

2017年3月卒業予定者の

就職活動に関する 学生調査

2016年
2月1日状況

2月1日時点で
約4割の学生が
応募・選考活動に突入



アイデム 人と仕事研究所

WEBサイトでは、採用活動の
ヒントとなる情報を発信して
います

<https://apj.aidem.co.jp/>

人と仕事 

 「就職活動に関する学生調査」
「新卒採用に関する企業調査」
学生と企業の「今」がわかります

 コラム「新卒採用のゲンバ」
企業の採用活動の工夫・取組事例を紹介

株式会社アイデム
〒160-0022 東京都新宿区新宿1-4-10
アイデム本社ビル

お問い合わせ
▶ 広報担当／望月・栗木 ▶ 調査担当／岸川・菊地
☎03-5269-8780 ✉kouhousitu@aidem.co.jp

結 果 概 要

2017 就職活動に関する学生調査
(2016年2月1日状況)

進捗状況

▶現在のステータス

【主な活動】

「準備活動段階」…………… 63.6%
「エントリー活動段階」…………… 20.0%

【最も進みが早い企業の状況】

「エントリー活動段階」…………… 22.7%
「面接・試験段階」…………… 16.4%

約4割の学生が応募・選考に突入しており、昨年と同程度の進捗

▶行なった準備・対策

「就活ナビサイトへの登録」…………… 89.4%
「インターンシップ」…………… 66.1%
「キャリアセンターの就職ガイダンスへの参加」…………… 62.4%
2016年卒学生に比べ、個別企業説明会・合同企業説明会への参加減少が目立つ

▶準備・対策を開始した時期

「就活ナビサイトへの登録」は「6月」が最多
「インターンシップ」は、「8月」「7月」「9月」で約6割
「キャリアセンターの就職ガイダンス」は「6月」「10月」「4月」が多い
その他多くの対策は、「12月」前後に始めた学生が多い

▶応募企業数

「0社」…………… 18.3% 「1社」…………… 25.2%
「2社」…………… 19.1% 「3~4社」…………… 16.3%
「5~9社」…………… 13.0%

▶エントリーシート・履歴書提出企業数

「0社」…………… 30.1% 「1社」…………… 26.0%
「2社」…………… 15.4% 「3~4社」…………… 14.2%

▶面接選考企業数

「0社」…………… 27.4% 「1社」…………… 23.9%
「2社」…………… 23.9%

▶現在選考中の企業数

「0社」…………… 38.9% 「1社」…………… 25.0%
「2社」…………… 20.1%

企業選定の志向

▶企業規模に対する志向

「大企業志向」…………… 53.4% 「中小企業志向」…………… 22.6%
「こだわりなし」…………… 24.0%

▶企業選定の際に重視するもの

「会社・社員の雰囲気」「事業内容」「職種」「企業の安定性」

▶志望業界

男性は「メーカー」「商社」「ソフトウェア・通信」
女性は「メーカー」「商社」「サービス」

▶志望職種

男女ともに上位は「事務・管理系」「企画系」「営業系」

学生の意識

▶就職活動の不安

「内定が取れないかも」「どのような準備・対策をすればいいか」「自分の何が評価されるのか」

▶相談相手

「友人・知人」…………… 73.8% 「父親・母親」…………… 50.5%
「先輩」…………… 47.4%

秋期・冬期インターンシップ

▶参加企業数

「1社」が大多数
「3社以上」は月を追うごとに増加
(2015年10月:6.7%→2016年1月:15.8%)

▶プログラム日数

「1日」45.8%と約半数
「1日」の割合は、夏期インターンシップに比べ20ポイント以上の増加

▶プログラム内容

「実施企業が属する業界についての説明」…………… 75.7%
「実施企業の会社概要についての説明」…………… 68.1%
インターンシップの本来の目的である“就業体験”については回答割合が低い傾向

●	調 査 概 要	p. 4
1	就職活動の進捗状況	p. 5
2	企業規模に対する志向	p. 6
3	1日の活動時間	p. 7
4	応募企業数	p. 8
5	エントリーシート・履歴書提出企業数	p. 9
6	エントリー・応募に至った“最初のきっかけ”	p.10
7	エントリー・応募した企業の業界・従業員規模	p.11
8	面接選考企業数	p.12
9	現在選考中の企業数	p.13
10	就職活動の準備・対策	p.14
11	就職活動の準備・対策を開始した時期	p.15
12	就職活動の概要や進め方を知るために利用する情報媒体	p.16
13	志望業界や企業を選定するために利用する情報媒体	p.17
14	志望業界	p.18
15	志望職種	p.19
16	就職活動における相談相手	p.20
17	企業選定の際に重視するもの	p.21
18	企業選定の際に重視するもの<男女別>	p.22
19	就職活動での不安	p.23
20	秋期・冬期インターンシップ参加状況	p.24
21	秋期・冬期インターンシップの日数	p.25
22	秋期・冬期インターンシップの内容	p.26

調 査 概 要

調査目的

2016年2月1日時点における就職活動の準備・進捗状況等から、就職活動を行なう学生の実態を明らかにすること

調査対象

2017年3月卒業予定で、民間企業への就職を希望している大学3年生・大学院1年生の男女

調査方法

インターネット調査

調査期間

2016年2月1日～4日

有効回答

646名

「JOBASS 新卒」登録学生（313名）、株式会社クロス・マーケティングのアンケートモニター（333名）

※本調査は小数点以下第2位を四捨五入しているため、結果が100.0%にならない場合があります。

※「平均回答個数」とは、複数回答形式の設問において各回答者が回答した選択肢の個数の平均を示しています。

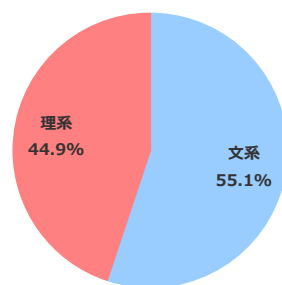
居住地域	回答数	(%)
北海道・東北地方	35	5.4
関東地方	267	41.3
北陸・甲信越地方	14	2.2
東海地方	48	7.4
近畿地方	225	34.8
山陰地方	24	3.7
四国地方	6	0.9
九州地方	27	4.2
合 計	646	100.0

専 政	回答数	(%)
文 系	444	68.7
理 系	202	31.3
合 計	646	100.0

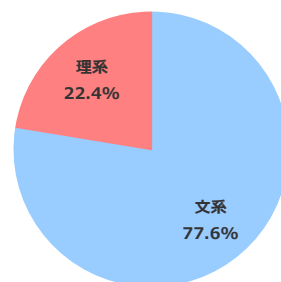
所属サークル	回答数	(%)
文化系	182	28.2
体育会系	154	23.8
イベント系	67	10.4
無所属	243	37.6
合 計	646	100.0

性 別	回答数	(%)
男 性	254	39.3
女 性	392	60.7
合 計	646	100.0

男 性



女 性



就職活動の進捗状況

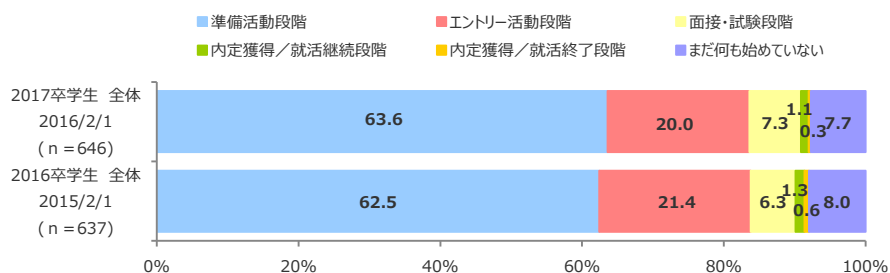
学生に、2016年2月1日時点の就職活動において、“現在行なっている＜主な活動＞”を聞いた。「準備活動段階」と回答した学生が最も多く、63.6%となった（図1.1）。

また、＜主な活動＞において「準備活動段階」「エントリー活動段階」「面接・試験段階」のいずれかを回答した学生に、＜最も選考が進んでいる企業の状況＞を聞いた。「準備活動段階」59.6%、「エントリー活動段階」22.7%、「面接・試験段階」16.4%となっている（図1.2）。

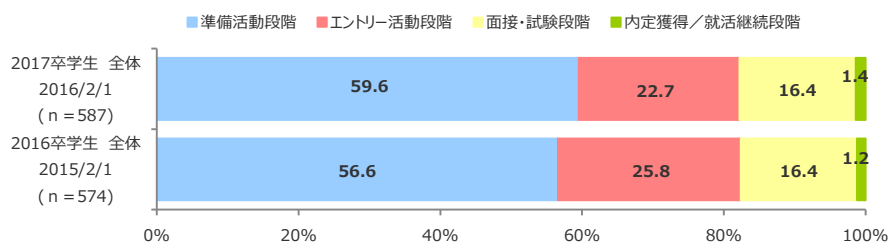
＜主な活動＞＜最も選考が進んでいる企業の状況＞を合わせて、実際にどのくらいの学生が就職活動の各活動ステータスに到達しているかを見た。「準備活動段階」は、調査対象の全学生のうち92.3%、「エントリー活動段階」38.1%、「面接・試験段階」17.5%、「内定獲得段階（“内定獲得／就活継続段階”と“内定獲得／就活終了段階”の計。以下“内定獲得率”）」2.6%となっている。「エントリー活動段階」に到達している学生が約4割となり、採用広報活動の解禁1カ月前の2月1日時点で、多くの学生が企業と接触し始めている様子がうかがえる（図1.3）。

前年同月調査（「2016年3月卒業予定者の就職活動に関する調査 2015年2月1日状況」以下、前年同月調査）と比較すると、全体的に昨年と同程度の進捗状況となっているようだ（図1.1、図1.2、図1.3）。

【図1.1】現在の就職活動のステータス：＜主な活動＞

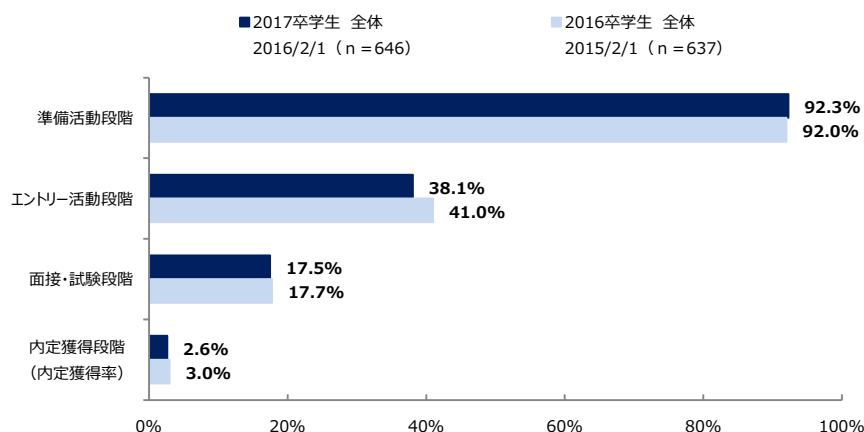


【図1.2】現在の就職活動のステータス：＜最も選考が進んでいる企業の状況＞



- ◆準備活動段階
就職活動の情報収集や就活ナビサイトへの登録、自己分析や業界研究など企業にエントリーする前の準備をし始めた段階
- ◆エントリー活動段階
説明会やエントリーシートの作成・提出など、企業にエントリー・応募し始めた段階
- ◆面接・試験段階
面接や試験など、主に企業の選考を受けている段階
- ◆内定獲得／就活継続段階
1社以上の内定を獲得したが、就活を継続している段階
- ◆内定獲得／就活終了段階
1社以上の内定を獲得し、就活を終了した段階

