



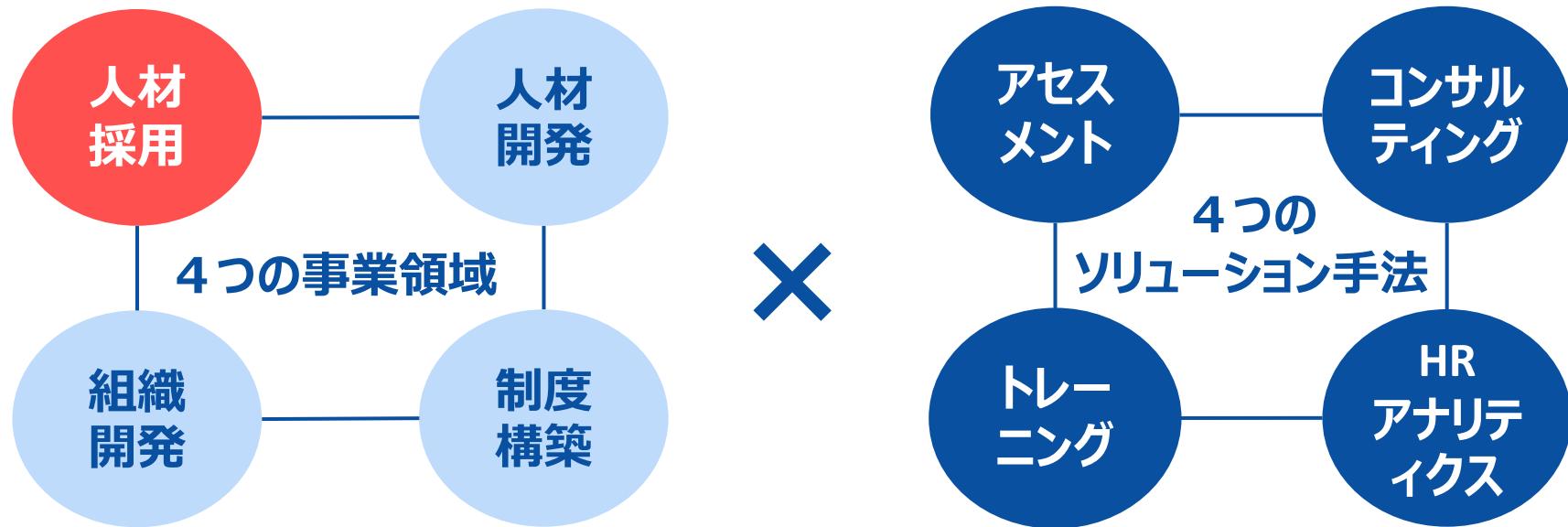
2024年新卒採用 大学生就職活動調査

～蛙化現象はなぜ起きる？これからの採用コミュニケーションとは～

2023年11月20日(月)
株式会社リクルートマネジメントソリューションズ



企業における重要な経営資源である「個と組織」に焦点をあて、
経営・人事課題の解決と、事業・戦略の推進を支援するプロフェッショナルファーム



研究機関

- 組織行動研究所
- 測定技術研究所
- HR Analytics & Technology Lab

10:00 イントロダクション

共有会 :

10:02 2024年新卒採用 大学生就職活動調査
～蛙化現象はなぜ起きる？これからの採用コミュニケーションとは～

10:45 質疑応答

11:00 終了

飯塚 彩 (いいづか あや)

株式会社リクルートマネジメントソリューションズ
HRアセスメントソリューション統括部 主任研究員

面接者・リクルーターを対象とする採用関連トレーニング(年間300件超実施)の開発・統括を10年
以上担当。採用後の人材育成に関する企業向けコンサルティングも行う。



橋本 浩明 (はしもと ひろあき)

株式会社リクルートマネジメントソリューションズ
HRアセスメントソリューション統括部 研究員

「2024年新卒採用 大学生就職活動調査」の実施・分析および面接者・リクルーターを対象とする
採用関連トレーニングの開発を担当。



ジョブ型採用

インターンシップ
の区分変更

配属ガチャ

売り手市場
の加速

就活早期化
の加速

対話型AI
活用

蛙化現象



就職活動における望ましいゴールとは、入社後に組織に対する貢献意欲と信頼感をもって仕事に向き合い、成長実感や自己理解を深めていくこと。
そのためには、**納得感をもって入社の意思決定を行うことが重要となる。**

入社後

従業員の企業に対するエンゲージメント・自律性が高まっている状態

貢献の意欲

組織の目標に共感し、**貢献への意欲と実感**をもっている

信頼感

周囲を**信頼**し、自分も**信頼・期待されている**と感じられる

自己理解・成長意欲

自身の**持ち味・能力に自信**をもつとともに、さらに成長していくという意欲をもっている

入社時

学生が納得感をもって決断できている状態

企業理解

企業規模や事業内容など表面的情報だけでなく、組織風土や人の特徴、仕事の大変さなども含めて、**企業を多面的に**理解している

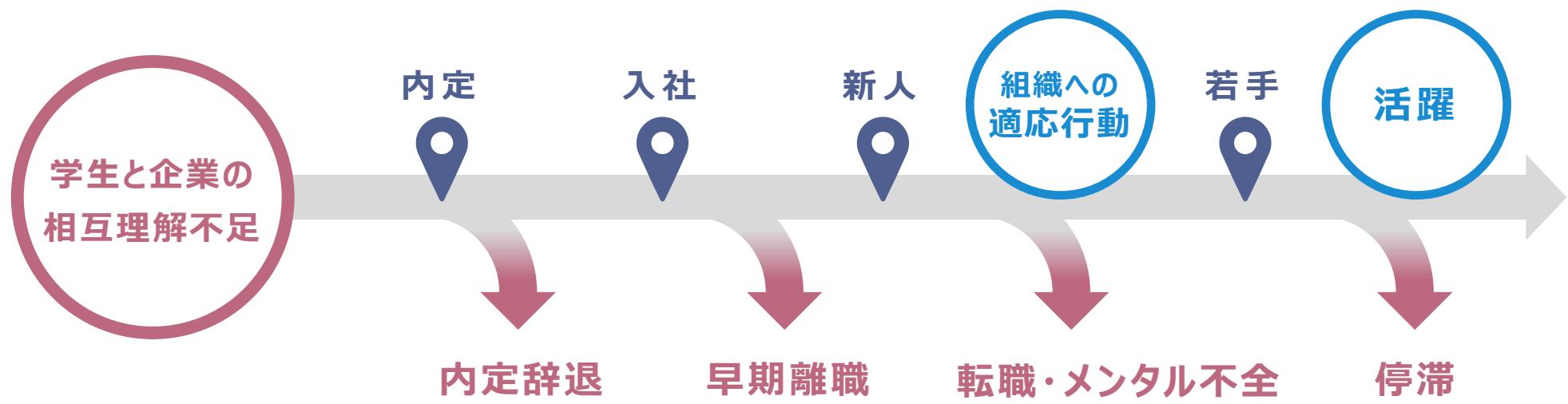
自己決定

入社を決意した理由が明確になっている。また、入社にあたっての不安があれば**解消に向けて自発的に行動**している

自己理解・被理解感

自分の強み・弱み、目指す姿やありたい姿を理解している。また、企業から**何を評価・期待され入社に至ったか**を理解している

昨今は変化が激しいなかでも成果をあげ続けるために従業員のエンゲージメント向上・自律性向上が求められる。しかし、内定・入社時に学生と企業の相互理解が不足していると、内定辞退や入社後にエンゲージメントが高まらず諸問題を引き起こすことにつながる。



就職活動・採用活動のゴールは、
入社した人材が「活躍し、組織が強化」されること

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは

調査概要

『2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査』

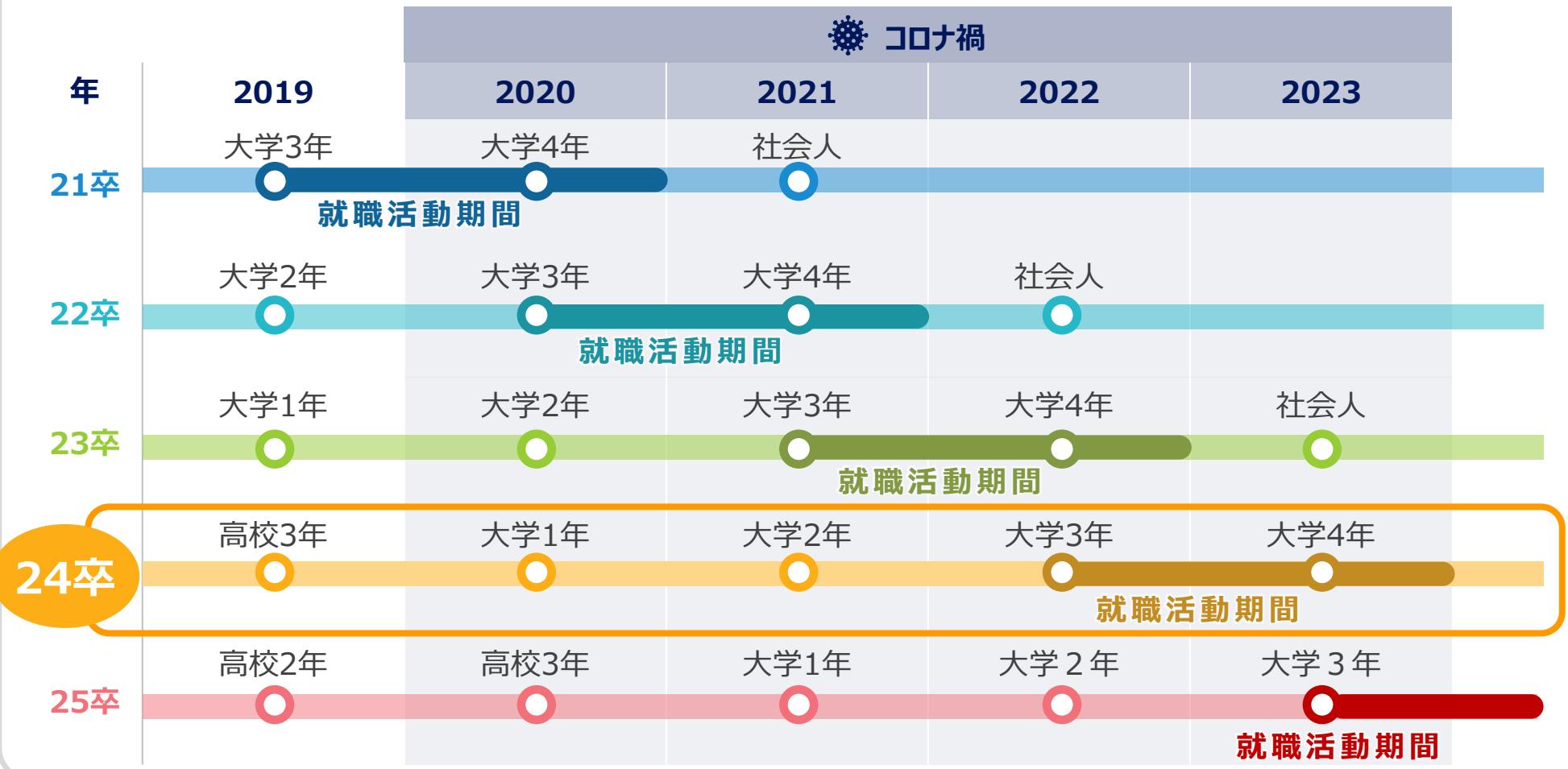
| | |
|------|--------------------------------|
| 調査対象 | 2023年度卒として就職活動を行った大学4年生・大学院2年生 |
| 調査期間 | 2023年6月30日～7月12日 |
| 調査方法 | インターネット調査 |
| 調査人数 | 1,117名 |

※図表・グラフの数値は、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合があります



2024年卒は大学1年生からコロナ禍の影響を受けた世代

新型コロナウイルスの影響





24卒の学生は、23卒と比べて全般的に新型コロナウイルスの影響を強く感じていた。

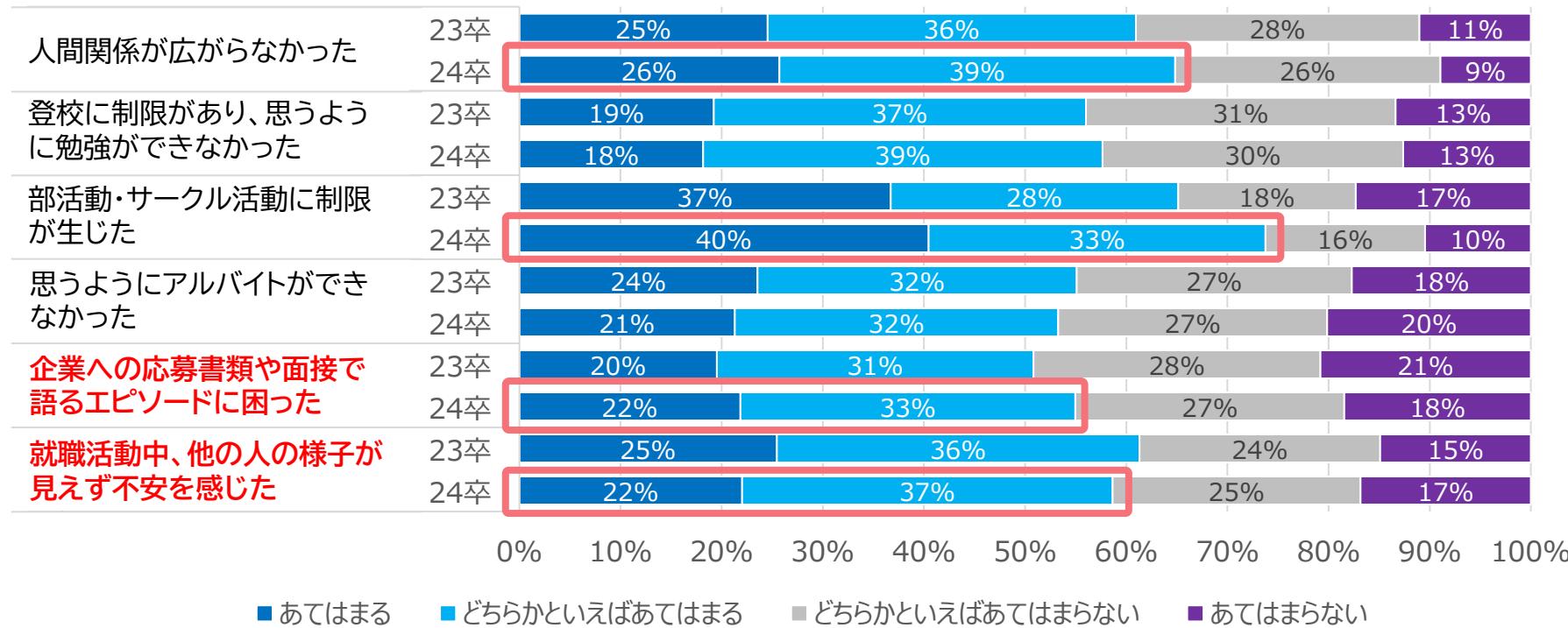
最も影響が大きいと捉えられていたのは、「部活動・サークル活動」、次いで「人間関係」。

就職活動に関しては、約6割が「他の人の様子が見えず不安を感じた」、半数超が「企業への応募書類や面接で語るエピソードに困った」と回答。

新型コロナウイルスが与えた影響

Q 新型コロナウイルスは、あなたの学生生活や就職活動にどのような影響を与えたと思いますか。

n = 1,117



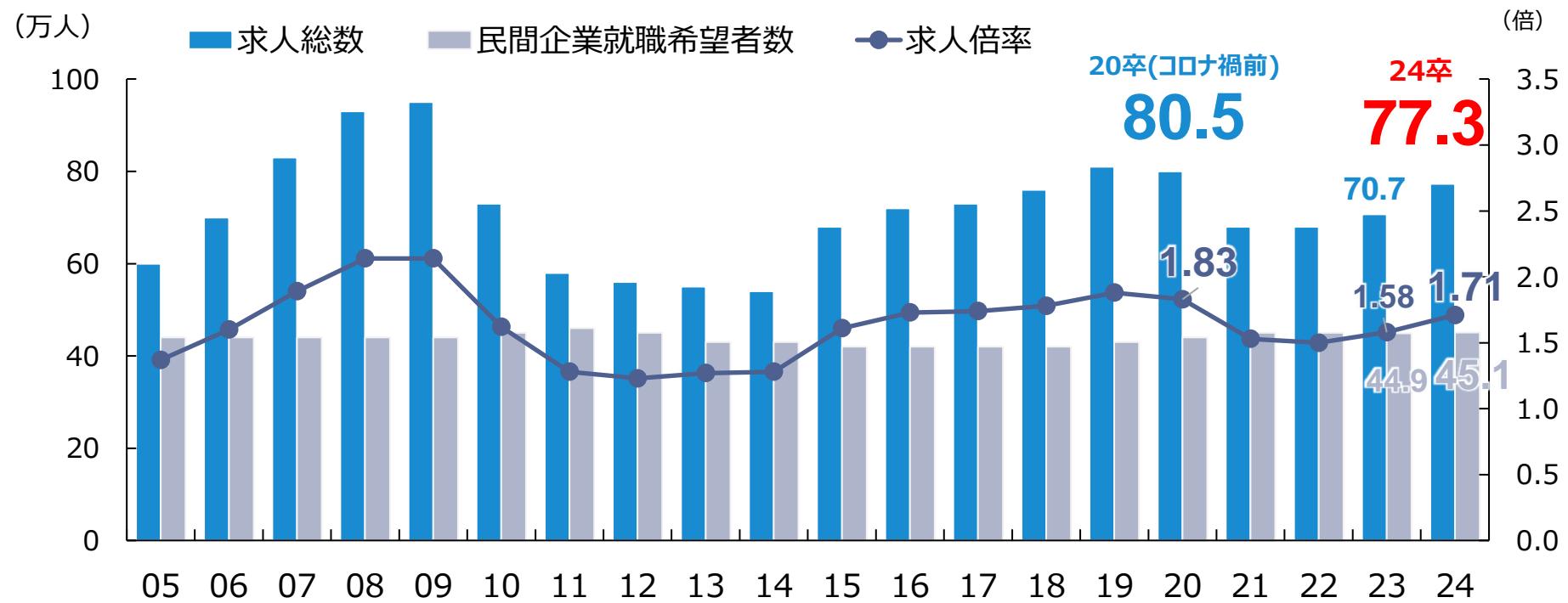
出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

