

2023年卒
Vol.01

9月後半時点の就職意識調査

キャリアス就活2023 学生モニター調査結果 (2021年10月発行)

コロナ禍が続く中で、2023年卒学生の就活準備は着々と進んでいる。オンライン中心の活動からは、どのような特徴が見られるだろうか。キャリアス就活・学生モニターを対象に、9月後半時点での就職意識や就活準備状況などを尋ねた。

1. インターンシップ等(※)への参加状況

- 1日以内のプログラムへの参加が主流(87.2%)。「5日間以上」参加者は約2割(20.2%)
- 対面参加約4割(37.8%)、オンライン参加9割以上(97.8%)。理解度・満足度に差

2. インターンシップに参加してよかったこと

- 「興味のある業界の知識や理解が深まった」が約8割で突出。「社員と交流」が次点(53.1%)

3. 今後のインターンシップ参加予定

- 参加希望時期は「12月」が最多。「業界・企業の概要を理解できるもの」に参加希望

4. 就活準備イベントへの参加

- 9割がオンラインのイベントに参加経験あり。今後は会場型への参加意向も

5. 現時点の志望業界

- 志望業界が「明確に決まっている」(19.7%)、「なんとなく決まっている」(51.0%)
- 1位「インターネットサービス」、2位「水産・食品」、3位「情報処理・ソフトウェア」

6. 業界研究・企業研究に力を入れたい時期

- 業界研究に力を入れたい時期は10月が最多。企業研究は11月。ともに前年より早期化

7. 就職活動に関する情報の入手先

- 「就職情報サイト」が最多(95.0%)。「各企業のホームページ」(68.9%)が続く

8. 就職活動への不安

- 「とても不安」「やや不安」を合わせ9割が「不安がある」と回答(計90.5%)

9. SNS利用状況

- 就活でのSNS利用、「LINE」が最多(44.3%)。「Twitter」「YouTube」がそれぞれ3割

10. 大学の授業形式(自身の履修)

- 対面授業が徐々に増えるも、オンライン中心という学生が多数(前期75.0%、後期66.0%)

※「インターンシップ(就業体験を伴う複数日程のプログラム)」に限定せず、1日以内のプログラム等も含めて尋ねた
※前年調査は2020年10月1日~10日に実施

調査概要

- 調査対象 : 2023年3月に卒業予定の大学3年生(理系は大学院修士課程1年生含む)
- 回答者数 : 1,101人(文系男子386人、文系女子322人、理系男子252人、理系女子141人)
- 調査方法 : インターネット調査法
- 調査期間 : 2021年9月21日~29日
- サンプリング : キャリタス就活2023学生モニター

1. インターンシップ等(※)への参加状況

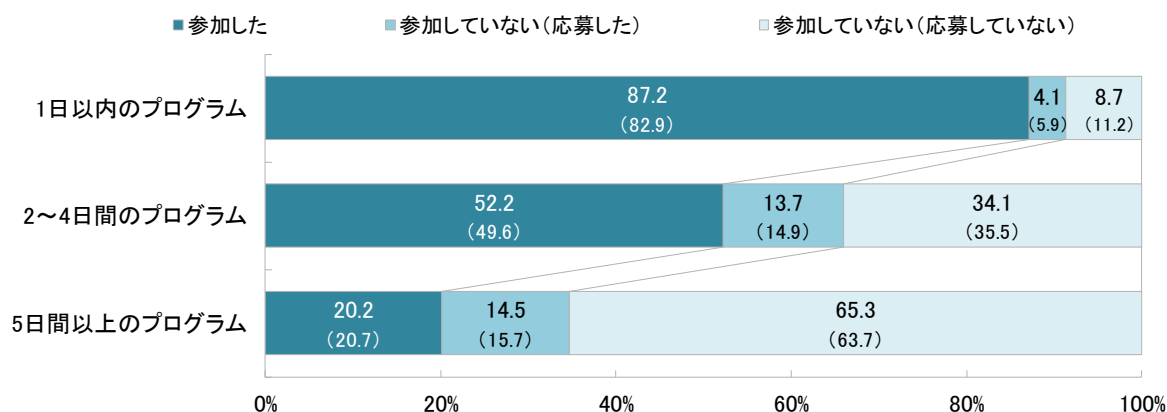
9月後半時点でのインターンシップ等の参加状況(オンラインを含む)を、実施日数別に尋ねた。

「1日以内のプログラム」への参加経験を持つ学生は9割に迫る高水準(87.2%)で、前年調査より4.3ポイント増加した。「2~4日間のプログラム」の参加率は、前年より2.6ポイント増加し、過半数に上る(52.2%)。「5日間以上のプログラム」は約2割にとどまり(20.2%)、参加者は限定的。参加社数でも、「1日以内のプログラム」が平均5.6社と、2日以上の上の2倍以上に上り、短期プログラムへの参加が中心だったことがわかる。

参加時期は「8月」「9月」が多く、夏季休暇中の参加が中心だ。ただし、前年調査と比較すると「6月」「7月」が大幅に増加しているのが目立ち、開催時期を早めた企業が多かったことがうかがえる。

(※1日以内のプログラムも含めて調査)

