

「2019 年卒・新卒採用に関する企業調査—中間調査」

＜2018 年 7 月調査＞

学生に優位な売り手市場が続く、過熱する 2019 年卒採用戦線。6 月 1 日の採用面接解禁から約 1 カ月が経過し、最大のヤマ場を超えた時点の採用活動状況を確認すべく、「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行った。2020 卒採用についても、現時点での計画を尋ねた。

1. 2019 年 3 月卒業予定者の採用活動の開始時期

- 自社セミナー、ES 受付、筆記試験ともに開始時期は「3 月上旬」が最多
- 面接開始は「2 月以前～3 月」が増え早期化が進行。内定出しは「4 月下旬」と「6 月上旬」に山

2. 学生の反応（2018 年卒採用との比較）

- エントリー、選考応募者のいずれも「減った」が「増えた」を上回る
- 選考途中辞退・内定辞退ともに、前年より増加傾向

3. 学生に対する満足度

- 学生への満足度は、「量」に対する不満が目立つ。「学生の二極化が進んだ」67.6%

4. 選考終了状況と内定者充足率

- 採用選考を「終了した」26.4%。充足率の平均は 60.6%
- 後半戦に「危機感がある」企業は 8 割を超える（83.0%）

5. インターンシップ実施状況と効果

- 実施企業の 7 割強（74.1%）が採用活動への効果を実感。「母集団形成への効果」が最多
- 今年度の受け入れ人数「増やす」が過半数（50.4%）
- 「インターンシップは採用の一手法として重要」8 割超（80.4%）

6. 2020 年卒業予定者の採用計画

- 採用数「増加」15.3%、「減少」4.9%。引き続き拡大傾向。予算「増加」23.7%
- 3 月より前の企業広報活動「実施する」93.1%

7. 人事担当者川柳

- 「面接で 初めて言われた 第四志望」「なつかしい 氷河期時代の あの熱気」

《調査概要》

調査対象 : 全国の主要企業 17,484 社
 調査時期 : 2018 年 6 月 25 日 ~ 7 月 3 日
 調査方法 : インターネット調査法
 回答社数 : 1,329 社

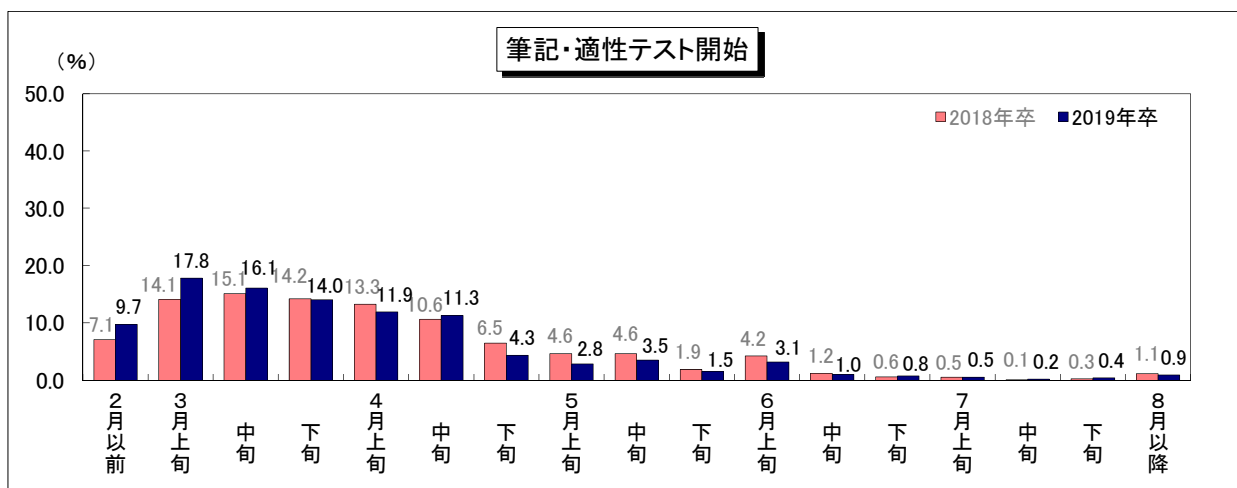
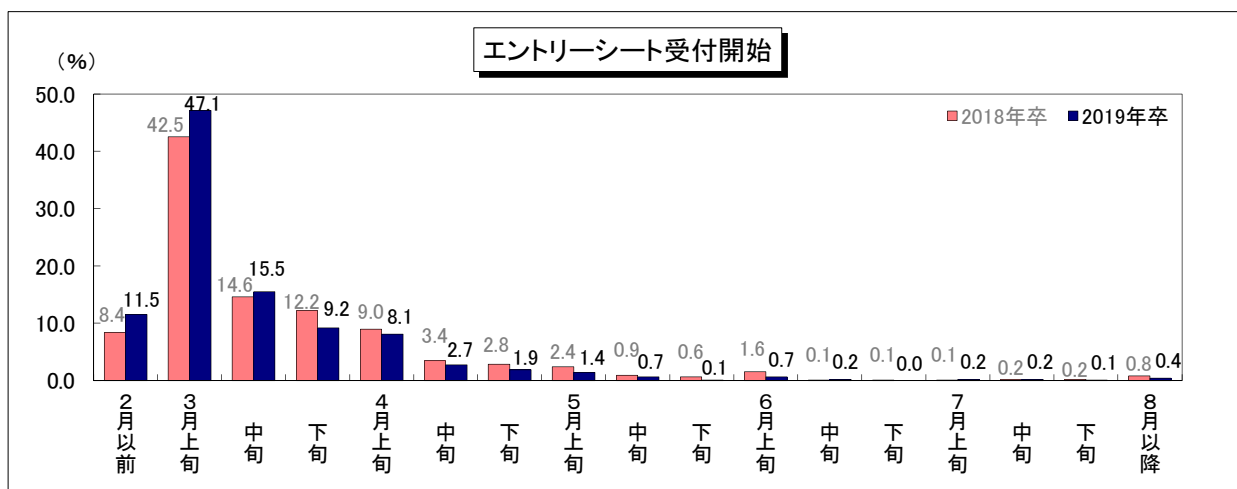
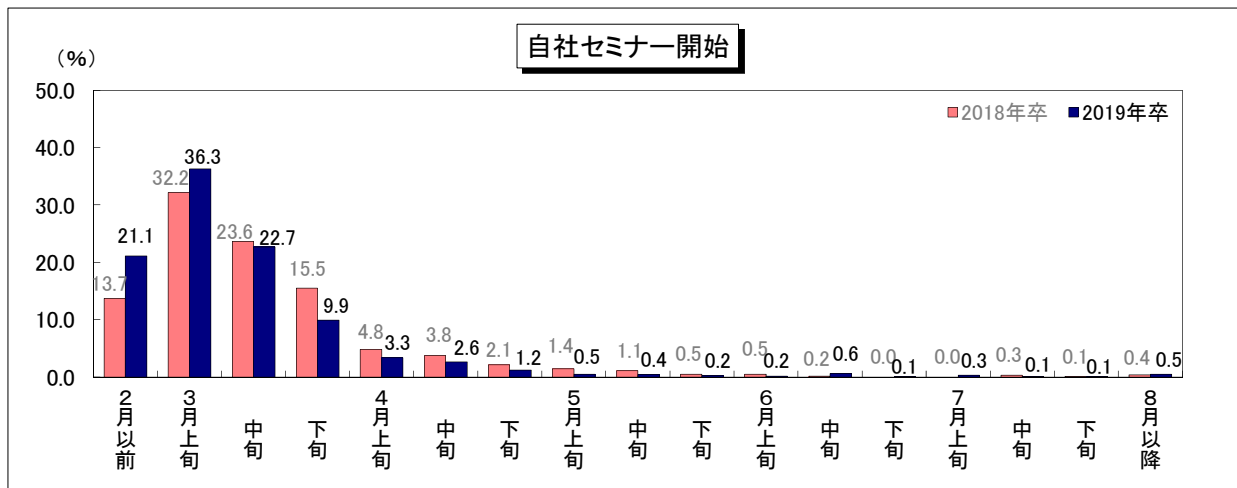
《従業員数》			《業種》		《株式》	
～299人	300～999人	1000人以上	製造	非製造	上場	非上場
430社	528社	371社	529社	800社	310社	1019社
《地域》						
北海道	東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
46社	73社	648社	190社	237社	82社	53社

