

2025年卒の採用市場動向と 2026年卒に向けて

株式会社マイナビ 野澤 哲

2005年新卒で入社。大阪府出身。関西・中国・四国地方にて10年強、中途採用支援部署にて採用や人材教育・育成、人材活用等の法人営業を経験。その後、滋賀支社長を経て2020年10月から2024年5月まで静岡支社長。



◆4月末時点の内々定保有率は 昨年比12.3%上昇

当社調べによると、4月末時点の2025年卒者の内々定保有率は54.3%となりました。昨年同月比で12.3%上昇しており、一人あたりの内々定保有社数は2.3社と昨年同月比で0.4社増加しています。また内々定保有者の約半数となる45%の学生が、3月以前に6社以上の選考を受けていました。

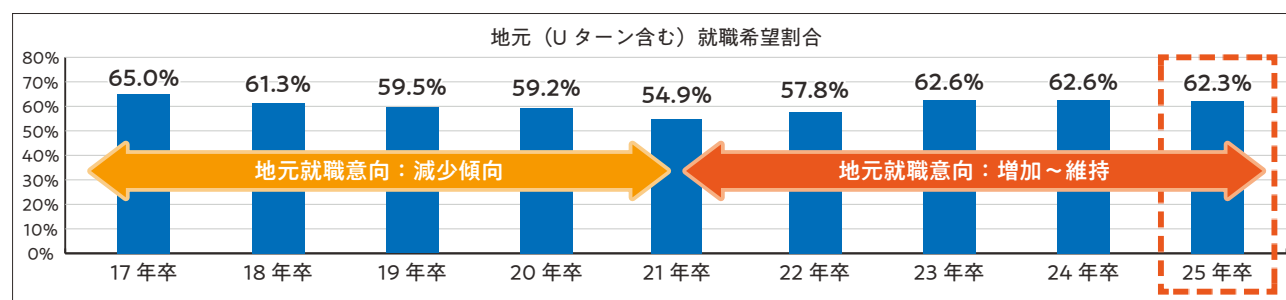
早期選考の傾向が垣間見られる結果となってきました。

※出典：マイナビ「2025年卒 大学生 活動実態調査（4月）」（2024年5月）

◆地元就職の希望割合は約6割

また地元（Uターン含む）就職希望割合は、2017年卒の65%から2021年卒では54.9%と減少傾向だったもののコロナ禍でそこから反転。2025年卒では62.3%とここ数年は増加・維持をしてくれています。希望の理由としては「（自分の意思から）両親や祖父母の近くで生活したいから（47.2%）」「実家から通えて経済的に楽だから（37.5%）」「地元（Uターン先）での生活に慣れているから（36.5%）」と続いており、コロナ禍以降、地元を離れて都市部で立ち立つことに不安を抱く学生が増加したことによって、地元就職意向が高まったと考えられます。

※出典：マイナビ「2025年卒 大学生Uターン・地元就職に関する調査」（2024年5月）



◆効率よく就職活動を行いたい学生

6月からは本格的に面接解禁となり学生も“応募”から“選考”のフェーズに入ってきていますが、昨今は学生のAI活用も推進されてきており、生成AI（ChatGPT等）を活用したことのある学生は62.9%となりました。就職活動においては、「エントリーシートの推敲（56.6%）」「エントリーシートの作成（41.7%）」「自己分析（28.8%）」での利用が挙げられます。

いわゆる“タイパ”（タイムパフォーマンス、時間帯効果のこと）を意識する学生も多く、効率よく前向きに就職活動を行いたい一つの表れとも捉えられるでしょう。

※出典：マイナビ「2025年卒 大学生 活動実態調査」（2024年6月）

◆7割以上の企業が新卒採用市場は 厳しくなると回答

一方企業側では76.6%が新卒全体の採用活動は「厳しくなる」見通しだと回答（「非常に厳しくなる（22.8%）」+「厳しくなる（53.8%）」）。少子化で学生数が減少していく一方で新卒採用をする企業は増えており、少ない人材に多くの企業がアプローチしあう図式になっていることが、採用難の要因だと分析する企業が多いようです。

