

主要企業

「内々定」4割が終了

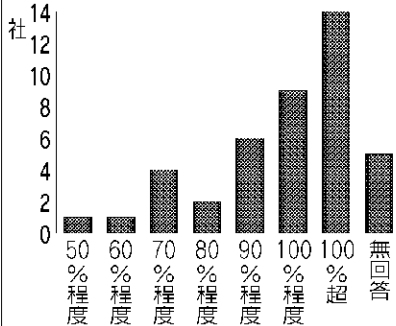
本社調査 採用活動、ピーク越す

来春入社の新卒採用で、主要企業の約四割が事実上の内定となる「内々定」を出し終えたことが、日本経済新聞社の実施した「採用活動に関する緊急アンケート」で分かった。回答した四十二社のうち十六社が、採用計画以上の学生に内々定を出し、採用活動を事実上終えた。「六月末までに出し終える」会社を加えると半数近い十九社になる。秋採用が広がっているが枠は小さく、主要企業の採用活動は早くもピークを越えた。

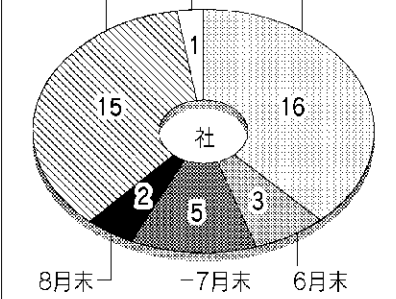
アンケートは五月二十と回答。内々定者が計画 あたる十六社は内々定を五―三十日に実施した。数を上回る「一〇〇%超」出し終えている。

調査時点の採用計画充足率もKDDI、キリンビール、充足率が「八〇%」「九〇%」を加えると三十一社（採用計画数に対する内々定者の比率）はアサヒビール、住友商事などなど七社は今後も採用活動が続けるが、三八%に未達の企業はなかった。

5月末時点での採用計画充足率
(採用計画人数に対する内々定者の人数の比率)の分布



内々定を出し終える時期
秋採用を行う 未定 すでに出し終えた



採用前線

日本経団連の採用倫理憲章により企業は四月一日から学生の選考を始めたが、開始から二カ月で採用活動はヤマ場を越え、短期決戦の様相が一段と強まった。

内々定を出し終える時期については、NTT東日本など三社が「六月末まで」、三井物産など五社が「七月末まで」と回答。七月末までに二十四社（五七%）が採用活動を終える。

一方、八月から九月にかけて選考する秋採用を

計画しているのはキヤノンや東芝など十五社（三六%）にのぼり、主要企業の間で秋採用が定着しつつある。ただ、各社の五月末での充足率の高さを考えると、実際の採用は限定的になる例が多いとみられる。キヤノンは採用時期を多様化するため五月末の内々定者数を計画の半分程度にとどめているが、こうした例は今のところ少数派だ。

回答企業一覽 アサヒビール/アステラス製薬/イオン/NEC/NTTドコモ/NTT東日本/花王/鹿島/キヤノン/キリンビール/KDDI/JFEスチール/シャープ/新日本製鉄/新日本石油/住友商事/積水ハウス/セブンイレブン/ジャパン/全百/本空輸/ソニー/第二三共

高島屋/武田薬品工業/電通/東京電力/東芝/トヨタ自動車/日本通運/野村証券/東日本旅客鉄道/日立製作所/富士通/ホンダ/松下電器産業/みずほフィナンシャルグループ/三井住友銀行/三井物産/三井不動産/三菱化学/三菱重工業/三菱商事/三菱東京UFJ銀行(五十音順)

中小はこれから本格化

大企業の後を追う形は五月の連休明けから会社説明会を随時開催、一人の学生に内々定を出し初めに中小企業支援団体に

アンケートでは主要企業の六割強が外国人採用に前向きな姿勢を示した。日本人学生だけを対象にしているのは優秀な人材を確保するのが難しくなっているためだ。中国など新興市場の開拓をに

外国人採用は 6割強前向き 海外開拓へ即戦力

え。青山学院大学進路・をどう辞退すればよいの就職センターの上倉功事かという相談が目立つ」務部長は「今年は内々定と話している。

らみ、即戦力を確保する狙いも大きい。外国人採用を「計画している(すでに内々定者の中にいる場合を含む)」は東芝、キヤノンなど二十五社。「検討している」の二社と合わせると二十

ルする。

ただ、大企業に比べ知名度の低い中小企業は苦戦を強いられそう。クルートの調べによると、従業員一千人未満企業の大学生求人総数は七十三万人と前年より一四

の伊藤篤志氏は「就職情報サイトに広告を出しても中小企業の場合は学生からほとんど反応がないことが多い」と話す。採用戦略を工夫しないと中小企業は人材不足に悩み続けることになる。

航空券卸のエフネス(東京・千代田)は就職情報サイトを使わず、大学や専門学校に掲示板に募集要項を張り出す昔ながらの手法を採っている。情報サイトだと大企業の中に埋没してしまうからだ。岡田直樹社長は「学生が就職部に相談に行った際、職員が当社を紹介してくれる」と語る。