

## 取扱注意

※本記録は関就研加盟校のみを公開対象としております。取扱いにご注意下さい。

2025(令和7)年度

# 日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報 交換会 グループ討議記録

【2025(令和 7)年 10 月 31 日】

「日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報交換会」実行委員会

## 令和7年度 日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報交換会 記録（A グループ）

### 【メンバー（敬称略）】

- ◆ 株式会社アクセスネクステージ キャリアセンター支援担当 執行役員 八木 淳
- ◆ 株式会社学情 キャリアサポート部 係長 斎藤 寛武
- ◆ 株式会社キャリタス プロダクトマーケティング本部学生広報企画部 キャリタス就活編集長 林 茜
- ◆ 株式会社マイナビ 就職情報事業本部大学広報統括本部 西日本統括部長 坂田 隆
- 大阪国際大学 キャリアサポートセンター 課長 渡辺 雅信
- 大阪経済法科大学 キャリアセンター 課長補佐 伊藤 聖香 （進行）
- 京都先端科学大学 キャリアディベロップメントセンター 課長補佐 中西 善彦 （記録）

### 1. 早期化

- ・事業サービスの設計上、ルールは厳守。3/1～ 早期を薦めたいわけではない。
- ・インターンシップで接点を持っている学生への対応が多い。
- ・エントリー平均 20 社 20 社の中に入らないと選ばれない認識を持っている。
- ・3 年 12 月に選考スタート
- ・有名企業 例) 広告会社 2 年 2 月頃からスタートしている。
- ・企業は採用難である。ほとんどの企業は早く始めても早く終わるわけではない。
- ・年内に開始する企業が多い。4 年生 10 月以降も継続している企業も 40% ある。
- ・大学の有効求人倍率が少し減っている。
- ・採用数確保ができないため、4 年 10 月以降再スタートする企業も増えている
- ・早期化していることを企業は奨励しているわけではない。ミスマッチにつながるケースも増えている。採用手法の工夫を行っている。選考過程で社員との面談を設定する。
- ・早期化により、内定を早く獲得したが、4, 5 月頃のエントリー数が昨年に比べ増えた。
- ・職種別採用、配属地を確定する採用が増えている
- ・採用後のフォローをしっかり行っている企業が増えた。（チャット運用、内定イベントなど）
- ・各種イベントに現場社員が登場する機会が増えた。

### 2. 学生支援時期

Q.多様化による支援時期がバラバラになっている点をどのように対応しているか。

- ・全体で一括より個別化が進んでいる。自分事になっていない学生が多いので、イベントの集客が悪い。  
結果個別対応が増えている。

キャリア授業を必修化、運営している大学が増えた。授業内で自己分析やマナー等一通りを実施し、課題講座を減らしている。（集客も悪いため）

Q.4 年未内定者に対する支援

- ・家に電話をかけている。ひたすら個別面談を実施

### 3. 多様化対応

- ・全体の傾向として個別化となっている。

- ・学生：知らない番号の電話は出ない。
- ・出版情報社側：
  - キャリアフォーラム⇒留学経験者
  - キャリタスダイレクト⇒バイリンガル学生対象
  - ジャパンジョブズ：留学生対象サイト
- ・企業：電話自体ではないライン等での連絡が増えている。一方で社会人のマナーとして、電話に出る、対応をし続ける企業も一定数いる。
- ・他、今後の連絡は電話で行います！と事前に伝えている企業も増えている。
- ・電話に慣れる努力を指導。（自分の名前を名乗らない学生も増えてきている）
- ・内定辞退の電話、退職の電話ができない学生が多い。キャリア窓口に相談くることが多い

#### 4. エージェント

- ・向き合う姿勢が大切（学生側⇒企業側）
- ・きいたことのないエージェント名が増えた。また、紹介する企業も固定化している。
- ・成果報酬型であり、採用企業側のメリットが大きいため、しばらくは続くのでは。
- ・大学としては、エージェントサービスを使用する時期を検討する必要がある。
- ・人材教（6社） サービス利用者 86000人の内1万人程度 昨年は10万人利用。  
エージェント利用率決して高くない。
- ・中途採用の市場のほうが大きいため、大手はあまり力を入れていない。
- ・一部合説会場の周辺にエージェントの社員を配置していることがわかった。（登録促し）
- ・色々問題は起こっているが、学生の決定率は10%を切っており、まだメディア型が多い。
- ・今回参加している懇話会各社は大手であるので大学と密に連携して実施している。

