

定例調査

2025年度 新入社員の意識調査

－ 採用活動の早期化が進むなか、内定後のフォローが重要性を増す －

はじめに

内閣府が2025年3月卒業（以下、24年度卒）の大学生、大学院生に実施した「学生の就職・採用活動開始時期等に関する調査結果」（24年12月）によると、就業体験が組み込まれたインターンシップに「参加したことがある」と回答した割合は76.1%となった。

この就業体験が組み込まれたインターンシップは、23年度の実施（対象は24年度卒の大学等卒業・修了予定者）から制度が見直された。見直しにより、企業は自社のインターンシップに参加した学生の情報を従前よりも早い時期から、広報活動や採用選考活動に利用することが可能となった。インターンシップに参加する学生が多くを占めるなか、企業による学生の早期囲い込みが進み、選考活動の一層の早期化に繋がると言われている。

こうしたなか、県内企業（事業所を含む）に就職した24年度卒の新入社員を対象に、当社が開催した新入社員研修でアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

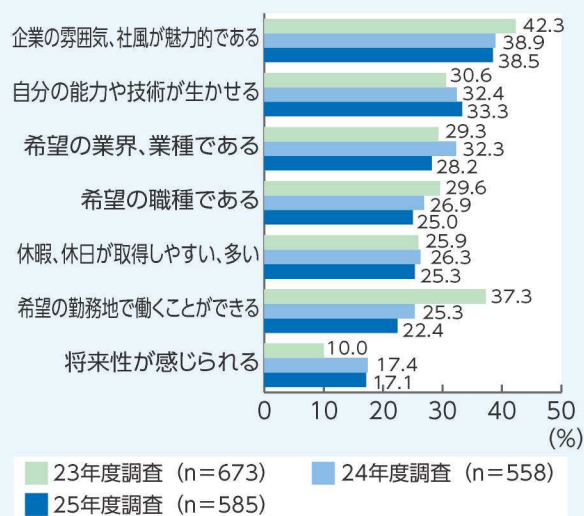
アンケート調査の結果

（1）現在の企業（職場）を選んだ理由（決め手）

－ 「企業の雰囲気、社風が魅力的である」がトップ－

現在の企業（職場）を選んだ理由（決め手）を尋ねたところ（複数回答）、「企業の雰囲気、社風が魅力的である」の割合が38.5%と最も高くなった（図表1）。

■ 図表1 現在の企業（職場）を選んだ理由（決め手）
（複数回答、上位項目のみ）



以下「自分の能力や技術が生かせる」（33.3%）、「希望の業界、業種である」（28.2%）などの順となった。

過去の調査と比べると、「自分の能力や技術が生かせる」が2年連続で上昇した。それに対して、「希望の勤務地で働くことができる」「希望の職種である」は2年連続で低下した。

回答者からは、企業選びの決め手として「企業の雰囲気、社風が魅力的である」「自分の能力や技術が生かせる」に関して複数あげられたほか、「地域への貢献」「地元との関わり」「新潟のため」など、地域との繋がりの強さや地元の方々・経済への貢献度をあげる声が特に多く寄せられた。

【企業の雰囲気、社風】

・社員の人が良かった。「和」を企業理念として掲げており、社風もその言葉通りだった（大卒、

地元就職)

- ・社員の振る舞いは自分の数年後を映す鏡だと思うので、仲の良さに好感が持てた(専門卒、地元就職)
- ・採用担当者が率直に話をしてくれたので、社内の雰囲気を知ることができた。その方のおかげで企業に対する親近感や信頼度も高まった(大卒、Uターン就職)

【自分の能力や技術を発揮】

- ・事業が多岐にわたっており、自分の強みである好奇心旺盛さを生かせると感じた(短大卒、Uターン就職)
- ・大学で得た技能を生かせる業務だった。また、性格が自社に合っているかを見極めるための面接があり、納得して入社を決めることができた(大卒、地元就職)

