

データから見る近年の新卒採用・就職活動の変化

就職みらい研究所
研究員 浅見 有紗

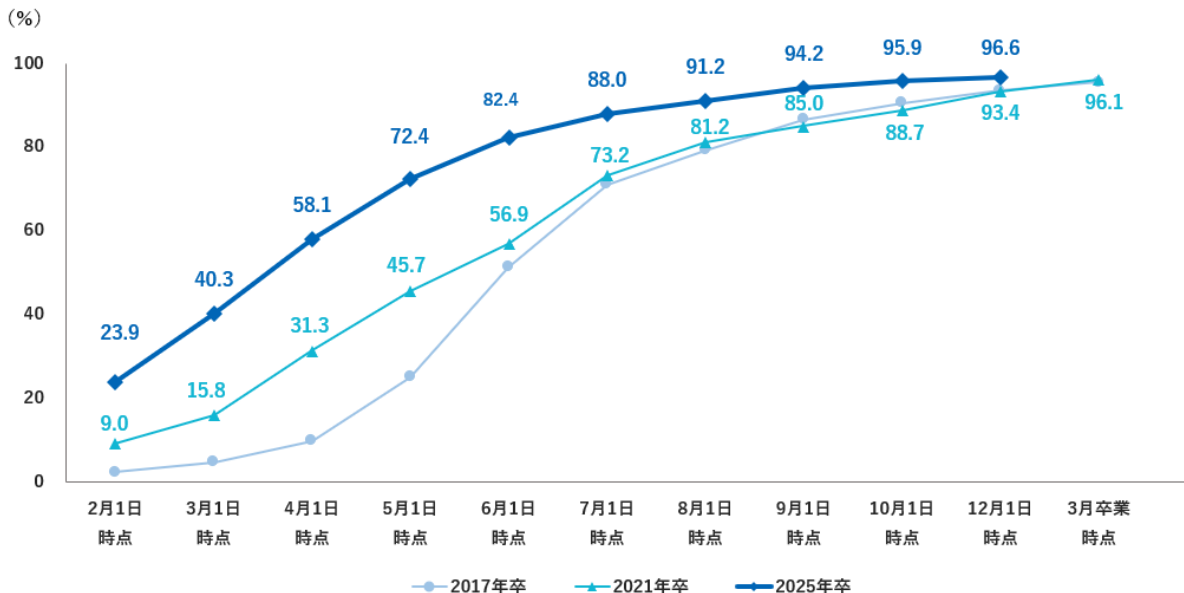
1 はじめに 新卒採用市場の概観

近年、新卒採用と就職活動のあり方が大きく変わりつつあります。少子化による若年層の人手不足や、企業の採用ニーズの多様化が進む中、学生と企業の双方が従来の手法からの転換を模索していると言っています。リクルートの各種調査データからも、その変化は明確に表れています。本稿では近年のデータに基づき、企業の新卒採用の傾向と学生の就職活動の実態を読み解きます。

リクルートワークス研究所が発表している『大卒求人倍率調査』（注釈1）によると、2025年卒の新卒の大卒求人倍率は1.75倍でした。コロナ禍の影響が大きかった2021年卒から2023年卒の3カ年を除くと、直近10年間は1.7倍以上の水準が続いており、依然として高水準です。また、『就職プロセス調査』（注釈2）の大学生の就職内定率（図表1）に目を向けると、2025年卒は現行の就活スケジュールとなった2017年卒以降で、どの調査タイミングでも最も高い数値を示しています。年々より早く学生が内定を獲得しており、学生に追い風が吹いている状況とも言えます。