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活動の開始時期

「3月採用広報解禁、6月選考解禁」の3年目となる2019年卒採用戦線。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。

自社セミナーの開始は広報解禁直後の3月上旬が最も多く（36.3%）、前年調査（32.2%）よりポイントが上がり、集中度が高まった。2月以前が大きく上昇しており（13.7%→21.1%）、早期化が進んだ様子がわかる。エントリーシート（ES）受付開始も3月上旬が最も多く、47.1%と約半数に上る。筆記・適性テストは比較的分散しているものの、やはり3月上旬が最多（17.8%）。採用広報解禁と同時に一斉に動く企業が増えたことが読み取れる。

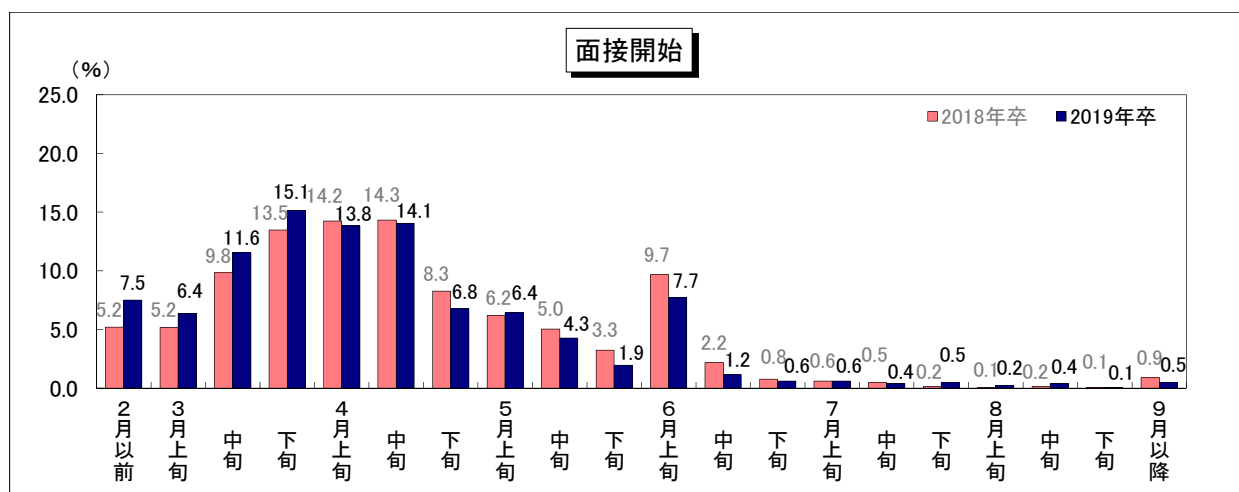


次に面接開始と内定出し開始の時期を確認したい。

面接開始は、選考解禁直後の6月上旬は7.7%と1割未満にとどまり、3月下旬から4月中旬が今年も面接開始のピークとなった。一方で、2月以前から3月下旬のポイントが前年より高く、面接開始のタイミングは全体的に早まった。6月の選考解禁を待たずに面接を開始した企業は合計で87.9%。前年（計85.0%）より2.9ポイント増えた。

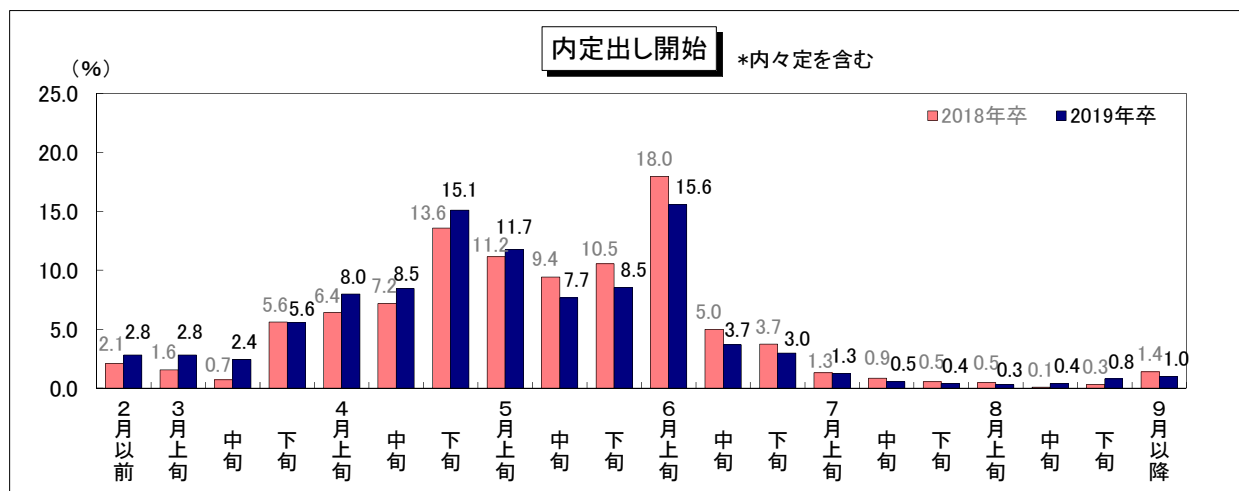
従業員規模別に見ると、従業員1000人以上の大手企業では6月上旬の数字が他の規模に比べて高いものの（11.3%）、最多は4月上旬（13.5%）。中堅企業においては3月下旬と4月上旬（ともに15.8%）、中小企業は3月下旬（16.1%）が最も多かった。規模による目立った差は見られず、日程ルールの形骸化が一層進んだ様子がわかる。

内定出しの開始時期は今年も6月上旬が最多だが（15.6%）、僅差で4月下旬が続き（15.1%）、ゴールデンウィーク直前と選考解禁直後の2つの時期に山が見られる。従業員1000人以上の企業では6月上旬が2割強と比較的多い（21.9%）。中堅・中小企業は分散している。



《従業員規模別》

	2018年卒 (%)																				2019年卒 (%)																			
	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月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降	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月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降
~299人	7.1	7.1	10.2	16.1	11.7	14.6	6.3	6.3	5.1	1.2	7.8	2.2	1.0	0.7	0.5	0.7	0.0	0.5	0.2	0.5	7.1	7.1	10.2	16.1	11.7	14.6	6.3	6.3	5.1	1.2	7.8	2.2	1.0	0.7	0.5	0.7	0.0	0.5	0.2	0.5
300~999人	7.4	4.7	11.7	15.8	15.8	14.4	8.4	6.2	4.7	2.1	5.1	0.8	0.6	0.8	0.2	0.4	0.4	0.2	0.0	0.6	7.4	4.7	11.7	15.8	15.8	14.4	8.4	6.2	4.7	2.1	5.1	0.8	0.6	0.8	0.2	0.4	0.4	0.2	0.0	0.6
1000人以上	8.2	8.0	12.9	13.2	13.5	12.9	4.9	6.9	2.7	2.5	11.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.0	0.3	8.2	8.0	12.9	13.2	13.5	12.9	4.9	6.9	2.7	2.5	11.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	0.0	0.3



