

2022 年卒
Vol.06

4 月 1 日時点の就職活動調査

キャリアス就活 2022 学生モニター調査結果 (2021 年 4 月発行)

2022 年卒の採用広報開始から 1 カ月。新型コロナウイルス感染拡大の長期化に伴い、オンライン中心の活動が広がるなか、就職戦線はどのように進んでいるだろうか。キャリアス就活・学生モニターを対象に、就職活動状況について調査を行った。前年同時期調査の結果とも比較しながら、現状を分析する。

1. エントリー状況

- 一人あたりのエントリー社数の平均は 24.4 社。前年同期調査 (24.6 社) をやや下回る
- 「インターンシップや業界研究などで知った企業」の割合が前年より増加 (3.4 割→3.7 割)

2. セミナー・会社説明会の参加状況

- オンライン形式での参加社数は平均 11.5 社。会場型 (3.2 社) の 3 倍以上
- 企業セミナーで重要なことは「選考に関する情報が得られる」が最多

3. 選考試験の受験状況

- ES 提出社数は平均 12.1 社。筆記 8.2 社、面接 5.0 社。いずれも前年同期を上回る
- 面接経験者のうち 9 割超 (93.9%) が「WEB 面接」を経験。「対面面接」は 54.2%

4. 4 月 1 日現在の内定状況

- 内定率は 38.2%。前年同期実績 (34.7%) を 3.5 ポイント上回る。理系は 4 割超
- 就職先を決めて活動を終了したのは全体の 1 割 (9.9%)。大半が就職活動を継続

5. 内定を得た企業の属性

- 内定業界は「情報処理・ソフトウェア」に集中。文理とも 3 割強
- 従業員 1,000 人以上の大手企業からの内定が 6 割以上を占める (64.9%)

6. 就職活動継続学生の動向

- 現時点の志望業界 1 位「情報処理・ソフトウェア」、2 位「銀行」。銀行は文系で 1 位
- 今後の方針、「新たな企業を探して幅を広げる」前年より増加 (27.6%→31.7%)
- 今後のエントリー予定は平均 5.2 社、セミナー参加予定 3.6 社。それぞれ前年を上回る

7. コロナ下での就活情報の収集

- 昨年度、大学に「一度も行かなかった」11.7%、「ほとんど行かなかった」49.0%
- 登校頻度が減ったことで、「就活の情報収集が進まない、不十分」過半数 (55.1%)

調査概要

- 調査対象 : 2022 年 3 月に卒業予定の大学 4 年生 (理系は大学院修士課程 2 年生含む)
 回答者数 : 1,262 人 (文系男子 423 人、文系女子 365 人、理系男子 337 人、理系女子 137 人)
 調査方法 : インターネット調査法
 調査期間 : 2021 年 4 月 1 日~5 日
 サンプルング : キャリタス就活 2022 学生モニター (2016 年卒以前は「日経就職ナビ・就職活動モニター」)

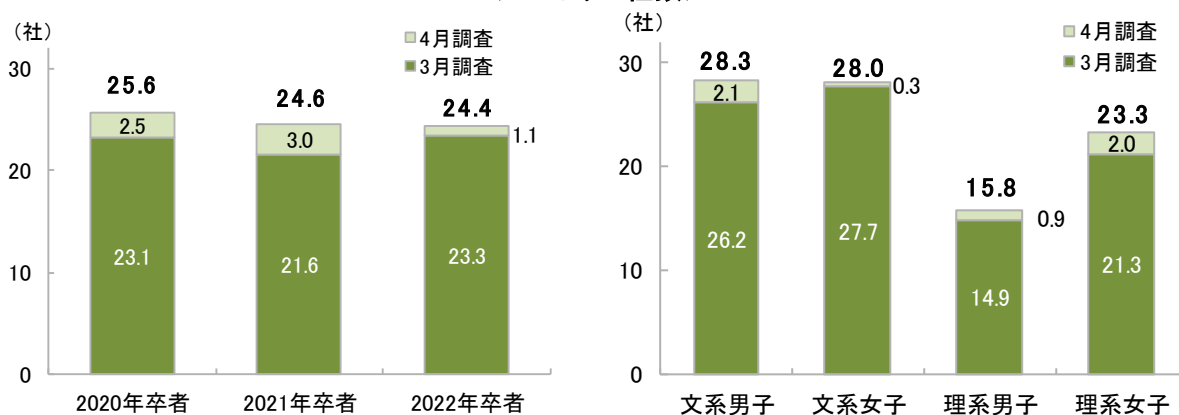
1. エントリー状況

企業の採用広報開始から1カ月が経過した。2022年卒者の就職活動はどのように進行しているだろうか。4月1日時点の活動量から見てみよう。

一人あたりのエントリー社数の平均は24.4社。3月調査では前年同期実績を上回り(21.6社→23.3社)増加に転じていたが、この1カ月の伸びは鈍く前年を下回った。選考のタイミングが前倒しになったことで(詳細は5ページ)、新たな企業に目が向きにくくなっている面もありそうだ。なお、エントリー社数を文理男女別で確認すると、理系男子において他の属性を大きく下回り、絞り込む傾向が見られる。

