

新卒採用に関する企業調査(2022年10月調査)

2023年卒採用 内定動向調査／2024年卒採用計画

コロナ禍3年目で進行してきた2023年卒採用。ディスコでは10月の正式内定解禁日を迎えるタイミングでの採用活動の進捗や充足状況を確認すべく、「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行った。2024年卒者の採用についても予定や方針などを聞いた。

I. 2023年3月卒業予定者の採用

- 1. 選考終了状況**  
採用選考を「終了した」47.7%。2年連続で大きく低下。未終了企業の7割は予定外
- 2. 内定者充足率と今後の方針**  
内定者充足率の平均は71.3%で、前年同期調査(76.2%)を下回った
- 3. 内定者に対する満足度**  
「質・量ともに満足」が11.7ポイント減少(37.2%→25.5%)。量への不満が目立つ
- 4. 内定辞退の増減**  
前年度よりも内定辞退者が「増えた」41.4%、「減った」16.6%
- 5. 内定期間中のフォロー**  
「基本的に対面」30.4%、「基本的にオンライン」34.4%。対面で実施する企業が増加

II. 2024年3月卒業予定者の採用

- 1. 採用予定数と予算**  
採用数「増える見込み」が22.0%で、「減る」(4.9%)を上回る。採用予算も増加傾向
- 2. 採用活動の開始予定時期**  
全体的に早まる見込み。面接開始のピークは3月、内定出し開始のピークは4月
- 3. 採用で注力したいこと**  
「大学との関係強化」が最多。「プレ期の活動」など早期対策に注力する企業が増加

III. インターンシップ等のプログラム(※)

- 1. プログラム実施状況**  
「夏季」「秋季」「冬季」いずれも増加傾向。複数日程のインターンシップでは対面が主
- 2. 夏季プログラムの満足度**  
「質・量ともに満足」が前年度より減少(43.3%→35.7%)
- 3. 参加後のフォローやアプローチ**  
「早期選考」が最多(57.9%)。評価の高い学生に限定してフォローするケースも

※「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 16,170社  
調査時期 : 2022年9月28日～10月6日  
調査方法 : インターネット調査法  
回答社数 : 1,165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
431社	434社	300社	461社	704社	241社	924社
《地域》						
北海道	東北	関東	中部	関西	中国・四国	九州・沖縄
67社	91社	505社	181社	177社	83社	61社

調査機関 : 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

## I. 2023年3月卒業予定者の採用

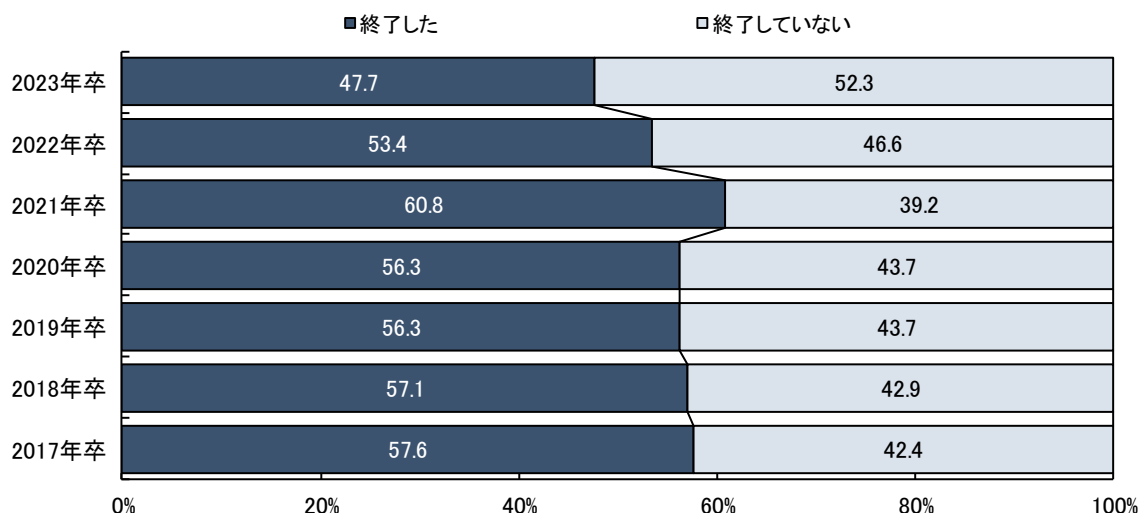
### 1. 選考終了状況

2023年3月卒業予定者の採用選考を「終了した」企業は全体の47.7%。前年同期調査(53.4%)を5.7ポイント下回った。2年連続で大幅な低下となったが、正式内定解禁日(10月1日)を迎えるタイミングで終了率が半数を割り込むのは、現行の日程ルールになってから初めて。早期化の進行で内定出しのタイミングは早まったが、一方で内定辞退者が前年より増加した企業が多数出たことなどから、採用活動を終了できない企業が増えたと見られる。

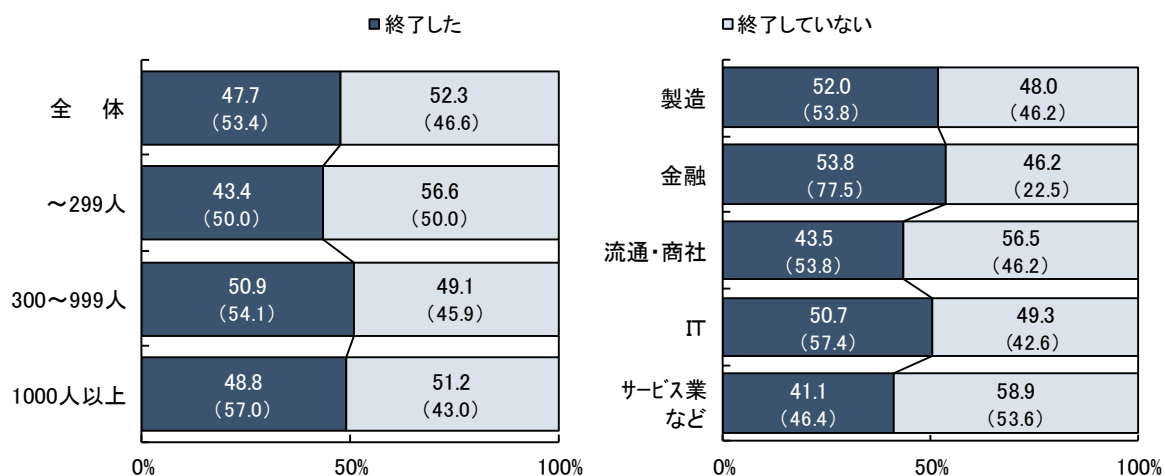
終了率を従業員規模別に見ると、300~999人の中堅企業において過半数に達しているものの(50.9%)、いずれも前年同期調査より低下。特に大手企業では8.2ポイント減少している(57.0%→48.8%)。

また、いずれの業界も前年同期を下回り、最も終了率が高い「金融」においても5割台前半にとどまる(53.8%)。最も低い「サービス業」(41.1%)との差は12.7ポイント。