【図1.3】各活動ステータスに到達した学生の割合



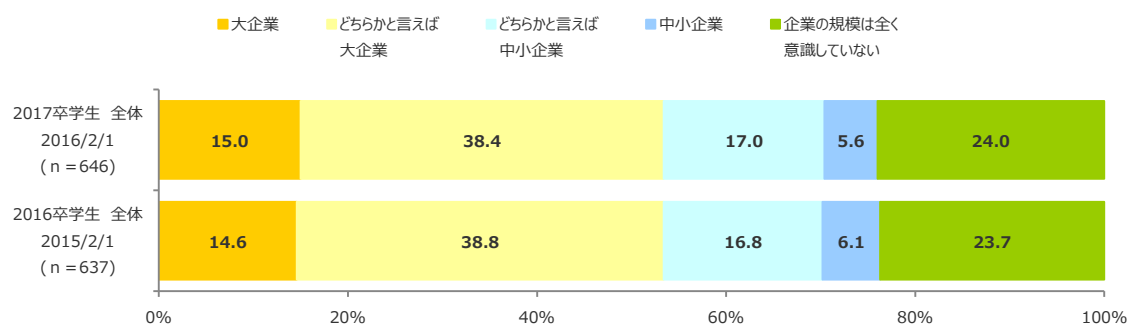
企業規模に対する志向

学生に、就職活動を行なうにあたり、大企業と中小企業のどちらを志望する気持ちが強いかを聞くと、「大企業」「どちらかと言えば大企業」を合わせた回答が53.4%に上った。「中小企業」「どちらかと言えば中小企業」と回答した学生は合わせて22.6%、「企業の規模は全く意識していない」学生は24.0%となっており、前年同月調査とほぼ同率となった。前年に引き続き、大企業志向の学生が多い傾向となっている（図2.1）。

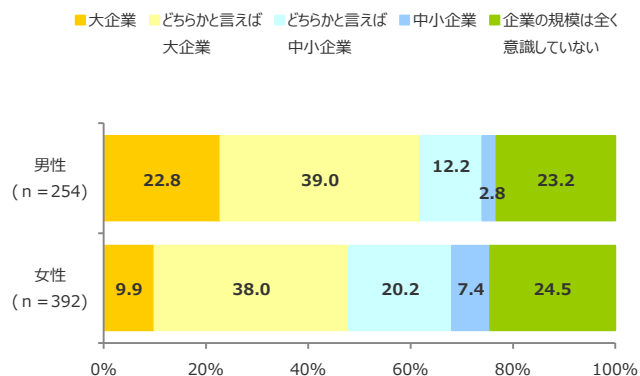
男女別で見ると、男性は大企業志向が61.8%と、女性の47.9%よりも高い（図2.2）。

文理別で見ると、大企業志向の学生の割合は、文系で52.9%、理系で54.4%となり、大きな違いは見られない（図2.3）。

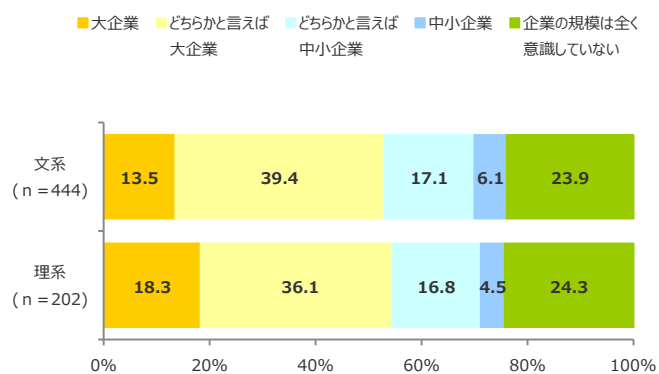
【図2.1】企業規模に対する志向



【図2.2】企業規模に対する志向：男女別



【図2.3】企業規模に対する志向：文理別



1日の活動時間

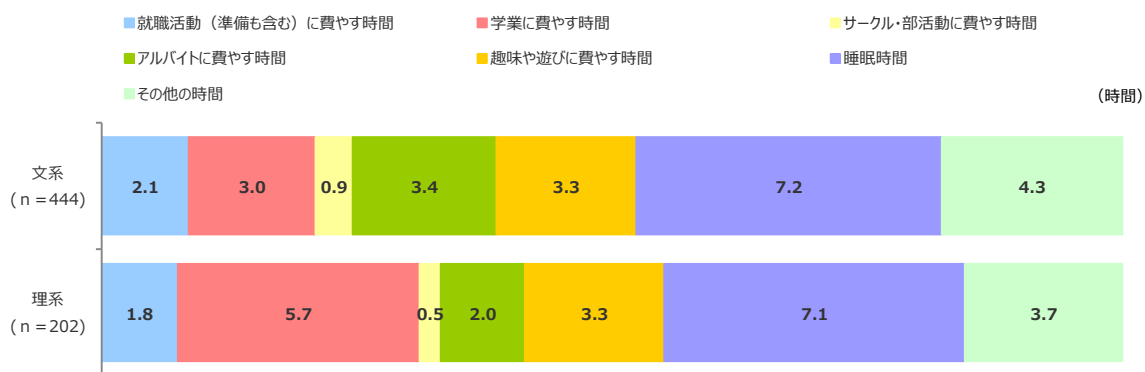
学生に、現在、1日のうち「就職活動」「学業」「サークル・部活動」「アルバイト」「趣味や遊び」「睡眠」にどのくらいの時間を費やしているかを聞き、平均化した。結果は、「就職活動」2.0時間、「学業」3.8時間、「サークル・部活動」0.8時間、「アルバイト」2.9時間、「趣味や遊び」3.3時間、「睡眠」7.2時間となった（図3.1）。

文理別に見ると、理系は「学業」に費やす時間が5.7時間と突出して高く、文系の3.0時間より2.7時間多い。一方、文系は「アルバイト」に費やす時間が3.4時間と、理系に比べ1.4時間多い。「サークル・部活動」に費やす時間、「就職活動」に費やす時間は、文系の方がやや多い傾向となっている（図3.2）。

【図3.1】1日の活動時間／平均（n=646）



【図3.2】1日の活動時間／平均：文理別

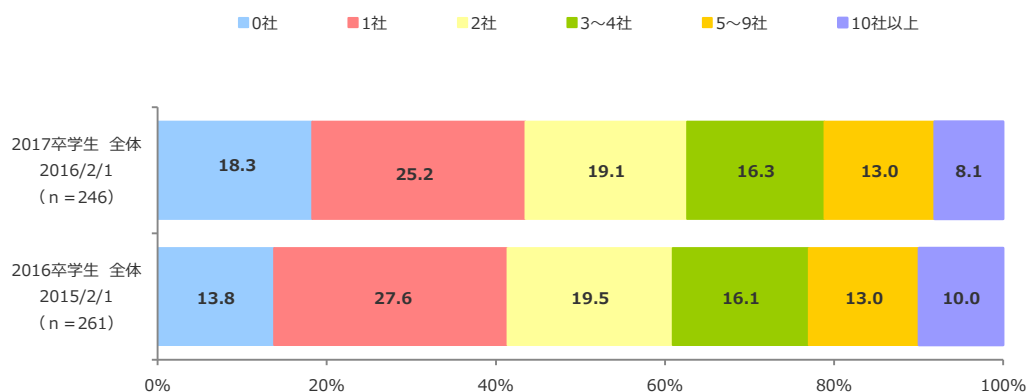


応募企業数

「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「エントリー活動段階」以降に進んでいる学生に対し、2月1日までに選考に応募した企業数を聞いた。結果は、「1社」と回答した学生が最も多く、25.2%に上る。前年同月調査と比較すると「0社」と回答した割合が4.5ポイント増加したものの、その他の値に大きな差は見られない（図4）。

男女別では女性の方が、文理別では理系の方が「0社」と回答する割合が高くなっている（表4）。

【図4】選考に応募した企業数／回答分布



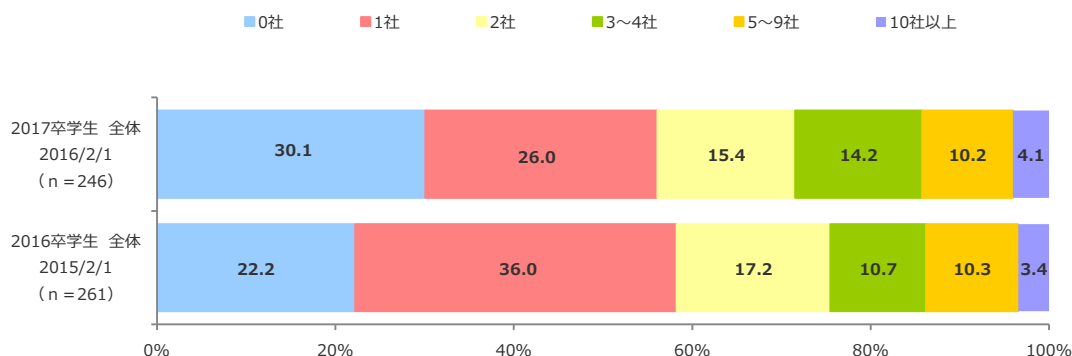
【表4】選考に応募した企業数：属性別

		0社	1社	2社	3~4社	5~9社	10社以上
n=30以上で							
全体 (n=246)		18.3	25.2	19.1	16.3	13.0	8.1
男女別	男性 (n=104)	15.4	26.0	20.2	16.3	13.5	8.7
	女性 (n=142)	20.4	24.6	18.3	16.2	12.7	7.7
文理別	文系 (n=184)	15.2	26.1	20.1	17.9	13.0	7.6
	理系 (n=62)	27.4	22.6	16.1	11.3	12.9	9.7

「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「エントリー活動段階」以降に進んでいる学生に対し、2月1日までにエントリーシートや履歴書を提出した企業数を聞いた。結果は、「0社」と回答した学生が最も多く30.1%。次いで「1社」と回答した学生が26.0%となった。前年同月調査と比較すると「0社」が7.9ポイント増加し、「1社」が10.0ポイント減少していることが目立つ。「0社」と進捗が遅い学生が増加した一方、「3~4社」と回答する学生は前年同月よりも多く、就職活動への取り組みの差が大きくなっている様子がうかがえる（図5）。

文理別では文系の方が提出企業数が多くなる傾向にある（表5）。

【図5】エントリーシート・履歴書提出企業数／回答分布



【表5】エントリーシート・履歴書提出企業数：属性別

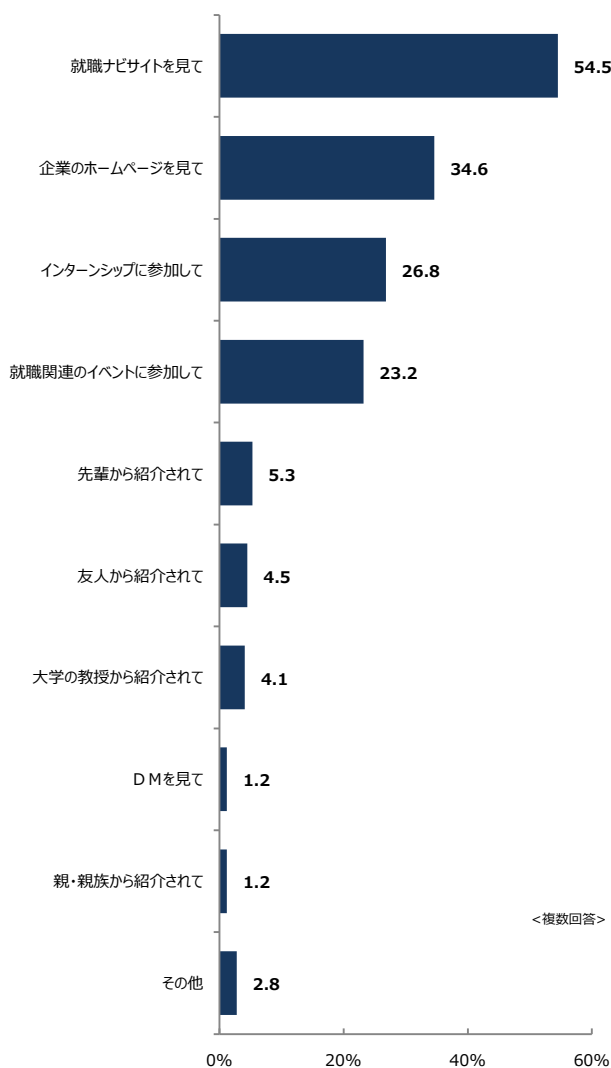
		0社	1社	2社	3~4社	5~9社	10社以上
全体 (n=246)		30.1	26.0	15.4	14.2	10.2	4.1
男女別	男性 (n=104)	26.0	29.8	12.5	18.3	9.6	3.8
	女性 (n=142)	33.1	23.2	17.6	11.3	10.6	4.2
文理別	文系 (n=184)	28.3	26.1	15.8	15.2	10.9	3.8
	理系 (n=62)	35.5	25.8	14.5	11.3	8.1	4.8