民間企業への就職希望者数は45万人で平年並。

求人総数は**23卒から6.6万人増の77万人**となった結果、**求人倍率は0.13ポイント上昇**。

採用意欲は回復に向かっており、コロナ禍前の水準に近付いている。

求人総数および民間企業就職希望者数・求人倍率の推移



※20卒までおよび22卒以降の値は毎年3月の調査結果をもとにしており、21卒の値のみ2020年6月調査によるものとなっている。

出典：「大卒求人倍率調査（2024年卒）」リクルートワークス研究所

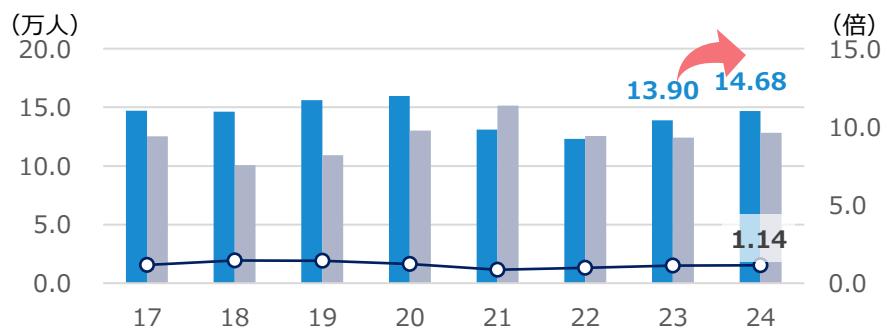
求人総数は23卒から全ての従業員規模で増加。特に300人未満の企業では伸び率+11.5%と大幅増。就職希望者数は21卒以降5000人以上企業で大幅増が続いているが、24卒では減少に転じた。

求人倍率の推移（従業員規模別）

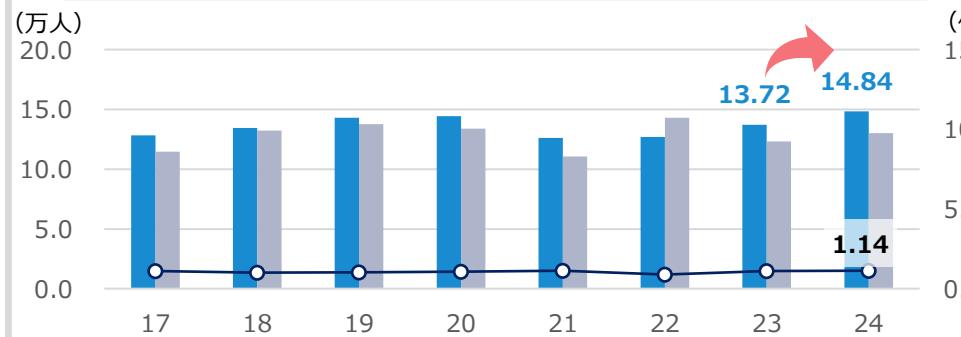
従業員300人未満



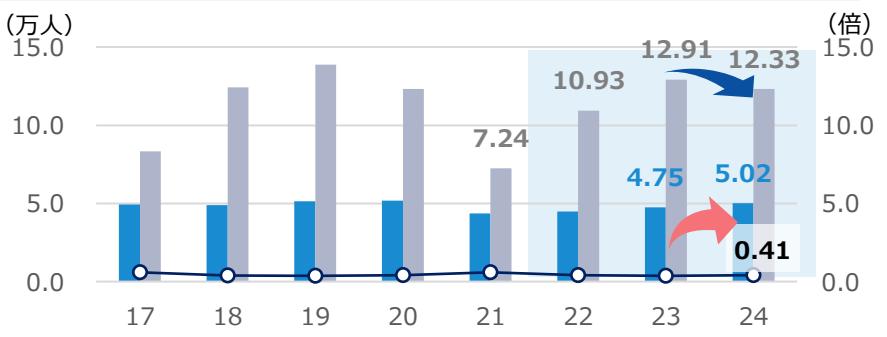
従業員300～999人未満



従業員1,000～4,999人未満



従業員5,000人以上



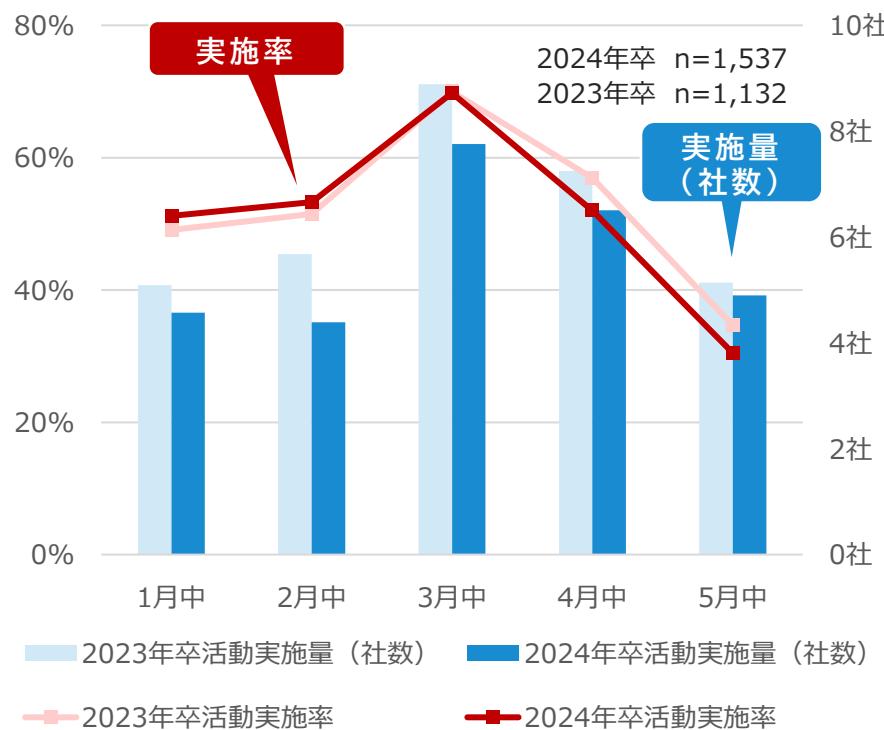
※20卒までおよび22卒以降の値は毎年3月の調査結果をもとにしており、21卒の学生の値は3月・企業の値は6月調査によるものとなっている。

出典：「大卒求人倍率調査（2024年卒）」リクルートワークス研究所

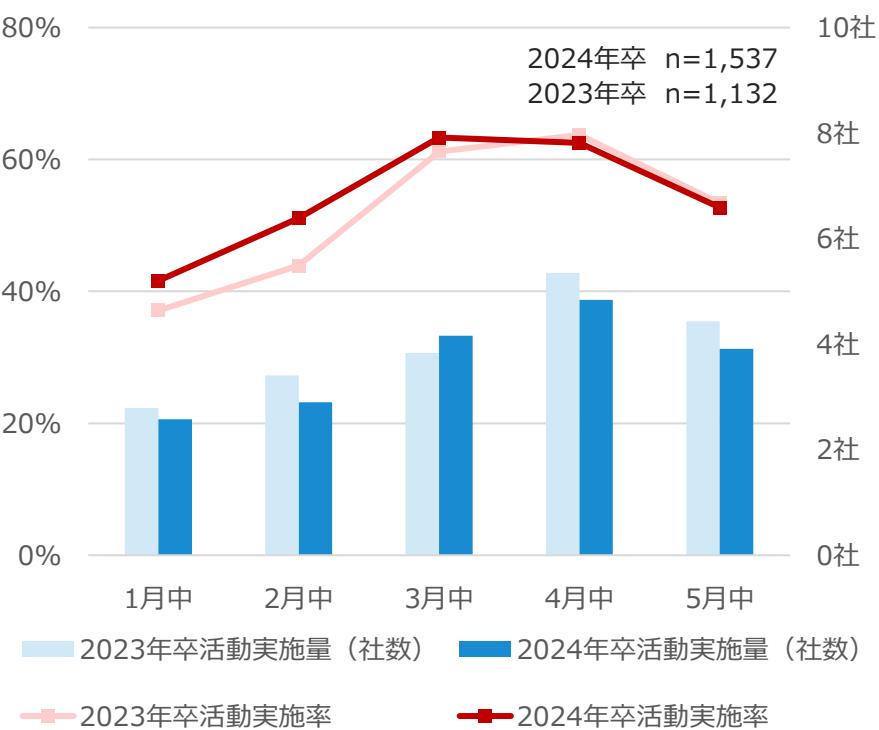


23卒と比べて、特に**1月・2月に「面接選考（最終面接含む）を受けた」の割合が増加している。**
実施量（社数）は減っており、選考を受ける企業を絞り込んでいる可能性がある。

エントリーシートなどの書類を提出した社数



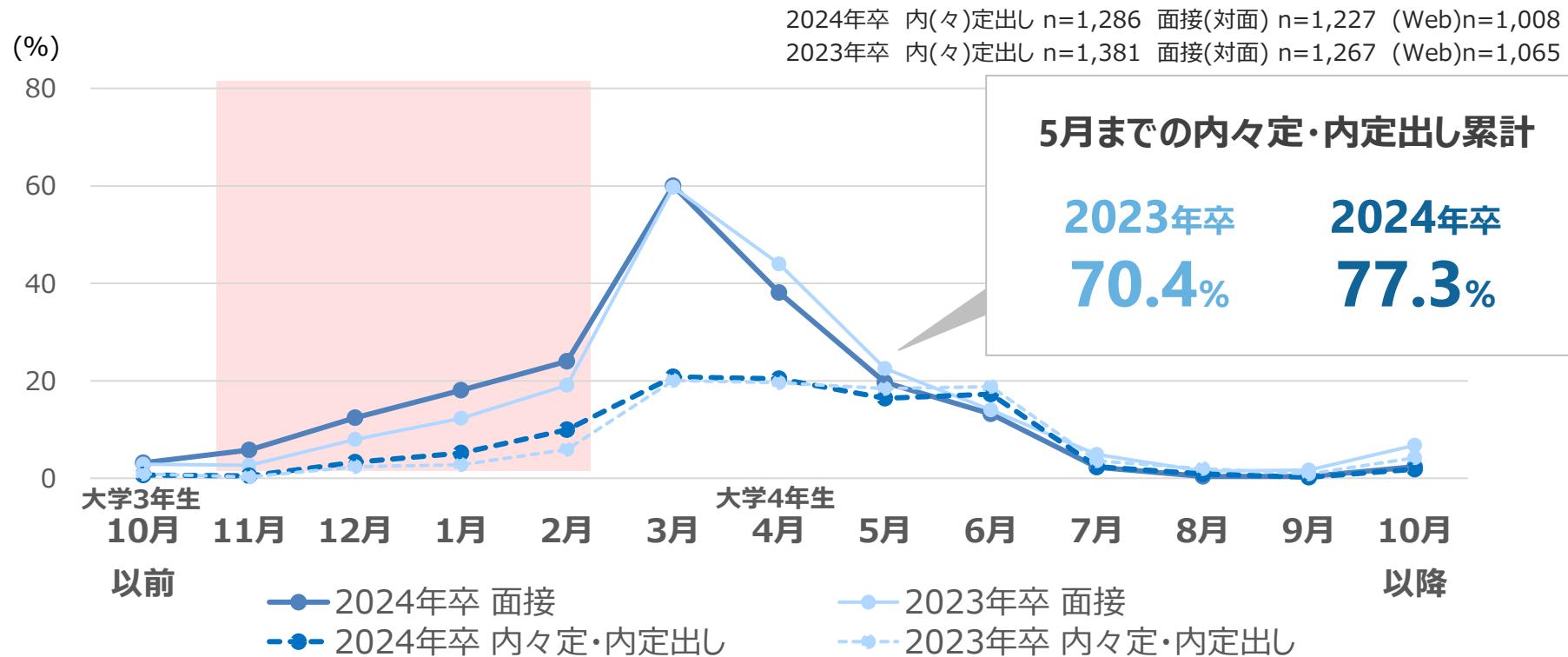
面接選考（最終面接含む）を受けた社数



出典：就職プロセス調査（2024年卒）「2023年6月1日時点 内定状況」就職みらい研究所

面接のピークは3月、内(々)定出しの時期は明確なピークがなく分散しているのが最近の傾向。
また、面接は11月～2月の割合が増加し、早期化の傾向が見てとれる。

面接・内(々)定出し開始予定月



※2022年12月～2023年1月時点の新卒採用実施または実施予定企業／実数回答

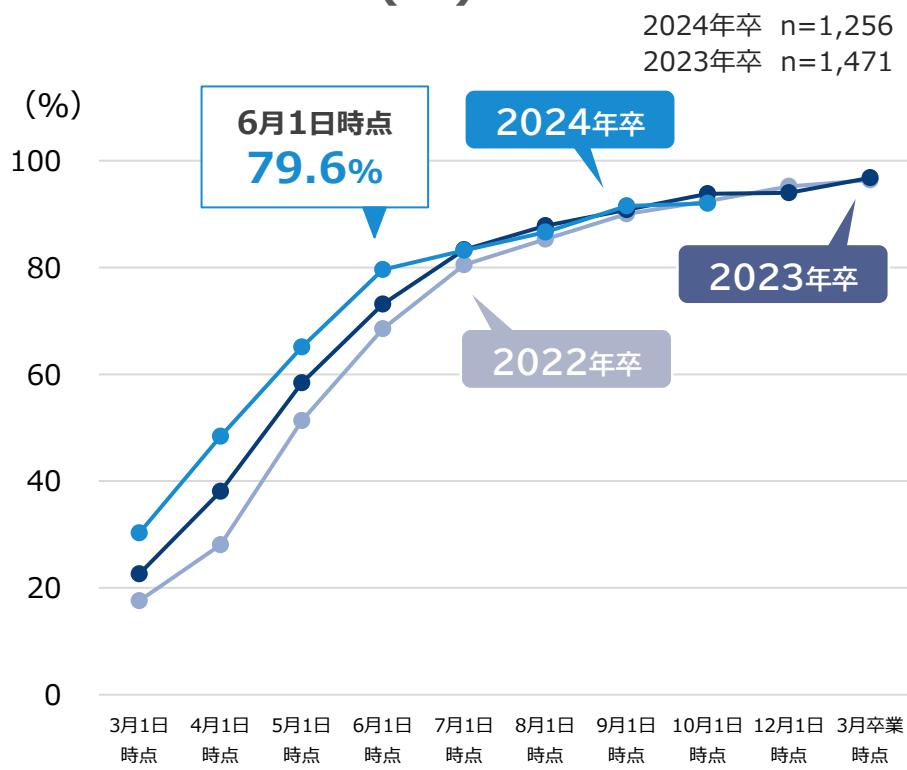
※面接は対面実施・Web実施の合計

出典：「就職白書2023」就職みらい研究所

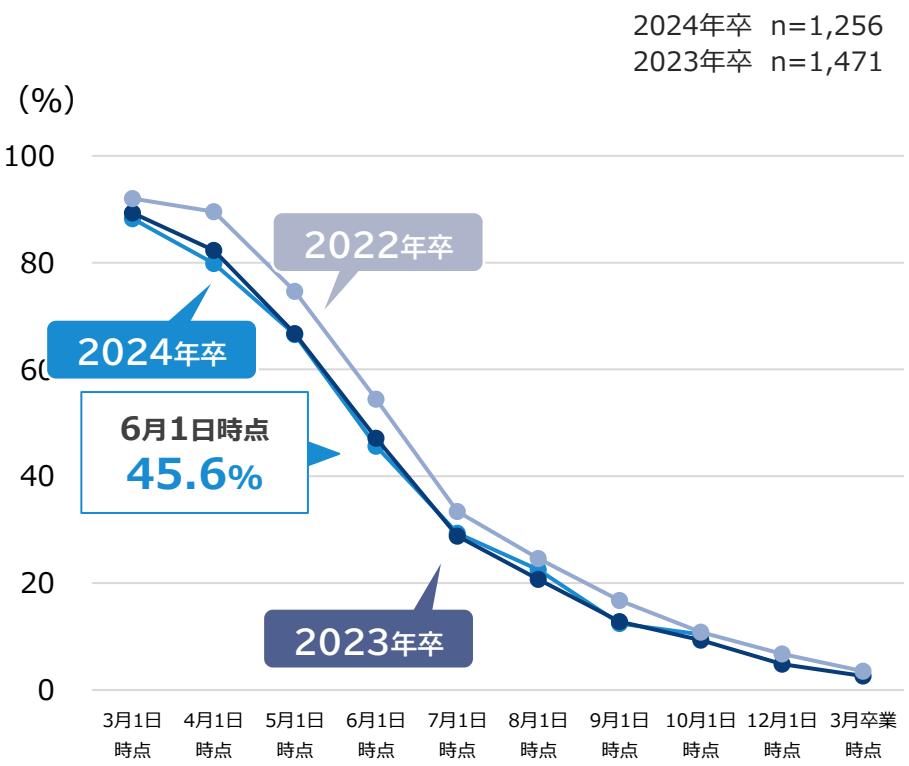


内(々)定率は22卒・23卒を上回るペースで推移。6月1日時点では79.6%が内(々)定を保有、就職活動を継続している人は45.6%と半数を下回っている。

学生の内(々)定率の推移



学生の就職活動実施率



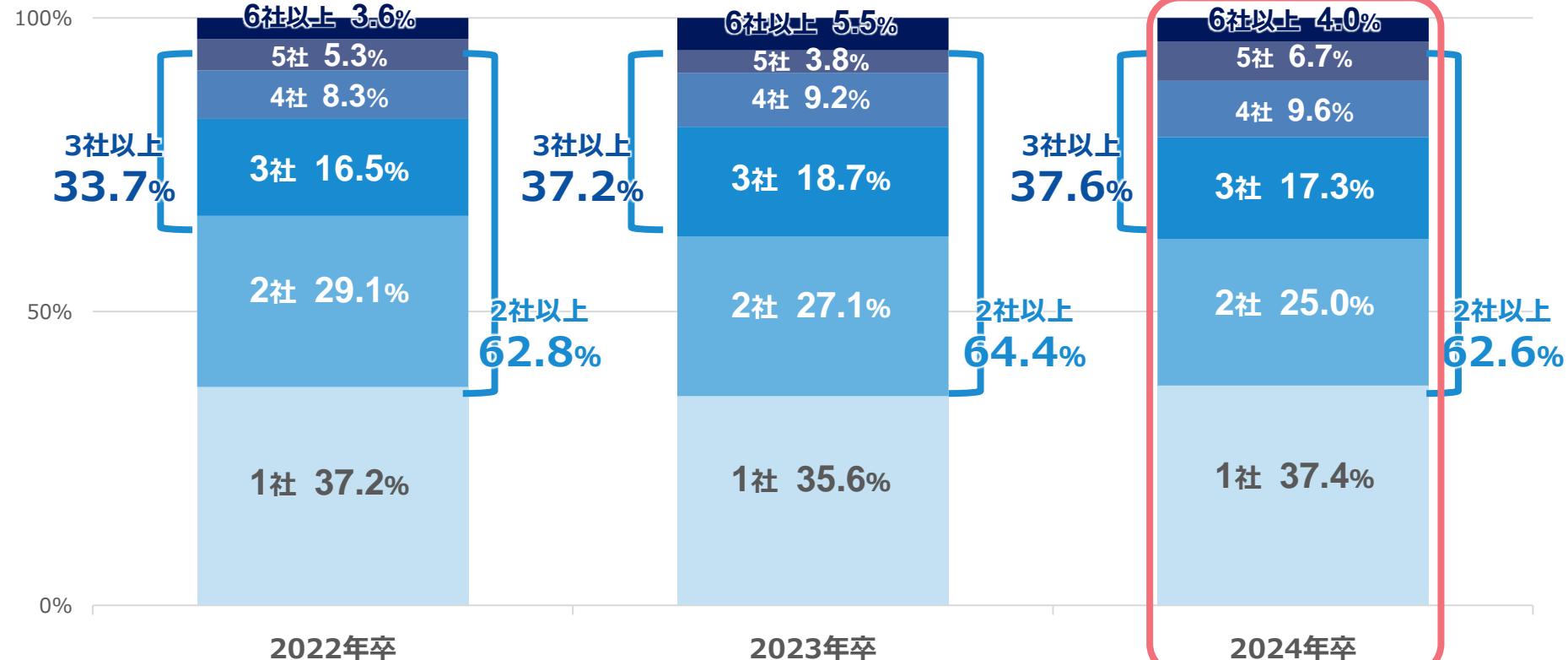
出典：就職プロセス調査（2024年卒）「2023年10月1日時点 内定状況」就職みらい研究所



