

## 「2019年卒・新卒採用に関する企業調査—採用方針調査」

〈2018年2月調査〉

2019年卒の採用戦線がいよいよ本格的にスタートする。現行の日程ルールも3年目を迎えて定着した一方で、学生優位の「売り手市場」を背景に、企業側に前倒しの動きが見られる。企業の採用方針や施策について最新の状況を知るため、「キャリアス就活」掲載企業など全国の有力企業を対象に調査を実施し、その特徴を分析した。

### 1. 2019年3月卒業予定者の採用見込み

- 「増加」30.8%、「減少」8.5%。8年連続で「増加」が「減少」を上回る

### 2. 採用活動のスタンス

- 「人数の確保より学生の質を優先」74.7%。初めて7割台に低下

### 3. 自社の採用活動の見通し（難易度）

- 「非常に厳しくなる」が大幅に増加（35.7%→45.3%）。危機感が一層強まっている

### 4. 2019年卒採用のテーマ

- 「母集団の拡大」が依然最多。「3月より前（プレ期）のアプローチ」が前年より大きく増加

### 5. 採用活動の開始予定時期

- 自社セミナー開始は「3月上旬」が最多。エントリーシートの受付は過半数が「3月上旬」
- 面接開始のピークは「3月下旬～4月中旬」。内定出しの開始は「6月上旬」が最多

### 6. 採用活動の方向性

- 「プレ期の活動」「学内セミナーへの参加」など積極的に学生との接点を増やす姿勢が顕著

### 7. 3月より前に実施した企業広報

- 9割超が3月より前に企業広報を実施。イベントへの参加が大きく増加

### 8. インターンシップ実施状況

- 今年度実施企業は70.8%。前年調査より12.3ポイント増加し、実施企業の満足度は低下
- 参加学生への優遇策は、「早い時期に本選考」「限定セミナー開催」がともに約4割

### 9. 2018年3月卒業予定者の選考終了状況

- 選考終了企業は82.3%。充足率の平均は82.7%。前年同水準

#### 《調査概要》

調査対象 : 全国の主要企業 18,175社  
 調査時期 : 2018年1月29日～2月7日  
 調査方法 : インターネット調査法  
 回答社数 : 1,311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
428社	513社	370社	487社	824社	273社	1038社
《地域》						
北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
35社	88社	630社	180社	225社	89社	64社

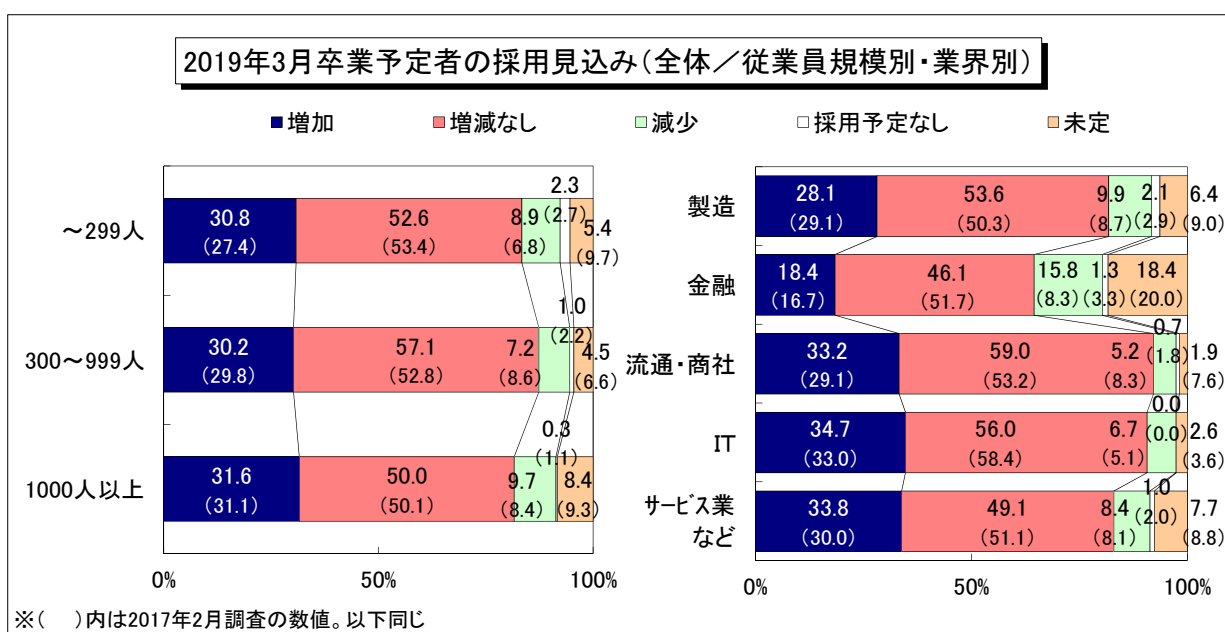
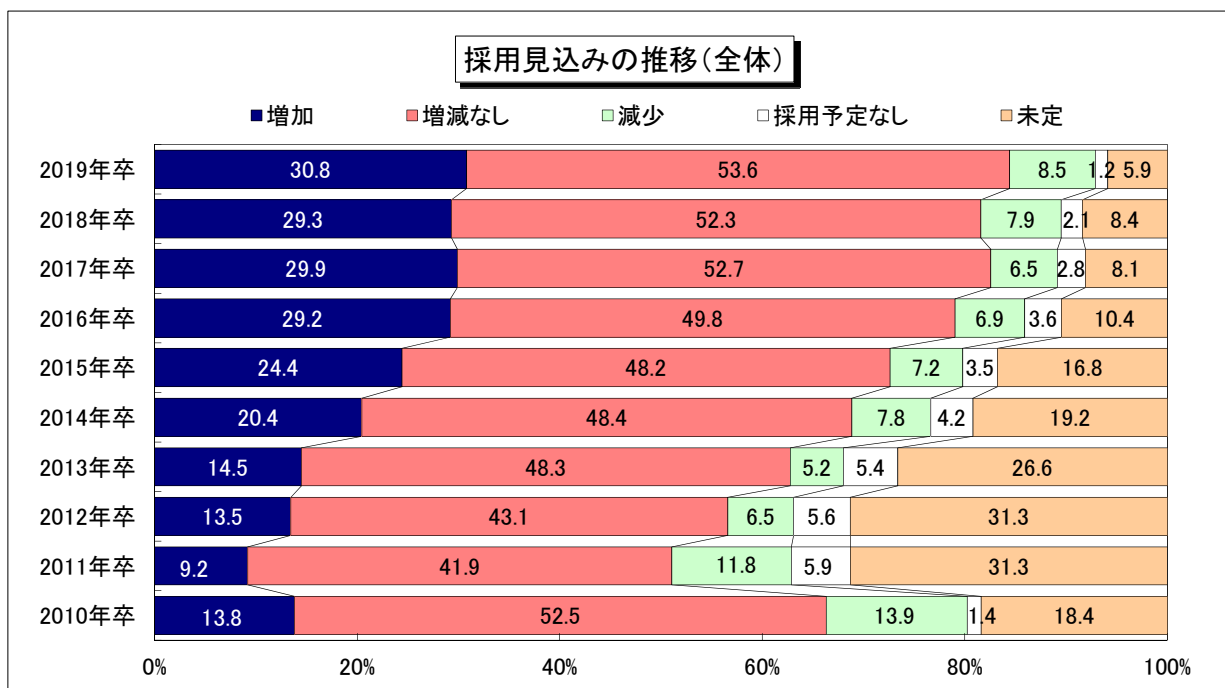
調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

