

2020年度 新卒採用 就職戦線 総括

21卒版

就職活動・採用活動に関する取り組みや最新情報

- ▶ 産学連携の接点とは？ーインターンシップにおける大学と企業の協働ー
- ▶ COVID-19 状況下の心理的契約
- ▶ コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題

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. 2021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	
【寄稿】	
◆産学連携の接点とは？ -インターンシップにおける大学と企業の協働- ——多摩大学 経営情報学部 初見 康行 准教授	P 2
◆COVID-19状況下の心理的契約 ——神戸大学 経営学研究科 服部 泰宏 准教授	P 4
◆コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題 ——キャリアライター/元マイナビ編集長 吉本 隆男 氏	P 6
・ 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 24
・ 採用活動の予定と実際	P 28
・ 内々定出しと内々定フォロー	P 48
・ 今後の採用に向けて	P 54

2. データ集

【1】学生の志向	P 65
【2】学生の活動状況	P 71
【3】企業の採用動向	P 80
【4】大学の就職支援	P 87
【5】低学年のキャリア意識	P 89
【6】付録(添付資料)	P 91

新型コロナウイルスの影響下での採用活動 何が起こっていたのか

2021年卒の広報活動が開始する2020年3月1日、新卒採用を取り巻く環境はこれまでになく混乱していた。

採用スケジュールは2020年卒まで指針を出していた経団連から政府主導へと変更したが、これまでと同様に「2020年3月に広報活動開始、6月に選考活動開始」と定められており、前年と同様のペースで就職活動が進められると考えられていた。2020年夏には東京オリンピック・パラリンピックが開催されるため、選考開始や内々定出しが前倒しになるという予想があったものの、スケジュール面での大きな混乱はないだろうというのが大方の見方だった。しかし想定外の事態が起こった。2019年12月に中国湖北省から広まったとされる新型コロナウイルスの感染拡大ならびに日本国内の感染拡大防止策として発令された緊急事態宣言による「外出自粛要請」である。

3月から開催予定だった合同企業説明会が相次いで中止となり、対面で実施していた企業説明会や面談・面接の多くが延期。企業と学生が最も多く出会う時期である3～5月の活動が停滞することになった。一方で「WEB化」が様々なフェーズで進められ、日本社会全体にリモートワークが浸透したように、採用活動においてもWEBセミナー、WEB面接が広く実施され、採用活動の在り方を再考するきっかけとなっている。

2020年は世界全体にとって大きな変化が起こった年であるが、そうした環境下で実施した2021年卒の採用活動で何が起こっていたのか。

まさしく新卒採用の変革期ともいえる2021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い。

産学連携の接点とは？ ーインターンシップにおける大学と企業の協働ー

大学生のためのインターンシップを実現するために、産学連携は有効な手段である。しかし、大学と企業はどのような部分で協力し合えるのか。両者の視点の違いなどを確認しながら、大学と企業の「接点」について考える。

〔多摩大学 経営情報学部〕 初見 康行 准教授



2004年、同志社大学卒。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)にて、法人営業、人事業務に従事。2017年、一橋大学大学院 商学研究科 より博士(商学)。2018年より現職。2020年より東京都立大学大学院 客員准教授。専門は人的資源管理。著書に「若年者の早期離職」中央経済社。

■「有意義」なインターンシップとは

「大学生のためのインターンシップを実現するためにはどうしたら良いか」、これが本稿の問いである。多様な考え方があるのは承知の上で、以下では特に大学と企業の連携について考えていきたい。

有意義なインターンシップの実現に向けて大学と企業が連携していくべきである、という意見に反対する人は少ないだろう。しかしながら、両者の連携は口で言うほど容易ではない。連携に向けた時間・労力もさることながら、より重要な点は「大学生のためのインターンシップとは何か」という根本部分に齟齬が生じる可能性があるためである。

はじめに整理しておこう。インターンシップに関わる主体は、学生・大学・企業の大きく三者である。また、三者それぞれがインターンシップ経験を有意義なものにしたいと考えている。ただし、何が「有意義」かについては、必ずしも合致しない。例えば、主役である学生が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。株式会社マイナビによる「2021年卒 マイナビ大学生インターンシップ前の意識調査」では、インターンシップ先を選ぶ際に就職活動を意識していると回答した学生が95.6%に達している。一方、「自分の力を試すため」、「自分の専攻が社会で役立つかを知るため」といった就職活動以外の参加目的は、22%、17%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具体的な意識・目的を帯びた活動であり、有意義さの基準は将来の就職活動に役立つことであることが推測される。

一方、大学等の教育機関が考える有意義なインターンシップとは何だろうか。日本のインターンシップの大きな特徴は、採用ではなく「教育目的」で実施されている点にある。それゆえ、教育機関の最大の関心事は、インターンシップ経験がその後の学習意欲向上や学習の深化につながるかどうかである。換言すれば、「教育効果」の有無が、インターンシップの有意義さを測る重要な指標となっている。また、大学と連携している企業においても、教育効果への貢献は大きな関心事だろう。しかしながら、企業にとって本来有意義なインターンシップとは、自社が所属する業界・仕事に対する理解を深め、「志望度」を高めてくれるものである。以上の点を鑑みると、インターンシップの有意義さとは「主体によって異なる」といえる。まずはこの事実を抑えておく必要があるだろう。

■「教育効果」と「志望度」向上のモデル

「有意義」の解釈が異なる中で、我々はどのようなことに取り組んでいくべきだろうか。お互いの相違点や考え方の違いを批判し合うのは建設的ではない。重要なのは、各主体の考え方が異なることを受け入れつつ、三者の「接点」を探していくことであろう。中でも、インターンシップを企画・運営する大学と企業の接点を探っていくことが、「大学生のためのインターンシップ」を実現するための土台になると考えられる。それゆえ、本稿ではインターンシップの「教育効果」を重視する大学と、「志望度」を重視する企業の接点について、探索的な分析を行っていく。

今回、株式会社マイナビが主催する「インターンシップアワード」に参加した学生(4,094名)に対してアンケート調査を行った。具体的には、4つの質問(①インターンシップ経験によって、大学等で学習していた内容がより深まった、②インターンシップ経験によって、大学等での学習意欲が高まった、③インターンシップ経験後、学習時間が増えた、④インターンシップ経験後、主体的に学ぶようになった)をインターンシップによる「教育効果」と捉え、どのような要因が教育効果の向上に影響するのかを統計分析した。同様に、「インターンシップ参加後、参加企業に対する志望度が上がった」を「志望度」と捉え、どのような要因が志望度の向上に寄与するのかを分析した。最後に、上記2つの分析結果を比較し、大学と企業の接点について検討を行った。紙幅の関係で詳細な分析過程を記述することはできないが、本調査では「教育効果」と「志望度」の向上について共分散構造分析(SEM)を行い、最終的に図1・2の結果を得ることができた。

図1：教育効果モデル

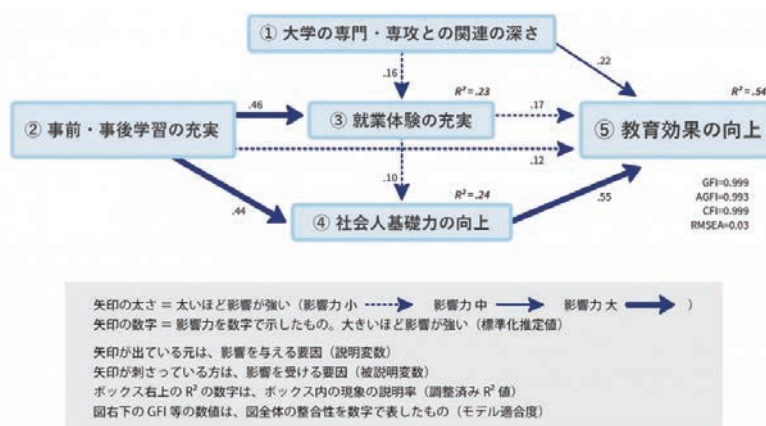
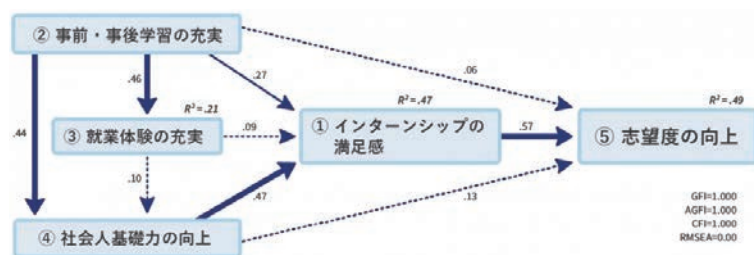


図2：志望度モデル



統計の用語を含めて、図の内容を詳細に理解する必要はない。大きなポイントは次の3点である。第一に、今回の分析結果から、「教育効果」と「志望度」それぞれを向上させる具体的な要因を明らかにすることができた。まず、「教育効果」を向上させる要因として、「①大学の専門・専攻との関連の深さ」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。次に、企業に対する「志望度」を向上させる要因として、「①インターンシップの満足感」、「②事前・事後学習の充実」、「③就業体験の充実」、「④社会人基礎力の向上」の4要因が重要であることが確認された。以上の結果をもとに、まずは読者のみなさんの大学・企業が提供するインターンシッププログラムが、上記4点を十分に満たしているのかをチェックすることが重要である。足りない要因があれば追加し、既に実施しているものもさらに充実させることによって、インターンシップ後の「教育効果」や「志望度」を向上させることが期待できる。

第二に、今回意外な結果となったのが「就業体験の充実」である。就業体験の充実とは「教育効果の向上」、「インターンシップの満足感」、「社会人基礎力の向上」に肯定的な影響を与えており、重要な要因である。しかしながら、その影響力は、他の要因よりも相対的に小さくなっている（図1・2の矢印の太さ・数字を参照）。これは就業体験の充実日々努力している大学・企業にとっては、少々肩透かしな結果と言えるかもしれない。一方、何らかの事情により就業体験（実際の仕事体験）の実施が困難な業界・企業は、この結果を前向きに捉えることができるかもしれない。「就業体験の充実」以外の要因に取り組むことによって、最終的な「教育効果」や「志望度」を向上させることが期待できる。

第三に、今回特に注目すべき要因として、「社会人基礎力の向上」が挙げられる。「社会人基礎力の向上」は、「教育効果」と「志望度」の向上に重要な役割を果たしており、その影響力も相対的に大きなものとなっている。ポイントは、社会人基礎力のような「スキル・能力」の獲得が、「教育効果」や「志望度」の向上に強く影響することが確認された点である。近年、大学・企業はインターンシッププログラムの内容改善に努めており、その活動は今後も重要である。しかしながら、就業体験はインターンシップの「手段」であって「結果」ではない。本調査から得られる重要な示唆は、インターンシップの内容と同じくらい、もしくはそれ以上に「インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付いたか」という結果が、参加学生にとって大事だという点である。

読者のみなさんの大学・企業では、インターンシップを通してどのようなスキル・能力が身に付くのかを学生にしっかり伝えて

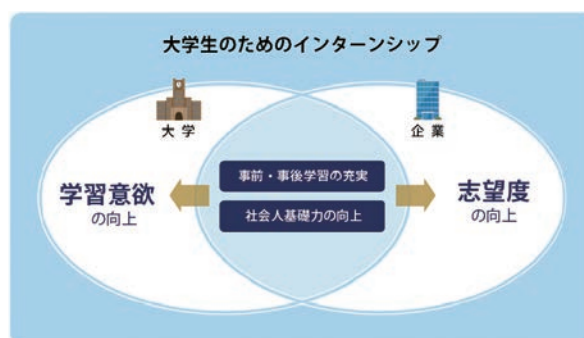
いるだろうか。インターンシッププログラムの内容については魅力的にアピールしているものの、「成果」については言及していないこともあるのではないだろうか。今後は、「学生に身に付けさせたいスキル・能力から逆算してプログラムを考える」という発想が必要になるだろう。また、広報する際も、インターンシップの内容だけでなく、身に付く「スキル・能力」をセットにして学生に伝えていくことが重要である。

■大学と企業の「接点」とは

最後に、本調査では「教育効果」と「志望度」のモデル比較を通して、本稿の目的であった大学と企業の「接点」について検討を行った。結論として、2つのモデルに共通し、なおかつ影響力も大きいことから、「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」の2要因が、大学と企業の連携の場として有望であることが推測される。本調査を通して、インターンシップの事前・事後学習を充実させること、社会人基礎力などのスキル・能力を高めることが、その後の「教育効果」と「志望度」の両者に肯定的な影響をもたらすことが確認された。このような大学・企業の双方に有益な接点を明らかにすることは、両者の「連携の場」を創出していくことにもつながるものである。今後は、より多くの接点を明らかにした上で、どちらがどの部分を担当していくのか、連携の具体的な在り方を探っていくことが必要だろう。例えば、お互いの得意分野を活かし、事前・事後学習は大学側でしっかり時間を取って行い、社会人基礎力向上に向けたプログラムを企業が行う、などが考えられる。

これまで、「大学生のためのインターンシップ」という共通目標はあっても、その考え方・アプローチ方法については、大学と企業で一部相違があったかもしれない。しかしながら、重要な点は相違を否定・批判するのではなく、そもそも主体によってインターンシップの目的・意義の定義が異なるという前提を受け入れることである。またその上で、両者の接点や共通利益がどこにあるのかを探っていくことが肝要である。「事前・事後学習の充実」と「社会人基礎力の向上」は有望な産学連携の場であり、「大学生のためのインターンシップ」実現に向けた、重要なファーストステップになるのではないだろうか。

図3：大学と企業の「接点」



本分析の結果はインターンシップアワード公式サイト内「Special Column1,2」でも詳しく解説しています。
インターンシップアワード公式サイト <https://internship-award.jp/>

COVID-19 状況下の心理的契約

バブル時代をしのぐほどの売り手市場が続いていた近年の採用戦線。2021 年卒学生の就職意識も強気の大手志向がこの 20 年間で最も高まっていた。そんな中 2020 年 3 月以降 COVID-19 の感染拡大が深刻化し、4 月には緊急事態宣言が発令されるなど、我々は未曾有の危機に直面している。COVID-19 は採用／就職活動にも大きなうねりをもたらすこととなり、手探りの採用活動を強いられている。COVID-19 状況下において今後日本の採用はどうなるのか、求職者の意識、企業側の意識はどう変化するのか。心理的契約の観点から考えていく。



〔神戸大学大学院 経営学研究科〕 服部 泰宏 准教授

神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程修了。滋賀大学専任講師、同准教授、横浜国立大学准教授を経て、2018年4月より現職。日本企業の組織と個人の関わりあいや、経営学的な知識の普及の研究、人材の採用、評価、育成に関する研究に従事。2013年以降、人材の「採用」に関する科学的アプローチである「採用学」の確立に向けた研究・活動を行う。2018年から、社内で大きな成果をあげる「スター社員」に関する研究も行っている。主著「採用学（新潮選書）」、「日本企業の採用革新（中央経済社）」、「2020年度日本労務学会賞（学術賞）」受賞等。

■コロナが明らかにしたもの

新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大が、採用／就職活動にさまざまな影響を与えている。マイナビをはじめとする大手就職情報企業は、自社が運営する合同企業説明会について、2 月の一部日程と 3 月以降の全日程の中止を発表。個別の企業の説明会にも中止が相次いだ。日本の採用のスタンダードであった「とにかく会って、とことん話して、わかり合う」が突如として、不可能になったわけであるが、これは採用／就職活動に少なくとも 2 つの意味で直接的な影響を与えた。

第 1 に、求職者と企業とが偶発的に出会う場が大幅に減少した。求職者がお目当ての企業のブースを訪れた時、たまたま目についた隣の企業のブースに立ち寄り、暇つぶしに訪れた企業のひとと意気投合したり…といった縁で内定先と出会うことが、これまではしばしば起こっていた。特に、知名度の低い企業にとっては、こうした偶発的な出会いが、求職者を獲得する極めて重要な契機となっていた訳であるが、コロナショックによってこれが奪われた。関連して、多くの大学が学生の活動や通学を制限しており、求職者たちはキャリアセンターや指導教員へとアクセスすることができていない。こうした経路を通じて、それまで自身が考えもしなかった「良い会社」を知る、といった機会も奪われてしまった。

第 2 に、説明から選考、内定式に至るあらゆるプロセスにおいて、求職者と企業とが、お互いの話し方や仕草を観察したり、何気ない会話のなかで相手の素性を知る、といったことが難しくなった。OB／OG 訪問や座談会、選考を目的としない面談などが制限されたことで、求職者は、説明会や面接では収集できないリアルな情報を収集する機会にアクセスすることができていない。企業の側も、面接中だけでなく、その前後の雑談、さらには待合室での過ごし方などを通じて、求職者の人となりを理解する機会を逸してしまった。勤務条件や仕事内容など通り一遍の情報であれば、ウェブを介した

面接や説明会でも、対面と遜色のない情報収集が可能なのだが、問題は、ウェブ面接のような非対面型の情報交換の場からは、求職者がエントリー先や就職先を決定するために必要な、上記のような「ささやかなが大切な情報」の取得が難しいということだ。

■冗長さに支えられた日本の採用

COVID-19 が私たちに突きつけたのは、日本の採用活動のかかなりの部分が、「冗長さ」や「無駄」に支えられてきたという事実であった。合同企業説明会での偶発的な出会い、面接選考中あるいはその前後の何気ない会話、OB／OG とコーヒーを飲みながらかわす何気ない会話。そうした場面でやり取りされる、1 つ 1 つはささやかな情報。一見すると「冗長」であり、場合によっては「無駄」とも思えるこうした機会や情報から遮断されたことで、私たちは皮肉にも、自身の意思決定がいかにこれらに依拠してきたかということを知り知ったのである。多くの若い求職者たちが、COVID-19 下での「無駄のないコミュニケーション」を新たな標準として受け入れ始めたいま、私たちは改めて、採用活動の本質とは何かという問いを突きつけられているのだ。

■日本の企業と心理的契約

もっとも、「COVID-19 の感染拡大によって日本の採用が変わった」というほど、問題は単純ではない。日本企業の採用活動の地殻変動は 2015 年前後から緩やかに起こっており、「冗長さ」や「無駄」に支えられた日本の採用の問題はすでに各所で発生していた。それは端的に言えば、求職者と企業との「遠くの曖昧な未来」をめぐるやりとりから、「具体的な近未来」をめぐるやり取りへの変化、である。

戦後間もない日本を訪れたアメリカ人のジェームズ・アベグレンは、自著『日本の経営』の中で、日本企業の雇用の特徴が、福利厚生のような具体的な制度ではなく、会社と社

員の長期にわたる関わり合いにあるとし、それを「終身雇用」と呼んだ。会社側は、倒産危機のような極端な状況に陥らない限り社員を解雇せず、社員もまた余程のことがない限り、他所の企業に移るようなことはしない。そのことがお互いの義務と権利として共有されていることに、日本企業の雇用の特徴をみたのである。重要なのは、こうした関係性が、文章化された雇用契約ではなく、お互いの書かれざる約束として維持されてきたということである。このような書かれざる約束を、経営学では「心理的契約（求職者と会社との書かれざる約束）」と呼ぶ。企業と個人の間には、文章化され、履行を法的に担保された公式の雇用契約だけでなく、お互いの相互期待とでもいうべき書かれざる約束が成立している、と考えるのである。

アベグレンが特に注目したのは、求職者と企業側とが、「具体的な未来のことは不問に付した上で、遠くの曖昧な未来について合意する」という日本の心理的契約のあり方であった。求職者が重視するのは、企業が長期安定的な雇用を提供し、生涯を通じて安定した収入をもたらしてくれるかどうかということであり、企業が重視するのは、（すぐにではなくてもいいから）遠い未来において、その人が会社の中核として活躍するだけの能力を持っていること、そして、会社のメンバーとして適切な人物であるか、ということである。そこには、入社後にどのような職務につくのか、10年後にはどのくらいの収入を得られるのかといった、個別具体的なことは一切含まれていない。その意味で、遠い未来についての、壮大だが、極めて曖昧な心理的契約を日本企業と求職者は結んできたのである。

この「遠くの曖昧な未来」をめぐる採用は、「冗長さ」や「無駄」を取り込む日本の採用と馴染みが良い。「とにかく会って、話して、わかり合う」ことで、職務遂行能力のアセスメントに特化した構造化面接では拾いきれない、様々な周辺情報をも拾うことができる。短期的なビジネスパートナーではなく、終身にわたる組織のメンバーを探すためには、冗長な情報のやり取りが可能になるこのやり方が、極めて有効なのだ。

■心理的契約の変化

ところが、時代の変化が、人々の意識を変えた。いま求職者が求めているのは、会社との間の「遠くの曖昧な未来」ではなく、むしろ「解像度の高い近未来」の約束である。「長期雇用」が重視されていた時代、求職者にとって主たる関心は、会社が長期安定的に雇用と収入をもたらしてくれるかどうかということにあった。これさえ確約されていれば、給与額の多寡や昇進可能性、転勤の有無や人材育成の具体的なあり方については、極端に言えば、不問に付されてきた。これが、しばしば「無限定性」と言われるものの正体である。対して、長期雇用を望まない求職者にとっては、具体的な給与水準や仕事内容、数年以内に獲得可能なスキルや知識の方が、その会社が長きにわたって雇用を保障してくれるか

どうかよりも、はるかに重要になる。「遠くの曖昧な未来」が消滅し、その代わりに、「解像度の高い近未来」の約束が浮上したのだ。

この新しい心理的契約には、「数十年」先の未来を映し出すような壮大さはない。それはむしろ、求職者と企業とが、お互いの手に負える、現実的な数年先の未来について、可能な限り具体的に、胸襟を開いて語り合うイメージに近い。この場合も、かつてのような「長期雇用」の可能性が完全に消滅したわけではない。ただしそれは、会社と社員がお互いの期待に応え続けることで、結果として関係が長期に及ぶという、いわば「結果としての長期雇用」になる。

■「解像度の高い近未来」を共に紡ぎ出す

日本の採用が、このような変化の節目にあるタイミングで起こったのが、今回の COVID-19 の感染拡大であった。その意味で、私たちが今すべきなのは、「COVID-19 下で、どのようにこれまでと同水準の採用を行うか」ではなく、「COVID-19 下の採用にあって、解像度の高い近未来の約束を可能にするためにはどうすればいいのか」という議論なのである。

オンライン化された採用によって削ぎ落とされた「冗長さ」や「無駄」とはどのようなものであり、その冗長さゆえにやり取り可能になっていた情報とは何か。そのうち、採用／就職上の意思決定において本当に重要なものとは何であるか。こうしたことを、可能な限り具体的に特定することが重要である。現に、いくつかの企業において、面接時間の一部を、能力や性格の評価ではなく「余興」や「アイスブレイク」に費やすという試みが始まっている。稀少な面接時間の一部をそうした「無駄」な活動に振り分けることが、求職者の緊張を解き、本音に近いコミュニケーションを引き出し、結局は面接のコミュニケーション密度を上げるにつながると考えているのだろう。こうした試みが、本当に期待されたような成果を挙げているのか、それは今後の検証を待たなければならない。重要なのは、オンライン化が削ぎ落とした「冗長さ」を、取り戻そうとする動きがあるという事実である。

その上で、採用担当者には、求職者とともに、「解像度の高い近未来」を紡ぎ出す努力をしていただきたい。もちろん、その具体的な中身を、ここでつまびらかにすることはできない。業界によって、企業によって、職種によって、さらには求職者によって、描くことのできる未来は異なるはずだからだ。ただ、少なくともいえるのは、必要なのは、大げさで、派手な、キラキラした未来ではないということだ。それは例えば、「数年先に自分は何ができるようになっているか」「仮に転職を検討した際に、自分は他の会社から求められるような人材になれているのか」「COVID-19 が収束したとして、その先に、どのようなワークスタイルを会社は私に求めているのか」といった、私たちの手に負える、しかしそれだけに、約束が果たされたか否かということがはっきりとわかるような未来なのである。

コロナ禍が迫る就職システムのパラダイムシフト 採用広報のニューノーマルへの期待と課題

突如として世界を襲った新型コロナウイルスは、長く続いてきた日本の就職システムに新たなパラダイムシフトを迫っている。ウィズコロナ時代の採用、就活はどう変わり、新たなニューノーマル＝新常態にどう対応していくのか。日本の就職システムの歴史を振り返りつつ、新時代の採用コミュニケーションを考える。

[キャリアライター／元マイナビ編集長] 吉本 隆男 氏



1990年毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)入社。各種採用広報ツールの制作を幅広く手がけた後、パソコン雑誌、転職情報誌の編集長を務める。就職情報誌のデスク業務に従事した後、就職情報サイト「マイナビ」の各種コンテンツ制作、プロモーション施策の立案・実施を担当。2015年から2018年までマイナビ編集長。2019年からは地域創生をテーマとしたキャリア教育プログラム&教材の開発に従事。2020年定年退職。日本キャリア開発協会会員(CDA)、国家資格キャリアコンサルタント。著書に『保護者に求められる就活支援』(2019年／マイナビ出版)

■時代に翻弄される日本の就職環境

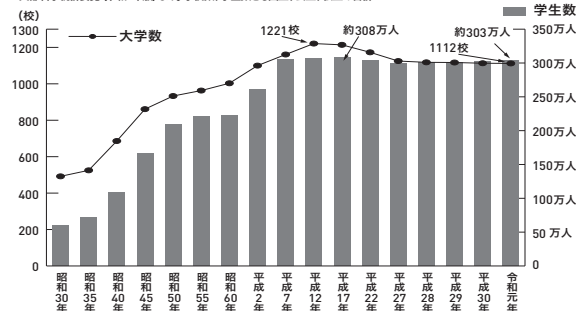
新規学卒者の一括採用は日本独特の雇用システムだが、その起源については諸説存在する。『日本経営史の基礎研究』(経営史学会編)では、「学卒者採用に先進的役割を果たした郵便汽船三菱会社は社長岩崎弥太郎が没する1885年までに慶應出身の4名、東京大学出身の4名らを採用した(氏名は筆者省略)」としているし、社会学者、竹内洋の著書『日本のメリトクラシー 構造と心性』では、「その起源は一八九五年(明治二八)にまで遡れる。当時のビッグビジネスの日本郵船と三井が大学卒を定期的に採用するようになったのがはじまりである」と解説している。他の文献にも異なる解説が見受けられ、明確な起源は特定できないが、新卒一括採用が、明治時代の後期から大正時代にかけてスタートしたことは間違いなさそうだ。そして、以降、100年以上にわたってこの仕組みは継続されてきた。しかし、この100年は言わずもがな日本にとって激動の時代であった。前半世紀は日清戦争、日露戦争、第一次世界大戦、関東大震災、太平洋戦争と、数々の戦争と大災害を経験する。太平洋戦争後は、朝鮮戦争をきっかけに特需がもたらされ、やがて本格的な高度成長期に突入する。その後も、東京五輪、大阪万博、オイルショック、円高ショックなどを経験してきた。

この間、大学生の就職環境、企業の採用環境はさまざまな変化に直面してきた。その主要因となったのは、もちろん戦争や災害、好不況の波ではあるが、間接的に大きな影響を及ぼした要因として大学卒業者の増加と就職協定も見逃せない。

図1

大学数と学生数の推移(短大含む)

※文部科学省統計要覧(令和2年度)より。学校数、学生数とも国立、公立、私立の合計



※1947年に学校基本法が制定され新制大学が誕生したことで、大学数は一気に増え、それに伴い大卒の就職希望者も増大する。

大学数が増加したきっかけとなったのは、1919年の大学令の施行だ。また、1947年に学校基本法が制定され新制大学が誕生したことで、学生数も増大する(図1)。しかし、戦後の復興による好景気で人手不足は深刻化。こうした中で1952年に誕生したのが就職協定である。就職協定は1996年に廃止されるまで40年以上にわたって企業と大学との紳士協定として存続し、「倫理憲章(新規学卒者の採用・選考に関する倫理憲章)」、「採用選考に関する指針」と名を変えて引き継がれ、2021年卒採用から正式に廃止されることが決まった。

■大学紛争をきっかけに自由化と多様化が進む

日本経済が戦後の復興から立ち直り、経済白書に「もはや戦後ではない」と表現されたのは1956年のこと。1960年に『国民所得倍增計画』が発表され、高度経済成長はさらに加速する。やがて、採用活動の早期化が社会的問題となり、「青田買い」という言葉も誕生する。しかし、1960年代後半から激化した大学紛争によって、大学は就職先を斡旋する機能を喪失し、学生が自主的に会社訪問をする時代が訪れる。

筆者は、大学紛争をきっかけとした就職の自由化の流れは、日本の就職システムにおける最初のパラダイムシフトであったのではないかと考えている。それ以前は、「指定校制」「学校推薦」が当たり前だったが、大学生が自主的に就職先を選ぶ時代が到来したのである。この時期に就職したのは、いわゆる「団塊の世代」であるが、当時の雰囲気について、漫画家、弘兼憲史氏が『学生 島耕作 就活編』で詳しく紹介している。時代の雰囲気を活写していて興味深い。

この時代、学生運動の経験者は大手企業から敬遠されたため、中堅中小企業に就職する学生が少なくなかった。しかし、大学卒の優秀な人材がさまざまな業界、企業に就職をしたことで、日本の高度経済成長が下支えされたのは間違いない。

就職の自由化に加えて、多様化が進んだのもこの頃である。1970年代の石油危機をきっかけに製造業の成長が停滞し、代わって金融、流通、小売などの第三次産業が成長したことで、大学生の就職先は広がりをみせる。そして、この時期に勃興した就職情報産業が、就職の自由化と多様化をさらに促進した。毎日コミュニケーションズ(現・マイナビ)が設立されたのが1973年(昭和48)。翌年、新規学卒者向け就職情報誌を発行。その情報誌名が『日本の基幹産業・流通産業』となっ

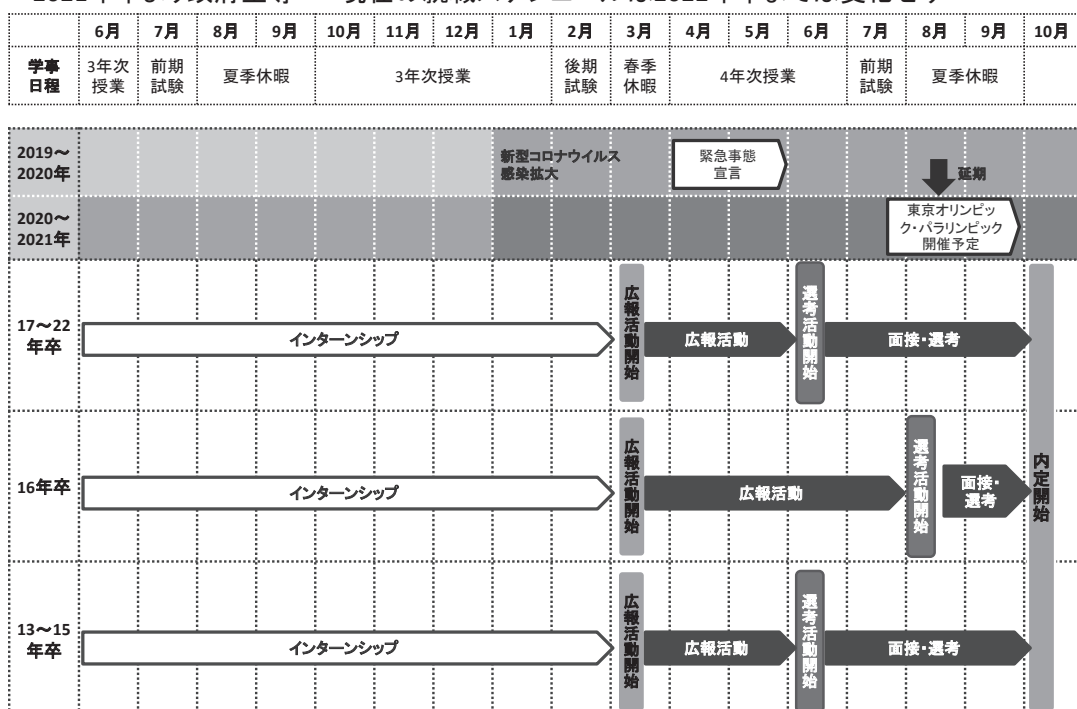
コロナ・ショックに世界が揺れるなか 2021年卒新卒採用はスタート

2020年は世界的な新型コロナウイルス感染症の流行、東京オリンピック・パラリンピック開催延期といった予想外の出来事が起こる一方で、正社員と非正規雇用労働者との間の不合理な待遇差の是正を目指した「同一労働同一賃金」、パワハラ防止関連法施行、就職氷河期世代支援といった雇用に関わる政策が多く実施された年でもあった。国内だけでなく世界が揺れているコロナ・ショックのなか、2021年卒新卒採用はスタートしたが、日本における雇用市場環境はどのような状況なのだろうか。

