

2025 年卒
会員調査

キャリア意識やインターンシップ等に関する調査

2023 年 6 月発行

キャリアス就活登録学生（2025 年 3 月卒業予定者）を対象に、インターンシップ等のプログラムへの参加意向や、就職に関する意識などを調査・分析した。また、今年度から適用されているインターンシップの新定義についても、併せて調査した。

《目次》

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. インターンシップ等への参加意向 | 8. 現時点で興味のある仕事・業界 |
| 2. 参加したい時期／形式 | 9. 興味を持ったきっかけ |
| 3. インターンシップ新定義の認知度 | 10. 望ましい就職活動の形式 |
| 4. 各タイプの参加意向 | 11. 就職戦線の見方 |
| 5. 参加したい内容と期待する成果 | |
| 6. 参加方針 | |
| 7. 参加企業を探す手段 | |

《調査概要》

調査対象： キャリタス就活会員のうち
2025 年 3 月卒業予定の全国の大学 3 年生・大学院修士課程 1 年生

調査時期： 2023 年 5 月 18 日～ 31 日

調査方法： インターネット調査法

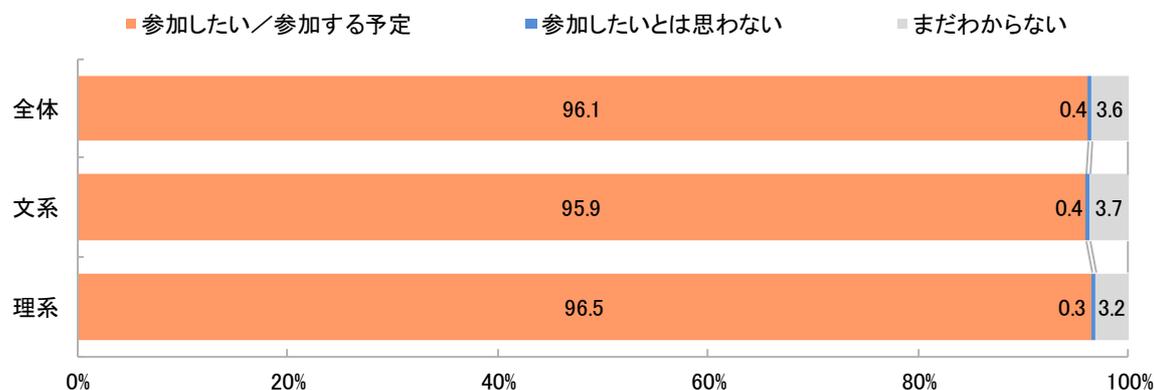
回答者数： 1,124 人（文系 809 人、理系・学部生 206 人、理系・大学院生 109 人）

調査機関： 株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

1. インターンシップ等への参加意向

大学 3 年生（修士 1 年生）の 5 月後半時点での、インターンシップや仕事研究プログラム等への参加意向を尋ねた。「参加したい／参加する予定」が 9 割を超え（96.1%）、参加意欲の高さが顕著に表れている。