エントリー・応募に至った “最初のきっかけ”

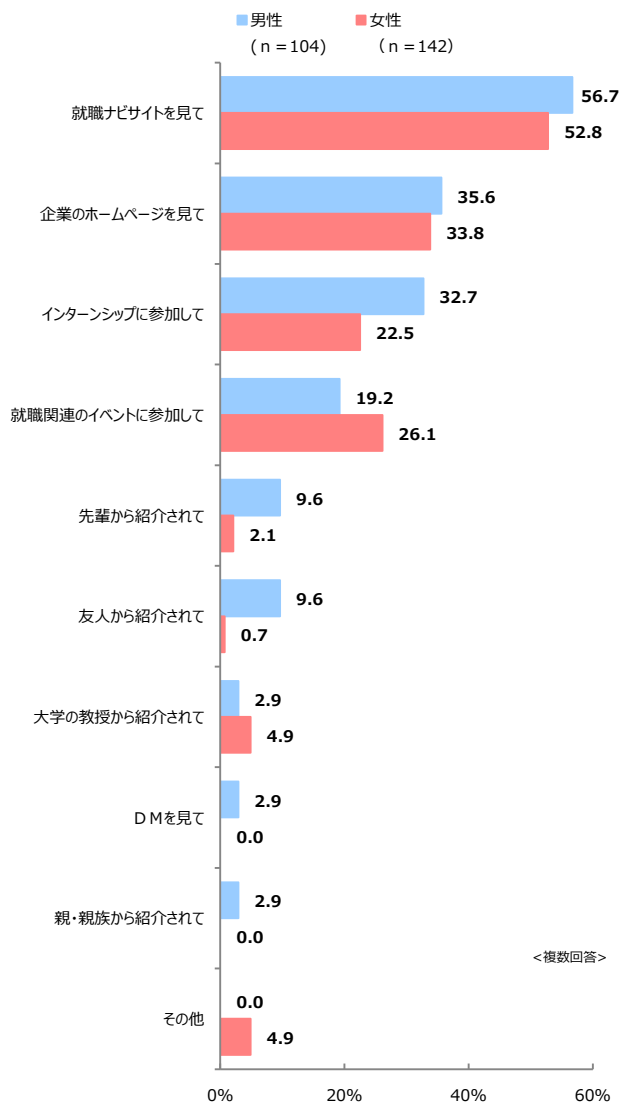
「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「エントリー活動段階」以降に進んでいる学生に対し、今までにエントリー・応募した企業の「エントリー・応募に至った“最初のきっかけ”」はどのようなものかを聞いた。結果は「就活ナビサイトを見て」が54.5%と最も多く、「企業のホームページを見て」34.6%、「インターンシップに参加して」26.8%、「就職関連のイベントに参加して」23.2%と続く（図6.1）。

男女別に大きな差が生じたものを見ると、「インターンシップに参加して」は男性の方が10.2ポイント高く、逆に「就職関連のイベントに参加して」は女性の方が6.9ポイント高くなっている（図6.2）。

【図6.1】エントリー・応募に至った“最初のきっかけ”はどのようなものか（n=246）



【図6.2】エントリー・応募に至った“最初のきっかけ”はどのようなものか：男女別



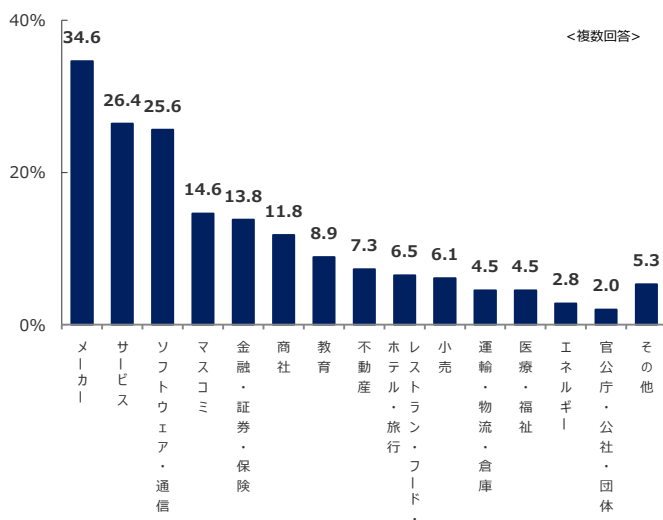
エントリー・応募した企業の 業界・従業員規模

「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「エントリー活動段階」以降に進んでいる学生に対し、今までにエントリー・応募した企業の業界と従業員規模を聞いた。

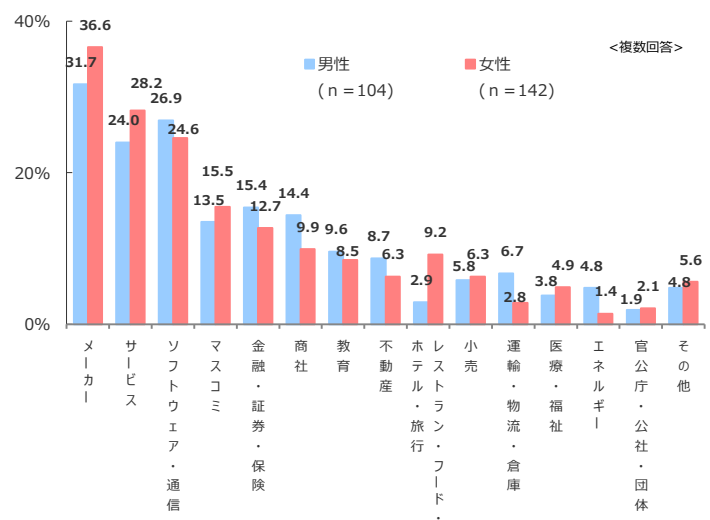
エントリー・応募した業界では、「メーカー」34.6%、「サービス」26.4%、「ソフトウェア・通信」25.6%、「マスコミ」14.6%と続く。「14 志望業界」で志望者が2番目に多い「商社」、3番目に多い「金融・証券・保険」は、それぞれ6番目と5番目となっていた。学生の志望とは別に、業界によっては早めの採用活動を行なう等、企業側の動向が影響しているようだ（図7.1）。

従業員規模については「300~999人」と回答した割合が35.0%と最も多く、次いで「299人以下」32.9%、「1,000~2,999人」31.3%、「3,000人以上」22.8%と続いている。中規模・小規模企業における採用活動が先行している様子がうかがえる結果となった（図7.3）

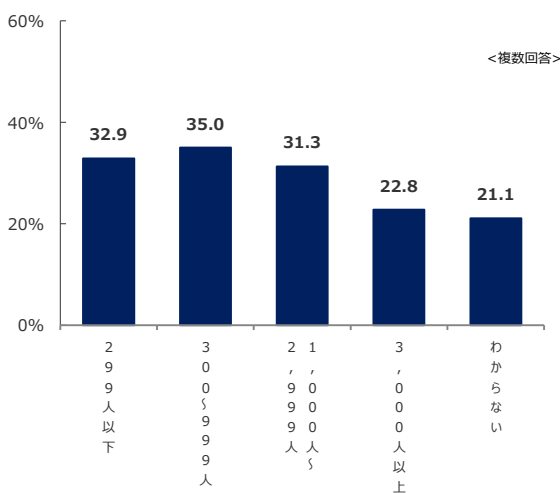
【図7.1】エントリー・応募した企業の業界（n=246）



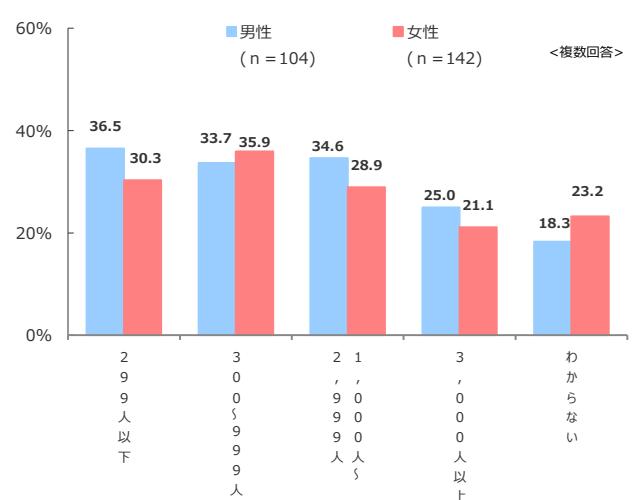
【図7.2】エントリー・応募した企業の業界：男女別



【図7.3】エントリー・応募した企業の従業員規模（n=246）



【図7.4】エントリー・応募した企業の従業員規模：男女別

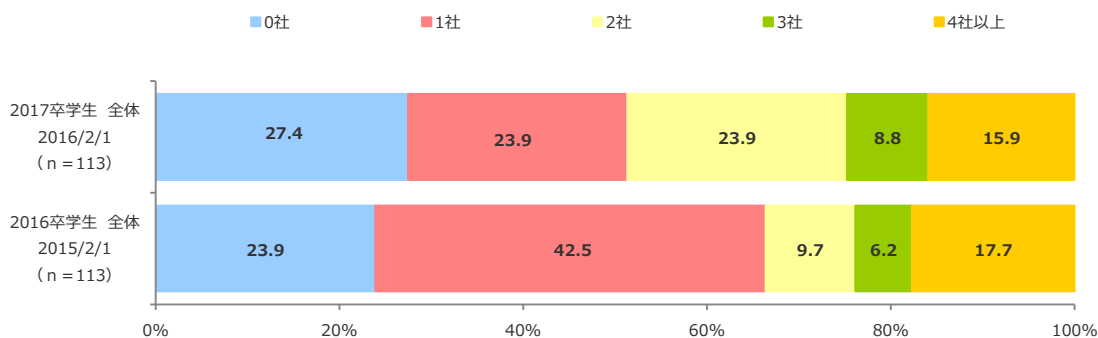


面接選考企業数

「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「面接・試験段階」以降に進んでいる学生に対し、2月1日までに面接の選考（グループワークやグループディスカッションも含む）を受けた企業数を聞いた。結果は、「0社」と回答した学生が最も多く27.4%だった。前年同月調査と比較すると「0社」の割合が3.5ポイント増加し、面接の選考まで到達していない学生が増加している。一方、「2社」以上の合計値を比較すると、今回調査は48.6%、前年同月調査は33.6%となり、前年を15.0ポイント上回った。前年に比べ、進捗している学生とそうではない学生の差が大きくなっている（図8）。

男女別では、女性の方が男性よりも「0社」と回答した割合が15.0ポイント高い。男性では「4社以上」と回答した学生は27.1%と、約3割に達した（表8）。

【図8】面接選考企業数／回答分布



【表8】面接選考企業数：男女別

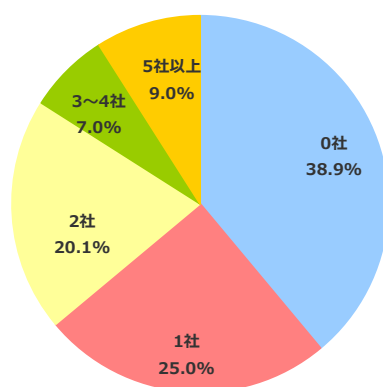
n=30以上で		0社	1社	2社	3社	4社以上
全体 (n=113)		27.4	23.9	23.9	8.8	15.9
男女別	男性 (n=48)	18.8	22.9	22.9	8.3	27.1
	女性 (n=65)	33.8	24.6	24.6	9.2	7.7

