

マイナビ 2027年卒 インターンシップ・キャリア形成支援活動に関する企業調査

■実施要綱

調査依頼方法

- ・採用・育成・組織戦略の課題に寄り添うマイナビ運営の情報メディア「HUMAN CAPITAL サポネット」会員にメールマガジンにて案内
- ・マイナビ2027利用企業担当者宛にメールマガジンにて案内



【集計に関して】

全体の回答率を算出するにあたり、有効回答企業数の業種別構成比を本来の比率と等しくする為、経済センサス基礎調査及び総務省HPを基に、ウエイトバック集計を行っている。基準数値は平成26年度 経済センサス基礎調査の従業員5名以上の企業数と公務他団体数(自治体+特別区+中央省庁+復興庁)を参照している。業種分類は、経済センサスにおける分類を弊社分類の42業種に割り当てている。なお、17年卒以前の数値は、ウエイトバック処理なしの値で表示する。

※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。

調査期間

- ・2025年11月14日(金)～11月28日(金)

回答方法

- ・マイナビ運営の情報メディア「HUMAN CAPITAL サポネット」/調査案内メール掲載のWEBフォームへ入力

有効回答数

1,282社 (上場 115社 ・ 非上場 1,167社 | 製造 461社 ・ 非製造 821社)

■目次

実施要綱 / 目次	1
TOPICS	2
インターンシップ・キャリア形成支援活動に関する定義改正の理解度	16
タイプ3・4で必須となっている項目の実施状況/27年卒で実施(実施予定)のプログラムのタイプ	18
インターンシップで得られる学生情報の活用予定/活用予定の項目	19
インターンシップ参加学生への優遇策	21
タイプ3・4実施において苦労している点、今後の課題として感じる点	23
インターンシップ・仕事体験以外にプレ期間に実施したこと(予定含む)	24
27年卒向けのインターンシップ・仕事体験を実施した・または実施予定か	26
開催形式(WEB・対面)別インターンシップで実施予定のプログラム内容	27
実施時期・実施期間(日数)	29
昨年と比較した応募学生数・参加学生数の変化	31
実施時期について学業への配慮を行っているか	32
学業への配慮以外で参加希望の学生への対応として行っているもの	33
学生に対する参加時の服装に関する案内/参加学生への報酬支給の有無/報酬を支給する理由	34
インターンシップ・仕事体験において参加学生のどのような点を見ているか	36
インターンシップ・仕事体験において参加学生にどのようなことを期待しているか	37
(インターンシップ・仕事体験タイプ別)実施したことで得られた効果	38
参加学生を見るポイント(社会人基礎力)	43
参加を通じて学生に成長を期待する見るポイント(社会人基礎力)	44
27年卒向けのインターンシップ・仕事体験における問題点	45
27年卒向けのインターンシップ・仕事体験の母集団形成について【現時点の印象】と【今後の見通し】	48
27年卒採用におけるWEB・対面の使い分け	49
(インターンシップ、合同企業セミナー、個別企業セミナー、1次面接、最終面接)	
28年卒のインターンシップ・仕事体験の実施予定(タイプ別)/実施予定時期	50
大学生低学年(大学1,2年生)へキャリア教育の取り組み	52
大学生低学年(1,2年生)へのキャリア形成支援活動(インターンシップまたは類する取り組み)タイプ別	53
大学生低学年(大学1,2年生)へのキャリア教育を実施していない理由	54
大学生低学年(大学1,2年生)へのキャリア教育に取り組むことでどのようなメリットがあると考えているか	55
初等教育・中等教育の学年(高校生、中学生、小学生)を対象にしたキャリア教育への取り組み	57
初等教育・中等教育の学年(高校生、中学生、小学生)を対象にしたキャリア教育を実施している理由	57
業種対応表	59

■本調査に関するお問い合わせ先

株式会社 マイナビ 社長室 キャリアリサーチ統括部 E-mail:myrm@mynavi.jp

※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に関しては上記までご連絡ください。

27年卒のインターンシップ・仕事体験実施状況

■27年卒のインターンシップ・仕事体験は「実施した・実施予定」が69.8%で前年より増加。
前年と比べて応募学生は「増えた」という企業が最多となる一方で、参加学生は「変わらない」が最多。

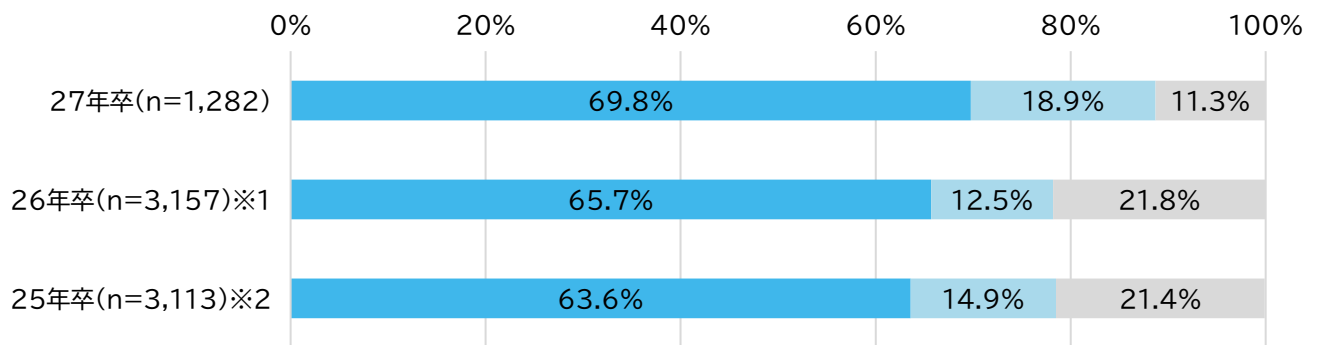
2027年卒向けのインターンシップ・仕事体験の実施状況（実施予定を含む）について、「実施した・実施予定」と回答した企業は69.8%となり、前年に調査した26年卒向け実施状況・予定の割合より4.1pt増加した。27年卒のインターンシップ・仕事体験については、前年以上に企業側の実施意欲が高い状況となっている。

前年と比較して、27年卒インターンシップ・仕事体験への応募学生数・参加学生数はどのように変化したと感じるかを聞いたところ、応募学生については「増えた」（31.4%）が最多となり、参加学生については「変わらない」（30.5%）が最多となった。応募数は増えても参加数は前年と変わらないという状況の背景としては、対面での実施が増加したことでプログラム1回ごとの受け入れ学生人数に制限が発生している可能性が考えられる。

応募や参加が増えたと感じた企業に対し、その要因として思い当たることや、工夫していたことなどを聞いたところ、「開催する回数・頻度を増やした」や「夏季に実施した」など実施回数を増やすことで受け入れ人数を増やすというものや、実施時期を変更したというコメントが見られた。実施回数については「土曜日の開催を増やした」のように純粋に実施回数を増やしたという企業もあれば、「2日間のプログラムを1回開催だったものを、1日間プログラムを2回開催するかたちに変更」のように、1回あたりの実施日数を減らし分割することで回数を増やしたという企業もあった。

その他「合同説明会に参加」や「大学へのアプローチを増やす」「大学の授業に協力した」といった工夫を行う企業もあった。

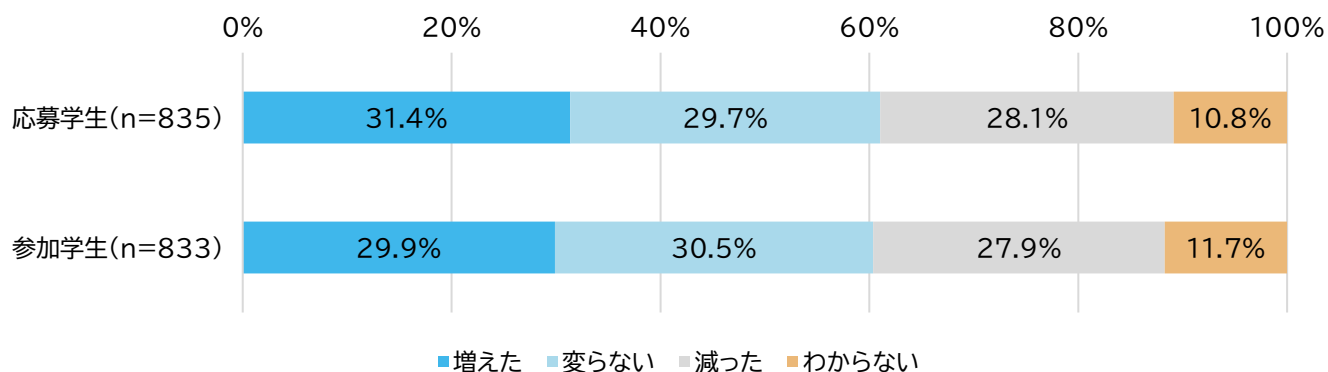
2027年卒向けのインターンシップ・仕事体験を実施した・または実施予定か



※1:25年卒企業新卒採用活動調査より ※2:24年卒企業新卒採用活動調査より

■実施した・実施予定 ■実施予定はない ■実施するかどうか未定

前年と比較したインターンシップ・仕事体験 応募・参加学生数



業種	応募・参加学生が増えた要因として思い当たること、増やすために行った施策
ソフトウェア・通信	土曜日の開催日程を増やしたことや、集客媒体を追加したことなど。
金融	2日間1回開催を、1日間2回開催に変更した。
官公庁・公社・団体	6月、7月あたりから、学生が活動しており早い段階から仕事体験等の参加を検討している様子だった。就活の早期化に対応し、今年度から夏季の仕事体験を2日程増加させた。
建設	学内合同企業研究会への積極的な参加
製造(建設除く)	単純に開催頻度を増やしたため
サービス・インフラ	1日開催から半日(午後開催)に変更した。夏季の開催を増やした。
商社	前倒し傾向が強くなっているため、夏休み期間中の開催日数を増やした。
サービス・インフラ	開催回数を増やし、多くの学生が参加できるようにした。
建設	合同企業説明会に参加したため
金融	受け入れ人数の拡充
サービス・インフラ	開催日程や開催プログラムを例年より増やしたため。また、今年度より5日間以上のインターンシップを開催したため。
サービス・インフラ	学校側の担当者との情報交換。学校授業の協力(会社見学)。
ソフトウェア・通信	今年初めて3日間の仕事体験を実施。事業部の若手社員にコンテンツ作成や当日の運営などを担当いただいた。
サービス・インフラ	実施期間及び回数を増やした。対面開催に固執せずWEBでの実施や時間を短くした回を設定するなど参加しやすさを増した。
建設	インターン開催回数・開催場所の複数化
製造(建設除く)	アプローチを行った大学を増やしたため
商社	プレサイトの掲載を1か月早めた

インターンシップ・仕事体験参加学生への配慮

■インターンシップ・仕事体験実施に際して9割以上の企業が学業とキャリア形成活動の両立に配慮。「大学休暇期間に実施」「複数日程を用意」などが7割以上。「土日に開催」という企業も約4社に1社。

27年卒向けのインターンシップ・仕事体験の実施時期について、学生が学業（授業の参加）との両立ができるように配慮を行っているかを聞いたところ、「特別な配慮はしていない」という企業は5.4%と少数に留まり、残りの94.6%の企業は何かしらの配慮を行っているという結果になった。

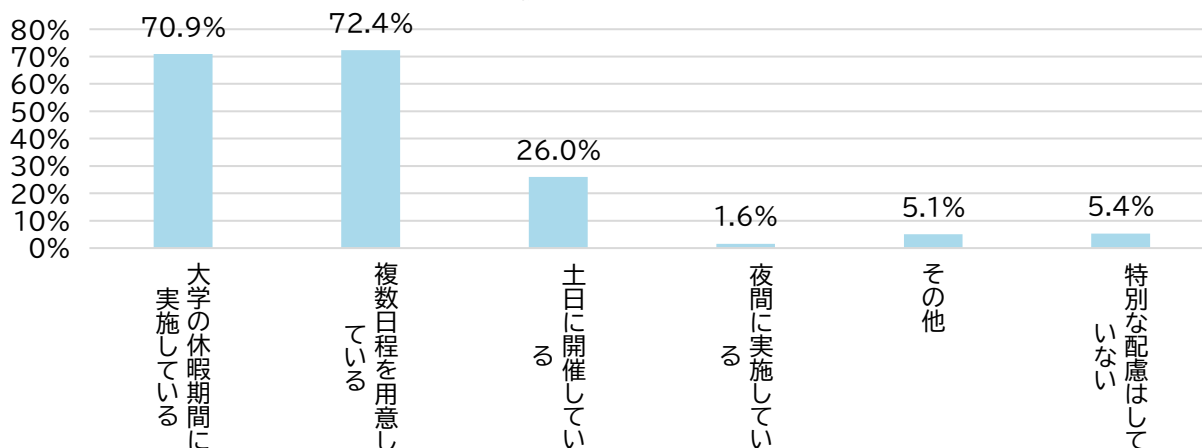
行っている配慮の内容としてもっとも多かったのは「複数日程を用意している」（72.4%）で、「大学の休暇期間に実施している」（70.9%）が続いた。多くの企業が、学生が参加しやすい大学休暇期間にインターンシップ・仕事体験を実施したり、参加可能な日程を複数用意することで学生の選択肢を増やすなどの配慮を行っているようだ。また「土日に開催している」という企業は26.0%と約4社に1社、「夜間に実施している」という企業は1.6%となった。「その他」（5.1%）を回答した企業からは「学生の希望日に合わせている」「2週に分けて実施」などが多かった。

土日や祝日など、休日での実施については「土日出社を増やせないで休日開催が難しい。残業ができないので業務時間外での実施も難しい」や「働き方改革により土日は作業所を閉所しているため休日開催ができない」、「土曜開催時に先輩社員をアサインするのに苦労する」など、休日出勤や時間外勤務の関係から実施が困難であるという声が多数寄せられた。また、例え休日に実施したとしても「企業のありのままの環境を見ていただく場合に、土日開催では伝わらない」のように、実際に社員が働いている様子や雰囲気が伝えられないというものもあった。

また「他社も同じ時期に実施するので、日程がかぶってしまい参加率が下がる」や「夏休み期間は限られているため、実施回数を増やせない」のように、企業の実施時期が夏休み期間に集中することで母集団の形成が難しくなっていたり、実施回数に制限が生まれてしまうという声も見られた。

そうした状況に対しては、「忙しい学生でも参加できるようにWEB開催を増やしている。都合の良い日程を聞いて個別対応している」のようにWEBの活用や希望日程の個別ヒアリングなどで対策を行う企業のほか、「平日でも授業が終わっている16時以降に開催」のように時間帯を工夫しているという企業もあった。また「連続5日ではなく、隔週で合計5日になるような日程を設定」のように同一プログラムであっても間隔をあけて実施するというものや、「特に対面でのイベントは、授業期間や試験期間と被らないように気を付けている」、「学校へ訪問し、テスト期間のタイミングなどを入念に確認している」のように、大学の日程を事前に確認することで両立への配慮をしているというものもあった。

インターンシップ・仕事体験実施時期に関する学業への配慮(n=883)



業種	学業への配慮について、対応に難しさを感じる事
製造(建設除く)	土日出社を増やせないで休日開催が難しい 残業ができないので業務時間外での実施も難しい
ソフトウェア・通信	他業務や施設利用の調整などの兼ね合いで、土曜日開催の日程調整が平日よりも手間がかかる。
建設	働き方改革により土日は作業所を閉所しているため休日開催ができない
建設	大学が夏休み期間に設定すると学生の希望に応じて、盆明けから9月末までフルに埋まってしまい、社員の余裕がなくなったこと。
建設	他社も同じ時期に実施するので、日程がかぶってしまい参加率が下がること
製造(建設除く)	夏休み期間は限られているため、実施回数を増やせない
サービス・インフラ	土日が繁忙期の業界なので、平日に開催せざるを得ない。
商社	企業のありのままの環境を見ていただく場合に、土日開催では伝わらない。学生の長期休暇期間は企業も夏期休暇期間と重なり社員の協力が得にくく、且つ、採用担当者は毎年、夏期休暇が自由に取得できない不便がのしかかっている。
サービス・インフラ	マンパワー不足で日程が確保しづらい
サービス・インフラ	土曜開催時に先輩社員をアサインするのに苦勞する
業種	学業への配慮について、工夫していること
製造(建設除く)	忙しい学生でも参加できるようにWEB開催を増やしている 都合の良い日程を聞いて個別対応している
サービス・インフラ	平日でも授業が終わっている16時以降に開催や、学生と直接日程調整のやりとりを行っている
金融	授業期間の対面平日開催については、極力開催日の曜日が分散するよう心掛けています
サービス・インフラ	学生の希望日に開催している
官公庁・公社・団体	なるべく多くの学生に参加してもらえるように、開催日は土日も平日も用意し、時間帯も午前午後と選べるようにしている。可能なものは対面会場とWeb会場でも選択可能(ワークも同内容で実施)。
サービス・インフラ	複数回開催し、曜日もばらばらになるようにしている。
商社	平日は1日のみの最小限にして、2週に分けて開催している
商社	1~2か月先まで複数日程を掲示するようにしている。
サービス・インフラ	WEB開催を増やし、内容を複数パターン用意している。
製造(建設除く)	理系学生は長期期間中も研修・実験があるため、忙しい大学院生が参加できるよう、平日は18時30以降にWEB開催にしている。
商社	複数日を要するイベントの前に、参加しやすいオンラインやオープンカンパニーを設けている
サービス・インフラ	遠方の学生参加を考慮し、WEB開催を取り入れている

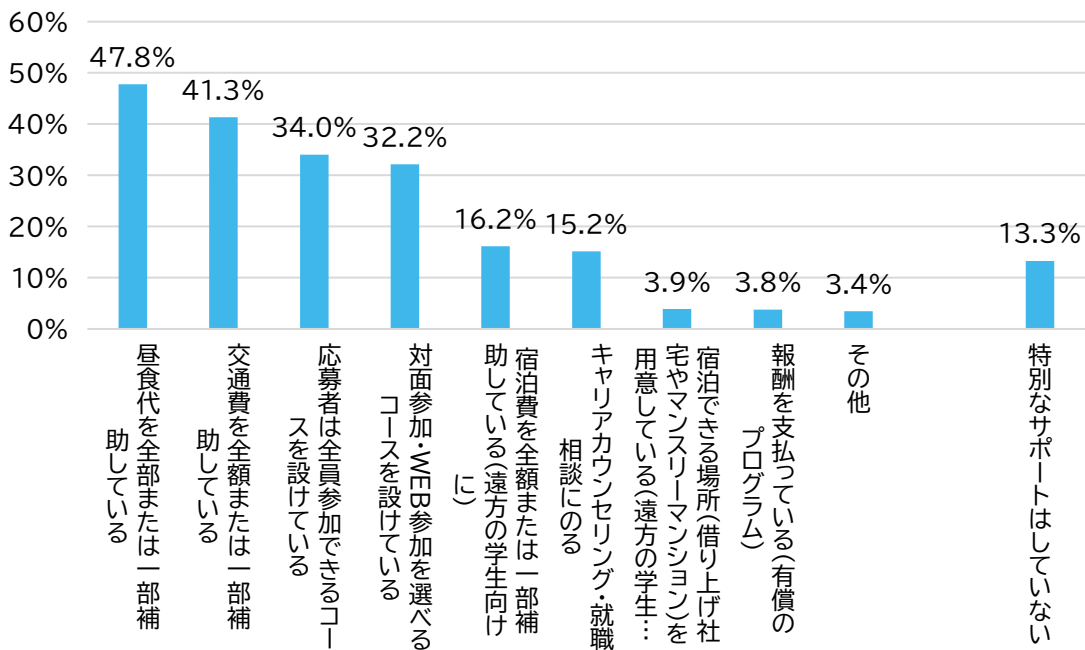
建設	現場見学の動画を作成し、WEBでも対面同様のクオリティで現場見学会を行っている。
金融	特に対面でのイベントは、授業期間や試験期間と被らないように気を付けている
ソフトウェア・通信	集客が難しい時期には実施をおさえてメリハリをつける。
建設	学生が参加しやすい長期休暇中の実施。交通費や宿泊費用の全額負担。
ソフトウェア・通信	WEB開催と対面開催のハイブリッドで、かつ夕方以降に複数回開催している。
建設	連続5日ではなく、隔週で合計5日になるような日程を設定
製造(建設除く)	学校へ訪問し、テスト期間のタイミングなどを入念に確認している。

■インターンシップ・仕事体験参加学生に対するサポートで多いのは「昼食代補助」「交通費補助」などの金銭的支援。「応募者全員参加可能」や「対面・WEBが選べる」など可能な限り多くの学生を受け入れるための工夫も。

27年卒向けのインターンシップ・仕事体験を実施に際し、学業への配慮に限らず、参加希望の学生への対応として行っているものを聞いた。もっとも多かったのは「昼食代を全部または一部補助している」(47.8%)で、「交通費を全額または一部補助している」(41.3%)が続いた。参加に際して発生する金銭的な負担を補助する項目が上位になり、「宿泊費を全額または一部補助している(遠方の学生向けに)」(16.2%)や「宿泊できる場所(借り上げ社宅やマンスリーマンション)を用意している(遠方の学生向けに)」(3.9%)という企業もある。

また「応募者は全員参加できるコースを設けている」(34.0%)や「対面参加・WEB参加を選べるコースを設けている」(32.2%)のように、参加希望の学生を最大限受け入れるための工夫を行っているというものや、「キャリアカウンセリング・就職相談にのる」(15.2%)のように学生のキャリア相談に乗ることでキャリア形成を支援しているという企業もあった。

インターンシップ・仕事体験参加希望の学生に対して行っていること(n=825)



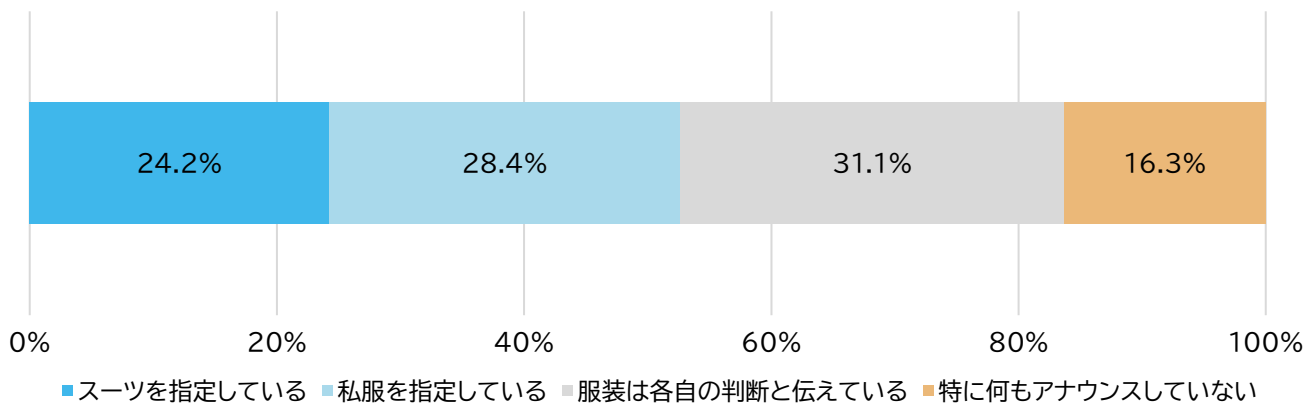
インターンシップ・仕事体験に参加する学生に対し、参加時の服装についてどのように案内しているかを聞いたところ、もっとも多かったのは「服装は各自の判断と伝えている」(31.1%)で、「私服を指定している」(28.4%)、「スーツを指定している」(24.2%)、「特に何もアナウンスしていない」(16.3%)と続いた。

今回の調査では「服装は各自の判断と伝えている」という企業がもっとも多く、服装について学生の意思や判断を尊重したいという企業側の配慮が感じられる。一方で学生調査では、インターンシップ・仕事体験時の服装については「スーツ参加・私服参加など、企業から指定してほしい」(91.9%)という割合が非常に高く、学生の意思や判断を尊重するという企業側の配慮が逆に学生側に迷いを発生させてしまっている可能性もある。「特に何もアナウンスしていない」というケースは、学生側が服装について戸惑いを感じてしまう可能性が高い。

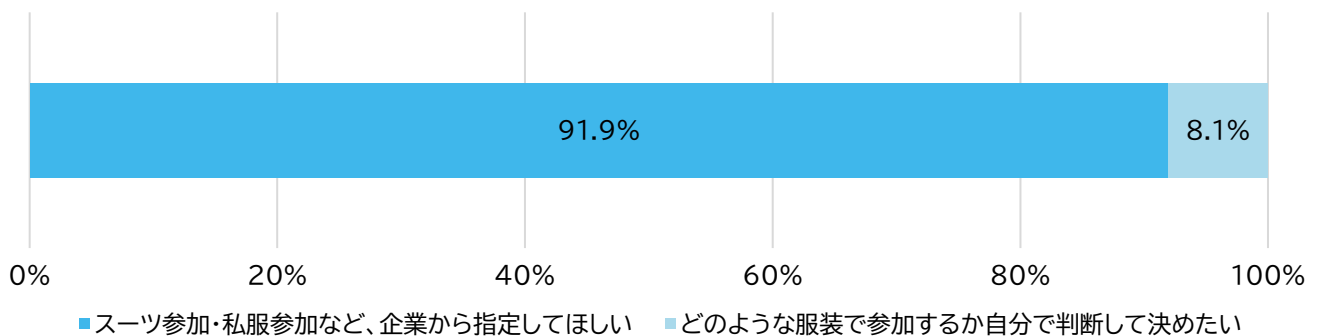
多くの学生が、服装に関してなにかしら指定してほしいと感じていることから、特にアナウンスをしていない企業、また服装を学生判断に任せている企業については、プログラム内容や自社の服装規定等を理由に、あくまで強制ではなく、どのような服装が推奨されるかに関して学生に案内することが望ましい。

(例：「営業職の就業体験プログラム内容で取引先に同行するため、服装はスーツが好ましい」、「弊社が服装自由なので、私服でお越しく下さい」…等)

インターンシップ・仕事体験実施時、
学生に対して参加時の服装について案内していますか(n=833)



