

就職活動に「情報力」

ブンナビ! [bunnabi.jp](http://bunnabi.jp)  
文化放送就職ナビ

× 読売新聞

新卒採用戦線  
総括  
2020

BUNKAHOSO  
Career  Partners

株式会社 文化放送 キャリアパートナーズ

就職情報研究所

# 新卒採用戦線 総括2020 目次

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
<b>【1】市場動向</b>						<b>P.05</b>
1	大学	就職ガイダンスの実施時期			●	P.06
2	大学	学生の就職ガイダンス参加動向			●	P.06
3	学生	キャリアセンターの活用			●	P.07
4	学生・大学	就職活動支援施策			●	P.07
5	学生	学生の就職環境認識			●	P.08
6	企業	新卒採用市場の認識	●			P.08
7	学生	就職を意識し始めた時期			●	P.09
8	学生	業界・企業研究の情報源			●	P.09
9	学生	志望企業決定時期			●	P.10
10	学生	企業規模へのこだわり			●	P.10
11	学生	就職活動で不安に感じていること			●	P.11
12	学生	就職活動で不安に感じていること(記述)			●	P.11
13	企業	採用予定数の増減	●			P.12
14	企業	採用予算の増減	●			P.12
15	企業	新卒採用における「量」と「質」の確保	●			P.13
16	企業	採用形態	●			P.13
17	企業	既卒者の扱い	●			P.14
18	企業	グローバル採用	●			P.14
19	企業	理工系学生の採用	●			P.15
20	企業	理工系専攻別ターゲット	●			P.15
21	企業	早期におけるプロモーション手法	●			P.16
22	企業	早期における直接接点機会	●			P.16
23	企業	求める能力要件	●			P.17
24	学生	学生がPRした力			●	P.17

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
<b>【2】インターンシップ市場動向</b>						<b>P.18</b>
1	学生	インターンシップを意識した時期			●	P.19
2	学生	インターンシップの情報源			●	P.19
3	学生	インターンシップへの参加目的			●	P.20
4	学生	印象に残ったインターンシッププログラム			●	P.20
5	学生	インターンシップ参加状況			●	P.21
6	学生	インターンシップ参加時期・期間			●	P.21
7	学生	インターンシップ選考の経験			●	P.22
8	学生	インターンシップと採用選考の認識			●	P.22
9	企業	インターンシップ実施時期・期間	●			P.23
10	企業	インターンシップPR方法	●			P.23
11	学生	インターンシップ参加企業への採用選考参加状況			●	P.24
12	学生	インターンシップ参加企業からの内定取得状況			●	P.24
13	企業	インターンシップと採用選考との関連	●			P.25
14	企業	21卒向けインターンシップ実施予定	●			P.25
15	大学	1dayインターンシップに対する認識		●		P.26
16	大学	大学側が評価するインターンシップ		●		P.26
17	企業	1dayインターンシップを実施する理由・メリット	●			P.27

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
<b>【3】活動動向</b>						<b>P.28</b>
1	学生	解禁前の就職活動推移			●	P.29
2	学生	解禁前の採用選考への参加			●	P.29
3	学生	プレエントリー・資料請求			●	P.30
4	企業	プレエントリー数の増減	●			P.30
5	企業	合同セミナーへの参画状況	●			P.31
6	学生・企業	合説タイプ以外のセミナー状況	●	●		P.31
7	学生	学内セミナーへの参加状況			●	P.32
8	企業	学内セミナーへの参画状況	●			P.32
9	大学	学内セミナー(学内合説)の実施状況		●		P.33
10	学生	セミナーへの参加状況			●	P.33
11	企業	会社説明会実施回数と参加学生数の増減	●			P.34
12	企業	会社説明会の形式と時期	●			P.34
13	学生	セミナーで期待するプログラム			●	P.35
14	学生	印象に残るセミナー			●	P.35
15	学生	OB・OG訪問への取り組み			●	P.36

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
16	学生	リクルーターとの接触			●	P.36
17	学生	エントリーシート提出状況			●	P.37
18	企業	エントリーシート受付時期と増減	●			P.37
19	企業	選考方法	●			P.38
20	学生	一次面接への参加状況			●	P.38
21	学生	内定取得状況			●	P.39
22	企業	内定出しの時期	●			P.39
23	企業	内定辞退状況	●			P.40
24	学生	魅力を感じた企業価値/仕事価値			●	P.40
25	学生	入社意思決定状況			●	P.41
26	大学・学生	内定状況		●	●	P.41
27	学生	未内定学生の活動			●	P.42
28	大学	未内定学生への支援		●		P.42
29	企業	内定者フォロー・内定者教育	●			P.43
30	学生	学生が望む内定者フォロー			●	P.43

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
<b>【4】活動振り返り</b>						<b>P.44</b>
1	企業	採用満足度	●			P.45
2	企業	内定学生についての感想	●			P.45
3	学生	就職活動に対する満足度			●	P.46
4	学生	大学名による就職格差			●	P.46
5	学生	不快に感じた企業の対応			●	P.47
6	学生	不快に感じた理由			●	P.47
7	学生	就活相談の相手			●	P.48
8	学生	就職活動の費用			●	P.48
9	学生	入社意思決定の参考情報源			●	P.49
10	大学	大学側が重視する情報源・企業情報		●		P.49
11	学生	入社意思決定の理由			●	P.50
12	大学	今年多かった学生相談		●		P.50
13	大学	今年増えた学生相談		●		P.51
14	大学	企業に対する要望		●		P.51

No	区分	タイトル	企業	大学	学生	ページ
<b>【5】注目トピックス</b>						<b>P.52</b>
1	企業	通年採用の取り組み	●			P.53
2	企業・大学	通年採用拡大方針の評価	●	●		P.53
3	企業・大学	通年採用拡大を評価する理由	●	●		P.54
4	企業・大学	通年採用拡大を評価しない理由	●	●		P.54
5	企業	3年後の新卒採用予想	●			P.55
6	企業・大学	通年採用の課題・不安	●	●		P.55
7	企業・大学	通年採用の解釈	●	●		P.56
8	大学	キャリアセンターが今後取り組むべき課題		●		P.56
9	大学	低学年への支援体制		●		P.57
10	大学	保護者(父母会)に対する支援体制		●		P.57
11	学生	親の干渉			●	P.58
12	学生	学生が希望する親へのアプローチ			●	P.58
13	企業	保護者向けに行っている施策	●			P.59
14	企業	AI採用の導入状況	●			P.59
15	企業・大学	AI(人工知能)を活用した採用活動	●	●		P.60
16	学生	AI技術のエントリーシート選考への導入			●	P.60
17	学生	AI技術の面接選考への導入+経験			●	P.61
18	企業	AI採用の効果・目的	●			P.61
19	企業	AI採用導入に向けた課題	●			P.62
20	企業	AI選考の活用法	●			P.62

## ■ 調査概要

No	調査対象	調査名称	回答数	調査期間
[1]	企業向け	企業採用動向調査	182社	2019年7月16日 ~ 2019年8月6日
[2]	大学向け	大学就職・キャリア支援活動調査	155校・163キャンパス	2019年7月16日 ~ 2019年8月6日
[3]	学生向け	学生就職活動調査	616名	2019年7月16日 ~ 2019年7月28日
[4]	学生向け	就職ブランド調査[前半]※	22,028名	2018年10月1日 ~ 2019年3月31日
[4]	学生向け	就職ブランド調査[後半]※	10,117名	2019年4月1日 ~ 2019年6月30日
[5]	学生向け	学生就業意識アンケート(月例)	延べ 4,437名	2018年8月から2019年7月まで全14回 毎月定期的に実施

## ■ 調査方法・調査主体[共通]

調査主体 (株)文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所

調査方法 Webアンケート

※ブランド調査([4])のみ、調査方法は以下の通り

「ブンナビ」上でのWebアンケート、就職イベント会場での紙・アプリアンケート、就職雑誌同送ハガキアンケート

## ■ 回答詳細

### [1] 企業採用動向調査

業種	比率
メーカー	46.7%
商社	6.6%
流通	7.7%
金融	9.9%
マスコミ	2.2%
情報・通信	10.4%
サービス	16.5%

アークランドサカモト/アース製薬/アイエイアイ/愛知時計電機/アイネス/あおぞら銀行/青山商事グループ/青山製作所/アコム/アサヒ飲料/旭化成/旭化成ホームズ/アシックス/アビコムコンサルティング/アフラック/アマノ/いすゞ自動車首都圏/いちよし証券/伊藤忠エネクス/伊藤忠商事/伊藤ハム/宇徳/エヌアイディ/大井電気/オーケー/大阪ガス/大林組/岡三証券/オムロングループ/オリエンタルランド/カーリットホールディングス/花王/キッコーマン/キッツ/キトー/キムラユニティー/キヤノン/協和キリン/クボタ/クラシエグループ/グリーンハウスグループ/クレスコ/五洋建設/サカタのタネ/札幌丸井三越/沢井製薬/サンデンホールディングス/三徳/サンワコムシステムエンジニアリング/ジャスコ/ジャムコ/十六銀行/ジュービターテレコム(J.COM)/松竹/昭和産業/神姫バス/神鋼商事/神鋼不動産/新日本空調/スギマシ/スライ工業/住友化学/住友不動産/住友理工/住友林業/積水ハウス/セブン&アイ/フードシステムズ/ゼンショーホールディングス/双日/ソニー生命保険/ソフトウェア・サービス/ソフトバンク/大樹生命保険/大成建設/太平電業/太平洋工業/大丸松坂屋百貨店/タカミヤ/タチエス/タミヤ/タムロン/千葉銀行/千葉興業銀行/中央公論新社/中電シーティーアイ/ティーケーピー/帝人/東海東京フィナンシャル・ホールディングス/東急/東急エージェンシー/東急建設/東急ハンズ/東急ホテルズ/東京海上日動火災保険/東京ガス/東京コンピュータサービス/東京建物/東京電力ホールディングス/東芝/東武トップアース/東邦亜鉛/東洋建設/トヨーカネット/トクヤマ/豊田通商/ナカバヤシ/西尾レントオール/ニチ学館/ニチリン/日清紡ホールディングス/日本アクセス/日本コムシス/日本梱包運輸倉庫/ニトリ/日本板硝子/日本たばこ産業/日本電産グループ/日本取引所グループ/日本ハウスホールディングス/ノボ/ノルディスクファーマ/野村総合研究所/野村ホールディングス/博報堂プロダクツ/パッパロー/パナソニック/林テレン/パロマ/阪神調剤ホールディング/パンダイ/東日本旅客鉄道/ビジョン/ヒロセグループ/福田組/フジシールグループ/富士ソフト/フナナ/ベシヤ/ポッカサッポロフード&ビバレッジ/ホリプロ/マクロミル/マックスバリュ東海/マニー/マルハニチロ/マルハン/丸紅/ミサワホーム/みずほ情報総研/三谷産業/三井住友海上あいおい生命保険/三井住友海上火災保険/三井ハイテック/三井物産/三井不動産/三井不動産リアルティ/ミツバ/三菱電機/三菱UFJ信託銀行/ミツ星ベルト/ミライト/明電舎/モト/ヤマセ/山崎製パン/ヤマハ発動機/ヤコフサンフーズ/ユー・エス・エス/夢テック/ロッソ/ラック/理研タミシ/リゾートトラスト/レンタルのニッケン/ローム/ロック・フィールド/AGC/AOKI/ATグループ/DIC/SMBCコンシューマファイナンス/TDCソフト/TOTO/U.S.M.H./USEN-NEXT HOLDINGS

