

# 定例調査

## 2026年度 新入社員の意識調査

— 就職の決め手は「雰囲気と働きやすさ」。内定後のフォローが定着の鍵に —

### はじめに

新潟労働局によると、県内の2026年新規学校卒業生（2026年3月末現在）の就職率は、高校卒で99.5%、大学等卒でも96.2%と高水準であった。一方、企業にとっては、新卒の採用競争は厳しさを増している。とりわけ地方企業では、学生の選択肢が県外・都市部にも広がり、情報量や勤務地の魅力で比較されやすい分、応募者の確保そのものが難しくなっている。実際、就職内定者のうち、新潟県内の企業に就職する割合は、49.5%と半数を下回っており、少子化が進むなかで、地方における採用難は今後さらに強まる恐れがある。限られた応募者のなかで採用を進めるためには、選考設計に加えて、面接や情報提供の仕方、内定者へのフォローまでを一体で考えることが、これまで以上に重要になってくるといえるだろう。

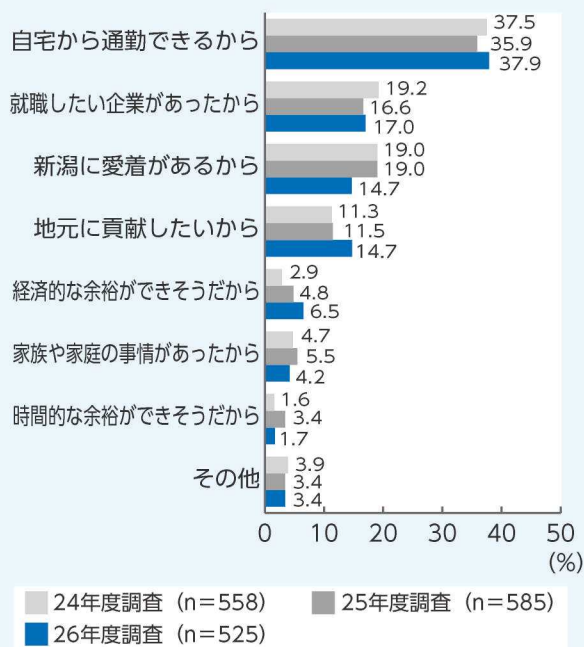
こうしたなか、2026年4月に県内企業（事業所を含む）に就職した新入社員を対象に、県内企業を選んだ理由や企業選定の際に重視した点、内定後のフォローなどについてアンケートを実施した。以下はその結果である。