【地域貢献】【地元との繋がり】

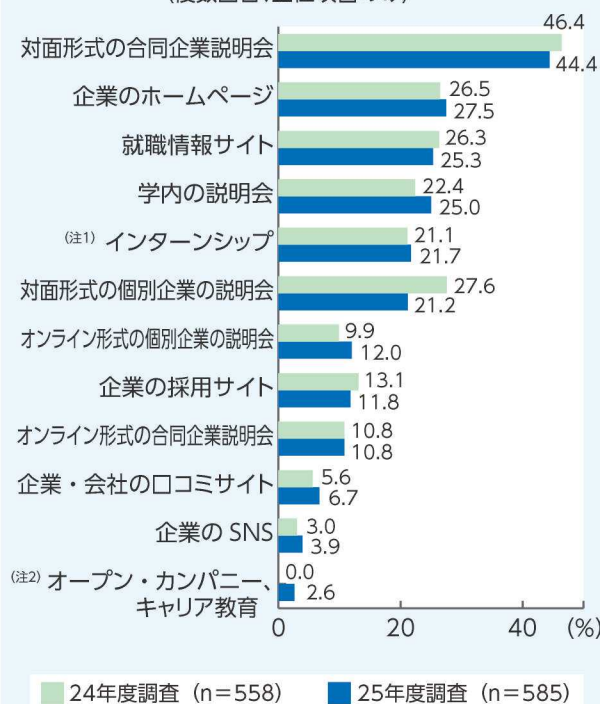
- ・「新潟を大切にし、より発展する企業」という目標に向かって、社員一体で進む姿勢が感じられた。私もその一端を担っていききたい(専門卒、地元就職)
- ・地域の自然を生かした商品開発、地元の高校との交流など、地元を大切にする姿に共感し、取り組みに参加してみたいと思った(高卒、地元就職)
- ・工場で今まで廃棄してきたものを地元の方々に無料で配布し活用してもらっていた。地元の方々と協力しながら資源の循環を実践している点に魅力を感じた(大卒、Iターン就職)
- ・河川や建物の補強工事などを主な業務としていて、地域の安全を守っているところが素晴らしいと思った(高卒、地元就職)

(2) 就職活動で特に参考となった情報収集の方法

ー「学内の説明会」が前回調査と比べて上昇ー

就職活動で特に参考となった情報収集の方法を尋ねたところ(複数回答)、「対面形式の合同企業説明会」の割合が44.4%と最も高くなった(図表2)。以下「企業のホームページ」(27.5%)、「就職情報

■ 図表2 就職活動で特に参考となった情報収集の方法
(複数回答、上位項目のみ)



注1: インターンシップ: 24年度調査の選択肢は「対面型のインターンシップ」

注2: オープン・カンパニー、キャリア教育: 25年度調査から選択肢に追加

サイト」(25.3%)、「学内の説明会」(25.0%)、「インターンシップ」(21.7%)「対面形式の個別企業の説明会」(21.2%)などの順となった。

前回調査と比べると、「学内の説明会」が上昇した一方、「対面形式の個別企業の説明会」が低下した。

回答者からは、「ホームページが見やすく、職場の写真や仕事の特徴を調べるのに役立った」(専門卒、地元就職)、「オンラインでの見学会は新潟に帰らなくても良いので、ありがたかった」(大卒、Uターン就職)など、オンラインで業務内容や職場環境を参考にしたとの意見があげられた。それに対して、「1週間のインターンシップに参加し、自分がここで働くというイメージが高まった」(大卒、Uターン就職)、「工場がデジタル化されているのを間近で見て、圧倒された。社員の方の丁寧な説明を聞き、こんな職場で働いてみたいと思った」(専門卒、地

元就職)、「取引先の訪問に同行させてもらい、営業職はどんな仕事を学ぶことができた。また、先輩社員がお客様と楽しそうに話していた姿が強く印象に残った」(高卒、地元就職)などの声にあるように、社内の雰囲気を知り、企業や社員への理解をより深めるといった点で、対面方式での情報収集が有益だったとの意見が多くあげられた。

(3) 就職活動で特に参考となった内容

ー「福利厚生、ワーク・ライフ・バランスの実態」が上昇ー

就職活動において特に参考になった内容を尋ねたところ(複数回答)、「働く環境(オフィス紹介、立地など)」(49.4%)、「福利厚生、ワーク・ライフ・バランスの実態」(49.1%)の割合が特に高くなった(図表3)。

