キャリタス

2026 年 11 月発行

# 大学の就職・キャリア支援活動に関する調査

大学生の就職活動スタイルは多様化しており、年々進む早期化や長期化などにより、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。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、2027 年卒者の就職活動状況、2028 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】

1．2027 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］2027 年卒者の就職支援の課題

2．2028 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 (※) 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．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 ： 2026 年 9 月 1 日～25 日
回 答 学 校 数 ： 352 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。

| 国公立 | 私立 | 合計 |
|---|---|---|
| 83校 | 269校 | 352校 |

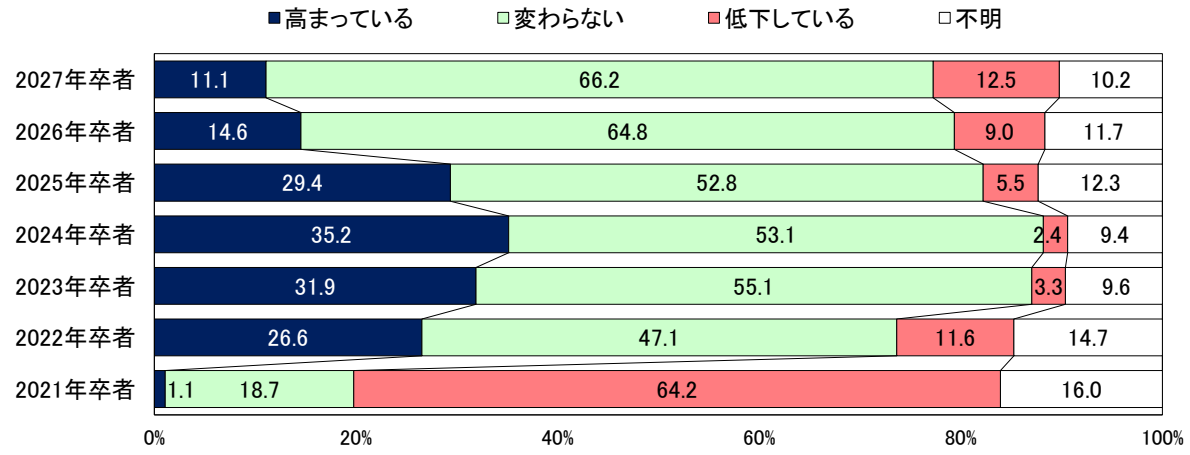
| 北海道・東北 | 関東 | 中部 | 関西 | 中国・四国 | 九州・沖縄 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 36校 | 112校 | 73校 | 66校 | 26校 | 39校 | 352校 |

# １．2027 年卒者の就職活動状況

## ［１］内定状況

まず、自校の 2027 年卒者（現 4 年生）の内定状況について尋ねた。前年度より「高まっている」と回答した大学が全体の 11.1%で、「低下している」が 12.5%。コロナ禍の影響を受けた 2021 年卒者を底に、翌年からは内定状況の高まりを実感する大学の増加傾向が続いてきたが、今年は 6 年ぶりに「低下」という回答がわずかに上回った。ただ、前年度と「変わらない」が 66.2%と 7 割近くを占めており、内定率が高止まりしていることがうかがえる。

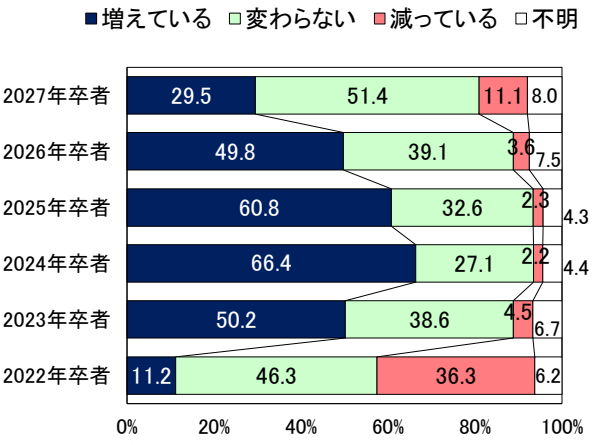
＜内定状況（前年度と比べて）＞




## ［２］求人状況の変化

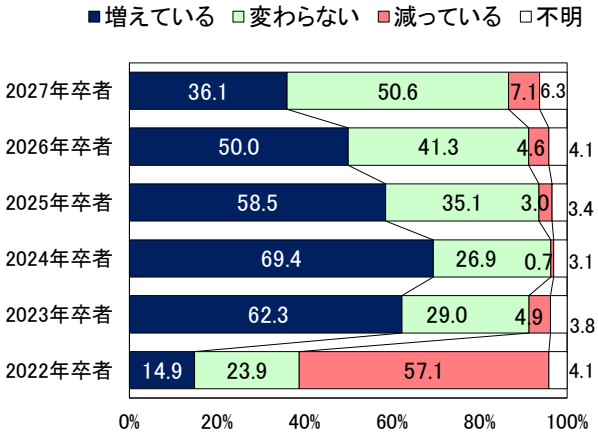
2027 年卒者の求人状況に関し、前年度からの変化を尋ねた。求人数が「増えている」と回答した大学は約 3 割（29.5%）。前年調査（49.8%）に比べ 20 ポイント以上減少した。企業の来訪数も同様に、「増えている」の割合は前年調査よりも下がった（50.0%→36.1%）。ここ数年は、企業の採用意欲の強まりが顕著に表れていたが、やや落ち着いてきた様子がうかがえる。但し、「増えている」が「減っている」を大きく上回っている点に変わりはなく、大学と良好な関係を保ち、採用を成功させたいと考える企業は少なくないようだ。