### アンケート調査の結果

#### 1. 地元就職の理由

— 「自宅から通勤できるから」が3年連続でトップ—  
新潟県内で就職した理由を尋ねたところ、「自宅

図表1 新潟県内に就職した理由

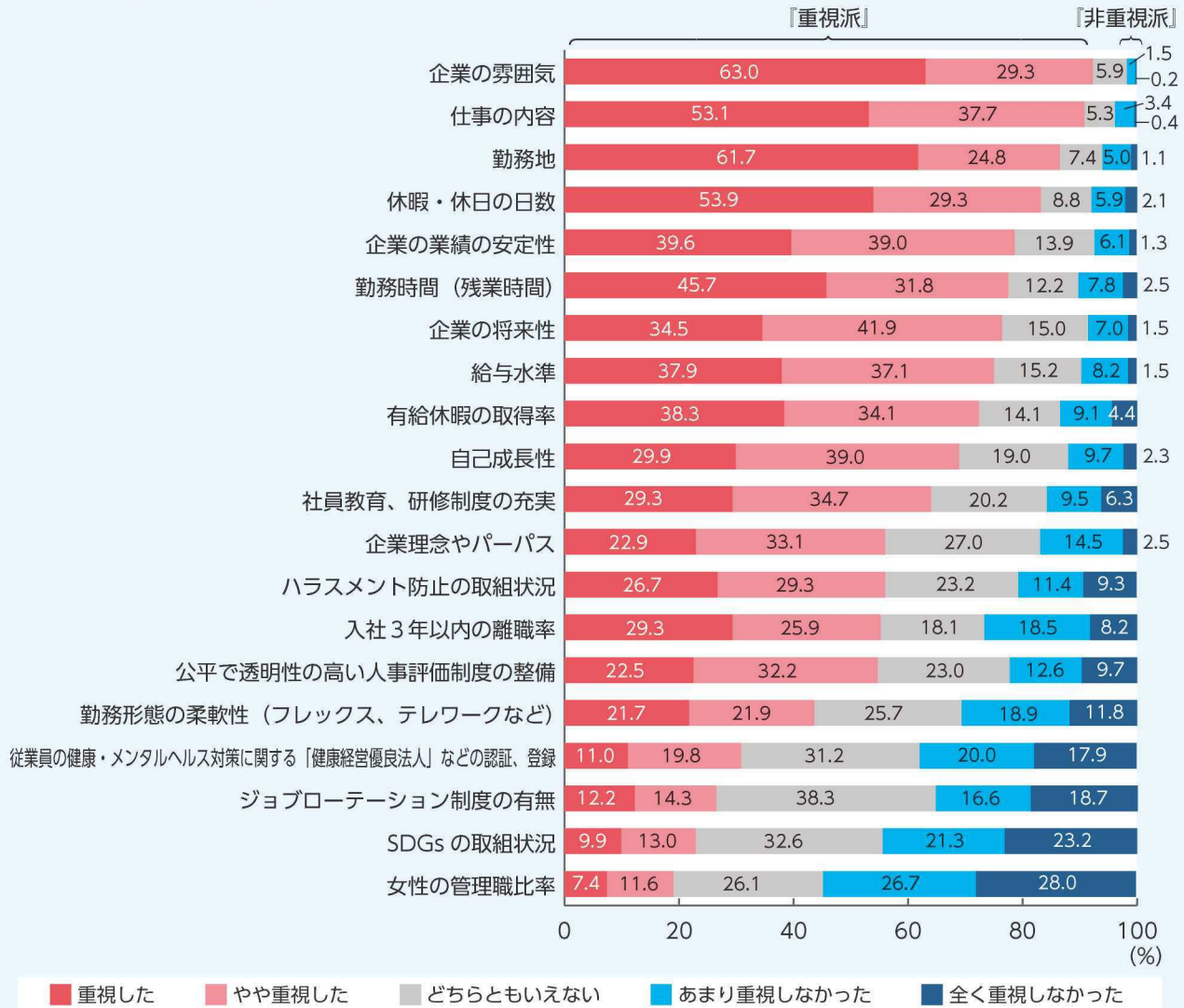


から通勤できるから」(37.9%)の割合が最も高かった(図表1)。3年連続でトップとなり、通勤負担の軽減や生活の安定を重視する傾向が定着していることがうかがえる。

以下、「就職したい企業があったから」(17.0%)、「新潟に愛着があるから」「地元で貢献したいから」(ともに14.7%)と続き、地域への思いも一定の存在感を示している。

一方、過去2年間の調査と比較すると、「経済的な余裕ができそうだから」も緩やかに上昇しており、理想だけでなく生活基盤を含めた現実的な視点で選択している様子が見えてくる。

図表2 企業選びで重視した点



## 2. 企業選びで重視した点

### －「雰囲気」と「仕事内容」を重視－

企業選びで重視した点を5段階評価で尋ねたところ、「重視した」と回答した割合が最も高かったのは、「企業の雰囲気」（63.0%）であった（図表2）。以下「勤務地」（61.7%）、「休暇・休日の日数」（53.9%）、「仕事の内容」（53.1%）が続いた。

また、「重視した」と「やや重視した」を合わせた『重視派』では、「企業の雰囲気」（92.3%）、「仕事の内容」（90.8%）が9割を超えており、新入社員にとって特に重要な判断軸となっていることが分かる。

回答者からは、「地元や社会に貢献でき、働いている方々の雰囲気がとても穏やかで感銘を受けた」（高校卒 男性 地元就職）、「実際に企業の説明会や訪問を通じて仕事の内容を知り、大学で学んだ知識、技術を生かすことができる業務であると感じた」（大学卒 男性 地元就職）、「新潟にいながら、首都圏の建築物に自分も携われるところに魅力を感じた」（高校卒 女性 地元就職）、「社員同士のコミュニケーションが活発な雰囲気を会社説明会で感じたのが、入社決め手である」（専門学校卒 女性 地元就職）などの意見が寄せられた。

