

「2020年卒・新卒採用に関する企業調査—採用方針調査」

〈2019年2月調査〉

2020年卒の採用戦線がいよいよ本格的にスタートする。現行の日程ルールは4年目を迎えるが、学生優位の「売り手市場」を背景に、企業側にさらなる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効企業を対象に調査を実施し、その特徴を分析した。

1. 2020年3月卒業予定者の採用見込み

- 「増加」28.0%、「減少」7.9%。9年連続で「増加」が「減少」を上回る

2. 自社の採用活動の見通し（難易度）

- 「非常に厳しくなる」がさらに増加（45.3%→48.6%）。危機感が一層強まっている

3. 採用活動のスタンス

- 「学生の質より人数の確保を優先」25.2%。今年も4社に1社が「質より量」

4. 採用活動の開始予定時期

- 自社セミナー開始、エントリーシートの受付開始とも「3月上旬」が最多
- ゴールデンウィーク前に過半数の企業が内定出し開始予定

5. 2020年卒採用のテーマ

- 「母集団の拡大」が依然最多。「3月より前のアプローチ」が2年連続で大きく増加

6. ゴールデンウィーク中の採用活動

- 「採用活動を実施（一部実施含む）」17.6%、「まったく実施しない」38.1%、「未定」44.3%

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。イベントを中心にプレ期広報が過熱

8. インターンシップ実施状況

- 今年度実施企業は74.9%。前年調査より4.1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、「早い時期に本選考」「限定セミナー開催」が4割超

9. 2019年3月卒業予定者の選考終了状況

- 選考終了企業は81.8%。充足率の平均は81.1%。前年をやや下回る

《調査概要》

調査対象 : 全国の主要企業 14,007社
 調査時期 : 2019年1月28日～2月6日
 調査方法 : インターネット調査法
 回答社数 : 1,306社

《従業員数》

～299人	300～999人	1000人以上
453社	506社	347社

《業種》

製造	非製造
476社	830社

《株式》

上場	非上場
275社	1031社

《地域》

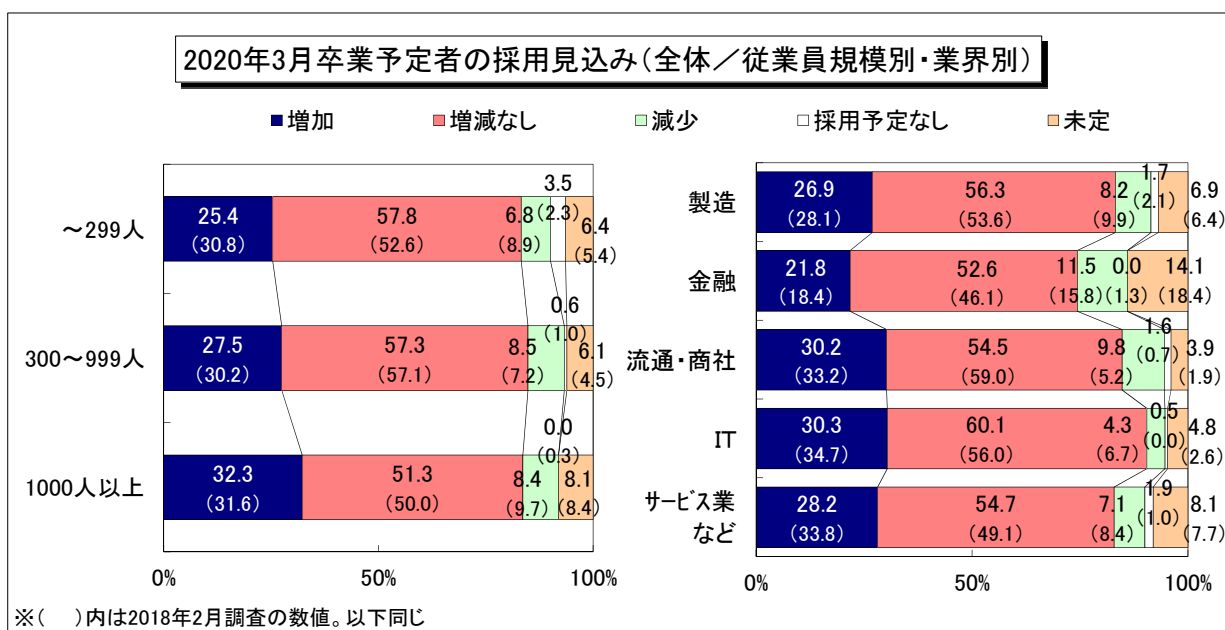
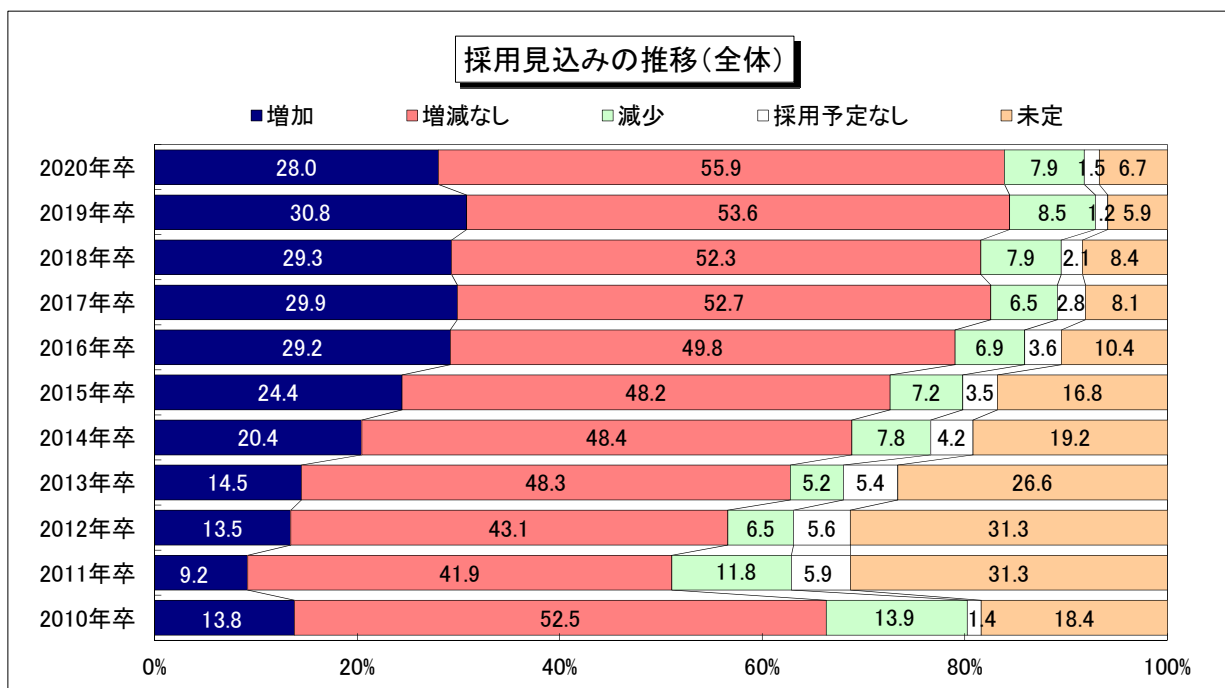
北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
46社	79社	657社	172社	205社	87社	60社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

