

2024 年 11 月発行

## 大学の就職・キャリア支援活動に関する調査

学生優位の売り手市場がさらに強まった 2025 年卒者の就職戦線。一方で、年々進む早期化や長期化、就職活動スタイルの多様化などにより、大学には個々の学生に応じたきめ細やかな支援が求められている。こうした中、就職支援の現場ではどのような課題をもち、対策に取り組んでいるのだろうか。

株式会社キャリタスでは、全国の大学の就職課・キャリアセンターを対象に、2025 年卒者の就職活動状況、2026 年卒者への就職支援、インターンシップ等への意見など、多岐にわたる項目を調査し分析した。

### 【主な調査内容】

#### 1. 2025 年卒者の就職活動状況

- [1] 内定状況
- [2] 求人状況の変化
- [3] 新卒採用市場の見方
- [4] 学生からの相談
- [5] 2025 年卒者の就職支援の課題

#### 2. 2026 年卒者への就職支援

- [1] 就職ガイダンスの実施状況
- [2] 就職ガイダンスの実施形式
- [3] 就職ガイダンスの参加状況
- [4] 業界研究・企業研究セミナーの実施状況
- [5] 企業からのアプローチ
- [6] 学生の就職意識に対する所感

#### 3. インターンシップ等<sup>(※)</sup>のプログラム

- [1] インターンシップ等の求人状況
- [2] 学生の参加状況
- [3] インターンシップ等に対する見解
- [4] インターンシップ定義変更の影響

#### 4. 低学年向けキャリア支援

- [1] 実施状況
- [2] 実施内容

※「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：全国の大学の就職・キャリア支援担当部署

調査方法：インターネット調査法

調査期間：2024 年 9 月 1 日～23 日

回答学校数：439 校

\*「大学 3 年生」は 6 年制の 5 年生と修士 1 年生を含みます。  
「大学 4 年生」は 6 年制の 6 年生と修士 2 年生を含みます。

「大学４年生」は６年制の大学

| 国公立  | 私立   | 合計   |
|------|------|------|
| 105校 | 334校 | 439校 |

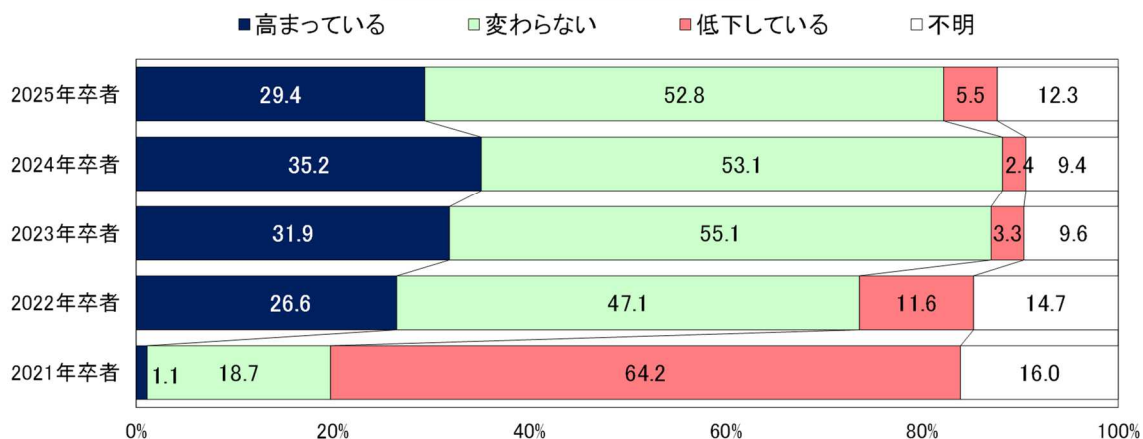
| 北海道・東北 | 関東   | 中部  | 関西  | 中国・四国 | 九州・沖縄 | 合計   |
|--------|------|-----|-----|-------|-------|------|
| 39校    | 161校 | 81校 | 88校 | 37校   | 33校   | 439校 |

## 1. 2025 年卒者の就職活動状況

### 〔1〕 内定状況

まず、2025 年卒者（現 4 年生）の内定状況について尋ねた。前年度と比べて「高まっている」と回答した大学は約 3 割（29.4%）で、「低下している」（5.5%）を大幅に上回る。4 年前の 2021 卒者ではコロナ禍の影響で「低下している」が 6 割を占めたが（64.2%）、堅調な採用意欲により増加に転じた。その後も内定状況の高まりを実感する大学の増加傾向が続いている。

＜内定状況（前年度と比べて）＞

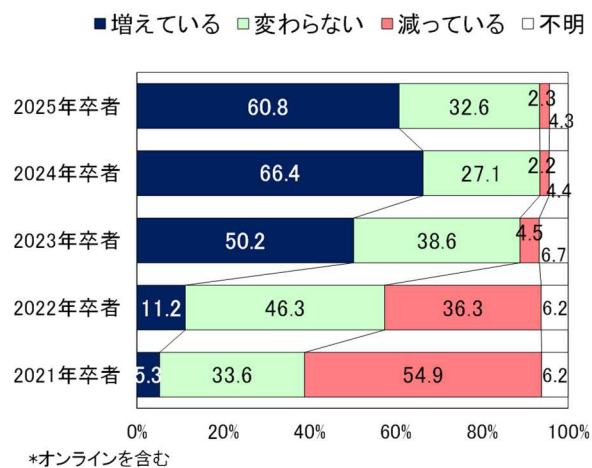


### 〔2〕 求人状況の変化

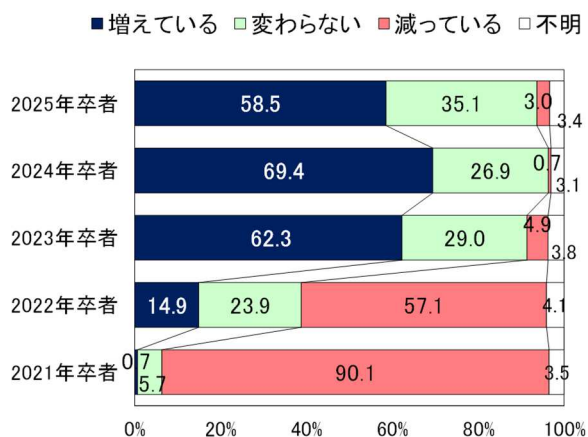
2025 年卒者の求人状況に関し、前年度からの変化を尋ねた。求人数は「増えている」が 6 割を占め（60.8%）、「減っている」（2.3%）を大幅に上回る。3 年連続で増加傾向が続いており、企業の採用意欲の強まりが顕著に表れている。