### 3. 就職活動で参考となった内容

#### －「福利厚生」や「働く環境」が過半数－

就職活動で特に参考となった内容を尋ねたところ、「福利厚生、ワーク・ライフ・バランスの実態」(52.6%)、「働く環境 (オフィス紹介、立地など)」(50.5%) が半数を超えた (図表3)。続いて「社員の紹介、インタビュー」(33.0%)、「人材育成プラン、社内教育・研修制度」(23.8%) などがあげられた。

過去2年間の調査と比べると、「福利厚生、ワーク・ライフ・バランスの実態」や「社員の紹介、インタビュー」「人材育成プラン、社内教育・研修制度」の割合は上昇傾向にある。

回答者からは、「福利厚生がしっかりしている」(高校卒 女性 地元就職)、「従業員のことを考えた施設が充実している。人材育成に力を入れている」(専門学校卒 男性 地元就職)、「社員のインタビュー記事がホームページにあり、自分に合っている思い、面接を受けた」(大学卒 男性 地元就職) などの意見があげられた。

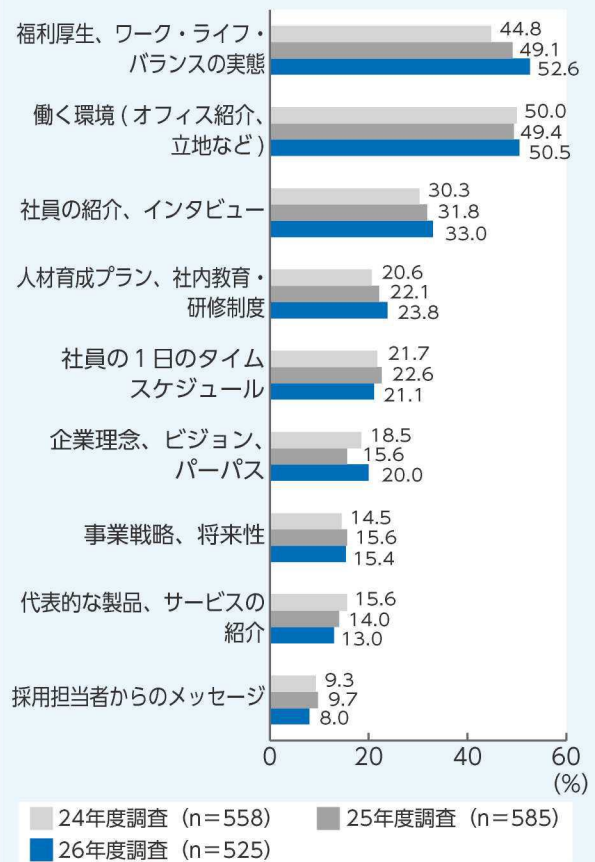
### 4. もっと知りたかった情報

#### －「具体的な仕事内容」が第1位－

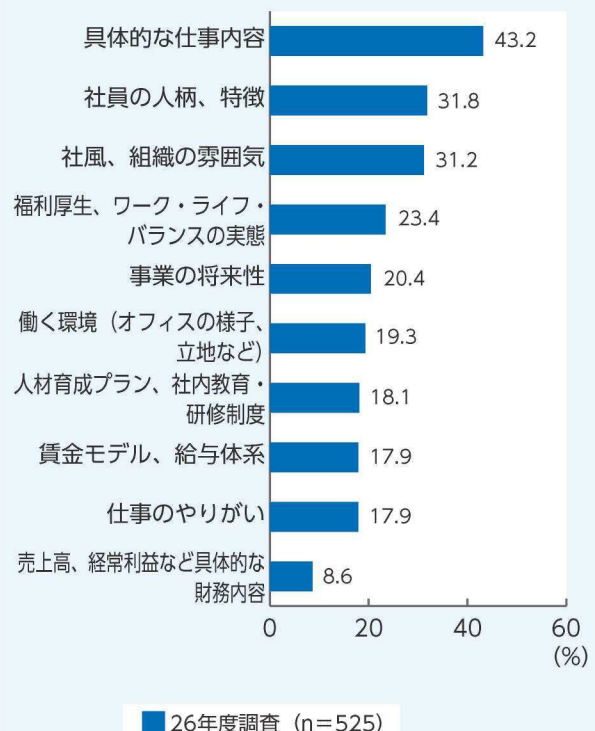
就職活動でもっと知りたかった情報について尋ねたところ、「具体的な仕事内容」(43.2%) が最も高くなった (図表4)。以下、「社員の人柄・特徴」(31.8%)、「社風・組織の雰囲気」(31.2%) などの順となった。