1. 2020年3月卒業予定者の採用見込み

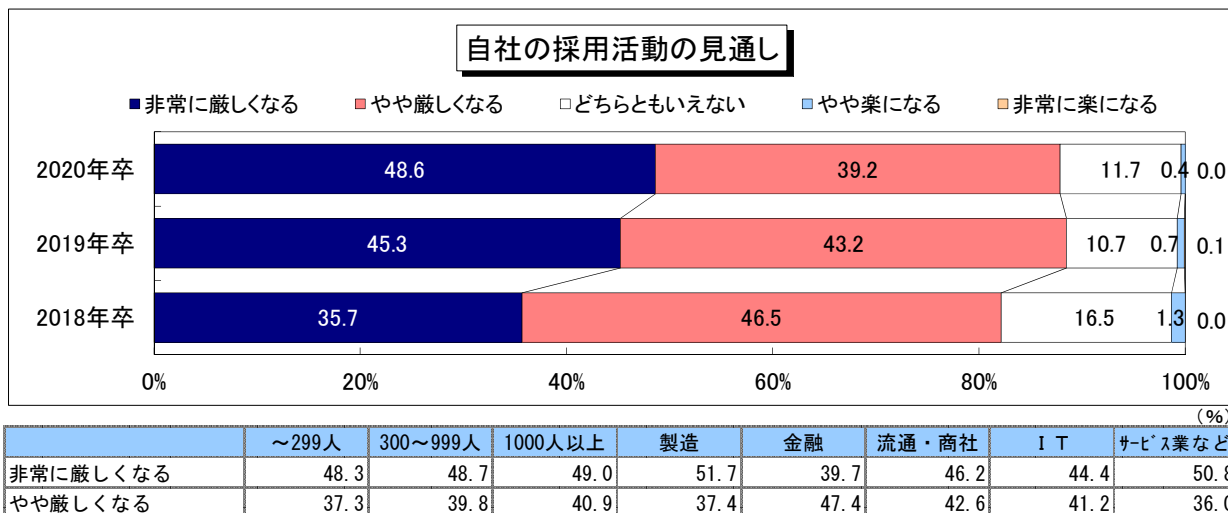
2020年3月卒業予定者の採用見込みについて尋ねた。前の年（今春入社予定者）よりも採用を「増加」と回答した企業が28.0%であるのに対し、「減少」は7.9%。5年連続で「増加」が「減少」を20ポイント以上、上回る。企業の採用見込みは、リーマン・ショック後の2011年卒採用を底に増加傾向が続いてきたが、採用意欲は20年卒採用についても維持される見込みだ。学生に優位な売り手市場が続くと見ていいだろう。

従業員規模別に見ると、いずれの規模も「増加」が「減少」を大幅に上回るが、従業員1000人以上の大手企業において3割超（32.3%）が増加と回答。特に、大手企業の採用意欲の高さが目立つ。業界別でも、いずれも前年より「増加」が「減少」を上回っている。「IT」「流通・商社」において「増加」と回答した企業の割合が3割を超えている。



2. 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」という回答がさらに増え、半数近くを占めた（48.6%）。「やや厳しくなる」（39.2%）を合わせた 87.8%が「厳しい」との見方を示した。「楽になる」との回答はほとんどなく、内定者の確保に向け危機感がさらに強まっている様子が見て取れる。危機感の強さは業界で差が見られ、「製造」「サービス業」において「非常に厳しくなる」が半数を超えているのに対し、「金融」は4割を下回る（39.7%）。

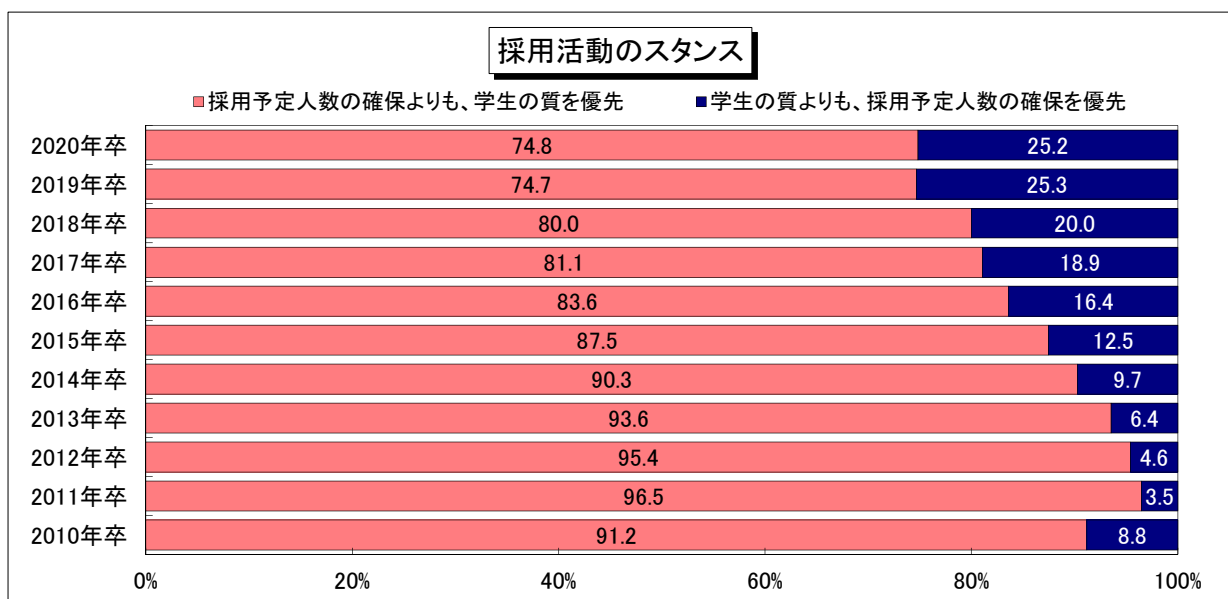


【Voice1】—採用活動を「非常に厳しくなる」と見る理由

- 母集団形成が年々難しくなっている。小売業は人気がないということも、ここ数年痛感している。 <専門店>
- インターンシップからの母集団形成も例年と比べ苦戦。質より量を重視せざるを得ない状況。<商社（専門）>
- 2019 年卒よりも早期化し、優秀な学生層の争奪戦となることが予想できる。特に理系学生の採用は、より厳しくなると考えている。 <情報処理・ソフトウェア>
- ここ 3 年間、毎年応募数が 2 割ずつ減少し、内定辞退率も上がっている。 <機械・プラントエンジニアリング>

3. 採用活動のスタンス

「学生の質よりも、採用予定人数の確保を優先」という企業が 25.2%。採用難を背景に、今年も 4 社に 1 社が質より量を優先せざるを得ない状況だ。こうしたデータからも人材獲得競争が過熱している様子が見える。

