

2024 年卒
Vol. 1

9 月後半時点の就職意識調査

キャリアス就活 2024 学生モニター調査結果 (2022 年 10 月発行)

コロナ禍の収束を見据え、企業の採用意欲は堅調に推移しているが、コロナ禍 4 年目の就職活動に臨む 2024 卒学生に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も (88.9%)、複数日程への参加経験者が増加傾向
- 対面参加が前年より大幅増 (37.8%→71.2%)。オンライン参加は 9 割超 (93.6%)

2. プログラム参加後の振り返り

- 参加してよかったことは「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

3. 今後のインターンシップ等への参加予定

- 参加希望時期は「12 月」が最多。より参加したい形式は「対面」が過半数 (52.7%)
- 「社員と交流できるもの」「ワークなどを通して仕事内容を理解できるもの」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。会場型は前年より増加し半数強に (51.5%)

5. 現時点の志望業界

- 志望業界が「明確に決まっている」22.9%。前年より早いペースで決定
- 文系は、男子「インターネットサービス」、女子「マスコミ」が 1 位
- 理系は、男子「電子・電機」、女子「水産・食品」が 1 位

6. 業界研究・企業研究に力を入れたい時期

- 業界研究は 6 月～10 月がボリュームゾーン。企業研究は 8 月～12 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 (95.9%)。「各企業のホームページ (採用サイト)」(73.1%) が続く

8. SNS 利用状況

- 就活での SNS 利用、「LINE」が約 4 割で最多 (39.4%)。「Twitter」は 3 割台 (34.5%)

9. 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 89.6%)

※「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

調査概要

調査対象 : 2024 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 : 901 人 (文系男子 234 人、文系女子 319 人、理系男子 215 人、理系女子 133 人)
調査方法 : インターネット調査法
調査期間 : 2022 年 9 月 21 日～28 日
サンプリング : キャリタス就活 2024 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を、プログラムの日数別に尋ねた。

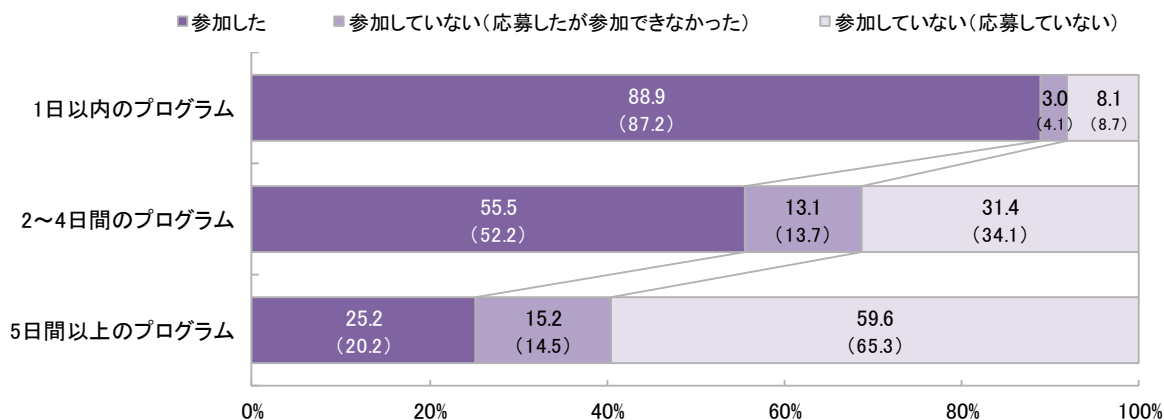
「1 日以内のプログラム」への参加経験を持つ学生は 9 割に迫る高水準 (88.9%) で、前年調査に引き続き高い割合を示している。「2~4 日間のプログラム」の参加率は 55.5%、「5 日間以上のプログラム」は 25.2% で、いずれも前年調査より増加した。ただ、5 日間以上は「応募したが参加できなかった」学生も多く、狭き門であることがうかがえる。

参加社数は「1 日以内のプログラム」が平均 5.8 社で、前年調査 (5.6 社) よりやや増加。複数日程のもの 2 倍以上に上り、短期プログラムへの参加が中心となっていることがわかる。

参加時期は夏季休暇中の「8 月」「9 月」が多く、前年調査との大きな差は見られない。

(※1 日以内のプログラムも含めて調査)