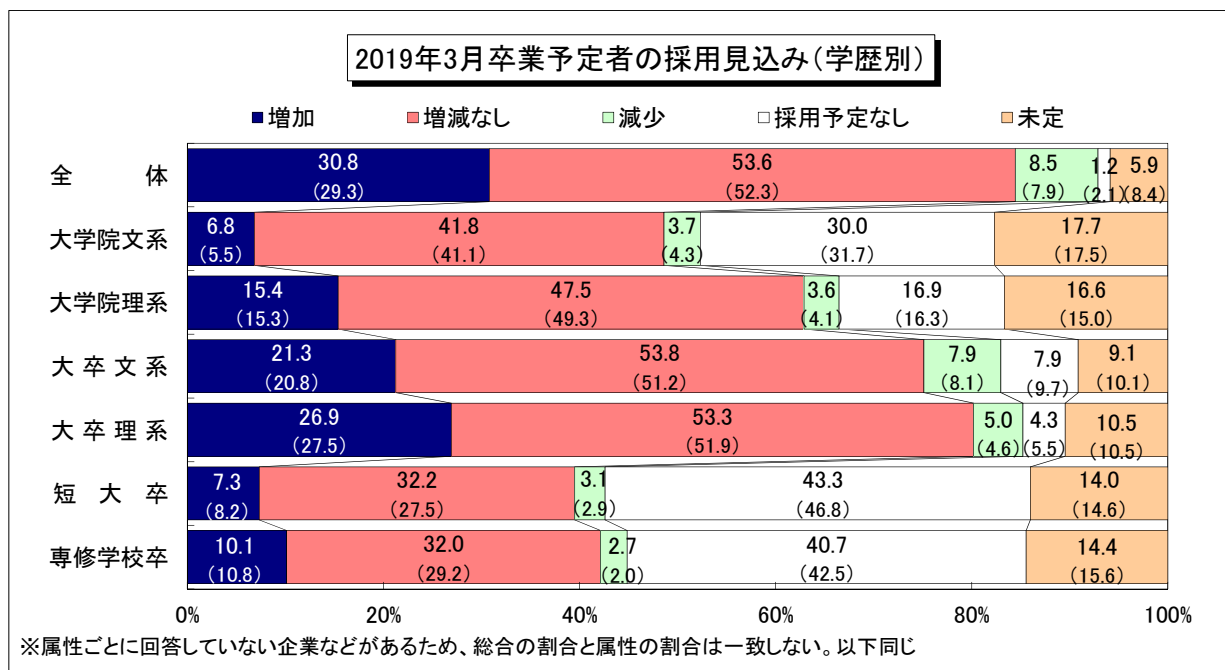
### 1. 2019年3月卒業予定者の採用見込み

2019年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねたところ、前の年（今春入社予定者）よりも採用を「増加」と回答した企業が30.8%であるのに対し、「減少」は8.5%。「増加」が「減少」を20ポイント以上、上回っている。企業の採用数は、リーマン・ショック後の2011年卒採用を底に増加傾向が続いているが、来春に関しても採用意欲の強さは維持される見込みだ。

従業員規模別に見ると、いずれの規模も「増加」が3割を超えており、「減少」を大幅に上回る。業界別では、いずれも「増加」が「減少」を上回っているものの、「金融」は他業界に比べ増加企業の割合が低い（18.4%）。減少企業も1割を超えており（15.8%）、慎重な姿勢が目立つ。未定という回答も多く（18.4%）、動向が気になるところだ。

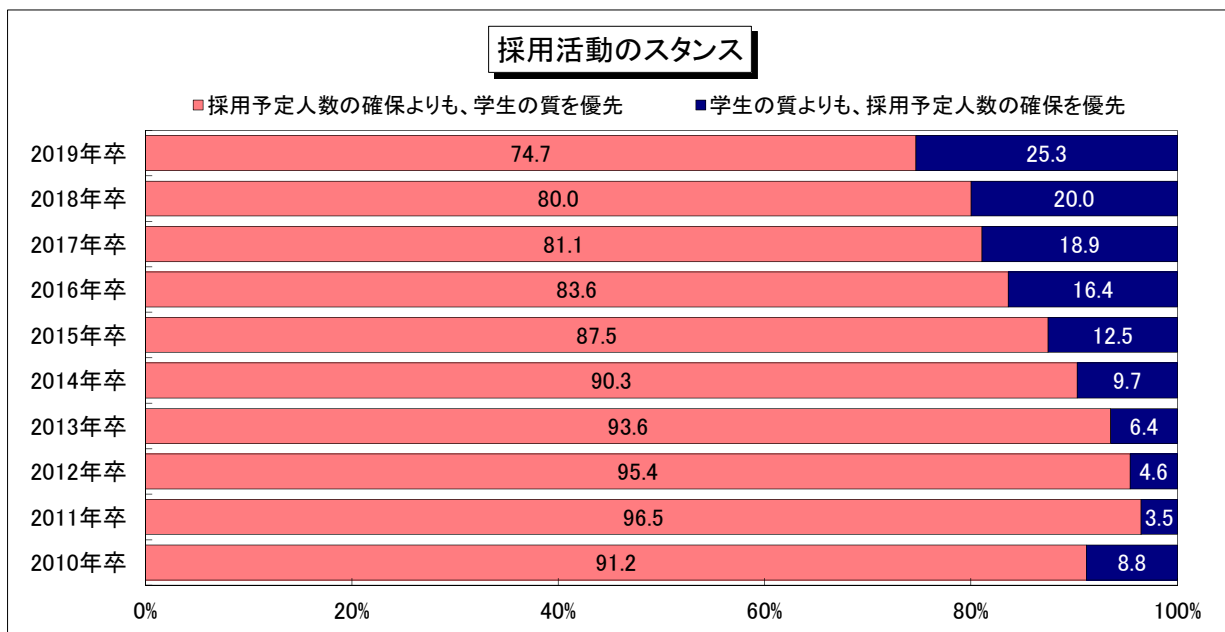
また、学歴別では、大卒理系の採用増を予定する企業が多い。（グラフは次ページ）





## 2. 採用活動のスタンス

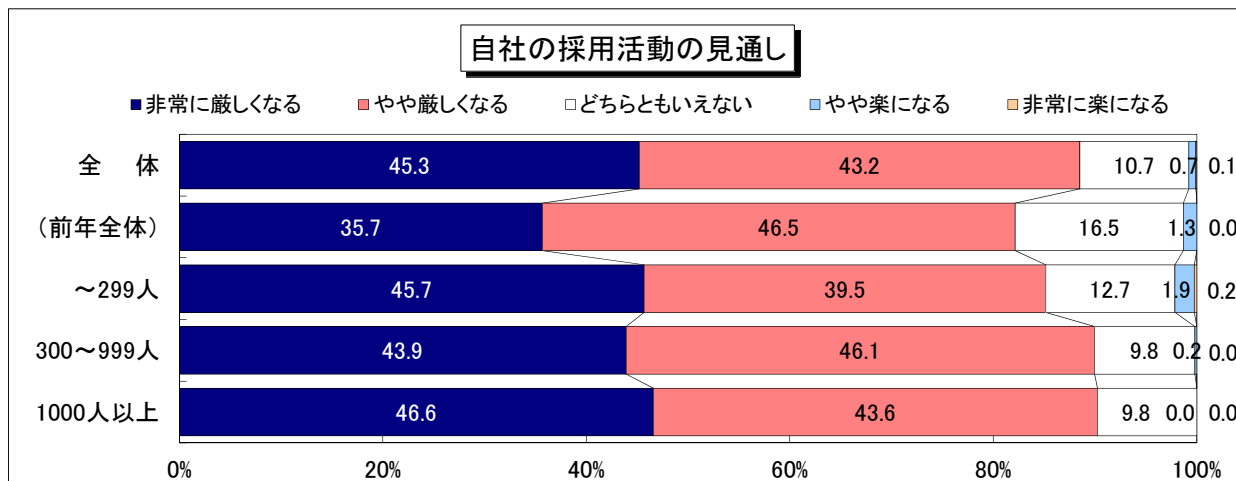
2019年卒採用のスタンスについては、「採用予定人数の確保よりも、学生の質を優先」という企業が依然大勢を占める。しかし、前年調査（80.0%）より5.3ポイント低下し、1997年に当項目を調査開始以降、初めて7割台に下がった（74.7%）。過去の推移を見ると、売り手市場になると「質優先」の数字は下がる傾向にあり、今回で8年連続の低下。企業群別に見ると、とりわけ採用数の多い大手企業や、サービス業において「人数の確保を優先」する姿勢が鮮明だ。



