携による長期インターンシッププログラム「愛媛 Food Camp」を開始しました。学生が製品開発プロセスに関して企業から提示される課題に取り組みながら、大学と企業のニーズが合えばさらに具体的な共同開発・製品開発を目指す、学生のキャリア支援と、大学と地域企業双方のリソースを活かした地域経済への貢献を見据えた取り組みです。

企画の背景には、「将来は食品メーカーで商品開発をしたい」と入学してくる学生が多くいるにもかかわらず、大学として実践的な学びの機会を用意できていないことがあります。通常のインターンシップでは就職が目的になってしまうため、大学として企業と学生と一緒に商品を作り上げる機会をつくり、学生が自身の「持ち味(強み)」を自覚すること、さらには、実践的な学び

の機会を通じた深い仕事理解や地元企業の魅力の発見にもつなげたいと考えました。低学年のうちからインターンシップに参加することで、大学で研究するモチベーションにつなげてほしいという思いもあります。

自分自身や仕事に対する気づきを今後活かしてほしい

2021年度は、県内の食品関連企業18社と学部1年生から修士1年生までの62人の学生が参加。「健康ニーズに応えるヘルシー総菜」という課題に対してマーケティング調査を実施しレシピを考案、実店舗での販売において同カテゴリ内で月間売上2位をとったという成果を挙げたチームもありました。

学生からは「作りたいもの」と「作って売れるもの」を考えることに苦労した「理想を追求する姿勢や周りへの気配り力を評価してもらったので、さらに伸ばしていきたい」などの声が上がっています。責任の重さを感じたこともあったと思いますが、それが社会に出たときのプレッシャーであり、本当の意味での実践的な取り組みになったのではないのでしょうか。加えて、企業のさまざまな人と触れ合う中で抱いた「こんな人になりたい」「こんな風に働きたい」という具体的なイメージなども、ぜひこれから活かしてほしいと思います。

愛媛 Food Camp●「愛媛県の地方創生を食品業界がリードする」を合言葉とした産学連携での実践型学習プラットフォーム。学生の「学ぶ」と「働く」をつなげることを目指す。

これからの企業と学生の相互理解に向けて

より良いマッチングを実現するために必要なことは？

より解像度の高い情報開示の必要性

オンライン化が進み、学生と企業の出合いのプロセスが効率化された一方、職場の雰囲気・組織風土、社員の魅力、学生の人柄、働く意欲の伝達・理解に課題が見えた2022年卒の就職・採用活動。学生と企業の相互理解を一層深めていくために必要なことについて考えていきたい。

まず挙げられるのは、企業による、より解像度の高い情報開示だ。例年、採用選考において企業が重視するものとして上位に挙がるのは「人柄」(2022卒では94.5%)、「自社への熱意」(同80.7%)、「今後の可能性」(同68.7%)などだが、学生がアピールするもの上位に挙がるのは「アルバイト経験」(同51.4%)、「人柄」(同36.1%)「所属クラブ・サークル」(同26.0%)などでギャップが見られる。2022年卒学生においては、コロナ禍の外出制限の影響で課外活動にかかわる項目が減少傾向であった一方、「その企業への熱意」は前

年と比べ7.1ポイント増加(グラフ①)したが、ギャップがあることに変化はない。企業が重視する「人柄」や「今後の可能性」などについて、具体的にそれが示すものは何かを明確に伝えることこそ必要ではないだろうか。

実務を経験する機会の提供・活用

同じく解像度の高い情報の開示の一環として、学生が実務を経験できる機会が一層広がっていくことが望まれる。2022年卒の大学生においても、1週間以上のインターンシップに参加した学生は、1日のみのインターンシップに参加した学生に比べ、「自分のスキルを見極めることができた」「事業内容を具体的に知ることができた」という学生の割合が高い(グラフ②)。

