

マイナビ 2022年卒 学生就職モニター調査 3月の活動状況



2021年4月

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2021年3月25日～2021年3月31日
- 調査対象 : 2022年卒業予定の全国大学3年生及び院1年生
- 調査方法 : Web上のアンケートフォームより入力

□モニター属性データ

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
文系男子	1,147	421	36.7%
理系男子	1,228	593	48.3%
文系女子	1,118	637	57.0%
理系女子	1,221	658	53.9%
総計	4,714	2,309	49.0%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
関東地区	1,813	857	47.3%
東海地区	480	233	48.5%
関西地区	1,011	458	45.3%
上記以外のエリア	1,410	662	47.0%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率	
学部	理系:機電系	220	91	41.4%
	理系:情報系	242	109	45.0%
	理系:土木・建築系	163	64	39.3%
	理系:化学系	154	47	30.5%
	理系:薬学系	213	124	58.2%
	理系:その他理系	495	220	44.4%
院	理系:機電系	201	112	55.7%
	理系:情報系	115	76	66.1%
	理系:土木・建築系	67	35	52.2%
	理系:化学系	220	128	58.2%
	理系:薬学系	47	34	72.3%
	理系:その他理系	312	211	67.6%

【3月のTOPICS】

～3月中にWEB面接(ライブ形式)を受けたのは68.8%。WEBでの就活が定着～

広報活動開始月である3月の活動状況を見てみると、感染対策を取った上で合同企業説明会が開催され、全体の44.0%が参加し、コロナ禍前の前々年3月の割合(68.6%)には及ばなかったが、前年3月(15.3%)から大幅に増加した。エントリーシートを取り寄せ・提出・通過はほぼ前年並みだった。1次面接を受けた割合(69.2%、前年同月比2.8pt増)、最終面接を受けた割合(33.2%、前年同月比5.5pt増)は前年より増加し、やや早く選考が進んでいるようだ。なお、3月中にWEB面接(ライブ形式)を受けた就活生は68.8%で、前年一気に広まったWEBでの就活が定着しつつあるようだ。

- (P. 7) 3月中に受けた面接のうちWEB面接だったのは85.7%。緊急事態宣言下の前年4月(87.9%)に近い数字に
- (P. 8) 3月中にかかった就活費用は平均1万491円で、前年半減したところからさらに半減。地域格差も大幅に縮小
- (P. 10) 現在の志望業種で「鉄道・航空」が前年から大きく減少。最も増加したのは「住宅・インテリア」
- (P. 18) 3月時点で最も志望度が高い内々定先のうち、その企業のインターンシップに参加していたのは73.1%
- (P. 38) 個別企業セミナーの予約がすぐできることがエントリーするかどうかに影響する就活生は71.9%
- (P. 43) 企業に公開してほしい情報で「テレワークの実施状況」は28.2%。「副業を認めているか」は21.6%
- (P. 44) データや情報を知って志望度が下がった理由で最も高い割合だったのは「自分に合わないと思った」の42.5%

■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2022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2年度学校基本調査(2020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、構成比に合わせるように重み付けして集計すること。

■□各種調査はWEB上でも順次公開中! □■

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

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。

株式会社 マイナビ 社長室 HRリサーチ部

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

INDEX

【定点調査】

■1:3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) 3月平均エントリー社数 | (9) 3月前半・後半のWEB上での活動状況 |
| (2) 合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、
適性検査受験社数、エントリーシート提出社数(平均) | (10) 3月に受けた面接が、WEB面接だった社数(平均)、
WEBでない面接だった社数(平均)、WEB面接が占める割合 |
| (3) 平均エントリー社数累計 | (11) 個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、
最も適切だったと思われるもの |
| (4) 平均個別企業セミナー参加社数累計 | (12) 面接に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの |
| (5) 平均面接受験社数累計 | (13) 3月の就活費用(平均・文理男女別、地域別、経年変化) |
| (6) 3月のWEB上での活動状況 | (14) 現時点での第一志望の企業の就職活動進捗状況 |
| (7) ライブ形式のWEBセミナー参加平均社数累計 | |
| (8) WEB面接を受けた平均社数累計 | |

■3:現在の志望業種について

- (1) 現在の志望業種
- (2) 前年3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 | (5) 現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合 |
| (2) 楽になると思う理由【複数回答】 | (6) 就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】 |
| (3) 厳しくなると思う理由【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 |
| (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: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/最も注目する】
- (3) コロナ施策含む・企業を選ぶときに注目するポイント【ベスト3/最も注目する】
- (4) 企業選択の際のコロナ施策の重要度

■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) | (12) 内々定先の採用選考がインターンシップ参加者限定だった割合 |
| (2) 最も志望度が高い内々定先の業種 | (13) 内々定先のインターンシップの主な発見ツール |
| (3) 内々定先企業の規模
(最も志望度が高い内々定先・入社予定先) | (14) 内々定先のインターンシップへの参加方法(オンライン、対面) |
| (4) 内々定を得た時期 | (15) 入社予定先のインターンシップへの参加方法(オンライン、対面) |
| (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 | (16) インターンシップに2回以上参加したか(内々定先、入社予定先) |
| (6) 入社予定先企業は初めて接触する前の時点では
第何志望だったか | (17) インターンシップ参加日数(平均) |
| (7) その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング | (18) インターンシップ参加日数(分布) |
| (8) 内々定先のインターンシップに参加した割合 | (19) 内々定先のインターンシップに最初に参加した時の
プログラムの内容【複数回答】 |
| (9) 内々定先のインターンシップに参加した時期【複数回答】 | (20) 内々定先のインターンシップにあてはまるもの【複数回答】 |
| (10) 内々定先のインターンシップに最初に参加した時期【複数回答】 | |
| (11) その時期までに内々定先のインターンシップに参加していた割合 | |

■7:【理系】3月の活動状況

- (1) 3月の理系学生の活動状況【複数回答】
- (2) 企業への応募方法

【追加調査】

- (3) 文系就職を考えている割合
- (4) メーカー以外に就職先として考えている業界のうち最も志望度が高い業種
- (5) 文系就職を決めた、もしくは視野に入れている理由【複数回答】

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

INDEX

【追加調査】

■8:就職情報サイト利用時間帯、個別企業セミナー参加希望時間帯

- (1) 個別企業セミナーに参加しやすい曜日、研究室に行く曜日【複数回答】
- (2) 【理系学生】就職情報サイトを見ている時間帯、就職情報サイトを最も見ている時間帯、研究室に滞在していることが多い時間帯、個別企業セミナーに参加しやすい時間帯、ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】
- (3) 【文系学生】就職情報サイトを見ている時間帯、就職情報サイトを最も見ている時間帯、個別企業セミナーに参加しやすい時間帯、ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】

■9:エントリーについて

- (1) 2月以前に社名を知っていた企業数(平均)
- (2) エントリーしようと思った時期
- (3) 現在のエントリー状況
- (4) あと何社ぐらいエントリーすると思うか(平均)
- (5) エントリーする際の気持ち
- (6) 個別企業セミナーの予約がすぐできることは、エントリーをするかどうかに影響するか
- (7) 3月中にエントリーした企業のセミナーを予約したか
- (8) 予約した企業と予約しなかった企業の違い【複数回答】
- (9) エントリーする際に見ている項目【複数回答】
- (10) エントリーしないと見られない情報がある場合、それを見るためにエントリーしたい学生の割合
- (11) エントリー後に志望度を高めた情報【複数回答】
- (12) アンケートが付いていたことが理由でエントリーしなかったこと
- (13) 志望度の高い企業であってもエントリーしなかったこと
- (14) エントリーしなかった理由
- (15) 企業からの連絡を受信するために使っているもの【複数回答】
- (16) 最もよく使っているもの

■10:今後の就職活動について

- (1) 企業に公開してほしいデータ【複数回答】
- (2) 企業に公開してほしい情報【複数回答】
- (3) 企業のデータや情報を知って志望度が下がった経験
- (4) 志望度が下がった理由【複数回答】
- (5) 今後の就職活動の方向性について
- (6) 検索結果の企業一覧は平均何社くらいまで見るか
- (7) インターンシップの参加企業のうち、以下に該当する企業の割合
 - ・参加者限定セミナーに参加した
 - ・参加者向け面談を受けた
 - ・エントリーした
 - ・採用選考を受けた・受けるつもり

■11:就職に関する志向について

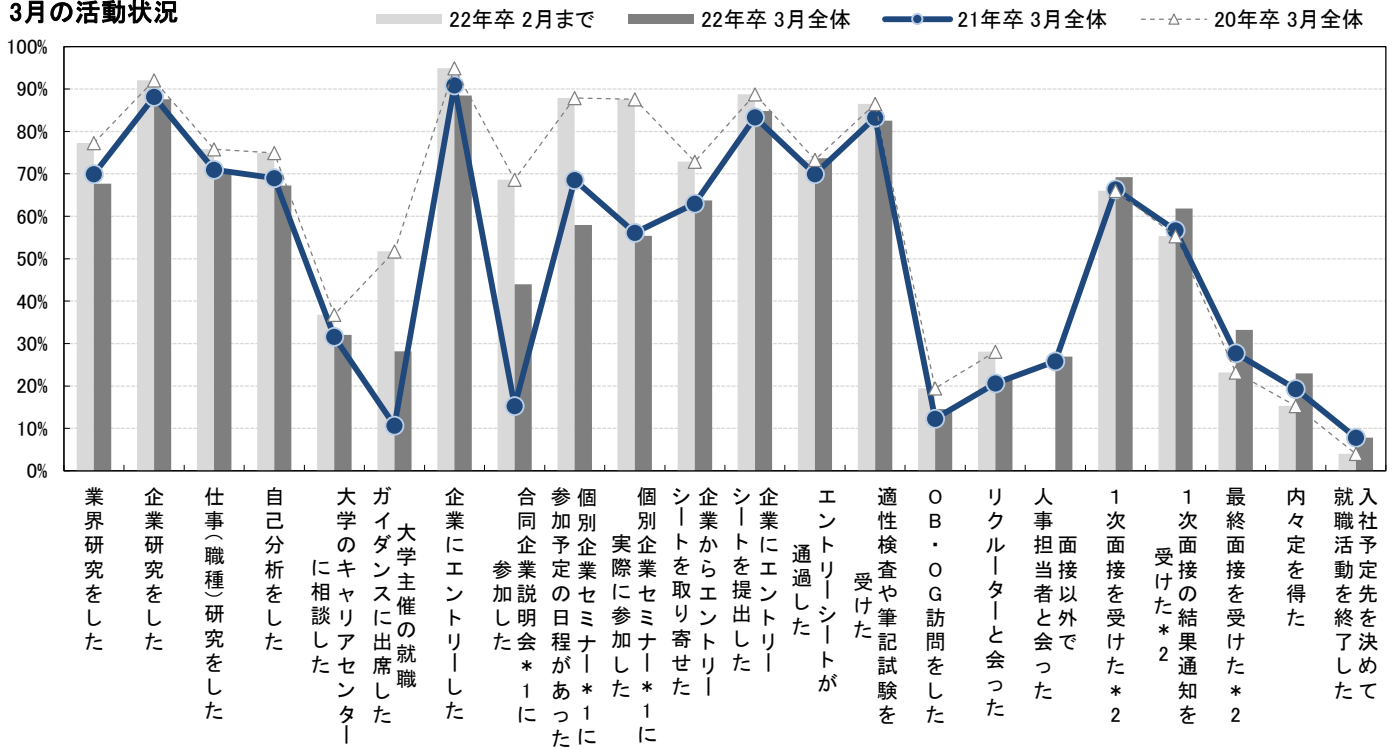
- (1) 希望する働き方
- (2) どのような職場であれば「働きがい」や「やりがい」を感じるか【2つまで選択】
- (3) 社会人として働くことで得たいもの【複数回答】
- (4) 転職がある企業についてどう思うか

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

■1:3月の活動状況

広報活動開始月である3月の活動状況を見てみると、前年は中止が相次いだ合同企業説明会が今年は感染対策を取った上で開催され、全体の44.0%（前年同月比28.7pt増）が参加したが、前々年3月の割合（68.6%）には及ばなかった。個別企業セミナーの参加（WEBセミナーを除く）、エントリーシートの取り寄せ・提出・通過の割合はほぼ前年並みだった。1次面接を受けた割合（69.2%、前年同月比2.8pt増）、結果通知を受けた割合（61.8%、前年同月比5.1pt増）、最終面接を受けた割合（33.2%、前年同月比5.5pt増）、内々定を得た割合（23.0%、前年同月比3.7pt増）は、それぞれ前年より増加し、やや早く選考が進んでいるようだ。

3月の活動状況



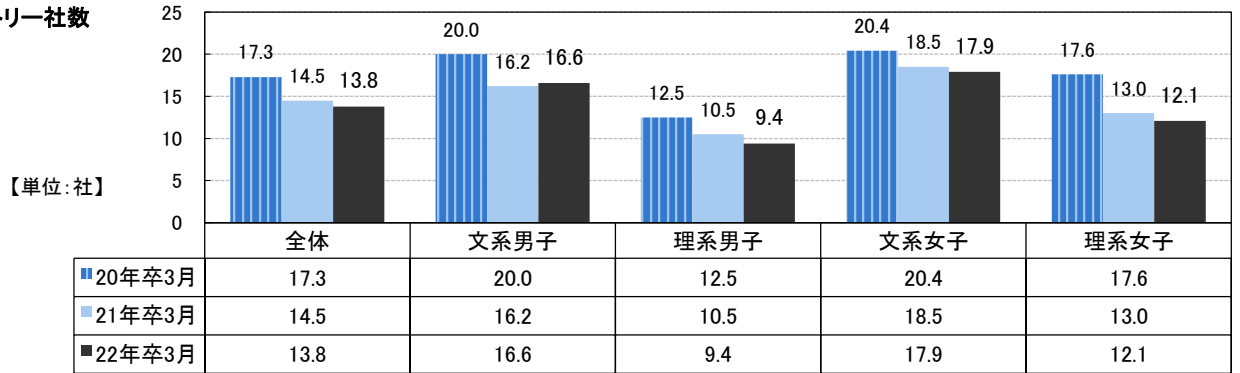
*1 WEBセミナーを除く *2 WEB面接を含む

	22年卒			21年卒【参考】			20年卒 3月全体	22年卒 2月まで
	3月全体	3月前半	3月後半	3月全体	3月前半	3月後半		
業界研究をした	67.7%	63.5%	41.9%	70.0%	66.3%	39.3%	77.3%	86.7%
企業研究をした	87.6%	82.8%	68.7%	88.2%	81.5%	65.3%	92.1%	88.3%
仕事（職種）研究をした	70.0%	63.5%	50.1%	71.0%	62.5%	47.4%	75.8%	69.5%
自己分析をした	67.3%	61.9%	41.9%	69.0%	63.1%	38.7%	75.0%	87.5%
大学のキャリアセンターに相談した	32.1%	26.4%	17.8%	31.6%	26.5%	16.1%	36.8%	42.9%
大学主催の就職ガイダンスに出席した	28.2%	26.1%	4.4%	10.6%	9.4%	2.0%	51.7%	29.6%
企業にエントリーした	88.5%	85.7%	60.9%	90.9%	88.3%	55.5%	94.9%	74.4%
合同企業説明会に参加した*1	44.0%	42.4%	10.1%	15.3%	13.1%	5.7%	68.6%	47.9%
個別企業セミナーに参加予定の日程があった*1	58.0%	51.2%	43.2%	68.5%	58.3%	51.3%	87.9%	-
個別企業セミナーに実際に参加した*1	55.4%	47.3%	41.1%	56.1%	43.7%	39.9%	87.6%	33.5%
企業からエントリーシートを取り寄せた (企業HP・サイトからダウンロードや郵送で取り寄せた)	63.8%	57.3%	45.7%	63.0%	54.4%	44.0%	72.9%	31.4%
企業にエントリーシートを提出した(取り寄せたシートを記入し返送したり、WEBから直接書き込んだりした)	84.8%	76.1%	69.3%	83.3%	70.4%	69.5%	88.8%	-
エントリーシートが通過した (シートを提出後、次の選考の案内が来た)	73.7%	57.6%	57.7%	70.0%	49.5%	55.7%	73.3%	-
適性検査や筆記試験を受けた	82.5%	69.9%	68.0%	83.3%	67.3%	68.5%	86.5%	-
OB・OG訪問をした	14.5%	10.9%	7.5%	12.3%	8.1%	7.2%	19.5%	22.1%
リクルーターと会った	21.5%	15.2%	13.8%	20.6%	14.2%	12.6%	28.1%	20.1%
面接以外で人事担当者と会った	26.9%	18.4%	18.1%	25.8%	16.0%	17.4%	-	28.6%
1次面接を受けた*2	69.2%	51.0%	52.8%	66.4%	47.2%	48.6%	66.0%	58.4%
1次面接の結果通知を受けた*2	61.8%	45.4%	46.6%	56.7%	40.1%	40.7%	55.3%	-
最終面接を受けた*2	33.2%	18.6%	21.3%	27.7%	14.0%	18.0%	23.2%	22.7%
内々定を得た	23.0%	13.6%	12.2%	19.3%	10.4%	10.6%	15.3%	15.6%
入社予定先を決めて就職活動を終了した	7.8%	4.3%	3.9%	7.8%	4.0%	4.2%	4.0%	1.8%
内々定を得ていないが就職活動を中止した	1.7%	1.1%	0.9%	2.0%	1.2%	1.0%	1.1%	-

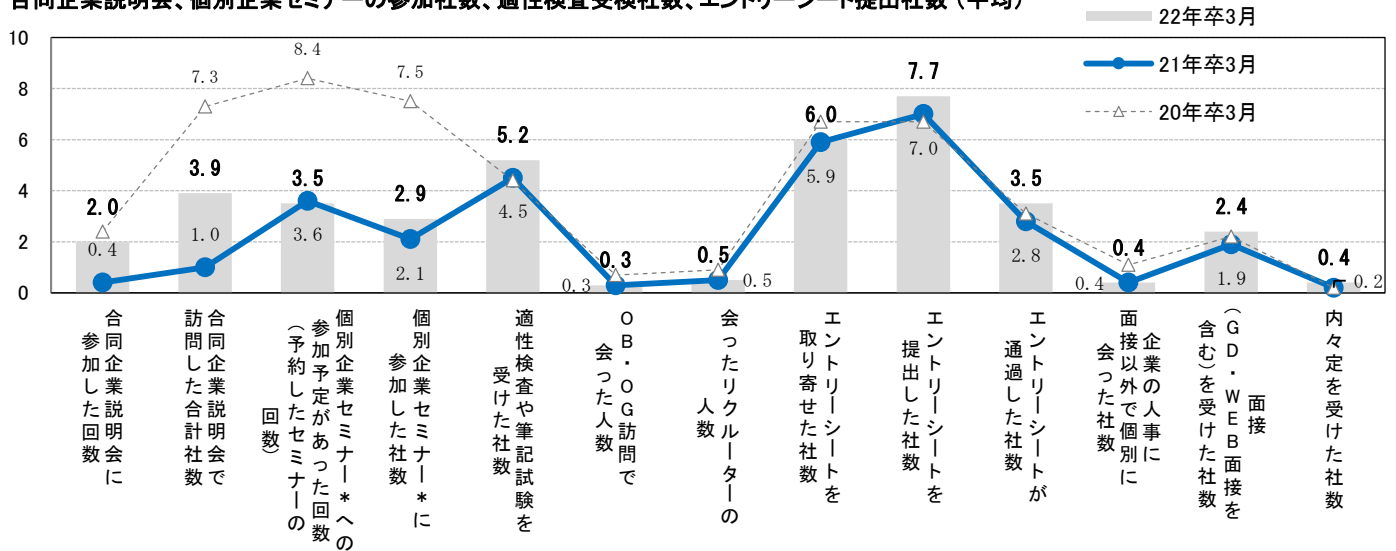
■2: エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

3月のエントリー社数平均は13.8社（前年同月比0.7pt減）だった。文系男子は平均16.6社（前年同月比0.4pt増）で前年よりわずかに増えた。個別企業セミナー（WEBセミナーを除く）の参加社数平均は2.9社で、前年3月（2.1社）よりはやや多いが（0.8pt増）、コロナ禍の影響がなかった前々年3月（7.5社）と比較すると半分以下で、大幅に減った前年の状況からやや回復の兆しが見える程度だった。エントリーシートについては、取り寄せ社数平均はほぼ前年並みだったが、提出（7.7社、前年同月比0.7pt増）、通過（3.5社、前年同月比0.7pt増）は前年よりやや増えた。面接を受けた社数平均は2.4社（前年同月比0.5pt増）で前年より増えた。コロナ禍の影響が表れ始めていた前年3月の状況に比べ、今年の就活生は積極的に活動できていたと言えそうだ。

3月平均エントリー社数

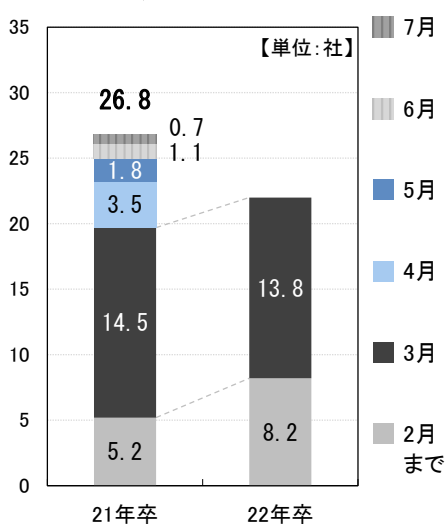


合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受検社数、エントリーシート提出社数（平均）

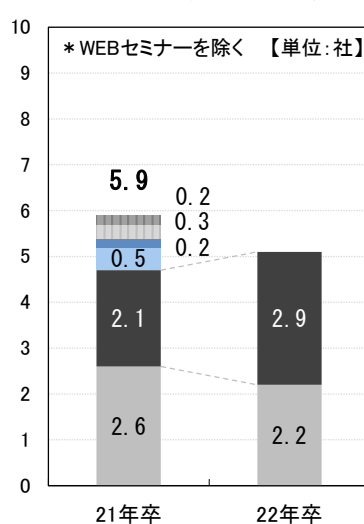


*WEBセミナーを除く

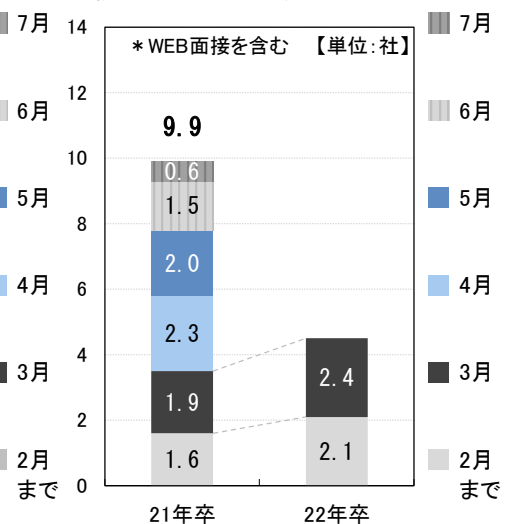
エントリー社数平均累計



個別企業セミナー参加平均社数累計

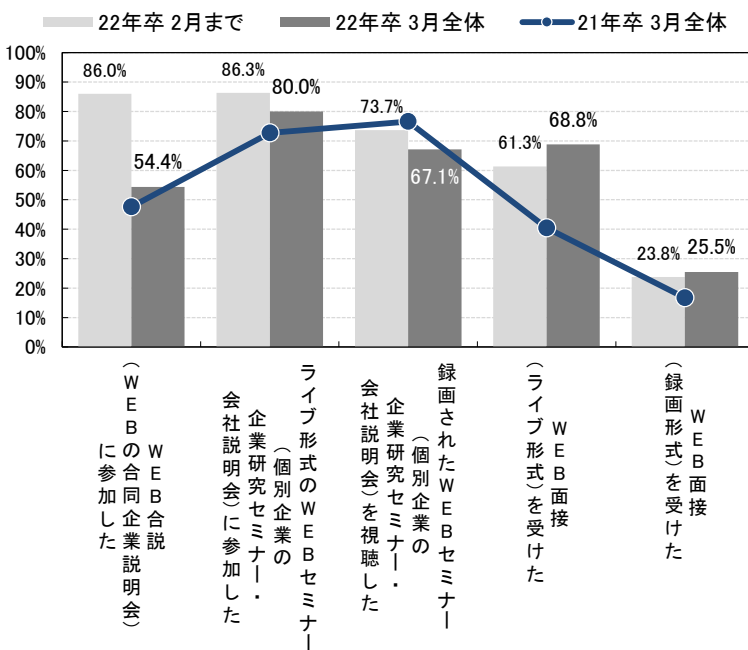


面接を受けた平均社数累計

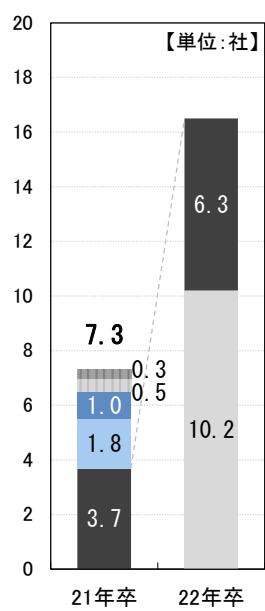


WEBセミナーやWEB面接について今年3月の活動状況を見ていく。3月中にライブ形式のWEBセミナーに参加した割合は前年同月を上回る80.0%（前年同月比7.3pt増）だった。録画されたWEBセミナーを視聴した割合は67.1%（前年同月比9.5pt減）だった。WEB面接（ライブ形式）を受けた割合は68.8%（前年同月比28.4pt増）と前年同月から大幅に増加した。3月中に受けたWEB面接の平均社数は2.0社（前年同月比1.3pt増）で前年同月の3倍弱だった。3月中に受けた面接のうちWEB面接だった割合は85.7%で、前年同月の37.3%を大幅に上回り、緊急事態宣言下の前年4月（87.9%）に近い数字となった。前年のコロナ禍で一気に普及したWEB面接は、新卒採用の現場にすっかり定着したようだ。

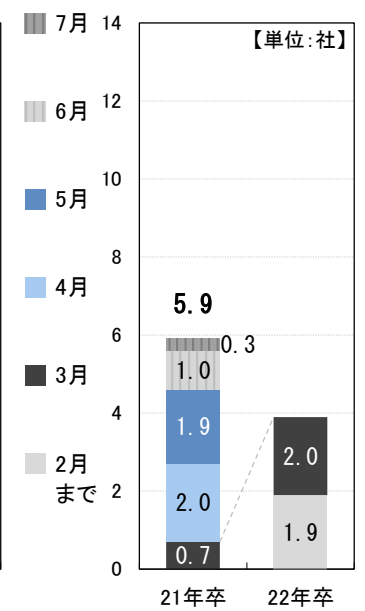
3月のWEB上での活動状況



ライブ形式のWEBセミナー参加平均社数累計



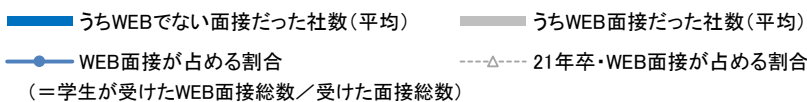
WEB面接を受けた平均社数累計



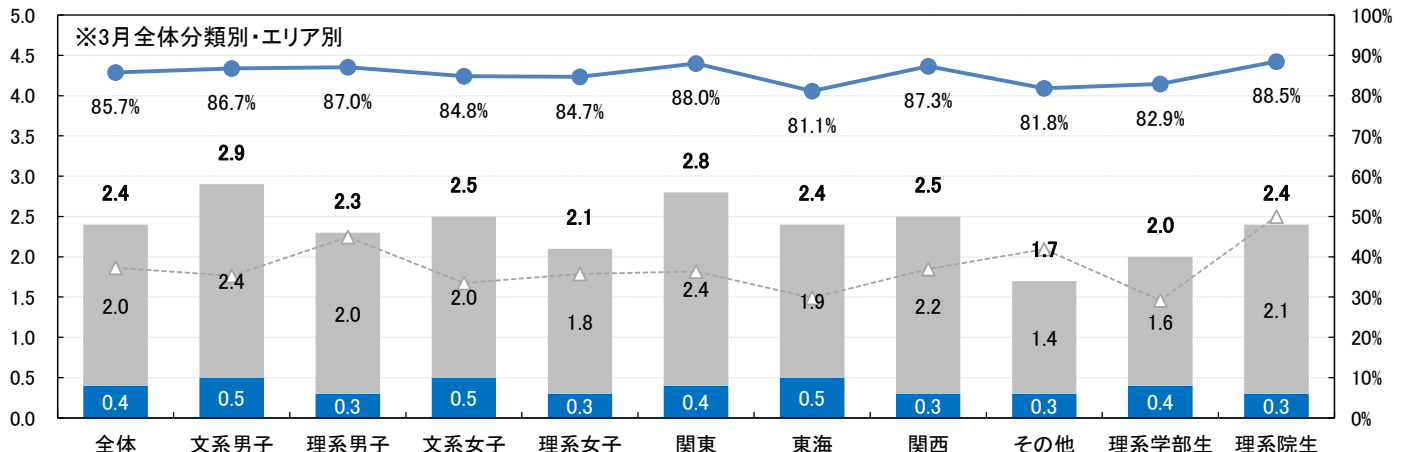
	22年卒			21年卒(参考)			22年卒 2月まで
	3月全体	3月前半	3月後半	3月全体	3月前半	3月後半	
WEB合説(WEBの合同企業説明会)に参加した	54.4%	52.4%	17.9%	47.6%	45.3%	17.1%	86.0%
ライブ形式のWEBセミナー(個別企業の企業研究セミナー・会社説明会)に参加した	80.0%	74.0%	57.9%	72.7%	60.9%	55.2%	86.3%
録画されたWEBセミナー(個別企業の企業研究セミナー・会社説明会)を視聴した	67.1%	56.8%	46.7%	76.6%	62.0%	59.8%	73.7%
WEB面接(ライブ形式)を受けた	68.8%	54.1%	52.6%	40.4%	23.6%	31.3%	61.3%
WEB面接(録画形式)を受けた	25.5%	16.2%	16.9%	16.7%	8.2%	12.6%	23.8%

3月に受けた面接が、WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均) WEB面接が占める割合*

* その期間に受けた面接のうちWEB面接だったものの割合

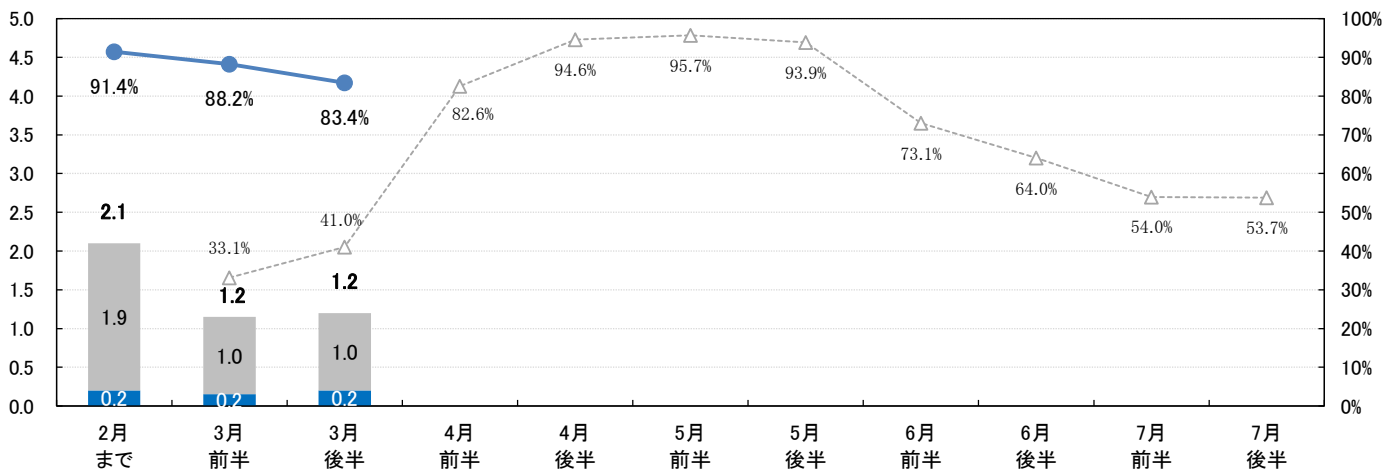
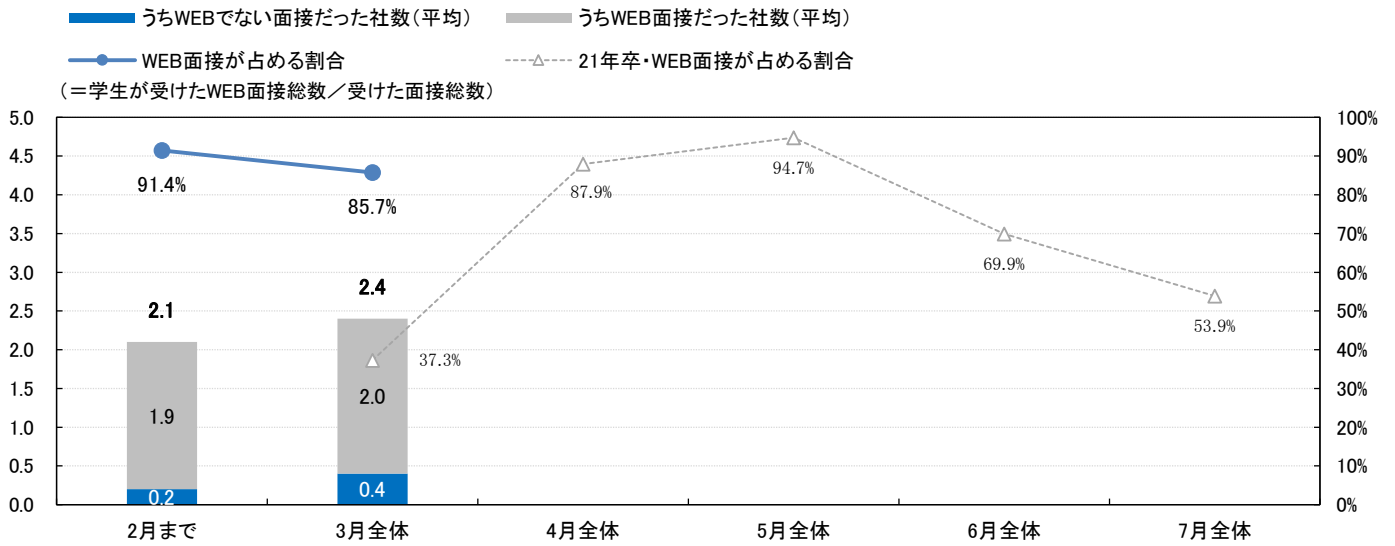


【単位:社】 ※棒グラフ上太数字は、2項目の和



推移: 受けた面接が、WEB面接だった社数、WEBでない面接だった社数(平均) WEB面接が占める割合*

* その期間に受けた面接のうちWEB面接だったものの割合

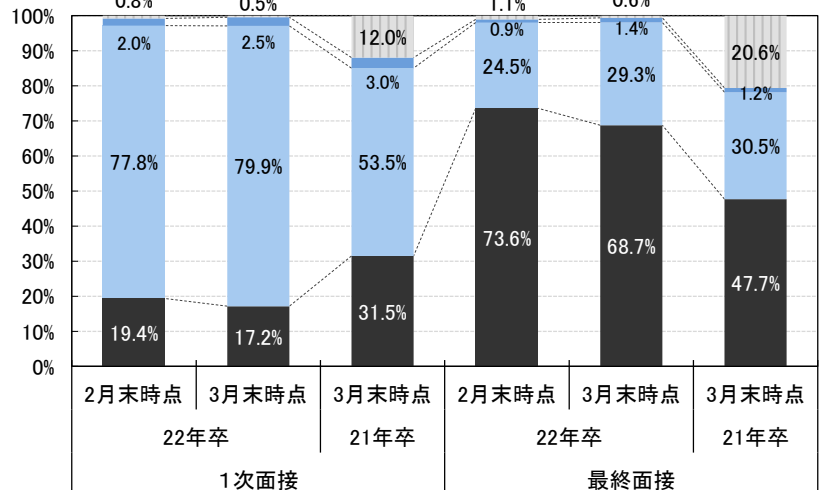
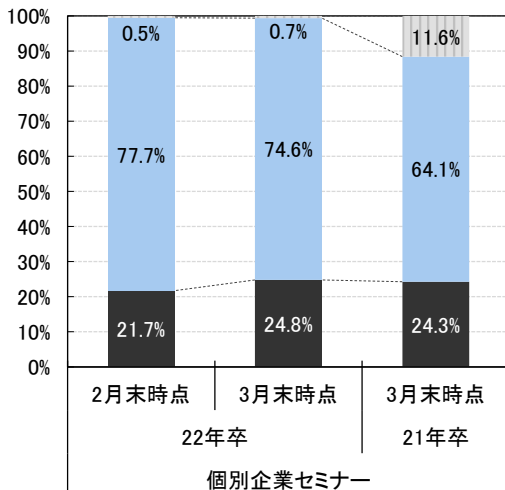