	(%)							
	～299人	300～999人	1000人以上	製造	金融	流通・商社	IT	サービス業 など
学生の質を優先させる	78.5	74.0	71.3	78.2	81.3	71.4	79.3	66.9
採用予定人数の確保を優先させる	21.5	26.0	28.7	21.8	18.7	28.6	20.7	33.1

### 3. 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たところ、「非常に厳しくなる」(45.3%)と「やや厳しくなる」(43.2%)を合わせて88.5%が「厳しい」との見方を示した。特に「非常に厳しくなる」が前年調査(35.7%)より大幅に増えているのが目立つ(9.6ポイント増)。先に確認したように、採用数は8年連続で増加する見込みであり、内定者の確保に向け危機感が一層強まっている様子が表れている。

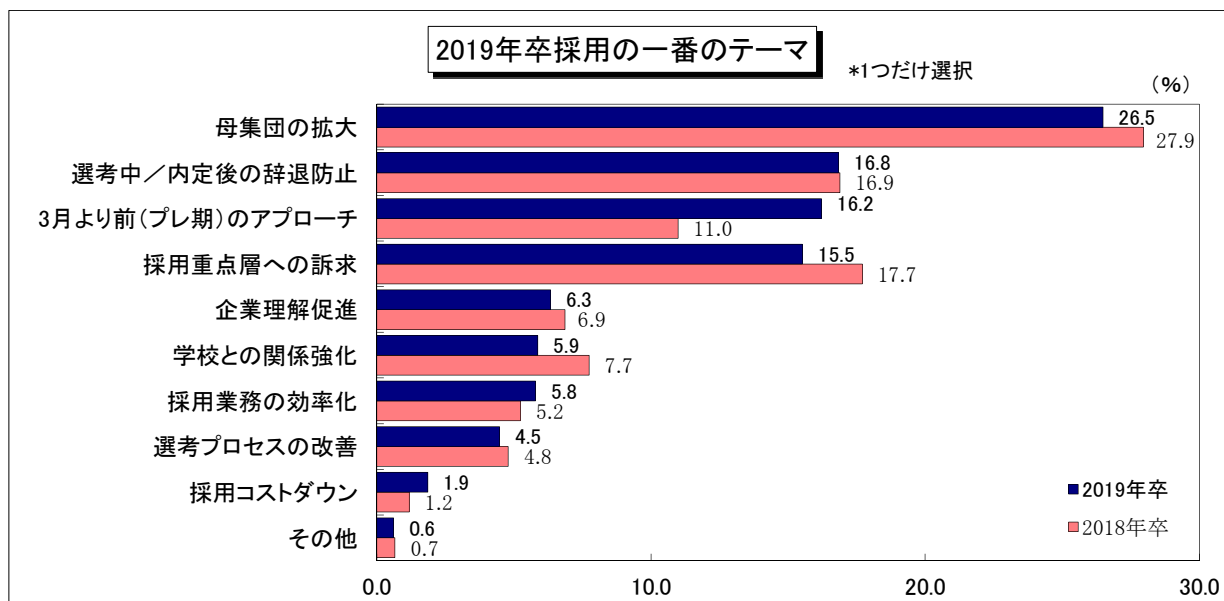


#### 【Voice1】—採用活動を「非常に厳しくなる」と見る理由

- インターンの参加進捗が前年に比べて厳しいため。母集団確保に苦戦することが予測されます。 <専門店>
- 競合する企業も理系採用を増やすため。 <機械・プラントエンジニアリング>
- 学生優位の市場となっており、業界・職種を絞った就活をしている学生が多いため。 <情報処理・ソフトウェア>
- 2018年卒採用において、これまでにない数の辞退が発生し、その傾向は今シーズンも継続すると考えるため。 <自動車・輸送用機器>

### 4. 2019 年卒採用のテーマ

採用の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」(26.5%)。一方で、「3月より前のアプローチ」が前年調査より大きく増えているのが目立つ(11.0%→16.2%)。早い時期から学生にアピールすることで認知度を上げ、3月解禁以降の母集団確保や志望度アップにつなげたいということだろう。早期アプローチの重要性を認識する企業が増えたことがわかる。

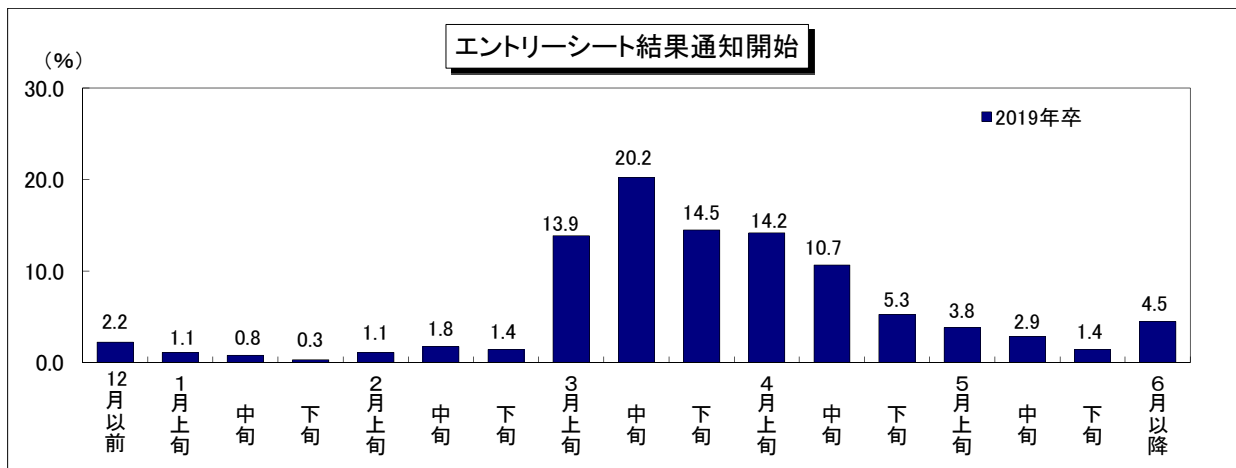
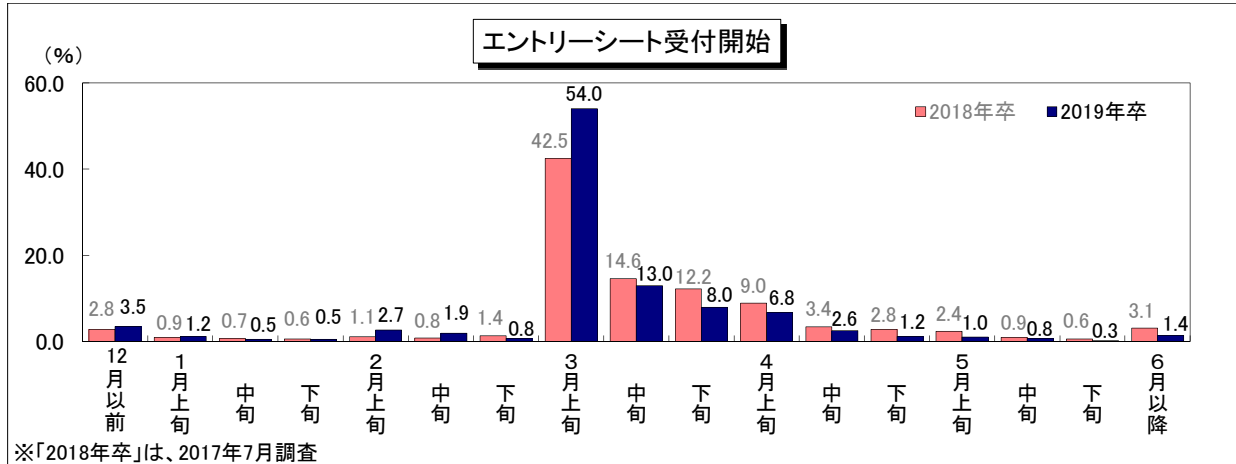
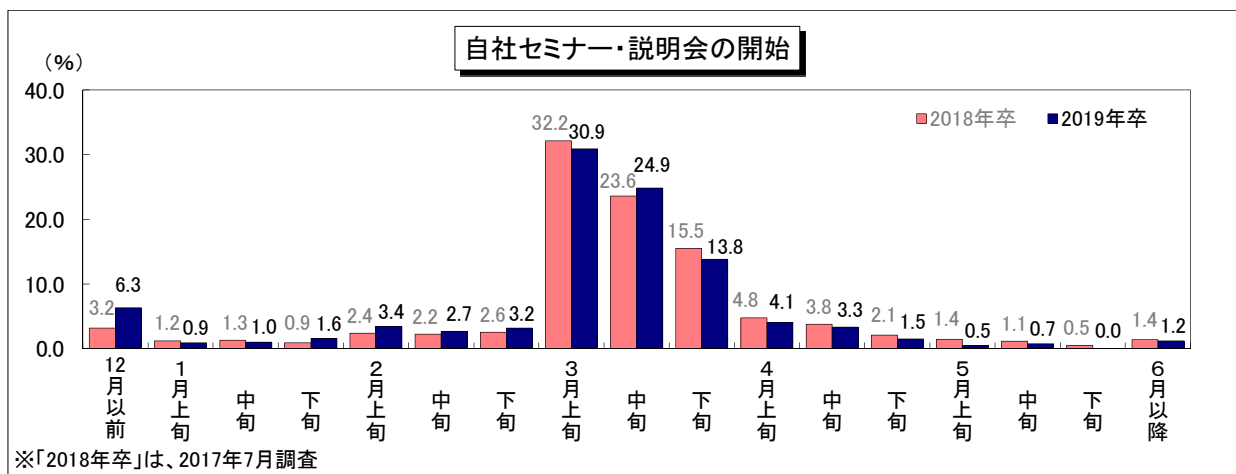


