

2020年卒 マイナビ学生就職モニター調査 2月の活動状況



2019年3月

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2019年2月25日～2019年2月28日まで
- 調査対象 : 2020年卒業予定の全国大学3年生及び院1年生
- 調査方法 : Web上のアンケートフォームより入力

□モニター属性データ

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
文系男子	1,102	564	51.2%
理系男子	1,210	761	62.9%
文系女子	1,112	703	63.2%
理系女子	1,188	782	65.8%
総計	4,612	2,810	60.9%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
関東地区	1,786	1,082	60.6%
東海地区	433	260	60.0%
関西地区	979	603	61.6%
上記以外のエリア	1,414	865	61.2%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率	
学部	理系:機電系	233	126	54.1%
	理系:情報系	224	134	59.8%
	理系:土木・建築系	161	81	50.3%
	理系:化学系	163	98	60.1%
	理系:薬学系	190	115	60.5%
	理系:その他理系	500	291	58.2%
院	理系:機電系	197	139	70.6%
	理系:情報系	73	55	75.3%
	理系:土木・建築系	52	33	63.5%
	理系:化学系	242	190	78.5%
	理系:薬学系	52	40	76.9%
	理系:その他理系	311	241	77.5%

【2月のTOPICS】

～就職活動に不安がある学生が9割。「先輩と比較して厳しくなる」は25.8%～

2月までの活動状況を聞いたところ、業界研究、企業研究、自己分析はそれぞれ約8割の学生が行っていた。合同企業説明会に参加した学生は68.7%で、インターンシップイベントや業界研究イベントに参加した学生の割合は前年を上回った。先輩と比較して自分たちの就職活動はどうか聞いたところ、63.7%は「変わらない」と回答したが、「(かなり+多少)厳しくなる」と回答した学生は25.8%で、「(かなり+多少)楽になる」の割合を上回った。現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合は91.9%で、本格的な活動開始となる3月を前に、先行きが見通せず、ほとんどの学生が不安を抱えている状況だった。

- (P. 4) 「人事担当と会った」学生は40.7%。インターンシップやイベント参加の機会に接触が進んでいる。
- (P. 7) 企業を選ぶときに特に注目するポイントは「社員の人間関係が良い」が最も高く43.7%
- (P. 11) インターンシップに参加した際「若手社員のレベル」を見て志望度が上がった学生は53.8%
- (P. 12) インターンシップの主な発見ツールでは「インターンシップ情報・就職情報サイト」が57.2%で最も高い
- (P. 14) 参加したインターンシップの内容では「若手社員との交流会」が最も志望度が上がる割合が高い
- (P. 20) インターンシップイベントに参加した学生の割合は51.3%、業界研究イベントは58.4%が参加

■集計方法

全体の回答率を算出するにあたり、有効回答数の文理男女構成比を、2020年3月卒業予定の大学生・大学院生の比率と等しくする為、文部科学省の学校基本調査を基に、ウエイトバック集計を行っている。基準数値は2018年12月公表の平成29年度学校基本調査より、大学3年生・院1年生の在籍数から男女比を参照している。文理区分については文部科学省・厚生労働省共同調査による「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」の分類に準拠。

※ウエイトバック集計とは:アンケート回答者の属性構成比率が実際の属性比率と乖離している場合、構成比に合わせて重み付けして集計すること。

■各種調査はWEB上でも順次公開中！ □ ■

人事担当者のための新卒採用支援情報サイト 新卒採用サポネット <https://saponet.mynavi.jp/>

■□本資料について □ ■

本資料に掲載のデータ、図版等の無断転載を禁じます。資料のご利用やご質問等に関しては下記までご連絡ください。

株式会社 マイナビ 社長室 リサーチ&マーケティング部

TEL:03(6267)4571 / E-mail:myrm@mynavi.jp

INDEX

【定点調査】

■1:2月までの活動状況

- (1) 2月までの活動状況
- (2) 合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、エントリーシート取り寄せ社数

■2:就職活動の感触・就職観

- (1) 先輩と比較して自分達の就職活動は
- (2) 楽になると思う理由【複数回答】
- (3) 厳しくなると思う理由【複数回答】
- (4) 現時点で就職活動に対し不安はあるか
- (5) 不安がある割合・文理男女別
- (6) 就職活動で不安に思う要因【複数回答】

■3:企業選択のポイント

- (1) 企業を選ぶときに注目するポイント

■4:【理系】2月までの活動状況

- (1) 2月までの理系学生の活動状況【複数回答】〈理系男子/理系女子〉〈学部生/院生〉
- (2) 企業への応募方法(2月)〈学部生/院生〉

■5:自己分析・業界研究・企業研究に用いたもの

- (1) 自己分析・業界研究・企業研究に用いたもの【複数回答】
- (2) 「自己分析」で役に立ったと思うインターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】
- (3) 「業界研究」で役に立ったと思うインターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】
- (4) 「企業研究」で役に立ったと思うインターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】

■6:インターンシップについて

- (1) これまでにインターンシップ参加のための選考を受けたことがある割合
- (2) これまでにインターンシップに参加したか
- (3) インターンシップに応募する基準【3つ以内で選択】
- (4) インターンシップに参加した時期【複数回答】
- (5) インターンシップ参加社数平均・うち受験したい社数平均
- (6) インターンシップ参加社数(分布)
- (7) 参加したインターンシップで下記に挙げる要素について見たり感じたりした際、その企業に対する志望度の変化
・若手社員のレベル ・一緒に参加した学生のレベル ・参加学生の出身大学名
- (8) 時給や日給等の給金が支払われたインターンシップに参加したことがある割合
- (9) 時給や日給等の給金が支払われた企業社数平均
- (10) 時給や日給等の給金が支払われたインターンシップの情報はどこで知ったか【複数回答】
- (11) 参加したインターンシップについて1人当たり3社まで回答し、社数ベースで再集計
 - ①インターンシップ先企業の業種
 - ②インターンシップ先企業の規模
 - ③インターンシップの主な発見ツール
 - ④この企業のインターンシップに2回以上参加したか
 - ⑤プログラムの期間
 - ⑥プログラムの内容【複数回答】
 - ⑦参加したインターンシップに当てはまるもの【複数回答】
 - ⑧参加することで志望度は上がったか
 - ⑨参加した企業の採用選考を受ける予定か
 - ⑩従業員規模 × 志望度の変化
 - ⑪従業員規模 × 採用選考受験予定
 - ⑫インターンシップ参加時期 × 志望度の変化
 - ⑬インターンシップ参加時期 × 採用選考受験予定
 - ⑭1回のみ参加 × インターンシップ参加時期 × 志望度の変化
 - ⑮1回のみ参加 × インターンシップ参加時期 × 採用選考受験予定
 - ⑯2回以上参加 × インターンシップ参加時期 × 志望度の変化
 - ⑰2回以上参加 × インターンシップ参加時期 × 採用選考受験予定
 - ⑱プログラム期間 × 志望度の変化
 - ⑲プログラム期間 × 採用選考受験予定
 - ⑳インターンシップの内容 × 志望度の変化
 - ㉑インターンシップの内容 × 採用選考受験予定
 - ㉒参加したインターンシップに当てはまるもの × 志望度の変化
 - ㉓参加したインターンシップに当てはまるもの × 採用選考受験予定
 - ㉔インターンシップ先の業種 × 志望度の変化
 - ㉕インターンシップ先の業種 × 採用選考受験予定

■7:イベントについて

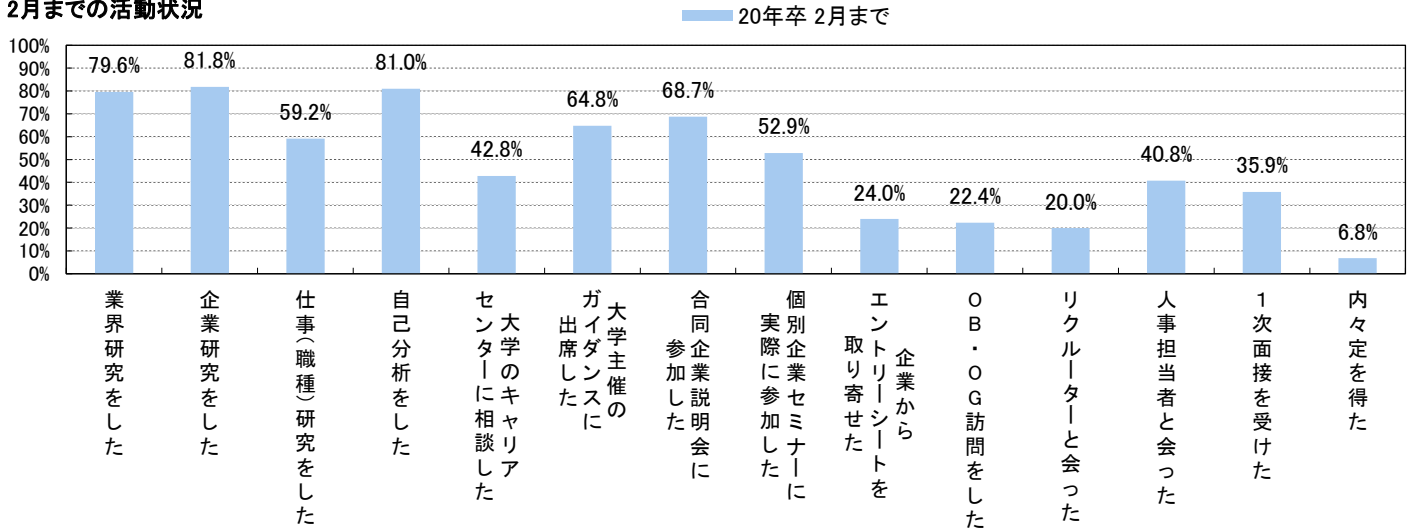
- (1) 「企業が複数社数集まるイベント」の参加経験割合【複数回答】
- (2) 参加したイベントはどこで知ったか【複数回答】
- (3) イベントに参加した目的や動機は何か【複数回答】
- (4) どの企業のブースで話を聞か決められる際の判断基準【複数回答】

※調査結果は、小数点第2位を四捨五入しております。そのため、グラフ及び表の和が100.0%にならないものがございます。予めご了承ください。

■1:2月までの活動状況

2月までの活動状況を聞いたところ、業界研究、企業研究、自己分析はそれぞれ約8割の学生が行っていた。実際の活動としては、合同企業説明会に参加した学生は68.7%、個別企業セミナーに参加した学生は52.9%、人事担当者と会った学生は40.8%だった。選考については、1次面接を受けた学生は35.9%、内々定を得た学生は6.8%だった。
活動量の平均では、合同企業説明会で訪問した社数は約10社だったが、個別企業セミナーは約3社とまだ少なかった。

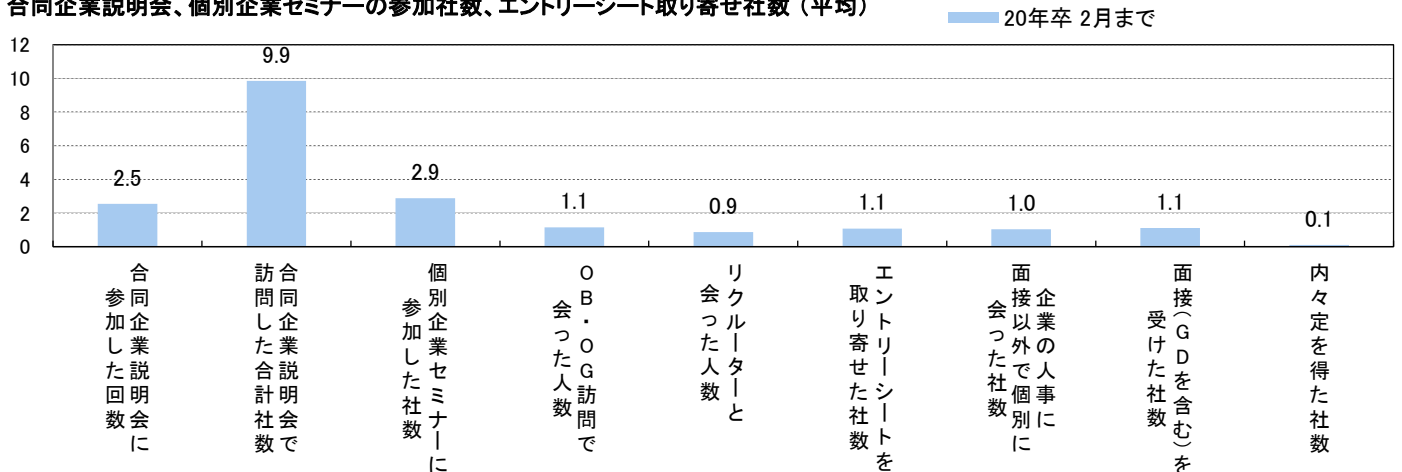
2月までの活動状況



↓注意:前年翌月の数字

	20年卒 2月まで					19年卒
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	※3月全体
回答数	2,810	564	761	703	782	2,672
業界研究をした	79.6%	80.7%	83.6%	76.4%	77.4%	83.5%
企業研究をした	81.8%	80.7%	84.9%	79.9%	82.9%	93.8%
仕事(職種)研究をした	59.2%	58.2%	66.5%	52.6%	63.8%	80.8%
自己分析をした	81.0%	79.8%	77.7%	84.8%	81.3%	80.0%
大学のキャリアセンターに相談した	42.8%	41.0%	31.8%	51.5%	47.3%	36.9%
大学主催のガイダンスに出席した	64.8%	59.8%	60.7%	71.1%	69.4%	59.9%
合同企業説明会に参加した	68.7%	69.7%	60.8%	74.4%	67.3%	75.7%
個別企業セミナーに実際に参加した	52.9%	53.4%	47.6%	56.6%	52.8%	89.6%
企業からエントリーシートを取り寄せた (企業HP・サイトからダウンロードや郵送で取り寄せた)	24.0%	23.2%	23.7%	24.2%	26.0%	77.9%
OB・OG訪問をした	22.4%	21.8%	29.3%	18.8%	19.1%	-
リクレーターと会った	20.0%	20.0%	26.9%	14.2%	20.7%	-
人事担当者と会った	40.8%	39.7%	43.0%	40.4%	40.3%	72.9%
1次面接を受けた	35.9%	39.4%	32.6%	36.1%	32.9%	59.5%
内々定を得た	6.8%	7.4%	8.8%	4.1%	7.8%	10.4%

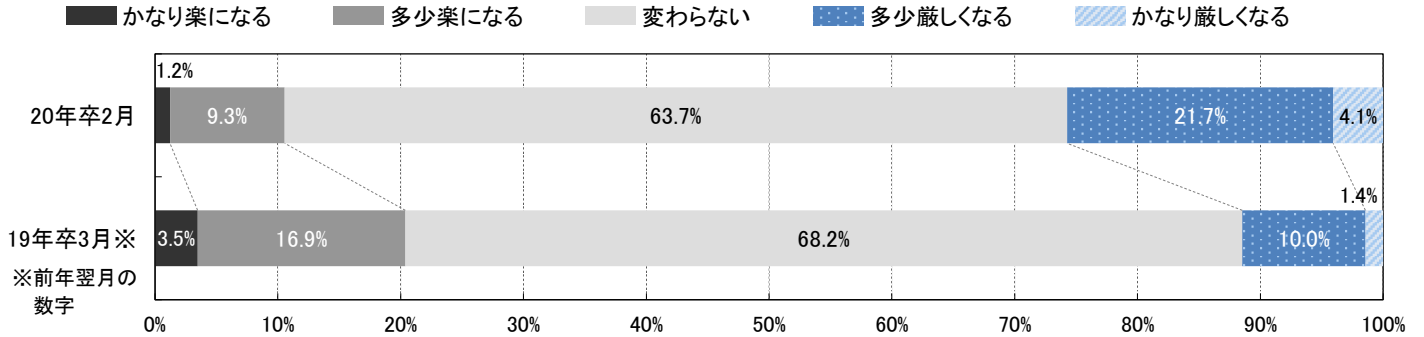
合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、エントリーシート取り寄せ社数(平均)