現在選考中の企業数

「1 就職活動の進捗状況」において、就職活動が「エントリー活動段階」以降に進んでおり、かつ活動を継続している学生に対し、2月1日時点で「選考中」（応募はしているが、選考途中であり最終的な結果が出ていない状態）の企業数を聞いた。結果は、「0社」と回答した学生が最も多く、38.9%。さらに「1社」25.0%、「2社」20.1%と続く（図9）。

男女別では男性が、文理別では文系が現在選考中の企業数が多い傾向となっている（表9）。

【図9】現在選考中の企業数／回答分布 （n=244）



【表9】現在選考中の企業数：男女別／文理別

		0社	1社	2社	3~4社	5社以上
n=30以上で 全体+10pt以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下						
全体 (n=244)		38.9	25.0	20.1	7.0	9.0
男女別	男性 (n=103)	35.0	31.1	15.5	8.7	9.7
	女性 (n=141)	41.8	20.6	23.4	5.7	8.5
文理別	文系 (n=183)	36.6	26.8	21.9	6.0	8.7
	理系 (n=61)	45.9	19.7	14.8	9.8	9.8

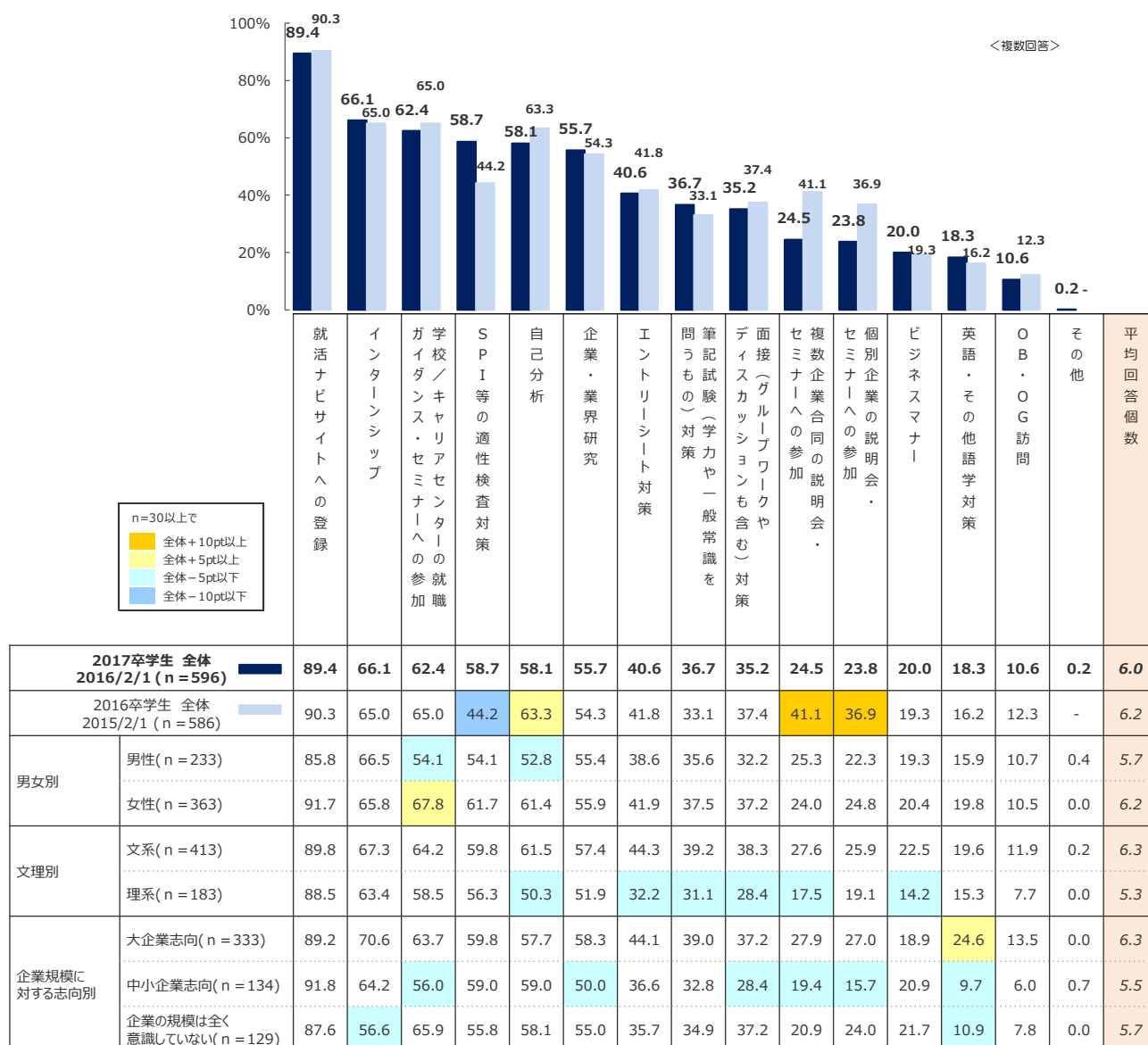
就職活動の準備・対策

「1 就職活動の進捗状況」において、「まだ何も始めていない」以外の回答をした学生に対し、2月1日までに進めた就職活動の準備・対策を聞いた。就職活動の準備・対策として進めたものとして、多かった順に「就活ナビサイトへの登録」89.4%、「インターンシップ」66.1%、「学校／キャリアセンターの就職ガイダンス・セミナーへの参加」62.4%、「SPI等の適性検査対策」58.7%となっている。

前年同月調査と比較すると、「複数企業合同の説明会・セミナーへの参加」「個別企業説明会・セミナーへの参加」がともに10ポイント以上減少し、「SPI等の適性検査対策」が10ポイント以上増加していることが目立つ。

平均回答個数を見ると、企業規模に対する志向別では大企業志向の学生が、文理別では文系の数値が高くなっており、より多くの取り組みを行なっている様子がうかがえる（図10）。

【図10】就職活動の準備・対策で行なったもの



就職活動の準備・対策を開始した時期

「10 就職活動の準備・対策」において回答した項目について、いつ頃から準備・対策を始めたかを聞いた。
「就活ナビサイトへの登録」は、「6月」から始めた学生が最も多く、「インターンシップ」は、「7月」「8月」「9月」から開始した学生が、全体のおよそ6割を占めている。「学校／キャリアセンターの就職ガイダンス・セミナーへの参加」は「4月」「6月」「10月」から参加を開始した学生が多い。その他の準備・対策の開始時期は、概ね「12月」前後に集中している（表11）。

【表11】就職活動の準備・対策を開始した時期

		2015年										2016年	
		3月以前	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
n =													
n=30以上で 項目内で1位 項目内で2位 項目内で3位													
就活ナビサイトへの登録	533	5.6	6.8	10.1	39.0	6.0	5.1	3.9	10.5	4.5	4.7	3.4	0.4
インターンシップ	394	7.1	0.8	1.3	7.6	13.2	32.2	11.7	3.8	5.8	6.6	6.9	3.0
学校／キャリアセンターの就職ガイダンス・セミナーへの参加	372	7.3	13.2	7.8	15.9	2.4	2.4	8.1	14.2	8.9	11.6	6.2	2.2
SPI等の適性検査対策	350	2.6	3.1	2.0	9.7	6.3	7.7	6.6	15.7	10.0	17.7	12.3	6.3
自己分析	346	4.6	2.0	2.3	7.2	6.4	4.9	7.5	14.5	15.3	18.8	14.5	2.0
企業・業界研究	332	4.5	1.2	1.5	8.1	4.2	5.7	5.7	15.4	16.0	20.8	13.9	3.0
エントリーシート対策	242	2.5	1.7	2.9	7.4	3.3	3.7	4.5	12.8	18.2	24.0	16.9	2.1
筆記試験（学力や一般常識を問うもの）対策	219	2.3	5.0	2.3	7.8	7.8	10.0	6.8	14.2	7.8	17.8	15.1	3.2
面接（グループワークやグループディスカッションも含む）対策	210	1.9	2.9	1.4	5.2	5.7	5.2	2.4	13.8	11.4	24.8	22.4	2.9
複数企業合同の説明会・セミナーへの参加	146	5.5	0.7	1.4	13.7	6.2	7.5	6.2	10.3	16.4	22.6	8.9	0.7
個別企業説明会・セミナーへの参加	142	6.3	0.7	1.4	2.8	7.7	7.7	8.5	7.7	14.8	19.7	21.1	1.4
ビジネスマナー	119	13.4	2.5	2.5	6.7	10.9	10.1	10.1	10.9	5.9	12.6	11.8	2.5
英語・その他語学対策	109	35.8	5.5	2.8	6.4	7.3	4.6	5.5	4.6	12.8	5.5	8.3	0.9
OB・OG訪問	63	4.8	3.2	3.2	3.2	3.2	1.6	6.3	9.5	9.5	25.4	22.2	7.9

(%)

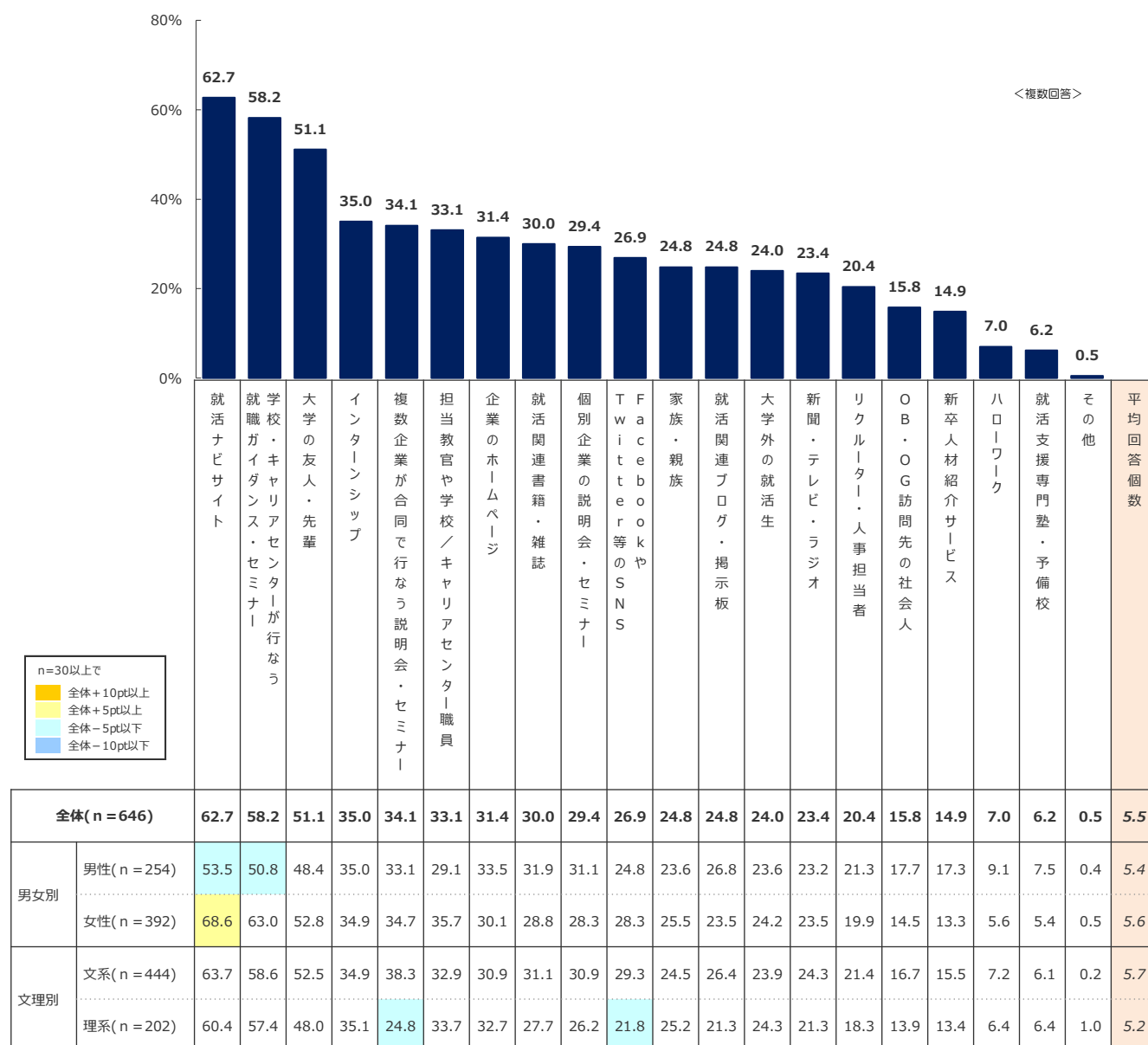
就職活動の概要や進め方を 知るために利用する情報媒体

学生に、就職活動の概要や進め方を知るために利用した（しようと思っている）情報媒体を聞いた。最も多かったのは「就活ナビサイト」で、62.7%の学生が挙げている。次いで、「学校・キャリアセンターが行なう就職ガイダンス・セミナー」が58.2%、「大学の友人・先輩」が51.1%となっている。