### [2] 大学就職・キャリア支援活動調査

区分	比率
公立	16.8%
国立	23.9%
私立	59.3%

地域	比率
北海道・東北	12.2%
関東	40.9%
中部	14.6%
近畿	15.3%
中国・四国	8.5%
九州・沖縄	8.5%

愛知学院大学/愛知教育大学/愛知県立大学/愛知工業大学/青山学院大学/秋田県立大学/亜細亜大学/茨城大学/岩手県立大学/宇都宮大学/愛媛大学/大阪工業大学/大阪産業大学/大阪市立大学/大阪府立大学/大妻女子大学/岡山商科大学/尾道市立大学/帯広畜産大学/香川大学/鹿児島大学/神奈川大学/鹿児島大学/鹿児島大学/鎌倉女子大学/関西外国語大学/関西学院大学/関東学院大学/岐阜大学/九州共立大学/九州工業大学/九州国際大学/九州産業大学/九州大学/京都外国語大学/京都工芸繊維大学/京都産業大学/杏林大学/近畿大学/金城学院大学/釧路公立大学/敬愛大学/恵泉女学園大学/工学院大学/高知大学/甲南女子大学/甲南大学/神戸市外国語大学/神戸大学/国際教養大学/国士館大学/駒澤大学/札幌学院大学/札幌大学/滋賀県立大学/静岡県立大学/実践女子大学/四天王寺大学/鳥根県立大学/鳥根大学/首都大学東京/尚絅学院大学/上智大学/白百合女子大学/信州大学/駿河台大学/聖学院大学/成蹊大学/成城大学/清泉女子大学/西南学院大学/摂南大学/創価大学/大同大学/大東文化大学/高崎経済大学/高崎健康福祉大学/拓殖大学/多摩大学/筑紫女学園大学/千歳科学技術大学/千葉工業大学/中央学院大学/中央大学/中部大学/津田塾大学/都留文科大学/帝京大学/電気通信大学/天理大学/東海大学/東京外国語大学/東京家政大学/東京経済大学/東京工科大学/東京女子大学/東京都市大学/東京農業大学/同志社女子大学/東北学院大学/徳島大学/獨協大学/鳥取大学/富山県立大学/豊田工業大学/長岡技術科学大学/長崎県立大学/長野大学/名古屋外国語大学/名古屋女子大学/名古屋大学/名古屋大学/名寄市立大学/奈良教育大学/奈良女子大学/新潟大学/二松学舎大学/日本工業大学/日本女子体育大学/日本女子大学/日本大学/日本福祉大学/一橋大学/弘前大学/広島経済大学/広島修道大学/広島市立大学/広島大学/フェリス学院大学/福井県立大学/福岡県立大学/福岡女子大学/福島大学/藤女子大学/佛光大学/文化学園大学/北星学園大学/北海道教育大学/前橋工科大学/三重大学/宮崎大学/武蔵大学/武蔵野大学/室蘭工業大学/明治大学/名城大学/山口大学/山梨県立大学/山梨大学/横浜国立大学/酪農学園大学/立教大学/立正大学/琉球大学/和歌山大学/早稲田大学

### [3] 学生就職活動調査

	文系	理系	総計
男性	32.3%	15.1%	47.4%
女性	43.5%	9.1%	52.6%
総計	75.8%	24.2%	100.0%

### [4] 就職ブランド調査[前半]

	文系	理系	総計
男性	29.5%	8.5%	38.0%
女性	54.1%	7.9%	62.0%
総計	83.6%	16.4%	100.0%

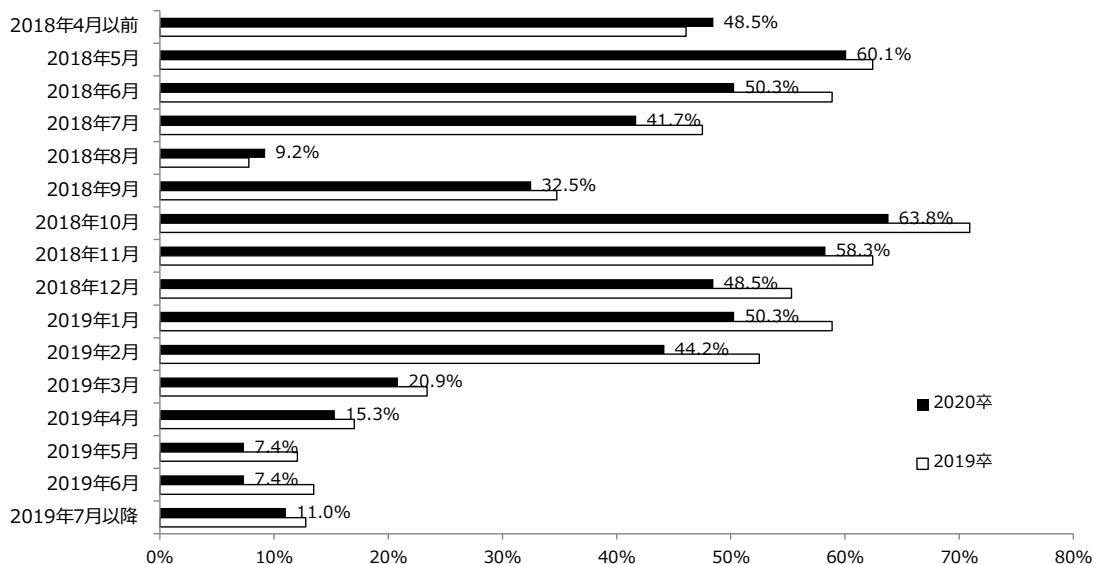
### 就職ブランド調査[後半]

	文系	理系	総計
男性	27.9%	9.6%	37.5%
女性	55.2%	7.2%	62.5%
総計	83.1%	16.9%	100.0%

# 【1】市場動向

# 2020

学生向けの就職ガイダンス実施時期について、当てはまるものを全てお選びください。

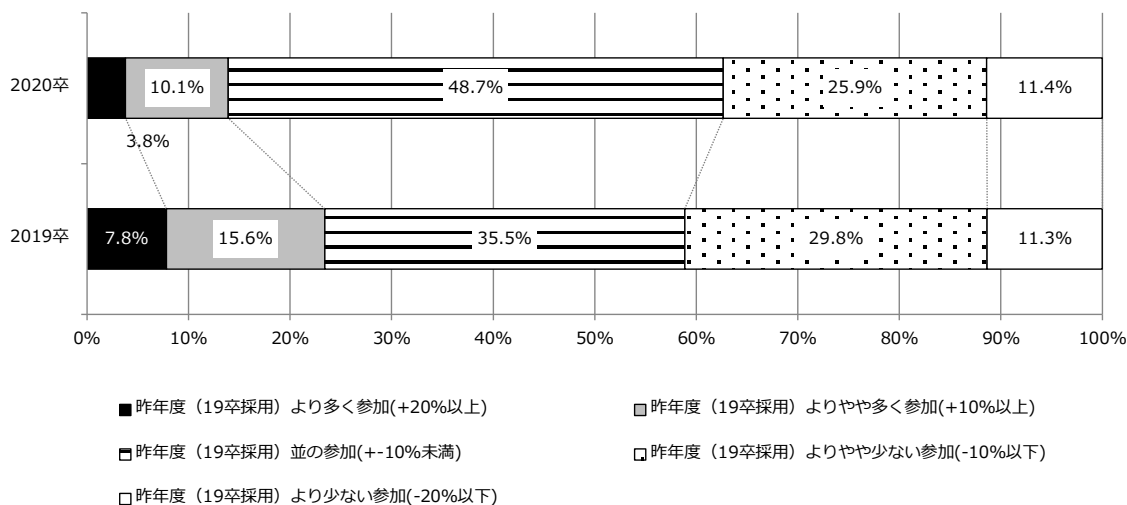


### 早期化で3年生以前が増加

従来は、3年生になった後の5月と10月が就職ガイダンスの季節だったが、最近では2年生の秋から開始する大学が増えた。採用活動の早期化への対応だけでなく、公務員や各種資格試験対策も早期ガイダンスの重点でもある。このほか、企業が成績重視の傾向にあるということで学生に勉学に力を入れさせることもあるようだ。

## 【大学】学生の就職ガイダンス参加動向

学生向けの就職ガイダンスへの参加者数増減について、当てはまるものを1つお選びください。

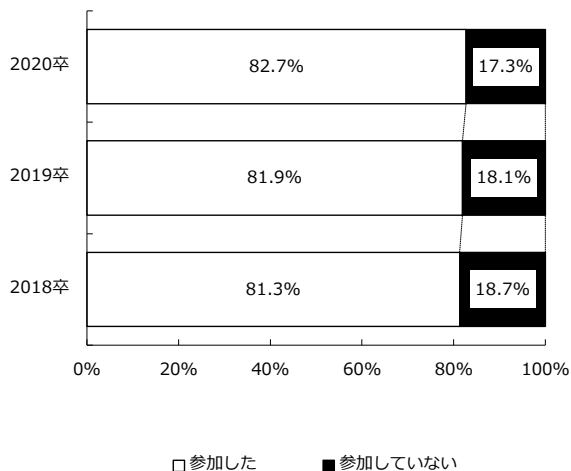


### 参加学生は多かった

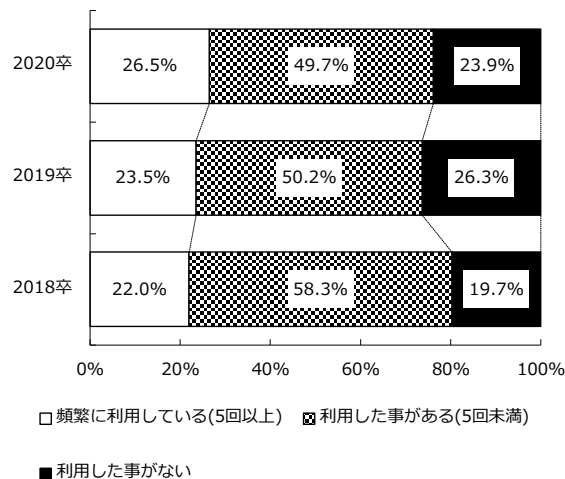
参加学生数増の流れは落ち着いたが、昨年までは増え続けていた。「例年より(やや)少ない」は減少しており、高止まりの状態といえる。多くの学生が参加した理由は、早期化が予想されていたため早期からの企業の動きや先輩たちの就職状況などの情報を知れたからだろう。

学内就職ガイダンスに参加しましたか？  
就職課(またはキャリアセンター)を利用していますか？

学内就職ガイダンスに参加しましたか？



キャリアセンター(就職課)を利用していますか？



※(月例)学生アンケート 2019年5月調査より

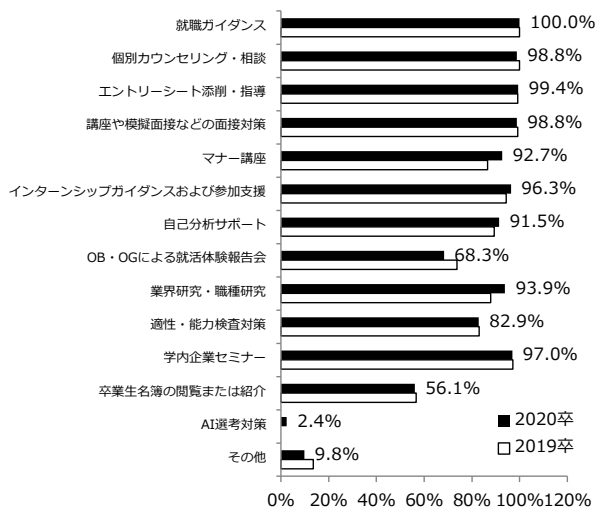
## キャリアセンターの利用率は8割

ガイダンス参加率は、毎年8割。高い参加率は、ガイダンスのプログラムの工夫や充実の成果といえよう。しかし、参加しない2割の学生が気になる。スポーツやサークルが多忙で参加できない学生なら心配ないが、進路に悩んでいたり学校に行きたくなかったりしていたなら問題だ。キャリアセンターの利用率が高まっているのは、就活に熱心な学生が多いからだろう。

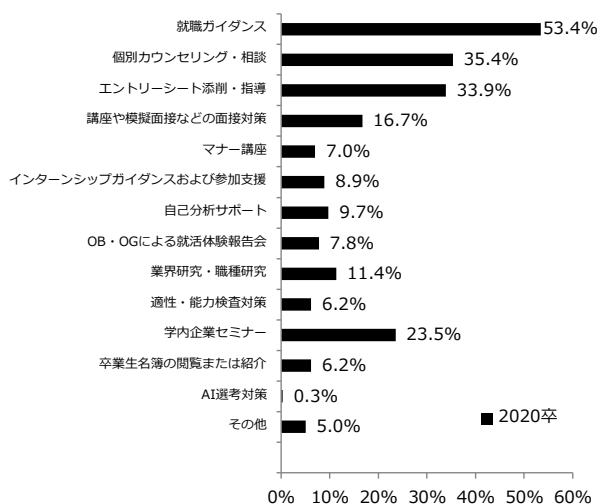
## 【大学・学生】就職活動支援施策

【大学】 学生向けの支援として実施したものについて、当てはまるものを全てお選びください。  
【学生】 キャリアセンターの支援で役に立ったと思うものについて、当てはまるものを3つ選んでください。

