

新卒採用に関する企業調査(2021年2月調査)

2022年卒・新卒採用に関する企業調査—採用方針調査

新型コロナウイルスの収束が見えない中、2022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6年目を迎えるが、どのような動きが予想されるだろうか。また、採用活動のオンライン化による影響も注目される。企業の採用方針や施策について最新の状況を知るため、「キャリアタス就活」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. 2022年3月卒業予定者の採用見込み

「増減なし」が6割。「増加」15.6%、「減少」12.9%。縮小した21卒採用と同水準か

2. 採用活動のスタンス

「採用予定人数の確保より学生の質を優先」85.6%。4年ぶりに8割台に

3. 自社の採用活動の見通し(難易度)

「厳しくなる」は大幅減(計77.5→49.6%)、「どちらともいえない」が4割超(42.5%)

4. 採用活動の開始予定時期

エントリーシート受付開始は3月上旬に集中。結果通知開始は早まる見通し
面接開始は3月中旬が最多。内定出し開始は3月下旬から4月下旬がボリュームゾーンに

5. 2022年卒採用のテーマ

「採用重点層への訴求」が「母集団拡大」を抜いて最多に。オンライン化で辞退増加も懸念

6. 採用活動の方向性

早期から積極的に学生との接点を増やす傾向の一方で、厳選採用姿勢を強める動きも

7. インターンシップ等のプログラム(※)実施状況

今年度実施企業は63.3%。前年度(77.2%)より減少。オンライン実施企業は7割
課題は「適切なプログラムの構築」が最多に。「参加者が少ない」は大幅に改善

8. 2021年3月卒業予定者の選考終了状況

選考終了企業は85.9%。前年同期(82.4%)をやや上回る。充足率の平均は86.4%

9. 2020年度入社者の新入社員研修

コロナ禍で研修に変更が生じた企業は8割超。うち4割が、活躍や定着に「影響が出ている」

※「インターンシップ(就業体験を伴う複数日程のプログラム)」に限定せず、1日以内のプログラム等も含めて尋ねた

《 調査概要 》

調査対象 : 全国の主要企業 14,357社
調査時期 : 2021年1月27日～2月5日
調査方法 : インターネット調査法
回答社数 : 1,174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
395社	452社	327社	481社	693社	257社	917社
《地域》						
北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
50社	59社	573社	178社	195社	64社	55社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

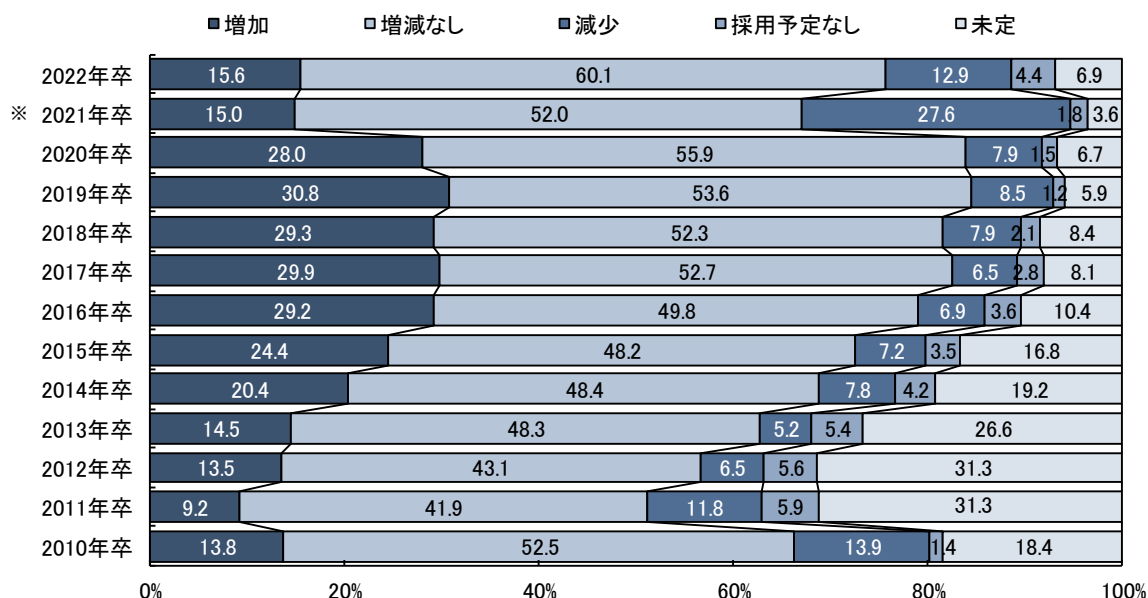
1. 2022年3月卒業予定者の採用見込み

2022年3月卒業予定者の採用見込みを尋ねた。前年（今春入社予定者）よりも採用を「増加」と回答した企業は全体の15.6%。これに対し「減少」は12.9%で、「増加」が「減少」をやや上回る。また、「増減なし」が60.1%で、あわせて7割以上が今春以上の採用数を予定していることがわかる。

ただ、新型コロナウイルス感染拡大を受け、新卒採用マーケットは2021年卒で減少傾向に転じている。今回の調査結果はそれに対する増減であることに注意が必要だ。また、コロナが今後どの程度業績に影響を与えるかによって、変化する可能性もあるだろう。

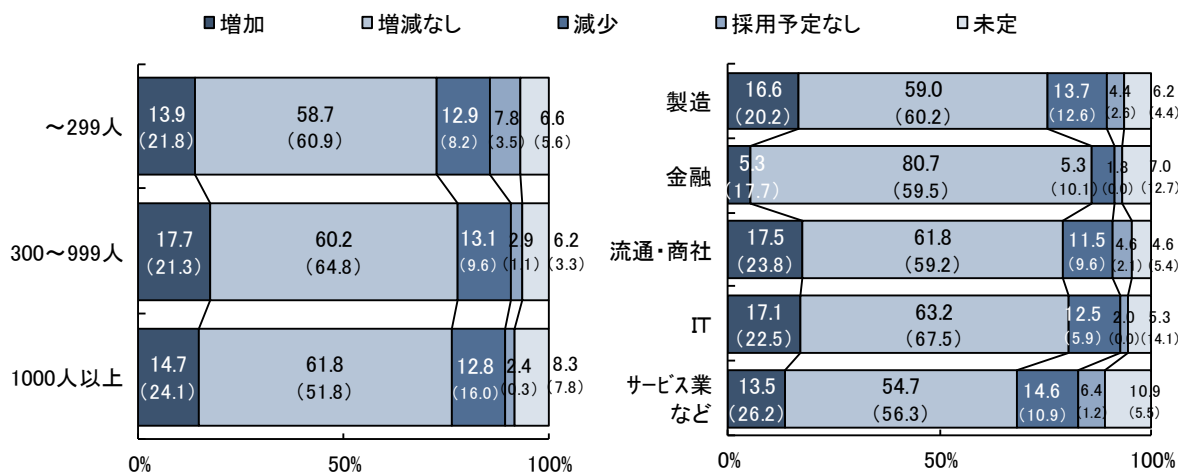
なお、採用見込みは従業員規模による大きな差は見られないが、業界別では、サービス業において「減少」が「増加」を上回り、「採用なし」「未定」の割合も他の業界より高いが目立つ。