個別企業セミナー、会社説明会に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの

- セミナーの開催を延期する
- ライブ形式のWEBセミナーとして実施し、その後録画したものを視聴できるようにする
- 十分な感染対策をして対面式の個別企業セミナーを開催する

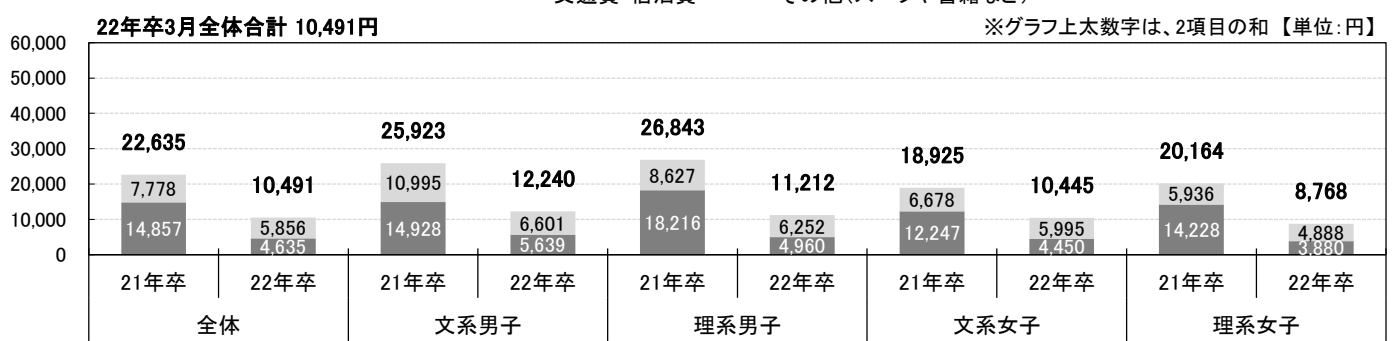
面接に関する企業の対応で、最も適切だったと思われるもの

- 面接の実施を延期する
- 録画形式のWEB面接として実施する
- ライブ形式のWEB面接として実施する
- 十分な感染対策をして対面式の面接を実施する

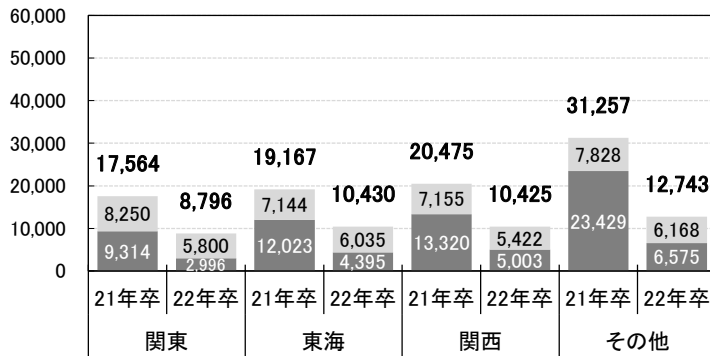


今年3月の1ヶ月間にかかった就活費用の平均金額は1万491円（前年同月比1万2,144円減）で、前々年同月比で半減だった前年同月の金額から、さらに半分以上減った。また、前年は関東地区とその他地区（関東、東海、関西以外の地区）で1万3,693円あった差が今年は3,947円となり、地域差が大幅に縮まった。WEBでの就活が一般的となり交通費の負担が減る状況が全国的に広まっているようだ。

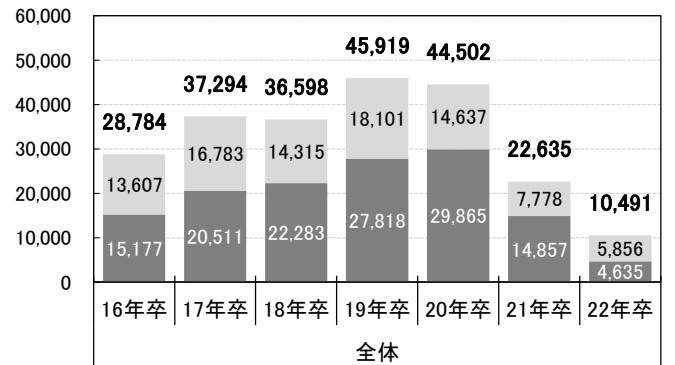
3月の就活費用（平均・文理男女別前年同月比）



3月の就活費用（平均・地域別前年同月比）

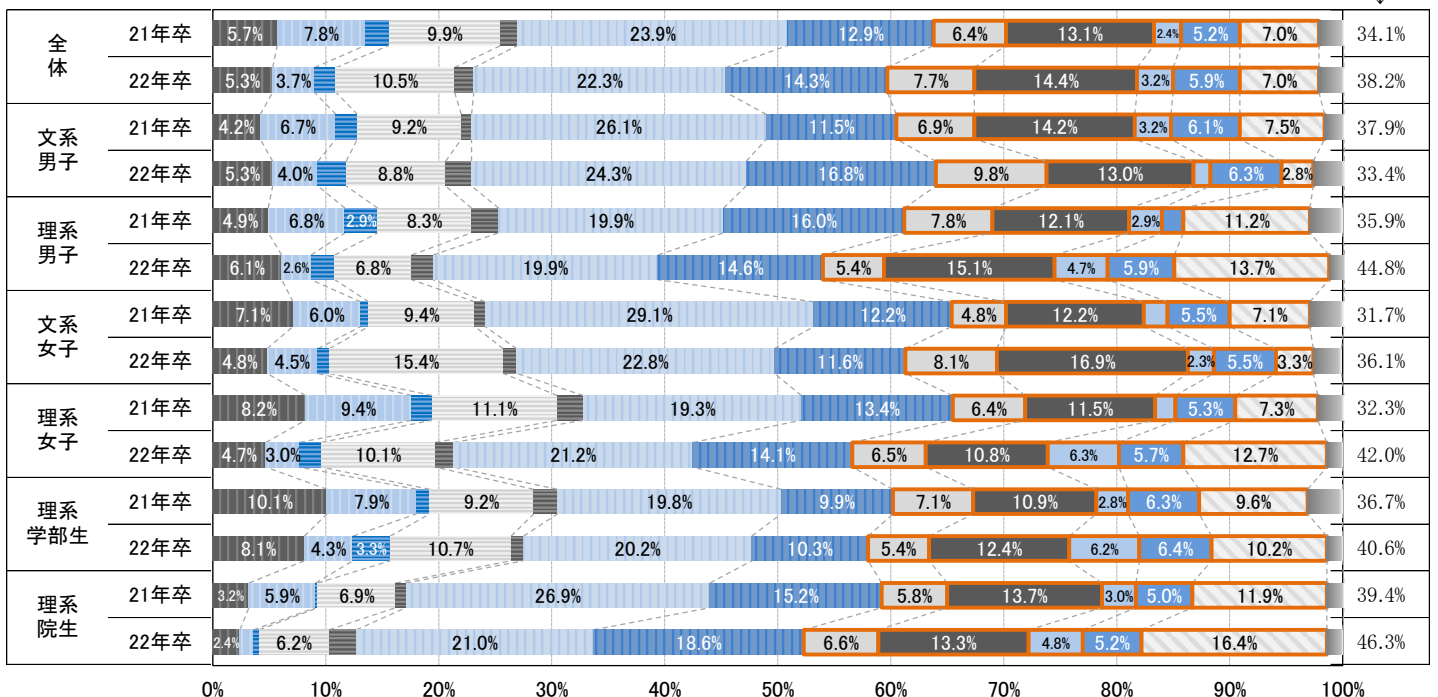


3月の就活費用（平均・経年変化）



現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況 n=2,210

- 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
- 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
- 1次面接を受けて結果待ち
- 最終面接を受けて結果待ち
- 入社することを伝えて就職活動を終了した
- 面接以降の段階の割合 ↓
- その他
- 面接以降の段階



■3:現在の志望業種について

現在の志望業種を聞き、前年同月と比較したところ、いくつかの業種で志望割合の大きな変化が見られた。文系で最も志望割合が増えたのは「住宅・インテリア」だった。文系男子で最も増えたのは「自動車・輸送用機器」、文系女子では「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」だった。文系で志望割合が最も減ったのは「鉄道・航空」で、文系女子では「ホテル・旅行」も大きく減った。これらの業種はコロナ禍による影響が大きく採用数が減ったため、学生は志望変更を余儀なくされたと考えられる。なお、文系男子で最も志望割合が減ったのは「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」で、文系女子と逆の結果となっている。一方、理系で最も増えたのは「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」と「自動車・輸送用機器」で、理系女子で最も増えたのは「給食・フードサービス」だった。理系で最も減ったのは文系と同じく「鉄道・航空」で、理系女子で最も減ったのは「薬品・化粧品」だった。

	22年卒3月						21年卒3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
※上位5位までに色塗り									
回答人数	2,309	421	593	637	658	1,058	1,251	995	1,189
建設・設備工事	2.7%	2.1%	5.6%	0.6%	4.0%	1.4%	5.0%	1.4%	5.4%
住宅・インテリア	2.3%	2.4%	0.7%	3.6%	1.7%	3.0%	1.0%	1.4%	0.9%
食品・農林・水産	7.7%	4.3%	7.8%	6.0%	19.5%	5.1%	11.9%	4.3%	11.2%
アパレル・服飾関連	0.5%	0.7%	0.2%	0.8%	0.0%	0.7%	0.1%	0.6%	0.1%
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	3.3%	0.5%	8.1%	1.6%	5.0%	1.0%	7.0%	1.5%	6.9%
薬品・化粧品	4.9%	1.0%	7.8%	2.0%	15.7%	1.5%	10.6%	2.2%	10.9%
鉄鋼・金属・鉱業	0.7%	0.5%	1.2%	0.3%	0.9%	0.4%	1.1%	0.4%	0.7%
機械・プラント	2.2%	0.7%	5.7%	0.8%	2.3%	0.7%	4.5%	0.9%	4.6%
電子・電気機器	3.2%	0.7%	8.6%	1.9%	2.1%	1.3%	6.3%	1.3%	6.7%
自動車・輸送用機器	3.5%	3.8%	7.4%	0.8%	1.7%	2.3%	5.4%	1.7%	3.7%
精密・医療機器	1.4%	0.7%	2.9%	0.6%	2.0%	0.7%	2.6%	0.9%	3.1%
印刷・事務機器・日用品	1.1%	1.0%	0.2%	2.0%	0.6%	1.5%	0.3%	1.0%	1.0%
スポーツ・玩具・ゲーム製品	1.6%	2.6%	0.0%	2.4%	0.6%	2.5%	0.2%	2.0%	0.8%
その他メーカー	0.6%	1.0%	0.5%	0.3%	0.5%	0.6%	0.5%	0.5%	1.5%
総合商社	2.1%	4.5%	0.7%	1.6%	0.3%	3.0%	0.5%	2.4%	0.6%
専門商社	2.0%	2.4%	0.5%	3.5%	0.8%	2.9%	0.6%	2.3%	0.5%
百貨店・スーパー・コンビニ	1.2%	1.9%	0.3%	1.6%	0.5%	1.7%	0.4%	1.0%	0.2%
専門店	0.6%	0.2%	0.0%	1.6%	0.0%	0.9%	0.0%	0.5%	0.2%
銀行・証券	4.7%	8.3%	1.3%	5.5%	0.8%	6.9%	1.1%	6.1%	0.5%
クレジット・信販・リース・その他金融	1.5%	2.1%	0.0%	2.7%	0.0%	2.4%	0.0%	2.2%	0.1%
生保・損保	2.3%	3.1%	0.8%	3.5%	0.6%	3.3%	0.8%	2.4%	0.6%
放送・新聞・出版	2.3%	2.9%	0.7%	3.6%	1.2%	3.2%	0.9%	3.8%	0.5%
広告・芸能	2.5%	3.6%	0.2%	4.2%	0.6%	3.9%	0.3%	4.1%	1.0%
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	11.1%	10.0%	14.8%	11.1%	6.5%	10.6%	11.9%	10.0%	10.2%
ゲームソフト	0.3%	0.5%	0.5%	0.2%	0.2%	0.3%	0.4%	0.2%	0.4%
通信	1.9%	2.1%	2.9%	1.1%	1.2%	1.6%	2.3%	1.5%	1.1%
鉄道・航空	2.7%	4.5%	3.5%	0.9%	1.4%	2.7%	2.8%	5.2%	4.1%
陸運・海運・物流	2.3%	3.8%	0.8%	2.7%	0.6%	3.2%	0.8%	2.2%	0.8%
電力・ガス・エネルギー	1.8%	1.7%	3.9%	0.6%	1.2%	1.1%	2.9%	2.6%	2.1%
不動産	2.1%	2.9%	1.0%	2.8%	0.8%	2.8%	0.9%	2.5%	1.2%
給食・フードサービス	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	3.6%	0.0%	1.4%	0.2%	0.2%
ホテル・旅行	0.9%	1.2%	0.2%	1.7%	0.0%	1.5%	0.1%	2.9%	0.1%
医療・調剤薬局	2.6%	0.0%	2.2%	0.9%	13.2%	0.5%	6.1%	0.3%	6.2%
介護・福祉サービス	0.7%	0.2%	0.2%	1.7%	0.2%	1.0%	0.2%	0.8%	0.1%
アミューズメント・レジャー	0.6%	0.7%	0.5%	0.6%	0.5%	0.7%	0.5%	1.9%	0.3%
コンサルティング・調査	2.3%	3.1%	2.4%	2.0%	1.2%	2.6%	2.0%	2.3%	2.2%
人材サービス(派遣・紹介)	0.6%	0.7%	0.0%	1.1%	0.2%	0.9%	0.1%	2.5%	0.8%
教育	1.5%	1.7%	0.2%	2.7%	0.9%	2.2%	0.4%	2.2%	0.9%
エステ・理美容・フィットネス	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%
冠婚葬祭	0.4%	0.2%	0.0%	1.1%	0.0%	0.7%	0.0%	0.2%	0.1%
その他サービス	1.0%	1.0%	0.3%	1.6%	1.1%	1.3%	0.6%	0.7%	0.6%
官公庁・公社・団体	5.5%	6.2%	3.0%	7.8%	2.7%	7.0%	2.9%	7.2%	2.8%
特定の業界を志望していない	6.0%	8.6%	2.4%	7.5%	3.5%	8.0%	2.8%	9.5%	4.2%

前年3月との比較増減

※0.5pt以上の増減に色塗り

	22年卒3月						
	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	-0.3pt	-0.1pt	-0.3pt	-0.1pt	-0.3pt	±0.0pt	-0.4pt
住宅・インテリア	+1.1pt	+0.9pt	-0.2pt	+2.2pt	+0.7pt	+1.6pt	+0.1pt
食品・農林・水産	+0.6pt	+1.6pt	+0.3pt	±0.0pt	+0.7pt	+0.8pt	+0.7pt
アパレル・服飾関連	+0.1pt	+0.5pt	+0.2pt	-0.2pt	-0.3pt	+0.1pt	±0.0pt
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	-0.4pt	-1.5pt	+0.8pt	+0.6pt	-1.2pt	-0.5pt	+0.1pt
薬品・化粧品	-0.9pt	+0.3pt	+0.2pt	-1.8pt	-2.0pt	-0.7pt	-0.3pt
鉄鋼・金属・鉱業	+0.2pt	+0.5pt	+0.3pt	-0.6pt	+0.6pt	±0.0pt	+0.4pt
機械・プラント	-0.2pt	±0.0pt	-0.3pt	-0.2pt	+0.7pt	-0.2pt	-0.1pt
電子・電気機器	-0.3pt	-0.8pt	-0.3pt	+0.7pt	-0.1pt	±0.0pt	-0.4pt
自動車・輸送用機器	+1.0pt	+2.1pt	+2.2pt	-0.9pt	+1.1pt	+0.6pt	+1.7pt
精密・医療機器	-0.4pt	-0.8pt	-0.5pt	+0.3pt	-0.6pt	-0.2pt	-1.5pt
印刷・事務機器・日用品	+0.1pt	+0.5pt	-0.7pt	+0.5pt	-0.5pt	+0.5pt	-0.7pt
スポーツ・玩具・ゲーム製品	+0.1pt	+0.4pt	-0.9pt	+0.5pt	±0.0pt	+0.5pt	-0.6pt
その他メーカー	-0.3pt	+0.5pt	-1.1pt	-0.2pt	-0.8pt	+0.1pt	-1.0pt
総合商社	+0.4pt	+1.3pt	±0.0pt	-0.1pt	-0.2pt	+0.6pt	-0.1pt
専門商社	+0.5pt	+0.4pt	±0.0pt	+0.9pt	+0.5pt	+0.6pt	+0.1pt
百貨店・スーパー・コンビニ	+0.5pt	+1.4pt	+0.1pt	+0.1pt	+0.3pt	+0.7pt	+0.2pt
専門店	+0.2pt	±0.0pt	±0.0pt	+0.9pt	-0.6pt	+0.4pt	-0.2pt
銀行・証券	+0.9pt	+1.5pt	+0.8pt	+0.2pt	+0.5pt	+0.8pt	+0.6pt
クレジット・信販・リース・その他金融	+0.2pt	-0.3pt	±0.0pt	+0.8pt	-0.2pt	+0.2pt	-0.1pt
生保・損保	+0.6pt	+0.9pt	+0.1pt	+0.9pt	+0.3pt	+0.9pt	+0.2pt
放送・新聞・出版	-0.2pt	-0.3pt	+0.3pt	-0.8pt	+0.4pt	-0.6pt	+0.4pt
広告・芸能	-0.3pt	+0.2pt	-1.0pt	-0.6pt	+0.1pt	-0.2pt	-0.7pt
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+1.0pt	-3.9pt	+2.7pt	+4.9pt	+0.1pt	+0.6pt	+1.7pt
ゲームソフト	±0.0pt	±0.0pt	±0.0pt	+0.2pt	±0.0pt	+0.1pt	±0.0pt
通信	+0.6pt	+0.6pt	+1.8pt	-0.4pt	+0.1pt	+0.1pt	+1.2pt
鉄道・航空	-2.0pt	-1.1pt	-1.5pt	-3.9pt	-0.8pt	-2.5pt	-1.3pt
陸運・海運・物流	+0.7pt	+1.8pt	-0.4pt	+0.3pt	+0.6pt	+1.0pt	±0.0pt
電力・ガス・エネルギー	-0.6pt	-2.0pt	+1.4pt	-0.9pt	-0.2pt	-1.5pt	+0.8pt
不動産	+0.1pt	+0.7pt	-0.8pt	+0.1pt	+0.8pt	+0.3pt	-0.3pt
給食・フードサービス	+0.3pt	-0.2pt	+0.2pt	-0.2pt	+3.0pt	-0.2pt	+1.2pt
ホテル・旅行	-0.9pt	±0.0pt	+0.2pt	-2.9pt	-0.3pt	-1.4pt	±0.0pt
医療・調剤薬局	-0.1pt	-0.2pt	-0.6pt	+0.6pt	+0.1pt	+0.2pt	-0.1pt
介護・福祉サービス	+0.2pt	-0.3pt	+0.2pt	+0.7pt	-0.1pt	+0.2pt	+0.1pt
アミューズメント・レジャー	-0.6pt	-1.7pt	+0.3pt	-0.8pt	±0.0pt	-1.2pt	+0.2pt
コンサルティング・調査	±0.0pt	+0.2pt	-0.1pt	+0.3pt	-0.4pt	+0.3pt	-0.2pt
人材サービス(派遣・紹介)	-1.2pt	-2.5pt	-1.1pt	-0.8pt	±0.0pt	-1.6pt	-0.7pt
教育	-0.2pt	-0.5pt	-0.9pt	+0.5pt	+0.3pt	±0.0pt	-0.5pt
エステ・理美容・フィットネス	+0.2pt	+0.2pt	±0.0pt	+0.3pt	-0.2pt	+0.3pt	-0.1pt
冠婚葬祭	+0.2pt	+0.2pt	-0.2pt	+0.8pt	±0.0pt	+0.5pt	-0.1pt
その他サービス	+0.3pt	+0.8pt	-0.1pt	+0.4pt	+0.1pt	+0.6pt	±0.0pt
官公庁・公社・団体	+0.1pt	-1.4pt	+1.0pt	+1.0pt	-1.9pt	-0.2pt	+0.1pt
特定の業界を志望していない	-1.4pt	+0.3pt	-2.2pt	-3.3pt	+0.3pt	-1.5pt	-1.4pt

志望割合が増えた業種・トップ5 + α

<文系>	文系全体	文系男子	文系女子
住宅・インテリア	+1.6pt	+0.9pt	+2.2pt
陸運・海運・物流	+1.0pt	+1.8pt	+0.3pt
生保・損保	+0.9pt	+0.9pt	+0.9pt
銀行・証券	+0.8pt	+1.5pt	+0.2pt
食品・農林・水産	+0.8pt	+1.6pt	±0.0pt
自動車・輸送用機器	+0.6pt	+2.1pt	-0.9pt
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+0.6pt	-3.9pt	+4.9pt

志望割合が減った業種・トップ5 + α

<文系>	文系全体	文系男子	文系女子
鉄道・航空	-2.5pt	-1.1pt	-3.9pt
人材サービス(派遣・紹介)	-1.6pt	-2.5pt	-0.8pt
電力・ガス・エネルギー	-1.5pt	-2.0pt	-0.9pt
ホテル・旅行	-1.4pt	±0.0pt	-2.9pt
アミューズメント・レジャー	-1.2pt	-1.7pt	-0.8pt
薬品・化粧品	-0.7pt	+0.3pt	-1.8pt

<理系>

<理系>	理系全体	理系男子	理系女子
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+1.7pt	+2.7pt	+0.1pt
自動車・輸送用機器	+1.7pt	+2.2pt	+1.1pt
通信	+1.2pt	+1.8pt	+0.1pt
給食・フードサービス	+1.2pt	+0.2pt	+3.0pt
電力・ガス・エネルギー	+0.8pt	+1.4pt	-0.2pt
不動産	-0.3pt	-0.8pt	+0.8pt

<理系>

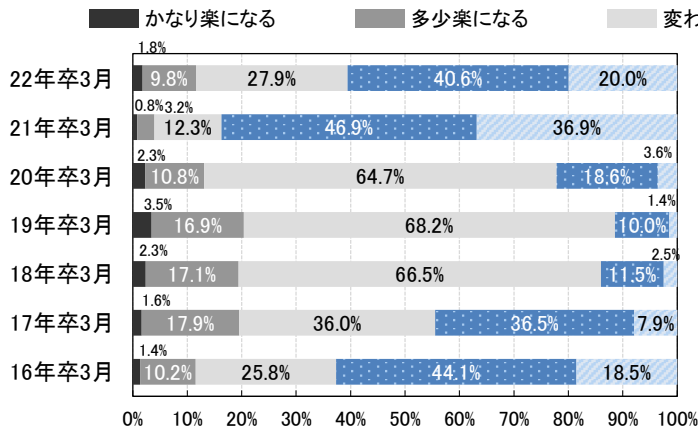
<理系>	理系全体	理系男子	理系女子
鉄道・航空	-1.3pt	-1.5pt	-0.8pt
その他メーカー	-1.0pt	-1.1pt	-0.8pt
印刷・事務機器・日用品	-0.7pt	-0.7pt	-0.5pt
広告・芸能	-0.7pt	-1.0pt	+0.1pt
人材サービス(派遣・紹介)	-0.7pt	-1.1pt	±0.0pt
薬品・化粧品	-0.3pt	+0.2pt	-2.0pt
官公庁・公社・団体	+0.1pt	+1.0pt	-1.9pt

※増減が同ptの場合は志望割合が高い順

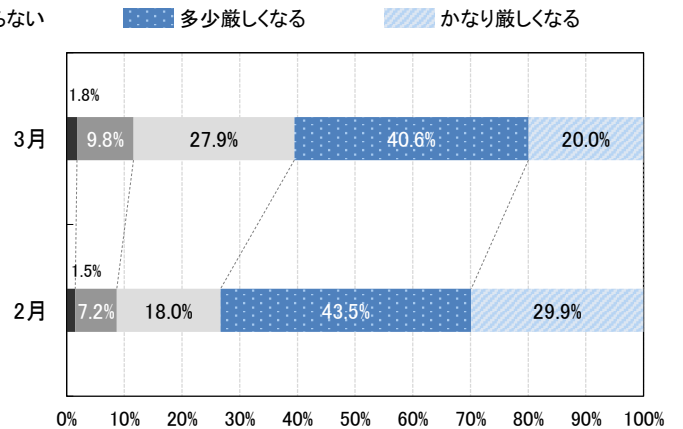
■4: 就職活動の感触・就職観

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60.6% (前月比12.8pt減、前年同月比23.2pt減) で、前月より減少した。厳しくなると思う理由では「新型コロナウイルス感染症の流行の影響があるから (63.5%)」が最も多いが、「企業の採用人数が減ると思うから (60.4%)」「景気が悪い(悪くなる)と思うから (45.9%)」と回答する学生も多かった。コロナ禍の影響が大きい業種や企業を志望していた場合、志望変更を検討する必要が出てくるため、厳しくなると思う回答したケースがあるのではと考えられる。

先輩と比較して自分たちの就職活動は(経年同月比較)

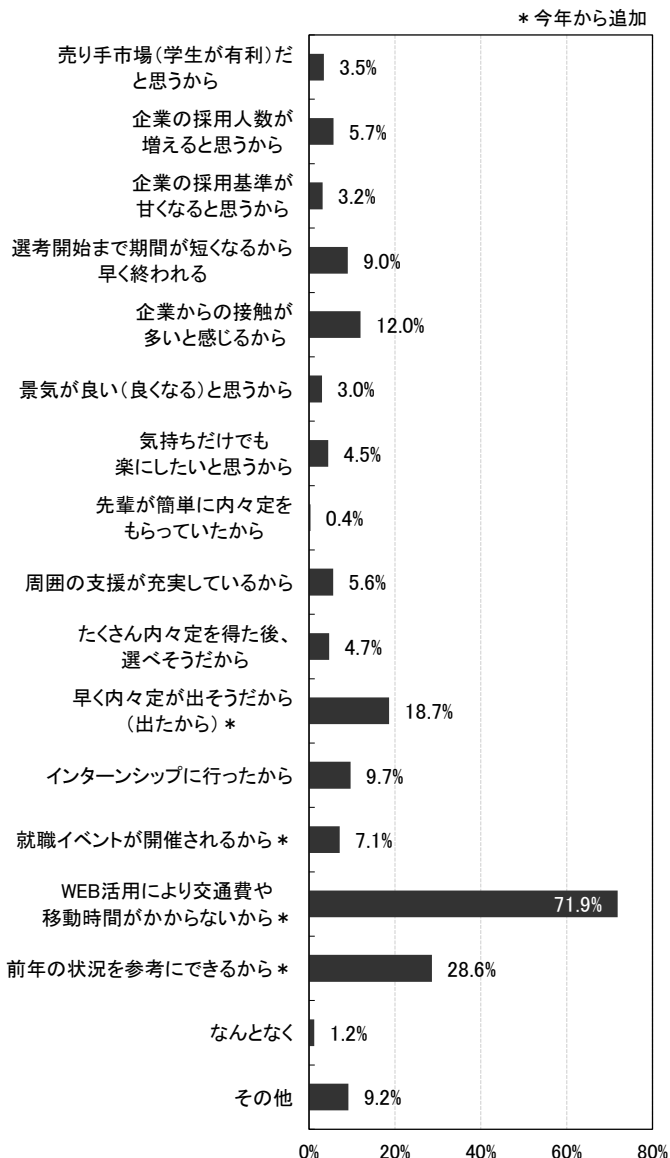


先輩と比較して自分たちの就職活動は(今年2月～3月)



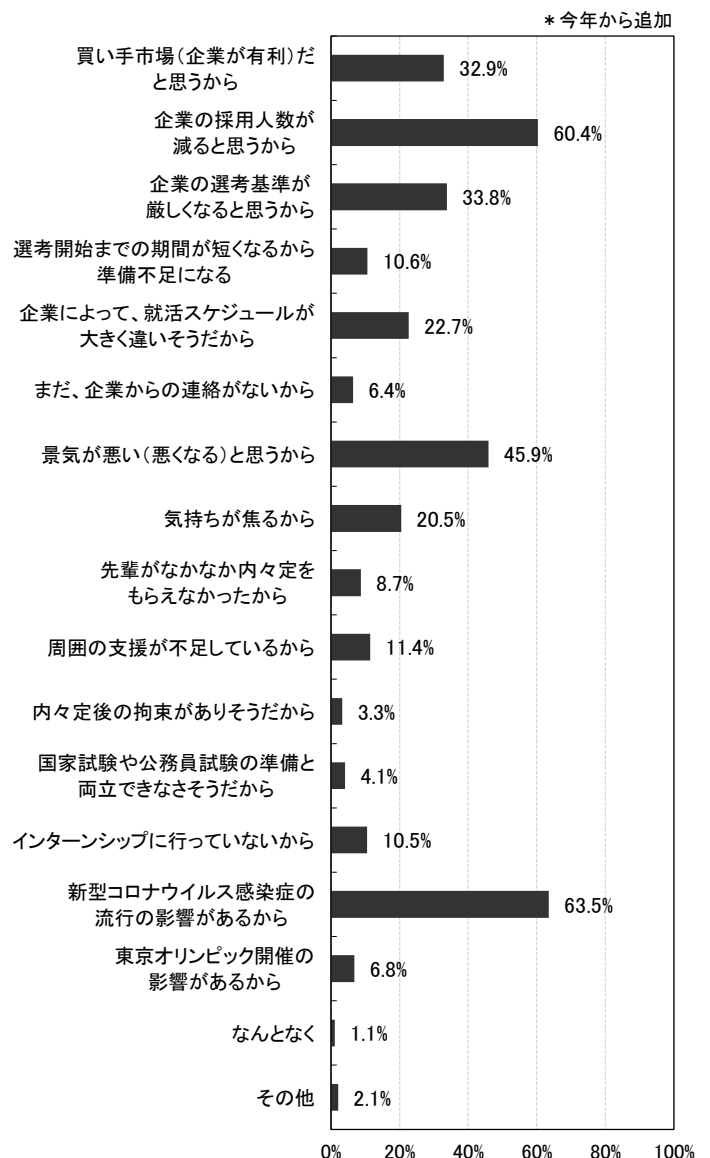
楽になると思う理由【複数回答】

n=275



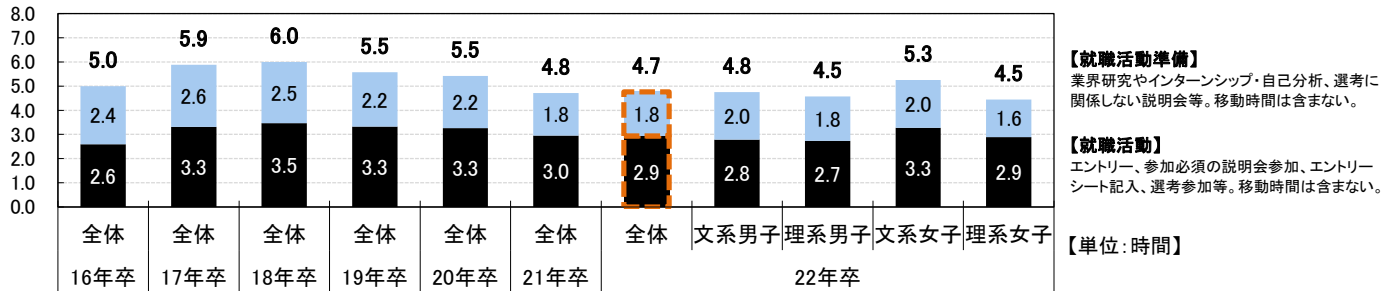
厳しくなると思う理由【複数回答】

n=1,382

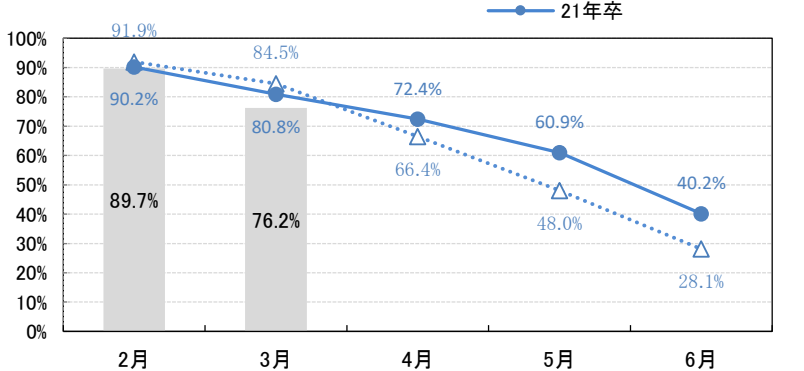


1日のうち、就職活動に割いている時間は「就職活動準備（1.8時間、前年比増減なし）」「就職活動（2.9時間、前年比0.1pt減）」で、ほぼ前年並みだった。文理男女別では、文系女子の費やしている時間が他よりやや多くなっている。
現時点で就職活動に不安がある学生は76.2%で、前月より13.5pt減少し、前年同月比でも4.6pt低かった。不安に思う要因では「志望企業から内々定をもらえるかどうか（71.6%、前年同月比4.0pt増）」が最も高い。また「交通費などの金銭的負担が大きい（20.3%、前年同月比23.2pt減）」を選んだ学生の割合は前年よりかなり低かった。
この時期最も注力している就職活動の内容では「面接対策（37.5%、前年比4.2pt増）」が前年同月より増加し、最も高かった。次に高いのは「エントリーシート対策（27.3%、前年同月比3.4pt減）」だった。

