

〈調査概要〉

【22 卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2022 登録者で

2022年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者

有効回答：1,782名

調査期間：2021年6月4日～7月19日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

【22 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：642社

調査期間：2021年6月4日～7月19日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式

【21 卒ダイヤモンド就活ナビ就活意識調査】

調査対象：ダイヤモンド就活ナビ2021 登録者で

2021年3月大学卒業予定者、および大学院修了予定者

有効回答：1,857名

調査期間：2020年6月5日～7月13日

調査方法：Web入力フォームより記名回答

【21 卒採用アンケート調査】

調査対象：全国の企業

有効回答：621社

調査期間：2020年6月2日～7月15日

調査方法：メール、FAX、手渡し、Webフォーム入力によるアンケート方式



2022卒

採用・就職活動の総括

【第1章】学生の就職活動総括2

DATA. 01	就職活動開始	3
DATA. 02	就職サイト登録	4
DATA. 03	合同イベント参加	5
DATA. 04	企業エントリー	6
DATA. 05	企業セミナー・説明会参加	7
DATA. 06	受験した企業数	8
DATA. 07	面接を受けた時期と企業数	9
DATA. 08	獲得した内定数	10
DATA. 09	内定獲得の時期と承諾率	11
DATA. 10	就職活動進行状況(6月末時点)	12
DATA. 11	入社を決めた理由	13
DATA. 12	《COLUMN》オンライン選考への対応	14~16
DATA. 13	《COLUMN》新卒紹介サービス	17
DATA. 14	《COLUMN》インターンシップ類	18~21
DATA. 15	Uターン就職に関する意識	22
DATA. 16	Uターン就活の実際	23

【第2章】企業の採用活動総括24

DATA. 17	採用計画	25
DATA. 18	プレエントリー受付&エントリーシート受付開始	26
DATA. 19	エントリーシートについて	27
DATA. 20	エントリーシート選考結果通知開始時期	28
DATA. 21	OB・OGリクレーターによる面接	29
DATA. 22	採用選考開始時期	30
DATA. 23	内定開始時期	31
DATA. 24	採用広報活動	32
DATA. 25	採用選考活動	33
DATA. 26	採用課題	34
DATA. 27	応募・内定学生の質に対する満足度	35
DATA. 28	採用活動進行状況	36
DATA. 29	《COLUMN》企業と学生の意識格差	37
DATA. 30	内定者フォロー・辞退防止	38~39
DATA. 31	《COLUMN》筆記・適性テスト	40~41

◎ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケート...42~43

DATA. 32	印象に残ったインターンシップ類	42
DATA. 33	パンフ・ノベルティ/セミナー/エントリーシート設問	43

第1章

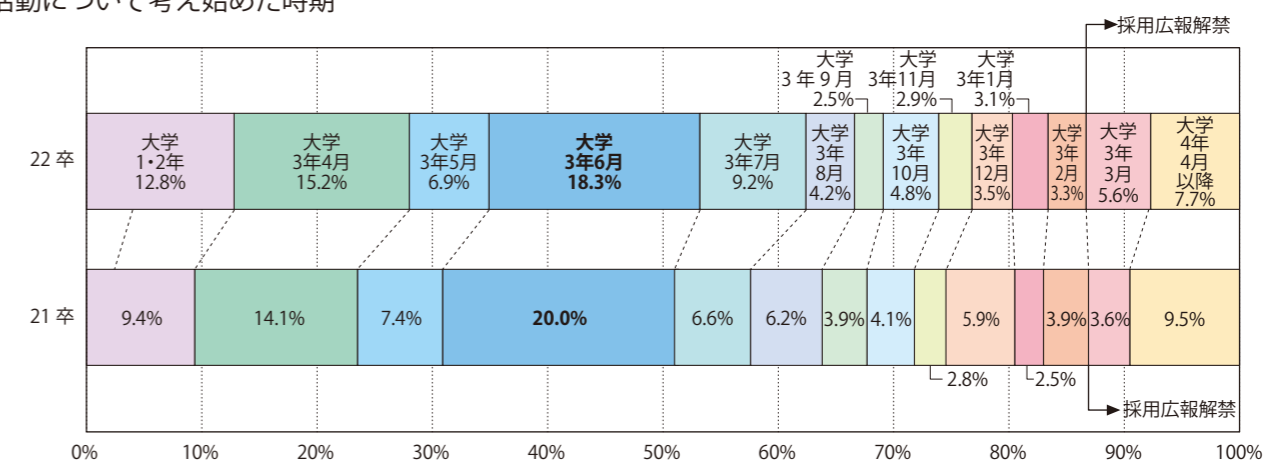
学生の就職活動総括

POINT

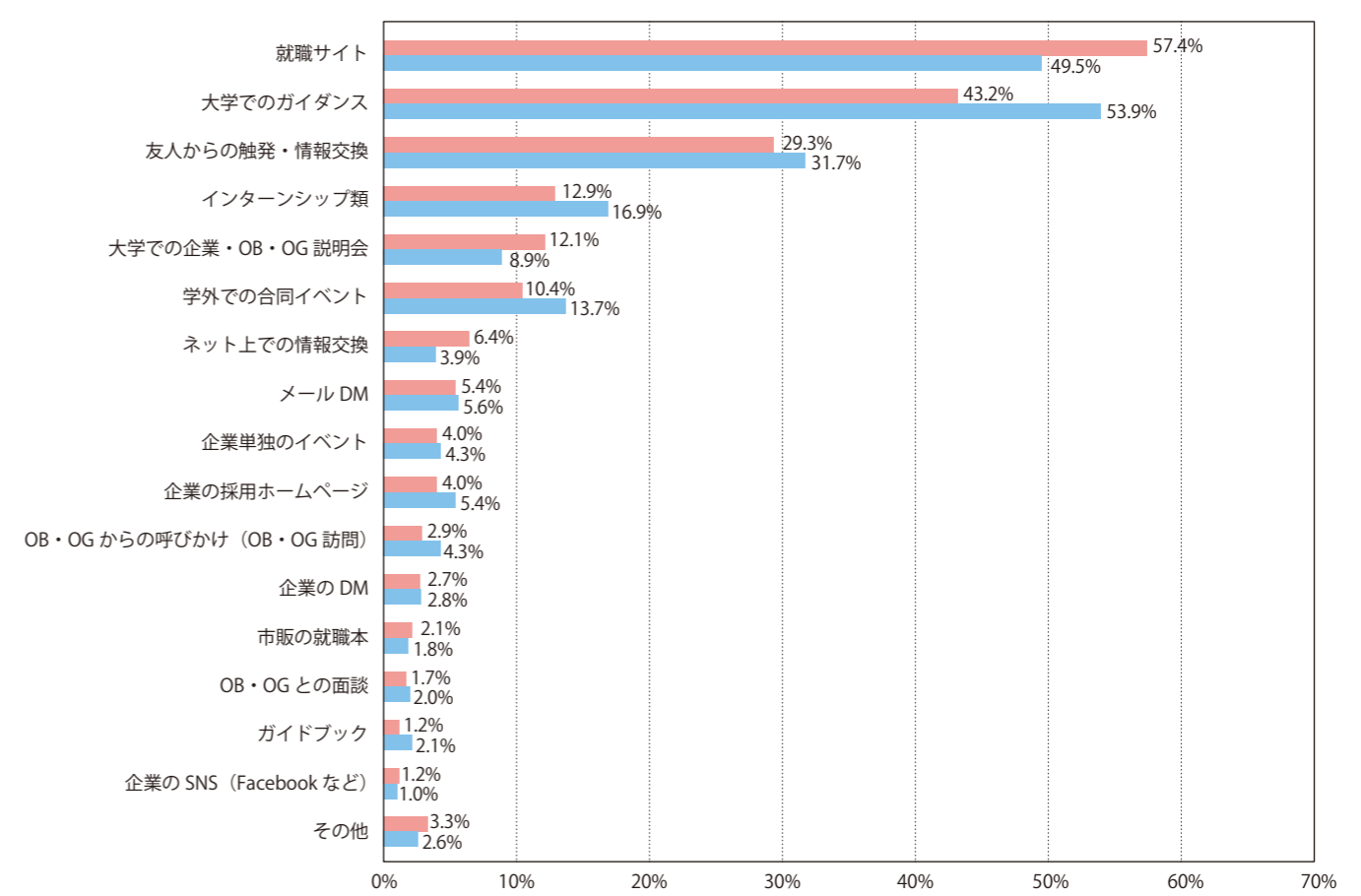
- 学生の動き出しは一般的に早期化傾向が続く。
- 就職サイト登録は一昨年並み、エントリー社数は微減の37.3社。
最多は0~19社とエントリー先を絞り込む傾向は継続。
- 就活のオンライン化浸透の影響か合同イベント、企業セミナー、受験企業数は増加。
企業セミナー参加(20.6社)20社超は17卒以来、受検企業数(15.4社)15社超は16卒以来。
- 「内定あり」学生は72.7%。昨年同時期比3.2ポイント増もコロナ前の水準には及ばず。
重複内定を持つ学生は65.2%と大幅に増加、平均内定社数(2.5社)はコロナ前の20卒を上回る。
- 内定獲得時期は早期ピークが定着。文系で「4月中」、理系で「3月以前」が最多に。
- 「就職先が決まって活動を終了した」学生は約半数と回復基調の一方で
活動を継続しているうち「まだ見込みが立っていない」学生は増加傾向。
- インターンシップ類に参加した学生は71.8%。平均参加回数6.0回のうち5.4回はオンライン参加。
参加企業に入社を決めたのは4人にひとり、参加経験が入社企業選択に影響した学生は4人中3人。
- 3割以上の学生が新卒紹介サービスを利用。
- Uターン志向の学生は45.6%。「生活環境がよいと思える」が1位に。
- 内定期間中に企業に期待することは「内定者同士で連絡を取りたい」「定期的に連絡が欲しい」が過半数に。

DATA. 01 就職活動開始

■ 就職活動について考え始めた時期



■ 就職活動について考え始めたきっかけになったもの



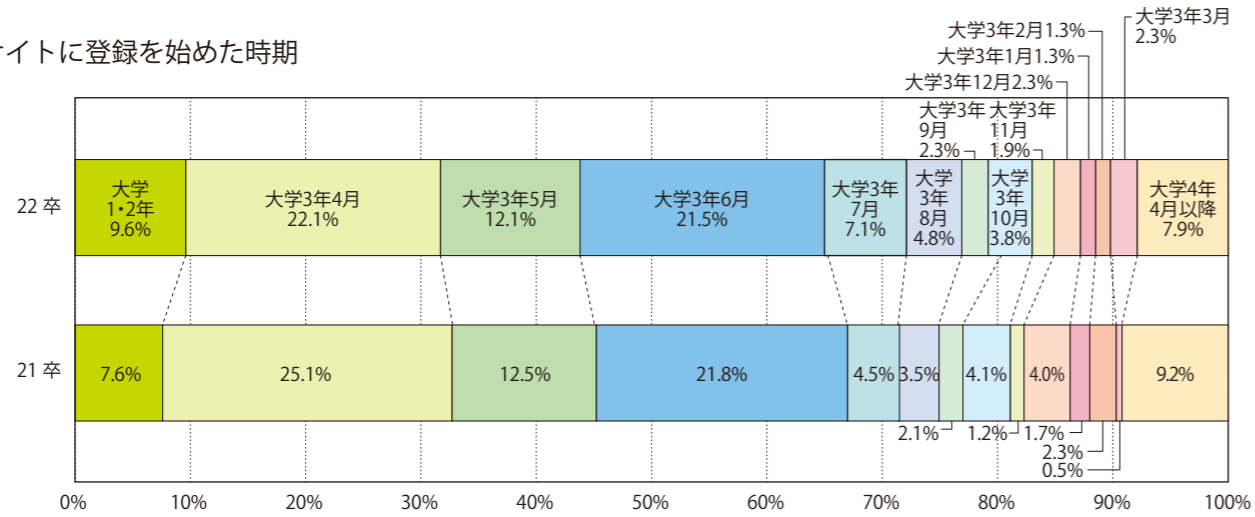
就職について考え始める時期は、「大学3年6月」が最多も、4月以前が増加。オンライン就活が主流になったことで、考え始めるきっかけに変化の傾向あり。

学生が就職活動を考え始めた時期は、主要就職情報サイトがプレオープンする「大学3年6月」が21卒(20.0%)から微減ながら、最多(18.3%)となる傾向に変わりはない。一方、「大学3年5月」以前は、21卒の30.9%から22卒では34.9%と4.0ポイント増加しており、3.7ポイント増加(20卒27.2%)した前年から、さらに早期化が加速している。それに対して、採用広報解禁時期の「大学3年3月」以降は、21卒の13.1%に対して、22卒では13.3%とほぼ横ばいとなった。

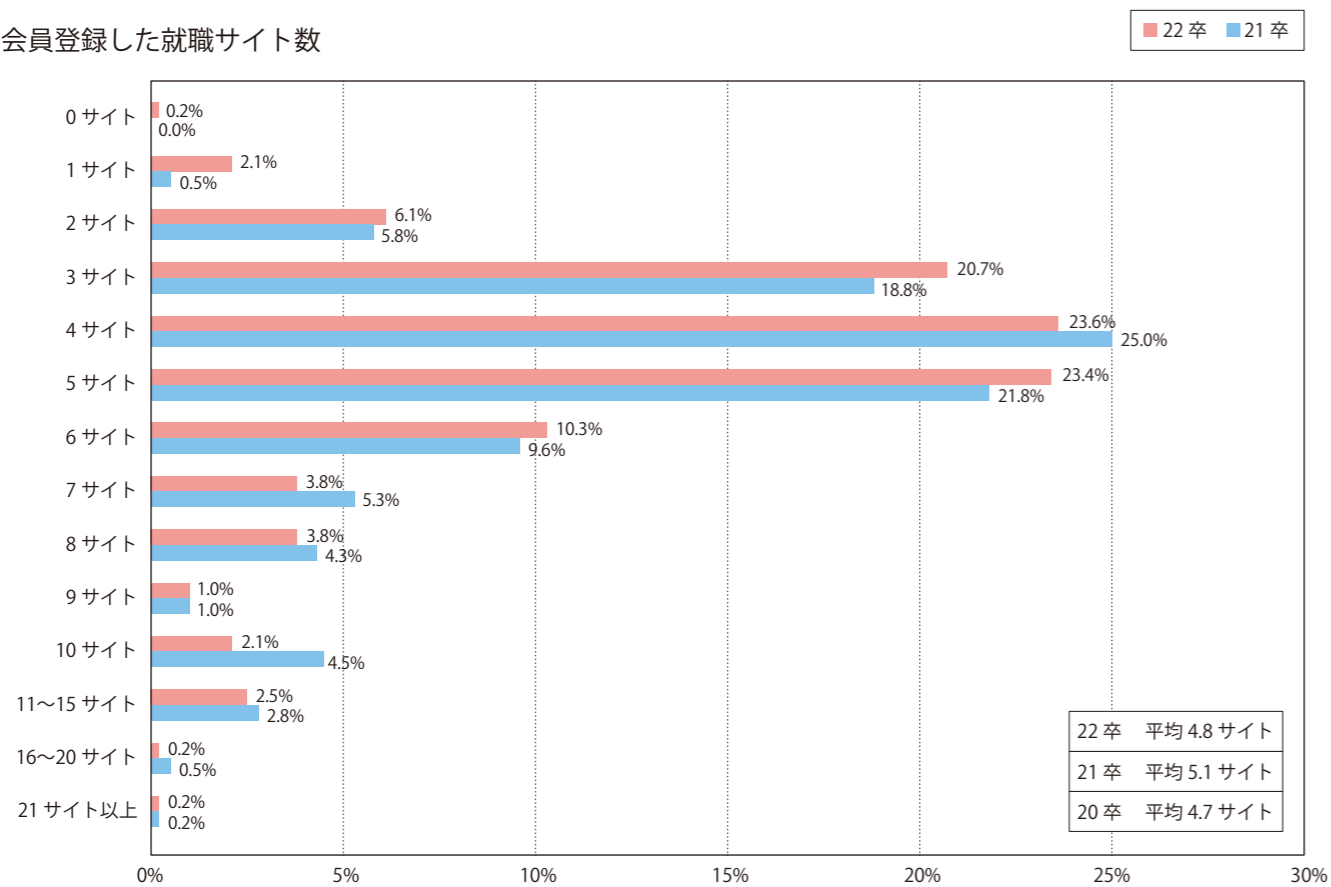
就職活動を考え始めたきっかけは、前年2位の「就職サイト」(21卒49.5%→22卒57.4%)が7.9ポイント伸びし、前年1位の「大学でのガイダンス」(21卒53.9%→22卒43.2%)に替わって1位となった。また、「友人からの触発・情報交換」(21卒31.7%→22卒29.3%)、が順位こそ同じ3位だが数字を減らしている。前年4位の「インターンシップ類」(21卒16.9%→22卒12.9%)、前年5位の「学外での合同イベント」(21卒13.7%→22卒10.4%)も減少しており、就職活動がオンライン中心となったことで、考え始める契機もまた若干変化しているようだ。

DATA.02 就職サイト登録

■ 就職サイトに登録を始めた時期



■ 会員登録した就職サイト数



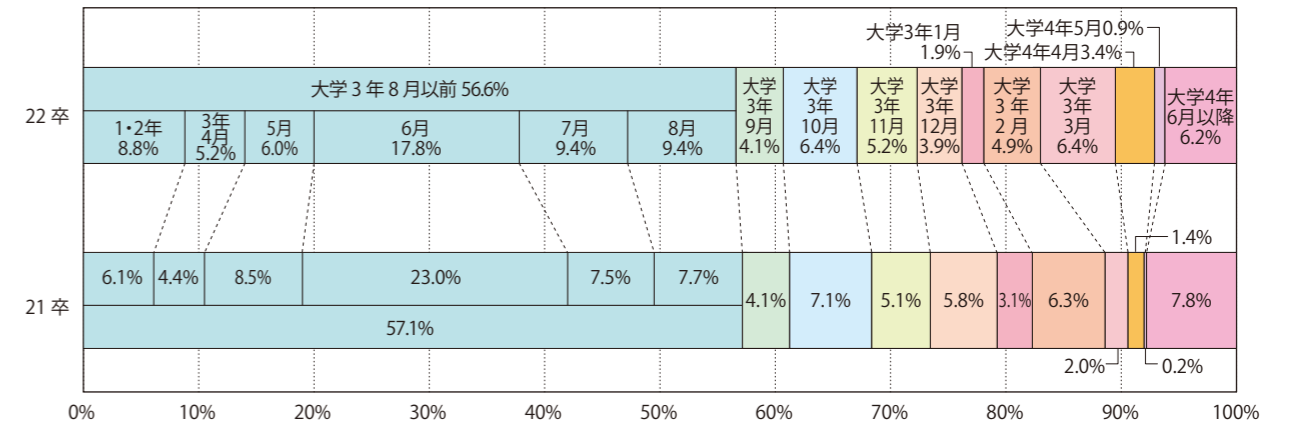
就職サイトの登録開始は「大学3年5月」以前が43.8%を占め、ほぼ前年並。平均登録サイト数は4.8サイトと前年から微減、一昨年並の数字に。

「大学3年5月以前」に就職サイトに登録開始した学生は43.8%で21卒(45.2%)とほぼ同水準となった。例年登録が最も多い主要就職サイトプレオープン時期の「大学3年6月」は21.5%と、こちらも横ばい(21卒21.8%)。前倒し傾向が定着しつつあるようだ。「大学3年生6月以前」で見ると65.3%(21卒67.0%)と7割弱の学生は「大学3年6月」までに登録を開始していることがわかる。従来型のナビサイトだけでなく、様々な就職サイトが増え、一部サイトでは4月以前から会員登録を行うなど、動き出しの早いサイトが増えていることが影響したものと思われる。

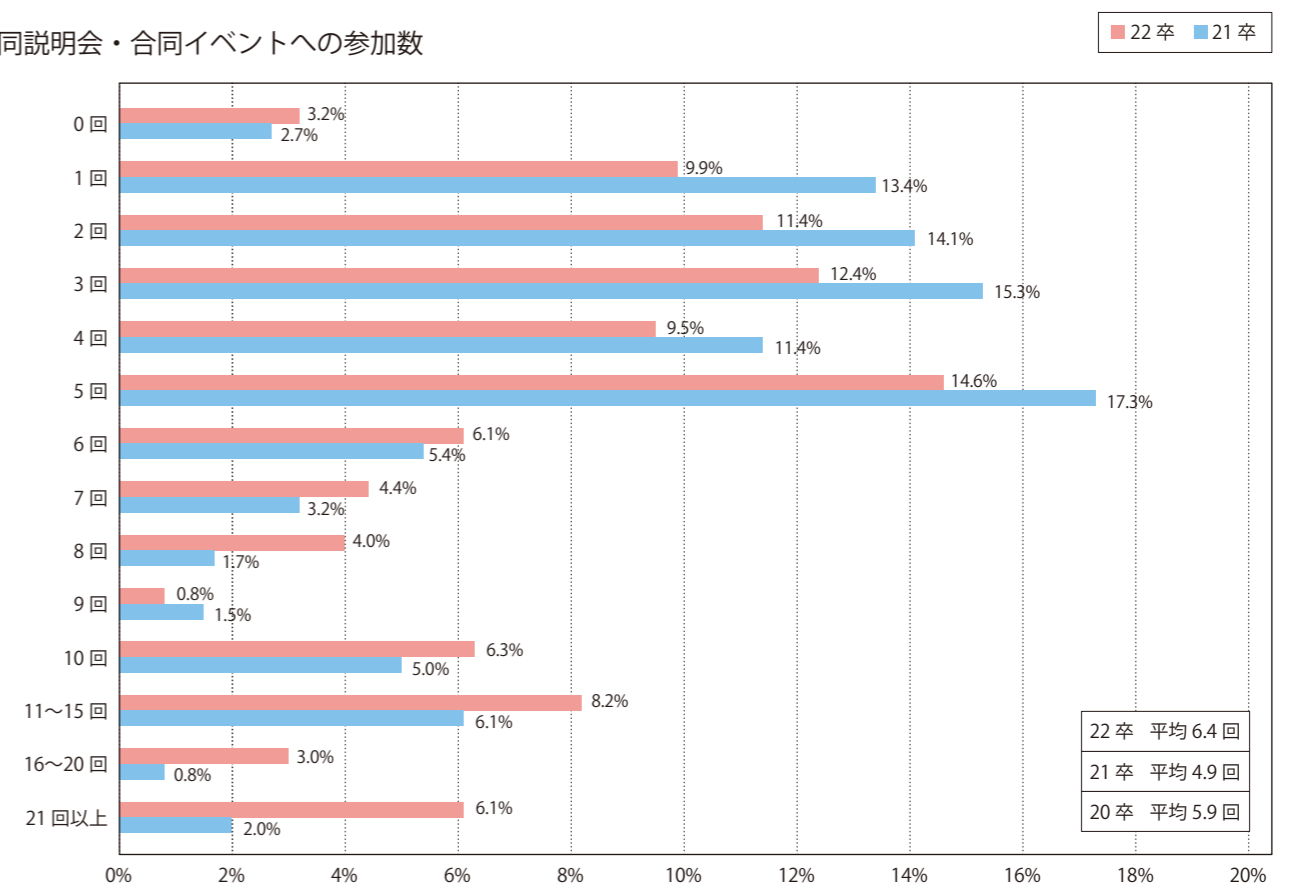
登録した情報サイトは、平均で4.8サイト(21卒5.1サイト)と減少。この数字は20卒・19卒(4.7サイト)とほぼ同じ水準で、前年、急なコロナ禍で就職活動の動向に不安を感じた学生が例年よりもやや多めに登録したが、22卒では例年並みの数字に戻ったものと推測できる。そのあたりは、「6サイト以上」が21卒の28.2%から22卒では23.9%と4.2ポイント減少したことから見て取れる。最も多い層は「4サイト」23.6%(21卒25.0%)で、2位が「5サイト」23.4%(21卒21.8%)、3位が「3サイト」20.7%(21卒18.8%)と、傾向としては大きな変動はない。

DATA.03 合同イベント参加

■ 合同説明会・合同イベントに最初に参加した時期



■ 合同説明会・合同イベントへの参加数



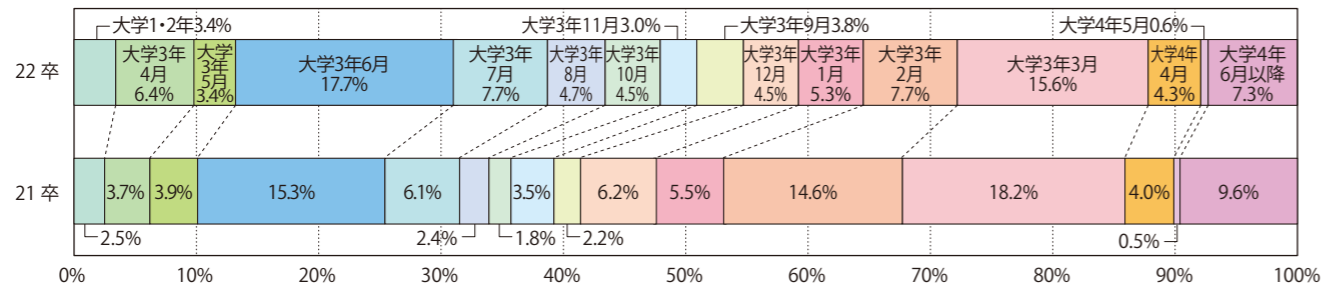
合同イベントに最初に参加した時期は大学3年8月以前が56.6%と前年並。参加平均回数は6.4回とコロナ前を上回る結果に。オンライン開催が影響か。

合同説明会・イベントへの参加時期は例年通り「大学3年6月」が17.8%で最も多かったが、21卒の23.0%からは5.2ポイント減少。しかし、「大学3年8月以前」の合計で見ると56.6%と21卒(57.1%)から0.5ポイント減にとどまり、前年顕著だった前倒し傾向に変化はない。一方で、採用広報解禁時期である「大学3年3月」に参加を開始した学生は、6.4%と21卒2.0%からは微増しているが、20卒で11.7%あったことを考えると、早期化傾向にあるといえる。インターンシップやキャリア形成プログラムなど、早期から開催される合同イベントが増加し、学生側がそれに応じて早い時期から参加すると

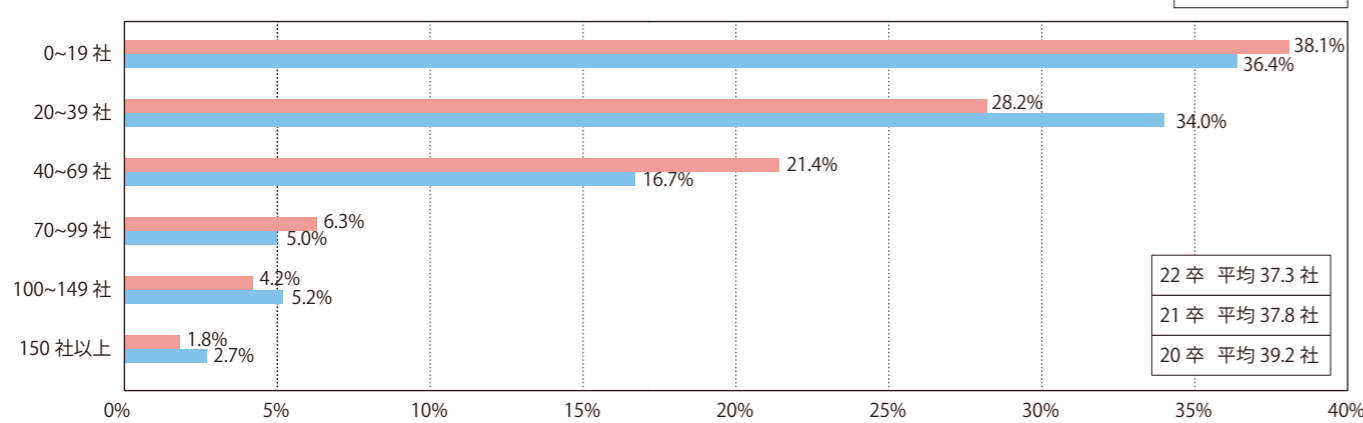
いう動きが定着していることがうかがえる。イベントへの参加回数は平均6.4回と21卒(4.9回)から1.5回の増加。前年はコロナ禍により学内外問わず3月以降のイベントが中止されたことが参加回数減につながったが、22卒ではイベントのオンライン開催が主流になり、学生が参加しやすい環境になったことで増加したものと推察される。「1回」から「5回」は前年よりも減少し、逆に「6回」以上では軒並み増加。特に「10回以上」は23.6%と21卒の13.9%から、9.7ポイントと大きく数字を伸ばす結果となった。

DATA.04 企業エントリー

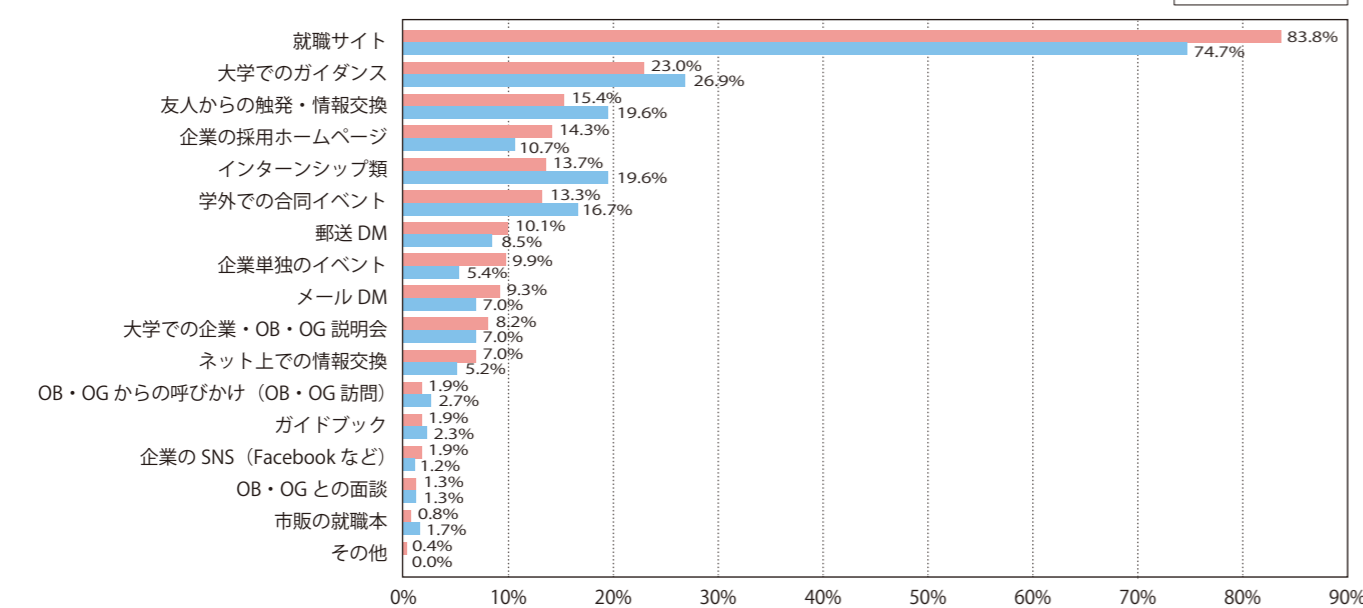
■ 企業へのWEB（プレ）エントリーを始めた時期



■ WEB（プレ）エントリーした企業数



■ WEB（プレ）エントリーを始めるきっかけになったもの



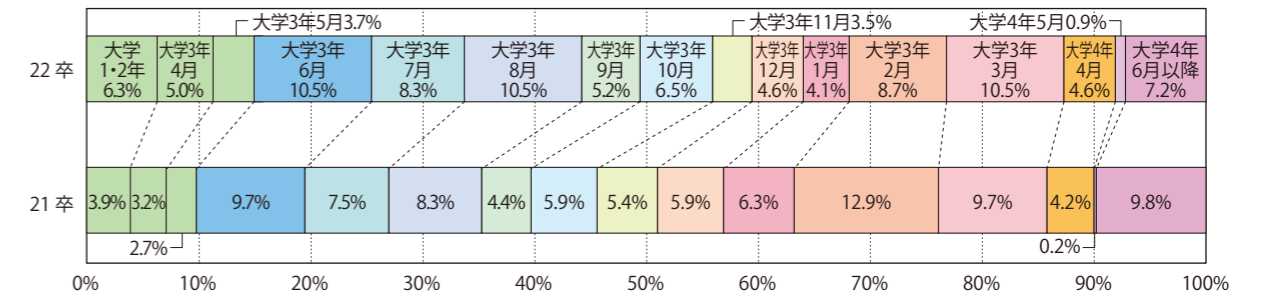
WEB（プレ）エントリー開始時期は早期化が加速。「大学3年6月」が最多に。エントリー社数は平均37.3社で、社数を絞り込む傾向に変化はない。