#### 5. 低年次向けの就業体験インターンシップ

- Q. 低年次でも意識高い学生が多く、用意できいか。
- ・先輩から早めにといった声をきくため、早めの行動している学生も複数いる。
  - ・合説の参加も2年生の割合が増えている。（10月は5人に一人）
- Q. 今夏のキャリア形成支援プログラム（＝インターンシップ）の傾向
- ・低年次に学内協定型の就業体験型に参加するよう促す。3年時は外部サイトを使用したインターンシップへの参加促しを実施。キャリア教育における2年生のコンテンツを充実させたい。まだまだ自分事化できない学生が多数。キャリア課と一緒にやっていく姿勢が大切。

以上

## 令和7年度 日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報交換会 記録（B グループ）

### 【メンバー（敬称略）】

- ◆ 株式会社アクセスネクステージ関西キャリアセンター支援グループ部長 仲村 俊哉
- ◆ 株式会社学情 キャリアサポート部 マネージャー 松井 健悟
- ◆ 株式会社ダイヤモンド・ヒューマンリソース新卒メディア事業局大学支援部部長 岩崎 雅広
- ◆ 株式会社マイナビ 就職情報事業本部大学広報統括本部 統括本部長 田上 潤平
- 大阪産業大学 キャリアセンター 主任 木村 哲也 （進行）
- 追手門学院大学 就職・キャリア支援課 課長 中西 宏
- 帝塚山大学 キャリアセンター 課長 島本 英一郎 （記録）

### 1. 低学年への支援

- ・大学側から行事参加率について説明があり、ほぼ前年レベルで60～70%といつたところといったところから、授業に組み込まれている事例が報告された。
- ・各社のイベント参加状況についても多少上振れしているものもあったが、ほぼ前年度なみとの報告がされた。
- ・各大学の就職関連行事を早めるのも限界があるという意見がある一方で、関東の大学では3年生夏までにガイダンスが終了するよう設定されている大学が多いとの報告があった。

### 2. 留学生・障害者支援

- ・マイナビが展開する「グローバル人材紹介（Global Agent）」学情の「Re 就活キャンパス Japan Jobs」が紹介された。

### 3. 出版社側から見た良い企業悪い企業

- ・学生のためになるインターンシップを実施している会社という意見もあったが総じて離職率には着目している。また、掲載基準については個別で判断しており、明確な回答はなかった。

### 4. 早期化への誘導

- ・必ずしも出版社側が望んでいる形ではない。

以上

## 令和7年度 日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報交換会 記録（C グループ）

### 【メンバー（敬称略）】

- ◆ 株式会社文化放送キャリアパートナーズ 専務取締役 岡田 航三
- ◆ 株式会社キャリタス 関西支社 学生サポート課 課長 渡辺 義人
- ◆ Indeed Japan 株式会社 New Grads Career Relations リクナビ編集長 菊池 祐城
- 関西外国語大学 キャリアセンター 課長補佐 山形 修平（進行）
- 大阪商業大学 キャリアサポート室長 中野 仁朗
- 大阪樟蔭女子大学 キャリアセンター 担当部長 兼 課長 坪田 玲子
- 大阪経済大学 学生・キャリア支援部 部長 加藤 正憲（記録）

### 1. 低学年次支援

各大学の低学年次に対する取り組み発表と、それに対する質疑応答があった

- ・低学年次ガイダンスの参加学生数は約 25%増加（前年比）している
- ・キャリア科目を正課科目（必修）とした
- ・外国語大学のため、3 年次に留学へ行く学生が多く、できればそれまでに「就業体験」をさせておきたいので、低学年次のインターンシップは重要であると考える
- ・協定型のインターンシップを正課科目として続けてきたが、昨今の公募型、オープンカンパニーへのシフト状況から、正課科目としての「インターンシップ」をやめることを決定した
- ・マネーリテラシーは低学年次に身に付けておいてほしい知識である
- ・クラブ活動学生に対して、低学年次の研修時に時間をもらい、キャリアデザインの重要性を説いている
- ・1 年次には「文章力向上」ガイダンスを実施している
- ・売り手市場の現状では、就職率や周囲の先輩たちを見て安心してしまい、キャリアデザインの意識が低い傾向にある。そのため、低学年次からのキャリアデザインの意識向上は課題であると認識している
- ・実施ガイダンス・講座 100 件中 25 件が低学年次向けになっている
- ・次年度より正課のインターンシップを存在価値の減少により取り止める予定である
- ・2 年生の秋から 150 ゼミを対象に職員がキャリア形成、就活について授業で講演を行っている。