新卒採用スケジュールと影響の大きい出来事

雇用市場環境

2021年卒より政府主導へ 現在の就職スケジュールは2022年卒までは変化せず



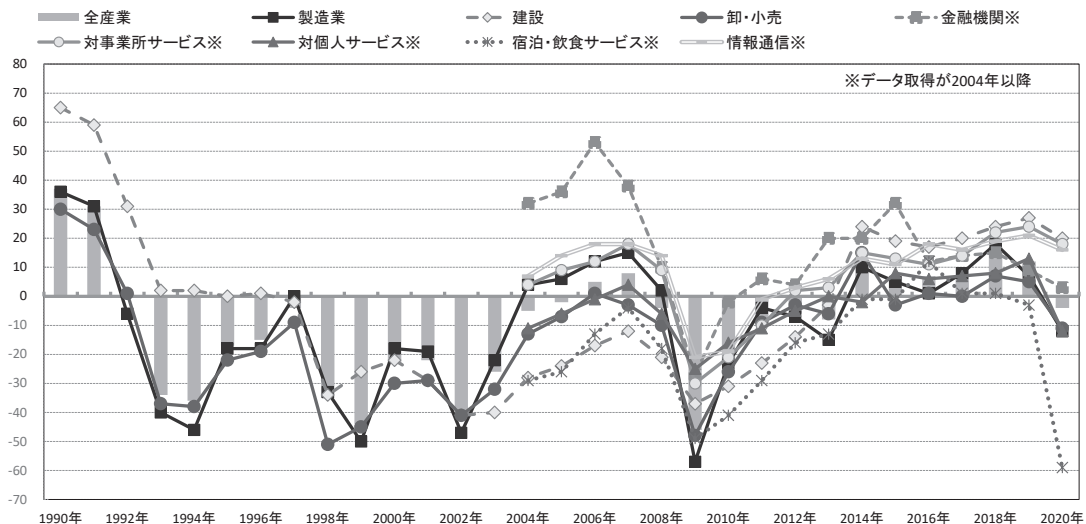
業種別の景気状況

雇用市場環境

新型コロナウイルスの影響を受け全体的に個人向けサービス・製造業が下降傾向

日銀短観の業況判断D.I.（「良い」-「悪い」）をみると、新型コロナウイルスの影響で「宿泊・飲食サービス」「製造業」「対個人サービス」が落ち込んでおり、全体的に下降傾向にある。リーマン・ショック時と比較すると、大きく異なるのは全業種がマイナスに転じているわけではなく、業種によって状況が違ってくる点だろう。

日銀短観 - 業況判断D.I. - 実績 - 業種別（3月時点）



「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）

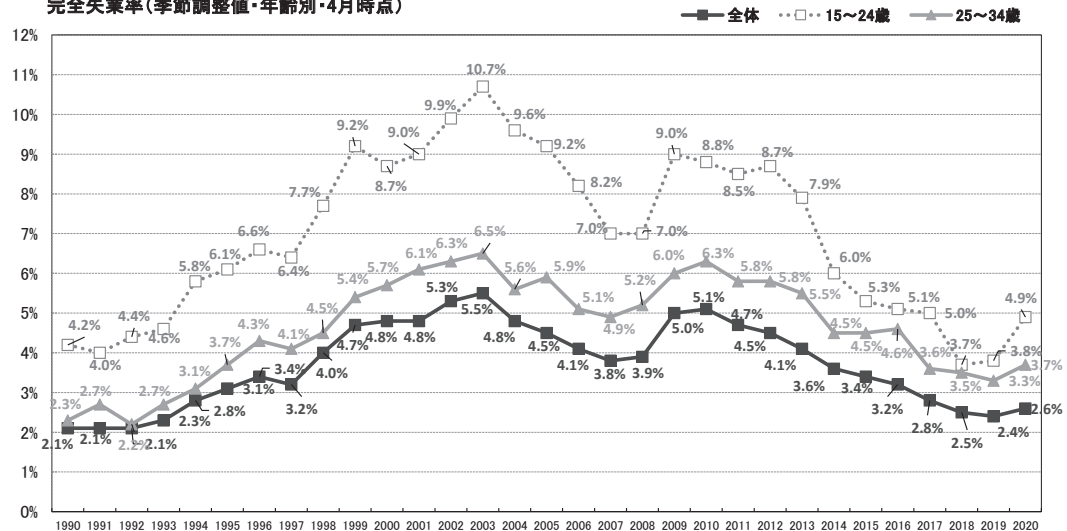
失業率の推移

雇用市場環境

失業率はやや上昇傾向にあるが氷河期世代やリーマン・ショック時の水準とは大きく乖離

新型コロナウイルスの影響による景気悪化が懸念されるなか、比較対象として「氷河期世代」「リーマン・ショック」が挙げられるが、そのときと比較するとまだ大きな乖離があり、失業率が極めて低い状況下で今回の環境変化が起きたことがわかる。しかし、新卒の求職者が多く含まれる「15～24歳」はこれまでの傾向からみると景況感に大きく左右される世代でもあることも読み取れるため今後の動向を注視する必要があるだろう。

完全失業率（季節調整値・年齢別・4月時点）



「完全失業率」出所：総務省統計局・労働力調査

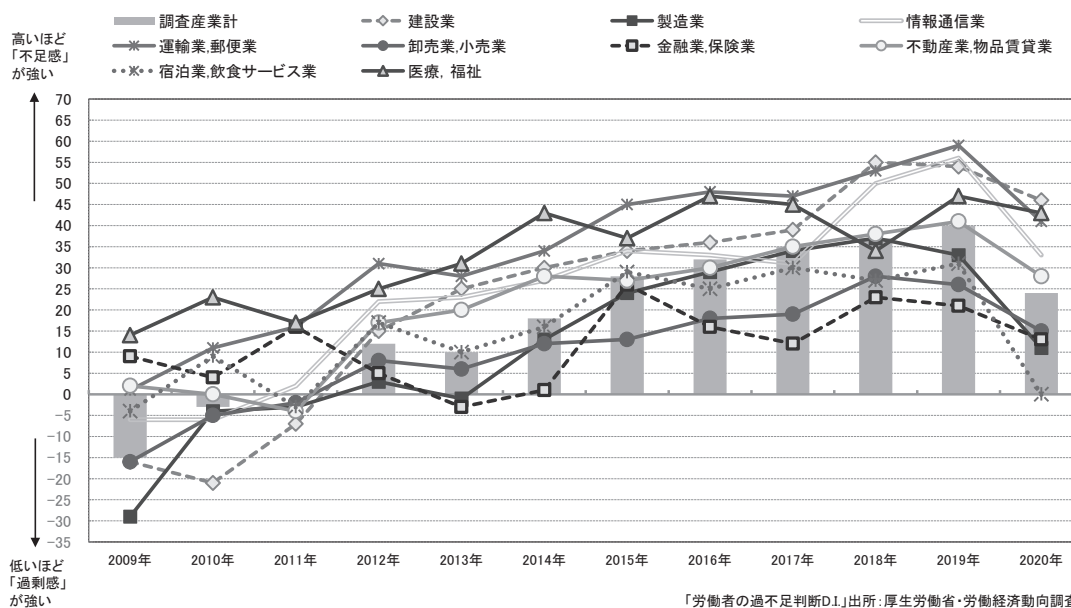
労働者の過不足判断からみる正社員の不足感

雇用市場環境

労働者の「不足感」は減少傾向にあるが業種により差がみられる

正社員等に限定して過不足判断をみると、「建設業」「医療、福祉」では依然、不足感が強い状況が続いているが「宿泊業、飲食サービス業」では不足感が大きく低下するなど業界による差が大きくなっている。

労働者の過不足判断D.I.(不足 - 過剰) - 正社員等 (5月時点)

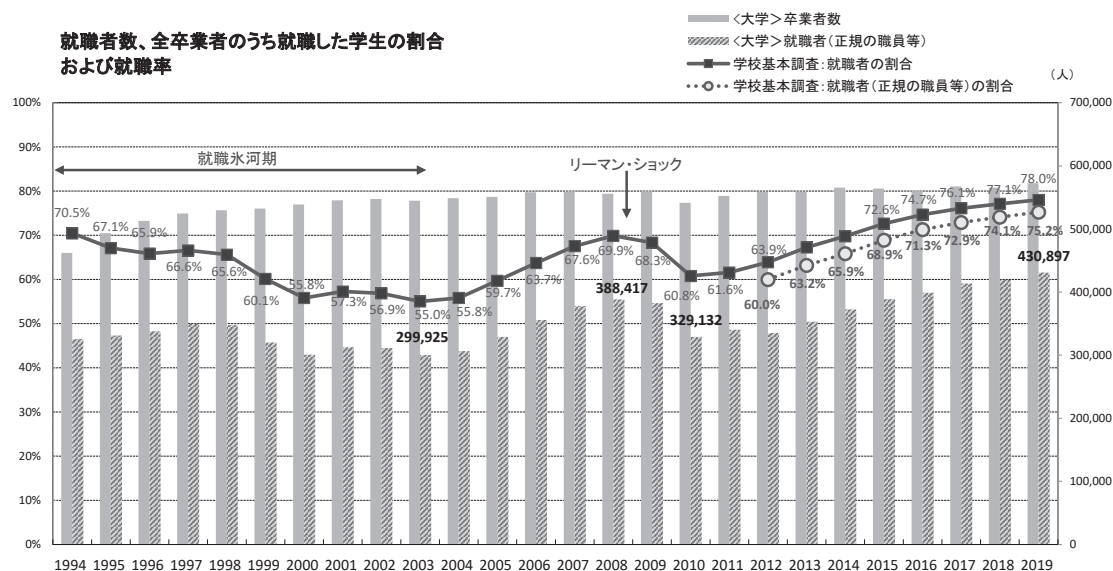


学校基本調査からみる大学卒業者の就職状況

雇用市場環境

大学を卒業し正社員として就職する人は2013年から増え続けてきた

学校基本調査より2013年以降、大学卒業者数は横ばいながら就職者数は上昇し続けてきたことがわかる。新型コロナウイルスの影響で就職氷河期世代やリーマン・ショック時のような状況になるのではと懸念する声もあるが、ここ数年、新卒採用ニーズは拡がりを見せている。今後の動向は注視すべきではあるが、当時とは受け皿となる企業の採用意欲が異なる点を鑑みると、急激に減退するとは思えないと思われる。

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

新型コロナウイルス感染拡大の影響

雇用市場環境

2021年卒採用は、新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた政府・自治体指針に大きく左右される形に

＜新型コロナウイルス感染拡大ならびに政府の対応 経緯＞

1月31日	世界保健機関(WHO)は「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態 (PHEIC)」を宣言	
2月11日	WHOが新型コロナウイルスの感染による疾患を「COVID-19」と命名	
2月27日	政府よりスポーツやイベントの中止・延期要請 3/2～全国小中学校の一斉休校要請	2月26日 マイナビ 3月イベント中止発表
3月11日	WHO事務局長がパンデミック相当との認識を表明	3月1日 2021年卒採用 広報活動開始
3月13日	(内閣府) 「新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえた 2020年度卒業・修了予定者等の就職・採用活動 及び 2019 年度卒業・修了予定等の内定者への 特段の配慮に関する要請について」発表	
4月 7日	安倍総理大臣が東京、神奈川、千葉、埼玉、大阪、兵庫、福岡の7都府県に緊急事態を宣言	
4月16日	対象エリアは全国へ拡大、7都府県に北海道、茨城、石川、岐阜、京都の6道府県を加え、13都道府県を 特別警戒都道府県と位置づけ	
5月14日	緊急事態宣言 39県で解除 北海道、東京、神奈川、千葉、埼玉、大阪、兵庫、京都8都道府県は継続	
5月21日	緊急事態宣言 関西は解除 首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)と北海道は継続	
5月25日	緊急事態の解除宣言 約1か月半ぶりに全国で解除	

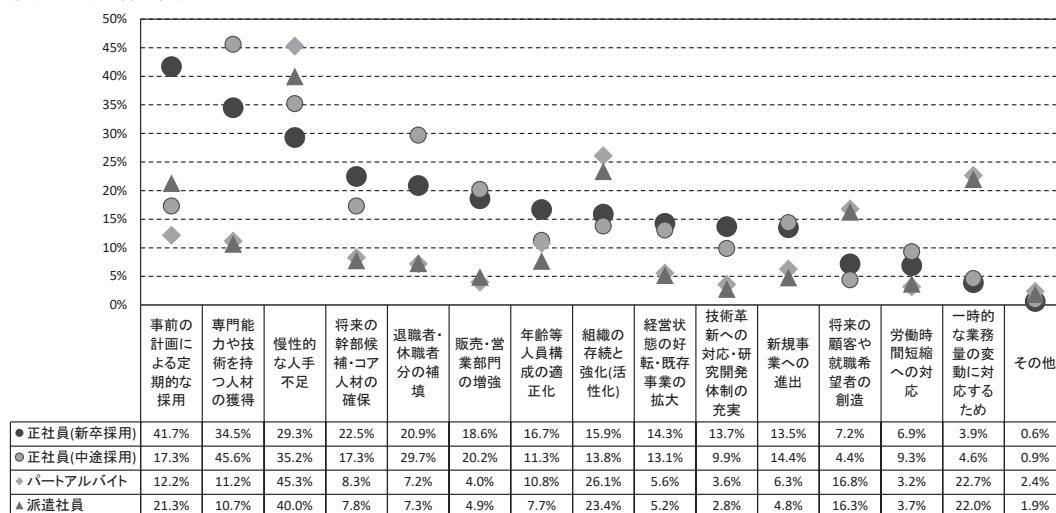
新卒採用を実施する理由

雇用市場環境

新卒は「事前の計画による定期的な採用」「将来の幹部候補・コア人材の確保」のため

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」が最も高い。他に新卒採用が他分野よりも高い項目をあげると「将来の幹部候補・コア人材の確保」「年齢等人員構成の適正化」となっており、人員補充というよりは、将来を見越した組織作りを前提として実施されている様子がうかがえる。一方、同じ正社員領域でも中途採用は「専門能力や技術を持つ人材の確保」が最も高く即戦力となる人材が求められていることがわかる。また、パートアルバイト、派遣社員は「慢性的な人手不足」が高く、人員補充のために重視されているようだ。

雇用形態別 採用実施の理由



「採用実施の理由」出所：マイナビ企業人材ニーズ調査(2019年12月実施)

広報活動開始前の活動状況

インターンシップは学生と企業の 接点として存在感を増した

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、この数年増加しており、なかでもインターンシップの存在感は大きい。企業のインターンシップ実施率は6割近くになり、学生の参加率は8割を超えている。特に、2021年卒学生の就職活動においては新型コロナウイルスの影響で3月以降の合同企業説明会が中止されるなど、学生と企業の接点の場は大きく制限された。その結果、企業・学生双方にとって、広報活動開始前の期間にインターンシップ参加、OB・OG訪問、業界研究イベント参加といった様々な機会に接触できていたかどうか、その後の成否に大きな影響を及ぼす結果となった。

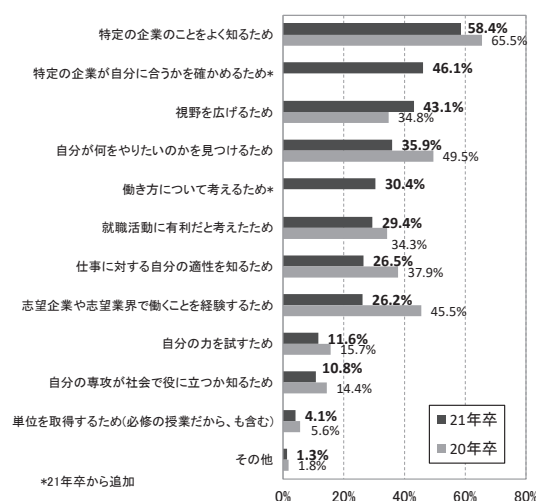
就活準備期間に行動する目的

学生

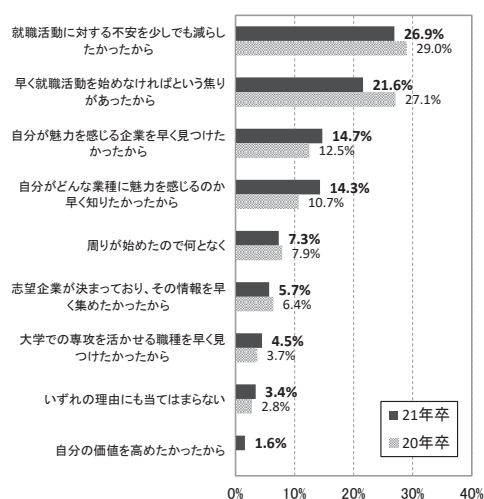
インターンシップへの参加目的は焦点化(狙いを絞る)と展望化(視野の拡大)

学生にインターンシップに参加した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」「特定の企業が自分に合うか確かめるため」といった特定の企業とのフィット感を確認して狙いを絞り込む目的(焦点化)と、「視野を広げるため」「自分が何をやりたいかを見つけるため」といった対象を広げる目的の2軸があることがわかる。また、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としては「就職活動に対する不安を少しでも減らしたかったから」が最も高い。

インターンシップに参加した目的(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した目的」「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:2021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)

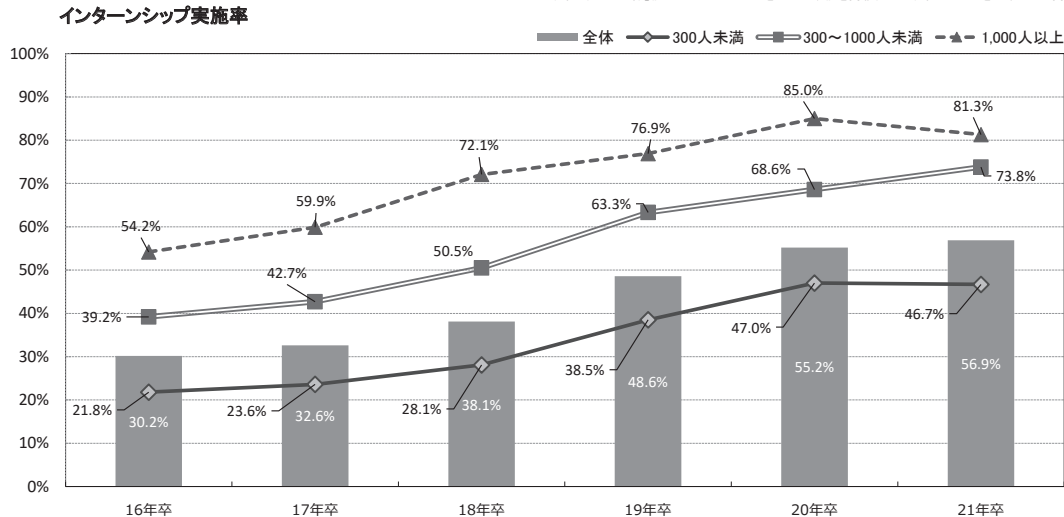
企業のインターンシップの実施率の推移

企業

全体のインターンシップ実施率は上昇、特に中堅規模の企業で増加傾向

インターンシップの実施率は年々上昇しており、特に従業員規模300～1000人未満の中堅規模の企業で増加傾向となっている。1000人以上の大手企業は元々、インターンシップ実施率が高い傾向にあったが、21年卒においても8割を超える企業が実施したと回答している。

(注釈)
2018年卒以降は「全体」値のみウエイトバックをかけた数値を掲載。2018年卒はデータを再集計して掲出



「インターンシップ実施率」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査（6月実施）

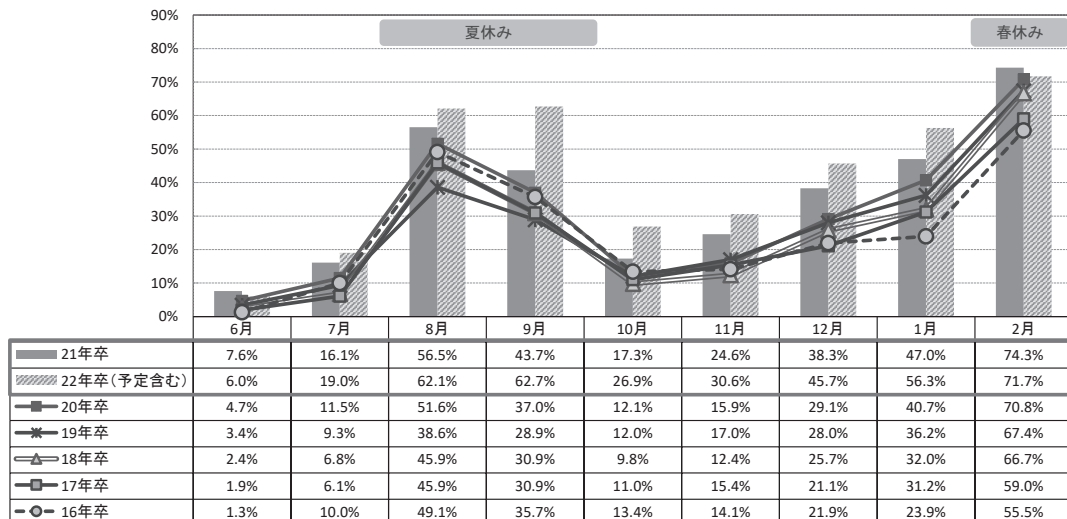
企業のインターンシップ実施時期

企業

21年卒のピークはこれまでと同様に8月と2月、22年卒は9月実施が増加の予定

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月、2月が多い傾向があるが、22年卒の予定を見ると、9月実施が大きく増加し、以降は2月を除く全ての月で21年卒を上回っている。21年卒の採用選考の遅れや、いまだ収束時期が読めない新型コロナウイルスへの対策のため、なるべく実施時期を後倒しにしていると思われる。

インターンシップ実施時期 ※「当該期間に実施せず」を除いて掲出



「インターンシップ実施時期」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査（6月実施）

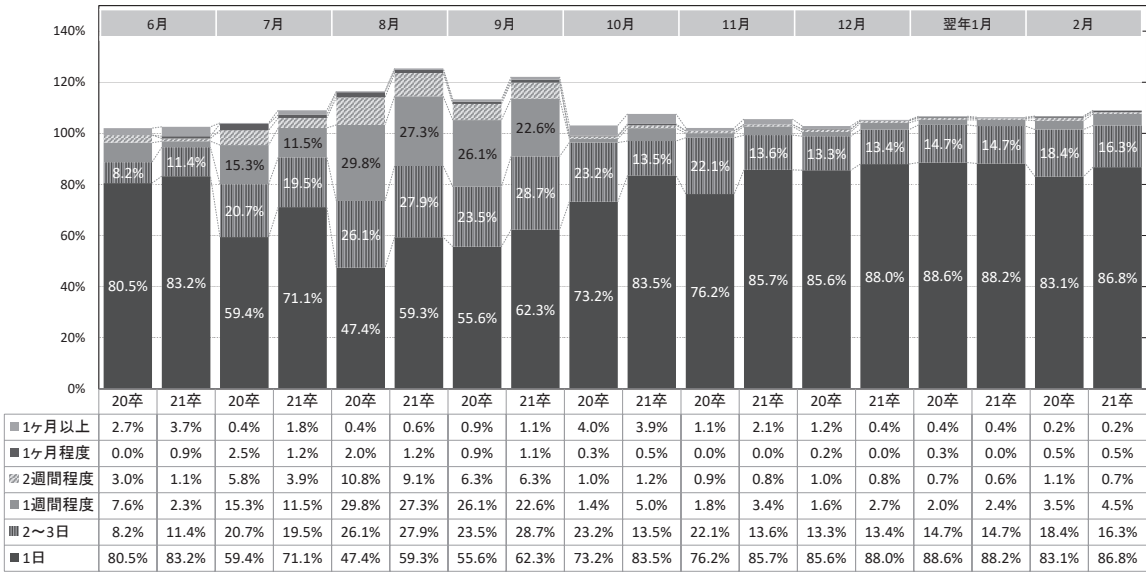
企業のインターンシップ実施時期別の期間

企業

夏季(7～9月)開催ほど期間が実施日数は長い傾向

インターンシップの実施日数は「1日」がいずれの時期も最も高く、実施割合が増加するにつれて「1日」開催の割合が増える傾向にある。また、夏季(7～9月)に開催するものはどちらかというと日数が長い。

インターンシップ実施時期別の実施期間 (複数回答)



「インターンシップ実施時期別実施期間」出所: マイナビ2021年卒業企業採用活動調査 (6月実施)

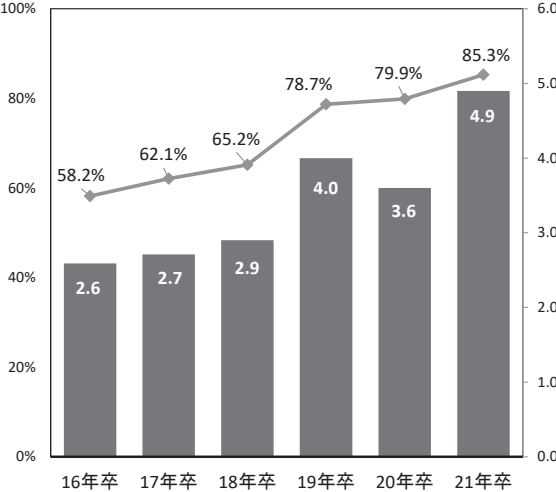
学生のインターンシップ参加率と平均参加社数の推移

学生

インターンシップ参加率は過去最高の85.3%、平均参加社数も4.9社に

インターンシップに参加した学生の割合は増加傾向が続いており、21年卒では85.3%となった。また、1人あたりの平均参加社数についても4.9社と過去最高となっている。属性別でみるとやや文系男子の参加率が低い傾向にあるが、全体的な推移は同じ傾向がみられ、参加率、平均参加社数ともに増加していることがわかる。

インターンシップ参加率と参加社数の推移 (参加率)



<属性別> インターンシップ参加率

	16年卒	17年卒	18年卒	19年卒	20年卒	21年卒
文系男子	57.4%	60.5%	63.7%	78.6%	75.4%	81.9%
文系女子	61.6%	66.5%	66.7%	80.5%	81.4%	86.2%
理系男子	54.1%	57.8%	64.8%	75.6%	81.3%	87.0%
理系女子	60.7%	63.2%	65.8%	80.9%	84.8%	87.7%

インターンシップ平均参加社数

	16年卒	17年卒	18年卒	19年卒	20年卒	21年卒
文系男子	2.9	2.9	3.3	4.6	4.0	4.8
文系女子	2.5	2.8	3.0	4.0	3.7	5.2
理系男子	2.5	2.4	2.6	3.4	3.3	4.6
理系女子	2.4	2.7	2.6	3.7	3.5	4.8

「インターンシップ参加率」「インターンシップ平均参加社数」出所: マイナビ2021年卒業大学生広報活動開始前の活動調査 (2016年卒分より毎年1～2月実施)

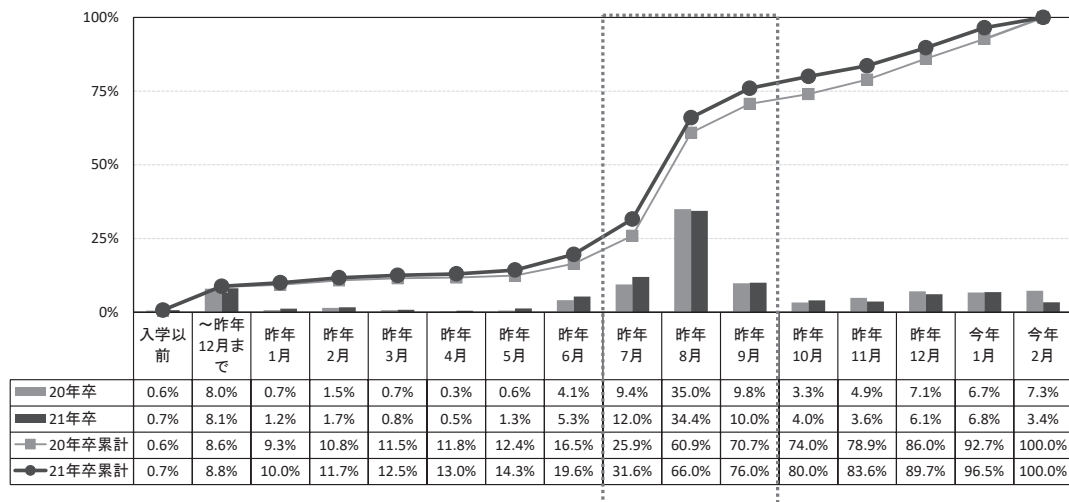
学生のインターンシップに初めて参加した時期

学生

インターンシップに初めて参加する割合が最も高いのは8月、微増ながら夏の割合が増加

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、最も多いのは8月で34.4%だった。夏季休業期間を含む7～9月を合算すると56.4%（対前年2.2pt増）となっており、比較的時間の取りやすい夏に初めてインターンシップに参加する学生が多いことがわかる。

【インターンシップ参加学生限定】 インターンシップに初めて参加した時期



「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：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査（1～2月実施）

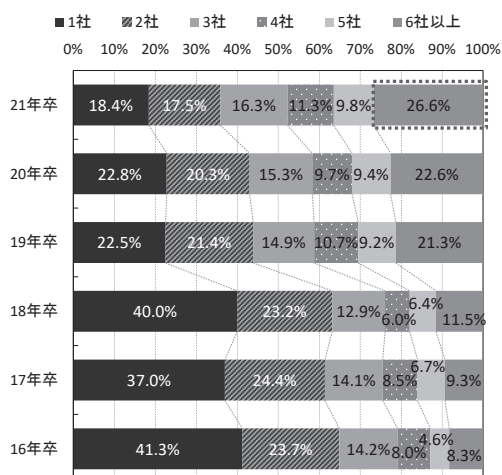
学生のインターンシップ参加社数の分布

学生

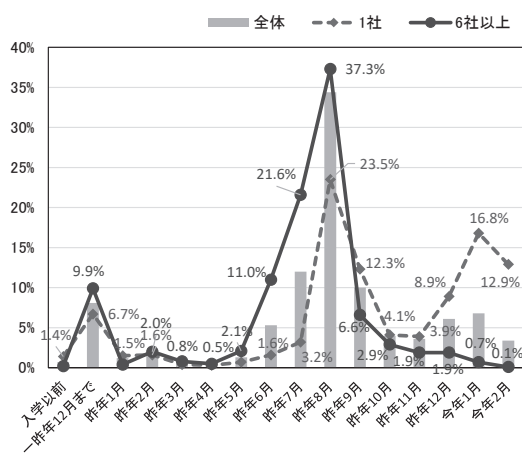
インターンシップ経験者の8割以上が複数社に参加、「6社以上」が増加傾向

1人当たりのインターンシップ参加社数を経年で比較すると、複数企業のインターンシップに参加する人の割合が増加していることがわかる。特に、「6社以上」と回答した割合は21年卒では26.6%と最も高い。また、参加社数別で「初めて参加した時期」を比較すると、「6社以上」参加した人のうち、8割以上は前年の8月までに参加しており、「1社」参加した学生も同様に8月の割合は高いが、特に冬（前年の12月～今年2月）の間に参加し始めた割合が高いことがわかる。

インターンシップ参加社数分布



インターンシップ参加社数別「初めて参加した時期」



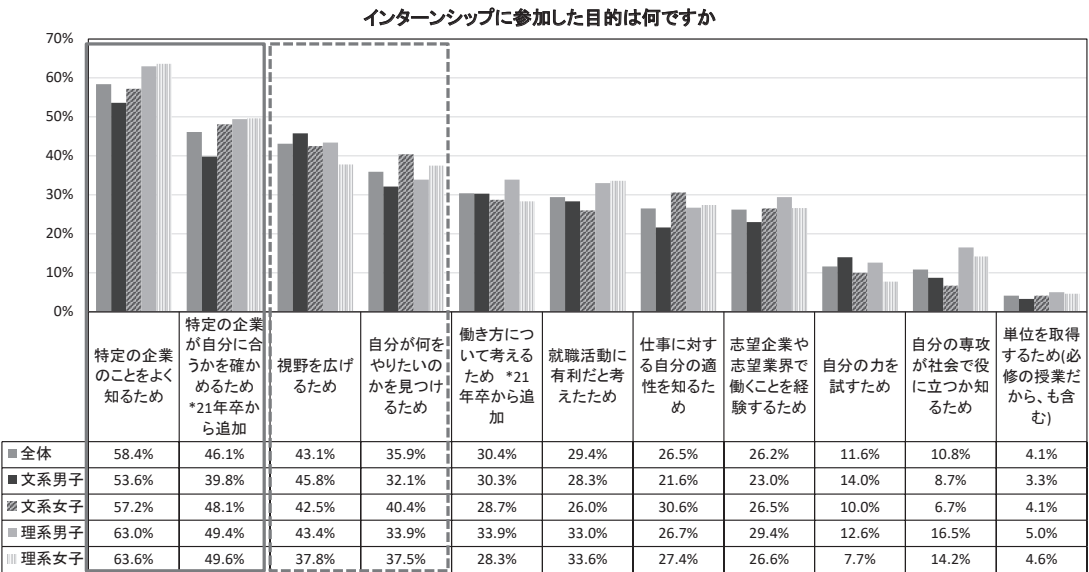
「インターンシップ参加社数分布」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査（2016年卒分より 1～2月実施）
「インターンシップ参加社数別 初めて参加した時期」 出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査（1～2月実施）

学生のインターンシップに参加する目的

学生

「特定の企業のことをよく知るため」が全体的に最も高いがそれ以外の志向は文理で差あり

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」がトップとなったが、どちらかというと「視野を広げるため」「自分が何をやりたいのかを見つけるため」といった対象を広げる項目は文系が高く、特定の企業に対する絞り込みを示す項目では理系が高い傾向にあった。