企業へのWEB（プレ）エントリー開始時期は例年1位だった「大学3年3月」は、21卒で18.2%だったのに対して、22卒では15.6%に留まり2位となった。替わって1位となったのが「大学3年6月」で17.7%（21卒15.3%）と2.4ポイント増。「大学3年6月」までにWEB（プレ）エントリーを開始した学生は30.9%で21卒の25.4%から5.5ポイント増加し、かつての企業の採用広報解禁時期一極集中から分散化かつ早期化が加速していることがうかがえる。また、一人当たりのWEB（プレ）エントリーした平均社数は37.3社で、

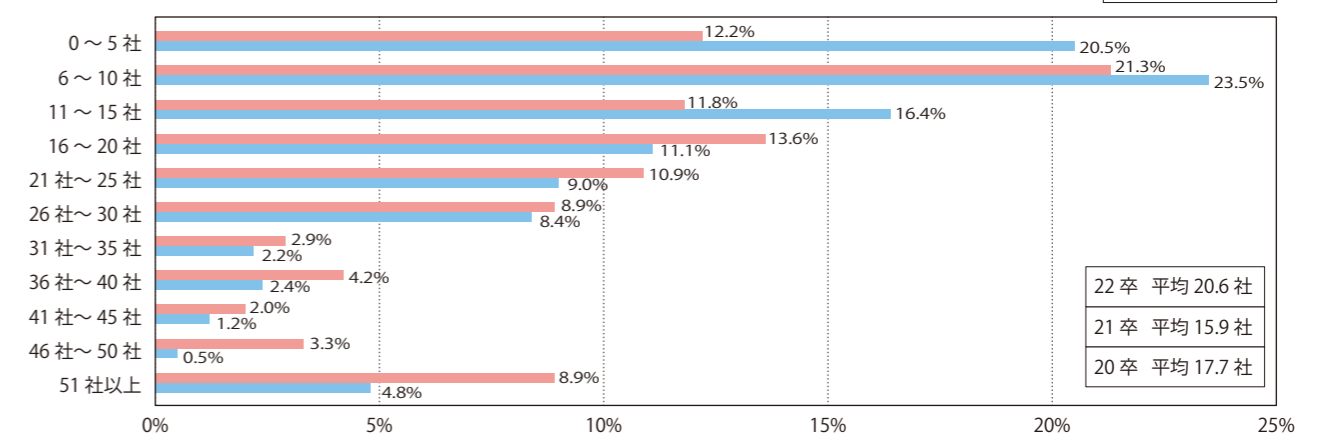
卒（37.8社）から0.5社の減少。ここ数年はほぼ横ばい状態といえる。もっとも多い層が「0～19社」38.1%（21卒36.4%）と社数を絞り込む傾向が続いた。（プレ）エントリーを始めるきっかけとしては、「就職サイト」83.8%（21卒74.7%）が突出した1位。「大学でのガイダンス」23.0%（21卒26.9%）、「友人からの触発・情報交換」15.4%（21卒19.6%）は数字を下げている。就職活動でのコミュニケーションがオンライン中心に変化した影響も見て取れる。

DATA.05 企業セミナー・説明会参加

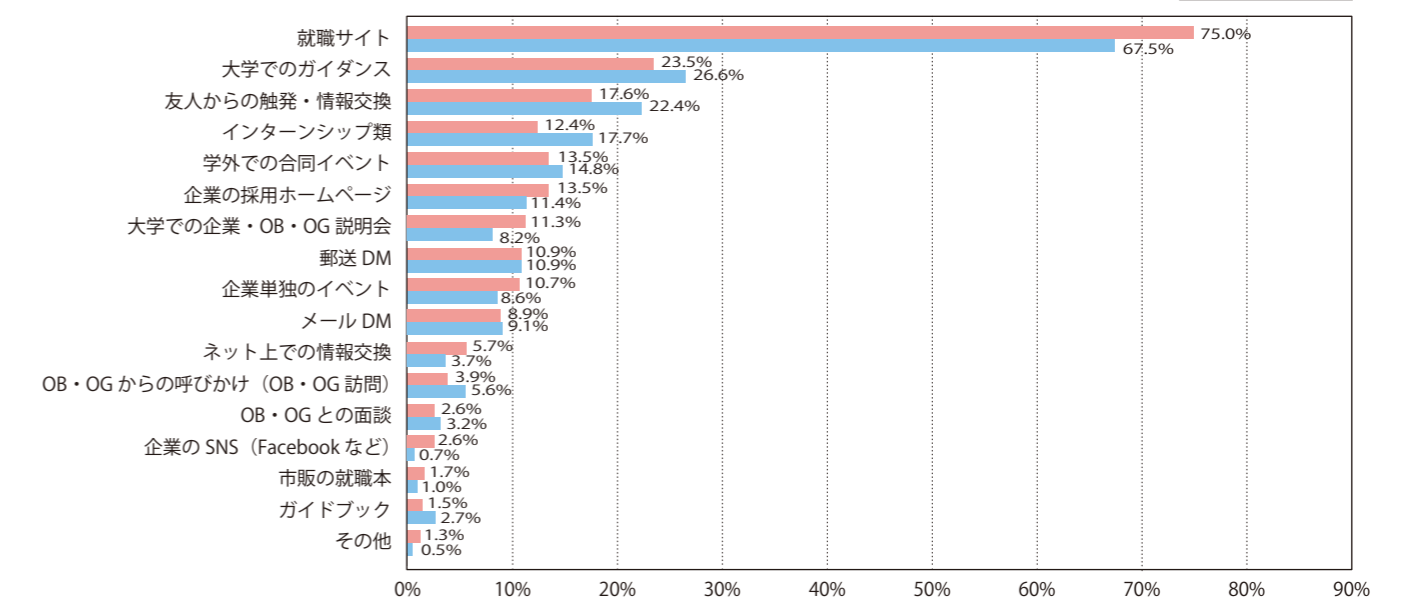
■ 企業セミナー・説明会の参加開始時期



■ 企業セミナー・説明会の参加数



■ 企業セミナー・説明会参加や先輩訪問を始めたきっかけになったもの



企業セミナー・説明会への参加は、56.0%の学生が「大学3年10月以前」に開始。平均参加社数は20.6社と17卒以来の20社超に。

企業セミナー・説明会への参加時期は、「大学3年10月」以前の各時期で数字を伸ばし、合計で10.4ポイント増の56.0%（21卒45.6%）と過半数を超えており、参加時期の早期化傾向がより鮮明となった。一方、採用広報解禁時期でもある「大学3年3月」は10.5%（21卒9.7%）に留まっている。

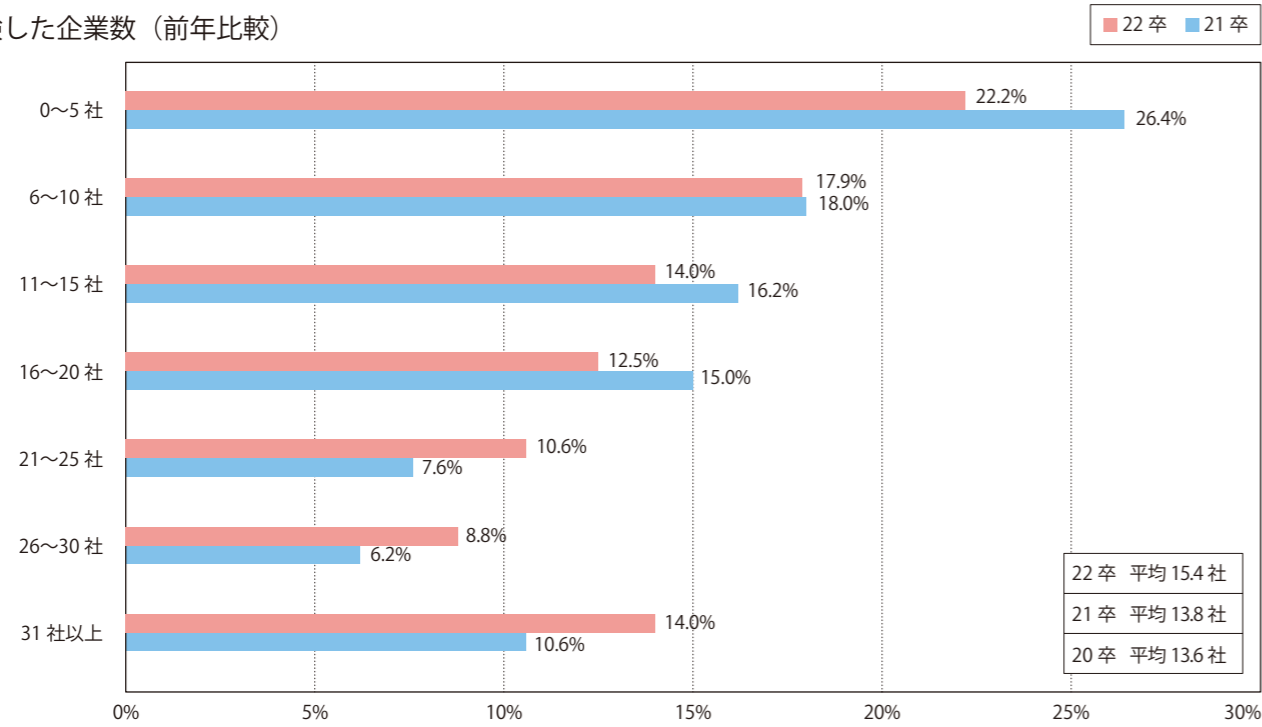
平均参加社数は20.6社で、ここ数年の減少傾向から一転し、4.7社の増加となった。企業セミナー・説明会がオンラインによる開催が主流となったことで、時間や移動の制約が軽減されて参加しやすい環境となったことが増加の一因であろうと推察さ

れる。最も多いのは「6～10社」で21.3%（21卒23.5%）に変化はないが、「31社以上」が21卒では11.1%だったが、22卒では21.3%と10.2ポイント増えている。

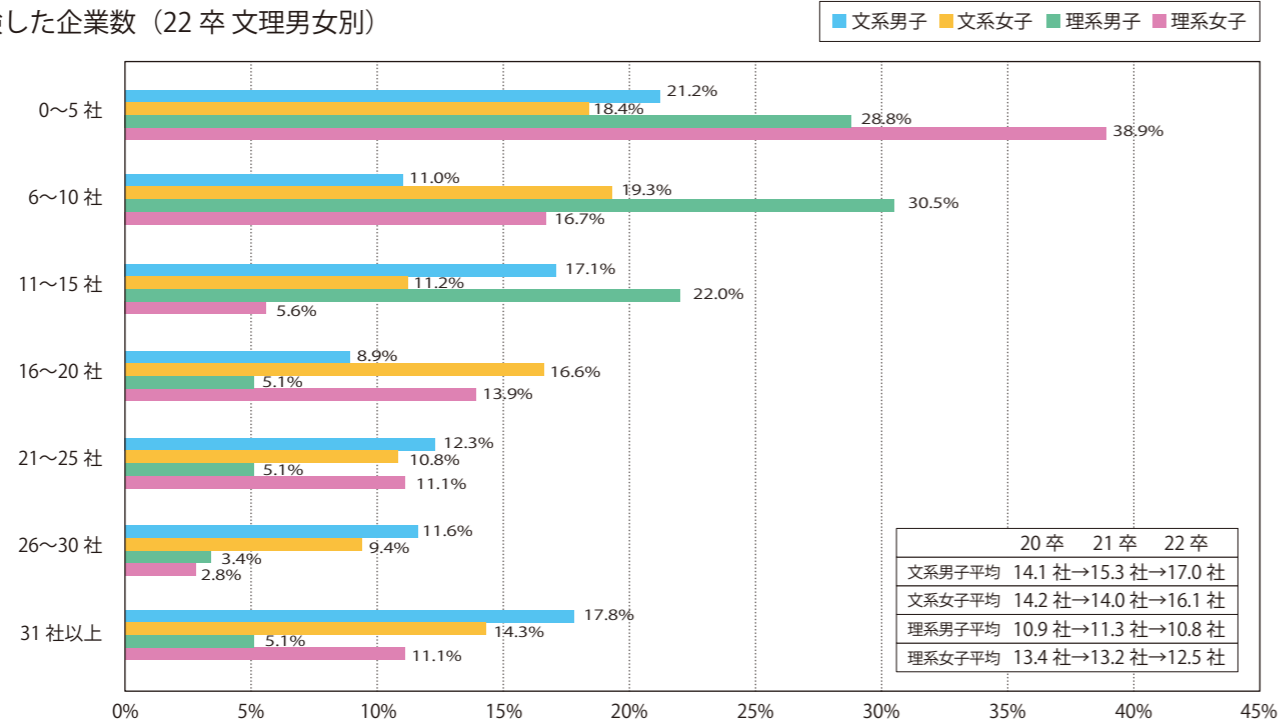
参加のきっかけとなったのは、「就職サイト」75.0%（21卒67.5%）が1位。「大学でのガイダンス」23.5%（21卒26.6%）、「友人からの触発・情報交換」17.6%（21卒22.4%）がそれに続いているのは傾向としては同じだが、いずれも数字は減らしている。

DATA.06 受験した企業数

■ 受験した企業数（前年比較）



■ 受験した企業数（22卒 文理男女別）



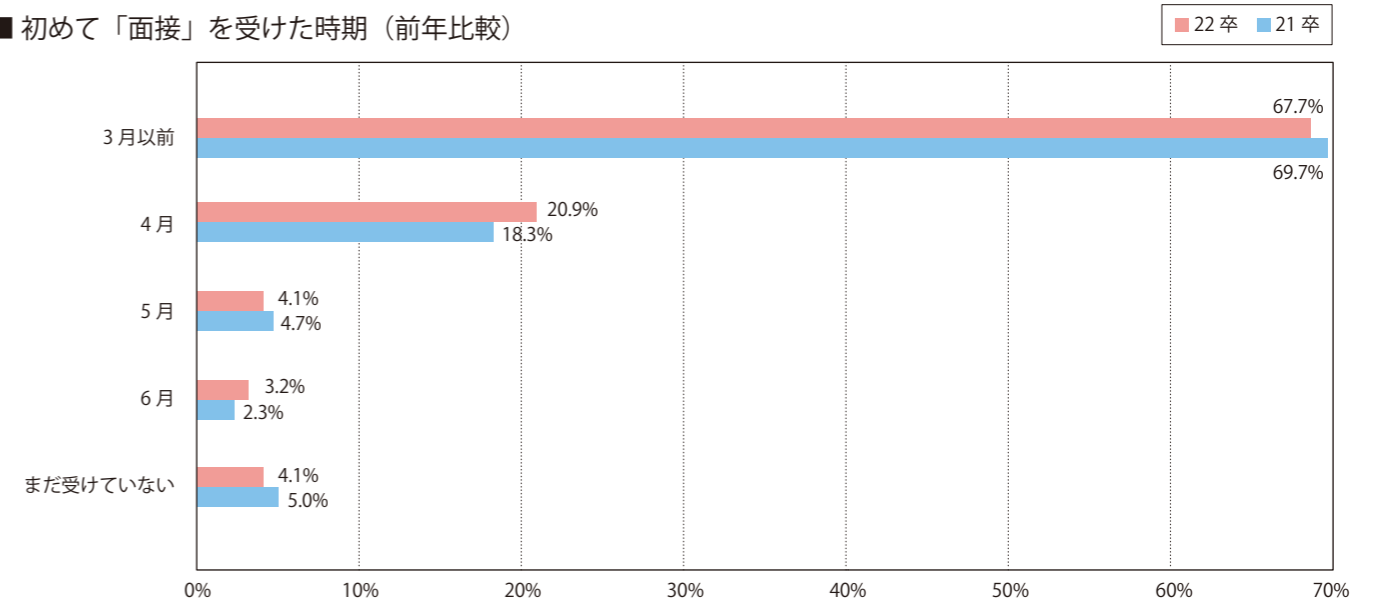
平均受験社数は、15.4社と増加。最多は「0～5社」の22.2%だが「21社以上」の積極派が増加し、二極化の傾向も見て取れる。

ここ数年横ばいで推移していた受験社数は、平均で15.4社と前年から1.6社増加した。平均15社を超えるのは16卒調査(16.3社)以来のことでオンラインによる受験が主流となったことで、学生が受験しやすい環境になったことも一因だろうと思われる。最も多かったのは、「0～5社」で22.2% (21卒26.4%)で変化はないが、「21社以上」が21卒の24.4%から22卒では33.4%と9ポイント増加している。絞り込む学生と積極派の二極化が進んでいることがわかる。

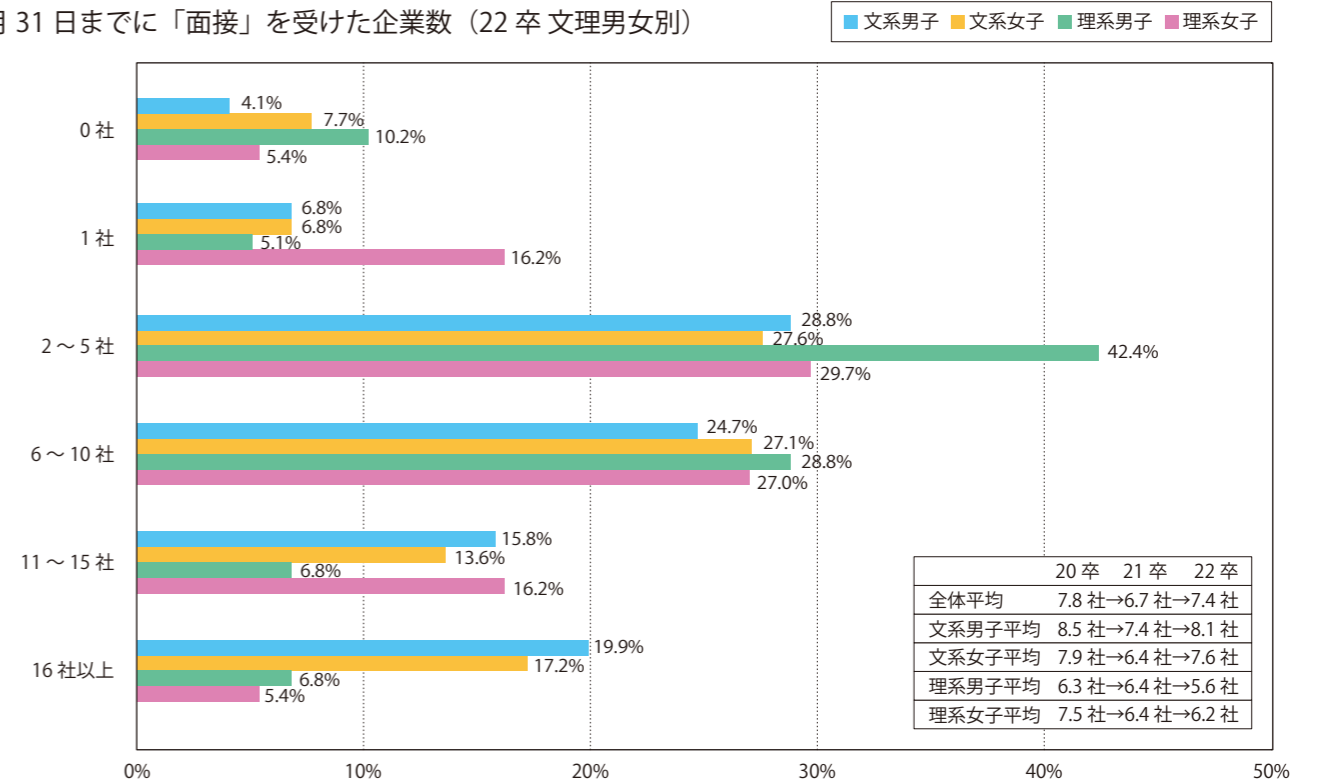
文理男女別でみると、平均社数では文系で「文系男子」17.0社(21卒15.3社)、「文系女子」16.1社(21卒14.0社)と増加。一方、理系は「理系男子」10.8社(21卒11.3社)、「理系女子」12.5社(21卒13.2社)と微減している。内訳でみると、「文系男子」「理系女子」は「0～5社」、「文系女子」「理系男子」は「6～10社」と、絞り込む学生は依然として多いが、一方で「31社以上」受験する積極派は、「文系男子」17.8% (21卒14.0%)、「文系女子」14.3% (21卒9.2%)と文系を中心に増加している。

DATA.07 面接を受けた時期と企業数

■ 初めて「面接」を受けた時期（前年比較）



■ 5月31日までに「面接」を受けた企業数（22卒 文理男女別）



3月以前に初めて面接を受けた学生は67.7%。解禁前に面接を受けた社数は、平均7.4社(21卒6.7社)で文系を中心に増加。

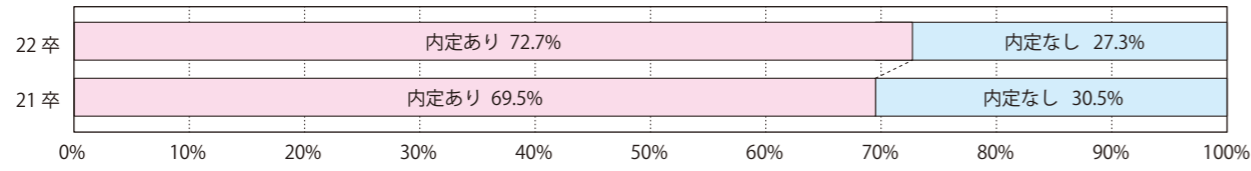
学生が初めて面接を受けた時期は、「大学3年3月以前」で67.7%と21卒の69.7%から2ポイントの微減ながら横ばいで推移し、依然早期化の傾向にある。「大学4年4月」(20.9%)まで含めると88.6% (21卒87.9%)で、9割近い学生が「大学4年4月」までにはすでに面接を受けていた。一方採用選考解禁時期である「大学4年6月」以降と回答した学生が、3.2% (21卒2.3%)に留まるのも例年通りだ。

解禁前に面接を受けた企業数では、全体の平均では7.4社(21卒6.7社)と増加。文理男女別でみると、いずれの階層でも「2～5社」が

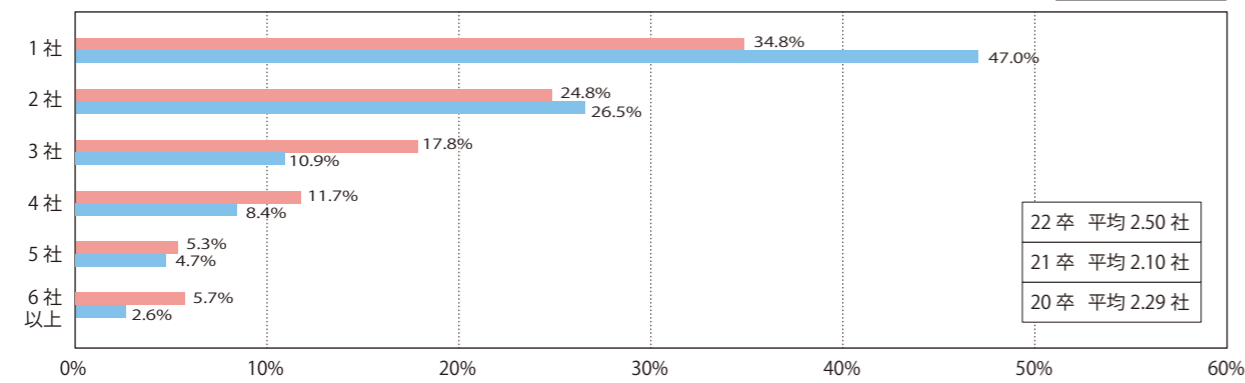
最多であることに変化はない。文理男女別の平均で、「文系男子」8.1社(21卒7.4社)、「文系女子」7.6社(21卒6.4社)と文系で増加しているのに対して、「理系男子」5.6社(21卒6.4社)、「理系女子」6.2社(21卒6.4社)と理系では減少している。これはDATA.06の受験社数と同傾向で、前年と比較し、文系では社数を増やす動きが顕著だったのに対して、理系では逆に絞り込む学生が増えたようだ。

DATA.08 獲得した内定数

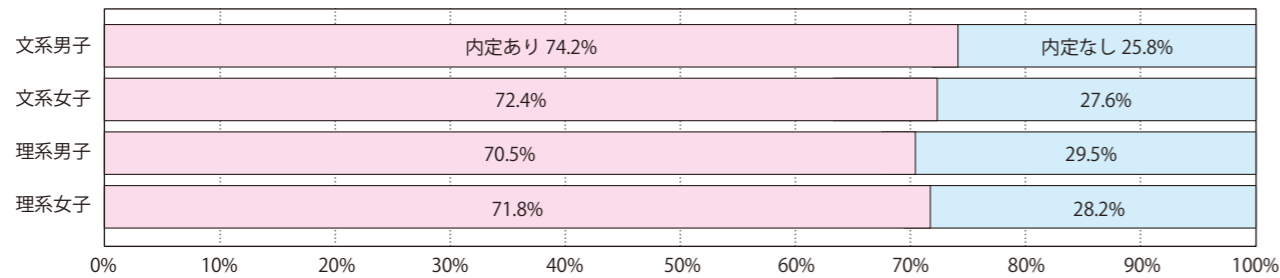
■ 内定の有無 (前年比較)



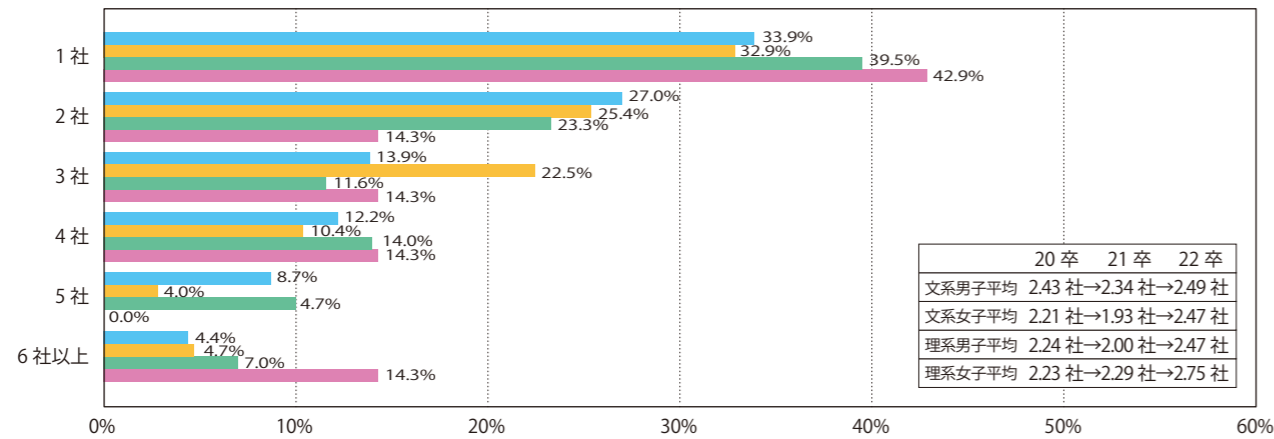
■ 内定した企業数 (前年比較)



■ 内定の有無 (22卒 文理男女別)



■ 内定した企業数 (22卒 文理男女別)



「内定あり」学生は72.7%とやや回復傾向も、コロナ禍以前の水準には達せず。重複内定者は65.2%と前年から増加。平均内定社数はコロナ前の20卒を上回る。

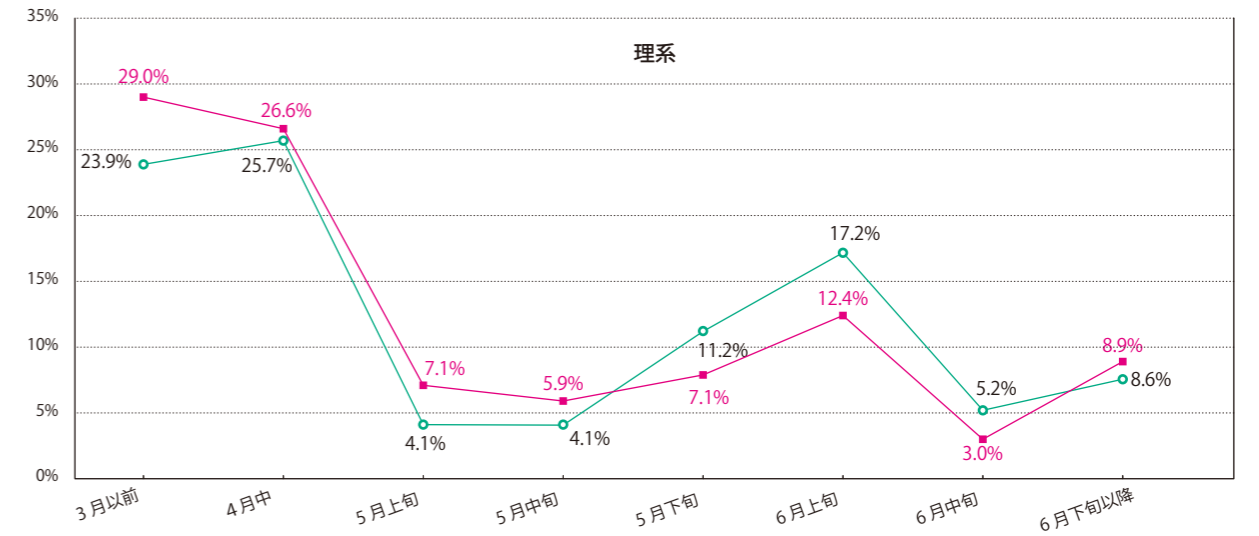
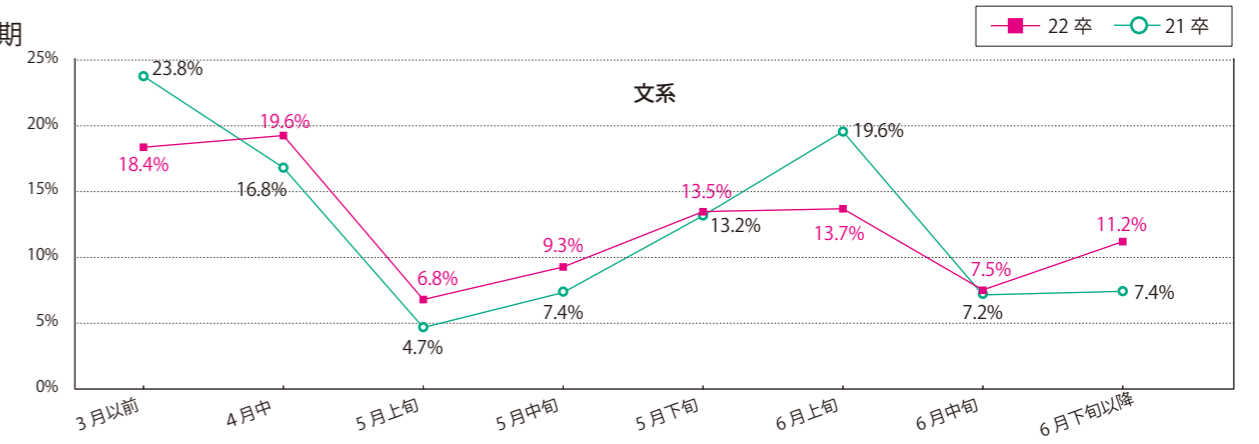
内定の獲得状況は、「内定あり」は72.7% (21卒69.5%)と前年から3.2ポイント上昇。コロナ禍による混乱の影響が大きかった21卒からは若干回復しているが、コロナ禍前の20卒では81.7%あったことを考慮すると、依然として厳しい状況にあるようだ。文理男女別でみると、「文系男子」74.2% (21卒71.9%)、「文系女子」72.4% (21卒63.3%)、「理系女子」71.8% (21卒73.2%)の順で、例年内定率の最も高い「理系男子」が唯一の前年比割れの最下位70.5% (21卒80.0%)となった。受験社数・面接社数共に積極的に増加させた文系の学生が内定率を伸ばし、逆に絞り込み傾向が強かった理系