2023年10月1日時点で2社以上から内(々)定を得ている大学生の割合は62.6%と
22卒・23卒並み。3社以上から内定を得ている人の割合は37.6%で23卒と同水準を維持。

内定取得企業数 大学生の内定取得者 (10/1時点の就職志望者) ※大学院生除く

n=1,256
(※内定保有数0社も含む)



出典：就職プロセス調査（2024年卒）「2023年10月1日時点 内定状況」就職みらい研究所

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは



23卒と比較すると、いずれのフェーズでも「WEBのみ経験あり」の比率が減少。インターンシップ・座談会・社員交流会は、参加のしやすさへの配慮のためか、対面・WEBどちらも経験ありが約半数。3次面接～最終面接では対面のみ経験比率が大きく増えており、お互いを見極める重要な局面においては対面での接点が重視されていることがわかる。

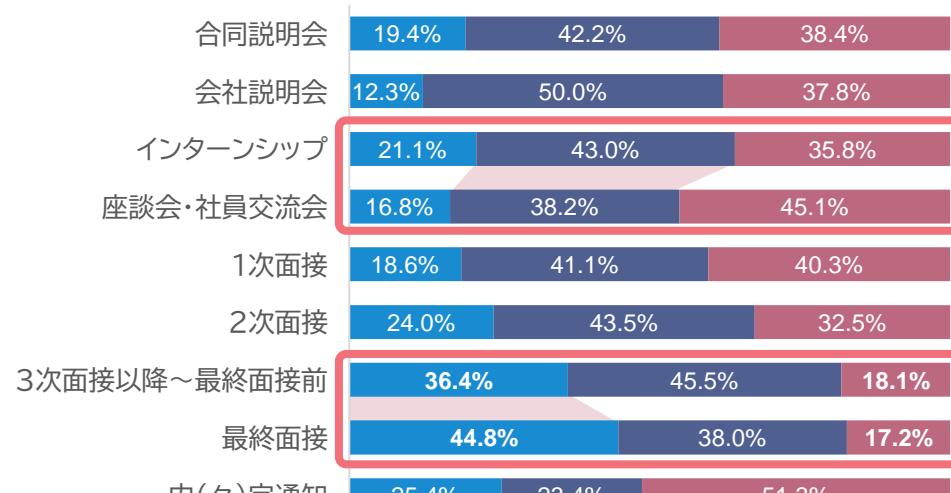
実際に経験した形態

Q 各フェーズで、あなたが実際に経験した実施形態をお答えください。(※「どちらも経験なし」の回答を除き集計)

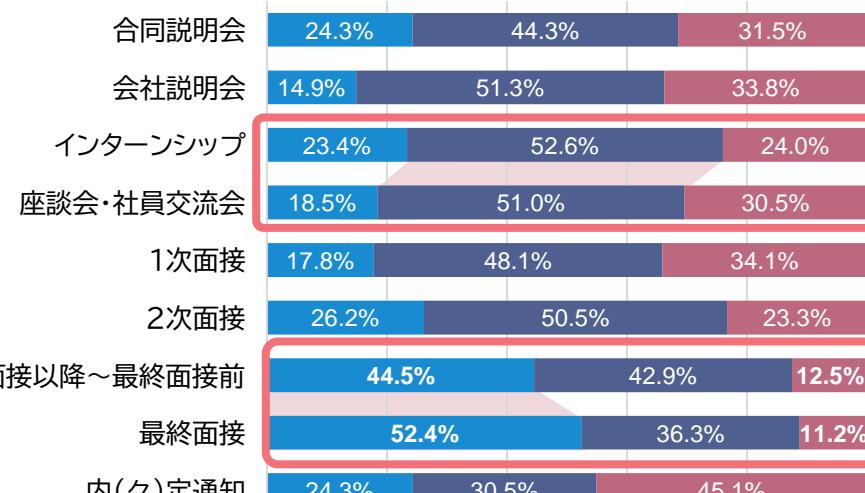
2024年卒 n=1,117

2023年卒 n=1,316

2023年卒



2024年卒



■ 対面のみ経験あり ■ どちらも経験あり ■ WEBのみ経験あり

出典：「2023年・2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

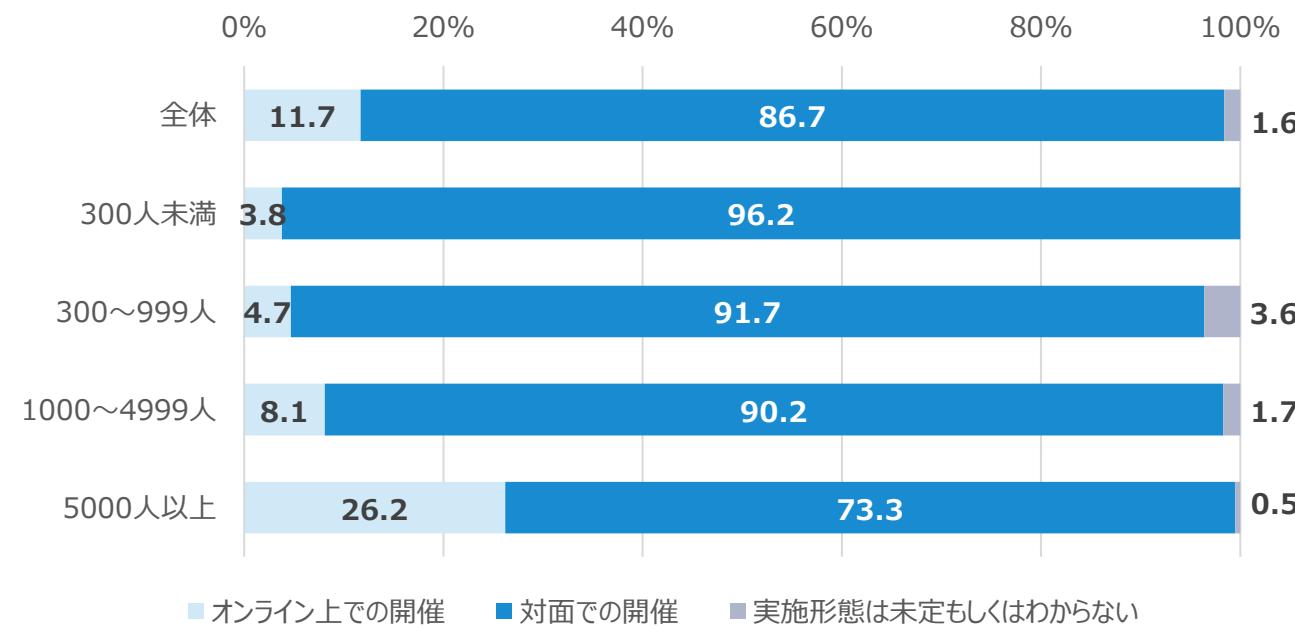


24卒の内定式は、**5000人以上規模の企業では7割強、5000人未満規模では9割前後**対面で実施された。内定辞退の防止と入社に向けた動機付けの意図があると考えられる。

実際に経験した形態

n=1,256
(※内定保有数0社も含む)

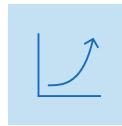
Q 内定式の実施形態 ※ 民間企業への就職確定者かつ内定式が開催される／されたと回答した大学生(大学院生除く)の回答



出典：就職プロセス調査（2024年卒）「2023年10月1日時点 内定状況」就職みらい研究所

まとめ | 採用活動・就職活動の傾向

企業の採用活動の傾向



- 民間企業の求人数は企業規模を問わず増加
- 求人総数は23卒から6.6万人増



- 優秀な人材確保に対する意欲は高く、23卒から選考の早期化傾向が更に進行
- 面接と内(々)定出しを11月～2月に行う企業が増加、ピークは3月



- コロナ禍での採用活動は5年目に入り、選考フェーズに応じた対面とオンラインの使い分けも定着

学生の就職活動の傾向



- 大手志向は23卒と比べやや弱まるも継続



- 企業の動向に呼応し、就職活動の早期化が加速



- 内(々)定を得ている学生の約63%が2社以上、約38%が3社以上の内定を取得

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは



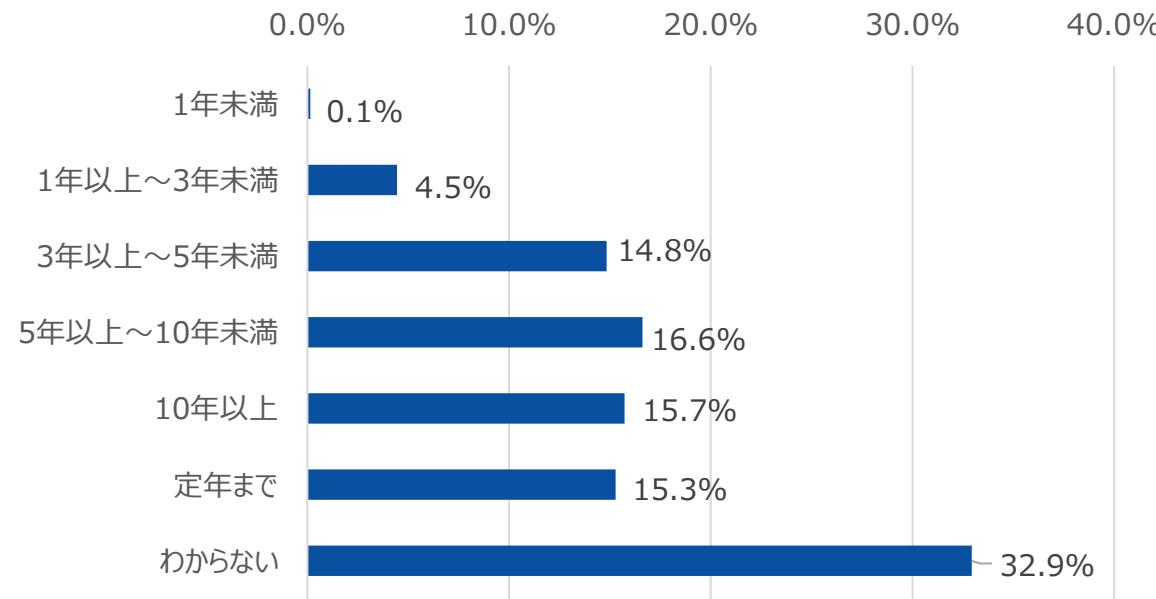
内定先企業への勤続意向は5年未満の合計が約20%、10年未満の合計が約36%。
「3～5年未満」「5～10年未満」「10年以上」「定年まで」はそれぞれ15%程度存在しており、
転職も視野に入れつつ、さまざまな考えを持った人がいることがわかる。

新卒で入社する企業への勤続意向

n=674

Q

あなたが働く予定の（もしくは働く可能性の最も高い）会社についてお伺いします。
その会社では何年ぐらい働くと思いますか。



出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

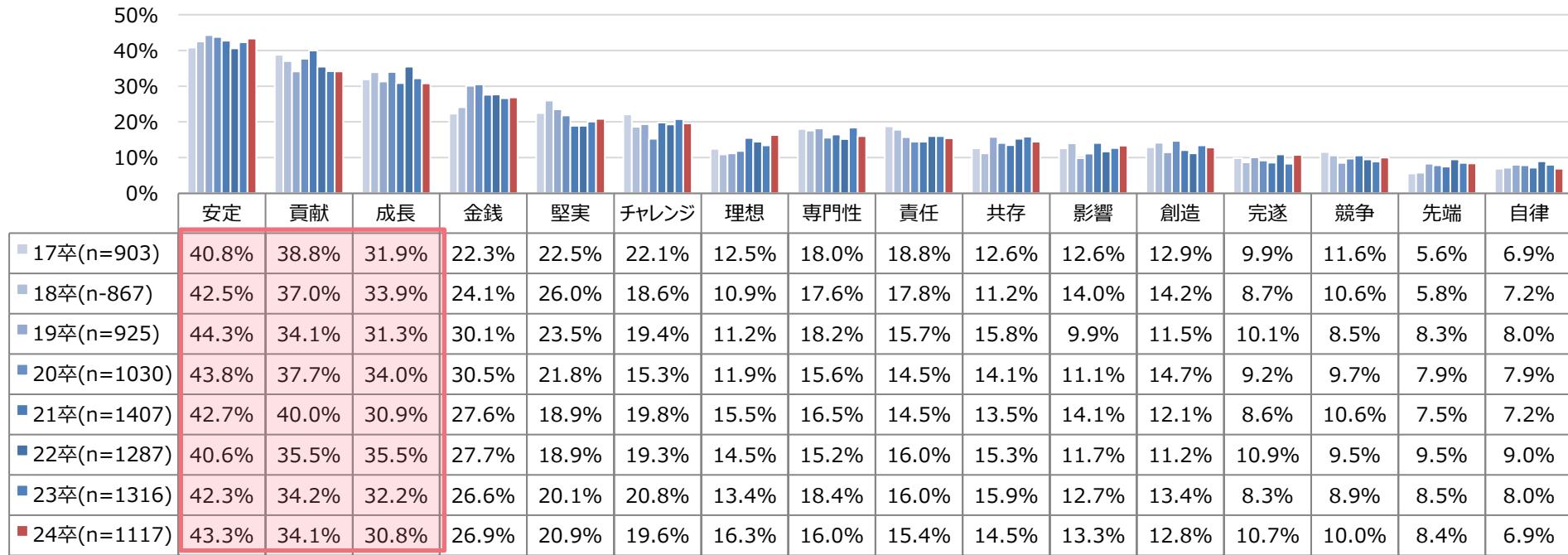


17年卒以来順位に大きな変化はなく、「安定」「貢献」「成長」がTOP3を維持。

仕事に求めること（上位3つまで選択・24卒の選択率降順）

Q あなたの「仕事に対する価値観（仕事にどのようなことを求めるか）」について、特に重要だと思うもの上から3つを選択してください。
 ※志望している、または入社予定の企業についてではなく、あなた自身の考えに近いものを回答してください。
 ※あてはまるものが無い場合でもお気持ちに近いものをお選びください。

※選択肢の詳細は次ページ



出典：「2017年～2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



| | |
|-------|---|
| 安定 | 安定している、バランスがある、守られる、保証がある、安心できる |
| 貢献 | 社会に貢献する、人に信頼される、人の役に立つ、人に感謝される、褒められる |
| 成長 | 成長し続ける、自分を鍛える、現状に甘んじない、自分を試す、吸収し続ける |
| 金銭 | お金を儲ける、経済的豊かさ、裕福な生活、高い報酬を得る、金銭的な評価 |
| チャレンジ | 困難に挑む、不可能に挑戦する、前人未到、果敢な、失敗を恐れない |
| 堅実 | 手堅く確実に、こつこつと、地道に、しっかりと、地に足をつける |
| 専門性 | 専門性を深める、道を究める、真実を追求する、第一人者、本質を掘り下げる |
| 責任 | 責任を果たす、誠実な対応、迷惑をかけない、信頼を裏切らない、期待に応える |
| 共存 | お互いを活かす、価値観を共有する、WIN-WIN、相互に支援する、コラボレーション |
| 理想 | 理想を追う、志を貫く、夢のある、ロマンのある、可能性を追求する |
| 創造 | 新たな価値を生み出す、新しいこと、新しいものを創る、変革する、イノベーター |
| 影響 | 周囲に影響を与える、人を動かす、世の中を動かす、影響力、インパクトが大きい |
| 競争 | 競争に勝つ、注目を浴びる、誰にも負けたくない、No.1になる、話題になる |
| 先端 | 新しいことに接する、新しさ、刺激を得る、トレンドに敏感、アンテナを張る |
| 完遂 | やり遂げる、結果が出るまでやる、あきらめない、粘り強く取り組む、やりきる |
| 自律 | 自分の意志で動く、自分の力でやる、人に頼らない、自分で考える、自分で決める |

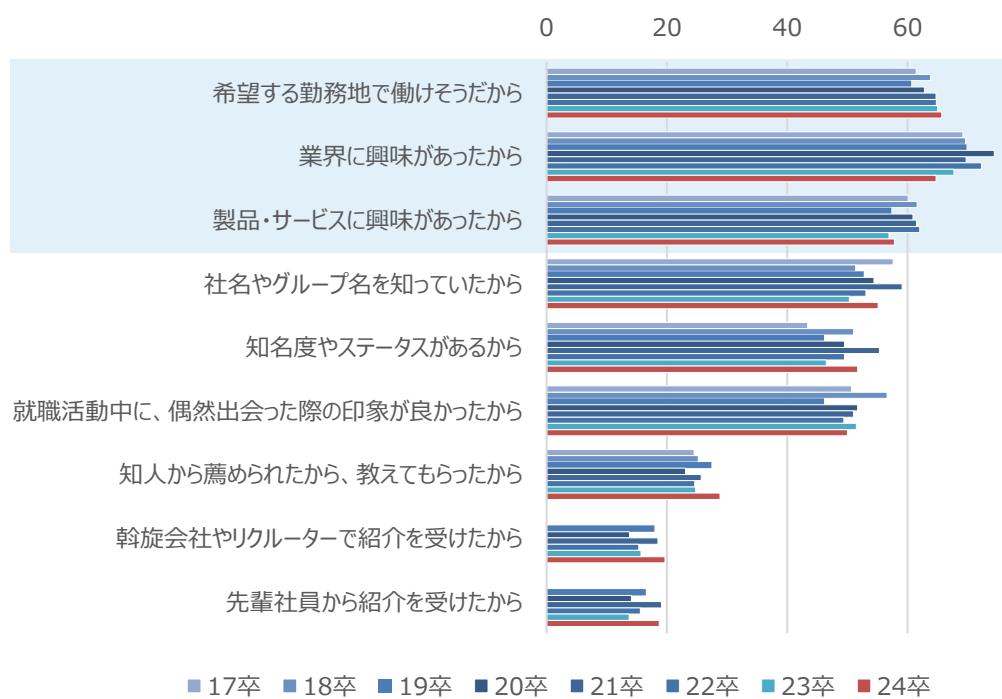


学生が企業に応募する動機は、**勤務地**、**業界**、**製品・サービス**に対する親近感。近年は**勤務地**の重視度が高くなっている。加えて**社名・グループ名**を知っていたも高くなっている。エントリーより前に経験するインターンシップ応募の際に参加可能な地域で企業を絞り込むことで、勤務地をより意識しやすくなっている可能性もある。

