

2023年卒
特別調査

インターンシップ特別調査

キャリアス就活 2023 学生モニター調査結果（2022年4月発行）

就職活動の入り口として多くの学生が参加するインターンシップ。コロナ禍により、一時的に実施企業は減少したものの、オンラインでの実施が定着したことなどで、再び活況を呈している。

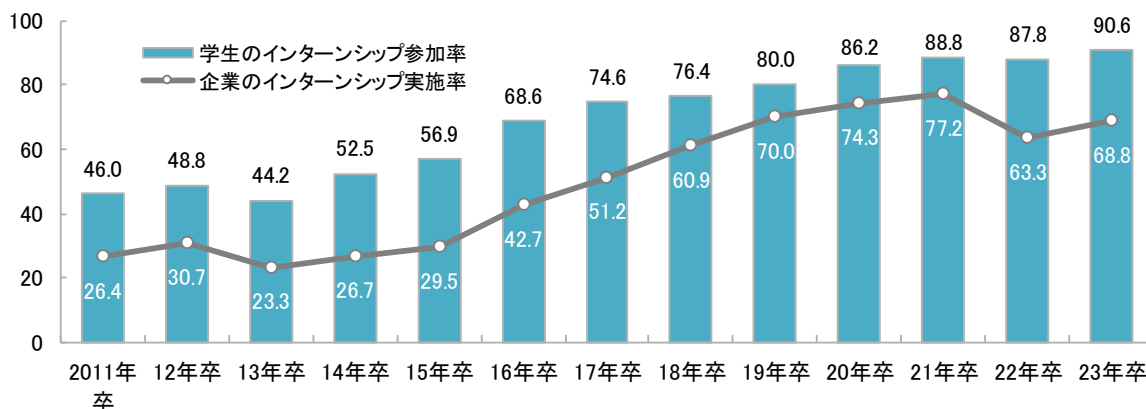
2023年卒モニター学生の経験率は9割に上るが、学生の満足度はどうだったのか。また、就職意向などにどのような影響があったのだろうか——。参加したインターンシップの内容や感想、参加企業への就職志望度などを調査し、インターンシップの影響について分析・考察した。

（本調査では「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も含めて調査した）

【目次】

1. 参加したインターンシップの内容
2. インターンシップの情報収集
3. インターンシップ先を探す際に重視した点
4. インターンシップの満足状況（参加日数別／実施形式別／社員との接点有無別／成長実感別）
5. インターンシップ参加前後の就職志望度の変化
6. インターンシップ参加企業への就職エントリー
7. インターンシップ参加前の企業研究
8. オンラインプログラムの適切な所要時間
9. インターンシップの欠席経験

【参考】＜学生のインターンシップ参加率／企業のインターンシップ実施率＞



※学生は各年とも3年生の11月調査

※企業の実施率は、3年生時に参加と仮定して作図。2023年卒は2021年度実施

調査概要

調査対象：2023年3月卒業予定の全国の大学3年生（理系は大学院修士課程1年生含む）のうち、1社以上のインターンシップ参加経験者

回答者数：718人（文系男子217人、文系女子219人、理系男子182人、理系女子100人）

調査方法：インターネット調査法

調査期間：2022年3月7日～17日

サンプリング：キャリアス就活2023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. 参加したインターンシップの内容

最初に、学生モニターが参加したインターンシップの概要を確認したい。

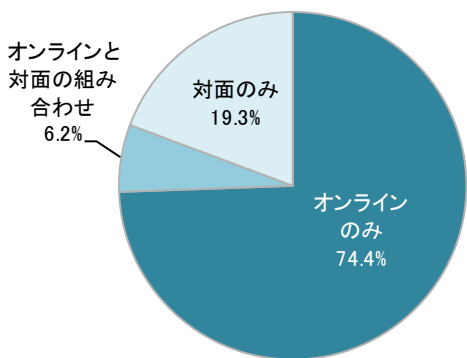
まず参加形式は、「オンラインのみ」で開催されたものへの参加が7割強を占め(74.4%)、「対面のみ」が約2割(19.3%)。両方を組み合わせたものへの参加は6.2%と少数。

どちらの形式もプログラムに「講義・座学」が多く、ともに8割近い。「グループワーク」はオンライン型で多く(80.5%)、「社員との座談会」は対面型でやや多い(66.2%)。「仕事体験」を伴うものや「職場見学」を含むものは形式による差が大きく、対面型がオンライン型を圧倒的に上回る。

参加日数は、どちらの形式も1日以内の短期プログラムが6割強を占めるが、オンライン型において「半日」の割合が高く(42.9%)、より短い。「5日間以上」は対面型でも約1割(11.9%)。

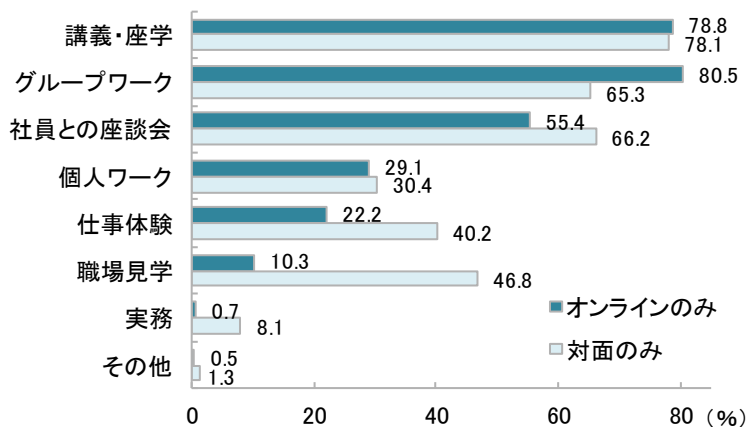
参加時期の分布を見ると、3年生(修士1年生、以下同)「8月」の割合が最多で、コロナ禍前の水準に戻った(24.2%)。採用広報解禁直前の「2月」の割合は年々減少。その分、早期の参加が増加している。