### 5. 採用活動の開始予定時期

2019年卒の採用活動は、「3月採用広報解禁、6月選考解禁」の3年目となるが、企業は具体的にどのようなスケジュールで進めようとしているのだろうか。

まず、自社セミナー・説明会の開始は3月上旬が最も多く（30.9%）、3月中旬（24.9%）がこれに続く。採用広報解禁月の3月に集中しているが、一方で2月までに開始した企業も少なくない。計19.1%で、前年実績（計13.8%）より増加しており、早期に開始する企業が増えた。

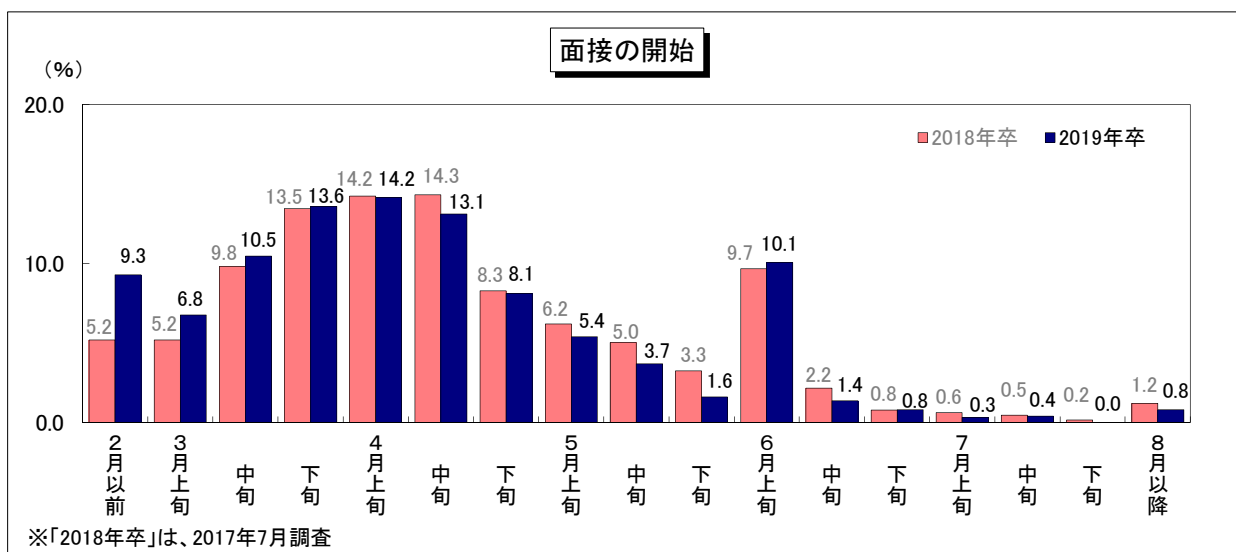
エントリーシート受付開始は、過半数（54.0%）が3月上旬と回答。採用広報解禁直後の3月上旬への集中度合いがいっそう高まる見込みだ。なお、エントリーシートの結果通知開始は3月中旬が最も多く（20.2%）、受付開始から短期間で結果通知をする企業が少なくないことがわかる。



次に面接開始と内定出し開始の予定時期を確認したい。

面接の開始が最も多いのは、4月上旬（14.2%）。その前後の時期も次いで多く、3月下旬から4月中旬を合わせると4割を超える（40.9%）。3月1日の採用広報開始から1カ月前後で4割が面接に入ることになり、前年以上に動きが早まる見込みだ。選考解禁直後の6月上旬は1割にとどまり（10.1%）、早期化が一層進みそうだ。

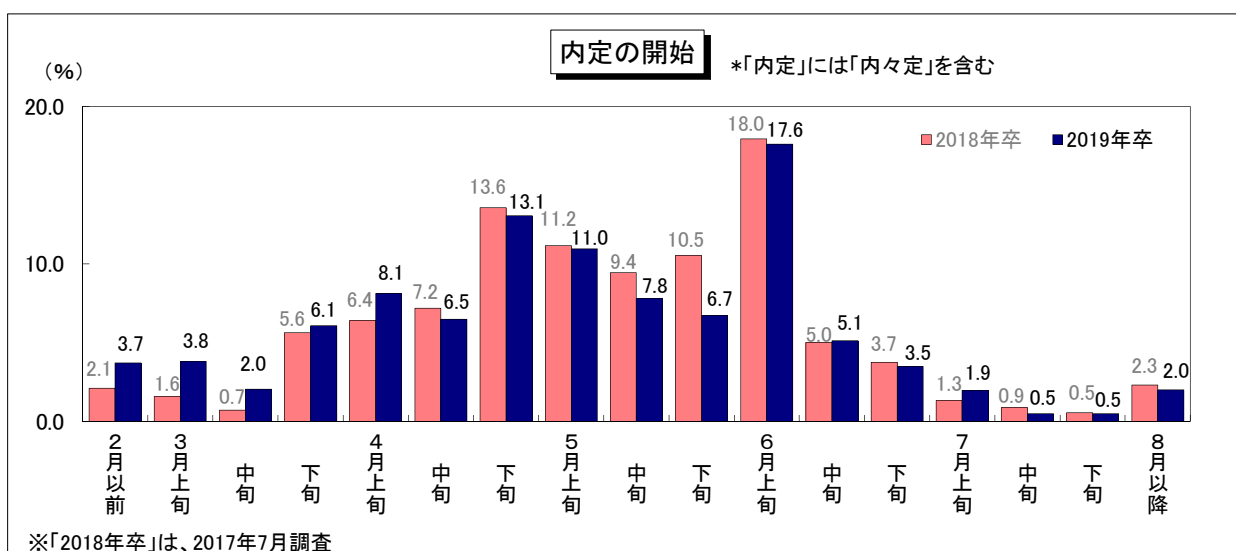
内定出しの開始時期は6月上旬が最も多いが（17.6%）、4月下旬から5月上旬もそれぞれ1割を超えている。大型連休中、あるいはその前後に内定を出す企業と、6月上旬に出す企業とで2つの山に分かれそうだ。また、2月以前から4月上旬まで前年実績を上回っており、早期の内定出しが増える見込みだ。従業員規模別に見ると、規模が大きいほど6月上旬の割合は高くなるが、1000人以上の大手企業でも2割強（23.0%）にとどまる。