<インターンシップ等の参加状況>



* オンライン形式も含む

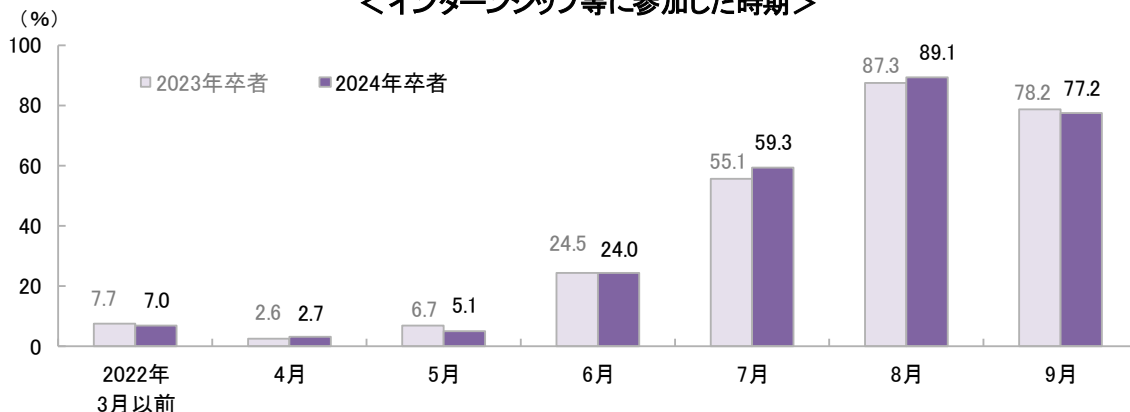
※()内は2021年10月調査の数値

<インターンシップ等参加社数/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	5.8	5.6	6.2	6.4	4.9	4.8
2~4日間のプログラム	2.3	2.3	2.5	2.3	2.1	2.0
5日間以上のプログラム	1.3	1.3	1.1	1.2	1.3	1.6

※それぞれの参加者が分母

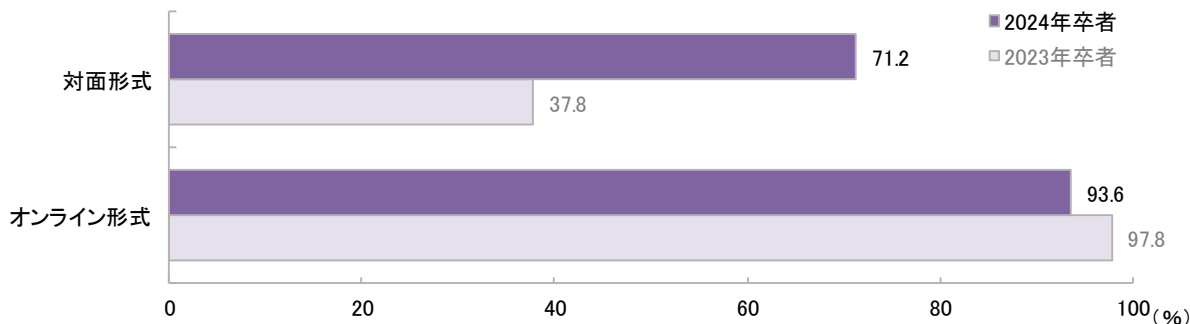
<インターンシップ等に参加した時期>



* 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、形式別の参加状況を尋ねた。対面形式のものへの参加率は7割を超え(71.2%)、前年(37.8%)より大幅に増加した(33.4%増)。対面での実施企業が大幅に増加したことがうかがえる。一方、オンライン形式は、前年同様9割を超え(93.6%)、ほとんどの学生が参加経験を持つ。形式を問わず、意欲的に参加していることがわかる。

＜インターンシップ等の形式別参加状況＞

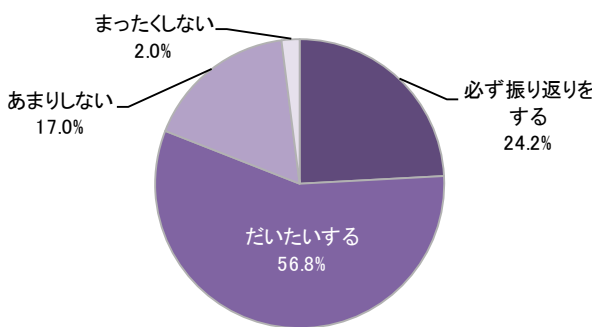


2. プログラム参加後の振り返り

プログラムの参加後に、振り返りをしているかどうかを尋ねた。「必ず振り返りをする」は24.2%と限定的だが、「だいたいする」という学生が過半数を占め(56.8%)、大半の学生が振り返りをしていることがわかる。

具体的な内容としては、グループワークでの立ち回りを振り返ることで、自分の強み・弱みに気づき、自己分析につなげたり、今後のインターンシップや採用選考に活かしたりと、様々な角度で振り返りを行い、就職活動準備を進めている様子が見える。

