

# 2019年度 新卒採用 就職戦線 総括

20年卒版

## 就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報

- ▶ Society5.0 時代に向け産業界と大学が人材育成や採用活動を議論
- ▶ 人手不足とAI 失業の本質。「専門人材」の育成がギャップを埋める
- ▶ 企業にとってのインターンシップ効果とは？-インターンシップと志望度の関係

## データ集

- ▶ 学生の活動状況 企業選択のポイントや各月活動状況
- ▶ 企業の採用動向 採用予定数・評価基準とスケジュール
- ▶ 大学の就職支援や大学生低学年のキャリア意識

# 目次

## 1. 2020年卒の採用活動の振り返りと今後の展望

- ・ はじめに P 1
- ・ 特集 就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報
  - 【レポート】
  - ① Society5.0 時代に向け産業界と大学が人材育成や採用活動を議論 P 2  
--- 一般社団法人 日本経済団体連合会 SDGs本部長 長谷川 知子 氏
  - ② 人手不足とAI失業の本質。「専門人材」の育成がギャップを埋める P 4  
--- 株式会社 三菱総合研究所 政策・経済研究センター長 チーフエコノミスト 武田 洋子 氏
  - 【寄稿】
  - 企業にとってのインターンシップ効果とは？-インターンシップと志望度の関係 P 6  
--- 多摩大学 経営情報学部 初見 康行 准教授
- ・ 雇用市場環境概観 P 8
- ・ 広報活動開始前の活動状況 P 12
- ・ 学生の特徴について P 22
- ・ 採用活動の予定と実際 P 26
- ・ 内々定出しと内々定フォロー P 40
- ・ 今後の採用に向けて P 46

## 2. データ集

- 【1】採用ターゲットの概況 P 56
- 【2】学生の活動状況 P 60
- 【3】企業の採用動向 P 69
- 【4】大学の就職支援 P 76
- 【5】低学年のキャリア意識 P 78
- 【6】企業の人材ニーズ P 80
- 【7】付録（添付資料） P 84

## 新卒採用ニーズは高水準を維持 令和元年に新卒一括採用の在り方に関する議論が活発化

2020年卒の採用活動は、日本経団連の定める「指針」に沿った採用活動の最後の年として、「広報活動開始時期3月」「選考活動開始時期6月」という2017年卒採用から続くスケジュールでスタートした。これまで「倫理憲章」から「指針」へと呼び方が変わったものの、2000年頃から長きにわたり、企業の新卒採用活動ルールを定めてきた日本経団連が、その「指針」廃止を発表したことをきっかけに、日本における新卒一括採用の在り方、ひいては「終身雇用」や「年功序列」といった日本における特徴的な人事制度の今後について、活発に議論されている。

こうした環境の中、企業側の新卒採用ニーズは引き続き、高い水準を維持しており、3月1日の広報活動開始と同時に、企業セミナーや面接が実施される状況にあった。企業側は、限られた時間で、学生との相互理解を深める必要に迫られており、様々な工夫を凝らしている。特に、学生に就業体験の機会を提供するインターンシップは、座学だけでは得られないキャリア教育の学びとして重要な機会となっており、2020年卒学生では、2月末までに、ほぼ8割がインターンシップ参加経験を持つほど、一般的になっている。また「WEBセミナー」や「WEB面接」など、移動の手間やコストのかからない新しい手法を取り入れるなど、短い期間で数多くの接触機会をもつ工夫もなされている。

新卒採用の過渡期ともいえる2020年卒採用に関して、マイナビで行った調査及びデータを中心に、企業の採用活動及び学生の就職活動をまとめた。

# Society5.0 時代に向け 産業界と大学が人材育成や採用活動を議論

技術進化やグローバル化により、かつてない姿へ変貌を遂げようとしている日本。その未来を担う人材について、産学のトップが議論する場として発足した「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」(※1)が今春、中間とりまとめを発表しました。この報告のポイントを、協議会の運営を担う経団連の長谷川氏にお聞きました。



〔一般社団法人 日本経済団体連合会 SDGs本部長〕 **長谷川 知子** 氏

上智大学大学院外国語学研究科国際関係論修士(修士)。米国コロンビア大学大学院国際公共政策大学院(SIPA)修士(修士)。1988年経団連(当時)事務局入局。国際経済本部北米・オセアニアグループ長、社会広報本部長(企業行動・CSR担当)、教育・スポーツ推進本部副本部長、教育・CSR本部長を経て2017年4月より現職。

## ■ Society5.0 時代に必要な 3 つの知識・能力

今年4月、経団連のSDGs本部が産業界側の事務局を務める「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」が中間とりまとめと共同提言を発表しました。本日の主題はこのとりまとめについてなのですが、その前に産学協議会が設立された経緯を教えてください。

長谷川: そのそもその始まりは、去年10月の定例記者会見で会長の中西(中西宏明 経団連会長・日立製作所会長)が、経団連としては今後、採用活動の指針を作らないと発表したことでした。これをきっかけに産業界・大学双方で、真の課題は採用スケジュールではなく、今後の日本を支えて、国際社会でも活躍できる人材を育成するのに必要な大学教育はどのようなものなのか、企業の採用や入社後の処遇、キャリアパスの在り方を考え直すことではないかといった認識が高まり、経団連の呼びかけで企業と国公私立大学のトップが直接対話する枠組みとして発足したのがこの協議会です。正式な立ち上げは今年の1月31日で、協議会の下に「Society5.0人材成分科会」「今後の採用とインターンシップのあり方に関する分科会」「地域活性化人材成分科会」という3つの分科会が設けられ、各会に経団連側・大学側からそれぞれ10~15名が参加しています。これまで、それぞれ3回の会議を行い、4月22日の協議会を経て中間とりまとめの発表に至りました。

「Society5.0 人材成分科会」の中間とりまとめで示したSociety5.0(※2)時代に求められる人材について、簡単にご説明願えますか。

長谷川: 人材像については、基礎中の基礎的なところから Society5.0時代に必要な知識・能力まで3層構造で描いていて、一番のベースとなるのは、忍耐力やリーダーシップ、学び続ける力など、従来から言われてきたことと変わりはありません。どのような時代であっても、社会に出て活躍するために必要な能力といったところでしょうか。

その上に、デジタル化やグローバル化の進展など時代の変化を踏

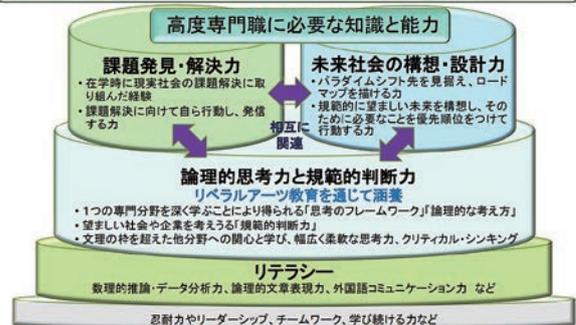
まえ、以前なら読み・書き・算盤などのリテラシーにあたるものとして、文系であっても基礎的な数学を理解する力やデータ分析力、文系・理系問わず文章を正しく読み解き論理的に表現できる力や、英語をはじめとする外国語によるコミュニケーション力が必要になると考えました。

これらに加え、Society5.0時代に向け大学で身につけるべきものとしてあげたのが、複雑な事象の中からの「課題発見・解決力」、Society5.0時代とはどう在るべきかといった「未来社会の構想・設計力」、善し悪しを総合的に見極めることができる「論理的思考力と規範的判断力」の3つです。この3つは関連しながら磨かれていくもので、リベラルアーツ教育やPBL(Project Based Learning)型教育が有効だと考えています。

大学の学部時代に、以上の3つのレベルの能力をしっかりと身につけてほしいということでしょうか。

長谷川: さらに専門的な法律や経済などに関する専門知識を身につけてほしいと望んでも、学部の4年、現行の採用スケジュールでは実質的には3年の間でそれを期待するのは無理なのが現実でしょう。深い専門知識は大学院で身につけるしかありません。理想的にはそういう形が望ましい、という認識も分科会で共有されています。理系ではそれに近い形になっていますが、環境が大きく変わる中、文系を含めて大学全体で、学部と大学院の役割がより明確になっていくということのようですね。

「Society 5.0人材成分科会」における産学の共通認識：論理的思考力と規範的判断力をベースに社会システムを構想する力を備えた人材



(図1)「Society 5.0時代に求められる人材と大学教育」出典：日本経済団体連合会 採用と大学教育の未来に関する産学協議会中間とりまとめ共同提言より抜粋

## ■ ジョブ型雇用を含めた採用の多様化・複線化を

一次に今後の採用とインターンシップに関する中間とりまとめについて伺いたいと思います。今後の採用については「新卒一括採用(メンバー



シップ型採用)に加え、ジョブ型雇用を念頭においた採用も含め、複線的で多様な採用形態に、秩序をもって移行すべき」という一文があり、一部の新聞ではジョブ型雇用＝通年採用だとも報じられました。実のところジョブ型雇用とはどのようなものだと考えるべきなのでしょう。長谷川：ジョブ型雇用はあくまで雇用形態の話で、広報活動開始時期などといった「時期」の話とはまったく別のものです。

ジョブ型雇用の定義を言えば、内容や目標、責任などを明確に記したジョブ・ディスクリプション（職務記述書）に基づいた雇用契約を結んで、その人に求める役割や仕事の難易度、責任の重さなどによって処遇を決める雇用システム、といったこととなります。欧米ではよく採用されているもので、特定のジョブに空きができたときに適宜、社内外から適任者を募集して採用するというものです。ただこれも、中西会長も説明を加えています。欧米のジョブ型雇用とまったく同じものを導入すべきだと考えているわけではなく、日本の労働市場にマッチした在り方を検討していく必要がある、ということです。ジョブ型雇用を含む、「複線的な採用形態」が必要としたのは、どのような理由からなのでしょう。

長谷川：グローバル化やデジタル革命が急速に進み、10年先の予測も難しい中、今や企業は技術の高さや品質の良さだけで生き続けることはできません。グローバルな市場のニーズ・課題を的確に見出し、それを解決するソリューションの提供が求められており、オープンコラボレーションと言われるような、色々な人たちと連携・協働しながら、想像性と創造性を駆使し、かつAIやIoT、ビッグデータなどの新技術も活用して、新たな価値を市場に提供していくことが欠かせません。

そうした環境にあって、雇用についても、新卒一括採用といった皆一緒・一斉にではなく、個人の能力ややる気などに着目した採用形態も必要ではないか、との想いが複線的な雇用の必要性を示した背景になっています。

時期	現行の 新卒一括採用	ジョブ型雇用	インターンシップを 通じて採用
3年生3月	広報活動解禁		
4年生6月	選考活動解禁		インターンシップ参加
4年生10月	内定		
4年生3月	卒業	卒業	卒業
社会人4月	入社	入社	入社

(図2) 新卒、既卒を問わず、専門スキルを重視した通年での採用、また、留学生や海外留学経験者の採用

### ■インターンシップをより有効に活用するために

一今後のインターンシップのあり方に関しては、どのような議論がなされたのでしょうか。

長谷川：インターンシップに関しては、分科会の企業側・大学側のメンバーに“現在どのようなインターンシップを実施しているのか”というアンケートを行った上で議論を進めました。その回答を見ても、インターンシップと呼ばれるものの中には、期間や内容、対象や実施時期など非常に様々なものが含まれていて、学生・企業・大学それぞれがインターンシップに抱いている期待にもばらつきが大きいことが明らかになりました。その結果を受けて“インターンシップ本来の目的は何か、共通認識を確立する必要がある”という議論が交わされています。

この議論で導き出されたことの1つが、1～2年生を対象とした職業観の醸成などを目的とするものは、「キャリア教育」と位置づ

けるべきではないか、ということでした。欧米などで通常行われている、雇用に直結するインターンシップこそが、本来のインターンだという意見も出ています。

また、近年増えているワンデーインターンシップについては、企業側にも教育的な意義を持つものではないとの認識があり、よりふさわしい呼び方に変えるよう検討することになりました。

一本来のインターンシップにしるキャリア教育にしる、インターンシップの重要性は今後ますます高まると感じるのですが。

長谷川：将来のキャリアに関連した就業体験を行うことで、キャリア意識の醸成や、就職後とのギャップの低減、もしくは仕事へのモチベーションが向上するなど、インターンシップの意義は今後高まると私も考えています。中西会長もよく指摘される、「就社ではなく就職」への意識の転換を図る上でもインターンシップの効果は大きいはず。分科会では、複数の大学と企業が共同で行ったり、業界団体主催のインターンシップがあっても良いのでは、という意見も出ています。

### ■大学の卒業要件は一層の厳格化を

一分科会では、大学での学修効果の評価についても議論されたようです。

長谷川：採用選考時に学生が大学で何を学んだかを評価する上で、学業成績が非常に重要であることは企業側もよく認識しています。ただ問題は、客観的な評価基準がないことです。大学側の評価の実態がわからないから、出てきたものをどう受け止めて良いかわからない。難しいとは思いますが、比較できる形での学修成績の公開が望ましいし、どういう形で学業成績や教育の質の保証をしているのか、大学側から企業にわかりやすく説明してほしいという意見が多数ありました。また、大学側の単位認定と卒業要件の厳格化を求める声も多かったですね。

一一定のレベルを保障した上で卒業させてもらわないと、大学側からの情報だけで自信を持って採用したり、配属するのが難しいということですね。欧米では一定の基準を設けた上で卒業に必要な単位を認定するケースも多いようですが、そのような仕組みを日本にも導入すべき、といった話はありませんか。

長谷川：今回そうした議論はありませんでした。どのような方法が良いのか、議論を続けつつ、大学側の提案を待つ形になっています。一今回は中間とりまとめとなっています。最終的なとりまとめはいつ頃を予定しているのでしょうか。

長谷川：最終的なものになるかはわかりませんが、来年の春にはもう1回、共同提言のようなものを発表する予定です。

※1「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」の中間とりまとめ共同提言の概要は

[http://www.keidanren.or.jp/policy/2019/037\\_gaiyo.pdf](http://www.keidanren.or.jp/policy/2019/037_gaiyo.pdf)でご覧いただけます。

※2 Society 5.0

平成28年1月に閣議決定された内閣府の「第5期科学技術基本計画」において、日本が目指す未来社会の姿として提唱されたもの。同計画の中では、狩猟社会(Society 1.0)、農耕社会(Society 2.0)、工業社会(Society 3.0)、情報社会(Society 4.0)に続くもので、「サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会(Society)」と定義されている。

※詳しくは内閣府のホームページをご参照ください。

[https://www8.cao.go.jp/cstp/society5\\_0/index.html](https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/index.html)

# 人手不足とAI失業の本質。 「専門人材」の育成がギャップを埋める

人手不足が深刻化する一方、AIやロボティクスなどの新技術によって人手は不要になるとも言われ、雇用をめぐる環境は先の見通しが難しい状況になっています。この先10年後までを見すえた人材戦略はどうあるべきか。日本の人材需給に関する調査・分析を行う三菱総合研究所の武田センター長にお話を伺いました。

〔株式会社 三菱総合研究所 政策・経済研究センター長 チーフエコノミスト〕 **武田 洋子** 氏



2008年ジョージタウン大学公共政策大学院修士課程修了。1994年日本銀行へ入行。2009年に三菱総合研究所へ入所。政策・経済研究センター主任研究員(シニアエコノミスト)、政策・経済研究センター副センター長を経て、2017年10月より現職。社会保障制度改革推進会議委員(2014年～)、財政制度等審議会委員(2015年～)、働き方改革実現会議議員(2016年～)、産業構造審議会総会委員(2017年～)、労働政策審議会労働政策基本部会委員(2017年～)などを務める。

## ■一番の問題は必要な人材との需給ギャップ

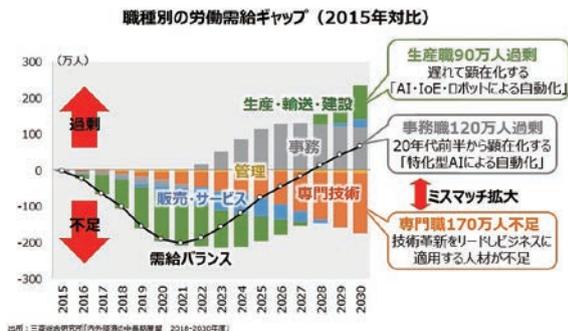
—今回こうしてお話を伺う機会を設けていただいたのは、武田さんたちのチーム（三菱総合研究所、政策・経済研究センター）が昨年から今年にかけて発表した、今後の人材需給動向に関するレポートに興味を持ったからでした。「人手不足」が社会問題化する一方、AIやロボティクスなど新たな技術の進化によって「人手が必要なくなる」とも言われる。この相反する意見に1つの答えを示すものだった点に大変興味を持ちました。読者の方たちのためにまず、今回の人材需給動向分析の概要をお話いただけますか。

武田：今触れていただいたように、日本の労働市場の展望としては、労働力不足が今後ますます厳しくなるという話と、AIなどの新しい技術で人の雇用が奪われるという一見相反する2つの見方がある中で、時系列でどう変化するのか確認すべきとの問題意識がこの分析に取り組む動機になりました。あらためて位置づけてみると、労働力不足は現在の延長での「労働供給」、AIなどによるタスクの変化は「労働需要」の話で、この2つを組み合わせるとのが人材需給動向分析のスタートでした。

その結果、2020年代の前半頃までは労働需給が一層タイトになっていきますが、その後、AIなどの新たな技術によって仕事に求められるタスクが変わっていくと、2030年頃にはマクロでの需給はほぼニュートラルになるとの結果が得られました。

—しばらくは人手不足の厳しさが続いても、やがては技術の進化がそれを補ってくれるわけですね。

(図1)



武田：表面的にはそうなのですが、手放して喜べないのはその中味です。労働力の需給としてはニュートラルになっても、そこ

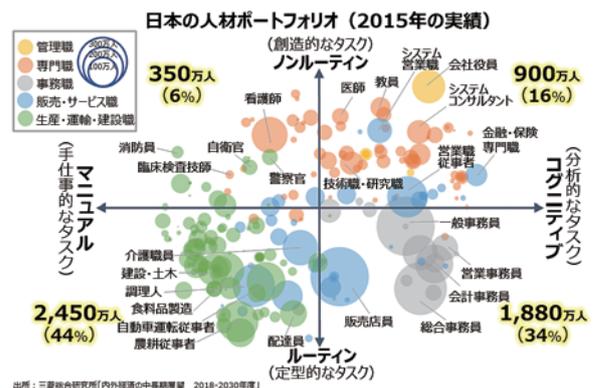
に必要な「専門人材」が供給できているのか。AIが人の雇用を奪うという誤解を生む原因にもなっていると思うのですが、一般的な事務職や生産職の一部のタスクがAIやロボティクスに置き換わっていく可能性が高いのは確かだと思います。今の何割かの人材で同じ業務が遂行できるようになる。一方、AIを活用しながら新しいビジネスを生み出す「専門人材」の需要が高まるものの、現在の延長では供給が足りません。つまり必要な人材が不足する「ミスマッチ」こそが一番の課題だということが今回の分析でクリアになりました。

—AIなどの進化によって単純に「人手」の必要がなくなるのではなく、必要なスキルを持った人手は、逆に不足することになるということですね。こうした人材の需給ギャップにおける課題を見出す過程で、武田さんたちは人材のポートフォリオの分析も行っています。

武田：人材ポートフォリオの分析では、米国の大学で行われている先行研究(Autor, D., Levy, F. and Murmane, R.J. “The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration”. Quarterly Journal of Economics, November 2003, p. 1279-1333.)を参考に、横軸に分析的かマニュアル的タスクか、縦軸に創造的か定型的タスクかを置いた2軸4象限のマッピングを行いました。米国にO\*NET(オーネット)という職業特性に関するデータベースがあり、それに日本の職種別データをあてはめて試算しています。

この分析で明らかになったのが、日本では分析的であれマニュアル的であれ定型的なタスクの度合いが高い職に従事している人が80%程度を占めており、今後必要になる創造的なタスクを担う人材が、現状でも今後においても不足するであろうという事実でした。日本のこの傾向は、米国や英国との比較でも顕著です。

(図2)



## ■課題解決に必要な「FLAP サイクル」

—今後必要となる人材との需給ギャップを埋めるため、また日本が成長を続けるためにも、より創造的なタスクに適應できる人材を増やさなければならない。その実現に向けて武田さんたちは「FLAP（フラップ）サイクル」の形成を提唱しています。これについても簡単に説明いただけますか。

武田：「FLAP」というのは私たちの造語で、Find(知る)、Learn(学ぶ)、Act(行動する)、Perform(活躍する)の頭文字を取っています。

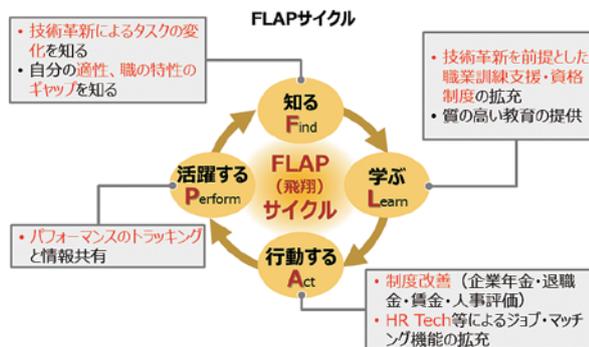
仮想空間と現実空間を融合させる Society 5.0 の実現が日本が目指すべき未来社会の姿だと語られても、それで実際に行動に移す人がどれだけいるでしょうか。まず世の中に必要とされるスキルが変わることを個人が「知る」、良い意味での危機意識を持たなければ真の変化は起きないと考えました。そこで重要になるのが Find をどう与えていくか。今政府で検討されている日本版 O\*NET のようなものが必要だと思います。スキルと言っても人によって捉え方が異なるので共通言語化も進める必要があるでしょう。

学び直しの必要性を知った方に「学ぶ」機会を用意するのが次のステップです。しかし、日本では社会人になってから大学に通う方の割合が低いです。夜間や休日に学べる質の高いカリキュラムの提供や、働きながら通うことのできる環境の整備が日本では遅れていると感じます。

Act は、学び直しを実践し、スキルを活かせる場所へと積極的に移ることを意味します。その前提として必要になるのがスキルを正しく評価し処遇する人事制度です。せっかく学んでも評価されず活かさないのでは「行動」につながりません。

こうして知り、学び、行動した人が実際に「活躍」することは、企業にとっても個人にとっても幸せなことですし、活躍している人を見るのが周囲の人にとっての次の Find にもつながります。

(図 3)



## ■変化への対応に向け企業は何をすべきか

—FLAP サイクルを定着させるには個人のマインドも変えなければならないし、社会や企業の仕組みも変える必要があると思うのですが、企業としてはどんなことに取り組むべきだとお考えですか。

武田：日本の雇用制度はこれまでの経済社会において機能していた点がたくさんありました。例えば、終身雇用などは戦後の日本を経済大国に押し上げる大きな要因になったと評価しています。ただ 1990 年代からの IT の進化やグローバル化の進展によって環境は大きく変わり、今後 AI などの技術が社会に普及すれば働く人たちに求められるタスクがさらに変化するのは間違いありません。Society 5.0 が提唱されているわけですが、担える人材がいなければ Society 5.0 は実現しません。企業としてはこうした変化への意識を今以上に強く持つ必要があると思います。

また、人生 100 年時代と言われる中、60～70 代など、年齢に見合った働き方と処遇に改め、シニアでも輝ける制度設計を進めるべきではないでしょうか。その一環として中途採用の拡大など柔軟性のある労働市場の形成が必要であり、退職金制度の歪みも正すべきと考えます。現在の退職金制度は基本的に長く働くことが前提になっており、会社を移ることの大きな阻害要因になっています。これは確かに一定の人を留める効果があるのですが、退職金を気にしている人ばかりが恩恵を受ける仕組みでは日本企業は競争力の低い集団になりかねません。一方、中途入社が不利にならない制度設計を行っている企業には良い人材が集まるという環境に、いずれはなっていくはずですが。

さらに FLAP サイクルの中にあげた、学びやチャレンジができる仕組みを整えることも企業にとって重要だと思います。一近年、通年採用の広がりなど変化も生まれているのですが、新卒採用についてはどうなっていくべきか、お考えがあれば伺いたいのですが。

武田：新卒の一括採用は、終身雇用を前提とした考え方ですね。スキルをベースとした賃金体系を考えずに一括採用をしてきた結果、日本企業では何年入社かが重視されてきました。人事管理上もそれが楽だったからです。

しかし、人生 100 年時代では自分のキャリアやスキル、望む働き方ができる会社に自由に移れる社会が必要です。そういう社会では個人の能力をきちんと評価し、それを反映させた報酬体系ができていない企業には人が集まらなくなります。新卒一括採用が不要とまでは考えていませんが、中途採用の門戸の拡大や、期間限定の採用など、採用の形もより多様になってくると思います。

## ■就活生が今、持つべき意識

—今後大きく変わる企業社会に入っていくことになる新卒の学生さんたちは、どのようなことを意識すべきなのでしょう。

武田：1 つ目は、キャリアは自ら切り拓いていかなければならないという意識です。産業構造や世界情勢が目まぐるしく変わる時代においては、好むと好まざるとにかかわらず、同じ会社ですべて働けるかは誰も保証できません。

2 つ目に、自分の健康や家族の事情など、長い人生においては想定外のことが起こりうる、心にとめておくことでしょうか。

3 つ目としては、弊社の分析でも明らかになったように、これからの時代は技術の進歩によって求められるタスクが変わるということを意識しておくことだと思います。

こうした意識を持ったうえで、自分の強みを見つけるために、多くの機会を活かし、スキルを磨き続けることが大切です。社会人が必要な知識を適宜学び直すことが、これからは当たり前となってくるでしょう。仕事を通じて、新たに学びたいことがみえてくることも大いにあります。就職活動の段階で自分の将来を固めて考える方が多いのが少し気になります。

—新卒はゴールデンチケットだから、ここで内定が得られなければ人生が終わってしまうような考えですね。

武田：日本には様々な課題はありますが、皆が将来を見据え、新しいことに挑戦すれば、未来は必ず拓けます。学生の皆さんには、ぜひフロントランナーとして活躍してほしいです。

※人材需給動向や FLAP サイクルなど、武田さんたちの人材戦略に関する調査・分析の詳細は三菱総合研究所ホームページの MRI トレンドレビューをご覧ください。

[https://www.mri.co.jp/opinion/column/trend/trend\\_20180723.html](https://www.mri.co.jp/opinion/column/trend/trend_20180723.html)

## 企業にとってのインターンシップ効果とは？ ーインターンシップと志望度の関係

インターンシップの拡大が続く一方、参加企業の選考を全て受ける学生は2割前後に留まっている。インターンシップは企業の志望度向上に貢献しているのだろうか？本レポートでは、インターンシップと志望度の関係、志望度が向上する要因について紹介していく。

〔多摩大学 経営情報学部〕 **初見 康行** 准教授



専門は人的資源管理論。若者の早期離職など、組織からの移動・退出を研究テーマとしている。2004年、同志社大学を卒業し、株式会社リクルートHRマーケティング(現:リクルートジョブズ)に入社。法人営業、人事を担当する。2011年、一橋大学大学院 商学研究科 経営学修士コース修了。2017年、同大学にて博士(商学)。いわき明星大学 教養学部 准教授を経て現職。

### ■学生のインターンシップ参加目的

大学生のインターンシップが拡大が続いている。「2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査」によれば、インターンシップ参加率は79.9%、参加社数は平均3.6社となっている。2015年卒の調査では参加率が32.7%、平均参加社数が1.6社であったことを鑑みると、ほんの5年間でインターンシップへの参加が倍以上に増加していることが確認できる。インターンシップは、一昔前の「就職活動に積極的な意欲の高い学生向けの活動」から、「参加することが当たり前の(参加しないこと自体が不利益になる)活動」へと変貌しつつあるといえる。

また、もう1つ注目すべき点は、参加目的の変化である。2015年卒対象の同調査によれば、インターンシップ参加目的の第1位は、「社会勉強のため(47.0%)」であった。しかし、2020年卒では、第1位が「特定の企業のことをよく知るため(65.5%)」であり、第3位も「志望企業や志望業界で働くことを経験するため(45.5%)」となっている。近年の大学生にとって、インターンシップは広く社会勉強をするための抽象的な活動ではなく、就職活動を意識した、より具体的な意識・目的を帯びた活動になってきているといえる。

このような状況に対し、企業側は創意工夫を凝らしたインターンシッププログラムを用意し、学生の期待に応えようとしているのが現状であろう。しかしながら、上記調査によれば、インターンシップに参加した企業の選考を全て受ける学生は2割前後に留まっている。つまり、たとえインターンシップに参加したとしても、それは当該企業への選考参加を約束するものではない。インターンシップの教育的側面を重視し、参加学生が自社の選考を受けなくても問題ない、という考え方もあるだろう。しかしながら、インターンシップに参加してくれた優秀な学生が、自社への志望度を高め、選考に参加してくれたら嬉しいというのが、本音に近いのではないだろうか。それゆえ、本稿では学生の志望度という観点から、企業にとってのインターンシップ効果を検討していく。また、志望度向上のための要因についても紹介していく。

### ■インターンシップは企業の志望度向上に寄与するのか？

今回、インターンシップアワード(※1)応募企業のインターンシッププログラムに参加した2,789名の大学生・大学院生に調査を行い、参加したインターンシップの評価をしてもらった。以下の内容は、本調査の分析結果にもとづいたものである。

はじめに、本調査の結果として強調すべきは、インターンシップへの参加は、参加企業に対する学生の志望度を高めるという点である。分析の結果、性別・文理・学校区分(学部・大学院)のどの括りにおいても、全体の85%以上の学生が、志望度が上がったと回答している。インターンシップアワード応募企業のインターンシップであるというバイアスは考慮すべきものの、全体としてインターンシップは参加企業への志望度向上に貢献する活動であるといえるだろう。

しかしながら、一体どのような要因が学生の志望度向上に影響するのか。この疑問を明らかにするために、本調査ではインターンシップの「時期・期間」について分析を行った。結論として、学生の志望度向上において、特定の時期が良い、もしくはこの期間行えば間違いなく志望度が上がる、というような関係は観察されなかった。インターンシップによる志望度の向上は、「時期・期間」以外の要因から影響を受けていることが推測される。

### ■インターンシップの5つの効果

次に、本調査では志望度向上の要因をさらに探るため、インターンシップから得られる5つの効果と志望度の関係について分析を行った。インターンシップの5つの効果とは、「大学生はインターンシップ経験からどのような効果を得ているのか？」という疑問を出発点に、マイナビと初見・梅崎・坂爪(2018)の共同研究により提示された5つのインターンシップ効果である。概要は以下の通りである。

- インターンシップ経験を通して得られる5つの効果 ---
- ① **キャリアの焦点化** 将来のキャリアについて、関心が絞られ明確化した状態
  - ② **キャリアの展望化** 将来のキャリアについて、多様な選択肢・可能性を見いだしている状態
  - ③ **人的ネットワークの認知** 就職活動を進める上で、周囲の人々や施設・機会の有効性を認識している状態
  - ④ **就労意欲** 仕事・働くことへの意欲が増している状態
  - ⑤ **自己理解** 自分の長所・短所への理解が深まった状態

初見・梅崎・坂爪(2018)によれば、大学生はインターンシップ経験から上記5つの効果を得ており、これらの効果が向上することが、内々定の有無や内々定先への満足感の有無など、将来の就職活動結果に影響を及ぼすことが報告されている。本調査では、この5つの効果と志望度の関係を分析することにより、

インターンシップから得られる経験・効果と、それが参加企業の志望度に応じたような影響を及ぼすのかについて検討を行った。

## ■ 5つの効果と企業志望度の関係

図表1は、インターンシップの5つの効果と志望度の相関関係である。本分析結果より、5つの効果と志望度が有意な正の相関関係にあることが確認された。つまり、インターンシップから得られる5つの効果が向上するほど、参加企業への志望度も向上する関係にあるといえる。中でも、「キャリアの焦点化」と「参加企業への志望度」の相関が.51と最も高い。この事実は、インターンシップの5つの効果の中でも、将来のキャリアに対する関心が絞られ、明確化する経験をするのが、志望度向上に最も寄与するということである。インターンシッププログラムを通して、「自分が本当にやりたいことが分かった、興味ある業界・企業の絞り込みができた、将来のキャリアプランが明確になった」という気持ちにさせることが、インターンシップ参加企業への志望度向上につながることを示唆される。

また、本調査では相関分析と合わせて重回帰分析を行った。図表2はその結果であり、有意確率の黄色部分が、統計的に有意な効果が確認された要因である。この結果から、学生の志望度向上には、インターンシップの5つの効果の中でも「キャリアの焦点化」、「キャリアの展望化」、「人的ネットワークの認知」、「就労意欲」の4つが重要であり、この4つの効果を向上させるようなインターンシッププログラムが、自社の志望度向上に有効であることが確認された。

図表1：5つの効果と志望度の関係（相関関係）

	1	2	3	4	5	6
1.キャリアの焦点化						
2.キャリアの展望化	.36**					
3.人的ネットワークの認知	.22**	.22**				
4.就労意欲	.51**	.34**	.22**			
5.自己理解	.34**	.26**	.21**	.37**		
6.参加企業への志望度	.51**	.32**	.20**	.40**	.24**	

