

2024 年卒
特別調査

インターンシップ等に関する特別調査

キャリアス就活 2024 学生モニター調査結果 (2023 年 3 月発行)

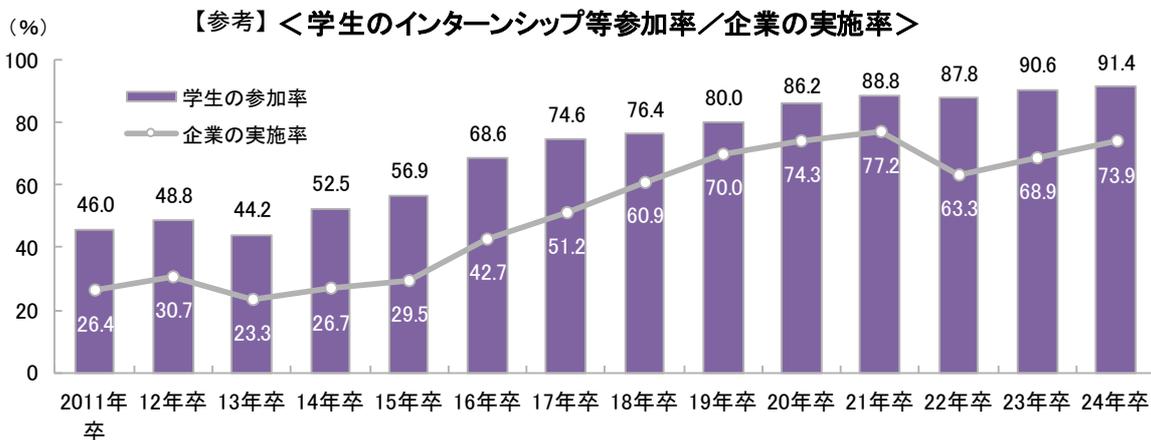
本格的な就職活動の前に仕事体験や企業研究の場として活用されることの多いインターンシップ。コロナ禍により急速にオンライン化が進んだが、感染の落ち着きに伴い再び対面形式も増えている。

2024 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——。参加したプログラムの内容や感想、参加企業への就職志望度などを調査し、分析した。

(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. インターンシップ等の情報収集
2. 応募先を探す際に重視した点
3. 参加したプログラムの内容
4. 仕事内容の理解度
5. プログラムの満足状況 (参加日数別 / 社員との接点有無別 / 成長実感別)
6. 参加前後の就職志望度の変化
7. プログラム参加企業への就職エントリー
8. 事前選考経験と通過率
9. 学生にとって適切な実施時期



※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。2024年卒は2022年度実施

調査概要

調査対象 : 2024 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、インターンシップ等のプログラムに 1 社以上参加経験がある者

回答者数 : 773 人 (文系男子 224 人、文系女子 236 人、理系男子 208 人、理系女子 105 人)

調査方法 : インターネット調査法

調査期間 : 2023 年 3 月 7 日 ~ 16 日

サンプリング : キャリタス就活 2024 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」)

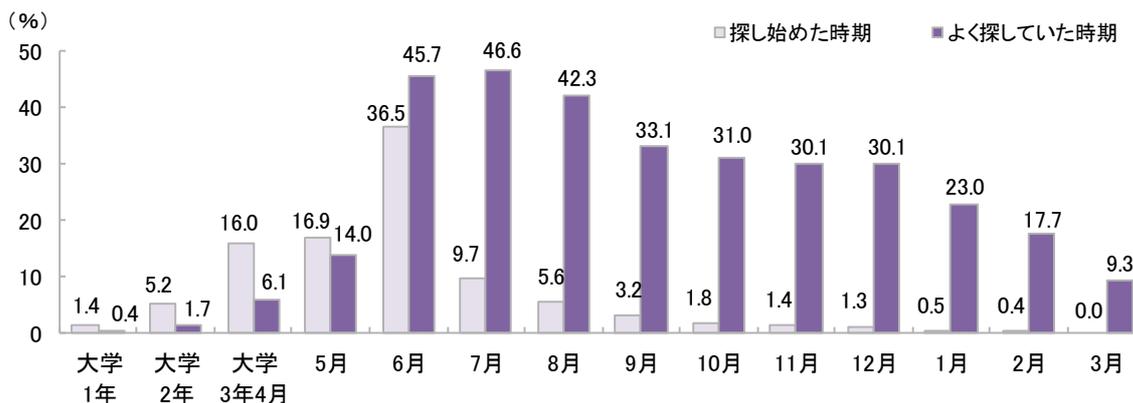
1. インターンシップ等の情報収集

最初に、インターンシップや仕事研究プログラム等の募集情報（募集企業）を具体的に探し始めた時期を尋ねた。3年生の「6月」が3割強で圧倒的に多く（36.5%）、6月までに7割超が情報収集を開始（計76.0%）。さらに、よく探していた時期を複数回答で尋ねたところ、「6月」から「8月」にかけて4割台で多く、8～9月の夏休み中の参加に向け熱心に企業を探す学生が多かったことがうかがえる。

一方で、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て取れる。

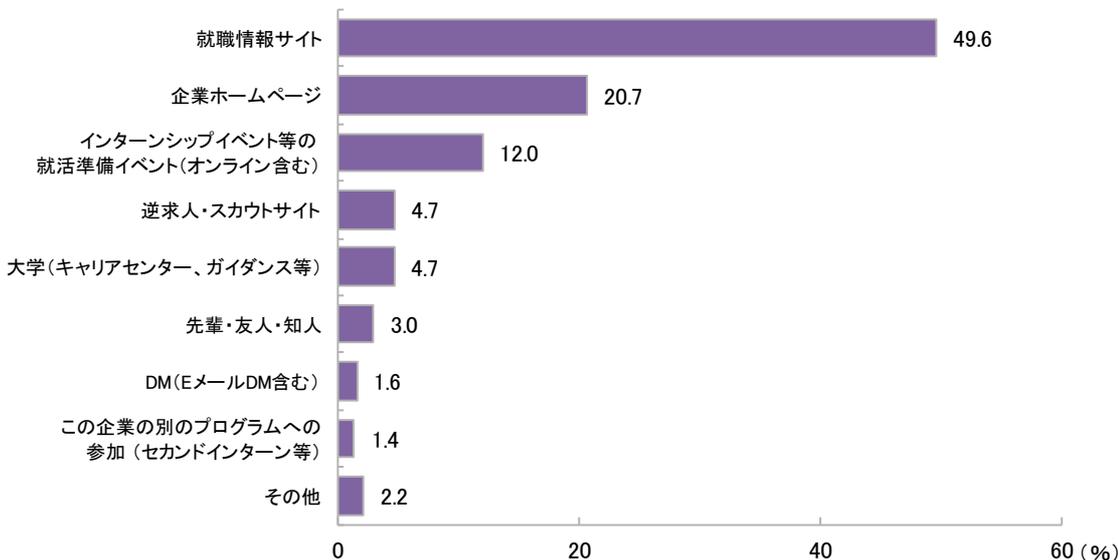
なお、参加したプログラムを知ったきっかけは「就職情報サイト」が最多で、約半数を占める（49.6%）。

