

2020年卒 Vol. 03

# 1月1日時点の就職意識調査

キャリタス就活 2020 学生モニター調査結果 (2019年1月発行)

3月の就職活動本番を2カ月後に控えた1月1日時点で、2020年卒学生の準備状況はどこまで進んでいるだろうか。キャリタス就活・学生モニターを対象に、就職意識および就職活動の準備状況などを尋ねた。前年同時期調査との比較や、昨年11月に実施した前回調査からの変化に着目して分析したい。

## 1. 就職活動準備状況

- ○全体的にポイントが増え、準備のタイミングが早期化
- 〇「企業研究」は前年同期より9.5ポイント増。個社に目を向けるタイミングも早まった

## 2. インターンシップ参加状況と参加企業からのアプローチ

- 〇インターンシップ参加者は全体の89.2%。1日以内の短期プログラムへの参加が増加
- 〇インターンシップ参加後に企業からアプローチを受けた学生は8割以上に上る(86.0%)

### 3. 現時点の志望業界

- 〇「明確に決まっている」25.6%。11 月調査より4.2 ポイント増。「決まっていない」29.9%
- 〇志望業界1位「医薬品・化粧品」、2位「電子・電機」「素材・化学」

#### 4.就職先企業を選ぶ際に重視する点

- ○「将来性がある」48.1%、「給与・待遇が良い」44.9%、「福利厚生が充実」30.7%の順
- ○「仕事内容が魅力的」は3年ぶりに2割台を回復(20.6%)

#### 5. 1月1日時点の本選考受験状況と内定状況

- 〇「本選考を受けた」29.3%。受験社数は平均2.4社
- 〇「内定を得た」4.7%。前年同期(3.1%)より1.6ポイント上昇

#### 6. 就職活動解禁までの準備の進め方

〇「志望業界・企業への理解を深める」63.7%、「インターンシップにたくさん参加」55.6%

#### 7. ベンチャー企業への関心

- 〇ベンチャー企業への就職に関心がある学生は28.3%。前年調査より3.6ポイント増加
- 〇関心がある理由は「企業として独自の強みがある」41.1%、「やりたいことができる」40.5%

## 8. 就職後のキャリアプラン

〇「一つの会社に定年まで」が減少し(43.0%)、「転職でキャリア・アップ」(42.1%)と拮抗

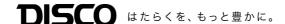
#### 調査概要

調 査 対 象 : 2020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 : 1,210 人 (文系男子 395 人、文系女子 366 人、理系男子 294 人、理系女子 155 人)

調 査 方 法 : インターネット調査法 調 査 期 間 : 2019年1月1日~7日

サンプリング: キャリタス就活 2020 学生モニター (2016 年卒以前は「日経就職ナビ・就職活動モニター」)

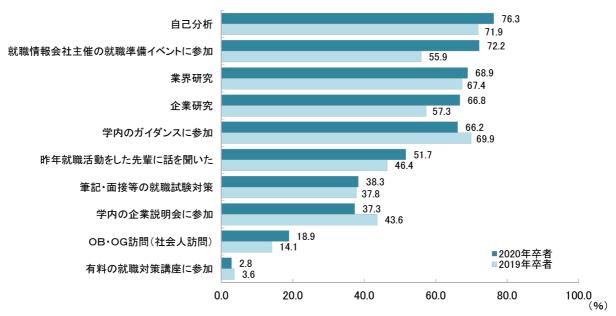


#### 1. 就職活動準備状況

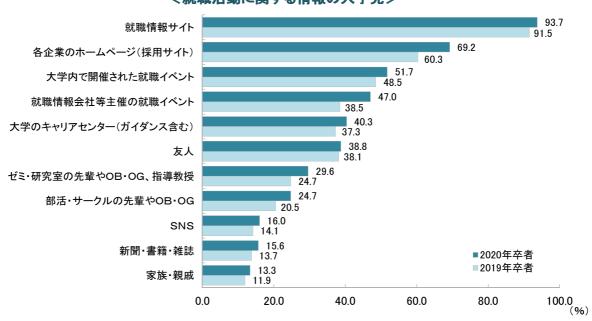
就職活動の準備として行ったことを尋ね、前年同期調査の結果と比較した。全体的にポイントが増えており、前年よりも早く取り掛かっている様子が読み取れる。とりわけ「就職準備イベント」が大きくポイントを伸ばしているのが目立つ(55.9% $\rightarrow$ 72.2%)。また、「業界研究」と「企業研究」に着目してみると、前年は両者の差は約10ポイントあったが、今回その差は約2ポイントに縮まった(業界研究 68.9%、企業研究 66.8%)。インターンシップなどをきっかけに個社に目を向けるタイミングが早まり、企業研究のポイントが大きく増えたのだろう。