＜求人数の変化＞




*オンラインを含む

＜企業の来訪数の変化＞

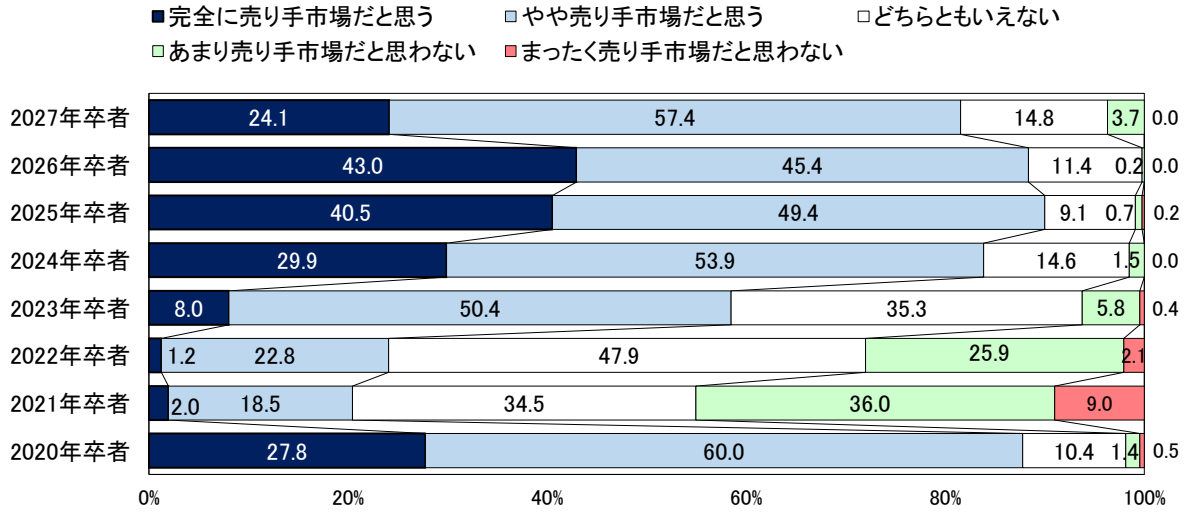


## ［3］新卒採用市場の見方

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尋ねた。学生に優位な「売り手市場」との見方が約 8 割（計 81.5%）を占めるものの、「完全に売り手市場」の割合が、4 年続いた増加傾向から一転して大きく減少した（43.0%→24.1%）。

寄せられたコメントからは、採用数を充足できない企業が依然多いと感じる一方で、採用基準を上げる企業が見られることなどから、売り手市場の強まりや過熱ぶりは落ち着いてきたと捉え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**

○採用活動の方針として「数より質」を重視していることがより明白となっており、学生の企業・仕事理解の深度が問われている。 ＜私立大学＞

○来訪して下さる方は多いが、実際、採用内定数に比例しているとあまり思えない。 ＜私立大学＞

○企業の採用のハードルが上がった、もしくはハードルを元に戻している。企業は、学生を当然ほしいが、採用レベルに達していない学生、期待できない学生は無理に採用しない傾向と感じる。 ＜私立大学＞

○昨年度が売り手市場のピークであったと感じるものの、人材の都市部・関東圏への集中傾向は依然として続いている。そのため、地方においては当面、売り手市場の状況が継続すると考えられる。 ＜公立大学＞

○9 月以降も採用継続の企業も多く、27 卒のクローズ感がない。 ＜私立大学＞

○大手企業や人気企業に学生が集中する一方で、中堅・中小企業では採用枠の確保に難航している企業等もある。 ＜私立大学＞

○求人は増えているが、採用基準自体は下がっていない。 ＜国立大学＞

○企業の来訪数などは増加傾向にありますが、昨年度まで内定を取っていた層も一部苦戦している様子が見受けられる。 ＜私立大学＞

○技術職は売り手市場だと思うが、文系の学生にとってはそうとは言えない。 ＜私立大学＞

○早期から動けていた学生は、自身が納得できる企業から内定を獲得して就活を終了している一方で、希望業界の企業から内定がもらえずに長期にわたって就活を継続している学生もいる。 ＜公立大学＞

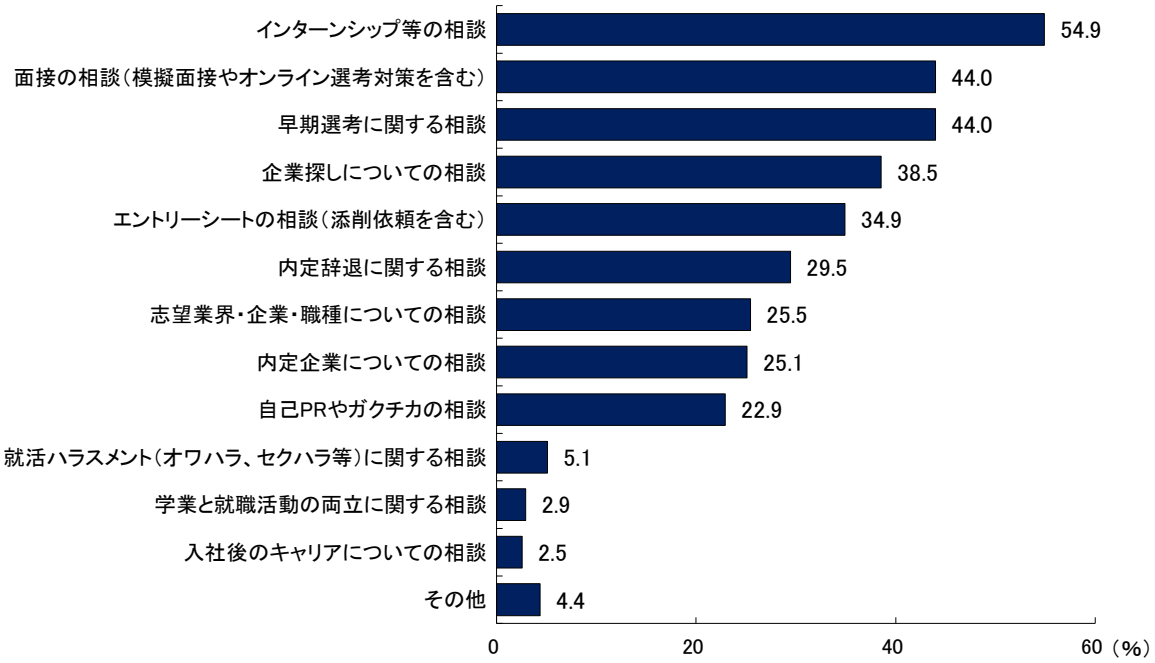
○新卒者の採用意欲は旺盛と感じるが、一方、新卒採用で補い切れない分を中途採用へ回しているという話も聞くようになった。 ＜私立大学＞

## ［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。「インターンシップ等の相談」が最も多く、5 割超が選んだ（54.9%）。事前選考対策についての相談や、低学年からの相談が増えたという大学が多いようだ。次いで「面接の相談」「早期選考に関する相談」が同率で続く（いずれも 44.0%）。

