

マイナビ 2025年卒 学生就職モニター調査 4月の活動状況



2024年5月

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2024年4月25日～2024年4月30日
- 調査対象 : 2025年卒業予定の全国大学4年生及び院2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	有効回答数
文系男子	208
理系男子	363
文系女子	644
理系女子	424
総計	1,639

カテゴリー	有効回答数
関東地区	663
東海地区	202
関西地区	354
上記以外のエリア	420

カテゴリー	有効回答数	
学部	理系: 機電系	43
	理系: 情報系	77
	理系: 土木・建築系	32
	理系: 化学系	24
	理系: 薬学系	92
	理系: その他理系	99
院	理系: 機電系	104
	理系: 情報系	74
	理系: 土木・建築系	34
	理系: 化学系	87
	理系: 薬学系	16
	理系: その他理系	105

【4月のTOPICS】

4月末時点の内々定保有者の平均内々定保有社数は2.3社 辞退意思を伝えていない企業がある割合は55.6%と過半数を上回る

今までに内々定を得たことがある学生の内々定を得た社数の平均は2.3社となった。複数内々定を保有する学生の割合も63.0%（前年比3.3pt増）となり、現段階で入社予定先を決めている割合は2年連続で増加し、25年卒では61.9%となった。複数内々定を保有する学生に、入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたかを聞くと、「まだ伝えていない企業がある（まだ伝えていない一部の企業のみに伝えた）」という回答が55.6%で過半数を上回った。どのタイミングで辞退を伝えるか聞くと、「志望度の高い企業の選考結果が出たら」が46.7%と最も高く、今後の選考結果を踏まえて検討したい学生が多いようだ。まだ辞退の意思を伝えていない理由としては、「辞退の連絡をするのが気まずいから（16.9%）」「せっかく内定をもらったのに申し訳ないから（14.5%）」「どのように伝えたらよいかわからないから（10.4%）」など、辞退すること自体への悩みも1割以上の回答があった。

- （P.16）4月末時点の内々定保有者のうち、入社予定先を決めている学生は61.9%
- （P.26）複数内々定を保有している学生で、辞退意思を伝えていない企業がある割合は55.6%と過半数を上回る

■集計方法

全体の数値を算出するにあたり、文理男女別の構成比を2025年3月卒業予定の大学生・大学院生の構成比と等しくする為、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。基準数値は令和5年度学校基本調査（2023年12月公表）の大学3年生・院1年生在籍数を参照し、文理男女比を算出している。※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！

経営と人材をつなげるビジネスメディア「HUMAN CAPITAL サポネット」<https://saponet.mynavi.jp/>
マイナビキャリアリサーチLab | 働くの明日を考える <https://career-research.mynavi.jp/>
就職指導ご担当者のための総合情報サイト マイナビキャリアサポート <http://mcs.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。

INDEX

【定点調査】

■1:4月の活動状況

■2:エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

- (1) 4月平均エントリー社数
- (2) 合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受検社数、エントリーシート提出社数(平均)
- (3) エントリー社数平均累計
- (4) 個別企業セミナー参加社数平均累計
- (5) 採用面接を受けた社数平均累計
- (6) 4月のWEB上での活動状況
- (7) 個別企業セミナー参加・視聴割合・半月ごとの推移
- (8) 4月前半・後半のWEB上での活動状況
- (9) ライブ形式のWEBセミナー参加平均社数累計
- (10) 録画形式のWEBセミナー視聴社数平均累計
- (11) WEB面接を受けた平均社数累計
- (12) 3月・4月の就活費用(平均・文理男女別、地域別、経年変化)
- (13) 4月にエントリーした企業の傾向【複数回答】
- (14) 現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況

■3:現在の志望業種について

- (1) 現在の志望業種
- (2) 前年4月との比較増減、志望割合が増えた業種・減った業種

■4:就職活動の感触・就職観

- (1) 先輩と比較して自分たちの就職活動は
- (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) 1日に費やしている時間平均(就職活動準備・就職活動)
- (5) 現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合
- (6) 就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】
- (7) この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容

■5:企業選択のポイント

- (1) 現在の活動の中心は大手企業中心か中小企業中心か
- (2) 企業を選ぶときに注目するポイント【ベスト3/最も注目】

■6:内々定保有者の活動状況

- (1) 企業の主な発見ツール(内々定先・入社予定先)
- (2) 内々定を得た企業の業種
- (3) 今までに内々定を得た社数・平均
- (4) 今までに内々定を得た社数・分布
- (5) 現段階で内々定獲得企業の中から入社予定先を決めている割合
- (6) 入社予定先企業は初めて接触する前の時点で第何志望だったか
- (7) 内々定獲得後、入社意思を固めた時期
- (8) 内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった期間
- (9) その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング
- (10) 入社予定先企業を選択したポイント【3つ選択】および最も重視したポイント
- (11) 入社予定先企業を選択したポイントと企業を選ぶとき注目するポイントの比較

- (以降、内々定先、入社予定先それぞれで集計)
- (10) 内々定を得た企業の規模
 - (11) 内々定を得た時期
 - (12) 1次面接～内々定までの選考回数
 - (13) 1次面接を受けてから内々定をもらうまでの期間
 - (14) 内々定先のインターンシップ・仕事体験に参加した割合
 - (15) 内々定先のインターンシップ・仕事体験参加時期すべて【複数回答】
 - (16) 入社予定先のインターンシップ・仕事体験の主な発見ツール
 - (17) 採用選考がインターンシップ・仕事体験参加者限定だった割合
 - (18) 内々定先のインターンシップ・仕事体験は対面かオンラインか
 - (19) 内々定先のインターンシップ・仕事体験に何回参加したか
 - (20) 内々定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(平均)
 - (21) 内々定先のインターンシップ・仕事体験にあてはまるもの【複数回答】
- (以降、満足度について)
- (22) 入社予定先のインターンシップ・仕事体験の満足度
 - (23) 内々定先のインターンシップ・仕事体験の満足度
 - (24) 内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度
 - (25) 入社予定先総合満足度
 - (26) 入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたか
 - (27) どのようなタイミングで内々定先に辞退の意思を伝える予定か
 - (28) 辞退の意思を伝えていない理由
 - (29) 就活疲れを感じたことはあるか(就活準備を含む)
 - (30) 就活疲れを感じた活動
 - (31) 就活疲れの理由としてあてはまるもの(就活準備を含む)※上位3つまで
 - (32) 就活疲れに陥らないための工夫

■7:【理系】4月の活動状況

- (1) 4月の理系学生の活動状況【複数回答】
- (2) 企業への応募方法
- (3) 理系学生の月ごとの活動状況の推移
 - ・大学に志望企業調査票を提出した
 - ・企業の研究所・工場などを見学した
 - ・WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した
 - ・就職に関して教授に相談した
 - ・ジョブマッチングを受けた
 - ・研究概要書・研究概要レポートを提出した
 - ・企業の採用選考を受けた
 - ・企業から推薦状を求められた
 - ・大学から推薦状を発行された
 - ・大学院(修士・博士)への進学を目指すことに決めた

【追加調査】

- (4) これまでにジョブマッチングを受けた経験
- (5) ジョブマッチング経験者の受けた社数平均
- (6) ジョブマッチングの内容【複数回答】
- (7) ジョブマッチングを受けた企業の業種【複数回答】
- (8) WEBを使った(オンラインの)研究所・工場見学の参加経験、録画視聴経験【複数回答】
- (9) WEBを使った(オンラインの)研究所・工場見学に参加・視聴してどのように感じたか【複数回答】

■8: 合同企業セミナー・合同企業説明会について

- (1) 来場型(リアルイベント)の合同企業説明会で、どの企業のWEBセミナーで話を聞か決める際の判断基準【複数回答】
- (2) WEB視聴型の合同企業説明会で、どの企業のWEBセミナーで話を聞か決める際の判断基準【複数回答】

■9: 個別企業セミナーについて * WEBセミナー(個別企業セミナー)を含む

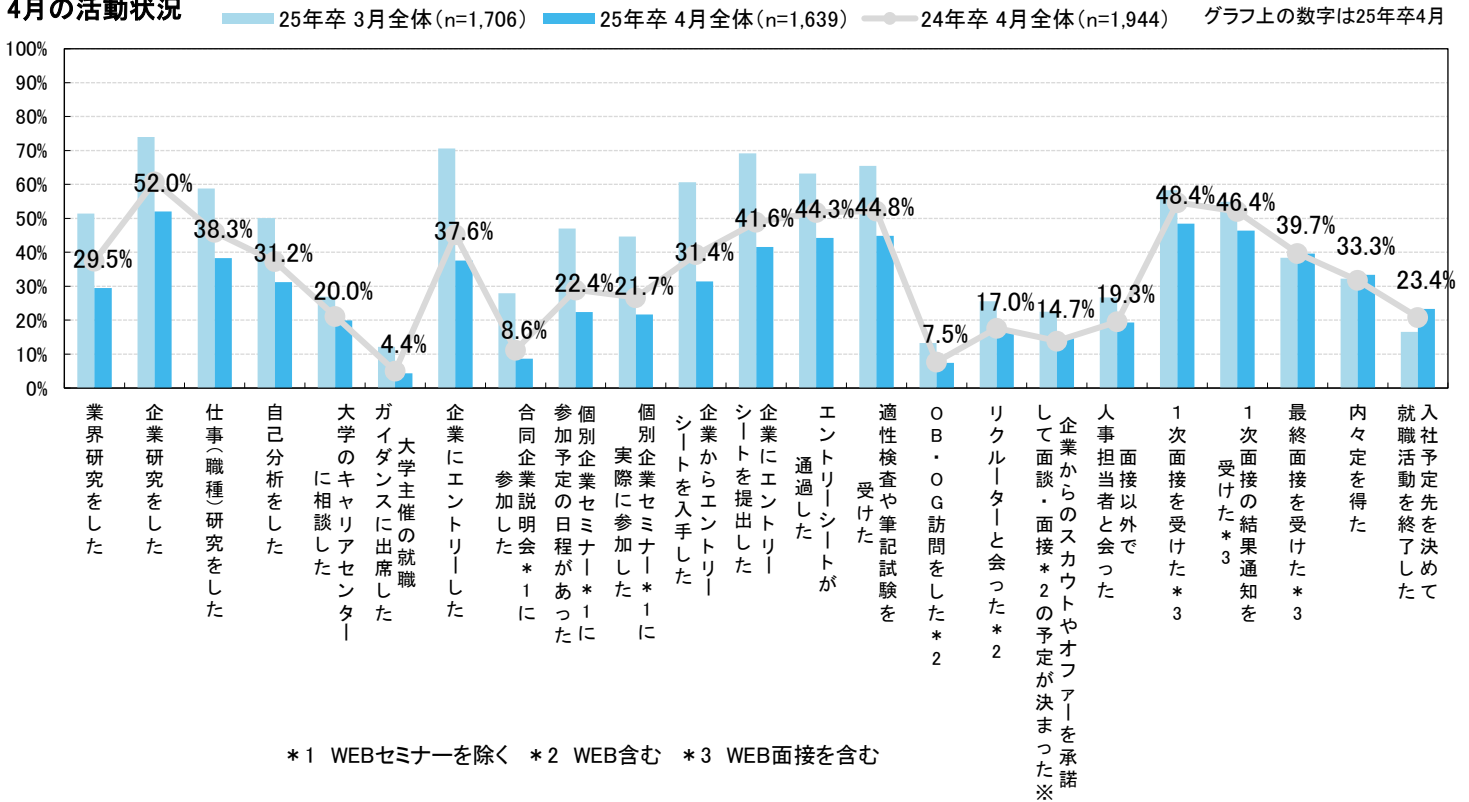
※ライブ形式: ライブ形式のWEBセミナー、録画形式: 録画形式のWEBセミナー

- (1) 個別企業セミナーの情報を探す方法【複数回答】* WEBセミナーを含む
- (2) 個別企業セミナーの予約をしたことがある割合(対面式、ライブ形式、録画形式)
- (3) 予約した個別企業セミナーに参加しなかったことがある割合(対面式、ライブ形式)
- (4) 予約したセミナーに参加するのをやめた際、開催企業に連絡したか(対面式、ライブ形式)
- (5) 予約した対面式の個別企業セミナーに参加しなかった理由【複数回答】
- (6) 予約した対面式の個別企業セミナーの参加をやめた際、なぜ連絡しなかったか
- (7) 予約したライブ形式のWEBセミナーに参加しなかった理由【複数回答】
- (8) 予約したライブ形式のWEBセミナーの参加をやめた際、なぜ連絡しなかったか
- (9) 予約した個別企業セミナーの受付方法 * WEBセミナー含む
- (10) 良いと思う予約方法 * WEBセミナーを含む
- (11) 個別企業セミナーの予約をする際に困った経験がある割合(対面式、ライブ形式)
- (12) 個別企業セミナーの予約をする際に困ったこと【複数回答】(対面式、ライブ形式)
- (13) 個別企業セミナーの参加・視聴経験がある割合(対面式、ライブ形式、録画形式)
- (14) 適当だと思う「エントリー」から「個別企業セミナーに参加する」までの期間(対面式、ライブ形式)
- (15) 参加しやすい「予約」から「開催日」までの間隔(対面式、ライブ形式)
- (16) 最も参加・視聴しやすいと思う個別企業セミナーの長さ(対面式、ライブ形式、録画形式)
- (17) 対面式の個別企業セミナーに参加して思ったこと【複数回答】
- (18) ライブ形式のWEBセミナーに参加して思ったこと【複数回答】
- (19) 録画形式のWEBセミナーを視聴して思ったこと【複数回答】
- (20) 録画形式のWEBセミナーを視聴する際、早送りしながら見るか
- (21) ライブ形式と録画形式のWEBセミナーについて、あなたの考えにあてはまるもの
- (22) 参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を終了後改めて見直したことはあるか
- (23) 参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を改めて見直したいと思ったのに、録画が公開されていなかったという経験はあるか
- (24) 志望度の高い企業同士のセミナー日程が重なったらどうするか * ライブ形式のWEBセミナーを含む
- (25) 個別企業セミナーに参加する前に事前準備をした割合(対面式、ライブ形式)
- (26) 具体的にいった準備【複数回答】(対面式、ライブ形式)
- (27) 個別企業セミナーに参加するためにエントリーシートを書いたことがあるか【複数回答】* ライブ形式のWEBセミナーを含む
- (28) これまでに参加した対面式の個別企業セミナーの形式【複数回答】
- (29) これまでに参加した対面式の個別企業セミナーの中で最も良いと思った形式
- (30) 個別企業セミナーで最も話を聞きたい人は誰か * WEBセミナーを含む
- (31) 個別企業セミナーで実際に聞いた内容／聞きたかった内容【各3つ選択】 * WEBセミナーを含む
- (32) 個別企業セミナーに参加したことで、その企業の選考を受けようと思ったことはあるか、
および、選考を受けようと思ったポイント【複数回答】(対面式に参加して、ライブ形式に参加して、録画形式を視聴して)
- (33) 個別企業セミナーに参加したことで、その企業の採用選考を受けるのをやめようと思ったことはあるか
および、受けるのをやめようと思ったポイント【複数回答】

■1:4月の活動状況

4月の活動状況について、24年卒と25年卒を比較すると、「業界研究をした29.5%（対前年7.9pt減）」「企業研究をした52.0%（対前年8.8pt減）」「仕事（職種）研究をした38.3%（対前年7.6pt減）」など、就職活動の初期の活動内容を実施した学生が減少した。「内々定を得た33.3%（対前年1.6pt増）」「入社予定先を決めて就職活動を終了した23.4%（対前年2.5pt増）」などの活動が微増となっている。

4月の活動状況

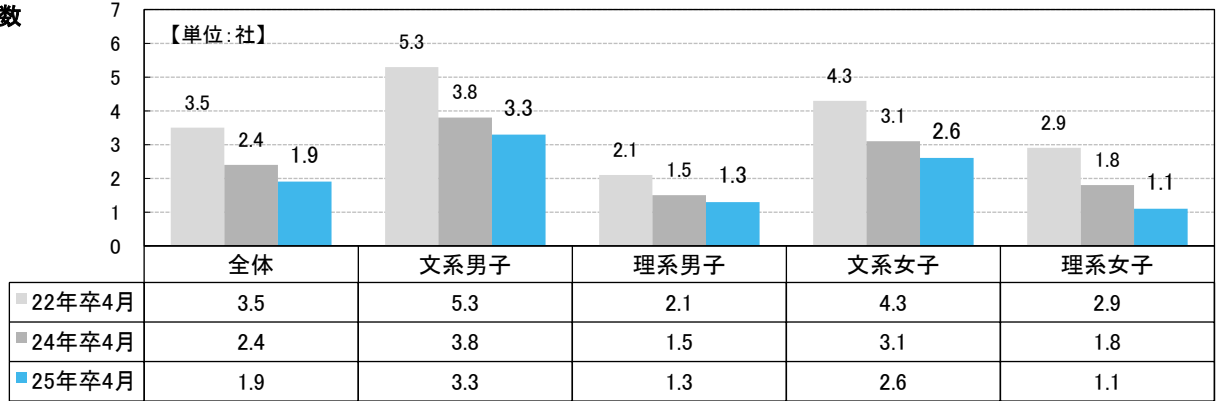


	25年卒			24年卒【参考】<前年>			<前々年> <前月>	
	4月全体	4月前半	4月後半	4月全体	4月前半	4月後半	23年卒 4月全体	24年卒 3月全体
業界研究をした	29.5%	27.2%	16.6%	37.4%	34.6%	22.8%	41.6%	51.4%
企業研究をした	52.0%	47.6%	37.1%	60.8%	55.4%	45.6%	64.4%	74.0%
仕事(職種)研究をした	38.3%	33.8%	23.5%	45.9%	40.0%	32.6%	47.1%	58.8%
自己分析をした	31.2%	26.9%	18.9%	37.3%	32.8%	23.7%	36.5%	50.1%
大学のキャリアセンターに相談した	20.0%	16.5%	11.0%	21.2%	16.8%	11.8%	22.3%	26.9%
大学主催の就職ガイダンスに出席した	4.4%	3.5%	1.6%	5.0%	3.2%	2.4%	6.4%	12.1%
企業にエントリーした	37.6%	33.4%	21.6%	45.3%	39.4%	26.9%	51.1%	70.6%
合同企業説明会*1に参加した	8.6%	7.1%	3.2%	11.2%	8.5%	4.9%	10.9%	28.0%
個別企業セミナー*1に参加予定の日程があった	22.4%	18.4%	13.8%	29.0%	23.6%	17.8%	30.5%	47.0%
個別企業セミナー*1に実際に参加した	21.7%	17.6%	13.6%	26.7%	21.8%	15.8%	28.5%	44.7%
企業からエントリーシートを入手した	31.4%	26.2%	18.3%	39.4%	33.5%	24.9%	32.4%	60.7%
企業にエントリーシートを提出した	41.6%	36.7%	22.0%	48.9%	41.7%	29.8%	53.6%	69.2%
エントリーシートが通過した	44.3%	38.5%	23.5%	51.8%	43.5%	31.8%	56.1%	63.3%
適性検査や筆記試験を受けた	44.8%	37.1%	25.7%	52.2%	44.9%	32.5%	58.9%	65.4%
OB・OG訪問をした*2	7.5%	5.4%	3.9%	7.7%	4.9%	4.5%	9.3%	13.2%
リクルーターと会った*2	17.0%	11.5%	10.3%	17.7%	12.3%	10.8%	18.5%	25.6%
企業からのスカウトやオファーを承諾して面談・面接*2の予定が決まった	14.7%	11.1%	9.3%	13.8%	10.3%	8.7%	16.1%	22.5%
面接以外で人事担当者と会った	19.3%	11.5%	12.1%	19.6%	10.7%	12.9%	17.8%	26.7%
1次面接を受けた*3	48.4%	39.9%	30.9%	54.7%	46.1%	37.0%	60.5%	58.3%
1次面接の結果通知を受けた*3	46.4%	37.9%	29.3%	52.1%	42.2%	35.7%	58.3%	54.9%
最終面接を受けた*3	39.7%	25.6%	23.1%	39.7%	23.6%	26.1%	42.2%	38.4%
内々定を得た	33.3%	21.2%	16.5%	31.7%	19.4%	17.3%	34.5%	32.2%
入社予定先を決めて就職活動を終了した	23.4%	15.2%	9.4%	20.9%	12.9%	9.0%	20.4%	16.5%
内々定を得ていないが就職活動を中止した	2.5%	1.6%	1.0%	2.4%	1.8%	1.1%	2.8%	1.9%

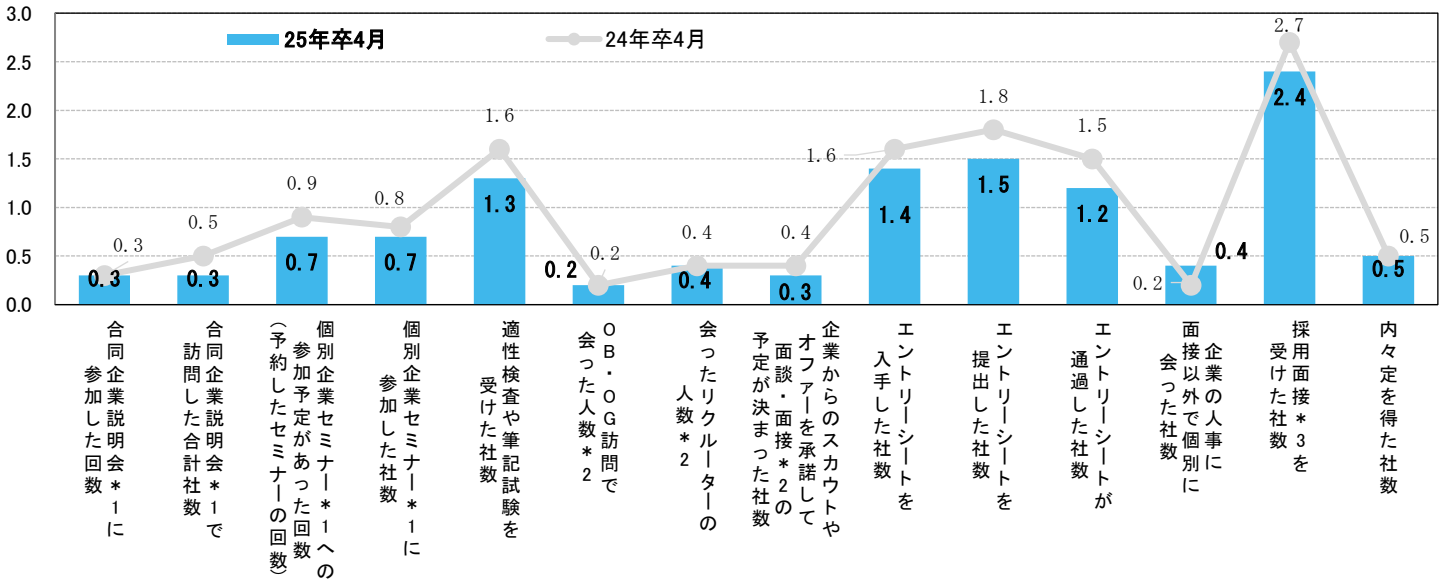
■2: エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

4月の活動量では、エントリーシートの提出（1.5社、対前年0.3pt減）や通過（1.2社、対前年0.3pt減）の平均社数は前年同月より減った。ただし、採用面接を受けた社数（2.7社、対前年0.3pt増）はほぼ前年並みだった。採用面接を受けた社数平均の4月までの累計は8.3社となり、前年同月の8.2社より0.1pt増と、やや多い状況だ。

4月平均エントリー社数

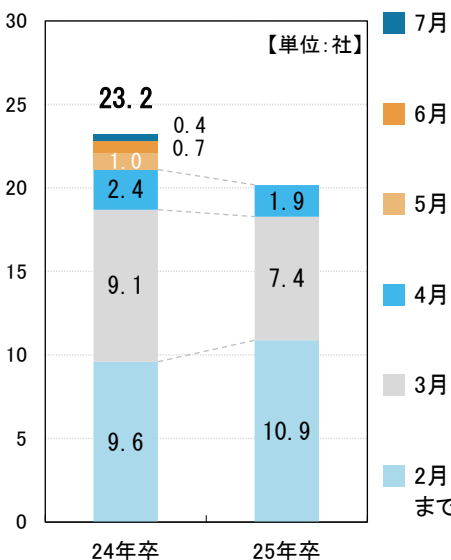


合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受験社数、エントリーシート提出社数（平均）

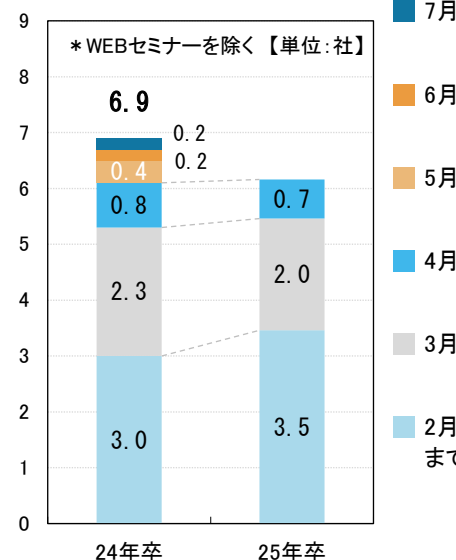


*1 WEBセミナーを除く *2 WEBを含む *3 グループディスカッション・WEB面接を含む

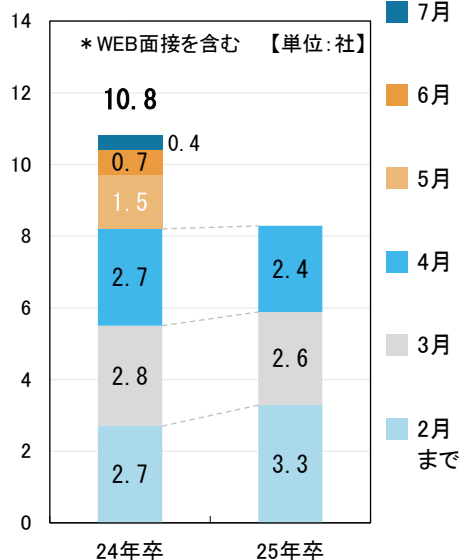
エントリー社数平均累計



個別企業セミナー参加社数平均累計

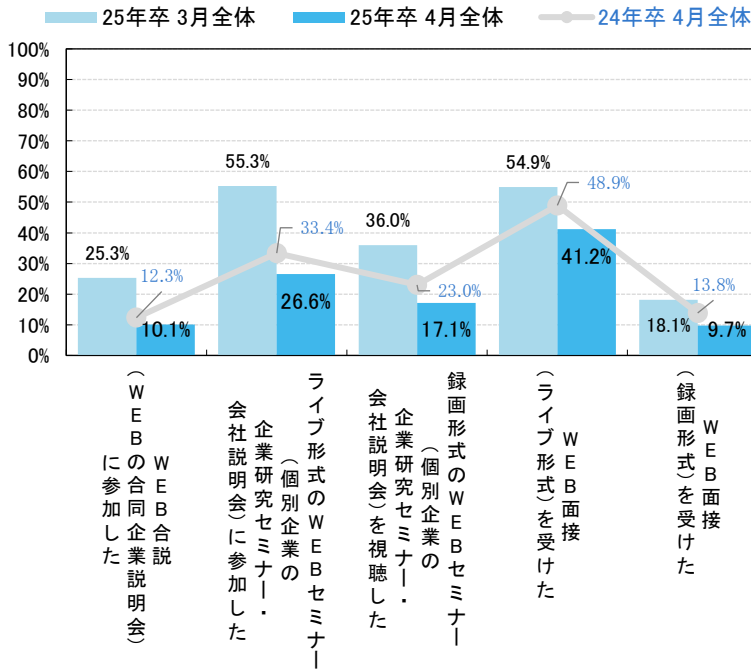


採用面接を受けた社数平均累計

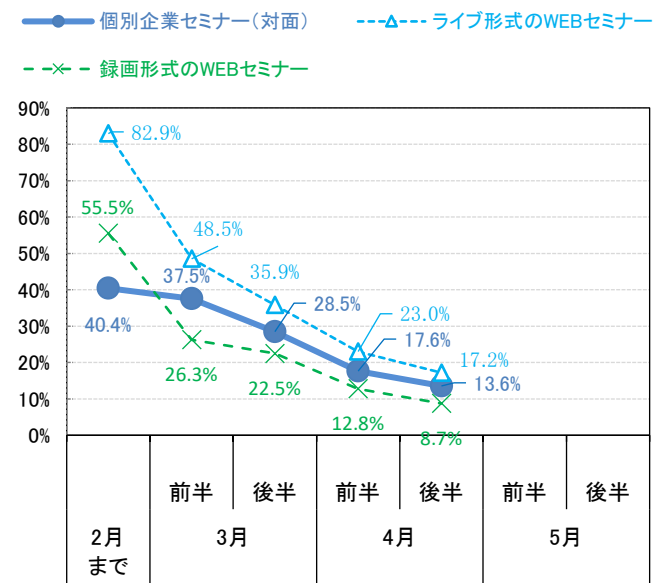


4月のWEB上での活動状況では、「ライブ形式のWEBセミナー（個別企業セミナー）への参加26.6%（対前年6.8pt減）」「録画形式のWEBセミナー（個別企業のセミナー）の視聴17.1%（対前年5.9pt減）」など、すべての項目で前年同月比減となった。3月と4月の就活費用の平均の累計は1万9,598円（対前年731円減）で前年より微減となっている。4月の活動状況の通り、対面の個別企業セミナーや面接の参加率・参加社数は減少しているにもかかわらず、4月の交通費・宿泊費は全体で6,753円と、前年同月比425円増加しているため、物価高の影響も考えられる。

4月のWEB上での活動状況

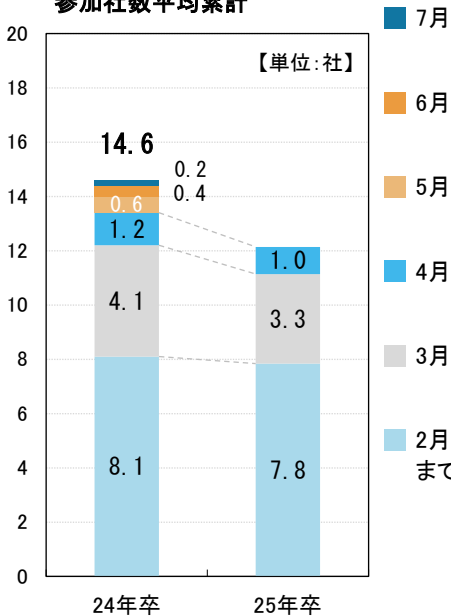


個別企業セミナー参加・視聴割合・半月ごとの推移

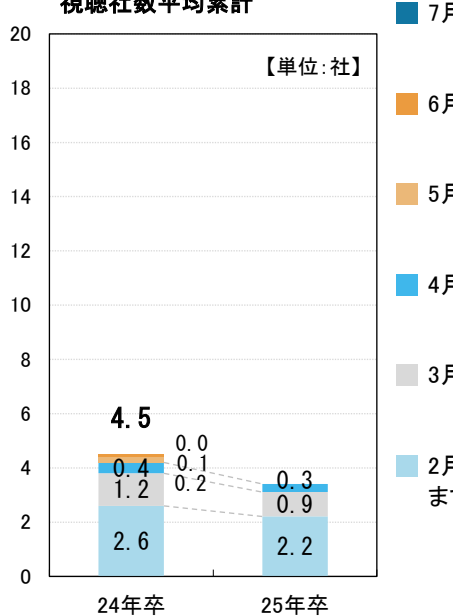


	25年卒			24年卒【参考】<前年>			<前々年> <前月>	
	4月全体	4月前半	4月後半	4月全体	4月前半	4月後半	23年卒 4月全体	25年卒 3月全体
WEB合説（WEBの合同企業説明会）に参加した	10.1%	7.8%	5.3%	12.3%	9.2%	6.2%	13.5%	25.3%
ライブ形式のWEBセミナー（個別企業の企業研究セミナー・会社説明会）に参加した	26.6%	23.0%	17.2%	33.4%	27.7%	21.7%	41.0%	55.3%
録画形式のWEBセミナー（個別企業の企業研究セミナー・会社説明会）を視聴した	17.1%	12.8%	8.7%	23.0%	17.0%	13.3%	31.4%	36.0%
WEB面接（ライブ形式）を受けた	41.2%	35.8%	27.8%	48.9%	41.8%	35.8%	58.5%	54.9%
WEB面接（録画形式）を受けた	9.7%	7.8%	3.5%	13.8%	10.5%	6.3%	16.6%	18.1%