内(々)定企業に応募したきっかけ



その会社にエントリーするきっかけとなった事柄は何でしたか。各要素について、あてはまる度合いに最も近いものを1つずつ選んでください。
(「多少影響があった」「直接影響している」の合計)



| 項目 | 24卒 (n=674) | 23卒 (n=705) | 22卒 (n=753) | 21卒 (n=716) | 20卒 (n=567) | 19卒 (n=503) | 18卒 (n=453) | 17卒 (n=389) |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 希望する勤務地で働きそうだから | 65.7 | 65.0 | 64.8 | 64.7 | 62.8 | 60.6 | 63.8 | 61.4 |
| 業界に興味があったから | 64.7 | 67.7 | 72.3 | 69.7 | 74.4 | 69.8 | 69.6 | 69.2 |
| 製品・サービスに興味があったから | 57.8 | 56.9 | 62.0 | 61.5 | 60.9 | 57.3 | 61.6 | 60.1 |
| 社名やグループ名を知っていたから | 55.1 | 50.3 | 53.1 | 59.1 | 54.4 | 52.7 | 51.4 | 57.6 |
| 知名度やステータスがあるから | 51.7 | 46.5 | 49.5 | 55.3 | 49.5 | 46.1 | 51.0 | 43.4 |
| 就職活動中に、偶然出会った際の印象が良かったから | 50.0 | 51.5 | 49.4 | 51.0 | 51.7 | 46.1 | 56.6 | 50.7 |
| 知人から薦められたから、教えてもらったから | 28.8 | 24.8 | 24.6 | 25.7 | 23.1 | 27.4 | 25.2 | 24.5 |
| 斡旋会社やリクルーターで紹介を受けたから | 19.7 | 15.7 | 15.3 | 18.5 | 13.8 | 17.9 | - | - |
| 先輩社員から紹介を受けたから | 18.7 | 13.7 | 15.6 | 19.1 | 14.1 | 16.5 | - | - |

出典：「2017年～2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



学生の志望度に最も影響が大きい場面としては、「面接」とほぼ同水準で「インターンシップ」が1位に。

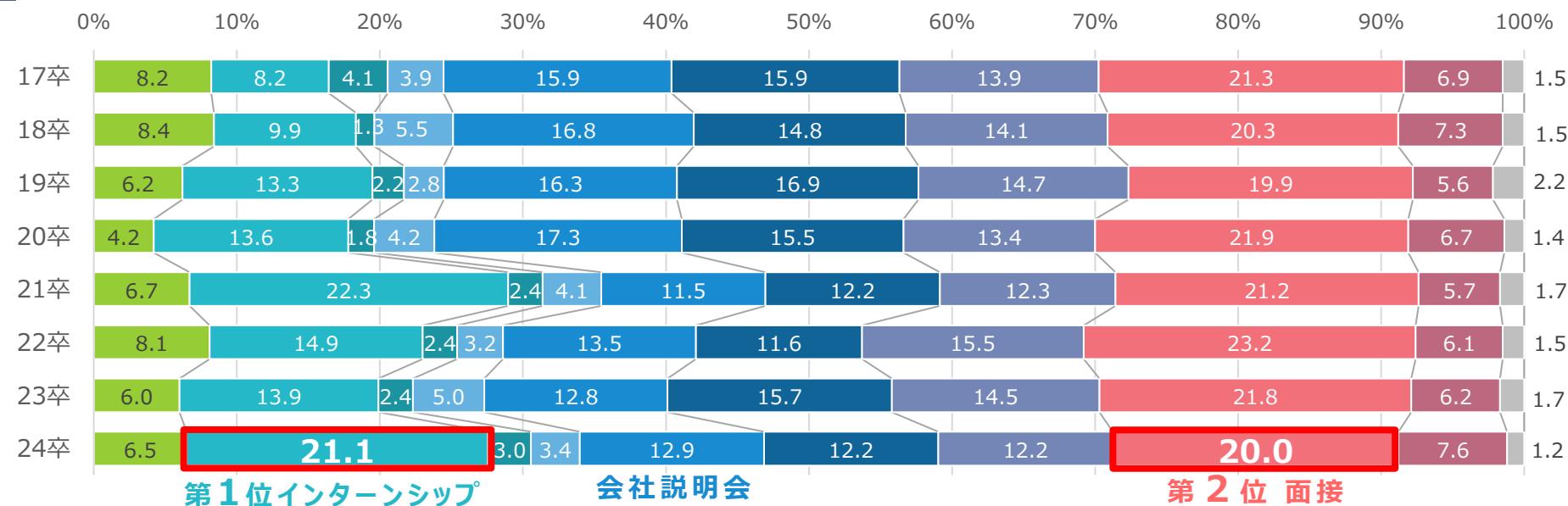
ここでもインターンシップが就職活動の一歩目として定着していることがうかがえる。

対して会社説明会は、対面からWEBでの実施の転換点となった21卒を境に選択率が減少している。

内(々)定企業への志望度が最も高まった場面

Q

あなたが働く予定の（もしくは働く可能性の最も高い）会社についてお伺いします。その会社のどの選考過程において、最も志望度が高まりましたか。あてはまるものを1つ選択してください



第1位 インターンシップ

会社説明会

第2位 面接

- 就職情報サイトや採用ホームページ
- 会社説明会
- 内(々)定通知

- インターンシップ
- 先輩社員との接触
- その他

- エントリー
- 採用担当者との接触

- 合同説明会
- 面接

(24卒 n=674 23卒 n=705 22卒 n=753 21卒 n=716 20卒 n=567 19卒 n=503 18卒 n=453 17卒 n=389)

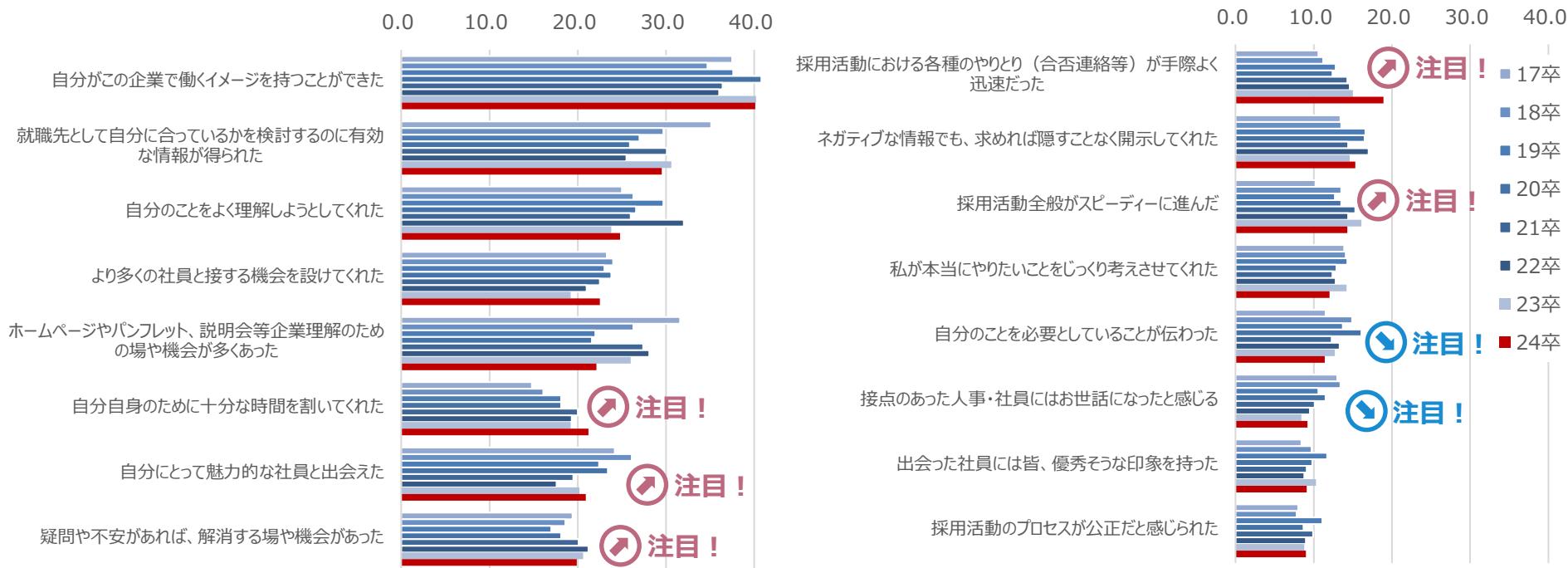
出典：「2017年～2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



1位は23卒に引き続き「自分がこの企業で働くイメージを持つことができた」。また、「やりとりが手際よく迅速」であることの選択率が上昇。一方「自分を必要としていることが伝わった」「人事・社員にお世話になったと感じる」の選択率は低下。選考が早く進むことは学生に「この企業は自分を求めている」と感じさせる一方、企業への思い入れや、十分に理解されているという感覚を持ちにくくさせている可能性もある。

就職活動中の志望度向上に特に影響が大きかったこと

Q 以下の事柄のうち、応募企業への志望度向上に特に影響が大きかったものを上位3つまでお答えください。
※あてはまるものがない場合でもお気持ちに近いものをお選びください。



出典：「2017年～2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

学生の志望度が高まる要因(数値)

(単位:%)

| 項目 | 24卒 (n=674) | 23卒 (n=705) | 22卒 (n=753) | 21卒 (n=716) | 20卒 (n=567) | 19卒 (n=503) | 18卒 (n=453) | 17卒 (n=389) |
|--------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 自分がこの企業で働くイメージを持つことができた | 40.1 | 40.2 | 36.0 | 36.4 | 40.8 | 37.6 | 34.7 | 37.5 |
| 就職先として自分に合っているかを検討するのに有効な情報が得られた | 29.5 | 30.6 | 25.5 | 30.1 | 25.9 | 27.0 | 29.7 | 35.1 |
| 自分のことをよく理解しようしてくれた | 24.8 | 23.8 | 32.0 | 26.0 | 26.6 | 29.7 | 26.3 | 25.0 |
| より多くの社員と接する機会を設けてくれた | 22.5 | 19.2 | 21.0 | 22.5 | 23.8 | 23.0 | 24.0 | 23.3 |
| ホームページやパンフレット、説明会等企業理解のための場や機会が多くあった | 22.1 | 26.0 | 28.1 | 27.4 | 21.6 | 22.0 | 26.3 | 31.6 |
| ➡自分自身のために十分な時間を割いてくれた | 21.2 | 19.2 | 19.3 | 20.0 | 18.1 | 18.1 | 16.1 | 14.8 |
| ➡自分にとって魅力的な社員と出会えた | 20.9 | 20.2 | 17.6 | 19.5 | 23.4 | 22.4 | 26.1 | 24.2 |
| ➡疑問や不安があれば、解消する場や機会があった | 19.9 | 20.6 | 21.2 | 20.1 | 18.1 | 17.0 | 18.6 | 19.4 |
| ➡採用活動における各種のやりとり（合否連絡等）が手際よく迅速だった | 18.9 | 15.0 | 14.6 | 14.3 | 12.4 | 12.8 | 11.2 | 10.6 |
| ネガティブな情報でも、求めれば隠すことなく開示してくれた | 15.3 | 14.6 | 17.0 | 14.4 | 16.5 | 16.6 | 13.5 | 13.4 |
| ➡採用活動全般がスピーディーに進んだ | 14.3 | 16.1 | 14.4 | 15.3 | 13.5 | 12.7 | 13.5 | 10.2 |
| 私が本当にやりたいことをじっくり考えさせてくれた | 12.0 | 14.2 | 12.8 | 12.4 | 12.9 | 14.3 | 14.1 | 13.9 |
| ➡自分のこと必要としていることが伝わった | 11.4 | 12.7 | 13.3 | 12.3 | 16.1 | 13.7 | 14.9 | 11.5 |
| ➡接点のあった人事・社員にはお世話になったと感じる | 9.2 | 8.4 | 9.5 | 10.1 | 11.5 | 10.6 | 13.4 | 13.0 |
| 出会った社員には皆、優秀そうな印象を持った | 9.1 | 10.3 | 8.8 | 9.1 | 9.8 | 11.7 | 9.7 | 8.4 |
| 採用活動のプロセスが公正だと感じられた | 9.0 | 8.8 | 9.0 | 9.9 | 8.7 | 11.1 | 7.8 | 8.0 |



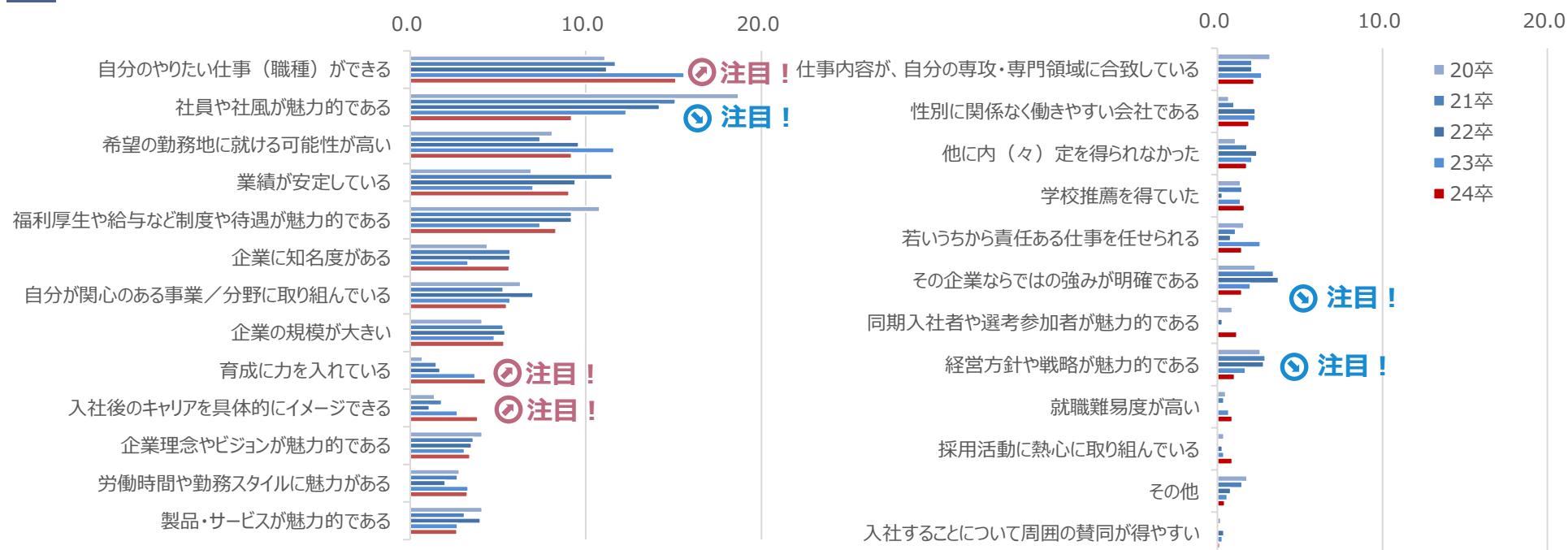
最終的な判断の際に最も重視されているのは、「やりたい仕事(職種)ができる」こと。

次点は「社員や社風が魅力的」だが、選択率は年々低下。意思決定要因としての重視度が下がっているとはいえ、依然として志望度への影響度は大きい。企業は、学生が企業とのあらゆる接点から企業のスタンス、社員や社風を感じ取っていることを理解する必要がある。

内定受諾の最終的な理由

Q

あなたが入社を決めた企業の内（々）定を承諾した理由」はどのようなことでしたか。以下のそれについて、あてはまると思うものを最大3つまで選択してください。また、なかでも最も重要だったものを1つ選んでください。（グラフはもっとも重要なものを）



出典：「2020年～2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

学生の内定受諾の最終的な決め手（数値）

(単位:%)

| 項目 | 24卒 (n=674) | 23卒 (n=705) | 22卒 (n=753) | 21卒 (n=716) | 20卒 (n=567) |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ① 自分のやりたい仕事（職種）ができる | 15.1 | 15.6 | 11.2 | 11.7 | 11.1 |
| ② 社員や社風が魅力的である | 9.2 | 12.3 | 14.2 | 15.1 | 18.7 |
| 希望の勤務地に就ける可能性が高い | 9.2 | 11.6 | 9.6 | 7.4 | 8.1 |
| 業績が安定している | 9.1 | 7 | 9.4 | 11.5 | 6.9 |
| 福利厚生や給与など制度や待遇が魅力的である | 8.3 | 7.4 | 9.2 | 9.2 | 10.8 |
| 企業に知名度がある | 5.6 | 3.3 | 5.7 | 5.7 | 4.4 |
| 自分が関心のある事業／分野に取り組んでいる | 5.5 | 5.7 | 7 | 5.3 | 6.3 |
| 企業の規模が大きい | 5.3 | 4.8 | 5.4 | 5.3 | 4.1 |
| ③ 育成に力を入れている | 4.3 | 3.7 | 1.7 | 1.5 | 0.7 |
| ④ 入社後のキャリアを具体的にイメージできる | 3.9 | 2.7 | 1.1 | 1.8 | 1.4 |
| 企業理念やビジョンが魅力的である | 3.4 | 3.1 | 3.5 | 3.6 | 4.1 |
| 労働時間や勤務スタイルに魅力がある | 3.3 | 3.3 | 2 | 2.7 | 2.8 |
| 製品・サービスが魅力的である | 2.7 | 2.7 | 4 | 3.1 | 4.1 |
| 仕事内容が、自分の専攻・専門領域に合致している | 2.2 | 2.7 | 2.1 | 2.1 | 3.2 |
| 性別に関係なく働きやすい会社である | 1.9 | 2.3 | 2.3 | 1 | 0.7 |
| 他に内（々）定を得られなかった | 1.8 | 2.1 | 2.4 | 1.8 | 1.1 |
| 学校推薦を得ていた | 1.6 | 1.4 | 0.3 | 1.5 | 1.4 |
| 若いうちから責任ある仕事を任せられる | 1.5 | 2.6 | 0.8 | 1.1 | 1.6 |
| ⑤ その企業ならではの強みが明確である | 1.5 | 2 | 3.7 | 3.4 | 2.3 |
| 同期入社者や選考参加者が魅力的である | 1.2 | 0.1 | 0.3 | 0.1 | 0.9 |
| ⑥ 経営方針や戦略が魅力的である | 1.0 | 1.7 | 2.8 | 2.9 | 2.6 |
| 就職難易度が高い | 0.9 | 0.7 | 0 | 0.4 | 0.5 |
| 採用活動に熱心に取り組んでいる | 0.9 | 0.4 | 0.3 | 0 | 0.4 |
| 入社することについて周囲の賛同が得やすい | 0.1 | 0.3 | 0.4 | 0.1 | 0.2 |
| その他 | 0.4 | 0.6 | 0.8 | 1.5 | 1.8 |