図表1 就職内定率の推移

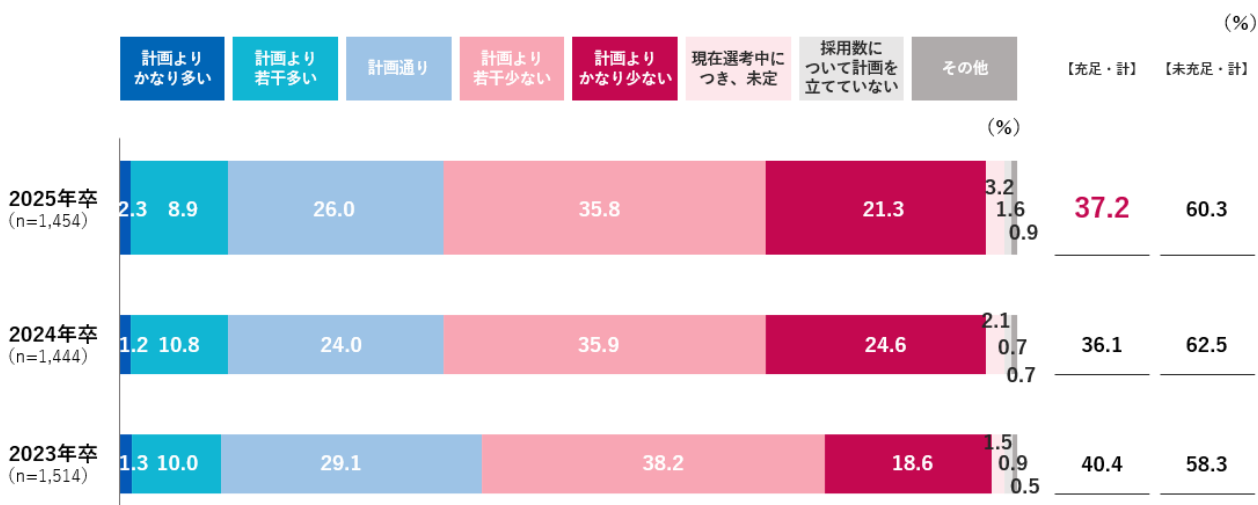
〔大学生_全体（就職志望者／単一回答）※大学院生除く〕



2 企業の状況

まずは企業の状況を見ていきます。企業の新卒学生の採用意欲が高いことは前述のとおりですが、実際の採用の充足状況はどうでしょうか。2025年卒の企業調査によると（注釈3）、企業の新卒採用数について、2025年卒の採用計画に対して「充足・計」は37.2%（図表2）であり、企業にとっては採用が難航する厳しい状況が続いています。

