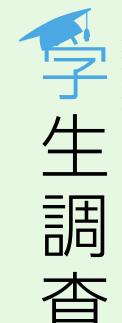
株式会社アイデム 人と仕事研究所 2017年3月8日発表



2017年 2月1日

状 況

就 3職活動2018 に関する 年3月卒業予定者

Pick Up

日時点で4割が |エントリー活動段階| に突入

「働きやすさ」を重視する学生は年々増加傾向に



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。

🔟 「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

人と仕事

🔍 https://apj.aidem.co.jp/

お問い合わせ ▶広報担当/望月·栗木 ▶調査担当/岸川·古橋·菊地 **&**03-5269-8780 **※**kouhousitu@aidem.co.jp

結 果 概 要

2018 就職活動に関する学生調査(2017年2月1日状況)

X// DE UNX
進捗状況 ▶現在のステータス 【主な活動】 「準備活動段階」・・・・・・・62.3%
「エントリー活動段階」・・・・・・ 79.5% 「面接・試験段階」・・・・・・・ 9.1% 「内定獲得/就活継続段階」・・・・・・ 1.8%
【各活動ステータスに到達した学生の割合】 「準備活動段階」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
▶ 会社説明会参加回数 平均5.2回
▶応募企業数 平均3.4社(前年+0.2社) 「0社」・・・・・・・19.6% 「1社」・・・・・・・25.9% 「2~4社」・・・・・33.9%
▶エントリーシート・履歴書提出企業数平均2.2社(前年±0社)「0社」・・・・・・25.9% 「1社」・・・・・29.0%「2社」・・・・・17.5%
▶ 面接選考企業数 平均2.4社(前年+0.2社) 「1社」・・・・・・35.8% 「2社」・・・・・・21.6%
▶行なった準備・対策↑位「就活ナビサイトへの登録」・・・・・90.4%2位「インターンシップ」・・・・70.0%3位「自己分析」・・・・62.5%
▶情報収集方法 【就活の進め方について】 1 位 「就活ナビサイト」 2位 「キャリアセンターのガイダンス」 3位 「友人・先輩」
【志望業界や企業選定にあたって】 1 位 「インターンシップ」 2 位 「企業のホームページ」 3 位 「就活ナビサイト」
【公的サイトの認知率】 「女性の活躍推進企業データベース」・・・・・・認知率 1 6.4% 「POSITIVE ACTION」・・・・・・・・認知率 1 2.7% 「若者雇用促進総合サイト」・・・・・・・・・・認知率 1 4.7%

企業選定の志向

▶企業規模に対する志向

「大企業志向」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	52.6%
「中小企業志向」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	20.9%
「企業の規模は全く意識していない」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	26.5%

▶企業選定の際に重視するもの

] 位「会社・社員の雰囲気」 2位「事業内容」 3位「職種」

▶志望業界

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

▶志望職種

男女共に上位は「事務・管理系」「企画系」「営業系」

学生の意識

▶働く上で大切にしたいもの

1位「働きやすさ」 2位「仕事の内容」 3位「給与の高さ」 「働きやすさ」は2015年卒から概ね増加傾向

▶働きやすさのイメージ

] 位 「社内の人間関係・風通しが良いこと」

2位「年間休日数が多いこと」

3位「残業時間が少ないこと」

▶自分のタイプ

周りからの評価は高い万だ]・・・・・・・・・/	/8.3%
「積極的に就職活動をしている」・・・・・・・・・・・・・・・・ 5	57.0%

▶就職活動の不安

「内定が取れないかも」「どのような準備・対策をすればいいのか」 「交通費や就活グッズの費用がかかる」

▶相談相手

「友人・知人」「先輩」「父親・母親」

秋期・冬期インターンシップ

▶参加状況(月別)

2016年10月]参加率18.5%	
[2016年11月]参加率17.0%	
[2016年12月] 参加率23.3%	
[2017年1月]参加率28.6%	
参加率は前年より減少も、参加社数は増加傾向	

▶プログラム日数

平均3.4日(前年8.9日) プログラム日数は前年よりも大幅短縮

I N D E X

	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	自分のタイプ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	7
4] 日の活動時間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	8
5	会社説明会参加回数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	9
6	応募企業数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	10
7	エントリーシート・履歴書提出企業数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	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	就職活動の概要や進め方を知るために利用する情報媒体・・・・・	p.	15
12	志望業界や企業を選定するために利用する情報媒体・・・・・・・・	p.	16
13	公的サイトの認知・利用状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	17
14	普段利用するメディア・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.	18
	志望業界・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
	志望職種・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
17	企業選定の際に重視するもの・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.2	21
	働く上で大切にしたいもの・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
	「働きやすさ」 のイメージ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
20	就職活動での不安・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.2	25
	就職活動における相談相手・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
	秋期・冬期インターンシップ参加状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・		
23	秋期・冬期インターンシップの日数・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.2	28
24	秋期・冬期インターンシップの内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	p.,	29

調査概要

2017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 調査目的

実態を明らかにすること

2018年3月卒業予定で、一般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 調査対象

男女

インターネット調査 調査方法

調査期間 2017年2月1日~6日

660名 有効回答

「JOBRASS 新卒」登録学生(329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(331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。

※本調査で言う「内定」には、「内々定」も含んでいます。

居住地域	回答数	(%)
北海道·東北地方	45	6.8
関東地方	280	42.4
北陸·甲信越地方	14	2.1
東海地方	43	6.5
近畿地方	224	33.9
中国地方	16	2.4
四国地方	6	0.9
九州地方	32	4.8
合計	660	100.0

専 攻	攻 回答数 (%	
文系	459	69.5
理系	201	30.5
合計	660	100.0

所属サークル	回答数	(%)
文化系	205	31.1
体育会系	171	25.9
イベント系	47	7.1
無所属	237	35.9
合計	660	100.0

性別	回答数	(%)
男性	261	39.5
女性	399	60.5
合計	660	100.0





就職活動の進捗状況

学生に、2017年2月1日時点の就職活動の〈主な活動〉について聞くと、「準備活動段階」と回答した学生が最も多 く、62.3%となった(図1.1)。

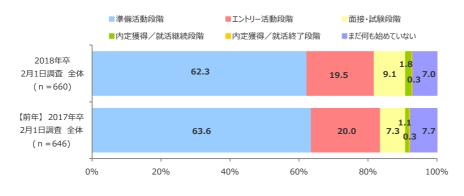
また、 <主な活動> と <最も選考が進んでいる企業の状況(※)> を合わせて、実際にどのくらいの学生が就職活動 の各活動ステータスに到達しているかを見た。「準備活動段階」は、調査対象の全学生のうち93.0%、「エントリー活 動段階」43.3%、「面接・試験段階」20.3%、「内定獲得段階("内定獲得/就活継続段階"と"内定獲得/就活終了段 階"の計。以下"内定獲得率") 」3.2%となっている。

前年調査(「2017年3月卒業予定者の就職活動に関する調査 2016年2月1日状況|以下、前年調査)と比較する と、エントリー活動段階以降に進んでいる学生の回答割合は高い。一方、広報活動解禁が3月になった前々年調査 (「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、前々年調査)と比較すると、前年調 査よりも近い数値となっていた(図1.2)。

各活動ステータスに到達した学生の割合を属性別にみると、「面接・試験段階」に到達した学生の割合は、女性より も男性、理系よりも文系で高くなっている(表1)。

※ 最も選考が進んでいる企業の状況:<主な活動>において、「内定獲得/就活終了段階」または「まだ何も始めていない」以外を回答した学生 (n=600)に聴取。「準備活動段階」54.7%、「エントリー活動段階」25.3%、「面接・試験段階」18.8%、 「内定獲得/就活継続段階」1.2%となっている。