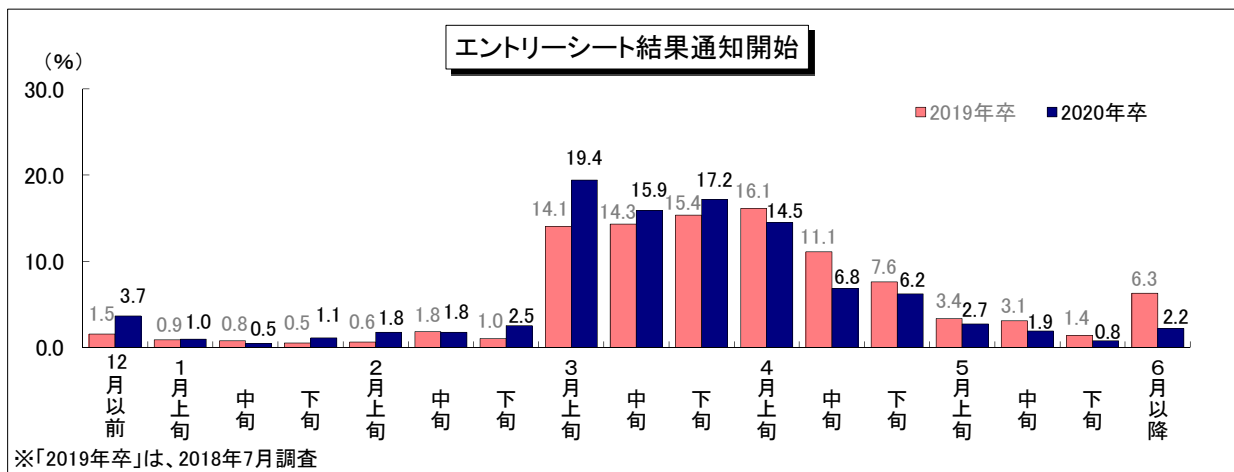
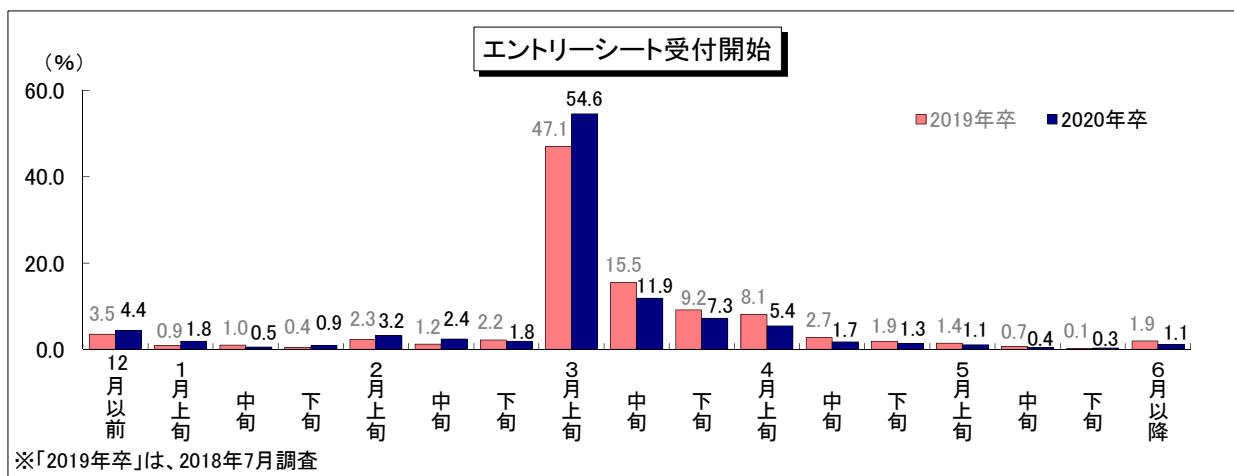
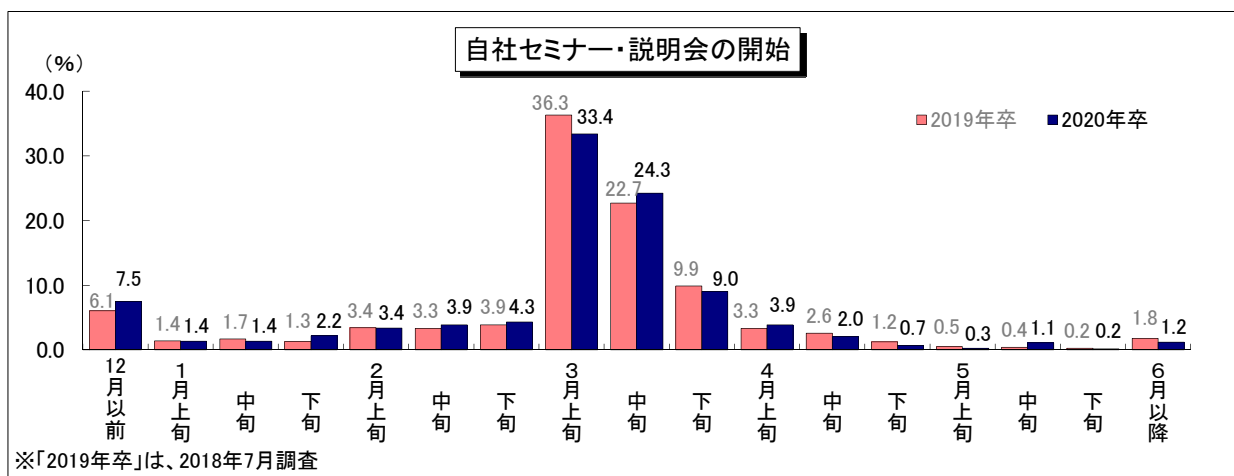


4. 採用活動の開始予定時期

2020 年卒の採用活動は「3 月採用広報解禁、6 月選考解禁」の 4 年目だが、企業は具体的にどのようなスケジュールで進めようと考えているのだろうか。

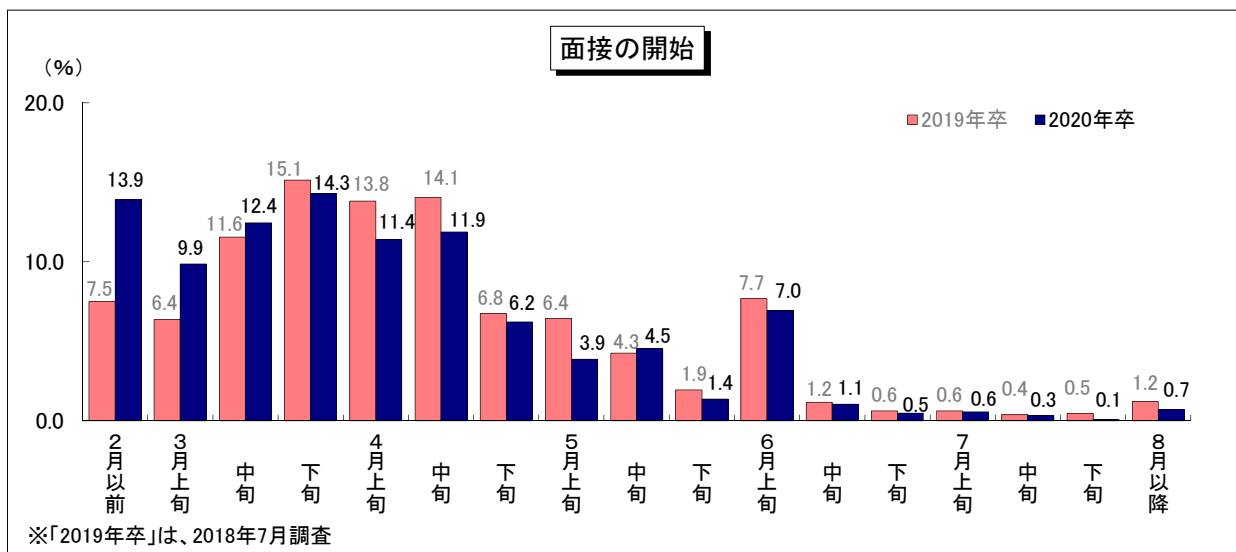
自社セミナー・説明会の開始は 3 月上旬が最も多く（33.4%）、3 月中旬（24.3%）がこれに続く。今年も採用広報解禁月の 3 月に集中しているが、一方で 2 月までに開始した企業も計 24.1% に上る。前年実績（計 21.1%）よりも増加しており、早期に開始する企業が増えたことがわかる。

エントリーシート（ES）受付開始は、過半数（54.6%）の企業が 3 月上旬と回答し、採用広報解禁直後の集中度合いがいつそう高まる見込みだ。なお、ES の結果通知時期は分散しているが、3 月の合計が過半数に上り（52.5%）、受付開始から短期間で通知する企業が少ない。



