

【調査結果報告】

26年新卒採用状況と内定者フォローの取り組みに関するアンケート調査(Web)

<調査概要>

調査のねらい	毎年調査している採用状況とともに、近年人事担当者から採用課題として聞こえてくる内定辞退の状況や新卒者獲得のためにどのような取り組みをしているかを調査した。
調査対象	九州生産性本部 会員組織のうち517組織（労働組合除く）
調査期間	2025年10月6日～10月10日（5日間）
調査方法	各企業の代表メールアドレスへアンケートを依頼、Web上から回答（1組織、1回答）
回答数	122組織（回答率 23.0%）（前年調査 回答率 25.0%）
調査項目	Q1 26 年 4 月入社 採用を実施しましたか Q2 26 年 4 月入社 新卒採用状況について（※Q1 で採用を実施したと答えた方へ） Q3 （Q2 で「予定の人数に満たなかった」と回答した企業へ） 満たなかった理由はどのようにお考えですか？【新設】 Q4 （Q1 で採用を実施したと答えた方へ） 本日までに採用予定者からの内定辞退はありましたか？ Q5 （Q1 で採用を実施した、これから実施予定と答えた方へ）新卒採用活動において「特に力を入れていること」を教えてください。【新設】 Q6 学生からの内定辞退を防ぐために、【入社までに行っている取り組み】を教えてください(複数選択可) Q7 新卒者獲得のために、社内の制度や取り組みを変更した、または変更を検討していることはありますか？(複数回答可)

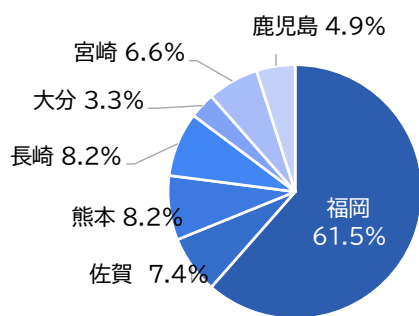
※昨年の結果との比較について:回答企業は昨年と完全と同じではないことをお含みください。

<結果概要>

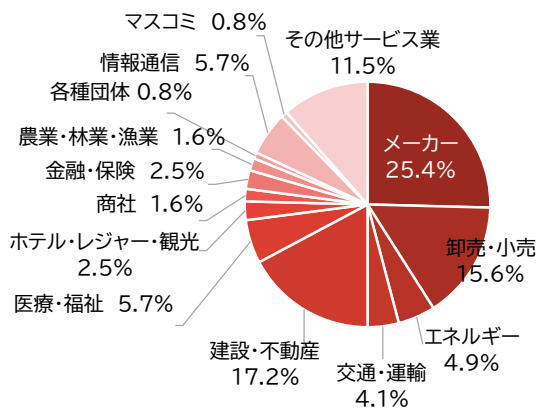
- ・回答企業の約 85%が採用活動を実施しており、多くの企業が積極的に採用活動を行っていることがうかがえた。
ただし企業規模別でみると、従業員 100 人未満の企業での採用活動の実施率は大きく低下している。
- ・採用活動を実施した企業のうち、「予定の人数に満たない」採用結果となった企業が今年も約半数あり、さらに採用しても約6割の企業で内定辞退者が出ていることから、人材確保の難しさがうかがえる。
- ・採用の予定人数が満たなかった原因として、「応募数不足・母集団形成の難しさ」や「内定辞退・承諾率の低下」を挙げている企業が多く、特に中堅企業(100 人以上 1000 人未満)でその傾向が出ている。
- ・新卒者獲得のために、採用活動を行った企業のうち8割以上の企業が「初任給の見直し」を行っている。