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

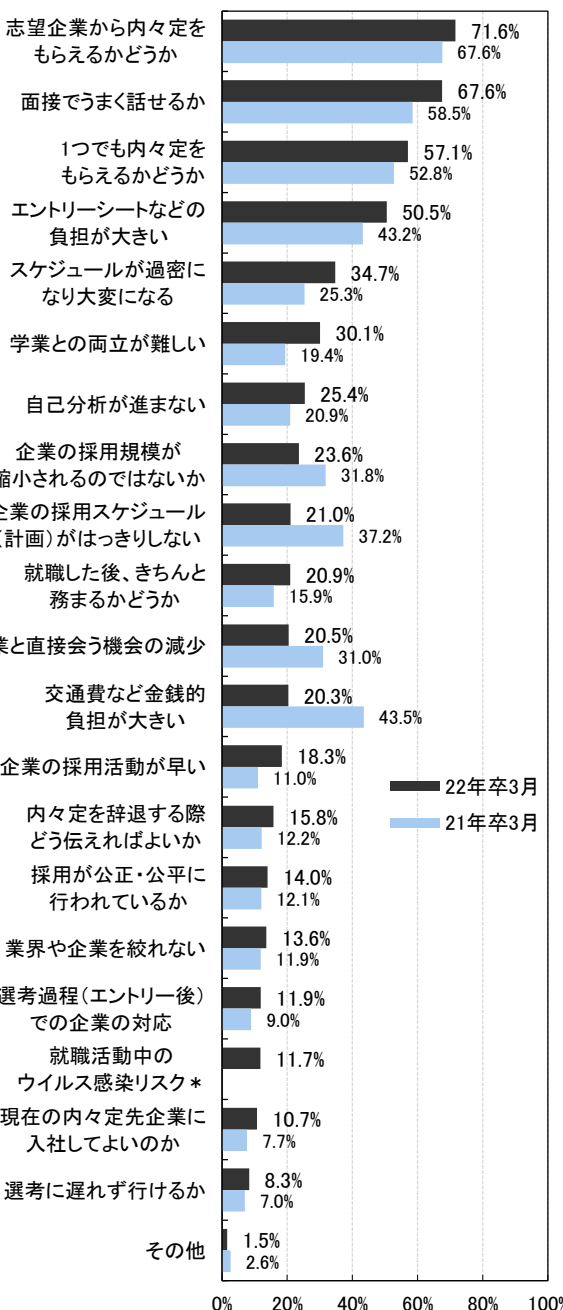


現時点で就職活動に不安がある学生の割合

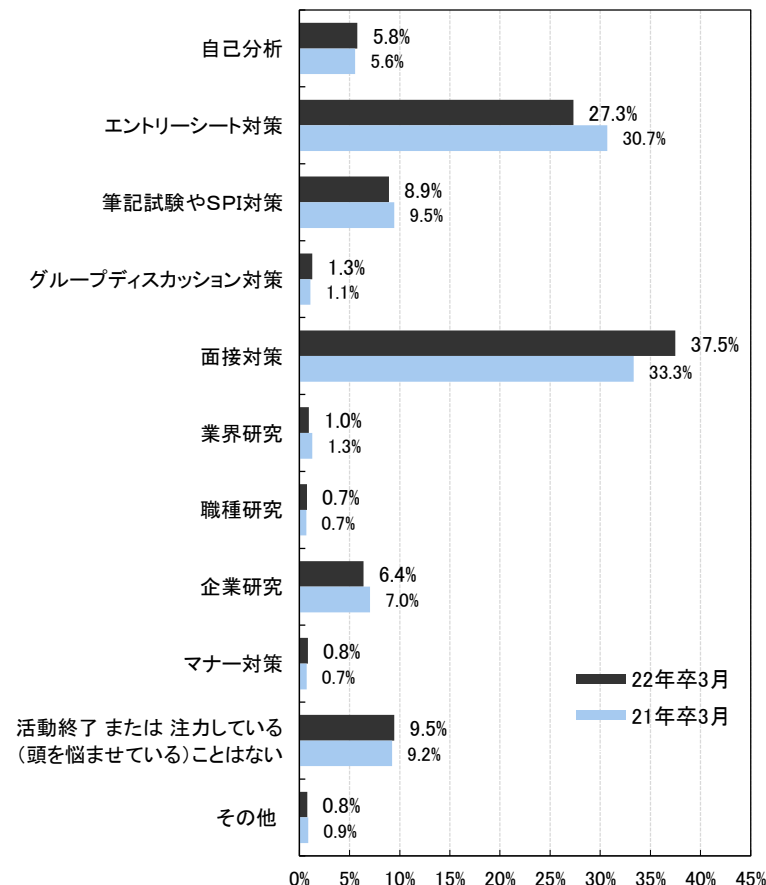


就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】

n=1,739 *今年から追加

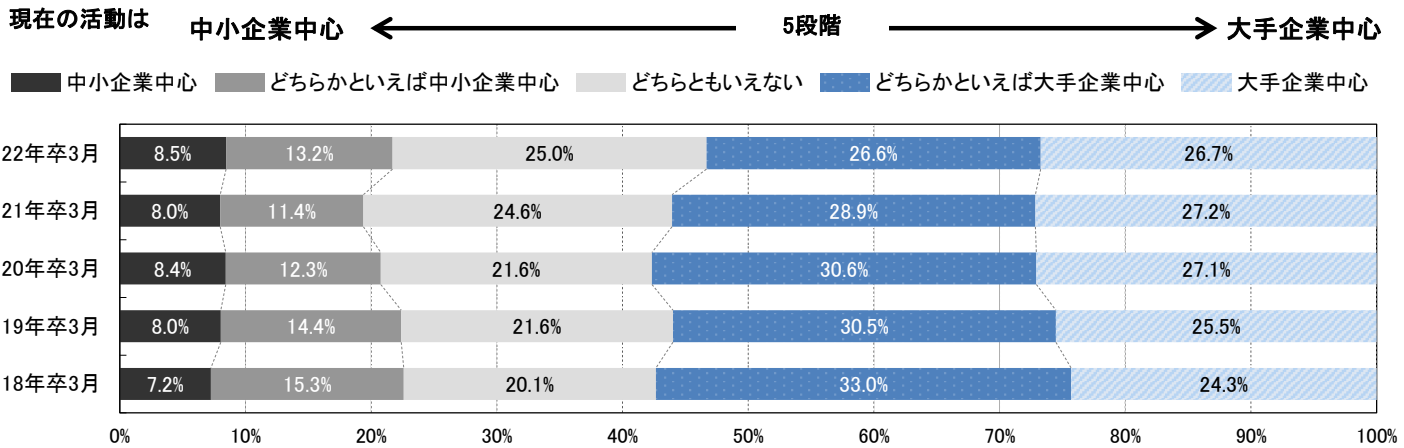


この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容



■5:企業選択のポイント

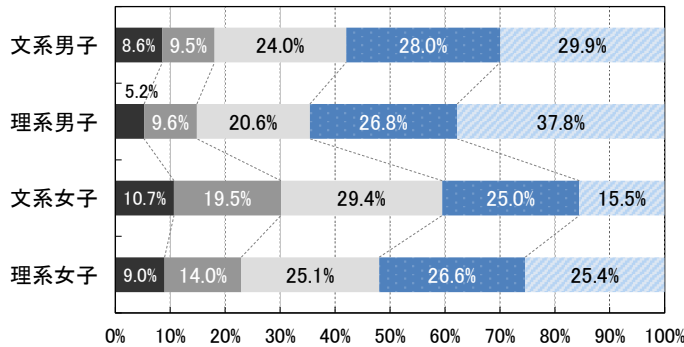
現在の活動の中心である企業規模について5段階で聞いたところ、「大手企業中心(+どちらかといえば)に活動している」は53.3%（前年比2.8pt減）で、「中小企業中心(+どちらかといえば)」の21.7%（前年比2.3pt増）を大きく上回った。
 「企業を選ぶときに特に注目するポイント」で「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」をベスト3に入れる学生の割合は42.9%（前月比8.5pt減）で前月より減った。



《文理男女別》

5段階

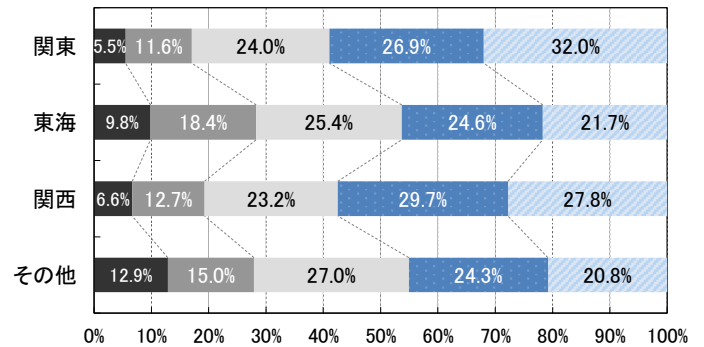
中小企業中心 ← 大手企業中心



《エリア別》

5段階

中小企業中心 ← 大手企業中心



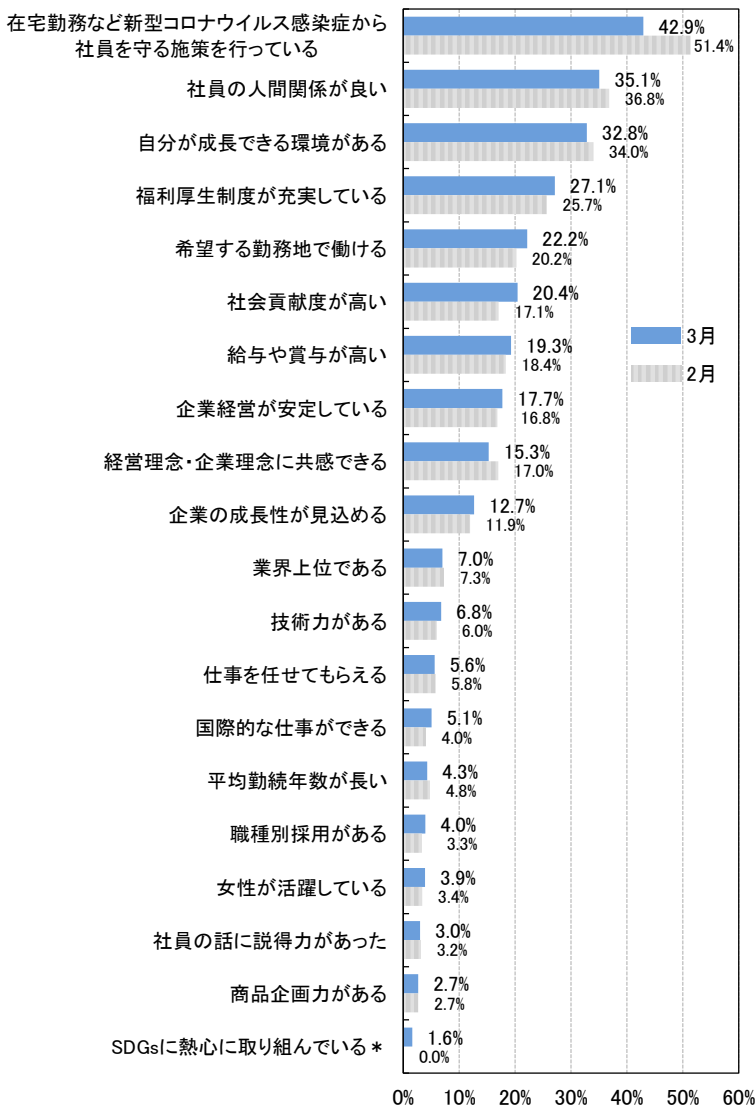
企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

	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	順位	前年順位	全体
* 今年から追加			2,309	421	593	637	658			2,309
社員の人間関係が良い	1	2	40.1%	38.7%	32.4%	46.8%	42.1%	2	2	14.9%
自分が成長できる環境がある	2	1	37.1%	38.2%	38.4%	34.5%	38.1%	1	1	16.8%
福利厚生制度が充実している	3	3	31.2%	27.6%	31.7%	33.1%	34.3%	5	5	8.8%
希望する勤務地で働ける	4	6	25.3%	19.2%	23.6%	31.1%	29.0%	3	6	9.4%
給与や賞与が高い	5	4	23.4%	29.0%	30.7%	14.1%	19.1%	8	8	5.6%
社会貢献度が高い	6	5	23.0%	28.3%	24.8%	18.4%	18.4%	4	3	9.3%
企業経営が安定している	7	8	20.8%	22.1%	19.9%	21.0%	19.1%	7	7	6.2%
経営理念・企業理念に共感できる	8	7	18.1%	17.1%	11.6%	23.5%	19.6%	6	4	7.2%
企業の成長性が見込める	9	9	14.9%	15.9%	18.2%	10.7%	16.1%	9	9	4.1%
社員が親身に対応してくれる	10	10	13.1%	13.1%	8.9%	16.6%	12.2%	10	11	3.4%
業界上位である	11	11	8.4%	10.0%	10.8%	6.0%	6.1%	11	10	2.5%
技術力がある	12	12	7.7%	2.6%	20.9%	1.4%	10.2%	12	12	2.4%
仕事を任せてもらえる	13	13	6.9%	8.6%	7.6%	5.3%	5.3%	15	14	1.6%
国際的な仕事ができる	14	14	6.0%	7.4%	3.7%	7.8%	2.4%	14	13	1.6%
平均勤続年数が高い	15	17	5.6%	7.4%	4.2%	5.3%	4.7%	19	19	0.8%
女性が活躍している	16	15	4.9%	0.7%	0.3%	11.0%	8.4%	18	17	0.9%
職種別採用がある	17	16	4.5%	3.6%	5.4%	4.1%	6.1%	13	15	1.8%
社員の話に説得力があった	18	19	3.7%	3.8%	2.9%	4.1%	4.1%	17	18	1.1%
商品企画力がある	19	18	3.1%	4.5%	1.3%	3.3%	2.7%	16	16	1.1%
SDGsに熱心に取り組んでいる*	20		2.1%	2.4%	2.5%	1.7%	1.8%	20		0.4%

「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」を入れた場合の、企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

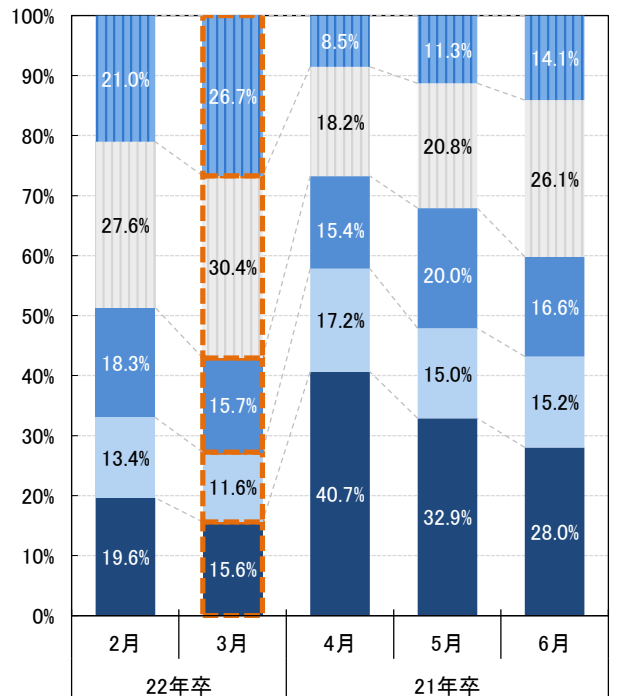
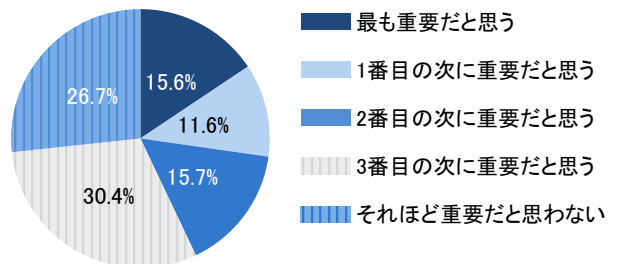
	ベスト3まで選択						最も注目するポイント			
	順位	全体 2,309	文系男子 421	理系男子 593	文系女子 637	理系女子 658	2月全体 2,727	順位	全体 2,309	2月全体 2,727
*今年から追加										
在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている	1	42.9%	43.9%	40.6%	44.1%	42.1%	51.4%	1	15.6%	19.6%
社員の人間関係が良い	2	35.1%	33.7%	28.5%	40.5%	37.4%	36.8%	3	12.8%	13.4%
自分が成長できる環境がある	3	32.8%	34.2%	33.6%	30.9%	32.8%	34.0%	2	13.9%	13.5%
福利厚生制度が充実している	4	27.1%	22.8%	27.5%	30.3%	29.0%	25.7%	6	7.5%	7.1%
希望する勤務地で働ける	5	22.2%	16.6%	20.6%	27.2%	26.1%	20.2%	4	8.3%	7.5%
社会貢献度が高い	6	20.4%	25.9%	22.4%	15.4%	16.1%	17.1%	5	7.9%	6.8%
給与や賞与が高い	7	19.3%	23.0%	26.1%	11.6%	15.8%	18.4%	9	4.3%	3.1%
企業経営が安定している	8	17.7%	19.7%	16.7%	17.3%	16.1%	16.8%	8	5.3%	5.5%
経営理念・企業理念に共感できる	9	15.3%	14.3%	9.8%	19.8%	17.2%	17.0%	7	6.1%	5.9%
企業の成長性が見込める	10	12.7%	14.5%	16.0%	7.8%	13.7%	11.9%	10	3.6%	3.3%
社員が親身に対応してくれる	11	10.6%	10.0%	7.9%	13.7%	10.0%	10.4%	11	2.8%	2.9%
業界上位である	12	7.0%	7.1%	9.8%	5.3%	5.6%	7.3%	12	2.3%	2.3%
技術力がある	13	6.8%	2.1%	18.5%	1.3%	8.8%	6.0%	13	2.0%	1.8%
仕事を任せてもらえる	14	5.6%	7.1%	6.1%	4.2%	4.4%	5.8%	14	1.5%	1.7%
国際的な仕事ができる	15	5.1%	6.4%	3.4%	6.3%	2.1%	4.0%	16	1.3%	1.4%
平均勤続年数が高い	16	4.3%	5.9%	3.0%	3.9%	3.5%	4.8%	18	0.8%	1.0%
職種別採用がある	17	4.0%	3.3%	3.7%	3.9%	5.9%	3.3%	15	1.4%	0.8%
女性が活躍している	18	3.9%	0.5%	0.3%	8.9%	6.5%	3.4%	20	0.7%	0.5%
社員の話に説得力があった	19	3.0%	3.6%	2.0%	3.3%	2.9%	3.2%	19	0.7%	1.0%
商品企画力がある	20	2.7%	3.8%	1.3%	2.8%	2.1%	2.7%	17	1.0%	0.9%
SDGsに熱心に取り組んでいる*	21	1.6%	1.4%	2.0%	1.4%	1.7%	0.0%	21	0.3%	0.0%

※全体の割合：前月との比較（ベスト3まで選択）



企業を選ぶとき「在宅勤務など新型コロナウイルス感染症から社員を守る施策を行っている」ことにはどの程度注目しているか

※前問で選んだ3つのポイントと比べて回答



■6:内々定保有者の活動状況

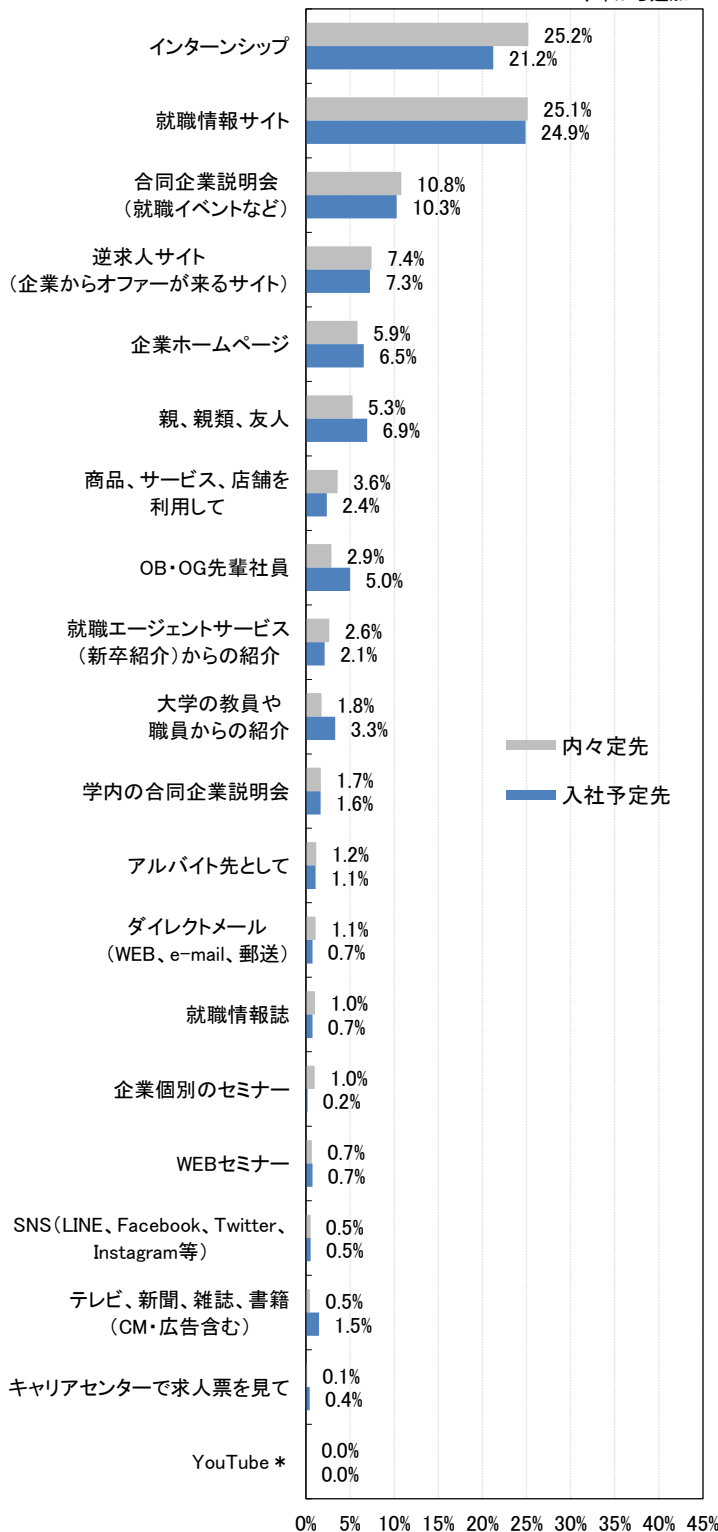
内々定保有者に対して、入社予定先を決めているか聞き、決めている人には入社予定先について、決めていない人については最も志望度の高い内々定先1社について聞いた。内々定先企業の主な発見ツールは「インターンシップ (25.2%)」と「就職情報サイト (25.1%)」がほぼ同じ割合だったが、入社予定先に限定すると「就職情報サイト (24.9%)」の割合の方が高くなった。内々定を得た時期は3月下旬が21.0%、3月上旬が20.6%で、中旬の15.2%を合わせると3月全体で56.8%だった。その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミングは「インターンシップ参加時」が32.8%で最も多かった。

※内々定保有者に対して、入社予定先を決めているか聞き、決めている人には入社予定先について、決めていない人については最も志望度の高い内々定先1社について聞いた。

内々定先企業の主な発見ツール

内々定先 n=827 入社予定先 n=295

* 今年から追加

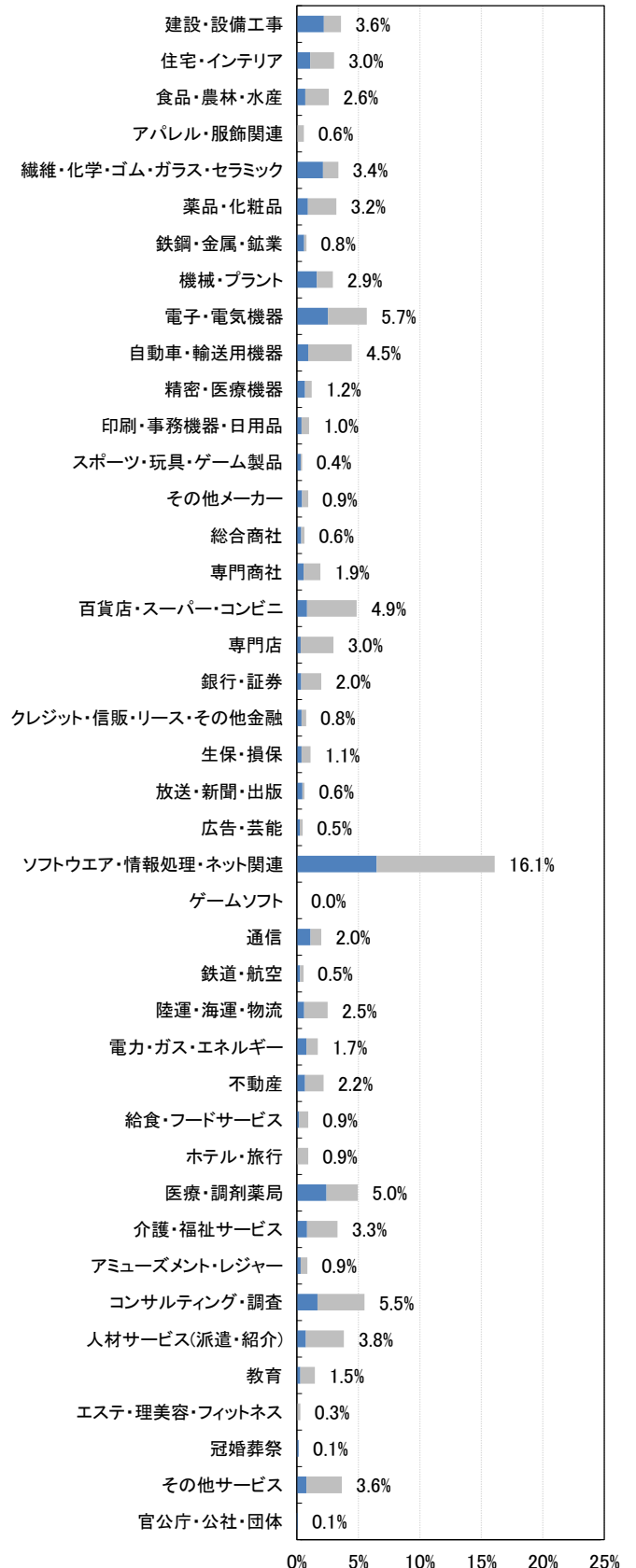


最も志望度が高い内々定先の業種

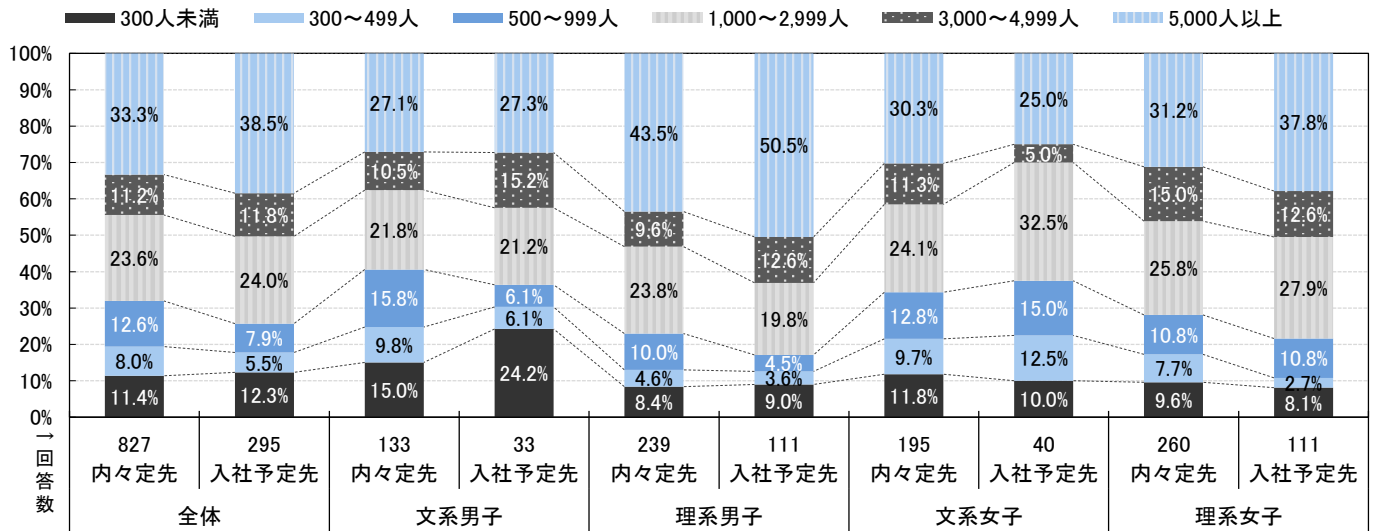
n=827

■ うち入社予定先

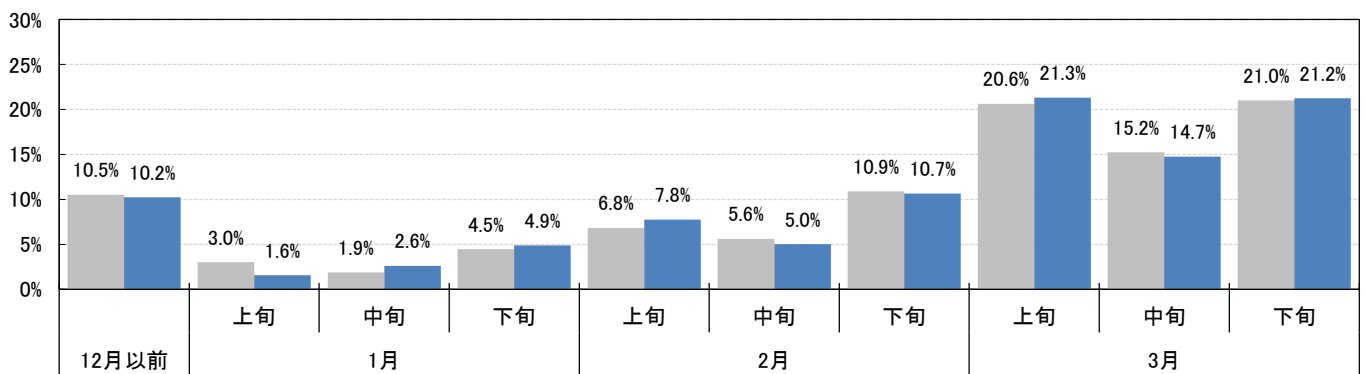
※数字は内々定先の割合



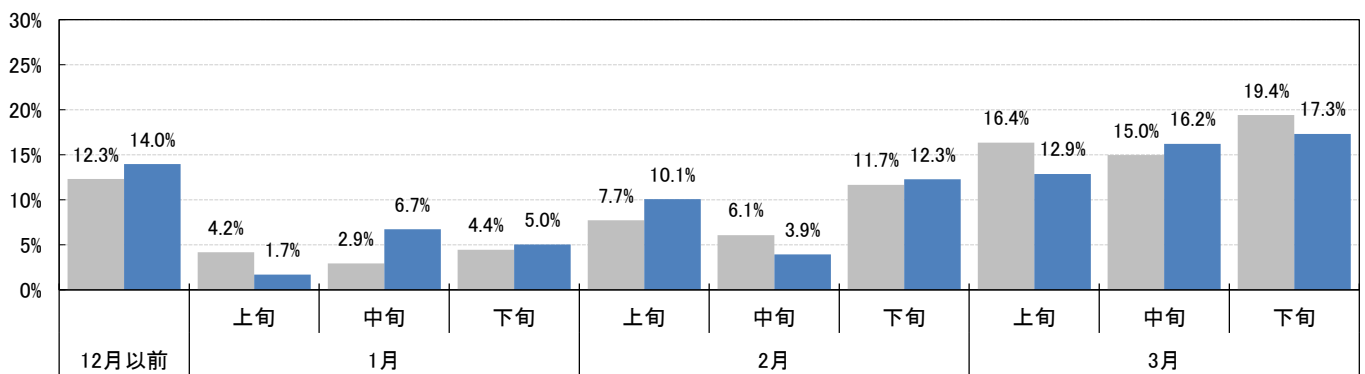
内々定先企業の規模(最も志望度が高い内々定先・入社予定先) 内々定先 n=827 入社予定先 n=295



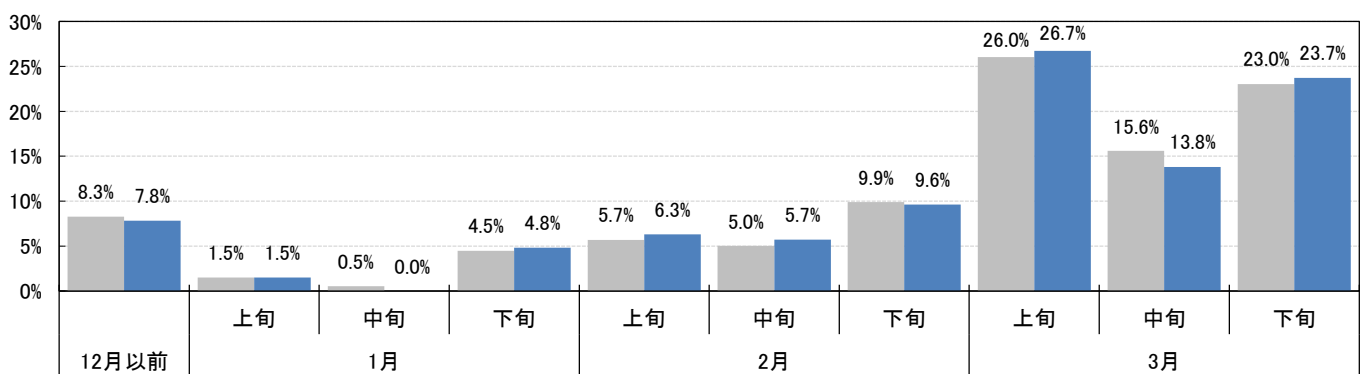
内々定を得た時期 内々定先 n=827 入社予定先 n=295



文系学生が内々定を得た時期 内々定先 n=328 入社予定先 n=73

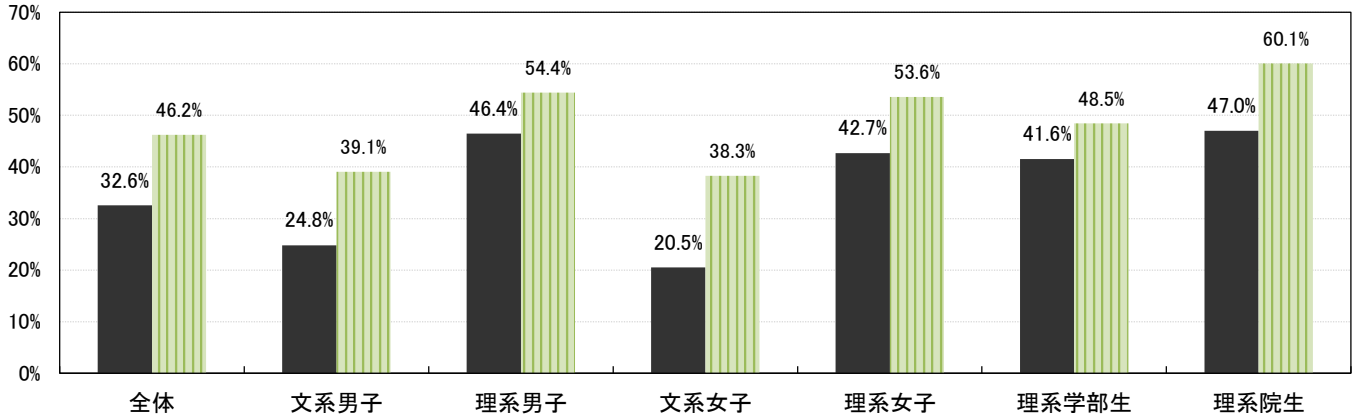


理系学生が内々定を得た時期 内々定先 n=499 入社予定先 n=222



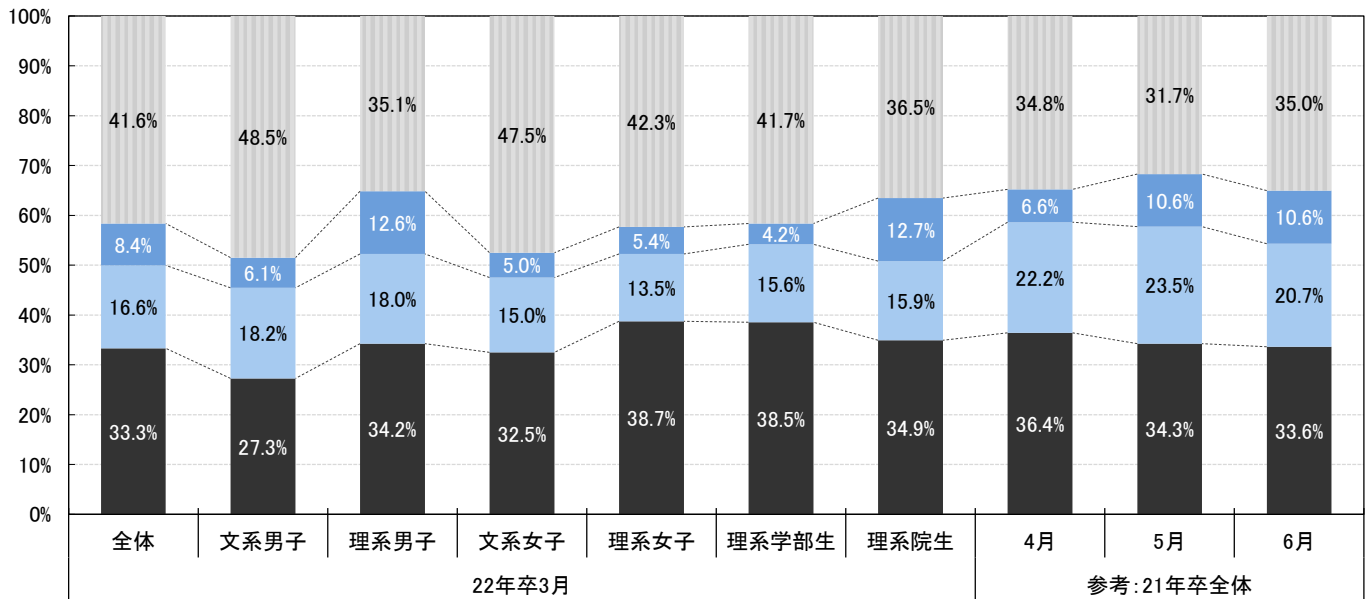
现阶段で内々定獲得企業の中から
入社予定先を決めている割合 n=827

■ 22年卒3月 ■■■ 参考:21年卒4月

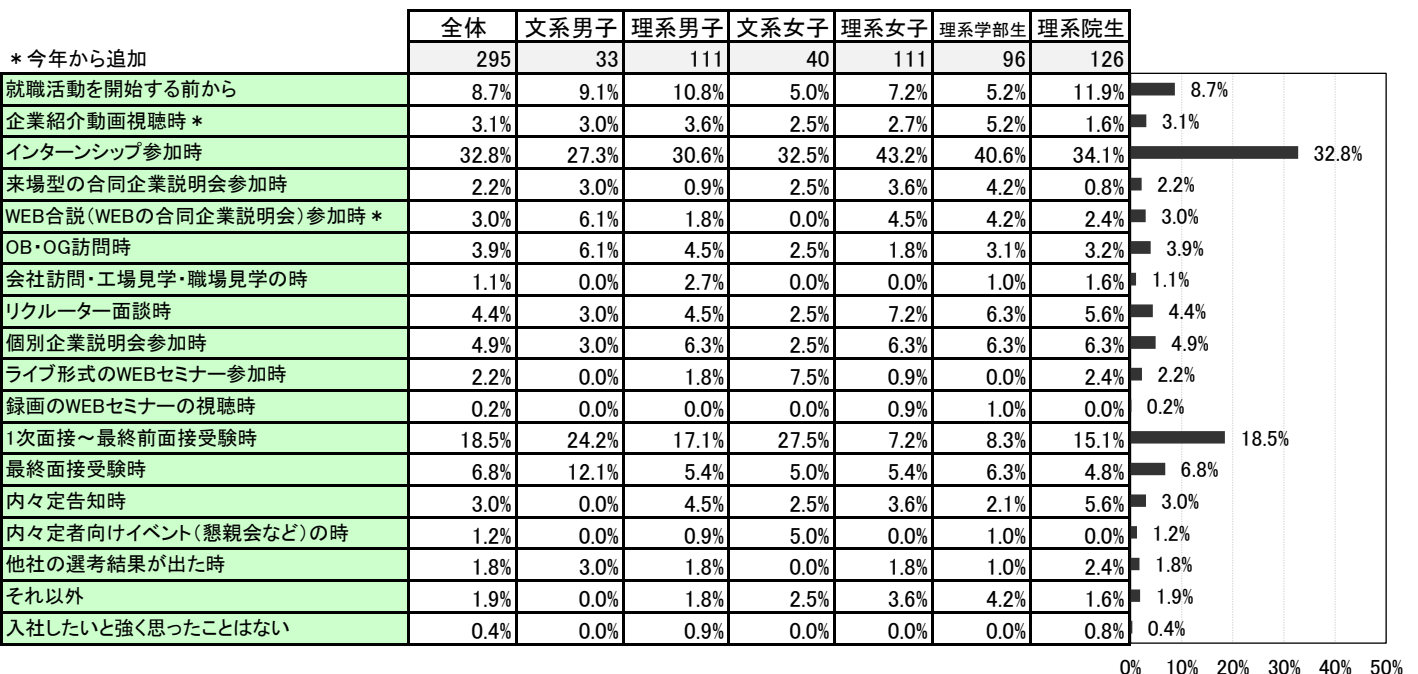


入社予定先企業は、初めてその企業と接触する
前の時点では第何志望だったか n=295

■ 第一志望 ■ 第二志望 ■ 第三志望 ■■■ それ以外



その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング n=295

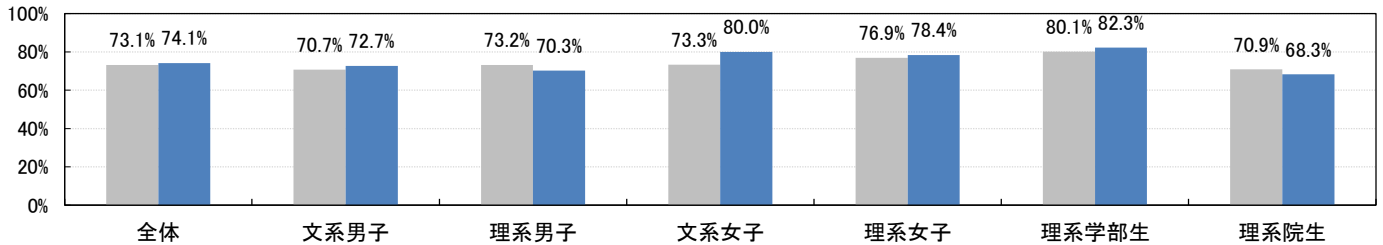


内々定先のインターンシップに参加していた割合は73.1%で、4人中3人が参加していた。内々定先のインターンシップに参加していた人のうち、受けた採用選考がインターンシップ参加者限定だったのは76.1%だった。内々定先のインターンシップ発見ツールは「インターンシップ情報・就職情報サイト」が最も高く51.0%だった。平均参加日数は2.9日で、入社予定先に限定すると平均4.1日だった。内々定先のインターンシップにあてはまるものでは「社員や人事の人柄が魅力的だった(39.3%)」「楽しかった、面白かった(36.2%)」「参加することで学べたことがあった(34.2%)」などの割合が高かった。入社予定先に限定すると、それら以外に「自分に合っていると感じた(41.2%)」「職場の雰囲気が良かった(40.4%)」「自分が働くイメージを得られた(40.2%)」の割合も高くなった。