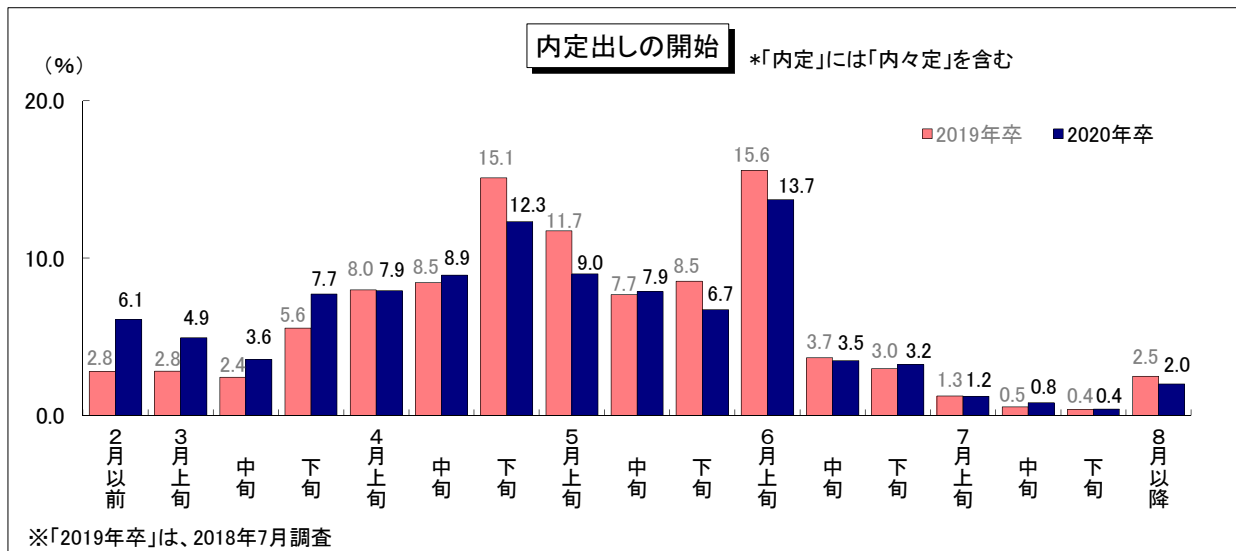
面接の開始が最も多いのは3月下旬（14.3%）。その前後の時期もそれぞれ1割を超えており、3月中旬から4月中旬を合わせると半数に達する（50.0%）。特筆すべきは2月以前の数字で、3月1日の採用広報開始前に面接を始める企業は計13.9%に上る。前年実績（7.5%）を大きく上回り、前年以上に早まっている様子が見て取れる。一方で、選考解禁直後の6月上旬は7.0%にとどまり、早期化が一層進むのは間違いないだろう。

内定出しの開始時期は6月上旬が最も多いが（13.7%）、4月下旬も1割を超える（12.3%）。4月下旬までの数値を足し合わせると51.4%となり、2社に1社は大型連休前に内定を出し始める見込みだ。なお、企業規模が大きいほど6月上旬の数値は高くなるが、1000人以上の大手企業でも2割（20.3%）にとどまる。



〈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	12.0	12.2	12.2	14.6	11.8	10.6	3.8	3.8	6.0	2.2	6.2	1.7	1.2	0.2	0.2	0.0	1.2
300～999人	12.6	7.4	11.4	16.3	12.0	14.7	8.5	3.7	4.8	1.0	5.0	0.8	0.0	0.6	0.2	0.2	0.8
1000人以上	18.2	10.4	14.3	11.0	10.1	9.5	6.0	4.2	2.4	0.9	10.7	0.6	0.3	0.9	0.6	0.0	0.0

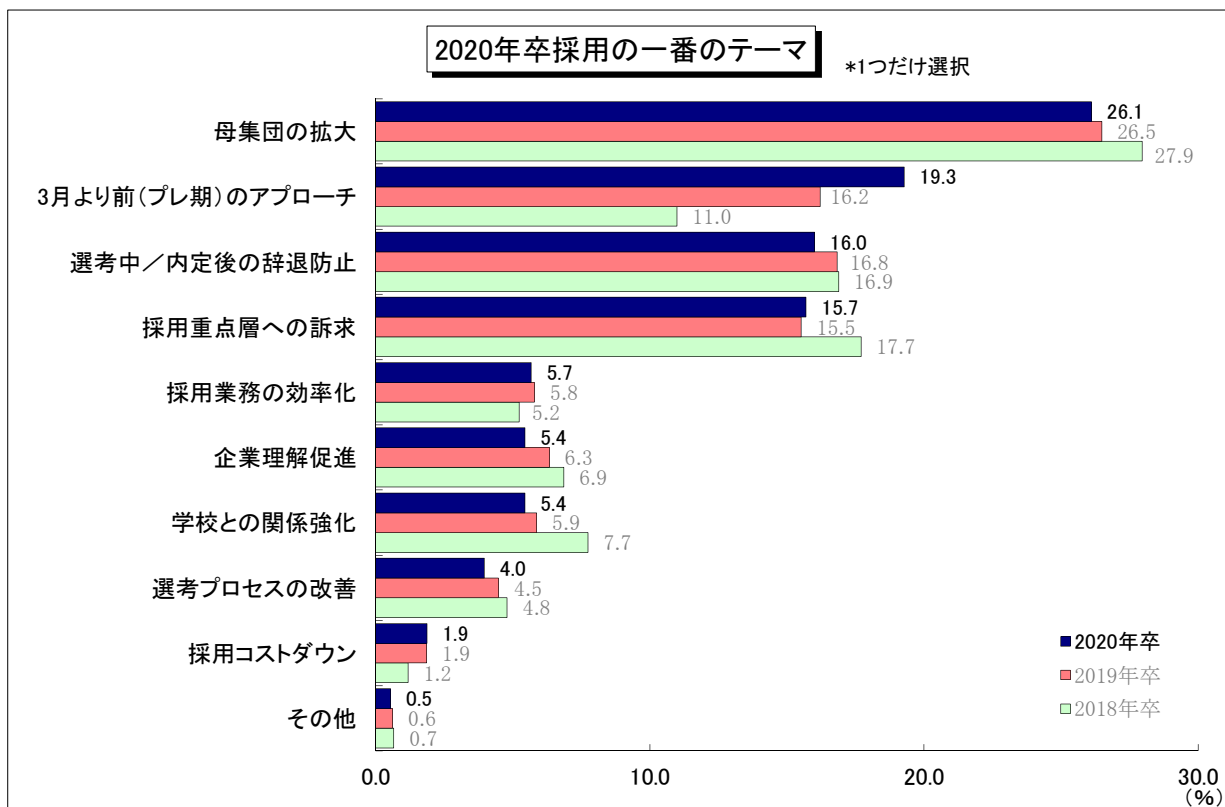


〈内定(内々定)出しの開始/従業員規模別〉 (%)

	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	5.8	4.3	4.1	9.9	8.9	8.7	10.9	9.2	6.0	6.3	10.4	3.6	5.1	2.4	1.9	0.5	1.9
300～999人	5.8	4.1	2.5	5.6	6.6	9.9	14.7	9.7	10.7	8.9	12.0	3.3	2.7	0.6	0.4	0.2	2.3
1000人以上	6.9	6.9	4.5	8.1	8.7	7.8	10.7	7.8	6.0	4.2	20.3	3.6	1.8	0.6	0.0	0.6	1.8

5. 2020 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、3 年連続「母集団の拡大」(26.1%)。ポイントはやや減少したものの、売り手市場が続く厳しい採用環境下においては、多くの企業にとって重要課題であることに変わりはない。「3 月より前のアプローチ」(19.3%) は、2 年連続で大きくポイントが増加。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。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狙いがうかがえる。



