

2025 年卒
Vol. 02

11月後半時点の就職意識調査

キャリタス就活 学生モニター2025 調査結果 (2023年12月発行)

2025年卒学生の就職戦線の見方や就活準備状況は、先輩たちに比べてどのように変化しているだろうか。キャリタス就活・学生モニターを対象に、11月後半時点での就職意識および就職活動の準備状況などを尋ねた。同時期に実施した過去の調査結果とも比較しながら特徴を分析する。

1. 就職戦線の見方

- 先輩たちより「厳しくなる」63.4%。前年調査に比べ7.1ポイント増加
- 早期化の進行を警戒する学生が目立つ。インターンシップ定義変更の影響を懸念する声も

2. 11月後半時点での志望業界

- 志望業界が「明確に決まっている」35.8%。前年(31.5%)より4.3ポイント増加
- 1位「インターネットサービス」、2位「情報処理・ソフトウェア」「素材・化学」

3. 企業選びのこだわり度合い

- 「社風・人」「仕事内容」にこだわる学生が今年も9割を超える

4. 就職活動の中心におく予定の企業の規模

- 「業界トップの企業」22.3%、「大手企業」42.1%。この3カ年で大手志向の学生が増加

5. インターンシップ等(※)の参加状況

- 「1日以内」が中心も、「5日間以上」参加経験者が前年より増加傾向(27.2%→34.9%)
- 全体の平均で9.1社参加したうち、就職したいと思った企業は2.9社
- 参加者の約8割が参加後のフォローを経験。フォローによって志望度が上がった学生は6割

6. 今後のインターンシップ等への参加予定

- 全体の8割強(86.3%)が参加の意向を示す。参加したい時期は「12月」「1月」の順に多い
- 「業界や企業の概要を理解できるもの」「社員と交流できるもの」に参加希望
- 半数が「プレエントリーやマイページ登録をする」。「本選考まで待つ」は少数(7.3%)

7. 就職活動開始時期

- 「3年生の4月」が最多(26.0%)。次いで「6月」(23.0%)。活動開始の早期化が見て取れる

8. 就職活動準備状況

- 11月までの就活準備は「自己分析」85.0%、「企業研究」78.0%、「業界研究」77.7%の順
- 「会場型」の就活準備イベントへの参加が前年より大きく増加(62.5%→72.7%)

※「インターンシップ」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：2025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：1,053人（文系男子261人、文系女子360人、理系男子280人、理系女子152人）
調査方法：インターネット調査法
調査期間：2023年11月15日～22日
サンプリング：キャリタス就活 学生モニター2025

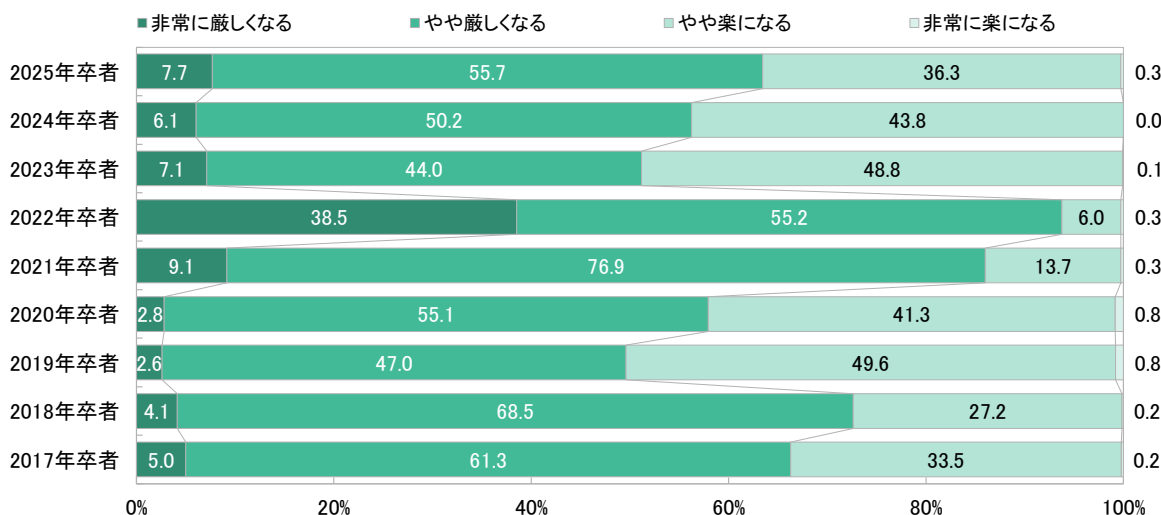
1. 就職戦線の見方

2025年卒予定の就活生は、自分たちの代の就職戦線が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」7.7%、「やや厳しくなる」55.7%で、あわせて6割強が厳しくなると予想(計63.4%)。前年調査(計56.3%))に比べ、7.1ポイント増加した。

厳しくなると回答した学生のコメントを見ると、「早期化」を根拠に挙げる声が目立つ。早い時期の内定出しが増える予想する学生が多く、乗り遅れた場合にその後の展開が苦しくなるとの不安を寄せる。また、インターンシップの新定義適用の初年度であることから、採用選考にどの程度影響が出るのか読めず、戸惑う声も少なくない。夏季インターンシップの選考に通らず参加できなかったことで、早くも危機感を募らせる学生も見られる。