＜インターンシップの形式＞



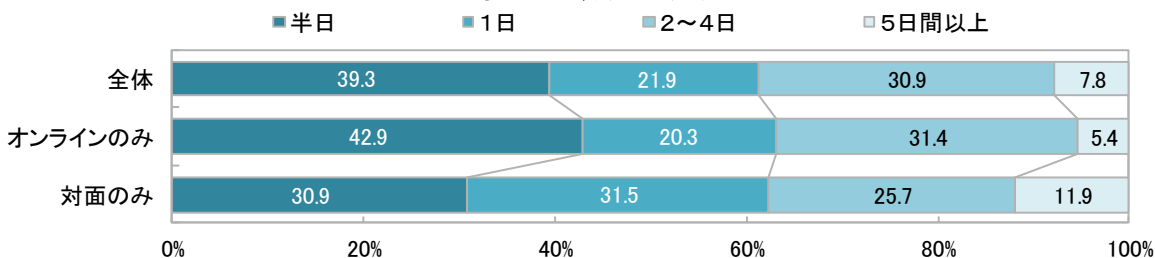
* 合計が100%になるように再集計し、占める割合を算出
以下同じ

＜プログラム内容(形式別)＞



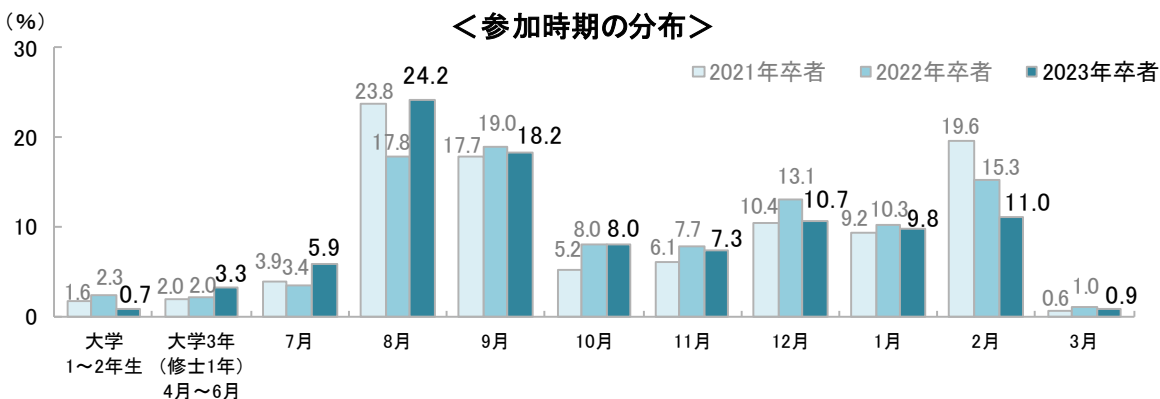
* 参加したインターンシップ内で実施されたものをすべて選択

＜参加日数(形式別)＞



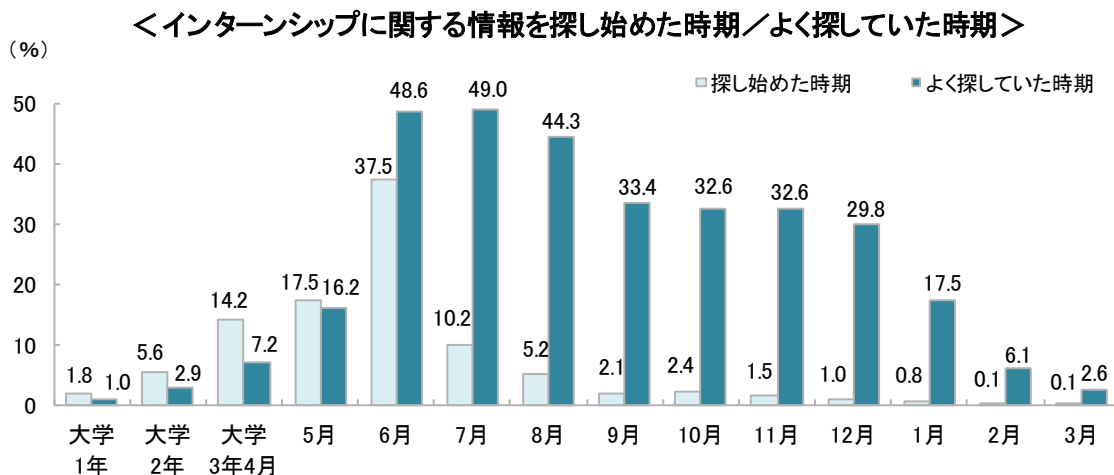
* 「全体」には「オンラインと対面の組み合わせ」を含む

＜参加時期の分布＞



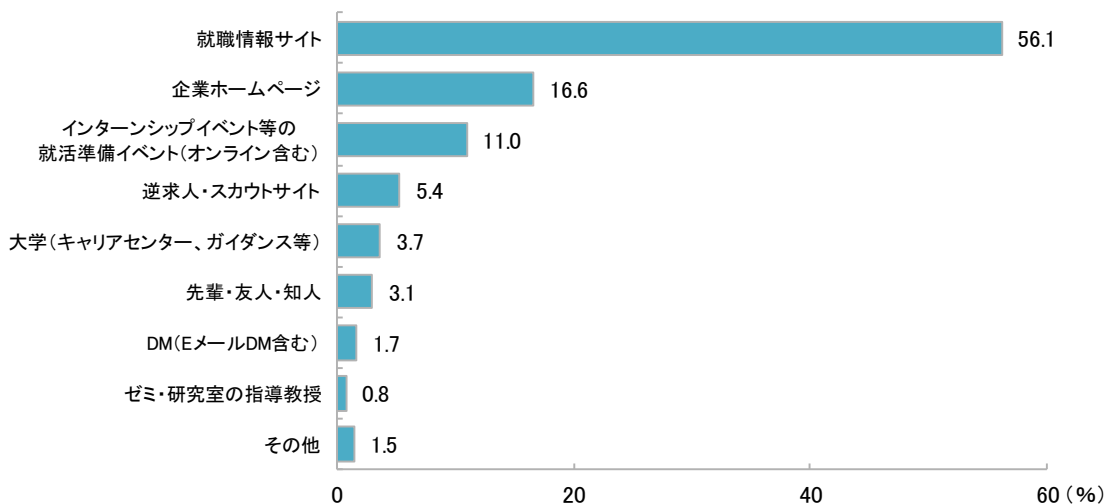
2. インターンシップの情報収集

インターンシップに応募する企業を探し始めた時期を尋ねた。3 年生の「6 月」が 3 割強で圧倒的に多い (37.5%)。次いで「5 月」(17.5%)、「4 月」(14.2%) の順に多く、全体の 7 割強が 6 月には情報収集を開始していた (計 76.6%)。さらに、よく探していた時期を複数回答で尋ねたところ「7 月」が最多で (49.0%)、「6 月」が僅差で続く (48.6%)。「8 月」も 4 割台と多い (44.3%)。8 月 9 月の参加に向け、早期から熱心に情報収集を行っていたことがうかがえる。ただし、9 月以降も 3 割以上の月が続くなど、長く情報収集を行っていた様子も見取れる。



※「探し始めた時期」は単一回答、「よく探していた時期」は複数回答

＜参加したインターンシップを知ったきっかけ(分布)＞



■インターンシップ募集企業への要望

- 参加する側も当日の準備をしやすいため、内容は具体的に記載した方がよいと思いました。 <文系女子>
- 募集開始が締切ギリギリな企業もあったため、早めに公開してもらえると助かります。 <理系女子>
- 過去に参加した先輩方のコメントなどがあると、応募する決め手の一つになると思います。 <文系女子>
- フィードバックがあるかないかを明確にしてほしい。 <文系男子>
- 延長の可能性があるものは、後ろの時間も空けておくように事前の告知がほしい。 <文系男子>
- どんなことをするのかを動画などで見られると、事前準備がしやすいです。 <文系男子>
- 選考プロセスがわかりにくかった企業があり、プロセスの明確化を望みます。 <理系男子>
- 選考の結果連絡がないと次の予定を立てづらいため、不合格でもできるだけ早く連絡がほしい。 <文系女子>