<インターンシップ参加状況>



*オンライン形式も含む

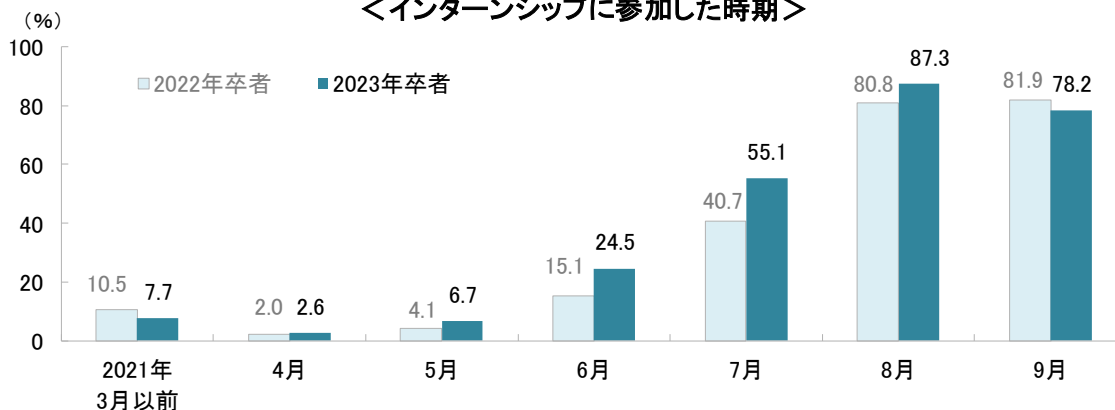
※()内は2020年10月調査の数値

<インターンシップ参加社数/平均>

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
1日以内のプログラム	5.6	5.0	5.7	6.4	4.8	5.0
2~4日間のプログラム	2.3	2.2	2.4	2.2	2.2	2.1
5日間以上のプログラム	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3	1.4

※それぞれの参加者が分母

<インターンシップに参加した時期>

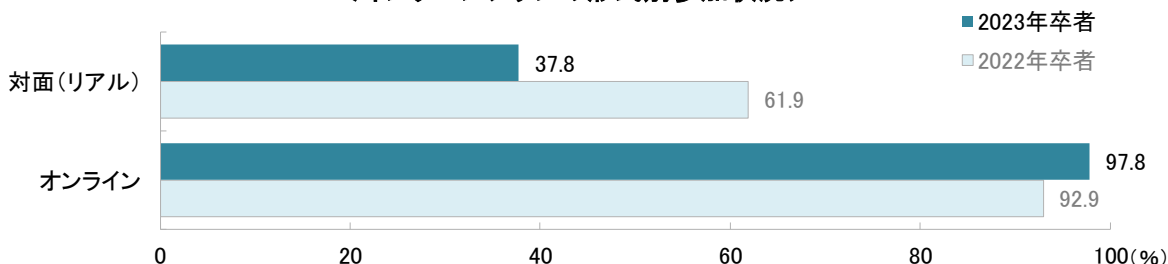


*オンライン形式も含む

インターンシップ等のプログラムの参加経験者に、参加状況を形式別に尋ねた。対面（リアル）への参加率は 37.8%で、前年（61.9%）より大幅に減少した（24.1%減）。一方、オンライン形式は、前年よりさらに増加し、ほとんどの学生が参加経験を持つ（97.8%）。長引くコロナ禍の影響により、オンラインで実施する企業が増えたためと考えられる。今夏は「第 5 波」の影響により、急遽対面からオンラインに切り替わったケースも少なからずあったようだ。

オンラインの比率が高まったことで、先に見た短期プログラムへの参加増につながったと見られる。

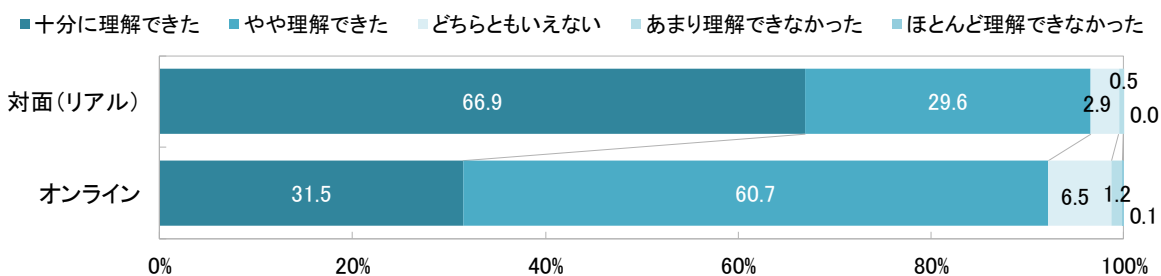
＜インターンシップの形式別参加状況＞



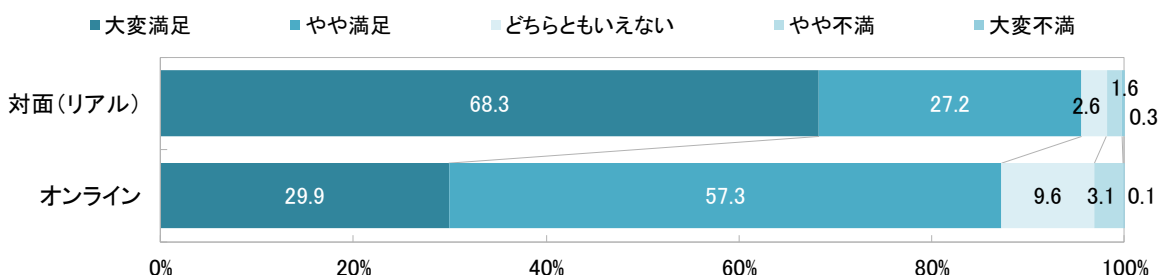
次に、企業・仕事への理解度とプログラムへの満足度を、それぞれ参加形式別に尋ね、比較した。理解度については、対面形式は「十分に理解できた」が 6 割を超える（66.9%）。オンライン形式は「十分に理解できた」は約 3 割（31.5%）で、対面の半分程度にとどまる。ただし、「やや理解できた」（60.7%）を合わせると 9 割を超え（計 92.2%）、オンラインでも一定の理解が得られている様子うかがえる。

