

# マイナビ 2022年卒 学生就職モニター調査 6月の活動状況



2021年7月

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2021年6月24日～2021年6月30日
- 調査対象 : 2022年卒業予定の全国大学4年生及び院2年生(調査時点)
- 調査方法 : WEB上のアンケートフォームより入力

## □モニター属性データ

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
文系男子	1,147	374	32.6%
理系男子	1,228	554	45.1%
文系女子	1,118	579	51.8%
理系女子	1,221	622	50.9%
総計	4,714	2,129	45.2%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
関東地区	1,813	790	43.6%
東海地区	480	228	47.5%
関西地区	1,011	463	45.8%
上記以外のエリア	1,410	648	46.0%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率	
学部	理系:機電系	220	85	38.6%
	理系:情報系	242	102	42.1%
	理系:土木・建築系	163	66	40.5%
	理系:化学系	154	46	29.9%
	理系:薬学系	213	110	51.6%
	理系:その他理系	495	197	39.8%
院	理系:機電系	201	107	53.2%
	理系:情報系	115	72	62.6%
	理系:土木・建築系	67	37	55.2%
	理系:化学系	220	127	57.7%
	理系:薬学系	47	35	74.5%
	理系:その他理系	312	192	61.5%

## 【6月のTOPICS】

### ～22年卒の学生の6月の活動割合はコロナ禍前の20年卒(前々年)より低い～

6月の活動状況は、前年同月との比較でほとんどの項目で下回り、特に面接に関しては、1次面接を受けた割合(25.3%、前年同月比11.9pt減)、結果通知を受けた割合(24.7%、前年同月比10.0pt減)、最終面接を受けた割合(28.9%、前年同月比9.9pt減)がそれぞれ前年同月よりも10pt前後と大きく減少した。コロナ禍前の前々年同月(20年卒6月)との比較でもほとんどの項目で下回っており、ここ3年で最も活動割合が低くなっている。

- (P.18) 入社したいと最初に強く思ったタイミング「1次面接～最終前面接受験時」が23.8%で最多に
- (P.21) 6月までに入社予定先を決めた学生のうち、5月までに入社を固めたのは60.0%で、前年より増加
- (P.34) 理系学生が選考前に研究室で企業の人と接触したことがある割合は14.9%で前年より大きく減少
- (P.35) 初めて受けた面接は、8割がライブ形式のWEB面接。対面式の面接は16.1%
- (P.38) 内々定先の最終面接が対面式だった割合は42.4%。従業員規模が大きいほどWEB面接の割合が高い
- (P.40) WEBグループ面接経験割合は前年の2倍以上の55.2%。対面式のグループ面接の19.4%を大きく上回る
- (P.43) 面接で「子供ができて働き続けるつもりか」を聞かれたことがある、文系女子6.5%、理系女子5.8%

## ■集計方法

全体の数値を算出するにあたり、文理男女別の構成比を2022年3月卒業予定の大学生・大学院生の構成比と等しくする為、文部科学省の学校基本調査を基に、ウェイトバック集計を行っている。基準数値は令和2年度学校基本調査(2020年12月公表)の大学3年生・院1年生在籍数を参照し、文理男女比を算出している。  
※ウェイトバック集計とはアンケート回答者の属性構成比率が実際の属性比率と乖離している場合、構成比に合わせて重み付けして集計すること。

## ■□各種調査はWEB上でも順次公開中！□■

経営と人材をつなげるビジネスメディア「HUMAN CAPITAL サポネット」<https://saponet.mynavi.jp/>  
 マイナビキャリアリサーチLab | 働くの明日を考える <https://career-research.mynavi.jp/>  
 就職指導担当者のための総合情報サイト マイナビキャリアサポート <http://mcs.mynavi.jp/>

## ■□本資料について□■

本資料に掲載のデータ、図版等の無断転載を禁じます。資料のご利用やご質問等に関しては下記までご連絡ください。  
 株式会社 マイナビ 社長室 HRリサーチ統括部 TEL:03(6267)4571/E-mail:myrm@mynavi.jp

## INDEX

### 【定点調査】

#### ■1:6月の活動状況

#### ■2:エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

- (1) 6月平均エントリー社数
- (2) 合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受験社数、エントリーシート提出社数(平均)
- (3) エントリー社数平均累計
- (4) 個別企業セミナー参加社数平均累計
- (5) 面接を受けた社数平均累計
- (6) 6月のWEB上での活動状況
- (7) ライブ形式のWEBセミナー参加平均社数累計
- (8) WEB面接を受けた平均社数累計
- (9) 6月前半・後半のWEB上での活動状況
- (10) 6月に受けた面接が、WEB面接だった社数(平均)、WEBでない面接だった社数(平均)、WEB面接が占める割合(分類別・エリア別)
- (11) 推移:受けた面接が、WEB面接だった社数(平均)、WEBでない面接だった社数(平均)、WEB面接が占める割合
- (12) 個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの
- (13) 面接に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの
- (14) 3月・4月・5月・6月の就活費用(平均・文理男女別、地域別、経年変化)
- (15) 就活費用の捻出方法(平均)
- (16) 現時点での第一志望の企業の就職活動進捗状況

#### ■3:現在の志望業種について

- (1) 現在の志望業種
- (2) 前年6月との比較増減、志望割合が増えた業種・減った業種

#### ■4:就職活動の感触・就職観

- (1) 活動開始時点と比較して活動の感触は
- (2) 厳しいと感じる理由【複数回答】
- (3) 1日に費やしている時間平均(就職活動準備・就職活動)
- (4) 現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合
- (5) 就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】
- (6) この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容

#### ■5:企業選択のポイント

- (1) 現在の活動の中心は大手企業中心か中小企業中心か
- (2) 企業を選ぶときに注目するポイント【ベスト3/最も注目するポイント】
- (3) コロナ施策含む・企業を選ぶときに注目するポイント【ベスト3/最も注目するポイント】
- (4) 企業選択の際のコロナ施策の重要度

※調査結果は、小数点第2位を四捨五入しております。そのため、グラフ及び表の和が100.0%にならないものがございます。予めご了承ください。

INDEX

■6:内々定保有者の活動状況

- |  |  |
|--|--|
| (1) 企業の主な発見ツール(内々定先・入社予定先)                           | (23) その企業のインターンシップに2回以上参加したか   |
| (2) 内々定を得た企業の業種                                      | (24) 内々定先・入社予定先の<br>インターンシップ参加日数(平均・分布)  |
| (3) 現段階で内々定獲得企業の中から                                  | (25) 入社予定先のインターンシップの満足度<br>参加回数別・参加日数別・従業員規模別                                  |
| (4) 入社予定先を決めている割合                                    | (26) 入社予定先のインターンシップの主な発見ツール  |
| (5) 入社予定先企業は初めて接触する前の時点で<br>第何志望だったか                 | (27) 内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度   |
| (6) 内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった時間                         | (28) 入社予定先が決まっている学生の内々定先満足度  |
| (7) その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング                         | (29) 入社予定先未決定者の内々定先満足度   |
| (8) 入社予定先企業を選択したポイント【3つ選択】<br>および最も重視したポイント          | (30) 入社予定先総合満足度  |
| (9) 内々定を得た企業の規模                                      | (31) 当初志望度別・入社予定先総合満足度   |
| (10) 入社予定先企業の規模                                      | (32) 入社予定先のインターンシップ参加/不参加<br>参加回数別・入社予定先総合満足度                                  |
| (11) 内々定を得た時期、および経年比較                                | (32) インターンシップ参加日数別・入社予定先総合満足度  |
| (12) 入社予定先の内々定を得た時期、および経年比較                          | (33) インターンシップ満足度別・入社予定先総合満足度   |
| (13) 入社意思を固めた時期、および経年比較                              | (34) 入社予定先従業員規模別・入社予定先総合満足度  |
| (14) 1次面接～内々定までの選考回数                                 | (35) 入社予定先内々定獲得時期別・入社予定先総合満足度  |
| (15) 内々定先・入社予定先の、1次面接を受けてから、<br>内々定をもらうまでの期間         | (36) 入社予定先の就業条件・職場環境満足度、能力を活かせるか<br>社員の印象と帰属感、経営者の印象、将来のキャリア展望<br>十分比較検討して選べたか |
| (16) 内々定先のインターンシップに参加した割合                            |  |
| (17) 入社予定先のインターンシップに参加した割合                           |  |
| (18) 内々定先・入社予定先の内々定を得た時期別、<br>その企業のインターンシップに参加していた割合 |  |
| (19) 内々定先のインターンシップに参加した時期すべて【複数回答】                   |  |
| (20) 入社予定先のインターンシップに参加した時期すべて【複数回答】                  |  |
| (21) 内々定先のインターンシップに最初に参加した時期                         |  |
| (22) その時期までに内々定先のインターンシップに参加していた割合                   |  |

■7:【理系】6月の活動状況

- |                           |  |
|---------------------------|--|
| (1) 6月の理系学生の活動状況【複数回答】    | 【追加調査】                                     |
| (2) 企業への応募方法              | (4) 推薦状を提出した経験                             |
| (3) 理系学生の月ごとの活動状況の推移      | (5) 提出したことのある推薦形式【複数回答】                    |
| ・大学に志望企業調査票を提出した          | (6) 提出タイミング(学校推薦・教授推薦・後付推薦)                |
| ・企業の研究所・工場などを見学した         | (7) 初めて提出した(今後する予定の)時期<br>(学校推薦・教授推薦・後付推薦) |
| ・就職に関して教授に相談した            | (8) 推薦についての考え                              |
| ・ジョブマッチングを受けた             | (9) 入社予定先企業に応募した方法                         |
| ・研究概要書・研究概要レポートを提出した      | (10) 選考前に研究室で企業の方と接触があった割合                 |
| ・企業の選考を受けた                | (11) 選考前に企業の方と接触した時期【複数回答】                 |
| ・企業から推薦状を求められた            | (12) 選考前に企業の方と接触した機会【複数回答】                 |
| ・大学から推薦状を発行された            | (13) 選考前に企業の方と接触した目的【複数回答】                 |
| ・大学院(修士・博士)への進学を目指すことに決めた |  |

INDEX

【追加調査】

■8:面接について

- |   |   |
|---|---|
| (1) 面接を受けたことがある割合<br>(対面式、ライブ形式のWEB面接、録画形式のWEB面接)     | (15) WEBグループ面接を経験したことがあるか                           |
| (2) 初めて受けた面接はどれか                                      | (16) 対面式のグループ面接を経験したことがあるか                          |
| (3) 初めて対面式の面接を受けた時、うまく対応できたか                          | (17) WEBグループ面接参加社数・平均                               |
| (4) 個別企業セミナーに参加した企業から採用面接を受けるよう連絡をもらったことはあるか          | (18) 対面式のグループ面接参加社数・平均                              |
| (5) 連絡をもらったが採用面接を断った理由【複数回答】                          | (19) 参加したWEBグループ面接の参加人数【複数回答】                       |
| (6) 面接時に注意しているポイント【2つまで選択】<br>(対面式・ライブ形式のWEB面接)       | (20) WEBグループ面接に参加してどのように感じたか<br>(やりやすかったか・やりにくかったか) |
| (7) 面接官とのやりとりの中で入社したいと思ったことがある割合<br>(対面式・ライブ形式のWEB面接) | (21) 参加したWEBグループ面接の形式【複数回答】                         |
| (8) 面接は得意か  | (22) WEBグループ面接に参加した感じたこと【複数回答】                      |
| (9) 面接前後での志望度変化の割合(平均)                                | (23) 面接を受けた日から結果通知まで待てる期間(平均・分布)                    |
| (10) 面接で志望度が上がった理由【複数回答】<br>(対面式・ライブ形式のWEB面接)         | (24) 面接後に連絡がなく落ちたと思った企業から、<br>後になって連絡があった経験         |
| (11) 内々定先の最終面接は対面式だったかWEBだったか<br>(従業員規模別・業種大分類別)      | (25) 落ちたと思った企業から連絡があった時の対応と結果<br>【複数回答】             |
| (12) 対面式の面接を受けて感じたこと【複数回答】                            | (26) 面接前の準備(事前に答えを用意するか)                            |
| (13) ライブ形式のWEB面接を受けて感じたこと【複数回答】                       | (27) 面接で聞かれたことがあるもの(不適切な質問)【複数回答】                   |
| (14) ライブ形式のWEB面接のときに行った準備や工夫<br>【複数回答】                | (28) 面接でよく聞かれた質問【複数回答】                              |
|   | (29) 面接で回答が比較的容易だった質問【複数回答】<br>面接で回答が難しかった質問【複数回答】  |

■9:入社案内(採用パンフレット)について

- |                     |  |
|---------------------|--|
| (1) 理想的だと思うサイズ      | (7) 入社案内に最もよく目を通すタイミング                               |
| (2) 読みやすいと思うページ数    | (8) 入社案内を見るとき注目するポイント【複数回答】<br>(エントリーシート提出前・選考(面接)前) |
| (3) 入手経路【複数回答】      |  |
| (4) WEBと紙、どちらが良いか   |  |
| (5) WEBが良い理由【複数回答】  |  |
| (6) 紙・冊子が良い理由【複数回答】 |  |

■10:企業の採用ホームページ(HP)について

- |  |
|--|
| (1) 志望企業の採用HPを見ようと思ったきっかけ【複数回答】                            |
| (2) 採用HPを見る際に最もよく使うツール                                     |
| (3) PCで見るのはどのようなときか【複数回答】                                  |
| (4) スマートフォンで見るのはどのようなときか【複数回答】                             |
| (5) スマートフォンで企業の採用HPを見る場合、どこで見るのが最も多いか                      |
| (6) スマートフォン向けに最適化されていた方が良いか                                |
| (7) 企業の採用HPのどのような情報をよく見ているか【複数回答】(エントリー前・セミナー参加前・ES提出や選考前) |

■11:採用PR動画について

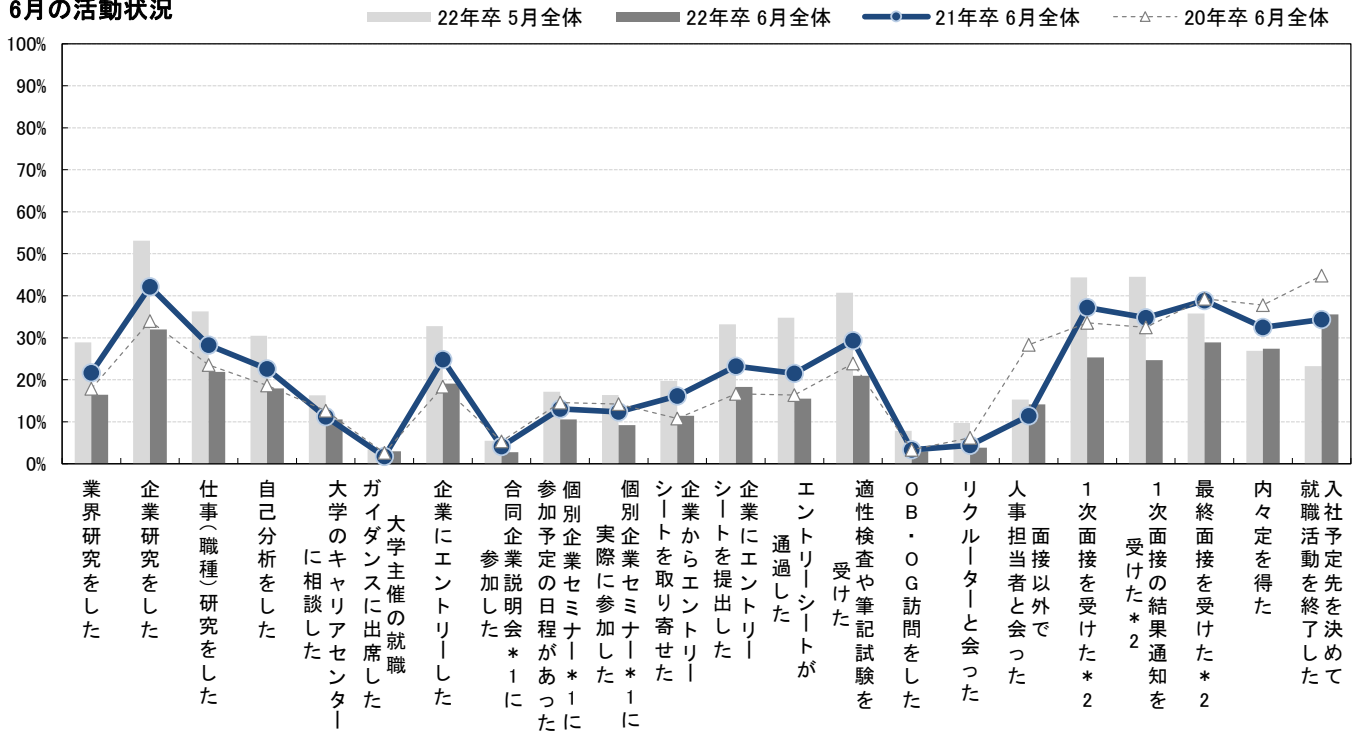
- |                                   |
|-----------------------------------|
| (1) WEB上の動画で見たことがある内容【複数回答】       |
| (2) WEB上の動画で見たい内容【複数回答】           |
| (3) このような動画はどこで見ることが最も多いか         |
| (4) このような動画をこれまで何社分見たか(平均)        |
| (5) 動画を見た後、その企業に対する志望度はどのように変化したか |
| (6) 動画を見て採用選考を受けようと思ったことはあるか      |

※調査結果は、小数点第2位を四捨五入しております。そのため、グラフ及び表の和が100.0%にならないものがございます。予めご了承ください。

■1:6月の活動状況

6月の活動状況は、ほとんどの項目で前月の活動割合を下回り、「入社予定先を決めて就職活動を終了した」割合（35.6%、前月比12.3pt増）のみ前月を大きく上回った。また、前年同月との比較でもほとんどの項目で下回っており、特に面接に関する活動では、1次面接を受けた割合（25.3%、前年同月比11.9pt減）、結果通知を受けた割合（24.7%、前年同月比10.0pt減）、最終面接を受けた割合（28.9%、前年同月比9.9pt減）がそれぞれ前年同月よりも10pt前後と大きく減少した。コロナ禍前の前々年同月（20年卒6月）との比較でもほとんどの項目で下回っており、ここ3年で最も早く活動割合が減っている。

6月の活動状況



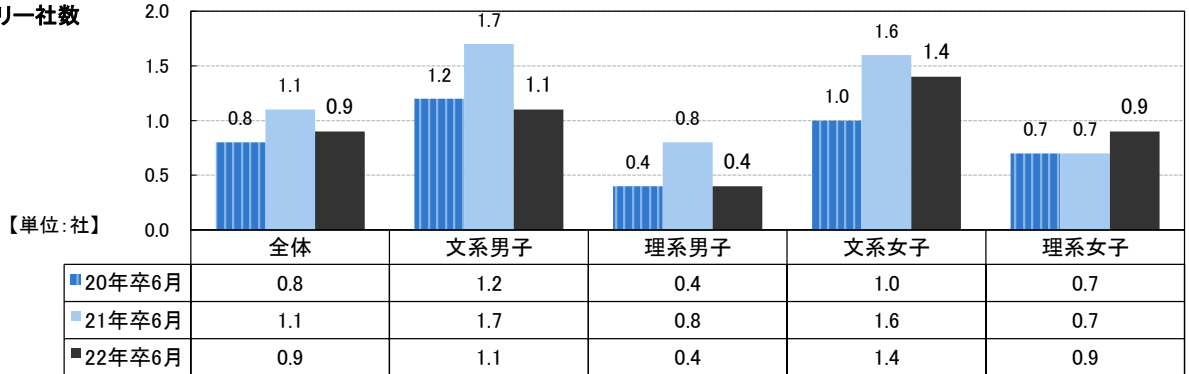
\*1 WEBセミナーを除く \*2 WEB面接を含む

	22年卒			21年卒【参考】<前年>			<前々年> <前月>	
	6月全体	6月前半	6月後半	6月全体	6月前半	6月後半	20年卒 6月全体	22年卒 5月全体
業界研究をした	16.4%	14.7%	9.1%	21.6%	18.7%	13.2%	17.8%	28.9%
企業研究をした	32.0%	28.3%	19.3%	42.2%	36.8%	28.6%	34.0%	53.1%
仕事（職種）研究をした	21.8%	18.5%	12.5%	28.2%	24.0%	18.8%	23.5%	36.3%
自己分析をした	17.9%	14.4%	11.1%	22.6%	18.6%	15.2%	18.7%	30.5%
大学のキャリアセンターに相談した	10.6%	8.0%	6.2%	11.2%	7.5%	6.8%	12.6%	16.3%
大学主催の就職ガイダンスに出席した	3.0%	1.9%	1.6%	1.7%	1.0%	1.0%	2.6%	3.4%
企業にエントリーした	19.1%	15.5%	12.0%	24.8%	19.5%	16.6%	18.4%	32.8%
合同企業説明会に参加した*1	2.8%	1.8%	1.2%	4.1%	2.7%	2.3%	5.4%	5.4%
個別企業セミナーに参加予定の日程があった*1	10.5%	7.5%	6.7%	13.1%	8.2%	9.5%	14.6%	17.1%
個別企業セミナーに実際に参加した*1	9.2%	6.5%	5.6%	12.3%	7.6%	8.8%	14.2%	16.4%
企業からエントリーシートを取り寄せた (企業HP・サイトからダウンロードや郵送で取り寄せた)	11.4%	8.3%	7.5%	16.2%	11.8%	10.8%	10.8%	19.7%
企業にエントリーシートを提出した (取り寄せたシートを記入し返送したり、WEBから直接書き込んだりした)	18.3%	13.4%	11.2%	23.2%	17.1%	16.0%	16.6%	33.2%
エントリーシートが通過した (シートを提出後、次の選考の案内が来た)	15.5%	11.9%	8.5%	21.5%	16.9%	12.0%	16.3%	34.8%
適性検査や筆記試験を受けた	20.9%	15.6%	13.3%	29.3%	20.4%	19.7%	23.9%	40.7%
OB・OG訪問をした	3.0%	2.1%	1.1%	3.3%	2.2%	1.7%	3.3%	7.8%
リクレーターと会った	3.8%	2.5%	1.9%	4.4%	2.8%	2.2%	6.2%	9.7%
面接以外で人事担当者と会った	14.2%	8.1%	7.6%	11.4%	5.4%	7.4%	28.3%	15.3%
1次面接を受けた*2	25.3%	21.0%	11.8%	37.2%	29.4%	19.8%	33.6%	44.4%
1次面接の結果通知を受けた*2	24.7%	19.6%	12.0%	34.7%	27.2%	18.0%	32.5%	44.5%
最終面接を受けた*2	28.9%	21.3%	11.3%	38.8%	27.3%	17.7%	39.3%	35.8%
内々定を得た	27.4%	21.5%	7.7%	32.5%	23.6%	11.9%	37.8%	26.9%
入社予定先を決めて就職活動を終了した	35.6%	27.2%	10.8%	34.4%	24.1%	11.9%	44.8%	23.3%
内々定を得ていないが就職活動を中止した	2.8%	1.9%	1.2%	2.7%	2.0%	1.1%	1.9%	2.4%

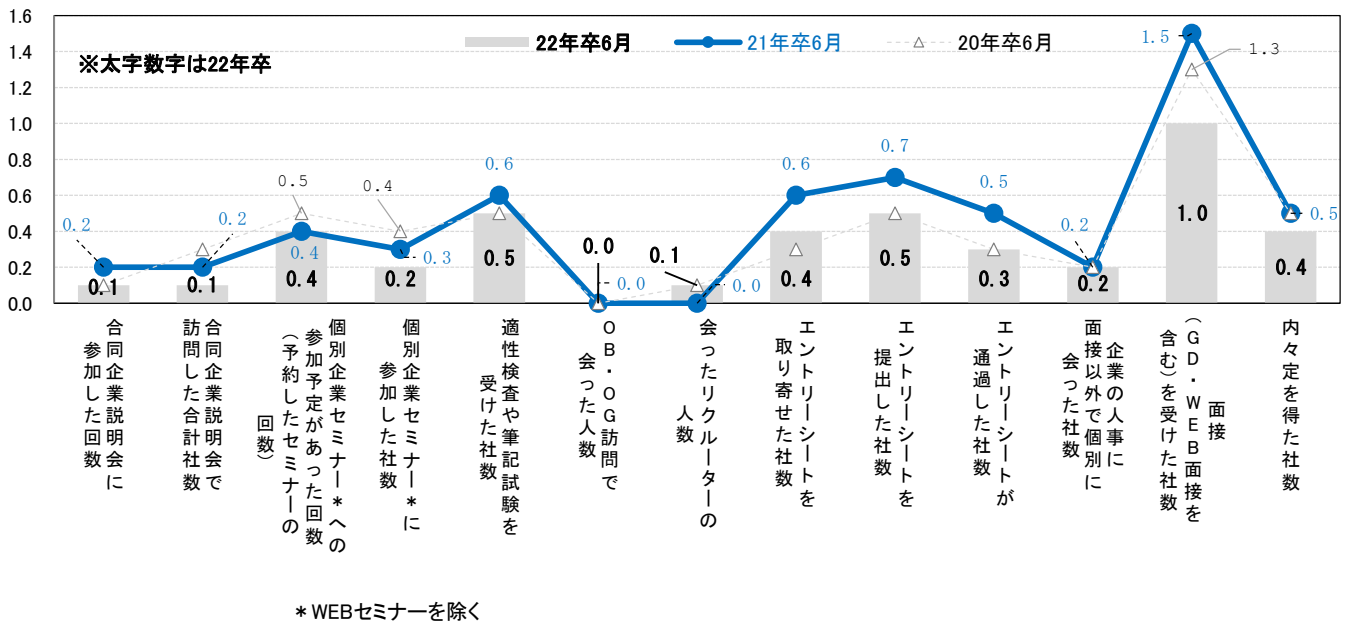
■2: エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

6月の平均エントリー社数は0.9社（前年同月比0.2pt減）で前年同月をやや下回った。これまでの累計は28.0社（前年同月比1.9pt増）で、前年同月をやや上回っている。面接を受けた社数平均は1.0社（前年同月比0.5pt減）で同じく前年同月を下回った。これまでの累計は10.5社（前年同月1.2pt増）でこちらも前年同月を上回っている。22年卒の就活生はここまで前年を上回る活動量だったが、6月に入ってから活動が減少し、前年より早く終了局面を迎えているようだ。

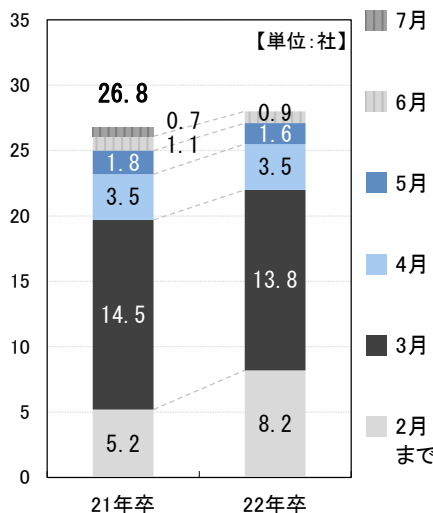
6月平均エントリー社数



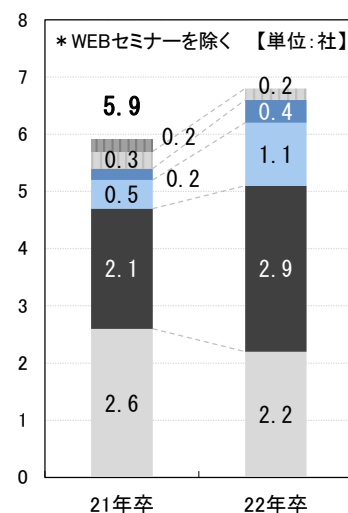
合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受験社数、エントリーシート提出社数（平均）



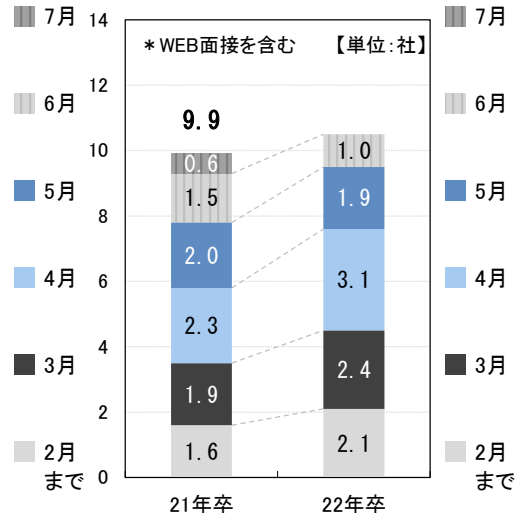
エントリー社数平均累計



個別企業セミナー参加平均社数累計

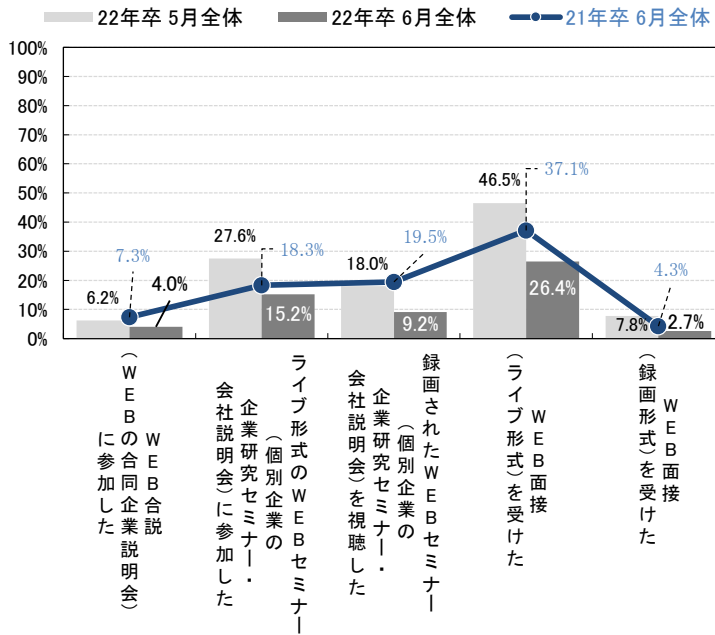


面接を受けた平均社数累計

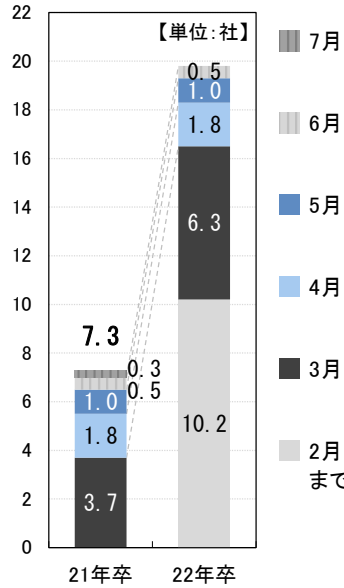


6月のWEB上での活動状況は、5つの項目すべてで前月の活動割合を下回り、かつ前年同月の活動割合も下回った。WEB上での活動も終了局面となっているようだ。6月に就活生が受けた面接のうちWEB面接が占める割合は72.7%（前年同月比2.8pt増、6月前半 76.1%、6月後半 65.0%）で3か月ぶりに前年同月の割合をわずかに上回った。WEB面接が占める割合の半月ごとの推移をみると、2月の調査開始時以降、小さな波はあるものの緩やかに減っている。前年は最初の緊急事態宣言を受けて急増した後、5月から6月にかけて一気に減っており、かなり傾向の違う推移となった。最終面接に関する企業の対応で最も適切だったと思われるものでは「十分な感染対策をして対面式の面接を実施する（71.9%、前月比8.9pt増）」の割合が前月より増加した。

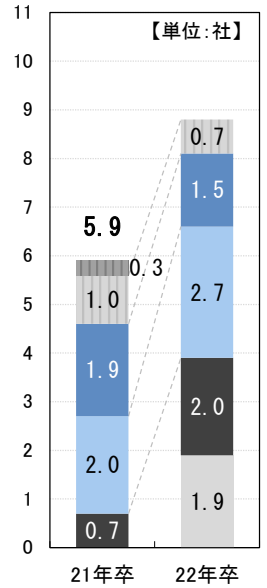
6月のWEB上での活動状況



ライブ形式のWEBセミナー参加平均社数累計



WEB面接を受けた平均社数累計



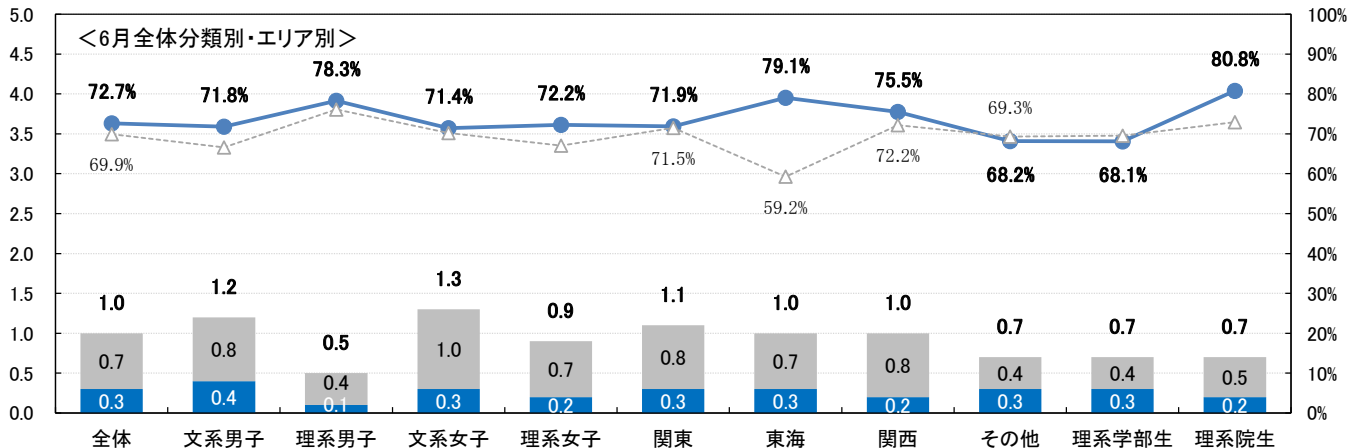
	22年卒			21年卒【参考】<前年>			22年卒	
	6月全体	6月前半	6月後半	6月全体	6月前半	6月後半	5月全体	4月全体
WEB合説(WEBの合同企業説明会)に参加した	4.0%	3.2%	2.0%	7.3%	5.3%	4.0%	6.2%	13.7%
ライブ形式のWEBセミナー(個別企業の企業研究セミナー・会社説明会)に参加した	15.2%	11.2%	9.7%	18.3%	12.8%	13.3%	27.6%	49.4%
録画されたWEBセミナー(個別企業の企業研究セミナー・会社説明会)を視聴した	9.2%	6.0%	5.4%	19.5%	13.8%	12.9%	18.0%	36.8%
WEB面接(ライブ形式)を受けた	26.4%	23.4%	12.8%	37.1%	31.0%	19.4%	46.5%	66.2%
WEB面接(録画形式)を受けた	2.7%	2.1%	0.9%	4.3%	2.9%	2.3%	7.8%	18.7%

6月に受けた面接が、WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均) WEB面接が占める割合\*

\* その期間に受けた面接のうちWEB面接だったものの割合

■ うちWEBでない面接だった社数(平均) ■ うちWEB面接だった社数(平均)  
 ● WEB面接が占める割合 ▲ 21年卒・WEB面接が占める割合  
 (=学生が受けたWEB面接総数/受けた面接総数)

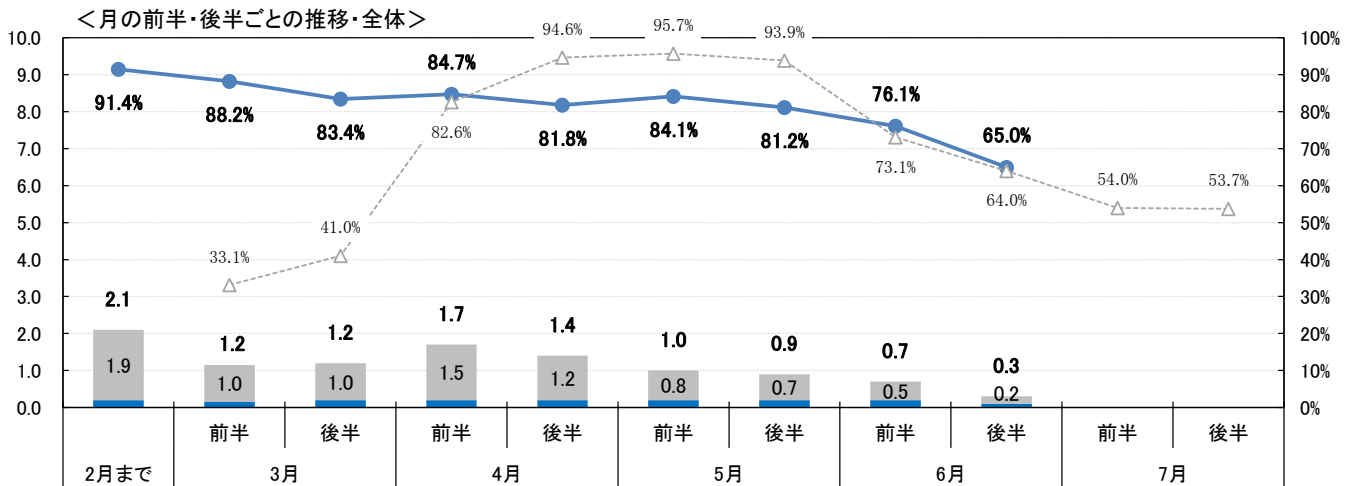
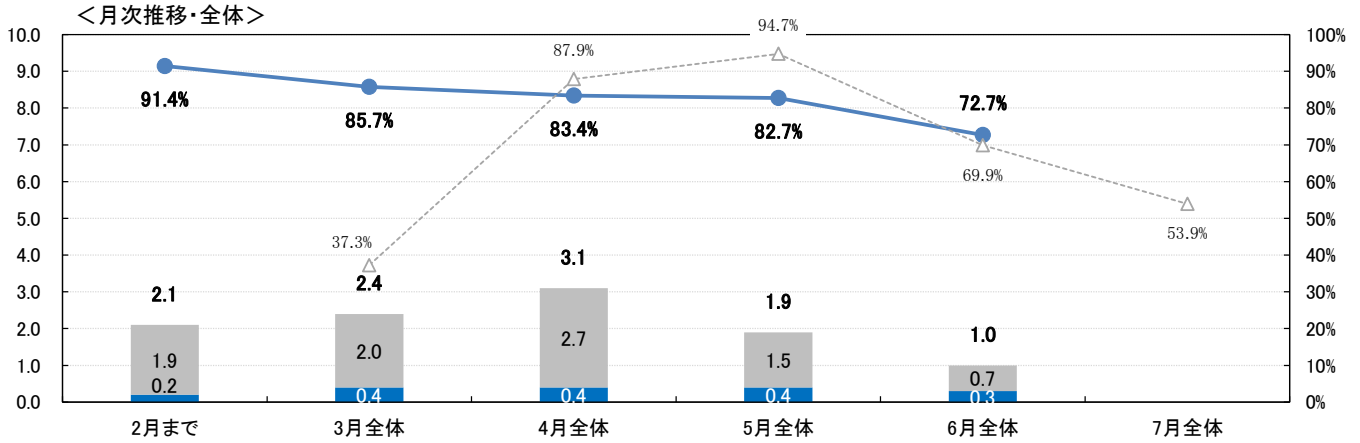
【単位:社】 ※棒グラフ上太数字は、2項目の和



推移：受けた面接が、WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均) WEB面接が占める割合\*

\* その期間に受けた面接のうちWEB面接だったものの割合

■ うちWEBでない面接だった社数(平均) ■ うちWEB面接だった社数(平均)  
 ● WEB面接が占める割合 ○ 21年卒・WEB面接が占める割合  
 (= 学生が受けたWEB面接総数 / 受けた面接総数)

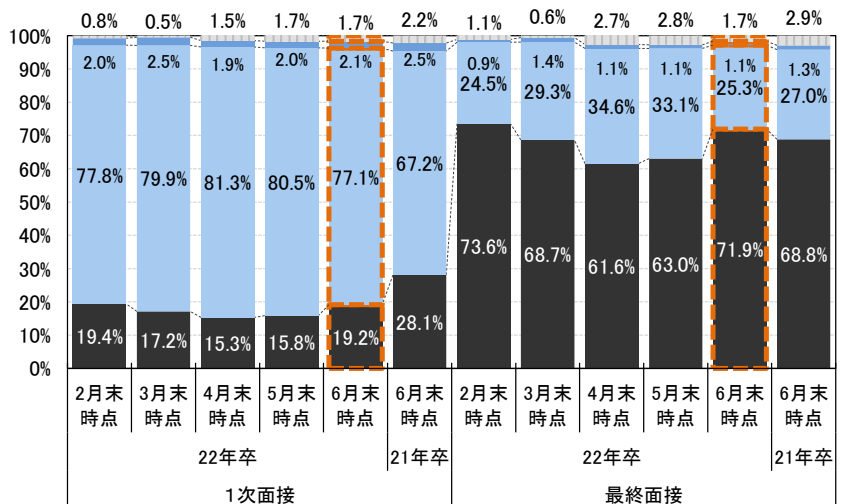
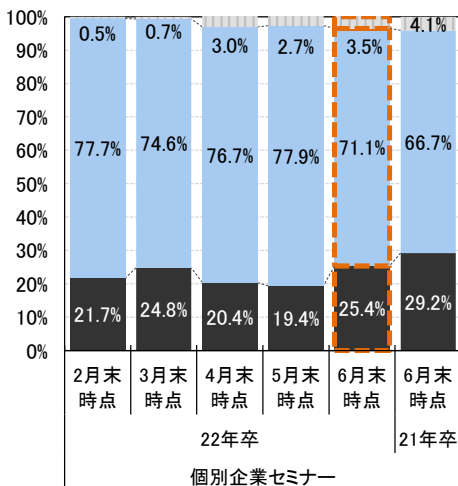


個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの

- セミナーの開催を延期する
- ライブ形式のWEBセミナーとして実施し、その後録画したものを視聴できるようにする
- 十分な感染対策をして対面式の個別企業セミナーを開催する

