

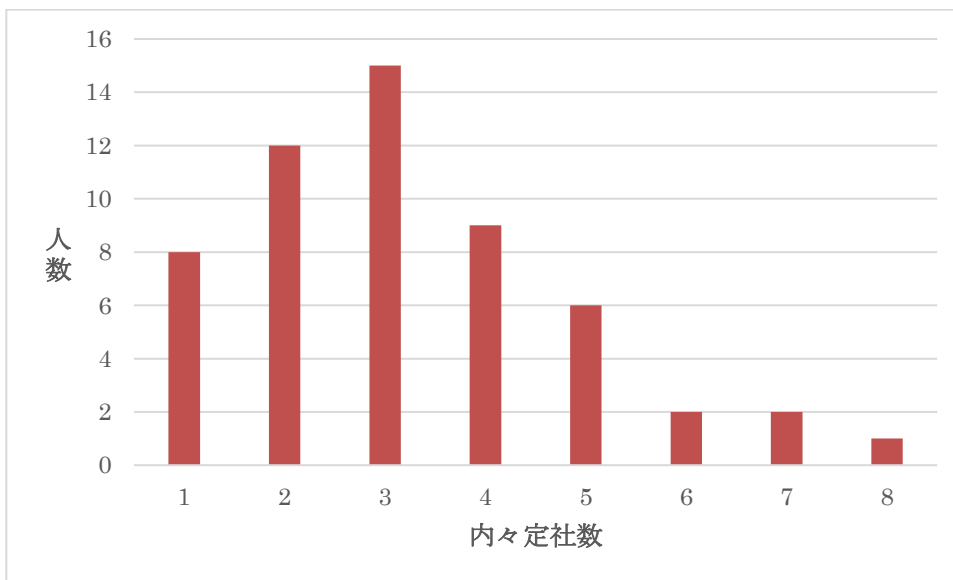
■24 卒の就活調査 第1弾

内定数／就活開始・終了時期／就活サービス利用状況／内々定獲得後の就活状況など

＜調査概要＞

- ・調査期間：8/15～8/22
- ・回答数：56件
- ・対象：弊社24卒レビューアー
- ・調査項目：
 1. 内々定社数
 2. 就活の開始時期
 3. 就活の終了時期（入社先の決定時期）
 4. 内々定獲得後の就活状況
 5. 就活サービスの利用状況
 6. 各種採用施策の対面での実施意向