《従業員規模別》

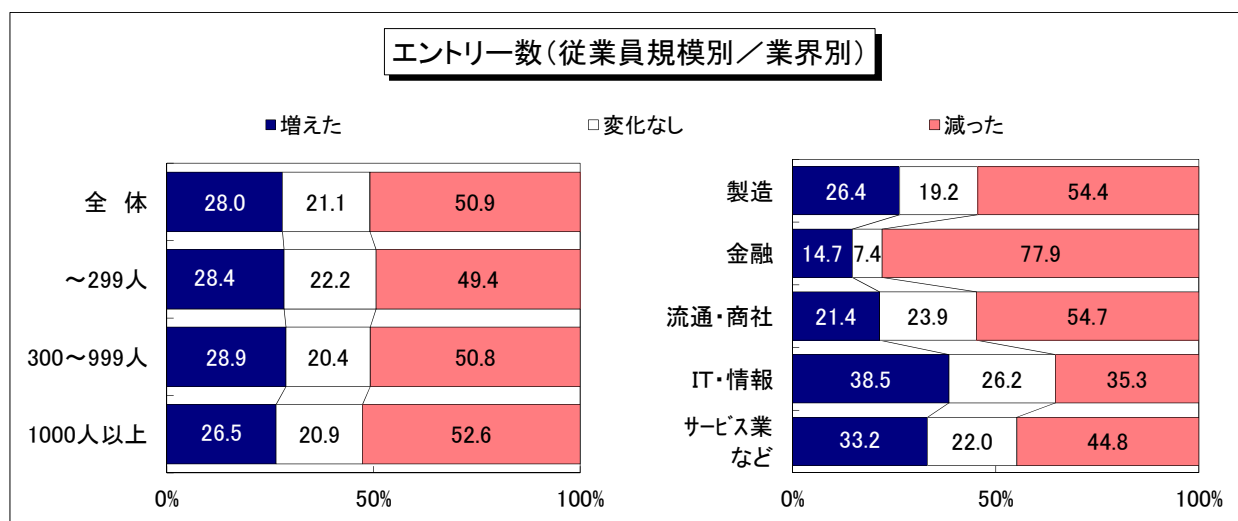
	2018年卒 (%)																				2019年卒 (%)																			
	2月以前	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降	2月以前	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月上旬	7月中旬	7月下旬	8月上旬	8月中旬	8月下旬	9月以降
~299人	3.2	3.0	3.5	5.2	6.4	9.7	14.4	11.9	7.4	9.2	10.9	4.2	4.0	3.0	0.7	0.2	0.5	0.5	1.0	1.2	3.2	3.0	3.5	5.2	6.4	9.7	14.4	11.9	7.4	9.2	10.9	4.2	4.0	3.0	0.7	0.2	0.5	0.5	1.0	1.2
300~999人	1.9	2.7	1.6	4.7	9.9	8.0	13.6	13.6	9.7	8.8	14.8	3.7	3.1	0.6	0.4	0.4	0.2	0.4	0.6	1.2	1.9	2.7	1.6	4.7	9.9	8.0	13.6	13.6	9.7	8.8	14.8	3.7	3.1	0.6	0.4	0.4	0.2	0.4	0.6	1.2
1000人以上	3.6	2.8	2.5	7.2	6.9	7.8	18.0	8.9	5.0	7.5	21.9	3.0	1.7	0.3	0.6	0.6	0.3	0.3	0.8	0.6	3.6	2.8	2.5	7.2	6.9	7.8	18.0	8.9	5.0	7.5	21.9	3.0	1.7	0.3	0.6	0.6	0.3	0.3	0.8	0.6

2. 学生の反応（2018年卒採用との比較）

母集団形成の実態はどうだっただろうか。

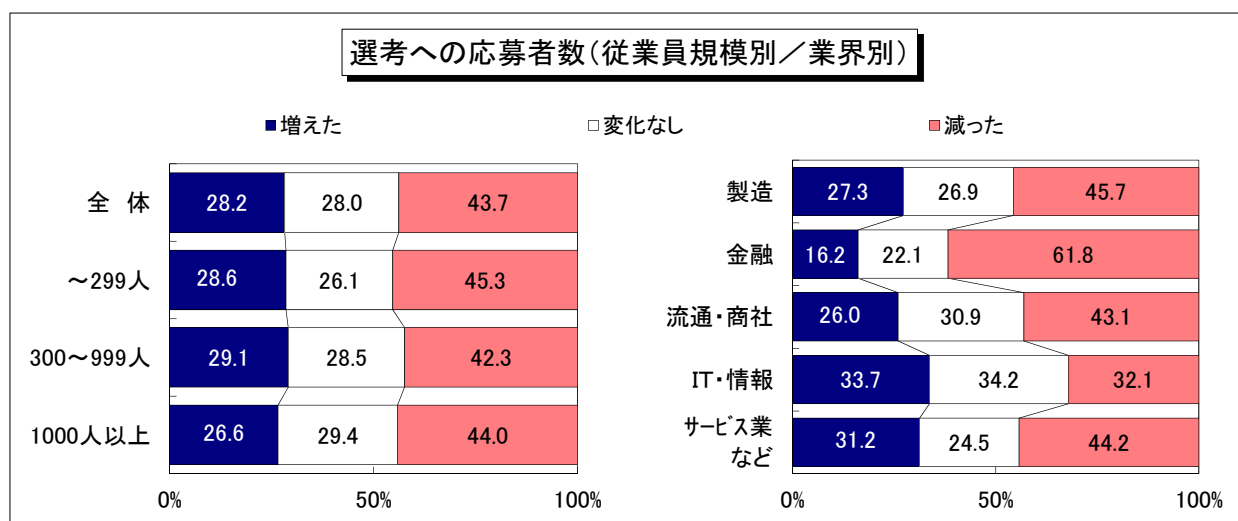
まず「エントリー数」を見てみると、前年度に比べ「減った」という企業が50.9%と半数を超えており、減少傾向が顕著だ。「増えた」は3割弱（28.0%）。従業員規模での大きな差はほとんど見られず、規模に関わらず厳しい様子が表れている。

これを業界別で出してみると、ばらつきが目立つ。特に「金融」は「減った」という企業が8割に迫り（77.9%）、圧倒的に多い。メガバンクの採用抑制報道に端を発して金融人気に陰りが見られたが、母集団形成にも大きな影響があったことがわかる。他の業界も軒並み「減った」企業が多数を占める中、「IT・情報」では「増えた」（38.5%）が「減った」（35.3%）を上回る。



「選考への応募者数」についても同様に、全体的に減少傾向が見られる。企業規模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らしてしまっているケースが多いことが推測できる。選考開始時期を早めた企業が増えたことで、物理的に応募社数を絞らざるを得なかった学生もいると見られる。

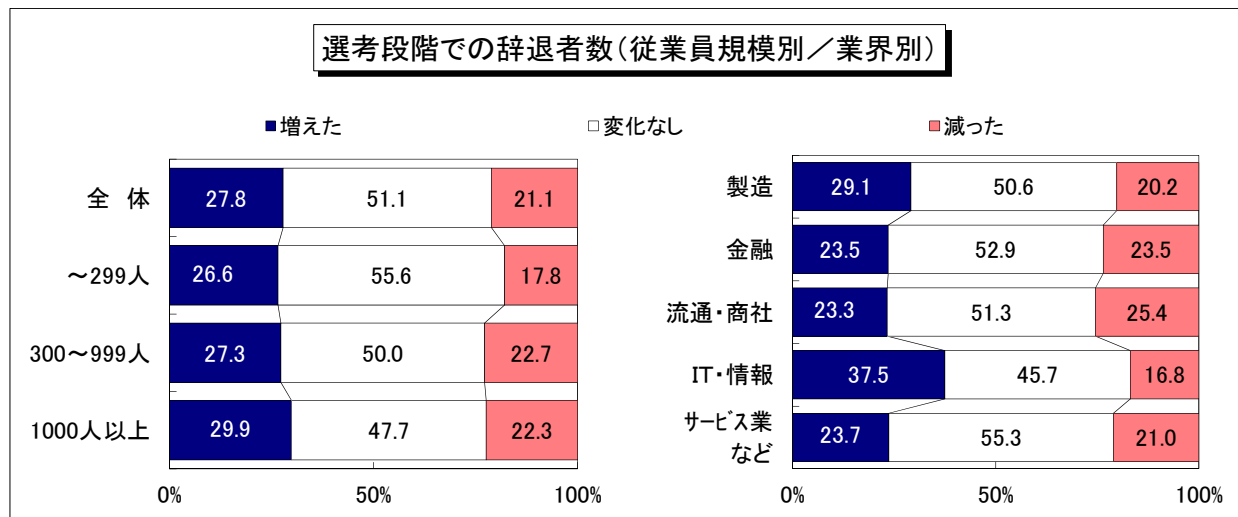
業界別では、エントリー同様に「金融」は他業界に比べ「減った」企業の割合が高く（61.8%）、「IT・情報」は「増えた」企業のほうが多い。