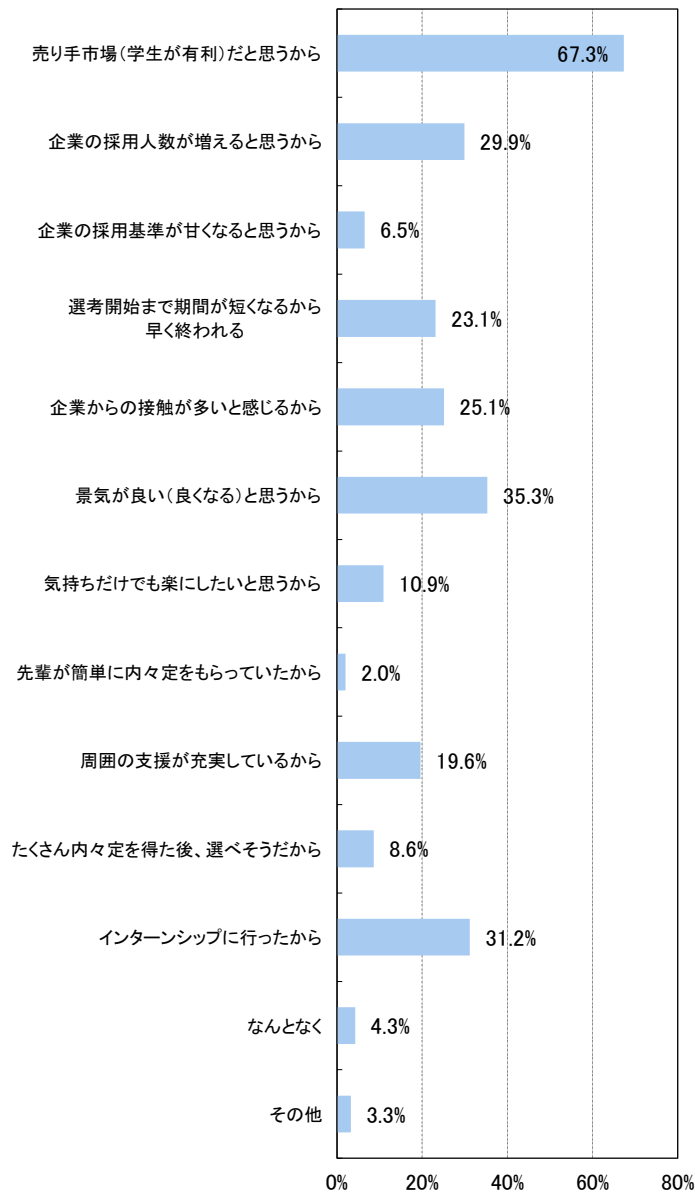
■2: 就職活動の感触・就職観

先輩と比較して、自分たちの就職活動が「(かなり+多少)厳しくなる」と回答したのは25.8%と、約4人に1人の割合だった。一方、「(かなり+多少)楽になる」と回答した割合は10.5%で、厳しくなると考えている学生の方が多かった。厳しくなるとする理由としては「気持ち焦るから(40.4%)」、「企業によって、就活スケジュールが大きく違いそうだから(37.2%)」など、漠然としたものを挙げる割合が高かった。まだ就職情報サイトのエントリー受付が始まっていない段階で、個別企業のセミナーも本格的には始まっていないため、先行きが見えないせいだと考えられる。

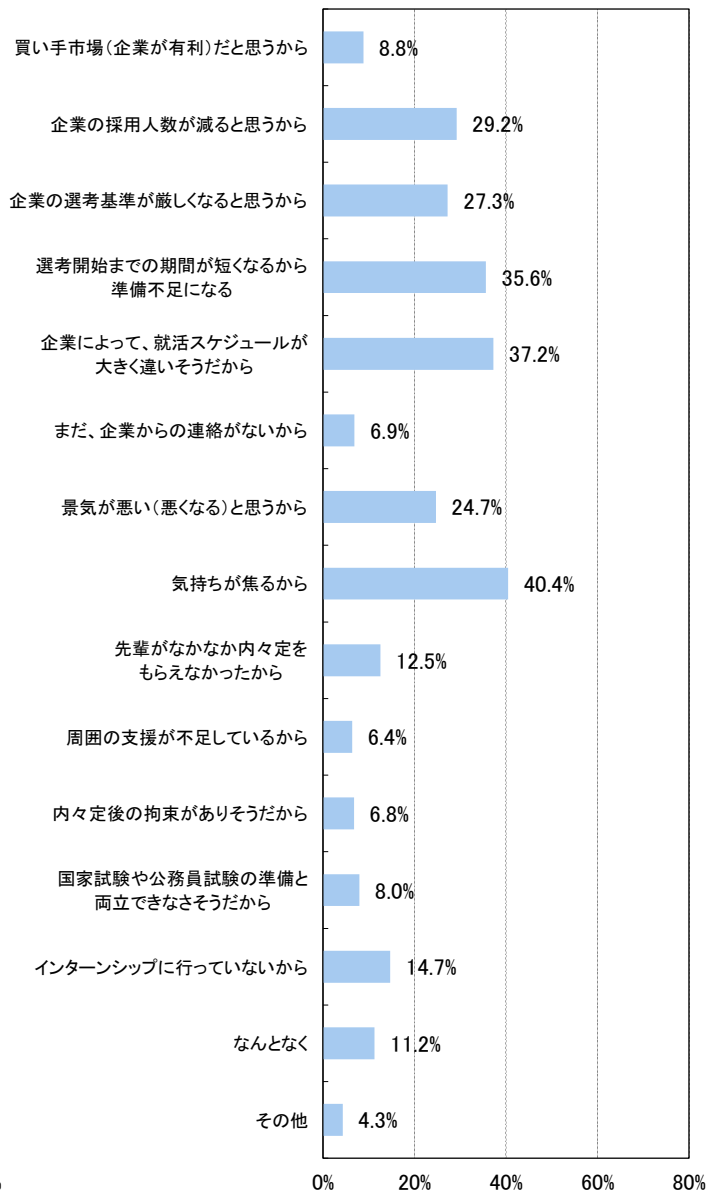
先輩と比較して自分達の就職活動は



楽になると思う理由【複数回答】(n=285)

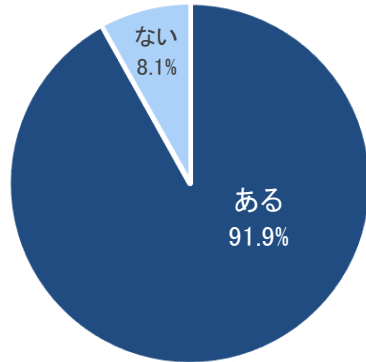


厳しくなるとする理由【複数回答】(n=689)

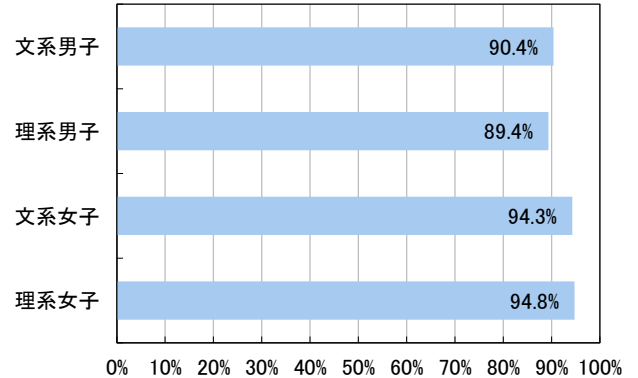


現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合は91.9%で、ほとんどの学生が不安を抱えている状況だった。不安がある割合は女子の方が男子より若干高かった。不安に思う要因で最も選択されたのは「面接でうまく話せるか（75.4%）」、次が「志望企業から内々定をもらえるかどうか（73.5%）」だった。

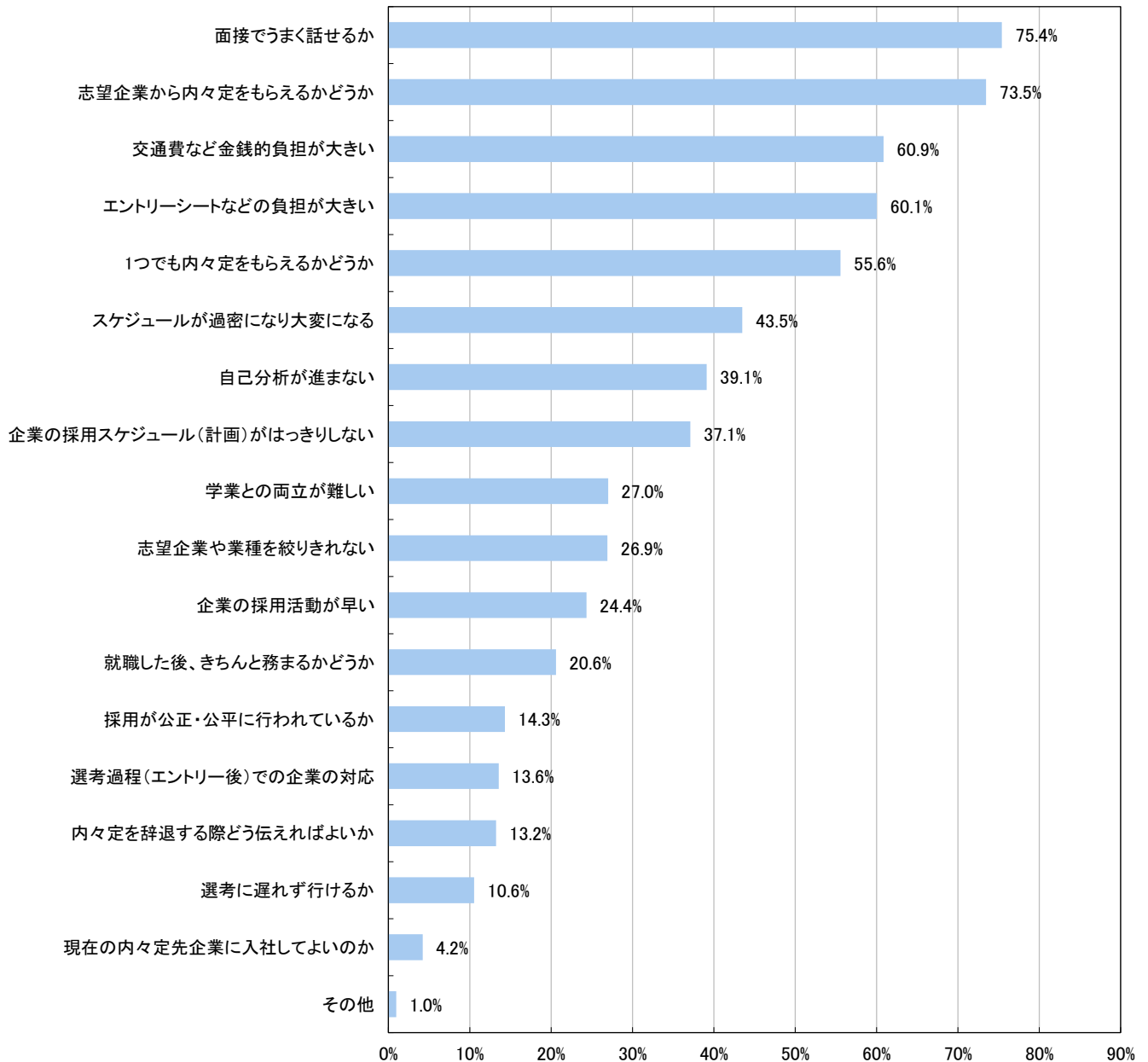
現時点で就職活動に対し不安はあるか



不安がある割合・文理男女別



就職活動で不安に思う要因【複数回答】(n=2,594)



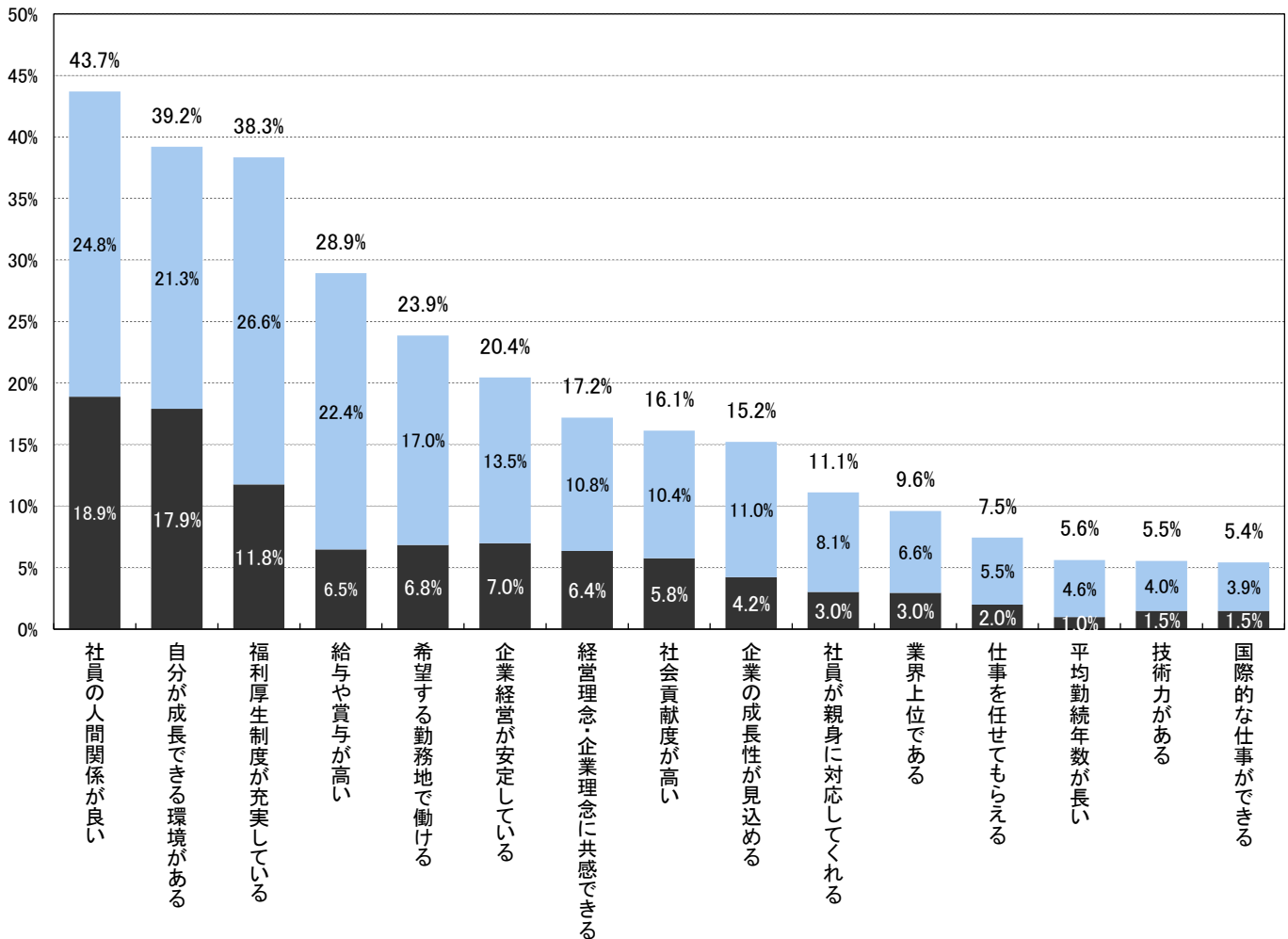
■3:企業選択のポイント

企業を選ぶときに特に注目するポイントでは「社員の人間関係が良い（43.7%）」の割合が最も高かった。女子の方が男子よりやや割合が高い。2番目は「自分が成長できる環境がある（39.2%）」だった。3番目の「福利厚生制度が充実している（38.3%）」は女子の方が男子より割合が高く、4番目の「給与や賞与が高い（28.9%）」は男子の方が女子より割合が高い。