男女別に見ると、女性は「就活ナビサイト」や「学校・キャリアセンターが行なう就職ガイダンス・セミナー」を利用して情報収集をしている割合が男性よりも大幅に高い。平均回答個数を見ても、男性に比べやや多くの選択肢を回答しており、様々な機会や媒体を利用して情報収集をしていることがうかがえる。

文理別に見ると、文系は平均回答個数が理系よりもやや多く、多岐にわたる媒体から情報を収集している傾向がある（図12）。

【図12】就職活動の概要や進め方を知るために利用する情報媒体



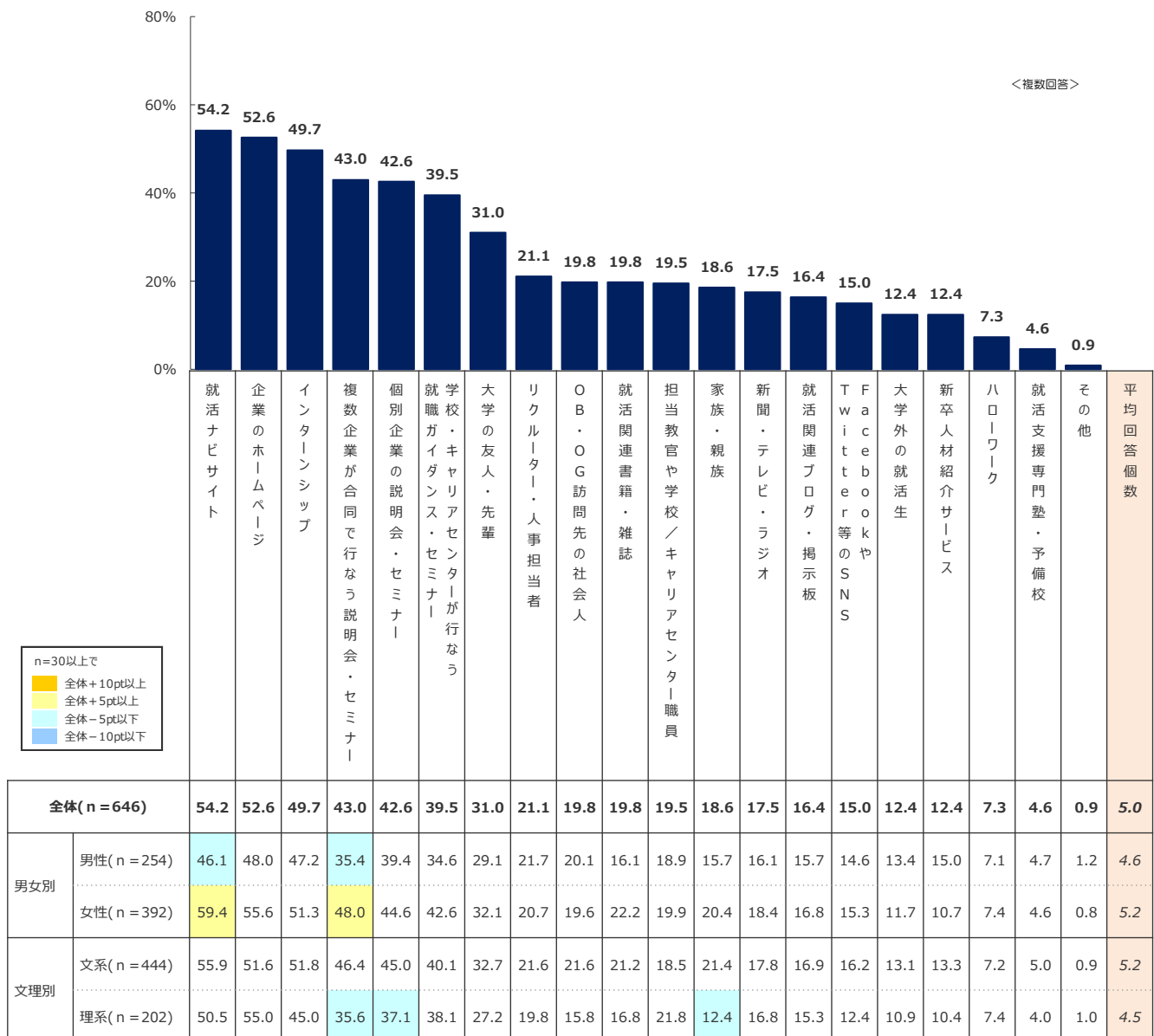
志望業界や企業を選定するために 利用する情報媒体

学生に、志望業界や企業を選定するために利用した（しようと思っている）情報媒体を聞いた。多くの回答を集めたのは「就活ナビサイト」54.2%、「企業のホームページ」52.6%で、半数を超えている。次いで「インターンシップ」が挙がり、49.7%となった。

男女別に見ると、女性は男性よりも各選択肢に対する回答割合が概ね高い。平均回答個数を見ても、女性は男性に比べて多くの選択肢を回答している傾向があり、男性よりも様々な媒体から情報収集をしていることがうかがえる。

文理別に見ると、文系の方が理系よりも各選択肢に対する回答割合が概ね高い傾向にあり、平均回答個数も多い（図13）。

【図13】志望業界や企業を選定するために利用する情報媒体

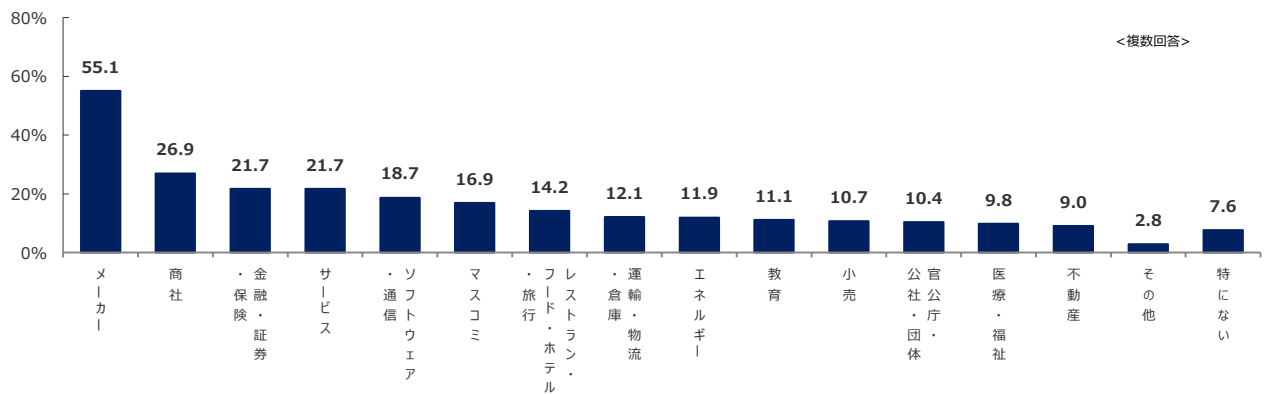


学生に、志望業界について聞くと、回答が多かった順に「メーカー」55.1%、「商社」26.9%、「金融・証券・保険」「サービス」21.7%となった（図14.1）。

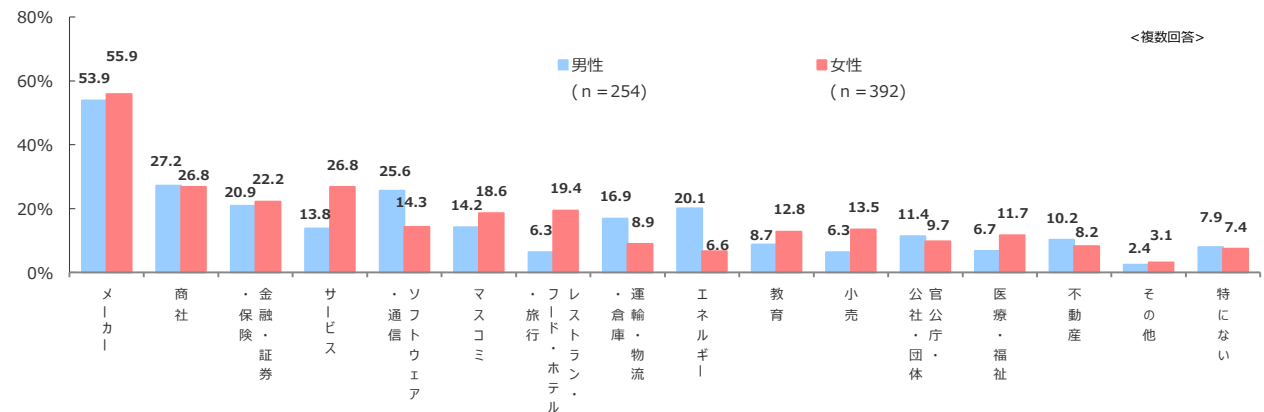
男性では、回答が多い順に「メーカー」「商社」「ソフトウェア・通信」、女性では「メーカー」「商社」「サービス」となっている（図14.2）。

文理別に見ると、理系は「メーカー」の志望者が突出して多く、68.3%に上る。以降は「ソフトウェア・通信」「医療・福祉」となっている。文系も、理系ほど志望者の割合は高くないが、最多は「メーカー」となり、「商社」「金融・証券・保険」と続いている（図14.3）。