これらの項目は、前述の「企業選びで重視した点」の上位項目とも重なっていることから、制度面に関する情報にとどまらず、「実際の働き方」や「現場のリアルな姿」に対する情報を強く求める傾向が強い点が特徴である。

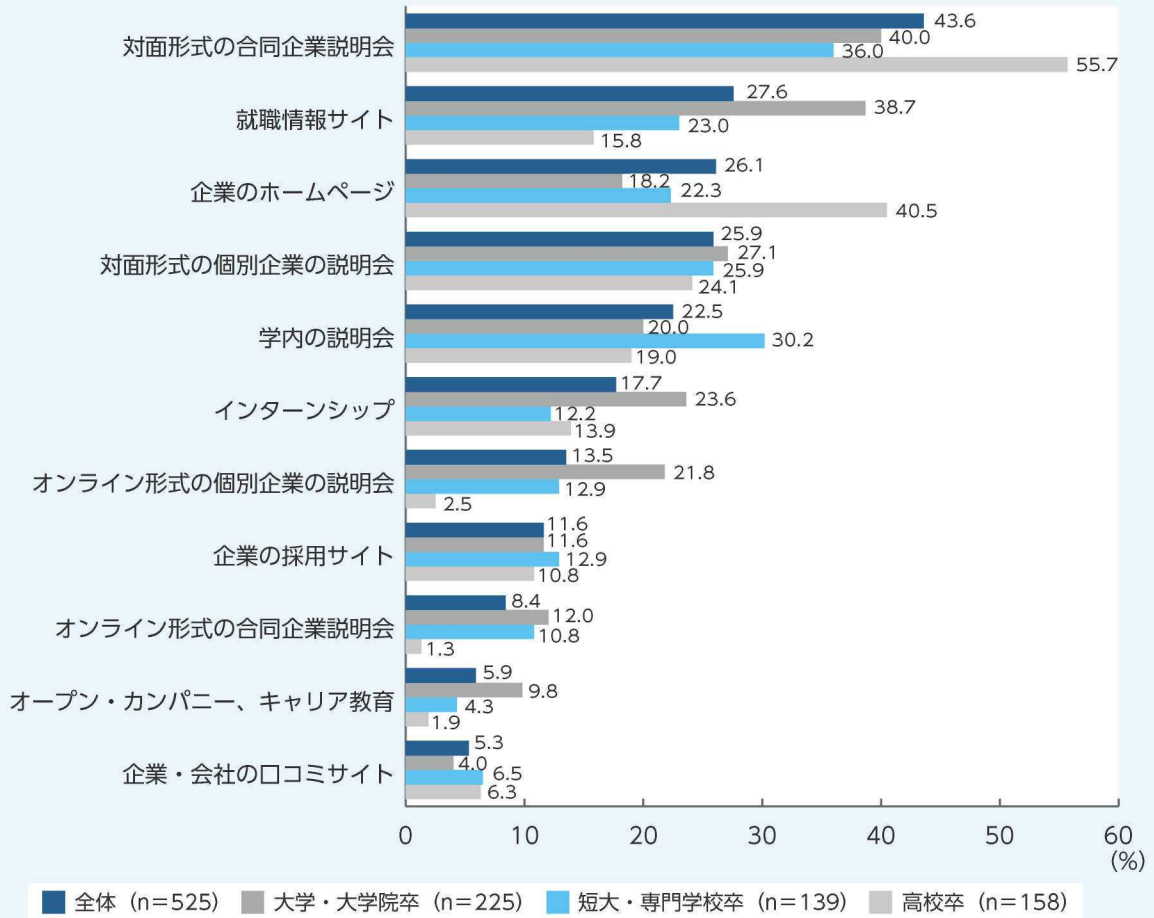
図表3 特に参考となった内容  
(複数回答、上位項目のみ)



図表4 もっと知りたかった情報 (複数回答)



図表5 参考になった情報収集の方法(複数回答、上位項目のみ)



## 5. 参考となった情報収集の方法

### ー「対面形式の合同企業説明会」がトップー

就職活動において、特に参考となった情報収集の方法を尋ねたところ、全体では「対面形式の合同企業説明会」の割合が最も高く、43.6%であった(図表5)。以下「就職情報サイト」(27.6%)、「企業のホームページ」(26.1%)が続いた。