企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

	順位	前年3月 順位	ベスト3まで選択					最も注目するポイント		
			全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	順位	全体	前年3月 順位
			2,810	564	761	703	782	2,810		
社員の人間関係が良い	1	1	43.7%	40.2%	36.7%	51.8%	45.9%	1	18.9%	1
自分が成長できる環境がある	2	2	39.2%	42.6%	38.6%	36.1%	39.6%	2	17.9%	2
福利厚生制度が充実している	3	3	38.3%	33.2%	34.0%	45.7%	41.3%	3	11.8%	6
給与や賞与が高い	4	7	28.9%	35.5%	36.0%	19.3%	22.8%	6	6.5%	8
希望する勤務地で働ける	5	4	23.9%	19.1%	23.3%	27.6%	27.4%	5	6.8%	5
企業経営が安定している	6	8	20.4%	19.3%	22.2%	20.6%	19.3%	4	7.0%	7
経営理念・企業理念に共感できる	7	5	17.2%	16.3%	12.6%	20.8%	19.4%	7	6.4%	3
社会貢献度が高い	8	6	16.1%	17.7%	18.0%	14.2%	13.3%	8	5.8%	4
企業の成長性が見込める	9	9	15.2%	17.2%	18.3%	11.4%	13.9%	9	4.2%	9
社員が親身に対応してくれる	10	11	11.1%	12.4%	8.3%	11.5%	12.5%	10	3.0%	13
業界上位である	11	10	9.6%	12.1%	12.9%	6.4%	5.1%	11	3.0%	10
仕事を任せてもらえる	12	13	7.5%	11.2%	7.8%	4.6%	4.9%	12	2.0%	12
平均勤続年数が高い	13	15	5.6%	6.9%	6.0%	4.8%	3.6%	15	1.0%	18
技術力がある	14	12	5.5%	1.6%	14.8%	1.3%	7.8%	13	1.5%	11
国際的な仕事ができる	15	14	5.4%	6.4%	3.9%	6.4%	3.6%	14	1.5%	14
女性が活躍している	16	17	4.8%	0.4%	0.7%	10.7%	9.6%	18	0.6%	19
職種別採用がある	17	19	2.8%	2.5%	3.0%	2.3%	4.6%	16	1.0%	17
社員の話に説得力があった	18	16	2.6%	2.3%	2.0%	3.0%	3.3%	17	0.9%	16
商品企画力がある	19	18	2.0%	3.2%	0.9%	1.6%	2.0%	19	0.4%	15

■ うち最も注目するポイント ■ 2番目・3番目に注目するポイント



■4:【理系】2月までの活動状況

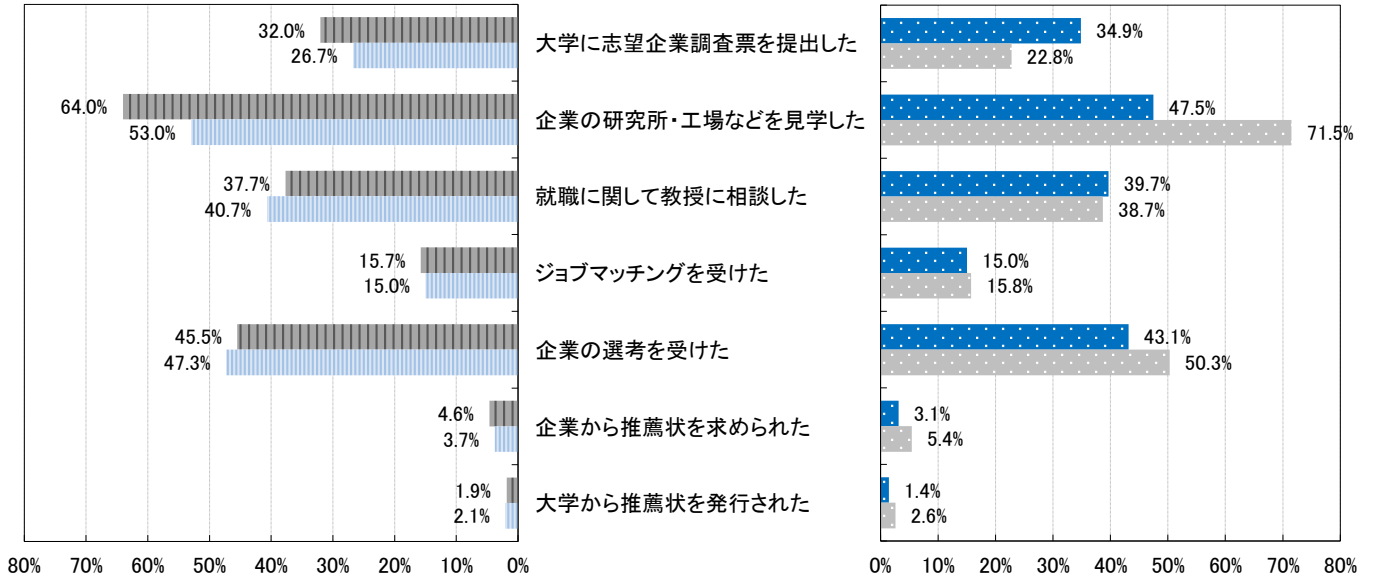
理系学生にこれまでの活動状況を聞いたところ、「企業の研究所・工場などを見学した」学生は学部生で47.5%、院生では71.5%と、院生の多くがすでに将来の職場を目の当たりにしている状況だった。「企業の選考を受けた」学生も院生では約半数（50.3%）に上っている。企業への応募方法では学部生の63.1%、院生の53.6%が「自由応募のみ」と回答した。前年の3月と比べると「あまり意識していない（学部生：23.2%、院生：14.2%）」という学生の割合が院生において若干高くなっている。

2月までの理系学生の活動状況【複数回答】

理系男子 理系女子

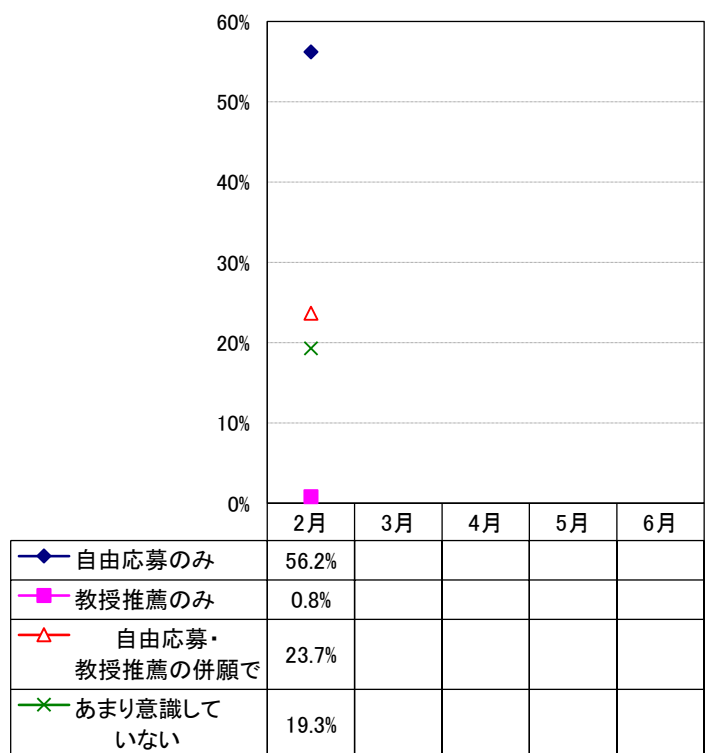
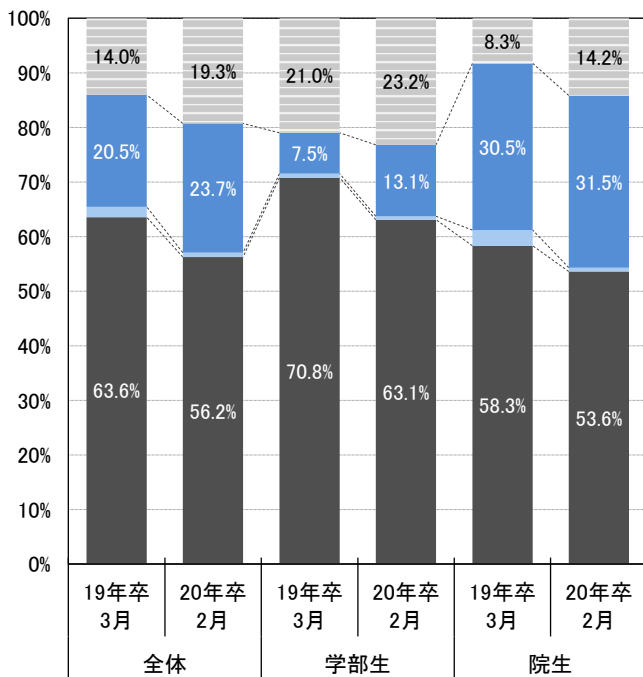
<学部生/院生別>

学部生 院生



企業への応募方法(2月)

企業への応募方法(2月～)



あまり意識していない
 自由応募・教授推薦の併願で
 教授推薦のみ
 自由応募のみ

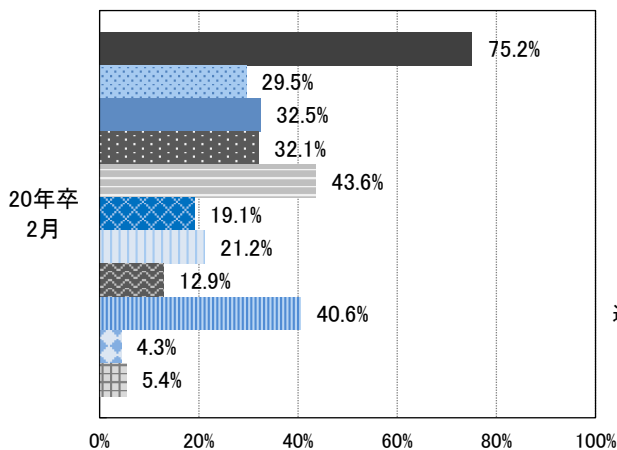
■5: 自己分析・業界研究・企業研究に用いたもの

自己分析・業界研究・企業研究に用いたものをそれぞれ選択してもらったところ、自己分析・業界研究では「インターンシップ情報・就職情報サイト」が最も高い割合となり、それぞれ7割を超える学生が用いている（自己分析：75.2%、業界研究：72.0%）。企業研究では「企業のホームページ（76.9%）」の割合が最も高く、「インターンシップ情報・就職情報サイト（66.1%）」は2番目だった。「役立ったと思うインターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ」では業界研究、企業研究とも「事業内容・会社データなどの企業情報画面」の割合が最も高かった（業界研究：82.4%、企業研究：83.5%）。

自己分析、業界研究、企業研究に用いたもの【複数回答】

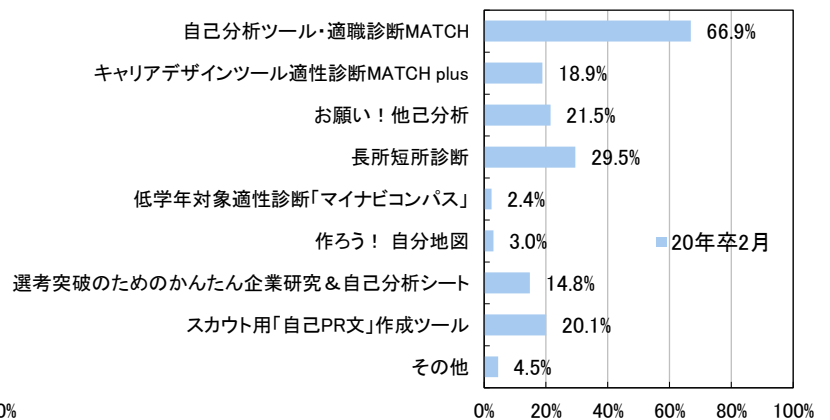
- インターンシップ情報・就職情報サイト
- 就職情報誌・就職本
- 先輩や友人・知人
- 業界研究イベント(合同企業説明会)
- インターンシップ
- 行っていない・用いたものは無い
- 企業のホームページ
- 学校のキャリアセンター
- インターンシップフェア(合同企業説明会)
- 個別企業インターンシップ説明会
- その他

【自己分析】

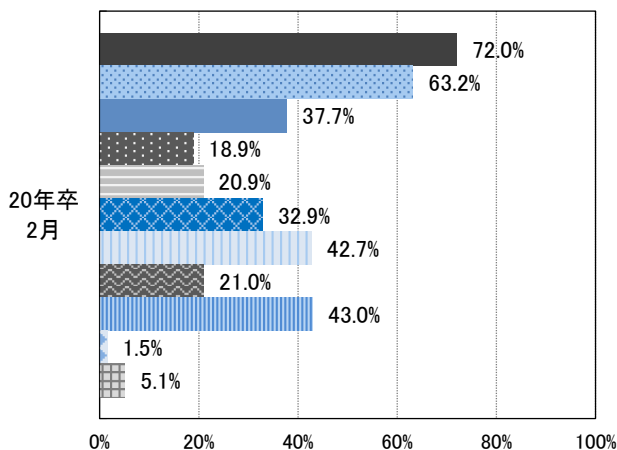


「自己分析」で役立ったと思う

インターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】(n=2,154)

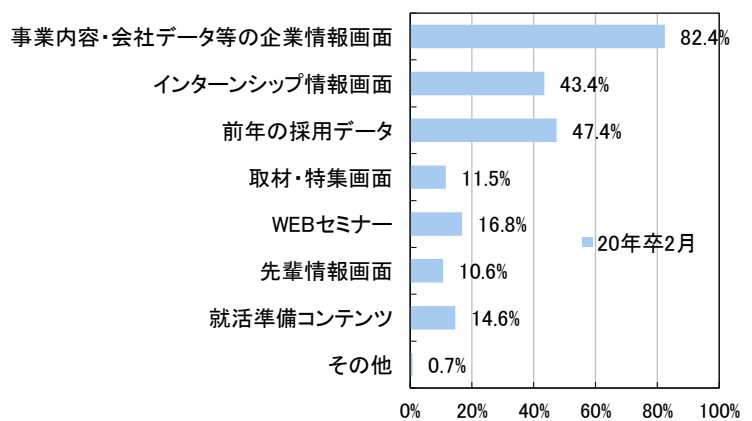


【業界研究】

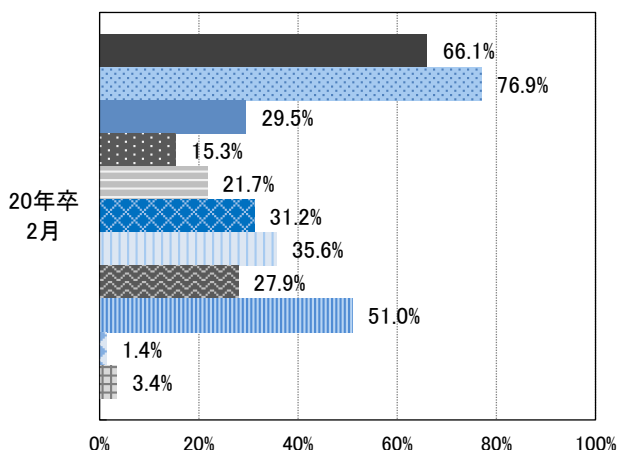


「業界研究」で役立ったと思う

インターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】(n=2,051)