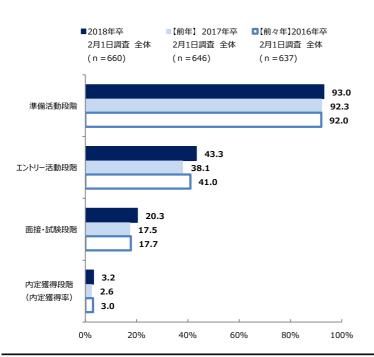
【図1.1】現在の就職活動のステータス: <主な活動>: 前年調査との比較



◆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

試面

【図1.2】 各活動ステータスに到達した学生の割合 : 前年調査、前々年調査との比較



【表1】 各活動ステータスに到達した学生の割合:属性別

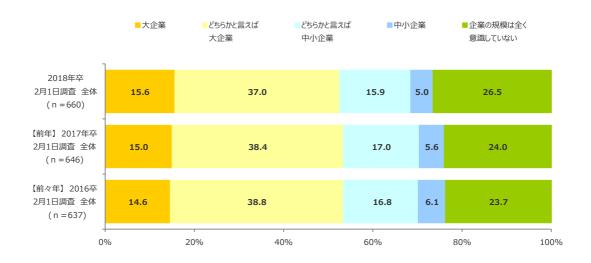
	n=30以上で 全体+10pt以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下	- 備活動段階	動段階	験 段 階	内定獲得率) 定獲得段階
		(%)	(%)	(%)	(%)
2月	2018年卒 1日調査 全体 (n=660)	93.0	43.3	20.3	3.2
2月	【前年】2017年卒 1日調査 全体 (n = 646)	92.3	38.1	17.5	2.6
2月	【前々年】2016年卒 1日調査 全体 (n = 637)	92.0	41.0	17.7	3.0
男	男性 (n=261)	92.0	44.1	26.4	5.0
女 別	女性 (n=399)	93.7	42.9	16.3	2.0
文理	文系 (n=459)	93.7	47.3	22.7	3.5
別	理系 (n=201)	91.5	34.3	14.9	2.5
対する志	大企業志向 (n=347)	96.8	46.7	21.9	2.9
	中小企業志向 (n = 138)	90.6	34.8	13.0	3.6
向に別	企業の規模は全く意識していない (n=175)	87.4	43.4	22.9	3.4

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(以下、大企業志向)が52.6%に上った。「中小企業」と「どちらかと言 えば中小企業」を合わせた回答(以下、中小企業志向)は20.9%、「企業の規模は全く意識していない」学生は26.5% となっている。過去の調査と比較すると、前年調査、前々年調査とも大きな変化はなく、大企業志向の学生が半数以上 を占めている状況である(図2.1)。

男女別で見ると、男性は大企業志向が56.3%と、女性の50.1%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と理系で大きな差は見られない。理系では、文系に比べて「中小企 業志向」の割合が低く、「企業の規模は全く意識していない」学生の割合が高くなっている(図2.3)。

【図2.1】企業規模に対する志向:前年調査、前々年調査との比較



【図22】企業規模に対する志向:男女別 【図23】企業規模に対する志向:文理別



自分のタイプ

学生に、「周りからの評価の高さ」と「就職活動の取り組み姿勢」に関し、自分のタイプに近いものを聞いた。 「周りからの評価の高さ」に関し、A「周りからの評価は高い方だ」とB「周りからの評価は低い方だ」のどちらに近 いかを聞いた。結果は、「Aに近い」「どちらかと言えばAに近い」の合計が78.3%となり、自分に自信を持っている学 生が多いようだ(図3.1)。

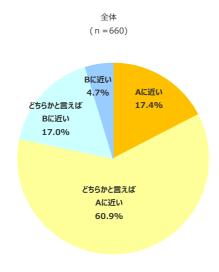
属性別に見ると、男性よりも女性、理系よりも文系、大企業志向の学生でその傾向が強い(表3.1)。

「就職活動の取り組み姿勢」に関し、A「積極的に就職活動をしている」とB「あまり積極的に就職活動をしていな い」のどちらに近いかを聞くと、「Aに近い」17.0%、「どちらかと言えばAに近い」40.0%となり、就職活動の取り組 み姿勢が積極的(「Aに近い」と「どちらかと言えばAに近い」の合計、以下同)な学生の方が多くなっている(図 3.2) 。

属性別に見ると、女性よりも男性の方が就職活動の取り組み姿勢が積極的な学生の割合が高い。また、「中小企業志 向」の学生は、就職活動の取り組み姿勢が消極的(「Bに近い」と「どちらかと言えばBに近い」の合計、以下同)な学 生が半数を超え、他の学生よりも高い割合となっている(表3.2)。

A.周りからの評価は高い方だ ⇔ B.周りからの評価は低い方だ

【図3.1】自分のタイプく周りからの評価の高さ>

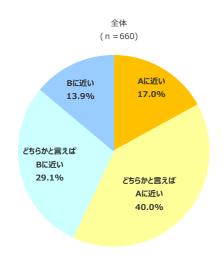


【表3.1】自分のタイプく周りからの評価の高さ>:属性別

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	A に 近 い	A こ ど ち ら い と (%)	B こ ど ち ら い か と (%)	B に 近 い (%)
	全体 (n=660)	17.4	60.9	17.0	4.7
男	男性 (n = 261)	23.4	54.0	16.5	6.1
女 別	女性 (n=399)	13.5	65.4	17.3	3.8
文理	文系 (n=459)	19.2	61.9	14.2	4.8
別	理系 (n=201)	13.4	58.7	23.4	4.5
対す企	大企業志向 (n = 347)	22.2	62.5	12.1	3.2
る業	中小企業志向 (n = 138)	7.2	61.6	26.1	5.1
向に別	企業の規模は全く 意識していない (n = 175)	16.0	57.1	19.4	7.4

A.積極的に就職活動をしている ⇔ B.あまり積極的に就職活動をしていない

【図32】自分のタイプく就職活動取り組み姿勢>



【表3.2】自分のタイプ<就職活動取り組み姿勢>:属性別

	n=30以上で 全体+10t以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下	A に 近 い (%)	A 言 ど ち ら い と (%)	B 言 ど に え ば か い と (%)	B に 近 い (%)
	全体 (n=660)	17.0	40.0	29.1	13.9
男	男性 (n=261)	21.8	39.1	27.2	11.9
女 別	女性 (n=399)	13.8	40.6	30.3	15.3
文理	文系 (n=459)	19.6	40.3	27.5	12.6
別	理系 (n=201)	10.9	39.3	32.8	16.9
対す企	大企業志向 (n = 347)	19.3	46.4	26.2	8.1
る 業 中 表規 (円	中小企業志向 (n = 138)	9.4	33.3	37.7	19.6
向に別	企業の規模は全く 意識していない (n = 175)	18.3	32.6	28.0	21.1

1日の活動時間

学生に、現在、1日のうち「就職活動(準備も含む)」「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(準備も含む)」2.2時間、「学業」3.7時間、「サークル・部活動」0.7時間、「アルバイト」3.0時間、「趣味や遊び」3.1時間、「睡眠」7.2時 間となった(図4.1)。

過去の調査と比較すると、「就職活動(準備も含む)」に費やす時間は増加傾向、「学業」に費やす時間は減少傾向 にある(図4.2)。

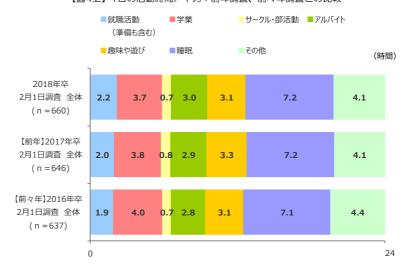
文理別に見ると、理系は「学業」に費やす時間が5.3時間と突出して多く、文系の3.0時間より2.3時間多い。そのため か、「就職活動(準備も含む)」に費やす時間は文系よりも0.9時間少なくなっている。一方、文系は「アルバイト」に 費やす時間が3.2時間と、理系に比べ0.9時間多くなっていた(図4.3)。