辞退者についても、同様に前年からの増減を見てみよう。「選考途中辞退者」と「内定辞退者」について、それぞれ前年度からの増減を尋ねた。

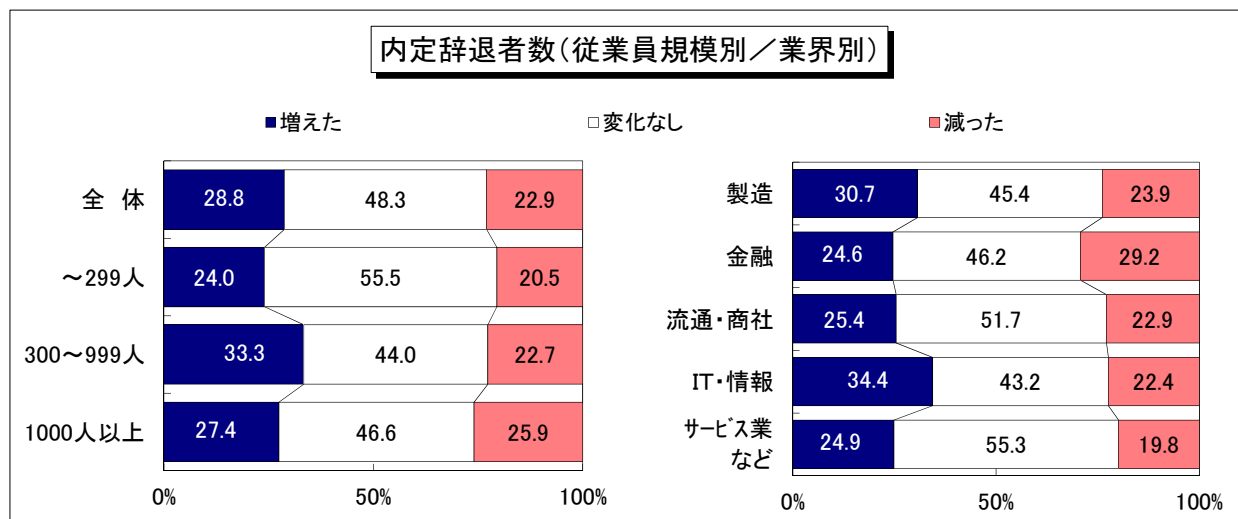
前年度と比較して選考段階での辞退者が「増えた」という企業は 27.8%。これに対し「減った」は 21.1%で、「増えた」が「減った」を 6.7 ポイント上回っている。

選考段階での辞退についても、従業員規模よりも業界によって差が見られる。「IT・情報」は母集団を増やした企業が多かったが、辞退者も他の業界より増加が目立つ（37.5%）。逆に「金融」は母集団が減った企業が大半を占めた割に、辞退は少なく、志望度の高い母集団を形成できたという見方もできる。



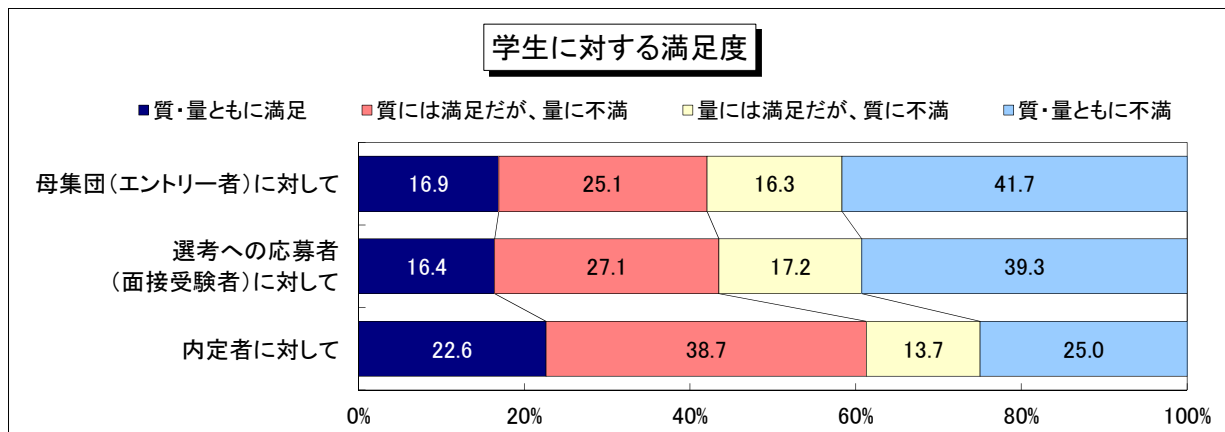
内定辞退者についてはどうだろう。「増えた」が 28.8%に対し、「減った」は 22.9%。選考解禁から約 1 カ月後の途中経過ではあるものの、内定辞退も増加傾向が見られる。母集団形成に苦戦している企業が多い中で辞退者が増加していることから、採用予定数を確保したい企業にとっては厳しい採用戦線と言える。

ちなみに、内定辞退が多いのは、従業員 300 人～999 人の中堅企業で「増えた」が 33.3%と 3 割を超えている。業界別では「IT・情報」と「製造」が 3 割を超える（それぞれ 34.4%、30.7%）。

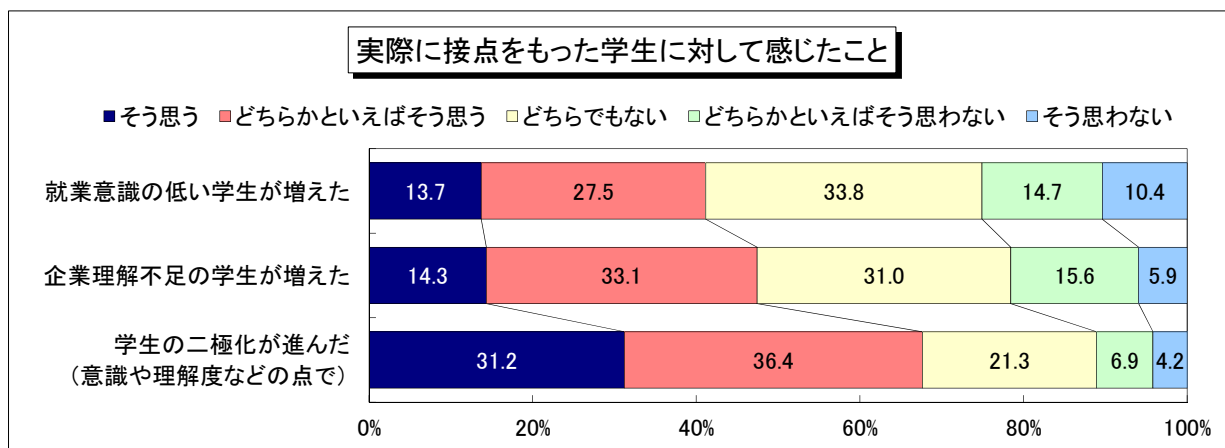


3. 学生に対する満足度

採用活動のフェーズごとに学生への満足度を尋ねたところ、エントリー者と選考応募者において「質・量ともに満足」は1割台にとどまる。逆に「質・量ともに不満」が約4割に上り（41.7%、39.3%）、人数だけでなく質の面でも不満が目立つ。内定者になると満足度は上がるが、「質は満足だが量に不満」が最も多く（38.7%）、量に対する不満は強い。最終的に必要数を確保できない企業が続出する可能性がある。