*r*<sup>2</sup>=2.789 \*\* 相関係数は1%水準で有意(両側)です。

図表2：5つの効果と志望度の関係（重回帰分析）

モデル	非標準化係数		標準化係数		t 値	有意確率	共線性の統計量	
	B	標準誤差	ベータ	ベータ			許容度	VIF
1.キャリアの焦点化	0.271	0.016	0.332	0.332	16.847	0.000	0.621	1.611
2.キャリアの展望化	0.063	0.011	0.103	0.103	5.903	0.000	0.796	1.257
3.人的ネットワークの認知	0.020	0.008	0.041	0.041	2.459	0.014	0.890	1.124
4.就労意欲	0.103	0.013	0.146	0.146	7.647	0.000	0.661	1.513
5.自己理解	-0.002	0.012	-0.003	-0.003	-0.176	0.860	0.763	1.311

従属変数：参加企業への志望度

## ■インターンシップの効果を向上させるプログラムとは

ここまで読んで頂いた読者の中には、「4つの効果が重要なのは分かったが、それを向上させるインターンシッププログラムとは、具体的にどのようなものなのか？」という疑問を抱かれているのではないだろうか。本調査も同様の疑問を抱き、インターンシップの効果を向上させるプログラムの特徴について、分析を行った。紙幅の関係で分析の詳細は割愛するが、統計的に有意な結果を示した要因は以下の4つであった。

第一に、「個別のフィードバック」である。今回、チームと個人に対するフィードバックの効果を分析したが、志望度の向上に寄与していたのは個人に対するフィードバックであった。個人の志望度を向上させるためには、やはりチームよりも個人に対するフィードバックを重点的に行う必要があるといえる。第二に、「多様な役職の社員と

の交流」である。社員との交流については、人数・時間・多様性の3点から分析を行ったが、多様性と志望度の間に有意な関係を確認することができた。この結果から、社員との交流を企画する際は、単に合わせるのではなく、若手・中堅・管理職・役員など、社員の多様性に気を配ることが重要であるといえる。さらに、第三の要因は、「座学以上の工夫」であり、第四の要因は「企業の特徴を活かしたプログラム」であった。第三と第四の要因は近い内容とも捉えられ、志望度向上のためには、企業の特徴を活かしたプログラムを座学以上の工夫・活動によって行うべきである、と解釈することができる。

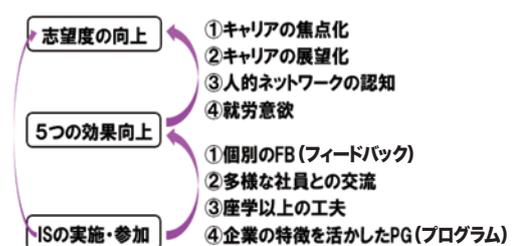
## ■本調査のまとめ・これからの課題

図表3は、本調査の結果を概念図としてまとめたものである。結論として、インターンシップは「個別のフィードバック」、「多様な役職の社員との交流」、「座学以上の工夫」、「企業の特徴を活かしたプログラム」の4点に注力することで効果が高まり、それが最終的な志望度向上につながる、という関係が浮き彫りとなった。複数の改善点がありつつも、定量的な分析から志望度向上のメカニズムを検討できた点は、今後のインターンシッププログラムの改善に寄与するものである。しかしながら、本調査はあくまでインターンシップと志望度の関係を分析したものである。志望度の向上が選考参加を促し、さらには内々定までつながるかについては、さらなる調査が必要である。

最後に、今後のインターンシップの課題についても触れておきたい。文部科学省(2017)は、インターンシップの課題として「量的拡大」と「質的向上」を挙げているが、特に重要になるのは「質的向上」である。冒頭でも述べたように、インターンシップの参加率は8割近くに達しており、「量的拡大」については着実な成果が出ている。一方、個々のインターンシップの「質」については、これまで判断が困難であった。今後はインターンシップの質を判断するための基準・手段の確立が急務となるだろう。本調査で使用した「インターンシップ効果測定尺度」は、その一助となるかもしれない。また、インターンシップアワードは本問題に対する一つの回答であり、「質の高い(世の中に広がるべき)インターンシップとは何か？」を問い続けて

いる点に大きな社会的意義がある。今後も複数の調査からインターンシップの効果を明らかにし、企業・大学・学生の全ての関係者にとって有意義なインターンシップの形を模索し続けることが必要である。

図表3：インターンシップと志望度向上のメカニズム



## ※1【学生が選ぶインターンシップアワード】

学生の社会的・職業的自立に貢献したインターンシッププログラムを表彰する、日本最大級のアワードです。(https://internship-award.jp/)

## 採用意欲は高い水準を維持 動き出しは早く

2020年卒採用は、日本経済団体連合会が「採用選考に関する指針」を示す最終年となり、今後を引き継ぐ政府からも「2020年度卒業・修了予定者の就職・採用活動日程に関する考え方」が同時に提示され、広報活動開始3月1日、選考活動開始6月1日、正式内定日10月1日と4年連続同じスケジュールでスタートした。完全失業率は下げ止まりの様相ではあるが、依然、正社員の人材不足感が高く、企業は厳しい状況が続いている。

昨今、注目の集まっている“インターンシップ”についてはさらに実施企業、参加学生が増え、「量」だけでなく「質」が問われるフェーズに入っており、その役割は強くなる一方だ。

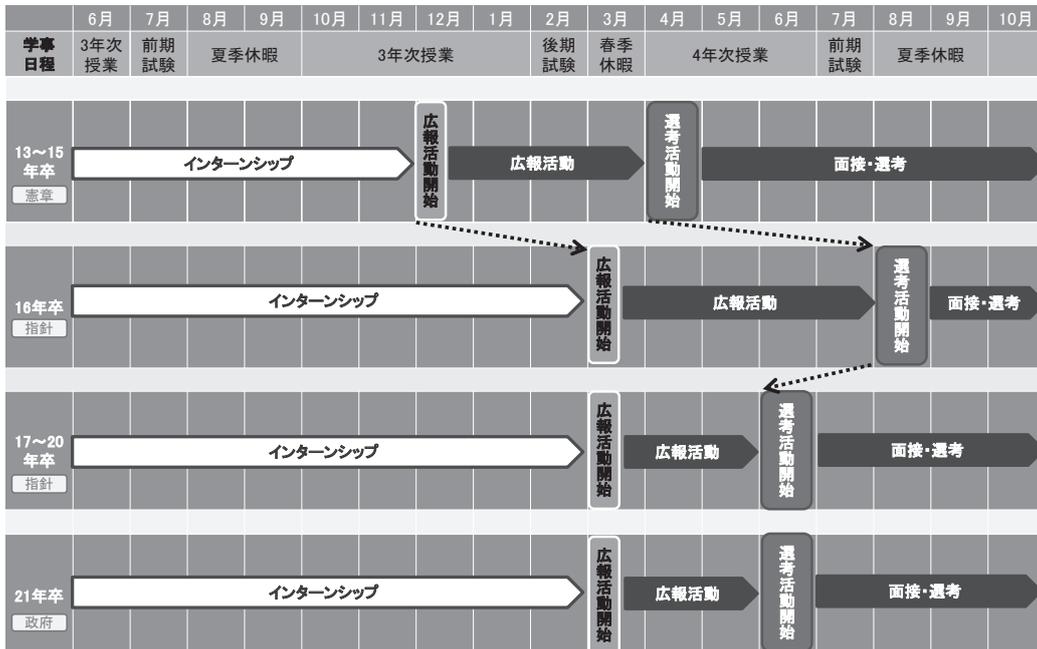
それに伴い、企業・学生ともに、あらゆるフェーズにおいて動き出しが早くなる傾向が見られた。

## 採用スケジュールは2021年卒までは変わらないが、政府主導へ移行

雇用市場環境

政府主導へ移行 現在の就職スケジュールは2021年卒までは変化せず

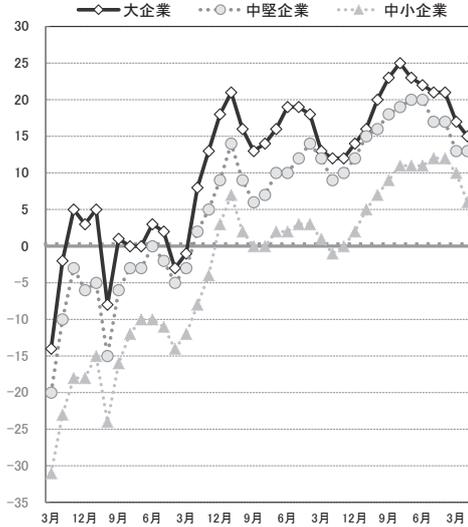
2017年卒から続いている採用スケジュールは2021年卒も維持されることとなったが、経団連主導の「採用選考に関する指針」は廃止され、政府主導へと移行した。また、新卒採用の在り方に関する議論は引き続き、活発に行われている。



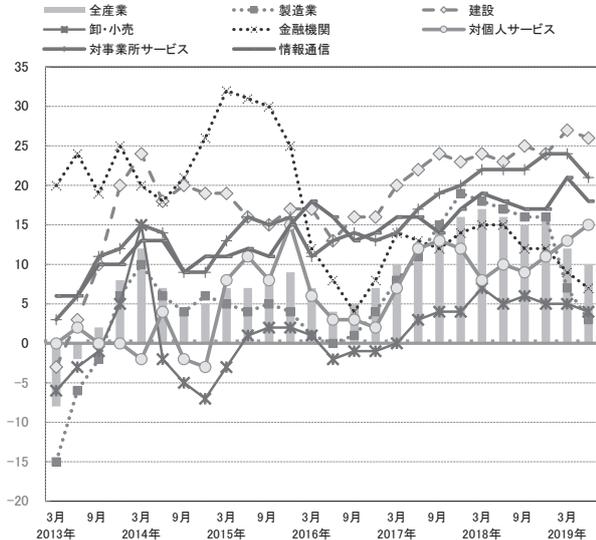
景況感はやや落ち着きを見せているものの引き続き、上昇傾向を維持

景況感を、日銀短観をもとに見てみると、業況判断D.Iは長期的には上昇傾向が続いており、特に、ここ数年は高い水準を維持してきたが、直近だけを見ると、やや落ち着きつつあることがわかる。ただし、業種別で見るとその傾向にはばらつきがある。

日銀短観-業況判断D.I-実績-企業規模別



日銀短観-業況判断D.I-実績-業種別



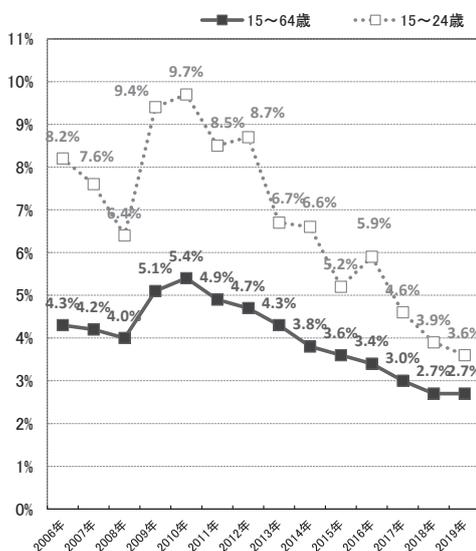
「業況判断D.I-実績-企業規模別」「業況判断D.I-実績-業種別」出所：日本銀行・短観(全国企業短期経済観測調査)

失業率の推移と正社員の不足感

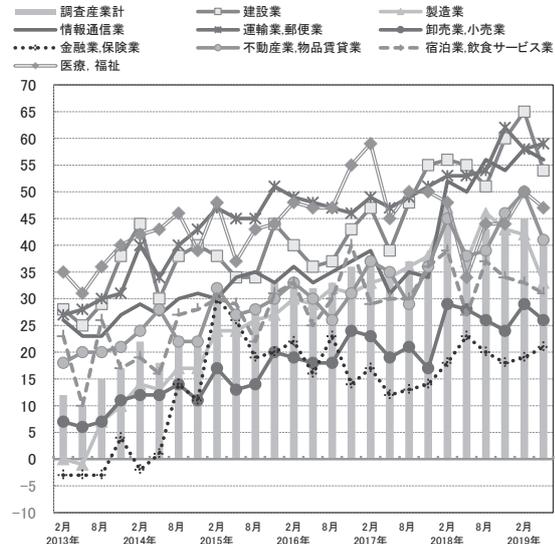
完全失業率は低い水準のまま、企業の人材不足感は続いている

完全失業率は、この10年を見ても2010年をピークに下がり続けている。労働者の過不足判断D.Iから人材不足感を見てみると、業種によって上下幅があるものの、全体的には、人材不足感は上昇傾向にある。

完全失業率(季節調整値・年齢別・3月時点)



労働者の過不足判断D.I(不足-過剰) - 正社員等



「完全失業率」出所：総務省統計局・労働力調査、「労働者の過不足判断D.I」出所：厚生労働省・労働経済動向調査

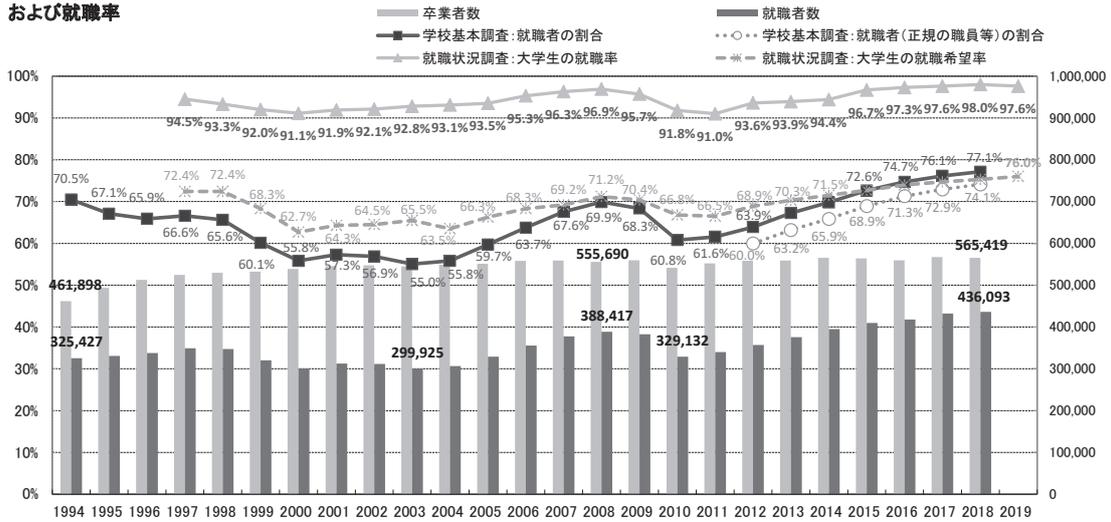
政府統計の就職率は横ばいではあるものの高い水準を維持

雇用市場環境

大学生の就職率は97.6%

政府が発表する大学生(学部)の就職率(4月1日時点)は97.6%(前年比0.4pt減)と、引き続き高い水準を保っており、「就職を希望する学生のほとんどが就職している」状況は続いている。また、大学生の就職希望率は76.0%と過去最高となっており、進学を希望する学生が一定数いるものの、卒業後に就職を希望する学生の割合は増加傾向にある。

就職者数、全卒業者のうち就職した学生の割合および就職率



「大学生の就職率」「大学生の就職希望率」出所:大学等卒業者の就職状況調査(4月1日現在)(厚生労働省・文部科学省)  
「卒業者数」「就職者数」「就職者の割合」出所:学校基本調査(文部科学省)

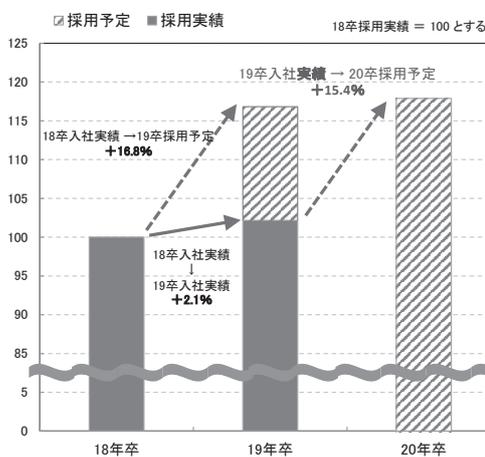
企業の採用意欲は高い水準を維持、厳しい状況が続いている

雇用市場環境

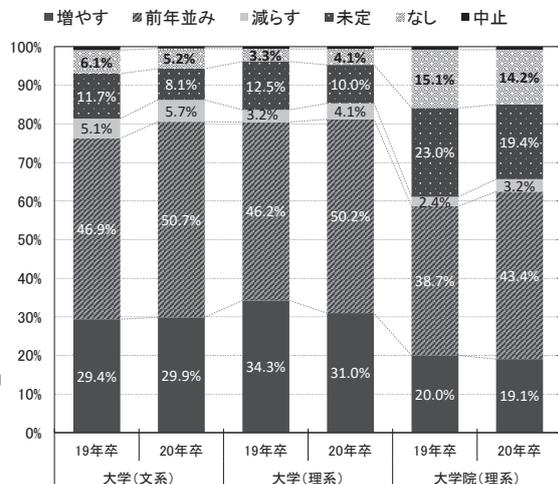
前年実績+15.4%という高い採用予定数の影に、前年予定数を達成できていない状況も

企業の採用予定数は前年実績比でみると+15.4%と依然高い水準となっているが、19年卒では採用予定数と実績に14.7%の開きがあり、前年達成できなかった予定数分を次の年に持ち越している様子が窺える。そのため、「採用予定数」としては「前年並み」という回答がいずれの属性でも最も高くなっているが、採用実績をベースにすると、採用予定数は増やす傾向にある企業が多いと思われる。

採用実績・予定数3年間推移



採用予定数は前年と比べて



「採用実績・予定数3年間推移<全体>」「採用予定数は前年と比べて」出所:2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)

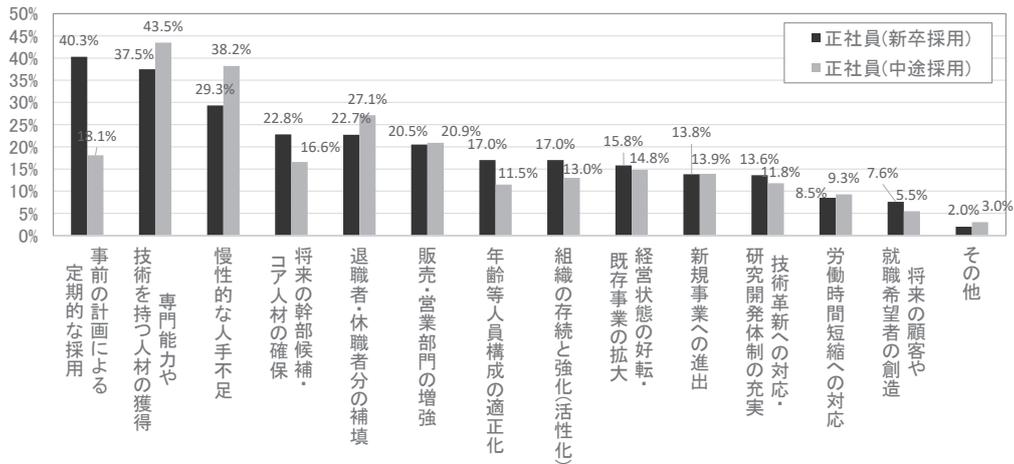
## 新卒採用を実施する理由

雇用市場環境

### 新卒採用を行う一番の理由は「事前の計画による定期的な採用」

新卒採用を行う理由としては「事前の計画による定期的な採用」が最も高く、将来的な組織運営を見越した採用を実施していると思われる。一方、中途採用は「専門能力や技術を持つ人材の獲得」が最も高くなっており即戦力になる人材の採用を重視していることがわかる。また、「慢性的な人手不足」を理由とした採用ではどちらかというと中途採用をメインに実施している様子が窺える。

正社員領域(新卒・中途) 採用実施の理由



「正社員領域(新卒・中途) 採用実施の理由」出所: 2018年マイナビ企業人材ニーズ調査(2018年12月実施)

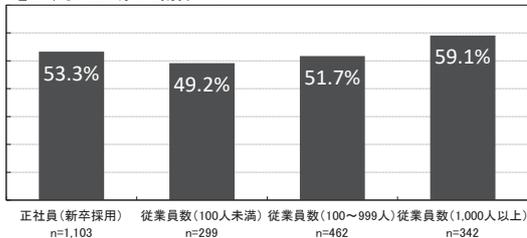
## 初任給は増加傾向

雇用市場環境

### この1年で基本給を上げた経験を持つ人事が半数以上

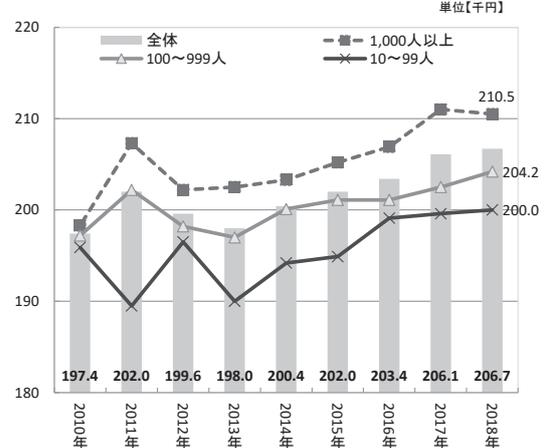
2018年マイナビ企業人材ニーズ調査で「採用目標達成のため、この1年で基本給を上げることがあった」割合は新卒で53.3%と、半数以上が基本給を上げていることがわかった。従業員規模別に見ると、従業員規模の大きな企業ほど割合は高まるが、従業員100人未満の企業でも49.2%の企業が基本給を変更している。厚生労働省の賃金構造基本調査の初任給を見ても、従業員100人未満の企業の初任給が20万円に達しており、上昇している事がわかる。近年では一律で初任給を上げる企業に加え、学生個々の能力にあわせて初任給に差をつけて設定する企業も出始めており、更なる上昇も予想される状況となっている。

採用目標達成の為、この1年で正社員(新卒採用)の基本給を上げることがあった割合



企業名	初任給の引き上げ事例
ソニー	個人の能力に合わせて年間給与を最大2割増し
サイバーエージェント	自社のエキスパート認定を受けたら最低年俸720万円
鹿島	大卒の初任給を1万円増の24万円に
ファーストリテイリング	「グローバルリーダー社員」の初任給を2割増しに

大卒初任給の推移【従業員規模別】



「この1年で基本給をあげることがあった割合」出所: 2018年マイナビ企業人材ニーズ調査(2018年12月実施)

「大卒初任給の推移」出所: 賃金構造基本統計調査結果(初任給) 厚生労働省

## インターンシップへの参加が一般的に 量から質へ

広報活動開始前(2月末まで)の期間に、学生と企業が何らかの接点を持つ機会は、この数年増加している。特に、企業のインターンシップ実施率、学生のインターンシップ参加率はともに上昇し続けており、もはや「一般的」な施策となっている。そのため、単に「実施すること」「参加すること」だけでは飽き足らず、その質が問われるフェーズへと入っているようだ。また、それだけでなく学内のキャリア授業への協力や、社内見学やOB・OG訪問の受入れ、業界研究イベントなど、学生と企業の接触方法は多様な形で実施されており、学生は広報活動開始までの期間に様々な方法で職業観涵養や情報収集を行っている様子が窺えた。

### 就活準備期間に行動する目的

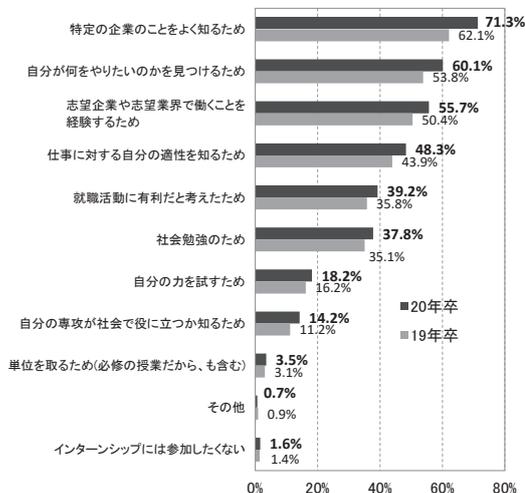
学生動向

企業動向

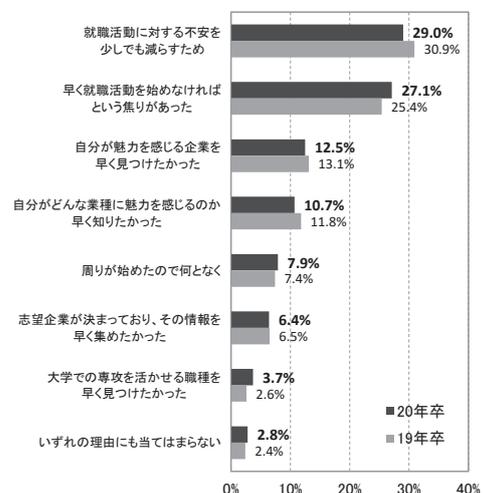
#### 「企業や業界について知る」を目的としてインターンシップに参加

学生にインターンシップに参加する目的について聞いたところ、「特定の企業のことをよく知るため」がトップ、「志望企業や志望業界で働くことを経験するため」が3位で、志望企業や志望業界を知ることが目的に参加する学生が多い。インターンシップ以外の活動の理由では「就職活動に対する不安を減らすため」が29.0%、「早く就職活動を始めなければ」という焦りがあった」が27.1%と、就職活動への不安や焦りの解消を目的として行動していた。

インターンシップに参加する目的(複数回答)



インターンシップ以外の就職活動準備を行おうと思った理由



「インターンシップに参加する目的」出所：2018年度マイナビ大学生インターンシップ調査(2018年9月～10月実施)  
「インターンシップ以外の就職活動準備を行おうと思った理由」出所：2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査(1～2月実施)

## 「インターンシップ以外」に学生が実施した就職活動準備とは

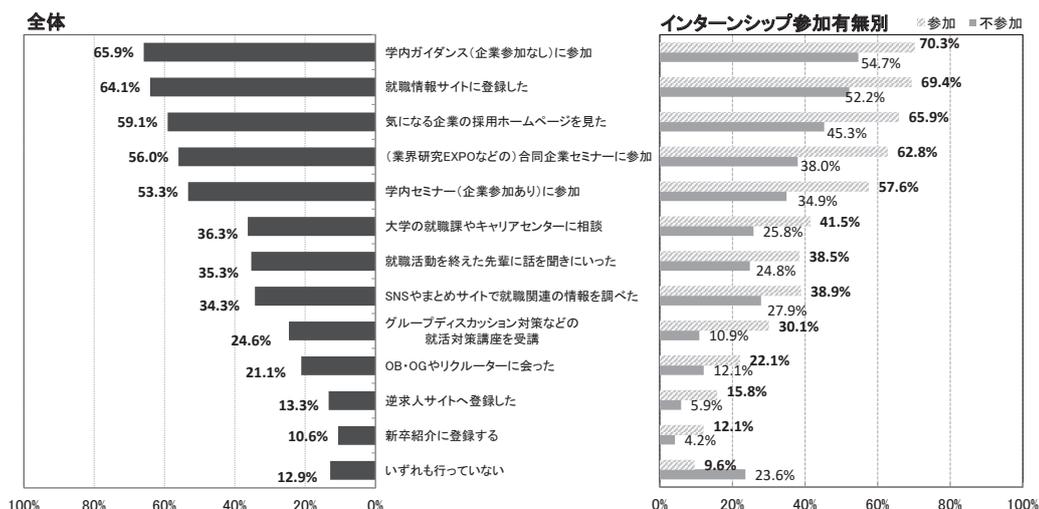
学生動向

企業動向

広報活動開始前は、就職活動に関する情報収集を中心に準備

インターンシップ以外に行った就職活動の準備では、「学内ガイダンス(企業参加なし)に参加」(65.9%)、「就職情報サイトに登録した」(64.1%)、「気になる企業の採用ホームページを見た」(59.1%)が上位に来ており、積極的に就職活動に関する情報収集を行っていることがわかる。また、インターンシップ参加有無別でみると、参加学生の方が不参加学生より就職活動準備の実施割合が高い。

### インターンシップ以外に行った就職活動準備(全体)【複数回答】



「インターンシップ以外に行った就職活動準備(全体・インターンシップ参加有無別)」出所: 2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

## インターンシップ参加率

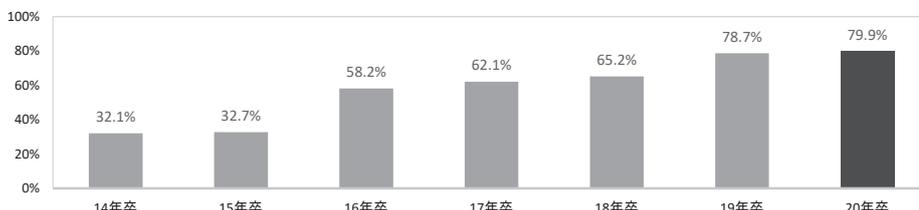
学生動向

企業動向

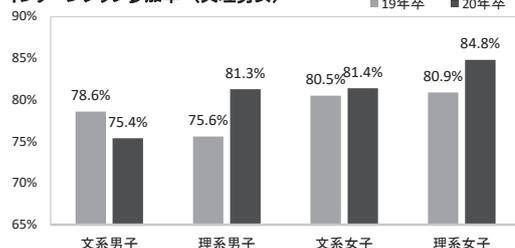
インターンシップへの参加は「当たり前」 8割の学生がインターンシップに参加

インターンシップに参加した学生の割合は20年卒でほぼ8割。文系男子以外はいずれも前年を上回り、8割を超えていた。理系の増加割合が大きい。理系を系統別でみると、土木・建築系では93.6%がインターンシップに参加している。学生にとってインターンシップへの参加は、就職活動を行う上での通過点の一つとなっている。

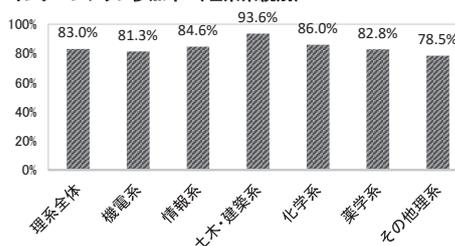
### インターンシップ参加率



### インターンシップ参加率(文理男女)



### インターンシップ参加率(理系系統別)



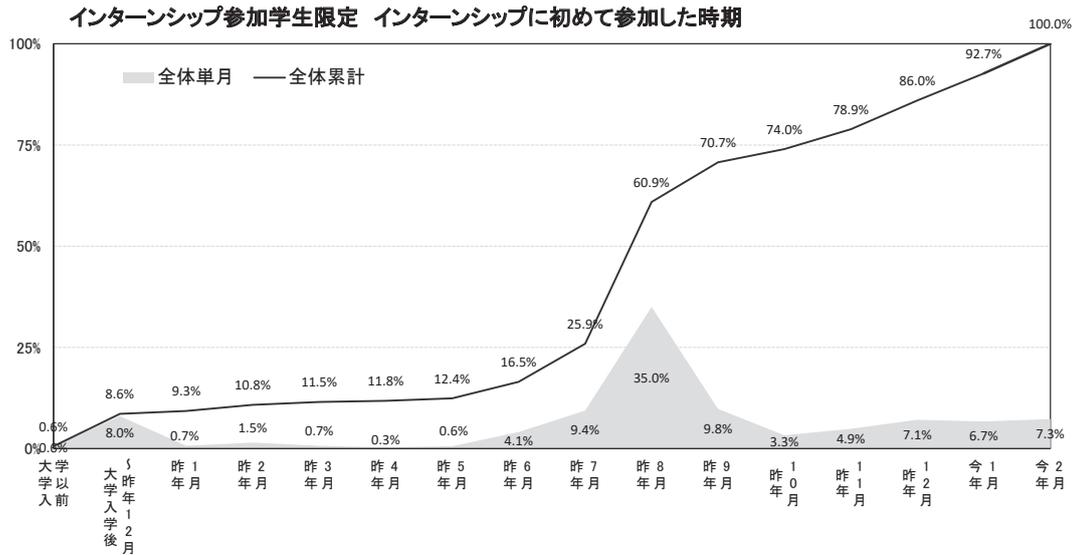
「インターンシップ参加率(経年・文理男女・理系系統別)」出所: 2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

## インターンシップに初めて参加する時期

学生動向 企業動向

インターンシップ経験者の6割が、前年の8月までにインターンシップを経験している

インターンシップの経験がある学生に初めて参加した時期を聞いたところ、60.9%が前年の8月までに1回目の参加をしたと回答した。初めての参加をした学生が最も多かったのも8月で35.0%であった。就職活動開始前年の夏季休業期間にインターンシップ参加をする学生が多いことがわかる。