内々定先のインターンシップに参加した割合

内々定先 n=827 入社予定先 n=295

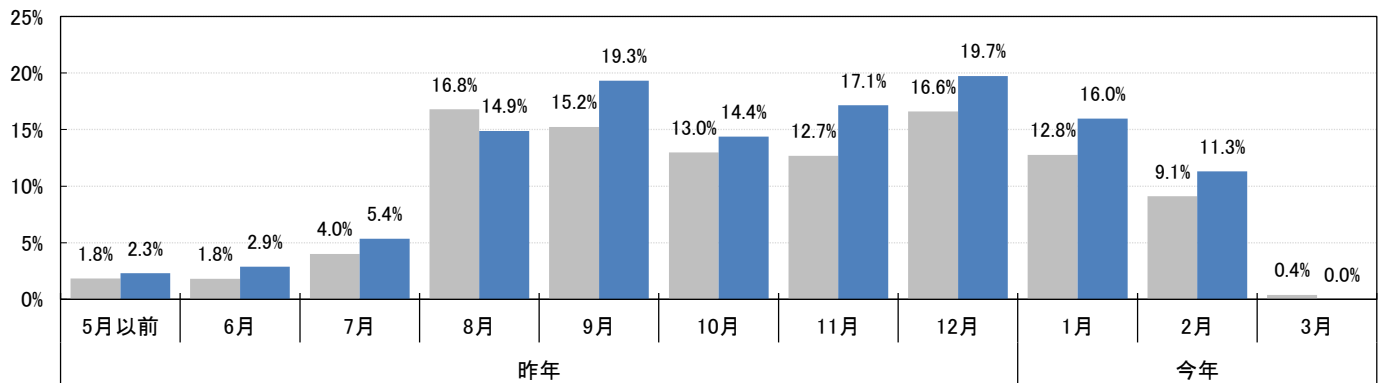
■ 内々定先 ■ 入社予定先



内々定先のインターンシップに参加した時期すべて【複数回答】

内々定先 n=827 入社予定先 n=295

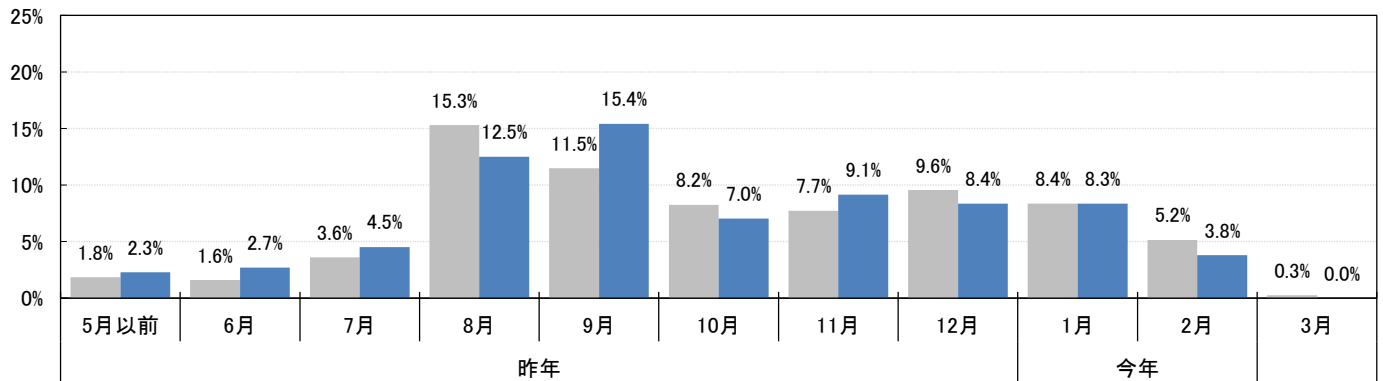
■ 内々定先 ■ 入社予定先



内々定先のインターンシップに最初に参加した時期

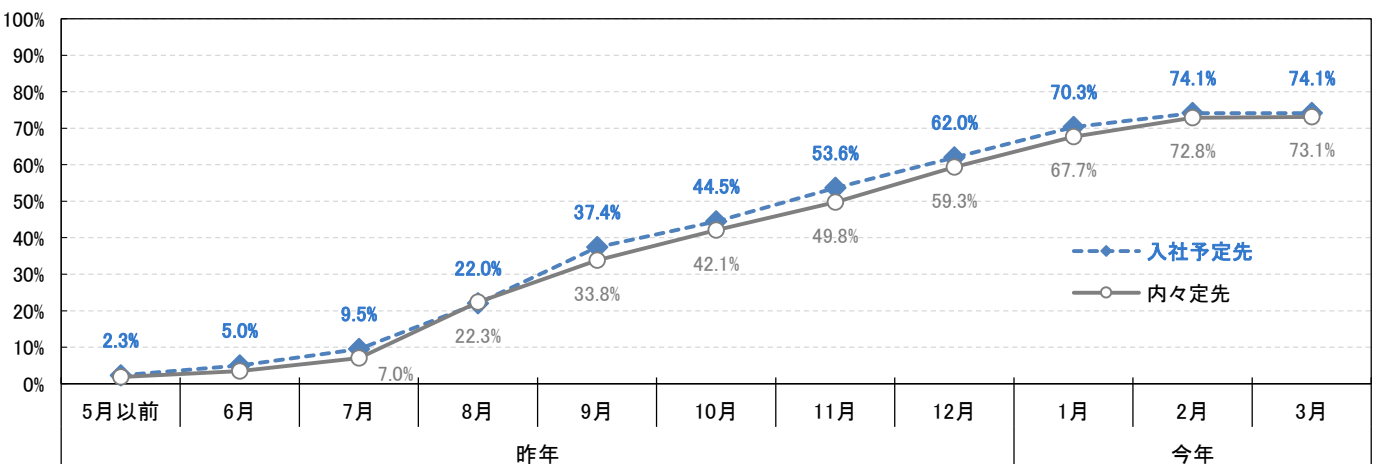
内々定先 n=827 入社予定先 n=295

■ 内々定先 ■ 入社予定先



その時期までに内々定先のインターンシップに参加していた割合

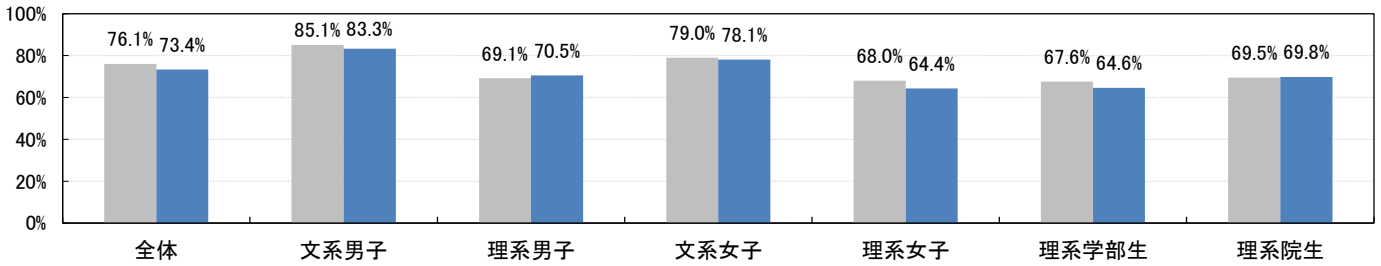
内々定先 n=827 入社予定先 n=295



以下、内々定先のインターンシップに参加していた人のみ：

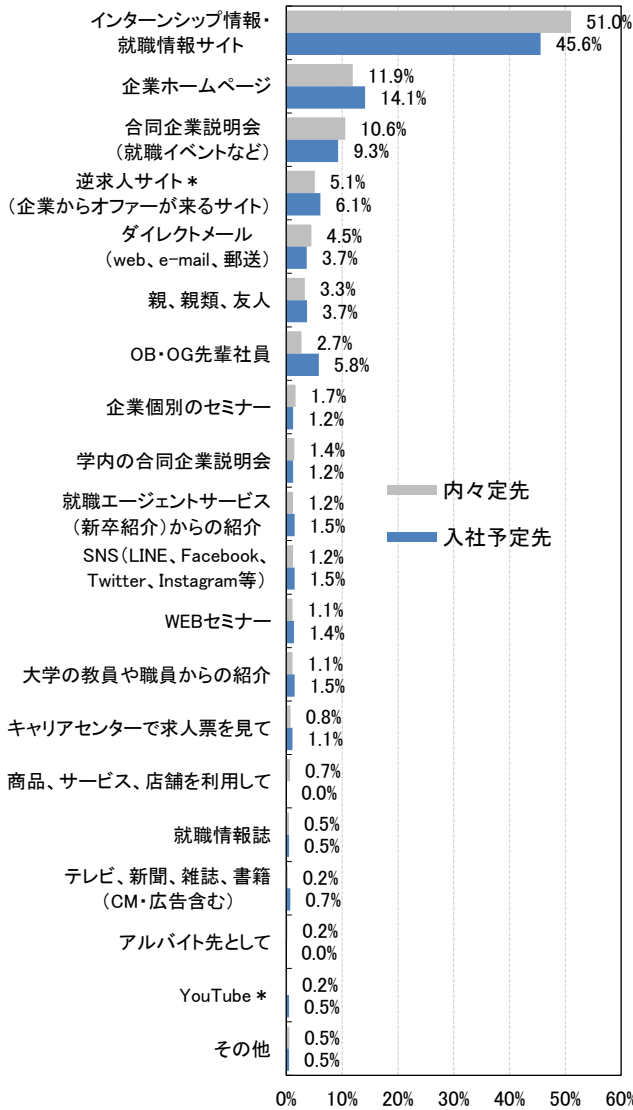
内々定先の採用選考がインターンシップ参加者限定だった割合

内々定先 n=612 入社予定先 n=221



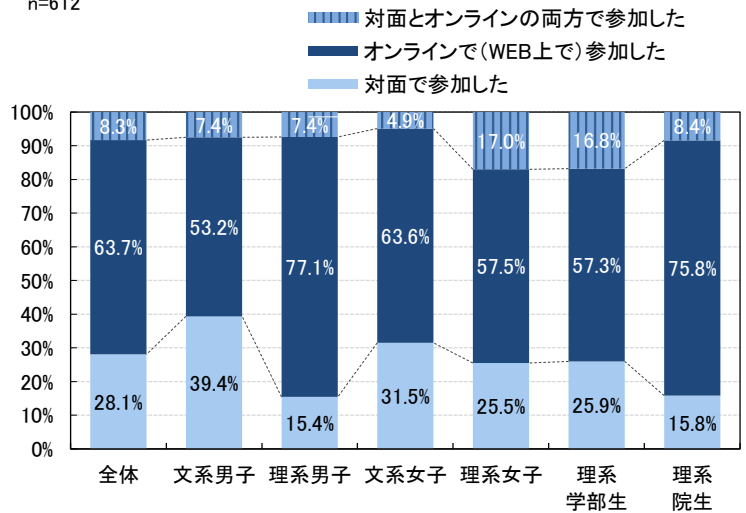
内々定先のインターンシップの主な発見ツール

内々定先 n=612 入社予定先 n=221 *今年から追加



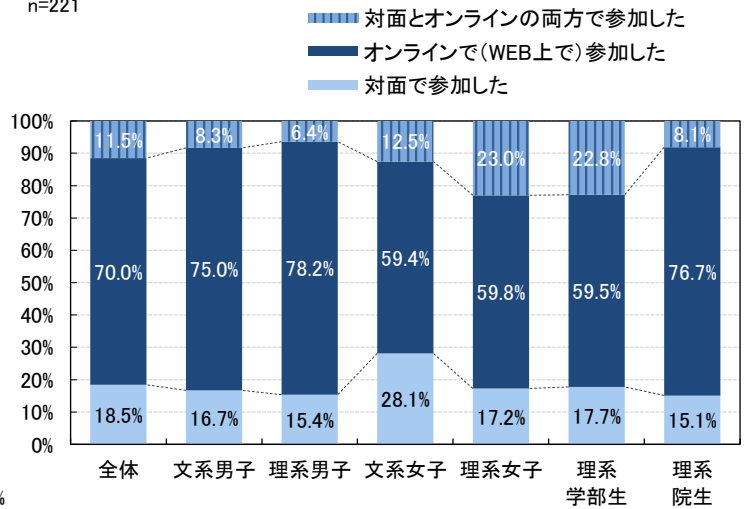
内々定先のインターンシップには対面で参加したか、オンラインで参加したか

n=612



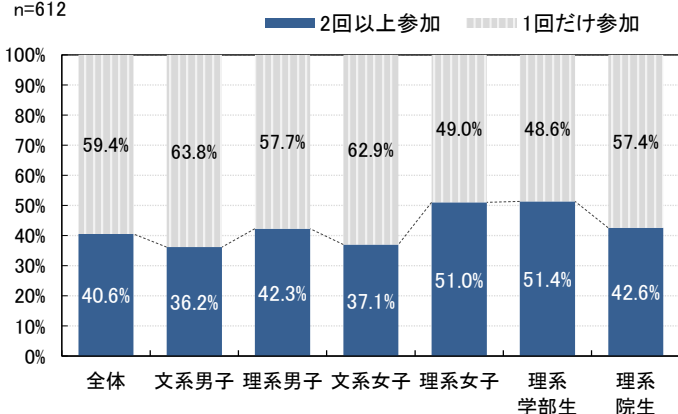
入社予定先のインターンシップには対面で参加したか、オンラインで参加したか

n=221



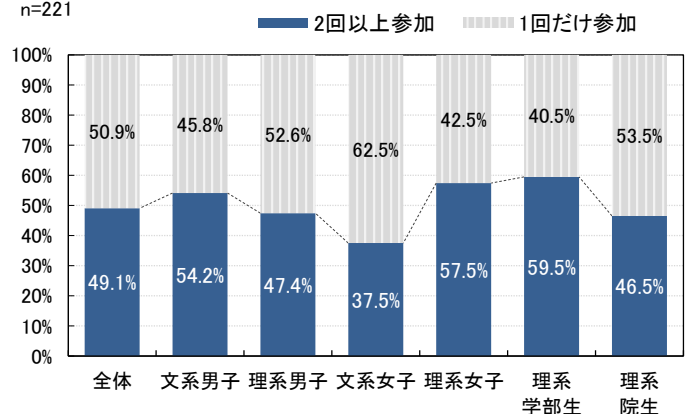
内々定先の企業のインターンシップに2回以上参加したか

n=612

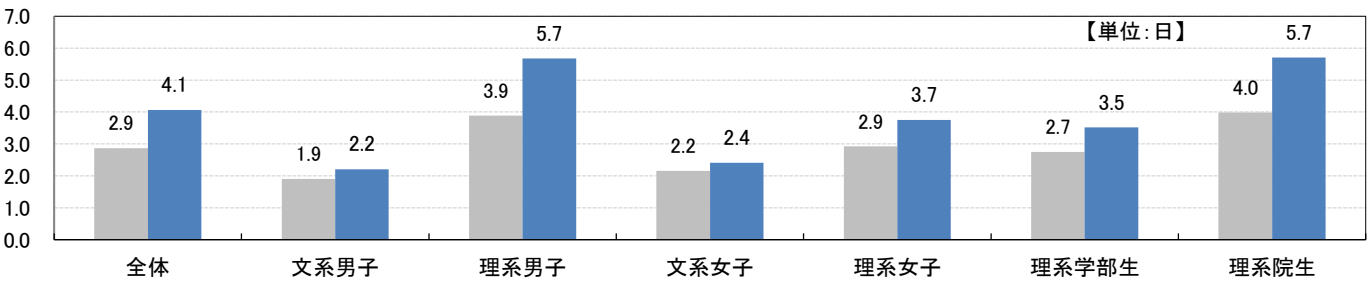


入社予定先の企業のインターンシップに2回以上参加したか

n=221

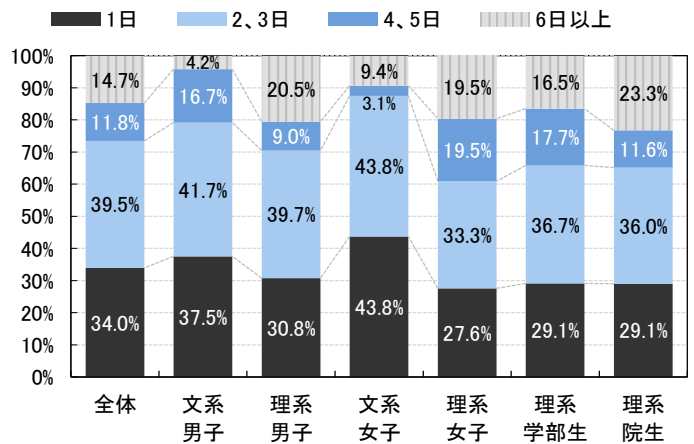
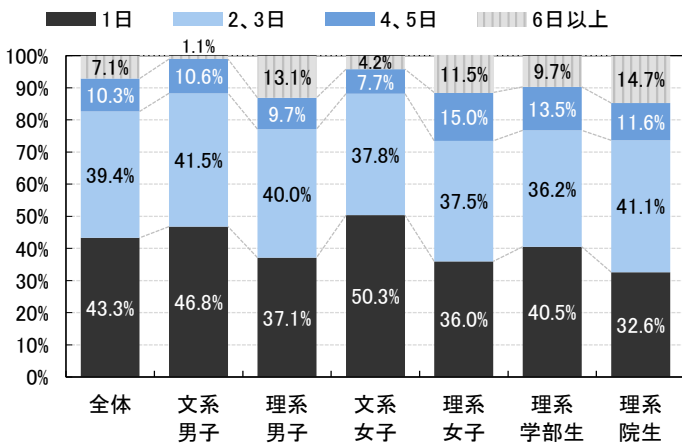


内々定先のインターンシップ参加日数(平均) 内々定先 n=612 入社予定先 n=221



内々定先のインターンシップ参加日数(分布) n=612

入社予定先のインターンシップ参加日数(分布) n=221

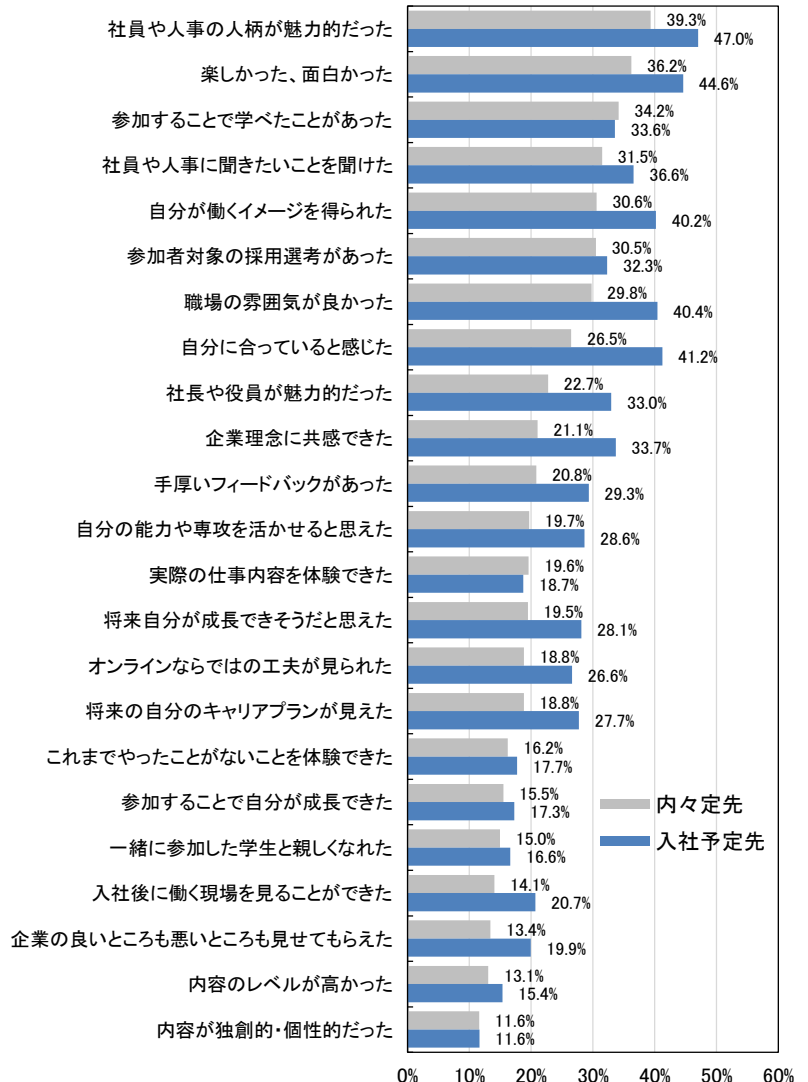
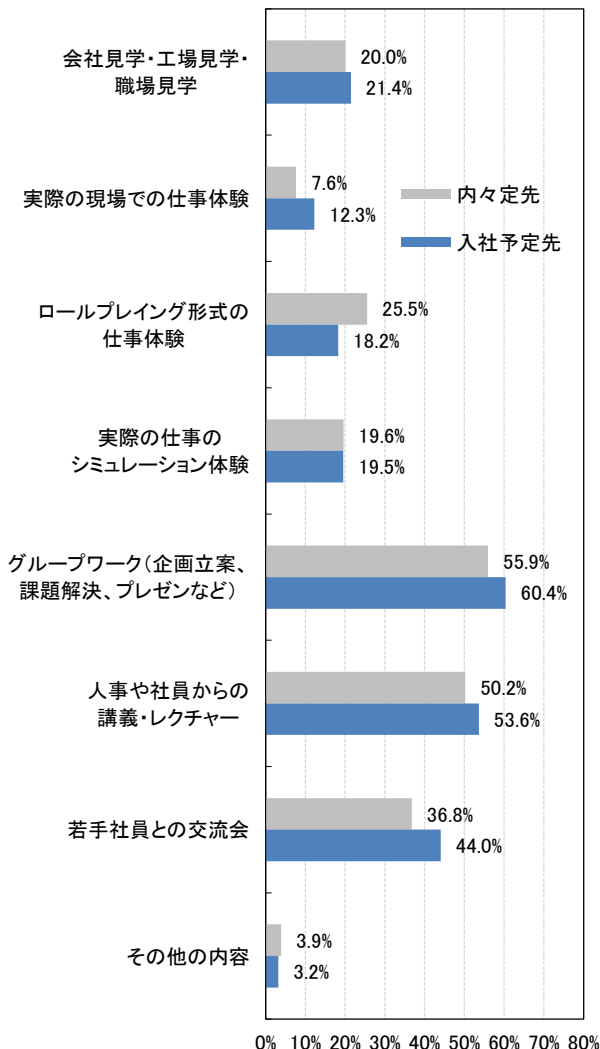


内々定先のインターンシップに最初に参加した時のプログラムの内容【複数回答】

内々定先 n=612 入社予定先 n=221

内々定先のインターンシップにあてはまるもの【複数回答】

内々定先 n=612 入社予定先 n=221

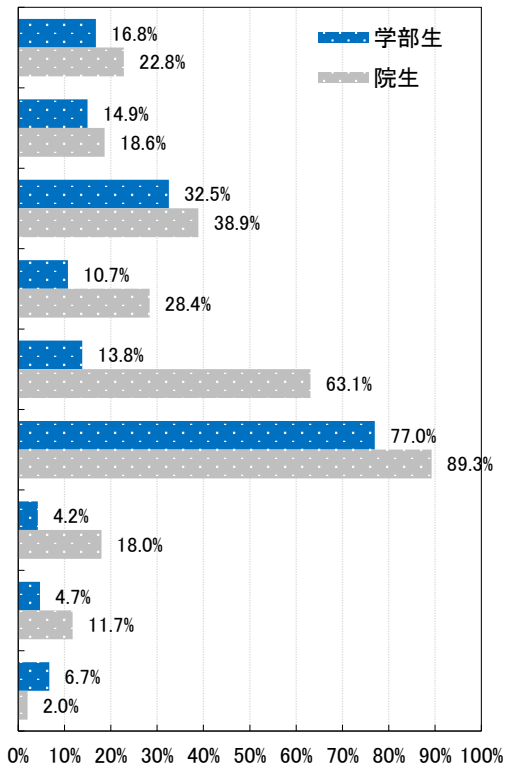
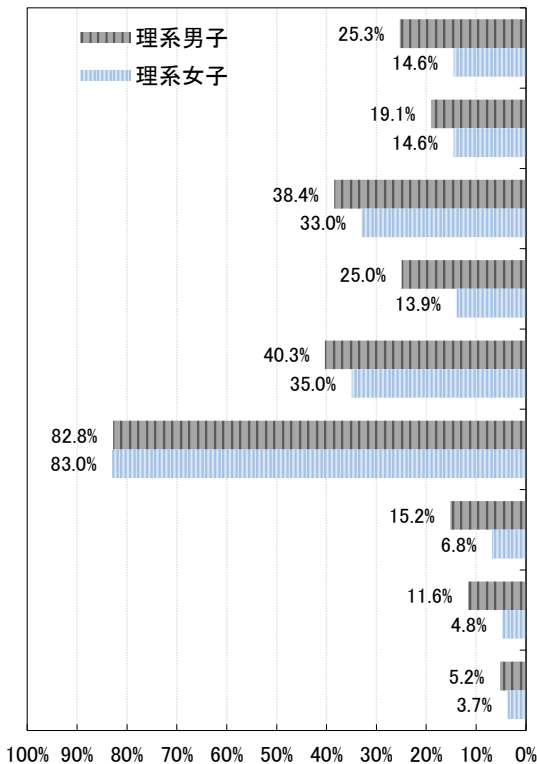


■7:【理系】3月の活動状況

理系学生に3月の活動状況を聞いたところ、「企業の選考を受けた」割合は、理系学部生（77.0%、前月比19.2pt増）、理系院生（89.3%、前月比11.9pt増）ともに前月より増加した。理系院生では「研究概要書・研究概要レポートを提出した（63.1%、前月比9.3pt増）」「ジョブマッチングを受けた（28.4%、前月比4.9pt増）」「企業から推薦状を求められた（18.0%、前月比9.2pt増）」「大学から推薦状を発行された（11.7%、前月比5.9pt増）」の各割合も前月より増加している。一方「企業の研究所・工場などを見学した」は前月に引き続き低い割合にとどまった（学部生 14.9%、前月比1.0pt減：院生 18.6%、前月比5.0pt減）。
 文系就職を考えているか聞いたところ「既に決めている（6.7%、前年比2.0pt減）」「まだ決めていないが視野に入れて（20.0%、前年比2.9pt減）」割合は、それぞれ前年よりわずかに減少した。

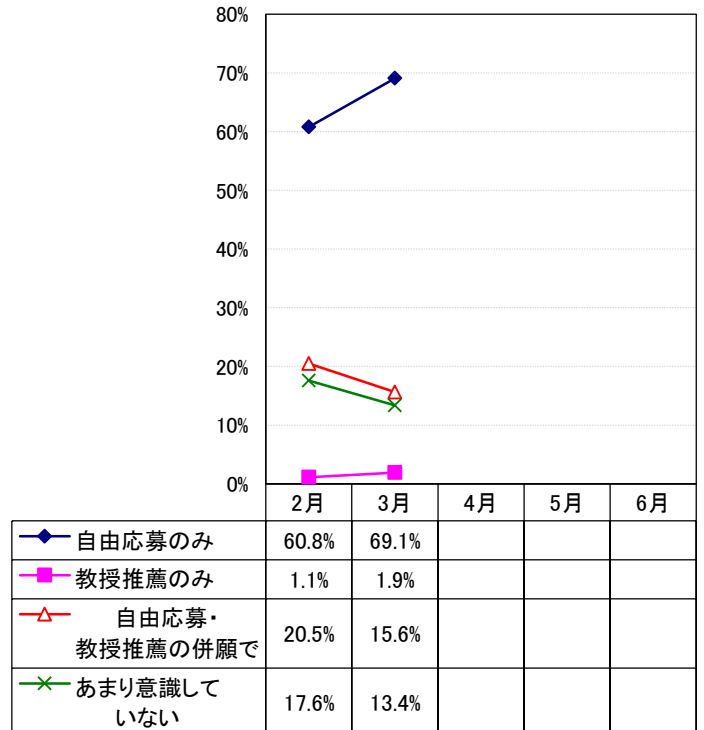
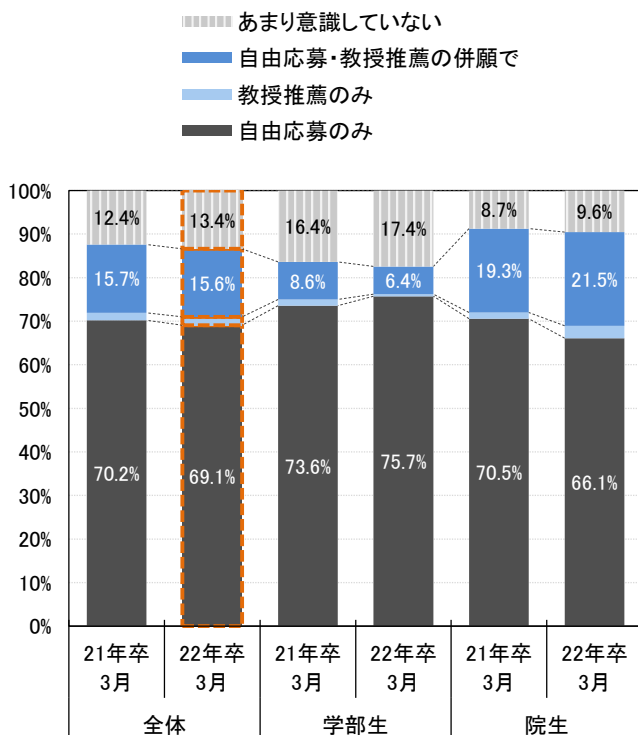
3月の理系学生の活動状況【複数回答】

＜学部生/院生別＞

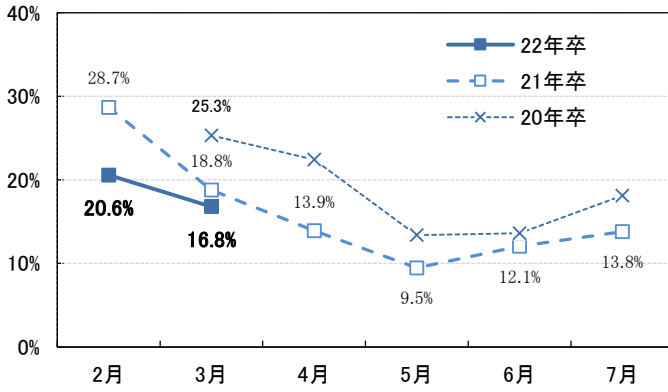


企業への応募方法(3月)

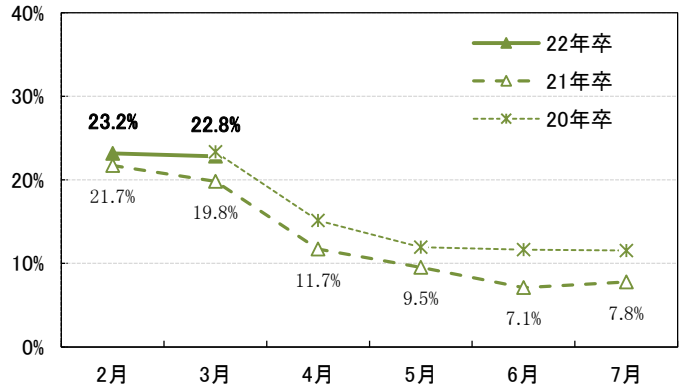
企業への応募方法(2月～)