企業の来訪数は、前年度より「増えている」が 6 割近くに上り（58.5%）、「減っている」はわずか（3.0%）。採用数の増加に伴い、大学との関係を強化することで採用を成功させたいと考える企業が多かったことがうかがえる。

＜求人数の変化＞



＜企業の来訪数の変化＞

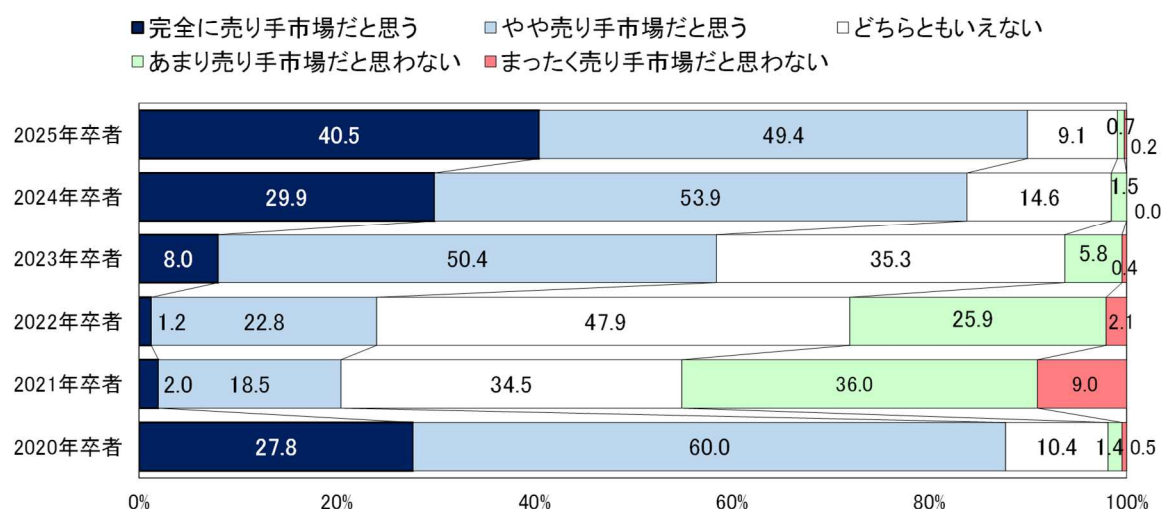


### 【3】新卒採用市場の見方

就職・キャリア支援担当者として、今年の就職環境をどのように見ているかを尋ねた。学生に優位な「売り手市場」との見方が約9割（計89.9%）。とりわけ「完全に売り手市場」の伸びが顕著。前々年から前年にかけて大きく増加し（8.0%→29.9%）、コロナ禍前（2020 年卒者）の27.8%をも上回ったが、今年はさらに増加し、4割を超えた（40.5%）。

「売り手市場だと思わない」は1%未満とわずか（計0.9%）。寄せられたコメントからは、内定率の上昇や企業の訪問数の増加に加え、これまで採用実績のなかった企業からの内定取得などからも、売り手市場を実感する大学が増えていることがうかがえる。

#### <新卒採用市場についての考え>



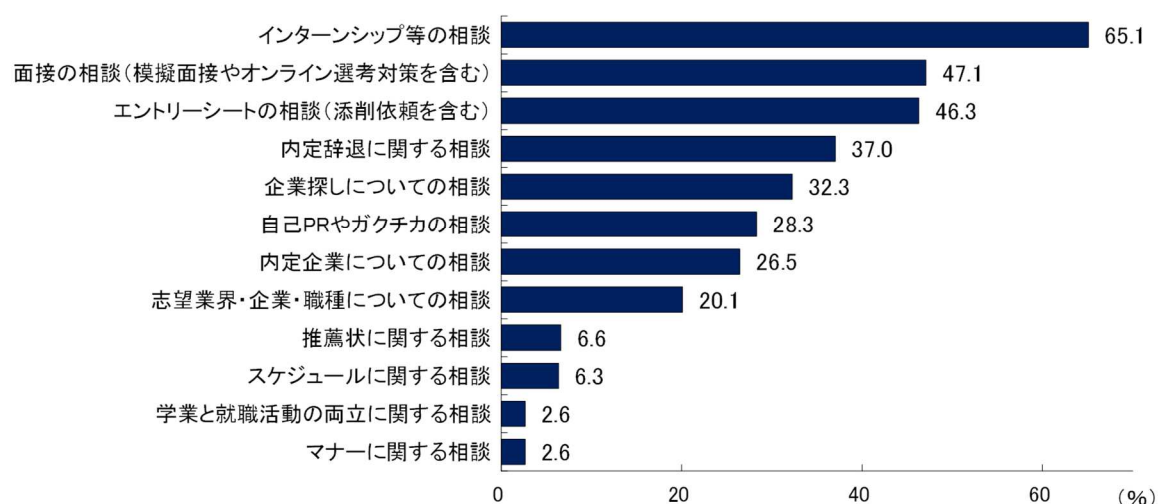
#### ■新卒採用市場についての考え

- 大手、有名企業も採用に苦戦しているという話を聞く。実際に夏採用を継続している企業も多いほか、受付停止の企業が募集活動を再スタートすることも多い。 <私立大学>
- 特に地元企業の担当者からは「学生が採れない」などの話をいつも聞かされる。 <私立大学>
- 企業が福利厚生などの見直しを実施。積極的に学生にアピール・アプローチしている。 <公立大学>
- 内定出しの時期が早い。地域採用を行う企業が増えている。複数の内定を抱える学生が多い。 <私立大学>
- 就活開始が遅くても内定を得られる。また、複数内定を得られる学生が多い。 <公立大学>
- 大学に届く求人数の増加、学生の内々定獲得企業の多様化、採用実績のない企業からの内定獲得。 <私立大学>
- 大手企業の入社難易度は変わらないが、中堅企業、中小企業は人材不足のため、採用基準が以前より下がっているように感じる。 <私立大学>
- 工学系の人材不足が著しいと感じている。 <公立大学>
- 人気企業は買い手市場。そうでない企業は売り手市場なので、結局のところ学生の目指す先によって感じ方が変わります。 <私立大学>
- 理系は売り手市場だと思うが、文系はあまり売り手市場だと思わない。 <公立大学>
- 売り手市場と言われつつも、企業側も一定の水準を定めており、「誰でもよいから採用する」という印象はない。 <私立大学>