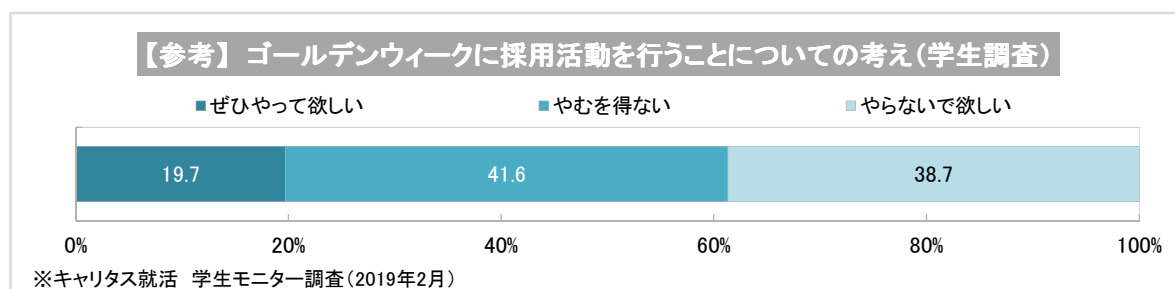
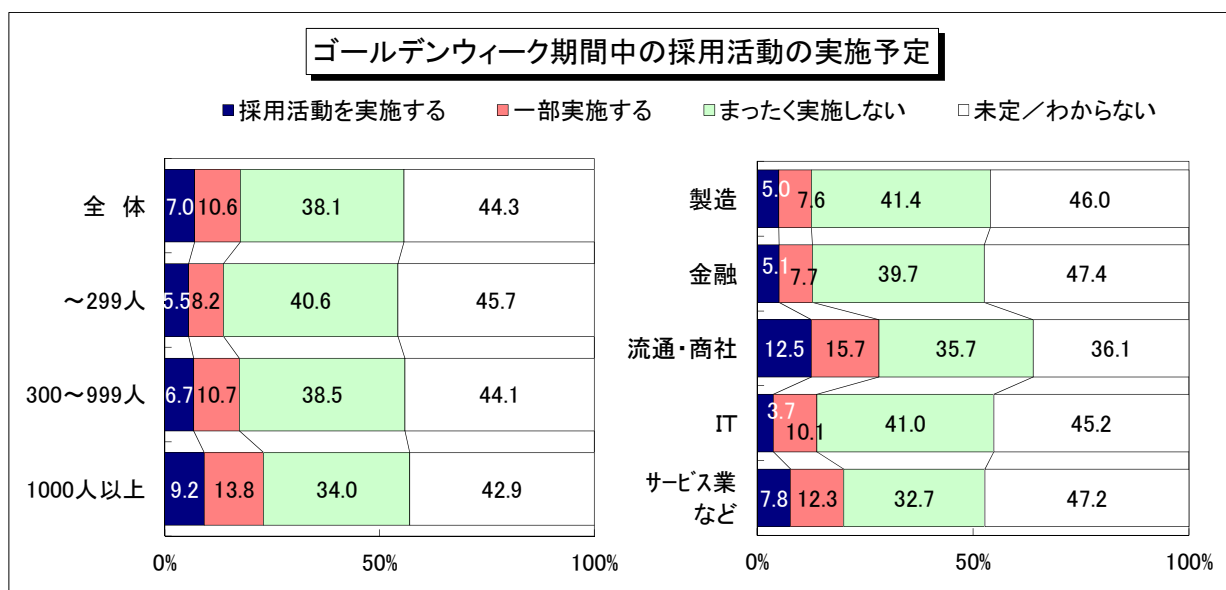
【Voice2】—採用活動の方向性

- なかなか良い学生に応募してもらえないので、活動範囲拡大、対象校を拡大する方向です。 <電子・電機>
- 母集団を増やすために、訪問大学数を拡大。特に地方大学への訪問数を増やした。 <機械・プラントエンジニアリング>
- いかに早期に学生に接触をはかるかが、その後の採用活動の成否を握ると思う。 <官公庁・団体>
- 3月広報スタート時点で業界を絞っている学生が毎年増加傾向にあるため、極力プレ期に業界研究会やインターンシップなどで学生との接点をもちたいと考えている。 <保険>
- エントリー数が年々減少傾向にあるため、プレ期の活動を増やし、質の高い母集団形成を目指している。 <鉄鋼・非鉄・金属製品>
- インターンシップの広報・イベントの拡充により、採用広報解禁前までに母集団を確保し、解禁後は説明会と選考に集中する。 <運輸・倉庫>
- インターンシップを重ねてきたので、まずは参加してくれた学生を優先だと考えています。 <商社（総合）>
- 例年より1カ月は早く物事が進むと思って行動しようと考えています。 <素材・化学>
- やみくもに母集団を増やすのではなく、スキルがフィットする人材をターゲティングしてアプローチしたい。 <情報処理・ソフトウェア>
- 選考中の辞退者を減らすために、選考途中の先輩社員との交流を多くしていく方針です。 <運輸・倉庫>
- 内定辞退防止の一環として、ホームページや広報資料の改善を検討しています。 <商社（専門）>

6. ゴールデンウィーク中の採用活動

今年のゴールデンウィークは 10 連休が予定されているが、その間の採用活動の予定を尋ねた。「採用活動を実施する」(7.0%)、「一部実施する」(10.6%) を合わせて 2 割弱の企業が連休中の採用活動を予定 (計 17.6%)。流通やサービス業など、祝日が営業日の業界において割合が高い。一方「まったく実施しない」は全体の 4 割弱 (38.1%) で、実施企業の 2 倍以上に上る。ただし、4 割を超える企業が「未定/わからない」と回答しており (44.3%)、自社の採用活動の進捗や学生の動向を見て対応したいと考える企業も多いようだ。

なお、学生にも意見を聞いたところ、「ぜひやって欲しい」が 2 割未満 (19.7%) なのに対し、「やらないで欲しい」は 4 割近くに上り (38.7%)、連休中の採用活動に否定的な学生が多かった。



【Voice3】—ゴールデンウィークの採用活動について

【実施する】

- 地方の企業であるため、帰省している学生の集客を見込んで開催します。 <フードサービス>
- 休日に自社説明会を開催することで学生の参加しやすい環境を作る。 <情報処理・ソフトウェア>
- GW 以降の選考スケジュールを考えると、一部の日程では実施したい。 <教育>
- GW 中も数日、営業日があるため。 <商社(専門)>

【実施しない】

- 休み中に実施するとブラック企業だと思われるのを懸念して。 <情報処理・ソフトウェア>
- できれば GW 前に最終面接を行い、GW 直後に内々定を出したい。 <エネルギー>