【大学】 学生向けの支援として実施したもの



【学生】 キャリアセンターの支援で役に立ったと思うもの

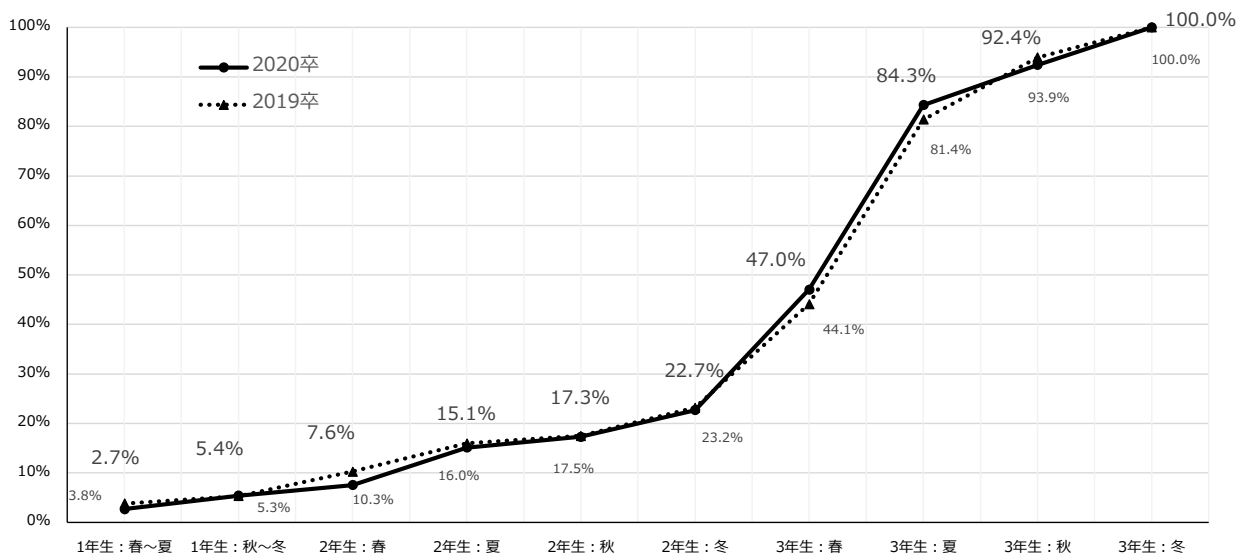


## インターンシップのガイダンスが定着

就職ガイダンス・試験対策・個別相談がキャリアセンターの3大支援策だが、これらはどこの大学でも実施している。どれも学生の満足度が高いので今後も継続されるだろう。従来なかった支援策では、早期のインターンシップガイダンスが目を引く。まだ数は少ないがAI選考対策に取り組む大学が出てきたのは注目だ。

## 【2】 インターンシップ市場動向

インターンシップを意識し始めたのはいつ頃ですか？

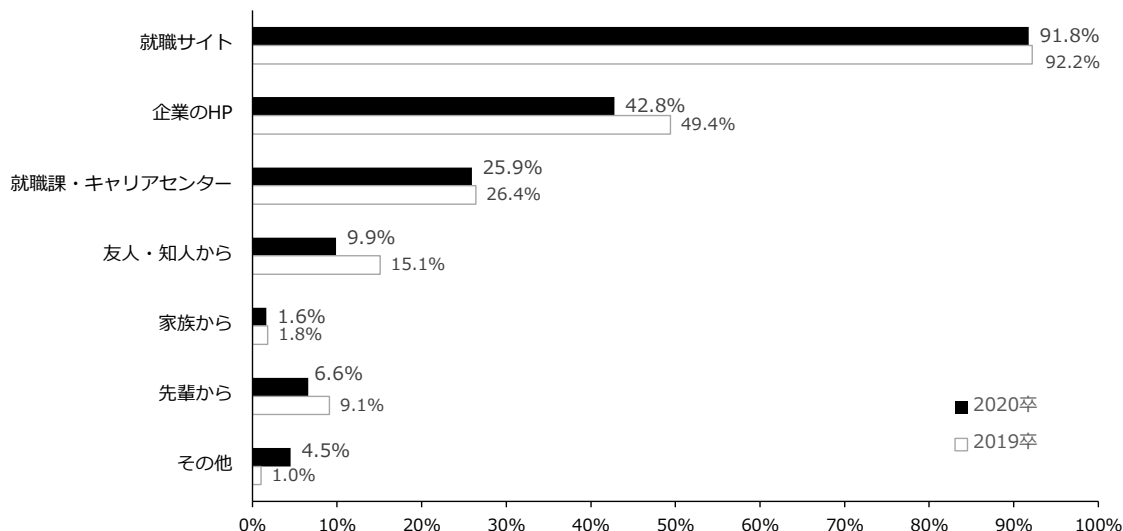


※(月例)学生アンケート 2019年1月調査より

3年生春からインターンシップの意識が高まる

2年生までは緩やかに上昇し、“2年生冬(22.7%)”を境に一気にインターンシップを意識する学生が増加。“3年生春”で47.0%が、“3年生夏”には84.3%と大多数の学生が意識していることが分かる。多くの大学が、3年生になってすぐに就職ガイダンスを開催している。それが1つの契機となる学生が多いのだろう。

インターンシップの情報をどのように探しましたか？



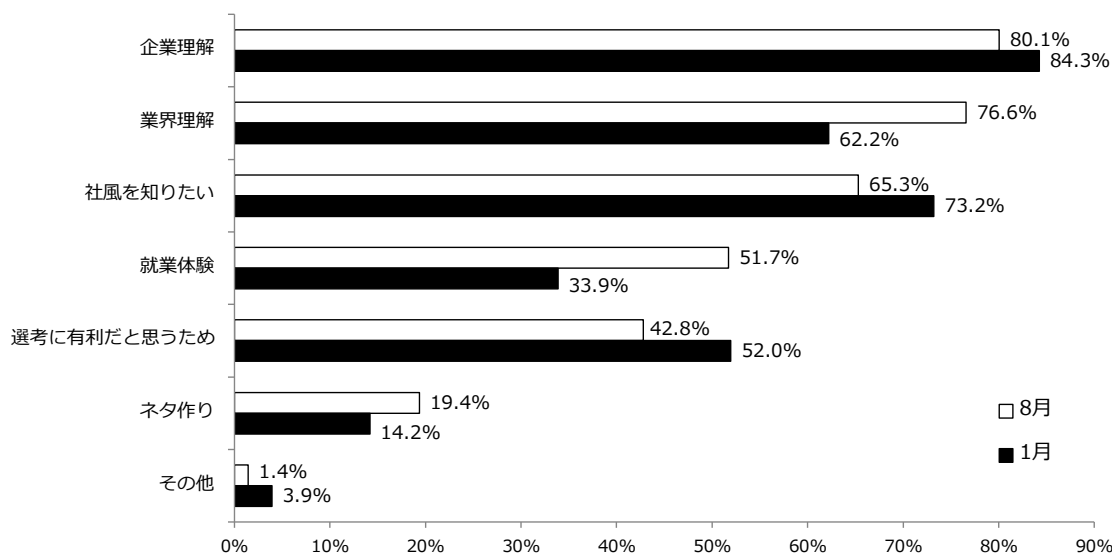
※(月例)学生アンケート 2018年10月調査より

「就職サイト」への一極集中が進む

インターンシップ情報を調べる時、9割以上の学生が「就職サイト」を活用している。インターンシップは就職活動の一環であり、スタートライン。そう考える学生が多く、「就職サイト」経由の応募が支持されているのだろう。その他の「企業のHP」「友人・知人から」「先輩から」は前年よりも減少。「情報サイト」の一局集中化が目立つ結果となった。



インターンシップに参加する目的をお選びください。



※(月例)学生アンケート 2018年8月・2019年1月調査より

## 時期によりインターンシップの参加目的が変化

時期による参加目的の変化を見るため、8月(夏インターンシップ)と1月(冬インターンシップ)を比較した。8月は「業界理解」「就業体験」を重視し、1月では「社風を知りたい」「選考に有利だと思うため」が増えている。情報収集や志望の方向性を模索する夏、自身とのマッチングや選考を意識する冬と、目的を変えて参加している様子が伺える。

インターンシップをした企業に対して感想・意見があればご記入ください。

### 良かった

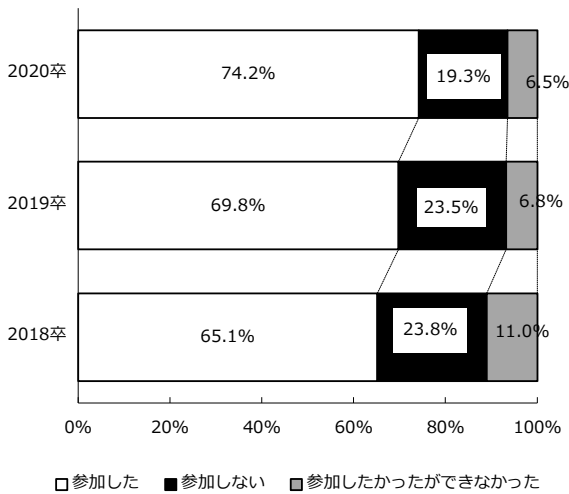
- 就活の際の心構え、面接官の見るポイント、面接の練習を行なっていただきとても参考になった。(愛知学院大学・文系・男性)
- 業界に対する興味が湧き、専門商社に絞った就職活動を始めるきっかけになった。(関西学院大学・文系・男性)
- 長期のインターンシップを通して仕事や働き方について考える良い機会になった。(九州大学大学院・理系・男性)
- 内面を見てくれるインターンシップだと感じた。(九州大学大学院・理系・男性)
- 少人数で経営方針等について考えられた。社員からのアドバイスも多かったです。(首都大学東京・文系・女性)
- 交通費の支給やお昼を準備してくれるなど就活への対応が充実している。(秋田県立大学・理系・女性)
- 社風と社員の雰囲気がよく、経験が若い時から積めると感じた。(早稲田大学・文系・男性)
- 5日間まり込みでグループワークというとてもハードなプログラムだったが、その分優遇措置があった。(早稲田大学・理系・男性)
- カードゲームを通して、エンジニアの人生をその1日で体験できるというのがすごい魅力的なインターンシップだと思います。(大阪電気通信大学・理系・男性)
- 全国に配属されるという珍しいインターンシップだったので、印象に残っていると同時に非常に貴重な経験だった。(中央大学・文系・男性)
- 人事の視線が、人柄重視であることが分かったため、会社の風土等を察することができたことが良かった。(中央大学・文系・男性)
- 3daysで詳しく業務内容を知ることができ、志望度が上がった。(中央大学・文系・女性)
- 企業のアピールというよりも、就活生のためになるかを考えてインターンシップを行っていると感じた。(津田塾大学・文系・女性)
- 人事の方が明るくて、一緒に働いたら楽しそうと感じました。長期のインターンシップも参加してみたかったです。(東北福祉大学・文系・女性)
- 職種体験や座談会など入社後の働くイメージが湧きやすいプログラムであるものは参加してよかったと思った。(東洋大学・文系・男性)
- 社会人基礎力が身についた、良かった(お茶の水女子大学・文系・女性)
- どれも長期ではないが、1dayで何度も参加出来たため、自然に会社を知り、自然に心の底から好きだと思う会社になった。(法政大学・文系・女性)
- web広告を考えるグループワークや現役社員からのフィードバックはとても参考になり、PRの際に気をつけるべき点を教えてもらえるのは印象的だった。(国際教養大学・文系・男性)
- 実際の業務に沿ったグループワークがあり、周囲と協力しながら答えを導くため、コミュニケーションをとりながら、仕事の理解につなげることができた。(東京農業大学・理系・女性)

### 悪かった

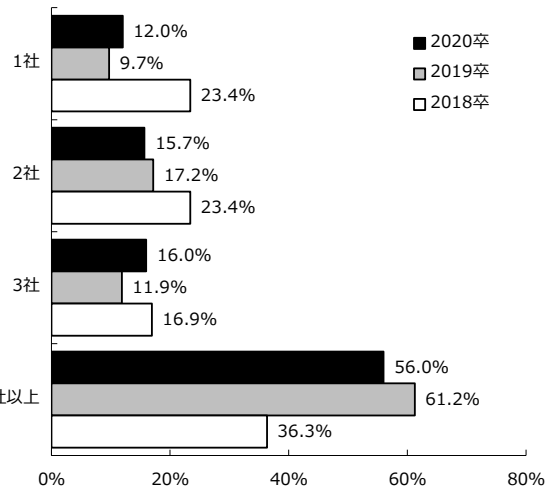
- 2週間行い、全て8時間労働であったが、無給だった点が大変でした。(亜細亜大学・文系・女性)
- 会社についてあまり深く知ることはなかった(下関市立大学・文系・女性)
- 社員に自分に合わないと思った人がいたのでその会社を受けるのはやめた(甲南大学・文系・女性)
- 人事部以外の社員に会える場が欲しい(神戸外語大学・文系・女性)
- インターンシップの段階で確定しているのであれば、選考スケジュールを教えてください。(西南学院大学・文系・女性)
- 参加した意味がなかった気がする(日本大学・文系・女性)
- 昔からなんとなく憧れていたが、いざ内部に入ってみると社風が肌にあわなかった。そのことに気が付けたため、有意義なインターンであった。(武蔵野美術大学・文系・女性)
- 人が多すぎると、社員のマンパワーが足りず、結果として学生の満足度が低くなるので、インターンシップと銘打ってやるのなら、せめて履歴書ぐらいはどの会社も提出させた方が比較的やる気のある人材がくるのではないかと(立教大学・文系・男性)
- 一日だけのインターンシップは実際のところ意味があるかわからなかった。(立命館大学・文系・女性)
- インターンに参加した時に降何も採用情報や説明会について連絡がなかったため、連絡が欲しかった。(大分大学大学院・理系・男性)

