

調査結果報告

2027 年卒新卒採用の実態と採用活動の課題に関するアンケート(Web)

調査の目的	会員企業への情報提供を目的として、2027 年卒新卒採用の状況や採用活動上の課題、採用力強化への取り組みについて調査した。「他社はどうしているのか」が分かるよう、人材確保策と応募状況、内定者フォローと内定辞退状況をクロス集計で比較している。
調査対象	九州生産性本部 会員企業の人事担当者
調査期間	2026 年 10 月 1 日～10 月 9 日
調査方法	Web アンケート（1 社 1 回答）
回答数	134 社
調査項目	Q1 27 年 4 月入社 新卒採用の実施状況 / Q2 応募・エントリー状況（前年比） / Q3 内定辞退防止の取り組み（複数回答） / Q4 この 2 年程度で特に強化した人材確保の取り組み（複数回答） / Q5 内定辞退の状況 / Q6 最も課題と感じているテーマ（3 つまで）

結果のポイント

90.3%

27 年卒採用を
実施・実施予定

33.9%

応募が前年より「減少」
（「増加」は 25.2%）

84.3%

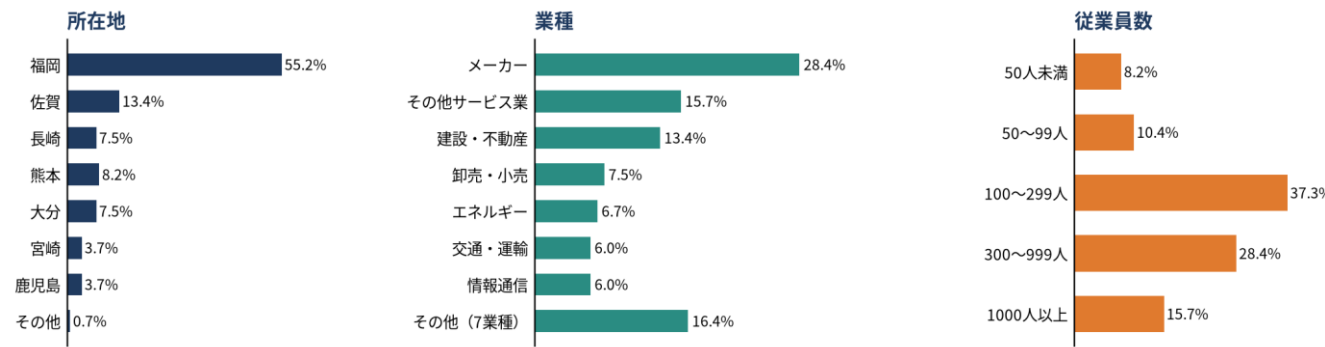
この 2 年で
初任給・賃金を見直し

59.5%

内定辞退が
「あった」

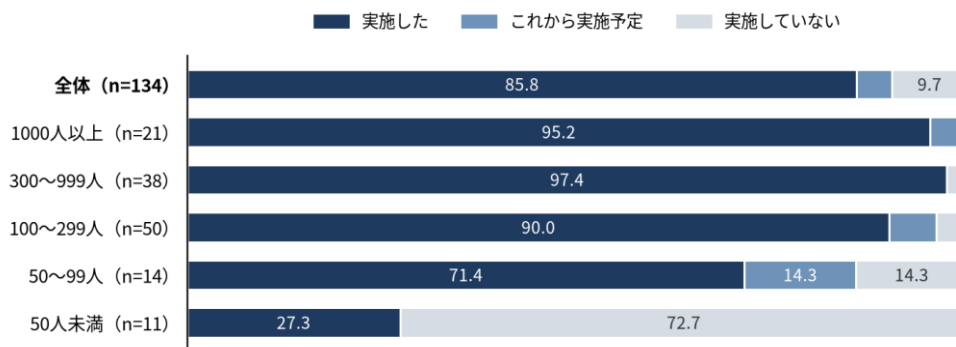
- 応募状況は「ほぼ変わらない」が最多（40.9%）だが、「**減少**」（33.9%）が「**増加**」（25.2%）を上回った。課題の 1 位も「**応募者数の確保（母集団形成）**」（73.6%）で、学生を集めることが多くの企業に共通するテーマとなっている。
- 初任給・賃金の見直しは 8 割超の企業が実施し、いわば“必要要件”に。**応募が増えた企業・減った企業の間で実施率に大きな差はみられない。
- 一方、**応募が増えた企業では、採用広報・インターンシップ・教育機関との連携など「学生との接点づくり」の実施率が高い。**こうした施策を 2 つ以上行う企業は、応募が「増加」した割合が 34.5%と、0～1 つの企業（15.8%）の約 2 倍だった。
- 内定者フォローは交流会など“つながり型”が中心。**処遇や配属・キャリアの説明に力を入れる企業は 1～2 割にとどまるが、辞退が想定より少なかった企業ほど実施率が高い**傾向がみられた。