満足度についても同様の傾向が見られ、対面では「大変満足」が 7 割近いのに対し（68.3%）、オンラインでは約 3 割（29.9%）だが、「やや満足」（57.3%）を合わせると 9 割近くに上る（計 87.2%）。

＜企業・仕事への理解度(参加形式別)＞



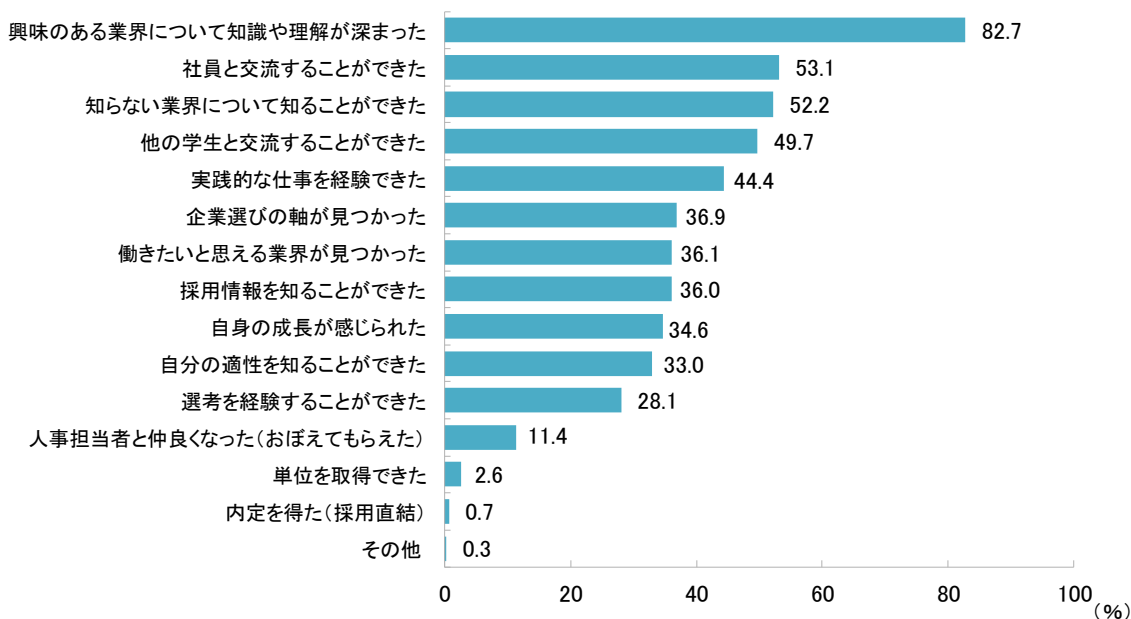
＜プログラムへの満足度(参加形式別)＞



2. インターンシップに参加してよかったこと

続いて、インターンシップ等のプログラムに参加してよかったことを尋ねた。最も多いのは「興味のある業界について知識や理解が深まった」で 8 割超と突出している (82.7%)。「知らない業界について知ることができた」(52.2%) も上位に挙がっており、プログラムを通じて業界研究を進めた学生が多いことが読み取れる。また、「社員と交流することができた」、「他の学生と交流することができた」は、それぞれ半数前後が選んだ (53.1%、49.7%)。オンライン形式が中心であっても、ワークや座談会などを通じて十分な交流ができたと感じる学生が多かったようだ。

<インターンシップに参加してよかったこと>



■よい印象をもったプログラム

【対面・リアル】

- 製造現場での作業を体験し、改善するという内容でした。現場を知ること、作業者の立場になって改善案を考
えることができ、とても良いものになりました。 <理系男子>
- 社員の営業に 1 日同行した。同行することで、お客様から信頼されていることがわかった。 <文系女子>
- お客様とのやりとりまで含めて模擬提案ができるインターンシップだったため、入社後の業務をイメージしやすかった。 <文系女子>
- 社員も中々入ることのない研究の現場を見せていただいたことがとても良かったです。 <理系女子>
- グループワークのメンバーと 2 日間を通して仲良くなった。 <文系男子>

【オンライン】

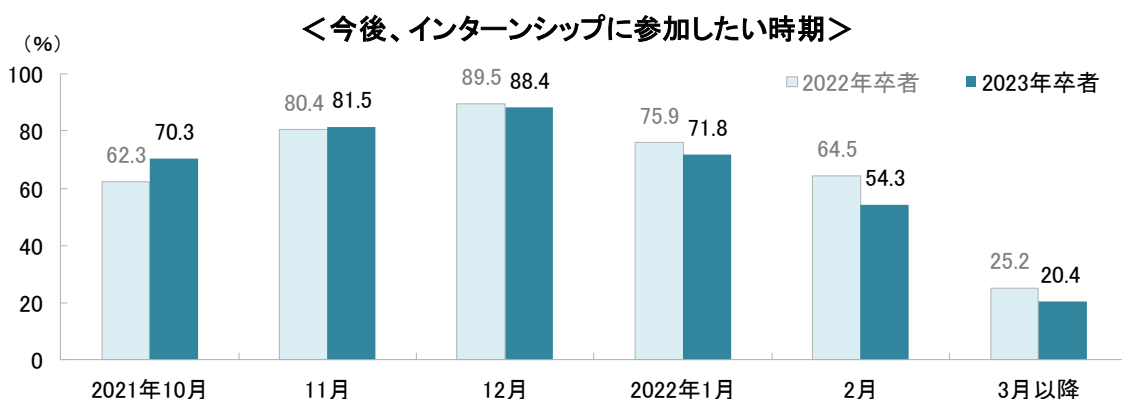
- 事前ワーク(動画視聴)や資料が充実していたため、十分な理解を持ってインターンシップに臨むことができた。また、それによりワークや座談会に多くの時間を割くことができ、充実した 3 日間となった。 <文系男子>
- バーチャル工場見学と題して、本社ロビーや現場を説明いただいたこと。 <理系女子>
- かなり実践的な内容のプログラムで、それに対するフィードバックも丁寧で、自分に足りていない視点や考え方を明確に把握することができたから。 <文系男子>
- 業務内容は難しかったけど、簡単なゲームのようなものから始め、難しいものへ発展していくという組み立てが良かったです。 <文系女子>
- 少しトラブルがあっても視聴者をほったらかしにせず、適切な対応できていたことがとても印象良く映った。 <理系男子>