企業のインターンシップに参加しましたか？  
何社のインターンシップに参加しましたか？

企業のインターンシップに参加しましたか？



何社のインターンシップに参加しましたか？

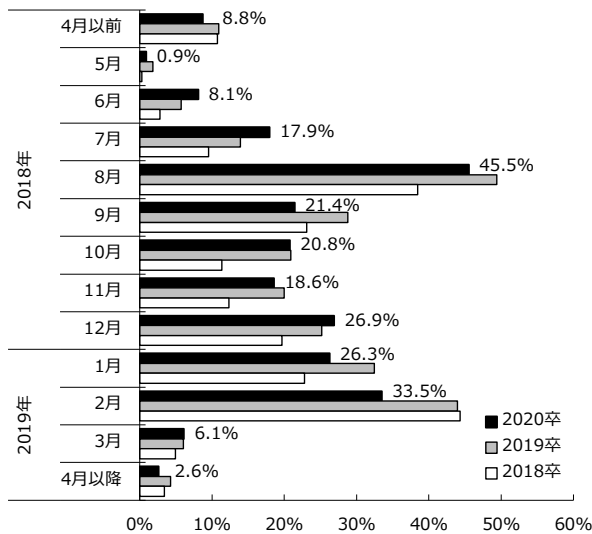


### 複数のインターンシップ参加が当たり前！

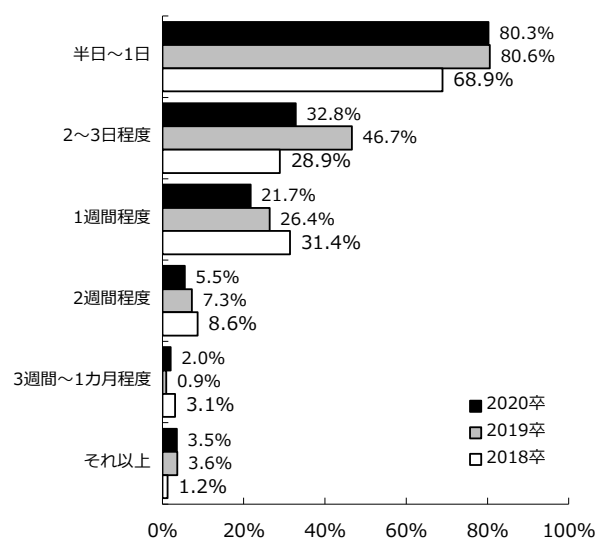
インターンシップの参加割合は年々上昇を続け、20年卒では4人中3人が参加(74.2%)という結果になった。19卒からは期間の制約がなくなり、短期インターンシップが増えた。参加しやすくなったことで、19年卒以降は「4社以上」が一気に増加し、20卒生でも56.0%と最多となっている。すでに複数参加が当たり前と言える。

インターンシップに参加した時期を教えてください。  
インターンシップに参加していた期間を教えてください。

参加した時期



参加していた期間



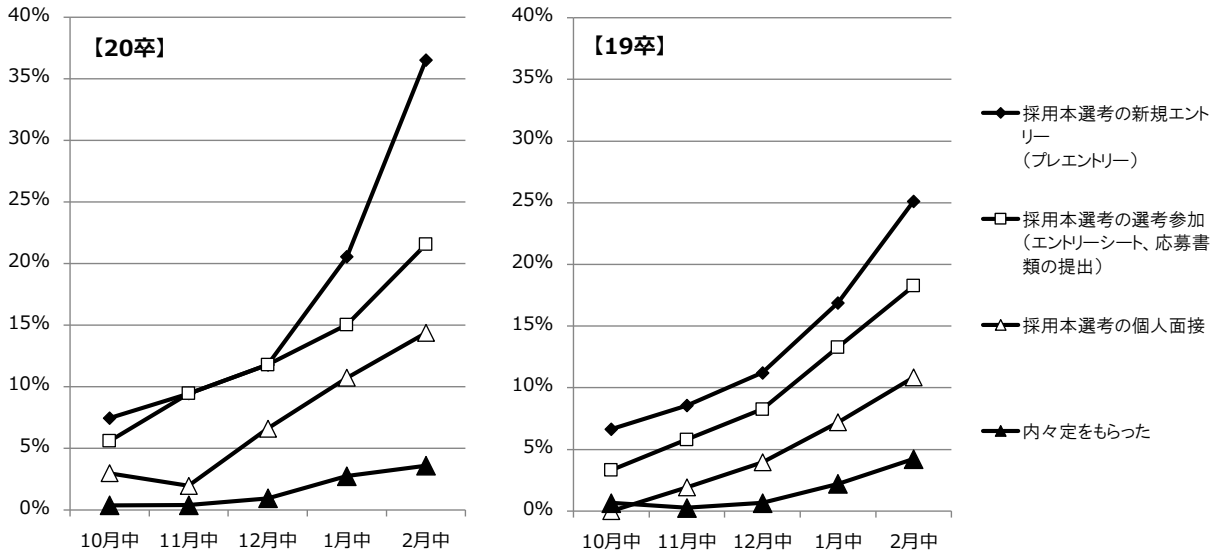
### インターンシップの早期化・短期化

8月に参加した学生が最も多く(45.5%)、次いで2月(33.5%)となった。年々参加割合が増えているのは「6月」と「7月」。インターンシップの早期化が進んでいる。期間別で見ると、「1週間程度」などの長期は減少傾向にあり、「半日～1日」が8割強となった。参加しやすく、負担の少ない短期インターンシップが好まれている。

**【3】 活動動向**

**2020**

就活に対して、「今月中」にあなたが取り組んだこと・経験したことはなんですか？



※(月例)学生アンケート 2018年10月-2019年2月調査より

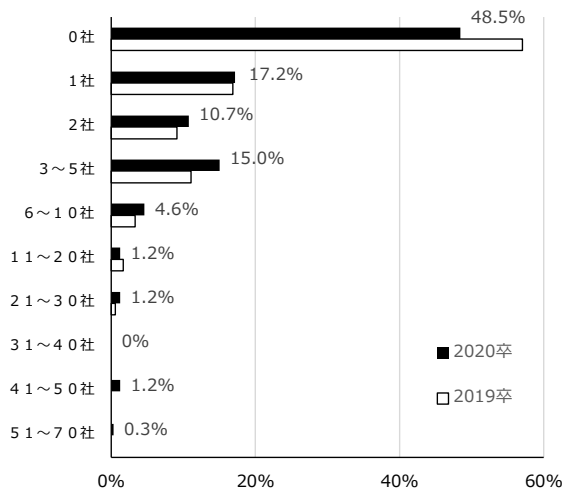
3月広報開始以前の早期選考が拡大！

プレ期(3月広報開始前)における就職活動状況を、選考ステップ別にまとめてみた。2月には20%強の学生が選考に進み、15%弱が個人面接も経験している。前年比較では、「プレエントリー」で10Pt以上、「エントリーシート、応募書類の提出」「個人面接」では3Pt強も上回った。早期選考を実施する企業の増加が伺える。

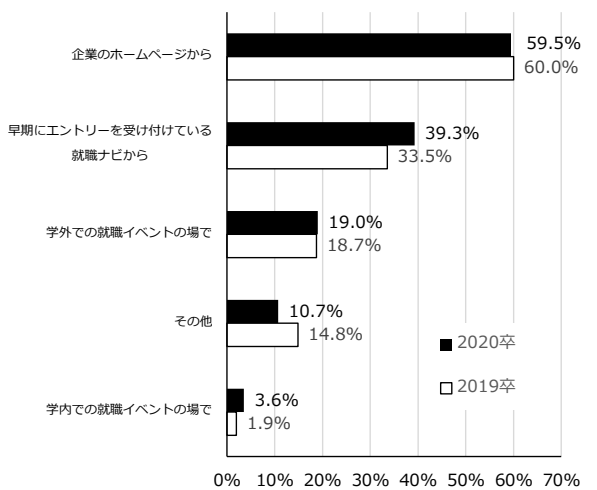
【学生】解禁前の採用選考への参加

企業に「採用「本選考」のエントリー (プレエントリー)」した数を教えてください。どのような形で「企業へのエントリー」を行いましたか？

エントリー (プレエントリー) した数



エントリー (プレエントリー) の方法

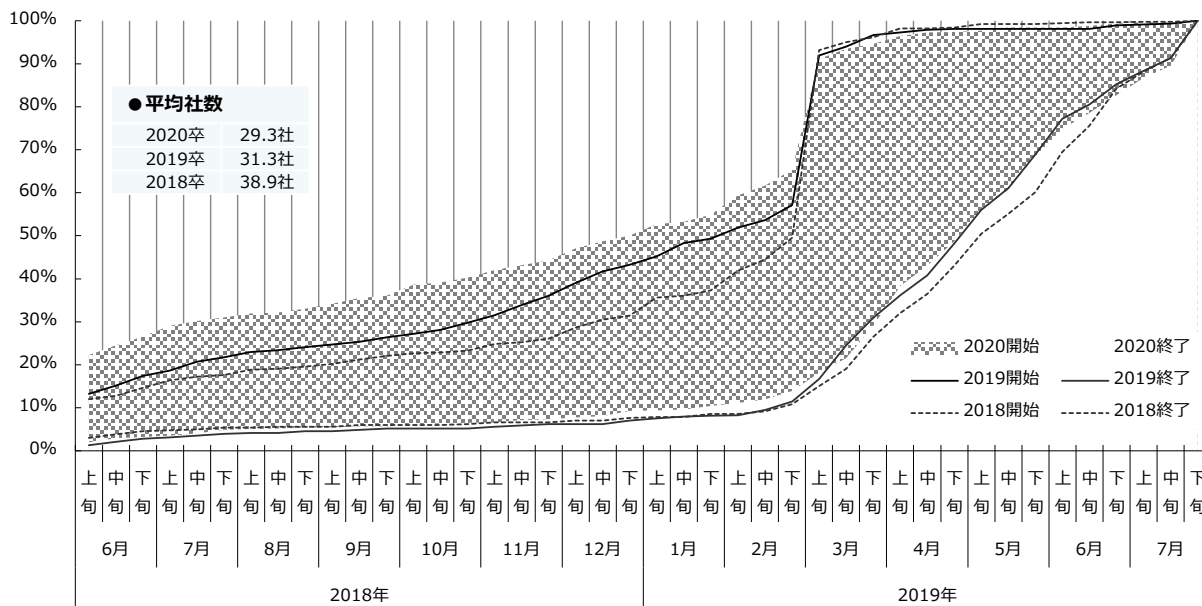


※(月例)学生アンケート 2019年2月調査より

2月時点で過半数の学生がエントリー (プレエントリー) を開始

プレ期(3月広報開始前)である2月時点で、過半数の学生が企業へのエントリー(プレエントリー)を開始している。前年比較で見ると、「0社」が8.6Pt減少して48.5%、「3~5社」が4.0Pt増加して15.0%となっている。2月には就職活動がスタートしていたようだ。エントリー(プレエントリー)方法では、「早期にエントリーを受け付けている就職ナビ」の増加が目立つ。

就職サイト・企業採用サイト等からプレエントリー・資料請求をした時期はいつごろですか？  
また、何社程度しましたか？

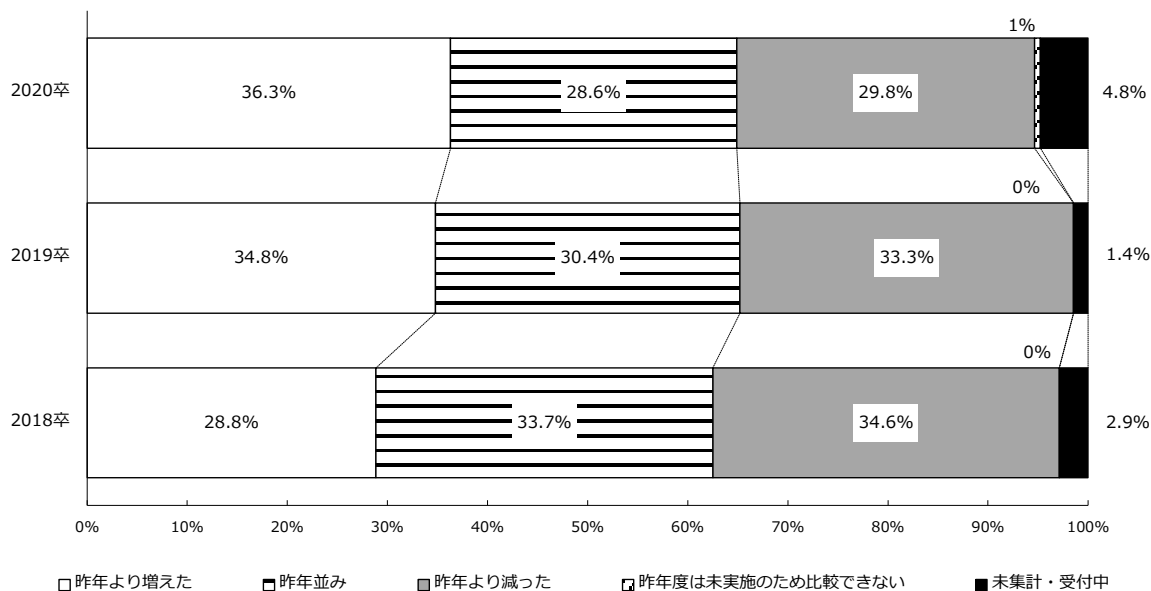


### 実施期間は長期化したが、プレエントリー平均社数は減少

プレ期(3月広報開始前)の間は、一貫して、前年を上回るペースで進んでいる。網掛け部分は、プレエントリーしていた期間を示しているが、18卒・19卒と比較して実施期間の長期化が目立つ。しかし、平均社数は減少しており、慎重に企業選択を進める学生が様子が伺える。