## 〔4〕 学生からの相談

学生からの相談について、前年度より増えたものを尋ねた。最も多いのは「インターンシップ等の相談」（65.1%）。次いで「面接の相談」（47.1%）、「エントリーシートの相談」（46.3%）と選考に関する相談が続く。4 番目は「内定辞退に関する相談」で、3 割強の大学が選んだ（37.0%）。複数の内定を得る学生が増えたことで、内定辞退の相談が増加した大学も少なくないようだ。

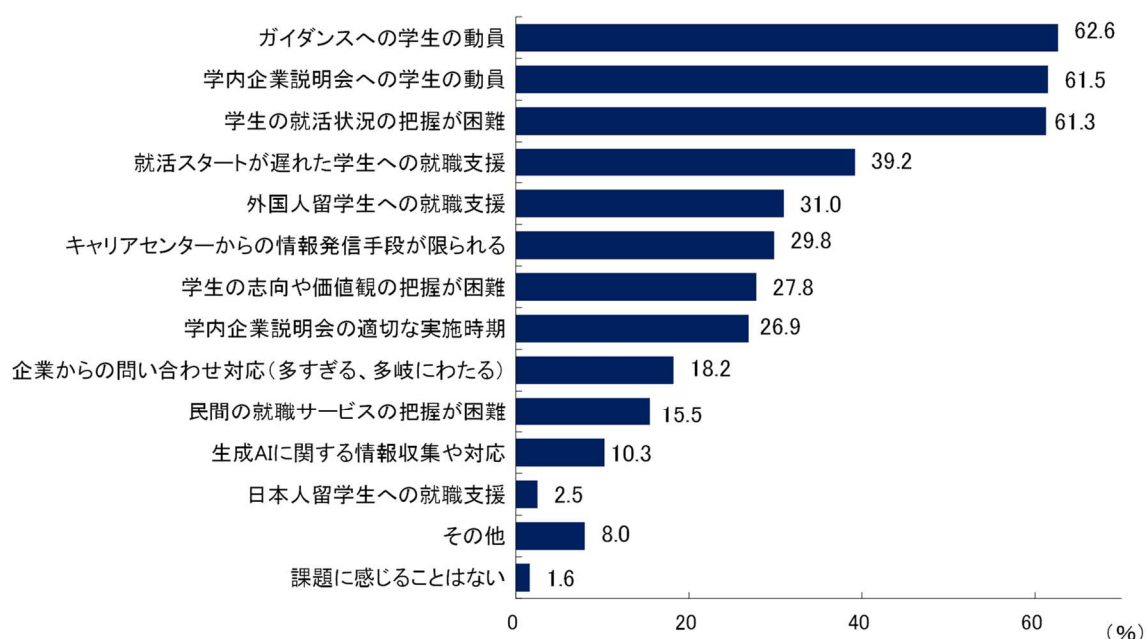
### ＜学生からの相談で前年度より増えた内容＞



## 〔5〕 2025 年卒者の就職支援の課題

2025 年卒者の就職支援をする上で課題に感じることを尋ねた。最も多いのは「ガイダンスへの学生の動員」（62.6%）。次に「学内企業説明会への学生の動員」（61.5%）、僅差で「学生の就活状況の把握が困難」（61.3%）が続く。学生の就活時期やスタイルの多様化などにより、学生とのつながりが持ちづらく、様々な支援実施のための接点強化に課題を感じる大学が多いようだ。

