

キャリタス就活・学生モニター（現大学3年生、修士1年生）を対象に、9月後半時点の就職意識や就活準備状況などを尋ねた。夏季インターンシップを中心としたプログラムへの参加状況や感想のほか、業界・企業研究の進め方、就職情報の入手についてなど、多岐にわたる項目を調査した。

1. インターンシップ等（※）への参加状況

- 前年同様1日以内のプログラムへの参加が主流（86.0%）。長期の参加が増加
- 平均参加社数「1日以内」6.1社、「2～4日間」2.4社、「5日間程度」1.5社

2. 参加してよかったこと、不満に思ったこと

- 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7割超で最多（74.5%）
- 不満点は「内容が難しすぎた／簡単すぎた」が最多。「フィードバックが不十分」が増加

3. 今後のインターンシップ等への参加予定

- 9割近くが参加意向を示す。特に短期プログラムへの参加を希望する学生が目立つ
- 参加希望時期は「11月」「12月」など年内が多いが、年明けの参加を考えている学生も
- 「本選考についての情報が得られるもの」や「社員と交流できるもの」を希望する学生が多い

4. 9月後半時点の志望業界

- 志望業界が「明確に決まっている」28.8%、「なんとなく決まっている」50.2%
- 1位「官公庁・団体」、2位「銀行」、3位「インターネットサービス」

5. 業界研究・企業研究に力を入れたい時期

- 業界研究は9月・10月がピーク。企業研究は8月～12月がボリュームゾーン

6. 就活準備イベントへの参加

- 会場型への参加が増え、オンラインとの差がさらに縮小。今後の参加意向は両形式とも年内が高い
- 参加したい要件は「興味のある企業が出ている」「志望業界の研究ができる」「選考直結型」など

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（85.5%）。「各企業のホームページ（採用サイト）」（65.8%）が続く
- 企業探しでは、文理とも「その企業のクチコミ」「前年度の採用プロセス」を過半数が選択

8. SNS利用状況

- 就活でのSNS利用、「X（旧Twitter）」と「LINE」が多い

※「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

調査概要

調査対象：2028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：863人（文系男子148人、文系女子400人、理系男子167人、理系女子148人）
調査方法：インターネット調査法
調査期間：2026年9月15日～27日
サンプリング：キャリタス就活 学生モニター2028
調査実施：株式会社キャリタス／キャリタスリサーチ

1. インターンシップ等への参加状況

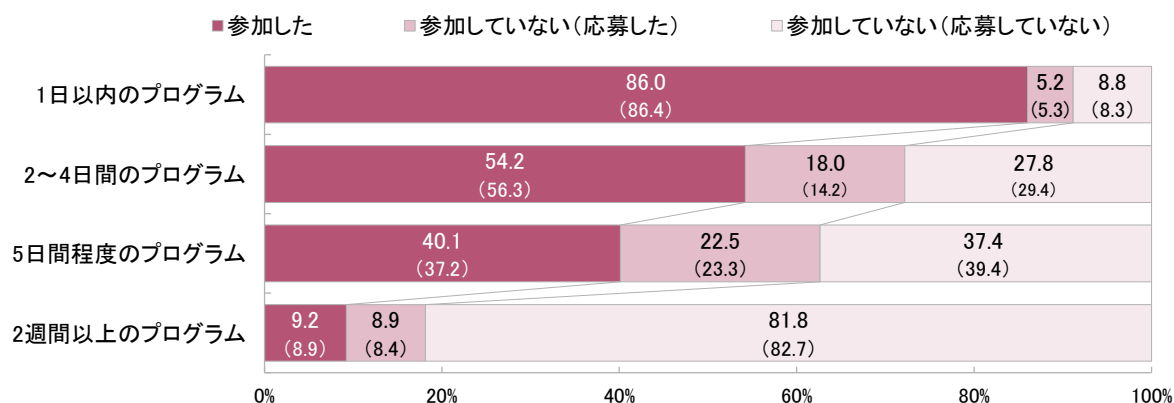
まず、インターンシップやオープン・カンパニー（以下、インターンシップ等）のデータを確認したい。

参加状況を実施日数別に見ると、「1 日以内のプログラム」の参加経験を持つ学生は 8 割超と圧倒的に多く（86.0%）、「2～4 日間」は半数強（54.2%）。「5 日間程度」は前年同期より約 3 ポイント増え、4 割に達した（40.1%）。「2 週間以上」も 9.2%と前年を上回り、長期プログラムの参加経験者が増えている。

参加社数が多いのも「1 日以内のプログラム」だが、前年調査をやや下回り（平均 6.3 社→6.1 社）、「2 週間以上」が僅かに増えた（1.1 社→1.3 社）。

参加時期は夏季休暇中の「8 月」「9 月」に今年も集中しているが、「7 月」が 6 割近くへと増加しており（58.9%）、早い時期からプログラムへの参加に積極的だった様子が見える。