採用見込みの推移(全体)



※各年2月調査。ただし、2021年卒は7月調査。

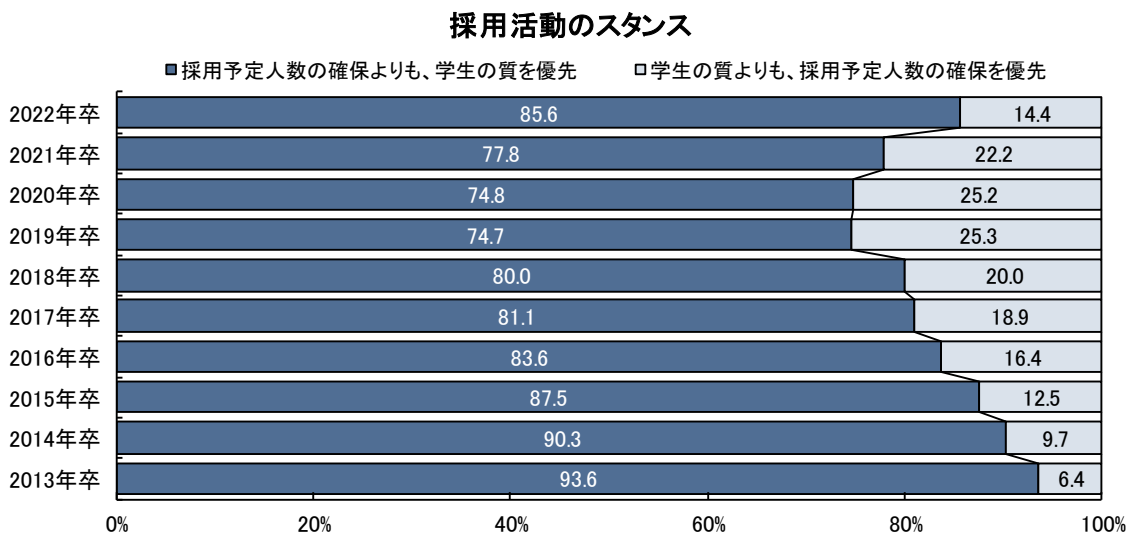
2022年3月卒業予定者の採用見込み(従業員規模別・業界別)



※()内は2020年2月調査の数値。以下同じ

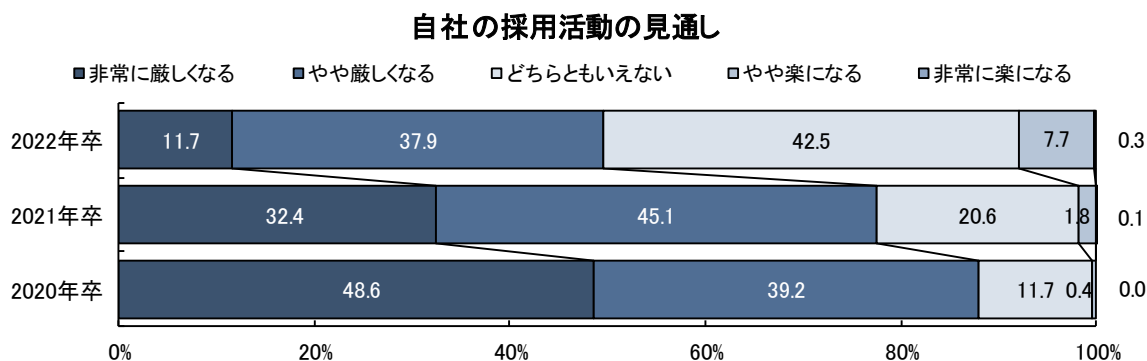
2. 採用活動のスタンス

採用活動のスタンスは、「人数の確保よりも学生の質を優先」という回答が 85.6%で、前年調査（77.8%）より 7.8 ポイント増え、4 年ぶりに 8 割台をマークした。採用難を背景に「質より量」のスタンスをとる企業が徐々に増加し、ここ数年は 2 割を超えていたが、質重視へと急激に舵を切ったように映る。



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ると、前年調査で 3 割超あった「非常に厳しくなる」が 11.7%へと大きく減少。「やや厳しくなる」も割合を下げた。一方で、「楽になる」と見る企業は前年より増えたが、1 割未満にとどまり（計 8%）、「どちらともいえない」が 4 割を超える（42.5%）。「コロナ次第」の面が大きく、見通しが立ちにくいといった声が散見される。



【Voice1】—採用活動の見通しへの見解

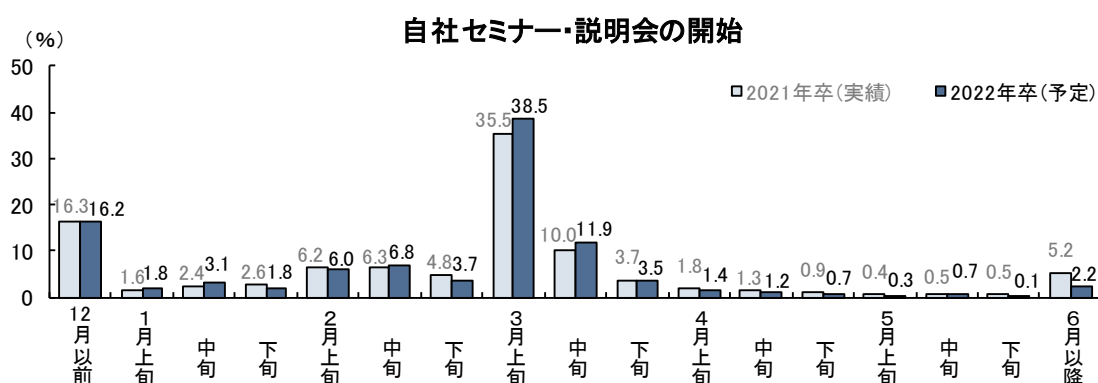
- 売り手市場感は薄れると思うが、コロナ対策や景況感の見通しが立たず不透明な点も多い。 <専門商社/中堅>
- 昨年に引き続きコロナ禍での採用ということで、他社の内定出しのタイミングや採用数などが見えていないため、どちらともいえない。 <素材・化学/中堅>
- オンライン説明会で母集団は確実に増えると思うが、当社を第一希望とする学生を確保できるか。 <情報処理・ソフトウェア/大手>
- 学生へのアプローチがほとんど WEB 上で行われることから、感触が掴みづらい。 <信用金庫/中小>
- 新型コロナという外的要因があるため想像がつかない。そのためにも例年より早く動き始めた。 <建設・住宅・不動産/大手>
- 大企業や同業他社の採用が減少傾向にあるため、どちらかというとな楽になると思う。 <サービス業/中堅>