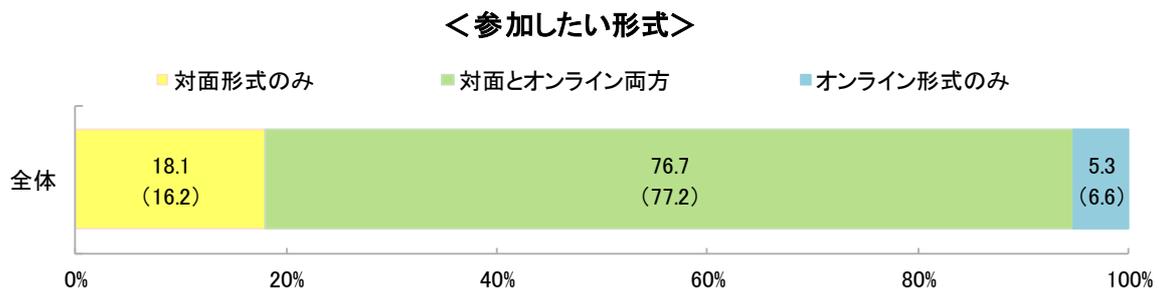
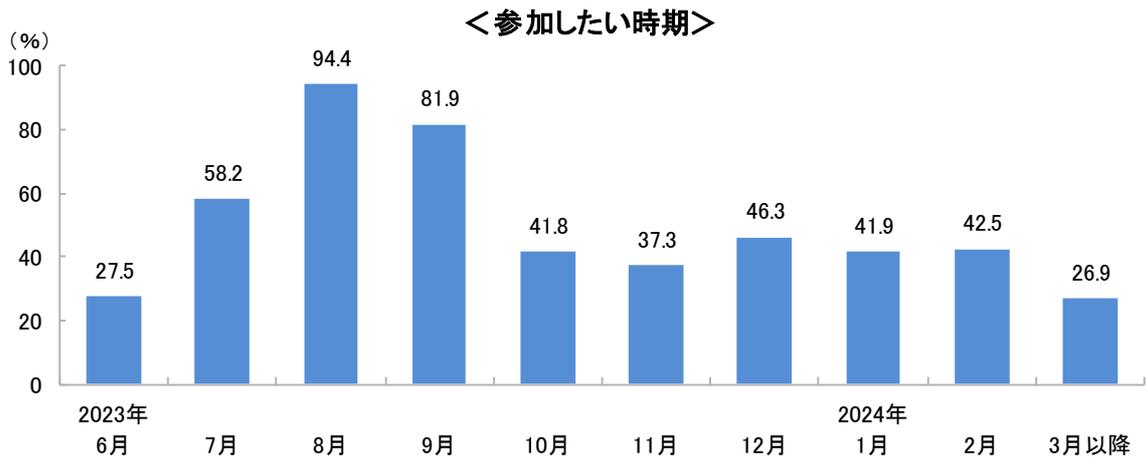
＜インターンシップ等への参加意向＞



2. 参加したい時期／形式

インターンシップ等に参加意向がある学生(全体の96.1%)に、参加したい時期を尋ねた。「8月」(94.4%)、「9月」(81.9%)にポイントが集中しているのが目立つ。次いで「7月」が6割近くに上り(58.2%)、現時点では、夏季休暇中の参加を目指している学生が圧倒的に多いことがわかる。

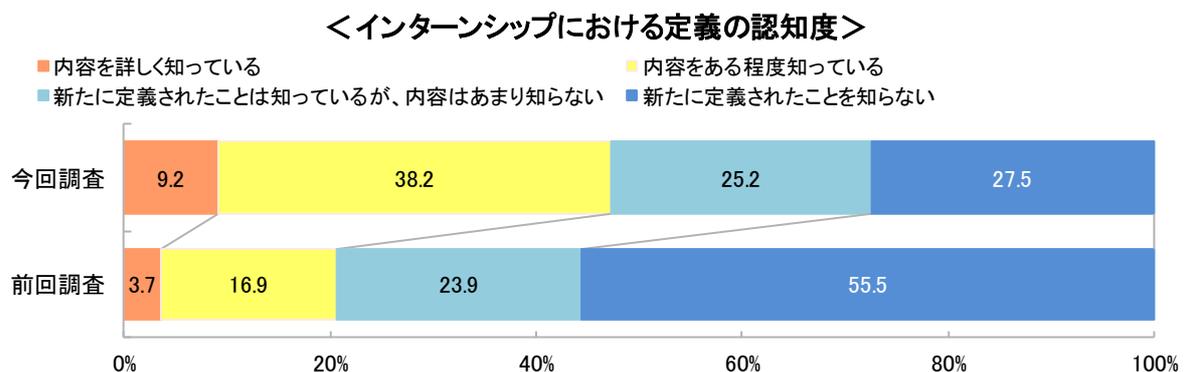
続いて、参加したい形式は、「対面とオンライン両方」への参加を希望する学生が8割近くに上る(76.7%)。「オンライン形式のみ」は5.3%とわずかで、大半の学生が対面での参加機会を求めていることがうかがえる。



※()内は前年同期調査の数値

3. インターンシップ新定義の認知度

今年度から適用されるインターンシップの定義について、認知状況を全員に尋ねた。「内容を詳しく知っている」(9.2%)と「ある程度知っている」を合わせると、半数近くに上る(計47.4%)。2023年2月～3月に25年卒者を対象に実施した前回調査では「新たに定義されたことを知らない」が半数を超えていたのに比べ(55.5%)、この数カ月で新定義の認知が格段に進んだことが表れている。