低学年から「学ぶ」と「働く」の結びつきを強化

大学生の就職活動開始時点における働く意欲について、

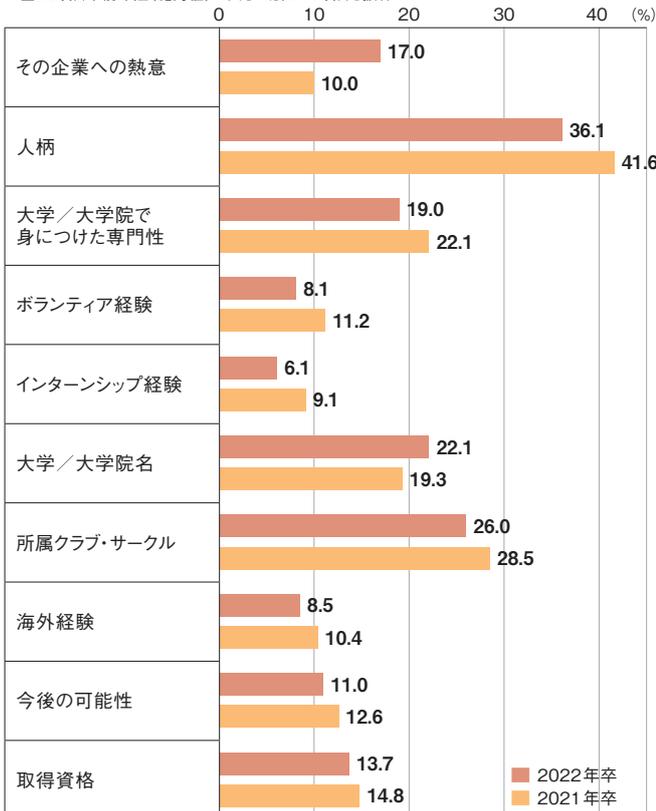
学生

面接等でアピールする項目として「その企業への熱意」が前年から最も増加

① 学生が面接等でアピールする項目(前年差上位10項目)