学歴別でも、すべての層で「対面形式の合同企業説明会」(高校卒55.7%、短大・専門学校卒36.0%、大学・大学院卒40.0%)が最も高く、特に、高校卒では半数を超えた。

回答者からは、「仕事内容を説明してもらい、何度も企業見学をしたので、入社後の雰囲気をつかみやすかった」(専門学校卒 女性 地元就職)、「学生一人ひとりと企業側が対話する時間を設けてもらえ

た」(大学卒 女性 地元就職)との声が寄せられた。

一方、「対面形式の合同企業説明会」以外の項目についても学歴別にみると、高校卒では「企業のホームページ」(40.5%)、短大・専門学校卒では「学校の説明会」(30.2%)、大学・大学院では「就職情報サイト」(38.7%)の割合が高かった。また、大学・大学院卒では「インターンシップ」(23.6%)の割合が他と比べて高かった。2022年の制度見直し(三省合意改正)で、一定の条件を満たすインターンシップで得た情報を採用活動に活用できるようになったことから、インターンシップは就職を希望する学生側、企業側ともに重要度が上がっていると考えられる。

実際、インターンシップに関しては、「数日間に渡るインターンシップが採用試験の一環となってい

【参考】就職活動中、企業のどんな取り組みに魅力（工夫）を感じましたか ※自由回答から抜粋

【就職活動】

- 若手先輩社員とご飯を食べながらコミュニケーションをとり、気軽に質問できたこと（大学卒 男性 地元就職）
- 工場見学で実際に使っている機械を間近でみて、こんな会社で働いてみたいと思った。食堂などの見学もあり、福利厚生の良いさを体感することができた（専門学校卒 女性 地元就職）
- 職場を見学した際、担当の方が業務内容を詳しく教えてくれ、熱意が伝わった（高校卒 男性 地元就職）

【インターンシップ】

- インターンシップにて、自分でイベント案を提案して、社員の方々からフィードバックをもらう機会があった（大学卒 女性 Uターン就職）

【事業内容・企業風土など】

- 新潟県産の製品を製造し、地元を大切にしている姿や思いに共感し、自分も会社が掲げる想い(コンセプト)に参加してみたいと思った（専門学校卒 女性 地元就職）
- 頼れる経歴を持った先輩方がいたので様々な技術を身につける上で頼りになると思い、入社を決めた（専門学校卒 男性 地元就職）
- 自社ブランドのデザインが好きだった（高校卒 男性 地元就職）
- 働いている社員の方が、自分の会社のことや地域のことを大切、誇りに思っている姿が伝わってきた（大学卒 女性 地元就職）

たことで、社員の人柄や仕事内容が明確になり、実際に働くイメージがついた」（大学卒 女性 Uターン就職）などの意見もみられた。

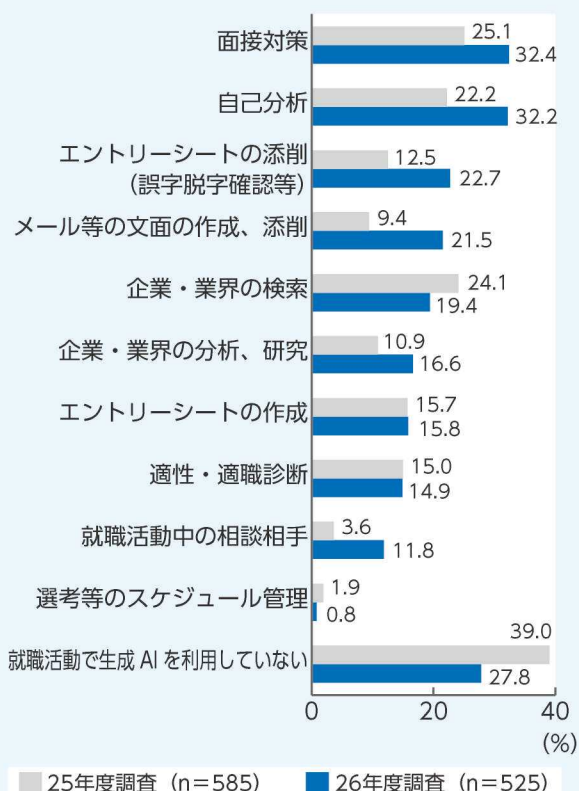
## 6. 就職活動での生成 AI 活用

### ー「面接対策」・「自己分析」が約3割ー

就職活動において、活用した生成AIツールについて尋ねたところ、「面接対策」（32.4%）と「自己分析」（32.2%）がともに約3割と高かった（図表6）。以下、「エントリーシートの添削（誤字脱字確認等）」（22.7%）、「メール等の文面の作成、添削」（21.5%）などの順となった。一方、「就職活動で生成AIツールを利用していない」の割合は、前回調査に比べて11.2ポイント低下して、27.8%となった。