＜プログラム参加後の振り返り状況＞

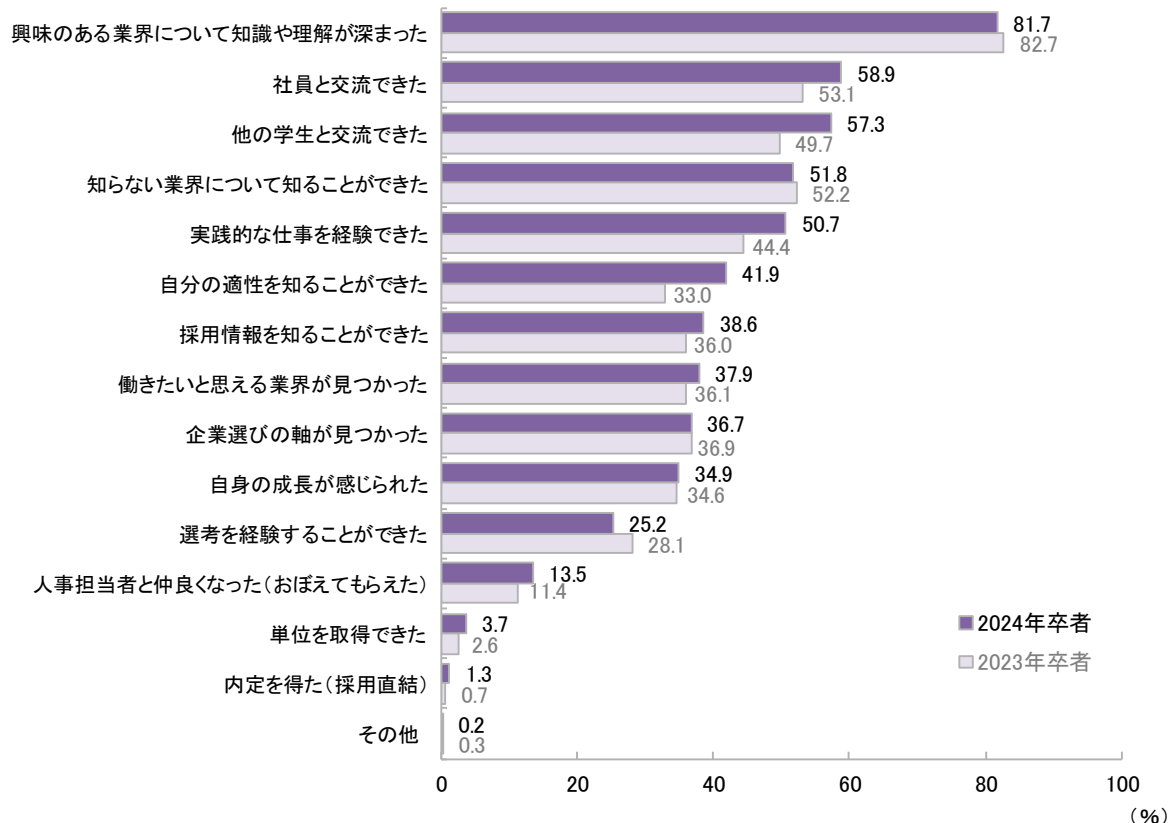


■振り返りをする理由や、その内容

- 企業の雰囲気や仕事内容について振り返りを行うことで、今後どのように就職活動を進めるのかを決めるため。 <文系男子>
- 自分が興味を持った部分は就活の軸になると思うため、必ずメモをするようにしている。 <理系男子>
- 記憶が新しいうちに、参加した企業に対して感じたことをまとめておくことで、本選考の際に活かすことができると考えているから。 <理系女子>
- 参加した企業の特徴を理解したり、自分が成長したなと感じるところを確認できたりした。 <文系女子>
- 目標を持って臨んでいるので、その条件をクリアしたか必ず振り返ることにしている。 <理系男子>
- 自分が想像していた業務と同じだった点、異なっていた点を整理したいから。 <文系女子>
- 自分の振る舞いを振り返り、良い点・悪い点を見つけ、就活本番に生かそうとしている。 <文系男子>

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、前年の調査結果と比較した。最も多いのは今年も「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(81.7%)。続く「社員と交流できた」「他の学生と交流できた」は、それぞれ前年よりポイントが増加し6割近くを示した(58.9%、57.3%)。対面での参加が増えたことで、交流機会を持てた学生が増えたのだろう。他に「実践的な仕事を経験できた」「自分の適性を知ることができた」も伸びており、対面効果と言えそうだ。

＜インターンシップ等に参加してよかったこと＞



■よい印象をもったプログラム

【対面形式】

- 他のインターンでは体験できないシステムの運用業務を体験させてもらった。また、フィードバックや社員さんと喋る機会も多く、自分がこの会社で働けるかどうかを判断する材料を得られた。 <文系男子>
- 今ある商品をより良くする方法をグループで考える、というもの。対面開催ということもあり、企業の方と実際にお話しもでき、班のメンバーとのコミュニケーションも取りやすかった。 <文系女子>
- 設計開発職の実践型のもので、実際に製品を触ることができ、職種理解が進みました。 <理系女子>
- 工場見学を実施していただき、やりがいを感じながら業務に取り組めることが分かりやすかった。 <理系男子>