### ＜2025年卒者の就職支援の課題＞

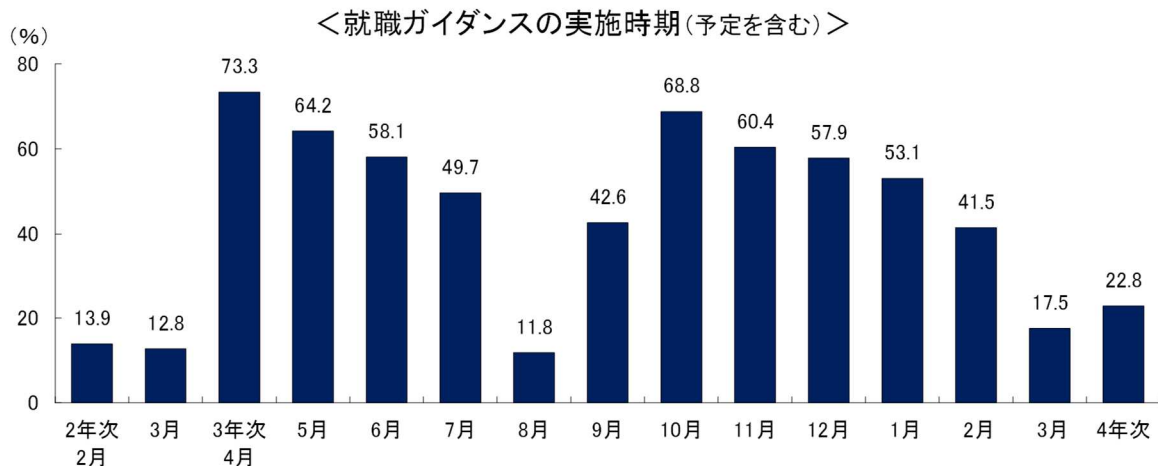


## 2. 2026 年卒者への就職支援

### 〔1〕就職ガイダンスの実施状況

ここからは、2026 年卒者（現 3 年生）への就職支援についてのデータを紹介したい。

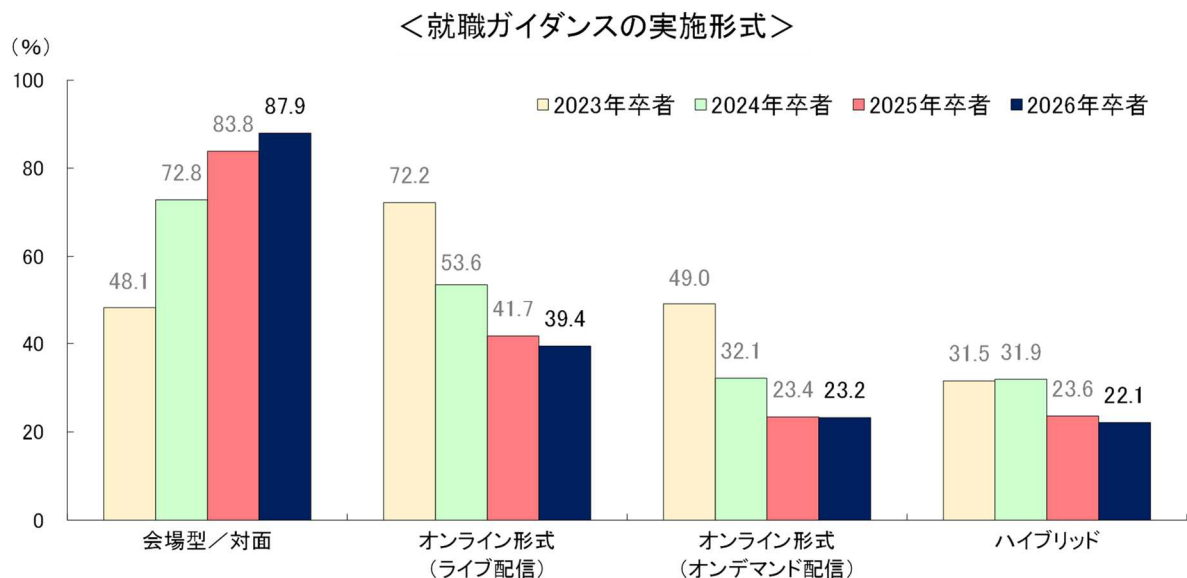
まず、就職ガイダンスの実施時期に関して尋ねた。3 年次 4 月が最も多く、7 割を超える大学が選んだ（73.3%）。10 月にも山があり（68.8%）、前期後期それぞれの期初に実施する大学が多いことがわかる。なお、2 年次の 2 月や 3 月にも実施した大学が一定数見られる。



\* オンラインを含む

### 〔2〕就職ガイダンスの実施形式

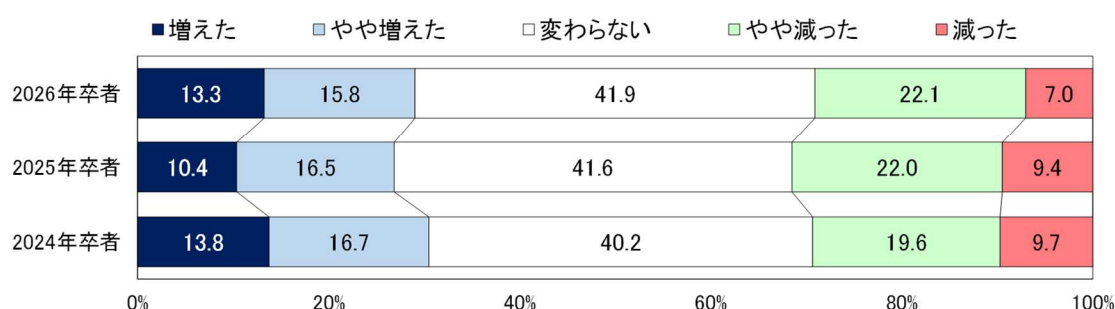
就職ガイダンスの実施状況を形式別に尋ね、4 年分を比較した。最も多いのは「会場型／対面」。3 年連続で増加し、9 割近くに上る（87.9%）。一方、「オンライン形式（ライブ配信）」は 39.4% で、減少傾向が続いている。授業の対面回帰に伴い、ガイダンスの形式も対面へと切り替えた大学が増えたようだ。ただし、学生数の多い大学では、オンラインの実施率も高く、大学の環境や学生のニーズに合わせ、様々な形式で実施していることがうかがえる。



### 【3】就職ガイダンスの参加状況

前期に実施したガイダンスの学生の参加状況について、前年度との変化を尋ねた。「増えた」「やや増えた」を合わせると計 29.1%で、「減った」「やや減った」の合計（計 29.1%）と同数。前年調査では、「減った」大学が「増えた」大学を上回り、減少傾向が見られていたが、改善した大学があったことがうかがえる。対面開催が多くなったことや開催日時、告知方法の工夫、低学年生の参加増など学生のインターンシップへの関心が高まりとともに、参加学生の増加につながったようだ。

＜就職ガイダンスの参加状況＞

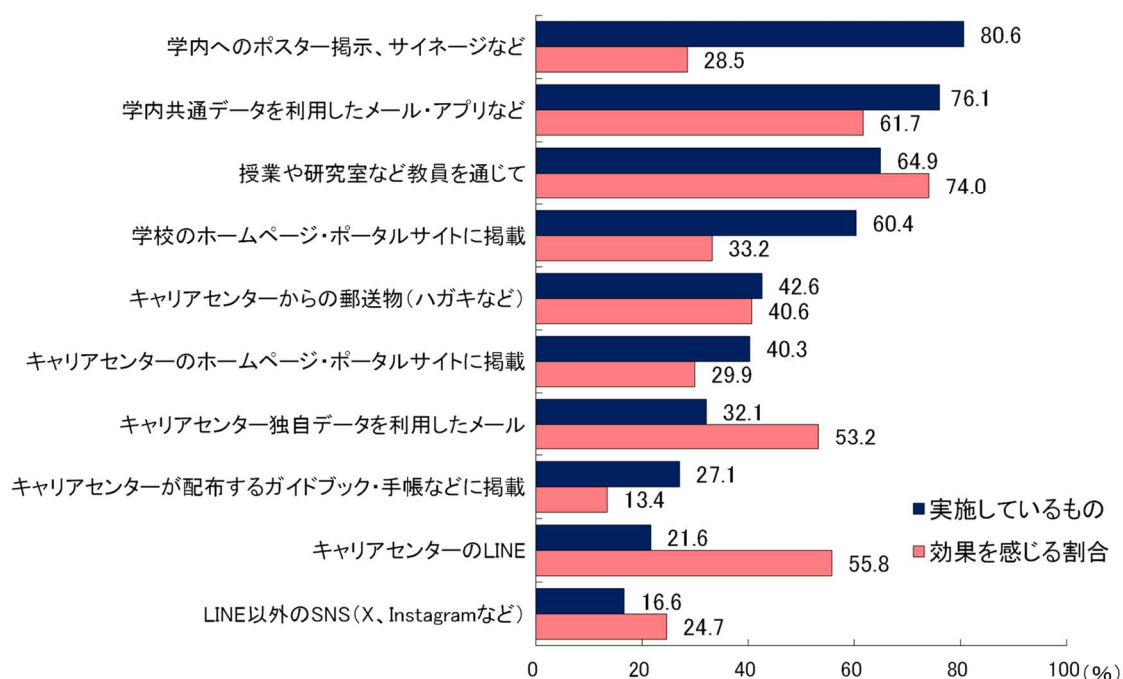


学生へのガイダンスの告知方法と、そのうちで効果を感じるものについて尋ねた。

実施率が高いのは「学内の掲示板にポスター掲示、サイネージなど」（80.6%）、「学内共通データを利用したメール・アプリなど」（76.1%）。次いで「授業や研究室など教員を通じて」「学校のホームページ・ポータルサイトに掲載」がそれぞれ6割台で続く。