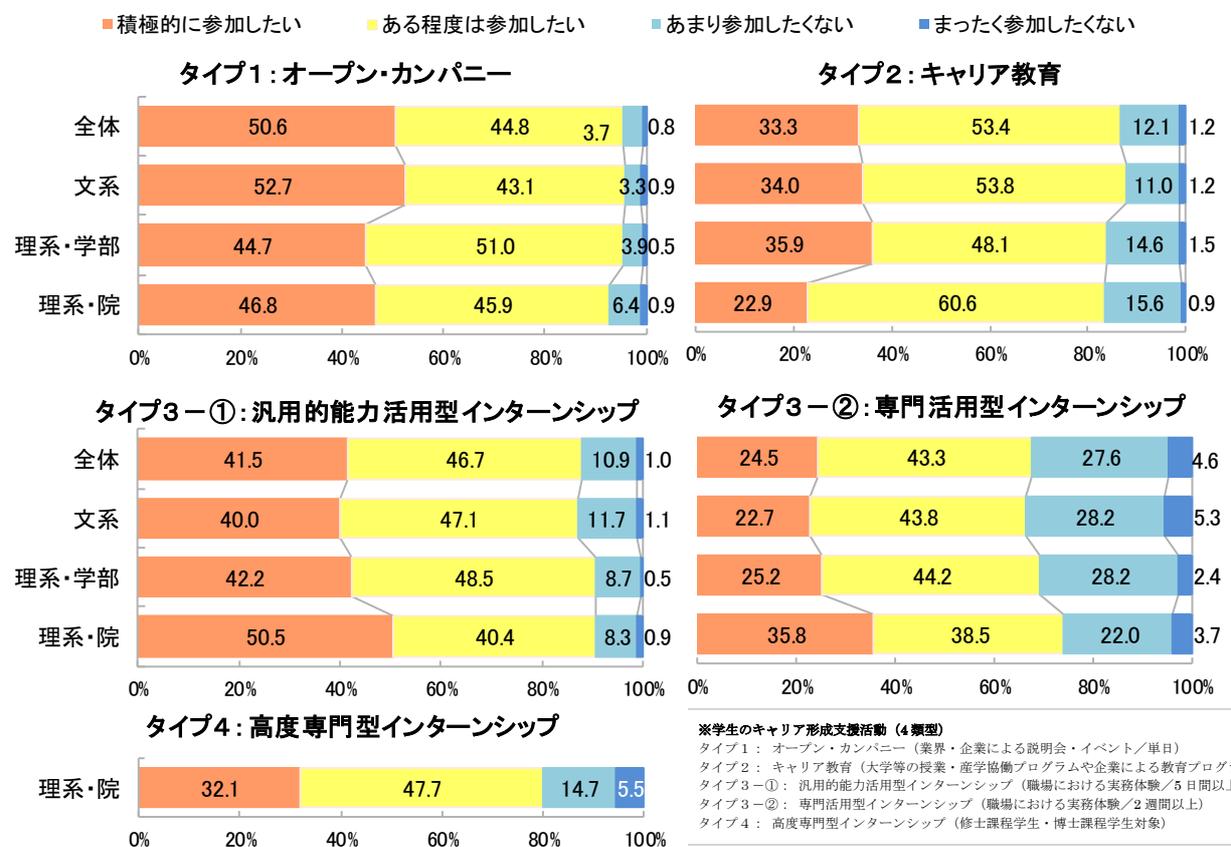


※前回調査:「インターンシップの新定義に関する認知度調査」(2023年3月発行)

4. 各タイプの参加意向

タイプ1から4について、定義を示したうえで、参加意向を尋ねた。「タイプ1：オープン・カンパニー」は、「積極的に参加したい」「ある程度は参加したい」を合計すると95.4%に上り、極めて高い。「タイプ2：キャリア教育」（計86.7%）、「タイプ3-①：汎用的能力活用型インターンシップ」（計88.2%）も9割近くに上り、参加意欲は総じて高い。「タイプ3-②：専門活用型インターンシップ」は、6割台（計67.8%）。2週間以上と定められていることから、学業や学生生活と両立できる範囲で参加したいと考える学生も一定数いるのだろう。ただし、理系院生では7割を超え、比較的高い（計74.3%）。理系院生のみが回答した「タイプ4：高度専門型インターンシップ」も同程度で（計79.8%）、専門性を高めたり、自身の適性を確認したりしたい院生が多いことがうかがえる。