3. 今後のインターンシップ参加予定

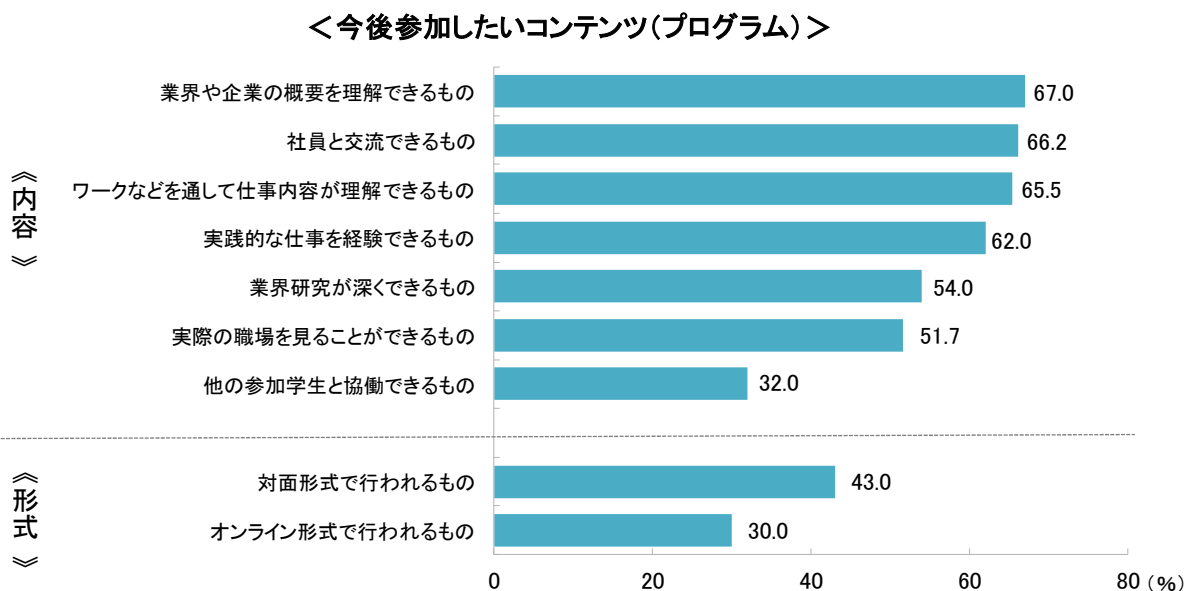
今後インターンシップに参加したい時期は、「12月」が約9割で最も多い(88.4%)。次いで「11月」が約8割(81.5%)。前年調査との差を見ると、「2月」が約10ポイント減少するなど(64.5%→54.3%)、年明け以降のポイントが下がっており、早い時期の参加を希望する傾向が見られる。

今後どのようなプログラムに参加したいかを尋ねると、内容面で最も多いのは「業界や企業の概要を理解できるもの」で約7割(67.0%)。次いで「社員と交流できるもの」(66.2%)が僅差で続く。他にも「ワークなどを通して仕事内容が理解できるもの」(65.5%)、「実践的な仕事を体験できるもの」(62.0%)が上位に挙がり、社員との交流や就業体験を通して理解を深められるものへの関心が高い。

形式に関しては、対面形式が約4割(43.0%)でオンライン(30.0%)を上回る。画面越しでの参加に慣れた今、どちらかといえば直接的な接点を求めていることがうかがえる。



* オンライン形式も含む



■ 今後参加したいプログラム

○ オンラインだけではわからない部分は絶対にあると思う。対面で行う雰囲気・緊張感を味わえるプログラムを経験したい。 <文系男子>

○ 新たな商品・サービスの提案を行うというよりは、普段の業務を実際に体験できるグループワークがうれしいです。 <文系女子>

○ なるべく社員と交流があり、はたらく姿がイメージできるインターンシップよい。 <理系男子>

4. 就活準備イベントへの参加

就職情報会社等が主催する就活準備イベント（インターンシップイベント、業界研究イベントなど）への参加状況を、形式別に確認した。全体の9割（91.3%）が「オンライン形式」に参加経験があると回答。「会場型」は4割弱（37.6%）であり、前年同様、オンライン形式への参加が圧倒的に多い。参加（視聴）回数についても、会場型の平均1.9回に対し、オンラインは6.2回と大きく上回る。