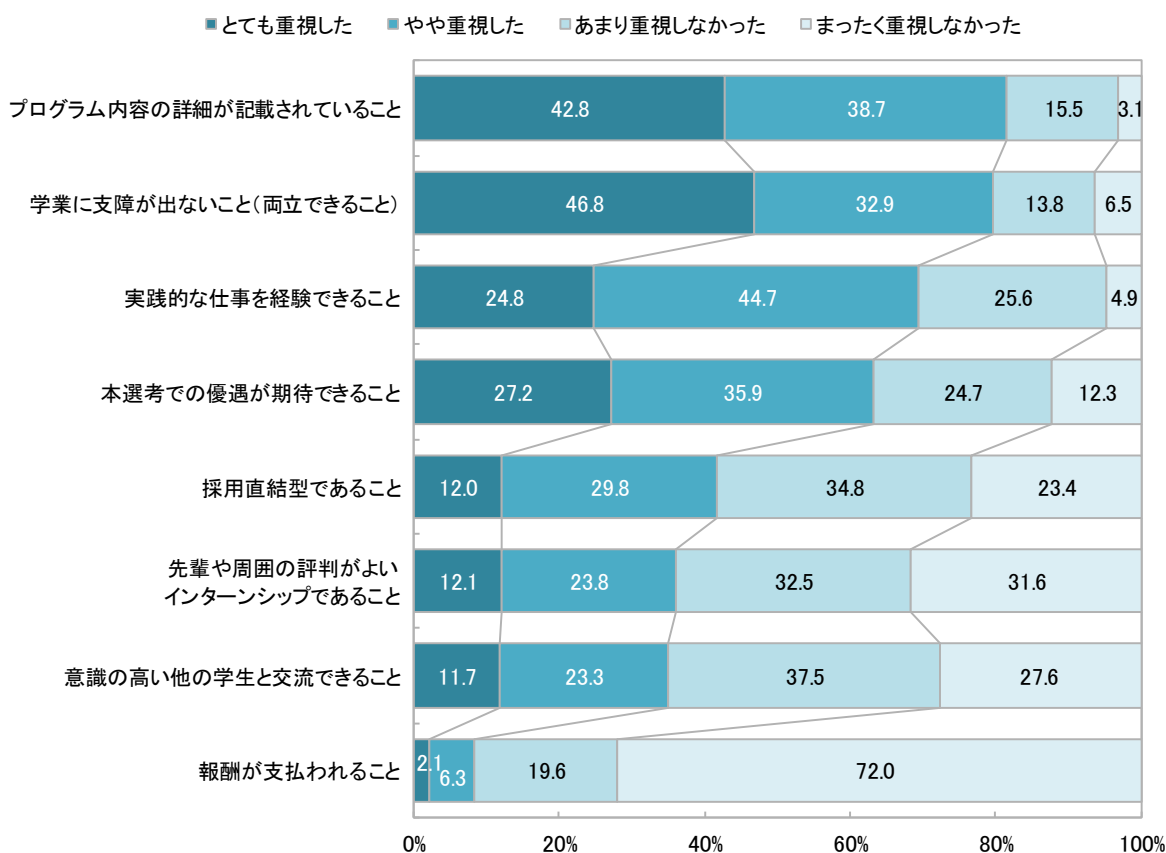
3. インターンシップ先を探す際に重視した点

インターンシップ先を探す際に、下記の項目をどの程度重視するかをそれぞれ尋ねた。

「とても重視した」「やや重視した」の合計が最も多いのは、「プログラム内容の詳細が記載されていること」で、8割超が選んだ(計81.5%)。「実践的な仕事を体験できること」は、7割近くが重視すると回答(計69.5%)。どの程度実務に即した体験ができるのかを判断するためにも、プログラム内容の詳細を求める学生が多いことがうかがえる。

「学業に支障が出ないこと」を重視する学生は約8割に上り(計79.7%)、結果として夏季休暇中に参加が集中していると見られる。「本選考での優遇が期待できること」(計63.1%)までが、重視する学生の割合が半数を超えている。

＜インターンシップ先を探す際(申し込む際)に重視したこと＞



■具体的に重視したこと

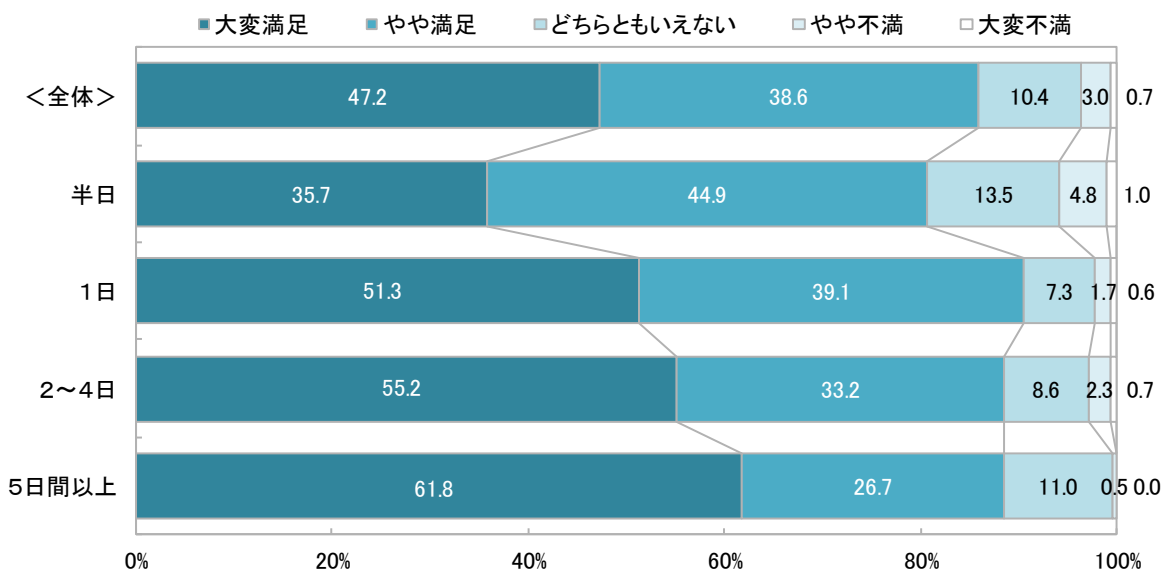
- 実施内容や目的、対象学生、実施時間が詳細に記載されているインターンに応募していた。逆に、選考無しで詳細の記載がないようなインターンには不安があった。 <文系女子>
- 学業との両立を図るために、オンライン開催の企業を意識して受けました。また優遇の有無や、可否が今後の選考に関わる企業は予め調べ、意識して受けました。 <理系男子>
- 実際の仕事に近いワークができるか、またグループワークの時間が長く取られているかどうかの二点を特に重視しました。 <文系女子>
- プログラムを通して自身が成長できそうと感じたものや、自身の関心にマッチしている企業のインターンシップに参加しました。その際、企業の規模などは考慮しませんでした。 <文系男子>
- グループワークの機会や現場社員の方との座談会があるかどうかという点を特に重視した。 <文系女子>
- 実際にオフィスで作業を行い、会社や社員の雰囲気が肌で感じられるかどうかを重視した。 <理系男子>