就職活動に関する情報の入手先にも同様の傾向が表れている。「各企業のホームページ(採用サイト)」が約9ポイント増え(60.3%→69.2%)、企業研究のために早い時期から個社の情報を取りに行く学生が増えた。ただし、最も多いのは依然「就職情報サイト」(93.7%)。インターンシップを探したり、応募したりするために欠かせない情報源であることがよくわかる。

#### <就職活動準備でこれまでに行ったこと>



#### <就職活動に関する情報の入手先>



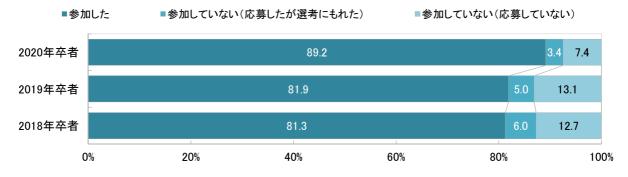
## 2. インターンシップ参加状況と参加企業からのアプローチ

インターンシップの参加経験や参加したプログラム日数を尋ね、3カ年分のデータを比較した。 インターンシップに参加経験を持つ学生は、約9割(89.2%)。前年の高い水準をさらに7.3ポイント上回り、就職活動開始前のインターンシップ参加が一般化していることがわかる。

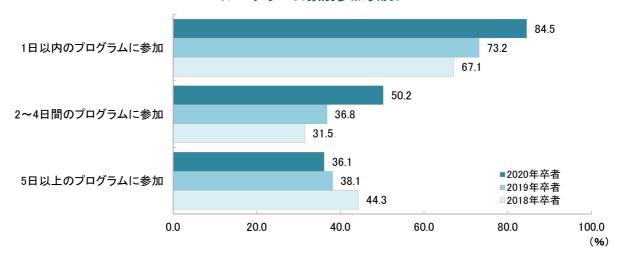
参加期間(プログラム日数)ごとに参加状況を見ると、最も多いのは「1 日以内」。前年より 11.3 ポイント増加し、8 割を超える(84.5%)。インターンシップ参加経験者のほとんどが「1 日以内」のものへの参加経験を持つ計算だ。「2~4 日間」も前年より大幅に増加し過半数に上った(50.2%)。一方、「5 日以上」は 36.1%と、2 年連続減少。経団連が日数要件を撤廃したことで、前々年から前年にかけて、短期プログラムへの参加者が増加したが、今年はその傾向がさらに強まった。

平均参加社数を見ると、最も多いのは「1日以内」(4.8社)で、前年より0.7社増加。「2~4日間」(2.0社)は前年より0.3社増、「5日以上」(1.5社)は0.1社増と、1人あたりの参加社数は微増にとどまった。なお、文理別に見ると、男女ともに文系の方が理系より参加社数が多い。ただし、大きな差はなく、研究などで忙しいと言われる理系学生も、短期開催のものを中心に参加を重ねていることがわかる。

## <インターンシップ参加経験>



#### **<プログラム日数別参加状況>**



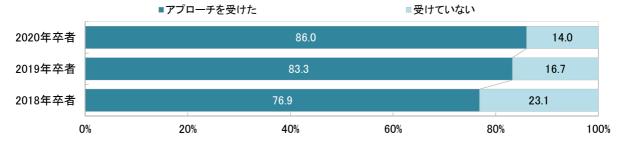
<プログラム日数別参加社数>

							(社)
	2020年卒者	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子	(2019年卒者)	(2018年卒者)
1日以内のプログラム参加社数(平均)	4. 8	5. 3	5. 0	4. 0	4. 4	4. 1	3. 1
2~4日間のプログラム参加社数(平均)	2. 0	2. 2	2. 1	1.8	1. 9	1. 7	1.6
5日以上のプログラム参加社数(平均)	1. 5	1.7	1.4	1.5	1. 2	1.4	1.8

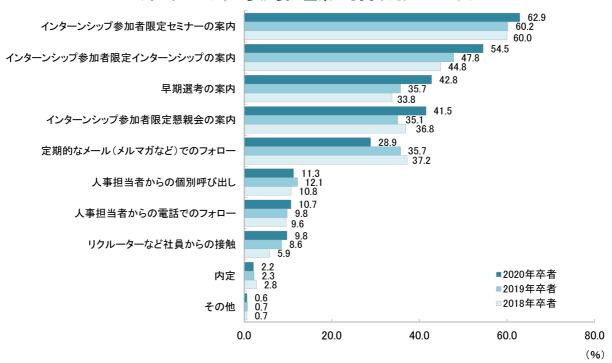
インターンシップに参加経験のある学生(全体の 89.2%)を対象に、インターンシップ参加後に企業からアプローチを受けたか尋ねたところ、「アプローチを受けた」学生は 8 割を超えた (86.0%)。 前々年調査より 9.1 ポイント増加。大半の学生が何らかのアプローチを受けており、インターンシップ参加者へのアプローチも一般化してきたと言える。