※「2018年卒」は、2017年7月調査

＜面接の開始/従業員規模別＞ (%)

	2月以前	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月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月以降
～299人	9.4	7.8	10.4	12.9	13.9	12.7	7.6	5.6	3.0	1.3	8.9	2.5	2.0	0.5	0.0	0.0	1.5
300～999人	7.5	7.3	9.8	12.6	15.7	14.8	8.9	4.7	5.9	2.2	8.1	1.0	0.4	0.2	0.2	0.0	0.6
1000人以上	11.5	4.8	11.5	15.8	12.4	11.3	7.6	6.2	1.4	1.1	14.1	0.6	0.0	0.3	1.1	0.0	0.3



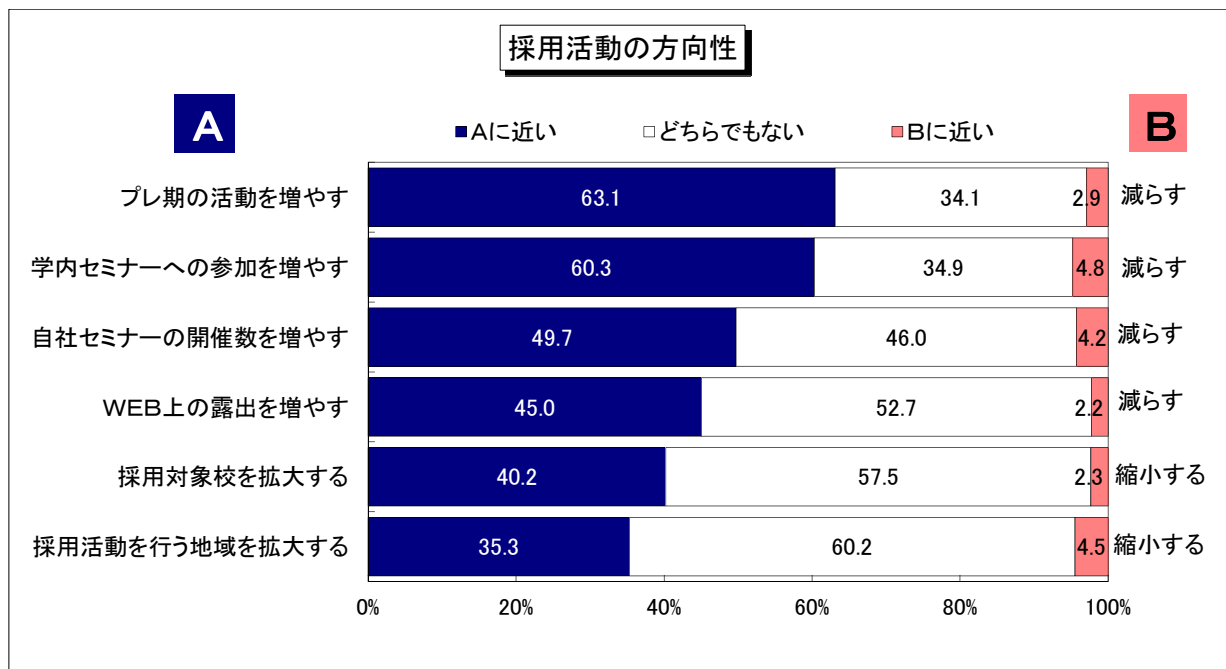
※「2018年卒」は、2017年7月調査

＜内定(内々定)の開始/従業員規模別＞ (%)

	2月以前	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月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月以降
～299人	3.8	4.8	2.8	7.9	10.2	6.4	11.2	9.7	7.1	5.6	13.5	5.6	4.3	2.8	0.8	1.0	2.5
300～999人	3.1	2.7	2.5	6.2	6.8	5.7	13.3	12.1	10.1	6.4	17.0	6.2	3.3	2.1	0.4	0.4	1.8
1000人以上	4.5	4.3	0.6	4.0	7.7	7.7	14.8	10.8	5.4	8.5	23.0	3.1	2.8	0.9	0.3	0.0	1.7

## 6. 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」が最も多かったのは「プレ期(3月より前)の活動」で6割強(63.1%)。続く「学内セミナーへの参加」は約6割(60.3%)が、「自社セミナーの開催」は約半数(49.7%)が「増やす」と回答。いずれの項目でも「減らす」「縮小する」は5%未満にとどまり、「増やす」「拡大する」が大幅に上回る。母集団拡大のために採用広報を強化する姿勢が顕著に表れている。