4. インターンシップの満足状況

インターンシップに参加した満足度を尋ねたところ、「大変満足」が47.2%と半数近い。「やや満足」(38.6%)とあわせると8割を大きく超え(計85.8%)、総じて満足度は高い。ただし、実施内容や日数などにより違いが見られる。ここでは「参加日数別」「形式別」「社員との接点有無別」「成長実感別」の4つの指標についてデータを紹介したい。

まず、参加日数別から見てみる。「大変満足」の割合に注目すると、「半日」は35.7%と3割台。日数が増えるにつれ数字が上がり、「5日間以上」になると6割を超える(61.8%)。短期開催のプログラムが主流だが、参加学生の満足度は長期のものの方が高くなる傾向が見られる。

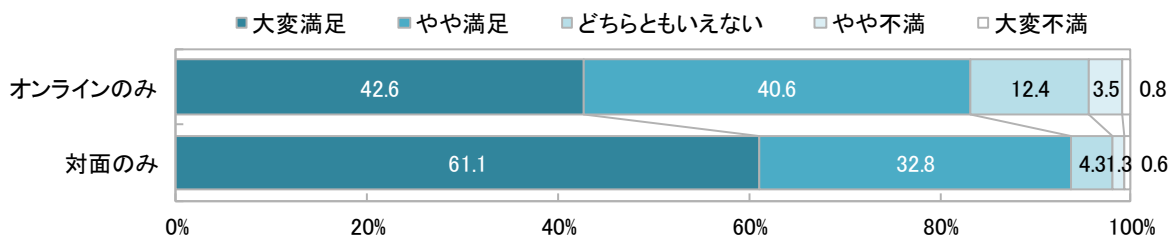
＜参加日数別 満足度＞



次に、参加形式別に見ると、「オンラインのみ」は「大変満足」が約4割(42.6%)であるのに対し、「対面のみ」は6割超で(61.1%)、20ポイント近い差が見られる。また「やや満足」を足し合わせると9割を超え(計93.9%)、対面型の満足度はかなり高い。「職場見学」や「仕事体験」などの実践的なプログラム内容が比較的多いことも(2ページ)、対面開催のもの満足度の上昇に繋がっていると考えられる。

オンライン型も「やや満足」をあわせた満足の合計は8割を超える(計83.2%)。

＜形式別 満足度＞

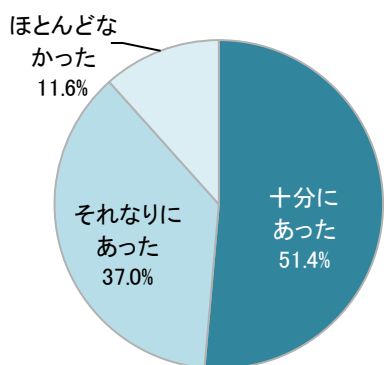


社員との接点の多寡と満足度の関係はどうだろう。

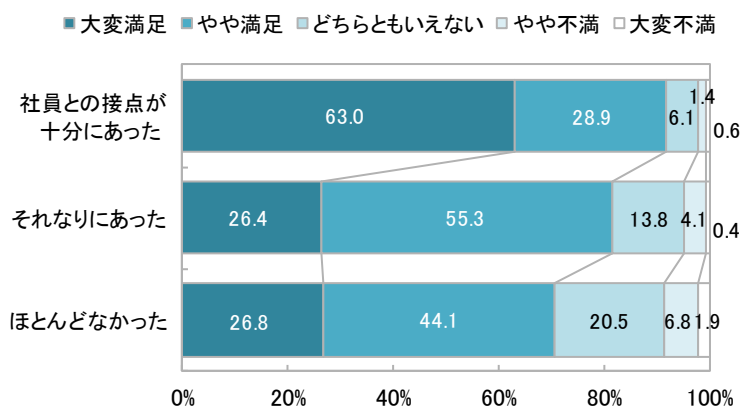
インターンシップ期間中に、社員との接点が「十分にあった」ものは約半数で (51.4%)、「それなりにあった」が 37.0%。多くのインターンシップで社員と接する機会を設けていることがわかる。これを参加後の満足度と掛け合わせると、社員との接点が「十分にあった」ものは「大変満足」が 6 割強 (63.0%)。「やや満足」(28.9%) と合わせると 9 割を超える (計 91.9%)。「それなりにあった」ものでも、満足の合計は約 8 割 (計 81.7%) と高いものの、「大変満足」は 2 割台で (26.4%)、「十分にあった」ものと大きな開きが見られる。

社員との接点が「ほとんどなかった」ものにおいては、満足の合計は約 7 割で (計 70.9%)、参加中にどの程度社員と接点をもつことができたかは、満足度に大きく影響していることがわかる。

＜社員との接点＞



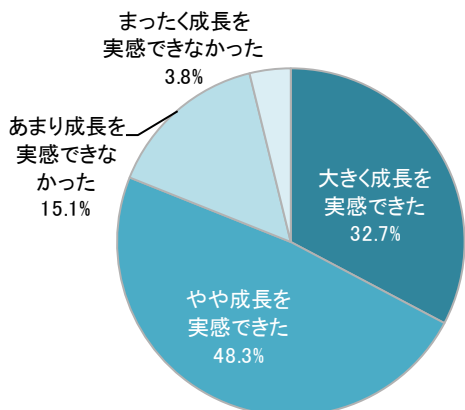
＜社員との接点有無別 満足度＞



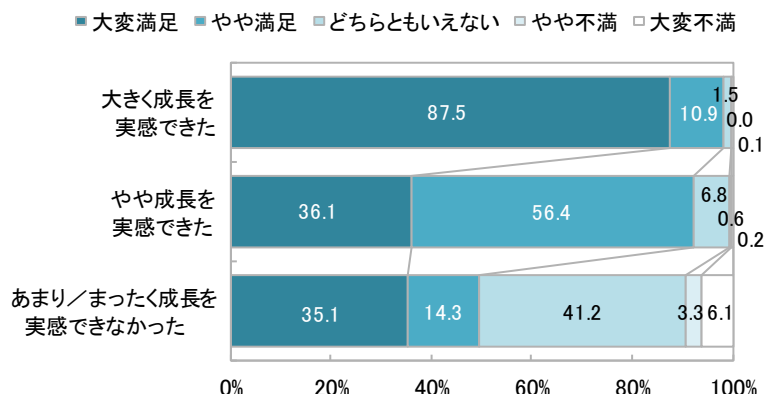
同様に、「インターンシップ経験による成長実感別」に満足度を見てみる。「大きく成長を実感できた」インターンシップは満足度が圧倒的に高く、「大変満足」が 9 割近くに上る (87.5%)。「やや満足」をあわせると 98.4%。グループワークなどを通じて他の参加学生から刺激を受けたり、社員からフィードバックを受けたりすることで、自身の成長を実感できることが、高い満足度につながるようだ。