調査結果(1) 内々定社数

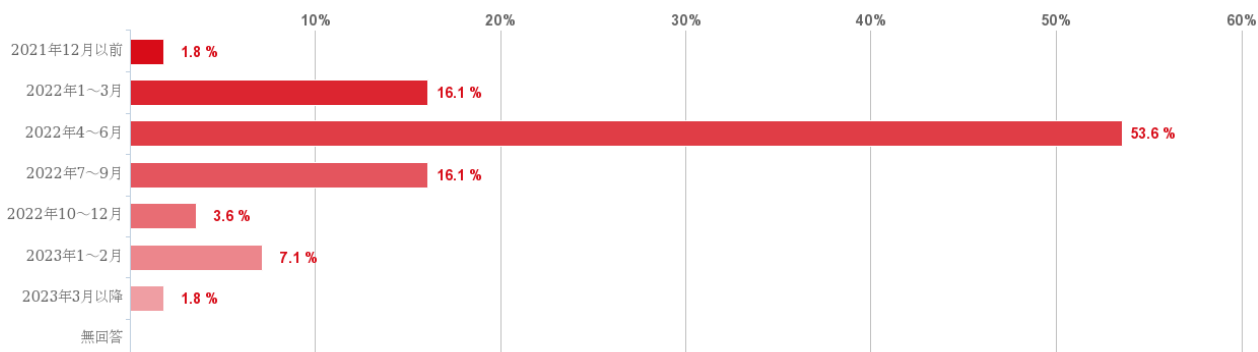


回答者の内々定取得社数は一人あたり平均3.2社でした。

また全体の約85%が複数社（2社以上）の内々定を取得していました。

調査結果(2) 就活の開始時期

Q.就活の開始時期を教えてください。

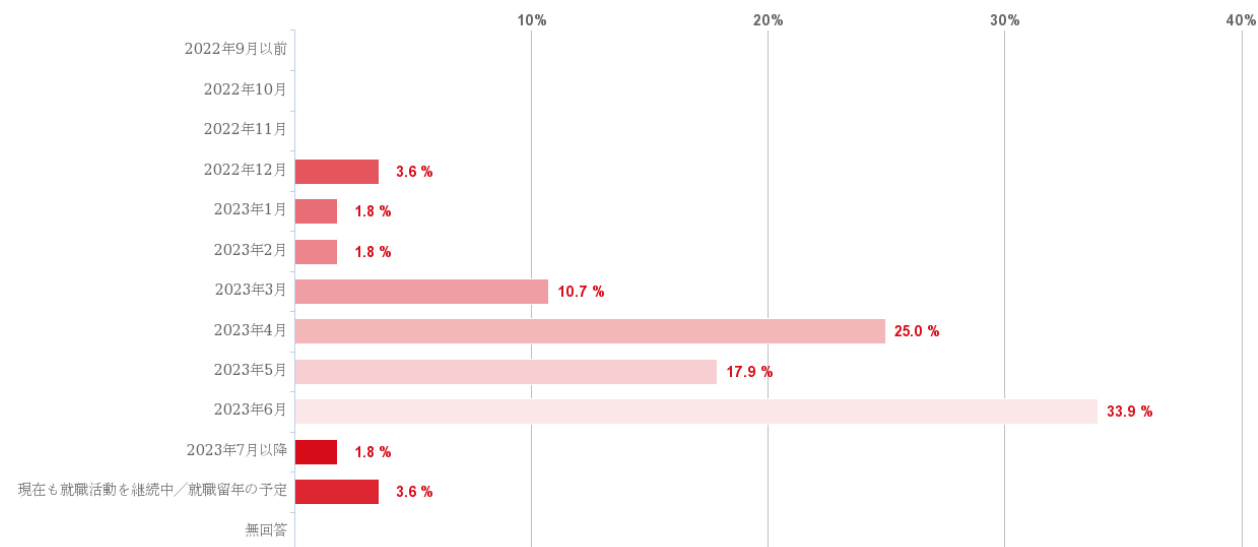


就職活動の開始時期は「2022年4~6月」が最も多く（約54%）、全体の約88%が「2022年9月まで」に活動開始していました。

一方、2022年10月以降に開始した学生は12.5%に留まります。大学3年/修士1年秋から就活を始める学生は少数派であったと読み取れます。

調査結果(3) 就活の終了時期(入社先の決定時期)

Q.就活の終了時期（入社先の決定時期）を教えてください。



就職活動の終了（入社先の決定）時期は「2023年6月」が最も多く、全体の3分の1を占めます。なお、就活を終えた学生比率を時系列で積み上げると以下のとおりです。

5月末までに6割の学生が活動を終えており、特に4～5月の2か月に4割強（42.9%）が集中しました。

また、2月までに活動を終えた学生はいずれも外資コンサルを選んでいます。

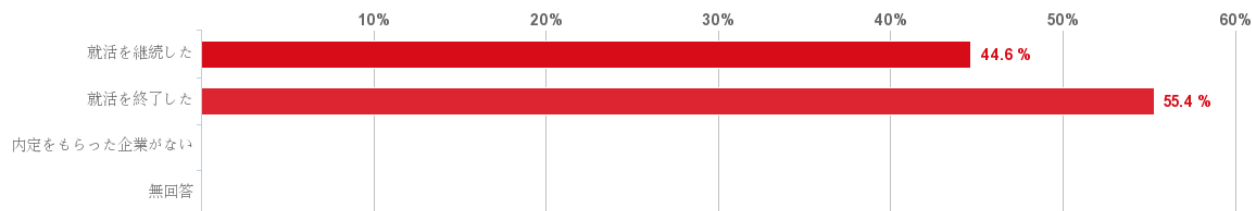
結果の解釈はさまざまですが、早期化が喧伝される中でも「入社先の決定」は終盤まで持ち越されとも言えるでしょう。

- ・ 22年12月まで（延べ3.6% 以下同）
- ・ 23年1月まで（5.4%）
- ・ 23年2月まで（7.2%）
- ・ 23年3月まで（17.9%）
- ・ 23年4月まで（42.9%）
- ・ 23年5月まで（60.8%）