【オンライン形式】

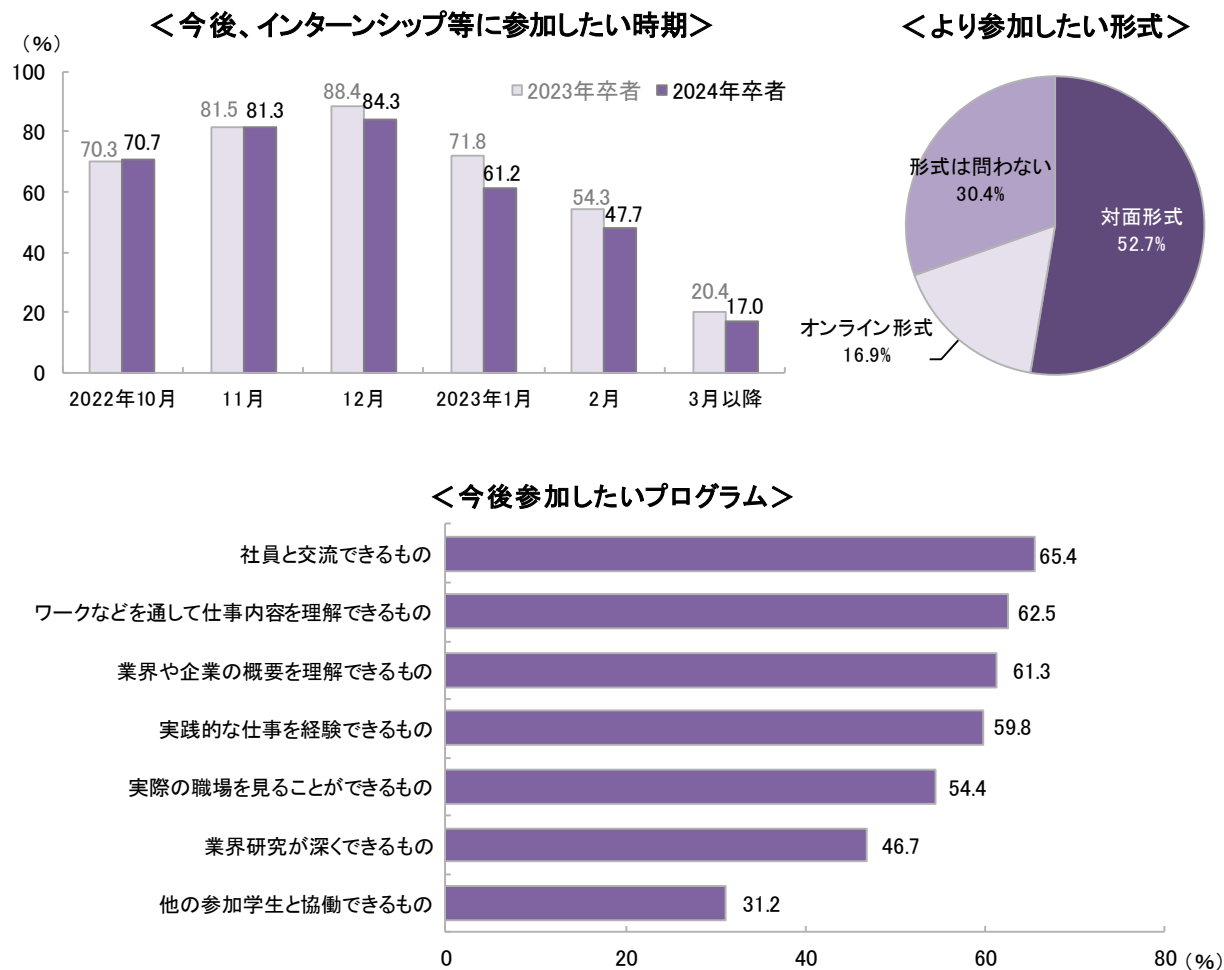
- 問題解決のためのグループディスカッションを行った。会社から後日一人一人に PDF 形式のフィードバックが送られ、自分の直すべき点や伸ばすべき点を理解できた。 <文系男子>
- 自宅に製品が送られてきて、実際に触ってワークに取り組むという内容。オンラインでも製品に触れることができ、企業が行っている事業への理解が深まった。 <理系女子>
- ワークで社員の方が取引先の役を演じてくださり、実践的なヒアリング体験ができた。 <文系女子>
- バーチャル工場見学が良かった。 <理系男子>

3. 今後のインターンシップ等への参加予定

今後インターンシップ等に参加したい時期は「12月」が最も多く、次いで「11月」。ともに8割を超える(84.3%、81.3%)。前年調査と比べると、「1月」が10ポイント以上減少するなど(71.8%→61.2%)、年明け以降のポイント低下が目立つ。

対面とオンラインとで、より参加したいのはどちらの形式かを尋ねてみたところ、対面形式を希望する学生が過半数を占めた(52.7%)。ただ、「形式は問わない」という学生も3割おり、形式よりも内容や時期を重視して選びたいということなのだろう。

どのような内容のプログラムに参加したいかについては、「社員と交流できるもの」が65.4%で最も多く、次いで「ワークなどを通して仕事内容を理解できるもの」(62.5%)が続く。他にも「業界や企業の概要を理解できるもの」(61.3%)、「実践的な仕事を体験できるもの」(59.8%)が6割前後を示しており、企業風土や仕事への理解を深められるものへの関心は総じて高い。



■今後参加したいプログラム

- 自分が実際に働く姿を想像できるかが重要と考えているため、実際の業務に近い体験や職場見学、社員の方との交流を積極的に行うことができればと思う。 <理系男子>
- 人事担当者だけでなく、実際の事業に携わっている社員の方と関わる機会があるプログラムだと、どんな人がどんな風に働いているのかというイメージがつきやすく良い。 <文系女子>
- 個々の社員が具体的にどのような仕事をしているのか、どのようなキャリアを踏んできたのかが詳しく知れるプログラムが良い。 <文系男子>