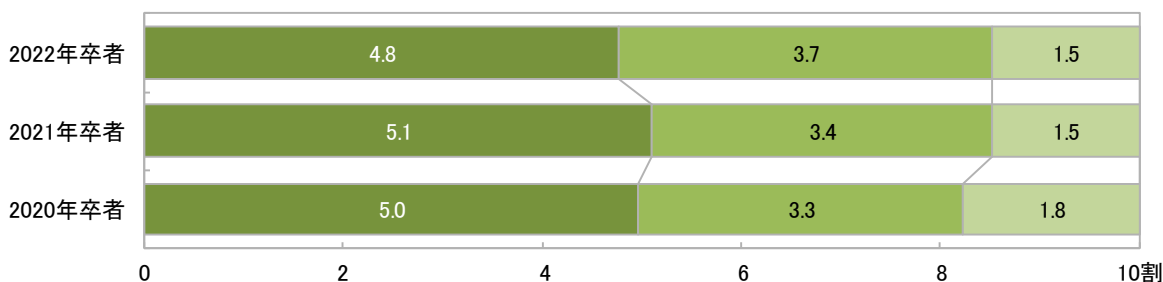
エントリーした企業について、その企業を知った時期の比率を経年で見てみると、「もともと知っていた企業」が減少(5.1割→4.8割)、その分「3月より前のインターンシップや業界研究などで知った企業」の割合が増加した(3.4割→3.7割)。インターンシップに数多く参加したり、早めに業界研究に取り組んだりする中で自分に合う企業を見つけ、エントリーに繋がるケースが増えているようだ。

＜エントリー社数＞

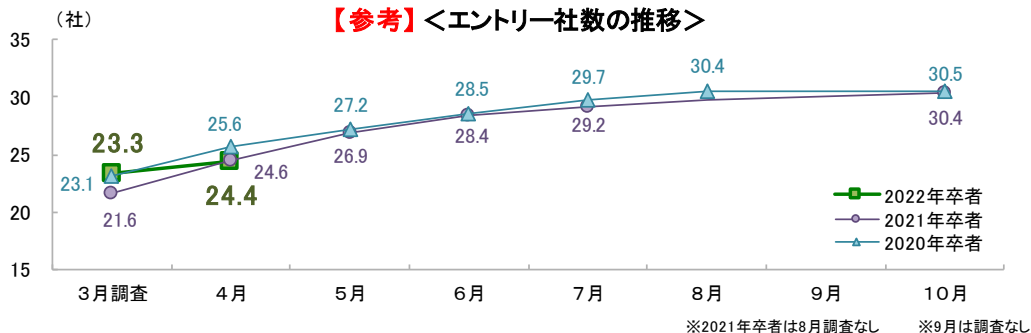


＜エントリーした企業を知った時期(各年4月時点)＞

■もともと知っていた企業 ■3月より前のインターンシップや業界研究などで知った企業 ■3月1日以降の就職活動で知った企業

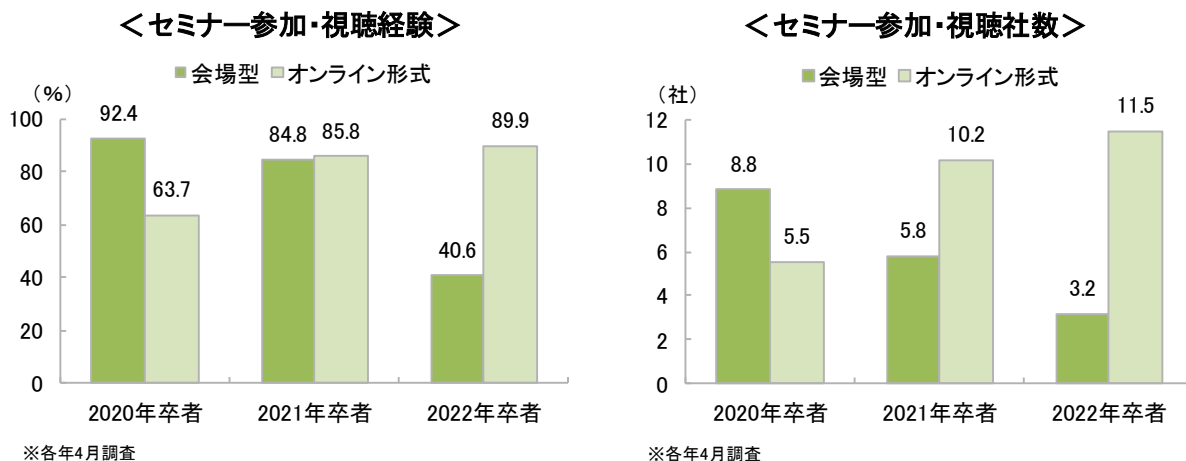


【参考】＜エントリー社数の推移＞



2. セミナー・会社説明会の参加状況

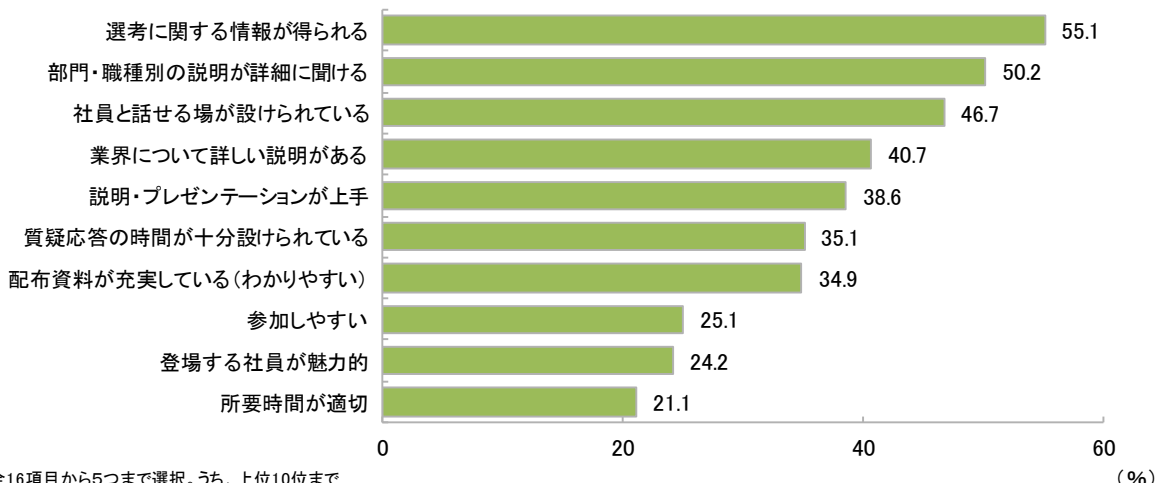
企業セミナー（会社説明会）の参加状況を、開催形式ごとに確認した。「オンライン形式（WEBセミナー）」に参加経験がある学生は全体の9割（89.9%）に上っている。会場型は4割にとどまり（40.6%）、前年同期の実績（84.8%）を大幅に下回った。参加社数についてもオンラインが圧倒的に多く、会場型3.2社に対しオンライン形式は11.5社と3倍以上に上る。コロナ下で、3月の解禁以降の企業研究もオンライン中心に進んでいることがわかる。