4. 採用活動の開始予定時期

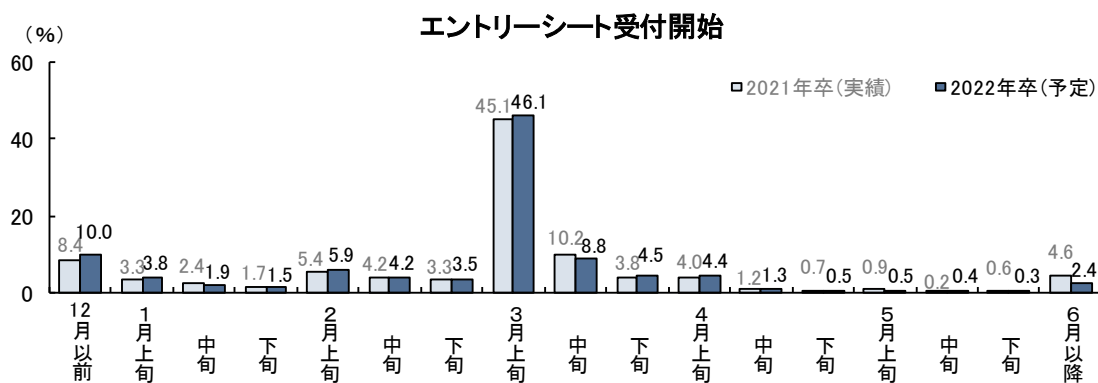
「3月採用広報解禁、6月選考解禁」という日程ルールは6年目を数えるが、企業は具体的にどのようなスケジュールで進めようと考えているのだろうか。

まず、自社セミナー・説明会の開始は3月上旬が最も多く（38.5%）、今年も採用広報解禁直後が始まりのピークになる見込みだ。ただし、2月までの合計は39.4%で、解禁を待たずに開始する企業は今年も約4割に上り、動き出しの早さが目立つ。

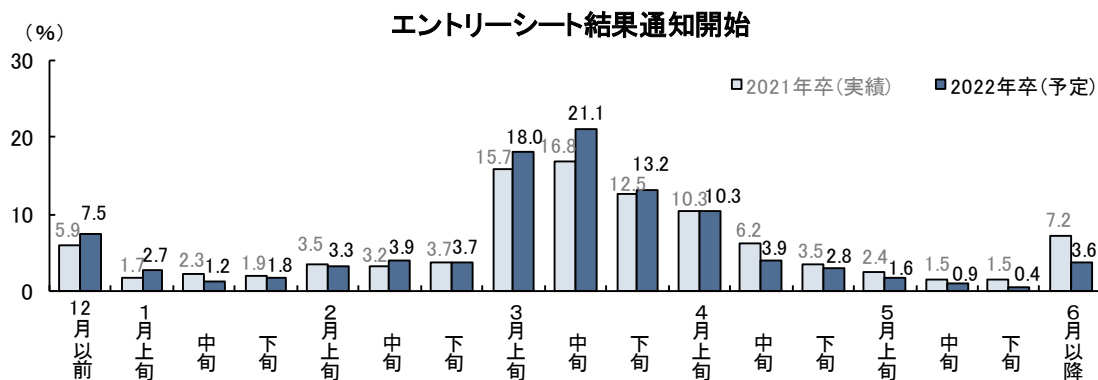
エントリーシート（ES）受付開始も前年実績と大きく変わらず、半数近い企業（46.1%）が3月上旬と回答。一方で、ESの結果通知開始時期はやや早まる見込みだ。3月上旬・中旬がそれぞれ前年実績を大きく上回り、受付開始から結果通知までの期間を短縮する企業が増えそうだ。できるだけ早く次の選考ステップへと進めたい、との意向がうかがえる。



※2021年卒は、2020年7月調査



※2021年卒は、2020年7月調査

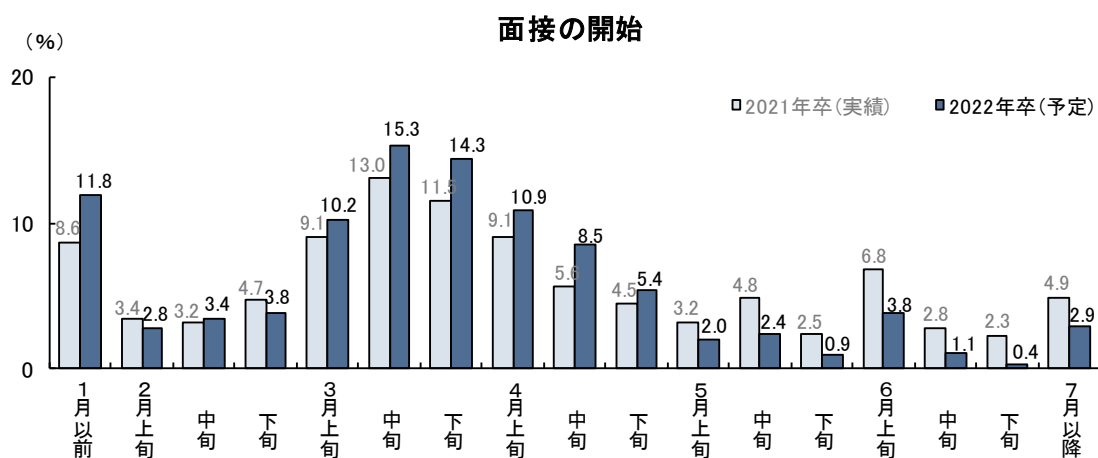


※2021年卒は、2020年7月調査

面接の開始が最も多いのは3月中旬（15.3%）。3月下旬（14.3%）がこれに続き、約4割の企業が3月に開始すると回答した（計39.8%）。昨年はコロナ禍による採用活動の中断で面接時期を遅らせる企業が少なかったが、今年は全体的に早まる見通し。1月以前に既に面接を開始した企業は1割を超えている（11.8%）。とりわけ大手企業において早く、1月以前が14.5%で、2月までを合計すると26.8%に上る。なお、選考解禁直後の6月上旬に開始予定の企業は全体の3.8%にとどまる。

内定出しの開始時期は4月下旬が最も多く（12.5%）、3月下旬（11.0%）、4月上旬（10.0%）の順。3月下旬から4月までの合計は4割を超える（計41.7%）。また、4月下旬までの数値を足し合わせると61.5%となり、全体の6割以上が大型連休前に内定を出し始める見込みだ。

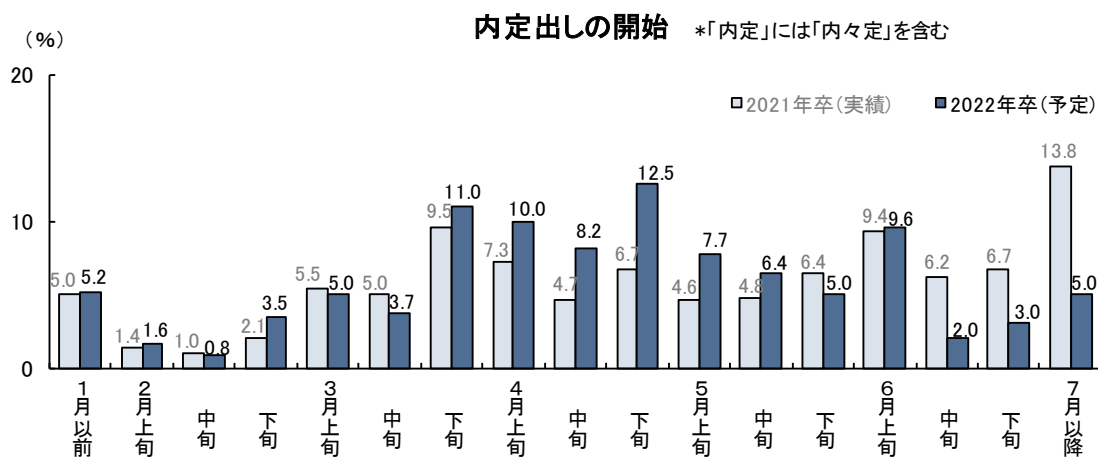
大手企業は6月上旬の内定出し開始が最も多いものの（14.1%）、3月下旬や4月下旬も1割を超えており、対応が分かれる。