「内定辞退に関する相談」（29.5%）、「内定企業についての相談」（25.1%）など、内定を得た後の相談が増えている大学も少なくない。就職活動のスタート時から最終的な進路決定まで、様々なシーンで悩む学生が相談に訪れている様子が見て取れる。

＜学生からの相談で前年度より増えた内容＞




**■学生からの相談内容の特徴や変化**

○インターンシップ等の選び方や、参加した後の早期選考についての相談が増えた。 ＜私立大学＞

○インターン選考の書類添削・面接練習など、早期から 1 つ上の先輩と同じような相談が見られました。 ＜私立大学＞

○面接に不安を感じて相談を求める学生が増えた。 ＜国立大学＞

○就活準備が整っていないのに早期選考の案内が来て、対策の仕方が分からないため相談に来る学生が増えた。 ＜私立大学＞

○インターンシップや早期選考で AI 面接・録画面接を導入する企業が増え、「どのような質問があるか」「評価基準や対策は何か」「撮影時の注意点は何か」といった相談が目立ちました。 ＜国立大学＞

○企業を選ぶ際の軸があまりなく条件面だけで選んでいる学生が多いです。基準が明確になっていないため企業選びの相談を受けることが多くなりました。 ＜私立大学＞

○エントリーシートに記載する内容の相談・添削が多い。生成 AI で作成した学生も多く、自分の言葉に修正する支援も多くあった。 ＜私立大学＞

○内定獲得後の就職活動の継続についての相談が増加しました。 ＜私立大学＞

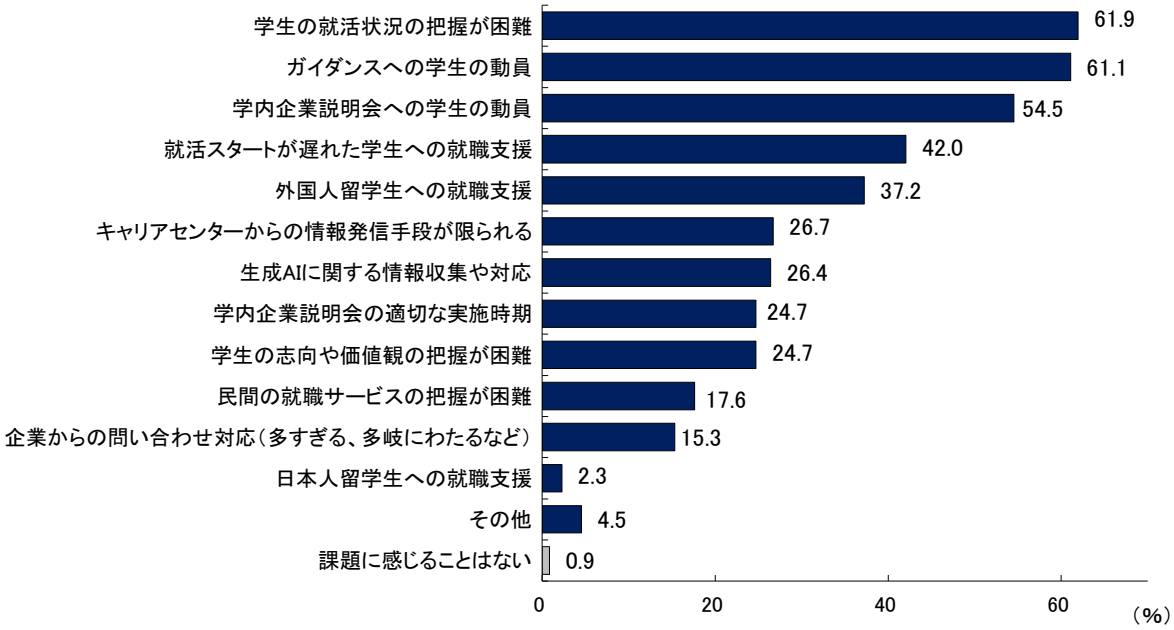
○複数業界からの内定に、どの企業に決めればいいかという相談が増えた。 ＜公立大学＞

## ［5］2027 年卒者の就職支援の課題

2027 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。「学生の就活状況の把握が困難」（61.9%）、「ガイダンスへの学生の動員」（61.1%）の 2 項目が 6 割を超え、多い。次に「学内企業説明会への学生の動員」（54.5%）が 5 割強で続く。

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、支援を行うための接点創出と強化を課題に感じる大学が多いようだ。

＜2027年卒者の就職支援の課題＞




**■課題に感じていること**

○進路状況について確認を促しているが、回答率が低いため実態を把握するのに苦労している。 ＜私立大学＞
○3 年次～4 年次の就活本番期にあたる学生の学内イベントへの動員数が減少している。 ＜私立大学＞
○学内企業説明会については、学生と企業双方の動きが多様化しているため、適切な実施時期の見極めが難しい。 ＜私立大学＞
○出遅れた層や就活がうまくいっていない層が、卒業までに内定獲得できるように支援すること。 ＜公立大学＞
○本当にサポートを必要としている学生が情報を得やすいよう、さらなる工夫ができるかは検討の余地がある。 ＜国立大学＞
○学生へ情報を届けるため、複数の媒体を用いて周知を行ったり、教員へ周知を依頼したりしていますが、多くの工数を要する。 ＜国立大学＞
○外国人留学生について、今後は個別サポートに力をいれたく思っています。 ＜国立大学＞

**■採用活動を行う企業に対しての意見や要望**

○ご来学の際には事前にアポイントを入れていただきたいです。 ＜私立大学＞
○本学の学び（学部・学科）についてご確認いただいた上で求人票の送信をお願いしたいです。 ＜公立大学＞
○採用対象として企業がどのような学生を求めているのか、学力や資格だけでなく、人物面や行動特性なども含めて具体的に共有いただけると、学生指導や進路支援に役立つと考えています。 ＜公立大学＞
○早期選考の際、試験期間である 1～2 月上旬にかけて書類提出や選考活動は自粛してほしい。 ＜私立大学＞
○過度な早期選考は控え、学生が学業に専念できるようにご配慮いただきたい。 ＜公立大学＞