採用選考の終了状況(経年)



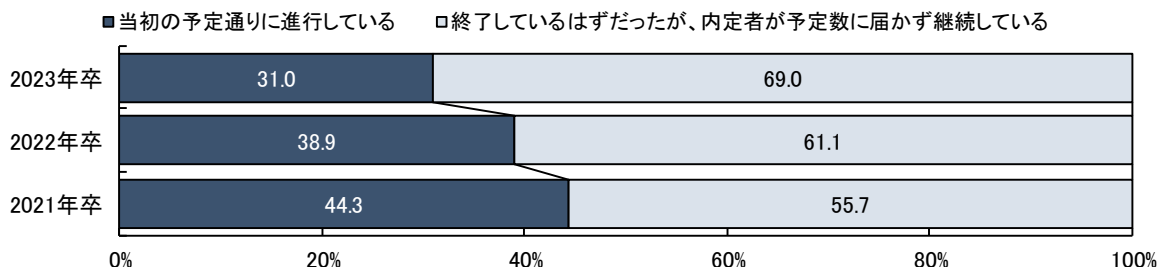
採用選考の終了状況(全体/従業員規模別・業界別)



※( )内は前年同期調査の数値

採用選考を「終了していない」企業（全体の52.3%）のうち、「当初の予定通りに進行している」という企業は3割にとどまり（31.0%）、計画通りに進まず、予定外に採用活動を継続している企業が多数に及ぶことが確認できる。

### 採用活動未終了の状況

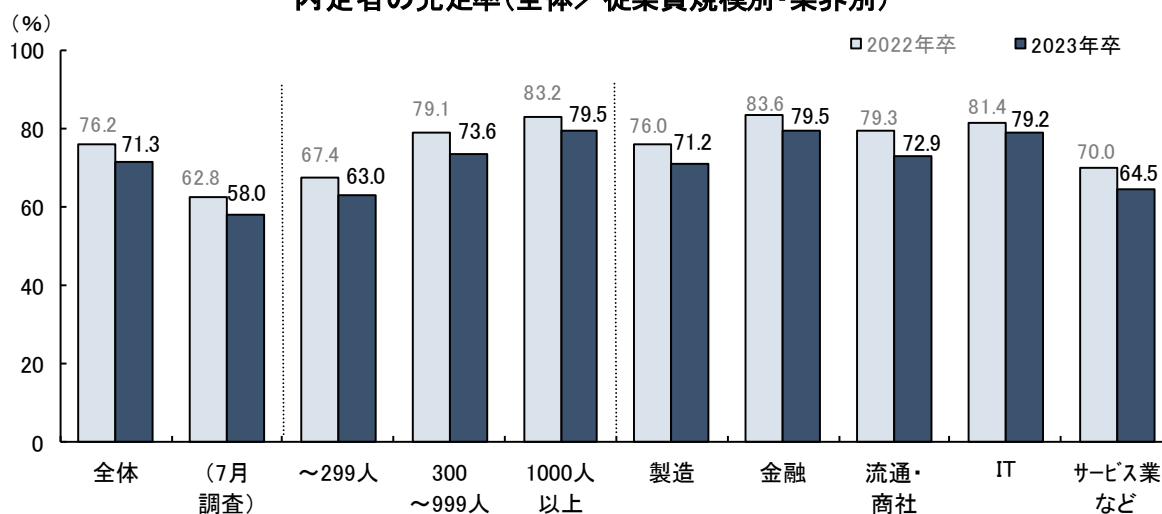


## 2. 内定者充足率と今後の方針

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71.3%。充足率も前年同期調査（76.2%）を下回った。

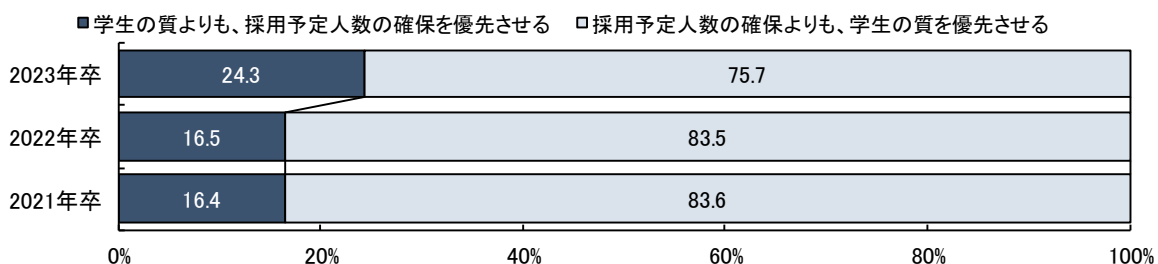
従業員規模が大きくなるにつれ充足率も上がるが、大手企業でも今年は8割に届かず（79.5%）、苦戦ぶりがうかがえる。中小企業では6割台前半にとどまる（63.0%）。業界別では「サービス業」が6割台で（64.5%）、他の業界に比べ充足の遅れが目立つ。

### 内定者の充足率(全体／従業員規模別・業界別)



未充足部分に対する方針は、「人数の確保よりも学生の質を優先」という回答が75.7%で、大半が質優先の姿勢を示している。ただし、この割合は過去2年に比べ減少しており、「質より量」のスタンスをとらざるを得ない企業が増加しているようだ。

### 未充足部分に対する今後の方針

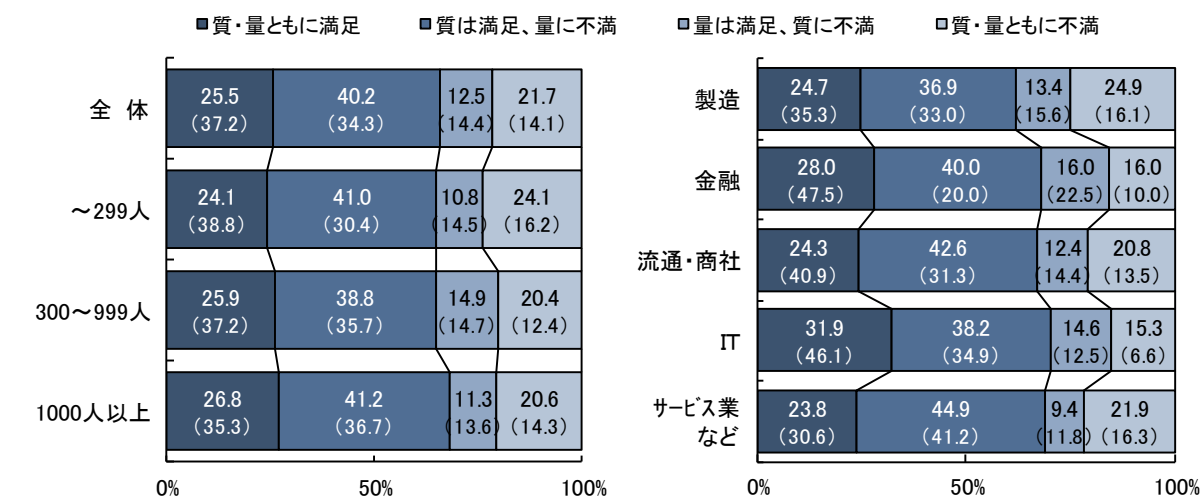


### 3. 内定者に対する満足度

現時点の内定者に対する満足状況を、質と量（人数）の観点で尋ねた。「質・量ともに満足」という回答は全体の25.5%で、前年調査（37.2%）を11.7ポイント下回った。反対に「質・量ともに不満」が増加した（14.1%→21.7%）。また、「質は満足、量に不満」が4割超で最も多く（40.2%）、質を優先した結果、量（人数）の確保に苦戦した企業が多かったことが読み取れる。