< インターンシップ等の参加状況 >



* オンライン形式も含む

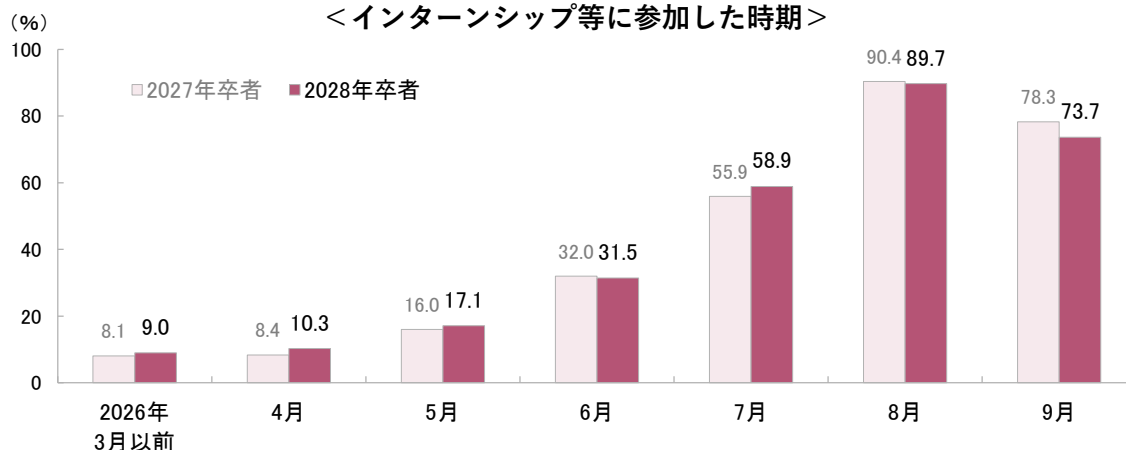
※（ ）内は2025年9月調査の数値

< インターンシップ等参加社数／平均 >

	全 体	2027年卒者	2026年卒者	文 系	理 系
1日以内のプログラム	6.1	6.3	6.9	6.8	4.6
2～4日間のプログラム	2.4	2.5	2.4	2.5	2.1
5日間程度のプログラム	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
2週間以上のプログラム	1.3	1.1	1.1	1.5	1.1

※それぞれの参加者が分母

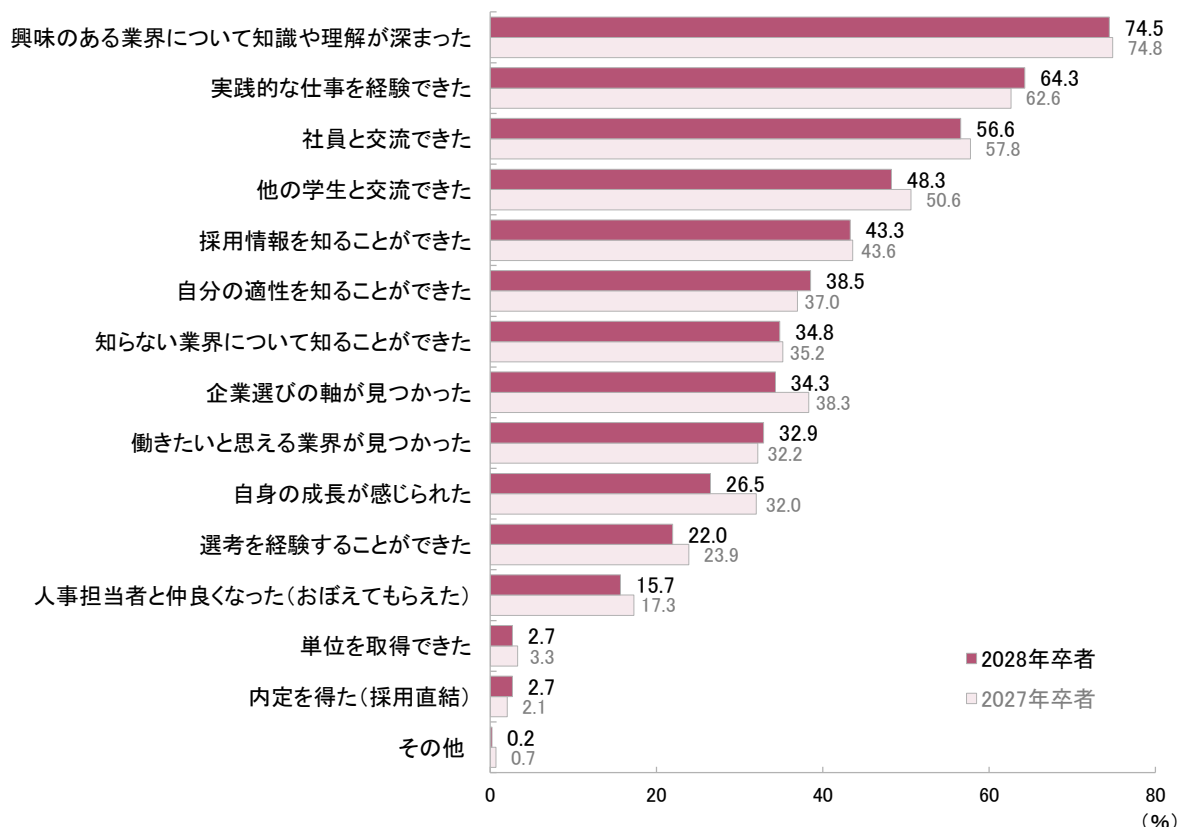
< インターンシップ等に参加した時期 >



2. 参加してよかったこと、不満に思ったこと

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た。最も多いのは「興味のある業界について知識や理解が深まった」で 7 割超が選んだ (74.5%)。次いで、「実践的な仕事を体験できた」(64.3%)、「社員と交流できた」(56.6%) が続く。仕事体験や座談会などでの社員との交流を通じて、理解を深められた学生が多いことが読み取れる。