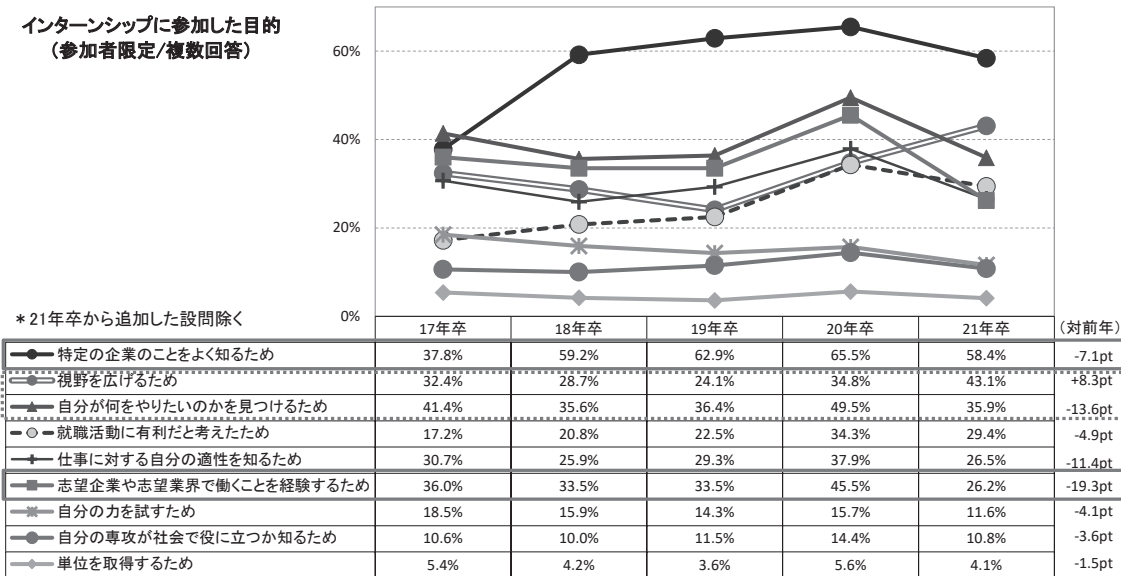
「インターンシップに参加する目的」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査（1～2月実施）

学生のインターンシップに参加した目的の経年変化

学生

インターンシップ参加目的は特定企業への絞り込みと対象を広げる方向への2軸がある

インターンシップに参加した目的の上位3項目は「特定の企業のことを知るため」と「視野を広げるため」「自分が何をやりたいのかを見つけるため」となっており、企業を絞り込む傾向と、志望企業を広げる傾向の両方がみられるが、前年と今年を比べると、特定の企業に絞り込む傾向がやや下降気味となっている。



「インターンシップに参加する目的(17年卒)」出所：2015年度マイナビ大学生インターンシップ調査(2015年9月～10月実施)
「インターンシップに参加する目的(18年卒～21年卒)」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査（2018年卒分より 毎年1～2月実施）

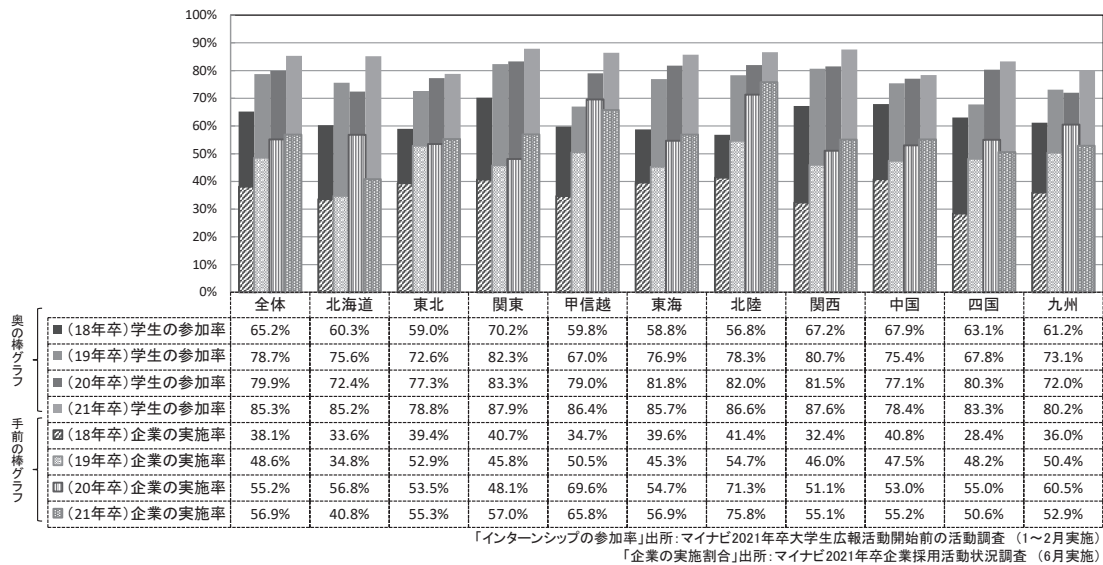
地域別 学生のインターンシップ参加率と企業の実施率

学生 企業

学生の参加率は地域に拠らず増加傾向、企業も概ね増加傾向だがやや地域差あり

企業の実施率は全体で56.9%と年々増加しつつも地域差がみられるが、学生のインターンシップ参加率は全体で85.3%で、地域に依らず高い水準となっている。学生は大手企業を中心に地域に依らず関心のある企業のインターンシップに参加するためと考えられる。各地域の企業がインターンシップを実施すれば学生は遠方への移動なしに参加機会を得られるため、企業側の実施率は地域差がなくなることが望ましいだろう。

エリア別 インターンシップ「学生の参加率」と「企業の実施率」比較

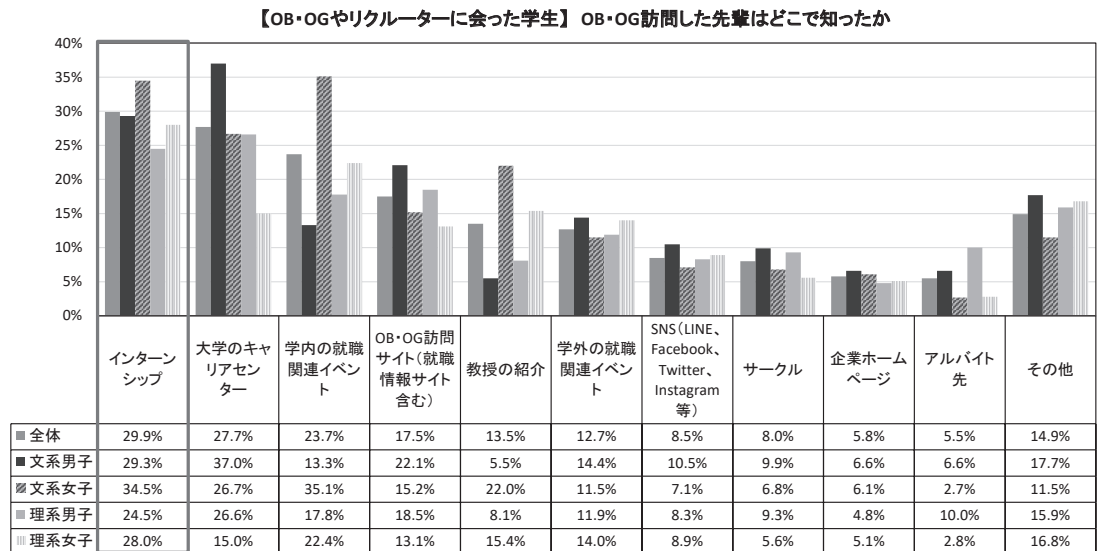


OB・OG訪問した先輩はどこで知ったか

学生

インターンシップは話を聞ける先輩（OB・OG）と知り合える機会としても重要

OB・OGやリクルーターに会った学生にどこでその先輩を知ったか聞いたところ、「インターンシップ」が最も高く全体で29.9%となっており、インターンシップは社会人との人脈づくりという面でも重要な機会になっていることがわかる。次いで、「大学のキャリアセンター（27.7%）」「学内の就職関連イベント（23.7%）」と大学内で得られる機会が続く。特に、文系男子は「大学のキャリアセンター（37.0%）」、文系女子は「学内の就職関連イベント（35.1%）」が高くなっており、文系学生は大学で得られる機会を活用していることがわかる。



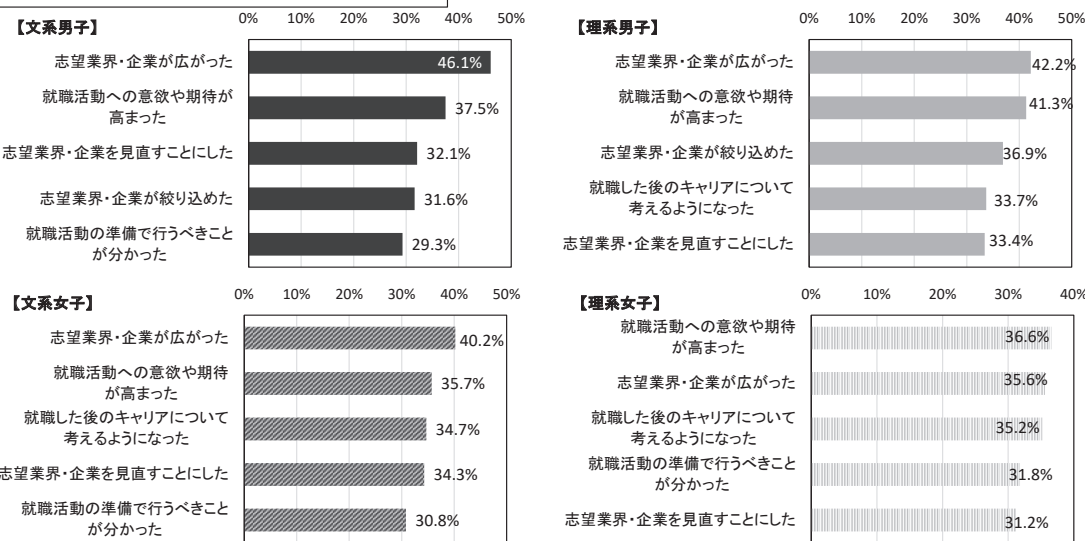
社会人と話して自分に起こった変化

学生

社会人と話して得られた変化は「視野の広がり」と「意欲の高まり」

社会人と話して自分に起こった変化を聞いたところ、共通して上位だったのは「志望業界・企業が広がった」と「就職活動への意欲や期待が高まった」で、理系学生では男女とも「就職した後のキャリアについて考えるようになった」が続く。学生にとって社会人と話すことは、これまで過ごしてきた世界とは別の新しい視点や価値観を得られる貴重な機会になっているようだ。

社会人と話して自分に起こった変化(上位5項目抜粋)



「社会人と話して自分に起こった変化(上位5項目)」出所: マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

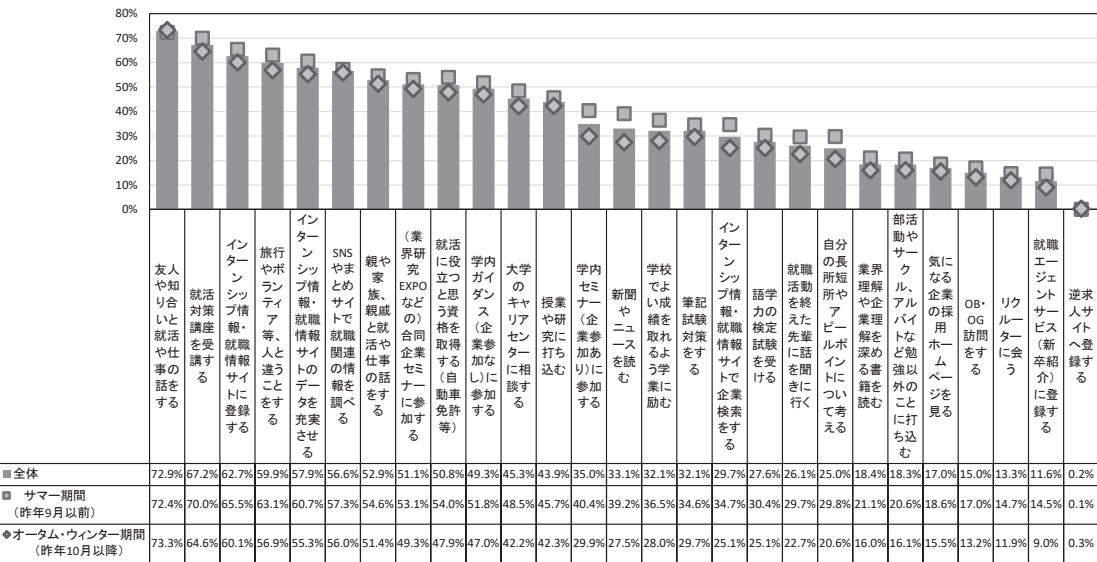
学生が実施した就職活動準備の内容

学生

準備開始時期が早いほどバリエーション豊かに就活準備を実施している

インターンシップ以外に行った就職活動の準備では「友人や知り合いと就活や仕事の話をする」が最も多く72.9%となった。準備開始時期に分けて確認するとサマー期間(昨年9月以前)に準備を開始した学生のほうが全ての項目で実施割合が上回っており、開始時期が早いほど多面的に準備が進められている様子がわかる。

準備開始時期別 インターンシップ以外に実施した就活準備(複数回答)



「インターンシップ以外に行った就職活動準備」出所: マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

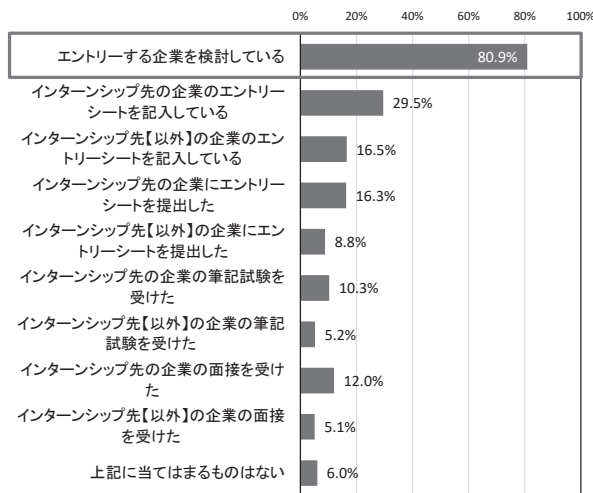
広報活動開始直前の心境

学生

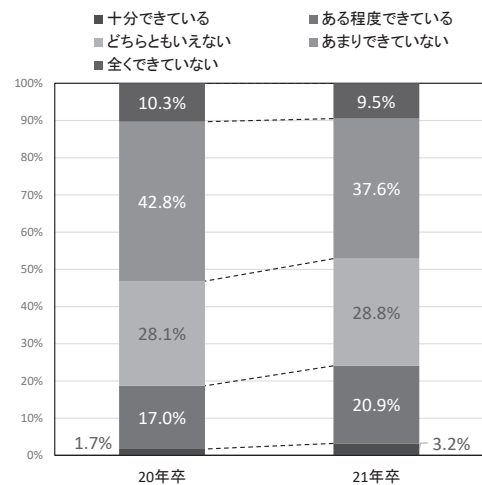
広報活動開始前の段階で「エントリーする企業を検討している」が8割

広報活動開始前(1~2月)に「エントリーする企業を探している」という回答が80.9%と最も高かった。また、就職活動に対する準備状況について「できている(十分+ある程度)」と回答したのは24.1%である一方、「できていない(あまり+全く)」との回答は47.1%となっていた。インターンシップ参加などプレ期間中に活動する学生は増えているものの、就職活動に対して、準備万端だと感じている学生は多くないことがわかる。

【広報活動開始直前(1~2月)】
現在の状況について当てはまるものをすべて(複数回答)



【広報活動開始直前(1~2月)】現時点で就職活動に対する準備はどの程度できていると思うか



「現在の状況について」「現時点で就職活動に対する準備はどの程度できていると思うか」出所：マイナビ2021年卒大学生広報活動開始前の活動調査(1~2月実施)

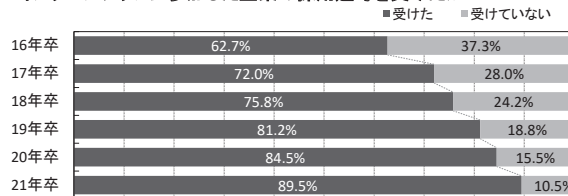
インターンシップ参加企業の採用選考を受けたか

学生

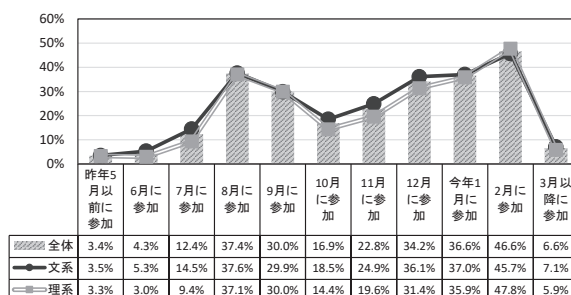
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けた割合は増え続け、21年卒で89.5%

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89.5%となった。文理別に参加時期を見るとそれほど違いは見られず、全体傾向と同様に8月もしくは2月の割合が高い。内容については「グループワーク」「若手社員との交流会」が高いが、文理で比較すると理系では「会社見学・工場見学・職場見学」「実際の現場での仕事体験」といった実体験を伴うインターンシップに参加している割合が高いようだ。

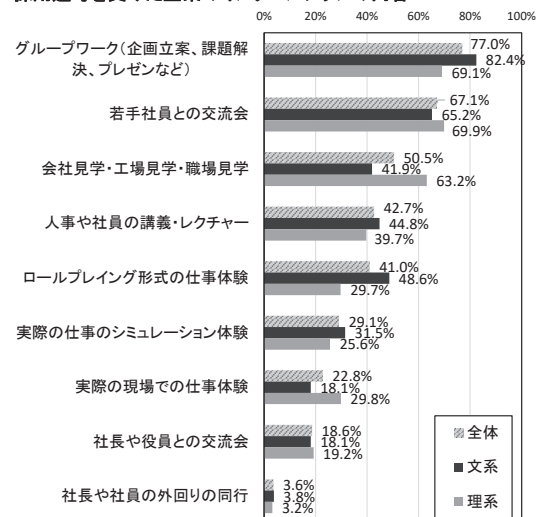
インターンシップに参加した企業の採用選考を受けたか



採用選考を受けた企業のインターンシップ参加時期



採用選考を受けた企業のインターンシップの内容



「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」「採用選考を受けた企業のインターンシップ参加時期」「採用選考を受けた企業のインターンシップの内容」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

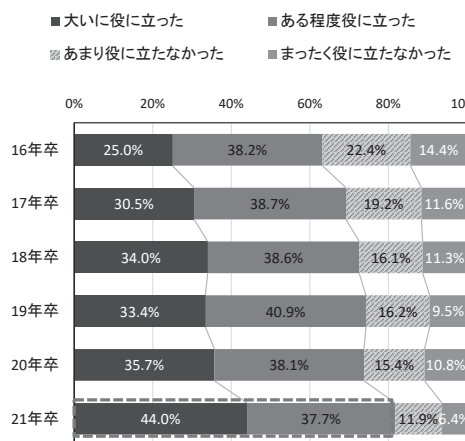
インターンシップは内々定獲得に役立ったか

学生

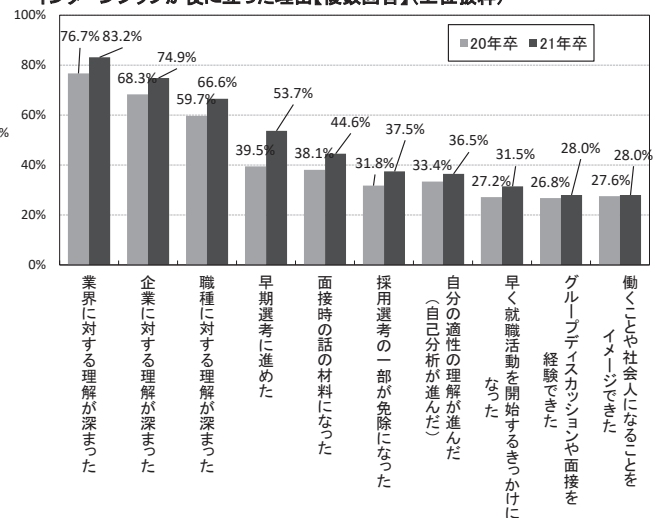
インターンシップが内々定獲得に役立ったと感じている学生は8割超え(対前年7.9pt増)

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81.7%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挙げており、前年と同じ傾向であるが全体的に割合が増加している。2021年卒の就職活動では新型コロナウイルスの影響で合同企業説明会や個別企業セミナーの中止や延期など企業理解の機会が制限されたため、相対的にインターンシップの価値が上がったと推察される。

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った理由【複数回答】(上位抜粋)



「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った理由【複数回答】(上位抜粋)」 出所: マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

業種別 インターンシップにおける問題点

企業

多くの業種で共通しているのは「母集団不足」「マンパワー不足」

インターンシップの問題点として挙げられた項目は多くが共通していたが、人気の高い「マスコミ」では「受け入れられる人数が足りない」、金融では「業務上の機密保持、情報漏洩の観点から現場体験が困難である」の割合が高いなど、業種によって問題点に違いが見られた。

	全体	建設	製造(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
母集団(エントリー数)の不足	45.5%	48.7%	45.0%	47.4%	55.6%	37.7%	15.8%	32.9%	40.8%	48.4%
マンパワー不足(他業種との兼ね合い含む)	37.7%	35.8%	34.9%	36.4%	48.6%	42.6%	39.5%	39.0%	36.4%	22.6%
企業の知名度が無い	32.8%	42.9%	41.6%	32.1%	19.4%	18.0%	7.9%	36.3%	29.3%	25.8%
プログラム内容の充実度	28.4%	29.2%	23.3%	30.1%	40.3%	24.6%	21.1%	21.9%	26.1%	29.0%
協力社員の確保が難しい	27.0%	28.3%	24.0%	30.6%	36.1%	32.8%	26.3%	33.6%	22.0%	29.0%
業務体験の充実度	26.7%	28.8%	23.1%	31.1%	29.2%	23.0%	21.1%	21.2%	26.4%	16.1%
受け入れられる人数が少ない	26.6%	23.0%	33.7%	24.4%	25.0%	18.0%	44.7%	30.1%	24.5%	32.3%
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	18.4%	22.6%	16.6%	19.1%	26.4%	6.6%	7.9%	24.0%	14.1%	16.1%
合同インターンシップ説明会での集客	14.8%	15.5%	12.9%	14.8%	23.6%	11.5%	-	7.5%	13.0%	6.5%
実施内容が一般的(特徴を出せていない)	14.3%	11.1%	15.5%	14.8%	18.1%	8.2%	5.3%	17.1%	13.6%	16.1%
参加学生の質の低下	11.4%	10.6%	11.1%	15.3%	15.3%	13.1%	7.9%	17.8%	8.4%	6.5%
同業他社・採用競合の情報がない	9.9%	7.1%	10.6%	10.5%	8.3%	6.6%	13.2%	9.6%	11.7%	3.2%
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	9.8%	7.1%	9.7%	7.7%	9.7%	23.0%	5.3%	17.1%	10.9%	22.6%
実施エリア以外の学生の参加	8.6%	6.6%	10.9%	8.6%	6.9%	6.6%	10.5%	5.5%	8.7%	16.1%
20年卒学生の採用活動との時期重複	8.5%	5.8%	6.2%	7.2%	16.7%	4.9%	5.3%	10.3%	8.7%	-
参加辞退者の増加	8.2%	5.8%	7.2%	8.6%	13.9%	6.6%	7.9%	6.2%	7.6%	6.5%
予算がない	7.3%	4.0%	7.9%	4.8%	12.5%	8.2%	7.9%	6.2%	7.1%	9.7%
協力社員や面接官の教育・研修(質の均一化)	6.8%	6.2%	6.2%	5.3%	6.9%	6.6%	13.2%	6.8%	7.9%	3.2%
経営陣の関心が低い、理解が得られない	6.0%	3.1%	5.5%	6.2%	12.5%	1.6%	2.6%	3.4%	5.2%	6.5%
参加学生の満足度が低い(アンケートの結果が悪い)	0.9%	0.4%	1.4%	1.4%	1.4%	-	-	-	0.5%	-

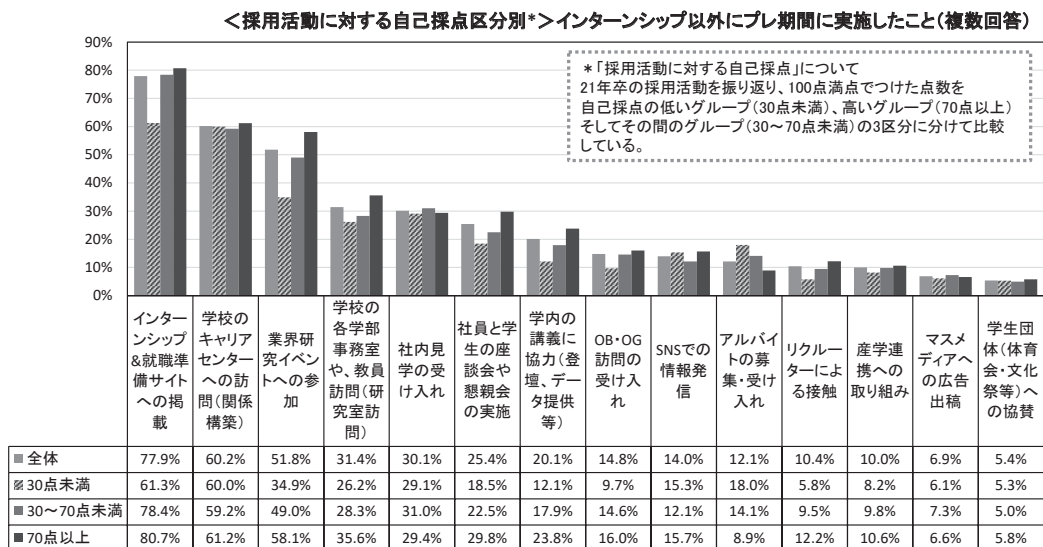
「インターンシップにおける問題点」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

「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

企業

多くの学生の目に触れる機会を持った企業ほど採用活動の自己採点が高い

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について採用活動への自己採点別*に比較したところ、自己採点が高い企業ほど「インターンシップ&就職情報サイトへの掲載」「業界研究イベントの参加」など多くの学生の目に触れる機会を持っていたことがわかる。



「インターンシップ以外にプレ期間に実施したこと」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

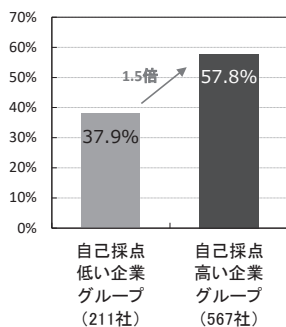
採用が“うまくいった”中小企業が採用広報前に行っていること

企業

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1.5倍

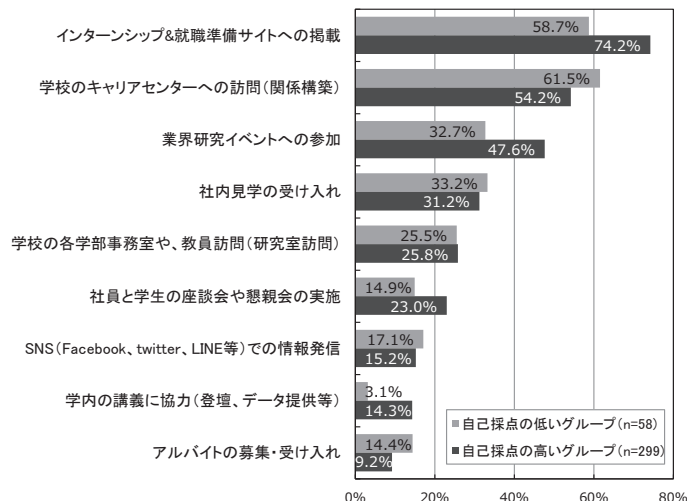
21年卒採用において自己採点が高い中小企業はインターンシップ実施割合が高い。またインターンシップ以外の施策では、「インターンシップ&就職情報準備サイトへの掲載」「業界イベントの参加」といった学生からの認知をあげる施策を実施していたことがわかる。

インターンシップを「実施した」割合 【従業員300人未満】



*「採用活動に対する自己採点」について
21年卒の採用活動を振り返り、100点満点でつけた点数を自己採点の低いグループ(30点未満)、高いグループ(70点以上)そしてその間のグループ(30～70点未満)の3区分に分けて比較している。

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】



「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：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

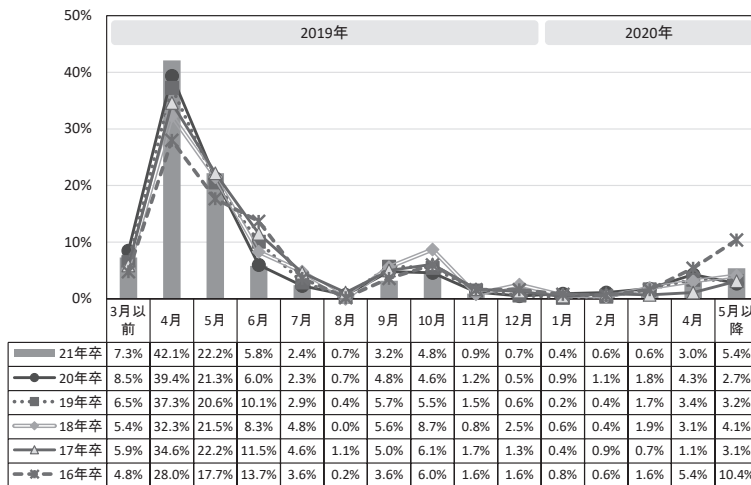
大学におけるキャリアガイダンスの状況

大学

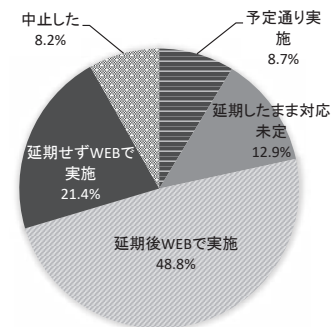
キャリアガイダンスの開始は徐々に早まり、21年卒では42.1%が4月スタート

大学におけるキャリアガイダンスの開始時期は年々早くなっており21年卒では42.1%が4月となっていた。インターンシップへの参加率が上昇するにつれて「インターンシップガイダンス」の実施がなされるようになったためだと推察される。22年卒のキャリアガイダンスも同様に2020年4月からスタートすることになっていたが緊急事態宣言発令の影響で延期、WEBで実施などの対応がとられていたようだ。

キャリアガイダンスの開始時期



(参考)22年卒のキャリアガイダンス
緊急事態宣言発令後の対応



「キャリアガイダンスの開始時期」出所：2015年度～2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査（6～7月実施）
 「（参考）22年卒のキャリアガイダンス緊急事態宣言発令後の対応」出所：2020年度キャリア・就職支援への取り組み調査（6～7月実施）

学生の特徴について

コロナ・ショックは学生の価値観にも影響か

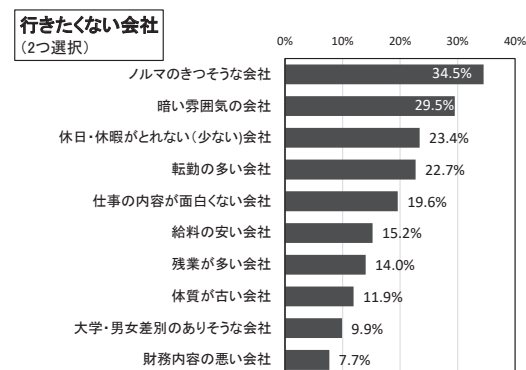
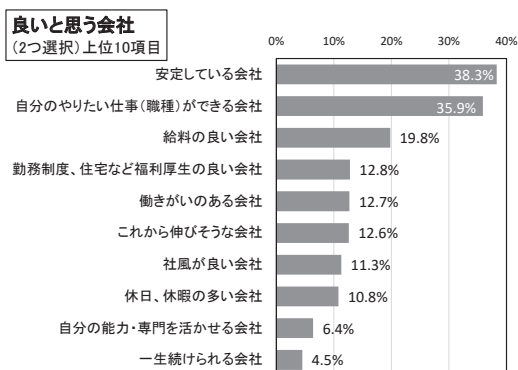
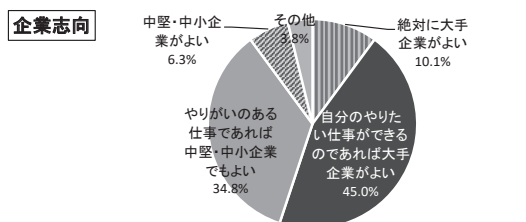
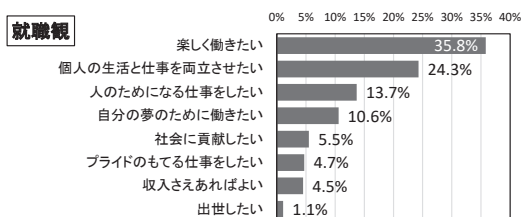
コロナ・ショックによってリモートワークや時差出勤など新たな勤務体系の導入が進み、採用活動でもWEBセミナーやWEB面接が浸透した。そうした企業活動の変化は学生の価値観にも影響を及ぼした。例えば、自社の社員や就職活動を行う学生の安全を守るために、新しい取り組みをいち早く取り入れたということが企業選択を行う理由として重視され始めたことなどがあげられる。一方、環境が変化しても変わらない価値観もある。学生の就職観として選択された「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」は就職氷河期といわれる20年前から変わらず上位である。学生の多くが共通して持つ価値観に配慮しながら、時節に応じた変化を敏感にキャッチし、彼らの心に響く採用広報を展開することが求められている。