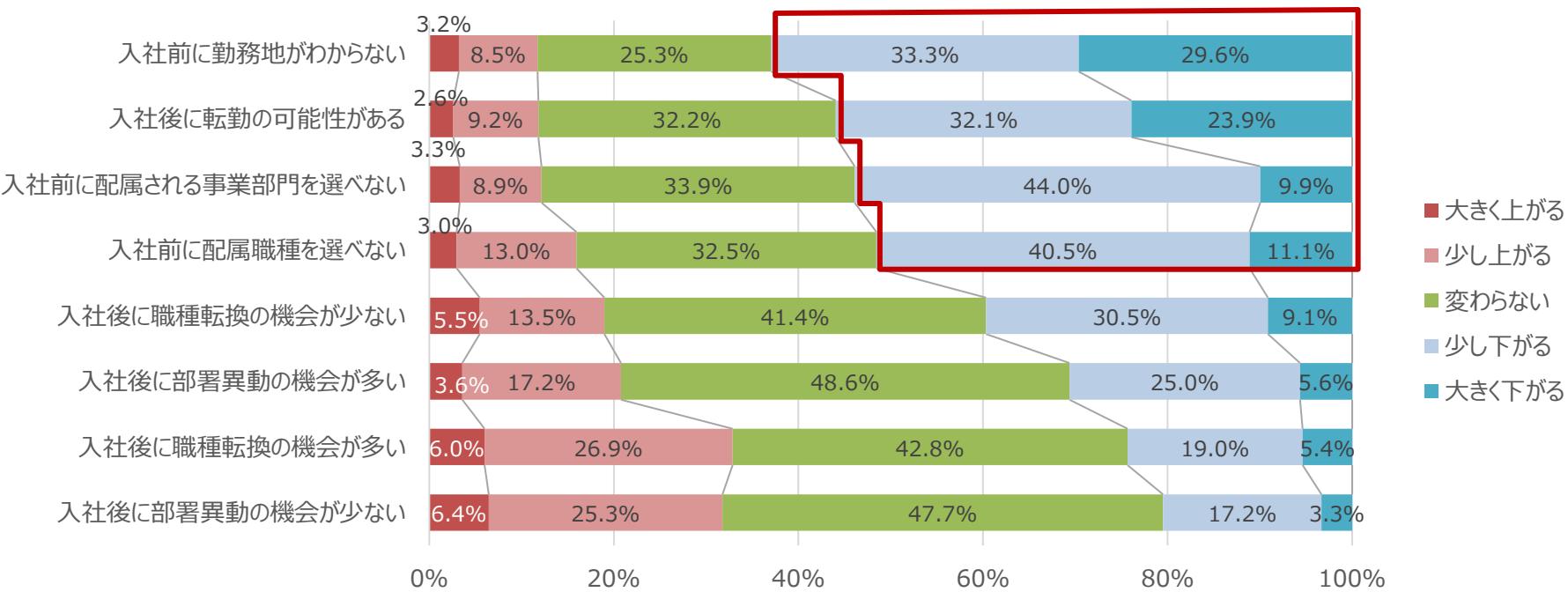
半数以上が、**入社前に配属職種・部門を選べないこと、勤務地がわからないこと、入社後に転勤があること**で入社意向が低下すると回答。対して、**入社後の部署異動や職種転換の多寡**の影響はそれほど大きくはない。**就職活動の段階で想像がつかない進路は避けたい、納得感のある選択をしたい**という心情が強くあらわれていると考えられる。

入社意向に影響する要素

Q

興味のある企業や求人が以下の各項目にあてはまる場合、入社意向にどれくらい影響があるかお答えください。

n = 1,117

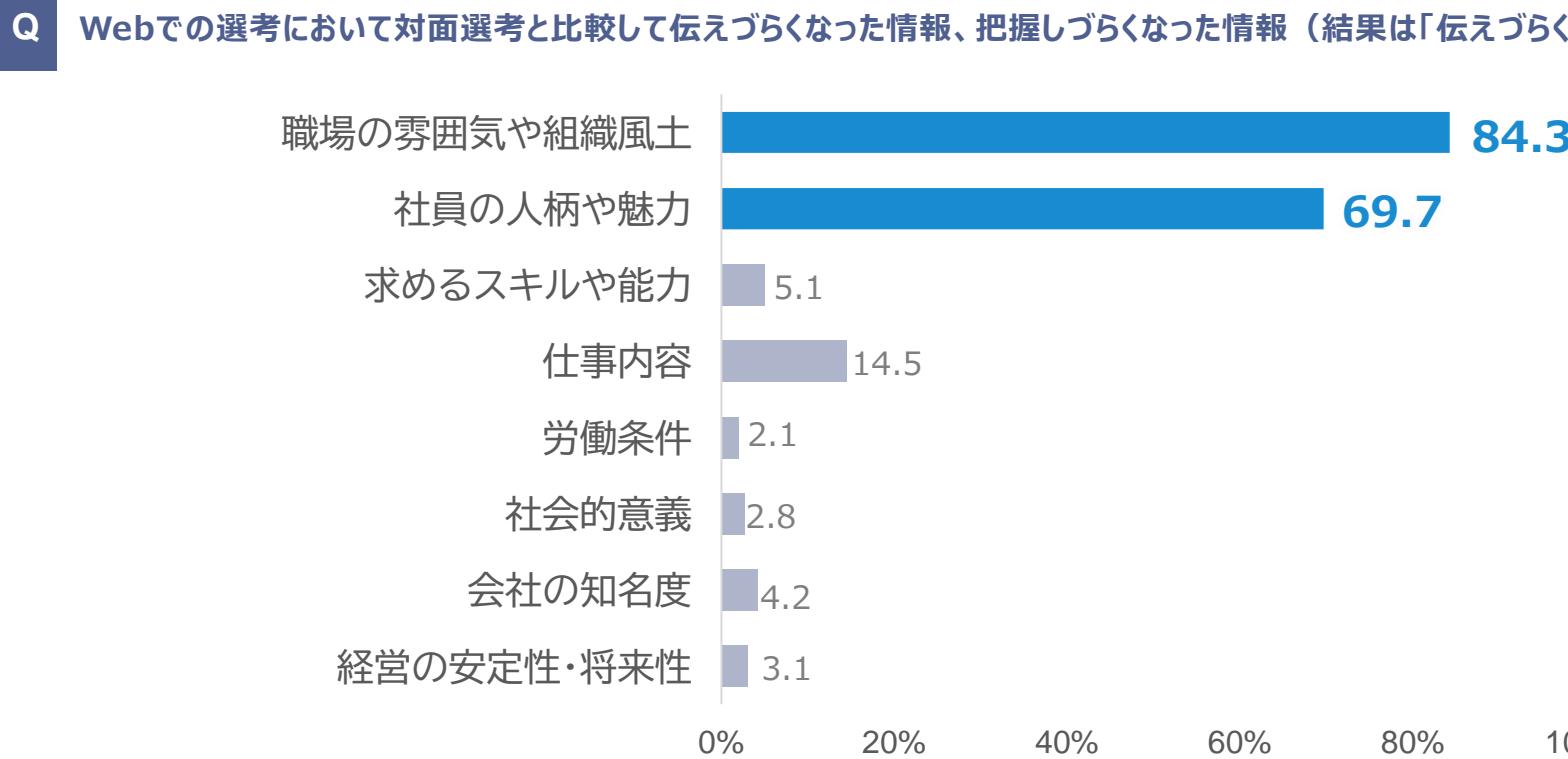


出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

志望度向上に対する「社員や社風の魅力」の影響力が弱まっている背景には、ここ数年で採用活動のWEB化が急激に進展した影響がある。実際、企業がWEBでの選考(面接)で伝えづらいと感じている情報として、「職場の雰囲気や組織風土」「社員の人柄や魅力」が上位に挙げられている。

WEB面接で伝えづらくなった情報

n = 1,103



出典：「就職白書2022」就職みらい研究所



意思決定要因として社員や社風の魅力の重視度が下がっているとはいえ、依然として**志望度への影響度は大きい**。企業は、**学生が企業とのあらゆる接点から企業のスタンス、社員や社風を感じ取っていることを理解する必要がある**。

✖ 不適切な行動・態度

- ▶ 他の志望企業を否定するような言い方された。
- ▶ 言葉遣いが雑で面接官からあまり清潔感を感じられなかった。

✖ 社員とのやりとりから”ネガティブな”企業風土・文化が垣間見える

- ▶ 社員が疲れた顔でため息をついており、仕事が楽しくなさそうだと感じた。
- ▶ 終始形式的で機械のような面接をされた。

✖ “断片的・あいまいな”質問回答

- ▶ 質問に対する答えがあいまいで、何かを隠しているようで信頼度が下がった。
- ▶ 入社後の不安について質問したところ、その解決策や対処方法を濁されてしまった。

✖ 学生を下に見ている・尊重されていないと感じる

- ▶ 自分の回答に対して、鼻で笑うなど馬鹿にしたような態度をとられた。
- ▶ 威圧的な態度で、性別や出身地、大学名などの決めつけがあった。

出典：「2024年新卒採用大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



○ 自分を理解しようとしてくれる

- ▶ 自分の話に興味をもって聞いてくれた。
- ▶ 相槌をうちながら、自分の経験について具体的な質問をしてくれた。
- ▶ 事前に提出した書類を見て、気になったところを聞いてくれ、自分のコメントに対して反応したり質問したりしてくれた。

○ 社員とのやりとりから“ありのままの”企業風土・文化が垣間見える

- ▶ 本音で会社の良いところも悪いところも話してくれた。
- ▶ 実際の残業時間や働いている上の不満も率直に話してくれた。

○ “具体的に”情報提供してくれる

- ▶ 仕事のやりがいや働き方について質問した際に、具体的なエピソードを混じえて回答してくれた。

○ 学生に寄り添うスタンスがある

- ▶ 質問しやすい穏やかな雰囲気を作ってくれた。
- ▶ 就活の状況やその中で困っていること悩んでいることを親身になって聞いてくれた。
- ▶ 緊張で頭が真っ白になり、言いたいことを忘れてしまったときに、励ましながら、待っていてくれた。

出典：「2024年新卒採用大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

ここまでまとめ

01 | 企業の採用活動の傾向

- ▶ 民間企業の求人総数は23卒から6.6万人増
- ▶ 優秀な人材確保に対する意欲は高く、23卒から選考の早期化傾向が更に進行。面接と内(々)定出しあともに11月ごろから加速、ピークは3月
- ▶ コロナ禍での採用活動は5年目に入り、選考フェーズに応じた対面とオンラインの使い分けも定着

02 | 学生の就職活動の傾向

- ▶ 大手志向は23卒と比べやや弱まるも継続
- ▶ 企業の動向に呼応し、就職活動の早期化が加速
- ▶ 内(々)定を得ている学生の約63%が2社以上、約38%が3社以上の内定を取得

03 | 学生の志向・価値観の変化とその影響

- ▶ 「安定」に対する志向が強い。仕事内容が具体的にイメージできること、不確実性の高い選択を避け、納得感をもって選択することを重視する
- ▶ コロナ禍を機に非対面での情報提供が増加し社風が伝わりにくくなっここと、職種や勤務地を確認する企業が出てきたことから、入社の最終的な決め手は社風・人から仕事内容・勤務地にシフト
- ▶ 採用をめぐるコミュニケーションの中で、「自分にとって有用な情報が得られるか」「自分を大事にしてくれているか」を敏感に感じ取っている。一方で、「自分が必要とされている」という感覚は持ちにくくなっている

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは



学生の意識

- 安定を求める気持ちが強く、**現在のライフスタイルを維持できる働き方**を希望
- 個の尊重×選択肢に溢れる社会で育ったため、**自分に合わない条件や自分で選択できないこと（配属ガチャ等）に不安**を感じる
- 転職に関する情報の流通が増え、**新卒の就職活動時点から転職が選択肢に入っている**

企業と一緒に
キャリアをつくっていく



自分に合う条件の企業を
自分で選ぶ

ファーストキャリアとして **納得できる企業選び**

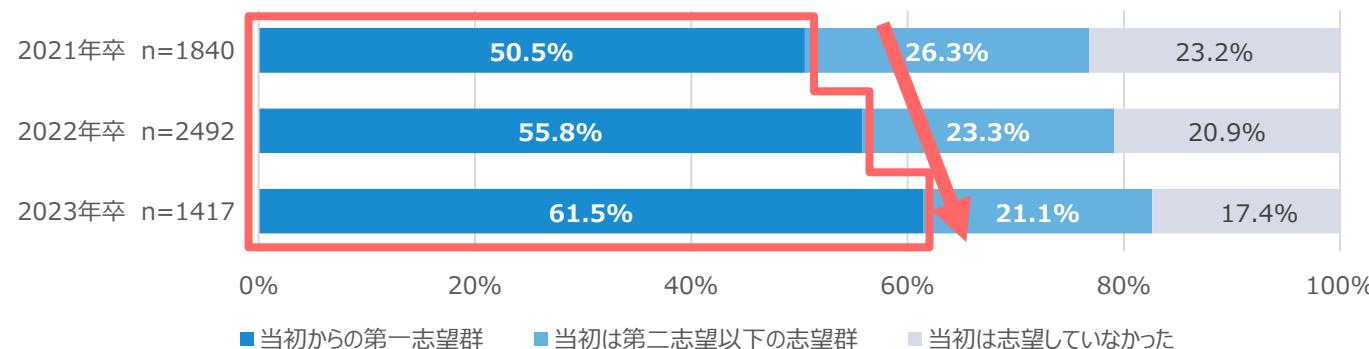


第一志望群の企業に入社予定の学生の割合は増加。売り手市場の加速化の影響に加え、就職活動の早期化により、方向性が定まる前に活動を開始することで、当初の第一志望群の幅が広くなっている可能性も考えられる。

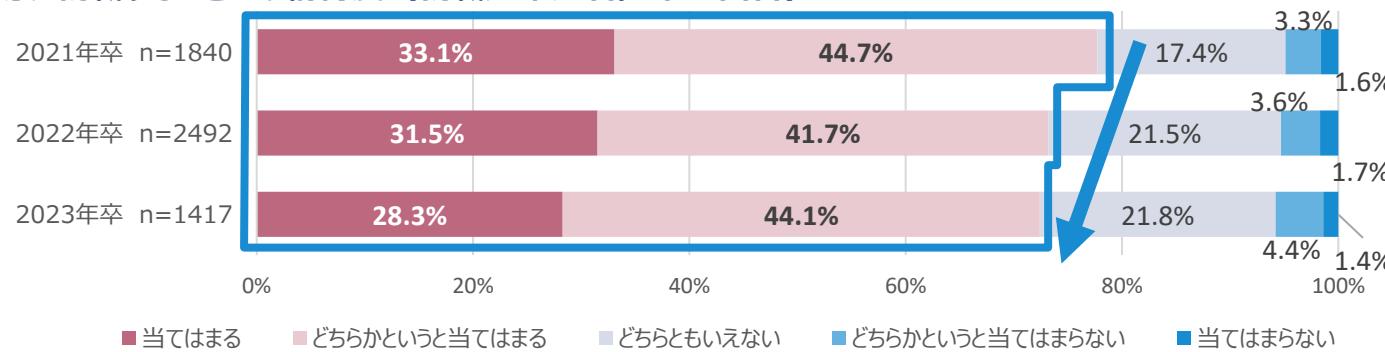
一方で、入社予定企業等に就職することに納得している学生は約7割いるものの、**経年では微減傾向。**

入社予定企業等への志望度と納得度

Q 入社予定企業等への就職活動開始当初の志望度（就職先確定者／単一回答）



Q 入社予定企業等に就職することへの納得度（就職先確定者／単一回答）



出典：「就職白書2023」就職みらい研究所

就活における「蛙化現象」の背景には、**内定をきっかけとした不安（納得できていない状態）**がある。

内定前(面接時等)



内定前後の 「蛙化現象」

内定をきっかけに
学生のモチベーションが
急激に下がる
(ように見える) 現象

内定後



内定後は、納得できる最終的決定（1社に決めるここと）に向けて、「本当にこの会社に決めて良いのか」という不安が生まれる。

不確定要素や条件への不安

第一志望群ではあるんだけど、配属がわからなくて不安。福利厚生は他社の方が良さそうだし…。

他の内定者の雰囲気が自分と合わなそう…
○○事業部への配属はきついって噂、本当かな…。

内定後に得た情報への不安

軸が不明確なことによる不安

何となく良いと思っていたけど、本当にこの会社に決めていいんだろうか…もっと条件の良い会社があるのでは…。

なぜ自分が選ばれたのか、どこが評価されたのかわからなくて不安…。
自分は本当にやっていけるだろうか…。

企業からの評価に対する不安



前提としての「最終的決定の難しさ」

- ① その決定が良かったのか悪かったのかは入社して働いてみないとわからない
- ② 1社に決める=他のすべての選択肢を捨てることであり、「損失回避」の思考が働く
- ③ 企業の悪い口コミや他の就活生の情報にもアクセスしやすくなっている、不安になりやすい

入社前後の「蛙化現象」の背景にも、「できるだけ自分に合う条件の会社を選びたい」という志向から生まれる不満や不安がある。

入社前(面接時等)

入社前後の 「蛙化現象」

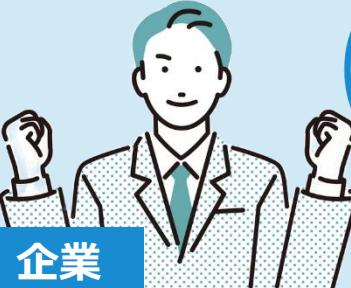
入社後

御社は第一
志望群です！



学生

入社をきっかけに
学生のモチベーションが
急激に下がる
(ように見える) 現象



企業

志望度は高そう
だ！ぜひ入社して
もらいたい！



転職を考
えて
います…



新入社員



企業

入社したばか
りなのに…

内定後の不安をそのままにしてしまうと、入社企業におけるやりたいこと・ありたい姿が明確にならず、**入社後も「何となく今よりもっと…」という不満や不安につながる。**