※2021年卒は、2020年7月調査

《面接の開始/従業員規模別》

	従業員規模別 (%)																
	1月以前	2月上旬	2月中旬	2月下旬	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月以降
~299人	9.6	1.7	2.9	3.8	11.3	16.2	15.7	10.7	7.5	5.5	2.3	1.2	1.7	4.9	1.7	0.0	3.2
300~999人	11.7	2.9	3.1	3.8	9.8	15.1	12.4	11.7	10.5	6.2	1.4	3.6	0.7	2.2	1.2	0.7	2.9
1000人以上	14.5	3.9	4.5	3.9	9.6	14.5	15.4	10.0	6.8	4.2	2.3	2.3	0.3	4.8	0.3	0.3	2.6



※2021年卒は、2020年7月調査

《内定(内々定)出しの開始/従業員規模別》

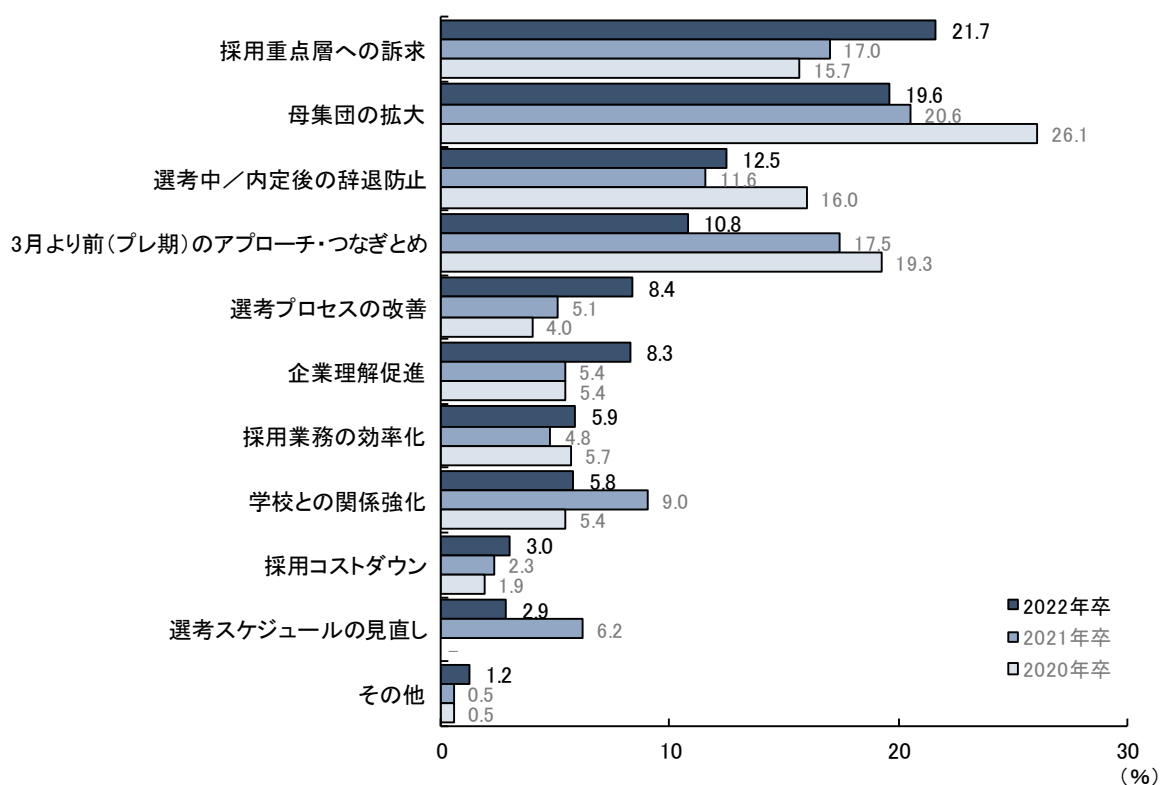
	従業員規模別 (%)																
	1月以前	2月上旬	2月中旬	2月下旬	3月上旬	3月中旬	3月下旬	4月上旬	4月中旬	4月下旬	5月上旬	5月中旬	5月下旬	6月上旬	6月中旬	6月下旬	7月以降
~299人	4.9	1.5	0.0	2.9	3.5	4.1	10.8	13.1	8.7	11.3	8.1	7.0	5.5	6.7	1.7	4.4	5.8
300~999人	4.8	2.2	1.0	3.4	5.3	4.1	10.6	7.5	6.8	14.5	9.7	7.2	5.1	8.7	1.2	3.1	4.8
1000人以上	5.9	1.0	1.6	4.2	6.2	2.6	11.8	9.8	9.5	11.1	4.6	4.6	4.2	14.1	3.3	1.3	4.2

5. 2022 年卒採用のテーマ

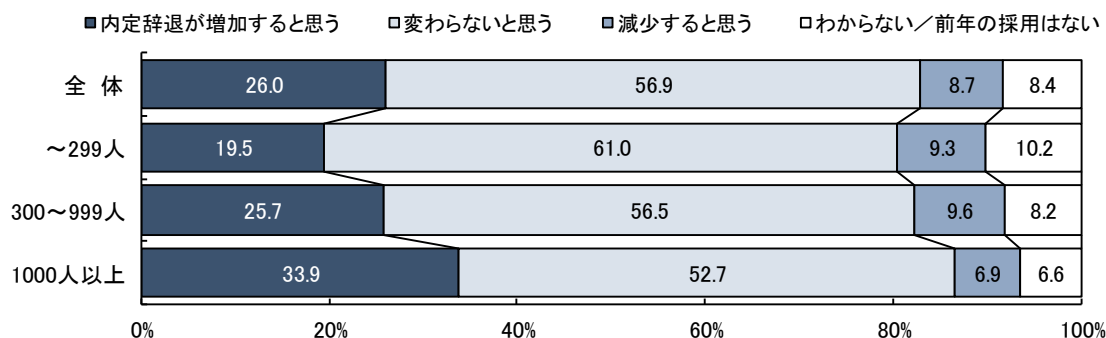
今期の採用の一番のテーマを尋ねた。最も多くの企業が選んだのは「採用重点層への訴求」（21.7%）。前年調査（17.0%）から大きくポイントを伸ばし、ここ数年 1 位が続いていた「母集団の拡大」（19.6%）と順位が入れ替わった格好だ。採用市場の潮目が変わった様子が表れている。採用規模を縮小する企業を中心に、ターゲットを絞って効率的に採用したいと考えているのだろう。加えて、採用活動のオンライン化により、幅広い学生へのアプローチが容易になった分、ターゲット学生への企業理解促進や入社意欲醸成に注力したい企業もあると見られる。また、例年上位に挙がる「選考中／内定後の辞退防止」は今年も 3 番目に多く（12.5%）、引き続き企業にとって重要なテーマであることがわかる。