一方、「成長を実感できなかった」と評価するインターンシップについては、満足度は低め。学生にとってインターンシップが企業研究の場だけでなく、自己成長の場として捉えられていることが、このデータから読み取れる。

＜インターンシップ経験による成長＞



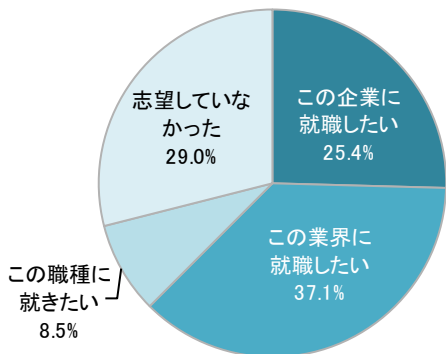
＜成長実感別 満足度＞



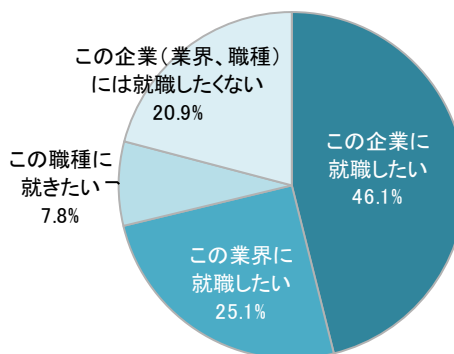
5. インターンシップ参加前後の就職志望度の変化

インターンシップの参加前後で、その企業への就職志望度がどう変化したかを調べてみた。インターンシップ参加前は「この企業に就職したい」は4分の1程度だったが(25.4%)、参加後は46.1%へと、20ポイント以上増えている。プログラムを通じて企業や仕事内容への理解を深めたことで、就職先として意識したり、志望度合いを高めたりする学生が少なくないことがわかる。

＜インターンシップ前の就職志望度＞



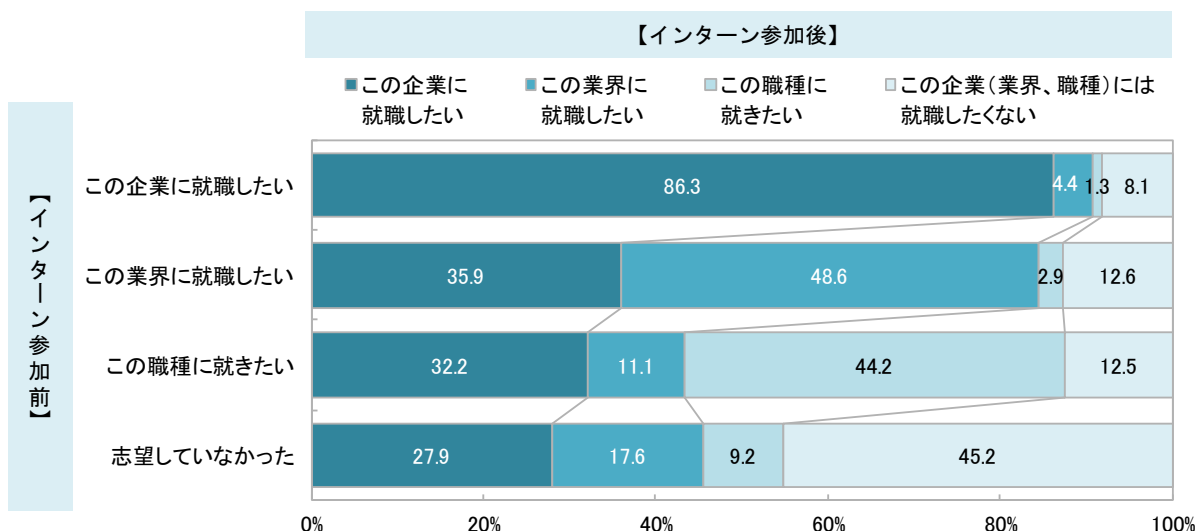
＜インターンシップ後の就職志望度＞



さらに、インターンシップ参加前の就職志望度ごとに、参加後の志望度を見てみる。参加前に「この企業に就職したい」と回答したものでは、参加後も「この企業に就職したい」と回答する割合が86.3%と極めて高い。「この企業(業界、職種)には就職したくない」に転じた割合はわずか8.1%だった。

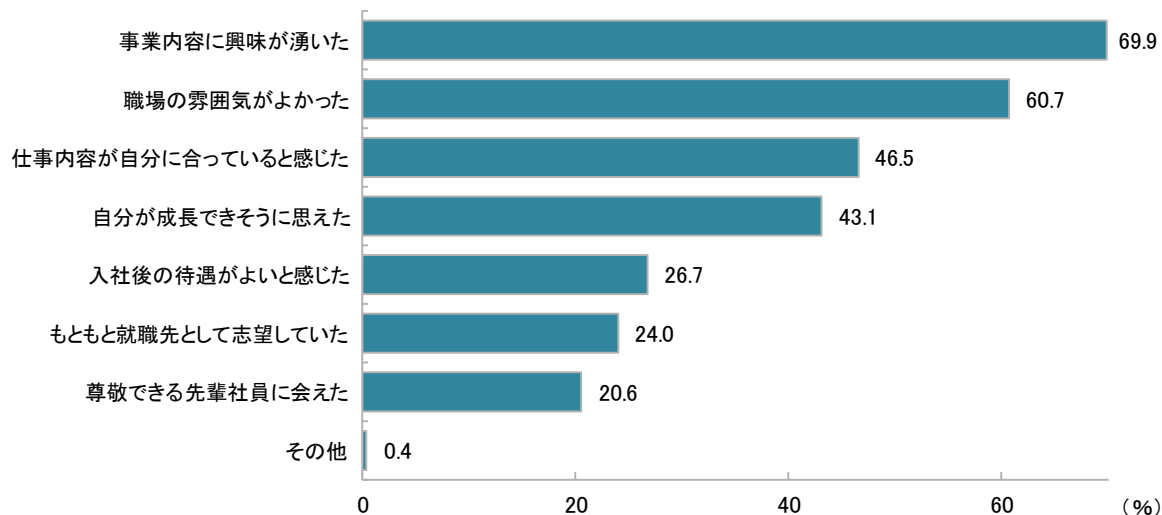
一方、参加前には「志望していなかった」と回答したもののうち、参加後に「この企業に就職したい」に変化したのは3割弱(27.9%)。「この業界に就職したい」は17.6%。インターンシップに参加することで志望企業や志望業界になった割合は45.5%に上った。