「図3.2 自分のタイプ < 就職活動取り組み姿勢 > 」との関係(以下、就活取り組み姿勢別)を見ると、就職活動に 「積極的」な学生は、「就職活動(準備も含む)」に費やす時間が2.9時間となり、「消極的」な学生と倍以上の差がつ いている。「趣味や遊び」に費やす時間も、「消極的」な学生よりも1.0時間少なく、就職活動の時間に充てていること がうかがえる(図4.4)。

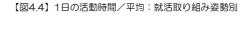
【図4.1】1日の活動時間/平均

就職活動 (準備も含む) その他 2.2 4.1 学業 3.7 18 24時間 サークル・部活動 全体 (n=660) 0.7 睡眠 7.2 アルバイト 3.0 趣味や遊び 3.1 (時間)

【図4.2】1日の活動時間/平均:前年調査、前々年調査との比較



【図4.3】1日の活動時間/平均:文理別





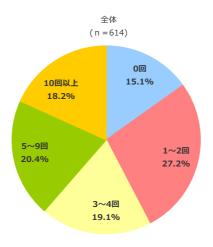


会社説明会参加回数

「 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日までに参加した会社説明会の回数を聞いた。結果は、多い順に「1~2回」27.2%、「5~9回」20.4%となっている。「0回」と 回答した学生は15.1%に留まり、残りの約85%は2月1日時点で会社説明会に1回以上足を運んでいるようだ(図5)。

属性別に見ると、女性よりも男性、理系よりも文系で平均参加回数が多い。企業規模に対する志向別では、「中小企 業志向」の学生が、他の学生よりも平均参加回数が少なくなっている。また、就活取り組み姿勢別では、「積極的」な 学生が平均7.0回なのに対し、「消極的」な学生は平均2.4回となっており、大きな差が生じている(表5)。

【図5】会社説明会参加回数



【表5】会社説明会参加回数:属性別

	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	0 □	1 5 2 □	3 4 □	5 9 □	1 0 回 以 上	平 均
	全体 (n=614)	15.1	27.2	19.1	20.4	18.2	5.2
男	男性 (n = 240)	13.8	25.0	18.3	22.9	20.0	6.0
女 別	女性 (n = 374)	16.0	28.6	19.5	18.7	17.1	4.7
文理	文系 (n=430)	12.8	25.6	18.6	21.9	21.2	5.9
別	理系 (n=184)	20.7	31.0	20.1	16.8	11.4	3.5
対企	大企業志向 (n=336)	11.9	25.3	21.7	21.1	19.9	5.3
する志士企業規模	中小企業志向 (n = 125)	19.2	35.2	16.8	16.0	12.8	4.1
向に別	企業の規模は全く意識していない (n=153)	19.0	24.8	15.0	22.2	19.0	5.7
変り就	積極的 (n = 372)	7.0	20.4	19.4	25.5	27.7	7.0
勢組活み	消極的 (n=242)	27.7	37.6	18.6	12.4	3.7	2.4

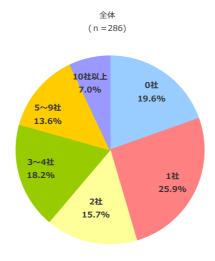
応募企業数

「 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、25.9%に上った(図6)。

応募企業数の平均は3.4社となっており、過去の調査と比較すると前年調査からは増加、前々年調査からは減少となっ ている。

企業規模に対する志向別に見ると、「大企業志向」の学生は平均4.0社となっている。「中小企業志向」の学生は平均 1.9社と少なく、その他の学生よりも「0社」の割合が高かった。また、就活取り組み姿勢別では、「積極的」な学生が 平均3.9社なのに対し、「消極的」な学生は平均1.1社となっている(表6)。

【図6】選考に応募した企業数



【表6】選考に応募した企業数:属性別

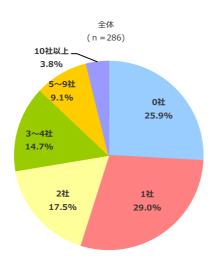
	n=30以上で	0 社	1 社	2 社	3 5 4 社	5 ~ 9 社	1 0 社 以 上	平均
2月	2018年卒 1日調査 全体 (n=286)	19.6	25.9	15.7	18.2	13.6	7.0	(社) 3.4
2月	【前年】2017年卒 1日調査 全体 (n = 246)	18.3	25.2	19.1	16.3	13.0	8.1	3.2
2月	【前々年】2016年卒 1日調査 全体 (n=261)	13.8	27.6	19.5	16.1	13.0	10.0	3.7
男	男性 (n = 115)	13.9	30.4	15.7	15.7	15.7	8.7	3.7
女 別	女性 (n=171)	23.4	22.8	15.8	19.9	12.3	5.8	3.2
文理	文系 (n=217)	18.9	24.4	15.2	21.2	13.8	6.5	3.6
別	理系 (n=69)	21.7	30.4	17.4	8.7	13.0	8.7	2.8
対企すが	大企業志向 (n = 162)	15.4	24.7	20.4	19.1	11.1	9.3	4.0
する 志 気業規 模	中小企業志向 (n = 48)	39.6	27.1	6.3	10.4	14.6	2.1	1.9
向に別	企業の規模は全く意識していない (n=76)	15.8	27.6	11.8	21.1	18.4	5.3	3.1
変 勢 が	積極的 (n = 234)	12.4	25.2	18.4	20.5	15.4	8.1	3.9
別組活み	消極的 (n=52)	51.9	28.8	3.8	7.7	5.8	1.9	1.1

「 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、「1社」と回答した学生が最も多く、29.0% だった。次点は、「0社」で25.9%となっている(図7)。

エントリーシート・履歴書提出企業数の平均は2.2社だった。過去の調査と比較すると、前年調査、前々年調査ともに 平均社数には変化が見られなかった。

属性別に見ると、男女別の平均社数は男性2.8社、女性1.8社で1.0社の差となっている。また、企業規模に対する志向 別では、「大企業志向」の学生が平均2.5社、「企業の規模は全く意識していない」学生が平均2.2社となっているのに 対し、「中小企業志向」の学生は平均1.1社と少なくなっていた。就活取り組み姿勢別では、「積極的」な学生が平均 2.5社、「消極的」な学生が平均0.7社で両者の差が開いている(表7)。

【図7】エントリーシート・履歴書提出企業数



【表7】エントリーシート・履歴書提出企業数:属性別

	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	0 社 (%)	1 社 (%)	2 社 (%)	3 5 4 社	5 5 9 社	1 0 社 以 上 (%)	平 均
2月	2018年卒 1日調査 全体 (n=286)	25.9	29.0	17.5	14.7	9.1	3.8	2.2
2月	【前年】2017年卒 1日調査 全体 (n = 246)	30.1	26.0	15.4	14.2	10.2	4.1	2.2
2月	【前々年】2016年卒 1日調査 全体 (n = 261)	22.2	36.0	17.2	10.7	10.3	3.4	2.2
男	男性 (n=115)	20.0	31.3	14.8	14.8	13.9	5.2	2.8
女 別	女性 (n = 171)	29.8	27.5	19.3	14.6	5.8	2.9	1.8
文	文系 (n=217)	25.3	27.6	17.1	16.6	9.2	4.1	2.3
別	理系 (n=69)	27.5	33.3	18.8	8.7	8.7	2.9	1.8
対す企す。	大企業志向 (n=162)	21.0	29.6	22.2	13.0	8.6	5.6	2.5
9 る 志 気業規模	中小企業志向 (n = 48)	47.9	27.1	10.4	4.2	10.4	0.0	1.1
向に別	企業の規模は全く意識していない (n=76)	22.4	28.9	11.8	25.0	9.2	2.6	2.2
要り就	積極的 (n=234)	17.9	29.9	20.5	16.7	10.3	4.7	2.5
別 組活	消極的 (n = 52)	61.5	25.0	3.8	5.8	3.8	0.0	0.7