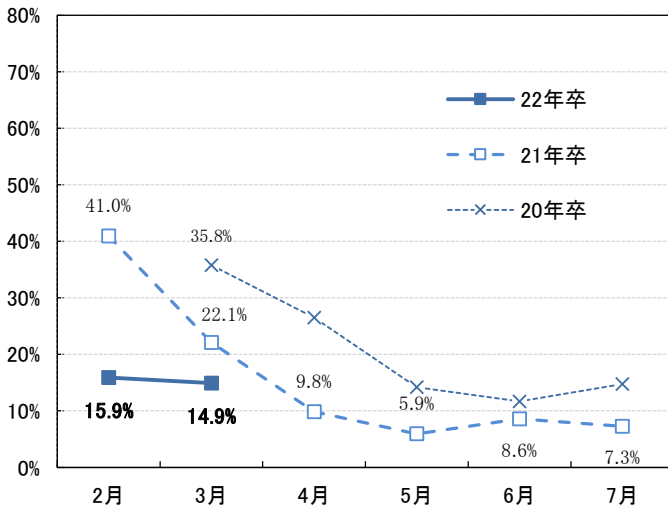
大学に志望企業調査票を提出した・学部生



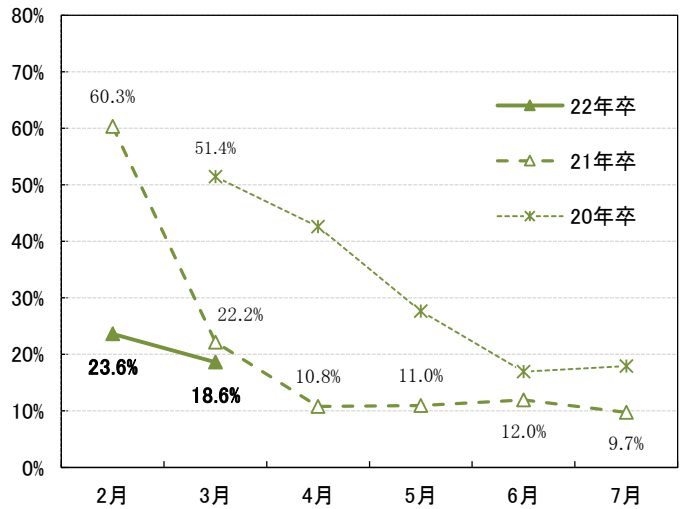
大学に志望企業調査票を提出した・院生



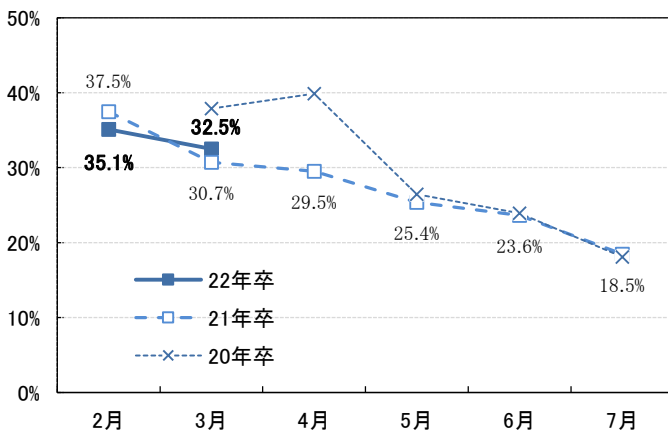
企業の研究所・工場などを見学した・学部生



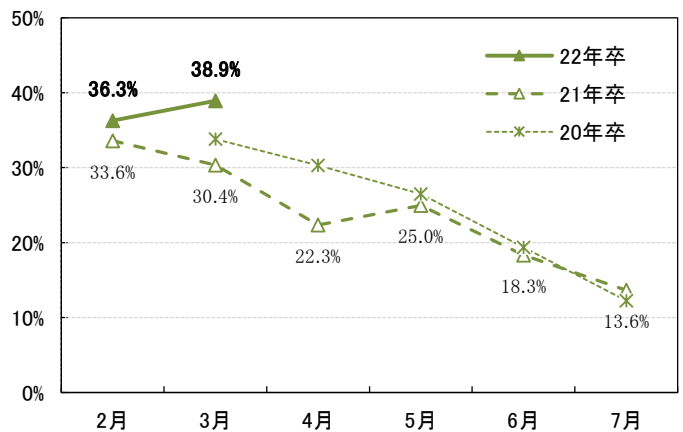
企業の研究所・工場などを見学した・院生



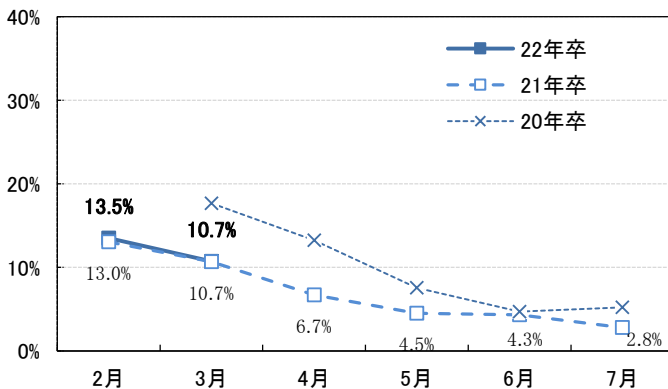
就職に関して教授に相談した・学部生



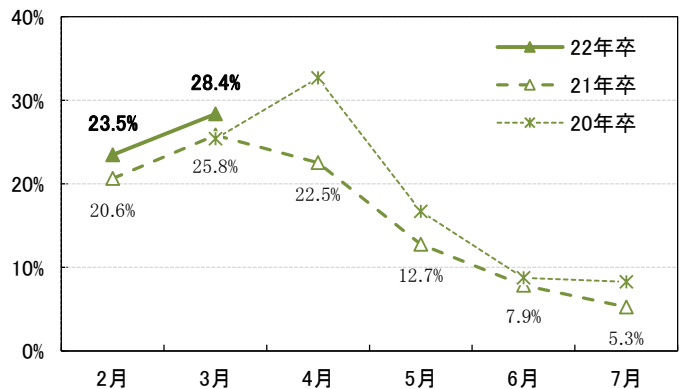
就職に関して教授に相談した・院生



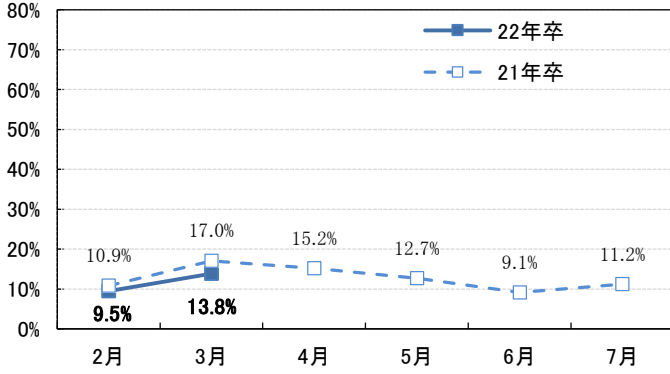
ジョブマッチングを受けた・学部生



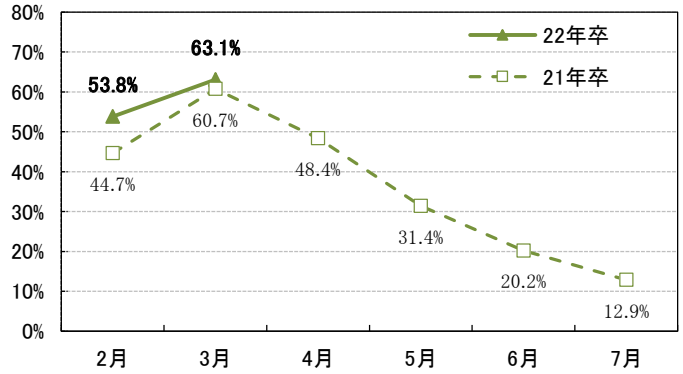
ジョブマッチングを受けた・院生



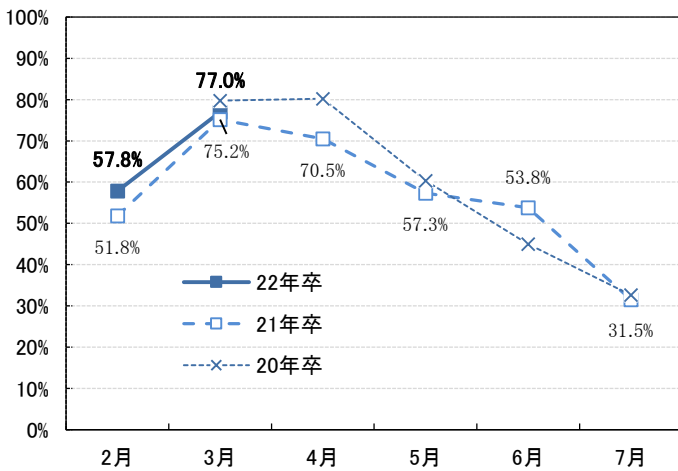
研究概要書・研究概要レポートを提出した・学部生



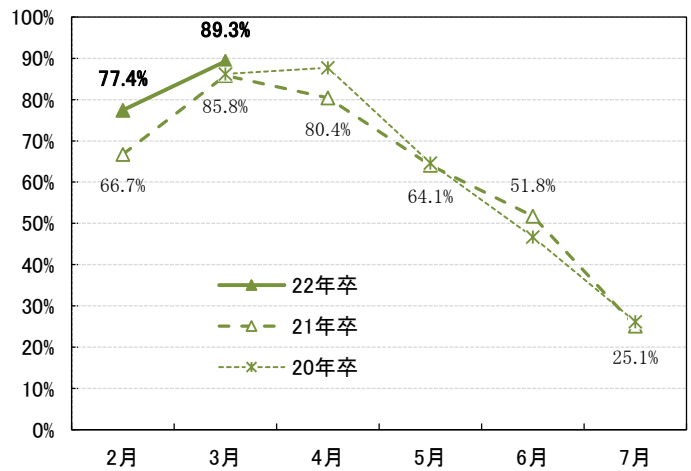
研究概要書・研究概要レポートを提出した・院生



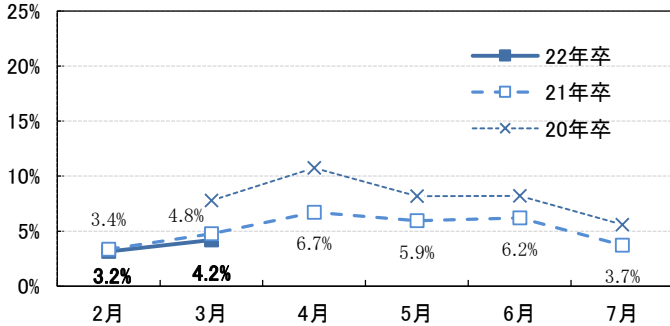
企業の選考を受けた・学部生



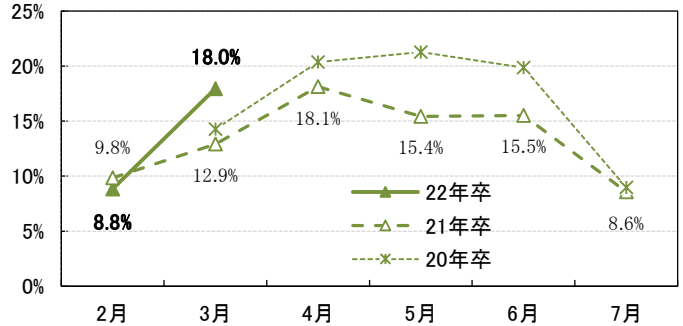
企業の選考を受けた・院生



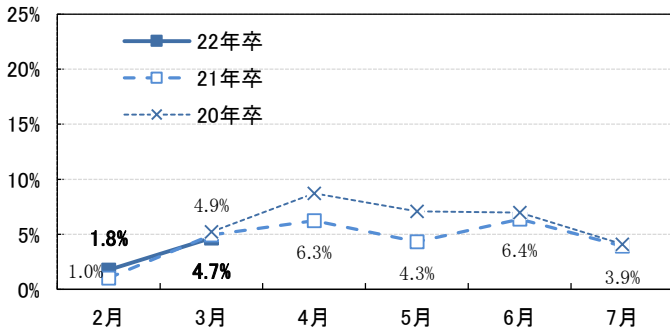
企業から推薦状を求められた・学部生



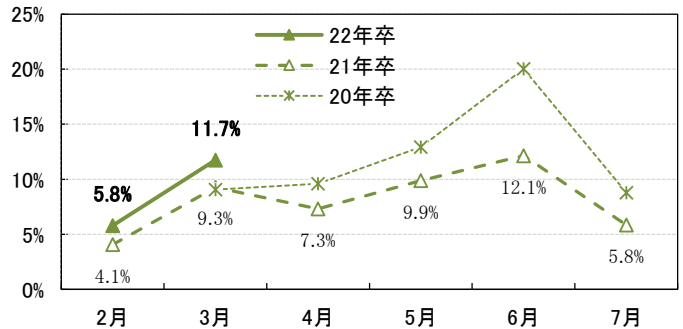
企業から推薦状を求められた・院生



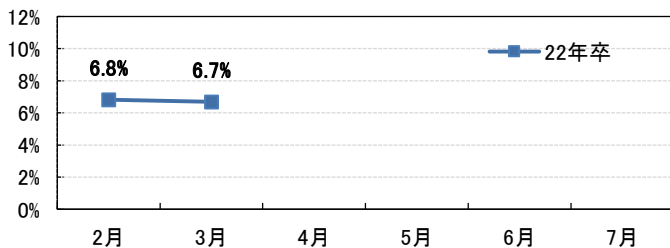
大学から推薦状を発行された・学部生



大学から推薦状を発行された・院生



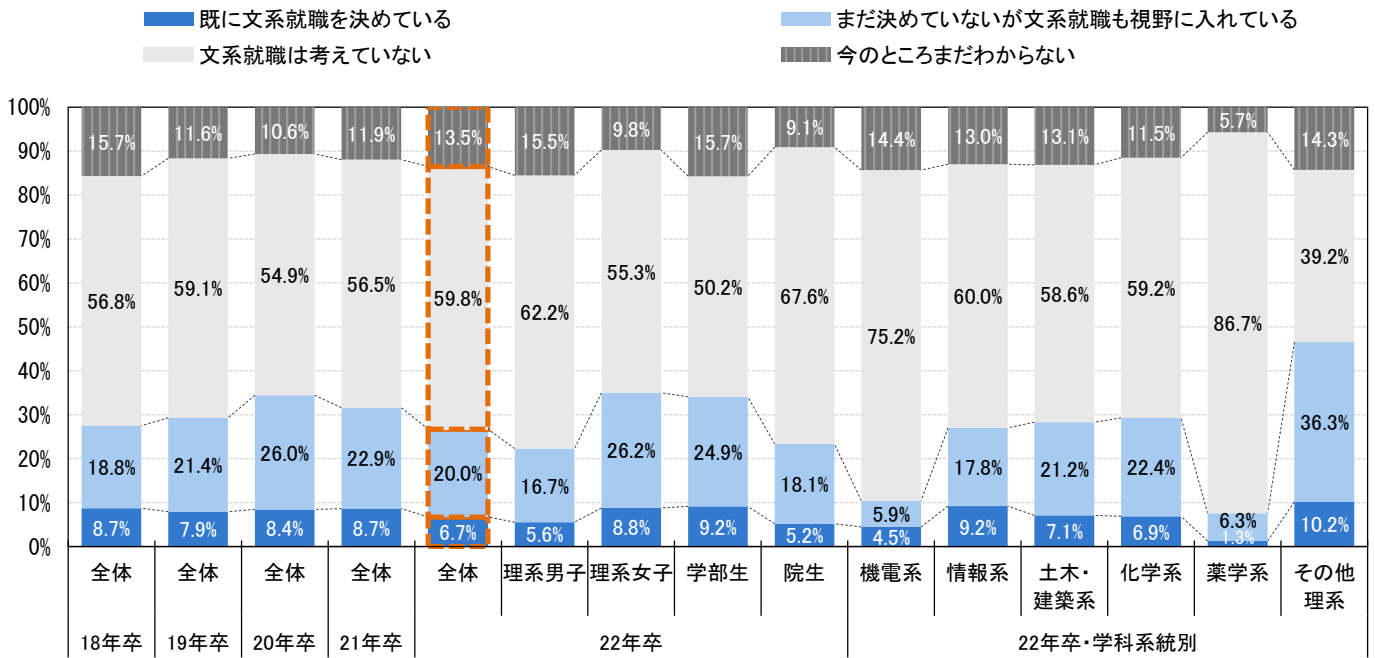
大学院(修士)への進学を目指すことに決めた・学部生



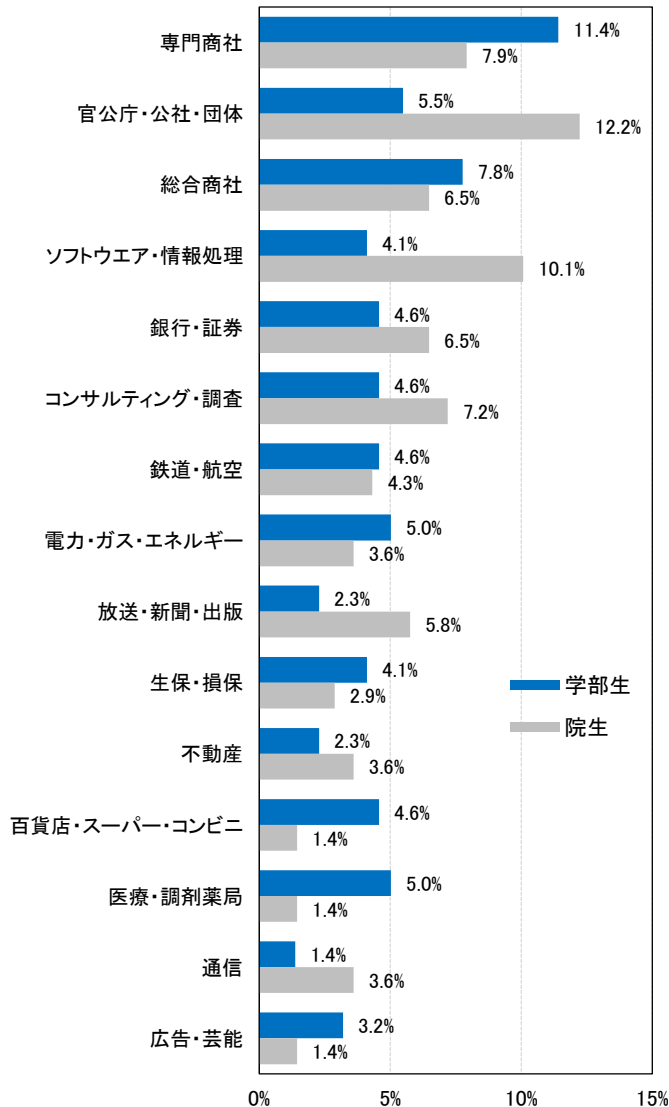
大学院(博士)への進学を目指すことに決めた・院生



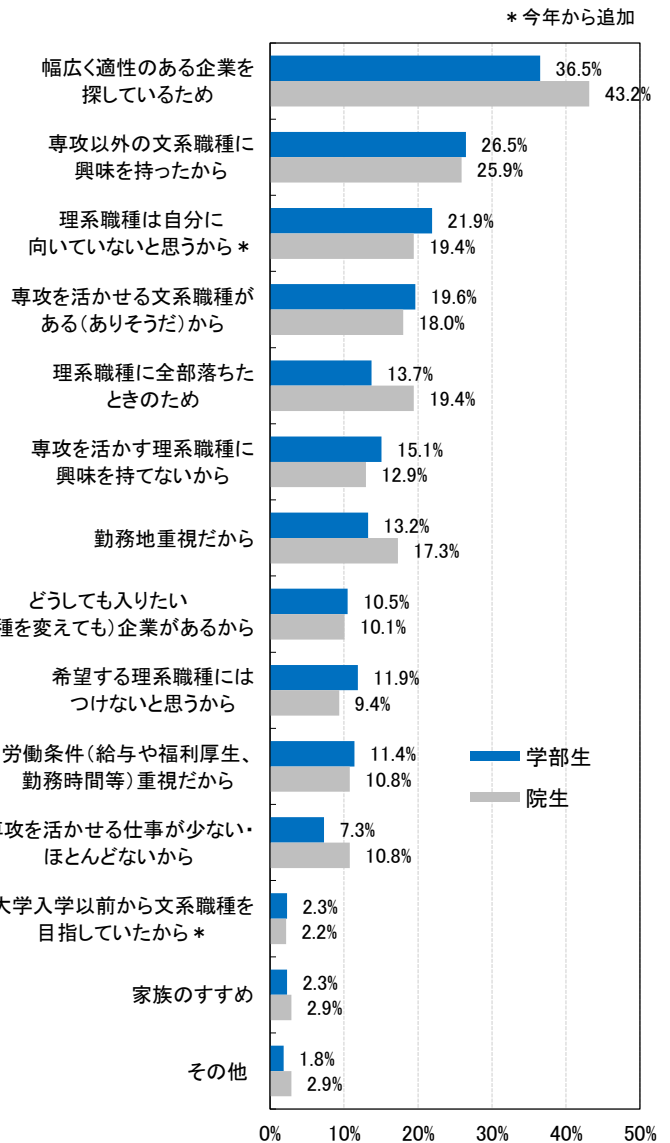
文系就職を考えている割合



以下、文系就職を考えている学生のみ n=358
 メーカー以外に就職先として考えている業種のうち
 最も志望度が高い業種
 ※全体の回答数が多いものから15業種のみ抜粋



文系就職を決めた、もしくは視野に入れている理由
 【複数回答】



■8: 就職情報サイト利用時間帯、個別企業セミナー参加希望時間帯

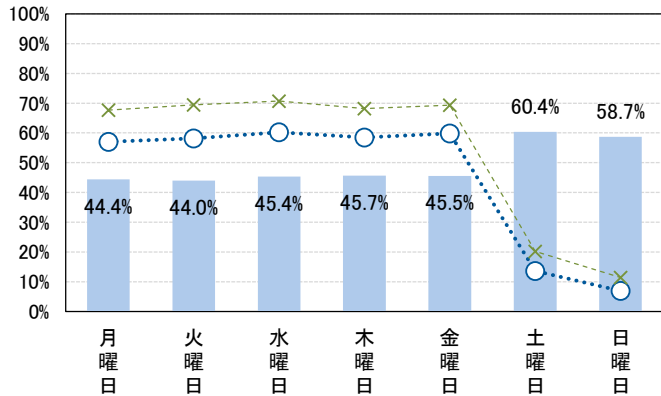
理系の学生に研究室に行く曜日を、すべての学生に個別企業セミナーに参加しやすい曜日を聞いた。月～金の平日は、理系学部生の4割程度、理系院生の7割強が研究室に行く回答したが、コロナ禍の影響からか前年より低い割合となっている。月～金に個別企業セミナーに参加しやすいと回答したのは理系学部生の4割前後、理系院生の半数前後だった。理系学生は土日の方が月～金より個別企業セミナーに参加しやすいという割合が高いが、文系学生は月～金の方が割合が高かった。

個別企業セミナーに参加しやすい曜日と研究室に行く曜日【複数回答】

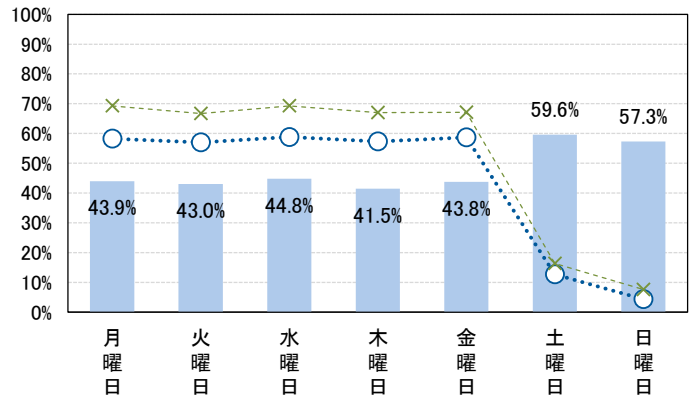
※グラフ内数字はセミナーに参加しやすいと回答した割合

■ セミナーに参加しやすい ●●●● 22年卒: 研究室に行く ×××× 21年卒: 研究室に行く

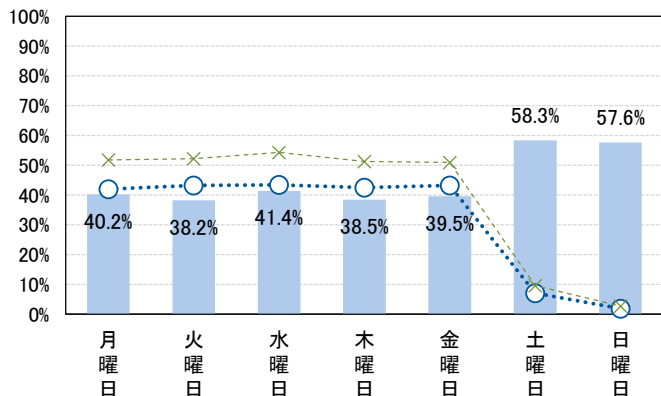
理系男子



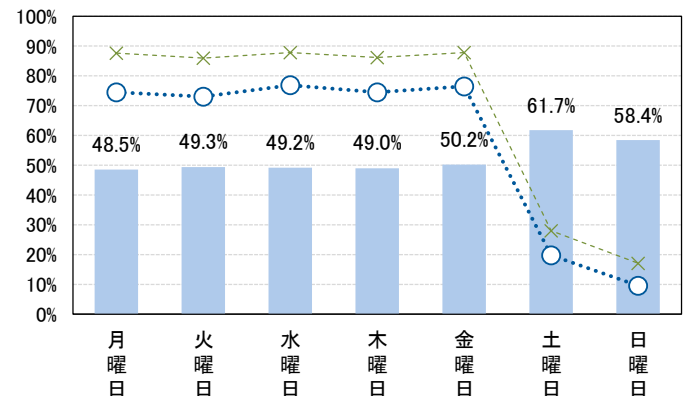
理系女子



理系学部生



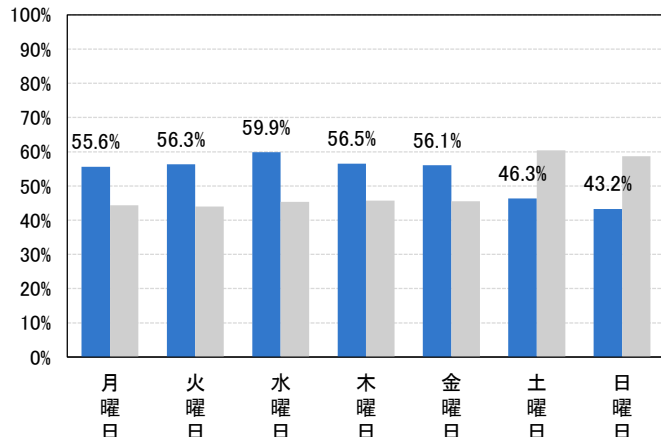
理系院生



文系男子のセミナーに参加しやすい曜日

※理系男子との比較

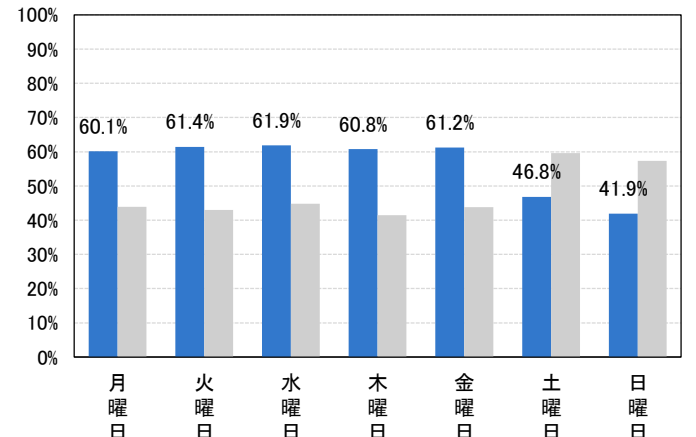
■ 文系男子 ■ 理系男子



文系女子のセミナーに参加しやすい曜日

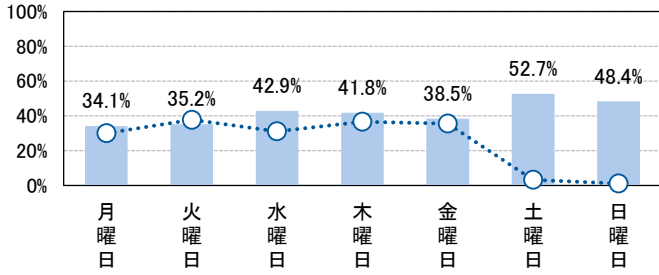
※理系女子との比較

■ 文系女子 ■ 理系女子

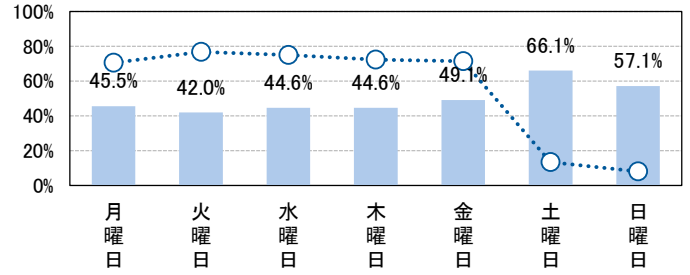


※グラフ内数字はセミナーに参加しやすいと回答した割合

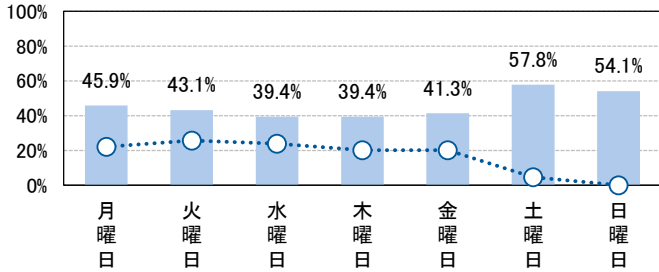
学部生・機電系 ——— セミナーに参加しやすい ○●●●● 研究室に行く



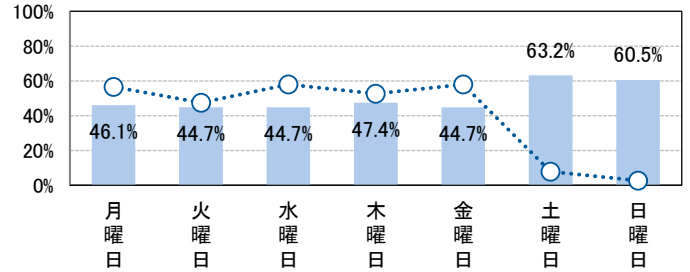
院生・機電系



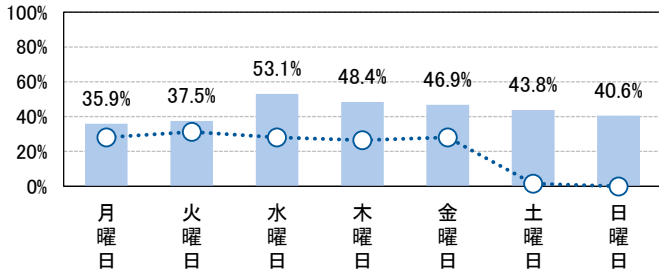
学部生・情報系



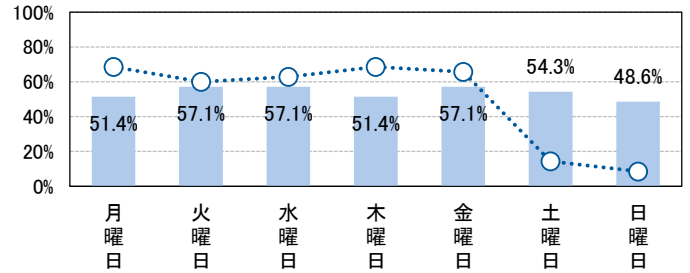
院生・情報系



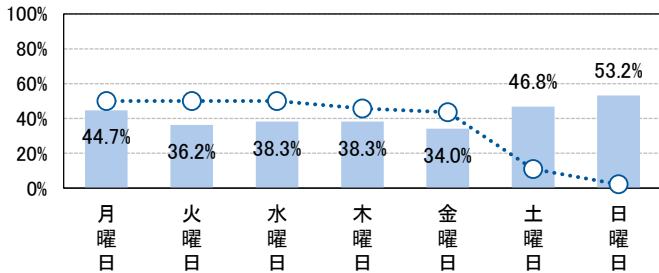
学部生・土木・建築系



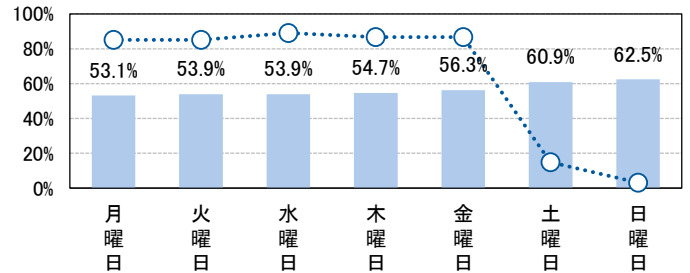
院生・土木・建築系



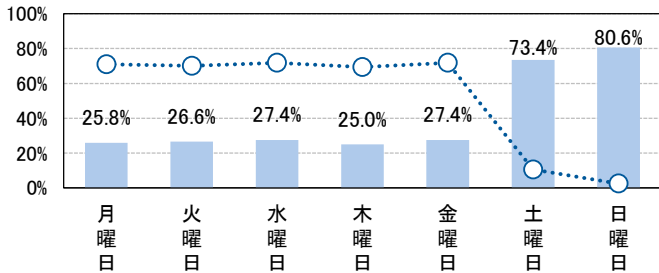
学部生・化学系



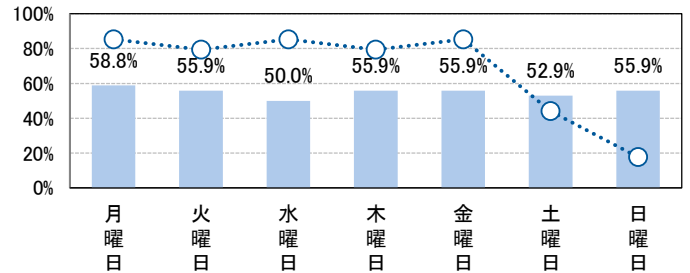
院生・化学系



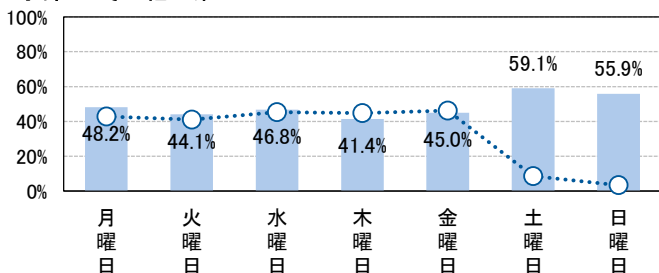
学部生・薬学系



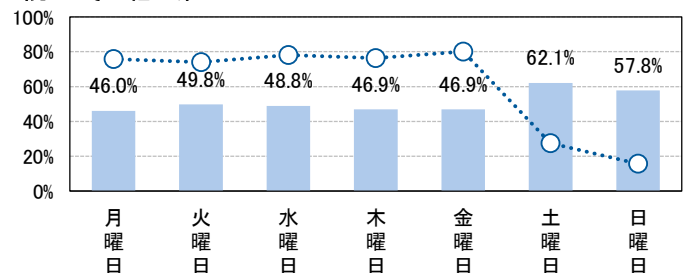
院生・薬学系



学部生・その他理系



院生・その他理系



理系学生に「研究室に行く曜日」と「行かない曜日」とで「就職情報サイトを見ていることがある時間帯」「個別企業セミナーに参加しやすい時間帯」「ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯」を、それぞれ聞いた。結果として、個別企業セミナー、ライブ形式のWEBセミナーともに、参加しやすい時間帯は午後2時から午後3時にピークが来ることが多かった。また「理系女子」は「理系男子」に比べ、午前中の10時台・11時台もセミナーに参加しやすいと回答する割合がやや高かった。

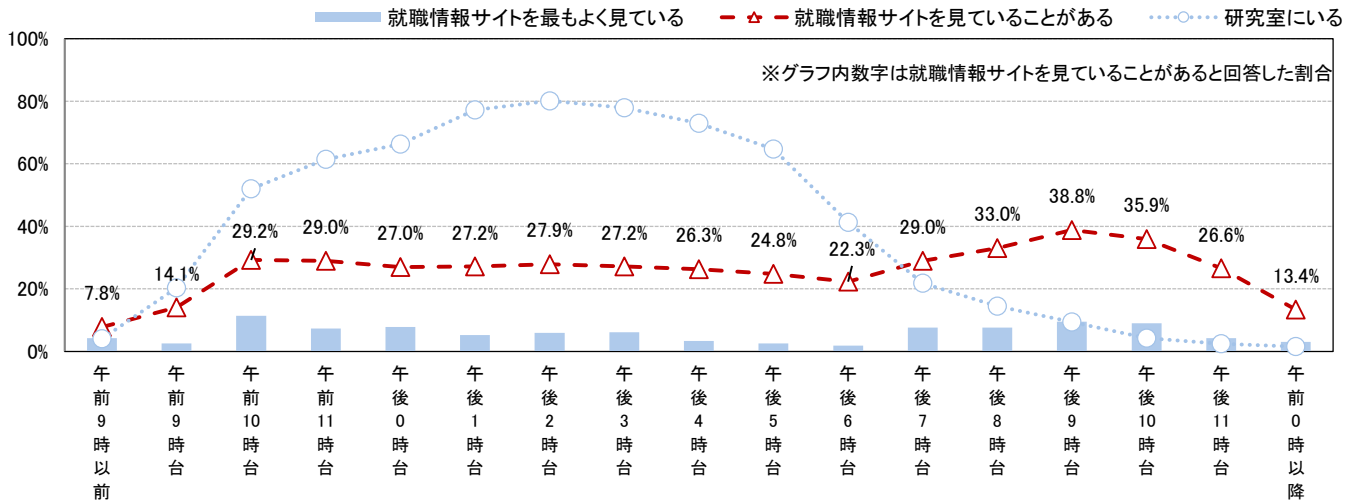
理系学生が、就職情報サイトを見ていることがある時間帯【複数回答】 n=932、就職情報サイトを最も見ている時間帯 n=885

研究室に滞在していることが多い時間帯【複数回答】 n=932、個別企業セミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】 n=932