<インターンシップ等に関する情報を探し始めた時期／よく探していた時期>



※「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

<参加したプログラムを知ったきっかけ(分布)>



■募集企業への要望、企業に望む情報発信

○参加される社員の方の年次を知っておきたかった。それに合わせて考えておく質問が変わるから。<文系女子>

○身に付くスキルや姿などの最終的なゴールをわかりやすく提示してほしい。<理系男子>

○服装をスーツ指定か私服指定かどちらかにしてくれた方がありがたい。余計な心配をせずにすむ。<文系男子>

○文理歓迎とあっても、内容があまりにも理系の基礎知識が必要であったりするので、どの程度の基礎知識が必要なのか事前に教えてほしいと感じた。<文系男子>

○会社紹介動画などは参加後にもう一度見ることができると、より企業への理解が深まると思った。<理系女子>

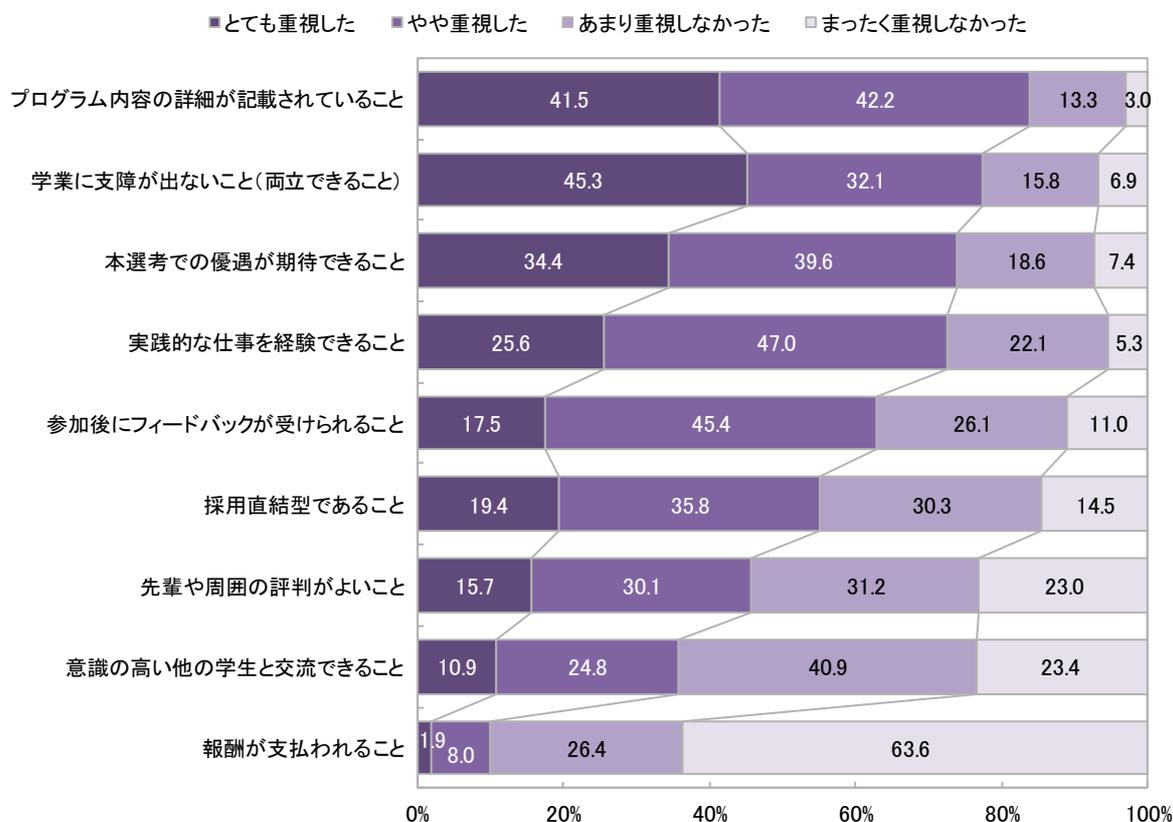
2. 応募先を探す際に重視した点

応募先を探す際の条件として項目を示し、それぞれ重視した度合いを尋ねた。

「とても重視した」という回答が最も多いのは「学業に支障が出ないこと」。45.3%が選び、学業との両立が多く学生の学生にとっていかに重要視されているかがわかる。その結果、夏季休暇中に参加が集中していると見られる。

「とても重視した」と「やや重視した」を合計すると、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割を超える（計 83.7%）。内容が曖昧なものを敬遠する学生が少なくないことが読み取れる。「本選考での優遇が期待できること」「実践的な仕事を体験できること」がそれぞれ7割超（計 74.0%、計 72.6%）。「採用直結型であること」は半数強（計 55.2%）。

＜参加企業を探す際（申し込む際）に重視したこと＞



■具体的に重視したこと

- 学業に支障が出ない夏休みを利用して、プログラム内容が具体的に記載されているものを選んだ。 <理系女子>
- 大学1年次は、ガクチカとなるような経験が accrue インターンシップを探した。大学3年生からは早期選考につながるもの、企業理解ができるものを探していた。 <文系女子>
- とりあえず多く受け、自分がどの業界の企業にあってるかを確認することを重視した。 <文系男子>
- 特に対面のインターンシップは大学の先輩から情報を収集し、プログラムの内容が濃いと先輩が口にしていた企業のインターンシップに応募するようにした。 <理系男子>
- 周囲が優遇を意識して選んでいると知り、9月頃から私も意識するようになった。また、日程が多く用意されているプログラムは、予定が合わなくなってしまった時に振替ができることが多く、好んで選んだ。 <文系女子>
- 業界研究・企業研究というよりも、一社会人としてどんな業務をするのか体験したいという思いが強く、実務に携われることを重視した。 <文系男子>

3. 参加したプログラムの内容

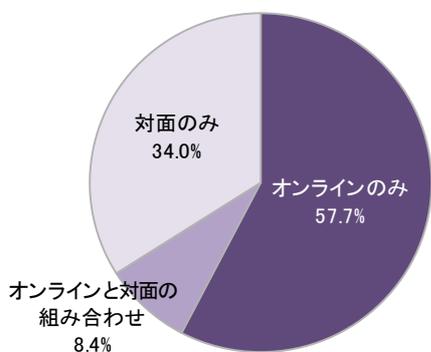
次に、学生モニターが参加したプログラムの概要を確認したい。参加したもののうち主なものを5社まで選んでもらい、時期・日数・形式、プログラム内容等を報告してもらった。