今年の就活生に対して感じたことを尋ねた。就業意識の低下や企業理解不足については、「そう思う」の合計が4割を超え、「そう思わない」を上回った。「学生の二極化が進んだ」では「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計が6割を超える（計67.6%）。インターンシップ参加など早期から動き出した学生と、3月から動き出した学生との差が開いたと感じる声が多く挙げられた。



【Voice-1】—今年の就活生に対して感じたこと

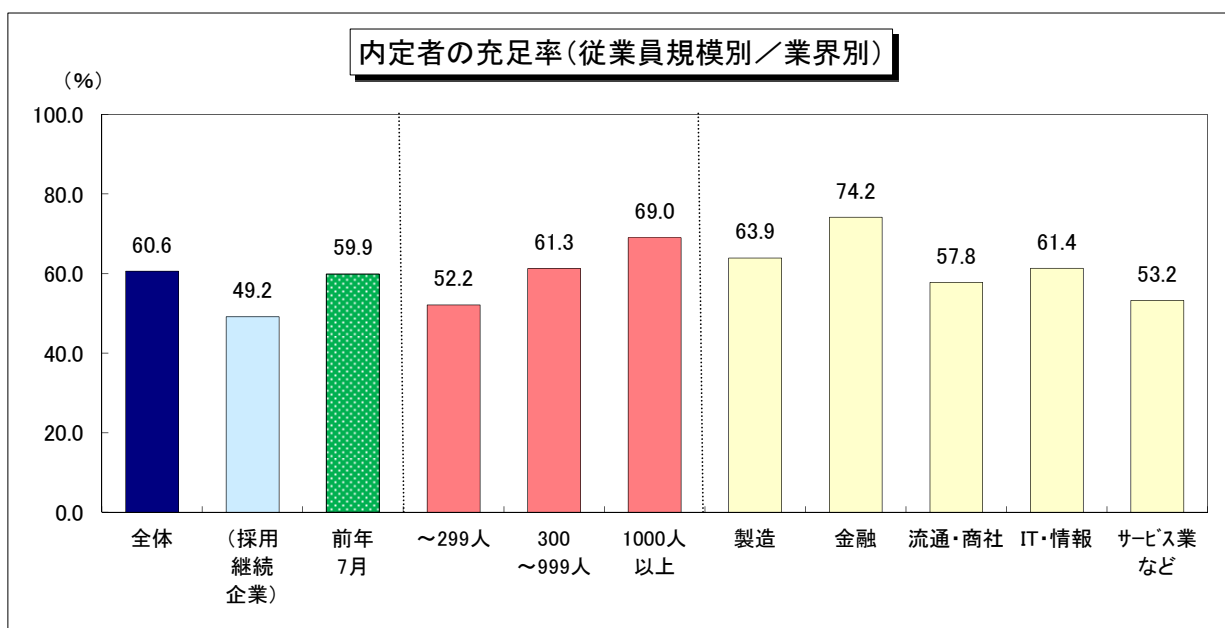
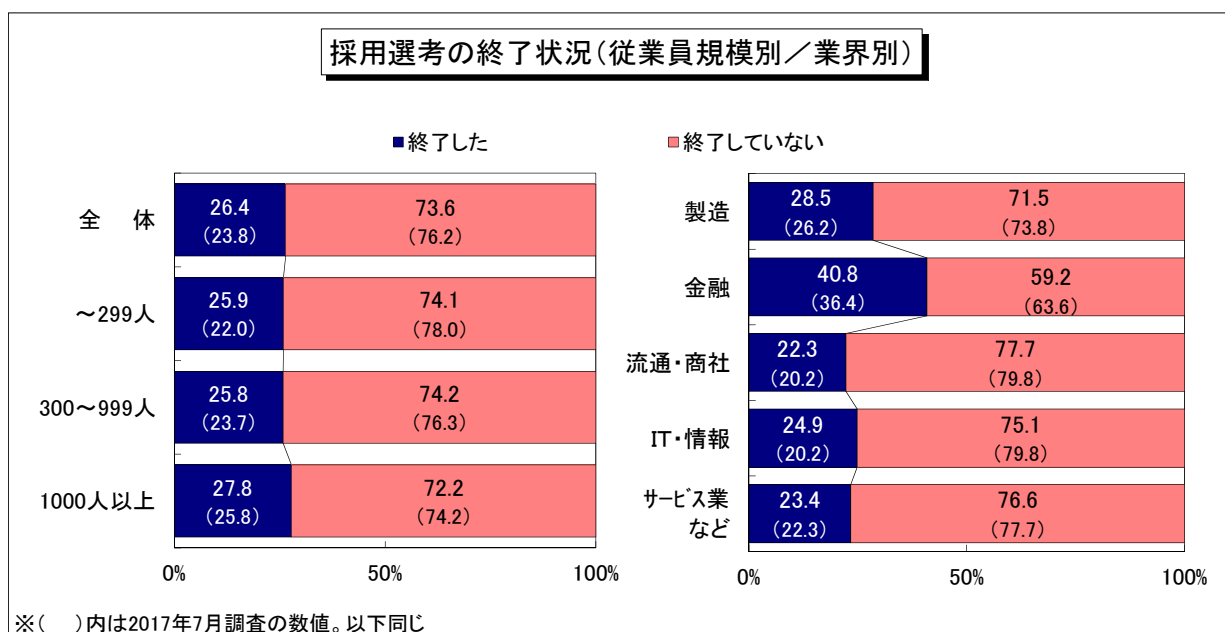
- インターンシップ参加学生と3月から動き出す学生の間での意識や面接時の質などの差が、年々浮き彫りになっていると感じた。 ＜建設・住宅・不動産＞
- 自社のインターンシップの参加有無により、就業意識や企業理解などに差が生じた実感がある。 ＜専門店＞
- 人・風土を重視する学生が多く、自分が働きたい業界ややりたい仕事明確になっていない。 ＜精密機器＞
- 最終選考になっても、仕事理解ができていない学生や、志望動機をしっかりと書けない学生が散見される。 ＜教育＞
- 特に業界や企業の理解が無くても、他社の内々定が取れている学生が増えたように感じる。 ＜素材・化学＞
- 売り手市場に甘んじて、なんとかなると思っている学生の数が増えている一方、このような市場だからこそ、一步上の企業への就職を意識して、しっかりと研究している学生の差が顕著になっている。 ＜専門商社＞

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」企業は全体の約 2 割強（26.4%）。前年調査（23.8%）より約 3 ポイント上昇した。終了率に従業員規模による大きな差はないが、業界によって濃淡が見られる。「金融」は終了している企業が他業界より多く、唯一 4 割を超えている（40.8%）。