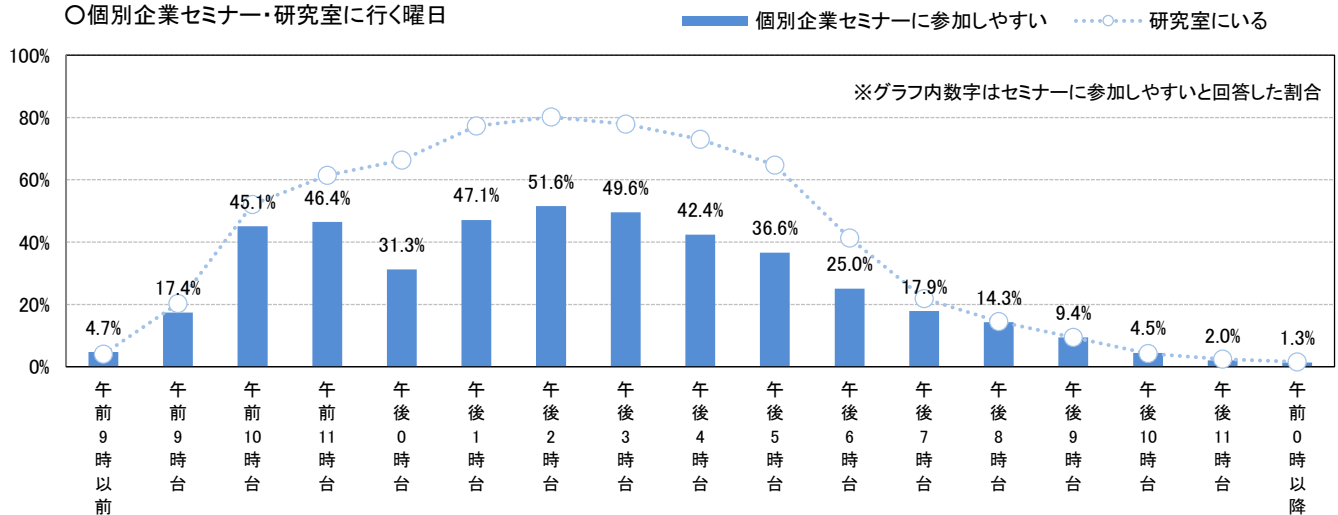
ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】 n=932