従業員規模による大きな差は見られず、業界別では充足率の高い「IT」と「金融」において満足度も比較的高く出ている。ただし、いずれの属性も前年より満足度は低下した。

内定者に対する満足度(全体/従業員規模別・業界別)



※( )内は前年同期調査の数値

#### 【Voice-1】—ここまでの採用満足状況

##### ■満足の声

- 目標人数の確保ができたことと、内定者のほとんどがインターンシップや単独イベントからの応募者のため、事前に学生の質もある程度把握できていた。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 募集期間を延長したが、延長期間に良い学生と出会え、採用内定に至った。 <運輸/中堅>
- インターンシップから始まり、継続的な関係構築により、相思相愛組の学生の母集団から採用を行うことができたと感じる。 <建設・住宅・不動産/大手>
- 母集団が増加したため、上位の学生から順に内々定を出すことができた。 <マスコミ/大手>
- 質は満足とは言え、入社後の活躍を見てみなくては何とも言えない。また、違う打ち手ができれば違う質にも一ちできたかもしれないという感覚はあります。 <その他サービス/中堅>

##### ■質または量に不満の声

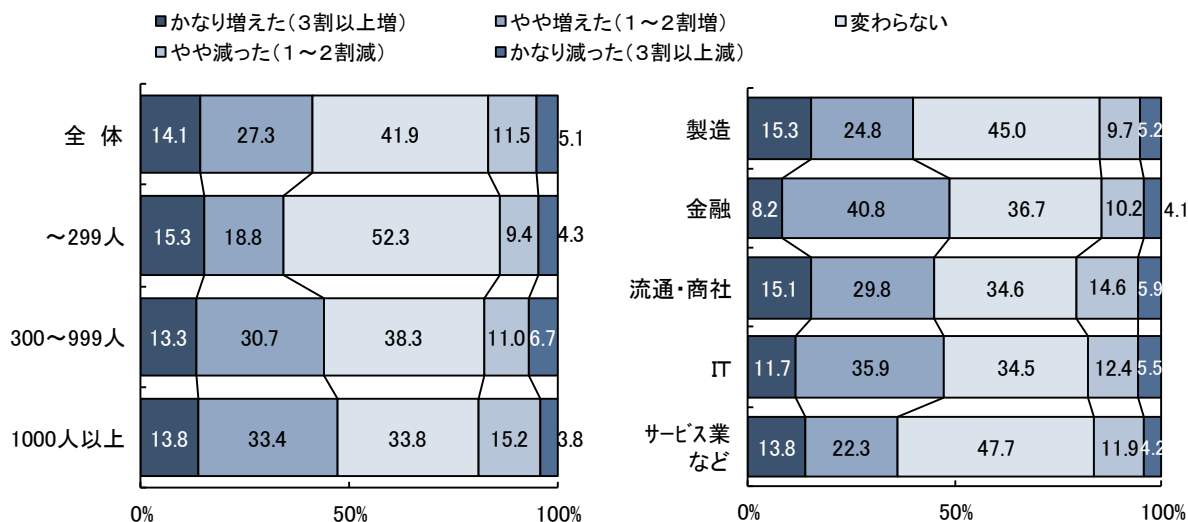
- 理系人材を採用したいが、そもそも応募者が少ない。 <鉄鋼・非鉄・金属製品/中小>
- 3月以降の活動で接触した学生の質が全体的に低く、それでも採用ハードルは下げなかったため、内定者の人数を確保することができなかった。 <その他サービス/中堅>
- 優秀層に早期内定を出したが、辞退が続出。結果的に半分以上の学生が辞退となってしまった。質や関心度には満足している。 <マスコミ/中堅>
- コロナ禍でもよく企業研究をされており、質としては十分高いと言える。一方早期に選考を行う企業への内定受諾により、優秀層が早期に就職活動を終えるケースが見られた。 <ゴム・ガラス・セメント・セラミックス/大手>
- 承諾後辞退が少なくない中で、目標に対して90%の内定承諾人数ではまだ安心できない。また、第一志望として受けている学生が少なく、オンライン選考がメインだったため、仕事のイメージや入社後のミスマッチにならないかが不安。 <GMSストア/大手>
- 学生層が二極化しており、早期に動く学生層（主体的なタイプ）の採用が難しかった。 <印刷・パッケージ/中小>

#### 4. 内定辞退の増減

内定辞退の状況を前年度と比較してもらった。「かなり増えた」14.1%、「やや増えた」27.3%で、合わせて4割を超える企業が「増えた」と回答した（計41.4%）。これに対し、「かなり減った」と「やや減った」の合計は16.6%。「増えた」が「減った」の2倍以上に上る。

従業員規模別に見ると、いずれの規模でも「増えた」が「減った」を上回り、特に大手企業において「増えた」の合計が半数に迫る（計47.2%）。また、業界別では「金融」で「増えた」が「減った」を大きく上回っている。

内定辞退者の増減(全体／従業員規模別・業界別)



#### 【Voice-2】—内定辞退に関して

- とりあえず内定をもらっておこうという学生が増えてきた感じがする。 <精密機器・医療用機器／大手>
- 業界全体で学生の取り合いが起こっており、大手に流れる学生が多かった。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 別業界から内定をもらっている学生が多く、フォローしていく中で承諾まで持っていくのが難しいと感じた。 <情報処理・ソフトウェア／中小>
- 今年度は早期に内定承諾をした学生が辞退したので、早期に内定通知を行うと内定辞退の可能性も高まるかもしれません。 <印刷・パッケージ／中堅>
- いままでバッティングしなかった大手への承諾が増えた。 <鉄鋼・非鉄・金属製品／中堅>
- 辞退増加の要因は選考途中での面談など接点が減ったこと。内定後に、採用担当と「初めまして」の状態である学生の辞退率が高かった。 <専門店／中小>
- ジョブ型採用を開始した企業が多く、そちらに流れた印象。 <機械・プラントエンジニアリング／大手>
- これまで、6月上旬を越えれば辞退者が少なかったが、本年度は、それ以後も大企業からの内定出しがあったようで、辞退者が発生した。 <官公庁・団体／中小>