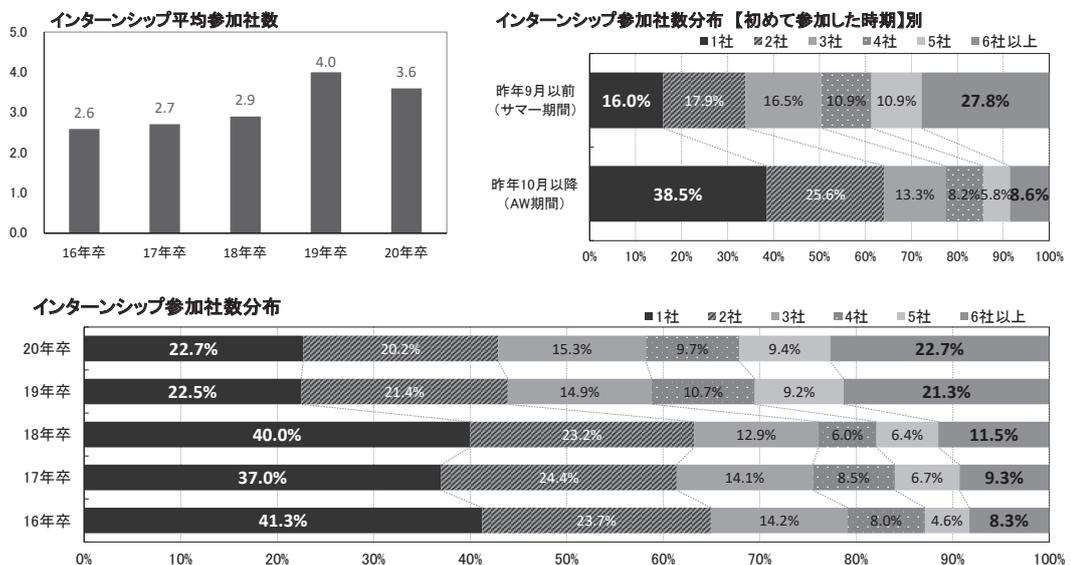
「インターンシップ参加者限定 インターンシップに初めて参加した時期」 出所：2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査（1～2月実施）

## インターンシップ参加社数の経年変化と分布

学生動向 企業動向

インターンシップ経験者の約8割が、複数企業のインターンシップに参加している

1人当たりのインターンシップ参加社数を前年と比較すると、やや減少しているように見えるが、参加社数分布をみると参加社数には両極に偏りがあることがわかる。特に、『初めて参加した時期』別で見ると、最初に参加した日が9月まで（サマー期間）の場合のほうが、シーズン通して参加社数は多い傾向が見られた。20年卒全体でも、半数以上が3社以下であるが、一方で、「6社以上」と回答した学生が22.7%（前年比+1.4pt）であることにも注目したい。



「インターンシップ参加社数(経年)」「インターンシップ参加社数分布(初めて参加した時期別・経年)」 出所：2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査（1～2月実施）

## インターンシップ参加社数と参加社数分布(エリア別)

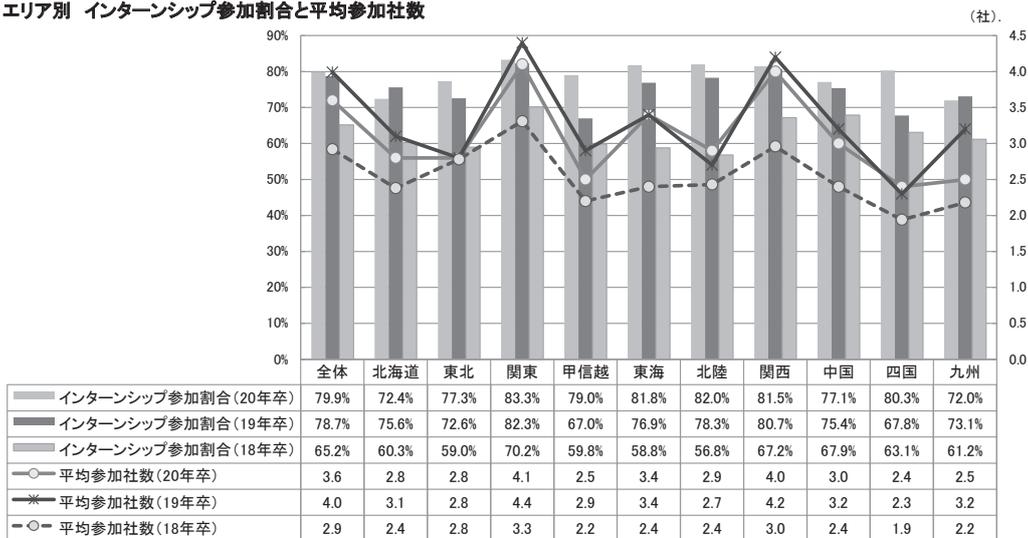
学生動向

企業動向

全国的にインターンシップ参加割合は高まったが、参加社数の伸びにはエリア差あり

日本を10エリアに分けるとやや地域差はあるものの、いずれもインターンシップの参加率は7割を超えている。また、1人あたりの平均参加社数は前年よりもやや減少しているケースもあるが、18年卒からの3カ年で見ると、18年卒から19年卒のタイミングで概ね増加しており、そのまま高い水準を維持していると言える。

エリア別 インターンシップ参加割合と平均参加社数



「インターンシップの参加割合と平均参加社数(エリア別)」出所:2020年卒マイナビ大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

## インターンシップ参加企業の採用選考に参加したか

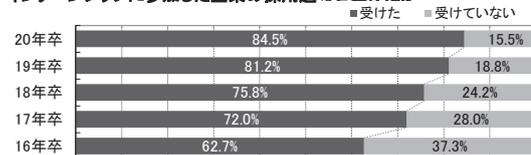
学生動向

企業動向

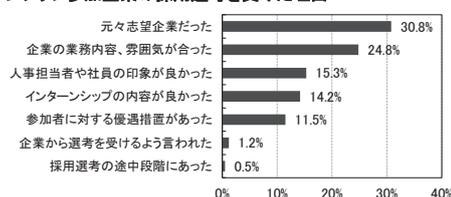
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けた割合は84.5%

内々定を保有している学生への調査において、インターンシップに参加した企業の採用選考に学生が参加した割合は84.5%となった。選考を受けた理由は「元々志望企業だった」が最も高いが、業務内容や社員の印象、インターンシップの内容がよかったことを理由に選考を受けた学生もいた。受けなかった理由は「志望業界が変わった」が最も多い。

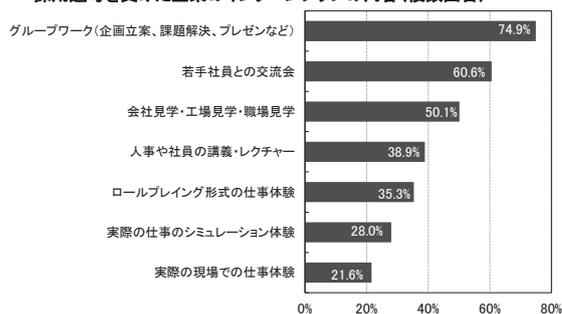
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けたか



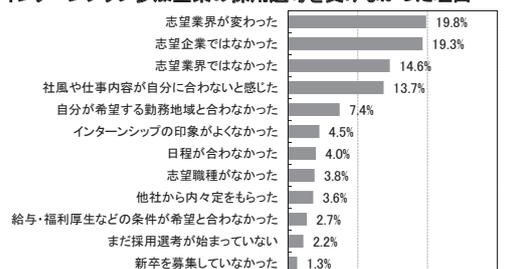
インターンシップ参加企業の採用選考を受けた理由



採用選考を受けた企業のインターンシップの内容(複数回答)



インターンシップ参加企業の採用選考を受けなかった理由



出所:2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

## インターンシップは選考・内々定獲得にどのように役立ったか

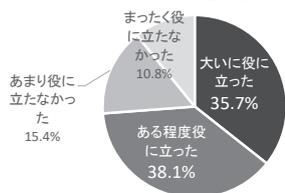
学生動向

企業動向

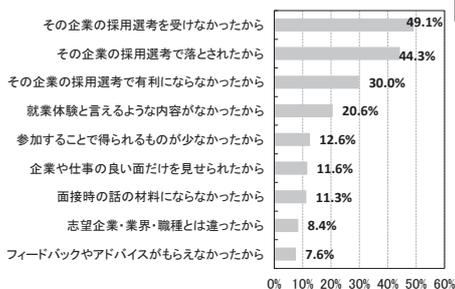
インターンシップが内々定獲得に役立ったと感じている学生は7割以上

内々定を保有している学生への調査において、インターンシップが内々定獲得に役立った(大いに+ある程度)と回答した学生は73.8%だった。その理由としては、「業界」「企業」「職種」への理解が深まったことをあげている。一方、役立たなかった理由としては、「その企業の採用選考を受けなかった」など学生都合による理由の他に「就業体験と言える内容がない」など、プログラム内容による理由も回答としてあげられていた。

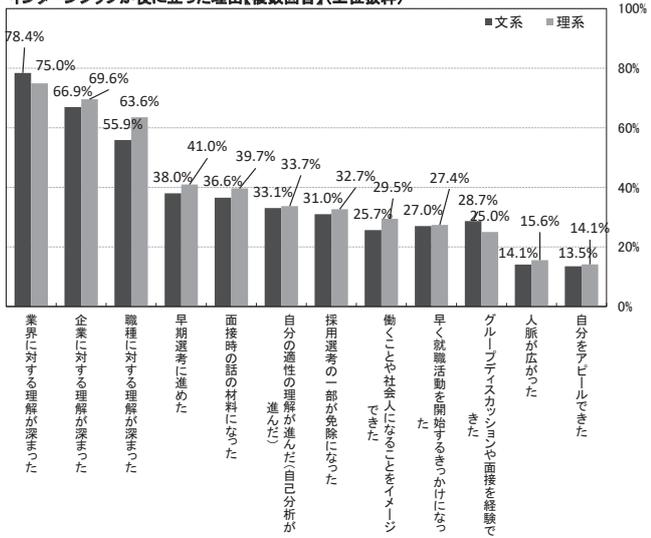
インターンシップは内々定獲得に役立ったか



インターンシップが役に立たなかった理由【複数回答】(上位抜粋)



インターンシップが役に立った理由【複数回答】(上位抜粋)



出所:2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

## インターンシップ志望度への影響

### ■ 学生が選ぶインターンシップアワードとは

学生が選ぶインターンシップアワードとは、学生の職業観涵養および社会的・職業的自立に貢献したインターンシッププログラムを表彰し、学生にとって良い効果をもたらすプログラムの傾向等を社会に伝えることで、インターンシッププログラムの質的向上および実施企業数の増加を実現し、学生と企業のより精度の高いマッチングの促進を目的とした取り組みです。



### ■ インターンシップがもたらす効果と志望度への影響

インターンシップの効果 | インターンシップアワードにて提言された「インターンシップが学生にもたらす効果」主に以下の5つ

#### ① キャリアの焦点化

興味のある業界・企業・仕事内容のイメージが明確になり、やりたい事がわかってきた

#### ② キャリアの展覧化

これまで知らなかった業界・企業・仕事内容を知り、興味の範囲が広がった

#### ③ 人的ネットワークの認知

就職活動を上手く進める為に、周囲の人々との関係性を上手く構築して行こうと考えるようになった

#### ④ 就労意欲

働く事に対する意欲が高まったり、社会人になる準備・覚悟ができた

#### ⑤ 自己理解

自分の強みや弱み・足りない能力を把握する事ができた

上記のうち①②③④の4つの効果にインターンシップに参加した企業への志望度との相関関係に有意性が認められた。

参考:インターンシップアワード公式サイト( <https://internship-award.jp/> )

本紙P.6 特集3「企業にとってのインターンシップ効果とは?」-インターンシップと志望度の関係(多摩大学 初見 康行 准教授)

## Column 学生に好印象を与え、志望度を高めるインターンシッププログラムとは

### インターンシップアワードの学生選考会から見てきた「学生に好印象を与える要素」

第2回インターンシップアワードの大賞は三菱電機が受賞した。数多くの優秀な応募プログラムの中で、インターンシップの参加効果を基準として、見事大賞に選ばれた事となった。

今回の選考では、幅広い学生の意見を反映させる目的で、東京・大阪・名古屋・福岡の4都市で学生を募り、グループに分かれてプログラムの選考を行ってもらった。そこで検討された選考内容を改めて検討してみると、学生がプラス要因として多く挙げていたのは「リアルな職場体験ができるか」の他に「関わる社員の多さ」「手厚いフィードバック」「独自性のあるプログラム」「支給手当の充実」という内容が示された。



#### インターンシップの効果を高め、企業への志望度を向上させる項目

- ① 個別のフィードバック
- ② 多様な役職の社員との交流
- ③ 座学以上の工夫
- ④ 企業の特徴を活かしたプログラム

職場体験はインターンシップである以上必須の条件だが、「関わる社員の多さ」は企業理解や、仕事理解に繋がる機会として若手だけでなく様々な年代・職位の社員との交流を望む声が多かった。「手厚いフィードバック」は自己成長に繋がるものとして好意的に受け止められており、特に個人単位のフィードバックや、フィードバックの内容が適切だと感じると、好印象に繋がっていたようだ。「独自性のある

プログラム」は学生の平均参加回数の増加と関連している。複数社に参加している学生にしてみると、各社の理解を促進させる独自の工夫が差別化に繋がっていると推察される。意外に多く挙げられた要因が「支給手当の充実」で、特に学生に高い成果を課すプログラムの場合、対価として手当てが欲しいという声が多かった。

特集記事で初見准教授の分析にもあるように、「個別のフィードバック」、「多様な役職の社員との交流」、「座学以上の工夫」、「企業の特徴を活かしたプログラム」の4点に注力することで効果が高まり、それが最終的な志望度向上に繋がる、という関係が示されている。実際に学生選考会で議論された事と重ねて考えると、今後のプログラムに活かす内容が示されていると言っても過言ではないだろう。今後のプログラム検討の一助となれば幸いである

リサーチ&マーケティング部部长 栗田卓也

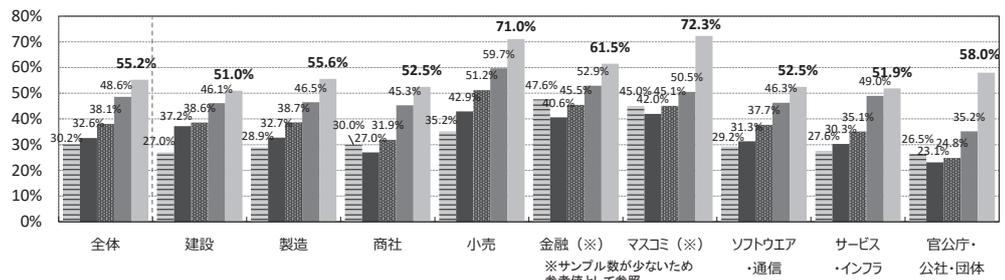
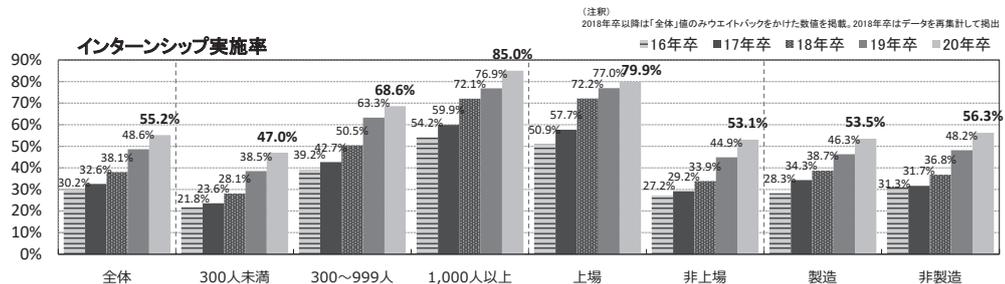
## インターンシップの実施率

学生動向

企業動向

### 半数を超える企業がインターンシップを実施 大手・上場企業では8割

インターンシップの実施率は年々上昇し、特に直近3か年においては全てのカテゴリーで増加傾向にある。20年卒では半数を超える企業が「実施した」と回答しており、特に上場企業や従業員規模の大きい企業では8割が「実施した」と回答している。社会全体で、インターンシップの実施割合が高くなっていることがわかる。



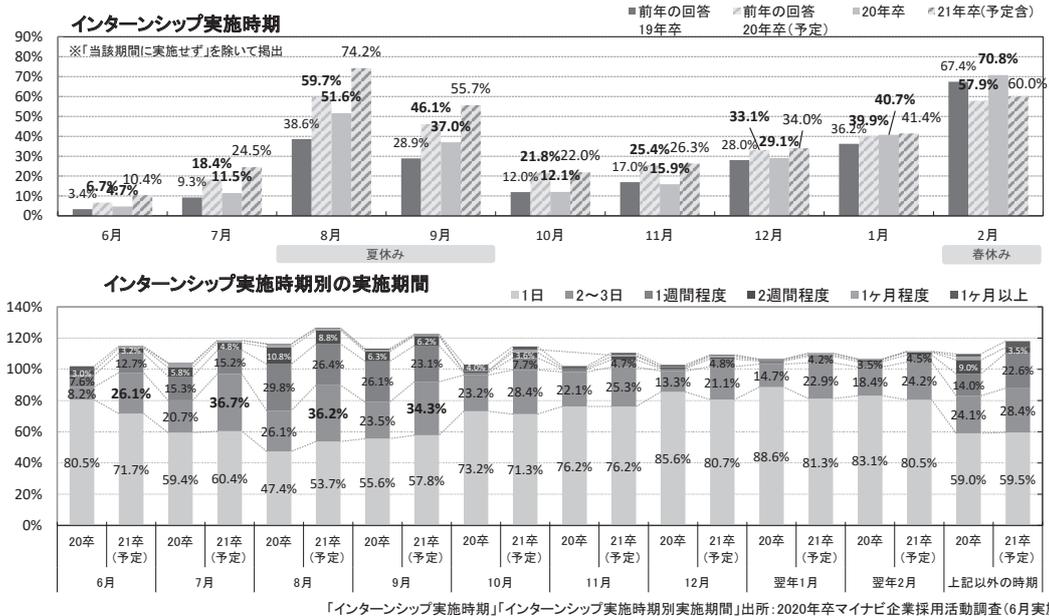
「企業インターンシップ実施率(全体・従業員規模別・上場・非上場別・製造・非製造別・業種別)」出所: 2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## インターンシップ実施時期と日数(全体)

学生動向 企業動向

ピークは8月と2月。8～9月の実施意向が高いが、実際には2月実施が多い

インターンシップの実施時期は、大学が長期休暇に入り、学生が参加しやすい8-9月、2月が多い。企業側は8-9月の実施意向(予定)が高いが、実際には2月の実施が多いようだ。実施日数については「1日」が最も多いが、21年卒(予定)のインターンシップについては、夏開催分を中心に、全体的に「2~3日」が増える傾向にある。



「インターンシップ実施時期」「インターンシップ実施時期別実施期間」出所：2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## インターンシップにおける問題点

学生動向 企業動向

インターンシップにおける問題点は「母集団不足」と「マンパワー不足」

インターンシップを実施する企業が増えるほど、競争率が高くなり、「母集団不足」を問題点にあげる企業が最も多かった。また、業務内容は業種によって大きく変わるためか、就業体験を基に設計されるプログラムの内容に関わる項目(※)については、業種区分によって回答のばらつきが見られた。

(※) 該当項目に色付け

項目	全体	(従業員規模区分)			(業種区分)							「当該期間に実施せず」を除いて掲出	
		300人未満	301~999人	1,000人以上	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信		サービス・インフラ
母集団(エントリー数)の不足	55.6%	54.6%	54.6%	60.8%	57.0%	49.8%	60.0%	63.5%	57.9%	24.2%	50.0%	55.8%	40.7%
マンパワー不足(他業務との兼ね合い含む)	45.7%	44.3%	45.0%	51.7%	47.9%	46.7%	42.1%	50.8%	39.5%	66.7%	58.2%	42.1%	25.9%
企業の知名度が無い	34.7%	39.7%	31.8%	20.8%	43.7%	46.1%	35.9%	7.9%	28.9%	-	45.9%	36.8%	11.1%
プログラム内容の充実度	32.0%	29.7%	36.6%	33.5%	28.9%	31.6%	24.8%	47.6%	21.1%	9.1%	31.6%	31.4%	18.5%
協力社員の確保が難しい	29.9%	29.6%	31.1%	29.1%	32.4%	29.1%	29.7%	34.9%	39.5%	42.4%	40.8%	25.6%	18.5%
業務体験の充実度	24.5%	21.6%	29.5%	27.3%	21.8%	23.8%	25.5%	31.7%	21.1%	15.2%	23.5%	23.1%	22.2%
受け入れられる人数が少ない	23.4%	23.1%	28.8%	16.3%	21.1%	37.5%	16.6%	12.7%	15.8%	54.5%	29.6%	21.5%	14.8%
インターンシップに参加した学生の採用選考の参加割合が低い	22.1%	23.1%	18.9%	23.4%	26.1%	17.3%	18.6%	23.8%	10.5%	6.1%	20.4%	25.2%	22.2%
合同インターンシップ説明会での集客	18.3%	17.3%	14.9%	26.7%	20.4%	14.9%	25.5%	25.4%	5.3%	-	15.3%	15.3%	11.1%
実施内容が一般的(特徴を出せていない)	17.6%	14.9%	22.7%	20.1%	21.8%	18.0%	13.8%	17.5%	13.2%	9.1%	17.3%	18.2%	-
参加学生の質の低下	12.7%	8.9%	15.7%	21.6%	7.7%	17.0%	11.7%	22.2%	18.4%	9.1%	17.3%	7.9%	7.4%
実施エリア以外の学生の参加	10.2%	8.7%	9.3%	16.7%	8.5%	10.2%	8.3%	14.3%	7.9%	12.1%	10.2%	9.5%	14.8%
参加辞退者の増加	9.8%	8.8%	9.1%	14.2%	9.9%	8.0%	11.7%	12.7%	10.5%	-	9.2%	9.5%	3.7%
19年卒学生の採用活動との時期重複	8.9%	7.0%	10.1%	13.6%	9.2%	6.5%	6.9%	14.3%	2.6%	3.0%	9.2%	9.5%	-
予算がない	8.8%	6.5%	12.3%	11.6%	4.2%	9.9%	5.5%	15.9%	10.5%	15.2%	9.2%	7.9%	7.4%
協力社員や面接官の教育・研修(質の均一化)	7.7%	8.0%	8.2%	5.7%	10.6%	7.4%	6.2%	4.8%	7.9%	18.2%	12.2%	7.4%	7.4%
同業他社・採用競合の情報がない	7.6%	6.7%	7.9%	10.2%	6.3%	7.7%	8.3%	6.3%	2.6%	9.1%	11.2%	8.7%	3.7%
業務上の機密保持・情報漏洩防止の観点から現場体験が困難である	7.4%	5.7%	10.2%	9.3%	6.3%	9.9%	5.5%	-	15.8%	12.1%	13.3%	9.5%	7.4%
経営陣の関心が低い、理解が得られない	6.7%	7.1%	7.3%	4.0%	9.9%	6.2%	6.9%	11.1%	10.5%	6.1%	5.1%	2.9%	7.4%

「インターンシップにおける問題点」出所：2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

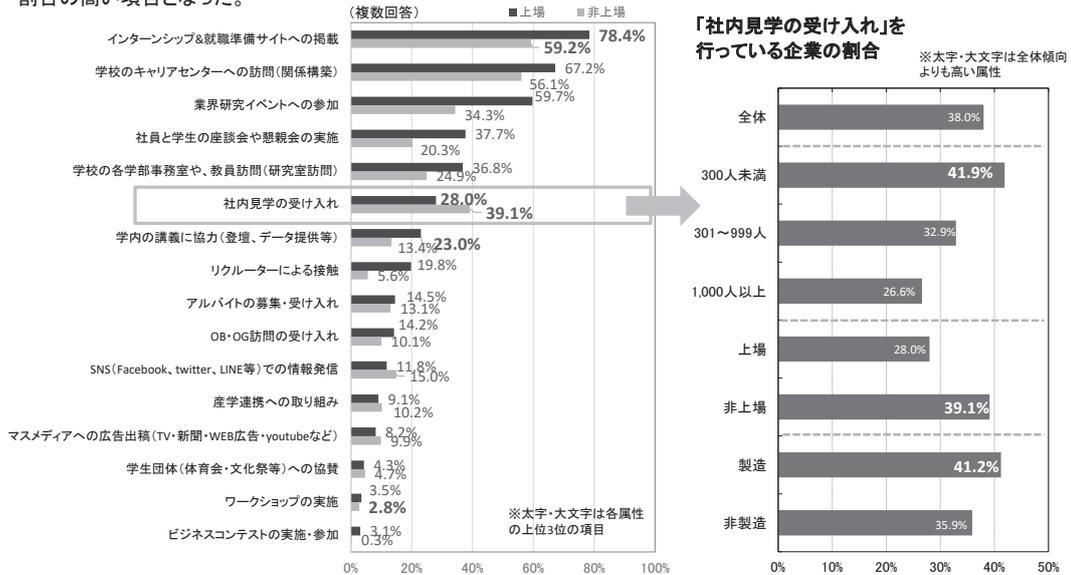
## 「インターンシップ以外で」企業認知UPのために行った施策

学生動向

企業動向

### 学校との関係性構築以外にも、露出を上げるための努力

企業認知度を上げるために実施しているインターンシップ以外の施策を複数回答で聞いたところ「インターンシップ&就職準備サイトへの掲載」(78.4%)が最も多く、次いで「学校のキャリアセンターへの訪問・関係構築」(67.2%)が高かった。上場・非上場企業で異なる傾向を見せたのが「社内見学の受け入れ」で、非上場企業では先の2項目について3番目に実施割合の高い項目となった。



「インターンシップ以外の企業認知UPのための施策」「社内見学の受け入れ」を行っている企業の割合 出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 採用が「うまくいった」中小企業が採用広報前に行っていること

学生動向

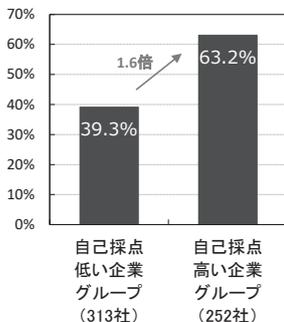
企業動向

### 広報活動開始前の活動は学生との接触機会を重視 インターンシップ実施割合は1.6倍

従業員300人未満の中小企業に限定して、自己採点が高い企業(※)のインターンシップ実施割合を見ると、自己採点の低い企業の約1.6倍高い。またインターンシップ以外の施策では、「社内見学の受け入れ」「業界イベントの参加」「社員と学生の座談会や懇親会の実施」など学生との直接接触の機会を積極的に作っていることがわかる。

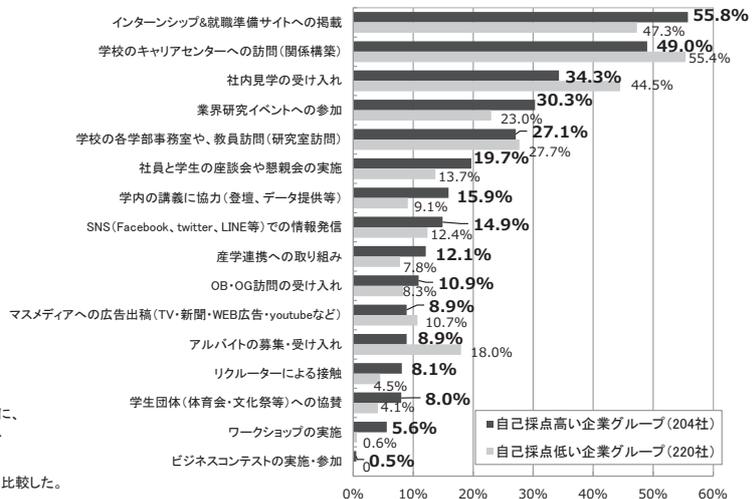
#### インターンシップを「実施した」割合 【従業員300人未満企業】

1,197社限定で集計



※正社員従業員数300名未満の企業1,197社を対象に、20年卒採用の自己採点が30点以下、31点から70点、71点以上の3区分に分類して集計。  
71点以上グループを「自己採点高いグループ」、30点以下グループを「自己採点低いグループ」として比較した。

#### インターンシップ以外に2月以前に実施している施策(複数回答) 【従業員300人未満企業878社限定で集計】



「インターンシップを実施した割合」「インターンシップ以外に2月以前に実施している施策」出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

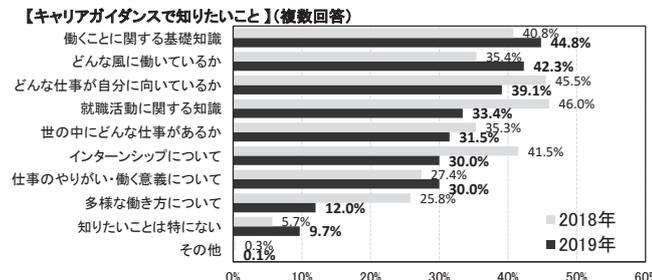
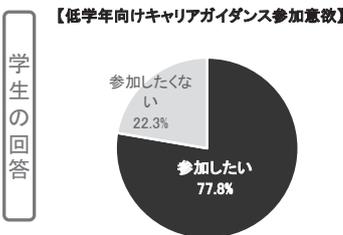
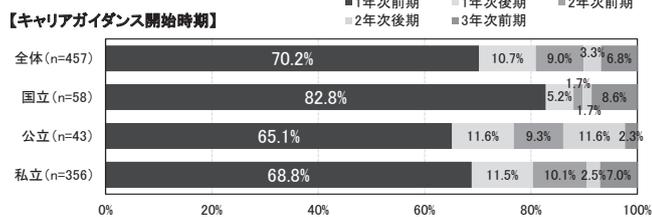
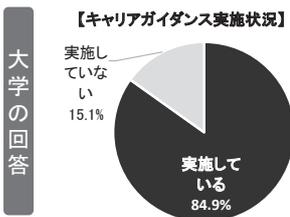
## 低学年学生のキャリア教育・キャリアガイダンスの状況

学生動向

企業動向

### 9割の大学がキャリア教育やキャリアガイダンスを実施していると回答

2011年から施行された「大学設置基準の第42条の2」でキャリア教育の必要性が定められたことにより始まり、大学におけるキャリア教育の重要性は周知の事柄となっている。大学では84.9%がキャリアガイダンスを実施しており、うち7割が「1年生次前期」から開始していると回答した。学生側も低学年の77.8%が参加意欲を見せている。学生に「知りたいと思っていること」を聞くと、「働くことに関する基礎知識」をはじめ、就活ノウハウというより、その先の「働き方」に関心を持っていることがわかった。



「キャリアガイダンス実施状況(大学の回答)」「キャリアガイダンス開始時期」出所:2019年度キャリア・就職支援への取り組み調査(6~7月実施)  
「低学年向けキャリアガイダンス参加意欲」「キャリアガイダンスで知りたいこと」出所:2019年マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2月実施)

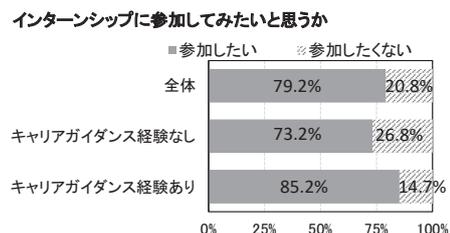
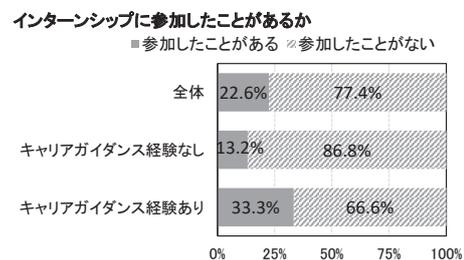
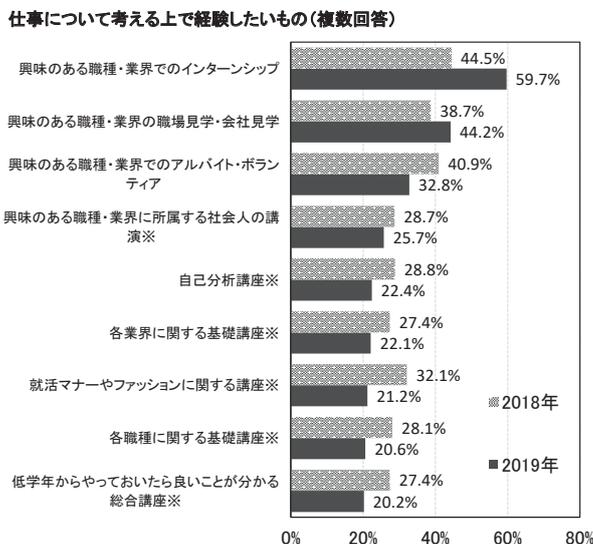
## 低学年学生にも広がるインターンシップへの関心

学生動向

企業動向

### 興味のある職種や業界でのインターンシップに関心が高い

仕事について考える上で経験したいものとして、インターンシップを挙げる割合が最も高く、前年度以上にインターンシップへの関心が高まっていることが窺える。また低学年次のインターンシップ参加状況および参加希望についてはキャリアガイダンス経験者のほうが未経験者よりも参加経験・参加意欲ともに高かった。



(※)大学での実施を含む

「仕事について考える上で経験したいもの(複数回答)」「インターンシップ経験と今後の参加意欲」出所:2019年マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2月実施)