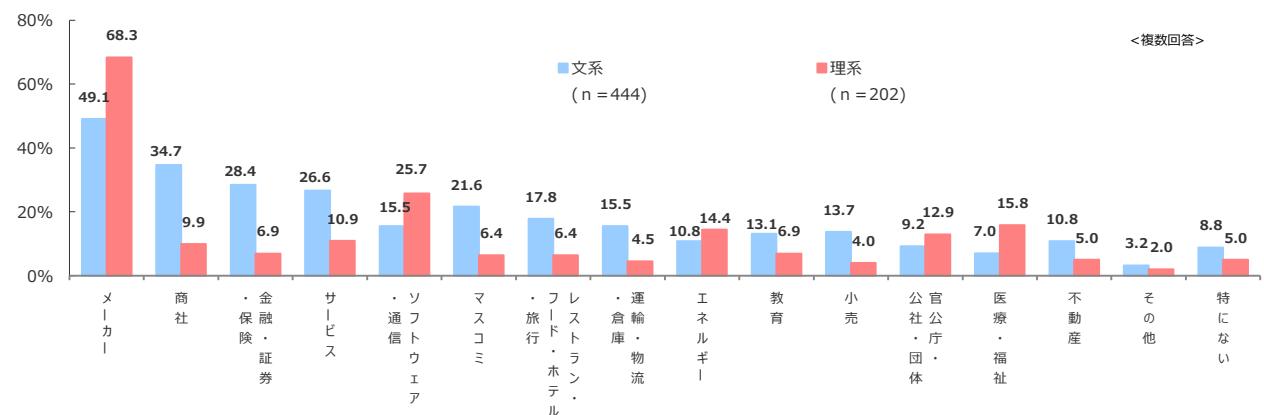
【図14.1】志望している業界はどこか（n=646）



【図14.2】志望している業界はどこか：男女別



【図14.3】志望している業界はどこか：文理別

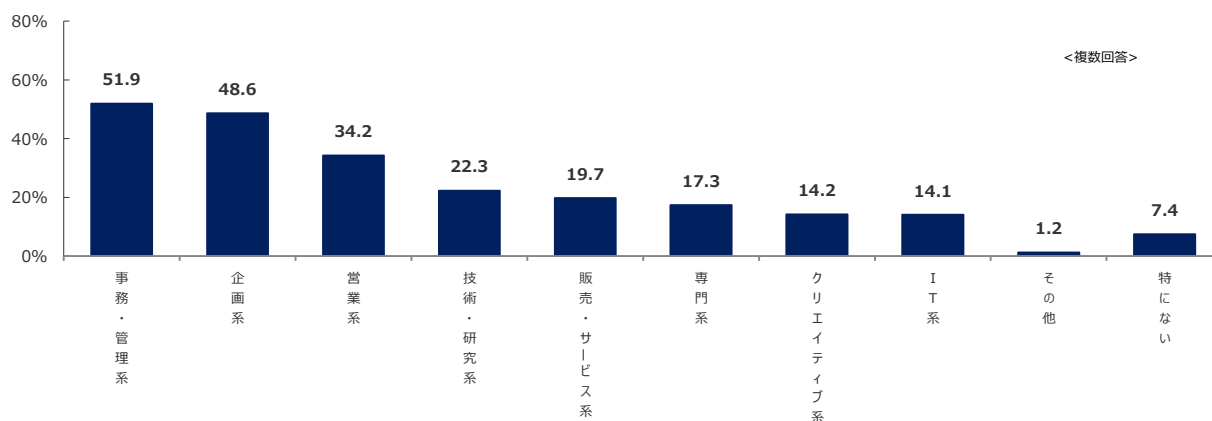


学生に、志望職種について聞くと、「事務・管理系」と「企画系」がそれぞれ51.9%、48.6%と拮抗している。続いて、「営業系」34.2%、「技術・研究系」22.3%の順となった(図15.1)。

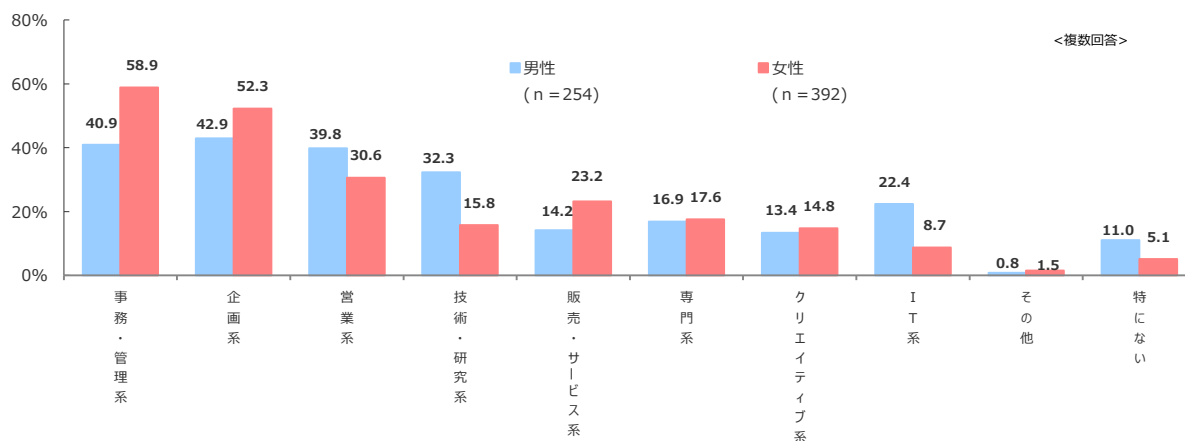
男女別に見ると、男性は「企画系」「事務・管理系」「営業系」の順に、女性は「事務・管理系」「企画系」「営業系」の順となっている(図15.2)。

文理別に見ると、文系は、「事務・管理系」「企画系」の志望者が約6割、理系は「技術・研究系」の志望者が約6割でそれぞれ突出している(図15.3)。

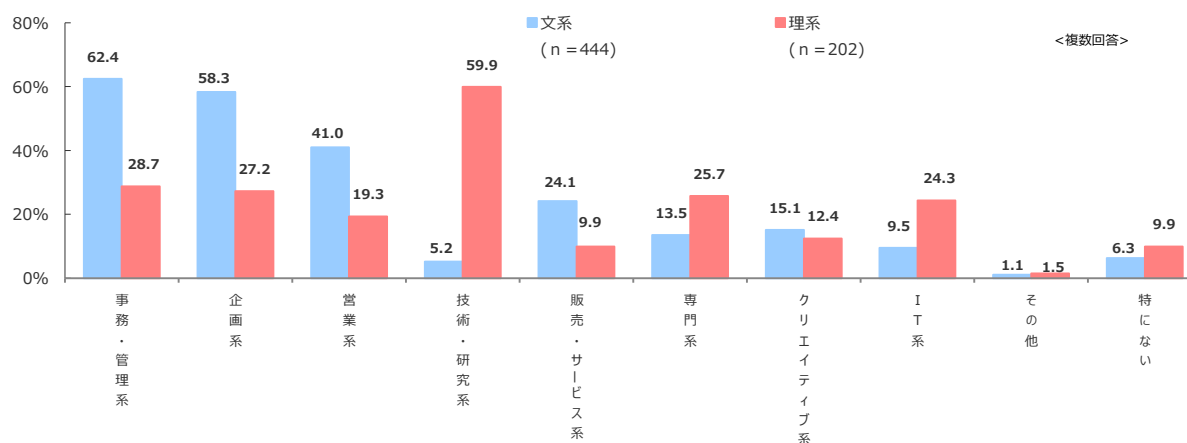
【図15.1】志望している職種は何か (n=646)



【図15.2】志望している職種は何か：男女別



【図15.3】志望している職種は何か：文理別



就職活動における相談相手

学生に、就職活動に関する相談を誰にしているか聞いた。全体では、「友人・知人」という回答が多く、73.8%だった。次いで、「父親・母親」50.5%、「先輩」47.4%、「キャリアセンター職員」33.3%の順となっている（図16.1）。

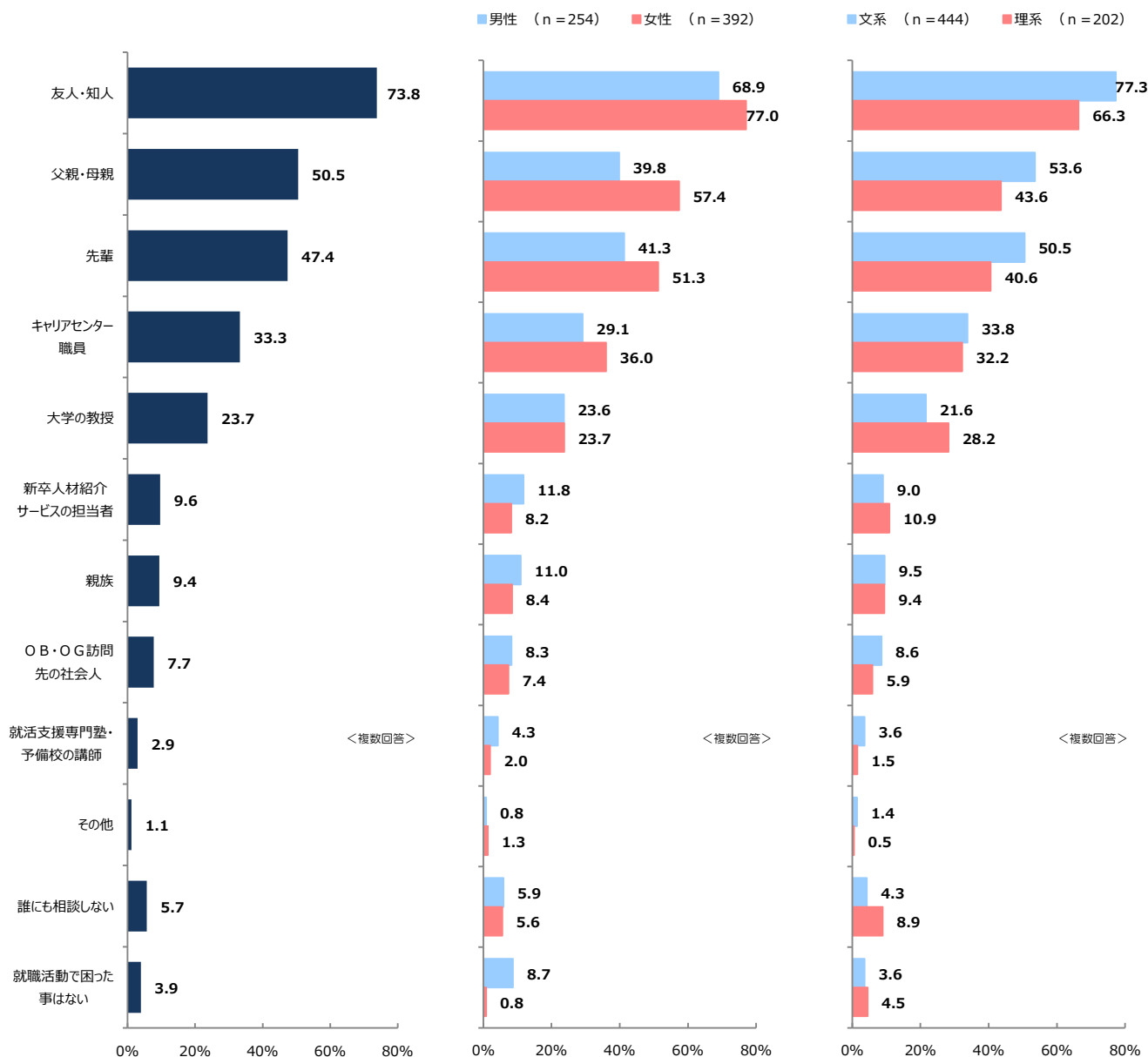
男女別で見ると、女性は「友人・知人」や「父親・母親」「先輩」に相談している割合が男性よりも大幅に高い。特に、「父親・母親」の回答割合は57.4%と、男性の39.8%と17.6ポイントの差が生じている（図16.2）。

文理別で見ると、全体的に文系の方が各項目についての回答割合が高い。理系は、文系に比べ「大学の教授」に相談している割合が高くなっていることが目立つ（図16.3）。

【図16.1】就職活動に関する相談を誰にしているか
(n=646)