効果を感じる割合を、実施しているものを分母に算出したところ、最も高いのは「授業や研究室など教員を通じて」（74.0%）で、次いで「学内共通データを利用したメール・アプリなど」（61.7%）、「キャリアセンターのLINE」（55.8%）の順。

＜就職ガイダンスの告知方法＞



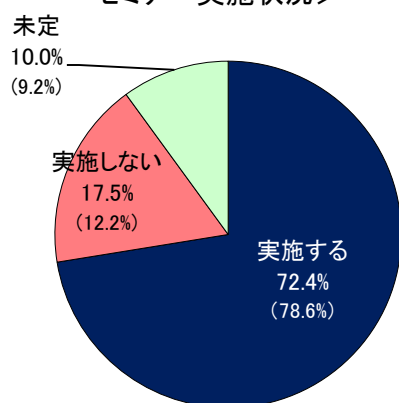


#### 〔4〕 業界研究・企業研究セミナーの実施状況

採用広報解禁前の業界・企業研究セミナー（以下学内セミナー）の実施予定について尋ねたところ、「実施する」が7割強を占めた（72.4%）。実施形式を尋ねたところ、「会場型／対面」が8割を超え圧倒的に多い（81.4%）。前々年から前年にかけて大幅に増加したが、今年さらに増加する見込み。その分オンライン形式のものがそれぞれ減少。

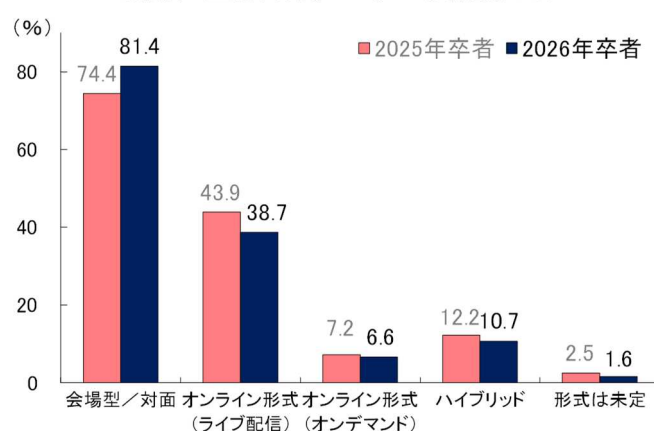
実施時期（予定を含む）をすべて選んでもらったところ、採用広報解禁直前である「3年次の2月」が最も多いが、前年調査に比べて大幅に減少（61.4%→53.8%）。「6月」が8.8ポイント増加しているのを始め、早い時期のポイントが軒並み増加しており、開始時期が早まっていることが読み取れる。

＜3月より前の業界・企業研究  
セミナー実施状況＞



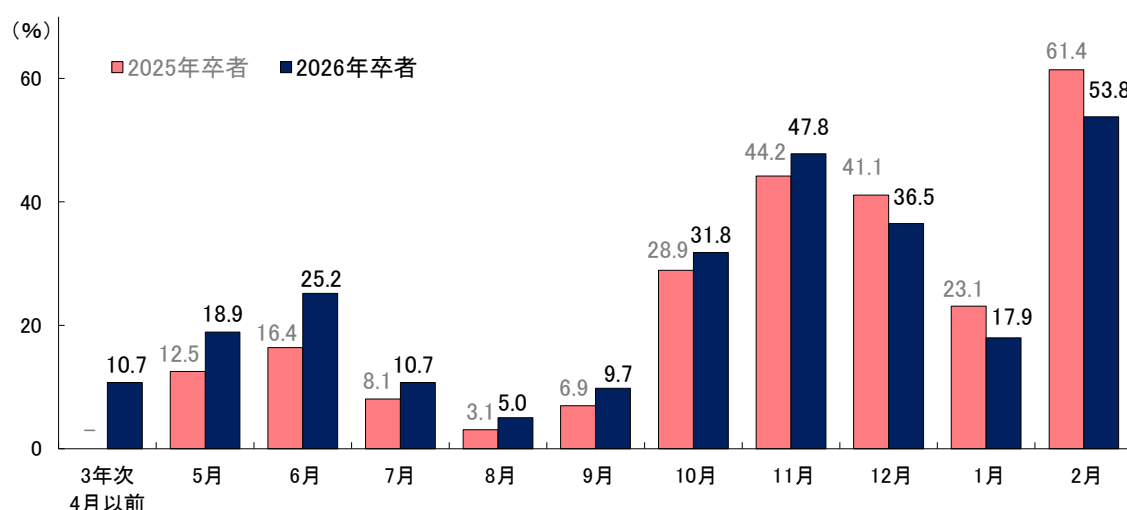
\* オンラインを含む  
\* ( ) 内は前年同期調査の数値

＜業界・企業研究セミナー実施形式＞



\* セミナー実施予定の大学が回答

＜業界研究・企業研究セミナーの実施時期＞

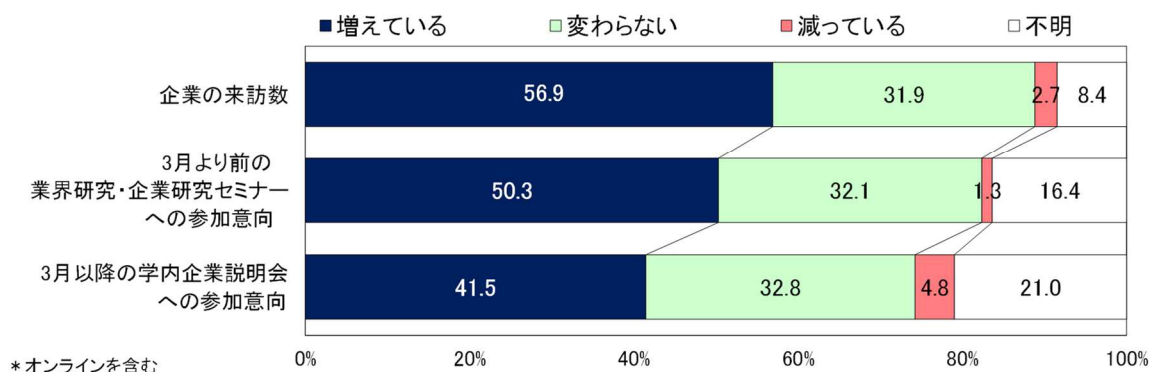


\* オンラインを含む  
\* セミナー実施予定の大学が回答  
\* 2025年卒者は「5月以前」で調査

## 〔5〕企業からのアプローチ

企業の来訪数や、学内セミナー、学内企業説明会への参加意向の増減について尋ねた。いずれも前年より「増えている」が「減っている」を大幅に上回る。特に、企業の来訪数は「増えている」が5割強に上る（56.9%）。大学を通じて学生に認知してもらいたい企業が増加していることが読み取れる。ただし、学内セミナーや学内企業説明会については、「不明」との回答が一定数あり、学生の参加率が減少傾向にある等の理由で、参加を決めかねている企業もあると推測される。