2021年卒学生の就職に対する意識

学生

生活も大切にしながら自分のやりたい仕事ができる楽しい職場が理想？！

就職観の上位は「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」、良いと思う会社は「安定している会社」「自分のやりたい仕事ができる」、行きたくない会社は「ノルマのきつそうな会社」「暗い雰囲気のある会社」となっている。まとめると、個人の生活も大切にしながら自分のやりたい仕事ができる楽しい職場が理想、ということだろうか。



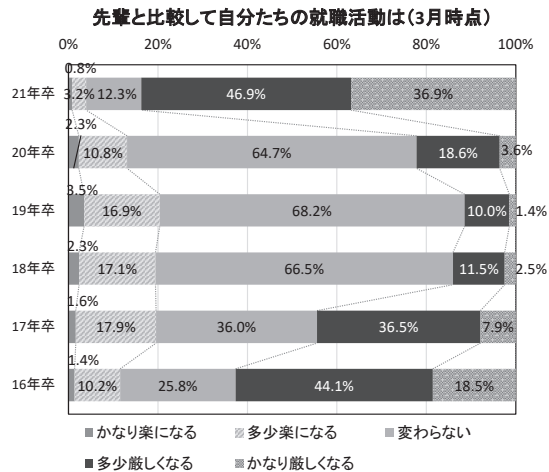
「就職観」「企業志向」「良いと思う会社」「行きたくない会社」出所：マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(2019年12月～2020年3月実施)

2021年卒学生の就職活動への意識「先輩と比べて厳しくなる」

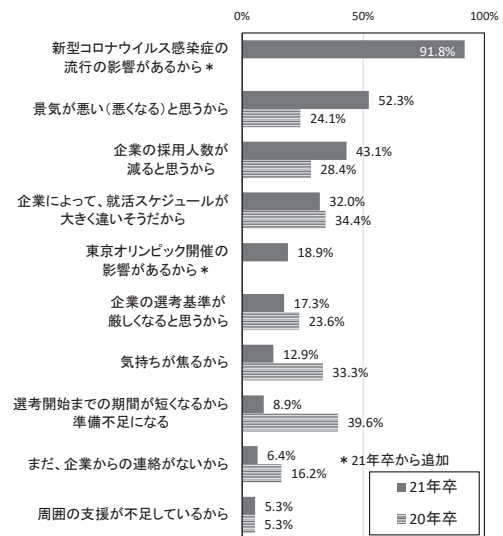
学生

2021年卒学生の就職活動は8割以上が「先輩よりも厳しくなる」と意識

16年卒、17年卒は採用スケジュールの変更が相次いだ、ここ数年は変更もなく先輩の就職活動状況を参考にできた上に、売り手市場が続いていたこともあり、学生の就職活動への認識はどちらかというと楽観的なものが続いていた。しかし、2021年卒学生は8割を超える学生が「厳しくなる」と回答しており、理由は「新型コロナウイルスの影響」が91.8%となっていた。



厳しくなると思う理由(3月時点/上位抜粋/複数回答)



「先輩と比較して自分たちの就職活動は(3月時点)」 「厳しくなると思う理由」出所：2021年卒学生就職モニター調査(3月実施)

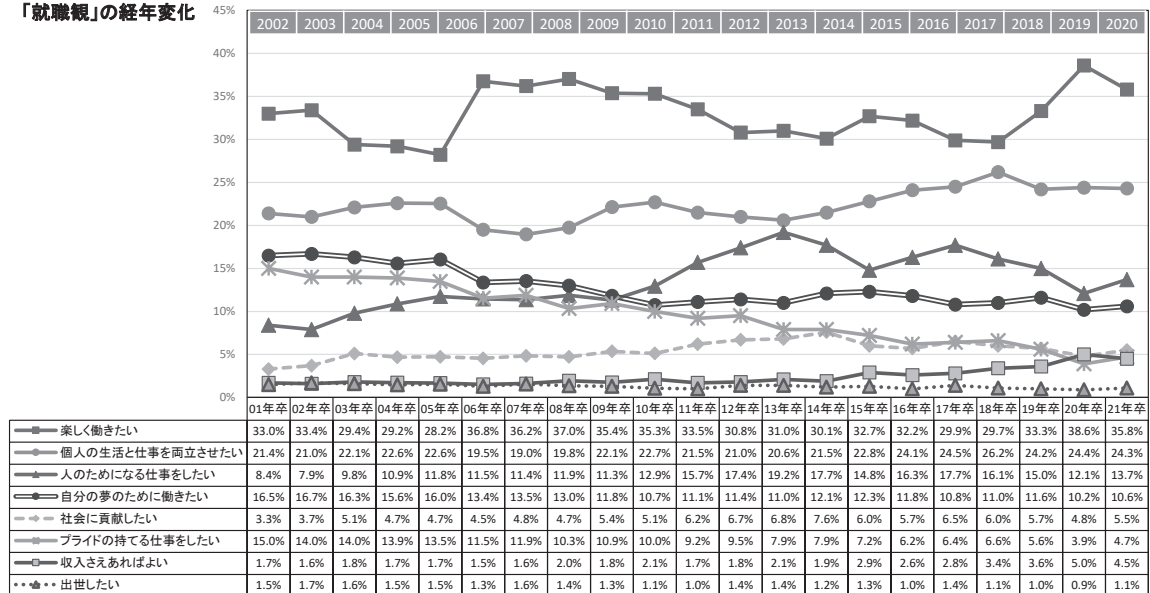
学生の「就職観」の推移

学生

「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」という志向は氷河期世代から変わらない

氷河期世代の後半に属する2003年卒から経年でみても「楽しく働きたい」「個人の生活と仕事を両立させたい」という志向は変わらず上位項目である。一方、「人のためになる仕事をしたい」はリーマンショック後から徐々に増加し、東日本大震災を経て、今では常にトップ3に位置する項目となっている。

「就職観」の経年変化



「就職観」出所：マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(12月～翌年3月実施)

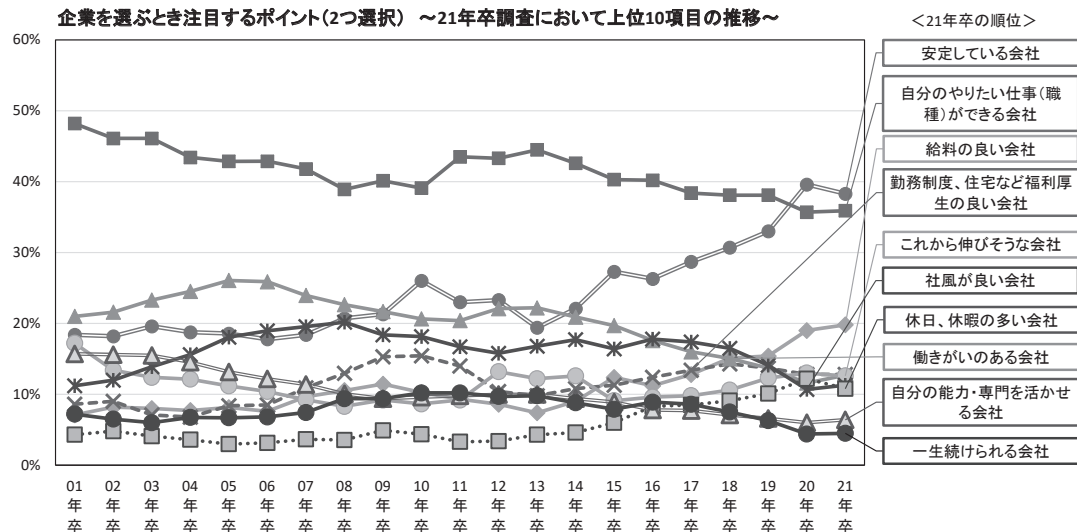
学生の企業選択のポイント「良い企業」とは

学生

「自分のやりたい仕事ができる」は徐々に下降傾向ながらも20年間変わらず重視されている

企業を選ぶとき注目するポイント(2つ選択)について21年卒調査での上位10項目の推移を確認したところ、「自分のやりたい仕事ができる」は徐々に下降傾向ながら常に上位にあることがわかる。「安定している」は10年卒調査から徐々に上昇をはじめ、20年卒からトップとなった。遅れて「給与の良い会社」も上昇し、20年卒から上位3位に入っている。一方、20年前は2位だった「働きがいのある会社」は下降し続けている。昨今の学生はより現実的な感覚で企業を選択するようになったといえるのではないだろうか。

企業を選ぶとき注目するポイント(2つ選択) ～21年卒調査において上位10項目の推移～



「企業を選ぶとき注目するポイント(2つ選択)」出所：マイナビ2021年卒大学生就職意識調査(12月～翌年3月実施)

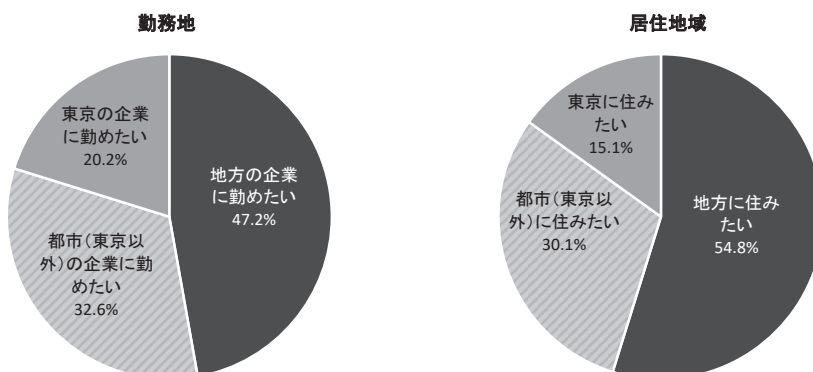
Column

リモートワークがもたらす「働く場所」への意識変化

『働く場所が自由になる』という条件の下で半数が地方での勤務や居住を希望

新型コロナウイルスの感染拡大を契機として各企業がリモートワーク等を推進しているが、学生の「働く場所」への意識に変化があったのだろうか。Uターン・地元就職に関する調査の際、「働く場所が自由になった際の理想の勤務地・居住地域」について「地方」「都市(東京以外)」「東京」の3分類に分けて聞いた。『働く場所が自由になる』という条件の下であるが「地方の企業に勤めたい」が47.2%、「地方に住みたい」が54.8%となり、半数が地方での勤務や居住を希望する結果となった。人口の東京一極集中が問題になっているが、今後、リモートワークなどが広く浸透していくと「働く場所」の選択肢が広がり、それに伴い「住む場所」への意識も変わっていくのかもしれない。

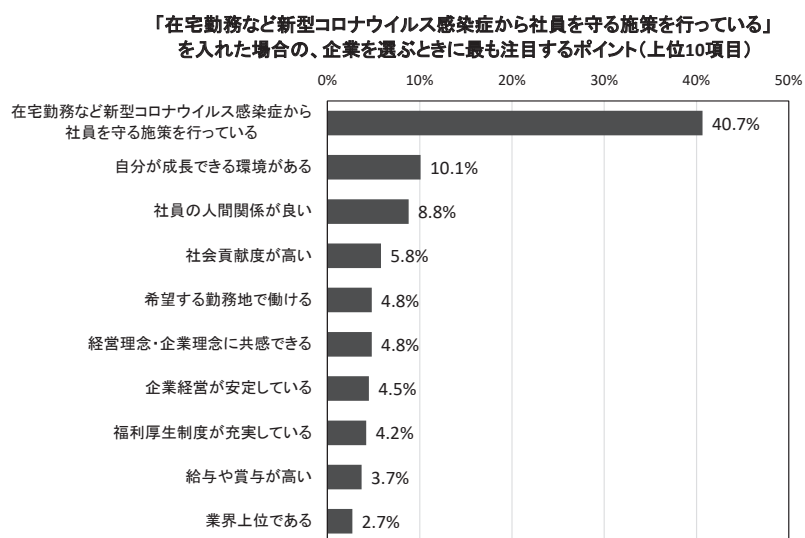
リモートワークなどの推進により「働く場所」が自由になった際に【勤務地】【居住地域】の理想として当てはまるものはどれか



「テレワークやリモートワークなどの推進により「働く場所」が自由になった際に【勤務地】【居住地域】の理想として当てはまるものはどれか」
出所：マイナビ 2021年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査(5月実施)

学生だけでなく在籍している社員に対する姿勢も企業選択のポイントに

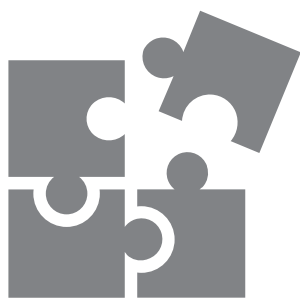
毎年調査している「企業を選ぶときのポイント」の選択肢に「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」を加えて学生に訊いたところ、「自分が成長できる環境がある」「社員の人間関係が良い」といった選択肢を抑えてトップとなった。採用活動において学生に対する配慮は様々行われているが、社員に対する対応も含めて学生は企業の姿勢を見ている様子が窺える結果となった。



「企業を選ぶときに最も注目するポイント」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(4月実施)

環境の変化は大きく、採用計画の見直しが相次ぐ

当初、企業の採用意欲は前年に引き続き高水準を維持して開始される予定だったが、新型コロナウイルスの影響で採用計画は変更を余儀なくされた。4月には東京オリンピック・パラリンピックの開催延期が発表され、夏以降も活動を継続する学生・企業にとっては不幸中の幸いとなったが、「対面」での接触機会は大きく制限され、選考、内々定出しなどあらゆるフェーズが後倒しになった。そうした環境下、広く浸透したのが「WEB」の活用である。以前からツールとしては存在したが、ここまで幅広く利用されたのは21年卒採用が初めてだろう。個別企業セミナーや面談・面接をWEB上で実施し、活動を継続する企業も多く見られた。



企業の動き

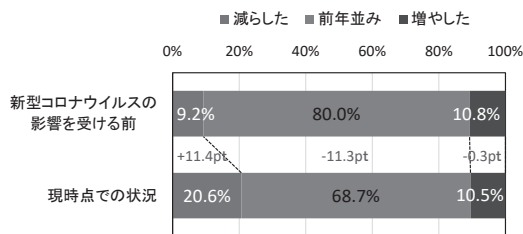
2021年卒新卒採用に対する採用意欲の前年比較

企業

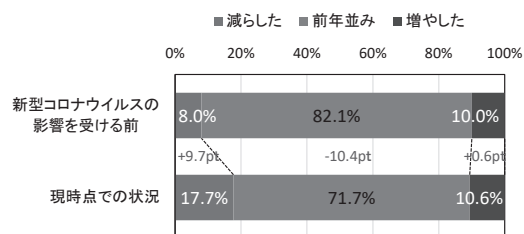
新型コロナウイルスの影響で「減らした」割合は増加するが「前年並み」が多数

採用意欲については『新型コロナウイルスの影響を受ける前の予定*』と『(影響を受けたあとの)現時点[6月時点]の予定』を比較すると「減らした」は1割程度高くなり、同程度「前年並み」が低くなっている。しかしながら、「前年並み」が多数であることは変わりなく、「増やした」も同程度となっていた。大手中心にやや減少傾向にあるが、全体的な採用意欲が著しく低下という状況ではなかったことがわかる。*「新型コロナウイルスの影響を受ける前」は10月～翌年1月ごろを想定

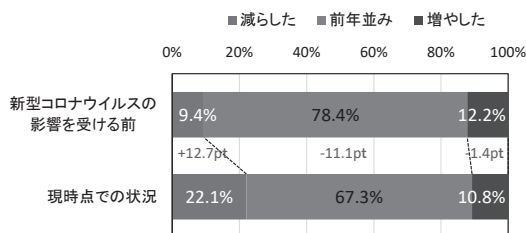
【全体】採用予定数の前年との比較



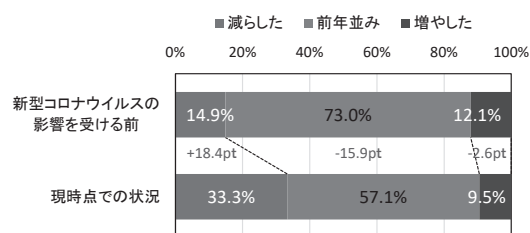
【従業員規模300人未満】採用予定数の前年との比較



【従業員規模300～1000人未満】採用予定数の前年との比較



【従業員規模1000人以上】採用予定数の前年との比較



「採用予定数の前年との比較」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

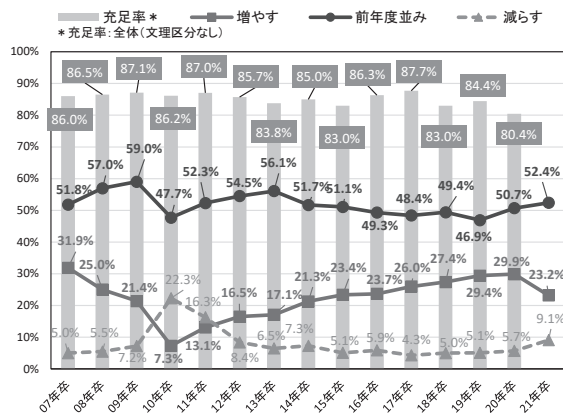
新卒採用の予定状況と充足率の推移

企業

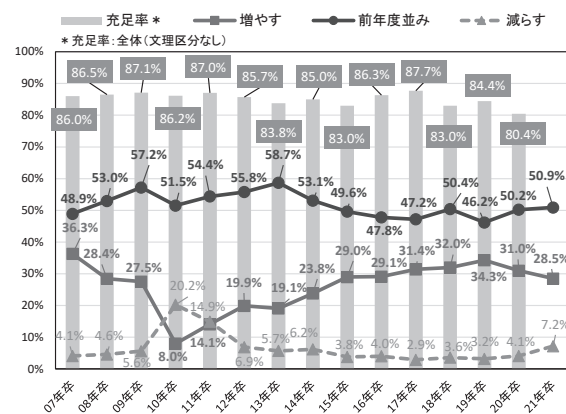
内定時期(10月)の充足率は8割台で推移するも下降傾向で推移し、2020年卒では80.4%一方、採用予定は「増やす」が上昇傾向にあったが2021年卒で下降に転じる

採用活動開始時に調査している採用予定は、リーマンショック後の10年卒で「減らす」が「増やす」を上回っていたが12年卒以降ずっと「増やす」が「減らす」を上回って上昇していた。内定時期(10月)に調査している充足率*は概ね8割台で推移しており、景況感に関わらず同程度であったが、20年卒ではこれまでのなかで最も低く80.4%となっていた。21年卒では新型コロナウイルスの影響が徐々に明らかになり、「増やす」が下降、「減らす」が上昇する結果となったが、これまで続いていた採用難の影響もあり、すぐさま大幅に減少に転じる状況ではないと推察される。

採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)と充足率の推移
＜大学生(文系)＞



採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)と充足率の推移
＜大学生(理系)＞



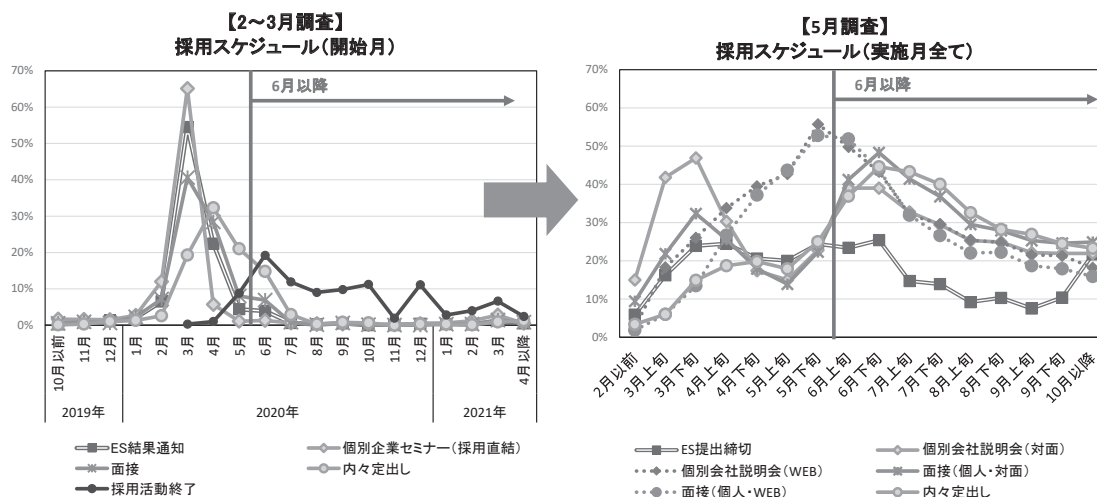
「採用予定(増やす/前年並み/減らす/未定)」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2007年卒分より 毎年2月～3月実施)
「充足率」出所：マイナビ2020年卒企業内定状況調査(2007年卒分より 毎年9～10月実施)

新型コロナウイルスの影響による採用スケジュールの変化

企業

3月にあらゆるフェーズが集中していたスケジュールが段階的に後倒しに

当初はこれまで続いた売り手市場による企業側の競争激化によりあらゆるフェーズが前倒しになり、3月に個別企業セミナーから面接まで開始され、内々定出しも4月から実施されることが予定されていた。しかし、新型コロナウイルスの影響で外出自粛が余儀なくされると予定は大きく狂った。個別企業セミナーや面接は一部WEB化され実施されていたが、採用活動は各企業の置かれた状況によって様々となり、実施時期は分散することになった。緊急事態宣言解除後、6月以降に対面実施の個別企業セミナーや面接が活発化し、それに伴い内々定出しが実施されるようになった。



「採用スケジュール(開始月)」出所: マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)
「採用スケジュール(実施月)」出所: マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5月実施)

広報活動開始後3ヵ月間の企業の動き

企業

エントリー受付など早期段階は昨年と同程度だが面接以降は実施割合が減少

広報活動開始後3ヶ月間の採用活動状況を追うと、エントリー受付など早期段階の実施割合は前年と同程度であるが、面接以降のフェーズになると特に4月、5月の実施割合が前年を大きく下回っていた。新型コロナウイルスの影響で採用活動が制限され、先に進められなかった結果だと思われる。

<3月～5月の各月に実施したもの>



「各月に実施したもの」出所: マイナビ2021年卒企業新採用活動状況調査(6月実施)

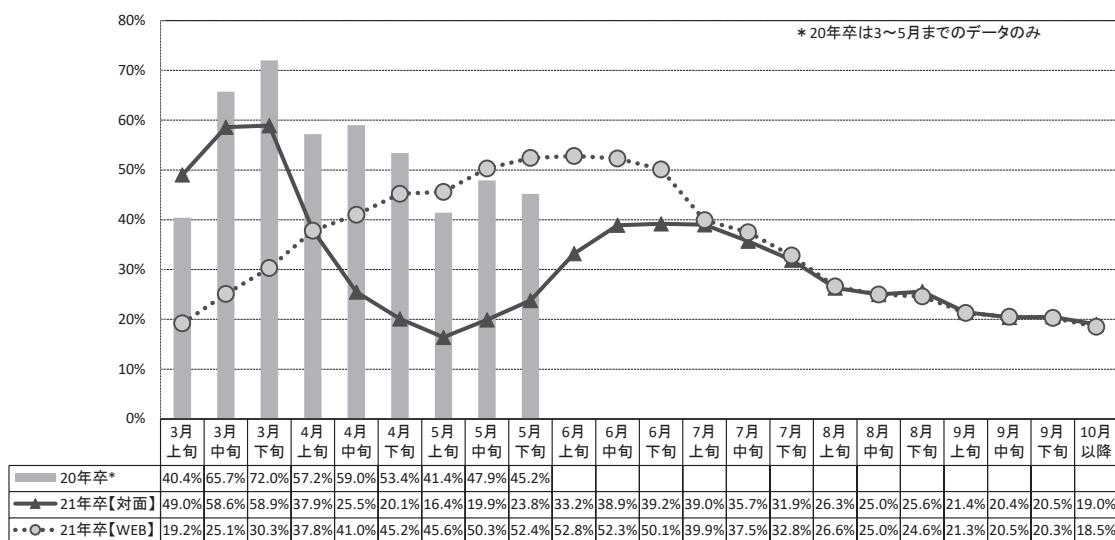
採用活動①-1 個別企業セミナー開催時期

企業

個別企業セミナーは3月までは対面が中心だったが4月以降はWEBが上回る

個別企業セミナーは3月は対面を中心に実施されていたが、新型コロナウイルスの影響により緊急事態宣言が出された4月中旬以降は対面での実施が減少し、WEBの実施割合が増加した。5月下旬に緊急事態宣言が解除されると再び、対面での実施割合が上昇している。7月以降は対面とWEBの実施割合が同程度となっているが学生が対面かWEBどちらも選択できるように準備している企業が増えたためだと推察される。

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」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

採用活動①-2 個別企業セミナー参加率

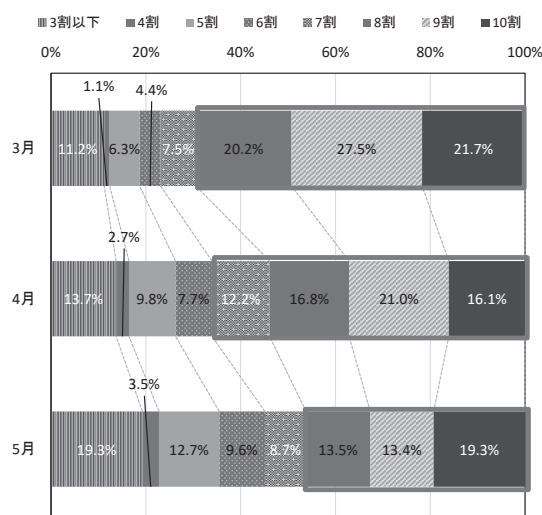
企業

個別企業セミナーの参加率*は半数以上で8割を超え、5月に入っても低下せず

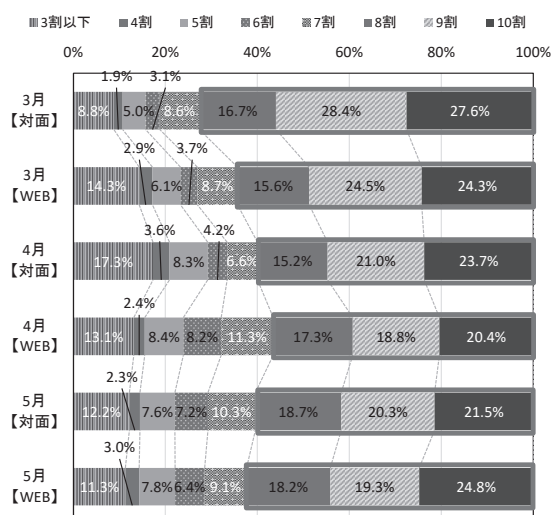
個別企業セミナーの参加率を前年と比較すると4月以降も参加率が下らず、5月に入っても半数以上が8割を超えていた。21年卒の参加率において実施形式別で比較したが、【対面】か【WEB】かによる参加率の差はそれほど大きくはみられなかった。

*参加率=実際に参加した学生数/予約した学生数

20年卒 月別参加率の推移



21年卒 月別参加率の推移



「月別参加率の推移」出所: マイナビ 2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

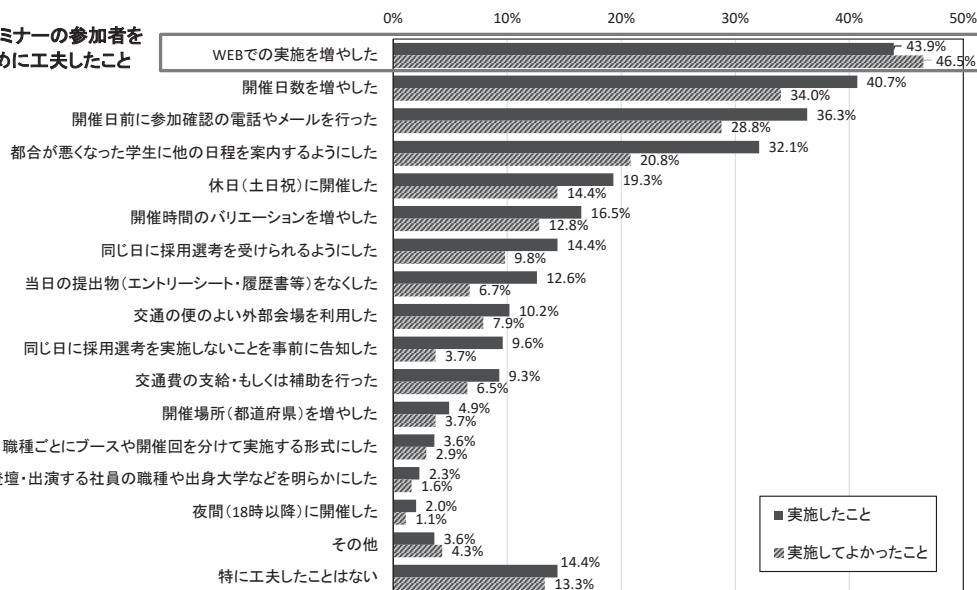
採用活動①-3 個別企業セミナー参加率を上げるための工夫

企業

実施してよかったことは「WEBでの実施を増やした」で46.5%

個別企業セミナー参加率を上げるために工夫したこととして最も多く挙げられたのは「WEBでの実施を増やした」で、「実施してよかったこと」としても最も割合が高い。開催日数や時間を増やすなど学生の選択肢を増やす工夫はこれまでもされてきたが、21年卒採用活動においてはWEB化への対応が大きな要素になっていたようだ。

個別企業セミナーの参加者を増やすために工夫したこと



「月別参加率の推移」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

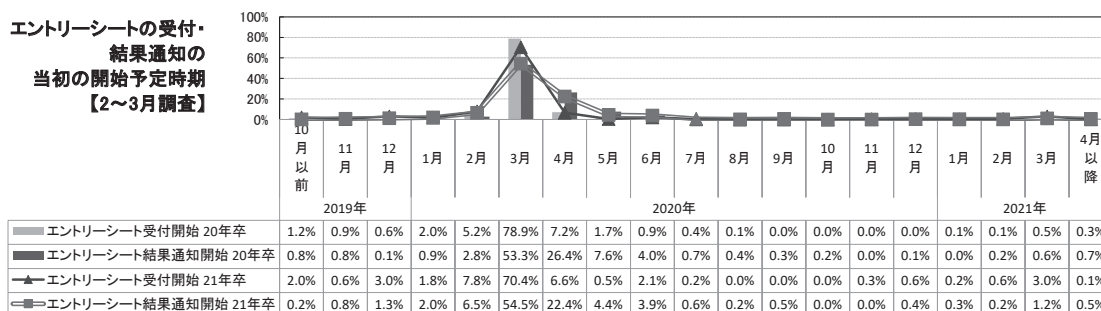
採用活動② エントリーシート

企業

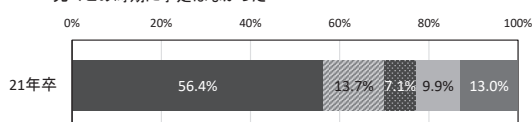
エントリーシート受付は前年同様3月スタート、提出締切時期は緊急事態宣言を受け調整

エントリーシートの受付開始は前年と同様に3月にスタートした。提出締切日の設定は緊急事態宣言を受けて、3割程度が「検討中」「一旦、中止」と回答しており、その時期は全体的に4~5月を中心に後倒しになっていた。

エントリーシートの受付・結果通知の当初の開始予定時期【2~3月調査】

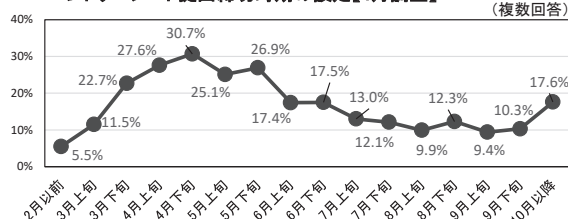
エントリーシート提出締切の対応【4月調査】
＜緊急事態宣言下、4/8～5/6の間について＞

- 当初の予定どおり
- 一旦中止し、解除後に実施予定
- 一旦中止し、その後は未定
- 検討中(わからない)
- 元々この時期に予定はなかった



エントリーシート提出締切時期の設定【4月調査】

(複数回答)



「エントリーシートの受付・結果通知の開始時期」出所：マイナビ2021年卒マイナビ企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)
「エントリーシート提出締切の対応」「エントリーシート提出時期の設定」出所：＜緊急＞マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(4月実施)