の、特に男子の内定率が伸び悩んだ形となったようだ (DATA.06・07参照)。

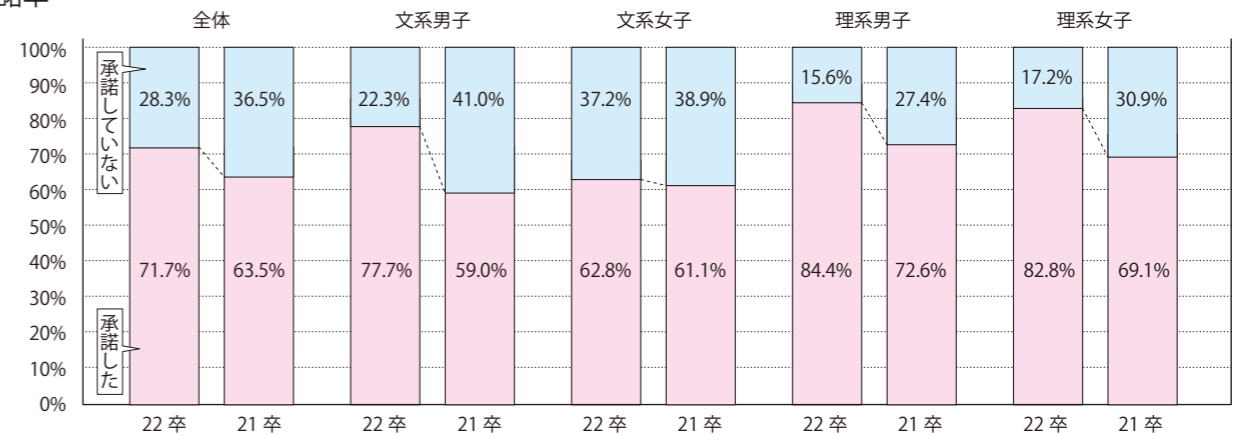
また、内定した企業数は、平均で2.50社となり21卒 (2.10社) と比べ0.4社の微増。最も多い「1社」は34.8% (21卒47.0%)と12.2ポイントの大幅減。文理男女別では、「理系女子」2.75社 (21卒2.29社)、「文系男子」2.49社 (21卒2.34社)、「文系女子」2.47社 (21卒1.93社)、「理系男子」2.47社 (21卒2.00社)の順だが、いずれの属性でも増加しており、文理男女問わず、複数の内定獲得に動いた学生が前年以上に増加したことをうかがわせる結果となった。

DATA.09 内定獲得の時期と承諾率

■ 内定時期



■ 内定承諾率



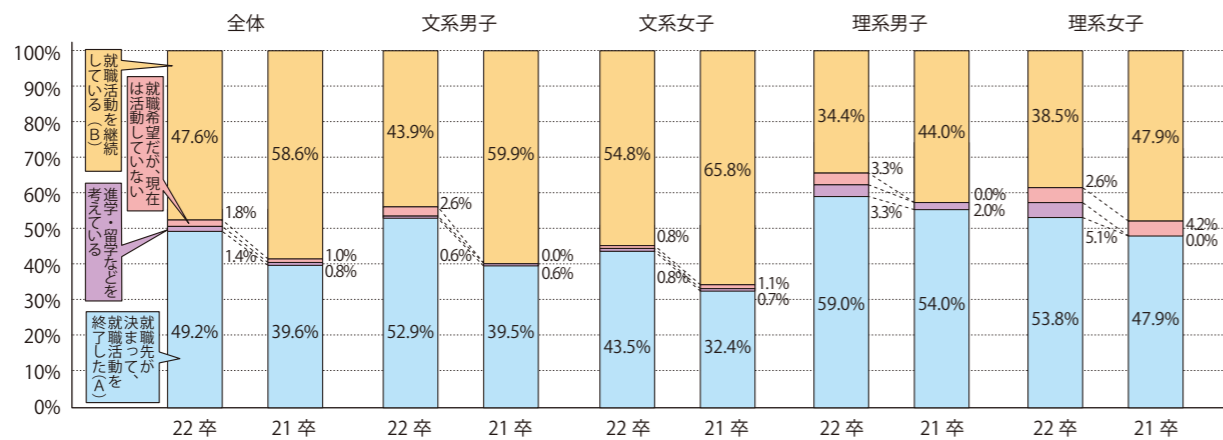
内定獲得時期は早期ピークが定着。文系で「4月中」、理系で「3月以前」が最多に。コロナ禍対応が落ち着いたことで納得のいく就職活動ができた学生が増加。

文系学生の内定獲得時期は、21卒で最も多かった「3月以前」が18.4% (21卒23.8%)で5.4ポイント減少。「4月中」が19.6% (21卒16.8%)が1位に。一方、理系学生では、「3月以前」が29.0% (21卒23.9%)と5.1ポイント増で1位。「4月中」が26.6% (21卒25.7%)と僅差で続く。文系では38.0% (21卒40.6%)、理系では55.6% (21卒49.6%)が4月までに内定を獲得しており、21卒ではコロナ禍の混乱があったため参考にしづらいが、いずれにしても早期化傾向には変化はない。

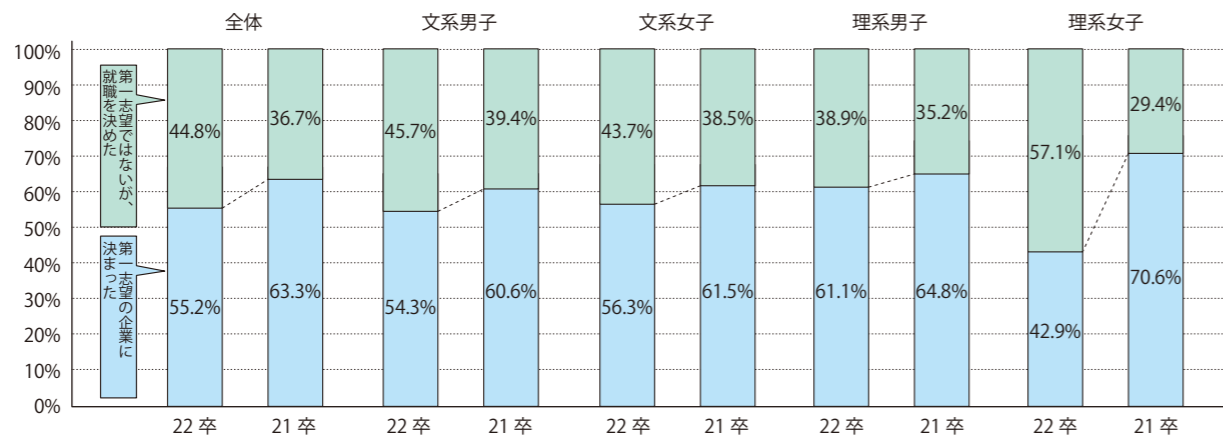
一方、内定承諾率は、全体で71.7% (21卒63.5%)と8.2ポイント増加している。文理男女別では、「理系男子」84.4% (21卒72.6%)、「理系女子」82.8% (21卒69.1%)、「文系男子」77.7% (21卒59.0%)、「文系女子」62.8% (21卒61.1%)の順で、すべての属性で内定承諾率が上昇した。21卒では急なコロナ禍による混乱で学生の企業選択の納得感にも影響が出たが、企業の採用活動のコロナ禍対応が落ち着いたことで、承諾率の上昇からも納得できる就職活動を行う学生が増えたことがうかがわれる。

DATA. 10 就職活動進行状況 (6月末時点)

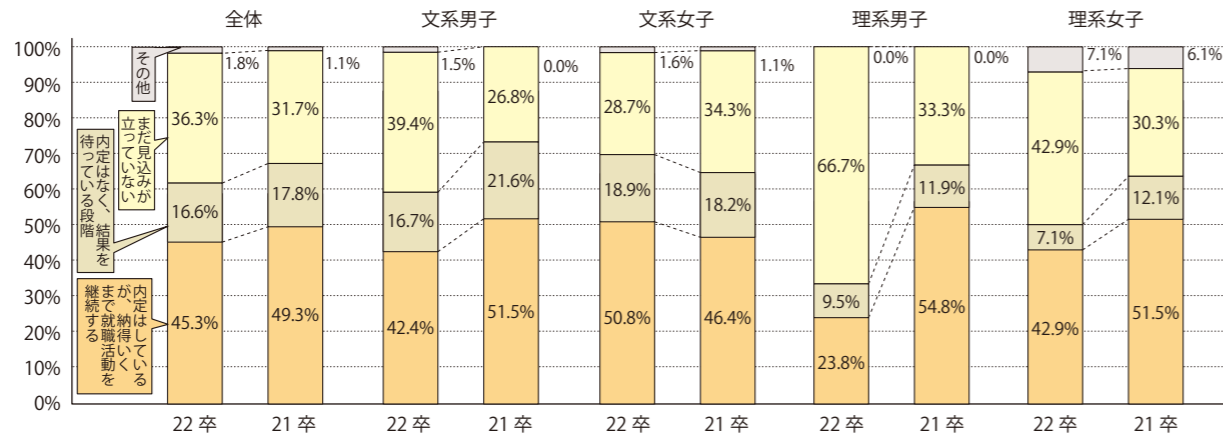
■ 学生の就職活動進行状況



■ 就職決定学生 (A) の状況 (第一志望率)



■ 就職活動継続学生 (B) の状況



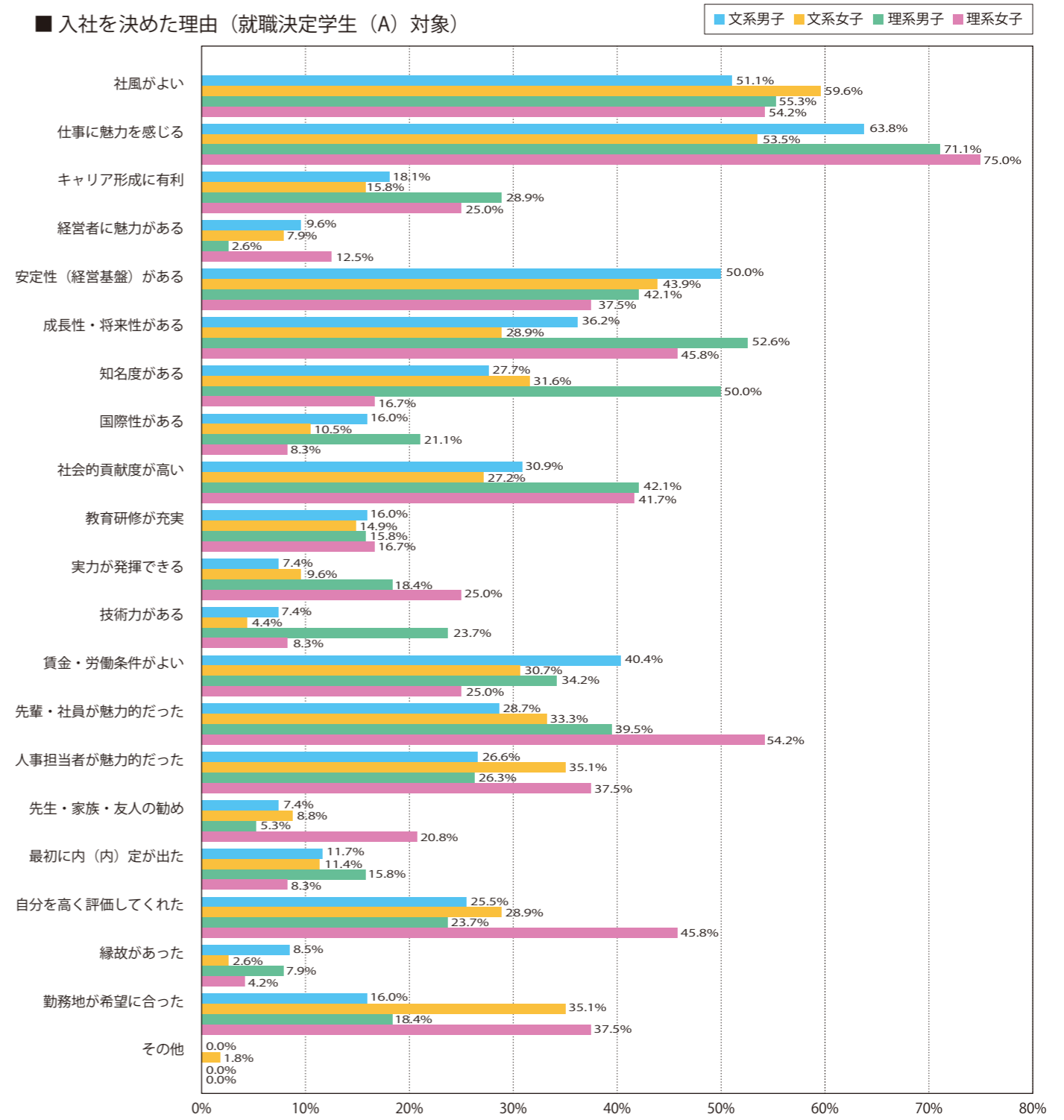
「就職先が決まって活動を終了した」学生は49.2% (21卒39.6%) と、回復基調。一方で就職活動を継続しているうち「まだ見込みが立っていない」学生は増加傾向。

調査実施時点での就職活動進行状況について、全体では49.2%が「就職先が決まって活動を終了した」と回答、21卒の39.6%から9.6ポイント増と回復の兆しが見えた。しかし、コロナ禍前の20卒の54.9%には届いておらず、回復基調とはいえ、学生にとって依然厳しい状況にあるといえよう。文理男女別にみると、「理系男子」59.0% (21卒54.0%)、「理系女子」53.8% (21卒47.9%)、「文系男子」52.9% (21卒39.5%)、「文系女子」43.5% (21卒32.4%)、といずれの属性でも回復しているが、「文系女子」のみ半数に達しておらず、厳しい状況には変わりない。

第一志望率をみると、「第一志望に決まった」と回答した学生は全体では55.2% (21卒63.3%) に留まった。特に「理系女子」は42.9% (21卒70.6%) と大幅に減少、かなり厳しかったようだ。一方、就職活動を継続している学生のうち、「内定はしているが納得いくまで継続する」と回答した学生は45.3% (21卒49.3%) と4.0ポイント減少。第一志望ではなくても妥協した学生がやや増えた。また、「まだ見込みが立っていない」と回答した学生が36.3% (21卒31.7%) と4.6ポイント増加しており、厳しい状況を示す結果となった。

DATA. 11 入社を決めた理由

■ 入社を決めた理由 (就職決定学生 (A) 対象)



入社を決めた理由の上位は例年通り「仕事の魅力」と「社風」。今後、長引くコロナ禍による社会情勢の変化が、企業選択にどう影響するか注目。

入社を決めた理由は、例年同様「仕事に魅力を感じる」「社風がよい」が選択理由のポイントに。例年上位である「仕事に魅力を感じる」は、「理系女子」75.0% (21卒71.1%)、「理系男子」71.1% (21卒68.9%)、「文系男子」63.8% (21卒63.3%) で1位。「文系女子」53.5% (21卒60.3%) で2位となっている。また、同様に高いのが「社風がよい」で、こちらは「文系女子」59.6% (21卒67.8%) で1位、「理系男子」55.3% (21卒57.4%)、「理系女子」54.2% (21卒60.5%)、「文系男子」51.1% (21卒64.6%)、で2位となっている。多少の増減はあってもこの2項目の上位は安定している。

上位2項目に続くのが、長引くコロナ禍による景気悪化への不安からか、「安定性 (経営基盤)」が、「文系男子」50.0% (21卒57.0%)、「文系女子」43.9% (21卒52.9%) で3位に選ばれている。また「理系男子」の3位は「成長性・将来性」52.6% (21卒47.5%)。「理系女子」は「先輩・社員が魅力的だった」54.2% (21卒28.9%) という人の魅力を同率の2位に挙げている。次年度以降、今後起こりうるコロナ禍による社会情勢の変化が、企業選択の理由にどう反映されるのか注目したい。

COLUMN



新型コロナウイルスの感染拡大は、採用・就職活動に多大な影響を及ぼした。特に21卒では、合同説明会や学内説明会といった就職イベントが軒並み中止となり、自社の説明会の形式変更、対面式の面接・選考の制限など、多くの企業がその対応に苦慮した。コロナ禍は、2021年(22卒)でも収束の方向に向かっていない。しかしながら、企業も学生も前年の経験を糧に、さほどの混乱はみせていない。直接接する機会を極力減らし、会社説明会から面接まで「WEB」を活用した「オンライン選考」が主流となりつつある。そこで今回は、「オンライン選考」の2年目の実態について調査した。

コロナ禍2年目を迎え、企業側はどのように対応したのか。依然として学生を会場に集めて対面で会社説明会を実施することが難しい環境下で、従業員501名以上の企業では、「WEB」による会社説明会を実施した企業が81.3%に達した。21卒では62.0%だったので19.3ポ

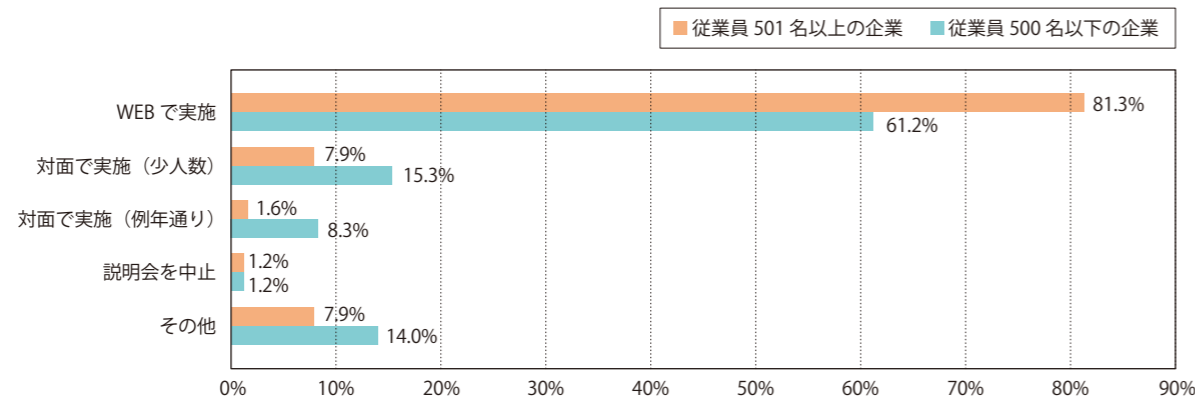
イントの大幅増だ。「対面で実施(少人数)」7.9%(21卒17.3%)、「例年通りに実施」は1.6%(21卒3.8%)に留まる。21卒では対応が間に合わず「中止」した企業が8.7%あったが、22卒では1.2%に過ぎない。

一方、500名以下の企業でも、「WEB」による実施が61.2%(21卒37.7%)と、23.5ポイントの大幅増。「対面で実施(少人数)」は15.3%(21卒30.9%)、「例年通りに実施」は8.3%(21卒12.1%)と少数派だ。また「中止」したのは1.2%(21卒6.8%)に留まる。企業規模に関わらず、今や「WEB」による会社説明会が主流といっていだろ。

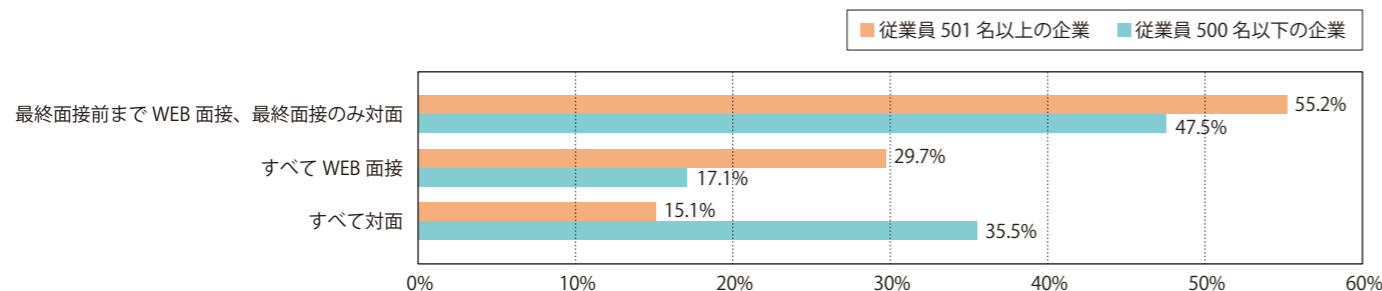
また、採用面接については、501名以上の企業では、「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」だった企業は55.2%で21卒の43.6%から11.6ポイント増加し半数を越えた。「すべてWEB」で実施した企業は29.7%(21卒34.6%)、「すべて対面」は15.1%(21卒21.8%)と減少した。

500名以下の企業では、「最終面接前までWEB、最終面接のみ対面」が47.5%と21卒の36.3%から11.2ポイント増加し、WEBへの切り替えが進んだが、「すべて対面」も35.5%(21卒46.4%)ある。「すべてWEB」は17.1%(21卒17.3%)と前年並。面接においても大手ほどWEBの利用度が高くなっているが、一度も直接対面することなく採用を決定した企業がやや減少傾向にあり、最終面接に関しては、最適な方法を模索中という企業が多いのではないかとと思われる。こうしたWEB説明会や面接の普及が、コロナ禍という特殊な状況下での特例なのか、あるいは今後感染収束後も継続されるのか、次年度以降の動向に注目したい。

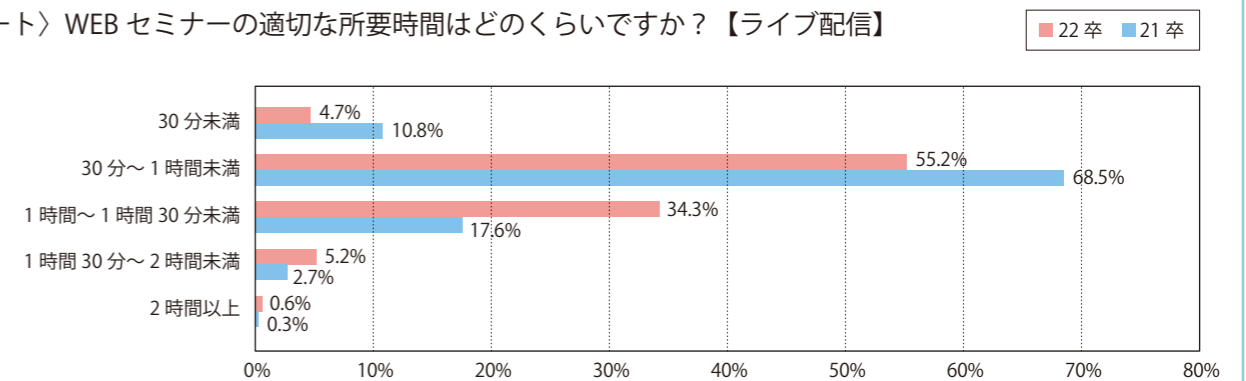
■〈企業アンケート〉会社説明会をどのようにして実施しましたか？



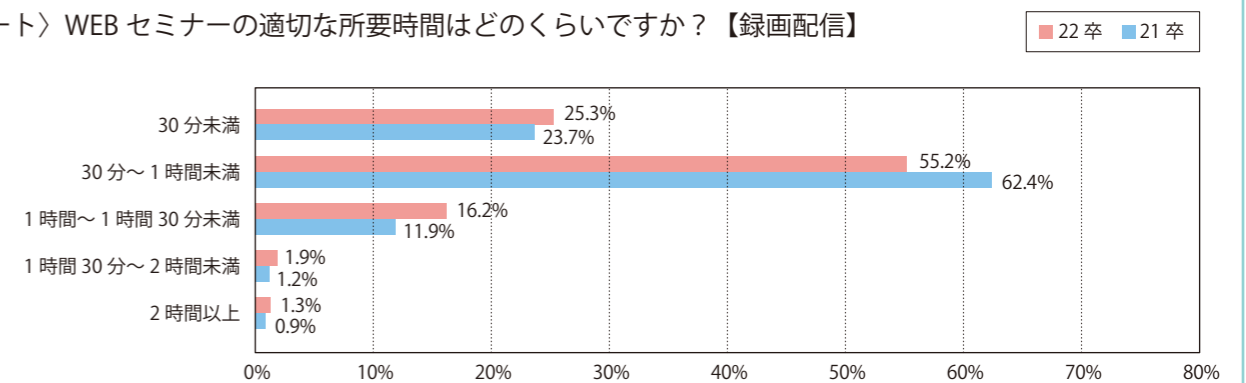
■〈企業アンケート〉採用面接はどのように実施しましたか？



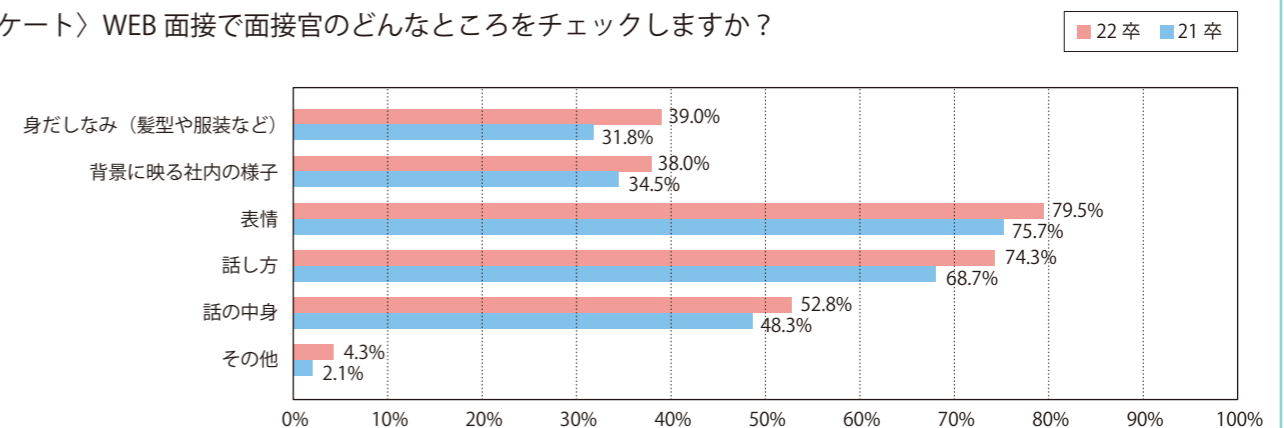
■〈学生アンケート〉WEB セミナーの適切な所要時間はどのくらいですか？【ライブ配信】



■〈学生アンケート〉WEB セミナーの適切な所要時間はどのくらいですか？【録画配信】



■〈学生アンケート〉WEB 面接で面接官のどんなところをチェックしますか？



また、一気に増加したWEBセミナーについて学生はどのように感じているのだろうか。適切と感じる所要時間は「30分～1時間」が、ライブ配信の場合で55.2%(21卒68.5%)、録画配信で55.2%(21卒62.4%)と最も多いのは前年と同じだが、数字は減少している。ライブ配信では「1時間～1時間30分未満」(34.5%)が21卒17.6%から16.9ポイント増加しており、短時間で効率的に参加できる一方で質疑応答などを含めると1時間未満ではやや物足りないと感じる学生も増加しているようだ。録画配信では「30分未満」(21卒23.7%→22卒25.3%)、「1時間～1時間30分未満」(21卒11.9%→22卒16.2%)がそれぞれ増加した。

また、学生がWEB面接の際に面接官のどんなところをチェックしているかという問いに対しては、「表情」79.5%(21卒75.7%)が最も多く、以下「話し方」74.3%(21卒68.7%)、「話の中身」52.8%(21卒48.3%)、「身だしなみ」39.0%(21卒31.8%)、「背景に映る社内風景」38.0%(21卒34.5%)と続く。面接官の表情や話し方を通じて、自分が相手にどう映っているのか、その反応を気にしているようだ。

WEB面接の際に学生はどのような点に気をつけていたのか。一方で企業はどのような点を重視していたのか、両者間の意識のギャップについて見てみよう。84.9%と多くの学生が気をつけたと回答した「背景に映る部屋の様子」について、「まあまあ重視」「かなり重視」と回答した企業はわずか18.1%に留まる。「重視しない(まったく重視しない、ほとんど重視しない)」と回答した企業も47.9%に達する。また、83.8%の学生が気をつけていた「身だしなみ」については、「まあまあ重視」「かなり重視」と回答した企業は49.1%。

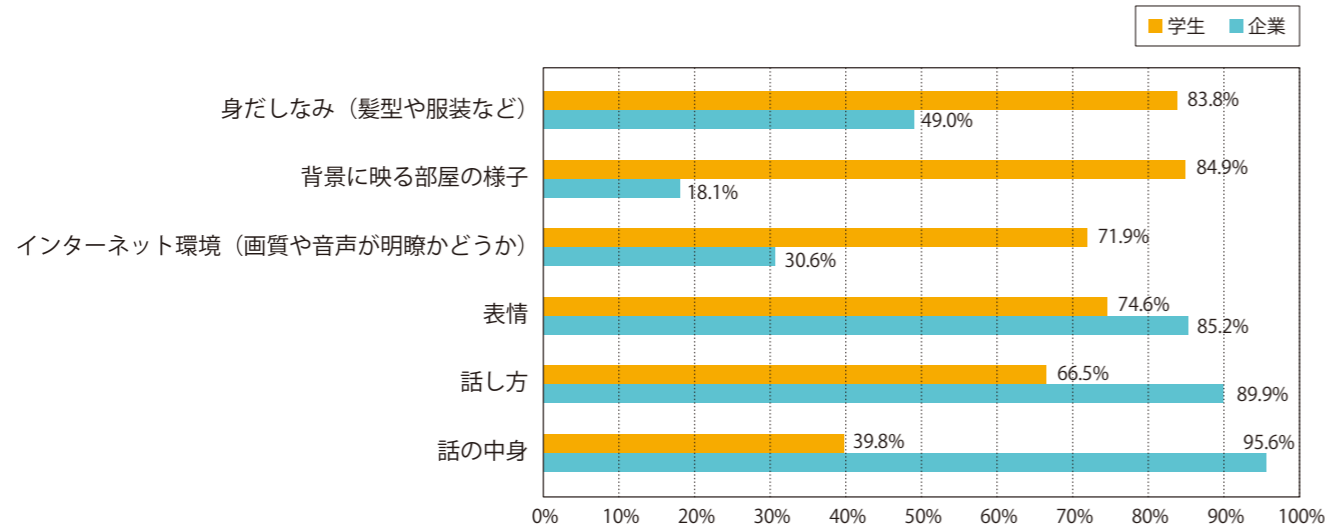
一方、95.5%の企業が「まあまあ重視」「かなり重視」と回答した「話の中身」について気をつけていた学生側は39.8%に留まった。

「重視しない(まったく重視しない、ほとんど重視しない)」と回答した企業はわずか0.2%に過ぎない。さらに、89.9%の企業が「まあまあ重視」「かなり重視」と回答した「話し方」は、学生側は66.5%が気をつけていた。これも「重視しない(まったく重視しない、ほとんど重視しない)」と回答した企業は1.5%しかない。85.2%の企業が「まあまあ重視」「かなり重視」と回答した「表情」(気をつけていた学生74.6%)と併せて考えると、対面で学生と接する機会が減ったことで、WEB面接を通じて「話の中身」や「話し方」、「表情」を通じて、人物像を読み取りたい企業と、「背景に映る部屋の様子」や「身だしなみ」など、画面上の見え方を気にする学生との間には、かなりの意識ギャップが存在しているようだ。

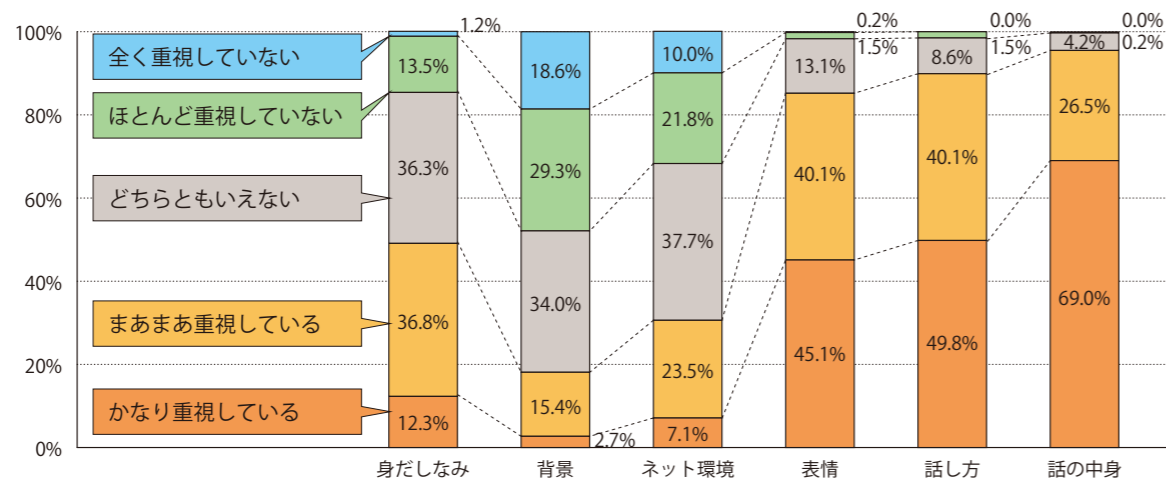
■〈学生アンケート〉WEB面接の際に自分で気をつけていることは何ですか？

〈企業アンケート〉WEBで就活生と面接する際どの程度重視しますか？

(5段階評価で「まあまあ重視している」「かなり重視している」の合計)



■〈企業アンケート〉WEBで就活生と面接する際どの程度重視しますか？



COLUMN



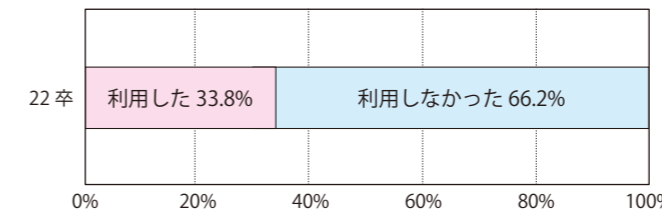
就活ツールの一つとして、近年、学生の認知度が高まってきた「新卒紹介サービス」。学生全体では33.8%が「利用した」と回答、3~4割の学生は安定して利用しており、多少の数字の変動はあれ、