<回答企業区分>

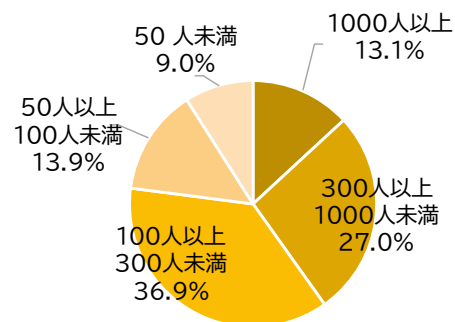
(1) 会社所在地



(2) 業 種



(3) 従業員数



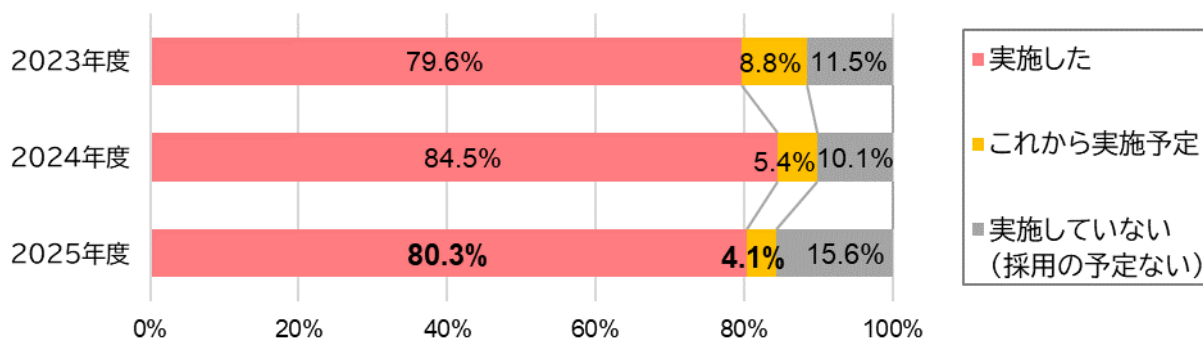
<調査結果>

(1) 26年4月入社 採用を実施しましたか

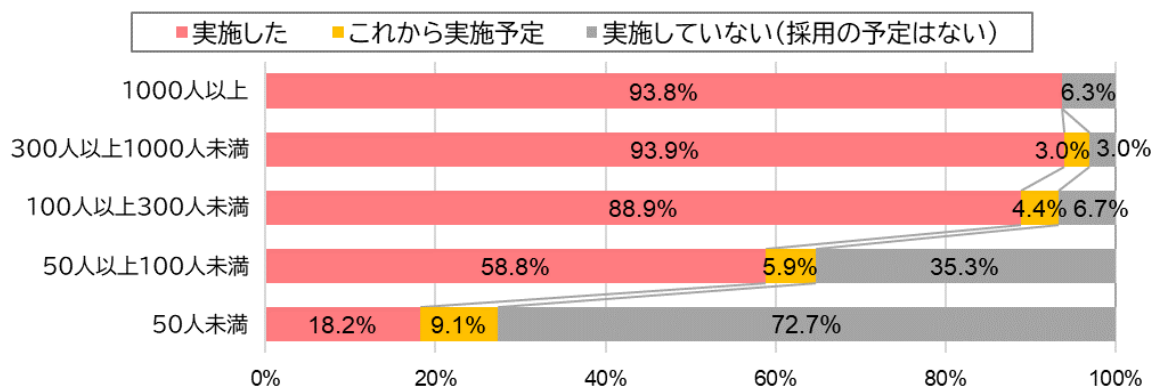
(n=122)

採用を「実施した」企業は 80.3%あり、「これから実施予定」を加えると 84.4%となっている。過去3年をみても 8 割を超えていることから、各企業が積極的に採用活動を行っていることがうかがえる。
ただし、企業規模(従業員数)でみると、100 人未満の企業では実施割合の下落が顕著である。

【全 体】



【企業規模別比較】



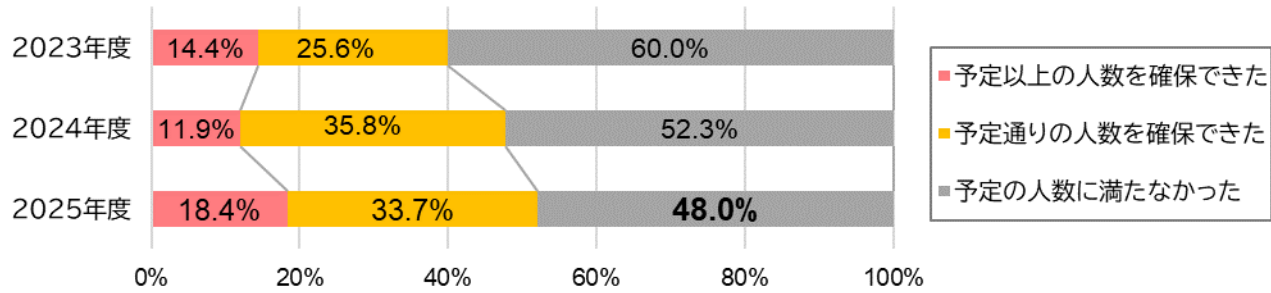
(2) 26 年 4 月入社 新卒採用状況について(※Q1 で採用を実施したと答えた方へ)

(n=98)