配属や仕事内容への不満

希望とは違う配属になってしまった…
何となく自分のやりたいことと違う気がする…。

職場の雰囲気が想像していたものと違う…。

職場や会社の風土への不満

人間関係への不満

何となく上司と気が合わない…
もっとこういう上司だったら良かったのに…。

もっと条件の良い会社や、自分に合う会社があったんじゃないかな…。

新入社員

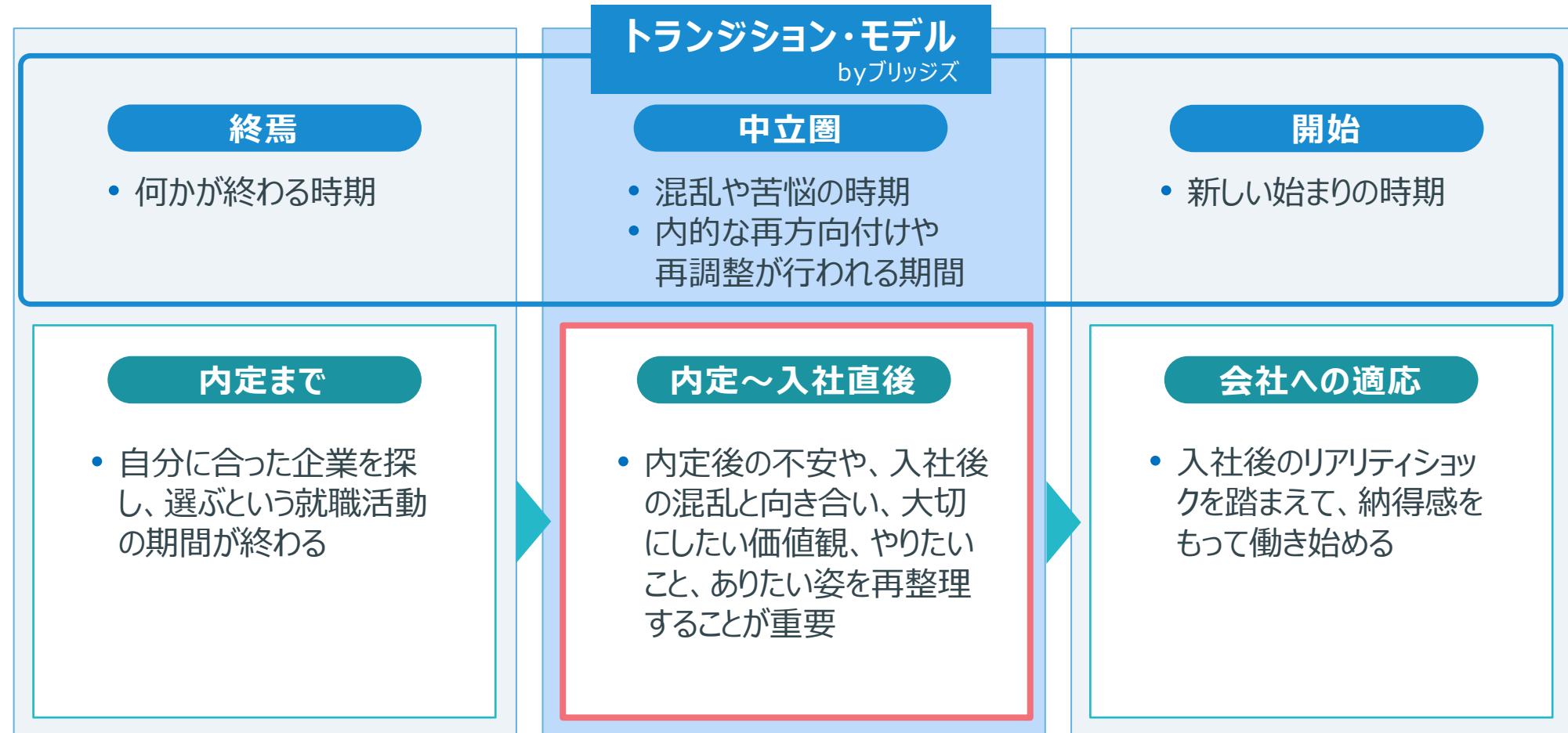
自分の選択に対する不安

前提としての「リアリティショック」

入社してみるとわからないことや、想定していたこととのギャップは少なからず存在する

「内定～入社直後」の期間は、 ウィリアム・ブリッジズの“トランジション・モデル”における「中立圏」の期間と捉えることができる。

この期間に不安やモヤモヤを解消し、やりたいこと・ありたい姿を明確にすることが重要。



ウィリアム・ブリッジズのトランジションモデルをもとにリクルートマネジメントソリューションズ作成

Chapter1

採用活動・就職活動の動向

Chapter2

採用活動・就職活動のハイブリッド化と就職先の決め手

Chapter3

学生の志向・価値観の変化

Chapter4

採用コミュニケーションをめぐる新たな問題

Chapter5

これからの採用コミュニケーションとは

「本当にこの会社に決めて良いのか」という不安は自然なこと。

不安をきっかけに、学生は企業理解や自己理解を深めること、

企業は学生の不安の状態を把握し、内定後も含めてフォローすることが重要



学生

- ✓ 不安をきっかけに、企業理解や自己理解を深める
- ✓ 不安やモヤモヤをそのままにせず、やりたいこと・ありたい姿を明確にする



企業

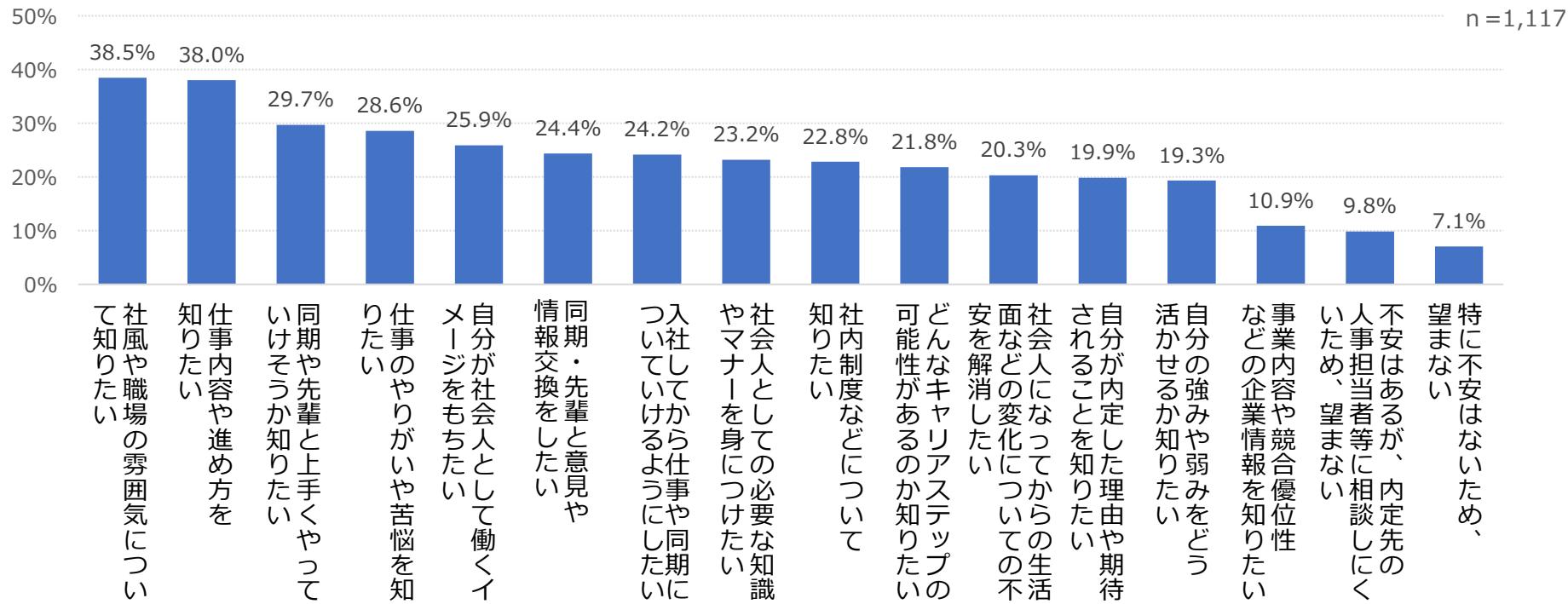
- ✓ 対話を通じて、学生の企業理解や自己理解を促す
- ✓ 学生の不安の状態を把握し、フォローする



「社風や職場の雰囲気」「仕事内容や進め方」「同期や先輩と上手くやっていけそうか」といったことを知りたいとの理由から、**学生は内定後も入社予定企業との接点を望んでいる。**回答率にはばらつきがあり、接点を望む理由は学生によって様々。

入社予定企業との接点を望む理由

Q 入社予定の企業との接点（内定者の懇親会、研修、面談等）を望みますか。その理由についてあてはまるものすべて教えてください。



出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

「不確定要素や条件への不安」への対応のポイント

＜学生＞なぜその条件を重視するのか整理する

＜企業＞学生が重視する条件を把握し、ネガティブな内容も含めて情報提供する

不確定要素や条件への不安

第一志望群ではあるんだけど、配属がわからなくて不安。福利厚生は他社の方が良さそうだし…。

学生

対応策

＜学生＞

- やりたいこと・ありたい姿をもとになぜその条件を重視するのか整理する
- 表面的な条件だけでなく、企業風土や仕事の進め方などの具体的な情報をもとに、そこで働く自分をイメージする

＜企業＞

- 学生が重視している条件を把握し、そのことが入社後にどのように影響しそうかを話し合う
- ネガティブな情報も含めた現実主義的な情報開示（RJP：リアリスティック・ジョブ・プレビュー）を行う

「軸が不明確なことによる不安」への対応のポイント

＜学生＞やりたいこと・ありたい姿・働く上で大切にしたいことを明確にする

＜企業＞対話を通じて学生の自己理解を促進し、自社との合致点を伝える

軸が不明確なことによる不安

何となく良いと思っていたけど、本当にこの会社に決めていいんだろうか…もっと条件の良い会社があるのでは…。



学生

対応策

＜学生＞

- やりたいこと・ありたい姿を再確認し、働く上で大切にしたいことを明確にする
- やりたいこと・ありたい姿に照らして、その企業のどこに不安を感じるのかを明確にする

＜企業＞

- 対話を通じて、学生の強みや価値観・志向を引き出し、フィードバックする
- それらを踏まえ、自社との合致点、活躍イメージを具体的に伝える

「内定後に得た情報への不安」への対応のポイント

＜学生＞断片的な情報で判断していないか振り返り、追加で情報収集する

＜企業＞学生が不安を感じた点を把握し、追加で情報提供する

内定後に得た情報への不安

他の内定者の雰囲気が自分と
合わなそう…。
〇〇事業部への配属はきついっ
て噂、本当かな…。



学生

対応策

＜学生＞

- ・ 断片的な情報で判断していないか振り返る
- ・ 不安を感じている点を明確にし、必要に応じて追加で情報収集を行う

＜企業＞

- ・ 学生が不安に感じている点、重視している条件を把握し、そのことが入社後にどのように影響しそうかを話し合う
- ・ ネガティブな情報も含めた現実主義的な情報開示（RJP）を行う

「企業からの評価に対する不安」への対応のポイント

＜学生＞自分の強みや持ち味を再確認し、企業との合致点を振り返る

＜企業＞対話を通じて把握した学生の強みと自社との合致点を伝える

企業からの評価に対する不安

なぜ自分が選ばれたのか、どこが
評価されたのかわからなくて不安…。
自分は本当にやっていけるだろうか…。



学生

対応策

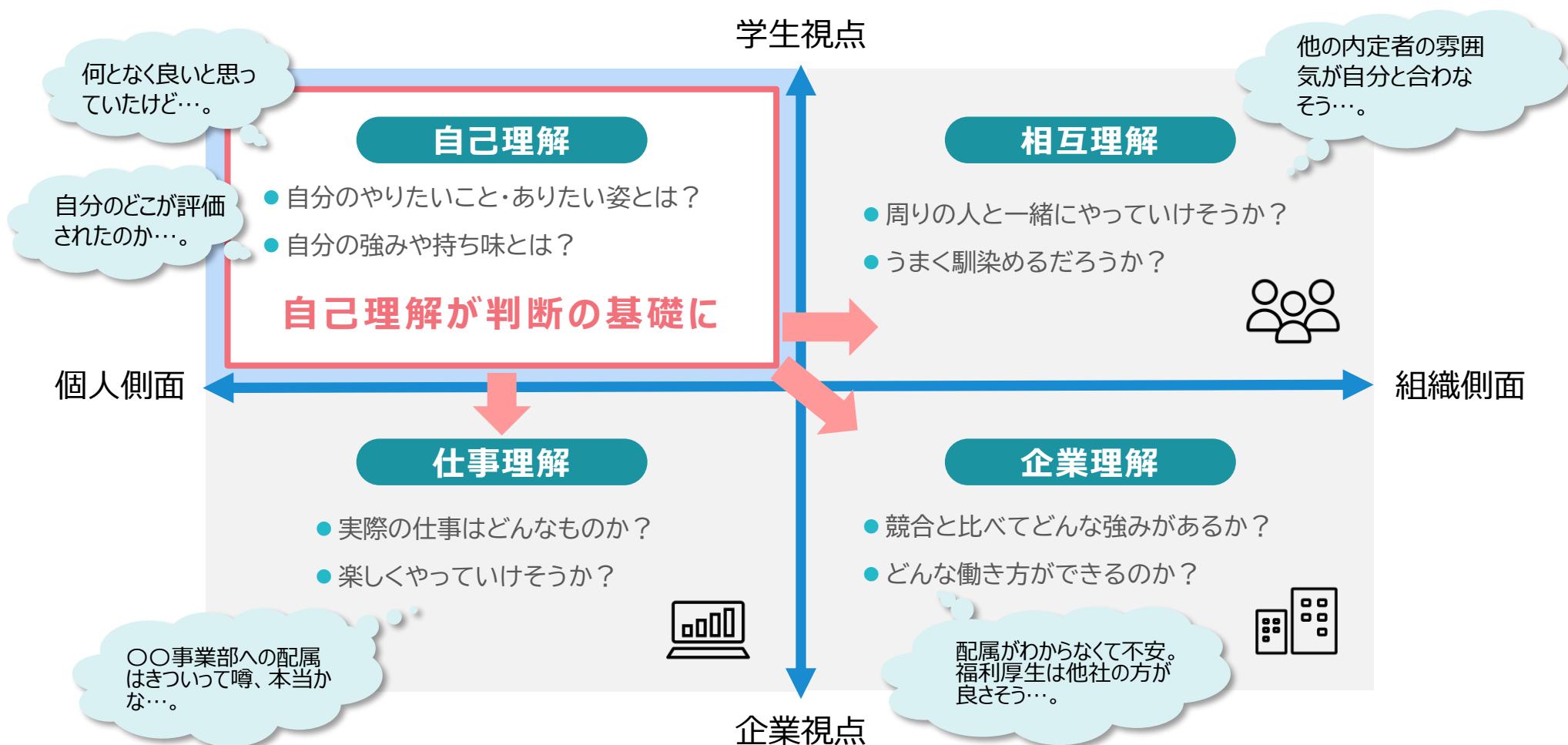
＜学生＞

- ・ 自分の持ち味ややりたいこと・ありたい姿を整理した上で、企業と話してみる
- ・ 内定先企業の社員に求められることや、企業のビジョンを書き出し、自分の持ち味や志向との合致点を確認する

＜企業＞

- ・ 対話を通じて、学生の強みや持ち味を把握し、フィードバックする
- ・ それらを踏まえ、自社との合致点、活躍イメージを具体的に伝える

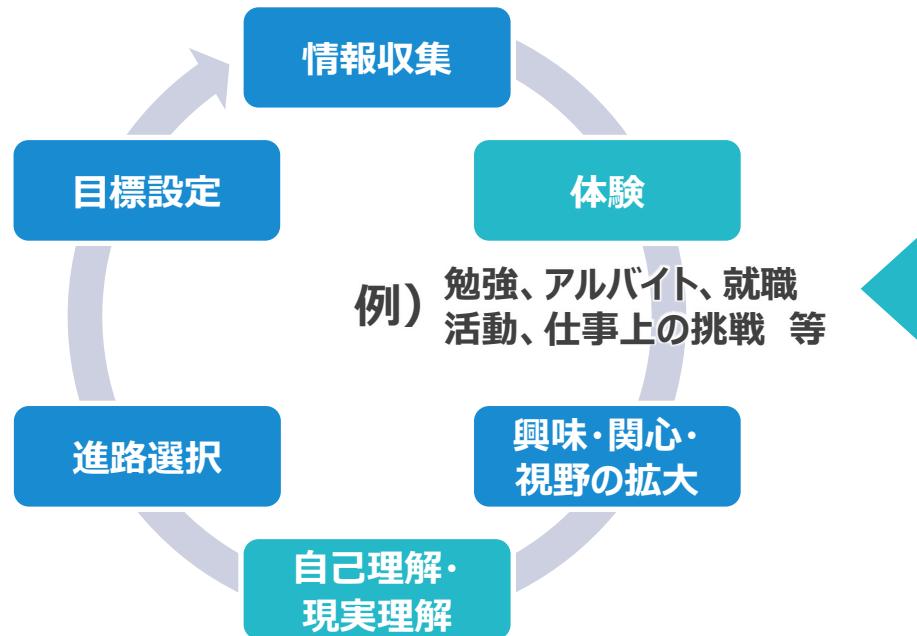
「蛙化現象」の背景にある**学生の不安**は、以下の4つの理解の不足から生まれる。特に「自己理解」はその他の理解や「自分と合うか」といった判断の基礎となるため、「**自己理解**」が不足している学生を優先的にフォローする必要がある。





自己理解を就職活動の手段(自己分析)に終わらせず、内定後、入社後も継続的に行なうことが重要。様々な体験・活動を通して自分を知る姿勢を身につけることは、生涯を通じて納得感をもってキャリアを築いていくうえでの資源となる。

体験と自己理解を鍵とした 納得感のあるキャリア構築



- ✓ 体験によって得たものや、体験の中での感情（喜び・不安など）を言語化する
- ✓ 内定後の不安や入社後のリアリティショック（予期しない出来事）とも向き合い、自己理解を深めるきっかけにする
- ✓ その時点でのやりたいこと・ありたい姿を明確にし、それらを基に選択していくことが、納得感のあるキャリア構築につながる





ここからは、不安解消に向けて重要な要素となる「A. 自己理解の促進」「B. 企業からのフィードバック」「C. 現実主義的な情報開示（RJP）」に関する調査データをご紹介します。

| 要素 | 効果 |
|-------------------|--|
| A.自己理解の促進 | <ul style="list-style-type: none">● 不安に対して、自分のやりたいこと・ありたい姿を基に判断することができるようになる |
| B.企業からのフィードバック | <ul style="list-style-type: none">● 他者の目線から自分の特徴を把握することにつながり、自己理解が深まる |
| C.現実主義的な情報開示（RJP） | <ul style="list-style-type: none">● 学生自ら企業との適合性を判断できるようになる（セルフスクリーニング効果）● リアルな情報を知ることで入社後のショックを予防する（ワクチン効果） |