一方、楽になると見ている学生からは、コロナ禍からの経済回復で採用数増加を期待する声が目立つ。人手不足による売り手市場継続を挙げる声も多い。企業の積極的な姿勢を見て「楽そうだ」と感じている学生も見られた。

<就職戦線の見方>



■「厳しくなる」と見る理由

- 就活早期化が進んでおり、インターンシップ経由の採用数が増えているのではないかと考えている。そのため、本選考解禁の時期には、採用枠が前年より少なくなっているのではないかと考えている。 <文系男子>
- インターンシップが選考に影響してくるということで、参加しているかどうかでかなりの差が生まれてくる。 <文系女子>
- 24卒はコロナの年に採用人数を抑えていた影響で多めに採っている会社が多いだろうが、25卒では通常に戻っていると考えるため。 <理系女子>
- 対面での選考の回数が増加しており、相応の準備が必要のため。 <理系男子>
- コロナ禍が落ち着いてからの大学生活も十分に体験した世代なので、その分ガクチカが求められると思うから。 <文系女子>

■「楽になる」と見る理由

- コロナ禍が明けて、人手不足が強まっている業界も多いため。 <理系男子>
- 売り手市場と言われているし、実際にたくさんのインターンシップやイベント、メンター制度など、企業が学生に対して手厚く対応してくれていると感じるから。 <文系女子>
- 一つ上の世代と比べれば大学生活中のコロナ禍の影響が弱まっており、早いうちから制限のない就職活動を行うことができているから。 <文系男子>

2. 11月後半時点での志望業界

志望業界の決定状況を尋ねたところ、「明確に決まっている」という学生が35.8%。前年同期調査(31.5%)を4.3ポイント上回り、前年の学生よりも早いペースで志望を固めていることがわかった。とりわけ理系学生において早く、「明確に決まっている」割合は男女とも4割を超えている(理系男子48.9%、理系女子43.4%)。

「なんとなく決まっている」と回答した学生も含め、志望業界のある学生に具体的な業界を尋ねると(40業界から選択)、全体で最も多かったのは「情報・インターネットサービス」(18.8%)。ここに「情報処理・ソフトウェア」(16.8%)が続き、今期も序盤からIT人気が目立つ。また、「素材・化学」が同率で2位に上がり、理系女子の4割が志望するなど理系学生から多くの支持を集めている。

文系男子の1位は「銀行」で、3割超が志望(31.2%)。文系女子は「マスコミ」が最多。理系は製造業が上位に多く、理系男子は「電子・電機」が最も多い。

< 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	35.8	31.5	31.8	25.3	48.9	43.4
なんとなく決まっている	43.1	46.6	44.4	45.8	38.9	42.1
決まっていない	21.1	21.8	23.8	28.9	12.1	14.5

< 志望業界 (上位 20 業界) >

※5つまで選択 (%)

	全 体	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①	18.8	銀行 31.2	マスコミ 27.7	電子・電機 24.4	素材・化学 40.0
2 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト②	16.8	調査・コンサルタント 22.1	銀行 19.5	素材・化学 22.8	医薬品・医療関連・化粧品 34.6
3 素材・化学⑩	16.8	商社(総合) 18.6	情報・インターネットサービス 18.0	自動車・輸送用機器 20.7	水産・食品 28.5
4 水産・食品⑤	16.2	商社(専門) 17.6	水産・食品 15.6	情報・インターネットサービス 20.3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 20.8
5 銀行③	15.5	情報・インターネットサービス 17.1	官公庁・団体 14.1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 20.3	情報・インターネットサービス 20.0
6 マスコミ⑧	14.2	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 16.6	教育 12.5	機械・プラントエンジニアリング 17.5	電子・電機 13.8
7 調査・コンサルタント④	14.1	建設・住宅・不動産 15.1	商社(総合) 12.1	建設・住宅・不動産 15.4	エネルギー 12.3
8 電子・電機⑧	14.0	マスコミ 14.1	人材サービス・人材紹介・人材派遣 12.1	精密機器・医療用機器 15.0	調査・コンサルタント 11.5
9 医薬品・医療関連・化粧品⑬	13.5	官公庁・団体 14.1	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 11.7	エネルギー 14.6	建設・住宅・不動産 11.5
10 建設・住宅・不動産⑦	13.4	水産・食品 13.6	商社(専門) 11.3	医薬品・医療関連・化粧品 14.2	精密機器・医療用機器 11.5
11 官公庁・団体⑥	11.6	運輸・倉庫 13.6	建設・住宅・不動産 10.9	調査・コンサルタント 13.8	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 11.5
エネルギー⑪	11.6	エネルギー 12.1	エンターテインメント 10.5	水産・食品 12.6	官公庁・団体 10.8
13 商社(総合)⑫	10.7	保険 11.6	ホテル・旅行 10.5	運輸・倉庫 9.8	自動車・輸送用機器 7.7
14 自動車・輸送用機器⑬	10.5	電子・電機 11.1	運輸・倉庫 10.2	通信関連 7.7	通信関連 7.7
15 運輸・倉庫⑭	9.7	人材サービス・人材紹介・人材派遣 10.6	医薬品・医療関連・化粧品 9.8	官公庁・団体 7.3	機械・プラントエンジニアリング 6.9
16 商社(専門)⑮	9.1	証券・投信・投資顧問 10.6	調査・コンサルタント 9.4	鉄鋼・非鉄・金属製品 7.3	マスコミ 5.4
17 機械・プラントエンジニアリング⑰	8.5	信販・クレジット・ファイナンス 9.5	保険 9.4	商社(総合) 6.9	人材サービス・人材紹介・人材派遣 5.4
18 精密機器・医療用機器⑱	8.3	ホテル・旅行 8.5	エネルギー 7.8	銀行 5.7	OA機器・家具・スポーツ・玩具他 4.6
19 通信関連⑲	7.8	素材・化学 8.0	通信関連 7.8	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 5.3	農業・林業・鉱業 4.6
20 人材サービス・人材紹介・人材派遣⑳	7.7	通信関連 8.0	信用金庫・労働金庫・信用組合 6.6	マスコミ 4.9	印刷・パッケージ 4.6