面接に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの

- 面接の実施を延期する
- 録画形式のWEB面接として実施する
- ライブ形式のWEB面接として実施する
- 十分な感染対策をして対面式の面接を実施する



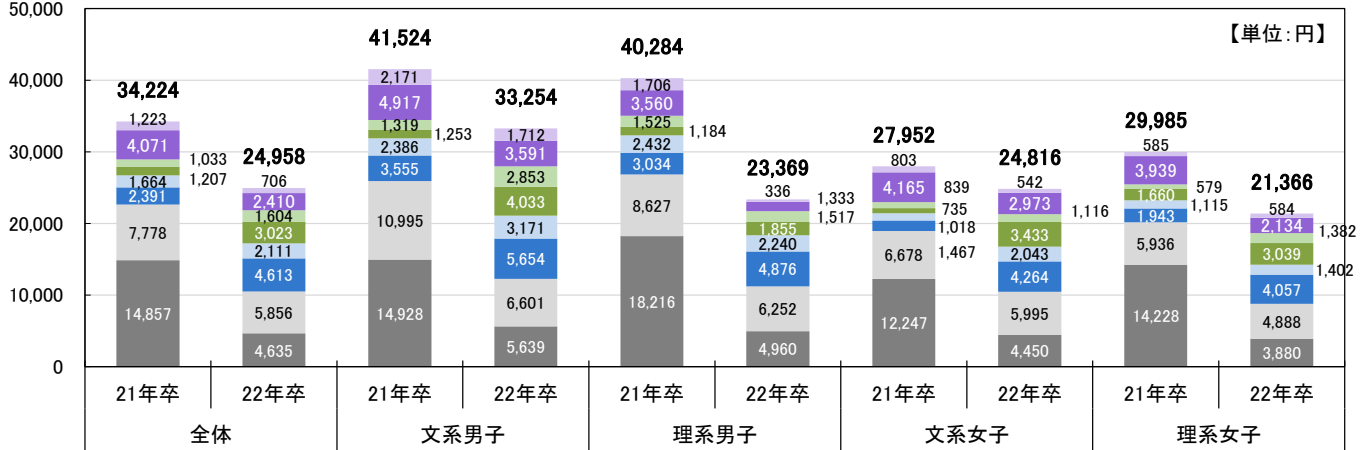


3月から6月までの就活費用の累計は2万4,958円（前年同月比9,266円減）で前年同月より大きく減った。これまでの就職活動にかかったお金の捻出方法を聞いたところ、平均43.4%を「アルバイト代・給与」から、18.4%を「保護者からもらう仕送りやおこづかい」から、14.3%を「貯金」から捻出していた。また、5.3%は「奨学金から充当」していた。

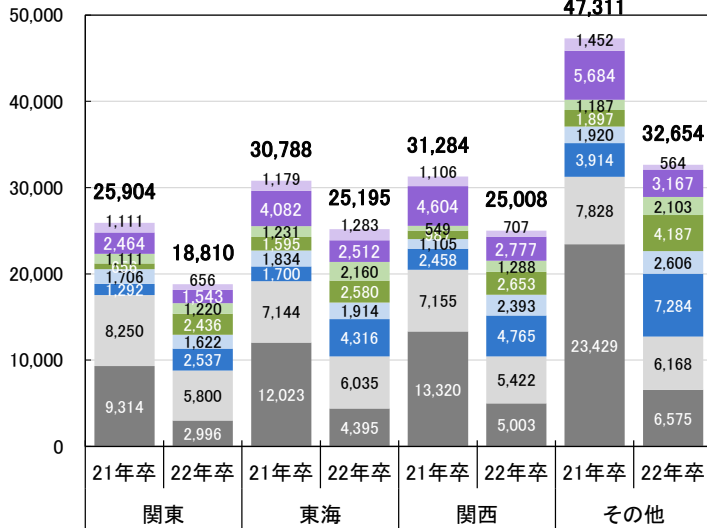
3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・文理男女別前年同月比）

3月の交通費・宿泊費 3月のその他（スーツや書籍など） 4月の交通費・宿泊費 4月のその他（スーツや書籍など）  
 5月の交通費・宿泊費 5月のその他（スーツや書籍など） 6月の交通費・宿泊費 6月のその他（スーツや書籍など）

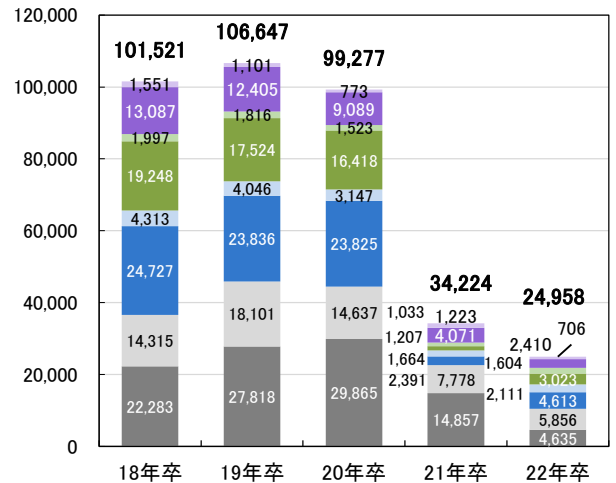
22年卒3月+4月+5月+6月全体合計24,958円



3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・地域別前年同月比）

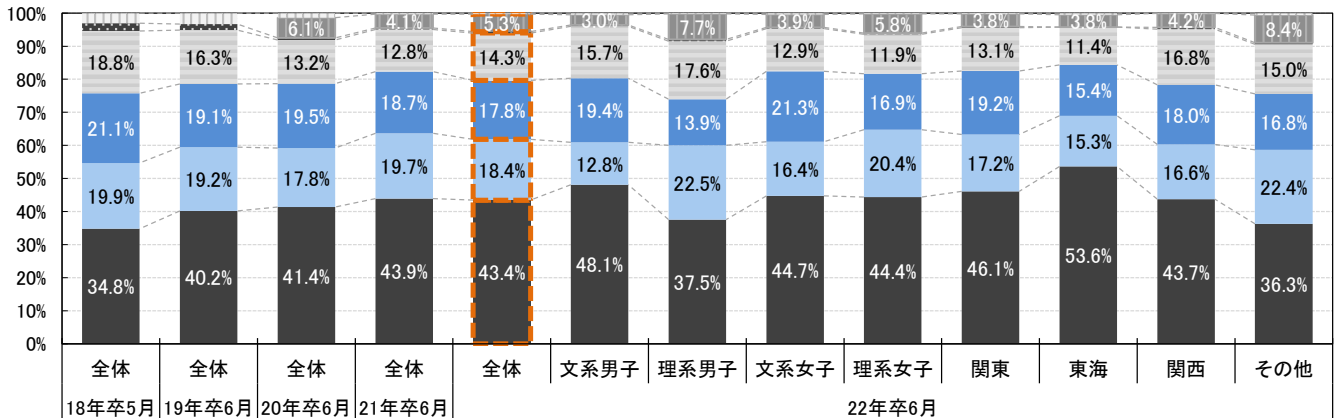


3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・経年変化）



これまでに就職活動にかかったお金は、どのように捻出したか（平均） n=1,962（お金がかからなかった学生を除いて集計）

アルバイト代・給与 保護者から定期的にもらう仕送りやおこづかい 保護者から就活で使うためにもらったお金  
 貯金 借金（保護者や金融業者から） 奨学金からの充当  
 その他

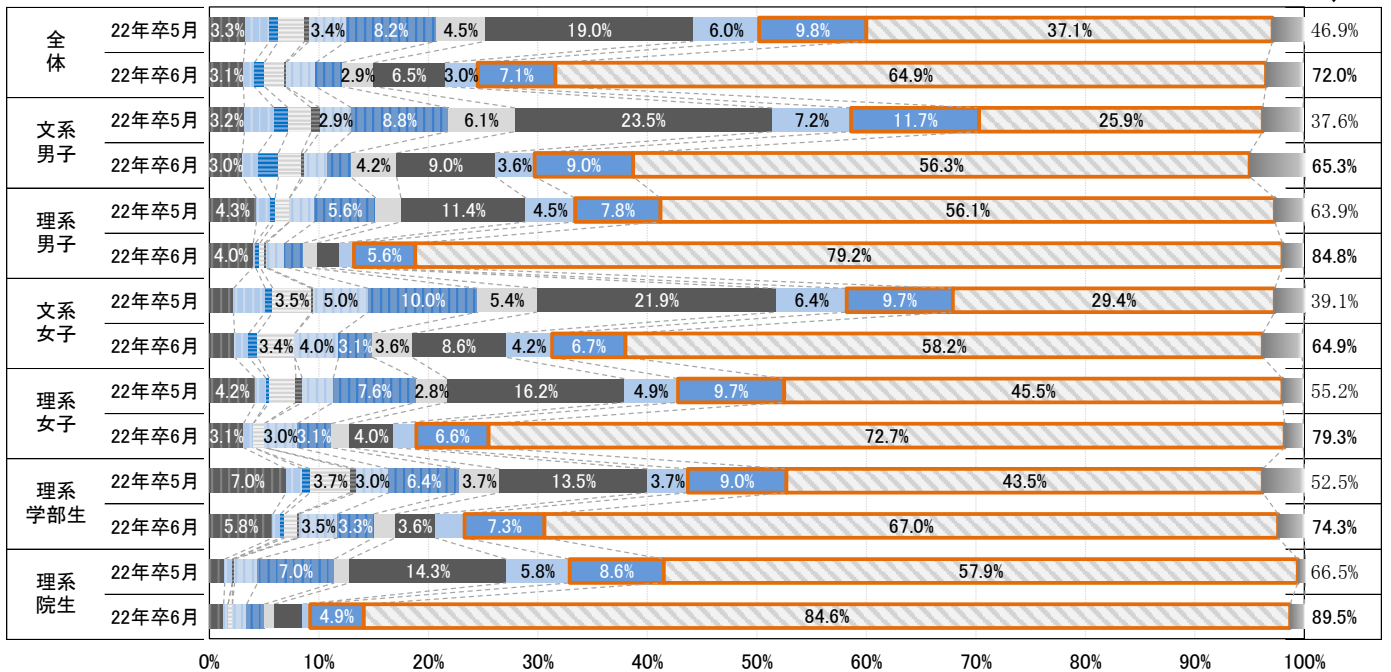


第一志望の企業の就職活動進捗状況を聞いたところ、内々定以降の段階（内々定を得た、及び就職活動を終了した）の割合は全体で72.0%（前月比25.1pt増、前年同月比9.8pt増）だった。前年同月より増えており、前年より進捗が早い。「入社することを伝えて就職活動を終了した」学生は全体の64.9%（前年同月比10.1pt増）に達し、多くの学生が就職活動の最終局面に至っているようだ。

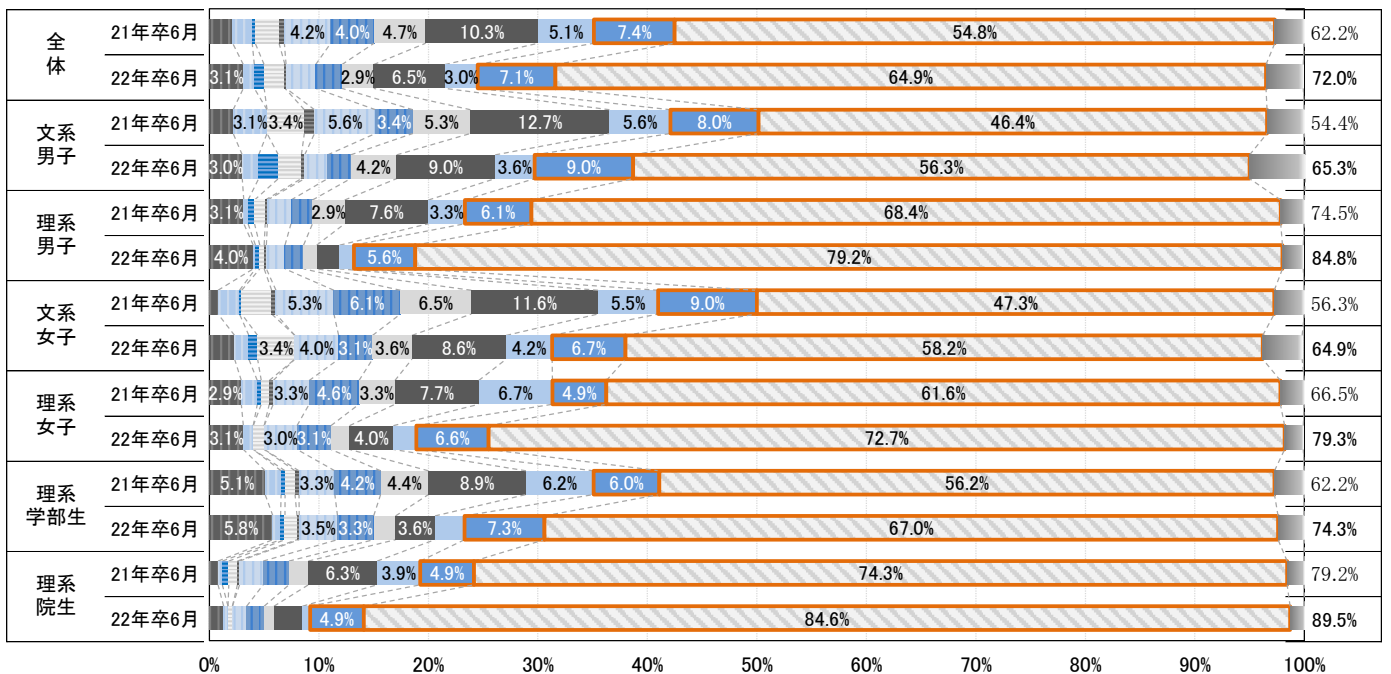
現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況 n=1,950

- まだエントリーしていない
- エントリーはしたがセミナーにはまだ参加していない
- 合同企業説明会で話を聞いた
- 個別企業セミナーやWEBセミナーに参加した
- 人事担当者と面接以外で個別に会った
- エントリーシートを提出し結果待ち
- エントリーシートが通過した
- 1次面接を受けて結果待ち
- 1次面接を通過～最終面接前
- 最終面接を受けて結果待ち
- 内々定を得たがまだ入社意思を伝えていない
- 入社することを伝えて就職活動を終了した
- その他

※前月比較



※前年同月比較



## ■3: 現在の志望業種について

現在の志望業種を聞き、前年同月と比較したところ、文系男子で最も増えたのは「百貨店・スーパー・コンビニ」、文系女子で最も増えたのは「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」だった。文系男子で最も減ったのは「広告・芸能」で、文系女子では「鉄道・航空」が最も減った。一方、理系男子で最も増えたのは「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」で、理系女子で最も増えたのは「給食・フードサービス」だった。理系男子で最も減ったのは「機械・プラント」で、理系女子で最も減ったのは「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」だった。

	22年卒6月						21年卒6月		
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	文系	理系	文系	理系
※上位5位までに色塗り									
回答人数	2,129	374	554	579	622	953	1,256	915	1,132
建設・設備工事	3.3%	2.4%	5.6%	1.7%	4.5%	2.1%	6.0%	1.6%	4.8%
住宅・インテリア	2.0%	2.7%	0.9%	2.6%	1.3%	2.6%	1.2%	0.8%	1.1%
食品・農林・水産	5.4%	5.3%	4.3%	2.8%	13.7%	4.0%	8.7%	4.0%	8.7%
アパレル・服飾関連	0.4%	0.5%	0.2%	0.5%	0.0%	0.5%	0.2%	1.0%	0.1%
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	3.9%	1.1%	9.9%	1.0%	5.9%	1.1%	7.5%	1.7%	7.5%
薬品・化粧品	4.3%	1.1%	7.0%	1.2%	13.8%	1.1%	10.0%	1.5%	9.9%
鉄鋼・金属・鉱業	0.5%	0.5%	0.5%	0.2%	1.3%	0.4%	1.2%	0.5%	1.6%
機械・プラント	2.4%	2.1%	5.2%	0.9%	1.1%	1.5%	4.2%	1.2%	4.9%
電子・電気機器	3.8%	1.3%	9.7%	1.9%	3.4%	1.6%	7.1%	2.2%	7.8%
自動車・輸送用機器	3.2%	1.9%	7.9%	1.4%	1.9%	1.6%	4.9%	1.9%	5.1%
精密・医療機器	1.4%	0.5%	2.9%	0.9%	1.8%	0.7%	2.1%	0.3%	3.0%
印刷・事務機器・日用品	0.8%	0.5%	0.5%	1.2%	1.1%	0.9%	0.8%	0.8%	1.4%
スポーツ・玩具・ゲーム製品	0.8%	1.1%	0.4%	1.0%	0.2%	1.1%	0.1%	0.6%	0.0%
その他メーカー	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	0.8%	0.4%	0.5%	0.4%	0.5%
総合商社	1.5%	2.9%	0.5%	1.2%	0.3%	2.1%	0.4%	1.7%	0.5%
専門商社	2.0%	2.1%	0.5%	3.8%	0.5%	3.0%	0.5%	0.9%	0.8%
百貨店・スーパー・コンビニ	1.5%	3.2%	0.2%	1.2%	0.3%	2.2%	0.3%	1.6%	0.1%
専門店	0.6%	0.3%	0.0%	1.7%	0.2%	1.0%	0.1%	1.3%	0.2%
銀行・証券	4.6%	7.5%	1.6%	5.7%	0.8%	6.6%	1.2%	7.7%	1.2%
クレジット・信販・リース・その他金融	1.9%	2.9%	0.4%	2.8%	0.2%	2.9%	0.1%	2.0%	0.2%
生保・損保	2.2%	2.1%	0.9%	4.0%	0.3%	3.1%	0.8%	4.0%	0.6%
放送・新聞・出版	2.4%	2.9%	0.9%	3.8%	0.5%	3.4%	0.8%	3.9%	0.6%
広告・芸能	1.3%	1.3%	0.0%	2.6%	0.8%	2.0%	0.3%	3.7%	0.7%
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	12.6%	12.0%	15.3%	13.1%	7.7%	12.6%	12.3%	11.0%	11.1%
ゲームソフト	0.3%	0.0%	0.5%	0.5%	0.3%	0.3%	0.4%	0.2%	0.1%
通信	1.7%	1.1%	2.7%	1.7%	1.4%	1.4%	1.9%	2.2%	1.7%
鉄道・航空	1.7%	2.9%	2.2%	0.3%	1.4%	1.6%	1.7%	2.6%	3.0%
陸運・海運・物流	2.0%	2.9%	0.7%	2.8%	0.6%	2.9%	0.6%	2.7%	0.5%
電力・ガス・エネルギー	1.8%	1.6%	3.1%	1.2%	1.3%	1.4%	3.2%	1.5%	1.9%
不動産	2.0%	3.7%	0.4%	2.1%	0.5%	2.9%	0.9%	2.4%	0.9%
給食・フードサービス	0.7%	0.8%	0.2%	0.0%	3.1%	0.4%	1.3%	0.4%	0.5%
ホテル・旅行	0.8%	1.1%	0.2%	1.2%	0.2%	1.1%	0.1%	2.0%	0.1%
医療・調剤薬局	2.6%	0.3%	2.0%	1.0%	12.9%	0.7%	5.9%	0.9%	6.2%
介護・福祉サービス	0.6%	0.0%	0.2%	1.7%	0.5%	0.9%	0.2%	1.1%	0.1%
アミューズメント・レジャー	0.5%	0.5%	0.2%	0.9%	0.0%	0.7%	0.4%	0.8%	0.3%
コンサルティング・調査	2.2%	3.7%	1.4%	1.7%	1.1%	2.7%	1.6%	2.5%	1.9%
人材サービス(派遣・紹介)	0.7%	0.8%	0.5%	0.9%	0.5%	0.8%	0.5%	1.6%	1.2%
教育	1.6%	1.6%	0.7%	2.4%	1.0%	2.0%	0.7%	2.6%	0.7%
エステ・理美容・フィットネス	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%
冠婚葬祭	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.2%	0.0%	0.4%	0.1%
その他サービス	1.2%	1.3%	0.5%	1.4%	1.4%	1.4%	0.7%	1.5%	0.6%
官公庁・公社・団体	6.5%	8.3%	2.3%	9.0%	4.3%	8.6%	2.9%	6.6%	3.6%
特定の業界を志望していない	9.7%	10.4%	6.3%	12.8%	6.9%	11.6%	5.7%	11.1%	4.6%

前年6月との比較増減

※0.5pt以上の増減に色塗り

	22年卒6月						
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	文系	理系
建設・設備工事	+0.4pt	+0.5pt	+0.5pt	+0.4pt	+0.2pt	+0.5pt	+1.2pt
住宅・インテリア	+1.1pt	+1.9pt	-0.2pt	+1.9pt	+0.3pt	+1.8pt	+0.1pt
食品・農林・水産	-0.5pt	+0.9pt	-1.7pt	-0.8pt	-0.5pt	±0.0pt	±0.0pt
アパレル・服飾関連	-0.2pt	+0.2pt	+0.2pt	-1.1pt	-0.2pt	-0.5pt	+0.1pt
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	-0.1pt	-1.7pt	+1.3pt	+0.5pt	+0.8pt	-0.6pt	±0.0pt
薬品・化粧品	-0.6pt	+0.5pt	-0.3pt	-1.1pt	-1.4pt	-0.4pt	+0.1pt
鉄鋼・金属・鉱業	-0.4pt	-0.1pt	-1.3pt	-0.2pt	+0.3pt	-0.1pt	-0.4pt
機械・プラント	-0.3pt	+0.7pt	-1.8pt	-0.2pt	+0.4pt	+0.3pt	-0.7pt
電子・電気機器	-0.7pt	-1.2pt	+0.2pt	-0.1pt	-0.7pt	-0.6pt	-0.7pt
自動車・輸送用機器	±0.0pt	+0.2pt	+1.1pt	-0.8pt	+0.4pt	-0.3pt	-0.2pt
精密・医療機器	±0.0pt	+0.2pt	±0.0pt	+0.5pt	-1.4pt	+0.4pt	-0.9pt
印刷・事務機器・日用品	-0.3pt	+0.5pt	-1.0pt	-0.4pt	-0.3pt	+0.1pt	-0.6pt
スポーツ・玩具・ゲーム製品	+0.4pt	+0.5pt	+0.4pt	+0.3pt	+0.2pt	+0.5pt	+0.1pt
その他メーカー	-0.1pt	±0.0pt	-0.3pt	±0.0pt	±0.3pt	±0.0pt	±0.0pt
総合商社	+0.3pt	+1.0pt	±0.0pt	-0.2pt	±0.0pt	+0.4pt	-0.1pt
専門商社	+1.2pt	+1.3pt	-0.2pt	+2.9pt	-0.4pt	+2.1pt	-0.3pt
百貨店・スーパー・コンビニ	+0.5pt	+2.1pt	+0.2pt	-1.0pt	+0.1pt	+0.6pt	+0.2pt
専門店	-0.2pt	-0.8pt	±0.0pt	+0.3pt	-0.3pt	-0.3pt	-0.1pt
銀行・証券	-0.5pt	-1.1pt	+0.1pt	-1.2pt	+0.1pt	-1.1pt	±0.0pt
クレジット・信販・リース・その他金融	+0.6pt	+1.2pt	+0.2pt	+0.5pt	±0.0pt	+0.9pt	-0.1pt
生保・損保	-0.5pt	+0.2pt	+0.2pt	-2.1pt	±0.0pt	-0.9pt	+0.2pt
放送・新聞・出版	-0.2pt	-0.4pt	+0.4pt	-0.7pt	-0.2pt	-0.5pt	+0.2pt
広告・芸能	-1.2pt	-2.6pt	-0.9pt	-1.0pt	+0.5pt	-1.7pt	-0.4pt
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+1.5pt	-1.0pt	+3.8pt	+4.1pt	-2.5pt	+1.6pt	+1.2pt
ゲームソフト	+0.1pt	-0.3pt	+0.5pt	+0.3pt	+0.1pt	+0.1pt	+0.3pt
通信	-0.3pt	-1.4pt	+0.7pt	-0.3pt	+0.2pt	-0.8pt	+0.2pt
鉄道・航空	-1.1pt	+0.7pt	-1.6pt	-2.8pt	+0.2pt	-1.0pt	-1.3pt
陸運・海運・物流	+0.2pt	-0.4pt	+0.2pt	+0.6pt	+0.3pt	+0.2pt	+0.1pt
電力・ガス・エネルギー	+0.2pt	-0.6pt	+1.1pt	+0.5pt	-0.2pt	-0.1pt	+1.3pt
不動産	+0.2pt	+1.2pt	-0.7pt	-0.2pt	+0.2pt	+0.5pt	±0.0pt
給食・フードサービス	+0.3pt	+0.5pt	+0.2pt	-0.5pt	+1.6pt	±0.0pt	+0.8pt
ホテル・旅行	-0.4pt	-0.3pt	+0.2pt	-1.5pt	±0.0pt	-0.9pt	±0.0pt
医療・調剤薬局	-0.4pt	-0.3pt	-0.4pt	-0.3pt	-1.1pt	-0.2pt	-0.3pt
介護・福祉サービス	-0.1pt	-0.8pt	+0.2pt	+0.3pt	+0.3pt	-0.2pt	+0.1pt
アミューズメント・レジャー	-0.1pt	-0.3pt	+0.2pt	+0.2pt	-1.0pt	-0.1pt	+0.1pt
コンサルティング・調査	±0.0pt	+0.9pt	-0.8pt	-0.5pt	-0.1pt	+0.2pt	-0.3pt
人材サービス(派遣・紹介)	-0.7pt	-1.1pt	-1.1pt	-0.4pt	+0.3pt	-0.8pt	-0.7pt
教育	-0.2pt	-0.6pt	±0.0pt	-0.5pt	+0.5pt	-0.6pt	±0.0pt
エステ・理美容・フィットネス	-0.1pt	-0.3pt	±0.0pt	-0.1pt	+0.2pt	-0.1pt	±0.0pt
冠婚葬祭	-0.2pt	±0.0pt	-0.2pt	-0.4pt	±0.0pt	-0.2pt	-0.1pt
その他サービス	±0.0pt	+0.2pt	±0.0pt	-0.6pt	+0.7pt	-0.1pt	+0.1pt
官公庁・公社・団体	+1.1pt	+1.1pt	-1.0pt	+3.0pt	±0.0pt	+2.0pt	-0.7pt
特定の業界を志望していない	+1.2pt	-1.8pt	+1.7pt	+2.7pt	+2.1pt	+0.5pt	+1.1pt

志望割合が増えた業種・トップ5

志望割合が減った業種・トップ5

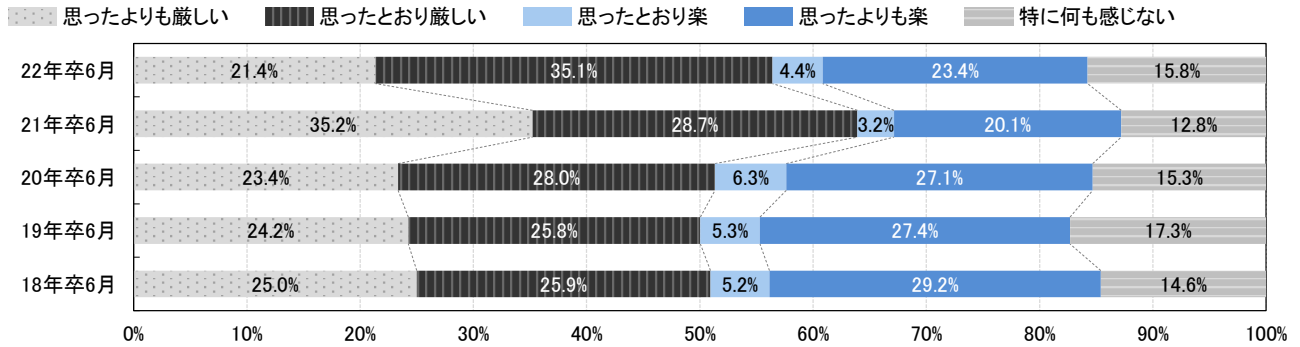
業種	文系男子	業種	文系女子	業種	文系男子	業種	文系女子
百貨店・スーパー・コンビニ	+2.1pt	ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+4.1pt	広告・芸能	-2.6pt	鉄道・航空	-2.8pt
住宅・インテリア	+1.9pt	官公庁・公社・団体	+3.0pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	-1.7pt	生保・損保	-2.1pt
専門商社	+1.3pt	専門商社	+2.9pt	通信	-1.4pt	ホテル・旅行	-1.5pt
クレジット・信販・リース・その他金融	+1.2pt	住宅・インテリア	+1.9pt	電子・電気機器	-1.2pt	銀行・証券	-1.2pt
不動産	+1.2pt	陸運・海運・物流	+0.6pt	人材サービス(派遣・紹介)	-1.1pt	薬品・化粧品	-1.1pt

業種	理系男子	業種	理系女子	業種	理系男子	業種	理系女子
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+3.8pt	給食・フードサービス	+1.6pt	機械・プラント	-1.8pt	ソフトウェア・情報処理・ネット関連	-2.5pt
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	+1.3pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	+0.8pt	食品・農林・水産	-1.7pt	精密・医療機器	-1.4pt
自動車・輸送用機器	+1.1pt	その他サービス	+0.7pt	鉄道・航空	-1.6pt	薬品・化粧品	-1.4pt
電力・ガス・エネルギー	+1.1pt	広告・芸能	+0.5pt	鉄鋼・金属・鉱業	-1.3pt	医療・調剤薬局	-1.1pt
通信	+0.7pt	教育	+0.5pt	人材サービス(派遣・紹介)	-1.1pt	アミューズメント・レジャー	-1.0pt

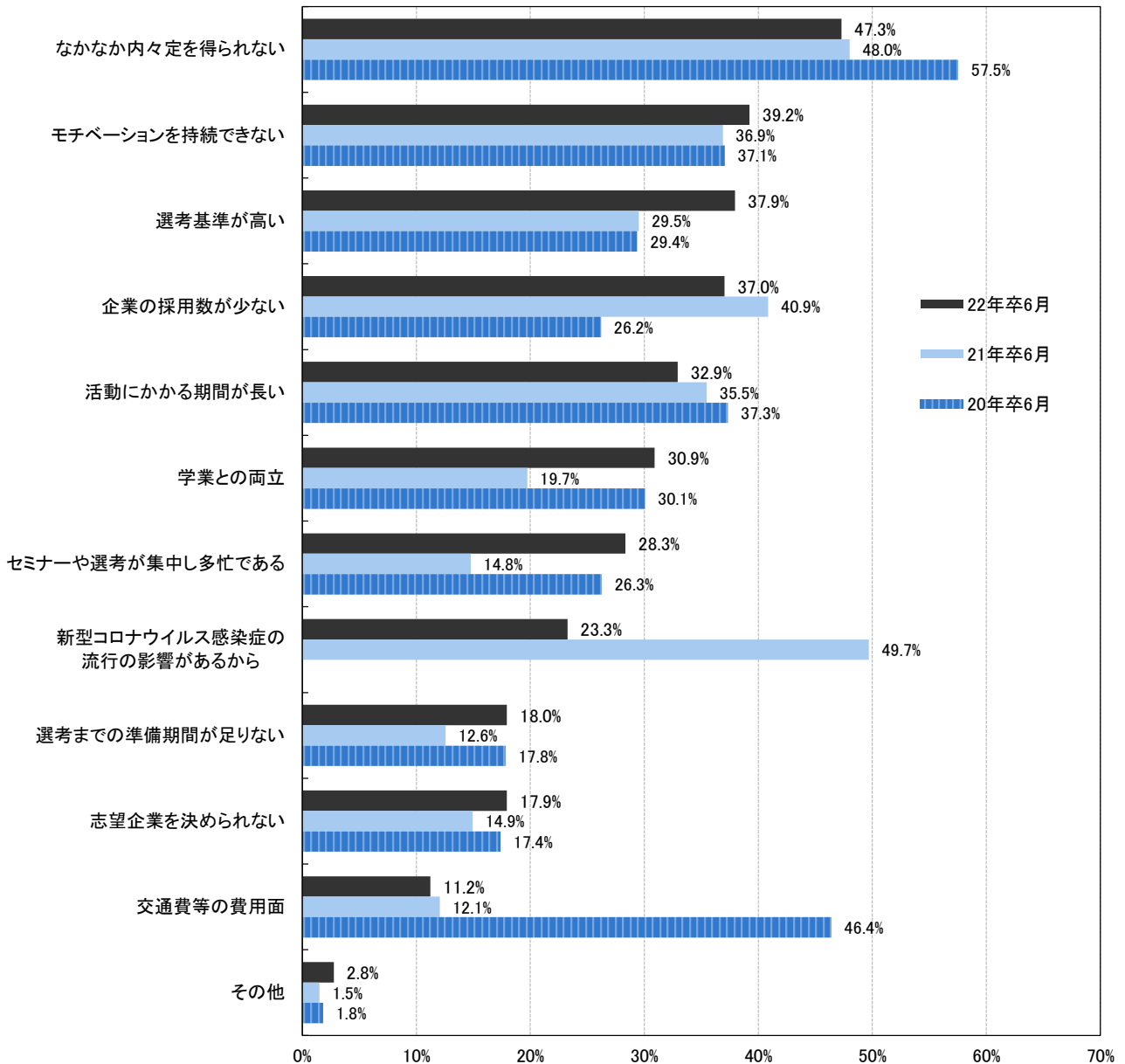
■4: 就職活動の感触・就職観

就職活動を始めた時点と現時点を比較して、就職活動に対する感触を聞いたところ「思ったよりも厳しい」という回答は21.4%（前年比13.8pt減）で、前年よりかなり減少した。「厳しい（思ったより+思ったとおり）」と感じる学生の割合は56.5%（前年比7.4pt減）で、「楽（思ったより+思ったとおり）」の27.8%を大きく上回った。厳しいと感じる理由では「なかなか内々定を得られない」（47.3%、前年比0.7pt減）が最も高い割合だった。前年最も割合が高かった「新型コロナウイルス感染症の流行の影響があるから」は23.3%（前年比26.4pt減）で前年の半分に以下に減少した。

活動開始時点と比較して活動の感触は

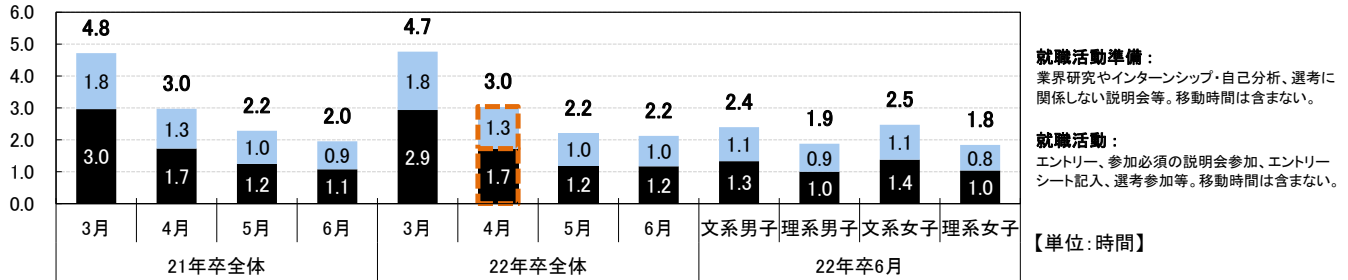


厳しいと感じる理由【複数回答】 n=1,202

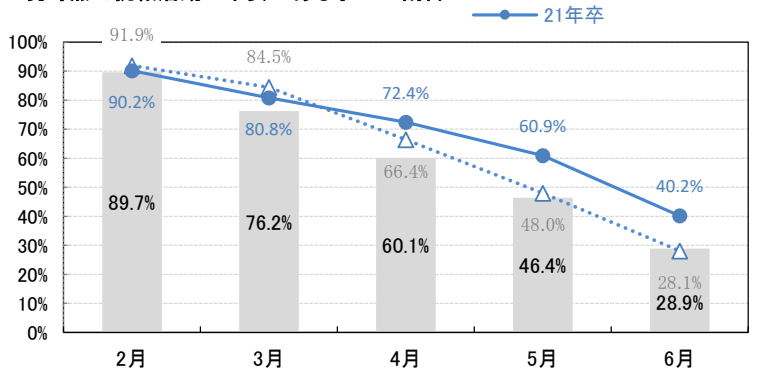


現時点で就職活動に不安があると回答した学生は28.9%で、前月より17.5pt減少した。前年同月比では11.3pt減で、前々年同月とほぼ同じ割合(0.8pt増)になった。不安に思う要因では「面接でうまく話せるか(51.4%、前年同月比2.0pt増)」の割合が最も高い。また「企業の採用スケジュール(計画)がはっきりしない(14.4%、前月比10.1pt減)」や「企業の採用規模が縮小されるのではないかと(13.5%、前月比8.6pt減)」の割合が前年同月より大きく減っている。  
この時期最も注力している就職活動の内容では「活動終了 または 注力している(頭を悩ませている)ことはない」の割合が66.1%(前年同月比11.0pt増)に達し、多くの学生が就職活動の悩みから解放されつつあるようだ。

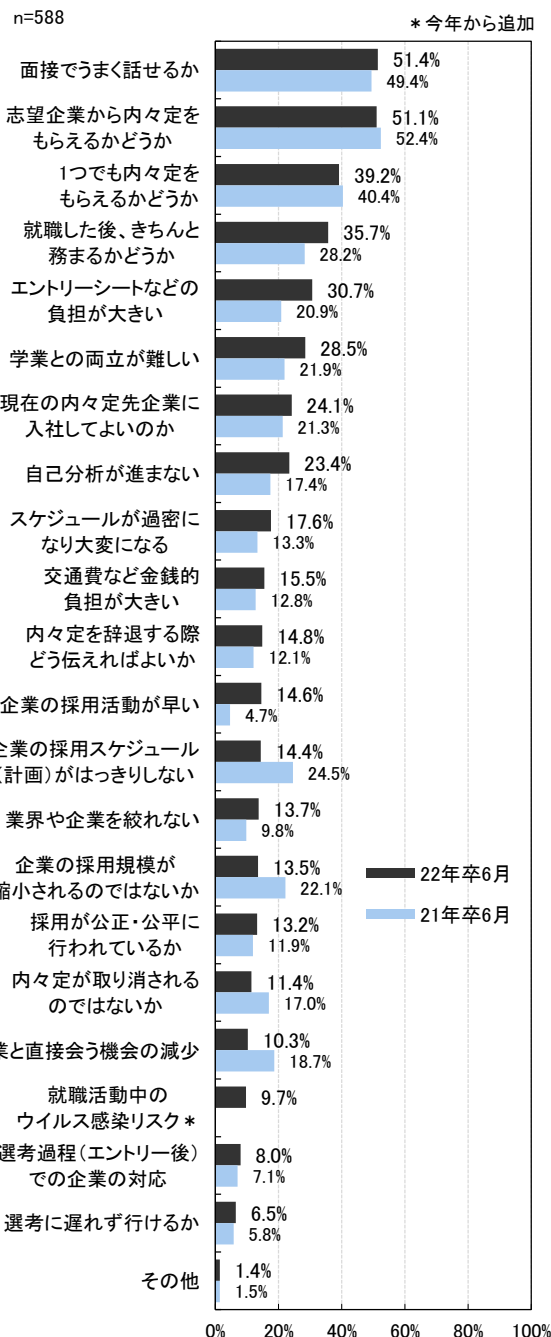
1日に費やしている時間の平均 ※グラフ上太数字は、2項目の和



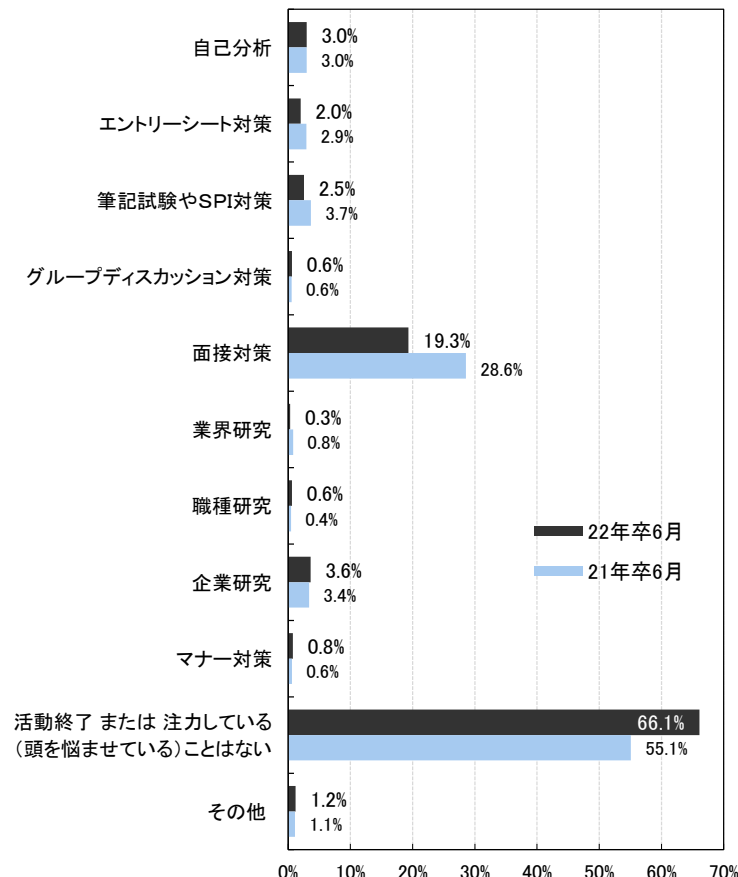
現時点で就職活動に不安がある学生の割合



就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】



この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容



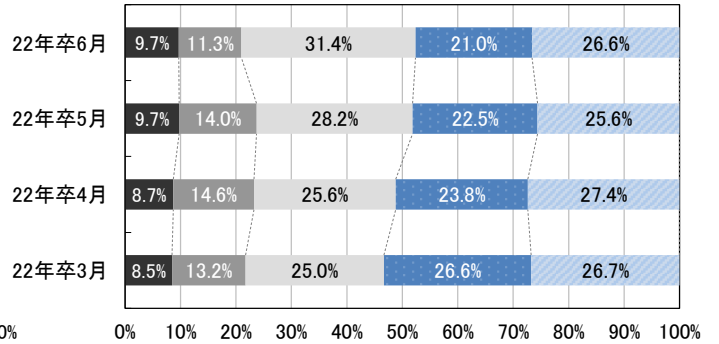
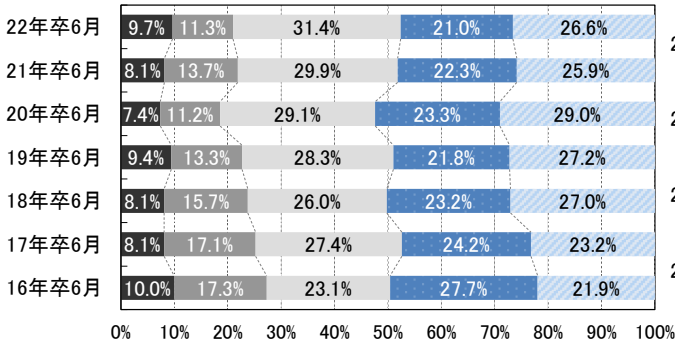
■5: 企業選択のポイント

現在の活動の中心である企業規模について5段階で聞いたところ、「大手企業中心(+どちらかといえば)」は47.6%（前年同月比0.6pt減）、「中小企業中心(+どちらかといえば)」は21.0%（前年同月比0.8pt減）で、前年とほぼ同じだった。「企業を選ぶときに特に注目するポイント」では「社員の人間関係が良い(36.0%)」、「福利厚生制度が充実している(35.9%)」、「自分が成長できる環境がある(34.4%)」がそれぞれ3割を超える就活生に選択された。