回答企業の属性



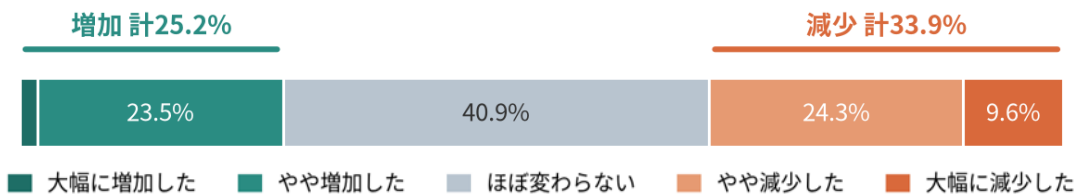
n=134。業種「その他（7業種）」は医療・福祉、ホテル・レジャー・観光、農業・林業・漁業、商社、金融・保険、各種団体、マスコミの合計。

Q1 27 年 4 月入社の新卒採用を実施しましたか (n=134)



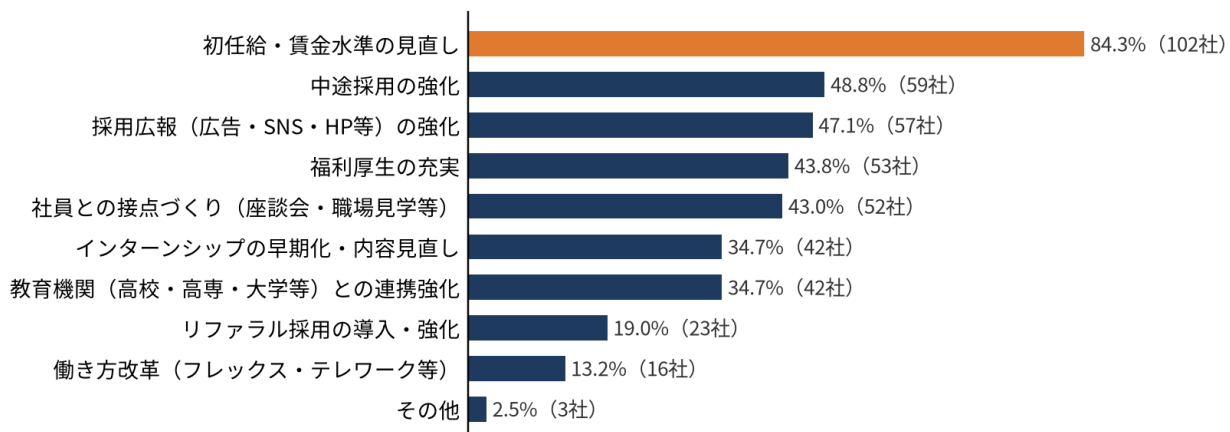
「実施した」が 85.8%、「これから実施予定」(4.5%) を加えると **90.3%** が 27 年卒の新卒採用に取り組んでいる。昨年調査(実施・予定 84.4%)と同様、多くの企業が新卒採用を継続していることがうかがえる。規模別にみると、100 人以上の企業では 9 割以上が実施している一方、**50 人未満の企業では「実施していない」が 72.7%**と、規模による差が大きい。