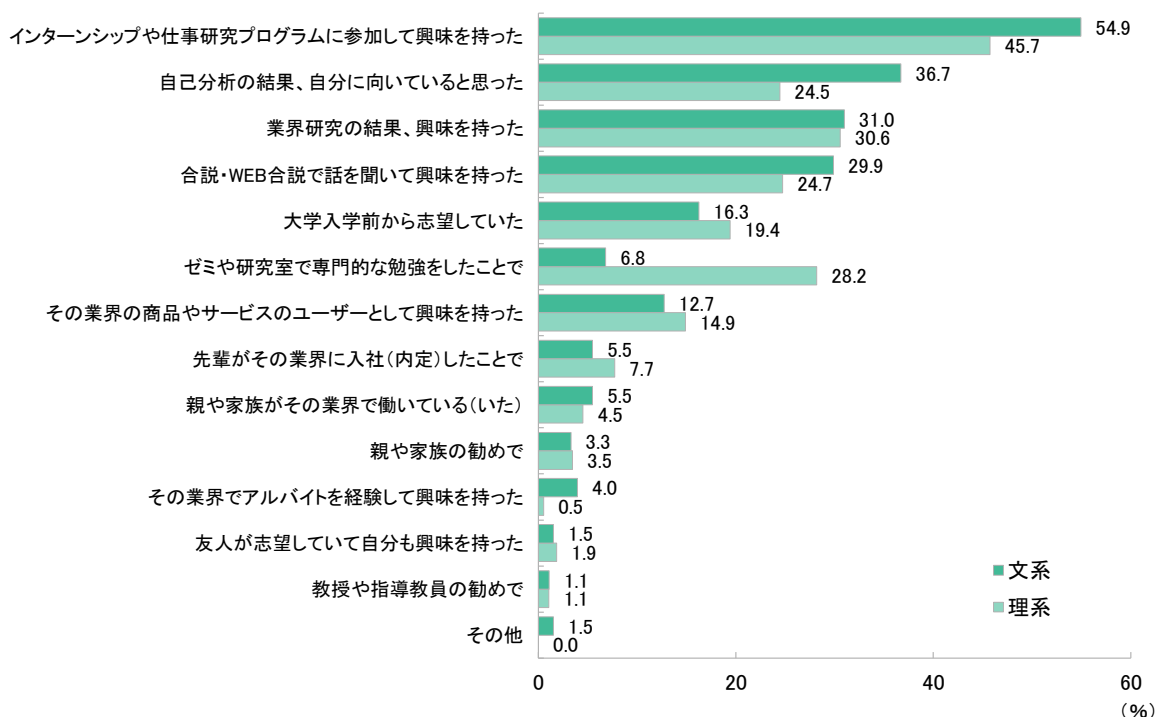
※○の中の数字は前年同期調査の全体順位

現時点で第1志望としている業界について、志望するに至ったきっかけを複数回答で尋ね、文理別に比較した。

最も多いのは、文理ともに「インターンシップや仕事研究プログラムに参加して興味を持った」(文系 54.9%、理系 45.7%)。文系は「自己分析の結果、自分に向いていると思った」(36.7%)、「業界研究の結果、興味を持った」(31.0%)が3割台で続き、就活準備を進める中で、自分の志向や適性を確認し、第1志望として意識するようになった学生が多いことがうかがえる。

一方、理系は「ゼミや研究室で専門的な勉強をしたことで」が3割近くに上り(28.2%)、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。