### 【企業】プレエントリー数の増減

プレエントリー数の増減について、当てはまるものを1つお選びください。

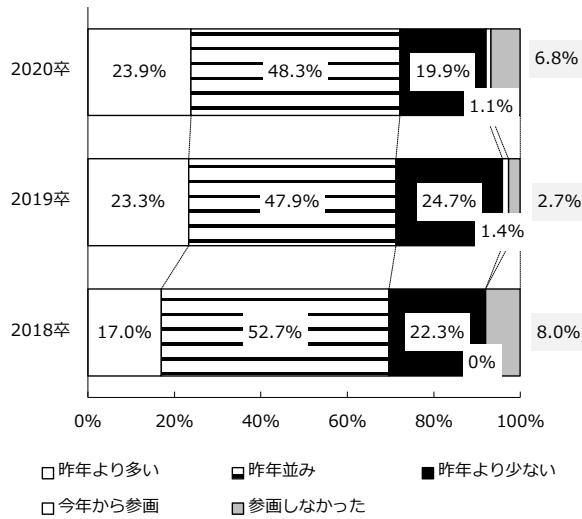


### 大手企業のプレエントリー数は増加、応募企業の集中化が目立つ

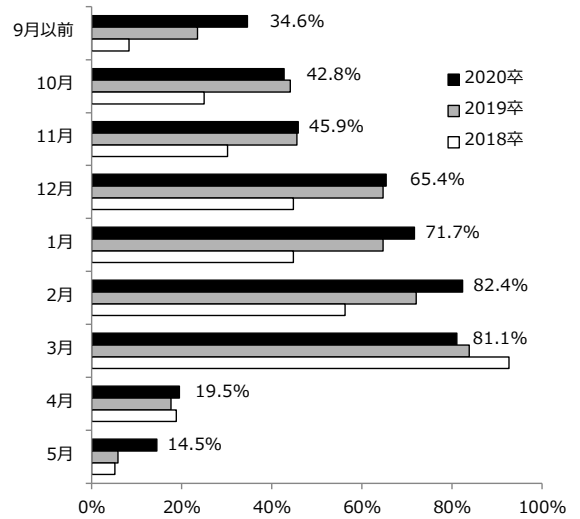
学生のプレエントリー平均社数は減少したにもかかわらず、企業の受付状況では、「昨年より増えた」が増加し、「昨年より減った」が減少した。これは調査対象が、主に大手企業であることが影響している。30社に満たない学生のプレエントリー先は大手企業に集中し、売り手市場ながら応募学生は増加傾向となっていた。

合同セミナーへの参画回数増減、参加した時期をお教えてください。

合同セミナー参加回数の増減



参加した時期（複数選択）



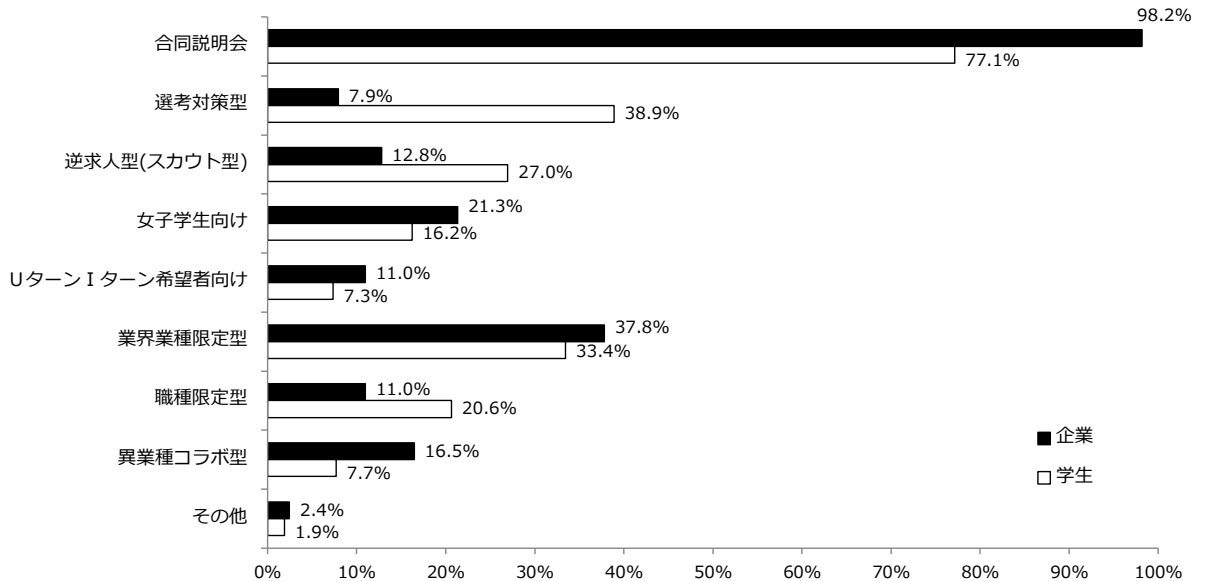
### 合同セミナーのニーズは堅調、プレ期の重要性が高まる！

合同セミナーへの参画状況を見ると、「昨年より多い」「昨年並み」が前年と同程度を維持している。企業ニーズは堅調といえる。一方、6.8%の企業は「参画しなかった」と回答。合同セミナー以外の接触手段が多様化しているのだろう。参加時期では2月以前の伸びが目立つ。プレ期(3月広報開始前)の重要性はますます高まっている。

### 【企業・学生】 合説タイプ以外のセミナー状況

【企業】 今年度の採用活動で、どのようなタイプのイベントに参画しましたか？

【学生】 学外でどのようなタイプのイベントに参加したいですか？



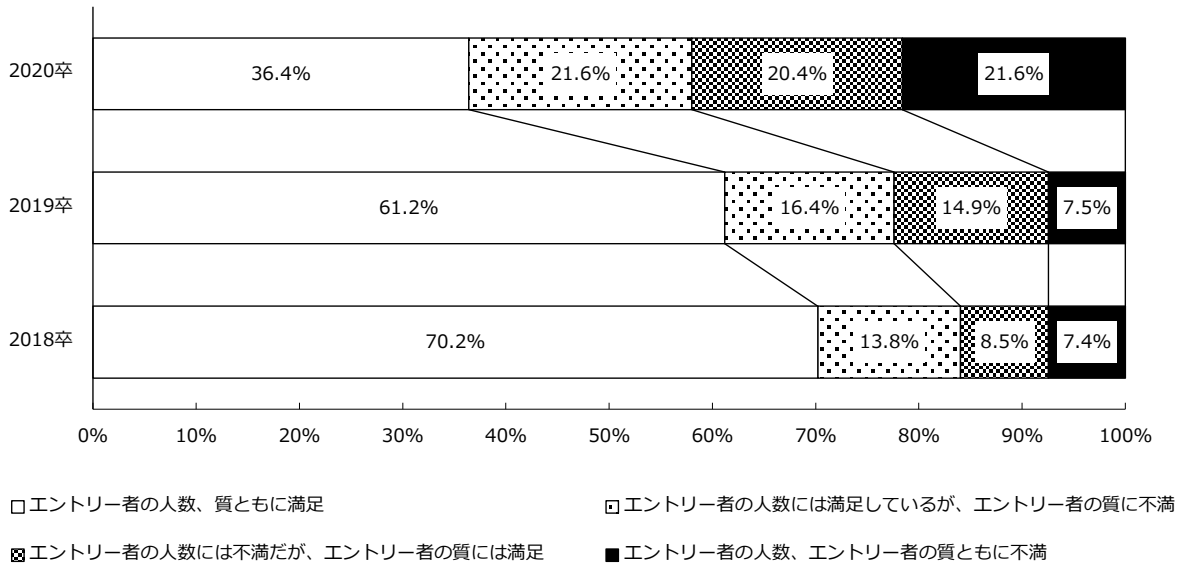
### 学生ニーズの方が高い「選考対策型」「逆求人型(スカウト型)」「職種限定型」

企業が実際に参画したイベントと、学生が参加したいと考えるイベントを比較した。ほとんどの企業が「合同説明会(98.2%)」に参画しているが、学生ニーズはそこまで高くない。一方、「選考対策型」「逆求人型(スカウト型)」「職種限定型」は、参画実績よりも学生ニーズが高いという結果になった。

## 【4】活動振り返り

# 2020

今期のこれまでの採用満足度について、当てはまるものを1つお選びください。

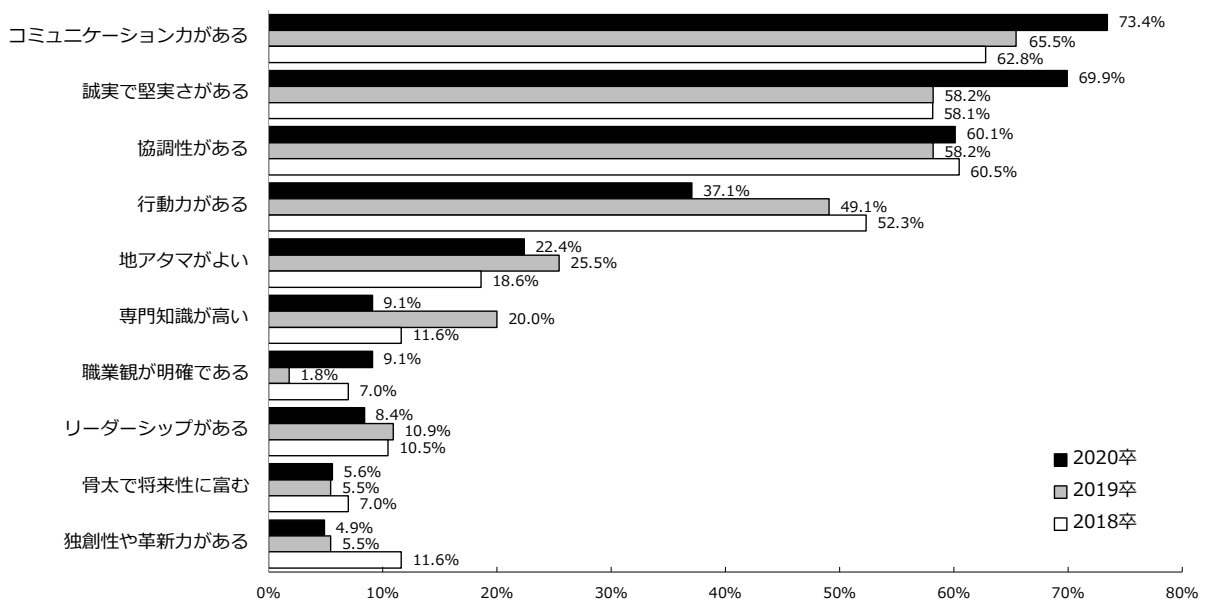


### エントリー者の人数、質ともに不満が激増、

この設問に対する回答は企業によって大きく違う。就職人気の高い企業ではエントリー者が増加しているが、地味な企業や不人気業界の企業は、激減している。それでも全体としては、エントリー者の人数、質ともに不満という回答が激増している。売り手市場ということで学生たちは、特定の人気企業に集中したのだろう。