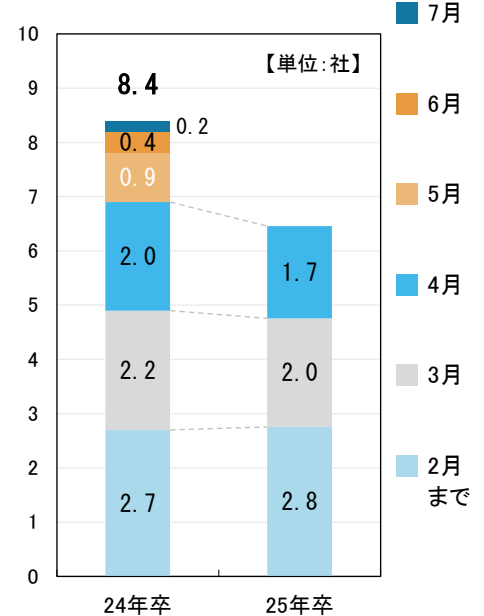
ライブ形式のWEBセミナー参加社数平均累計



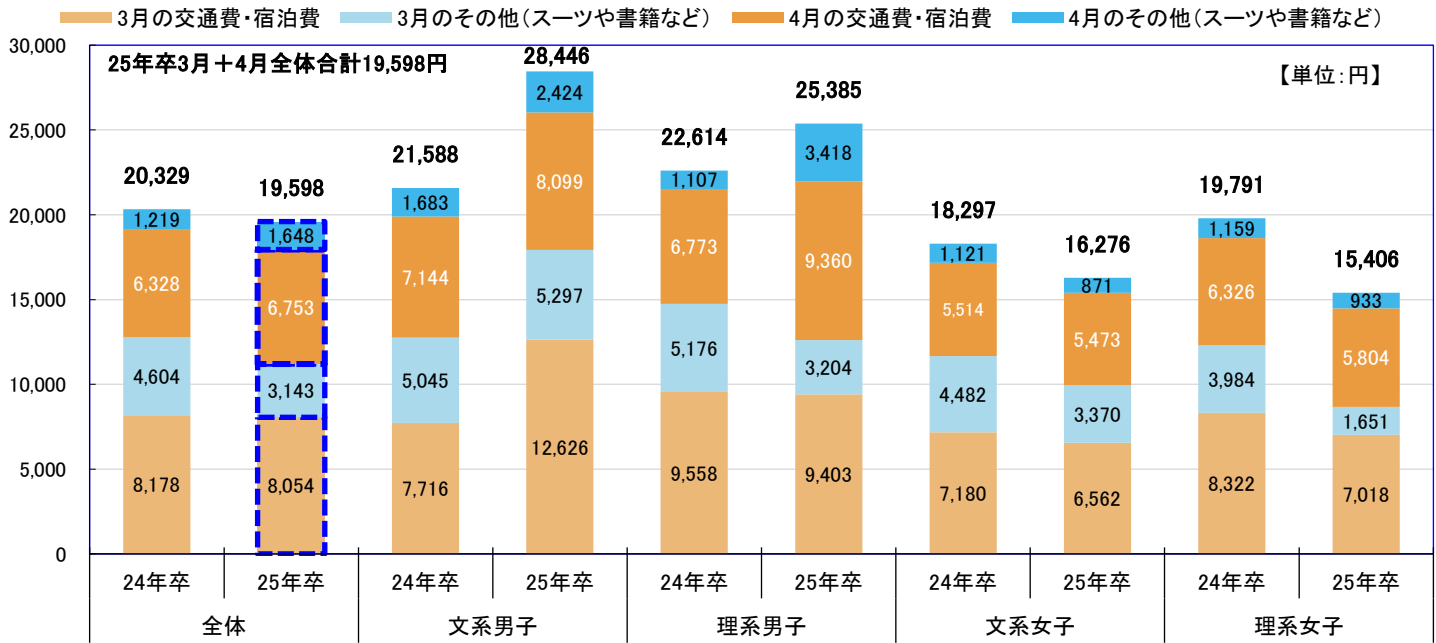
録画形式のWEBセミナー視聴社数平均累計



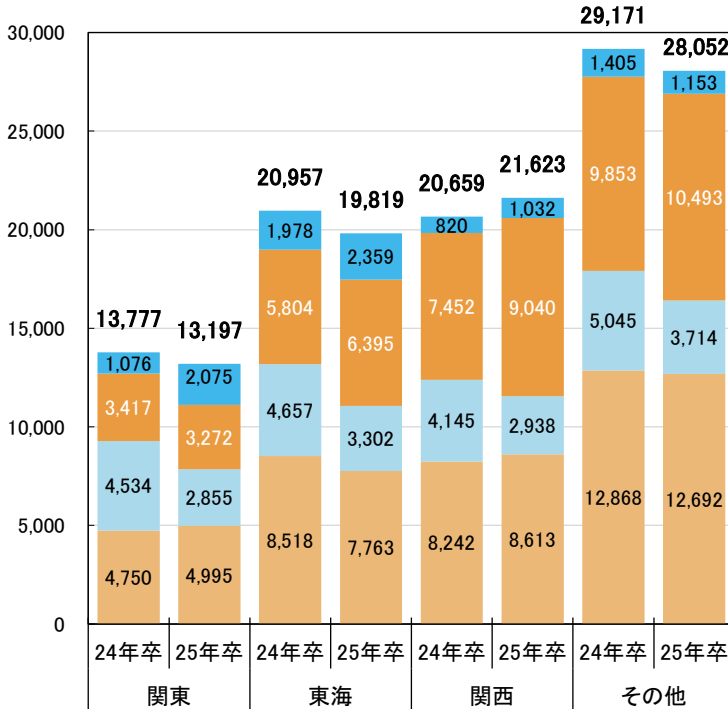
WEB面接を受けた社数平均累計



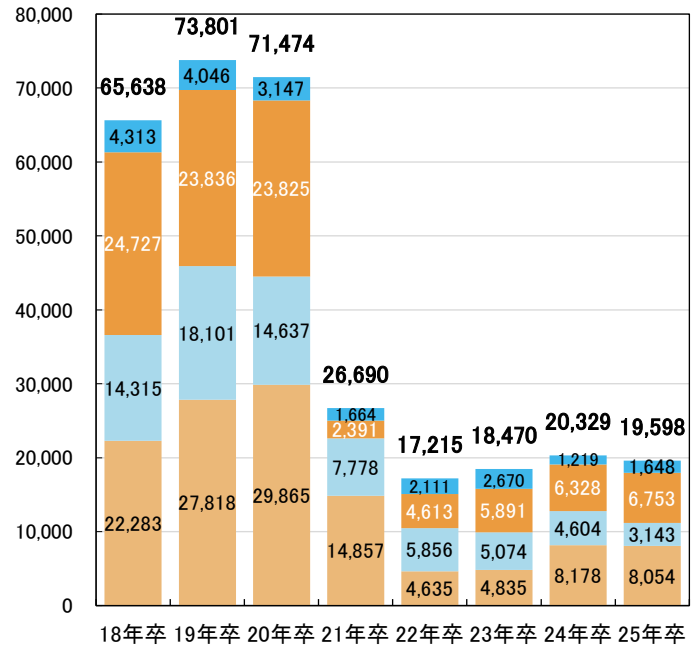
3月・4月の就活費用（平均・文理男女別前年同月比）



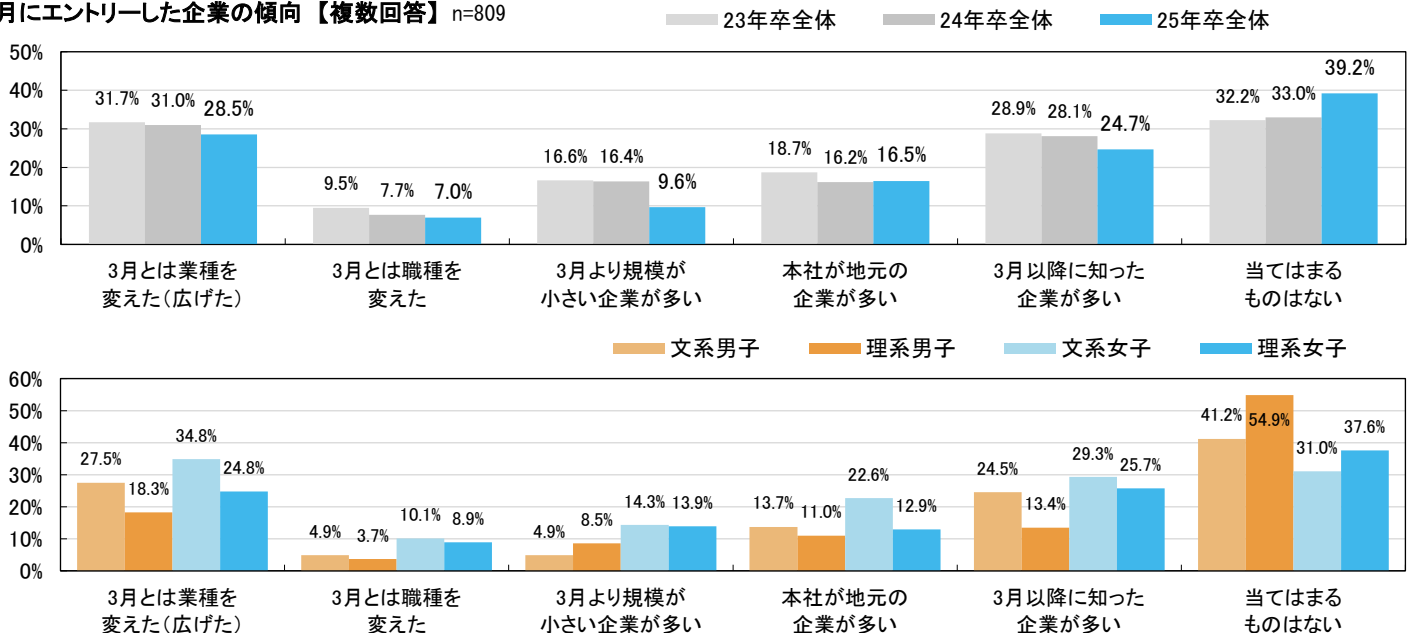
3月・4月の就活費用（平均・地域別前年同月比）



3月・4月の就活費用（平均・経年変化）



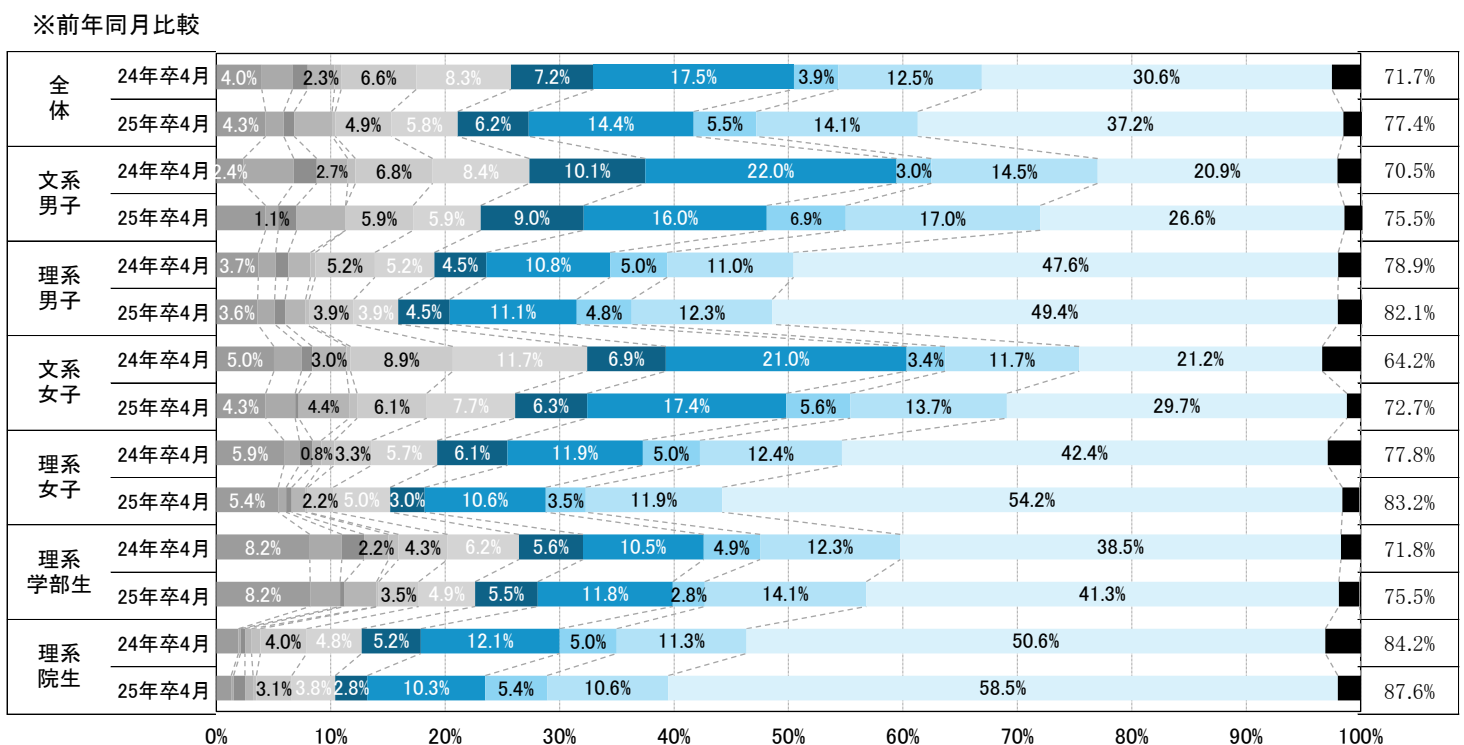
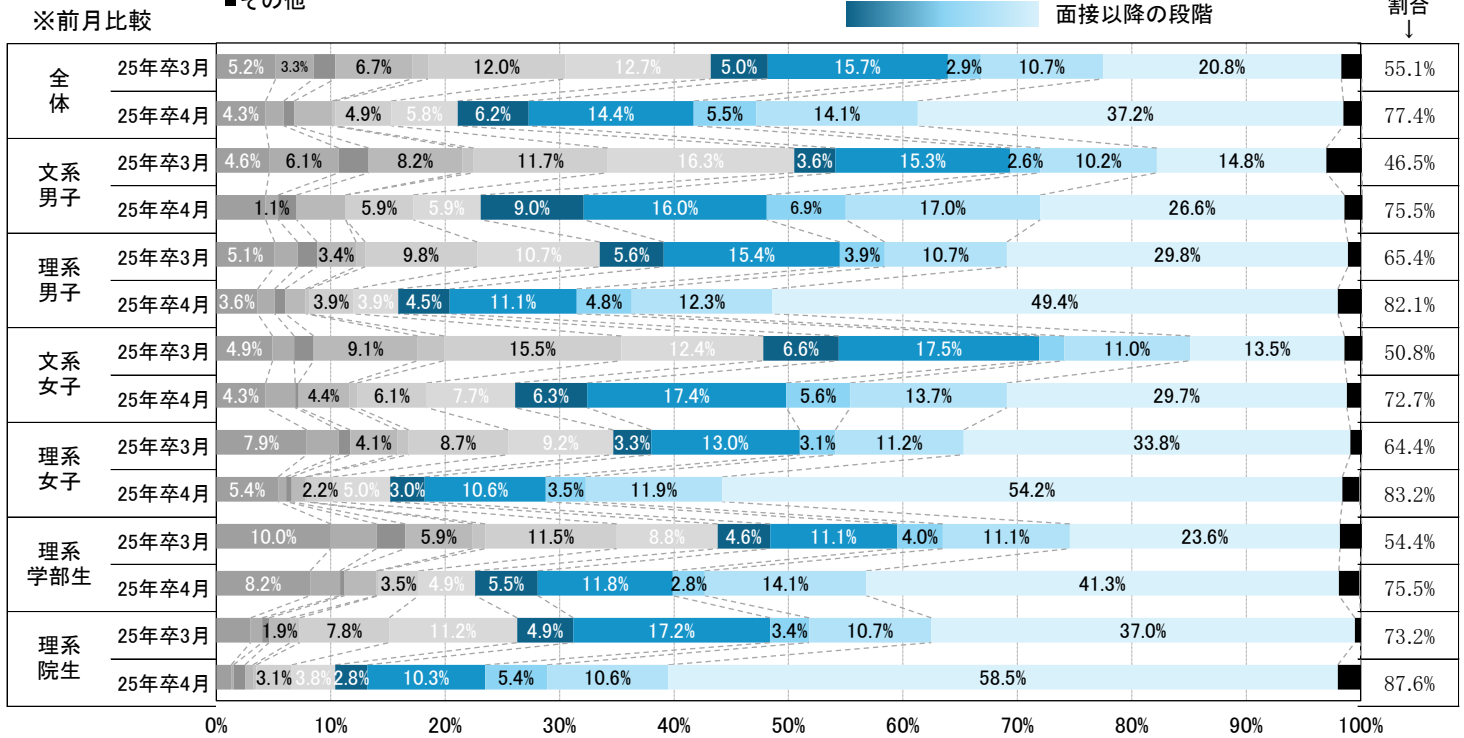
4月にエントリーした企業の傾向【複数回答】 n=809



現時点での第一志望の企業について、就職活動の進捗状況を聞いたところ、面接以降の段階に進んでいるのは全体の77.4%で、前月の55.1%から22.3pt増え、3月から4月の1か月間で大幅な進捗があったようだ。前年同月（71.7%）からも5.7pt増えており、第一志望の企業についての活動状況は前年よりもやや前倒しの進捗となっている。属性別にみると、文系学生より理系学生、学部生より院生の活動進捗が早いようだ。

現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況 n=1,818

- まだエントリーしていない
- エントリーはしたがセミナーにはまだ参加していない
- 合同企業説明会で話を聞いた
- 個別企業セミナーやWEBセミナーに参加した
- 人事担当者と面接以外で個別に会った
- エントリーシートを提出し結果待ち
- エントリーシートが通過した
- 1次面接を受けて結果待ち
- 1次面接を通過～最終面接前
- 最終面接を受けて結果待ち
- 内々定を得たがまだ入社意思を伝えていない
- 入社することを伝えて就職活動を終了した
- その他



■3:現在の志望業種について

現在の第一志望の業種を聞くと、昨年に引き続き、全体、文理男女区分の全てで、「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」が1位となった。全体のランキングでは2位が「官公庁・公社・団体（6.3%）」、3位が「銀行・証券・信用金庫（5.3%）」で、特に「銀行・証券・信用金庫は」対前年で回答率が1.5pt増加しており、人気の高まりが感じられる。また全体ランキング5位の「食品・農林・水産（4.0%）」は上位ではあるものの、回答率は対前年同月1.7pt減と、最も減少していた。理系で2.2pt減と、文系の1.3pt減より回答率が下がる結果となった。

4月時点での第一志望の業種

※上位5位までに色塗り

	25年卒4月						24年卒4月		
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	文系	理系	文系	理系
回答数(n)	1,639	208	363	644	424	852	787	895	1,049
建設・設備工事	3.3%	2.4%	5.8%	1.1%	5.4%	1.7%	5.7%	1.5%	4.8%
住宅・インテリア	1.2%	0.5%	0.8%	1.9%	1.7%	1.2%	1.1%	1.5%	1.2%
食品・農林・水産	4.0%	1.9%	3.9%	3.1%	11.1%	2.5%	6.4%	3.9%	8.7%
アパレル・服飾関連	0.7%	0.5%	0.0%	1.9%	0.0%	1.2%	0.0%	0.8%	0.2%
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	3.6%	1.9%	5.5%	1.4%	9.0%	1.7%	6.7%	1.5%	6.8%
薬品・化粧品	3.2%	0.0%	5.0%	1.2%	11.6%	0.6%	7.3%	1.1%	8.5%
鉄鋼・金属・鉱業	1.0%	1.0%	1.7%	0.8%	0.2%	0.9%	1.1%	0.9%	0.9%
機械・プラント	3.2%	1.9%	8.0%	1.6%	0.9%	1.7%	5.5%	0.9%	5.1%
電子・電気機器	4.6%	3.4%	10.5%	1.2%	4.5%	2.3%	8.3%	1.8%	6.4%
自動車・輸送用機器	2.5%	0.5%	5.5%	2.2%	2.4%	1.3%	4.4%	1.1%	5.6%
精密・医療機器	1.6%	0.5%	3.0%	1.1%	2.6%	0.8%	2.9%	0.2%	3.3%
印刷・事務機器・日用品	1.3%	1.9%	0.8%	0.9%	1.4%	1.4%	1.0%	0.8%	1.4%
スポーツ・玩具・ゲーム製品	0.9%	0.5%	1.4%	1.1%	0.5%	0.8%	1.1%	1.3%	0.1%
その他メーカー	0.5%	0.0%	1.1%	0.6%	0.2%	0.3%	0.8%	0.4%	0.3%
総合商社	0.3%	0.0%	0.3%	0.8%	0.2%	0.4%	0.3%	0.8%	0.3%
専門商社	1.3%	1.9%	0.8%	1.1%	1.2%	1.5%	1.0%	3.2%	0.3%
百貨店・スーパー・コンビニ	1.0%	1.4%	0.0%	1.7%	0.5%	1.6%	0.2%	1.7%	0.2%
専門店	0.5%	0.5%	0.0%	1.1%	0.0%	0.8%	0.0%	1.5%	0.1%
銀行・証券・信用金庫	5.3%	9.1%	2.5%	5.7%	0.9%	7.4%	1.9%	5.6%	1.1%
クレジット・信販・リース・その他金融	1.3%	2.9%	0.3%	1.2%	0.0%	2.1%	0.2%	1.8%	0.1%
生保・損保	1.2%	1.9%	0.0%	2.0%	0.0%	2.0%	0.0%	3.0%	0.4%
放送・新聞・出版	1.8%	1.4%	0.3%	3.9%	0.9%	2.7%	0.5%	4.0%	0.7%
広告・芸能	1.9%	1.4%	0.0%	4.2%	1.2%	2.8%	0.4%	3.4%	0.5%
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	13.6%	14.4%	15.7%	12.1%	11.1%	13.3%	14.1%	12.8%	14.5%
ゲームソフト	0.2%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.2%	0.2%	0.6%	1.1%
通信	2.0%	2.4%	2.2%	1.9%	0.7%	2.1%	1.7%	1.0%	2.1%
鉄道・航空	3.6%	5.3%	3.0%	3.3%	1.7%	4.3%	2.5%	3.7%	2.6%
陸運・海運・物流	1.6%	1.4%	0.8%	3.1%	0.2%	2.3%	0.6%	1.9%	0.3%
電力・ガス・エネルギー	1.7%	1.4%	3.9%	0.8%	0.5%	1.1%	2.6%	1.4%	1.7%
不動産	1.2%	1.4%	0.6%	1.7%	0.5%	1.6%	0.5%	2.2%	1.0%
給食・フードサービス	0.4%	1.0%	0.0%	0.2%	0.5%	0.6%	0.2%	0.2%	0.1%
ホテル・旅行	1.7%	2.4%	0.0%	3.3%	0.0%	2.8%	0.0%	1.9%	0.0%
医療・調剤薬局	2.9%	0.5%	2.2%	0.8%	14.2%	0.6%	6.5%	1.0%	7.0%
介護・福祉サービス	0.6%	0.5%	0.0%	1.4%	0.0%	0.9%	0.0%	0.9%	0.0%
アミューズメント・レジャー	0.8%	1.0%	0.3%	1.2%	0.2%	1.1%	0.3%	1.4%	0.7%
コンサルティング・調査	2.5%	1.9%	2.8%	2.8%	2.4%	2.4%	2.6%	3.0%	3.2%
人材サービス(派遣・紹介)	1.9%	3.8%	0.3%	1.9%	0.7%	2.9%	0.4%	2.4%	0.3%
教育	2.4%	4.3%	0.6%	2.6%	0.7%	3.5%	0.6%	1.0%	0.4%
エステ・理美容・フィットネス	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.5%	0.2%	0.2%	0.6%	0.0%
冠婚葬祭	0.1%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.3%	0.1%
その他サービス	0.2%	0.0%	0.3%	0.5%	0.2%	0.2%	0.3%	1.3%	0.4%
官公庁・公社・団体	6.3%	9.6%	2.2%	7.3%	3.8%	8.5%	2.8%	10.1%	3.6%
特定の業界を志望していない	10.0%	11.1%	8.0%	12.4%	5.9%	11.7%	7.2%	9.7%	4.0%

前年4月との比較増減

※四捨五入前の値で増減を算出したものを
小数点第二位で四捨五入

	25年卒4月 ※0.5pt以上の増減に色塗り						
	全体	文系 男子	理系 男子	文系 女子	理系 女子	文系	理系
建設・設備工事	+0.5pt	+0.5pt	+0.7pt	+0.1pt	+1.3pt	+0.3pt	+0.9pt
住宅・インテリア	-0.2pt	-0.5pt	-0.6pt	-0.2pt	+0.9pt	-0.3pt	-0.1pt
食品・農林・水産	-1.7pt	-0.6pt	-2.3pt	-2.1pt	-2.1pt	-1.3pt	-2.2pt
アパレル・服飾関連	+0.1pt	-0.2pt	±0.0pt	+0.8pt	-0.5pt	+0.3pt	-0.2pt
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	+0.1pt	-0.3pt	-1.5pt	+0.5pt	+2.4pt	+0.1pt	-0.1pt
薬品・化粧品	-0.7pt	-1.0pt	-1.0pt	+0.0pt	-1.4pt	-0.5pt	-1.1pt
鉄鋼・金属・鉱業	+0.1pt	+0.3pt	+0.4pt	-0.4pt	-0.1pt	-0.1pt	+0.2pt
機械・プラント	+0.7pt	+0.7pt	+1.4pt	+1.0pt	-1.4pt	+0.8pt	+0.4pt
電子・電気機器	+1.1pt	+2.1pt	+2.7pt	-1.0pt	+0.6pt	+0.6pt	+1.9pt
自動車・輸送用機器	-0.3pt	-0.5pt	-2.1pt	+1.0pt	+0.4pt	+0.2pt	-1.2pt
精密・医療機器	+0.2pt	+0.5pt	-0.7pt	+0.7pt	+0.1pt	+0.6pt	-0.4pt
印刷・事務機器・日用品	+0.2pt	+1.3pt	-0.8pt	-0.1pt	+0.3pt	+0.6pt	-0.4pt
スポーツ・玩具・ゲーム製品	+0.1pt	-0.5pt	+1.4pt	-0.5pt	+0.3pt	-0.5pt	+1.0pt
その他メーカー	+0.1pt	-0.3pt	+1.1pt	+0.1pt	-0.5pt	-0.1pt	+0.5pt
総合商社	-0.3pt	-0.6pt	+0.1pt	+0.3pt	-0.3pt	-0.4pt	-0.1pt
専門商社	-0.8pt	-2.2pt	+0.8pt	-1.2pt	+0.3pt	-1.7pt	+0.6pt
百貨店・スーパー・コンビニ	-0.1pt	-0.8pt	-0.2pt	+0.5pt	+0.3pt	-0.1pt	-0.0pt
専門店	-0.5pt	-1.7pt	±0.0pt	+0.2pt	-0.4pt	-0.8pt	-0.1pt
銀行・証券・信用金庫	+1.5pt	+4.1pt	+1.2pt	-0.3pt	+0.1pt	+1.9pt	+0.8pt
クレジット・信販・リース・その他金融	+0.2pt	+0.3pt	+0.1pt	+0.2pt	±0.0pt	+0.3pt	+0.0pt
生保・損保	-0.8pt	-1.6pt	-0.6pt	-0.4pt	±0.0pt	-1.0pt	-0.4pt
放送・新聞・出版	-0.9pt	-1.1pt	-0.1pt	-1.6pt	-0.3pt	-1.4pt	-0.2pt
広告・芸能	-0.4pt	-0.8pt	-0.4pt	-0.5pt	+0.6pt	-0.6pt	-0.0pt
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+0.1pt	-1.1pt	-0.3pt	+2.1pt	-0.7pt	+0.5pt	-0.4pt
ゲームソフト	-0.6pt	-1.0pt	-1.2pt	+0.1pt	-0.5pt	-0.4pt	-0.9pt
通信	+0.5pt	+1.8pt	-0.5pt	+0.5pt	-0.4pt	+1.1pt	-0.4pt
鉄道・航空	+0.3pt	+0.2pt	-0.3pt	+1.0pt	+0.2pt	+0.6pt	-0.1pt
陸運・海運・物流	+0.3pt	-0.5pt	+0.4pt	+1.2pt	+0.1pt	+0.4pt	+0.3pt
電力・ガス・エネルギー	+0.2pt	-0.5pt	+1.4pt	-0.1pt	+0.1pt	-0.3pt	+0.9pt
不動産	-0.6pt	-0.5pt	-0.7pt	-0.9pt	-0.1pt	-0.7pt	-0.5pt
給食・フードサービス	+0.2pt	+0.6pt	±0.0pt	-0.0pt	+0.1pt	+0.3pt	+0.0pt
ホテル・旅行	+0.6pt	+0.5pt	±0.0pt	+1.4pt	±0.0pt	+0.9pt	±0.0pt
医療・調剤薬局	-0.4pt	+0.5pt	-1.7pt	-1.3pt	+1.5pt	-0.4pt	-0.5pt
介護・福祉サービス	+0.0pt	+0.5pt	±0.0pt	-0.3pt	±0.0pt	+0.1pt	±0.0pt
アミューズメント・レジャー	-0.4pt	-0.6pt	-0.3pt	+0.0pt	-0.7pt	-0.3pt	-0.5pt
コンサルティング・調査	-0.6pt	-2.2pt	-1.1pt	+0.9pt	+0.4pt	-0.7pt	-0.6pt
人材サービス(派遣・紹介)	+0.3pt	+1.9pt	+0.3pt	-1.1pt	-0.0pt	+0.4pt	+0.2pt
教育	+1.6pt	+3.7pt	+0.1pt	+1.3pt	+0.4pt	+2.5pt	+0.2pt
エステ・理美容・フィットネス	-0.2pt	-0.6pt	±0.0pt	-0.2pt	+0.5pt	-0.4pt	+0.2pt
冠婚葬祭	-0.0pt	±0.0pt	±0.0pt	-0.1pt	-0.2pt	-0.0pt	-0.1pt
その他サービス	-0.7pt	-1.9pt	+0.1pt	-0.2pt	-0.7pt	-1.1pt	-0.2pt
官公庁・公社・団体	-1.3pt	+1.4pt	-0.3pt	-4.6pt	-1.7pt	-1.6pt	-0.8pt
特定の業界を志望していない	+2.5pt	+0.6pt	+4.5pt	+3.5pt	+0.9pt	+2.0pt	+3.2pt

志望割合が増えた業種・トップ5

志望割合が減った業種・トップ5

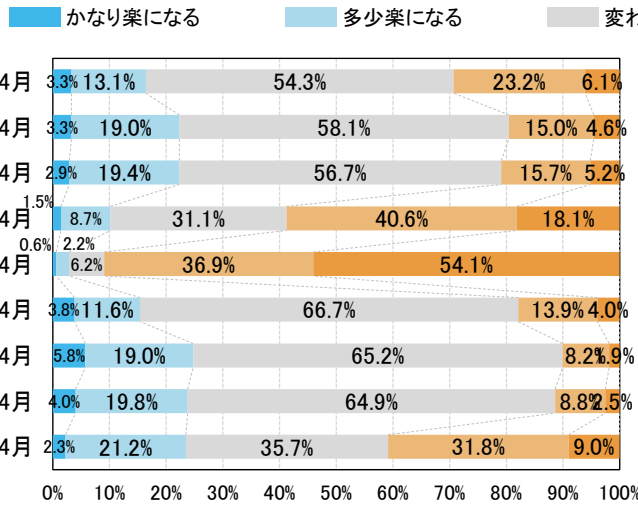
	文系男子	文系女子	文系男子	文系女子
銀行・証券・信用金庫	+4.1pt	ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+2.1pt	専門商社
教育	+3.7pt	ホテル・旅行	+1.4pt	コンサルティング・調査
電子・電気機器	+2.1pt	教育	+1.3pt	その他サービス
人材サービス(派遣・紹介)	+1.9pt	陸運・海運・物流	+1.2pt	専門店
通信	+1.8pt	機械・プラント	+1.0pt	生保・損保

	理系男子	理系女子	理系男子	理系女子
電子・電気機器	+2.7pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	+2.4pt	食品・農林・水産
機械・プラント	+1.4pt	医療・調剤薬局	+1.5pt	自動車・輸送用機器
電力・ガス・エネルギー	+1.4pt	建設・設備工事	+1.3pt	医療・調剤薬局
スポーツ・玩具・ゲーム製品	+1.4pt	住宅・インテリア	+0.9pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック
銀行・証券・信用金庫	+1.2pt	広告・芸能	+0.6pt	ゲームソフト

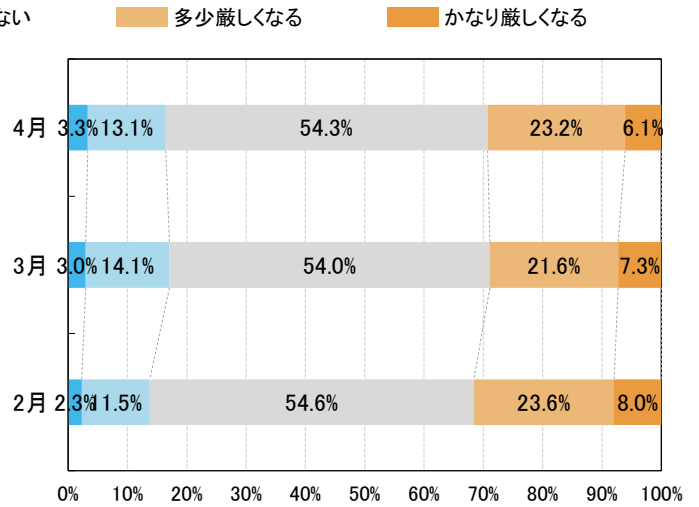
■4:就職活動の感触・就職観

先輩と比較して、自分たちの就職活動が楽になると思うか、それとも厳しくなると思うか聞いたところ、「(かなり+多少)厳しくなる」と回答した学生は29.3%で前年同月比で9.7pt増となった。「(かなり+多少)楽になる」と回答した学生は16.4%(前年同月比5.9pt減)で、「厳しくなる」が「楽になる」を上回る結果となった。
 楽になると思う理由の1位は「売り手市場(学生が有利)だ」と思うから(44.6%)となり、学生も売り手市場であると感じていることが分かる。一方で、厳しくなると思う理由の1位は「採用選考が早期化しているから(73.8%)」で、売り手市場であるという実感はありながらも、採用選考の早期化についてはポジティブに受け取る学生ばかりではないようだ。

先輩と比較して自分たちの就職活動は(経年同月比較)

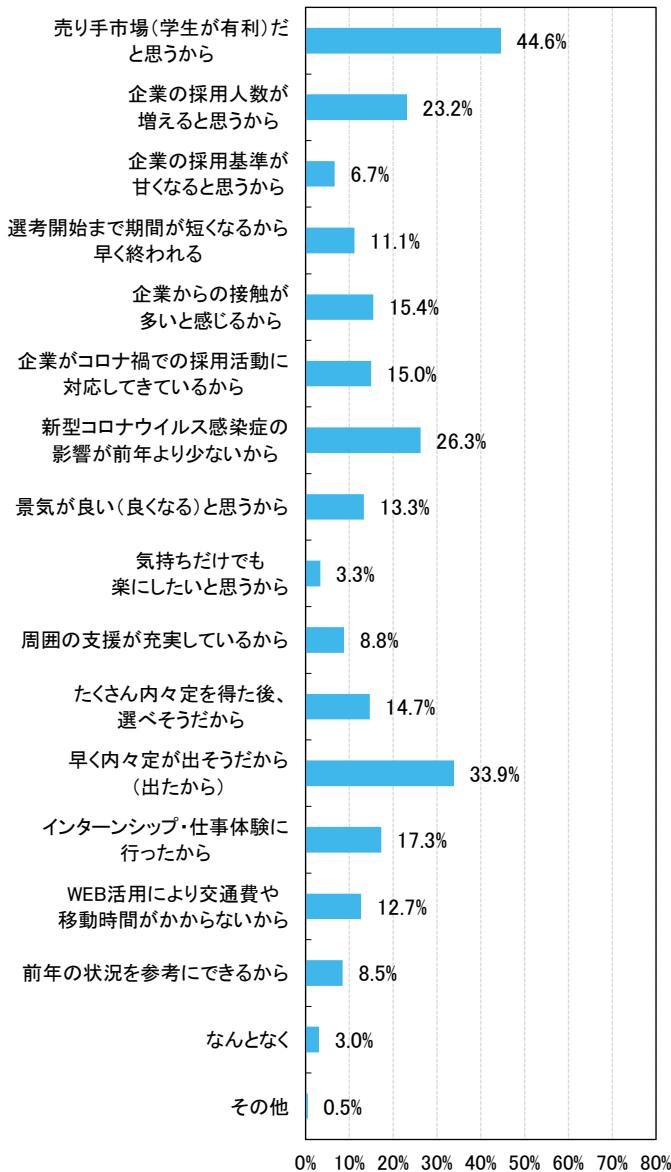


先輩と比較して自分たちの就職活動は(今年2月~4月)



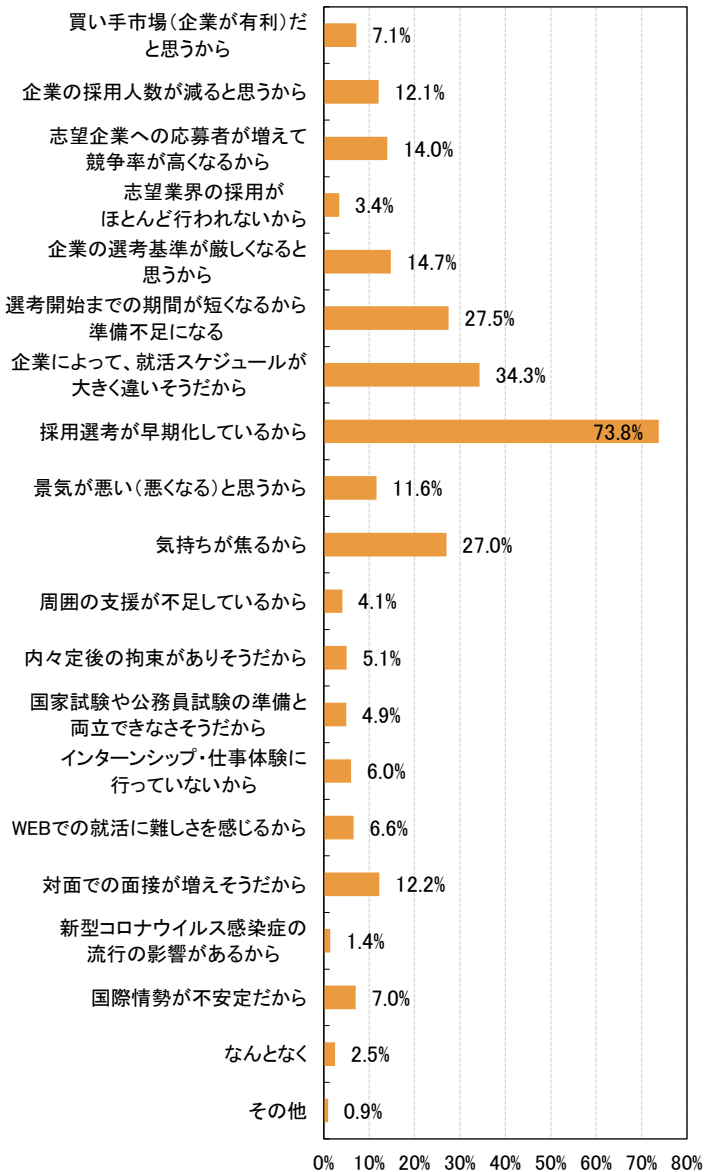
楽になると思う理由【複数回答】

n=267



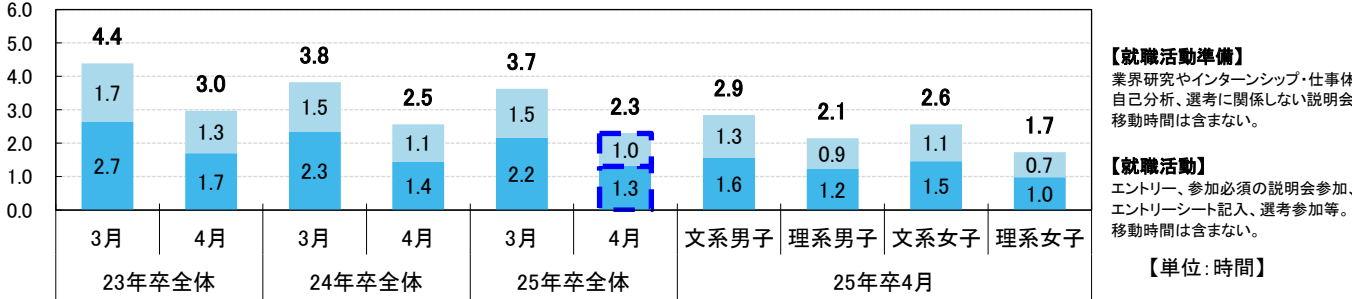
厳しくなると思う理由【複数回答】

n=469



現時点で就職活動に不安があるか聞いたところ、不安がある学生の割合は43.1%（対前年4.8pt減）と半数を切った。不安の内容では「志望企業から内々定をもらえるかどうか（53.4%、対前年5.2pt減）」の割合が最も高く、次が「対面の面接でうまく話せるか（47.9%、対前年5.2pt減）」で、上位回答の項目に変化はないが、回答率が減少していた。この時期最も注力している（頭を悩ませている）就職活動の内容で最も高い割合だったのは「面接対策（35.5%）」と前年と変わらないが、回答率は対前年で6.0pt減となり、一方「活動終了 または 注力している（頭を悩ませている）ことはない（40.9%）」は7.2pt増となった。

1日に費やしている時間の平均 ※グラフ上太数字は、2項目の和

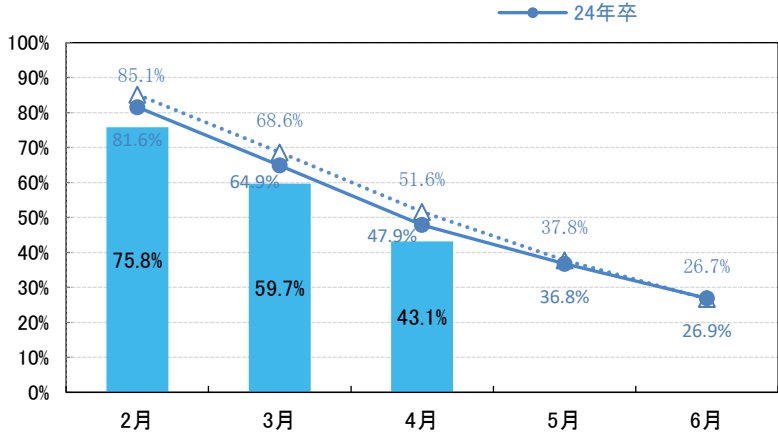


【就職活動準備】
業界研究やインターンシップ・仕事体験、自己分析、選考に関係しない説明会等。移動時間は含まない。

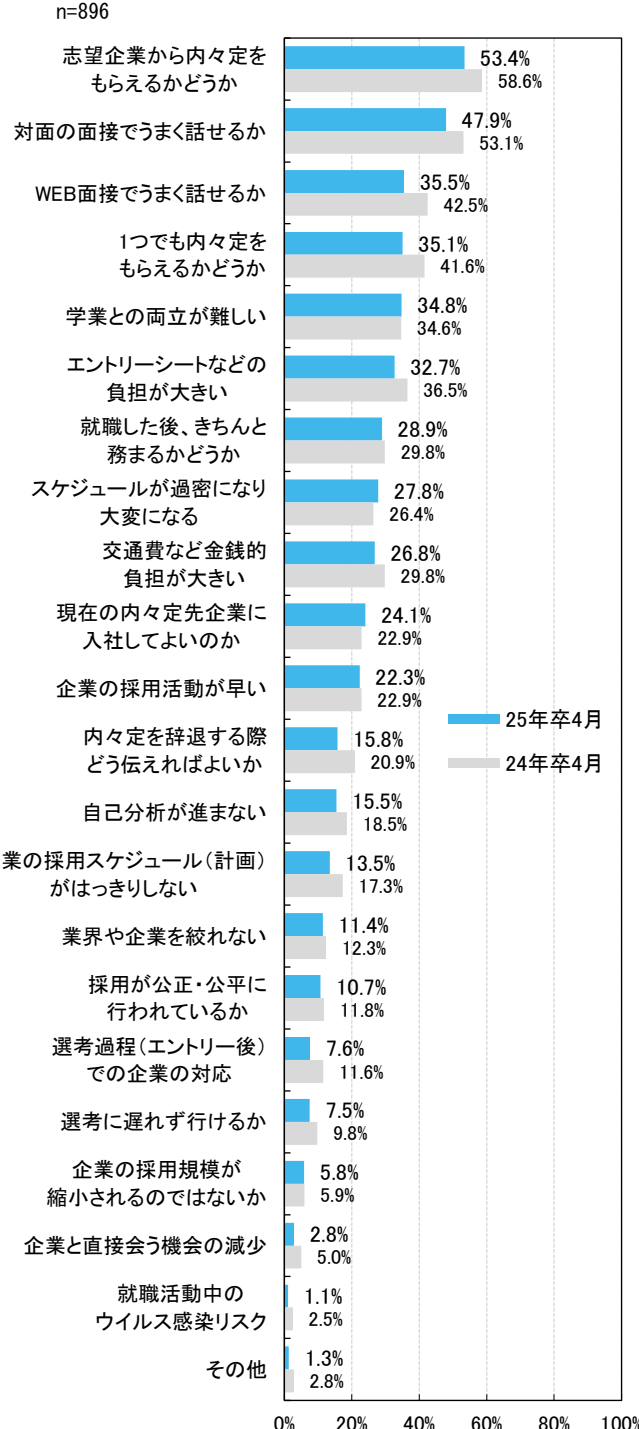
【就職活動】
エントリー、参加必須の説明会参加、エントリーシート記入、選考参加等。移動時間は含まない。

【単位：時間】

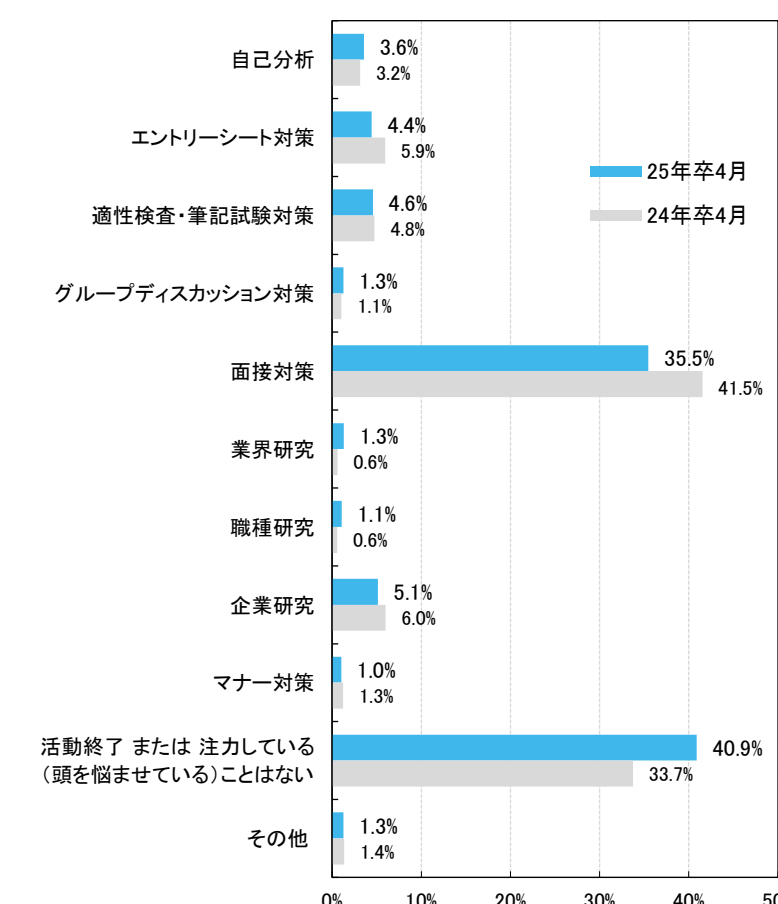
現時点で就職活動に不安がある学生の割合



就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】 n=896



この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容

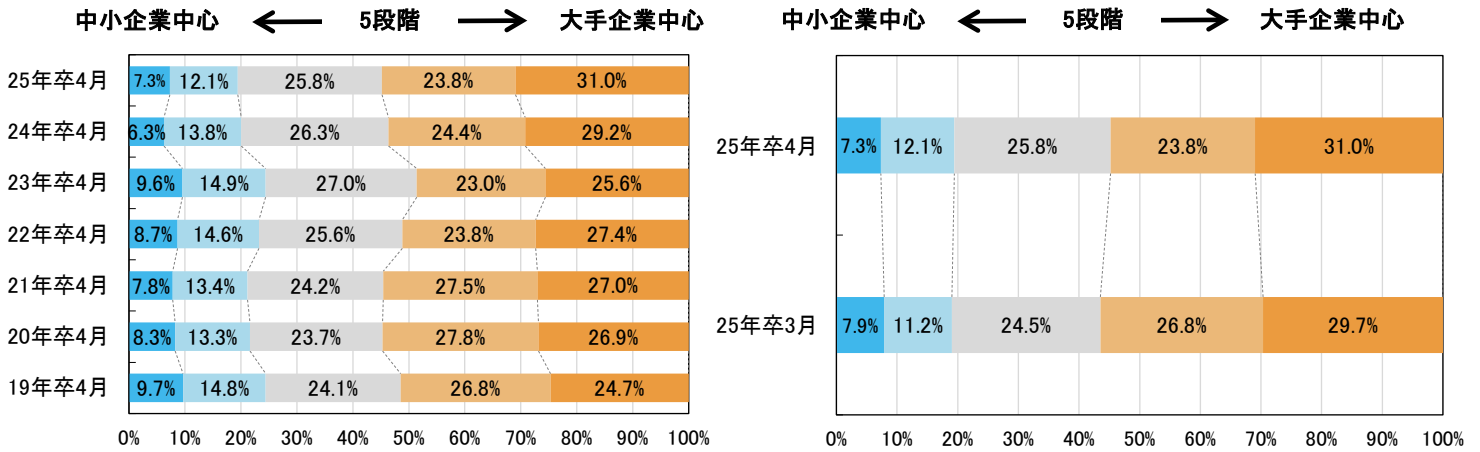


■5:企業選択のポイント

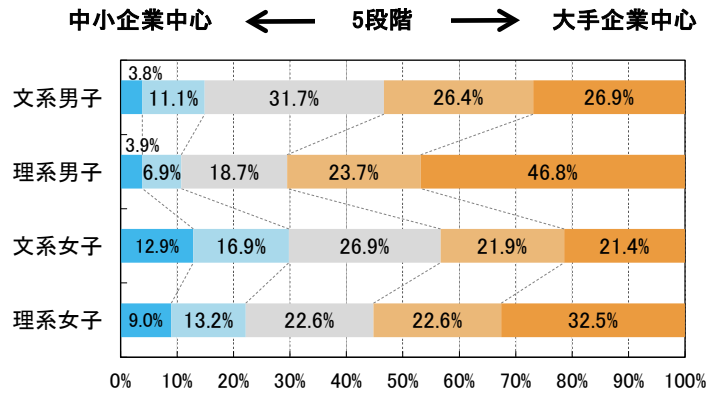
現在の活動の中心である企業規模について5段階で聞いたところ、「中小企業中心(+どちらかといえば)に活動している」は19.4%（対前年0.7pt増）で昨年とおおよそ同程度であるが、「大手企業中心(+どちらかといえば)に活動している」は54.8%（対前年1.2pt増）で、前年より微増となった。
 企業を選ぶ時に特に注目するポイントについて、3つまで選択できる場合は「福利厚生制度が充実している（38.4%）」「給与や賞与が高い（36.8%）」「社員の人間関係が良い（35.4%）」の順で回答が多く、上位回答の順位は昨年から変動がなかった。最も注目するポイントの1位は前年と変わらず「自分が成長できる環境がある（13.1%）」であったが、「福利厚生制度が充実している（12.5%）」は前年4位から2位に順位を上げた。