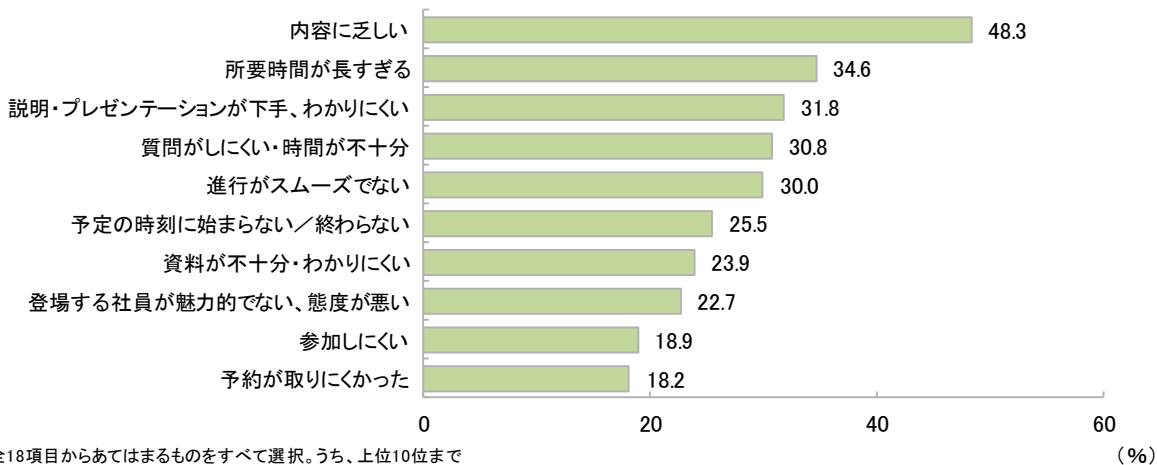
企業セミナーで重要だと思うことを、選択肢から5項目まで選んでもらった。最もポイントを集めたのは「選考に関する情報が得られる」（55.1%）で、選考プロセスやスケジュール等への関心が強いことがわかる。次いで「部門・職種別の説明が詳細に聞ける」（50.2%）、「社員と話せる場が設けられている」（46.7%）が続き、具体的な業務内容について理解を深めたい学生が多いことがうかがえる。

反対に、セミナーで不快だと思った経験を尋ねたところ（グラフは次ページに掲載）、最も多いのは「内容に乏しい」で、半数近い学生が選んだ（48.3%）。ここに「所要時間が長すぎる」（34.6%）が続く。近年は、インターンシップや事前の企業研究からある程度知識を得た状態で参加する学生も多く、新しい情報を効率的に得られないことを不快に思う学生が多いようだ。

<企業セミナーで重要だと思うこと>

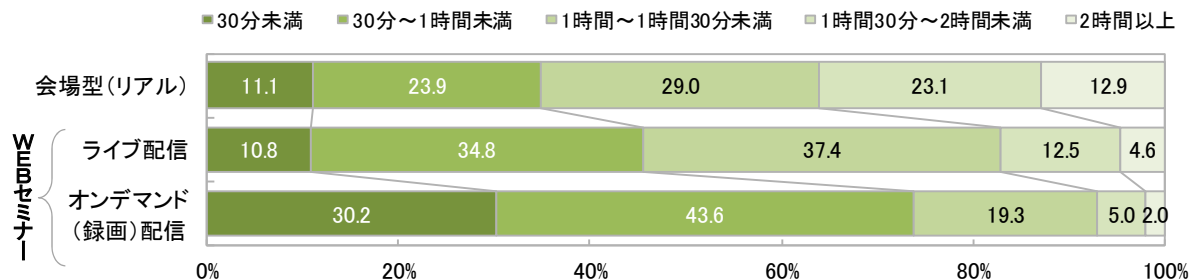


＜企業セミナーで不快に思ったこと＞



セミナーで不快に思ったことの 2 番目に「所要時間の長さ」が挙げられたが、学生から見て適切だと思う所要時間を形式別に尋ねた。まず会場型では「1 時間～1 時間 30 分未満」が最多で (29.0%)、「30 分～1 時間未満」(23.9%)、「1 時間 30 分～2 時間未満」(23.1%) が続く。ライブ配信のものも、最も多いのは「1 時間～1 時間 30 分未満」だが (37.4%)、「30 分～1 時間未満」も 3 割を超える (34.8%)。会場型よりも短時間を希望する比率が高い。オンデマンド配信のものはさらに短く、「30 分未満」が 3 割に上り (30.2%)、1 時間未満を合計すると 7 割を超える (計 73.8%)。双方向のコミュニケーションができない録画形式のものでは、短時間で開催を求める学生が圧倒的に多いことがわかる。

＜企業セミナーの適切な所要時間＞



■実際に参加したセミナーへの感想

【よかったもの】

- 分野ごとに開催してくれて、企業について理解しやすかったです。 <WEB/文系男子>
- 質疑応答の時間をたくさん取ってくれ、時間が過ぎてもすべての質問に答えてくれた。 <WEB/理系男子>
- カメラを持ってラボをライブ配信してくれた。実際に働く様子がわかりやすかった。 <WEB/理系女子>
- 部門ごとに細かな業務内容を聞くことができ、入社後の自分の取り組み方など具体的な想像ができた。 <会場型/理系男子>
- コロナの対策をきちんと行っていた。話が分かりやすく、詳細に説明して下さった。 <会場型/文系女子>