加えてどのようなアプローチを受けたかを尋ねると、「インターンシップ参加者限定セミナーの案内」が最も多く、6 割強(62.9%)。2 番目に多かった「インターンシップ参加者限定インターンシップの案内」(54.5%)は前年より 6.7 ポイント増加。「早期選考の案内」「インターンシップ参加者限定懇親会の案内」もポイントを伸ばした一方、「定期的なメールでのフォロー」は 6.8 ポイント減少。間接的なアプローチが減少し、直接的な接触を図るアプローチが増加した。インターンシップ後にも継続的に接触機会を設けることで、参加者を囲い込んで採用につなげようという企業の狙いがうかがえる。

## <インターンシップ参加後に企業から受けたアプローチの有無>



#### <インターンシップ参加後に企業から受けたアプローチ>



#### ■インターンシップ参加後のアプローチについて

〇インターンシップからそのまま本選考に移ることがとても多いので、インターンシップは重要だと思う。

<理系女子>

## 3. 現時点の志望業界

1月1日時点での志望業界の決定状況は、「なんとなく決まっている」という学生が最も多く、44.5%。「明確に決まっている」学生は25.6%で、前回の11月調査(21.4%)より4.2ポイント増加した。一方で、「決まっていない」が29.9%と約3割に上り、前回調査(26.7%)よりも増加した。前年同期(22.6%)と比べても高く、業界を絞らずに就職活動を進める層が増えている可能性があるほか、インターンシップなどで企業と接点をもつ中で、志望業界を見直す学生も一定数出てきていると見られる。

志望業界のある学生に具体的な業界を尋ねたところ (40業界から5つまで選択)、全体で最も多かったのは「医薬品・医療関連・化粧品」 (18.2%)。次いで「電子・電機」「素材・化学」が同率で続く (16.0%)。前年同期調査とトップ3が入れ替わった。なお、志望業界は属性によっても異なり、文系男子では「商社 (総合)」が首位で、文系女子は「マスコミ」。理系は製造業が上位に多く、理系男子は「電子・電機」、理系女子は「医薬品・医療関連・化粧品」が最も多い。

## <志望業界の決定状況>

(%)

	全体	(11月後半 調査)	(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	25. 6	21. 4	27. 5	23. 3	20. 8	29. 6	35. 5
なんとなく決まっている	44. 5	51.9	49. 9	42. 0	43. 4	50. 0	42. 6
決まっていない	29. 9	26. 7	22. 6	34. 7	35. 8	20. 4	21. 9

#### <志望業界(上位 20 業界)>

※5つまで選択 (%)