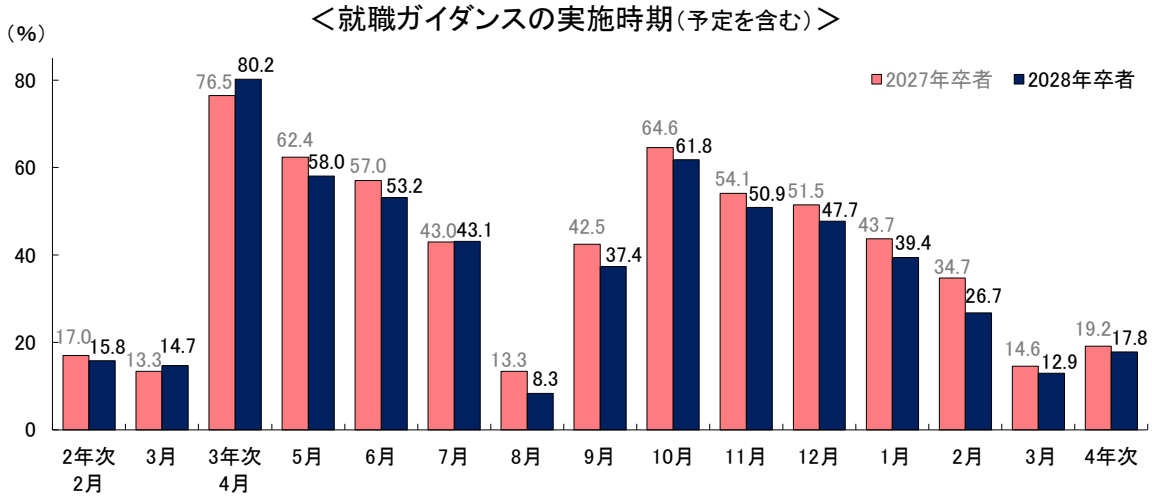
## ２．2028 年卒者への就職支援

### ［1］就職ガイダンスの実施状況

ここからは、2028 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。最も多いのは 3 年次 4 月で、8 割を超える大学が選んだ（80.2%）。前年調査より 3.7 ポイント増加した一方、他の月はほとんどが減少しており、4 月の集中度が高まった格好だ。夏のインターンシップ等を見据えて、3 年生に進級するタイミングでガイダンスを実施する傾向が強まっていることがうかがえる。

＜就職ガイダンスの実施時期（予定を含む）＞

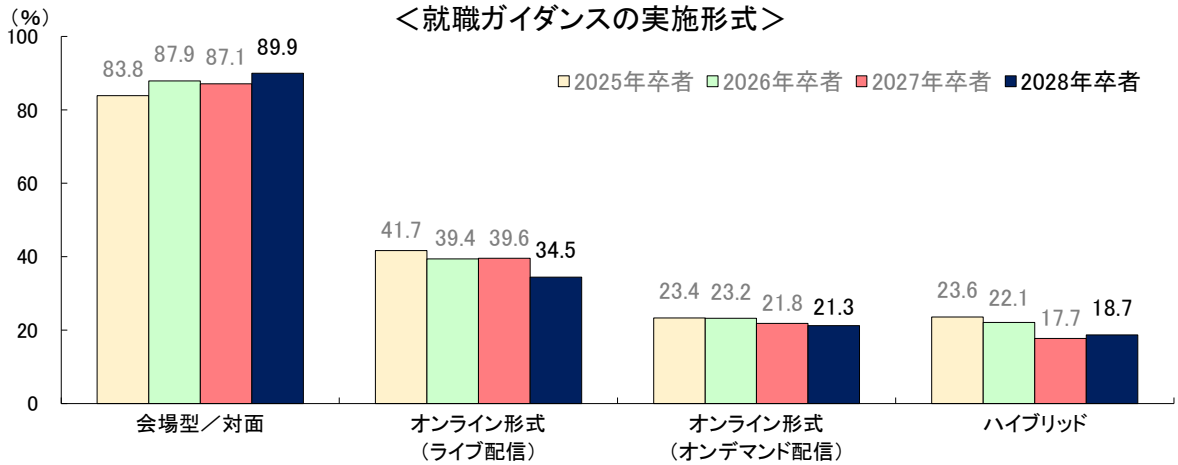



＊オンラインを含む

### ［2］就職ガイダンスの実施形態

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。今年も「会場型／対面」が最も多く、約 9 割に上る（89.9%）。オンライン形式は、ライブ配信が 3 割台半ば（34.5%）、オンデマンド配信が約 2 割（21.3%）で、対面型が主流であることがわかる。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、様々な形式で実施されていることがうかがえる。

＜就職ガイダンスの実施形式＞




《2027年卒者在籍人数別》　（%）

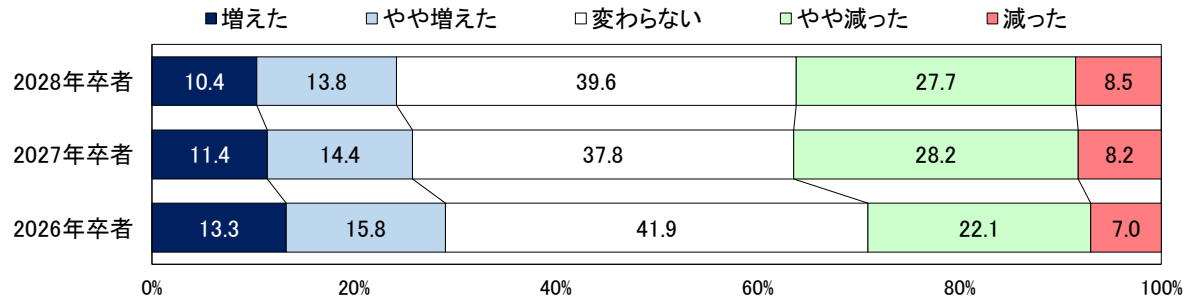
| | 会場型／対面 | オンライン形式（ライブ配信） | オンライン形式（オンデマンド配信） | ハイブリッド |
|---|---|---|---|---|
| 500人未満 | 93.1 | 20.1 | 9.7 | 13.2 |
| 500～2000人 | 89.1 | 36.7 | 22.4 | 17.7 |
| 2000人以上 | 84.2 | 64.9 | 47.4 | 35.1 |

## ［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への参加者が、前年度より「増えた」と回答した大学は 24.2%（「増えた」「やや増えた」の合計）。「減った」との回答は計 36.2%で、ガイダンスへの参加学生数が「減った」と感じている大学の方が多い。「増えた」という回答は、減少が続いている。