現在の活動は

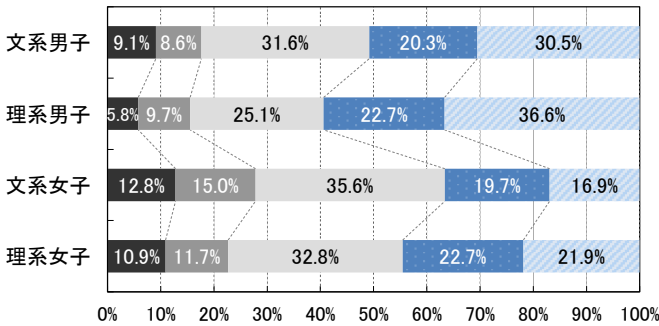
■ 中小企業中心 ■ どちらかといえば中小企業中心 ■ どちらともいえない ■ どちらかといえば大手企業中心 ■ 大手企業中心

中小企業中心 ← 5段階 → 大手企業中心



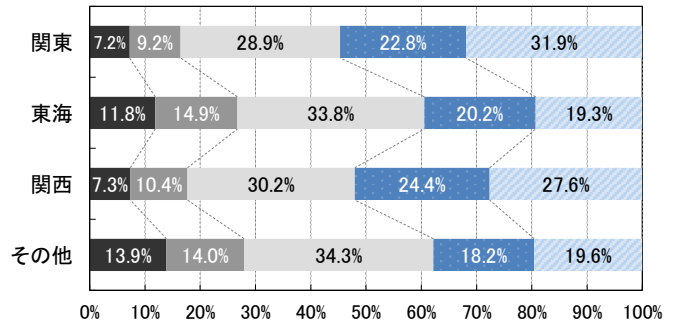
《文理男女別》

中小企業中心 ← 5段階 → 大手企業中心



《エリア別》

中小企業中心 ← 5段階 → 大手企業中心



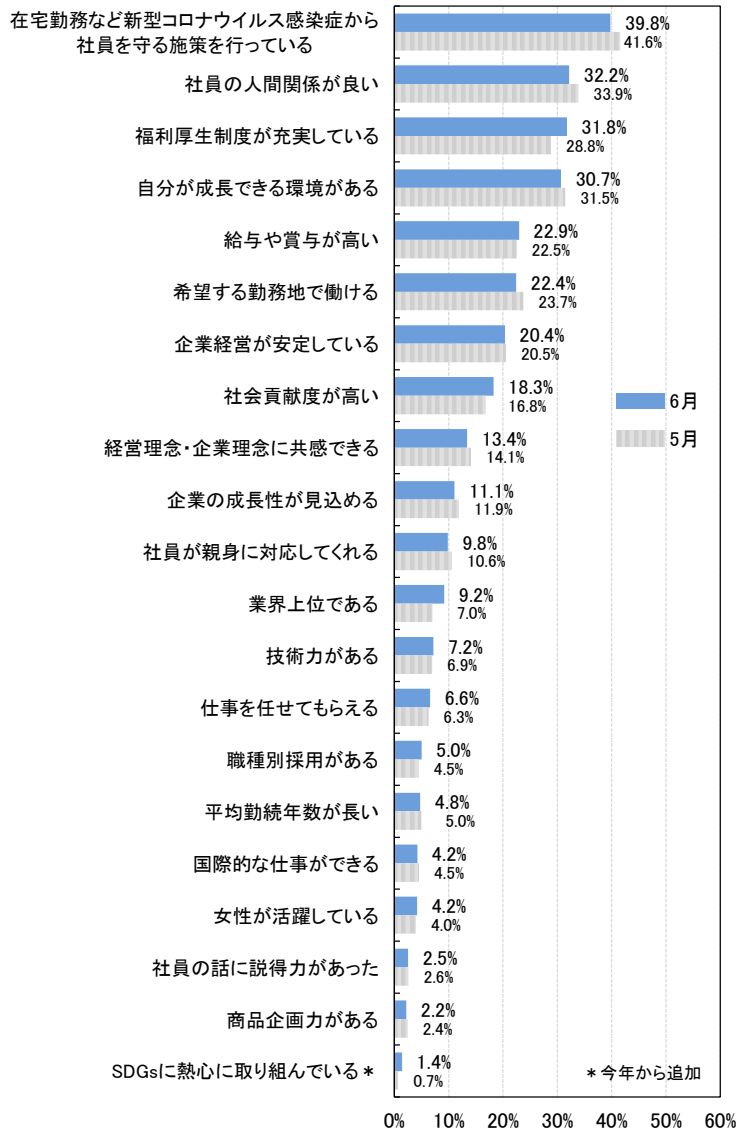
企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

注目ポイント	ベスト3まで選択					最も注目するポイント				
	順位	前年順位	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	順位	前年順位	全体
* 今年から追加			2,129	374	554	579	622			2,129
社員の人間関係が良い	1	2	36.0%	33.7%	27.6%	44.6%	36.8%	2	2	13.9%
福利厚生制度が充実している	2	3	35.9%	31.0%	35.4%	40.1%	38.4%	3	3	10.3%
自分が成長できる環境がある	3	1	34.4%	35.3%	36.6%	31.1%	35.9%	1	1	15.8%
給与や賞与が高い	4	4	26.7%	33.4%	34.3%	15.7%	22.8%	8	8	5.1%
希望する勤務地で働ける	5	6	26.5%	20.6%	21.8%	34.0%	30.9%	6	6	8.4%
企業経営が安定している	6	5	23.7%	25.1%	22.0%	24.5%	21.4%	4	4	9.1%
社会貢献度が高い	7	7	20.3%	19.8%	23.1%	19.0%	19.5%	5	5	8.5%
経営理念・企業理念に共感できる	8	9	15.3%	15.8%	10.1%	17.6%	18.3%	7	7	5.7%
企業の成長性が見込める	9	8	12.9%	13.4%	16.8%	10.2%	11.3%	9	9	4.4%
社員が親身に対応してくれる	10	10	11.8%	13.4%	6.0%	14.7%	12.1%	11	12	2.9%
業界上位である	11	12	10.6%	12.0%	17.3%	6.6%	4.7%	10	10	3.9%
技術力がある	12	11	8.6%	4.3%	21.7%	1.4%	11.7%	12	11	2.6%
仕事を任せてもらえる	13	13	7.8%	12.3%	6.5%	5.9%	4.3%	13	13	2.1%
平均勤続年数が長い	14	16	6.0%	8.6%	4.9%	5.0%	4.7%	16	18	1.3%
職種別採用がある	15	17	5.7%	4.3%	5.8%	5.2%	10.3%	14	15	1.8%
国際的な仕事ができる	16	15	5.1%	5.3%	4.0%	7.1%	1.8%	15	14	1.6%
女性が活躍している	17	14	4.9%	1.1%	0.4%	11.2%	6.9%	18	19	0.7%
商品企画力がある	18	18	3.0%	4.8%	2.0%	1.7%	3.7%	17	17	0.9%
社員の話に説得力があった	19	19	3.0%	3.5%	2.3%	2.8%	3.5%	19	16	0.7%
SDGsに熱心に取り組んでいる*	20		1.8%	2.4%	1.4%	1.7%	1.1%	20		0.5%

「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」を入れた場合の、  
企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

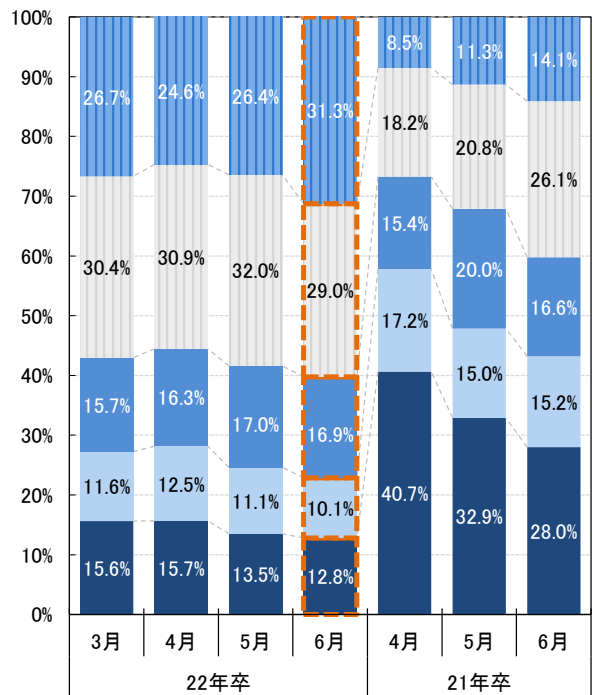
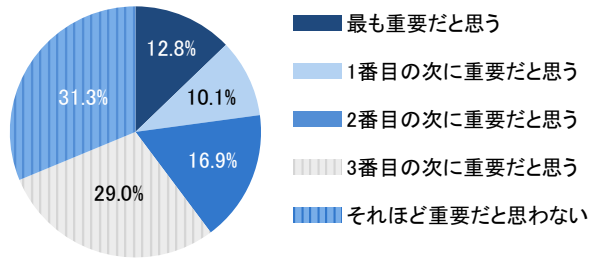
	ベスト3まで選択						最も注目するポイント			
	順位	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	5月全体	順位	全体	5月全体
*今年から追加		2,129	374	554	579	622	2,299		2,129	2,299
在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている	1	39.8%	39.8%	38.1%	41.5%	38.7%	41.6%	2	12.8%	13.5%
社員の人間関係が良い	2	32.2%	30.2%	24.2%	40.2%	32.5%	33.9%	3	12.3%	13.3%
福利厚生制度が充実している	3	31.8%	27.0%	31.0%	36.8%	32.5%	28.8%	4	8.9%	6.6%
自分が成長できる環境がある	4	30.7%	32.6%	32.5%	26.4%	33.0%	31.5%	1	13.7%	13.4%
給与や賞与が高い	5	22.9%	29.4%	29.8%	12.8%	19.3%	22.5%	9	4.7%	4.9%
希望する勤務地で働ける	6	22.4%	17.6%	17.9%	28.7%	27.3%	23.7%	6	7.5%	8.0%
企業経営が安定している	7	20.4%	21.9%	19.0%	20.6%	19.0%	20.5%	5	7.9%	7.8%
社会貢献度が高い	8	18.3%	17.6%	21.5%	16.2%	18.6%	16.8%	7	7.4%	7.3%
経営理念・企業理念に共感できる	9	13.4%	14.2%	8.8%	15.0%	16.1%	14.1%	8	5.1%	5.2%
企業の成長性が見込める	10	11.1%	11.5%	14.1%	9.2%	9.0%	11.9%	10	3.6%	4.3%
社員が親身に対応してくれる	11	9.8%	10.7%	5.2%	12.4%	10.3%	10.6%	12	2.3%	3.1%
業界上位である	12	9.2%	9.6%	16.1%	5.5%	4.2%	7.0%	11	3.5%	2.5%
技術力がある	13	7.2%	2.9%	18.8%	1.2%	9.8%	6.9%	13	2.2%	2.0%
仕事を任せてもらえる	14	6.6%	10.7%	5.4%	4.7%	3.5%	6.3%	14	1.8%	1.3%
職種別採用がある	15	5.0%	3.7%	5.2%	4.1%	9.5%	4.5%	16	1.5%	1.8%
平均勤続年数が高い	16	4.8%	7.0%	4.0%	3.8%	3.4%	5.0%	17	1.0%	1.4%
国際的な仕事ができる	17	4.2%	4.8%	3.4%	5.5%	1.3%	4.5%	15	1.5%	1.6%
女性が活躍している	18	4.2%	0.8%	0.4%	10.0%	5.3%	4.0%	19	0.6%	0.5%
社員の話に説得力があった	19	2.5%	2.9%	1.8%	2.4%	3.2%	2.6%	20	0.4%	0.4%
商品企画力がある	20	2.2%	2.9%	1.8%	1.6%	2.6%	2.4%	18	0.8%	0.8%
SDGsに熱心に取り組んでいる*	21	1.4%	1.9%	1.1%	1.4%	1.0%	0.7%	21	0.4%	0.2%

※全体の割合：前月との比較（ベスト3まで選択）



企業を選ぶとき「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」ことにはどの程度注目しているか

※前問で選んだ3つのポイントと比べて回答



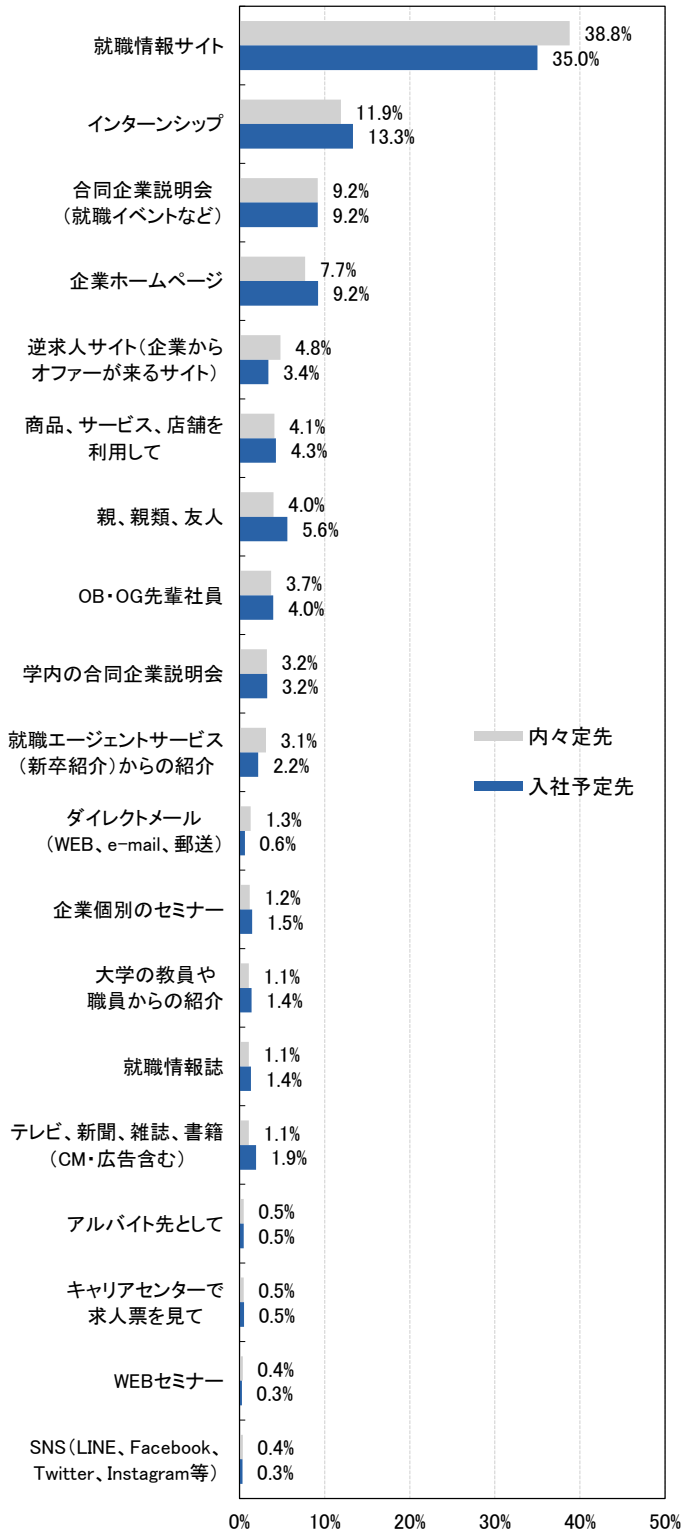


■6: 内々定保有者の活動状況

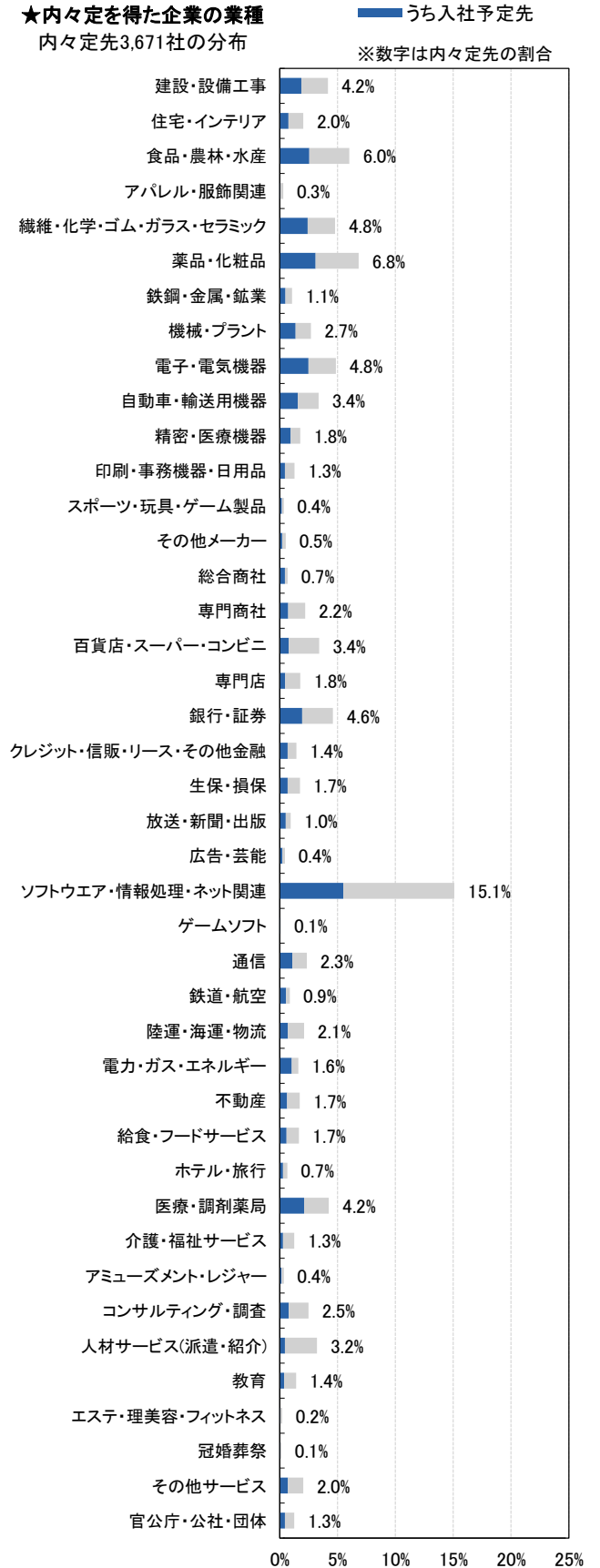
内々定先企業の主な発見ツールで最も高い割合なのは「就職情報サイト（38.8%）」だった。現時点で内々定獲得企業の中から入社予定先を決めている割合は82.5%（前年同月比4.5pt増）だった。入社予定先企業を決めている学生に、その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミングを聞いたところ「1次面接～最終面接受験時（23.8%、前年同月比3.0pt増）」の割合が最も高くなった。面接時の人事担当や面接官の印象が、就活生の最終的な入社先選択に大きな影響を与えている証左と言えるだろう。

★がついている項目は、モニター学生が内々定を獲得した企業について1人当たり最大4社回答をした結果を、【社数】をベースに再集計した。

★企業の主な発見ツール  
内々定先3,671社、入社予定先1,497社の分布

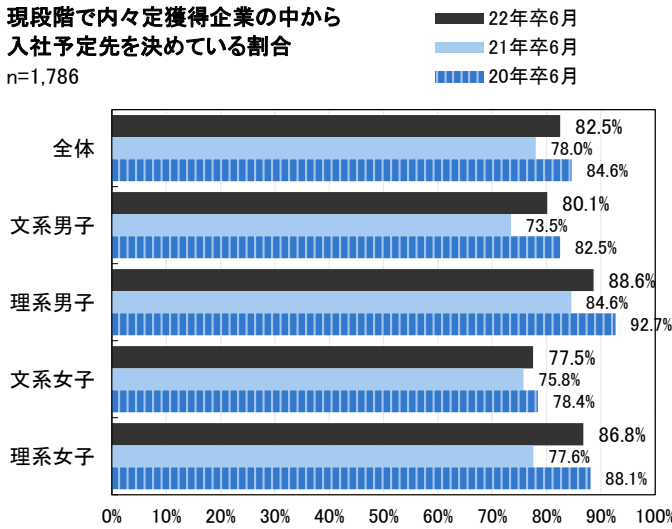


★内々定を得た企業の業種  
内々定先3,671社の分布



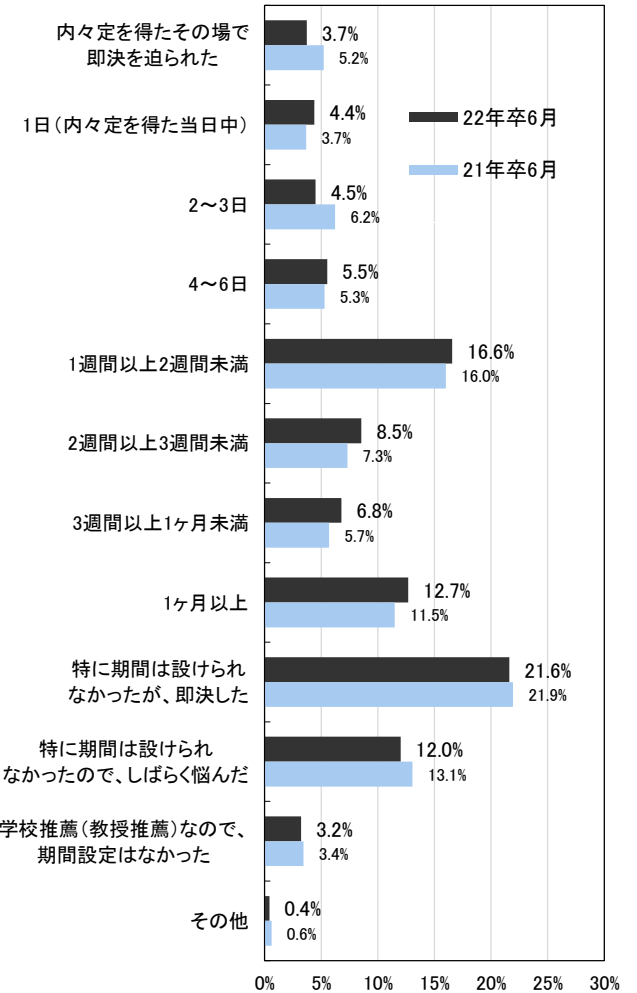
現段階で内々定獲得企業の中から  
入社予定先を決めている割合

n=1,786



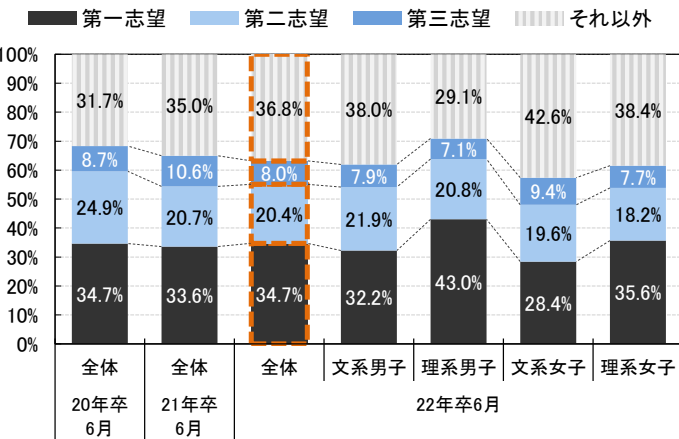
内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった時間

n=1,497



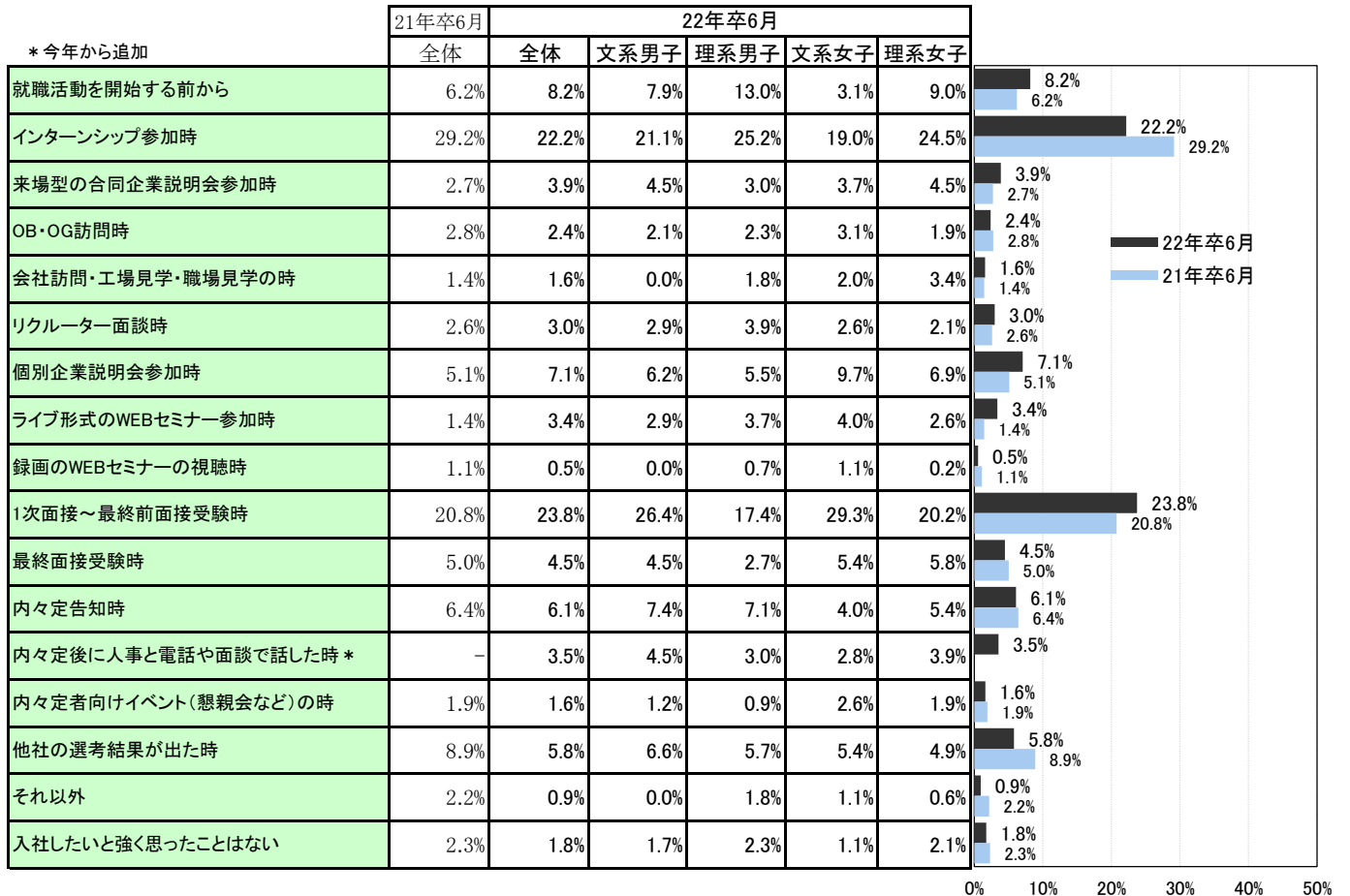
入社予定先企業は、初めてその企業と接触する前の時点では第何志望だったか

n=1,497



その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング

n=1,497



入社予定先の企業から内々定を得た時期を前年と比較すると、今年は4月下旬（12.5%、前年比5.0pt増）に最初のピークがあったことが分かった。前年のこの時期は最初の緊急事態宣言下にあたり、選考の進捗が停滞したが、今年は4月25日から3回目の緊急事態宣言が出される事態となっていたにもかかわらず、一部で選考が早く進捗していたようだ。6月末までに入社予定先を決めた学生のうち、5月末までに入社を意思を固めた学生の割合は60.0%（3月以前 14.7%+4月 21.4%+5月 23.9%）で、前年より8.1pt増加し、早めの意思決定が行われていた。特に理系男子は意思決定が早く、5月末までに71.0%（前年比9.7pt増）が入社の意思を固めていた。入社予定先のインターンシップに参加していた割合は49.3%（前年同月比5.7pt減）とやや減少した。入社予定先のインターンシップに参加した時期では、今年の2月（11.7%、前年比5.6pt減）が、2回目の緊急事態宣言と重なったこともあって前年より減少した。入社予定先のインターンシップに参加した日数の平均は2.6日（前年比0.2pt減）で前年よりわずかに減った。入社予定先のインターンシップに参加した学生のうち、2日以上参加した学生は53.2%（前年比2.6pt減）と半数を超えていた。

★がついている項目はモニター学生が内々定を獲得した企業について1人当たり最大4社回答をした結果を【社数】をベースに再集計した。

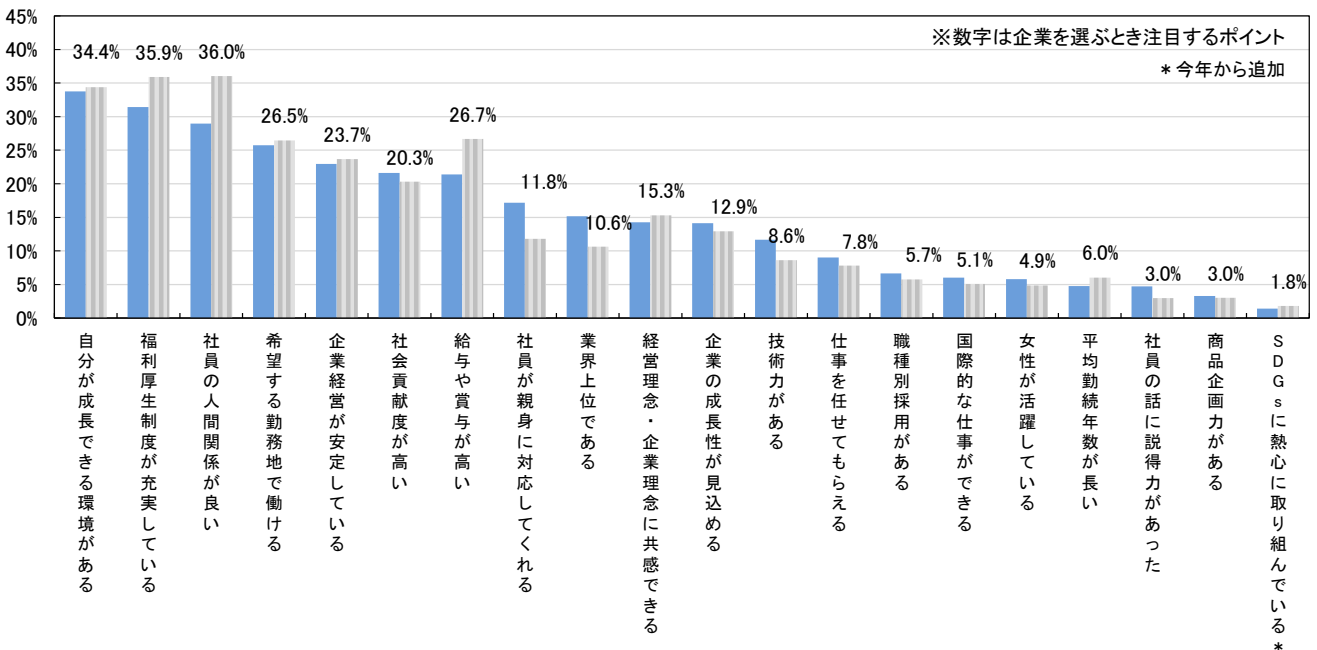
入社予定先企業を選択したポイント

(企業を選ぶとき注目するポイントの順位と比較)

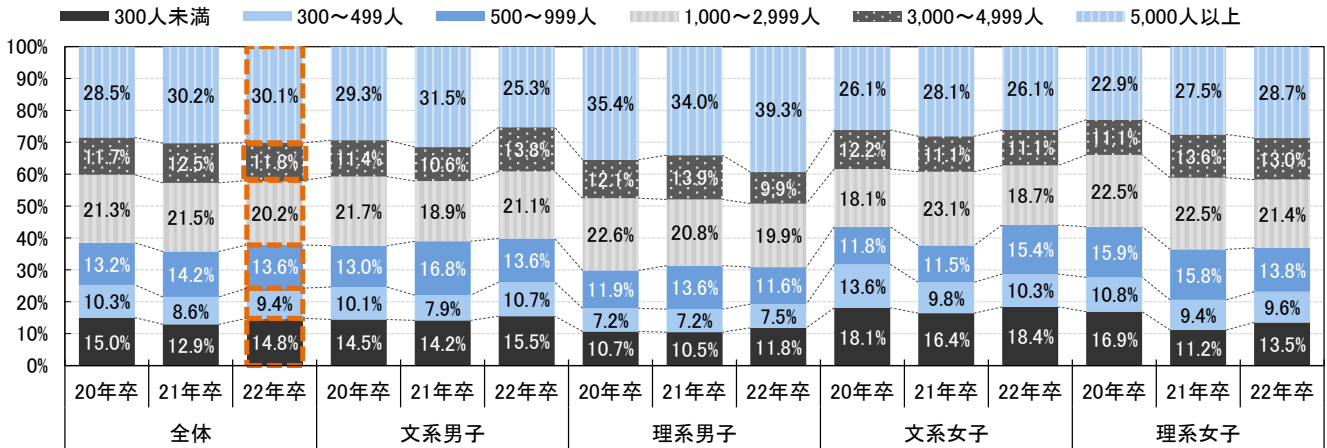
	ベスト3まで選択						最も重視したポイント			
	順位	企業を選ぶとき	全体 1,497	文系男子 242	理系男子 437	文系女子 352	理系女子 466	順位	企業を選ぶとき	全体 1,497
* 今年から追加										
自分が成長できる環境がある	1	3	33.8%	36.8%	32.7%	31.5%	33.9%	1	1	13.6%
福利厚生制度が充実している	2	2	31.4%	26.0%	33.2%	33.0%	35.8%	5	3	8.6%
社員の人間関係が良い	3	1	28.9%	29.3%	23.8%	34.7%	27.3%	2	2	11.5%
希望する勤務地で働ける	4	5	25.8%	20.7%	24.9%	28.4%	32.4%	3	6	9.6%
企業経営が安定している	5	6	23.0%	23.6%	20.8%	23.9%	24.2%	6	4	7.5%
社会貢献度が高い	6	7	21.6%	23.1%	24.5%	17.9%	20.2%	4	5	8.7%
給与や賞与が高い	7	4	21.4%	24.8%	28.1%	12.2%	18.9%	11	8	4.3%
社員が親身に対応してくれる	8	10	17.2%	15.7%	10.3%	25.9%	17.0%	8	11	5.5%
業界上位である	9	11	15.2%	14.9%	19.7%	13.1%	11.2%	9	10	5.5%
経営理念・企業理念に共感できる	10	8	14.3%	12.8%	11.9%	17.6%	15.5%	7	7	6.0%
企業の成長性が見込める	11	9	14.1%	16.5%	15.8%	11.1%	12.0%	10	9	4.8%
技術力がある	12	12	11.7%	5.8%	26.1%	2.8%	12.4%	12	12	4.0%
仕事を任せてもらえる	13	13	9.0%	15.7%	7.8%	6.0%	3.9%	13	13	2.4%
職種別採用がある	14	15	6.7%	5.8%	6.6%	5.7%	10.3%	15	14	1.9%
国際的な仕事ができる	15	16	6.0%	7.4%	4.1%	8.0%	3.2%	14	15	1.9%
女性が活躍している	16	17	5.8%	0.0%	0.5%	15.6%	9.0%	18	18	1.0%
平均勤続年数が高い	17	14	4.8%	6.6%	5.5%	2.8%	3.4%	19	16	0.8%
社員の話の説得力があった	18	19	4.7%	6.6%	1.6%	5.4%	5.8%	16	19	1.3%
商品企画力がある	19	18	3.3%	6.2%	1.4%	2.6%	2.6%	17	17	1.0%
SDGsに熱心に取り組んでいる*	20	20	1.4%	1.7%	0.7%	2.0%	1.1%	20	20	0.2%

入社予定先企業を選択したポイントと企業を選ぶとき注目するポイント(6月)

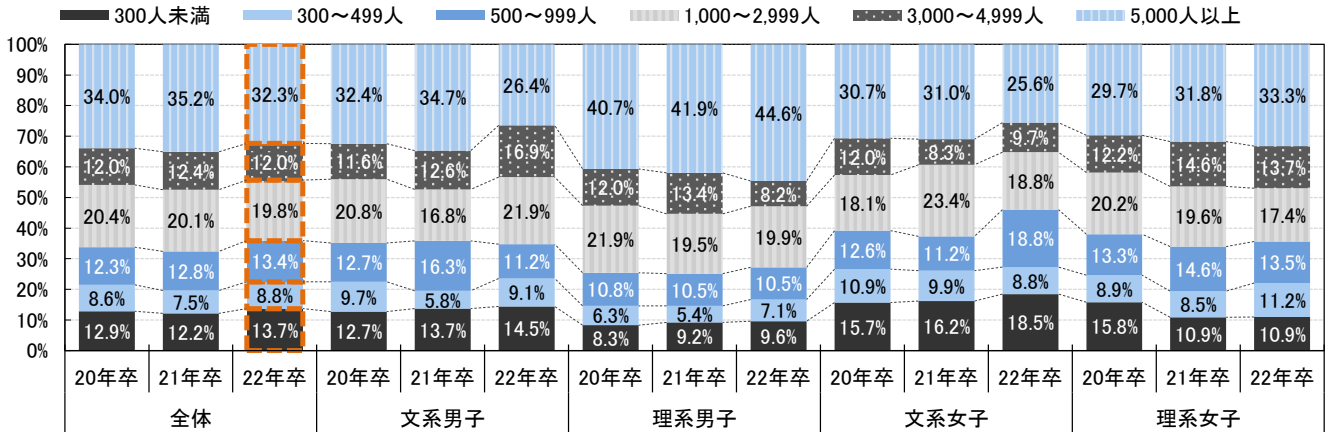
■ 入社予定先選択ポイント ■■■ 企業を選ぶとき注目するポイント



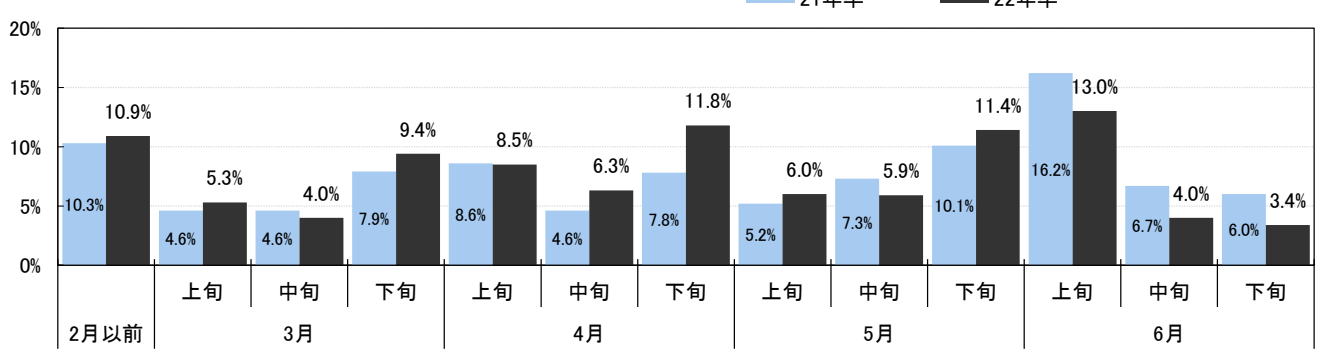
★内々定を得た企業の規模 内々定先3,671社の分布 \*各卒年の6月調査



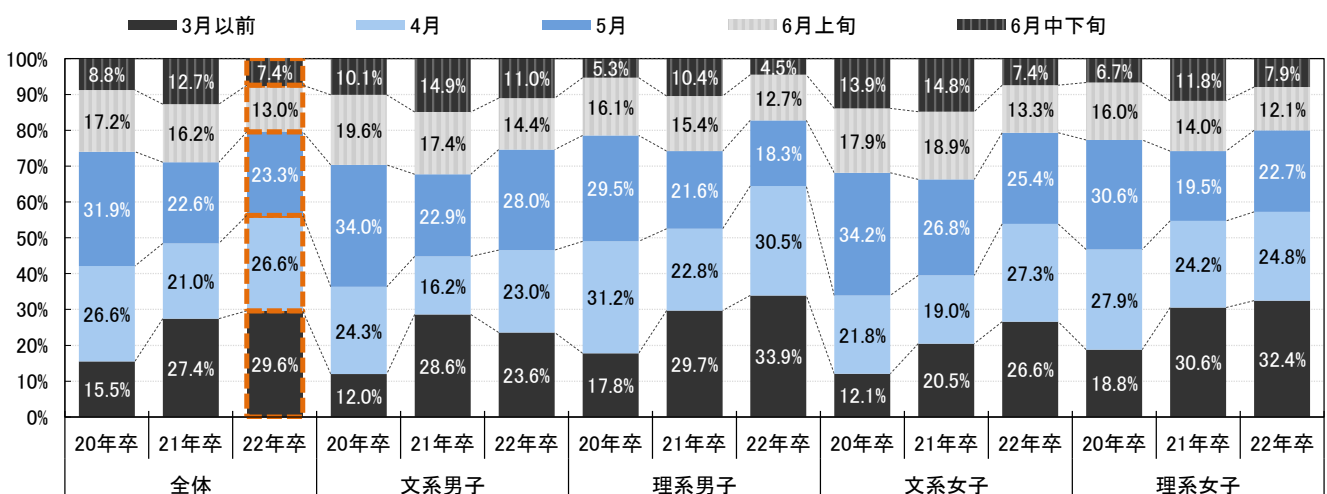
★入社予定先企業の規模 入社予定先1,497社の分布 \*各卒年の6月調査



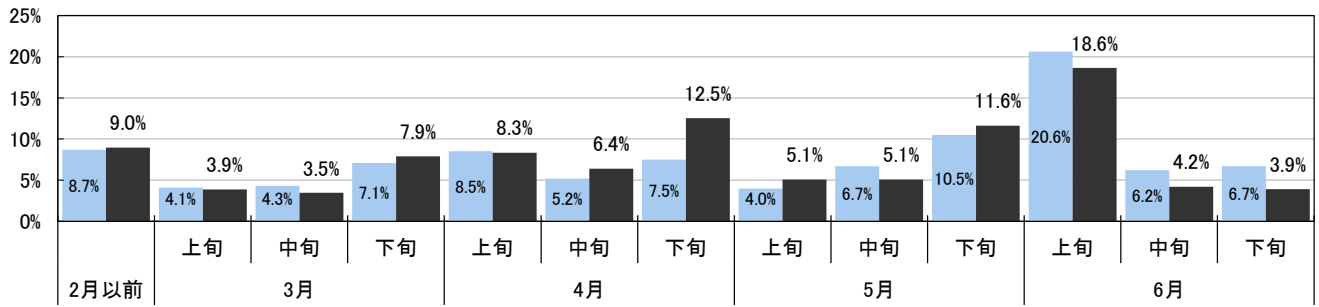
★内々定を得た時期 内々定先3,671社の分布



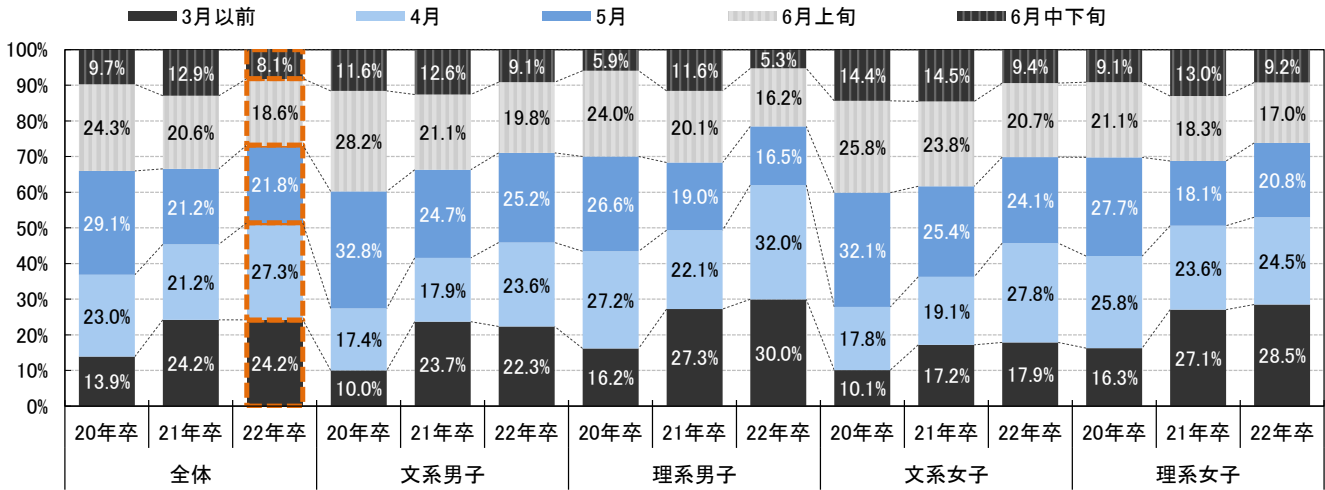
★内々定を得た時期・文理男女経年比較 内々定先3,671社の分布



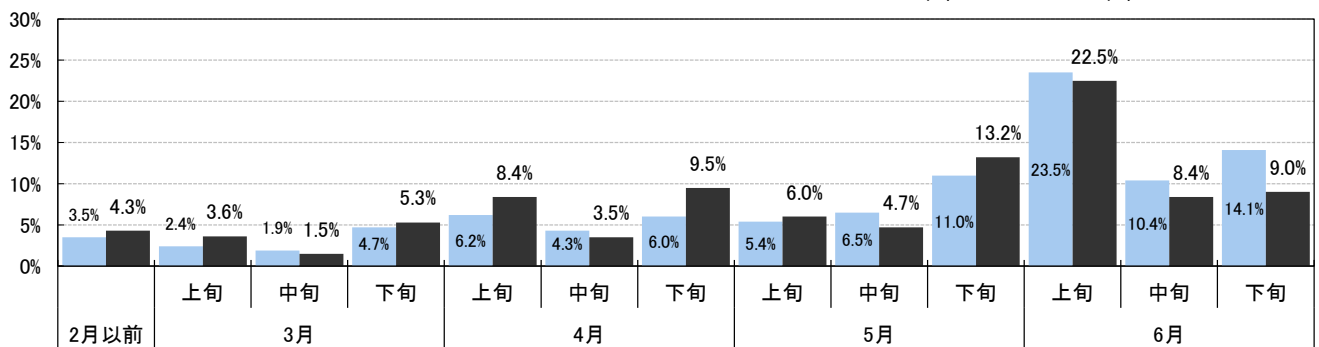
★入社予定先の企業から内々定を得た時期 入社予定先1,497社の分布



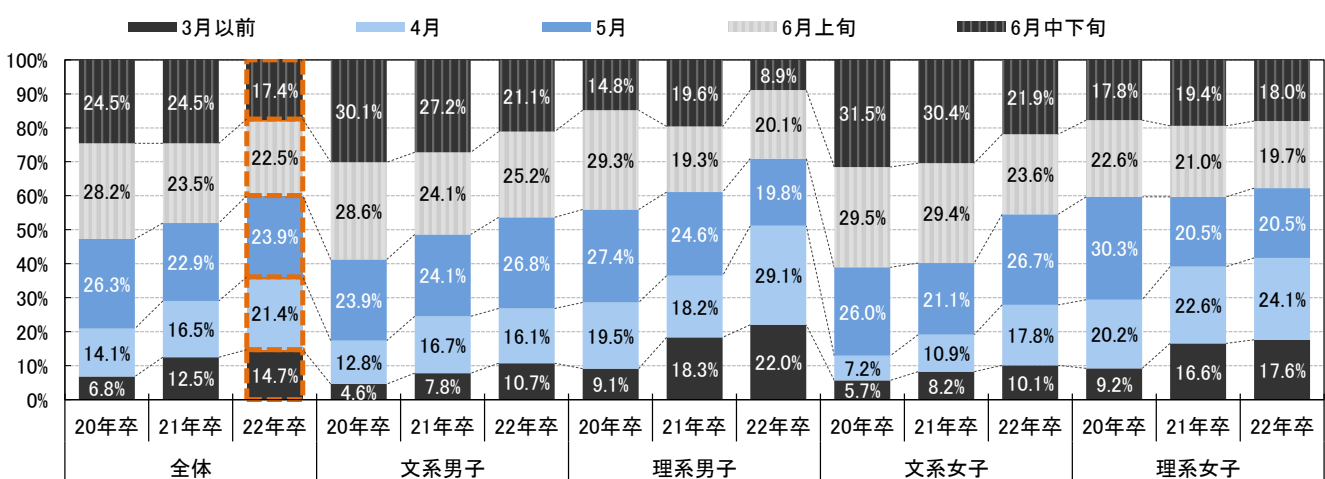
★入社予定先の企業から内々定を得た時期・文理男女経年比較 入社予定先1,497社の分布