								※5つまで選択	(%)
全 体		文系男子		文系女子		理系男子		理系女子	
医薬品・医療関連・ 化粧品 ⑧	18. 2	商社 (総合)	23. 3	マスコミ	25. 5	電子・電機	28. 6	医薬品・医療関 連・化粧品	42. 1
電子・電機 ④			19.8	銀行	17. 4	情報・インター ネットサービス	25. 6	素材・化学	33. 9
素材・化学 ⑤	16.0	調査・コンサル タント			16. 6	素材・化学			29. 8
情報・インターネッ トサービス ①	15. 7	官公庁・団体	16. 7	調査・コンサル タント	16. 2	機械・プラントエン ジニアリング	20. 9	建設・住宅・不 動産	18. 2
調査・コンサルタント ③	15. 7	運輸・倉庫			15. 7	自動車・輸送用 機器	20. 9	官公庁・団体	15. 7
水産・食品 ⑨	15. 7	建設・住宅・不 動産				エア・ケームソフト	20. 5	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト	14. 9
建設・住宅・不動産	15. 1	電子・電機	14. 7	医薬品・医療関 連・化粧品	14. 9	精密機器・医療 用機器	19. 7	調査・コンサル タント	14. 0
商社 (総合)	14. 0	マスコミ	14. 3	水産・食品	14. 5	医薬品・医療関 連・化粧品	18. 8	電子・電機	11.6
官公庁・団体 ⑦	13. 3				12. 8	水産・食品	13. 7	情報・インター ネットサービス	10. 7
情報処理・ソフトウェ ア・ゲームソフト ⑤			12. 8	情報・インター ネットサービス	11. 9	調査・コンサル タント	13. 7	精密機器・医療 用機器	10. 7
マスコミ	13.0	情報・インター ネットサービス			11. 5	建設・住宅・不 動産	12. 8	ゴム・ガラス・セメ ント・セラミックス	9. 1
銀行 ②	12. 9	保険	12. 4	人材紹介・人材 派遣	11. 1	ゴム・ガラス・セメ ント・セラミックス	12. 0	エネルギー	8. 3
			12. 0	保険			11. 1	商社 (専門)	8. 3
自動車・輸送用機器	11. 6	自動車・輸送用 機器			10. 6	鉄鋼・非鉄・金 属製品			7. 4
エネルギー	10. 4	医薬品・医療関 連・化粧品	9. 3	情報処理・ソフトウ エア・ゲームソフト	9. 4	エネルギー	10. 7	自動車・輸送用 機器	6. 6
精密機器・医療用機 器	10. 4	教育			8. 5	通信関連	10. 7	印刷・パッケー ジ	5. 8
機械・プラントエン ジニアリング	9. 2	素材・化学			8. 1	運輸・倉庫	8. 5	農業・林業・鉱業	5. 8
ホテル・旅行	8. 1	情報処理・ソフトウ エア・ゲームソフト	8. 5	印刷・パッケー ジ	7. 2	商社 (総合)	8. 5	マスコミ	5. 0
保険	7. 8	ホテル・旅行	8. 1	素材・化学	7. 2	銀行			5. 0
通信関連	7. 5	通信関連	8. 1	電子・電機	7. 2	農業・林業・鉱 業	6. 4	鉄鋼・非鉄・金 属製品	5. 0
	医化性子・ ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (	医薬品・医療関連・ 18.2 電子・電機 ④ 16.0 素材・化学 ⑤ 16.0 情報・インターネッ 15.7 調子・コンサルタン 15.7 水産・食品 ⑨ 15.7 水産・食品 ⑨ 15.7 強設・住宅・不動産 15.1 商社 (総合) 14.0 官公庁・団体 ⑦ 13.3 情報処理・ソファト ⑤ 13.0 マスコミ 13.0 現行 ② 12.9 運輸・倉庫 ⑩ 11.9 自動車・輸送用機器 11.6 エネルギー 10.4 精密機器・医療用機 10.4 機械・プラングホテル・旅行 8.1 保険 7.8	医薬品・医療関連・化粧品 ®18.2商社 (総合)電子・電機 ④16.0銀行素材・化学 ⑤16.0銀行・コンサル情報・インターネットウェンサルタントの調査・コンサルタントの調査・コンサルタントの調査・コンサルタントの事産・食品 ⑨15.7運輸・倉庫水産・食品 ⑨15.7建設・住宅・不動産 音は (総合)14.0マスコミ富公庁・団体 ⑦13.3エネルギー 情報・インービス 日本・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	医薬品・医療関連・化粧品 ⑧18.2商社(総合)23.3電子・電機 ④16.0銀行19.8素材・化学 ⑤16.0調査・コンサル 月の17.8情報・インターネットサービス ①15.7官公庁・団体16.7調査・コンサルタント・③15.7運輸・倉庫15.9水産・食品 ⑨15.7建設・住宅・不 月の15.5建設・住宅・不動産15.1電子・電機14.7商社(総合)14.0マスコミ14.3官公庁・団体 ⑦13.3エネルギー12.8マスコミ13.0商社(専門)12.8マスコミ13.0情報・インター イネットサービス12.4銀行 ②12.9保険12.4運輸・倉庫 ⑩11.9水産・食品12.0自動車・輸送用機器11.9水産・食品10.9エネルギー10.4機器薬品・医療関 生産・化粧品9.3精密機器・医療用機 機械・プラントエン ジニアリング ホテル・旅行10.4教育 生産・化学 ・ア・ゲームソフト ・ア・ゲームソフト ・ア・ゲームソフト ・ア・ゲームソフト ・ア・ゲームソフト ・ア・ゲームソフト ・ア・ボーム・アラー ・ア・ボーム・アラー ・ア・ボーム・アラー ・ア・ゲーム・アー ・ア・ゲーム・アー ・ア・ゲーム・アラー ・ア・ゲーム・アー ・ア・ゲーム・アー ・ア・ゲーム・アー ・ア・ゲーム・アー ・ア	医薬品・医療関連・化粧品 ®18.2商社(総合)23.3マスコミ電子・電機 ④16.0銀行19.8銀行素材・化学 ⑤16.0調査・コンサル 月7.8ホテル・旅行情報・インターネット・フトサービス ①15.7運輸・倉庫15.9運輸・倉庫水産・食品 ⑨15.7連輸・倉庫15.5建設・住宅・不動産建設・住宅・不動産 目5.1電子・電機 日4.714.7東京 品・医療関連・化粧品商社 (総合)14.0マスコミ 日4.3水産・食品官公庁・団体 ⑦13.3エネルギー 