＜インターンシップ前の就職志望度×参加後の就職志望度＞



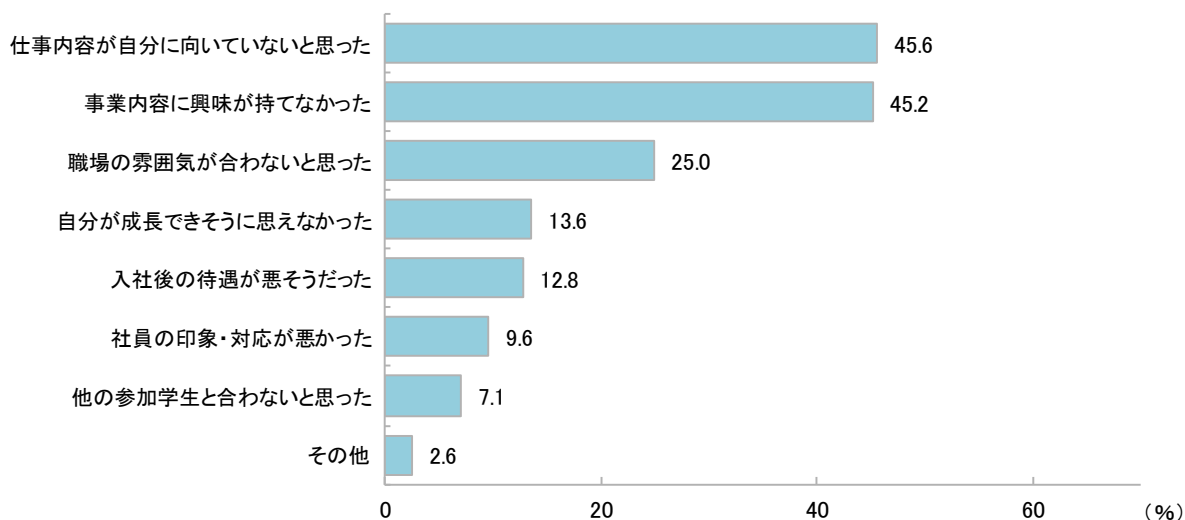
インターンシップ参加後にその企業に就職したいと感じた理由を尋ねたところ、最も多かったのは「事業内容に興味があった」(69.9%)。続く「職場の雰囲気がよかった」も6割と多い(60.7%)。オンラインでの参加が中心ではあるものの、先に見たように社員との接点を十分もったケースも多く、社員同士の会話などから雰囲気を判断している様子が見える。「仕事内容が自分に合っていると感じた」は4割強(46.5%)。1日以内の短期プログラムが多いが、限られた時間の中で、適性を判断するケースも少なくないことがわかる。

＜この企業に就職したい理由＞



反対に、その企業に就職したくない理由を見ると、「仕事内容が自分に向いていないと思った」が最も多く、4割強(45.6%)。「事業内容に興味を持てなかった」(45.2%)が僅差で続く。「職場の雰囲気が合わないと思った」も比較的高く(25.0%)、様々な角度から自分に合う企業であるかを見極めていることがうかがえる。より実務に即したプログラムを提供することができれば、ミスマッチの少ない、質の高い採用母集団につなげることが期待できるだろう。

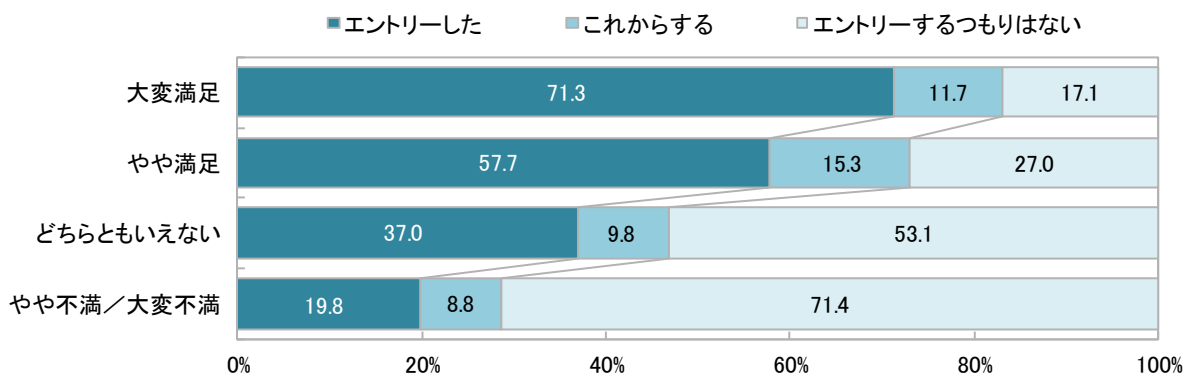
＜この企業に就職したくない理由＞



6. インターンシップ参加企業への就職エントリー

参加したインターンシップの「満足度」と「就職エントリーの有無」との関係性を調べた。「大変満足」したプログラムでは「エントリーした」が7割超(71.3%)。逆に、満足度の低いもの(やや不満足/大変不満足)では「エントリーするつもりはない」が7割超(71.4%)。満足度が高いほど、就職活動が始まってからその企業に「エントリーした」割合が高く、相関関係が顕著に表れている。

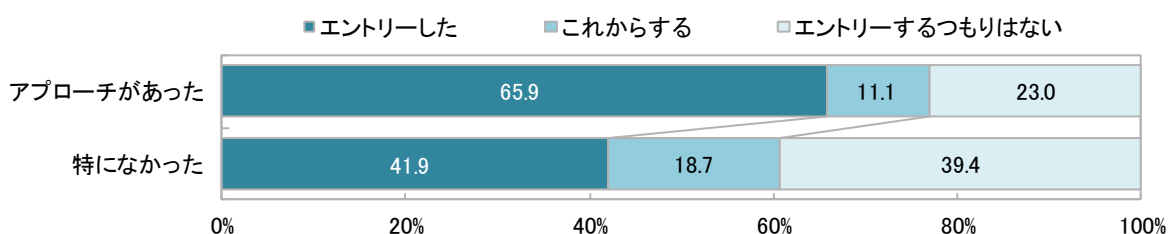
＜就職エントリーの有無×満足度＞



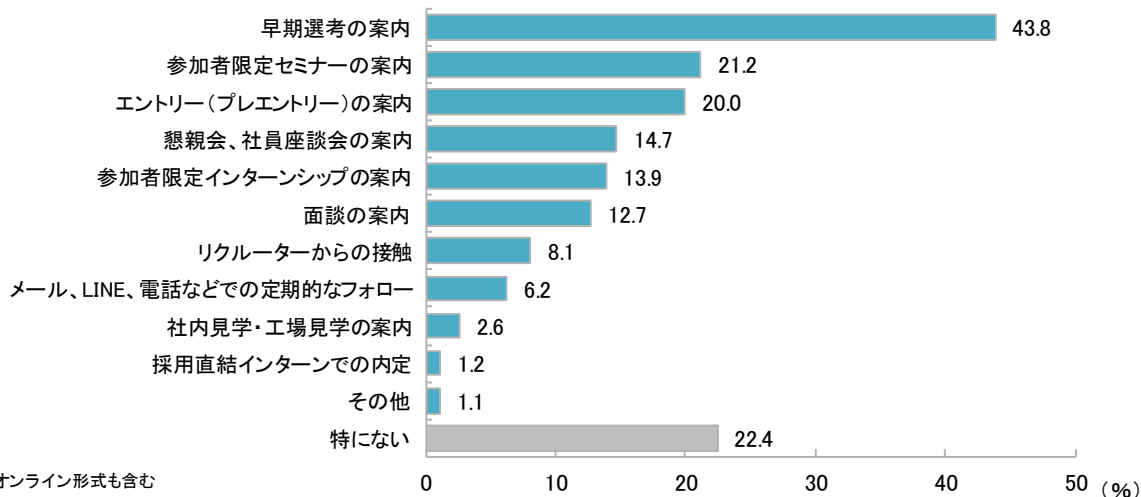
「就職エントリーの有無」を「インターンシップ参加後のアプローチ・優遇の有無」別でも比較した。参加後に企業から何らかの「アプローチがあった」のは全体の77.6%。「アプローチがあった」場合、その企業に「エントリーした」は6割超に上り(65.9%)、「特になかった」場合(41.9%)を大きく上回った(24ポイント差)。インターンシップそのものの満足度だけでなく、参加後のフォローやアプローチの有無も、エントリーに大きく影響を与えていることがわかる。