先に見たように、27 卒者のガイダンスへの動員を課題として挙げる大学が多かったが、今年度も同様の傾向が見られる。

＜就職ガイダンスの参加状況＞

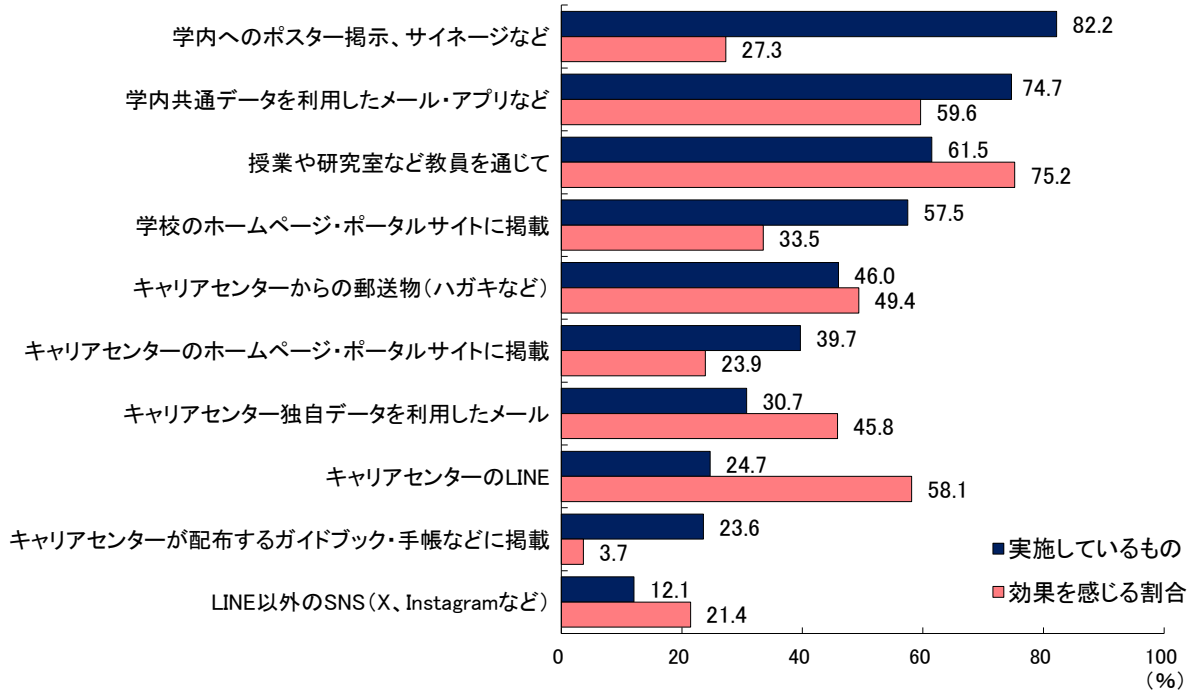



学生へのガイダンスの告知方法と、その中で効果を感じるものについて尋ねた。

実施率は「学内へのポスター掲示、サイネージなど」（82.2%）、「学内共通データを利用したメール・アプリなど」（74.7%）、「授業や研究室など教員を通じて」（61.5%）の順に多い。

実施しているものを分母に、効果を感じる割合を算出したところ、「授業や研究室など教員を通じて」が最も高く、7 割を大きく超える（75.2%）。次いで「学内共通データを利用したメール・アプリなど」（59.6%）、「キャリアセンターの LINE」（58.1%）の順。

＜就職ガイダンスの告知方法＞

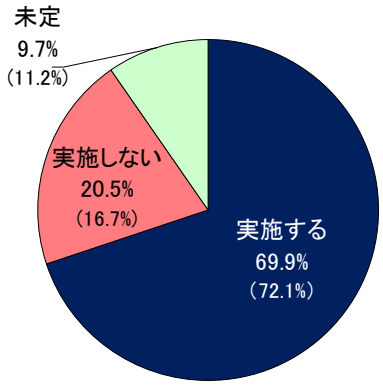


## ［4］業界研究・企業研究セミナーの実施状況

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」が約 7 割を占める（69.9%）。実施形式を尋ねたところ、「会場型／対面」が 9 割を超える（90.7%）。前年調査より 4.8 ポイント増加し、圧倒的に多い。一方、オンライン形式はいずれもポイントが減少しており、対面での実施割合がさらに増加する見込みだ。

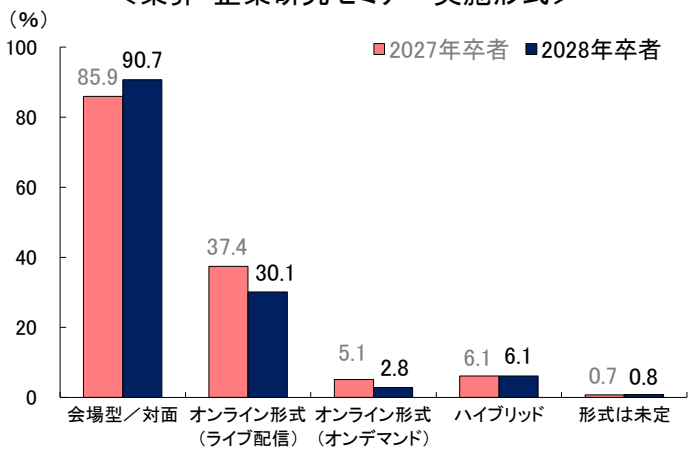
実施時期（予定を含む）をすべて選んでもらったところ、「3 年次の 11 月」が最多で（43.5%）、次に多いのが採用広報解禁直前の「2 月」（41.1%）。3 年次 7 月以前のポイントが大きく増加しており、実施時期が早まっていることが読み取れる。