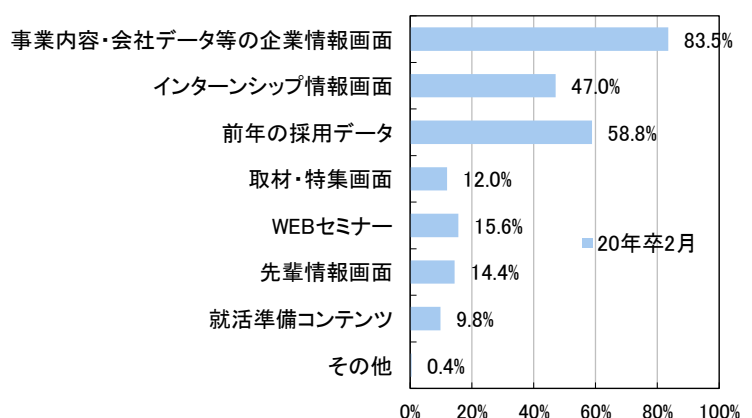


【企業研究】



「企業研究」で役立ったと思う

インターンシップ情報・就職情報サイトのコンテンツ【3つまで選択】(n=1,895)

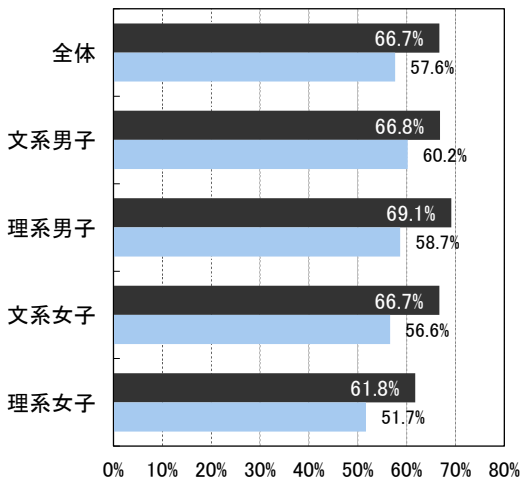


■6: インターンシップについて

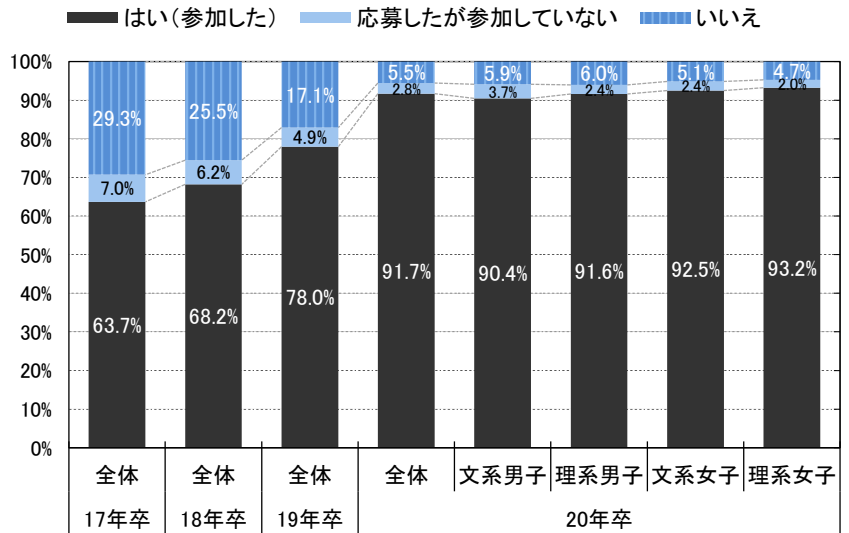
*19年卒は3月に調査

これまでにインターンシップに参加したことがある学生は91.7%だった。前年3月調査で、2月以前にインターンシップに参加したか聞いた結果は78.0%だったので、今年の学生の方が参加割合が高いと考えられる。また、これまでにインターンシップ参加のための選考を受けたことがある学生は66.7%だった。
 インターンシップに参加したことがある学生に応募する際の基準を聞いたところ、最も割合が高かったのは「興味のある業界だったから(62.9%)」で、2番目は「興味のある職種(仕事)についての内容だったから(49.6%)」だった。
 参加した時期では、2月の割合(73.3%)が最も高かったが、1月(54.4%)、8月(52.9%)も5割を超える高い割合だった。

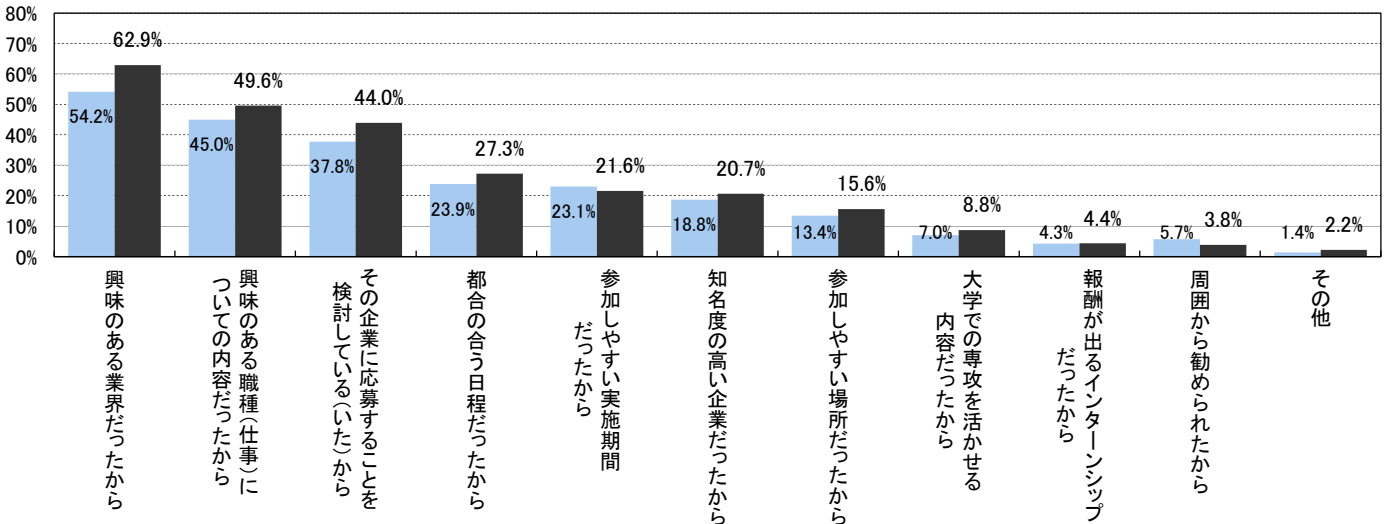
これまでに※インターンシップ参加のための選考を受けたことがある割合
 ※19年卒は「2月以前に」と質問



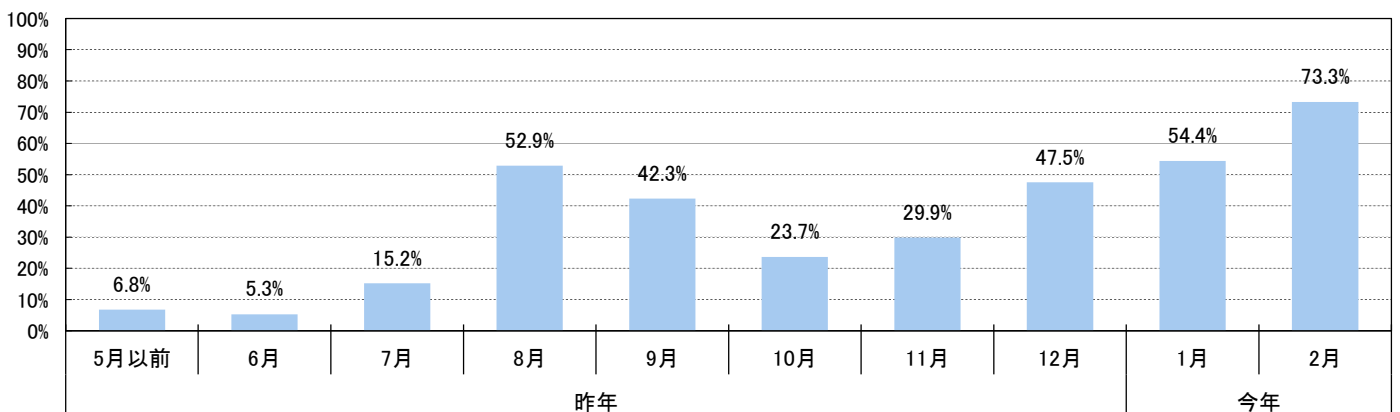
これまでに※インターンシップに参加したか
 ※19年卒以前は「2月以前に」と質問



※以下、インターンシップに参加したことがある学生のみ回答
 インターンシップに応募する際の基準【3つ以内で選択】



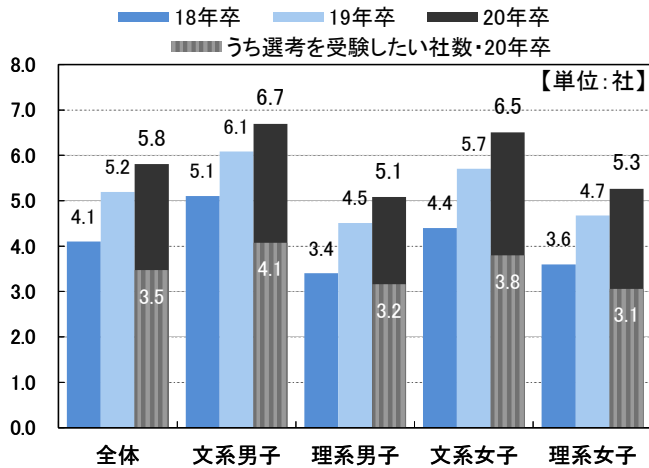
インターンシップに参加した時期【複数回答】



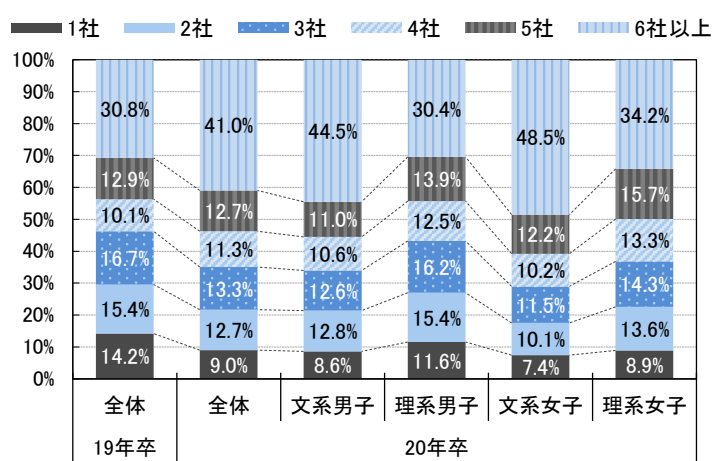
インターンシップに参加したことがある学生の参加社数平均は5.8社だった。前年3月調査では5.2社だったので、やや多くなっている。参加社数による分布では、平均を超える6社以上参加した学生は41.0%だった。インターンシップに参加した企業のうち、受験したいと考える企業の社数の平均は3.5社だった。参加したインターンシップで「若手社員のレベル」について見たり、感じたりした際、半数以上（53.8%）の学生が「志望度が上がることが多かった」と回答した。

※以下、インターンシップに参加したことがある学生のみ回答

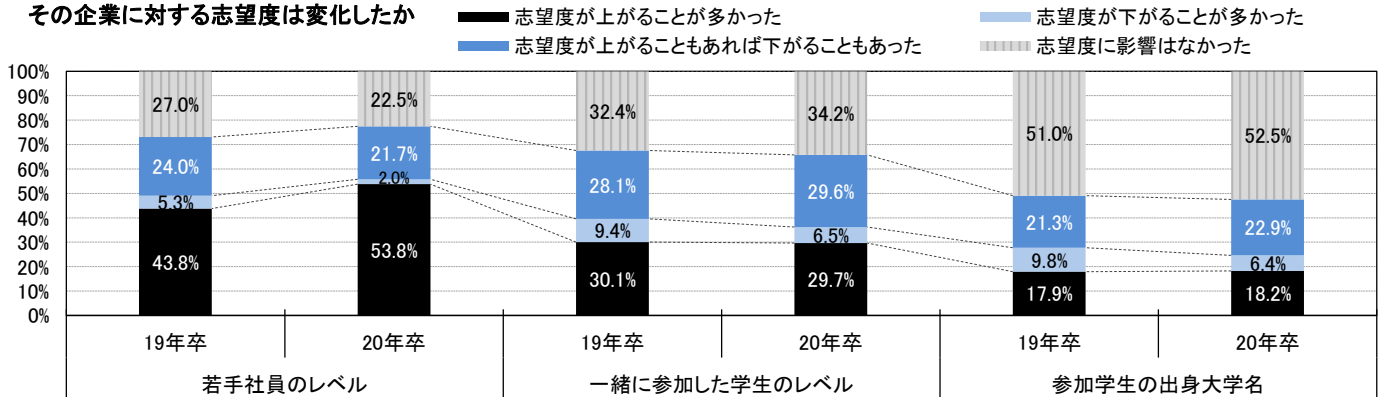
インターンシップ参加社数平均・うち受験したい社数平均



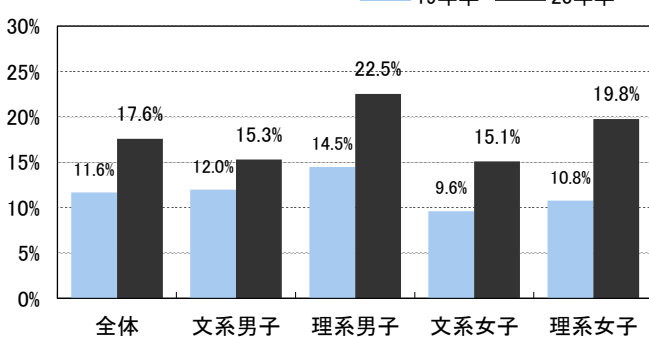
インターンシップ参加社数（分布）



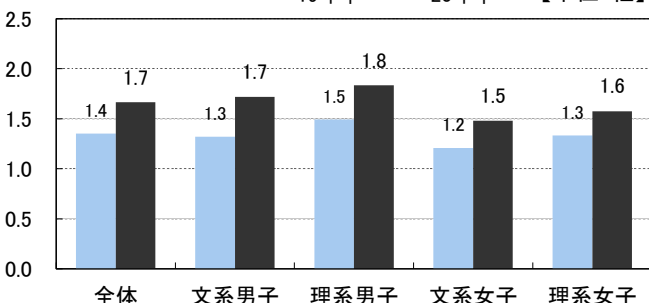
参加したインターンシップで下記に挙げる要素について見たり、感じたりした際、その企業に対する志望度は変化したか