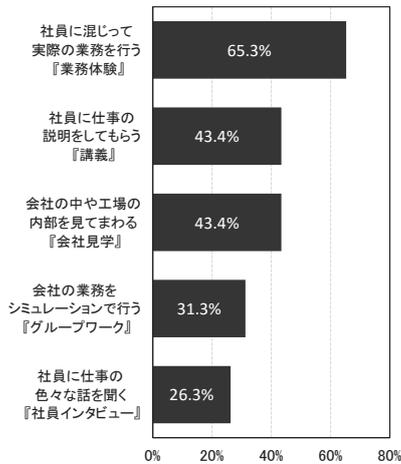
## 低学年学生がインターンシップに思うこと

学生動向 企業動向

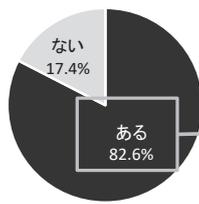
### 参加してみたいインターンシップの内容は「社員に混じって実際の業務を行う業務体験」

参加してみたいインターンシップの内容としては、実際の「業務体験」を挙げる割合が最も高く65.3%。また、インターンシップに参加するにあたり82.6%が不安があると回答し、その内容としては、インターンシップの選考に関わる項目(※)が多く見られた。また、「インターンシップで企業のどんなところを見てくればいいか」と回答した割合は50.2%で、ただ参加するだけではなく、何をすることができるのか、その目的を考えている様子が窺えた。

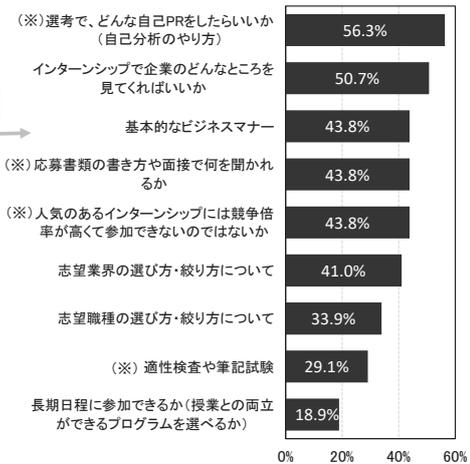
参加してみたいインターンシップの内容  
(複数回答)



インターンシップに参加するにあたり不安があるか  
不安の有無



不安の詳細(複数回答)



「参加してみたいインターンシップの内容」「インターンシップに参加するにあたり不安があるか」出所：2019年マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2月実施)

## 将来やりたい仕事があって大学での専攻を選んだか

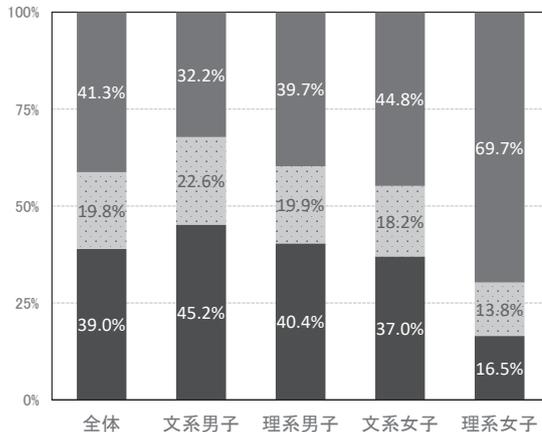
学生動向 企業動向

### 将来やりたい仕事があって専攻を選ぶのは文理・男女に差がある

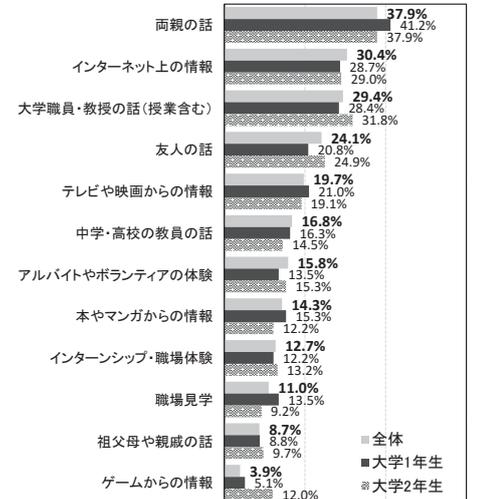
大学生低学年へのアンケートで高校生の時、「将来やりたい仕事」があって大学の専攻を選んだか聞いたところ、文理でいえば理系、男女でいえば女子のほうが将来を見越した大学選びをしていることがわかった。また、仕事について考える際に影響を受けているのは「両親の話」が最も高かった。

高校生の時、「将来やりたい仕事」があって、今の大学の専攻を選んだか

- 高校生のとき、やりたいと思っていた仕事に就くのに役立つような専攻を選んだ
- 高校生のとき、「将来やりたい仕事」はあったが、専攻を選ぶのとは関係なかった
- 高校生のとき、特にやりたい仕事はなかった



仕事について考えるとき、影響を受けていると思うこと  
(複数回答)



「高校生の時、『将来やりたい仕事』があって、今の大学の専攻を選んだか」「仕事について考えるとき、影響を受けていると思うこと」出所：2019年マイナビ大学生低学年のキャリア意識調査(2月実施)

## 企業選びの「安定している」認識に変化

学生の就職に関する意識調査では「企業を選択する際重視するポイント(最大2つ選択)」で「安定している」が大幅に増加した一方で、「大手志向」は減少。従来のイメージである“安定＝大手企業”という認識が変化しているようだ。代わりに増加したのは「給料の良い会社」と「これから伸びそうな会社」。経済や労働環境が目まぐるしく変化する時代背景もあって、学生にとっては“(将来的な収入よりも)入社後すぐの待遇”と“(今の安定よりも)将来的な成長性”が重要であるということだろう。

### 学生の意識は10年前とどう変わったか

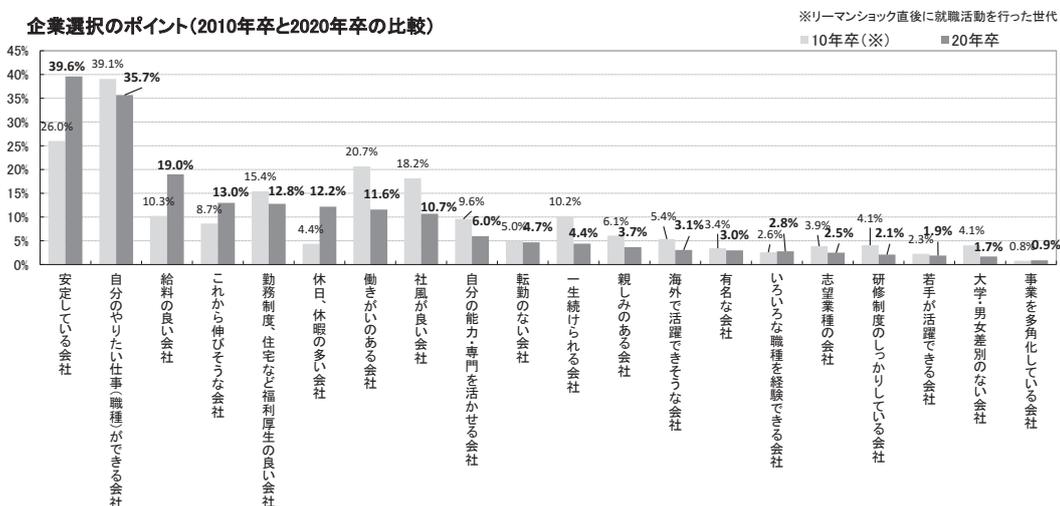
学生動向

企業動向

待遇面に関する項目が上昇。企業を取り巻く環境に対する意識の変化の表れか

「安定している」と「やりたい仕事ができる」の2つ項目は、順位の入替えはあったものの、10年の時を経て変わらないう位であった。それ以外の項目を10年前と比べると、「給料の良い」「休日、休暇が多い」といった待遇面に関するものが高くなった。反対に、減少幅が大きい項目は「働きがいのある会社」「社風が良い会社」で、抽象的な「印象」よりも具体的な項目(待遇面)が重視されている様子が窺える。また、「一生続けられる会社」の割合が減少しているが、この理由として、1つの企業に終身雇用を期待する学生が少なくなったためと推察される。

企業選択のポイント(2010年卒と2020年卒の比較)



「企業選択のポイント」出所:2020年卒マイナビ大学生就職意識調査(2018年12月~2019年4月実施)

学生が入りたい「安定している会社」とは

「2020年卒マイナビ大学生就職意識調査」の「企業を選択する際重視するポイント」を最大2つまで聞いた設問で、2001年卒以来初めて「安定している会社」がトップになりました。

一般的に「大手企業」＝「安定している会社」というイメージがありますが、今回の調査では「大手志向」が前年を下回ったにも関わらず、「安定している会社」は大幅に増加していたのです。その理由を探るため「安定している会社」を選んだ学生（※）に注目し、彼らを選択したもう1つの項目を近年同様、売り手市場で大手志向が同程度であった2009年卒と比較してみました（上位抜粋）。順位の違いこそあれ、どちらも大手企業でのイメージが強い「待遇の良さ」など条件面の項目が共通しています。

注目したのは2020年卒では「これから伸びそうな会社」が3位に入っていることです。2009年卒の9位（4.1%）から順位、割合ともに伸びています。「安定している会社」の捉え方が、『条件が整っている→大手企業に多い』から『条件が整っている&これから伸びそう→大手企業ばかりではない』に変化したと考えられます。

2020年卒学生は、経済や労働環境等の先行き不透明さから、現在の企業の「安定」が将来の「安定」を保証するものではないと考え、「これから伸びそうな会社」は、「将来もなくなるらない会社」であり、これこそが「安定している会社」だと捉えるようになったのでしょう。大手、中小、ベンチャーに限らず、成長性が見込め「将来も安定」且つ「条件面も良い」という会社に入社したいというのが学生の本音なのかもしれません。

リサーチ&マーケティング部 天野 英美子

（※安定している会社を選んだ学生が選択したもう1つの選択肢の回答数の総和を100%として各割合を算出）

	2009年卒 (リーマンショック直前:大手志向52.9%)	2020年卒 (大手志向52.7%)
1位	自分のやりたい仕事(職種)ができる会社 18.9%	給料のよい会社 22.0%
2位	勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社 11.6%	自分のやりたい仕事(職種)ができる会社 20.9%
3位	働きがいのある会社 10.3%	これから伸びそうな会社 10.5%
4位	社風が良い会社 9.4%	休日、休暇の多い会社 10.2%
5位	給料のよい会社 8.6%	勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社 9.5%

「大手志向」および「企業選択のポイント」出所:2020年卒マイナビ大学生就職意識調査(2018年12月~2019年4月)

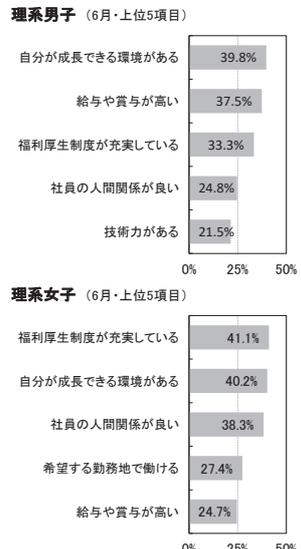
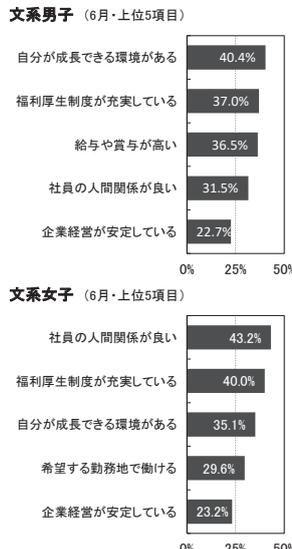
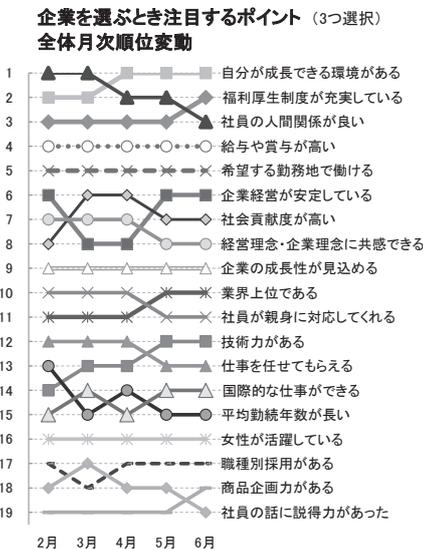
企業を選ぶとき注目するポイント・活動が進むにつれての変化

学生動向

企業動向

活動が進むにつれ「自分が成長できる環境がある」「福利厚生制度が充実している」が上昇

企業を選ぶとき注目するポイントを注目度の高い順から3つ選んでもらったところ、2月~6月にかけて1位~3位を「自分が成長できる環境がある」「福利厚生制度が充実している」「社員の人間関係が良い」が占めた。上位3項目は調査を実施した6か月間、同じ顔ぶれであったが、企業の属性や仕事内容ではなく、自分が将来働くであろう「働く環境」を示す項目が重視されている点は注目したい。



「企業を選ぶとき注目するポイント」出所:2020年卒マイナビ大学生就職モニター調査(2月~6月実施)

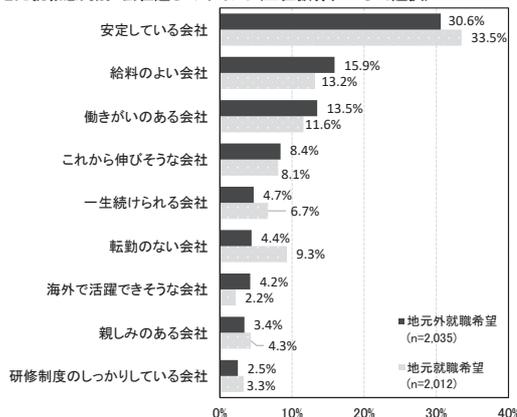
Column

地元就職希望学生の会社選びのポイントとは

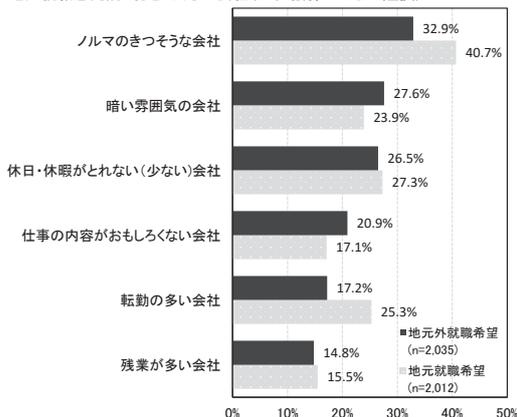
地元には「安定」を、地元外には「働きがい」を求める

会社選びのポイントについて地元就職希望学生・地元外就職希望学生で比較したところ、地元就職希望学生は地元外就職希望学生よりも「安定している会社」、「転動のない会社」、「一生続けられる会社」を重視する割合が高くなっています。一方、地元外就職希望学生では「給料のよい会社」「働きがいのある会社」を挙げる割合が高い結果となりました。行きたくない会社については、地元就職希望学生の方が地元外就職希望学生よりも「ノルマのきつそうな会社」「転動の多い会社」について挙げる割合が高く、地元外就職希望の学生では「暗い雰囲気の会社」「仕事の内容が面白くない会社」を挙げる割合が高くなりました。共に「安定」を求めているものの、腰を据えて働か、チャレンジングな環境で働かで志向が異なるといえそうです。

地元就職意向別 会社選びのポイント(上位抜粋、2つまで選択)



地元就職意向別 行きたくない会社(上位抜粋・2つまで選択)



※地元就職希望＝最も働きたい勤務地が卒業高校都道府県に一致  
 ※地元外就職希望＝最も働きたい勤務地が卒業高校都道府県に不一致  
 「地元就職意向別 会社選びのポイント」「地元就職意向別 行きたくない会社」  
 出所：2020年卒マイナビ大学生就職意識調査(2月～4月実施)及び2020年卒マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査(4月実施)の両方に回答した学生データを再集計

リサーチ&マーケティング部 小川 裕香里

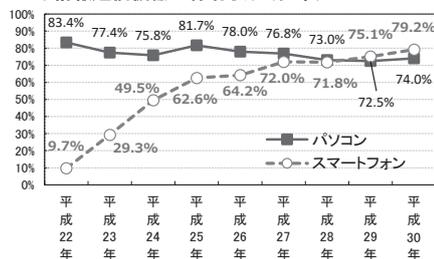
PC保有率とスマートフォン保有率、アプリ利用状況の年次推移

学生動向 企業動向

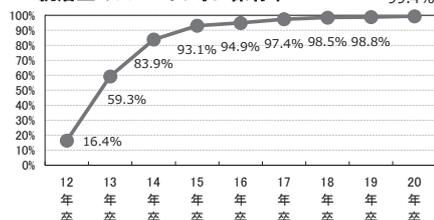
スマートフォンの保有率がPCを上回り、就活サイトのアプリの利用は8割超

一般家庭におけるPCの保有率が横ばいで推移する中、スマートフォンの保有率はPCを上回った。特に就活生においてはほぼ100%となっている。就活サイトのアプリ利用率も8割を超えた。乗換検索や地図アプリの利用に加え、スケジュール管理もスマートフォンで行う学生が増え、就活におけるスマートフォンの重要度はますます高まっている。

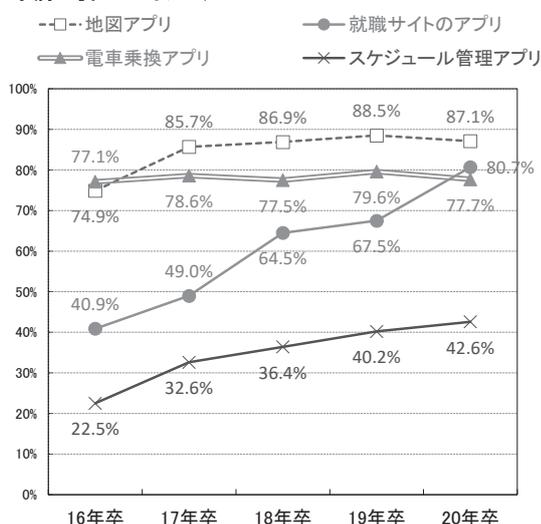
主な情報通信機器の保有状況(世帯)



就活生のスマートフォン保有率



実際に使っているアプリ



「主な情報通信機器の保有状況」出所：通信利用動向調査(総務省 2019年5月31日公表)  
 「就活生のスマートフォン保有率」「実際に使っているアプリ」出所：2020年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査(2018年11月～12月実施)

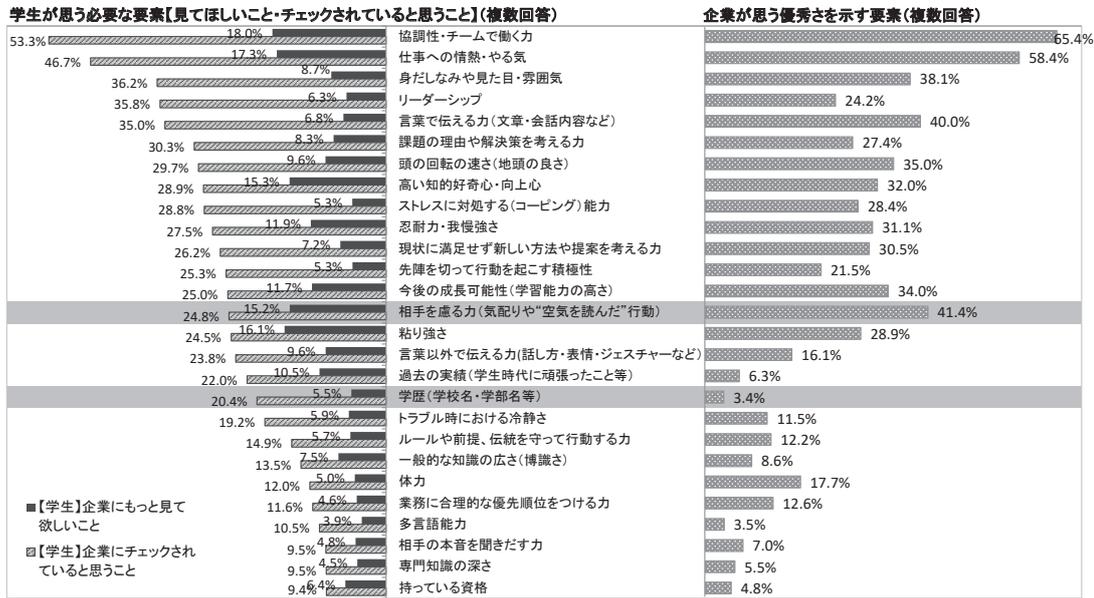
# 学生が「企業に見られていると思うこと」と企業が思う「優秀さ」

学生動向

企業動向

## 学生と企業のギャップが最も大きいのは「学歴」と「相手を慮る力」の捉え方

上位の「協調性・チームで働く力」「仕事への情熱・やる気」については学生・企業ともに重要だという認識は共通していた一方で、学生が見られていると感じている「学歴」(20.4%)は企業側では3.4%と17.0ptの差が見られた。また、企業が優秀さを示す要素としてあげている「相手を慮る力」(41.4%)は学生側では24.8%であり、捉え方に違いが見られた。



「学生が思う必要な要素【見てほしいこと・チェックされていると思うこと】」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(6月実施)  
「企業が思う優秀さを示す要素」出所：2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## Column

## 働き方改革の先に見る学生の求める社会環境

### 働きやすい労働環境の整備とコンプライアンスの遵守が重要な鍵になる

2019年4月から「働き方改革」関連法案が順次施行され始め、学生の関心も高まっています。そこで「2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月実施)」で“働き方改革関連法案が施行されるなど、就労を取り巻く環境をより良くする流れが見られますが、今後どのような社会環境を望みますか。”という質問を投げかけてみました。

その結果が右図になります。同率でトップに挙げられたのが「残業時間が減る」「ワークライフバランスが整う」の2項目となり、仕事とプライベートの切り分けを重視する姿勢が鮮明に表れています。

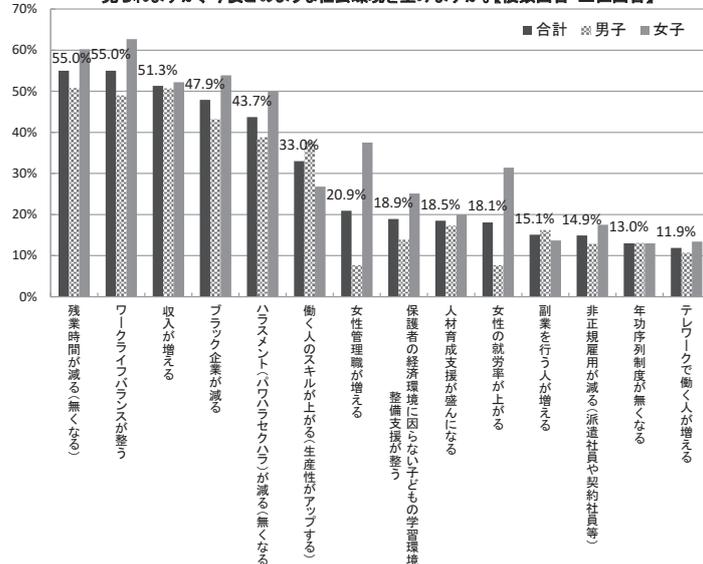
また4番目に「ブラック企業が減る」、5番目に「ハラスメントが減る」が挙げられており、企業にコンプライアンスを求める声も多いことがわかります。

これを男女別に比較すると女子の方が総じて働き方改革を通じた社会環境の変化を望む声が多い事がわかります。特に「女性管理職が増える」や、「女性の就労率が上がる」などは男子の倍以上の回答となっており、女性の社会的地位の確立を望む思いが感じられます。

今回の設問から学生が重視する社会環境として見えてきたのは、“適正な労務管理”と“コンプライアンスの重視”、この2つの要素を整備する事は今後の人材獲得戦略上、必要に迫られていると思います。優秀な人材を獲得する為に、少しずつ社内を整備し、学生にしっかりとアピールしていく事が望まれます。

リサーチ&マーケティング部 部長 栗田 卓也

働き方改革関連法案が施行されるなど、就労を取り巻く環境をより良くする流れが見られますが、今後どのような社会環境を望みますか。【複数回答・上位回答】



「今後どのような社会環境を望みますか」出所：2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月実施)

## 採用意欲は高水準を維持、採用手法は多様化

企業の採用意欲は20年卒でも高水準を維持し、全ての業種区分で増加傾向が見られた。企業側の競争が高まるなかで採用手法は多様化しており、従来の選考フローに加えて、面談やOB・OG訪問の機会を持つなど、学生の企業理解を深めようと様々な工夫がなされていた。一方で学生は前年以上に、広報活動開始前から、インターンシップを含む業界や仕事研究の経験を積みながら応募する企業を予め選んでおき、採用情報公開直後のタイミングから選考フェーズへ突入することも多かったようだ。

### 企業の採用意欲(全体、簡易分類業種別など)

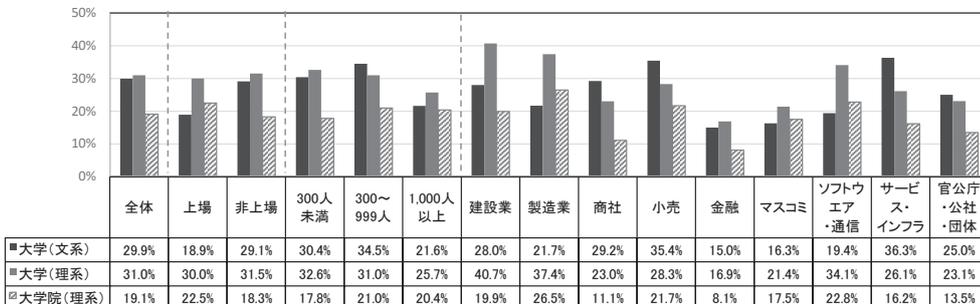
学生動向

企業動向

採用を「増やす」に注目すると、業種別に文理区分のニーズの違いが明確に

主要業種別に採用を「増やす」割合を文理区分別にみると、小売とサービス・インフラ、商社のように文系の採用ニーズが高い業種と、建設業や製造業、ソフトウェア・通信のように理系ニーズが高い業種にはっきりと分かれていた。また、業種別の採用予定数 対前年比(20卒/19卒)では、前回調査(19卒/18卒)でマイナス計画だった「金融」も含めて、すべての業種区分で増やす意向が見られた。

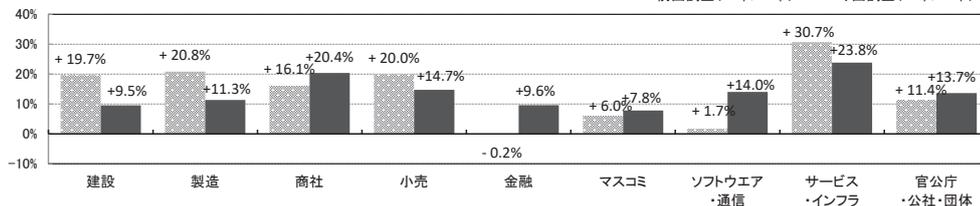
前年より採用を「増やす」と回答した割合



採用予定数 対前年比(業種別)

■前回調査(19卒/18卒)

■今回調査(20卒/19卒)



「前年より採用を「増やす」と回答した割合」「採用予定数 対前年比(業種別)」出所: 2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)

## 20年卒採用の自己採点ならびに現時点での問題点

学生動向 企業動向

### 20年卒採用の自己採点は業種によってばらつきあり

20年卒採用の自己採点を聞いたところ、マスコミではやや高い傾向にあったが、小売では厳しい点数となった。また、製造、商社、サービス・インフラでは自己採点30点以下グループと71点以上グループが同程度の割合となっており明暗が分かれた様子が窺える。また「現時点での問題点」としては、「母集団不足」「選考受験者不足」など応募学生の『量』に関する項目と、「マンパワー不足」が全体的に高い傾向にあった。

20年卒採用 自己採点	30点以下			31～70点以下			71点以上			現時点での問題点(複数回答) (業種区分)												※上位抜粋
	0%	20%	40%	60%	80%	100%	全体	上場	非上場	300人未満	301～999人	1,000人以上	建設(建設除く)	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体		
全体	25.2%	54.7%	20.1%	母集団(エントリー数)の不足	59.8%	56.0%	60.1%	59.9%	59.9%	58.9%	61.8%	54.1%	64.3%	73.4%	68.3%	36.1%	51.8%	57.1%	42.5%			
上場	4.3%	60.4%	25.3%	合同企業説明会での集客不足	41.7%	42.0%	41.7%	39.8%	46.8%	43.9%	47.1%	38.4%	49.2%	45.6%	30.0%	19.4%	34.7%	39.1%	25.0%			
非上場	26.2%	54.1%	19.6%	個別企業セミナーの出発率低下	21.3%	21.0%	21.4%	20.3%	23.8%	23.4%	22.2%	19.1%	22.7%	27.8%	23.3%	8.3%	20.0%	20.5%	5.0%			
300人未満	27.3%	52.2%	20.5%	選考受験者数の不足	45.9%	44.5%	46.0%	45.5%	44.7%	49.6%	48.4%	39.2%	40.8%	59.5%	50.0%	36.1%	37.6%	46.0%	50.0%			
301～999人	22.4%	58.1%	19.6%	選考辞退の増加	14.5%	19.2%	14.1%	12.2%	18.2%	21.8%	12.0%	18.3%	13.9%	16.5%	30.0%	11.1%	17.6%	12.4%	10.0%			
1,000人以上	17.8%	63.6%	18.6%	受験学生の質の低下	23.1%	35.8%	21.9%	20.1%	26.2%	35.7%	19.6%	22.6%	23.9%	30.4%	31.7%	30.6%	25.9%	21.7%	17.5%			
建設	33.3%	51.4%	15.3%	選考事務見直しが必要なこと	6.7%	9.1%	6.5%	6.0%	7.9%	8.7%	7.6%	7.3%	6.7%	6.3%	3.3%	5.6%	7.1%	6.3%	5.0%			
製造(建設除く)	22.4%	55.2%	22.4%	採用計画見直しが必要なこと	14.9%	16.1%	14.8%	14.2%	17.6%	14.2%	17.8%	14.7%	14.3%	15.2%	8.3%	25.0%	12.4%	14.1%	5.0%			
商社	23.9%	56.0%	20.1%	内々定辞退の増加	20.5%	32.0%	19.5%	16.6%	26.9%	32.4%	15.6%	23.0%	18.1%	25.3%	31.7%	22.2%	25.3%	19.9%	17.5%			
小売	25.9%	61.7%	12.3%	同業他社・採用競合の情報不足	14.7%	14.4%	14.8%	12.6%	20.5%	17.3%	16.9%	16.8%	12.2%	10.1%	10.0%	11.1%	15.9%	15.7%	5.0%			
金融	2.7%	69.1%	18.2%	リターン学生の採用難	7.4%	4.5%	7.6%	7.6%	6.6%	7.2%	12.0%	8.1%	8.8%	5.1%	6.7%	5.6%	5.3%	5.3%				
マスコミ	5.3%	50.0%	43.8%	採用協力社員や面接官の教育・研修不足	14.6%	18.8%	14.2%	14.6%	14.5%	15.1%	16.4%	16.6%	13.4%	17.7%	10.0%	13.9%	9.4%	12.6%	5.0%			
ソフトウェア・通信	16.8%	62.9%	20.4%	採用予算不足	11.2%	18.4%	10.6%	10.2%	14.1%	12.2%	11.6%	12.2%	7.1%	12.7%	11.7%	16.7%	10.0%	11.6%	5.0%			
サービス・インフラ	25.2%	51.7%	23.2%	マンパワー不足(他業種との兼ね合い含む)	39.1%	55.0%	37.6%	37.4%	41.0%	46.1%	40.9%	37.6%	42.0%	40.5%	33.3%	61.1%	44.1%	37.4%	27.5%			
官公庁・公社・団体	2.5%	60.0%	27.5%	企業の知名度が低い	44.0%	39.1%	44.5%	46.9%	41.4%	31.4%	55.1%	57.3%	46.6%	24.1%	31.7%	11.1%	51.2%	38.6%	17.5%			

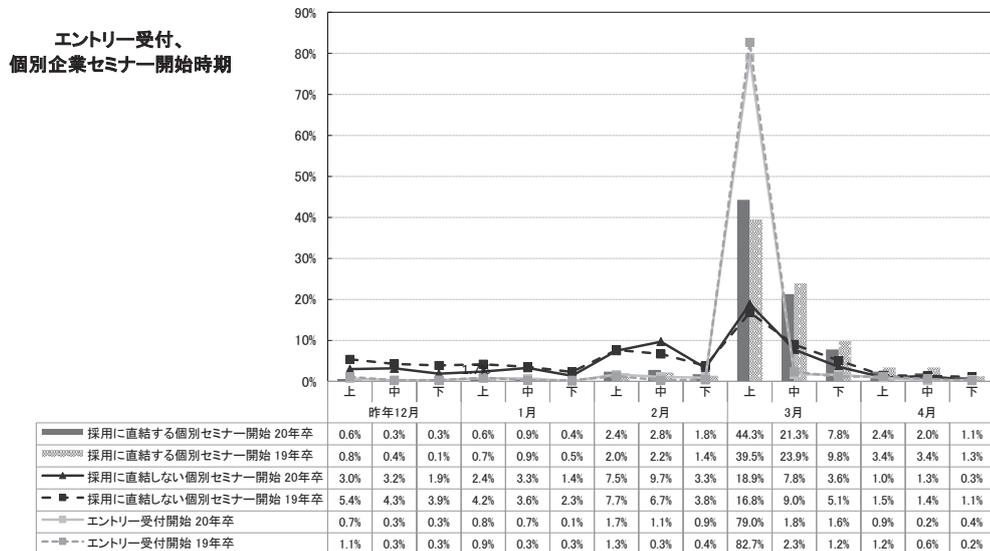
「20年卒採用自己採点」「現時点での問題点」出所：2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 採用活動(1)エントリー開始時期、個別企業セミナー開始時期