＜キャリア形成支援4類型 各タイプの参加意向＞



■各タイプのイメージや求めるもの、参加意向など

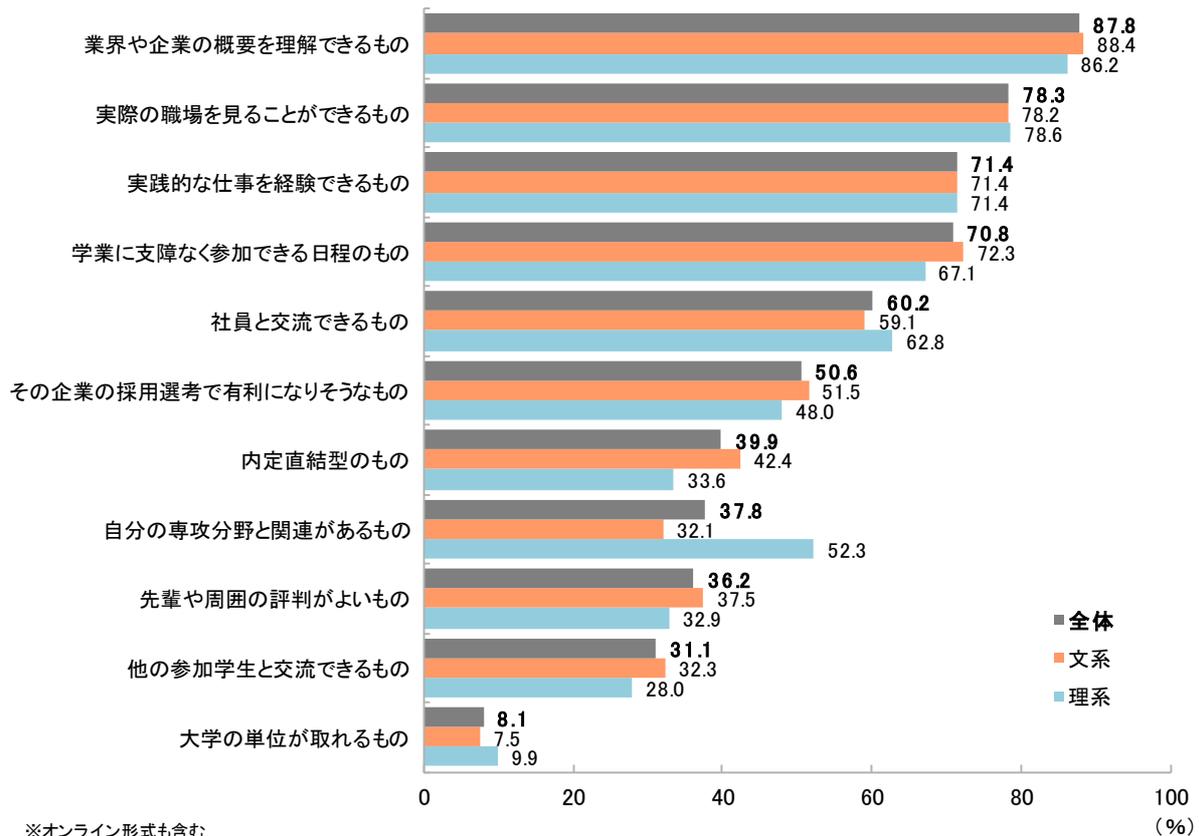
- 多くの企業から自分に合う企業を探したいので、オープン・カンパニーに積極的に参加したい。 <理系男子>
- タイプ1は企業説明会などだと思うから、特にWEBなら参加しやすくてすごくいい。 <文系女子>
- オープン・カンパニーで自分の気になる企業を探し、その後他のプログラムを受けるイメージがある。インターンシップは数多く受けたいので、汎用的能力活用の方を受けたいと感じた。 <文系男子>
- 職場における実務体験では、学生用に作られたものではなく、限りなく実際の職場に近い体験をすることで仕事に対する具体的なイメージを持ちたい。 <文系女子>
- ある程度長期じゃないと会社の本質的な文化が見抜けない感じがする。また、採用につながるものじゃないと身が入らないと思う。 <理系男子>
- 専門職として就職を希望しているため、適性の確認をしたい。 <理系男子>

5. 参加したい内容と期待する成果

具体的に参加したいプログラム内容としては、「業界や企業の概要を理解できるもの」が最も多く、8割強に上る（87.8%）。次いで「実際の職場を見ることができるもの」（78.3%）、「実践的な仕事を体験できるもの」（71.4%）が続く。プログラムへの参加を通じ、業界や仕事内容について理解を深めることで、就職先選びの参考にしたいという学生の考えがうかがえる。