※出典：マイナビ「2025年卒企業新卒採用予定調査」（2024年2月）

◆インターンシップ・仕事体験への参加は 8月時点で8割越え

次に、少し早く感じる方もいらっしゃるかもしれませんが、2026年卒に向けて見ていきましょう。

当社による『2026年卒大学生のインターンシップ・就職活動準備実態調査（4月）』によると、インターンシップ・仕事体験に参加したことのある学生の割合は4月時点で18.3%。2025年卒の実績では、6月は39.8%、7月は52%、8月は82.4%と、ここから夏に向けて上昇をしていきます。

ご存知の方も多いと思いますが、経済産業省・文部科学省・厚生労働省によって制定された通称「三省合意」により、2025年卒からキャリア形成活動の在り方が変化してきています。詳細は割愛しますが要点をまとめると、

- (1)総じてインターンシップと呼ばれていたキャリア形成に関わる取り組みが4つの類型に整理され、一定の要件を満たすもののみが「インターンシップ」と呼称できるようになった
 - (2)インターンシップ（以下、IS）ではプログラムを通じて取得した学生情報を採用活動開始後（3年生の3月1日以降）に活用可能となった
- ※下図「25年卒以降のインターンシップの在り方」参照

◆三省合意の影響と対策

上記の変化によって、企業がどのタイプのキャリア形成活動を行っているのかを見ると、最も多かったのはタイプ1のオープン・カンパニーで61.6%でした。学生が実際の職場を訪問したり業務を体験することは情報セキュリティ面・安全面での課題があったり、現場職員の協力を得るのが難しかったりする場合があり、学生との接点の機会をつくるという観点で取り組

みを検討した場合にもっとも開催しやすいことが考えられます。

参加する学生側からすると、企業の実施率も高く選択肢が多いことや、就業体験よりも気軽に参加できることによって、オープン・カンパニー型のプログラムは一定して参加学生が多く、そこで業界や企業の知識を得た学生が時間に余裕のある8月・9月の休暇中に、次のステップとしてタイプ3・4へ参加している傾向があります。

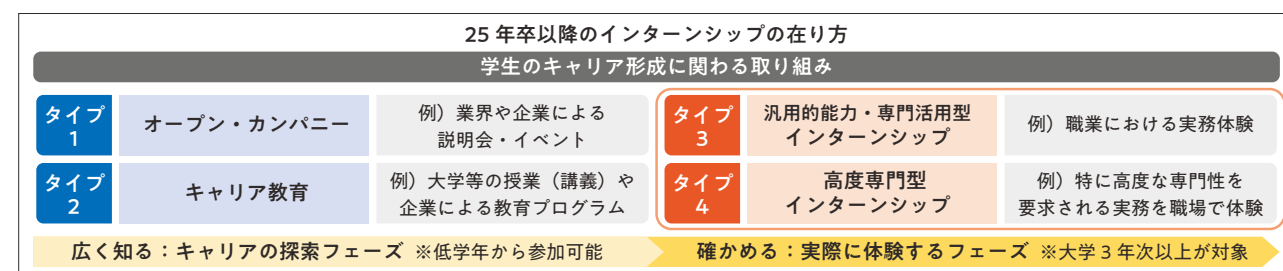
こうした中、自社のIS開催自体を検討することはもちろんですが、その開催内容や方法にもより入念な検討や準備が必要でしょう。限られたリソース内で創意工夫を凝らした、学生にとって魅力的なプログラムやコンテンツづくりが重要視されてきています。

◆さいごに

売り手市場の加速で、新卒採用市場はより厳しくなっていくことが予想されます。また企業にとっては事業を取り巻く外部環境の変化によって、様々な課題が噴出してきています。時代は不透明さを増し、先々の見通しが立てづらく、企業経営はより複雑化してきています。

だからこそ、より先を見通そうとする意志と行動、その上で自社の採用（人事）戦略をきっちりと持つこと。そして、デジタルツールの活用や社内外の様々なステークホルダーからの協力等での“総合力”によって、これまで取り組みが難しかったことへ挑戦する姿勢。新たな施策を行っていき、トライ＆エラーを繰り返して精度を向上させていく粘り強さ。

万人に共通する処方箋を持ち合えることが難しい今、そうしたある種の“泥臭さ”が人材採用でも求められる側面があるのではないのでしょうか。



※『インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取り組みの推進に当たっての基本的考え方』を元にマイナビが作成