### 【Voice2】—採用活動の方向性

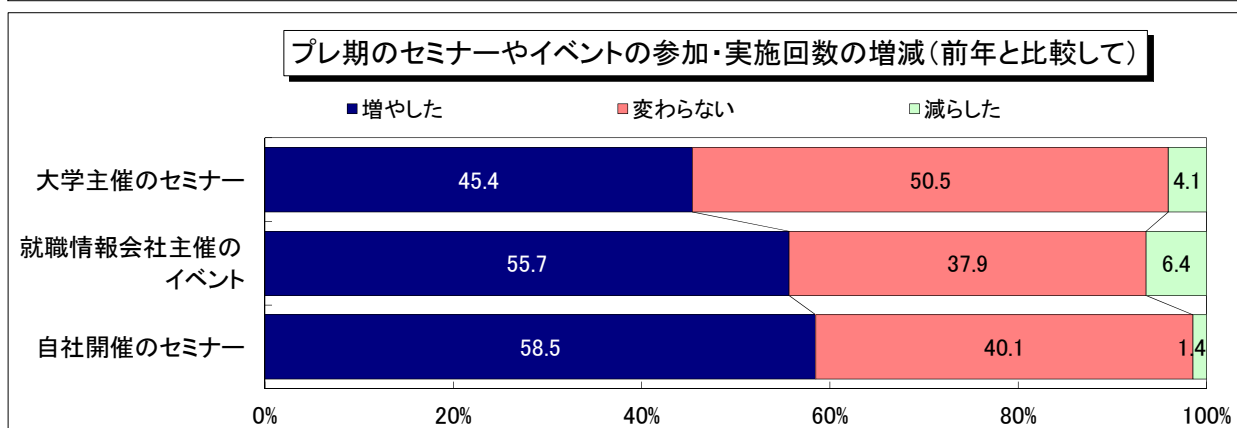
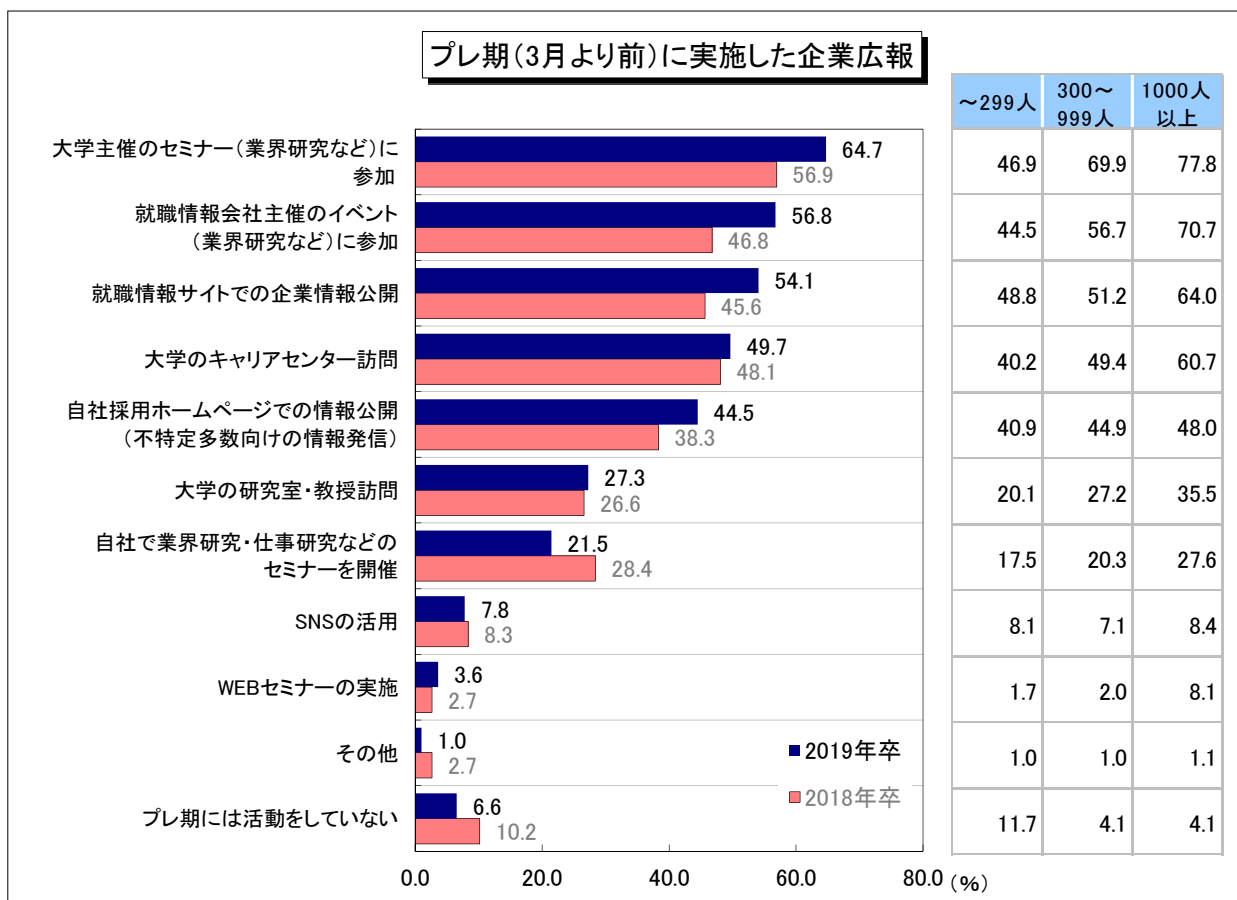
- 2018 年卒採用で母集団形成ができていない要因が「プレ期の活動不足」「WEB への露出が少ない」の 2 点であったため、2019 年卒採用は特に力を入れたい部分である。 <情報・インターネットサービス>
- プレ期の活動や情報発信に特に重点を置き、学生の候補に入ることを大切にしています。選考フローの見直しと効率化を図ることも考えています。 <生活協同組合>
- 学内セミナーへのアプローチを増やし、大学との関係を構築する。 <印刷・パッケージ>
- 学生と早期接点を作り、比較的長いスパンで人間関係を構築していくことが理想。 <信用金庫・労働金庫・信用組合>
- BtoB 企業なので、少しでも学生の目に留まるためにインターネット、イベント両方での露出を増やしていく。 <専門商社>
- 業界的に、就労環境と就労条件が悪く認識されているので、少しでも多く接触して理解を得てもらう活動をしていきたいと考えています。 <運輸・倉庫>
- 3 月以前の活動に重点を置いて実施している。リクルーター研修や面接講習など昨年よりも充実させている。 <自動車・輸送用機器>
- 近年、母集団の質低下を顕著に感じているため、採用重点校へのアプローチを強化し質向上につなげたい。 <専門商社>
- SNS などで費用をかけずに実施できる社員紹介などの採用広報を強化していく。 <電子・電機>
- 学生が参加しやすい環境（WEB セミナーや WEB 筆記試験）を整え、参加を促している。また社内で進めている働き方改革の観点からも、WEB 化などの業務効率化を積極的に推進している。 <運輸・倉庫>



### 7. 3月より前に実施した企業広報

前ページで見たように、プレ期（3月より前）の活動を強化した企業が増加したが、どのような活動を行ったのだろうか。採用情報を伴わない企業広報について、プレ期の実施状況を調査した。「企業広報はしていない」という回答は6.6%にとどまり、9割以上の企業は何らかの広報を実施。最も多いのは「大学主催のセミナーに参加」で6割強（64.7%）。続く「就職情報サイト主催のイベントに参加」、「就職情報サイトでの企業情報公開」までが過半数に上り、いずれも前年調査より大幅に増加した。企業規模が大きいほど実施率は上昇し、より多くの手法を組み合わせる傾向が強い。

なお、「大学主催のセミナー」「就職情報サイト主催のイベント」「自社開催のセミナー」の参加や実施の回数について、前年からの増減を尋ねたところ、いずれも「増やした」が「減らした」を大幅に上回った。イベントを中心にプレ期広報が過熱している様子がうかがえる。



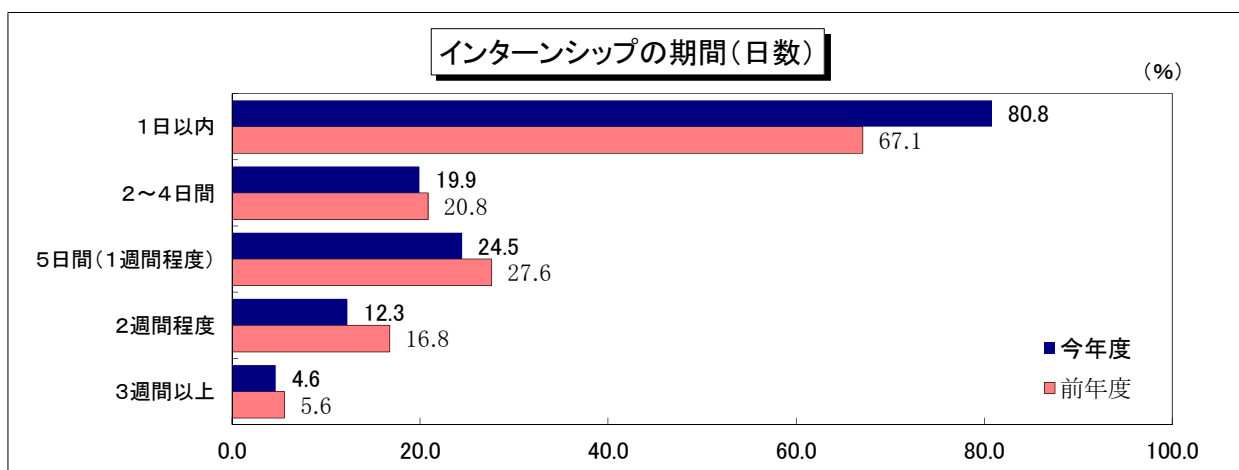
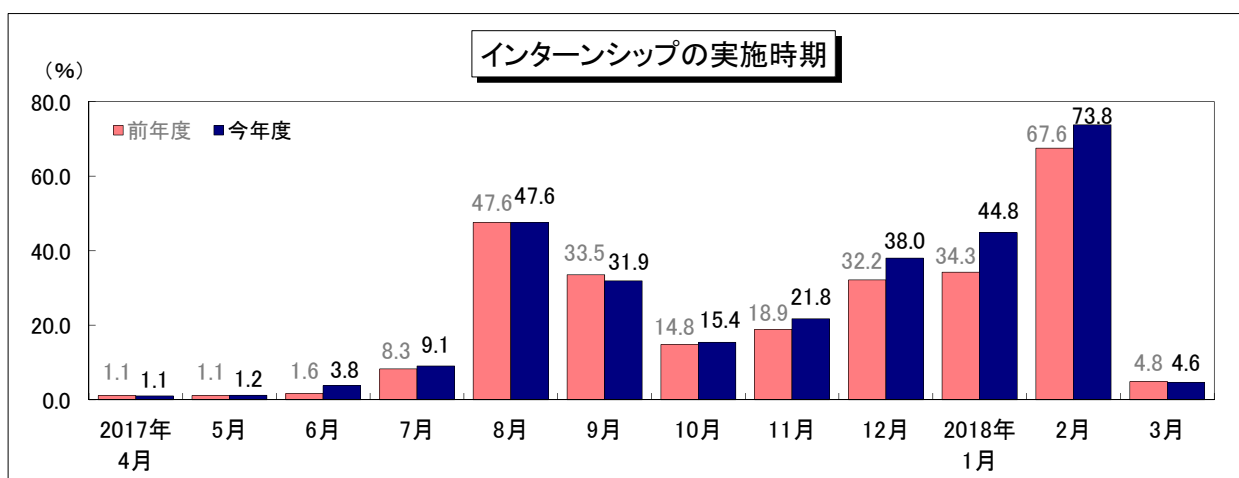
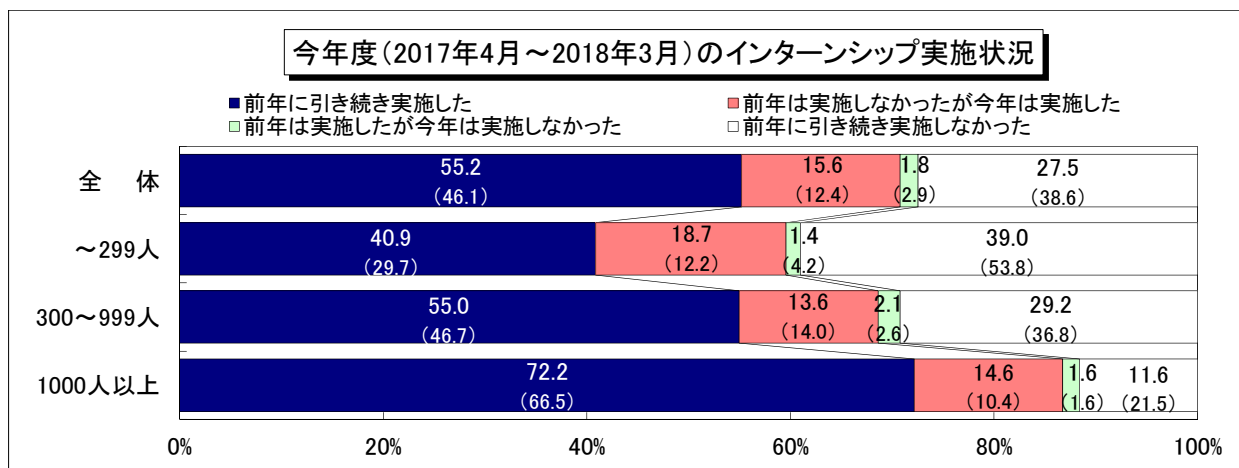