前回調査と比べると、「企業・業界の検索」「選考等のスケジュール管理」等を除くほとんどの項目で割合は増えており、就職活動において、生成AIが標準的なツールになりつつある。

図表6 活用した AI ツール(複数回答)



## 7. 今後の企業との関係

### －「定年まで働きたい」が3割台半ば－

現段階で、今の企業との関係をどのように考えているかを尋ねたところ、「定年まで働きたい」(34.5%)の割合が最も高かった(図表7)。以下「ライフステージ(パートナーや家族の状況、出産など)に合わせ、転職もありうる」(19.8%)、「今の企業で不満があれば、転職もありうる」(15.4%)の順となった。

過去2年間の調査と比べると、いずれの年も3割超が「定年まで働きたい」と考えていることがうかがえる。一方で、「より良い条件(給与、仕事内容など)の企業があれば、転職もありうる」は12.2%と、過去の調査(25年度10.6%、24年度11.3%)と比べて高い割合を示しており、安定志向と柔軟なキャリア感が共存していることがうかがえる。

## 8. 内定後の企業からのフォロー

### －内定後のフォローが増加傾向－

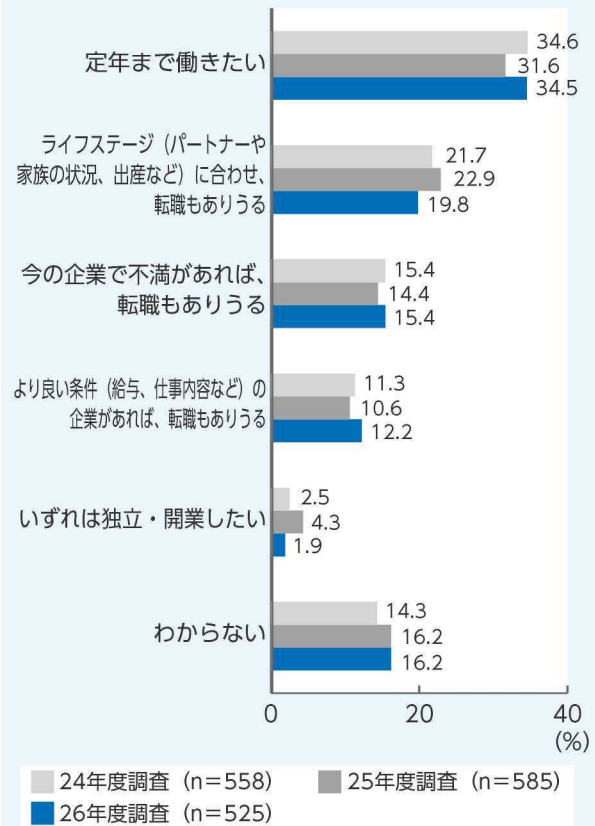
内定後、企業からどのようなフォローがあったかを尋ねたところ、「内定式」の割合が、43.4%と最も高くなった(図表8)。以下「定期的な電話やメールでの連絡」(36.2%)、「内定者懇親会」(25.3%)の順となった。