＜3月より前の業界・企業研究セミナー実施状況＞



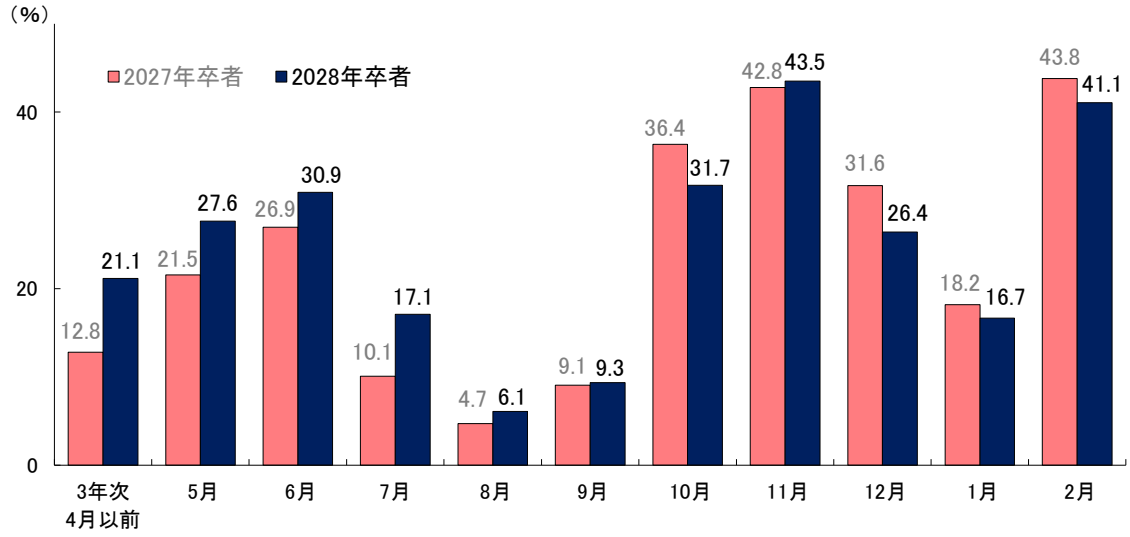

＊オンラインを含む
＊（ ）内は前年同期調査の数値

＜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＞

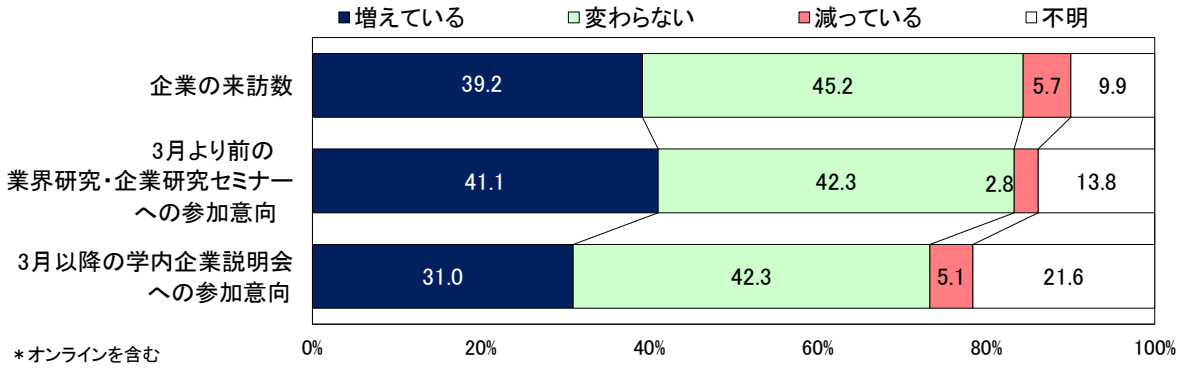



＊オンラインを含む
＊セミナー実施予定の大学が回答

## ［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。そのうち、企業の来訪数、3 月より前の学内イベントへの参加意向は「増えている」が約 4 割と、早い時期から大学を通じて学生へ PR する機会を得たいという企業が増えているようだ。ただし、3 月以降の学内企業説明会については、「不明」との回答が 2 割を超えており、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。

＜2028年卒者に対する企業のアプローチ（前年度と比べて）＞

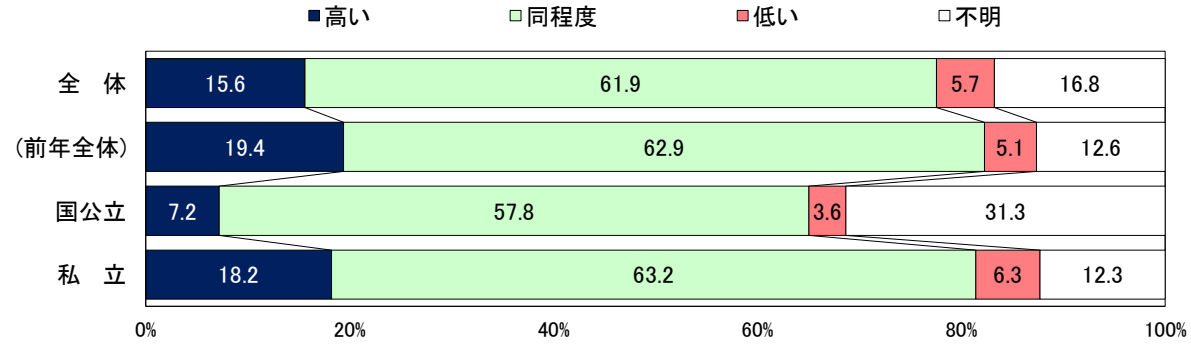



＊オンラインを含む

## ［6］学生の就職意識に対する所感

2028 年卒者の就職に対する意識について所感を尋ねたところ、前年度の学生に比べ「高い」（15.6%）が「低い」（5.7%）を大きく上回った。インターンシップ等の参加状況の他、低学年次からキャリアセンターを利用する学生が多かったことなどから意識の高さを感じるようだ。その一方で、売り手市場が続いてきたことで楽観視する学生もおり、二極化を懸念する声も見られた。