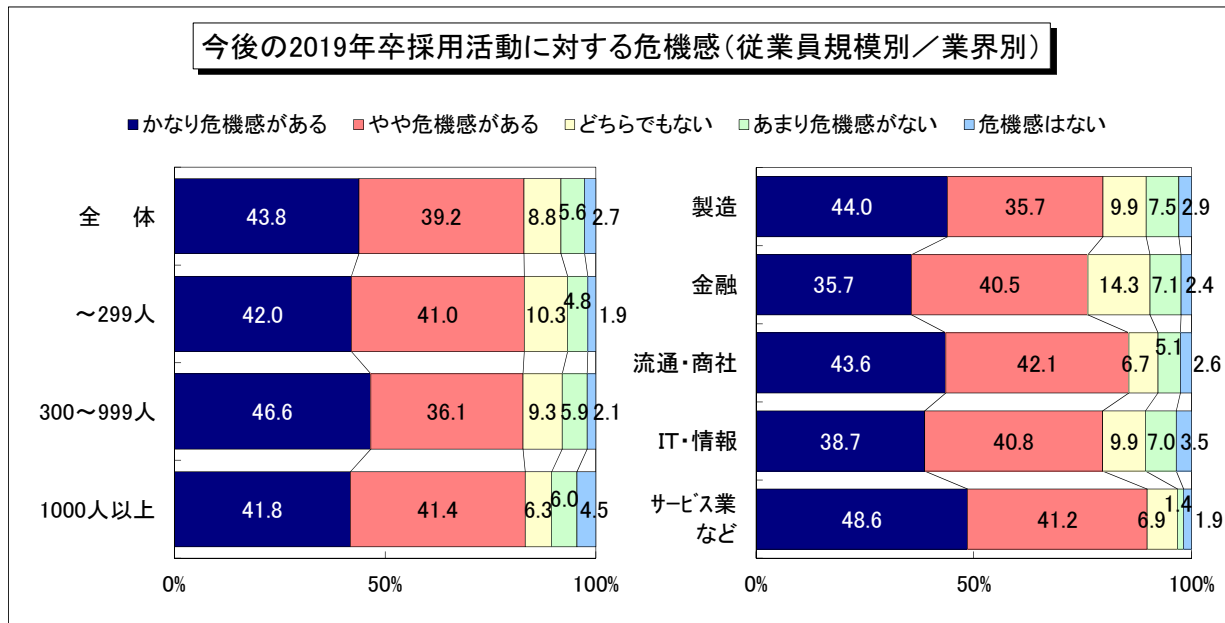
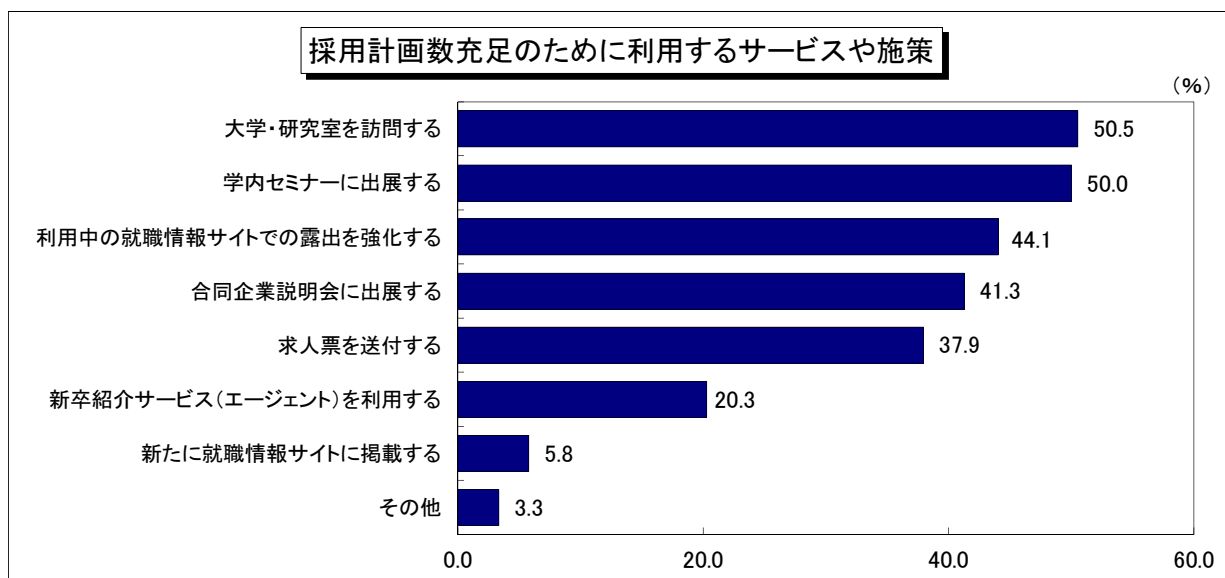
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」は 60.6%。従業員規模が大きくなるにつれ充足率も上がり、従業員 1000 人以上の大手企業では 7 割近いのに対し（69.0%）、299 人以下の企業では 5 割にとどまる（52.2%）。業界別では、終了率同様「金融」が高く、74.2%と他業界を 10 ポイント以上、上回る。

充足率 6 割というのは前年同期調査（59.9%）と同水準だが、先に見た通り、前年より面接時期を早めた企業が多かったことと考え合わせると、やや物足りない数字と捉えることもできる。採用継続企業に限ると、充足率は半数を割っている（49.2%）。



充足率が100%に届いていない企業に、採用計画数充足のために利用するサービスや施策を尋ねた。最も多いのは「大学・研究室を訪問する」（50.5%）で、次いで「学内セミナーに出展する」（50.0%）が僅差で続く。「利用中の就職情報サイトでの露出を強化する」や「合同企業説明会に出展する」「求人票を送付する」なども4割前後あり、採用数確保のために様々な手段を講じている様子がうかがえる。

採用戦線後半戦への危機感は強く、「かなり危機感がある」（43.8%）と「やや危機感がある」（39.2%）をあわせると8割を超える（計83.0%）。従業員規模別に大きな差はないが、中堅企業で「かなり危機感がある」が半数近くに上り（46.6%）、他の規模より危機感が強い。業界別に見ると、充足率が低い業界ほど危機感が強く、「サービス業」「流通・商社」では約9割に上る。