### 【企業】内定学生についての感想

今年、内定した学生についての感想は、どのようなものですか。評価できる項目に3つお選びください。

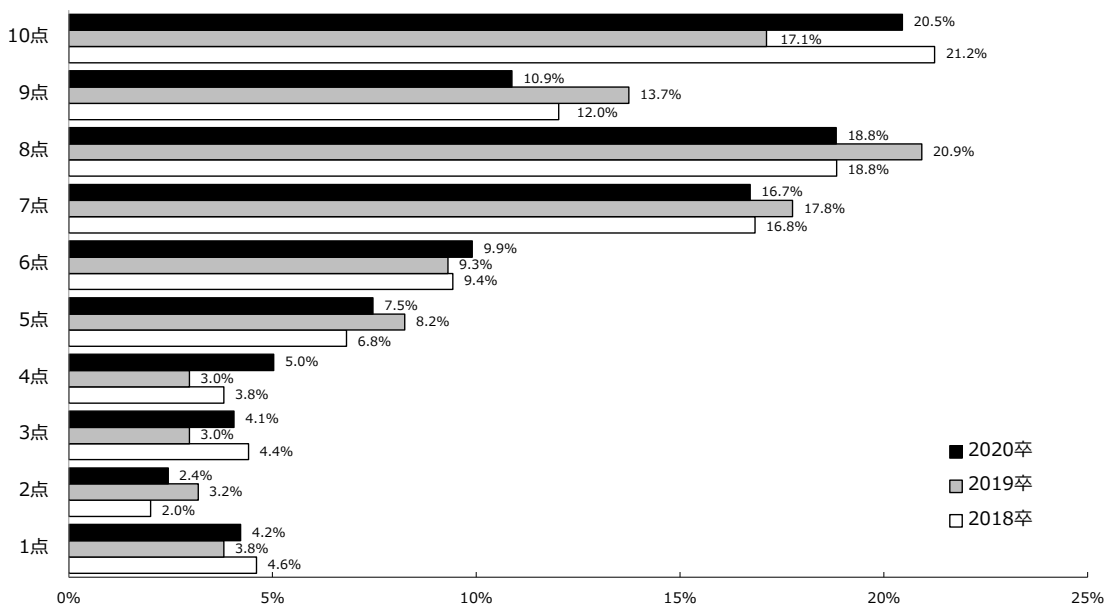


### コミュニケーション力があって誠実な学生が増えている

企業が内定した学生の特徴をあげるという調査。最近の学生については、「コミュニケーション力」、「誠実で堅実」「協調性」のある学生が多く、年々増えている。その一方、行動力や地頭の良い学生、専門知識が高い学生は、年々少なくなっているという。



就職活動に対する満足度（10点満点）について、あてはまるものを1つ選択してください。



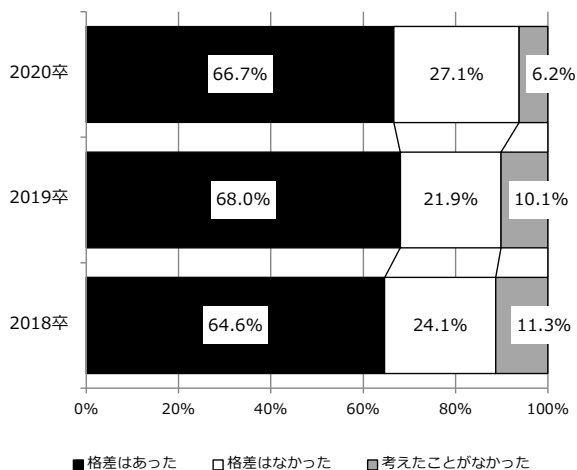
### 満足のいく就活をした学生が多かった

就活の満足度は、学生が、希望する企業に就職できたかだけでなく、就活で自分の力を発揮できたか、企業の採用選考に納得がいったか、パワハラはなかったか、といったことも含まれている。それにしても今年の満足度は昨年よりアップして学生は満足の日だった。

### 【学生】大学名による就職格差

実際に就活を行なってみて、「大学名による就職格差」はあると感じましたか？  
また、就職格差を感じたエピソードがあれば具体的に教えてください。

#### 大学名による就職格差（択一）



#### 就職格差を感じたエピソード

- ESの中身を見ていないと感じることが多かった。ESを出す前に企業から連絡が来る(明治大学・文系・男性)
- ESの通過率が高いことや、企業からのリクレーターの接触があったこと。(一橋大学・文系・男性)
- エントリーシートの志望動機をあまり書いていなかったが、選考が進んでいた。(九州大学大学院・理系・男性)
- 最終選考に呼ばれる学生はMARCH以上がほとんどだった(慶應義塾大学・文系・男性)
- 書類選考で基本的には落ちない。(早稲田大学・文系・男性)
- 早期選考に呼ばれる人と呼ばれない人がいたこと。(中央大学・文系・男性)
- スカウト型合同説明会のこと。他の有名大学が座ってる机には人がしっかり説明しに行っていたのに、自分含めFランの人が座ってる机には、進んで座りたくなさそうに、毎回来るのが遅くて、差別を感じた。(城西国際大学・文系・女性)
- そもそも与えられる情報が大学の偏差値や関東か地方かなどによって偏りがあり、実際の選考も比較的不利不利を感じた(新潟大学・理系・男性)
- 事前に書類選考のない説明会に申し込みをした際に、友人は「空席あり」となっているのに、私はすべて満席で、申し込みができなくなっていた。(獨協大学・文系・男性)
- 上位大学には企業から連絡がきていた。(大阪大谷大学・文系・女性)
- 説明会予約が大学名によって空席状況が変わったこと(国学院大学・文系・女性)
- 大手企業でのインターンシップ対応で冷遇された。(二松学舎大学・文系・女性)
- 明らかに有名大学の人と自分とで食い付き方が違うと感じた。ずっとその人に話しかけてる感じだった。(大阪電気通信大学・理系・男性)

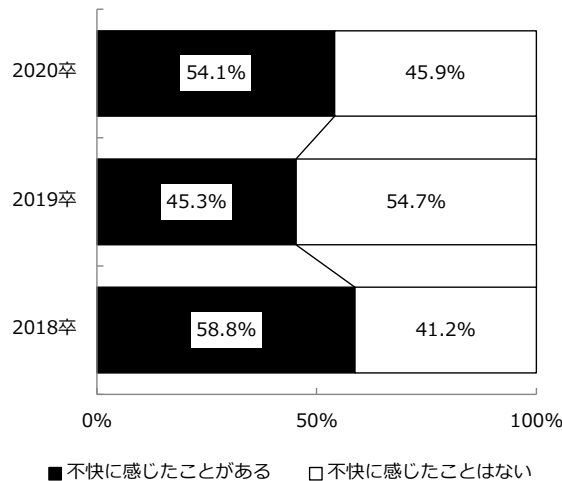
※(月例)学生アンケート 2019年5月調査より

### 大学差別はまだある

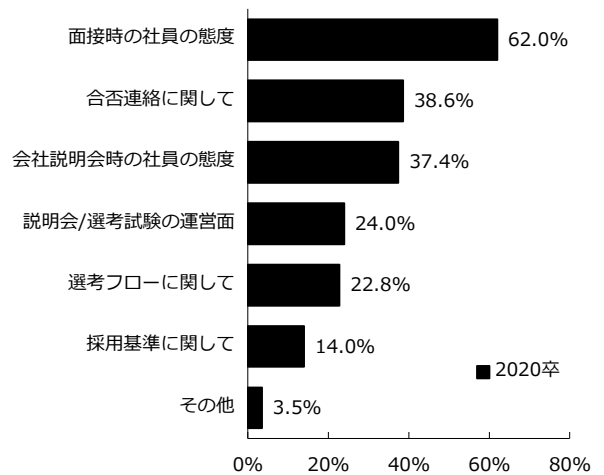
情報提供や採用イベントの案内、選考フォローが大学によって違うという大学差別は、まだなくなる。かつてのように露骨に大学別説明会やリクレーター制度を掲げて大学差別する企業はなくなったが、エピソードにみるようにネット時代ならではの見えない差別があるようだ。

これまで説明会や選考に参加する中で、企業の対応を不快に感じたことはありますか？  
どのような状況で不快に感じましたか？

説明会や選考で不快に感じたことはありますか？



どのような状況で不快に感じましたか？



※(月例)学生アンケート 2019年6月調査より

面接時の社員の態度が不快に

学生は、企業説明会や面接で企業の人間の対応や言動に敏感だ。採用される側として緊張しているからだが、企業の人間の何気ない言葉や態度に好感を持ったり、不快になったりする。今年も半数の学生がそうした経験を持った。面接だけでなく、選考結果に対する企業からの連絡の不手際やサイレントも、学生に不快感を抱かせている。

【学生】不快に感じた理由

不快に感じたシチュエーション、不快に感じた理由を教えてください。(自由記述)

不快に感じた理由

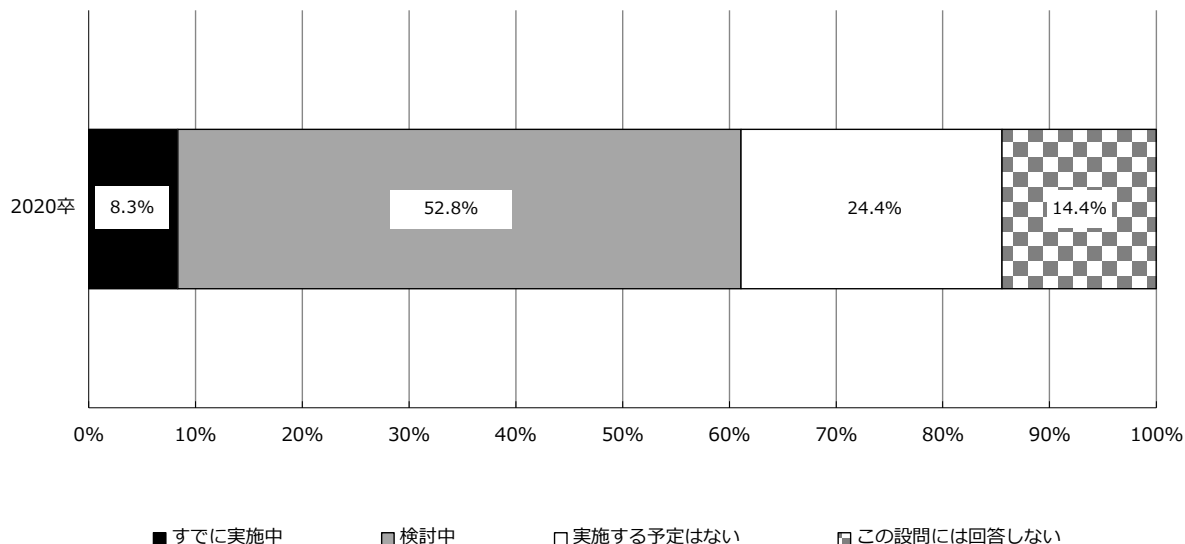
- 受かった場合のみ連絡、などは正直落ちるなら落ちるで良いので早く連絡が欲しい。また社員が選考に遅れて来たり、説明会の段取りなどが悪かったこと。(東洋大学・文系・男性)
- 面接で頭ごなしに否定された。無能な役員は上に立つべきで無いと思った役員クラスが論理的で無いと、所詮この程度が上場出来るのかと侮ってしまう。(青山学院大学・文系・女性)
- 書類審査で学歴差別を感じた(京都産業大学・文系・男性)
- 説明会と面接で言っていることが違ったこと。具体的には、説明会では新しいことを推進していく、そのための人材を求めていると言っていたのに、面接で新しいことをやりたいと言ったら、あまり興味を持って聞いてもらえなかったこと。(首都大学東京・理系・男性)
- 合格者のみに連絡を行い、不合格者に連絡を行わない企業があった。就職活動をしている側にもスケジュールなどの都合があるため、不合格でも連絡がほしい。(日本大学・理系・女性)
- 詳しい選考フローが出ておらず、何回面接したらいいのかわからないままだった。合否の連絡も期限ギリギリの夕方、不快感を持った。(佛教大学・文系・女性)
- 説明会中、人事部長的ポジションの方からお話の中で、明らかに就活生を見下したような発言が多かった。その会社の最終面接に進み、最後に面接のフィードバックをもらったが、駄目な部分を散々言われたあと、その日の内に不合格通知を受けた。(明治大学・文系・男性)
- オワハラを受けた。口調が怖い。(日本大学・文系・女性)
- 人格を否定されているように感じる言葉をかけられたことがある。また、威圧的な態度をとる社員もいた。(広島大学・文系・女性)
- お祈りメールの氏名欄が名前なしでテンプレートで送られてきた。選考していないのに不合格の連絡が来た。(横浜市立大学・文系・女性)
- どの面接官も露骨に聞くつもりが無いなら面接に呼ぶなと言いたくなった。(片道5時間かかった為)(首都大学東京大学院・理系・男性)
- リクルーターの人を見下しているような態度。自社、他社のビジネスモデルを把握していないかったこと。(東洋大学・文系・男性)
- 同じプログラムにも関わらず、インターンシップ参加者の中に「インターンシップ参加によって本選考の書類選考が免除される」旨の説明を受けた人とそうでない人がいたこと。(学習院大学・文系・女性)
- 過去の経歴(大学を再受験したこと)にケチをつけられた(千葉大学大学院・理系・女性)
- 圧迫面接、多すぎる選考フロー、遅すぎる選考結果連絡(北海道大学大学院・理系・男性)
- 面接の際、体型のことを指摘された。(同志社女子大学・文系・女性)
- 関東在住だから、面接会場に九州を指定された。会場の変更は出来ないとわれ、面接を辞退した。逆に遠方に住んでいるのに関東の会場を指定された人もいたので、企業側で調整してほしいと思った。(早稲田大学・文系・女性)
- 合否の連絡が1週間以内と言いつつ、長引いているところが何社もあった。(帝京大学・文系・女性)
- 選考フローが不透明(日本女子大学・文系・女性)
- 最終面接で、なぜ他の業界を検討しなかったのか、という質問をされ、どちらの業界も魅力的だったが、最終的に御社の業界を志望した旨を伝えたところ、あなたは自分の立場を考えたおたほうが良いと言われた。(東海大学・理系・女性)
- 内定を頂いた企業のことを見下した言い方をされ、不快に感じた。(東京都市大学・理系・男性)
- 女子学生へのあきらかな鼻唄(琉球大学大学院・理系・男性)
- 自分で説明会の参加登録ができる機能があるにもかかわらず非通知で毎日電話をかけられ、勝手に説明会の参加登録をされた。(津田塾大学・文系・女性)
- 選考が不透明で説明がない時。選考落ちの連絡がなかったり、一ヶ月以上連絡が待たされた時。(一橋大学・文系・男性)
- 大学名を見て露骨に適当な対応を取られた(山口大学大学院・理系・男性)
- 選考辞退を伝えたと、電話越しの態度が明らかに変わった事(明治学院大学・文系・女性)
- 会社説明会の時間を社員が間違えており、遅刻してきたこと。(青山学院大学・文系・女性)
- 選考開始時間になってもなんの説明もなく、ずっと控え室で待たされた。(共立女子大学・文系・女性)
- 志望動機などをお話させて頂く前に、不採用の結論ありきの面接をされた。(上智大学・文系・男性)
- 名刺交換会の際渡した名刺を部下に渡していた。(全員見)見る気がない。(東北学院大学・文系・男性)
- 不採用の場合連絡をしない。(中央大学・文系・男性)
- 面接でずっとにらまれながら面接をやった。(中央大学・文系・男性)
- 説明会でいただいた資料がその日のパワーポイントのコピーのみだった会社は選考に進む意欲を失いました。(千葉大学・理系・女性)
- 時間にルーズ。就活生は1日に何社も説明会や面接などの予定があるため時間がずれると後の予定に影響する(北星学園大学・文系・女性)