なお、今年の内定辞退が、前年と比べてどうなると思うか見通しを尋ねたところ、「内定辞退が増加すると思う」が 26.0%で、「減少すると思う」（8.7%）を大きく上回る。従業員規模別で差が見られ、規模が大きいほど「増加すると思う」の割合が高い。オンライン中心の広報活動で、自社への志望度をどこまで高められるかという懸念もあるのだろう。

2022年卒採用の一番のテーマ *1つだけ選択



2022年卒者の内定辞退の見通し(前年と比較して)

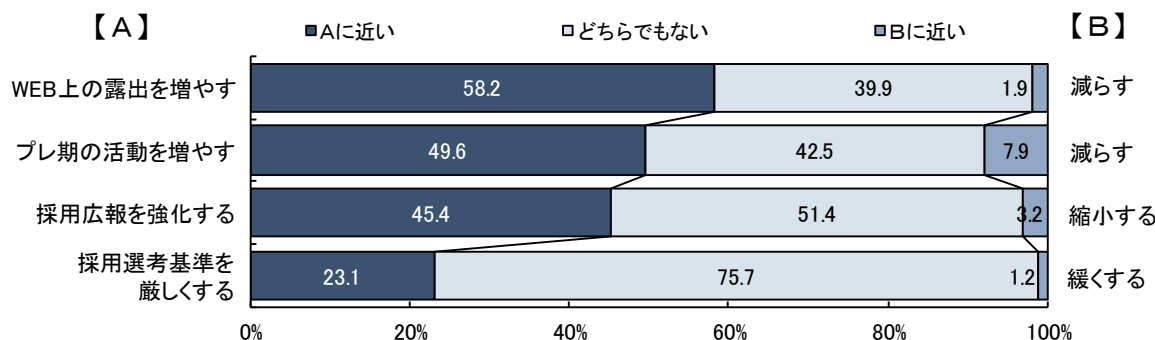


6. 採用活動の方向性

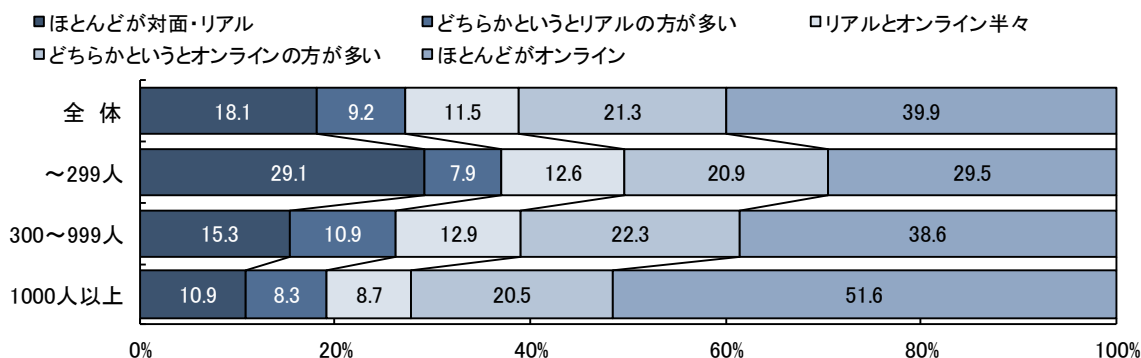
採用活動の方向性について、前年との変化を尋ねた。「WEB 上の露出を増やす」が約 6 割に上り（58.2%）、対面での接点が制限される中、広報の中心がオンラインに移行していることが顕著に表れている。「プレ期の活動を増やす」（49.6%）、「採用広報を強化する」（45.4%）は、それぞれ「減らす」「縮小する」を大幅に上回っており、早期から積極的に学生との接点を増やす意向が見て取れる。ただし、採用選考基準については「厳しくする」が 2 割超え、「緩くする」を大幅に上回っており、厳選採用の姿勢を強める企業も一定数見られる。

なお、プレ期における学生との接点の形式を尋ねたところ、「ほとんどがオンライン」（39.9%）、「どちらかというオンラインの方が多い」（21.3%）を合わせて、オンラインを中心に接点を持ってきた企業は 6 割強（計 61.2%）。従業員規模が小さいほど対面の比率が高く、大手企業では「ほとんどが対面・リアル」が 1 割なのに対し（10.9%）、中小企業では約 3 割に上る（29.1%）。

採用活動の方向性



プレ期における学生との接触形式



【Voice2】—採用活動の方針や具体的な取り組み

- オンラインが主流となっているため、WEB 上での露出や、SNS でのメッセージのやり取りを行っている。
＜機械・プラントエンジニアリング／大手＞
- 学生と直接接点できる機会が減ると思われるので、社員の雰囲気や職場の雰囲気が伝わるような動画を何本か作成して活用していく予定。
＜情報処理・ソフトウェア／中堅＞
- 年々採用が難しくなっているため、早期より学生と接点する機会を設け、弊社のことを知ってもらいたい。
＜フードサービス／大手＞
- オンライン活用でのプレ期活動を強化。訴求対象を広くすることで母集団の拡大、そこからの採用選考基準厳格化を予定。
＜教育／中小＞
- 露出度を高めながらも、採用ターゲット学生との接点を濃くする。
＜鉄鋼・非鉄・金属製品／大手＞
- 売り上げ減により新規採用は縮小せざるを得ない。よって厳選して採用する。
＜総合商社／中堅＞

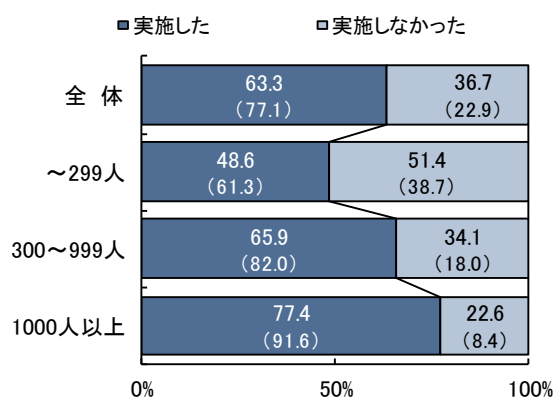
7. インターンシップ等のプログラム実施状況

今年度（2020 年 4 月～2021 年 3 月）にインターンシップ等のプログラム（以下インターンシップ）を「実施した」と回答した企業は、6 割強（63.3%）。前年調査（77.1%）を大幅に下回った（13.8 ポイント減）。ただし、従業員規模別に差が見られ、大手企業では 8 割近い実施に対し（77.4%）、中小企業は 5 割未満（48.6%）。実施期間を見ると、前年度 6 割が実施していた「1 日」プログラムが約 4 割にまで減少し（59.9%→42.1%）、「半日」が 20 ポイント以上増加した（35.1%→59.2%）。複数日程の開催も軒並み減少しており、短期化がより一層進んだ格好だ。