<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】

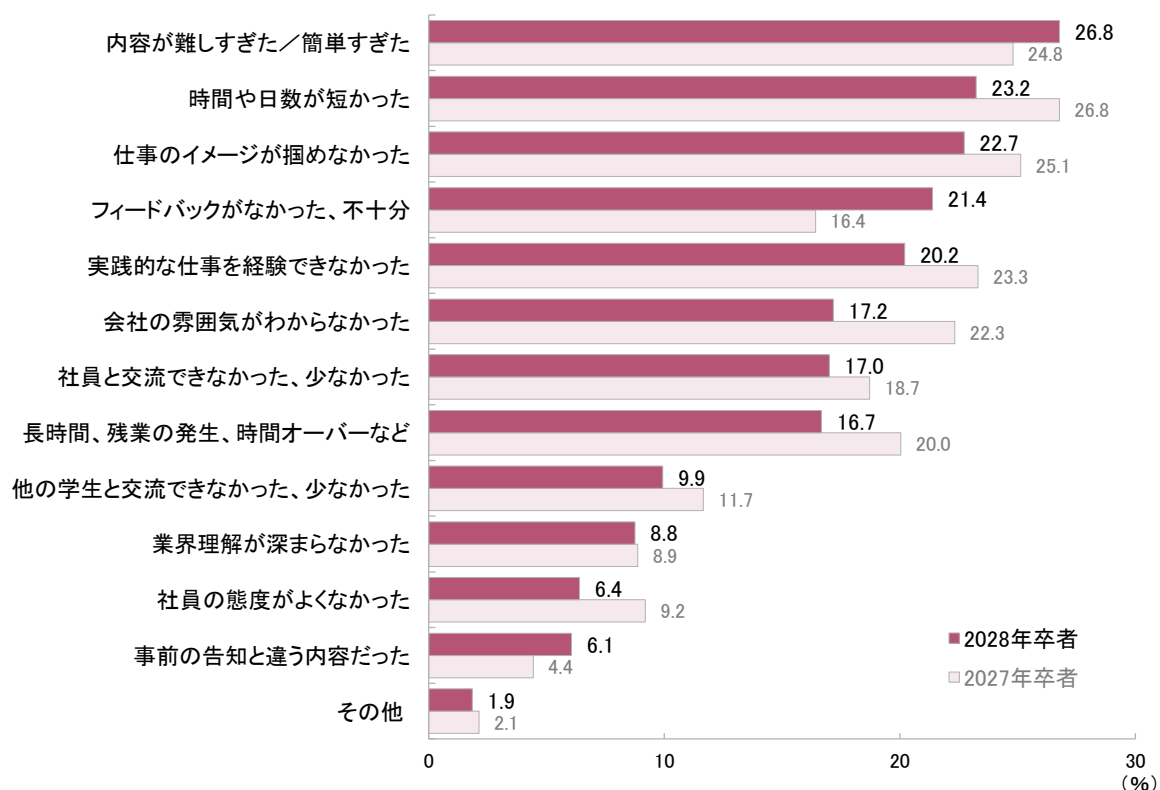
- 1day だったが、実践的な演習や実験を交えて業務を体験できた。 <理系男子>
- 外出の機会や大人数の前で発表する機会があった。フィードバックが厚かった。 <文系男子>
- 5days で、実際の業務に近いワークを体験できた。また、様々な経歴を持つ社員とも話す機会が多数設けられていた。実際の職場や寮に身を置くことで、入社後のイメージをより具体的にすることができた。 <理系男子>
- 福利厚生についてたくさん知れた。チームがとても楽しかった。 <文系女子>
- 業務の経験ができたことはもちろん、昼食では社員の方や同じインターン生と食事ができ、会社の雰囲気がわかったのがよかった。 <理系女子>

【オンライン形式】

- オンラインながら実務に近いことを一通り体感できた。 <理系男子>
- パネルディスカッションがあり、働いている上で辛いことなども言ってくれた。 <文系女子>
- 商品企画のグループワークで、行動指針に基づいた分かりやすいフィードバックがあった。 <理系女子>
- 難しめのグループワークを通じて、自身の長所・短所を意識できた。 <文系男子>
- 様々な部署の社員とお話しできたため、仕事内容や選考についてとても詳しく聞くことができた。 <文系女子>
- 顔出しなしで、リラックスして話に集中できた。 <理系女子>

反対に、参加して不満に思ったことを尋ねたところ、64.3%が何らかの不満を感じたことがあると回答した。具体的には、「内容が難しすぎた／簡単すぎた」という回答が最も多い(26.8%)。前年調査と比べると、「会社の雰囲気がわからなかった」「時間や日数が短かった」「実践的な仕事を経験できなかった」などのポイントが減少。長期プログラムへの参加が増加したことが影響しているのだろう。一方で、「フィードバックがなかった、不十分」は大きく増えた(16.4%→21.4%)。企業からのフィードバックに寄せる学生の期待が大きくなっている面もありそうだ。