なお、理系は「自分の専攻分野と関連があるもの」が52.3%で、文系に比べ20ポイント以上高い。

<参加したいプログラム内容>



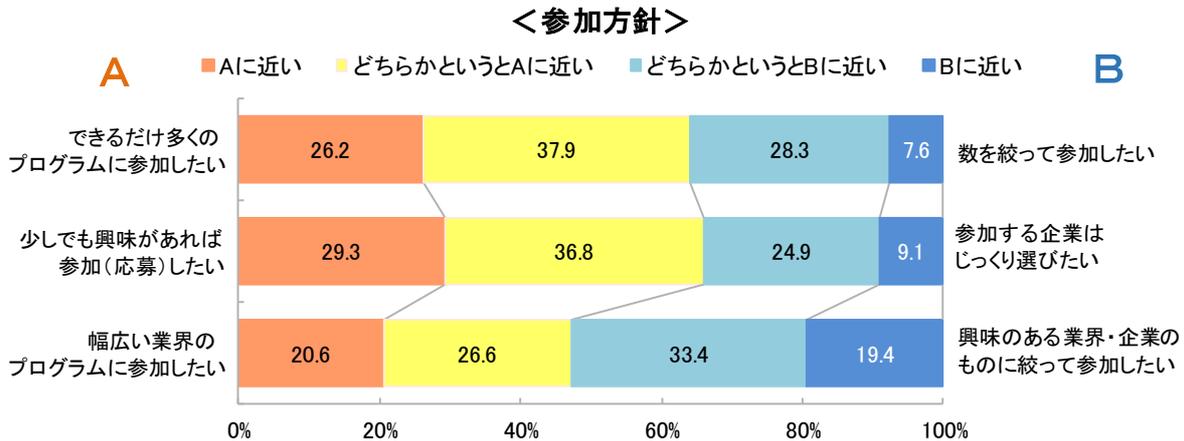
■参加にあたり期待する成果

- 業界や参加した企業に対する理解が深まること。社会人として働く際の具体的なビジョンが見えるようになること。 <文系男子>
- 企業の概要や会社の雰囲気などを掴むことや、企業の人との交流を深められること。 <理系男子>
- 企業の方と交流したり、実際に企業に出向いて参加したりすることで、「働く」というイメージを自分の中でより明確化したいと考えます。 <文系女子>
- 業界の情報を集められたり、自分のスキルや経験を上げられたりすることに期待しています。 <文系男子>
- 自分自身の得意不得意や、その分野の仕事を本当にしたいのかを考えるきっかけにしたい。 <理系男子>
- 企業からのフィードバックによる自身の成長、企業の方とのつながり、他学生とのつながり。 <文系女子>
- 会社のカルチャーを肌で感じ、就職後のミスマッチを防ぐこと。 <理系男子>
- 内定直結・内定に有利になること。社員と話せる機会を優先的に設けてもらえること。 <理系女子>
- 選考で有利になること、業務を実際に体験して企業のビジネスの解像度を上げること。 <文系女子>

6. 参加方針

インターンシップ等への参加方針について3つの指標で尋ねた。まず、参加数については「できるだけ多くのプログラムに参加したい」が6割強に上り(計64.1%)、「数を絞って参加したい」(計35.9%)を大幅に上回った。「少しでも興味があれば参加したい」も同じく6割強を占める(計66.1%)。

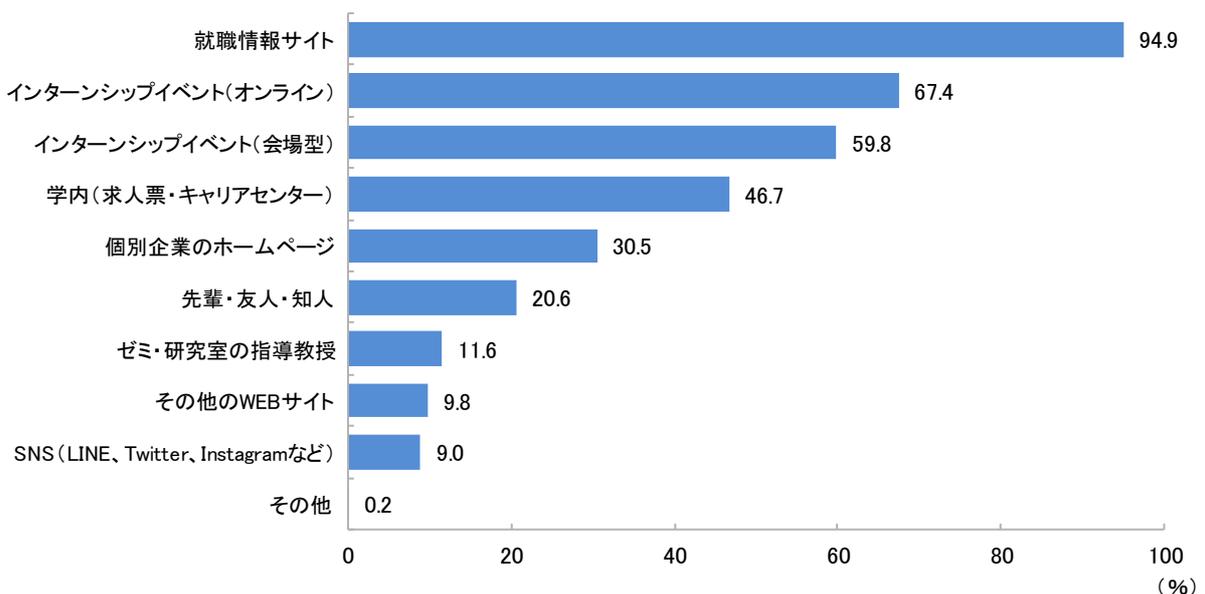
「幅広い業界のプログラムに参加したい」と「興味のある業界・企業のものに絞って参加したい」は拮抗している。