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&仕事研究イベントなど)への参加状況を、開催形式ごとに確認した。全体の9割(91.0%)が「オンライン形式」に参加経験があると回答し、主流となっていることがわかる。ただ、「会場型」は参加経験者が前年より大きく増え(37.6%→51.5%)、一人あたりの参加回数も増加(平均1.9回→2.1回)。会場型のイベントが復活してきていることが表れている。

今後の参加意向についても形式ごとに尋ねた。「オンライン形式」が77.4%と高いものの、「会場型」も5割超(53.7%)が参加を希望している。参加したい時期は、会場型・オンライン形式ともに年内の割合が高く、1月以降は5割を下回る。年内は積極的にイベントに参加し広く業界や企業を見て、年明けから志望業界や企業を絞っていきき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	51.5	37.6	51.9	59.9	39.7	49.6
オンライン形式に参加	91.0	91.3	90.2	91.2	93.5	88.0

<就活準備イベントの参加回数>

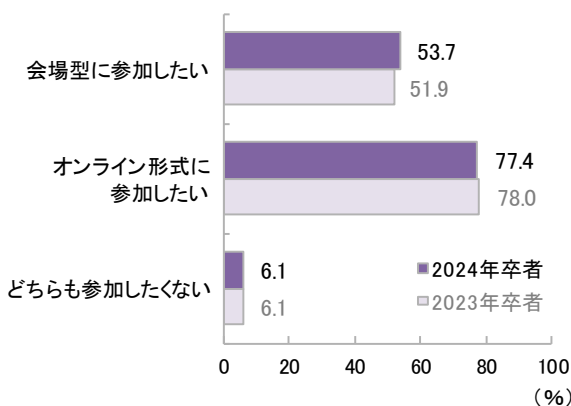
(回)

	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)	2.1	1.9	2.3	2.1	2.1	1.9
オンラインの視聴回数(平均)	5.7	6.2	5.7	5.9	5.6	5.2

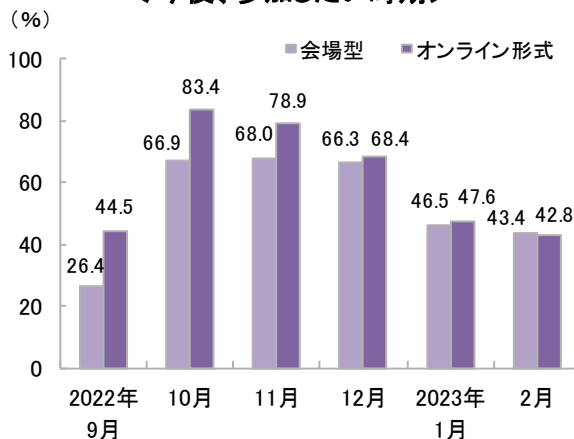
※それぞれの参加者が分母。

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

- 具体的にどのような仕事をしているのか想像できない業界が多かったので、それらの業界の理解にとっても役立った。 <文系男子>
- あまり興味のなかった企業の情報を知ることができて視野が広がった。 <理系女子>
- 1日にさまざまな業界に属する会社を複数社視聴できるため、非常に効率よく研究ができる。 <文系男子>
- 名前を知らなかった企業でも、自分の専攻に近いことをやっていることがわかり、新たな企業を知るきっかけになった。 <理系男子>
- 対面形式は企業の実際の雰囲気を知ることができた点、オンライン形式では自宅で簡単に視聴できる点、チャット等で質問がしやすい点良かった。 <文系女子>
- イベントに参加することによってモチベーションを上げられるという点良かったです。 <理系男子>

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 2 割強 (22.9%)。前年調査 (19.7%) を 3.2 ポイント上回る。「なんとなく決まっている」(51.1%) を合わせると 7 割を超える (74.0%)。特に理系において決定している学生の割合が高い。

志望業界を 40 業界の中から 5 つまで選んでもらい、文理男女別に順位付けをした。まず文系男子は 1 位が「情報・インターネットサービス」で、3 位に「情報処理・ソフトウェア」が挙がるなど、IT 業界への関心の高さがうかがえる。文系女子は「マスコミ」が最多で、「商社 (総合)」が続く。文系男子で 1 位の「情報・インターネットサービス」は女子では 8 位だった。

理系を見ると、男子は 1 位「電子・電機」の後に、「情報・インターネットサービス」「情報処理・ソフトウェア」と続き、文系男子同様 IT 業界への関心が高い。理系女子は「水産・食品」「医薬品・化粧品」が 3 割を超え、ポイントが集中している。

志望業界は就職活動が進んでいく中で変化することも多いため、今後の推移に注視したい。

<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	22.9	19.7	18.8	14.4	34.9	30.8
なんとなく決まっている	51.1	51.0	49.1	55.5	46.0	51.9
決まっていない	26.1	29.2	32.1	30.1	19.1	17.3

<志望業界(上位 15 業界)>

※5つまで選択 (%)