＜2026年卒者に対する企業のアプローチ（前年度と比べて）＞



## 〔6〕学生の就職意識に対する所感

2026年卒者の就職に対する意識について所感を尋ねると、前年の学生より「高い」（22.3%）が「低い」（4.1%）を大幅に上回る。ガイダンスの参加状況やインターンシップ等への参加意向などから学生の意識の高さを感じとっている大学担当者が多いようだ。その一方で、売り手市場とされていることにより危機感が薄まっていることを懸念する声も少なからず見られた。

＜2026年卒者の就職に対する意識（前年度と比べて）＞



### ■2026 年卒者の就職に対する意識について

- ガイダンスやセミナーへの参加者が大幅に増加した。 <私立大学>
- インターンシップなどへの関心が高い、先を考えて行動する学生が増えている。 <公立大学>
- インターンシップからの早期選考を意識している学生が増えている印象。 <私立大学>
- 前向きではないが、就職活動をしなくてはならないという危機感がある。 <私立大学>
- 一部の層の意識は高まっているが、全体的には例年通りの二極化とを感じる。 <私立大学>
- 学生優位の就活市場を受けて、「苦勞せずともどこかに入社できるだろう」と楽観視する学生が増加していると感じる。 <私立大学>

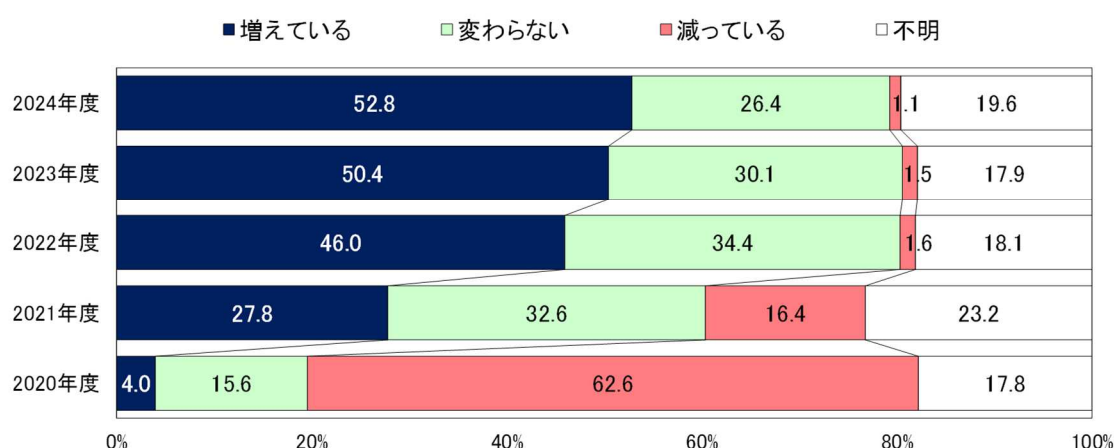


### 3. インターンシップ等（※）のプログラム

#### 〔1〕 インターンシップ等の求人状況

今年度（2024 年 4 月～2025 年 3 月）のインターンシップ等の求人について尋ねたところ、「増えている」と回答した大学が半数を超えている（52.8%）。経年で見ると、2020 年度にコロナ禍の影響で実施企業が急減し、求人受付が減少した大学が多かったものの、2021 年度は増加に転じ、その後は増加傾向が続いている。

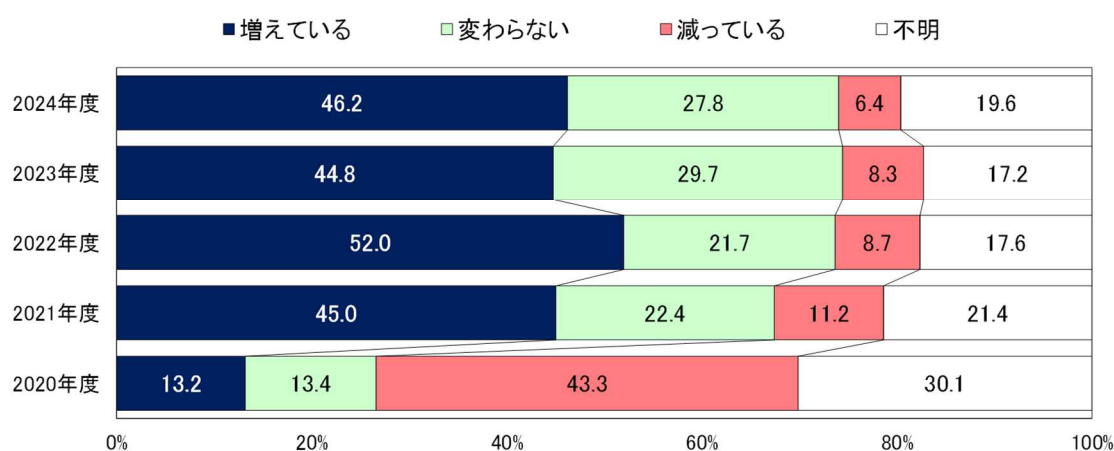
＜企業からのインターンシップ等求人状況（前年度と比べて）＞



#### 〔2〕 学生の参加状況

一方、学生の参加状況はどうだろう。前年度よりも参加が「増えている」という大学が 4 割強（46.2%）で、「減っている」（6.4%）を大きく上回った。4 年連続で増加が減少を上回っており、参加学生の増加傾向が続いている。インターンシップ等のプログラムを実施する企業が増加したことや、実施時期の早期化に伴い、早い時期から参加意欲を高めた学生が多かったのだろう。