インターンシップ・仕事体験参加時の服装について(n=1,206)
※2027年卒大学生キャリア意向調査8月<インターンシップ・キャリア形成活動>より



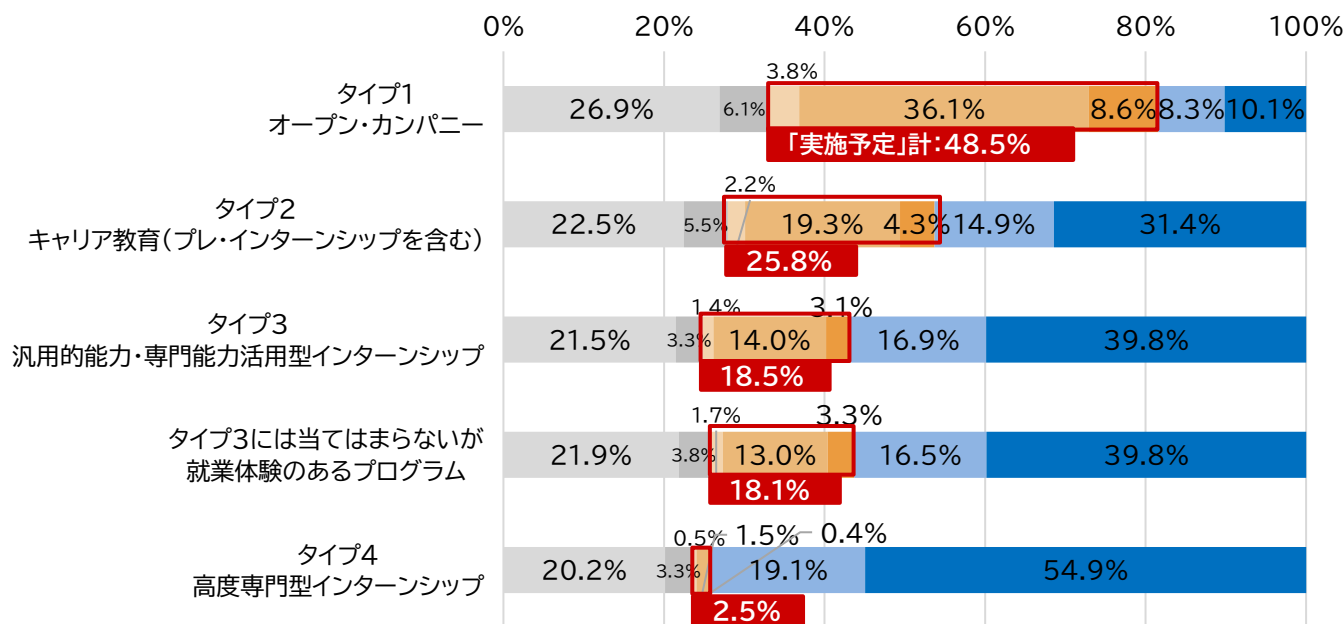
28年卒のキャリア形成支援活動の実施予定・検討状況

■28年卒向けのキャリア形成支援活動で実施予定がもっとも多いのは「オープン・カンパニー」で約5割が実施予定と回答。「キャリア教育」では2割超、「タイプ3のインターンシップ」「タイプ3ではない就業体験プログラム」では約2割実施予定

2028年卒のインターンシップをはじめとするキャリア形成支援活動について、インターンシップの4類型を元にそれぞれの実施を予定聞いた。「実施予定」（「例年より検討が遅れていて詳細は決まっていないが実施する予定」と「例年どおり検討中で、詳細は決まっていないが実施する予定」と「実施する予定で概ね詳細も決まっている」の合計）の回答がもっとも多かったのは「タイプ1 オープン・カンパニー」で48.5%となった。「タイプ2 キャリア教育（プレ・インターンシップを含む）」では25.8%、「タイプ3 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ」は18.5%、「タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム」は18.1%、「タイプ4 高度専門型インターンシップ」は2.5%が実施予定と回答した。

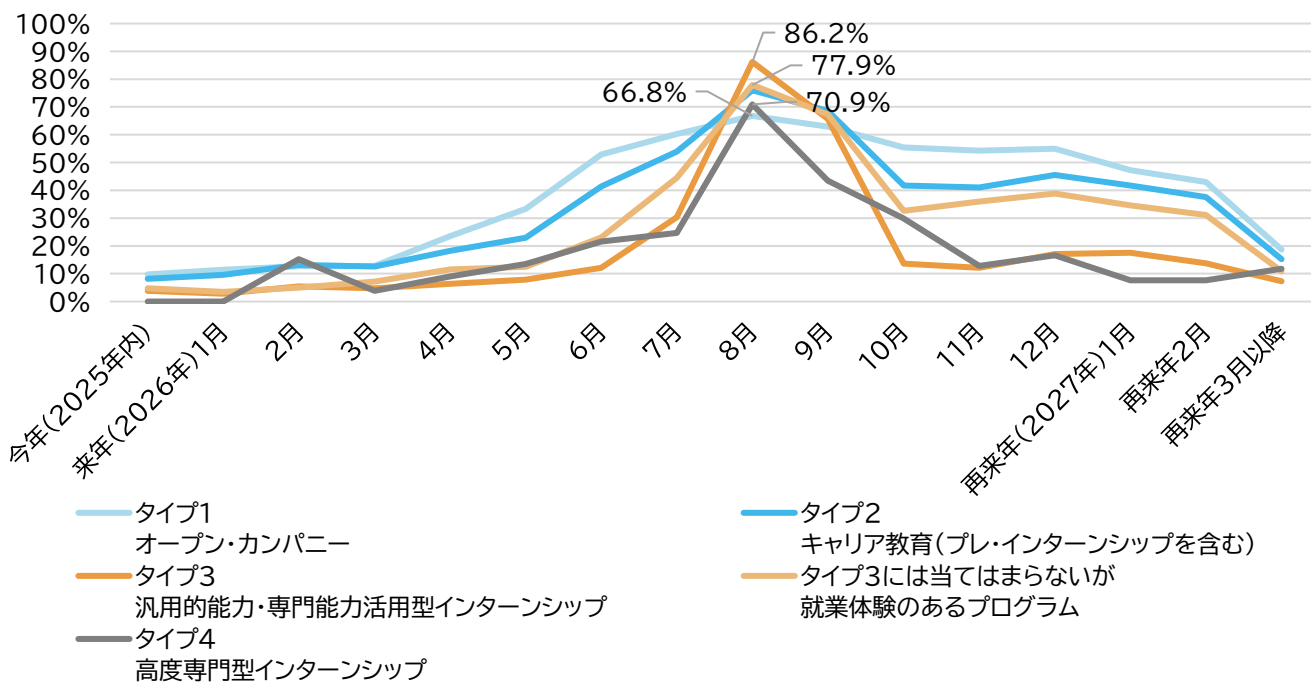
各類型ごとの実施予定時期は、いずれのタイプでも「来年（2026年）8月」が多くなった。「タイプ1 オープン・カンパニー」では実施時期のグラフは比較的なだからで、8月以外にも実施予定と答える企業が多く、5日間の実施日数を確保する必要のあり大学の休業時期に実施する必要がある「タイプ3 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ」はより8月に実施が集中している。「タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム」も8月に実施が集中しているが、「来年（2026年）10月」から「再来年（2027年）2月」にかけても、3割以上の実施予定がある。

2028年卒向けキャリア形成支援活動の実施予定(n=1,282)



- 例年、この時期には検討を始めていない
- 27年卒の採用計画が遅れており、現時点でまだ検討に入れていない
- 例年より検討が遅れていて詳細は決まっていないが実施する予定
- 例年どおり検討中で、詳細は決まっていないが実施する予定
- 実施する予定で概ね詳細も決まっている
- まだ確定していないが実施しない予定
- 2028年卒は実施しない

2028年卒のキャリア形成支援活動の実施予定時期

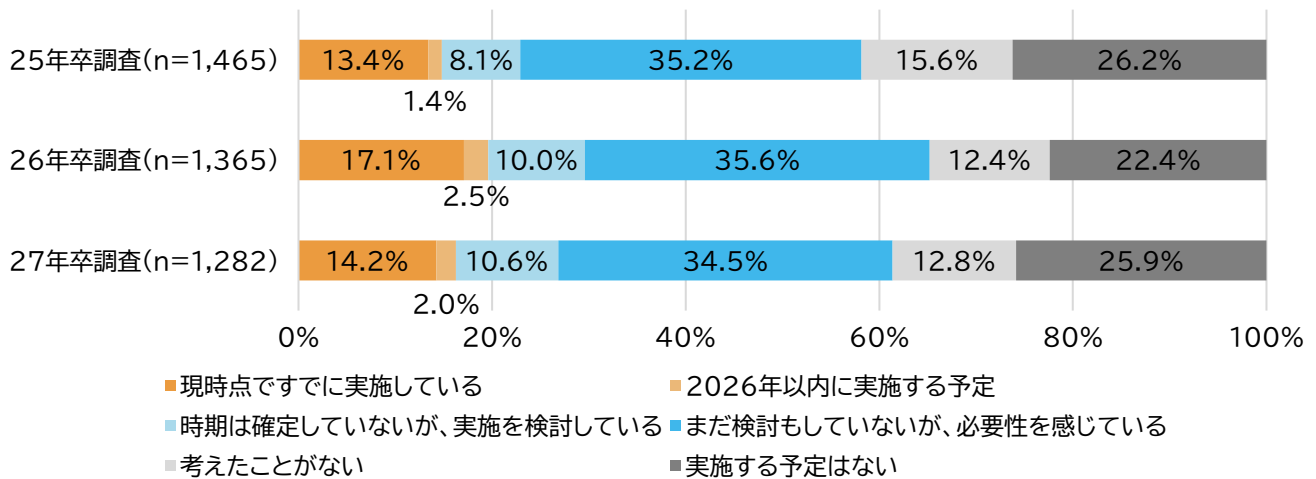


大学低学年（1、2年生）向けのキャリア形成支援活動

■大学低学年（1、2年生）へのキャリア教育について「すでに実施している」は14.2%。
「実施を検討している」は2年連続で増加し、半数近くは実施に前向きな姿勢

大学生低学年（大学1、2年生）へキャリア教育の取り組み状況について聞いた。もっとも多かったのは「まだ検討もしていないが、必要性を感じている」（34.5%）で、「2026年以内に実施する予定」（2.0%）、「時期は確定していないが、実施を検討している」（10.6%）と合わせると半数近くの企業が実施に対して前向きな姿勢を示している。「現時点ですでに実施している」は14.2%であった。

大学生低学年(大学1、2年生)へキャリア教育の取り組み

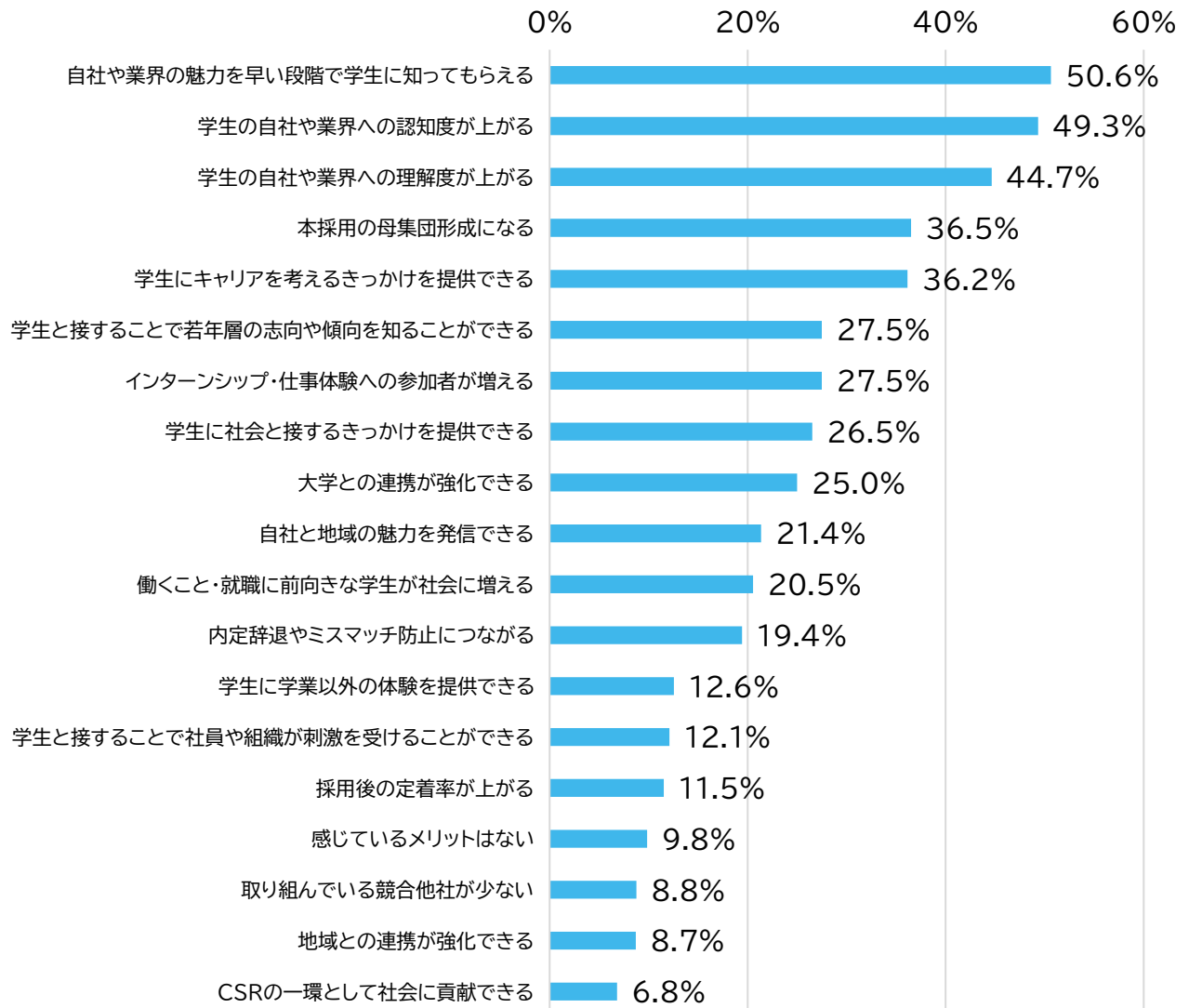


大学低学年のキャリア教育に取り組むことで、企業としてどのようなメリットがあると思うかについては、「自社や業界の魅力を早い段階で学生に知ってもらえる」（50.6%）がもっとも多く、「学生の自社や業界への認知度が上がる」（49.3%）、「学生の自社や業界への理解度が上がる」（44.7%）などが続いた。

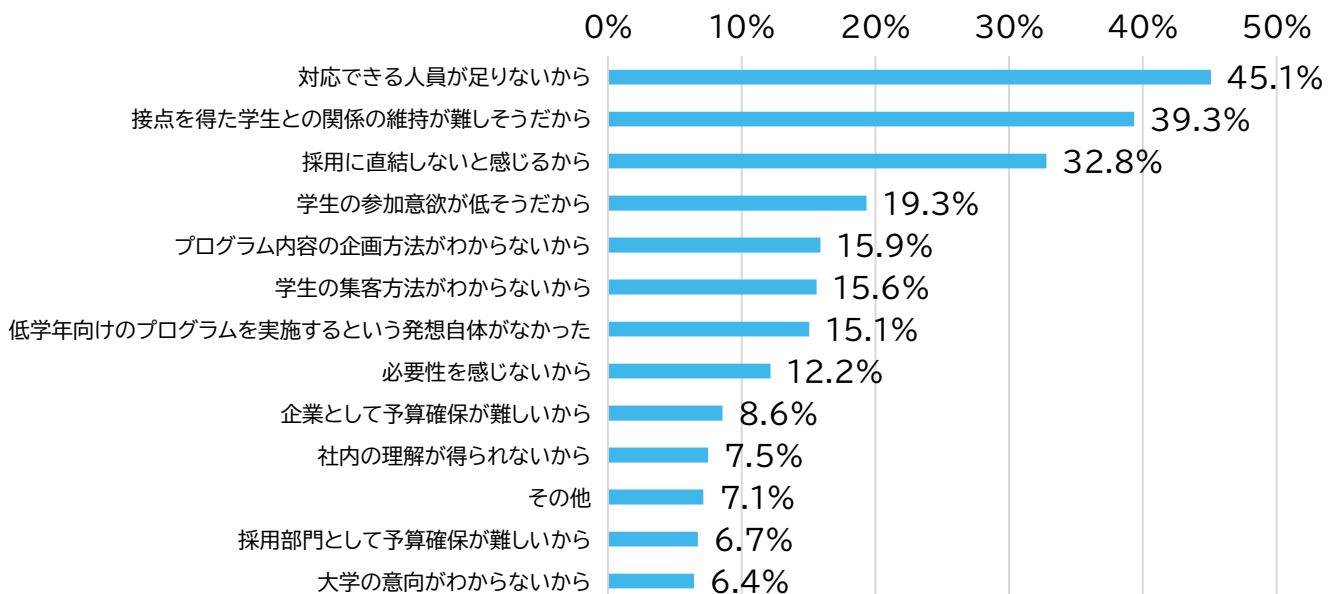
自社や業界への理解や認知が上がることをメリットに感じている企業が多い一方で、「学生にキャリアを考えるきっかけを提供できる」（36.2%）、「学生に社会と接するきっかけを提供できる」（26.5%）のように学生のキャリア形成に貢献できるというもの、「大学との連携が強化できる」（25.0%）、「自社と地域の魅力を発信できる」（21.4%）のように大学や地域とのつながりを意識した回答も多かった。

低学年向けキャリア教育を実施していない企業にその理由を聞いたところ、もっとも多かったのは「対応できる人員が足りないから」（45.1%）となり、人事・採用部門のマンパワー不足が影響している様子がうかがえる。また実施できたとしても「接点を得た学生との関係の維持が難しそうだから」（39.3%）や「採用に直結しないと感じるから」（32.8%）のように、学生に自社への興味・関心を継続させていくことの難しさを理由とする回答も多かった。

大学生低学年(1、2年生)へのキャリア教育に取り組むことでどのようなメリットがあると考えていますか(n=1,167)



大学生低学年(1、2年生)へのキャリア教育を実施していない理由(n=894)



高校生、中学生、小学生向けキャリア教育への取り組み

■高校生向けキャリア教育を実施する企業は20.6%と5社に1社の割合に。中学生向けキャリア教育でも13.5%の企業が実施と回答。

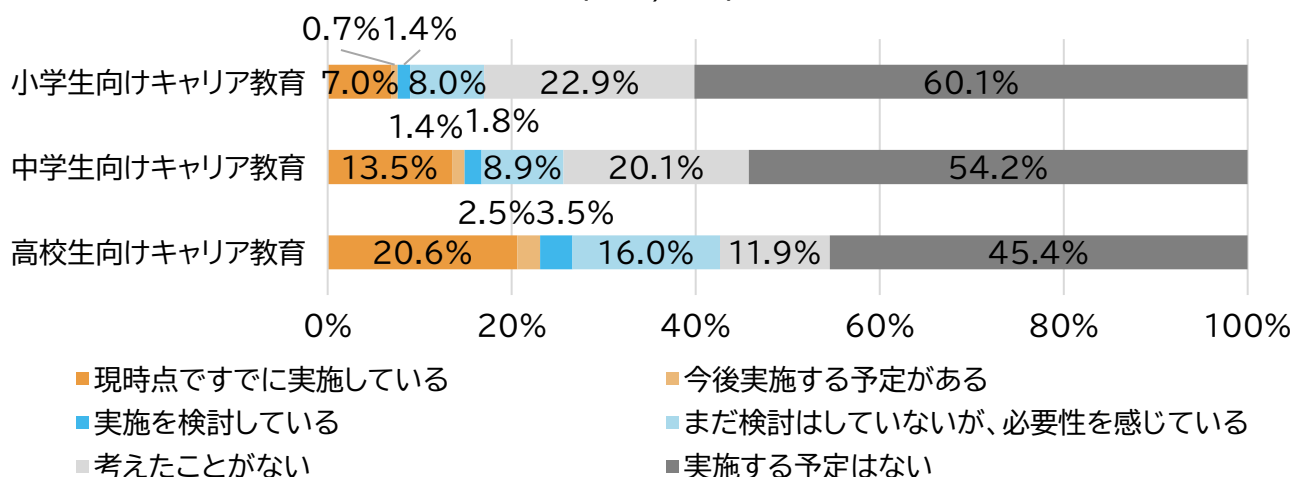
高校生、中学生、小学生など、初等教育・中等教育の児童・生徒を対象にしたキャリア教育に関する取り組み状況を聞いた。高校生向けキャリア教育では、20.6%の企業が「すでに実施している」と回答、中学生向けでは13.5%、小学生向けでは7.0%となった。

実施している企業に対し、実施理由を聞くと「児童・生徒に将来やキャリアを考えるきっかけを提供できる」（54.6%）がもっとも多く、「児童・生徒の自社や業界への認知度が上がる」（49.2%）、「学校との連携が強化できる」（48.4%）が続いた。大学生向けのキャリア教育の実施理由と比べて、児童や生徒へキャリアについて触れる機会を提供したいという考えや、学校や地域との連携を理由に挙げる企業が多く、「CSRの一環として社会に貢献できる」（25.5%）の回答も多いことから、自社の認知や理解度をあげるという企業ブランディングの観点に加えて、社会貢献としての側面がより強くなっていることがわかる。

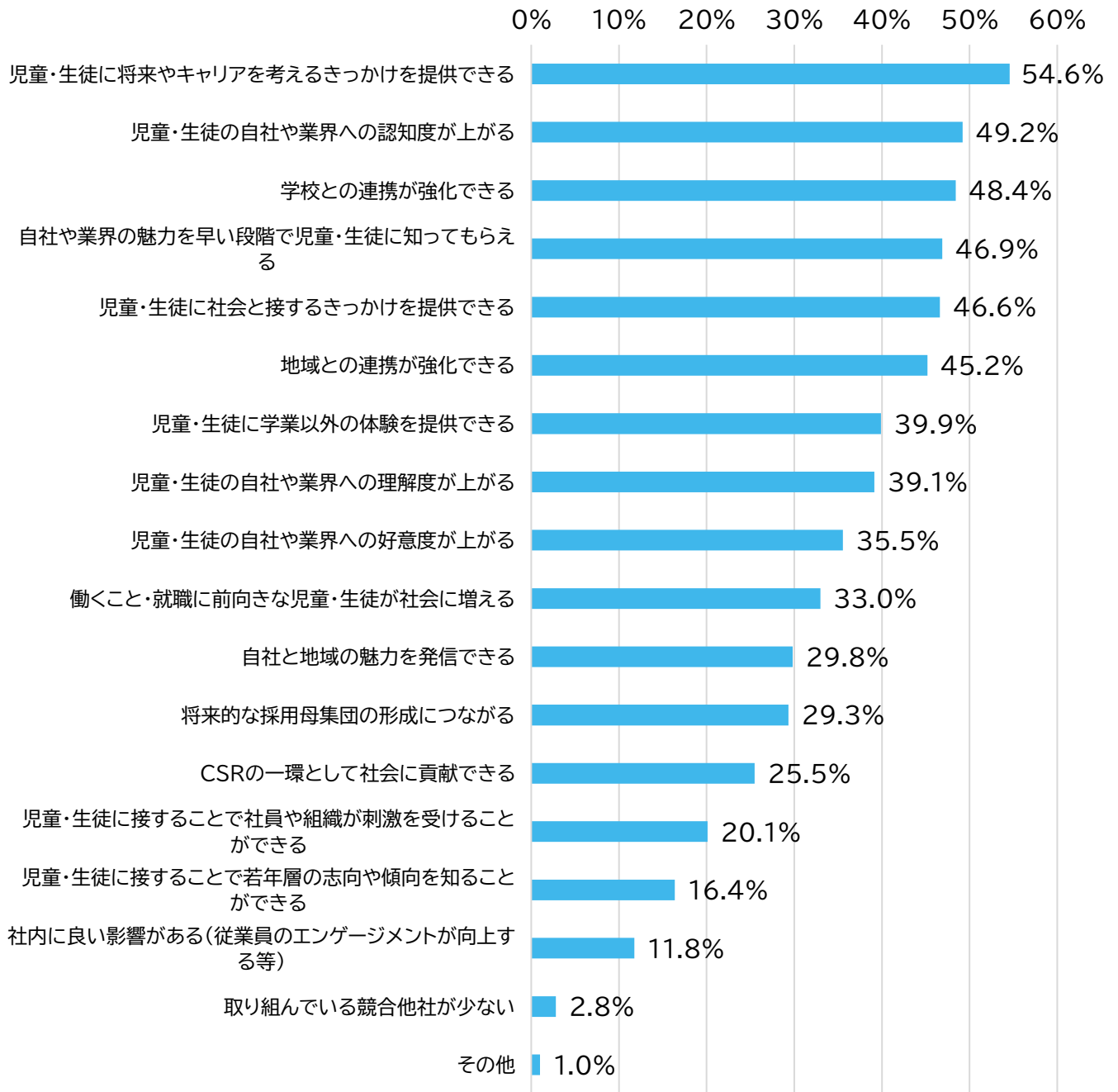
取り組んでいる具体的な内容については「中高生を対象に、生成AIなどを用いてwebサイトを作成する内容で実施。反響は好調で、近年継続して実施している」（ソフトウェア・通信）、「小中学生向けのキャリア教育教材への掲載、高校生のフィールドスタディ受入れ、キャリア授業への参加。業界理解促進という面では一定の効果が望めると思います」（建設）、「高校生ではインターンシップと呼ばれている職業体験、中学生も職業体験、小学生や保育園だと会社訪問や社会科見学を積極的に受け入れている。採用に対して効果は高校生以外にあるとは思えないが、社会貢献として実施している」（商社）のように、採用への効果を期待しているというより、社会貢献としての意味合いが強いようだ。

一方で「会社見学・体験を実施。社内スタッフの理解と協力を得にくい。また、対応していること自体に陰口を言われたりするのでづらい」（製造）、「中学生への職場体験、高校生への団体職場見学。会社内のエンゲージメントが向上したり、職場の雰囲気や和やかになったりという効果を感じる。しかし、内容が各部署へ丸投げになっているなど対応への難しさを感じる」（製造）のように、社内の理解や協力を得ることが難しい点や、内容の企画が現場任せになってしまう点などを問題として抱えているという声もあった。

初等教育・中等教育の学年を対象にしたキャリア教育への取り組みについて
(n=1,282)



初等教育・中等教育でのキャリア教育を行う理由(n=301)