日2.8商社 (総合)情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト ⑤13.0商社 (専門) 日2.8精報・インターネットサービスマスコミ 日3.0高社 (専門) 日2.8大村紹介・人村派遣銀行 ②12.9保険12.4教育運輸・倉庫 ⑩11.9水産・食品12.0保険自動車・輸送用機器 11.6機医薬品・医療関連・化粧品9.3情報処理・ソフトウルフト大本ルギー 10.4大部品8.9エネルギー精密機器・医療用機器・医療用機器・医療用機器・医療用機器・医療用機器・ア・ゲームソフト8.9エネルギー機械・プラントエンシニアリングホテル・旅行 8.1素材・化学 8.9メンント 12.4未テル・旅行 8.1素材・化学 8.9メンント 12.4保険 7.8ホテル・旅行 8.1素材・化学	医薬品・医療関連・化粧品®18.2商社(総合)23.3マスコミ25.5電子・電機④16.0銀行19.8銀行17.4素材・化学⑤16.0調査・コンサル17.8ホテル・旅行16.6情報・インターネットサービス①15.7官公庁・団体16.7調査・コンサルタント16.2調査・コンサルタント③15.7運輸・倉庫15.9運輸・倉庫15.7建設・住宅・不動産15.1電子・電機14.7連融・住宅・不動産産14.9産設・住宅・不動産14.0マスコミ14.3水産・食品14.5官公庁・団体⑦13.3エネルギー12.8商社(総合)12.8情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト⑤13.0商社(専門)12.8商社(総合)12.8マスコミ13.0情報・インタースットサービス12.4教育11.5銀行②12.9保険12.4教育11.5銀行②12.9保険12.4教育11.1自動車・輸送用機器11.6機機器・企業品・医療関連・化粧品9.3「情報処理・ソフトウルンフト・団体10.6エネルギー10.4連・化粧品9.3エネルギー8.5構密機器・医療用機器10.4教育8.9エネルギー8.5機械・ブラントエンジニアリングホテル・旅行8.1情報処理・ソフトウジストンジニア・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・デームソフト ・第末材・化学7.2保険7.8ホテル・旅行8.1素材・化学7.2	医薬品・医療関連・ 18.2 商社 (総合) 23.3 マスコミ 25.5 電子・電機 化粧品 ® 16.0 銀行 19.8 銀行 17.4 ネットサービス ネットサービス 17.8 ホテル・旅行 16.6 素材・化学 16.0 タント 17.8 ホテル・旅行 16.6 素材・化学 16.7 タント 16.7 別書・コンサル 15.7 国金・コンサル 16.7 タント 16.7 別書・コンサルタン 15.7 理輸・倉庫 15.9 建設・住宅・不 15.5 財産・住宅・不 15.5 財産・住宅・不 15.5 財産・住宅・不 15.5 財産・企業品・医療関連・化粧品 14.7 マスコミ 13.0 商社 (専門) 12.8 商社 (総合) 12.8 水産・食品 14.5 産業品・医療関連・化粧品 15.7 財産・インタース・ットサービス 13.0 商社 (専門) 12.8 情報・インター 14.5 関連を住宅・不 15.6 財産・企業品・医療関連・化粧品 14.5 関連を住宅・不 15.3 対力・レービス 11.9 別の金・サービス 11.9 別の金・ア・デームソフト 13.0 商社 (専門) 12.8 情報・インター 14.5 財産・企業品・医療関連・化粧品 14.5 財産・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	医薬品・医療関連・ 18.2 商社 (総合) 23.3 マスコミ 25.5 電子・電機 28.6 電子・電機 ④ 16.0 銀行 19.8 銀行 17.4 情報・インター 25.6 素材・化学 ⑤ 16.0 男 クント 17.8 ホテル・旅行 16.6 素材・化学 23.5 情報・インターネットサービス ① 15.7 宣輸・倉庫 15.9 運輸・倉庫 15.7 建設・住宅・不 15.5 動産 14.5 専産・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	全体 文系男子 文系女子 理系男子 理系女子 医薬品・医療関連・ 18.2 商社 (総合) 23.3 マスコミ 25.5 電子・電機 28.6 連条・化粧品 電子・電機 ④ 16.0 銀行 19.8 銀行 17.4 情報・インター 25.6 素材・化学 第本が・化学 第 16.0 切置金・コンサル 17.8 ホテル・旅行 16.6 素材・化学 23.5 水産・食品 情報・インターネットサービス ① 調査・コンサル 16.7 宣命庁・団体 16.7 対タント 15.7 宣命庁・団体 16.7 対シント 15.7 連設・住宅・不 15.5 対策・倉庫 15.9 運輸・倉庫 15.7 機器 住宅・不 15.5 対策・企業品・医療関連・化粧品 14.7 対策・企業品・医療関連・化粧品 14.5 対策・化粧品 18.8 電子・電機 18.8 電子・電機 19.7 大産・食品 14.0 マスコミ 14.3 水産・食品 14.5 実施・企業品・医療関連・化粧品 13.7 株理報・ブラント 15.7 情報が担望・ソフトウ 20.5 大戸・ヴームソフト 15.7 対策・企業品・医療関連・化粧品 14.5 建設・住宅・不 15.6 対策・企業品・医療関連・化粧品 14.5 建設・住宅・不 15.6 対策・企業品・医療関連・化粧品 14.5 対策・企業品・医療関連・化粧品 13.7 株理報・クタント 13.0 商社 (専門) 12.8 商社 (総合) 12.8 水産・食品 13.7 株理報器・医療 13.7 株理報器・医療 13.0 情報・インター ス・ットサービス 12.4 教育 11.5 対策・住宅・不 15.6 対策・企業品・企業 12.0 保険 11.1 官公庁・団体 11.1 商社・ガラス・セメント・セラミックス 12.4 教育 11.5 対策・企業・企業・クタント 13.7 開機器・医療 14.5 対策・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・企業・