※学生全体／複数回答

※全26項目中前年差(絶対値)が大きい順に10項目を抜粋

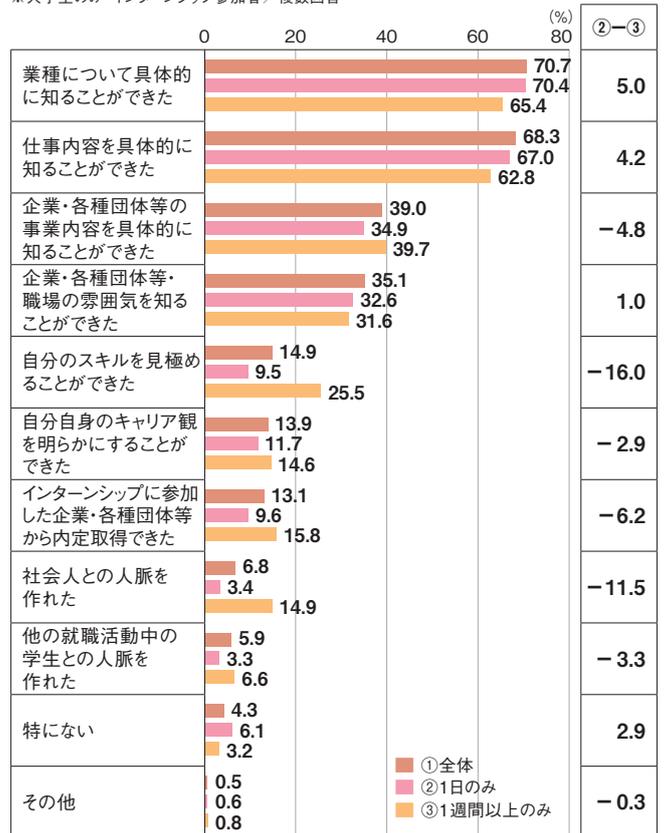


学生

「1週間以上」インターンシップ参加の大学生は「1日」に比べて「自分のスキルを見極められた」

② インターンシップに参加してよかったと思う点

※大学生のみ・インターンシップ参加者／複数回答





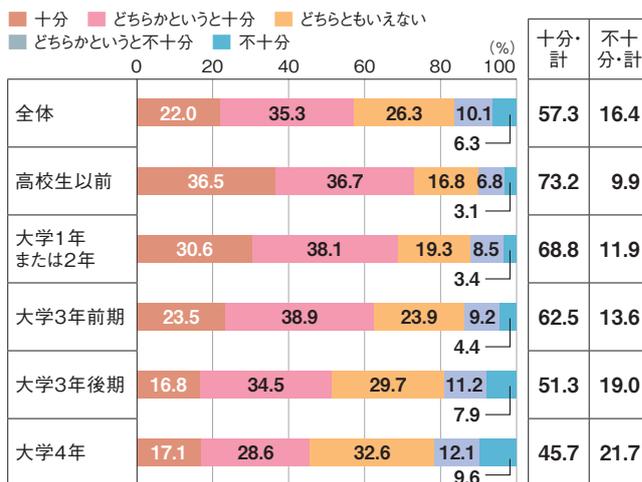
卒業後の進路について具体的に考え始めた時期別に比較したところ(グラフ③)、「十分」「どちらかという」という学生の割合(以下「十分・計」)が最も高かったのは「高校生以前」(73.2%)で、次に「大学1年または2年」(68.8%)が続き、時期が遅くなるにつれて「十分・計」の割合は下がった。最も低い「大学4年」(45.7%)は、「高校生以前」に比べると27.5ポイント低かった。このことは、高校や大学低学年段階で進路について考える機会を持つことが働く意欲を高める上で重要であることを示唆している。

そのための取り組みとして、低学年から働きたい企業・仕事において必要な能力・知識を知り、それらが学べる授業を履修するという流れや、P19で紹介した広島銀行や愛媛大学の取り組みのように、低学年から「働く」と「学ぶ」をつなげる取り組みが増え、それらをより多くの学生が能動的に活用するようになることが、マッチングの精度を上げる一つの助けになるだろう。

学生 進路検討時期が早いほど、就職活動開始時点で働く意欲が「十分」な学生の割合が高い

③ 卒業後の進路について具体的に考え始めた時期別の就職活動開始時点での働く意欲

※大学生のみ・考え始めた時期「その他」回答者を除く／単一回答



企業と学生のさらなる相互理解に向けて

実務体験を伴うインターンシップの活用を

学生時代から必要な、自律的なキャリア形成への意識

技術革新のスピードが非常に速く、変化が激しい現代においては、身につけた能力や知識が陳腐化するスピードも速く、働き手には、やりたい仕事やキャリアの目標を自ら立て、必要なスキルや能力を常に学び直して身につけていく、自律的なキャリア形成が求められています。それは学生も同じで、将来のキャリアや目標を描いた上で、進学先の大学・学部を決め、入学後も、それに向かって必要な能力・知識を学んでいくことが重要です。

さらに今、グローバル化の進展とともに、これまでとは異なる次元で、能力重視の採用や積極的な人材登用が広がってきています。新卒採用においても、企業が学生の身につけてきた能力や知識、経験をみて、その学生を活用できる場所で雇用する動きが広がっていくでしょう。

実務体験により、必要な能力が備わっているかを見極める

このような状況もふまえ、2019年より経団連と大学の代表により設置している「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」では、産学による学生のキャリア形成支援活動を4つに分類した上で、「学生が、その仕事に就く能力が自らに備わっているかどうか(自らがその仕事で通用するかどうか)を見極めることを目的に、自らの専攻を含む関心分野や将来のキャリアに関連した就業体験(企業の実務を体験すること)を行う活動」を

一般社団法人
日本経済団体連合会
常務理事
長谷川 知子氏

1988年に経済団体連合会事務局入局、国際経済部(北米、欧州担当)、企業・社会本部(企業倫理、CSR担当)、教育・CSR本部、SDGs本部等を経て、2020年6月より現職。



インターンシップと定義することで合意しました。

一定期間、社員と共に職場で実務に従事することでこそ得られる情報があり、向き・不向きなども判断できるでしょう。このタイプのインターンシップを実施する企業の増加を期待したいです。さらには、企業がインターンシップや採用選考時に、学生に求める能力などの要件をより明示していくことが、学生がその仕事に就く能力が備わっているのかを見極めるためにも必要です。