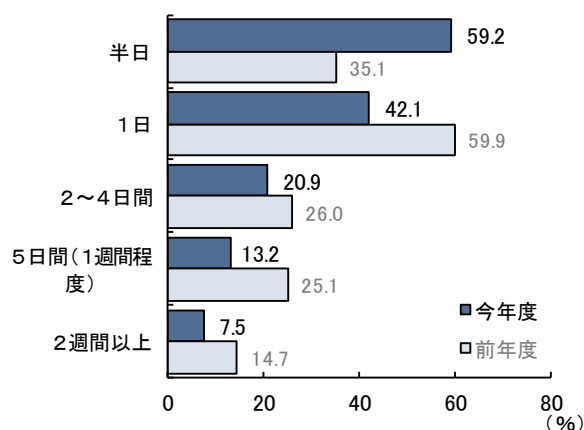
実施形式は「オンラインのみ」が最も多く 37.6%、「リアルとオンラインの併用」（31.4%）と合わせると、オンラインで実施した企業は約 7 割に上る（計 69.0%）。オンライン化に伴い、実施期間を短縮した企業も多かったと見られる。

実施したプログラムの内容を、形式別に尋ねた。「講義・座学」「社員との懇談・座談会」は、どちらの形式もポイントが高く、特にオンラインでの実施率が高い。一方「社内（職場）見学」「仕事体験」はリアル・会場型での実施が圧倒的に多く、オンラインで職場の雰囲気や具体的な仕事内容を伝えることに課題感を持つ企業も少なくない。

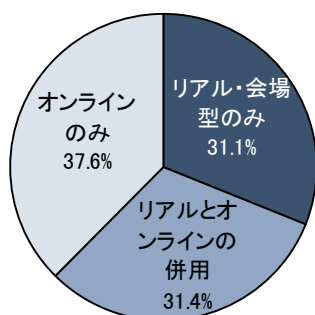
今年度（2020年4月～2021年3月）の
インターンシップ実施状況



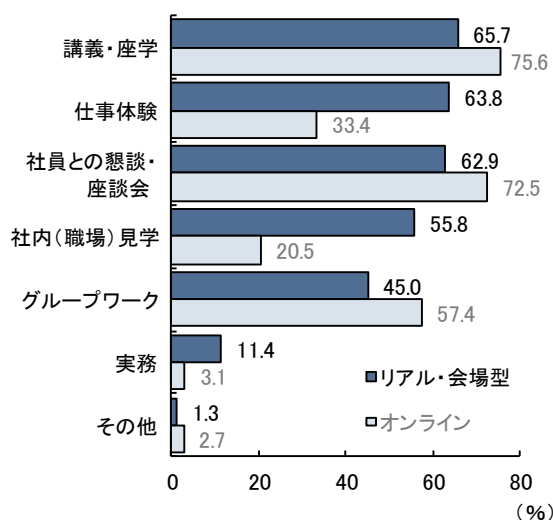
インターンシップの期間（日数）



インターンシップの実施形式

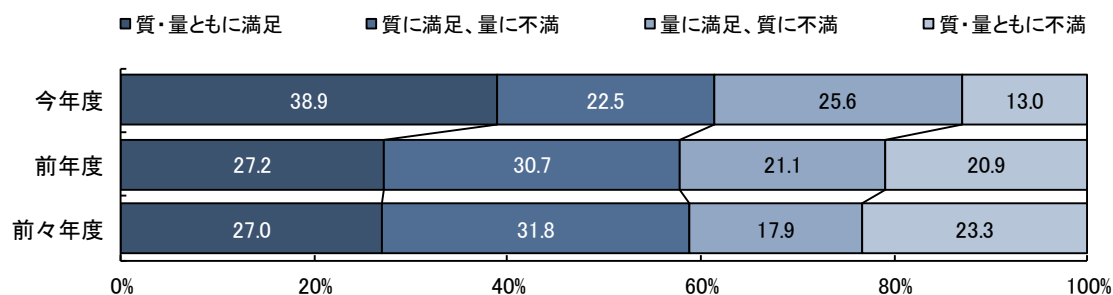


プログラム内容（実施形式別）



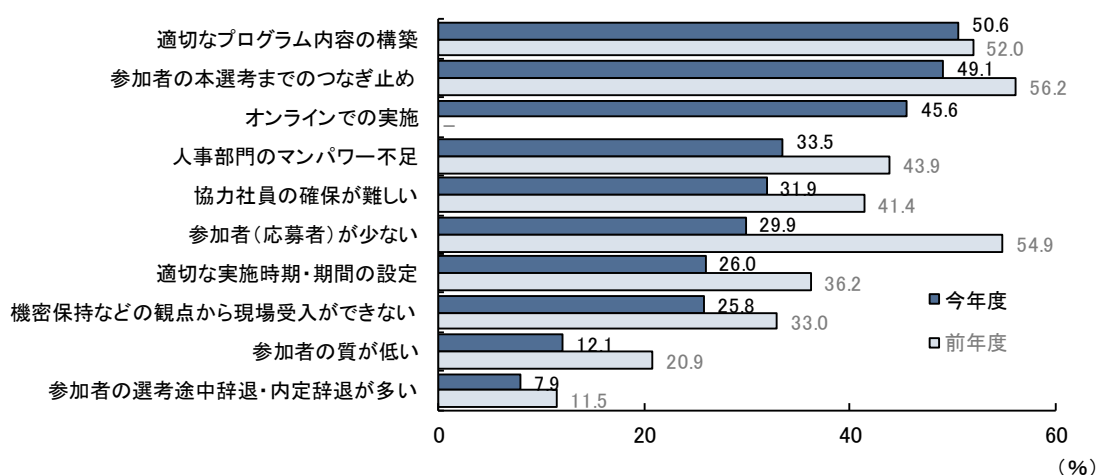
インターンシップを実施した満足度は、「質・量ともに満足」が 4 割近くに上る（38.9%）。前年度に比べ 10 ポイント以上増加した。その分「質に満足、量に不満」と「質・量ともに不満」の「量」に不満を感じる企業が減少（計 51.6%→35.5%）。インターンシップ実施企業の減少などに伴い、満足のいく参加者を集められた企業が増加したことがわかる。

インターンシップ実施の満足度



インターンシップを実施する上での課題を尋ねた。最も多いのは「適切なプログラム内容の構築」（50.6%）で、「オンラインでの実施」も 4 割強が選んだ（45.6%）。今年度はコロナ禍でオンラインでの開催を迫られた企業が多いこともあり、適切なプログラムの構築が最大の課題となったのだろう。「参加者（応募者）が少ない」（29.9%）は、前年調査（54.9%）より大きく減少。参加学生が増えた企業が多かったことが、このデータからもうかがえる。