学生動向 企業動向

### エントリー受付開始は、ほぼ前年と同じ傾向 採用直結の個別企業セミナー開始早まる

企業のエントリー受付開始時期は、前年同様3月上旬に集中している。採用に直結しないセミナー(業界研究セミナー等)は、大きな変化は見られないが、採用に直結するセミナーの開始時期では、3月上旬が前年を上回り、逆に中旬・下旬では前年を下回った。3月のなかでもより早く個別企業セミナーを開始した企業が増加したと思われる。



「エントリー受付、個別企業セミナー開始時期」出所：2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)

## 採用活動(2)個別企業セミナーの集中した時期

学生動向

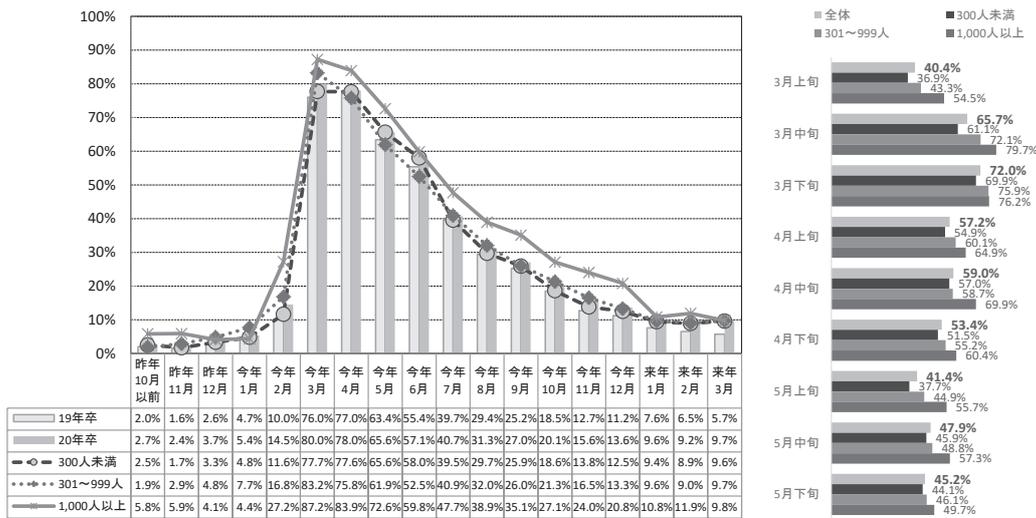
企業動向

個別企業セミナーは3月中旬～4月が開催のピーク 徐々に減少するも半数は6月も開催

個別企業セミナーを行う企業が多いのは3月中下旬を中心とした3～4月だったが、6月までは半数が開催を予定している。特徴的なのは、「従業員規模1,000人以上」の企業で、3～5月の実施実績、6月以降の実施予定ともに全体を上回る割合で推移している。

(注釈)本調査は6/5～6/19にかけて実施したため、6月以降は「予定」を含む状況を回答いただいています。

個別企業セミナーの実施割合(3～5月)と実施予定(6月以降)の割合



「個別企業セミナーの実施割合(3～5月)と実施予定(6月以降)の割合」「3～5月の詳細」出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

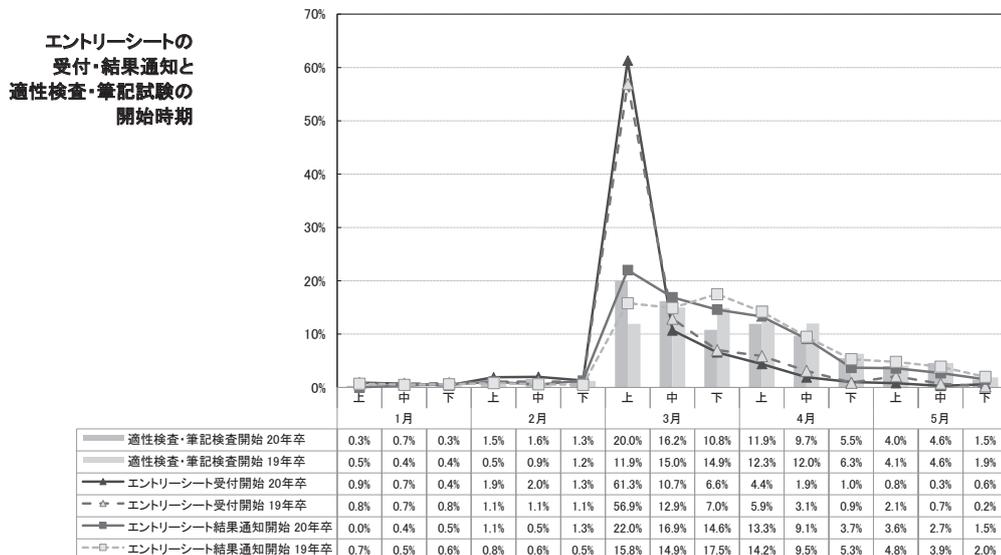
## 採用活動(3)エントリーシートと適性検査・筆記試験

学生動向

企業動向

エントリーシートの結果通知が3月上旬より開始

エントリーシートの受付開始のタイミングは前年とほぼ同様の結果となった。しかしながら、エントリーシートの結果通知と適性検査・筆記試験の開始タイミングについては、いずれも前年は3月下旬にあったピークが3月上旬へ移っており、3月のなかでもより前半に実施されていることがわかる。



「エントリーシートの受付・結果通知と適性検査・筆記試験の開始時期」出所:2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)

## 面接前接触回数の増減

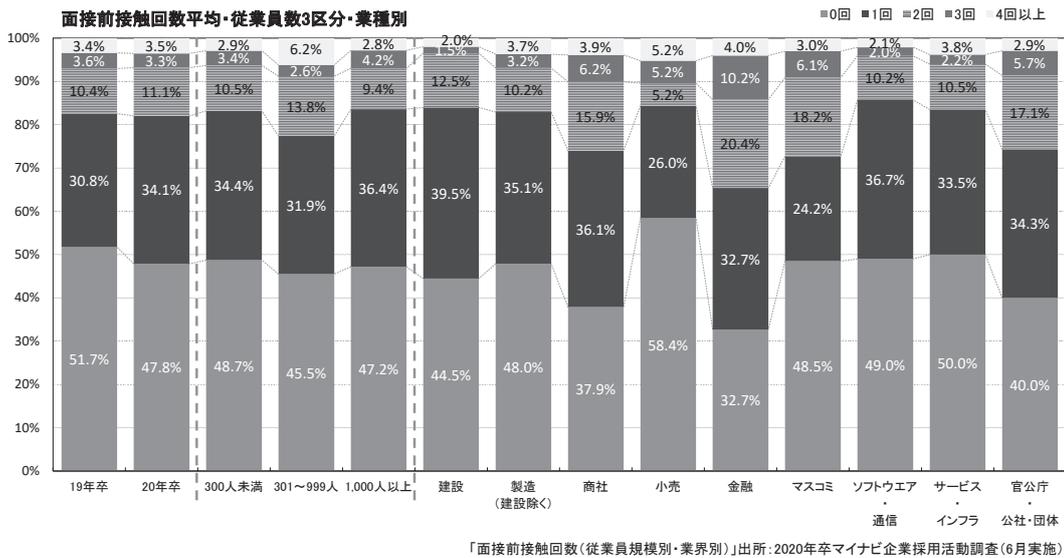
学生動向

企業動向

### 面接前の接触回数は業種によってさまざま

面接前の接触回数を企業に確認してみると、「0回」と回答した企業は前年比3.9pt減の47.8%となり、1回以上、何らかの接触機会をもった割合が全体的に増えている。特に業種別では違いが顕著に現れており、「商社」「金融」において面接前の接触回数が多いことがわかった。

(注釈)ここでの「面接前接触」とはセミナー、個別面談、OB・OG訪問、リクレーター面談、ジョブマッチング等を想定しております。



## 採用活動(4)選考(面接)

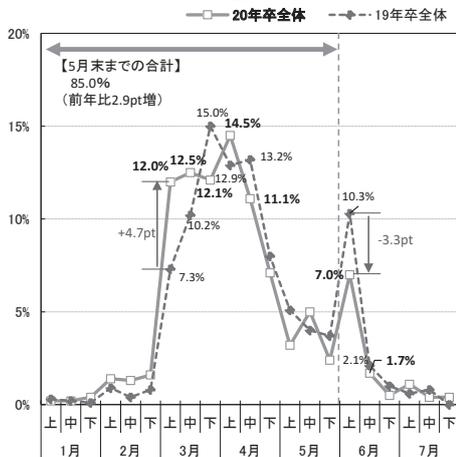
学生動向

企業動向

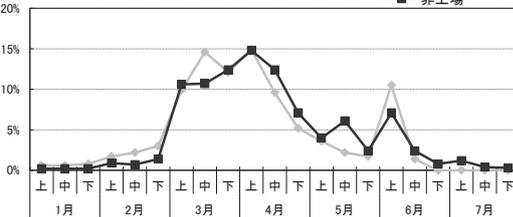
### 面接の開始予定早まる。3月上旬が4.7pt増加し、6月上旬が3.3pt減少

前年と比較して最も増加幅があったのは3月上旬で前年比4.7pt増加の12.0%となっており、採用広報開始と同時期に面接を開始する企業が増加したことがわかった。一方、最も減少幅が大きかったのは6月上旬で前年比3.3pt減の7.0%となっており、全体的にやや前倒しになっている様子が窺えた。また、6月に実施した調査で「3~5月に実施した面接内容」を聞いたところ、5月の段階で全体の65.8%が「役員面接・最終面接」を実施したと回答していた。

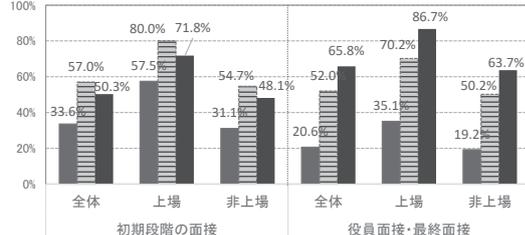
面接開始予定時期詳細(全体)



面接開始予定時期詳細(上場/非上場)



3~5月 面接内容と実施割合



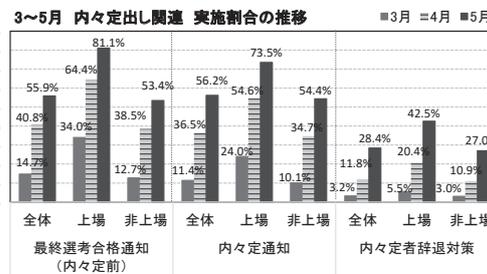
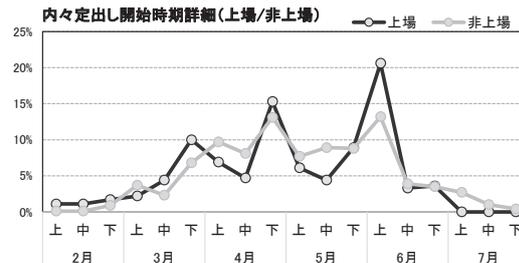
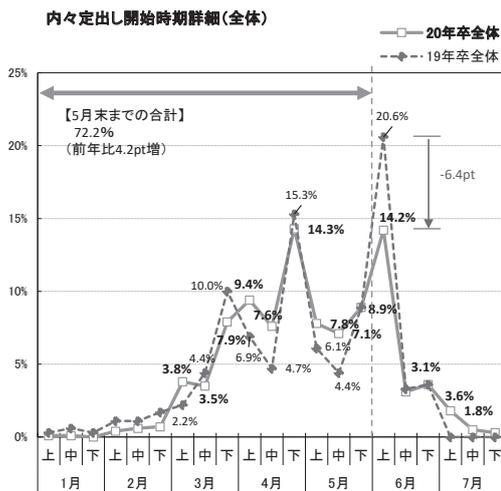
「面接開始予定時期詳細(全体)」 「面接開始予定時期詳細(上場・非上場)」出所: 2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)  
「3~5月 面接内容と実施割合の推移」出所: 2020年マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 採用活動 (5)内々定出し

学生動向 企業動向

内々定出しの開始時期も早まる 5月末までに内々定出しを開始する企業は7割

内々定出しについては、6月上旬に行くと回答している企業が14.2%（前年比6.4pt減）と大きく前年を下回っていた。一方、1～5月末までの合計でみると、72.2%（前年比4.2pt増）となっていた。19年卒で6月から内々定出しを行っていた企業群が3～5月に前倒しで実施している様子が窺えた。上場企業では非上場企業と比べると、前倒しグループと6月上旬グループの2極化傾向が強く見られた。



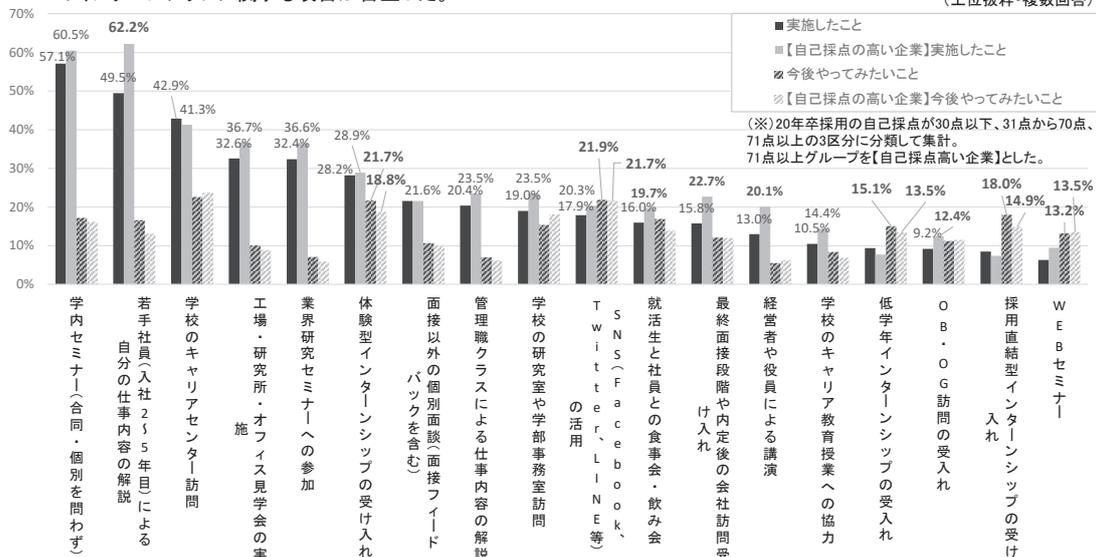
「内々定出し開始時期詳細(全体、上場・非上場)」出所:2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)  
「3～5月 内々定出し関連 実施割合の推移」出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 【企業認知(採用広報)】行ったこと・今後やってみたいこと

学生動向 企業動向

20年卒採用の自己採点(※)が高い企業は先輩社員との接触機会を重視

「企業認知」のために実践した手法としては、全体では「学内セミナー」(57.1%)が最も高かった。20年卒採用の自己採点が高い企業においては「若手社員による仕事内容の解説」(62.2%)が最も高かった。また、「(これまで実施したことはないが)今後やってみたいこと」については「SNSの活用」「WEBセミナー」といった新しいツールのほかに、様々な形式でのインターンシップに関する項目が目立った。



「『企業認知(採用広報)』のために行ったこと・今後やってみたいこと<上位抜粋>(複数回答)」出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

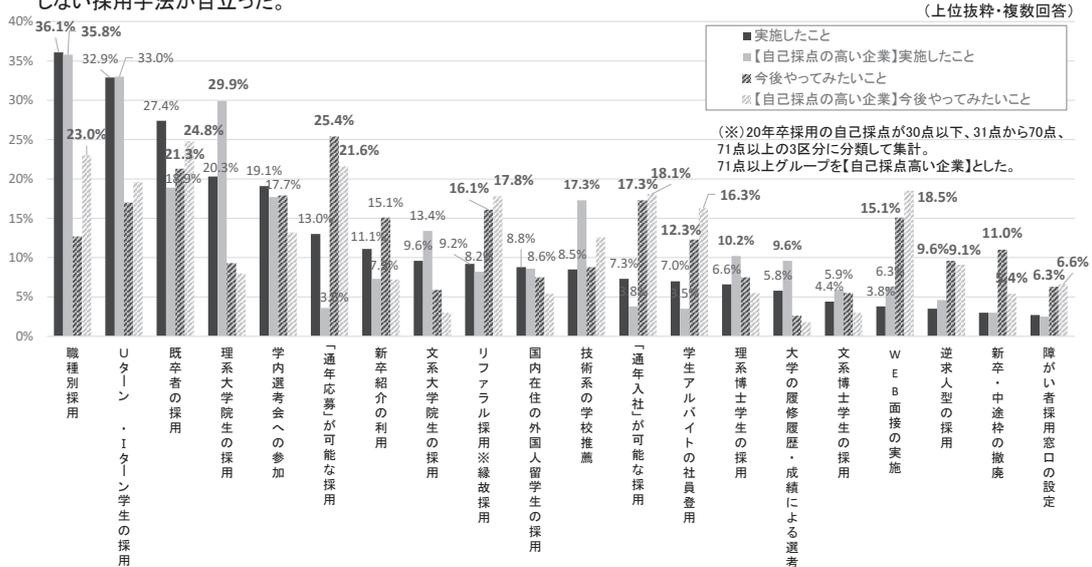
## 【採用方法】行ったこと・今後やってみたいこと

学生動向

企業動向

### 36.1%が「職種別採用」を実施 U・Iターン学生や既卒者、大学院生など幅広くアプローチ

実践した採用手法としては、「職種別採用」(36.1%)が最も高く、次いで「U・Iターン学生の採用」(32.9%)が続いた。20年卒採用の自己採点(※)の高い企業では「理系の大学院生・博士学生、文系大学院生」の採用を実施していた企業が全体よりも高かった。また「採用と大学教育の未来に関する産学協議会」の中間取りまとめと共同提言の影響からか、「(これまで実施したことはないが)今後やってみたいこと」では「既卒者の採用」「通年応募」が可能な採用など時期を限定しない採用手法が目立った。



「採用方法」として行ったこと・今後やってみたいこと<上位抜粋>(複数回答) 出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## Column

### 外国人留学生の採用状況と今後の展望

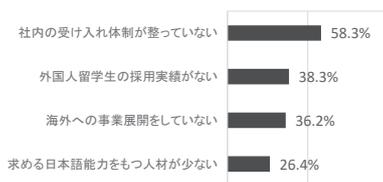
#### 労働力不足を背景に外国人留学生採用へ関心が高まる一方で課題も

2020年卒の新卒採用市場は学生優位の売り手市場が続いているが、外国人留学生の内々定率は同程度には伸びていないという現状もある。今後、さらに労働力人口が減少することがわかっている状況下で、外国人留学生を採用するにはどのような課題を解決する必要があるのか、平素、外国人留学生の採用を支援している株式会社マイナビ・グローバル採用支援課の福田氏に話をきいた。

インバウンド需要の高まりもあって、外国人留学生採用への関心が高まっていることは肌で感じつつも、日本人学生ほど内定が出ていないのも事実です。少し前の調査になりますが、『2017年卒 外国人留学生採用状況調査』で、企業側に外国人留学生採用に関する懸念点を聞いたところ「社内の受け入れ体制が整っていないため」という回答が最も多く、次いで「外国人留学生の採用実績がない」があげられました。当然ながら採用したら終わりというのではなく、採用して、その人材が会社で活躍しなければ意味がありません。そのため、彼らが活躍できる“場(環境)”を用意できているかどうか重要な要素となります。

また、日本における新卒採用では「総合職採用(メンバーシップ採用)」という独特の文化がありますが、外国人が就業するためには業務内容を指定して就労ビザ(在留資格)を取らなければならない、そこがハードルになってしまう日本企業は多いようです。一方で、外国人留学生を採用した企業の約60%が「十分に活躍している(「予想以上に活躍している」含む)」と回答しており、ネガティブな印象を回答したのは13%程度でした。

外国人留学生採用の際の懸念点 上位抜粋 (n=235)



出所:2017年卒 企業 外国人留学生採用状況調査

内々定率の比較(6月時点)



出所:「2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月実施)」のデータを利用して再集計

外国人留学生の入社後「活躍」について (n=454) 出所:2018年卒 企業 外国人留学生採用状況調査



確かに超えなければならないハードルはいくつかありますが、今後さらにグローバル化が進むこと、また労働力人口の減少は避けられない今、外国人採用は避けては通れません。そんななか、日本文化に関心を持ち、日本語能力も高い場合が多い外国人留学生は、日本の多くの企業においてマッチングしやすい人材であることは間違いのないと思います。

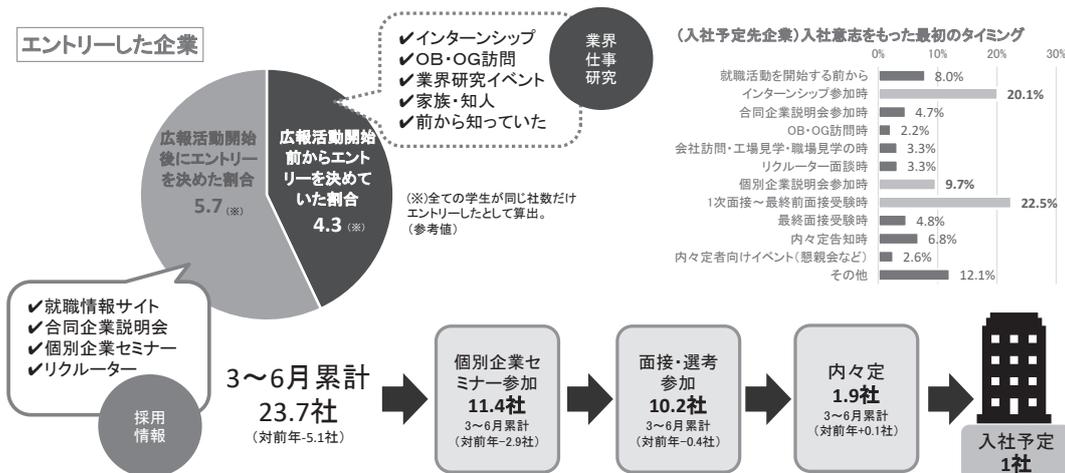
グローバル採用企画事業室 グローバル採用支援課 福田 謙一  
(文章:リサーチ&マーケティング部 東郷 こずえ)

## 学生の企業選択のタイミングは2段階

学生動向 企業動向

広報活動開始前はエントリー候補企業をリスト化、広報開始後は採用情報を含めて吟味

学生がエントリーをする企業を選ぶタイミングは、大きく分けて2回ある。ひとつは「広報活動開始前」。学生は、インターンシップやOB・OG訪問などを通じて、業界や仕事を知る機会をもち、エントリー候補企業をリスト化しておく。そして、次のタイミングは「広報活動開始後」である。予めリスト化しておいた企業群に加えて、就職情報サイトや合同企業説明会等を通じて新たに企業を探す。当年の採用情報は広報活動開始後に提示されるため、リスト化された企業も改めて吟味されることもあるだろう。以降は、会社説明会、選考参加、内々定を経て、入社予定先1社を決めていく。「入社意志をもったタイミング」としては「インターンシップ」「個別企業説明会」「1次面接～最終前面接受験時」が高かった。



「広報活動開始前にエントリーすると決めていた割合・広報活動開始後にエントリーを決めた割合」出所：2020年卒マイナビ大学生内定率調査6月速報版(6月実施)の結果より再集計  
「各フェーズでの3～6月累計社数」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(3月～6月実施)  
「(入社予定先企業)入社意志をもった最初のタイミング」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(6月実施)

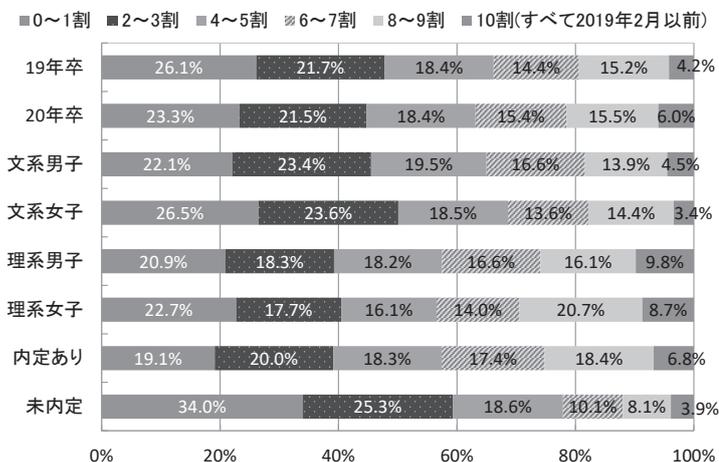
## 応募した企業のうち、広報活動開始前から決めていた割合

学生動向 企業動向

広報活動開始前からエントリーすると決めていた企業の割合は「3割以下」が約半数

6月中旬段階のエントリー総数のうち、広報活動開始前からエントリーすると決めていた割合は、全体では3割以下が44.8% (「0～1割」23.3%+「2～3割」21.5%) となった。全ての学生が同じ数だけエントリーしたと仮定して広報活動開始前からエントリーすると決めていた企業数を計算しなおすと、10社中4.3社が該当することがわかった。逆に言えば、5.7社は3月の広報活動開始後に会った企業といえる。

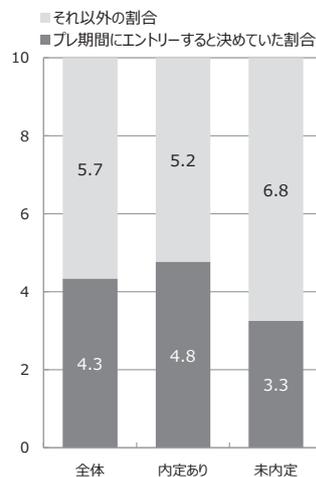
これまでのエントリー総数を10割としたとき、2019年2月末までにエントリーすると決めていた企業は何割くらいありましたか(6月15日時点)



「エントリー総数を10割とした時、2019年2月末までにエントリーすると決めていた企業の割合」2020年卒マイナビ大学生内定率調査6月速報版(6月実施)

広報活動開始前にエントリーを決めていた割合(参考数値)

※全ての学生が同じ数だけエントリーしたとして算出。

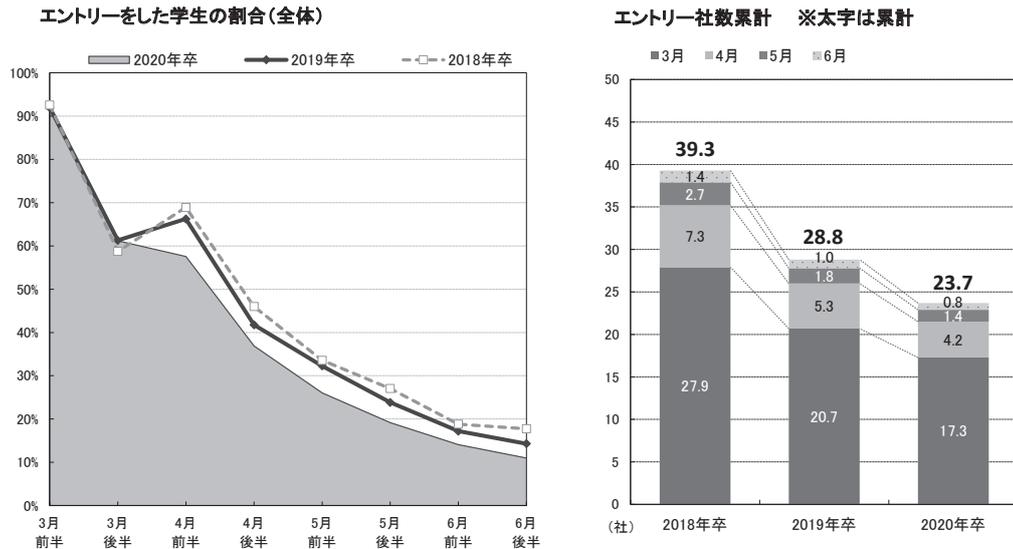


## 就職活動(1)-1 エントリーをした時期と、累計エントリー社数

学生動向 企業動向

3月の活動割合は変わらないが、4月以降は減少傾向

エントリー(企業への応募)をする学生の割合は、3月の広報活動開始のタイミングで最も高くなり、4月以降は緩やかに減少する傾向が見られた。エントリー社数の平均値を累計した値についても、ここ数年減少傾向が続いている。



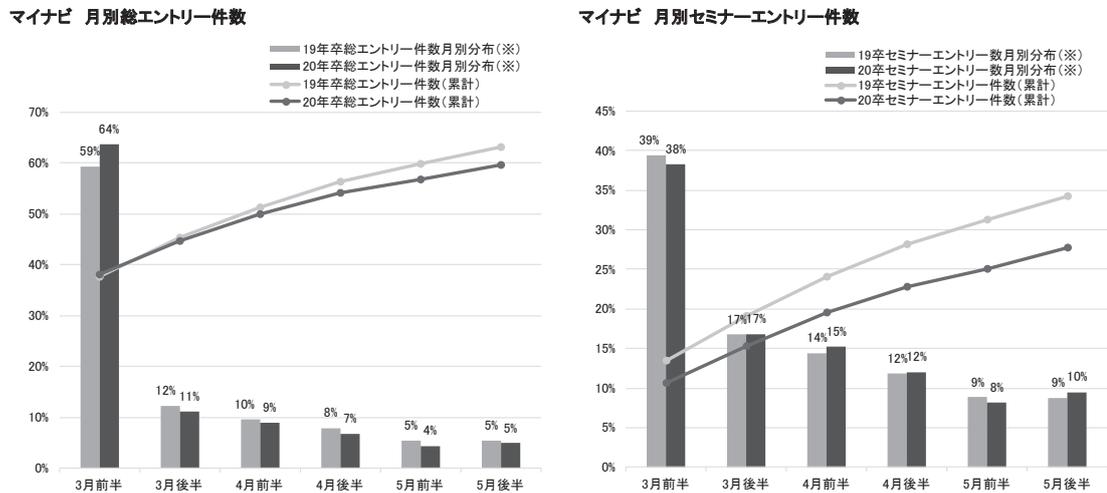
「エントリーをした学生の割合」「エントリー社数累計」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(3月～6月実施)

## 就職活動(1)-2 エントリー件数は3月前半に集中

学生動向 企業動向

学生のエントリー件数は、3月前半に集中する

学生のエントリー件数の分布をさらに細かく見てみると、3月前半に総エントリー件数が集中している様子は前年と変わらない。セミナーエントリー数の分布も、3月前半に集中しているが、その割合は総エントリー数の分布と比較すると、その偏りはやや緩やかとなっている。概ね、時期を追うごとに分布割合は小さくなるが、5月については前半よりも後半が高くなっており、2019年5月にあったGW(10連休)の影響が窺える。いずれにしても、広報活動スタート後、一気に活動を開始した学生の様子は前年と同様の動きであったといえる。



(※)3～5月の件数を合計した値と100%として月別の分布を示した。

(※)3～5月の件数を合計した値と100%として月別の分布を示した。

「マイナビ月別総エントリー件数」「マイナビ月別セミナーエントリー件数」出所：マイナビデータ

## 就職活動(2) 個別企業セミナー

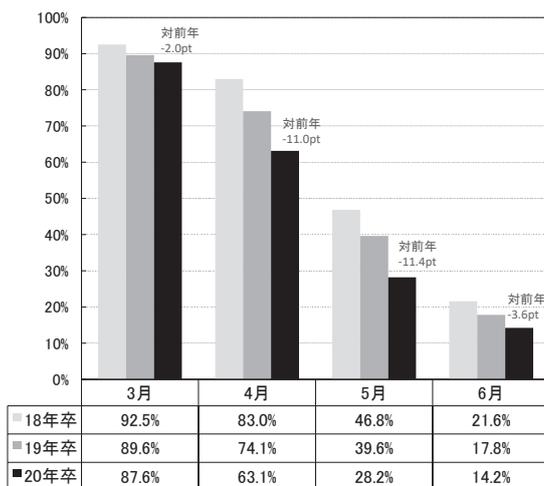
学生動向

企業動向

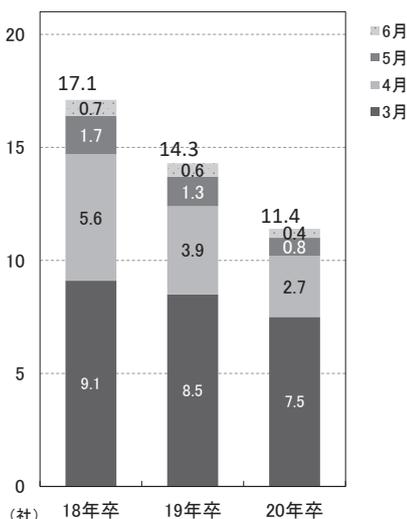
個別企業セミナーの参加割合は3月は微減、4月以降は減少傾向

個別企業セミナーへ参加した割合は、3月は-2.0ptと微減に留まったが、4、5月はそれぞれ-11pt以上の減少となった。参加した社数についても同様に3月は微減だが、4、5月の減少幅が目立つ結果となった。