＜学生のインターンシップ等参加状況（前年度と比べて）＞



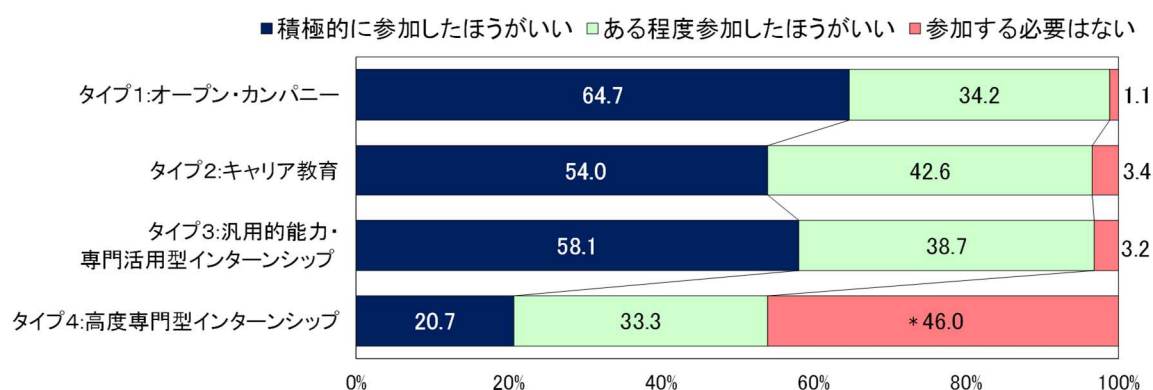
※「インターンシップ」に限定せず、オープン・カンパニー等も含めて尋ねた

### 【3】インターンシップ等に対する見解

インターンシップ等のプログラムへの参加に対して、大学側がどのように捉えているかを、キャリア形成支援活動の4類型に分けて尋ねた。タイプ1からタイプ3については、「積極的に参加したほうがいい」「ある程度参加したほうがいい」を合わせると9割を超える。業界研究・企業研究や職業観の涵養など目的に応じて、学業に支障のない範囲で積極的に参加してもらいたいという意見が多く挙がった。

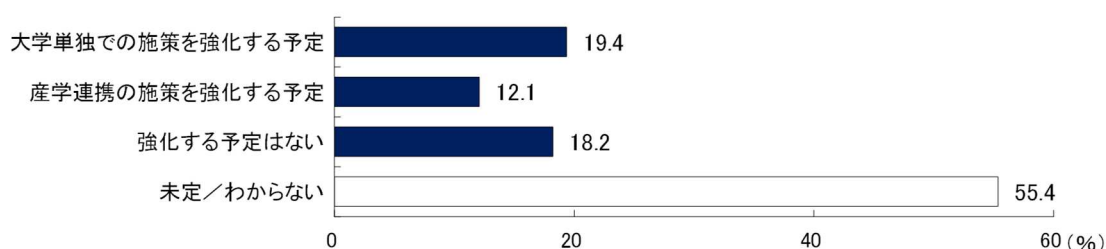
なお、タイプ2：キャリア教育について、「大学単独での施策を強化する予定」の大学が約2割（19.4%）、「産学連携の施策を強化する予定」は12.1%。検討中の大学も少なくないようだ。

#### ＜学生のインターンシップ等のプログラムへの参加についての考え＞



\*タイプ4は「参加する必要はない／対象者がいない」として調査

#### ＜タイプ2:キャリア教育の施策強化予定＞



#### ■インターンシップ等のプログラム参加についての意見

- 明確な課題や目的がないまま、周囲に流されて参加するということがないように指導している。 <私立大学>
- 学生と企業間でのミスマッチを減少させることが大きな目的の一つだと思うので、長期休暇などを利用し学業に支障のない範囲で積極的に参加してほしい(あくまで学業が優先というスタンスで)。 <公立大学>
- 本来ならタイプ3を経験してほしいが、受け皿が限定的なため、授業に差し障りのない範囲でタイプ1への参加も推奨している。 <私立大学>
- 本学は専門的な学びが中心で、実習が多いことと、5日以上 of 長期間の参加が難しい場合が多いため、タイプ1へ積極的に参加を勧め、タイプ2～4は可能であれば参加してみるよう指導しています。 <私立大学>

#### ■タイプ2：キャリア教育の施策について

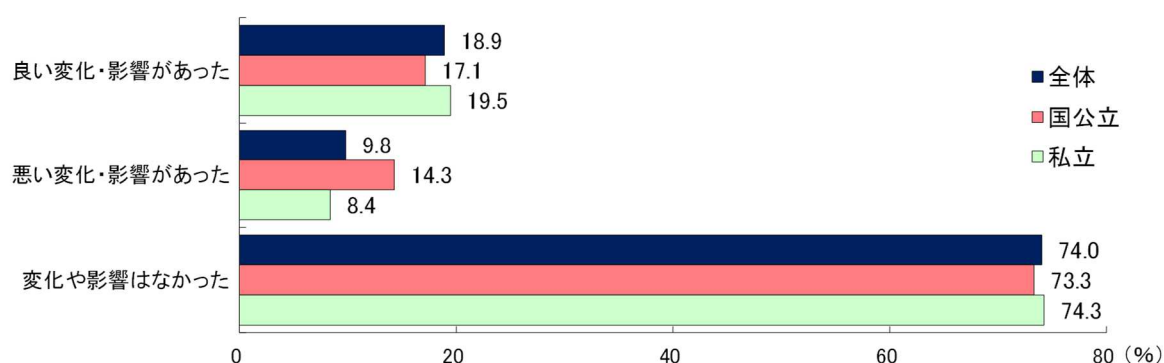
- 実施に協力いただける企業の新規開拓を強化したい。 <私立大学>
- 外国人留学生の日本での就職について、産学連携を行いたい。 <公立大学>
- 正課科目として地元企業の社長がオムニバスで講義を行う授業をスタートさせる。 <私立大学>

#### 〔4〕 インターンシップ定義変更の影響

三省合意によってインターンシップが再定義され、学生のキャリア形成支援活動が 4 つに分類されたが、そのことにより変化や影響があったかを尋ねた。「良い変化・影響があった」は 2 割弱（18.9%）。「悪い変化・影響があった」は約 1 割（9.8%）で、「変化や影響はなかった」と回答した大学が大半だ（74.0%）。

具体的には、学生の意欲が高まったという声が多く挙がった一方、初年度ということもあり、学生・企業双方に新定義の 4 類型が浸透しておらず、混乱が生じることもあったようだ。