【悪かったもの】

- 終始台本を読み上げるだけの映像で、社員間のやり取りも機械的で、素の雰囲気はまったくわからなかった。 <WEB/文系男子>
- 冬ごろに受けた説明会と内容がほぼ同じで、登場する社員も人事のみだった。 <WEB/理系女子>
- 座談会で、話したい部署の方とお話できなかった。全員とお話したかったが、1 ターンしかなかった点が残念だった。 <会場型/文系女子>

3. 選考試験の受験状況

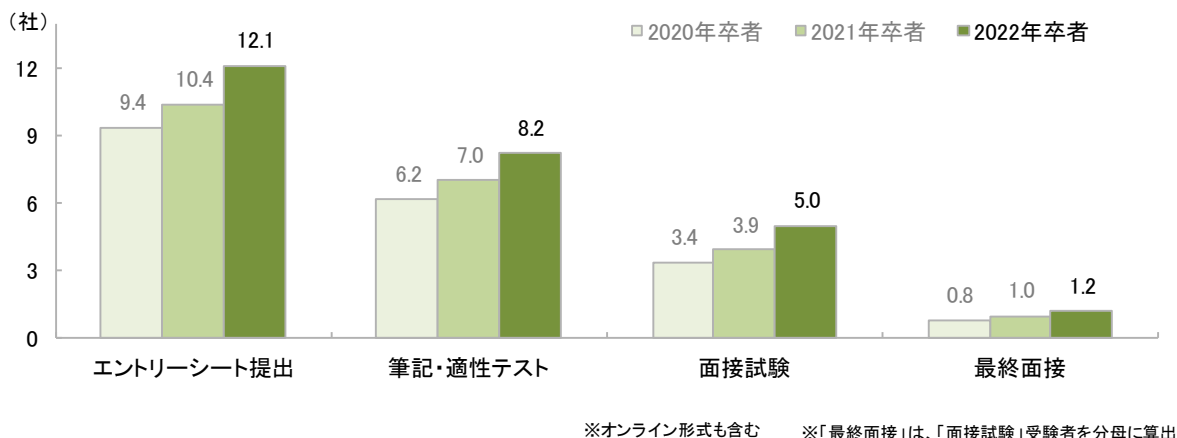
選考試験の受験状況を見てみよう。調査時点でエントリーシート (ES) を提出した経験を持つ人は 91.6%。一人あたりの提出社数は平均 12.1 社で、経験率、提出社数ともに前年同期 (90.2%、10.4 社) を上回る。

面接試験を経験した学生は、選考解禁 2 カ月前で早くも 8 割を超え (83.4%)、受験社数も前年平均 3.9 社から 5.0 社へと 1 社以上増加した。選考のタイミングが早まったことで、序盤の受験社数が伸びていると考えられる。面接経験者に対し、面接形式ごとの受験状況を重ねて尋ねると、対面での面接経験者が約半数 (54.2%) であるのに対し、WEB 面接は 9 割を超えている (93.9%)。社数についても、対面が平均 1.8 社、WEB 面接 5.0 社と、2 倍以上の差が見られる。

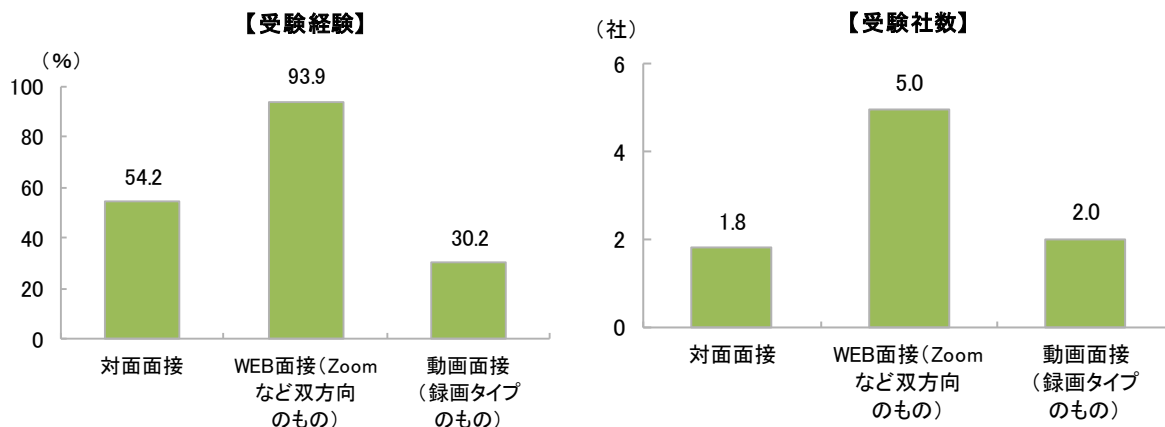
<選考試験の受験状況>

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
エントリーシート	91.6	90.2	89.6	96.2	88.7	92.7
筆記・適性テスト	90.3	87.2	89.8	93.4	87.5	90.5
面接試験	83.4	80.5	81.8	86.8	81.3	83.9
最終面接	49.4	46.9	45.2	46.3	54.3	59.1

<選考試験の受験社数>



<面接形式ごとの受験状況>



4. 4月1日現在の内定状況

4月1日の調査時点で内定を得ている学生は全体の38.2%。先月(3月1日)の21.1%から1カ月間で17.1ポイント増え、4割に迫る高水準をマークした。前年同期(34.7%)を3.5ポイント上回っており、かなり早いペースで進行している。とりわけ理系において進行の早さが目立ち、内定率は男女とも文系をそれぞれ10ポイント以上、上回る。

内定を得た企業の7割(70.4%)がインターンシップ(※)に参加した企業で(グラフは次ページに掲載)、前年同期(67.0%)を3.4ポイント上回る。インターンシップ参加者を積極的に取り込みたい、という企業側の姿勢がさらに強まったようだ。