現在の活動は

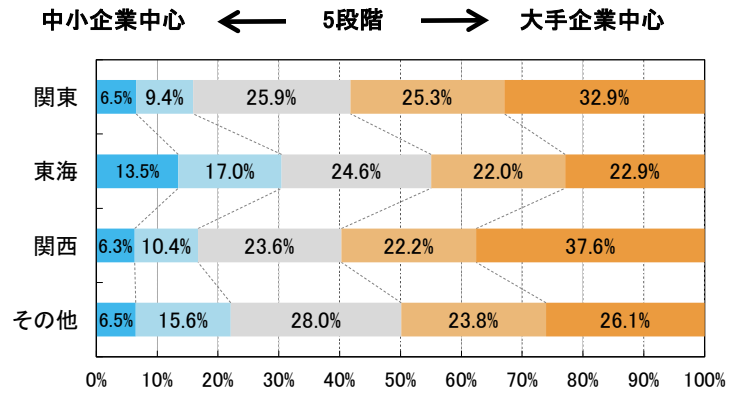
■ 中小企業中心 ■ どちらかといえば中小企業中心 ■ どちらともいえない ■ どちらかといえば大手企業中心 ■ 大手企業中心



《文理男女別》



《エリア別》



企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

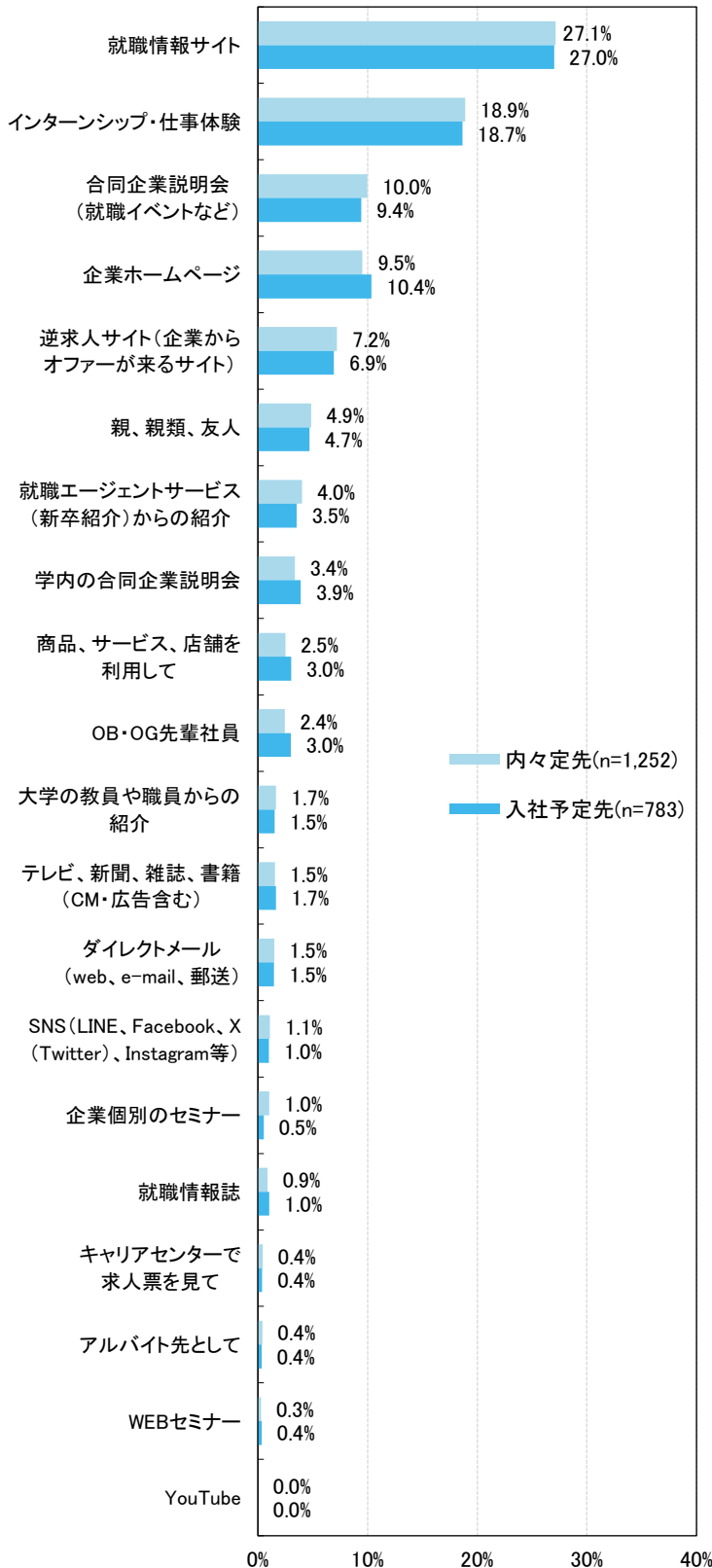
	ベスト3まで選択					最も注目するポイント		
	順位	前年順位	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	全体
福利厚生制度が充実している	1	1	38.4%	35.6%	36.4%	40.8%	43.2%	12.5%
給与や賞与が高い	2	2	36.8%	38.0%	47.7%	30.0%	30.0%	10.0%
社員の人間関係が良い	3	3	35.4%	34.1%	24.5%	43.8%	38.9%	12.4%
自分が成長できる環境がある	4	4	32.1%	32.7%	32.5%	30.7%	33.3%	13.1%
希望する勤務地で働ける	5	5	30.7%	24.5%	26.2%	38.5%	35.4%	10.9%
企業経営が安定している	6	6	21.2%	20.7%	21.2%	22.2%	19.8%	6.6%
社会貢献度が高い	7	7	18.5%	26.4%	19.0%	12.1%	14.4%	7.8%
経営理念・企業理念に共感できる	8	8	12.7%	14.9%	7.7%	14.4%	12.7%	4.4%
企業の成長性が見込める	9	9	12.6%	14.4%	15.7%	9.8%	9.4%	4.1%
業界上位である	11	10	10.1%	11.1%	14.6%	6.1%	8.7%	3.0%
社員が親身に対応してくれる	10	11	10.2%	10.6%	5.8%	13.8%	9.0%	3.5%
平均勤続年数が高い	13	12	7.2%	7.2%	6.9%	7.9%	5.9%	1.4%
技術力がある	12	13	8.4%	4.3%	20.9%	0.6%	12.0%	2.5%
職種別採用がある	14	14	6.6%	4.8%	8.8%	5.7%	8.7%	2.6%
仕事を任せてもらえる	15	15	5.7%	7.7%	5.0%	4.8%	4.7%	1.4%
女性が活躍している	17	16	3.6%	1.4%	0.3%	7.5%	5.9%	0.9%
国際的な仕事ができる	16	17	4.0%	3.8%	3.0%	5.1%	3.8%	1.3%
社員の話に説得力があった	19	18	2.4%	2.4%	1.7%	2.8%	2.6%	0.7%
商品企画力がある	18	19	2.4%	3.8%	1.4%	2.5%	0.9%	0.5%
SDGsに熱心に取り組んでいる	20	20	1.0%	1.4%	0.8%	0.8%	0.7%	0.3%

■6:内々定保有者の活動状況

内々定を得た企業の中から入社予定先を決めている学生は61.9%で、対前年2.8pt増加した。特に理系学生で入社予定先を決めている割合が高く、理系男子が71.8%、理系女子が71.1%となった。
 入社予定先企業は、初めてその企業と接触する前の時点では第何志望だったか聞くと、第一志望だった割合は41.2%（対前年0.9pt増）、第二志望だった割合は24.6%（対前年4.0pt増）で、前年より増加している。インターンシップ・仕事体験や説明会等でその企業と接触するよりも前から志望度の高い企業に対し、入社を決めた学生が増えているようだ。

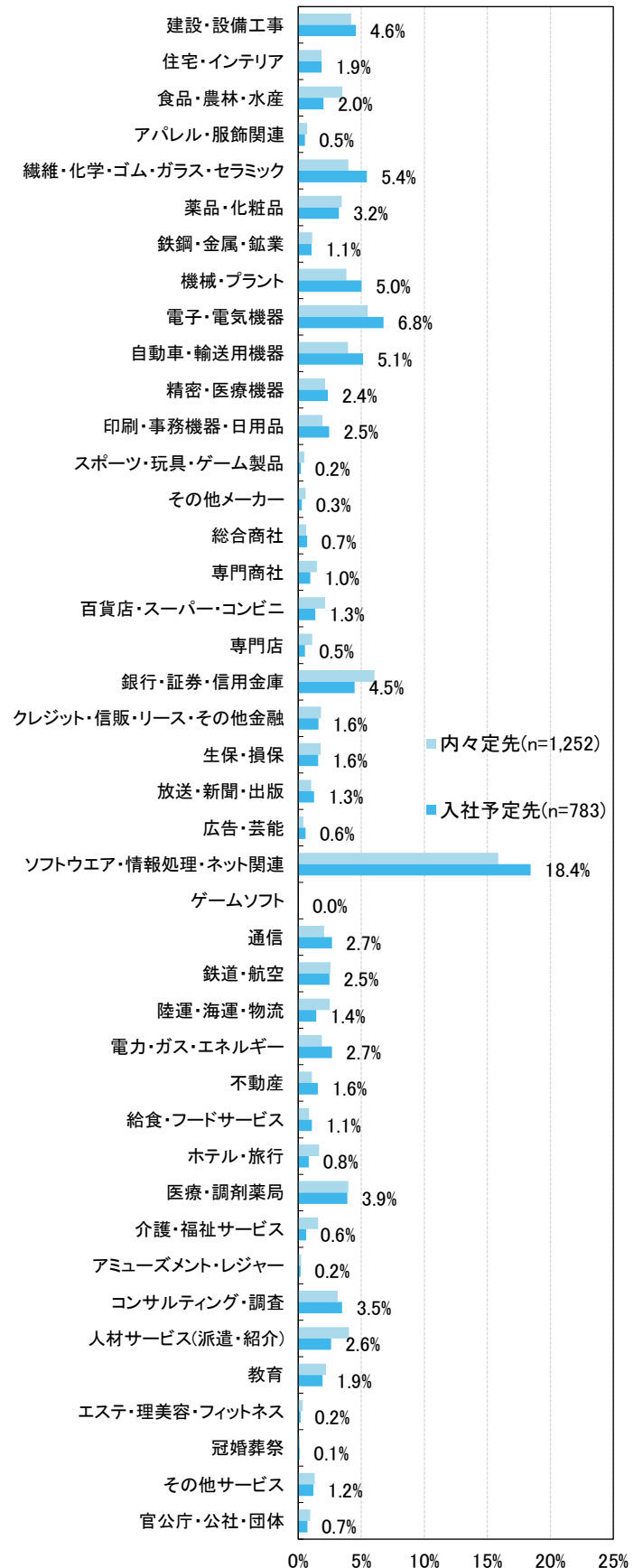
※内々定保有者に対し、以下のように聞いています。
 入社予定先を決めている人：入社予定先の企業
 入社予定先を決めていない人：内々定先のうち最も志望度が高い企業

企業の主な発見ツール

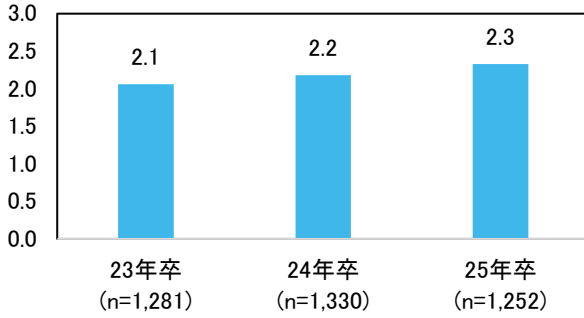


内々定を得た企業の業種

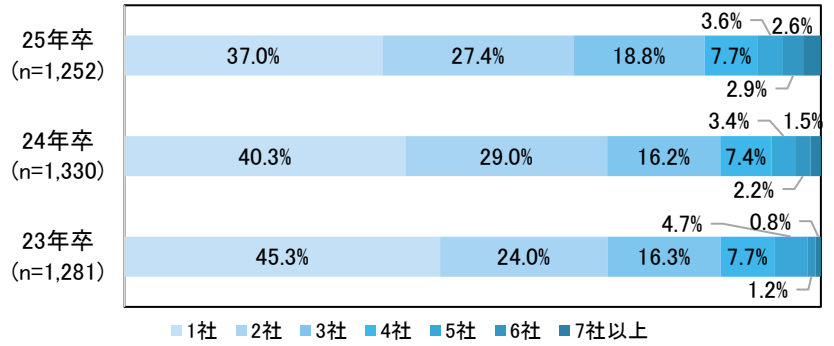
※数字は内々定先の割合



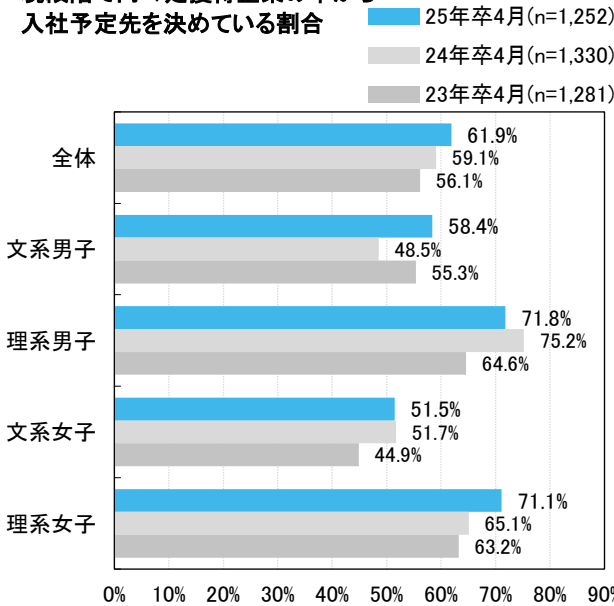
今までに内々定を得た社数・平均



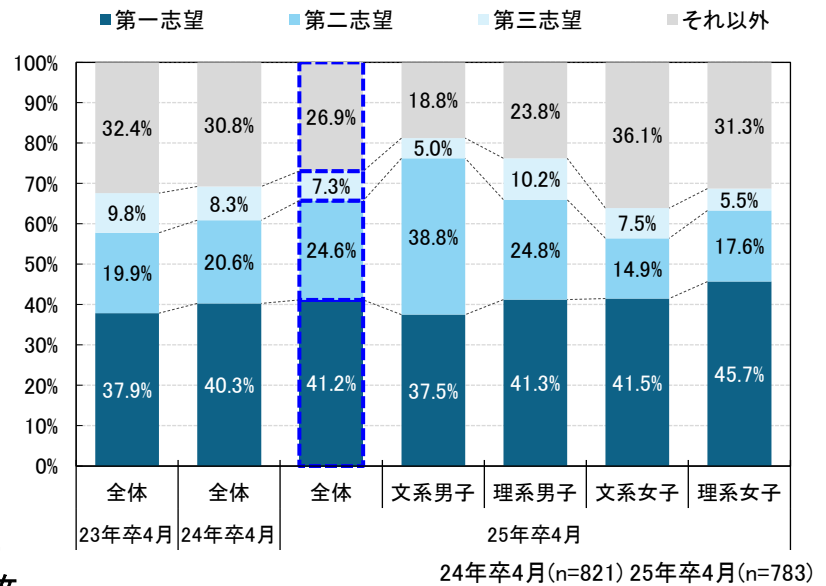
今までに内々定を得た社数・分布



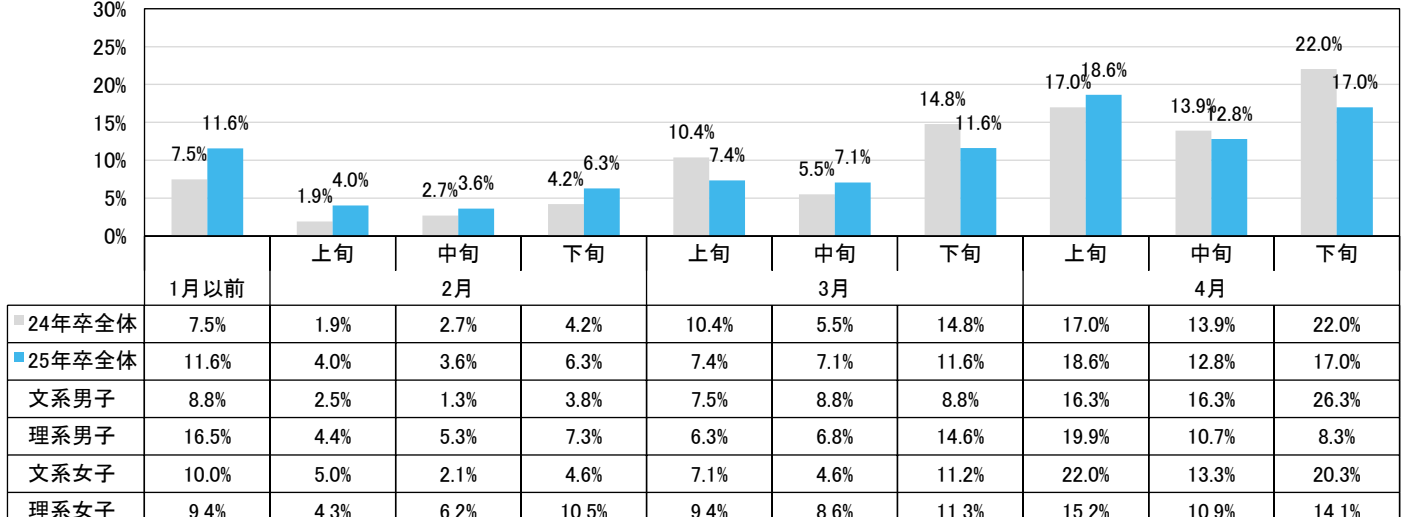
現段階で内々定獲得企業の中から入社予定先を決めている割合



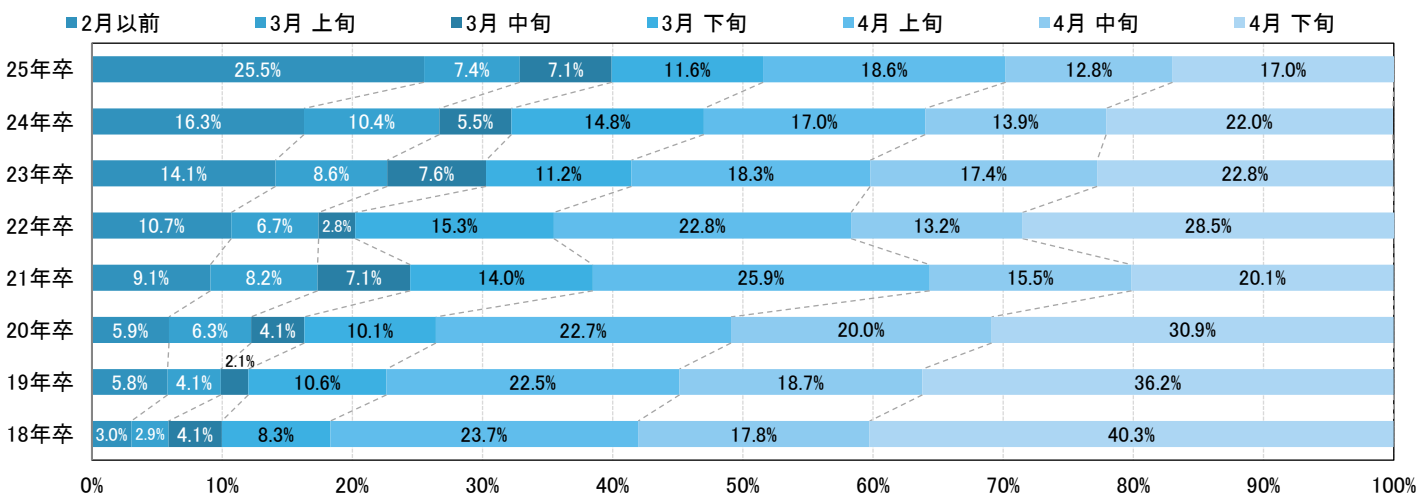
入社予定先企業は、初めてその企業と接触する前の時点では第何志望だったか



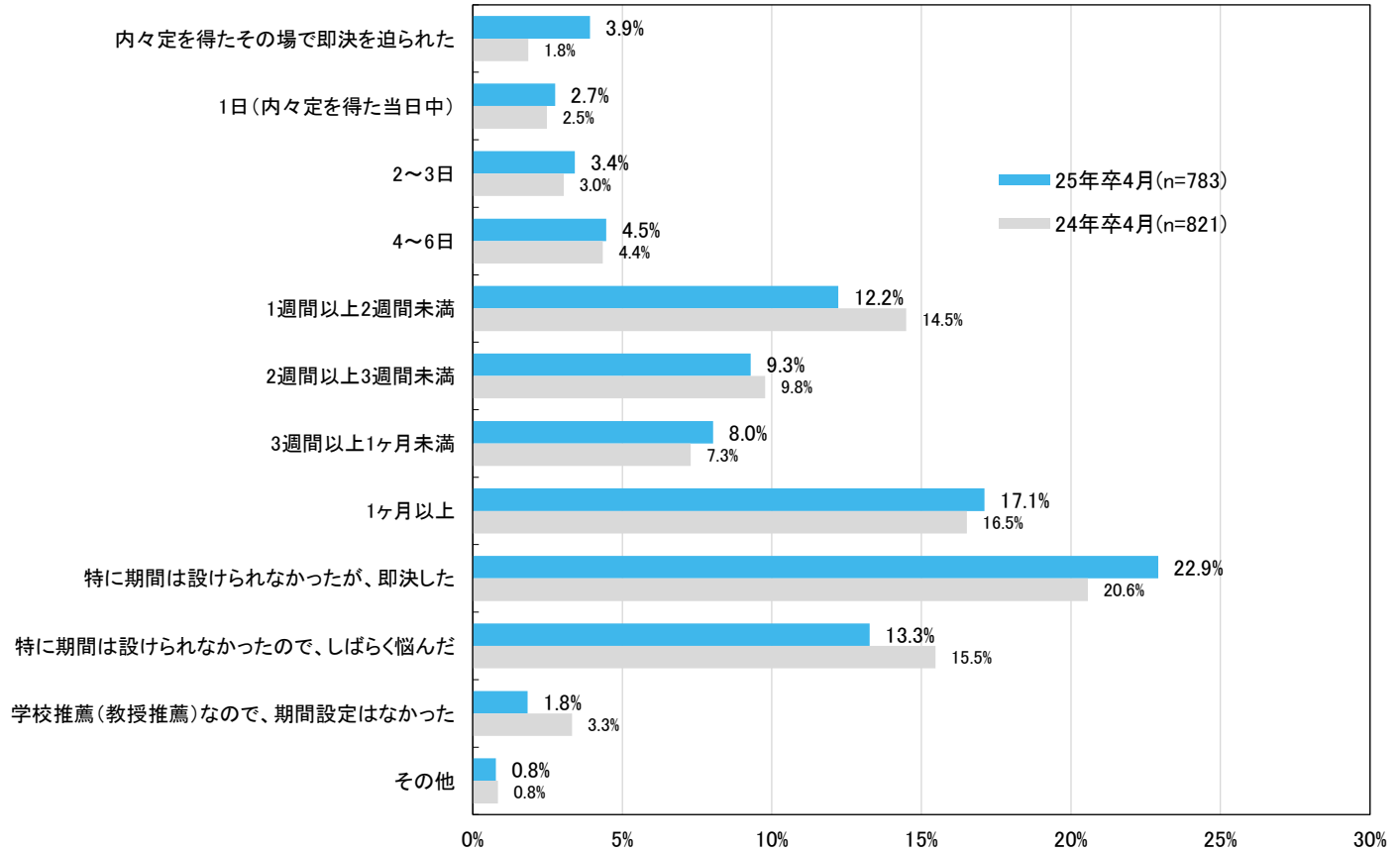
内々定獲得後、入社を固めた時期・前年比・文理男女



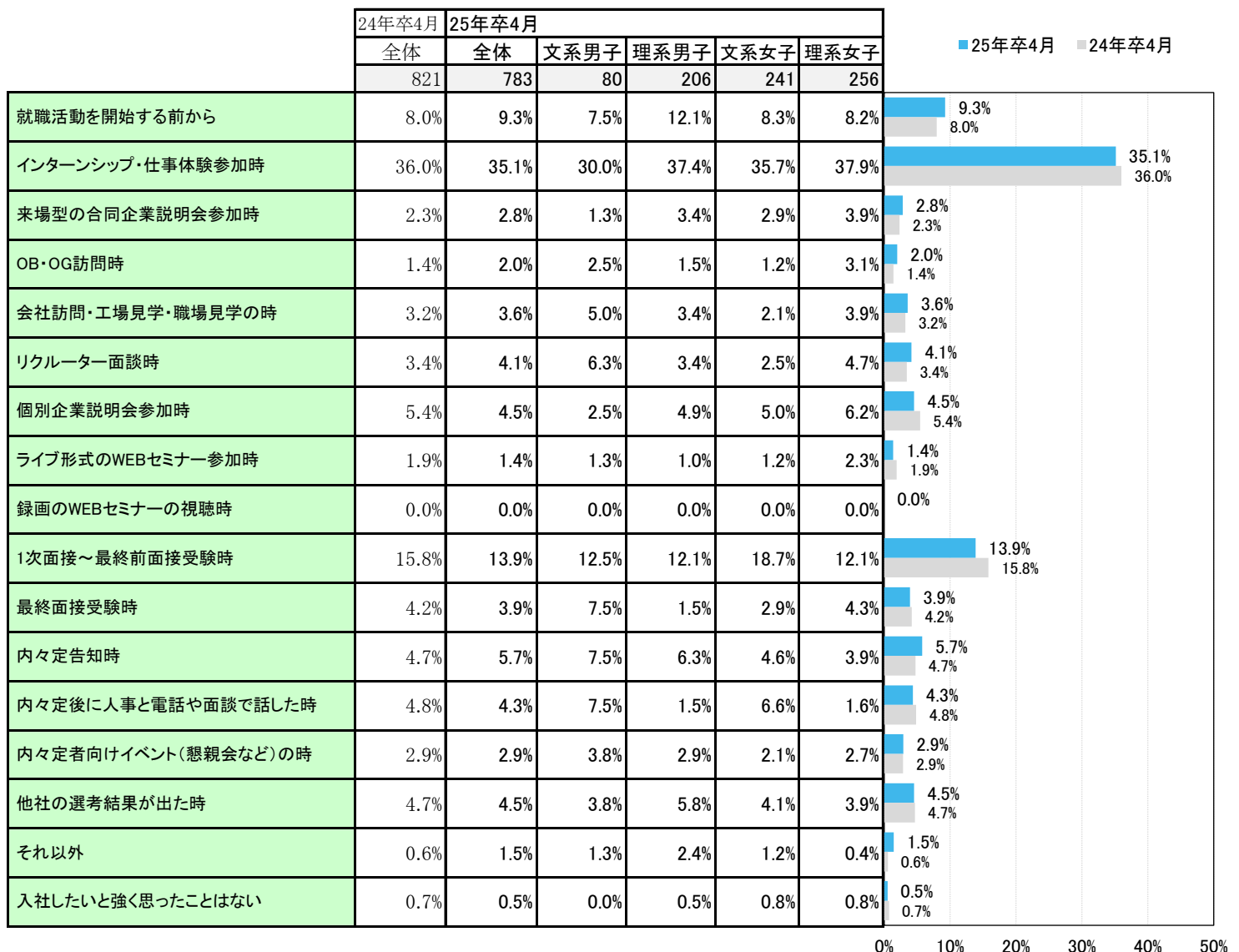
内々定獲得後、入社を固めた時期・経年変化 n=821



内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった期間 n=821



その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング



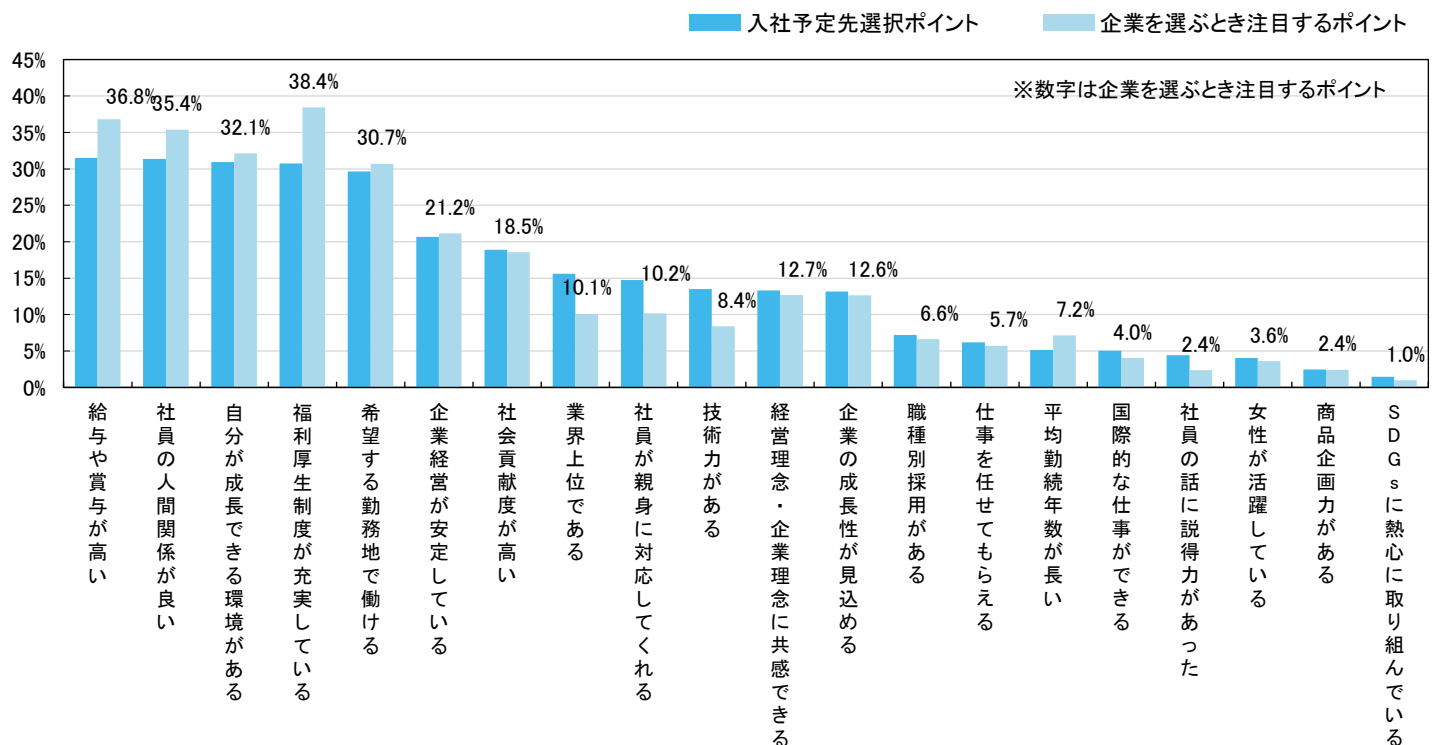
入社予定先企業を選択したポイントを3つまで回答してもらったところ、1位は「給与や賞与が高い（31.5%）」であった。企業を選ぶときに注目するポイントを3つまで回答してもらった際にも2位と、重視される要素の1つであるようだ。最も重視したポイントを1つだけ回答してもらった際には「給与や賞与が高い（11.4%）」は3位で、1位の「社員の人間関係がいい（13.5%）」や2位の「自身が成長できる環境がある（11.9%）」といったポイントを重視するという回答の方が多い結果となった。

インターンシップ・仕事体験については、69.2%（対前年0.9pt増）が内々定先のプログラムに、73.9%（対前年0.2pt増）が入社予定先のプログラムに参加しており、いずれも昨年より参加率が微増となった。内々定先より入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加している割合の方がやや多い。平均の参加日数は内々定先で3.4日（対前年0.6pt増）、入社予定先で3.8日（対前年0.1pt増）で、いずれも昨年より参加日数が微増していた。

入社予定先企業を選択したポイント n=783
（企業を選ぶとき注目するポイントの順位と比較）

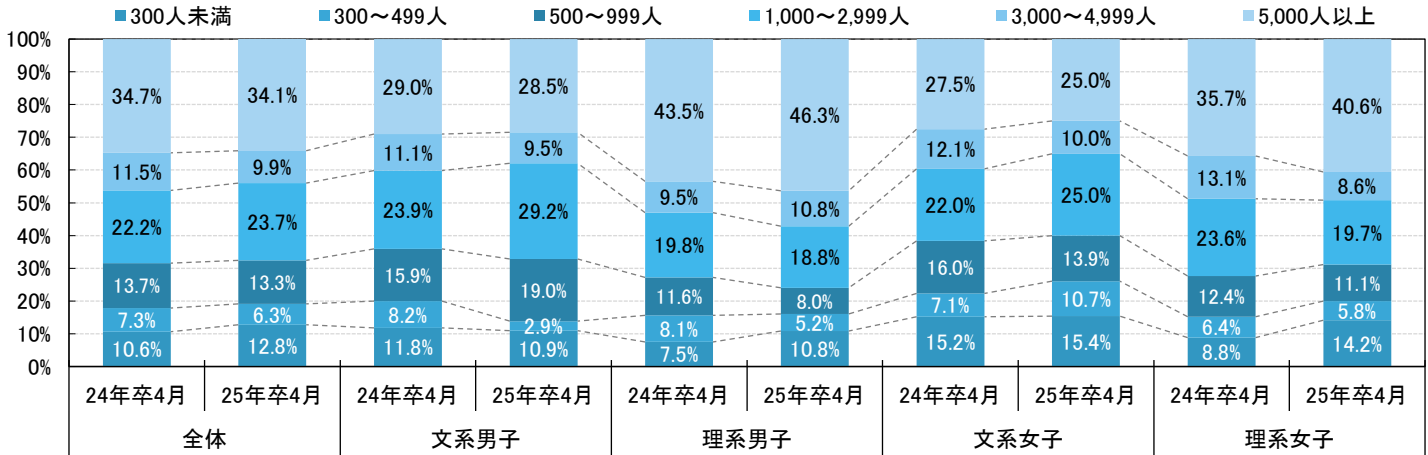
	ベスト3まで選択						最も重視したポイント			
	順位	企業を選ぶとき	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	順位	企業を選ぶとき	全体
			783	80	206	241	256			783
給与や賞与が高い	1	2	31.5%	31.3%	43.2%	22.4%	24.6%	3	5	11.4%
社員の人間関係が良い	2	3	31.4%	30.0%	26.7%	38.6%	31.3%	1	3	13.5%
自身が成長できる環境がある	3	4	30.9%	28.8%	36.9%	26.1%	30.5%	2	1	11.9%
福利厚生制度が充実している	4	1	30.7%	27.5%	27.2%	35.3%	35.2%	5	2	9.5%
希望する勤務地で働ける	5	5	29.6%	23.8%	23.8%	35.7%	39.5%	4	4	10.0%
企業経営が安定している	6	6	20.7%	21.3%	23.3%	19.9%	16.4%	7	7	6.8%
社会貢献度が高い	7	7	18.9%	25.0%	20.9%	15.8%	11.3%	6	6	6.9%
業界上位である	8	11	15.6%	13.8%	18.4%	12.9%	17.2%	8	11	6.1%
社員が親身に対応してくれる	9	10	14.7%	13.8%	6.3%	24.9%	16.4%	9	10	4.4%
技術力がある	10	12	13.5%	7.5%	27.7%	1.7%	14.5%	10	13	4.2%
経営理念・企業理念に共感できる	11	8	13.3%	18.8%	7.3%	14.5%	14.1%	11	8	3.9%
企業の成長性が見込める	12	9	13.2%	18.8%	10.2%	12.4%	11.3%	12	9	2.8%
職種別採用がある	13	14	7.2%	6.3%	7.3%	7.1%	8.6%	14	12	1.5%
仕事を任せてもらえる	14	15	6.2%	7.5%	5.3%	5.8%	6.2%	15	15	1.3%
平均勤続年数が高い	15	13	5.1%	6.3%	4.4%	6.6%	2.7%	17	14	1.0%
国際的な仕事ができる	16	16	5.1%	5.0%	4.9%	5.4%	5.1%	18	16	1.0%
社員の話に説得力があった	17	19	4.4%	5.0%	4.9%	2.5%	5.5%	13	18	1.8%
女性が活躍している	18	17	4.0%	1.3%	0.0%	9.1%	7.8%	19	17	0.7%
商品企画力がある	19	18	2.5%	5.0%	0.5%	2.9%	1.6%	16	19	1.2%
SDGsに熱心に取り組んでいる	20	20	1.4%	3.8%	1.0%	0.4%	0.4%	20	20	0.0%

入社予定先企業を選択したポイントと企業を選ぶとき注目するポイント(4月)

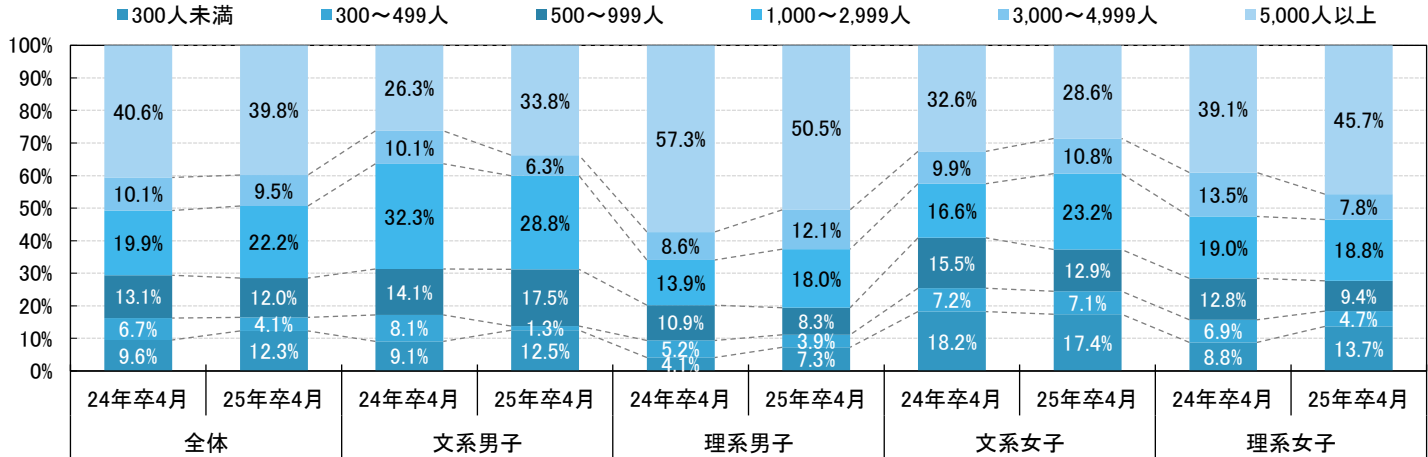


内々定を得た企業の規模 24年卒(n=2,711) 25年卒 (n=1,252)

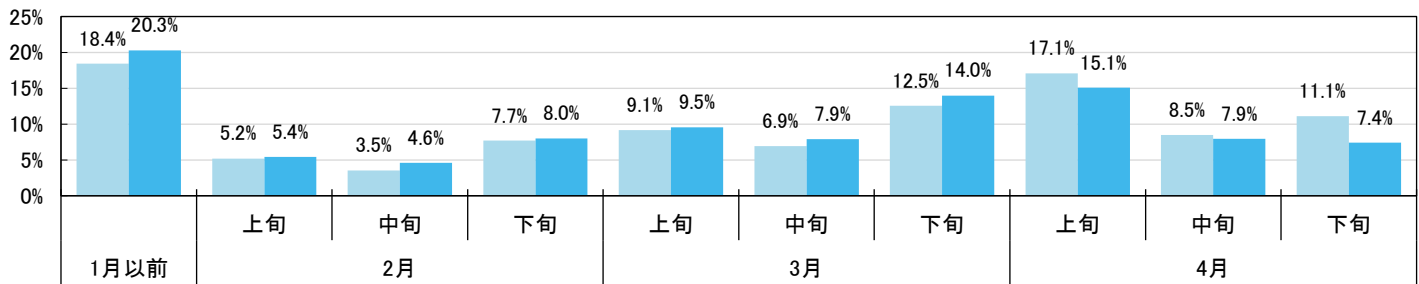
24年卒：内々定を得た企業について、1人当たり最大4社回答をした結果を集計
25年卒：入社予定先、または、もっとも志望度の高い内定先について集計



入社予定先企業の規模 24年卒(n=821) 25年卒 (n=783)