図表2 採用数の計画に対する充足状況 [12月時点]
（該当卒年の採用実施企業／単一回答）

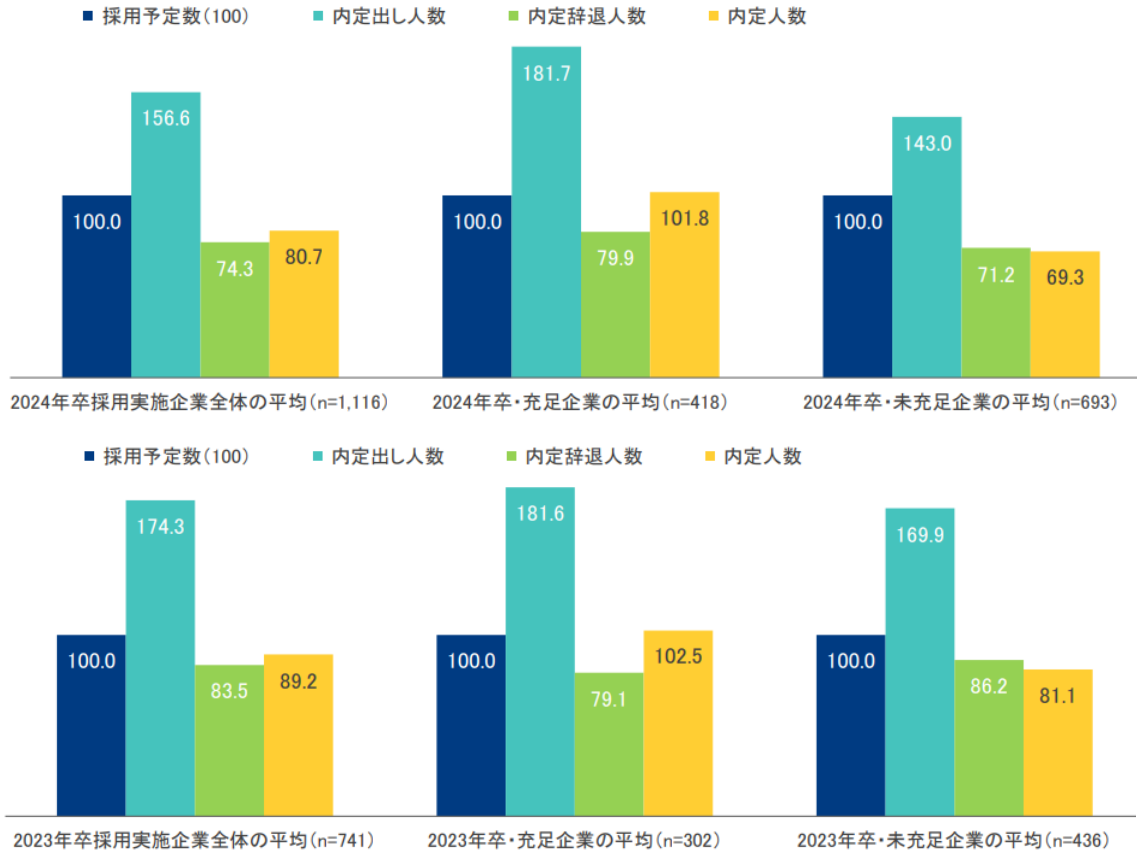


※「充足・計」は「計画よりかなり多い」「計画より若干多い」「計画通り」の合計

※「未充足・計」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

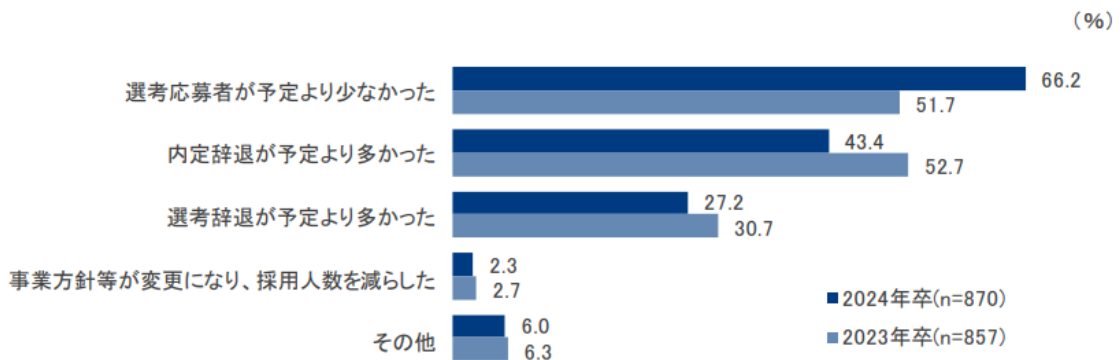
また2024年卒について詳しく見てみると、「採用予定数を100」とした場合の最終的な内定人数は80.7と、2023年卒の89.2から減少しました。特に、2024年卒の未充足企業に焦点を当てると、内定人数は69.3と、2023年卒の81.1と比較して大きく減少しています。未充足企業では、内定人数の確保がより難化していると言えます（図表3）。

図表3 「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
 (該当卒年の採用実施企業のうち、採用予定数、内定出し人数、内定辞退人数、内定人数の全回答企業／数値回答)



また採用数が計画より少ない理由については、「選考応募者が予定より少なかった」が2024年卒では66.2%と一番高い結果となりました。これは、2023年卒で一番高かった「内定辞退が予定より多かった」を上回る結果です(図表4)。2024年卒では選考応募者の確保の段階から苦戦をしている様子が見えます。

図表4 採用数が計画より少ない理由
 (「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／複数回答)



リクルートワークス研究所の『採用見通し調査』（注釈4）によると、2026年卒の新卒採用予定数が「減る」と回答した企業が5.4%であるのに対して「増える」と回答した企業は13.2%であり、引き続き採用意欲が高い様子です。

今後、若年労働力の確保がますます困難となる中、若手人材を巡る競争は一層激化すると予想されます。企業は従来の採用戦略の見直しが必要なタイミングにきていると考えられます。

3 学生の状況

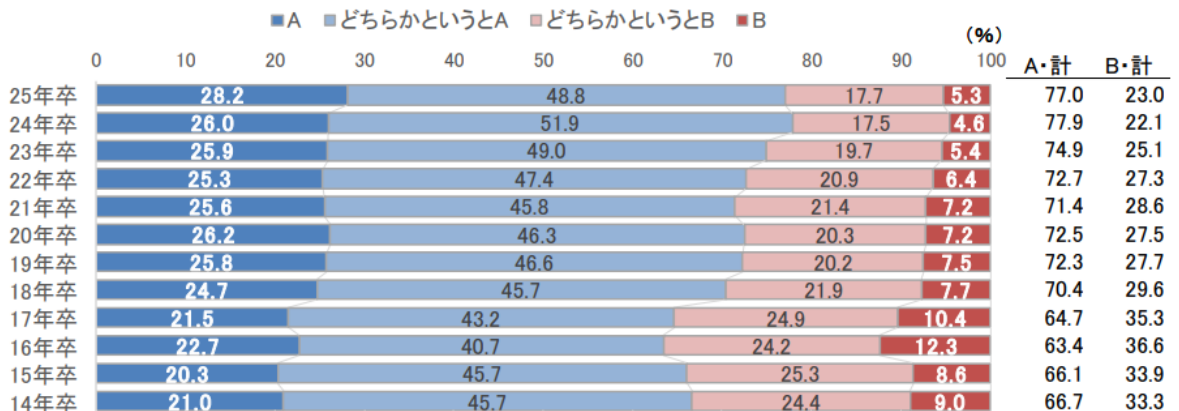
次に、学生の状況について見ていきます。ここでは特に、学生の価値観の変化に注目します。

『大学生・大学院生の働きたい組織の特徴』（注釈5）では、A/Bの対立意見について、「A」「どちらかといえばA」「B」「どちらかといえばB」の4つの選択肢の中から自身の考えとして当てはまるものを1つ回答する形式で聴取しています。この調査結果によると、成長スタイルやワークスタイルの考え方に変化が見られています。

まずは成長スタイルについてです。たとえば能力について確認した設問を見ると、B)「その会社に属してこそ役に立つ、企業独自の特殊な能力が身につく」よりも、A)「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」を選択する割合が近年は高くなっています（図表5）。これは、今の若者や学生が、キャリアや生活の不確実性を極小化したいと思っているということが背景にあるのかもしれませんが。一昔前は、一つの職場で定年まで勤め上げれば安泰、という終身雇用が成り立っていました。しかしその後、長らく日本経済は停滞。入社した会社がずっと安泰でいられるかどうかはわからないという状況の中で、企業特有の専門的なスキルよりも、他の業界や職種においても応用できるスキルを身につけたいと考える学生が増えていると考えられます。

図表5 働きたい組織の特徴（大学生、単一回答）

- A) 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
- B) その会社に属してこそ役に立つ、企業独自の特殊な能力が身につく