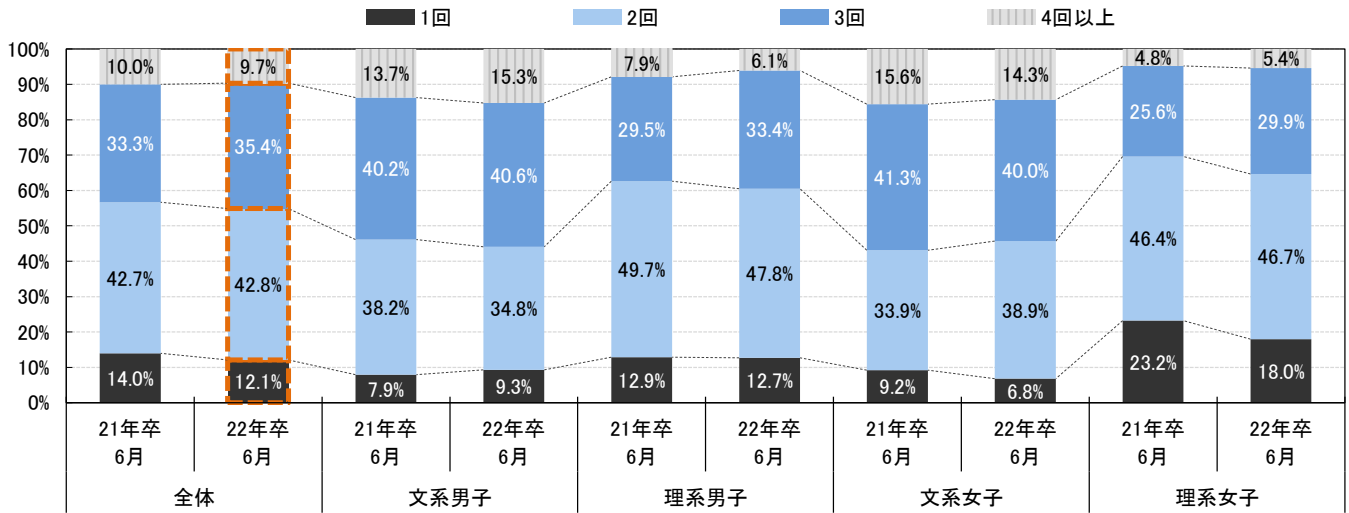
内々定獲得後、入社を固めた時期 入社予定先1,497社の分布



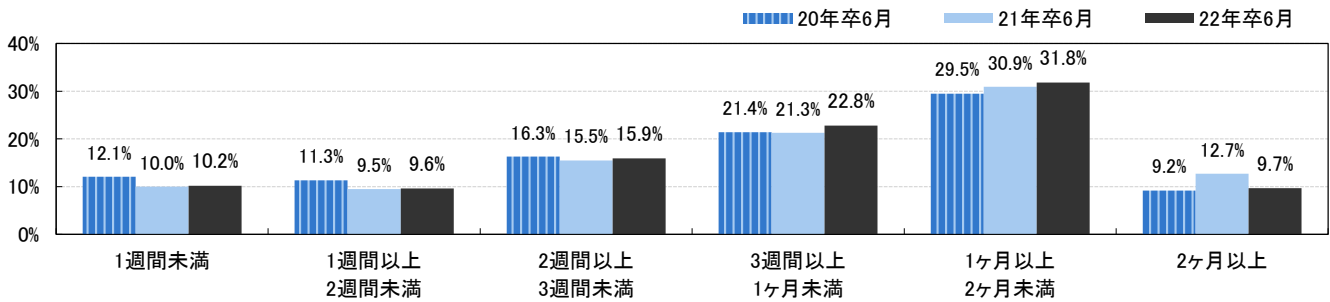
内々定獲得後、入社を固めた時期・文理男女経年比較 入社予定先1,497社の分布



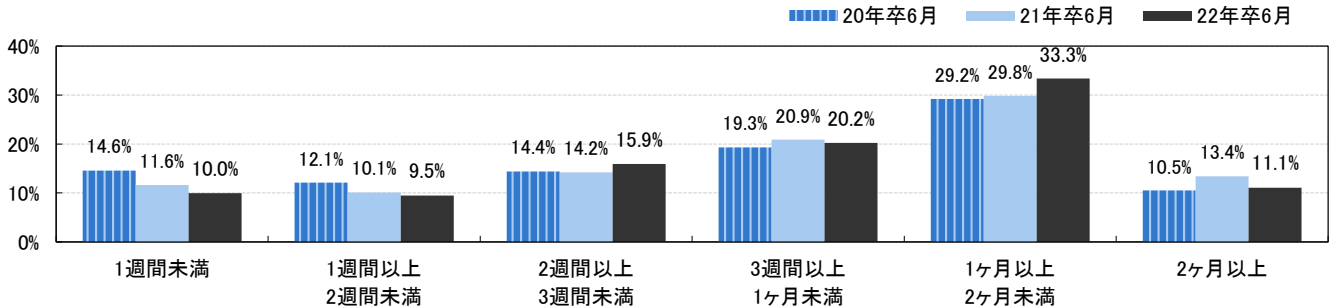
★1次面接～内々定までの選考回数 n=3,671



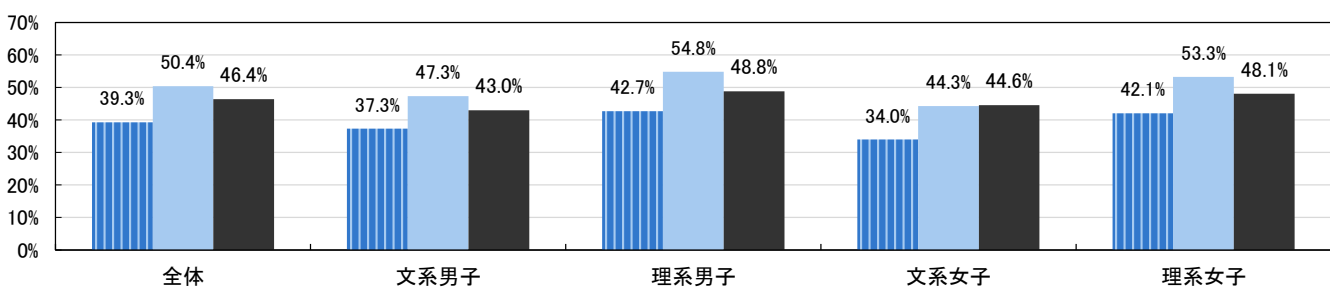
★内々定先の1次面接を受けてから 内々定をもらうまでの期間 n=3,671



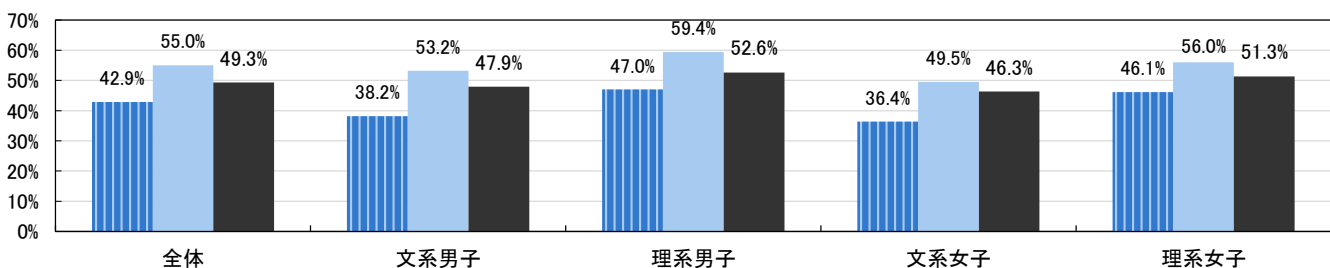
★入社予定先の1次面接を受けてから 内々定をもらうまでの期間 n=1,497



★内々定先のインターンシップに参加した割合 n=3,671



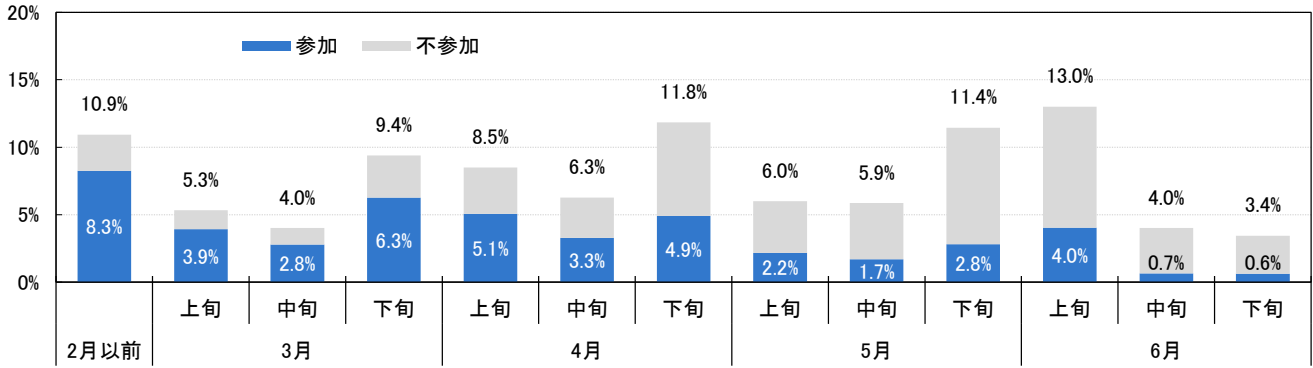
★入社予定先のインターンシップに参加した割合 n=1,497



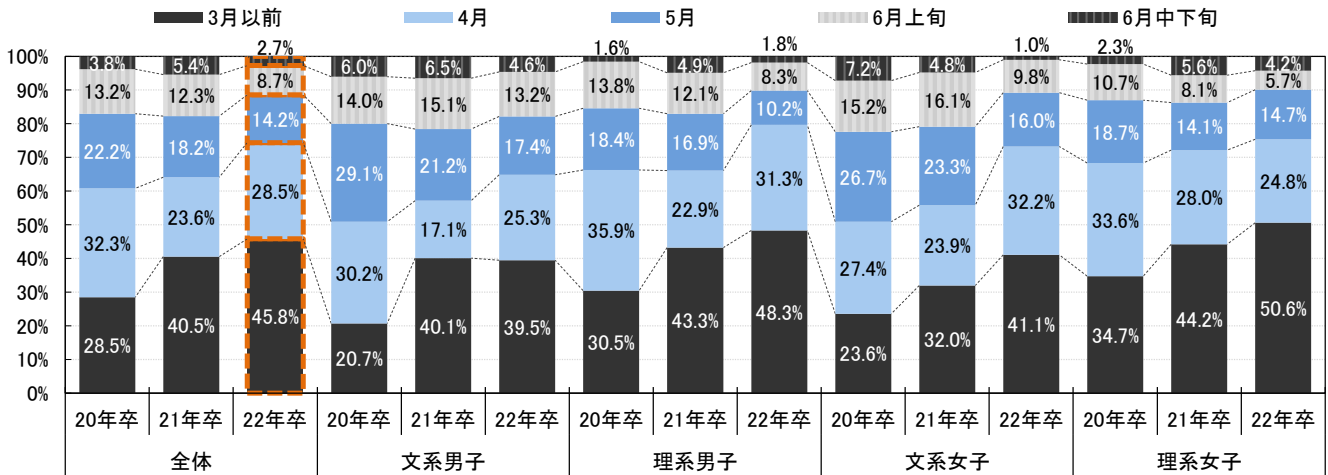
※グラフ上の黒数字 = その時期に得た内々定の数/すべての内々定数

※青グラフ上の白数字=インターンシップに参加した企業からその時期に得た内々定の数/すべての内々定数

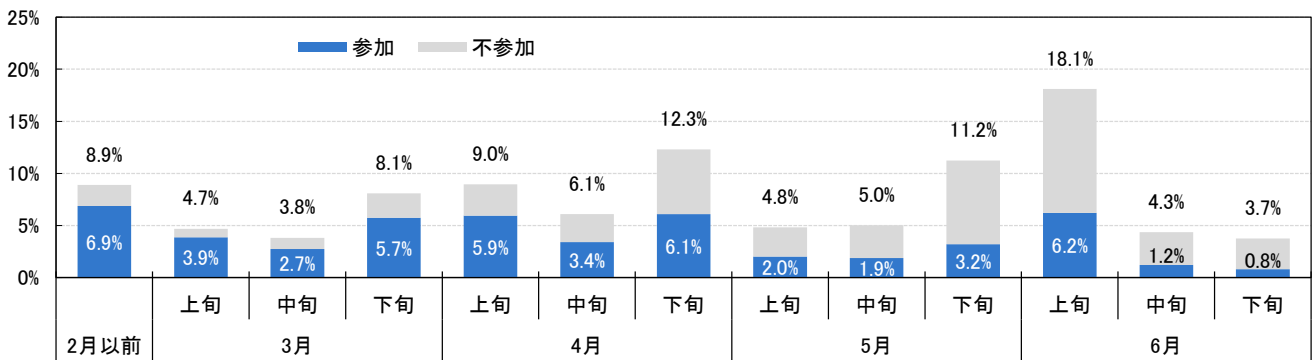
★内々定を得た時期別・その企業のインターンシップに参加していた割合 内々定先3,671社の分布



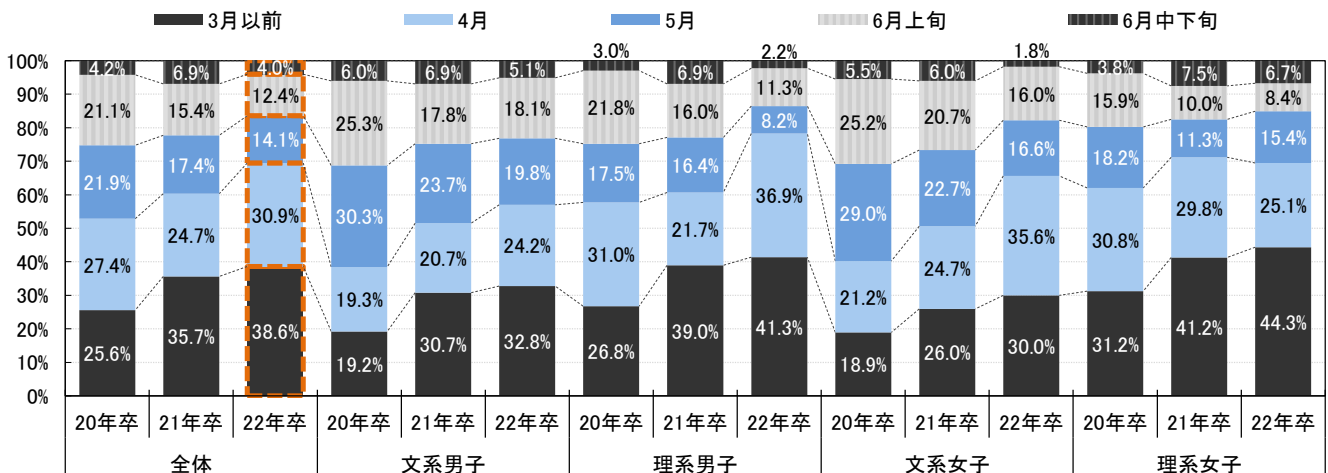
★インターンシップに参加した企業から内々定を得た時期・文理男女経年比較 インターンシップ参加の内々定先1,704社の分布



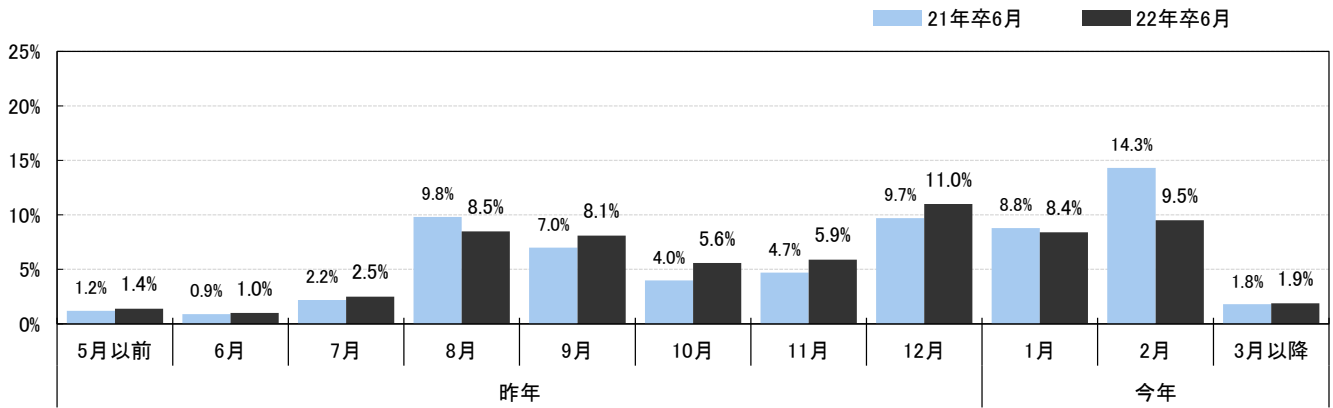
★入社予定先の内々定を得た時期別・その企業のインターンシップに参加していた割合 入社予定先1,497社の分布



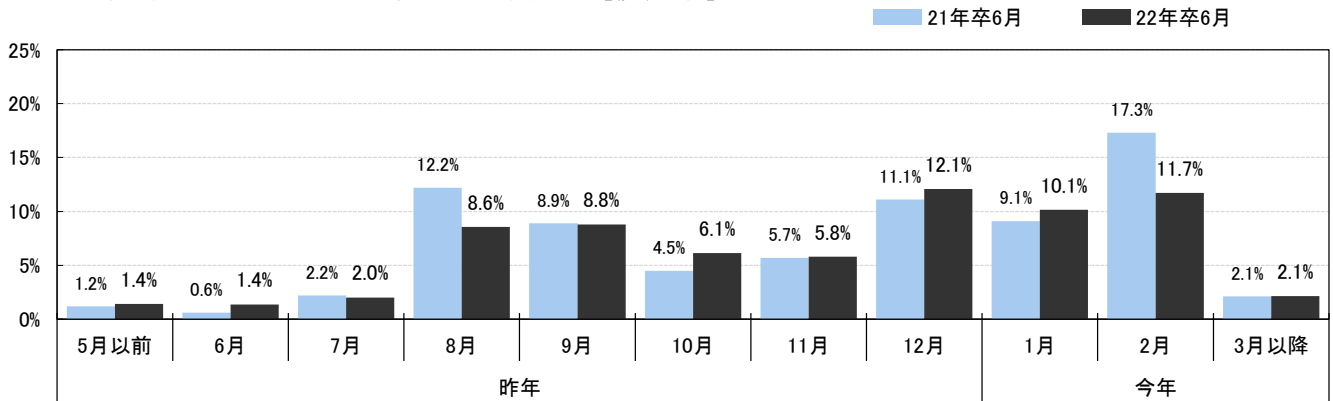
★インターンシップに参加した入社予定先から内々定を得た時期・文理男女経年比較 インターンシップ参加の入社予定先748社の分布



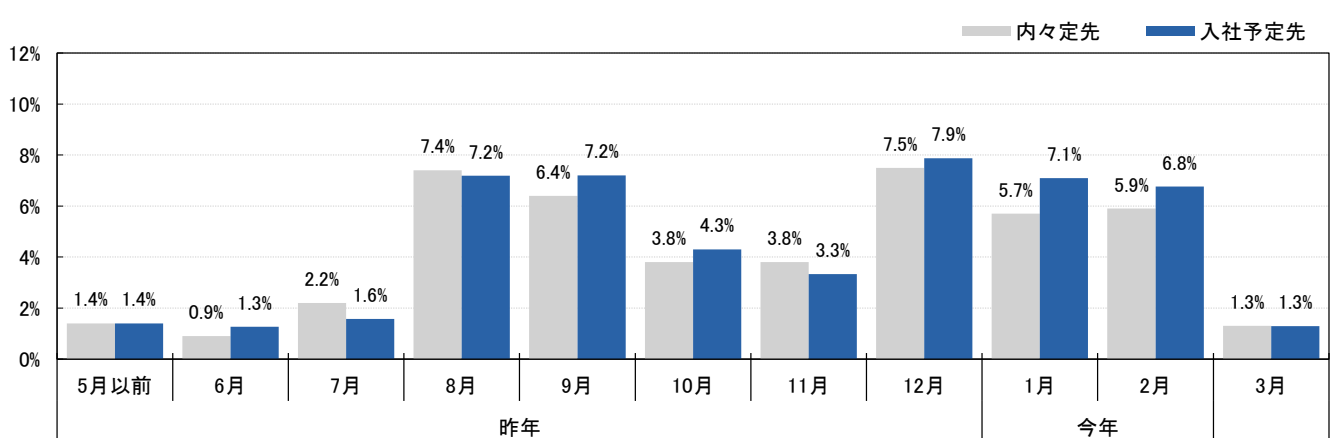
★内々定先のインターンシップに参加した時期すべて【複数回答】 n=3,671



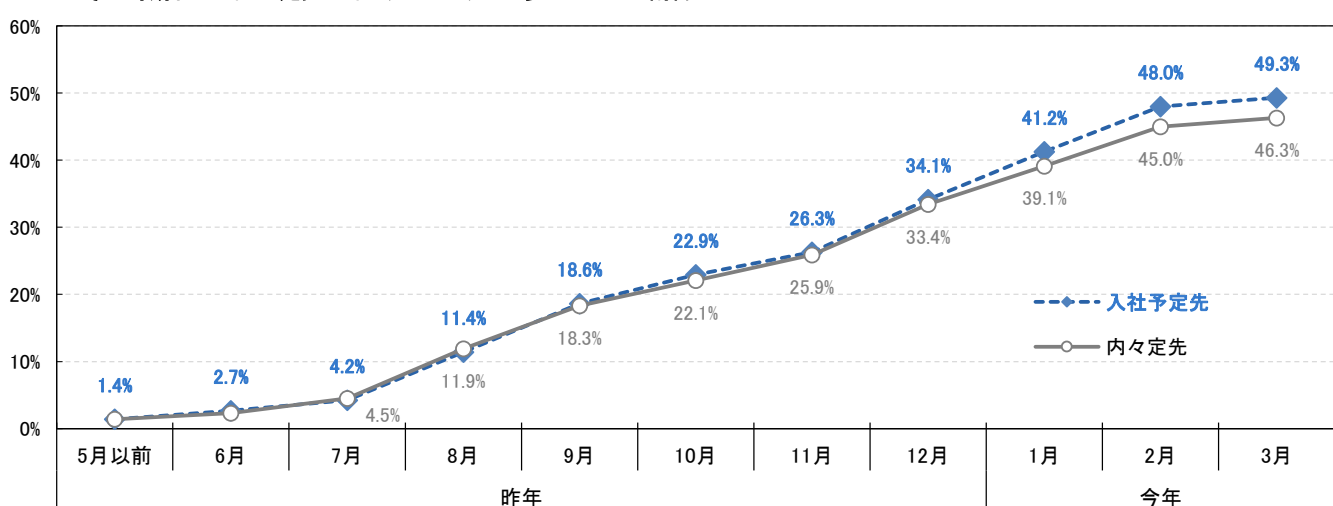
★入社予定先のインターンシップに参加した時期すべて【複数回答】 n=1,497



★内々定先のインターンシップに最初に参加した時期 内々定先 n=3,671 入社予定先 n=1,497

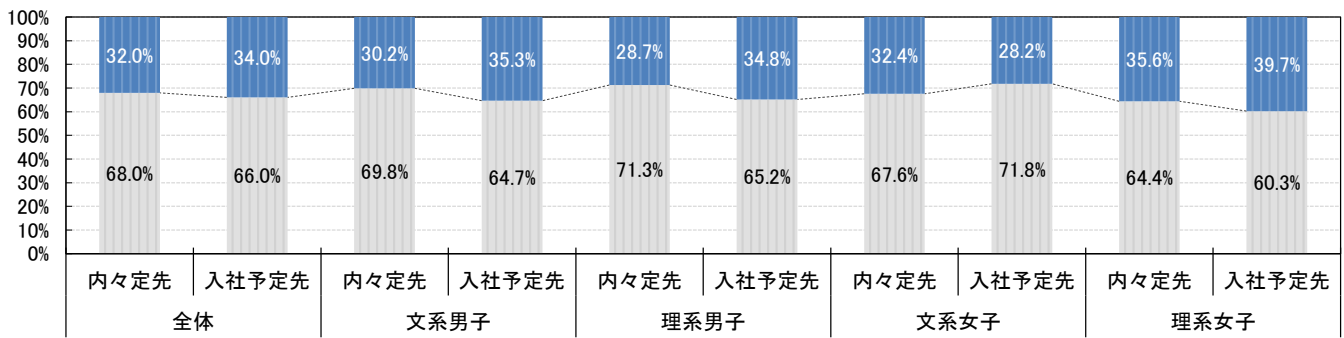


★その時期までに内々定先のインターンシップに参加していた割合 内々定先 n=3,671 入社予定先 n=1,497

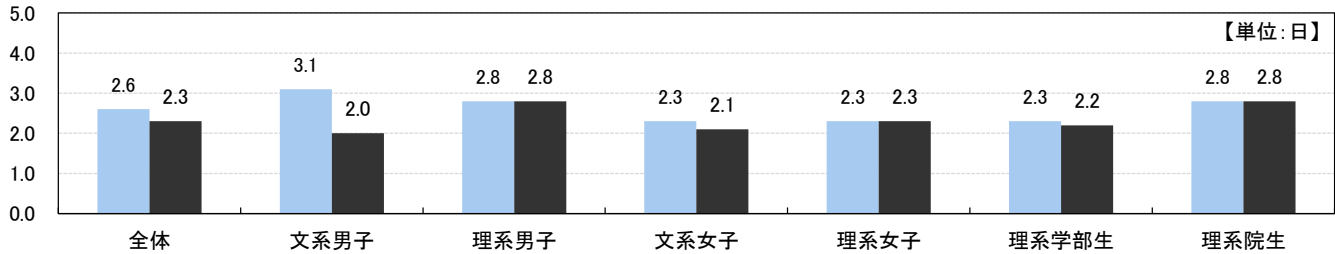




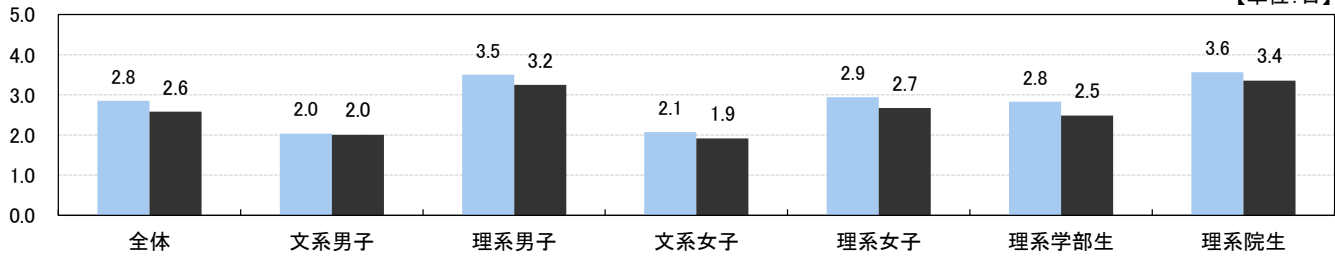
★その企業のインターンシップに2回以上参加したか 内々定先1,704社、入社予定先748社の分布



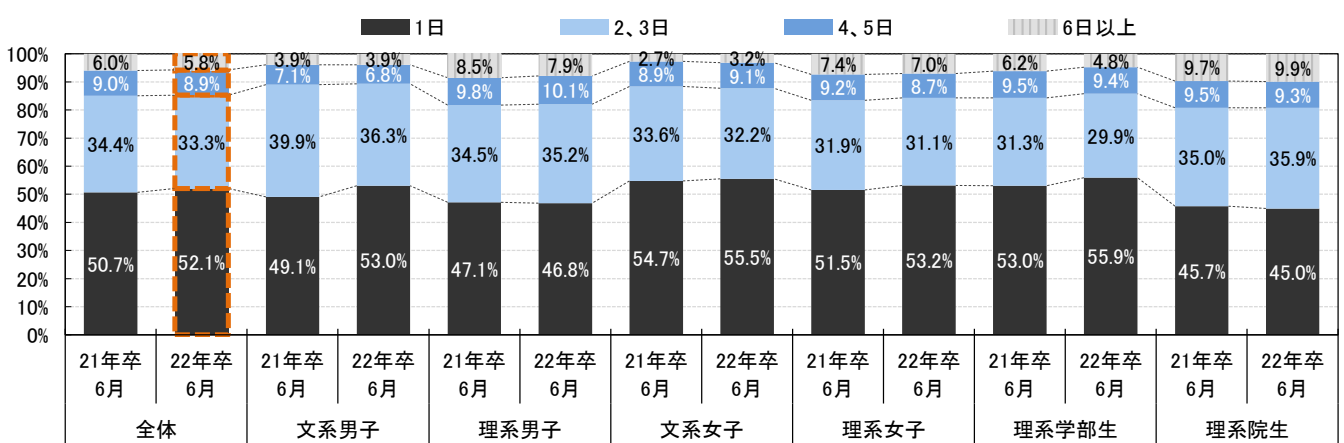
★内々定先のインターンシップ参加日数(平均) 内々定先 n=1,704



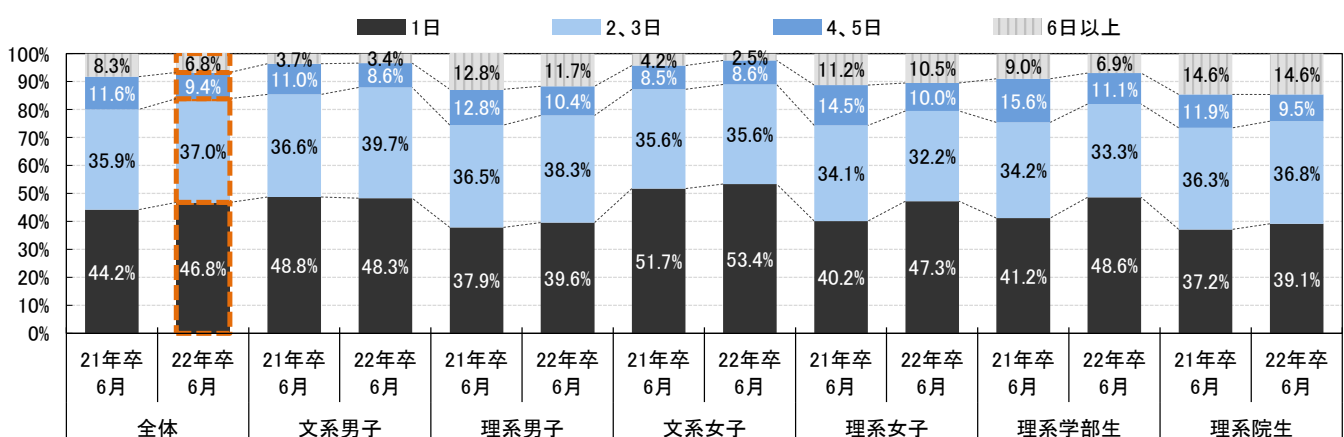
★入社予定先のインターンシップ参加日数(平均) 入社予定先 n=748



★内々定先のインターンシップ参加日数(分布) n=1,704

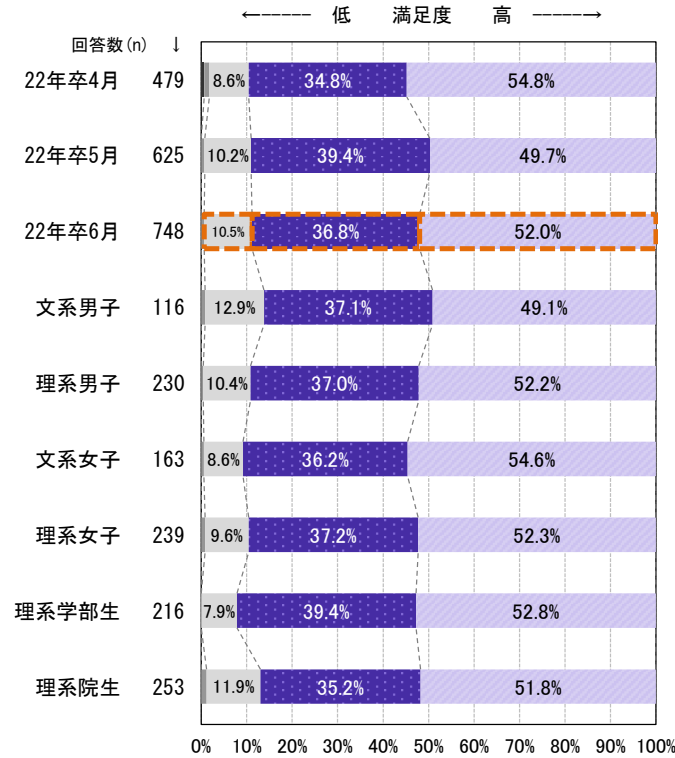


★入社予定先のインターンシップ参加日数(分布) n=748



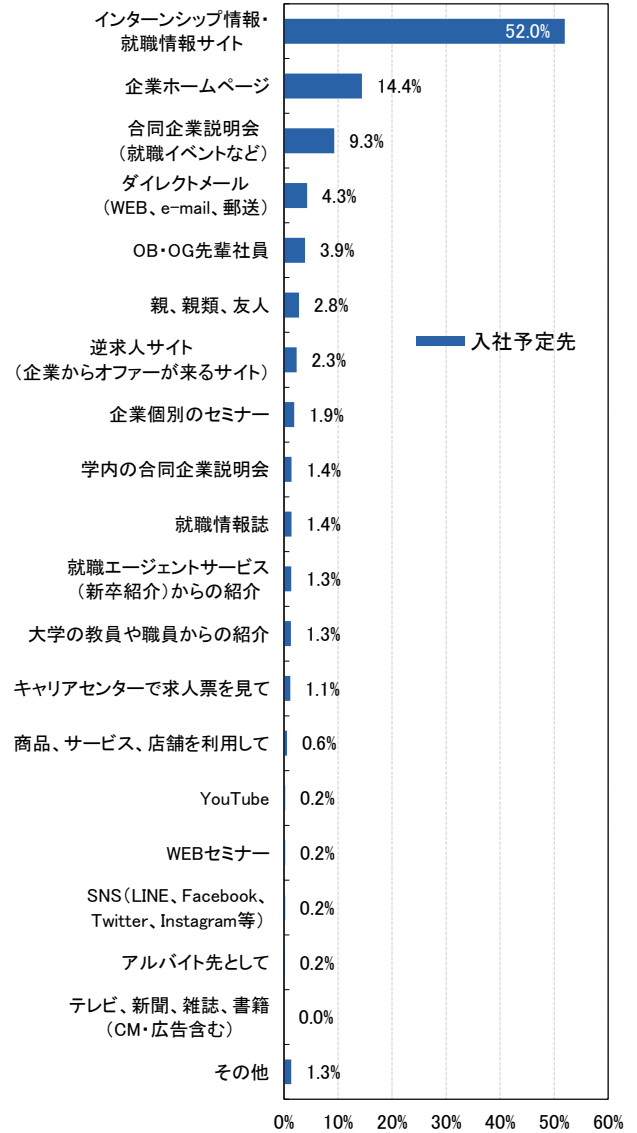
入社予定先のインターンシップの主な発見ツールは「インターンシップ情報・就職情報サイト」が52.0%で最も高い割合だった。入社予定先のインターンシップの満足度で、最高の満足度（満足度5）を選んだ学生は52.0%と約半数だった。満足度5の割合は入社予定先のインターンシップの参加日数が多いほど高い傾向があり、6日以上参加した学生では73.3%だった。入社予定先の総合満足度で最高の満足度（満足度5）を選んだ学生の割合は56.7%（前年比1.7pt増）だった。