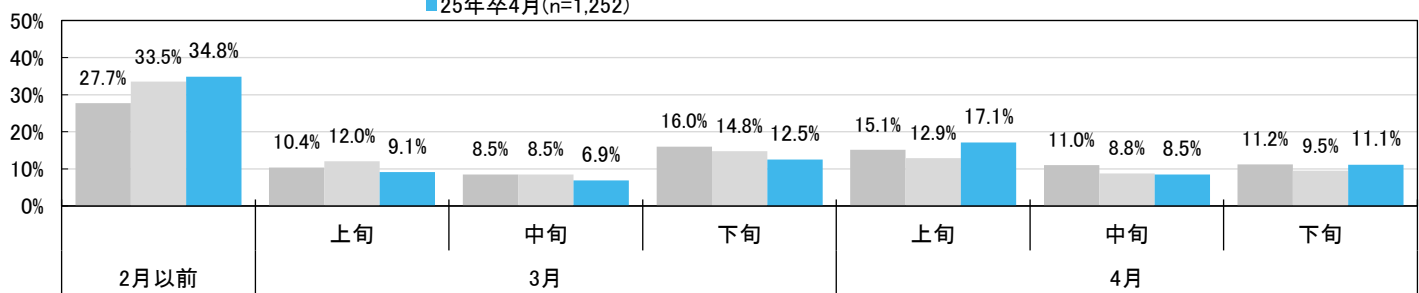


内々定を得た時期 内々定先 n=1,252、入社予定先 n=783



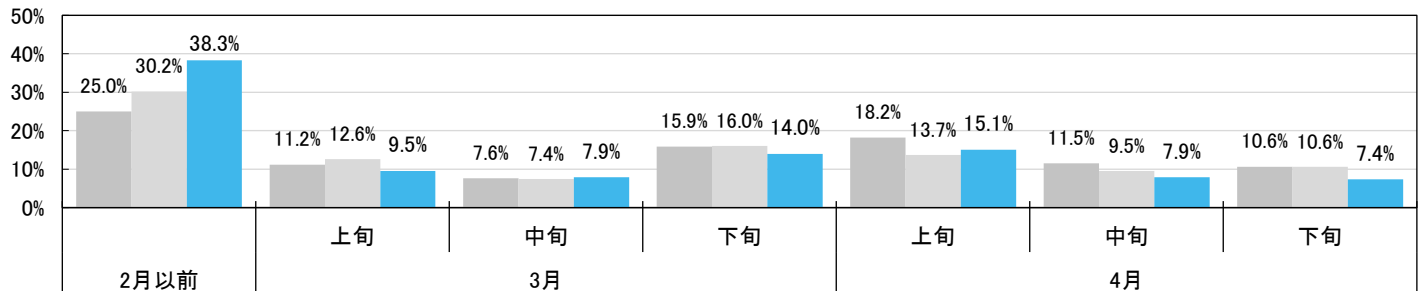
内々定を得た時期・経年比較

23・24年卒：内々定を得た企業について、1人当たり最大4社回答をした結果を集計
25年卒：入社予定先、または、もっとも志望度の高い内定先について集計

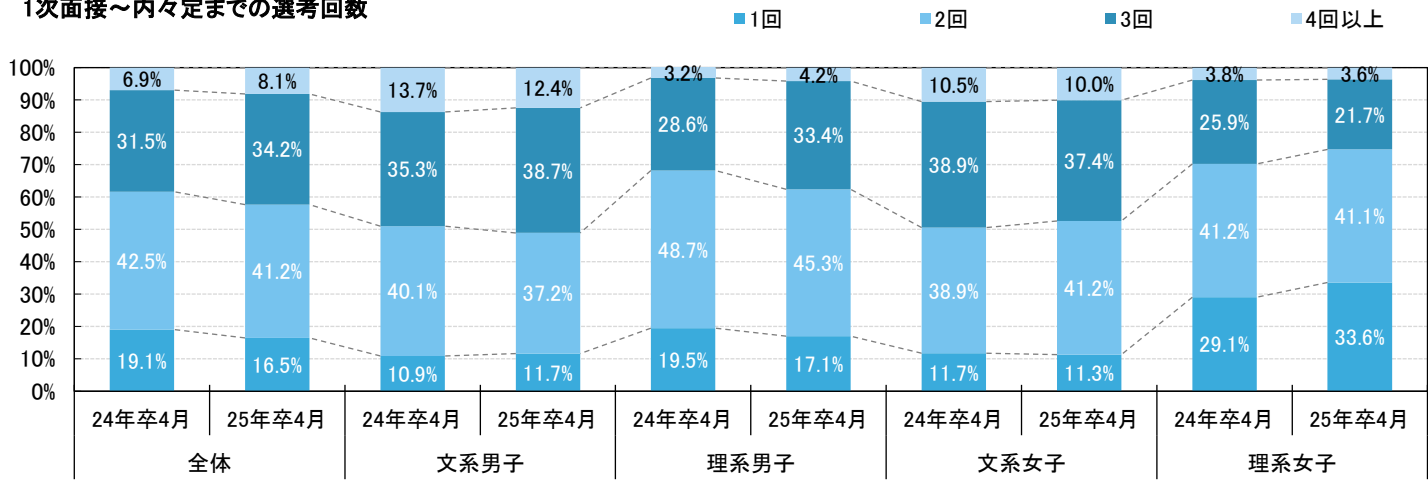


入社予定先から内々定を得た時期・経年比較

23年卒4月(n=742) 24年卒4月(n=821) 25年卒4月(n=783)

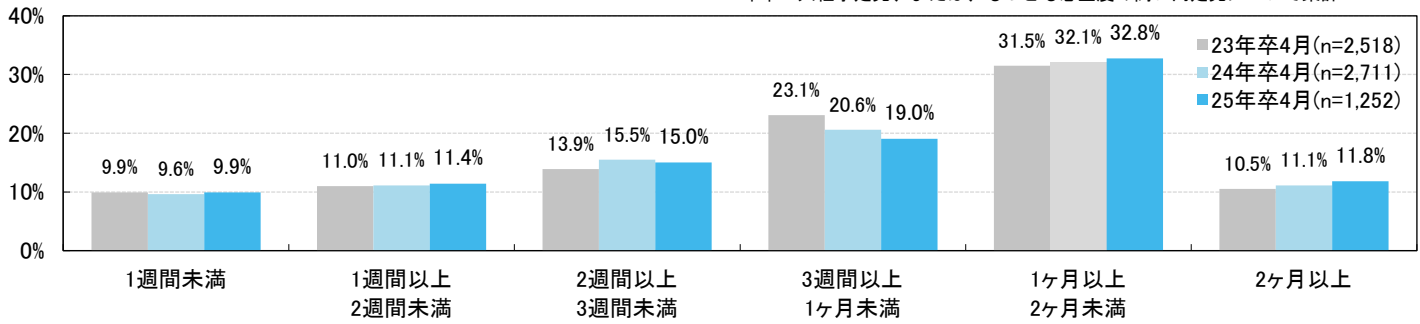


1次面接～内々定までの選考回数



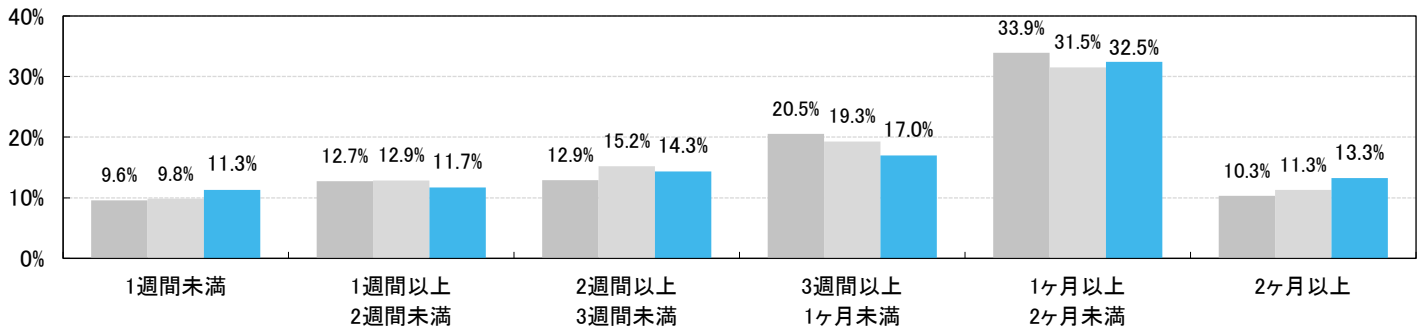
内々定先の1次面接を受けてから 内々定をもらうまでの期間

23・24年卒：内々定を得た企業について、1人当たり最大4社回答をした結果を集計
25年卒：入社予定先、または、もっとも志望度の高い内定先について集計



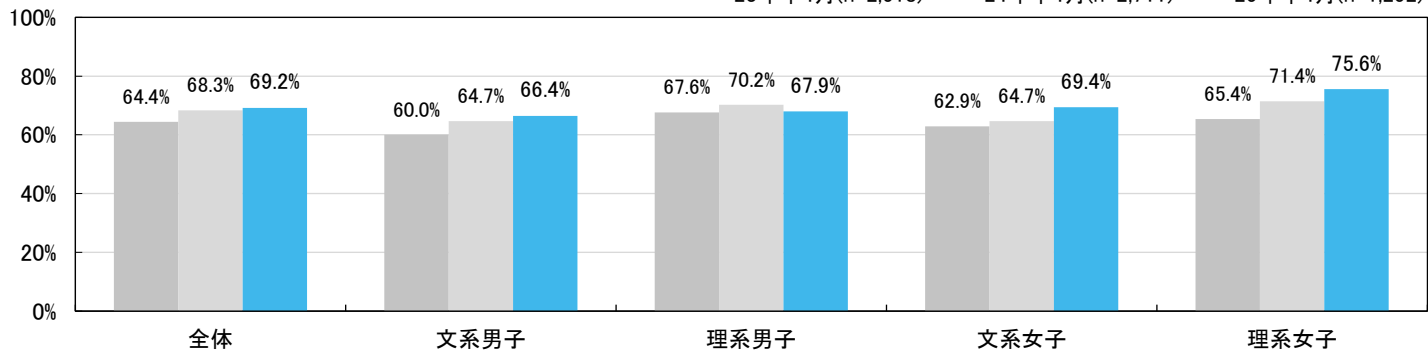
入社予定先の1次面接を受けてから 内々定をもらうまでの期間

■ 23年卒4月 (n=742) ■ 24年卒4月 (n=821) ■ 25年卒4月 (n=783)



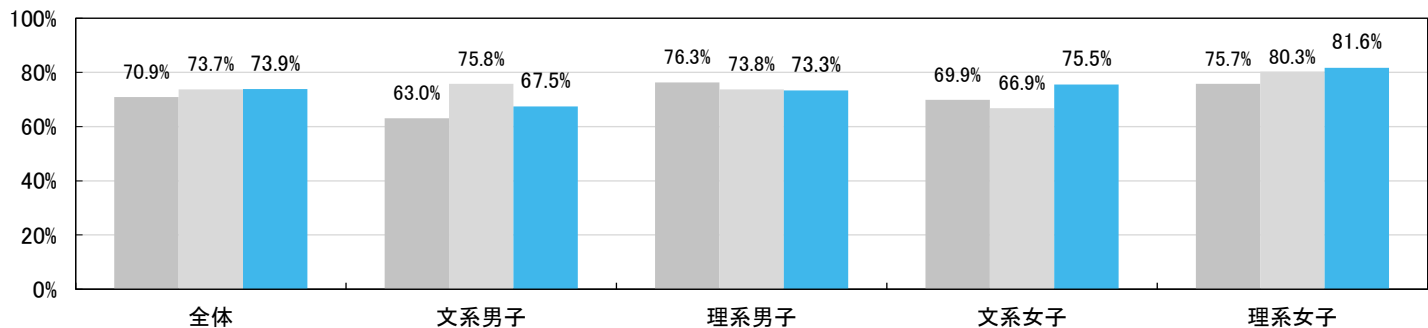
内々定先のインターンシップ・仕事体験に参加した割合

23・24年卒：内々定を得た企業について、1人当たり最大4社回答をした結果を集計
25年卒：入社予定先、または、もっとも志望度の高い内定先について集計
■ 23年卒4月 (n=2,518) ■ 24年卒4月 (n=2,711) ■ 25年卒4月 (n=1,252)

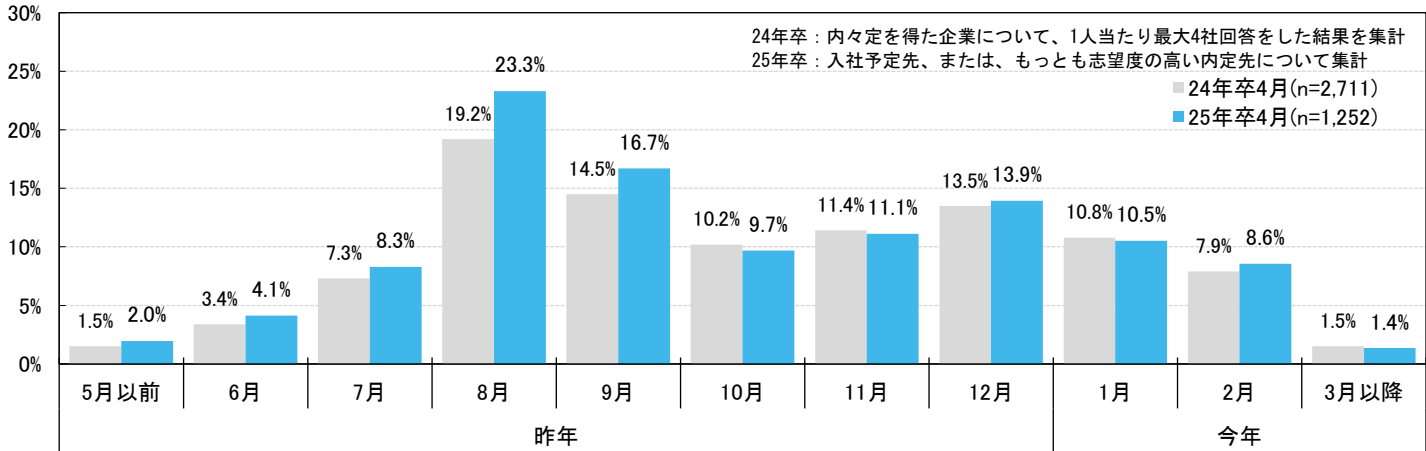


入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加した割合

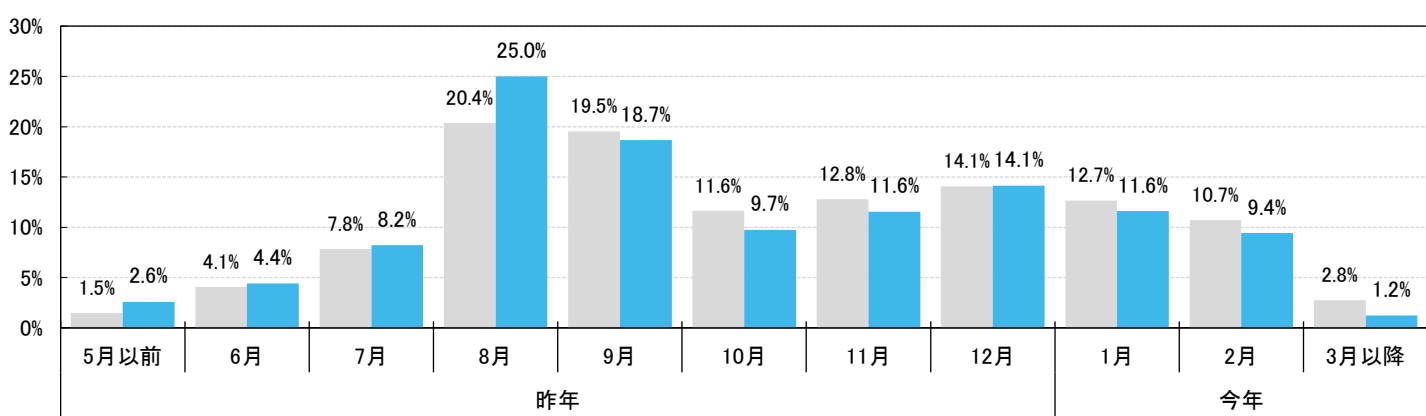
■ 23年卒4月 (n=742) ■ 24年卒4月 (n=821) ■ 25年卒4月 (n=783)



内々定先のインターンシップ・仕事体験に参加した時期すべて【複数回答】

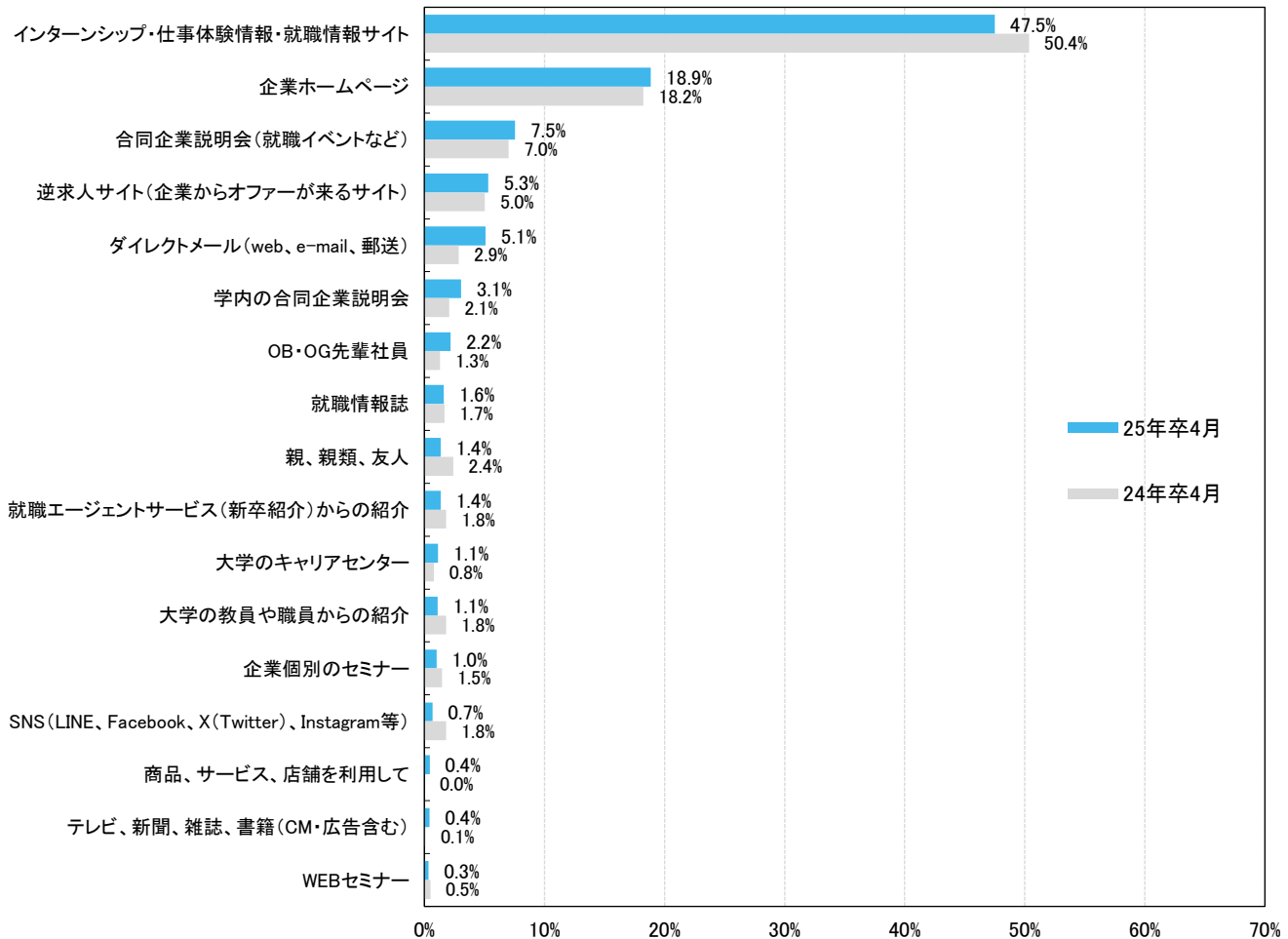


入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加した時期すべて【複数回答】

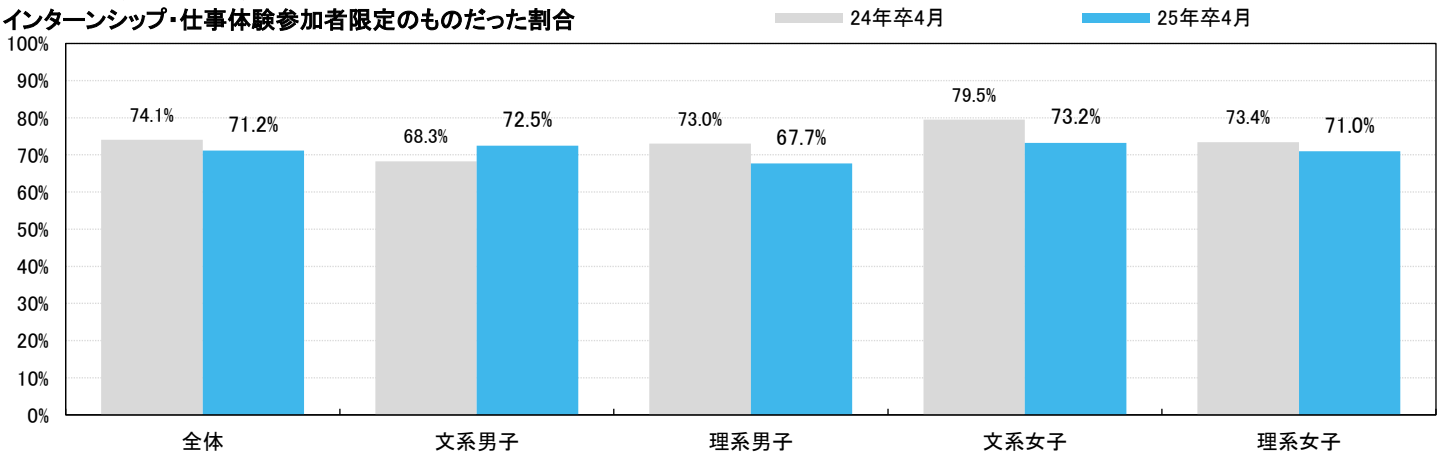


入社予定先のインターンシップ・仕事体験の主な発見ツール

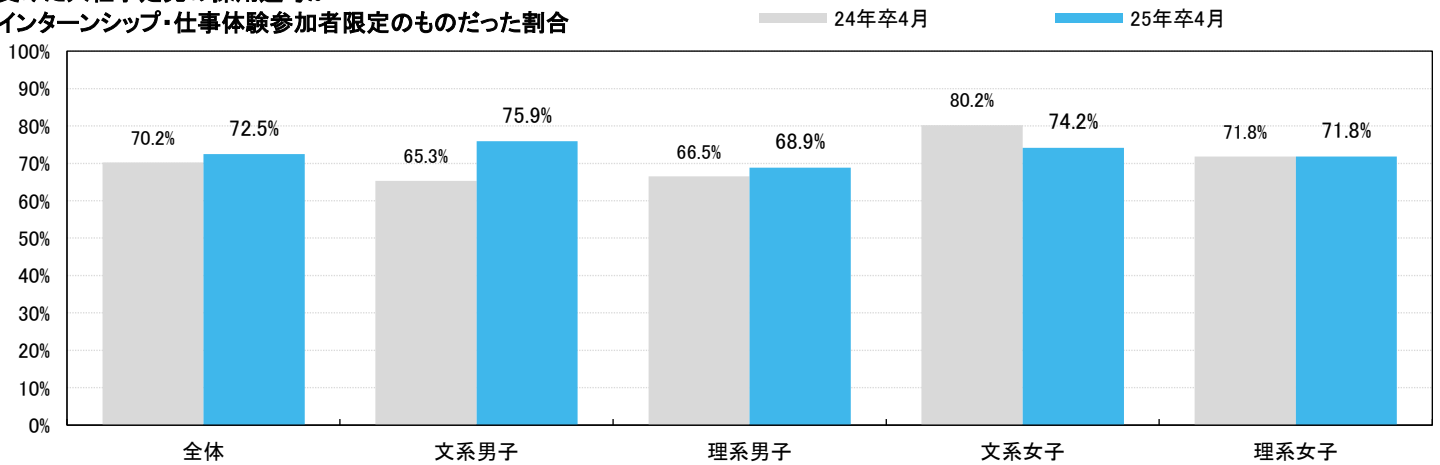
※上位抜粋



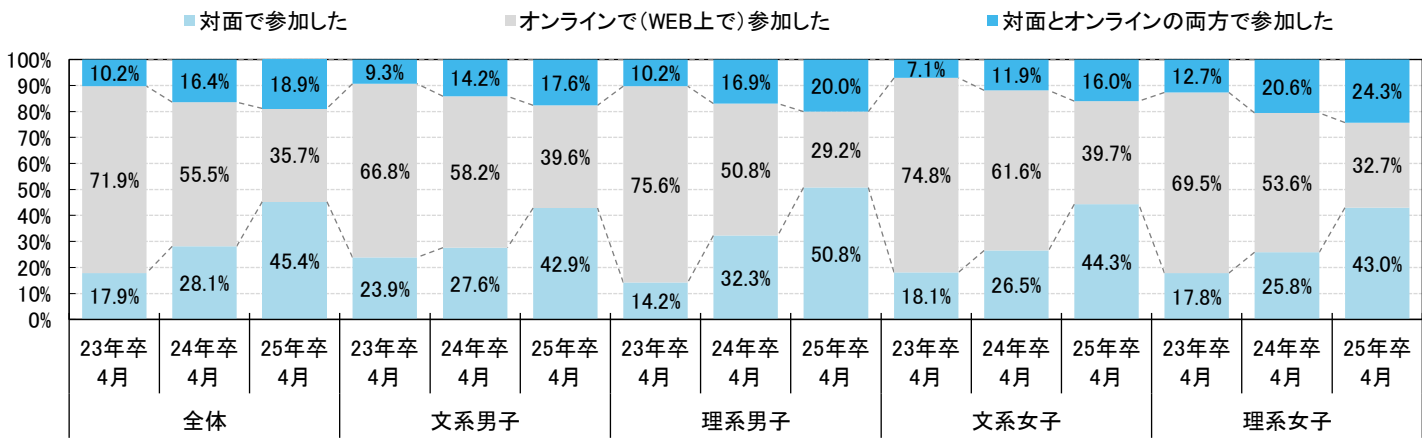
受けた内々定先の採用選考が
インターンシップ・仕事体験参加者限定のものだった割合



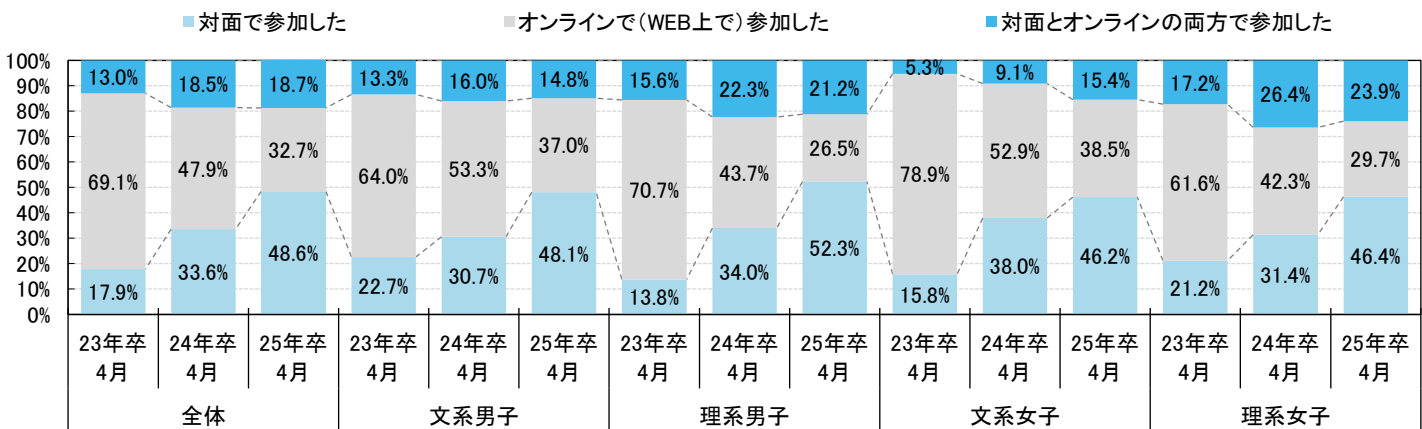
受けた入社予定先の採用選考が
インターンシップ・仕事体験参加者限定のものだった割合



内々定先のインターンシップ・仕事体験には対面で参加したか、オンラインで参加したか n=1,252



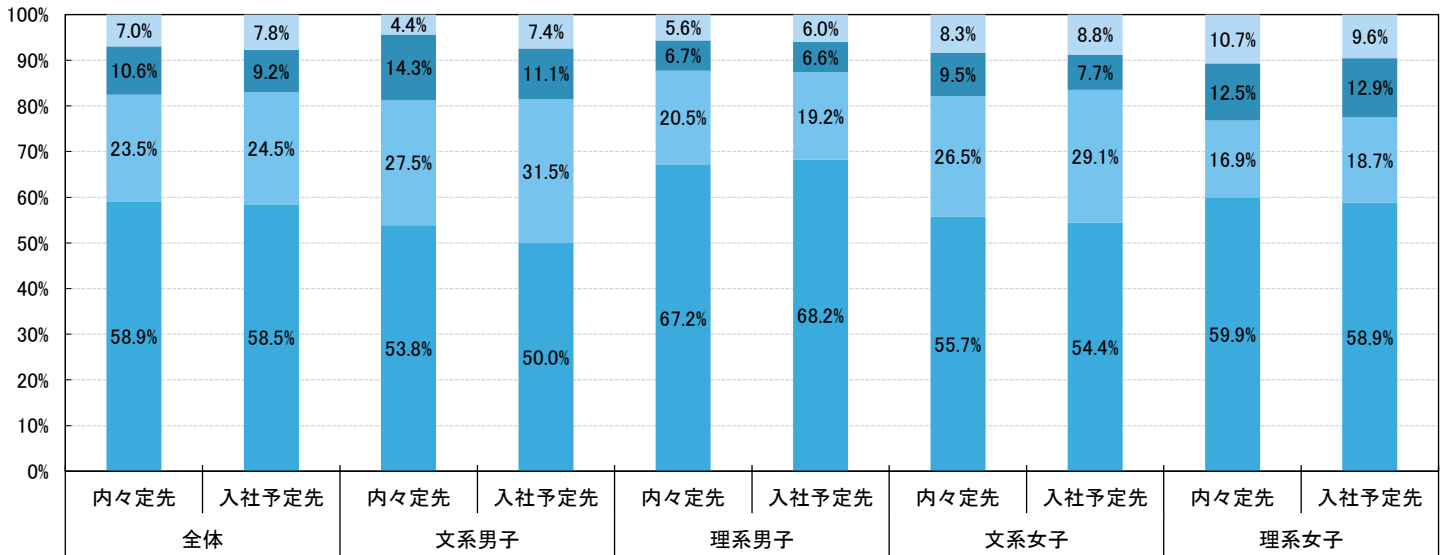
入社予定先のインターンシップ・仕事体験には対面で参加したか、オンラインで参加したか n=613



その企業のインターンシップ・仕事体験に何回参加したか

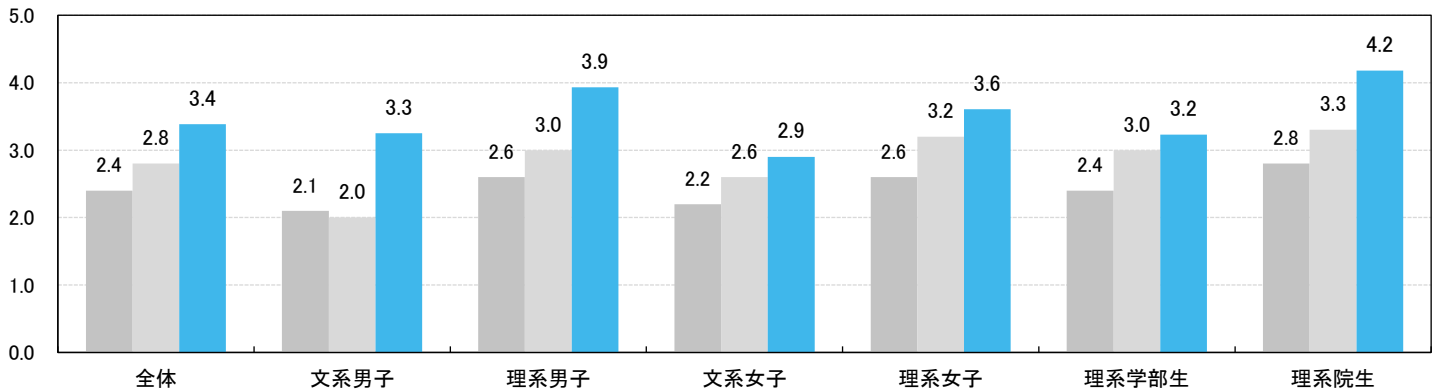
内々定先 n=883、入社予定先 n=596

■1回だけ参加 ■2回参加 ■3回参加 ■4回以上参加



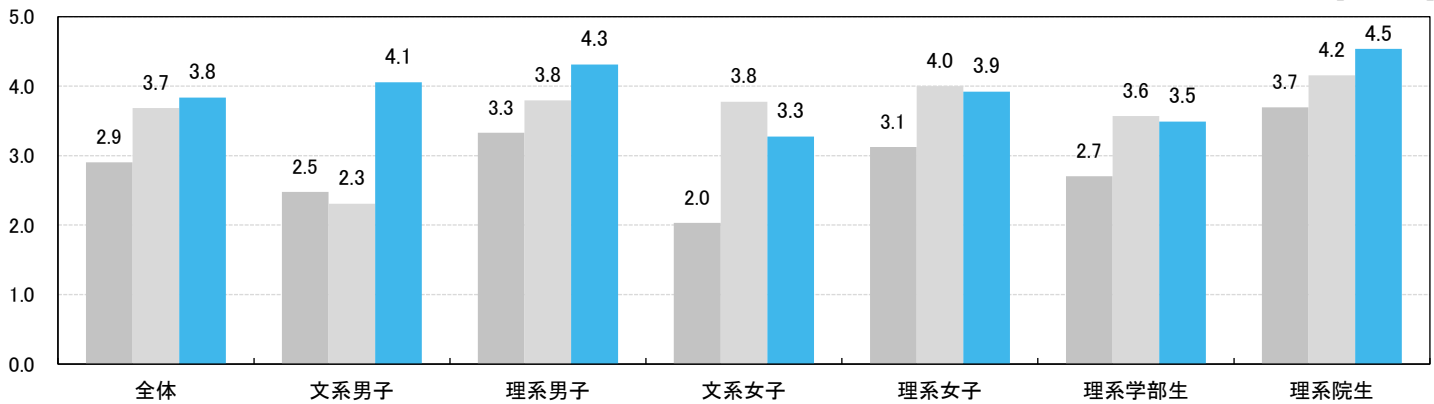
内々定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(平均)

■23年卒4月 ■24年卒4月 ■25年卒4月 【単位:日】

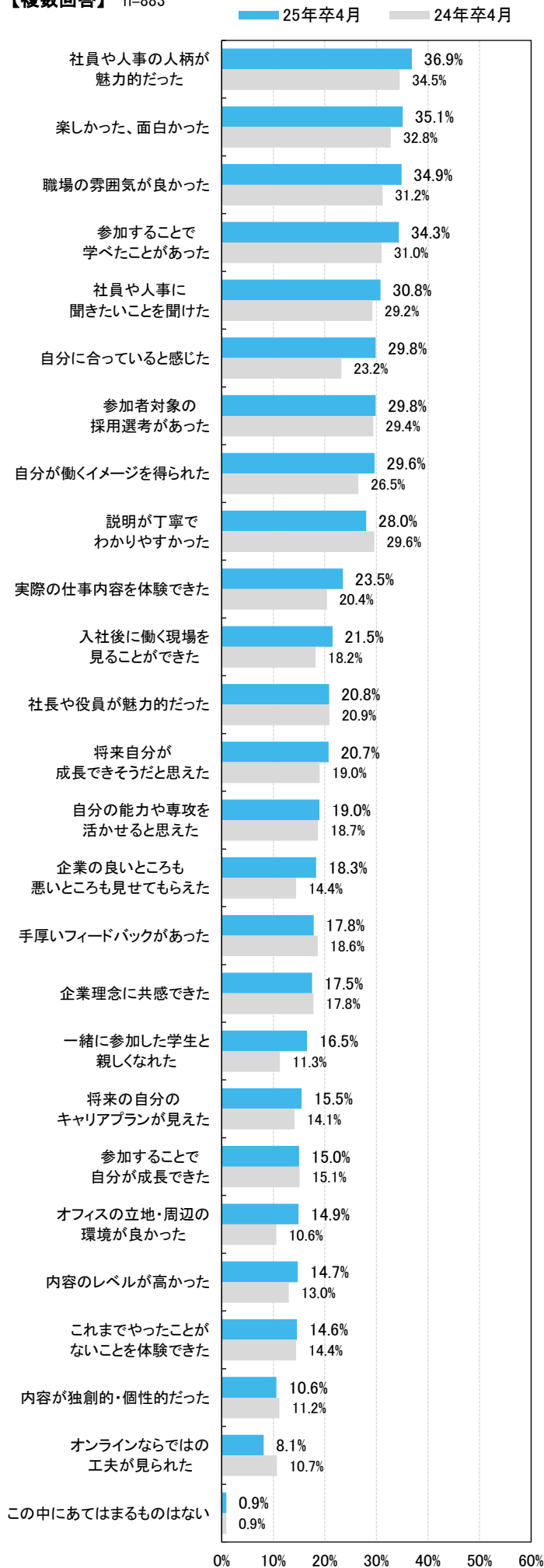


入社予定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(平均)

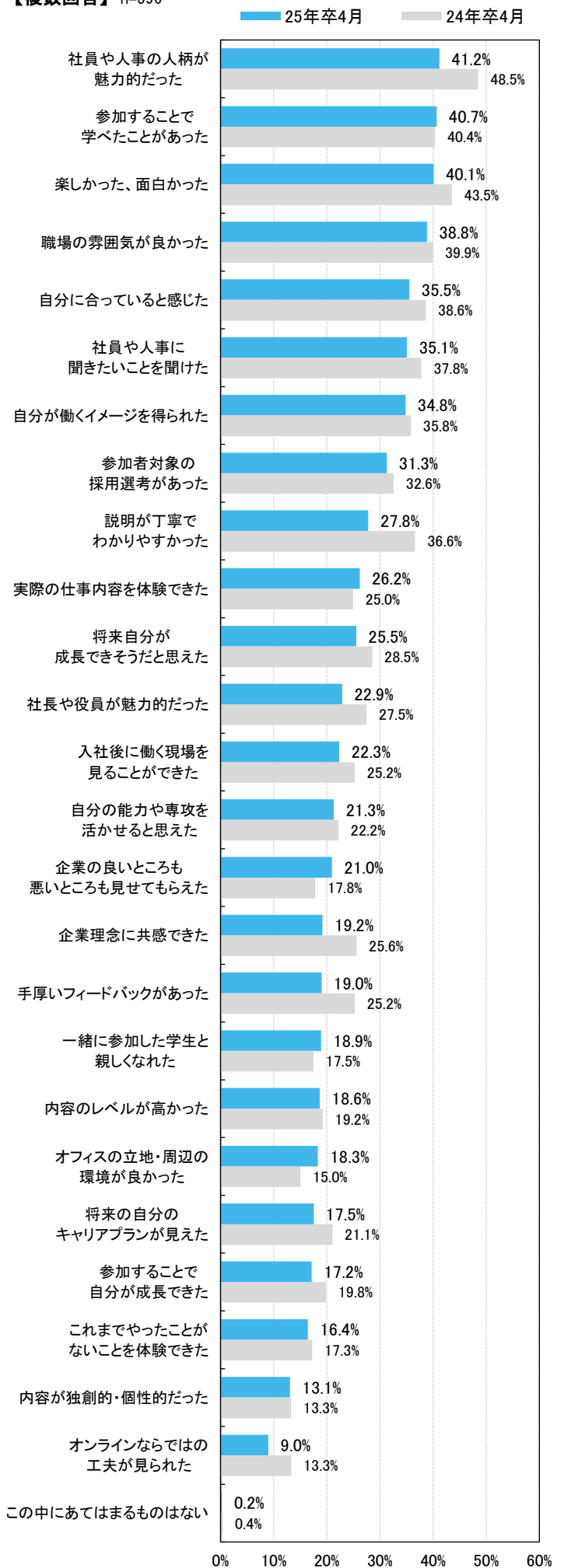
■23年卒4月 ■24年卒4月 ■25年卒4月 【単位:日】



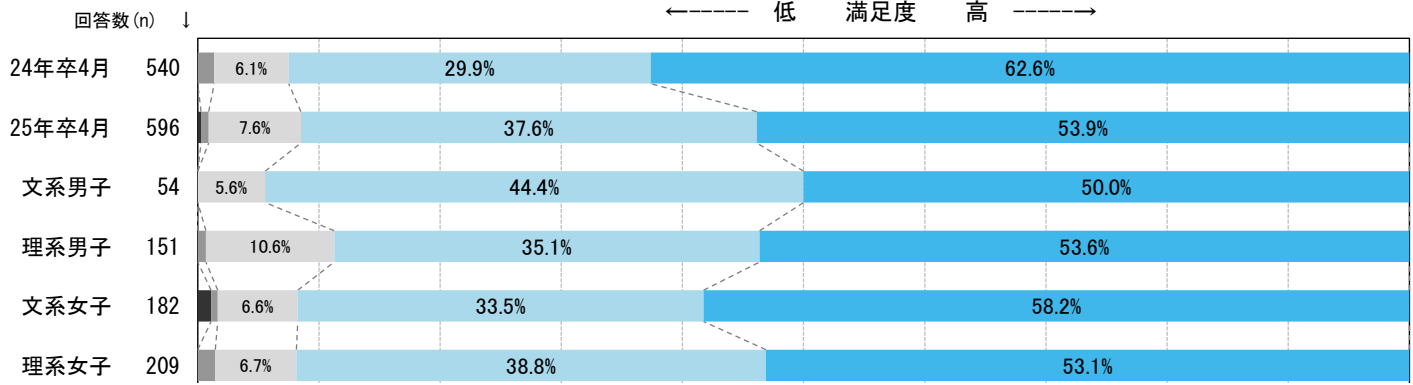
内々定先のインターンシップ・仕事体験にあてはまるもの
【複数回答】 n=883



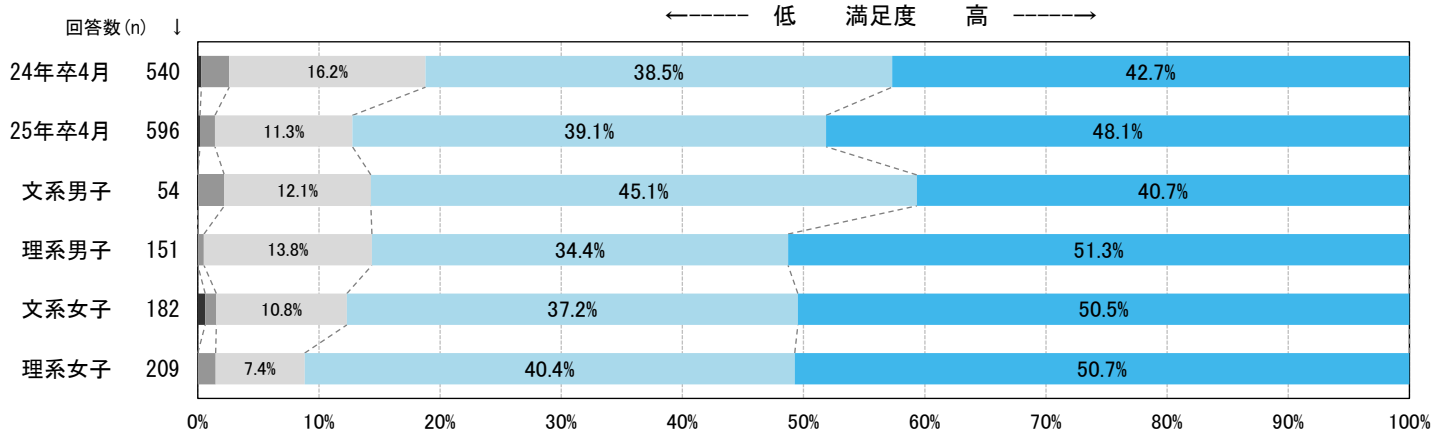
入社予定先のインターンシップ・仕事体験にあてはまるもの
【複数回答】 n=596