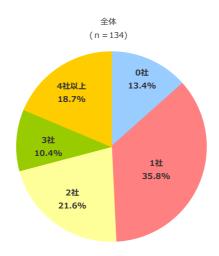
面接選考企業数

「 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、「1社」と回答した学生が多く、35.8%だった(図8)。

平均社数は2.4社となり、過去の調査と比較すると前々年調査、前年調査から引き続き増加傾向にある。学生の動きか ら、選考活動解禁時期にかかわらず面接選考を行なう企業が増えてきたことが推測される。

男女別では、男性が平均2.9社、女性が平均1.8社となり、男性の方が多くの企業の面接を受けているようだ(表8)。

【図8】面接選考企業数



【表8】面接選考企業数:男女別

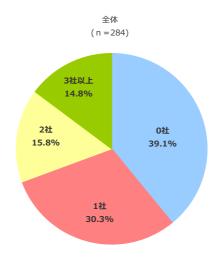
	n=30以上で 全体+10pt以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下	0 社	1 社	2 社	3 社	4 社 以 上	平均
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(社)
2月1	2018年卒 日調査 全体 (n=134)	13.4	35.8	21.6	10.4	18.7	2.4
2月1	【前年】2017年卒 日調査 全体 (n=113)	27.4	23.9	23.9	8.8	15.9	2.2
	【前々年】2016年卒 日調査 全体(n=113)	23.9	42.5	9.7	6.2	17.7	2.0
男女	男性 (n=69)	10.1	33.3	17.4	11.6	27.5	2.9
別	女性 (n=65)	16.9	38.5	26.2	9.2	9.2	1.8

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、就職活動を継続して 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、39.1%となった。さらに「1社」30.3%、「2社」15.8% と続く(図9)。

前年調査と比較すると、前年調査が平均1.4社だったのに対し、今年は平均1.3社となり、概ね同じ値となっている。 属性別に見ると、男女別では女性よりも男性の方が現在選考中の企業数が多い。企業規模に対する志向別では、「中 小企業志向」の学生は、その他の学生に比べて平均社数が少なくなっていた。就活取り組み姿勢別では、「積極的」な 学生は平均1.5社、「消極的」な学生は平均0.5社となり、1.0社の差が生じている(表9)。

【図9】現在選考中の企業数



【表9】現在選考中の企業数:属性別

	n=30以上で	0 社	1 社	2 社	3 社 以 上	平均
		(%)	(%)	(%)	(%)	(社)
2月1	2018年卒 L日調査 全体 (n=284)	39.1	30.3	15.8	14.8	1.3
2月:	【前年】2017年卒 1日調査 全体 (n = 244)	38.9	25.0	20.1	16.0	1.4
男	男性 (n=113)	32.7	33.6	15.0	18.6	1.6
女 別	女性 (n=171)	43.3	28.1	16.4	12.3	1.1
文	文系 (n=215)	40.0	28.8	14.9	16.3	1.3
理別	理系 (n=69)	36.2	34.8	18.8	10.1	1.2
対企すか	大企業志向 (n=162)	37.0	31.5	16.7	14.8	1.4
対する志・企業規模	中小企業志向 (n = 47)	55.3	25.5	10.6	8.5	0.8
向に別	企業の規模は全く意識していない (n=75)	33.3	30.7	17.3	18.7	1.4
取 姿り就	積極的 (n=232)	31.5	33.2	18.5	16.8	1.5
勢組活別み	消極的 (n=52)	73.1	17.3	3.8	5.8	0.5

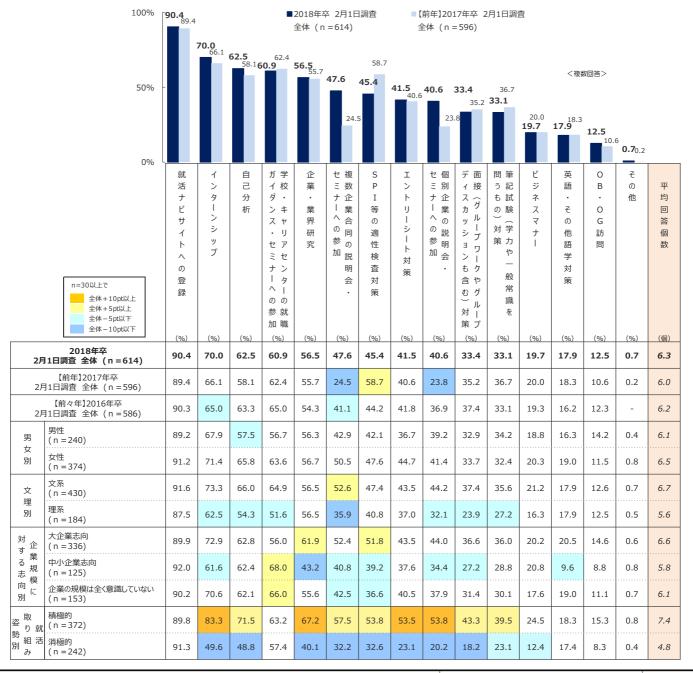
就職活動の準備・対策

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日までに行 なった就職活動の準備・対策を聞いた。就職活動の準備・対策として行なったものとして、多かった順に「就活ナビサ イトへの登録」90.4%、「インターンシップ」70.0%、「自己分析」62.5%、「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」60.9%、「企業・業界研究」56.5%となっている。

前年調査と比較すると、「複数企業合同の説明会・セミナーへの参加」「個別企業の説明会・セミナーへの参加」が ともに約20ポイント増加していた。

属性別に見ると、男性より女性、理系よりも文系、「大企業志向」の学生で平均回答個数が多い。就活取り組み姿勢 別では、就活に「積極的」な学生は平均7.4個となっており、「消極的」な学生の平均4.8個を大きく上回っている(図 10) 。

【図10】就職活動の準備・対策で行なったもの:属性別



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

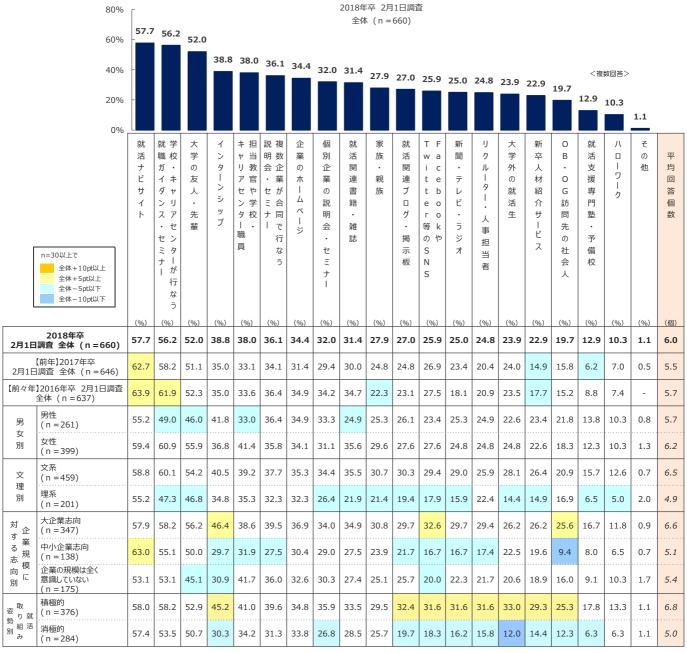
学生に、就職活動の概要や進め方を知るために利用した(しようと思っている)情報媒体を聞いた。最も多かったの は「就活ナビサイト」で、57.7%の学生が挙げている。次いで、「学校・キャリアセンターが行なう就職ガイダンス・ セミナー | が56.2%、「大学の友人・先輩 | が52.0%となっている。