	取り組んでいる具体的な内容・実施の手ごたえ・難しさなど
ソフトウェア・通信	中高生を対象に、生成AIなどを用いてwebサイトを作成する内容で実施。 反響は好調で、近年継続して実施している。
建設	小中学生向けのキャリア教育教材への掲載、高校生のフィールドスタディ受入れ、キャリア授業への参加。業界理解促進という面では一定の効果が望めると思います。入職につながるかまではわかりません。
金融	学校から依頼されると、セミナーや金融教育を実施している。
製造(建設除く)	工場見学の実施 地方拠点であるので、若年層から認知を上げることができていると感じている
商社	高校生だとインターンシップと呼ばれている職業体験、中学生も職業体験、小学生や保育園だと会社訪問や社会科見学を積極的に受け入れている。 採用に対して効果は高校生以外にあるとは思えないが、社会貢献として実施している。
製造(建設除く)	高校生向けに臨床開発職の体験授業の提供
サービス・インフラ	・県からの案内で、小学生向けの夏休み職業体験講座 ・中学生向けの職業体験(大学との協働/学校からの依頼)
建設	土木学科の進学率を増やし、当社への就職へとつなげることを期待している
ソフトウェア・通信	中学生の職場体験学習への協力 実際の仕事を体験してもらうことが困難なため、プログラムの準備に苦労している
小売	県委託事業からの案内、又は直接各小・中・高の生徒(先生)より依頼を受け、実施。 ※弊社から応募をしている取組ではないが、依頼に対し対応を行っている。 ※自社企画としては、社員のお子さまを対象とした職場体験(1day)を実施。親御さんの職場・仕事理解を深めてもらう。
製造(建設除く)	会社見学・体験を実施。 社内スタッフの理解と協力を得にくい。 また、対応していること自体に陰口を言われたりするのでつらい。
サービス・インフラ	小学生・中学生の職場体験
建設	中学生は職場体験として2日間、高校生は一日入社体験を実施している。
製造(建設除く)	中学生への職場体験、高校生への団体職場見学。 会社内のエンゲージメントが向上したり、職場の雰囲気や和やかになったりといった効果を感じる。 しかし、内容が各部署へ丸投げになっているなど対応への難しさも感じる。
建設	Locusフィールドワークへ協力。 会社広報・業界情報提供・「理想の家づくり」に関するGD・モデル等会社見学

【キャリア形成支援活動の基本的考え方の認知度】

【設問フォームに記載した導入文】

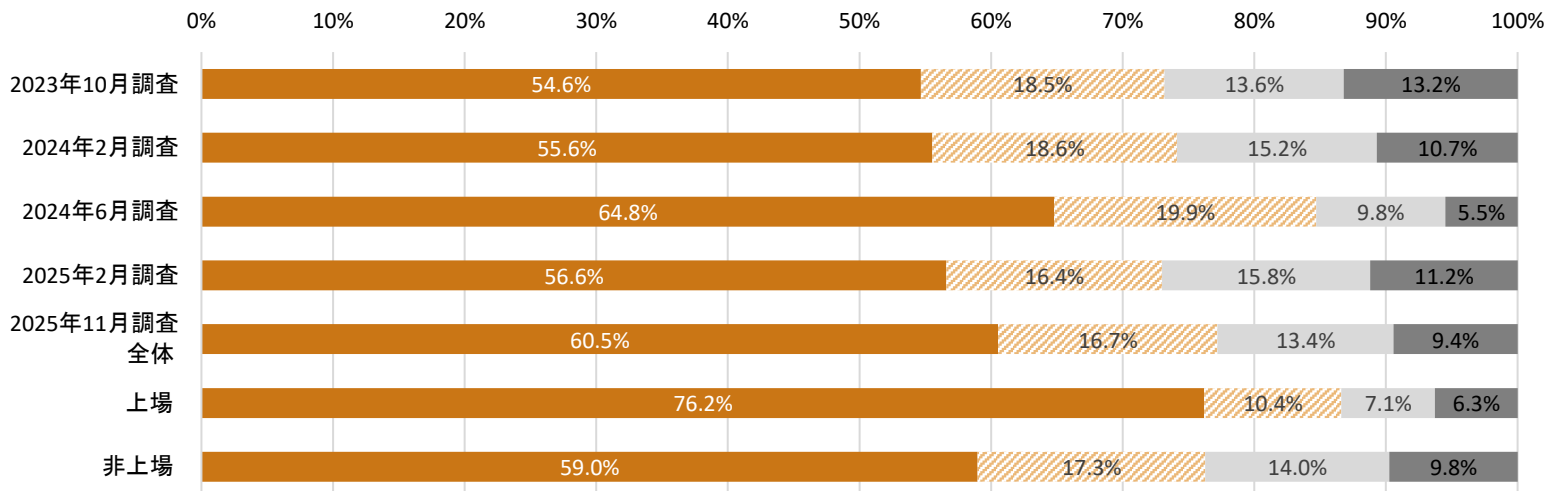
2022年6月、政府は「25年卒以降、一定の要件を満たしたインターンシップについては、取得した学生情報を広報活動・採用選考活動に活用することが可能」として、「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」を一部改正しました。こちらの内容についてお伺いします。

■改正された「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」の理解について

n=1,265	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒 採用予定 調査
改正の内容を読み、おおむね理解している	60.5%	76.2%	59.0%	61.1%	60.2%	56.6%
改正の内容を読んだが、あまり理解していない	16.7%	10.4%	17.3%	15.4%	17.4%	16.4%
改正されたことは知っていたが、内容は読んでいない	13.4%	7.1%	14.0%	12.8%	13.7%	15.8%
改正されたことを知らなかった	9.4%	6.3%	9.8%	10.7%	8.8%	11.2%

「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取組の推進に当たっての基本的考え方」の改正への理解について

- 改正の内容を読み、おおむね理解している
- 改正されたことは知っていたが、内容は読んでいない
- ▨ 改正の内容を読んだが、あまり理解していない
- 改正されたことを知らなかった



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
改正の内容を読み、おおむね理解している	58.4%	64.5%	58.6%	65.0%	70.0%	47.8%	68.8%	58.6%	62.8%
改正の内容を読んだが、あまり理解していない	13.0%	18.4%	16.4%	20.0%	13.3%	13.0%	11.0%	17.5%	14.0%
改正されたことは知っていたが、内容は読んでいない	14.1%	11.2%	16.4%	7.5%	10.0%	17.4%	10.4%	15.1%	9.3%
改正されたことを知らなかった	14.6%	5.9%	8.6%	7.5%	6.7%	21.7%	9.8%	8.9%	14.0%

	50人未満	50~99人	100~ 299人	300~ 499人	500~ 999人	1,000~ 2,999人	3,000~ 4,999人	5,000人 以上
改正の内容を読み、おおむね理解している	38.8%	48.9%	62.4%	69.8%	78.3%	79.8%	96.5%	73.6%
改正の内容を読んだが、あまり理解していない	18.4%	19.0%	18.8%	19.1%	10.6%	9.2%	0.2%	6.6%
改正されたことは知っていたが、内容は読んでいない	20.1%	22.4%	10.4%	5.2%	11.1%	9.0%	3.3%	13.2%
改正されたことを知らなかった	22.7%	9.7%	8.5%	5.9%	0.0%	2.0%	0.0%	6.6%

■改正されたインターンシップの定義への理解について、当てはまるもの

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒採用活動調査
n=1,248						
これまでインターンシップ・仕事体験と呼ばれていたプログラムが4つに分類された	71.4%	84.1%	70.2%	70.8%	71.8%	75.2%
「インターンシップ」というには実施期間や就業体験の有無など特定の条件を満たす必要がある	78.6%	85.8%	77.9%	78.3%	78.8%	82.8%
特定の条件を満たしたインターンシップは、参加した学生の情報を採用選考に利用できる	58.9%	62.2%	58.6%	57.4%	59.7%	62.3%
就業体験を伴わない「業界・企業による説明会・イベント」はオープン・カンパニー(タイプ1)に分類される	76.8%	85.8%	75.9%	73.9%	78.4%	75.3%
就業体験を伴わない「(大学等の授業(講義)や企業による教育プログラム)」はキャリア教育(タイプ2)に分類される	46.3%	55.3%	45.4%	46.5%	46.2%	47.8%
職場での実務体験があり、5日以上実施されるなどの条件を満たしたプログラムは「汎用的能力・専門活用型インターンシップ」(タイプ3)に分類される	58.5%	72.6%	57.1%	60.3%	57.5%	57.3%
主に大学院生を対象とし、職場での実務体験、特定の実施期間などを満たしたプログラムは「高度専門型インターンシップ」(タイプ4)に分類される	36.1%	43.0%	35.4%	38.1%	35.0%	37.0%
特定の条件を満たしたインターンシップ(タイプ3、タイプ4)に参加した学生の情報を企業が採用選考に用いるのは採用活動開始<以降>と決められている	33.2%	37.0%	32.8%	34.6%	32.4%	36.0%
上記のうち知っていることはない	8.1%	5.3%	8.4%	7.4%	8.5%	5.2%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
これまでインターンシップ・仕事体験と呼ばれていたプログラムが4つに分類された	64.6%	78.1%	79.8%	70.0%	69.5%	50.0%	79.5%	69.9%	62.8%
「インターンシップ」というには実施期間や就業体験の有無など特定の条件を満たす必要がある	75.1%	82.1%	75.8%	82.5%	84.7%	63.6%	81.9%	78.5%	67.4%
特定の条件を満たしたインターンシップは、参加した学生の情報を採用選考に利用できる	50.8%	65.2%	58.1%	57.5%	62.7%	68.2%	64.3%	60.6%	41.9%
就業体験を伴わない「業界・企業による説明会・イベント」はオープン・カンパニー(タイプ1)に分類される	69.6%	79.0%	77.4%	90.0%	79.7%	68.2%	82.5%	74.7%	76.7%
就業体験を伴わない「(大学等の授業(講義)や企業による教育プログラム)」はキャリア教育(タイプ2)に分類される	38.7%	55.8%	43.5%	57.5%	52.5%	40.9%	57.9%	42.6%	48.8%
職場での実務体験があり、5日以上実施されるなどの条件を満たしたプログラムは「汎用的能力・専門活用型インターンシップ」(タイプ3)に分類される	56.9%	64.3%	55.6%	65.0%	61.0%	50.0%	64.3%	55.4%	55.8%
主に大学院生を対象とし、職場での実務体験、特定の実施期間などを満たしたプログラムは「高度専門型インターンシップ」(タイプ4)に分類される	33.7%	43.3%	36.3%	40.0%	40.7%	40.9%	39.2%	32.2%	34.9%
特定の条件を満たしたインターンシップ(タイプ3、タイプ4)に参加した学生の情報を企業が採用選考に用いるのは採用活動開始<以降>と決められている	30.9%	38.9%	28.2%	40.0%	40.7%	27.3%	38.6%	30.8%	27.9%
上記のうち知っていることはない	9.9%	4.4%	9.7%	5.0%	3.4%	13.6%	8.8%	9.3%	14.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
これまでインターンシップ・仕事体験と呼ばれていたプログラムが4つに分類された	51.9%	61.3%	71.6%	87.8%	84.5%	89.7%	80.3%	86.8%
「インターンシップ」というには実施期間や就業体験の有無など特定の条件を満たす必要がある	63.3%	73.0%	78.0%	89.5%	88.2%	93.4%	99.8%	84.0%
特定の条件を満たしたインターンシップは、参加した学生の情報を採用選考に利用できる	47.0%	54.9%	57.6%	56.7%	69.1%	85.0%	57.3%	74.7%
就業体験を伴わない「業界・企業による説明会・イベント」はオープン・カンパニー(タイプ1)に分類される	58.7%	67.3%	79.4%	87.5%	89.1%	90.5%	92.1%	84.0%
就業体験を伴わない「(大学等の授業(講義)や企業による教育プログラム)」はキャリア教育(タイプ2)に分類される	26.2%	34.1%	47.3%	53.3%	68.9%	62.8%	76.7%	70.9%
職場での実務体験があり、5日以上実施されるなどの条件を満たしたプログラムは「汎用的能力・専門活用型インターンシップ」(タイプ3)に分類される	40.8%	46.2%	58.1%	65.7%	76.9%	79.7%	81.4%	90.6%
主に大学院生を対象とし、職場での実務体験、特定の実施期間などを満たしたプログラムは「高度専門型インターンシップ」(タイプ4)に分類される	20.7%	26.9%	34.9%	40.5%	57.7%	53.6%	53.4%	54.9%
特定の条件を満たしたインターンシップ(タイプ3、タイプ4)に参加した学生の情報を企業が採用選考に用いるのは採用活動開始<以降>と決められている	21.2%	23.4%	32.9%	31.4%	46.2%	50.4%	70.2%	74.7%
上記のうち知っていることはない	20.9%	9.9%	6.1%	3.5%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%

【キャリア形成支援活動の実施状況】

【設問フォームに記載した導入文】

25年卒以降のインターンシップにおいて取得した学生情報を採用活動に活用できるのは、インターンシップに類する取り組みのうち下記の「タイプ3」「タイプ4」に当てはまるものに限られることになっています。

＜インターンシップに類する取り組みの4分類＞

タイプ1: オープン・カンパニー

タイプ2: キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)

タイプ3: 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ

■インターンシップに類する取り組みのうち、「タイプ3」「タイプ4」で必須となっている項目についての実施状況

	回答数	既に実施している	27年卒から取り組んでいる/ 取り組む予定	28年卒以降に取り組む予定	実施したが、難しいと思う	実施するつもりはない
就業体験がある	1,242	38.8%	6.2%	2.2%	31.7%	21.0%
職場社員が指導し、フィードバックがある	1,236	40.5%	6.3%	2.6%	28.8%	21.7%
日数の半分以上、職場で実施される (テレワークが常態化している場合はテレワーク含む)	1,229	38.8%	5.3%	2.4%	29.2%	24.2%
日数が5日以上ある(専門能力活用型は2週間以上)	1,234	24.9%	3.4%	2.9%	34.0%	34.8%
学業に配慮した日程で実施される (夏休みなど、休校期間での実施)	1,235	47.7%	5.3%	2.9%	22.8%	21.4%
募集要項について必要な情報開示が行われる	1,228	47.7%	6.3%	3.0%	22.0%	20.9%

■27年卒で実施した(する予定の)キャリア形成活動は前述の4タイプのうちどれに該当するか

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒 採用予定 調査
n=1,282						
タイプ1: オープン・カンパニー	75.4%	88.9%	74.1%	73.0%	76.7%	69.9%
タイプ2: キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)	33.6%	52.8%	31.7%	34.5%	33.2%	28.4%
タイプ3: 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ	22.3%	29.5%	21.5%	28.5%	18.7%	18.5%
タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム	20.3%	22.5%	20.1%	19.9%	20.5%	18.7%
タイプ4: 高度専門型インターンシップ	0.3%	0.0%	0.4%	0.9%	0.0%	1.1%
実施しない	14.7%	5.5%	15.6%	14.6%	14.7%	17.9%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
タイプ1: オープン・カンパニー	72.7%	73.4%	78.1%	80.0%	80.6%	56.5%	68.6%	75.9%	71.7%
タイプ2: キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)	38.5%	29.7%	39.8%	42.5%	24.2%	21.7%	28.6%	28.6%	21.7%
タイプ3: 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ	27.3%	30.0%	15.6%	25.0%	6.5%	21.7%	18.3%	18.4%	17.4%
タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム	22.5%	16.8%	15.6%	20.0%	19.4%	26.1%	18.9%	22.4%	17.4%
タイプ4: 高度専門型インターンシップ	1.1%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%
実施しない	15.5%	13.5%	16.4%	15.0%	9.7%	30.4%	18.9%	13.6%	26.1%

	50人未満	50~99人	100~ 299人	300~ 499人	500~ 999人	1,000~ 2,999人	3,000~ 4,999人	5,000人 以上
タイプ1: オープン・カンパニー	57.5%	69.6%	74.3%	85.6%	86.8%	93.5%	99.4%	97.3%
タイプ2: キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)	19.0%	23.4%	33.4%	43.3%	51.3%	49.5%	52.8%	31.1%
タイプ3: 汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ	13.3%	17.4%	25.0%	24.2%	30.2%	25.9%	41.9%	15.2%
タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム	16.6%	17.7%	20.8%	20.1%	28.7%	23.1%	8.9%	21.6%
タイプ4: 高度専門型インターンシップ	1.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
実施しない	30.2%	21.1%	13.1%	8.2%	4.7%	1.4%	0.0%	0.0%

【タイプ3・4のインターンシップを実施する方限定】

■インターンシップの情報を3月以降の採用活動に利用する予定

n=281	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
利用する予定はない	13.9%	13.0%	14.0%	15.7%	12.3%	58.8%
検討中	48.9%	50.0%	48.7%	51.5%	46.6%	6.6%
利用する予定がある	37.3%	36.9%	37.3%	32.8%	41.1%	34.6%

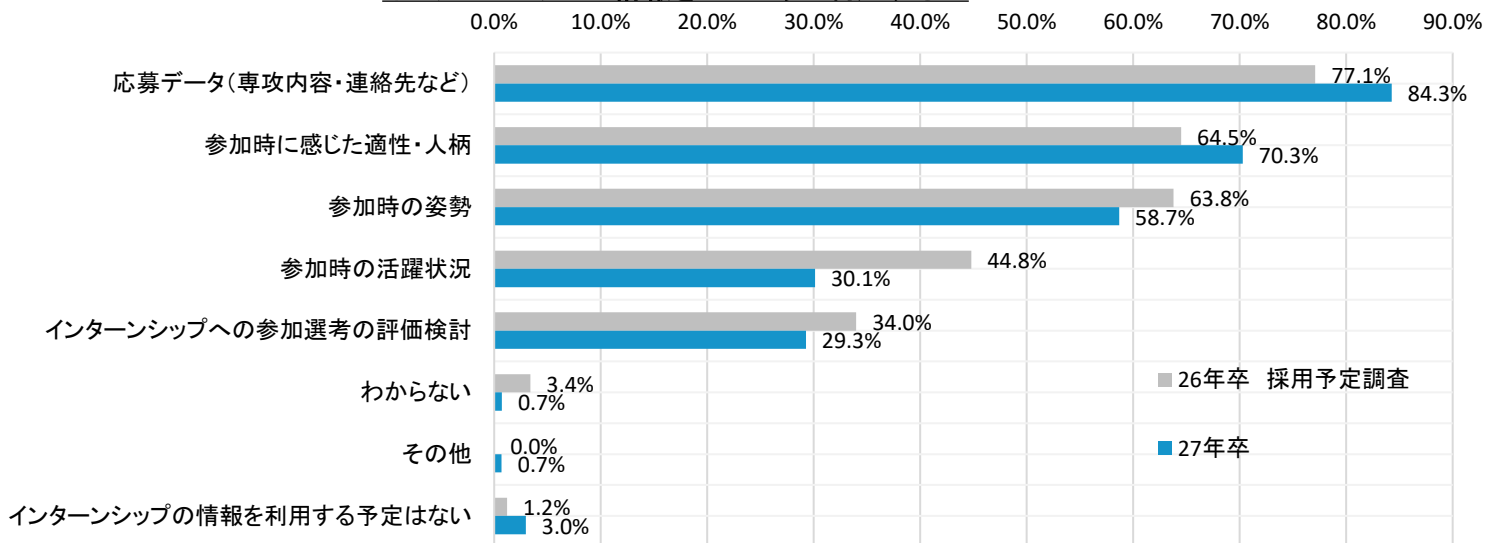
	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
利用する予定はない	18.0%	13.3%	15.0%	10.0%	0.0%	0.0%	18.8%	13.0%	0.0%
検討中	52.0%	51.0%	40.0%	50.0%	75.0%	60.0%	40.6%	46.3%	75.0%
利用する予定がある	30.0%	35.7%	45.0%	40.0%	25.0%	40.0%	40.6%	40.7%	25.0%

	50人未満	50～99人	100～ 299人	300～ 499人	500～ 999人	1,000～ 2,999人	3,000～ 4,999人	5,000人 以上
利用する予定はない	19.1%	20.9%	10.2%	22.6%	5.4%	19.9%	0.0%	0.0%
検討中	66.4%	53.9%	42.4%	41.1%	54.5%	55.7%	35.3%	40.1%
利用する予定がある	14.5%	25.2%	47.4%	36.4%	40.1%	24.3%	64.7%	59.9%

■利用する予定のインターンシップの情報

n=278	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒 採用予定 調査
応募データ(専攻内容・連絡先など)	84.3%	88.8%	83.7%	86.3%	82.5%	77.1%
インターンシップへの参加選考の評価検討	29.3%	30.0%	29.2%	28.2%	30.2%	34.0%
参加時の姿勢	58.7%	63.5%	58.1%	54.9%	61.8%	63.8%
参加時の活躍状況	30.1%	37.1%	29.2%	24.7%	34.7%	44.8%
参加時に感じた適性・人柄	70.3%	62.2%	71.3%	66.5%	73.5%	64.5%
その他	0.7%	0.0%	0.8%	1.5%	0.0%	-
わからない	0.7%	0.0%	0.8%	1.5%	0.0%	3.4%
インターンシップの情報を利用する予定はない	3.0%	4.6%	2.7%	5.1%	1.1%	1.2%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定がある	96.3%	95.4%	96.5%	93.4%	98.8%	95.4%
わからない	0.7%	0.0%	0.8%	1.5%	0.0%	3.4%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定はない	3.0%	4.6%	2.7%	5.1%	1.1%	1.2%

インターンシップの情報をどのように利用するか



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
応募データ(専攻内容・連絡先など)	84.3%	88.5%	95.0%	80.0%	75.0%	100.0%	76.7%	79.6%	75.0%
インターンシップへの参加選考の評価検討	23.5%	33.3%	15.0%	20.0%	0.0%	40.0%	56.7%	38.9%	25.0%
参加時の姿勢	51.0%	59.4%	70.0%	40.0%	75.0%	80.0%	63.3%	68.5%	62.5%
参加時の活躍状況	21.6%	28.1%	35.0%	10.0%	25.0%	60.0%	60.0%	44.4%	37.5%
参加時に感じた適性・人柄	60.8%	72.9%	90.0%	60.0%	75.0%	80.0%	80.0%	74.1%	62.5%
その他	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
よく分からない	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
インターンシップの情報を利用する予定はない	7.8%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	1.9%	0.0%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定がある	90.2%	96.9%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	93.3%	98.1%	87.5%
よく分からない	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定はない	7.8%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	1.9%	0.0%

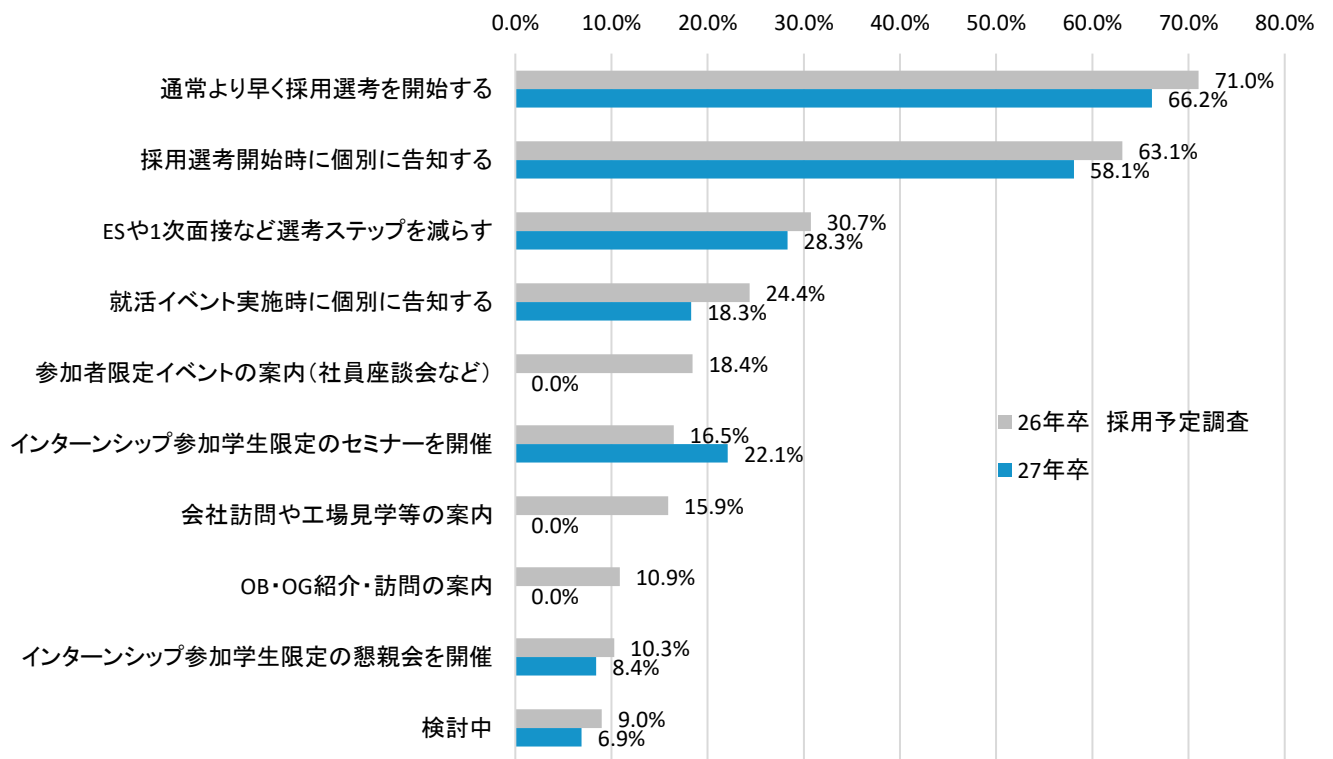
	50人未満	50～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1,000～2,999人	3,000～4,999人	5,000人以上
応募データ(専攻内容・連絡先など)	81.2%	85.1%	81.8%	84.4%	94.8%	75.7%	100.0%	95.0%
インターンシップへの参加選考の評価検討	36.8%	26.6%	33.5%	21.4%	28.2%	28.4%	7.8%	0.0%
参加時の姿勢	57.1%	47.0%	57.0%	54.0%	64.2%	73.1%	90.8%	29.6%
参加時の活躍状況	22.6%	15.5%	32.7%	36.0%	28.0%	39.0%	44.4%	29.6%
参加時に感じた適性・人柄	56.6%	66.0%	70.7%	81.0%	66.8%	77.7%	92.2%	29.6%
その他	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%
よく分からない	0.0%	3.8%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
インターンシップの情報を利用する予定はない	4.7%	3.8%	3.3%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定がある	95.3%	92.5%	96.0%	94.4%	100.0%	100.0%	100.0%	95.0%
よく分からない	0.0%	3.8%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
インターンシップ参加学生の情報を利用する予定はない	4.7%	3.8%	3.3%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%