一方、今後のイベント参加意向を尋ねると、「オンライン形式」が78.0%と高いものの、「会場型」も5割超（51.9%）と、いずれも大半が参加の意向を示している。参加したい時期については、年内は「オンライン形式」が8割前後で高いが、1月以降は「会場型」も「オンライン形式」とほぼ同じ水準である。年内はオンラインでの参加を希望する学生が多いが、3月の就活本番が近づく頃には、会場に足を運び、企業と直に接点を持ちたいと考える学生も少なくないようだ。

<就活準備イベントの参加経験>

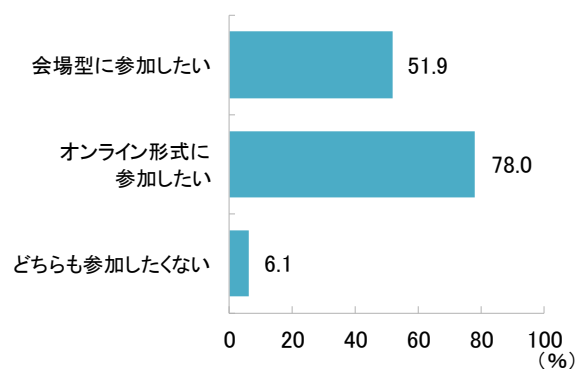
	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
会場型に参加	37.6	37.1	43.3	41.1	29.0	29.8
オンライン形式に参加	91.3	90.8	90.1	93.8	89.6	92.1

<就活準備イベントの参加回数>

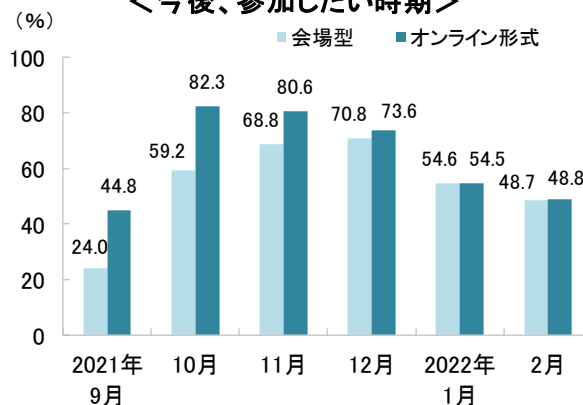
	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
会場型の参加回数(平均)	1.9	2.4	2.1	1.8	1.6	1.9
オンラインの視聴回数(平均)	6.2	6.6	6.0	6.6	5.8	6.2

※それぞれの参加者が分母。
会場型は会場に足を運んだ回数。オンライン型は同日に複数社を視聴しても1回とカウントした。

<今後の参加意向>



<今後、参加したい時期>



■就活準備イベントに参加してよかった点

- 実際にその企業で働く社員の方から話を伺うことができ、企業への理解が深まる。対面では、社員の方達の雰囲気わかるし、オンラインではチャット形式で質問できるため、聞きにくい質問であっても気軽に尋ねることができる点良かった。 <理系男子>
- オンラインでは会場に行く手間もなく、自宅でリラックスした状態でメモを取りながら話を聞くことができるのが良かった。 <文系男子>
- ホームページなどにも載っていない情報を得ることができた点や、話を聞いてモチベーションが上がった点。 <文系女子>
- 自分で探しても見つけれられないような、就職したいと感じる企業を見つけることができた。 <理系男子>
- インターンシップの情報を早く手に入れられた。 <理系女子>

5. 現時点の志望業界

志望業界について尋ねたところ、「明確に決まっている」という学生が約 2 割 (19.7%)。「なんとなく決まっている」(51.0%) を合わせると 7 割を超え (計 70.7%)、前年調査 (計 68.8%) をやや上回る。文系に比べ理系の方が決定している学生が多い。

志望業界を 40 業界の中から 5 つまで選んでもらうと、「情報・インターネットサービス」(18.9%) が全体で最も多かった。「情報処理・ソフトウェア」(16.6%) が 3 位に挙がり、IT 業界への関心の高さが表れている。

属性別に確認すると、文系男子の1位は「銀行」で、2位「商社(総合)」、3位「調査・コンサルタント」と続く。文系女子は「マスコミ」にポイントが集中している (29.8%)。男子で1位の「銀行」は女子では3位に入り、文系学生に人気が高い。

理系を見ると、男女とも 1 位は「素材・化学」。理系男子は「電子・電機」が続き、理系女子は「水産・食品」が 2 位。理系は上位に製造業が多いのが特徴的。

<志望業界の決定状況>

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
明確に決まっている	19.7	21.6	16.8	13.0	29.8	24.8
なんとなく決まっている	51.0	47.2	49.7	50.6	49.6	58.2
決まっていない	29.2	31.1	33.4	36.3	20.6	17.0