＜2028年卒者の就職に対する意識（前年度と比べて）＞




**■2028 年卒者の就職に対する意識について**

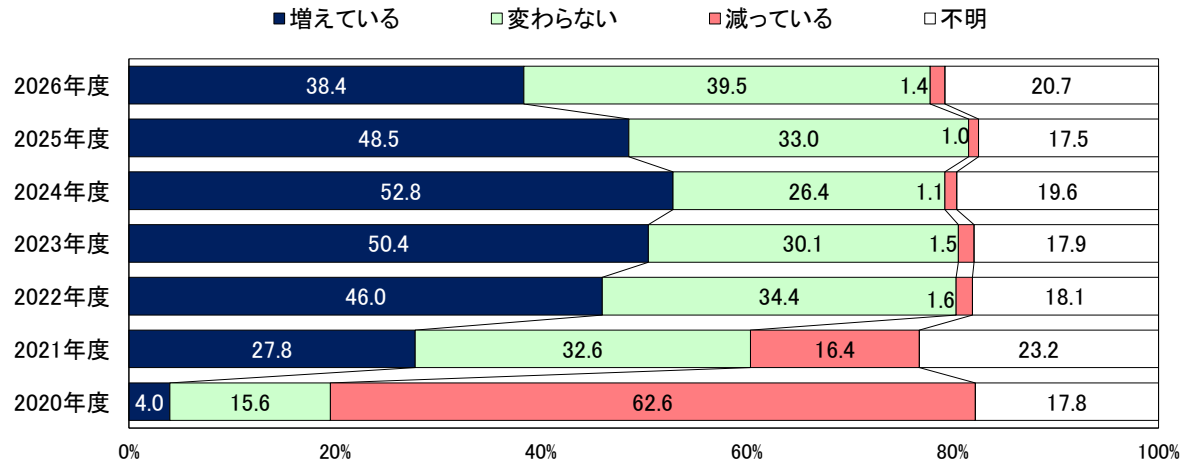
○ガイダンスへの参加者が昨年比で増えている。 ＜国立大学＞
○2 年生の頃から問い合わせが多く、またインターンシップへの参加意欲も高いと感じた。 ＜私立大学＞
○就活の早期化が定着しつつあり、「早めに動き出す」ことを自然と意識しているように感じる。 ＜私立大学＞
○学外のイベントに盛んに参加しているデータが出ており、積極的に行動している様子。 ＜国立大学＞
○二極化していると思う。意欲の高い学生が増える一方で、あまり活動できていない学生も多い。 ＜私立大学＞
○27 卒の先輩を見て楽観モードが見て取れる。 ＜私立大学＞

## 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（2026 年 4 月～2027 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、4 割近い大学が「増えている」と回答（38.4%）。「減っている」（1.4%）を 6 年連続で大幅に上回った。前年調査と比較すると「増えている」の割合は約 10 ポイント減少したものの、依然として拡大基調が続いている。

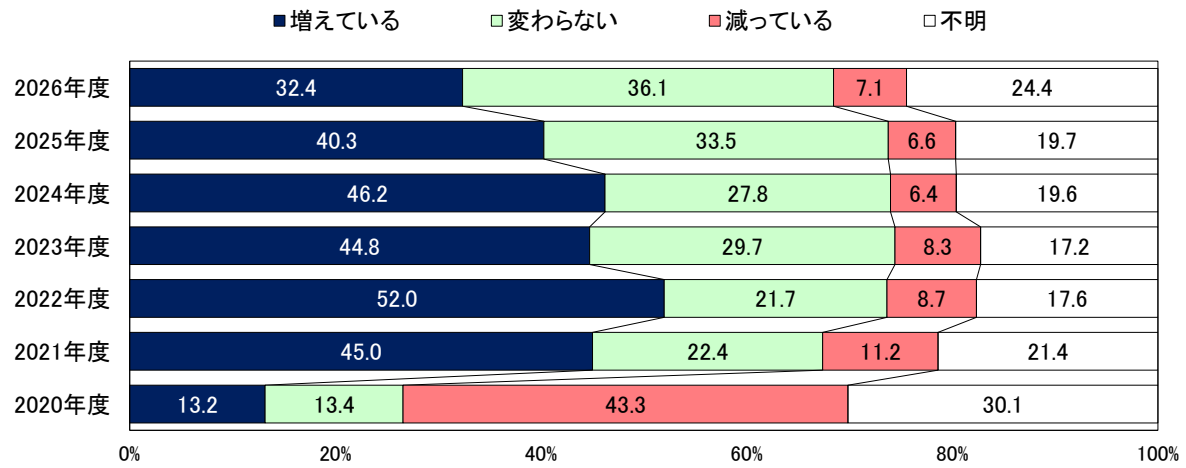
＜企業からのインターンシップ等求人状況（前年度と比べて）＞




### ［2］学生の参加状況

次に、学生の参加状況を見てみる。参加が「増えている」と回答した大学は 3 割強（32.4%）で、「減っている」（7.1%）を大きく上回る。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、早い時期から意欲的に参加する学生が多かったことが推測できる。

＜学生のインターンシップ等参加状況（前年度と比べて）＞



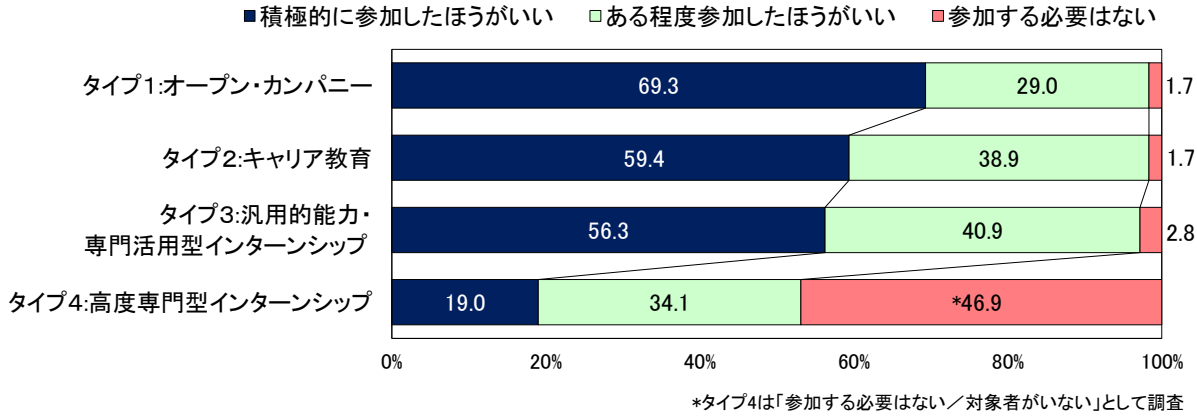

※「インターンシップ」に限定せず、オープン・カンパニー等も含めて尋ねた

## ［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する大学側の意見を、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」を合わせて 9 割を超える。就業意識の涵養、今後のキャリアを考えるきっかけとし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声が多い。