※〇の中の数字は前年同調査の全体順位10位以内

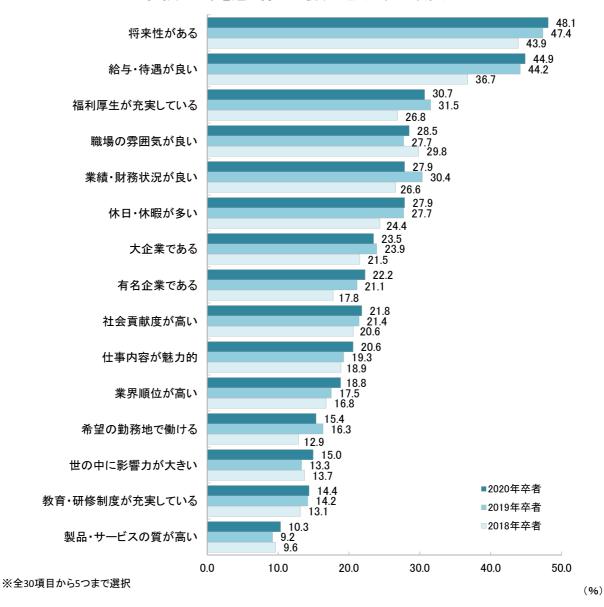
## 4. 就職先企業を選ぶ際に重視する点

就職先企業を選ぶ際に重視する点を30項目の選択肢の中から5つまで選んでもらった。

1位が「将来性がある」で、2位が「給与・待遇が良い」である点は前年・前々年調査と変わりないが、ともにポイントが増加している。特に「給与・待遇が良い」はこの2年で8.2ポイント上昇し、こだわる学生が増えている様子がわかる。「将来性がある」は今回で9年連続1位となり、学生の就職先選びにおいて重要な要素として定着している。続く「福利厚生が充実している」(30.7%)や、5位の「休日・休暇が多い」(27.9%)も上位項目の常連となっており、働きやすさやワーク・ライフ・バランス(仕事と生活の調和)も重要な要素として捉えられている。企業の採用意欲は依然高く、学生優位の売り手市場が今期も予想されていることから、条件や待遇重視の姿勢は今期も続くと見ていいだろう。

一方、「仕事内容が魅力的」は 20.6% と 3 年ぶりに 2 割を超えた。ただ、インターンシップを実施し 理解促進を図る企業が増えていることを考えると、選社軸に仕事内容を選ぶ学生がもう少し増えても 良さそうだ。

## <就職先企業を選ぶ際に重視する点(上位15項目)>

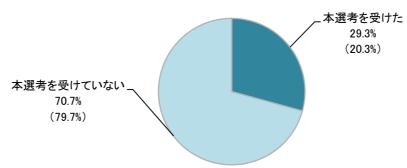


## 5.1月1日時点の本選考受験状況と内定状況

インターンシップの選考を除く、本選考(採用選考)の受験状況を尋ねてみた。筆記試験や面接など「本選考を受けた」という回答が29.3%で、約3割の学生が早くも本選考の経験を持つことがわかった。本選考を受けた企業として挙げられた社名を見ると、外資系コンサルティングファームやマスコミ、IT企業などが目立つ。受験者を分母とした受験社数の平均は2.4社。