Q2 新卒採用における応募・エントリー状況は、前年と比較してどうでしたか (採用実施企業 n=115)



「ほぼ変わらない」が 40.9%で最も多い。増減でみると、「**減少**」(大幅+やや)が **33.9%**で、「**増加**」(大幅+やや)の **25.2%**を **8.7 ポイント上回った**。規模別では、1000 人以上の企業は「ほぼ変わらない」が 6 割を占め比較的安定している一方、100~299 人では「減少」が 37.8%、100 人未満では 46.2%と、**規模が小さいほど応募確保に苦戦している様子**がうかがえる。なお、300~999 人では「増加」が 32.4%と、応募を伸ばした企業も少なくない。

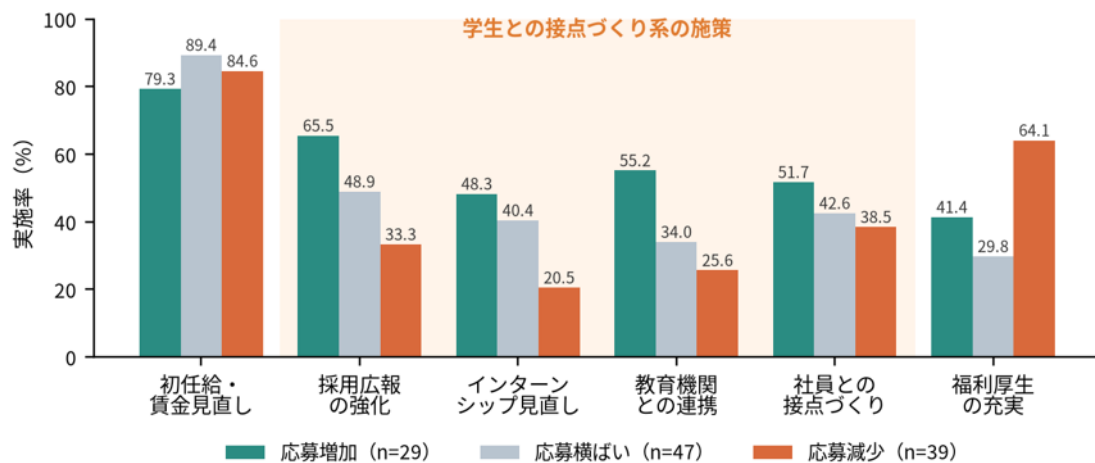
Q4 人材確保のため、この 2 年程度で特に強化した取り組み(複数回答) (n=121)



「**初任給・賃金水準の見直し**」が **84.3%**と突出している。昨年調査でも「初任給の見直し」は 8 割を超えており、賃金の引き上げは新卒採用における必要要件として定着しつつある。

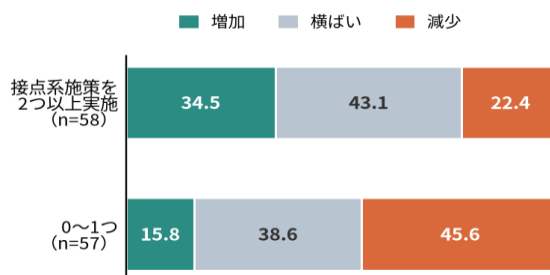
次いで「中途採用の強化」(48.8%)、「採用広報の強化」(47.1%)、「福利厚生 の充実」(43.8%)、「社員との接点づくり」(43.0%)が続く。新卒に限らず中途採用も含めた**多面的な人材確保**が進んでいる。

クロス集計 応募状況(Q2)×強化した取り組み(Q4) (n=115)