7. 参加企業を探す手段

参加企業を探す手段について、今後の予定も含めて尋ねたところ、「就職情報サイト」が突出して多かった(94.9%)。続く「インターンシップイベント(オンライン)」は6割強が選んだ(67.4%)。「インターンシップイベント(会場型)」が約6割に上り(59.8%)、対面でのイベント参加を希望する学生も少なくない。他にも「学内(求人票・キャリアセンター)」を4割強が選ぶなど、様々な手段を活用し、情報収集をしようとしている様子が見られる。

<インターンシップ等の参加企業を探す手段>

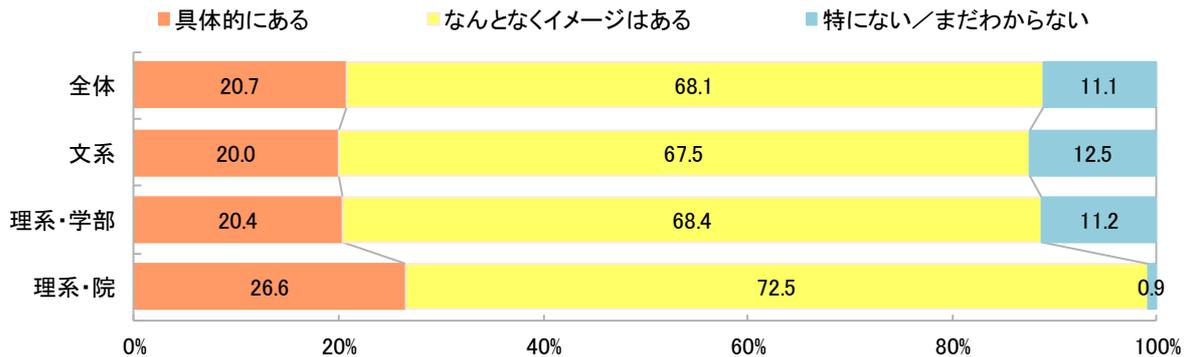


8. 現時点で興味のある仕事・業界

興味のある仕事や、やりたい仕事があるのかを尋ねた。「なんとなくイメージはある」が約7割を占め(68.1%)、「具体的にある」は2割と限定的(20.7%)。大学3年生(修士1年生)の5月の時点ではやりたい仕事や志望業界が明確になっていない学生が大半であり、これから志望を定めていくためにも、インターンシップ等のプログラムに積極的に参加したいと考えているのだろう。

属性別に見ると、理系院生では「具体的にある」が26.6%で、学部生に比べるとやや高い。

<現時点で興味のある仕事・やりたい仕事の有無>



現時点で興味がある、または、働いてみたいと思う業界を、10分類の中から3つまで選んでもらった。文系の1位は「サービス」で、6割近くが選んだ(59.3%)。2位「メーカー」(41.1%)と続く。理系は、学部生・院生ともに1位「メーカー」、2位「IT」の順だが、院生は7割以上が「メーカー」を選んでおり、突出している(75.9%)。いずれの属性でも、1位2位にポイントが集中しており、3位以下はポイントが分散している。

<現時点で興味がある・働いてみたいと思う業界>

※3つまで選択 (%)