参加形式の分布を見ると、「オンラインのみ」で開催されたものへの参加が過半数を占め（57.7%）、「対面のみ」（34.0%）を約20ポイント上回る。参加したプログラムの内容は、両形式とも「講義・座学」が最多。「グループワーク」はオンラインでやや多く、「社員との座談会」は対面の方が多い。「仕事体験」を伴うものや「職場見学」は形式による差が大きく、対面がオンラインを圧倒的に上回る。

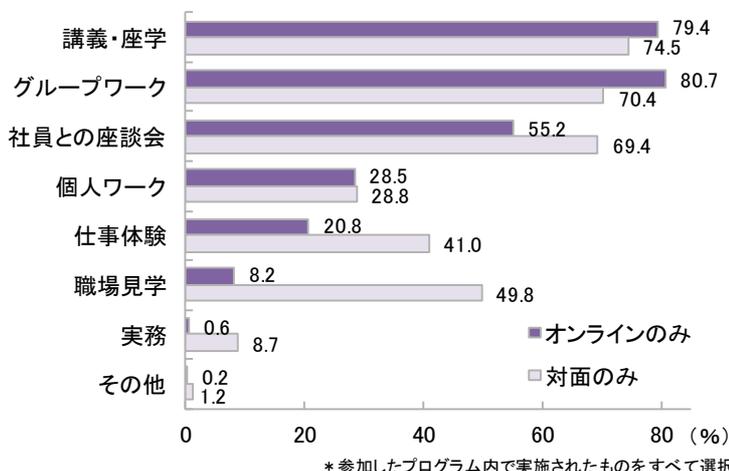
参加日数も形式によって違いが見られる。オンライン形式は1日以内の短期プログラムが約7割を占めるが（計68.1%）、対面形式では1日以内と複数日程の割合は拮抗している。

参加した業界は文理別に集計した。文系学生はサービス業が約3割で最も多いが、比較的分散している。理系学生はメーカーへの参加が過半数を占めるのが特徴的（55.0%）。