【タイプ3・4のインターンシップを実施する方限定】

■インターンシップ参加学生に対する優遇策

n=276	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒 採用予定 調査
インターンシップ参加学生限定のセミナーを開催	16.5%	19.4%	16.1%	19.8%	13.7%	22.1%
インターンシップ参加学生限定の懇親会を開催	10.3%	6.2%	10.8%	13.8%	7.3%	8.4%
インターンシップ参加学生限定のインターンシップを別途実施	7.8%	13.2%	7.1%	8.3%	7.4%	7.9%
採用選考開始時に個別に告知する	63.1%	50.6%	64.7%	64.4%	62.0%	58.1%
就活イベント実施時に個別に告知する	24.4%	22.4%	24.6%	29.8%	19.8%	18.3%
通常より早く採用選考を開始する	71.0%	79.9%	69.9%	62.6%	78.1%	66.2%
ESや1次面接など選考ステップを減らす	30.7%	25.3%	31.4%	27.5%	33.5%	28.3%
インターンシップの参加実績を評価の加点項目とする	4.7%	2.7%	4.9%	6.2%	3.4%	10.5%
優秀だった学生に内定を出す	3.4%	0.0%	3.8%	1.5%	4.9%	3.9%
リクレーターを紹介する	1.8%	2.0%	1.7%	1.5%	2.0%	2.2%
参加プログラムに関連した課題	0.5%	0.0%	0.6%	0.0%	1.0%	-
会社訪問や工場見学等の案内	15.9%	24.7%	14.7%	19.5%	12.8%	-
OB・OG紹介・訪問の案内	10.9%	27.3%	8.7%	15.9%	6.7%	-
参加者限定イベントの案内(社員座談会など)	18.4%	19.8%	18.3%	19.9%	17.2%	-
その他	1.3%	0.4%	1.4%	1.5%	1.1%	-
検討中	9.0%	2.0%	9.9%	7.1%	10.6%	6.9%
インターンシップの参加学生を優遇する予定はない	4.2%	4.6%	4.2%	5.6%	3.1%	6.3%
インターンシップの参加学生を優遇する予定がある	95.8%	-	95.8%	94.4%	96.9%	93.7%
インターンシップの参加学生を優遇する予定はない	4.2%	-	4.2%	5.6%	3.1%	6.3%

インターンシップ参加学生に対する優遇策



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
インターンシップ参加学生限定のセミナーを開催	15.7%	24.5%	25.0%	10.0%	75.0%	0.0%	16.7%	11.1%	0.0%
インターンシップ参加学生限定の懇親会を開催	15.7%	11.7%	10.0%	0.0%	50.0%	0.0%	10.0%	9.3%	0.0%
インターンシップ参加学生限定のインターンシップを別途募集	11.8%	4.3%	5.0%	0.0%	50.0%	0.0%	6.7%	11.1%	0.0%
採用選考開始時に個別に告知する	70.6%	57.4%	75.0%	80.0%	25.0%	20.0%	60.0%	51.9%	37.5%
就活イベント実施時に個別に告知する	37.3%	21.3%	35.0%	10.0%	25.0%	0.0%	20.0%	20.4%	0.0%
通常より早く採用選考を開始する	56.9%	69.1%	90.0%	90.0%	25.0%	60.0%	83.3%	70.4%	37.5%
ESや1次面接など選考ステップを減らす	23.5%	31.9%	30.0%	30.0%	50.0%	40.0%	43.3%	35.2%	37.5%
インターンシップの参加実績を評価の加点項目とする	7.8%	4.3%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	26.7%	3.7%	0.0%
優秀だった学生に内定を出す	0.0%	3.2%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	7.4%	0.0%
リクレーターを紹介する	2.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%
参加プログラムに関連した課題	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.9%	0.0%
会社訪問や工場見学等の案内	25.5%	12.8%	35.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	13.0%	12.5%
OB・OG紹介・訪問の案内	17.6%	13.8%	15.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	7.4%	0.0%
参加者限定イベントの案内(社員座談会など)	21.6%	18.1%	30.0%	10.0%	25.0%	0.0%	26.7%	16.7%	0.0%
その他	2.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	1.9%	0.0%
検討中	3.9%	10.6%	5.0%	10.0%	0.0%	20.0%	0.0%	13.0%	12.5%
インターンシップの参加学生を優遇する予定はない	5.9%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	5.6%	25.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
インターンシップ参加学生限定のセミナーを開催	17.3%	11.8%	13.7%	18.4%	21.1%	27.6%	7.8%	0.0%
インターンシップ参加学生限定の懇親会を開催	13.0%	3.8%	9.5%	13.4%	10.3%	10.9%	26.1%	0.0%
インターンシップ参加学生限定のインターンシップを別途募集	8.7%	3.8%	6.8%	14.5%	13.2%	2.4%	0.0%	0.0%
採用選考開始時に個別に告知する	62.5%	64.9%	60.2%	73.5%	55.1%	71.0%	72.5%	27.7%
就活イベント実施時に個別に告知する	44.8%	17.3%	21.1%	26.5%	27.3%	23.2%	7.8%	0.0%
通常より早く採用選考を開始する	45.1%	51.0%	73.4%	87.3%	85.3%	71.4%	80.3%	98.1%
ESや1次面接など選考ステップを減らす	13.0%	15.5%	33.0%	25.3%	35.1%	46.7%	66.1%	98.1%
インターンシップの参加実績を評価の加点項目とする	4.7%	3.8%	4.3%	0.3%	13.0%	2.8%	0.0%	0.0%
優秀だった学生に内定を出す	0.0%	0.0%	8.4%	0.0%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%
リクレーターを紹介する	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	8.1%	18.3%	0.0%
参加プログラムに関連した課題	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.9%	0.0%	0.0%	0.0%
会社訪問や工場見学等の案内	13.5%	30.4%	10.9%	18.5%	19.0%	11.5%	18.3%	0.0%
OB・OG紹介・訪問の案内	4.3%	16.9%	9.2%	12.8%	5.1%	15.2%	36.7%	0.0%
参加者限定イベントの案内(社員座談会など)	4.3%	15.9%	18.9%	22.7%	37.2%	8.5%	7.8%	0.0%
その他	4.9%	0.0%	0.0%	0.0%	5.4%	0.4%	0.0%	0.0%
検討中	25.9%	9.2%	7.7%	0.0%	1.7%	20.0%	0.0%	1.9%
インターンシップの参加学生を優遇する予定はない	2.4%	7.7%	6.2%	5.4%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%

【タイプ3・4のインターンシップを実施する方限定】

■インターンシップ(タイプ3・4)の実施において苦労している点、今後の課題だと感じている点

n=1,228

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
長期(5日以上)の開催が難しい	67.2%	71.9%	66.8%	63.9%	69.1%	70.5%
現場社員の協力を得ること・人員の確保が難しい	65.7%	71.9%	65.0%	64.7%	66.2%	61.8%
社外秘情報を学生の実務体験のために公開することが難	22.7%	22.6%	22.7%	16.6%	26.1%	20.3%
実務体験を行う仕事場・環境に学生を受け入れるのが難	43.2%	51.6%	42.4%	41.1%	44.3%	39.3%
実務体験に必要な業務ツールやアカウント発行などが難	12.7%	12.5%	12.7%	12.6%	12.7%	11.3%
プログラムの内容を考えるのが難しい	33.9%	35.2%	33.7%	36.0%	32.7%	32.2%
学生の受け入れ人数に限界がある(キャパシティの問題)	36.6%	40.1%	36.3%	34.6%	37.7%	-
その他	5.3%	4.7%	5.4%	4.5%	5.8%	2.9%
特に感じている課題はない	4.8%	1.5%	5.1%	5.3%	4.5%	6.5%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
長期(5日以上)の開催が難しい	60.8%	67.6%	74.4%	65.8%	78.6%	52.2%	69.3%	68.4%	52.4%
現場社員の協力を得ること・人員の確保が難しい	63.5%	66.0%	67.2%	73.7%	62.5%	78.3%	73.5%	62.8%	66.7%
社外秘情報を学生の実務体験のために公開することが難	11.6%	22.8%	26.4%	15.8%	75.0%	30.4%	42.8%	26.0%	45.2%
実務体験を行う仕事場・環境に学生を受け入れるのが難	43.1%	38.8%	51.2%	36.8%	57.1%	30.4%	48.8%	43.9%	50.0%
実務体験に必要な業務ツールやアカウント発行などが難	12.2%	13.1%	14.4%	13.2%	21.4%	13.0%	25.3%	10.9%	16.7%
プログラムの内容を考えるのが難しい	32.0%	40.7%	40.8%	36.8%	33.9%	30.4%	38.0%	28.1%	28.6%
学生の受け入れ人数に限界がある(キャパシティの問題)	26.0%	45.2%	40.0%	39.5%	26.8%	43.5%	32.5%	36.8%	35.7%
その他	5.5%	3.2%	4.8%	10.5%	0.0%	0.0%	1.2%	5.3%	2.4%
特に感じている課題はない	5.0%	5.8%	4.8%	5.3%	3.6%	8.7%	7.2%	3.9%	2.4%

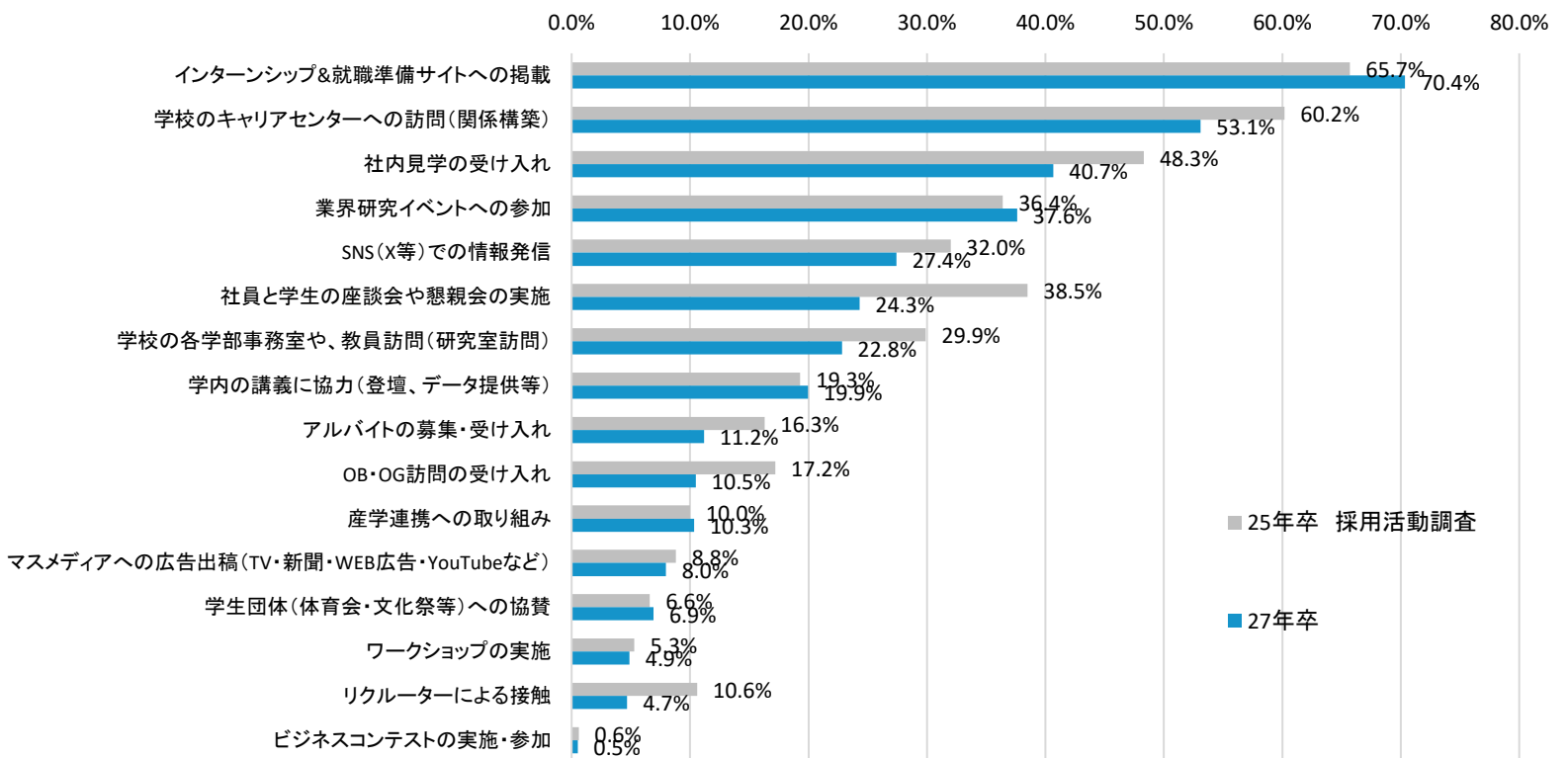
	50人未満	50~99人	100~ 299人	300~ 499人	500~ 999人	1,000~ 2,999人	3,000~ 4,999人	5,000人 以上
長期(5日以上)の開催が難しい	63.3%	59.8%	67.5%	73.5%	68.5%	82.8%	34.2%	76.1%
現場社員の協力を得ること・人員の確保が難しい	56.1%	63.7%	69.6%	67.3%	68.9%	73.0%	53.7%	53.6%
社外秘情報を学生の実務体験のために公開することが難	21.6%	20.4%	19.6%	26.1%	26.3%	29.8%	24.2%	33.6%
実務体験を行う仕事場・環境に学生を受け入れるのが難	42.1%	39.4%	40.2%	46.6%	48.8%	52.5%	20.0%	66.4%
実務体験に必要な業務ツールやアカウント発行などが難	13.2%	12.1%	11.0%	13.5%	13.7%	14.8%	7.7%	26.0%
プログラムの内容を考えるのが難しい	33.2%	37.5%	32.6%	36.2%	28.1%	41.4%	35.0%	12.7%
学生の受け入れ人数に限界がある(キャパシティの問題)	28.9%	27.5%	36.6%	43.8%	55.4%	36.0%	33.4%	49.5%
その他	3.8%	7.5%	5.3%	6.0%	7.9%	1.2%	0.0%	6.8%
特に感じている課題はない	7.4%	8.1%	4.2%	3.4%	1.0%	3.5%	0.0%	0.0%

【インターンシップ以外に行っている企業認知のための施策】

■インターンシップ・仕事体験以外にプレ期間に実施したこと(予定含む)

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
n=1,124						
学校のキャリアセンターへの訪問(関係構築)	53.1%	67.7%	51.5%	58.4%	50.1%	60.2%
学校の各学部事務室や、教員訪問(研究室訪問)	22.8%	29.8%	22.1%	36.0%	15.4%	29.9%
産学連携への取り組み	10.3%	15.2%	9.8%	14.7%	7.9%	10.0%
学内の講義に協力(登壇、データ提供等)	19.9%	34.4%	18.4%	20.4%	19.7%	19.3%
学生団体(体育会・文化祭等)への協賛	6.9%	9.8%	6.6%	7.0%	6.9%	6.6%
インターンシップ&就職準備サイトへの掲載	70.4%	85.5%	68.7%	67.9%	71.8%	65.7%
業界研究イベントへの参加	37.6%	54.2%	35.8%	36.3%	38.3%	36.4%
マスメディアへの広告出稿(TV・新聞・WEB広告・YouTubeなど)	8.0%	16.1%	7.1%	7.4%	8.2%	8.8%
SNS(X等)での情報発信	27.4%	31.3%	27.0%	24.2%	29.2%	32.0%
OB・OG訪問の受け入れ	10.5%	12.6%	10.3%	9.0%	11.3%	17.2%
リクレーターによる接触	4.7%	10.5%	4.0%	5.2%	4.4%	10.6%
社員と学生の座談会や懇親会の実施	24.3%	28.0%	23.9%	24.2%	24.4%	38.5%
ビジネスコンテストの実施・参加	0.5%	0.0%	0.6%	0.8%	0.3%	0.6%
ワークショップの実施	4.9%	5.7%	4.8%	5.4%	4.6%	5.3%
社内見学の受け入れ	40.7%	25.7%	42.3%	42.9%	39.4%	48.3%
アルバイトの募集・受け入れ	11.2%	2.4%	12.1%	4.2%	15.1%	16.3%

インターンシップ・仕事体験以外にプレ期間に実施したこと(予定含む)



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
学校のキャリアセンターへの訪問(関係構築)	57.7%	59.3%	63.8%	43.8%	58.9%	17.6%	57.4%	46.9%	45.0%
学校の各学部事務室や、教員訪問(研究室訪問)	33.1%	39.3%	9.5%	6.3%	12.5%	11.8%	26.4%	20.2%	20.0%
産学連携への取り組み	12.3%	17.6%	5.2%	3.1%	12.5%	11.8%	18.9%	9.5%	5.0%
学内の講義に協力(登壇、データ提供等)	18.4%	22.8%	19.8%	25.0%	30.4%	23.5%	23.0%	17.2%	17.5%
学生団体(体育会・文化祭等)への協賛	7.4%	6.6%	6.9%	6.3%	12.5%	17.6%	6.1%	6.5%	2.5%
インターンシップ&就職準備サイトへの掲載	68.1%	67.6%	68.1%	87.5%	75.0%	58.8%	75.0%	68.3%	65.0%
業界研究イベントへの参加	33.7%	39.3%	37.1%	50.0%	46.4%	17.6%	43.2%	35.1%	30.0%
マスメディアへの広告出稿(TV・新聞・WEB広告・YouTubeなど)	6.7%	8.3%	8.6%	12.5%	1.8%	17.6%	10.1%	6.9%	0.0%
SNS(X等)での情報発信	25.2%	23.1%	27.6%	28.1%	12.5%	35.3%	21.6%	31.3%	22.5%
OB・OG訪問の受け入れ	11.0%	6.6%	19.0%	6.3%	30.4%	17.6%	12.8%	8.8%	10.0%
リクレーターによる接触	4.9%	5.5%	3.4%	3.1%	1.8%	0.0%	5.4%	5.3%	5.0%
社員と学生の座談会や懇親会の実施	23.3%	25.2%	28.4%	25.0%	30.4%	17.6%	25.0%	22.5%	22.5%
ビジネスコンテストの実施・参加	1.2%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	2.0%	0.4%	0.0%
ワークショップの実施	6.1%	4.5%	3.4%	6.3%	5.4%	0.0%	5.4%	4.6%	0.0%
社内見学の受け入れ	44.2%	41.4%	40.5%	34.4%	30.4%	41.2%	27.0%	41.6%	27.5%
アルバイトの募集・受け入れ	4.9%	3.4%	6.0%	25.0%	1.8%	11.8%	2.7%	16.8%	10.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
学校のキャリアセンターへの訪問(関係構築)	34.0%	48.7%	55.2%	63.7%	61.0%	57.5%	56.1%	83.1%
学校の各学部事務室や、教員訪問(研究室訪問)	15.4%	27.6%	19.9%	22.4%	31.2%	26.3%	29.6%	37.5%
産学連携への取り組み	8.6%	11.7%	7.1%	14.9%	16.5%	10.3%	21.9%	0.2%
学内の講義に協力(登壇、データ提供等)	7.5%	15.3%	17.8%	22.2%	34.5%	35.8%	22.5%	34.8%
学生団体(体育会・文化祭等)への協賛	2.3%	6.6%	7.1%	10.0%	7.2%	3.0%	33.6%	17.7%
インターンシップ&就職準備サイトへの掲載	48.9%	64.9%	70.4%	80.4%	85.3%	83.8%	68.8%	92.5%
業界研究イベントへの参加	17.2%	25.6%	34.9%	52.0%	48.0%	67.6%	53.2%	59.2%
マスメディアへの広告出稿(TV・新聞・WEB広告・YouTubeなど)	5.0%	6.8%	5.3%	7.2%	11.8%	18.3%	11.5%	24.6%
SNS(X等)での情報発信	21.6%	24.3%	24.7%	27.2%	37.3%	33.6%	46.3%	51.7%
OB・OG訪問の受け入れ	3.1%	10.4%	8.9%	8.5%	15.8%	21.4%	15.0%	34.6%
リクレーターによる接触	4.3%	2.2%	2.8%	3.1%	8.5%	11.8%	4.1%	16.9%
社員と学生の座談会や懇親会の実施	9.6%	19.8%	22.3%	27.2%	45.2%	34.8%	33.4%	34.8%
ビジネスコンテストの実施・参加	0.0%	1.4%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ワークショップの実施	3.1%	4.1%	5.1%	5.1%	7.5%	3.9%	7.7%	7.0%
社内見学の受け入れ	46.1%	51.5%	39.8%	28.8%	34.1%	42.7%	30.2%	34.8%
アルバイトの募集・受け入れ	10.8%	8.5%	12.4%	7.9%	6.8%	20.1%	10.9%	17.9%

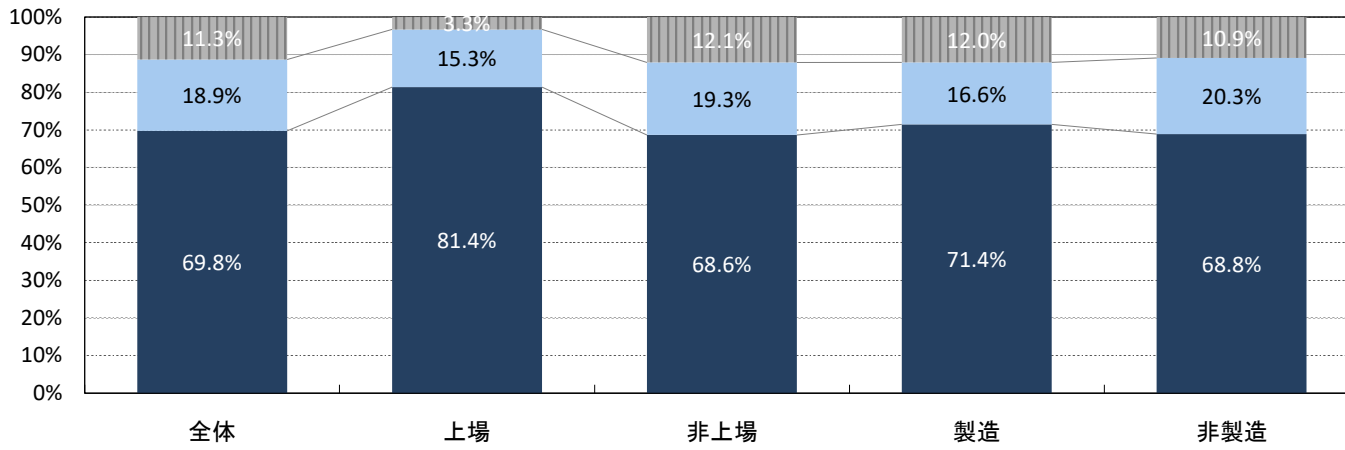
【インターンシップ実施予定】

■27年卒向けのインターンシップ・仕事体験を実施した・または実施予定か

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒採用活動調査
n=1,282						
実施した・実施予定	69.8%	81.4%	68.6%	71.4%	68.8%	65.7%
実施予定はない	18.9%	15.3%	19.3%	16.6%	20.3%	12.5%
実施するかどうか未定	11.3%	3.3%	12.1%	12.0%	10.9%	21.8%

27年卒向けのインターンシップ・仕事体験を実施した・または実施予定か

■実施した・実施予定 ■実施予定はない ■実施するかどうか未定



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
実施した・実施予定	69.5%	73.7%	64.8%	75.0%	69.4%	47.8%	64.0%	69.0%	65.2%
実施予定はない	17.1%	15.9%	28.1%	17.5%	21.0%	47.8%	29.7%	17.0%	23.9%
実施するかどうか未定	13.4%	10.4%	7.0%	7.5%	9.7%	4.3%	6.3%	13.9%	10.9%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
実施した・実施予定	46.8%	60.3%	73.0%	76.6%	86.6%	88.6%	92.3%	84.5%
実施予定はない	30.3%	28.9%	16.1%	16.4%	8.9%	7.9%	0.0%	6.4%
実施するかどうか未定	23.0%	10.8%	10.9%	7.0%	4.5%	3.5%	7.7%	9.1%

■開催形式別インターンシップで実施予定のプログラム内容

<WEB形式>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒採用活動調査
n=697						
会社見学・工場見学・職場見学	11.6%	13.7%	11.3%	16.0%	9.2%	18.8%
実際の現場での仕事体験	1.7%	1.9%	1.7%	1.8%	1.6%	3.7%
ロールプレイング形式の仕事体験	11.2%	23.6%	9.6%	7.2%	13.3%	16.1%
実際の仕事のシミュレーション体験	11.4%	17.2%	10.7%	7.5%	13.6%	20.6%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	17.1%	30.5%	15.4%	14.3%	18.6%	35.8%
人事や社員の講義・レクチャー	31.9%	47.2%	30.0%	30.0%	32.9%	47.5%
若手社員との交流会	27.8%	55.4%	24.3%	29.0%	27.1%	45.1%
社員からのフィードバック・面談	20.0%	29.0%	18.8%	18.9%	20.5%	-
仕事理解ができるゲーム	8.0%	12.7%	7.5%	6.2%	9.0%	-
その他	3.8%	1.9%	4.0%	2.4%	4.6%	8.1%
こちらの形式で実施していない	44.2%	27.2%	46.3%	46.2%	43.0%	13.3%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
会社見学・工場見学・職場見学	13.3%	19.0%	9.0%	4.0%	6.5%	28.6%	14.0%	10.8%	4.8%
実際の現場での仕事体験	1.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	2.2%	2.4%	0.0%
ロールプレイング形式の仕事体験	3.1%	11.6%	13.4%	16.0%	12.9%	28.6%	14.0%	12.0%	9.5%
実際の仕事のシミュレーション体験	8.2%	6.9%	7.5%	20.0%	9.7%	14.3%	18.3%	13.3%	0.0%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	5.1%	24.3%	11.9%	20.0%	32.3%	57.1%	30.1%	18.7%	9.5%
人事や社員の講義・レクチャー	23.5%	37.0%	31.3%	36.0%	32.3%	57.1%	32.3%	31.9%	52.4%
若手社員との交流会	23.5%	34.9%	25.4%	20.0%	58.1%	42.9%	35.5%	28.3%	28.6%
社員からのフィードバック・面談	16.3%	21.7%	17.9%	20.0%	29.0%	14.3%	26.9%	21.1%	14.3%
仕事理解ができるゲーム	6.1%	6.3%	9.0%	12.0%	9.7%	0.0%	15.1%	7.8%	0.0%
その他	4.1%	0.5%	1.5%	12.0%	3.2%	0.0%	3.2%	3.0%	9.5%
こちらの形式で実施していない	55.1%	36.5%	53.7%	40.0%	32.3%	28.6%	37.6%	41.6%	28.6%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
会社見学・工場見学・職場見学	7.9%	11.6%	11.0%	19.0%	14.8%	5.6%	17.3%	0.0%
実際の現場での仕事体験	0.8%	3.4%	2.0%	1.3%	0.7%	1.9%	0.0%	0.0%
ロールプレイング形式の仕事体験	2.0%	5.1%	9.5%	11.2%	14.9%	17.8%	44.1%	27.6%
実際の仕事のシミュレーション体験	7.0%	5.4%	6.4%	12.6%	17.7%	28.9%	17.3%	10.4%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	5.4%	6.9%	13.2%	14.0%	27.9%	31.8%	52.7%	41.5%
人事や社員の講義・レクチャー	13.4%	17.3%	30.5%	41.8%	42.4%	46.4%	45.0%	23.5%
若手社員との交流会	15.2%	16.7%	24.2%	36.5%	45.5%	31.3%	26.1%	41.5%
社員からのフィードバック・面談	15.0%	14.8%	13.5%	24.0%	25.6%	34.8%	31.1%	33.2%
仕事理解ができるゲーム	9.2%	3.4%	7.3%	7.9%	7.8%	15.4%	12.9%	0.0%
その他	3.6%	2.4%	6.5%	0.0%	1.7%	5.8%	0.0%	0.0%
こちらの形式で実施していない	63.2%	61.1%	47.8%	37.7%	31.3%	20.7%	34.1%	34.3%