【図16.2】就職活動に関する相談を誰にしているか：男女別

【図16.3】就職活動に関する相談を誰にしているか：文理別

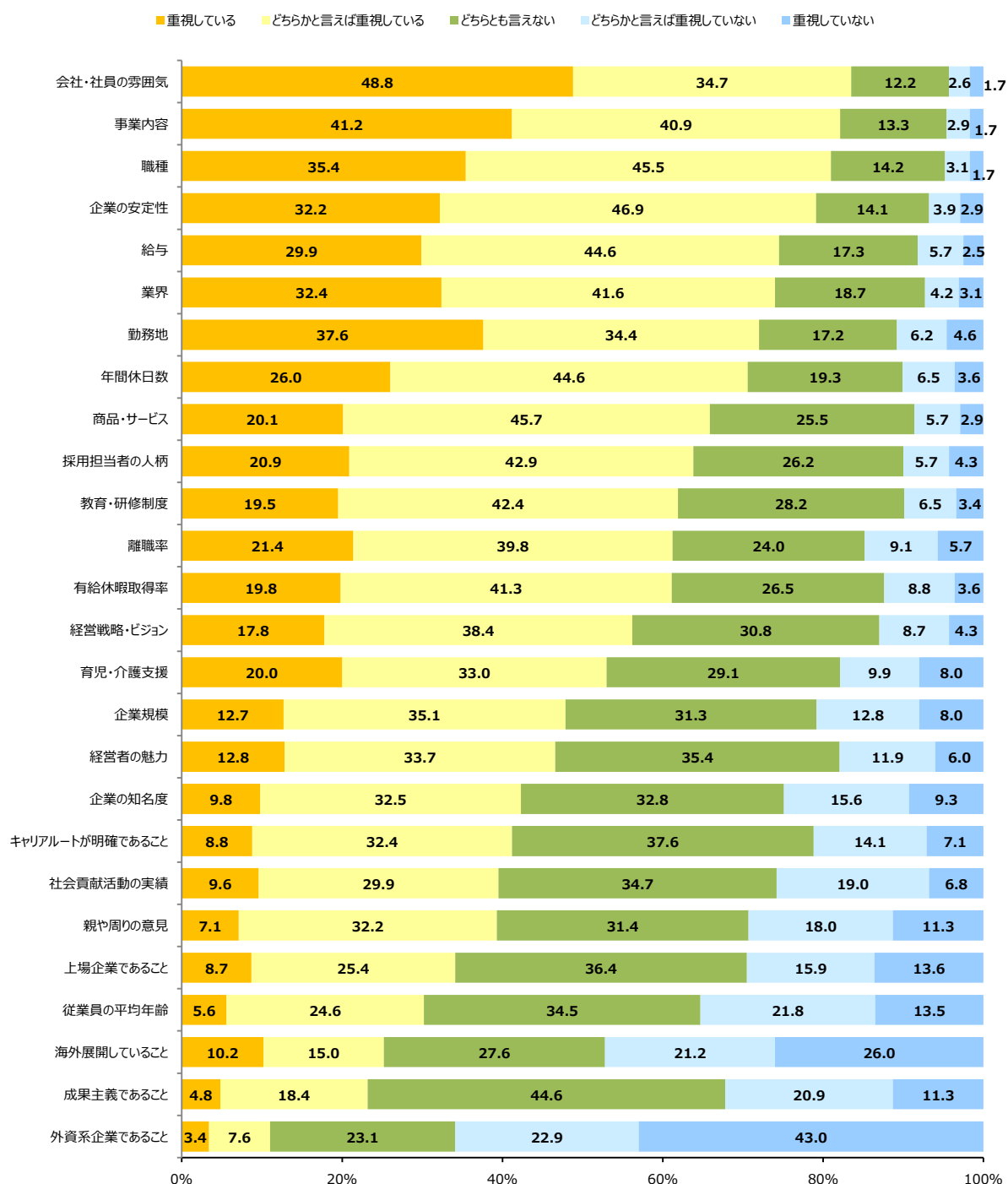


企業選定の際に重視するもの

学生に、志望企業を選定する際に、以下の26項目をどの程度重視するかを聞いた。重視度（「重視している」と「どちらかと言えば重視している」の合計／以下同）が高いのは、順に「会社・社員の雰囲気」「事業内容」「職種」「企業の安定性」「給与」だった。

反対に、非重視度（「重視していない」と「どちらかと言えば重視していない」の合計／以下同）が高かったのは、「外資系企業であること」「海外展開していること」「従業員の平均年齢」だった（図17）。

【図17】志望企業を選定する際に、以下の項目をどの程度重視するか（n=646）

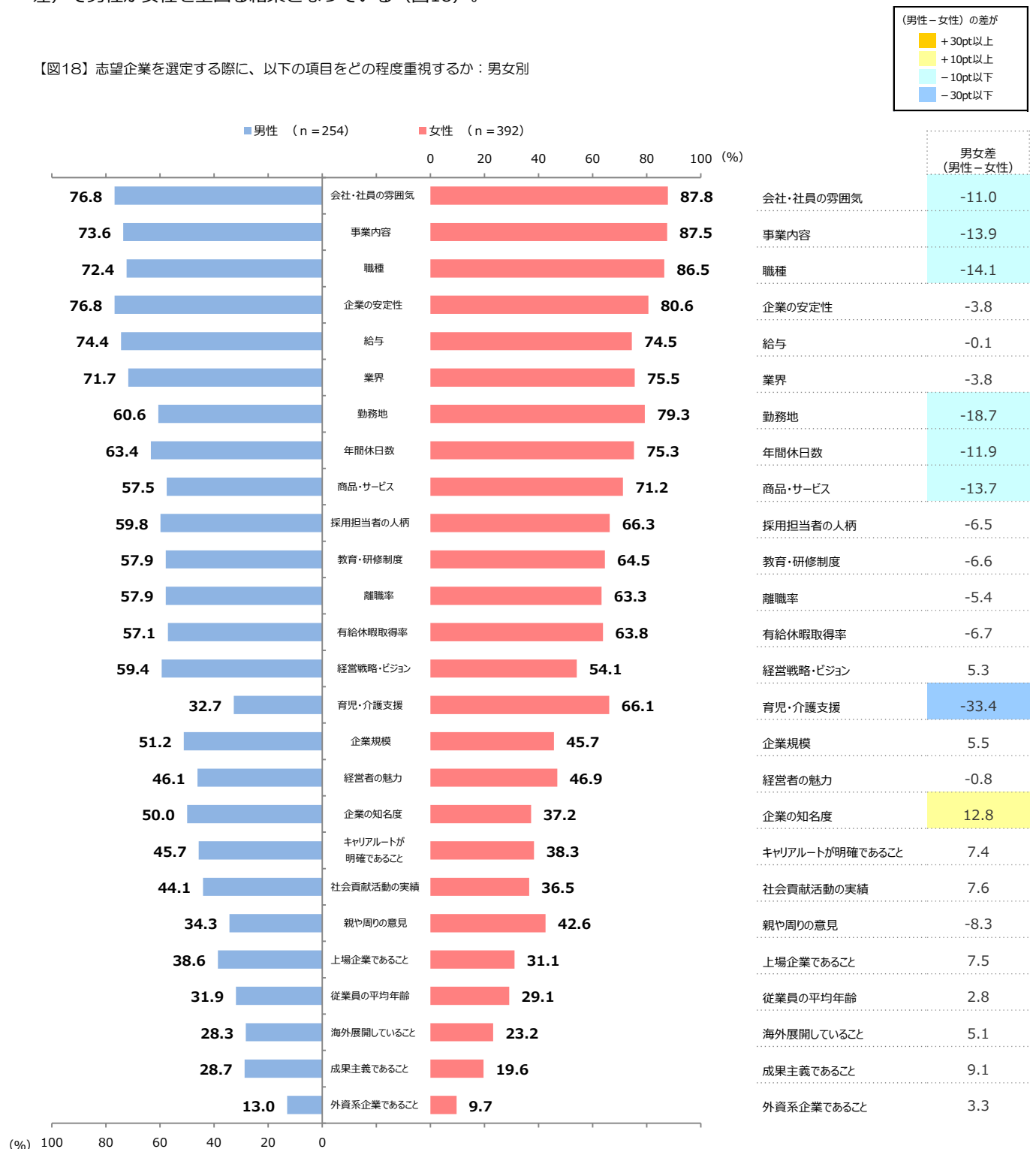


企業選定の際に重視するもの ＜男女別＞

志望企業を選定する際に、以下の26項目をどの程度重視するかを聞き、重視度を男女別に比較した。女性の方が、各項目において重視度が高い傾向にあるものの、“重視度が高い項目そのもの”は、男女であまり大きな違いは見られない。

男女で重視度が大きく異なっている項目を見ると、「育児・介護支援」（33.4ポイント差）、「勤務地」（18.7ポイント差）で女性が男性を上回り、反対に「企業の知名度」（12.8ポイント差）「成果主義であること」（9.1ポイント差）で男性が女性を上回る結果となっている（図18）。

【図18】志望企業を選定する際に、以下の項目をどの程度重視するか：男女別



就職活動での不安

学生に、就職活動で感じる不安を聞くと、「内定が取れないかもしれないこと」が56.8%で最も高かった。続いて、「どのような準備・対策をすればいいのかわからないこと」「自分の何を評価されるのかわからないこと」「交通費や就活グッズなどの費用がかかること」が挙がっている（図19.1）。

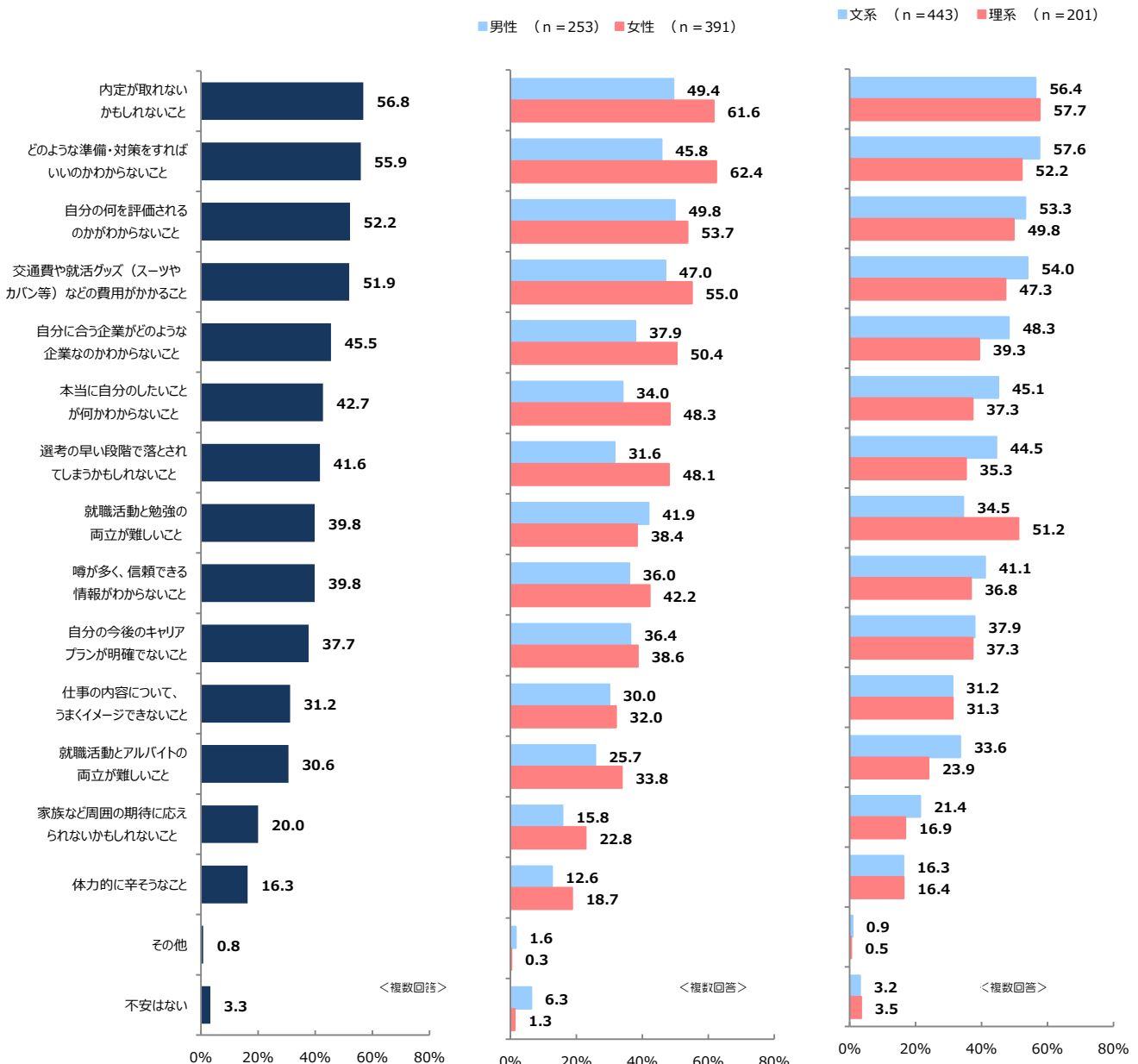
男女別に見ると、全体的に、男性に比べて女性の方が不安を感じている割合が高い傾向となっている（図19.2）。