応募状況は「大幅に増加・やや増加」を「増加」、「やや減少・大幅に減少」を「減少」として集計。主な取り組みのみ掲載。

●接点づくり系施策の取組み



接点系施策＝採用広報の強化、インターンシップの早期化・内容見直し、教育機関との連携強化、社員との接点づくり（座談会・職場見学等）の4つ。数値は%。

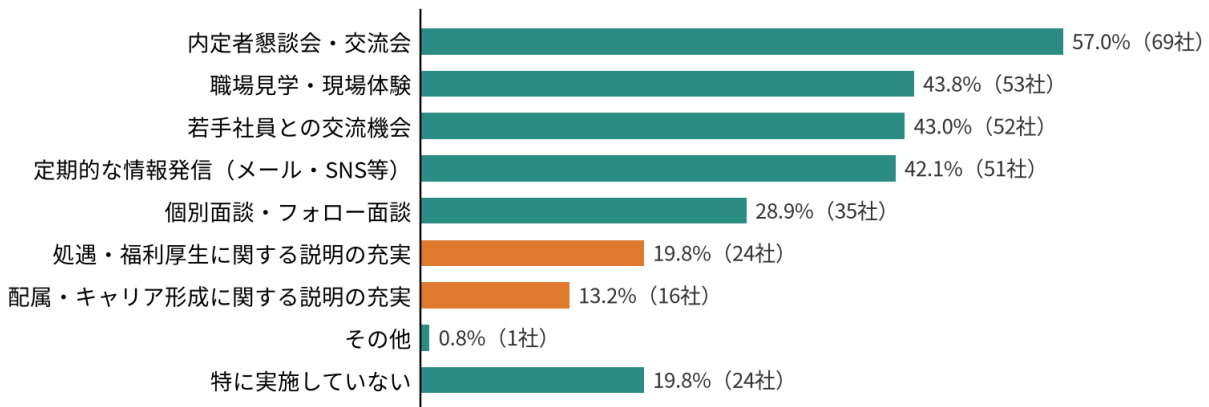
※「福利厚生の充実」は応募が減った企業で実施率が高い（64%）。ただし、応募減少を受けて対策を講じた結果とも考えられ、施策の効果を示すものではない点に留意することが必要。本調査では因果関係までは調査していない。

注目：応募が増えた企業は「接点づくり」に幅広く取り組んでいる

初任給・賃金の見直しは、応募が増えた企業（79%）、横ばいの企業（89%）、減った企業（85%）のいずれでも8割前後で、**大きな差はみられない**。多くの企業が実施しているため、それだけでは差がつきにくくなっていると考えられる。

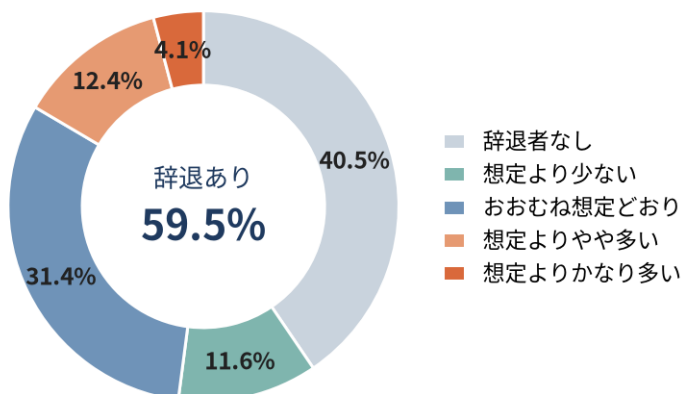
一方、**採用広報（増加66%／減少33%）、インターンシップ（48%／21%）、教育機関との連携（55%／26%）**は、応募が増えた企業ほど実施率が高い。接点系施策を2つ以上行う企業では「増加」が34.5%、「減少」が22.4%と、0～1つの企業（増加15.8%、減少45.6%）と対照的な結果となった。

Q3 内定辞退防止のために実施した(する予定の)取り組み(複数回答) (n=121)



「内定者懇談会・交流会」が 57.0%で最も多く、「職場見学・現場体験」(43.8%)、「若手社員との交流機会」(43.0%)、「定期的な情報発信」(42.1%)が続く。**内定者とのつながりをつくる“交流型”のフォロー**が中心となっている。一方、「**処遇・福利厚生の説明**」(19.8%)や「**配属・キャリア形成の説明**」(13.2%)といった**“説明型”**は少数。「特に実施していない」は 19.8%で、8 割の企業が何らかの取り組みを行っている。