前年調査と比較すると、「就活ナビサイト」は前年から5ポイント減少している。反対に、「新卒人材紹介サービス」 「就活支援専門塾・予備校」の回答割合は、前年よりも高くなった。

男女別に見ると、女性は「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。

他、理系よりも文系、「中小企業志向」や「企業の規模は全く意識していない」学生よりも「大企業志向」の学生、 就活に「消極的」な学生よりも「積極的」な学生の方が平均回答個数は多くなっており、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11)。

【図11】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:属性別



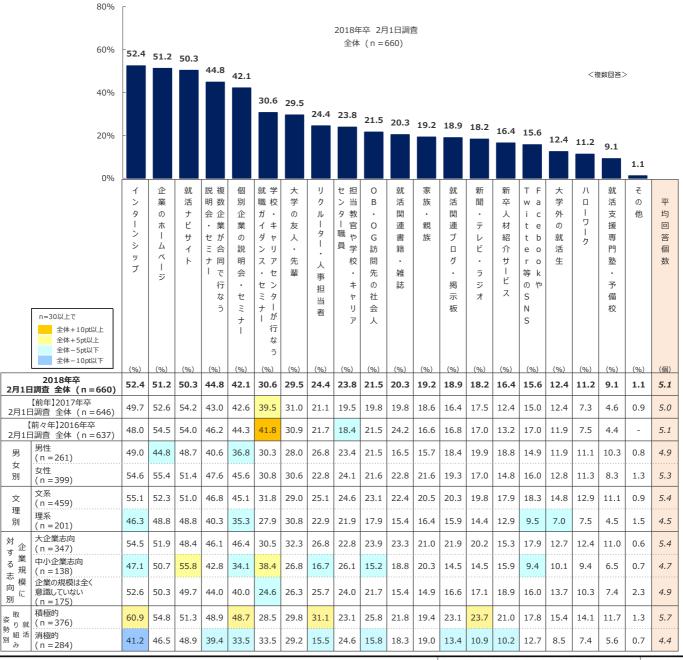
志望業界や企業を選定するために 利用する情報媒体

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。最も多くの回答を集 めたのは「インターンシップ」52.4%となった。次いで、「企業のホームページ」51.2%、「就活ナビサイト」50.3% となっている。

前年調査と比較すると、「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」の割合は、8.9ポイントと目 立って減少している。

属性別に見ると、男性よりも女性、理系よりも文系、「中小企業志向」や「企業の規模は全く意識していない」学生 よりも「大企業志向」の学生、就活に「消極的」な学生よりも「積極的」な学生の方が平均回答個数は多くなっていた (図12)。

【図12】 志望業界や企業を選定するために利用する情報媒体:属性別



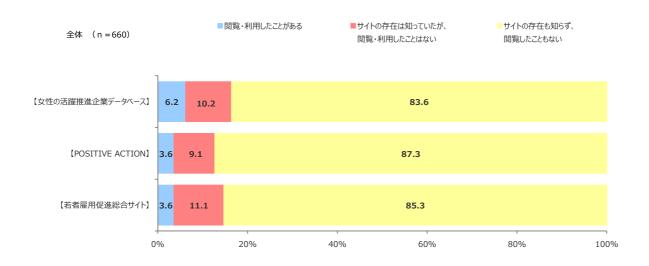
公的サイトの認知・利用状況

学生に、厚生労働省の「女性の活躍推進企業データベース」「POSITIVE ACTION」「若者雇用促進総合サイト」の 利用状況を聞いた。「閲覧・利用したことがある」がそれぞれ6.2%、3.6%、3.6%、「サイトの存在は知っていたが、 閲覧・利用したことはない」が、10.2%、9.1%、11.1%だった。「サイトの存在も知らず、閲覧したこともない」学 生がともに80%以上を占めている(図13)。

それぞれのサイトの認知率(「閲覧・利用したことがある」と「サイトの存在は知っていたが、閲覧・利用したこと はない」の合計、以下同)を、男女別に見た。「女性の活躍推進企業データベース」においては女性の認知率が男性よ りもわずかに高くなっている(表13.1)。

さらに、それぞれのサイトの利用率(「閲覧・利用したことがある」の値、以下同)を男女別に見ると、あまり差は 見られなかった(表13.2)。

【図13.】公的サイトの閲覧・利用有無



【表13.1】公的サイトの認知率:男女別

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	データベース 女性の活躍推進企業 (%)	A P C O T S I I O T N I V E	若者雇用促進総合サイト %)
	全体 (n=660)	16.4	12.7	14.7
男	男性 (n = 261)	14.6	12.6	14.9
女 別	女性 (n=399)	17.5	12.8	14.5

【表13.2】公的サイトの利用率:男女別

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	データベース 女性の活躍推進企業 (%)	A P C O T S I I O T N I V E	若者雇用促進総合サイト(%)
	全体 (n=660)	6.2	3.6	3.6
男	男性 (n=261)	6.1	4.2	3.1
別	女性 (n=399)	6.3	3.3	4.0

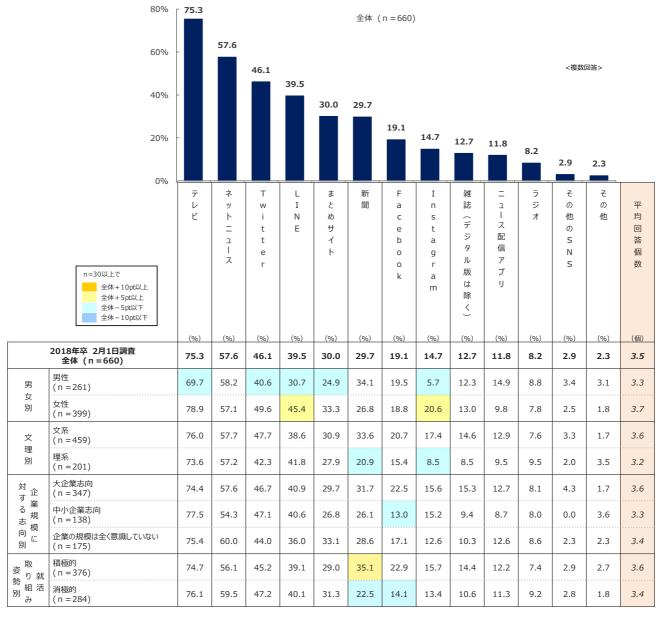
普段利用するメディア

学生に、普段どのようなメディア・サービスから情報を得ているか聞くと、最多は「テレビ」で75.3%となった。以 降は、「ネットニュース」57.6%、「Twitter」46.1%、「LINE」39.5%となっている。

男女別に見ると、女性は「LINE」や「Instagram」の利用率が男性よりも約15ポイント高い。

就活取り組み姿勢別に見ると、「積極的」な学生は、「新聞」が35.1%となり「消極的」な学生の22.5%を12.6ポイ ント上回っていた(図14)。

【図14】 普段どのようなメディア・サービスからニュースや情報を得ているか:属性別



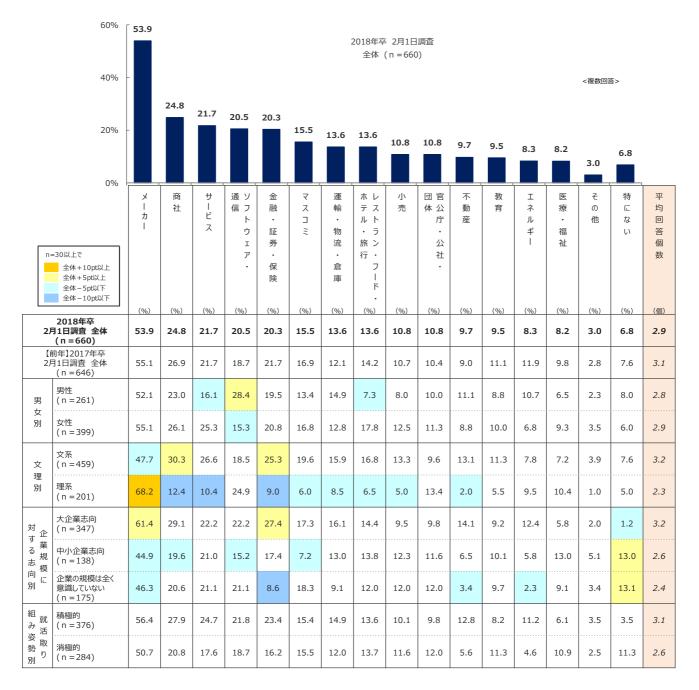
志望業界

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」53.9%、「商社」24.8%、「サービス」21.7%、 「ソフトウェア・通信」20.5%となった。