<第1志望の業界を志望するに至ったきっかけ>

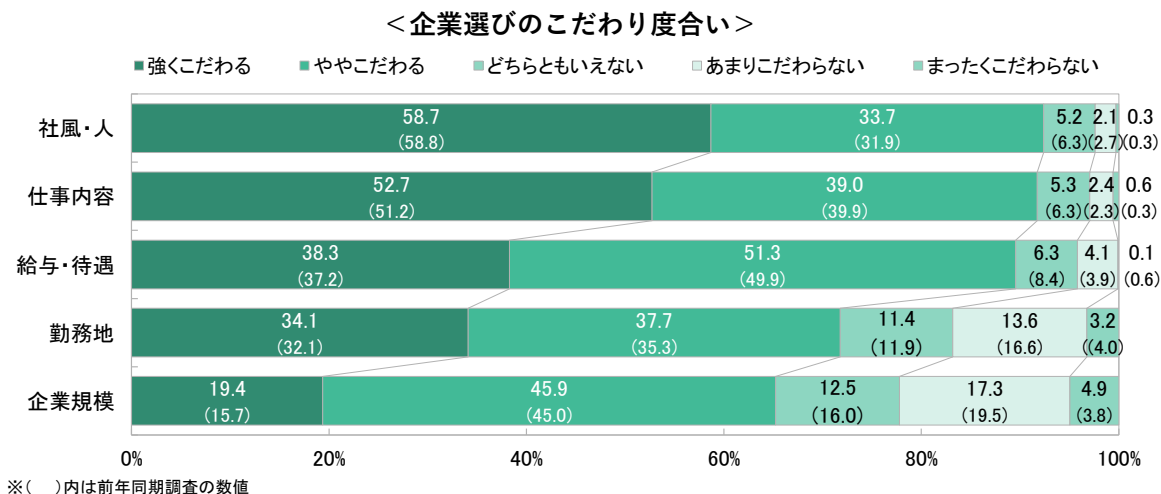


■志望するに至った具体的なきっかけ

- もともと志望していた業界だったが、夏季インターンシップに参加したことでより志望度が増した。
 <自動車・輸送用機器志望/理系男子>
- 対面での複数日でのインターンシップに参加し、職場の雰囲気が良く、働いているイメージをつかむことができたから。
 <エネルギー志望/文系女子>
- 営業のワークを体験し、面白いと感じたため。
 <OA 機器・家具・スポーツ・玩具他志望/文系男子>
- WEB 合同説明会に参加した際に、その業界を知り、安定感の面で非常によいと感じた。
 <エネルギー志望/文系男子>
- アルバイトを通して食に対する好奇心を持つようになった。
 <水産・食品志望/理系男子>
- 大学の合同説明会で海運会社の説明を聞いたことがきっかけで興味を持った。
 <運輸・倉庫志望/文系男子>
- 半導体関係のテーマを研究しており、自分の得た知識を活かした仕事がしたいと思った。
 <電子・電機志望/理系男子>
- 大学の授業で広告、マーケティングの授業を受講し、興味を持った。
 <マスコミ志望/文系女子>
- もともと化学に興味を持って大学で勉強していたため。
 <素材・化学志望/理系女子>
- 尊敬する先輩がIT業界で働いており、文系でもバリバリ活躍できるのだと感心したため。
 <情報・インターネットサービス志望/文系男子>

3. 企業選びのこだわり度合い

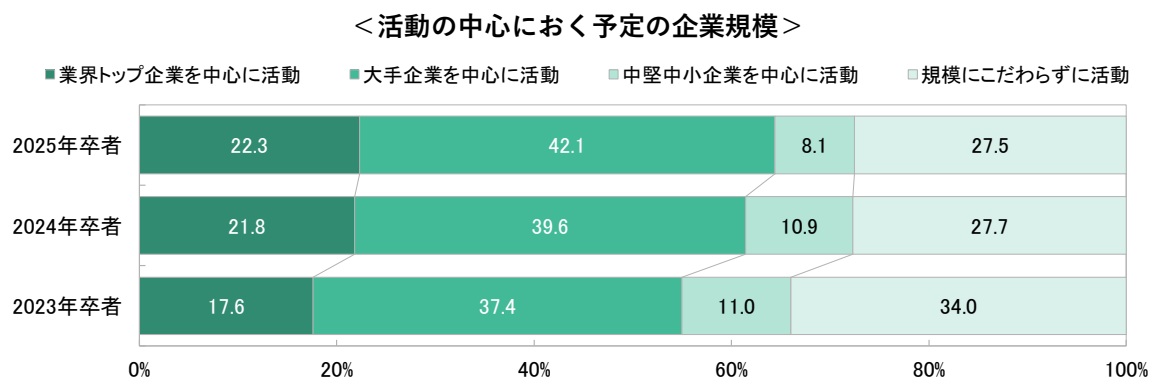
会社選びの軸として学生がよく挙げる5つの項目について、こだわりの度合いを尋ねた。「強くこだわる」が最も多いのは「社風・人」(58.7%)で、「ややこだわる」(33.7%)をあわせると9割を超える(計92.4%)。「仕事内容」も9割超がこだわると回答した(計91.7%)。インターンシップ等のプログラムを通じて、こうした情報を収集し、志望企業を定めようとする様子がうかがえる。



4. 就職活動の中心におく予定の企業の規模

就職活動の中心におく企業の規模を尋ねた。「業界トップの企業を中心に活動するつもり」22.3%、「大手企業を中心に活動するつもり」42.1%で、いわゆる大手志向の学生は6割を超える(計64.4%)。上述の「企業選びのこだわり度合い」において、企業規模に強くこだわる学生は2割未満だったが、大手企業を活動の中心に据える学生は多い。

3カ年で見ると、大手志向の割合が高まっているのがわかる。大手企業を中心に採用意欲が高く、早期に接点を持つ機会が増えていることなども影響していると考えられる。



- リーディングカンパニーに入って、業界を牽引したい。 <業界トップ/理系女子>
- 分野のスペシャリストかつ優秀な人材が多く、働いていて刺激がありそうだから。 <業界トップ/理系男子>
- 規模の大きい会社の方が採用数も多く、研修制度なども充実しているため。 <大手企業/文系男子>
- 給与面、福利厚生面で安心できる。 <大手企業/文系女子>
- 地元で働きたいという思いが強いから。 <中堅中小/文系女子>
- 自分のやりたいこと、興味を持ったことを優先したい。 <規模にこだわらない/文系男子>

5. インターンシップ等の参加状況

インターンシップ等のプログラムへの参加状況を日数別に尋ね、前年と比較した。「1日以内のプログラム」の参加経験を持つ学生は86.0%、「2～4日間のプログラム」が54.7%で、ともに前年同水準。「5日間以上のプログラム」は34.9%で前年(27.2%)より7.7ポイント上昇。インターンシップの定義変更により長期のものへの参加が増えていると見られる。