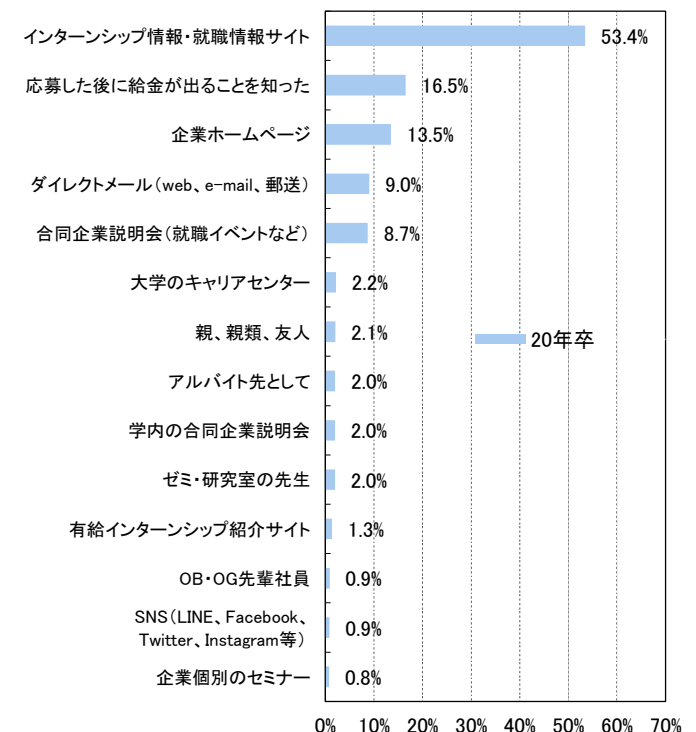
時給や日給等の給金が支払われたインターンシップに参加したことがある割合



時給や日給などの給金が支払われた企業の数平均 (n=477)



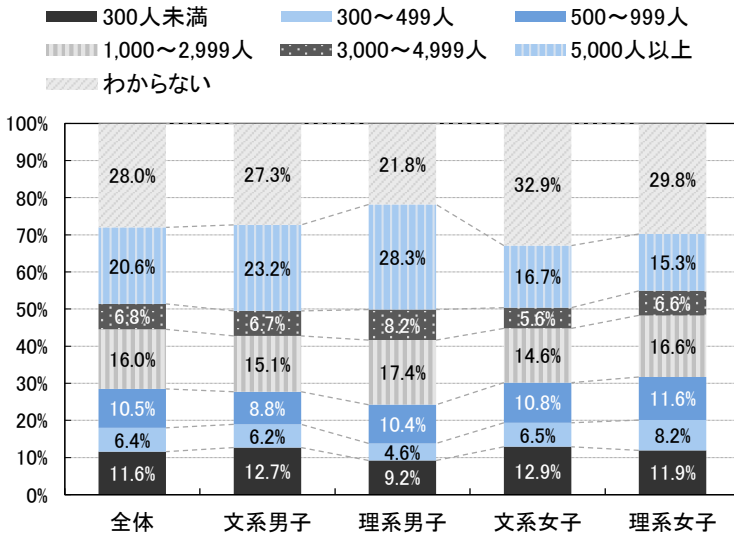
時給や日給等の給金が支払われたインターンシップの情報はどこで知ったか【複数回答】 ※選択肢一部抜粋 (n=477)



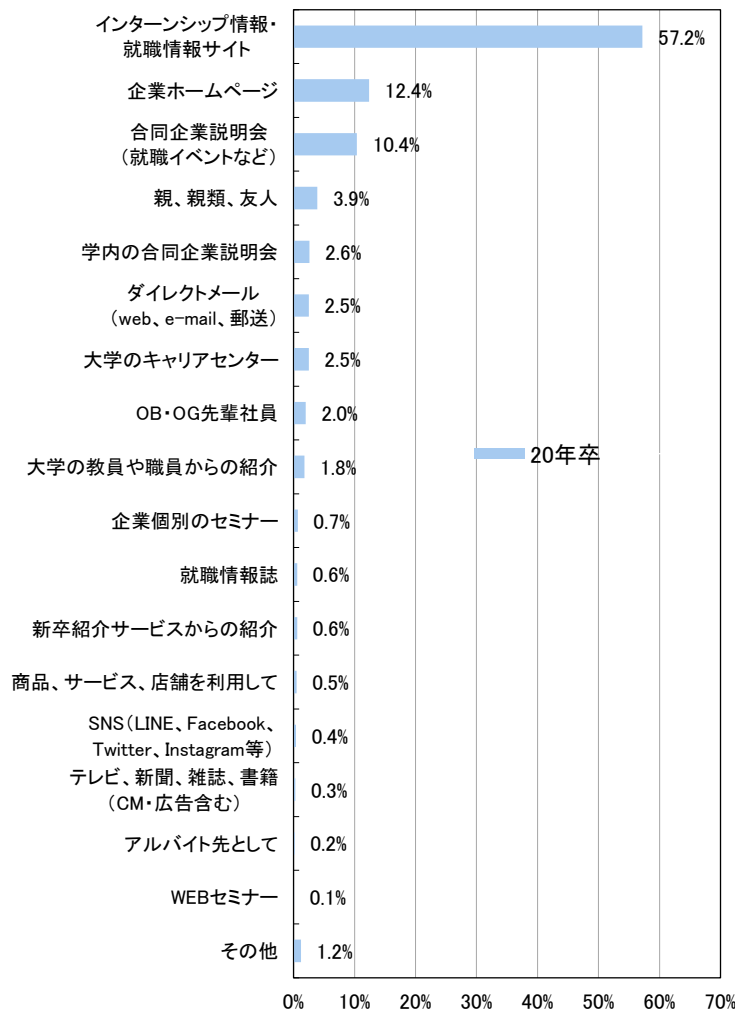
参加したインターンシップについて1人最大3社まで回答してもらい「社数」をベースに再集計したところ、インターンシップの主な発見ツールでは「インターンシップ情報・就職情報サイト（57.2%）」が最も高い割合だった。プログラムの内容で最も多かったのは「グループワーク」だった。参加することで志望度が上がったインターンシップは66.6%、参加した企業の採用選考を受ける予定がある割合は70.2%だった。「内容についてフィードバックがあった」のは52.2%、「交通費が支払われた」のは24.4%だった。