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

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、68.2%に上った。平均回答個数を見ると、文系が3.2 個なのに対し、理系は2.3個となっており、志望業種を絞っている傾向がうかがえる(図15)。

【図15】 志望している業界はどこか: 属性別



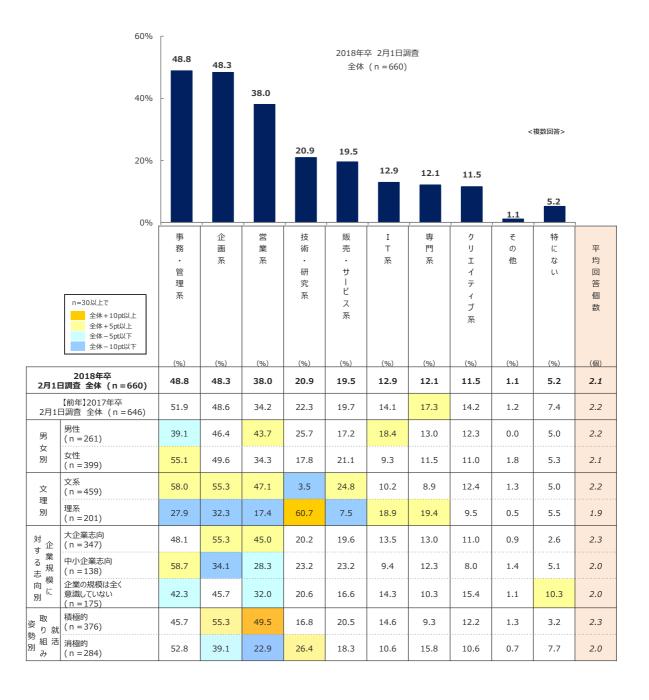
志望職種

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48.8%、48.3%と拮抗して上位となっ た。続いて、「営業系」38.0%、「技術・研究系」20.9%の順となった。

男女別に見ると、男性は「企画系」「営業系」「事務・管理系」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。

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16)。

【図16】志望している職種は何か:属性別

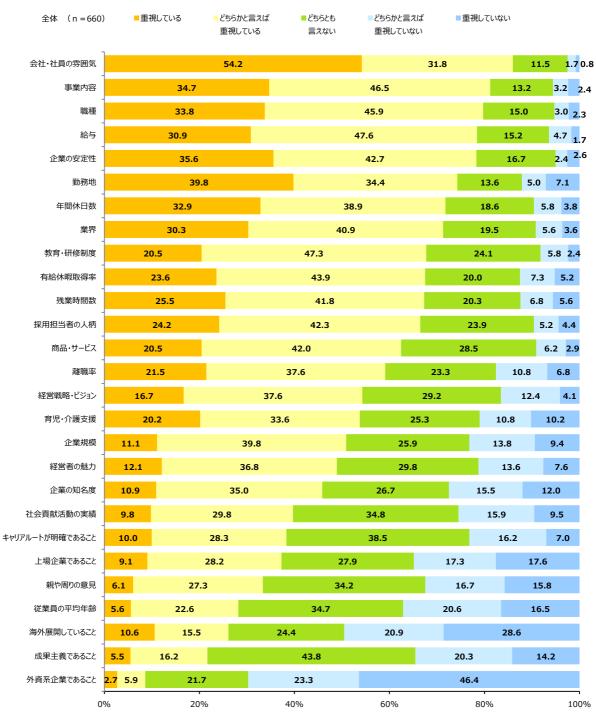


企業選定の際に重視するもの

学生に、志望企業を選定する際に、以下の27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」「給 与」「企業の安定性」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



また、重視度の高さを属性別で見た。

前年調査と比較すると、「教育・研修制度」と「有給休暇取得率」の重視度は高くなっている。

男女別に見ると、女性は「勤務地」「年間休日数」「有給休暇取得率」「残業時間数」「育児・介護支援」「親や周 りの意見」の重視度が男性よりも目立って高い。将来の出産・育児等を見据えてか、労働条件面での働きやすさを重視 している傾向がうかがえる。

就活取り組み姿勢別に見ると、「経営戦略・ビジョン」の重視度は、「積極的」な学生で67.8%、「消極的」な学生 36.3%となり、31.5ポイントも差が生じている(表17)。

【表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(重視度):属性別

																											く複数	回答>
全r 全r	上で 体+10pt以上 体+5p以上 体-5p以下 体-10pt以下	会社・社員の雰囲気 %)	事業内容 (%)	職種	給 与 (%)	企業の安定性 (%)	勤務地	年間休日数(%)	業界(%)	教育・研修制度 (%)	有給休暇取得率 (%)	残業時間数 (%)	採用担当者の人柄 (%)	商品・サービス (%)	離職率(%)	経営戦略・ビジョン (%)	育児・介護支援 (%)	企業規模 (%)	経営者の魅力 (%)	企業の知名度 (%)	社会貢献活動の実績 %)	明確であること (%)	上場企業であること (%)	親や周りの意見 (%)	従業員の平均年齢 (%)	海外展開していること (%)	成果主義であること %)	外資系企業であること (%)
2.	2018年卒 月1日調査 : (n=660)					78.3																						8.6
2.	拝】2017年卒 月1日調査 □ (n = 646)	83.4	82.0	81.0	74.5	79.1	72.0	70.6	74.0	61.9	61.1	-	63.8	65.8	61.1	56.2	52.9	47.8	46.6	42.3	39.5	41.2	34.1	39.3	30.2	25.2	23.2	11.0
男女	男性 (n=261)	81.2	77.8	76.2	81.6	76.2	64.4	65.5	68.6	66.7	59.0	60.9	63.6	58.6	60.5	57.9	30.3	54.8	48.3	44.4	37.5	39.5	37.5	26.8	29.5	29.5	26.4	8.0
別	女性 (n=399)	89.2	83.5	82.0	76.4	79.7	80.7	75.9	72.9	68.4	73.2	71.4	68.4	64.9	58.1	51.9	69.2	48.4	49.4	46.9	41.1	37.6	37.1	37.6	27.3	23.8	18.5	9.0
文理	文系 (n =459)	88.5	81.0	78.4	78.0	80.6	74.7	73.4	71.0	67.5	67.3	68.4	68.6	64.1	60.8	58.0	56.0	51.9	51.4	46.8	40.3	39.9	39.0	34.9	31.6	27.5	23.3	9.2
別	理系 (n=201)	80.6	81.6	82.6	79.6	73.1	73.1	68.2	71.6	68.2	68.2	64.7	61.7	58.7	55.2	45.8	48.8	48.8	43.3	43.8	38.3	34.8	33.3	29.9	20.4	22.9	17.9	7.5
対企	大企業志向 (n = 347)	88.2	81.6	81.0	86.2	86.2	73.8	72.3	76.7	71.8	71.2	72.9	71.2	68.6	64.6	63.4	56.8	73.5	50.1	69.5	46.1	45.2	54.8	40.1	30.0	34.9	22.8	12.7
する志・	中小企業志向 (n = 138)	85.5	79.7	81.9	74.6	74.6	76.1	75.4	67.4	63.0	66.7	60.9	60.1	58.0	59.4	42.0	52.9	33.3	46.4	17.4	34.1	31.2	21.0	30.4	27.5	13.8	21.0	5.8
向に別	企業の規模は 全<意識してい ない (n=175)	82.3	81.7	75.4	66.3	65.7	73.7	68.0	63.4	63.4	61.1	61.1	62.3	53.7	48.0	45.7	48.6	20.0	48.6	21.7	31.4	30.3	15.4	22.3	25.1	18.3	20.0	2.9
就活取。	積極的 (n = 376)	90.7	84.3	80.1	78.5	82.2	71.5	71.3	76.6	73.1	67.8	68.9	74.2	67.8	65.2	67.8	61.7	56.9	58.2	51.6	47.6	46.0	42.6	34.8	31.1	31.9	26.1	10.9
別組み	消極的 (n = 284)	79.9	77.1	79.2	78.5	73.2	77.8	72.5	64.1	60.6	67.3	65.1	56.3	55.3	51.1	36.3	43.3	43.0	36.6	38.4	29.2	28.2	30.3	31.3	24.3	18.3	15.8	5.6