### 8. インターンシップ実施状況

今年度（2017年4月～2018年3月）にインターンシップを「実施した」と回答した企業は、7割を超え（計70.8%）、前年調査（58.5%）を12.3ポイント上回る。大手企業では実施率が8割強に上っている（計86.8%）。

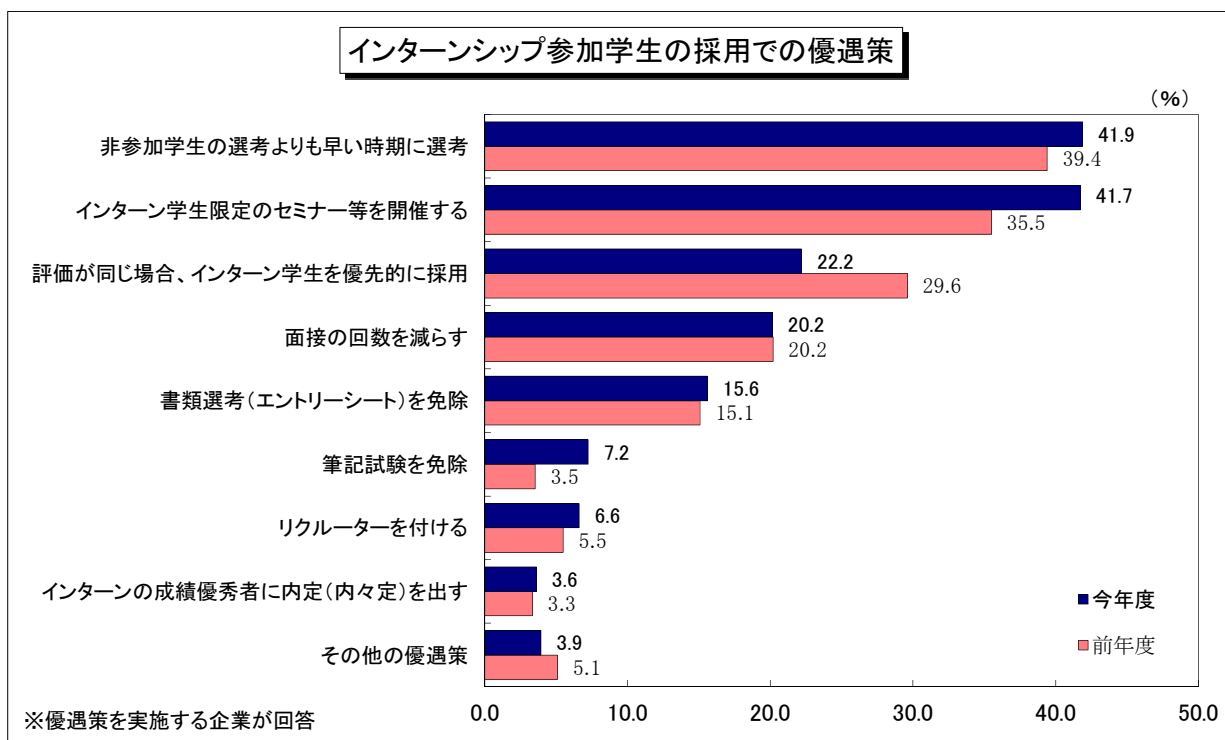
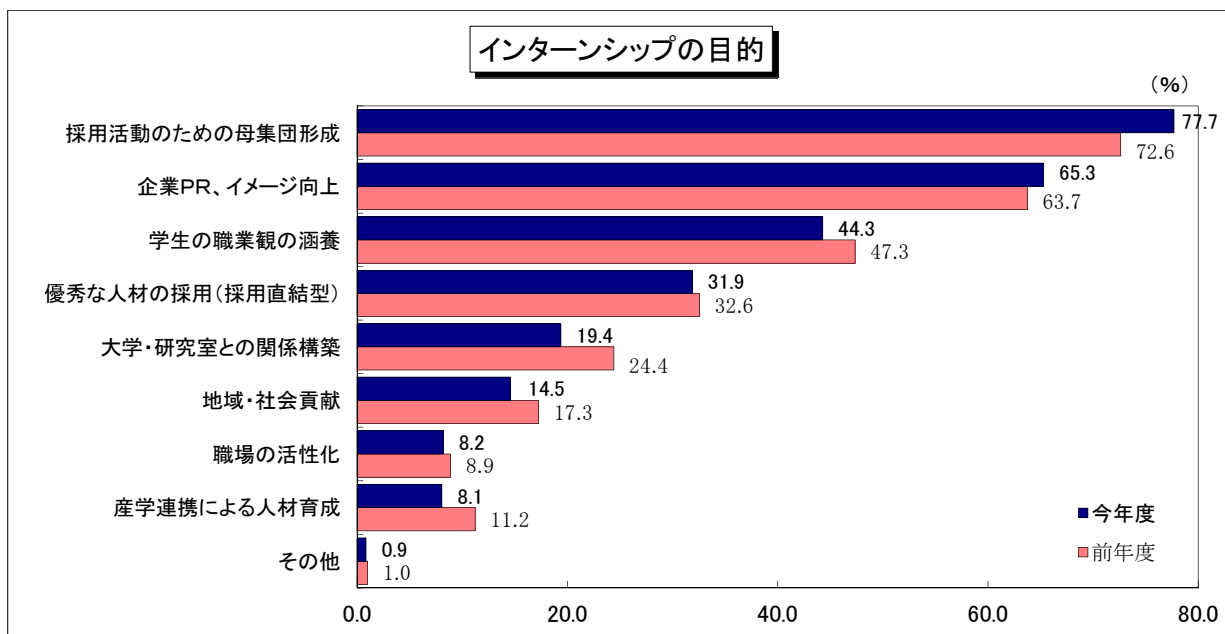
実施時期は、「2月」が7割超（73.8%）で最も多い。前年と比較すると、夏季・秋季は変動が少ない一方、「1月」は10.5ポイント増加するなど、冬季の増加が目立つ。