なお、参加後のアプローチは「早期選考の案内」が圧倒的に多く、4割を超える(43.8%)。

＜就職エントリーの有無×参加後のアプローチ・優遇の有無＞



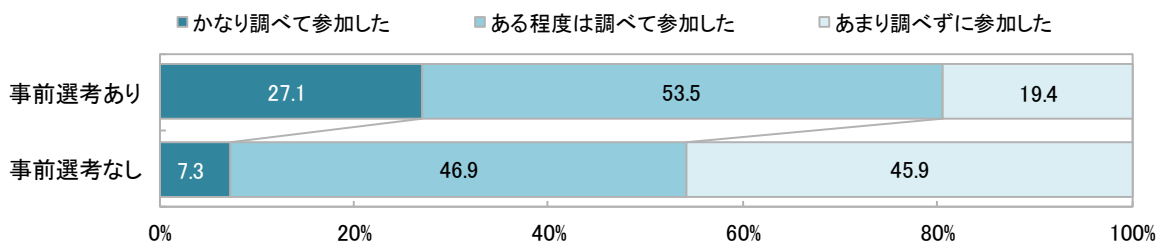
＜参加後のアプローチや優遇＞



7. インターンシップ参加前の企業研究

参加にあたって、あらかじめ企業研究をして臨んだかどうかを、事前選考有無別に尋ねた。事前選考ありの場合は、「かなり調べて参加した」が3割弱 (27.1%)。「ある程度は調べて参加した」(53.5%)を合わせると8割に上る (計 80.6%)。一方、事前選考なしの場合は、「ある程度は調べて参加した」が最も多いものの (46.9%)、「あまり調べずに参加した」も同程度で (45.9%)、プログラムへの参加を通して、その企業を知りたいと考える人も少なくないようだ。

<インターンシップ参加前の企業研究>

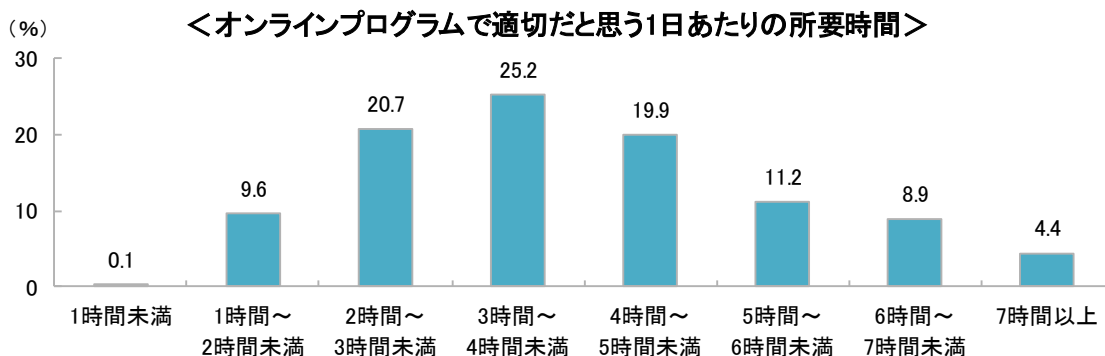


■参加前に調べたこと

- 事業内容や、先輩の声など、採用ページやホームページを一通り見てから参加した。また、質問したい事項などを何点か用意した。 <文系男子>
- 就職サイトや、企業のホームページに載っていることはくまなく調べた。 <理系男子>
- 事業内容や過去のプロジェクトなどの他、特に志望度の高い企業では、IR 資料や新聞記事・業界誌などにも目を通し、企業ごとにまとめておいた。 <理系女子>

8. オンラインプログラムの適切な所要時間

オンラインで実施されるインターンシップについて、適切だと思う1日あたりの所要時間を尋ねた。最も多いのは「3時間～4時間未満」(25.2%)。次に「2時間～3時間未満」(20.7%)、「4時間～5時間未満」(19.9%)が2割前後で続く。理解を深めるためにはある程度長い時間が必要と考える学生が大半だが、オンラインで長時間集中力を維持するのは難しく、適度な休憩を望む声も多く挙がった。

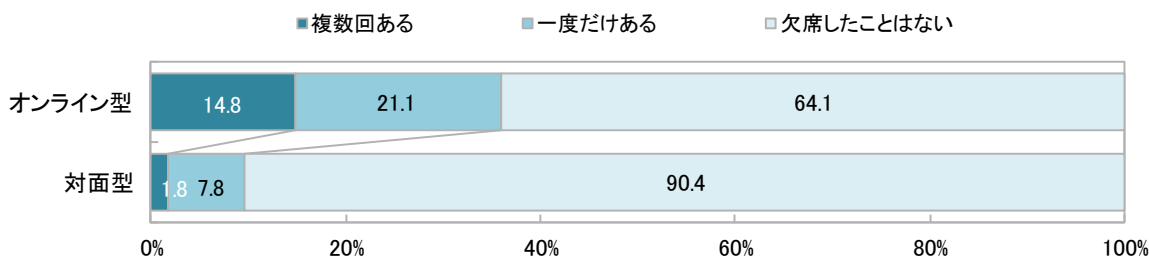


- 2時間以上画面を見ているとつらい。休憩が2回くらいあれば、4時間くらいいける。 <文系女子>
- 大学院が忙しいので半日で終わってほしい。 <理系女子>
- 昼から夕方までの4、5時間が、集中力が保たれ、都合もつきやすい時間帯のような気がする。 <文系女子>
- ある程度の時間がないと説明会や座談会のようになってしまう、インターンシップに参加する意味が感じられない。 <理系男子>