### 2. AI

就活ナビへの AI 搭載状況や、企業側での AI に対する感触などの意見交換を行った

- ・「リクナビ」には『ガクチカ AI』や『面接 AI』を機能搭載した
- ・「ガクチカ AI」「面接 AI」などは、リアルとの融合、つまりキャリアセンターの支援ツールとしての利用が多い。
- ・「キャリタス」にも AI 面接の機能を搭載し、AI アバターと対面面接の練習ができ、思ったよりも深掘りができる（無料）
- ・ベネッセ i キャリアには「キャリアチュートリアル」という LMS に近い機能があり、自己分析などを作成する際、その過程について壁打ち相手になってくれるので、学生自身が深堀りしやすい仕組みとなっている

- ・AIは自らのキャリア計画を立てる際に、エピソードに対して深掘りをしてくれるため、有効に活用はできるのではないか
- ・就活の早期化、長期化により、キャリア支援課の面談が、3年生を中心となっており、4年生の面談時間を確保することが難しくなっている。4年生の時間を確保するために、3年生に対するサポートにAIをもつと活用することができないか
- ・職員側もAIを使いこなせていないため、学生に推奨もできてない感触を受ける
- ・チャットGPTの「使い方講座」を学内で実施したいと考えている
- ・AIは「男性だから」「女性だから」といったバイアスがかからないことも大きなメリット

### 3. 早期化

早期化に歯止めをかけるための施策について、情報交換を行った

- ・「学ぶ」と「働く」がつながっていないため、学生に「働く」意識をしっかりと持ってもらいたい
- ・ナビ会社が収集する情報にはどうしても偏りがあるため、関就研のような団体が、定期的に情報を出し、その情報を集約したものをナビ会社が発信する仕組みにしてはどうか
- ・企業は留学の時期（帰国の時期）を知りたがっている
- ・各大学の未内定者情報を共有化できないか
- ・やはり、そもそも、ナビ会社が企業に対して早期化を煽りすぎていると感じるので、早期化に歯止めをかける施策を打ち立ててほしい
- ・どの企業が具体的に早期選考をやっているのか明確に分からず、全社が疑心暗鬼になり早期化が進む

以上

## 令和7年度 日本就職情報出版懇話会と関就研役員との情報交換会 記録（D グループ）

### 【メンバー（敬称略）】

- ◆ Indeed Japan 株式会社 New Grads Career Relations リクナビ副編集長 森田 友幸
- ◆ 株式会社キャリタス プロダクトマーケティング本部学生広報企画部 部長 古谷 崇
- ◆ 株式会社文化放送キャリアパートナーズ HR 戦略事業本部キャリア支援部 部長 倉澤 陽子
- 大阪体育大学 キャリア支援部 野田 共彦 （進行）
- 近畿大学 キャリアセンター 課長 鐘ヶ江 良胤 （記録）
- 四天王寺大学 キャリアセンターキャリア支援課 課長 松永 賢治

### 1. 低学年支援

■必修授業などでも多くの大学で取り組まれていると思うが、低学年支援として、何をやっていくのが良いか？

- ・必修や選択授業として実施しているかどうかは大学や学部によって違いがある
- ・大学でも課外の低学年向けキャリアイベントの参加者が集まりにくく課題に感じている。
- ・学部の特性によっては、入学当初は教員を目指す学生が多くおり、途中から民間企業への就職活動に方向転換するパターンも多い。

■就職情報会社として、低学年へのキャリア教育へ積極的に関与している？

- ・大学からの要望に応じて、就職活動寄りのコンテンツ・教育寄りのコンテンツともに用意している。受講生には「思っていたよりも社会人になることはおもしろそうだ」と言ってもらいたい。
- ・関東で会社見学会などを企画して提供しているが、特に短時間のものは学生の集まりが良い（30人くらい/回、現地集合解散）

■各大学で低学年向けのイベントへの集客に困っているとよく聞くが、やりつづけることは必要なのだろうか？

- ・学生が集まらないということは、需要ニーズがないということではないか？
- ・だれのためになっているのだろうか？
- ・保護者へのアピールという側面も

### 2. エージェント

■新卒エージェント企業は大小さまざまあり、学生に勧められるかの見分け方を知りたい。

- ・クラブ生をターゲットにして、勝手に練習場に入り込んでくるケースも
- ・懇話会加盟の企業はすぐに情報が入ってくるが、他の会社は同業でも情報の横のつながりはなく、利用学生の口コミが一番把握しやすい情報源になるのではないか

### 3. 早期化

■就職活動の早期化について

- ・就職情報会社、大学だけでは早期化を止められない。やはり国など大きな強制力が必要ではないか

以上