(予定していた人数を採用できたか)

「予定の人数に満たなかった」企業は、過去3年で比較すると少しずつ減少しているものの今年も5割近くあり、依然として人材確保に苦勞している企業が多いことがうかがえる。

【全 体】



新 設

(3) (Q2 で「予定の人数に満たなかった」と回答した企業へ)

満たなかった理由はどのようにお考えですか？

(n=47)

【全 体】

記述内容を分類・集約すると、主に以下の 4 つのカテゴリーに分けられる。特に多かった理由は「応募数不足」と「内定辞退」で、背景には超売り手市場や知名度の差などの要因がうかがえる。
業種別では建設・製造業、従業員数別では中堅企業(100 人以上 1000 人未満)で特に人材確保が困難という回答が多い。

【全 体】

カテゴリー	主な内容	具体的記述例
① 応募数不足・母集団形成の困難	応募自体が少ない／人気業界に学生が集中	「応募がない(少ない)」「学生の関心が集まらない」「母集団が形成できない」
② 内定辞退・承諾率の低下	内定を出しても他社へ流れる	「内定辞退が多かった」「他の会社が魅力的であった」「超売り手市場で承諾率が低下」
③ 採用戦略・広報活動の不足	自社の魅力発信不足や特定職種の対策不足	「自社のこと(良さ)を学生に伝えられていない」「特定職種で施策が不十分だった」
④ 採用時期・選考スピードの課題	他社に比べて対応が遅かった	「選考開始が遅れた」など

【業種別回答からの傾向】

建設・不動産は「応募が少ない」、小売は「内定辞退」、製造業は「職種間の偏り」というように、業種ごとに課題が異なっている。

業種	傾向
建設・不動産	応募自体が少ない・人気がない職種が多い
メーカー	特定職種で採用難／他社競争に敗れる
卸売・小売	内定辞退・承諾率低下が中心
その他サービス業	自社認知・魅力発信不足の声
エネルギー・運輸・観光	採用地域・タイミングの問題を指摘

【従業員規模別回答からの傾向】

大手・中堅企業(300人以上)では、「内定辞退や承諾率の低下」というコメントが多く、中小企業(300人未満)では、「大手に流れる」「学生に届かない」というコメントが多い傾向にある。

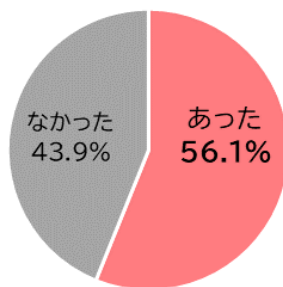
従業員規模	主な傾向
1000人以上	売り手市場での承諾率低下・人気職種集中
300人以上1000人未満	採用戦略の不十分さ、内定辞退対応の課題
100人以上300人未満	応募数不足・知名度不足が目立つ
50人以上100人未満 / 50人未満	そもそも応募がない、知名度の壁

(4) 採用予定者からの内定辞退はありましたか？ (※Q1で採用を実施したと答えた方へ) (n=98)

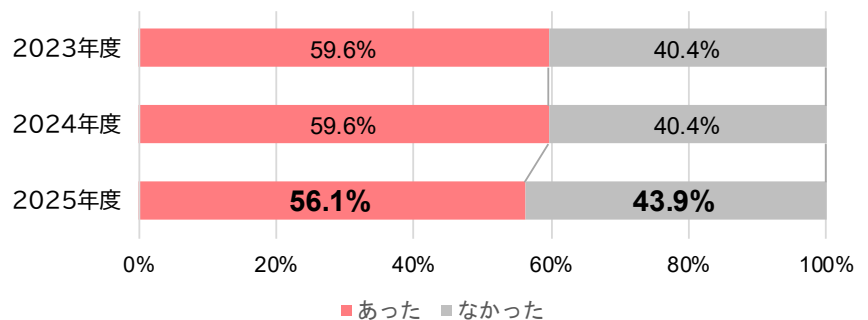
採用予定者から内定辞退があった企業は56.1%あった。過去3年連続して5割を超えており、採用活動の難しさがうかがえる。