Q5 今回の新卒採用における内定辞退の状況 (n=121)

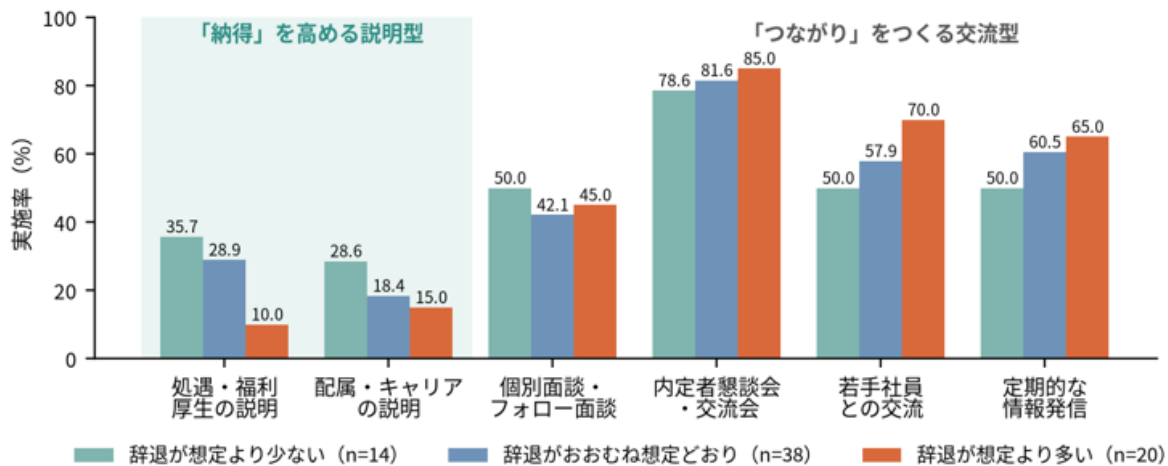


内定辞退が「**あった**」企業は **59.5%** (採用実施企業に限ると 61.7%)。昨年調査 (56.1%) に続き、約 6 割の企業で辞退が発生している。

ただし内訳をみると、「おおむね想定どおり」(31.4%)と「想定より少なかった」(11.6%)が多く、「**想定より多かった**」は **16.5%**。辞退をある程度織り込んで採用を進めている企業が多いと考えられる。

規模別では、1000 人以上の企業は 95.2%で辞退があった一方、100 人未満では「辞退者なし」が 8 割を占めている。採用人数や採用手法の違いが影響していると考えられる。

クロス集計 内定辞退の状況(Q5)×内定辞退防止の取り組み(Q3) (辞退があった企業 n=72)