<参加形式>



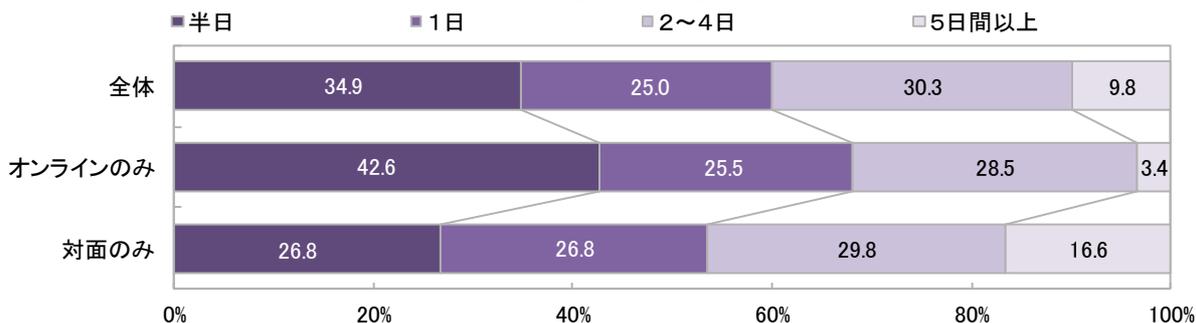
<プログラム内容(形式別)>



* 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

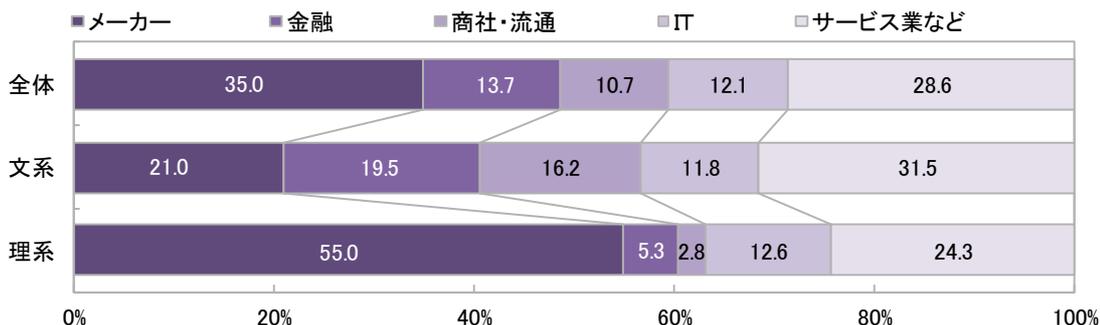
* 参加したプログラム内で実施されたものをすべて選択

<参加日数(形式別)>

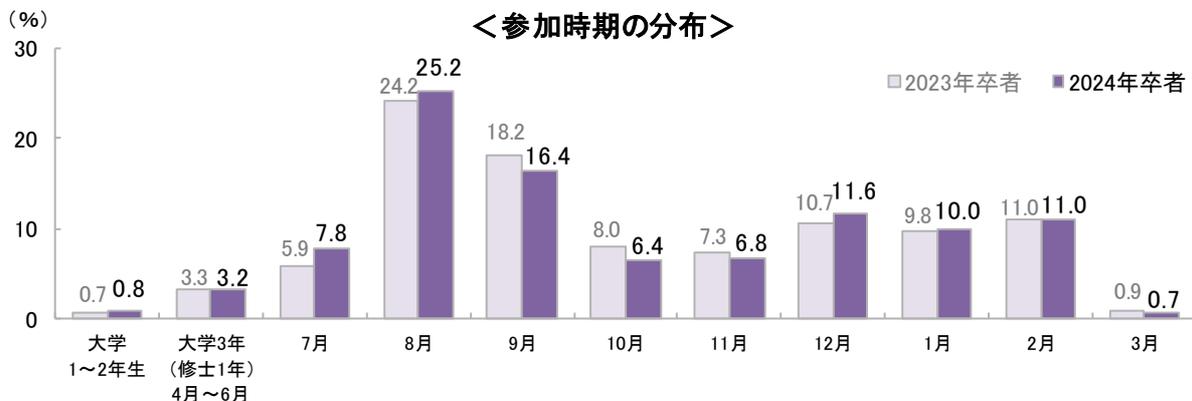


*「全体」には「オンラインと対面の組み合わせ」を含む

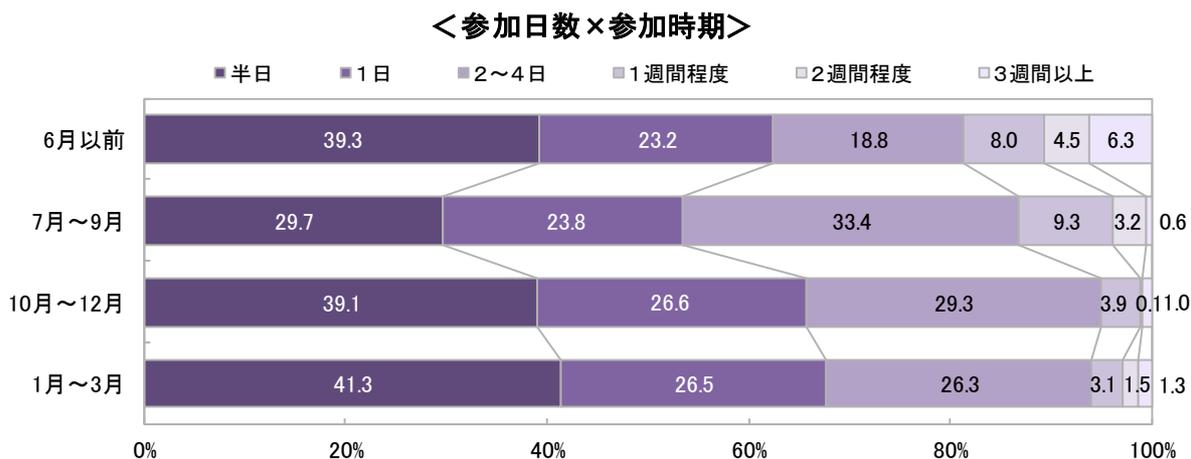
<参加業界>



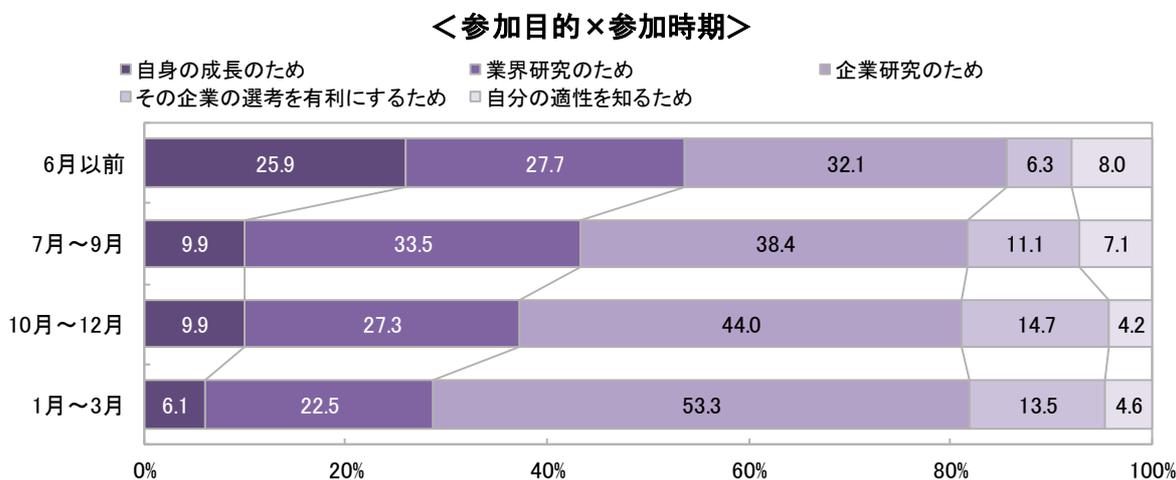
参加した時期の分布を見ると、3年生(修士1年生、以下同)「8月」の割合が最多で、前年調査よりも比率が高まった(24.2%→25.2%)。次に多いのは「9月」(16.4%)。7月～9月を合計すると49.4%になり、夏の参加が半数近くを占める。



次に「参加時期」と「参加日数」の関係を見てみる。いずれの時期も「半日」と「1日」を合わせた1日以内の短期プログラムが過半数に上る。ただし、7月～9月は「2～4日」が3割を超え最も多く(33.4%)、大学の夏季休暇にあわせて複数日にわたって実施する企業が多かったことが推測できる。



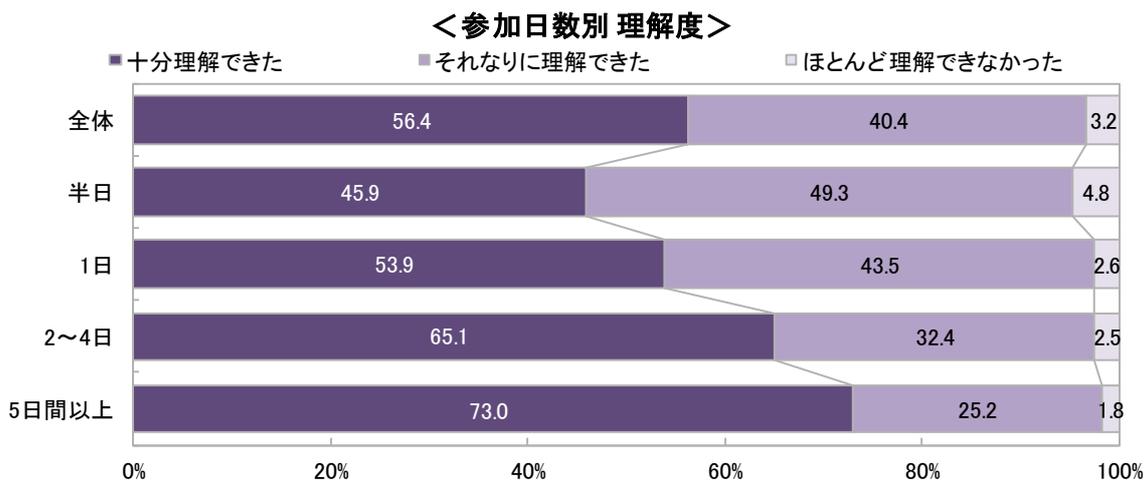
「参加目的」についても参加時期別に見てみる。6月以前は「自身の成長のため」が2割強あるが(25.9%)、7月以降は1割未満に減少。一方、「企業研究のため」の割合は時期を追うごとに比率が増し、年明けになると過半数に達する。その後の就活を意識した参加が増えていく様子が見て取れる。