学生の皆さんには、やりたい仕事やキャリアを考えた上で、周りに流されるのではなく主体的に必要な活動や学びを選び取っていただきたいと思います。そのためにも、一定の期間実務を体験できるインターンシップで仕事や企業の実態をつかむことに加え、自らの能力が備わっているのか、また、足りないことや今後学べきことは何かを見極めることをしていくとよいのではないかと思います。実際、将来のキャリアを見据えて積極的に行動している学生は、その行動・活動によって培われた能力・知識を活かせる企業とのマッチングが実現しています。

就職みらい研究所の主な調査・コラム

※調査データは出典元を明記していただければ、基本的に無料でご利用いただけます
 (例:「出典(調査名)リクルート 就職みらい研究所」)。
 ご使用に際してTOPページ最下部(P23)「よくあるご質問 / お問い合わせ」の問い合わせフォームよりご一報ください

『就職白書2022』シリーズ



『就職白書2022』関連の資料は、プレスリリース『就職白書2022』(データ集含め43ページ)、『就職白書2022 就職活動・採用活動の振り返りと今後の見通し』(24ページ)、『就職白書2022 学生と働く組織のより良いつながりに向けて』(46ページ)があります。

就職プロセス調査



『就職プロセス調査』プレスリリースでは就職内定率(男女・文理・地域別)、進路確定率などをタイムリーに発信。また、就職活動TOPICSでは「理系の学科系統別で見る「専門性への評価」の違い」「就職活動にかかった費用」などテーマに沿って調査結果を分析し紹介しています。

その他の調査



働きたい組織の特徴
 働きたい組織について、学生に対立軸で志向性を調査。経営スタイルなどについて学生が企業に求める特徴が分かります。



大学生の地域間移動に関するレポート
 大学所在地毎に出身地および就職予定先所在地との関係や、地元就職意向などを分析しています。



大学のキャリア・就職支援状況に関する調査
 ミッション、キャリア・就職支援の課題、未内定学生への支援など、キャリアセンターの状況を調査しました。

コラム



これからの「働く」を考える
 一般的な就職活動以外での企業との出合い方、起業という選択など多様な「働く」を考えるヒントを紹介しています。



保護者が知っておきたい就職活動に関するデータ12
 就職環境の違い、スケジュールなど、保護者が知っておきたいデータを紹介しています。

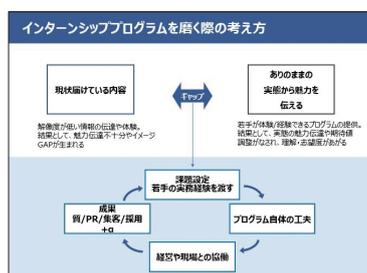
イベントレポート

2021年11月25日、石川県 / いしかわ就職・定住サポートセンター(ILAC)と就職みらい研究所が協働で「インターンシップでリアルを伝えるための対話型セミナー」を実施。そのオンラインセミナーの内容を一部紹介します

「若手の実務経験を渡す」というコンセプトでプログラムを改善

インターンシップを通じて職場や仕事のリアルを伝えることで、学生は納得のうえ就職先を選ぶことができより良いマッチングにつながるが、学生が求める「企業のありのままの姿」を開示できている企業は少ない。そこで、今回の取り組みでは、「ありのままの事実を学生に伝える。そのためにも若手の実務経験を渡す」というコンセプトでプログラム改善を実施した。現状のインターンシップと実態とのギャップを洗い出し、「課題設定・若手の実務経験を渡す」→「プログラム自体の工夫」→「経営や現場との協業」→「成果」というサイクルをうまく循環させることを目指した。セミナーでは、石川県の「インターンシッププログラム改善支援事業」に参加した6社が、現状と理想のギャップをどのように認識し、プログラム改善し、またどのような成果を得られたのかを発表。プログラム内容を変えたことでターゲットとしている理系学生の応募が増えた、これまで見せたくないと思っていた部分で学生の好反応が得られた、若手社員が積極的に関わったことで分かりやすい内容になり現場との関係性も構築できた、などさまざまな効果が得られ、そのポイントをまとめた。