働く上で大切にしたいもの

学生に、「給与の高さ」「仕事の内容」「働きやすさ」の3つのうち、働く上で大切にしたいと思うものを1つ挙げて もらった。結果は、「給与の高さ」10.3%、「仕事の内容」33.6%、「働きやすさ」56.1%となり、「働きやすさ」に 重きを置きたいと考えている学生が最多となった(図18.1)。

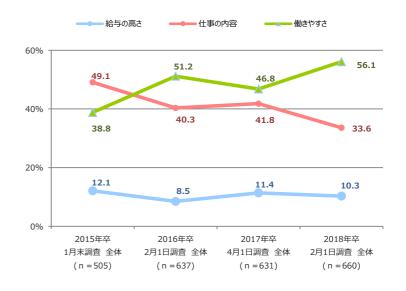
過去の調査と比較すると、「働きやすさ」を回答する学生の割合は増加傾向にある一方、「仕事の内容」は減少傾向 にあった(図18.2)。

男女別に見ると、女性は、「働きやすさ」と回答した者の割合が高く62.2%、男性とは15.5ポイント差となった。一 方、男性は、「給与の高さ」を挙げた者の割合が16.1%となり、女性とは10ポイント近い差が開いている(図18.3)。 企業規模に対する志向別に見ると、「大企業志向」の学生は他の学生よりも「給与の高さ」を挙げている割合が高い。 また、「中小企業志向」の学生では、「働きやすさ」の回答が68.1%を占めていた(図18.4)。

【図18.1】働く上で大切にしたいもの

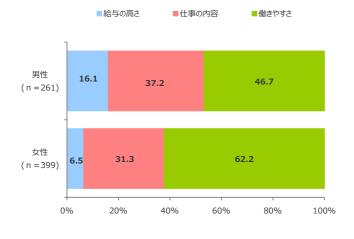


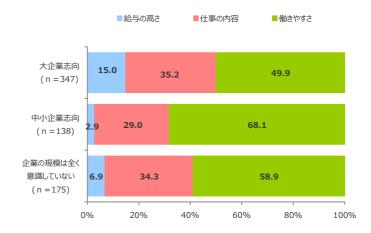
【図18.2】働く上で大切にしたいもの:時系列



【図18.3】働く上で大切にしたいもの:男女別

【図18.4】働く上で大切にしたいもの:企業規模に対する志向別



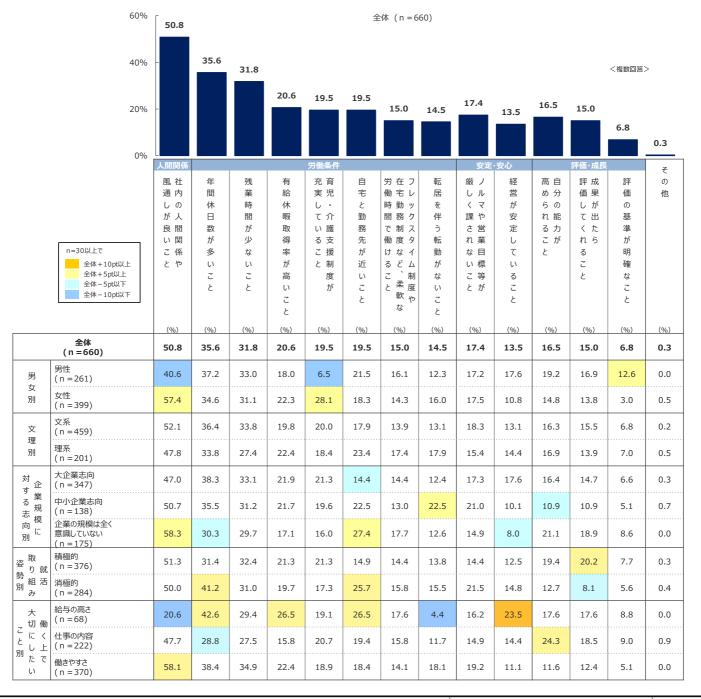


「働きやすさ」のイメージ

学生に、「働きやすさ」とはどのようなことを指すのかそのイメージを聞いた。最も多かったのは、「社内の人間関 係や風通しが良いこと」で50.8%だった。以降は、「年間休日数が多いこと」35.6%、「残業時間が少ないこと」 31.8%、「有給休暇取得率が高いこと」20.6%の順となっている。

男女別に見ると、「育児・介護支援制度が充実していること」は、女性では4位になるのに対し、男性では最下位の 13位(その他を除く)となっており、男女それぞれで働きやすさのイメージが異なっていることがわかる。 就活取り組み姿勢別に見ると、「積極的」な学生は、「成果が出たら評価してくれること」の回答割合が「消極的」 な学生よりも12.1ポイント高く、自分の働きぶりに対して相応の評価を求めているようだ(図19)。

【図19】「働きやすさ」とはどのようなことか:属性別



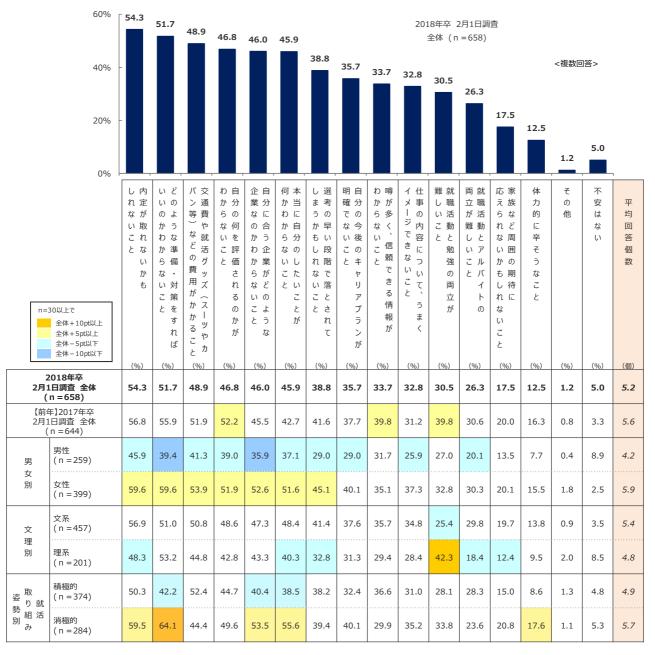
就職活動での不安

「 1 就職活動の進捗状況」において、「内定獲得/就活終了段階」以外の回答をした学生に、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54.3%で最も多かった。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」51.7%、「交通費や就活グッズ(スーツやカバン等)などの費用がかかること」48.9%、 「自分の何を評価されるのかがわからないこと」46.8%が挙がっている。