すでに定着している様だ。文理男女別にみると、「文系女子」39.2%、「理系男子」32.2%、「文系男子」29.5%、「理系女子」21.1%の順に多いという傾向も前年から変化はない。

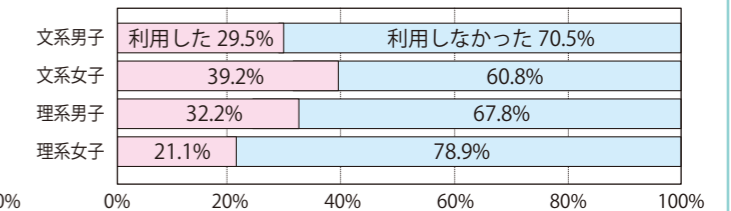
利用した理由については、「理系女子」75.0% (21卒31.3%)、「文系男子」62.8% (21卒65.5%)、「文系女子」65.2% (21卒60.5%)で「企業を紹介して欲しかった」という就職活動に直結するニーズが最多。「理系男子」47.4% (21卒55.6%)でも2位であり、学生の厳しい状況が反映される形となった。また、前年ニーズの高かった「就職全般の相談をしたかった」も、「理系男子」57.9% (21卒50.0%)、「理系女子」75.0% (21卒75.0%)で1位。「文系男子」58.1% (21卒58.2%)、「文系女子」64.0% (21卒69.8%)でも僅差の2位となっている。厳しい就職活動下にあつて「新卒紹介サービス」が、直接的なツールとして、あるいは頼れるアドバイザーとしての認知度が定着してきたことを物語っているようだ。

■〈学生アンケート〉新卒紹介サービスを利用しましたか？

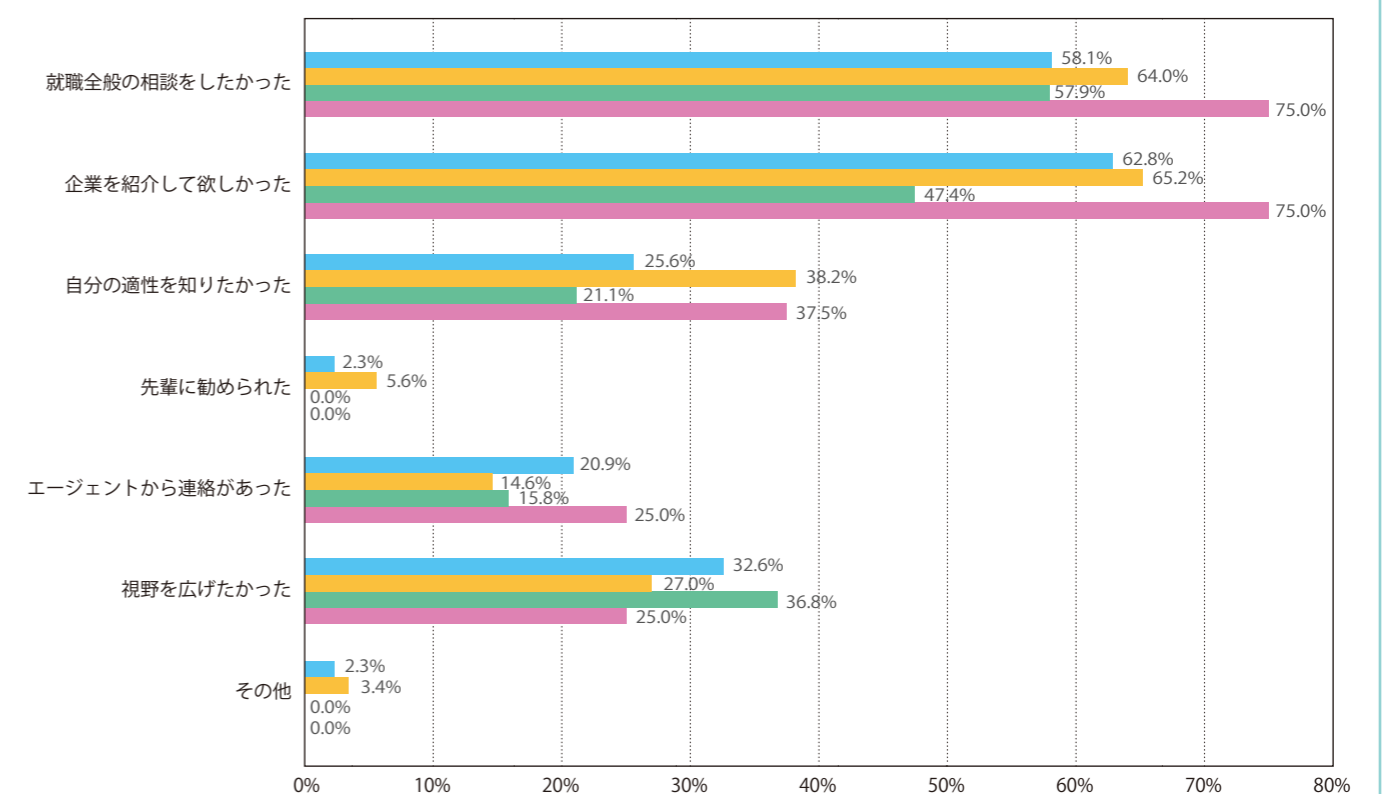
《全体》



《文理男女別》



■〈学生アンケート〉新卒紹介を利用した理由



COLUMN

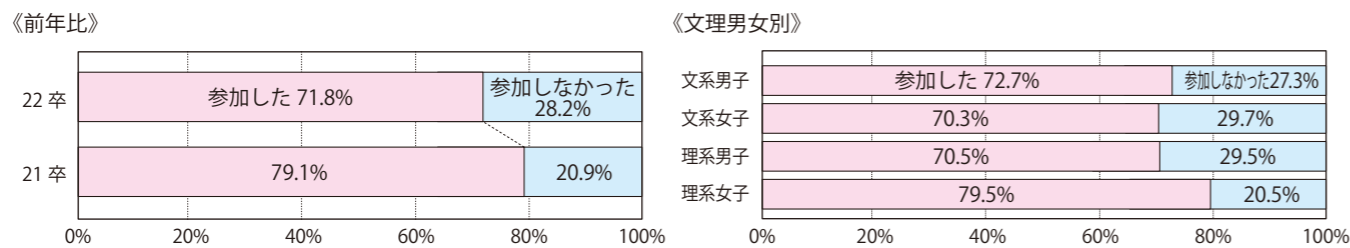


学生のインターンシップ類の参加状況は71.8%で、21卒の79.1%から7.3ポイント減少。20卒では77.0%だったので、ここ数年着実に上昇していた参加状況に陰りが見られるようにも思われるが、必ずしもそうとは言い切れないのが現状である。文理男女別にみると、「理系女子」79.5%（21卒84.3%）、「文系男子」72.7%（21卒74.7%）、「理系男子」70.5%（21卒78.8%）、「文系女子」70.3%（21卒80.5%）の順となった。

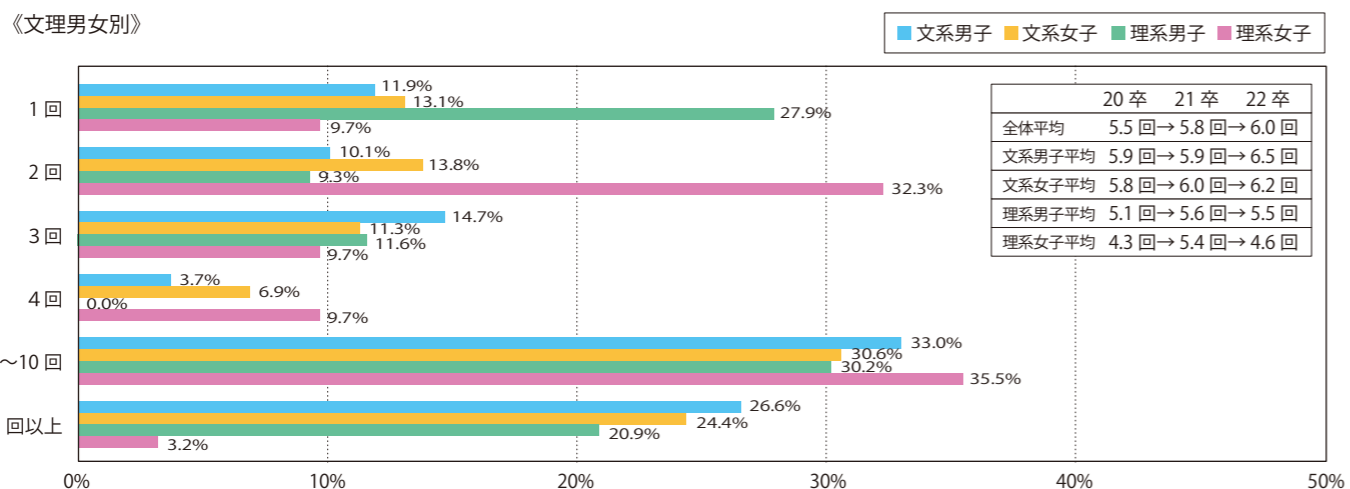
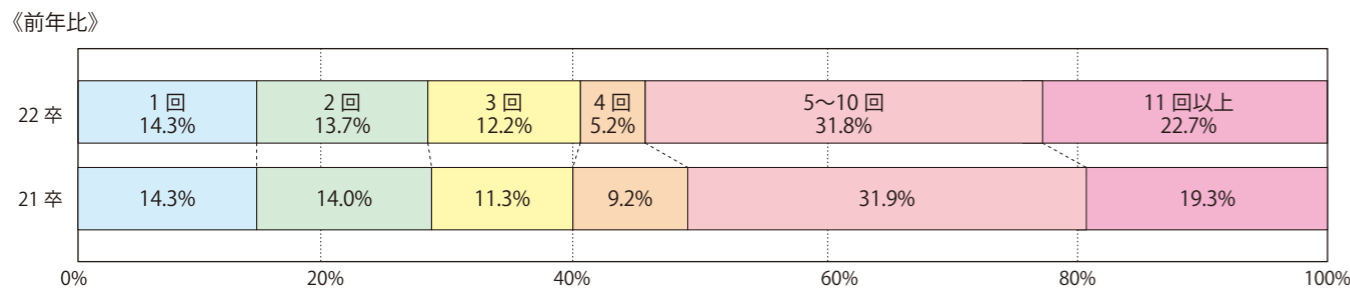
参加状況に陰りが見られるわけではないことを示すのが、参加回数である。平均参加回数は6.0回と21卒の5.8回から増加している。「4回以下」の合計は45.4%と21卒（48.8%）から減少した一方で「11回以上」が22.7%（21卒19.3%）と増加。積極派が増えている状況にあるのは特筆すべきことだろう。

文理男女別の参加回数では、「文系男子」6.5回（21卒5.9回）、「文系女子」6.2回（21卒6.0回）、「理系男子」5.5回（21卒5.6回）、「理系女子」4.6回（21卒5.4回）の順。文系が理系よりも参加回数が多いのは例年通りの傾向で、特に「理系女子」は参加率は高いものの参加回数は少ないというこれまでの傾向から変化はない。

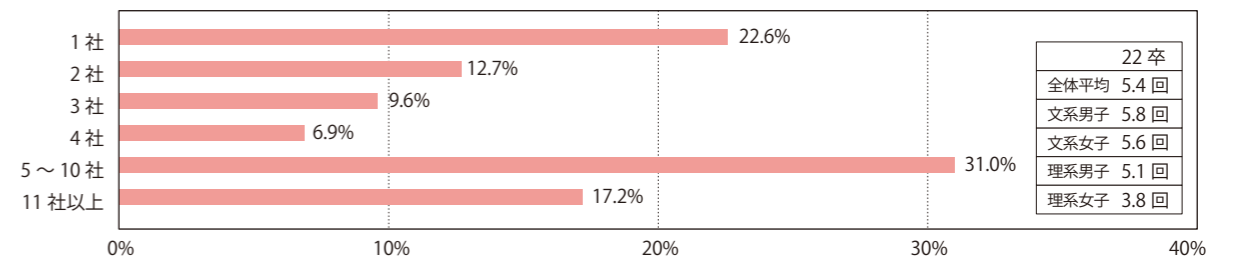
■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加しましたか？



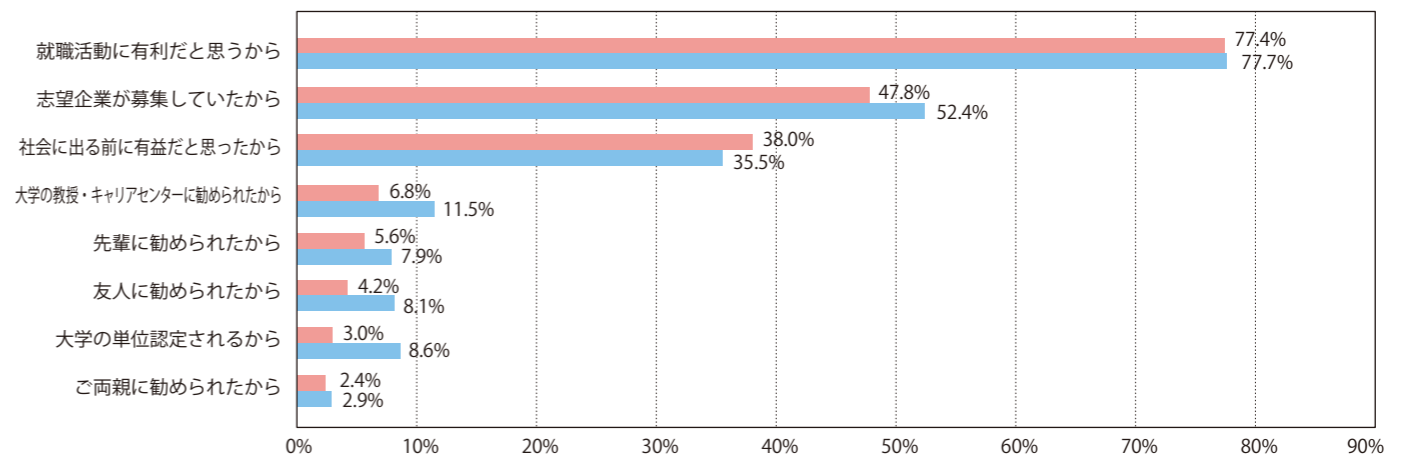
■〈学生アンケート〉参加回数



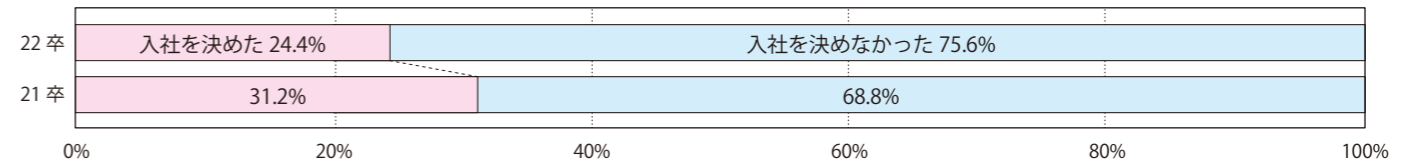
■〈学生アンケート〉参加したインターンシップ類のうち、オンラインは何社ありましたか？



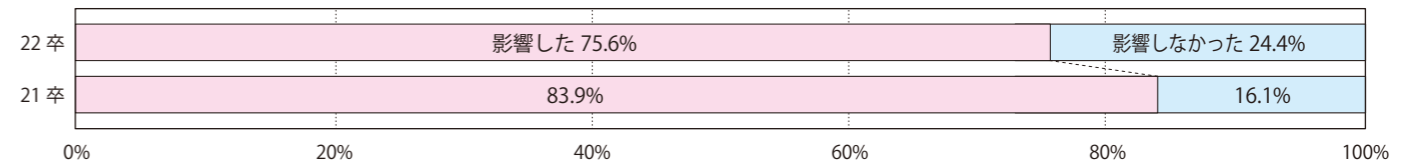
■〈学生アンケート〉参加した理由



■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した会社に入社を決めましたか？



■〈学生アンケート〉インターンシップ類に参加した経験は、入社企業の選択に影響しましたか？

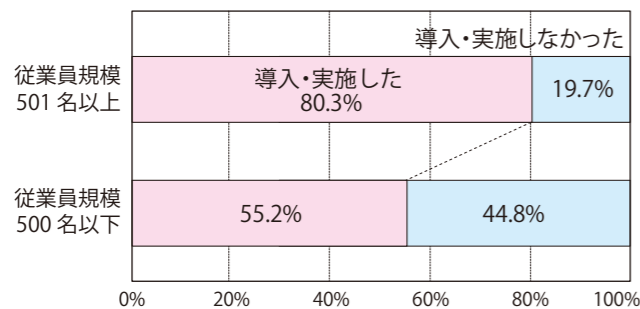


参加回数の増加の要因になっていると思われるのが、オンラインによるインターンシップ類参加状況である。コロナ禍2年目となり、オンラインによる実施が増加したことで、学生にとってはより参加しやすい環境が整った。インターンシップ類参加の全体平均6.0回のうち、オンライン参加した学生は5.4回で全体の9割に達する。文理男女別にオンラインでの参加回数とインターンシップ類参加全体に占める割合みると、「文系男子」5.8回（89.2%）、「文系女子」5.6回（90.3%）、「理系男子」5.1回（92.7%）、「理系女子」3.8回（82.6%）の順。ほぼオンラインによる参加であったことがわかる。視点を変えれば、参加率がやや減少したのは、こうしたオンラインによる参加自体に意義を見出せなかった学生が若干数存在したのかもしれない。

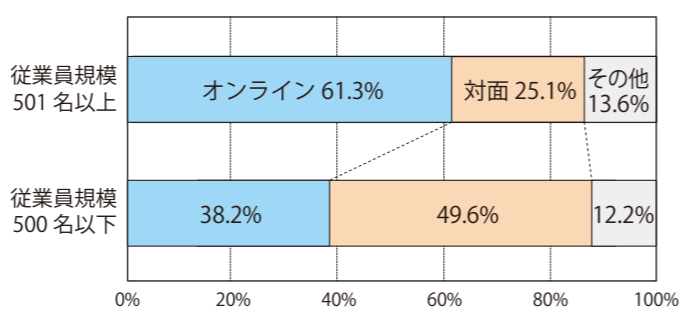
インターンシップ類に参加した理由は、「就職活動に有利だと思うから」が1位で77.4%と21卒の77.7%と同様に高い数字を示した。また、「志望企業が募集していたから」も47.8%と21卒の52.4%から微減するも2位。3位の「社会に出る前に有益だと思うから」38.0%（21卒35.5%）からはやや差が開いた形となり、学生にとってインターンシップ類参加は就職活動の一環との認識がすでに定着していることが鮮明になった。

インターンシップ類への参加経験が入社企業の選択に影響した学生は75.6%と21卒の83.9%から8.3ポイントの減。このあたりも直接企業の職場に接することのできないオンライン開催の影響かもしれない。

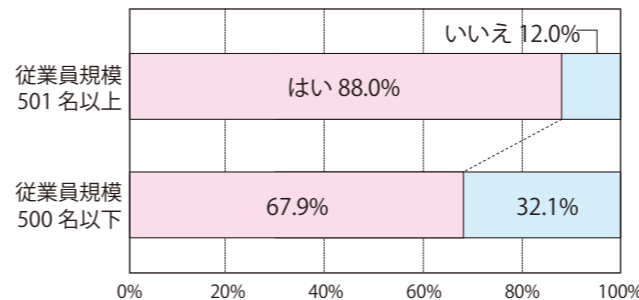
■〈企業アンケート〉インターンシップ類を導入・実施しましたか？



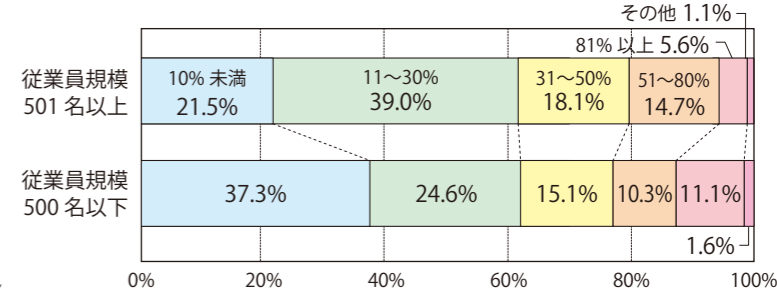
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施方法



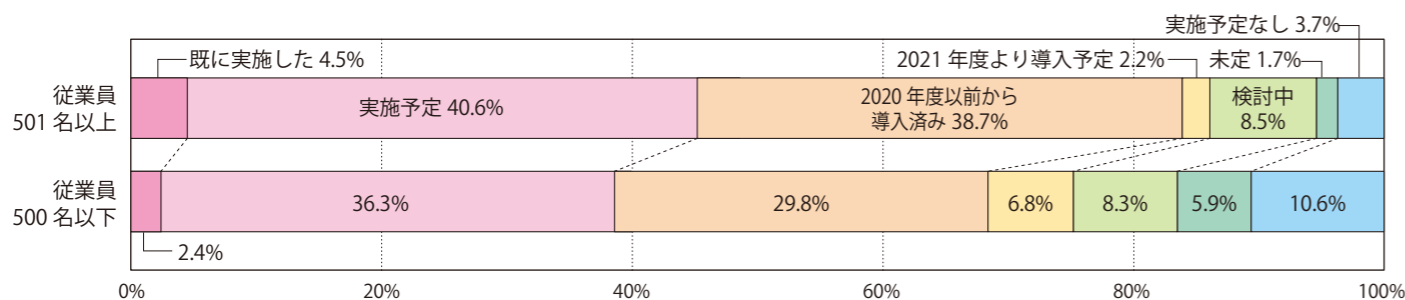
■〈企業アンケート〉インターンシップ類から採用した企業割合



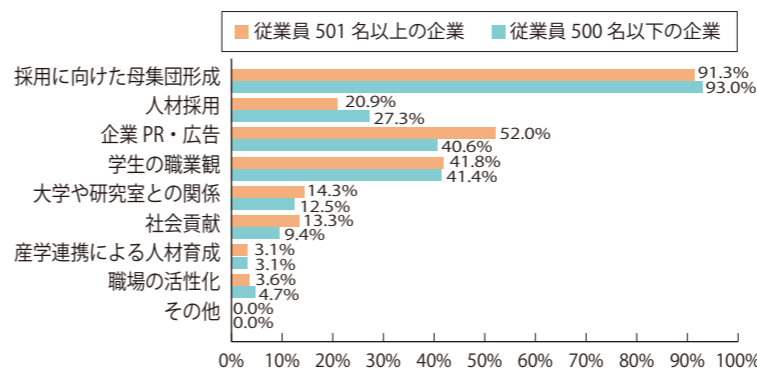
■〈企業アンケート〉内定者に占めるインターンシップ類参加者の割合



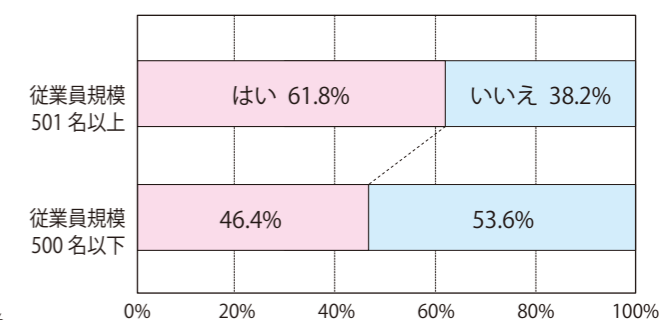
■〈企業アンケート〉2021年度のインターンシップ類導入・実施予定



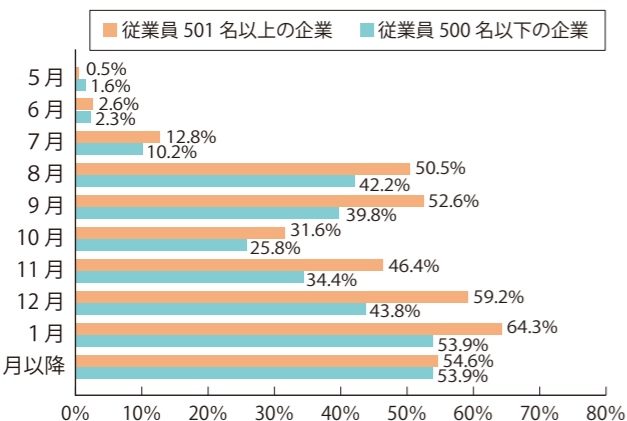
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施理由



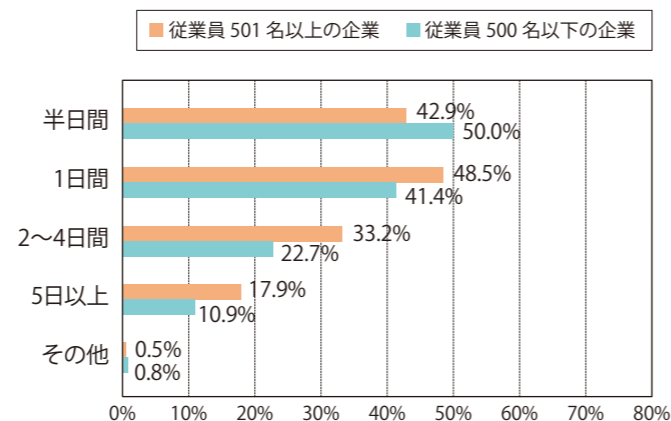
■〈企業アンケート〉インターンシップ類に優遇策を講じていますか？



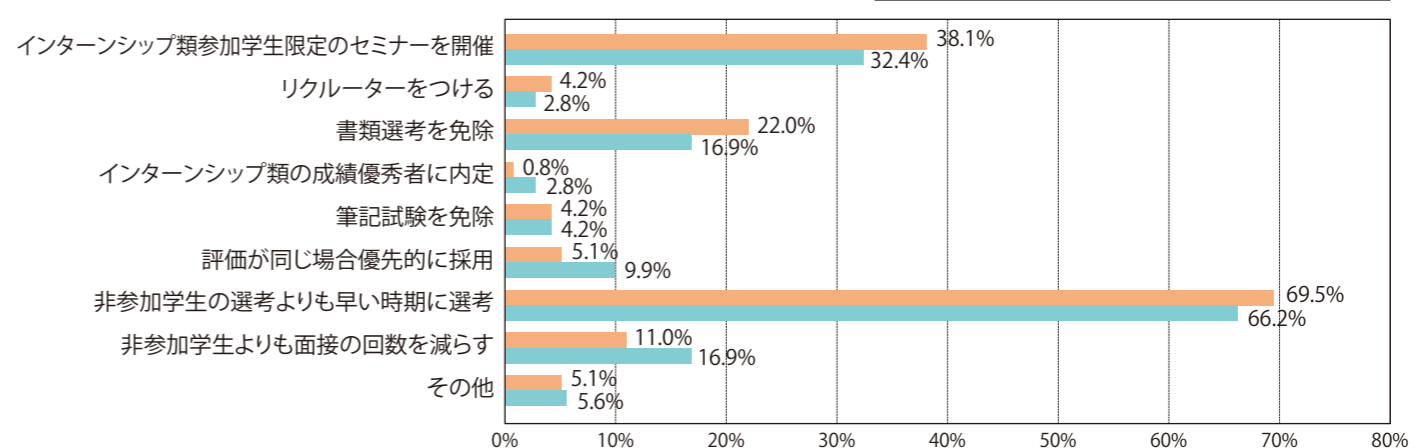
■〈企業アンケート〉インターンシップ類実施月



■〈企業アンケート〉インターンシップ類日数



■〈企業アンケート〉優遇策について



一方、企業のインターンシップ類への取り組み状況はどうだったのだろうか。「導入・実施した」企業は、従業員501名以上企業で80.3%、従業員500名以下の企業で55.2%。コロナ禍にあっても、大手企業を中心に多くの企業で導入が進んでいるのがわかる。導入率の伸びにはやや陰りも見られるが、高い水準での安定的増加傾向は今後も継続するだろう。その傾向は今後の導入予定をみても明らかで、企業規模別にみると従業員501名以上企業で「既に実施した」・「実施予定」・「以前から導入済」・「2021年度より導入予定」の合計は86.0%に達する。21卒では77.8%だったのでさらに増加する見込みだ。従業員500名以下の企業でも、「すでに実施した」・「実施予定」・「以前から導入済」・「2021年度より導入予定」の合計は75.2%で21卒の62.8%から12.4ポイントの増。企業規模に関わらず、今後さらに多くの企業が実

施する可能性を示唆している。企業にとっても、インターンシップ類は今や重要な位置付けとなっているようだ。

またコロナ禍におけるインターンシップ類の実施形式については、501名以上の企業で62.2%がオンラインで実施。対面式は25.5%に留まっている。一方、500名以下の企業ではオンラインによる実施が39.1%、対面式が50.8%と対面式の方が多数派だが、そもそも学生の受け入れ数自体が少ないのもその一因だろう。インターンシップ類の実施時期については、501名以上の企業で「1月」が64.3%で1位だが、「12月」59.2%、「2月以降」54.6%、「9月」52.6%、「8月」50.5%が差なく続いており、時期を分散化させて複数回実施する企業の増加が目立つ。500名以下の企業でも、前年同様「2月以降」が53.9%で1位だが、「1月」53.9%（同率1位）、「12月」43.8%、「8月」42.2%と差なく続いてお

り、大手同様時期を分散させて複数回実施する傾向が読み取れる。

また、「インターンシップ類を実施した日数」については、501名以上の企業で「1日間」が最も多く48.5%、「半日間」が42.9%が2位。500名以下の企業では「半日間」50.0%で1位、「1日間」が41.4%で2位。企業規模に関わらず、短期間派が主流で、逆に「5日間以上」という長期間派は従業員501名以上の企業で17.9%、500名以下の企業で10.9%に留まった。

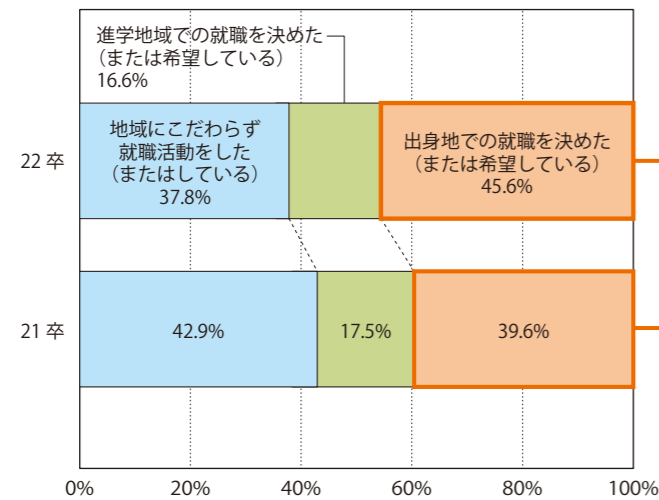
インターンシップ類参加者から採用した割合は、501名以上の企業で88.0%、500名以下の企業で67.9%と高い水準を維持。採用活動におけるインターンシップの重要性の高さがうかがえる数字だ。また、内定者に占めるインターンシップ類参加者の割合が「30%以下」の合計は、501名以上の企業で54.6%、500名以下の企業

で60.9%と過半数を超える数字となっている。

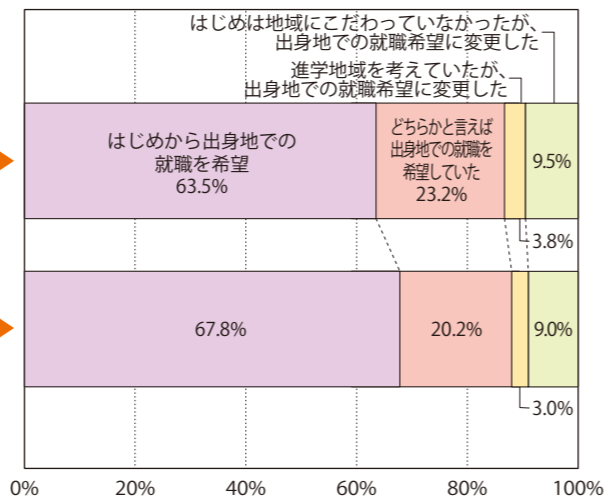
インターンシップ類の実施理由は「採用に向けた母集団形成」が従業員参加者の501名以上の企業で91.3%、500名以下の企業で93.0%とインターンシップ類の採用活動における重要性の認識は一層高まった。また、インターンシップ類参加者への優遇策の有無については「優遇策を講じている」企業は501名以上の企業で61.8%、500名以下の企業で46.4%となった。優遇策の内容については企業規模に関わらず「非参加学生の選考よりも早い時期に選考」を行う企業が最も多く、「参加学生限定のセミナーを開催」が続き、限定的な優遇策にとどまる傾向に大きな変化は見られなかった。