入社予定先のインターンシップの満足度

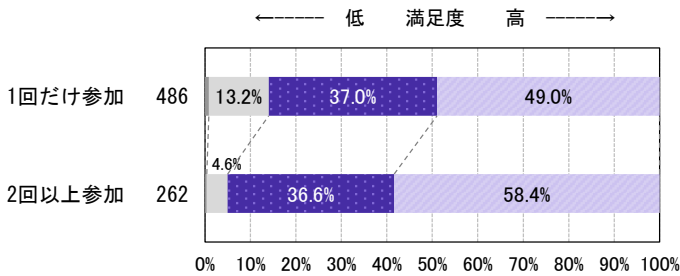


入社予定先のインターンシップの主な発見ツール

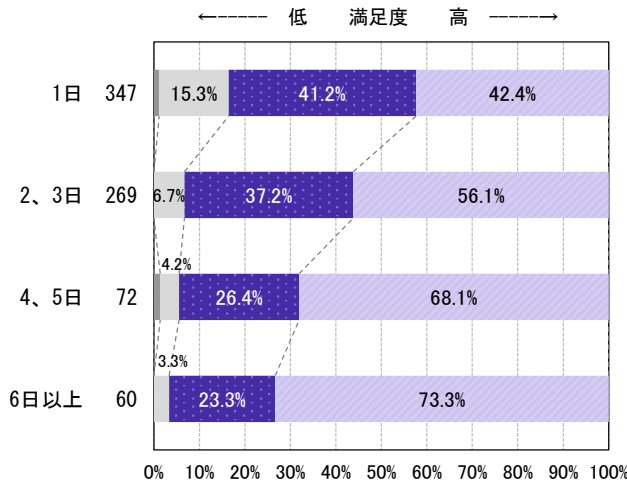
n=748



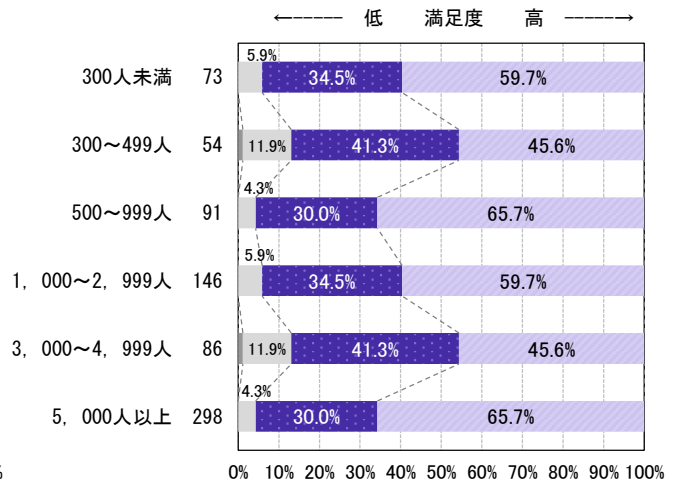
入社予定先のインターンシップ参加回数別・入社予定先のインターンシップの満足度



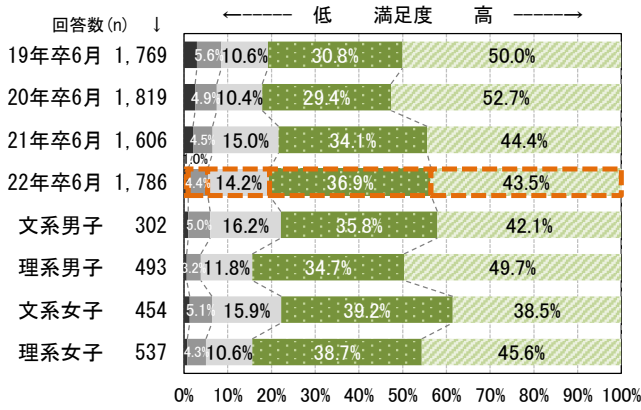
参加日数別・入社予定先のインターンシップの満足度



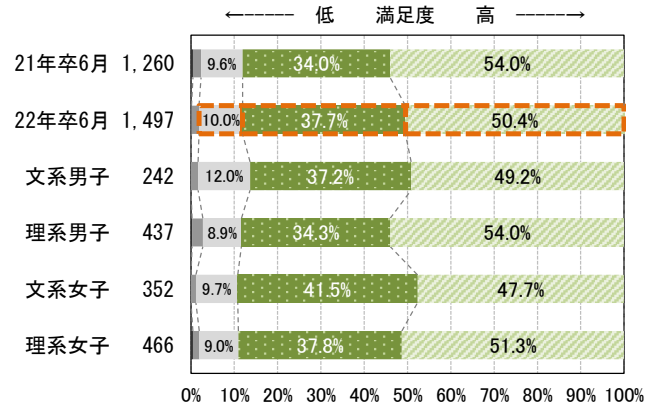
従業員規模別・入社予定先のインターンシップの満足度



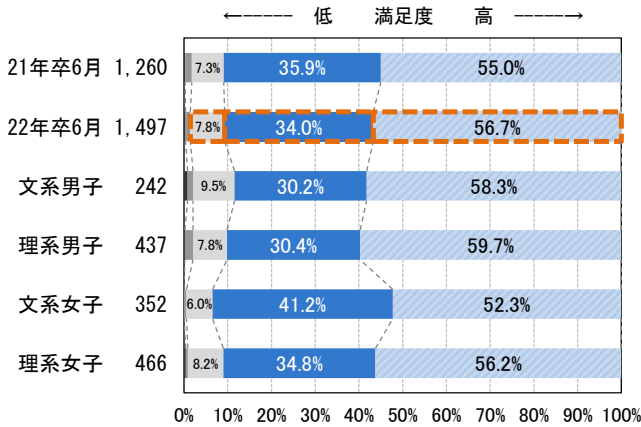
内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度



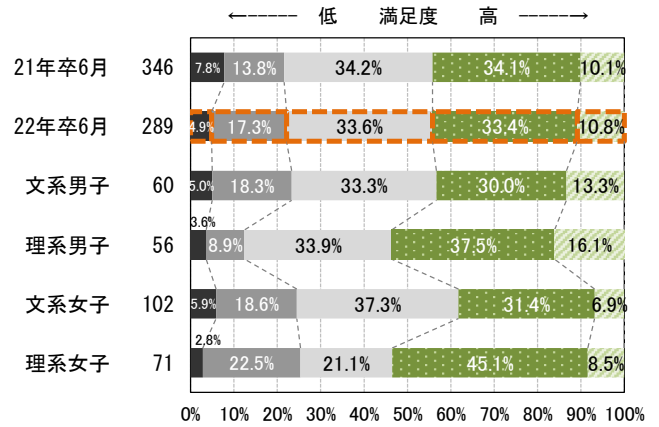
入社予定先が決まっている学生の内々定先満足度



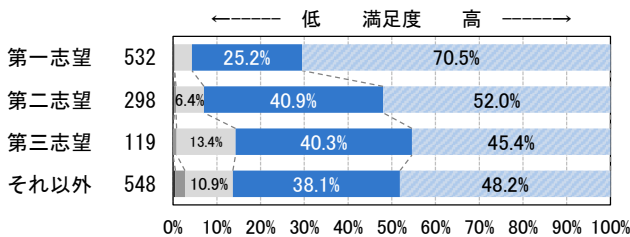
入社予定先総合満足度



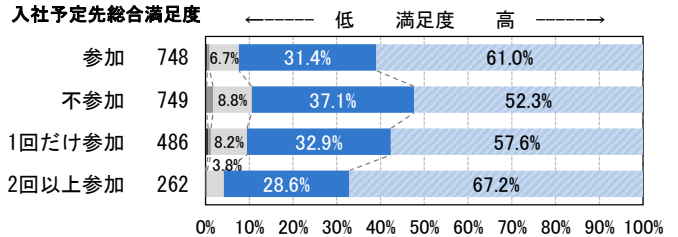
入社予定先未決定者の内々定先満足度



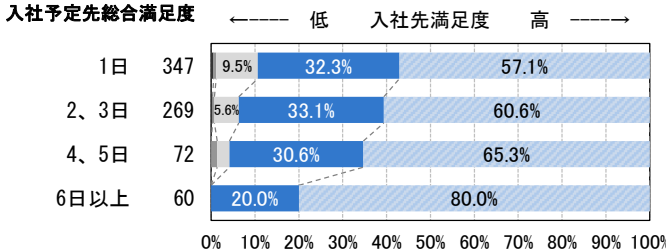
当初志望度別・入社予定先総合満足度



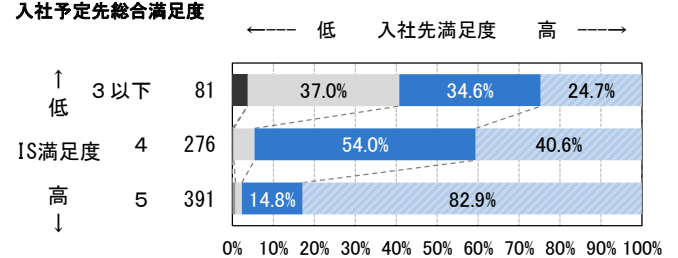
入社予定先のインターンシップ参加/不参加 参加回数別・入社予定先総合満足度



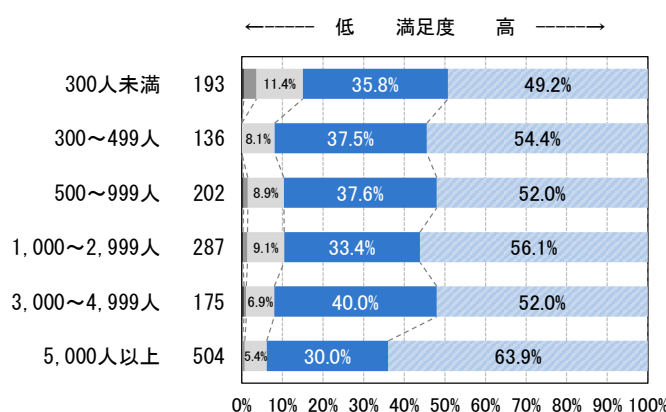
入社予定先のインターンシップ参加日数別・入社予定先総合満足度



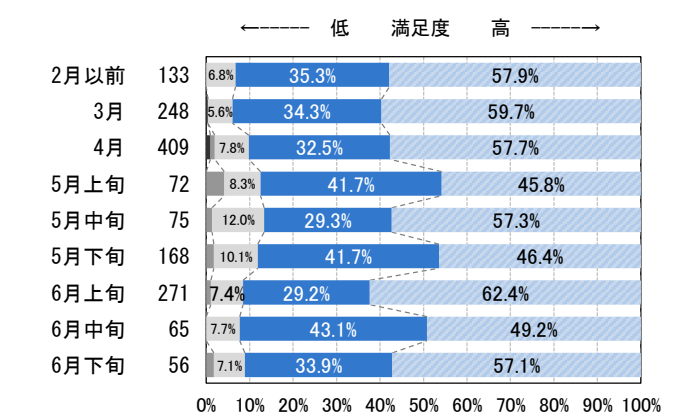
入社予定先のインターンシップ満足度別・入社予定先総合満足度



入社予定先従業員規模別・入社予定先総合満足度

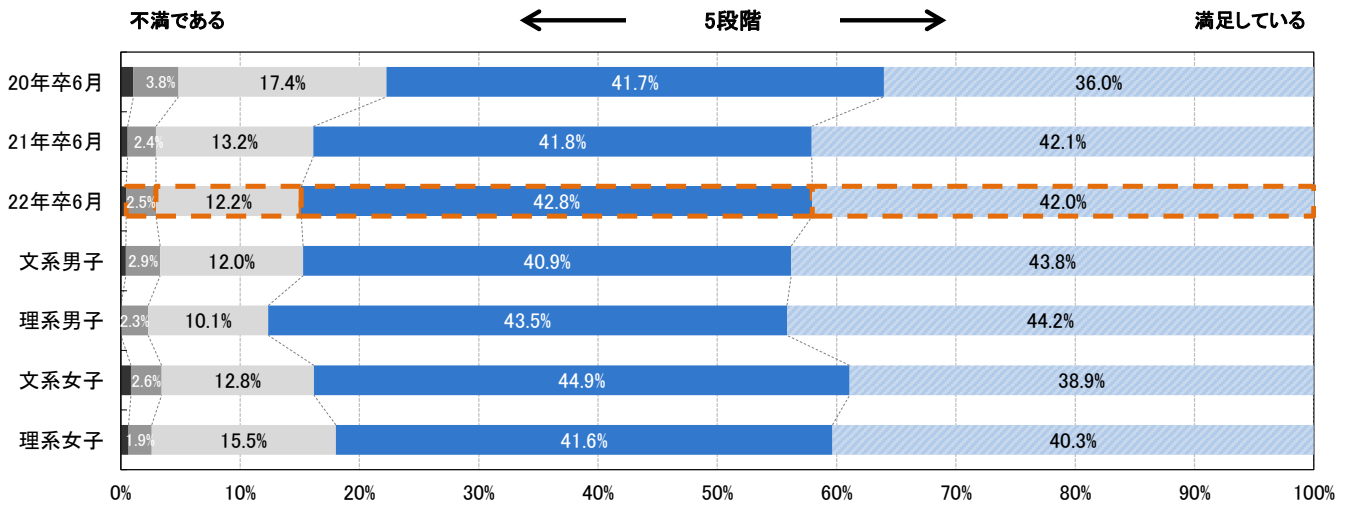


入社予定先内々定獲得時期別・入社予定先総合満足度



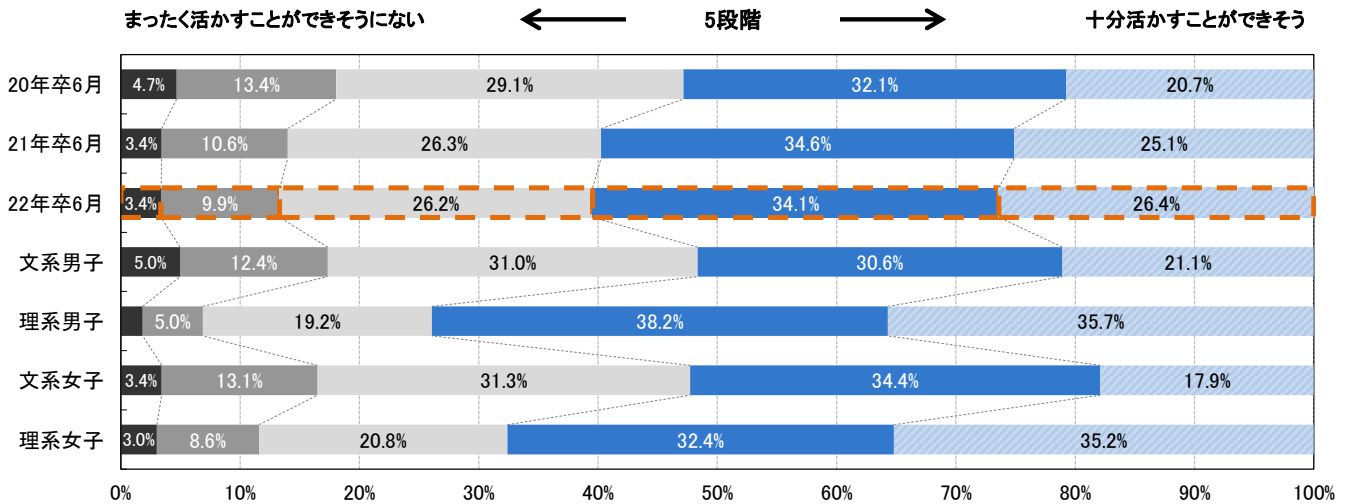
【就業条件、職場環境の満足度】

入社予定先の給与、福利厚生、休日休暇、残業時間について



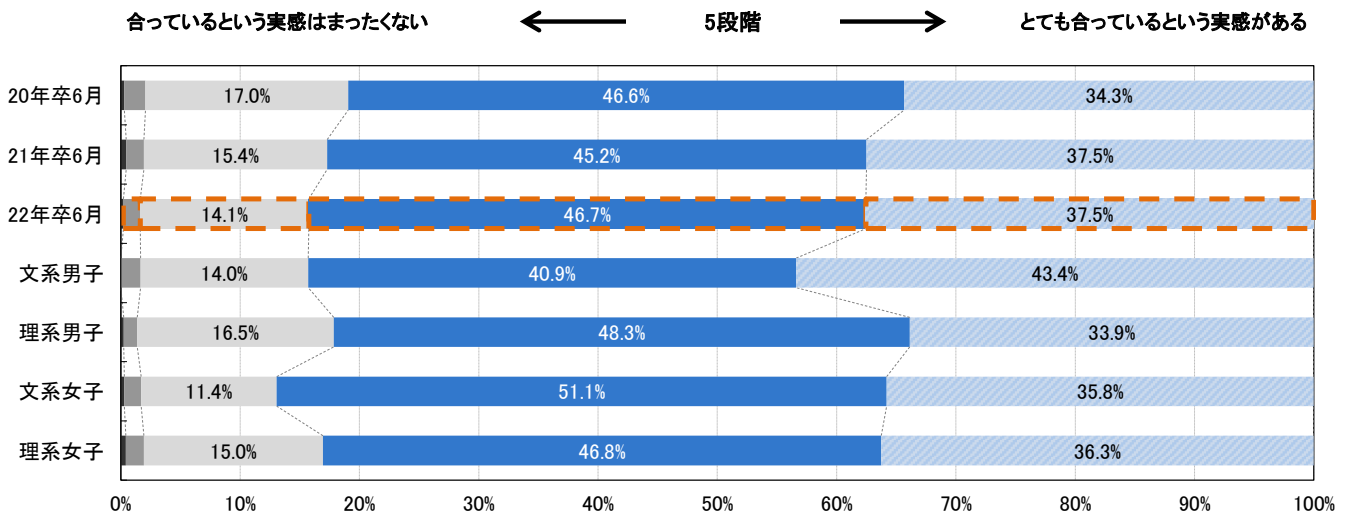
【能力を活かせるか】

入社予定先の企業では、大学や大学院で学んだことや、卒業までに取得する予定の資格、その他今持っている能力を活かせるか



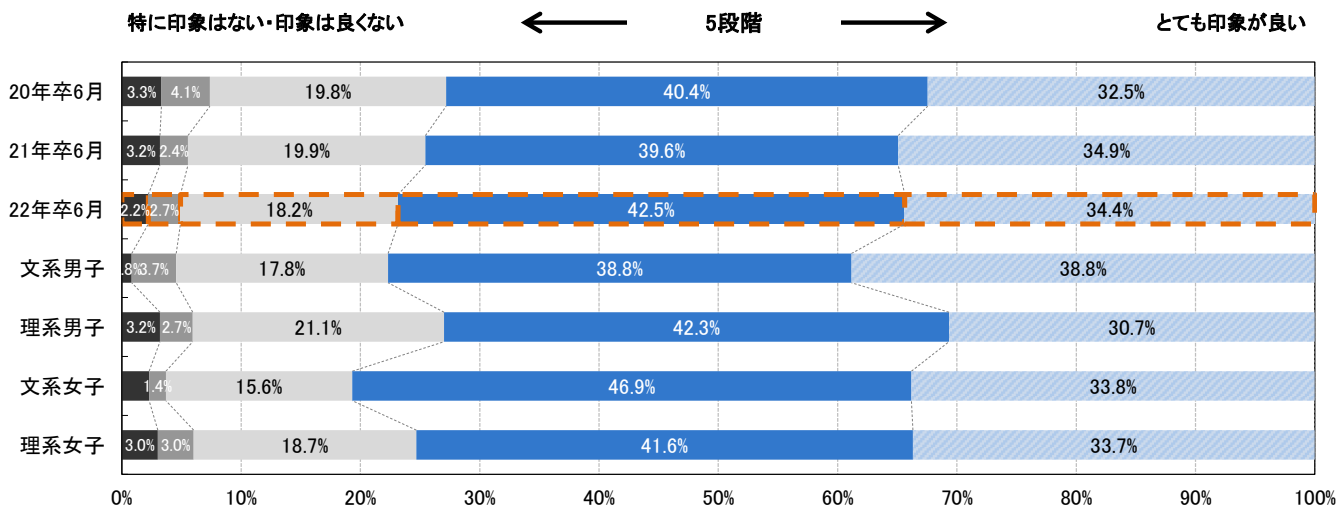
【社員の印象と帰属感】

入社予定先の企業の社員の印象から、その企業が自分に合っているという実感はあるか



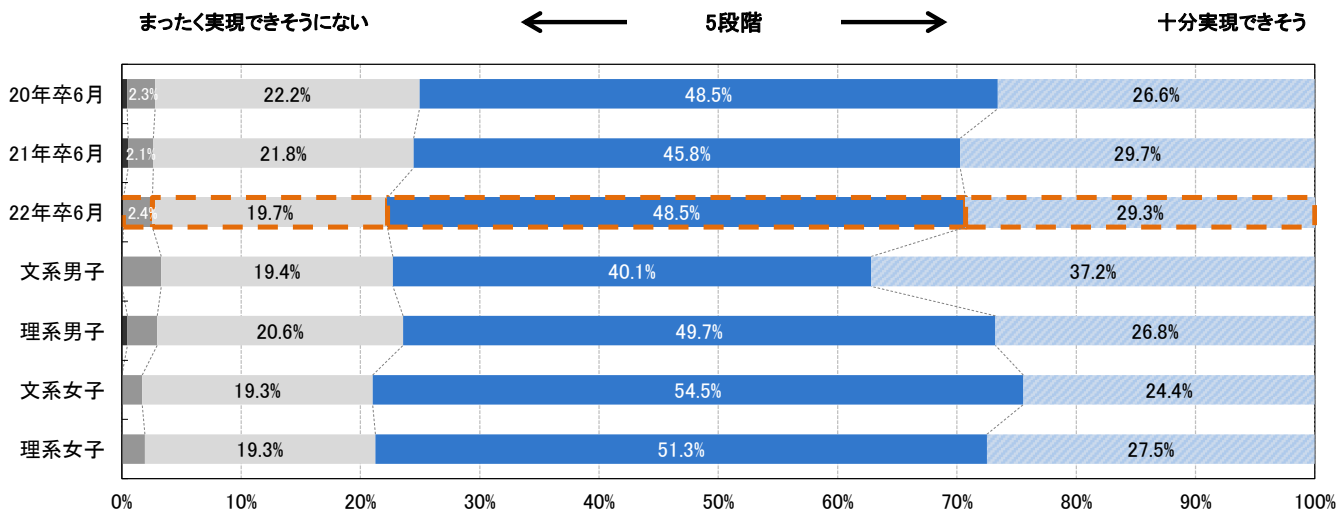
【経営者の印象】

入社予定先の企業の社長、役員、経営者の印象について



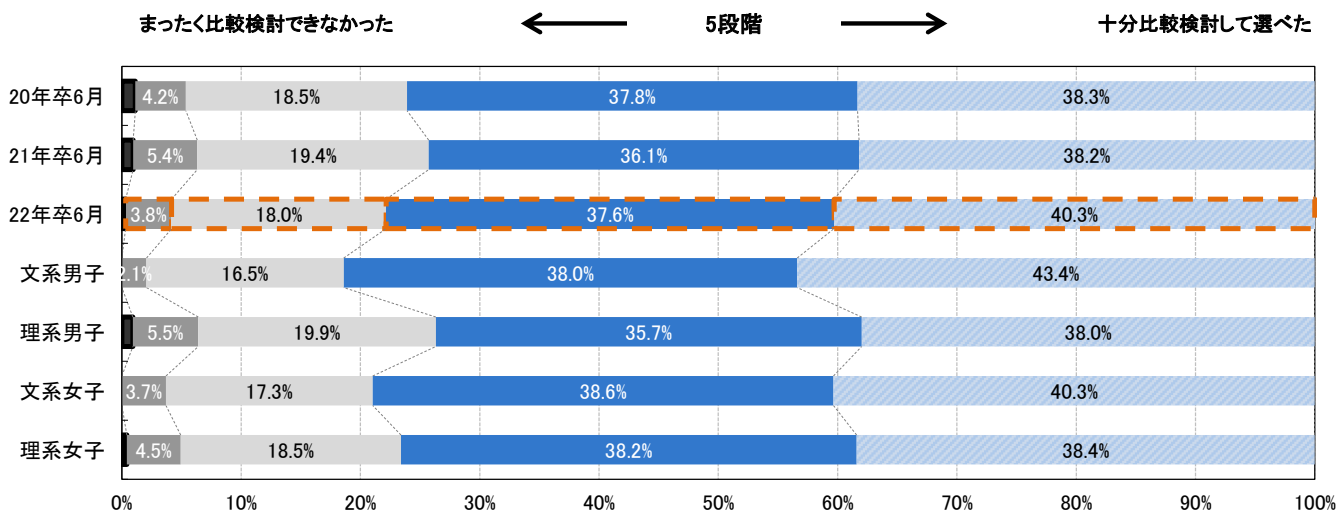
【将来のキャリア展望】

入社予定先の企業で働くことで、理想とする将来のキャリアプランを実現できそうか



【比較検討】

入社予定先の企業は、企業研究やセミナー参加、インターンシップや選考受験を通じて、十分な選択肢の中から比較検討して選べたか

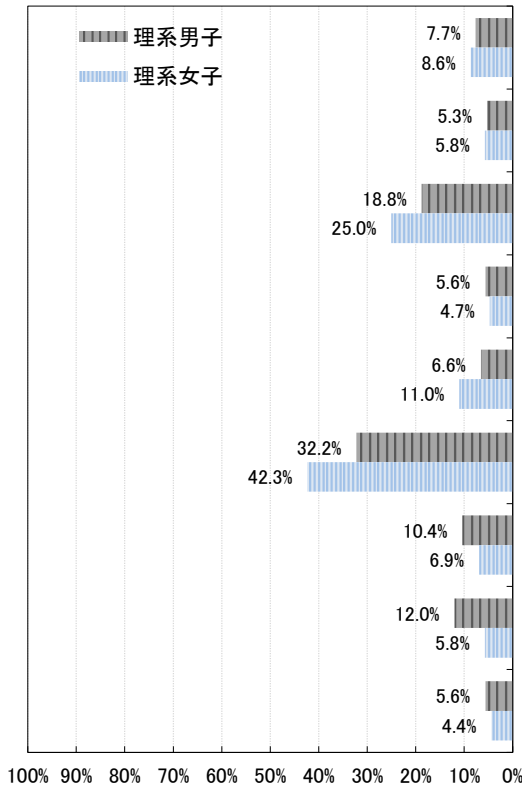


■7:【理系】6月の活動状況

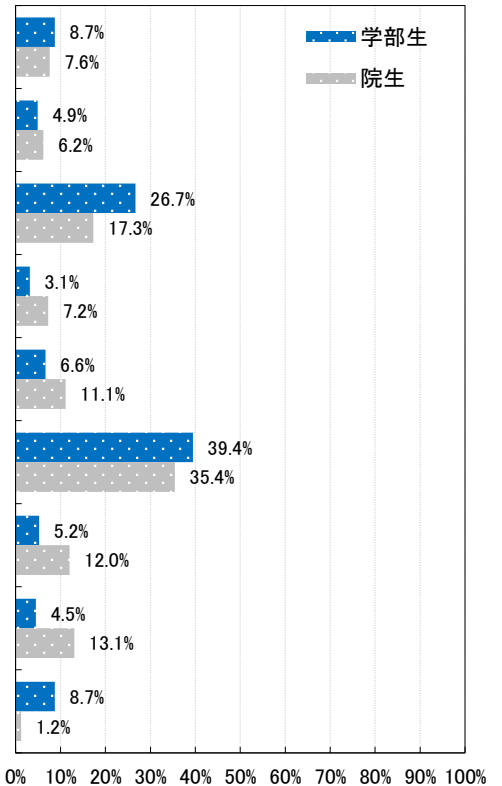
6月に選考を受けた理系学生の割合は、学部生で39.4%（前年同月比14.4pt減）、院生で35.4%（前年同月比16.4pt減）で前年より大きく減った。就職活動の進捗が前年より早く、前年より多くの学生がすでに活動を終えていることが影響したようだ。これまでに推薦状を提出した経験があるのは学部生の12.2%（前年比2.3pt減）、院生の38.1%（前年比6.3pt増）だった。入社予定先の企業に応募した方法では「自由応募」が圧倒的に多く、理系全体の84.6%（前年比1.3pt減）、学部生の94.3%（前年比5.3pt増）、院生の80.6%（前年比4.8pt減）だった。

選考前に研究室で企業の人と接触したことがあったか聞いたところ、あった割合は14.9%（前年比8.2pt減）で前年より大きく減った。コロナ禍の影響で企業の担当者が大学を訪問しづらくなったのではないと思われる。

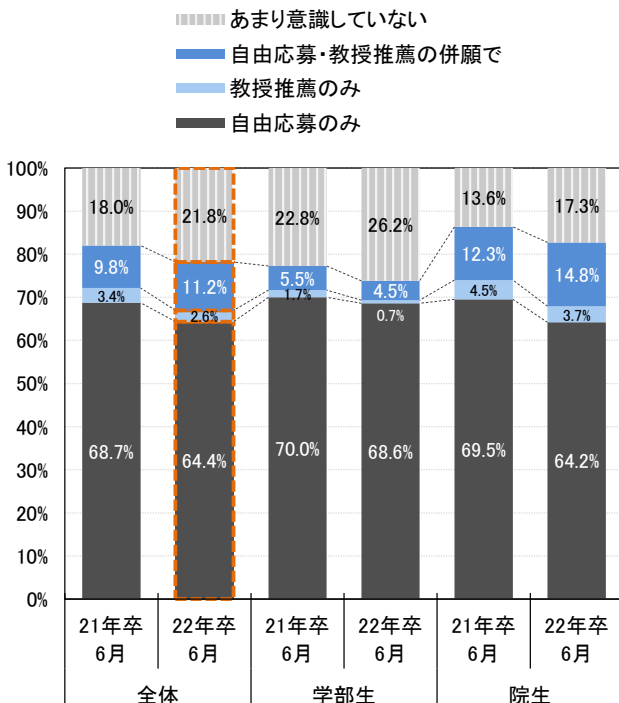
5月の理系学生の活動状況【複数回答】



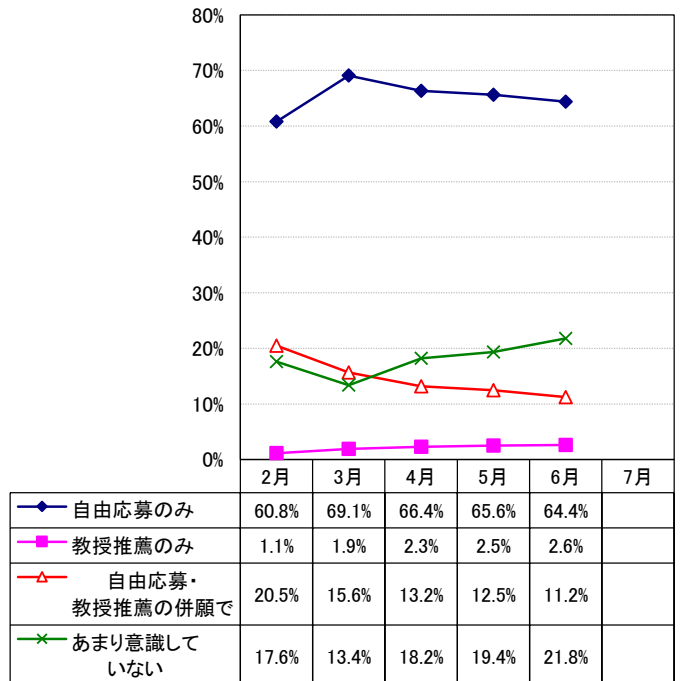
＜学部生/院生別＞



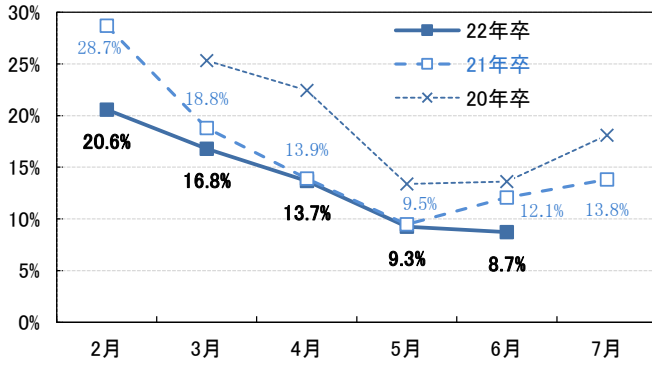
企業への応募方法(6月)



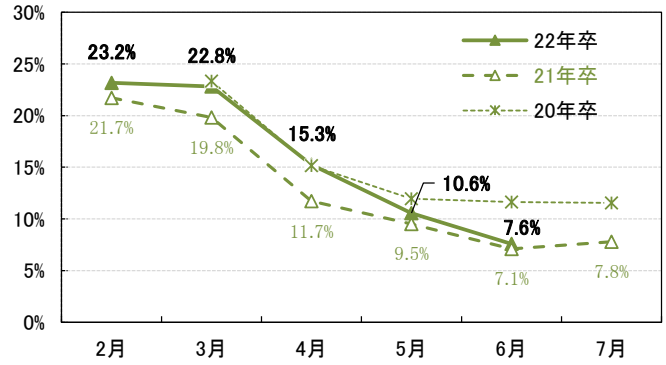
企業への応募方法(2月～)