文理別に見ると、全体的に理系よりも文系の方が不安を多く感じている傾向が見られる。一方で、「就職活動と勉強の両立が難しいこと」は理系が51.2%と、文系の34.5%に比べ大幅に高くなっており、学業との両立を強く懸念している様子がうかがえる（図19.3）。

【図19.1】就職活動で感じる不安
(n=644)

【図19.2】就職活動で感じる不安
：男女別

【図19.3】就職活動で感じる不安
：文理別

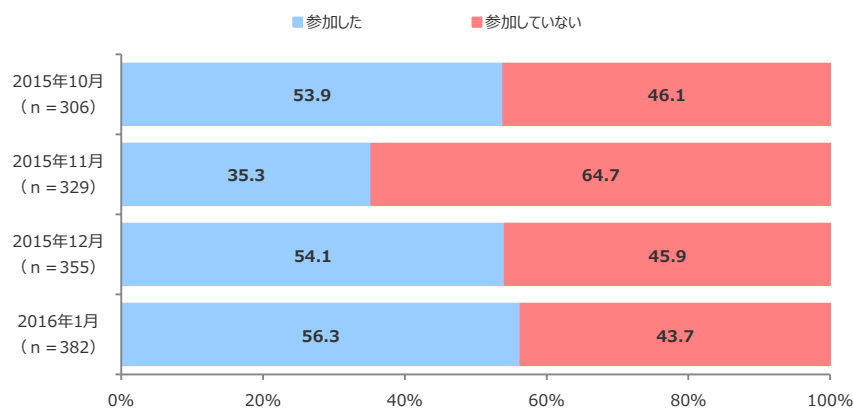


秋期・冬期インターンシップ 参加状況

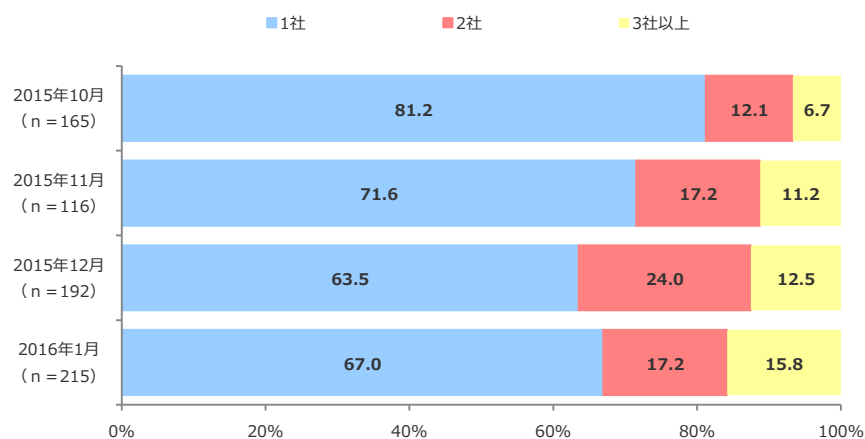
「10 就職活動の準備・対策」において「インターンシップ」を回答した学生に対し、2月1日までの秋期・冬期（2015年10月～2016年1月）インターンシップへの参加状況を“それぞれの月ごと”に聞いた。「参加した」と回答した学生の割合は、「2015年11月」では35.3%となったものの、「2015年10月」「2015年12月」「2016年1月」の各月ではそれぞれ50%を超えている（図20.1）。

さらに“それぞれの月ごと”に参加社数を聞いたところ、各月「1社」が最も多い結果となっている。しかし、「3社以上」と回答した学生の割合は、「2015年10月」6.7%、「2015年11月」11.2%、「2015年12月」12.5%、「2016年1月」15.8%と高まり、季節が深まるにつれ参加社数は増加する傾向となっている（図20.2）

【図20.1】秋期・冬期のインターンシップに参加したか



【図20.2】秋期・冬期のインターンシップに参加した社数



秋期・冬期インターンシップの日数

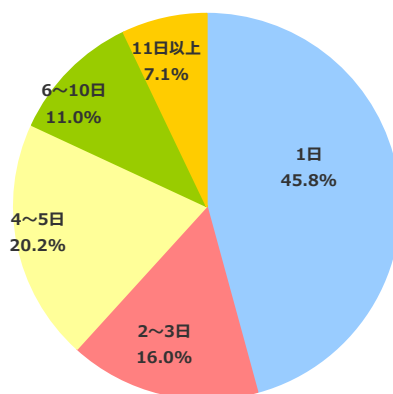
「10 就職活動の準備・対策」において「インターンシップ」を回答した学生に対し、参加した秋期・冬期（2015年10月～2016年1月）インターンシップのプログラム日数（複数のインターンシップに参加した場合は、最も長い日数）を聞いた。

結果は、「1日」が最も多く45.8%、次いで、「4～5日」が20.2%、「2～3日」16.0%となった（図21.1）。

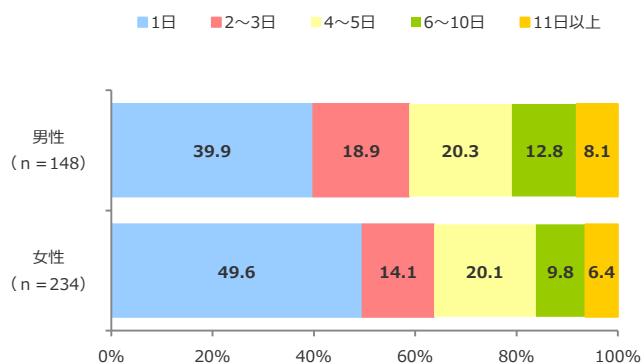
男女別に見ると、女性は男性よりも「1日」と回答する割合が高い（図21.2）。

また、2015年10月に実施した「2017年3月卒業予定者の就職活動に関する学生調査（夏のインターンシップ）」と比較した。夏期では「1日」と回答した割合は23.4%と、秋期・冬期との差は20ポイント以上となった（図21.3）。

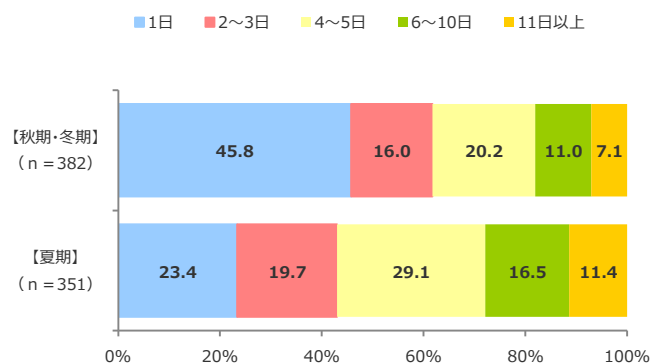
【図21.1】秋期・冬期インターンシップのプログラム日数（n=382）



【図21.2】秋期・冬期インターンシップのプログラム日数：男女別



【図21.3】秋期・冬期インターンシップのプログラム日数：夏期インターンシップとの比較

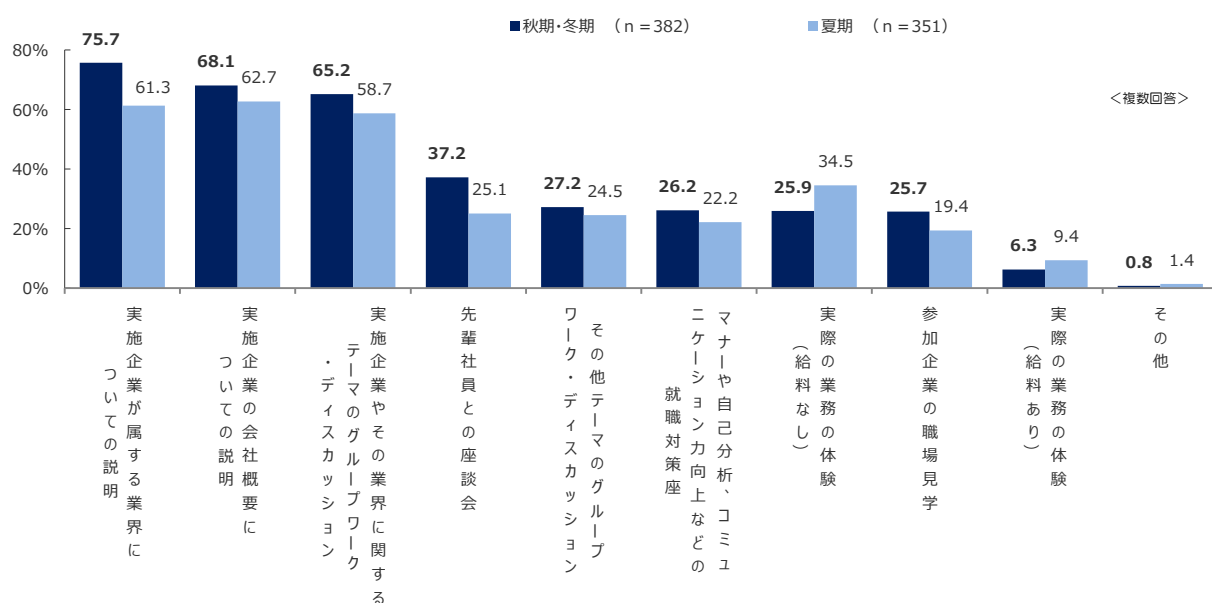


秋期・冬期インターンシップの内容

「10 就職活動の準備・対策」において「インターンシップ」を回答した学生に対し、参加した秋期・冬期（2015年10月～2016年1月）のインターンシップがどのような内容だったかを聞いた。最も多かったのは、「実施企業が属する業界についての説明」で75.7%に上った。続いて多かったのは、「実施企業の会社概要についての説明」68.1%、「実施企業やその業界に関するテーマのグループワーク・ディスカッション」65.2%となっている。インターンシップの本来の目的である就業体験については、「実際の業務の体験（給料なし）」25.9%、「実際の業務の体験（給料あり）」6.3%と、あまり実施されていない様子がうかがえる。夏期インターンシップと比較しても、その傾向がより強まっている（図22）。

また、インターンシップの内容をプログラム日数別に見てみると、業界や企業の説明等はプログラム日数が短い場合に、就業体験等はプログラム日数が長い場合に多く行なわれている傾向が見られる（表22）。

【図22】インターンシップの内容



【表22】インターンシップの内容：プログラム日数別

		実施企業が属する業界についての説明	実施企業の会社概要についての説明	実施企業やその業界に関するテーマのグループワーク・ディスカッション	先輩社員との座談会	その他テーマのグループワーク・ディスカッション	マナーや自己分析、コミュニケーション力向上などの就職対策講座	実際の業務の体験（給料なし）	参加企業の職場見学	実際の業務の体験（給料あり）	その他
全体 (n=382)		75.7	68.1	65.2	37.2	27.2	26.2	25.9	25.7	6.3	0.8
プログラム日数別	1日 (n=175)	81.1	73.1	65.7	29.7	18.3	21.7	9.7	16.0	0.6	0.6
	2～3日 (n=61)	75.4	62.3	70.5	45.9	31.1	32.8	23.0	32.8	3.3	0.0
	4～5日 (n=77)	88.3	75.3	74.0	48.1	33.8	23.4	33.8	27.3	3.9	0.0
	6日以上 (n=69)	47.8	52.2	49.3	36.2	39.1	34.8	60.9	42.0	26.1	2.9