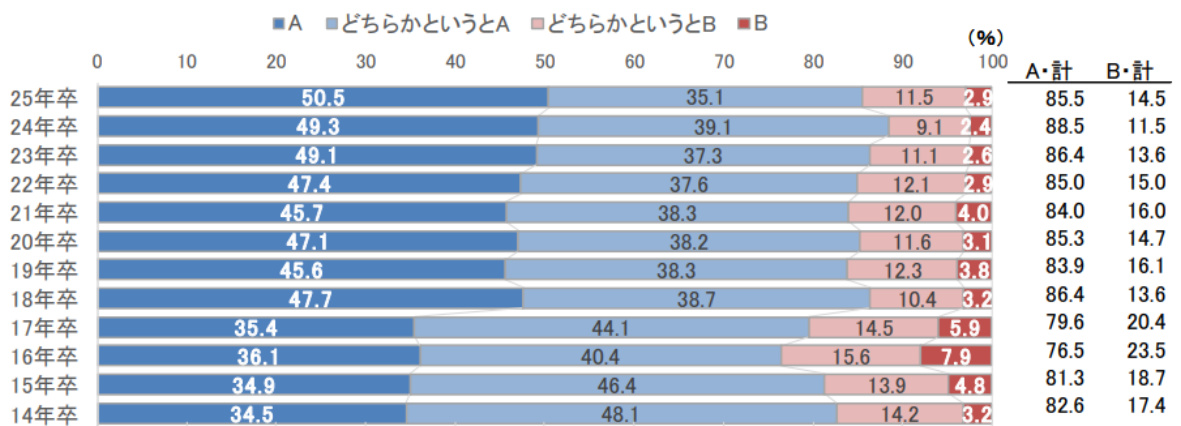


もう一点はワークスタイルの考え方についてです。たとえば仕事と私生活に関して、A)「仕事と私生活のバランスを自分でコントロールできる」とB)「仕事と私生活は区別なく、一体として働ける」を選択する割合を見てみると、A)「仕事と私生活のバランスを自分でコントロールできる」を選択する割合は、2014年卒の34.5%と比べて2025年卒では50.5%と高くなっています(図表6)。

図表6 働きたい組織の特徴(大学生、単一回答)

A) 仕事と私生活のバランスを自分でコントロールできる

B) 仕事と私生活は区別なく、一体として働ける



2014年卒と比べ、2025年卒では企業での人手不足に対する課題感が強くなっており、個人と企業とのパワーバランスは個人の方が強くなりつつあります。そのような中で、これまであまり主張されてこなかったワークライフバランスへの意識が顕在化されているのかもしれない。

また就業観について、一昔前では、終身雇用の中で勤め上げることが結果的に働く人とその家族の幸せにもつながっていると思われていました。しかし近年では、「仕事は人生の一部であってすべてではない」という考え方が広がり、仕事以外のことも大切にしようとする人が増えてきているのではないのでしょうか。そのような中で、仕事と私生活とのバランスを取りながら自分らしい働き方をしたいという意識が高くなっていると考えられます。

4 企業の新卒採用・学生の就職活動の変化とは

いわゆる日本的雇用における採用活動は、新卒一括採用が大きな特徴でした。ある意味でそれは、個々の特性や価値観よりも、ポテンシャルや集団適応力を重視し、入社後に画一的な研修を通じて育成することが特徴でした。しかし昨今の新卒学生の就職活動・採用活動を見ると、より一人ひとりの学生の経験やスキルを重視したものと変化しています。その動向を示す特徴として、「インターンシップの定着と変化」「スカウトや逆求人型採用の増加」「新入社員の初任配属確約」の3つについて紹介します。

4-① インターンシップの定着と変化

今や大学生の就職活動においてインターンシップはすっかり定着したと言っていいでしょう。2024年卒向けの企業調査（注釈6）では、インターンシップ・1day仕事体験を実施する企業の割合は、74.8%でした。2014年卒向けの調査での実施率は39.0%だったのに対し、この10年間で大きく増加しています（注釈7）。学生のインターンシップへの参加について見てみると、参加率・参加社数はともにこの10年間で大きく増加しました。2024年卒では74.2%と、多くの学生が参加している状況です（注釈6）。企業でのインターンシップの実施の高まりとともに、学生にとっても自分のキャリアの軸を見極める手段として定着してきました。このように、インターンシップは企業にとっては新卒採用において欠かせないものとなっており、学生にとっても就職活動のプロセスの一部になったと言えるかもしれません。ただし、データをつぶさに見てみるとこの10年間でその目的や中身に変化があります。

学生がインターンシップを選ぶ際に重視した点（図表7）を見ると、「採用選考に直結するかどうか」は2014年卒では4.5%でしたが2024年卒では25.9%と大きく増加しています。学生側でも、その後の採用選考を意識してインターンシップに参加している様子が見えてきます。