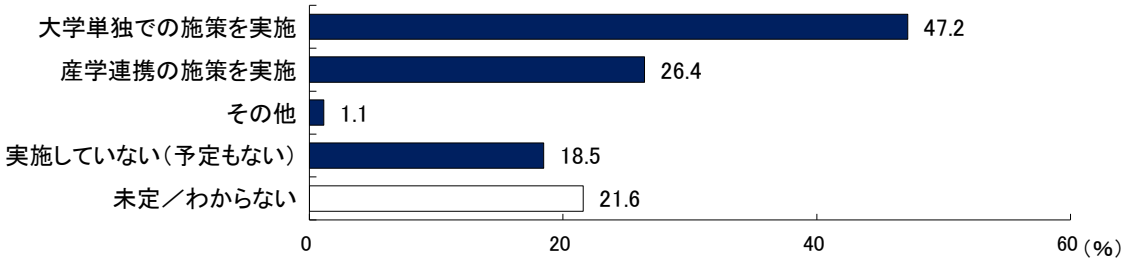
次に、タイプ２：キャリア教育について実施状況（予定を含む）を尋ねた。「大学単独での施策を実施」が 47.2%、「産学連携の施策を実施」は 26.4%。OB・OG や地元企業などの協力を得ながら実施する大学も少なくないようだ。

＜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実施状況＞




### ■インターンシップ等のプログラム参加についての意見

○企業を知る機会として、都合に合わせたタイプに参加することは大いに勧めたいと考える。 ＜公立大学＞
○就活軸や興味のある業界が明確でない学生には積極的にオープン・カンパニーに行ってほしい。 ＜私立大学＞
○企業選択にミスマッチのないように、「就業体験」を含んだインターンシップは、学生にとっても有効な面があると考える。 ＜公立大学＞
○多くの社会人に出会い、社会に触れることで、卒業後の進路・人生と向き合ってほしい。 ＜私立大学＞
○実際に参加をした学生の方が、その後の活動が自発的で活発になり、就活の軸も明確になっているケースが多いように思います。 ＜私立大学＞

### ■タイプ２：キャリア教育の施策について

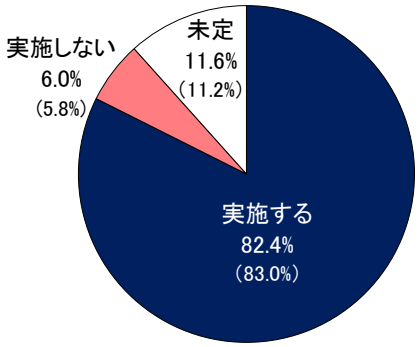
○働く上で必要な力や社会人として身につけておくべき基礎的な力、社会や企業が求める人材とは何かを考える講義や、社会で活躍する卒業生を招きキャリアについてお話しいただく講義等を実施。 ＜公立大学＞
○地元の中小企業から経営者の特別講義などを実施している。 ＜私立大学＞
○県内企業と連携しての課題解決（PBL）型授業。 ＜私立大学＞

## ４．低学年向けキャリア支援

### ［１］実施状況

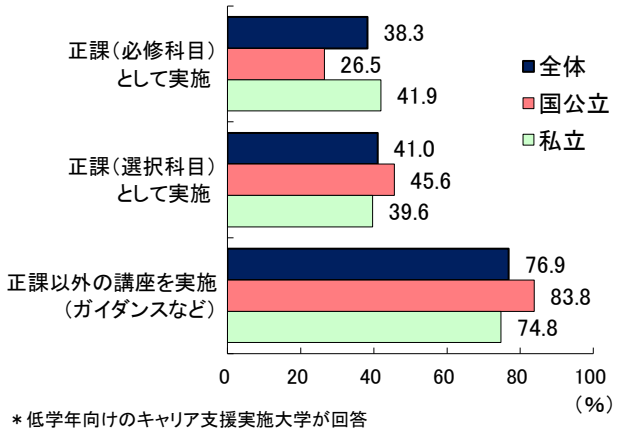
低学年（2029 年卒以降）向けに今年度のキャリア支援を「実施する」大学は 8 割強（82.4%）。実施形式は、ガイダンスなどの「正課以外の講座」が 76.9%と圧倒的に多く、特に国公立大学では 8 割を超える（83.8%）。一方、私立大学では「正課（必修科目）」が 4 割強（41.9%）と、力を入れている様子がうかがえる。

＜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＞

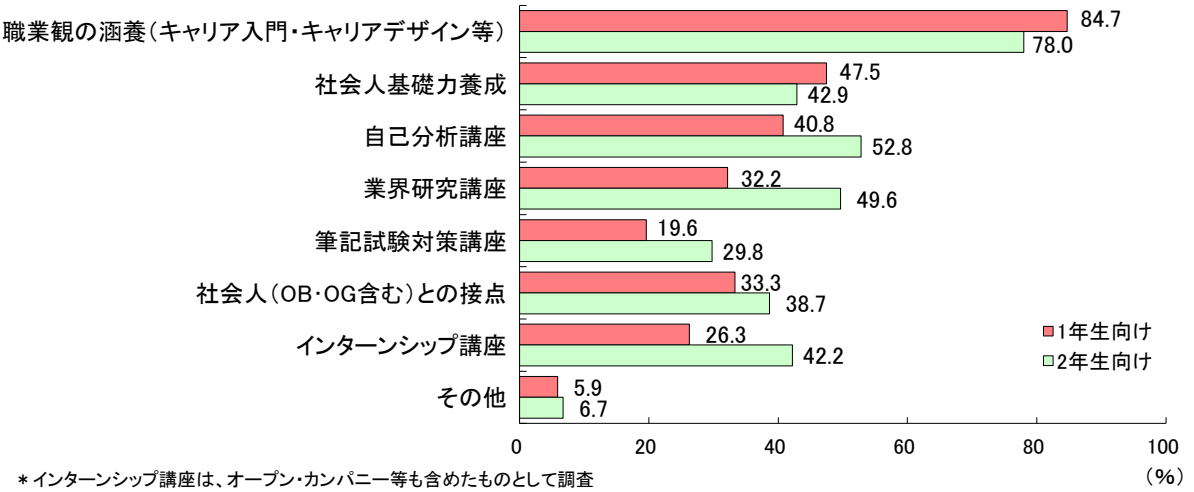



＊低学年向けのキャリア支援実施大学が回答

### ［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 年生ともに最も多い。特に 1 年生向けでは 8 割以上の大学で行われている（84.7%）。2 年生になると「自己分析講座」「業界研究講座」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ことがわかる。

＜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**

○就職ガイダンスを昨年度より 2 年生の 10 月から開始している。 ＜私立大学＞
○学生が早期から自身のキャリアについて考え、職業観や進路意識を形成することが重要である。 ＜公立大学＞
○現在の学びが卒業後どのように活かせるのかイメージできるようにしてもらう。 ＜私立大学＞
○本来であれば 3 年生 4 月に開始したいが、世の中の早期化の動きに抗えない。 ＜私立大学＞