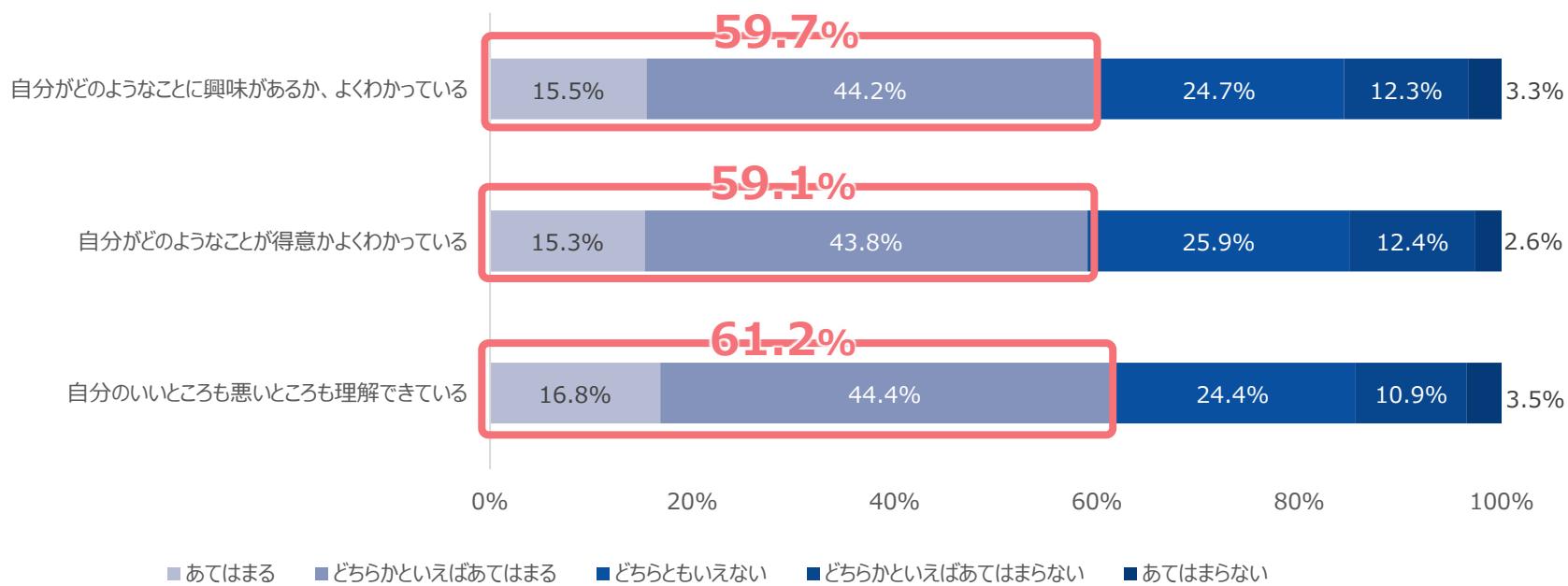


就職活動を経ても、自己理解に関する項目に「あてはまる」「どちらかといえばあてはまる」と回答している学生は6割程度にとどまる。

自己理解の状況

Q 現在のあなたについて、それぞれどの程度あてはまるか教えてください

n=1,117



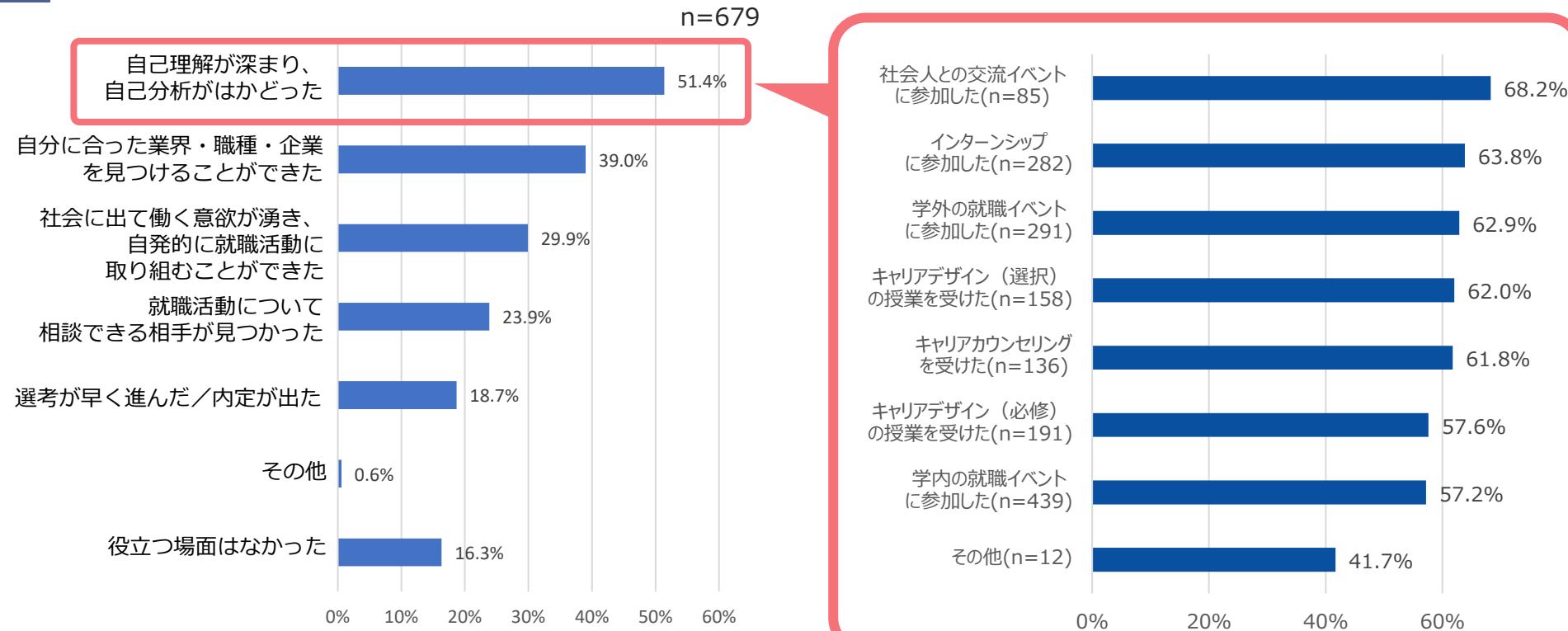
出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



大学1・2年生時に就職活動の一環としてイベント等に参加したことがある学生の約5割が「自己理解が深まった」と回答。活動別に見ると、選択制のキャリアデザインの授業やキャリアカウンセリングなど、自分自身について考えることを目的とした活動だけでなく、インターンシップや学外の就職イベントなど社会人の世界に触れる体験も重要であることがわかる。

低学年時の活動による影響

Q 大学1・2年生時の活動の経験は、大学3年生以降の就職活動にどのように役立ちましたか



出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



社会人と話す機会を持った人、就職活動について他者に相談を行った人ほど、自己理解ができていると認識している。

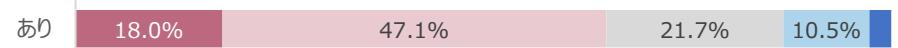
相談相手の有無と自己理解の度合いの関係

**Q 大学入学から現在までの間に、就職活動の悩みについて相談したり、アドバイスをもらった相手は何人いますか。
(0人を「なし」、1人以上は「あり」として集計)**

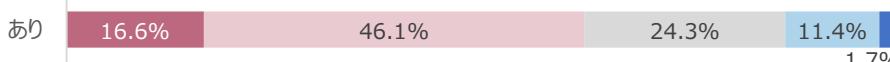
■あてはまる ■どちらかといえばあてはまる ■どちらともいえない
■どちらかといえばあてはまらない ■あてはまらない

n=1,117

自分のいいところも悪いところも理解できている



自分がどのようなことが得意かよくわかっている



自分がどのようなことに興味があるか、よくわかっている



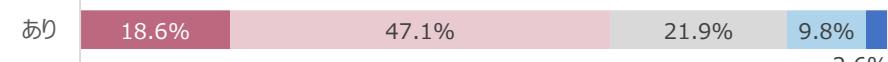
社会人との対話経験と自己理解の度合いの関係

**Q 大学入学から現在までの間に、「社会人としての生活」や「働くこと」について、じっくり話したことのある社会人は何人いますか。
(0人を「なし」、1人以上は「あり」として集計)**

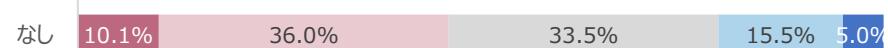
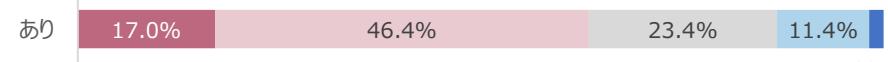
■あてはまる ■どちらかといえばあてはまる ■どちらともいえない
■どちらかといえばあてはまらない ■あてはまらない

n=1,117

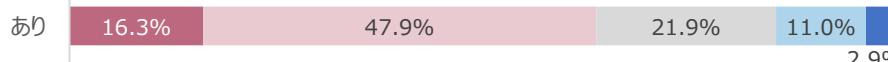
自分のいいところも悪いところも理解できている



自分がどのようなことが得意かよくわかっている



自分がどのようなことに興味があるか、よくわかっている



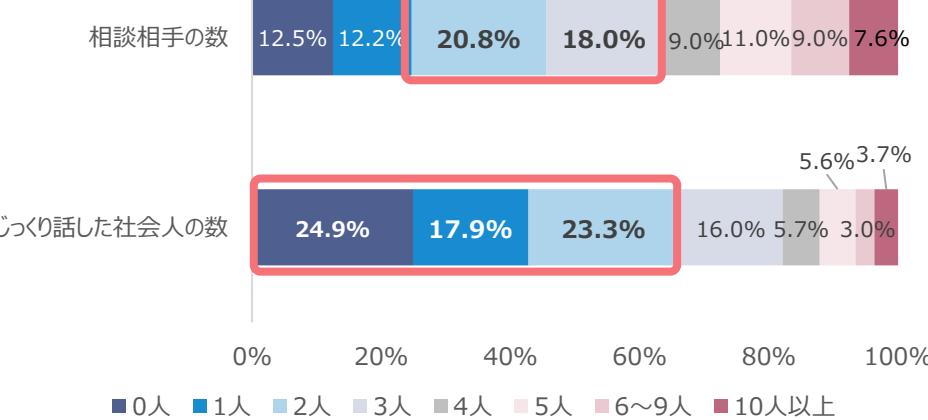
出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



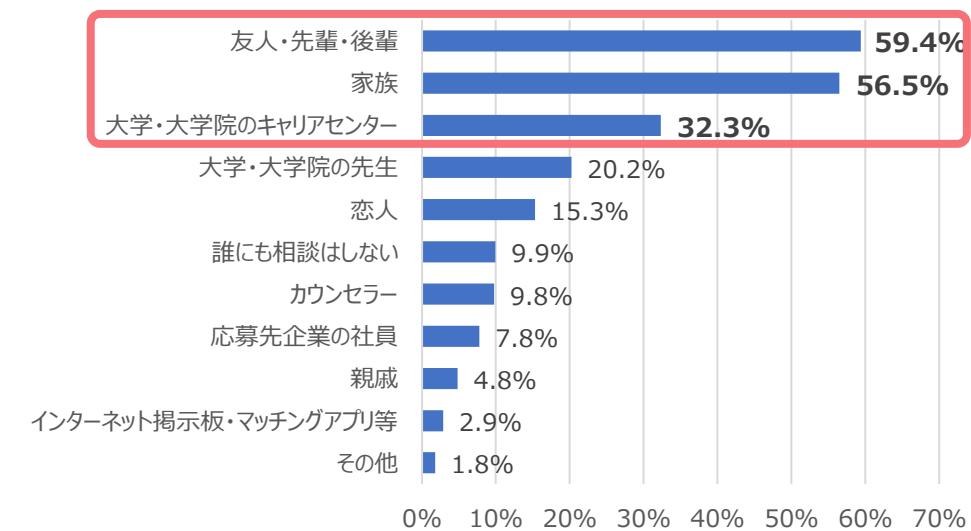
相談相手は2～3人。深く話したことのある社会人は0～2名が多く、相談相手よりも少ない。相談相手として最も多いのは、家族と友人・先輩・後輩。最も身近な就職活動のプロといえる大学・大学院のキャリアセンターを挙げた人は3割強にとどまる。

社会人との対話経験 / 就職活動の相談相手は誰か

Q それぞれの人数を教えてください。大学入学から現在までの間に、就職活動の悩みについて相談したり、アドバイスをもらった相手は何人いますか/大学入学から現在までの間に、「社会人としての生活」や「働くこと」について、じっくり話したことのある社会人は何人いますか



Q 就職活動の悩みについて相談したり、アドバイスを得たいとき、誰に相談しますか。（複数選択可） n=1,117



出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



採用時にフィードバックを受けたことのある学生は約6割。

約7割はフィードバックに良い印象を持っている。

企業は、学生の特徴を踏まえた上で、**その学生のどのような点が自社に合うと考えたか、入社してから求められそうなことは何かなどを誠実に伝えることをお勧めしたい。**

フィードバックを受けた経験・フィードバックに対する印象

n=1,117

Q 就職活動をする中で、企業からあなたの印象や評価を伝えられた（フィードバックを受けた）経験はありますか。

フィードバック経験

ある, 61.1%

ない, 38.9%

Q 採用担当や社員からあなたの印象や評価について伝えられる(フィードバックを受ける)ことについて、どのような印象を抱きますか。

フィードバックに対する印象

27.5%

44.2%

24.6%

3.0%

0.7%

■ 良い印象 ■ どちらかといえば良い印象 ■ どちらともいえない ■ どちらかといえば悪い印象 ■ 悪い印象

出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



○ ちゃんと話をきいてくれている

- ▶ 自分が話した内容から、自分の内面のことを理解してくれていることを感じたから
- ▶ 私が話したことを引用してフィードバックしてくださったため、ありきたりではなく私自身に真摯に向き合ってくれていると感じた

○ どこが評価されたかわかる

- ▶ 最終面接のときにこれまでの面接の評価を細かく教えてくれた。ちゃんと細かい部分まで見てくれていると実感し、ミスマッチなく入社できると安心できた
- ▶ どこが評価に繋がったのか、何故採用しようと決めたのか、入社後の活躍の場のイメージを知ることが出来た

○ 働くイメージとの接続適性

- ▶ 自分の特徴の中で、会社で貢献できる点を教えてくれたから
- ▶ 私が言ったことに対して丁寧に返してくださいったり、私の印象や私に向いていそうなことをたくさん話してくれたから

○ 自分の今後にもつながる

- ▶ 適性と仕事の話を絡めたフィードバックにより、今後の社会人生活をよく想像できたためよかったです
- ▶ どこが良かったのかと働く上でどういう点に気をつけるべきかということを性格を踏まえて教えていただけたから
- ▶ どんな部分を強みに感じた、印象が良かったかを伝えてくださったことで自己分析に役立った

出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ



✖ テンプレート文面

- ▶ テンプレートを使い回して**る**感じがすごく、個々でちゃんとフィードバックしているのかなと思った
- ▶ 誰にでも言えそうな**ありきたりな**ことを言わされたから

✖ 個人の趣向を否定する・価値観を押し付ける

- ▶ 今までの私の経験や、自分の経験から感じた私の感情を**否定されたような**ことを言わ**れた時**
- ▶ 人格など**一方的**な決めつけ、親の職業などからの性格の推測など

✖ 欠点ばかり指摘される

- ▶ 批判的な言葉のみ**伝えられたため**
- ▶ 短所ばかり**指摘する**

✖ 具体的でない

- ▶ 漠然とした指摘はどう直したらいいか分からず、あまり参考にならなかった
- ▶ 表面的なことしか**言ってくれなかつた**

✖ 高圧的

- ▶ 面接中に**圧迫する**ような雰囲気で言わ**れたこと**
- ▶ 上から**言われる**

出典：「2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

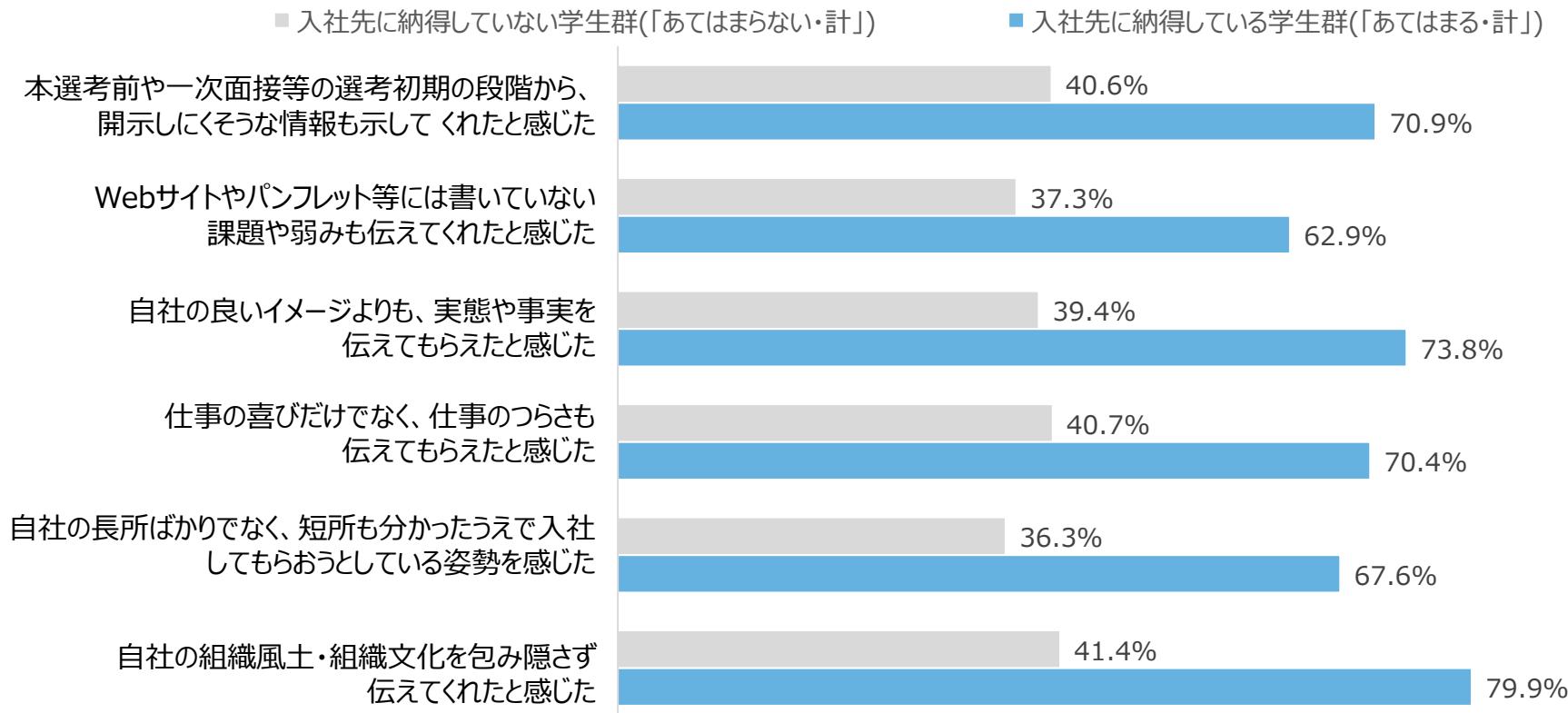
| ステップ | 詳細 | ポイント |
|--------------------------|---|--|
| STEP1 人物像の フィードバック |  <p>「私は、あなたをこのような人だと感じました」</p> <p>学生の強みや持ち味、大切にしている価値観・志向を把握し、フィードバックする</p> | <ul style="list-style-type: none">● 話された事実や根拠に基づいて説明する● 本人の思いや考えを尊重し、批判や評価をせずに伝え返す● “I”を主語に、社会人としての客観的な視点を伝える |
| STEP2 情報提供 |  <p>「当社では、このようなことが求められます」</p> <p>仕事内容や仕事をするうえで求められるスタンスや行動などを伝える</p> | <ul style="list-style-type: none">● 人材要件を起点に、仕事内容や仕事をするうえで求められる要素、その要素が必要な事業的背景や具体的な場面をあわせて説明する● 本人とどのような点で合致するか、逆に入社してからどのようなことが必要になりそうか伝える● 「合格した」など過度な期待をあおる発言には要注意 |
| STEP3 働くイメージ の提示 |  <p>「強みが生きそう、あなたと合いそう」</p> <p>本人の特性や志向との合致点を伝える</p> | |