DATA. 15 Uターン就職に関する意識

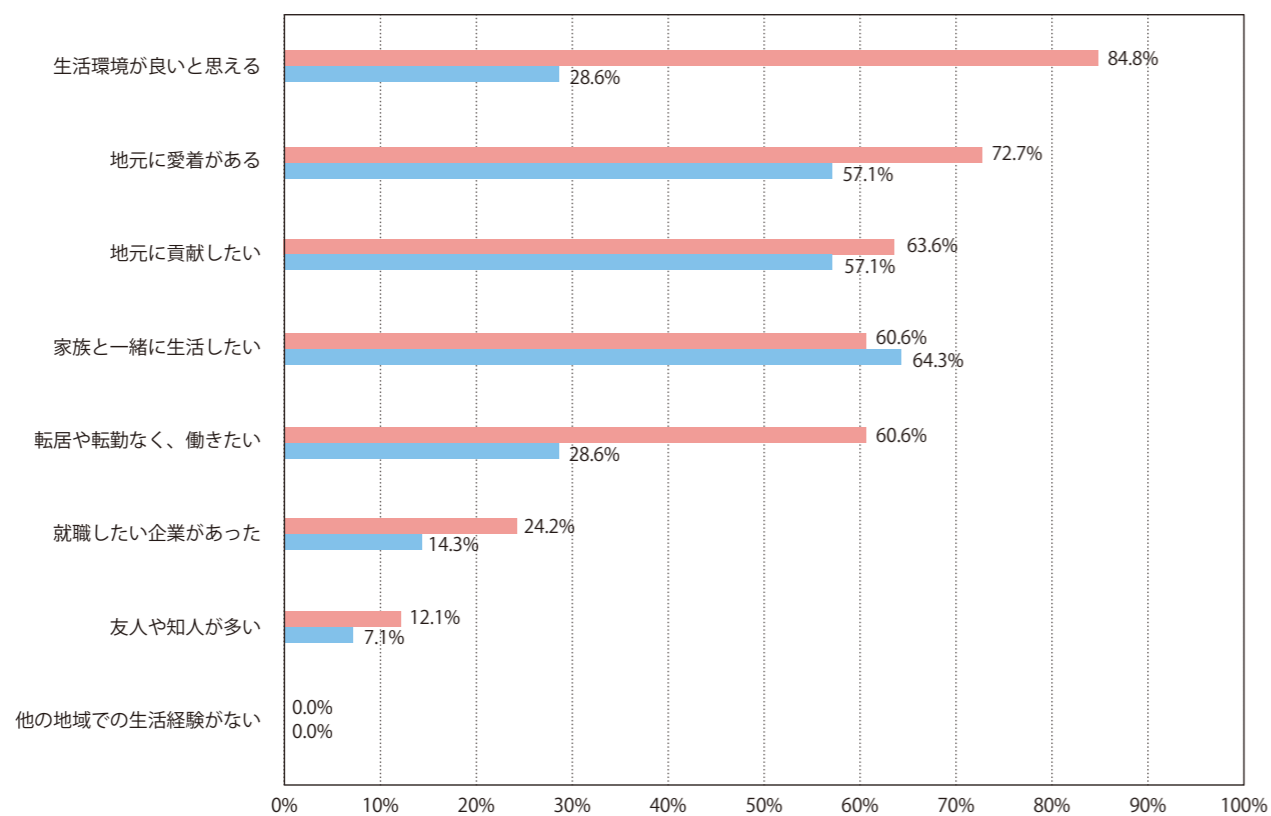
■ 学生の就職地域意識



■ 出身地就職希望者の意識変化



■ Uターン就職を希望する理由 (出身地就職希望者対象)



Uターン志向の学生は45.6%とやや増加。Uターン希望の理由では、「生活環境が良いと思える」が1位に。

就職先の地域に関する意識について、「出身地での就職を決めた(または希望している)」と回答したUターン志向の学生は45.6%(21卒39.6%)と6.0ポイント増加した。一方、「地域にこだわらず就職活動をした(またはしている)」学生は37.8%(21卒42.9%)、「進学地域での就職を決めた(または希望している)」学生も16.6%(21卒17.5%)と、前年からやや減少した。

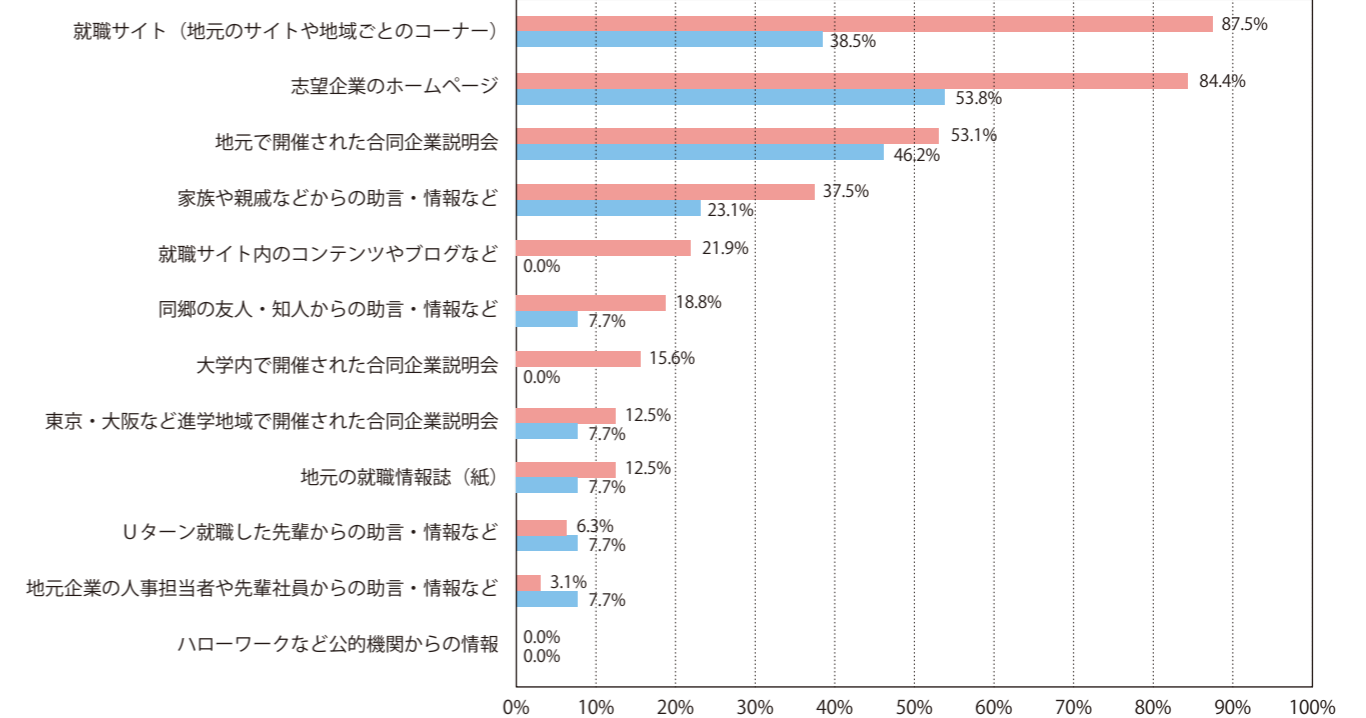
Uターン志向の意識変化では、「はじめから希望」と「どちらかといえば希望」の合計で86.7%(21卒88.0%)と微減。その内訳は「どちらかといえば希望」という選択肢に幅を持たせた学生が23.2%(21

卒20.2%)と3.0ポイント増加しており、最初から地元を意識した就職活動を行っていたUターン志向の学生はやや減少している。

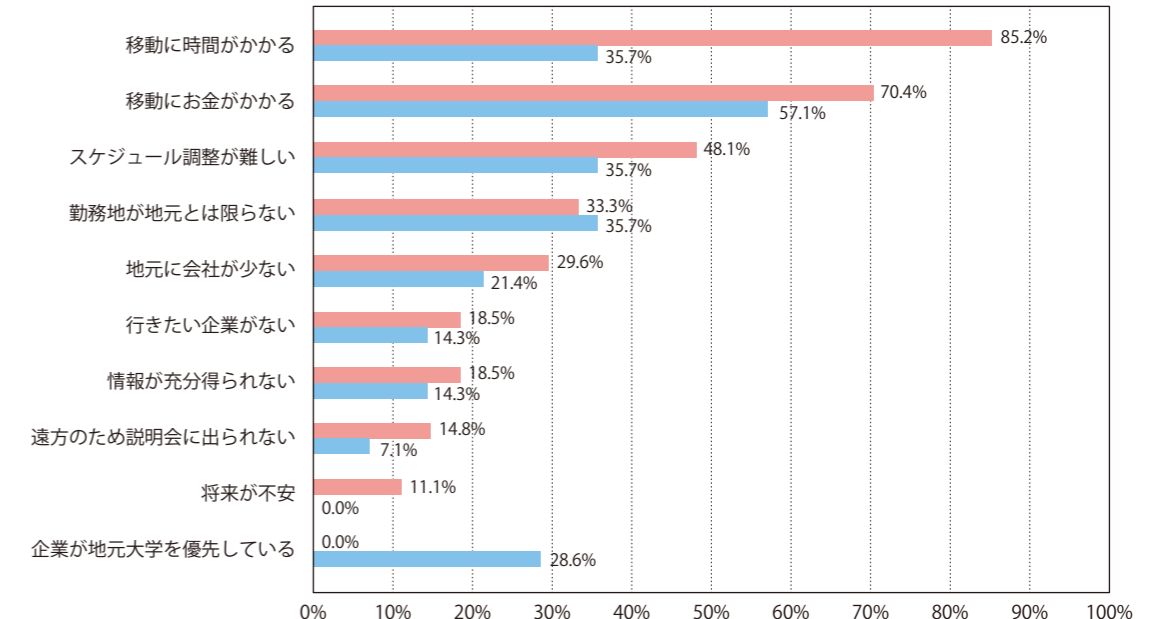
出身地での就職を希望する理由としては、前年減少していた「生活環境が良いと思える」が84.8%(21卒28.6%)で1位となった。また、「地元に着がある」が72.7%(21卒57.1%)が2位。以下、「家族と一緒に生活したい」63.6%(21卒64.3%)、「地元で貢献したい」60.6%(21卒57.1%)が高いのは例年通りだが、「転居や転勤なく働きたい」60.6%(21卒28.6%)を理由に挙げる学生の増加が目立つ結果となった。

DATA. 16 Uターン就活の実際

■ Uターン就活で役立ったもの (出身地就職希望者対象)



■ Uターン就活で困ったこと (出身地就職希望者対象)



Uターン就活に役立ったものは「就職サイト」、「企業のHP」。移動のためのコストと時間が、依然としてUターン就活の障壁。

出身地での就職活動で役に立ったものとして、「就職サイト」87.5%(21卒38.5%)、「志望企業のホームページ」84.4%(21卒53.8%)を挙げる回答が目立つ結果となった。コロナ禍2年目でオンライン選考による採用・就職活動が主流となったことで、情報の収集もWEB上で行うことが多くなったのだろうと推察される。コロナ禍前は「地元で開催された合同説明会」(20卒68.2%)が最も多かったのだが、22卒では53.1%に留まっている。合同説明会自体の開催数が減ったり、地元への移動の制限なども影響しているのではないと思われる。

一方、Uターン就活で困ったことについては、21卒で減少した

「移動に時間がかかる」が85.2%(21卒35.7%)と大幅に増加して1位に。同じく21卒で減少した「移動にお金がかかる」も70.4%(21卒57.1%)と増加した。オンライン選考の導入が進んでいるとはいえ、地域によっては導入率にもばらつきがあり、依然として移動の必要があるケースが少なくないのだろうと思われる。コストと時間を伴う「移動」は、コロナ禍による移動の制限を含め、Uターン就活においては避けて通れない障壁のようだ。コロナ禍の収束如何に関わらず、オンライン選考の導入がより進まない限り、この障壁は今後もUターン志望の学生を悩ますことになりそうだ。

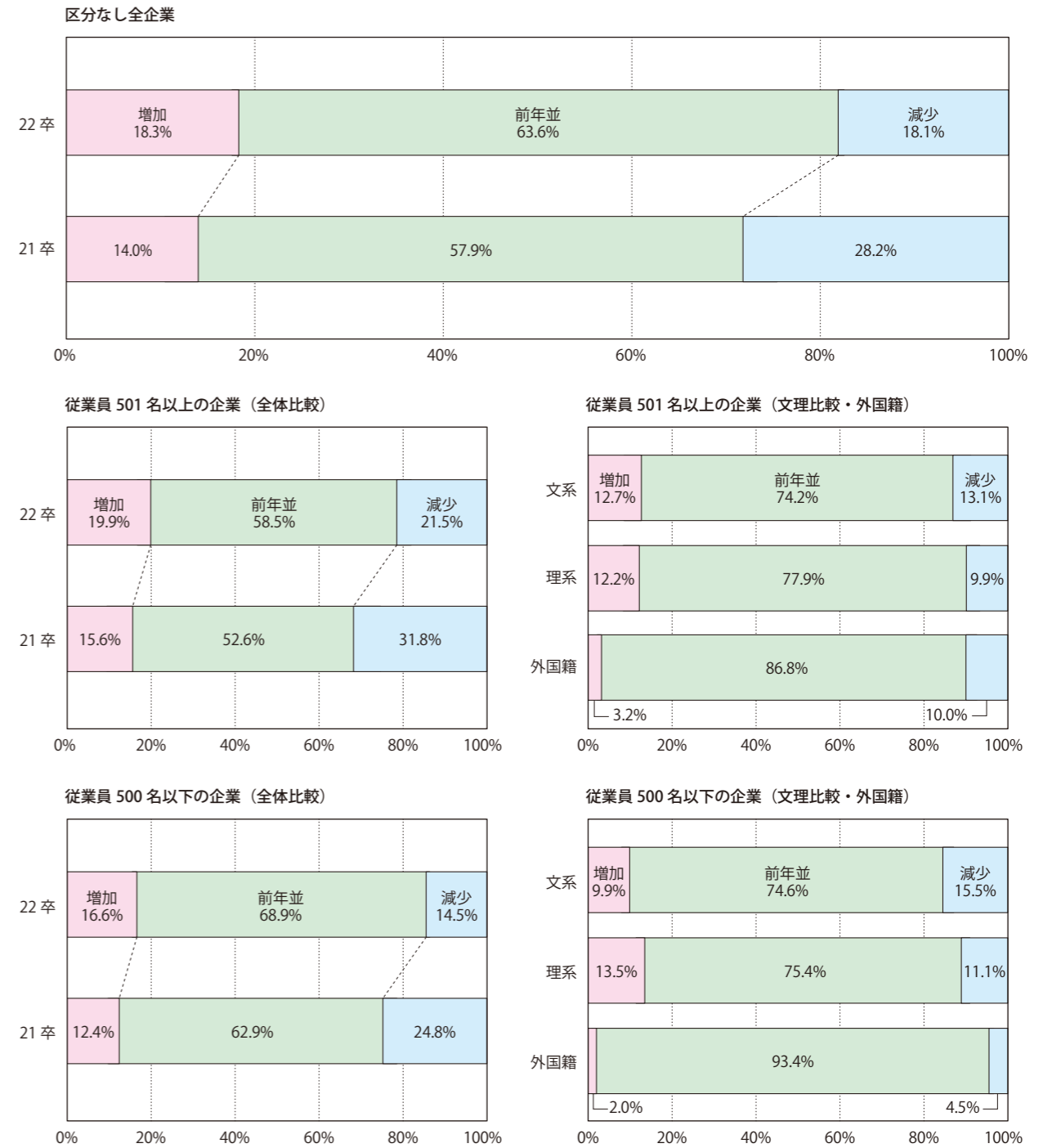
第2章 企業の採用活動総括

POINT

- WEBで会社説明会を実施した企業は大手で81.3%、中堅・中小で61.2%。採用面接を全て対面で行った企業は大手で15.1%、中堅・中小で35.5%と採用活動のオンライン化が進む。
- インターンシップ類を実施・導入した企業は大手で8割、中堅・中小も過半数に。
- 採用計画は「増加」が「減少」を上回る回復基調。
文理別では文系は「減少」傾向が続くが理系では「増加」が「減少」を上回る。
- プレエントリー受付時期の主流は「12月以前」、エントリーシート選考結果の通知開始時期は3月ピークが定着。前年遅らせた企業もコロナ禍2年目で「早めた」企業が増加。
- 採用選考開始時期は「3月上旬」ピークながら早期化が進む。
- 内定開始時期はコロナ禍前に戻る。企業規模に関わらずやや早期化、大手、中堅・中小とも「6月以降」は2割に。
- 採用課題ではオンライン選考が主流となった影響か「学生の意識・ホンネが読めない」が増加する一方、「応募母集団形成」「説明会への予約・参加」は改善。
- 採用活動を終了した企業は大手で50.9%、中堅・中小では37.1%。
企業規模に関わらず「採用予定数に未達なので募集継続」する企業が増加。
- 内定者フォローや辞退防止のため実施したものは大手で76.9%中堅中小で73.9%が「内定者懇親会」だがコロナ禍で集めにくくなっている。オンライン選考の影響か面接回数は少なめにシフト。
- 筆記・適性テストの導入企業は91.1%。4社に1社が今後導入してみたいテストに「ストレス耐性テスト」を希望。

DATA. 17 採用計画

■ 採用人数の増減（前年比）



依然として採用に慎重な姿勢は残るが、全体では「増加」が「減少」を上回る回復基調。文理別では文系では「減少」傾向が続くが、理系では「増加」が「減少」を上回る。

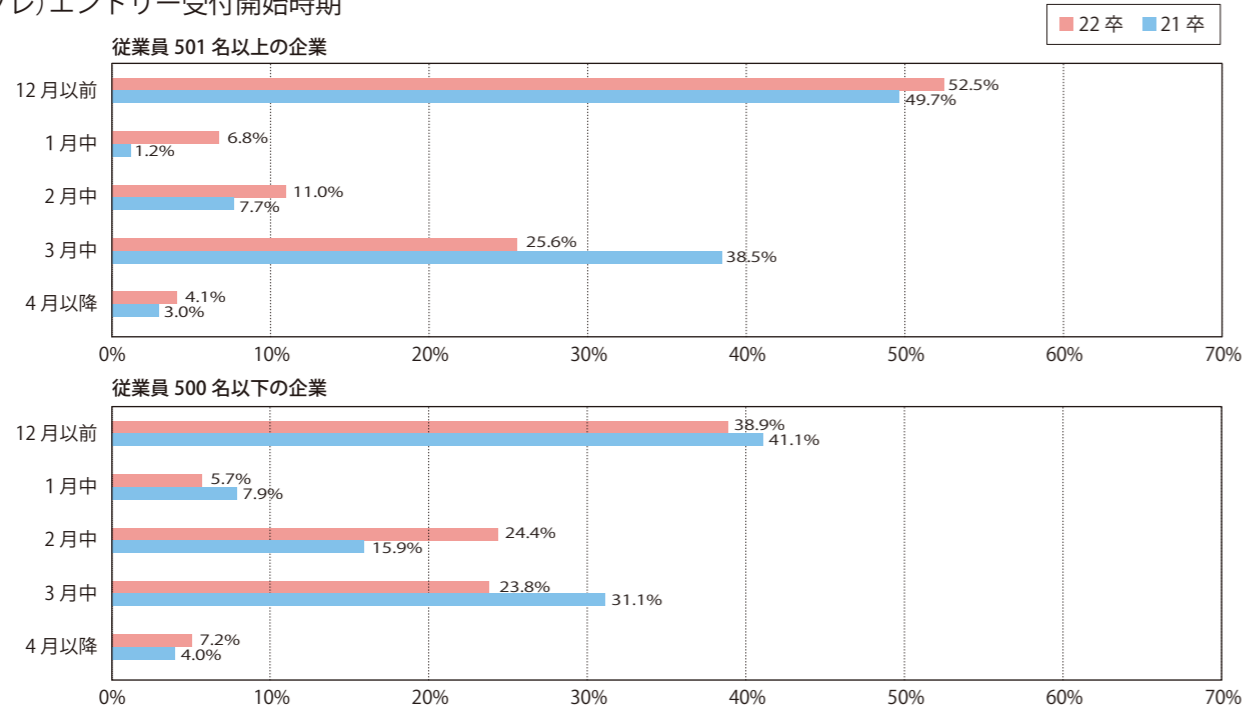
21卒では採用人数を減少させる企業の増加が目立ったが、22卒では「増加」する企業が18.3%（21卒14.0%）と4.3ポイント増加。一方、「減少」する企業は18.1%（21卒28.2%）と10.1ポイント減少。わずかではあるが再び「増加」が「減少」を上回った。ただ「前年並」も63.6%（21卒57.9%）と1.3ポイント増加、採用に慎重な姿勢をみせる企業も散見される。企業規模別にみると、従業員501名以上の企業で「増加」19.9%（21卒15.6%）を「減少」21.5%（21卒31.8%）が上回っており、「前年並」が58.5%（21卒52.6%）であることと併せて考えると、戻りつつあるとはいえ、まだ採用に慎重な姿勢が垣間見え

る。対して従業員500名以下の企業では、「増加」16.6%（21卒12.4%）が「減少」14.5%（21卒24.8%）を上回り、コロナ禍前に戻りつつあるようだ。

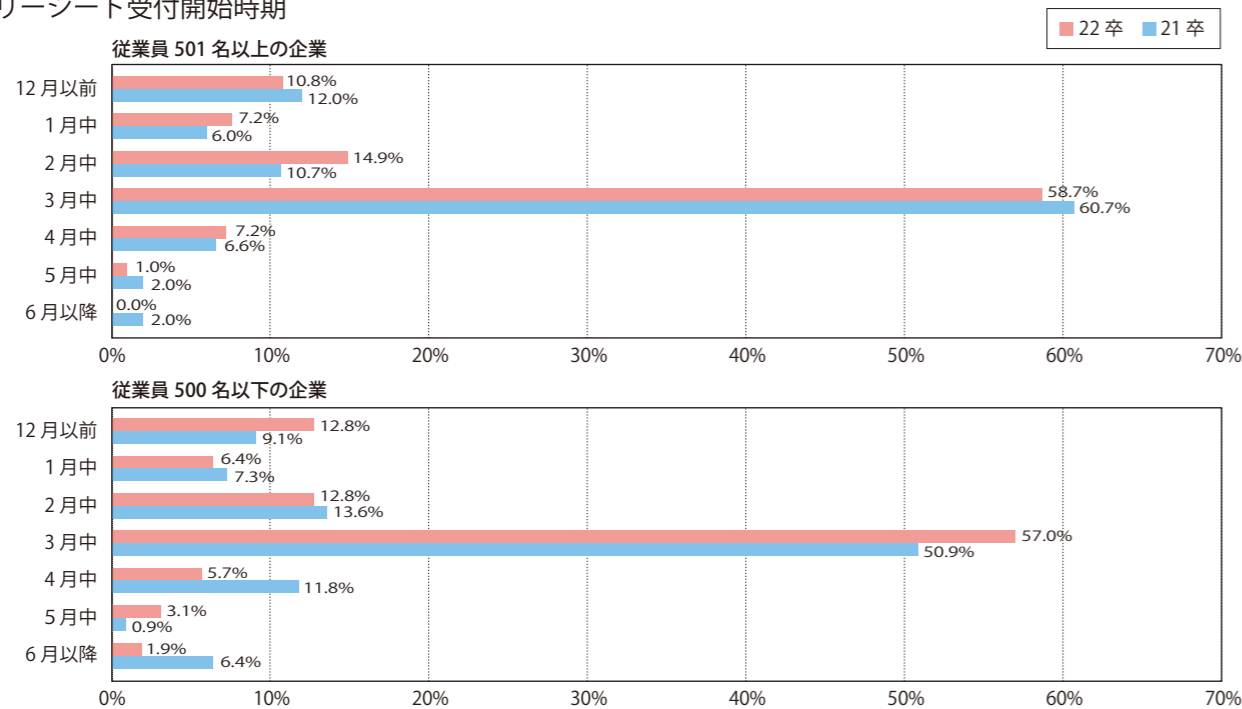
文理別にみると、501名以上の企業で「増加」は文系12.7%、理系12.2%、「減少」は文系13.1%、理系9.9%となったが、500名以下の企業では「増加」は文系9.9%に対して理系は13.5%、「減少」も文系15.5%に対して理系11.1%と、企業規模に関わらず文系では「減少」が「増加」を上回っているが、逆に理系では「増加」が上回っており、理系を中心に回復しつつあるようだ。

DATA. 18 プレエントリー受付&エントリーシート受付開始

Web(プレ)エントリー受付開始時期



エントリーシート受付開始時期



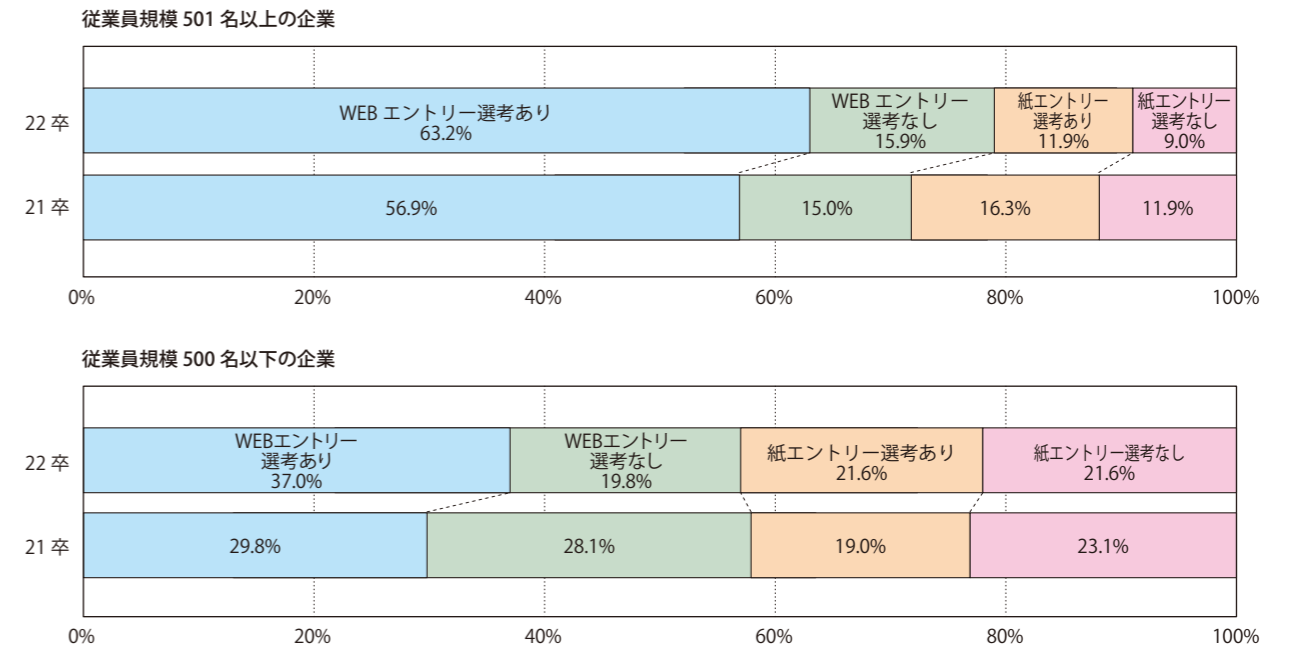
**プレエントリー受付開始時期の主流は、「12月以前」に。
エントリーシート受付開始時期は「3月中」中心も、前倒し傾向が進む。**

プレエントリーの受付開始時期は、従業員501名以上の企業で、「12月以前」が52.5% (21卒49.7%)と2.8ポイント増加して過半数となり21卒に引き続き1位。「3月中」は25.6% (21卒38.5%)と12.9ポイント減少し、前倒し傾向がより強まった。従業員500名以下の企業でも同様の傾向がみられ、「12月以前」が38.9% (21卒41.1%)と微減ながらも1位。20卒では1位だった「3月中」は23.8% (21卒31.1%)と7.3ポイント減少、早期化に加えて、分散化も進んだ形となった。企業規模に関わらず、プレエントリー受付はかつての「3月中」から「12月以前」へとシフトしつつあるようだ。

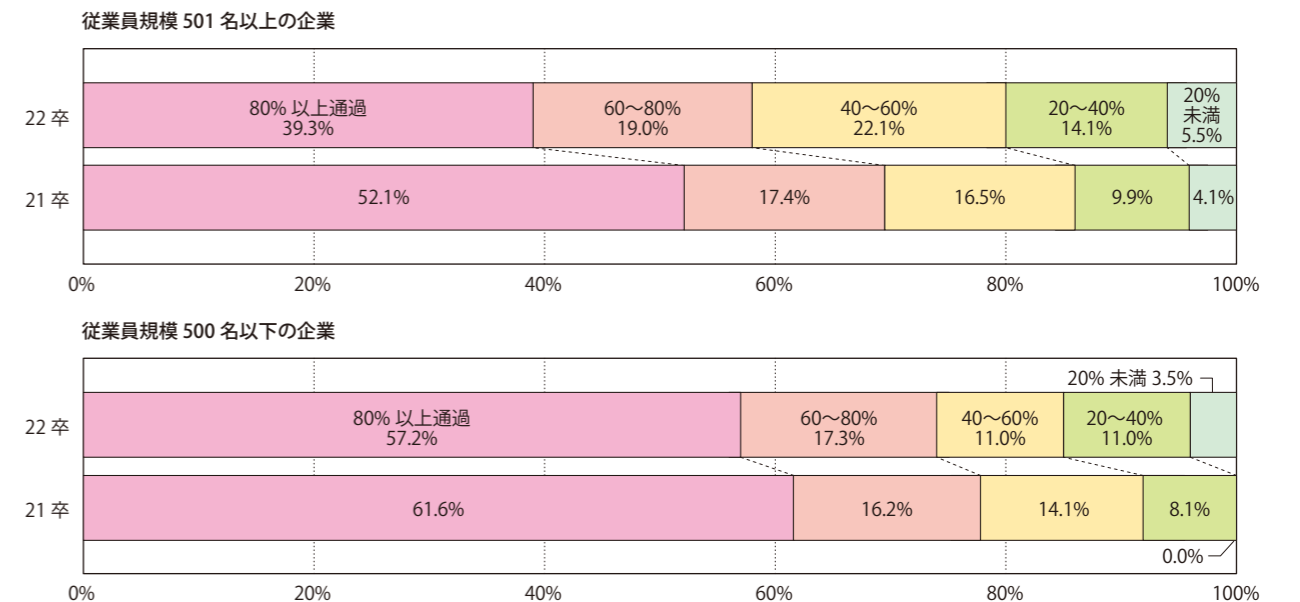
エントリーシートの受付開始時期については、従業員501名以上の企業では、「3月中」の回答が58.7% (21卒60.7%)と2.0ポイントの減。それに対し「2月中」14.9% (21卒10.7%)が4.2ポイントの増加。また、従業員500名以下の企業では、「3月中」が57.0% (21卒50.9%)と6.1ポイントの増。「12月以前」も12.8% (21卒9.1%)増加したのに対し、「4月中」は5.7% (21卒11.8%)と6.1ポイント減少しており、企業規模に関わらず、わずかではあるが、前倒しが進んだ形となった。