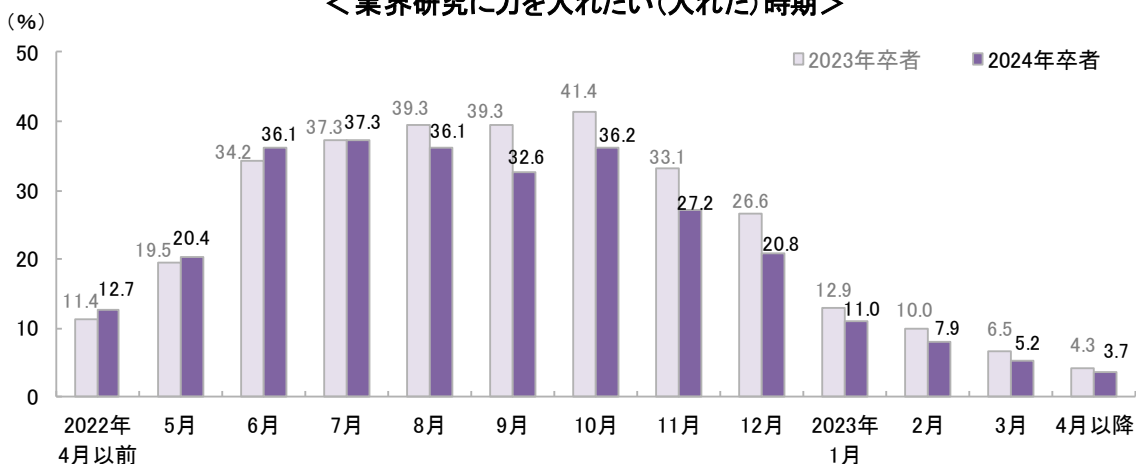
文系男子		文系女子		理系男子		理系女子		
1	情報・インターネットサービス 23.3	1	マスコミ 26.9	1	電子・電機 29.3	1	水産・食品 32.7	
2	銀行 22.6	2	商社 (総合) 18.8	2	情報・インターネットサービス 23.0	2	医薬品・医療関連・化粧品 30.9	
3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 20.1	3	水産・食品 17.0	3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 20.1	3	素材・化学 25.5	
4	商社 (総合) 19.5	4	銀行 15.2	4	素材・化学 18.4	4	情報・インターネットサービス 15.5	
5	調査・コンサルタント 18.2		商社 (専門) 15.2		機械・プラントエンジニアリング 18.4		建設・住宅・不動産 15.5	
6	官公庁・団体 16.4	6	官公庁・団体 14.8	6	水産・食品 16.7	6	官公庁・団体 14.5	
7	マスコミ 15.7	7	ホテル・旅行 12.1	7	調査・コンサルタント 16.1	7	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 13.6	
8	建設・住宅・不動産 13.8		情報・インターネットサービス 11.7		エネルギー 16.1		8	電子・電機 11.8
9	エネルギー 13.2	8	教育 11.7	9	建設・住宅・不動産 12.6	9	調査・コンサルタント 10.0	
10	運輸・倉庫 12.6	10	運輸・倉庫 11.2	10	自動車・輸送用機器 11.5		精密機器・医療用機器 10.0	
11	商社 (専門) 11.9	10	エンターテインメント 11.2	11	精密機器・医療用機器 9.8	11	エネルギー 8.2	
12	人材サービス・人材紹介・人材派遣 10.7		12		建設・住宅・不動産 10.3		12	商社 (総合) 9.2
13	証券・投信・投資顧問 8.8	13	13	印刷・パッケージ 9.9	13	13	13	農業・林業・鉱業 5.5
	保険 8.8		14	調査・コンサルタント 9.4			14	医薬品・医療関連・化粧品 8.6
15	リース・レンタル 7.5	14	14	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 9.4	15	15	15	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 4.5
			15	15			通信関連 6.9	15
							印刷・パッケージ 4.5	
							マスコミ 4.5	

6. 業界研究・企業研究に力を入れたい時期

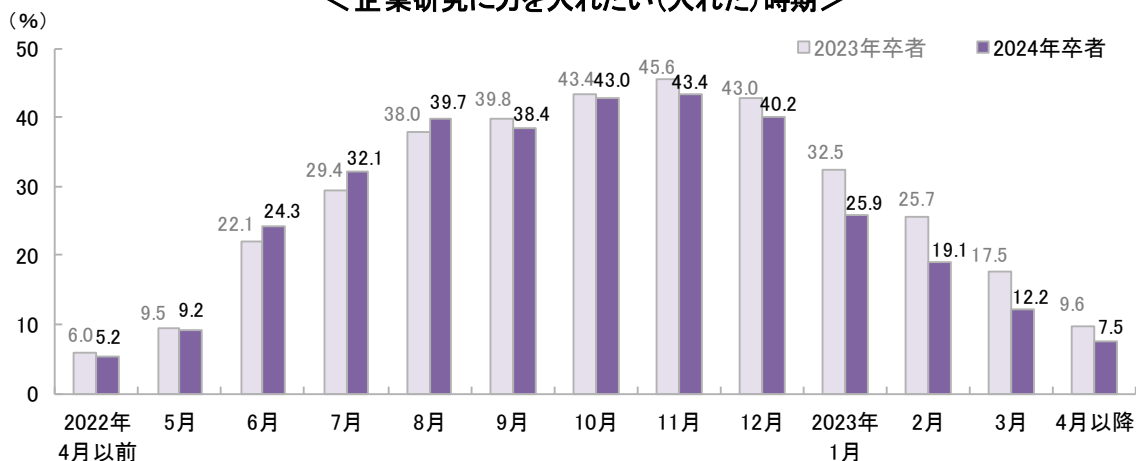
業界研究と企業研究について、それぞれ力を入れたい時期（入れた時期）を複数回答で尋ねた。