※(月例)学生アンケート 2019年6月調査より

## 【5】 注目トピックス

# 2020

新卒採用について年間を通じて採用活動を行う「通年採用」を実施していますか。当てはまるものを1つお選びください。

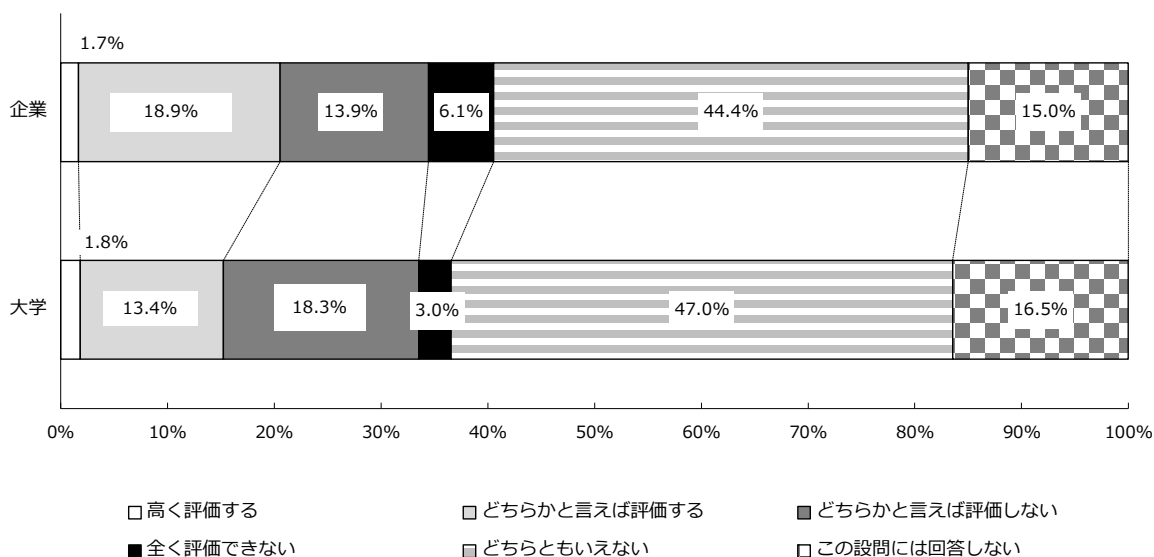


### すでに実施企業は1割で検討中が5割

採用活動が通年化している企業も少なくないが、明確に採用戦略として通年採用を実施している企業はまだ少なく、1割程度だ。経団連が提言した通年採用は、ITとグローバル人材について言及したもので、従来の新卒採用にどれだけ導入されるのか不明だ。実施しないという企業も3割と、まだ検討中が多く、慎重だ。

### 【企業・大学】 通年採用拡大方針の評価

「通年採用を拡大していく」という経団連の提言について評価しますか。当てはまるものを1つお選びください。



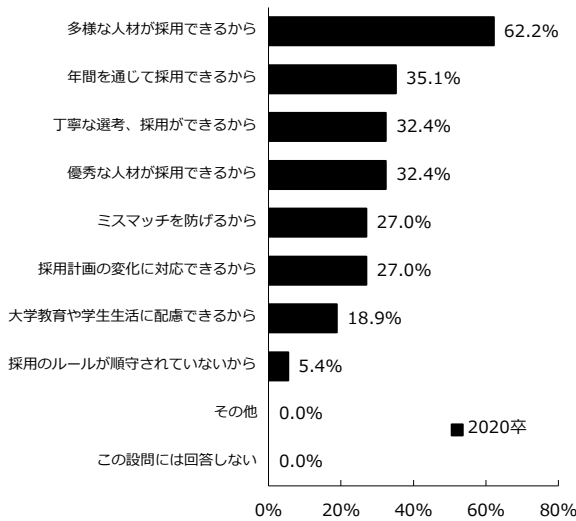
### 企業は、経団連の提言を評価していない

通年採用を今後の新卒採用の基本とするという経団連の提言に対する企業の評価は低い。「評価する」が20.6%、「評価できない」が20.0%と賛否がほぼ同数で分かれるが、「高く評価する」と「全く評価できない」とを比較すると、評価しているとは言いがたい。どちらともいえないが44.4%というから、まだ決めかねているという企業が大多数。大学側の評価としては、評価しない方が多い。通年採用への流れは見えない。

「高く評価する」「どちらかと言えば評価する」を選択した方に伺います。

【企業】 通年採用の拡大するメリットを3つ選択ください。【大学】 評価する理由をご記入ください。

【企業】 通年採用のメリット



【大学】 評価する理由

- チャンスの幅が広がる(北海道・東北: 私立)
- 留学等で就活のスタートが遅れた学生に対し、機会を与えられると良いと考えるから(近畿: 私立)
- 通年採用は、年間を通じて自由なスケジュールで採用を行い、入社時期もバラバラと考える。一括採用では、企業が同じタイミングで横並びに採用を行い、内定者の入社時期も、4月1日の一斉入社。一括採用を残しつつ、通年採用も取り入れた多様な採用活動を望む。(関東: 私立)
- 学業と進路を切り分けて学生生活を計画することに無理があるのでは。(中部: 公立)
- 短期間採用による学生と企業のミスマッチを防げるため。(中部: 公立)
- 外国人留学生や日本人の留学者をはじめ、ボランティアや学外の活動に休学して打ち込みたい学生や既卒者などが就職活動で不利にならないため。(九州・沖縄: 国立)
- 9月卒、留学など3月新卒以外の採用枠が明確になることを期待する(関東: 私立)
- 学生の経験の積み方や時期に合わせて、多様性かつ柔軟に就職活動に取り組むことができるため。(近畿: 公立)
- 採用プロセスは在学中を通してキャリア形成支援を行うべきであり学生が行動する任意の時期でよい(近畿: 公立)
- 現状ルールが形骸化、早期化しているため、通年採用の拡大は必然の流れでありやむを得ないと思う。短期決戦でなくなることにより、企業と学生間のミスマッチが減ることを望む。(関東: 私立)
- 留学しやすくなり、留学を理由にした留年が減るのではないかと考えるため。(関東: 国立)
- 選択肢が増えることは悪いことではないと思います。(関東: 都立)
- 卒業生と企業のマッチングの機会が増えると考えられるから。(中部: 公立)
- 9月卒業生や留学してきた学生にはチャンスが広がるから(北海道・東北: 国立)

多様な人材が採用できる

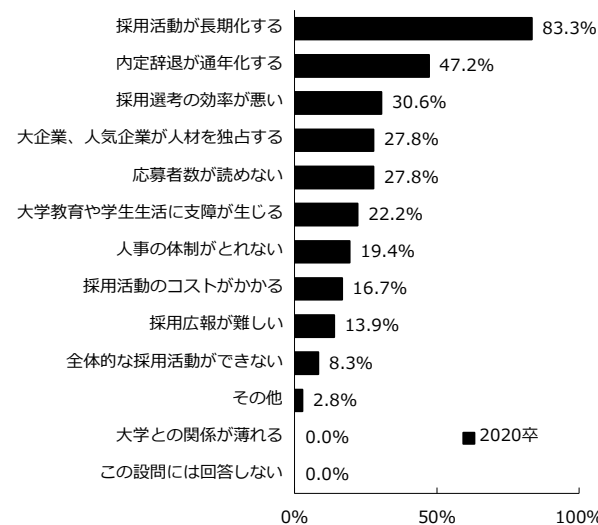
年間を通じて採用活動をするので多様で多彩な人材が応募してくるのはメリット。丁寧な採用ができるから自社に最適の人材も発見できる。通年採用は、学生にとっても時期に迫られずじっくり就活ができるので授業など学生生活とのバランスが取れることは歓迎するところ。また採用計画の変動に対応できるというメリットも見落とせない。

【企業・大学】 通年採用拡大を評価しない理由

「全く評価できない」「どちらかと言えば評価しない」を選択した方に伺います。

【企業】 通年採用の拡大するデメリットを選択ください。【大学】 評価しない理由をご記入ください。

【企業】 通年採用のデメリット



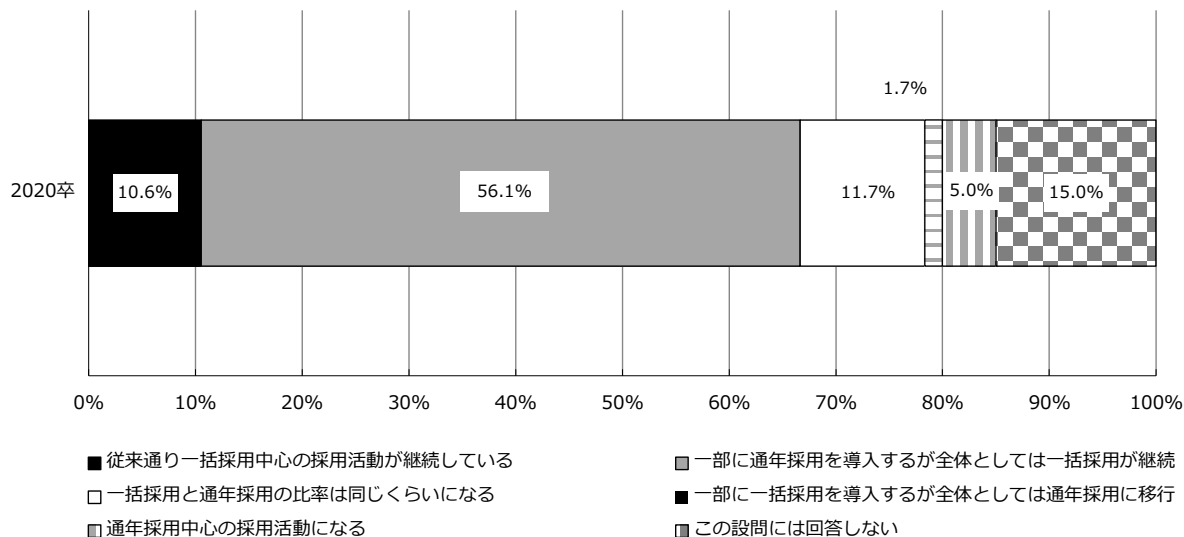
【大学】 評価しない理由

- 就職活動スケジュールの変更の有無は、就職活動の準備期間等に大きく影響するため。(近畿: 私立)
- 本来の通年採用ではなく、新卒一括採用を早期に実施する口実となっていると考えるため。(関東: 国立)
- 日本の新卒一括採用は、就業率を上げるのに一定の効果があると思われるから(関東: 私立)
- 大学生が就活できる時期は限られています。また、新卒で入社する時期も4月が殆どです。通年で各企業がバラバラの時期に採用活動をしてしまうと、内定辞退や、内定保持しながらの就活継続も増えるでしょうから、企業としてもメリットがあるとは思えません。(関東: 私立)
- 新卒採用では、一定のルールが必要と思われるため。(関東: 私立)
- 経団連としての指針が一本化されていないと感じる(九州・沖縄: 私立)
- 具体的なことが不明確なため(中部: 国立)
- 世の中の仕組みを変えていかなければ難しい。(中国・四国: 私立)
- 学生は何か基準があった方がいいと考えたため(学業への支障等)(北海道・東北: 公立)
- 今の在学生在が在学中に通年採用となることで、就職活動が早期化し、さらに長期化してしまうことから、学生の責務である学業に影響を与えると懸念しています。(関東: 私立)
- 大学は就職予備校ではない(関東: 私立)
- レベルが違う大学が同一に扱われていること(九州・沖縄: 私立)