<インターンシップ等に参加して不満に思ったこと>



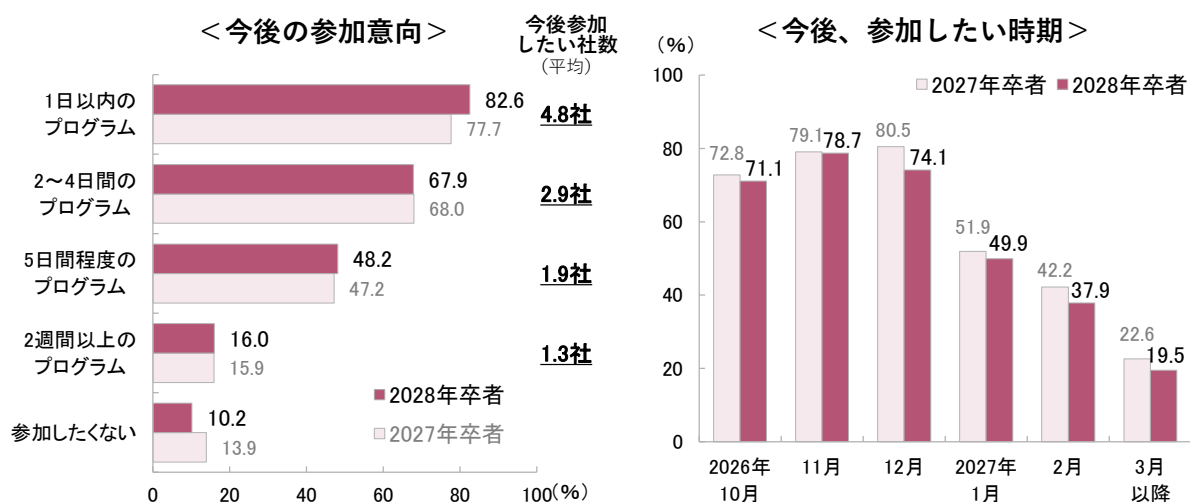
■不満に感じたプログラム

- 忙しいとは思うが、色々な社員の方の話を聞きたかった。 <理系女子>
- 実際の職場を見学できず、働くイメージがつかめなかった。 <理系男子>
- ワークが専門的な内容であったが、事前説明が少なかったのでもう進められなかった。 <文系女子>
- 明らかに志望度が低い学生が多かったときは、チームワークがうまく機能せず苦労した。 <文系男子>
- スケジュールがうまく組まれておらず、何をすればいいかわからない時間があった。 <理系男子>
- 一方的なプレゼンで終わったり、時間に追われたりと、グループワークの時間が短いインターンがあったため、グループワークの時間をきっちりどこかで作って欲しいと感じました。 <文系男子>
- 実務的な仕事体験ができるという触れ込みに興味を持って応募したのに、ただただ計算をするだけのワークや、価値観のような実務とは程遠いグループワークをさせられて、何のために参加したのか分からないような取り組みがメインの企業が何社もあり、大変不満だった。 <理系男子>
- 内容が薄いのに1回ですべてを説明してくれず、次回に回そうとするのは不満。 <文系女子>
- 座談会が無駄に冗長な場合がある。 <文系男子>
- フィードバックが一言だけだった。良い点も改善点もっと挙げてほしかった。 <文系女子>
- 昼食は豪華でなくてもよいので、もうすこし量が欲しいと感じる時はあった。 <文系男子>
- 長時間オンラインで、パソコンが熱くなったり、電源が落ちてしまったりするトラブルがあったので、できれば対面で実施してほしいと思いました。 <文系女子>

3. 今後のインターンシップ等への参加予定

今後、「1日以内のプログラムに参加したい」と回答した学生は8割以上（82.6%）。「2～4日間」は6割後半（67.9%）、「5日間程度」は約半数（48.2%）。「参加したくない」という学生は全体の1割にとどまり（10.2%）、引き続き参加を希望する学生が大半を占める。

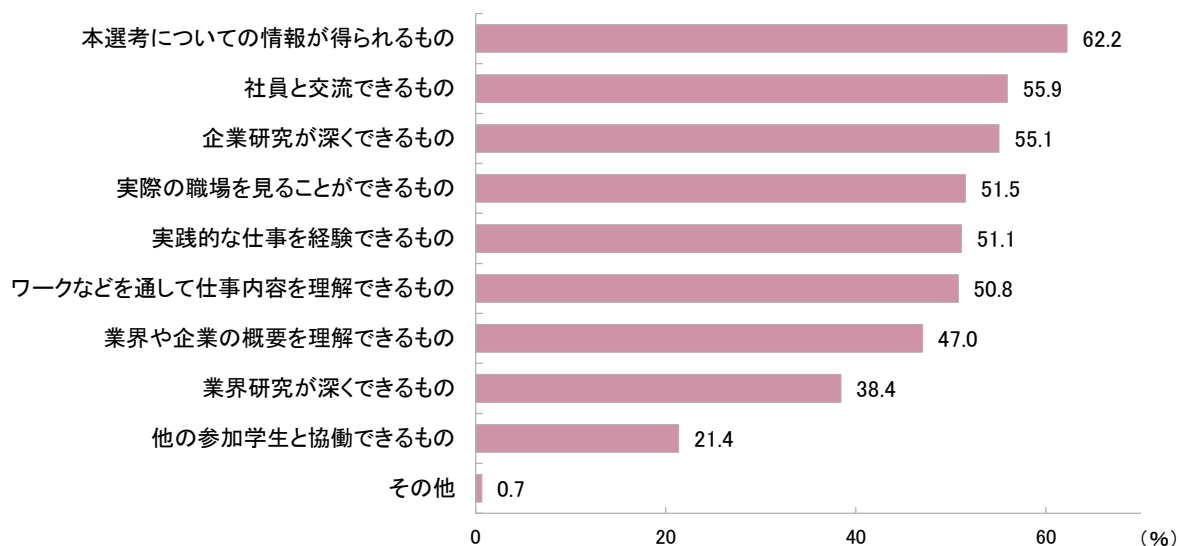
プログラムに参加したい時期は「11月」（78.7%）が最も多く、次いで「12月」（74.1%）、「10月」（71.1%）の順。現状では年内の参加を想定する学生が多いが、「1月」は約半数（49.9%）、「2月」は4割近く（37.9%）が、参加を考えている。



どのような内容のものに参加していきたいかも尋ねたところ、「本選考についての情報が得られるもの」が6割を超え最も多かった（62.2%）。参加した後の選考プロセスに対して関心が高いことがわかる。早期選考などの優遇が得られるかどうか、今後の参加プログラムを選ぶ基準の1つになっているのだろう。

また、「社員と交流できるもの」（55.9%）、「実際の職場を見ることができるもの」（51.5%）も関心が高く、勤務する社員や職場の様子を実際に見ることで、理解を深めたいとの意向がうかがえる。

<今後参加したいコンテンツ（プログラム）>



4. 9 月後半時点の志望業界

志望業界の決定状況を尋ねたところ、「なんとなく決まっている」と回答した学生が約半数 (50.2%)。「明確に決まっている」という学生は約3割 (28.8%) で、「決まっていない」が2割 (21.0%)。前年同期調査とほぼ同じ比率だった。文系に比べ理系の方が決定している学生が多く、特に理系男子は4割が「明確に決まっている」と回答した (40.7%)。