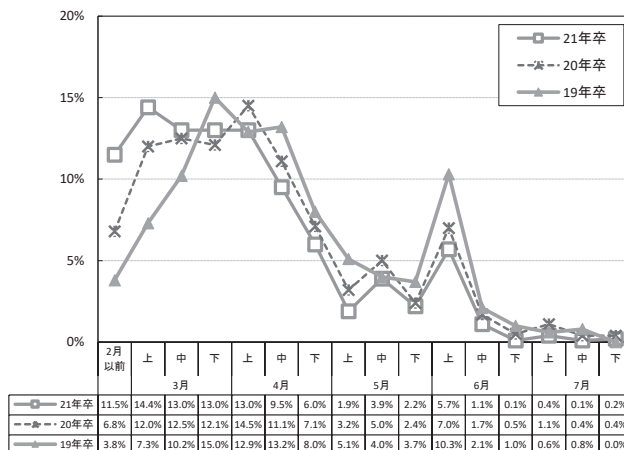
採用活動③-1 選考(面接)の開始、実施時期

企業

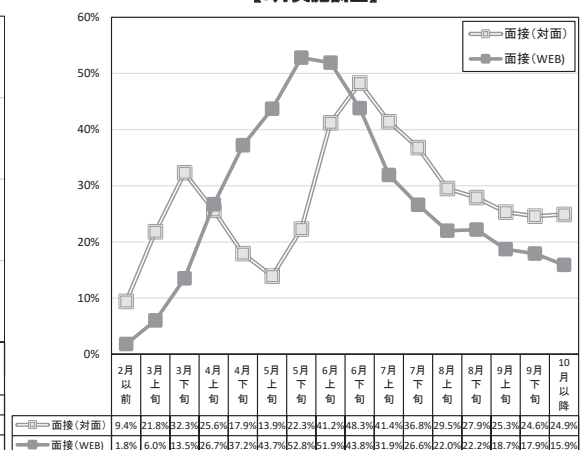
面接は3月にスタートする企業もあったが4月以降、延期・中止が相次ぎ、実施時期は遅れた

学生の売り手市場を受けて面接開始時期は徐々に前倒しになっており、21年卒でも当初の予定では3月上旬～4月上旬に設定していた企業が多かった。しかし新型コロナウイルスの影響によって対面での面接は延期・中止が相次ぎ、WEB実施をメインに続ける状態となった。そのため、予定を含む実施時期全てを選択してもらうとWEBでの実施ピークは5月下旬、対面での実施ピークは6月下旬という結果になった。

＜参考＞ 面接開始時期 当初の予定【2～3月実施調査】



21年卒 面接を実施する時期全て(複数回答)【5月実施調査】



「＜参考＞ 面接開始時期 当初の予定」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(2月～3月実施)
「21年卒 面接を実施する時期全て」出所：＜緊急＞マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5月実施)

採用活動③-2 選考(面接)のWEB化について

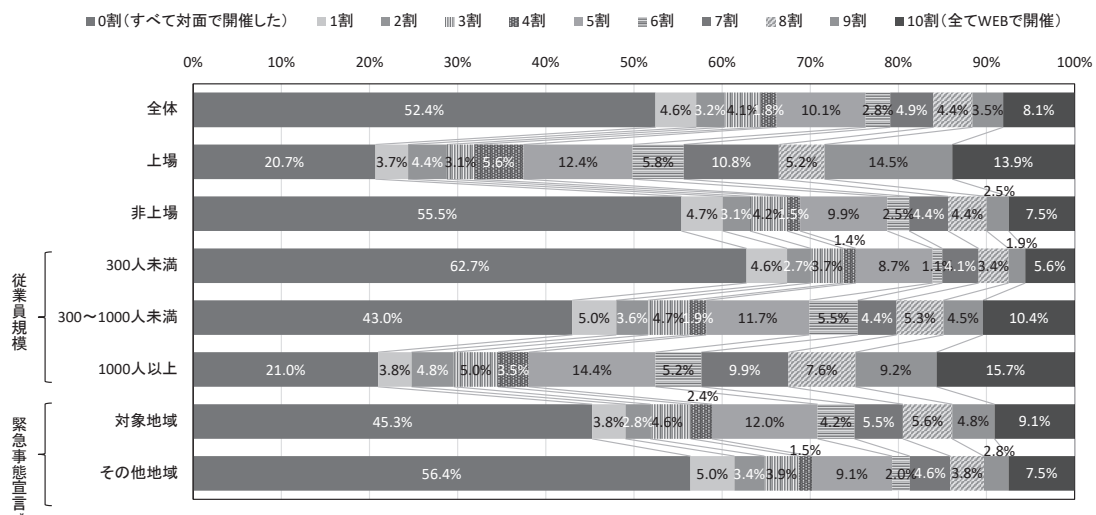
企業

企業全体では半数以上が面接は「全て対面」で」と回答、上場企業でWEB化割合が高い

実施した面接のうち全て(10割)をWEB化したと回答した企業は全体では8.1%、上場企業でも13.9%と1割前後程度となった。新型コロナウイルスの影響で予想外にWEB化が拡大したこともあり、急きょ対応した企業も多かったと思われるが、WEB面接を取り入れた企業も状況に応じて対面とWEBを使い分けるケースが多かったようだ。

【面接】全体の何割がWEB化されたか

*最初の緊急事態宣言で自衛要請対象地域(東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡)に本社所在地がある企業のこと



「【面接】全体の何割がWEB化されたか」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用活動調査(6月実施)

採用活動③-3 面接で注視すること

企業

「明るさ・笑顔・人当たりの良さ」がトップだが業種によって注視することは異なる

面接で注視することを全体との差を用いて業種ごとに比較した。各業種ともに全体との差が最も大きい項目（5pt未満は除く）を確認すると、商社・小売では「明るさ・笑顔・人当たりの良さ」、金融・マスコミでは「様々な能力のバランスの良さ」、ソフトウェア・通信では「地頭の良さ」が特に高くなっており業種ごとに異なるニーズが見えてきた。



「面接で注視すること」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用活動状況調査（6月実施）

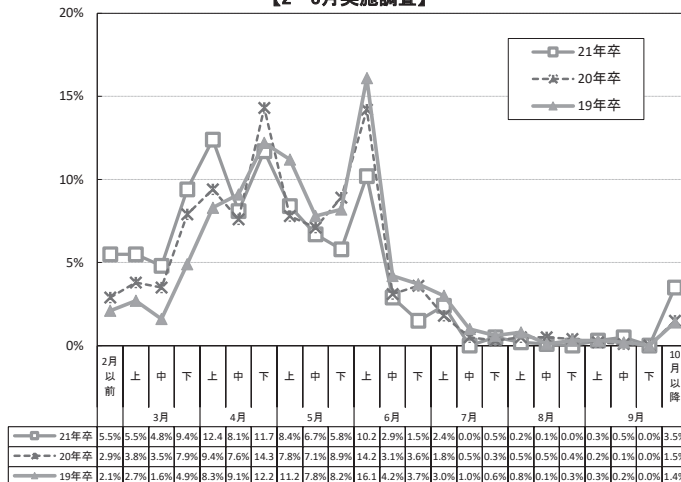
採用活動④ 内々定出し

企業

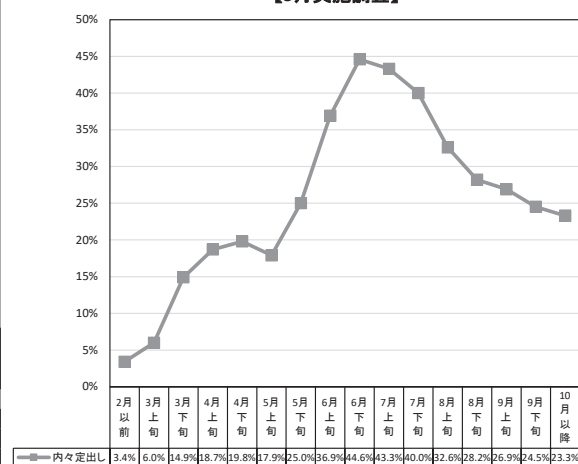
内々定出しの時期は当初の予定から遅れ、ピークは6月下旬以降へ

内々定出しの開始時期についても面接と同様に当初の予定では3月下旬から4月にかけて行われるはずだったが、面接の遅れが影響して後倒しになり、内々定出しのピークは6月下旬から7月となった。

＜参考＞ 内々定出し 当初の予定
【2～3月実施調査】



21年卒 内々定出しを行う時期全て（複数回答）
【5月実施調査】



「＜参考＞ 内々定出し 当初の予定」出所：マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査（2019年卒分より 毎年2月～3月実施）
「21年卒 内々定出しを行う時期全て」出所：＜緊急調査＞マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査（5月実施）

内定者一人当たりの面接前接触、面接の回数

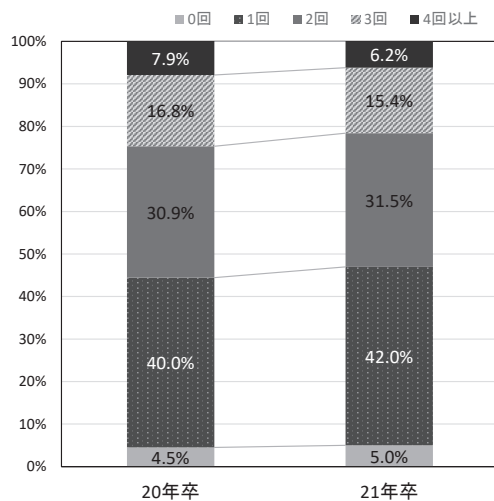
企業

内定者一人当たりの面接前接触*ならびに面接の回数は前年と同程度

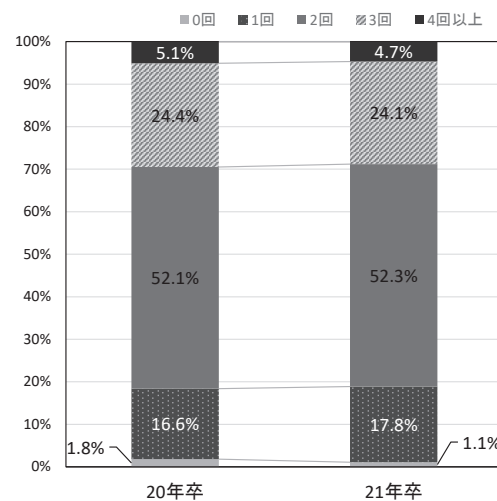
企業に「面接前の接触機会」ならびに「面接」についてWEBか対面かの形式は問わず、内定者1人当たりの平均回数を聞いたところ、前年と同程度の回数であったことがわかった。新型コロナウイルスの影響で採用活動が制限される環境下ではあったが、接触機会の回数は確保されていたことがわかる。

*「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。

内定者一人当たりの面接前接触



内定者一人当たりの面接回数



「面接前接触回数(従業員規模別・業界別)」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

企業認知・採用広報のためにしたこと

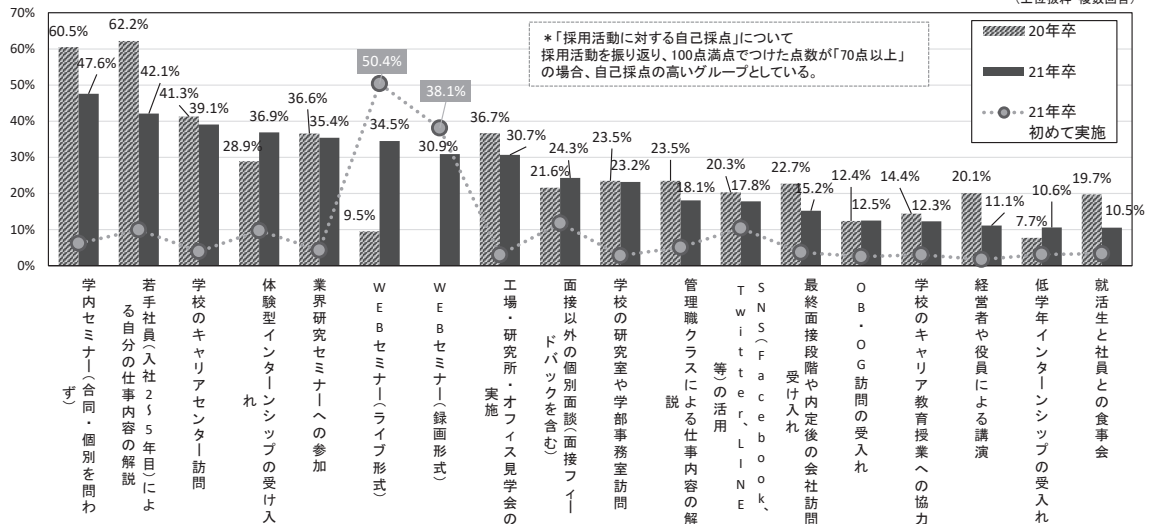
企業

WEBセミナーの実施割合が大幅に増加、制限された接触機会を補う

採用活動における自己採点が高いグループで「企業認知」のために実践したことを前年と比較した。21年卒で大きく増加したのは「WEBセミナー」で、今年初めて実施した割合が50.4%となっていた。上位3項目については前年と同様の内容であったが、その割合は減少している。実施が制限された直接接点の機会をWEBセミナーで補っていたと推察される。

<自己採点の高い*企業グループのみ>【企業認知・採用広報】今年の採用活動において実施したものを全て

(上位抜粋・複数回答)



「【企業認知・採用広報】今年の採用活動において実施したものを全て」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

採用方法として実施したこと

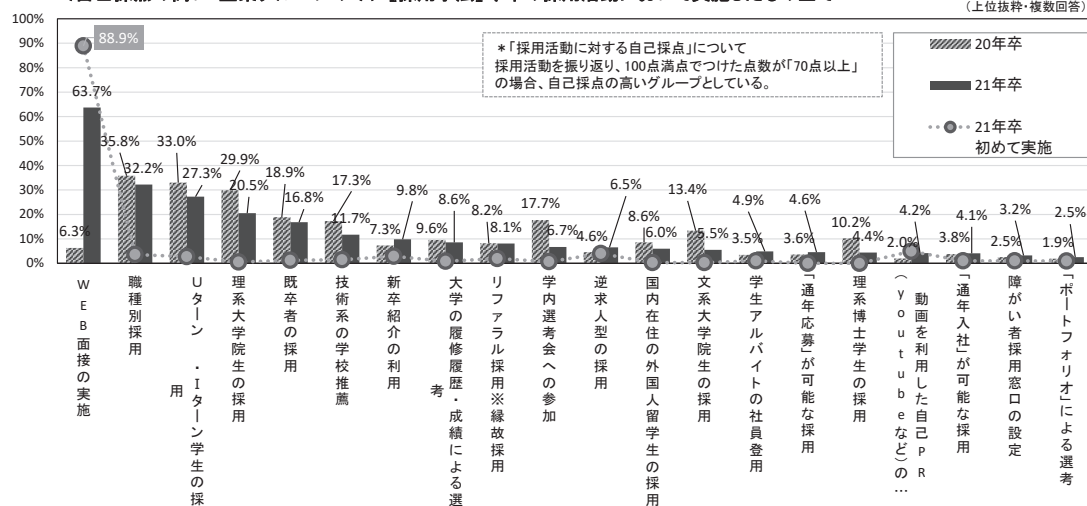
企業

21年卒の大きな特徴は「WEB面接の実施」、今年初めて実施した企業が多かった

採用活動における自己採点が高いグループで実施された採用手法のトップは「WEB面接の実施」で前年から大きく増加した。一方、2位以降は「職種別採用」「Uターン・リターン学生の採用」など前年と同様の手法が並んでいる。面接の手段としてWEBが新しく投入されたが、採用ニーズを満たすための手法はこれまでと変わらず実施されている様子が窺えた。

＜自己採点の高い*企業グループのみ＞【採用手法】今年の採用活動において実施したもの全て

(上位抜粋・複数回答)



【採用手法】今年の採用活動において実施したもの全て」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査（6月実施）

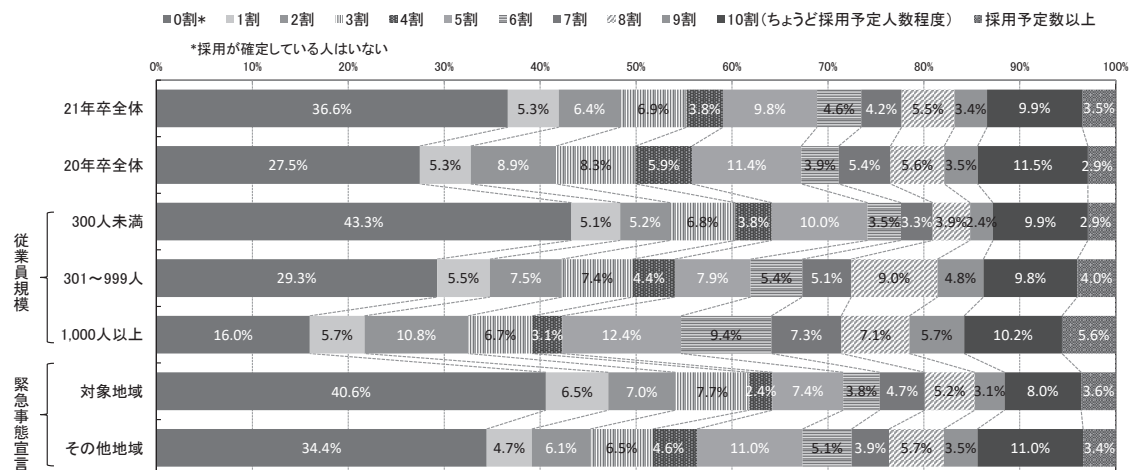
2021年卒採用の採用充足率（6月時点）

企業

2021年卒の採用充足率は全体的に厳しい状況、特に企業規模で差が大きい

2021年卒の採用充足率（採用予定数に対して現在採用が確定している割合）を聞いたところ「0割（採用が確定している人はいない）」との回答が全体で36.6%となり、特に従業員規模300人未満の中小企業でその割合は高く43.3%にもなる。また緊急事態宣言の最初の自粛要請対象地域（東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡）とそれ以外の地域で見ると、対象地域のほうが充足率は低い傾向にある。2021年卒学生の内々定率が前年を下回って推移したため企業の採用意欲減退が懸念されていたが、十分な採用活動が行えず厳しい状況に陥っているのは企業側も同様であったことがわかる。

21年卒 採用充足率（採用予定数に対して現在採用が確定している割合）



「充足率」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査（6月実施）

採用充足率(6月時点)とインターンシップ実施有無の関係

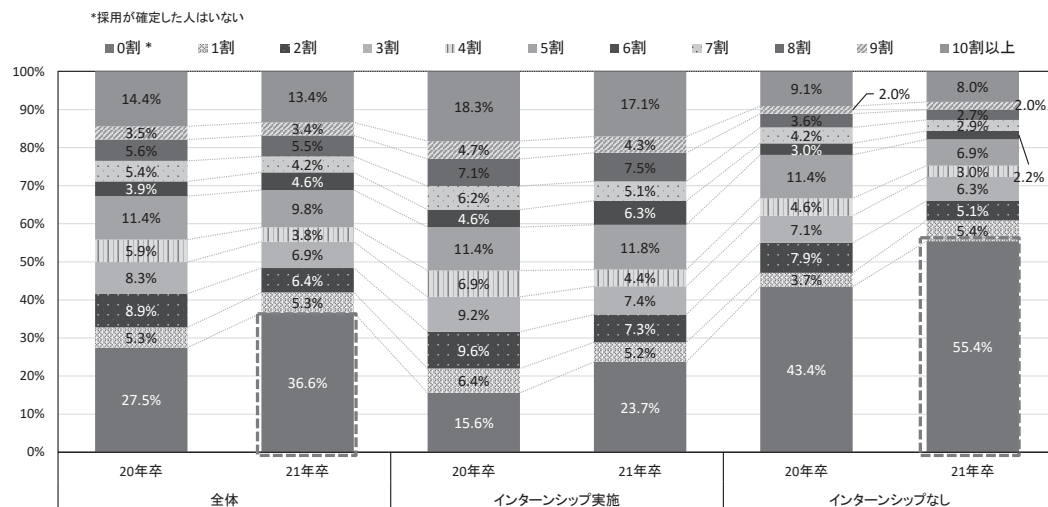
企業

インターンシップを実施した企業ほど採用充足率は高くなる

21年卒の6月時点採用充足率を見ると、全体で36.6%が「0割(採用が確定している人はいない)」と回答しており、企業側にとっては前年よりも厳しい状況になっていることがわかる。特に、インターンシップを実施していない場合は「0割」が55.4%(対前年12.0pt増)と極めて厳しい状況だ。インターンシップを実施していた企業も前年と比べると「0割」の回答割合が増加しているが、実施していない企業と比べると充足率は全体的に高い傾向にある。

インターンシップ実施有無別

採用予定充足率(採用予定数を10割として採用が確定している割合)比較 [6月時点]



「インターンシップ実施有無別 採用予定充足率比較」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(2020年卒分より 毎年6月実施)

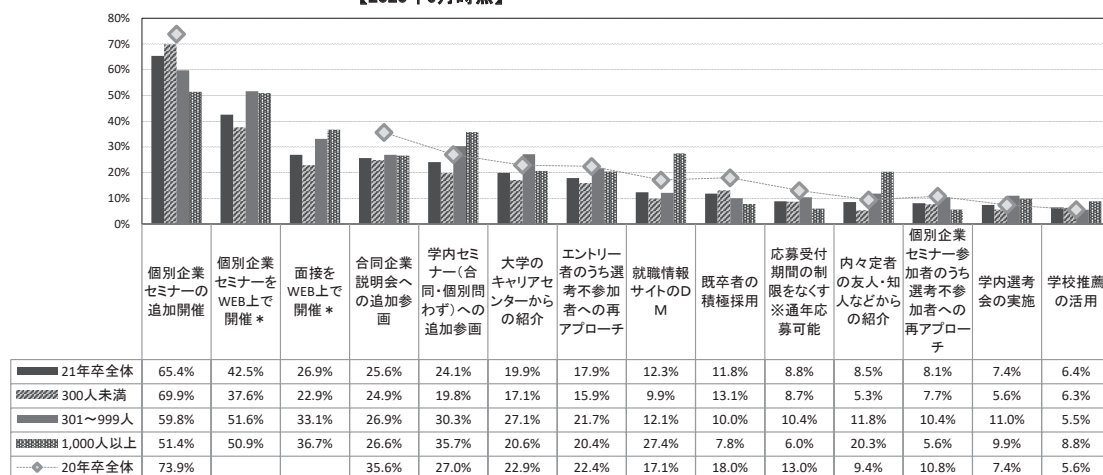
6月末以降の採用活動継続状況

企業

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」が前年同様トップ

6月実施の「企業採用活動調査」によると全体の60.9%が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。前年と同様に「個別企業セミナーの実施」がトップであるが、21年卒から追加した選択肢「個別企業セミナーをWEB上で開催」「面接をWEB上で開催」が次いで上位にあがっている。

2021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」(複数回答、上位抜粋) 【2020年6月時点】



*21年卒から追加

「2021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』(2020年6月時点)」出所: マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

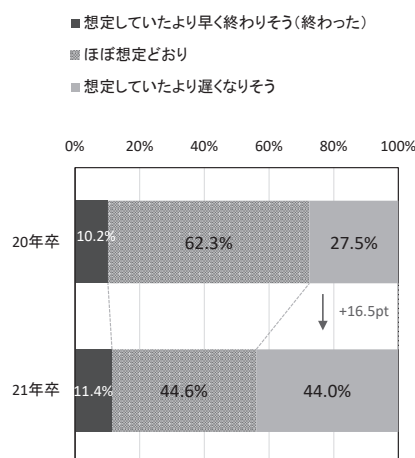
企業の採用活動終了時期について

企業

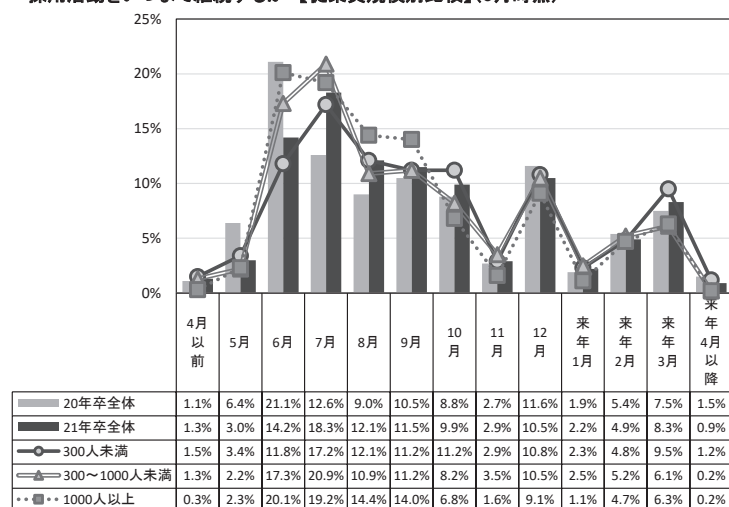
企業の採用活動終了時期は「想定していたより遅くなりそう」が44.0%（対前年16.5pt増）

新型コロナウイルスの影響で採用スケジュールが遅れていたことは先述のとおりだが、それに伴い採用活動終了時期についても「想定していたより遅くなりそう」という回答が44.0%（対前年+16.5pt）となった。時期としては前年は6月が最も高かったが、21年卒では7月が最も高い。従業員規模別にみると1,000人以上では前年と同様に6月終了とする回答が最も高く、1,000人未満の企業に比べるとやや早く終了する傾向が見られた。

採用活動終了時期の想定(6月時点)



採用活動をいつまで継続するか【従業員規模別比較】(6月時点)



「採用活動終了時期の想定」「採用活動をいつまで継続するか【従業員規模別比較】」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

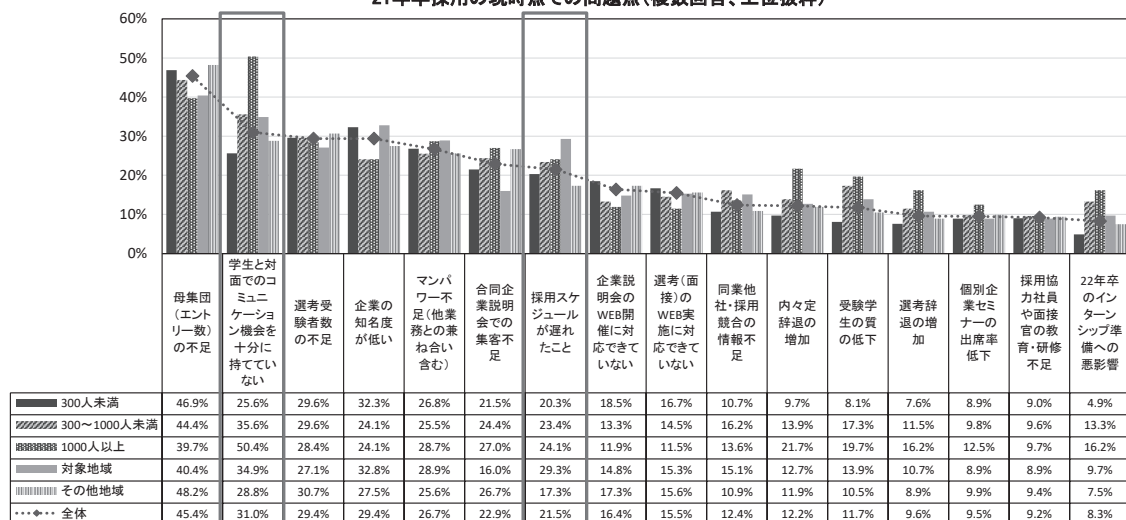
2021年卒採用の6月時点での問題点

企業

新型コロナウイルスの影響で対面でのコミュニケーション不足や採用スケジュールの遅れ

21年卒採用の問題点を従業員規模(300人未満、300~1000人未満、1000人以上)と緊急事態宣言の最初の対象地域(東京・神奈川・千葉・埼玉・大阪・兵庫・福岡)とそれ以外の地域と比較した。早い時期からWEBツールを導入していた1000人以上規模の大手企業では「学生との対面でのコミュニケーション機会を十分に持てていない」が最も高く50.4%となった。「採用スケジュールが遅れたこと」は緊急事態宣言の最初の対象地域が全体よりも高かった。

21年卒採用の現時点での問題点(複数回答、上位抜粋)



「現時点での問題点」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)

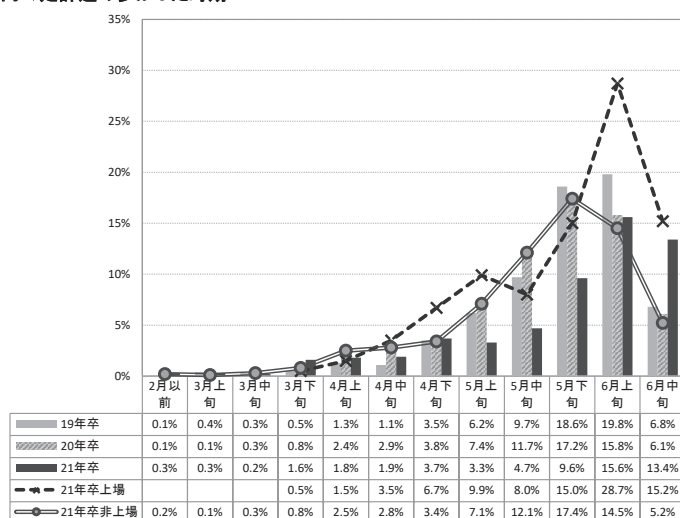
企業が受けた内々定辞退の状況

企業

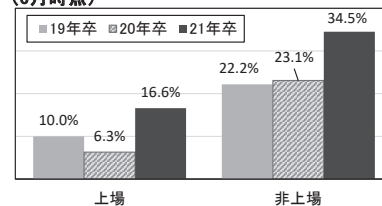
内々定出しの時期が6～7月に集中したことにより内々定辞退の時期も後倒しに

新型コロナウイルスの影響で採用活動が後倒しになった結果、内々定出しの時期も例年より遅れ、6～7月に集中した。そのため内々定辞退の時期も前年までと比較すると後倒しになっている。また6月時点で「まだ内々定出しを行っていない割合」が増加しており、非上場企業では3割以上の企業が内々定出しまで至っていない。

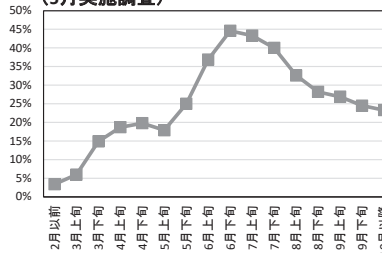
内々定辞退の多かった時期



＜参考＞まだ内々定出しを行っていない割合 (6月時点)



＜再掲＞21年卒 内々定出しを行う時期全て (5月実施調査)



「＜再掲＞21年卒 内々定出しを行う時期全て」出所：＜緊急調査＞マイナビ2021年卒企業新卒採用予定調査(5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」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

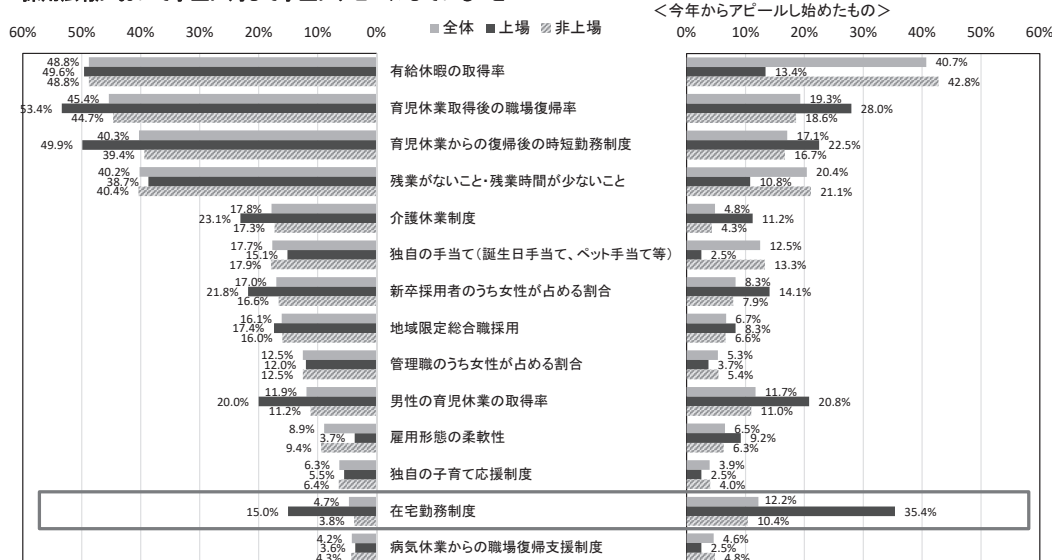
Column

学生にアピールしていること

働き方改革関連の項目が上位、「在宅勤務」は上場企業で“今年からアピール”項目に

採用広報において学生にアピールしていることを聞くと「有給休暇の取得率」や育児休暇関連など働き方改革に関連する項目が上位を占めた。新型コロナウイルスの対策として注目された「在宅勤務制度」については上場企業で割合が高くなっており、＜今年からアピールし始めたもの＞としてはトップとなった。

採用広報において学生に対して学生にアピールしていること



「採用広報において学生に対して学生にアピールしていること」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(6月実施)