4. 仕事内容の理解度

ここからは、実際に参加したプログラムの感想などについて見てみたい。

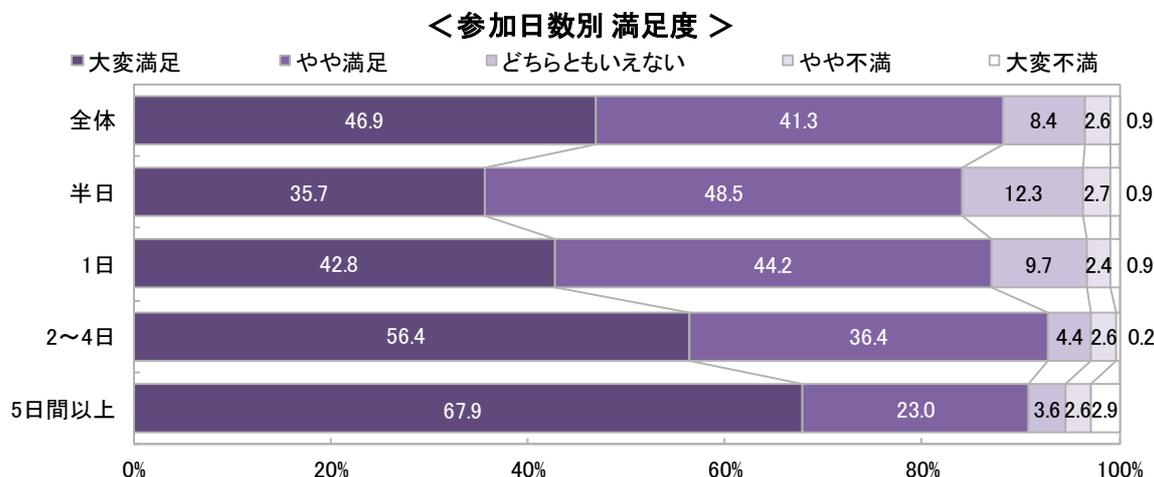
参加することで仕事内容を「十分理解できた」プログラムは半数強（56.4%）。業界研究や企業研究を目的に参加する学生が大半だが、十分な理解にはつながらなかったものも少なくない（計 43.6%）。これを参加日数別に比較すると、「半日」のプログラムでは「十分理解できた」は半数未満で（45.9%）、「それなりに」の方が多い（49.3%）。対して、「5 日間以上」のプログラムでは「十分理解できた」が 7 割以上に上る（73.0%）。参加日数が増えれば社員と接する時間が増えたり、実際の仕事を見る機会が設けられたりして、仕事に対する理解が深まるのだろう。



5. プログラムの満足状況

プログラムに参加した満足度を尋ねたところ、「大変満足」が 46.9%と 4 割強。「やや満足」（41.3%）とあわせると 9 割近くに達し（計 88.2%）、満足度は総じて高い。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」「社員との接点有無別」、自身の「成長実感別」の 3 つの指標で確認したい。

まず、参加日数別。「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（67.9%）。参加学生の満足度は長期のものの方が高くなる傾向が顕著に表れている。

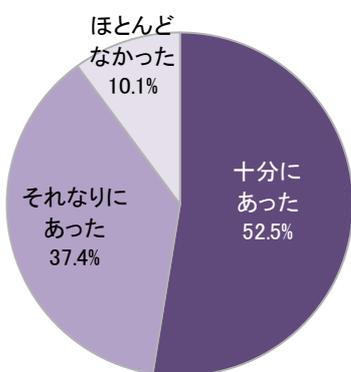


社員との接点の多寡と満足度の関係はどうだろう。

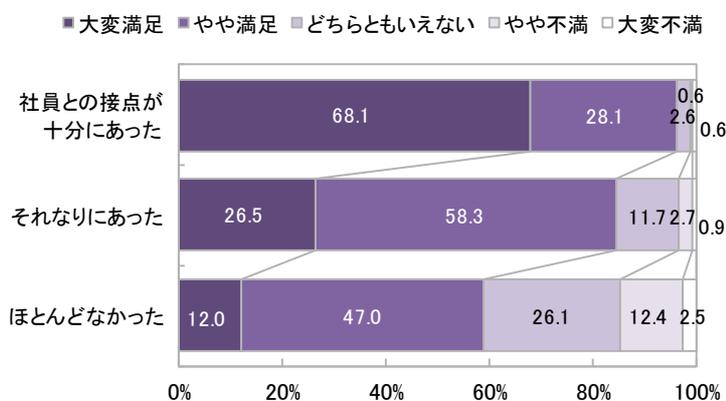
プログラム参加中に、社員との接点が「十分にあった」ものは約半数で（52.5%）、「それなりにあった」が 37.4%。多くのプログラムで社員と接する機会を設けていることがわかる。これを参加後の満足度と掛け合わせると、社員との接点が「十分にあった」ものは「大変満足」が 7 割近い（68.1%）。「やや満足」（28.1%）と合わせると 9 割を超える（計 96.2%）。「それなりにあった」ものでも、満足の合計は約 8 割（計 84.8%）と高いものの、「大変満足」は 2 割台で（26.5%）、「十分にあった」プログラムとは大きな開きが見られる。

社員との接点が「ほとんどなかった」ものにおいては、「大変満足」は 1 割台にとどまり（12.0%）、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＞



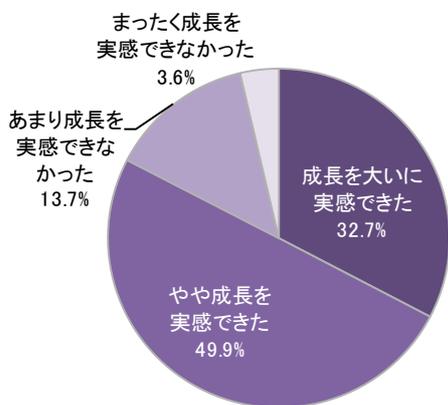
＜社員との接点有無別 満足度＞



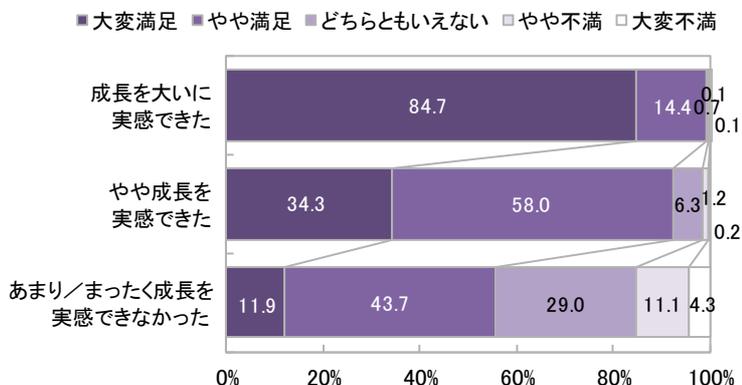
同様に、「参加による成長実感別」に満足度を見てみる。「成長を大いに実感できた」プログラムは満足度が圧倒的に高く、「大変満足」が 8 割を超える（84.7%）。「やや満足」をあわせると 99.1%。グループワークなどを通じて他の参加学生から刺激を受けたり、社員からフィードバックを受けたりすることで、自身の成長を実感でき、高い満足度につながるようだ。

一方、「成長を実感できなかった」と評価するプログラムについては、満足度は低い。参加目的に「自身の成長のため」を挙げる学生は多くはなかったが、それでも参加したことで何らかの成長を実感できないと、満足できないことが読み取れる。