「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た (40業界から選択)。全体で最も多かったのは「官公庁・団体」(21.2%) で、前年4位から上昇した。インターンシップの強化や、試験日程の前倒しなどの取り組みにより、興味をもつ学生が増えているのだろう。特に文系で人気が高く、文系女子で1位、文系男子で2位。全体の2位は「銀行」(18.4%)。前年1位の「情報・インターネットサービス」は3位に、2位だった「情報処理・ソフトウェア」は6位になるなど、IT人気に一服感も見られる。ただ、決定状況を「なんとなく」と回答した学生が多い中で尋ねた志望業界であり、活動が進む中で変化していく可能性もある。今後の推移を注視したい。

< 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	28.8	28.8	30.4	20.3	40.7	35.1
なんとなく決まっている	50.2	49.2	48.0	54.8	38.3	56.1
決まっていない	21.0	21.9	21.6	25.0	21.0	8.8

< 志望業界 (上位 15 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 官公庁・団体 ④	21.2	銀行 31.0	官公庁・団体 24.0	電子・電機 31.8	医薬品・医療関連・化粧品 33.3
2 銀行 ③	18.4	官公庁・団体 26.7	マスコミ 22.7	機械・プラントエンジニアリング 25.8	素材・化学 31.1
3 情報・インターネットサービス ①	18.0	マスコミ 20.7	銀行 18.0	情報・インターネットサービス 23.5	水産・食品 26.7
4 マスコミ ⑦	16.0	情報・インターネットサービス 19.0	情報・インターネットサービス 15.0	エネルギー 20.5	情報・インターネットサービス 17.8
5 建設・住宅・不動産 ⑤	14.8	建設・住宅・不動産 14.8	エンターテインメント 13.7	素材・化学 13.7	官公庁・団体 16.3
6 情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト ②	14.5	調査・コンサルタント 16.4	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 13.3	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 19.7	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 14.8
7 エネルギー ⑨	13.0	商社(総合) 14.7	水産・食品 12.3	自動車・輸送用機器 18.9	建設・住宅・不動産 14.1
8 水産・食品 ⑥	12.9	情報処理・ソフトウェア・ゲームソフト 12.9	エネルギー 12.0	建設・住宅・不動産 15.2	電子・電機 11.1
素材・化学 ⑮	12.9	エンターテインメント 12.9	建設・住宅・不動産 11.7	精密機器・医療用機器 12.1	エネルギー 11.1
10 調査・コンサルタント ⑧	12.5	運輸・倉庫 12.1	ホテル・旅行 11.3	水産・食品 10.6	調査・コンサルタント 10.4
11 電子・電機 ⑭	11.8	エネルギー 11.2	調査・コンサルタント 11.3	調査・コンサルタント 10.6	自動車・輸送用機器 8.1
12 医薬品・医療関連・化粧品 ⑮	10.8	証券・投信・投資顧問 11.2	商社(総合) 9.7	鉄鋼・非鉄・金属製品 9.7	ゴム・ガラス・セメント・セラミックス 7.4
13 エンターテインメント ⑩	10.3	信販・クレジット・ファイナンス 9.5	素材・化学 8.7	官公庁・団体 8.7	銀行 7.4
14 商社(総合) ⑪	9.4	通信関連 9.5	運輸・倉庫 8.3	医薬品・医療関連・化粧品 8.3	マスコミ 6.7
15 機械・プラントエンジニアリング ⑰	8.5	信用金庫・労働金庫・信用組合 8.5	その他サービス 8.3	銀行 8.3	機械・プラントエンジニアリング 6.7
					通信関連
					精密機器・医療用機器

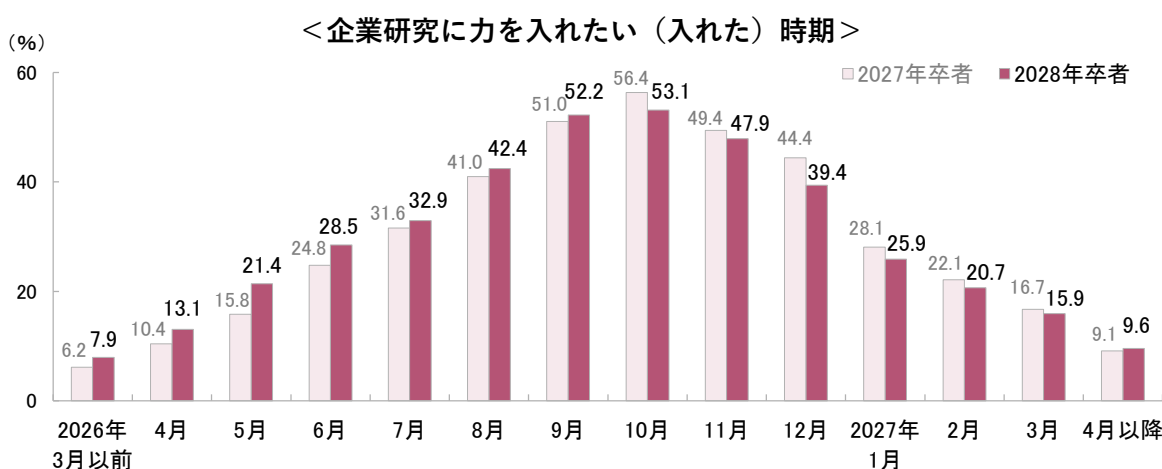
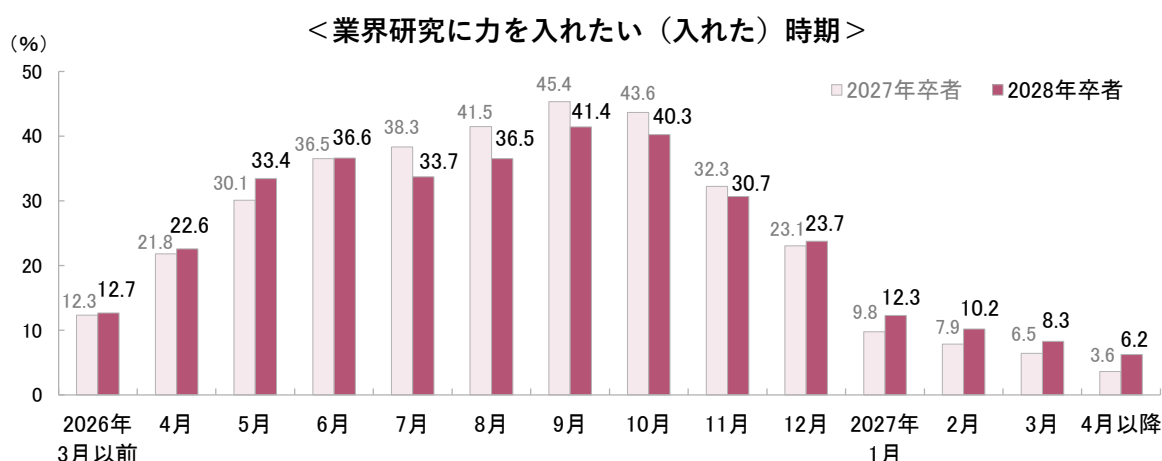
※○の中の数字は前年同期調査の全体順位