インターンシップの課題



【Voice3】——インターンシップ実施の満足状況

〇コロナの影響で受け入れ先企業が減少したためか、受け入れ可能上限人数の参加があり、意欲も高かった。

<鉄鋼・非鉄・金属製品／中小>

〇受け入れ枠以上の応募者があり、優秀な学生との接触の機会を早期にもてた。

<銀行／大手>

〇オンラインでの実施で、遠隔地の参加者も増えた。

<水産・食品／中小>

〇オンラインだと不安だったが、参加率は対面より高く、発言や質問も見られ、懸念していたよりも一方通行にはならなかったと感じる。

<運輸・倉庫／中堅>

〇オンラインになり、学生の質の見極めが難しかった。

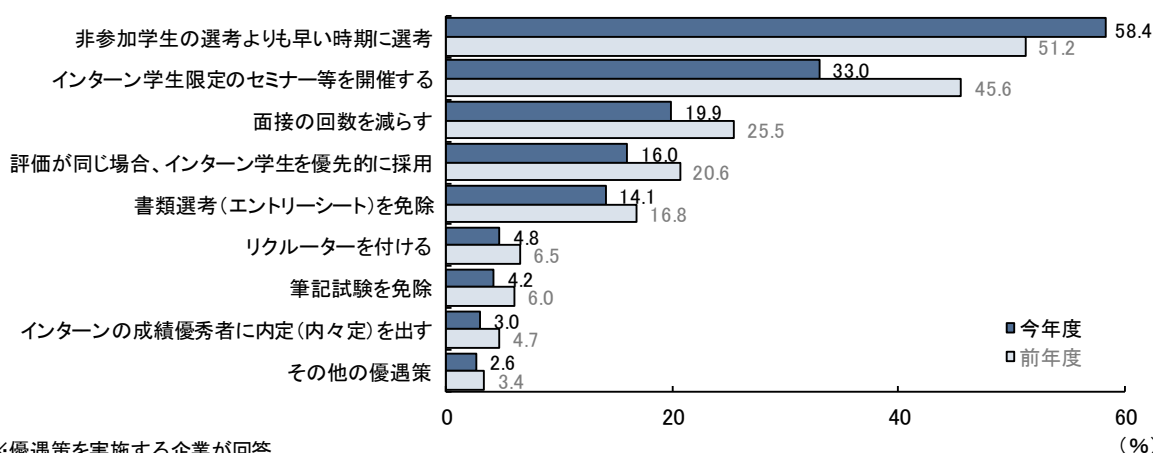
<情報処理・ソフトウェア／中堅>

〇リアルで実施するため、人数は減らして募集をかけたが、参加人数が少なかった。来てくれた学生は非常に良かった。

<情報処理・ソフトウェア／中小>

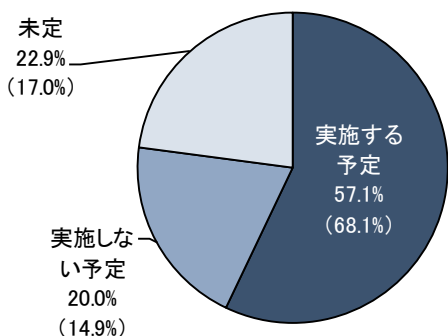
インターンシップ参加学生に対して何らかの優遇策を講じるという企業は 7 割を超える（76.3%）。具体的な優遇策は、「早い時期に選考」が圧倒的に多く、6 割近い企業が選んだ（58.4%）。前年（51.2%）より 7.2 ポイント増加した一方、2 番目の「限定セミナーの開催」（33.0%）は、大幅に減少（12.6 ポイント減）。コロナ下ではセミナーの開催が難しかった企業もあったのだろう。結果的に、インターンシップから選考へと直接的につなげる動きが強まったと言える。

インターンシップ参加学生の採用での優遇策

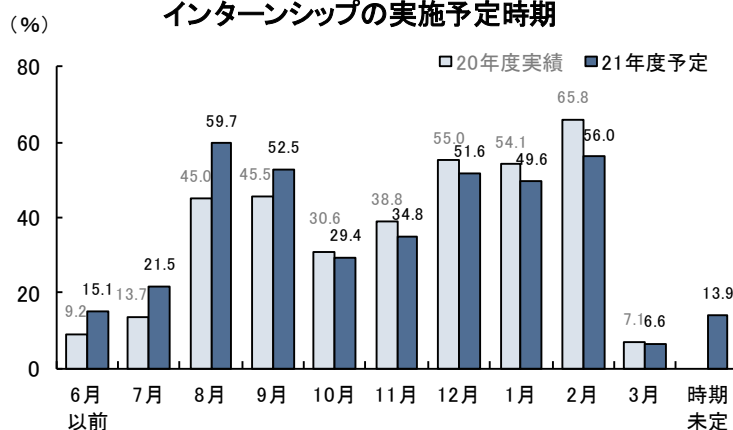


来年度（2021 年 4 月～2022 年 3 月）のインターンシップの予定を尋ねたところ、「実施する」と回答した企業は 6 割弱（57.1%）で、前年調査（68.1%）を約 10 ポイント下回る。現時点では「未定」が 2 割を超えており（22.9%）、2022 年卒採用の状況等を踏まえて判断したい企業も少なくないようだ。実施予定時期を今年度の実績と比較すると、9 月以前の開催予定が軒並み増加しており、早期の開催が増加する見込みだ。

来年度（2021年4月～2022年3月）のインターンシップ実施予定



インターンシップの実施予定時期



【Voice4】——インターンシップ実施にあたって工夫したいこと

- 会社の雰囲気や仕事内容が掴みづらいという学生の意見が多いようなので、その辺りがオンラインでもしっかり伝えられるようにするにはどういった方法が良いかを検討している。 <水産・食品/中堅>
- 会社の見学がオンラインでできるようなコンテンツを検討したい。 <運輸・倉庫/大手>
- 可能な限り、工場見学や対面での座談会等を実施できればと考えている。新型コロナにどう対処していくかで大きく変わってくると感じている。 <電子・電機/大手>
- 時期によって学生の志向も変わるので、開催方法や実施内容を検討する。 <情報処理・ソフトウェア/中小>

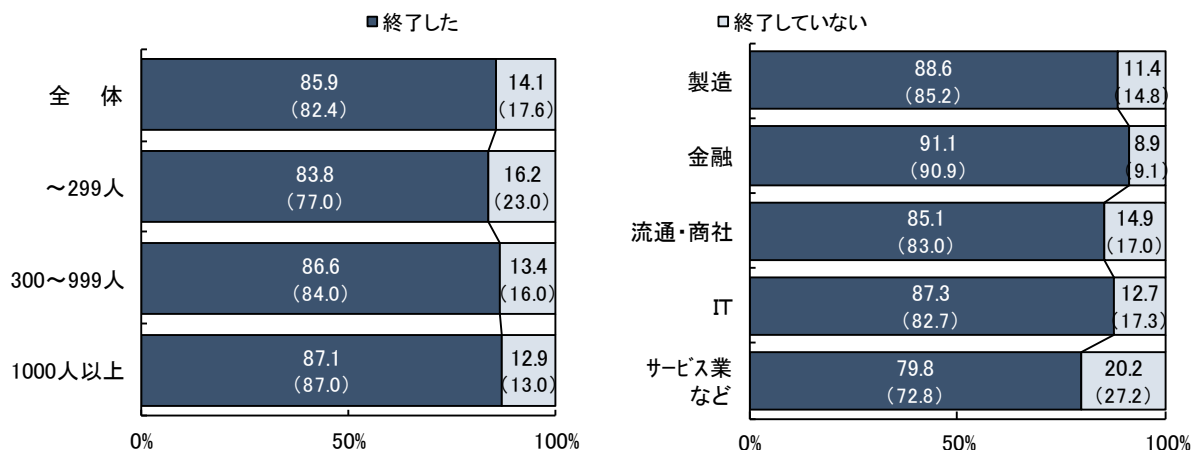
8. 2021 年 3 月卒業予定者の選考終了状況

ここでは、2021 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 85.9%。前年同期調査（82.4%）をやや上回った。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 60.8%だったので、この 4 カ月間で 25.1 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（87.1%）。業界別の差が目立ち、「金融」では 9 割を超えており（91.1%）、最も低い「サービス業」（79.8%）との差は 10 ポイント以上に上る。