企業6社の事例共有の後は、セミナー参加者が3~4名に分かれ、「自社のより良いインターンシップをグループ全員で考える」グループワークをオンラインで実施。コロナ禍で人事同士の交流が減る中、他社の人事の課題や取り組みを聞き、自社インターンシップ改善のポイントを考える機会になった(参加者の声は右記参照)。



石川県庁内の会場の様子。発表者以外の参加者は、全員オンラインからの参加。アンケートでは「非常に満足した」「満足した」の合計が約9割だった。

参加者の声

- **自社のインターンシップに今後取り入れたいと思ったポイント**
- 現場社員の協力、入社後ギャップの解消法、仕事の因数分解。
- 若手社員が経験する実務を体験してもらうこと、会社のありのままを見せること、現場・経営陣と協働し全社で取り組む。
- インターンシップの担当だけでなく採用1年目、2年目の方の意見を参考にすること。
- 部署間との関係性強化。学生へのフィードバック。
- 協力的でない社員へのアプローチ方法。事前に仕事中等のムービーを作成し、模擬体験してもらう。
- 環境が許せば、営業におけるかばん持ちなどの参加。
- オンライン工場見学。
- **グループワークについて**
- 成功している会社様だけでなく、悩んでいる人事担当同士で意見交換ができ、自分事として考えられた。
- 少数で意見が相互に出やすかった。
- 他の企業様の現状や取り組みなどが知れて、より具体的にインターンシップについて考えることができた。



調査・研究、コラム記事の最新情報はWebサイトで公開しています。本冊子の内容は「就職白書」の 카테고리から閲覧可能です。

URL <https://shushokumirai.recruit.co.jp>



Webサイトへのアクセスはこちら

■ サイトTOPページ(イメージ)



フリーワード検索

注目データ

お知らせ

研究所の活動報告やその他お知らせを掲載しています

【カテゴリー】

就職プロセス調査

一内定率・就職活動実施率

学生の就職活動のデータをまとめた『就職プロセス調査』を掲載しています

一就職活動TOPICS

『就職プロセス調査』より見えてきた就職活動の実態をレポートします

就職白書

年間の就職・採用活動をまとめた『就職白書』を掲載しています

調査・研究

『就職プロセス調査』『就職白書』以外の調査・研究を掲載しています

コラム

就職・採用活動のヒントになるような企業や大学の取り組み、また学生の考えが分かるインタビューなどを紹介しています

研究所の活動報告

研究所がかかわる、イベント、講演、会議などの情報を発信します

過去の調査一覧

種別問わずこれまでの調査を全て見たい場合は、「過去の調査一覧」ボタンで閲覧できます

当研究所の調査概要

主な調査研究の調査対象や調査開始時期など概要を記載しています

よくあるご質問／お問い合わせ

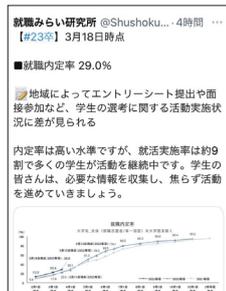
お問い合わせ、データご利用の方はこちらをご確認ください

Twitterでも情報発信中！

就職みらい研究所(@Shushoku_mirai)では調査データにもとづく就職・採用に関する情報やWebサイトの更新情報などを発信しています。



Twitterへのアクセスはこちら



2022年4月8日発行 ■ 発行人・編集人 就職みらい研究所 所長 栗田貴祥

■ 就職みらい研究所 杉村希世子、徳永英子、山城真理子、中村洋和、辻村真里枝、清水山隆洋、高見佑奈、水野理哉、吉田美咲、松野圭稀

■ 制作パートナー 編集・執筆：浅田夕香、泉 彩子

調査・集計：中川陽介
校正：長谷部喜久子
デザイン：KuwaDesign



非売品

※記事・写真・イラストの無断転載・複製を禁じます。出典元を明記いただければ、基本的に無料でご利用可能ですが
その際は事前に「就職みらい研究所 お問い合わせフォーム (<https://rec.fofa.jp/rcasmk/a.p/115>)」よりご一報ください

©株式会社リクルート