<対面形式>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
n=834						
会社見学・工場見学・職場見学	70.9%	68.8%	71.2%	78.8%	66.5%	70.7%
実際の現場での仕事体験	51.1%	63.7%	49.6%	57.8%	47.4%	50.8%
ロールプレイング形式の仕事体験	25.5%	42.8%	23.5%	22.2%	27.4%	23.2%
実際の仕事のシミュレーション体験	38.9%	51.6%	37.3%	36.7%	40.0%	40.8%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	32.4%	48.6%	30.5%	30.4%	33.6%	40.3%
人事や社員の講義・レクチャー	45.1%	66.3%	42.5%	41.4%	47.1%	42.2%
若手社員との交流会	60.0%	72.2%	58.5%	66.3%	56.4%	62.1%
社員からのフィードバック・面談	52.9%	63.1%	51.6%	58.4%	49.8%	-
仕事理解ができるゲーム	11.8%	24.8%	10.3%	9.6%	13.1%	-
その他	1.6%	1.8%	1.6%	0.6%	2.1%	5.2%
こちらの形式で実施していない	6.1%	1.7%	6.7%	4.0%	7.3%	1.0%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
会社見学・工場見学・職場見学	77.2%	80.5%	73.4%	65.5%	68.4%	63.6%	53.8%	65.0%	60.0%
実際の現場での仕事体験	56.9%	58.8%	46.8%	58.6%	26.3%	72.7%	28.3%	44.7%	46.7%
ロールプレイング形式の仕事体験	20.3%	24.4%	34.2%	27.6%	42.1%	27.3%	36.8%	23.9%	33.3%
実際の仕事のシミュレーション体験	33.3%	40.7%	39.2%	44.8%	44.7%	36.4%	50.0%	38.1%	16.7%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	21.1%	41.2%	32.9%	37.9%	60.5%	54.5%	42.5%	29.9%	40.0%
人事や社員の講義・レクチャー	36.6%	47.1%	50.6%	48.3%	57.9%	63.6%	45.3%	44.7%	50.0%
若手社員との交流会	63.4%	69.7%	69.6%	41.4%	84.2%	72.7%	66.0%	55.3%	70.0%
社員からのフィードバック・面談	55.3%	62.0%	51.9%	58.6%	44.7%	45.5%	60.4%	45.7%	43.3%
仕事理解ができるゲーム	7.3%	12.2%	21.5%	17.2%	21.1%	0.0%	12.3%	8.6%	13.3%
その他	0.8%	0.5%	2.5%	3.4%	0.0%	9.1%	0.9%	1.5%	6.7%
こちらの形式で実施していない	3.3%	5.0%	3.8%	10.3%	0.0%	9.1%	9.4%	7.6%	3.3%

	50人未満	50～99人	100～ 299人	300～ 499人	500～ 999人	1,000～ 2,999人	3,000～ 4,999人	5,000人 以上
会社見学・工場見学・職場見学	70.4%	72.6%	71.0%	73.6%	70.1%	66.8%	78.6%	62.6%
実際の現場での仕事体験	55.4%	51.9%	53.6%	47.7%	48.4%	45.5%	61.7%	34.9%
ロールプレイング形式の仕事体験	16.2%	8.3%	24.5%	34.3%	41.2%	30.3%	50.2%	16.2%
実際の仕事のシミュレーション体験	33.8%	26.6%	31.8%	49.5%	55.1%	50.7%	70.0%	16.8%
グループワーク(企画立案、課題解決、プレゼンなど)	8.1%	16.3%	29.0%	44.4%	51.9%	44.6%	83.7%	34.9%
人事や社員の講義・レクチャー	31.7%	36.1%	46.5%	47.1%	59.6%	50.1%	60.7%	19.9%
若手社員との交流会	60.3%	53.5%	57.4%	66.5%	70.7%	55.0%	62.5%	63.9%
社員からのフィードバック・面談	44.8%	48.4%	49.1%	58.1%	69.8%	55.2%	74.8%	28.0%
仕事理解ができるゲーム	8.8%	4.9%	8.5%	18.5%	17.4%	18.9%	33.5%	0.0%
その他	1.3%	1.9%	1.3%	1.3%	1.9%	1.7%	8.3%	0.0%
こちらの形式で実施していない	6.0%	5.0%	6.8%	4.4%	5.4%	4.9%	0.0%	28.6%

■実施期間

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
n=815						
今年4月	13.4%	15.1%	13.2%	12.0%	14.2%	-
今年5月	16.2%	20.6%	15.6%	14.8%	16.9%	-
今年6月	27.2%	35.3%	26.2%	25.2%	28.3%	31.7%
今年7月	46.9%	61.4%	45.1%	42.9%	49.2%	52.4%
今年8月	79.5%	92.8%	77.8%	79.5%	79.5%	87.2%
今年9月	70.7%	93.6%	67.9%	75.6%	67.9%	75.5%
今年10月	42.2%	53.0%	40.8%	37.6%	44.7%	41.4%
今年11月	53.8%	63.0%	52.7%	47.2%	57.6%	43.9%
今年12月	58.8%	62.3%	58.4%	56.6%	60.0%	50.4%
来年1月	53.4%	55.5%	53.1%	51.4%	54.5%	50.0%
来年2月	52.3%	53.4%	52.2%	53.4%	51.8%	47.0%
上記の時期以外に実施	8.3%	5.2%	8.7%	7.8%	8.6%	4.0%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
今年4月	15.3%	8.3%	7.8%	22.2%	0.0%	0.0%	4.8%	15.1%	3.3%
今年5月	17.8%	11.5%	11.7%	25.9%	5.3%	9.1%	9.6%	16.7%	6.7%
今年6月	29.7%	20.2%	29.9%	37.0%	15.8%	18.2%	19.2%	26.0%	10.0%
今年7月	48.3%	36.7%	54.5%	63.0%	31.6%	27.3%	29.8%	44.8%	20.0%
今年8月	79.7%	79.4%	83.1%	88.9%	84.2%	100.0%	72.1%	74.5%	80.0%
今年9月	78.8%	72.0%	74.0%	81.5%	81.6%	90.9%	66.3%	59.9%	73.3%
今年10月	42.4%	32.1%	44.2%	51.9%	34.2%	36.4%	33.7%	43.7%	13.3%
今年11月	48.3%	45.9%	62.3%	74.1%	42.1%	63.6%	41.3%	51.6%	26.7%
今年12月	56.8%	56.4%	67.5%	59.3%	57.9%	63.6%	61.5%	57.8%	40.0%
来年1月	53.4%	49.1%	54.5%	66.7%	52.6%	27.3%	52.9%	51.0%	46.7%
来年2月	56.8%	49.5%	46.8%	55.6%	55.3%	36.4%	43.3%	52.6%	56.7%
上記の時期以外に実施	11.0%	4.1%	3.9%	14.8%	0.0%	0.0%	3.8%	8.9%	10.0%

	50人未満	50～99人	100～ 299人	300～ 499人	500～ 999人	1,000～ 2,999人	3,000～ 4,999人	5,000人 以上
今年4月	9.9%	14.4%	12.9%	9.8%	8.6%	19.5%	21.7%	44.8%
今年5月	9.9%	14.5%	13.9%	14.8%	11.0%	31.4%	22.3%	53.0%
今年6月	22.7%	19.8%	24.4%	27.8%	26.4%	40.0%	42.5%	61.7%
今年7月	32.0%	41.6%	44.5%	49.3%	49.7%	60.3%	67.1%	81.3%
今年8月	63.2%	72.3%	79.9%	82.8%	87.3%	84.6%	95.6%	100.0%
今年9月	58.4%	57.0%	69.2%	81.7%	77.6%	76.7%	95.6%	88.5%
今年10月	32.2%	32.5%	37.4%	43.8%	47.8%	57.8%	75.4%	76.7%
今年11月	39.1%	34.6%	53.8%	53.9%	65.6%	67.3%	87.3%	81.3%
今年12月	50.0%	49.1%	58.8%	50.3%	69.8%	70.9%	75.4%	73.5%
来年1月	47.0%	48.0%	54.4%	58.0%	53.9%	58.6%	41.9%	61.7%
来年2月	52.6%	49.3%	46.7%	65.5%	53.5%	53.3%	51.1%	72.9%
上記の時期以外に実施	13.8%	8.4%	5.3%	5.5%	8.9%	10.3%	0.0%	36.7%

■実施日数

	全体	上場	非上場	製造	非製造	25年卒 採用活動 調査
n=815						
1日(仕事体験)	85.3%	92.9%	84.3%	82.4%	86.9%	83.7%
2～3日	28.4%	35.2%	27.5%	34.3%	25.1%	28.2%
1週間程度	32.4%	42.4%	31.2%	39.4%	28.5%	19.5%
2週間程度	3.3%	4.7%	3.1%	6.2%	1.6%	4.8%
1ヶ月程度	1.2%	0.3%	1.3%	0.5%	1.7%	1.2%
1ヶ月以上	0.2%	0.0%	0.2%	0.4%	0.1%	0.6%

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
1日(仕事体験)	84.7%	79.8%	89.6%	85.2%	89.5%	72.7%	80.8%	87.0%	83.3%
2～3日	39.8%	28.0%	26.0%	33.3%	21.1%	27.3%	26.9%	21.9%	30.0%
1週間程度	39.0%	39.9%	28.6%	37.0%	15.8%	54.5%	27.9%	25.5%	23.3%
2週間程度	5.9%	6.4%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	3.8%	2.6%	0.0%
1ヶ月程度	0.8%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	2.9%	1.6%	0.0%
1ヶ月以上	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%

	50人未満	50～99人	100～ 299人	300～ 499人	500～ 999人	1,000～ 2,999人	3,000～ 4,999人	5,000人 以上
1日(仕事体験)	82.3%	76.1%	83.3%	91.7%	93.4%	90.5%	71.3%	93.1%
2～3日	24.0%	34.7%	24.9%	30.6%	32.2%	37.7%	11.9%	6.9%
1週間程度	23.1%	33.6%	33.3%	43.2%	39.8%	18.7%	44.8%	15.8%
2週間程度	3.0%	7.7%	3.4%	0.6%	1.9%	3.3%	3.5%	0.0%
1ヶ月程度	0.0%	1.2%	1.6%	0.0%	0.0%	0.3%	21.7%	0.0%
1ヶ月以上	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%

■インターンシップ実施時期別の実施日数

	全体	今年4月	今年5月	今年6月	今年7月	今年8月	今年9月	今年10月	今年11月	今年12月	来年1月	来年2月	上記の時 期以外に 実施
1日(仕事体験)	85.3%	91.8%	91.6%	92.7%	82.4%	74.6%	75.1%	93.0%	89.8%	89.8%	90.6%	91.3%	81.8%
2～3日	28.4%	16.8%	14.5%	13.6%	19.1%	25.0%	24.5%	12.3%	14.3%	15.4%	13.1%	14.0%	15.9%
1週間程度	32.4%	0.0%	2.1%	3.3%	10.1%	30.1%	25.6%	1.5%	3.0%	3.8%	4.9%	5.0%	13.8%
2週間程度	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	3.8%	1.9%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.5%	2.2%
1ヶ月程度	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	1.1%	0.9%	1.1%	1.5%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%
1ヶ月以上	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.2%	0.1%	0.0%	0.3%	0.0%	0.2%	0.2%	0.2%	0.0%

【インターンシップ実施後の振り返り】

■昨年と比較した応募・参加学生数の変化

<応募学生>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=835						
増えた	31.4%	27.4%	31.9%	31.0%	31.6%	-
変わらない	29.7%	34.4%	29.1%	32.1%	28.3%	-
減った	28.1%	32.4%	27.6%	26.4%	29.1%	-
わからない	10.8%	5.8%	11.5%	10.5%	11.0%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
増えた	29.2%	33.0%	31.6%	34.5%	30.8%	18.2%	30.5%	30.8%	50.0%
変わらない	31.7%	32.6%	27.8%	34.5%	35.9%	36.4%	27.6%	25.6%	13.3%
減った	28.3%	24.2%	31.6%	27.6%	28.2%	36.4%	28.6%	28.7%	16.7%
わからない	10.8%	10.1%	8.9%	3.4%	5.1%	9.1%	13.3%	14.9%	20.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
増えた	24.3%	22.5%	30.9%	32.1%	38.3%	40.5%	17.3%	59.8%
変わらない	28.1%	32.7%	28.9%	40.5%	34.0%	21.3%	11.9%	4.3%
減った	29.0%	30.4%	29.6%	22.0%	22.3%	27.4%	66.5%	19.7%
わからない	18.6%	14.4%	10.6%	5.4%	5.5%	10.9%	4.4%	16.2%

<参加学生>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=833						
増えた	29.9%	26.6%	30.3%	29.3%	30.2%	-
変わらない	30.5%	35.5%	29.9%	32.6%	29.3%	-
減った	27.9%	33.1%	27.3%	27.3%	28.2%	-
わからない	11.7%	4.8%	12.6%	10.7%	12.3%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
増えた	26.7%	32.3%	29.1%	37.9%	31.6%	18.2%	32.4%	27.7%	46.7%
変わらない	33.3%	31.9%	31.6%	31.0%	36.8%	45.5%	27.6%	27.2%	13.3%
減った	30.0%	24.3%	29.1%	24.1%	26.3%	27.3%	25.7%	29.7%	16.7%
わからない	10.0%	11.5%	10.1%	6.9%	5.3%	9.1%	14.3%	15.4%	23.3%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
増えた	18.9%	22.6%	31.6%	31.0%	33.9%	36.8%	20.8%	55.2%
変わらない	32.2%	31.8%	29.9%	32.7%	38.0%	24.1%	16.6%	12.2%
減った	28.8%	32.2%	28.2%	24.4%	19.9%	29.9%	58.1%	16.5%
わからない	20.0%	13.4%	10.3%	11.9%	8.2%	9.2%	4.4%	16.2%

■実施時期について学業への配慮を行っているか

n=883

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
大学の休暇期間に実施している	70.9%	80.5%	69.8%	73.8%	69.3%	-
複数日程を用意している	72.4%	82.0%	71.3%	72.7%	72.2%	-
土日に開催している	26.0%	27.2%	25.9%	17.4%	31.1%	-
夜間に実施している	1.6%	0.0%	1.8%	0.2%	2.4%	-
その他	5.1%	0.0%	5.7%	4.4%	5.5%	-
特別な配慮はしていない	5.4%	2.3%	5.7%	4.6%	5.8%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
大学の休暇期間に実施している	70.8%	77.2%	69.9%	83.3%	72.1%	81.8%	75.0%	63.1%	83.3%
複数日程を用意している	74.6%	70.5%	68.7%	73.3%	72.1%	81.8%	71.4%	72.9%	53.3%
土日に開催している	18.5%	16.2%	36.1%	56.7%	7.0%	9.1%	17.0%	22.2%	20.0%
夜間に実施している	0.0%	0.4%	1.2%	6.7%	0.0%	0.0%	1.8%	1.5%	3.3%
その他	5.4%	3.3%	3.6%	6.7%	2.3%	9.1%	3.6%	5.9%	0.0%
特別な配慮はしていない	5.4%	3.7%	3.6%	10.0%	0.0%	0.0%	5.4%	5.4%	6.7%

	50人未満	50～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1,000～2,999人	3,000～4,999人	5,000人以上
大学の休暇期間に実施している	61.6%	73.2%	68.6%	72.0%	76.4%	73.4%	100.0%	69.6%
複数日程を用意している	70.2%	63.0%	68.3%	75.5%	81.5%	82.5%	69.7%	92.4%
土日に開催している	15.3%	14.4%	27.4%	29.5%	34.0%	33.7%	26.1%	37.6%
夜間に実施している	0.0%	1.2%	1.5%	2.7%	1.3%	0.0%	0.0%	19.2%
その他	9.8%	3.9%	5.3%	0.0%	4.9%	7.3%	0.0%	7.6%
特別な配慮はしていない	7.4%	9.8%	6.0%	5.3%	1.2%	2.3%	0.0%	0.0%

■ 学業への配慮に限らず、インターンシップ・仕事体験参加希望の学生への対応として行っているもの

n=825

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
交通費を全額または一部補助している	41.3%	48.2%	40.5%	62.7%	29.0%	-
宿泊費を全額または一部補助している(遠方の学生向けに)	16.2%	22.5%	15.4%	28.9%	8.9%	-
宿泊できる場所(借り上げ社宅やマンスリーマンション)を用意している(遠方の学生向けに)	3.9%	8.7%	3.3%	5.5%	2.9%	-
応募者は全員参加できるコースを設けている	34.0%	38.8%	33.4%	27.9%	37.5%	-
対面参加・WEB参加を選べるコースを設けている	32.2%	36.4%	31.7%	27.8%	34.7%	-
昼食代を全部または一部補助している	47.8%	58.5%	46.5%	54.2%	44.1%	-
報酬を支払っている(有償のプログラム)	3.8%	2.6%	3.9%	3.7%	3.9%	-
キャリアカウンセリング・就職相談にのる	15.2%	15.2%	15.2%	12.4%	16.7%	-
その他	3.4%	0.7%	3.8%	2.1%	4.2%	-
特別なサポートはしていない	13.3%	1.0%	14.7%	9.7%	15.4%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
交通費を全額または一部補助している	64.2%	60.9%	26.3%	29.6%	13.5%	9.1%	39.8%	30.6%	26.9%
宿泊費を全額または一部補助している(遠方の学生向けに)	25.2%	33.2%	1.3%	3.7%	5.4%	0.0%	13.9%	13.5%	19.2%
宿泊できる場所(借り上げ社宅やマンスリーマンション)を用意している(遠方の学生向けに)	4.1%	7.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	5.2%	7.7%
応募者は全員参加できるコースを設けている	28.5%	27.3%	28.8%	51.9%	24.3%	27.3%	28.7%	36.8%	34.6%
対面参加・WEB参加を選べるコースを設けている	22.8%	33.6%	31.3%	40.7%	37.8%	18.2%	30.6%	34.2%	23.1%
昼食代を全部または一部補助している	48.8%	60.5%	53.8%	44.4%	40.5%	36.4%	42.6%	40.9%	50.0%
報酬を支払っている(有償のプログラム)	5.7%	1.4%	3.8%	3.7%	0.0%	0.0%	5.6%	4.1%	3.8%
キャリアカウンセリング・就職相談にのる	12.2%	12.7%	18.8%	18.5%	18.9%	9.1%	14.8%	15.5%	7.7%
その他	1.6%	2.7%	1.3%	7.4%	0.0%	9.1%	5.6%	4.1%	3.8%
特別なサポートはしていない	11.4%	7.7%	17.5%	7.4%	16.2%	9.1%	13.9%	17.6%	11.5%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
交通費を全額または一部補助している	50.5%	55.0%	37.4%	43.0%	34.9%	31.3%	46.1%	38.5%
宿泊費を全額または一部補助している(遠方の学生向けに)	16.6%	26.9%	13.7%	13.7%	17.8%	12.4%	19.0%	4.3%
宿泊できる場所(借り上げ社宅やマンスリーマンション)を用意している(遠方の学生向けに)	4.1%	5.6%	2.5%	2.5%	2.0%	7.1%	11.9%	10.2%
応募者は全員参加できるコースを設けている	29.3%	24.1%	31.6%	35.0%	35.5%	55.4%	51.0%	20.4%
対面参加・WEB参加を選べるコースを設けている	16.2%	27.4%	34.8%	38.2%	34.3%	37.2%	38.2%	33.4%
昼食代を全部または一部補助している	48.6%	46.0%	50.2%	59.7%	47.5%	31.3%	53.9%	18.9%
報酬を支払っている(有償のプログラム)	5.4%	8.0%	3.3%	0.6%	1.5%	6.0%	0.6%	0.0%
キャリアカウンセリング・就職相談にのる	13.2%	18.8%	15.1%	19.0%	20.2%	8.1%	0.0%	0.0%
その他	3.0%	6.5%	1.3%	4.3%	3.1%	7.5%	0.0%	0.0%
特別なサポートはしていない	17.4%	14.3%	13.4%	6.7%	13.3%	11.3%	0.0%	51.3%

■インターンシップ・仕事体験実施時、学生に対して参加時の服装について案内しているか

n=833

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
スーツを指定している	24.2%	20.3%	24.7%	20.7%	26.3%	-
私服を指定している	28.4%	20.3%	29.4%	28.3%	28.5%	-
服装は各自の判断と伝えている	31.1%	53.8%	28.4%	34.5%	29.1%	-
特に何もアナウンスしていない	16.3%	5.6%	17.6%	16.5%	16.2%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
スーツを指定している	16.4%	25.6%	49.4%	11.1%	55.3%	9.1%	9.2%	23.1%	22.2%
私服を指定している	28.7%	27.8%	11.1%	55.6%	5.3%	36.4%	26.6%	26.2%	44.4%
服装は各自の判断と伝えている	36.9%	31.8%	22.2%	29.6%	21.1%	45.5%	44.0%	30.8%	18.5%
特に何もアナウンスしていない	18.0%	14.8%	17.3%	3.7%	18.4%	9.1%	20.2%	20.0%	14.8%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
スーツを指定している	15.4%	18.4%	27.8%	29.1%	32.9%	16.5%	3.5%	34.9%
私服を指定している	26.8%	27.2%	27.8%	28.0%	24.7%	35.4%	46.1%	25.5%
服装は各自の判断と伝えている	31.9%	30.4%	29.8%	28.5%	31.0%	36.2%	50.3%	19.2%
特に何もアナウンスしていない	25.9%	23.9%	14.6%	14.4%	11.3%	11.9%	0.0%	20.4%

■インターンシップ・仕事体験にて、学生に報酬を支払っているか(交通費など経費は含まない)

n=883

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
全てのプログラムで支払っている	2.0%	0.1%	2.2%	3.2%	1.3%	-
一部支払っているプログラムがある	4.8%	2.4%	5.1%	6.5%	3.9%	-
まったく支払っていない	93.2%	97.5%	92.7%	90.3%	94.8%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
全てのプログラムで支払っている	4.6%	1.7%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	1.5%	0.0%
一部支払っているプログラムがある	9.2%	3.3%	3.6%	3.3%	0.0%	0.0%	5.4%	4.4%	3.3%
まったく支払っていない	86.2%	95.0%	94.0%	96.7%	100.0%	100.0%	92.9%	94.1%	96.7%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
全てのプログラムで支払っている	6.3%	5.7%	0.8%	1.2%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%
一部支払っているプログラムがある	3.9%	4.3%	4.4%	4.2%	7.6%	7.4%	0.0%	0.0%
まったく支払っていない	89.8%	89.9%	94.7%	94.7%	92.4%	92.6%	99.4%	100.0%

■インターンシップ・仕事体験にて学生に報酬を支払っている理由

n=57

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
労働の対価として支払うべきと考えているから	44.2%	26.9%	44.9%	33.3%	56.0%	-
報酬を支払うことで真剣に取り組んでくれる学生が増える	21.5%	68.3%	19.6%	12.5%	31.3%	-
報酬を得ることありがたさや嬉しさを学んでもらいたいから	10.3%	0.0%	10.7%	6.2%	14.7%	-
報酬を得ること責任や大変さを学んでもらいたいから	14.3%	4.8%	14.7%	8.4%	20.6%	-
学生の金銭的な負担を軽減するため	46.2%	31.7%	46.8%	64.7%	26.2%	-
他社(支払っていない企業)と差別化できるから	24.1%	4.8%	24.8%	25.1%	22.9%	-
その他	4.4%	0.0%	4.6%	4.0%	4.8%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
労働の対価として支払うべきと考えているから	33.3%	33.3%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	66.7%	100.0%
報酬を支払うことで真剣に取り組んでくれる学生が増える	11.1%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	0.0%
報酬を得ることありがたさや嬉しさを学んでもらいたいから	5.6%	8.3%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
報酬を得ること責任や大変さを学んでもらいたいから	11.1%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%
学生の金銭的な負担を軽減するため	66.7%	58.3%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	33.3%	0.0%
他社(支払っていない企業)と差別化できるから	27.8%	16.7%	20.0%	100.0%	0.0%	0.0%	12.5%	8.3%	0.0%
その他	0.0%	16.7%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
労働の対価として支払うべきと考えているから	50.0%	40.1%	56.7%	22.8%	51.0%	23.5%	0.0%	0.0%
報酬を支払うことで真剣に取り組んでくれる学生が増える	24.2%	24.2%	27.8%	10.9%	25.5%	1.7%	0.0%	0.0%
報酬を得ることありがたさや嬉しさを学んでもらいたいから	25.8%	22.4%	0.0%	0.0%	7.6%	0.0%	0.0%	0.0%
報酬を得ること責任や大変さを学んでもらいたいから	25.8%	22.4%	10.0%	0.0%	0.0%	19.5%	100.0%	0.0%
学生の金銭的な負担を軽減するため	50.0%	54.7%	60.4%	67.3%	23.5%	1.7%	0.0%	0.0%
他社(支払っていない企業)と差別化できるから	24.2%	21.6%	29.3%	10.9%	0.0%	57.0%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	4.6%	32.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