回答上位3業種で業種別にみると、「卸売・小売業」で内定辞退があった企業が6割を超えている。

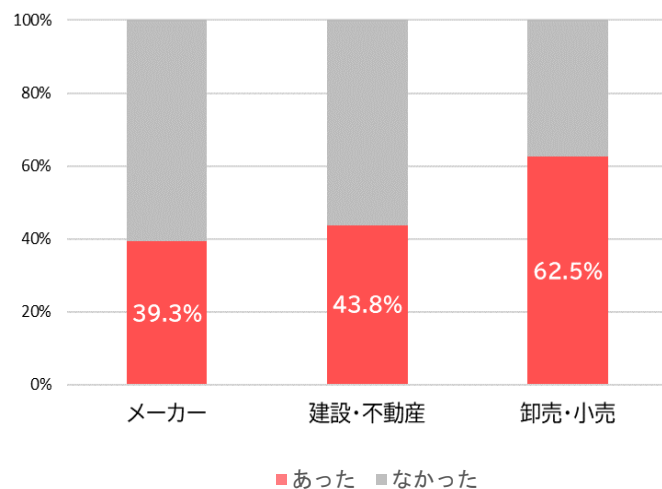
【全 体】



【3年間の比較】



【上位3業種の割合】



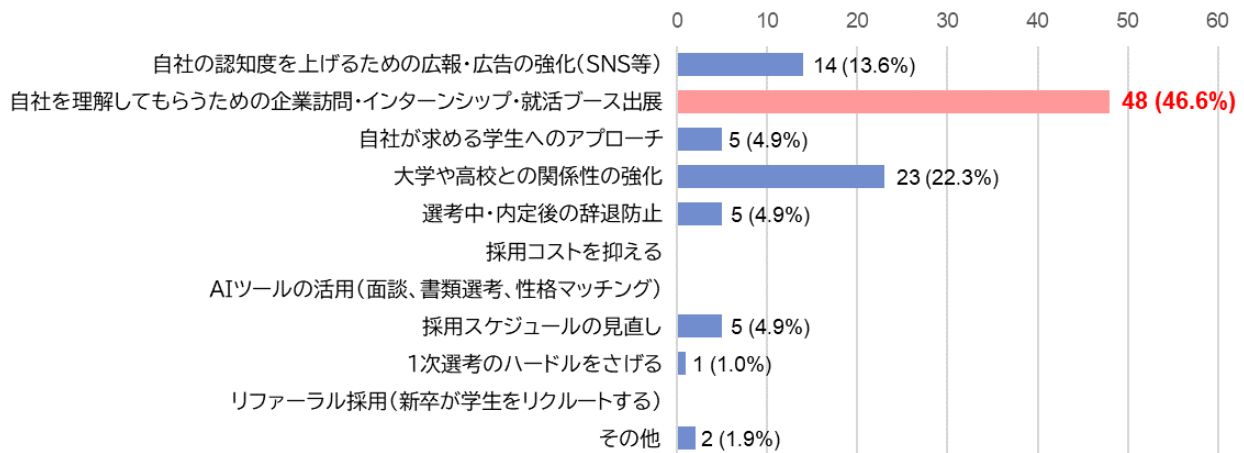
(5) (Q1で採用を実施した、これから実施予定と答えた方へ)

新卒採用活動において「特に力を入れていること」を教えてください。(択一選択)

(n=103)

「自社を理解してもらうための企業訪問・インターンシップ・就活ブース出展」が48社(46.6%)で一番多く、「大学や高校との関係性の強化」が23社(22.3%)、「自社の認知度を上げるための広報・広告の強化(SNS等)」が14社(13.6%)と続く。

まずは、自社の認知度・理解度を上げることに注力している企業が多い。



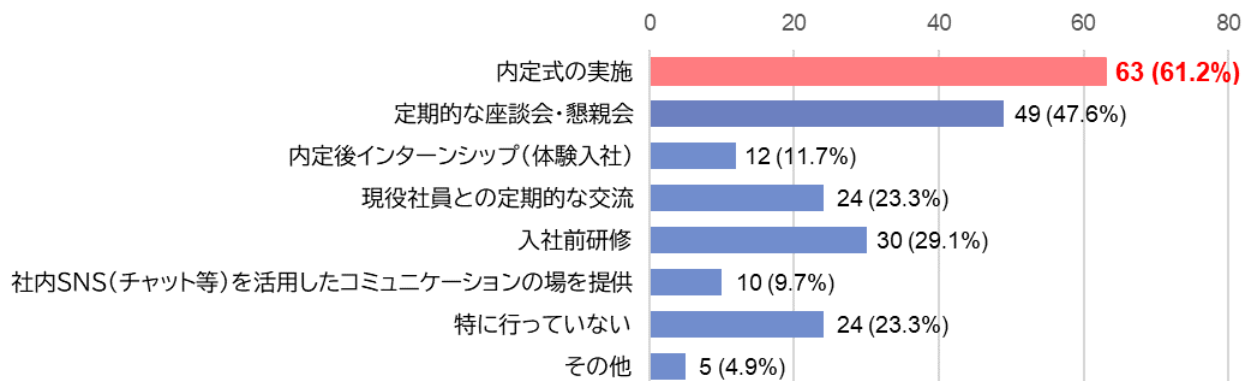
(6) 学生からの内定辞退を防ぐために、入社までに行っている取り組みを教えてください。(複数選択可)