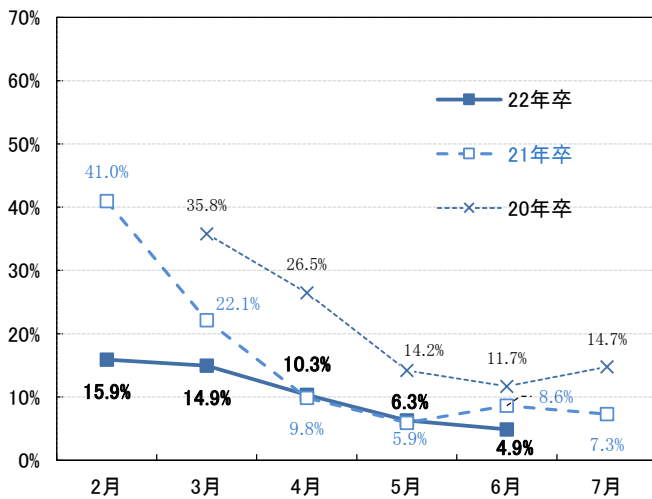
大学に志望企業調査票を提出した・学部生



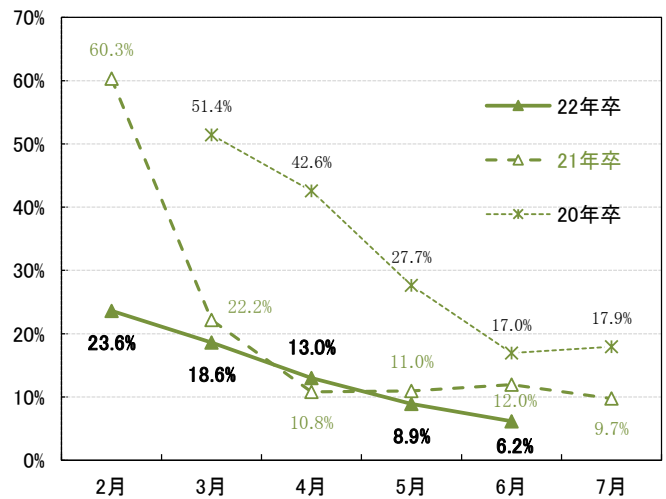
大学に志望企業調査票を提出した・院生



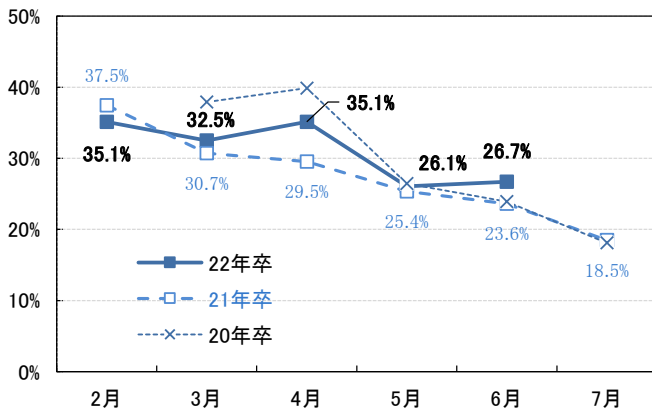
企業の研究所・工場などを見学した・学部生



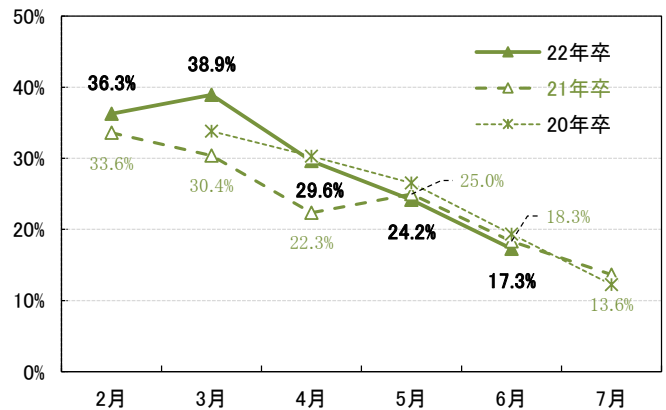
企業の研究所・工場などを見学した・院生



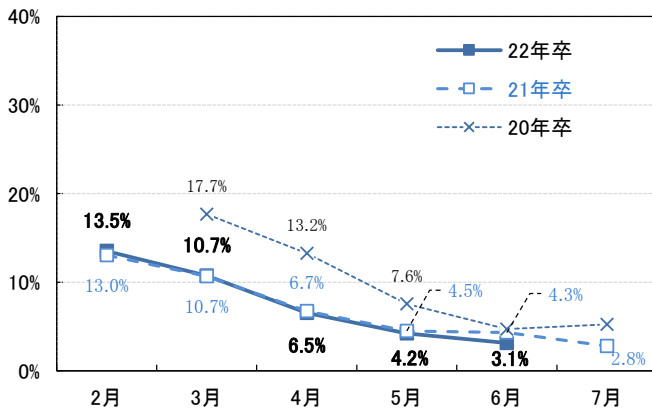
就職に関して教授に相談した・学部生



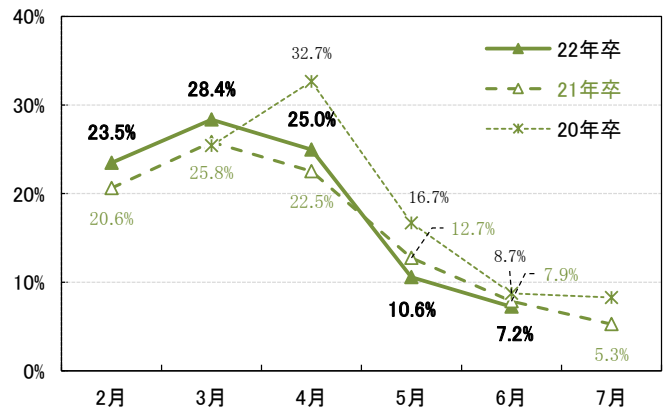
就職に関して教授に相談した・院生



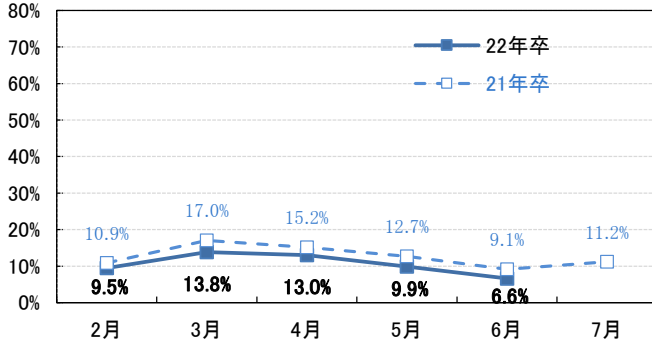
ジョブマッチングを受けた・学部生



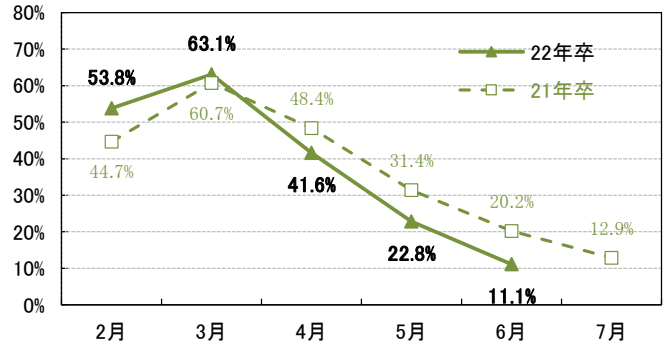
ジョブマッチングを受けた・院生



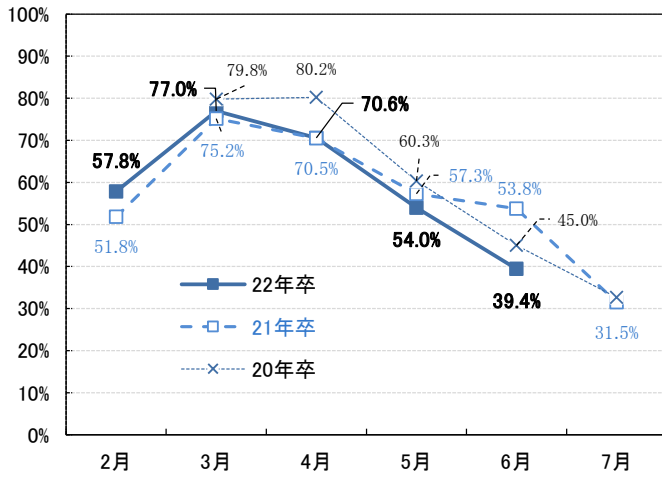
研究概要書・研究概要レポートを提出した・学部生



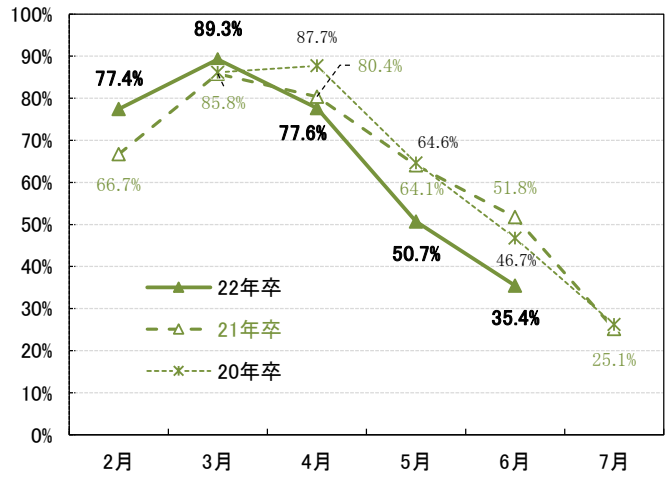
研究概要書・研究概要レポートを提出した・院生



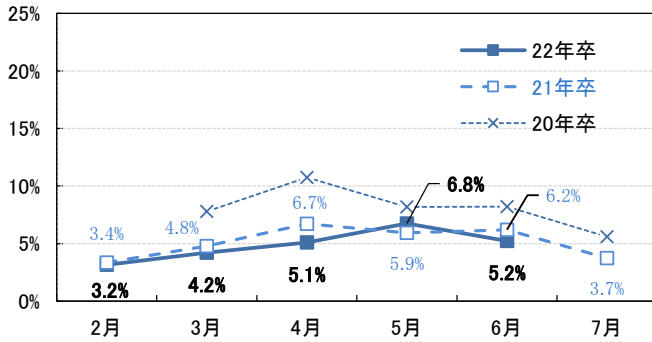
企業の選考を受けた・学部生



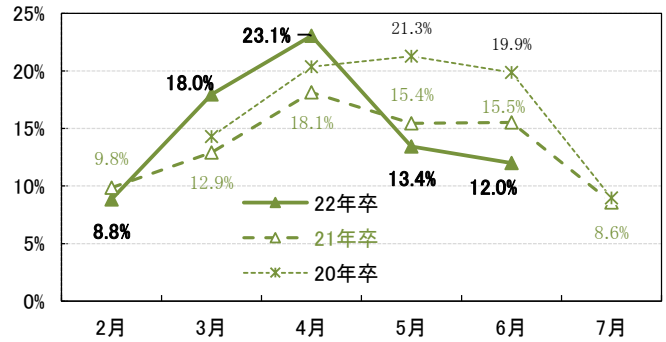
企業の選考を受けた・院生



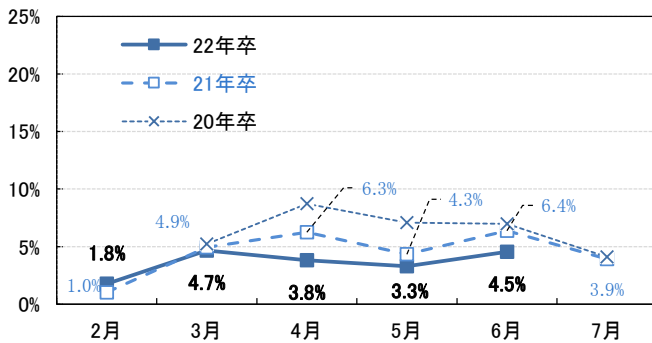
企業から推薦状を求められた・学部生



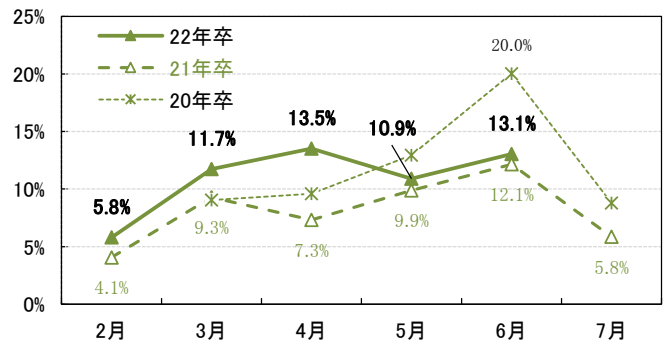
企業から推薦状を求められた・院生



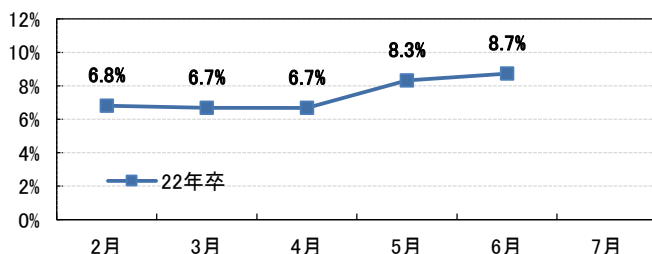
大学から推薦状を発行された・学部生



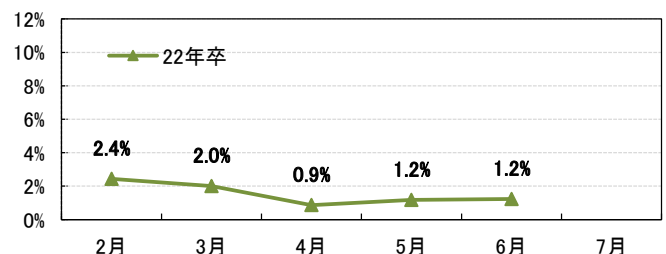
大学から推薦状を発行された・院生



大学院(修士)への進学を目指すことに決めた・学部生



大学院(博士)への進学を目指すことに決めた・院生





【推薦について】

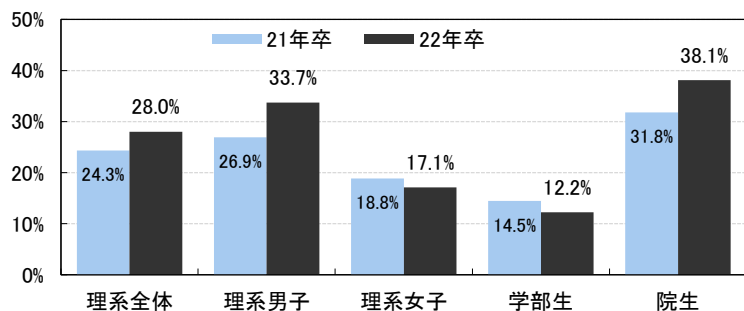
※用語については以下のように補足をして調査した。

「学校推薦」 学部や学科・専攻に対し、企業から提示された推薦枠に応募したもの

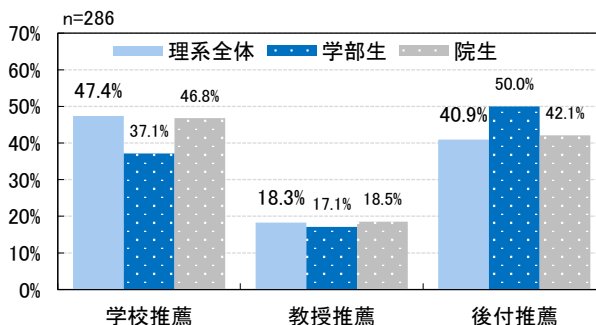
「教授推薦」 学校や学科内の公募ではなく、研究室ごとの推薦枠に応募したもの

「後付推薦」 自由応募で選考に申し込んだが、選考の進捗に伴い推薦状が必要になったもの

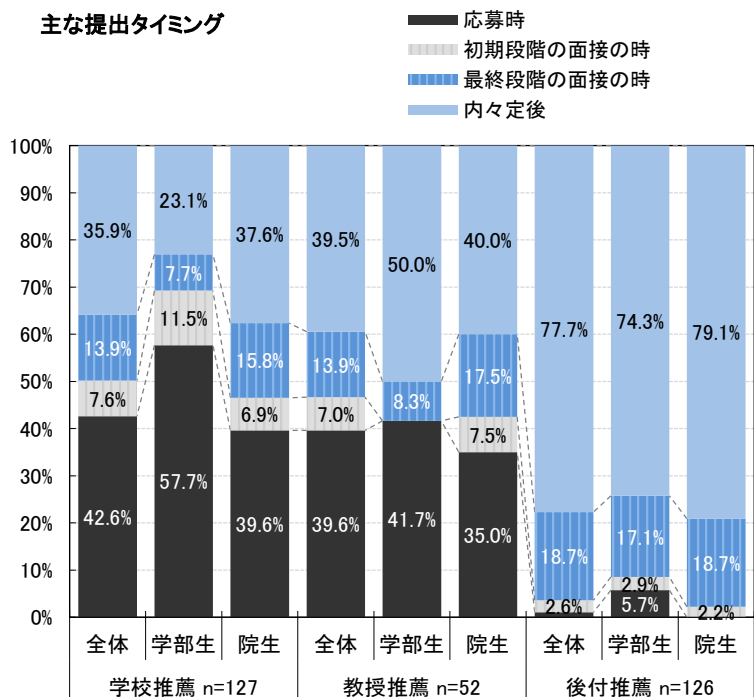
これまでに推薦状を提出した経験がある割合



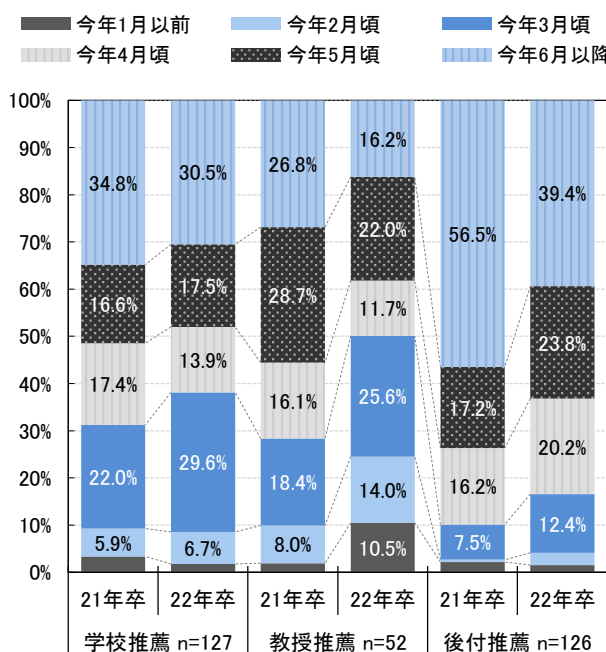
提出した事のある推薦の形式【複数回答】



主な提出タイミング

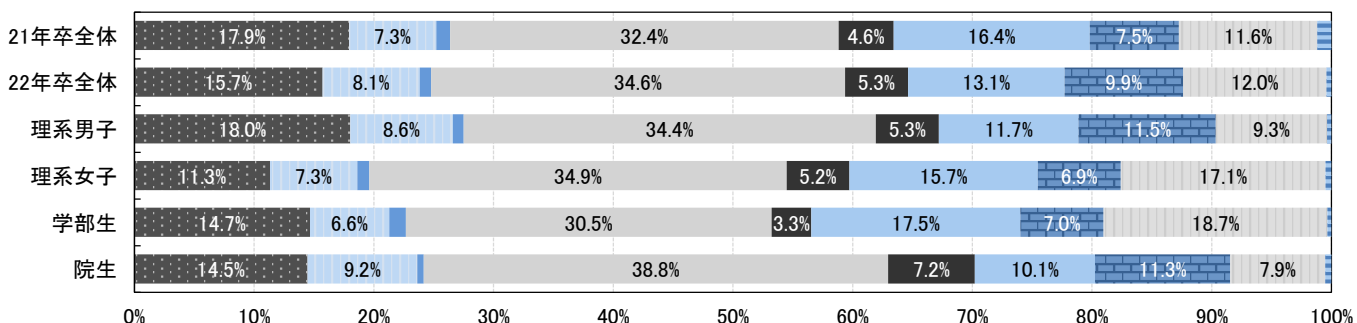


初めて提出した(今後する予定の)時期

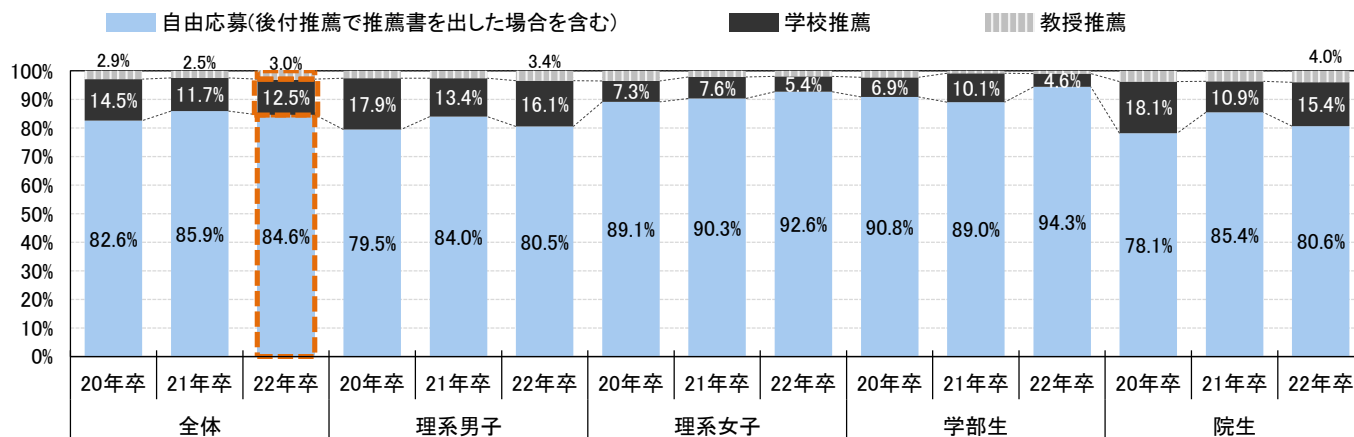


推薦についての考え

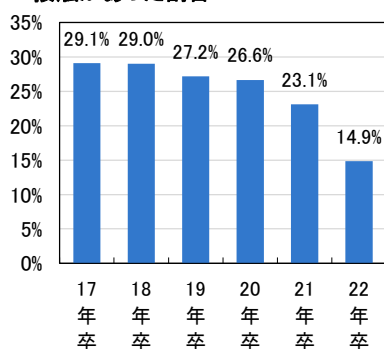
- 自由応募より、内々定に効率的に近づけると思うので積極的に利用したい
- 推薦で応募しても必ず内々定というわけではない、効力の薄い制度
- 学科や専攻を評価してくれると思うので推薦枠のある企業の中から選んで活動したい
- 第一志望の企業に推薦で応募できるのなら有効だと思う
- 推薦を意識したわけではないが企業から求められたので「後付推薦」として提出した
- 自由応募で受験したい(企業を自由に選びたい)ので使いたくない
- 辞退ができないので、学生にはメリットが少ない制度だと思う
- 利用できる推薦制度がないので分からない
- その他



入社予定先企業に応募した方法 n=883 \*入社予定先を決めている人のみ

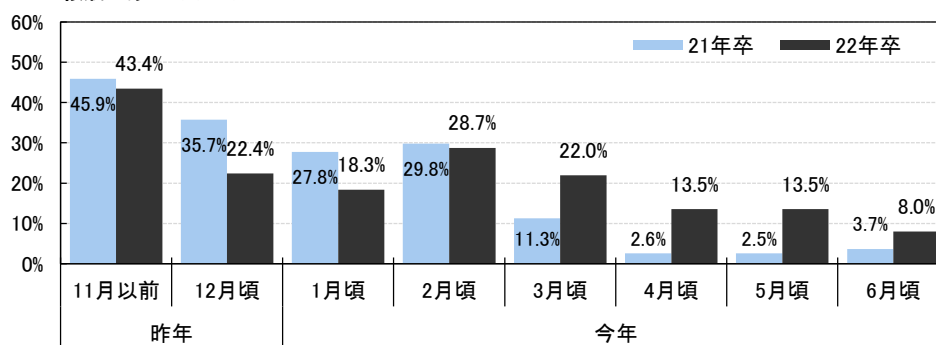


選考前に研究室で企業の人と接触があった割合



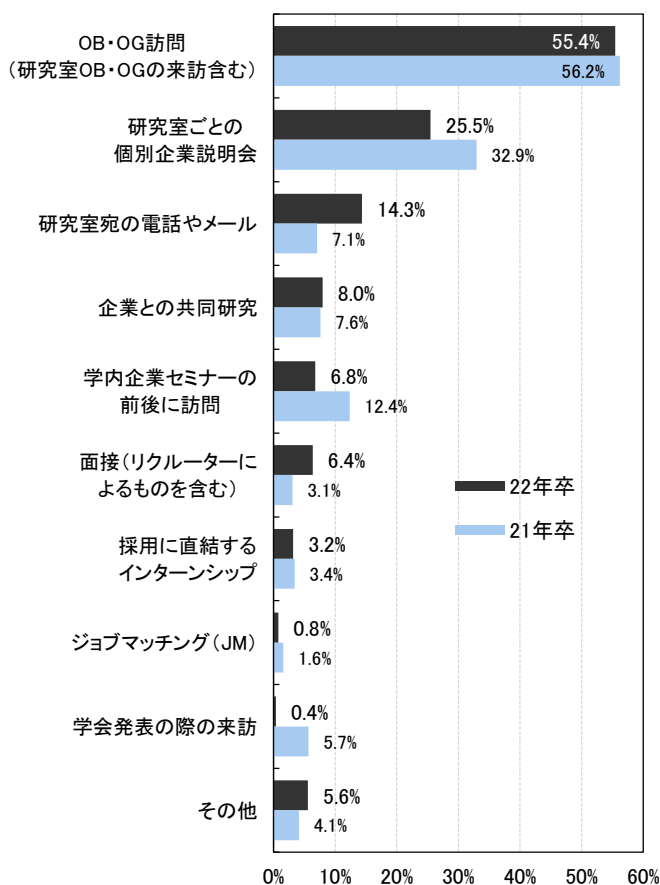
選考前に研究室で企業の人と接触した時期【複数回答】 n=171

\*接触があった人のみ



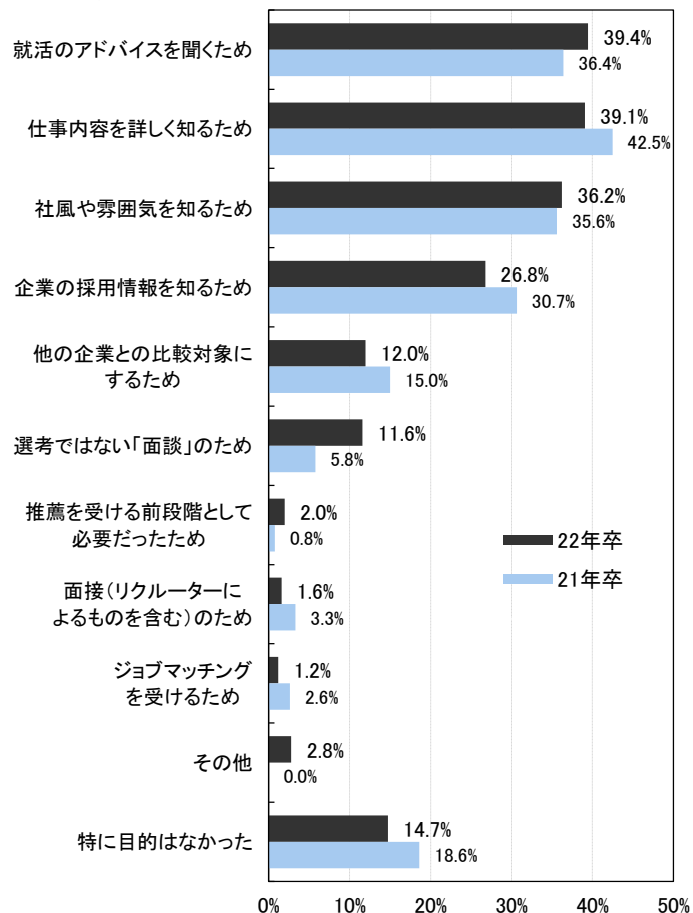
選考前に研究室で企業の人と接触したのはどのような機会だったか【複数回答】

n=171 \*接触があった人のみ



選考前に研究室で企業の人と接触した目的【複数回答】

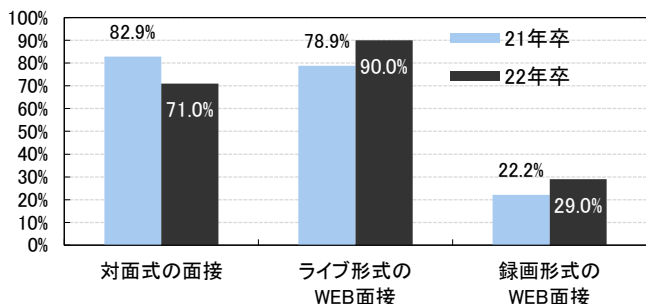
n=171 \*接触があった人のみ



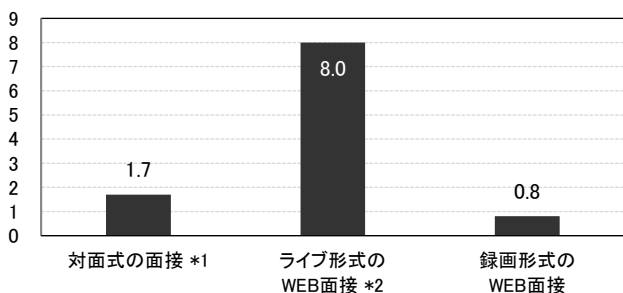
■8:面接について

対面式の面接を受けたことがある割合は71.0%（前年比11.9pt減）と前年より減り、ライブ形式のWEB面接を受けたことがある割合は90.0%（前年比11.1pt増）と前年より増えた。初めて受けた面接についてはライブ形式のWEB面接が80.0%と圧倒的に多かった。WEB面接を受けることが多く、初めて受けた対面式の面接が初めての最終面接だった場合、うまく対応できたか聞いたところ、「その面接が終わるまで、うまく対応できなかった」のは全体の16.9%だったが、文系男子では28.1%と高い割合となった。

面接を受けたことがある割合【複数回答】

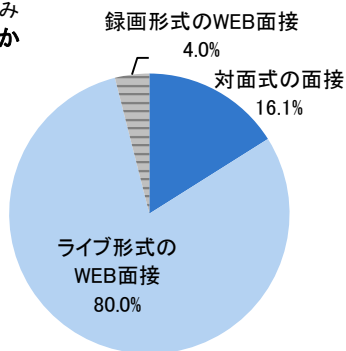


面接を受けたことがある社数(平均)



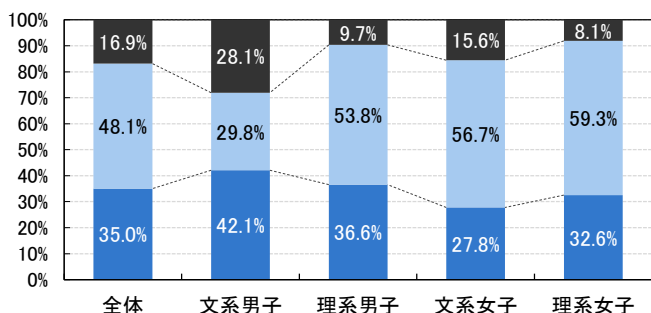
\*1 面接を受けた数累計(2~6月)引くWEB面接を受けた数累計(2~6月) 6P参照  
\*2 WEB面接を受けた数累計(2~6月)引く録画形式のWEB面接を受けた数

面接を受けたことがある人のみ  
初めて受けた面接はどれか  
n=2,024

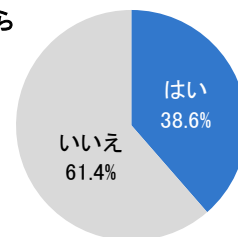


WEB面接と対面式の面接の両方を受けたことがあり、かつ初めて受けた対面式の面接が、初めての最終面接だった学生限定  
初めて対面式の面接を受けた時、うまく対応できたか n=326

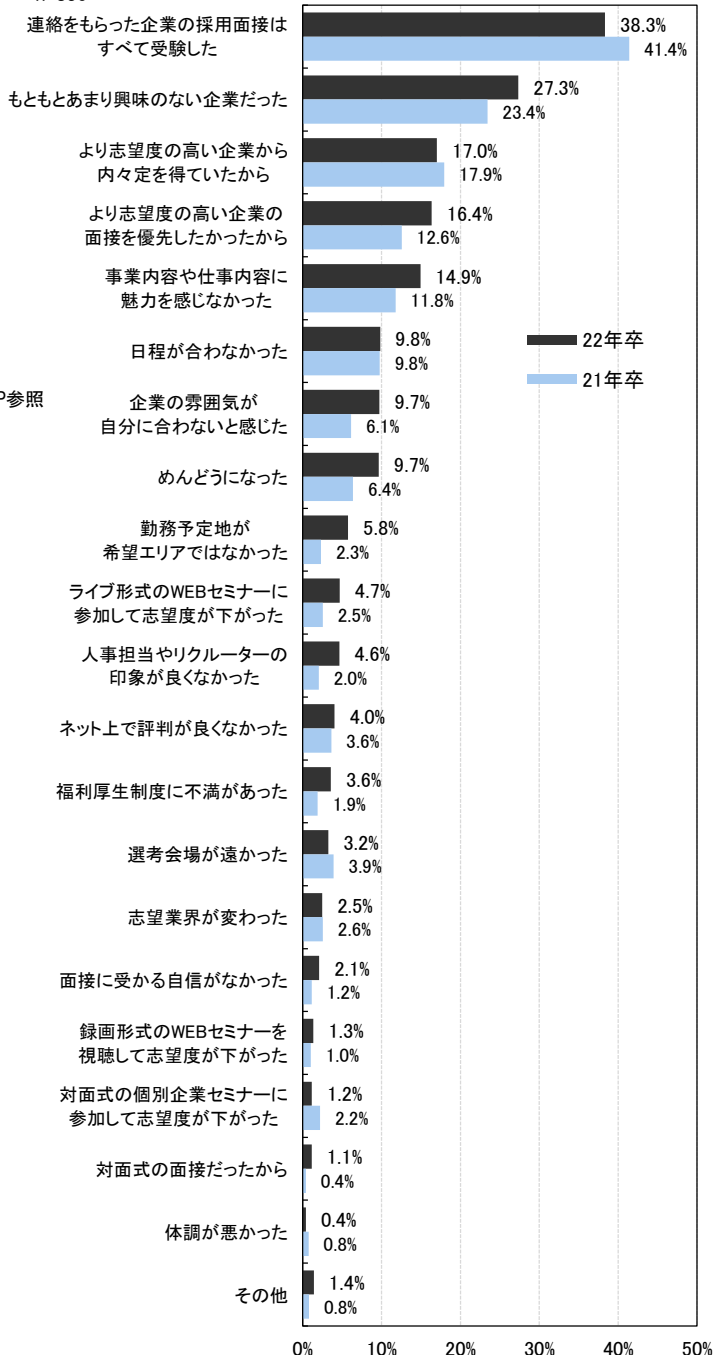
■ その面接が終わるまで、うまく対応できなかった  
■ 初めは戸惑ったが、その面接が終わるまでには慣れた  
■ 特に問題なく対応できた



個別企業セミナーに参加した企業から採用面接を受けるよう連絡をもらったことはあるか

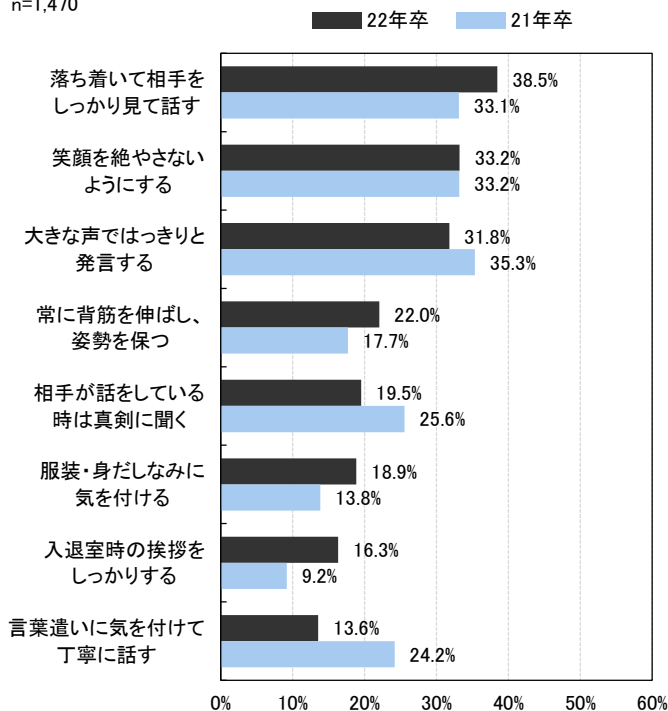


連絡をもらったのに採用面接を受けるのを断った理由【複数回答】  
n=830



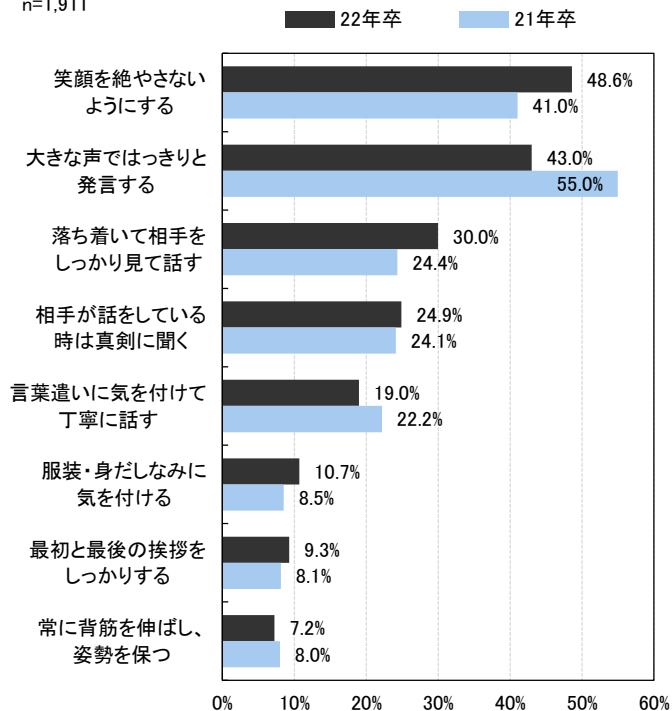
対面式の面接時に注意しているポイント【2つまで選択】

n=1,470



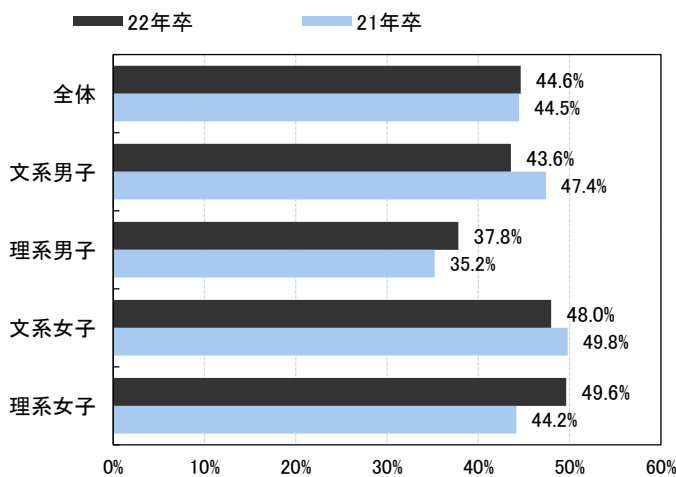
ライブ形式のWEB面接時に注意しているポイント【2つまで選択】

n=1,911



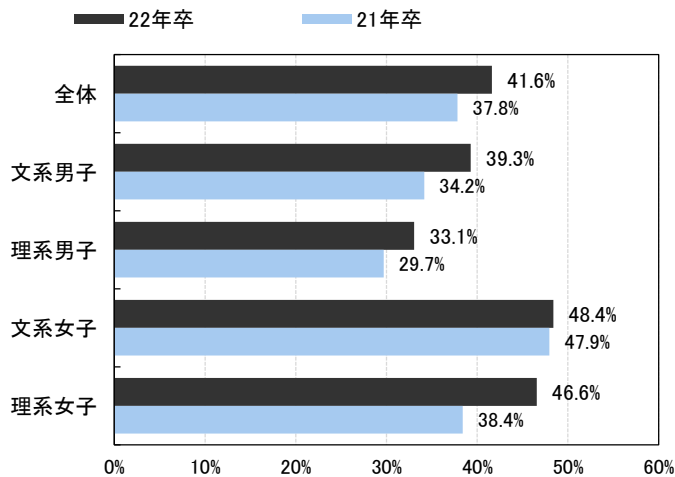
対面式の面接において、面接官とのやり取りの中で「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことがある学生の割合

n=1,470

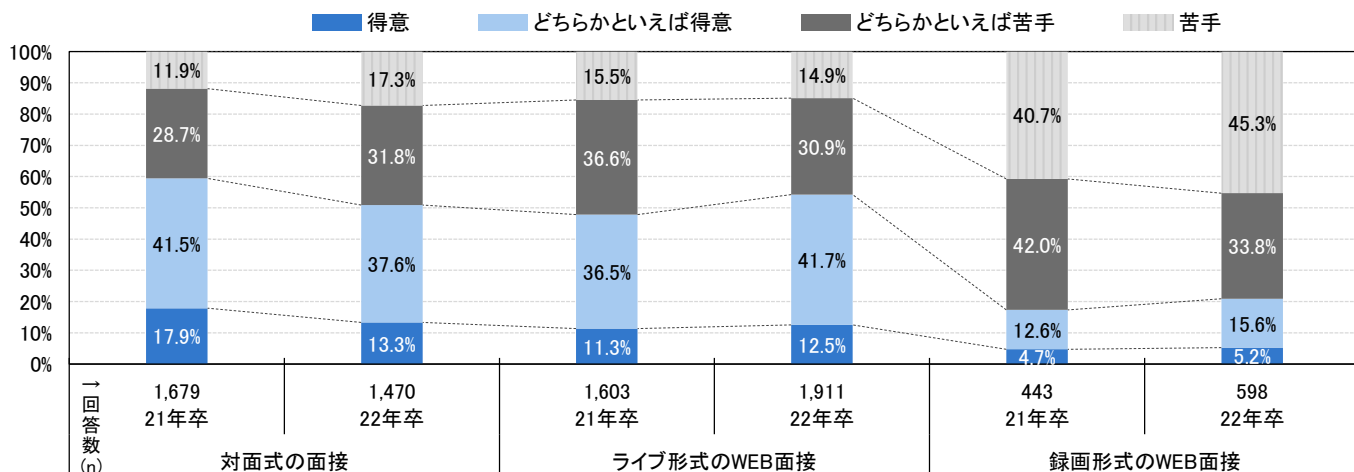


ライブ形式のWEB面接において、面接官とのやり取りの中で「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことがある学生の割合

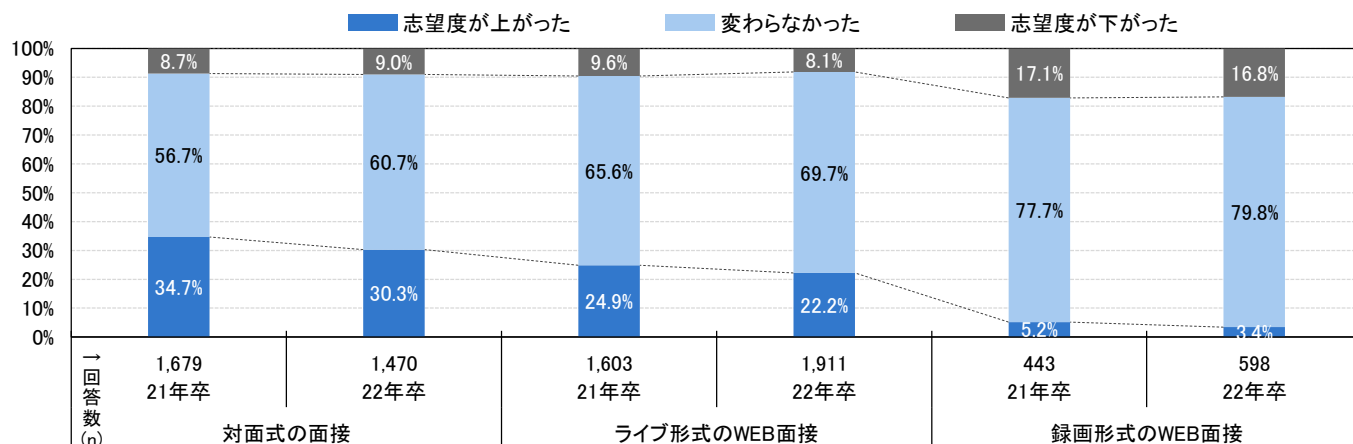
n=1,911



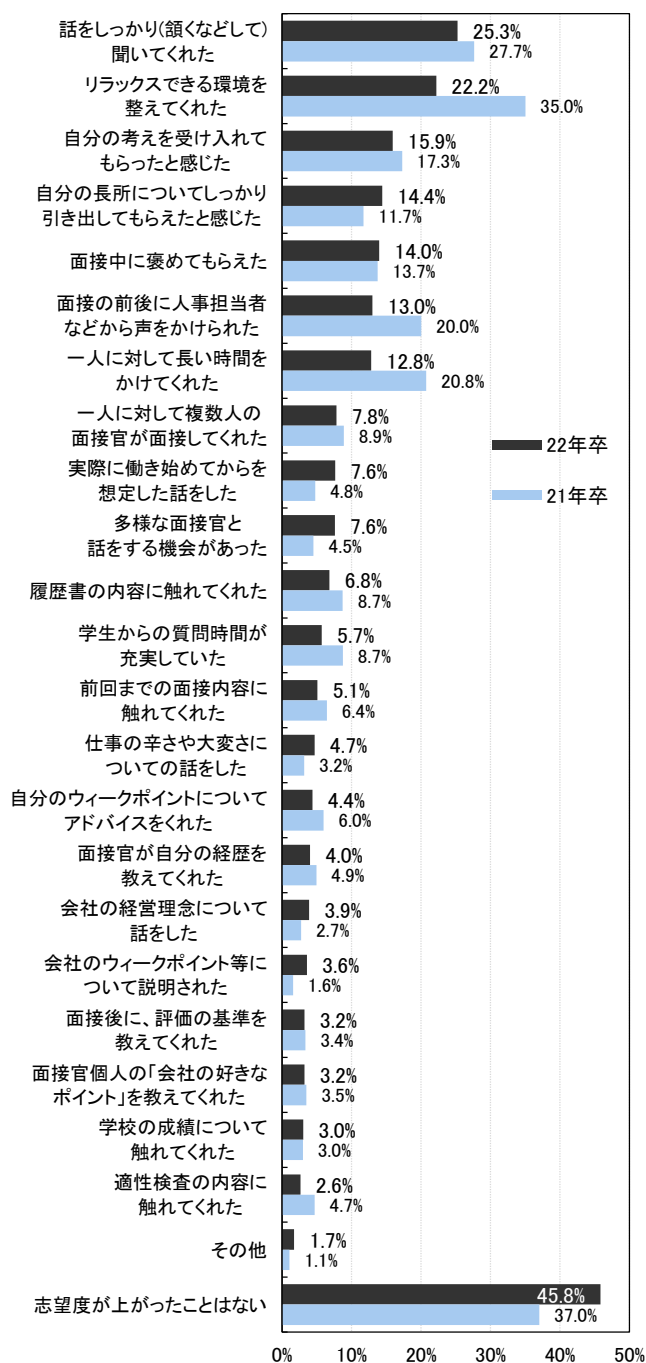
面接は得意か（それぞれの面接を受けたことがある学生に質問）



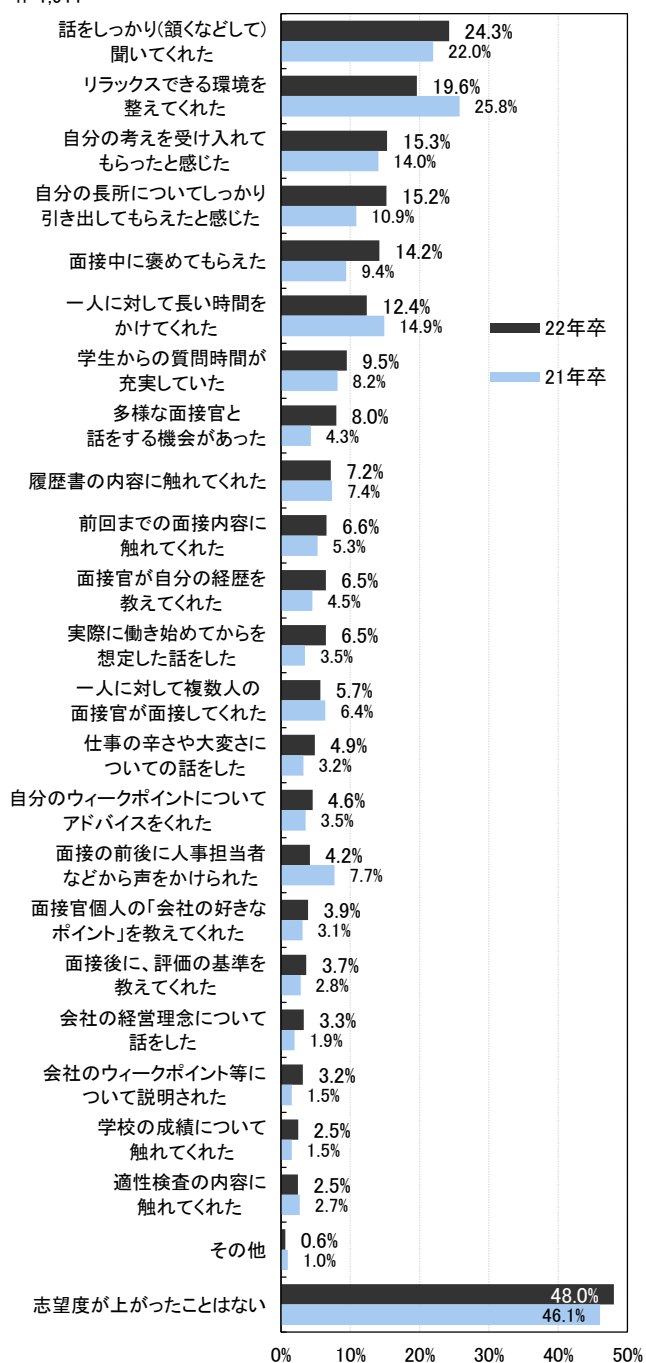
面接を受ける前と受けた後でその企業に対する志望度変化の割合(平均)



対面式の面接で志望度が上がった理由【複数回答】n=1,470



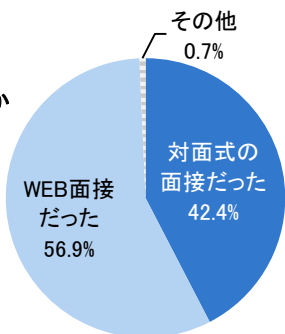
ライブ形式のWEB面接で志望度が上がった理由【複数回答】n=1,911



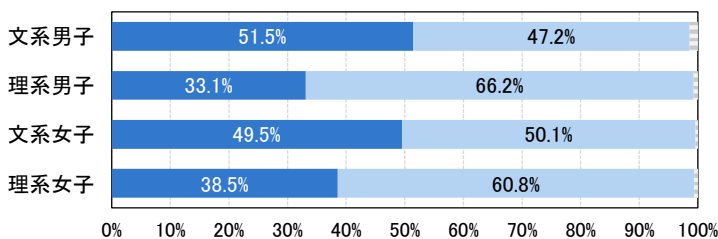
就活生が得た個々の内々定について、最終面接が対面式だったかWEB面接だったか聞いたところ、対面式だった割合は42.4%だった。この割合は従業員規模が大きい企業ほど低く、従業員数5,000人以上では26.3%だった。内々定先企業の業種別では、商社や官公庁・公社・団体では対面式の割合が高く、ソフトウェア・通信や製造では低かった。対面式の面接を受けて感じたことでは「会社の雰囲気や社風を感じ取ることができる(45.4%)」が最も高い割合だった。「かなり緊張した」のは42.0%で、「面接官の人柄を感じ取ることができる(40.5%)」や「相手の表情や反応を見て対応できる(35.6%)」といった肯定的な意見が比較的高い割合だった。

★がついている項目は、モニター学生が内々定を獲得した企業について1人当たり最大4社回答をした結果を、【社数】をベースに再集計した。

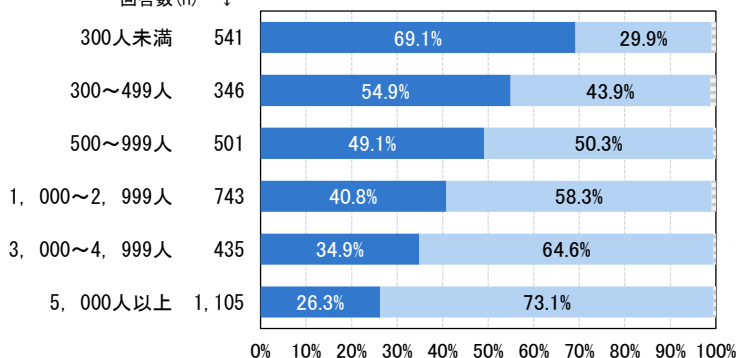
★内々定先の最終面接は対面式だったか、WEB面接だったか  
内々定先3,671社の分布