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。「7月」(37.3%)をピークに10月まで3割台が続き、「11月」には2割台、「1月」には約1割(11.0%)へと落ち着いていく。一方、企業研究に力を入れたい時期は「8月」から「12月」にかけて4割前後を示し、夏場から年内までがボリュームゾーン。業界研究・企業研究ともに前年調査に比べて後半のポイントが低下しており、早めにめどをつけたいとの意向が強いようだ。

＜業界研究に力を入れたい(入れた)時期＞



＜企業研究に力を入れたい(入れた)時期＞



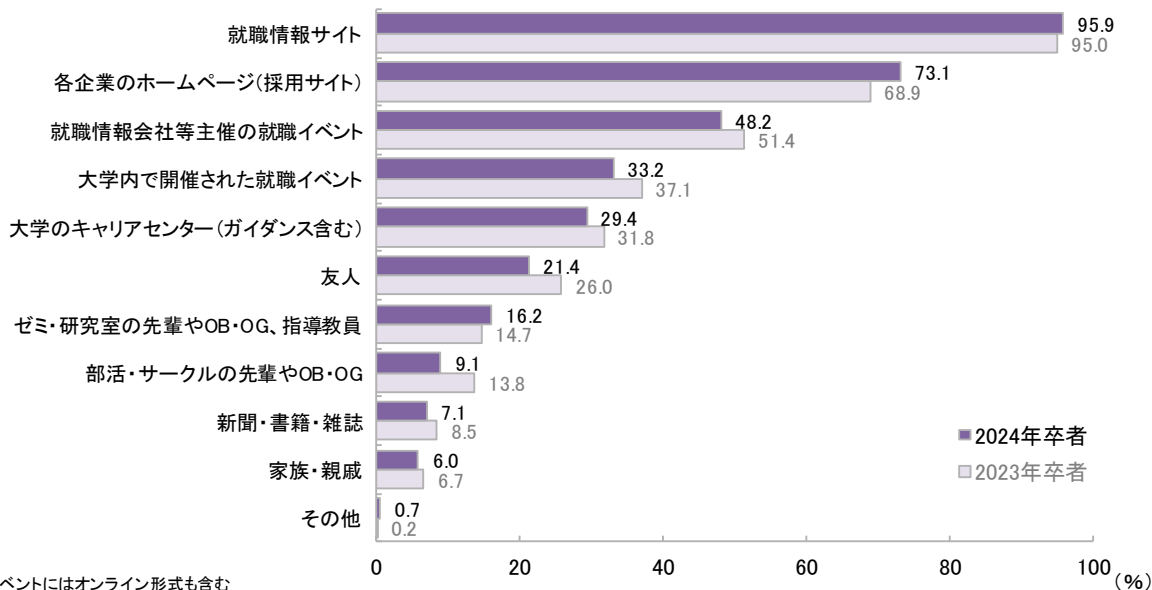
■業界研究・企業研究のプラン（進め方）

- 夏インターンシップの前には大まかな業界研究と会社研究を終わらせようと考えた。 <文系男子>
- 6～8月に進みたい業界が決定したため、9月以降は企業に関する研究を進めたい。 <理系男子>
- 夏は様々な業界の話聞き、9、10月頃に軸を定め、11月頃から企業研究を進めていきたい。 <文系女子>
- 今年中にはある程度業界を絞って、来年はインターンやOB訪問などの企業研究に集中したい。 <文系男子>
- 選考が始まるまでは、業界研究や企業研究をしっかりと進めたいと思います。具体的には、口コミサイトや企業のウェブサイト、就活セミナーなどで調べたいと思います。 <文系男子>
- 冬季までには業界や企業をしばらく、本選考対策を行いたいです。 <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 割超と突出して高く (95.9%)、ここに「各企業のホームページ(採用サイト)」(73.1%)、「就職情報会社等主催の就職イベント」(48.2%)が続く。「友人」「部活・サークルの先輩やOB・OG」などが前年調査より減少しているが、コロナ禍で大学生活を過ごす中で、縦や横の繋がりが希薄になり、就活の情報収集のチャンネルになりにくくなっているという側面がありそうだ。