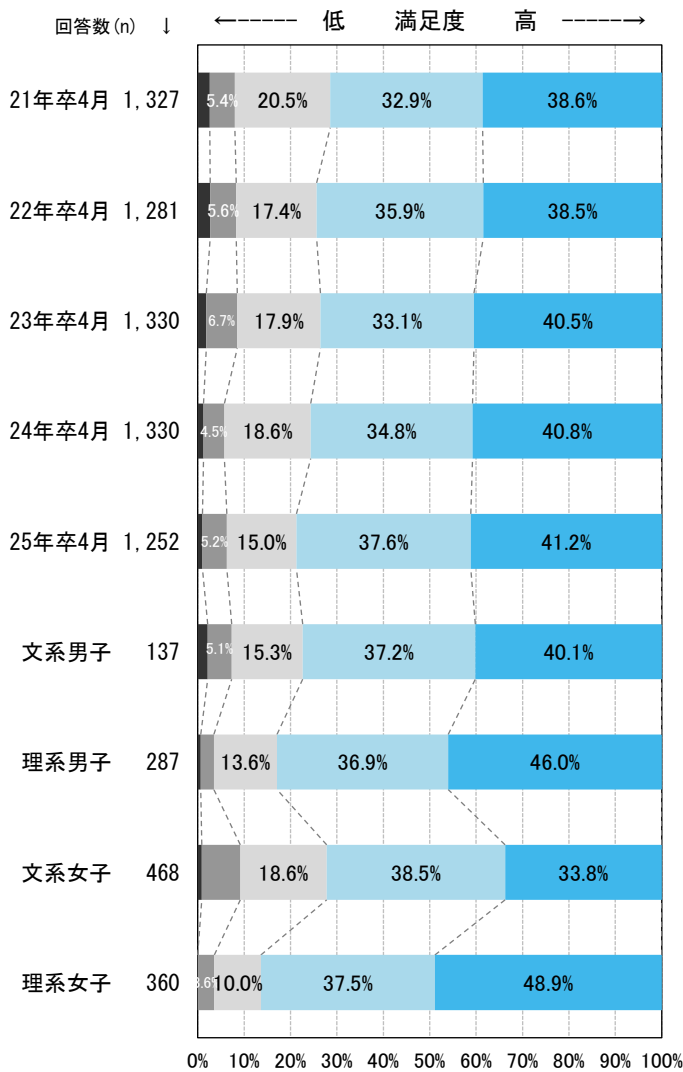
入社予定先のインターンシップ・仕事体験の満足度



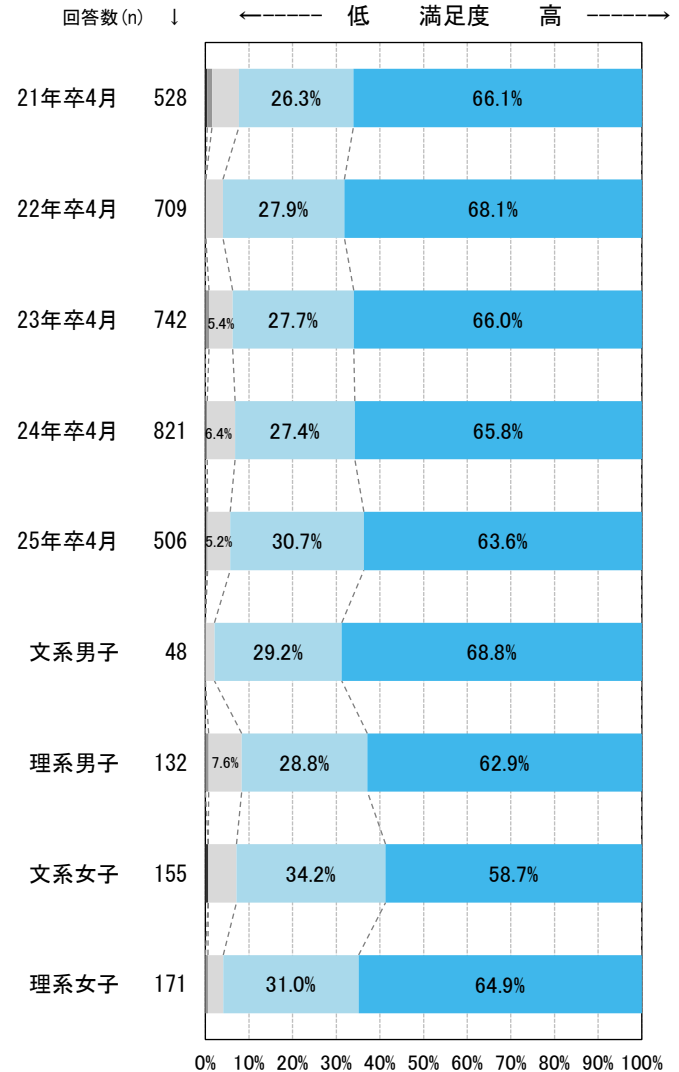
内々定先のインターンシップ・仕事体験の満足度



内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度



入社予定先総合満足度



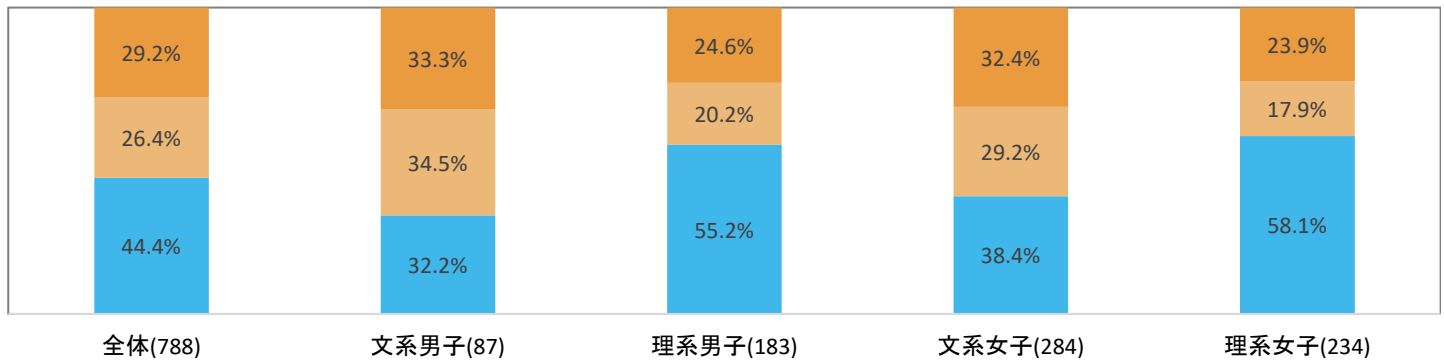
今までに内々定を得た社数が2社以上の学生に対し、入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたかを聞くと、「伝えていない（一部の企業のみ伝えた）」は55.6%で過半数を上回った。

どのようなタイミングで内々定先に辞退の意思を伝える予定かを聞くと、「志望度の高い企業の選考結果が出たら」が46.7%と最も回答が多かった。辞退の意思を伝えていない理由としても「志望度の高い企業の選考がまだ終わっていないから」が42.4%と最も多かったが、「全ての選考が終わってから比較検討したいから（37.9%）」「どの企業が良いかまだ迷っているから（22.7%）」「本当にその企業に入社を決めて良いかこれから見極めたいから（20.0%）」など、これから検討したいという学生も多いようだ。また、「辞退の連絡をするのが気まずいから（16.9%）」「せっかく内定をもらったのに申し訳ないから（14.5%）」「どのように伝えたらよいかわからないから（10.4%）」

入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたか

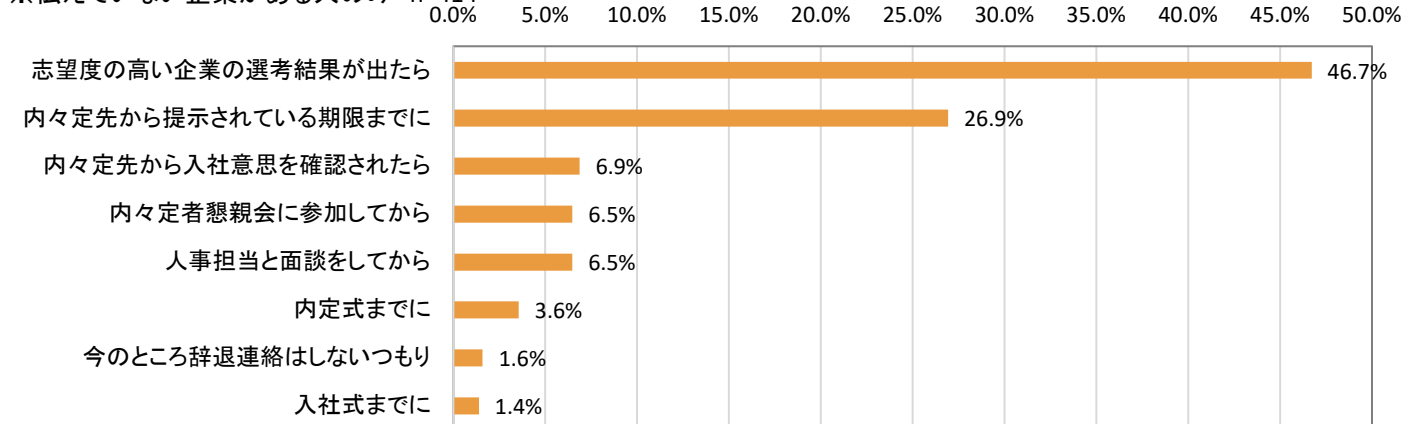
※今までに2社以上内々定を得ている人のみ n=788

■ まだ伝えていない
 ■ 一部の企業にのみ伝えた
 ■ 既に全ての企業に伝えた



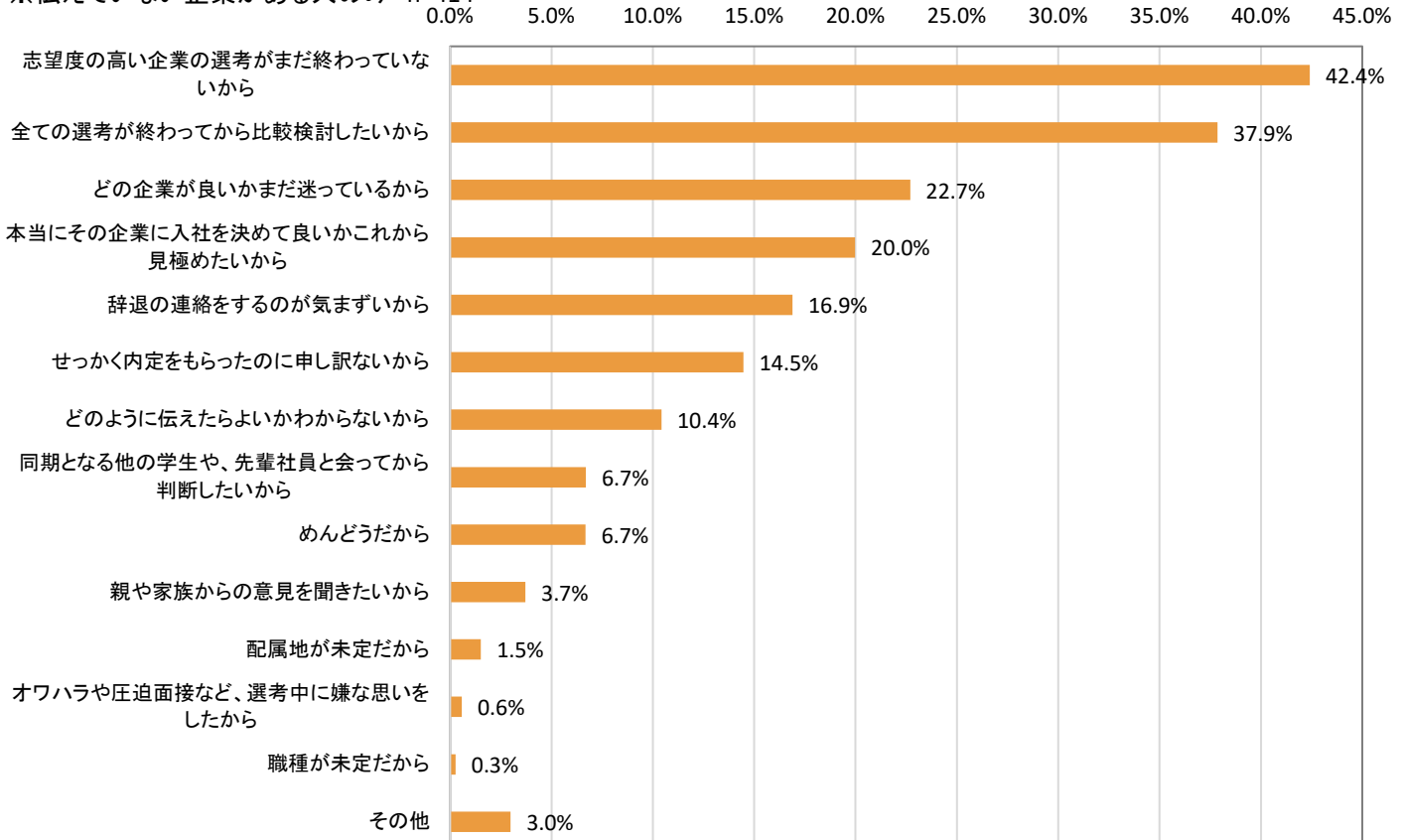
どのようなタイミングで内々定先に辞退の意思を伝える予定か

※伝えていない企業がある人のみ n=414



辞退の意思を伝えていない理由

※伝えていない企業がある人のみ n=414

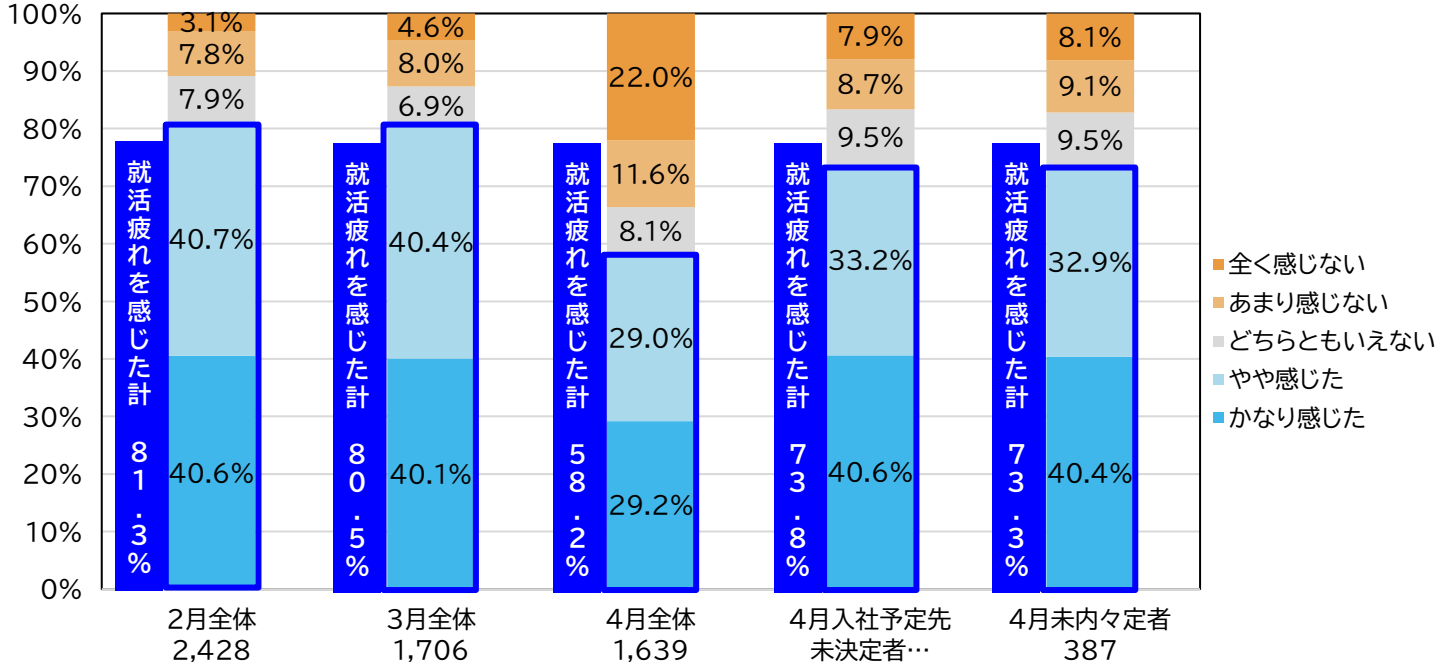


就活疲れを感じたことはあるかを聞くと、2月、3月は2ヶ月連続で「感じた（かなり感じた+やや感じた）」と回答した割合が8割を超えたが、4月は58.2%と大幅に減少した。しかしながら、入社予定先未決定者では73.8%、未内々定者では73.3%と、入社予定先を決定していない学生は就活疲れを感じている割合が全体と比較して2割程度多かった。

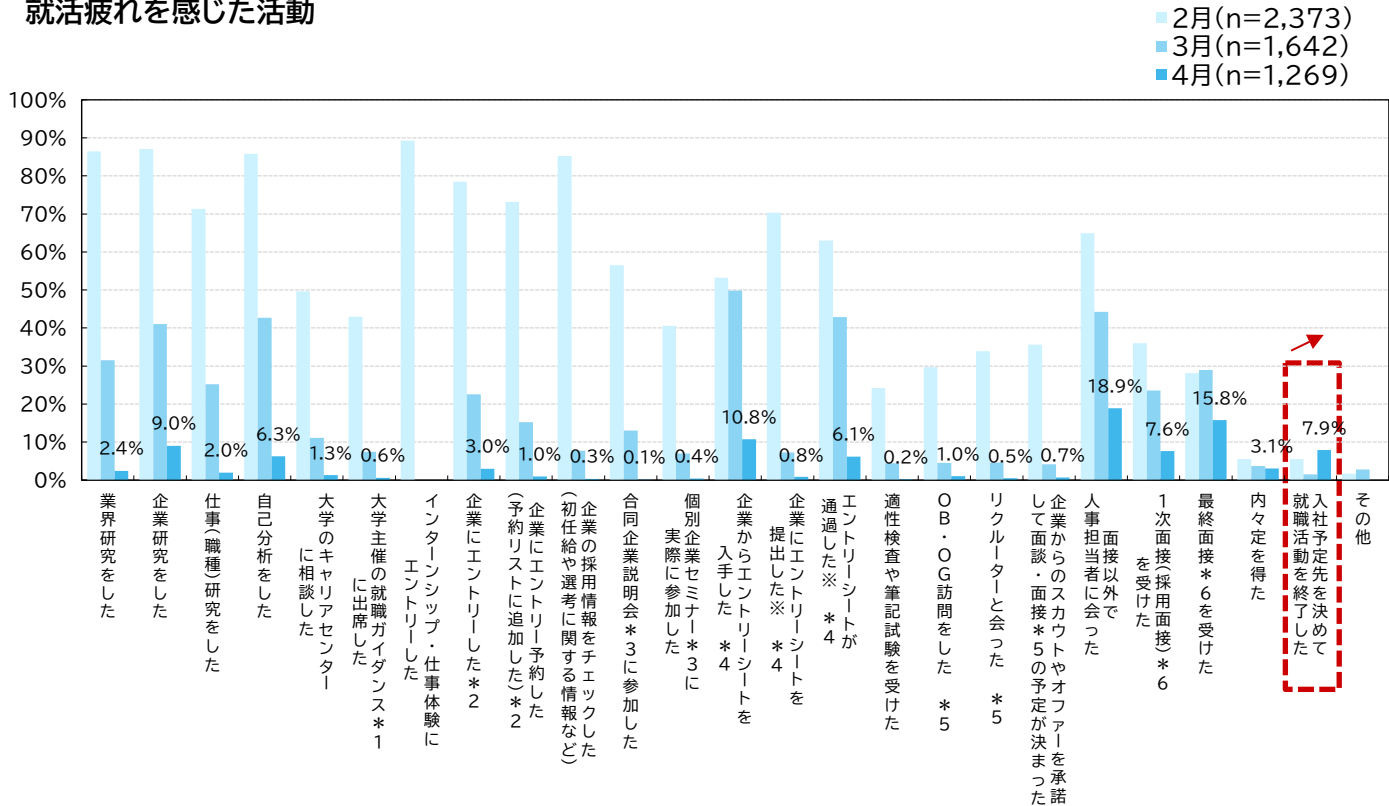
就活疲れを感じた活動は、2月、3月と比較して多くの項目で回答割合が減少したが、4月の回答では「入社予定先を決めて就職活動を終了した 7.9%(対前月6.4pt増)」のみ増加した。

就活疲れに陥らないための工夫を聞くと、「ゲームや食事などで気分転換をする」「しっかり休息をとること」「メリハリをつけて休む時は休む」など、リフレッシュに関する回答が特に多かった。

就活疲れを感じたことはあるか(就活準備を含む)

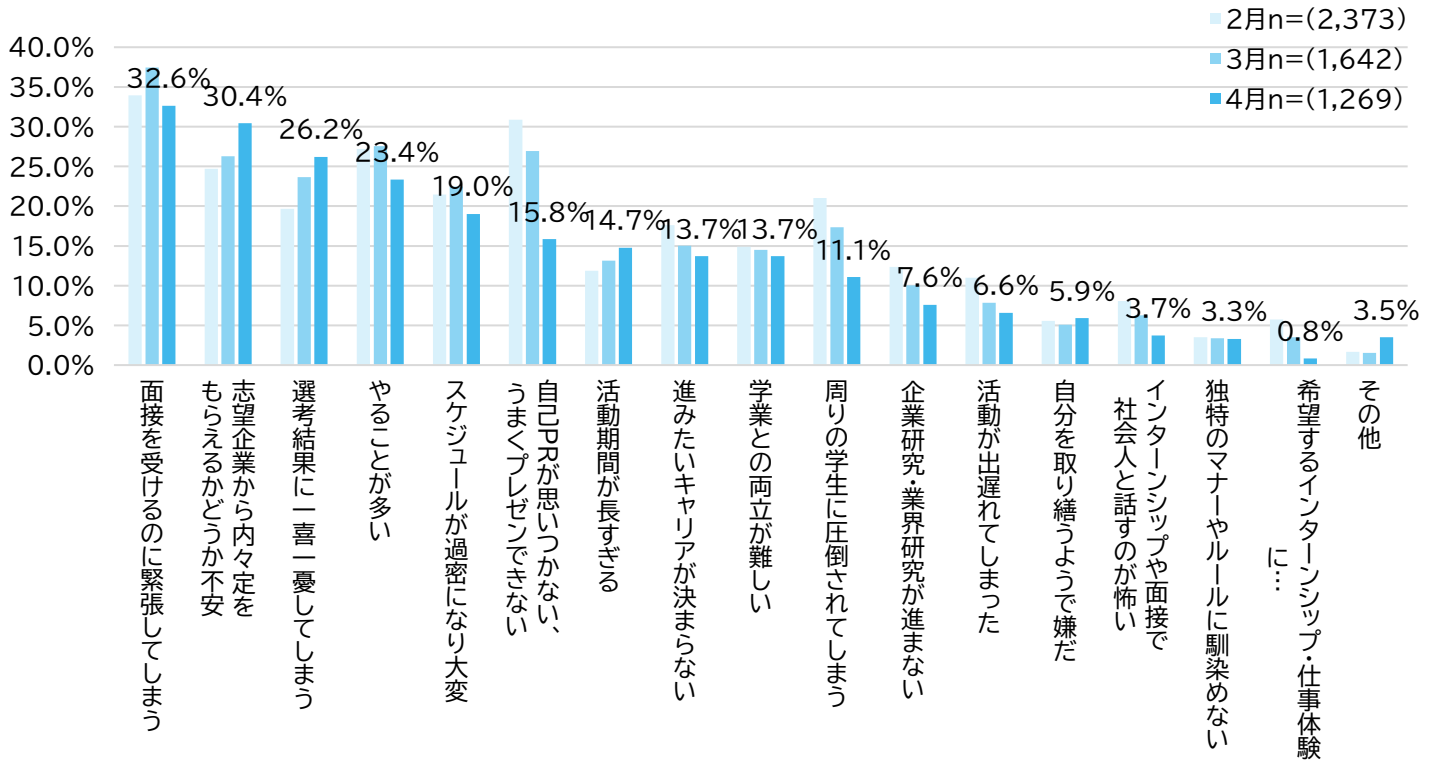


就活疲れを感じた活動



*1 オンライン形式を除く *2 インターンシップ・仕事体験エントリーを除く *3 WEBセミナーを除く *4 インターンシップ・仕事体験参加用を除く *5 WEB含む *6 WEB面接を含む

就活疲れの理由としてあてはまるもの(就活準備を含む)※上位3つまで



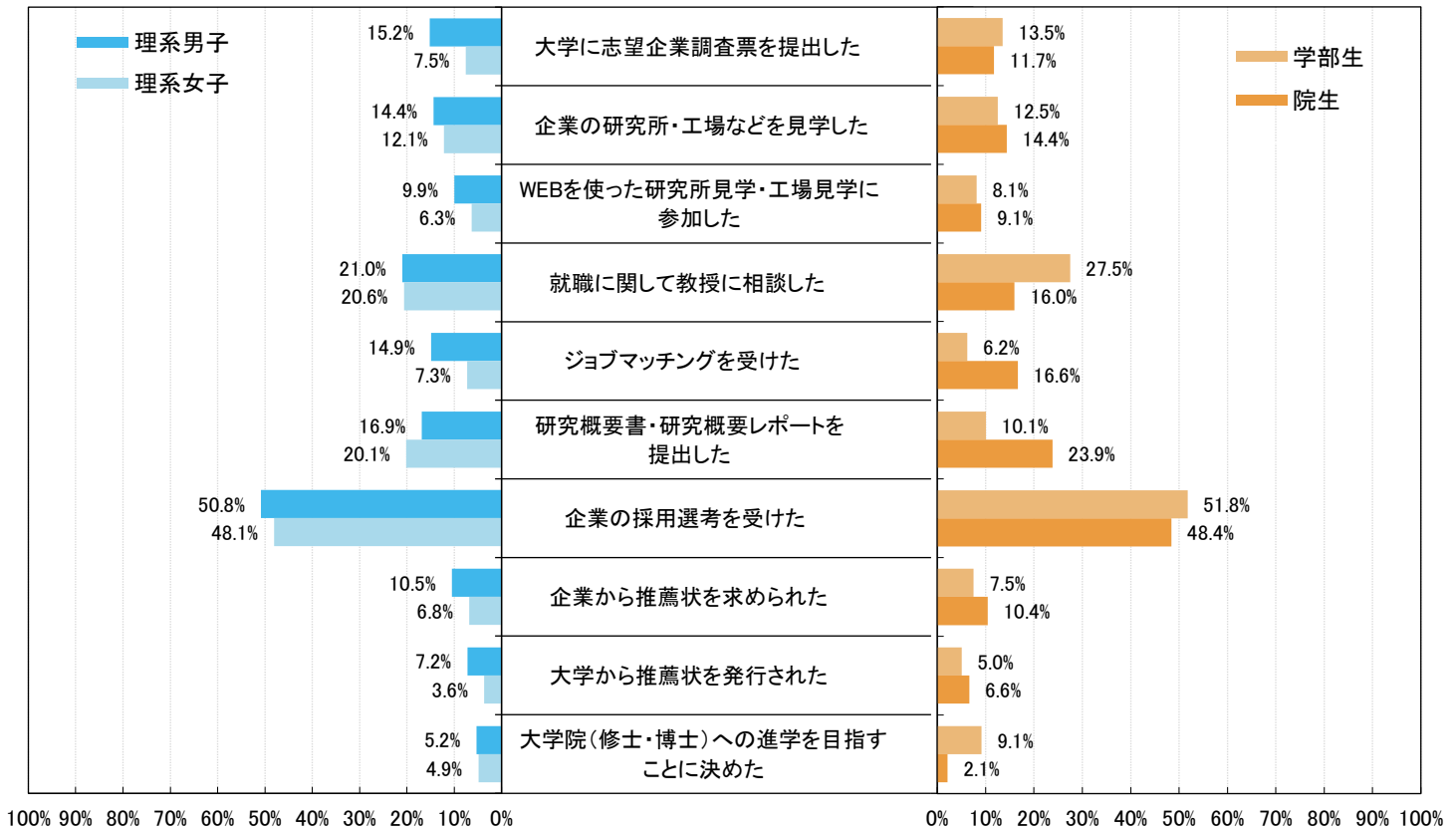
就活疲れに陥らないための工夫

文系女子	意識して友人と遊ぶ予定を入れるようにしています。昨年度よりも友人と会う頻度が上がっていると感じます。
文系男子	ゲームや食事などで気分転換をする
理系女子	あらかじめ趣味などの楽しいことを用意しておく
理系男子	しっかり休息をとること。
理系男子	しっかり寝る
文系女子	規則正しい生活を送る
文系男子	音楽を聞いたり体を動かす。
理系男子	ウォーキングがおすすめです。
理系男子	オンとオフのメリハリをはっきりつける。
理系女子	メリハリをつけて休む時は休む。
理系女子	ESを書かない日を設けるなどして、就活から離れるようにしている。
理系男子	なるべく一喜一憂しないようにしている。
文系女子	周りと比較して、内定をもらっていないことに焦らないこと。どんな選考でも前向きに考えて、上手くいくと思って参加すること。
理系女子	あまり思い詰めないこと。何事も自身のメンタルケア
理系女子	家族・友人に悩みや相談を日頃からすること。意見は求めなくても、とりあえず聞いてもらうこと
文系男子	ES作りや企業研究の際に、一人でやるのではなく友達と一緒にリラックスしながらやるといいと感じる。
文系女子	アルバイト先のひとつに話を聞いてもらい、思いを発散している。
文系女子	自分だけの判断基準を持つことです。周りに流されず自分の価値観を大切にすることが疲れにくいことに繋がると思います。
理系女子	自分の軸を見失わないようにここだけは譲れないポイントを作る。
理系女子	自分の目的や意思を明確にすること。自分に正直に取り組むことがいいと思った。
文系女子	自分の働く像や、なりたい像をイメージしながら、モチベーションを高めること。
理系男子	様々な進路のパターンを考え、そこに進む自分を想像しながら楽しむ
理系男子	スケジュールが過密になる時は、早い段階から準備をして焦らず対策を行った。
文系女子	大学のキャリアセンターなどを使って、事前に相談し不安を取り除く。常に万全の準備をすることで自信をもって取り組む。

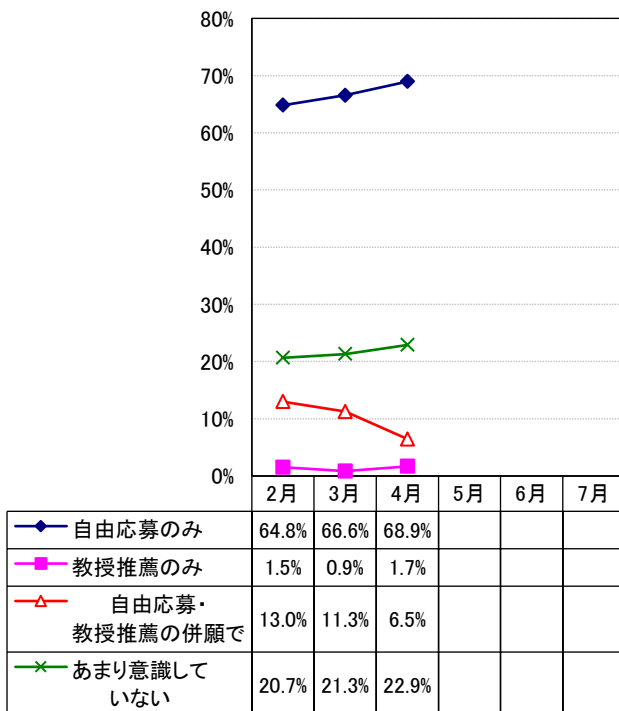
■7:【理系】4月の活動状況

理系学生の4月の活動状況では、「企業の選考を受けた」が学部生51.8%、院生48.4%でいずれも最多となった。学部生の活動として次に多いのは「就職に関して教授に相談した」で27.5%、院生では「研究概要書・研究概要レポートを提出した」で23.9%となった。学部生・院生での差が大きかったのも「研究概要書・研究概要レポートを提出した」で、院生の方が13.8pt高かった。企業への応募方法は「自由応募・教授推薦の併願で（6.5%）」が対前月で4.8pt減少し、「自由応募のみ（68.9%）」が対前月2.3pt増加した。院生で「推薦利用（教授推薦のみ+併願）」と回答した割合は10.4%で、22年卒の20.6%から3年で半減している。

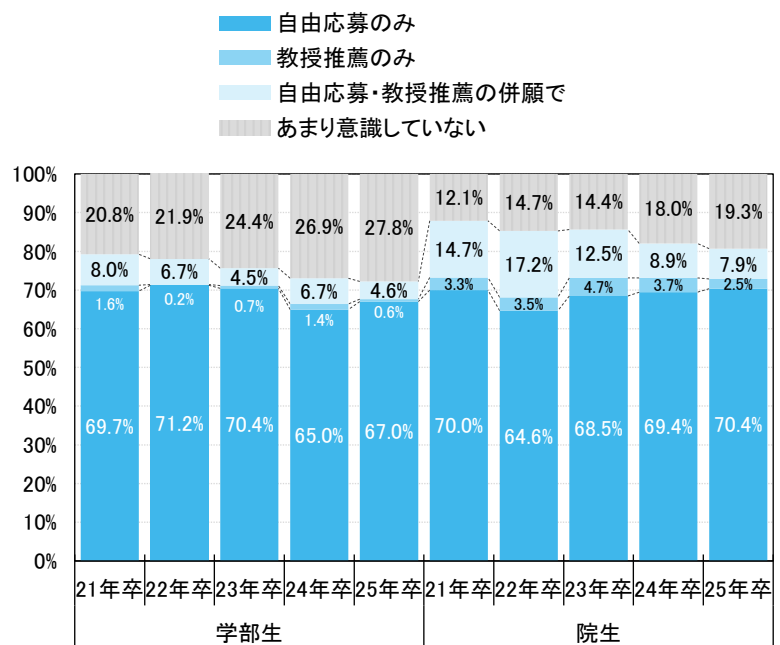
4月の理系学生の活動状況【複数回答】n=774



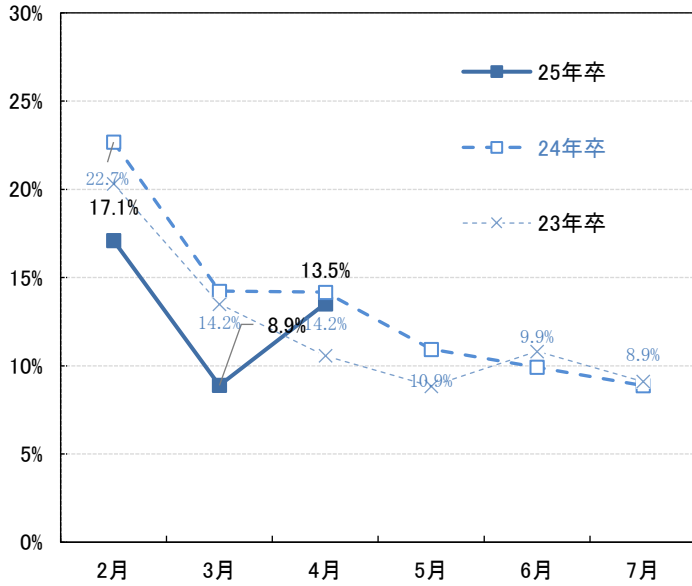
企業への応募方法（25年卒2月～4月）



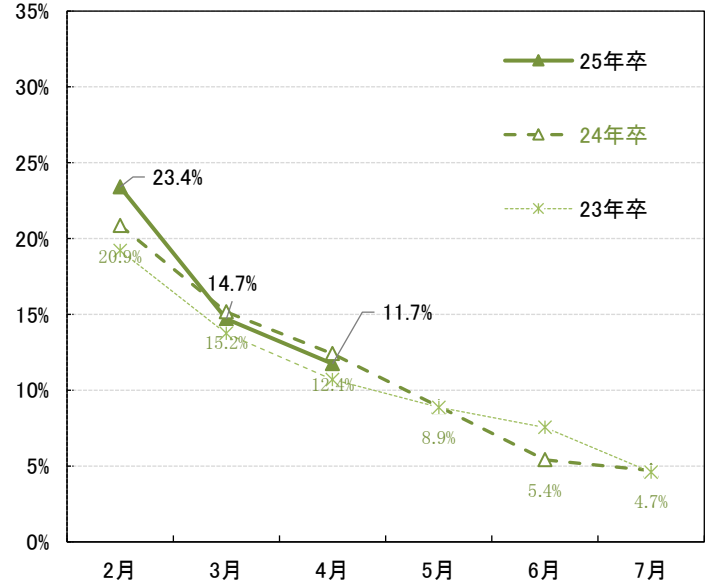
企業への応募方法（各年4月の年次推移）



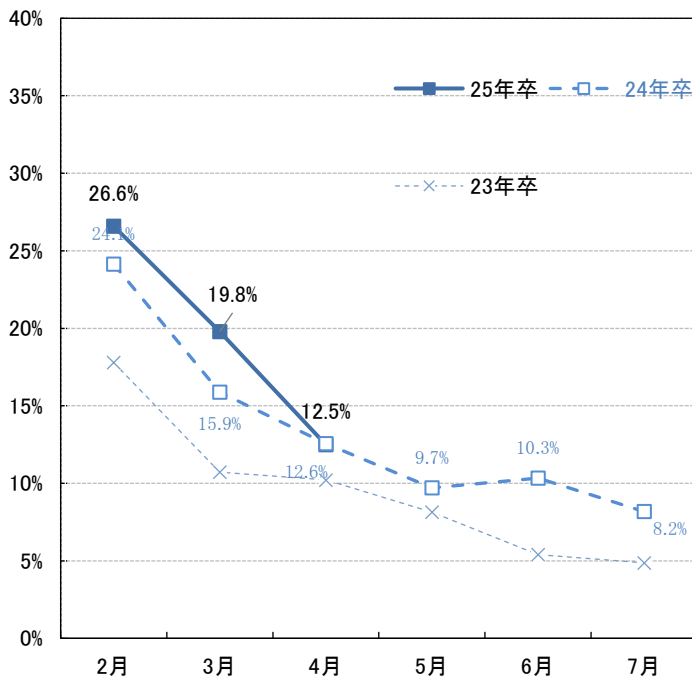
大学に志望企業調査票を提出した・学部生



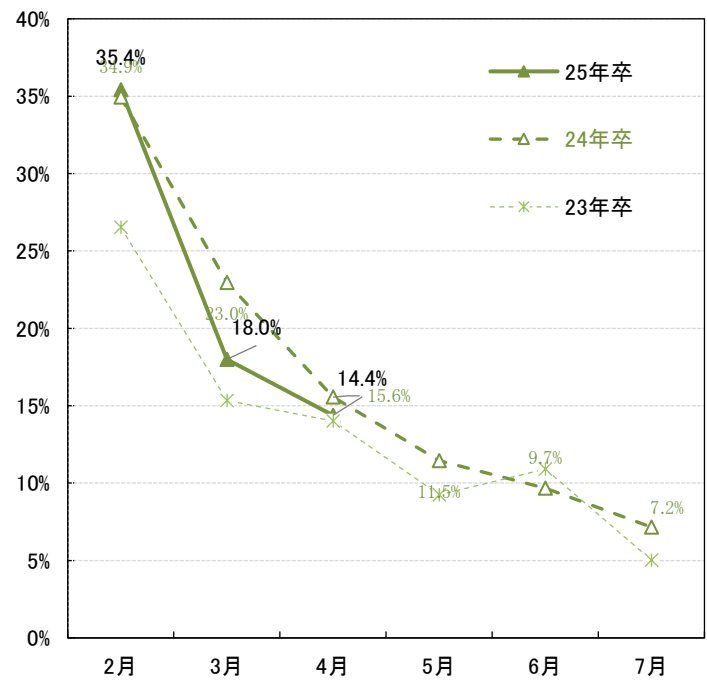
大学に志望企業調査票を提出した・院生



企業の研究所・工場などを見学した・学部生

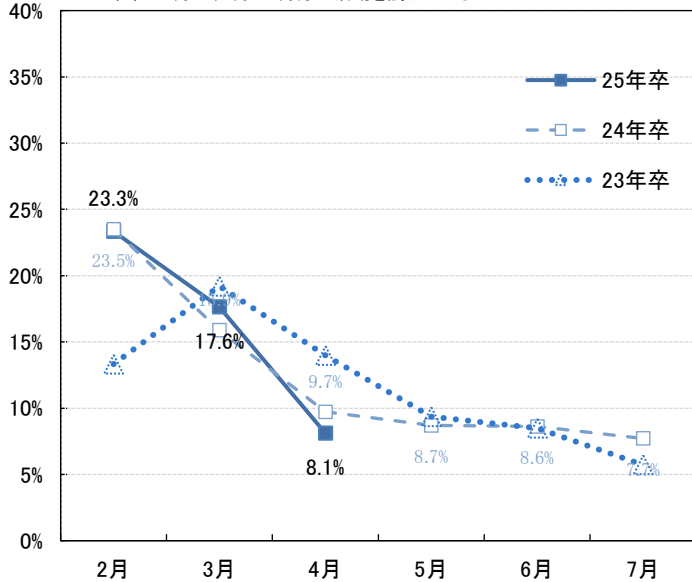


企業の研究所・工場などを見学した・院生



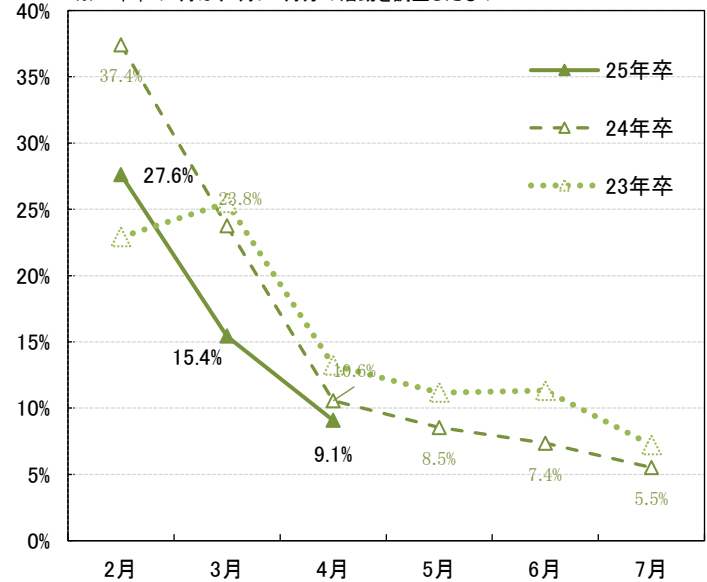
WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した・学部生