★がついている項目は、モニター学生が参加したインターンシップについて1人当たり最大3社回答した結果を、【社数】をベースに再集計した。

★インターンシップ先企業の規模 インターンシップ先6,940社の分布

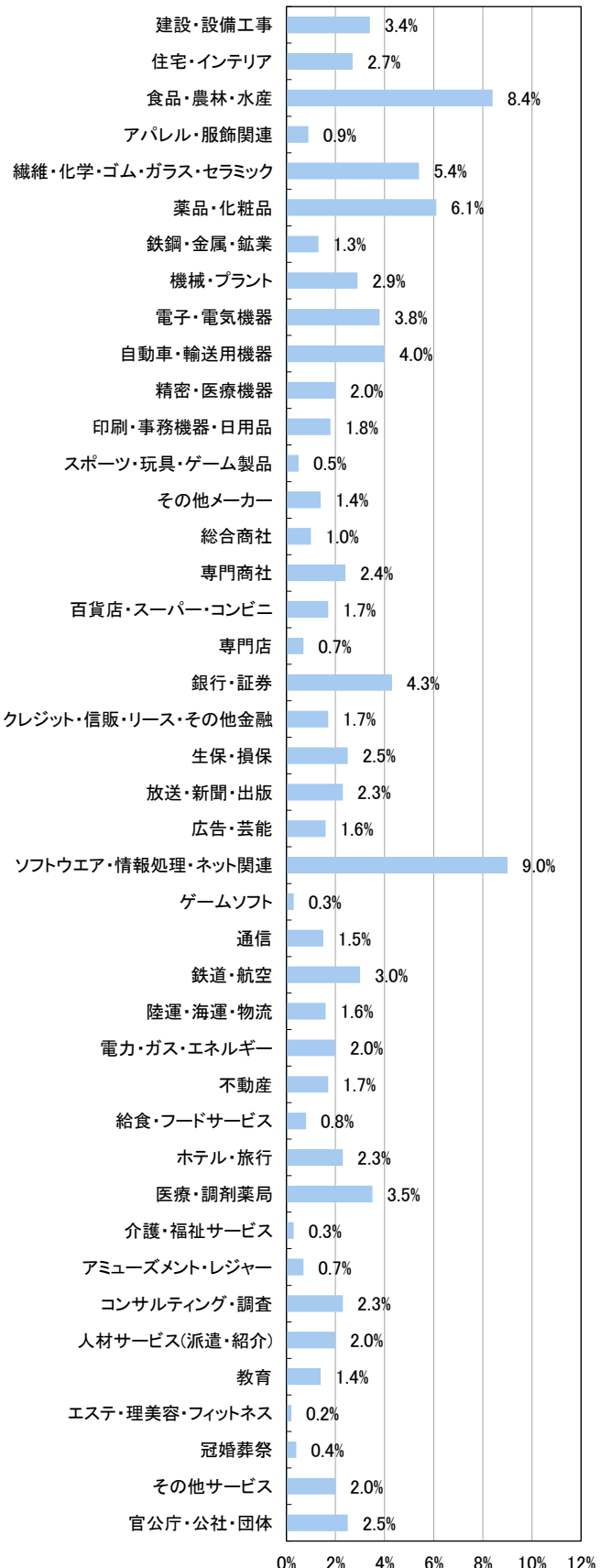


★インターンシップの主な発見ツール インターンシップ先6,940社の分布



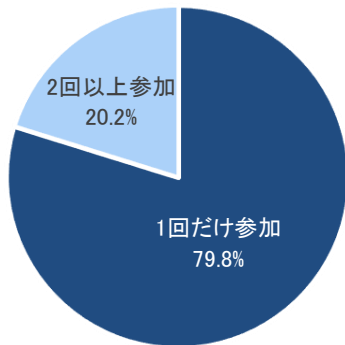
★インターンシップ先企業の業種

インターンシップ先6,940社の分布

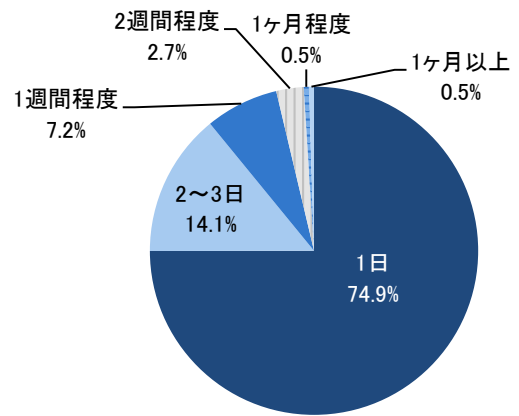


★この企業のインターンシップに2回以上参加したか

インターンシップ先6,940社の分布

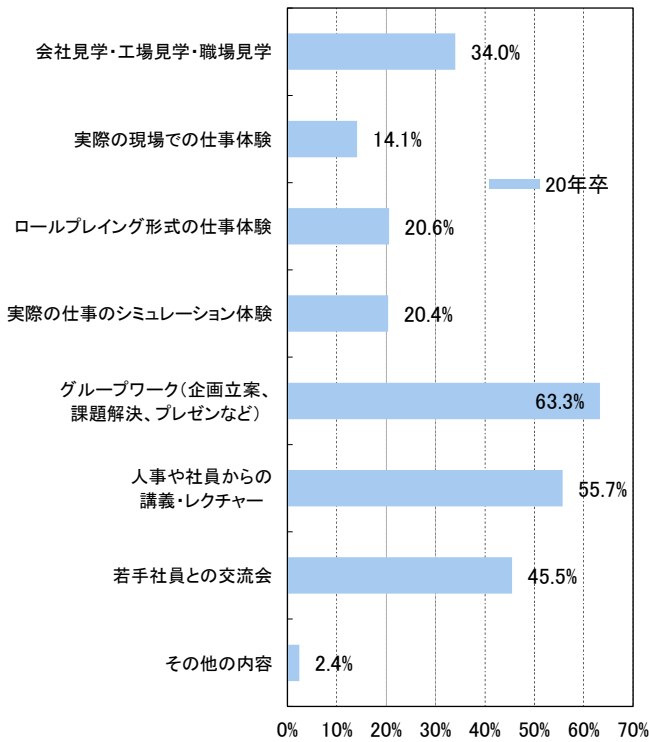


★プログラムの期間 インターンシップ先6,940社の分布



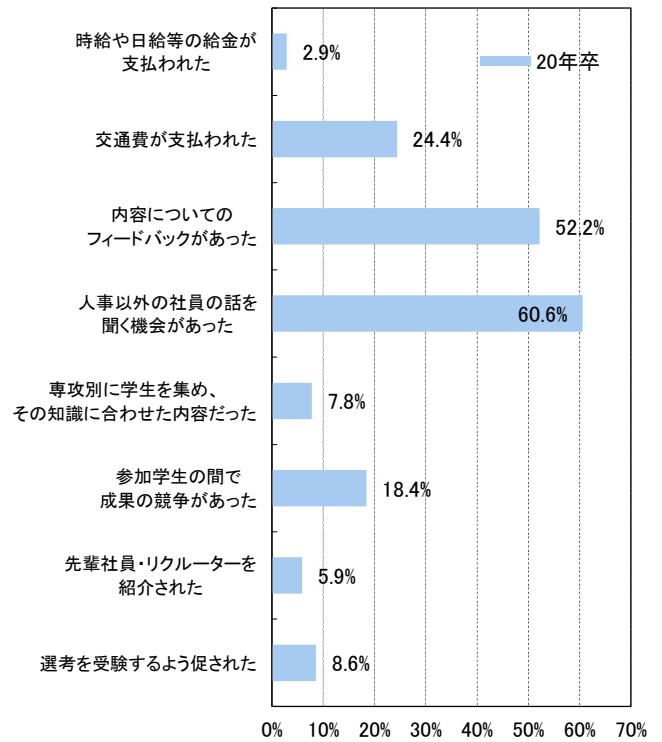
★プログラムの内容【複数回答】

インターンシップ先6,940社の分布



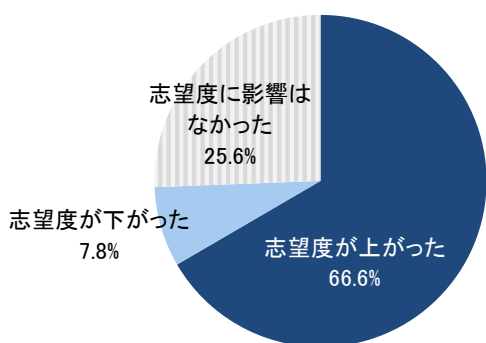
★参加したインターンシップに当てはまるもの【複数回答】

インターンシップ先6,940社の分布



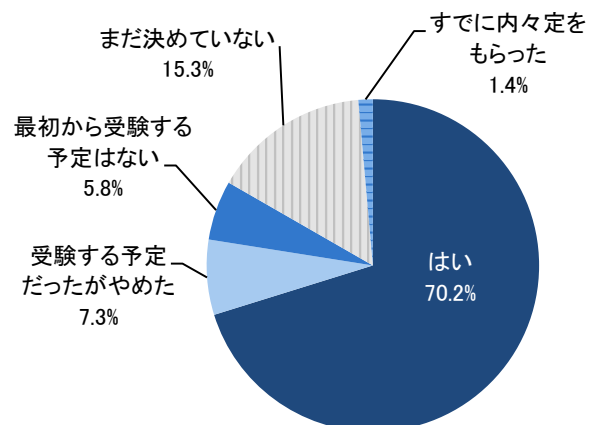
★参加することで志望度は上がったか

インターンシップ先6,940社の分布



★参加した企業の採用選考を受ける予定か

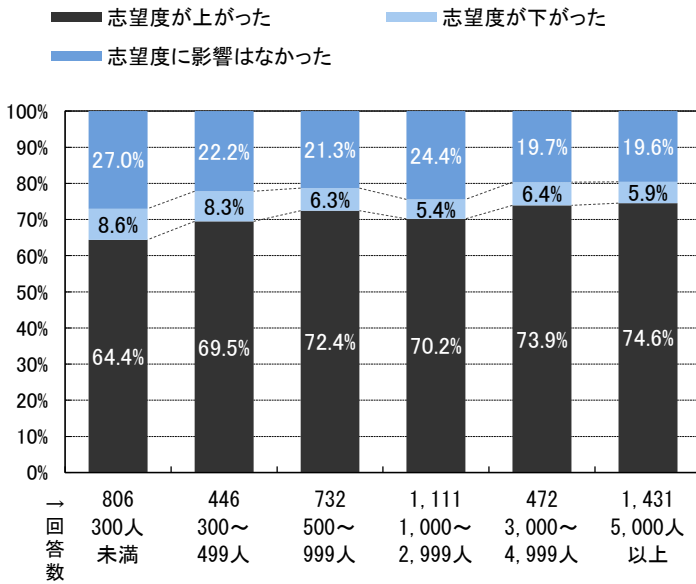
インターンシップ先6,940社の分布



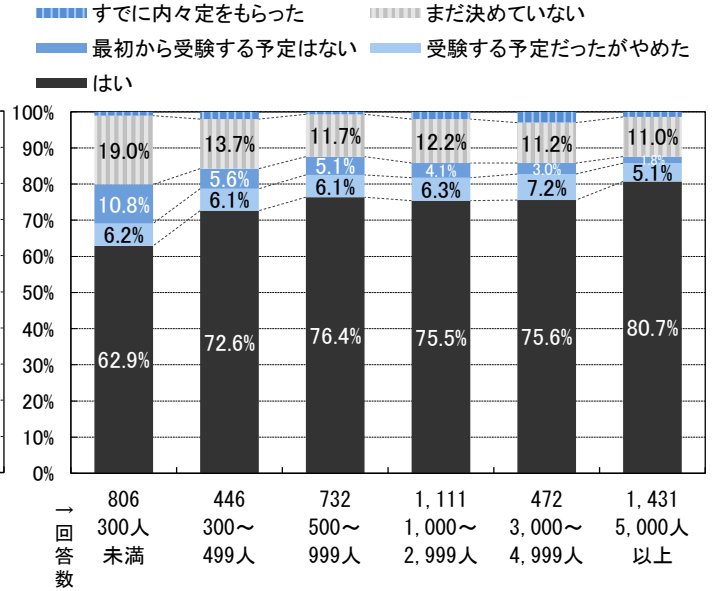
学生が回答したインターンシップの様々な属性と、志望度の変化および採用選考受験予定との関係について集計した。参加回数および参加時期との関係では、その企業のインターンシップに参加したのが1回のみの場合には、志望度が上がった割合が最も高い2月でも72.6%だが、2回以上参加の場合は、初回の参加が8月以降の場合において、志望度が上がった割合が一定して8割を上回っている。プログラムの内容では、「若手社員との交流会」が最も志望度が上がった割合が高く、73.4%だった。また、「人事以外の社員の話を聞く機会があった」「専攻別に学生を集め、その知識に合わせた内容だった」「先輩社員・リクルーターを紹介された」に当てはまるインターンシップも志望度が上がった割合はやや高かった。

*このページのグラフはすべてインターンシップ先6,940社の分布

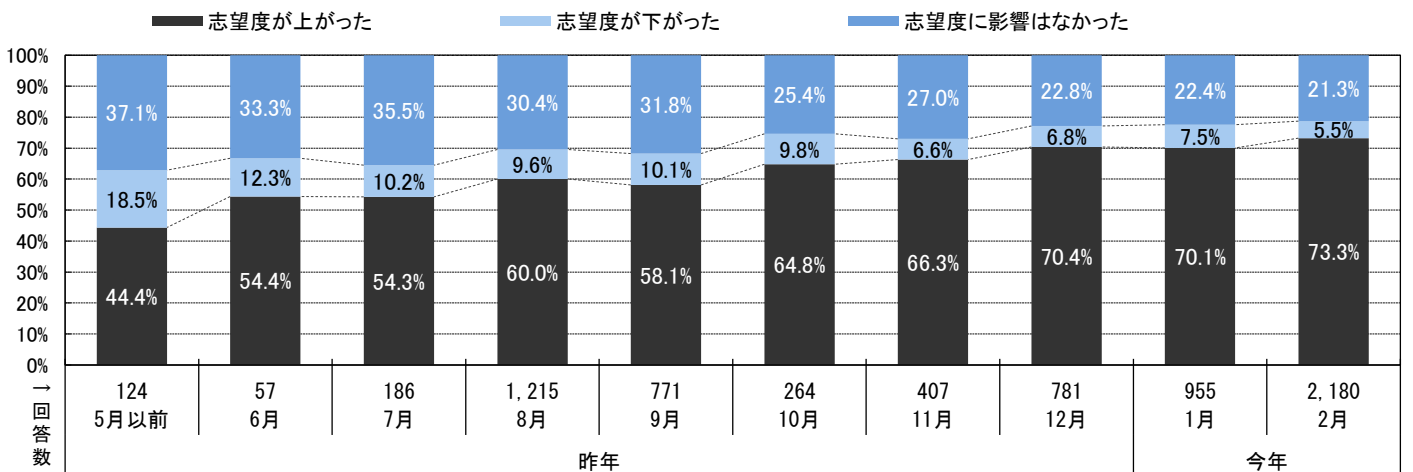
★従業員規模 × 志望度の変化



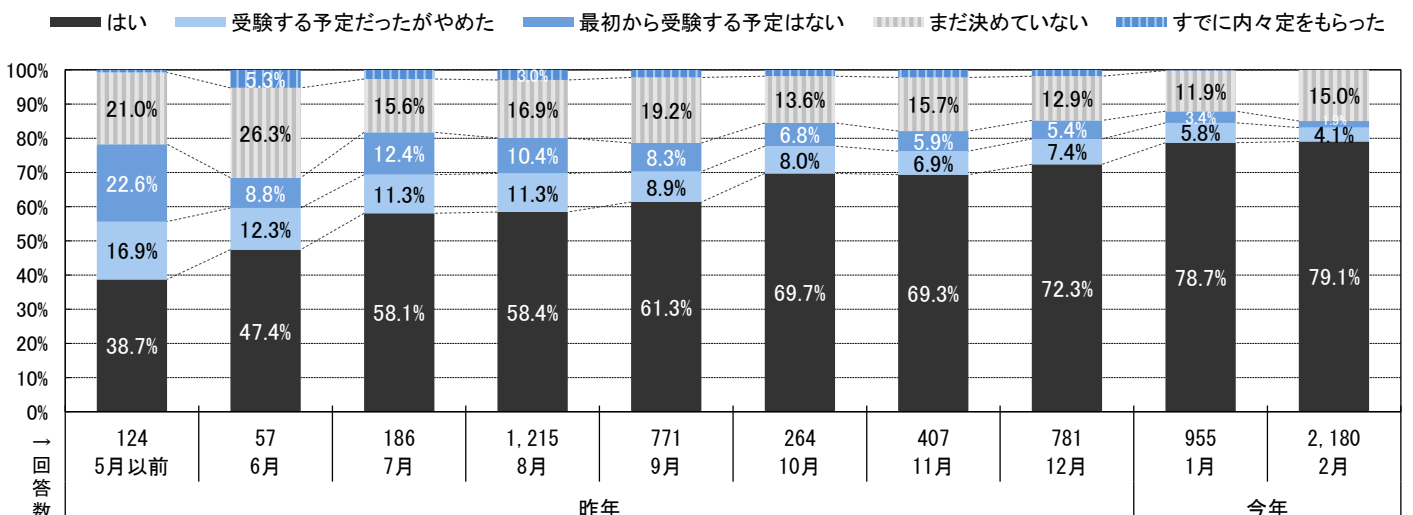
★従業員規模 × 採用選考受験予定



★インターンシップ参加時期 × 志望度の変化

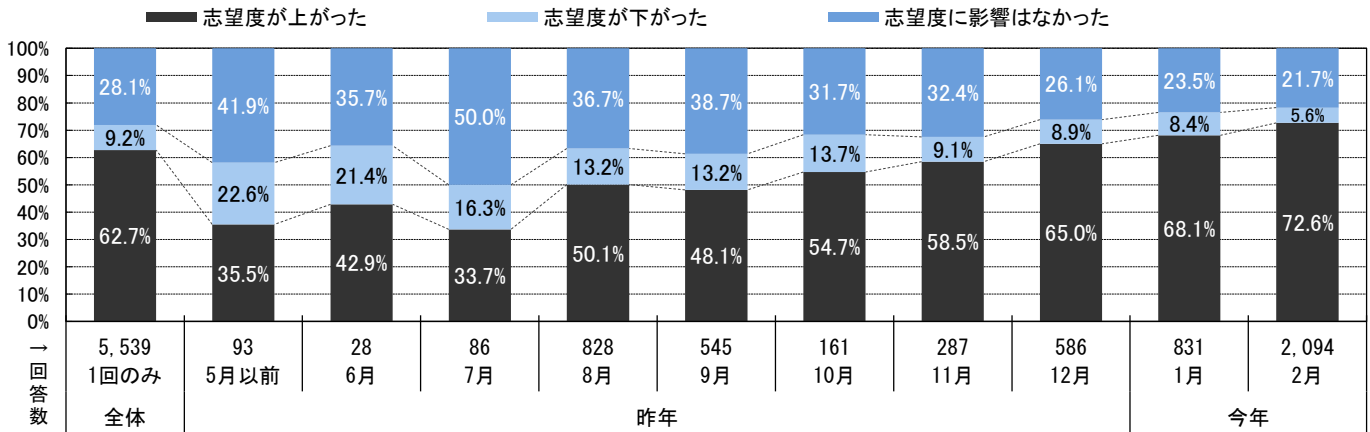


★インターンシップ参加時期 × 採用選考受験予定

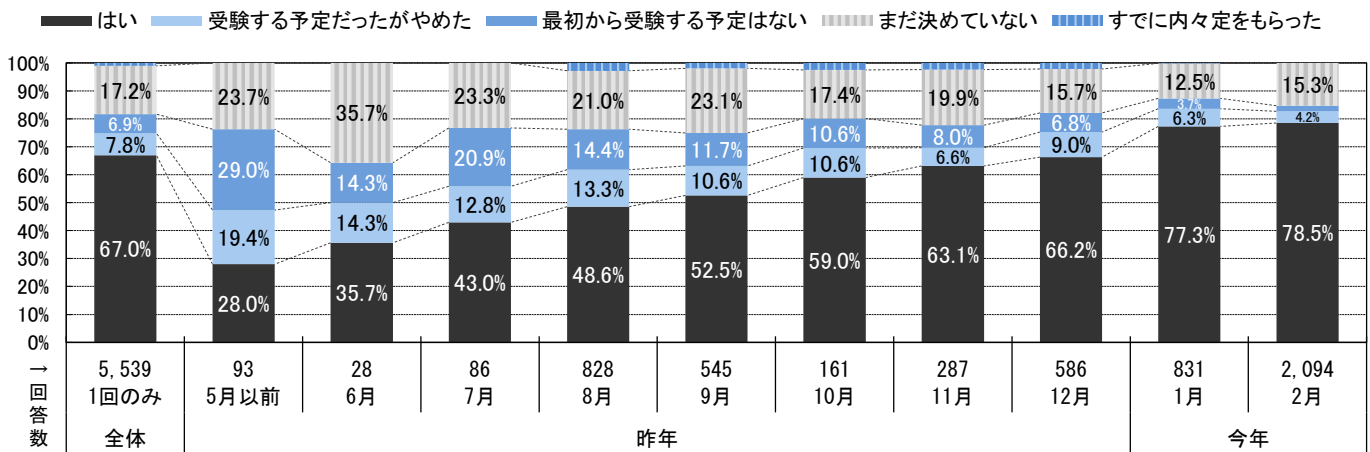


*このページのグラフはすべてインターンシップ先6,940社の分布

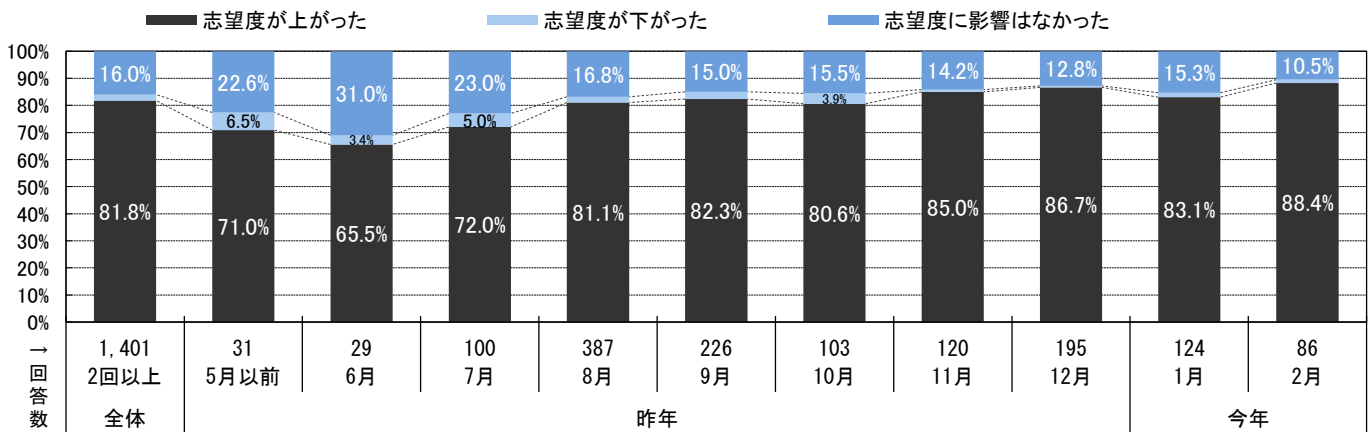
★その企業のインターンシップに1回のみ参加 × 参加時期 × 志望度の変化



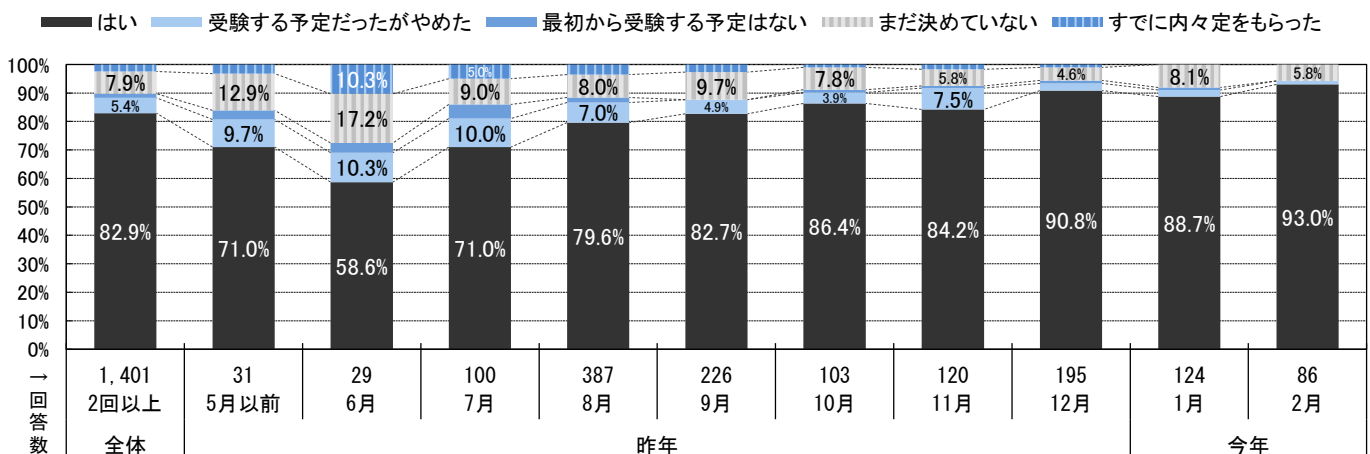
★その企業のインターンシップに1回のみ参加 × 参加時期 × 採用選考受験予定



★その企業のインターンシップに2回以上参加 × 初回参加時期 × 志望度の変化



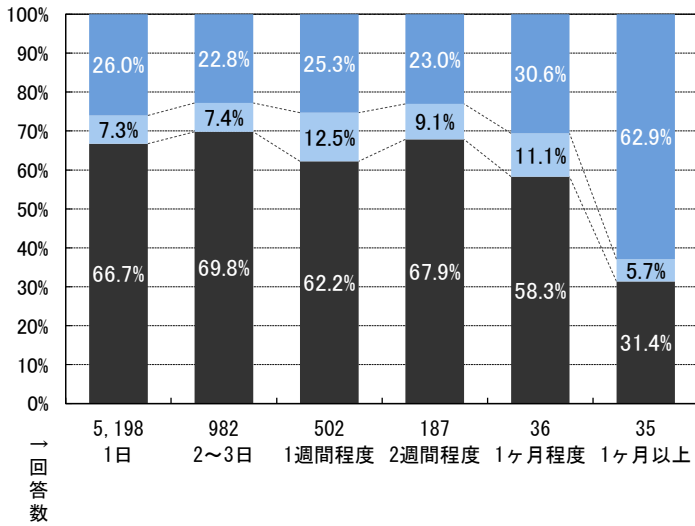
★その企業のインターンシップに2回以上参加 × 初回参加時期 × 採用選考受験予定