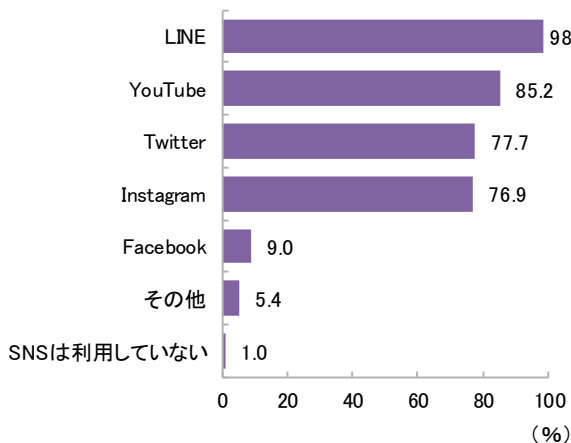
＜就職活動に関する情報の入手先＞



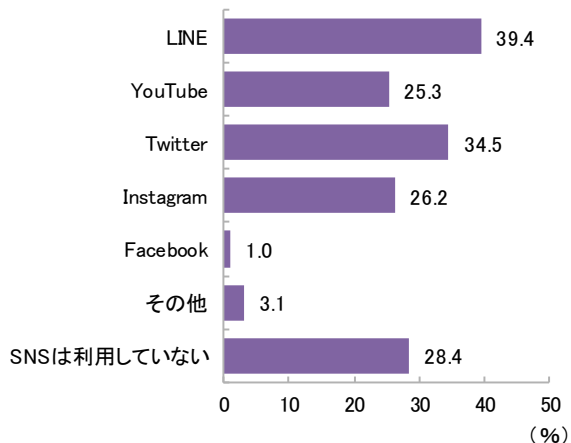
8. SNS 利用状況

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 (98.4%)。「YouTube」(85.2%)、「Twitter」(77.7%) も 8 割前後で利用率が高い。就職活動においても「LINE」の利用率は高く、約 4 割に上る (39.4%)。次いで「Twitter」が 3 割強 (34.5%)。「Instagram」「YouTube」も 4 人に 1 人が利用。様々なツールを利用して情報収集を進めていることがうかがえる。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。

＜日常生活で利用するSNS＞



＜就職活動で利用するSNS＞

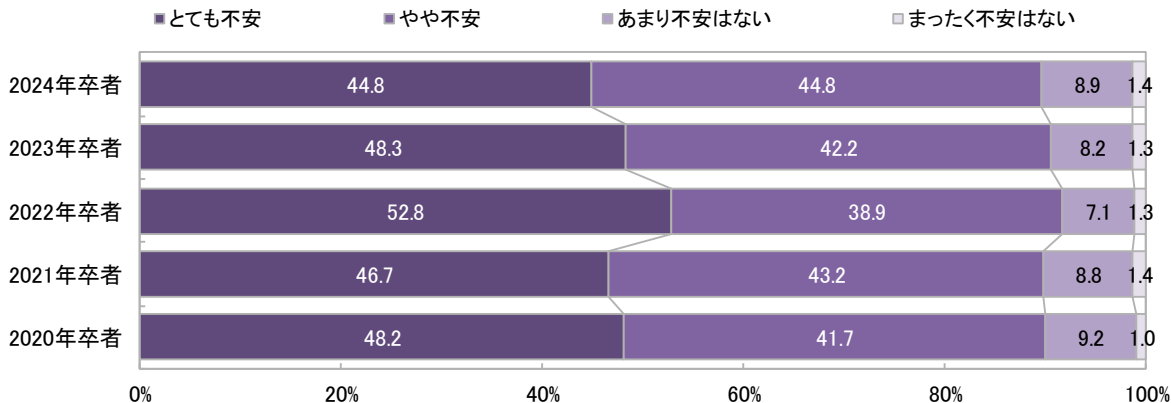


9. 就職活動への不安

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」という回答が2年連続で減少(52.8%→48.3%→44.8%)。ただし「やや不安」(44.8%)と足し合わせると、不安を感じている学生は約9割に上る(計89.6%)。

具体的には、順調に就活準備を進められているのか判断できないことへの漠然とした不安の他、モチベーションの維持や、学業との両立への不安など、多岐にわたる。

<就職活動への不安>



■具体的な不安

- 周りがどのように進め、今どういう状況なのかかわからず、自分の現状に不安を感じます。 <文系女子>
- 夏インターンの選考に大量に落ちたので、本選考が不安である。 <文系男子>
- サマーインターンシップの疲れから、モチベーションが下がりがつある。 <文系女子>
- 「就活をやっている」つもりになって、本当に大切なことを見失っていないか不安に感じている。 <理系女子>
- 選考の早期化が進んでいて、修士研究との両立が大変である。 <理系男子>
- 本当に自分が満足できる企業が見つかるのかが非常に不安。特に周囲がインターンに通ったと報告してきたり、選考を通過したと言われた時によく思う。 <文系男子>
- 自分の志望業界はどのくらいの人気があり、倍率がどの程度なのか、ライバルの情報がないのが不安な点。 <理系男子>

■就職活動に関して、今知りたいことや欲しい情報

- この時期には何をすべきか、業界・企業研究のコツ、インターンシップには何社程度参加すべきか等の情報を知りたい。 <文系女子>
- 入社後のキャリアプラン。インターンに参加するにあたり必要だと考えられるスキル(業界の知識など)。 <理系女子>
- 企業のどこを見て、何を知れば、企業研究をしたことになるのか。 <文系男子>
- 本選考の募集時期や募集回数。複数回締切がある企業には早めにエントリーした方がいいのかなど。 <文系男子>
- 人事の方が実際に面接で重視している点などの、企業側が学生側を判断する基準などを知りたいです。 <文系男子>
- 理系大学院生が就活と研究をどのように両立しているのか。 <理系女子>
- 就活生はどのタイミングでここだと思える企業に出合っているのかが知りたいです。 <文系女子>
- 優良企業の見極め方を知りたい。 <理系男子>