前回調査と比べると、「福利厚生、ワーク・ライフ・バランスの実態」が上昇した一方、「企業理念、ビジョン、パーパス」が低下した。

回答者からは、「首都圏でキャリアを積みたい気持ちがあり、首都圏に支社がある企業であれば、転職せずに働き続けられると思った」(大卒、Iターン就職)、「食堂が完備されており、食事面を含め、福利厚生がしっかりしている職場を選んだ」(高卒、Iターン就職)、「仕事のやりがいや福利厚生は仕事を続けていくうえで必要不可欠だと思う。それをしっかりと明示してくれるところに惹かれた」(高卒、地元就職)といった声が寄せられた。

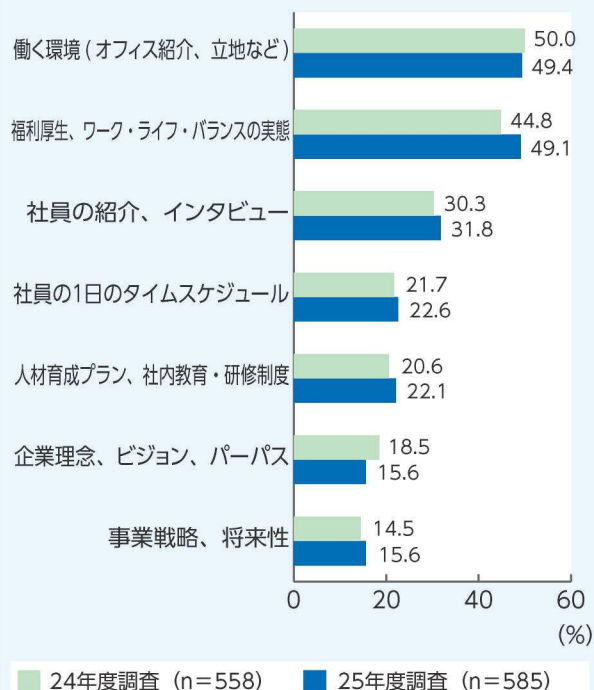
(4) 就職活動でもっと知りたかった企業の情報

ー「具体的な仕事内容」が半数弱でトップー

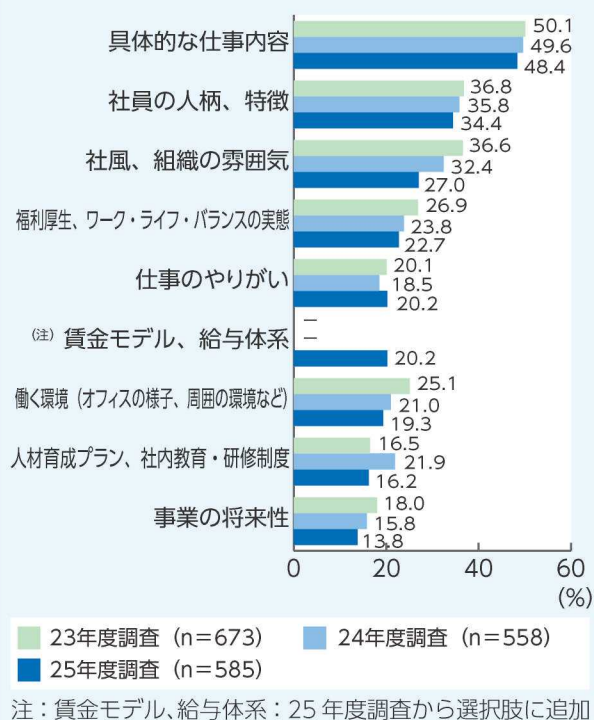
就職活動でもっと知りたかった企業の情報を尋ねたところ(複数回答)、「具体的な仕事内容」の割合が48.4%と最も高くなった(図表4)。以下「社員の人柄、特徴」(34.4%)、「社風、組織の雰囲気」(27.0%)などの順となった。

なお、今回調査から追加した「賃金モデル、給与

■ 図表3 就職活動で特に参考になった内容
(複数回答、上位項目のみ)