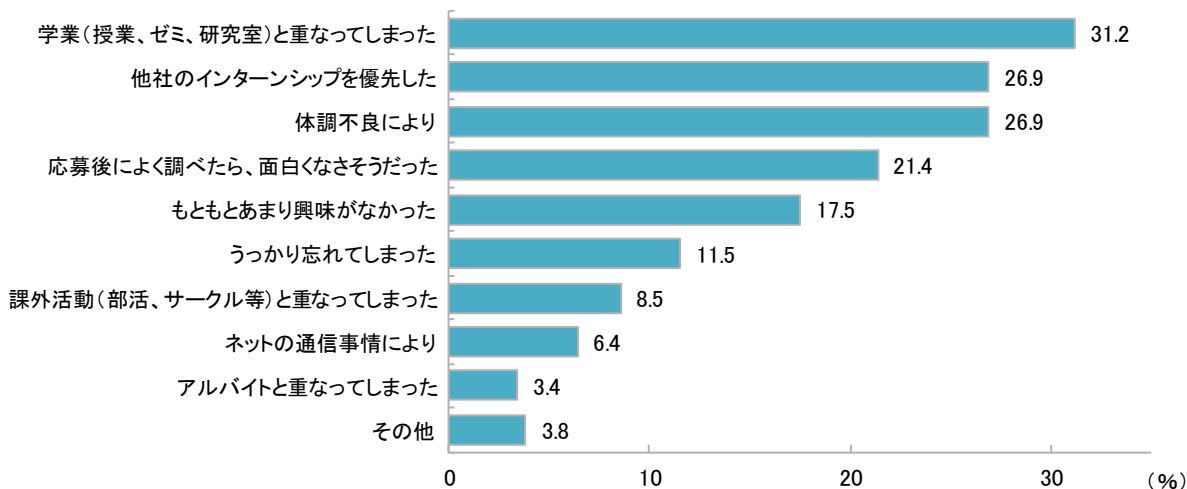
9. インターンシップの欠席経験

インターンシップの欠席経験を、実施形式ごとに尋ねた。オンライン型では「複数回ある」(14.8%)、「一度だけある」(21.1%)を合わせて35.9%が欠席経験をもつ。一方、対面型のものでは、1割未満とわずか(計9.6%)。具体的な欠席理由は「学業と重なってしまった」が最多(31.2%)。ただし、「他社のインターンシップを優先した」(26.9%)、「応募後によく調べたら、面白くなさそうだった」(21.4%)、「もともとあまり興味がなかった」「うっかり忘れてしまった」なども少なくない。

<インターンシップの欠席経験>



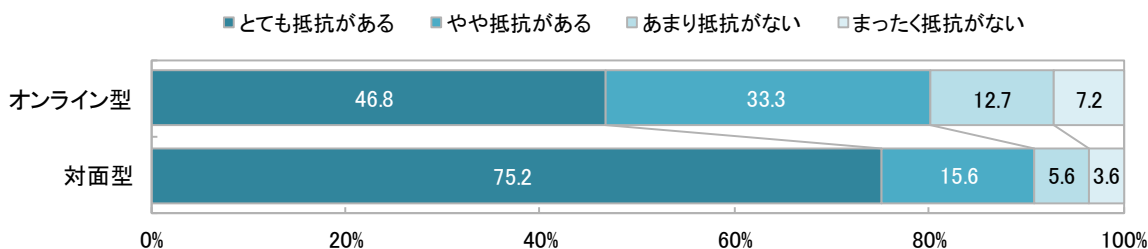
<インターンシップの欠席理由>



インターンシップを欠席することへの抵抗感についても、形式別に尋ねた。オンライン型では、「とても抵抗がある」が半数弱(46.8%)、「やや抵抗がある」を合計すると8割(計80.1%)に上る。ただし、対面型では、「とても抵抗がある」が7割強に上り(75.2%)、抵抗感が非常に強いことがわかる。

コロナ下では対面開催は希少である一方、オンラインのものは移動もなく気軽に参加できる分、参加への意識も薄らぐ側面がありそうだ。開催前に申込者へのリマインドを行うことなどが必要と言えるだろう。

<インターンシップ欠席への抵抗感>



■参加したインターンシップの良かった点／不満に思った点

【良かった点 (オンライン型)】

- オンラインでやることにコミュニケーションの不安があったものの、グループワークの説明が丁寧でやり方がわかりやすかったので、議論がスムーズに進んだ。 <文系女子>
- 社員が顧客を演じていたり、ワークがより実践的なものであったりと、かなり現実の業務を意識した内容だったので、業務の理解がかなり深まったと思います。 <文系男子>
- グループワークの難易度が高く、その分満足度も高かった。グループ別にわかれた直後は、内定者が話を進めてくれたり、話が行き詰るとヒントを提示してくれたり、とても助かった。 <文系女子>
- 営業を実際に体験でき、また個人へのフィードバックもいただけたため成長できた。 <理系女子>
- ワークがかなり作り込まれていて取り組みやすかった。また、残業が禁止だった。 <文系男子>
- 社員の仲が良いと感じる場面が多々あり、風通しの良い環境だと感じることができました。 <理系男子>
- 社員の方の優秀さが伝わってきた。フランクにたくさん接してくれて、志望度がとても高まった。 <文系男子>
- オンライン工場見学ができた。 <理系男子>

【良かった点 (対面型)】

- 対面開催が不安でしたが、ごく少人数で行われたため感染の心配も和らぎ、担当の方に質問しやすくとても充実したものでした。 <文系女子>
- 実際に行う業務の流れや内容について詳しく知ることができた。さらに対面開催だったため、実際に働くオフィスや、社員の働く姿まで見ることができた。 <理系男子>
- かなり現実に即したゲームで、景気の変動も加味しながら戦略を考えなければならず、難しかった。対面だからこそ、根気強く相手チームに話しに行きニーズを汲み取る等の行動が可能だった。 <文系女子>
- 支店見学だったが、見学というより一日密着の様な形だったので、仕事をよく知ることができた。 <文系男子>
- 企業説明の際に、社員の 1 日の流れの動画を見たことで働く想像がしやすかった。また、グループワークは対面だったため他の学生と関わりやすく、楽しく行えた。 <文系女子>

【不満に思った点 (オンライン型)】

- 半日であったため、ワークの時間が短く、社員の方との座談会もなかったため、具体的な業務やキャリアについての理解を深めることができなかった。 <文系女子>
- オンラインでの業務体験という名目だったが、実際のグループワークでは、業務とはかけ離れていることを行った。 <理系女子>
- 大した説明もなくグループワークが始まり、よくわからないまま進む羽目になった。 <文系男子>
- グループワークに時間がかかった割に、フィードバックはあっさりしていた。 <理系男子>
- 1000 人近い参加者に対して社員が数名。事前に ES を提出したが人数が絞られていないようで、時間の無駄に感じた。 <理系女子>

【不満に思った点 (対面型)】

- オンラインでもできそうな内容だった。せっかくオフィスに出向くのなら、対面でしかできないことをしたかった。交通費の支給もなかった。 <文系女子>
- 実務体験型だったが、社員が懇切丁寧に面倒を見てくれるわけではなく、こちらから聞けば答えてもらえる程度の指導方法だった。 <理系男子>
- 夜中までやらないと間に合わないスケジュールだった。 <文系女子>
- 時間が短く、社員との交流も少なかった。 <文系男子>