＜参加したことでの成長実感＞



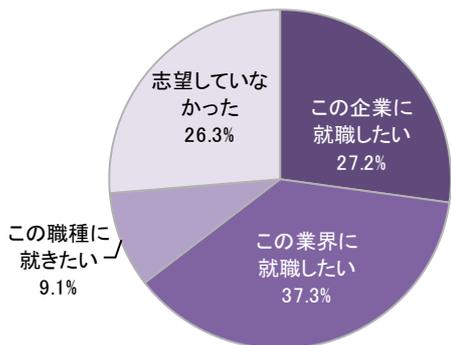
＜成長実感別 満足度＞



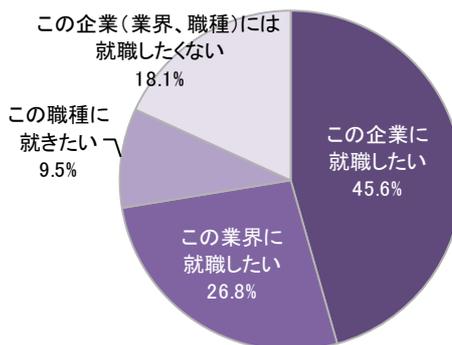
6. 参加前後の就職志望度の変化

インターンシップ等のプログラムへの参加前後で、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。参加前は「この企業に就職したい」は 3 割未満だったが（27.2%）、参加後は 45.6% へと、20 ポイント近く増えている。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。

＜プログラム参加前の就職志望度＞



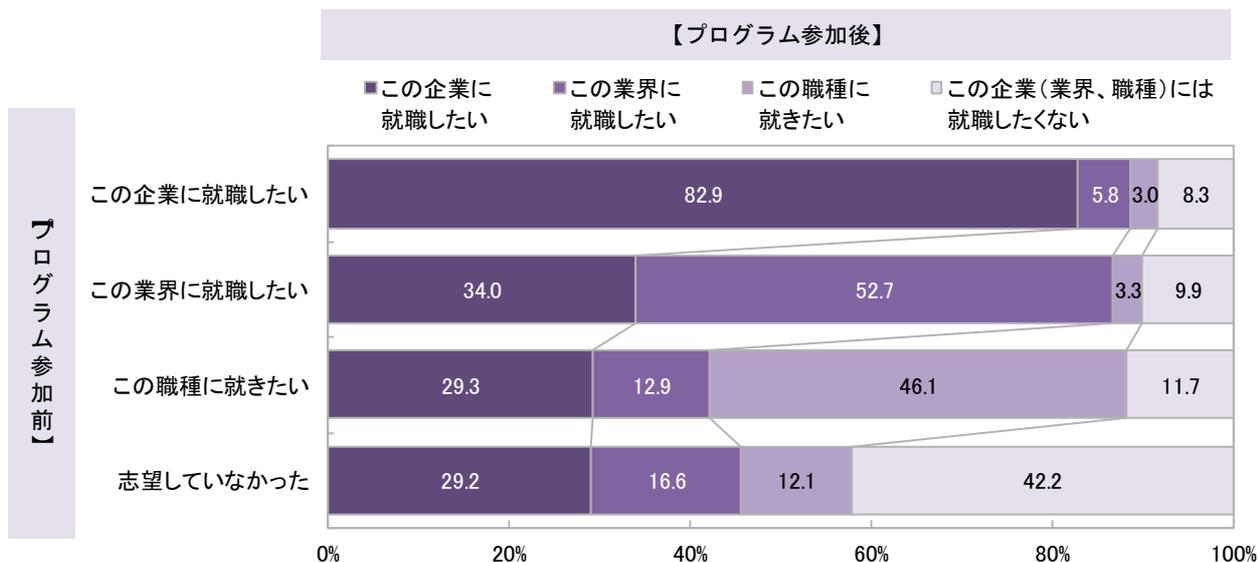
＜参加後の就職志望度＞



さらに、プログラム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 82.9% 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 8.3% だった。

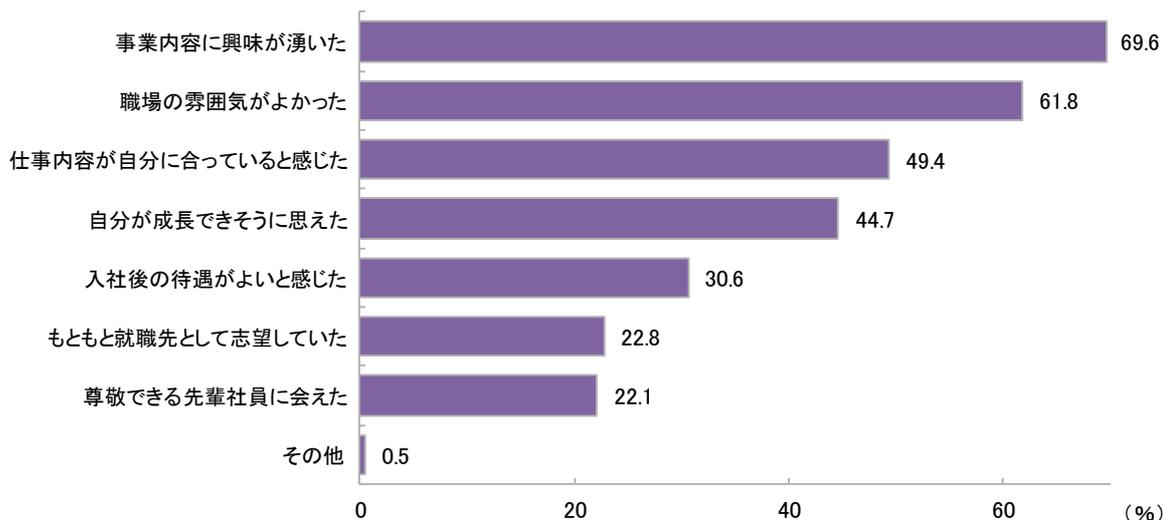
一方、参加前には「志望していなかった」と回答したもののうち、参加後に「この企業に就職したい」に変化したのは約 3 割（29.2%）。「この業界に就職したい」は 16.6%。インターンシップ等のプログラムに参加することで志望企業や志望業界になった割合は 45.8% に上った。