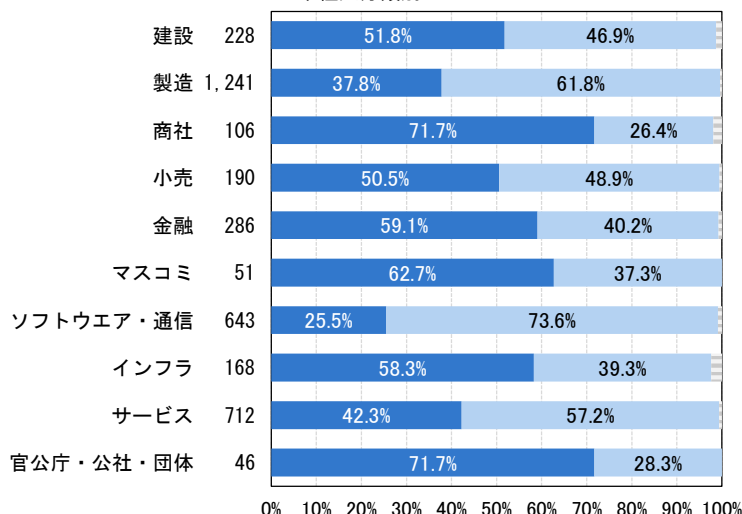
■ 対面式の面接だった ■ WEB面接だった ■ その他



＜従業員規模別＞

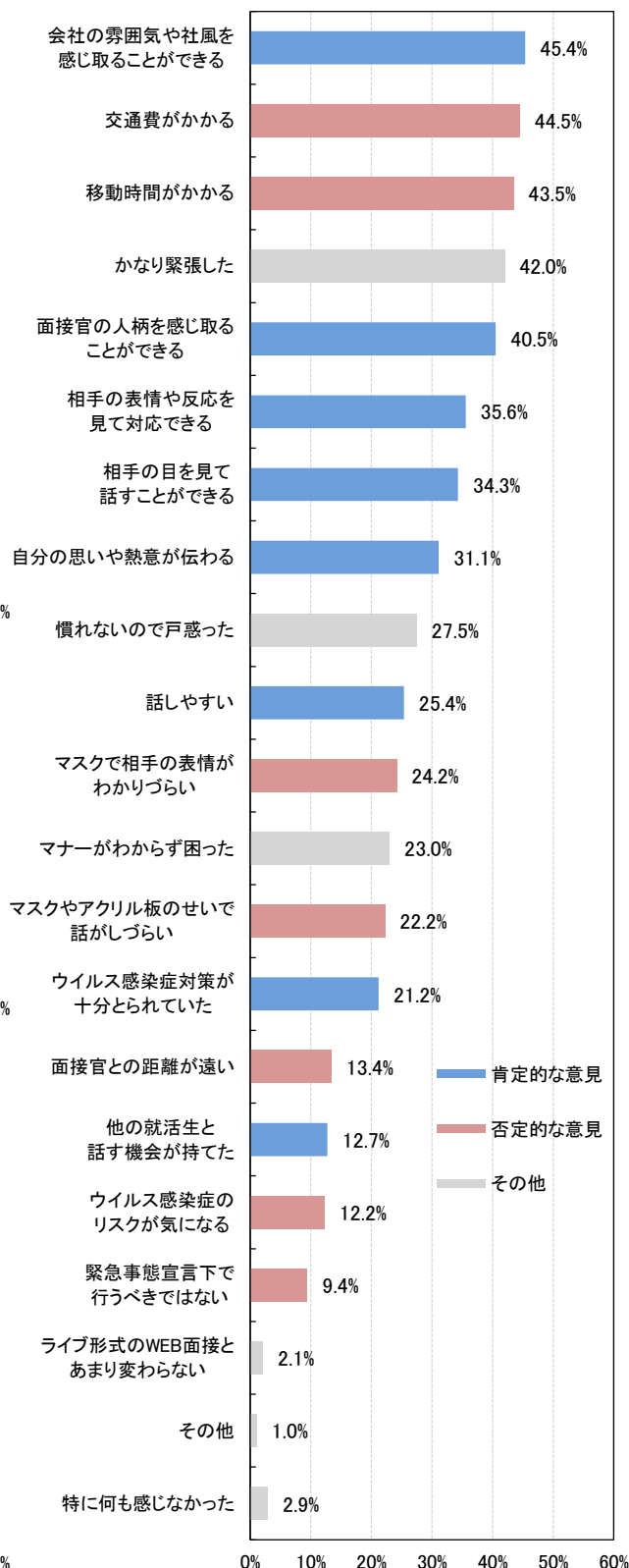


＜業種大分類別＞



対面式の面接を受けて感じたこと【複数回答】

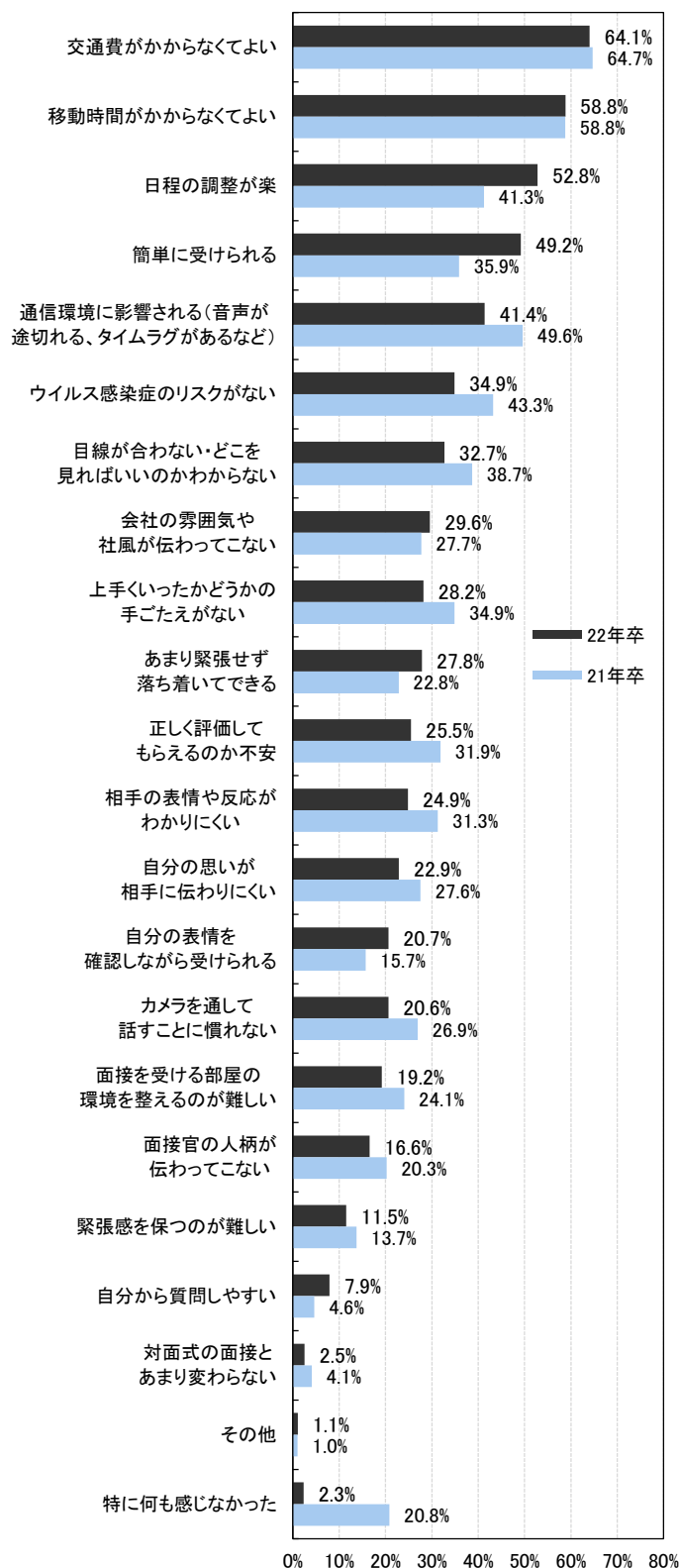
n=1,470



ライブ形式のWEB面接を受けて感じたことで最も高い割合だったのは、前年同様「交通費がかからなくてよい（64.1%、前年比0.6pt減）」だった。また「日程の調整が楽（52.8%、前年比11.5pt増）」「簡単に受けられる（49.2%、前年比13.3pt増）」といった肯定的な意見の割合が前年より増えた。ライブ形式のWEB面接を受けるにあたって行った準備や工夫では、最も高い割合だったのは前年同様「顔がよく映るよう光の方向や強さを調節した（53.7%、前年比3.8pt減）」だった。また、WEB面接を受ける機会が増えたこともあり「志望度が低い企業のWEB面接を受けて慣れた（26.1%、前年比15.1pt増）」の割合が大きく増加した。今年新たに選択肢に追加した「カンペを用意した」は28.4%だった。

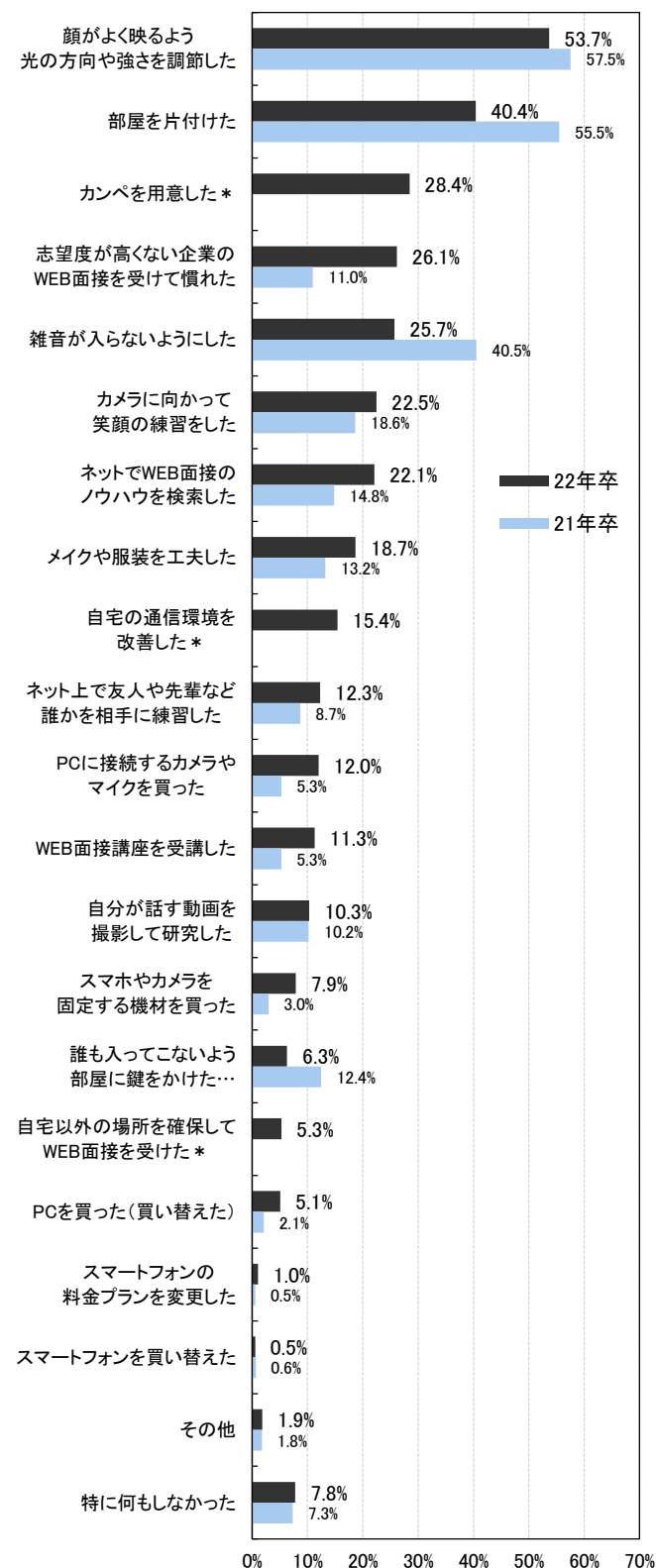
ライブ形式のWEB面接を受けて感じたこと【複数回答】

n=1,911

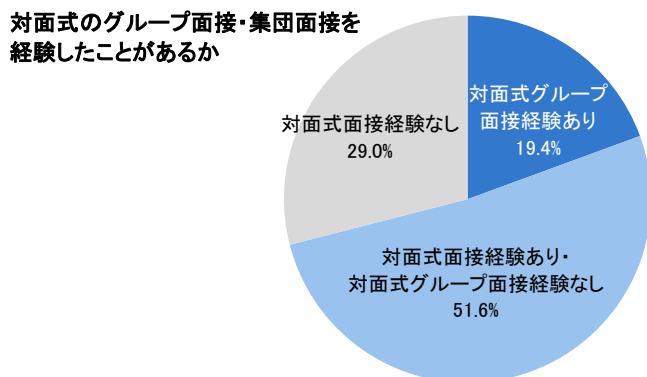
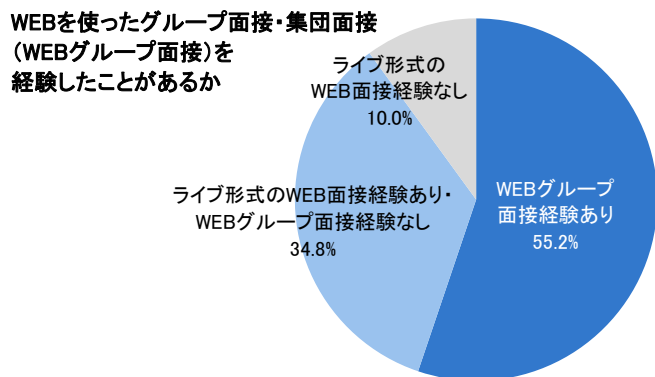


ライブ形式のWEB面接を受けるにあたって行った準備や工夫【複数回答】 n=1,911

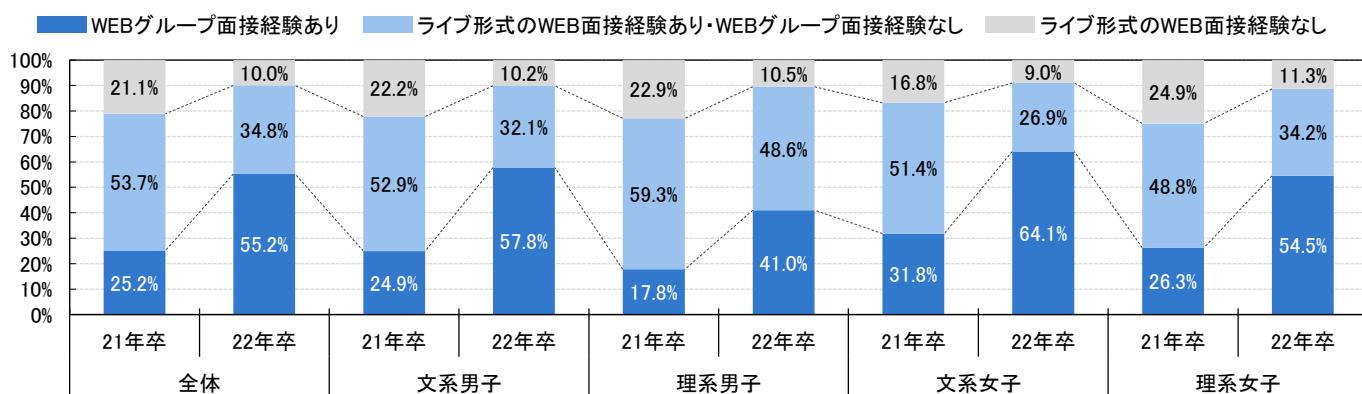
\* 今年から追加



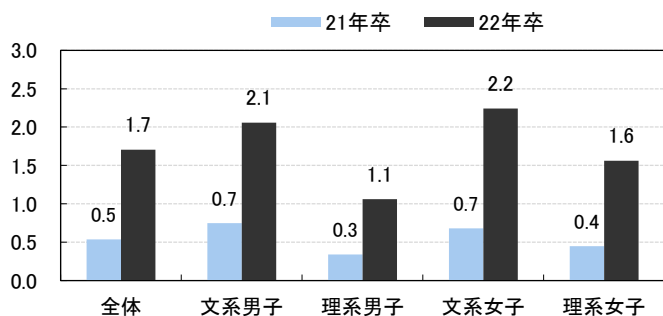
グループ面接・集団面接（就活生が2人以上同時に面接を受けるもの）を受けた経験について聞いたところ、WEBグループ面接を受けたことがある学生は前年より大きく増えて全体の55.2%（前年比30.0pt増）だったのに対し、対面式のグループ面接は19.4%と少なかった。WEBグループ面接の形式では「自分が話す時だけマイクをオンにする（54.1%、前年比21.4pt増）」の割合が前年より大きく増えた。WEBグループ面接に参加して感じたことでは、「他の学生が答えている間に自分の答えを考えられる」が37.9%で、「他の学生がいると緊張する（27.5%、前年比19.4pt減）」が前年より大きく減るなど、余裕をもって臨めている学生もいるようだ。



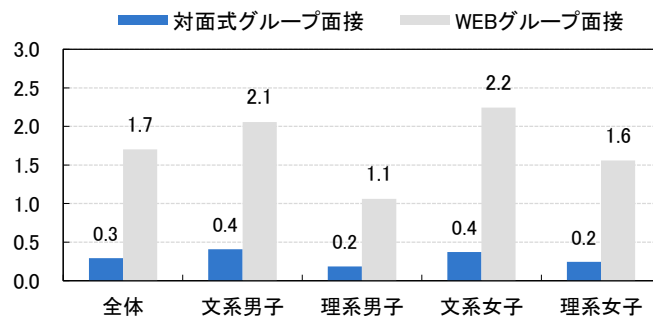
WEBを使ったグループ面接・集団面接 (WEBグループ面接) を経験したことがあるか <文理男女別前年比>



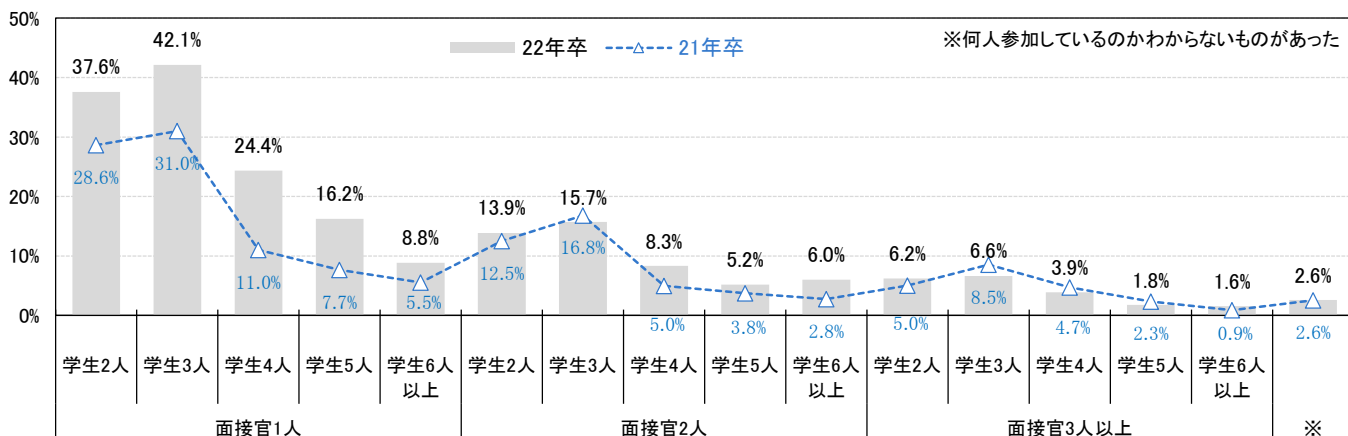
WEBグループ面接参加社数・平均【単位:社】



対面式グループ面接参加社数・平均【単位:社】

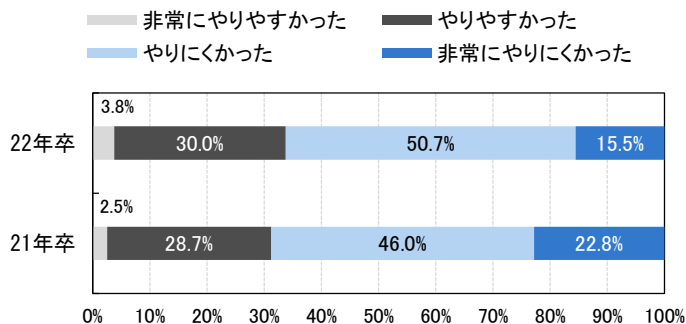


参加したWEBグループ面接の参加人数【複数回答】 n=1,153

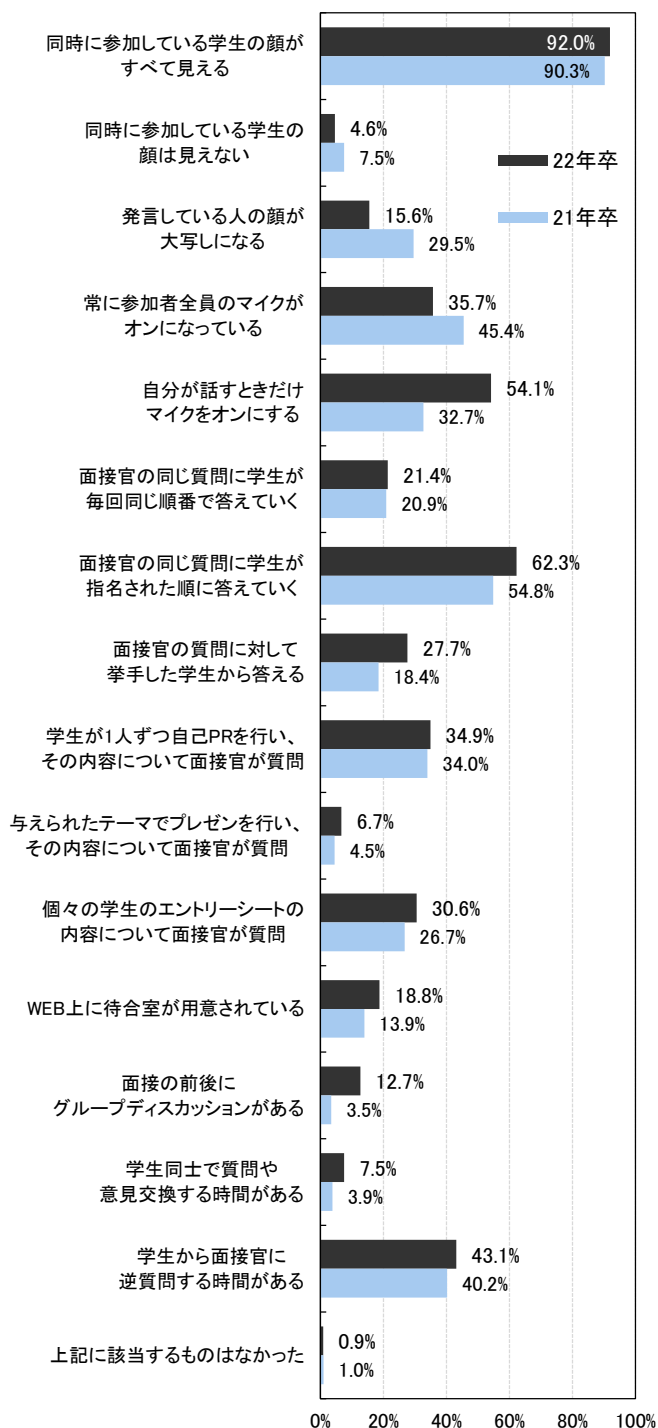




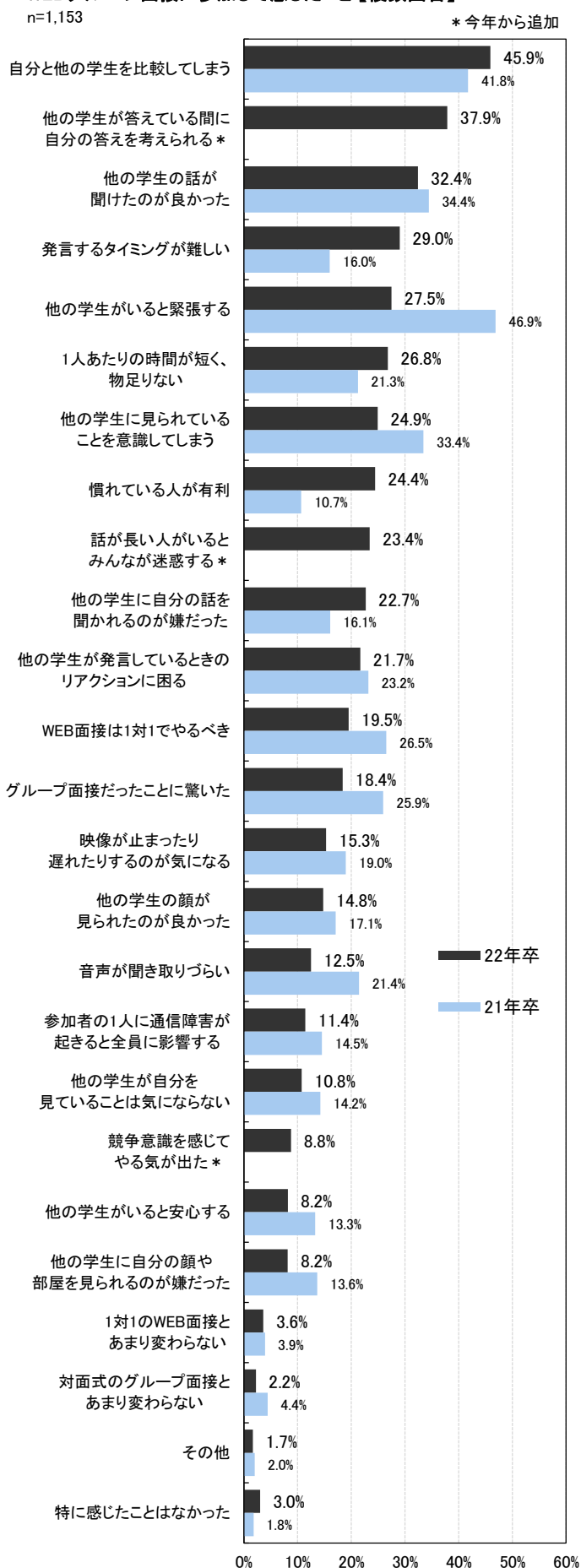
WEBグループ面接に参加して、どのように感じたか n=1,153



参加したWEBグループ面接の形式【複数回答】 n=1,153



WEBグループ面接に参加して感じたこと【複数回答】 n=1,153

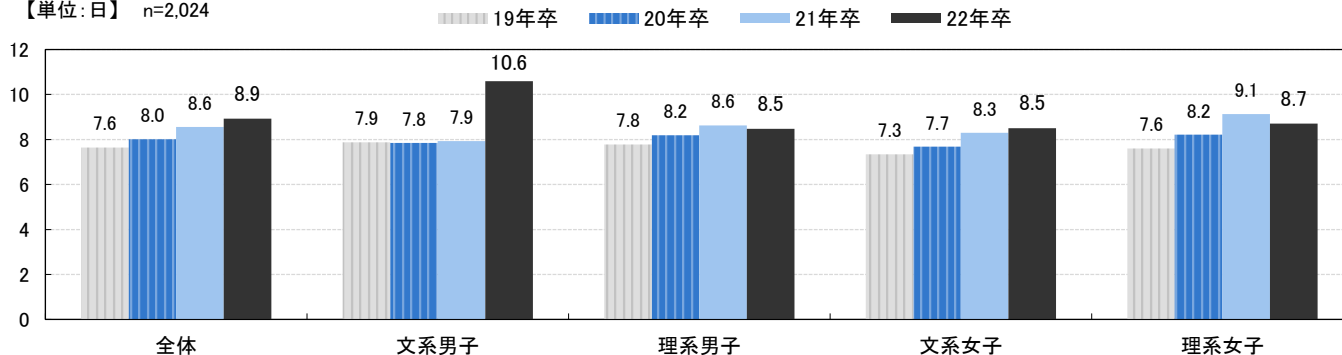


面接を受けた日から結果の通知まで何日間待てるか聞いたところ、平均は8.9日（前年比0.3pt増）だった。面接後、通過連絡がなく落ちたと思った企業から、後になって通過の連絡があった際「次の選考に進むのを辞退した」のは28.1%だった。面接で「子供ができて働き続けるつもりかどうか」を聞かれたことがあるのは全体の3.9%で、文系女子は6.5%、理系女子は5.8%だった。面接でよく聞かれた質問のトップ3は「その会社を志望した理由（81.7%）」「自己紹介・自己PR（77.6%）」「学生時代に打ち込んだこと（75.6%）」だった。今年選択肢に追加した「チームで活動した経験」は40.9%だった。

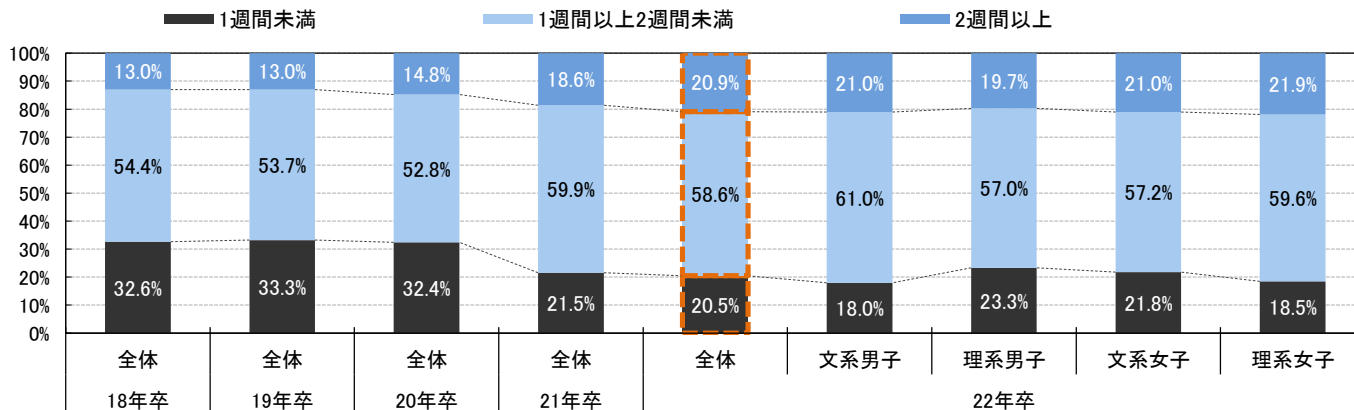
▼以下の設問では、対面式の面接とWEB面接の両方を含んだ面接全般について回答

面接を受けた日から結果の通知まで何日間待てるか(平均)

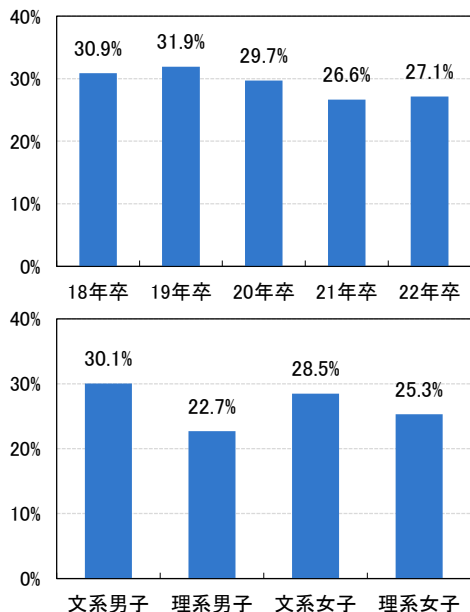
【単位：日】 n=2,024



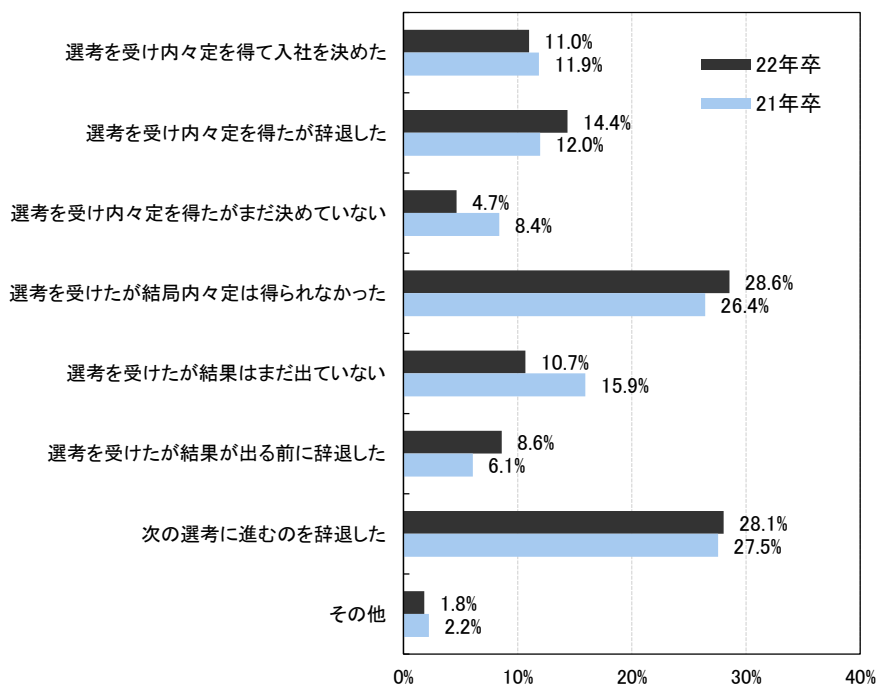
面接を受けた日から結果の通知まで何日間待てるか(分布) n=2,024



面接後、通過連絡がなく落ちたと思った企業から、後になって通過の連絡があったことのある割合 n=2,024

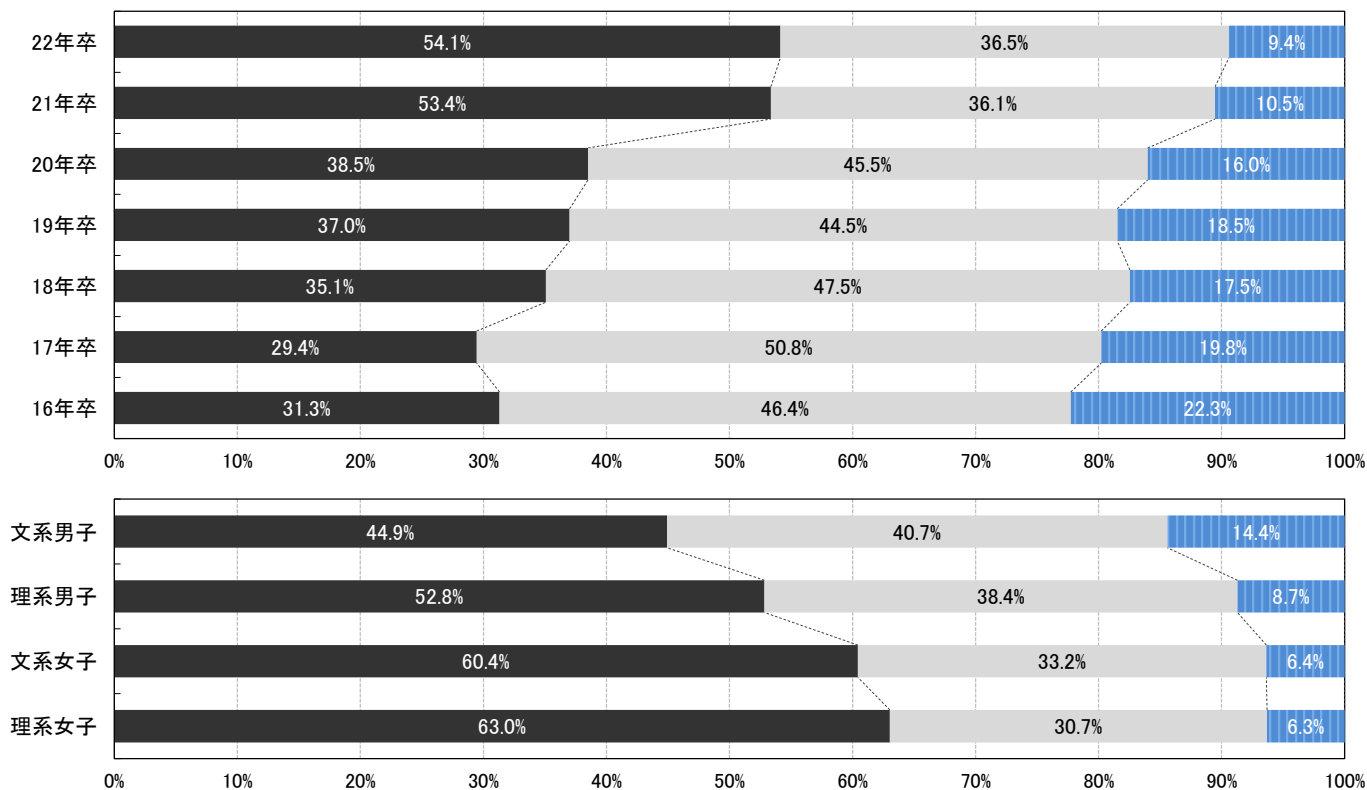


落ちたと思っていた企業から連絡が来たときの対応と結果【複数回答】 n=533

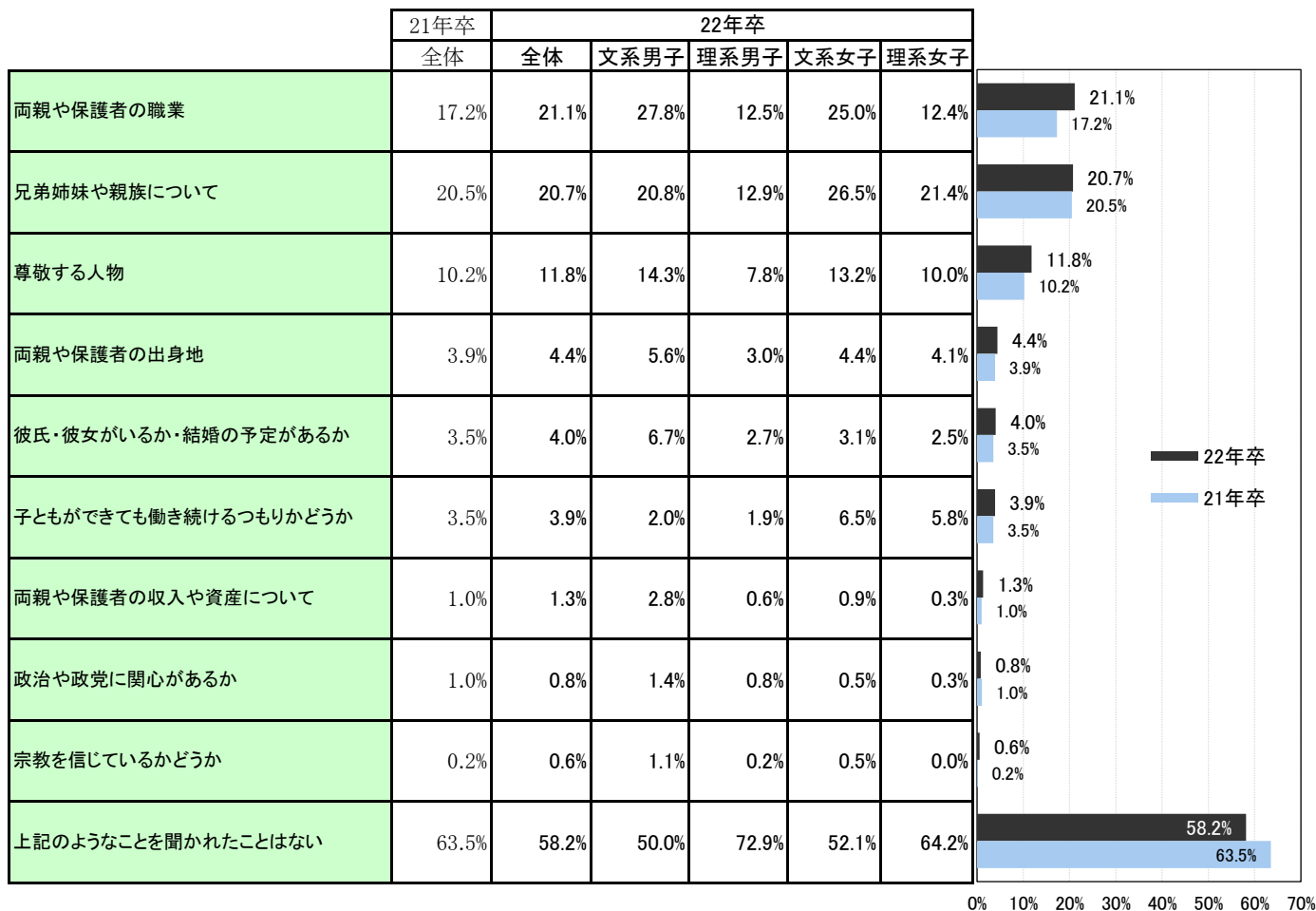


あなたの面接前の準備に最も近いもの n=2,020

■ 質問を想定し事前に答えを用意    ■ 最低限のキーワードのみ用意    ■ あえて答えを用意せず自然にふるまう



面接で聞かれたことがあるもの(不適切とされる質問)【複数回答】 n=2,024



よく聞かれた質問【複数回答】n=2,024

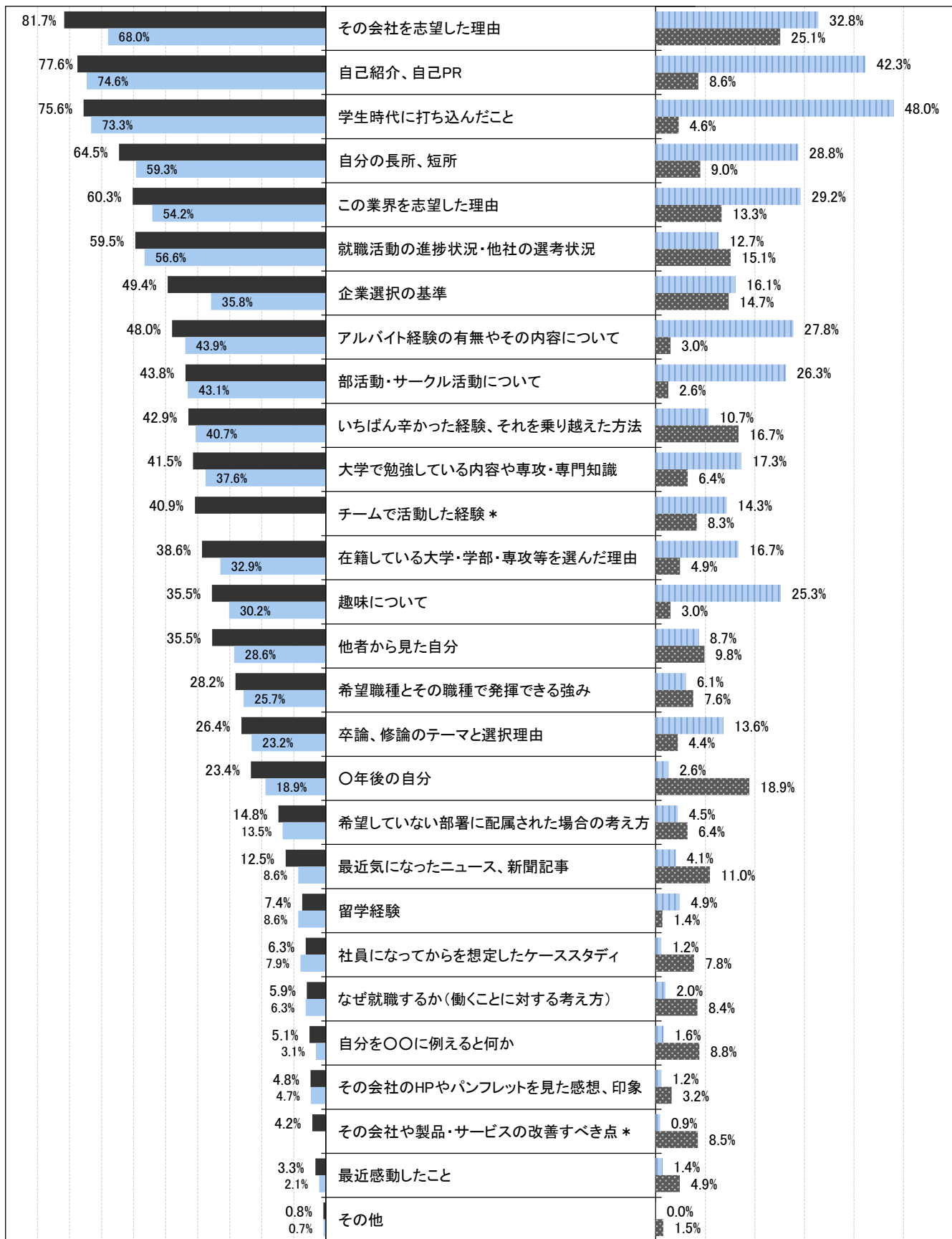
回答が比較的容易だった／難しかった質問【複数回答】n=2,024

22年卒

21年卒

\*今年から追加

回答が比較的容易だった 回答が難しかった

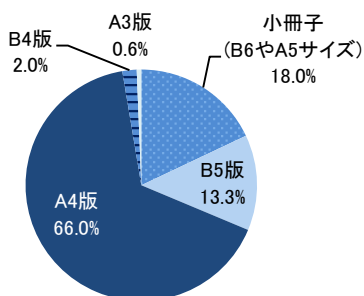


100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0% 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