前回調査と比べると、「企業からのフォローはなかった」の割合は低下しており、内定後の辞退を防ぐためなどから、企業側のフォローは強化されているようだ。

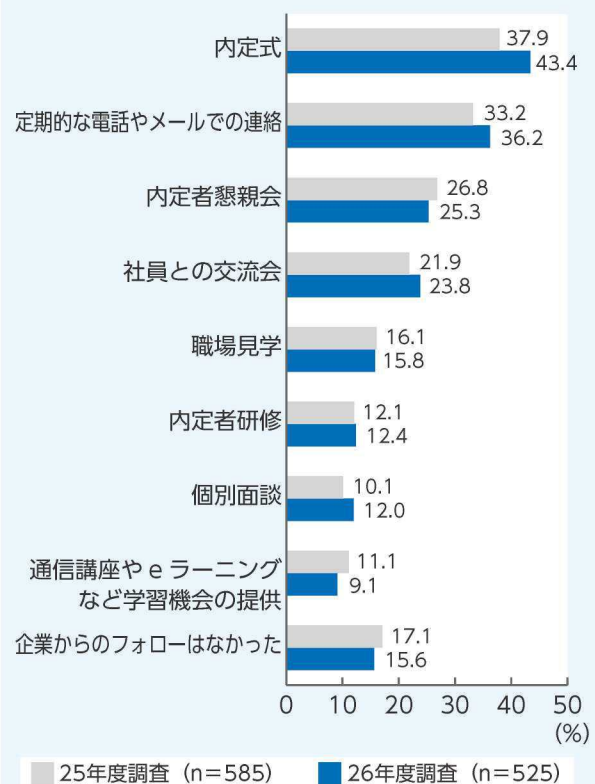
## まとめ

本調査の結果から、新入社員の就職先選択においては、通勤のしやすさや働きやすさといった「生活の質」に直結する要素が重視されていることがうかがえた。また、企業の雰囲気や仕事内容など日常の働くイメージを重視する傾向が定着していることが明らかとなった。

図表7 今後の企業との関係



図表8 内定後、企業から受けたフォロー(複数回答、上位項目のみ)



そのため情報収集においては、福利厚生や制度面への関心に加え、「具体的な仕事内容」「社員の人柄」「職場の雰囲気」といった、実態に即した情報へのニーズが強いことが特徴である。企業側がこうしたニーズに応えるためには、対面型の企業説明会やインターンシップなど、実際の職場や社員との接点を通じた情報提供の充実が不可欠である。

さらに、キャリア観は「定年まで働きたい」という安定志向と、条件やライフステージに応じた転職を視野に入れる柔軟性が共存している。

以上を踏まえると、企業に求められる対応は、単なる制度や条件の提示にとどまらず、実際の働き方や職場の雰囲気を具体的・継続的に発信することである。また、内定後においても丁寧なフォローを通じて信頼関係を構築し、入社前後のギャップを解消する取り組みが一層重要となる。

【調査の要領】

1. 調査時期 2026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. 調査の対象者 当社の新入社員研修に参加した、2026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 525人

		人数	構成比 (%)
<b>合計 (内訳)</b>		<b>525</b>	<b>100.0</b>
<b>性別</b>	男性	346	65.9
	女性	179	34.1
	その他	0	0.0
	回答しない	0	0.0
<b>最終学歴</b>	高校	158	30.1
	短大	14	2.7
	専門学校	125	23.8
	大学	210	40.0
	大学院	15	2.9
	その他	3	0.6
<b>就業形態</b>	地元就職	418	79.6
	Uターン就職	57	10.9
	Iターン就職	50	9.5

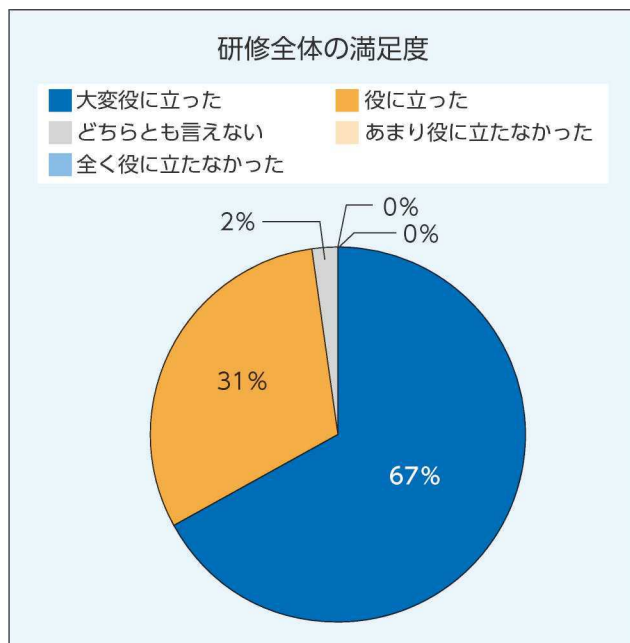
(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が 100.0% とならない場合がある