(※Q1で採用を実施した、これから実施予定と答えた方へ)

(n=103)

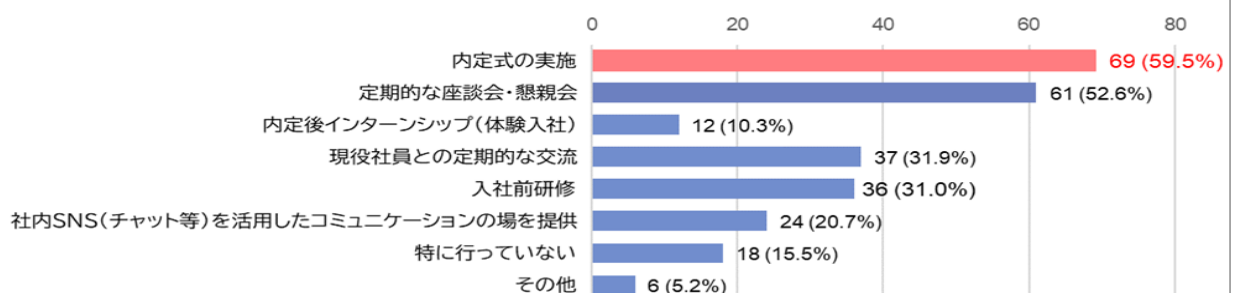
昨年同様、「内定式の実施」が63社(61.2%)で一番多く、次いで「定期的な座談会・懇親会」が49社(47.6%)となっている。全体的な比率は昨年との変化はみられない。

「特に行っていない」企業が24社(23.3%)という回答数から、75%以上の企業が何かしらの内定者フォローの取り組みを行っている。



(参考: 昨年の結果)

(n=116)



(7)新卒者獲得のために、社内の制度や取り組みを変更した、または変更を検討していることはありますか？(複数回答可)

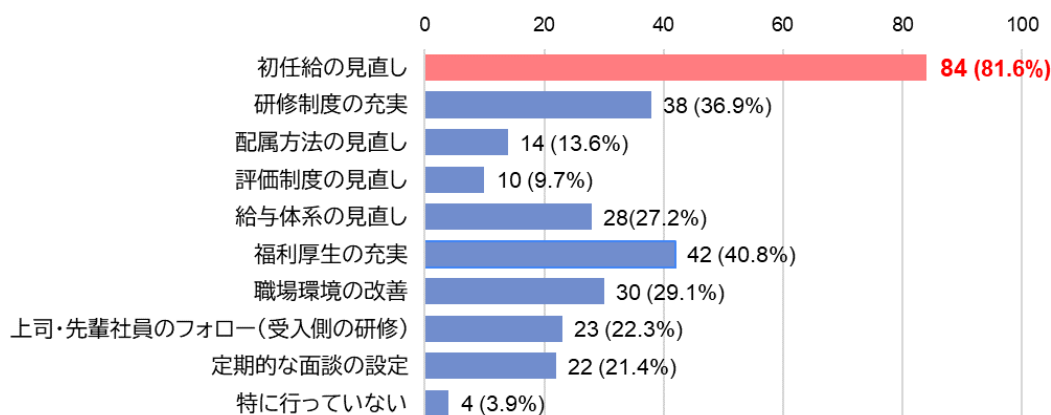
(※Q1 で採用を実施した、これから実施予定と答えた方へ)

(n=103)

「初任給の見直し」が84社(81.6%)と突出して高い。次いで「福利厚生の実施」が42社(40.8%)、「研修制度の実施」が38社(36.9%)と続いている。

1位の「初任給の見直し」は、昨年も8割を超える企業が実施しており、採用活動における初任給設定は、学生が企業を選択する上で重要な要素の1つになっていると企業側が考えていることがうかがえる。

2位の「福利厚生の実施」は“働きやすさ”の視点から自社の魅力度を上げるため、3位の「研修制度の実施」は、“成長とキャリア”を重視する学生へ支援環境を整えるためと考えられる。



(参考:昨年の結果)

(n=116)