【Voice-2】—2019年卒採用継続企業の声

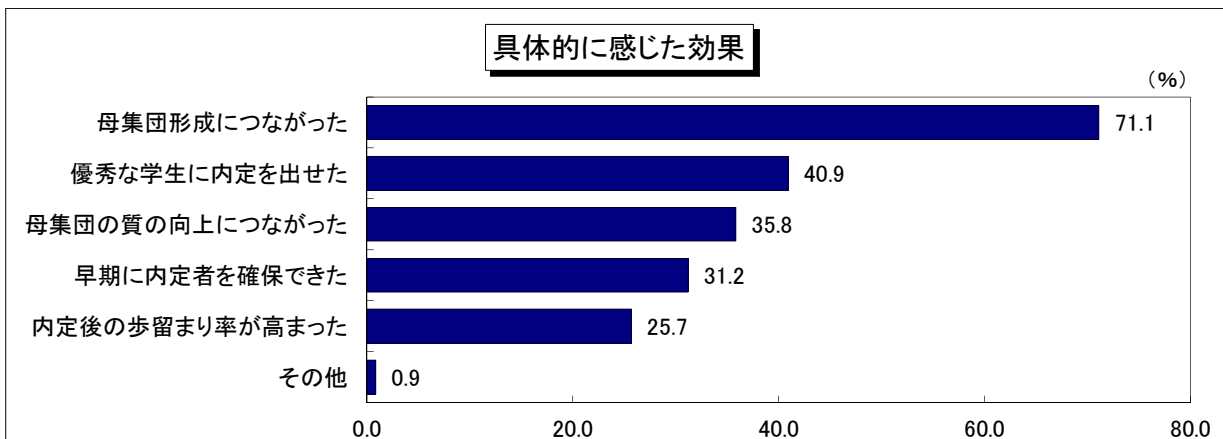
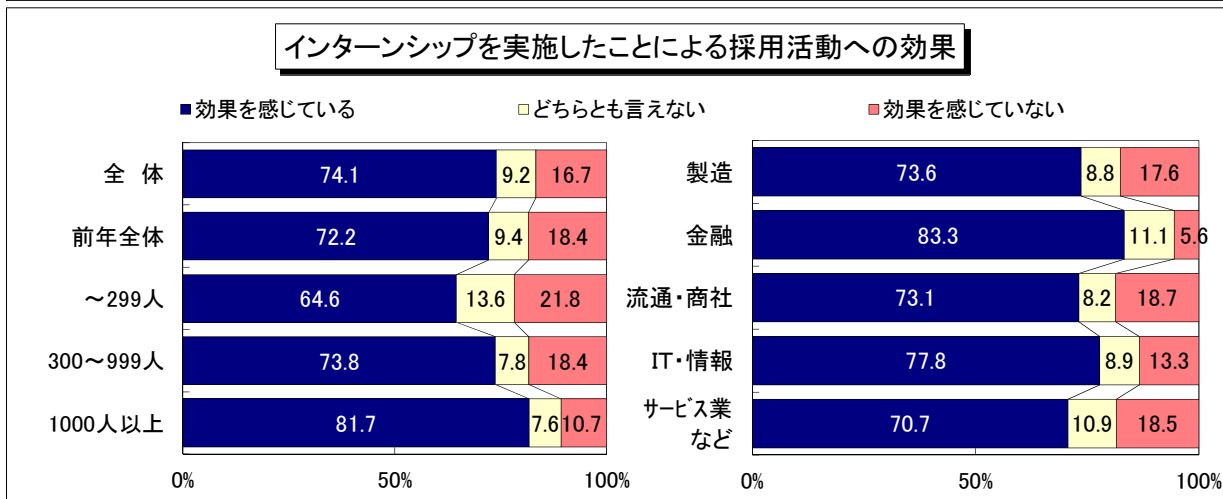
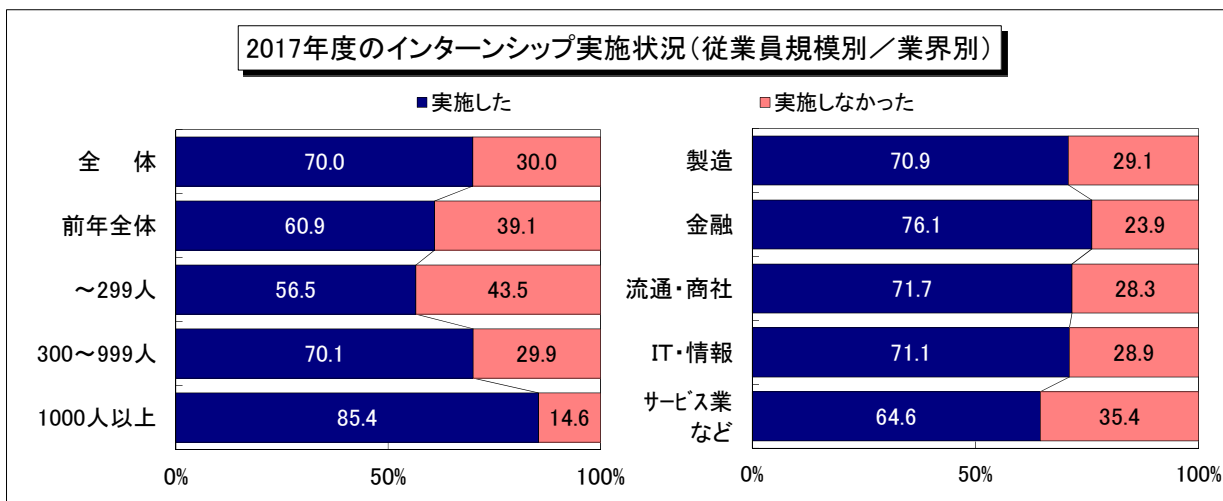
- 6月中に採用活動を終了したかったが、計画通りにはいかなかった。引き続き採用活動を継続し、なんとか採用予定人数を確保したい（質を落とさずに）。
＜機械・プラントエンジニアリング＞
- 想定以上に内定辞退が出ており、苦慮している。新卒紹介エージェントなど例年にない手段を取らざるを得ない状況。
＜精密機器・医療用機器＞

5. インターンシップ実施状況と効果

2017年度（2017年4月～2018年3月）のインターンシップについて尋ねたところ、7割が実施したと回答（70.0%）。従業員規模別に見ると、大手企業では8割を超えるのに対し（85.4%）、中小企業では56.5%と、30ポイント近い差が見られた。

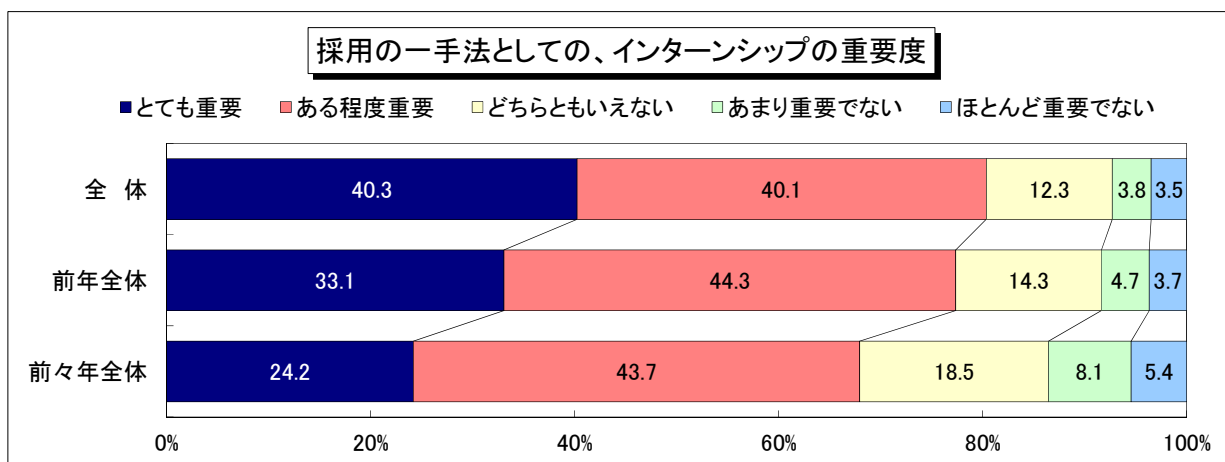
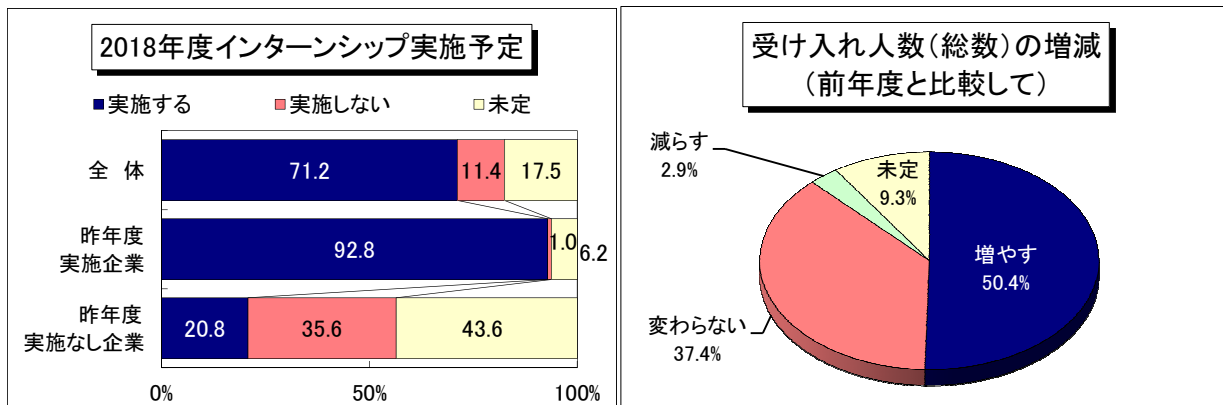
実施企業のうち7割以上（74.1%）が採用活動に効果を感じていると回答。実施企業は前年度より大幅に増加したが、効果を感じた企業の割合も前年（72.2%）よりやや増加した。従業員規模別に見ると、大手企業で81.7%に上り、規模が大きいほど効果を感じる割合は増すが、中小企業でも6割を超えており、一定の効果が表れているようだ。

効果の内容としては、「母集団形成につながった」が7割超（71.1%）と圧倒的に多い。



2018年度（2018年4月～2019年3月）のインターンシップ実施予定については、7割以上（71.2%）が「実施する」と回答。昨年度実績（70.0%）を上回る企業がすでに今年度の実施を決めている。「実施しない」は約1割にとどまった（11.4%）。また、インターンシップの受け入れ人数についても「増やす」が半数を超えており（50.4%）、昨年度以上の過熱が予想される。