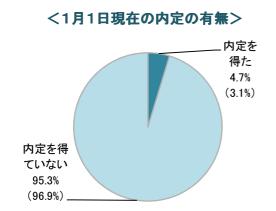
内定状況については、「内定を得た」との回答が4.7%。前年同期(3.1%)を1.6ポイント上回り、 内定獲得のペースが早まっている様子が表れている。前年は2月調査時点で4.6%だったので、1カ月程 度早くなっている計算だ。内定者の7割近く(68.4%)が「インターンシップ参加企業から内定を得た」 と回答しており、インターンシップから早期内定に繋がっていることが読み取れる。

## <1月1日現在の本選考を受けた企業の有無>



※( )内は2018年の同調査での1月現在の数値

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
本選考を受けた	29.3%	20. 3%	34.4%	32. 2%	21.1%	24. 5%
本選考を受けていない	70. 7%	79. 7%	65.6%	67. 8%	78. 9%	75. 5%
選考企業社数(平均)	2. 4社	2.0社	2. 3社	2.8社	2.0社	2. 3社



<内定者の内訳> インターン 参加経験 なし 3.5% (6.3%)インターン インターン\_ 企業から 企業からは 内定を得た 内定を得て 68.4% いない (68.8%) 28.1% (25.0%)

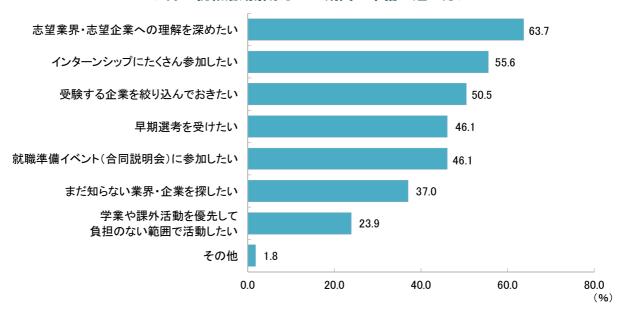
\*「内定」には、内々定を含む

	全体	(前年全体)	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定を得た	4. 7%	3. 1%	5.8%	4. 1%	3.4%	5. 8%
内定を得ていない	95.3%	96.9%	94. 2%	95. 9%	96.6%	94. 2%
内定社数(平均)	1. 4社	1. 3社	1. 4社	1.5社	1. 4社	1. 1社

#### 6. 就職活動解禁までの準備の進め方

今回アンケートに回答した学生は、3月の就職活動解禁までにどのように準備を進めようと考えているのだろうか。最も多かったのは「志望業界・志望企業への理解を深めたい」で6割強が選んだ(63.7%)。 次いで「インターンシップにたくさん参加したい」(55.6%)が多く、企業理解を深めるためや、本選考を有利にするために、志望業界の企業を中心に参加したいという声も多く見られた。一方、「就職準備イベントに参加したい」(46.1%)、「まだ知らない業界・企業を探したい」(37.0%)もそれぞれ4割前後が選び、就職活動が本格化する前に、できるだけ多くの企業を見ておきたいと考える学生も少なくない。

### <3月の就職活動解禁までの期間の準備の進め方>



#### ■就活解禁までの準備の進め方

○夏秋冬のインターンシップを通して就きたい仕事が把握できたため、その業界・企業の研究を行いたい。

<文系男子>

○早めに志望業界の業務内容などの理解を深めておき、本選考に備えたい。

- <理系男子>
- 〇今の段階では明らかに企業を知らなさすぎる。もっと多くの企業に出合って、少しでも可能性を広めたい。

<文系女子>

- 〇業界を絞りすぎると、後で違うと感じた時に、他の業界に行くための準備を一からしなければならないから、 今のうちに幅広く業界研究をしておく必要があると思う。 <文系男子>
- 〇調べて分かることと実際に社員に聞いた話が違ったりするため、インターンシップに参加して確かめたい。

<理系男子>

- 〇インターンシップに参加していた方が選考に有利だと聞いたから、できるだけ参加したい。 <文系女子>
- 〇ある程度志望企業を絞り込んでおき、集中的に対策をたてたい。
- 〇まだどの企業が絞り切れていない状態であるため、このまま 3 月の就職活動解禁を迎えたら、後々苦労しそう。