学生の動向

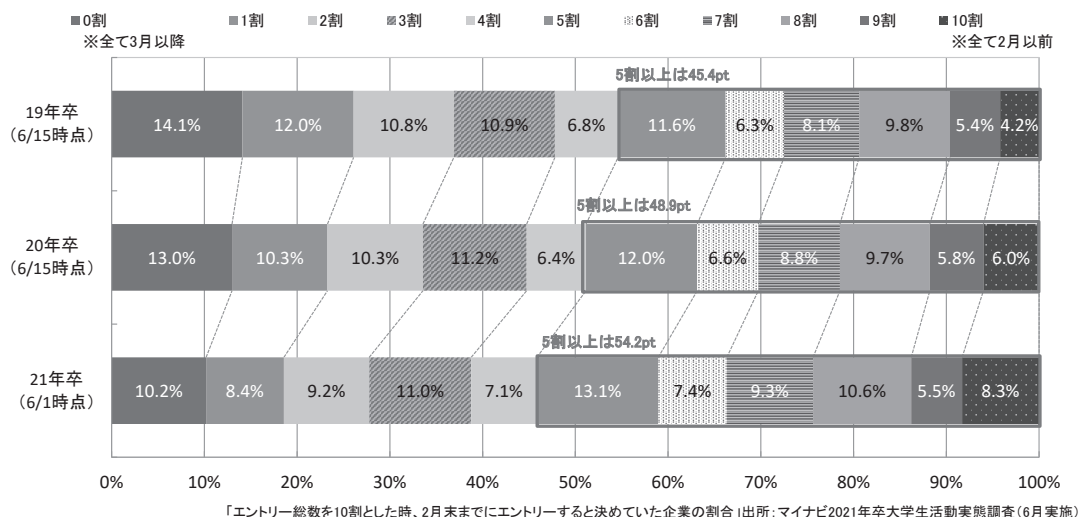
応募した企業のうち広報活動開始前から決めていた割合

学生

「広報活動開始前に応募を決めていた割合」が5割以上の学生が半数を超える

6月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を直近3年間を比較すると徐々にその割合は増加していたが、特に21年卒学生においては「5割以上（5割～10割と回答した学生割合の合算）」が半数を超えた。例年よりも3月以降に企業と出会う機会が少なくなった影響のためと思われる

これまでのエントリー総数を10割としたとき、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月時点）



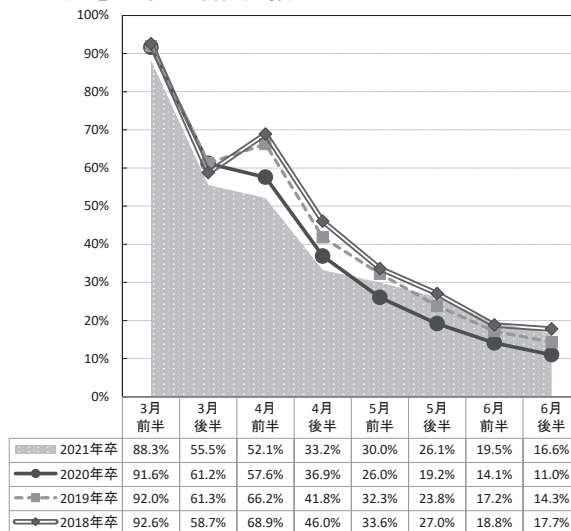
就職活動①-1 エントリーをした時期と累計エントリー社数

学生

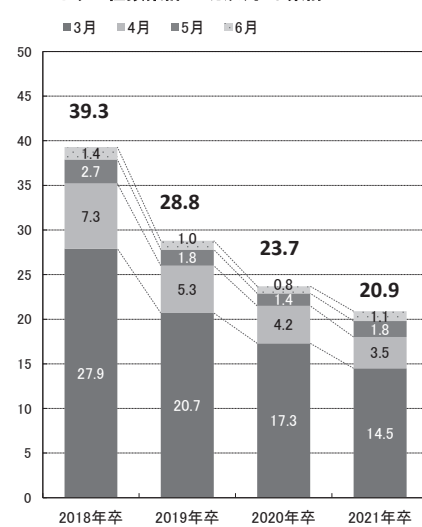
3月後半から4月は例年よりも活動量が減少していたが5月以降は回復

ここ数年は学生の売り手市場だったこともあり3月にエントリーが集中、4月後半からは大幅に減少し続ける傾向がみられていたが、21年卒では5月に入ると減少傾向が緩やかになり、前年を上回る割合を維持している。新型コロナウイルス感染症の影響により企業の採用活動が遅れ、学生の活動時期も緩やかながら後ろ倒しになっている様子が窺えた。エントリー社数累計を見ると社数は減少しているため、エントリー対象企業は絞り込まれているようだ。

エントリーをした学生の割合(全体)



エントリー社数累計 ※太字は累計



「エントリーをした学生の割合」「エントリー社数累計」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月～6月実施)

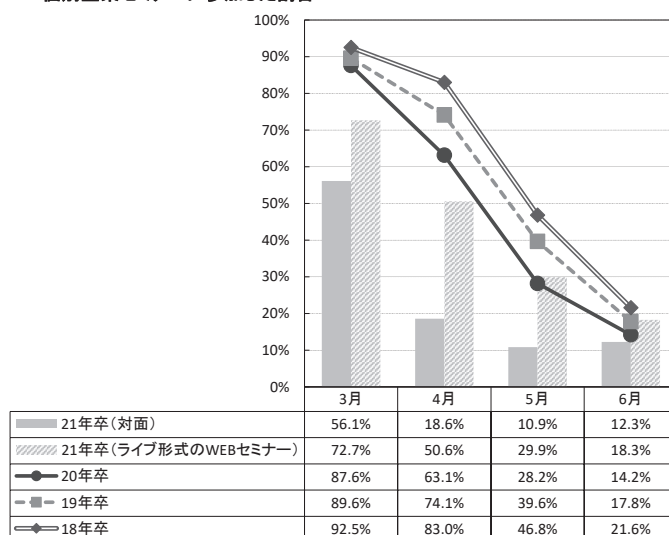
就職活動② 個別企業セミナー

学生

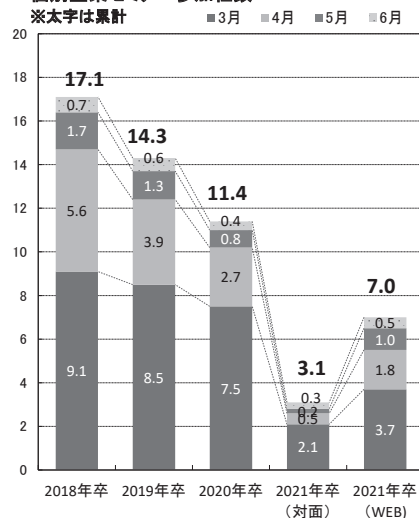
2021年卒は個別企業セミナーの形式に変化あり、対面よりもWEBセミナーの経験が増えた

個別企業セミナーはこれまで基本的には対面で実施され、一部WEBセミナーが導入されているという状態であったが、21年卒では新型コロナウイルスの影響から企業側のWEBセミナー導入が大幅に増加し、学生側もWEBセミナーへの参加割合が増えたと考えられる。参加社数を前年までと単純に比較することはできないが、5月、6月の参加割合が増加していることは明らかだ。

個別企業セミナーに参加した割合



個別企業セミナー参加社数



「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：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月～6月実施)

就職活動③ 面接(選考)を受けた時期

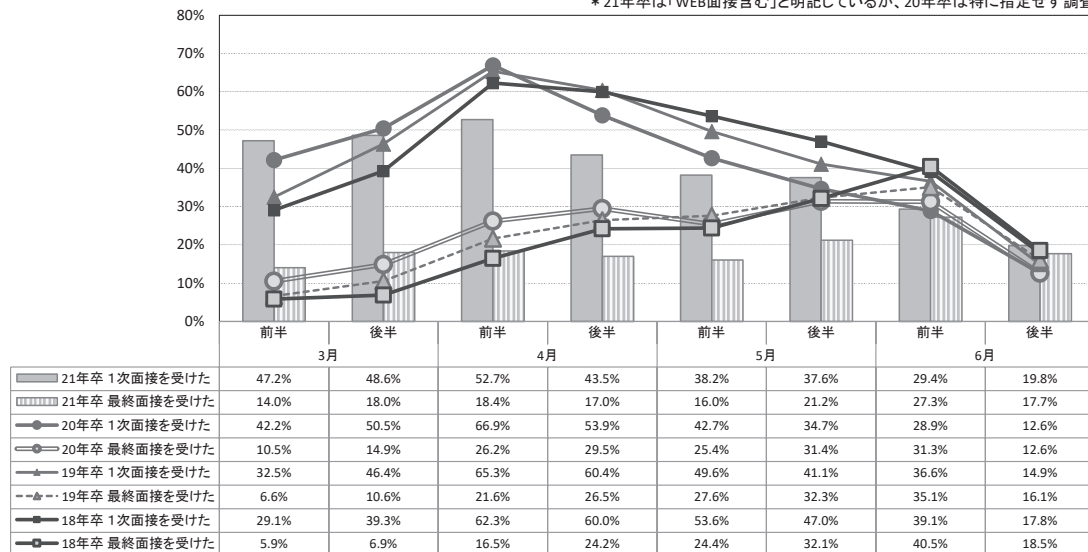
学生

3月の面接参加割合は前年より微増していたが4月に減少、5月後半から徐々に追いつく

1次面接、最終面接ともに3月は前年よりもやや上回る傾向がみられたが4月前半から減少し、5月前半までは前年を下回って推移した。5月後半より徐々に参加割合が増え、6月は前年を上回って推移している。4～5月前半は新型コロナウイルスの影響で企業側の面接実施が中止・延期になるケースも多くその影響を反映していると思われる。

面接を「受けた」学生の割合

* 21年卒は「WEB面接含む」と明記しているが、20年卒は特に指定せず調査



「面接を「受けた」学生の割合(1次面接・最終面接)」出所: マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(2018年卒分より 毎年3月～6月実施)

WEBセミナー・WEB面接への参加状況

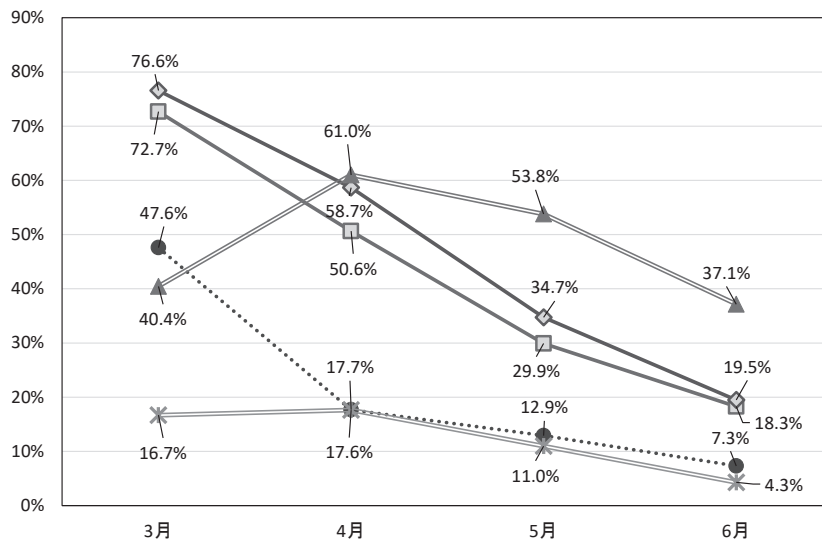
学生

3月はWEBセミナーを中心に活動し、4月以降はWEB面接に参加

21年卒から広がったWEBセミナーとWEB面接だがその参加状況の詳細を確認する。3月は個別企業セミナーや合同企業説明会としてのWEBセミナーを中心に活動し、4月以降は面接の割合が高くなっている。形式としてWEBとなっているが情報収集フェーズであるセミナー参加と選考フェーズである面接参加ととらえると、前年までの対面実施と同じようなスケジュール感で活動していたことがわかる。

WEB上での活動状況

- ライブ形式のWEBセミナー(WEB EXPO等の合同企業説明会)に参加した
- ライブ形式のWEBセミナー(個別企業の企業研究セミナー・会社説明会)に参加した
- ◇ 録画された企業研究セミナー・会社説明会をWEB上で視聴した
- ▲ WEB面接(ライブ形式)を受けた
- ✕ WEB面接(録画形式)を受けた



「WEB上での活動状況」出所: マイナビ2021年卒学生就職モニター調査(3～6月実施)

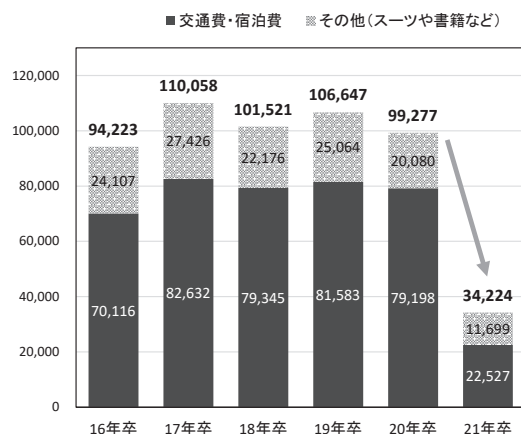
学生の就活費用の削減

学生

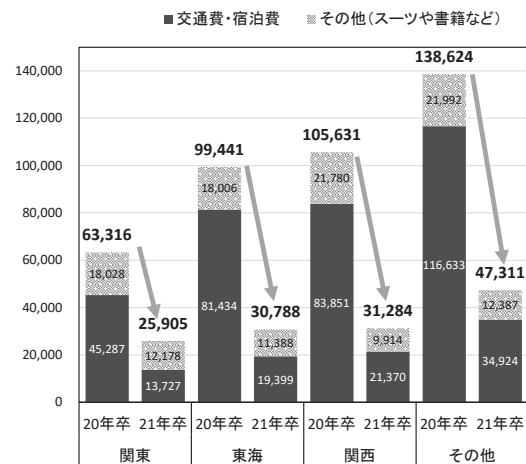
就活費用は前年の3分の1程度に激減、特に地方学生にとっては大きな負担減に

就職活動費用のうち特に「交通費・宿泊費」が大きな負担となっていたが、21年卒については前年の3分の1程度にまで減っていたことがわかる。関東・東海・関西を除く地域では特にその傾向が顕著に現れている。コミュニケーション面での配慮は必要だが、WEB面接の導入によって経済的負担や移動時間の負担が軽減され、選考参加のハードルが低くなったと思われる。

3～6月の就活費用合計 | 経年



3～6月の就活費用合計 | エリア別



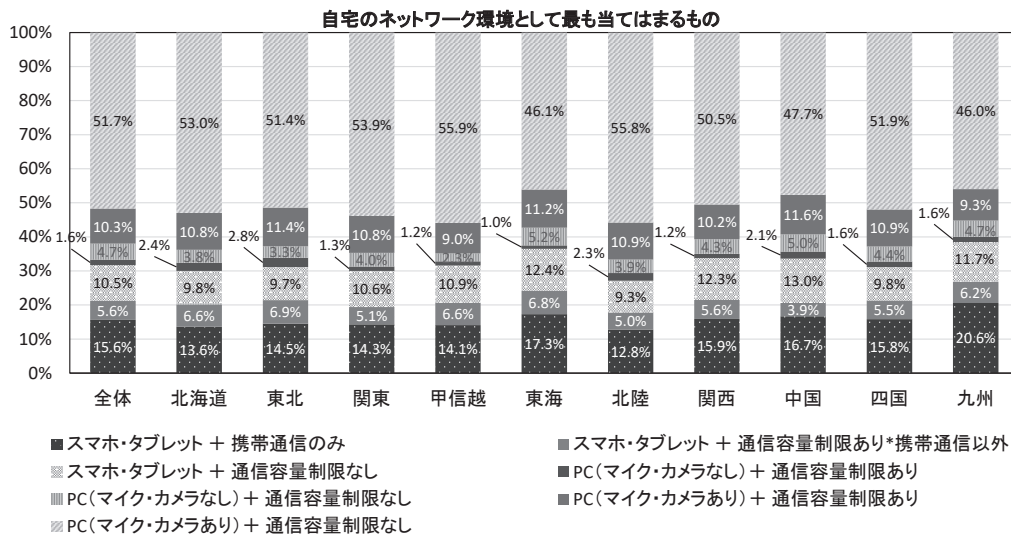
「3～6月の就活費用合計」出所：マイナビ 2021年卒 学生就職モニター調査 6月の活動状況(2020年6月)

学生が置かれていたネットワーク環境の実態

学生

「PC(マイク・カメラあり)+通信容量制限なし」が最も高く半数程度

緊急事態宣言による外出自粛要請の影響で、WEBを利用した就職活動を実施する学生は増えていたが、自宅のネットワーク環境についてきいたところ最も多いのは「PC(マイク・カメラあり)+通信容量制限なし」であり、地域に依らず半数程度だった。一方、「スマホ・タブレット+携帯通信のみ」という学生も1割以上で、九州では特に多く20.6%だった。概ね、ネットワーク環境は整っていたとみえるが、実際には環境の格差もあったと考えられる。



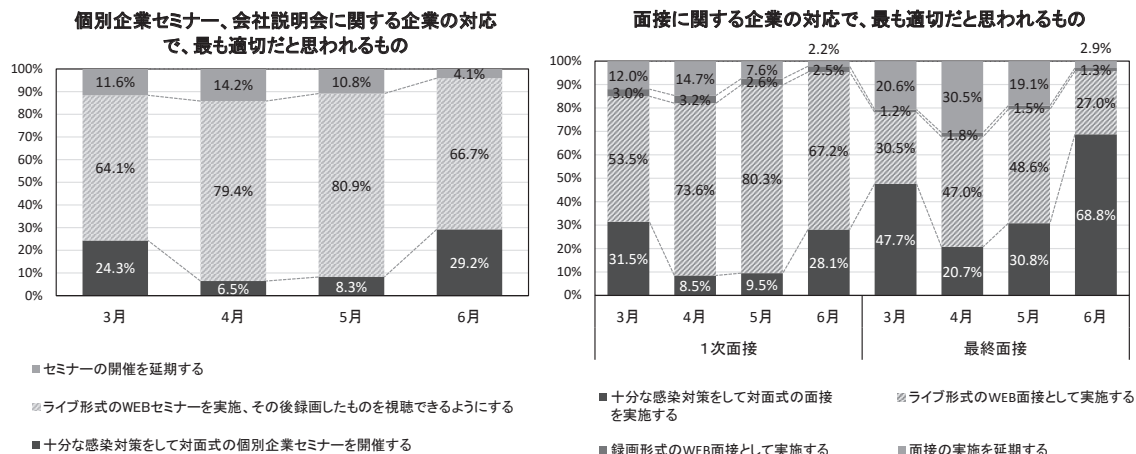
「自宅のネットワーク環境として最も当てはまるもの」出所：マイナビ2021年卒学生活動実態調査(4月実施)

個別企業セミナー、面接の形式に対する学生の考え方

学生

コロナ禍においてはWEB形式を望む声が多いが、最終面接は対面を望む割合が高い

WEBセミナーや1次面接など初期のフェーズではWEB化を望む声が多くみられたが、「最終面接」においてはどちらかというと対面式を望む声が多くなり、特に緊急事態宣言が解除された6月においては68.8%が「十分な感染対策をして対面式の面接を実施する」が適切だと回答した。十分な感染対策をしていることが前提ではあるが、やはり最終的な見極めの段階では「対面式」が望む声も多いようだ。



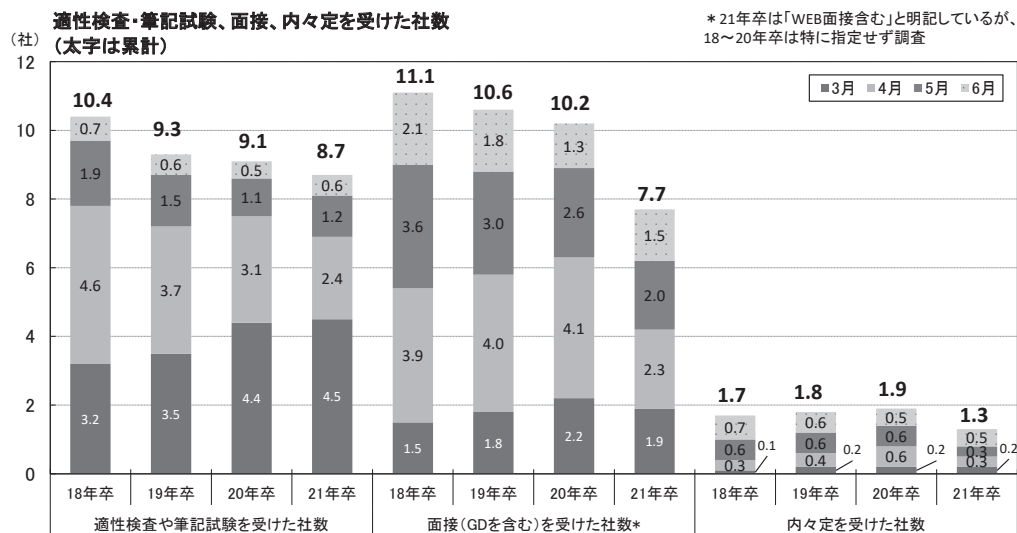
「個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、最も適切と思われるもの」「面接に関する企業の対応で、最も適切と思われるもの」
出所：マイナビ 2021年卒 学生就職モニター調査（6月実施）

就職活動③ 選考(面接)～内々定を受けた社数比較

学生

面接を受けた社数は新型コロナウイルスの影響を受け、特に4月は大幅に減少

「適性検査や筆記試験を受けた社数」は累計では減少しているが3月は前年よりも増加していた。新型コロナウイルスの影響で面接が延期・中止されるなか、WEBでも対応可能な適性検査の受検は積極的に行われたようだ。一方、3月、4月に大幅に減少したのが「面接を受けた社数」だが、6月では前年を上回る水準となった。全体的には3月、4月の面接機会の減少が「内々定を受けた社数」の減少にも影響を及ぼしていると思われる。



「適性検査・筆記試験、面接、内々定を受けた社数累計」出所：マイナビ2021年卒学生就職モニター調査（3月～6月実施）

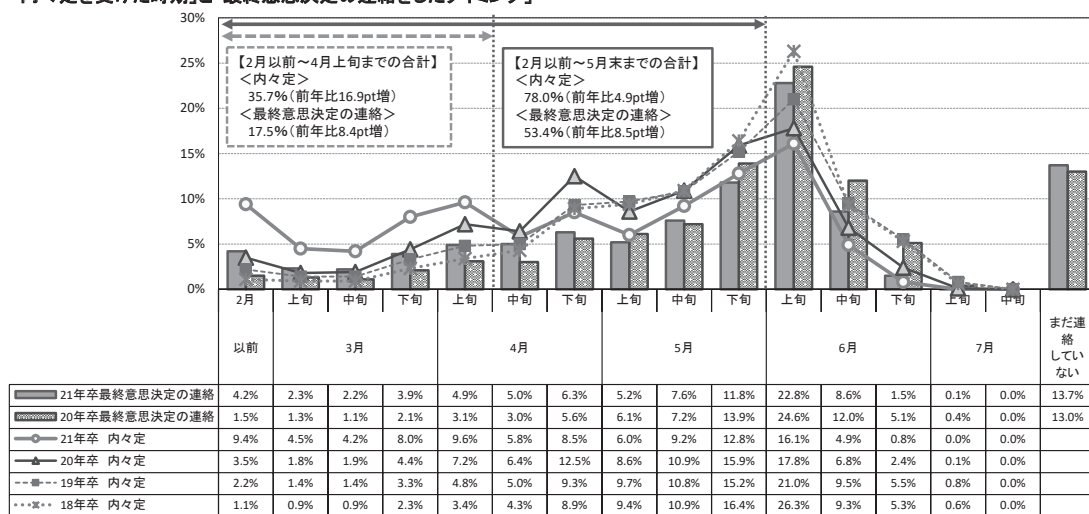
就職活動④ 内々定を受けた時期

学生

内々定を受けた時期は4月上旬までは前年を上回っていたが4月中旬以降は前年割れ

内々定者への意識調査において「内々定を受けた時期」を聞いたところ、2月以前～4月上旬までの合計は35.7%（前年比16.9pt）と大きく前年を上回っていたが、4月中旬を境目に前年を下回る水準で推移している。一方「最終意思決定の連絡をしたタイミング」については5月中旬までは前年を上回って推移していたが、5月下旬以降に前年を下回り、「まだ連絡していない」とする割合がわずかながら増加した。早い時期に内々定を得て終了する学生と、4月以降に十分な就職活動の機会を得られず6月以降も継続している学生があり、内々定者は大きく分けて2つのグループに分かれているようだ。

「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」



「『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：マイナビ2021年卒内定者意識調査（6月～7月実施）

フェーズ別の行動量比較

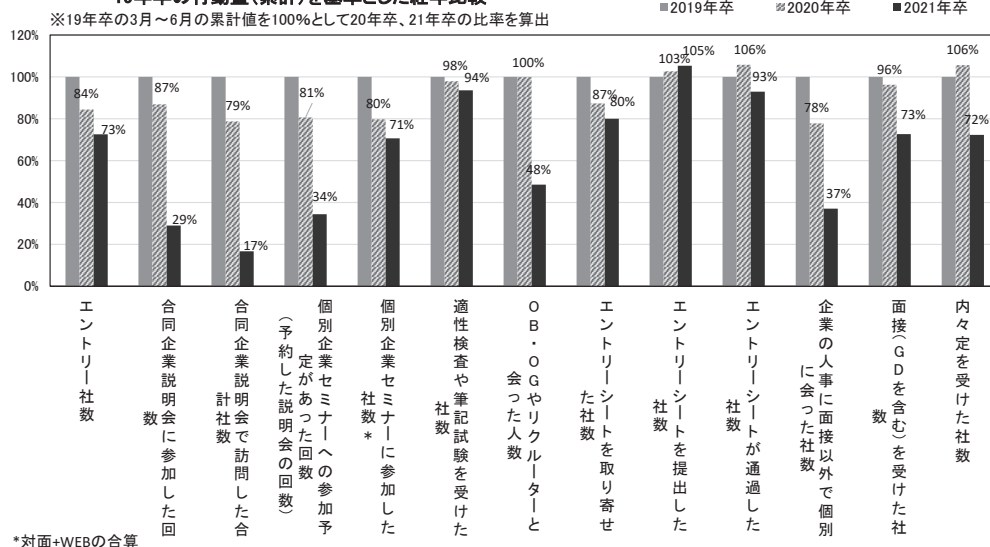
学生

全体的に行動量が減少するなかで唯一増えたのは「エントリーシートを提出した社数」

19年卒の行動量（3月～6月の累計）を100%として20年卒、21年卒の行動量を比較した。合同企業説明会については相次いで中止になった背景から大幅に減少、その他の項目も減少傾向にある。唯一、増加したのは「エントリーシートを提出した社数」だった。新型コロナウイルスの影響で外出機会は制限されたがその分、企業研究などを行い、エントリーシートの記入に時間を費やせたためだと考えられる。

19年卒の行動量（累計）を基準とした経年比較

※19年卒の3月～6月の累計値を100%として20年卒、21年卒の比率を算出



*対面+WEBの合算

「19年卒の行動量（累計）を基準とした経年比較」出所：マイナビ2021年卒マイナビ学生就職モニター調査（2019年卒分より 毎年3月～6月実施）

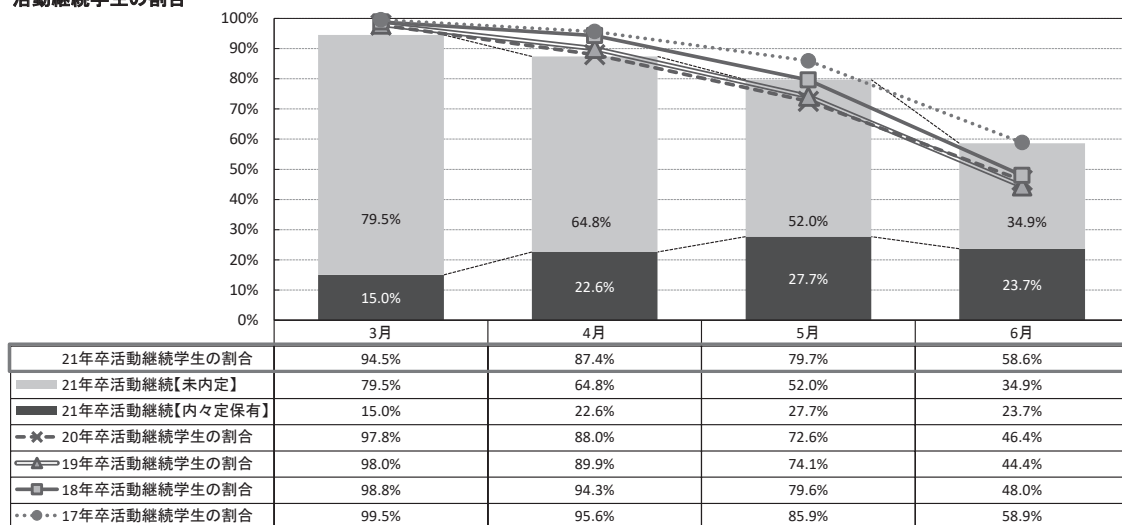
6月末時点の活動継続学生の割合 経年比較

学生

6月末の活動継続割合は58.6%で、現行スケジュールの中では初年度の17年卒と同程度

内々定保有者を含む就職活動を継続する学生の割合は2020年6月末時点で58.6%だった。ここ数年、学生の売り手市場が続き、6月末時点の活動継続割合は5割を切る状況が続いていたが、21年卒の「56.8%」という数値は現行スケジュール初年度の17年卒と同程度の水準である。緊急事態宣言解除後の5月下旬から活発に動き出した21年卒学生であったが3～5月上旬に活動を制限されたために生じた遅れを6月末以降に取り戻し、納得できるまで活動を継続している様子が窺える。

活動継続学生の割合



「活動継続学生の割合」出所：マイナビ2021年卒大學生活動実態調査（2017年卒分より 毎年3～6月実施）

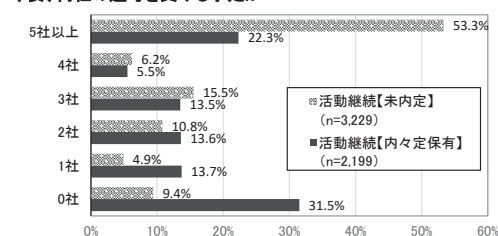
6月末で「活動継続意向」のある学生の今後の進め方

学生

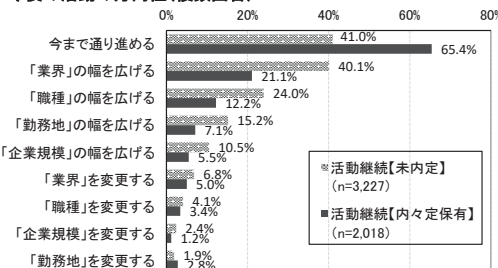
未内定学生は対象を拡げて、内々定保有者はこれまでと同じ条件で活動を継続

6月に実施した「マイナビ2021年卒大學生活動実態調査」において、今後も活動を継続すると回答した58.6%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」「勤務地」の幅を広げて企業を探そうとする意向が見られた。一方、内々定保有学生は「今まで通り進める」と回答した学生が65.4%となり、これまでと同じ条件でさらに選考を受けようとする姿勢が見られた。

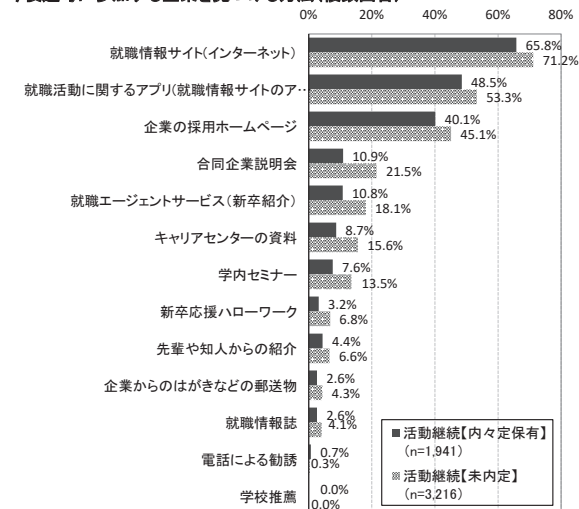
今後、何社の選考を受ける予定か



今後の活動の方向性(複数回答)



今後選考に参加する企業を見つける方法(複数回答)



「今後、何社の選考を受ける予定か」「今後の活動の方向性(複数回答)」「今後選考に参加する企業を見つける方法(複数回答)」出所：マイナビ2021年卒大學生活動実態調査（6月実施）

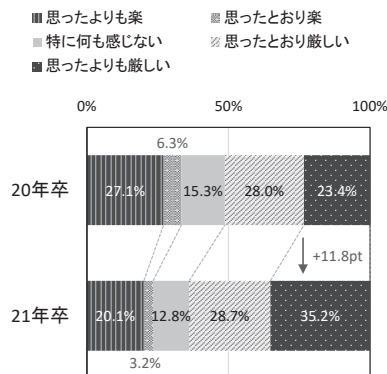
学生の就職活動終了時期について

学生

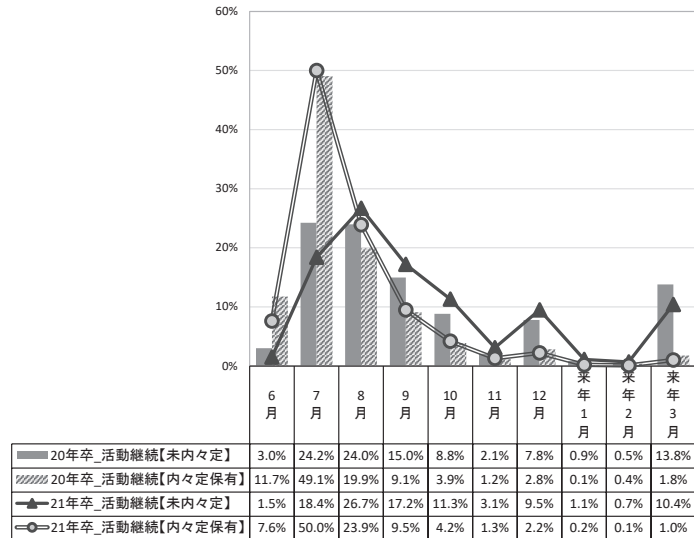
就活「思ったよりも厳しい」が増加、終了時期も後倒しに

2020年6月実施の調査で、就職活動を始めたところと比べた「就職活動の感触」を聞いたところ「思ったよりも厳しい」という回答が最も高く35.2%（対前年11.8pt増）となっていた。また、就職活動をいつまで継続するかについては内々定保有者では前年と同じで7月終了予定とする割合が最も高いが、未内々定者については8月終了予定が最も高く、9月以降も前年の未内々定者の割合を上回る水準で推移している。全体的に終了時期は後倒しになりそうだ。