<志望業界(上位 15 業界)>

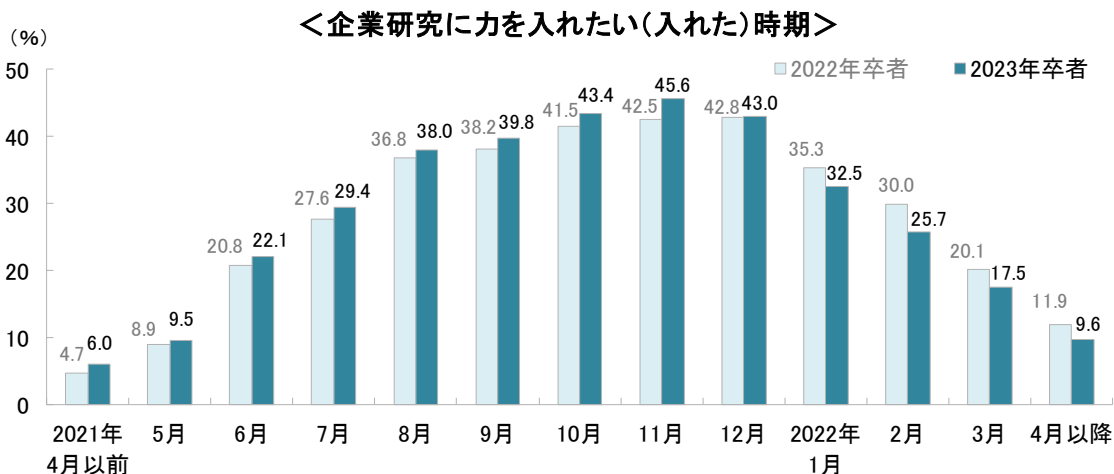
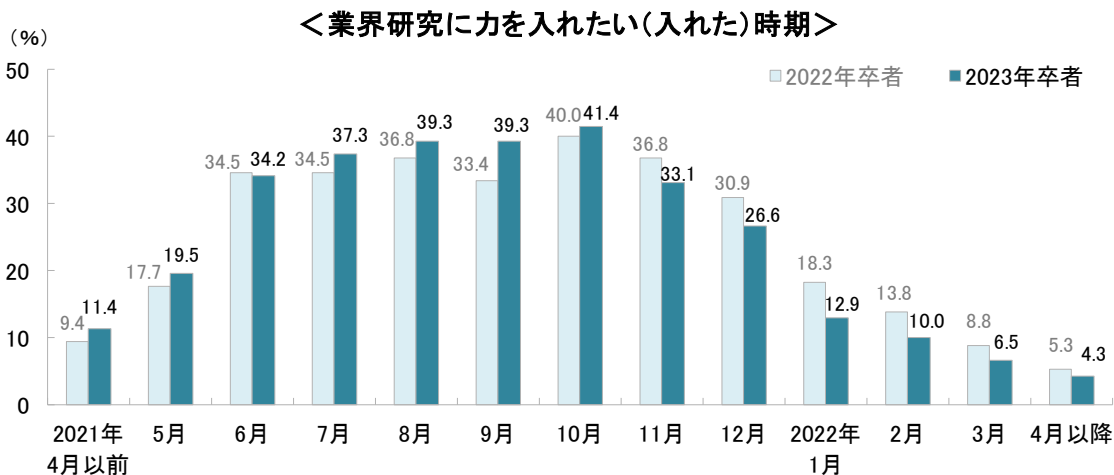
全 体		文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
1	情報・インターネットサービス ① 18.9	銀行 28.0	マスコミ 29.8	素材・化学 27.5	素材・化学 37.6
2	水産・食品 ⑤ 18.1	商社(総合) 23.7	情報・インターネットサービス 16.1	電子・電機 24.0	水産・食品 35.9
3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト ⑧ 16.6	調査・コンサルタント 20.2	銀行 15.1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 23.0	医薬品・医療関連・化粧品 35.9
4	素材・化学 ⑥ 16.2	情報・インターネットサービス 19.8	水産・食品 14.6	自動車・輸送用機器 23.0	建設・住宅・不動産 22.2
5	建設・住宅・不動産 ② 16.0	建設・住宅・不動産 17.9	官公庁・団体 14.6	情報・インターネットサービス 20.5	情報・インターネットサービス 18.8
	調査・コンサルタント ⑧ 16.0	運輸・倉庫 16.0	建設・住宅・不動産 14.1	医薬品・医療関連・化粧品 16.5	エネルギー 16.2
7	銀行 ③ 15.0	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 15.6	商社(総合) 14.1	機械・プラントエンジニアリング 16.0	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 13.7
8	商社(総合) ⑩ 14.0	水産・食品 15.2	調査・コンサルタント 14.1	水産・食品 15.0	官公庁・団体 13.7
9	マスコミ ⑦ 13.7	商社(専門) 15.2	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 13.2	調査・コンサルタント 14.5	調査・コンサルタント 12.8
10	医薬品・医療関連・化粧品 ④ 13.2	官公庁・団体 13.6	商社(専門) 11.2	エネルギー 14.5	精密機器・医療用機器 12.8
11	官公庁・団体 12.2	マスコミ 12.8	教育 11.2	精密機器・医療用機器 14.0	電子・電機 9.4
12	エネルギー 11.9	証券・投信・投資顧問 11.3	ホテル・旅行 10.2	建設・住宅・不動産 12.0	自動車・輸送用機器 9.4
13	電子・電機 10.9	エネルギー 10.1	通信関連 9.8	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 10.5	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 8.5
14	自動車・輸送用機器 10.7	信販・クレジット・ファイナンス 8.2	保険 9.8	鉄鋼・非鉄・金属製品 8.5	通信関連 6.8
15	商社(専門) 9.8	エンターテインメント 7.8	エネルギー 9.3	通信関連 8.0	機械・プラントエンジニアリング 6.8
			人材サービス・人材紹介・人材派遣 9.3		農業・林業・鉱業 6.8

※○の中の数字は前年調査の全体順位10位以内

6. 業界研究・企業研究に力を入れたい時期

業界研究と企業研究について、それぞれ力を入れたい時期（入れた時期）を複数回答で尋ねた。

まず、業界研究は「6月」には3割を超え、早期から取り組む学生が多かった様子がわかる。「10月」（41.4%）をピークに「12月」には2割台に下がり、「1月」には2割を割り込む。一方、企業研究に力を入れたい時期は「10月」から「12月」にかけて4割台が続き、1月以降は徐々に下がる。業界研究は年内をめどに、企業研究は採用広報解禁（3月）より前に、ある程度済ませておきたいと考える学生が多いようだ。なお、業界研究・企業研究ともに前年調査に比べやや前倒しの傾向が見られる。