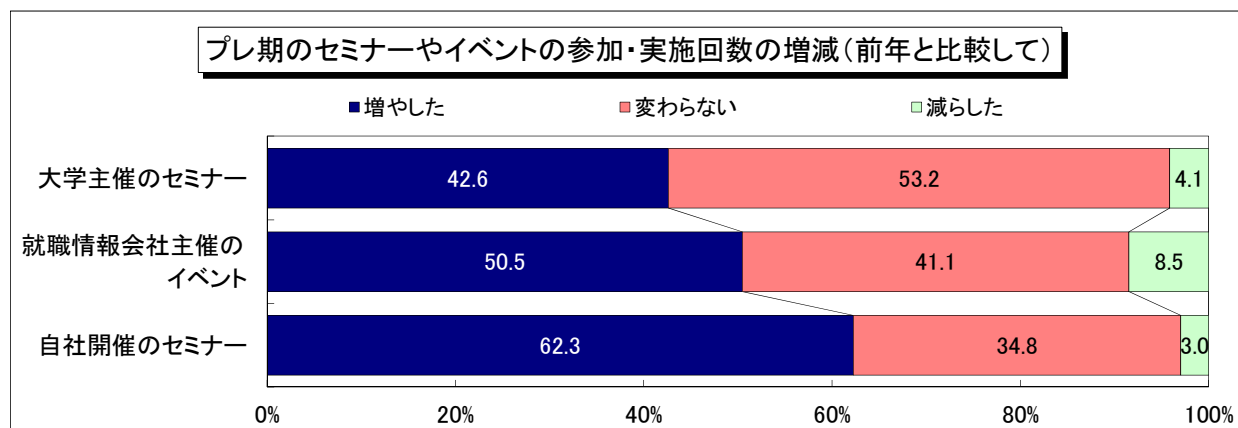
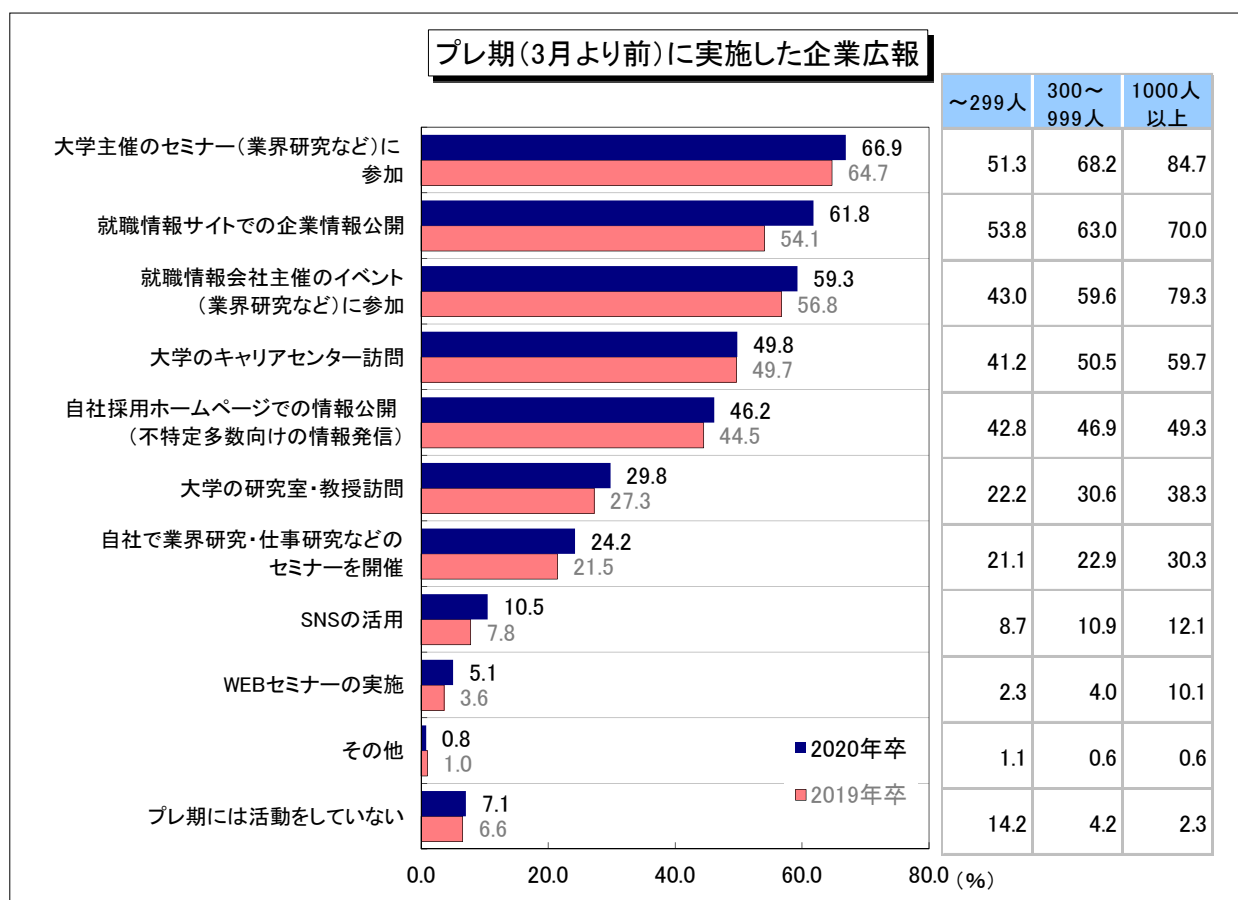
【未定】

- 3~4 月の状況次第。現状では GW 中の採用活動は行いたくないが、実施の可能性もあり得る。 <運輸・倉庫>
- 面接を実施する予定はないが、内々定通知や選考試験の案内はする可能性大。 <建設・住宅・不動産>
- 学生の希望が多ければ、実施可能性あり。 <フードサービス>

7. 3月より前に実施した企業広報

先に見たように（4 ページ）、プレ期のアプローチを重視する企業は増加傾向にあるが、具体的には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7.1%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（66.9%）。続く「就職情報サイトでの企業情報公開」、「就職情報サイト主催のイベントに参加」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見えてくる。

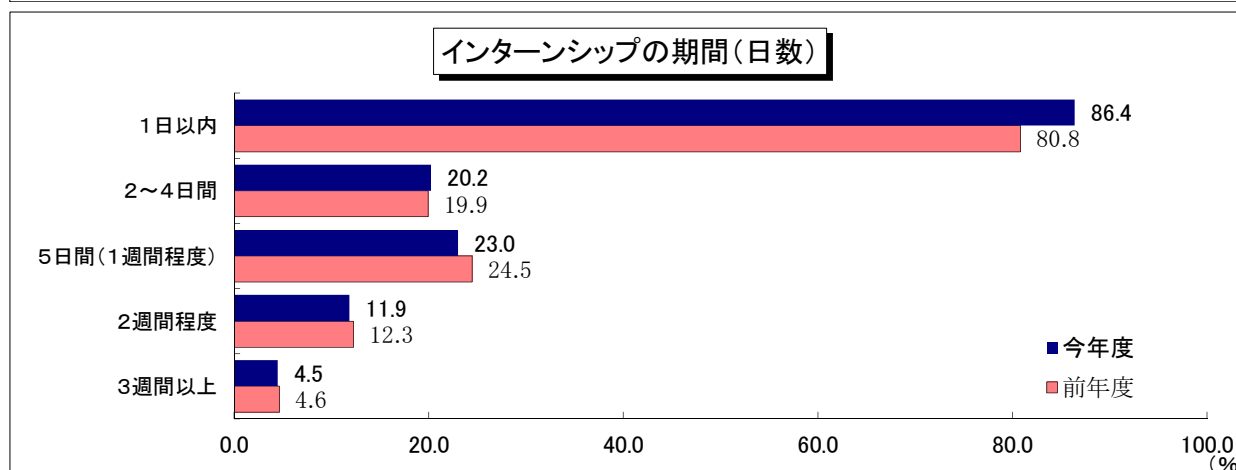
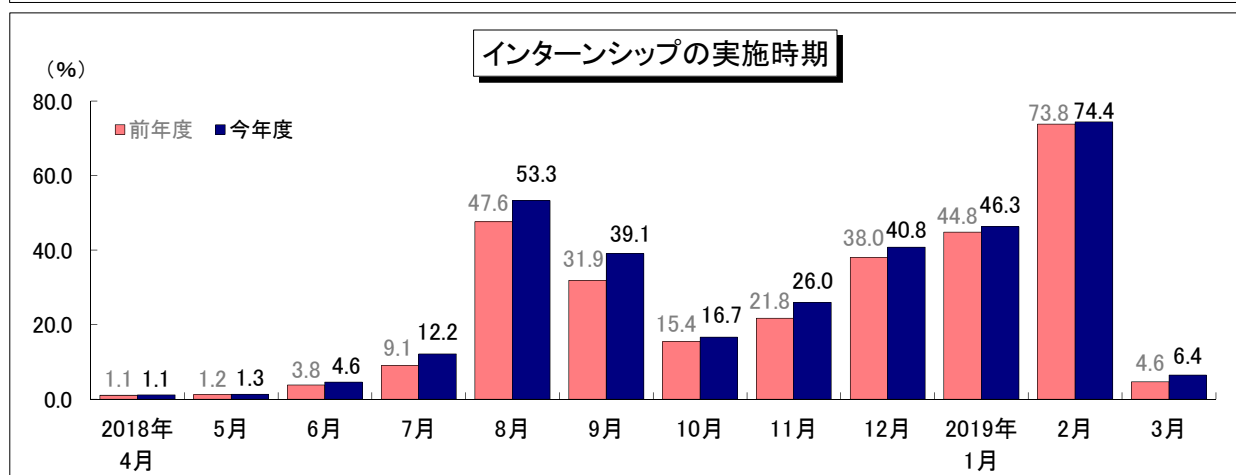
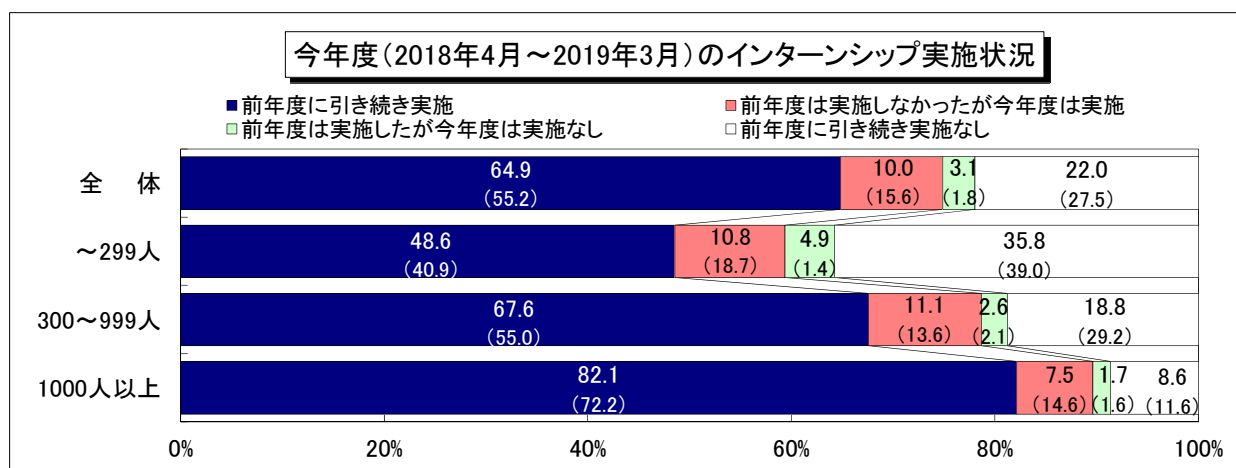