※23年卒の2月は、3月に2月分の活動を調査したもの

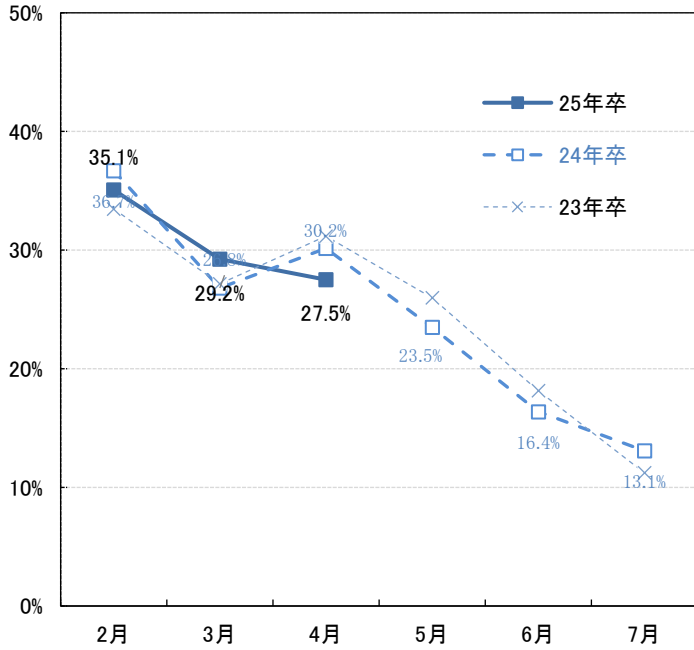


WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した・院生

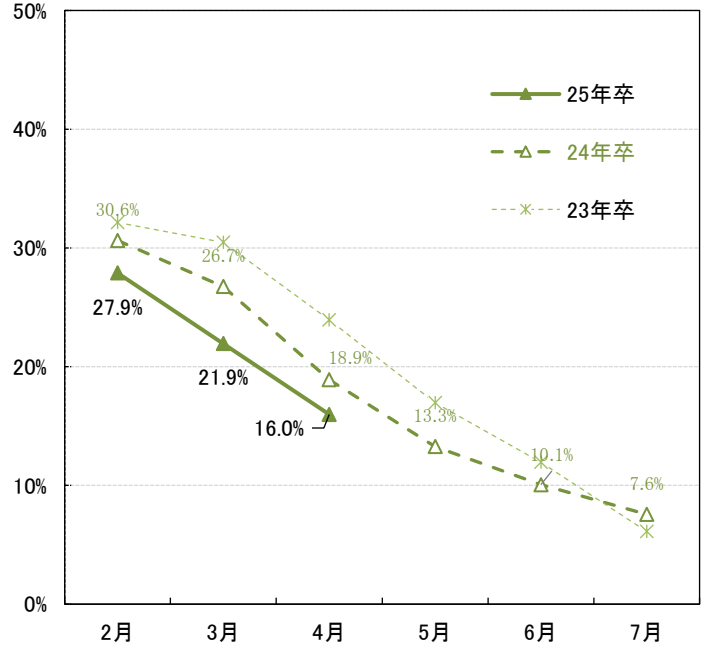
※23年卒の2月は、3月に2月分の活動を調査したもの



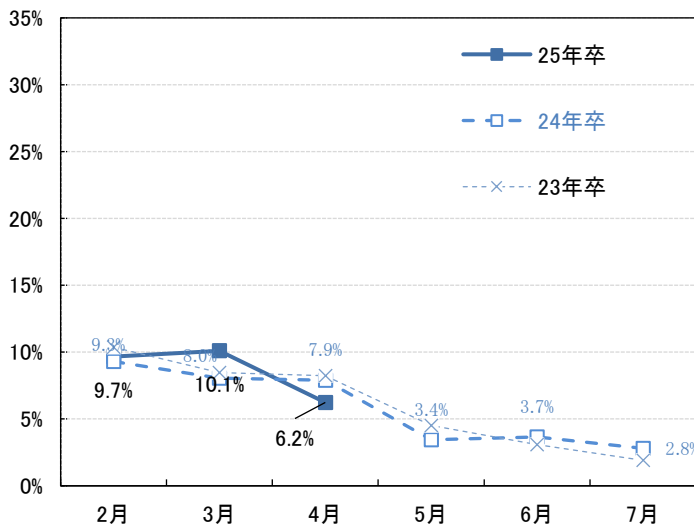
就職に関して教授に相談した・学部生



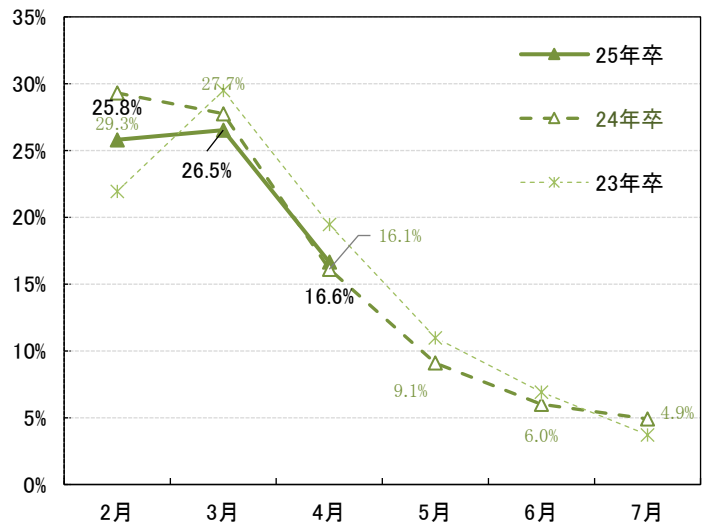
就職に関して教授に相談した・院生



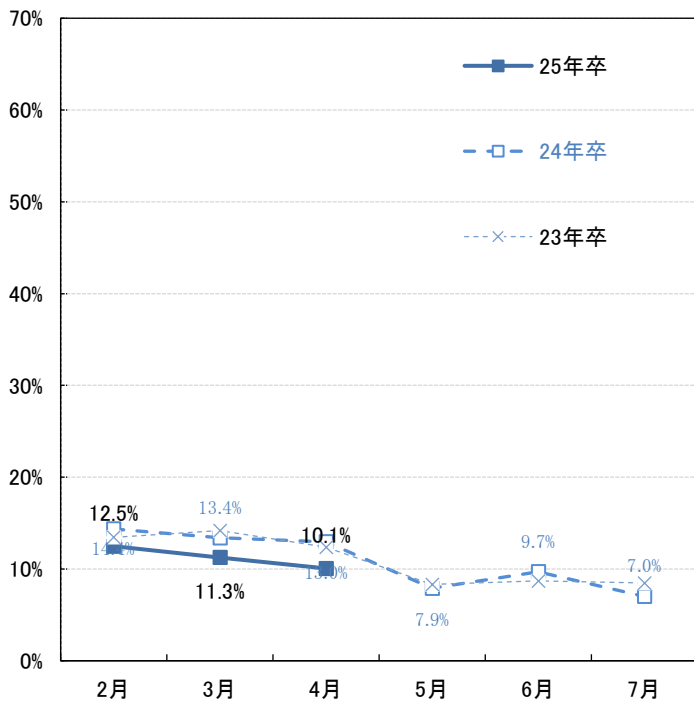
ジョブマッチングを受けた・学部生



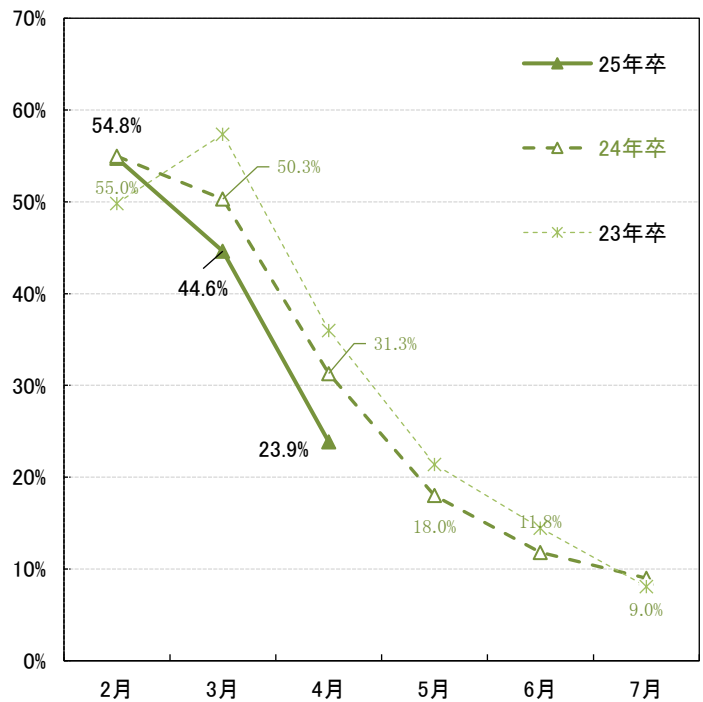
ジョブマッチングを受けた・院生



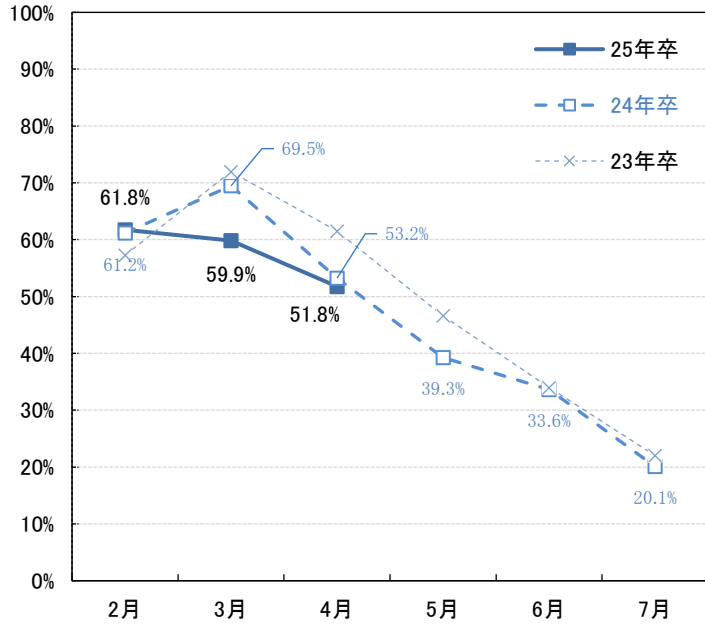
研究概要書・研究概要レポートを提出した・学部生



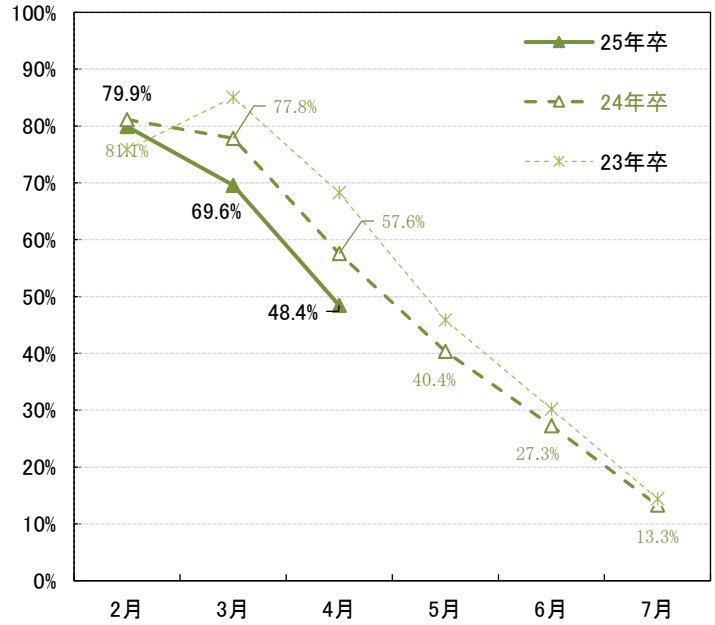
研究概要書・研究概要レポートを提出した・院生



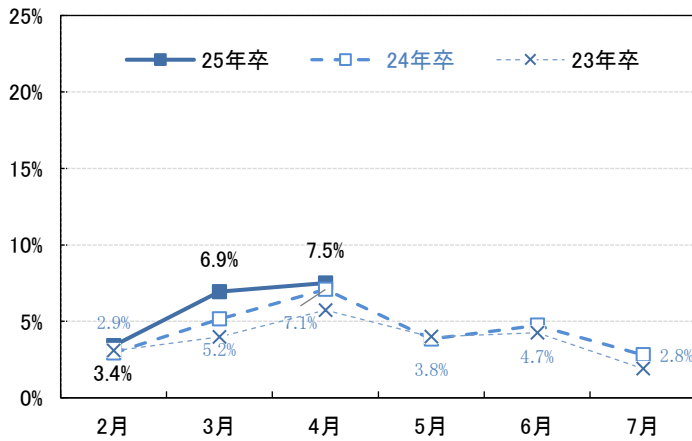
企業の採用選考を受けた・学部生



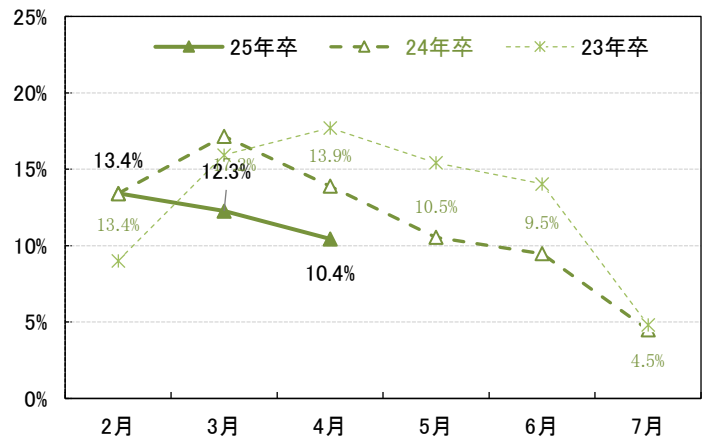
企業の採用選考を受けた・院生



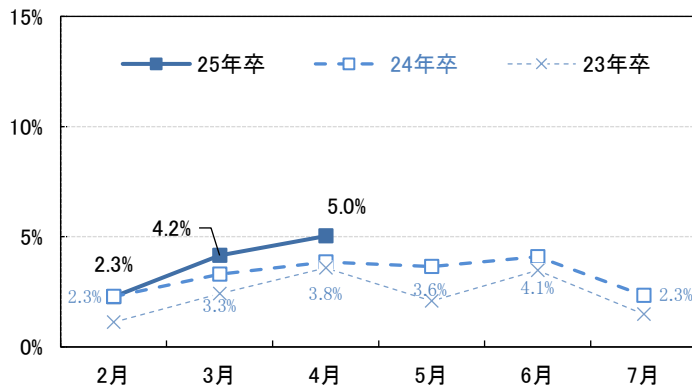
企業から推薦状を求められた・学部生



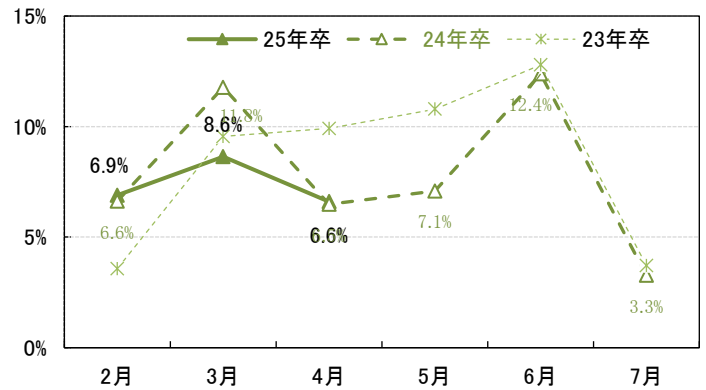
企業から推薦状を求められた・院生



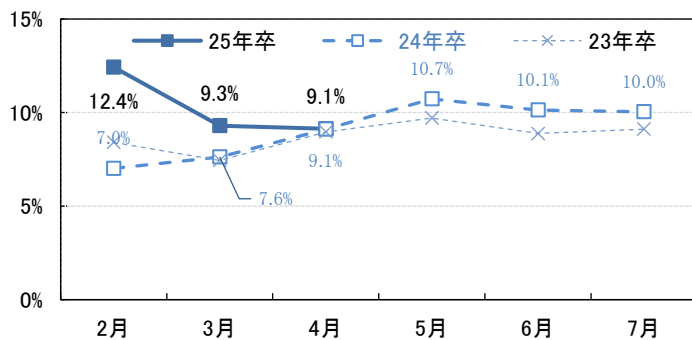
大学から推薦状を発行された・学部生



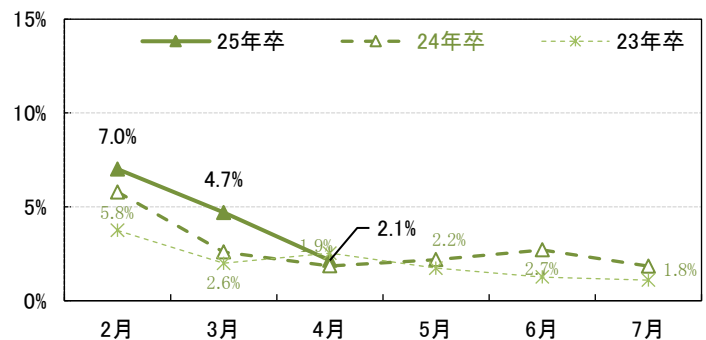
大学から推薦状を発行された・院生



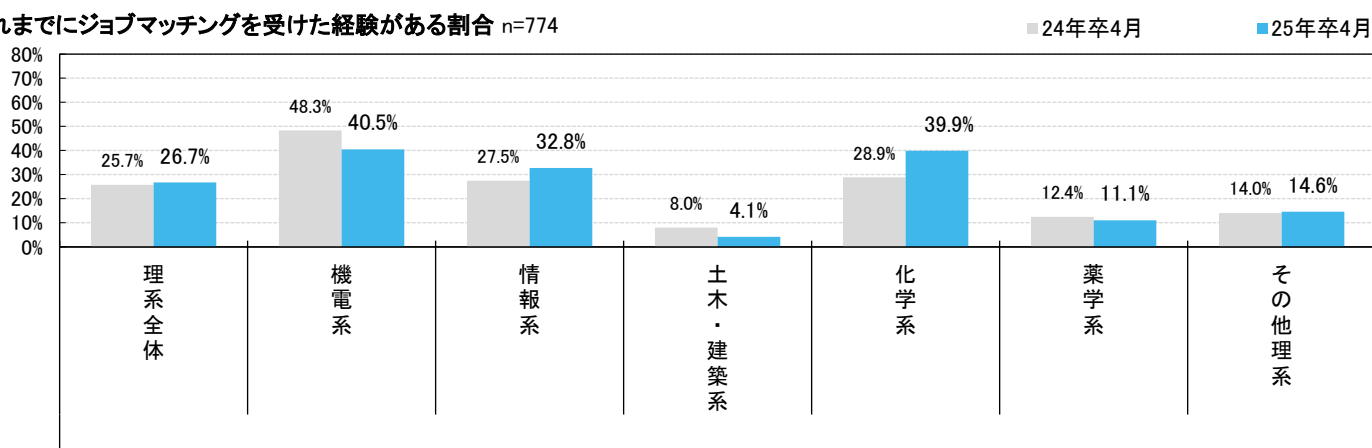
大学院への進学を目指すことに決めた・学部生



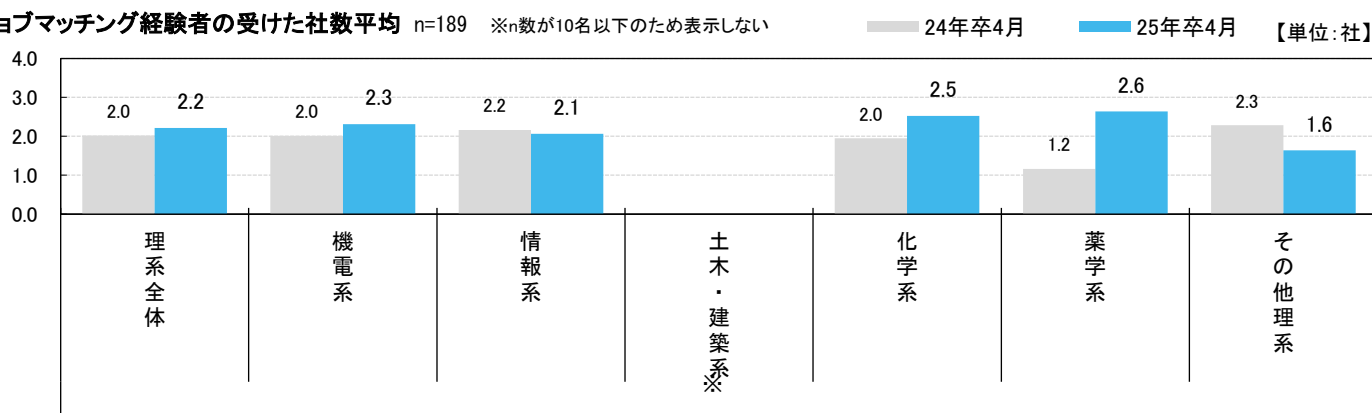
大学院への進学を目指すことに決めた・院生



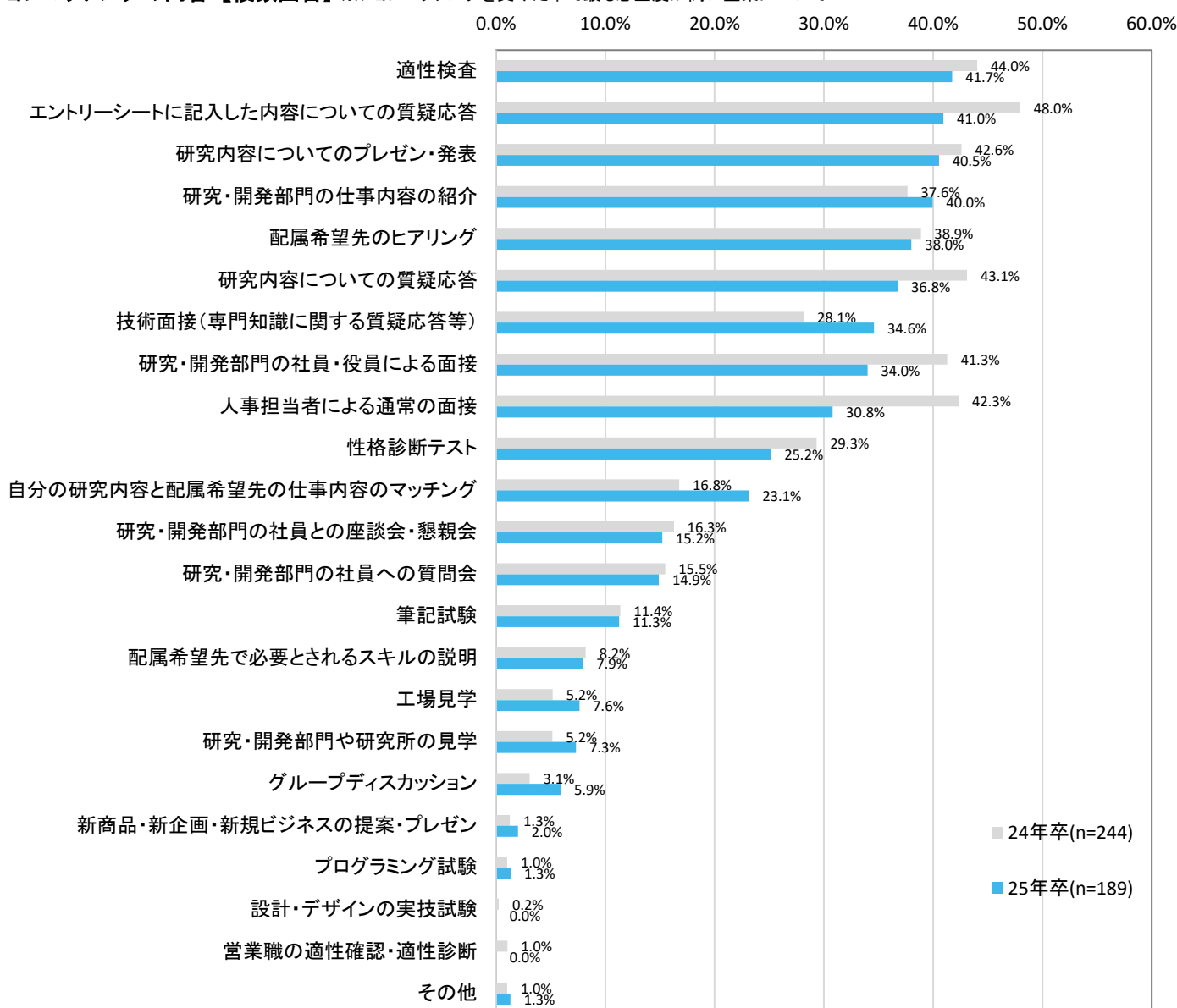
これまでにジョブマッチングを受けた経験がある割合 n=774



ジョブマッチング経験者の受けた社数平均 n=189 ※n数が10名以下のため表示しない



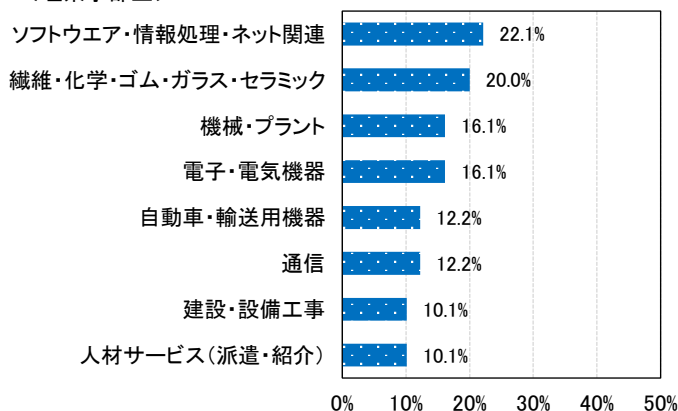
ジョブマッチングの内容【複数回答】 ※ジョブマッチングを受けた中で最も志望度が高い企業について



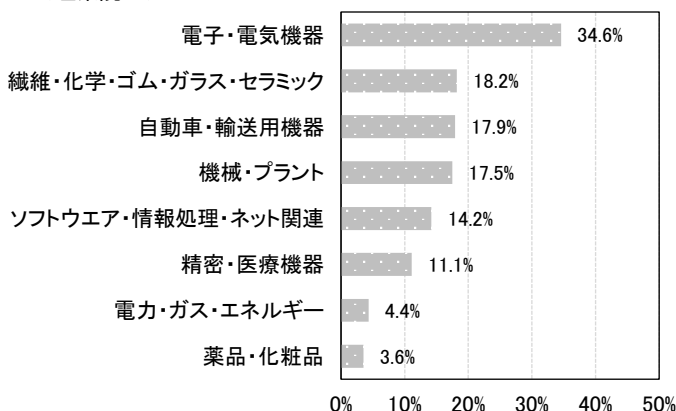
ジョブマッチングを受けた企業の業種【複数回答】 24年卒(n=244) 25年卒(n=189)

※上位5位までに色塗り	25年卒4月						24年卒4月		
	ジョブマッチングを受けた企業の業種			うち最も志望度が高い企業の業種			ジョブマッチングを受けた企業の業種		
	理系全体	理系学部生	理系院生	理系全体	理系学部生	理系院生	理系全体	理系学部生	理系院生
建設・設備工事	3.0%	10.1%	1.6%	1.0%	1.9%	0.8%	1.8%	5.2%	1.1%
住宅・インテリア	1.3%	3.9%	0.8%	1.0%	1.9%	0.8%	0.8%	1.7%	0.5%
食品・農林・水産	1.0%	5.8%	0.0%	0.3%	1.9%	0.0%	2.3%	1.7%	3.2%
アパレル・服飾関連	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.5%
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	18.5%	20.0%	18.2%	14.9%	15.9%	14.7%	13.9%	5.2%	17.2%
薬品・化粧品	4.3%	8.0%	3.6%	2.9%	3.9%	2.8%	6.8%	12.1%	8.6%
鉄鋼・金属・鉱業	2.6%	0.0%	3.2%	0.7%	0.0%	0.8%	3.1%	3.4%	2.2%
機械・プラント	17.3%	16.1%	17.5%	12.0%	12.0%	12.0%	12.9%	1.7%	15.1%
電子・電気機器	31.5%	16.1%	34.6%	22.2%	8.0%	25.0%	31.5%	15.5%	33.9%
自動車・輸送用機器	17.0%	12.2%	17.9%	12.3%	8.2%	13.1%	19.2%	12.1%	18.8%
精密・医療機器	10.6%	8.2%	11.1%	6.6%	4.1%	7.1%	10.4%	0.0%	12.4%
印刷・事務機器・日用品	2.3%	0.0%	2.8%	1.0%	0.0%	1.2%	2.6%	0.0%	3.2%
スポーツ・玩具・ゲーム製品	0.7%	0.0%	0.8%	0.7%	0.0%	0.8%	0.2%	0.0%	0.5%
その他メーカー	2.6%	6.0%	1.9%	1.6%	1.9%	1.6%	1.3%	1.7%	1.6%
総合商社	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
専門商社	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
百貨店・スーパー・コンビニ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
専門店	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
銀行・証券・信用金庫	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
クレジット・信販・リース・その他金融	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
生保・損保	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
放送・新聞・出版	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
広告・芸能	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	15.5%	22.1%	14.2%	13.2%	18.1%	12.2%	18.6%	36.2%	12.4%
ゲームソフト	0.7%	4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
通信	4.7%	12.2%	3.2%	3.7%	12.2%	2.0%	3.1%	6.9%	2.2%
鉄道・航空	2.0%	4.1%	1.6%	2.0%	4.1%	1.6%	3.1%	1.7%	3.2%
陸運・海運・物流	0.7%	4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	1.7%	0.0%
電力・ガス・エネルギー	4.0%	1.9%	4.4%	2.6%	1.9%	2.8%	1.3%	0.0%	1.6%
不動産	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
給食・フードサービス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ホテル・旅行	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
医療・調剤薬局	0.3%	1.9%	0.0%	0.3%	1.9%	0.0%	0.7%	5.2%	0.0%
介護・福祉サービス	1.0%	1.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
アミューズメント・レジャー	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
コンサルティング・調査	1.0%	1.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	1.7%	0.5%
人材サービス(派遣・紹介)	1.7%	10.1%	0.0%	0.3%	1.9%	0.0%	0.7%	3.4%	0.5%
教育	0.3%	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	3.4%	0.5%
エステ・理美容・フィットネス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
冠婚葬祭	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他サービス	0.7%	0.0%	0.8%	0.7%	0.0%	0.8%	0.5%	0.0%	0.5%
官公庁・公社・団体	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

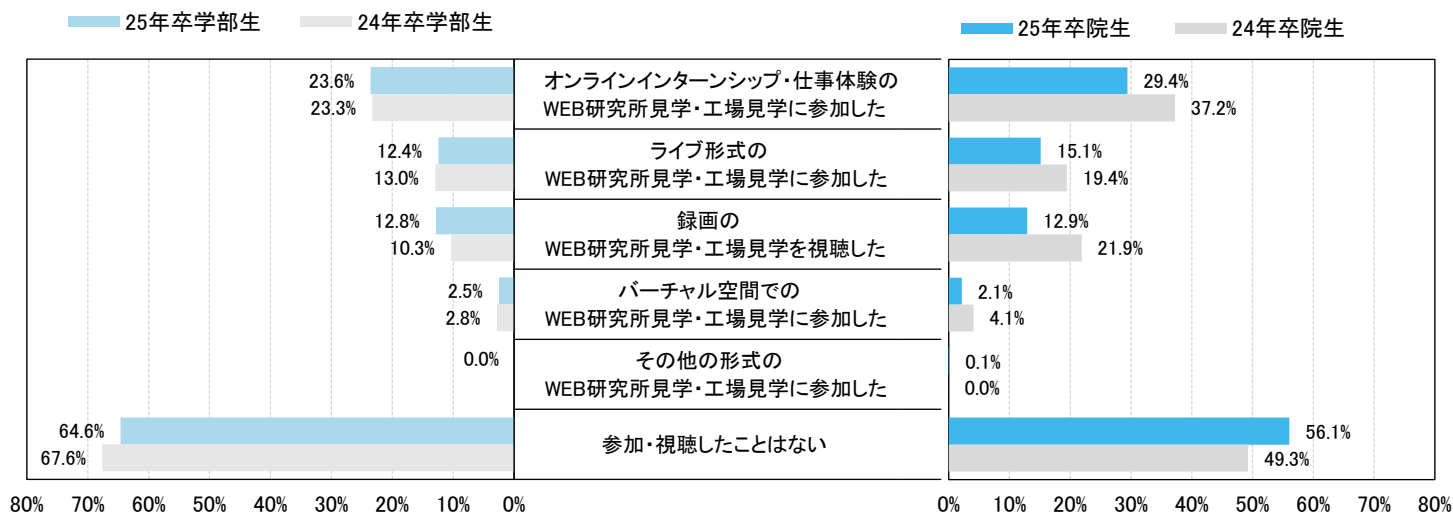
ジョブマッチングを受けた企業の業種【複数回答】*上位抜粋
 <理系学部生> n=35



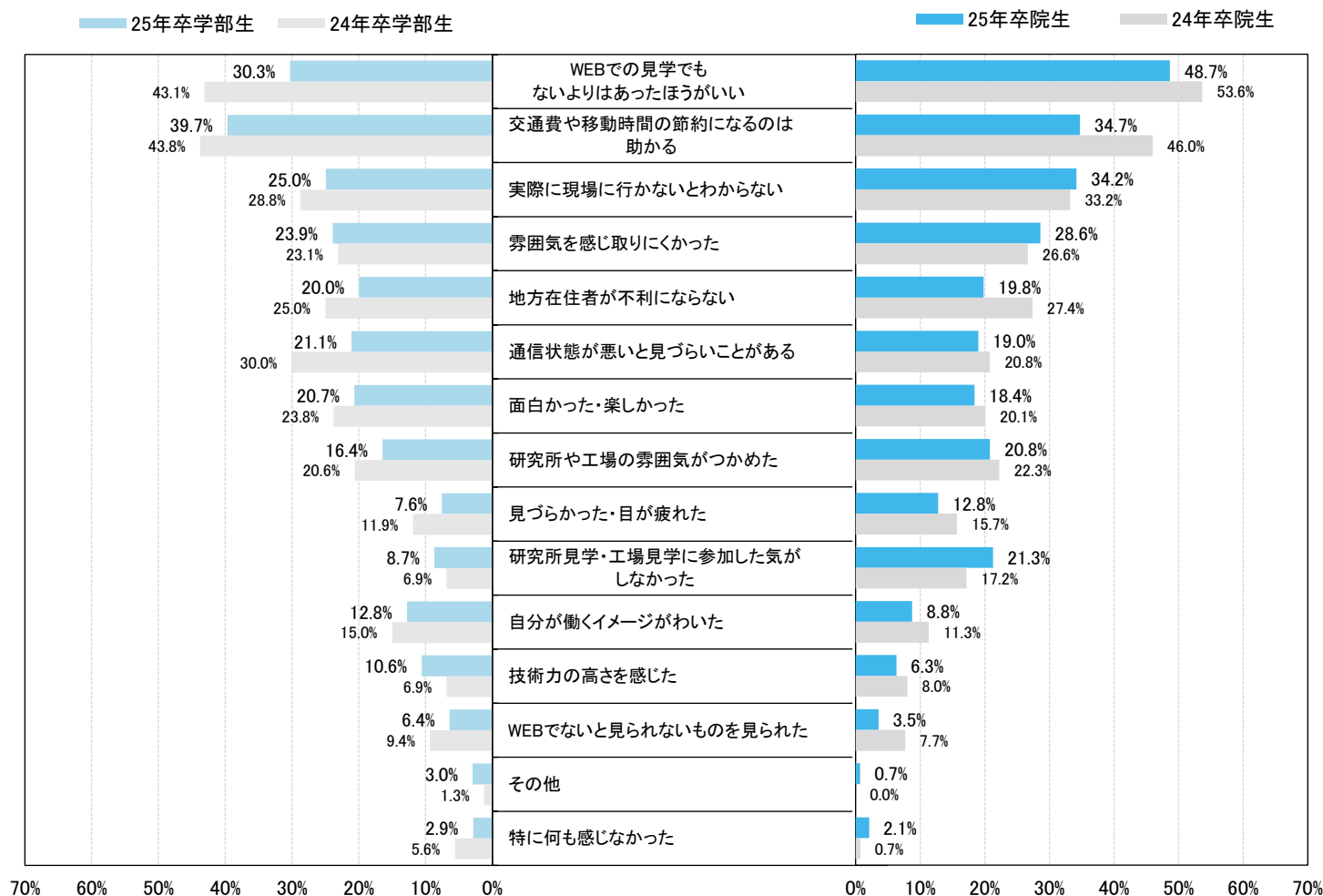
ジョブマッチングを受けた企業の業種【複数回答】*上位抜粋
 <理系院生> n=154



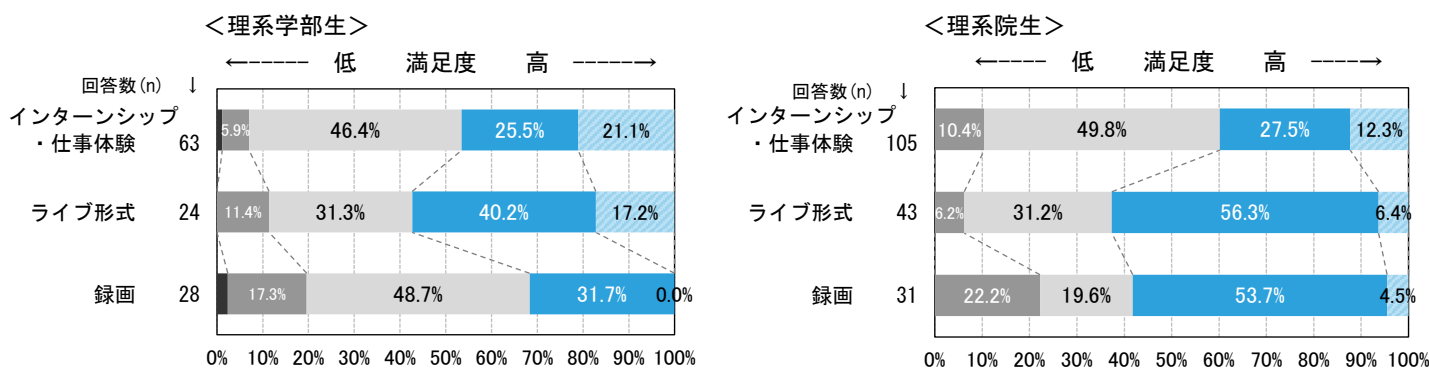
WEBを使った(オンラインの)研究所見学・工場見学に参加したり、録画を視聴した割合【複数回答】