図表7 インターンシップ・1day仕事体験参加先を選ぶ際に重視した点
（インターンシップ・1day仕事体験参加者／複数回答）

（%）

	2014年卒 n=384	2015年卒 n=683	2016年卒 n=856	2017年卒 n=1,003	2018年卒 n=1,007	2019年卒 n=1,134	2020年卒 n=1,184	2021年卒 n=1,494	2022年卒 n=1,761	2023年卒 n=1,215	2024年卒 n=1,338
業種	53.7	50.1	56.8	61.1	63.0	67.1	71.5	73.7	74.2	42.8	40.1
職種	36.9	32.7	37.3	39.2	41.3	44.5	54.3	55.2	58.8	43.5	42.1
会場（地域・場所）	24.9	25.8	29.7	31.6	30.9	33.1	36.8	35.4	26.7	27.1	32.2
内容	47.5	44.1	46.6	52.6	46.8	53.0	52.8	58.4	49.9	58.0	44.1
企業・各種団体等の規模	6.5	5.4	7.1	7.4	8.1	11.3	9.7	11.4	11.6	17.0	14.0
企業・各種団体等の知名度	16.4	15.5	22.0	23.5	22.7	25.1	28.2	11.6	10.5	18.2	15.5
日程・期間	23.9	20.9	31.5	34.5	29.5	34.8	38.0	42.5	35.0	45.1	41.2
報酬	4.2	3.9	1.1	2.8	2.7	5.0	4.0	4.4	3.5	6.3	4.6
採用選考に直結するかどうか	4.5	4.5	6.8	5.1	7.5	9.1	10.6	17.6	19.6	30.3	25.9
Webで参加できるかどうか								0.9	18.6	34.9	32.2
その他	1.5	3.2	1.6	1.0	1.6	0.4	0.7	0.7	0.5	0.5	0.6

※「企業・各種団体等の知名度」は2021年卒まで「企業名」として聴取

※「Webで参加できるかどうか」は2021年卒より聴取

次に企業の実施目的（図表8）を見てみましょう。まず、過去も現在も選択率が高い目的は、「仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる」が挙げられます。特に2015年卒（対象想定）以降は他の目的と比較して一番高い結果で推移しています。次に変化した目的には、「学生に就業体験の機会を提供することで、社会貢献する」があります。2014年卒（対象想定）では79.3%でしたが2023年卒では32.0%と大きく低下しました。

一方で年々増加しているのは、「採用に直結したものとして実施」です。2015年卒（対象想定）では6.3%でしたが2023年卒では28.5%まで増加しています。企業側では、インターンシップを通じて自社の認知を高め、ひいては採用につなげていきたいという意図が見えます。

図表8 インターンシップ・1day仕事体験の実施目的
（インターンシップ・1day仕事体験実施企業／複数回答）

主な対象卒年の想定	2014年卒	2015年卒	2016年卒	2017年卒	2018年卒	2019年卒	2020年卒	2021年卒	2022年卒	2023年卒	(%)
	n=484	n=477	n=555	n=601	n=658	n=821	n=867	n=914	n=978	n=1,074	
採用を意識し、学生のスキルを見極める	30.0	38.6	36.8	42.1	38.6	41.9	43.8	43.9	42.9	39.5	
仕事を通じて、学生に自社を含め、業界・仕事の理解を促進させる	78.7	89.1	85.9	86.7	89.7	88.9	87.9	88.6	91.0	87.2	
従来の採用とは異なるタイプの学生を見出す	5.0	9.0	10.3	10.3	12.2	10.1	9.1	9.3	10.3	9.0	
将来の顧客となり得る学生に対して、自社に対する理解・イメージアップを促進させる	31.4	31.4	35.7	35.8	37.2	36.2	36.3	35.4	37.2	38.9	
学生に就業体験の機会を提供することで、社会貢献する	79.3	72.7	66.7	56.2	53.2	47.0	42.3	40.2	37.8	32.0	
採用に直結したものとして実施		6.3	5.6	9.3	8.7	11.7	15.2	29.6	30.3	28.5	
学生の受け入れを通じて、社内の活性化を促す	13.0	10.3	11.5	10.5	8.4	9.4	8.3	16.5	17.7	17.1	
学生の受け入れを通じて、社内人材を育成する						17.2	17.6	15.3	15.0	15.2	
入社意欲の高い学生を絞り込む						45.9	52.1	55.1	52.0	52.1	
入社後の活躍や定着を促進する						22.0	27.8	34.5	34.0	35.0	
その他	3.3	3.4	3.1	3.0	3.3	2.6	2.3	2.3	2.7	2.5	
特に目的を設定していない	1.0	0.2	0.9	0.3	0.5	0.9	0.6	1.0	0.3	0.8	