【インターンシップ着眼点】

■インターンシップ・仕事体験では、参加学生のどのような点を見ているか

n=883

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
自己紹介	22.6%	25.2%	22.3%	20.4%	23.9%	-
企業・業界理解の深さ	17.2%	13.9%	17.6%	18.2%	16.6%	-
技術的・専門的な知識	9.0%	14.2%	8.3%	14.7%	5.6%	-
参加に対する熱意	75.8%	82.1%	75.1%	75.0%	76.3%	-
臨機応変に対応できるか	14.9%	24.7%	13.8%	14.3%	15.3%	-
職場の雰囲気合うか	61.4%	66.6%	60.8%	62.9%	60.6%	-
明るさ・笑顔・人当りの良さ	79.5%	87.3%	78.6%	78.7%	80.0%	-
言葉遣い・態度	58.6%	63.2%	58.1%	57.4%	59.3%	-
個性的な人材かどうか	4.1%	9.8%	3.5%	4.2%	4.1%	-
素直さや伸びしろ等の成長可能性	43.1%	33.1%	44.3%	41.0%	44.4%	-
バランスの良さ	21.7%	34.0%	20.3%	21.8%	21.6%	-
まじめさ・誠実さ	54.9%	60.4%	54.3%	54.5%	55.2%	-
地頭の良さ	16.0%	26.2%	14.8%	19.2%	14.1%	-
その他	2.8%	2.4%	2.9%	2.4%	3.1%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
自己紹介	23.8%	16.6%	21.7%	26.7%	30.2%	45.5%	17.9%	23.2%	16.7%
企業・業界理解の深さ	20.0%	16.2%	13.3%	16.7%	23.3%	27.3%	15.2%	17.2%	6.7%
技術的・専門的な知識	12.3%	17.4%	2.4%	0.0%	0.0%	9.1%	22.3%	8.4%	0.0%
参加に対する熱意	74.6%	75.5%	74.7%	66.7%	76.7%	72.7%	69.6%	80.8%	70.0%
臨機応変に対応できるか	10.0%	19.1%	14.5%	10.0%	20.9%	45.5%	25.9%	16.3%	10.0%
職場の雰囲気合うか	63.8%	61.8%	66.3%	66.7%	62.8%	81.8%	60.7%	55.7%	73.3%
明るさ・笑顔・人当りの良さ	79.2%	78.0%	84.3%	86.7%	83.7%	72.7%	71.4%	76.4%	83.3%
言葉遣い・態度	60.8%	53.5%	55.4%	60.0%	67.4%	45.5%	51.8%	60.6%	53.3%
個性的な人材かどうか	4.6%	3.7%	3.6%	3.3%	2.3%	18.2%	2.7%	4.4%	3.3%
素直さや伸びしろ等の成長可能性	37.7%	44.8%	38.6%	40.0%	37.2%	54.5%	55.4%	47.8%	40.0%
バランスの良さ	17.7%	26.6%	22.9%	23.3%	37.2%	36.4%	25.9%	19.2%	20.0%
まじめさ・誠実さ	53.1%	56.0%	44.6%	70.0%	55.8%	63.6%	54.5%	53.2%	56.7%
地頭の良さ	13.8%	25.3%	13.3%	6.7%	18.6%	54.5%	35.7%	15.3%	3.3%
その他	2.3%	2.5%	0.0%	3.3%	4.7%	0.0%	5.4%	3.9%	6.7%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
自己紹介	30.7%	21.9%	19.2%	25.1%	20.4%	25.2%	28.7%	18.4%
企業・業界理解の深さ	17.5%	14.5%	16.2%	19.9%	22.3%	20.1%	3.5%	3.2%
技術的・専門的な知識	13.8%	13.3%	7.1%	4.8%	9.4%	8.2%	7.1%	9.6%
参加に対する熱意	75.6%	78.0%	76.2%	63.4%	80.6%	74.3%	95.6%	89.2%
臨機応変に対応できるか	14.2%	16.7%	14.4%	14.0%	16.6%	12.0%	36.4%	7.0%
職場の雰囲気合うか	65.7%	51.6%	65.6%	63.9%	55.5%	59.4%	69.3%	55.2%
明るさ・笑顔・人当りの良さ	73.7%	70.2%	86.0%	81.3%	86.5%	69.5%	78.3%	69.1%
言葉遣い・態度	60.0%	55.7%	57.8%	65.7%	60.5%	57.1%	58.1%	38.8%
個性的な人材かどうか	5.8%	3.9%	4.0%	2.3%	2.9%	5.8%	0.0%	10.8%
素直さや伸びしろ等の成長可能性	42.5%	36.0%	46.8%	35.3%	43.6%	51.9%	41.2%	35.6%
バランスの良さ	17.4%	18.9%	21.1%	24.1%	28.9%	22.6%	32.3%	6.4%
まじめさ・誠実さ	55.2%	53.6%	56.2%	57.9%	53.7%	58.4%	41.2%	28.0%
地頭の良さ	12.2%	14.2%	20.6%	16.3%	15.3%	11.9%	3.5%	9.6%
その他	2.1%	1.6%	3.3%	2.1%	2.9%	5.0%	4.4%	0.0%

■インターンシップ・仕事体験では、参加学生にどのようなことを期待しているか

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=845						
キャリアを考えるきっかけになる	55.5%	57.6%	55.2%	51.8%	57.6%	-
社会と接するきっかけになる	33.1%	42.4%	32.1%	27.3%	36.5%	-
学業以外の体験を提供できる	19.2%	31.8%	17.7%	15.7%	21.2%	-
働くこと・就職に前向きになる	49.5%	53.0%	49.1%	46.8%	51.0%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	76.3%	88.0%	74.9%	76.8%	76.0%	-
自社や業界への認知度が上がる	67.8%	74.6%	66.9%	66.1%	68.7%	-
自社や業界への理解度が上がる	78.0%	86.2%	77.0%	75.1%	79.6%	-
本採用の選考に進んでもらう	74.1%	83.4%	73.0%	67.5%	78.0%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	60.8%	74.5%	59.2%	55.9%	63.6%	-
採用後の定着率が上がる	34.1%	50.9%	32.1%	30.6%	36.1%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	48.0%	56.1%	53.2%	67.9%	41.0%	81.8%	61.8%	55.6%	51.9%
社会と接するきっかけになる	23.2%	32.0%	40.5%	53.6%	38.5%	36.4%	30.0%	29.3%	29.6%
学業以外の体験を提供できる	14.4%	17.1%	15.2%	35.7%	17.9%	18.2%	24.5%	18.2%	7.4%
働くこと・就職に前向きになる	44.8%	49.1%	48.1%	67.9%	38.5%	54.5%	54.5%	46.5%	44.4%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	79.2%	74.1%	81.0%	78.6%	76.9%	90.9%	82.7%	72.7%	70.4%
自社や業界への認知度が上がる	67.2%	64.9%	63.3%	71.4%	76.9%	72.7%	76.4%	68.7%	70.4%
自社や業界への理解度が上がる	76.8%	73.2%	74.7%	82.1%	74.4%	81.8%	87.3%	80.3%	74.1%
本採用の選考に進んでもらう	64.8%	70.6%	77.2%	82.1%	71.8%	90.9%	78.2%	76.8%	70.4%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	51.2%	61.4%	57.0%	71.4%	59.0%	63.6%	67.3%	63.1%	70.4%
採用後の定着率が上がる	24.8%	37.3%	30.4%	46.4%	25.6%	36.4%	34.5%	34.8%	48.1%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	47.9%	46.1%	51.6%	60.7%	59.4%	66.0%	83.9%	84.4%
社会と接するきっかけになる	33.3%	28.9%	28.1%	41.1%	29.1%	46.1%	66.0%	19.9%
学業以外の体験を提供できる	14.4%	18.1%	19.0%	14.2%	18.2%	30.7%	41.3%	11.5%
働くこと・就職に前向きになる	45.5%	45.5%	48.9%	51.9%	51.9%	55.4%	59.5%	40.2%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	72.2%	72.2%	74.9%	78.8%	79.0%	84.1%	78.9%	75.7%
自社や業界への認知度が上がる	62.5%	65.0%	65.6%	67.1%	70.5%	72.9%	91.7%	88.5%
自社や業界への理解度が上がる	76.9%	70.1%	78.0%	74.4%	82.3%	85.0%	96.5%	75.7%
本採用の選考に進んでもらう	67.9%	62.3%	75.3%	73.8%	81.3%	81.1%	88.1%	76.9%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	52.5%	54.8%	62.2%	57.0%	65.8%	68.7%	91.7%	48.3%
採用後の定着率が上がる	30.7%	24.3%	31.9%	41.3%	29.3%	52.2%	55.1%	23.3%

■(インターンシップ・仕事体験タイプ別)実施したことで得られた効果

<タイプ1:オープン・カンパニー>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=784						
キャリアを考えるきっかけになる	48.1%	52.8%	47.5%	45.2%	49.7%	-
社会と接するきっかけになる	24.5%	27.4%	24.2%	23.1%	25.3%	-
学業以外の体験を提供できる	9.8%	13.4%	9.3%	9.5%	9.9%	-
働くこと・就職に前向きになる	26.5%	30.4%	26.0%	24.4%	27.7%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	65.9%	73.3%	64.9%	64.4%	66.7%	-
自社や業界への認知度が上がる	62.3%	69.7%	61.4%	60.5%	63.4%	-
自社や業界への理解度が上がる	62.6%	66.8%	62.1%	57.5%	65.6%	-
本採用の選考に進んでもらう	40.2%	52.0%	38.7%	36.7%	42.2%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	25.2%	29.0%	24.8%	20.6%	27.9%	-
採用後の定着率が上がる	11.5%	16.2%	10.9%	9.0%	12.9%	-
このタイプでは実施していない	8.3%	2.2%	9.1%	9.3%	7.7%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウエア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	42.7%	48.1%	46.6%	55.6%	48.6%	72.7%	51.0%	48.1%	34.6%
社会と接するきっかけになる	19.7%	27.2%	24.7%	29.6%	28.6%	45.5%	29.8%	23.2%	7.7%
学業以外の体験を提供できる	6.0%	13.6%	6.8%	7.4%	20.0%	36.4%	9.6%	10.8%	11.5%
働くこと・就職に前向きになる	25.6%	22.8%	28.8%	29.6%	28.6%	54.5%	28.8%	25.9%	26.9%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	65.8%	62.6%	76.7%	66.7%	65.7%	81.8%	62.5%	63.2%	80.8%
自社や業界への認知度が上がる	61.5%	59.2%	67.1%	55.6%	68.6%	72.7%	67.3%	64.3%	80.8%
自社や業界への理解度が上がる	56.4%	58.7%	63.0%	70.4%	54.3%	72.7%	69.2%	64.9%	73.1%
本採用の選考に進んでもらう	30.8%	43.7%	39.7%	37.0%	45.7%	63.6%	53.8%	43.8%	42.3%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	17.1%	24.8%	30.1%	18.5%	37.1%	63.6%	30.8%	29.2%	30.8%
採用後の定着率が上がる	6.0%	12.6%	12.3%	3.7%	11.4%	18.2%	15.4%	16.2%	19.2%
このタイプでは実施していない	9.4%	9.2%	5.5%	7.4%	5.7%	0.0%	14.4%	8.6%	0.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	45.5%	38.4%	43.1%	44.4%	58.2%	65.1%	62.8%	67.2%
社会と接するきっかけになる	21.2%	28.0%	26.8%	23.4%	26.7%	21.1%	7.1%	10.7%
学業以外の体験を提供できる	7.6%	10.2%	9.9%	5.8%	11.0%	16.4%	7.1%	0.0%
働くこと・就職に前向きになる	21.0%	24.8%	23.4%	23.0%	28.1%	43.1%	18.0%	57.8%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	61.0%	66.1%	66.6%	64.6%	70.1%	68.2%	50.7%	68.0%
自社や業界への認知度が上がる	52.0%	61.2%	61.9%	62.0%	65.3%	69.6%	70.5%	74.2%
自社や業界への理解度が上がる	53.3%	57.7%	61.3%	55.1%	62.3%	84.3%	91.7%	73.3%
本採用の選考に進んでもらう	38.0%	35.7%	36.5%	29.3%	41.2%	62.6%	63.5%	63.5%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	26.2%	23.3%	24.0%	18.5%	23.9%	38.5%	29.8%	27.0%
採用後の定着率が上がる	14.8%	9.1%	7.8%	9.3%	13.9%	21.1%	17.3%	11.0%
このタイプでは実施していない	13.4%	11.9%	8.7%	9.2%	4.8%	1.6%	0.0%	10.7%

<タイプ2:キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=687						
キャリアを考えるきっかけになる	30.3%	47.7%	28.1%	32.7%	28.9%	-
社会と接するきっかけになる	19.3%	32.1%	17.6%	20.0%	18.8%	-
学業以外の体験を提供できる	15.0%	21.0%	14.3%	15.5%	14.8%	-
働くこと・就職に前向きになる	24.3%	40.8%	22.2%	24.5%	24.3%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	39.1%	59.5%	36.5%	42.3%	37.3%	-
自社や業界への認知度が上がる	35.9%	51.0%	33.9%	38.4%	34.4%	-
自社や業界への理解度が上がる	40.7%	51.9%	39.3%	41.5%	40.2%	-
本採用の選考に進んでもらう	30.5%	45.4%	28.6%	25.9%	33.1%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	19.4%	29.3%	18.2%	17.5%	20.5%	-
採用後の定着率が上がる	9.9%	18.3%	8.8%	8.8%	10.6%	-
このタイプでは実施していない	45.2%	25.1%	47.7%	41.2%	47.4%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	36.2%	28.5%	37.1%	33.3%	25.0%	55.6%	27.8%	23.9%	31.6%
社会と接するきっかけになる	19.0%	21.2%	25.7%	20.8%	21.4%	33.3%	14.4%	15.3%	15.8%
学業以外の体験を提供できる	18.1%	12.3%	21.4%	12.5%	14.3%	33.3%	13.3%	12.9%	10.5%
働くこと・就職に前向きになる	26.7%	21.8%	31.4%	33.3%	25.0%	55.6%	18.9%	17.8%	21.1%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	47.6%	35.8%	48.6%	41.7%	32.1%	66.7%	32.2%	31.3%	42.1%
自社や業界への認知度が上がる	41.0%	35.2%	38.6%	33.3%	32.1%	55.6%	30.0%	33.1%	52.6%
自社や業界への理解度が上がる	46.7%	35.2%	50.0%	50.0%	35.7%	55.6%	34.4%	33.1%	42.1%
本採用の選考に進んでもらう	24.8%	27.4%	37.1%	37.5%	21.4%	66.7%	27.8%	30.1%	21.1%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	17.1%	17.9%	22.9%	20.8%	21.4%	44.4%	21.1%	19.0%	21.1%
採用後の定着率が上がる	9.5%	7.8%	11.4%	8.3%	7.1%	22.2%	8.9%	11.0%	15.8%
このタイプでは実施していない	33.3%	50.8%	38.6%	41.7%	57.1%	33.3%	58.9%	52.1%	42.1%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	19.1%	23.5%	24.3%	35.1%	45.5%	36.9%	57.1%	43.5%
社会と接するきっかけになる	17.5%	19.2%	16.0%	27.8%	21.6%	18.3%	37.4%	0.0%
学業以外の体験を提供できる	10.1%	15.4%	13.9%	17.7%	14.8%	19.2%	33.4%	0.0%
働くこと・就職に前向きになる	9.7%	30.0%	17.8%	32.9%	31.2%	31.1%	43.6%	22.6%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	30.6%	39.9%	38.9%	41.8%	47.1%	33.5%	61.1%	20.9%
自社や業界への認知度が上がる	22.8%	33.1%	34.5%	44.5%	39.4%	39.2%	65.1%	20.9%
自社や業界への理解度が上がる	29.7%	37.5%	38.5%	46.5%	44.6%	49.4%	65.1%	20.9%
本採用の選考に進んでもらう	18.0%	22.6%	29.1%	37.3%	30.9%	46.8%	51.6%	16.1%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	10.8%	15.8%	18.6%	21.4%	21.8%	27.6%	34.1%	16.1%
採用後の定着率が上がる	9.0%	7.8%	5.9%	14.3%	12.2%	14.9%	33.4%	0.0%
このタイプでは実施していない	56.8%	46.9%	46.0%	39.5%	36.7%	45.3%	34.9%	56.5%

<タイプ3:汎用的能力・専門能力活用型インターンシップ>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=671						
キャリアを考えるきっかけになる	25.6%	36.3%	24.4%	30.7%	22.5%	-
社会と接するきっかけになる	19.2%	29.7%	18.0%	22.5%	17.3%	-
学業以外の体験を提供できる	18.1%	27.0%	17.1%	20.4%	16.7%	-
働くこと・就職に前向きになる	21.1%	33.5%	19.7%	26.1%	18.1%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	30.8%	40.7%	29.6%	36.7%	27.2%	-
自社や業界への認知度が上がる	30.9%	41.9%	29.6%	34.6%	28.6%	-
自社や業界への理解度が上がる	34.3%	45.8%	33.0%	37.9%	32.1%	-
本採用の選考に進んでもらう	30.5%	41.6%	29.3%	32.0%	29.7%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	25.3%	33.5%	24.4%	28.1%	23.7%	-
採用後の定着率が上がる	15.2%	23.4%	14.3%	17.8%	13.7%	-
このタイプでは実施していない	58.2%	50.0%	59.1%	50.2%	63.0%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	30.1%	31.5%	19.4%	35.3%	8.3%	40.0%	19.3%	20.5%	25.0%
社会と接するきっかけになる	21.4%	23.8%	17.9%	17.6%	8.3%	20.0%	14.8%	17.4%	20.0%
学業以外の体験を提供できる	19.4%	21.5%	16.4%	23.5%	8.3%	10.0%	17.0%	15.5%	10.0%
働くこと・就職に前向きになる	24.3%	28.2%	16.4%	23.5%	8.3%	30.0%	17.0%	17.4%	10.0%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	35.9%	37.6%	23.9%	47.1%	8.3%	50.0%	33.0%	23.0%	30.0%
自社や業界への認知度が上がる	33.0%	36.5%	16.4%	52.9%	8.3%	40.0%	33.0%	26.7%	40.0%
自社や業界への理解度が上がる	35.9%	40.3%	29.9%	47.1%	8.3%	30.0%	34.1%	29.8%	40.0%
本採用の選考に進んでもらう	29.1%	35.4%	22.4%	52.9%	4.2%	50.0%	25.0%	26.7%	30.0%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	25.2%	31.5%	17.9%	35.3%	8.3%	40.0%	19.3%	23.0%	30.0%
採用後の定着率が上がる	15.5%	20.4%	9.0%	23.5%	4.2%	20.0%	11.4%	13.0%	25.0%
このタイプでは実施していない	51.5%	48.6%	67.2%	47.1%	87.5%	50.0%	61.4%	65.2%	55.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	20.8%	23.5%	22.7%	23.9%	33.6%	31.1%	63.6%	14.8%
社会と接するきっかけになる	18.7%	19.1%	16.9%	21.7%	23.1%	17.5%	39.9%	14.4%
学業以外の体験を提供できる	17.3%	16.4%	13.9%	20.3%	23.4%	20.8%	51.8%	14.4%
働くこと・就職に前向きになる	20.0%	21.2%	15.0%	31.8%	27.7%	15.9%	58.6%	14.4%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	25.9%	32.6%	31.7%	27.5%	37.5%	29.0%	28.7%	15.9%
自社や業界への認知度が上がる	25.9%	28.9%	29.4%	32.6%	38.6%	31.3%	63.6%	1.5%
自社や業界への理解度が上がる	27.7%	32.1%	33.3%	33.9%	41.9%	37.5%	63.6%	14.8%
本採用の選考に進んでもらう	17.3%	28.2%	30.1%	35.6%	36.3%	34.1%	63.6%	15.9%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	19.0%	22.3%	23.1%	29.9%	31.7%	25.5%	63.6%	15.9%
採用後の定着率が上がる	10.3%	10.1%	15.2%	20.9%	16.9%	21.3%	16.8%	0.4%
このタイプでは実施していない	65.9%	53.5%	60.0%	56.0%	50.1%	62.5%	31.4%	84.1%

<タイプ3には当てはまらないが就業体験のあるプログラム>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=640						
キャリアを考えるきっかけになる	20.0%	28.6%	19.0%	16.5%	21.9%	-
社会と接するきっかけになる	12.1%	20.0%	11.2%	10.0%	13.2%	-
学業以外の体験を提供できる	12.7%	16.6%	12.3%	11.5%	13.4%	-
働くこと・就職に前向きになる	20.0%	29.5%	19.0%	16.1%	22.2%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	29.4%	45.5%	27.7%	26.3%	31.1%	-
自社や業界への認知度が上がる	27.2%	41.5%	25.6%	23.4%	29.2%	-
自社や業界への理解度が上がる	30.8%	38.5%	30.0%	27.7%	32.5%	-
本採用の選考に進んでもらう	25.9%	39.9%	24.3%	25.1%	26.3%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	23.0%	31.0%	22.1%	22.6%	23.2%	-
採用後の定着率が上がる	12.0%	25.2%	10.6%	14.1%	10.9%	-
このタイプでは実施していない	61.9%	50.1%	63.2%	63.4%	61.2%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	14.9%	18.5%	17.9%	25.0%	24.1%	62.5%	21.2%	21.4%	14.3%
社会と接するきっかけになる	10.6%	9.3%	13.4%	10.0%	24.1%	50.0%	11.8%	13.0%	14.3%
学業以外の体験を提供できる	12.8%	9.9%	10.4%	15.0%	17.2%	50.0%	12.9%	13.0%	14.3%
働くこと・就職に前向きになる	18.1%	13.6%	19.4%	25.0%	31.0%	50.0%	20.0%	21.4%	14.3%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	27.7%	24.7%	29.9%	30.0%	34.5%	62.5%	30.6%	31.2%	38.1%
自社や業界への認知度が上がる	22.3%	24.7%	25.4%	35.0%	27.6%	62.5%	35.3%	27.9%	33.3%
自社や業界への理解度が上がる	27.7%	27.8%	28.4%	30.0%	41.4%	62.5%	35.3%	33.8%	33.3%
本採用の選考に進んでもらう	24.5%	25.9%	19.4%	35.0%	24.1%	50.0%	30.6%	25.3%	33.3%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	25.5%	19.1%	17.9%	25.0%	31.0%	62.5%	21.2%	23.4%	33.3%
採用後の定着率が上がる	16.0%	11.7%	11.9%	5.0%	6.9%	25.0%	11.8%	12.3%	14.3%
このタイプでは実施していない	61.7%	65.4%	62.7%	65.0%	51.7%	37.5%	60.0%	60.4%	47.6%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	12.2%	10.6%	19.9%	16.9%	32.6%	24.7%	54.6%	22.7%
社会と接するきっかけになる	13.4%	8.3%	14.4%	10.3%	7.7%	15.6%	16.3%	0.0%
学業以外の体験を提供できる	12.1%	8.3%	13.0%	13.7%	7.9%	23.4%	15.1%	0.0%
働くこと・就職に前向きになる	14.7%	14.6%	17.5%	23.8%	26.1%	24.4%	55.7%	22.7%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	26.0%	29.2%	29.2%	25.6%	40.6%	27.9%	17.4%	29.5%
自社や業界への認知度が上がる	16.7%	22.0%	27.5%	29.1%	36.3%	29.6%	55.7%	13.5%
自社や業界への理解度が上がる	25.6%	27.8%	28.6%	33.0%	41.5%	31.9%	55.7%	13.5%
本採用の選考に進んでもらう	19.9%	22.8%	24.2%	25.2%	36.1%	28.4%	55.7%	13.5%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	19.6%	20.5%	20.5%	22.6%	29.9%	27.3%	39.4%	29.5%
採用後の定着率が上がる	14.1%	12.1%	10.5%	15.1%	11.7%	12.5%	2.3%	13.5%
このタイプでは実施していない	65.9%	61.6%	62.8%	60.6%	54.7%	66.0%	44.3%	70.5%

<タイプ4:高度専門型インターンシップ>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=582						
キャリアを考えるきっかけになる	1.8%	2.3%	1.8%	2.7%	1.3%	-
社会と接するきっかけになる	1.3%	0.0%	1.4%	2.7%	0.4%	-
学業以外の体験を提供できる	1.3%	0.0%	1.4%	2.7%	0.4%	-
働くこと・就職に前向きになる	1.5%	0.0%	1.6%	2.4%	0.9%	-
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	1.9%	2.3%	1.9%	3.0%	1.3%	-
自社や業界への認知度が上がる	1.9%	0.0%	2.0%	3.9%	0.6%	-
自社や業界への理解度が上がる	2.2%	2.3%	2.2%	3.0%	1.8%	-
本採用の選考に進んでもらう	2.0%	0.0%	2.2%	3.0%	1.5%	-
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	1.3%	2.7%	1.1%	1.8%	1.0%	-
採用後の定着率が上がる	1.6%	2.7%	1.5%	2.1%	1.4%	-
このタイプでは実施していない	95.4%	94.9%	95.4%	92.7%	96.9%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
キャリアを考えるきっかけになる	3.3%	2.0%	1.6%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	1.5%	0.0%
社会と接するきっかけになる	3.3%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
学業以外の体験を提供できる	3.3%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	6.3%
働くこと・就職に前向きになる	3.3%	1.4%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	1.5%	0.0%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	4.3%	1.4%	1.6%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	1.5%	0.0%
自社や業界への認知度が上がる	4.3%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	3.8%	0.7%	0.0%
自社や業界への理解度が上がる	3.3%	2.7%	1.6%	0.0%	0.0%	14.3%	3.8%	2.2%	0.0%
本採用の選考に進んでもらう	3.3%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	3.8%	2.2%	0.0%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	2.2%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	1.3%	1.5%	0.0%
採用後の定着率が上がる	3.3%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	2.2%	0.0%
このタイプでは実施していない	91.3%	94.6%	98.4%	100.0%	95.8%	85.7%	96.2%	95.6%	93.8%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
キャリアを考えるきっかけになる	4.5%	0.0%	1.5%	1.9%	3.9%	0.0%	0.0%	0.0%
社会と接するきっかけになる	6.2%	0.0%	0.3%	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
学業以外の体験を提供できる	6.2%	0.1%	0.3%	1.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
働くこと・就職に前向きになる	7.4%	0.0%	0.3%	2.4%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
自社や業界の魅力を早い段階で知ってもらえる	7.4%	1.6%	1.2%	1.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
自社や業界への認知度が上がる	5.4%	1.8%	0.7%	3.6%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%
自社や業界への理解度が上がる	7.4%	2.0%	1.3%	2.7%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%
本採用の選考に進んでもらう	7.4%	2.0%	0.7%	3.6%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
選考後の内定辞退やミスマッチ防止につながる	3.7%	0.0%	0.6%	3.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
採用後の定着率が上がる	5.4%	0.0%	1.3%	3.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
このタイプでは実施していない	88.3%	94.7%	97.7%	93.7%	93.5%	100.0%	100.0%	100.0%