参加社数は、「1日以内のプログラム」が平均7.4社、「2～4日間のプログラム」が2.5社、「5日間以上のプログラム」は1.5社と、いずれも前年並み。短期間のものへの参加が中心だ。

<インターンシップ等経験率>

(%)

	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に参加	86.0	86.8	85.1	87.5	84.3	87.5
2～4日間のプログラム	54.7	56.6	55.6	53.9	57.5	50.0
5日間以上のプログラムに参加	34.9	27.2	25.3	30.0	48.6	38.2

<インターンシップ等参加社数/平均>

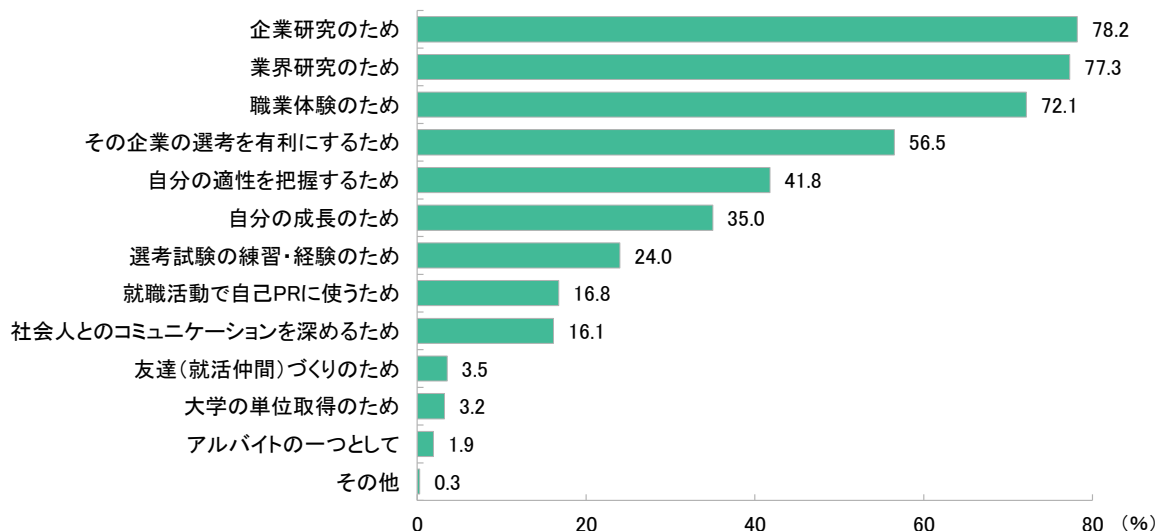
(社)

	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	7.4	7.0	8.9	8.7	5.0	5.7
2～4日間のプログラム	2.5	2.7	2.9	2.6	2.1	2.1
5日間以上のプログラム	1.5	1.4	1.5	1.3	1.6	1.6

※それぞれの参加者が分母

応募理由を複数回答で尋ねたところ、最も多かったのは「企業研究のため」(78.2%)。僅差で「業界研究のため」(77.3%)、「職業体験のため」(72.1%)までが7割を超える。プログラムへの参加を通して様々な情報を得て、就職活動に役立てたいという学生が大半だ。また、「その企業の選考を有利にするため」は5割台後半に上り(56.5%)、早期選考をはじめとした採用選考での優遇を期待する学生が少なくないことがうかがえる。

<インターンシップ等に応募した理由>

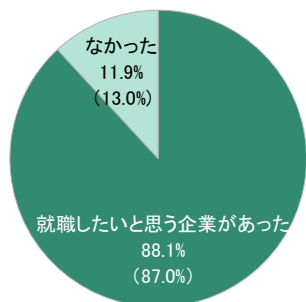


■具体的な応募理由

- 幅広く業界を見て、何が自分にあっているのか確かめること。ESや面接の練習を行うこと。 <文系男子>
- 実際に仕事体験を行うことで、入社後のミスマッチを防止するため。事業内容や社風について理解を深めたいと思ったから。 <理系女子>
- その会社の雰囲気重視しているので、直に見てみたかった。 <理系男子>
- 企業・業界研究のためもありましたが、ほとんどは選考の優遇をもらうために参加していました。 <文系女子>

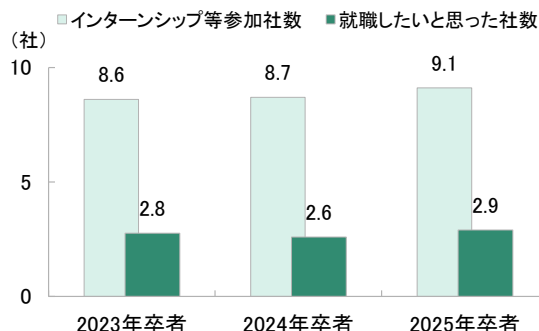
参加した結果、就職したいと思う企業があったかどうかを尋ねたところ、「あった」と回答した学生は9割近くに上る(88.1%)。平均参加社数9.1社のうち、就職したいと思った企業は2.9社。前年と比べると、参加社数は0.4社増加し、就職したい企業の社数も微増(0.3社増)。コメントからは、業務内容に加え、社員の人柄などからも判断している様子がうかがえる。