■ 図表4 就職活動でもっと知りたかった企業の情報
(複数回答、上位項目のみ)



注：賃金モデル、給与体系：25年度調査から選択肢に追加

体系」は20.2%となった。回答者からは「給与について堂々と公開している企業は少ない。就活生用の資料に給与を細かく記載している企業は信頼でき

た」(大卒、地元就職)、「人事評価制度があり、制度に基づいた昇給が実施されているとわかると、安心できる」(専門卒、Iターン就職)など、給与に関しては水準だけでなく、人事評価制度が反映されているかといった、給与の決め方の透明性などへの関心もみられた。

(5) 就職活動での生成 AI の活用

－ 6 割強が生成 AI を『活用した』 －

就職活動で生成 AI を活用したか尋ねたところ(複数回答)、「面接対策」(25.1%)、「企業・業界の検索」(24.1%)、「自己分析」(22.2%)の割合がいずれも2割を超え、特に高くなった(図表5)。以下「エントリーシートの作成」(15.7%)、「適性・適職診断」(15.0%)などの順となった。なお、就職活動でこれら生成 AI を1つ以上『活用した』回答者の割合は61.0%と6割強となった。

『活用した』割合を学歴別にみると、高卒(66.3%)と大学院卒(64.3%)で特に高くなり、短大卒(41.7%)を除く全ての学歴で、半数を超えた。

(6) 最初に内定(内々定)を取得した時期

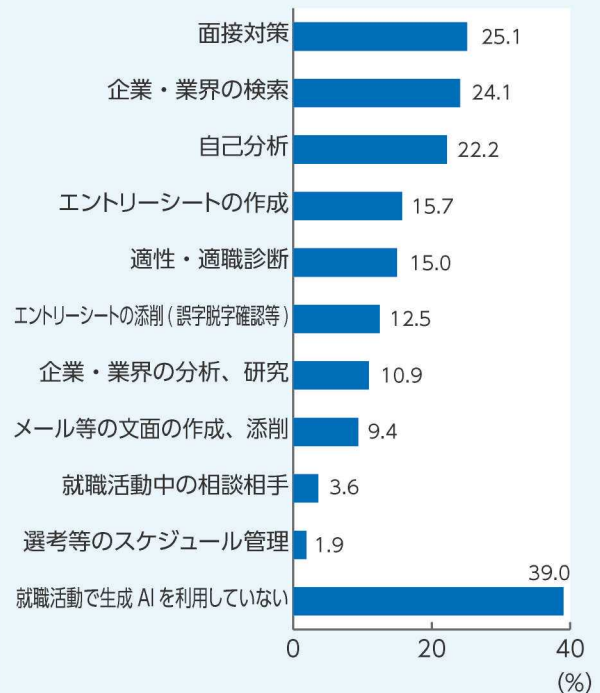
－「選考活動開始」より前に内定を取得している大学等卒は約6割－

最初に内定(内々定)を取得した時期を尋ねたところ、「24年10月」(13.0%)、「24年9月」(12.6%)の割合が特に高くなった(図表6)。以下「24年5月」(11.1%)、「24年4月」(8.9%)などの順となった。

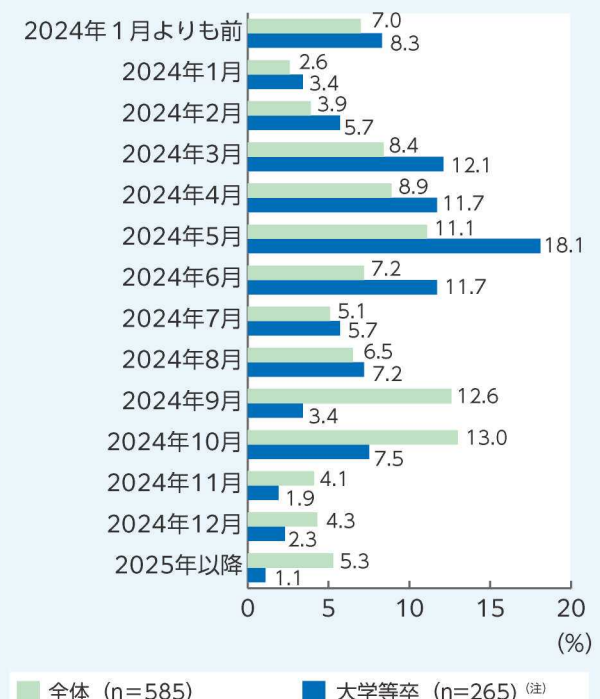
なお、高校卒業予定者の採用活動については、全国高等学校長協会等の協議により、内定開始が9月と決められており、高校生の取得時期は「24年9月」(30.8%)、「24年10月」(24.3%)に集中している。