DATA. 19 エントリーシートについて

エントリーシートの種類と選考の有無



エントリーシートでの絞り込み度合い



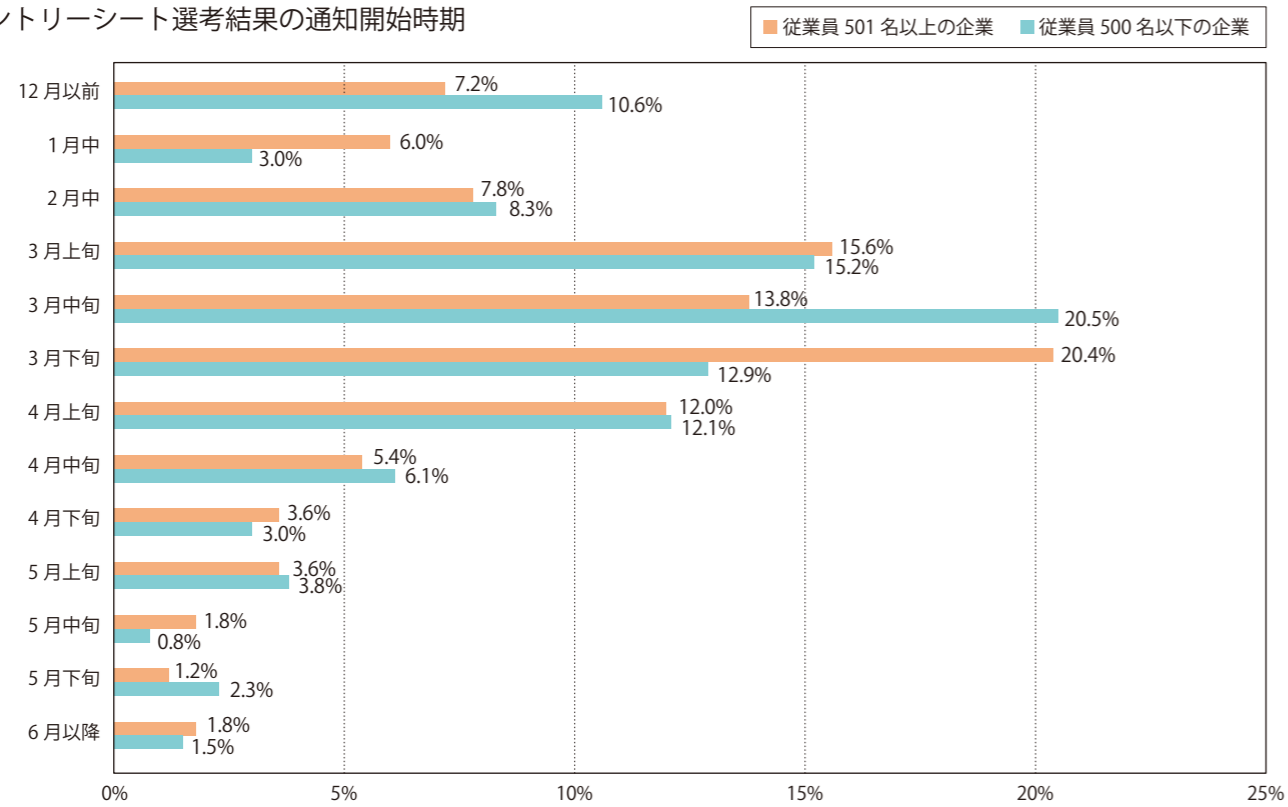
**エントリーシートのWEB化が加速、大手で79.1%、中堅・中小で56.8%が導入。
大手企業は選考・絞り込みへの活用が加速。**

エントリーシート (ES) を利用している企業のうちWEBと紙の内訳をみると、従業員501名以上の企業ではWEBが79.1% (21卒71.9%)、紙が20.9% (21卒28.2%)。紙からWEBへの移行はさらに進んでおり、WEBが8割弱と主流となっている。一方、従業員500名以下の企業では、WEBが56.8% (21卒57.9%)、紙が43.2% (21卒42.1%)。数字としてはほぼ横ばいだが、20卒では紙の方が多数派であったことを考えれば、中堅・中小においてもESのWEB化が進んでいるといってもいいだろう。選考全般のオンライン化が進んでいる状況下では、ESもまたWEBが主流になっていくものと推測できる。

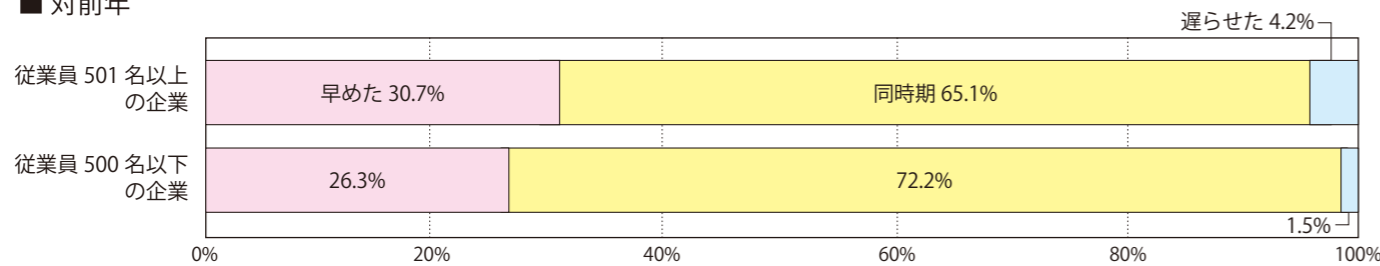
ESによる選考については、選考「あり」と回答した企業が501名以上で75.1% (21卒73.2%)と前年より増加。500名以下の企業でも、選考「あり」が58.6% (21卒48.8%)となった。ESによる絞り込みについては、「80%以上」通す企業が501名以上で39.3% (21卒52.1%)、500名以下で57.2% (21卒61.6%)と高いが、その比率は共に下がっており、ESを選考・絞り込みに活用しようとする動きがやや加速した。ただ絞り込みすぎると、採用母集団を確保できなくなることもあり、今後の動きには要注目である。

DATA. 20 エントリーシート選考結果通知開始時期

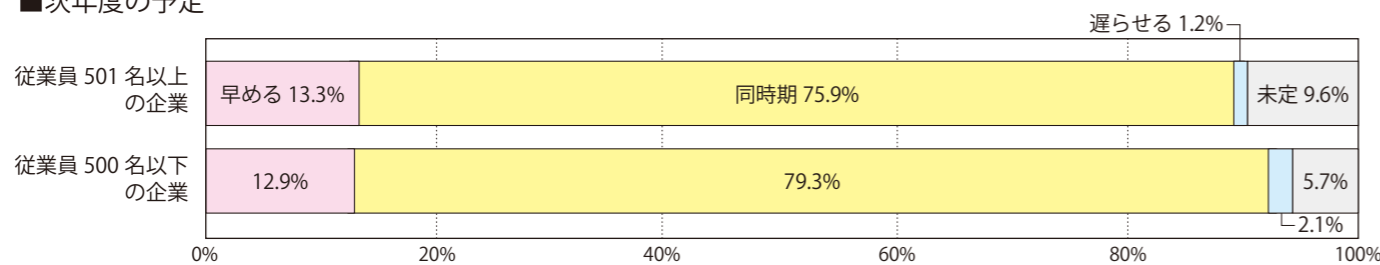
■ エントリーシート選考結果の通知開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



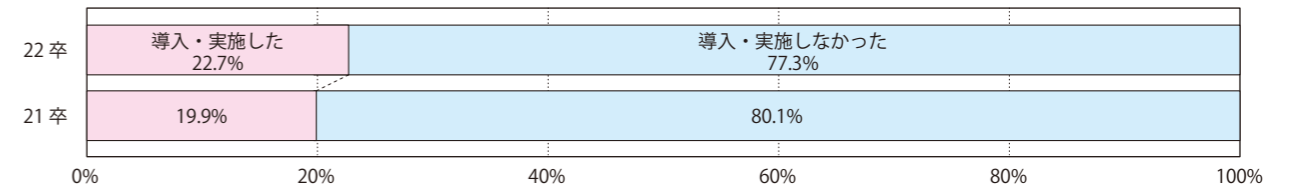
エントリーシートの選考結果の通知開始時期は、3月ピークが定着。前年コロナ禍の影響で遅らせた企業も、コロナ禍2年目で「早めた」企業が増加。

エントリーシート (ES) の選考結果通知開始時期は、従業員501名以上の企業で「3月中」が49.8% (21卒43.5%) と6.3ポイント増で最多。「2月中」も7.8% (21卒5.3%) と2.5ポイント増加しており、3月前後の時期に集中してきていることがうかがえる。前年比較では、「早めた」企業が30.7% (21卒21.3%) と増加、「遅らせた」企業は4.2% (21卒16.9%) に留まった。次年度については、「同時期」が75.9% (21卒69.3%) と最も多く、「早める」と回答した企業は13.3% (21卒19.7%) となった。次年度は今年度と同じぐらいの時期に開始する予定の企業が多いものと思われる。

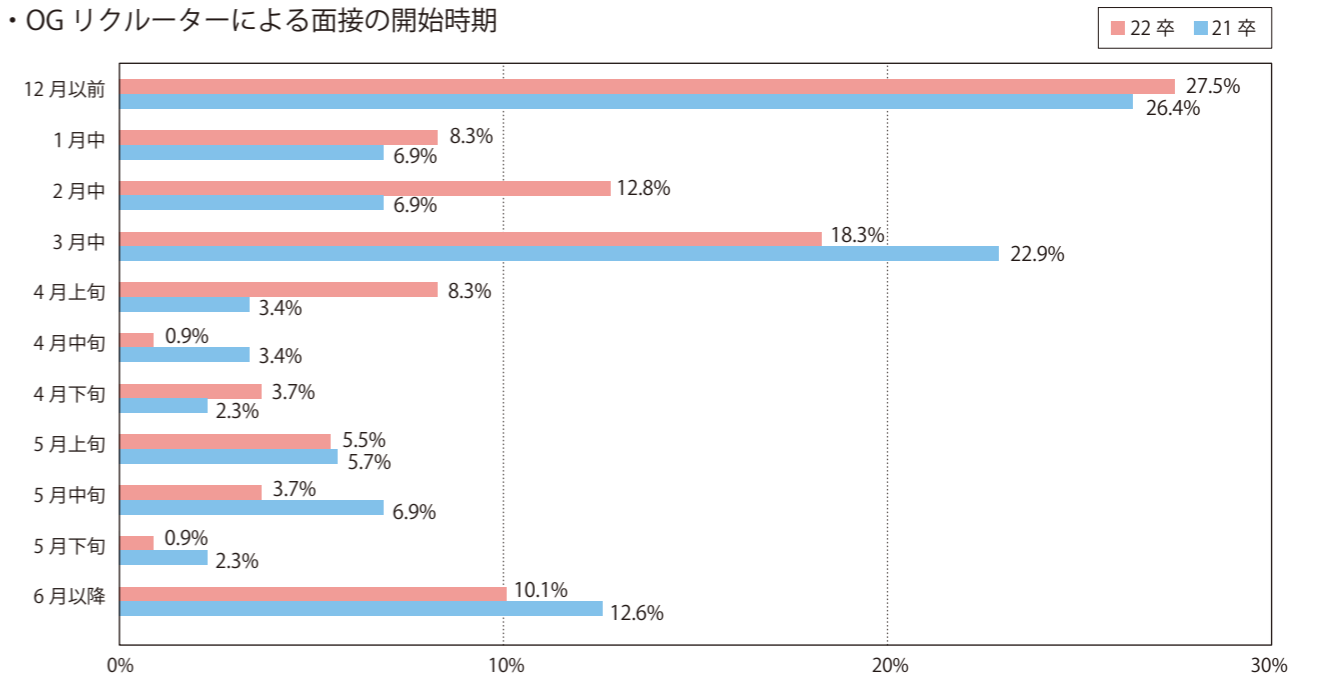
一方、従業員500名以下の企業も、基本的な傾向は大手企業と同じ。選考結果の通知開始時期で最多は「3月中」で48.6% (21卒45.2%) と3.4ポイント増加。「4月上旬」12.1% (21卒9.5%) も増加している。また、「12月以前」も10.6% (21卒6.0%) と増加しており、中堅・中小ではやや早期化の傾向がうかがい知れる。前年比較では「早めた」企業は26.3% (21卒23.9%) と増加、「遅らせた」企業は1.5% (21卒20.7%) に留まった。次年度の予定については、「同時期」が79.3% (21卒68.8%) と増加し、「早める」企業は12.9%に留まっている。

DATA. 21 OB・OG リクルーターによる面接

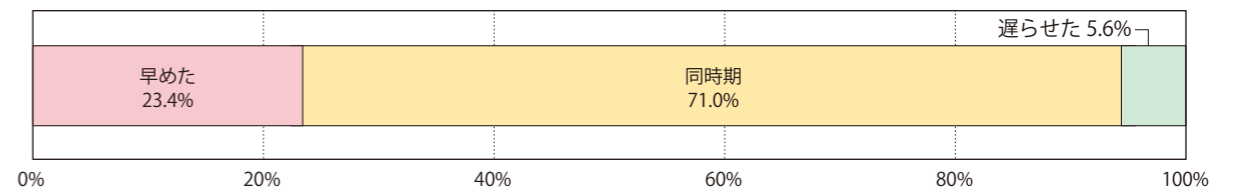
■ OB・OG リクルーターによる面接の実施



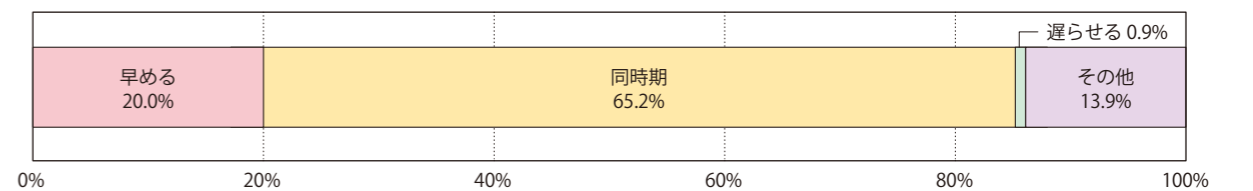
■ OB・OG リクルーターによる面接の開始時期



■ 対前年



■ 次年度の予定



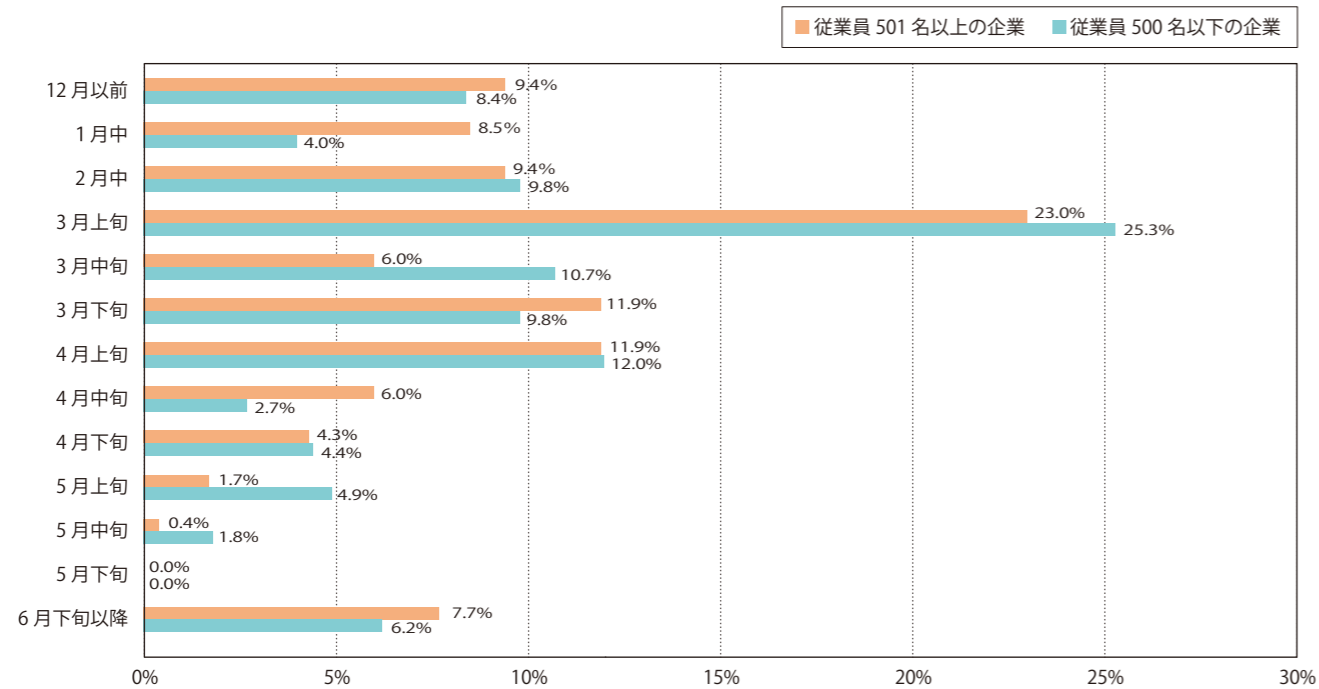
OB・OG リクルーターによる面接を実施している企業は22.7%で、ここ数年横ばい。接触開始時期は「12月以前」が増加し、早期化傾向が加速。

OB・OGリクルーターによる面接を実施した企業は22.7%で、ここ数年はほぼ横ばいで推移している。人員の手配やコストがかかることもあり、導入企業は2割前後となっている。また、導入・実施している企業の接触開始時期については、「12月以前」が27.5% (21卒26.4%) から微増の1位。20卒では1位だった「3月中」は18.3% (21卒22.9%) と年々減少傾向にあり、採用広報解禁前はかなり早い段階から、積極的に接触機会を増やす動きが主流となりつつあることがわかる。

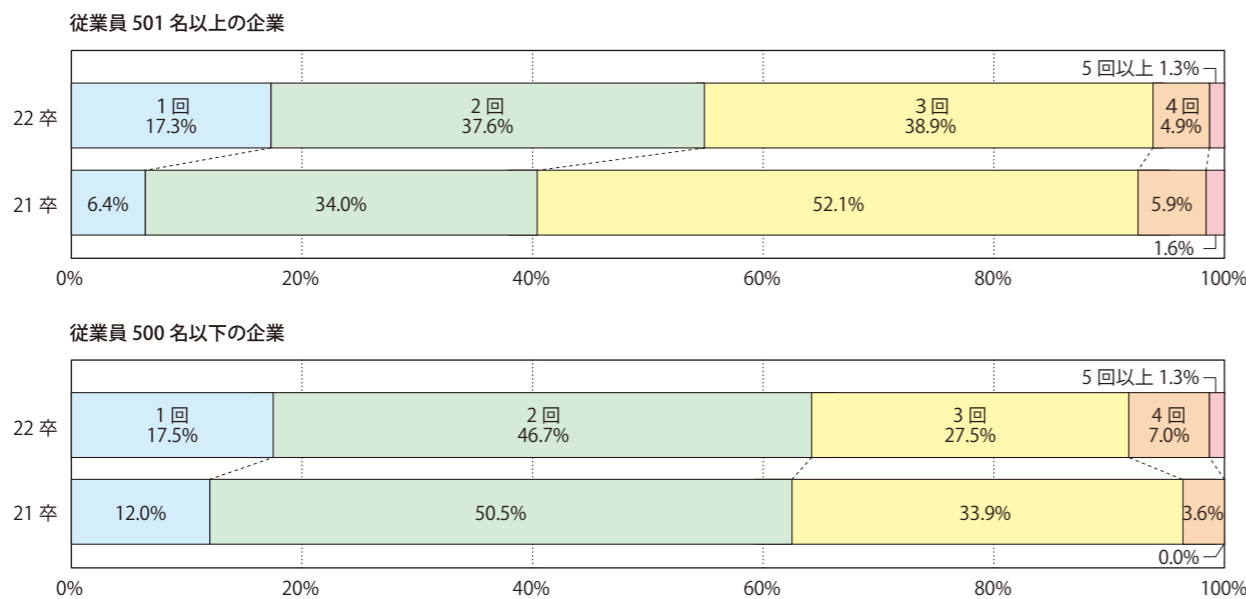
対前年比でみると、「早めた」と回答した企業は23.4% (21卒26.2%) と2.8ポイントの減少。「同時期」が71.0% (21卒59.5%) と11.5ポイント増加し、「遅らせた」企業は5.6% (21卒14.3%) と8.7ポイント減少した。現状維持を選択する企業が多く、「遅らせた」企業は減少している。次年度の予定では、「同時期」が65.2% (21卒68.1%) と横ばいに推移する一方で、「早める」と回答した企業は20.0% (21卒16.0%) と4.0ポイントの増。次年度以降、接触開始時期の前倒しが進むことが予測される。

DATA. 22 採用選考開始時期

採用選考開始時期



内定までの面接回数



採用選考開始時期は、「3月上旬」ピークは継続ながら早期化が進む。オンライン面接が主流になった影響からか、面接回数はやや少なめにシフト。

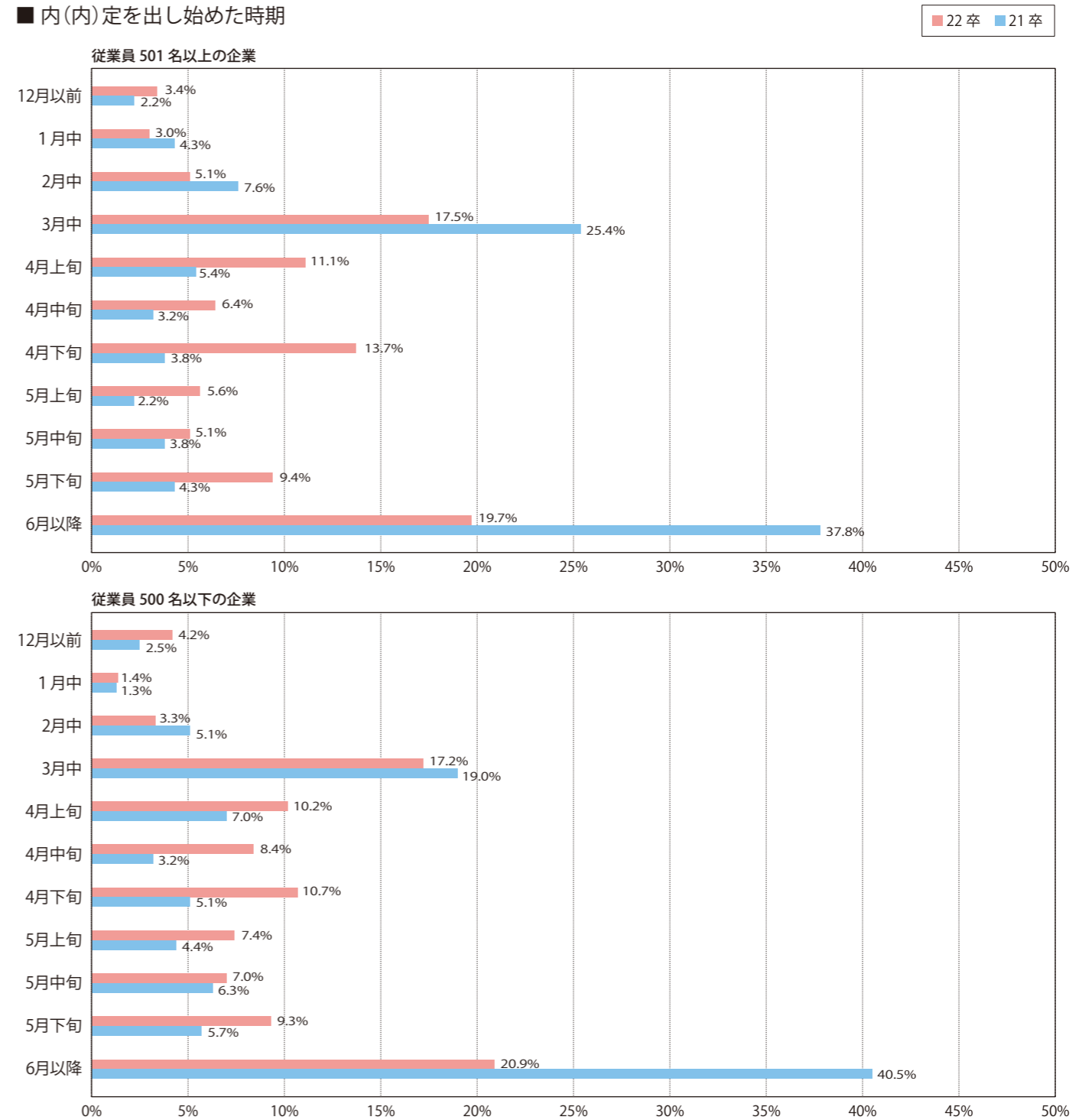
採用選考を開始した時期は、従業員501名以上の企業で「3月上旬」が23.0%（21卒19.7%）と、一極集中というトレンドが継続。選考解禁時期の「6月」以降は7.7%（21卒11.2%）に留まり、実質的に広報開始と同時に選考を開始する企業が多いようだ。「2月」以前の合計でも、27.3%（21卒27.7%）と横ばいで早期化傾向が読み取れる。従業員500名以下の企業でも、ピークは「3月上旬」の25.3%（21卒24.7%）となった。それに対し、「6月以降」は6.2%（21卒19.8%）と13.6ポイントの大幅減、「2月」以前の合計が22.2%（21卒21.9%）と微増していることと併せて考えると、大手企業同様、早期化が進行

している様子が伺える。

内定までの面接回数では、従業員501名以上の企業では「3回」が最多も38.9%（21卒52.1%）と大幅減。それに代わって「2回」が37.6%（21卒34.0%）、「1回」が17.3%（21卒6.4%）と少なめにシフトしていることがわかる。オンラインによる選考が主流となったことの影響かと思われる。一方、従業員500名以下の企業では、「1回」が17.5%（21卒12.0%）と増加したのに対して、「2回」46.7%（21卒50.5%）、「3回」は27.5%（21卒33.9%）と減少しており、大手同様、回数は少なめにシフトしているようだ。

DATA. 23 内定開始時期

内(内)定を出し始めた時期



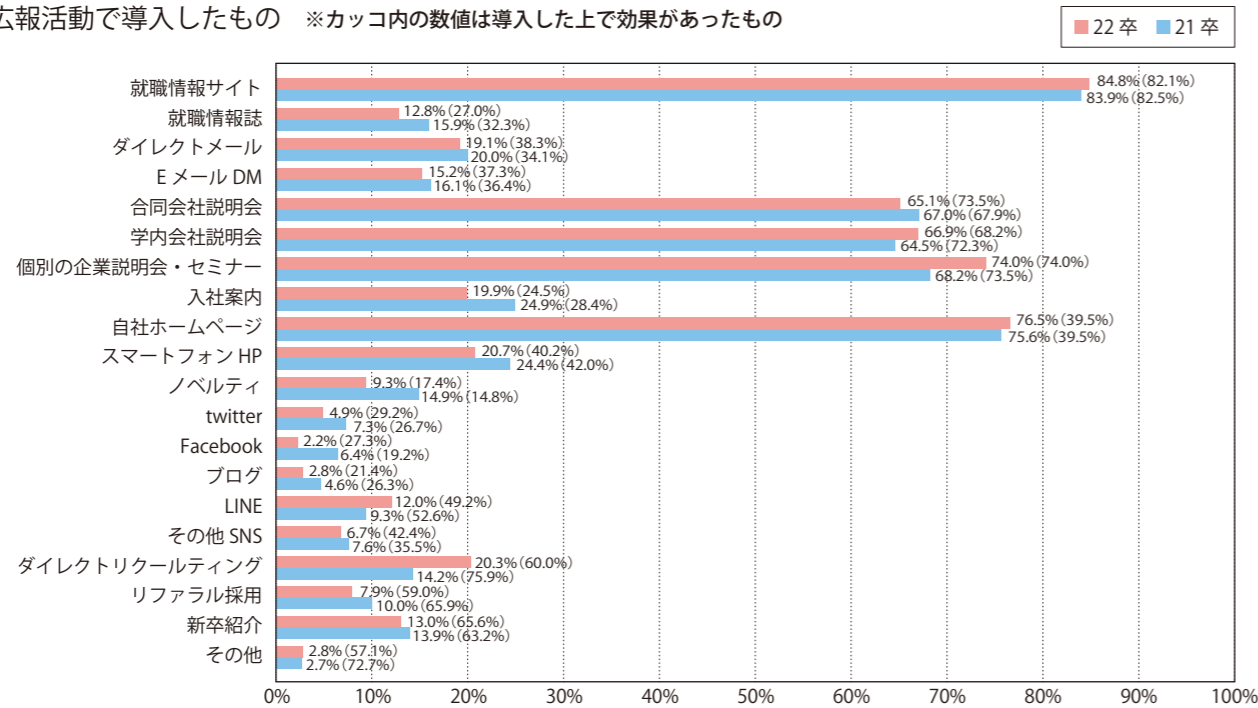
内定開始の時期は、コロナ禍前に戻る。企業規模に関わらず、基本的なトレンドとしてはやや早期化。

従業員501名以上の企業の内定開始時期は、「3月まで」の合計が29.0%（21卒39.5%）と10.5ポイント減少。「4～5月」は51.3%（21卒22.7%）と28.6ポイントの大幅に増加する一方で「6月以降」は19.7%（21卒37.8%）と18.1ポイントの減少となった。21卒では4～5月に出た最初の緊急事態宣言を避ける形で、前後に分散した内定開始時期が、22卒ではコロナ禍前に戻ったとみていいだろう。

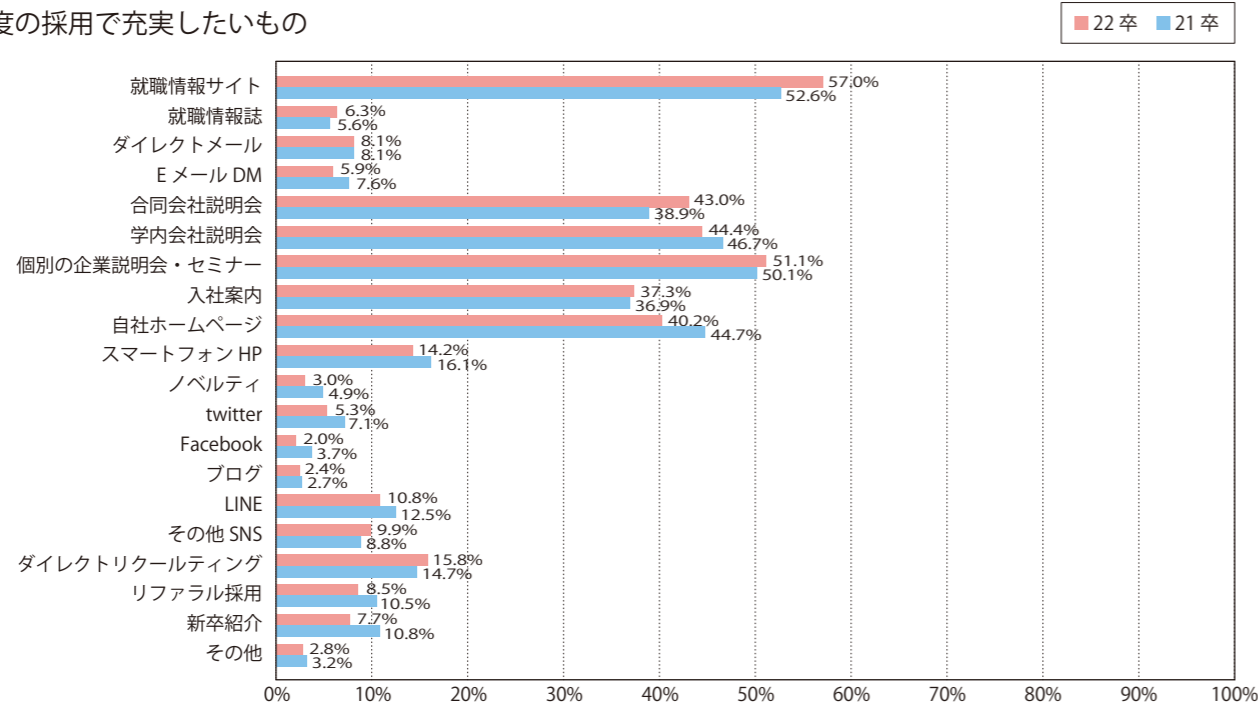
こうした状況は、従業員500名以下の企業でも同様だ。「3月まで」の合計が26.1%（21卒27.9%）から1.8ポイント減。「4～5月」は53.0%（21卒31.7%）と21.3ポイントの大幅増。「6月以降」は20.9%（21卒40.5%）と19.6ポイントの大幅減。大手同様、コロナ禍前の状況に戻ったようだ。

DATA. 24 採用広報活動

■ 採用広報活動で導入したもの ※カッコ内の数値は導入した上で効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



採用広報活動の主流は例年同様「情報サイト」・「HP」・「説明会」。特に「決め手」が見つからず、手広く試行する傾向は来期も継続。

採用広報活動で導入したものは、「就職情報サイト」が1位で84.8% (21卒83.9%)。それに次ぐのが「自社ホームページ」76.5% (21卒75.6%)、「個別の企業説明会」74.0% (21卒68.2%)、「学内説明会」66.9% (21卒64.5%)、「合同会社説明会」65.1% (21卒67.0%)と傾向としては例年通りながら、オンラインによる選考・広報が主流となったことで、若干の数字の変動が見られる。