但し、内定取得学生の大半が就職活動継続の意思を示している。まだ本命企業の選考が控えているケースが多いのだろう。内定取得学生のうち就職先を決めて就職活動を終了したのは25.9%。内定取得後も約7割(68.7%)は就職活動を続けていると回答した。

(※1日以内のプログラムも含めて調査)

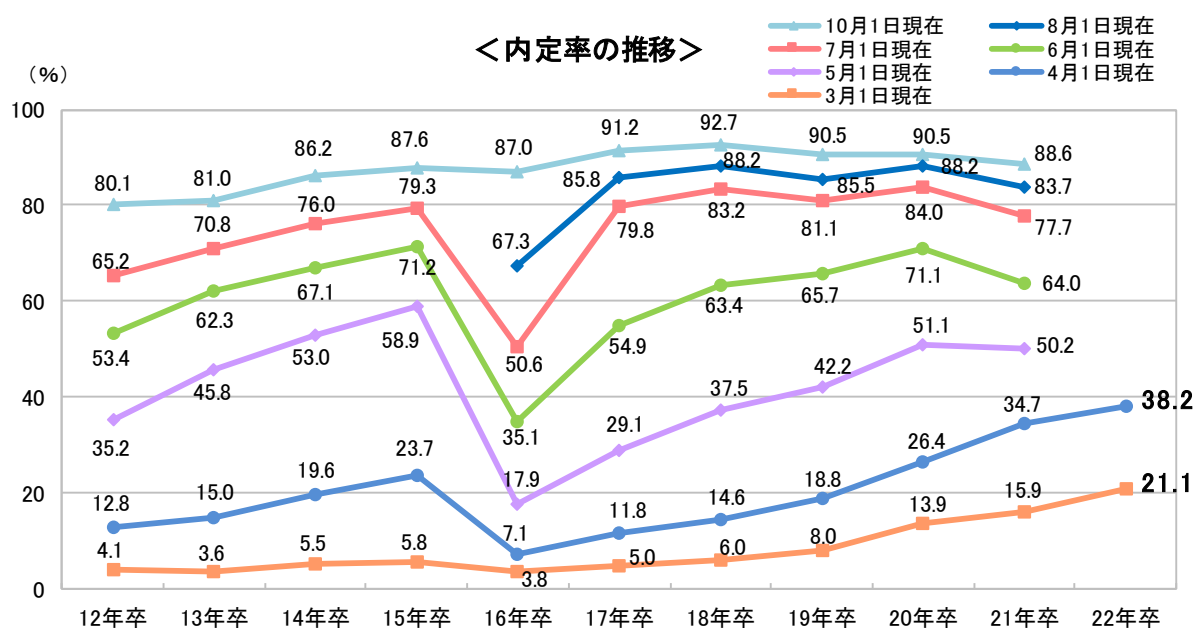
<4月1日現在の内定状況>

*「内定」には、内々定を含む

		(%)				
		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定あり		38.2 (34.7)	32.2 (27.6)	36.2 (33.7)	43.6 (39.8)	48.9 (45.5)
内定なし		61.8 (65.3)	67.8 (72.4)	63.8 (66.3)	56.4 (60.2)	51.1 (54.5)
内定者のうち	就職先を決定し活動終了	25.9 (26.2)	16.9 (17.4)	18.9 (21.5)	33.3 (31.4)	41.8 (39.4)
	活動は終了したが複数内定保持	5.0 (4.7)	1.5 (5.2)	6.8 (5.4)	7.5 (3.6)	3.0 (4.5)
	進学などの理由で就職活動を中止	0.4 (0.9)	0.0 (1.7)	0.0 (0.8)	0.7 (0.7)	1.5 (0.0)
	就職活動継続	68.7 (68.3)	81.6 (75.7)	74.2 (72.3)	58.5 (64.3)	53.7 (56.1)

		(社)				
		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定社数/平均		1.6 (1.4)	1.7 (1.5)	1.6 (1.3)	1.7 (1.5)	1.5 (1.5)

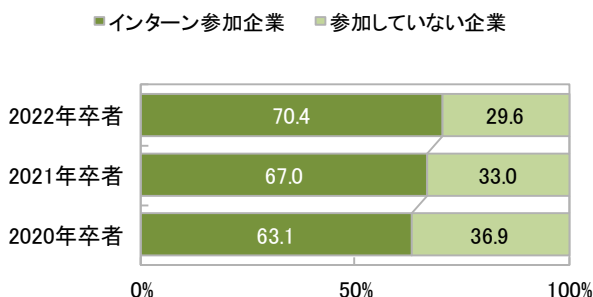
※ () 内は前年(4月1日現在)の数値



※15年卒までは選考解禁は4月、16年卒は8月、17~22卒は6月 ※15年卒以前は8月のデータはなし

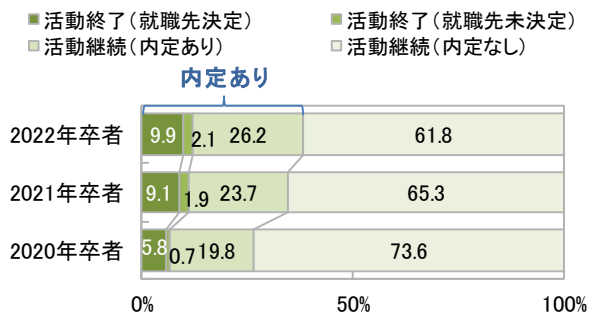
モニター学生全体を分母にして活動状況の分布を見ると、調査時点で就職先を決定して就職活動を終了した者の割合は9.9%。複数内定を保留しているなど未決定である者(2.1%)を合わせても就活終了者は1割程度(計12.0%)。多くの学生にとって本番はこれからだ。