## 2026年度 新入社員研修を開催しました

3月下旬～4月中旬にかけて、第四北越リサーチ&コンサルティング(株)と第四北越キャリアブリッジ(株)では、共同で「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、5会場(上・中・下越)計15回実施した研修には、約530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、98.0%の方が「大変役に立った」と「役に立った」と回答しています。

### 【受講後のアンケート結果】



### 【受講後の感想】

自分の言葉使いや身だしなみなどが、直接お客様からの会社の評価に繋がることが実感できたので、より社会人として気が引き締まりました(1日コース、大学卒、医療・福祉業)

心構えから対応のマナーの細かな部分まで教わることができ、今まで意識していたことの復習になり、新たに意識していきたいことも見つかりました(1日コース、大学卒、製造業)

曖昧だったビジネスマナーや礼儀など、実際に体験しながら教えていただけて、実践ですぐに使えると思いました(2日コース、高校卒、製造業)

グループワークでは初対面の人と話すのは大変でしたが、楽しくコミュニケーションを取る練習ができ、たくさんの良い学びを得られました(2日コース、専門学校卒、サービス業)

今までと違う環境になり、仕事を覚えることや、上司や先輩など多様な世代と業務をすることなど、不安なことがたくさんありましたが、この研修を受けて緊張感がほぐれて良いスタートができそうです(2日コース、高校卒、建設業)

【新入社員研修 研修内容と会場の様子】

■ 1日コース（2日コースの1日目）

- **社会人としての心構え**  
職場と学校の違い、コンプライアンス意識、チームワークの重要性、社会人としてのマナー、身だしなみなど
- **仕事の進め方**  
報告・連絡・相談の仕方、PDCAサイクルなど
- **正しい言葉の使い方**
- **来客対応と訪問のマナー**
- **ビジネス電話の対応**
- **ビジネスメールのルールとマナー**

■ 2日コースの2日目

- **ビジネスマナーの習得度チェック**  
～グループ討議で理解を深める～
- **課題解決のためのチームワークを学ぶ**  
～ビジネスゲームでチームワークの重要性を体感する～
- **2日間の学びを形にする**  
～ブレイン・ストーミングで明日からの行動に繋げる～
- **成果発表**

2日目はグループワークが中心です。グループで協力しながら、いくつかの課題を進めていきます（写真左）  
研修の最後は成果発表です。全員が前に出て、研修の課題の発表を行います。合わせて、プレゼンの仕方にも身に付けてもらいます（写真右）

1日コース（2日コースの1日目）



いよいよ研修スタート。隣同士の自己紹介から始まります。紹介後は、ピンと張り詰めていた雰囲気が少し和らぎます



午前中は座学で心構えなどを学び、午後からは、お辞儀の仕方や名刺交換、電話対応など実習を通して基本を学びます。最初は少しぎこちないですが、徐々にうまくなっていきます

2日コースの2日目



【2026年度 新入社員フォローアップ研修】ご案内

2026年7月および10月に、本年度新入社員を対象とした「新入社員フォローアップ研修」を開催いたします。新入社員の定着率を高めるためには、自己成長の実感や働きがいを醸成する研修は欠かせません。お申し込みがまだの企業は、ぜひこの機会にご検討ください。

1日コース（および2日コース1日目）

入社から今日までを振り返り、成長を実感するとともに、より実践に役立つビジネスマナーを学びます。

2日コースの2日目（10月のみ）

チームの一員として、前向きに仕事に取り組んでいくための、チームワークおよびレジリエンス（困難をしなやかに乗り越え回復する力）の鍛え方について学びます。

	開催地	開催日	会場
1日コース	新潟	7月17日（金）	新潟ユニゾンプラザ 4階大会議室
	長岡	7月22日（水）	米百俵プレイス西館 6階第四北越銀行セミナールーム
2日コース	新潟	10月7日（水）～8日（木）	新潟ユニゾンプラザ 4階大会議室
		10月19日（月）～20日（火）	
	長岡	10月14日（水）～15日（木）	米百俵プレイス西館 6階第四北越銀行セミナールーム
	上越*	10月1日（木）～2日（金）	上越市市民プラザ 2階会議室

※上越2日コースは、1日目のみの受講も可能です。

詳しい内容および申込方法は、弊社ホームページ（<https://www.dhrc.co.jp/seminar/>）または、第四北越キャリアブリッジ（<https://www.dhfg.co.jp/dhcb/>）に掲載しておりますので、ぜひご覧ください。