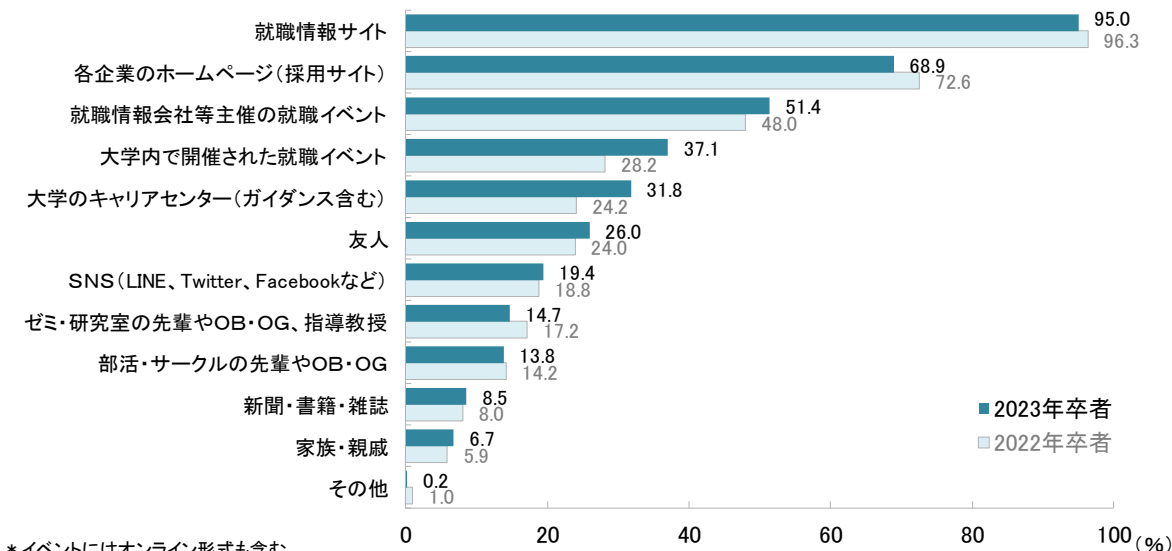
■業界研究・企業研究のプラン（進め方）

- 基本的には業界研究と企業研究を両立して行うが、業界研究を年内に終わらせることで、年明け以降は企業研究の方により力を入れたいと考えている。 <文系男子>
- 夏季インターンシップの時期は広く業界を見て理解を深め、秋以降は夏季インターンシップで興味を持った業界の企業についての理解を深めることが、効率的な進め方だと考えている。 <文系女子>
- 企業研究は常にアップデートしていきたい。個別の企業説明会などに参加して、情報を得たい。 <理系男子>
- 6月に少し始めてみたが、よくわからないままやめてしまった。就活を進める中で、新たな視野を持ってこれから研究を進めたい。 <理系女子>

7. 就職活動に関する情報の入手先

就職活動に関する情報の入手先を尋ねた。「就職情報サイト」が9割超 (95.0%) で突出して高く、次いで「各企業のホームページ (採用サイト)」 (68.9%) が続く。「大学内で開催された就職イベント」と「大学のキャリアセンター (ガイダンス含む)」が前年調査より増加しているのが目立つ。コロナ禍も2年目となり、各大学がオンラインでの就職支援を拡充させたことで、利用が伸びているのだろう。

＜就職活動に関する情報の入手先＞

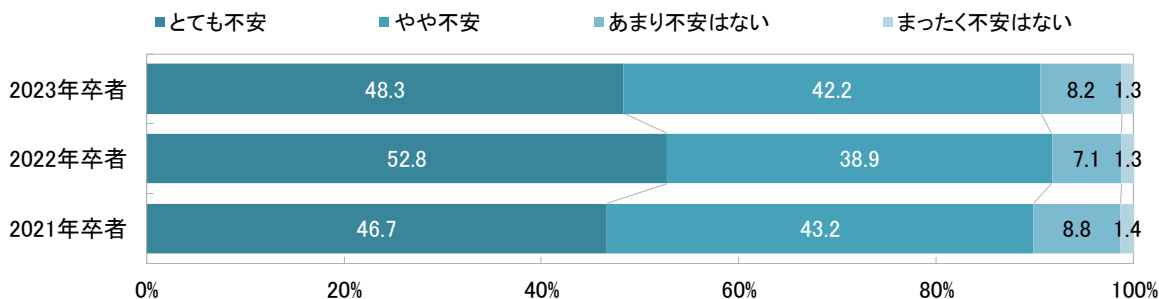


8. 就職活動への不安

自身の就職活動に不安を感じるかどうかを尋ね、経年で比較した。「とても不安」という回答は前年よりは減少したものの (52.8%→48.3%)、引き続き不安が強い様子が見られる。「やや不安」を足し合わせると、不安を感じている学生は約9割に上る (計 90.5%)。

具体的には、前年と同様、新型コロナの影響で企業の採用意欲がどのように変化するのが分からない、といった不安のほか、オンライン主流の生活が長期にわたり、思うような学生生活を送れていないことが就職活動にも影響するのではないかと不安を感じる学生も見られる。