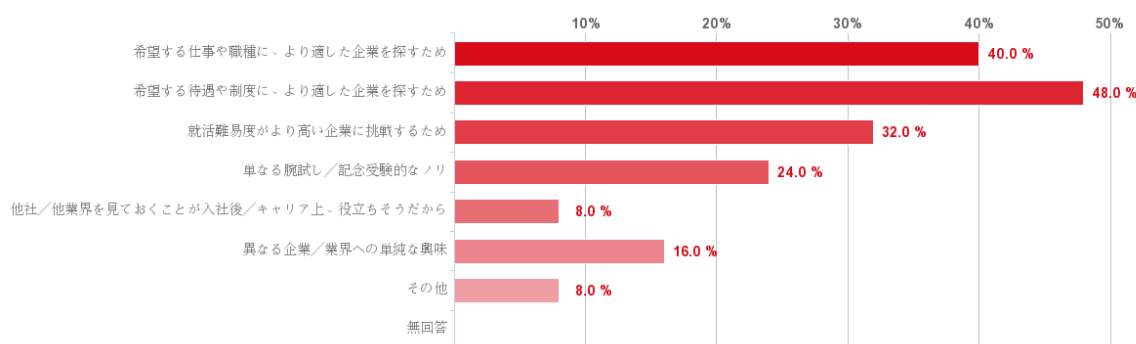
調査結果(4) 内々定獲得後の就活状況

Q. 入社先を決めた方にお伺いします。

第一志望もしくは「入社してもよい」と考える企業から内々定／内定をもらった後、就活は続けましたか？



Q. 「就活を継続した」と回答した方は、その理由を教えてください。(複数回答可)



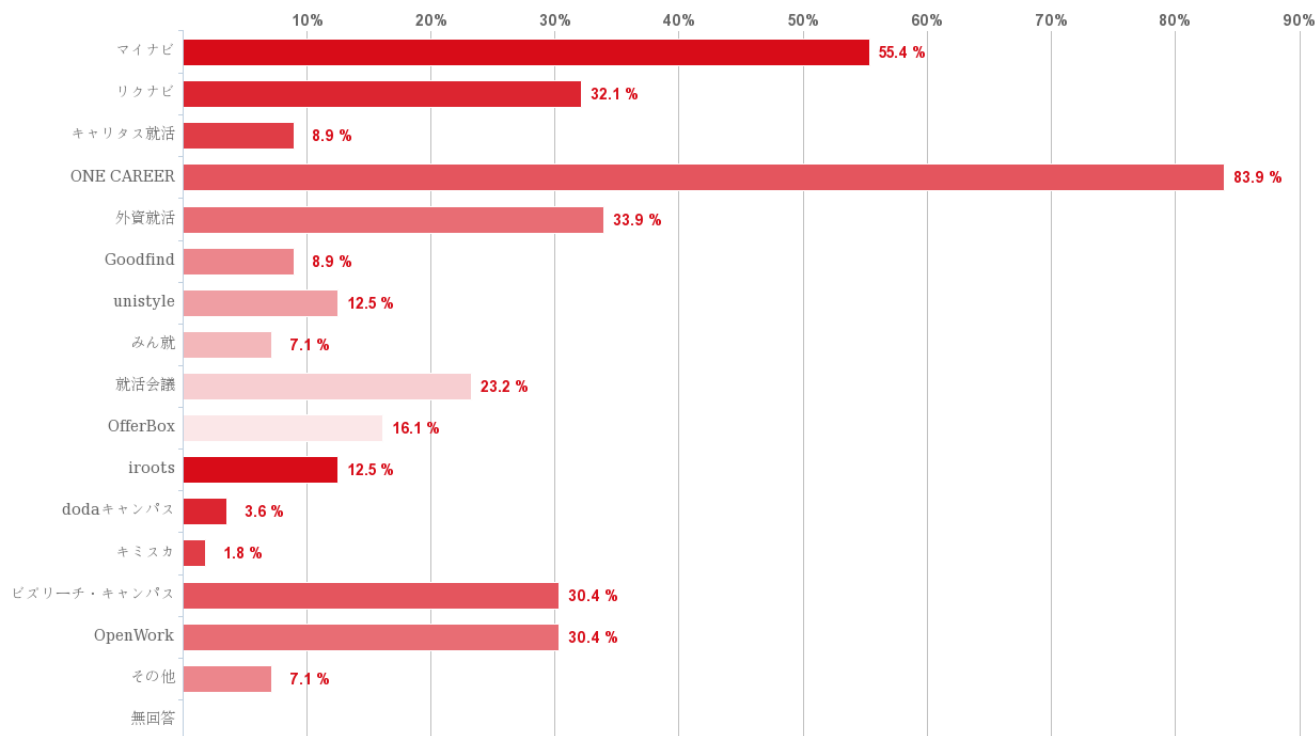
第一志望もしくは「入社してもよい」と考える企業から内々定をもらった後も、「就活を継続した」割合は約 45%に上りました。

「就活を継続した」理由（複数回答）は、最多が「希望する待遇や制度に、より適した企業を探すため」（48%）であり、続いて「希望する仕事や職種に、より適した企業を探すため」（40%）、「就活難易度がより高い企業に挑戦するため」（32%）となりました。