一方、政府の就職・採用活動日程ルール(以下、就活ルール)の対象となる大学等(大学、大学院、短大)卒の取得時期をみると、「24年5月」が18.1%と最も高くなった。就活ルールは選考活動

■ 図表5 就職活動で活用した生成 AI (複数回答)



■ 図表6 最初に内定(内々定)を取得した時期



注：就活ルールの対象である「大学等」には、このほかに高等専門学校が含まれる

開始を24年6月と定めているものの、『24年6月より前』に内定を取得した割合は約6割を占めた。

(7) 内定後、企業から受けたフォロー ー「対面形式の内定式」が37.9%でトップー

内定後、企業からどのようなフォローがあったかを尋ねたところ（複数回答）、「対面形式の内定式」の割合が37.9%と最も高くなった（図表7）。以下「定期的な電話やメールでの連絡」（33.2%）、「対面形式の内定者懇親会」（26.8%）、「対面形式の内定者との交流会」（21.9%）などの順となった。

回答者からは、内定後のフォローとして以下のような内容があげられた。

- ・内定者向けの社内情報誌が定期的に届いた。業務内容や年間を通した仕事の流れを把握することができた（高卒、地元就職）
- ・内定後、希望者を対象に入社までの間アルバイトをする機会があった。このおかげで、ギャップを感じることなく、業務に取り組むことができていた（専門卒、地元就職）
- ・内定後の懇親会や業務体験を通して、同期や先輩社員と交流できたことで、入社までのモチベーションが上がった（大卒、地元就職）
- ・職場での内定者研修が実施された。社員の顔と名前を覚えるのに役立ち、入社後すぐになじむことができた（大卒、Iターン就職）

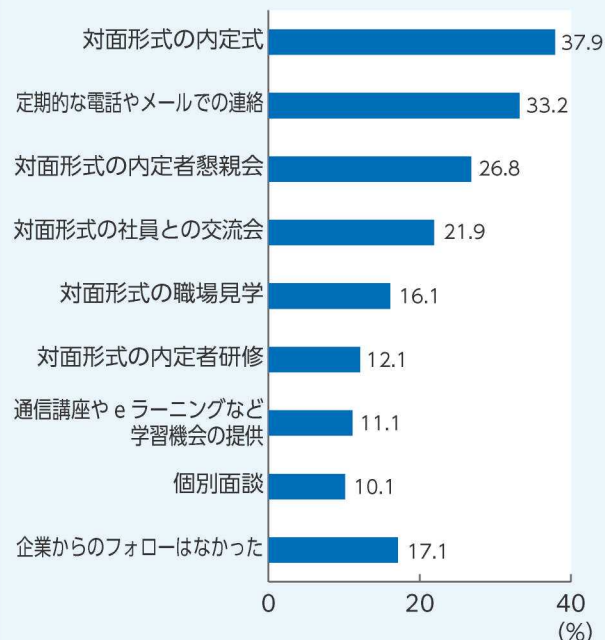
(8) 就職活動で魅力的だと感じた企業

就職活動で魅力的だと感じた企業について、その内容や工夫されていたことを尋ねたところ、具体的に以下のような声が寄せられた。

【安心して働くことができる】

- ・コンプライアンスを第一に掲げていて、安心して仕事ができる環境であると感じた（高卒、地元就職）
- ・女性活躍に力を入れており、実際に育児休業を取得し、さらにその後復帰している社員がいたので、安心できた（大卒、地元就職）
- ・働きやすいことをPRする企業は多かったが、就職した企業は市や県からの認定を受けていたので、信頼できた（大卒、地元就職）