8. インターンシップ実施状況

今年度（2018年4月～2019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74.9%）、前年調査（70.8%）を4.1ポイント上回る。大手企業では実施率が9割近くに上っている（計89.6%）。

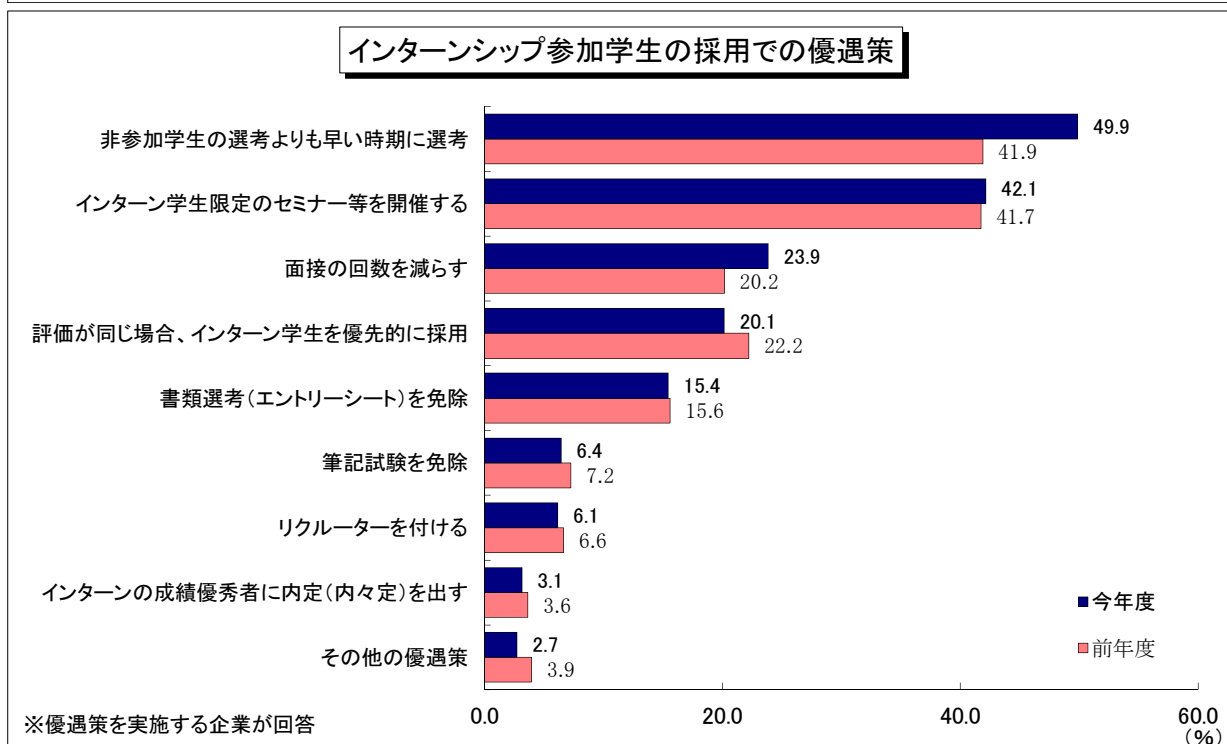
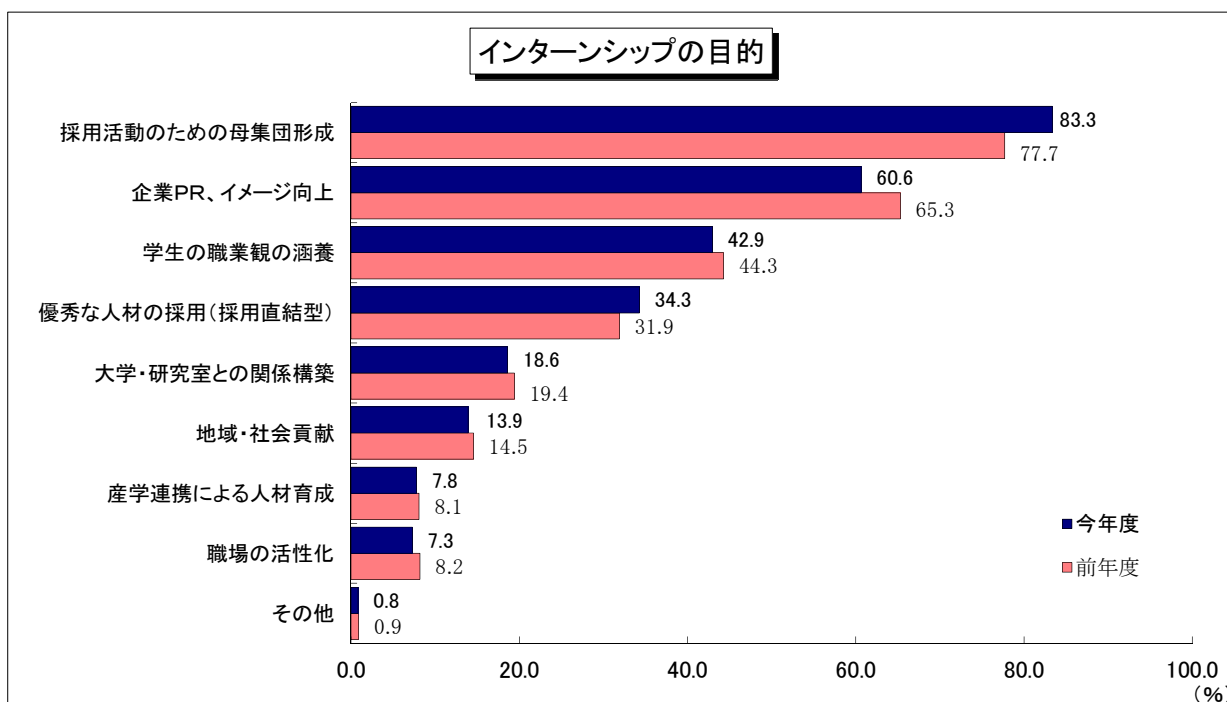
実施時期は、「2月」が7割超で最も多い（74.4%）。いずれの月も前年より増加しているが、特に「8月」「9月」の夏季が目立つ。