当初目標の達成後も乗り換えを視野に入れ、活動を続けた層が相当数いることがわかります。

調査結果(5) 就活サービスの利用状況

Q. 以下に示す就活サービスのうち、利用経験のあるサービスにチェックをしてください。また、使用用途、最も利用していた時期についても自由記述欄に記入してください。(複数回答可)



利用割合が高いサービスは、上から順に

1. 「ONE CAREER」(83.9%)
2. 「マイナビ」(55.4%)
3. 「外資就活」(33.9%)
4. 「リクナビ」(32.9%)
5. 「ビズリーチキャンパス」(30.4%)
5. 「OpenWork」(30.4%)

となっています。

選択肢以外のサービスとしては、

「ミキワメ」(大学別企業説明会・座談会への参加のため/東京一工)

「LabBase」(オファー受信のため/理系修士)

「TECH OFFER」(オファー受信のため/理系修士)

が挙げられていました。

上位 5 つの就活サービスの主な利用用途・時期の特徴は以下の通りです。

〈ONE CAREER〉

→ES・面接対策

※就活開始～本選考応募まで就活全般で利用される。

〈マイナビ〉

→企業検索、説明会参加、インターン・本選考エントリー

※就活開始～本選考応募まで就活全般で利用される。ただし、夏インターン応募で利用したのちに利用頻度が下がる学生も一定数いる。

〈外資就活〉

→ES・面接対策、インターン・本選考情報（募集企業、締切など）の確認

※就活開始～本選考応募まで就活全般で利用している学生が多い

〈リクナビ〉

→企業検索やインターン・本選考エントリー

※就活開始～本選考応募まで就活全般で利用される。ただし、マイナビ同様に夏インターン応募で利用したのちに利用頻度が下がる学生も一定数いる。

〈ビズリーチキャンパス〉

→OBOG 訪問や限定イベント参加のため

※2022年10月～2023年1月に本格的に利用を開始した学生が多い。

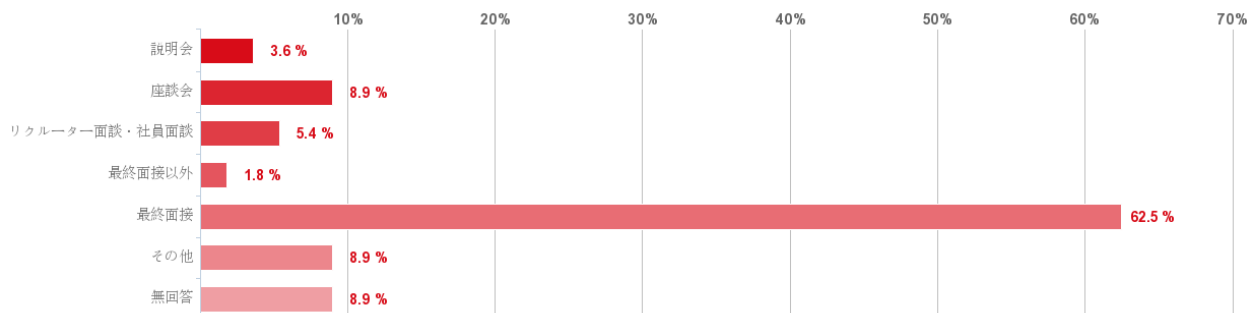
〈OpenWork〉

→入社後の待遇や社風の確認のため

※就活がひと段落した2023年4～5月に登録する学生や就活終了後も利用を継続している学生が他の就活サービスと比較して多い。

調査結果(6) 各種採用施策の対面での実施意向

Q. ご自身の選考を振り返り、説明会～内定出しまでの企業側の施策で、オンラインではなく対面実施の方が良いと思う施策があれば、その理由とともに教えてください。(複数回答可)



「最終面接は対面での実施が良い」と考える学生が圧倒的に多く、62.5%に上りました。

理由としては、

「少なくとも一度は会社に訪問しないと入社後のイメージがわからない」

「社員の雰囲気を感じられるし、自分自身をよりアピールしやすい」

など、「入社後の働くイメージ」「熱意のアピール」が多く見受けられました。

その他には、

「通信障害などもあるし、円滑な面接ができる」

「最終面接は対面の方が落ちてでも納得感があり、受かっても志望度は上がる」

などの理由が挙げられています。

他の施策については以下の通りです。

〈説明会〉

→「(対面実施の方が) 企業の雰囲気が分かる」など

〈座談会〉

→「質問がしやすい」、「社員・会社の雰囲気が掴みやすい」(複数) など

〈リクルーター面談・社員面談〉

→「雰囲気を感じ取れる」「自分とのフィット感、どんな人がどんな職場で働いているのかを対面の方が知ることができる」など

〈最終面接以外〉

→「対面でしか測れない雰囲気がある」など

〈その他（グループディスカッション）〉

→「対面でないとやりづらい」など