#### 【Voice-3】—内定辞退防止に効果を感じる施策

- 面接で対面した際に、不安や懸念点について聞き、丁寧に回答するようにしている。 <素材・化学／中小>
- 選考途中の面接時間をできるだけ長めにとって、話をしっかり聞く。最終面接は対面で行い、直接交流を図る。 <水産・食品／中堅>
- 内定通知後、評価ポイントなどをフィードバック（WEB面談）している。 <銀行／大手>
- 工場見学会を開催し、同期同士の顔合わせを早期に実施した。 <鉄鋼・非鉄・金属製品／大手>
- LINE ツールでこまめに連絡を取るようにしている。 <建設・住宅・不動産／中小>
- オフィス見学およびOBOG訪問の案内、複数回の内定者面談、希望職種の社員面談。 <情報処理・ソフトウェア／中堅>

## 5. 内定期間中のフォロー

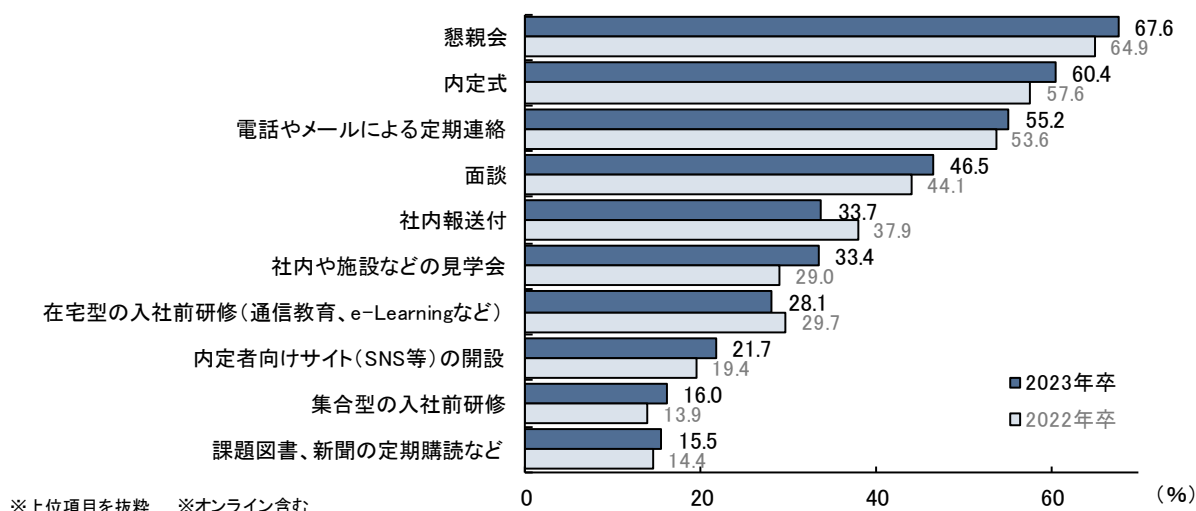
続いて、内定期間中のフォローの実施状況を尋ねた。

実施内容で最も多いのは「懇親会」（67.6%）。内定者同士や先輩社員との交流を通じて、つながりを強化したいと考える企業が多いものと見られる。2番目に多いのは「内定式」（60.4%）。

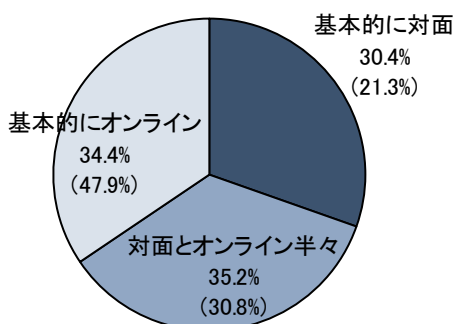
多くの項目で前年調査よりポイントが増加しており、定期的にフォローすることで、内定者の不安の軽減に努めている様子がうかがえる。

フォローの形式は、「基本的に対面」が30.4%に対し、「基本的にオンライン」が34.4%で、オンライン中心がやや上回る。ただし、前年同期調査と比べると、「基本的にオンライン」が13.5ポイント減少。対面でのフォローに回帰している様子がうかがえる。

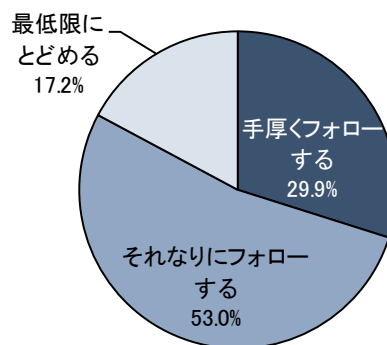
### 内定者フォローのために実施すること



### 内定者フォローの実施形式



### 内定者フォローのスタンス



### 【Voice-4】—内定者フォローで工夫していること

- 内定者同士の繋がりが深まることを意識して実施しています。 <その他サービス/中堅>
- 社会人になる、ビジネスパーソンになることへの意識付けを工夫しています。 <リース・レンタル/中小>
- 配属予定の部門管理者も同席して仕事内容や諸々相談する時間を設けている。 <情報処理・ソフトウェア/大手>
- メンター制度を取り入れ、内定者と定期的に連絡を取り合ってもらっている。 <建設・住宅・不動産/中堅>
- モチベーション維持のため、こまめに連絡。ただし学生生活もあるため負担になりすぎないように。 <フードサービス/大手>