※「その他サービス」＝介護・福祉サービス、アウトソーシングなどのサービス業

5. 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「5月」に3割を超え、夏季インターンの応募に向け調べ始めた学生が多かったことがうかがえる。ピークは「9月」「10月」でそれぞれ4割超。5ページで見たように、11月・12月にインターン参加を希望する学生が多く、どのプログラムに応募・参加するかを決めるためにも業界研究に力を入れる学生が多いのだろう。一方、企業研究に力を入れたい時期は「8月」から「12月」にかけて高く、夏場から年内までがボリュームゾーン。今後、夏季インターンシップ等参加企業の早期選考を意識し、活発に情報収集を行って対策したいという学生も多いとみられる。



■業界研究・企業研究のプラン（進め方）

- 夏インターンで自分に適性のある業界はわかってきたので、今から研究したい。 <文系女子>
- インターンを通して志望業界への理解が深まった一方、自分には合わないと感じたため、今後は他分野についても理解を深め、志望業界・企業の選択肢を広げていきたいと考えています。 <文系女子>
- サマーインターンを経て、さらに幅広い業界を研究するの必要を感じた。 <文系男子>
- 9月～11月は学会に参加する予定なので、合間を縫って業界・企業研究し候補を絞りつつ、できればエントリーシート作成や面接練習をして、11月以降の早期選考に備えたい。 <理系男子>
- 夏インターンの申し込みで6月によく時間を割いた。今後、秋インターンや早期選考を迎えるにあたり、さらに志望企業を絞る上で業界・企業研究に力を入れたい。 <理系女子>
- まだはっきりと志望業界・企業が定まっていないので年内、遅くとも来年の1月までには決めたい。ホームページを見たり、インターンシップ等に参加したりして深めていきたい。 <文系男子>

6. 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・キャリアイベントなど）への参加状況を、開催形式ごとに確認した。

「オンライン形式」のものに参加経験がある学生が全体の 8 割超で (85.2%)、「会場型」の参加経験者は 8 割弱 (79.4%)。会場型に参加経験を持つ学生は年々増加しており、オンライン形式への参加が微減していることで、両者の差はかなり縮まっている。

これを文理別に見てみると、極端な差はないものの「会場型」は文系が、「オンライン形式」は理系学生の方が参加経験率は高い。

一人あたりの平均参加回数は、物理的な参加しやすさも相まって、「オンライン形式」の視聴回数が多く、今年は更に増加した (5.8 回→6.1 回)。

<就活準備イベントの参加経験>

	全 体	2027年卒者	2026年卒者	文 系	理 系
会場型に参加	79.4	75.9	69.9	83.1	71.0
オンライン形式に参加	85.2	86.8	89.6	84.8	86.3
いずれも参加していない	5.8	4.6	4.9	4.7	8.3

(%)

<就活準備イベントの参加回数>

	全 体	2027年卒者	2026年卒者	文 系	理 系
会場型の参加回数(平均)	3.1	3.1	2.9	3.1	2.9
オンラインの視聴回数(平均)	6.1	5.8	5.8	6.3	5.7

(回)