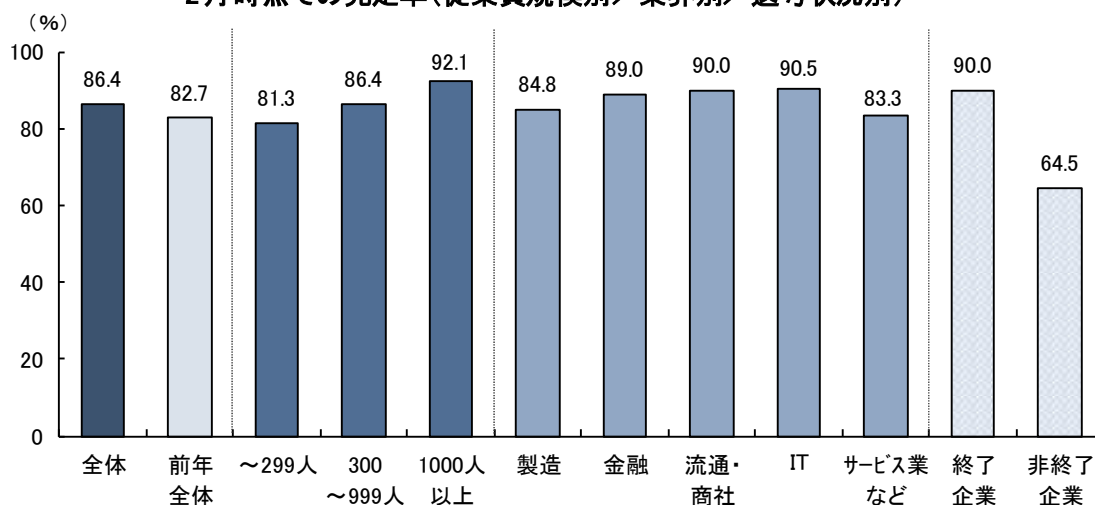
採用予定数に対する内定者の割合、いわゆる「充足率」の平均は 86.4%で、前年調査（82.7%）を上回った。新型コロナの影響で採用計画を下方修正した企業もあり、終了率・充足率の上昇につながったと考えられる。なお、調査時点で採用選考を終了している企業の充足率の平均は 90.0%。終了していない企業では 64.5%にとどまり、大きな開きが見られる。

充足率も企業規模が大きいほど高い。大手企業は 9 割を超えるが（92.1%）、中小企業では 81.3%で、10 ポイント以上の差が付いている。

採用選考の終了状況(全体／従業員規模別・業界別)



2月時点での充足率(従業員規模別／業界別／選考状況別)



※「終了企業」は、採用を終了した企業

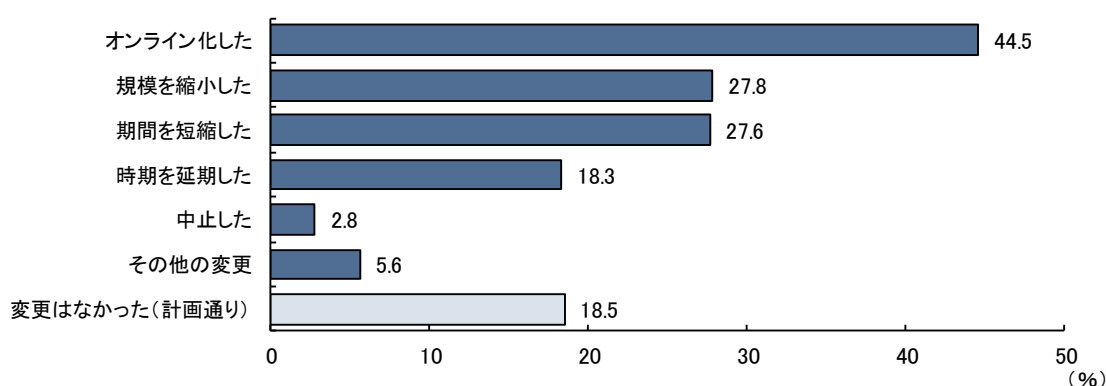
※「非終了企業」は、調査時点で採用を継続している企業

9. 2020 年度入社者の新入社員研修

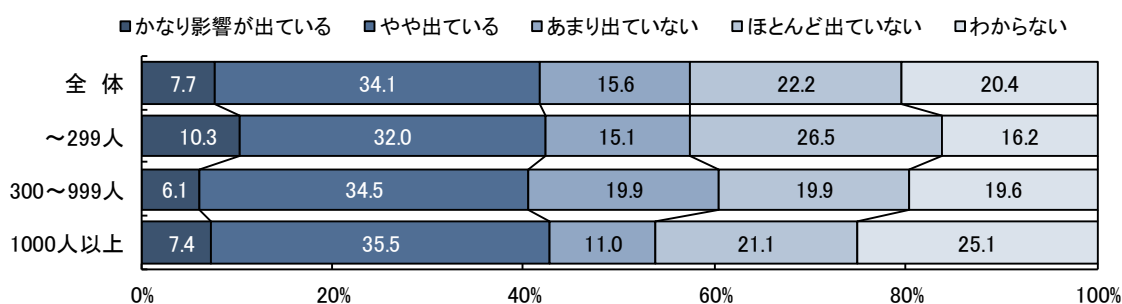
最後に、2020 年 4 月入社者（新卒 1 年目）のデータを紹介したい。入社タイミングで新型コロナウイルスの感染が拡大したことで、新入社員研修を何らかに変更したという企業は 8 割を超える（81.5%）。具体的な変更点としては、「オンライン化した」が最多で 4 割超。「規模を縮小した」「期間を短縮した」が 2 割強で続き、例年に比べると、十分な研修機会を提供できなかった企業も少なくないようだ。

新入社員研修を変更したことにより、配属後の活躍や定着に影響が出ているかを尋ねた。「かなり影響が出ている」は 1 割未満だが（7.7%）、「やや出ている」（34.1%）を合わせると、4 割を超える企業が「影響が出ている」と回答（計 41.8%）。具体的には、同期社員を中心とした人間関係が希薄になっていることが多く挙げられ、早期離職につながったケースも見られた。

新型コロナの影響による新入社員研修の変更点（20年4月入社者）



新入社員研修の変更による、配属後の活躍・定着などへの影響



【Voice5】—新入社員研修の変更による、具体的な影響

○各部門を数日ずつ体験して回り人間関係を築く予定だったが、期間と接触人数を減らした。他部門の先輩社員との交流が例年に比べて明らかに少なく、今後、部門をまたいだ仕事をする上で影響が出ると思う。

＜建設・住宅・不動産／中小＞

○同期との交流ができず、悩みを外に出す機会がなくなってしまったことにより、退職者が増えた。

＜その他サービス／大手＞

○営業同行の研修が遅れたため、全体的に成長が遅れている。また、オンライン研修期間は同期の様子が見えにくく、不安を感じる者が多かった。

＜調査・コンサルタント／大手＞

○例年通りの研修ができず、現場任せとなり、現場への負担が増えた。

＜専門商社／中小＞

○東京本社での研修が実施できなかったため、本社機能などがほとんど判らないまま就業に至っている。

＜保険／中小＞