WEBを使った(オンラインの)研究所見学・工場見学に参加・視聴してどのように感じたか【複数回答】



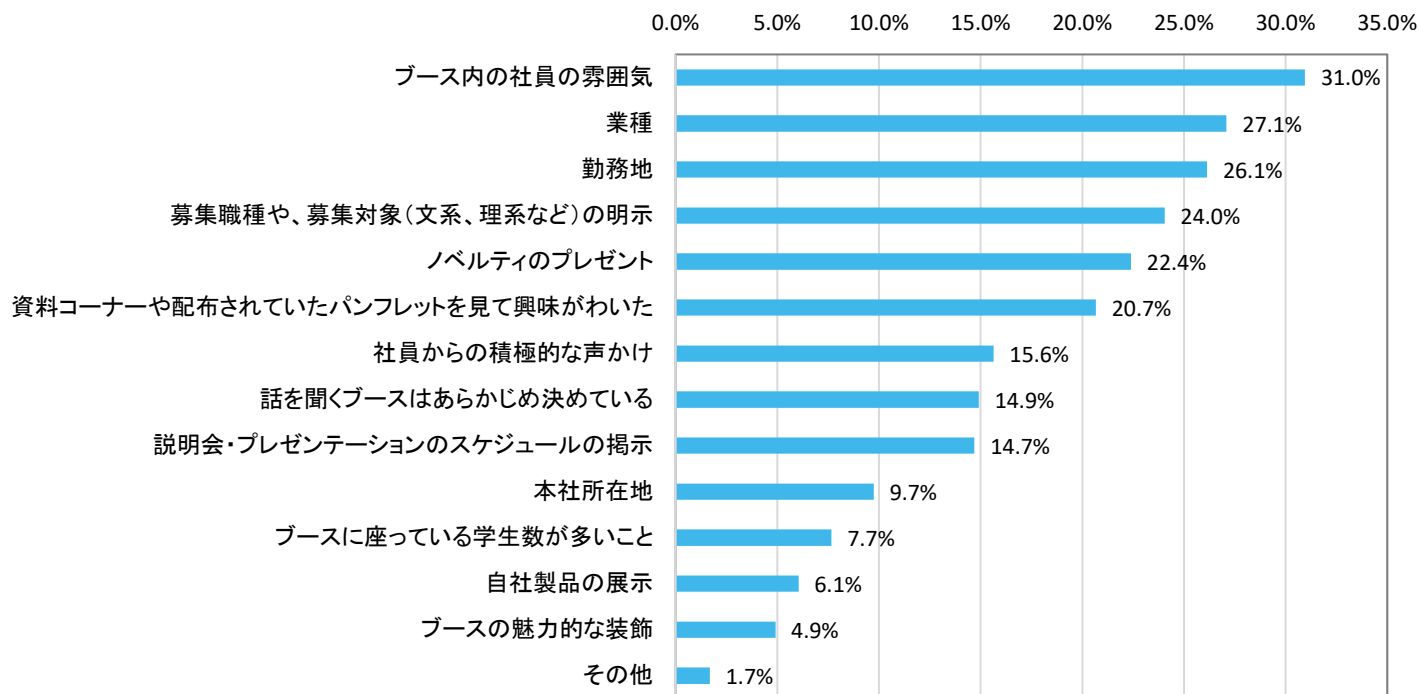
参加・視聴したWEB(オンライン)研究所見学・工場見学にはどの程度満足したか・形式別



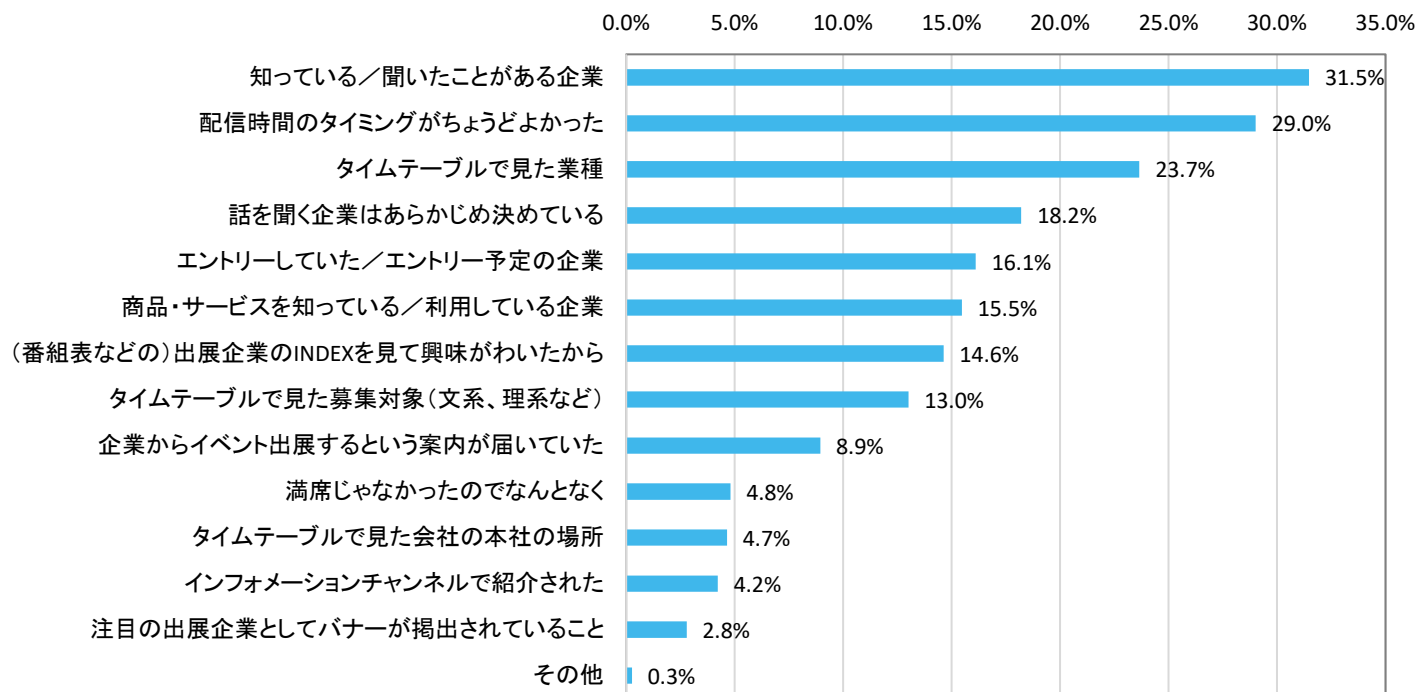
■8: 合同企業セミナー・合同企業説明会について

3月1日以降合同企業説明会に参加したことがある学生に、来場型（リアルイベント）の合同企業説明会でどの企業の話を書くか選ぶ際の判断基準を聞くと、最も回答が多かったのは「ブース内の社員の雰囲気（31.0%）」となった。WEB視聴型の合同企業説明会については、最も回答が多かったのは「知っている／聞いたことがある企業（31.5%）」であった。来場型（リアルイベント）の合同企業説明会とは違い、声かけをするなどのような開催当日にできることは限られるため、合同説明会の開催前に告知広報をすることが参加率を上げるために必要であると考えられる。

【来場型(リアルイベント)の合同企業説明会】どの企業の話を書くかの判断基準 n=400



【WEB視聴型の合同企業説明会】どの企業の話を書くかの判断基準 n=387

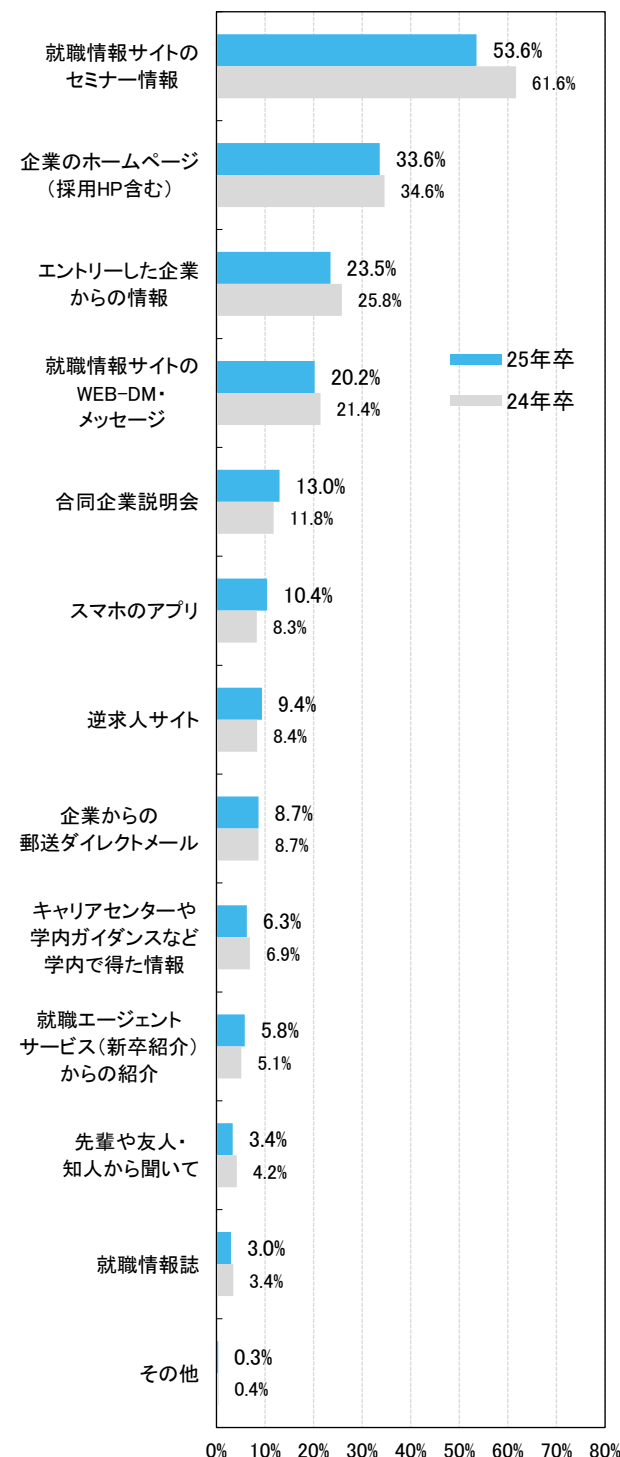


■9: 個別企業セミナーについて *WEBセミナー(個別企業セミナー)を含む

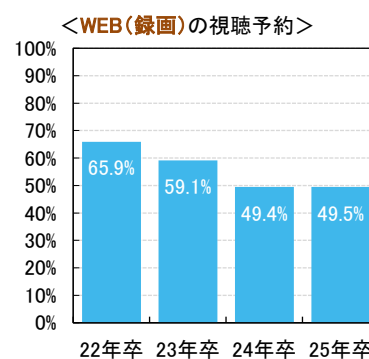
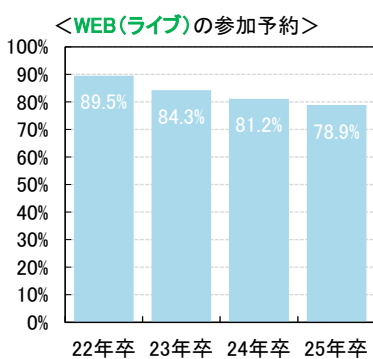
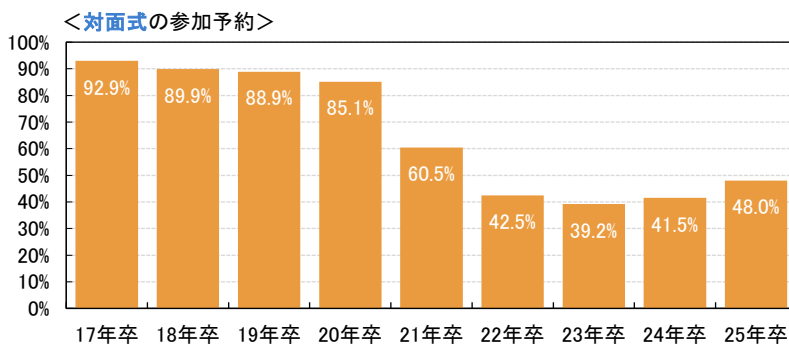
個別企業セミナーを探す方法で最も多かったのは前年と変わらず「就職情報サイトのセミナー情報(53.6%)」となった。次いで「企業のホームページ(採用HP含む)(33.6%)」「エントリーした企業からの情報(23.5%)」の回答が多かった。これまでに個別企業セミナーの予約をしたことがあるかを聞くと、対面式は48.0%で対前年6.5pt増となった。コロナ禍を経て対面式の個別企業セミナーを開催する企業も増えたため、学生の予約も増えたことが考えられる。一方、WEB(ライブ)は78.9%で対前年2.3pt減、WEB(録画)は49.5%で対前年0.1pt増となった。個別企業セミナーについては完全に対面回帰するというわけではなく、対面・WEBの両方が引き続き活用されているようだ。

個別企業セミナー：個別企業の企業研究セミナー・会社説明会
 対面式：対面式の個別企業セミナー。セミナーを主催する企業の担当者に実際に会えるもの
 WEB(ライブ)：ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)
 WEB(録画)：録画形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)

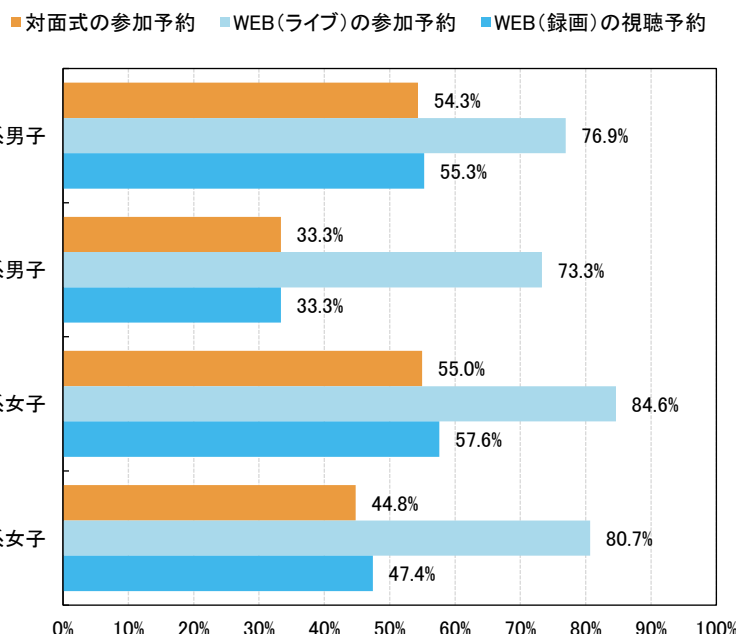
個別企業セミナー*の情報をどのような方法で探しているか【複数回答】*WEBセミナー含む



個別企業セミナーの予約をしたことがある割合・経年

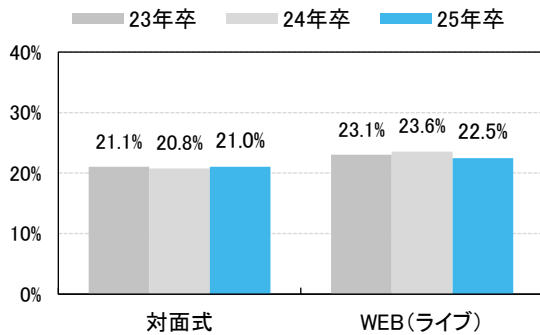


個別企業セミナーの予約をしたことがある割合 <文理男女>

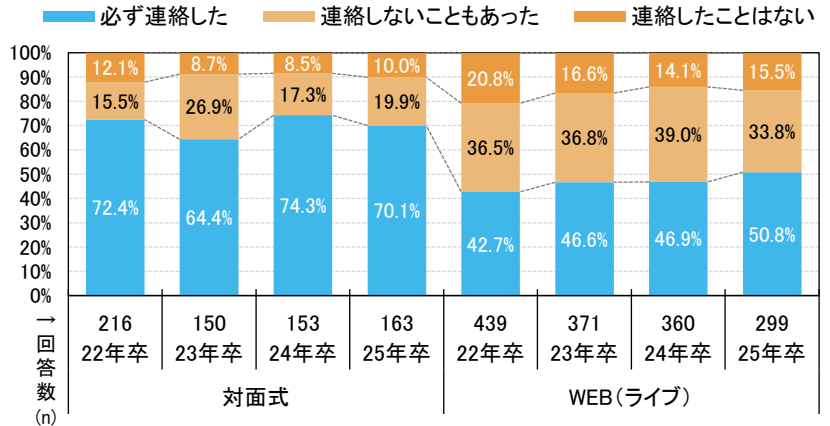


予約した個別企業セミナーに参加しなかったことがある割合は、対面式で21.0%（前年比0.2pt増）、ライブ形式のWEBセミナーで22.5%（対前年1.1pt減）だった。予約した個別企業セミナーに参加するのをやめた際、開催企業に連絡したかを聞くと、対面式では70.1%（対前年4.2pt減）、WEB（ライブ）では50.8%（対前年3.9pt増）となった。必ず連絡していたのは対面式では減少し改善されたが、WEB（ライブ）では増加する結果となっていた。

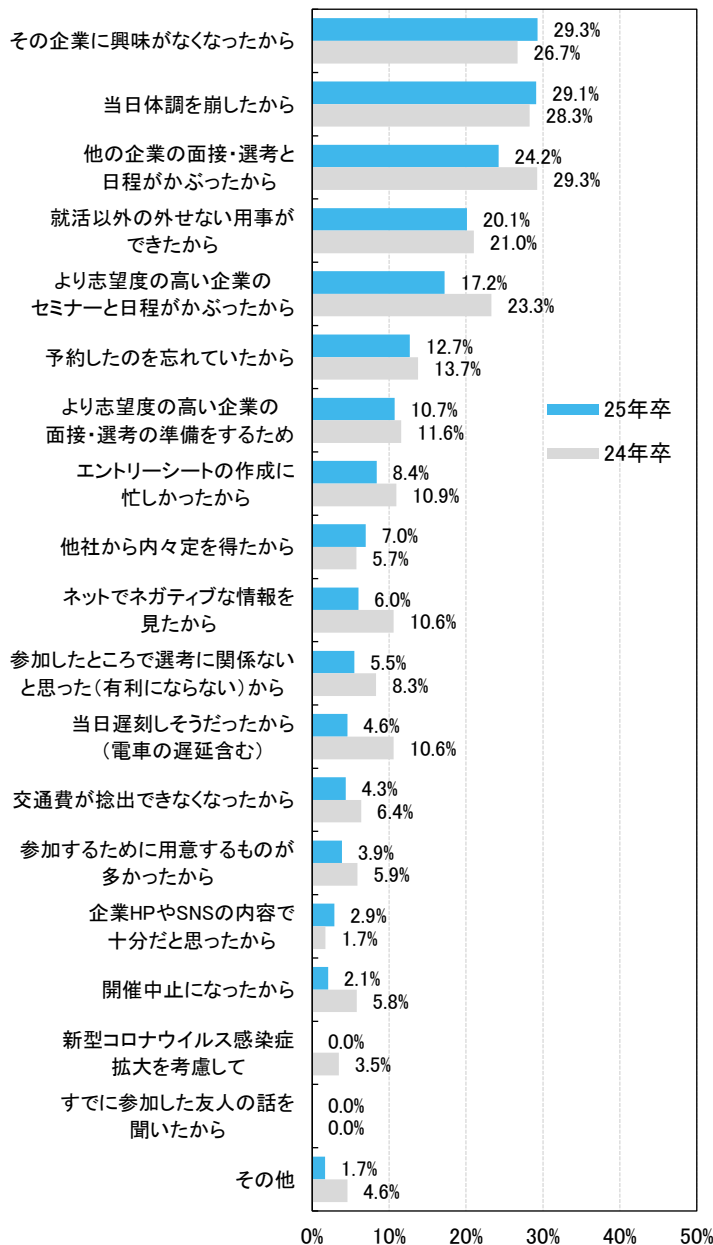
予約した個別企業セミナーに参加しなかった（キャンセル・当日不参加等）ことがある割合



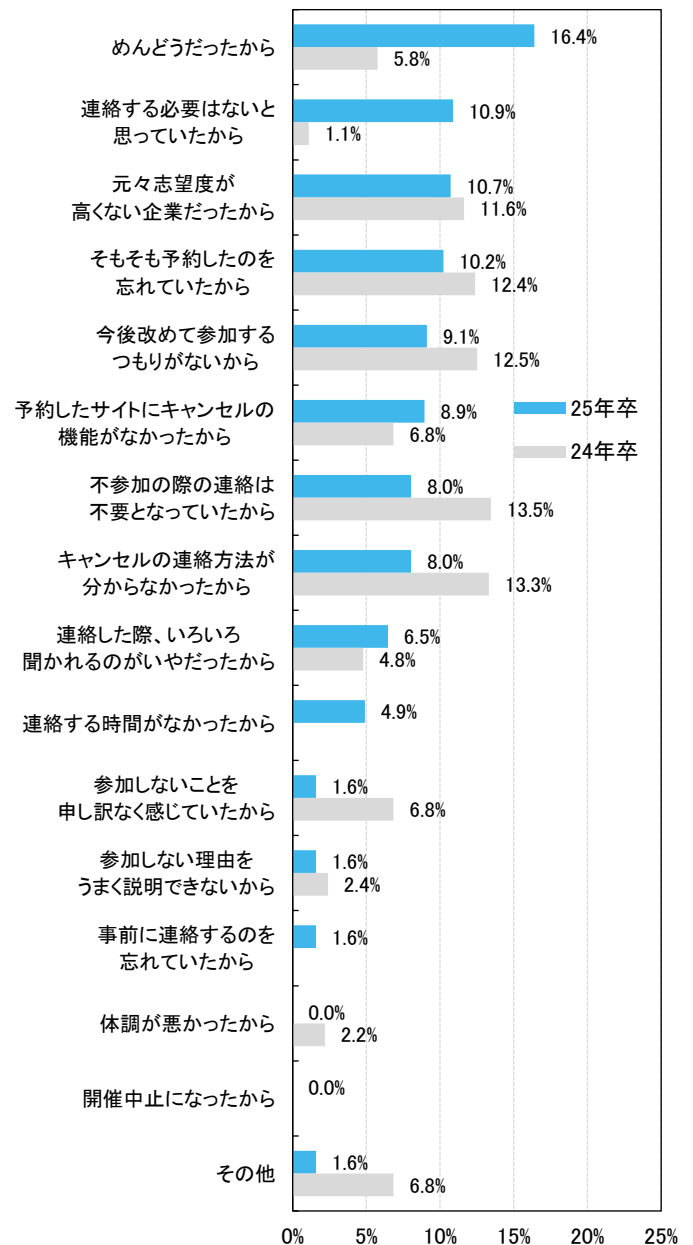
予約した個別企業セミナーに参加するのをやめた際、開催企業に連絡したか



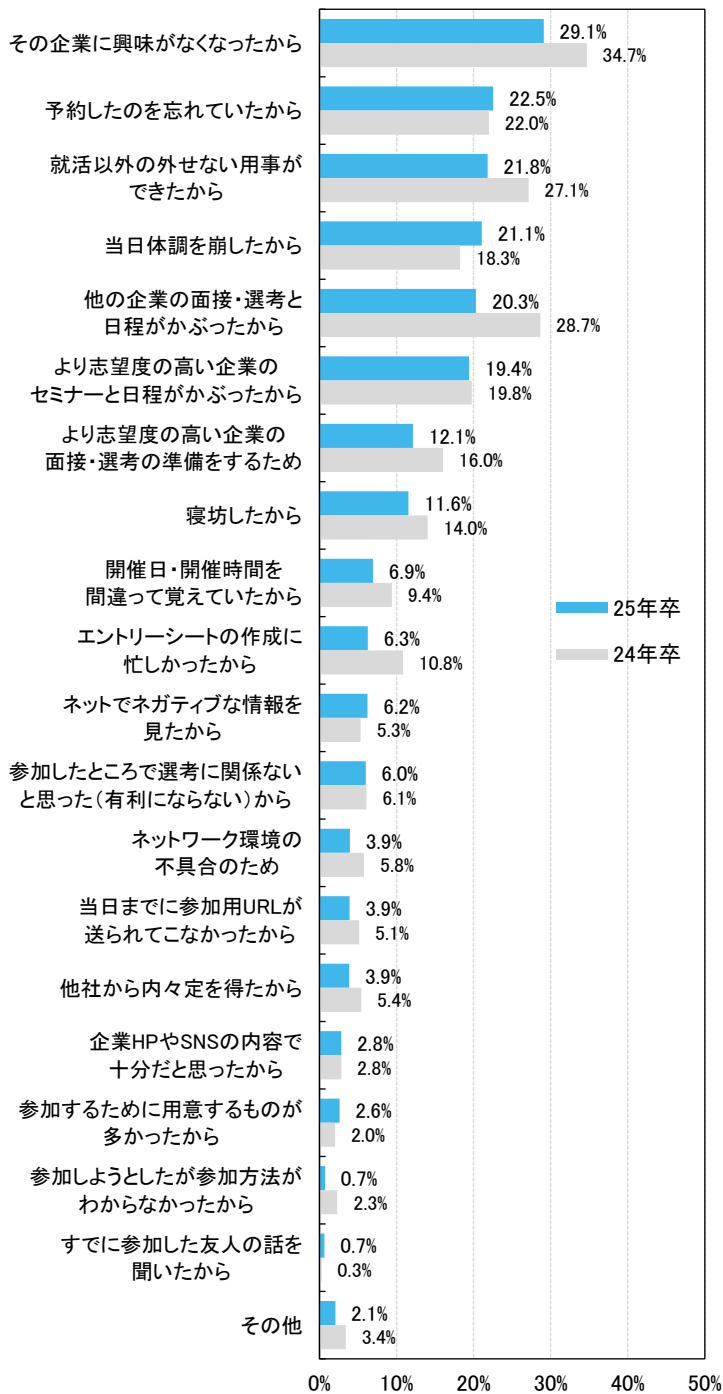
予約した対面式の個別企業セミナーに参加しなかった理由【複数回答】 n=153



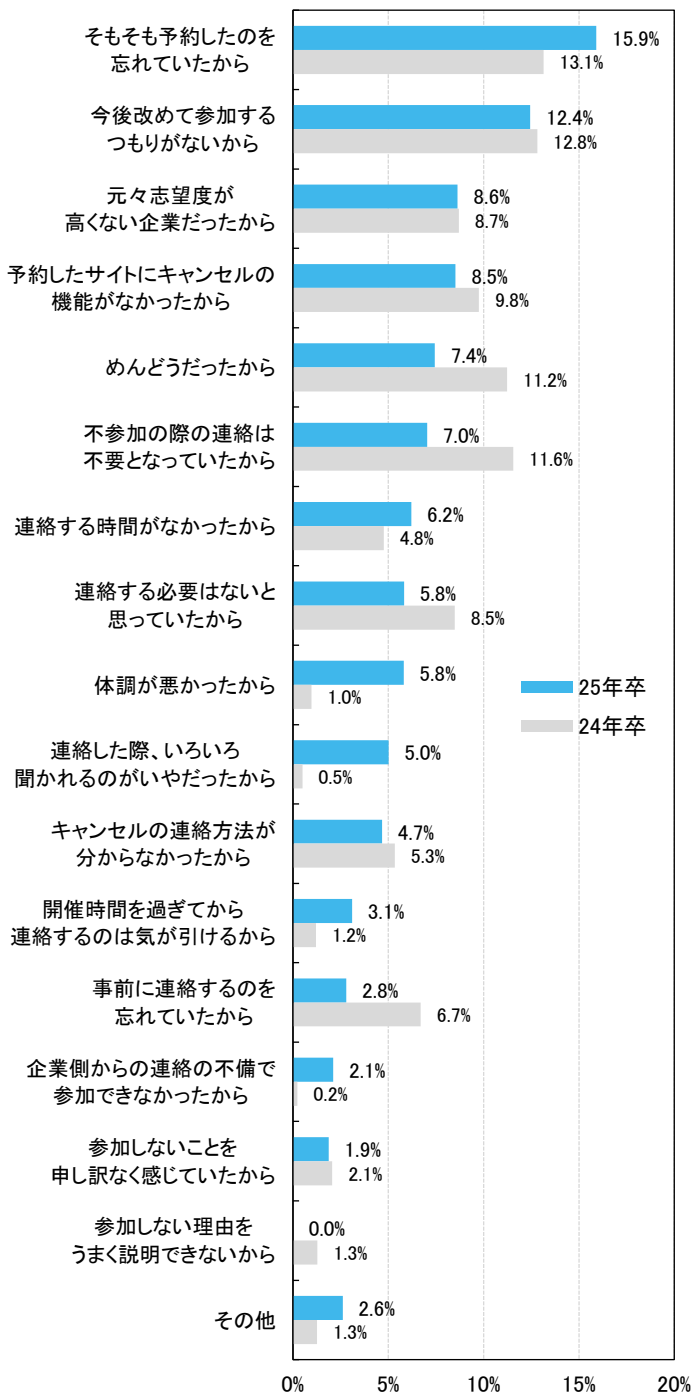
予約した対面式の個別企業セミナーの参加をやめた際、なぜ連絡しなかったか n=37



予約したライブ形式のWEBセミナーに参加しなかった理由

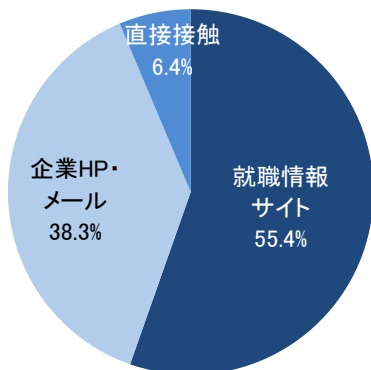


予約したライブ形式のWEBセミナーの参加をやめた際、なぜ連絡しなかったか



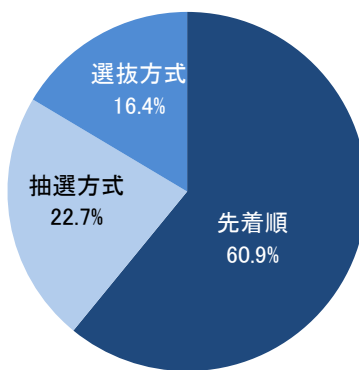
予約した個別企業セミナーの受付方法

n=1,396 *WEBセミナー含む



良いと思う予約方法

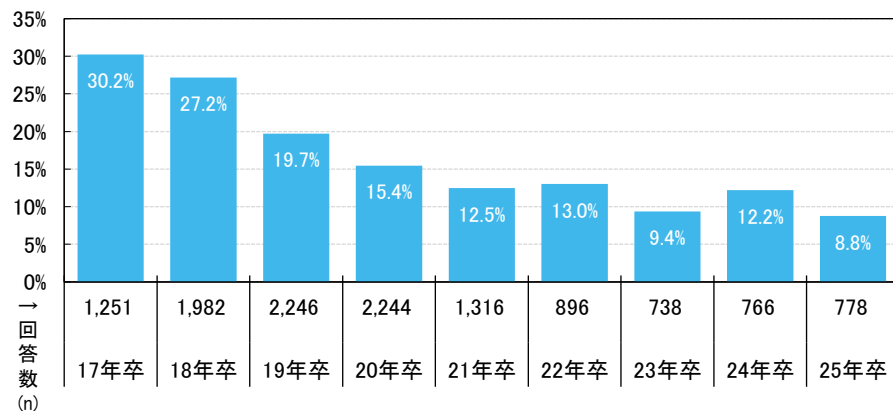
n=1,378 *WEBセミナー含む



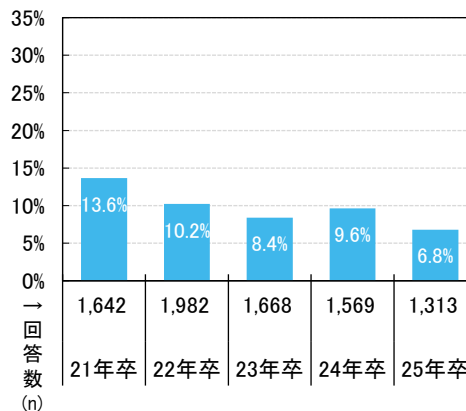
先着順...努力次第で予約が取れるが、常に情報を気にしていなければいけない。
抽選方式...予約開始時間を気にしなくて良いが、抽選方法が曖昧である。
選抜方式...参加するために書類等を提出して判断してもらう。ただし提出・作成の手間が増える。

個別企業セミナーの予約をする際に困った経験がある割合

＜対面式の予約をする際に困った経験＞

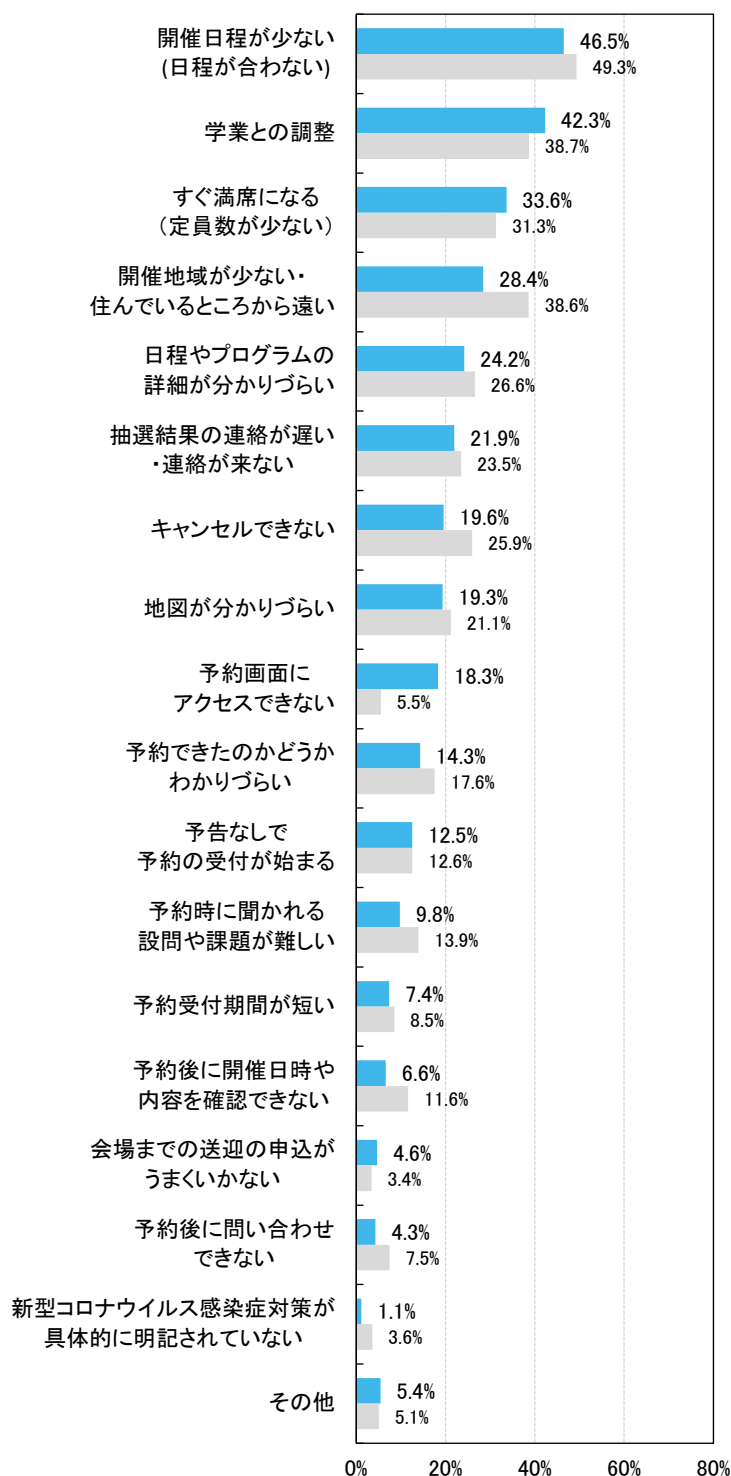


＜WEB(ライブ形式)の予約をする際に困った経験＞



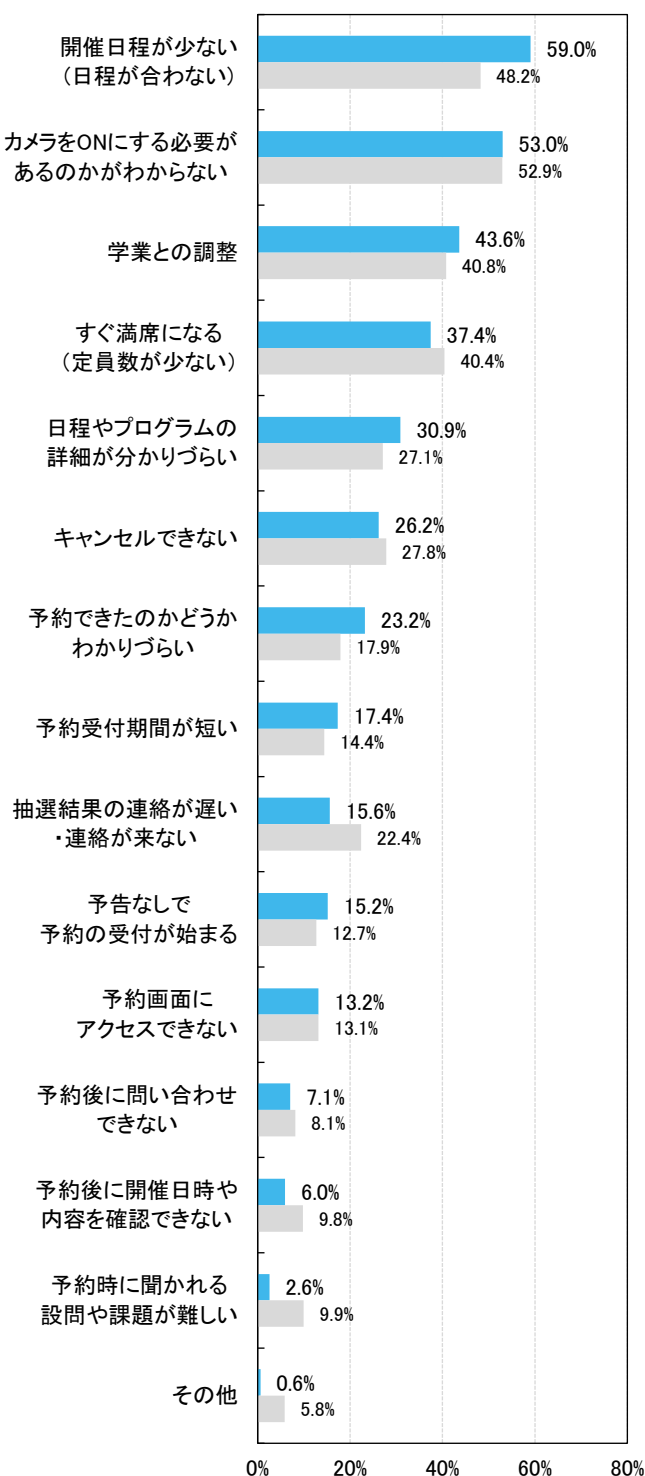
対面式の個別企業セミナーの予約をする際に困ったこと【複数回答】

25年卒 (青)
24年卒 (灰)



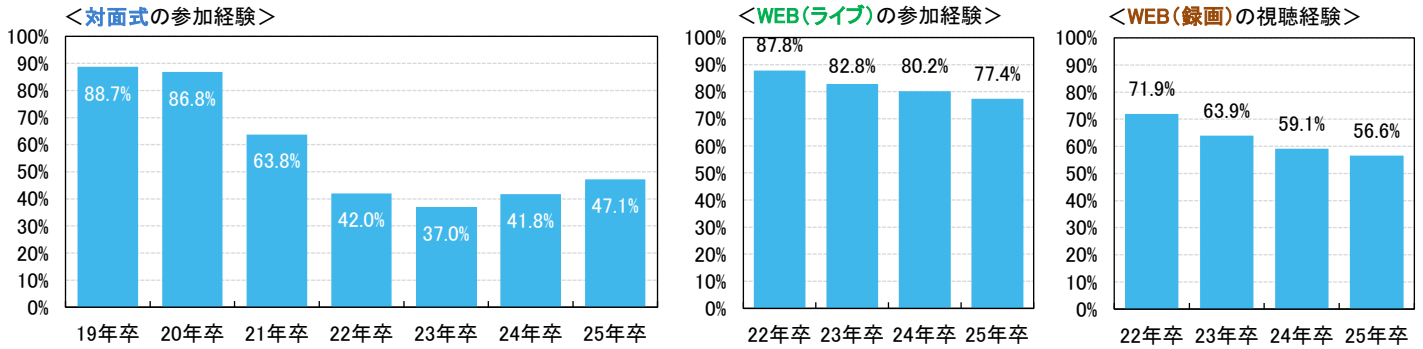
ライブ形式のWEBセミナーの予約をする際に困ったこと【複数回答】

25年卒 (青)
24年卒 (灰)

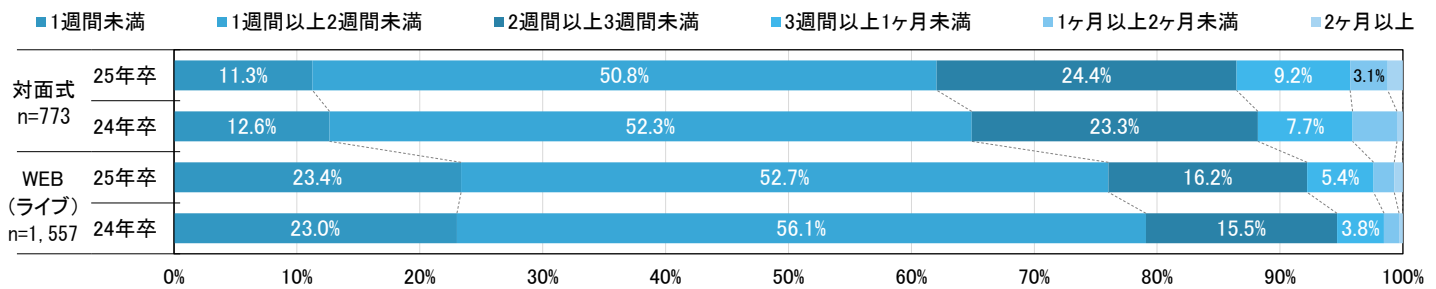


個別企業セミナーの参加・視聴経験について聞くと、対面式は47.1%（対前年6.3pt増）、WEB（ライブ）は77.4%（対前年2.8pt減）、WEB（録画）は56.6%（対前年2.5pt減）となった。対面式の参加率は上昇しているものの、依然WEB形式の参加率の方が高い。録画形式のWEBセミナーを視聴する際、早送りしながら見るかについては、「早送りする（+することもある）」割合は67.2%（対前年4.2pt減）で、前年より減少したものの、タイパ意識の強い世代の特徴がみられる結果となった。個別企業セミナーに参加する前に企業研究などの事前準備をした割合は対面式で56.7%（対前年10.3pt減）、WEB（ライブ）で44.4%（対前年11.0pt減）で、いずれも減少した。