*このページのグラフはすべてインターンシップ先6,940社の分布

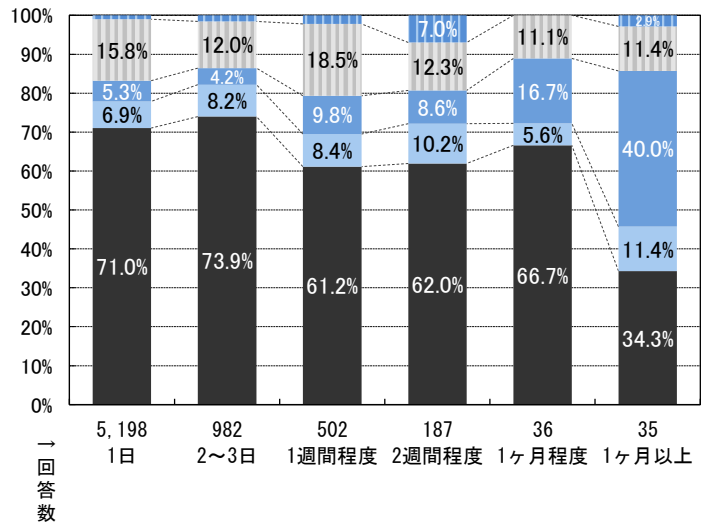
★プログラムの期間 × 志望度の変化

■ 志望度が上がった ■ 志望度が下がった
■ 志望度に影響はなかった



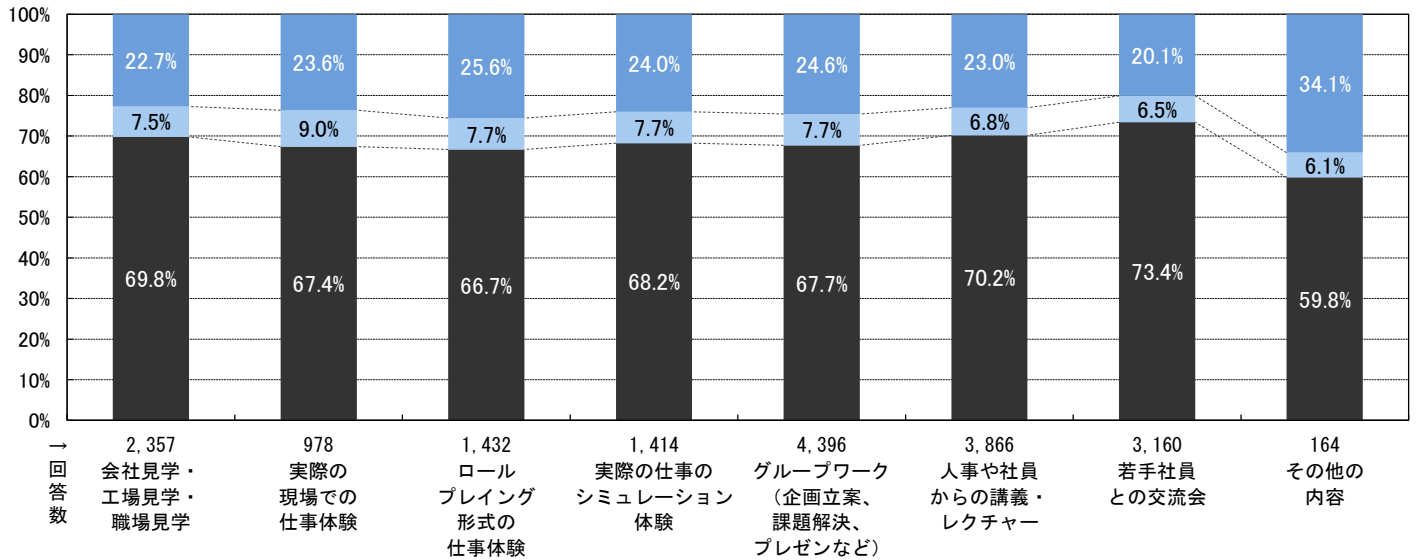
★プログラムの期間 × 採用選考受験予定

■ すでに内々定をもらった ■ まだ決めていない
■ 最初から受験する予定はない ■ 受験する予定だったがやめた
■ はい



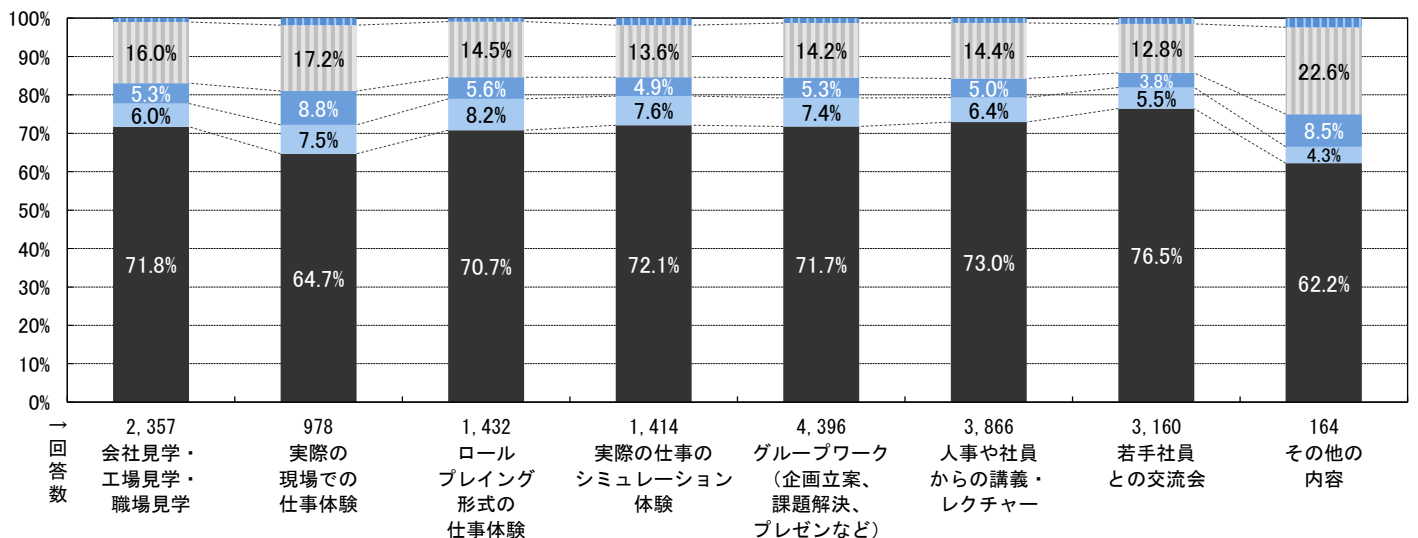
★インターンシップの内容 × 志望度の変化

■ 志望度が上がった ■ 志望度が下がった ■ 志望度に影響はなかった



★インターンシップの内容 × 採用選考受験予定

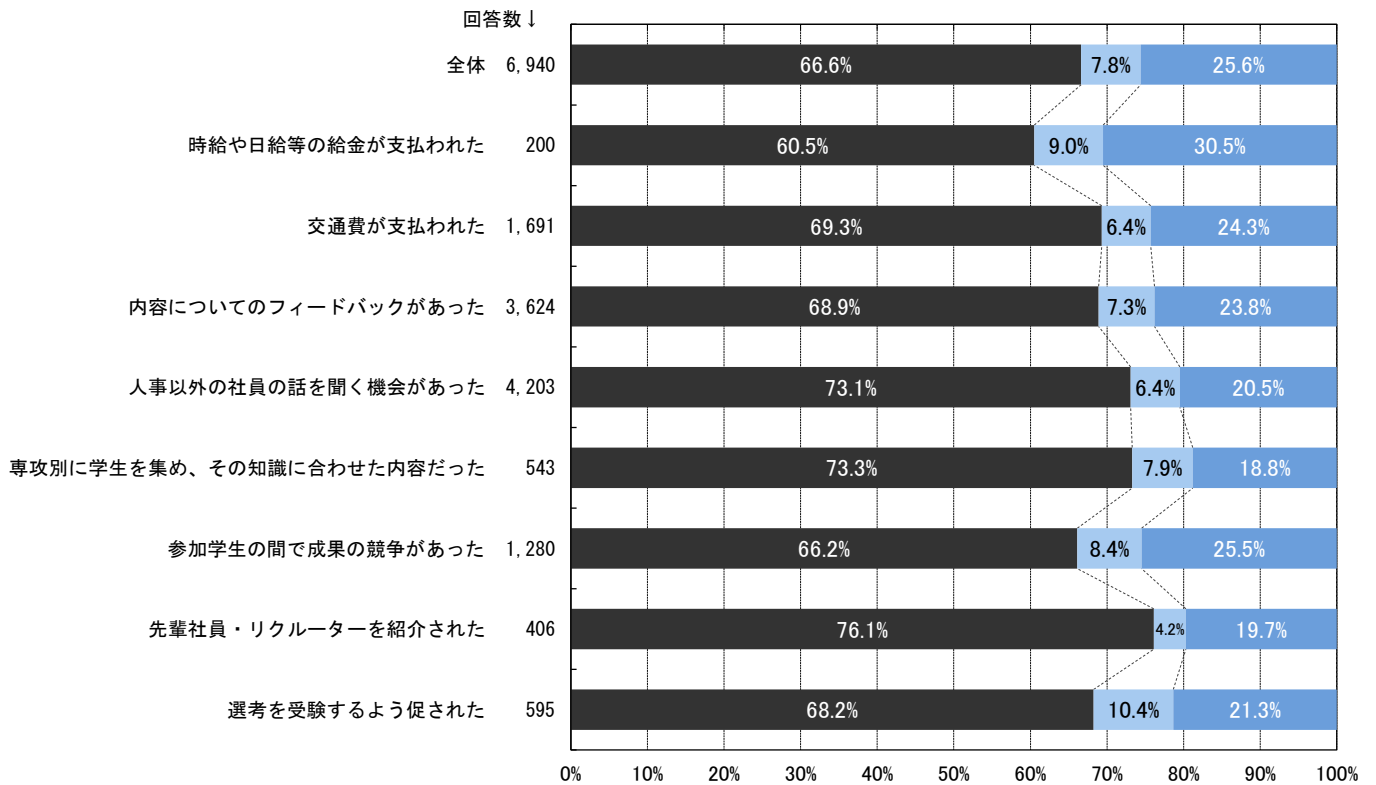
■ はい ■ 受験する予定だったがやめた ■ 最初から受験する予定はない ■ まだ決めていない ■ すでに内々定をもらった