全体		文系		理系・学部		理系・院	
1	サービス 48.1	サービス 59.3	メーカー 53.6	メーカー 75.9			
2	メーカー 47.1	メーカー 41.1	IT 40.4	IT 52.8			
3	IT 26.8	商社 25.3	サービス 24.6	エネルギー 20.4			
4	商社 20.2	官公庁・団体 22.5	建設・住宅・不動産 17.5	サービス 14.8			
5	官公庁・団体 19.5	金融 20.5	官公庁・団体 14.8	商社 11.1			
6	金融 16.5	IT 19.4	エネルギー 8.7	金融 8.3			
7	建設・住宅・不動産 10.8	流通 11.6	運輸 6.6	建設・住宅・不動産 10.2			
8	流通 8.9	建設・住宅・不動産 9.2	商社 6.0	官公庁・団体 8.3			
9	運輸 6.7	運輸 6.8	金融 4.4	運輸 6.5			
10	エネルギー 6.0	エネルギー 3.1	流通 3.3	流通 0.9			

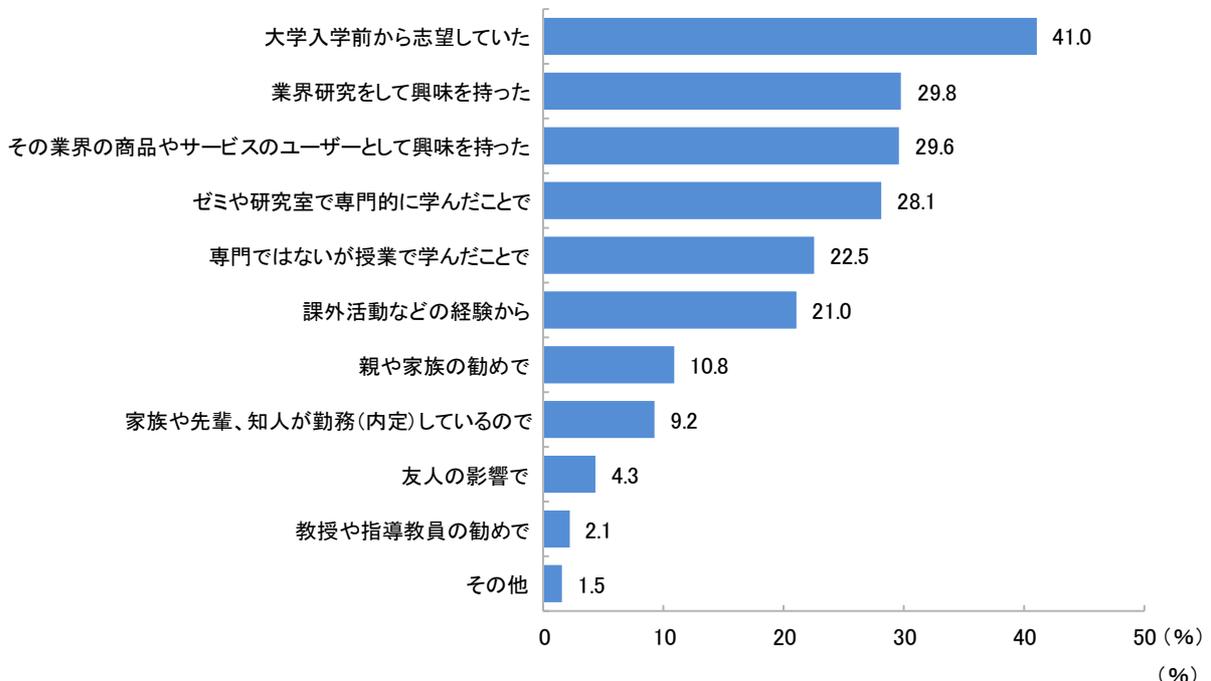
※「サービス」=ホテル・旅行・教育・コンサルティング・マスコミ・福祉など

9. 興味を持ったきっかけ

興味を感じる仕事や働いてみたい業界について、興味を持ったきっかけを尋ねた。最も多いのは「大学入学前から志望していた」で4割強（41.0%）。2番目に多い「業界研究をして興味を持った」は、約3割が選び（29.8%）、すでに業界研究を始めた学生も少なくないことがわかる。僅差で「商品やサービスのユーザーとして興味を持った」（29.6%）が続き、現時点では、身近なところから関心を持つことも多いようだ。これから就活準備を進めるうちに、志望が変化することも考えられる。