<インターンシップ等参加企業への就職意向>



※()内は前年同期調査の数値

<就職したいと思った社数>



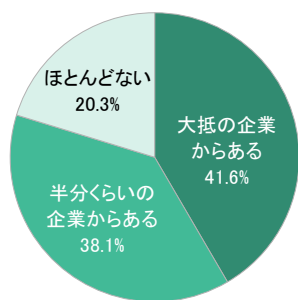
※「参加社数」は日数にかかわらず参加経験者を分母に計算

■就職したいと思った理由

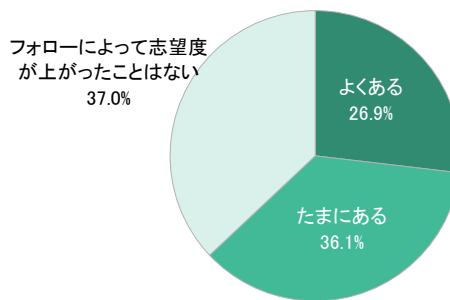
- 5日間業務を体験できて理解が深まり、社風もあっていると感じたから。 <文系女子>
- 社員の方が、気さくなだけでなく、業務を高い次元で理解していてとてもかっこよかった。 <理系女子>
- 事業内容の理解や仕事の面白みを、ワークを通じて体感できたから。 <文系男子>
- 社員の仕事に対する情熱、想いを知ることができ、私もその環境で働きたいと思ったから。 <理系男子>
- 新卒入社からどのようなキャリアを築けるのかを明確にすることができたため。 <文系男子>

インターンシップ等のプログラムに参加した企業からの、参加後のフォローの有無を尋ねた。「大抵の企業からあった」(41.6%)と「参加企業の半分くらいからあった」(38.1%)を合計すると、8割近くが何らかのフォローを受けている(計79.7%)。フォローを受けたことでその企業への志望度が上がった経験を持つ学生は「よくある」(26.9%)、「たまにある」(36.1%)を合わせると6割強に上る(63.0%)。

<企業からの参加後のフォロー>



<フォローによって志望度が上がった経験>



※イベントや個別面談、早期選考の案内のほか、メールやLINEによる定期的な連絡などについて回答

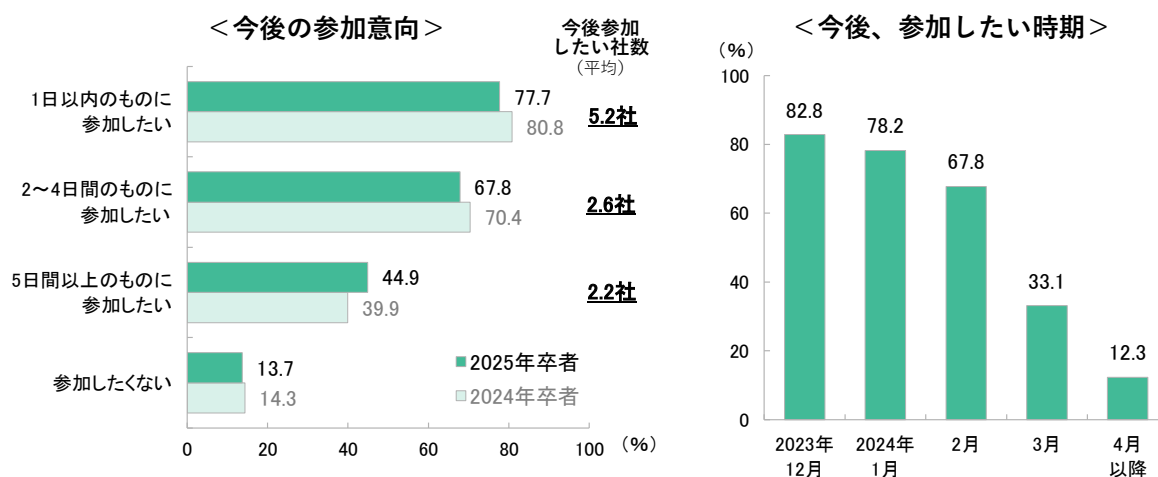
■志望度や関心度が上がったフォロー

- フィードバックがもらえた時です。後日、社員の方からの感想がもらえると嬉しくなります。 <理系女子>
- 人事の方と1on1の面談を案内され、企業から必要とされている気がして志望度が上がりました。 <理系男子>
- 質問した内容について個別でメールを送ってくださった。自分を見てくれている、認知してくれていると感じてうれしかった。こちらにも真剣に向き合いたいと思った。 <文系女子>
- 早期選考への案内、インターンシップへの優先案内などのフォローがあると志望度が高まる。 <文系男子>