前年調査と比較すると、平均回答個数が5.6個から5.2個へ減少しており、全体的に不安感は少なくなっているよう だ。

属性別に見ると、女性は男性よりも抱えている不安が多く、平均回答個数が5.9個と男性の4.2個を1.7個上回ってい た。また、理系は「就職活動と勉強の両立が難しいこと」が42.3%に上り、文系の25.4%と16.9ポイントも差が生じて いる(図20)。

【図20】就職活動で感じる不安:属性別

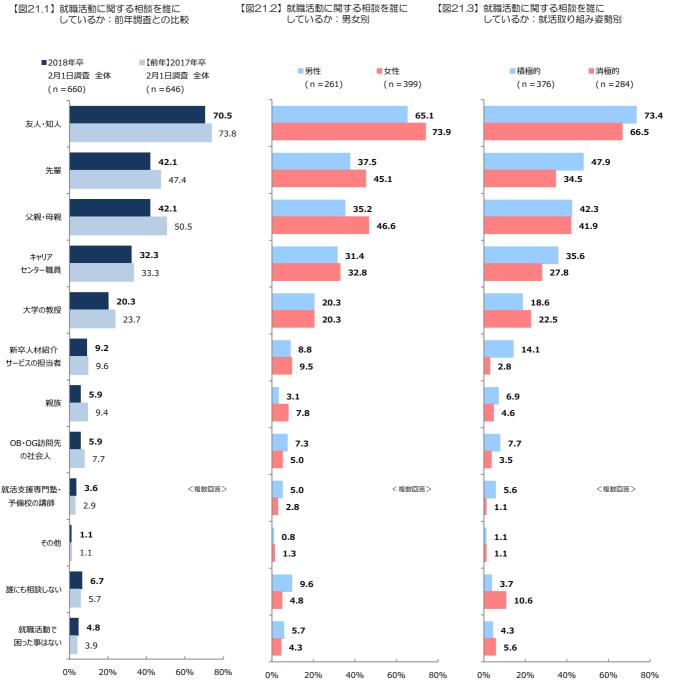


就職活動における相談相手

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」という回答が最も多く、70.5% だった。次いで、「先輩」と「父親・母親」がそれぞれ42.1%、「キャリアセンター職員」32.3%の順となっている。 前年調査と比較すると、全体的にほぼ減少している(図21.1)。

男女別で見ると、女性は「友人・知人」や「先輩」「父親・母親」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46.6%と、男性の35.2%と11.4ポイントの差が生じている(図21.2)。

就活取り組み姿勢別で見ると、「積極的」な学生の方が概ね各項目についての回答割合が高い。一方、「消極的」な 学生は、「積極的」な学生よりも「大学の教授」に相談している割合が高くなっていた(図21.3)。



秋期・冬期インターンシップ 参加状況

学生に、2月1日までの秋期・冬期インターンシップ(2016年10月~2017年1月)への参加状況を月ごとに聞いた。 「参加した」と回答した学生の割合は、「2017年1月」が最も高く28.6%、次いで「2016年12月」23.3%、「2016年 10月」18.5%、「2016年11月」17.0%の順となっていた(図22.1)。

前年調査と比較すると、各月とも参加学生の割合は低くなっており、秋期・冬期インターンシップに参加した学生は 減少しているようだ(表22.1)。

さらに、各月のインターンシップについて「参加した」と回答した学生に、参加社数を聞いた。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、「2016年10月」 12.3%、「2016年11月」 21.4%、「2016年12月」23.4%、「2017年1月」23.3%と、季節が深まるにつれ高まる傾向となっている(図 22.2) 。

前年調査と比較すると、各月とも「1社」の回答割合が低下し、「2社」「3社以上」の回答割合が高くなっていた。 秋期・冬期インターンシップへの参加率は低下していたが、参加した学生を見れば、より多くの企業のインターンシッ プを経験するようになっているようだ(表22.2)。

【図22.1】秋期・冬期のインターンシップに参加したか

【表22.1】秋期・冬期インターンシップに「参加した」学生の割合 : 前年調査との比較



n=30以上で	1 0 月	1 1 月	1 2 月	1 月
全体+10pt以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下	(%)	(%)	(%)	(%)
2018年卒 2月1日調査 全体 (n=660)	18.5	17.0	23.3	28.6
【前年】2017年卒 2月1日調査 全体 (n=646)	25.5	18.0	29.7	33.3

【図22.2】秋期・冬期のインターンシップに参加した社数

■1社 ■2社 3社以上 2016年10月 68.9 12.3 (n = 122)2016年11月 55.4 23.2 21.4 (n = 112)2016年12月 50.6 26.0 23.4 (n = 154)2017年1月 53.4 23.3 23.3 (n = 189)20% 60% 80% 100%

【表22.2】秋期・冬期のインターンシップに参加した社数 : 前年調査との比較

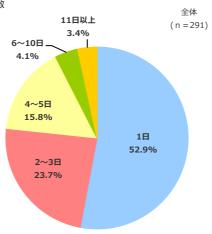
n=30以上で	1 社 (%)	2 社 (%)	3 以社 上 (%)
2016年10月(n = 122)	68.9	18.9	12.3
【前年】2015年10月 (n = 165)	81.2	12.1	6.7
2016年11月(n = 112)	55.4	23.2	21.4
【前年】2015年11月 (n=116)	71.6	17.2	11.2
2016年12月(n = 154)	50.6	26.0	23.4
【前年】2015年12月 (n = 192)	63.5	24.0	12.5
2017年1月 (n=189)	53.4	23.3	23.3
【前年】2016年1月 (n = 215)	67.0	17.2	15.8

秋期・冬期インターンシップの日数

「 22 秋期・冬期インターンシップ参加状況」において、月にかかわらず「参加した」と回答した学生に対し、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52.9%、次いで「2~3日」23.7%、「4~5日」15.8%となった(図23)。

平均日数は「3.4日」だった。前回調査(2018年3月卒業予定者の就職活動に関する学生調査 < インターンシップ> 2016年10月調査)では、夏期インターンシップのプログラム日数の平均は6.3日となっており、秋期・冬期インターン シップは、夏期インターンシップよりも短い日数となっている。また、前年調査と比較すると、2017年卒学生の秋期・ 冬期インターンシップのプログラム日数は平均8.9日となっており、1年で大幅に減少している(表23)。

【図23】秋期・冬期インターンシップのプログラム日数



【表23】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、前年調査との比較

n=30以上で 全体+10pt以上 全体+5p以上 全体-5p以下 全体-10pt以下	1 日	2 分 3 日	4 ~ 5 日	6 分 1 0 日	1 1 日 以 上	平均
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(日)
2018年卒 2月1日調査(秋期·冬期) 全体(n=291)	52.9	23.7	15.8	4.1	3.4	3.4
【前回】2018年卒 10月調査(夏期) 全体(n=363)	26.4	19.3	32.5	9.9	11.8	6.3
[前年]2017年卒 2月1日調査(秋期・冬期) 全体(n = 382)	45.8	16.0	20.2	11.0	7.1	8.9

秋期・冬期インターンシップの内容

「 22 秋期・冬期インターンシップ参加状況」において、月にかかわらず「参加した」と回答した学生に対し、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、「実施企業の会社概要についての説明」で 76.6%に上った。次いで、「実施企業が属する業界についての説明」75.6%、「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」72.2%となっている。

前回調査の夏期インターンシップの結果と比較すると、上位3項目の増加幅は20ポイント前後と大きい。一方で、4位 以降のプログラムは軒並み減少している。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) | 18.9%、「実際の業務の体験(給料あり) | 3.4%と下位になったことに加え、夏期インターンシッ プから減少していた。

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、会社概要や業界説明は、プログラム日数が短くな るほど回答割合が高くなり、より多くの企業で行なわれているようだ。反対に、「マナーや自己分析、コミュニケー ションカ向上などの就職対策講座」「参加企業の職場見学」「実際の業務の体験(給料なし)」「実際の業務の体験 (給料あり) | 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(図24)。