※2014年卒～2020年卒は、対象卒年を限定せずに実施したインターンシップ等について聴取

※調査票における「『インターンシップ』という文言は1day仕事体験を含む」という記述は2021年卒調査より掲載

※「学生の受け入れを通じて、社内の活性化を促す」については、2014年卒～2020年卒調査では

「定型業務・プロジェクト等を明示し、学生のスキルを活用して社員に対する活性化を促す」と聴取

さらに2025卒からは、インターンシップの考え方にも変化がありました。これまでのインターンシップが、「キャリア形成支援プログラム」としてタイプ1～タイプ4の4種類の枠組みに再整理されました（注釈8）。タイプ1のオープン・カンパニーとタイプ2のキャリア教育はインターンシップとしては扱われず、就業体験を伴うタイプ3とタイプ4がインターンシップと称されることになりました。タイプ3の汎用的能力・専門活用型インターンシップに加えて、タイプ4の高度専門型インターンシップでは、研究を遂行できる基礎的な素養を持った大学院生が対象であり、より一人ひとりの学生の経験やスキルを重視したものとなっています。

またインターンシップの目的も明確化されました。学生にとっての目的は、一定期間の就業体験を通じて現場からフィードバックをもらうことで自らの能力を見極めることと定められました。

今や新卒採用においてインターンシップはすっかり定着したと言ってよく、汎用能力を土台とした専門性がより重視されお互いのことを知る場になっていると言っていいのではないのでしょうか。

4-② スカウトや逆求人型採用の増加

次にインターンシップ後の採用選考プロセスの変化に注目します。図表9のように、採用における認知形成や広報手段は様々あります。この調査結果（注釈9）からは、ほぼすべての手段の利用度が高まっていることがわかります。近年では「スカウト・逆求人型のサービス」が浸透してきました。2025年卒では前年差+4.4ポイントと増加しています。

図表9 認知形成・広報の手段
(該当卒年の採用実施企業/複数回答)

(%)

	全体	ホームページ	メールマガジン	自社について紹介する、パンフレットや映像メディア(DVD等)	就職情報サイト	就職情報誌	学校への求人票	学生同士のコミュニティサイト	SNS (Facebook、X、LINE等)	動画配信サービス (YouTube等)
2025年卒	n=2,835	90.4	3.8	41.8	80.3	15.7	68.6	1.8	26.5	16.4
2024年卒	n=2,815	88.8	3.5	40.4	80.1	15.4	67.2	1.5	22.5	14.6
2025年卒-2024年卒	-	1.6pt	0.3pt	1.4pt	0.2pt	0.3pt	1.4pt	0.3pt	4.1pt	1.8pt

	全体	スカウト・逆求人型サービス	交通広告 (電車の中吊り、駅貼広告等)	屋外広告・新聞広告	就職情報社が主催する合同企業説明会・セミナー	政府や自治体など行政が主催する合同企業説明会・セミナー	学校が主催する合同企業説明会・セミナー	自社の社員に対する学生の紹介依頼 (リファラル)	その他	特にない
2025年卒	n=2,835	30.9	3.4	6.0	42.8	30.2	53.8	15.9	1.4	0.9
2024年卒	n=2,815	26.4	2.9	5.3	43.1	28.7	51.5	13.3	1.1	1.3
2025年卒-2024年卒	-	4.4pt	0.5pt	0.7pt	-0.3pt	1.5pt	2.2pt	2.7pt	0.4pt	-0.4pt

企業がスカウト・逆求人型サービスを採用手段として利用することは、まずは母集団形成の強化のためです。多くの企業はそもそも学生から応募してもらえないという課題を抱えています。応募を待っているだけでなく企業側からもアプローチをすることにより、興味を持ってもらった学生からの応募につなげ母集団を増やすことができます。そのためこれまでの採用手法に限らずスカウト型採用を活用することで応募者の増加や採用人数の充足に取り組んでいると考えられます。

それに加えて注目ポイントは、学生個人への個別アプローチの強化です。単にマスに対してアプローチをするだけでなく、学生のプロフィール・属性・スキルセット・経験などの情報から自社に適合する学生を探し、採用につなげようとしています。

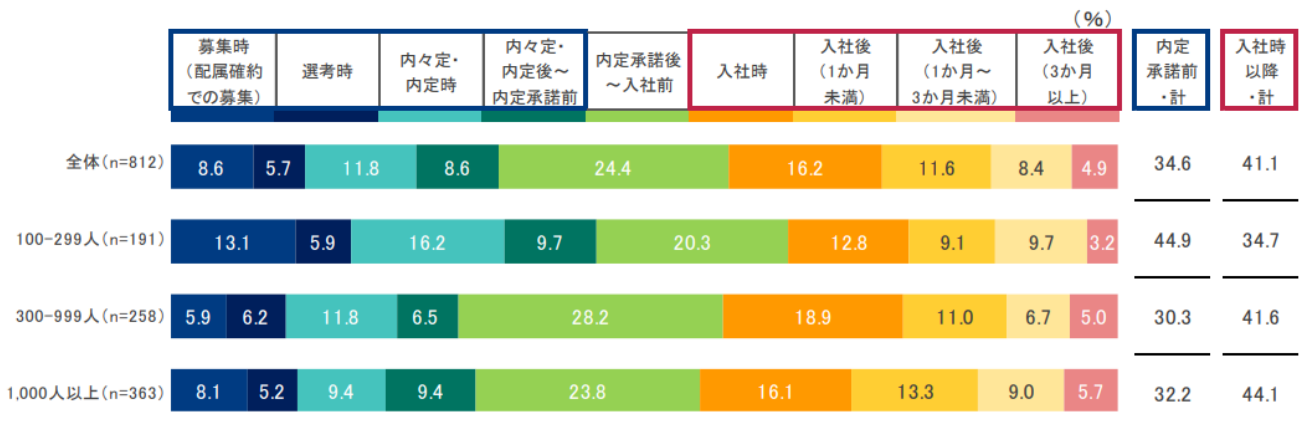
採用人数の充足が難しくなっている中で、企業は新卒採用にスカウトといった新しい手法を取り入れていること。それと同時に、学生一人ひとりの経験やスキルをより重視するような採用に変わりつつあると言えます。