理系男子・研究室に行く曜日

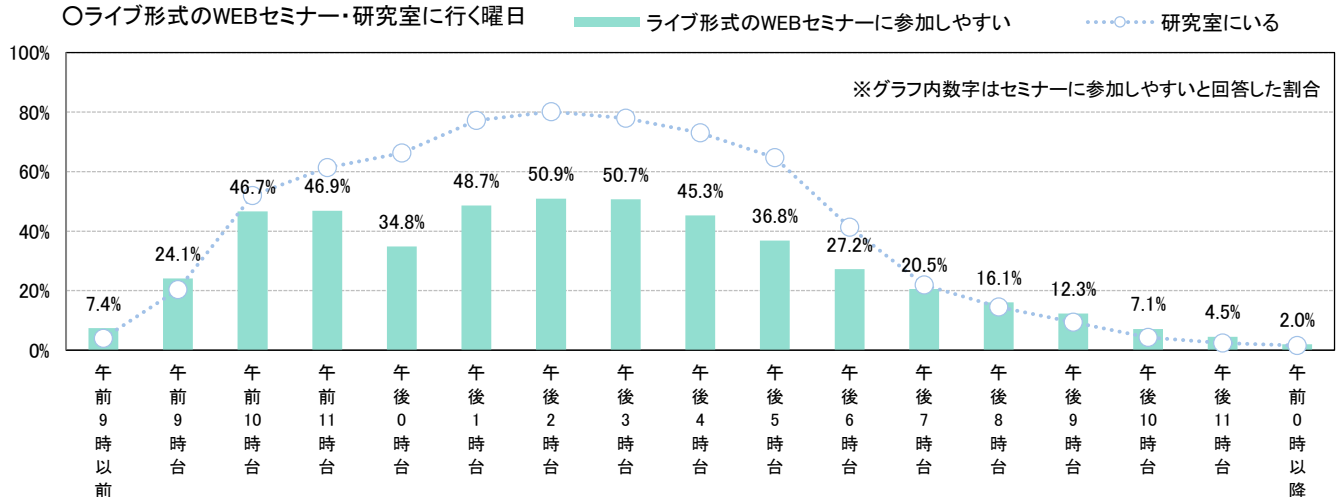
○就職情報サイト・研究室に行く曜日



○個別企業セミナー・研究室に行く曜日

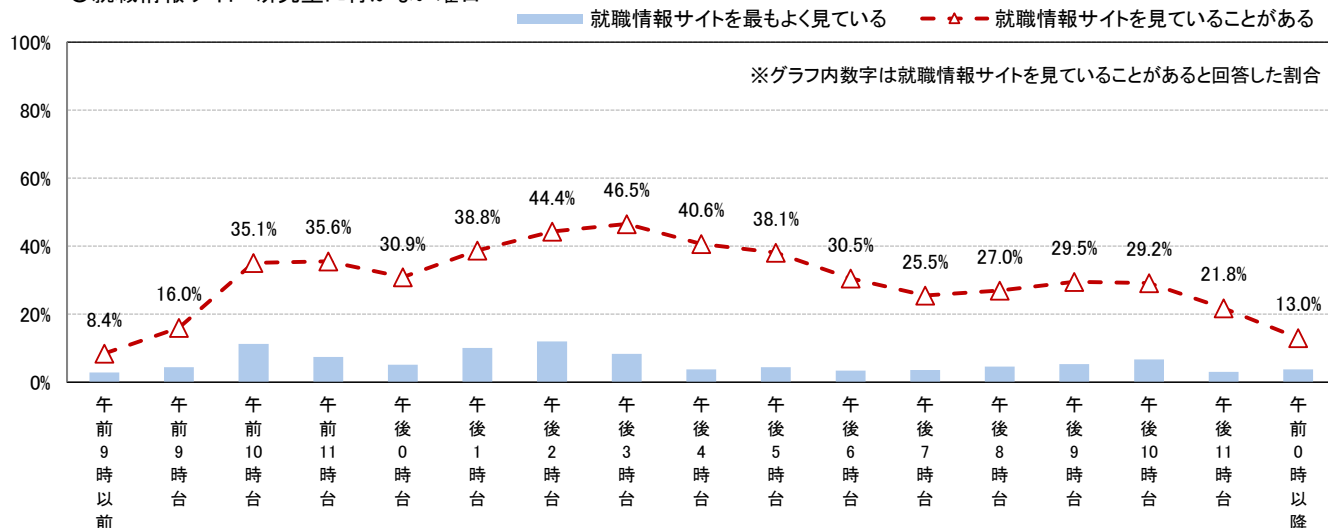


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行く曜日

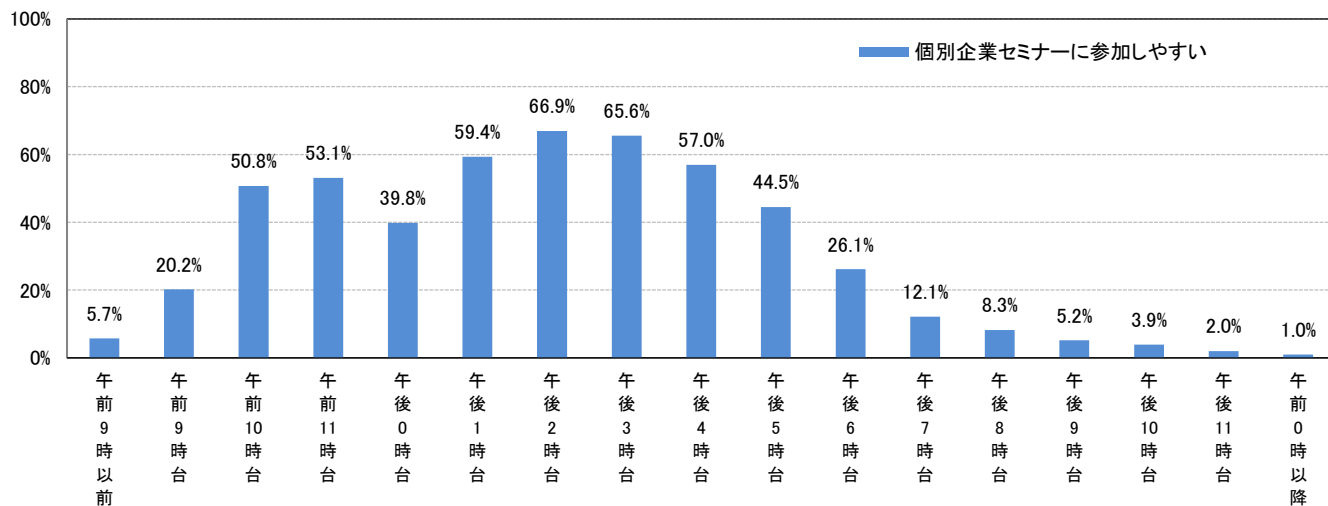


理系男子・研究室に行かない曜日

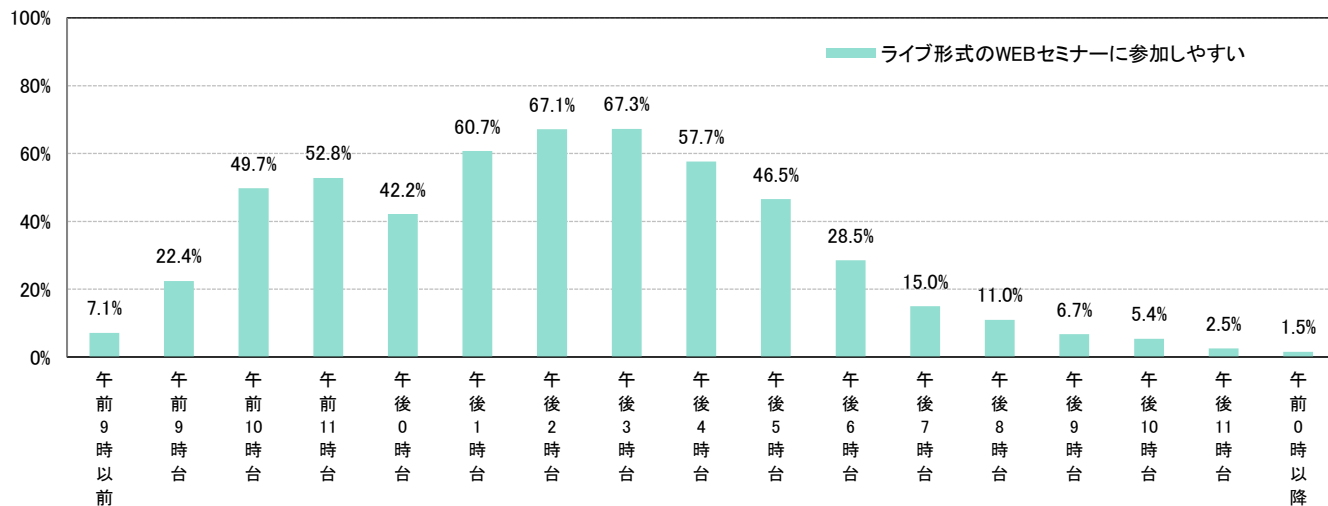
○就職情報サイト・研究室に行かない曜日



○個別企業セミナー・研究室に行かない曜日

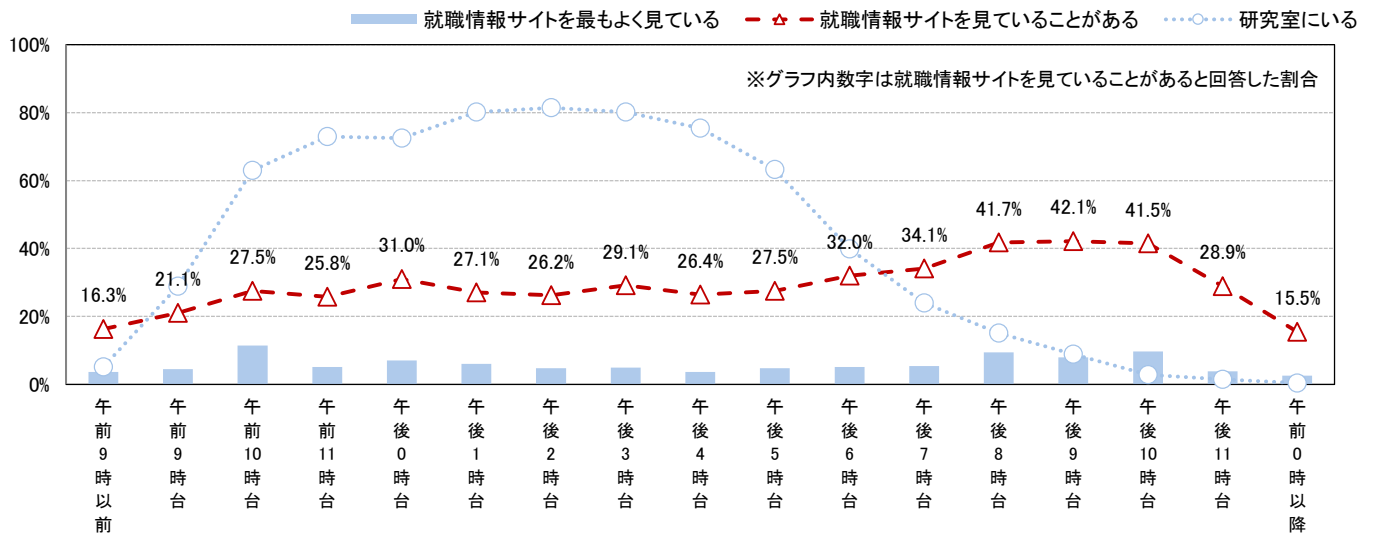


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行かない曜日

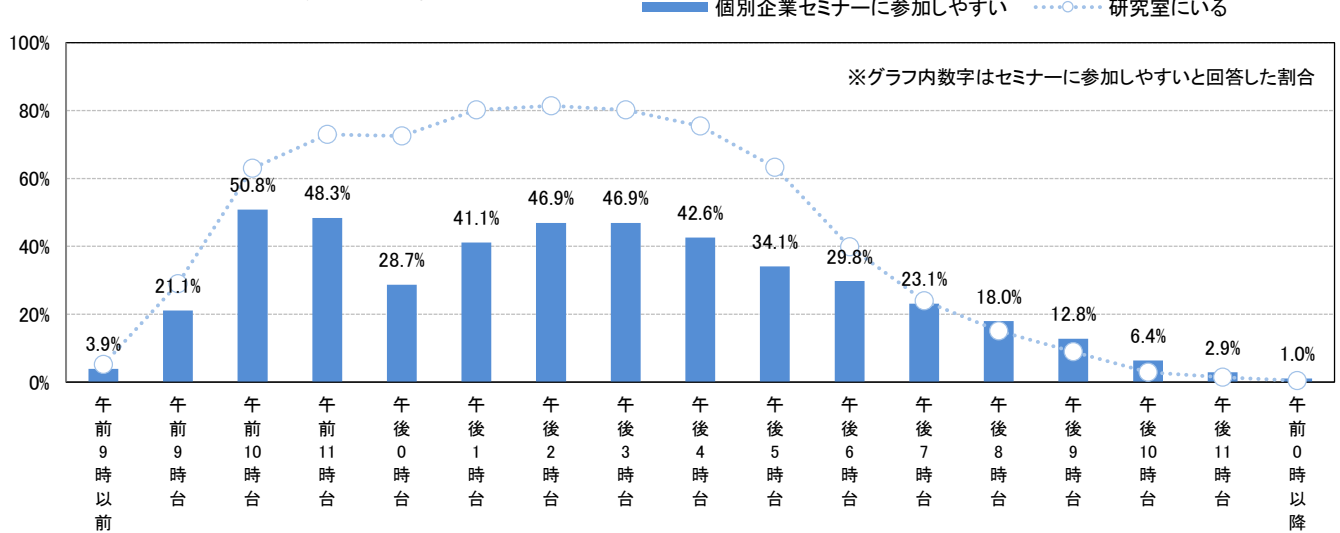


理系女子・研究室に行く曜日

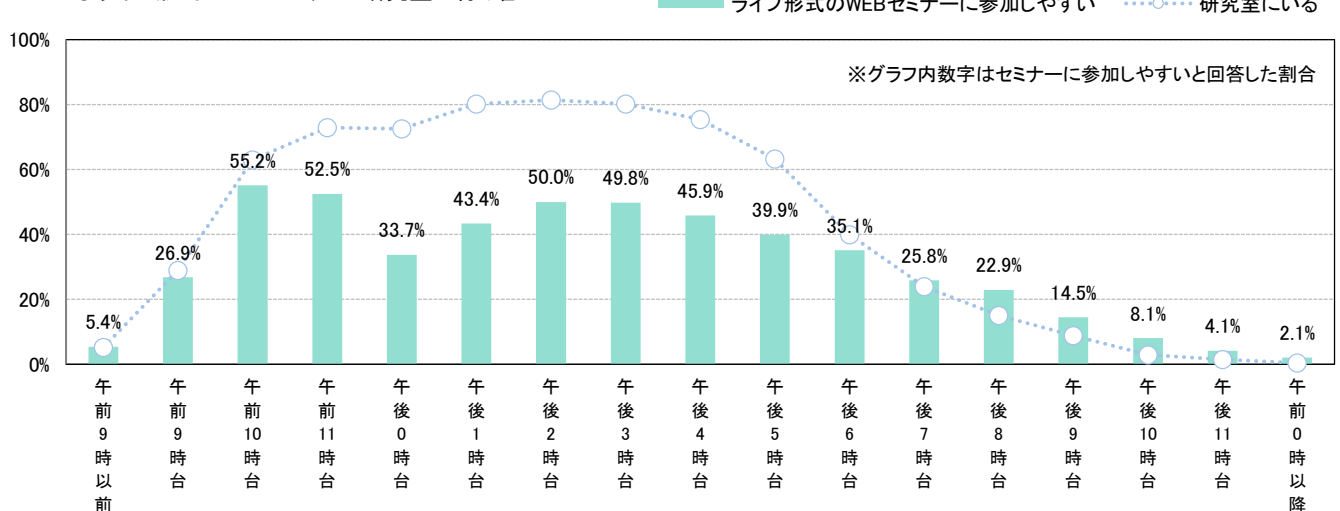
○就職情報サイト・研究室に行く曜日



○個別企業セミナー・研究室に行く曜日

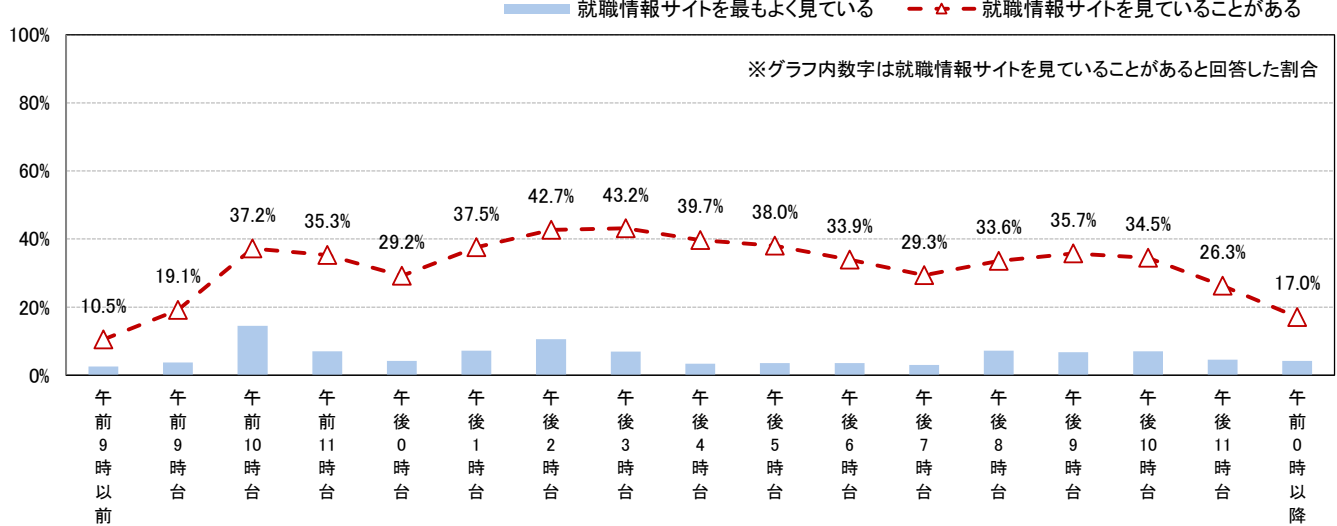


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行く曜日

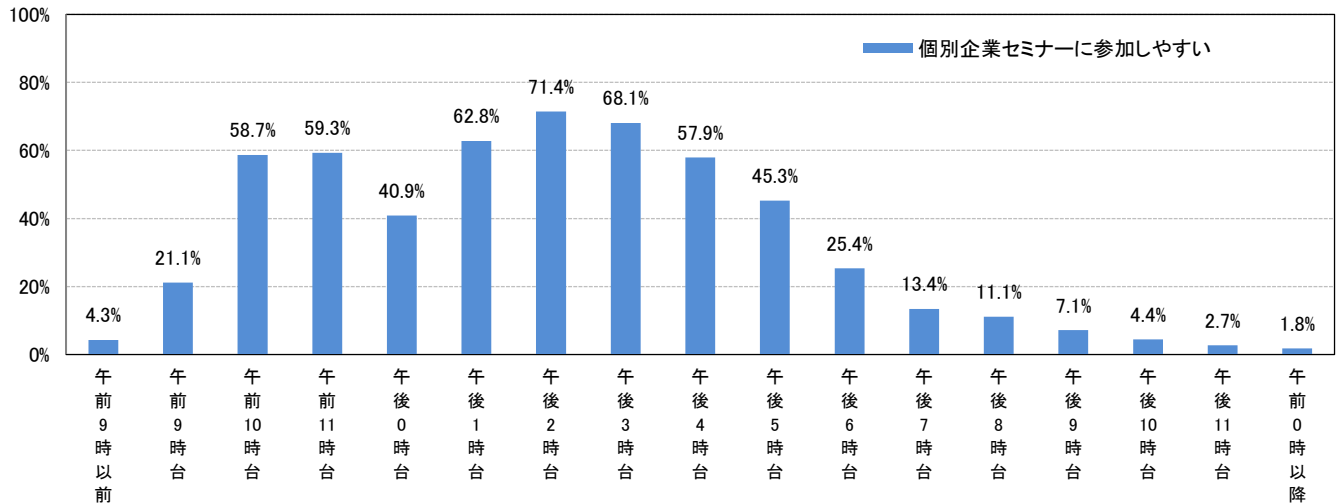


理系女子・研究室に行かない曜日

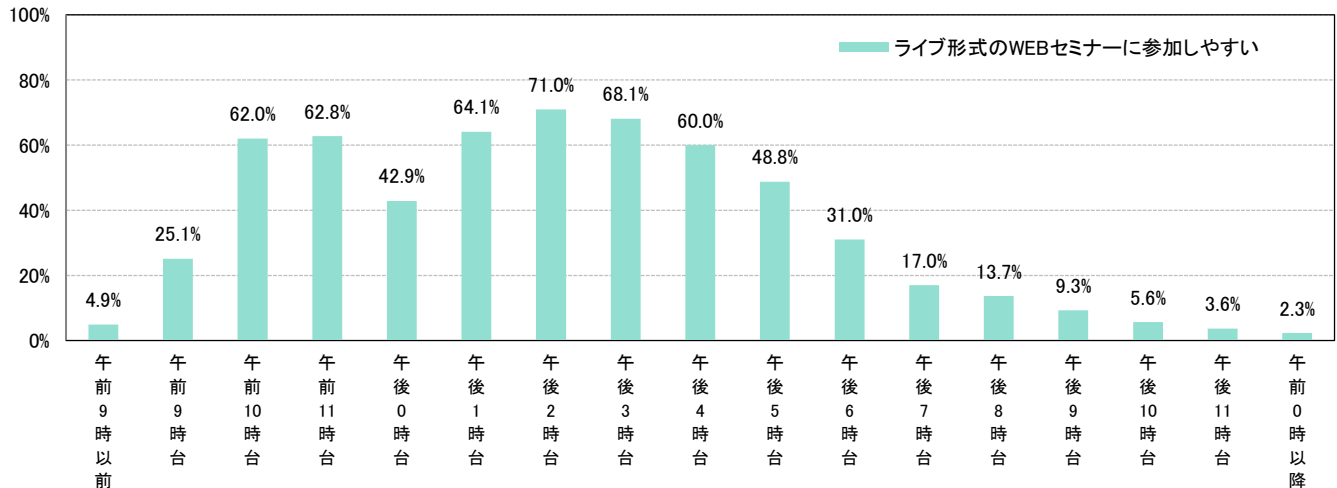
○就職情報サイト・研究室に行かない曜日



○個別企業セミナー・研究室に行かない曜日

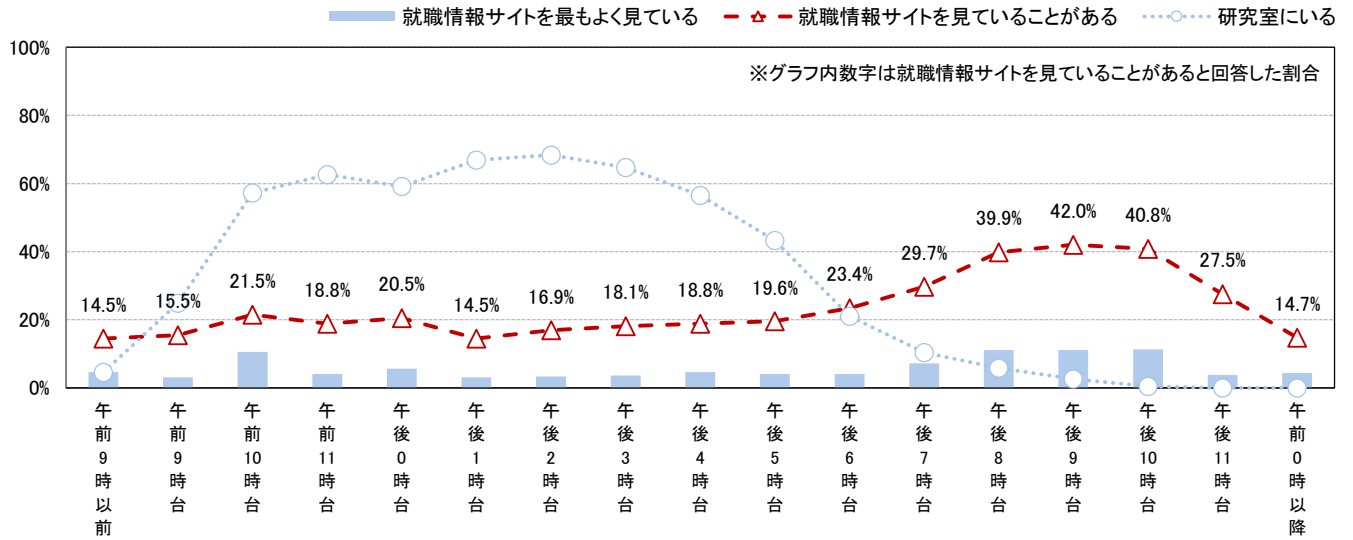


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行かない曜日

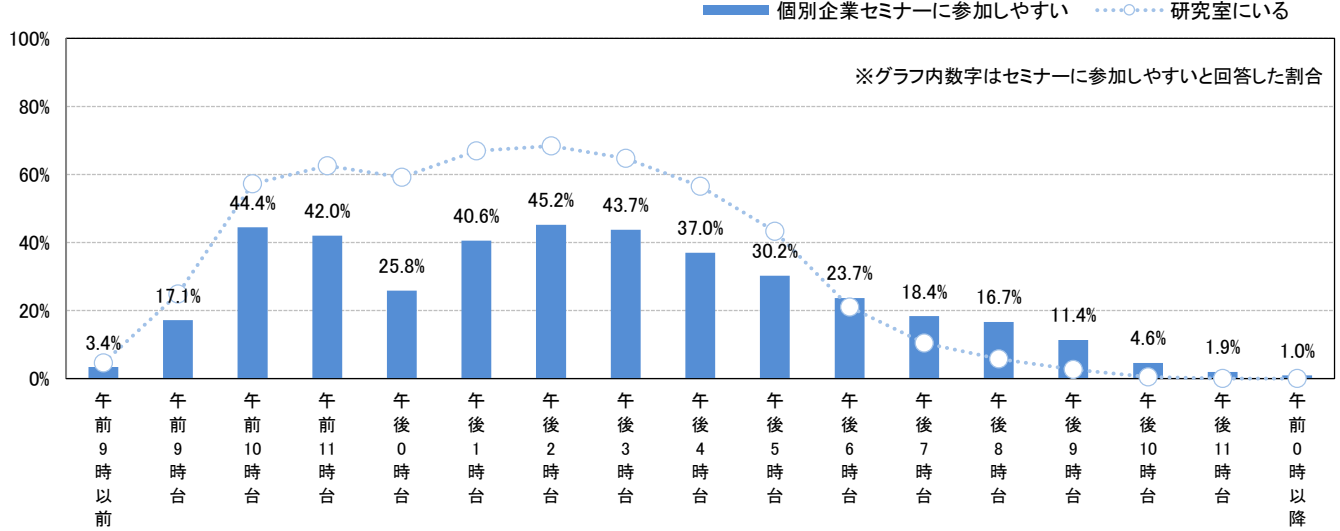


理系学部生・研究室に行く曜日

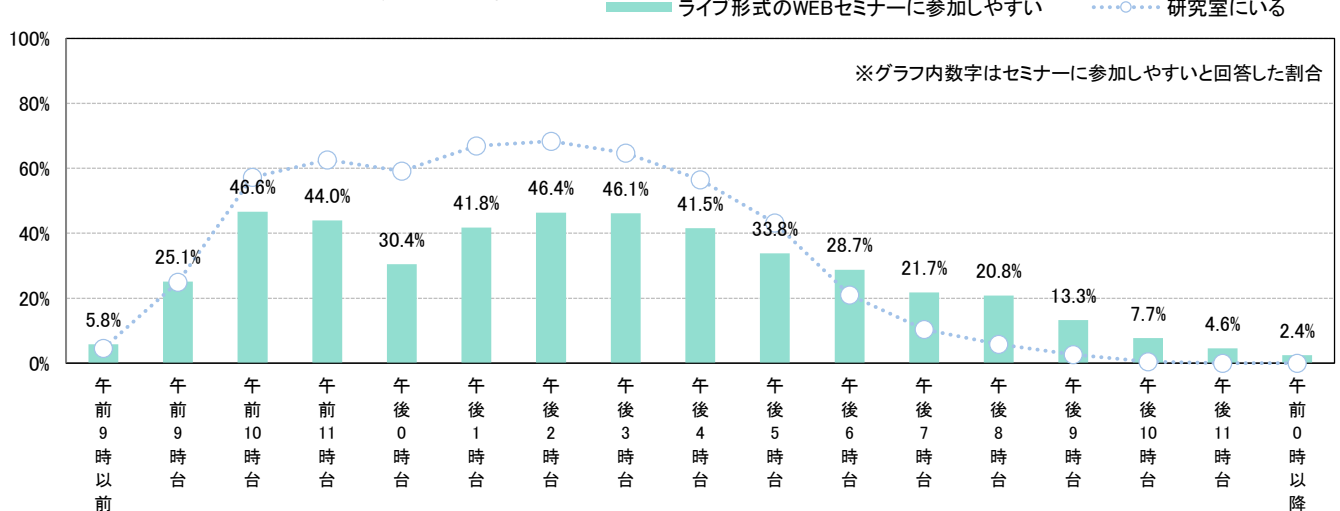
○就職情報サイト・研究室に行く曜日



○個別企業セミナー・研究室に行く曜日

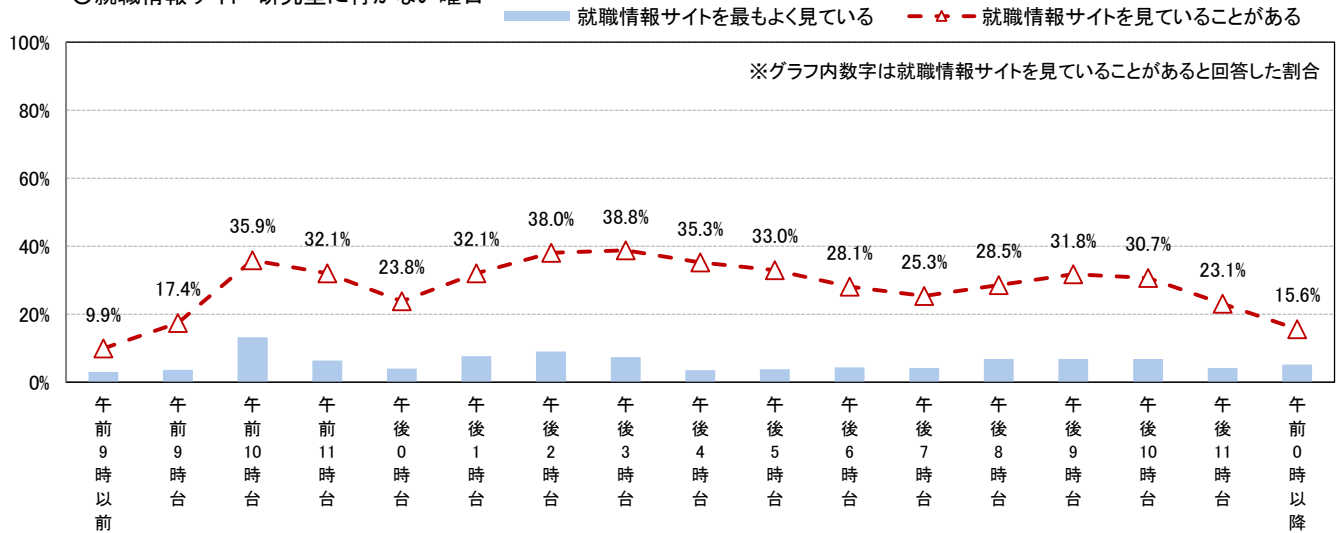


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行く曜日

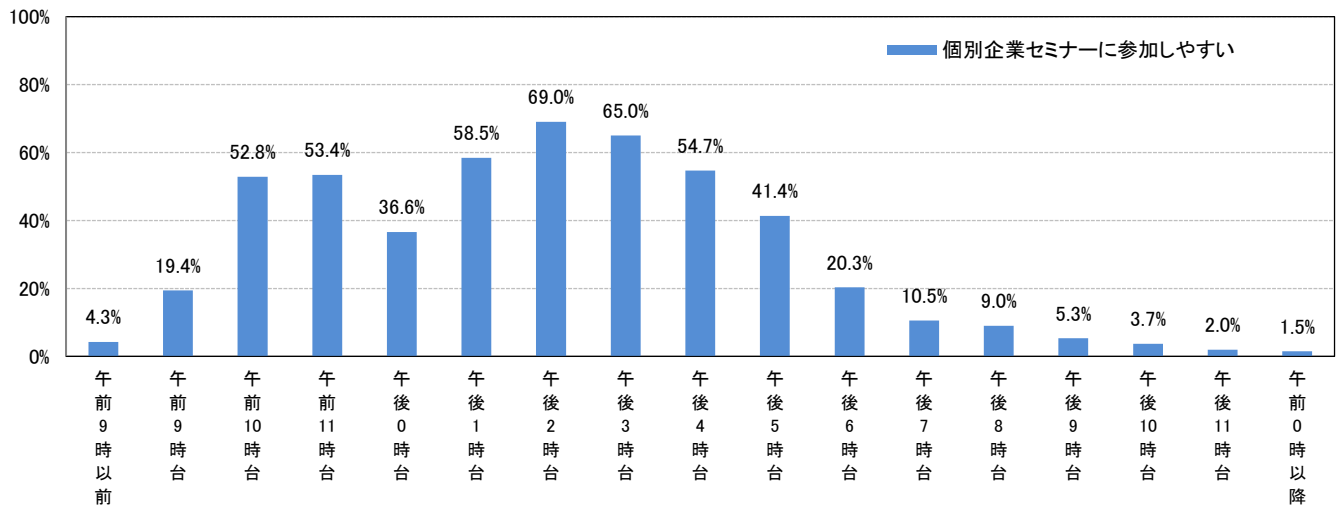


理系学部生・研究室に行かない曜日

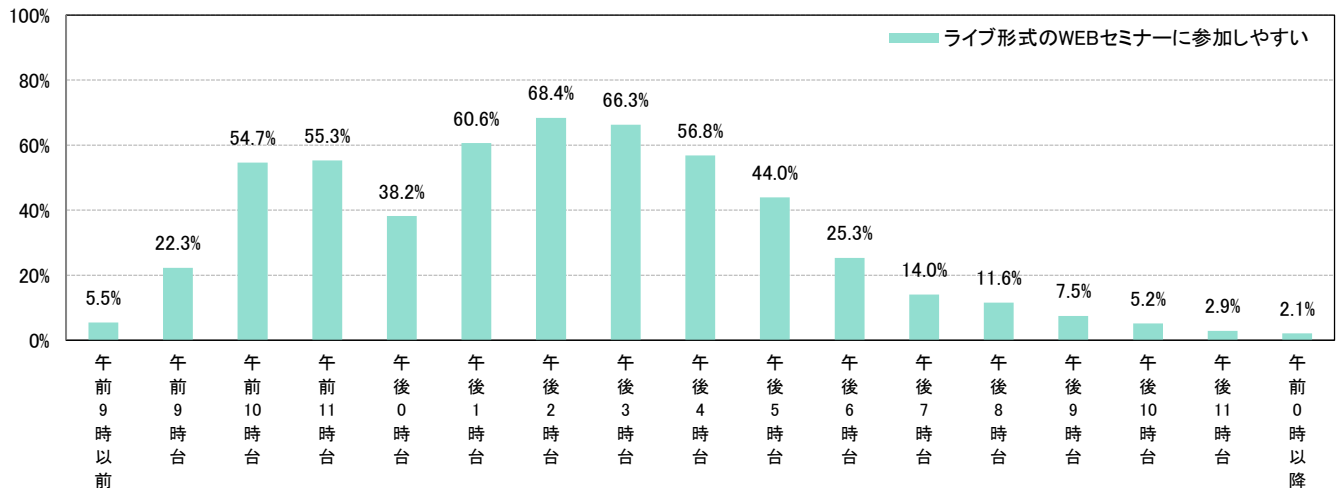
○就職情報サイト・研究室に行かない曜日



○個別企業セミナー・研究室に行かない曜日

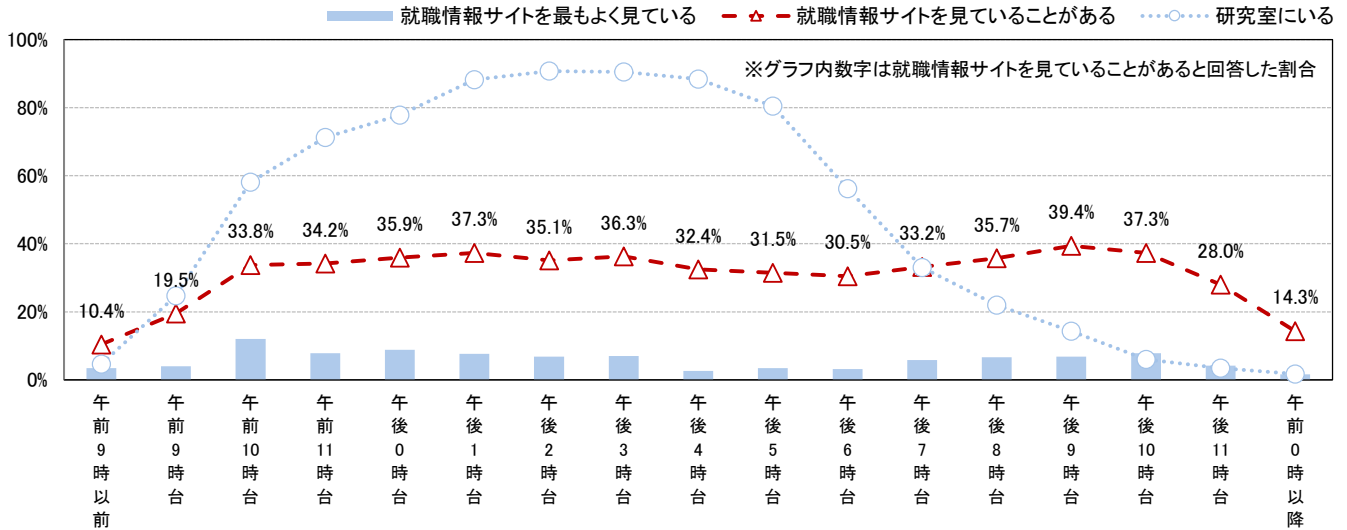


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行かない曜日

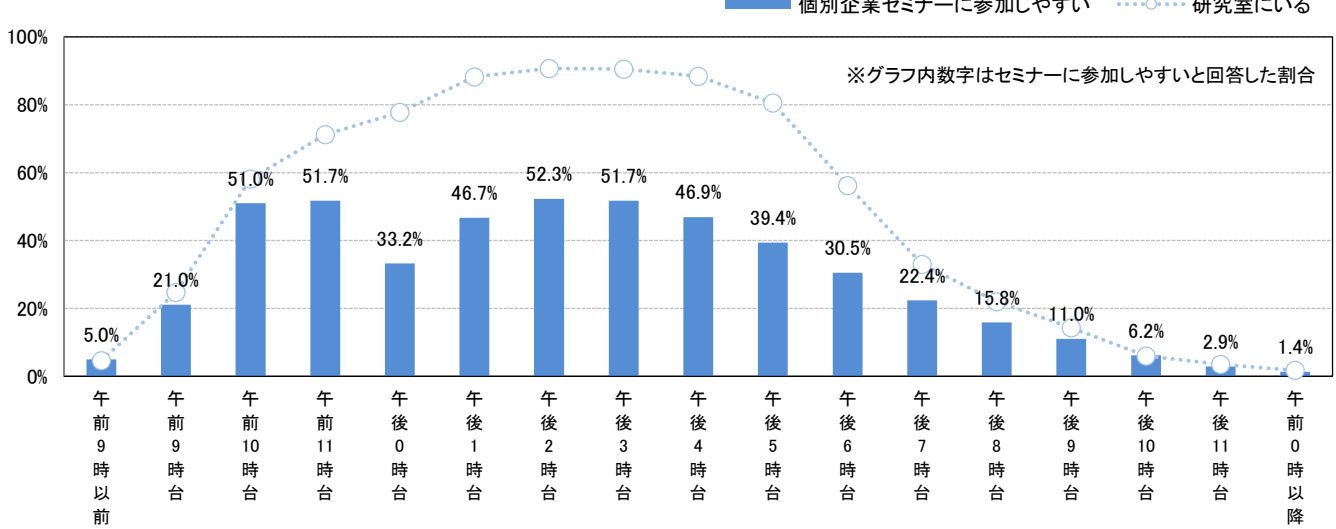


理系院生・研究室に行く曜日

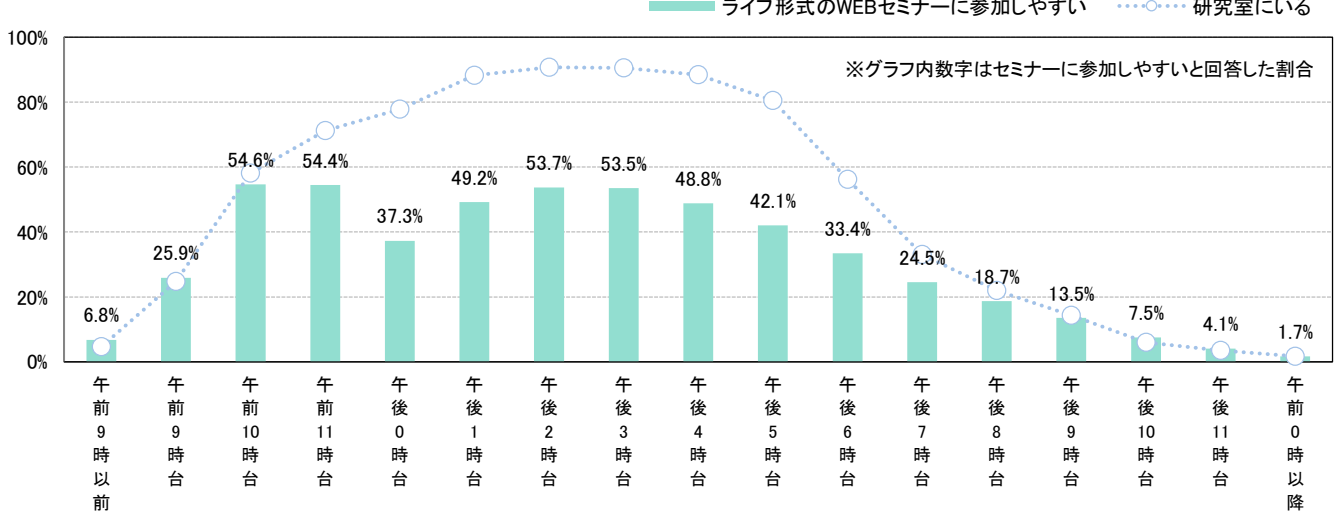
○就職情報サイト・研究室に行く曜日



○個別企業セミナー・研究室に行く曜日

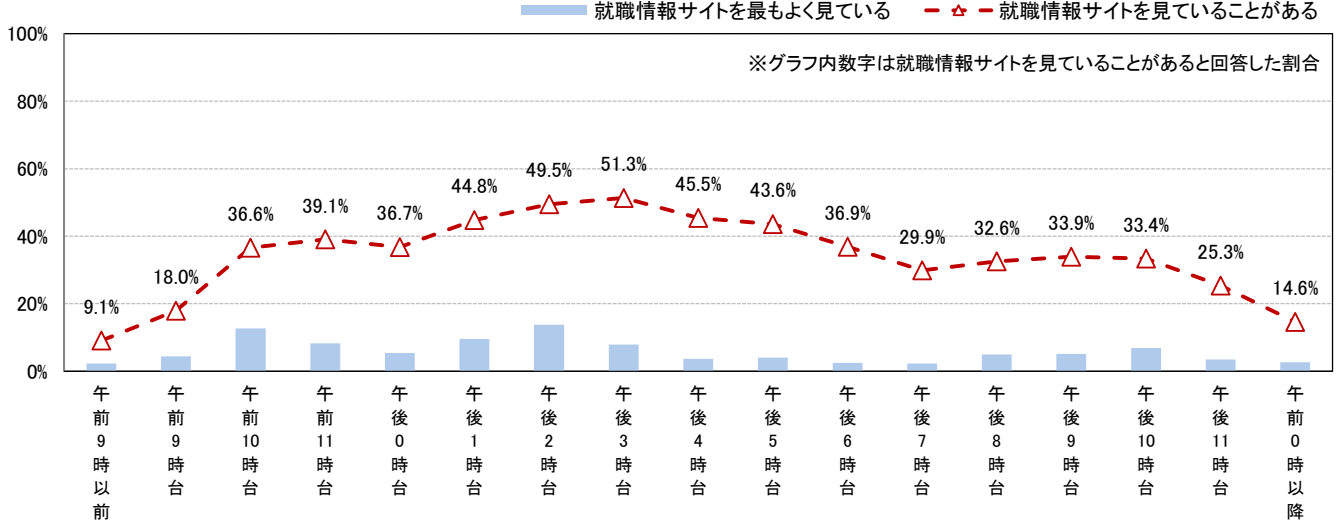


○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行く曜日

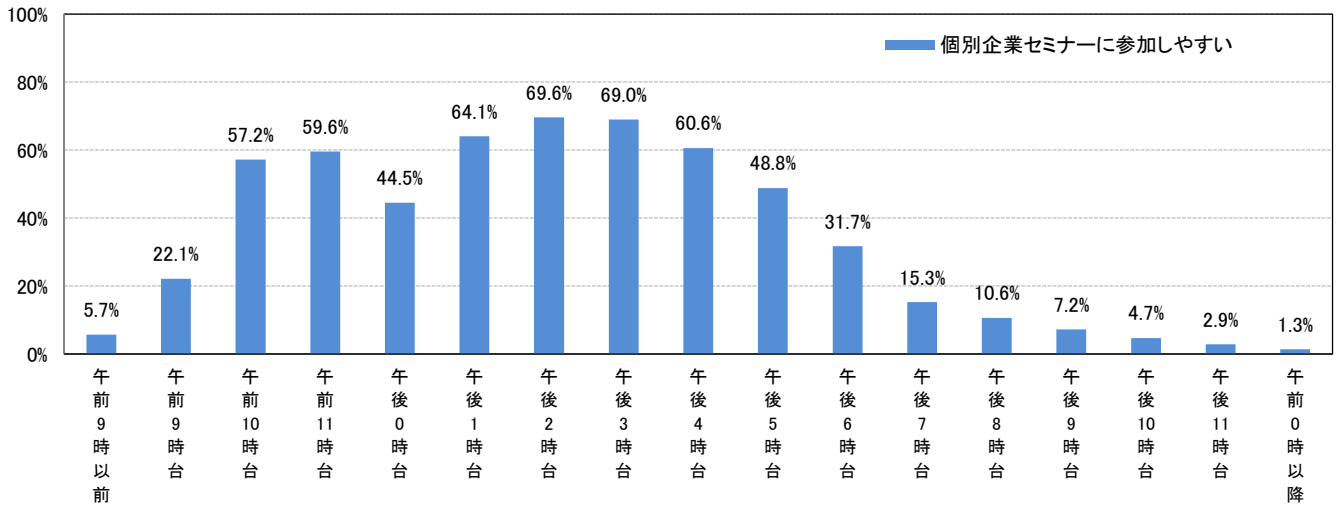


理系院生・研究室に行かない曜日

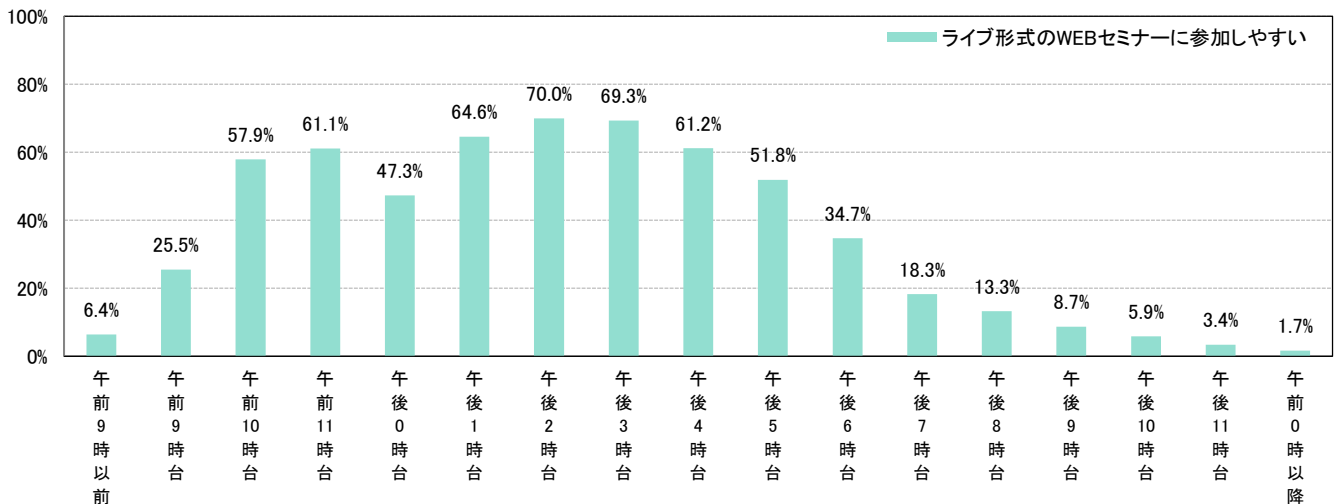
○就職情報サイト・研究室に行かない曜日



○個別企業セミナー・研究室に行かない曜日



○ライブ形式のWEBセミナー・研究室に行かない曜日



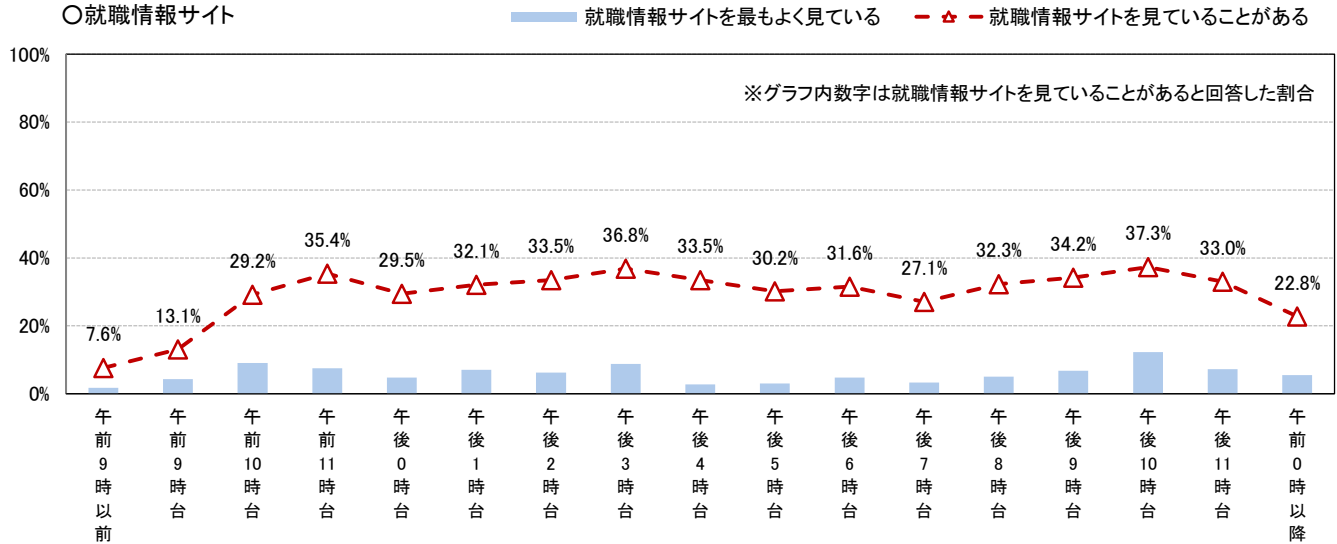
文系学生にも就職情報サイトを見ていることがある時間帯、個別企業セミナーに参加しやすい時間帯、ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯を聞いた。就職情報サイトを見ている時間帯は大きなピークを描くことなく、午前10時台から午後11時台にかけて3割前後でゆるやかに上下する形となった。一方、セミナーに参加しやすい時間帯は、個別企業セミナー、ライブ形式のWEBセミナーのいずれにおいても、午後2時台～3時台がピークで、午後6時台以降は割合が大きく下がっている。

文系学生が、就職情報サイトを見ていることがある時間帯【複数回答】 n=1,058、最もよく見ている時間帯 n=1,012

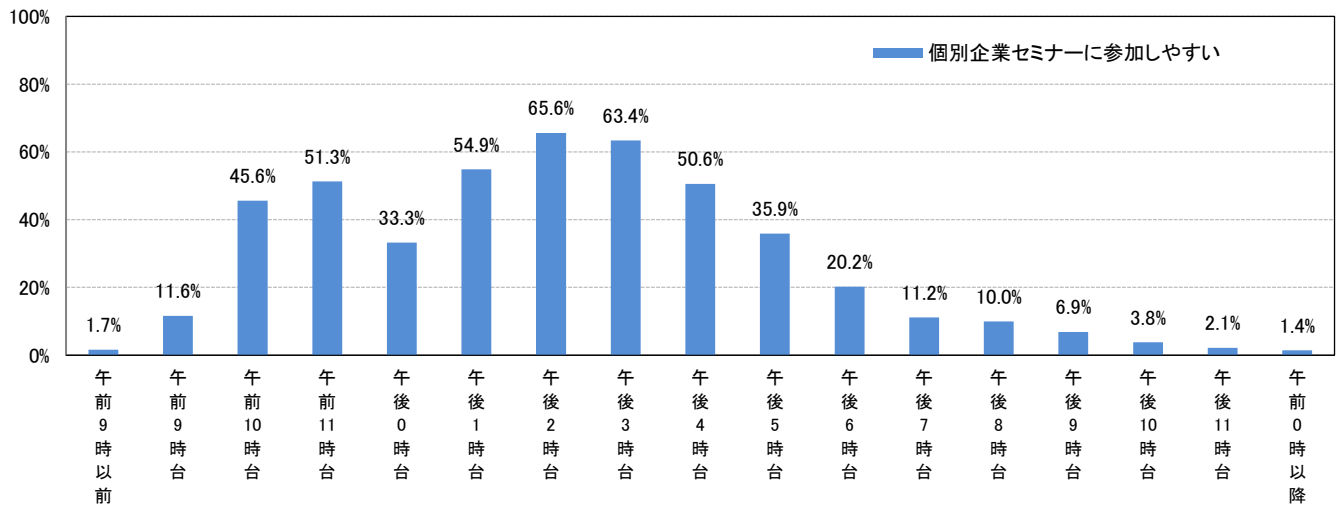
個別企業セミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】 n=1,058、ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい時間帯【複数回答】 n=1,058

文系男子

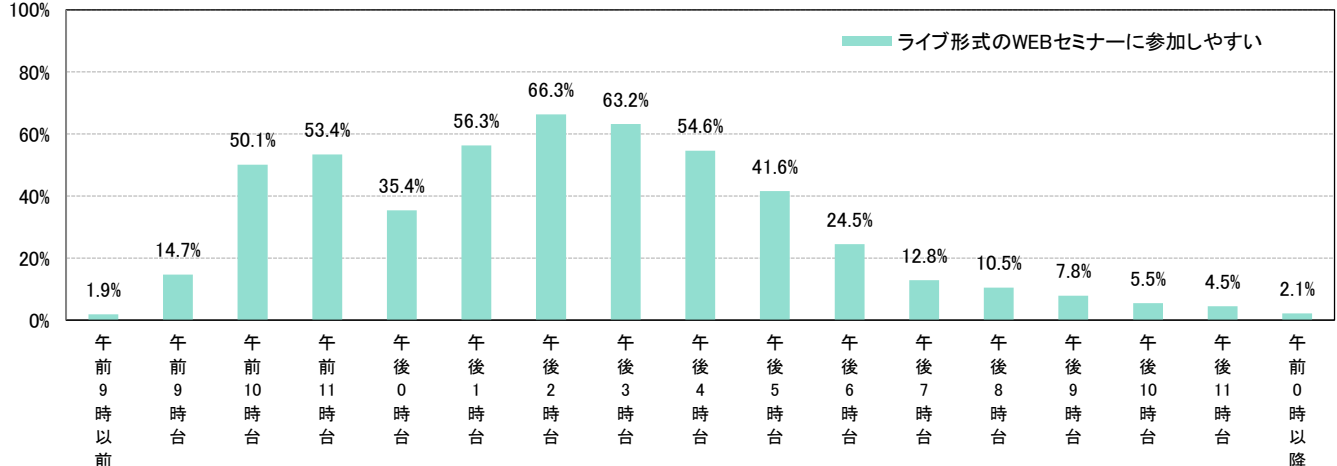
○就職情報サイト



○個別企業セミナー



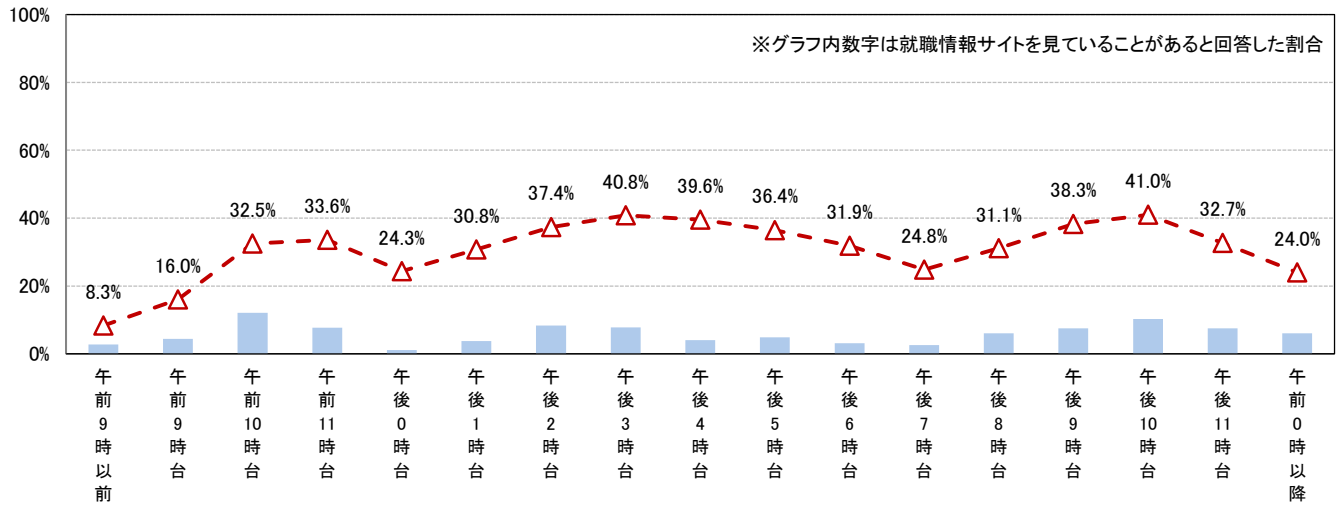
○ライブ形式のWEBセミナー



文系女子

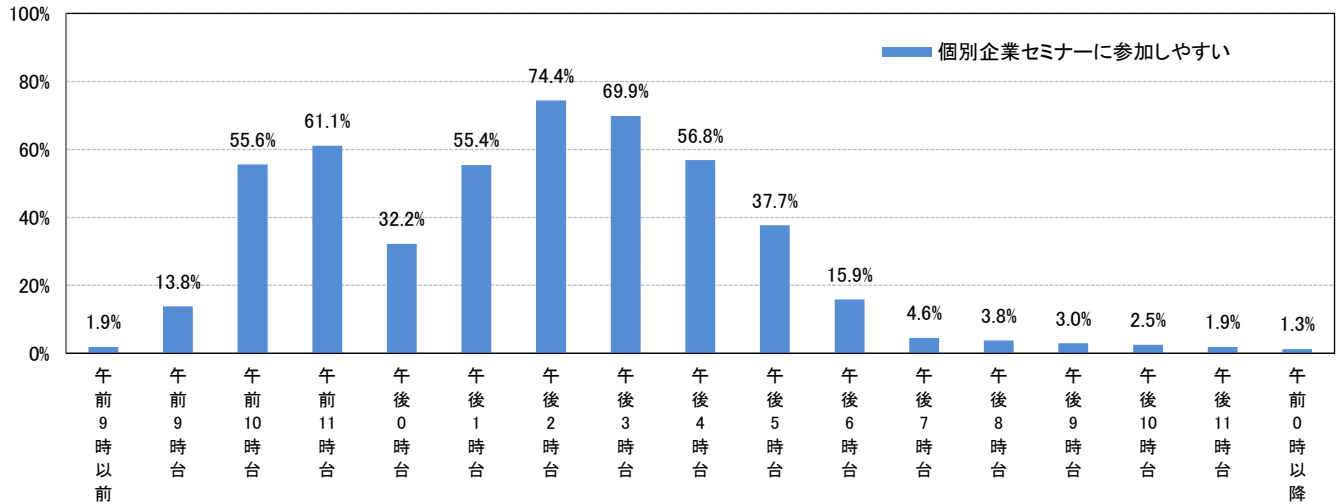
○就職情報サイト

■ 就職情報サイトを最もよく見ている -△- 就職情報サイトを見ていることがある



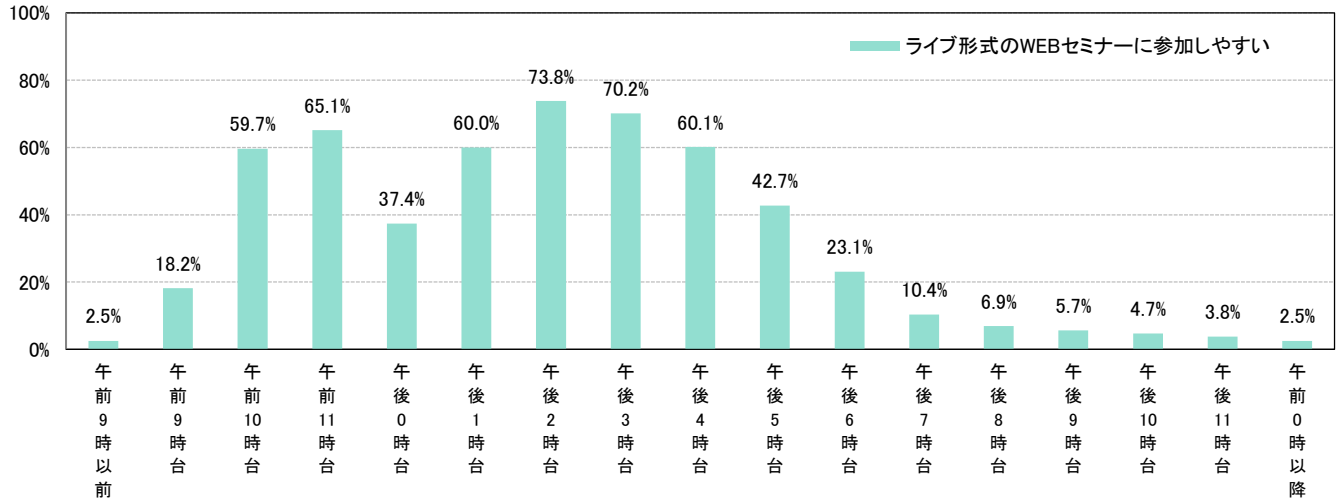
○個別企業セミナー

■ 個別企業セミナーに参加しやすい



○ライブ形式のWEBセミナー

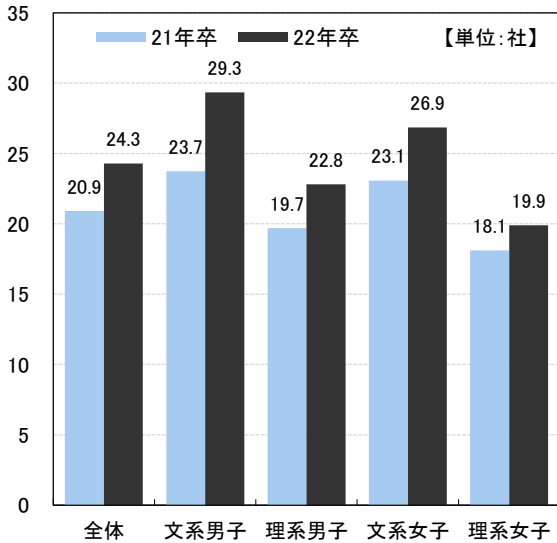
■ ライブ形式のWEBセミナーに参加しやすい



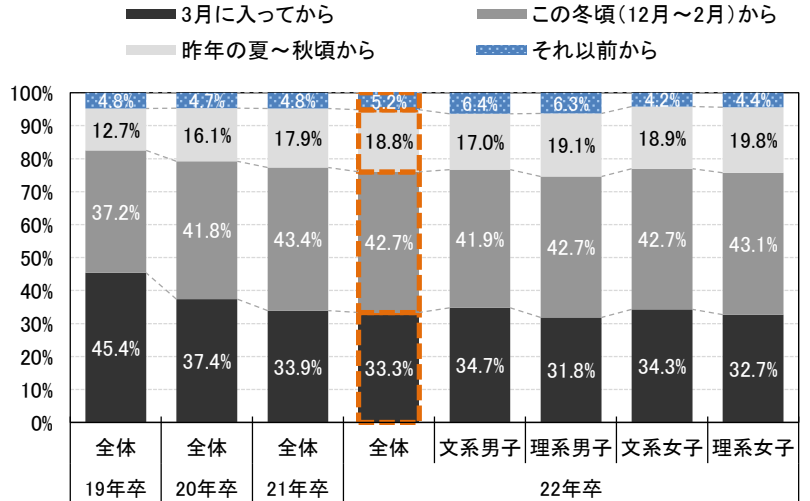
■9: エントリーについて

2月以前に社名を知っていた企業数は平均で24.3社（前年比3.4pt増）で前年に比べてやや増えた。個別企業セミナーの予約がすぐできることは、その企業にエントリーをするかどうかに影響するか聞いたところ、「大いに影響する」と「影響する」を合わせた割合は71.9%（前年比4.2pt増）だった。エントリーした企業のセミナーを予約する際の、予約した企業と予約しなかった企業の違いを聞いたところ、「志望度が高い企業かどうか（15.3%、前年比1.2pt減）」より「開催日が自分の都合と合うかどうか（27.6%、前年比3.1pt増）」の方が割合が高く、その差は前年より広がった。セミナーが「WEBで実施されているか」は13.9%だった。

2月以前に社名を知っていた企業数(平均)

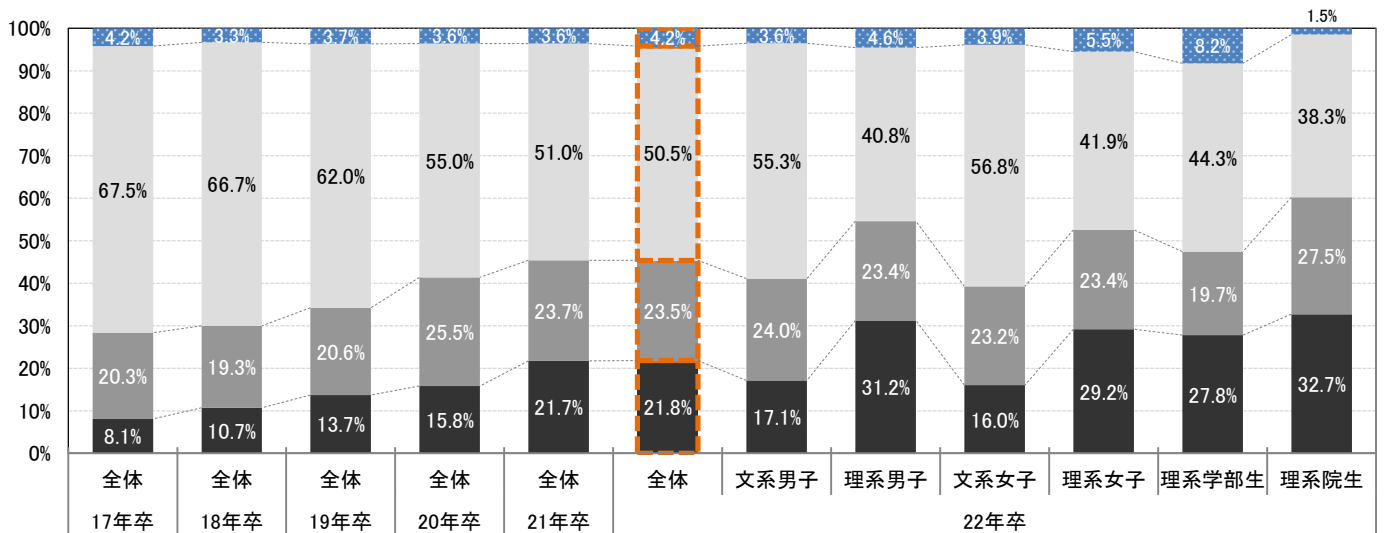


3月にエントリーした企業のうち「3月に入ってから」エントリーしようと思ったのは何%か
その以外の企業にはいつからエントリーしようと思ったのか(割合で回答・平均)
n=2,015

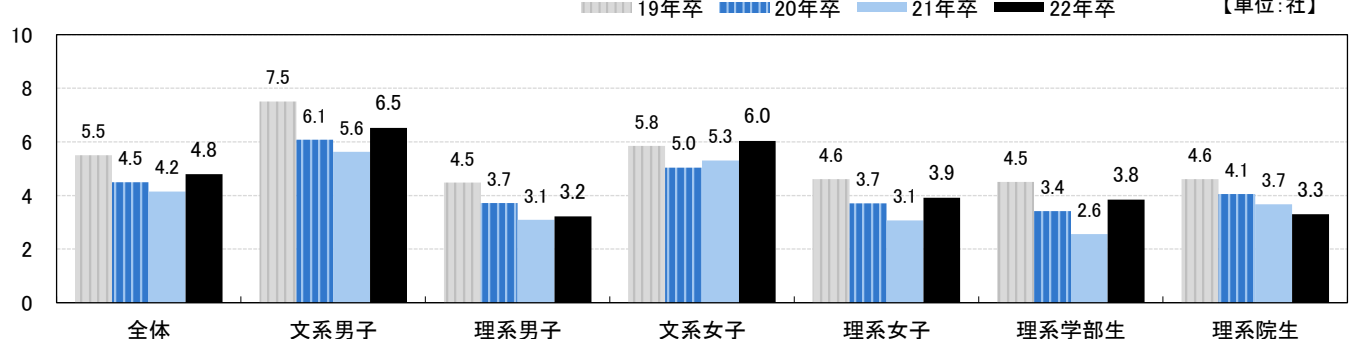


現在のエントリー状況

- エントリーに関しては、まだ何も行っていない
- 何社かエントリーしたが、今後エントリーする企業についても引き続き探している
- エントリーはほぼ終わり、今後エントリーする企業もすべて決まっている
- エントリーをすべて完了しており、今後エントリーの予定はない