<理系女子>

- O1 つ内定をもらえば本当に行きたい会社に絞れるから、早期選考を受けたい。 <文系男子>
- 〇志望業界の選考はすでに始まっているため、3月解禁は関係ない。 <埋系女子>
- 〇就活にも活きると思うので、現在の専門分野の研究を少しでも進めておきたい。 <理系女子>

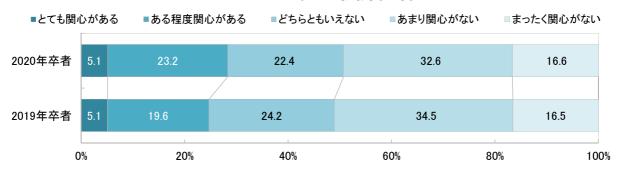
#### 7. ベンチャー企業への関心

就職先としてのベンチャー企業への関心度合いを尋ねた。「とても関心がある」が 5.1%、「ある程度 関心がある」が 23.2%で、ベンチャー企業への就職に関心があると回答した学生は 4 人に 1 人の割合 (計 28.3%)。前年の同期調査 (24.7%) に比べ 3.6 ポイント増加した。

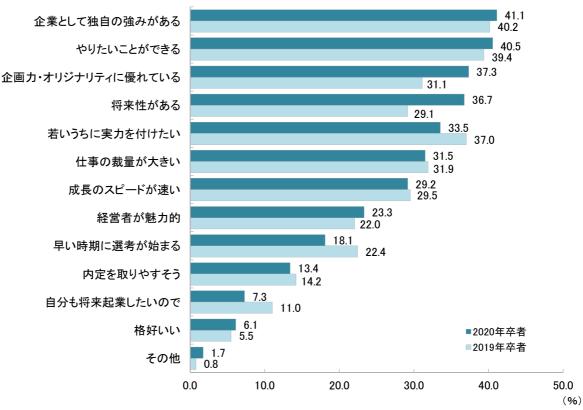
ベンチャー企業への就職に関心を持っている学生に、その理由を重ねて尋ねた。「企業として独自の強みがある」(41.1%)、「やりたいことができる」(40.5%)の順に多く、上位 2 項目は前年調査からの変動はない。ポイントの増減に注目してみると、大きくポイントを伸ばしたのは 3 位の「企画力・オリジナリティに優れている」(31.1% $\rightarrow$ 37.3%)「将来性がある」(29.1% $\rightarrow$ 36.7%)。先に見た就職先企業を選ぶ際に重視する点(2 ページ)でも「将来性がある」は最もポイントが高かったが、ベンチャー企業に将来性を感じる学生が増えたことで、就職先として関心を持つ学生も増加したのだろう。

一方、最もポイントが減少したのは「早い時期に選考を受けられる」(4.3 ポイント減)。例年、早期から選考を実施するベンチャー企業は見られるが、企業全般の動きが早まり、その差が縮まっていることが要因だろう。

## <ベンチャー企業への就職関心度>



#### くベンチャー企業に関心を持っている理由>



### 8. 就職後のキャリアプラン

現時点で考える就職後のキャリアプランを尋ねた。「一つの会社に定年まで勤めたい」という回答が 43.0%で最も多いものの、前年調査(48.2%)より5.2ポイント減少。4年連続で半数を割り込んだ。 「一つの会社にこだわらず、転職などでキャリア・アップを図りたい」が 42.1%へと大きく増加し、 「定年まで」と拮抗するかたちになった。

過去のデータを振り返ると、就職環境が厳しい時期は「一つの会社に定年まで」が増加し、新卒で の就職を一生ものと捉える傾向が強まり、就職環境が好転すると減少する傾向が見られる。2008年の リーマン・ショック後に「一つの会社に定年まで」は年々増加し、6割近い数字を記録したが、売り手 市場と言われてきたここ数年は減少が続いている。転職市場が堅調であることも後押しし、キャリア を柔軟に捉える若者が増えていると言える。

なお、今年の結果を文理男女別に見ると、理系男子において「転職でキャリア・アップ」が 49.0% と半数近いのが目立つ。

#### <就職後のキャリアプランの推移>

- ■一つの会社に定年まで勤めたい
- ■ある程度会社勤めをしたら、いずれは独立・起業したい
- ■その他

- ■一つの会社にこだわらず、転職などでキャリア・アップを図りたい
- ■ある程度会社勤めをしたら、いずれは家庭に入りたい

2020年卒者



### <就職後のキャリアプラン(2020年卒者)>

- ■一つの会社に定年まで勤めたい ■ある程度会社勤めをしたら、いずれは独立・起業したい
- ■一つの会社にこだわらず、転職などでキャリア・アップを図りたい ■ある程度会社勤めをしたら、いずれは家庭に入りたい