個別企業セミナーに参加した割合



個別企業セミナーに参加した平均社数(累計)



「個別企業セミナーに参加した割合」「個別企業セミナーに参加した平均社数(累計)」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査（3月～6月実施）

## 就職活動(3) 選考を受けた時期

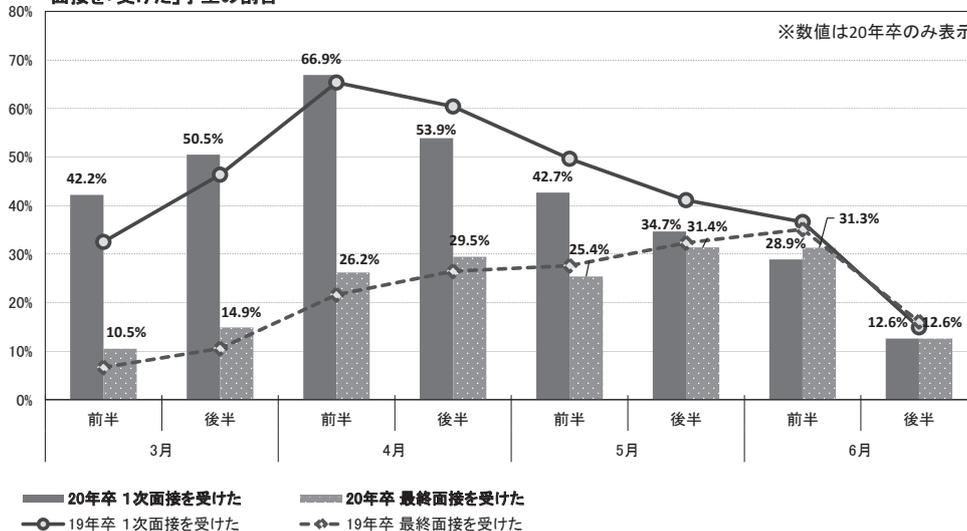
学生動向

企業動向

1次面接を受けた割合は3月後半で半数を上回り、4月前半は7割近くに

1次面接を受けた時期と最終面接を受けた時期について見てみると、1次面接は3月前半から4月前半にかけて、また、最終面接については3月前半から4月後半にかけて前年を上回っており、5月以降は前年を下回る結果となった。特に1次面接については3月後半ですでに50%を上回っており、選考の前倒しが進んでいる様子が窺える。

面接を「受けた」学生の割合



「面接を『受けた』学生の割合(1次面接・最終面接)」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査（3月～6月実施）

## 志望度向上のための「面接の役割」

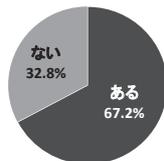
学生動向

企業動向

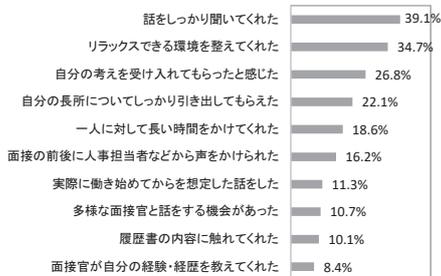
面接官とのやりとりで「入社したいと思った」と回答した学生は67.2%

入社予定先企業を決めた学生に入社志志を持ったタイミングを聞いたところ、「元々第一志望だった」場合を除くと、いずれも「1次面接～最終面接受験時」の割合が高かった。志望度が上がった理由としては「話をしっかり聞いてくれた」が最も高く、他の理由からも、コミュニケーションをしっかりとれたと感じることが重要だとわかる。「面接」は学生を選考する場であると同時に、学生の志望度を上げる重要な機会であるといえる。

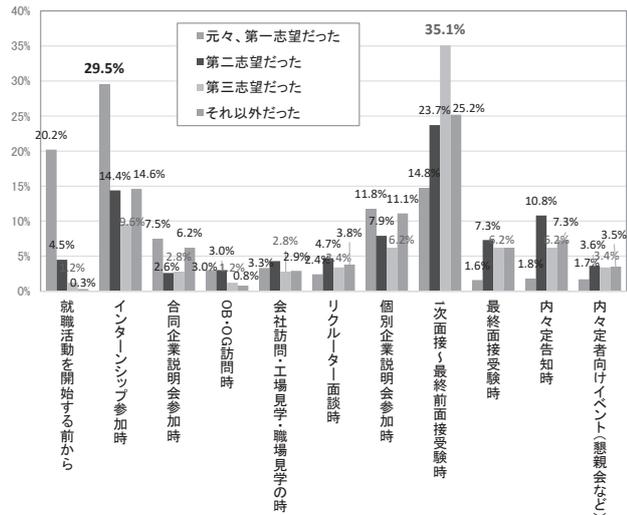
面接官とのやり取りの中で「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことはありますか。



面接を受けて志望度が上がった理由（上位抜粋）



(入社予定先企業)接触前の志望順位 × 入社志志をもった最初のタイミング



出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査（6月実施）

## 就職活動(4) 選考(面接)～内々定

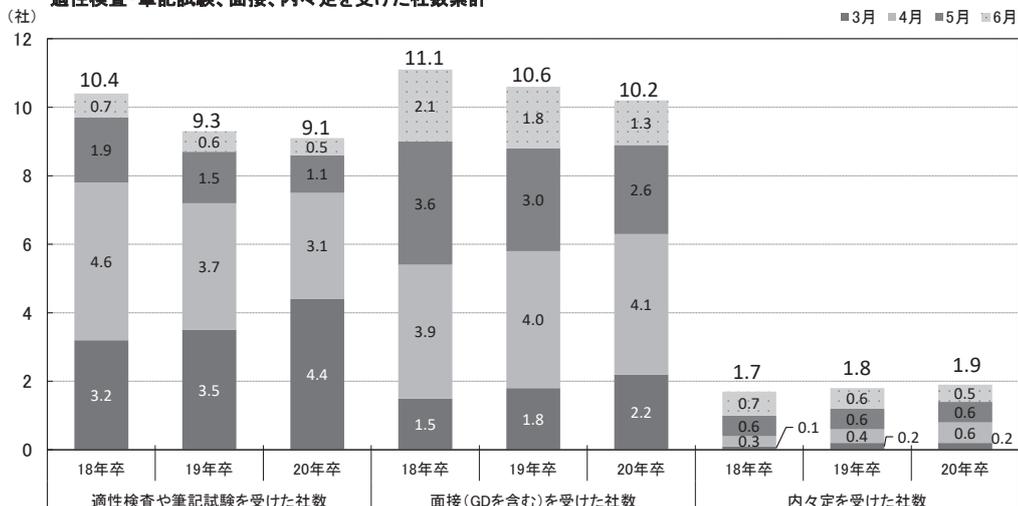
学生動向

企業動向

適性検査や面接に関する行動量は、「3月」が2年連続増加、累計では前年割れ

適性検査や筆記試験を受けた社数、面接を受けた社数については、3月のみ、直近3か年だけ見ると増加傾向にあり、先述した、エントリー社数、セミナー参加社数の動向とは異なる傾向が見られる。「量」だけの側面で見ると、就職活動における初期段階のフェーズでは企業を絞り込んでいるものの、選考に関してはこれまでと変わらない量の活動を行っている」と推察される。

適性検査・筆記試験、面接、内々定を受けた社数累計



「適性検査・筆記試験、面接、内々定を受けた社数累計」出所：2020年卒マイナビ学生就職モニター調査（3月～6月実施）

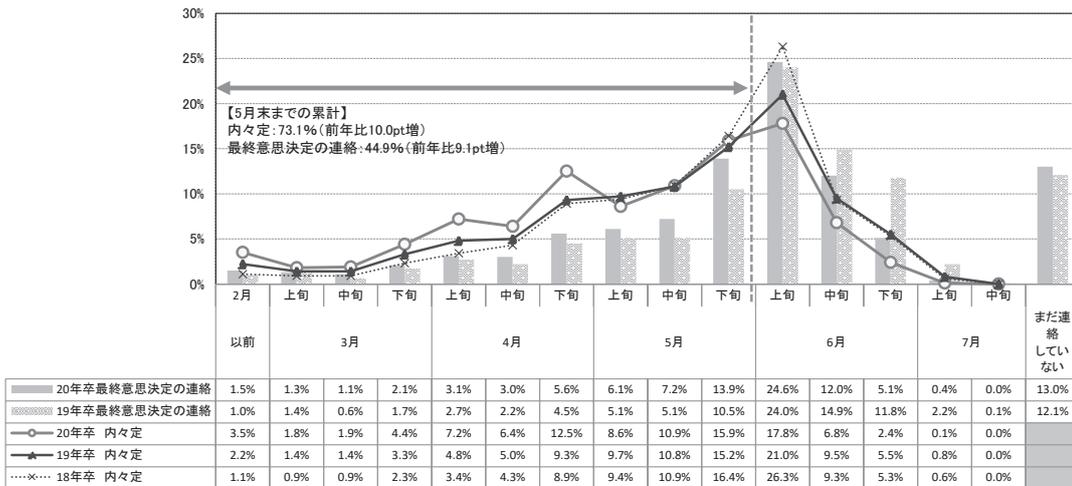
## 就職活動(5) 内々定を受けた時期

学生動向 企業動向

内々定を受けた時期は6月の割合が減少し、4～5月が上昇。全体的に前倒し傾向

内定者への意識調査で内々定を受けた時期を過去2年と比較してみると、年々早まっている事がわかる。ピークが6月上旬であることに変わりはないが、4月(上・中・下旬合算)と回答した学生の割合は前年比+3.9%と上昇しており、全体的に前倒し傾向が見られた。4月下旬が上がり、5月上旬が下がっているのは10連休となったGWの影響と思われる。「最終意思決定の連絡をしたタイミング」について5月までの累計で44.9%(前年比9.1pt増)となっており、意思決定も前倒しになっていたといえる。

「内々定を受けた時期」と「最終意思決定の連絡をしたタイミング」



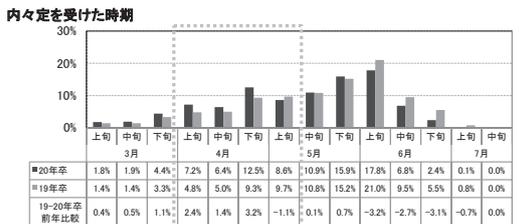
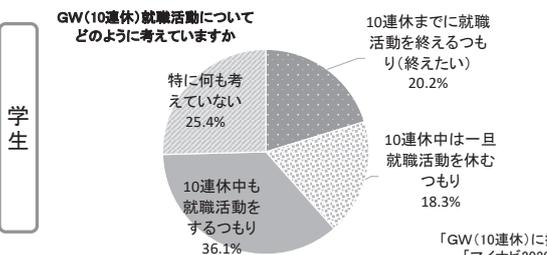
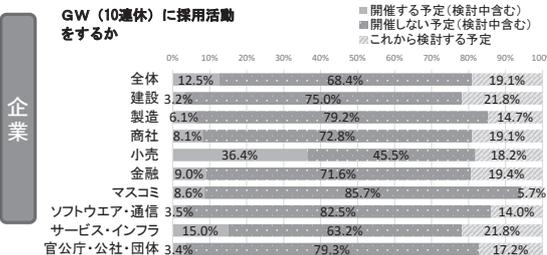
『(1社目の)内々定を受けた時期』と『最終意思決定の連絡をしたタイミング』出所: 2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

## ゴールデンウィーク(10連休)の影響

学生動向 企業動向

選考開始直前の10連休の影響か 面接・内々定出しが前倒しに

2019年のGWは曜日の巡り、ならびに今年限定で5/1が祝日になったために4/27~5/6まで10連休となった。ちょうど選考開始時期(6月)直前の時期ということもあり、企業・学生ともどのように活動するか迷った人も多かったようだ。調査結果によると、企業は7割近くが「開催しない」を選択していた。学生は2割近くが「10連休までに活動を終わりたい」と回答していた。面接・内々定獲得の時期も前倒しになっていたことから、就職活動におけるひとつの区切りとなったようだ。



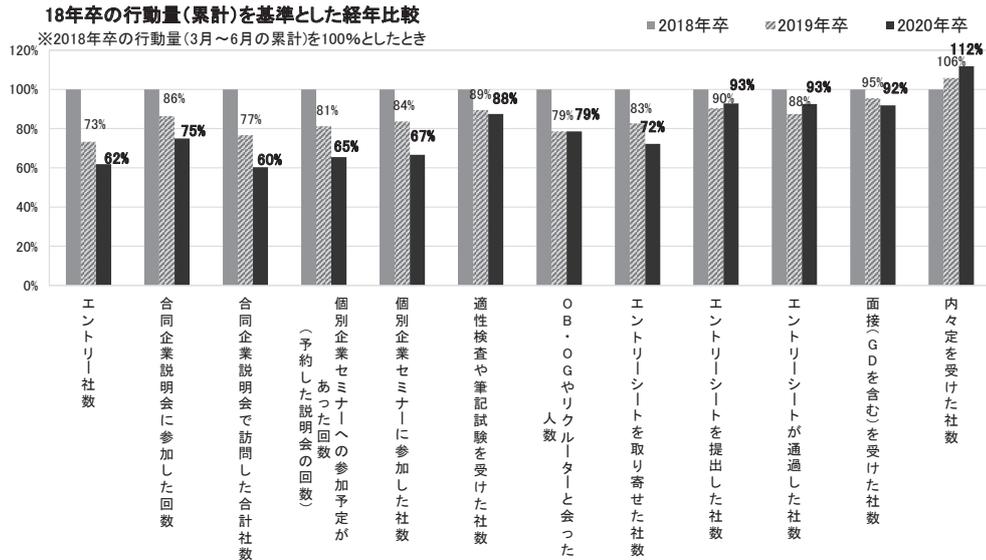
「GW(10連休)に採用活動をするか」出所: 2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月~3月実施)  
 「マイナビ2020 GW前後のセミナー開催予定数」出所: マイナビ2020サイトデータ(2019/4/17時点)  
 「GW(10連休)の就職活動についてどのように考えていますか」出所: 2020年卒マイナビ就職学生モニター調査(3月実施)  
 「内々定を受けた時期」出所: 2020年卒マイナビ内定者意識調査(6~7月実施)

## 行動量は減少するも内々定を受けた社数は増加

学生動向 企業動向

「内々定を受けた社数」は2年連続増加し、2020年卒では2018年卒の112%に

18年卒の行動量(3月～6月の累計)を100%とした際の、19年卒、20年卒の行動量を比較した。全体として18年卒以降減少傾向にあるが、内々定を受けた社数のみがわずかに増加している。(18年卒:1.7社→20年卒:1.9社)  
学生のインターンシップ参加率上昇、選考・内々定の前倒し等が、企業への行動量減少の理由と考えられるが、就職活動の後工程ほど減少幅が少ないこともあり、エントリー時に企業を吟味する傾向が強まっていると考えられる。



「18年卒の行動量(累計)を基準とした経年比較」出所: 2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(3月～6月実施)

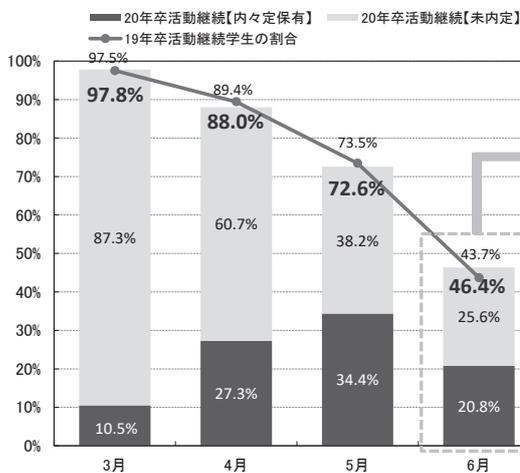
## 6月末時点の活動継続学生の割合

学生動向 企業動向

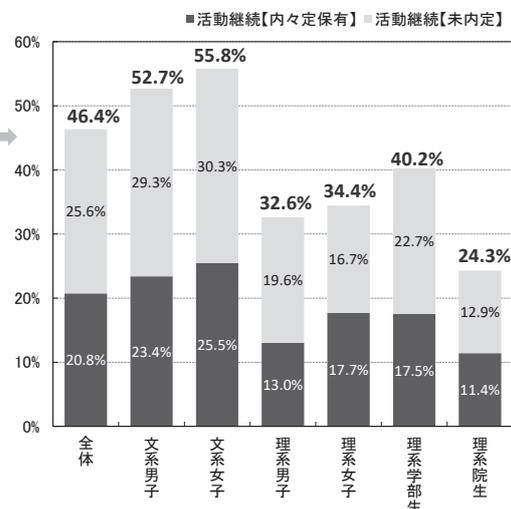
6月末時点の活動継続率は46.4% 最も高いのは文系女子で55.8%

内々定保有者を含む就職活動を継続する学生の割合は2019年6月末時点で46.4%だった。文理男女区分ならびに理系の学部・院区分でさらに分けると、文系男子で52.7%、文系女子は55.8%と、文系では男女ともに半数以上が活動を継続していると回答した。一方、最も活動継続率が低いのは理系大学院生で24.3%となった。

### 活動継続学生の推移前年比較



### 文理男女理系学部生・院生別活動継続学生の割合【6月末時点】



「活動継続学生の推移前年比較」「活動継続中の学生と活動終了学生の割合」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査(3月～6月実施)

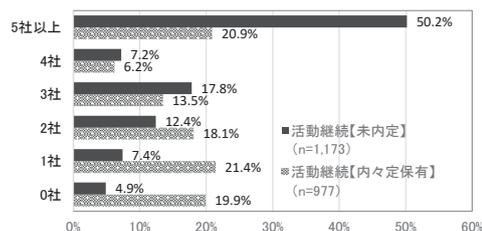
## 6月末で「活動継続意向」のある学生の今後の進め方

学生動向 企業動向

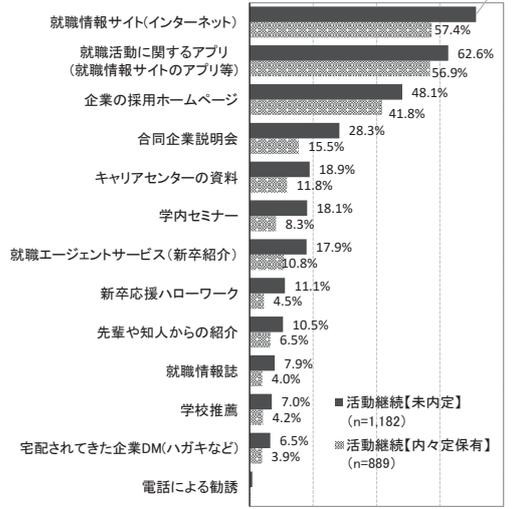
### 活動継続学生の動き方は、内々定の保有状況で異なる

2020年卒マイナビ大学生内定率調査において、今後も活動を継続すると回答した46.4%の学生に関して、今後の活動内容についてまとめた。未内定学生は「業界」「職種」の幅を広げて企業を探そうとする意向が見られるが、内々定保有学生は「今まで通り進める」と回答した学生が59.3%となり、内々定保有状況によって、今後の活動方法に対する考え方が異なることがわかった。

今後、何社の選考を受ける予定か

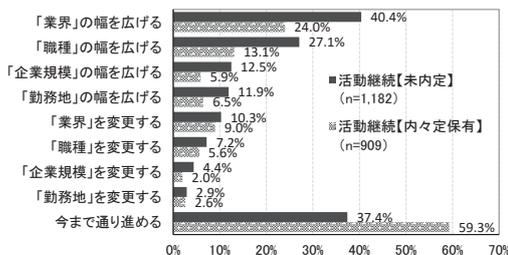


今後選考に参加する企業を見つける方法(複数回答)



出所:2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月実施)

今後の活動の方向性(複数回答)



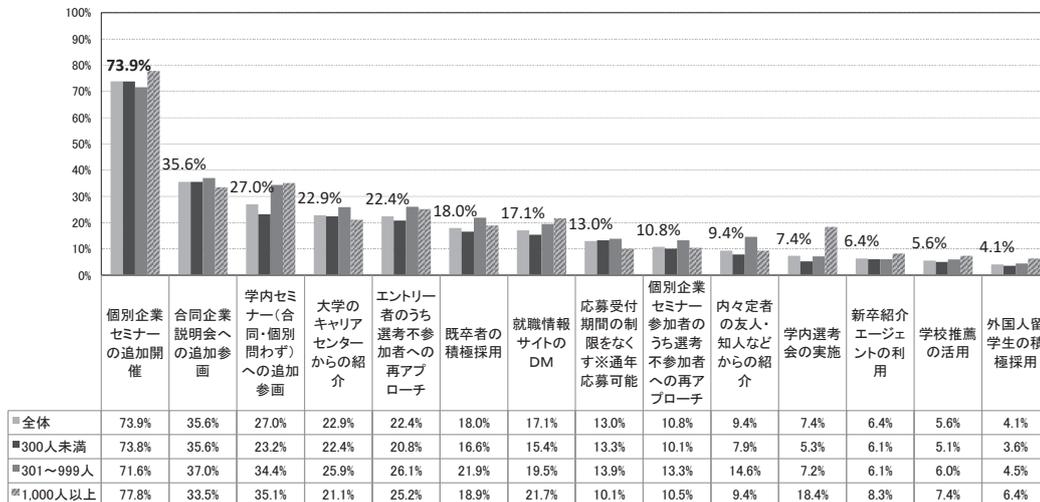
## 6月末以降の採用活動継続状況

学生動向 企業動向

### 2020年卒の追加選考機会の施策としては「個別企業セミナーの追加開催」が7割以上

6月実施の「企業採用活動調査」によると、全体の62.2%が20年卒の追加選考機会を設けると回答していた。以下のグラフは追加選考機会を設ける企業の「実施・検討している施策」の一覧(上位抜粋)である。個別企業セミナーの追加開催が最も高く7割以上、そのほかにもエントリー者や個別企業セミナー参加者への再アプローチなどが検討されている。

2020年卒採用において追加選考機会を設ける企業の「実施・検討している施策」(2019年6月時点)(複数回答)



「2020年卒採用において追加選考機会を設ける企業の『実施・検討している施策』(2019年6月時点)」出所:2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

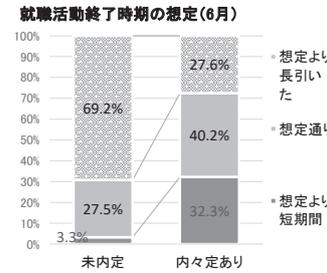
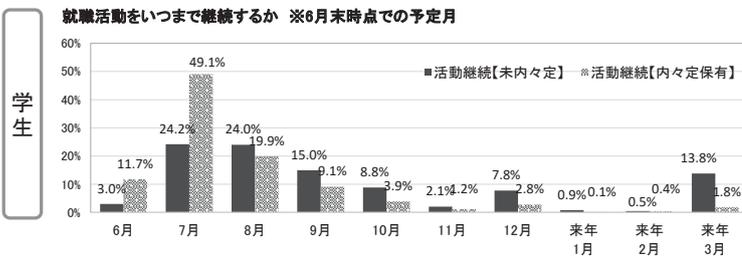
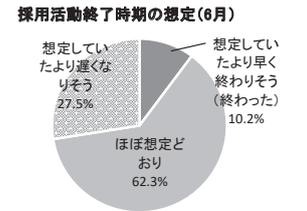
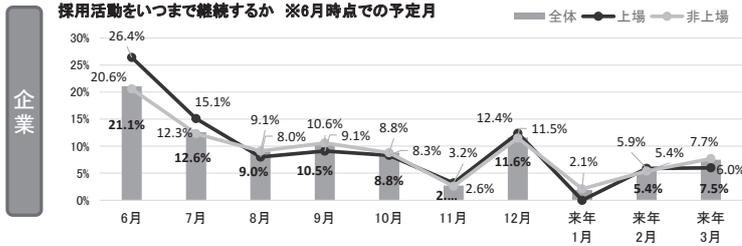
## 活動終了を予定している時期・活動前の想定との比較

学生動向

企業動向

学生の就職活動は夏から初秋まで、企業の採用活動は12月までを目途にしている企業も

学生は内々定保有者であれば7月(49.1%)、未内定者であっても夏から秋を目標にしている学生が多いようだが、企業側は12月まで継続すると回答した割合が11.6%となっており、6~7月に次いで高い割合となっており、やや企業側のほうが長い期間になることを想定していることがわかる。



「採用活動をいつまで継続するか※6月末時点での予定月」「採用活動終了時期の想定」出所:2020年卒業企業採用活動調査(6月実施)  
「就職活動をいつまで継続するか※6月末時点での予定月」「就職活動終了時期の想定」出所:2020年卒業マイナビ大学生内定率調査(6月実施)

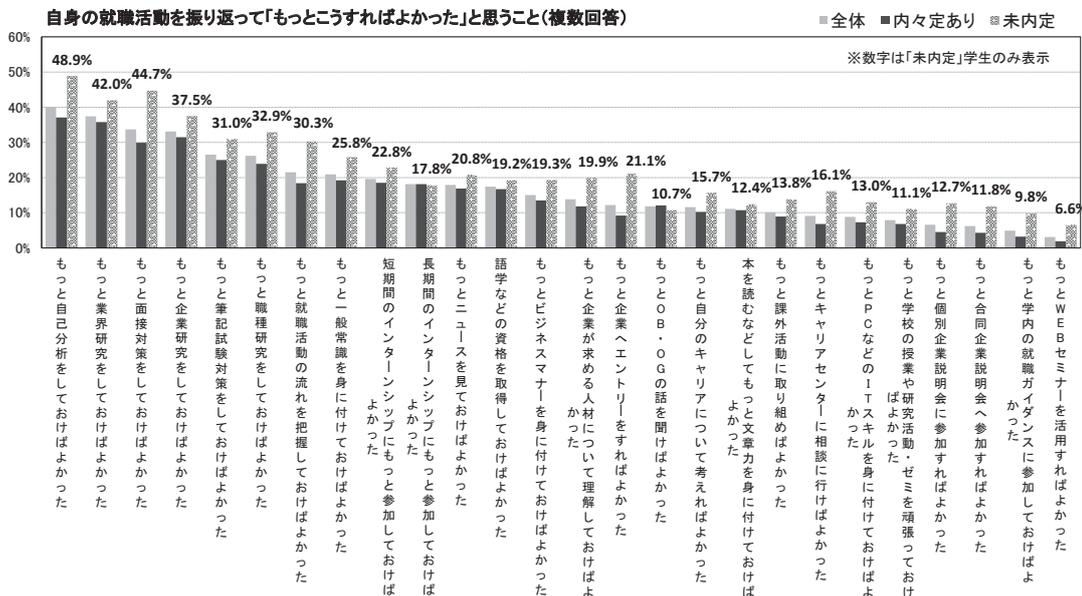
## 就職活動を振り返って「もっとこうすればよかった」と思うこと

学生動向

企業動向

未内定学生の約半数が「もっと自己分析をしておけばよかった」と回答

6月末時点で自身の就職活動を振り返ってもらい「もっとこうすればよかった」と思うことを聞いたところ、「インターンシップ参加」や「企業へのエントリー」など“活動”を示す項目よりも「自己分析」「業界研究」「企業研究」など、就職活動の“準備”段階の項目をあげる学生が多かった。



「自身の就職活動を振り返って『もっとこうすればよかった』と思うこと」出所:2020年卒業マイナビ大学生内定率調査(6月実施)

## 4月の内々定出しが増加するも徐々に前年並みに

20年卒では一部の企業群で、3月の選考開始ならびに4月の内々定出し開始の割合が増え、その結果、早期段階でも内々定率が前年を大きく上回って推移していた。しかしながら、徐々にその増加幅は小さくなり、結果的には前年並みに落ち着いている。早期に出された内々定はインターンシップ参加企業のものである割合が高く、20年卒においては、インターンシップにおける学生の参加率・企業の実施率の高まったことが、内々定出しのスケジュールが前倒しになった一因と考えられる。一方、広報活動開始後に応募した企業からの内々定出しのピークはやはり6月に集中しており、最終的には前年と同様の水準に落ち着いている。

### 内々定率(全体)の月別推移

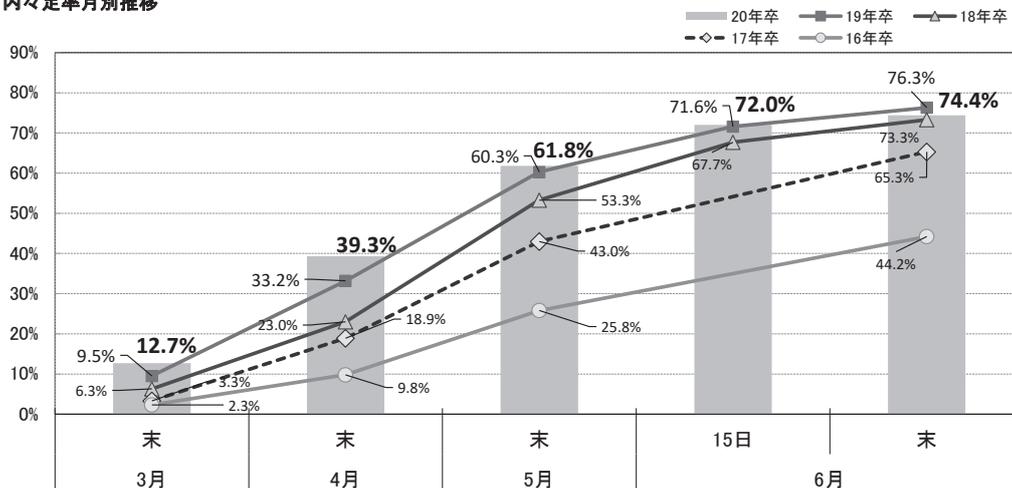
学生動向

企業動向

内々定率は3月末時点で12.7%と1割を超えたが、徐々に前年と同程度へ落ち着く

4年目となる現在の選考スケジュール開始以来、3月末での内々定率が初めて1割を超え、3~4月は前年を上回る推移となっていたが、5月にはほぼ前年と同程度の水準となっていた。前年のみとの比較では、20年卒の内々定出し開始時期が前倒しになっていたため、内々定率も同時期では上昇傾向にあったが、あくまで短期的に前倒しになっているだけで、最終的な着地は前年と同程度になると予想される。

内々定率月別推移



※6月15日内々定率は臨時調査として2018年卒より実施。

「内々定率月別推移」出所:2020年卒マイナビ大学生内々定率調査(3月~6月実施)

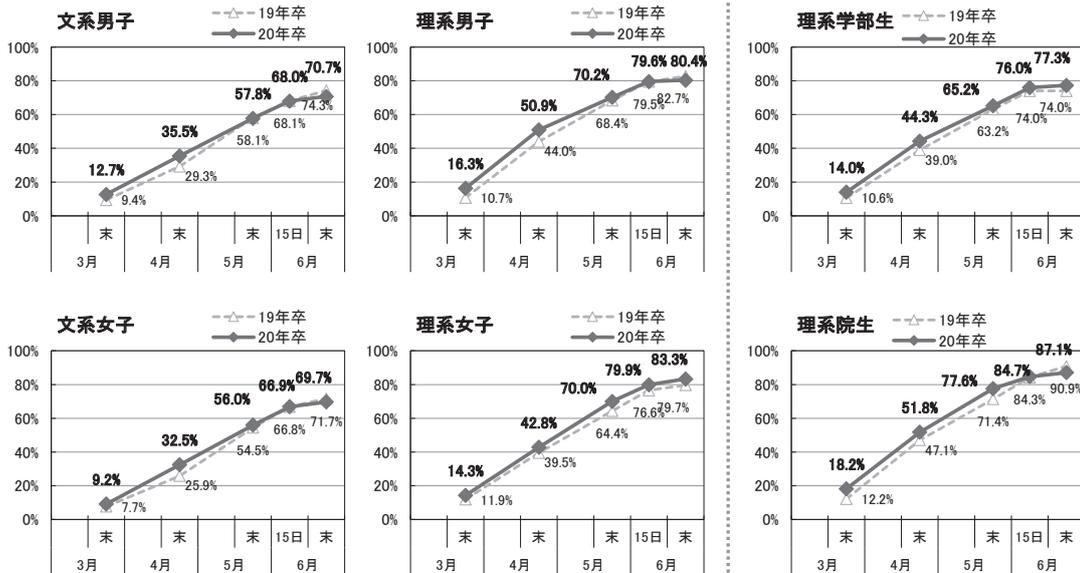
## 内々定率の月別推移 文理男女 | 理系学部・院

学生動向

企業動向

選考開始月前の5月末時点で、理系の7割が内々定を保有

選考開始月前の5月末時点の内々定率を文理男女別に比較すると、理系は男女ともに概ね7割程度の水準であり、文系についても5割を超えていた。しかしながら、内々定出しの時期は早まったものの、6月以降は前年並みに落ち着く傾向が見られた。



「内々定率月別推移(文理男女・理系学部生・理系院生)」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査(3~6月実施)