<内定を得た企業のインターン参加>



※1日以内のプログラムも含む

<活動状況の分布>



5. 内定を得た企業の属性

内定を得ている学生に内定企業の業界を尋ね、上位業界をまとめた(全40業界。複数回答あり)。1位は「情報処理・ソフトウェア」(33.4%)で、2位の「建設・住宅・不動産」(15.6%)を大きく引き離す。前年同期(25.7%)よりさらに集中度合いが高まった。文理とも3割を超えており、文理問わず多くの内定が出ている様子が見て取れる。

内定企業の従業員規模の比率を出してみると、最も多いのは「1,000人~4,999人」(35.1%)。ここに「5,000人以上」(29.8%)を合わせると64.9%となり、大手企業の内定が6割以上を占める。

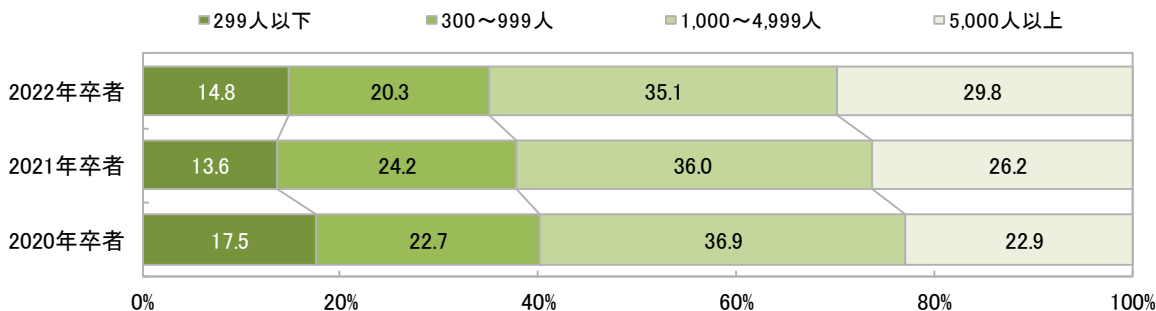
<内定を得た業界(上位5業界)>

全 体		文 系		理 系	
1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト ① 33.4	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 34.3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 32.2		
2	建設・住宅・不動産 ③ 15.6	調査・コンサルタント 15.3	建設・住宅・不動産 24.3		
3	調査・コンサルタント ② 12.0	その他サービス 13.8	機械・プラントエンジニアリング 11.7		
4	専門店 ⑨ 8.5	専門店 12.3	電子・電機 11.7		
5	その他サービス ⑥ 8.5	情報・インターネットサービス 10.1	調査・コンサルタント 7.9		
		コンビニエンス・GMSストア 10.1	人材サービス・人材紹介・人材派遣 7.9		
			自動車・輸送用機器 7.9		

※○の中の数字は前年同期調査の順位

※「その他サービス」=セキュリティサービス、介護・福祉サービス、冠婚葬祭などのサービス業

<内定を得た企業の従業員規模>



※各年4月調査

6. 就職活動継続学生の動向

内定保持者を含め就職活動を継続している学生（全体の 88.0%）の動向を確認したい。

現時点での志望業界を 40 業界の中から 5 つまで選んでもらったところ、最も多いのは「情報処理・ソフトウェア」(17.2%) で、ここに「銀行」(17.0%)、「情報・インターネットサービス」(16.7%) が僅差で続く。序盤から引き続き IT 業界の人気は変わらず、とりわけ男子において人気が高い。

文理別に見ると、文系は「銀行」の順位が高く、男女とも 1 位。特に文系男子は 27.7% と突出して高い。理系は IT 以外ではメーカーが上位に多く、男子は 2 位に「電子・電機」、3 位が「素材・化学」。理系女子は「水産・食品」「医薬品・化粧品」に人気集中している。

<就職活動継続者の志望業界（上位 10 業界）>

※5 つまで選択 (%)

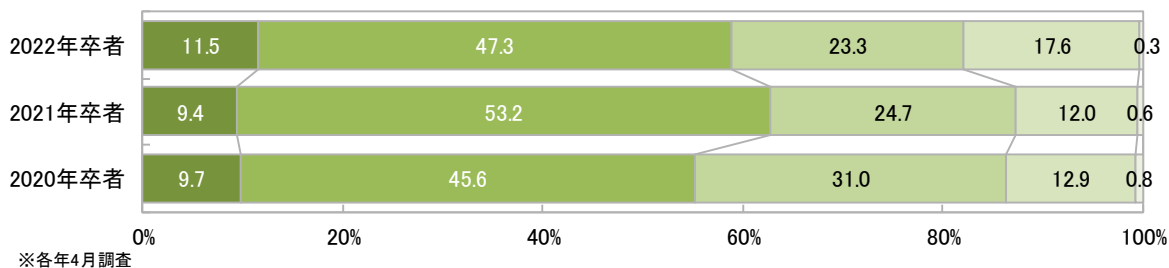
全 体		文系男子		文系女子		理系男子		理系女子	
1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト ① 17.2	銀行 27.7	銀行 19.7	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 22.7	水産・食品 30.7				
2	銀行 ④ 17.0	情報・インターネットサービス 18.5	マスコミ 16.3	電子・電機 22.3	医薬品・医療関連・化粧品 24.8				
3	情報・インターネットサービス ② 16.7	運輸・倉庫 17.9	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 14.7	素材・化学 19.9	素材・化学 18.8				
4	水産・食品 ③ 14.4	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 16.5	水産・食品 14.3	情報・インターネットサービス 18.7	情報・インターネットサービス 15.8				
5	官公庁・団体 ⑧ 12.6	官公庁・団体 15.3	専社（専門） 14.0	自動車・輸送用機器 17.5	建設・住宅・不動産 15.8				
6	建設・住宅・不動産 ⑩ 12.5	調査・コンサルタント 13.0	保険 13.7	精密機器・医療用機器 13.1	電子・電機 15.8				
7	素材・化学 ⑥ 11.7	専社（総合） 12.7	情報・インターネットサービス 13.3	機械・プラントエンジニアリング 13.1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 13.9				
8	電子・電機 ⑤ 11.1	水産・食品 12.4	建設・住宅・不動産 13.0	建設・住宅・不動産 12.7	官公庁・団体 10.9				
9	運輸・倉庫 10.9	保険 12.4	官公庁・団体 12.7	医薬品・医療関連・化粧品 11.6	マスコミ 10.9				
10	マスコミ ⑨ 10.6	専社（専門） 12.1	専社（総合） 12.7	エネルギー 11.2	精密機器・医療用機器 8.9				