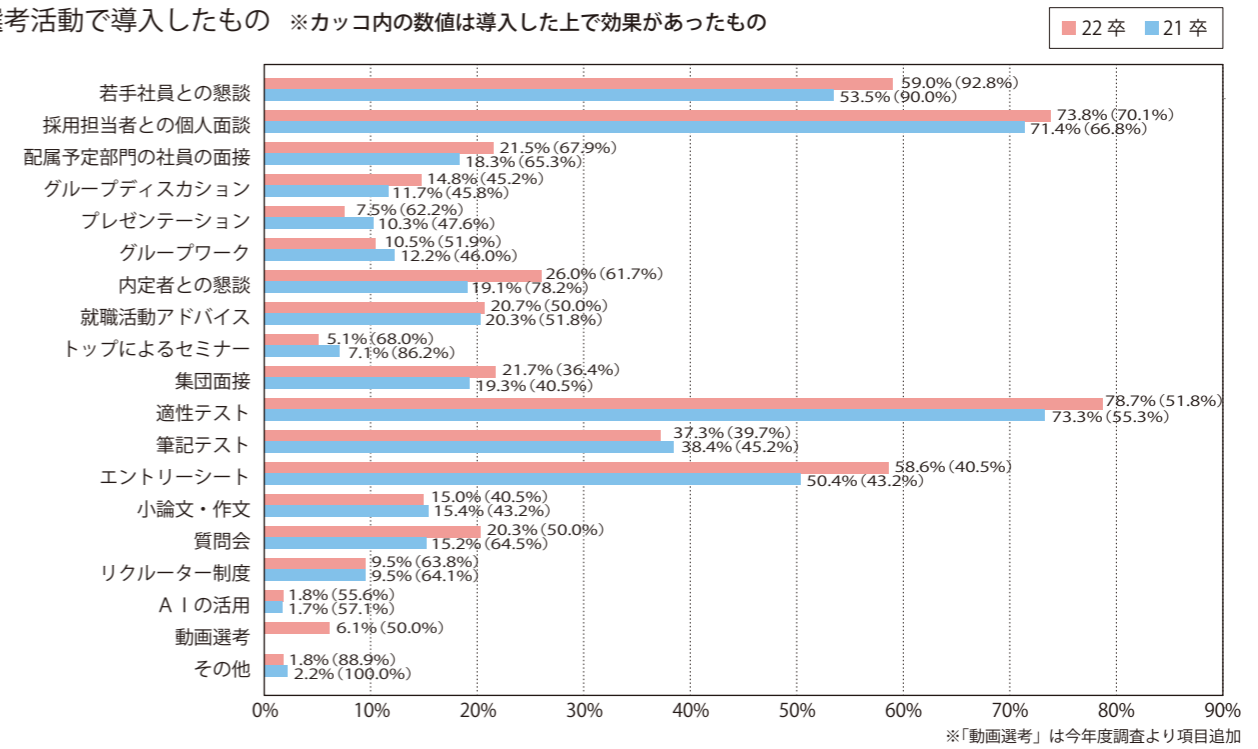
次年度以降導入したいものとしては、1位が「就職情報サイト」57.0% (21卒52.6%)で、以下、「個別の企業説明会」51.1% (21卒

50.1%)、「学内会社説明会」44.4% (21卒46.7%)、「合同会社説明会」43.0% (21卒38.9%)、「自社ホームページ」40.2% (21卒44.7%)と続く。

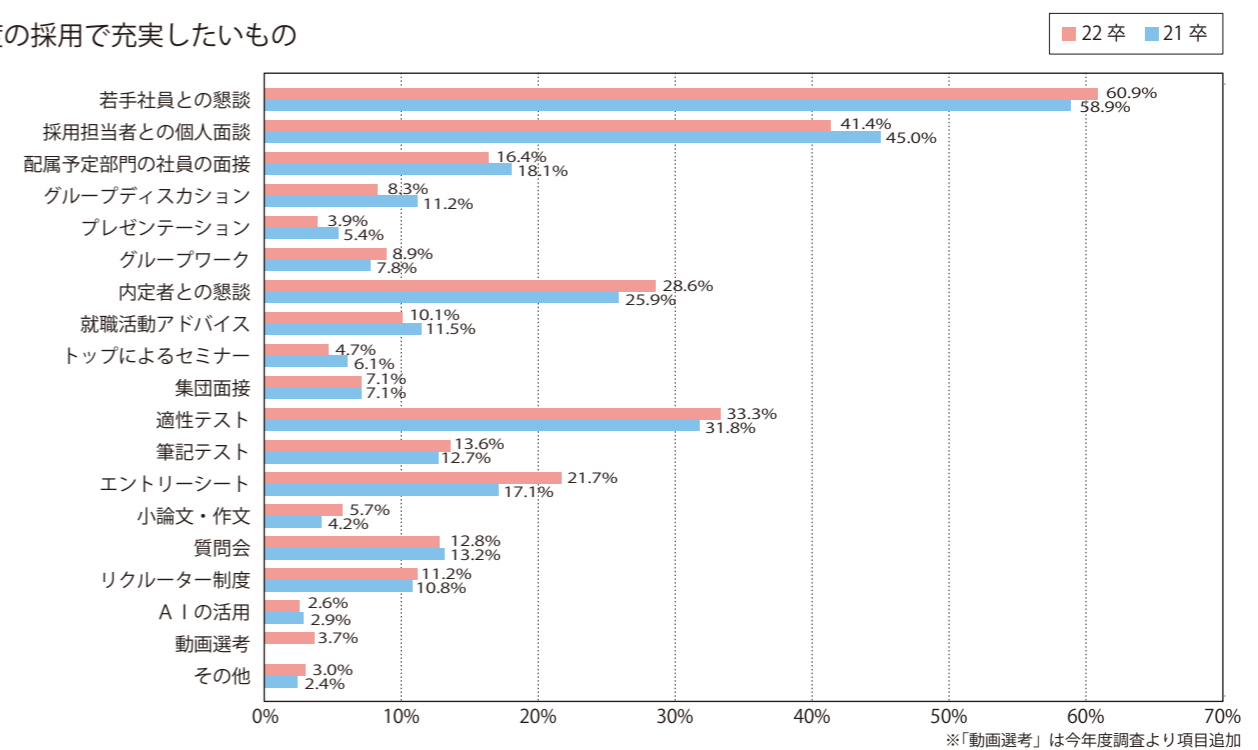
主要な採用メディア以外では「ダイレクトリクルーティング」の導入企業は20.3% (21卒14.2%)とポイントを伸ばした一方で「リファラル採用」(7.9%、21卒10.0%)、「新卒紹介」(13.0%、21卒13.9%)は微減した。次年度以降に充実したいものとしても横ばいで、コロナ禍にあって新たな決め手となる手法を模索する様子が見られる。

DATA. 25 採用選考活動

■ 採用選考活動で導入したもの ※カッコ内の数値は導入した上で効果があったもの



■ 次年度の採用で充実したいもの



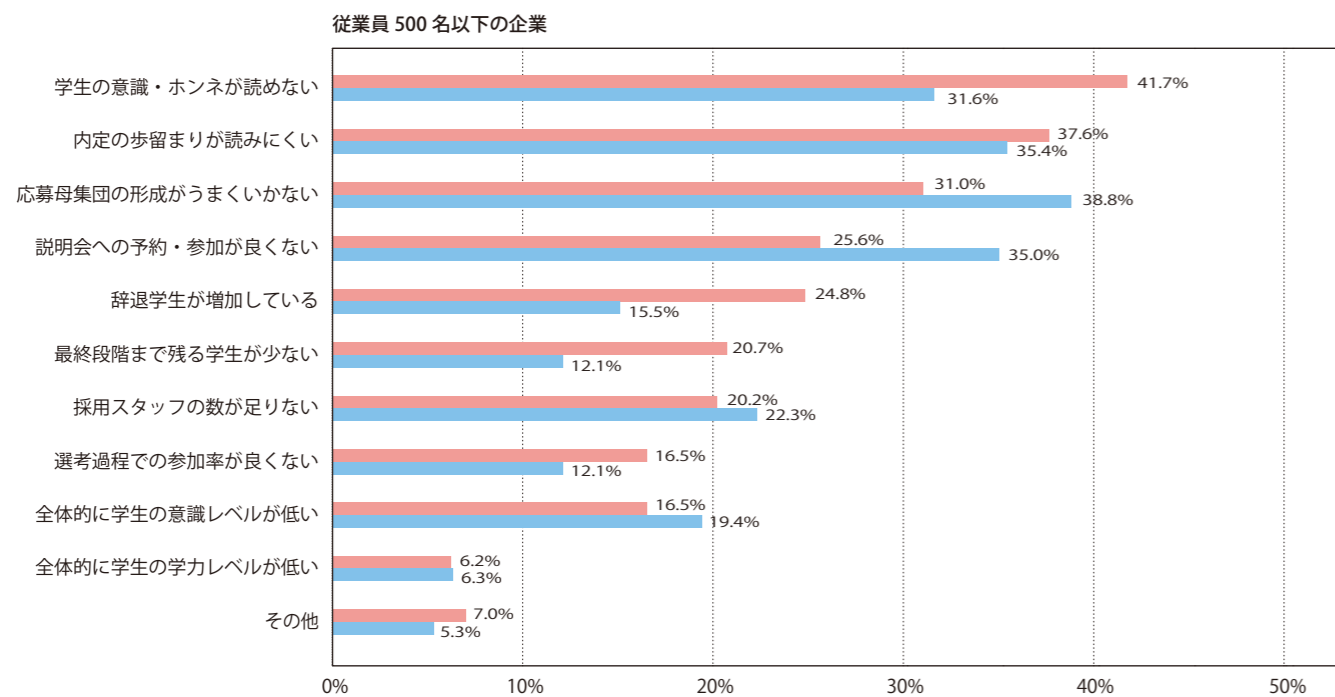
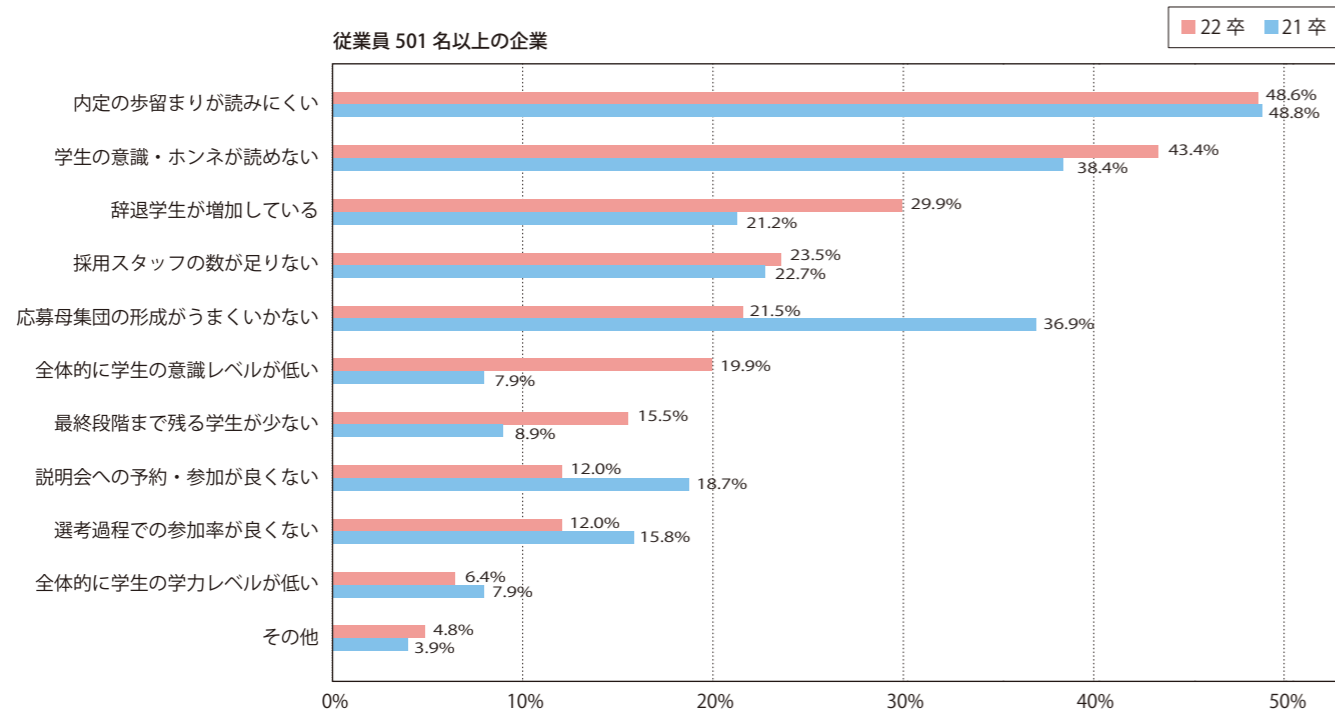
導入率、効果の認知度で高いのは「採用担当者との面談」、「若手社員との懇談」。「動画選考」を導入した企業は6.1%。今後の動向については流動的。

採用選考活動において導入されたものは、上位から「適性テスト」78.7% (21卒73.3%)、「採用担当者との個人面談」73.8% (21卒71.4%)、「若手社員との懇談」59.0% (21卒53.5%)、「エントリーシート」58.6% (21卒50.4%)の順。多少の数字の変動はあるものの、基本的な傾向に大きな変化は見られない。効果のあったものとしては「若手社員との懇談」92.8% (21卒90.0%)が昨年同様1位。以下、「採用担当者との個人面談」70.1% (21卒66.8%)が続く。昨年効果の認知度が高かった「内定者との懇談」61.7% (21卒78.2%)も含め導入は少数ながら手ごたえを感じているようだ。

また、次年度以降導入したいものでは、1位「若手社員との懇談」で60.9% (21卒58.9%)、2位「採用担当者との個人面談」41.4% (21卒45.0%)で傾向に大きな変化はない。以下、「適性テスト」33.3% (21卒31.8%)、「内定者との懇談」28.6% (21卒25.9%)と続く。なおオンライン選考が主流になったことで導入の始まった「動画選考」だが、すでに導入した企業は6.1%。次年度以降導入したい企業は3.7%。今後の動向については、現時点ではまだ様々眺めといったところか。

DATA. 26 採用課題

採用活動の悩み



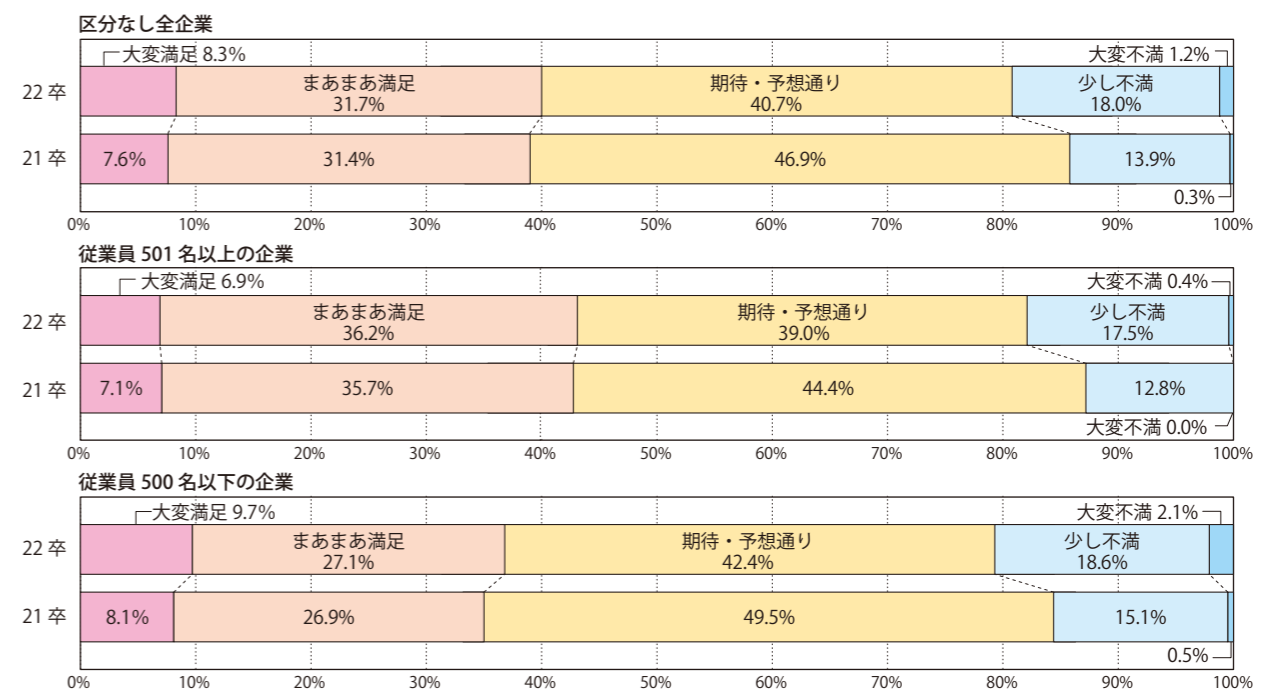
オンライン選考が主流となり、「学生の意識・ホンネが読めない」が増加。逆に「応募母集団の形式」、「説明会への予約・参加が良くない」は改善。

企業の抱える採用活動の悩みについて、従業員501名以上の企業では、「内定の歩留まりが読みにくい」48.6% (21卒48.8%) が1位。それに続くのが「学生の意識・ホンネが読めない」43.4% (21卒38.4%)。近年増加傾向にあったのだが、特に22卒ではオンライン選考が主流となり、対面する機会が減ったことの影響で増加したものと推測される。「辞退学生が増加している」29.9% (21卒21.2%)も8.7ポイント増と増加が目立つ。一方で「応募母集団の形成がうまくいかない」21.5% (20卒36.9%)「説明会への予約・参加が良くない」12.0% (21卒18.7%)と母集団形式に関わる悩みは改善した。

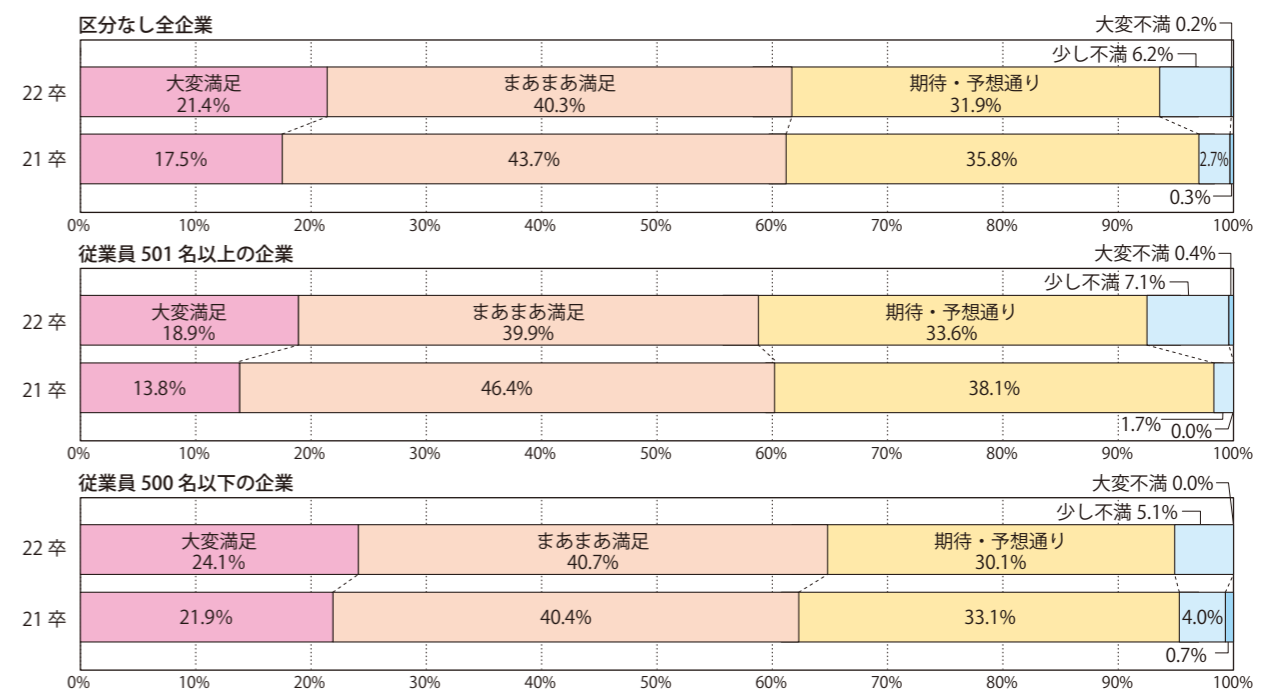
一方、従業員500名以下の企業では、1位となったのが「学生の意識・ホンネが読めない」41.7% (21卒31.6%)で10.1ポイントと大幅増。理由は大手と同じだろう。2位は、「内定の歩留まりが読みにくい」37.6% (21卒35.4%)で前年と同じ。前年1位の「応募母集団の形成がうまくいかない」は31.0% (21卒38.8%)と7.8ポイント減少し3位に。「説明会への予約・参加が良くない」が25.6% (21卒35.0%)と大幅に減少しているのは、オンライン選考が主流となった影響だろう。これは、大手企業でも同様の傾向が読み取れる。コロナ禍の影響によって、採用の活動の悩みにも変化みられるようだ。

DATA. 27 応募・内定学生の質に対する満足度

応募学生の質に対する満足度



内定学生の質に対する満足度



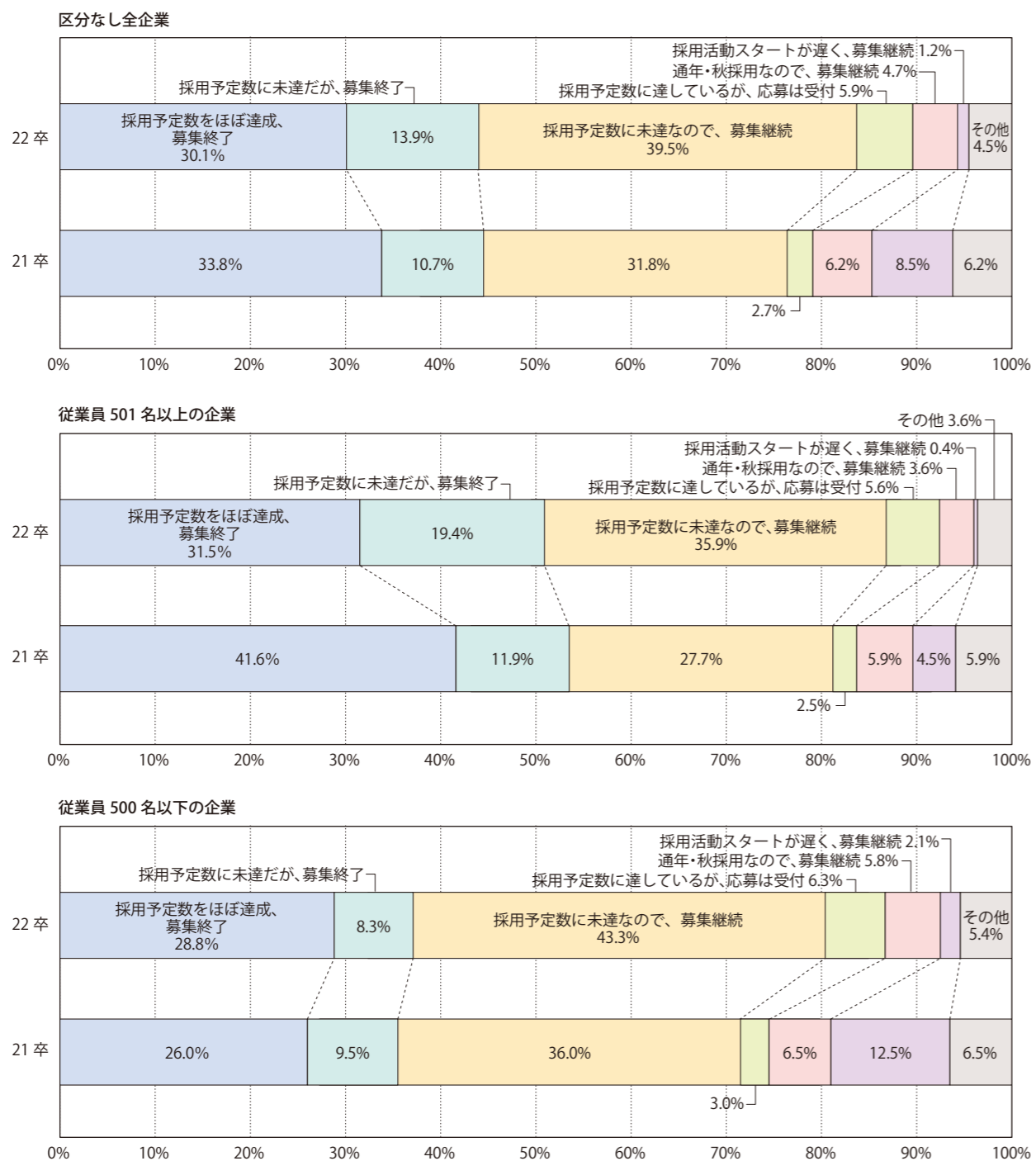
応募学生の質は、前年同様「満足」が「不満」を上回る。内定学生の質は、9割以上の企業で「満足」「期待・予想通り」。

応募学生の質について、「大変満足」「まあまあ満足」の合計は40.0% (21卒39.0%)で、「少し不満」「大変不満」の合計19.2% (21卒14.2%)との差は20.8ポイントと、前年(24.8ポイント差)からは差が縮まったものの、依然満足度は高いようだ。企業規模別にみると、従業員501名以上では「満足」の合計が43.1% (21卒42.8%)で、「不満」の合計17.9% (21卒12.8%)との差は25.2ポイントと高い満足度を維持している。従業員500名以下企業でも同様に、「満足」の合計が36.8% (21卒35.0%)で、「不満」の合計20.7% (21卒15.6%)との差は16.1ポイント。企業規模を問わず、「不満」も「満足」も増え

ており、結果、前年並の水準を維持している結果となった。一方、内定学生の質についてみると、「大変満足」「まあまあ満足」の合計は61.7% (21卒61.2%)で、「期待・予想通り」31.9% (21卒35.8%)と合わせると、93.6% (21卒97.0%)の企業がおおむね満足いく成果を得たと回答。企業規模別には、従業員501名以上では「不満」の合計が7.5% (21卒1.7%)に留まり、従業員500名以下の企業でも「不満」の合計は5.1% (21卒4.7%)。多くの企業が内定学生の質に満足しているようだ。

DATA. 28 採用活動進行状況

■ 採用終了企業と継続企業の状況



採用活動を終了した企業は大手で 50.9%、中堅・中小では 37.1%。 大手企業は「予定数未達だが募集終了」の企業が増加。

企業全体では、「採用予定数をほぼ達成、募集終了」30.1% (21卒 33.8%)、「採用予定数に未達だが、募集終了」13.9% (21卒 10.7%)と、すでに採用活動を終了した企業の合計は44.0% (21卒 44.5%)。前年とほぼ横ばいで、半数弱の企業がすでに終了という結果となった。一方、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は39.5% (21卒 31.8%)と7.7ポイント増加、前年よりも苦戦している企業が増加している。DATA.08でみたように学生の内定数の増加に伴い辞退者も増え、またオンライン選考が主流となったことで「学生の意識・ホネが見えにくく」(DATA.26)なり、採用活動に苦戦している企業が増

加したものと推察される。

企業規模別にみると、従業員501名以上では「採用活動終了」した企業は、合計で50.9% (21卒 53.5%)、対して「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業は35.9% (21卒 27.7%)と増加。従業員500名以下の企業では、「採用活動終了」した企業は、合計で37.1% (21卒 35.5%)と微増しているが、「採用予定数に未達なので、募集継続」している企業も43.3% (21卒 36.0%)と増加。これは大手にも言えることだが、「採用活動終了」した企業も内訳をみると「予定数未達」が増加しており、前年よりも苦戦する企業の増加が目立つ結果となった。

DATA. 29 企業と学生の意識格差

COLUMN

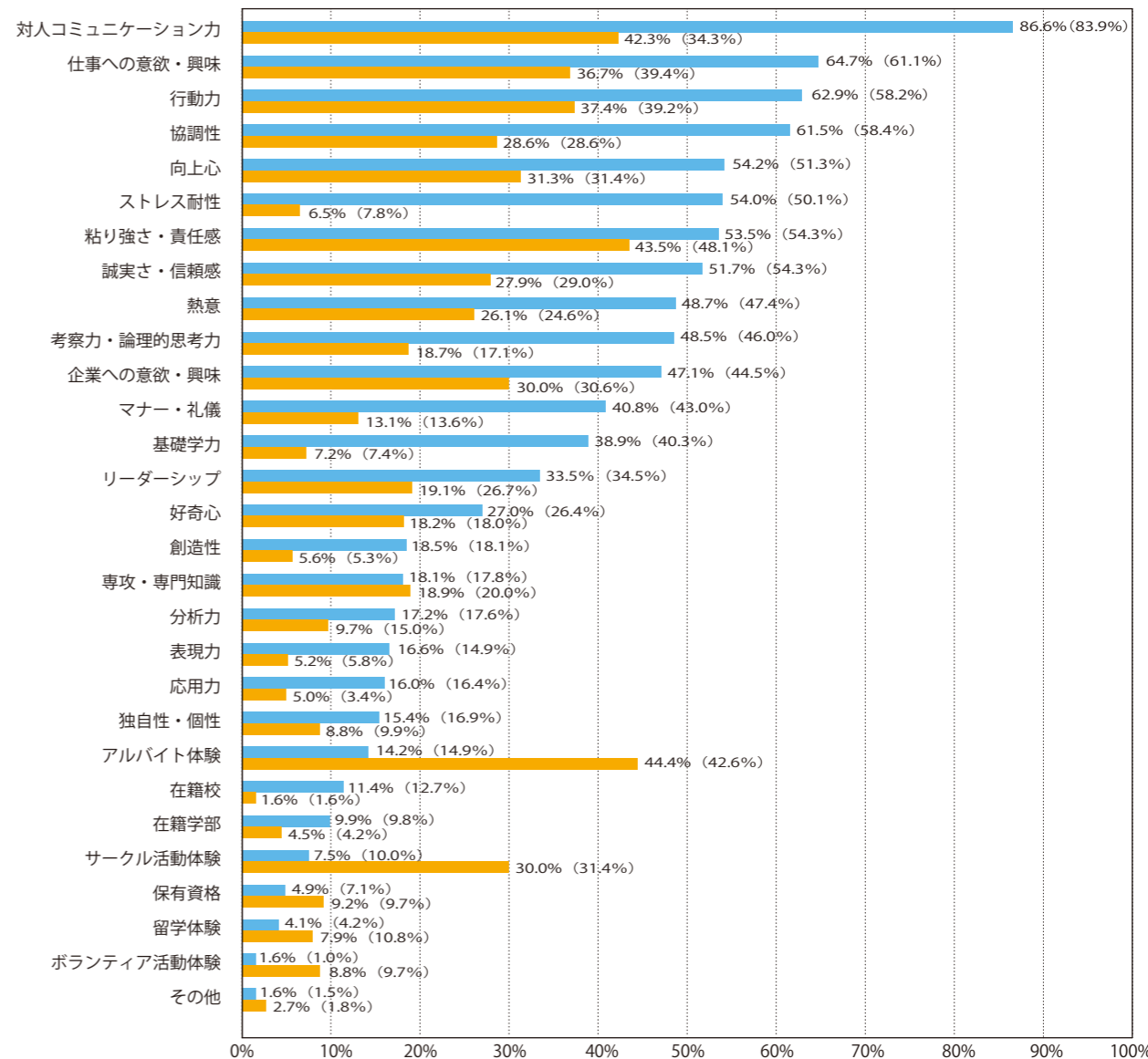
企業が選考の際に重視する点と学生がアピールしたいポイントは、例年、両者間にかなりのギャップがあるのだが、22卒でも基本的な傾向には変化はない。

企業が重視する点の1位は「対人コミュニケーション力」で、86.6% (21卒 83.9%)。2位に20ポイント以上の大差をつけての1位であり、学生にも意識して欲しいところだが、実際には42.3% (21卒 34.3%)の学生がアピールポイントとして挙げているにとどまり、両者の意識のギャップ差はほぼダブルスコア。企業の2位は「仕事への意欲・興味」で64.7% (21卒 61.1%)。学生では順位も5位に留まり36.7% (21卒 39.4%)と、企業では重視度が高まっているのに対して、学生では逆に低下してギャップ差が拡大した。企業の3位は「行動力」は62.9% (21卒 58.2%)で、学生では37.4% (21卒 39.2%)。企業の4位の「協調性」61.5% (21卒 58.4%)だが、学生は28.6% (21卒 28.6%)。企業が上位に挙げた項目は前年以上に数字を上げているものが多いが、逆に学生では「対人コミュニケーション能力」以外では数字を下

げており、両者の意識格差はむしろ広がった印象さえある。

逆に学生がアピールポイントの1位に挙げている「アルバイト経験」44.4% (21卒 42.6%)については、企業は14.2% (20卒 14.9%)に過ぎず、いくらアピールしても面接官にとってはさほど心を動かされるポイントにはなっていない。また、「サークル活動体験」は学生では30.0% (20卒 31.4%)と毎年高い数字だが、企業では7.5% (21卒 10.0%)と重視度はかなり低い。それに対して、「基礎学力」は企業では38.9% (21卒 40.3%)だが、学生では7.2% (21卒 7.4%)。学業に対する意識の落差も大きい。企業の重視するポイントの中には、たとえば「対人コミュニケーション力」など、具体的にどうアピールすれば企業に響くのか表現が難しいものもあり、アピールしやすいアルバイトやサークル活動体験に寄りやすいのだろうが、体験を通して何を学んだか、どのように成長したかまで、さらに一歩踏み込んでアピールする姿勢が不足している点が、意識格差を生んでいるのではないと思われる。