インターンシップ実施有無に関わらずすべての企業に、インターンシップが採用の一手法として重要かどうかを尋ねたところ、「とても重要」（40.3%）、「ある程度重要」（40.1%）を合わせて8割超（80.4%）が「重要」と回答。特に「とても重要」はこの3年で2倍近くに増加しており、採用活動においてインターンシップの重要性が高まっている様子が顕著に表れている。



【Voice-3】—インターンシップが重要と考える理由

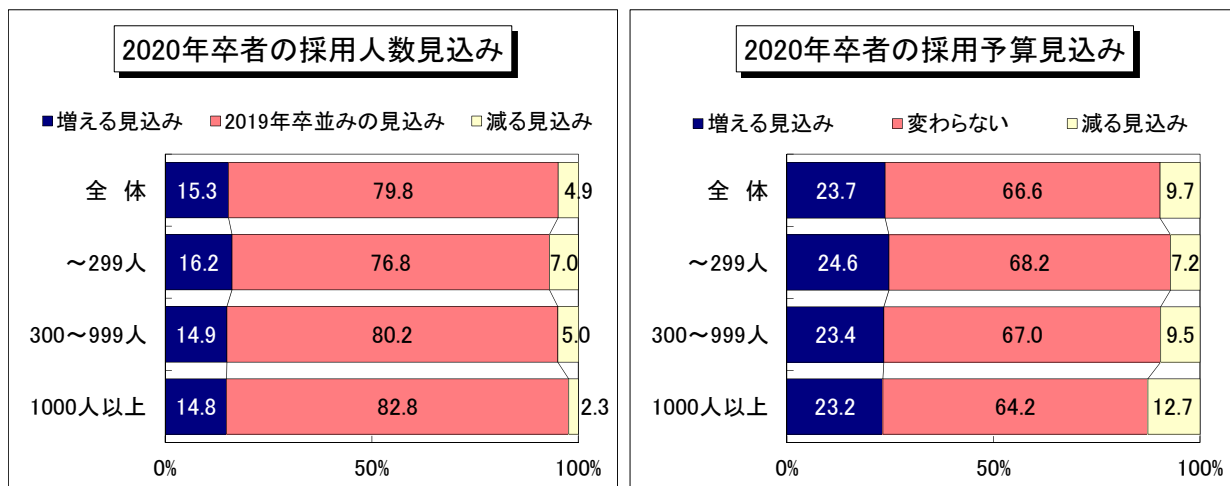
- 早期から動いている優秀な学生層と出会うためには非常に重要な手法だと考えています。 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト>
- 3月よりも前に学生の志望業界、志望企業は決まっているため。 <精密機器・医療用機器>
- 会社の雰囲気、社風を重視している学生が多く、直接肌で感じてもらえるいい機会となるため。 <建設・住宅・不動産>
- 例年、選考応募から内定に必ず繋がる。年度によっては内定者の半数以上がインターンシップ参加者になることもある。 <鉄鋼・非鉄・金属製品>
- 過去を見返しても、インターンシップ母集団から内定承諾者が出ており、彼らの選考時においては企業理解が深いと感じるケースが多い。 <エンターテインメント>
- 学生が入社するかどうかの最終判断時に、インターンに参加した企業の方を選択する可能性が高いから。 <電子・電機>
- インターンシップを実施してから、入社後に文系の社員が3年以内に退職することがなくなった。業務内容や社風に対するイメージのアンマッチがなくなったのではと思う。 <情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト>

6. 2020年卒業予定者の採用計画

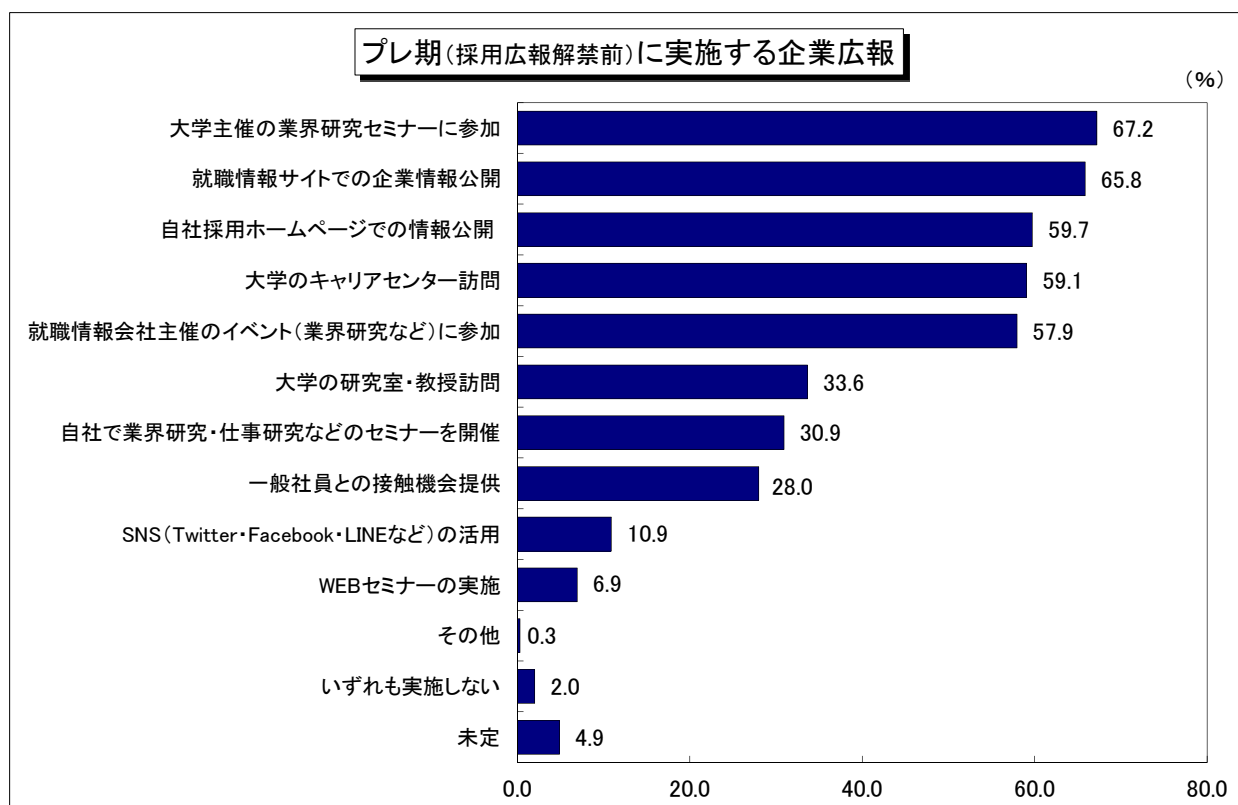
2020年3月卒者の採用計画に関する調査結果を紹介したい。

2020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」と回答したのが15.3%で、「減る見込み」（4.9%）を大きく上回る。企業の採用数はここ数年増加傾向が続いているが、引き続き採用意欲が高いことがわかる。2019年卒採用で充足できない分を補完したいと考える企業も少なくないのだろう。従業員規模別で大きな差は見られない。

採用数の増加に伴い、予算も増加傾向が表れている。「増える見込み」は23.7%で、「減る見込み」（9.7%）の2倍以上。



採用広報解禁前に実施する企業広報について尋ねた。「いずれも実施しない」「未定」を除く93.1%の企業が、プレ期に何らかの広報活動を実施すると回答。最も多いのは「大学主催の業界研究セミナーに参加」で67.2%。上位5位までが半数を超えており、多くの企業が早期から積極的に学生へのアプローチする姿勢がうかがえる。



7. 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。「空前の売り手市場」などとも言われる中、学生の心を掴もうと腐心する担当者の心境が表れた句や、内定辞退を嘆く句が目立った。

人材確保に悩む採用担当者の本音がうかがい知れる全 489 作品の中から、世相が反映された 11 作品を紹介したい。