就活をはじめた時点と現在（6月末）で
就職活動に対する感触



就職活動をいつまで継続するか（6月末時点）



「就活をはじめた時点と現在で就職活動に対する感触」出所：マイナビ2021年学生就職モニター調査（6月実施）
「就職活動をいつまで継続するか」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査（6月実施）

就職活動を振り返って「もっとしておけばよかった」と思うこと

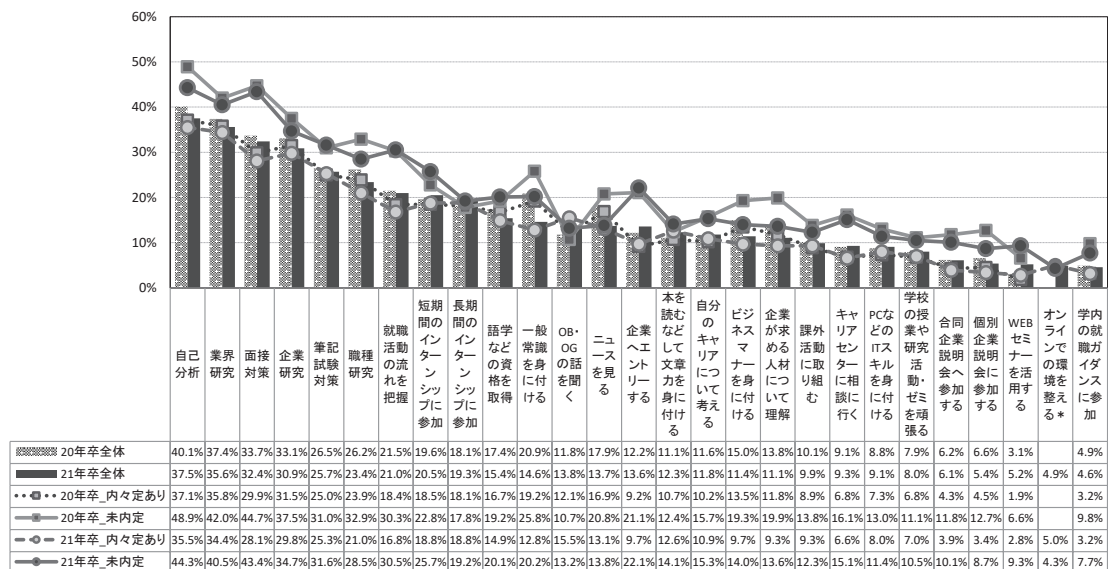
学生

未内定学生が最も「もっとしておけばよかった」と思っているのは『企業研究』

6月末時点で自身の就職活動を振り返ってもらい「もっとしておけばよかった」と思うことを聞いたところ、未内定者では「自己分析（44.3%）」「面接対策（43.4%）」「業界研究（40.5%）」が上位になった。

自身の就職活動を振り返って「もっとしておけばよかった」と思うこと（複数回答）

* 21年卒から追加



「自身の就職活動を振り返って『もっとうすればよかった』と思うこと」出所：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査（6月実施）

内々定出しと内々定フォロー

内々定獲得時期は3～4月と6月以降に分かれる

2021年卒ではインターンシップの参加率、参加社数ともに増加し、広報活動開始後すぐに選考に進んだ学生も多く、3月の内々定率は2割を超えていた。しかし、4月に緊急事態宣言が出されると、対面での個別企業セミナーや面談・面接の実施が中止・延期となり、内々定率の伸びが鈍化した。ここ数年、学生の売り手市場が続いていたこともあり、前年・前々年ともに5月末時点の内々定率は6割を超えていたが、2021年卒の内々定率は前年を10pt以上も下回り、5割を切っていた。一部で採用を中止する企業の報道等もみられたが、多くは緊急事態宣言の解除を待って採用活動を再開しており、6月以降の内々定率は徐々に改善している。学生の内々定獲得時期をみると、インターンシップ参加企業が3～4月に実施した選考で内々定を獲得している層と、6月以降の採用活動再開後の選考で内々定を獲得している層の2つに大きく分かれる傾向がみられた。

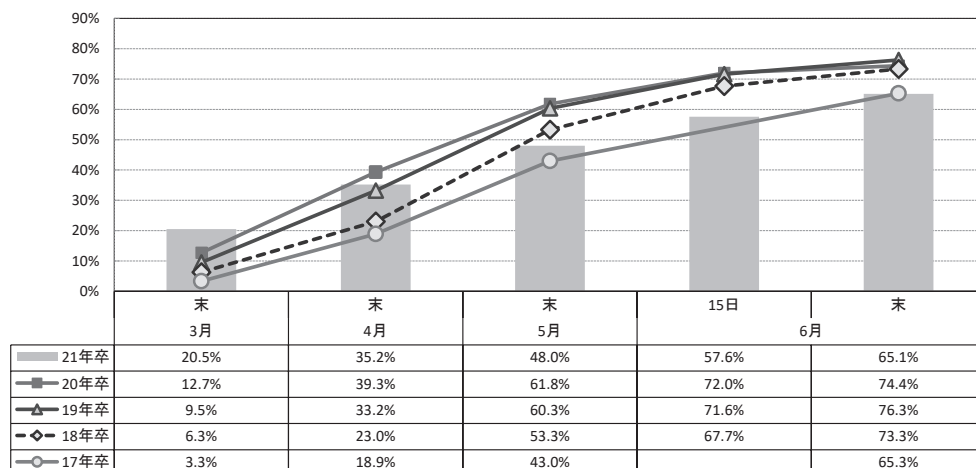
内々定率(全体)の月別推移

学生

内々定率は3月末で20.5%だったが4月以降は前年割れ、6月末で17年卒と同等の水準に

現行スケジュールになった17年卒から内々定率の推移をみると、21年卒の3月末内々定率である20.5%はこれまでのなかで最も高い数値であったことがわかる。しかし、新型コロナウイルスの影響で特に4月以降の個別企業セミナーや面接が中止・延期になるにつれて内々定率は前年を下回るようになった。緊急事態宣言の解除を受けて企業側の採用活動が再開され、6月以降の内々定率は徐々に上がり始めているが、まだ前年の水準には追いついていない。

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。

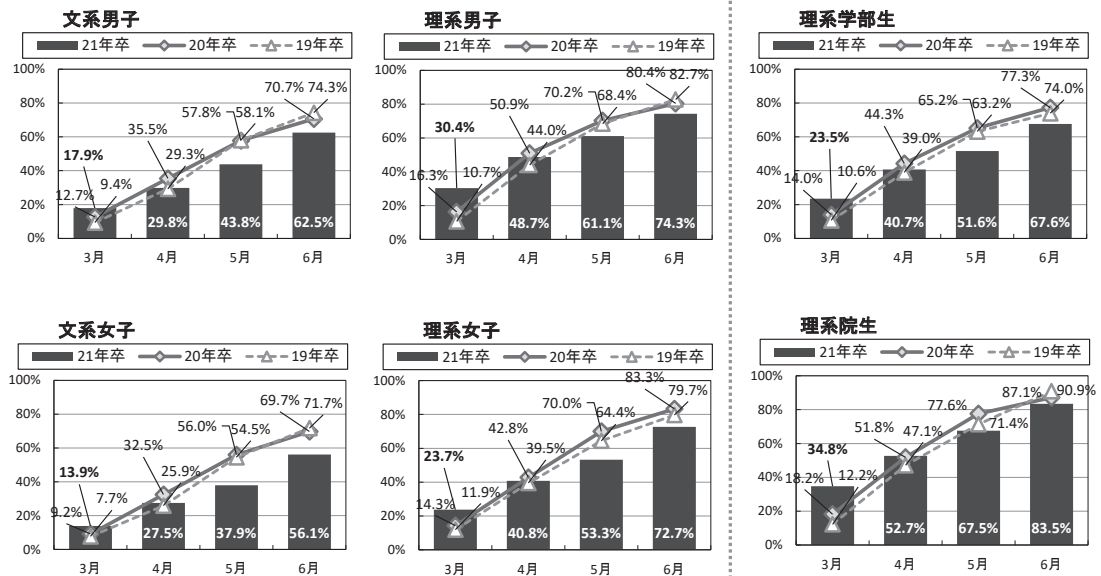
「内々定率月別推移」出所：マイナビ2021年卒マイナビ大学生活動実態調査(2017年卒分より 毎年3月～6月実施)

内々定率の月別推移 文理男女 | 理医学部・院

学生

3月の内々定率は前年を上回っていたが特に理系で顕著

全体でも3月の内々定率は前年を上回っていたが、文理別にみると特に理系で顕著に高くなっていた。理系院生は例年、内々定率が高い傾向にあるが、21年卒では3月末時点ですでに34.8%だった。ただし、新型コロナウイルスの影響で選考の実施が遅れ、5月の内々定率はすべての属性において、前年よりも低くなった。



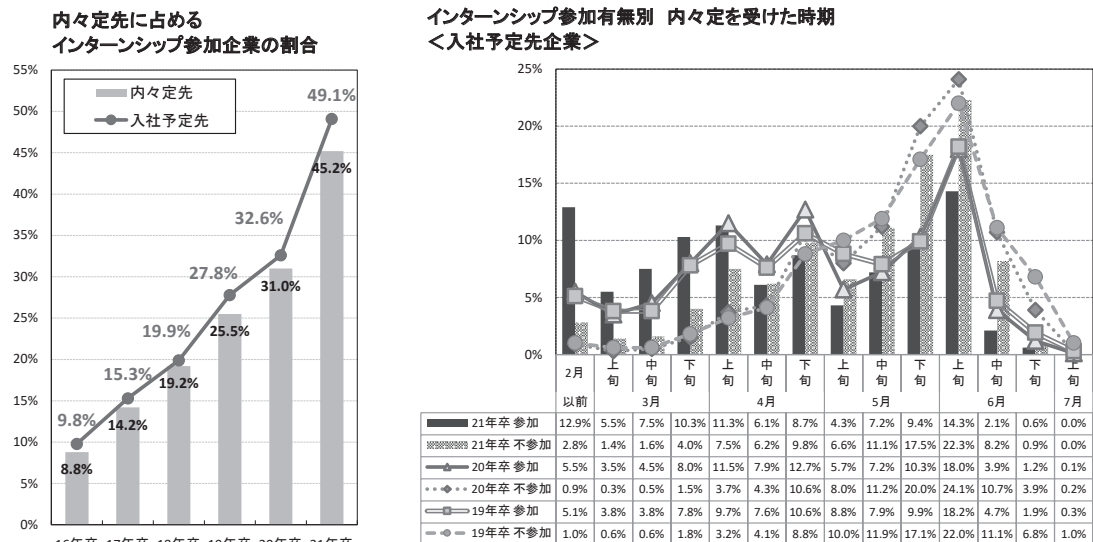
「内々定率月別推移(文理男女・理医学部生・理系院生)」出所: マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(2019年卒分より 毎年3~6月実施)

内々定を受けた時期(インターンシップ参加企業)

学生

内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は49.1%と過去最高に

内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合は49.1%(対前年+16.5pt)とこれまでで最も高い割合となった。入社予定先企業の内々定を受けた時期について、その企業へのインターンシップ参加したか否かで分けると、インターンシップ参加者はピーク時の6月上旬に次いで2月以前が高く、3~4月上旬にかけて不参加者よりも内々定獲得割合が高い。インターンシップに参加していない場合は5月中旬からの割合が高くなり、特に5月下旬~6月中旬はインターンシップ参加者の内々定獲得割合を上回っている。同様の傾向は例年みられるものだが、2021年卒は特に2極化が顕著になっていると考えられる。



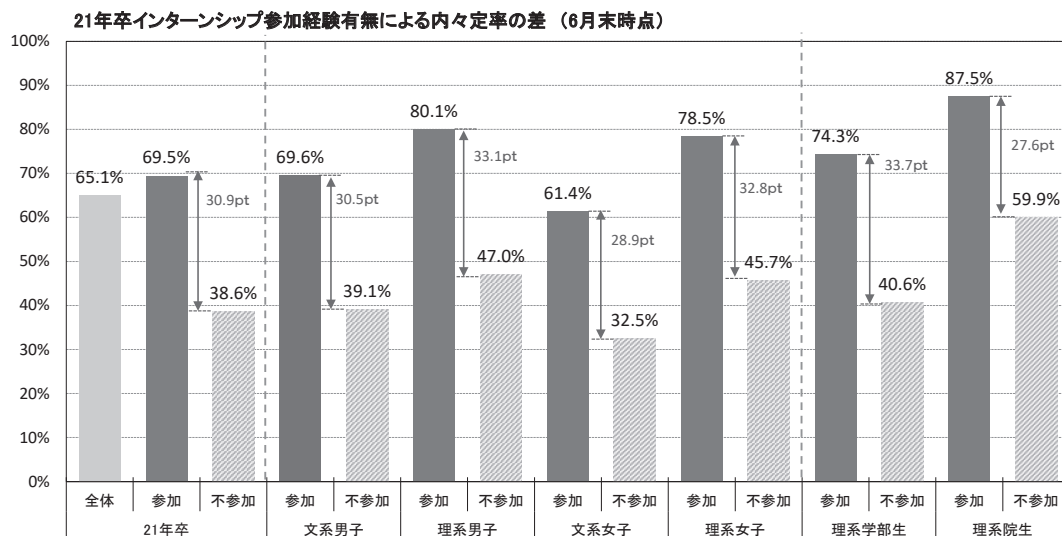
「内々定先に占めるインターンシップ参加企業の割合」「内々定を受けた時期」出所: マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月~7月実施)

内定率とインターンシップ参加経験の有無

学生

6月末時点の内々定率はインターンシップ参加経験の有無で30.9ptの差

6月末時点の内々定率を、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)の分類で比較すると、「参加」は69.5%、「不参加」は38.6%となり30.9ptの差があった。21年卒においては新型コロナウイルスの影響で4月～5月の就職活動機会が制限されたこともあり、プレ期間中のインターンシップ参加を通じて企業と接触していた経験が内々定獲得にプラスの影響を与えていたと考えられる。



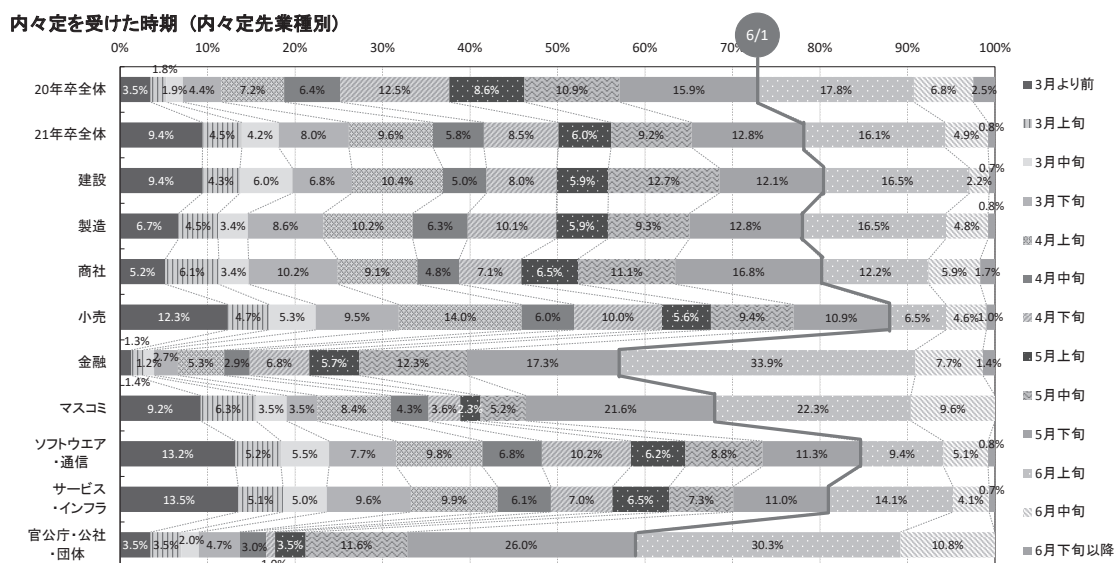
「インターンシップ参加有無による内々定率の差(文理男女・理系学部生・理系院生)」出所: マイナビ2021年卒大学生活動実態調査(6月実施)

内々定を受けた時期(内々定先業種別)

学生

内々定時期は「3月より前」ならびに3月中の割合が全体的に増加、4月下旬から5月が減少

新型コロナウイルスの影響で特に4～5月の就職活動機会が制限されていたが、内々定時期の割合を見ると全体では「3月より前」、3月上旬～4月上旬の割合が増加しているため、6月以降の割合は前年よりも減少した。業種別にみると、小売、ソフトウェア・通信、サービス・インフラが早い傾向にあり内々定時期が5月までだったのは8割以上となった。一方、金融、官公庁・公社・団体はやや遅く、4割以上が内々定時期が6月以降という結果だった。



「内々定を受けた時期(内々定先業種別)」出所: マイナビ2021年卒内定者意識調査(6月～7月実施)

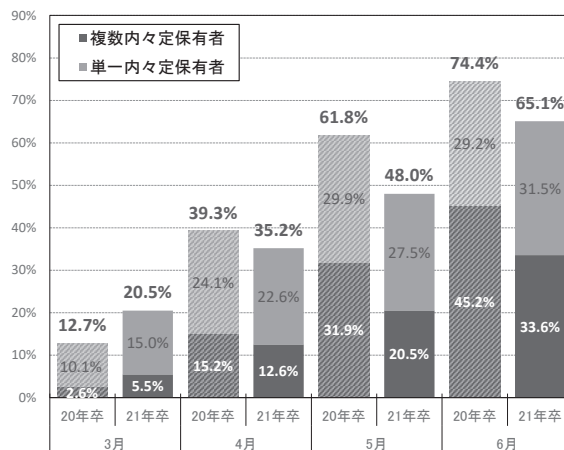
複数内々定保有学生の割合

学生

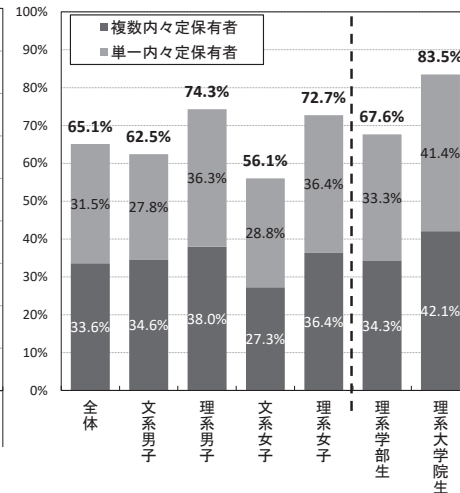
6月末時点で2社以上の内々定を保有している学生は33.6%（対前年11.6pt減）

選考活動開始月である6月末時点の内々定率は65.1%（対前年9.3pt減）、また、複数社から内々定を受けているのが33.6%（対前年11.6pt減）となっており、前年と比較すると、内々定獲得が遅れていることがわかる。文理で比較すると理系のほうが内々定率、複数内々定保有割合ともに高い。

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：マイナビ2021年卒大学生活動実態調査（2020年卒分より 毎年3月～6月実施）

内々定までに得られた対面接触の機会

学生

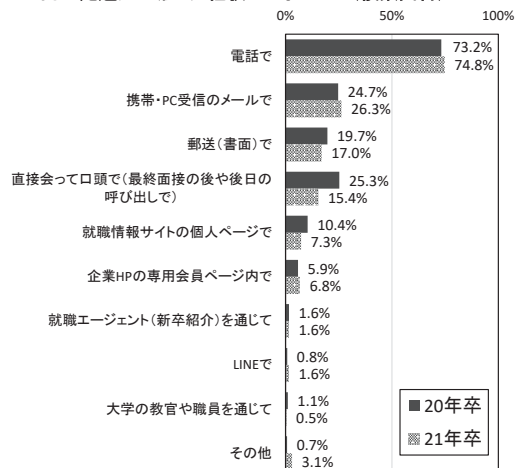
入社予定先に対して全て「対面」参加だったのは28.7%、全て「WEB」は18.6%

6月末時点で内々定を持って入社予定先企業を決めている学生に、その企業の選考に対面かWEBどちらで参加したか聞いたところ、全て「対面」だったのは28.7%で、全て「WEB」だったのは18.6%だった。残りの半数は「対面」と「WEB」が混じる形で参加したり、個別企業セミナーには参加していないという回答も見られた。一方、経験したことのある内々定通知の形式について聞いたところ「電話で」が前年と同様に最も高く74.8%となった。「全く会う機会がない」というのは一般的ではないが、例年よりも減っていることは否めない。

＜入社予定先＞個別企業セミナー、1次面接、最終面接
対面かWEBどちらで参加したか

個別企業セミナー	1次面接	最終面接	%
対面	対面	対面	28.7%
WEB	WEB	WEB	18.6%
対面	WEB	WEB	9.8%
参加していない	WEB	WEB	8.0%
対面	対面	WEB	7.5%
参加していない	対面	対面	5.9%
WEB	WEB	対面	4.4%
対面	WEB	対面	3.4%
その他			13.7%

内々定通知の形式 経験したもの全て（複数回答）



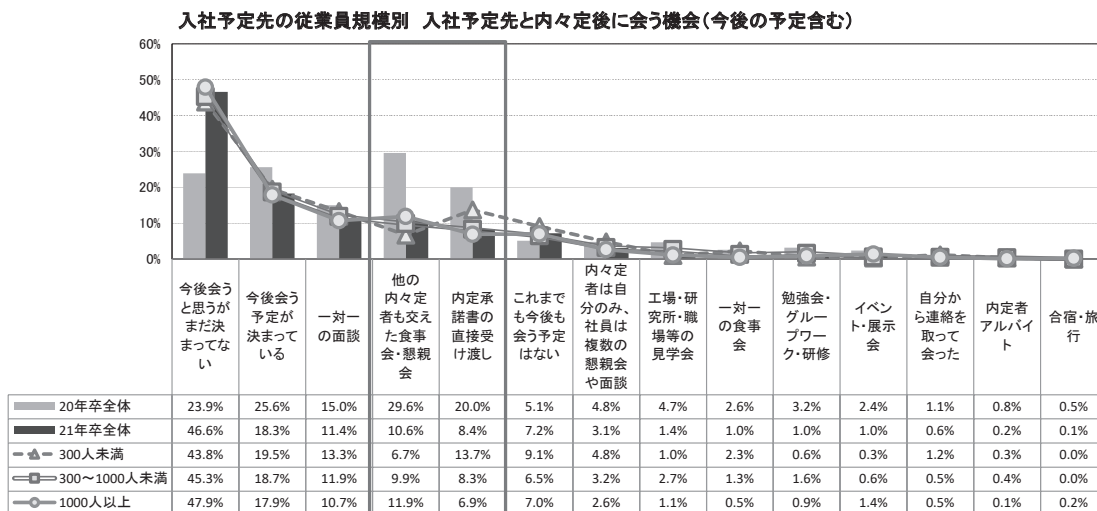
「個別企業セミナー、1次面接、最終面接、対面かWEBどちらで参加したか」「内々定通知の形式 経験したもの全て」
出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査（2020年卒分より 毎年6月～7月実施）

学生が内々定後に入社予定先企業と会う機会

学生

6月末時点で入社予定先と内々定後の会う機会は「未定」が最も多く46.6%

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「未定（今後会うと思うがまだ決まっていない）」が最も多く46.6%となった。前年トップだった「内定者懇親会」は10.6%（対前年19.0pt減）となっており、新型コロナウイルス感染拡大防止のために食事会などが自粛されている影響が内々定後の会う機会にも及んでいることがわかった。



「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：マイナビ2021年卒内定者意識調査（2020年卒分より 毎年6月～7月実施）

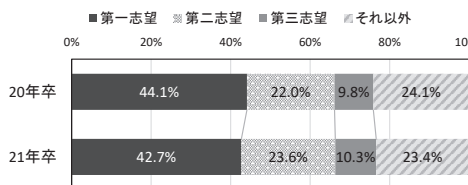
第一志望以外の企業に入社予定先企業を決めた理由

学生

第一志望以外に決めた学生のうち53.6%（対前年7.8pt増）が選考結果が出ていない状態

6月時点で第一志望を入社予定先とした学生は4割程度で、残りはなんらかの理由で第一志望でない企業を入社予定先を決めたと回答した。そのうち、第一志望企業の選考結果がまだ出ていない状態である割合が21年卒では53.6%（対前年7.8pt増）。21年卒は企業の採用スケジュールが遅れ、内々定出しが後倒しになった影響もあるだろう。内々定承諾後に学生に対して、自社を第一志望企業に育てるプロセスが前年以上に必要なと思われる。

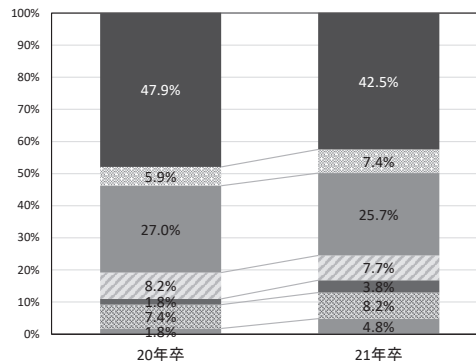
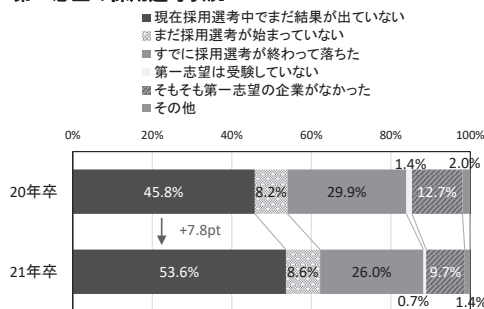
入社予定先企業は第何志望か



第一志望以外に決めた理由

- 第一志望の企業に落ちたから
- 第一志望の企業よりも早く内々定が出たから
- 就活を進めるうちに第一志望に変わったから
- 内々定が出たとき入社したいと思ったから
- 第一志望の企業から内々定をもらう自信がないから
- そもそも第一志望の企業がなかった
- その他

第一志望の採用選考状況



「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：マイナビ2021年卒内定者意識調査（2020年卒分より 毎年6月～7月実施）

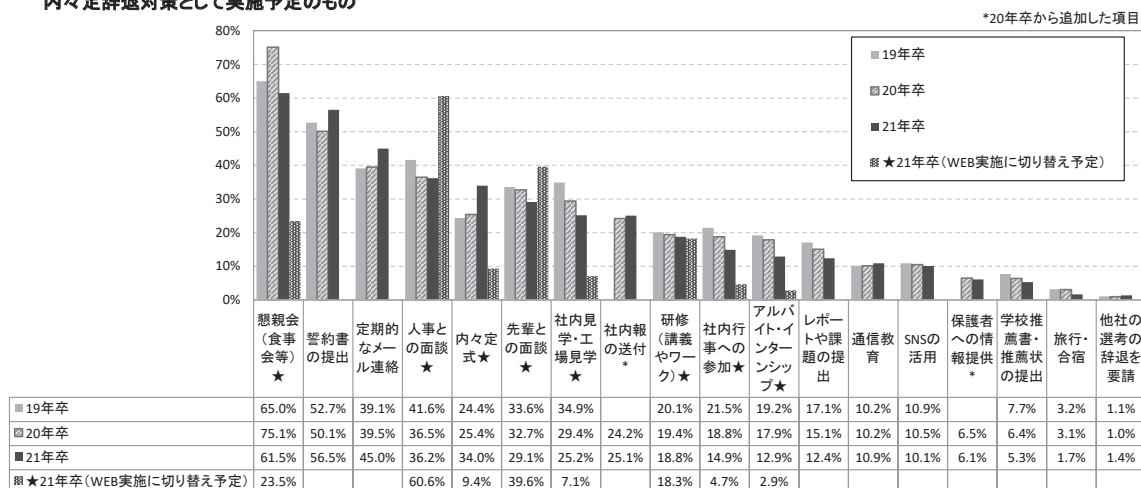
企業が実施する予定の内定者施策

企業

内々定辞退対策のトップは前年と同様に「懇親会」、「人事との面談」はWEBで実施

内々定辞退対策の内容を聞くと前年から引き続き「懇親会」が引き続きトップで61.5%だったが、前年からは10.1pt減少する結果となった。21年卒ではグラフ内★項目についてWEB化実施の予定を聞いたが「人事の面談」(60.6%)、「先輩との面談」(39.6%)、「研修(講義やワーク)」(18.3%)となっており、内々定辞退対策においてもWEB活用が進んでいるようだ。

内々定辞退対策として実施予定のもの



★印はWEB化を予定している項目内での割合

「内々定対策として実施予定のもの」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査(2019年卒分より 毎年6月実施)

学生の内々定状況 まとめ



学生の内々定率の推移は例年に比べ1～2ヶ月の遅れ、インターンシップ参加者ほど早期段階で内々定を獲得。



3月以降の新たな企業発見機会が失われたことから、58.6%の学生が7月以降も活動を継続すると回答。



対面機会の減少により、企業・学生ともに意思決定の材料が不足。相互理解を深めるフォロー活動がより重要に。

ニューノーマル時代の採用活動に求められること

2021年卒の新卒採用では、インターンシップ実施はもちろんのこと、WEBツールを用いて個別企業セミナーや面談・面接を実施するなど、コロナ禍で対面での接触に制約があるなかでも、様々なチャネルで学生と接触機会を持ち続けた企業ほど採用に成功していた。2020年は予想外の事態に見舞われ、働き方においても半ば強制的に新しい様式の導入が進んだが、それは採用活動においても同じ状況だったといえるだろう。ウィズコロナという文脈に限らず、その後の世界でもニューノーマルと呼ばれる新しい価値観は社会に浸透していくと思われ、それは採用活動においても同様である。2021年卒が転機となった新卒採用活動は、今後、どうなっていくのだろうか。

2021年卒採用動向のまとめ



企業のインターンシップ実施率、学生の参加率とも増加、
インターンシップ参加をきっかけに採用選考へ進むことが一般化。



学生の早期積極活動層が増加、
3月以降の行動量(エントリー・説明会参加社数)は全体的に減少。



企業のWEB化対応には差がある、
大手を中心にWEB化対応企業は早期に採用活動を終える見込み。

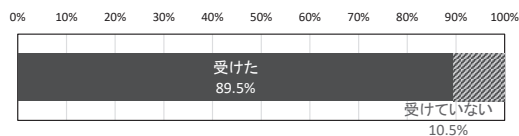
志望企業の優先順位づけに果たすインターンシップの役割

学生

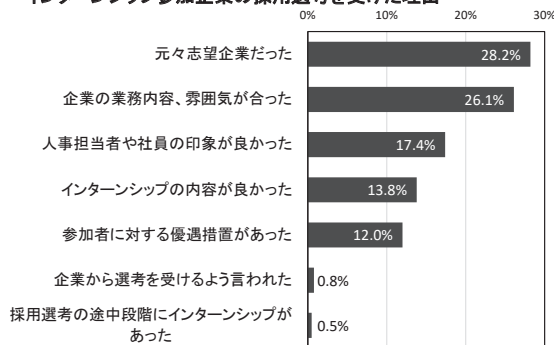
インターンシップ参加企業の選考を受けた割合は89.5%、フィット感を確認する場に

6月時点で内々定をもつ学生に調査したところ、89.5%の学生がインターンシップに参加した企業の採用選考を「受けた」と回答した。理由としては「元々志望企業だった」が最も高いが、次いで「企業の業務内容、雰囲気が合った」「人事担当者や社員の印象がよかった」が続く。また、第一志望が変わったきっかけとしてもインターンシップが上位に挙がっており、学生にとってインターンシップ参加が仕事や企業とのフィット感を確認する場になっていることがわかる。

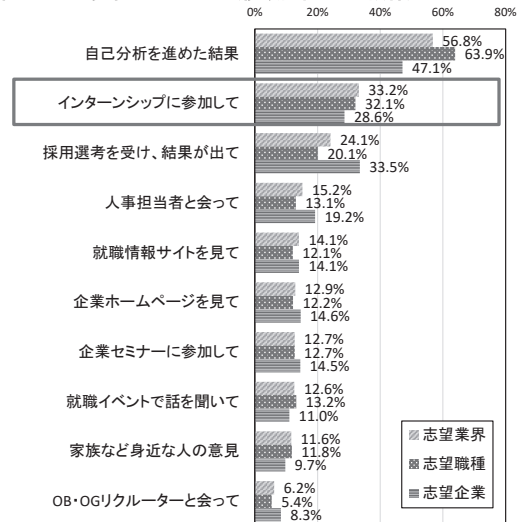
インターンシップ参加した企業の採用選考を受けたか



インターンシップ参加企業の採用選考を受けた理由



第一志望が変わったきっかけ(複数回答・上位抜粋)