6. 今後のインターンシップ等への参加予定

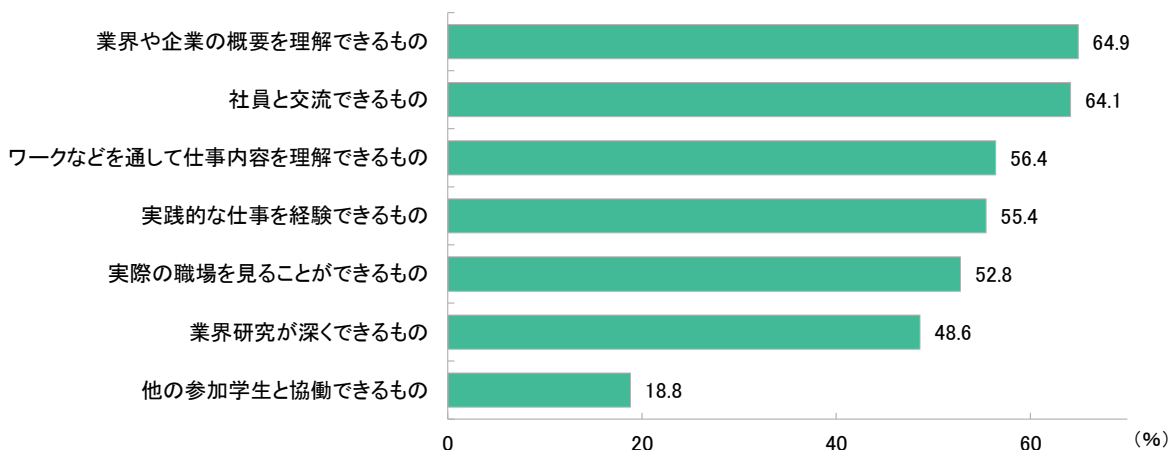
今後については、「参加したくない」と回答した学生は13.7%と、大半が参加の意向を示した(86.3%)。中でも、1日以内の短期プログラムへの参加意向が高く、7割強に上る(77.7%)。「2~4日間のプログラム」は7割近く(67.8%)、「5日間以上のプログラム」は4割強が参加を希望している(44.9%)。

参加したい時期は「12月」(82.8%)が最も多く、次に「1月」(78.2%)が続く。「2月」(67.8%)も多くの学生を選び、3月の就活スタートまで継続的に参加していきたいという意向が読み取れる。



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、「業界や企業の概要を理解できるもの」が64.9%で最も多く、僅差で「社員と交流できるもの」(64.1%)が続く。他にも「ワークなどを通して仕事内容を理解できるもの」(56.4%)、「実践的な仕事を体験できるもの」(55.4%)、「実際の職場を見ることができるもの」(52.8%)が5割強に上っており、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。

<今後参加したいコンテンツ (プログラム)>



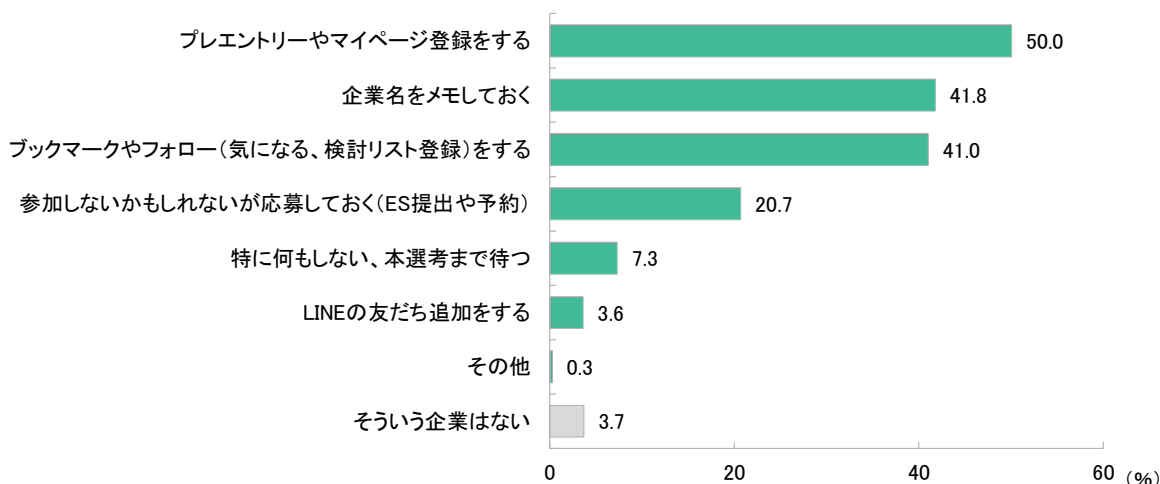
■具体的な希望や条件など

- 会社に入った後の姿を想像したいので、職場見学や1日の流れを体験できたらいいと思う。 <理系男子>
- 説明会というよりは、実際の仕事やワークを行うものに参加したい。仕事をする中で、自分に合っているか、楽しいか、確かめたい。 <文系男子>
- 工場見学をしたい。実際に仕事をしている様子や若手社員の方と話せる機会があるといい。 <理系女子>
- 業界が絞れないことに悩んでいるため、業界ごとの強みや展望など知りたい。 <文系女子>

就職情報サイトなどでインターンシップ等の募集を見つけて興味を持ったものの、プログラムへの応募を迷う企業や、日程が合わない・満席などの理由で参加できない企業があった場合に、どのようなアクションを取っているのかを尋ねた。「特に何もしない、本選考まで待つ」という回答は7.3%と少なく、ほとんどの学生が何らかの対応を取っていることがわかる。