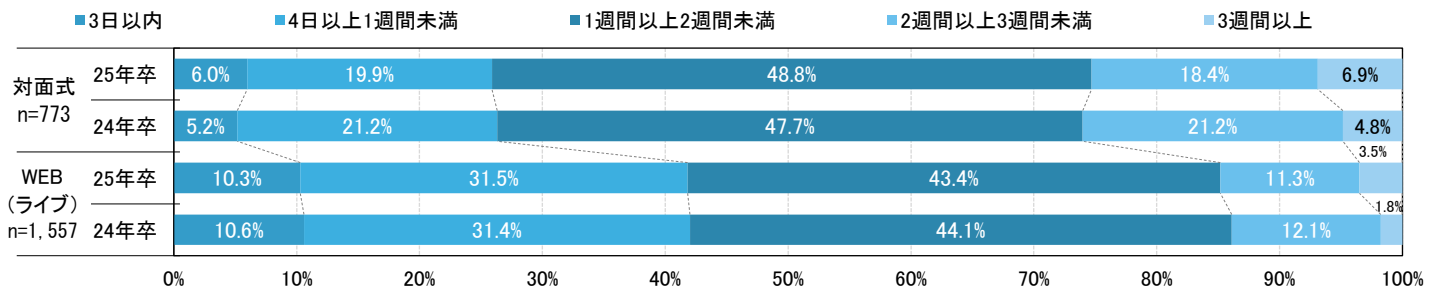
個別企業セミナーの参加・視聴経験がある割合



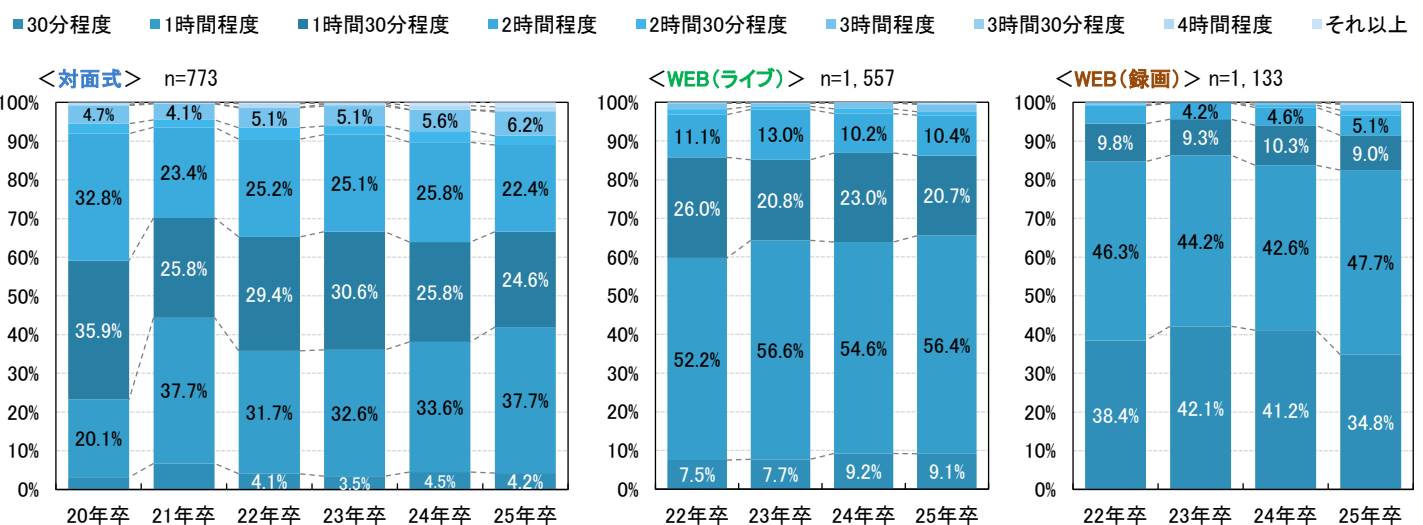
適当だと思う「エントリー」から「個別企業セミナーに参加する」までの期間



参加しやすい「予約」から「開催日」までの間隔

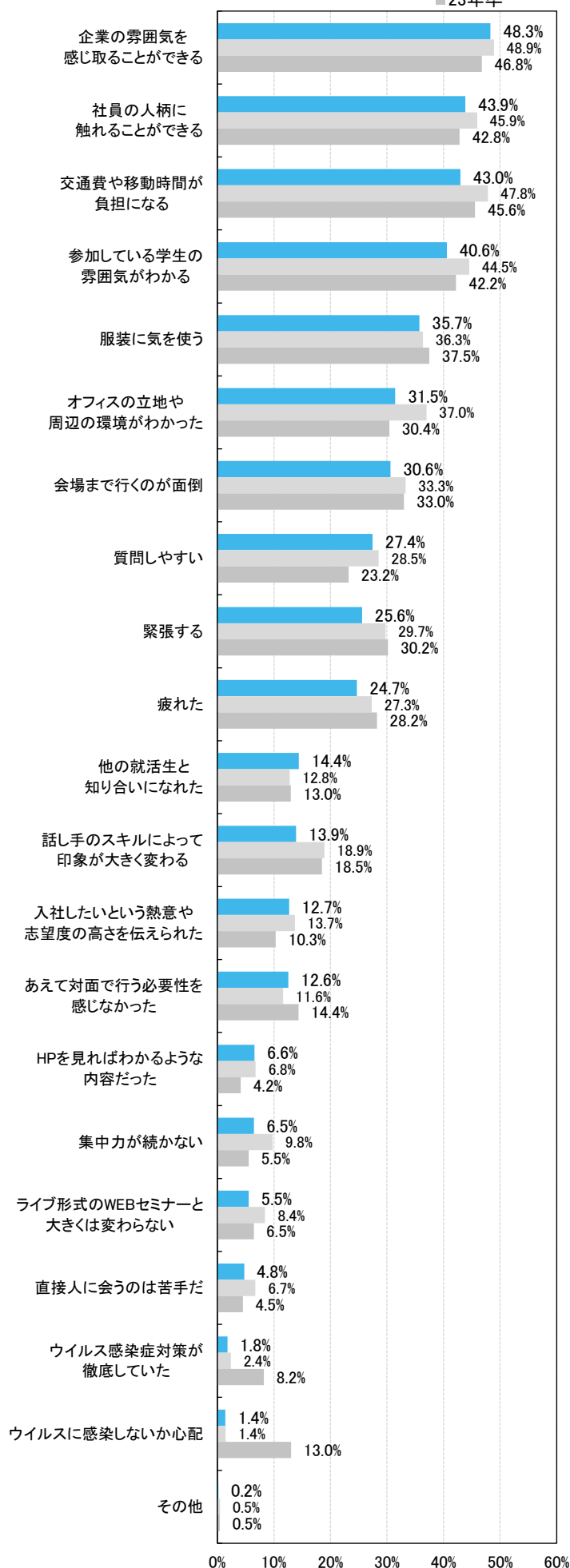


最も参加・視聴しやすいと思う個別企業セミナーの長さ



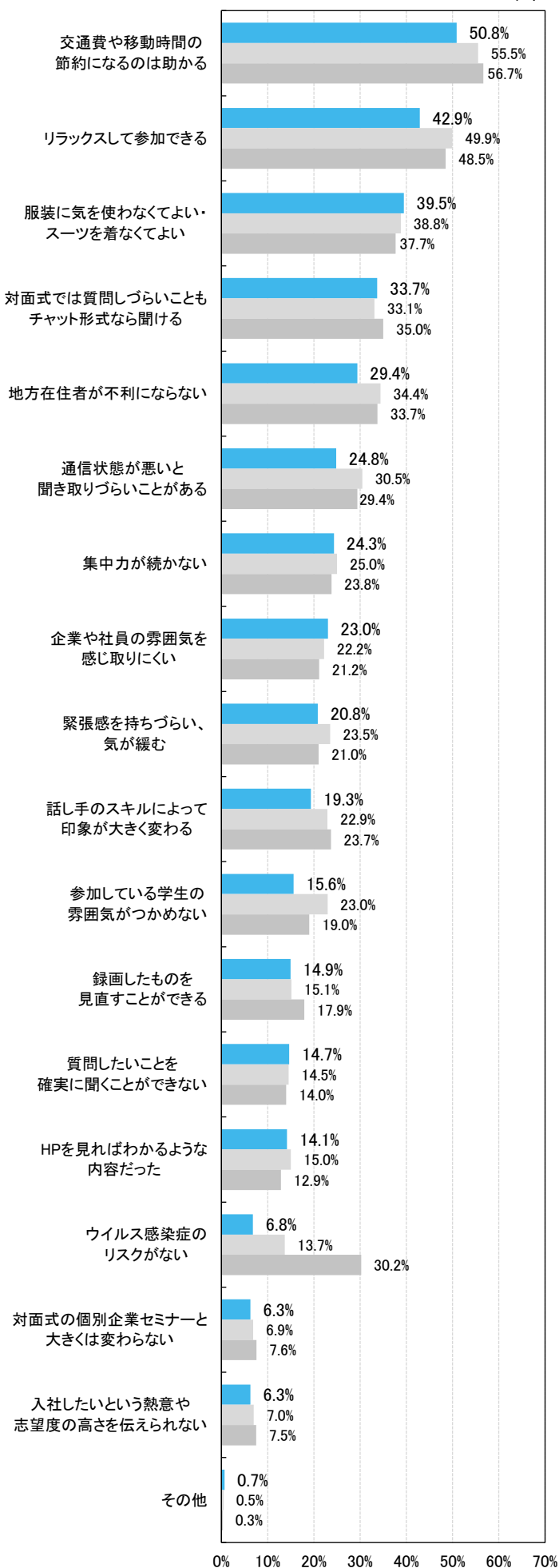
対面式の個別企業セミナーに参加して
思ったこと【複数回答】 n=763

■ 25年卒
■ 24年卒
■ 23年卒



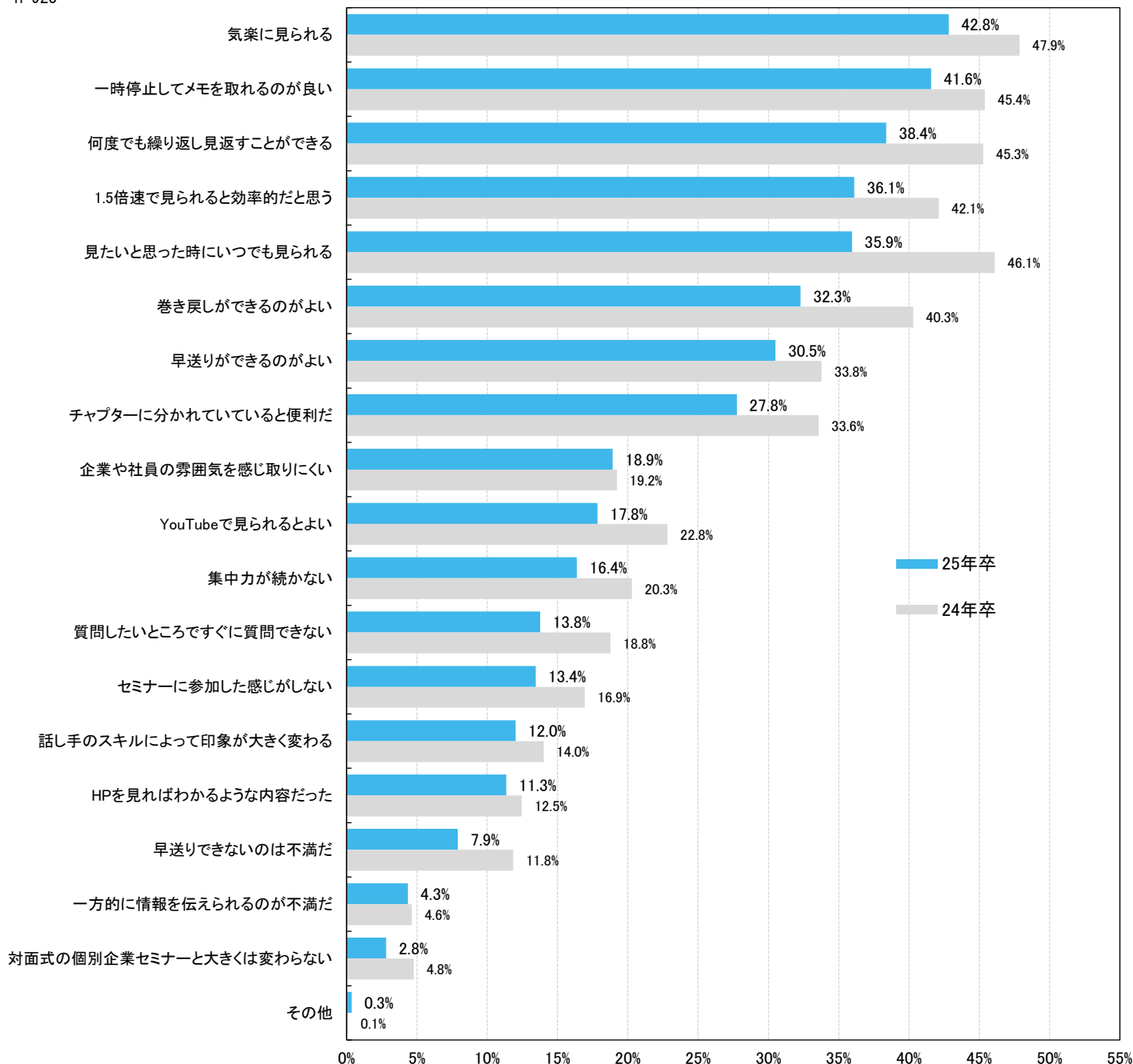
ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)に参加して思ったこと【複数回答】 n=1,279

■ 25年卒
■ 24年卒
■ 23年卒



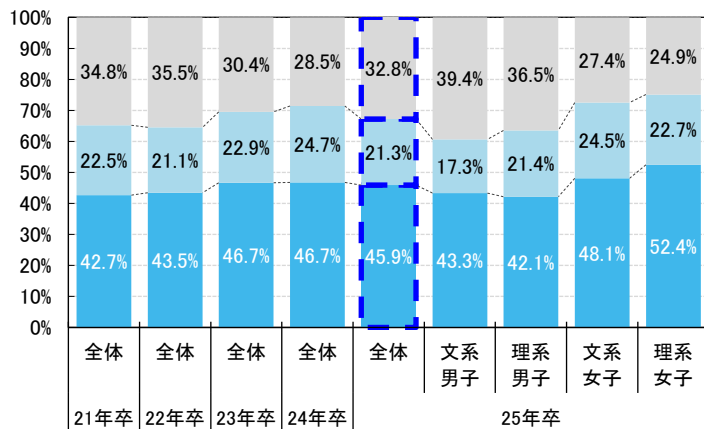
録画形式のWEBセミナー（個別企業セミナー）を視聴して思ったこと【複数回答】

n=923



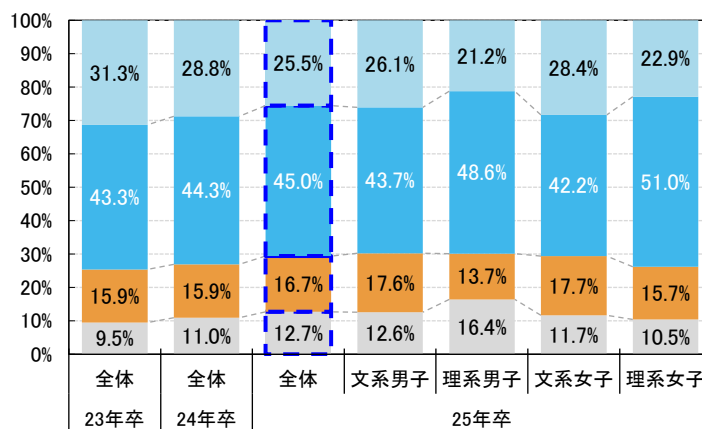
録画形式のWEBセミナーを視聴する際、早送りしながら見るか

- いつも早送りしながら見る
- 早送りすることもある
- 早送りはしない



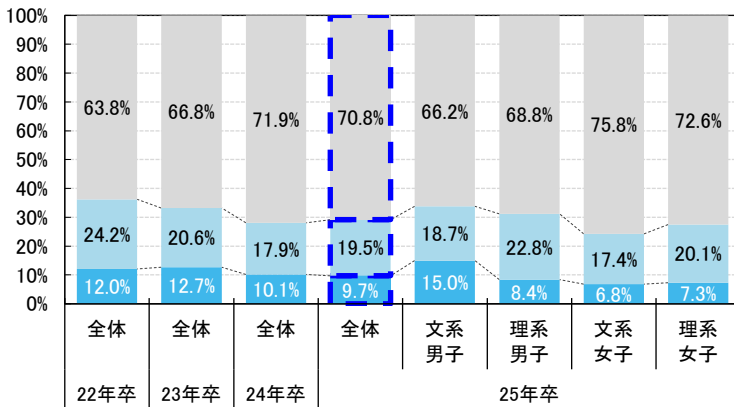
ライブ形式と録画形式のWEBセミナーについてあなたの考えにあてはまるもの

- ライブ形式のWEBセミナーに参加できれば録画はいらない
- ライブ形式のWEBセミナーに参加した後、録画も見たい
- 録画形式のWEBセミナーが視聴できればライブ形式はいらない
- どちらとも言えない



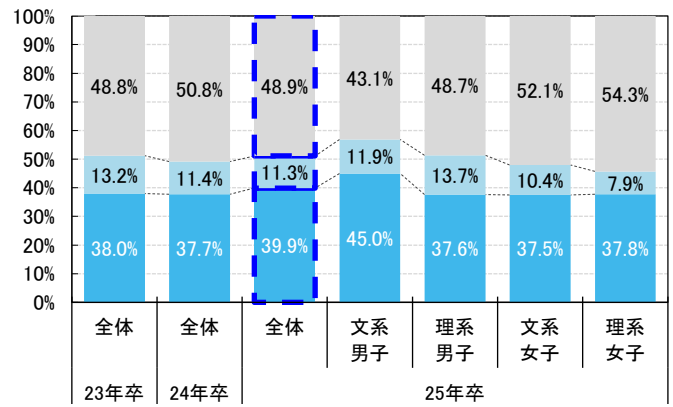
参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を、終了後改めて見直したことはあるか

- 見直したことはない
- 見直したことがある
- 参加したWEBセミナーの録画はすべて見直した



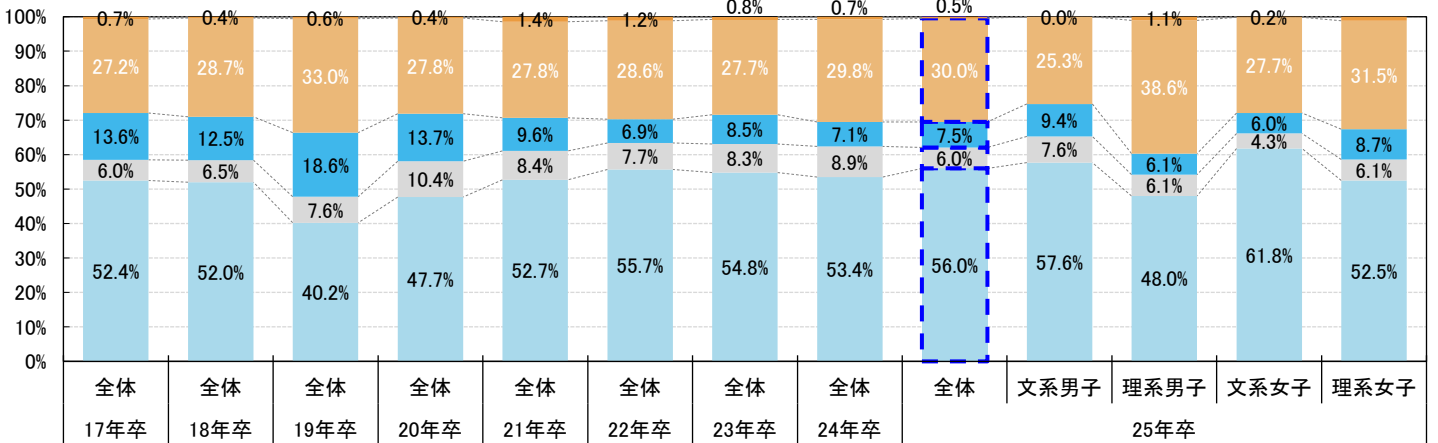
参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を、終了後改めて見直したいと思ったのに、録画が公開されていないという経験はあるか

- ライブ形式のWEBセミナーを録画で見直したいと思ったことはない
- 見直したいと思ったWEBセミナーの録画はすべて見直せた
- 見直したいと思ったのに録画が公開されていないことがある



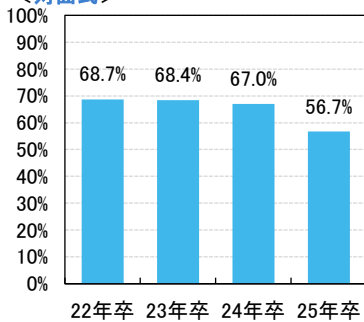
志望度の高い企業同士のセミナー日程が重なったらどうするか ※ライブ形式のWEBセミナーを含む

- 日程が追加されるのを待つ
- 企業に日程追加をお願いする
- 別地域で開催される日程で参加する
- 一方のセミナー参加をあきらめる
- その他

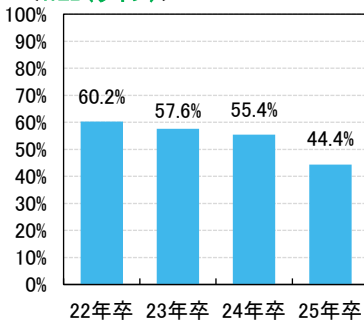


個別企業セミナーに参加する前に、企業研究などの事前準備をした割合

<対面式>

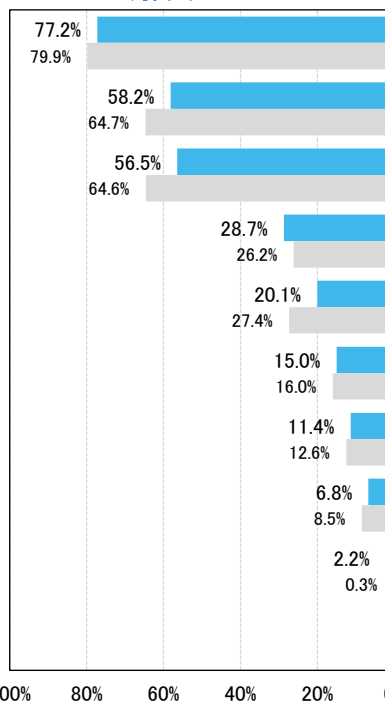


<WEB(ライブ)>

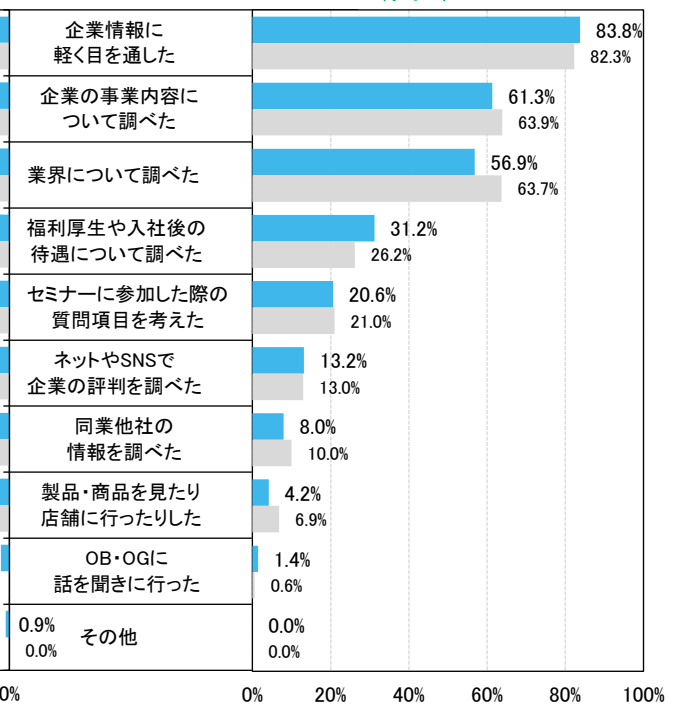


具体的に行った準備【複数回答】

<対面式> n=434



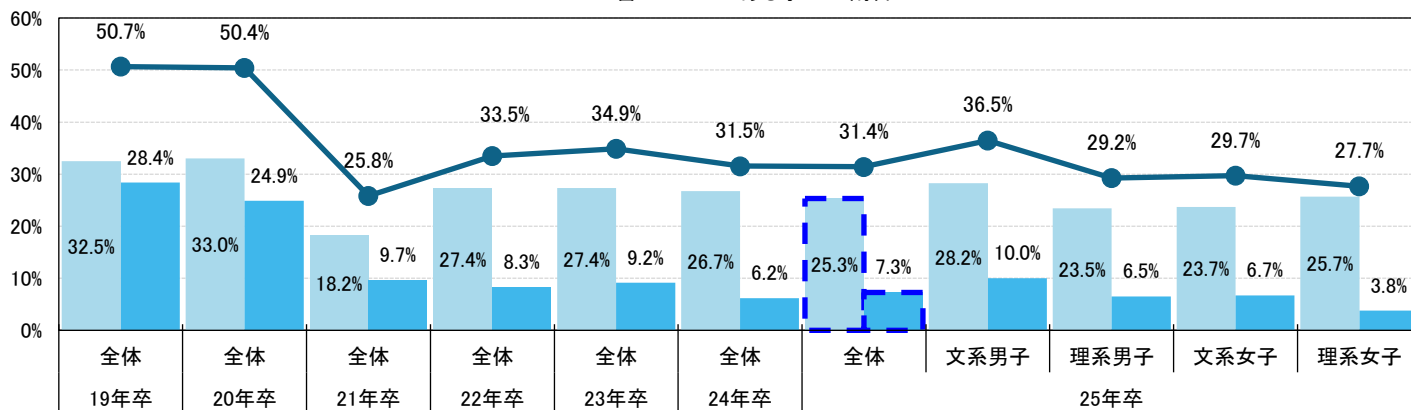
<WEB(ライブ)> n=573



個別企業セミナー*に参加するためにエントリーシートを書いたことがあるか【複数回答】

*ライブ形式のWEBセミナーを含む

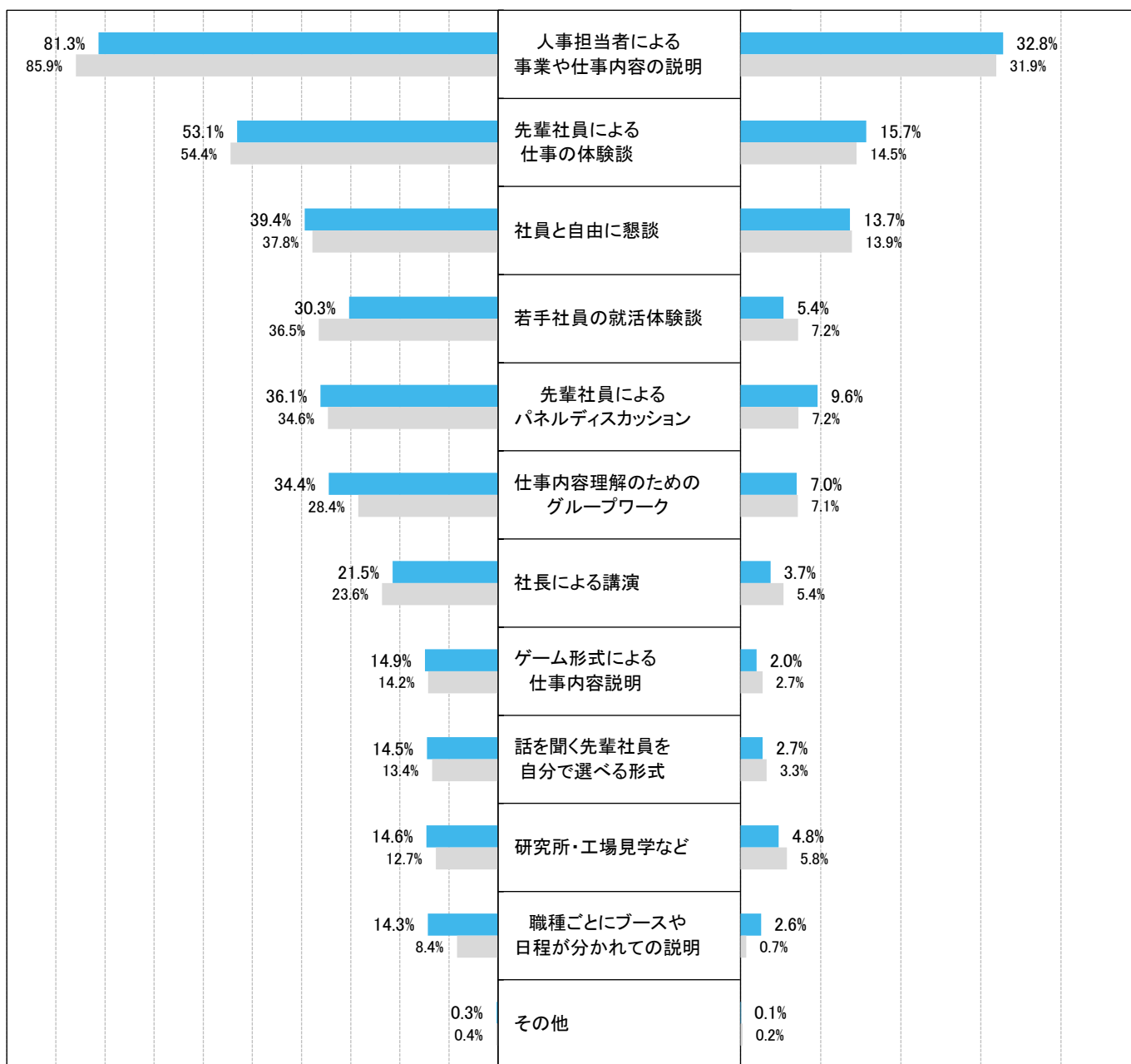
■ 通過者だけが参加できるセミナーに参加するために書いたことがある
■ 当日提出するために事前に書いたことがある
● 書いたことがある学生の割合



これまでに参加した
対面式の個別企業セミナーの形式
【複数回答】 n=763

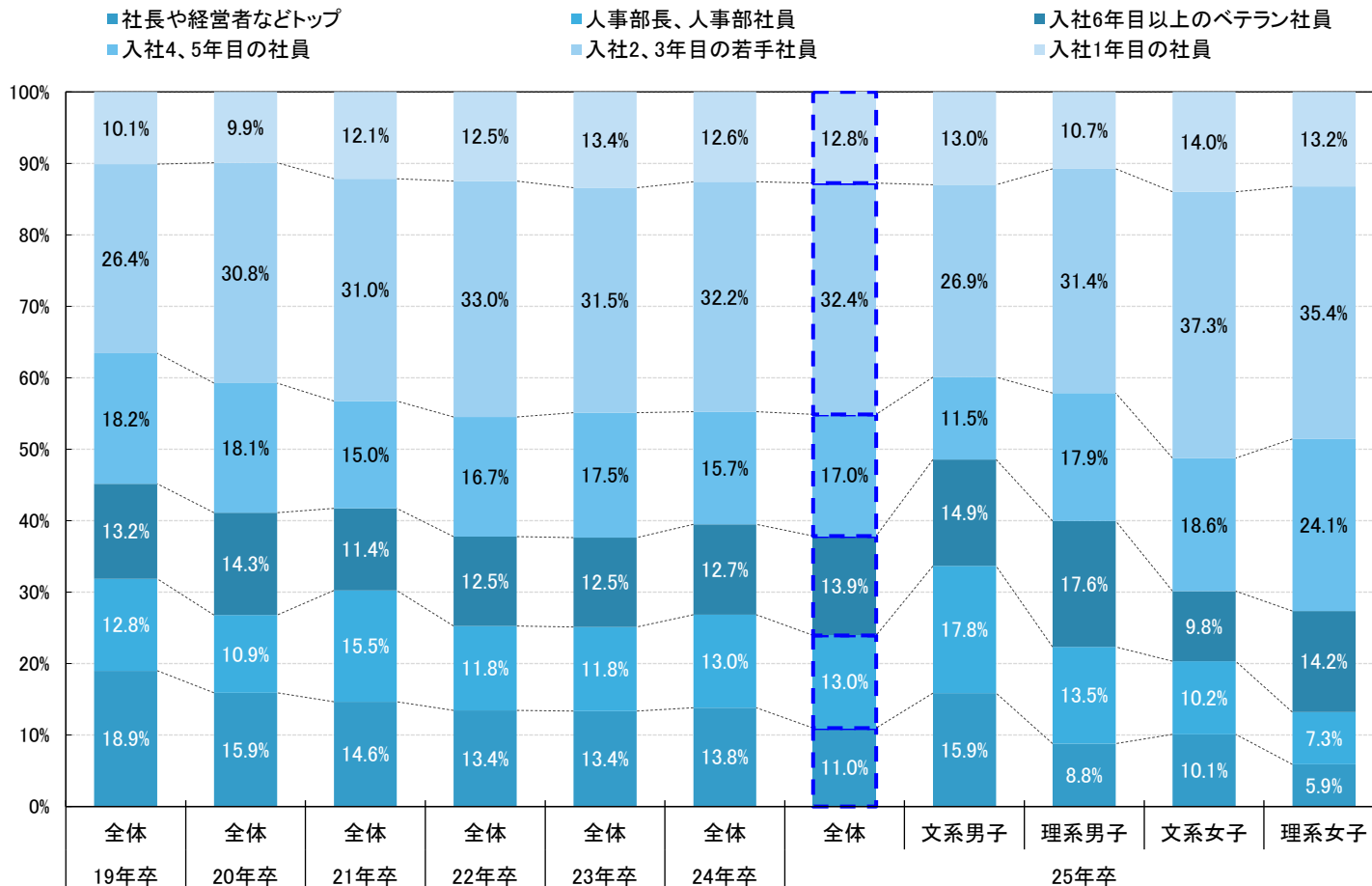
これまでに参加した
対面式の個別企業セミナーの中で、
最も良いと思った形式 n=763

■ 25年卒
■ 24年卒

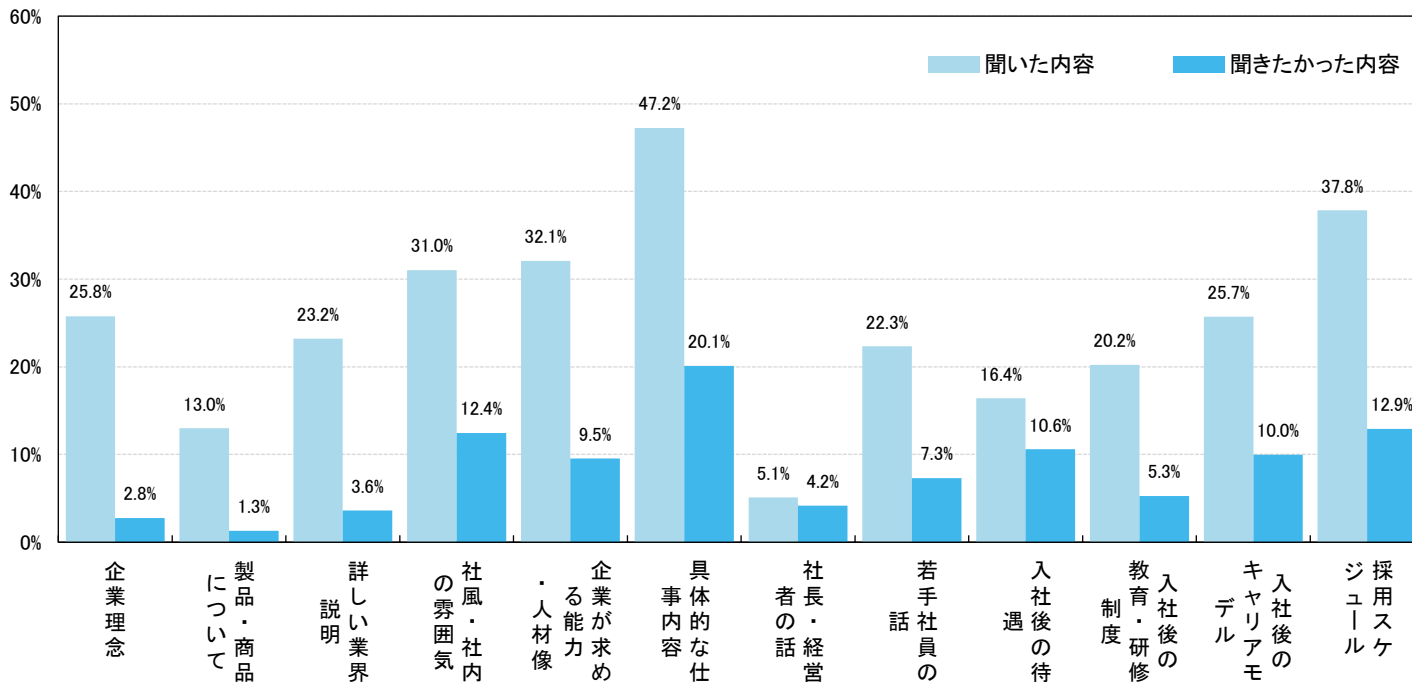


個別企業セミナーで最も話を聞きたい人は誰か聞いたところ「入社2、3年目の若手社員（32.4%、対前年0.2pt増）」の割合が最も高く、19年卒の26.4%と比較すると6.0pt増加している。「社長や経営者などトップ（11.0%、対前年2.8pt減）」は同じく19年卒と比較すると18.9%から7.9pt減少した。
 個別企業セミナーの内容については、聞いた内容・聞きたかった内容ともに、最も回答が多かったのは「具体的な仕事の内容（47.2%／20.1%）」であった。

個別セミナー*で最も話を聞きたい人は誰か *WEBセミナー含む

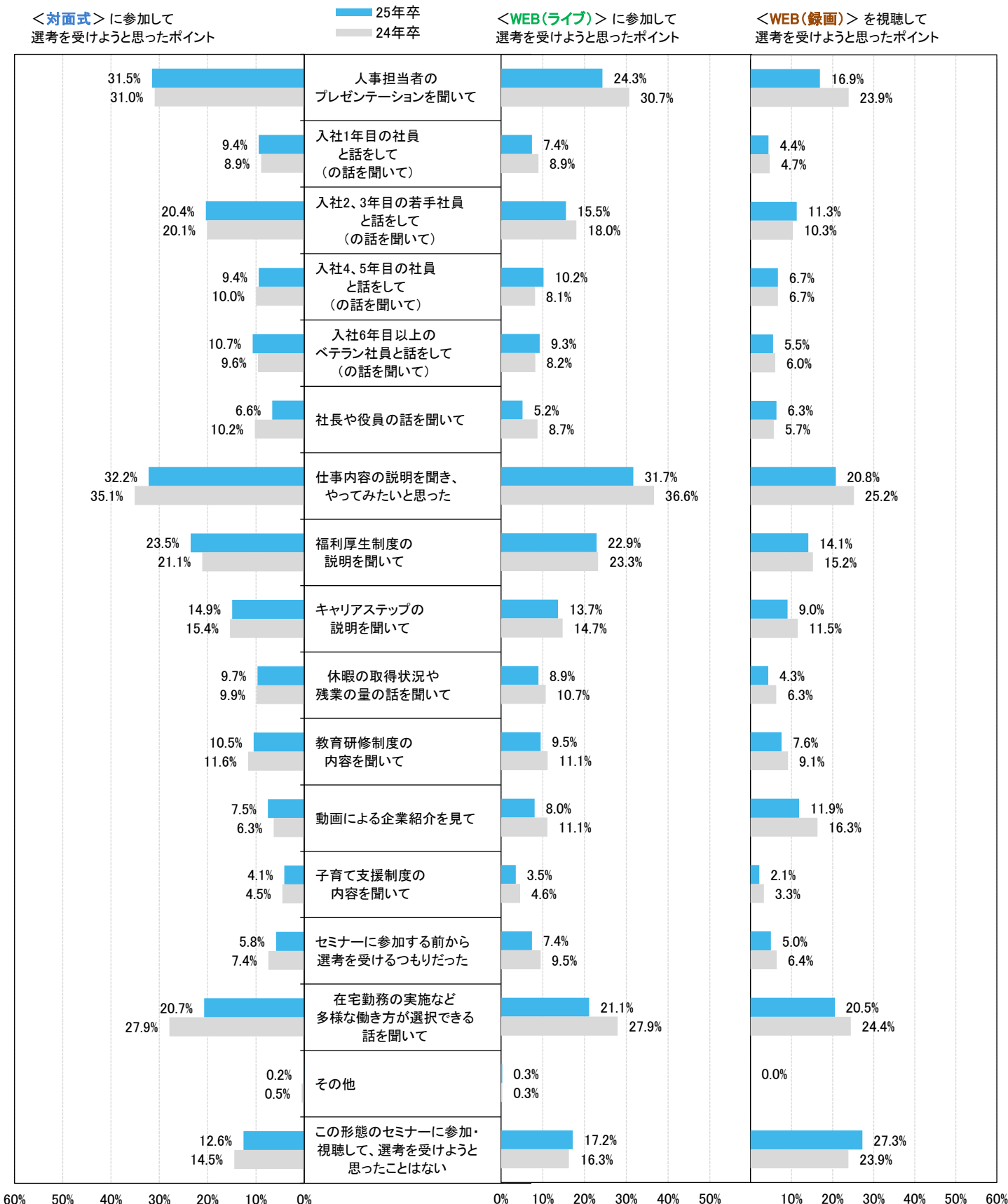


個別企業セミナー*で実際に聞いた内容／聞きたかった内容【各3つ選択】 *WEBセミナー含む



個別企業セミナーに参加・視聴したことで、その企業の採用選考を受けようと思ったポイントを聞くと、いずれの形式においても最も回答の多かったのは「仕事内容の説明を聞き、やってみたいと思った」であるが、いずれの形式でも昨年より回答が減少していた。
 ※対面式32.2%（対前年2.9pt減）／WEB（ライブ）31.7%（対前年4.9pt減）／WEB（録画）20.8%（対前年4.4pt減）
 個別企業セミナーに参加・視聴したことで、その企業の採用選考を受けるのをやめようと思ったポイントを聞くと、多くの項目で昨年より回答率が減少していた。最も回答が多かったのは「仕事内容が自分には合わないと思った（18.3%）」であるが、対前年で回答率としては3.8pt減少している。

個別企業セミナーに参加・視聴したことで、その企業の採用選考を受けようと思ったこと**はあるか**
 および、採用選考を受けようと思ったポイント【複数回答】



個別企業セミナーに参加・視聴したことで、その企業の採用選考を受けるのをやめようと思ったことはあるか
および、受けるのをやめようと思ったポイント【複数回答】

■ 25年卒
■ 24年卒