「インターンシップ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」「第一志望が変わったきっかけ」
出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査(6～7月実施)

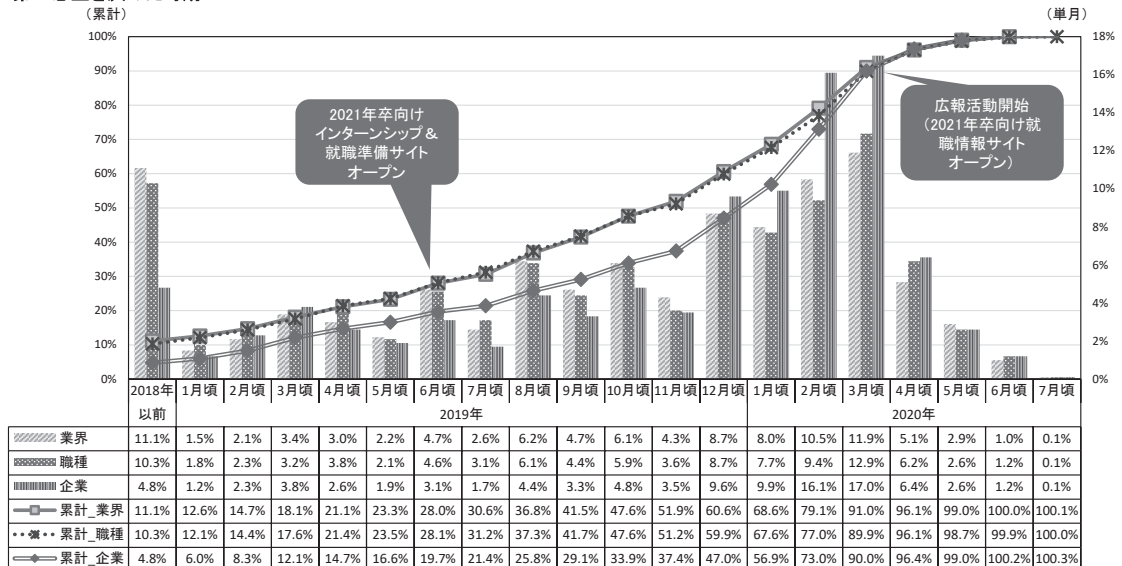
学生が第一志望(業界・職種・企業)を決めた時期

学生

業界・職種は低学年時から決めている場合も多いが、企業は就職活動時期に決めている

学生が業界・職種・企業について「第一志望」を決めたタイミングを聞くと、業界・職種は同じような時期に決める傾向が見られ、大きく分けると低学年時から決めている場合と準備期間を含む就職活動時期に決める場合の2パターンが見られた。一方、志望企業については広報活動開始直前の2月～3月に決めたとする割合が特に高くなっている。

第一志望を決めた時期



小数点第2位以下を処理しているため、累計値が100%を超えています。

「第一志望を決めた時期」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査(6～7月実施)

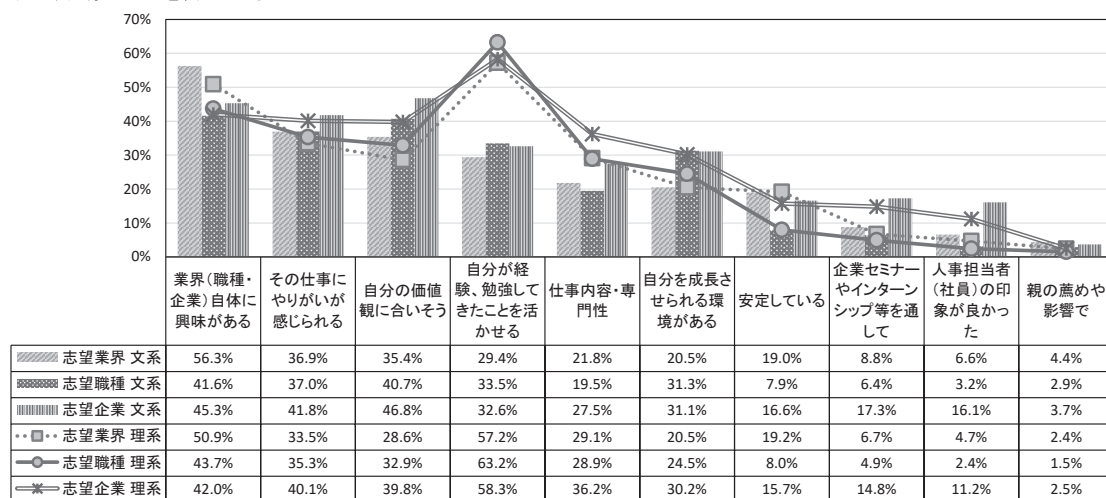
学生が第一志望(業界・職種・企業)を決めた理由

学生

第一志望を決めるとき文理ともに共通するのは業界への興味、仕事に感じるやりがい

学生が業界・職種・企業について「第一志望」を決める理由について聞いたところ、文理共に共通して高い回答割合だったのは「業界自体に興味がある」「その仕事にやりがいを感じられる」だった。文系では次いで「自分の価値観に合いそう」が高く、特に企業選択の際には46.8%と半数近くに及んだ。理系では業界・職種・企業選択いずれにおいても「自分が経験、勉強してきたことを活かせる」が高く、6割程度となっている。第一志望を決める際は、学生自身の興味関心、価値観などにおける自分軸を大切に選択している様子が窺える。

文理別 第一志望を決めた理由



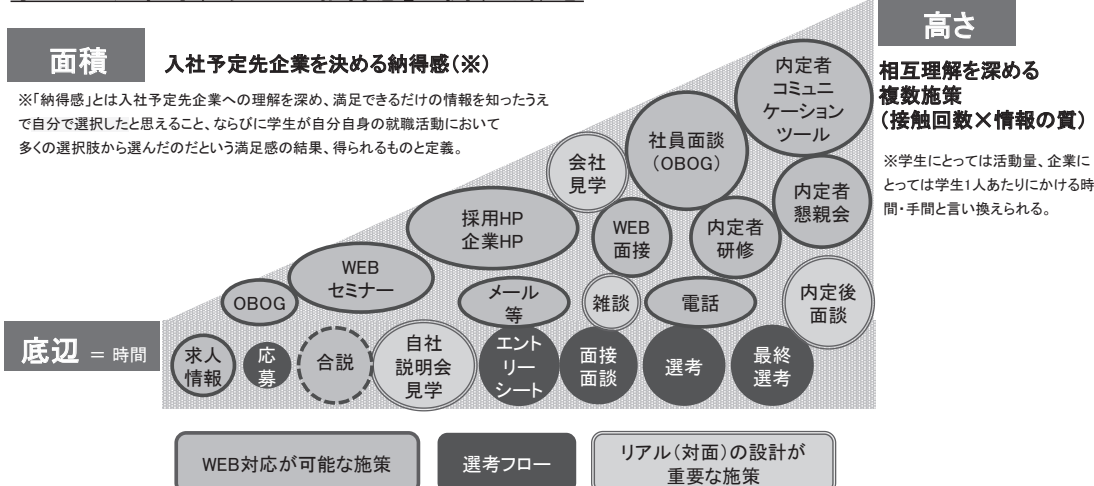
「第一志望を決めた理由」出所：マイナビ2021年卒内定者意識調査(6～7月実施)

「入社予定先企業の1社」を決めるまでに重要なこと

採用選考における学生接触は、時間軸の流れだけではなく、高さ(複数施策)がより重要になる。

- ①検討するための十分な時間、②不安を払拭する十分な情報提供、③対面接触、雰囲気理解
情報量が不足した状態で内々定承諾をしなければならない場合、意思決定の満足度が低くなるリスクが高い。
複数の施策で面積(＝納得感)を大きくすることで、満足感をもった『入社意思』の決定を促進できる。

学生の「入社予定先への納得感」に関する概念

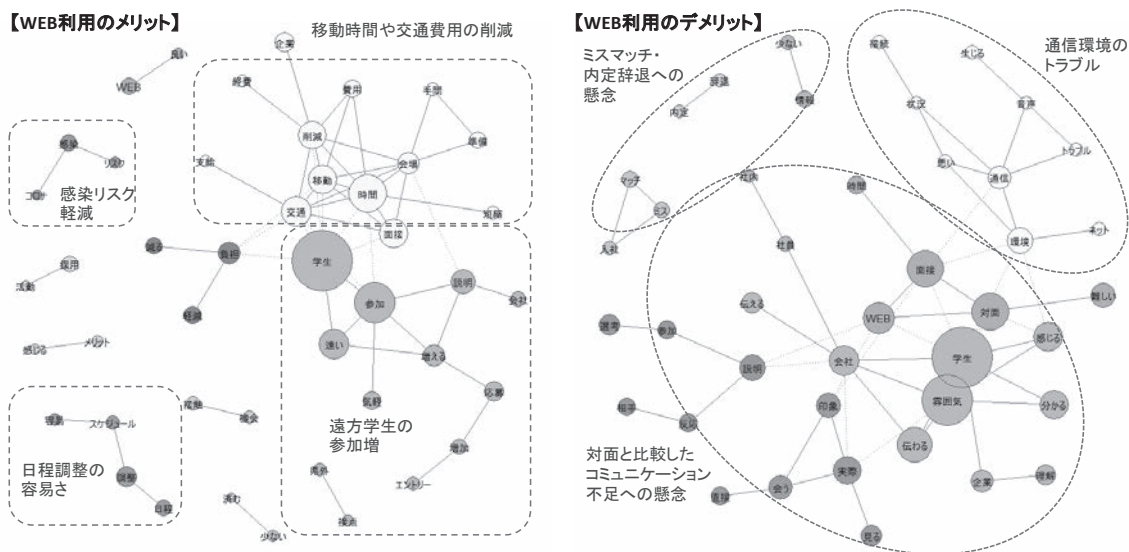


(マイナビ採用戦線報告会より)

採用活動におけるWEB利用のメリット/デメリット 採用担当者の声より

メリットは「(時間・費用)コスト削減」と距離を超えることで得られる「参加ハードルの低さ」

2020年6月に実施した調査で採用担当者に採用活動におけるWEB利用のメリット・デメリットを自由回答で聞いた。メリットとして多くあげられたのは移動にかかる費用や時間の削減、またそれに伴う遠方学生の参加があげられた。一方、デメリットとしては通信環境の不安定さなど実務的なことや、相手の反応が見えづらい・雰囲気が伝わりづらいといった直接会えないことで起こるコミュニケーション不足、そのうえで生じる「ミスマッチ」「内定辞退」を心配する声が多くみられた。

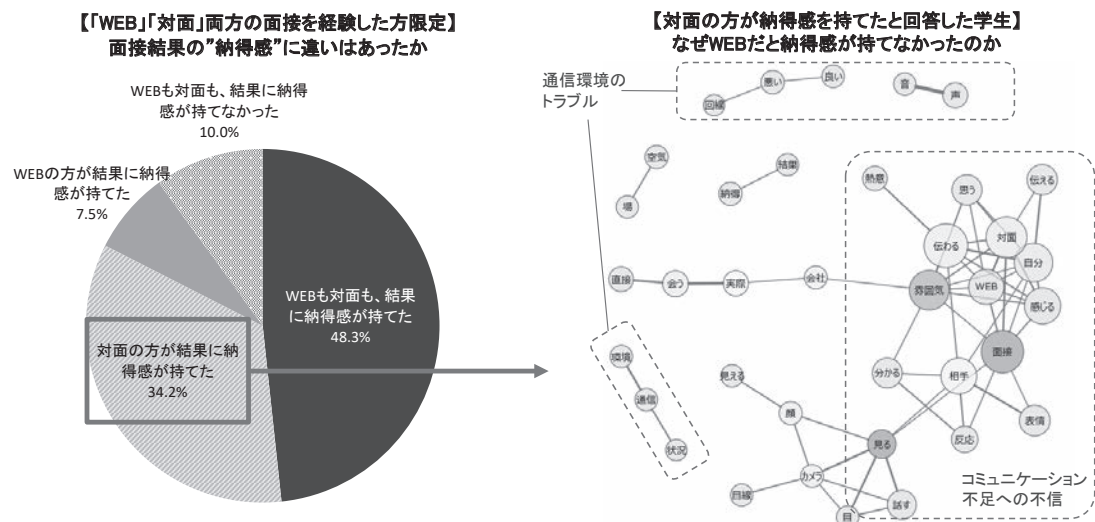


「WEB利用のメリット」「WEB利用のデメリット」出所：マイナビ2021年卒業生採用活動状況調査(6月実施)で取得した回答結果を用いてKH coderで共起ネットワークを作成

就職活動におけるWEB活用の納得感/不安感 学生の声より

対面でもWEBでも納得できたとする学生が半数だが、対面のほうが納得感はやや高い傾向

2020年6月に学生に向けて実施した調査でWEB/対面いずれの面接に納得感があったかと聞いたところ、両方ともに納得できたとする学生が半数程度だった一方、「対面のほうが納得できた」とする学生が次いで多く34.2%だった。その理由としては通信環境の状況やカメラの使い勝手など手段についての不満と相手の表情や反応が見えづらく、思いを伝えづらいことや相手のことを感じづらいなどコミュニケーションにおける情報不足があげられた。



「面接結果の「納得感」に違いはあったか」「なぜWEBだと納得感が持てなかったのか」出所：マイナビ2021年卒業生採用活動状況調査(6月1日実施)で取得した回答結果を用いてKH coderで共起ネットワークを作成

WEB面接・WEBセミナーにおける情報量 イメージ図

WEBでは、会社を訪れることで得られる「企業の日常の情報」をほとんど得ることができない。その「場」で働く自分を想像するうえで不可欠な『インフォーマルな情報』が圧倒的に足りない状態になる。



(「マイナビ採用戦線報告会」資料に筆者加筆)

オンライン採用のメリット・デメリット

学生側

コスト削減(金銭)
コスト削減(時間)
選択肢の拡大(エリア等)

情報量の不足
心理的ハードル
(孤独感・不安感・切り替えの難しさ)
デバイス環境

企業側

コスト削減(金銭)
コスト削減(時間)
母集団・応募者層の広がり

見極めの情報不足
グリップ不足
情報漏洩・拡散の不安

メリット

デメリット

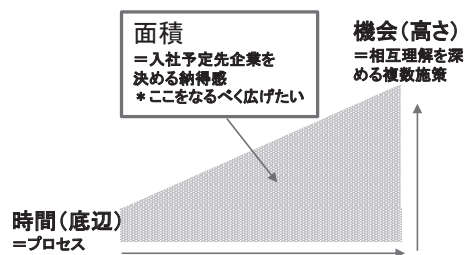
(「マイナビ採用戦線報告会」資料より)

学生と企業の相互理解 2021年卒採用において注意が必要な点

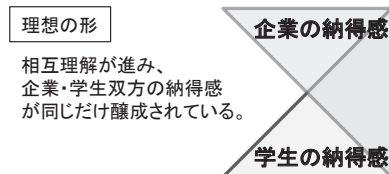
学生にとっての就職活動、企業にとっての採用活動は逆サイドから見た表現をしているだけで、互いへの理解を深め、「納得感」の持てる、最も良い選択をしようと努力するプロセスは同じである。「納得感」を醸成するためには各段階を重ねるごとに「時間×機会」の掛け算でコミュニケーションを深めていく必要がある。

先ほど示した『学生の「入社予定先への納得感」に関する概念』を基に2021年卒採用において特に注意が必要だと思われる視点を示した。

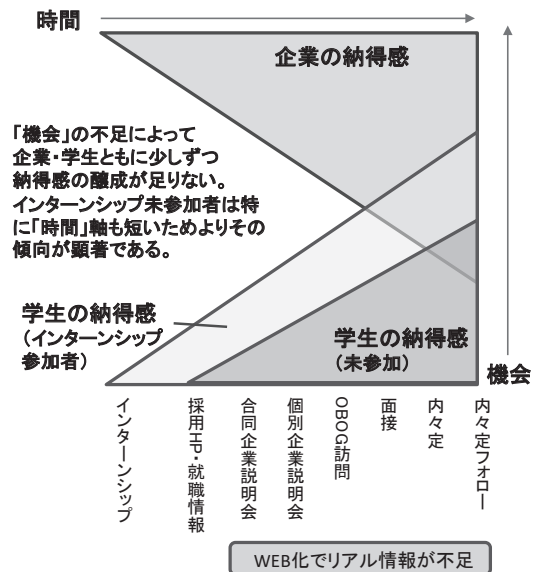
(再掲)学生の「入社予定先への納得感」に関する概念



上記の納得感醸成のプロセスは企業側からみた学生への納得感醸成でも同じであると考ええる。



<2021年卒採用で起こっていること>



2022年卒採用に向けての検討事項

2021年卒の状況を踏まえて、2022年卒採用では以下の内容を検討する必要があると考えられる



満足度の高いインターンシップの開催



WEB化も含めた、複合的施策の準備



人材要件の共通言語化と見極め

☑ 満足度の高いインターンシップの開催

＜インターンシップアワードの結果分析からわかったこと＞

企業への志望度に影響するインターンシップコンテンツ設計のポイント

インターンシップの満足感

インターンシッププログラムに対する学生の満足感を示している。
大前提として、自社に対する志望度を高めるためには、インターンシップに満足してもらうことが最重要。

事前・事後学習の充実

インターンシップ前の「目標設定」、インターンシップ中の「フォロー」、インターンシップ後の「フィードバック」の3つが、どれくらい充実しているかが志望度に影響を及ぼす。

就業体験の充実

インターンシップの内容がどれくらい実際の仕事内容に近いものであり、
それによってどれくらい仕事を理解することができたかが重要。

社会人基礎力の向上

社会人基礎力を構成する「前に踏み出す力」、「考え抜く力」、「チームで働く力」の3つが、
インターンシップ経験を通してどれくらいが向上したかが志望度に影響を及ぼす。

上記4点を十分に満たしているかをチェックすることが重要。

特に「事前・事後学習の充実」については通常のインターンシッププログラムの前後に追加することができるので実現しやすく、満足度向上につなげやすいためお勧めしたい。



もっと詳しく知りたい方は、インターンシップアワード公式サイトへ ▶

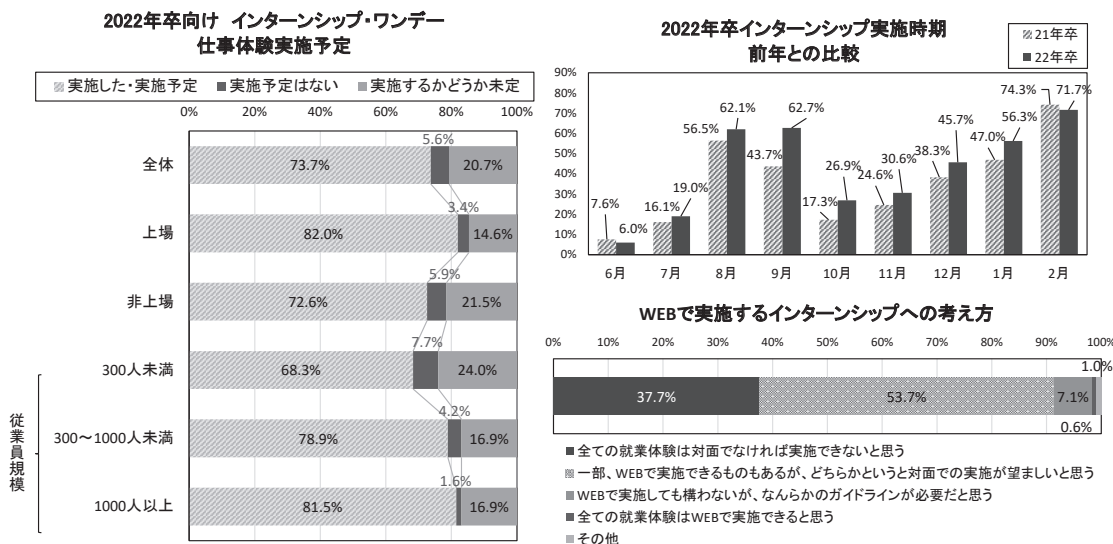
インターンシップアワード

検索

＜参考＞2022年卒 インターンシップの実施予定

2022年卒のインターンシップ 現時点で実施予定なのは73.7%

2020年6月時点の調査となるが、2022年卒のインターンシップについて訊いたところ、全体では73.7%が実施予定だと回答した。まだ2割は未定とのことだったが22年卒向けも多くの企業で実施されるようだ。またその時期については前年よりも9月以降の実施割合が増加している。21年卒採用の遅れなどが影響していると思われる。一部で検討されているWEB上でのインターンシップについては全面的なWEB化への賛成意見は少なく限定的な利用を望む声が多いようだ。



「2022年卒向け インターンシップ・ワンデー仕事体験実施予定」「2022年卒インターンシップ実施時期前年との比較」「WEBで実施するインターンシップへの考え方」
出所：マイナビ2021年卒企業採用活動調査（6月実施）

WEB化も含めた、複合的施策の準備

企業・学生、双方からの多面的な情報提供を

企業・学生の双方からコミュニケーションを行い、向き合った状態で互いを理解することが「マッチング」。
企業側の十分な情報発信を行うと同時に、多面的・多角的に学生一人ひとりを見ていくことがより重要となる。
WEB化で不足しがちな「インフォーマルな情報」を提供する工夫が特に必要。

企業からの情報発信の工夫と 積み重ね

例)採用ホームページの情報
→採用ブログやTwitterなど、予算をかけない施策も

例)スマートフォンで会社内の雰囲気撮影し、クローズで発信
→既存のデバイスでできる工夫を

ノンバーバルコミュニケーション の見直し

例)エントリーシートの工夫(Photoコラムなど)
→基本ESは共通フォーマットで可とし、自分らしい写真とその時のエピソードを
記述する設問など、「その人らしさ」を汲み取るための工夫を

例)文章力の確認(レポートの提出など)
→大学で提出したレポートの1つをしてもらうなど、新たな課題で言語能力を図る

WEBや動画の 複合的な活用

例)録画型 会社説明会の準備
→会社の基本情報のみであれば繰り返し視聴可能な録画型もおすすめ

例)ビデオ面接の導入
→テーマを与えて動画を撮影・投稿してもらう。全身や私服、普段の話し方を見る

互いの不安を取り取り合う「取り組みの整理と継続」が必要

本誌特集コラム「COVID-19 状況下での心理的契約」(神戸大学 服部准教授)のなかで、採用活動のなかで進められる「心理的契約」
のプロセスについてコロナ禍での状況、そして今後の社会でどのように変化していくのかを詳しく解説されています。

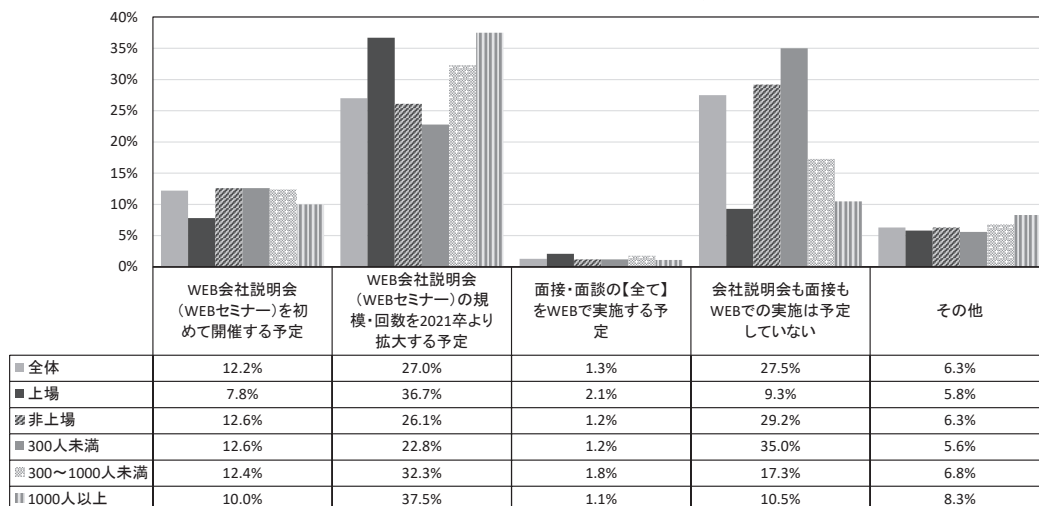
(「マイナビ採用戦略報告会」資料に筆者加筆)

<参考>2022年卒における「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画

会社説明会・面接ともにWEBの実施は予定していないとの回答は27.5%

2022年卒の採用に関してWEBを全く導入しないと回答したのは27.5%で、特に従業員規模300人未満の中小企業では
35.0%と高い傾向にあった。裏を返すと、全体の7割以上の企業ではなんらかの形でWEB導入を予定していることがわ
かった。しかしながら、「全てをWEBで実施」と回答したのはわずか1.3%となっており、多くはWEBと対面を使い分けるこ
とを想定している様子が窺えた。

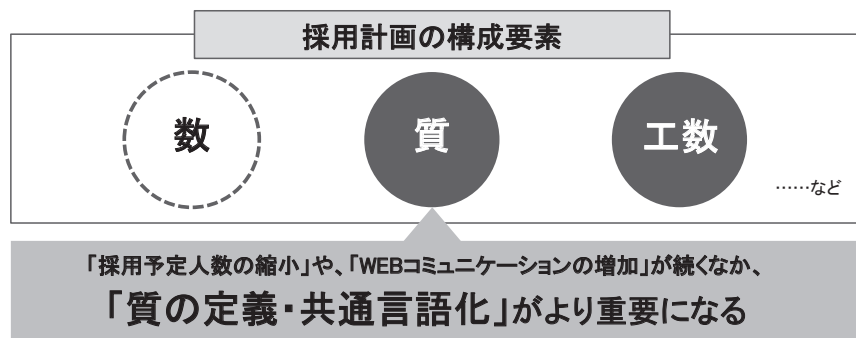
2022年卒「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画 (複数回答)



「2022年卒「WEBセミナー」「WEB面接」の実施計画 (複数回答)」出所:マイナビ2021年卒企業採用活動調査(6月実施)

☑ 人材要件の共通言語化と見極め

厳選採用における重要な視点



- ✓ ビジョン・ミッション・バリュー（自社カルチャー）の言語化
- ✓ 求める人材像（ハイパフォーマー）、将来の幹部候補・マネジメント層
- ✓ 充足していない職種と、必要技能・スキル・知識レベル
- ✓ 勤務エリア・配属想定先の見える化、数値化
- ✓ これからの時代に求められる人材（現組織に存在しない人材）の必要性 ……など

採用予定数を減らす企業も増えていくことが予測される中、「質」重視の採用活動へシフトする。
WEB化対応等で「効率化」を図ることができる一方で、「質」をどう定義していくべきか。

（マイナビ採用戦線報告会より）

2022年卒採用に向けての検討事項 まとめ

2021年卒を転機として、2022年卒採用はニューノーマル時代のかたちへ
変化すること、そして、その価値を改めて見直すこと

☑ 満足度の高いインターンシップの開催

企業理解の重要な機会としてインターンシップの存在感は年々増している。
22年卒は1日開催のものを「ワンデー仕事体験」という呼称にして2日以上インターンシップと区別するなどプログラム内容の質に拘る意識がより明確になった。
インターンシップアワードで示された「事前・事後学習の充実」や「社会人基礎力の向上」といった要素を織り込むなど、満足度の高いインターンシッププログラムの検討が重要になる。

☑ WEB化も含めた、複合的施策の準備

新型コロナウイルスの対策としてだけでなく、ニューノーマル時代にマッチした採用手法としてのWEB対応ならびに複数施策の投入など学生の選択肢を増やし、これまでリーチできなかった学生と企業の出会いを創出する。一方、WEBでは得づらい企業の日常に関する「インフォーマルな情報」をどのように提供していくのか、対面とWEBのそれぞれのメリットを生かし、デメリットを補完していくアイデアが必要に。

☑ 人材要件の共通言語化と見極め

対面では「場」を共有することで当たり前で得られていた情報をWEBでは全て「言語化」して表現する必要に迫られることも。特に面接の現場では複数の担当者が同じ水準で選考を行うために人材要件の再確認を行うとともに、見極めのための目線合わせが必要に。
また、ビジネスシーンでWEB活用が浸透すれば、これまでになかった人材要件（WEB活用の場面で活躍する人材とは等）の見直しも必要であろう。

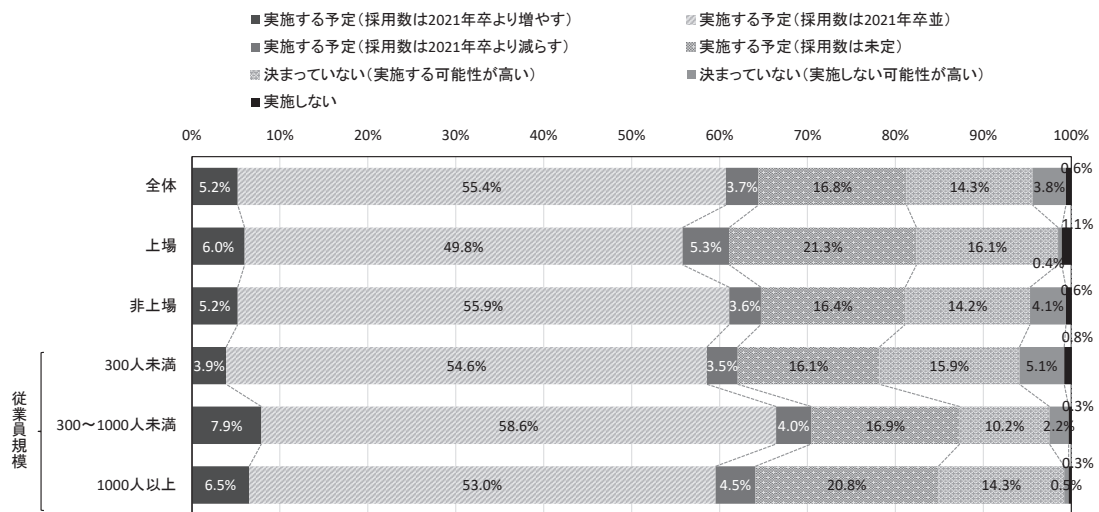
（「マイナビ採用戦線報告会」資料に筆者追記）

<参考> 2022年卒 採用予定計画

2022年卒採用は8割が実施する予定

2020年6月時点の調査となるが、2022年卒の採用予定計画について8割の企業が「実施する予定」と回答した。採用数を「2021年卒並」と予定している企業が55.4%と最も高く、次いで「採用数は未定」が16.8%となった。新型コロナウイルスはいまだ収束しておらず、日本経済の見通しも明確ではない状況だが、企業規模に関わらず、2022年卒においても新卒採用の継続を予定している企業が多数派であるといえる。

2022年卒 新卒採用の計画状況



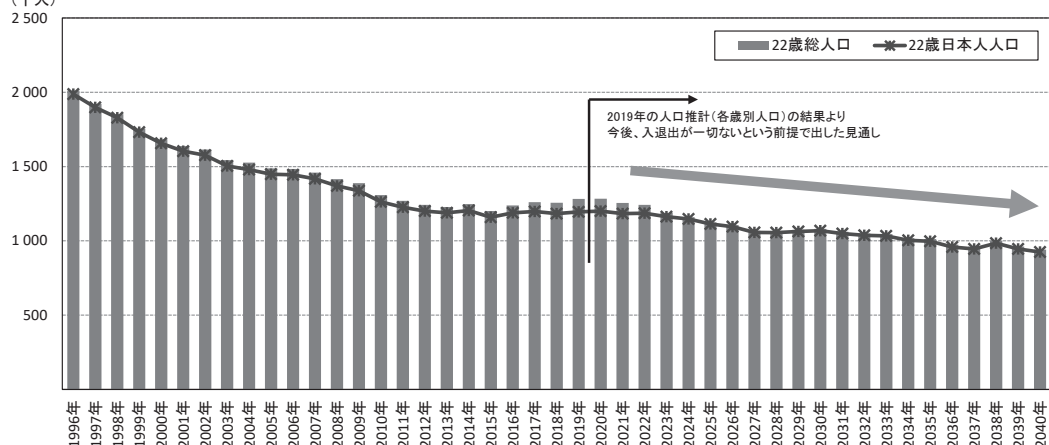
「2022年卒 新卒採用の計画状況」出所：マイナビ2021年卒企業採用活動状況調査（6月実施）

<参考> 新卒採用の今後 22歳人口の推移

新卒対象となる若者の人口は今後も減少が続き、相対的な価値が上がる

1920年の国勢調査開始以来、初めて2016年調査で日本の人口が減少したと報告されたが、国勢調査を基準に毎年公表されている人口推計によると、2008年をピークに人口は減少に転じていたと言われている。現在の日本は言わずと知れた少子高齢化社会であり生産年齢人口（15歳～65歳）の人口は1995年をピークに減少している。新卒採用の対象として多数を占める「22歳」人口についても同様の傾向があり、2012年頃から一時期横ばいとなっていたが2021年以降、本格的に減少トレンドに入るとみられている。今後、テクノロジーの進化による省人化が進んだり、景気動向が上下動するなど環境は変化していくと思われるが、長期的にみると人口減少による人材不足は続くものと思われる。

22歳人口の推移



「22歳人口」出所：人口推計（総務省統計局）の『年齢（各歳）、男女別人口及び人口比-総人口、日本人人口（各年「10月1日現在」）』より作成