「やや多い・かなり多い」を「想定より多い」として集計。「辞退者なし」の企業 (n=49) は約半数 (46.9%) が「特に実施していない」ため比較から除いた。

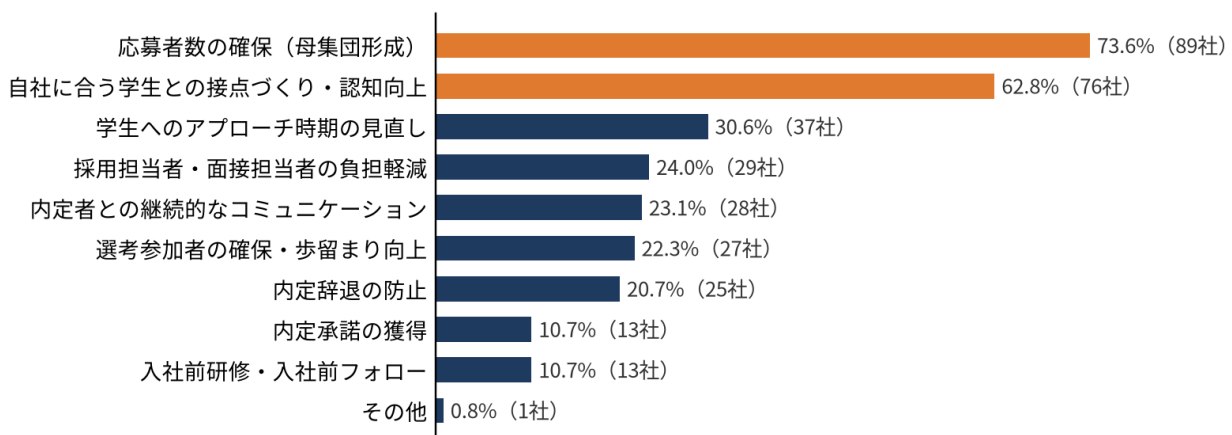
注目: 辞退が少なかった企業ほど「説明型」のフォローを実施

懇談会・交流会や若手社員との交流などの“交流型”は、辞退の多寡にかかわらず多くの企業が実施しており、むしろ辞退が多かった企業でやや高い(辞退が多かった企業ほど、交流の機会を増やして対応しているとも考えられる)。

これに対し、「処遇・福利厚生の説明」は辞退が想定より少なかった企業で 35.7%、想定より多かった企業で 10.0% と約 3.6 倍の差がある。「配属・キャリア形成の説明」(28.6%/15.0%)、「個別面談」(50.0%/45.0%)も同様の傾向で、一人ひとりの疑問や不安に応える取り組みが辞退の抑制につながっている可能性がうかがえる。

※サンプル数が少ない(想定より少ない n=14、想定より多い n=20) ため、傾向値として捉える。

Q6 新卒採用において、現在最も課題と感じているテーマ(3 つまで) (n=121)



「応募者数の確保 (母集団形成)」が 73.6%、「自社に合う学生との接点づくり・認知向上」が 62.8%と、上位 2 つが突出している。選考や内定後よりも、採用活動の“入口”に課題意識が集中している。

3 位は「学生へのアプローチ時期の見直し」(30.6%) で、採用活動の早期化への対応もうかがえる。

クロス集計

企業規模別にみた課題(Q6) (%)

	100人未満 (n=15)	100~299人 (n=48)	300~999人 (n=37)	1000人以上 (n=21)
応募者数の確保（母集団形成）	80	75	73	67
自社に合う学生との接点づくり・認知向上	60	73	65	38
学生へのアプローチ時期の見直し	53	23	30	33
選考参加者の確保・歩留まり向上	27	15	24	33
内定者との継続的なコミュニケーション	7	33	11	33
内定辞退の防止	13	15	24	33
内定承諾の獲得	7	10	5	24
入社前研修・入社前フォロー	27	6	8	14
採用担当者・面接担当者の負担軽減	20	23	22	33

母集団形成はどの規模でも最大の課題だが、**規模によって“次の課題”が異なる。**

- ・**100人未満**：アプローチ時期の見直し（53%）、入社前フォロー（27%）が高い
- ・**100～999人**：自社に合う学生との接点づくり・認知向上が6～7割
- ・**1000人以上**：接点づくりは38%と低い一方、内定辞退の防止・歩留まり向上・内定承諾の獲得（各24～33%）など**“選考から内定後”**の課題が相対的に高い

知名度が課題となる中堅・中小企業は「知ってもらう」こと、大手は「選んでもらう」ことに重心があるといえる。

まとめ

27年卒の新卒採用は回答企業の9割が実施・予定。応募状況は「減少」(33.9%)が「増加」(25.2%)を上回り、7割超の企業が母集団形成を課題に挙げた。人材確保策では初任給・賃金の見直しが84.3%と定着した一方、応募が増えた企業では採用広報やインターンシップ、教育機関との連携など、学生との接点づくりの実施率が高い。内定辞退は約6割の企業で発生。懇談会など交流型のフォローが広がる中、処遇や配属・キャリアの説明に取り組む企業は1～2割にとどまるが、辞退が想定より少なかった企業ほど実施率が高い。「知ってもらう」接点づくりと「納得してもらう」情報提供の両輪が、採用力強化の鍵といえる。

※構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

<本件に関するお問い合わせ先> (公財)九州生産性本部 組織広報グループ 三小田(さんこだ)
TEL: 092-771-6481 Email: sankoda@qpc.or.jp