■インターンシップ・仕事体験に参加する学生について

<参加時に見ている部分>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=778						
主体性:物事に進んで取り組む力	75.3%	85.8%	74.0%	73.3%	76.4%	-
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	30.5%	48.0%	28.3%	30.3%	30.6%	-
実行力:目的を設定し確実に行動する力	29.3%	35.8%	28.5%	28.9%	29.5%	-
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	26.9%	30.6%	26.4%	27.5%	26.5%	-
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	16.9%	30.1%	15.3%	19.5%	15.4%	-
創造力:新しい価値を生み出す力	13.7%	21.3%	12.8%	15.6%	12.7%	-
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	51.5%	60.8%	50.3%	50.7%	51.9%	-
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	65.9%	68.3%	65.6%	65.6%	66.1%	-
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	38.3%	48.9%	37.0%	33.7%	41.0%	-
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	33.6%	41.6%	32.6%	32.5%	34.2%	-
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	41.5%	46.3%	40.9%	38.6%	43.1%	-
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	10.9%	19.4%	9.9%	11.6%	10.6%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
主体性:物事に進んで取り組む力	74.4%	72.1%	81.3%	77.8%	82.9%	90.9%	85.0%	73.2%	76.9%
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	27.4%	33.8%	28.0%	40.7%	51.4%	54.5%	40.0%	25.7%	38.5%
実行力:目的を設定し確実に行動する力	24.8%	33.8%	18.7%	40.7%	34.3%	45.5%	44.0%	27.9%	23.1%
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	21.4%	34.8%	18.7%	29.6%	42.9%	27.3%	50.0%	26.2%	34.6%
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	16.2%	23.5%	8.0%	18.5%	28.6%	27.3%	29.0%	15.3%	23.1%
創造力:新しい価値を生み出す力	11.1%	21.1%	8.0%	18.5%	8.6%	18.2%	17.0%	12.0%	7.7%
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	53.0%	48.0%	57.3%	51.9%	57.1%	81.8%	62.0%	48.6%	53.8%
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	67.5%	63.2%	69.3%	70.4%	80.0%	81.8%	66.0%	62.3%	73.1%
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	29.9%	38.2%	34.7%	51.9%	45.7%	45.5%	39.0%	38.8%	46.2%
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	26.5%	39.7%	34.7%	44.4%	51.4%	18.2%	37.0%	29.5%	42.3%
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	40.2%	36.8%	41.3%	48.1%	40.0%	54.5%	36.0%	42.1%	50.0%
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	11.1%	12.3%	9.3%	7.4%	14.3%	9.1%	11.0%	12.0%	3.8%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
主体性:物事に進んで取り組む力	63.0%	76.0%	78.2%	71.0%	81.7%	72.2%	75.4%	100.0%
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	22.0%	19.5%	25.1%	29.9%	39.5%	53.6%	62.8%	36.5%
実行力:目的を設定し確実に行動する力	24.5%	27.7%	31.8%	19.6%	31.1%	33.2%	53.9%	18.6%
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	23.3%	20.9%	26.0%	22.6%	32.3%	35.6%	53.9%	12.2%
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	18.3%	13.6%	13.1%	8.7%	27.5%	20.6%	53.9%	18.6%
創造力:新しい価値を生み出す力	14.7%	8.6%	13.3%	11.8%	18.6%	12.9%	41.3%	0.0%
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	41.8%	47.1%	52.6%	58.4%	57.6%	51.7%	66.6%	5.4%
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	73.2%	55.1%	67.5%	72.0%	57.3%	69.4%	79.1%	44.3%
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	28.1%	29.6%	33.9%	39.4%	49.7%	53.4%	66.6%	45.2%
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	33.0%	24.4%	31.7%	30.2%	46.3%	40.7%	44.9%	11.2%
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	40.0%	41.6%	42.6%	38.9%	44.6%	34.9%	57.6%	44.3%
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	12.8%	15.5%	6.1%	9.4%	12.0%	16.6%	33.0%	0.0%

<参加を通じて成長を感じてほしい部分>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=765						
主体性:物事に進んで取り組む力	56.0%	61.9%	55.2%	53.1%	57.6%	-
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	34.1%	52.6%	31.7%	33.0%	34.7%	-
実行力:目的を設定し確実に行動する力	35.4%	41.6%	34.6%	33.4%	36.5%	-
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	38.7%	46.8%	37.7%	43.4%	36.1%	-
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	25.1%	29.6%	24.6%	29.2%	22.8%	-
創造力:新しい価値を生み出す力	18.9%	29.5%	17.6%	21.7%	17.3%	-
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	50.7%	72.5%	47.9%	44.9%	53.9%	-
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	51.1%	46.3%	51.7%	43.8%	55.2%	-
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	41.0%	54.7%	39.2%	35.3%	44.1%	-
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	39.8%	45.8%	39.1%	36.9%	41.5%	-
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	34.2%	39.2%	33.5%	33.6%	34.5%	-
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	12.5%	19.1%	11.7%	10.8%	13.5%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
主体性:物事に進んで取り組む力	51.3%	55.2%	59.5%	61.5%	77.1%	63.6%	63.0%	54.1%	45.8%
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	32.7%	33.3%	29.7%	46.2%	45.7%	27.3%	45.0%	31.5%	29.2%
実行力:目的を設定し確実に行動する力	31.9%	35.3%	24.3%	42.3%	42.9%	45.5%	50.0%	37.6%	16.7%
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	38.1%	49.8%	35.1%	34.6%	40.0%	27.3%	62.0%	35.9%	45.8%
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	28.3%	30.3%	20.3%	19.2%	28.6%	36.4%	39.0%	23.8%	16.7%
創造力:新しい価値を生み出す力	17.7%	26.4%	18.9%	15.4%	11.4%	18.2%	20.0%	17.7%	12.5%
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	41.6%	48.8%	55.4%	57.7%	51.4%	81.8%	59.0%	51.4%	41.7%
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	43.4%	44.3%	66.2%	50.0%	68.6%	81.8%	56.0%	51.9%	58.3%
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	34.5%	36.3%	33.8%	53.8%	51.4%	27.3%	45.0%	44.2%	45.8%
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	33.6%	40.8%	37.8%	50.0%	37.1%	9.1%	35.0%	40.9%	50.0%
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	38.1%	28.4%	41.9%	34.6%	40.0%	36.4%	35.0%	31.5%	41.7%
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	10.6%	10.9%	14.9%	15.4%	17.1%	0.0%	20.0%	12.2%	8.3%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
主体性:物事に進んで取り組む力	43.9%	56.5%	55.0%	52.2%	60.0%	59.5%	99.4%	68.9%
働きかけ力:他人に働きかけ巻き込む力	23.5%	33.0%	26.8%	33.2%	44.6%	42.9%	92.9%	57.7%
実行力:目的を設定し確実に行動する力	30.7%	53.2%	32.3%	30.9%	26.9%	33.4%	76.2%	49.7%
課題発見力:現状を分析し目的や課題を明らかにする力	35.7%	42.7%	35.4%	34.1%	35.8%	44.8%	75.0%	68.9%
計画力:課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力	23.5%	34.0%	21.8%	19.3%	23.1%	26.2%	75.0%	18.3%
創造力:新しい価値を生み出す力	17.6%	25.2%	13.8%	22.1%	17.9%	15.8%	49.7%	49.3%
発信力:自分の意見をわかりやすく伝える力	36.4%	47.3%	52.8%	46.3%	59.5%	50.8%	83.3%	45.2%
傾聴力:相手の意見を丁寧に聴く力	56.2%	41.8%	50.7%	48.9%	55.6%	50.3%	79.1%	44.3%
柔軟性:意見の違いや立場の違いを理解する力	32.7%	36.1%	40.2%	41.1%	45.0%	46.3%	75.0%	38.5%
状況把握力:自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	41.3%	42.2%	38.3%	35.1%	39.6%	40.9%	70.2%	31.4%
規律性:社会のルールや人との約束を守る力	44.1%	40.0%	31.8%	24.4%	33.8%	33.0%	57.6%	18.3%
ストレスコントロール力:ストレスの発生源に対応する力	15.4%	17.4%	7.3%	8.5%	10.9%	19.7%	54.1%	0.0%

【インターンシップ課題】

■27年卒向けのインターンシップ・仕事体験における問題点

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=883						
母集団(エントリー数)の不足	72.0%	82.9%	70.7%	73.3%	71.2%	-
合同インターンシップ説明会での集客	31.0%	40.6%	29.8%	29.3%	31.9%	-
参加辞退者の増加	19.8%	17.2%	20.1%	18.3%	20.7%	-
参加学生の質の低下	19.1%	33.0%	17.5%	15.5%	21.2%	-
実施エリア以外の学生の参加	12.7%	21.2%	11.8%	12.4%	12.9%	-
企業の知名度が無い	42.0%	50.0%	41.0%	50.5%	37.0%	-
同業他社・採用競合の情報がない	11.6%	16.1%	11.1%	10.4%	12.4%	-
予算がない	12.0%	13.2%	11.8%	11.6%	12.2%	-
26年卒学生の採用活動との時期重複	16.4%	28.5%	15.0%	13.5%	18.1%	-
マンパワー不足※他業務との兼ね合い含む	44.3%	47.1%	44.0%	44.5%	44.1%	-
受け入れられる人数が少ない	17.9%	25.7%	17.0%	22.6%	15.1%	-
経営陣の関心が低い、理解が得られない	5.0%	8.5%	4.6%	5.0%	5.1%	-
協力社員の確保が難しい	31.0%	38.0%	30.2%	31.5%	30.7%	-
協力社員や面接官の教育・研修※質の均一化	9.9%	14.2%	9.4%	10.5%	9.6%	-
実施内容が一般的※特徴を出せていない	14.1%	13.1%	14.2%	11.6%	15.6%	-
参加学生の満足度が低い※アンケートの結果が悪い等	0.4%	0.0%	0.4%	0.2%	0.5%	-
プログラム内容の充実度	24.6%	31.0%	23.9%	23.6%	25.2%	-
業務体験の充実度	20.8%	23.6%	20.5%	16.9%	23.1%	-
業務上の機密保持、情報漏洩防止の観点から現場体験が困難である	7.2%	4.6%	7.5%	8.4%	6.5%	-
インターンシップに参加した学生の採用選考の参加割合が低い	21.6%	19.7%	21.8%	20.6%	22.2%	-
ターゲット層の学生の参加が少ない	22.4%	30.5%	21.5%	23.6%	21.7%	-
本選考までのつなぎとめが難しい	32.8%	38.9%	32.1%	29.9%	34.6%	-
その他	0.7%	0.7%	0.7%	1.0%	0.6%	-
特に問題はない	1.6%	0.0%	1.8%	1.4%	1.7%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
母集団(エントリー数)の不足	75.4%	71.0%	79.5%	73.3%	69.8%	45.5%	54.5%	69.0%	56.7%
合同インターンシップ説明会での集客	28.5%	30.3%	33.7%	43.3%	39.5%	9.1%	20.5%	27.6%	20.0%
参加辞退者の増加	14.6%	22.4%	22.9%	26.7%	20.9%	9.1%	25.0%	17.7%	23.3%
参加学生の質の低下	13.1%	18.3%	21.7%	33.3%	20.9%	27.3%	22.3%	16.3%	23.3%
実施エリア以外の学生の参加	13.8%	10.8%	14.5%	16.7%	25.6%	0.0%	8.0%	10.8%	6.7%
企業の知名度が無い	50.8%	50.2%	39.8%	13.3%	23.3%	18.2%	53.6%	45.3%	36.7%
同業他社・採用競合の情報がない	10.8%	10.0%	16.9%	10.0%	4.7%	18.2%	16.1%	11.8%	10.0%
予算がない	11.5%	11.6%	6.0%	13.3%	7.0%	18.2%	8.0%	14.3%	6.7%
26年卒学生の採用活動との時期重複	10.8%	16.6%	19.3%	36.7%	11.6%	0.0%	20.5%	11.3%	10.0%
マンパワー不足※他業務との兼ね合い含む	44.6%	44.4%	41.0%	56.7%	44.2%	54.5%	43.8%	40.4%	36.7%
受け入れられる人数が少ない	18.5%	27.4%	19.3%	6.7%	11.6%	18.2%	19.6%	16.7%	16.7%
経営陣の関心が低い、理解が得られない	3.8%	6.2%	1.2%	13.3%	0.0%	9.1%	6.3%	3.4%	3.3%
協力社員の確保が難しい	30.8%	32.4%	30.1%	33.3%	32.6%	45.5%	32.1%	29.6%	16.7%
協力社員や面接官の教育・研修※質の均一化	8.5%	12.9%	4.8%	13.3%	2.3%	9.1%	6.3%	10.3%	10.0%
実施内容が一般的※特徴を出せていない	12.3%	10.8%	22.9%	16.7%	16.3%	9.1%	15.2%	12.8%	10.0%
参加学生の満足度が低い※アンケートの結果が悪い等	0.0%	0.4%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%
プログラム内容の充実度	23.8%	23.2%	28.9%	26.7%	32.6%	18.2%	25.9%	23.2%	26.7%
業務体験の充実度	13.8%	20.3%	28.9%	26.7%	25.6%	9.1%	17.0%	20.2%	20.0%
業務上の機密保持、情報漏洩防止の観点から現場体験が困難である	8.5%	8.3%	8.4%	0.0%	23.3%	0.0%	20.5%	6.9%	10.0%
インターンシップに参加した学生の採用選考の参加割合が低い	21.5%	19.5%	14.5%	36.7%	14.0%	9.1%	21.4%	20.2%	23.3%
ターゲット層の学生の参加が少ない	26.2%	20.7%	20.5%	23.3%	16.3%	9.1%	31.3%	21.7%	20.0%
本選考までのつなぎとめが難しい	26.9%	33.2%	26.5%	53.3%	46.5%	18.2%	35.7%	30.0%	16.7%
その他	0.8%	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.5%	6.7%
特に問題はない	0.8%	2.1%	1.2%	3.3%	0.0%	0.0%	1.8%	1.5%	0.0%

	50人未満	50～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1,000～2,999人	3,000～4,999人	5,000人以上
母集団(エントリー数)の不足	75.2%	76.3%	70.1%	78.3%	70.5%	62.6%	81.8%	65.0%
合同インターンシップ説明会での集客	19.5%	29.3%	29.0%	40.3%	33.0%	37.2%	40.6%	32.4%
参加辞退者の増加	19.8%	11.9%	18.7%	19.6%	22.9%	29.0%	29.4%	18.0%
参加学生の質の低下	13.7%	9.8%	19.6%	16.5%	22.7%	34.3%	30.0%	11.0%
実施エリア以外の学生の参加	10.1%	9.3%	12.1%	16.2%	23.2%	10.6%	0.0%	3.8%
企業の知名度が無い	63.6%	53.1%	41.4%	36.9%	33.9%	26.7%	18.9%	28.0%
同業他社・採用競合の情報がない	9.6%	10.8%	10.9%	17.7%	11.6%	14.3%	4.2%	0.0%
予算がない	8.7%	14.6%	13.2%	4.9%	14.3%	13.1%	16.6%	10.8%
26年卒学生の採用活動との時期重複	5.4%	12.5%	15.3%	16.5%	25.9%	28.5%	12.5%	10.8%
マンパワー不足※他業務との兼ね合い含む	38.9%	42.6%	45.6%	42.8%	51.5%	40.6%	49.6%	44.0%
受け入れられる人数が少ない	20.4%	13.2%	18.2%	19.5%	24.2%	15.3%	11.2%	3.4%
経営陣の関心が低い、理解が得られない	0.1%	4.5%	7.8%	3.8%	0.0%	10.4%	7.1%	0.0%
協力社員の確保が難しい	31.8%	23.6%	32.9%	42.0%	26.5%	30.7%	32.9%	7.2%
協力社員や面接官の教育・研修※質の均一化	5.6%	8.3%	10.7%	11.0%	2.6%	18.9%	29.4%	6.7%
実施内容が一般的※特徴を出せていない	7.7%	15.3%	14.6%	16.1%	10.5%	25.9%	0.6%	0.0%
参加学生の満足度が低い※アンケートの結果が悪い等	0.0%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
プログラム内容の充実度	21.2%	24.7%	23.7%	24.1%	22.2%	37.9%	13.4%	21.8%
業務体験の充実度	15.7%	19.8%	20.1%	21.6%	13.1%	40.2%	7.9%	26.2%
業務上の機密保持、情報漏洩防止の観点から現場体験が困難である	6.1%	6.7%	7.4%	10.8%	5.0%	5.7%	9.0%	10.8%
インターンシップに参加した学生の採用選考の参加割合が低い	23.4%	18.8%	25.3%	15.2%	16.6%	25.8%	32.9%	3.4%
ターゲット層の学生の参加が少ない	32.2%	21.7%	22.4%	23.3%	15.6%	23.9%	4.8%	14.2%
本選考までのつなぎとめが難しい	35.4%	21.5%	31.2%	32.9%	32.6%	45.3%	37.7%	52.2%
その他	0.0%	1.2%	0.7%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%
特に問題はない	0.0%	0.5%	2.3%	1.3%	0.0%	5.5%	0.0%	0.0%

■27年卒向けのインターンシップ・仕事体験の母集団形成について

<現時点での印象>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=883						
非常に厳しかった	25.6%	20.0%	26.3%	31.1%	22.4%	-
厳しかった	33.3%	37.8%	32.8%	28.9%	35.9%	-
前年と変わらない	29.1%	34.0%	28.5%	29.6%	28.8%	-
動員・集客しやすかった	10.9%	8.1%	11.2%	9.8%	11.6%	-
非常に動員・集客しやすかった	1.0%	0.1%	1.1%	0.6%	1.3%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
非常に厳しかった	37.7%	23.7%	22.9%	30.0%	14.0%	0.0%	17.0%	20.7%	10.0%
厳しかった	28.5%	29.5%	32.5%	40.0%	39.5%	45.5%	40.2%	35.0%	33.3%
前年と変わらない	24.6%	35.3%	28.9%	20.0%	39.5%	45.5%	30.4%	31.0%	33.3%
動員・集客しやすかった	9.2%	10.4%	15.7%	6.7%	7.0%	9.1%	10.7%	12.3%	16.7%
非常に動員・集客しやすかった	0.0%	1.2%	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	1.8%	1.0%	6.7%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
非常に厳しかった	40.7%	38.8%	25.8%	13.9%	17.8%	17.4%	32.9%	0.0%
厳しかった	23.9%	31.7%	33.2%	46.7%	36.7%	29.1%	37.3%	21.6%
前年と変わらない	26.1%	18.8%	28.9%	26.5%	34.7%	42.4%	21.4%	40.8%
動員・集客しやすかった	9.4%	10.7%	10.3%	12.8%	10.7%	7.8%	8.3%	37.6%
非常に動員・集客しやすかった	0.0%	0.0%	1.9%	0.0%	0.1%	3.2%	0.0%	0.0%

<今後の動員・集客の見通し>

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=883						
非常に厳しくなる	31.5%	28.5%	31.8%	35.5%	29.1%	-
厳しくなる	37.3%	41.7%	36.8%	35.5%	38.4%	-
前年と変わらない	24.9%	26.2%	24.8%	24.0%	25.4%	-
動員・集客しやすくなる	6.0%	3.7%	6.3%	4.5%	6.8%	-
非常に動員・集客しやすくなる	0.3%	0.0%	0.4%	0.4%	0.3%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
非常に厳しくなる	41.5%	28.6%	26.5%	43.3%	11.6%	9.1%	18.8%	26.6%	10.0%
厳しくなる	36.2%	34.9%	36.1%	30.0%	51.2%	54.5%	45.5%	40.9%	40.0%
前年と変わらない	20.0%	28.6%	28.9%	16.7%	32.6%	36.4%	31.3%	26.6%	30.0%
動員・集客しやすくなる	2.3%	7.1%	7.2%	10.0%	4.7%	0.0%	2.7%	5.9%	16.7%
非常に動員・集客しやすくなる	0.0%	0.8%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	3.3%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
非常に厳しくなる	43.1%	40.4%	31.2%	25.2%	23.5%	22.1%	65.8%	7.6%
厳しくなる	25.6%	37.1%	37.9%	44.9%	43.4%	34.0%	13.4%	55.4%
前年と変わらない	27.3%	20.0%	21.8%	20.9%	29.2%	41.6%	20.8%	14.6%
動員・集客しやすくなる	4.0%	2.5%	8.6%	7.8%	3.9%	2.3%	0.0%	22.4%
非常に動員・集客しやすくなる	0.0%	0.0%	0.5%	1.2%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%

【27年卒の採用について】

■27年卒の採用活動において実施方法をどのように考えているか

	インターンシップ	合同企業セミナー	個別企業セミナー	1次面接	最終面接
回答数	1,282	1,282	1,282	1,282	1,282
全て対面	36.4%	32.1%	16.9%	35.5%	84.7%
どちらかという対面	16.1%	22.2%	15.9%	14.3%	7.7%
対面とWEBが半々	17.1%	12.1%	23.5%	11.2%	2.0%
どちらかというWEB	6.7%	3.3%	15.4%	8.5%	1.2%
全てWEB	3.0%	2.0%	14.2%	20.5%	0.9%
実施しない	20.8%	28.3%	14.1%	10.0%	3.6%

<26年卒>

	インターンシップ	合同企業セミナー	個別企業セミナー	1次面接	最終面接
回答数	1,983	1,707	2,294	2,225	2,413
全て対面	43.5%	43.0%	17.8%	36.7%	82.2%
どちらかという対面	23.6%	30.5%	13.8%	18.4%	11.3%
対面とWEBが半々	22.7%	19.5%	32.7%	13.3%	4.2%
どちらかというWEB	6.9%	4.2%	20.4%	10.9%	0.9%
全てWEB	3.3%	2.8%	15.3%	20.7%	1.4%
実施しない	-	-	-	-	-

【28年卒のインターンシップ・仕事体験】

■28年卒のインターンシップ・仕事体験の実施予定

	タイプ1: オープン ・カンパ ニー	タイプ2: キャリア教 育(プレ・ インターン シップを 含む)	タイプ3:汎 用的能力・ 専門能力活 用型 インターン シップ	タイプ3には 当てはまら ないが就業 体験のある プログラム	タイプ4:高 度専門型イ ンターン シップ
回答数	1,282	1,282	1,282	1,282	1,282
例年、この時期には検討を始めている	26.9%	22.5%	21.5%	21.9%	20.2%
27年卒の採用計画が遅れており、現時点でまだ検討に入れていない	6.1%	5.5%	3.3%	3.8%	3.3%
例年より検討が遅れていて詳細は決まっていないが実施する予定	3.8%	2.2%	1.4%	1.7%	0.5%
例年どおり検討中で、詳細は決まっていないが実施する予定	36.1%	19.3%	14.0%	13.0%	1.5%
実施する予定で概ね詳細も決まっている	8.6%	4.3%	3.1%	3.3%	0.4%
まだ確定していないが実施しない予定	8.3%	14.9%	16.9%	16.5%	19.1%
28年卒は実施しない	10.1%	31.4%	39.8%	39.8%	54.9%

■実施予定期間

	タイプ1: オープン ・カンパ ニー	タイプ2: キャリア教 育(プレ・ インターン シップを 含む)	タイプ3:汎 用的能力・ 専門能力活 用型 インターン シップ	タイプ3には 当てはまら ないが就業 体験のある プログラム	タイプ4:高 度専門型イ ンターン シップ
回答数	567	269	192	194	17
今年	9.7%	8.2%	3.8%	4.8%	0.0%
来年1月	11.5%	9.6%	2.8%	3.5%	0.0%
来年2月	12.7%	13.2%	5.4%	5.0%	15.2%
来年3月	12.9%	12.5%	4.8%	7.2%	3.8%
来年4月	23.6%	18.3%	6.4%	11.6%	9.0%
来年5月	33.3%	23.0%	7.9%	12.5%	13.5%
来年6月	52.9%	41.3%	12.1%	23.1%	21.5%
来年7月	60.3%	54.0%	30.3%	44.4%	24.7%
来年8月	66.8%	76.0%	86.2%	77.9%	70.9%
来年9月	62.9%	68.6%	65.6%	67.3%	43.4%
来年10月	55.5%	41.8%	13.6%	32.6%	29.9%
来年11月	54.2%	41.1%	12.1%	35.9%	12.8%
来年12月	55.0%	45.5%	17.1%	38.9%	16.7%
再来年1月	47.2%	41.7%	17.6%	34.6%	7.6%
再来年2月	43.0%	37.6%	13.8%	31.1%	7.6%
再来年3月以降	18.7%	15.2%	7.3%	10.9%	11.8%

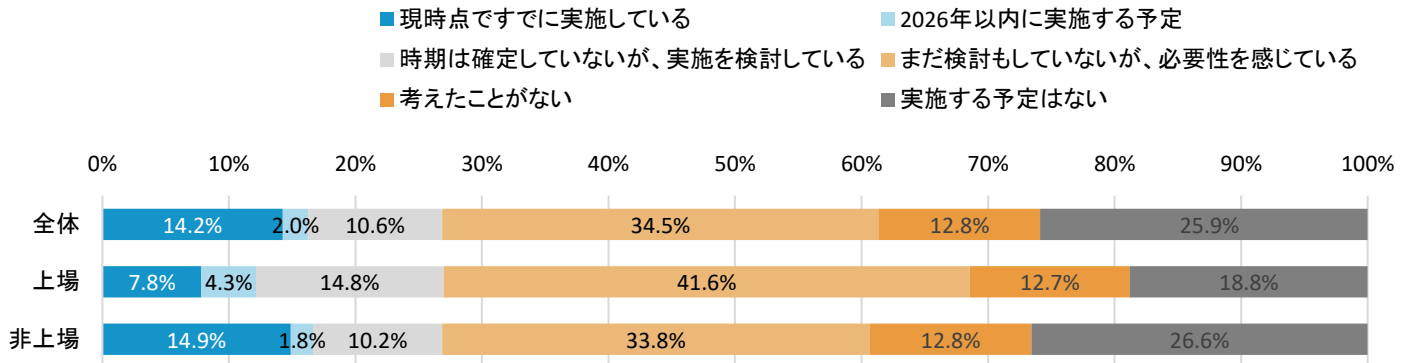
【低学年向けキャリア形成支援活動】

■大学生低学年(大学1,2年生)へキャリア教育の取り組みについて、当てはまるもの

n=1,282

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒 採用予定 調査
現時点ですでに実施している	14.2%	7.8%	14.9%	15.9%	13.3%	17.1%
2026年以内に実施する予定	2.0%	4.3%	1.8%	1.6%	2.3%	2.5%
時期は確定していないが、実施を検討している	10.6%	14.8%	10.2%	12.7%	9.4%	10.0%
まだ検討もしていないが、必要性を感じている	34.5%	41.6%	33.8%	31.7%	36.1%	35.6%
考えたことがない	12.8%	12.7%	12.8%	10.5%	14.0%	12.4%
実施する予定はない	25.9%	18.8%	26.6%	27.6%	24.9%	22.4%