*このページのグラフはすべてインターンシップ先6,940社の分布

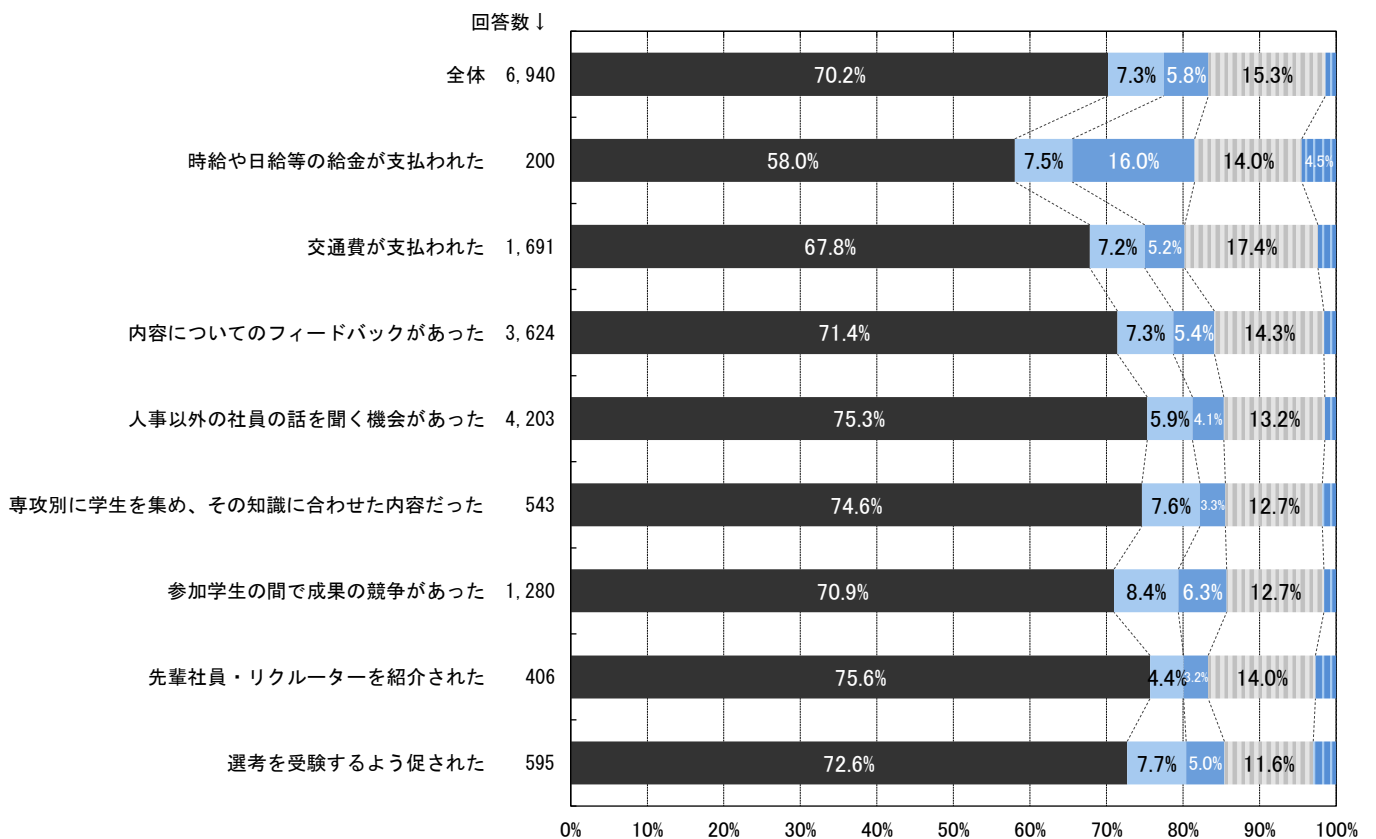
★参加したインターンシップに当てはまるもの × 志望度の変化

■ 志望度が上がった ■ 志望度が下がった ■ 志望度に影響はなかった



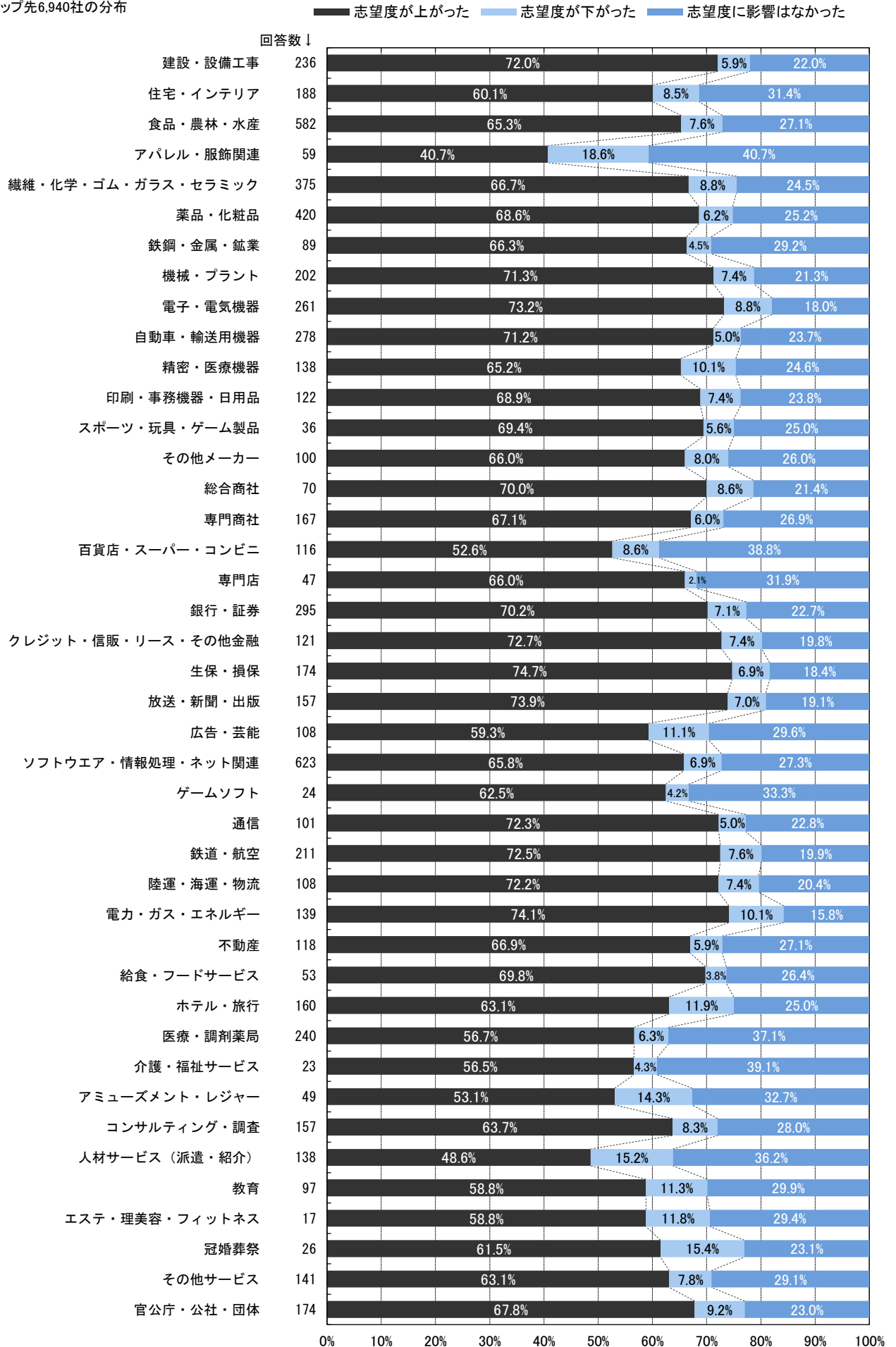
★参加したインターンシップに当てはまるもの × 採用選考受験予定

■ はい ■ 受験する予定だったがやめた ■ 最初から受験する予定はない ■ まだ決めていない ■ すでに内々定をもらった



★インターンシップ先の業種 × 志望度の変化

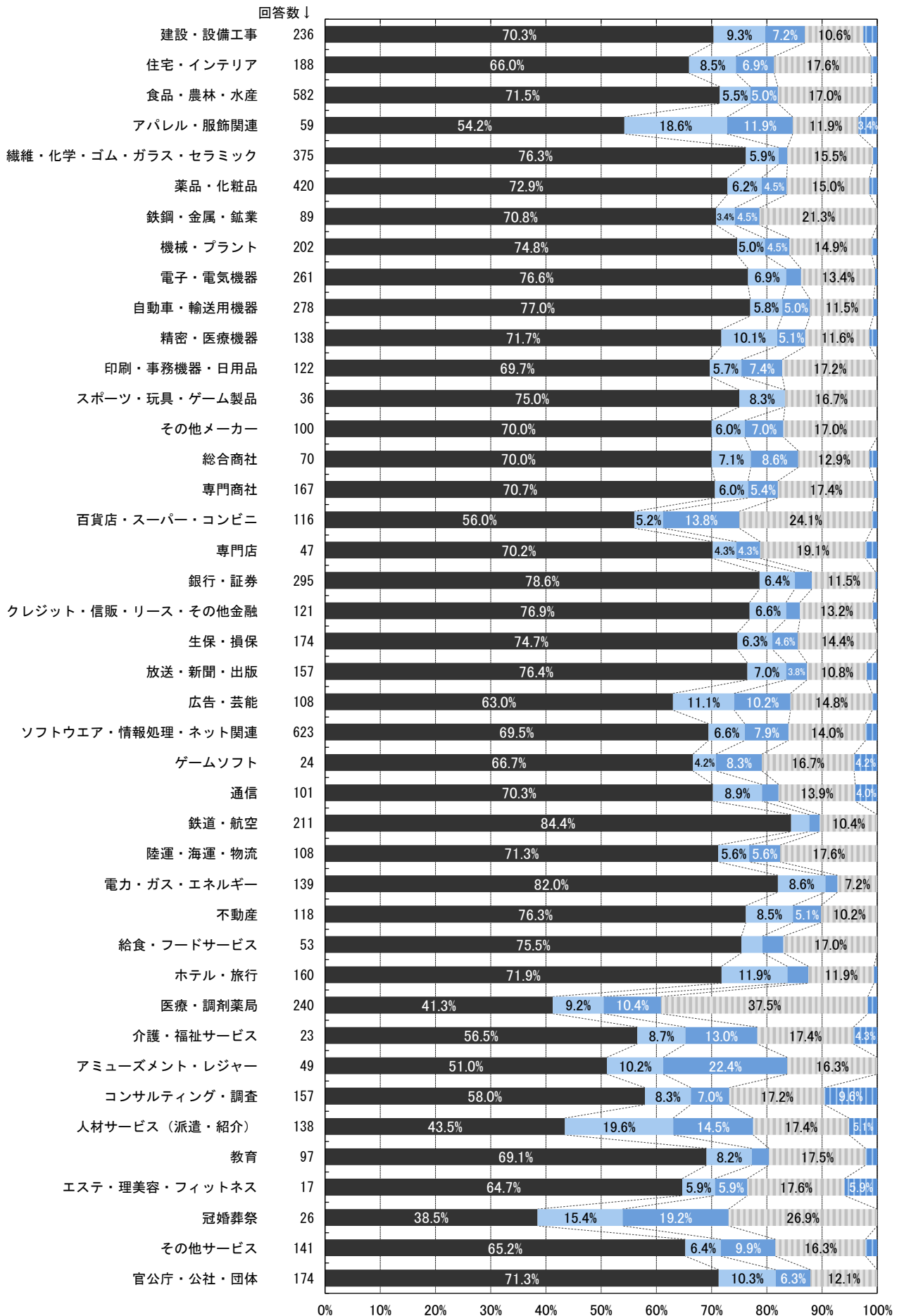
インターンシップ先6,940社の分布



★インターンシップ先の業種 × 採用選考受験予定

インターンシップ先6,940社の分布

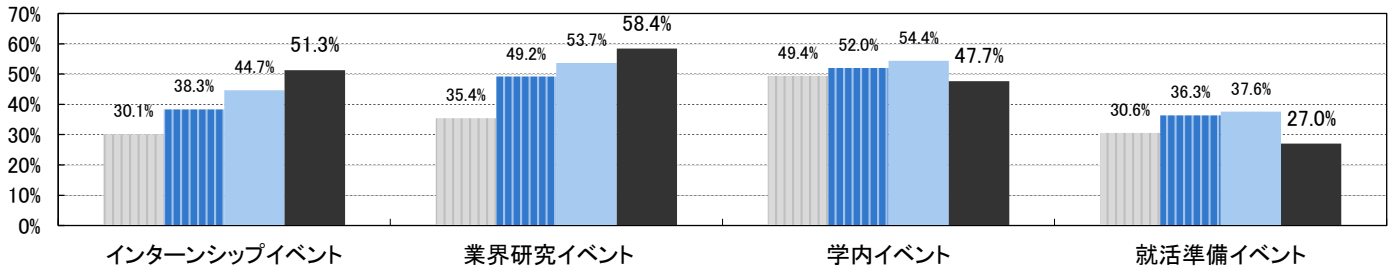
■ はい ■ 受験する予定だったがやめた ■ 最初から受験する予定はない ■ まだ決めていない ■ すでに内々定をもらった



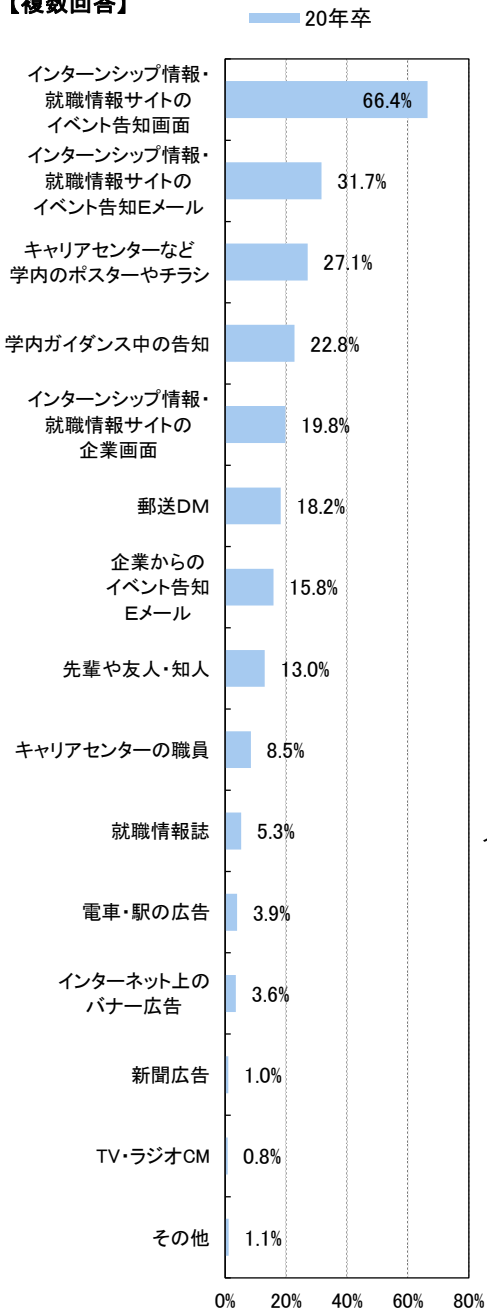
■7: イベントについて

これまでに「インターンシップイベント」に参加した割合は51.3%、「業界研究イベント」に参加した割合は58.4%で、前年4月に「3月以前に参加したか」と聞いた際の割合より高かった。「参加したイベントはどこで知ったか」では「インターンシップ情報・就職情報サイトのイベント告知画面(66.4%)」が他を引き離して最も高い割合だった。イベントに参加した目的や動機では「様々な企業を発見するため(59.7%)」が最も高く、企業との出会いを求めてイベント会場に足を運ぶ学生が多いようだ。どの企業のブースで話を聞か決める際の判断基準では「業種(63.9%)」「知名度(35.3%)」に次いで「話をしている社員の雰囲気(28.0%)」の割合が高かった。イベント会場での社員の印象も、企業発見につながる重要な要素だと考えてよいだろう。

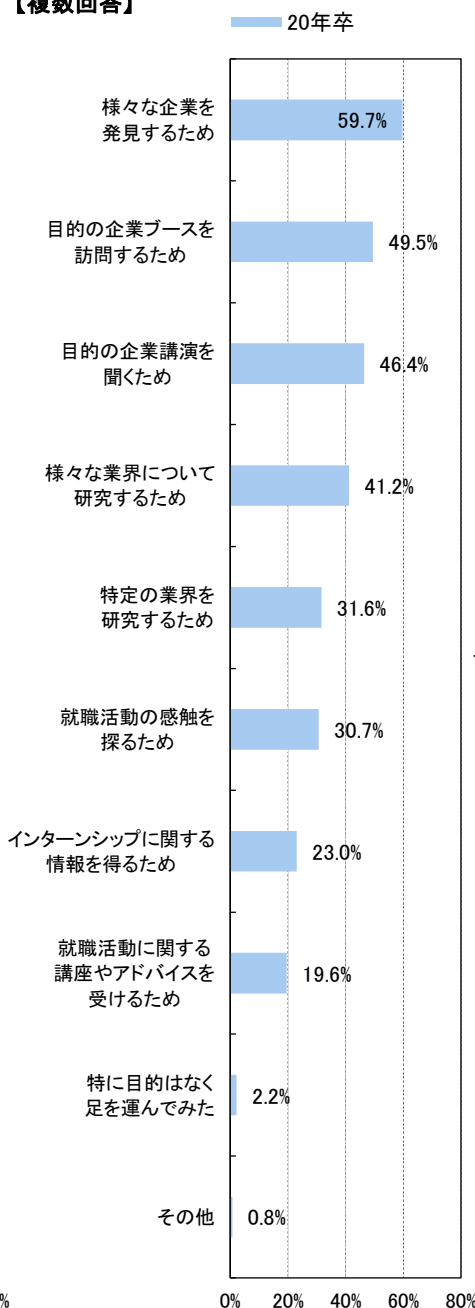
「企業が複数社集まるイベント」の参加経験割合【複数回答】 *19年卒は4月に調査



参加したイベントはどこで知ったか【複数回答】



イベントに参加した目的や動機は何か【複数回答】



どの企業のブースで話を聞か決める際の判断基準【複数回答】