採用活動・選考期間が長期化する

年間を通じた採用活動となれば人気企業は早期に優秀学生に内定を出し、採用活動をに終了できる。そうなれば大企業や人気企業が人材を独占するという危惧がある。逆に中堅企業や地味な企業は、年間を通じて採用活動を続けなくてはならないし、内定辞退が恒常化する。学生も通年就活になり、学生生活に支障が出かねないことになる。

3年後の新卒採用についてどうなると思いますか。当てはまるものを1つお選びください。



## 当面、一括採用は継続する

経団連が提言した通年採用は、従来の一括採用を否定したわけではない。それぞれの企業の採用方式を容認したうえで取り組むことを示唆したのである。通年採用のメリット、デメリットは企業によって事情が違うので一気に広がることはない。多くの回答にあるように当面は、一括採用が基本で一部が通年採用というのが実情だろう。

## 【企業・大学】通年採用の課題・不安

【企業】通年採用を導入するにあたって企業の当面する課題は何だと思いますか。

【大学】通年採用について大学としてどこに疑問や不安がありますか。

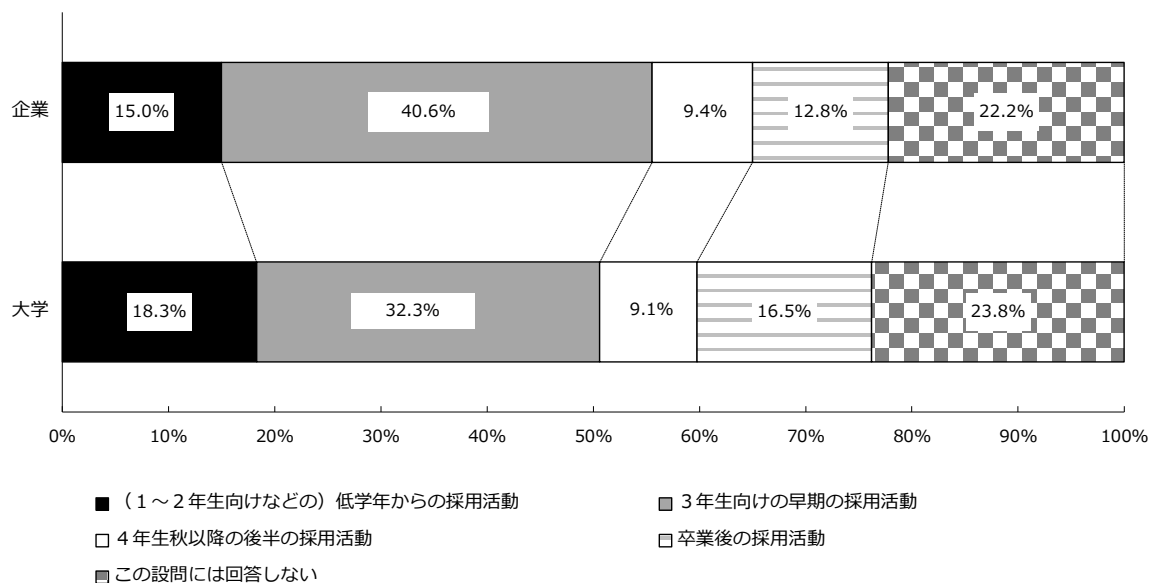
### 【企業】通年採用の課題

- どのように学生を把握していくか(商社)
- フォロー期間の長期化(サービス)
- マンパワーの確保(メーカー)
- 企業の採用担当者を中心としたマンパワー・費用面(メーカー)
- 企業は、採用効率が悪くなり、定着にも悪影響を及ぼすことが予想される。学生は、業ととの両立が難しくなり、就職活動に専念できなくなることが予想される。(メーカー)
- 教育・研修に人的・時間的コストがかかる(流通)
- 採用コストの増加、情報収集を一括で行うことが難しくなるため学生情報や状況の把握が難しくなるのではないか。(情報・通信)
- 採用活動が通年になることで、採用担当者の負担が増える。(メーカー)
- 採用担当の負担増、通年採用対象者の入社タイミング(メーカー)
- 就業規則の整備(メーカー)
- 新入社員研修などの受入教育・人材育成(メーカー)
- 人員の確保・コストの増加・採用スケジュールが立てにくい・内定者フォローが難しい(メーカー)
- 人気企業と不人気企業の応募格差の拡大(マスコミ)
- 選考プロセスの効率的な実施と人的リソース／入社研修など受け入れ態勢の構築(メーカー)
- 通年での採用業務。翌年度の学生対応と、業務で被る時期が多く、業務量が増える。(情報・通信)
- 内定辞退が増えると予想されるため、先行とフォローが長期化すること。(メーカー)
- 内定出したあとのフォロー、研修(商社)
- 入社から配属までの研修。総合採用のため現在は入社した学生を一括で最初の配属に関わらずすべての部署で研修させているが、通年では別のプランにしなければならない。(メーカー)
- 入社後の研修体制、採用人数の適正化(情報・通信)
- 入社時期(卒業時期)との乖離。(メーカー)
- 年度ごとの採用方針変更のための検討・移行期間が短くなる。インターン・選考・内定者フォローが同時に走ることによるマンパワー不足(情報・通信)

### 【大学】通年採用に対する疑問

- いつ始めればいいのか、一定の時期があることで、それを目安にして活動ができていない学生も多い。具体的な時期を示せなくなり多様化することは、学生は混乱すると思う。(北海道・東北：国立)
- インターンシップが無用となり、全てが就活に直結してくると思うので、クラブ中心の学生が出遅れる。(九州・沖縄：私立)
- カリキュラムとの整合を保てるのか疑問である。(関東：公立)
- 各開始時期の設定が必要と思うが、通年採用となった場合でも学生が不利益にならないよう配慮いただきたい(関東：国立)
- 学業の妨げ・オワハラ・中小企業の採用難が懸念される。また、あまりにも早い時期(3年時など)に内定を出した場合、後から辞退やミスマッチなどのトラブルが起こる可能性がある。(九州・沖縄：国立)
- 学生が焦り、学業を疎かにしないか、内定を出した学生に推薦状の提出を強要し、確保、縛り付けが更に強くなることが不安。(関東：私立)
- 学生には「より自律的な行動」が必要になるが、大学としてどう支援していくか。(関西：公立)
- 学生の採用基準に違いが出るのか否か。情報のばらつき。学生の層に合わせた支援体制の複雑化。(関西：私立)
- 採用活動の可能時期が拡大するので、企業は学業により配慮し、春夏の長期休暇を中心に活動を行うよう努めてほしい。(関東：私立)
- 採用選考の早期化とならず、大学での学修成果がしっかりと評価されることを望む(関東：私立)
- 就職活動の長期化、学業への支障が出るのが懸念される。企業と大学とで解釈が異なっていると感じる。(関東：私立)
- 青田買いになるのではないかと、評価基準が学歴だけになるのではないかと(関東：私立)
- 専門職を目指す学生の実習等との兼ね合い、経済的に苦しい学生への配慮(アルバイトと就職活動のバランスなど)(九州・沖縄：公立)
- 早い時期からの就活準備、テクニックにとらわれて、大学生生活・学業がおろそかになる点(関東：私立)
- 通年採用の定義が明確化されておらず、「通年での採用活動」のことなのか、「通年入社可能」のことなのか明確でないこと。(北海道・東北：公立)
- 日本独自の雇用・採用慣習はあるうえで、言葉の意味を正確に理解している人が少ないのではないかと。(関東：私立)

「通年採用」の解釈について、当てはまるものを1つお選びください。

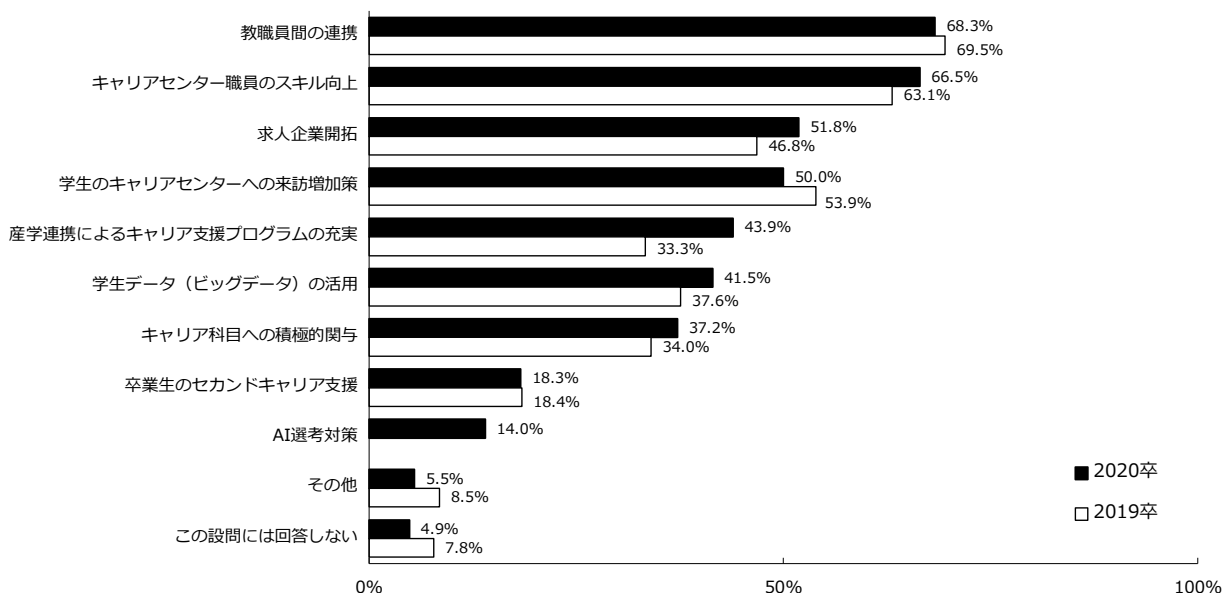


### 3年生向けの採用活動

通年採用とは実際にはどのようなことなのか、企業や大学はどのように理解しているのか、そのイメージを具体的に聞いたのがこの回答。低学年の学生から卒業直前までの採用活動ということだけでなく、「大学3年生向けの採用活動」という理解が企業、大学の共通認識だった。これでは、ここ数年の採用活動の実態と同じではないか。本音なのだろうか、違和感が残る。

### 【大学】 キャリアセンターが今後取り組むべき課題

キャリアセンターが今後取り組むべき課題についてお聞きます。当てはまるものを全てお選びください。



### 産学連携プログラムの充実が課題

学生の就職支援を担うキャリアセンターの最大の課題は、教職員間とのという内部問題が課題だという。大学の経営者や教授会の理解が十分でないということのようだ。産学連携プログラムの充実にはインターンシップだけでなくキャリア教育の発展にもつながり、キャリアセンターとして大きな課題である。AI選考対策はキャリアセンターの新しい課題である。



## 就職・採用の最新情報 無料メールニュース

文化放送キャリアパートナーズでは、採用・就職に関するコラムと最新情報をお届けする無料メールニュースを、隔週火曜日に発行しています。現在4,800名を超える企業採用・大学就職部のご担当者さまに配信中。ぜひこのメールニュースにご参加ください。

お申し込みはこちらから

<https://www.careerpartners.co.jp/contact/magazine/>



採用・就職の課題について、お聞かせください。

【お問い合わせ先】

企業キャリア採用支援事業本部 企業マーケティンググループ・キャリア支援部

TEL:03-5776-3210 E-mail:sales@careerpartners.co.jp

<https://www.careerpartners.co.jp/>

新卒採用戦線  
**総括**  
**2020**



## 新卒採用戦線 総括2020

2019年10月15日 第1刷発行

代表者 / 平田真人

発行 / 就職情報研究所 所長 平野恵子・顧問 夏目孝吉

編集 / メディアシステムグループ 間宮康之・加藤昌子・高野映子・林大智

 **Career Partners**  
株式会社 文化放送 キャリアパートナーズ

【お問い合わせ】株式会社文化放送キャリアパートナーズ 就職情報研究所  
〒105-0022 東京都港区海岸1-11-1 ニューピア竹芝ノースタワー16F  
<https://www.careerpartners.co.jp/laboratory/>



当社は、一般財団法人日本情報経済社会推進協会より、個人情報の適切な取り扱いをしている事業者に付与される「プライバシーマーク」の使用認定を受けております。