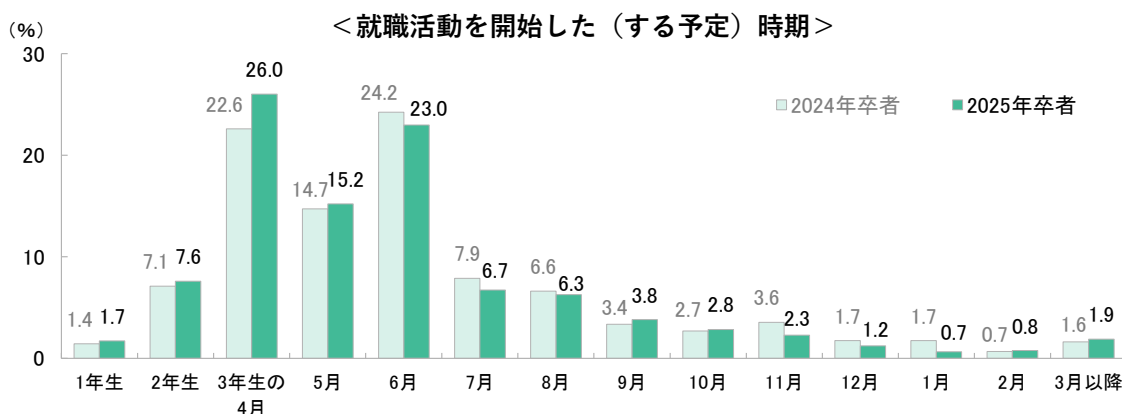
具体的な対応として最も多いのは「プレエントリーやマイページ登録をする」で半数に上る(50.0%)。次いで「企業名をメモしておく」(41.8%)と「ブックマークやフォローをする」(41.0%)が約4割で続く。早い時期に目に留まった企業については、インターンシップ等に参加しなかったとしても、そのままにしてしまわないよう工夫する姿勢が確認できる。

＜インターンシップ等への参加を迷う企業や参加できない企業への対応＞



7. 就職活動開始時期

就職活動の開始時期を尋ねた。「3年生の4月」が最も多く(26.0%)、前年調査(22.6%)よりも集中度が増した。進級と同時に就活をスタートさせる動きが強まった。夏季インターンシップ等の募集が本格化する「6月」も2割を超える(23.0%)。全体的に早まっており、活動開始の早期化が見て取れる。「1~2年生次」に開始したとの回答もあわせて1割近くに上る(計9.3%)。就活に臨む先輩の様子に刺激を受けたり、大学のキャリア教育などを通じて意識を高めたりしたことで、早めに準備を始める学生もいるようだ。

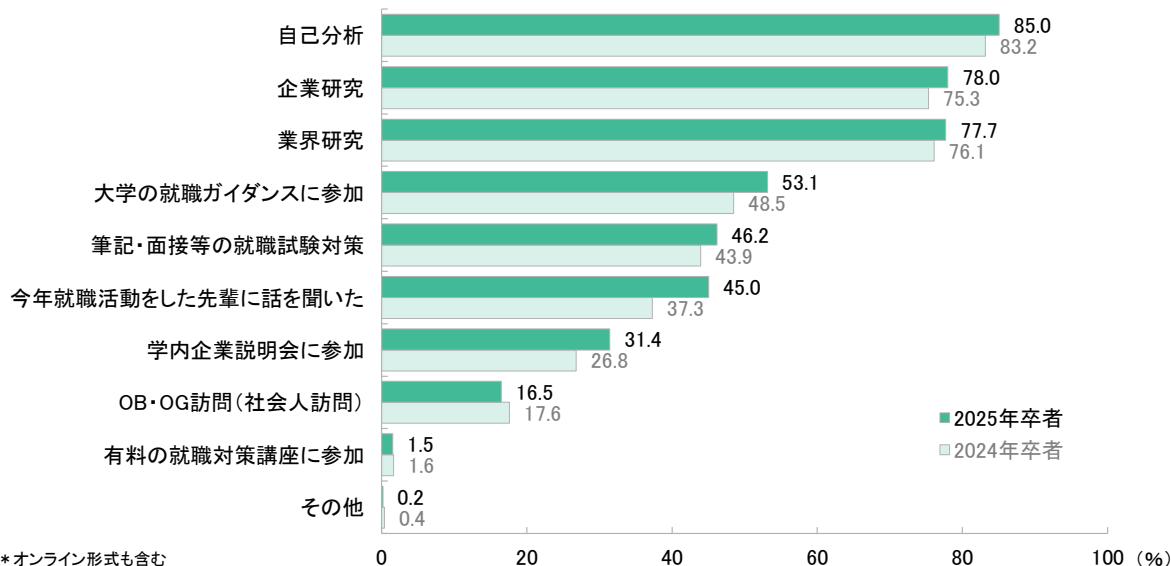


※自分の中ですでに始まっているという人は「開始したと思う時期」、まだ始まっていない人は「開始予定時期」を回答
※大学院生は、3年生=修士1年生として回答

8. 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たところ、最も多いのは「自己分析」で85.0%。次に「企業研究」(78.0%)、「業界研究」(77.7%)が7割台後半で続き、着実に就活準備を進めていることがうかがえる。前年同期調査と比較すると、全体的にポイントが増加しており、多様な手段で準備を進めている様子が見て取れる。

<就職活動準備でこれまでにやったこと>



就職情報会社などが主催する就活準備イベント(インターンシップイベント、業界研究イベントなど)への参加状況を見ると、全体の9割強(93.2%)が「オンライン形式」への参加経験を持つ。「会場型」は7割超で、前年より10ポイント以上増加した(62.5%→72.7%)。「会場型」は参加回数も増加、「オンライン形式」の視聴回数は前年並み。参加時期は「会場型」「オンライン形式」とも6月から10月が多い。

<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/対面に参加	72.7	62.5	79.6	76.7	64.3	67.1
オンライン形式に参加	93.2	94.6	89.6	93.0	96.8	93.4

<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)	3.2	2.8	3.5	3.1	3.1	2.8
オンラインの視聴回数(平均)	7.6	7.7	8.3	7.6	6.9	8.0

<就活準備イベントに参加した時期>