大学生低学年(1,2年生)へのキャリア教育の取り組み状況



	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフト ウェア ・通信	サービス ・インフラ	官公庁・ 公社・ 団体
現時点ですでに実施している	17.6%	13.8%	7.8%	12.5%	17.7%	17.4%	13.1%	15.3%	13.0%
2026年以内に実施する予定	1.1%	2.1%	2.3%	2.5%	1.6%	8.7%	1.1%	2.0%	2.2%
時期は確定していないが、実施を検討している	14.4%	10.7%	11.7%	12.5%	12.9%	8.7%	5.7%	7.5%	4.3%
まだ検討もしていないが、必要性を感じている	31.0%	32.4%	33.6%	37.5%	43.5%	4.3%	29.7%	37.4%	37.0%
考えたことがない	9.6%	11.6%	14.8%	7.5%	9.7%	30.4%	14.3%	15.6%	17.4%
実施する予定はない	26.2%	29.4%	29.7%	27.5%	14.5%	30.4%	36.0%	22.1%	26.1%

	50人未満	50~99人	100~ 299人	300~ 499人	500~ 999人	1,000~ 2,999人	3,000~ 4,999人	5,000人 以上
現時点ですでに実施している	10.6%	10.8%	11.5%	19.2%	19.5%	25.2%	10.9%	24.8%
2026年以内に実施する予定	0.0%	0.6%	2.7%	2.0%	2.5%	0.1%	27.1%	6.4%
時期は確定していないが、実施を検討している	10.8%	10.8%	12.3%	15.5%	5.9%	2.3%	20.0%	0.0%
まだ検討もしていないが、必要性を感じている	31.6%	31.7%	31.3%	29.0%	44.8%	50.9%	35.2%	49.8%
考えたことがない	15.7%	12.7%	15.9%	11.3%	8.2%	6.1%	3.3%	0.0%
実施する予定はない	31.3%	33.4%	26.3%	22.9%	19.1%	15.4%	3.5%	18.9%

■大学生低学年(1,2年生)へのキャリア形成支援活動(インターンシップまたは類する取り組み)について、当てはまるもの

	積極的に参加しても らおうと 取り組ん でいる	注力してい るわけでは ないが 応募可能に している	応募を 受け付けて いない	実施して いない
n=1,282				
タイプ1:オープン・カンパニー	8.4%	39.4%	6.9%	45.3%
タイプ2:キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)	5.6%	22.9%	4.6%	66.9%
就業体験のあるプログラム	6.0%	22.3%	6.7%	65.0%
PBL(プロジェクト学習/課題解決型学習)	1.8%	2.5%	4.7%	91.0%
ビジネスコンテスト・アイデアソン	0.8%	2.7%	4.7%	91.8%

<26年卒>

	積極的に参加しても らおうと 取り組ん でいる	注力してい るわけでは ないが 応募可能に している	応募を 受け付けて いない	実施して いない
n=1,296				
タイプ1:オープン・カンパニー	19.1%	35.0%	7.0%	38.9%
タイプ2:キャリア教育(プレ・インターンシップを含む)	9.4%	21.2%	9.0%	60.3%
就業体験のあるプログラム	9.6%	22.7%	9.2%	58.5%
PBL(プロジェクト学習/課題解決型学習)	1.2%	3.0%	8.8%	87.0%
ビジネスコンテスト・アイデアソン	0.6%	2.0%	7.8%	89.5%

■大学生低学年(大学1,2年生)へのキャリア教育を実施していない理由

n=894

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
採用に直結しないと感じるから	32.8%	46.5%	31.4%	34.6%	31.8%	-
接点を得た学生との関係の維持が難しそうだから	39.3%	55.0%	37.7%	36.9%	40.6%	-
プログラム内容の企画方法がわからないから	15.9%	15.7%	15.9%	16.6%	15.5%	-
学生の集客方法がわからないから	15.6%	26.8%	14.5%	19.0%	13.8%	-
企業として予算確保が難しいから	8.6%	7.1%	8.7%	7.5%	9.2%	-
採用部門として予算確保が難しいから	6.7%	5.5%	6.9%	5.8%	7.2%	-
対応できる人員が足りないから	45.1%	49.1%	44.7%	45.7%	44.8%	-
社内の理解が得られないから	7.5%	10.6%	7.2%	10.8%	5.8%	-
学生の参加意欲が低そうだから	19.3%	19.1%	19.4%	18.7%	19.7%	-
大学の意向がわからないから	6.4%	4.4%	6.6%	5.4%	7.0%	-
必要性を感じないから	12.2%	8.9%	12.5%	9.9%	13.3%	-
低学年向けのプログラムを実施するという発想自体がなかった	15.1%	8.4%	15.7%	12.5%	16.4%	-
その他	7.1%	2.6%	7.6%	7.1%	7.1%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウエア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
採用に直結しないと感じるから	32.5%	37.0%	39.4%	24.1%	24.2%	31.3%	33.8%	31.7%	40.6%
接点を得た学生との関係の維持が難しそうだから	30.8%	43.5%	45.5%	48.3%	48.5%	31.3%	43.4%	35.6%	37.5%
プログラム内容の企画方法がわからないから	17.9%	15.2%	15.2%	24.1%	15.2%	6.3%	14.7%	12.9%	18.8%
学生の集客方法がわからないから	20.5%	17.4%	14.1%	20.7%	15.2%	0.0%	8.8%	11.9%	9.4%
企業として予算確保が難しいから	4.3%	10.9%	9.1%	13.8%	6.1%	12.5%	10.3%	7.4%	18.8%
採用部門として予算確保が難しいから	3.4%	8.3%	8.1%	6.9%	12.1%	0.0%	9.6%	6.9%	3.1%
対応できる人員が足りないから	45.3%	46.1%	43.4%	51.7%	57.6%	50.0%	45.6%	42.1%	40.6%
社内の理解が得られないから	10.3%	11.3%	7.1%	0.0%	12.1%	6.3%	8.1%	6.9%	3.1%
学生の参加意欲が低そうだから	17.9%	19.6%	19.2%	17.2%	18.2%	6.3%	18.4%	21.3%	18.8%
大学の意向がわからないから	5.1%	5.7%	7.1%	3.4%	9.1%	0.0%	5.9%	8.4%	9.4%
必要性を感じないから	10.3%	9.6%	20.2%	6.9%	15.2%	25.0%	13.2%	12.4%	9.4%
低学年向けのプログラムを実施するという発想自体がなかった	13.7%	11.3%	17.2%	17.2%	15.2%	18.8%	12.5%	15.8%	28.1%
その他	7.7%	6.5%	4.0%	10.3%	0.0%	6.3%	10.3%	7.4%	12.5%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
採用に直結しないと感じるから	30.5%	30.9%	35.1%	36.6%	36.8%	28.4%	25.2%	10.1%
接点を得た学生との関係の維持が難しそうだから	22.8%	40.0%	40.3%	51.0%	48.9%	55.6%	8.4%	30.7%
プログラム内容の企画方法がわからないから	14.5%	16.7%	12.8%	14.3%	21.8%	21.8%	7.1%	40.0%
学生の集客方法がわからないから	16.3%	16.7%	13.4%	14.8%	10.8%	26.6%	49.6%	4.3%
企業として予算確保が難しいから	10.6%	13.3%	6.5%	10.0%	3.5%	10.0%	0.0%	0.0%
採用部門として予算確保が難しいから	5.2%	10.3%	5.1%	6.3%	10.7%	7.9%	0.0%	0.0%
対応できる人員が足りないから	47.2%	46.4%	43.8%	50.6%	37.9%	43.9%	80.6%	24.5%
社内の理解が得られないから	8.7%	11.8%	7.4%	3.6%	4.5%	5.2%	0.0%	10.1%
学生の参加意欲が低そうだから	20.8%	17.6%	19.9%	22.5%	15.1%	22.1%	7.1%	10.1%
大学の意向がわからないから	3.2%	10.8%	6.9%	8.2%	5.3%	5.2%	0.0%	0.0%
必要性を感じないから	11.4%	10.8%	17.3%	7.2%	13.1%	4.4%	0.0%	0.0%
低学年向けのプログラムを実施するという発想自体がなかった	14.9%	22.2%	12.9%	14.7%	11.5%	15.7%	0.0%	20.2%
その他	9.6%	10.1%	5.8%	4.5%	8.6%	1.9%	1.3%	10.1%

■大学生低学年(大学1,2年生)へのキャリア教育に取り組むことでどのようなメリットがあると考えているか

n=1,167

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
学生にキャリアを考えるきっかけを提供できる	36.2%	31.5%	36.6%	35.3%	36.6%	43.9%
学生に社会と接するきっかけを提供できる	26.5%	29.4%	26.2%	27.3%	26.1%	45.2%
学生に学業以外の体験を提供できる	12.6%	27.1%	11.1%	11.1%	13.4%	18.5%
働くこと・就職に前向きな学生が社会に増える	20.5%	28.2%	19.8%	20.2%	20.7%	27.7%
学生と接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	27.5%	32.2%	27.0%	28.7%	26.8%	29.5%
学生と接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	12.1%	13.8%	11.9%	11.3%	12.6%	15.1%
自社や業界の魅力を早い段階で学生に知ってもらえる	50.6%	57.7%	49.9%	50.0%	50.9%	43.8%
学生の自社や業界への認知度が上がる	49.3%	60.3%	48.3%	47.6%	50.3%	44.9%
学生の自社や業界への理解度が上がる	44.7%	48.3%	44.3%	43.3%	45.4%	36.2%
インターンシップ・仕事体験への参加者が増える	27.5%	34.7%	26.8%	28.3%	27.0%	28.1%
本採用の母集団形成になる	36.5%	45.8%	35.6%	34.0%	37.9%	34.0%
内定辞退やミスマッチ防止につながる	19.4%	20.4%	19.3%	19.0%	19.6%	26.5%
採用後の定着率が上がる	11.5%	10.9%	11.6%	13.8%	10.3%	12.0%
取り組んでいる競合他社が少ない	8.8%	9.8%	8.7%	9.1%	8.6%	5.7%
CSRの一環として社会に貢献できる	6.8%	12.3%	6.3%	5.8%	7.3%	-
大学との連携が強化できる	25.0%	27.9%	24.7%	24.4%	25.3%	-
地域との連携が強化できる	8.7%	10.7%	8.5%	8.2%	9.0%	-
自社と地域の魅力を発信できる	21.4%	18.7%	21.6%	21.5%	21.3%	-
感じているメリットはない	9.8%	5.4%	10.3%	10.0%	9.7%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
学生にキャリアを考えるきっかけを提供できる	36.3%	34.0%	35.9%	35.3%	41.8%	34.8%	42.6%	36.9%	18.4%
学生に社会と接するきっかけを提供できる	26.9%	27.8%	29.1%	32.4%	30.9%	8.7%	28.4%	23.3%	31.6%
学生に学業以外の体験を提供できる	9.9%	12.5%	13.7%	17.6%	18.2%	13.0%	11.1%	11.8%	7.9%
働くこと・就職に前向きな学生が社会に増える	22.2%	17.7%	21.4%	23.5%	23.6%	8.7%	24.7%	19.7%	18.4%
学生と接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	28.7%	28.8%	23.9%	29.4%	32.7%	17.4%	30.2%	26.9%	31.6%
学生と接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	10.5%	12.2%	14.5%	17.6%	10.9%	4.3%	10.5%	10.8%	7.9%
自社や業界の魅力を早い段階で学生に知ってもらえる	50.9%	49.0%	51.3%	52.9%	43.6%	52.2%	51.2%	50.5%	50.0%
学生の自社や業界への認知度が上がる	48.0%	47.2%	51.3%	52.9%	60.0%	52.2%	46.3%	48.7%	42.1%
学生の自社や業界への理解度が上がる	43.3%	43.4%	44.4%	52.9%	47.3%	47.8%	49.4%	43.0%	47.4%
インターンシップ・仕事体験への参加者が増える	25.7%	31.6%	27.4%	32.4%	36.4%	4.3%	27.8%	25.4%	34.2%
本採用の母集団形成になる	29.8%	39.2%	35.9%	47.1%	43.6%	26.1%	37.7%	35.8%	34.2%
内定辞退やミスマッチ防止につながる	18.7%	19.4%	20.5%	14.7%	23.6%	26.1%	18.5%	20.4%	28.9%
採用後の定着率が上がる	15.2%	12.2%	9.4%	8.8%	12.7%	4.3%	9.3%	11.1%	10.5%
取り組んでいる競合他社が少ない	9.4%	8.7%	11.1%	11.8%	7.3%	0.0%	7.4%	7.2%	0.0%
CSRの一環として社会に貢献できる	4.1%	8.0%	12.0%	5.9%	14.5%	13.0%	12.3%	5.4%	0.0%
大学との連携が強化できる	22.8%	26.4%	21.4%	32.4%	23.6%	26.1%	22.8%	24.7%	26.3%
地域との連携が強化できる	7.6%	9.0%	3.4%	14.7%	10.9%	4.3%	6.8%	9.3%	5.3%
自社と地域の魅力を発信できる	22.8%	19.8%	18.8%	35.3%	25.5%	13.0%	13.6%	18.3%	26.3%
感じているメリットはない	10.5%	9.4%	8.5%	11.8%	3.6%	13.0%	11.1%	9.7%	13.2%

	50人未満	50～99人	100～299人	300～499人	500～999人	1,000～2,999人	3,000～4,999人	5,000人以上
学生にキャリアを考えるきっかけを提供できる	28.9%	33.0%	34.6%	44.9%	38.8%	44.0%	54.5%	42.4%
学生に社会と接するきっかけを提供できる	24.3%	26.9%	22.9%	26.8%	24.5%	39.8%	54.5%	32.9%
学生に学業以外の体験を提供できる	11.8%	12.8%	12.3%	9.5%	11.4%	16.7%	28.6%	16.9%
働くこと・就職に前向きな学生が社会に増える	17.0%	14.7%	20.2%	23.4%	25.1%	25.2%	49.0%	25.7%
学生と接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	30.2%	19.6%	22.0%	24.7%	32.5%	48.6%	58.0%	32.9%
学生と接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	13.4%	12.3%	13.0%	9.4%	8.1%	12.5%	30.1%	0.0%
自社や業界の魅力を早い段階で学生に知ってもらえる	48.7%	43.4%	49.2%	49.5%	59.8%	57.1%	78.3%	63.2%
学生の自社や業界への認知度が上がる	41.9%	43.2%	51.1%	48.8%	55.2%	62.5%	63.5%	41.1%
学生の自社や業界への理解度が上がる	43.7%	42.4%	46.0%	38.6%	45.3%	49.8%	67.3%	40.7%
インターンシップ・仕事体験への参加者が増える	25.5%	21.2%	27.1%	29.6%	32.9%	35.4%	41.7%	14.6%
本採用の母集団形成になる	28.4%	33.0%	37.2%	46.1%	35.1%	44.4%	57.4%	24.4%
内定辞退やミスマッチ防止につながる	21.0%	16.9%	22.7%	13.0%	19.5%	18.0%	0.6%	32.9%
採用後の定着率が上がる	17.5%	8.0%	9.8%	12.8%	12.0%	8.8%	17.3%	12.1%
取り組んでいる競合他社が少ない	4.3%	6.2%	9.3%	19.5%	5.6%	9.7%	11.9%	8.5%
CSRの一環として社会に貢献できる	1.9%	5.8%	8.8%	7.0%	7.7%	10.9%	0.0%	8.5%
大学との連携が強化できる	18.4%	21.0%	24.6%	31.1%	31.5%	27.0%	57.4%	20.8%
地域との連携が強化できる	8.1%	4.6%	7.3%	11.6%	16.9%	4.6%	23.8%	20.8%
自社と地域の魅力を発信できる	19.3%	21.5%	19.4%	17.3%	27.6%	26.8%	42.0%	25.7%
感じているメリットはない	15.2%	13.8%	10.5%	4.4%	6.8%	3.1%	0.0%	0.0%

【初等教育・中等教育の学年を対象にしたキャリア教育】

■初等教育・中等教育の学年を対象にしたキャリア教育への取り組みについて、当てはまるもの

	高校生向けキャリア教育	中学生向けキャリア教育	小学生向けキャリア教育
回答数	1,282	1,282	1,282
現時点ですでに実施している	20.6%	13.5%	7.0%
今後実施する予定がある	2.5%	1.4%	0.7%
実施を検討している	3.5%	1.8%	1.4%
まだ検討はしていないが、必要性を感じている	16.0%	8.9%	8.0%
考えたことがない	11.9%	20.1%	22.9%
実施する予定はない	45.4%	54.2%	60.1%

■初等教育・中等教育の学年を対象にしたキャリア教育を実施している理由

	全体	上場	非上場	製造	非製造	26年卒
n=301						
児童・生徒に将来やキャリアを考えるきっかけを提供できる	54.6%	43.7%	55.3%	49.4%	58.6%	-
児童・生徒に社会と接するきっかけを提供できる	46.6%	49.3%	46.4%	40.4%	51.5%	-
児童・生徒に学業以外の体験を提供できる	39.9%	44.1%	39.6%	36.6%	42.5%	-
働くこと・就職に前向きな児童・生徒にが社会に増える	33.0%	1.9%	35.2%	34.3%	32.0%	-
児童・生徒に接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	16.4%	19.5%	16.1%	16.7%	16.1%	-
児童・生徒に接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	20.1%	26.0%	19.7%	22.2%	18.4%	-
自社や業界の魅力を早い段階で児童・生徒に知ってもらえる	46.9%	38.2%	47.5%	49.8%	44.6%	-
児童・生徒の自社や業界への認知度が上がる	49.2%	34.6%	50.2%	57.4%	42.7%	-
児童・生徒の自社や業界への理解度が上がる	39.1%	30.9%	39.7%	42.3%	36.7%	-
児童・生徒の自社や業界への好意度が上がる	35.5%	29.0%	36.0%	37.1%	34.3%	-
将来的な採用母集団の形成につながる	29.3%	18.9%	30.1%	36.4%	23.8%	-
取り組んでいる競合他社が少ない	2.8%	0.0%	3.0%	2.3%	3.2%	-
CSRの一環として社会に貢献できる	25.5%	35.5%	24.8%	20.3%	29.6%	-
学校との連携が強化できる	48.4%	45.8%	48.6%	54.5%	43.6%	-
地域との連携が強化できる	45.2%	52.5%	44.7%	45.9%	44.6%	-
自社と地域の魅力を発信できる	29.8%	21.5%	30.4%	33.2%	27.1%	-
社内に良い影響がある(従業員のエンゲージメントが向上する等)	11.8%	0.0%	12.6%	15.2%	9.0%	-
その他	1.0%	0.0%	1.1%	0.9%	1.1%	-

	建設	製造	商社	小売	金融	マスコミ	ソフトウェア・通信	サービス・インフラ	官公庁・公社・団体
児童・生徒に将来やキャリアを考えるきっかけを提供できる	54.1%	42.7%	71.9%	42.9%	65.2%	50.0%	47.1%	57.1%	60.0%
児童・生徒に社会と接するきっかけを提供できる	45.9%	32.6%	56.3%	57.1%	65.2%	25.0%	29.4%	47.6%	60.0%
児童・生徒に学業以外の体験を提供できる	39.3%	32.6%	53.1%	42.9%	34.8%	0.0%	35.3%	39.7%	60.0%
働くこと・就職に前向きな児童・生徒にが社会に増える	39.3%	27.0%	34.4%	14.3%	34.8%	0.0%	23.5%	36.5%	60.0%
児童・生徒に接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	19.7%	12.4%	21.9%	14.3%	17.4%	0.0%	23.5%	14.3%	20.0%
児童・生徒に接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	21.3%	23.6%	21.9%	14.3%	13.0%	0.0%	17.6%	19.0%	20.0%
自社や業界の魅力を早い段階で児童・生徒に知ってもらえる	50.8%	48.3%	56.3%	14.3%	39.1%	25.0%	41.2%	49.2%	40.0%
児童・生徒の自社や業界への認知度が上がる	60.7%	52.8%	56.3%	28.6%	34.8%	50.0%	52.9%	41.3%	40.0%
児童・生徒の自社や業界への理解度が上がる	45.9%	37.1%	43.8%	28.6%	43.5%	50.0%	35.3%	34.9%	40.0%
児童・生徒の自社や業界への好意度が上がる	41.0%	31.5%	40.6%	28.6%	30.4%	50.0%	29.4%	33.3%	40.0%
将来的な採用母集団の形成につながる	32.8%	41.6%	28.1%	14.3%	30.4%	0.0%	52.9%	23.8%	60.0%
取り組んでいる競合他社が少ない	1.6%	3.4%	9.4%	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%	1.6%	0.0%
CSRの一環として社会に貢献できる	16.4%	25.8%	40.6%	28.6%	26.1%	25.0%	35.3%	25.4%	20.0%
学校との連携が強化できる	54.1%	55.1%	56.3%	71.4%	39.1%	0.0%	47.1%	31.7%	80.0%
地域との連携が強化できる	42.6%	50.6%	40.6%	71.4%	47.8%	0.0%	35.3%	39.7%	100.0%
自社と地域の魅力を発信できる	34.4%	31.5%	31.3%	42.9%	30.4%	25.0%	23.5%	20.6%	80.0%
社内に良い影響がある(従業員のエンゲージメントが向上する等)	16.4%	13.5%	6.3%	14.3%	4.3%	0.0%	5.9%	9.5%	0.0%
その他	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%

	50人未満	50~99人	100~299人	300~499人	500~999人	1,000~2,999人	3,000~4,999人	5,000人以上
児童・生徒に将来やキャリアを考えるきっかけを提供できる	60.4%	46.3%	53.7%	59.7%	68.6%	47.9%	29.8%	25.8%
児童・生徒に社会と接するきっかけを提供できる	50.0%	48.4%	44.8%	50.9%	40.5%	51.5%	29.8%	25.8%
児童・生徒に学業以外の体験を提供できる	38.5%	41.6%	41.5%	38.6%	45.5%	35.0%	0.0%	25.8%
働くこと・就職に前向きな児童・生徒にが社会に増える	44.8%	43.1%	34.6%	15.3%	38.9%	20.6%	0.0%	0.0%
児童・生徒に接することで若年層の志向や傾向を知ることができる	22.9%	17.7%	14.2%	13.3%	17.6%	15.3%	70.2%	0.0%
児童・生徒に接することで社員や組織が学生から刺激を受けることができる	24.7%	25.7%	21.5%	15.2%	16.0%	10.0%	0.0%	25.1%
自社や業界の魅力を早い段階で児童・生徒に知ってもらえる	56.0%	48.5%	48.0%	44.1%	42.2%	40.3%	0.0%	35.7%
児童・生徒の自社や業界への認知度が上がる	49.6%	49.6%	59.6%	34.7%	50.5%	40.3%	0.0%	0.0%
児童・生徒の自社や業界への理解度が上がる	31.4%	44.9%	44.3%	26.2%	53.0%	37.2%	0.0%	0.0%
児童・生徒の自社や業界への好意度が上がる	35.1%	34.8%	37.1%	33.6%	41.4%	38.0%	0.0%	0.0%
将来的な採用母集団の形成につながる	26.1%	42.7%	27.2%	24.1%	41.8%	22.1%	0.0%	11.4%
取り組んでいる競合他社が少ない	0.0%	2.9%	3.7%	4.6%	4.4%	0.0%	0.0%	0.0%
CSRの一環として社会に貢献できる	8.0%	17.8%	26.9%	32.9%	25.0%	49.1%	29.8%	25.1%
学校との連携が強化できる	27.4%	55.7%	48.4%	54.4%	61.0%	48.7%	0.0%	64.3%
地域との連携が強化できる	42.2%	49.8%	46.3%	44.8%	56.4%	31.9%	29.8%	25.8%
自社と地域の魅力を発信できる	35.3%	31.6%	29.6%	22.3%	41.6%	24.3%	29.8%	0.7%
社内に良い影響がある(従業員のエンゲージメントが向上する等)	12.6%	18.8%	8.8%	18.2%	14.1%	2.3%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	0.3%	3.0%	5.1%	0.0%	0.0%	0.0%

■業種対応表

コード	アンケート上での業種	この調査結果上での業種	大分類
1	建設・設備工事・建築設計	建設	製造
2	住宅・建材・インテリア・ディスプレイ		
3	食品・農林・水産	製造(建設除く)	
4	アパレル・服飾関連		
5	繊維・化学・紙パルプ・ゴム・ガラス・セラミック		
6	薬品・化粧品		
7	鉄鋼・金属・金属製品・鉱業		
8	機械・プラント・環境・リサイクル		
9	電子・電気機器		
10	自動車・輸送用機器		
11	精密・医療機器		
12	印刷・事務機器・日用品		
13	スポーツ・玩具・ゲーム製品		
14	その他メーカー		
15	総合商社	商社	非製造
16	専門商社	小売	
17	百貨店・スーパー・コンビニ		
18	専門店		
19	銀行・証券	金融	
20	クレジット・信販・リース・その他金融		
21	生保・損保	マスコミ	
22	放送・新聞・出版		
23	広告・芸能	ソフトウェア・通信	
24	ソフトウェア・情報処理・ネット関連		
25	ゲームソフト		
26	通信	サービス・インフラ	
27	鉄道・航空		
28	陸運・海運・物流		
29	電力・ガス・エネルギー		
30	不動産		
31	給食・フードサービス		
32	ホテル・旅行		
33	医療・調剤薬局		
34	介護・福祉サービス		
35	アミューズメント・レジャー		
36	コンサルティング・調査		
37	人材サービス(派遣・紹介)		
38	教育		
39	エステ・理美容・フィットネス		
40	冠婚葬祭		
41	その他サービス		
42	官公庁・公社・団体	官公庁・公社・団体	