## II. 2024年3月卒業予定者の採用

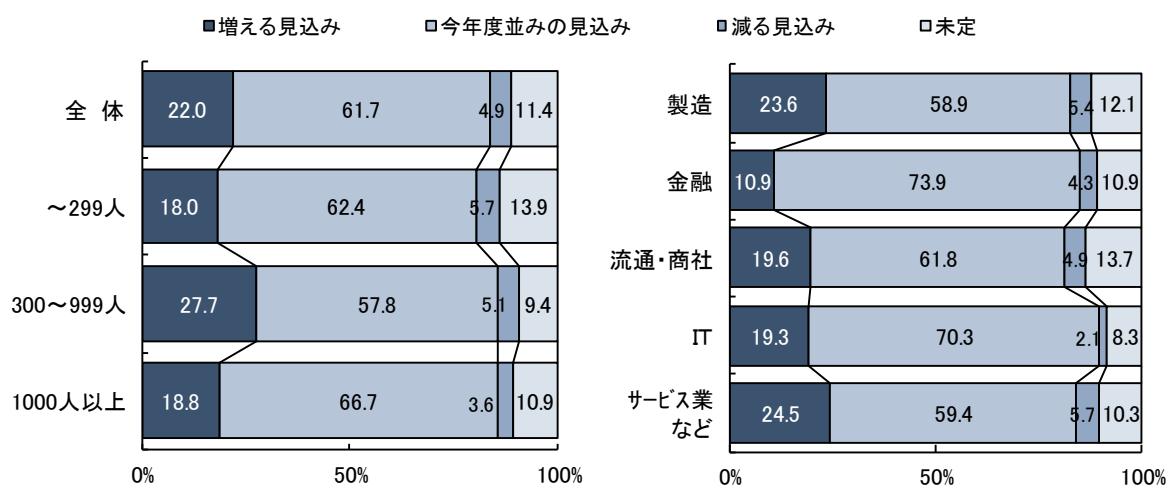
### 1. 採用予定数と予算

ここからは2024年3月卒者の採用計画に関する調査結果を紹介したい。

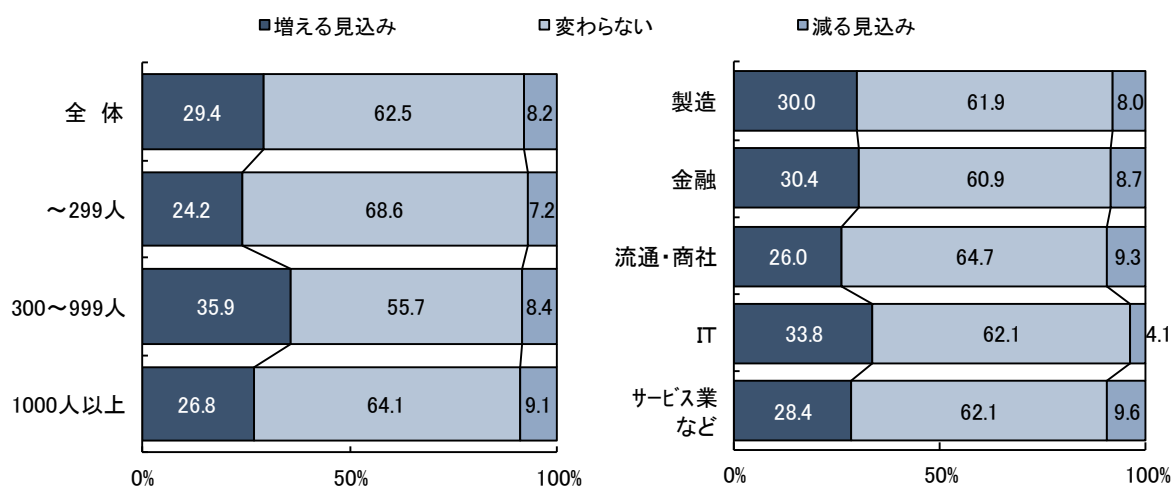
2024年卒者の採用見込みについて尋ねたところ、6割（61.7%）が「今年度（23年卒）並み」と回答。「増える見込み」22.0%に対し「減る見込み」は4.9%で、「増加」が「減少」を大きく上回る。企業の採用意欲は引き続き高い状態が維持される見込みだ。従業員300～999人の中堅企業においては3割近くが「増える見込み」と回答した（27.7%）。

予算については、「増える見込み」が約3割で（29.4%）、「減る見込み」（8.2%）を上回る。採用意欲の高い属性ほど、予算も増える傾向が見られる。

2024年卒者の採用人数見込み(全体／従業員規模別・業界別)



2024年卒者の採用予算見込み(全体／従業員規模別・業界別)



### 【Voice-5】—2024年卒者の採用数について

- 人材不足が続いており、採用人数を積極的に増やしたい。 <建設・住宅・不動産／中堅>
- 23卒が目標割れしたので、その分24卒の目標人数が増える見通し。 <専門商社／中堅>
- 採用予定人数は増えると思うが、実際に採用できる人数は今年並みか減ると予想。 <ホテル・旅行／大手>
- 業績に関わらず将来に備えて新卒者の採用は毎年一定数確保したい。 <機械・プラントエンジニアリング／中堅>
- 今年度の採用がどこまで目標達成できるか、また今年度の離職者の数次第である。 <介護・福祉サービス／中小>

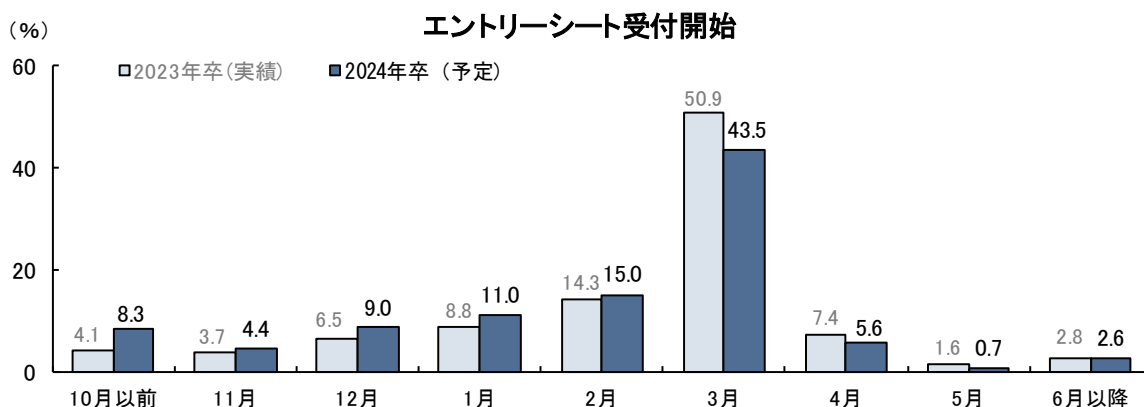
## 2. 採用活動の開始予定時期

次に、2024年卒採用の活動時期をどのように計画しているか確認したい。

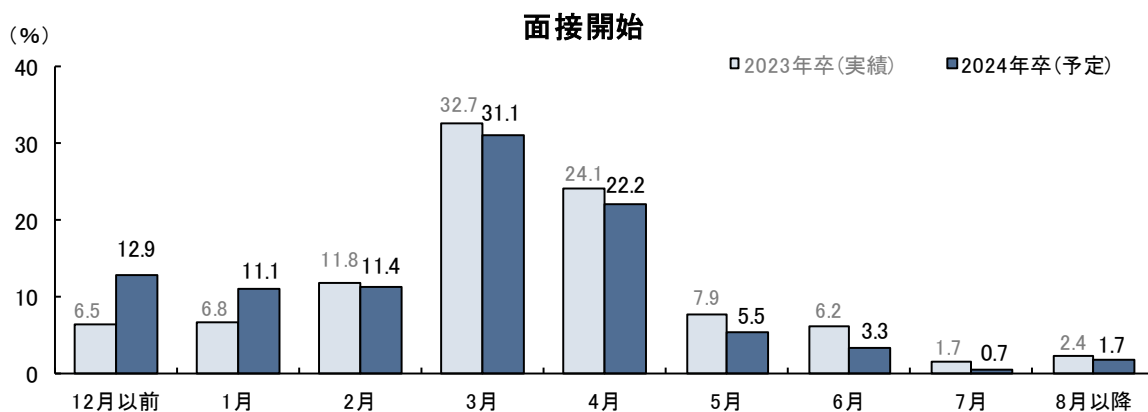
エントリーシートの受付開始時期は、3月が圧倒的に多い（43.5%）。ただし、前年（23年卒採用実績）より7.4ポイント減少。その分、2月以前のポイントが増加（計37.4%→計47.7%）。

面接開始も3月が最も多く（31.1%）、4月（22.2%）が続く。3月以降のポイントが軒並み前年実績より減少。選考解禁月である6月以降の開始を予定する企業はわずか5.7%。