4-③ 新入社員の初任配属確約

最後に、内定から入社にかけてのフェーズにおける変化についてです。従来は、企業側が新入社員の配属を入社後に伝える場合が一般的でした。しかし昨今では、新入社員の初任配属を内定承諾前に確約するような動きがあります。

人事担当者対象の調査（注釈10）にて、2024年卒の新入社員への配属先伝達時期としてあてはまるものを聞くと、内定承諾前に配属先を伝える割合は34.6%でした（図表10）。また学生側への調査（注釈11）でも、配属先が確定した時期を「入社を決める前までに確定・計」で見ると、2024年卒で27.1%、2025年卒で37.3%と、配属確約での応募や入社を決める前に配属先が確定する学生の割合が増加しています。

図表10 配属先伝達時期ごとの新入社員の割合
(全体/数値回答)



また新入社員の配属について、制度を変えたり従来のやり方を見直す必要性について聴取したところ、従来のやり方を見直す必要性を感じている企業は51.8%でした（図表11）。半数以上の企業が問題意識を持っていることがわかります。

図表11 「新入社員の配属」について、制度を変えたり、従来のやり方を見直す必要性を感じているか
(全体/単一回答)

	(%)					感じていない・計	感じて いる・計
	全く 感じていない	あまり 感じていない	どちらとも いえない	やや 感じている	強く 感じている		
全体(n=812)	4.6	21.9	21.7	40.8	11.1	26.5%	51.8%
100-299人(n=191)	4.2	23.0	25.1	40.8	6.8	27.2%	47.6%
300-999人(n=258)	3.9	21.3	24.0	42.6	8.1	25.2%	50.8%
1,000人以上(n=363)	5.2	21.8	18.2	39.4	15.4	27.0%	54.8%

新入社員の初任配属を内定承諾前に確約することは、学生の不安を軽減しミスマッチを防ぐというメリットがある一方で、企業側には柔軟な人員配置が難しくなるという課題も伴います。また、配属先が確約されたとしても、実際の現場での適応や成長が保証されるわけではありません。

一方で内定承諾前に配属先が決まることは、学生にとってはいわゆる配属ガチャの懸念が払拭されるだけでなく、職種や勤務地を含めた自身のキャリアについて考えるきっかけにもなります。学生個人が自身のキャリアを考え、企業は個人の意向をしっかりと受け止めて、双方向の対話を進めることが重要です。単に配属を決定するだけでなく、学生と企業が対話をしながらキャリア形成を行うことが求められています。

近年、企業での新卒採用数における充足率が低く、採用が難しい状況が続いています。このような状況の中で、自社を選んでくれた新入社員が職場に適応し早期離職をしないような努力も同時に重要です。入社する新入社員一人ひとりに対して、配属先への納得に限らず、個人と企業の成長を支えていけるような丁寧なコミュニケーションが求められていると言えます。中長期的には、個人がキャリアオーナーシップを持ち、自らのキャリアに主体的に向き合い行動することが、結果として企業の成長にもつながっていくのではないのでしょうか。

5 新卒採用・就職活動の変化と今後の展望

本稿では、近年の新卒採用市場の変化についてデータをもとに解説しました。少子化・若年労働力の減少が進む中で、企業の採用意欲が高まっています。しかし採用の充足率は低下し続けており、優秀な学生を確保するための競争が激化しています。同時に、学生もよりワークライフバランスを重視したり終身雇用を前提としていない就業観や働き方へと移行しつつあります。

そして企業と学生の関わり方も変化しています。インターンシップは、業界理解のための機会から採用活動を行うにあたっての重要なプロセスへと変化し、企業は早期に優秀な学生と接点を持つようとして、学生も採用を意識して参加をしています。また企業は、新しい採用手法としてスカウト型採用を活用し、母集団形成の強化や、個々の学生のスキルや経験に基づいたアプローチを強化しています。さらに、入社後のミスマッチを防ぐため、新入社員の初任配属を内定承諾前に確約する動きも広がっています。

これまでの日本的雇用における新卒一括採用という画一的な枠組みは、より一人ひとりの学生の経験やスキルを重視したものに変わりつつあります。若年労働力が不足し、学生の価値観も変化している中で、こうした変化は自然な流れであり今後も進んでいくと考えます。