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が8割強に上る（86.4%）。経団連が日数要件を撤廃したことで（2017年4月発表）、大手企業を中心に短期型が急増したが、今年度もさらに増加。一方で5日以上のプログラムは減少しており、短期化が進んだことが表れている。

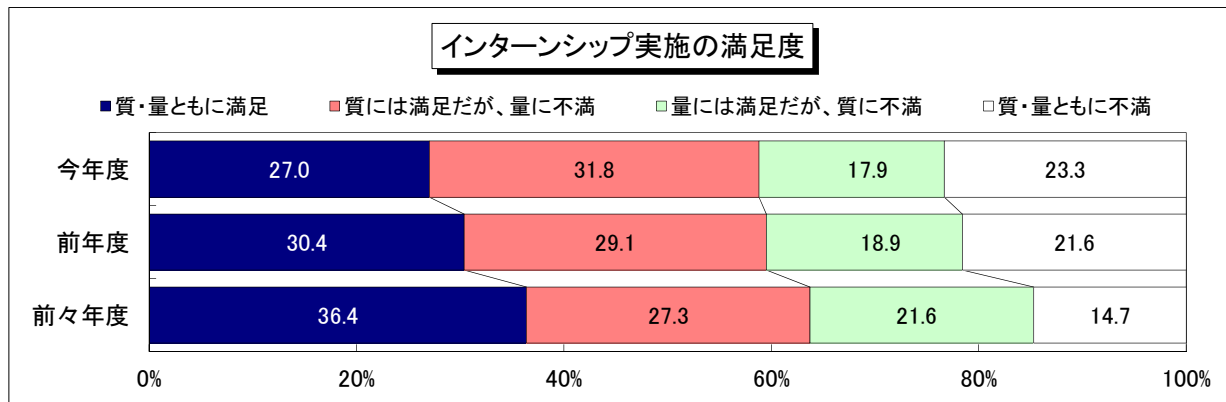


インターンシップ実施の目的について尋ねたところ、最も多いのは「採用活動のための母集団形成」で、前年調査より 5.6 ポイント増加し 8 割を超える（83.3%）。一方で「学生の職業観の涵養」「大学・研究室との関係構築」「地域・社会貢献」などは低下しており、早期広報の一環として実施している企業が増加したことがわかる。

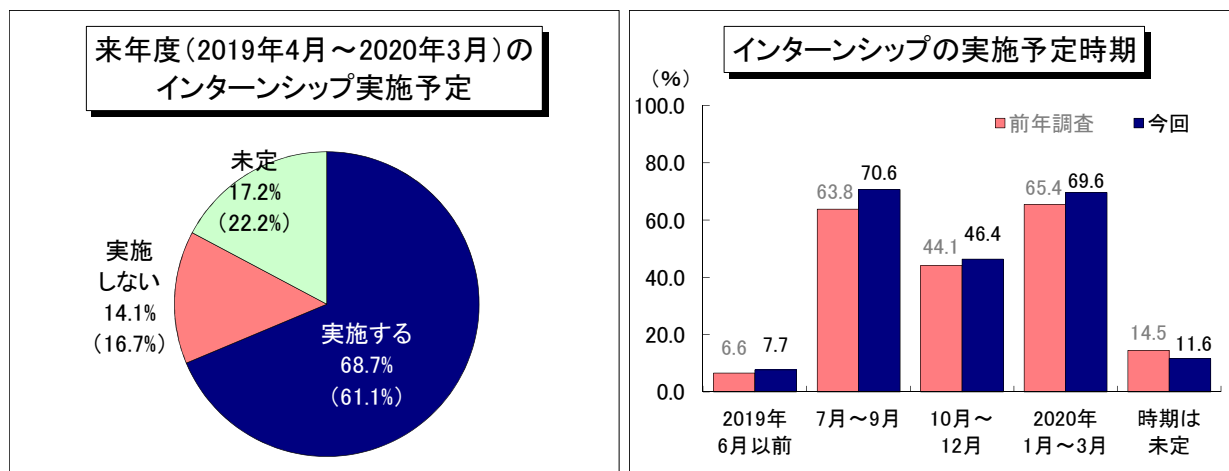
インターンシップ参加学生に対して何らかの優遇策を講じるという企業は 7 割を超える（71.6%）。具体的な優遇策は、「早い時期に本選考」が最も多く、半数近い企業が選んだ（49.9%）。前年調査より 8 ポイント増加しており、参加者を早期に囲い込む動きが強まった。「限定セミナーの開催」も 4 割を超えており（42.1%）、採用活動の母集団につなげるために、インターンシップ参加学生と継続的に接触をもつ企業が多いことが読み取れる。



インターンシップを実施した満足度を尋ねたところ、「質・量ともに満足」が 2 年連続減少（27.0%）。前々年度（36.4%）と比較するとその差は 10 ポイント近い。一方「質には満足だが、量に不満」（31.8%）と「質・量ともに不満」（23.3%）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 55.1%。インターンシップ実施率の上昇に伴い、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（2019 年 4 月～2020 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」と回答した企業が 7 割弱（68.7%）。前年同期調査（61.1%）を大きく上回った。実施予定時期を見ると、「2019 年 7 月～9 月」が最も多く（70.6%）、前年より 6.8 ポイント増加。いずれの時期も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。



【Voice4】—インターンシップ実施の満足度

【質・量ともに満足】

- 応募の大半がターゲット層からの応募で、予定を上回る応募を得られた。 <機械・プラントエンジニアリング>
- 実施内容を強化したことで、志望度の高い学生が参加してくれたと感じている。 <官公庁・団体>
- サマーインターンから学生と継続したつながりを持つことができ、本選考まで誘致できたため。 <情報処理・ソフトウェア>

【不満】

- 本格化すると予想していた冬季インターンシップで、学生の動員が少なかったため。 <商社（専門）>
- インターンシップを実施する企業が増えたため、年々応募が減っている。 <情報処理・ソフトウェア>
- 全体的に参加者のレベルは高いが、期待していたほどの集客ができなかったから。 <鉄鋼・非鉄・金属製品>
- 意欲的な学生が少なく、みんなが参加しているからという理由で参加する学生が多かった。 <その他サービス>

9. 2019 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

最後に、2019 年 3 月卒者（現 4 年生）の採用選考状況を確認したい。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 81.8%。前年同期調査（82.3%）をやや下回った。正式内定日（10 月 1 日）を迎えるタイミングで実施した前回調査では 56.3%だったので、この 4 カ月間で 25.5 ポイント増加した。企業規模が大きくなるほど終了率は上がり、1000 人以上の大手企業では 9 割近い（89.3%）。業界別にも差が見られ、「金融」では 9 割を超えており（93.6%）、最も低い「サービス業」（73.7%）との差は 20 ポイント近くに及ぶ。

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 81.1%。10 月調査（77.4%）から 4 カ月間の伸びはわずかに 3.7 ポイントにとどまり、10 月以降は充足率を高めるよりも、次の 2020 年卒者の採用活動準備へと切り替えるケースが多かったのではないかと想像できる。なお、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 86.0%だった。

充足率も企業規模が大きいほど高い。大手企業は 89.2%と 9 割近いが、中小企業では 73.9%で、15 ポイント以上の差が付いている。