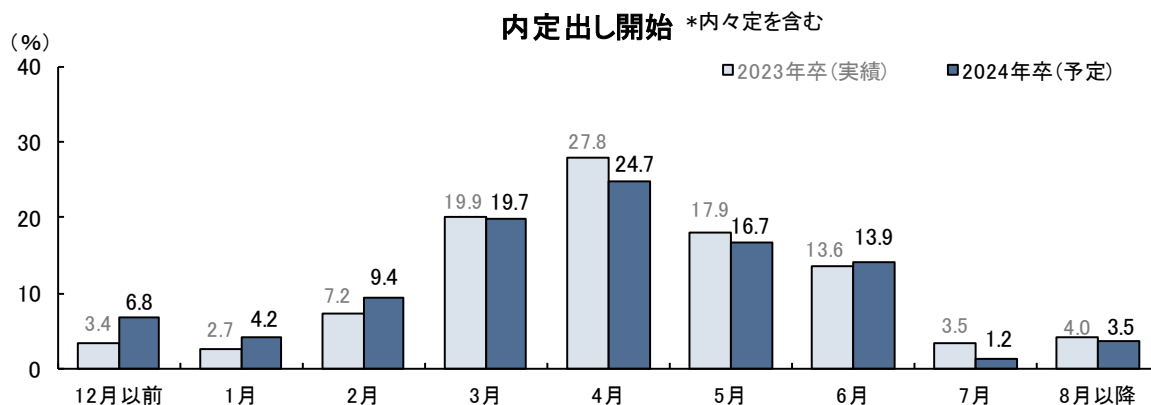
内定出しの開始時期は、4月が最多（24.7%）。3月（19.7%）、5月（16.7%）、6月（13.9%）がそれぞれ1割台と比較的分散する見込み。2月以前は前年実績を上回り（計13.3%→計20.4%）、早期からの内定出しが増えると見られる。



※2023年卒は2022年7月に調査



※2023年卒は2022年7月に調査



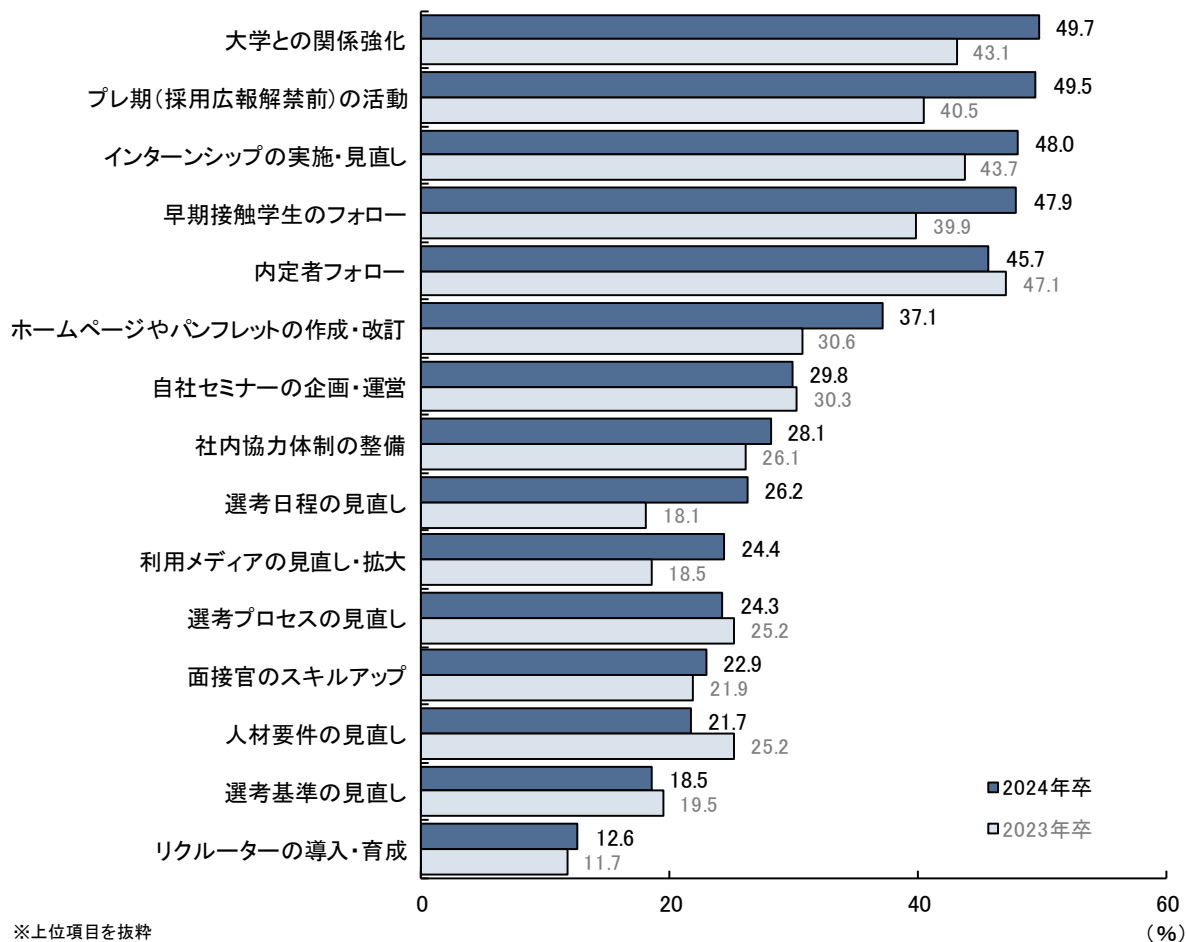
※2023年卒は2022年7月に調査



### 3. 採用で注力したいこと

2024年卒の採用で注力したいことを尋ねた。最も多いのは「大学との関係強化」で約半数の企業が選んだ（49.7%）。コロナ禍で訪問がかなわず疎遠になっていた大学との関係を、再構築したいと考える企業が多いようだ。次いで、僅差で「プレ期の活動」（49.5%）、「インターンシップの実施・見直し」（48.0%）、「早期接触学生のフォロー」（47.9%）と、早期の項目が上位に連なる。いずれも前年調査よりポイントが伸びており、早期対策に注力する方針を取る企業が増えていることがわかる。

2024年卒採用で注力したいこと



#### 【Voice-6】—2024年卒者の採用で注力したいこと

- コロナ禍で大学訪問の機会が減っていたので、増やしていきたい。 <情報処理・ソフトウェア/中小>
- 大学のキャリアセンターとの関係構築を強化し、採用チャネルを増やしたい。 <保険/中堅>
- 母集団形成は、2月までにどれだけ質と量を伸ばすかということかと思います。プレ期に出会った学生と、どういう形でつながり続けるのかを検討していきたいです。 <百貨店/中堅>
- プレ期の活動量が不足しており、ここは改善しないと厳しい。 <運輸/大手>
- インターンシップ等で採用広報解禁前の段階で理解度を深めてもらうよう尽力したい。 <電子・電機/中小>
- 内定辞退を減らしたいため、選考時から志望度を高めることと内定者フォローに注力したい。少ない採用担当で多くの学生と接点を作れる仕組みを構築したい。 <その他サービス/大手>
- 営業職が採用数の大半なので、営業職員とタッグを組んで取り組みたい。 <リース・レンタル/中堅>
- 今の時代にあった採用サイトのリニューアルを現在進行している。 <専門店/中堅>