属性別に見ると、理系学部生で「大学入学前から志望していた」が半数を超え（51.4%）、就職を見据えた進路選びをしている学生が多いことがうかがえる。理系院生では「ゼミや研究室で専門的に学んだことで」が6割強に上り（65.7%）、研究分野の専門性を生かした就職を考える学生が多いことがわかる。文系は「ユーザーとして興味を持った」が理系に比べ高い。

<その仕事・業界に興味を持ったきっかけ>

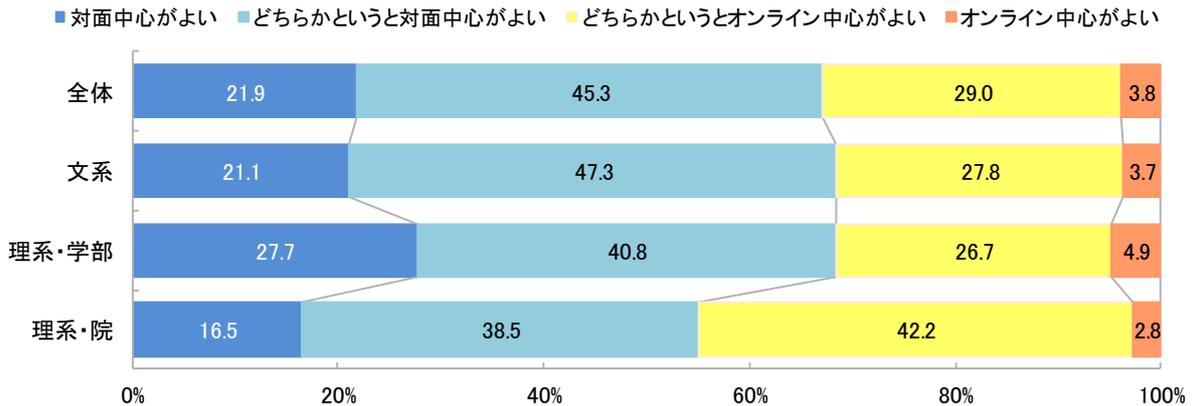


	全体	文系	理系・学部	理系・院
1 大学入学前から志望していた	41.0	38.1	51.4	42.6
2 業界研究をして興味を持った	29.8	30.4	25.1	34.3
3 その業界の商品やサービスのユーザーとして興味を持った	29.6	32.6	23.5	20.4
4 ゼミや研究室で専門的に学んだことで	28.1	23.9	22.4	65.7
5 専門ではないが授業で学んだことで	22.5	21.5	26.2	23.1
6 課外活動などの経験から	21.0	24.4	14.2	10.2
7 親や家族の勧めで	10.8	12.3	8.2	5.6
8 家族や先輩、知人が勤務(内定)しているの	9.2	9.6	4.9	13.9
9 友人の影響で	4.3	4.1	2.7	8.3
10 教授や指導教員の勧めで	2.1	2.1	1.6	2.8
11 その他	1.5	1.6	2.2	0.0

10. 望ましい就職活動の形式

この先の、インターンシップをはじめとする就活準備や、セミナー・面接などの就職活動について、対面とオンラインのどちらの形式で進めたいかを尋ねた。「どちらかというに対面中心がよい」が最も多く、4割を超える（45.3%）。目的に応じて、対面とオンラインをうまく使い分けたいという意見が多く寄せられた。なお、理系院生では、「どちらかというオンライン中心がよい」が最多で（42.2%）、研究と両立させるためにも、オンライン中心の活動を希望する学生も少なくないようだ。

＜望ましい就職活動の形式＞



- 対面で現場の空気を体感したいと思う。 <理系男子>
- 説明会などはオンラインが望ましいが、インターンシップは雰囲気わかる対面が良い。 <文系男子>
- オンラインもあれば参加したい。地方に住んでおり、交通費や宿泊費などの工面が大変。 <理系女子>
- 時間がないため、自宅からオンラインで進めたい。しかし、コミュニケーションを取るには対面の方が良いと思う。 <文系女子>
- 学業と両立するには移動時間を極力少なくしたい。 <理系男子>

11. 就職戦線の見方

自分たちの就職戦線が1学年上の先輩たち（2024年卒者）に比べてどのようになると見ているのか、その見通しを尋ねた。「非常に厳しくなる」（16.3%）、「やや厳しくなる」（42.8%）を合わせると、6割近くに上る（計59.1%）。「楽になる」は計6.5%にとどまる。コロナ禍を経て就職環境は改善しているものの、初めての就職活動に漠然とした不安を募らせ、厳しい戦線を覚悟する学生が大半のようだ。

＜就職戦線の見方＞