■ 企業の選考重視点と学生のアピールポイント比較 ※カッコ内は昨年の数値



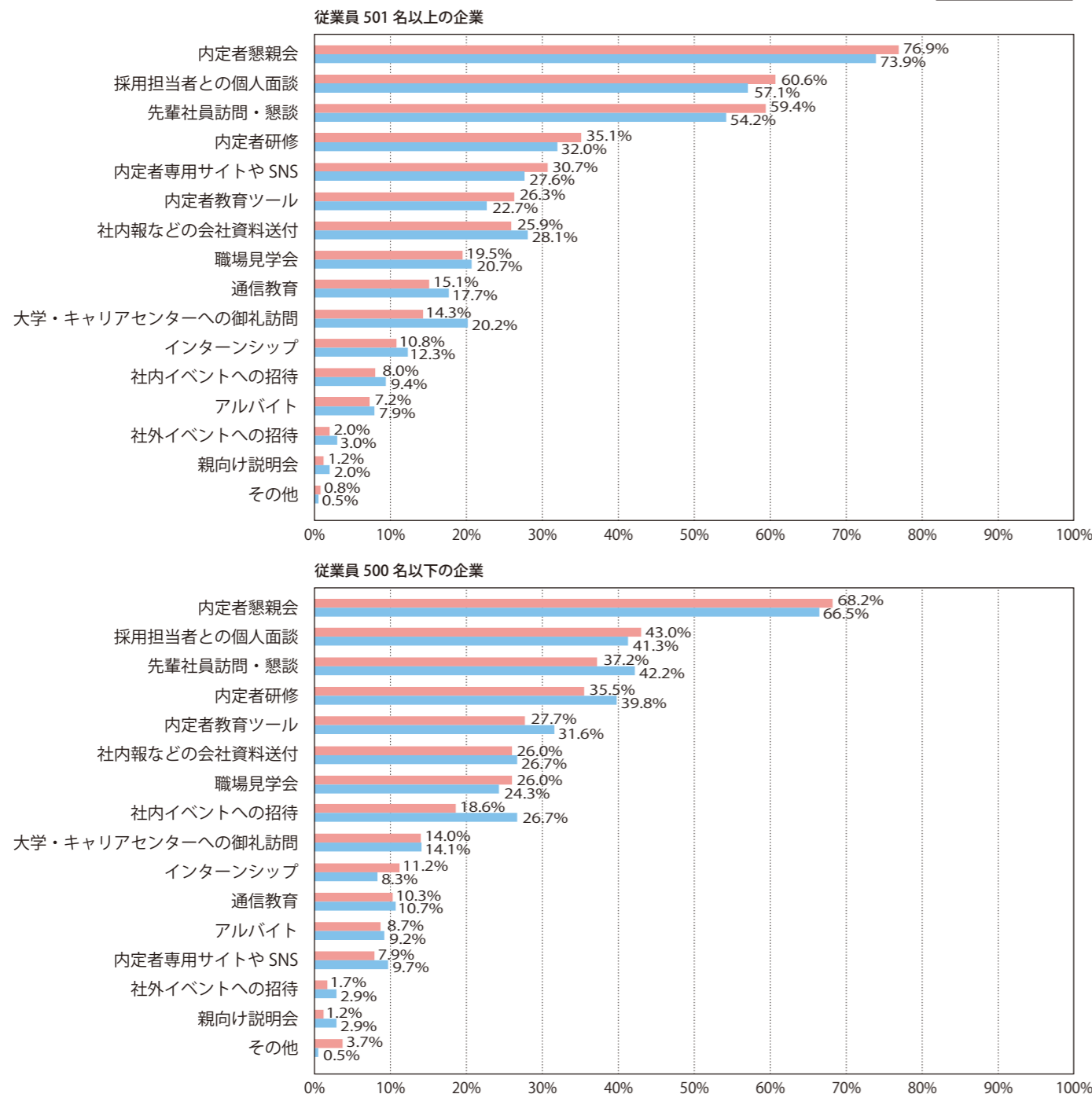
COLUMN



例年、採用課題として多くの企業が「内定の歩留まりが読みにくい」を挙げているが、それは22卒でも同様で、大手企業で1位、中堅・中小企業で2位となっている(DATA.26参照)。内定者フォロー・辞退防止は、採用活動においても最重要課題のひとつだけに、その動向は注目に値する。一方、学生は内定先企業にどのような対応を期待しているのか。併せてみてみたい。

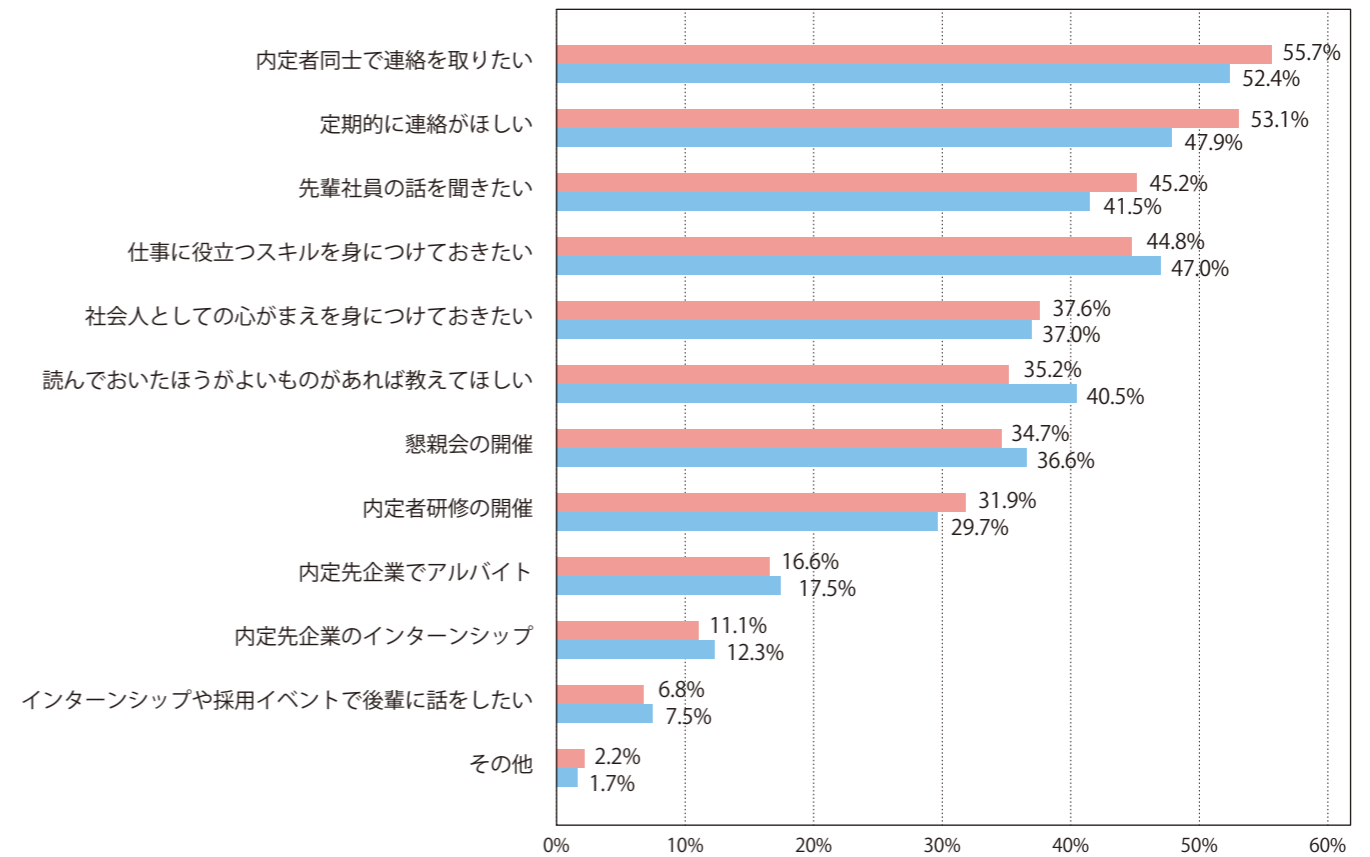
■〈企業アンケート〉内定者フォローや辞退防止のために実施したもの(今後の予定も含む)

■ 22卒 ■ 21卒



■〈学生アンケート〉内定期間中に内定先企業に期待することはありますか？

■ 22卒 ■ 21卒



一方、学生は内定先企業にどのような対応を期待しているか。1位となったのは「内定者同士で連絡を取りたい」で55.7%(21卒52.4%)。「懇親会の開催」34.7%(21卒36.6%)と併せて考えると、コロナ禍により内定者同士が顔を合わせる機会が減っていることもあり、内定者同士の交流に対する期待値は高い。また、それに次ぐのが「定期的に連絡が欲しい」53.1%(21卒47.9%)、「先輩社員の話を聞きたい」45.2%(21卒41.5%)。共に前年よりも数字を伸ばした。

企業規模別にその対応策をみてみると、従業員501名以上の企業では、「内定者懇親会」76.9%(21卒73.9%)、「採用担当者との個人面談」60.6%(21卒57.1%)、「先輩社員訪問・懇談」59.4%(21卒54.2%)の順に高く、基本的な傾向に大きな変化はない。ただ、コロナ禍1年目でその対応策に苦慮したことで数字を下げた前年から比較すると、オンラインの多様、感染拡大防止策のノウハウの確立により、いずれも数字を上げており、注力しているのが読み取れる。一方、従業員500名以下の企業でも、「内定者懇親会」68.2%(21卒66.5%)が前年同様1位。以下、「採用担当者との個人面談」43.0%(21卒41.3%)「先輩社員訪問・懇談」37.2%(21卒42.2%)の順で、数字としては大手ほど高くないが、傾向としては同様。「先輩社員訪問・懇談」はやや数字を下けているが、これは対面式での接触が制限されたことの影響と思われる。企業規模に関わらず、「内定者懇親会」を中心に、内定者と密にコンタクトを取ることで、辞退防止に努めようとする企業の姿が見て取れる結果となった。

企業の対応・学生の希望を比較すると、企業は、懇親会等を通じて内定者同士の交流に努め、さらには社員とのコンタクトの機会を設けるなど、学生のニーズに合致した対応策を取っており、その意味では現状できうる対策は行っているといえるのではないかと。内定の歩留まり率は、景気の動向や買い手/売り手市場等によっても左右されやすいので、対応策だけで改善されるものではないが、今後、特にコロナ収束後に企業がどのような対策に力を入れるのか注目したい。

COLUMN

91.1%の企業が筆記・適性テストを実施、すでに選考の必須ツールとして定着。大手企業を中心に「ストレス耐性」を重視する企業の増加が目立つ。

採用選考において筆記・適性テストを実施している企業は全体の91.1% (21卒 91.2%)。ここ数年はほぼ高い水準で推移しており、すでに採用選考の必須ツールとして定着していることがうかがえる。

テスト実施のタイミングは、「面接前」58.0%、「面接時」23.5%、「説明会・セミナー時」8.5%の順で、「面接」のタイミングで実施している企業が81.5% (21卒77.5%)と、前年同様、選考ステップの一つとして活用している企業が多いことがわかる。

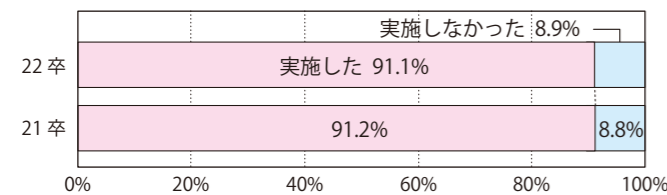
テストで重視しているポイントについて、企業規模別にみると、従業員501名以上の企業では「ストレス耐性」70.9% (21卒59.1%)が最も多く、以下、「態度・性格・気質」60.2% (21卒53.7%)、「職務適性」52.6% (21卒41.4%)、「考える力」49.8% (21卒39.4%)、「基礎学力」44.6% (21卒40.9%)と続く。

一方、従業員500名以下の企業では、「態度・性格・気質」が55.8% (21卒54.9%)と最も多い。以下、「ストレス耐性」50.4% (21卒50.5%)、「職務適性」46.7% (21卒44.7%)、「考える力」40.1% (21卒37.9%)、「基礎学力」31.0% (21卒34.5%)の順で、企業規模に関わらず傾向に大きな変化はないが、大手企業を中心に「ストレス耐性」を重視する企業の増加が目立つ結果となった。

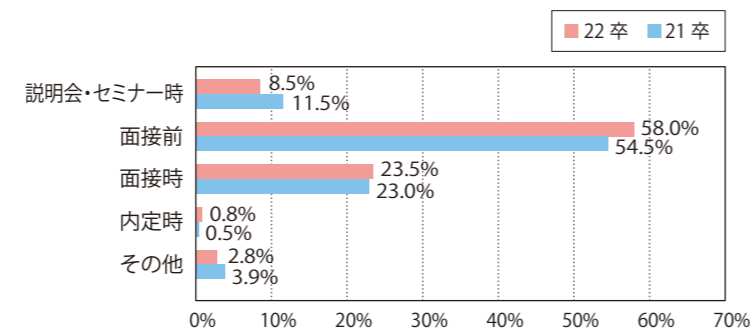


■〈企業アンケート〉

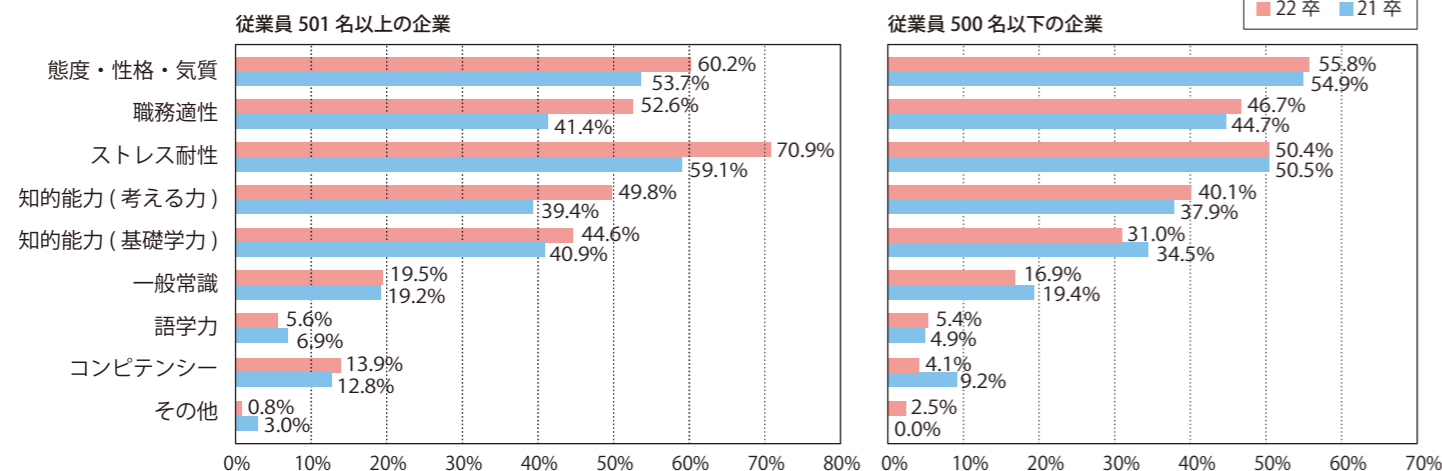
採用選考で筆記・適性テストを実施しましたか？



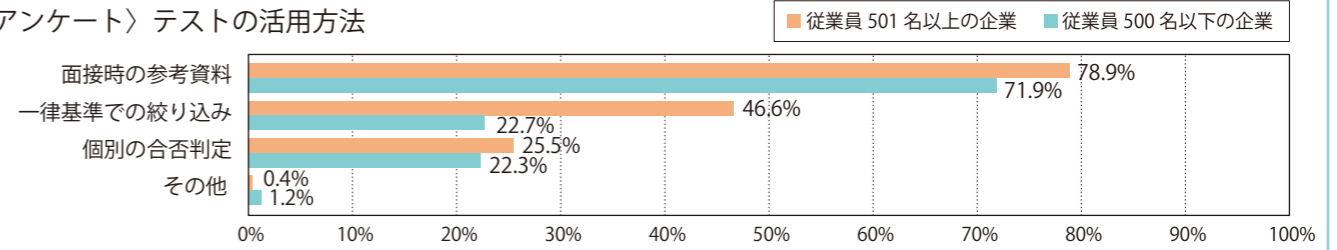
■〈企業アンケート〉テスト実施のタイミング



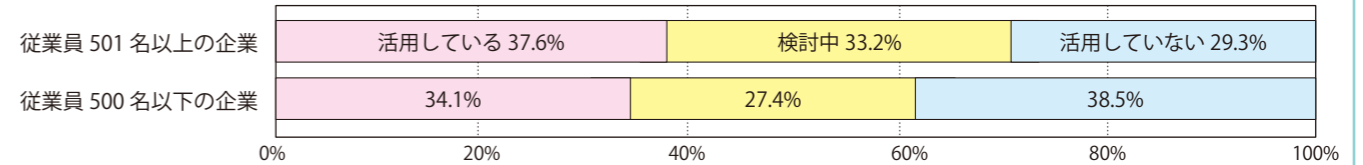
■〈企業アンケート〉テストで重視しているポイント



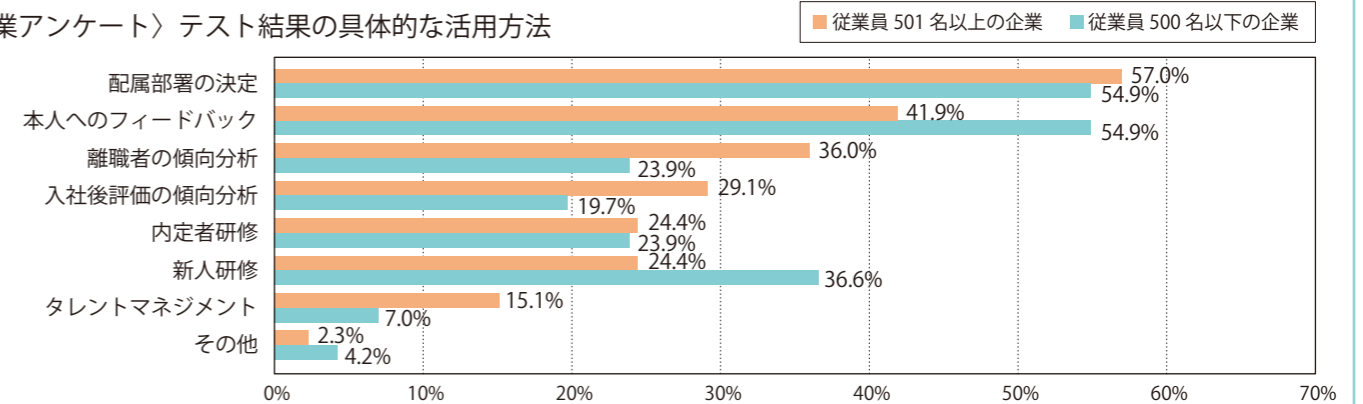
■〈企業アンケート〉テストの活用方法



■〈企業アンケート〉テスト結果を入社後に活用していますか



■〈企業アンケート〉テスト結果の具体的な活用方法



大手の78.9%、中堅・中小企業の71.9%が、「面接時の参考資料」としてテストを活用。25.2%の企業が、今後「ストレス耐性テスト」導入を希望。

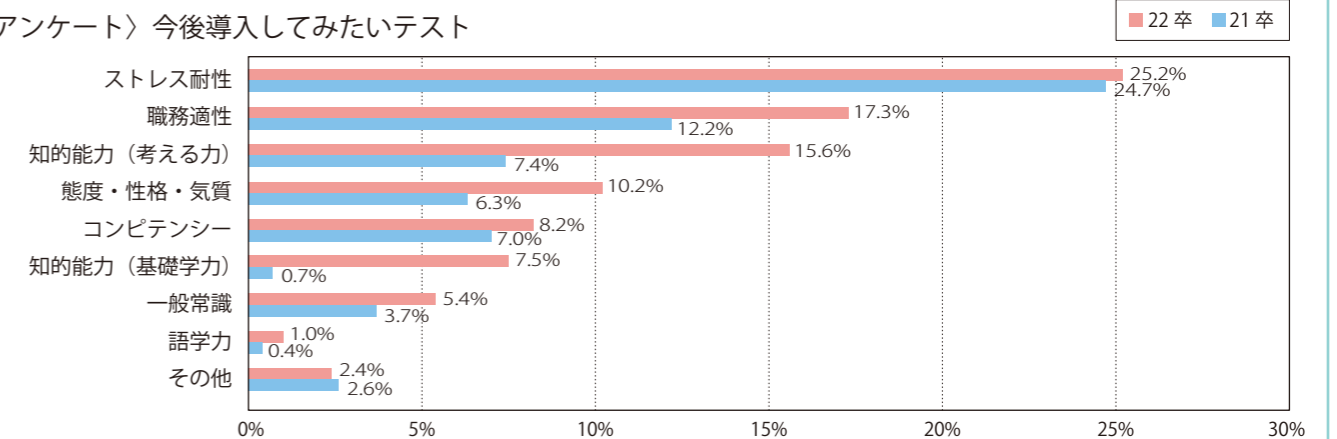
筆記・適性テストの活用方法は、「面接時の参考資料」が従業員501名以上の企業で78.9%、従業員500名以下の企業で71.9%と企業規模に関わらず高い数字を示している。「面接時」に実施する企業が多いことを考えると、納得のいく数字だろう。「一律基準での絞り込み」は、501名以上の企業で46.6%なのに対して、500名以下の企業では22.7%に留まり、「個別の合否判定」が22.3%と差なく続いている(501名以上の企業では25.5%)。

また、入社後のテスト結果の活用について、501名以上の企業で「活用している」が37.6%、「検討中」が33.2%。その活用方法は「配属部署の決定」が57.0%と最も高く、以下、「本人へのフィードバック」41.9%、「離職者

の傾向分析」36.0%と続く。一方、500名以下の企業では「活用している」は34.1%、「検討中」27.4%という結果。活用方法は、大手と同様に「配属部署の決定」・「本人へのフィードバック」が共に54.9%と高く、「新人研修」36.6%が続いている。

今後導入してみたいテストについては、「ストレス耐性」が25.2% (21卒24.7%)と最も高く、以下、「職務適性」・「考える力」と続く。「ストレス耐性テスト」については前年以上にニーズが高まっているが、それ以外についても軒並み前年以上の数字となっており、筆記・適性テスト全般に対して導入意欲が高まっているようだ。

■〈企業アンケート〉今後導入してみたいテスト



DATA. 32 印象に残ったインターンシップ類

■印象に残ったインターンシップ類

メーカー	1日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 売り場作り体験や、製品のリニューアルについて考えるもの	楽しみながらも、学びのあるインターンシップだったから。人事の方が楽しんで働いていそうな所も良かった。社員の方がとても丁寧に会社の魅力について話してくださり、興味が湧いたため。当初は、対面型の予定だったが、第二波のコロナの影響でオンライン型に変更になったのだが、オンラインでもとても充実したインターンシップであった。業務内容や、会社の理念などを詳しく知ることができ、働きたいと強く思った。
メーカー	半日	●グループワーク型 ●セミナー・見学型 オンライン工場説明の後、スプライサの改善案をグループで考えた。そのフィードバックをもらった。	具体的にどのような仕事があり、どのようなことをしたいかがイメージできたから。
金融	1日	●就業体験・実践型 遺産相続と新規事業の立案	銀行への堅いイメージから穏やかで誠実で優しいひとが多いイメージに変わったから。また、業務内容が自己成長へとつながると感じたから。
金融	1日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 お客様役と社員役を演じて、実際に行っているような保険と保険以外での提案を行いました。	グループで考えている間も何度も様子を確認してくれて、助けてくださる人がいたので、業務に感じていた不安が少しなくなりました。福利厚生やキャリアアップの制度が充実しており、社員の方もとても魅力的で、一緒に働きたいと思いました。
金融	2~4日	●グループワーク型 1日目は事業承継についてのグループワーク、2日目は新規事業立案。	社員の方々のコミュニケーションを見ていて、風通しが良さそうだと感じたから。グループワークを通して、銀行業務の難しさを感じたが、多様なソリューションを有している銀行では、お客さま一人一人に合わせたサービスを提供できると感じたから。
金融	2~4日	●グループワーク型 創立記念イベントの内容を考える	とても雰囲気良かったです。内定者の方が、グループワークのチューターを務めてくださり、最後にフィードバックをしてくださいました。
商社	1日	●グループワーク型 売上を上げるための戦略構築	グループでの頑張りによって数値が変わる内容で面白かったし、社員の方のアドバイスが的確で、実際のビジネスでの働き方に共感できたから。
商社	2~4日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 商談体験	インターンシップで使用する資料が事前に届いたのですが、とても分厚く、丁寧な資料で本番さながらの就業体験ができました。このインターンシップで商社の魅力に気づかされ、モノづくりを得意とする日本の産業の支えになるのではないかと感じました。
情報・通信	1日	●グループワーク型 レジの会計のシステムフローを改善するためには、どここの部分をどのように改善したらよいか。	社員の方の雰囲気がよい。後日個人面談を用意してくださり、対応も丁寧だった。
情報・通信	5日	●グループワーク型 業務体験型グループワークと企画提案型グループワーク	企業の業務内容に魅力を感じ、また、サポートしてくださった社員の方が共に働きたいと思える方だったから。
建設・不動産	2~4日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 ハウスメーカーの仕事内容を知る家づくりの提案をする	社員の方がとても明るい人柄で、丁寧に教えてくださる姿に感銘を受けました。また、仕事内容(人の将来を作り上げる、幸せにすること)にやりがいを感じました
建設・不動産	2~4日	●就業体験・実践型 ●セミナー・見学型 事業それぞれの強みと弱みを整理し、新たに生じた疑問をまとめる新規事業の提案	社員の方々が学生の視点により近い距離で様々なプログラムを催していたから。また、インターンシップの開催予定時間を超過しても質疑応答を続けてくれたり、オンラインでの懇親会を予定してくださったりしたから。企業対学生という構図ではなく、企業と学生がより親密に会話を出来るような工夫や、対面ではなくとも職場の雰囲気を体感できるプログラムが充実していた。
建設・不動産	2~4日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 企業説明、自己分析個人ワーク、実務体験グループワーク、座談会、等	どの企業よりも社員さんの熱意を感じ、仕事に誇りを持っているように感じたから。また、オンもオフも全力なところが素敵に思ったから。
小売り	半日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 ●セミナー・見学型 新規事業開発をグループに分かれて、今までの課題を把握しつつ新たな事業を展開する	インターンシップを担当してくださった企業の方々が明るくて、フィードバックも的確だったため。人材育成の面で充実しているのが分かったから。人事の方が明るくて好印象だった。フィードバックが的確なためになったから。
小売り	1日	●就業体験・実践型 ●グループワーク型 ●セミナー・見学型 誤って多く発注してしまったキャベツを1週間で売り切るための解決策	事業内容や組織理念、社会へ貢献する活動が盛んという点を知ることができ、魅力的に感じたため。社員の方が働くなかで良かったと思うエピソードを嬉しそうに話してくださったという点も大きい。
小売り	1日	●グループワーク型 ファッションをつかって新しい事業を考える	そこにいらしゃった社員さんが向き合ってくれたりアドバイスをくれたり、すごく雰囲気がよかったからです。ワークの内容もやっていてわくわくするし、楽しめるものだったので、実際の仕事としてやってみたくと思いました。

※ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケートより学生のコメントを抜粋しています。

DATA. 33 パンフ・ノベルティ/セミナー/エントリーシート設問

■印象に残ったパンフレット・ノベルティ

日本生命保険	インターンシップがコロナの影響で中止になった代わりとして応募していた学生にパンフレットが送られた。まずその心遣いがありがたかった。内容は仕事内容や募集要項も良かったが、若手社員へのインタビューが載っていた点がとてもよかった。
明治安田生命保険	雑誌とコラボして、「女子社員の日」のような冊子を送ってもらい、自分が働くイメージができただけでなく、会社としても女性にアプローチをしている点が好印象だった。
損害保険ジャパン	オンライン面接に使えるミラー付きライトを頂いた。持っていなかったから、面接を受ける際とても重宝している。
農林中央金庫	職種や職員紹介ページが豊富で約80ページあり、他社に比べて情報量が多く、そして見やすかったため理解が深まった。
みずほ証券	人生設計を考えるワークシート。働くために人生設計を先に考えるのは重要なことだと気づくことができた。
任天堂	他にはない、絵本のようなかわいらしいパンフレットで、思わず笑顔になった。さすが任天堂だと思った。
Sky	マスク、除菌スプレー、靴磨きなど、パンフレットにこだわらず今の時代に必要なグッズなのが印象的だった。
カメラのキタムラ	自身で組み立てるVRキットが届き、スマホを通して家にも職場の雰囲気を実感できた。

■印象に残ったセミナー

メーカー	Web上にて参加	オフィスの様子をリアルタイムで中継してくれ、実際に働く様子を想像しやすかった。
メーカー	Web上にて参加	業務内容や仕事紹介。社長が登場されて、直接質問をすることができる機会が設けられていたから。
金融	直接接触にて参加	1時間程度のセミナーだったが、初めて対面での説明会に参加して、会社の雰囲気をつかめた。
金融	直接接触にて参加	1対1で直接説明や相談会が行われ、社内案内もありたくさんさんの情報を得ることが出来た。
情報・通信	Web上にて参加	人事担当の方がおらず、若手の社員だけでパネルディスカッションが行われており、より具体的な話を聞くことが出来た。
マスコミ	Web上にて参加	各部署の代表からQ&Aを中心に仕事内容の紹介。セミナーらしくない自由な発言ができる雰囲気であったから。
サービス	Web上にて参加	座談会形式だったが、事前に動画視聴型の会社説明会があり、オンラインセミナーでは質問時間に大半を割いてくれた。
流通	Web上にて参加	単独企業説明会で、クイズも交えながら企業紹介をしていただき、退屈することなくお話を聞くことができた。

■印象に残ったES設問

金融	●人生で最も苦労したこと、そしてその乗り越え方 ●あなたにしかできない特技を教えてください ●これまでの人生において最も感動していること、または感謝していることをエピソードを交えて	メーカー	●友達と写っている画像とその説明 ●「あなたらしさを表す写真」についてあなたを乳製品に例えながら、この写真を選んだ理由を述べてください ●オススメのグルメについて300字で ●あなたが一度も経験したと思う経験を教えてください ●最近震えたことはなんですか？ ●どんなこだわりを持っているか ●あなたを表している色
商社	●最近キュンとしたものはなんですか ●会社の総合力の発揮に向けて、2つの本部を掛け合わせた新しいビジネスを提案してください ●今までの生き方 ●あなたを表すのにふさわしい質問は何か ●あなたの将来の夢や目標は何ですか ●あなたの人生で「最高の食材」を教えてください。 ●あなたを構成する要素を全体で100%となるように教えてください。	建設・不動産	●周りの人と協力して取り組んだことは何か？ ●あなたというブランドを一言で教えてください ●あなたの歴史、これからの事を年表で表してください ●映画業界に携わるなら、監督、カメラマン、脚本家のどれになりたいか ●今までした中で最も大きな決断 ●希望する職種で業務上直面すると思われる困難は何か。それを困難に感じるのどのような性格や行動特性によるものか
情報・通信	●業界に興味を持っている理由 ●自分の人生の年表を書くのなら ●過去に戻れるとしたら日本のどの時代を見てみたいか、とその理由 ●当社への質問を5つ記入してください。	運輸	●当社を漢字1字・2字で表すと何に表現できるか ●現在の社会情勢を踏まえ、あなたは当社に入社しどのようなことに挑戦しますか？
マスコミ	●学生時代頑張ったことについて感じたことを800字で回答すると？ ●あなたの大学生活を一つのストーリーとして語って下さい ●あなたがときめきを感じた瞬間は？ ●自分が大人になったと実感した瞬間 ●ラーメン好きに他の種類が好きなようになってもらうにはどうすればいいか。 ●あなたの今年のエンターテイメントの楽しみ方	サービス	●困っている人を助けるにはどうしたらいいか ●人の話をしっかり聞くにはどうしたらいいか ●大切な人にプレゼントするのなら何か ●A4まるまる白紙で、「あなたの大学での専攻・研究テーマで得られた学びを自由に表現してください」 ●最近3ヶ月で気になったニュース ●今の当社はだめだなあと思うことを200文字で ●あなたが他の方と比べて、「突き抜けている」と思える点はどこですか？ ●あなたが大切にしているモノは何ですか
メーカー	●他の人にとってはどうでもいいことだが、自分にとっては大事なこと ●周囲は気にしていない自分だけが気になること ●今までで一番ストレスを感じたことを教えてください ●ホームページの社員の話を読んで印象に残ったこと ●カラオケでの十八番 ●実務に関係が無いことで構いません、あなたが人に自慢できることはなんですか		

※ダイヤモンド就活ナビ学生モニターアンケートより学生のコメントを抜粋しています。