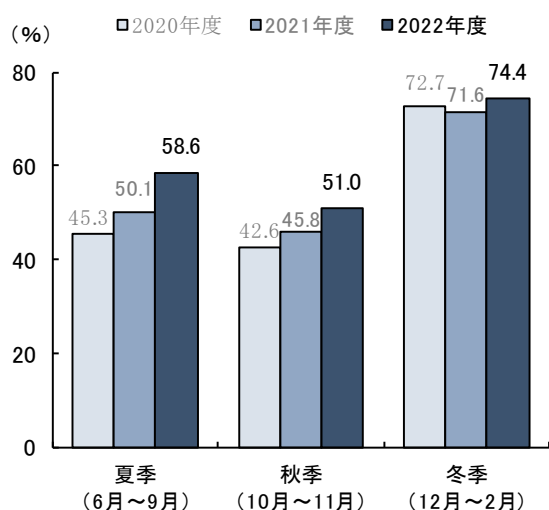
### Ⅲ. インターンシップ等のプログラム

#### 1. プログラム実施状況

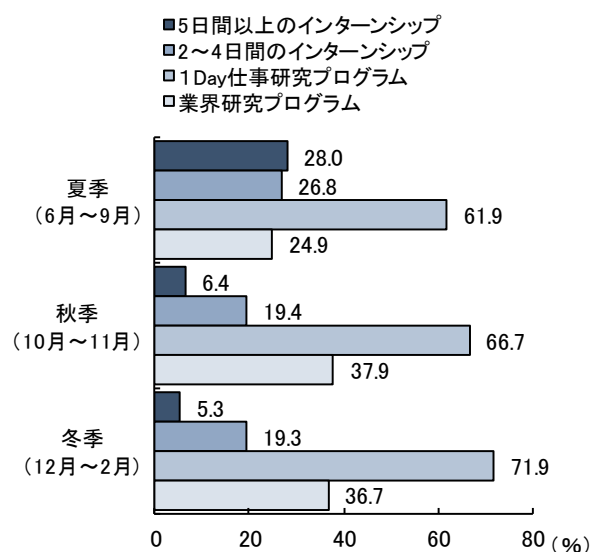
今年度（2023年2月まで）のインターンシップ等の実施について、時期別に尋ねた。最も実施率が高いのは冬季で7割超（74.4%）。いずれもの時期も前年調査より増加。特に夏季の実施率の増加が目立つ（50.1%→58.6%）。

実施プログラムは、いずれの時期も「1Day 仕事研究プログラム」が圧倒的に多く、特に冬季は7割を超える（71.9%）。夏季は、「5日間以上のインターンシップ」が3割近くに上るが（28.0%）、秋季、冬季では1割未満にとどまる。学業に配慮した実施が多いことがうかがえる。

インターンシップ等実施状況(予定含む)

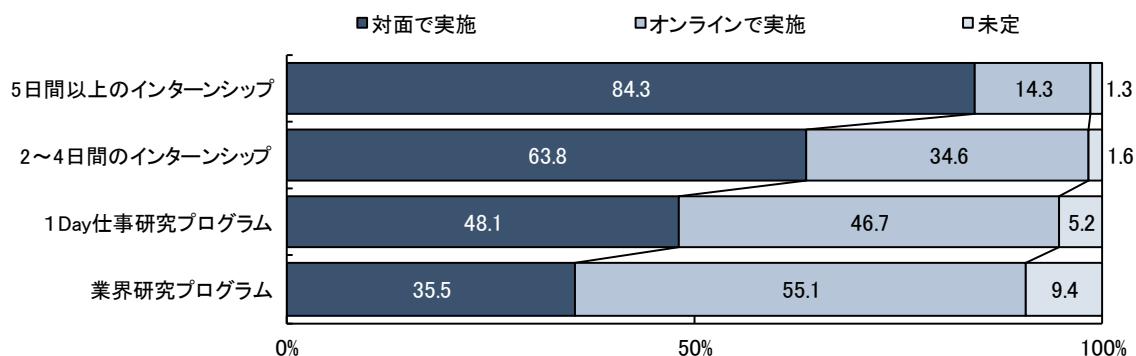


実施プログラム(時期別)



実施形式（対面／オンライン）をプログラム別に見てみる。「5日間以上のインターンシップ」は、対面の比率が8割を超える（84.3%）。「2～4日間のインターンシップ」も、対面（63.8%）がオンライン（34.6%）を上回る。「1Day 仕事研究プログラム」は、対面とオンラインが同程度（それぞれ48.1%、46.7%）。

実施形式(プログラム別)

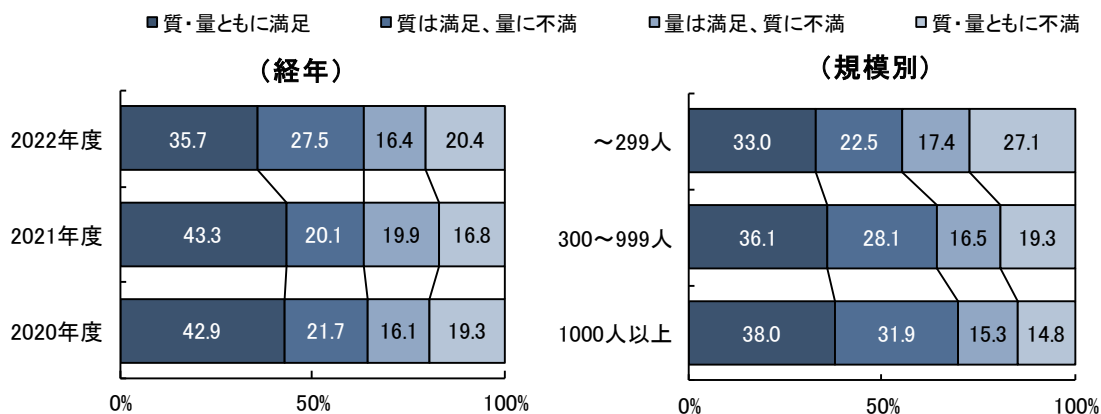


※インターンシップ：就業体験を伴う複数日程のもの  
 ※1Day 仕事研究プログラム：就業体験を伴う1日以内のもの  
 ※業界研究プログラム：日数にかかわらず就業体験を伴わないもの

## 2. 夏季プログラムの満足度

今夏にインターンシップ等のプログラムを実施した企業に満足度を尋ねたところ、「質・量ともに満足」が35.7%で、前年度より低下した（7.6ポイント減）。その分「質は満足、量に不満」「質・量ともに不満」が増え、量への不満が高まった。実施企業が増加した分、思うように参加者を集められなかった企業その他、実施形式を対面に切り替えたことで、受け入れ枠を制限せざるを得ない企業もあったようだ。