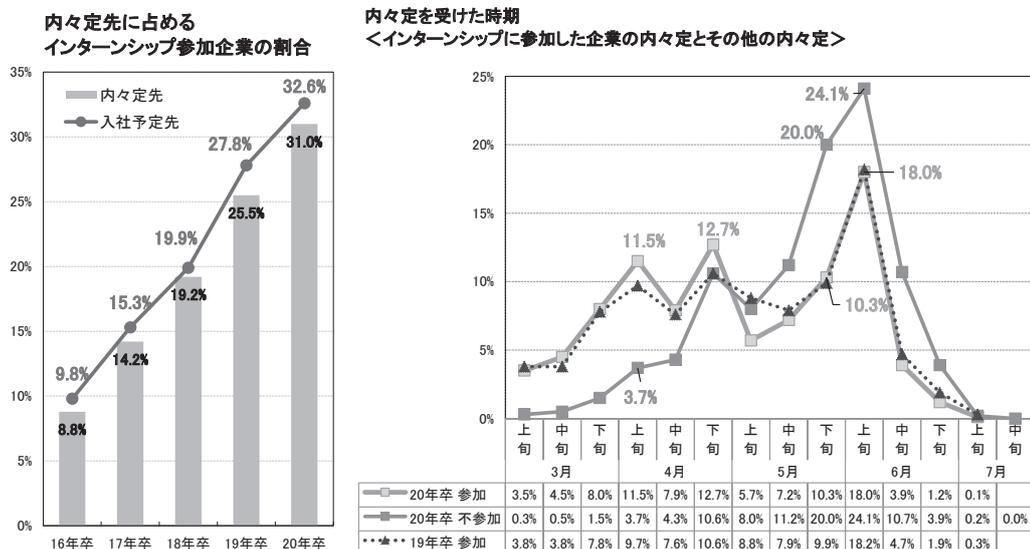
## 内々定を受けた時期(インターンシップ参加企業)

学生動向

企業動向

内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は3割

2019年の6~7月に実施した調査において、内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は31.5%(対前年6.0pt増)だった。また、インターンシップ参加企業とその他企業で内々定の時期別分布を比較したところ、ピーク時期は6月上旬と共通しているものの3~4月の割合には大きく差が出ており、インターンシップ参加企業からの内々定は早めに得られる傾向にあったことがわかった。



「内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合」「内々定を受けた時期(インターンシップ参加企業とそれ以外)」出所: 2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

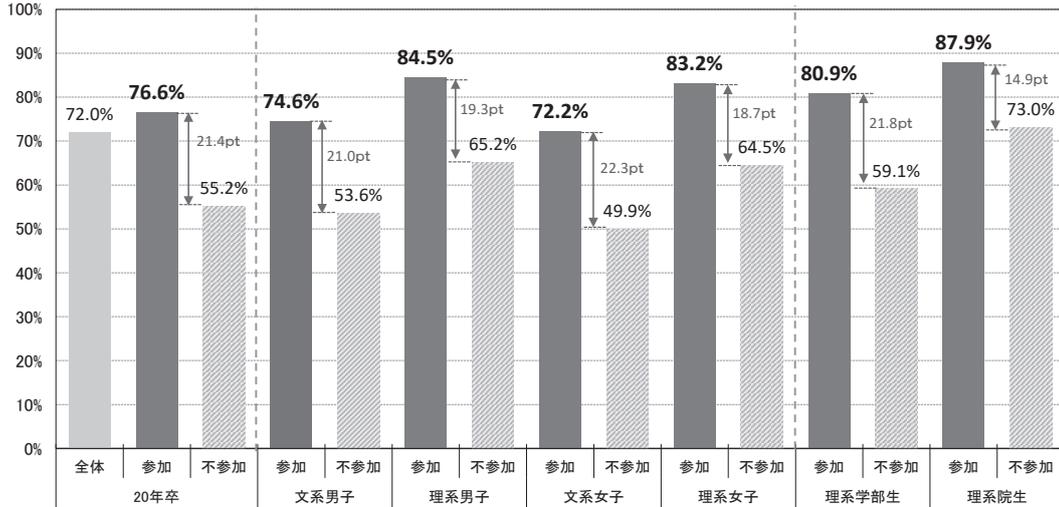
## 内定率とインターンシップ参加経験の有無

学生動向 企業動向

6月15日時点の内々定率はインターンシップ参加経験の有無で21.4ptの差

6月15日時点の内々定率を、インターンシップの参加経験有り(参加)、インターンシップの参加経験無し(不参加)の分類で見ると学生全体の内々定率は「参加」で76.6%、「不参加」で55.2%と21.4ptの差があった。調査実施時期が6月前半ということも関係していると思われるが、インターンシップ参加経験のある学生ほど早い時期に内々定を獲得していることがわかった。

20年卒インターンシップ参加有無による内々定率の差 (6月15日時点)



「インターンシップ参加有無による内々定率の差(文理男女・理系学部生・理系院生)」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査臨時版(6月実施)

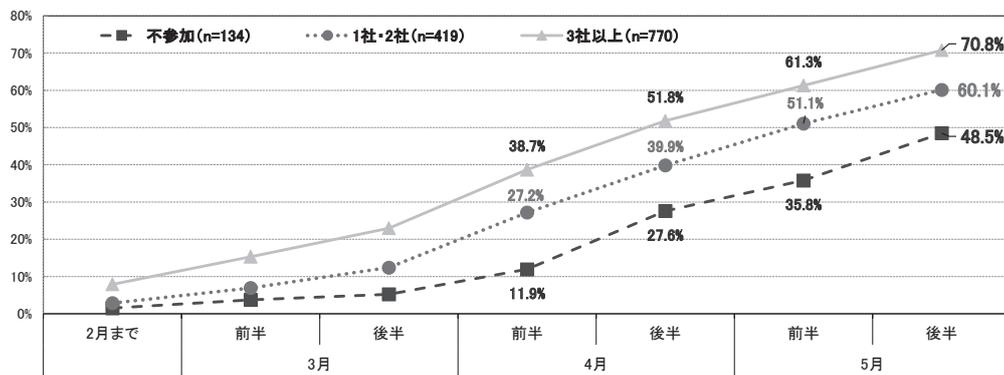
## Column

## インターンシップ参加実績別の内々定獲得状況

### インターンシップに多く参加していた学生とまったく参加しなかった学生の差は歴然

20年卒の内々定率の推移を見ると、3月・4月は前年より高かったにもかかわらず、5月にはほぼ同じとなりました。また、モニター調査によると、インターンシップに参加した企業からの内々定は前年より早いタイミングで出ているようでした。そこで早くから内々定を得ていたのはインターンシップに多く参加していた学生なのではないか、という仮説を元に、インターンシップに3社以上参加、1社または2社参加、不参加の学生について、最初に内々定を得た時期を、累計でグラフ化してみました(数字はその時期までに内々定を得たことがある割合)。予想通り3社以上のインターンシップに参加した学生は、3月から内々定を得る学生が比較的多く、4月に入っても内々定を得る学生が順調に増えています。一方、インターンシップに不参加の学生は、4月後半になってようやく内々定を得た割合が増えてきますが、3社以上参加の学生との差は歴然です。5月後半になってもその差は変わらず、早いタイミングでの内々定獲得では明暗が分かれたようです。

#### 最初に内々定を得た時期・累計



※2月～5月の4回のモニター調査にすべて回答した学生で集計

リサーチ&マーケティング部 石田 力

「最初に内々定を得た時期・累計」出所: 2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(2月～5月実施)

## 内々定を受けた時期(内々定先業種別)

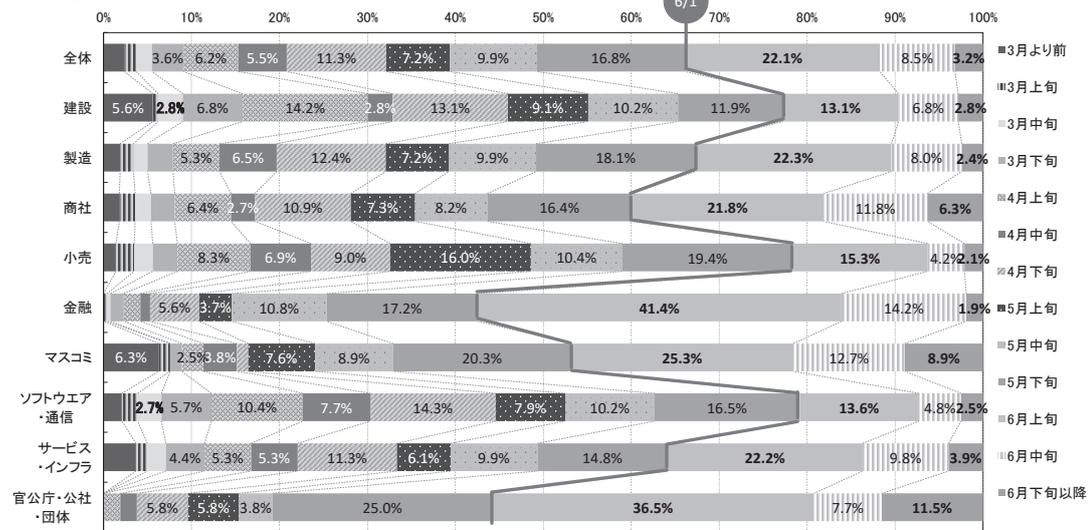
学生動向 企業動向

業種によって内々定時期に違い 建設、ソフトウェア・通信では4月下旬までに40%以上

学生が内々定を受けた時期を、企業の業種別に見ると、建設、ソフトウェア・通信、小売は早く、5月下旬までに8割近くになる一方で、金融および官公庁・公社・団体においては50%以上が6月上旬以降となっている。全体的には前倒し傾向であるものの、ピーク時期には業種による違いが見られる結果となった。

(注釈)下記は内定者意識調査で「1社目(入社予定先もしくは最も志望度の高い企業)」として回答した内々定先企業に関するデータを基に集計しています。

内々定を受けた時期(内々定先業種別)



「内々定を受けた時期(内々定先業種別)」出所:2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

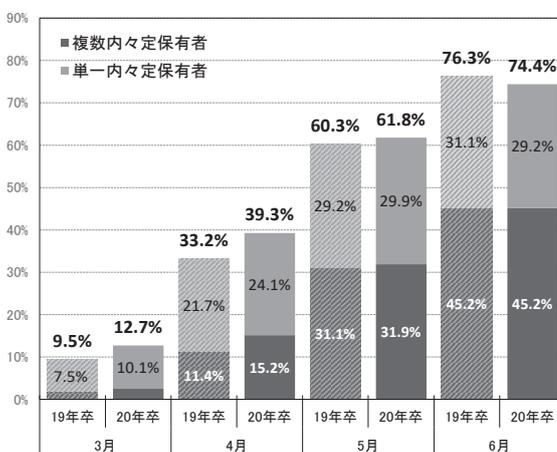
## 複数内々定保有学生の割合

学生動向 企業動向

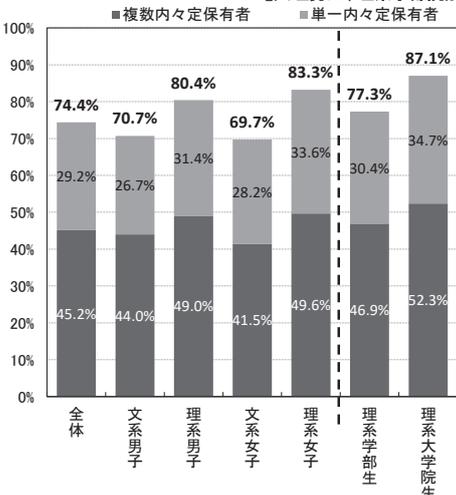
6月末時点で2社以上の内々定を保有している学生は45.2%

選考活動開始月である6月末時点の内々定率は74.4%であり、全体でみると45.2%の学生が、内々定を保有し、かつ複数社から内々定を受けている。内々定率、複数社からの内定保有率ともに3、4月は前年を上回る水準で推移していたが、徐々に増加幅は落ち着きを見せ、6月末時点では概ね前年と同程度となっている。

複数内々定保有者の割合の推移 ※太字は内々定率



複数内々定保有者の割合【6月末】※太字は内々定率 【文理男女、理系学部院別】



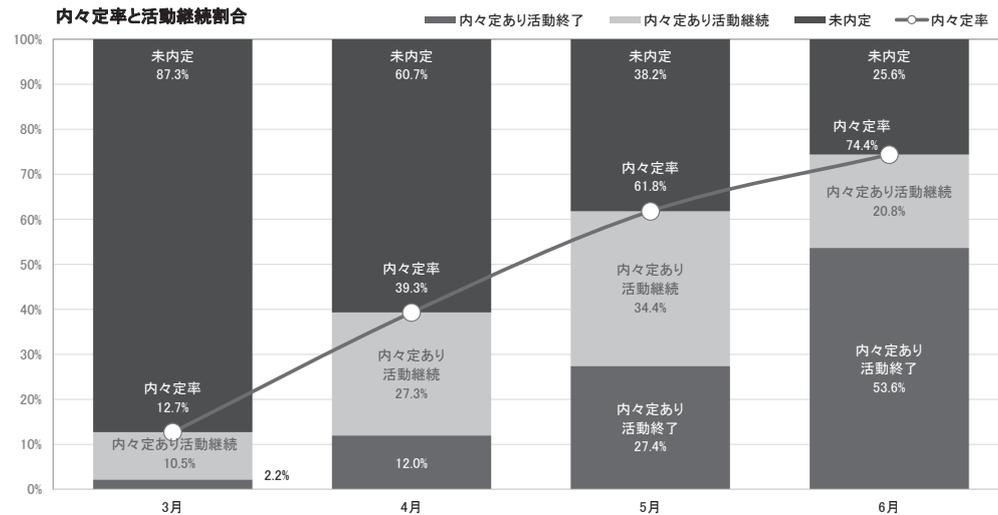
「複数内々定保有者の割合(月別推移、文理男女別)」出所:2020年卒マイナビ大学生内定率調査(3月~6月実施)

## 活動継続学生の割合と内々定率

学生動向 企業動向

内々定を保有しながら活動を継続する学生は「5月」が最も多い

内々定率を保有しながら活動を継続する学生を「内々定あり活動継続」として見てみると、その割合が最も高いのは5月で、内々定保有者の過半数が内々定を持ちながら活動を継続していた。6月末では活動終了学生が53.6%となり、内々定を保有して活動を継続している学生は20.8%となった。しかしながら、未内定者25.6%と併せると、継続学生は46.4%となり半数近くが継続して就職活動を行っていることがわかった。



「内々定率と活動継続割合」出所：2020年卒マイナビ大学生内定率調査（3月～6月実施）

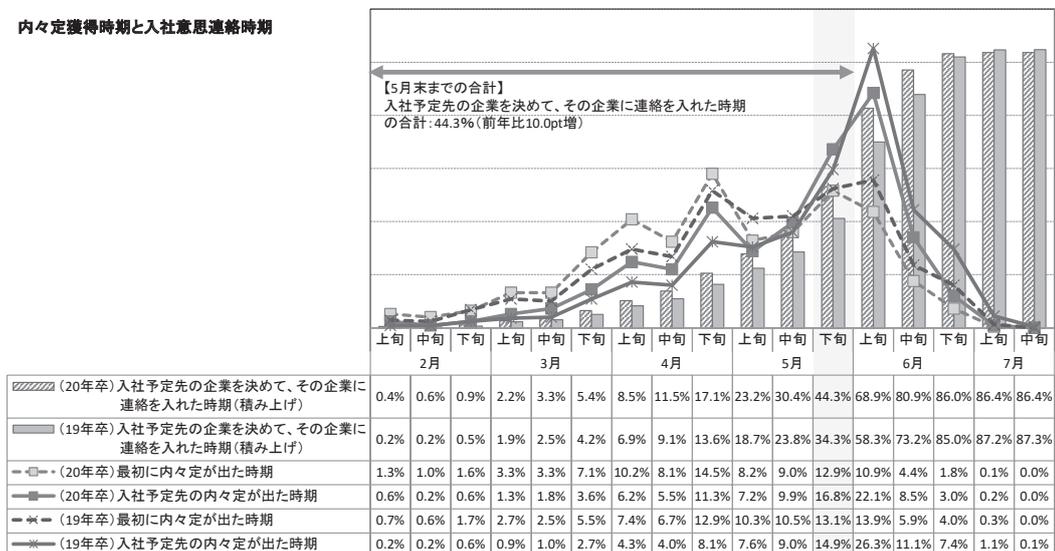
## 内々定をもらった時期と、入社予定先を決めた時期の比較

学生動向 企業動向

「最初の内々定」に限定すると4月下旬がピークに

最初に内々定が出た時期を前年と比較すると、2019年のGWの影響もあり、4月下旬がピークとなった。また、5月までに入社意思を決めた割合を積み上げると、20年卒では44.3%（対前前年+10.0pt）となっていた。調査時期（6～7月）の内定保有者に限定した調査であるものの、意思決定の時期も含めて前倒しになっていることがわかった。

内々定獲得時期と入社意思連絡時期



「最初の内々定が出た時期」「入社予定先企業から内々定が出た時期」「入社予定先の企業を決めて、その企業に連絡を入れた時期」出所：2020年卒マイナビ内定者意識調査（6月～7月実施）

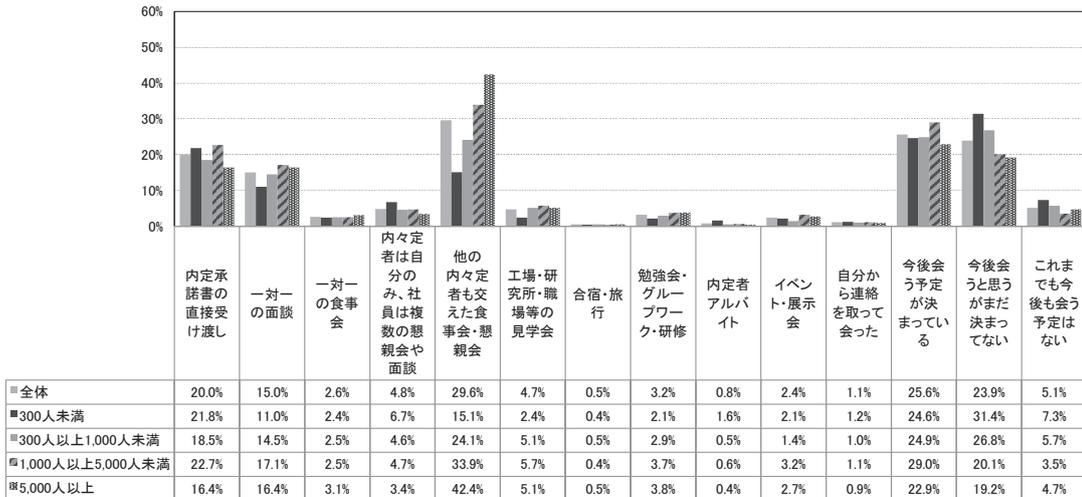
## 学生が内々定後に入社予定先企業と会う機会

学生動向 企業動向

### 内々定後に会う機会として多かったのは「内定者懇親会」

今後の予定も含め、内々定後の企業との接触内容を聞いたところ、全体では「内定者懇親会」が最も高い割合だったが、従業員規模によって差が出た。調査実施期間が6～7月と早かった影響か、従業員規模300人未満では「今後会うと思うがまだ決まっていない」が最も高い結果となっており、内々定者に対して今後の予定が伝えられていない現状が浮き彫りとなった。内々定者は入社予定先からの連絡を待っていることも考えられるので早めに今後の予定を伝えることも必要だと思われる。

入社予定先の従業員規模別 入社予定先と内々定後に会う機会(今後の予定含む)



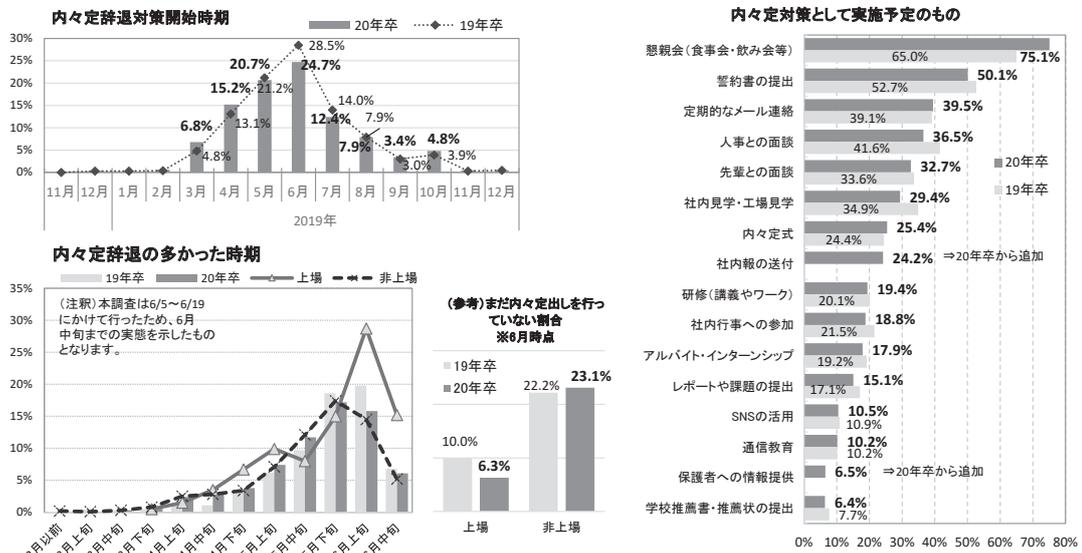
出所：2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月～7月実施)

## 企業が実施した内定者施策とその時期

学生動向 企業動向

### 内々定辞退対策の開始が全体的に前倒しに 懇親会が昨年に続いて実施企業多数

内々定辞退対策の開始時期については、内々定出し開始の時期が前倒しになったのに引張られる形で全体的に前倒し傾向になった。ただし、非上場企業の「まだ内々定出しを行っていない割合」は前年よりも0.9pt上昇しており、内々定出しの状況は上場/非上場によって差が見られる結果となった。内々定辞退対策の内容としては、「懇親会(食事会・飲み会等)」「誓約書の提出」「定期的なメール連絡」など様々な対策が練られている。



「内々定辞退対策開始時期」「内々定辞退対策として実施予定のもの」2020年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)  
「内々定辞退の多かった時期」(参考)まだ内々定出しを行っていない割合※6月時点2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 限られた時間の中で相互理解と納得感を高める

20年卒の新卒採用では、採用に成功している企業ほど、限られた時間のなかでインターンシップなど様々な種類の接触機会を創出し、相互理解の機会を捻出している様子が窺えた。学業を本分とする学生にとっても時間が限られていることは同じであり、今後も同様の状況は続くと考えられる。職業観涵養のためのインターンシップは企業の実施割合、学生の参加割合ともに20年卒でさらに高くなり、もはや「当たり前に行うこと」と捉えられはじめている。まずは20年卒の結果を整理し、今後、どのような手法を用いて相互理解を深め、入社予定先企業を決定する納得感を高めていくのかを提案したい。

### 2020年卒採用市場のまとめ インターンシップ有無による整理

インターンシップが「成功」のカギとなるが、広報活動開始後の活動も重要

昨今のトレンドではあるが、20年卒では特にインターンシップ参加学生数、ならびに実施企業数が増加し、就職活動において重要な要素になっていることは間違いない。一方で、広報活動開始後に初めて出会う企業が半数以上である事実もあり、意思決定までの短い期間にどれだけ学生・企業の相互理解を深められるかがカギとなる。

#### インターンシップあり

企業

✓インターンシップ実施企業は「採用予定充足率」が実施していない企業よりも高い傾向にある。  
※6月時点で「採用予定充足率10割以上」の企業はIS実施企業で**18.3%**、実施なし企業で**9.1%**  
出所：2020年卒企業採用活動調査（6月実施）

✓インターンシップのプログラム内容によって志望度に差が出る場合もある。  
（参考）インターンシップアワード選考基準「効果を高め、企業への志望度を向上させる項目」

学生

✓インターンシップ参加者の内々定率は参加していない学生よりも高い傾向にある。  
※6/15時点でのIS参加学生の内々定率は**76.6%**  
IS参加経験なしの学生では**55.2%**  
出所：2020年卒マイナビ内定率調査 臨時版（6/15実施）

✓インターンシップ参加学生は、参加経験の無い学生よりも、内々定獲得時期が早く、就職活動の終了時期も早い傾向がある。

#### インターンシップなし

✓インターンシップ以外の広報活動開始前の施策は様々。まずは「認知」されることが先決。  
※OB・OG訪問や社内見学の受け入れ、業界研究イベントへの参加など

✓学生にとって、広報活動開始後に出会う企業は10社中**5.7社**。  
接触回数を多くもち、短い期間で深い相互理解を。  
出所：2020年卒マイナビ大学生内定率調査6月速報版（6月実施）

✓インターンシップに参加していない学生の入社予定先企業では中小企業のシェアが高い傾向にある。  
※IS参加学生では**49.0%**が「従業員規模1,000人以上」だが、IS参加経験なしの学生では**21.9%**となっており、その差は**27.1pt**と開きがある。一方で、「従業員規模300人未満」と回答した学生はインターンシップ参加経験なし学生では**29.9%**、インターンシップ参加学生では**24.2%**だった。  
出所：2020年卒マイナビ大学生内定率調査（6月実施）

## インターンシップ実施有無と採用予定充足状況(6月時点)

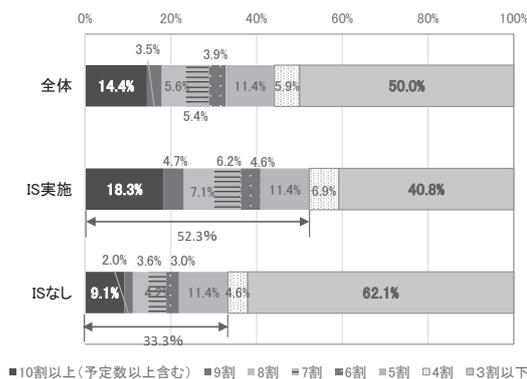
学生動向

企業動向

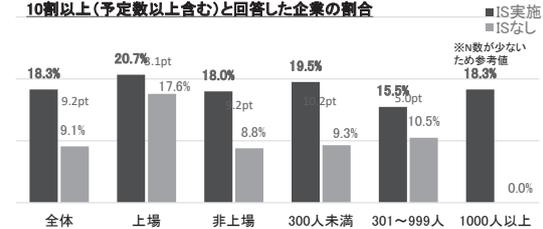
インターンシップ実施企業では採用充足率「10割以上(予定数以上含む)」が18.3%

20年卒の採用充足率(6月)は企業側にとって厳しい採用環境であることを反映して、約半数が「3割未満」と回答しており、「10割以上(予定数以上含む)」と回答しているのは14.4%となっている。しかしながら、インターンシップを実施したか否かを軸に確認すると、実施企業のほうが、未実施の企業よりも採用充足率は高い傾向にある。

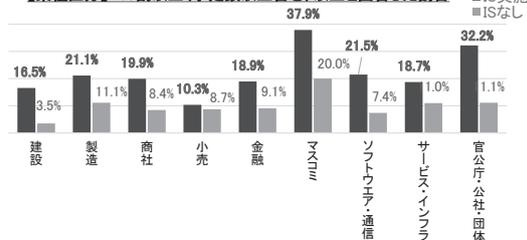
インターンシップ(=IS) 実施有無別 採用予定充足率比較(6月)



インターンシップ(=IS) 実施有無別 採用予定充足率比較(6月)  
10割以上(予定数以上含む)と回答した企業の割合



【業種区分】10割以上(予定数以上含む)と回答した割合



「インターンシップ実施有無別 採用予定充足率比較」出所: 2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## インターンシップ参加と内定率・広報活動開始後の応募状況

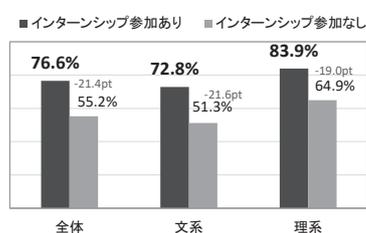
学生動向

企業動向

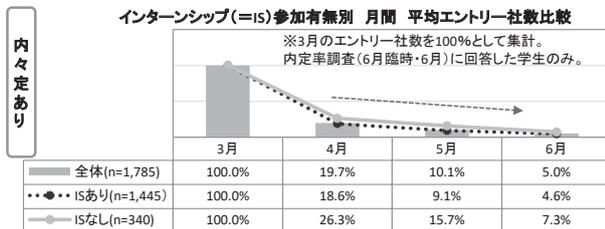
インターンシップ参加学生の内定率は76.6%(6/15時点)で未参加学生との差は21.4pt

インターンシップ参加者の内定率(6/15時点)は76.6%で、未参加者の内定率55.2%との差は21.4ptだった。内々定の有無を軸に、広報活動開始後の3月のエントリー社数を100%として6月までのエントリー社数を確認したところ、内々定保有者では時期を追うごとに収束していく一方で、未内定者では4月以降も3月の25%程度のエントリーを行っていることがわかった。特に、インターンシップ未参加者においては、6月に3月の3割程度エントリー活動を行っており、広報活動開始前に十分な活動ができなかった学生は広報活動開始後に積極的に活動を行っていると考えられる。

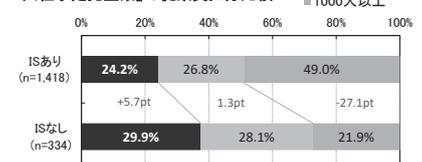
インターンシップの参加有無別内定率比較(6/15時点)



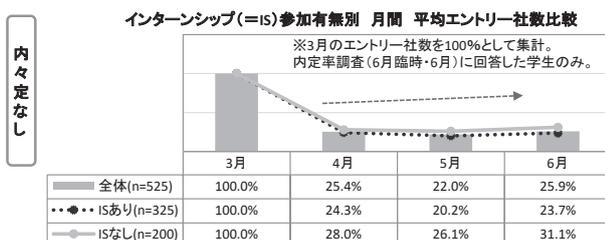
インターンシップ(=IS)参加有無別 月間 平均エントリー社数比較



インターンシップ(=IS)参加有無別 「入社予定先企業」の従業員区分比較



インターンシップ(=IS)参加有無別 月間 平均エントリー社数比較



「インターンシップ参加有無別 内定率比較(6/15時点)」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査 速報版(6月実施)  
「内々定有無×インターンシップ参加別 月別エントリー社数比較」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月臨時・6月実施)とマイナビデータを基に再集計  
「インターンシップ(=IS)参加有無別 入社予定先企業の従業員区分比較」出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月臨時・6月実施)のデータを基に再集計

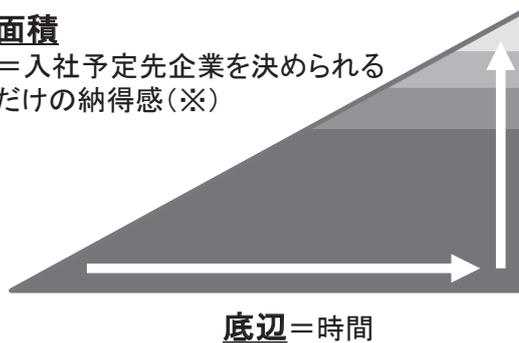
## 学生が「入社予定先企業の1社」を決めるまでの心の動き

学生と企業がお互いを理解しあう機会をどれだけ持てるか、それに時間をかけられるか

学生が内々定を得て、入社予定先企業1社を決める(=入社意思決定)に至る心の動きを図に示した。学生を軸に示しているが、実際には学生と企業の相互理解が深まり、互いを選んだ(選考した)ことに対する「納得感」が重要であると考えられる。時間と相互理解を深めるための機会を重ねることで、その納得感を醸成し、満足できる入社意思決定へつながるのではないだろうか。

### 面積

=入社予定先企業を決められるだけの納得感(※)



面積がいっぱいになったところで、学生は満足感をもって『入社意思』を決めることができる。もし、いっぱいになる前に〆切を切られるなどの理由で内々定承諾をしなければならない場合、不満足のまま、意思決定をしている可能性がある。その際は、内々定後に時間・接触回数を重ねて、面積(=納得感)をいっぴいに満たす必要がある。

### 高さ

||

相互理解を深めるための機会(接触回数)

※学生にとっては活動量であり、企業にとっては学生1人あたりにかける手間と言え換えることができる。

ここに「質」が掛け合わされると、良ければ2倍、3倍となり悪ければ1/2倍、1/3倍となる。

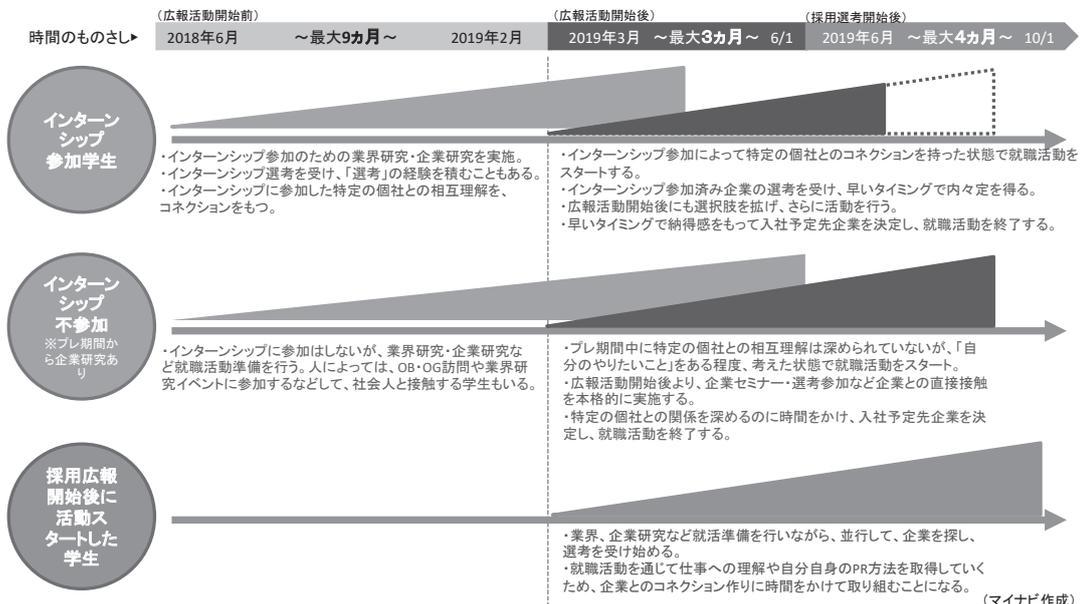
※「納得感」とは入社予定先企業への理解を深め、満足できるだけの情報を知り得たと思えること、ならびに学生が自分自身の就職活動において十分な選択肢の中から選んだのだという満足感の結果、得られるものと定義しています。