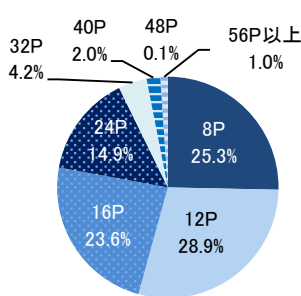
■9: 入社案内(採用パンフレット)について

入社案内(採用パンフレット)の入手経路は「インターンシップで(33.2%、前年比2.2pt減)」が最も多く、次が「WEBサイトで(ダウンロード、閲覧)(31.5%、前年比6.9pt減)」だった。最もよく目を通すタイミングは「エントリーシートを提出する前(29.9%、前年比1.0pt減)」が最も多く、次が「一次面接を受ける前(29.1%、前年比2.6pt増)」だった。入社案内を見るとき注目するポイントで最も割合が高いのは、エントリーシート提出前は「募集要項(47.8%、前年比2.8pt増)」で、選考(面接)前は「企業理念(52.1%、前年比0.3pt減)」だった。

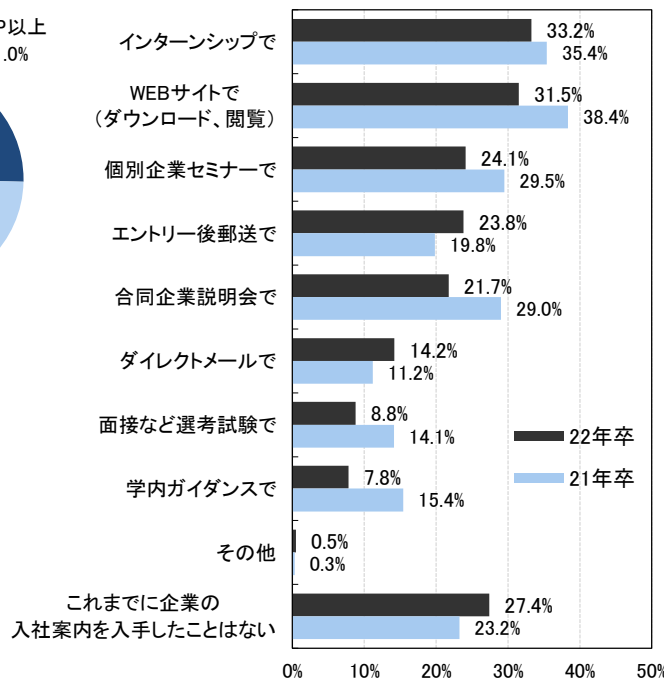
理想的だと思うサイズ



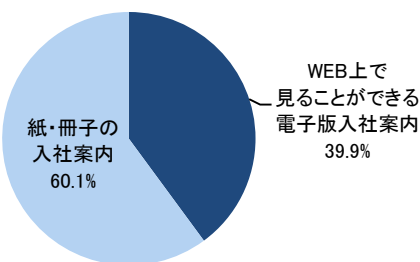
読みやすいと思うページ数



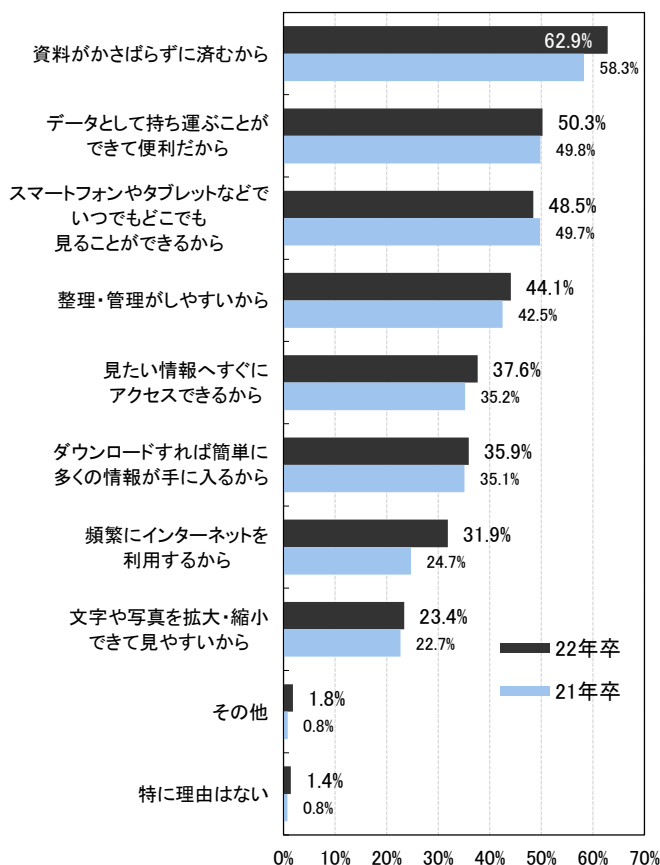
入手経路【複数回答】



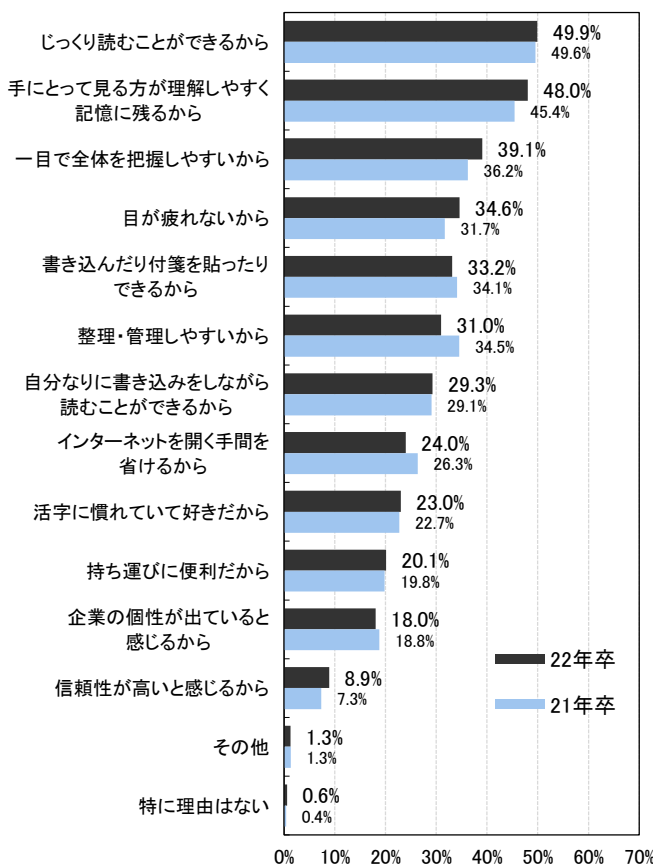
WEBと紙どちらが良いか n=1,526



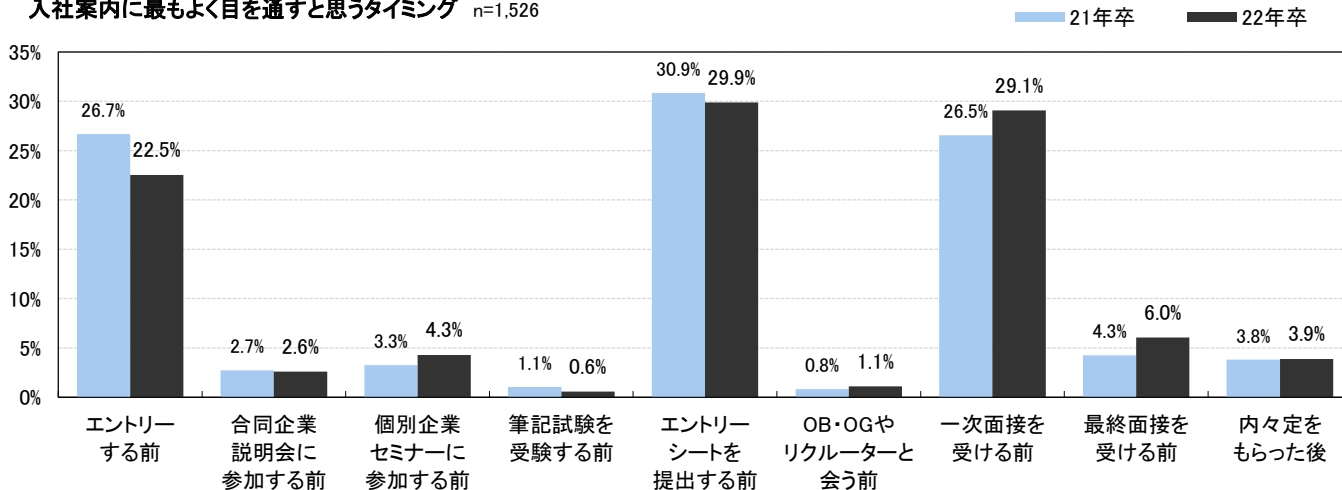
WEBが良い理由【複数回答】 n=611



紙・冊子が良い理由【複数回答】 n=915



入社案内に最もよく目を通すと思うタイミング n=1,526



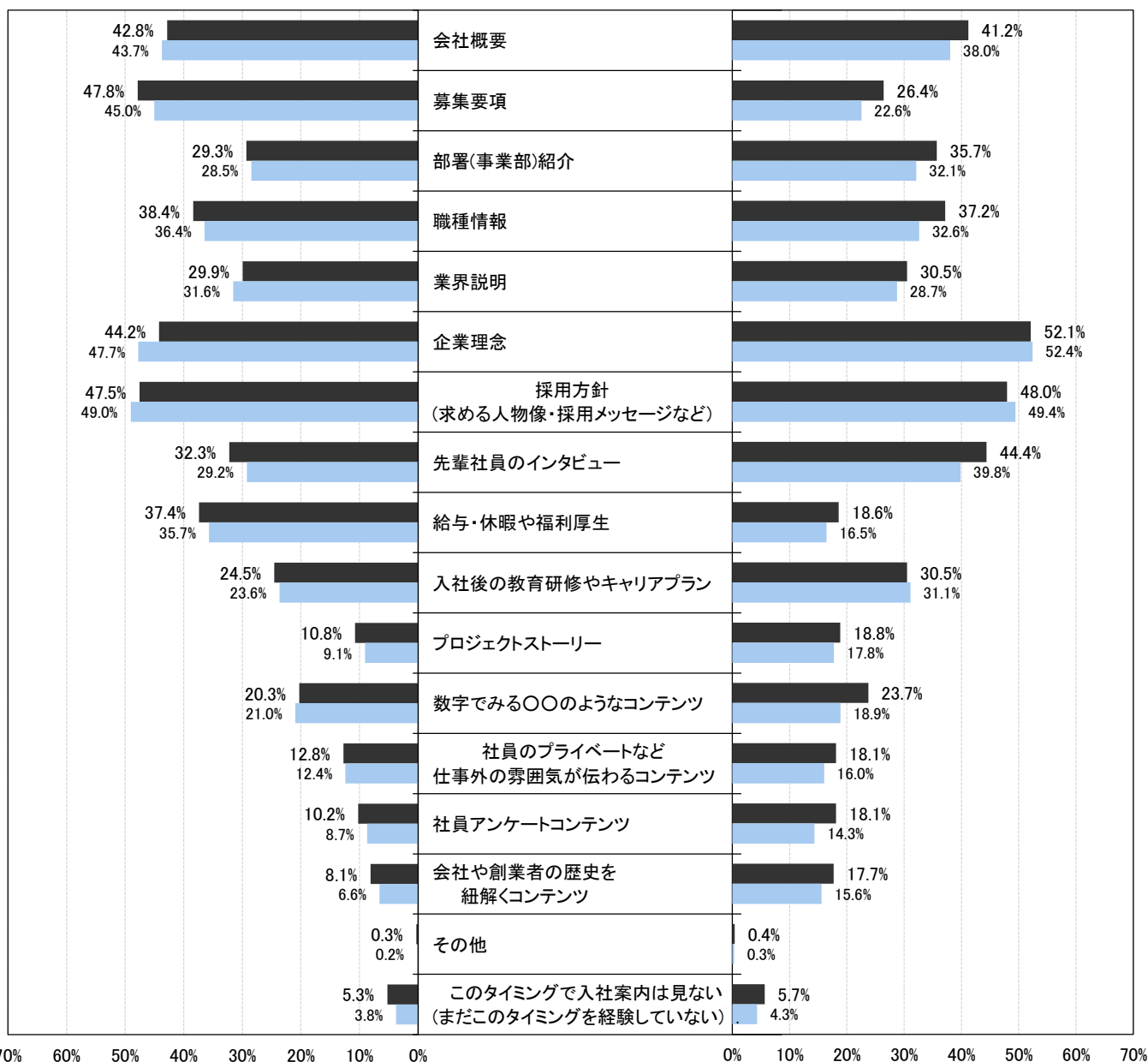
入社案内を見るとき注目するポイント【複数回答】

<エントリーシート提出前> n=1,526

22年卒  
21年卒

入社案内を見るとき注目するポイント【複数回答】

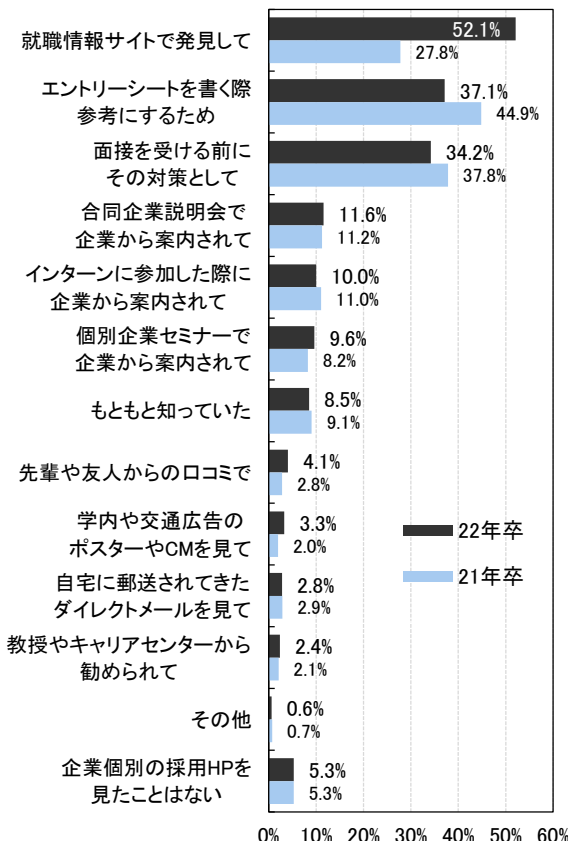
<選考(面接)前> n=1,526



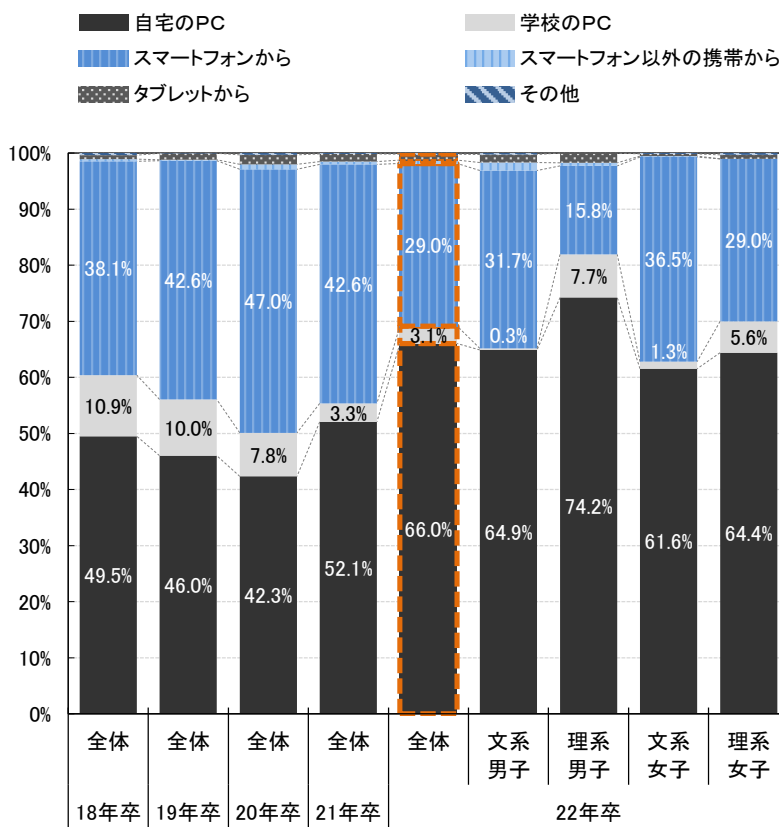
■10: 企業の採用ホームページ(HP)について

志望企業の採用ホームページを見ようと思ったきっかけでは「就職情報サイトで発見して(52.1%、前年比24.3pt増)」の割合が前年より大きく増加した。採用ホームページを見る際最もよく使うツールでは「自宅のPC(66.0%、前年比13.9pt増)」の割合が前年より増加し、その分「スマートフォンから(29.0%、前年比13.6pt減)」が減った。コロナ禍でオンライン授業が増え、自宅のPCを利用する機会が増えたことが影響したのではないと思われる。

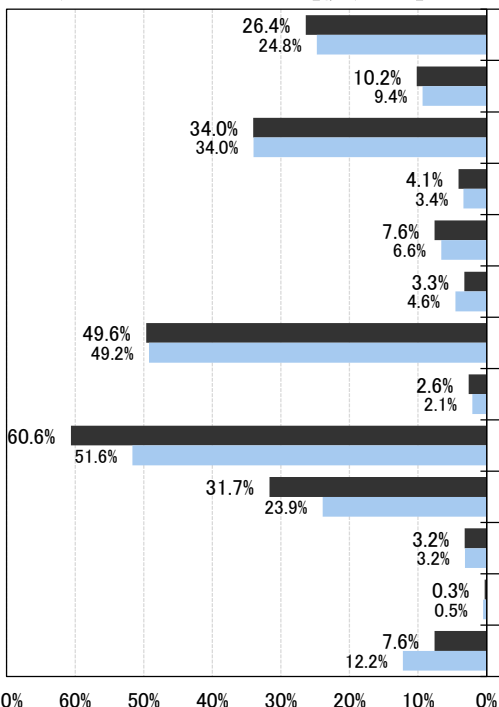
志望企業の採用HPを見ようと思ったきっかけ【複数回答】



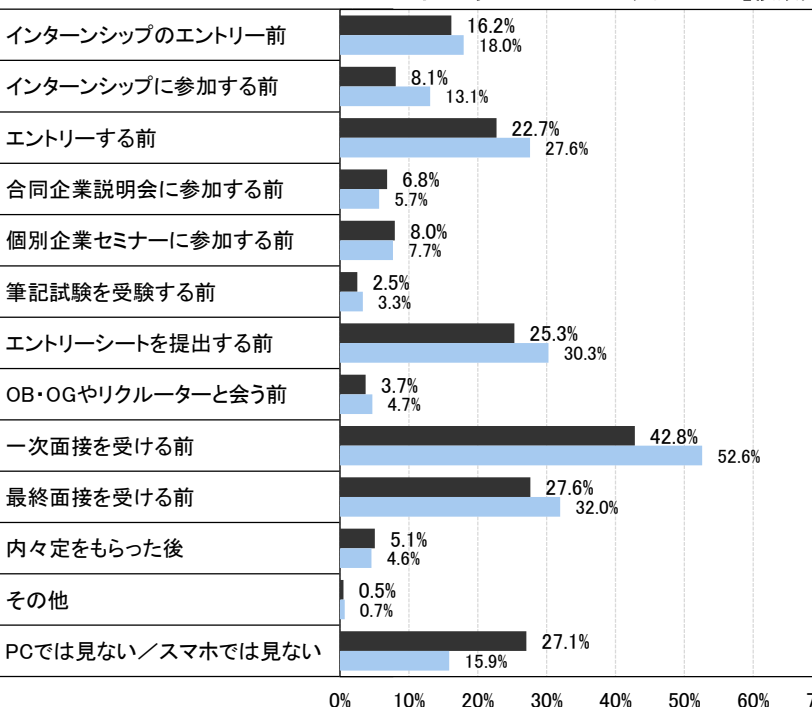
採用HPを見る際最もよく使うツール n=2,017



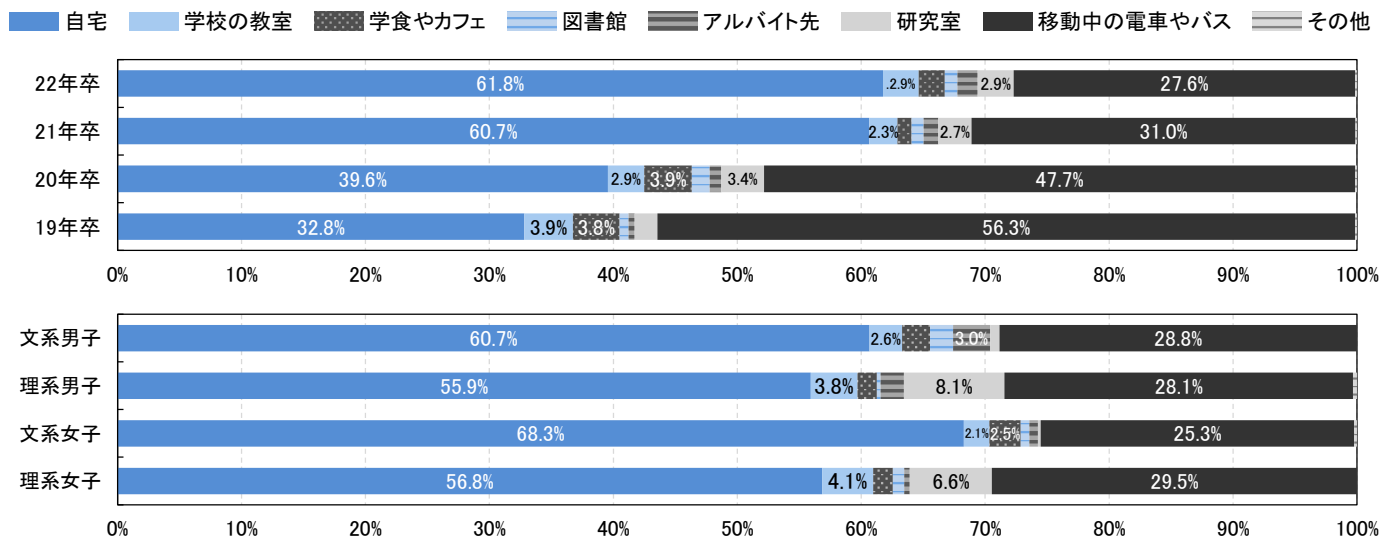
PCで見るのはどのようなときか【複数回答】 n=2,017



スマートフォンで見るのはどのようなときか【複数回答】



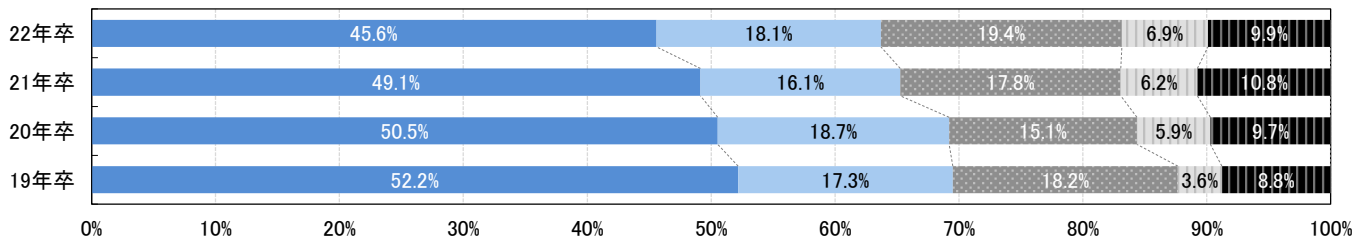
スマートフォンで企業の採用HPを見る場合、どこで見ることが最も多いか n=1,460



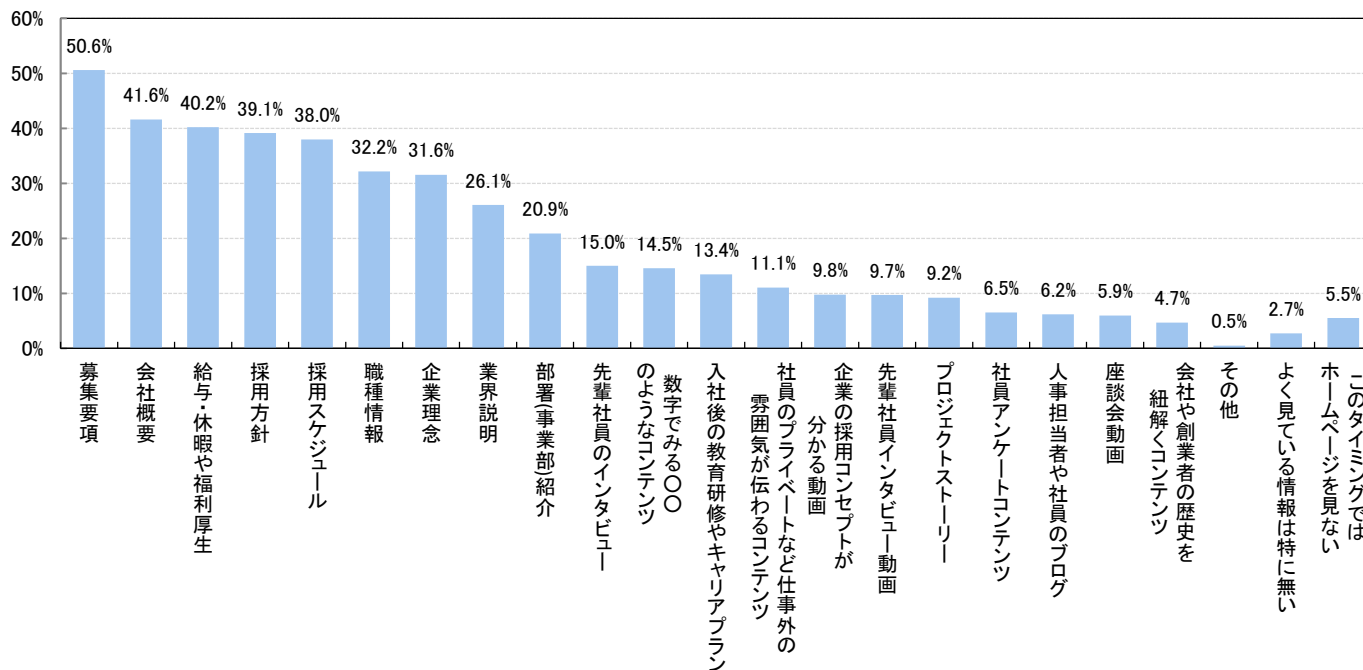
スマートフォン向けに最適化されていた方が良いか n=1,460



最適化されていた方が良い ← 5段階 → 気にならない

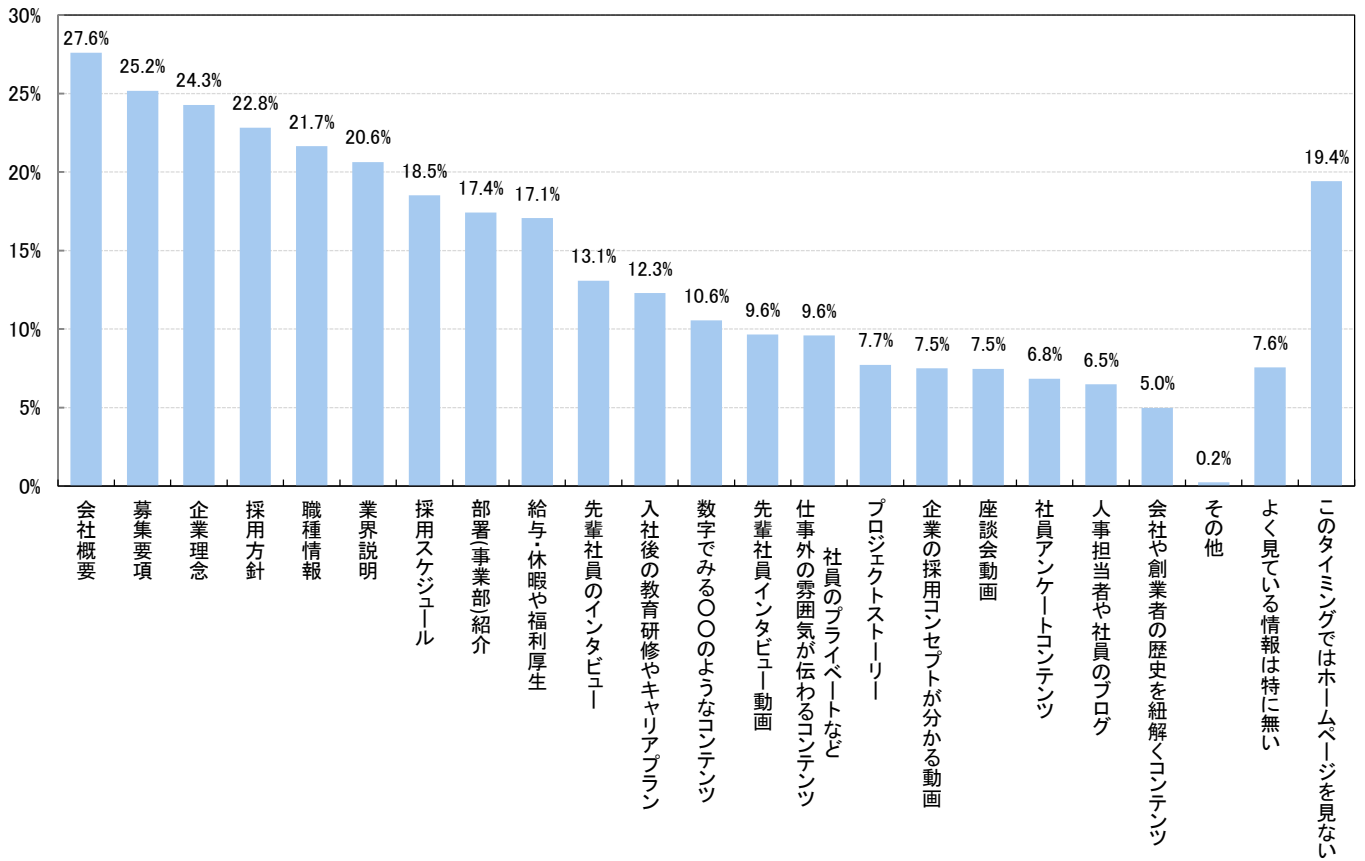


『エントリー前』企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか 【複数回答】 n=2,017

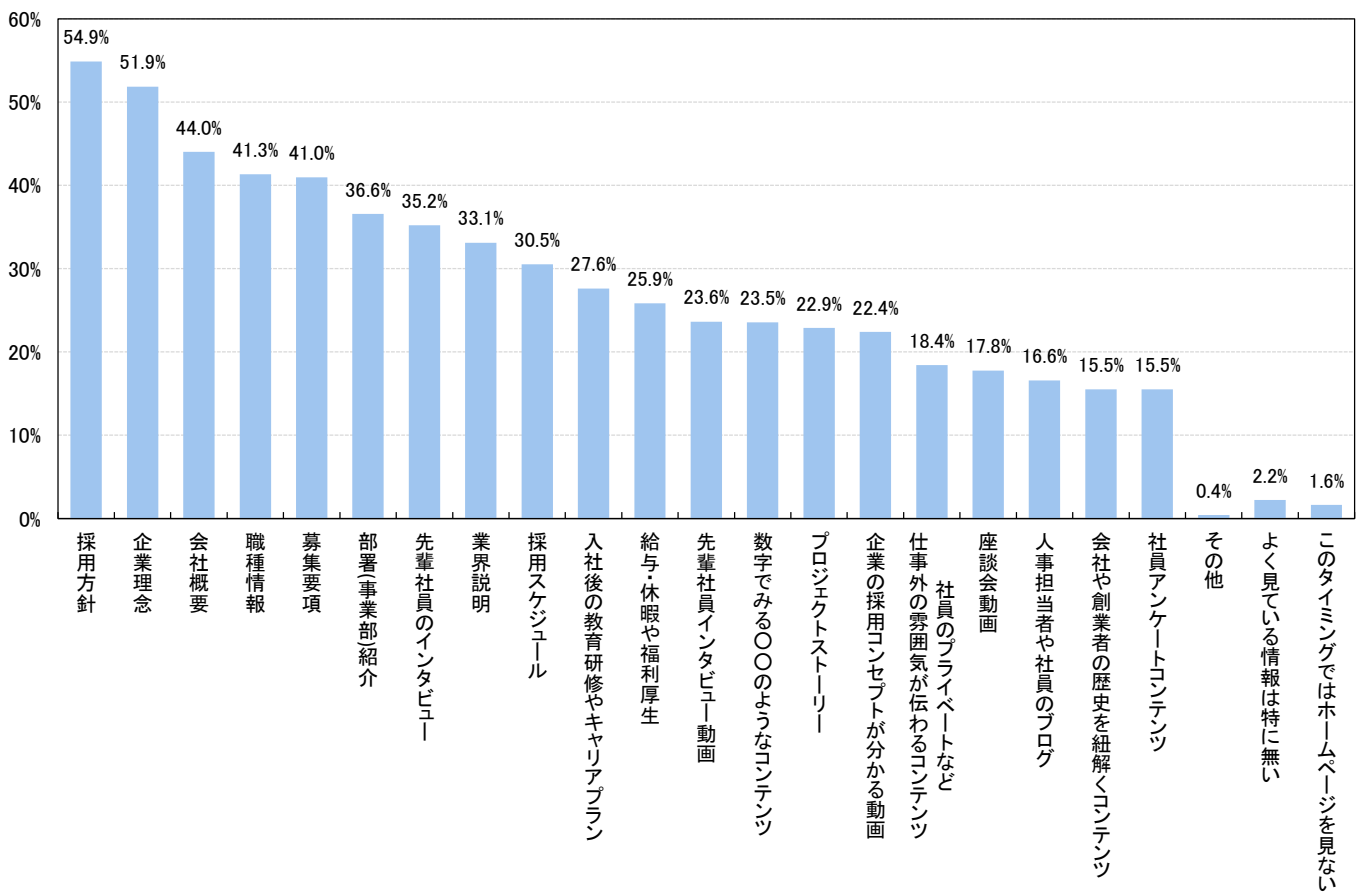




『セミナー参加前』 企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか 【複数回答】 n=2,017



『ES提出や選考前』 企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか 【複数回答】 n=2,017



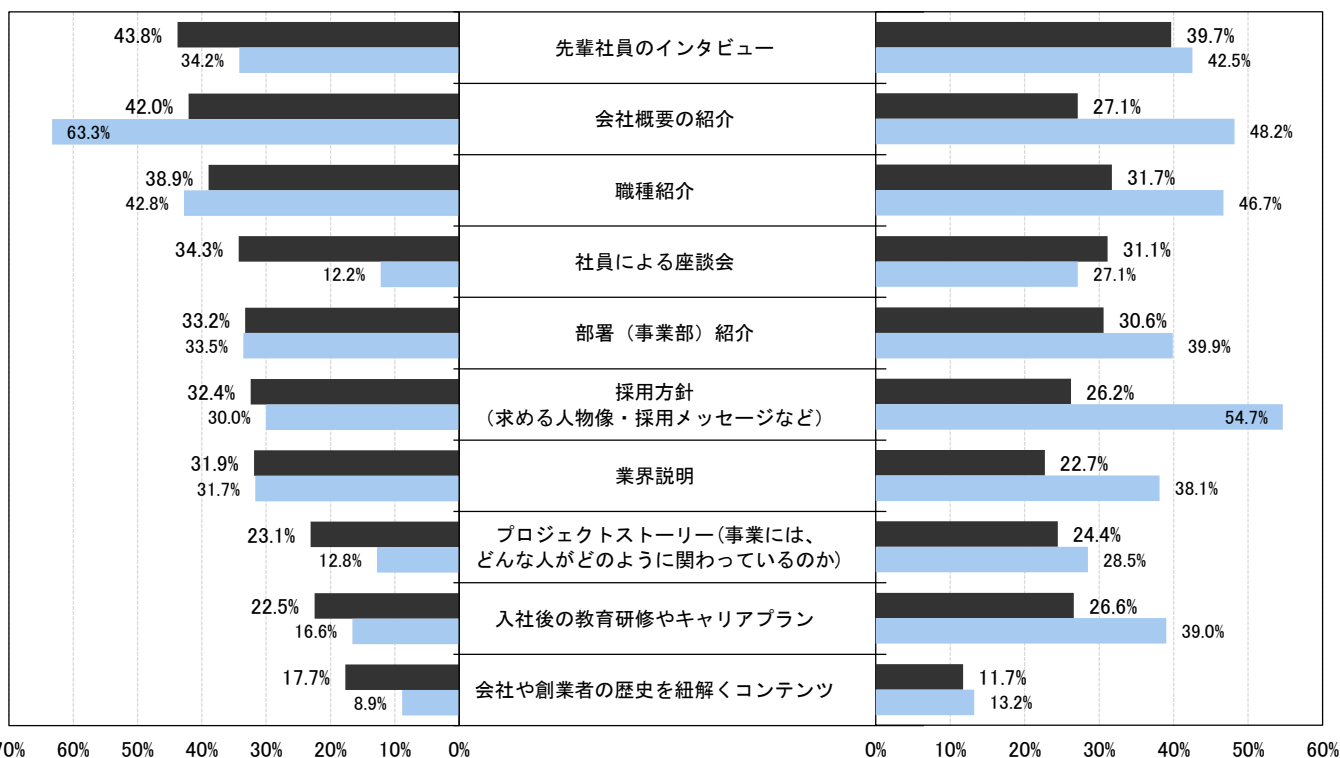
■11: 採用PR動画について ※21年卒は2月に調査

企業の採用PRを目的としたWEB上の動画の内容について聞いたところ、「先輩社員のインタビュー」が、見たことがある内容（43.8%）、見たい内容（39.7%）の両方で最も高い割合だった。このような動画を見ることが多い場所については「自宅」（89.8%）という回答が圧倒的に高い割合だった。見たことがある社数の平均は6.1社だった。動画を見て採用選考を受けようと思ったことがあるかでは63.0%が「ある」と回答した。

WEB上の動画で見たことがある内容【複数回答】

22年卒 21年卒

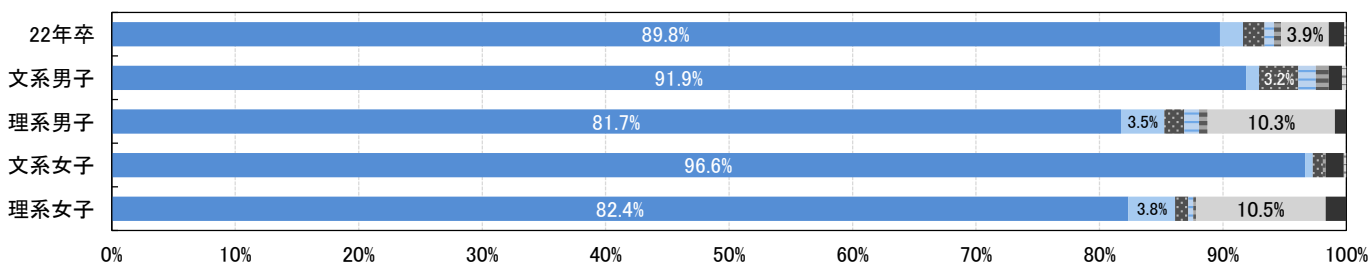
WEB上の動画で見たい内容【複数回答】



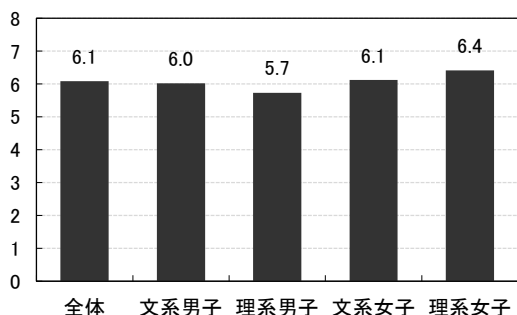
※以下このような動画を見たことがある人のみ n=1,663

このような動画はどこで見るのが最も多いか

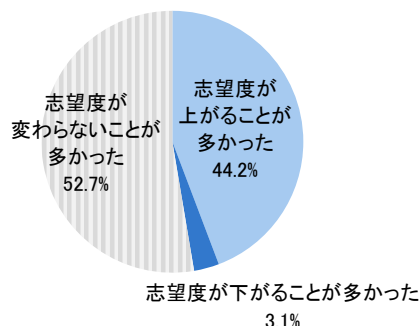
自宅 学校の教室 学食やカフェ 図書館 アルバイト先 研究室 移動中の電車やバス その他



このような動画をこれまで何社分見たか(平均)  
【単位:社】n=1,663



動画を見た後、その企業に対する志望度はどのように変化したか n=1,663



動画を見て採用選考を受けようと思ったことはあるか n=1,663