入社予定先に納得している学生はそれ以外の学生よりも、**ネガティブな情報も含めた現実主義的な情報開示（RJP）を受けたと感じている**

入社を決定した学生の納得度と入社先の情報提供状況

※集計対象はWeb面接のみで入社を決めた学生



出典：「就職白書2022」就職みらい研究所

学生生活や就職活動、採用コミュニケーションを通じて、自己理解を深める

学生が納得感をもって意思決定をするためには、多様な体験、他者との交流を通じて自己理解を深め、やりたいこと・ありたい姿を明確にすることが重要。企業も採用活動を通じてその一端を担う意識をもつ。

内定や入社をきっかけとした不安（納得できない状態）と向き合い、解消する

「蛙化現象」の背景には、「本当にこの会社に決めて良いのか」という不安がある。学生は深い自己理解・企業理解を基に不安の解消（納得した状態）を目指すこと、企業は学生の状態・不安を把握し、フォローすることが重要。

コミュニケーションの鍵を握るのは企業から学生への“フィードバック”と“RJP”

企業が捉えた学生の強みや価値観をフィードバックすること、自社との合致点や活躍イメージを伝えることが、学生の自己理解の促進につながる。“現実主義的な情報開示（RJP）”は、深い企業理解を促すとともに、入社後のショックを予防することにつながる。

Appendix



学生は、具体的な仕事内容や勤務時間、社内の人間関係・職場の雰囲気といった働く自分をイメージできるような情報を求めている。「採否の基準や理由」「社員の会社への不満・会社の弱み」なども気になる情報だが、実際には得にくいようである。

就職活動中に強く知りたいと思っていた情報・知ることができた情報

Q

1. 以下の各項目のうち、就職活動中に強く知りたいと思っている（思っていた）情報を教えてください。

n=1,117

2. 「強く知りたいと思っている（思っていた）」を選択した項目のうち、実際に知ることができた情報をすべて選択してください。

(%)

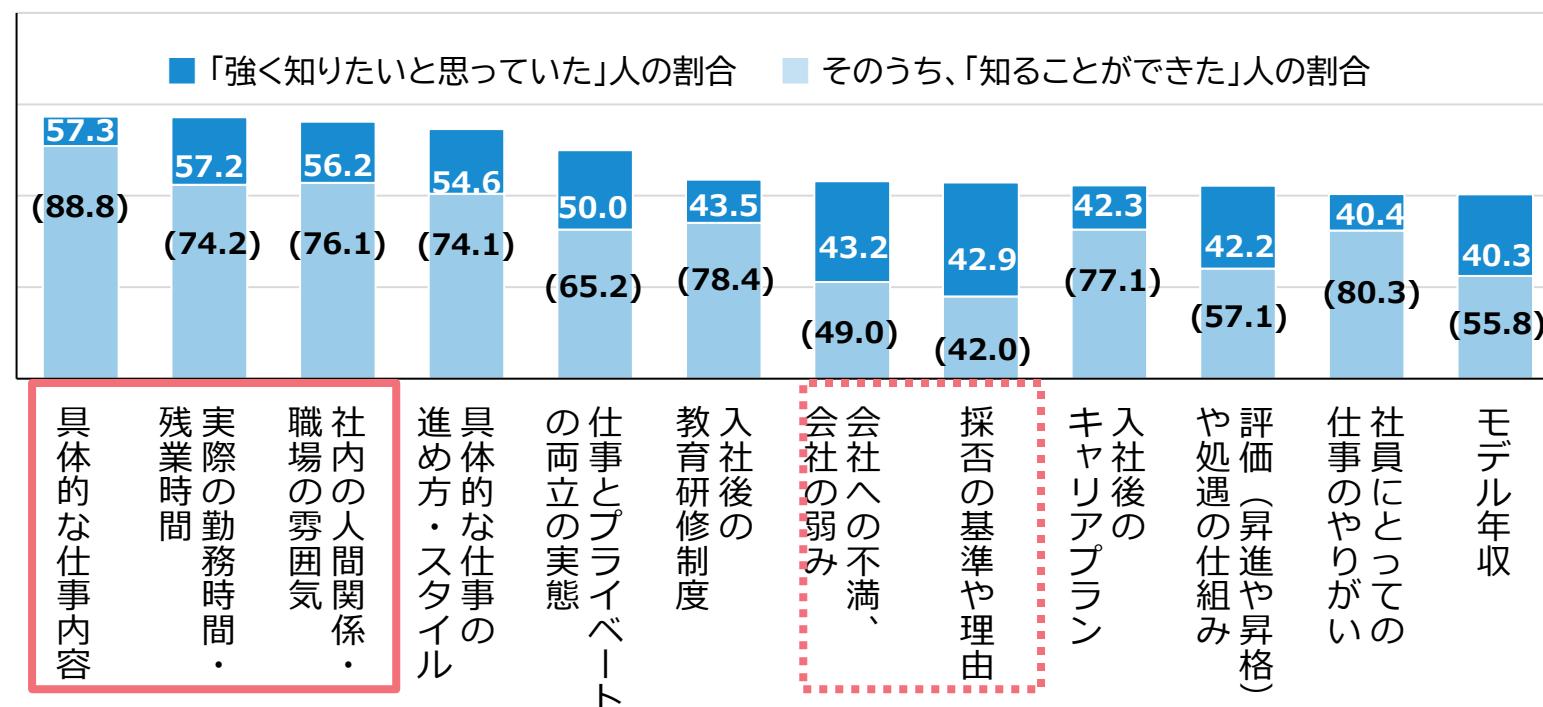
80

60

40

20

0



出典：「2022年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

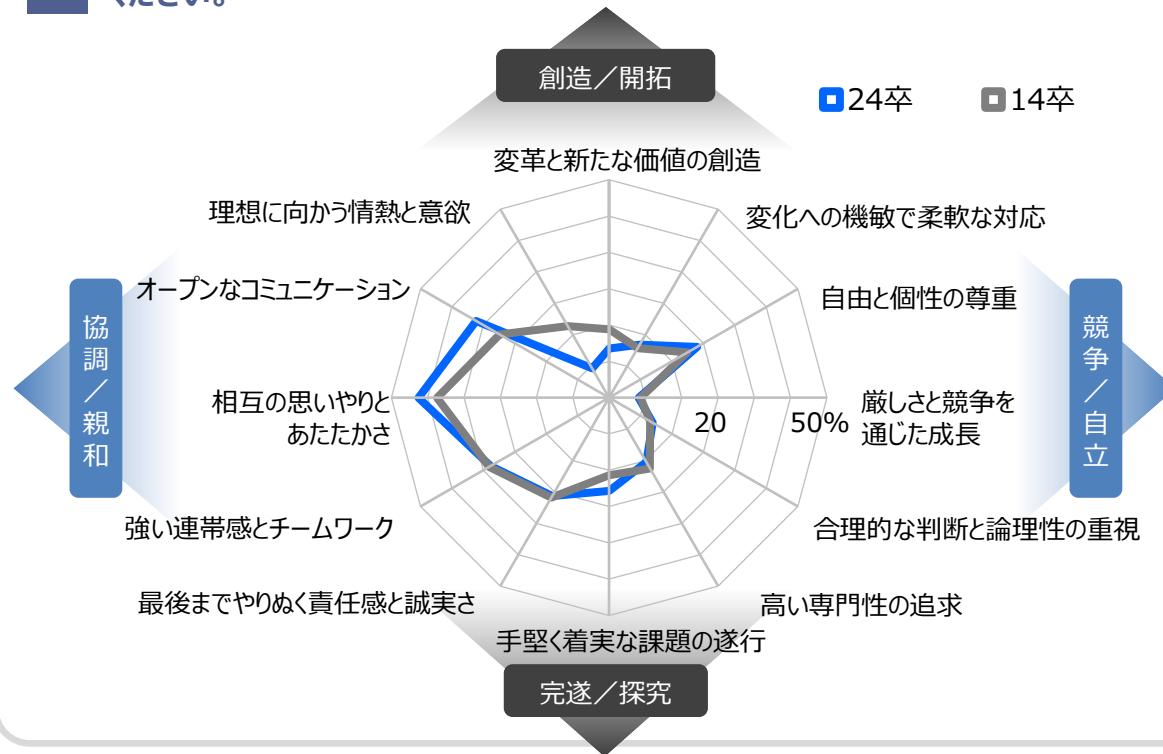


24卒と14卒とを比較すると、「理想に向かう情熱と意欲」に対する志向が減り、「相互の思いやりとあたたかさ」「オープンなコミュニケーション」に対する志向が顕著に強まっている。

重視する社風

Q

あなたは、どのような組織風土・文化のもとで働きたいと思いますか。各要素について、重視している度合いに最も近いものを1つ選んでください。



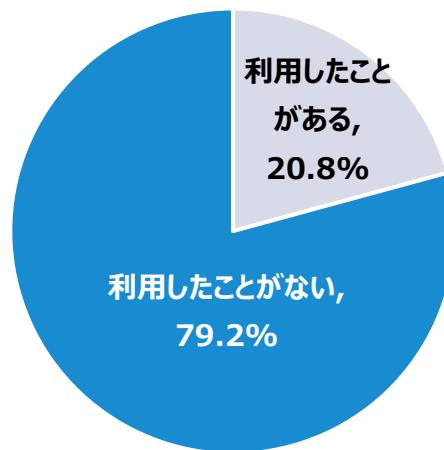
| 要素 | | 14卒 (n=1009) | 24卒 (n=947) |
|-------|-----------------|-----------------|----------------|
| 創造／開拓 | 理想に向かう情熱と意欲 | 18.8% | 13.5% |
| | 変革と新たな価値の創造 | 15.8% | 16.9% |
| | 変化への機敏で柔軟な対応 | 24.9% | 28.0% |
| 競争／自立 | 自由と個性の尊重 | 8.6% | 8.1% |
| | 厳しさと競争を通じた成長 | 13.1% | 13.9% |
| | 合理的な判断と論理性の重視 | 22.5% | 20.5% |
| 完遂／探求 | 高い専門性の追求 | 21.4% | 25.7% |
| | 手堅く着実な課題の遂行 | 31.8% | 31.3% |
| | 最後までやりぬく責任感と誠実さ | 38.2% | 37.7% |
| 協調／親和 | 強い連帯感とチームワーク | 47.4% | 52.5% |
| | 相互の思いやりとあたたかさ | 34.8% | 42.3% |
| | オープンなコミュニケーション | 22.8% | 9.3% |

出典：「2014年・2024年新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

就職活動における対話型AIの利用率は2割程度。用途としてはエントリーシート作成や添削をはじめとして、情報収集や自己分析、面接対策など様々な使い方がなされている。

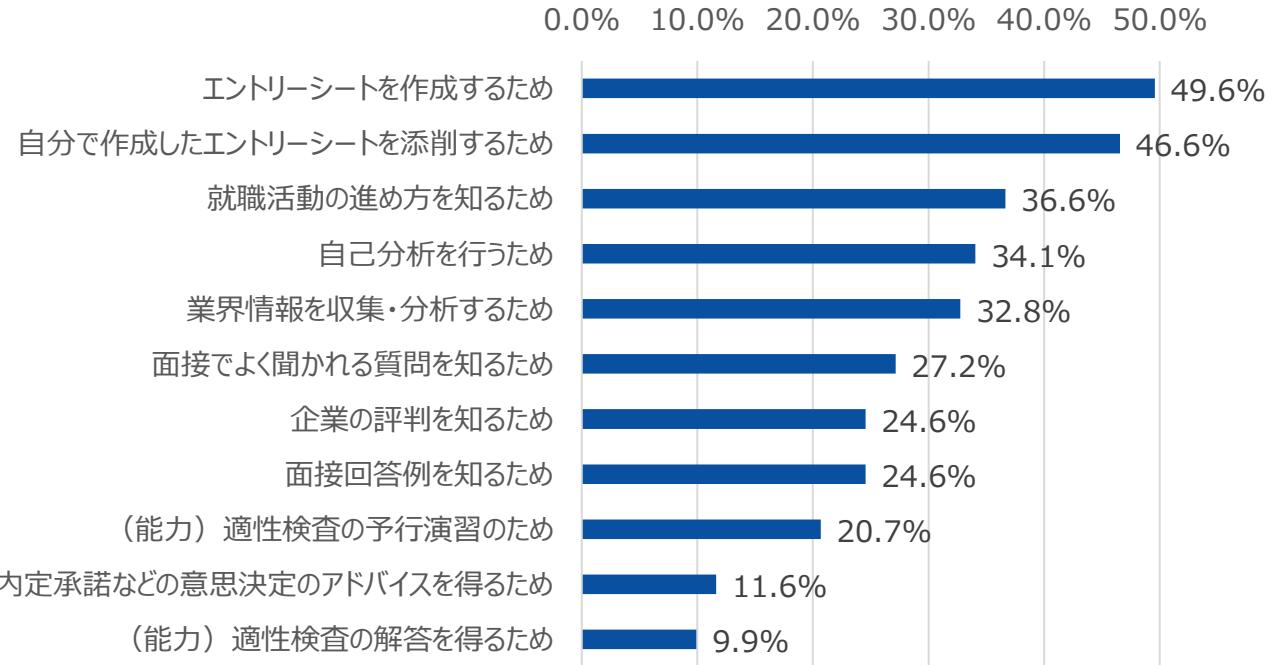
対話型AI機能の利用状況

Q 対話型AIの利用状況



n=1,117

Q 対話型AI機能を搭載したチャットボットなどは、どのような目的で利用しましたか。
(複数選択)



n=232

出典：「2024新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

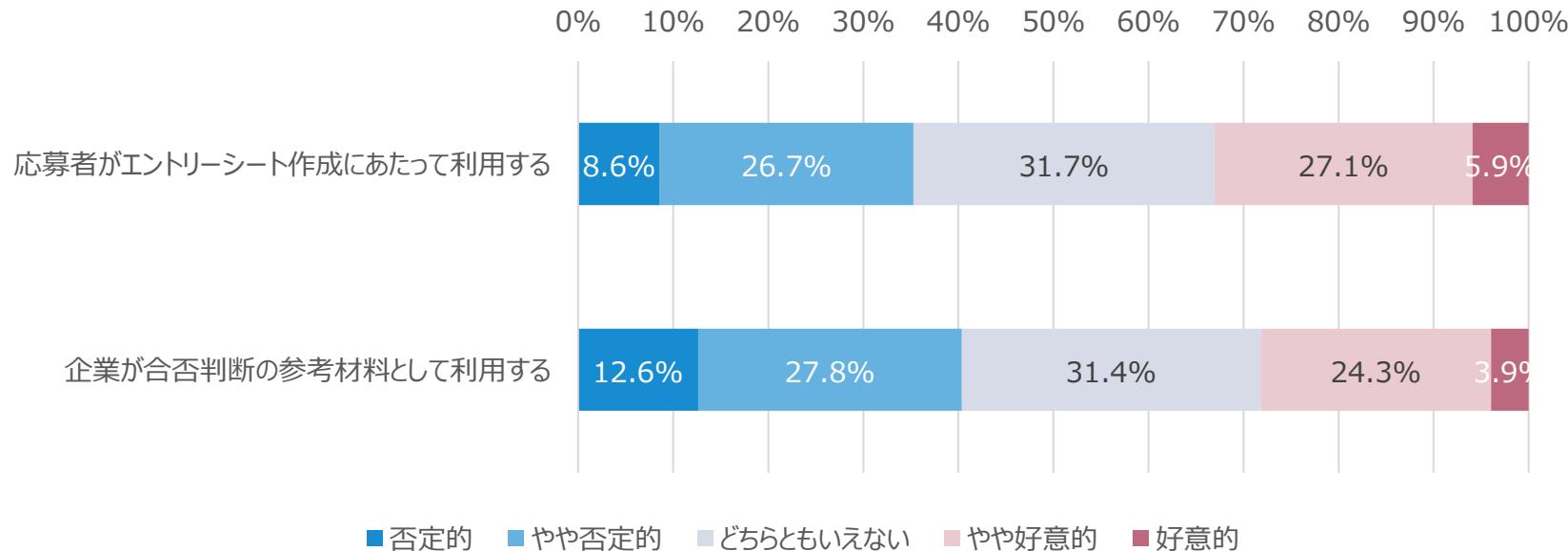
就職活動における対話型AI利用に対する意向

応募者が就職活動で対話型AIを利用することに対して肯定的・否定的な人はそれぞれ3割強。
企業が合否判断の参考材料とすることに対しては否定的な人のほうが多い(約4割)。

対話型AI機能の利用状況

Q 対話型AI機能を搭載したチャットボットなどを以下の項目で利用することについて、どう思いますか。

n=1,117



出典：「2024新卒採用 大学生の就職活動に関する調査」リクルートマネジメントソリューションズ

世界も、歴史も、
つまるところは「人間関係」だ。

学校も、会社も。家族も、国家も。
すべては、「人間関係」でできている。

“空気”だとか、“縁(えん)”だとか。
それは、目に見えないものにたとえられ、
思い通りにならないものだと思われている。

しかし、わたしたちは、あきらめない。
もしそれを、科学的な方法で数値化することができるなら。
もしそれを、新しい学習理論で改善することができるなら。
もしそれを、もっともっと実証的に分析／助言できるなら。

世界は変わる。歴史もきっと動く。

恋人たち、夫婦、親子、家族、友人。
従業員、経営者、フリーランス、起業家、資本家。
アーティスト、ファン、学校、コミュニティ、インフルエンサー。
市民、国民、そして世界中の人たち。

個のあり方、組織のあり方が大きく動く、今だからこそ。
あらゆるチームと、あらゆる個人の幸福のために、
わたしたちは、動き続ける。
それを、追求し続ける。

世界を変える、「人間関係」の科学へ。