＜プログラム参加前の就職志望度 × 参加後の就職志望度＞



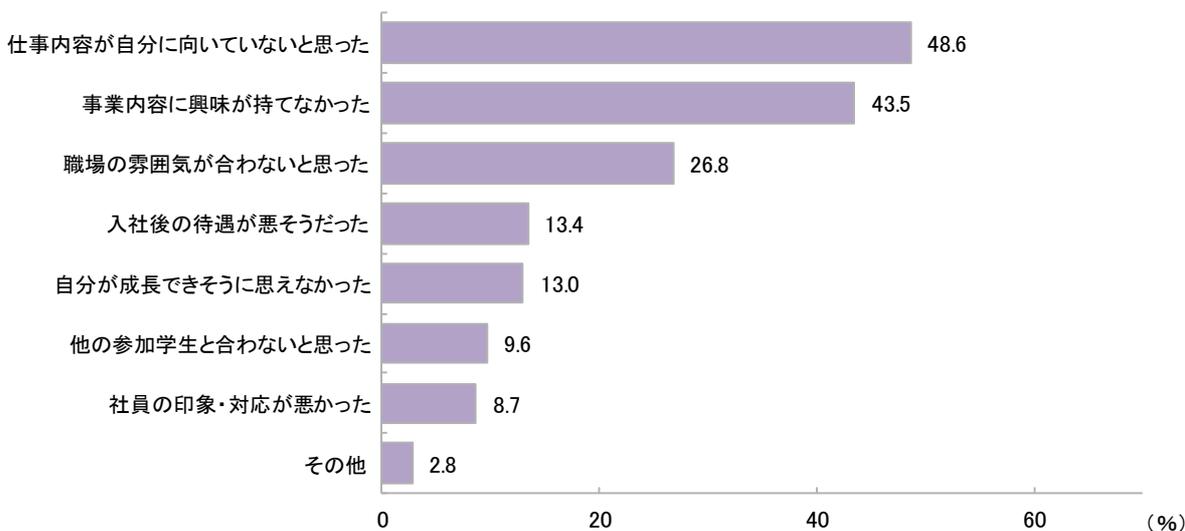
参加後にその企業に就職したいと感じた理由を尋ねたところ、最も多かったのは「事業内容に興味があった」（69.6%）。続く「職場の雰囲気がよかった」も6割と多い（61.8%）。オンラインでの参加が中心ではあるものの、先に見たように社員との接点を十分もったケースも多く、社員同士の会話などから雰囲気を判断している様子が見える。「仕事内容が自分に合っていると感じた」は約半数（49.4%）。1日以内の短期プログラムが多いが、限られた時間の中で、適性を判断するケースも少なくないことがわかる。

＜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、約半数（48.6%）。「事業内容に興味を持てなかった」（43.5%）が僅差で続く。「職場の雰囲気が合わないと思った」は3番目に多く（26.8%）、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。

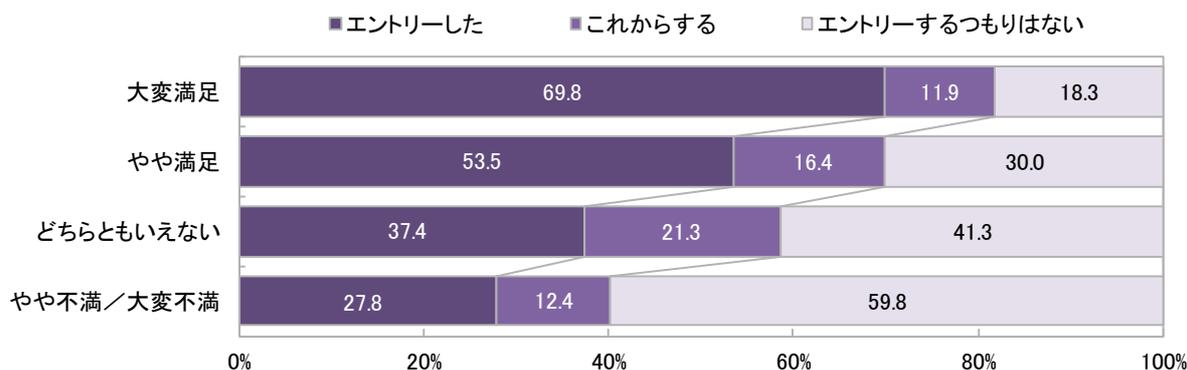
＜この企業に就職したくない理由＞



7. プログラム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」が約 7 割（69.8%）。逆に、満足度の低いもの（やや不満／大変不満）では「エントリーするつもりはない」が約 6 割（59.8%）。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。

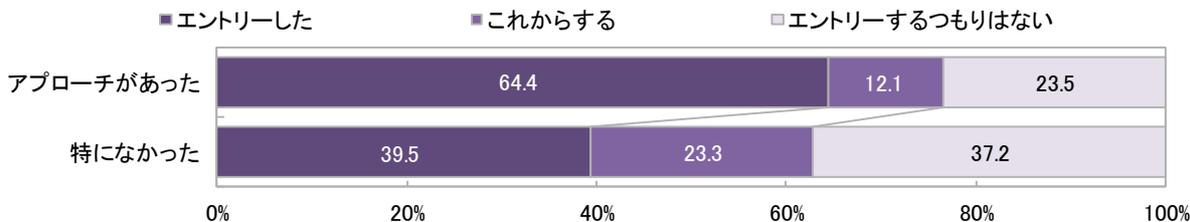
＜就職エントリーの有無×満足度＞



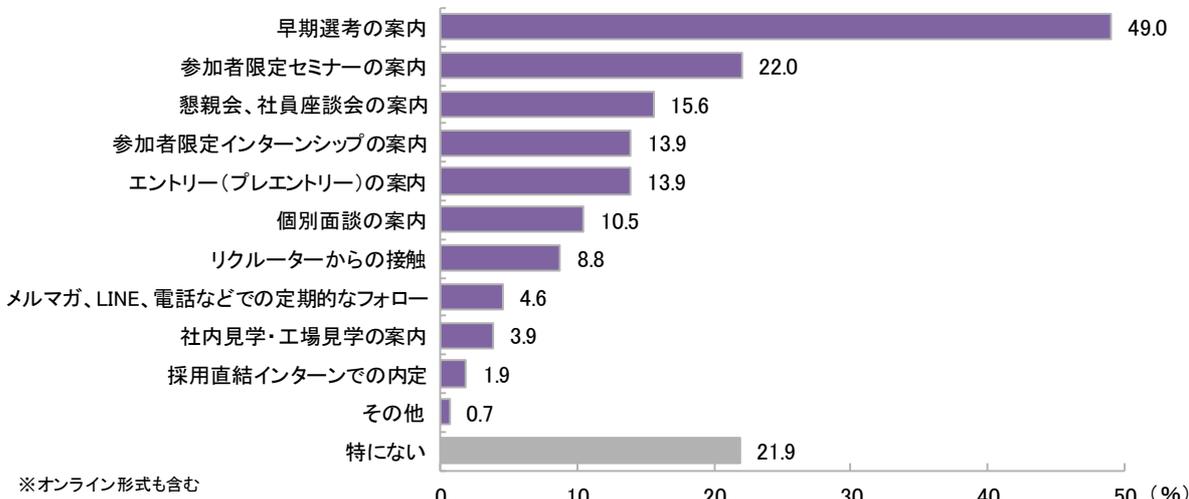
「就職エントリーの有無」を「プログラム参加後のアプローチ・優遇の有無」別でも比較した。参加後に企業から何らかの「アプローチがあった」のは全体の 78.1%。「アプローチがあった」場合、その企業に「エントリーした」は 6 割超に上り（64.4%）、「特になかった」場合（39.5%）を大きく上回った（24.9 ポイント差）。プログラムそのものの満足度だけでなく、参加後のフォローやアプローチの有無も、エントリーに大きく影響を与えていることがわかる。