■ 図表7 内定後、企業から受けたフォロー
(複数回答、上位項目のみ)



【自分が成長できる】

- ・充実した育成カリキュラム、先輩社員のモデルケースの紹介などが参考になった（専門卒、Uターン就職）
- ・入社後10年間のキャリアアップ計画を見せていただき、将来の成長しているイメージが高まった（高卒、地元就職）
- ・取得資格に応じて、手当がある。また、業務内容が多様で、幅広い知識を得ることができるところが良いと思った（専門卒、Iターン就職）

まとめ

今回の調査によると、最初に内定（内々定）を取得した時期として、全体では「24年10月」「24年9月」が高くなった。ただし、大学等卒をみると、就活ルールの選考活動開始である「24年6月」よりも前に取得した割合は約6割となり、選考の早期化がうかがえる結果となった。インターンシップ制度の変更もあり、早期化の傾向は続くと思われる。

一方、学生にとっては採用活動の早期化により、企業に対する理解が十分でないまま内定を取得・承諾してしまう可能性がある。また、入社までの期間が長いと、不安が増幅することが懸念される。そこで、内定後のフォローの重要性が一層増すと思われる。回答者からは「ギャップを感じることなく、業務に取り組むことができている」「同期や先輩社員と交流できたことで、入社までのモチベーションが上がった」など内定後に受けたフォローによる効果をあげる声が寄せられた。

企業は、内定後のフォローを内定後の囲い込みとして位置付けるだけでなく、学生の不安の解消や入社への意欲向上に役立つ取り組みとして力を入れていく必要がある。（2025年5月 近）

【調査の要領】

1. 調査時期 2025年3月～4月
2. 調査方法 無記名アンケート方式
新入社員研修の会場で調査票を配布し、Webで回答
3. 調査対象者 当社の新入社員研修に参加した、2025年春に新潟県内の企業・団体に就職した新入社員
4. 回答者数 有効回答 585人

	人数	構成比 (%)
合計 (内訳)	585	100.0
性別	男性	395 67.5
	女性	184 31.5
	その他	1 0.2
	回答しない	5 0.9
最終学歴	高校	169 28.9
	短大	12 2.1
	専門学校	137 23.4
	大学	239 40.9
	大学院	14 2.4
	その他	14 2.4
就業形態	地元就職	470 80.3
	Uターン就職	58 9.9
	Iターン就職	57 9.7

(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が 100.0% とならない場合がある

2025年度 新入社員研修を開催しました

2025年3月下旬～4月中旬にかけて、当社と第四北越キャリアブリッジ（株）では、共同で「2025年度新入社員研修」を開催しました。1日コースおよび2日コース合わせて4会場（上・中・下越）で計15回実施した研修には、約600人の新入社員の皆さまからご参加いただきました。

受講後のアンケートでは、98.3%の方が「大変役に立った」または「役に立った」と回答しています。

【研修内容の一例と会場の様子】

- 社会人としての心構え
- 職場の人間関係とエチケット・マナー
- 正しい言葉の使い方
- ビジネスゲーム、グループワーク（2日コースのみ）など

【受講後の感想】

座学だけでなく、実際に練習や体験、グループワークを行うことでより実感が湧き、分かりやすく学ぶことができました（大卒、卸売業）

知っているようで知らないビジネスの常識を学べ、学校では教わらないことも教えていただくことができ、不安な気持ちでしたが少し自信が持てました（高卒、情報通信業）

まだ社会人としての意識もあまり芽生えていなかったのですが、今回参加してビジネスマナーなどを勉強することができ、社会人としての自覚を持って日々過ごそうと思えました（専門卒、建設業）



実習で名刺交換などを身に付けます



グループワークで他者との協働を学びます

様々な企業の方と一緒に参加できたことは非常に刺激になり、良かったと感じました（大卒、サービス業）

敬語の使い方や電話対応の仕方などは自信がなかったのですが、実践の機会があったことで大きな安心につながりました（大卒、卸売業）