企業側には、従来の画一的な採用方法に頼るのではなく、より個別最適化されたアプローチを取り入れることが求められます。また学生は、単に内定を得ることだけを目的とするのではなく、長期的なキャリア形成を見据えた企業選びが重要になってくるでしょう。

新卒採用は、企業と学生の双方にとって未来をつくる重要なプロセスです。当事者である企業と学生はもちろんのこと、大学や政府をはじめとする多様なステークホルダーと共に、より良い新卒採用のあり方を模索し続けることが必要なのではないのでしょうか。

<注釈>

- 1) リクルートワークス研究所「大卒求人倍率調査」
- 2) リクルート就職みらい研究所「就職プロセス調査」
- 3) リクルート就職みらい研究所「就職白書2025」
- 4) リクルートワークス研究所「採用見通し調査」（新卒：2026年卒）
- 5) リクルート就職みらい研究所「大学生・大学院生の働きたい組織の特徴」
- 6) リクルート就職みらい研究所「就職白書2024」
- 7) リクルート就職みらい研究所「就職白書2014～2023 時系列データ集」

8) キャリア形成支援に係る取り組みの4類型

類型	「インターンシップ」とは称さない		「インターンシップ」と称して実施	
	タイプ 1 オープン・カンパニー	タイプ 2 キャリア教育	タイプ 3 汎用的能力・専門活用型 インターンシップ ※1	タイプ 4(試行) 高度専門型インターンシップ
目的	個社や業界に関する情報提供・PR	働くことへの理解を深めるための教育	就業体験を通じて、学生にとっては自らの能力の見極め、企業にとっては学生の評価材料の取得	就業体験を通じて、学生にとっては実践力の向上、企業にとっては学生の評価材料の取得
対象	年次不問	年次不問	学部3・4年、修士1・2年、博士課程学生(大学正課を除く)	修士課程、博士課程学生 ※詳細は下段の「主に想定されるもの」参照
主に想定されるもの	企業・就職情報会社や大学キャリアセンターが主催するイベント・説明会	・大学等が主導する授業・産学協働プログラム(正課・正課外を問わない) ・企業がCSRとして実施するプログラム	企業単独、大学等が企業あるいは地域コンソーシアムと連携して実施する、適性・汎用的能力ないしは専門性を重視したプログラム	・高度な専門性を重視した修士課程学生向けインターンシップ(仮称)(産学協議会で検討中) ・ジョブ型研究インターンシップ(自然科学分野の博士課程学生を対象に文科省・経団連が共同で試行中)
就業体験	なし	任意	必須 ①実施期間の半分以上の日数を職場での就業体験に充てる(就業体験要件) ②職場の社員が学生を指導し、学生に対しフィードバックを行う(指導要件)	必須
所要日数	超短期(単日)	授業・プログラムによって異なる	③汎用的能力活用型は5日間以上。専門活用型は2週間以上(実施期間要件)	・ジョブ型研究インターンシップ:長期(2か月以上) ・高度な専門性を重視した修士課程学生向けインターンシップ(仮称):検討中
実施時期	学士・修士・博士課程の全期間。時間帯やオンラインの活用など、学業両立に配慮	学士・修士・博士課程の全期間。時間帯やオンラインの活用など、学業両立に配慮	④学業との両立の観点から、長期休暇期間(夏休み、冬休み、入試休み・春休み)(実施時期要件)。ただし、大学正課および博士課程は、長期休暇に限定されない	—
取得した学生情報の採用活動への活用	不可	不可	卒業・修了年次前年3月以降は広報活動に、卒業・修了年次6月以降は採用選考活動に使用可	卒業・修了年次前年3月以降は広報活動に、卒業・修了年次6月以降は採用選考活動に使用可

※1 タイプ3において、表中の①～④、並びに⑤情報開示要件(※2)の5つを満たしている場合、「インターンシップ」と称し、「産学協議会基準準拠マーク」を募集要項等に記載することができる。

※2 情報開示要件として、次の①～⑨に関する情報が募集要項などに記載されていることが求められる。

①プログラムの趣旨(目的)／②実施時期・期間、場所、募集人数、選抜方法、無給/有給等／③就業体験の内容(受け入れ職場に関する情報を含む)／④就業体験を行う際に必要な(求められる)能力／⑤インターンシップにおけるフィードバック／⑥採用活動開始以降に限り、インターンシップを通じて取得した学生情報を活用する旨(活用内容の記載は任意)／⑦当該年度のインターンシップ実施計画(時期・回数・規模等)／⑧インターンシップ実施に係る実績概要(過去2～3年程度)／⑨採用選考活動等の実績概要 ※企業による公表のみ

※産学協議会作成「何が変わるの? これからのインターンシップ」(https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/039_leaflet2.pdf) P7～8などを基に就職みらい研究所にて作成

9) リクルート就職みらい研究所「採用活動中間調査」2025年卒

10) リクルート就職みらい研究所「【人事担当者対象調査】新入社員の入社後の配属について」

11) リクルート就職みらい研究所「【2024年卒 就職活動TOPIC】入社後の配属希望と確定状況

(6月12日時点調査)」、「就職プロセス調査」2025年卒 2024年6月12日時点