(マイナビ作成)

## 接触可能な時間と「学生と企業の相互理解関係」の醸成

学生と企業の最初の出会ってから相互理解を深めるまでの時間や状況は様々

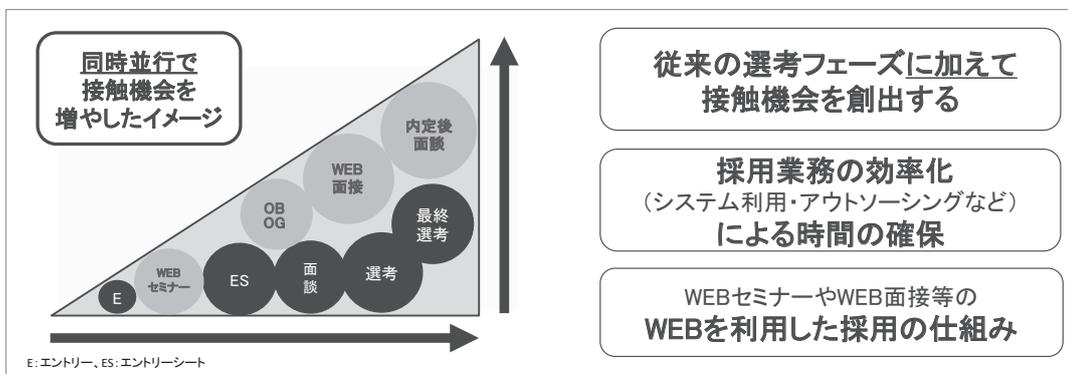
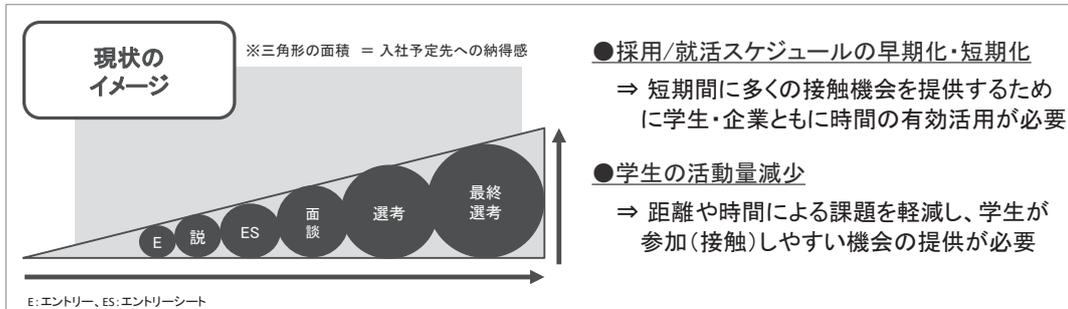
広報活動開始前からの時間を含めると、一般的に「内定解禁」と言われる10/1までの期間は最大で16カ月となるが、「インターンシップに参加するか否か」また「就職活動をいつから始めるか」などの状況によって、その期間は様々である。しかしながら、「入社予定先企業」1社を決めるまでに必要な企業・仕事への理解や自分自身の決断に自信をもつための「納得感」はいずれの状況でも同程度に引き上げていかなければならない。



(マイナビ作成)

## 接触回数を増やすために

「短期間」のうちに「接触回数を増やす」ことで、学生の納得感を高め入社へつなげる



## 接触回数を増やすことで得られる「納得感」

学生動向

企業動向

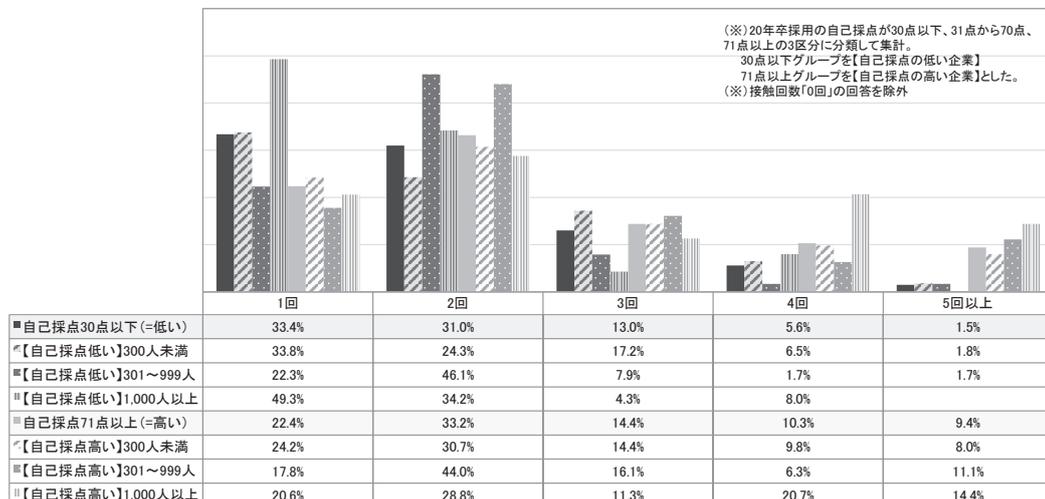
20年卒採用の自己採点が高い企業グループほど接触回数が多い

20年卒採用の自己採点が高い企業グループと低い企業グループに分けて、内定者1人当たりの接触回数(面接前接触+面接回数を合算)を比較したところ、自己採点の高い企業グループほど、接触回数が多い傾向が見られた。

(注釈)

昨今、企業広報ならびに採用手法が多様化し、学生との接触機会の名称や定義は企業によって様々となっておりますが、ここでの「面接前接触」とはセミナー、個別面談、OB・OG訪問、リクルーター面談、ジョブマッチング等を想定しており、「面接」は選考で実施される1次～最終面接を想定して回答していただいています。

20年卒採用自己採点区分別 内定者1人当たりの平均接触回数(面接前接触+面接回数)の比較



「20年卒採用自己採点区分別 内定者1人当たりの平均接触回数(面接前接触+面接回数)の比較」出所: 2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

## 入社予定先企業を決める要素・満足度を高める要素とは①

学生動向 企業動向

入社予定先企業を選択する際、満足度に関わらず影響が強いのは「人事担当者の印象」

活動の継続如何に関わらず、入社予定先企業を決めている学生に対して、「入社予定先企業への満足度」と「入社予定先を決めたポイント」について聞いた。最も影響が強いのは「人事担当者の印象」、次いで「採用選考・面接の内容」となった。「人事担当者の印象」は回答割合が最も高い項目だが、満足度・活動継続状況ともに関係なく同じ結果になっており、満足度を高めるための差別化になるというよりは最低限必要な要素である、ということだと考えられる。

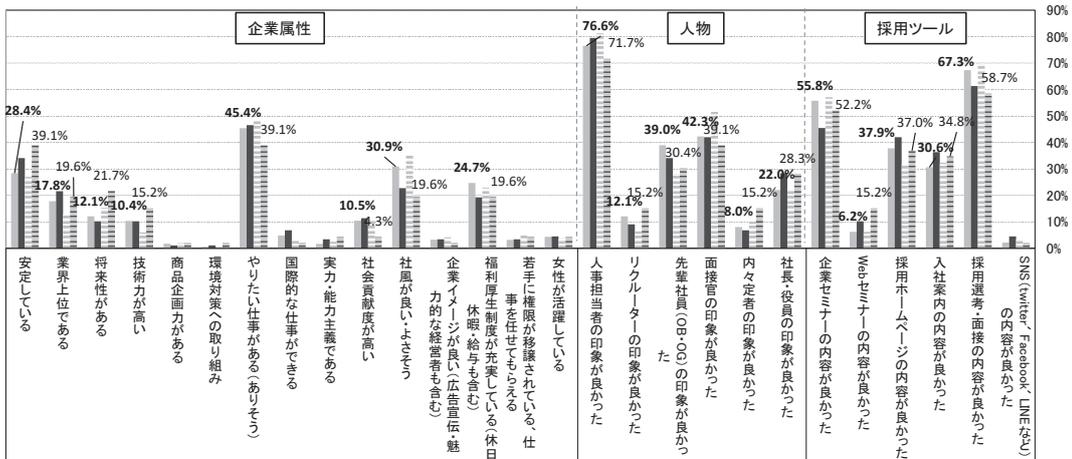
### 入社予定先を選択したポイント(各カテゴリで3つ選択)×入社予定先企業への満足度

■【活動終了】十分満足・満足(n=2,354)

■【活動終了】あまり満足していない・ほとんど満足していない(n=88)

■【活動継続中】十分満足・満足(n=448)

■【活動継続中】あまり満足していない・ほとんど満足していない(n=46)



「入社予定先企業を選択したポイント×入社予定先企業への満足度」出所: 2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

## 入社予定先企業を決める要素・満足度を高める要素とは②

学生動向 企業動向

学生は面接官や社長・役員を通して「やりたい仕事がある」「社風が良い」を把握

入社予定先企業への満足度が高い学生(十分満足・満足)に限定して、入社を選択したポイントを聞き、さらに「企業属性」と「採用ツール」「人物」の項目がどの組み合わせで同時に選択されているかを調べた。人事担当者や面接の影響は強いものの、学生が多面的に企業の情報に接して、入社を決めていることが推察される。(平均回答数: 2.0)

入社を選択したポイント(各カテゴリから2つ選択) 縦軸: 企業属性/横軸: 人物	全体	人事担当者の印象が良かった	リクルーターの印象が良かった	先輩社員(OB・OG)の印象が良かった	面接官の印象が良かった	内々定者の印象が良かった	社長・役員の影響が良かった
回答数	2802	2453	358	1165	1415	272	709
やりたい仕事がある(ありそう)	45.9%	45.8%	40.8%	44.8%	46.2%	42.3%	51.3%
社風が良い・よさそう	31.6%	33.0%	23.6%	33.8%	28.5%	25.6%	35.6%
安定している	28.2%	29.2%	31.8%	29.2%	26.5%	26.5%	24.4%
福利厚生制度が充実している(休日休暇・給与も含む)	24.4%	25.3%	25.2%	24.7%	23.1%	25.6%	22.4%
業界上位である	17.0%	16.5%	20.1%	17.1%	19.3%	23.1%	10.2%
将来性がある	12.6%	11.9%	12.4%	11.4%	13.2%	17.5%	14.5%
社会貢献度が高い	10.5%	9.9%	14.3%	11.9%	10.5%	9.0%	9.2%
技術力が高い	9.7%	8.6%	12.1%	12.1%	9.5%	10.3%	8.2%
国際的な仕事ができる	4.6%	4.2%	4.8%	4.2%	5.1%	6.8%	4.7%
女性が活躍している	4.3%	4.4%	3.8%	4.1%	3.8%	5.1%	4.8%
企業イメージが良い(広告宣伝・魅力的な経営者も含む)	3.5%	3.5%	1.9%	2.6%	3.8%	3.8%	4.7%
若手に権限が移譲されている、仕事を任せられる	3.5%	3.6%	2.2%	3.5%	3.4%	1.7%	4.2%
商品企画力がある	1.8%	1.6%	3.5%	1.2%	2.0%	0.4%	2.7%
実力・能力主義である	1.8%	1.6%	2.9%	1.3%	2.0%	1.7%	2.7%
環境対策への取り組み	0.6%	0.7%	0.6%	0.6%	0.4%	0.4%	0.3%

入社を選択したポイント(各カテゴリから2つ選択) 縦軸: 企業属性/横軸: 採用ツール	合計	企業セミナーの内容が良かった	Webセミナーの内容が良かった	採用ホームページの内容が良かった	入社案内の内容が良かった	採用選考・面接の内容が良かった	SNS(twitter, Facebook, LINEなど)の内容が良かった
回答数	2802	1770	219	1174	993	2139	77
やりたい仕事がある(ありそう)	45.9%	44.2%	41.1%	44.9%	48.3%	47.1%	48.5%
社風が良い・よさそう	31.6%	31.4%	19.4%	27.6%	30.3%	35.3%	42.4%
安定している	28.2%	28.3%	40.0%	22.0%	30.4%	25.5%	16.7%
福利厚生制度が充実している(休日休暇・給与も含む)	24.4%	25.7%	14.9%	22.7%	27.8%	23.8%	16.2%
業界上位である	17.0%	18.9%	18.9%	15.0%	15.0%	16.3%	16.7%
将来性がある	12.6%	12.6%	17.1%	13.5%	11.2%	12.4%	13.6%
社会貢献度が高い	10.5%	11.3%	9.1%	12.5%	8.2%	10.2%	6.1%
技術力が高い	9.7%	9.0%	13.1%	12.8%	9.4%	8.5%	4.5%
国際的な仕事ができる	4.6%	4.1%	6.9%	4.3%	4.3%	5.0%	9.1%
女性が活躍している	4.3%	4.6%	5.1%	3.3%	3.9%	4.7%	3.0%
企業イメージが良い(広告宣伝・魅力的な経営者も含む)	3.5%	2.9%	3.4%	3.1%	3.8%	3.8%	7.6%
若手に権限が移譲されている、仕事を任せられる	3.5%	3.3%	4.6%	3.2%	3.5%	3.5%	9.1%
商品企画力がある	1.8%	2.0%	2.3%	2.2%	2.0%	1.4%	1.5%
実力・能力主義である	1.8%	1.8%	2.9%	1.6%	1.4%	2.1%	1.5%
環境対策への取り組み	0.6%	0.4%	1.1%	0.6%	0.7%	0.5%	3.0%

※複数回答(上限2つ)として得られた結果を基に分類し、クロス集計を行った。割合は横軸の各項目について回答した人数を母数として、同時に縦軸の項目を回答した人数の割合を算出している。

「(入社予定先満足の高い学生限定)入社予定先企業を選択したポイント」出所: 2020年卒マイナビ内定者意識調査(6月~7月実施)

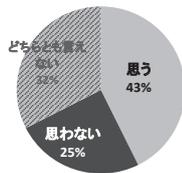
## 就活費用と移動時間の負担軽減 「WEB面接」のメリット

学生動向 企業動向

WEB面接を実施してほしいと思う学生の感想は「交通費・移動時間がかからなくてよい」

WEB面接を受けたことのある学生に感想を聞いたところ、良い意見と悪い意見が半々という結果になった。良い意見を持った学生は「移動時間」「交通費」の負担が減ったことを感想にあげており、逆に悪い意見を持った学生は通信環境や「相手の表情や反応がわかりにくい」などコミュニケーションに関する不安を持ったようだ。一方で、就職活動費用(交通費・宿泊費)の負担は関東・関西・東海を除く地域での負担が最も多くなっている現実もある。コミュニケーション面での配慮が必要になるものの、こうした新しい手法の導入によって負担が軽減される可能性は高い。

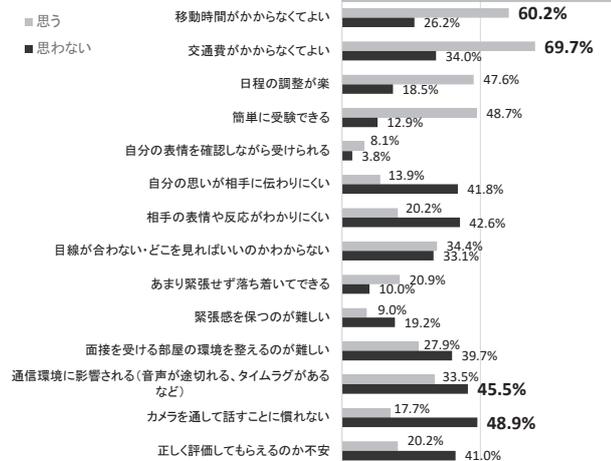
【WEB面接を受けたことのある人限定】  
WEB面接を実施する企業が増えてほしいか



就職活動の費用(交通費・宿泊費)



【WEB面接を実施する企業が増えてほしいと思う人・思わない人それぞれの感想】



出所: 2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(6月実施)

### Column

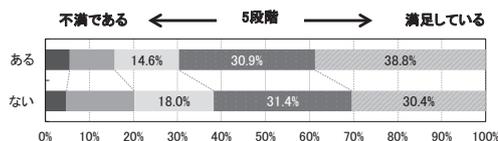
### OB・OG訪問の有無と入社予定先への満足度

#### OB・OG訪問を行ったかどうかで入社予定先への帰属感や将来のキャリア展望に大きな差

5月のモニター調査によると、OB・OG訪問をした経験のある学生は全体で約4人に1人でした(25.7%)。OB・OG訪問をしたことで得られたものについては「やりたいと思っていた仕事のイメージがはっきりした」(62.2%)という回答が最多でした。では、OB・OG訪問は、入社予定先企業に対する満足度にも影響しているのでしょうか。シンプルに「どの程度満足しているか」を聞いた際、最も高い満足度を選択した割合はOB・OG訪問の経験が「ある」学生の方が「ない」学生より8.4pt高くなりました。さらにさまざまな軸で聞いた入社予定先満足度についても調べたところ、「社員の印象と帰属感」では16.3pt、「将来のキャリア展望」では17.8pt、「十分な比較検討ができたか」では16.9ptとそれぞれ大きな差がつかまりました。OB・OG訪問をすることで、十分な選択肢の中から自分にマッチし、将来も見通せる入社予定先を選べる可能性が高くなると言えそうです。

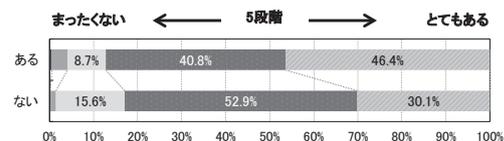
【内々定先満足度】

現在の内々定先についてどの程度満足しているか



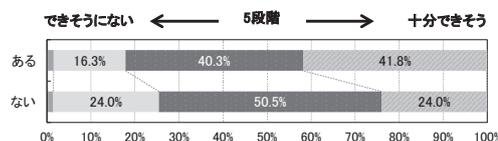
【社員の印象と帰属感】

社員の印象から、その企業が自分に合っているという実感はあるか



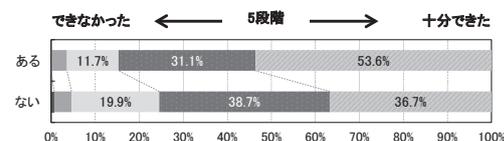
【将来のキャリア展望】

理想とする将来のキャリアプランを実現できそうか



【十分な比較検討ができたか】

十分な選択肢の中から比較検討して選ぶことができたか



リサーチ&マーケティング部 石田 力

「内々定先満足度」「社員の印象と帰属感」「将来のキャリア展望」「十分な比較検討ができたか」 出所: 2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(5月実施)

## 内々定保有者が「もっと●●すればよかった」と思うこと

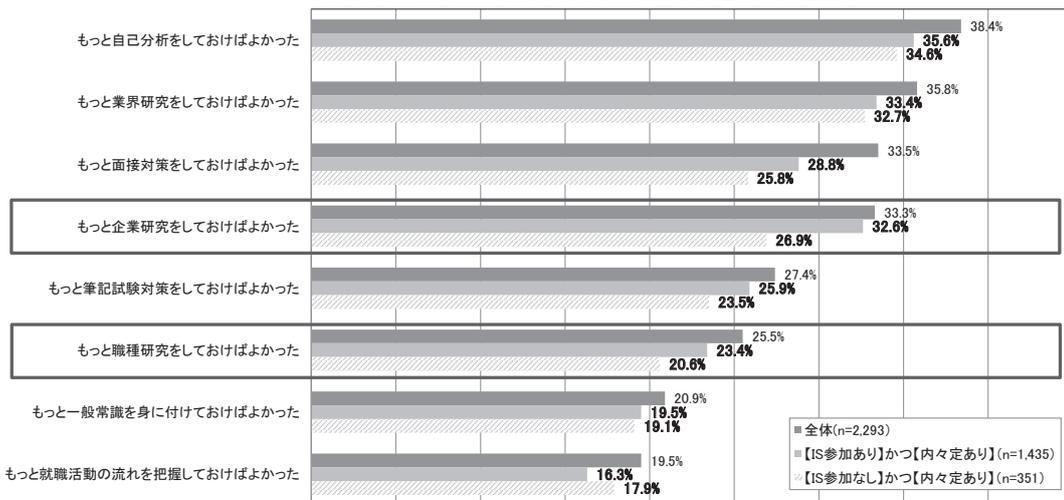
学生動向

企業動向

「企業・職種研究」をもっとすればよかったと回答した学生はIS参加者のほうが高い

6月末時点で内々定を保有している学生のうち、インターンシップ(=IS)の参加経験(6/15時点)が照合できた学生において就職活動で「もっとこうすればよかったこと」を確認したところ、IS参加者のほうが企業研究・職種研究をすればよかったと回答していることがわかった。先述したとおりインターンシップ参加は企業理解を深める重要な要素である一方で、あまりにも早いタイミングで企業を絞り込んで就職活動を行い、早いタイミングで内々定を得ることになると、「企業理解」や「仕事理解」に対して「もっとできたのではないか」という感覚を持つ可能性があることを示唆する結果となった。

内々定保有者(6月末)のみ インターンシップ参加経験の有無別「就職活動でもっとこうすればよかった」と思うこと(上位抜粋)



「内々定保有者(6月末)のみ インターンシップ参加経験の有無別「就職活動でもっとこうすればよかった」と思うこと(上位抜粋)」  
出所: 2020年卒マイナビ大学生内定率調査(6月臨時・6月実施)の結果を利用して再集計

## 自身の“活動量”に対する満足感と内々定先企業への満足感

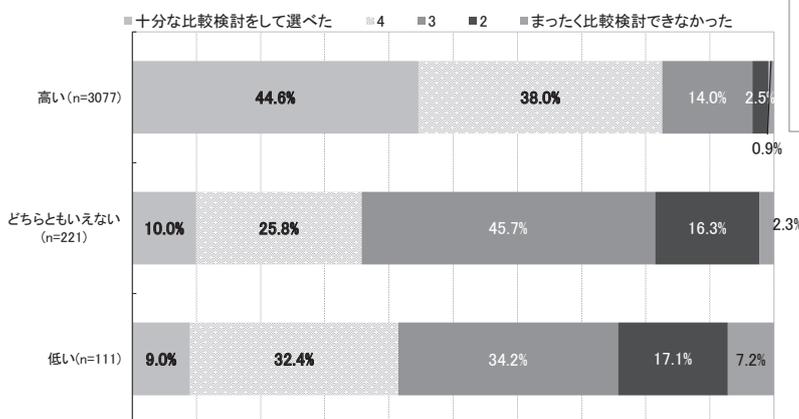
学生動向

企業動向

「十分な選択肢の中から比較検討できた」という満足感が内々定先企業への満足感へ

内々定先企業への満足度と、自身の活動量の指標となる「比較検討(=十分な選択肢の中から比較検討できたか)への満足度との関係を調べたところ、内々定先企業への満足度が高い学生ほど「十分な比較検討して選べた」と答えていることがわかった。比較検討できたということは、自分自身の就職活動を納得できるまでできた、と言い換えることができる。実際に入社する前の学生にとって、内々定を得て、入社予定の企業を選択するのは大きな決断となるが、ある意味で『自分はしっかりと選んだのだ』と自信をもつことが重要だと推察される結果となった。

内々定先企業への満足度(高い | どちらともいえない | 低い)と【比較検討できた】ことへの満足度の関係



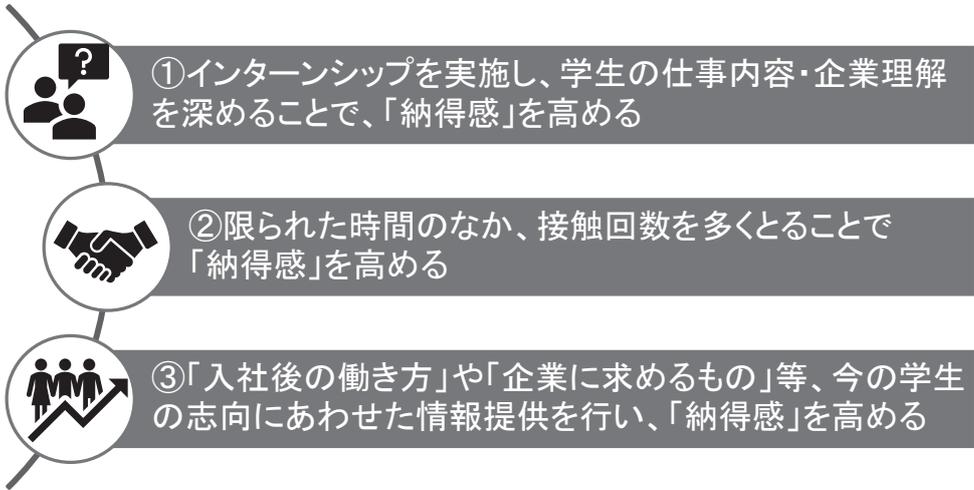
**【比較検討】**  
入社予定先の企業は、企業研究やセミナー参加、インターンシップや選考受験を通じて、十分な選択肢の中から比較検討して選ぶことができたと思うか、5段階で評価した。

「内々定先企業への満足度(高い | どちらともいえない | 低い)と【比較検討できた】ことへの満足度の関係」出所: 2020年卒マイナビ学生就職モニター調査(6月実施)

## 21年卒採用への展望

意思決定までの時間が短いなかで、相互理解を深めた関係をいかに醸成するか

現行のスケジュールで実施される21年卒採用活動では、広報活動開始後から選考・内々定出しまでの時間が短くなるのは必至であり、やはりインターンシップを実施し、相互理解を深めることは重要な施策といえる。「早く出会う」というだけでなく、意思決定まで長い期間を持つことができ、何度も接触することが可能なため。仮にインターンシップが実施できない場合も、OB・OG訪問や時にはオンラインツール（WEBセミナー）なども利用し、学生に“知る”機会を提供していきたい。また、学生を取り巻く環境は日々変化し、その影響で志向や考え方が変わる場合もある。『今の学生』に寄り添う情報を提供し、企業と学生が相互理解を深めた状態（＝マッチングに『納得感』を持った状態）を作る必要があるといえる。

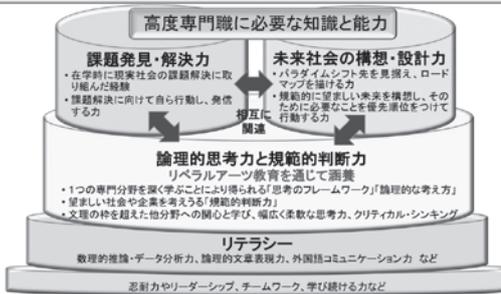


(マイナビ作成)

## 新卒採用を取り巻く議論『採用と大学教育の未来に関する産学協議会』

### Society 5.0時代に求められる人材と大学教育

「Society 5.0人材育成分科会」における産学の共通認識：論理的思考力と規範的判断力をベースに社会システムを構想する力を備えた人材



Society 5.0時代に求められる能力の育成には、

- ・初等中等教育から高等教育にいたる全ての段階での関与が必要  
少人数・双方向型のゼミや実験・産学連携による実践的な課題解決（PBL）型の教育、海外留学体験など
- ・現行の採用日程に基づく実質3年間の大学教育では不十分  
大学3年生3月の就職活動開始により、十分な学修の期間が確保できていない採用日程のあり方の検討や大学院レベルまでの教育の重視が必要
- ・広く国民がSociety 5.0のビジョンを共有し、国全体のマインドセットの変革が必要  
イノベーションを創出し、社会課題の解決をリードできる人材育成に向けた、初等中等教育からの改革が必要
- ・大学における社会人リカレント教育のプログラム拡充が急務  
5～10年後の社会の主軸となるのは、現在、社会で活躍している人材であり、この人材の能力向上が重要

### 今後の採用とインターンシップのあり方

Society5.0時代の雇用システムや採用のあり方-ジョブ型を含む複線的なシステムへ移行-

- ✓ 新卒一括採用（メンバーシップ型採用）に加え、ジョブ型雇用を念頭においた採用も含め、**複線的で多様な採用形態**に、秩序をもって移行すべき。
  - ✓ 学生の学修経験時間（\*）の確保を前提に、**学生の主体的な選択や学修意欲の向上に資する就職・採用方法**と、質の高い大学教育を企業と大学の共通理解によって実現していく。
  - ✓ 企業は、**ダイバーシティを意図**して、外国人留学生や日本人海外留学経験者を積極的に採用する方向。また、ジョブ型採用の割合が増大し、グローバルな企業活動が拡大する中で、大学院生を積極的に採用する方向。
  - ✓ 学修成果の評価：より高い専門性を重視する傾向となれば、卒業・学位取得に至る全体の成果を重視すべき。卒業要件の厳格化を徹底すべき。
- \*学修時間のみでなく、留学等、多様な体験活動を含む時間  
〔私大連提言（2019年3月）より〕

### 今後のインターンシップのあり方

- ✓ 目的・意義・内容・期間等について、産学および社会的な共通認識の確立が必要。
- ✓ 1～2年次のキャリア教育には学業への動機付けや業界・企業・職種への理解促進が、長期インターンシップにはミスマッチによる離職防止などが期待できる。
- ✓ ワンデーインターンシップは、教育的意義を持つインターンシップとは区別し、別の呼称とする。
- ✓ インターンシップで得た学生情報の広報・採用選考活動への活用や、インターンシップの目的・内容の違いに基づく学生情報の異なる取り扱いについては**継続的に検討する**。

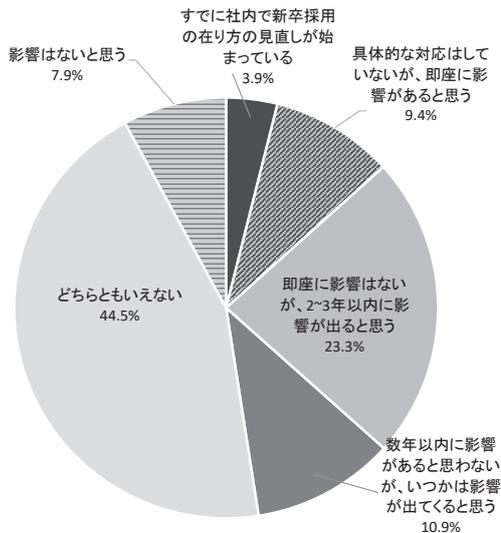
『採用と大学教育の未来に関する産学協議会 中間とりまとめ共同提言』より引用

## 新卒採用を取り巻く議論 採用担当者のご意見

即座に影響が出ているケースは少ないものの、いずれは影響が出ることを懸念

現行の「新卒一括採用」のメリット・デメリットは理解しつつも、スケジュールを限定しない多様な採用方法になった場合のマンパワー不足を懸念する声も多い。

『採用と大学教育の未来に関する産学協議会』から出された中間とりまとめ・共同提言の内容が「自社の新卒採用に影響があると思うか」



### 「新卒採用の在り方」議論に対する意見

※FAでいただいたご意見を個社が特定できないように複数意見を集約し、要約しております。

・通年採用になると、工数が増え、入社時教育がまとめて実施できなくなるため、採用業務専任者が必要になる。マンパワー不足の人事としては、一括採用のほうが助かる。

・採用スケジュールの多様化は個々のタイミングに合わせることができ、メリットが多いように感じるが、大枠のガイドラインがなくなることで学生の迷いや不安を大きくする可能性をはらんでいるのではないかと思う。就職活動を計画的に行う手助けになっている側面もある。

・欧米諸国のように日本の新卒一括採用自体が合わなくなってきていると感じる。企業が随時採用を進め、経験者も含めて、時期を定めず公平により良い人材採用を進められる世の中にしていくべき。

・一部企業で実施している、学歴不問・能力重視の通年採用的なやり方と、新卒一括採用とは、一長一短がある可能性があり、現時点でどちらかを廃止してどちらかに絞るといよりは、各企業が個々に戦略を立て、欲しい人材(市場)によって、最も適切なやり方を選択する方が、現状は合理的ではないかと思う。

・企業がエンゲージメントを重要視したり、社員を育成するという認識の中においては、「新卒一括採用」は効率的な採用方法。また、社員の年代別の適性分布を考える上でも、有効な採用方法であると思う。

・大手企業なり、有名大学ではこれらの多様性のある動きは可能だと思うが、一般的な企業や、中堅以下の大半の大学ではある程度しぼりをつけないと、学業なり適切な採用活動に悪影響がでるのではないか。

出所：2020年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)