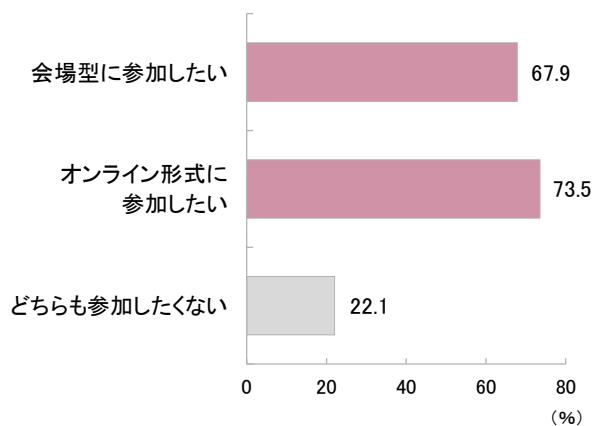
※それぞれの参加者が分母

※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

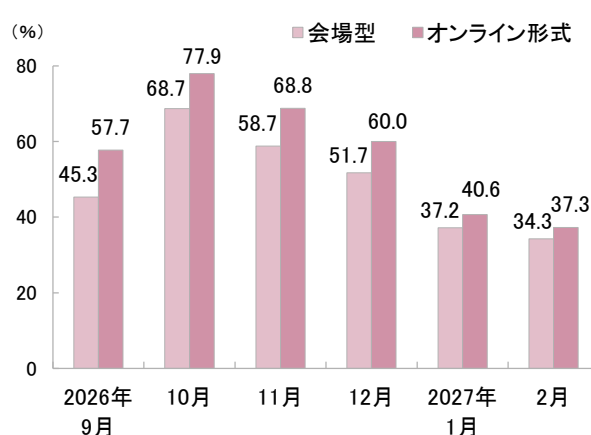
今後の参加意向についても形式ごとに尋ねた。「会場型」が 6 割台後半 (67.9%)、「オンライン形式」は 7 割強 (73.5%) と、形式によらず引き続きイベントへの参加を予定している学生が多い。「どちらも参加したくない」という学生は 2 割程度にとどまる (22.1%)。

参加を希望する時期は、会場型・オンライン形式ともに秋から年内の割合が高い。年内に積極的にイベントに参加して、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。

<今後の参加意向>

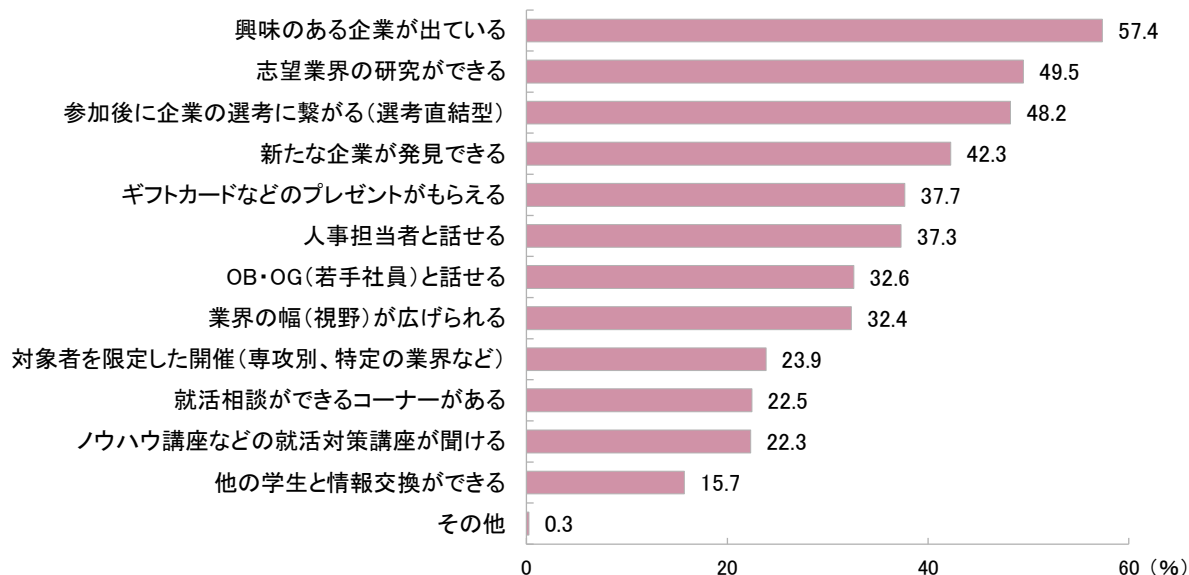


<今後、参加したい時期>



今後参加したいイベントの内容として最も多かったのは、「興味のある企業が出ている」で57.4%。「参加後に企業の選考に繋がる（選考直結型）」を半数近くが選ぶなど（48.2%）、イベントに対しても選考への意識の高い学生が少なくない。一方で、「新たな企業が発見できる」が4割を超えており（42.3%）、視野を広げることを目的に参加する学生も多い。