※○の中の数字は前年同調査の全体順位10位以内

内定を持ちながら就職活動をしている学生に、内定企業をどう位置付けているのかを尋ねた。「満足度が高く、納得感もあるので、この企業に入ると思う」と、ほぼ入社を決めているのは約 1 割 (11.5%)。逆に、「あくまで押さえであり、実際にこの企業に入ることはないだろう」は 17.6% だった。経年で見ると、内定企業を押さえだと割り切る学生は前年より増加している (12.0% → 17.6%)。現段階では第一志望からの内定を得ている人は多くなく、本命企業の選考まで粘る学生が多いということだろう。「他に内定が出なければ…」と他社の選考次第だという学生は 7 割を超える (計 70.6%)。

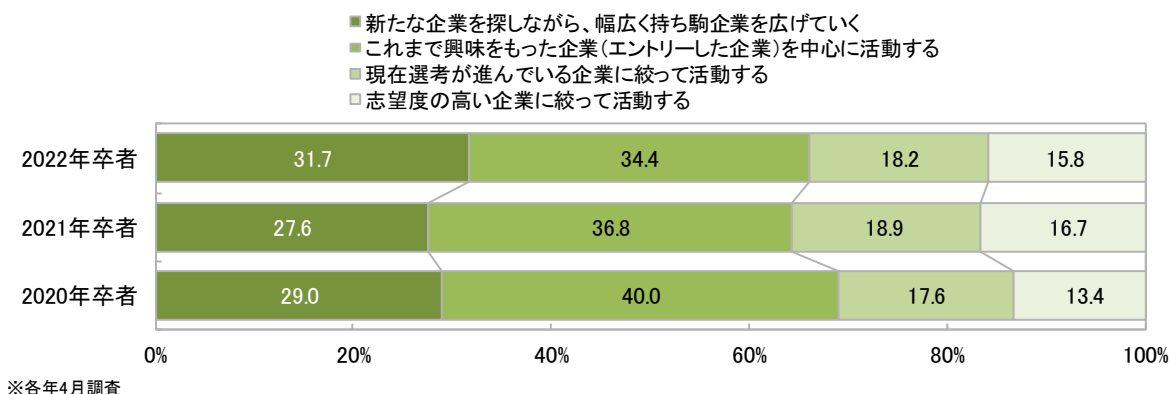
<内定を得ている企業の位置づけ>

- 満足度が高く、納得感もあるので、この企業に入ると思う
- それなりに満足しているので、他に内定が出なければ納得して入ると思う
- 満足度は高くないが、他に内定が出なければ、この企業に入っても構わない
- あくまで押さえであり、実際にこの企業に入ることはないだろう
- その他



今後、就職活動をどのように進めていくかという方針・戦略を尋ねた。最も多かったのは「これまでに興味をもった企業（エントリーした企業）を中心に活動する」（34.4%）だが、前年同期調査に比べ割合はやや減少。代わりに「新たな企業を探しながら、幅広く持ち駒企業を広げていく」（31.7%）が増加している。ハイスピードで選考が進む中で、早くも新たに受験企業を広げることを視野に入れる学生も出てきている。

＜今後の就職活動の方針・戦略＞

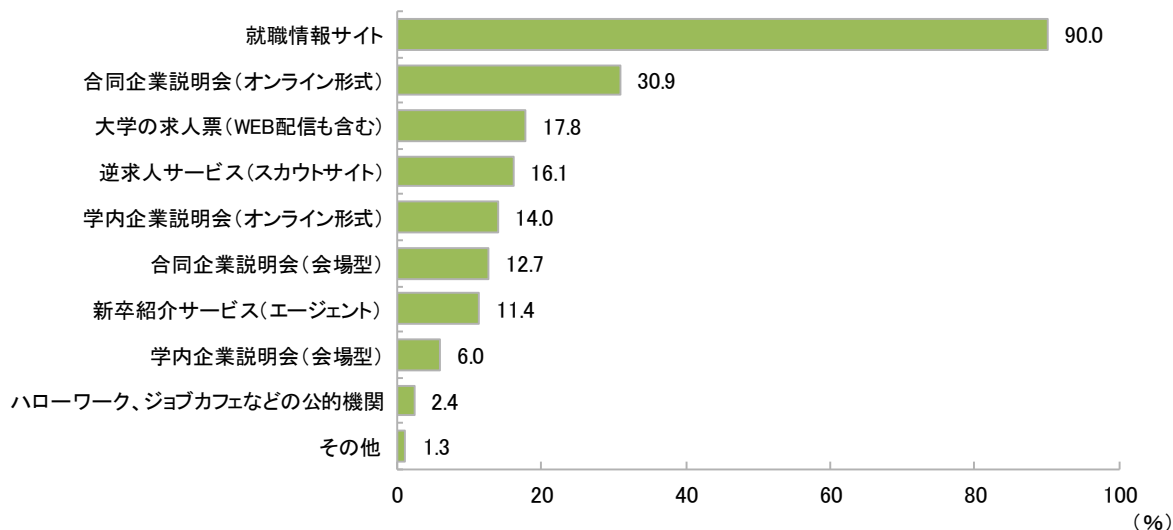


就職活動継続学生の今後の活動予定を尋ねた。エントリー、会社説明会の参加、ESの提出、いずれも予定社数は前年同期を上回り、この指標からも活動範囲を広げようとする動きが感じられる。