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、半数近くに上る（49.0%）。

＜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＞



8. 事前選考経験と通過率

参加にあたり事前選考が実施されるプログラムへの応募経験と通過率を、プログラムの開催時期別に尋ねた。事前選考のある夏のプログラムに応募したことがある学生は8割を超え(81.4%)、秋(56.3%)、冬(61.8%)を大幅に上回る。平均社数も夏が10社に対し、秋冬はその半数程度と、圧倒的に多い。

一方、通過率を見ると、夏季が48.8%で最も低く、半分以上は落選している。秋冬の通過率は6割前後まで上昇する。夏季は長期プログラムの開催が多く、その分事前選考への応募も多いが、人数の制約もあり、参加の倍率が高いことが読み取れる。

<事前選考経験と通過率(時期別)>

	応募経験 (%)	応募社数 (社)	通過社数 (社)	通過率 (%)
事前選考のある 夏(6~9月)のプログラム	81.4	10.0	4.9	48.8
事前選考のある 秋(10~11月)のプログラム	56.3	5.3	3.1	57.5
事前選考のある 冬(12月~2月)のプログラム	61.8	4.4	2.8	62.6
事前選考があるプログラムへの応募経験なし	8.4	-	-	-

9. 学生にとって適切な実施時期

インターンシップ等のプログラムに、学期中に参加しやすい曜日・時間帯を、形式別に尋ねた。

まず対面を見ると、土曜日、日曜日の昼間はそれぞれ6割を超えるのに対し、平日の昼間はいずれも1割台にとどまる。夕方以降はやや増えるものの、2割台後半で土日の半分程度。

オンライン形式では、対面に比べると平日でも参加しやすいという人の割合が増加し、昼間では3割前後、夕方以降になると5割強に上る。ただし、やはり土曜日、日曜日の方が圧倒的に多く、週末や長期休暇中の開催が望ましいことが表れている。インターンシップ等のプログラムが増加する中、学業への配慮が一層求められている。

<学期中インターンシップ等のプログラムに参加しやすい日程>

【対面】		月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日	学期中は不可
全体	昼間	19.3	17.9	19.0	18.0	19.9	63.0	63.9	23.8
	夕方以降	25.7	25.7	27.0	26.0	27.8	55.2	54.3	27.6
文系	昼間	20.4	17.6	20.0	17.2	20.2	63.5	63.7	23.3
	夕方以降	25.2	25.2	27.2	26.1	27.4	54.6	53.5	27.2
理系	昼間	17.6	18.2	17.6	19.2	19.5	62.3	64.2	24.6
	夕方以降	26.5	26.5	26.8	25.9	28.4	56.2	55.6	28.1

【オンライン】		月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日	学期中は不可
全体	昼間	29.4	28.7	30.8	29.2	29.6	73.1	73.7	11.3
	夕方以降	50.8	51.9	53.3	53.4	54.3	67.9	67.8	11.9
文系	昼間	30.9	28.5	30.9	29.1	29.3	71.7	71.7	12.6
	夕方以降	47.0	46.7	49.3	49.3	50.4	64.6	65.4	14.1
理系	昼間	27.2	29.1	30.7	29.4	30.0	75.1	76.7	9.3
	夕方以降	56.5	59.4	59.1	59.4	60.1	72.8	71.2	8.6

■参加したインターンシップ等の良かった点／不満に思った点

【良かった点】

- ただ体験が楽しいだけでなく、企業の説明や体験を通して何を学んで欲しいのかという点が伝えられ、仕事の勉強として有意義な時間だった。他の学生や社員とも近い距離感でお話できた。＜専門商社／対面／文系女子＞
- 業界・企業研究を行うことができた。営業体験を通して自分の適性を確かめることができた。対面開催だったため、他学生や社員との接点が多かったのが良かった。＜エネルギー／対面／理系男子＞
- プログラムが詳細に記載されており、前もって準備してから参加することができた。＜銀行／対面／文系女子＞
- 社員さんがとても明るく迎えてくださり、楽しく参加できました。座談会ではネガティブな質問もすべて包み隠さず伝えようとしてくださったのが良かったです。＜素材・化学／対面／文系女子＞
- 工場見学や職場見学を通して、働くイメージがついた。＜鉄鋼・非鉄・金属製品／対面／理系男子＞
- 実際に業務に携わる方と議論を行ったため、大学の研究と企業における研究で重視するポイントが違い、異なる視点を得ることができた。また、新たに研究開発の在り方を知ることができたため、志望職種が大きく変わった。＜素材・化学／オンラインと対面の組み合わせ／理系男子＞
- 仮想顧客へのヒアリングを行い、最終日に提案を行った。上司レビューなどの社内連携の仕方ははじめ、ルーティンとして行われている業務を体験できた。＜情報・インターネットサービス／オンライン／文系男子＞
- フィードバックが手厚いのと社員の方々の熱量が大きいので、ワークを盛り上げていただけてとても楽しかった。＜専門店／オンライン／理系男子＞
- あまり職種について詳しくなかったが、2日間で一気に知れたのでよかった。社員が1チームに2人ついてくれたので、フィードバックもより多角的な視点からもらえた。＜水産・食品／オンライン／文系女子＞
- 4日間ほぼグループワークのプログラムで、ハードではあったものの成長も実感できた。社員の方もずっと議論を聞いていて、要所所でアドバイスをくれた。＜調査・コンサルタント／オンライン／理系男子＞
- バーチャルオフィスツアーによってオフィスの内部を見られたのが非常に良かった。良いオフィスだと感じた。企業説明も詳しくかった。＜リース・レンタル／オンライン／文系男子＞

【不満に思った点】

- 参加学生は30名ほどいたが、会話する機会がまったくなかったことは残念だった。また、事業説明が長く、退屈だった。＜精密機器・医療用機器／対面／理系男子＞
- グループワークの時間が短く、フィードバックがあまりなかった。＜サービス／対面／理系女子＞
- 社員とお話する時間がほとんどなく、企業について知ることもあまりできなかったのも、もう少し質疑応答の時間が欲しかった。＜水産・食品／対面／文系女子＞
- 残業があり、23時頃までかかった点。交通費が出なかった点。＜銀行／対面／理系女子＞
- 事前選考の倍率が非常に高かったので期待していたが、時間が半日と短く、本選考の優遇もあまり期待できない点。＜水産・食品／オンラインのみ／理系男子＞
- 人事の方が淡々と会社説明しているだけで、どのような社員が活躍しているのかなどをまったく理解することができなかった。＜情報処理・ソフトウェア／オンライン／理系男子＞
- 半日と期間が短く、ワークも1時間程度だったので、詳しい業務内容はわからなかった。＜電子・電機／オンライン／文系男子＞
- 文系理系関係なく集められたグループでディスカッションを行ったため、話がなかなか進まなかった。＜自動車・輸送用機器／オンライン／理系男子＞
- ワーク内容と実際の業務が合っていなかった。また、参加人数が少ない割に学生のレベルが低かった。＜水産・食品／オンライン／理系女子＞
- 3日間終日オンラインのため、集中力が持続せず大変だった。＜銀行／オンライン／文系男子＞