＜インターンシップの定義変更による変化・影響＞



#### ■具体的な変化や影響

- 早い段階で、自己分析や就活について考える学生が増えた。 ＜公立大学＞
- 企業側が 5 日間のプログラムを実施するケースが増えているため、学生も参加の幅が広がり、仕事理解を深める機会が増えたと感じる。 ＜私立大学＞
- 積極的に参加する学生は様々なタイプに参加し、企業研究ができ、貴重な機会となっている。一方で、学生がどれに参加したらいいかわからないと問い合わせが多く混乱している印象がある。 ＜私立大学＞
- インターンシップへの参加意欲が高まった。ただ、早期から動き出すことで、大事な時に息切れしてしまう学生が増えた。 ＜私立大学＞
- タイプ 3 のインターンシップへの応募が増え、ES 等の準備にあたっている。そのために学習や研究の時間を削ることが増え、研究活動等への支障が出ている。 ＜公立大学＞
- 定義や周知が曖昧で理解している学生の方が少ない。理解していない企業もいるので、混乱することが多い。 ＜私立大学＞
- 早期選考目的での参加希望も見受けられるようになった。 ＜私立大学＞

#### ■採用活動を行う企業に対しての意見や要望

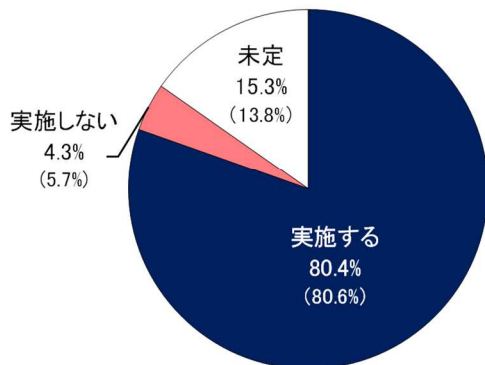
- 最近、企業の訪問が多いので、訪問希望の際には必ずアポイントの連絡がほしい。 ＜私立大学＞
- 基本給与額等、雇用条件を明確に記載して欲しい。 ＜私立大学＞
- インターンシップの 4 類型を理解して正しく表示していただきたい。また、自己申告書や青少年雇用情報シートを添付して学生が安心できる情報を公開してほしい。 ＜私立大学＞
- あまりにも早い採用は、学生の修学機会を奪う可能性もあるため、配慮していただきたい。 ＜私立大学＞
- 他社の選考辞退を条件に内定を出すような「オワハラ」行為や、自由応募の受験者に後から推薦書の提出を求め、内定の条件とするような行為は慎んでいただきたい。 ＜公立大学＞

## 4. 低学年向けキャリア支援

### 〔1〕実施状況

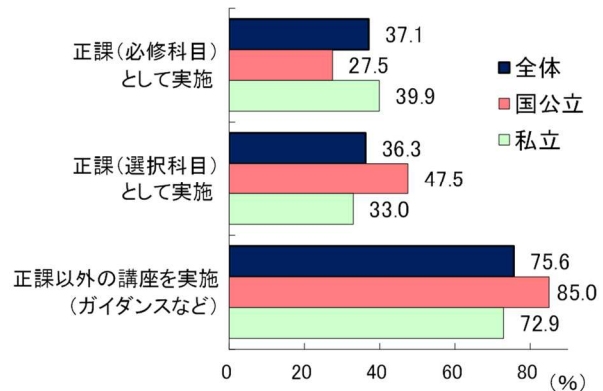
低学年（2027 年卒以降）向けに今年度のキャリア支援を「実施する」大学は約 8 割（80.4%）。実施形式は、ガイダンスなどの「正課以外の講座を実施」が 75.6%と圧倒的に多い。特に国公立大学では 85.0%と高い。一方、私立大学では「正課（必修科目）」が約 4 割に上り（39.9%）、力を入れている様子が見える。

＜低学年へのキャリア支援実施状況＞



\* ( ) 内は前年同期調査の数値

＜低学年へのキャリア支援実施形式＞

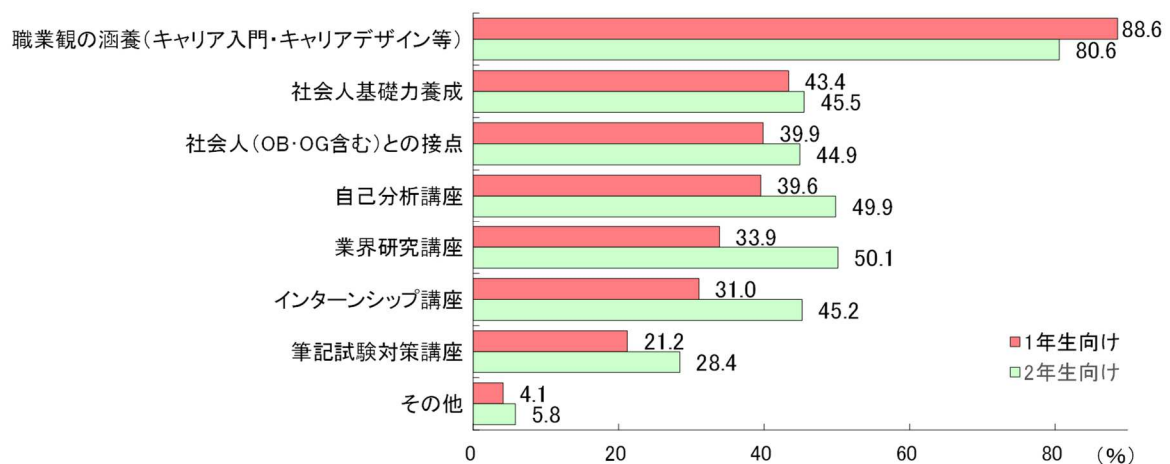


\* 低学年向けのキャリア支援実施大学が回答

### 〔2〕実施内容

実施内容を学年別に尋ねた。「職業観の涵養」が、1・2 年生とも圧倒的に多い。特に 1 年生向けには 9 割近くの大学で行われている（88.6%）。2 年生になると「業界研究講座」「自己分析講座」など、就職活動を見据えた、より実践的なプログラムも多く実施されている。

＜低学年の学生に実施している支援＞



\* インターンシップ講座は、オープン・カンパニー等も含めたものとして調査

### ■低学年向けキャリア支援について

○早期から卒業後の進路を考慮することで、大学生活をより充実させる目的。

＜私立大学＞

○3 年生夏のインターンシップ参加を見据え、低学年時から業界・企業研究をする必要があり、自身のキャリアについて早期に考える機会を設けることで大学生活と就職活動の充実を図ってほしい。

＜私立大学＞

○選考の早期化が止められない以上、大学としても動きを早期化せざるを得ない。

＜公立大学＞