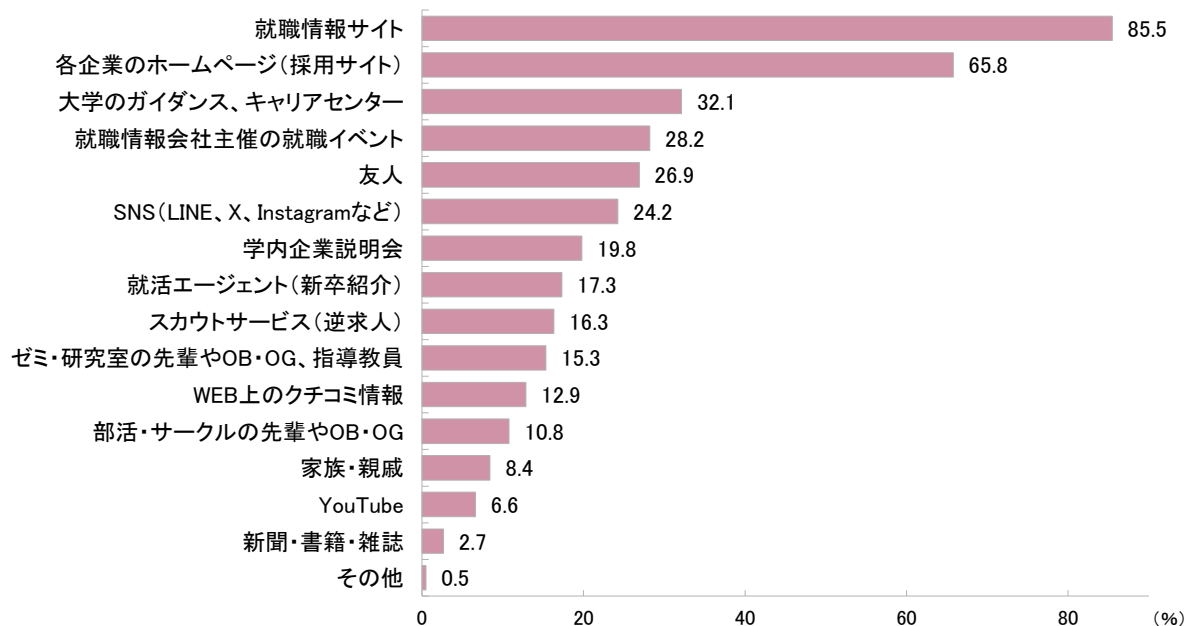
< 今後参加したい就活準備イベントの要件 >



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 8 割を超え（85.5%）、圧倒的に多い。また「各企業のホームページ（採用サイト）」も 6 割超（65.8%）と、よく利用されている。次に「大学のガイダンス、キャリアセンター」と「就職情報会社主催の就職イベント」が 3 割前後で続く（32.1%、28.2%）。以下はポイントが分散しており、欲しい情報に合わせて、様々なツールや媒体を使い分けている様子が見て取れる。

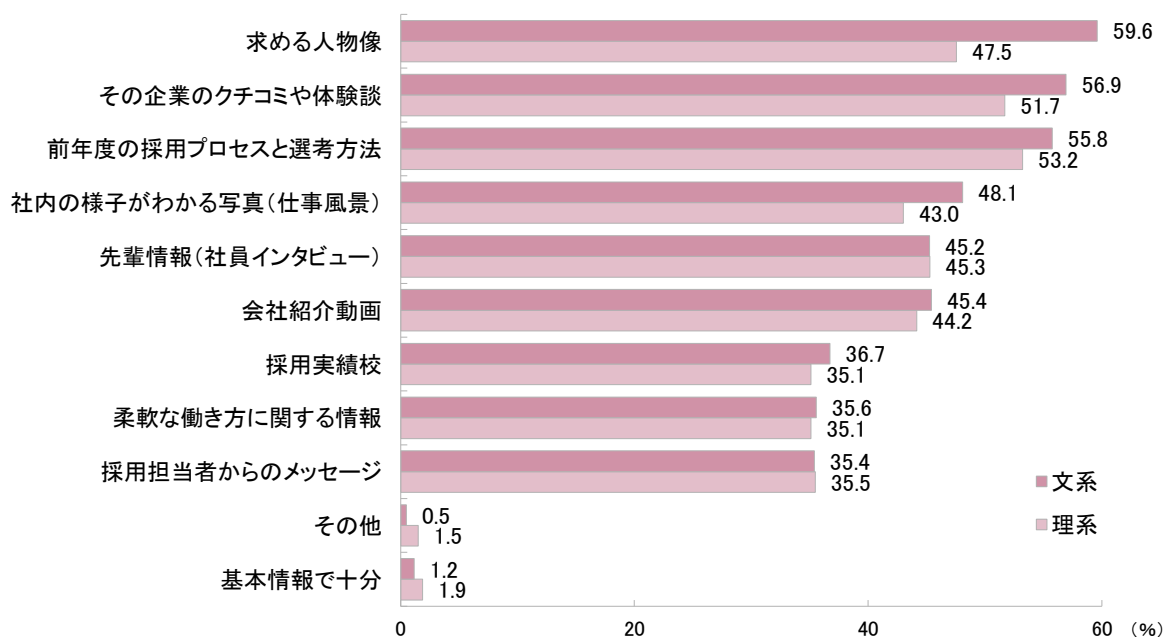
< 就職活動に関する情報の入手先 >



就職情報サイトで企業を探す際に、基本的な企業情報（会社概要など）以外にどのような情報を求めているのかを尋ね、文理別に集計した。文系で最も多いのは「求める人物像」で 6 割近くが選んだ（59.6%）。理系は 4 割台（47.5%）で 10 ポイント以上の差が見られる。これ以外にも文系は理系に比べ総じて数値が高く、より多くの情報を求めていることがわかる。一方で、「その企業のクチコミや体験談」と「前年度の採用プロセスと選考方法」については文理ともに半数を超えており、多くの学生が知りたいと考えていることがわかる。クチコミを通して企業の雰囲気をつえたり、採用選考に関する情報を早めに押さえておきたいとの姿勢が読み取れる。

なお、「基本情報で十分」という学生はほとんどおらず、就職情報サイトからできるだけ多くの情報を得て、企業研究をしたり、エントリーするかどうかを判断したいと考えている様子が見える。

< 就職情報サイトで企業を探す際に求める情報 >

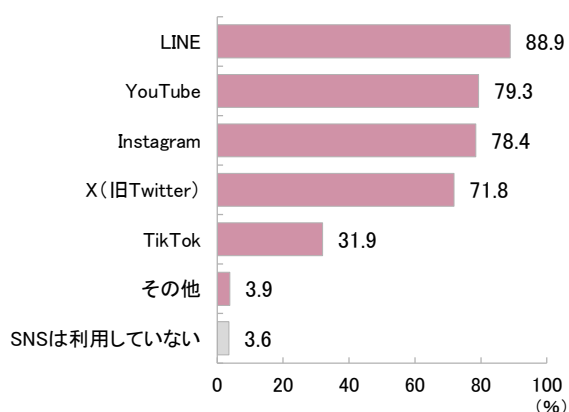


8. SNS 利用状況

日常生活で利用している SNS として最も多いのは「LINE」で 9 割近くに上る（88.9%）。「YouTube」「Instagram」「X(旧 Twitter)」までが 7 割を超え、多くの SNS を日常的に利用していることがわかる。

就職活動では「X(旧 Twitter)」(40.9%) と「LINE」(37.9%) の利用率が高い。「Instagram」「YouTube」は 2 割強が利用。今後、就職活動が進む中で、それぞれ利用割合が高まっていくものとみられる。

< 日常生活で利用する SNS >



< 就職活動で利用する SNS >