＜就職活動への不安＞

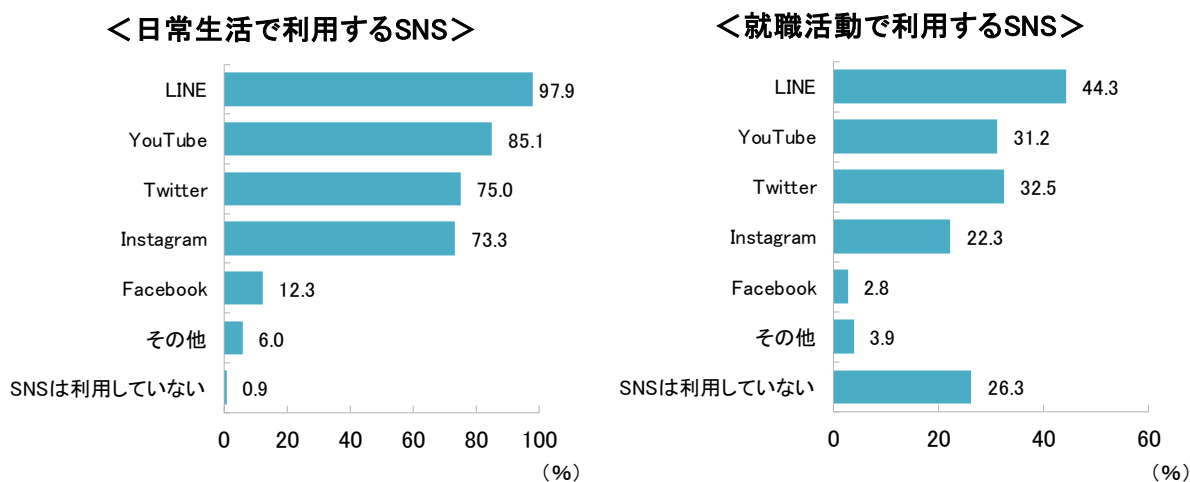


- コロナ禍において、自分の代の就活がどのくらい不利になったか分からないから不安。 <文系女子>
- ガクチカに書けることがなく、就活をうまくこなせるか心配。 <文系男子>
- 夏の長期インターンの選考に落ちることが多かったため、選考に進めるのが不安。 <理系男子>
- 対面型のインターンシップやイベントが中止になり、思うように活動できておらず、不安である。 <文系女子>

9. SNS 利用状況

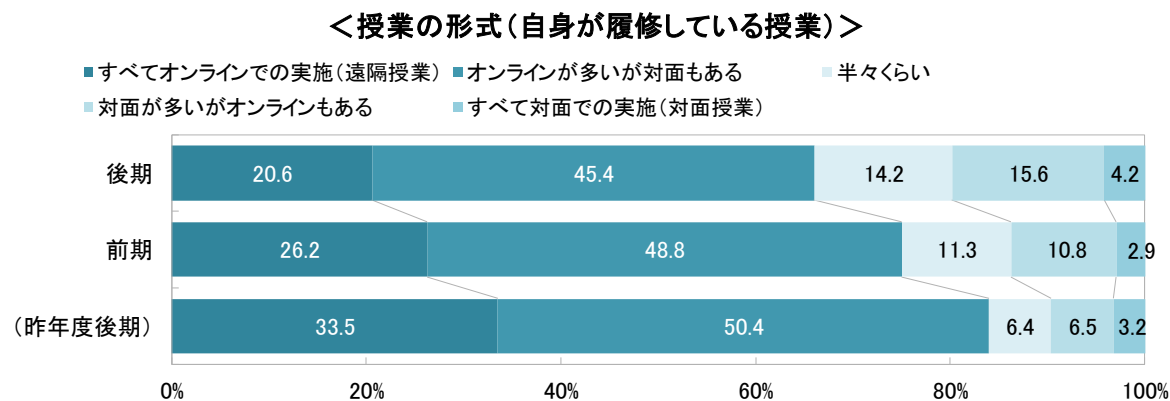
日常生活で利用している SNS として最も多いのは「LINE」で、ほとんどの学生が利用している (97.9%)。「YouTube」(85.1%)、「Twitter」(75.0%) も 8 割前後で利用率が高い。

一方、就職活動においても「LINE」の利用率は高く、4 割強に上る (44.3%)。「Twitter」、「YouTube」も約 3 割と比較的高い。コロナ禍においてはリアルでの情報収集が限られていることから、就職活動が進む中で、さらに利用が広がっていくものと見られる。



10. 大学の授業形式 (自身の履修)

新型コロナの影響により大学の授業の多くがオンライン化したが、今年度履修している授業の形式を尋ねてみた。前期が「すべてオンライン (遠隔授業)」だったという人は 26.2%。「オンラインが多いが対面もある」が約半数 (48.8%) で、合わせて 7 割強に上る (計 75.0%)。後期については対面授業が増える見込みだが、6 割以上の学生はオンラインが中心と回答 (計 66.0%)。就職活動と両立しやすいと歓迎する学生がいる一方で、学業の成果を出しにくいと感じたり、キャンパスライフを謳歌できないと残念がったりする声も寄せられた。



- オンデマンド授業だと好きな時間に見られるので、就活との相性が良いように感じる。 <理系男子>
- 授業を休まずにインターンや面接を受けることができるため、非常にありがたい。しかし、授業で得られる知識やスキルは確実に減っていると感じている。 <文系男子>
- 大学の勉強は一人でやると価値が下がってしまうと思う。いつまでも遠隔でされては、卒業まで通わないままではないかと思い不安になる。就活の話もする機会がない。 <文系女子>
- 遠隔授業は時間も場所も選ばないので嬉しい。友達と会う機会が少ないことは寂しい。 <文系男子>