夏季プログラムの満足度(経年/従業員規模別)



### 【Voice-7】—夏季プログラムの満足度

- 予想以上に参加者が集まった。全員優秀だった。 <エネルギー/大手>
- 5日間プログラムを実施したことで、本気度の高い学生の応募につながりました。 <百貨店/中堅>
- 応募学生の熱量は高かったが、母集団形成が上手くいかなかった。 <建設・住宅・不動産/中堅>
- 初めての取り組みだったため、周知方法や題材の選定など、改善が必要と感じた。 <信用金庫/中小>
- 就職意識の高い学生が行動を開始する大事な時期だが、大手企業に集中する傾向があるので参加学生が少ない。 <専門商社/中堅>

### 【Voice-8】—インターンシップ等を実施する上での課題や工夫

#### ■課題に感じること

- 知名度がとても低いので、どうしてもより多くの学生に参加してもらえるのが、一番の課題です。内容については、それなりに高評価を得ていると思います。 <情報処理・ソフトウェア/中堅>
- 社員が働いている現場で行うことが難しいので、業務の実際を体感してもらいにくい。 <建設・住宅・不動産/中小>
- 職場体験を行わないため、どのように働き方を伝えるかが課題。 <エンターテインメント/中小>
- オンライン開催ではお互いに理解が深まらないと感じている。 <銀行/中堅>
- 夏季インターンシップ参加の学生を、選考までどうつなぐかが課題。 <専門商社/中堅>

#### ■工夫していること

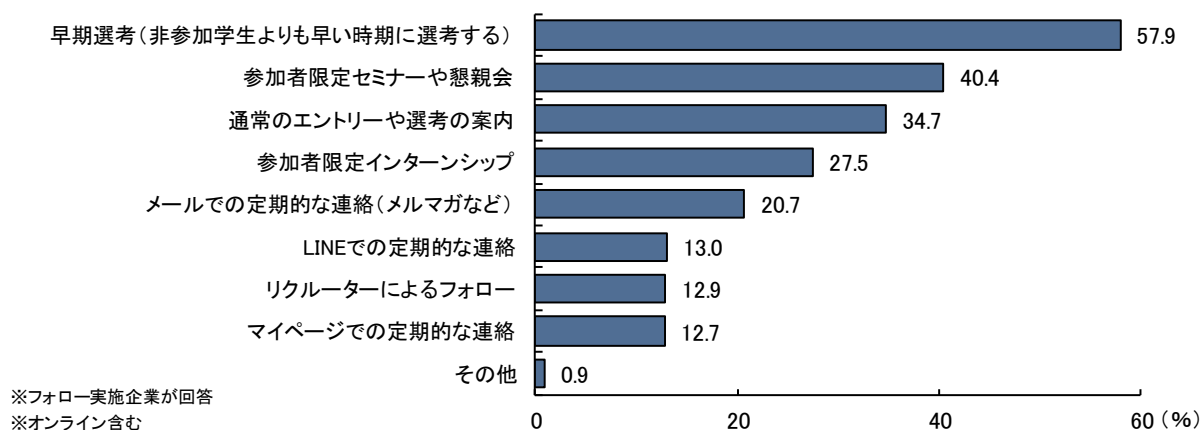
- 職場の雰囲気や動画を流したり、若手職員とのディスカッション等を行っている。 <官公庁・団体/大手>
- 業界のことや当社のことを理解しやすいように、少人数での実施と内容の濃さを追求している。 <機械/中小>
- できるだけ多職種、幅広い年代の社員を紹介するようにしている。 <マスコミ/中堅>
- 形に残るものを作り、少しでも心に残るようにしている。 <電子・電機/中小>
- インターンシップ後に1対1で対面での質問会や相談会を行うことで、早期選考へのエントリーへ繋げている。 <その他サービス/大手>
- 学生アンケートの結果に目を通し、常にアップデートするように努めています。 <情報処理・ソフトウェア/中小>

### 3. 参加後のフォローやアプローチ

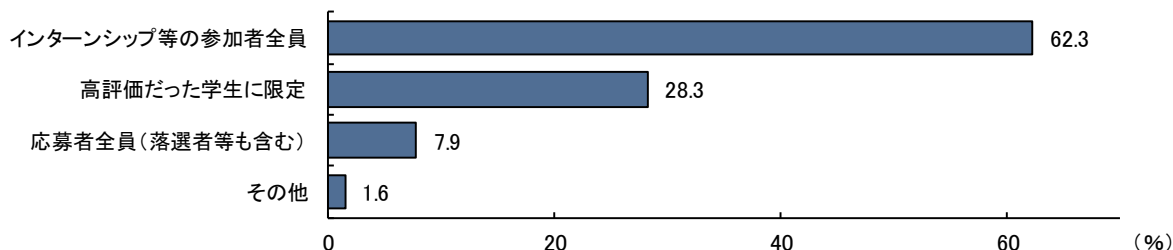
参加学生に対して、何らかのフォローやアプローチを実施するという企業は8割強（85.5%）。具体的には、「早期選考」が最も多く、6割近い（57.9%）。また「参加者限定セミナーや懇親会」（40.4%）、「通常のエントリーや選考の案内」（34.7%）なども上位に挙がり、採用活動の母集団形成を図るために、インターンシップ等への参加学生と継続的に接触をもとうと考える企業が多いことが読み取れる。

なお、こうしたフォローを参加者全員に実施する企業が大半だが（62.3%）、参加中の評価が高かった学生に限定して実施するケースも一定数見られる（28.3%）。

#### インターンシップ等の参加後のフォローやアプローチ



#### 参加後のフォロー対象



#### 【Voice-9】——2025 卒以降新定義で実施されるインターンシップについての期待や懸念

- 4つの区分のどれに該当するのか、ボーダーラインが曖昧になるケースが発生すると思いますが、自己申告で良いのか。 <専門商社/中堅>
- 現在実施しているものが「オープンカンパニー」型のものになるため、他の類型にあてはまるようなインターンシップを検討する必要があります。 <教育/大手>
- 5日以上の開催や、実務を取り入れる点が、個人情報の関係から難しいと感じている。 <信用金庫/中堅>
- インターンシップに目的をもって参加いただけるようになるので、よい取り組みだと思います。一方で企業側の負担が大きくなる懸念があります。 <医薬品・医療関連・化粧品/大手>
- インターンシップに労力を割ける大企業が有利になって、二極化してしまうような気がします。結局今以上に苦勞する企業が増えてくるんじゃないでしょうか。 <専門商社/中堅>
- 更なる早期化が予測され、入社するまでフォローし続ける体力と体制が必要。 <情報処理・ソフトウェア/大手>
- 大企業、人気企業がインターンシップで囲い込んでしまうと、そこで学生の就活が終わってしまうのではと、懸念している。 <エンターテインメント/中小>