今後のエントリー予定社数を1社以上と回答した学生に、新たな企業を探す手段（ツール）を尋ねた。「就職情報サイト」が9割に上り圧倒的に高く（90.0%）、ここに「合同企業説明会（オンライン形式）」（30.9%）が続く。他にも、「逆求人サービス」（16.1%）、「新卒紹介サービス」（11.4%）などの就職活動サービスを利用する学生も少なくない。

	全体	(2021年卒者)	(2020年卒者)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
現在選考中の企業数	6.6	6.2	6.2	7.6	7.4	4.7	5.6
今後のエントリー予定社数	5.2	4.6	4.5	7.1	5.4	3.1	3.3
今後の会社説明会参加予定社数	3.6	2.8	3.4	4.2	4.2	2.0	3.0
今後のエントリーシート提出予定社数	5.2	4.6	-	6.4	6.2	2.8	3.8

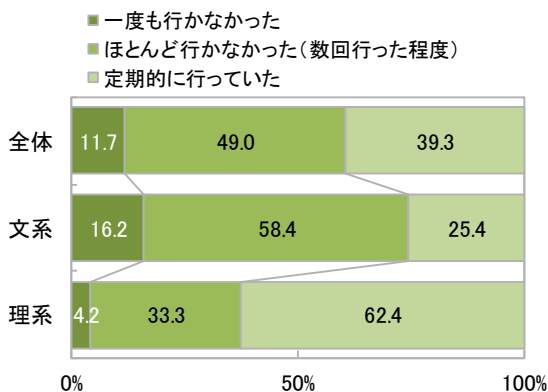
＜新たな企業を探す手段＞



7. コロナ下での就活情報の収集

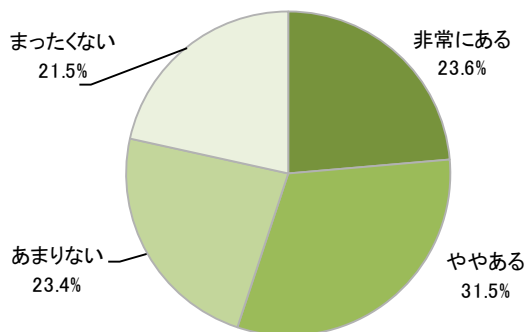
昨年度 (2020 年度) は多くの大学でコロナによる入構制限が行われたが、登校頻度を尋ねてみると、「ほとんど行かなかった」が約半数を占めた (49.0%)。「一度も行かなかった」という学生も 1 割を超える (11.7%)。合わせて 6 割に上り、文系に限ると 7 割を超える (計 74.6%)。登校頻度が減ったことで、就職活動の情報収集が進まないと感じた経験を持つ学生は過半数に上った (計 55.1%)。

＜2020年度の登校の頻度＞



※課外活動なども含んで回答

＜就活の情報収集が進まないと感じた経験＞

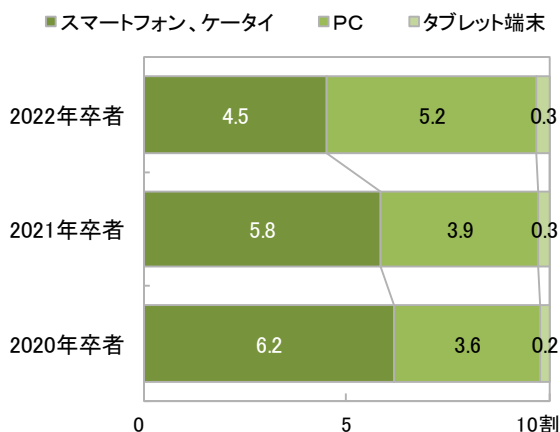


※大学に行く頻度が減った学生が回答

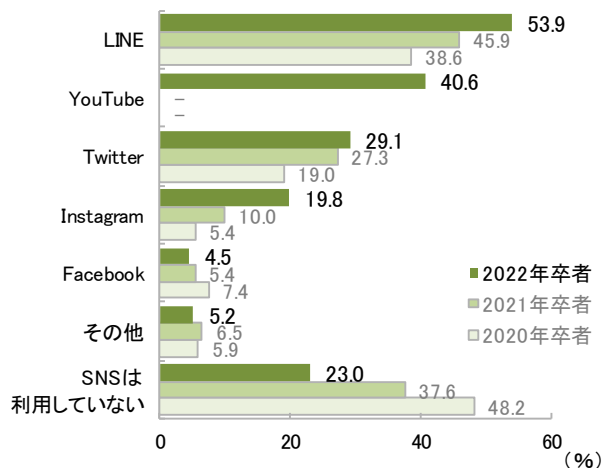
コロナ下では情報機器の利用にも変化が見られる。自宅が就職活動の主戦場となったことなどから PC の利用時間が増え (5.2 割)、スマートフォン (4.5 割) と逆転した。

また、対面による情報収集の機会を持ちづらい中で、SNS の利用が大きく広がった。就職活動に SNS を利用していない学生は 2 割にとどまり (23.0%)、残りの 8 割近くが利用。中でも多いのは「LINE」で、毎年利用者が増えており、今年は過半数に達した (53.9%)。「YouTube」は 4 割 (40.6%)、「Twitter」は約 3 割 (29.1%) が利用していると回答した。

＜就職活動での利用時間の割合＞



＜就職活動で利用しているSNS＞



■登校頻度減少による影響

○学生間での情報共有がなかなかできなかった。自分は就職活動が進んでいるのかどうか、どの位置にいるのかわからなかった。 <文系男子>

○周囲との気軽な情報交換ができない。オンラインでは特定の友人とのやり取りに偏ってしまう。 <文系女子>

○友人と就職活動に関する話をする機会が少なく、また SNS だと聞きにくいことも多々ある。 <理系男子>

○キャリアセンターへ気軽に足を運ぶことがなくなったので、就職活動の相談がしにくい。 <文系女子>