実施期間を見ると、「1日以内」のプログラムを実施した企業は8割に上り（80.8%）、前年より13.7ポイント増加。一方、2日以上のプログラムは軒並み減少しており、短期化が進んだことがわかる。

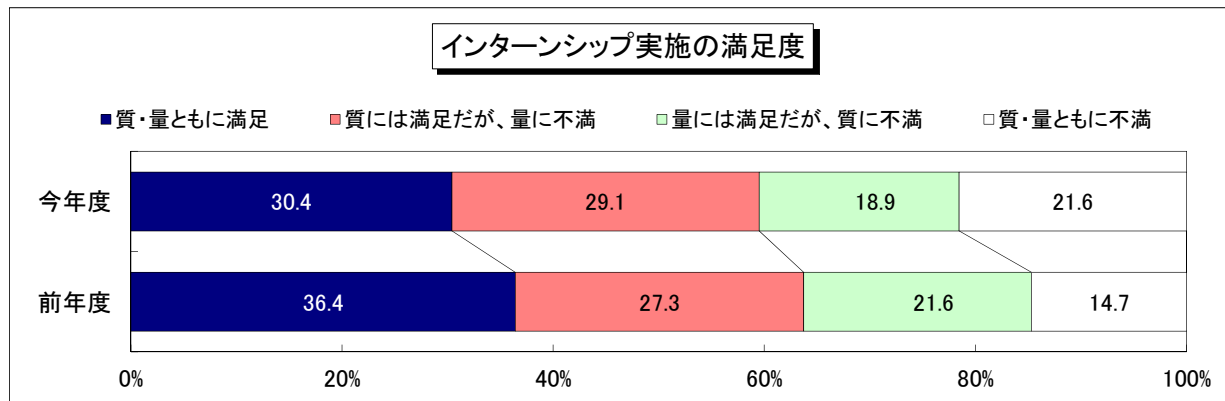


インターンシップ実施の目的について尋ねたところ、最も多いの「採用活動のための母集団形成」(77.7%)で、続く「企業PR、イメージ向上」(65.3%)とともに前年調査より増加。一方で「学生の職業観の涵養」「大学・研究室との関係構築」「地域・社会貢献」などは軒並み低下しており、早期広報の一環として実施している企業が増加したことがわかる。

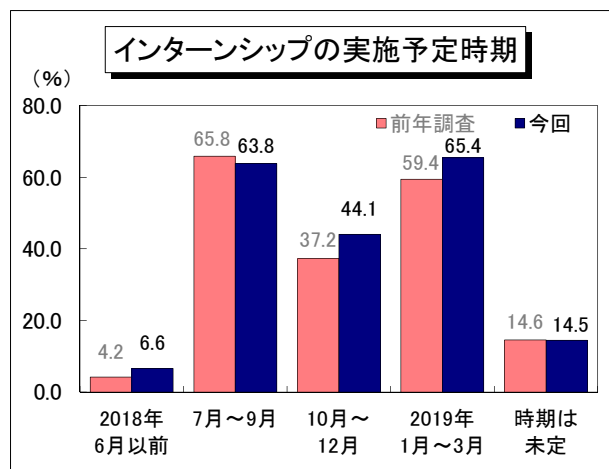
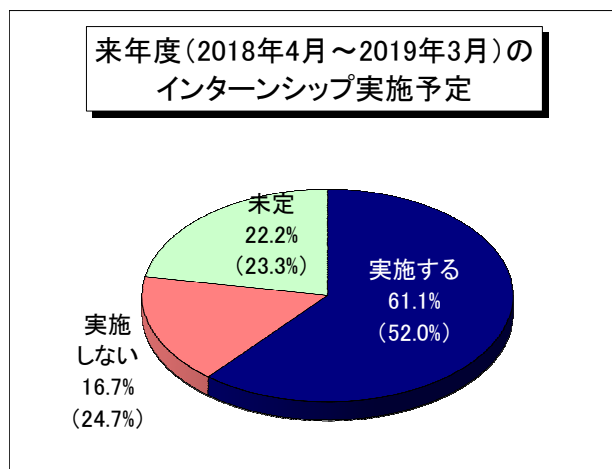
インターンシップ参加学生に対して何らかの優遇策を講じるという企業は7割近くに上る(68.4%)。具体的な優遇策としては、「早い時期に本選考」(41.9%)が最も多く、「限定セミナーの開催」(41.7%)が僅差で続く。特に「限定セミナーの開催」は前年より6.2ポイント増加しており(35.5%→41.7%)、インターンシップ参加者を母集団につなげるために、企業が参加学生との接触回数を増やしている様子が見えてくる。



インターンシップを実施した満足度については、「質・量ともに満足」が 30.4%で最も多いものの、前年調査（36.4%）より 6 ポイント減少。「質には満足だが、量に不満」（29.1%）と「質・量ともに不満」（21.6%）がともに増加しており、「量」に不満を感じる企業は合わせて過半数に上る（50.7%）。インターン実施企業の増加に伴い、学生の動員に苦戦するケースも増加しているようだ。



来年度（2018 年 4 月～2019 年 3 月）のインターンシップの予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 6 割を超え（61.1%）、前年同期調査（52.0%）を大きく上回った。実施予定時期を見ると、「2019 年 1 月～3 月」が最も多く 6 割強（65.4%）で、前年より 6 ポイント増加。また、「10 月～12 月」（44.1%）は前年（37.2%）より 6.9 ポイント増加。ほとんどの時期で前年調査よりも増加しており、インターンシップは、今年度以上に過熱することが予想される。



**【Voice3】——インターンシップ実施の満足度**

**【質・量ともに満足】**

- 採用対象になると思われる学生が多数参加し、その後の自社セミナーへの誘導もできた。 <専門商社>
- 就職意識の高い学生の多い夏季に実施したおかげか、勤勉で意欲的な学生が多く、質はとても高かった。 <機械・プラントエンジニアリング>
- 1day インターンシップを今期より実施したが、思ったより質の高い学生が多く集まった。 <マスコミ>

**【不満】**

- インターンシップ実施企業が増え、参加人数が減少。学生も、誰もが参加するものになったようで参加者＝優秀層ではなくなった。 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト>
- エントリーは多いものの、実際の参加率が低かった。 <専門商社>
- 人数が思ったより集まらない。なんとなく参加している学生も多い。 <コンビニエンス・GMS>

### 9. 2018年3月卒業予定者の選考終了状況

最後に、2018年3月卒者（現4年生）の採用選考状況を確認したい。4月の入社まで約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82.3%。前年同期調査（83.2%）をやや下回る。業界別に差が見られ、「金融」では9割を超えるのに対し（91.9%）、「サービス業など」では約7割にとどまる（71.0%）。

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82.7%。前年調査（83.7%）をやや下回った。従業員規模別に見ると、企業規模が大きいほど高く、大手企業は87.4%と9割近いが、中小企業では78.4%と、10ポイント近い差が見られる。また、調査時点で採用選考を終了している企業の充足率の平均は87.3%だが、終了していない企業では約6割（61.4%）と、25ポイント以上の差がついている。