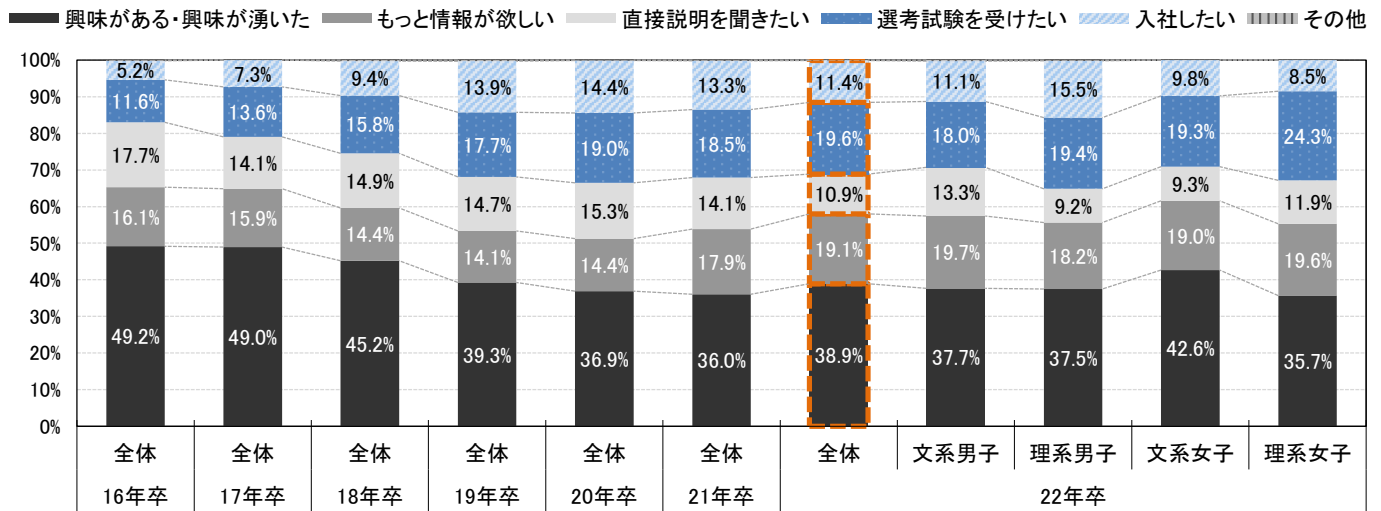


あと何社くらいエントリーすると思うか(平均)

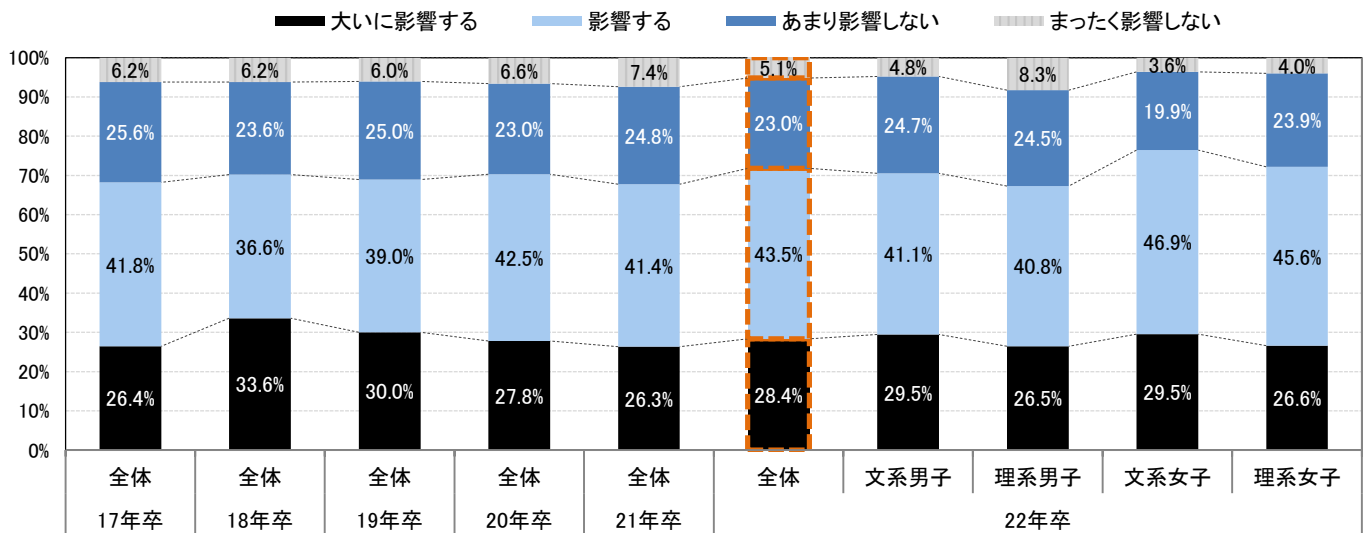


以下、エントリーしたことがある人(n=2,206)のみ回答

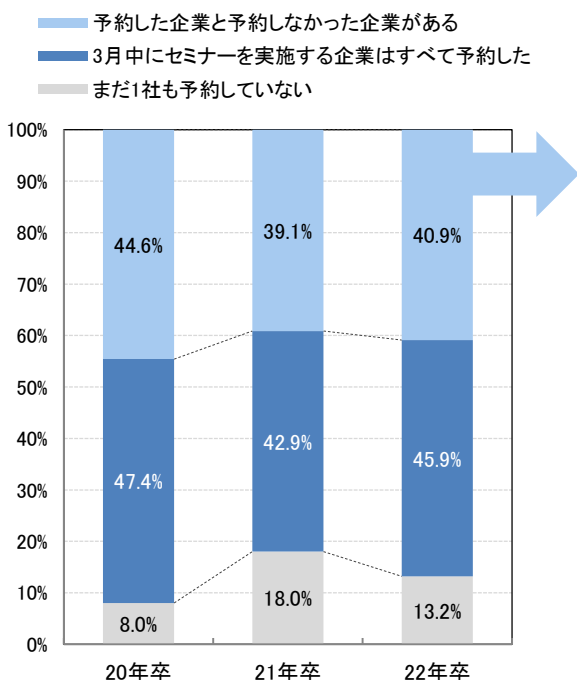
エントリーする際の気持ち



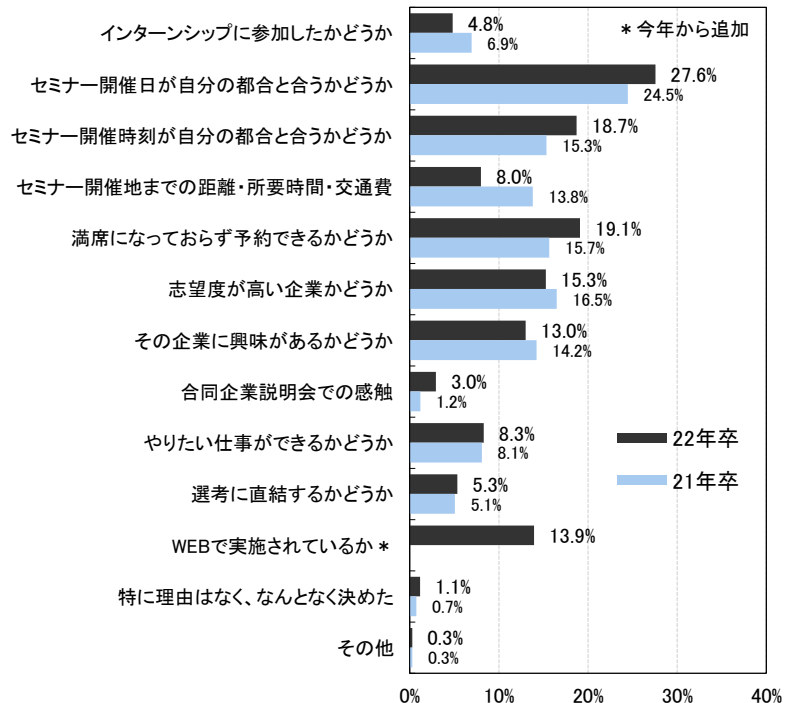
個別企業セミナーの予約がすぐできることは、その企業にエントリーをするかどうかに影響するか



3月中にエントリーした企業のセミナーを予約したか



予約した企業と予約しなかった企業がある場合、その違い【複数回答】

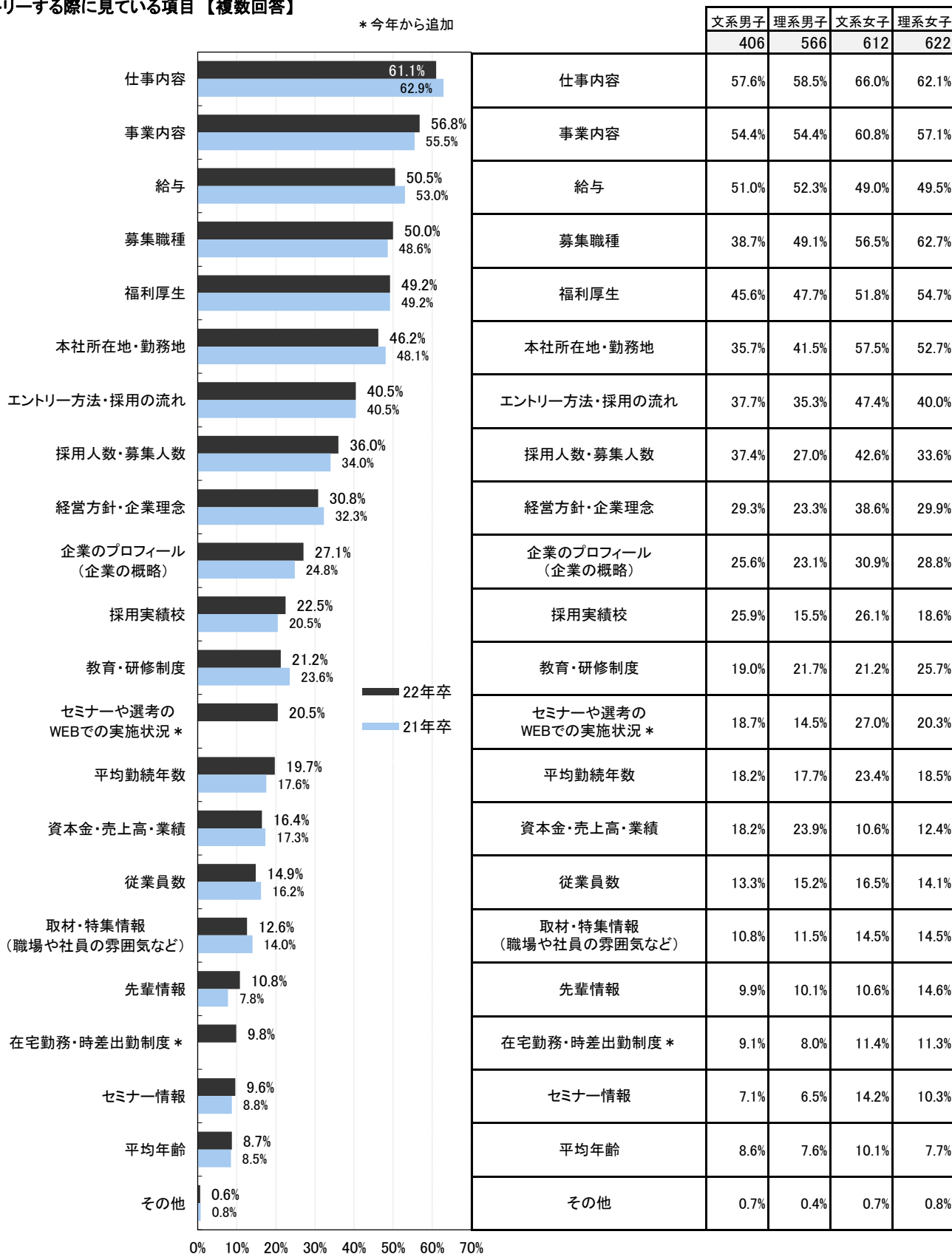


エントリーする際に見ている項目で、最も選択されたのは前年同様「仕事内容（61.1%、前年比1.8pt減）」だった。エントリー後に志望度を高めた情報では、最も高い割合だったのは「仕事内容（仕事のやりがいなど）（50.1%、前年比2.2pt減）」だった。エントリーした企業からの連絡を受信するために使っているものを聞いたところ、使っている割合が最も高いのは「メール（83.3%、前年比0.5pt減）」で、次が「就職情報サイトのマイページ（55.3%、前年比3.2pt増）」だった。前年より「LINE（34.7%、前年比10.1pt増）」の割合が増加したが、最もよく使っているものでは1.9%（前年比0.6pt増）とごく少数だった。

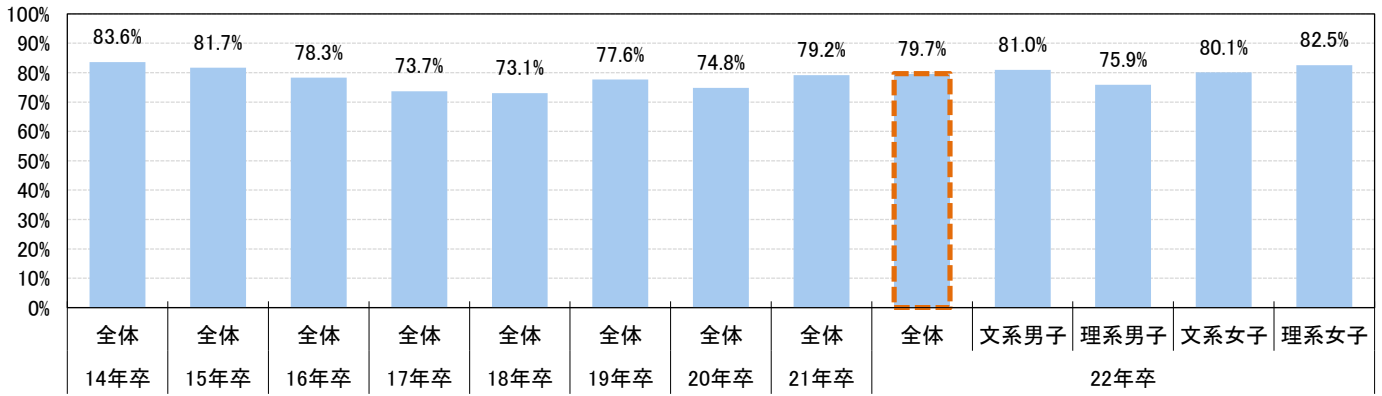
エントリーしたことがある人（n=2,206）のみ回答

エントリーする際に見ている項目【複数回答】

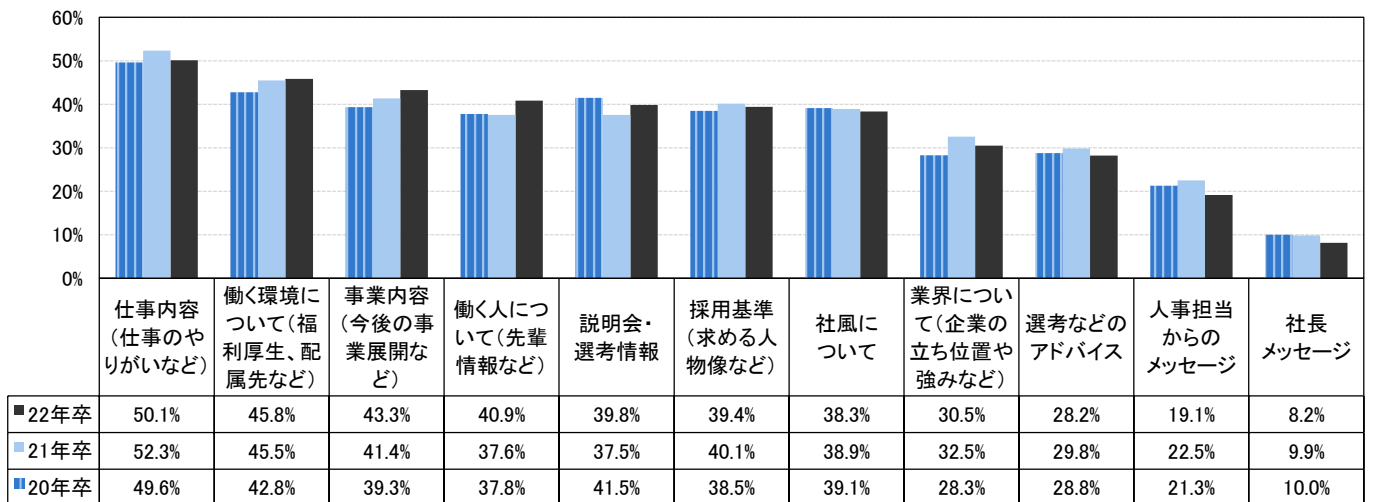
*今年から追加



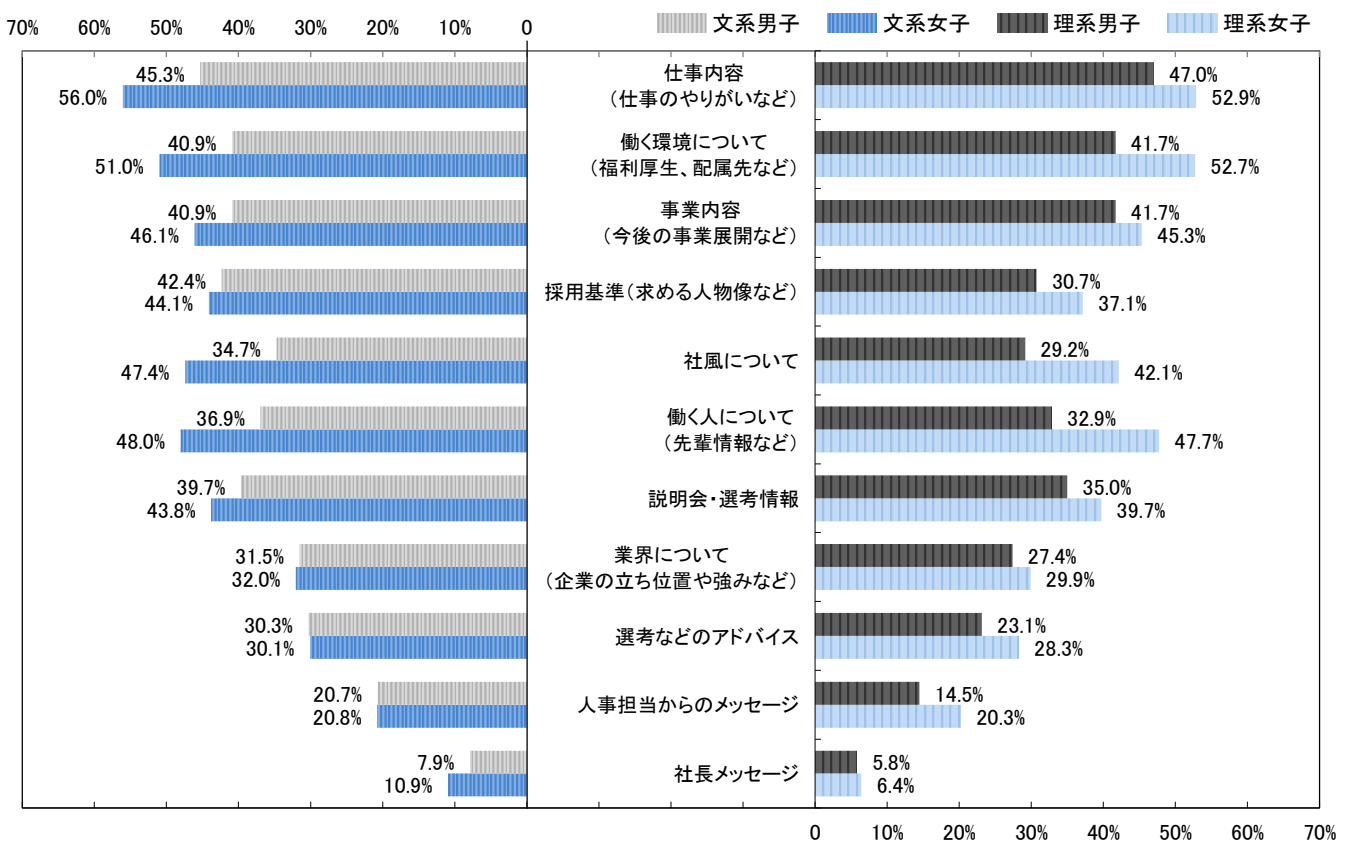
エントリーしないと見られない情報がある場合、それを見るためにエントリーしたい学生の割合



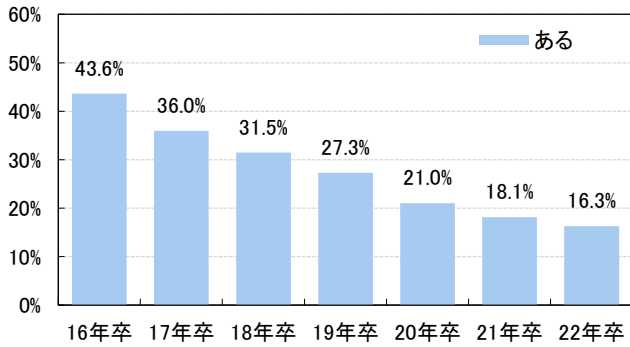
エントリー後に志望度を高めた情報【複数回答】 n=2,206



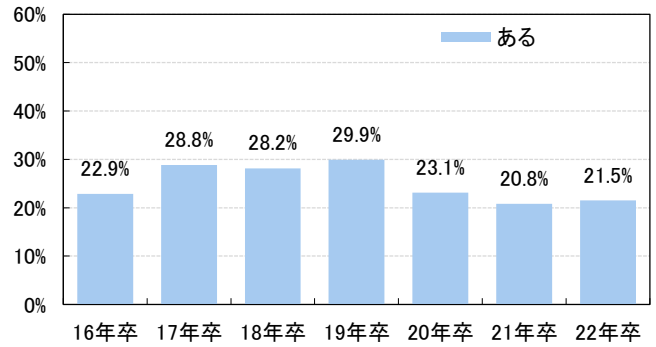
エントリー後に志望度を高めた情報 (文理男女別)【複数回答】 n=2,206



アンケートが付いていたことが理由で
エントリーしなかったこと n=2,206

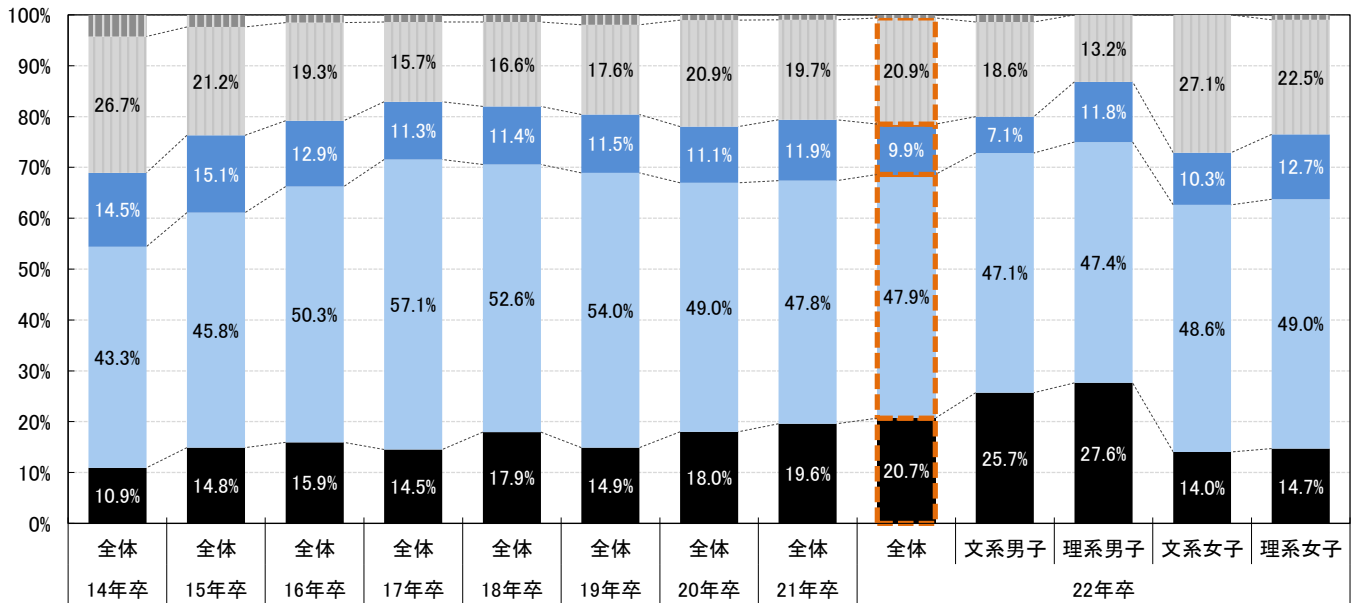


▼以下、アンケートが付いていてエントリーしなかったことが「ある」方のみ
志望度の高い企業であってもエントリーしなかったこと
n=355

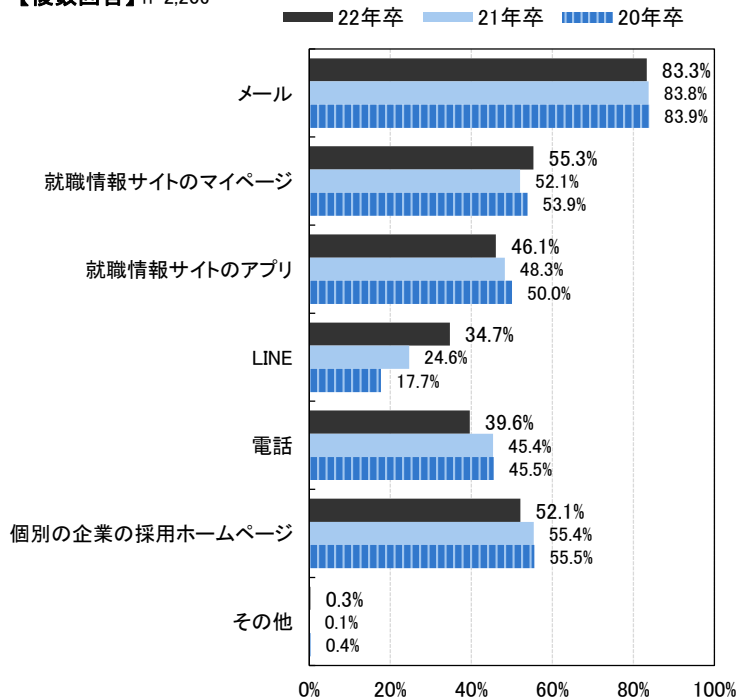


エントリーしなかった理由 n=355

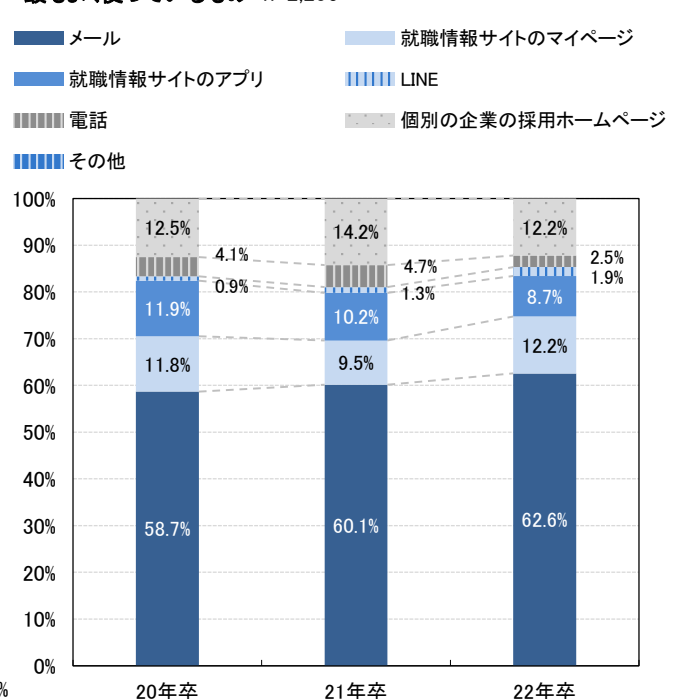
- アンケートの設問数が多すぎるから
- 回答方法が記述式等、手間が掛かるから
- アンケート内容に答えられないと思ったから
- アンケートの内容で選考されると思ったから
- その他



エントリーした企業からの連絡を受信するために使っているもの
【複数回答】 n=2,206



エントリーした企業からの連絡を受信するために
最もよく使っているもの n=2,206

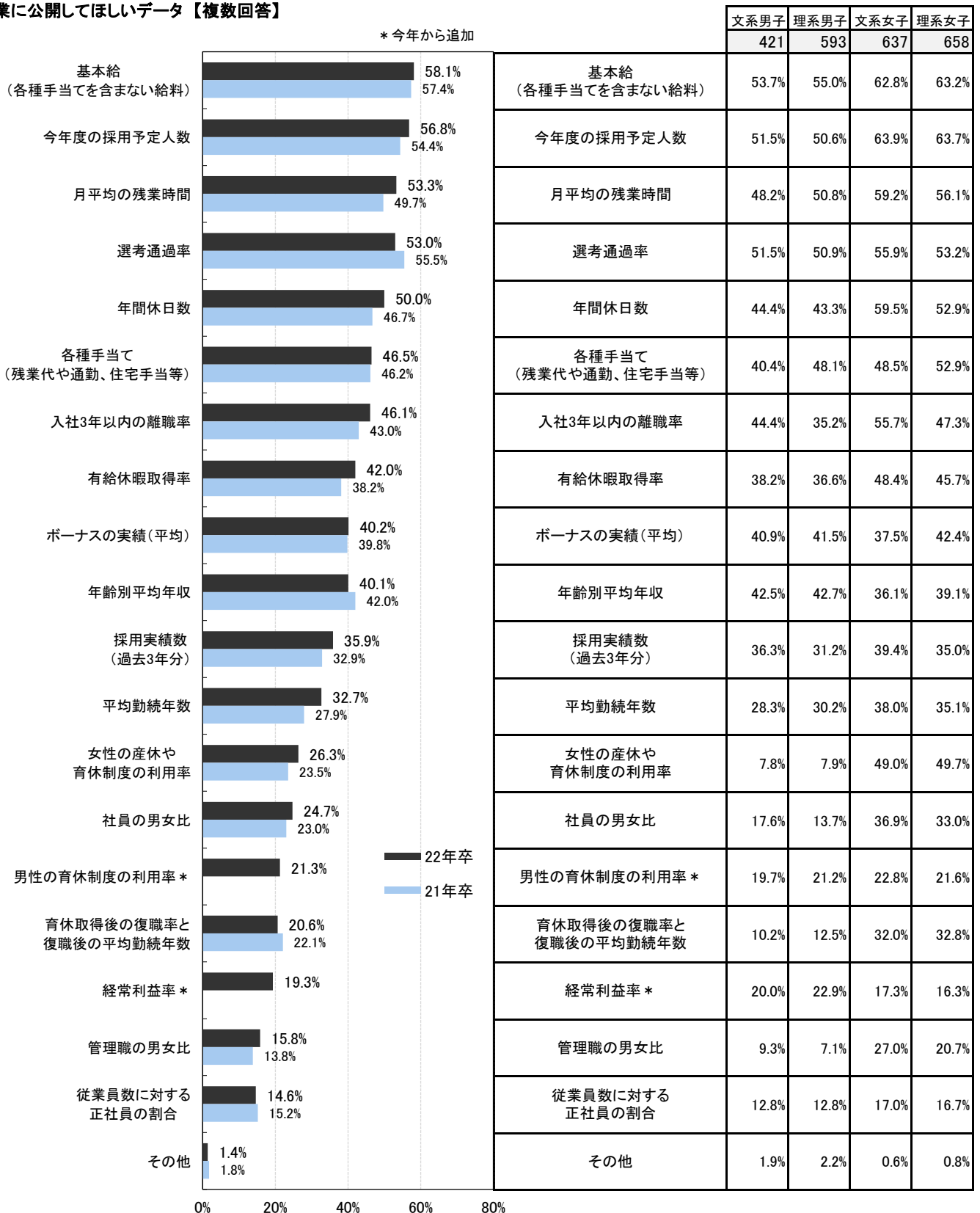


■10: 今後の就職活動について

企業に公開してほしいデータの上位は「基本給（各種手当を含まない給料）（58.1%）」「今年度の採用予定人数（56.8%）」「月平均の残業時間（53.3%）」だった。また、「女性の産休や育休制度の利用率」「社員の男女比」「管理職の男女比」といった項目では女性のほうが男性より公開してほしいとする割合がかなり高かった。一方「男性の育休制度の利用率」についてはあまり男女差は大きくなかった。公開してほしい情報では「選考方法（筆記、GD、動画ESなど）（58.7%）」の割合が最も高かった。「テレワーク・在宅勤務の実施状況」は28.2%、「副業を認めているか」は21.6%だった。企業の情報やデータを知って志望度が下がった経験があるのは65.0%（前年比0.9pt増）で、志望度が下がった理由では「自分に合わないと思った（42.5%）」が最も高い割合で、「給料が安かった（34.7%）」「ネット上での評判が悪かった（30.4%）」がそれに続いた。

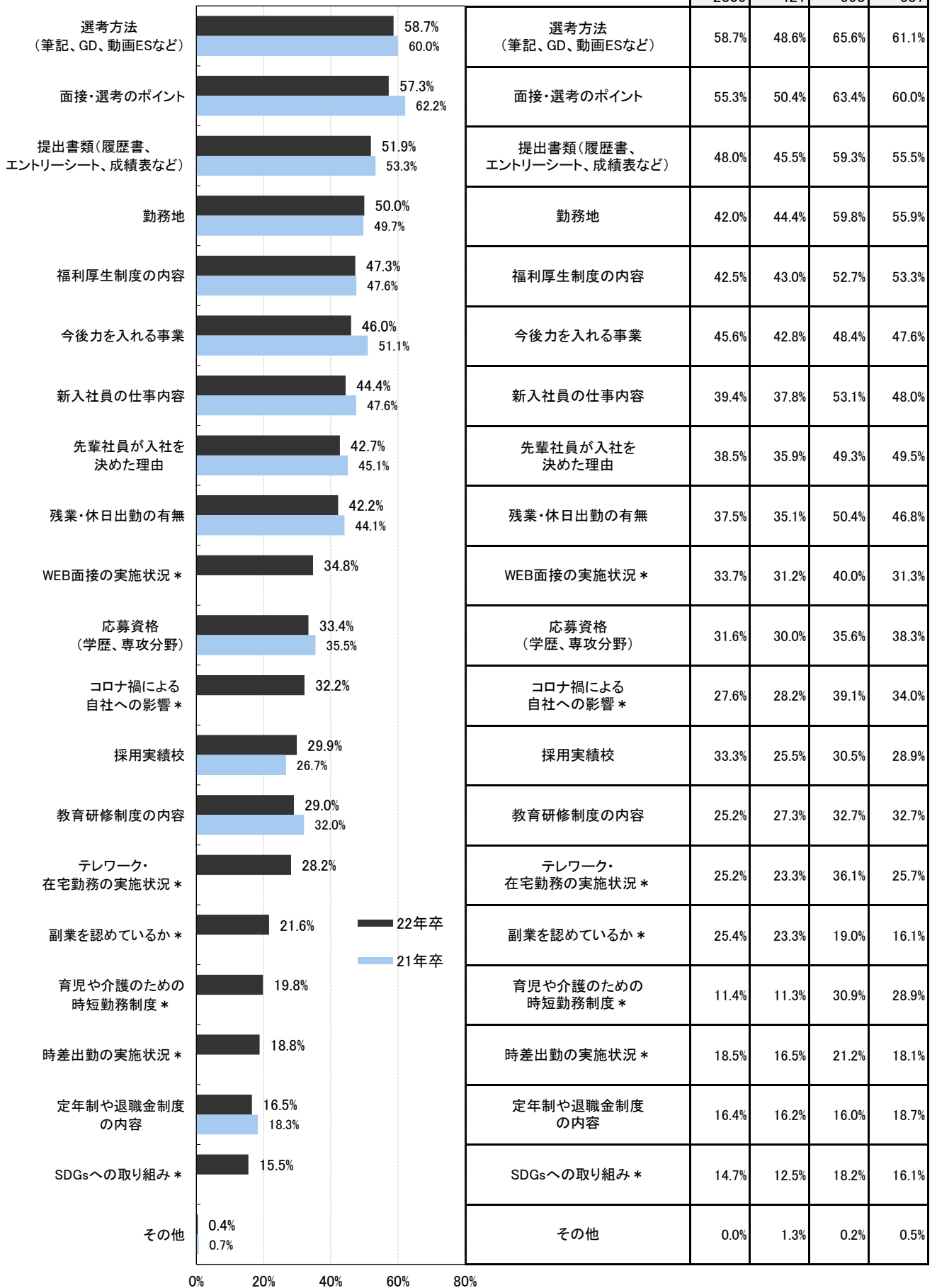
企業に公開してほしいデータ【複数回答】

* 今年から追加

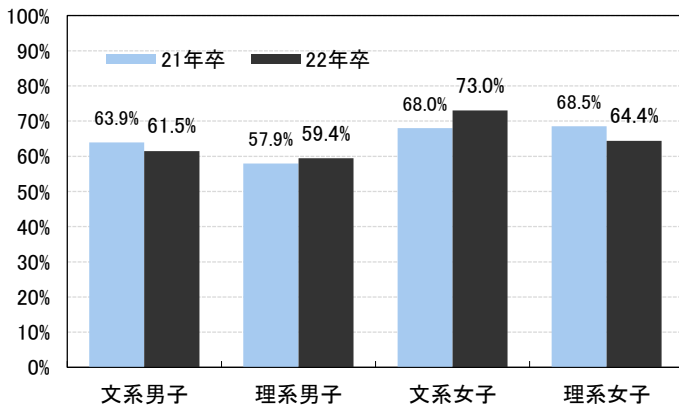
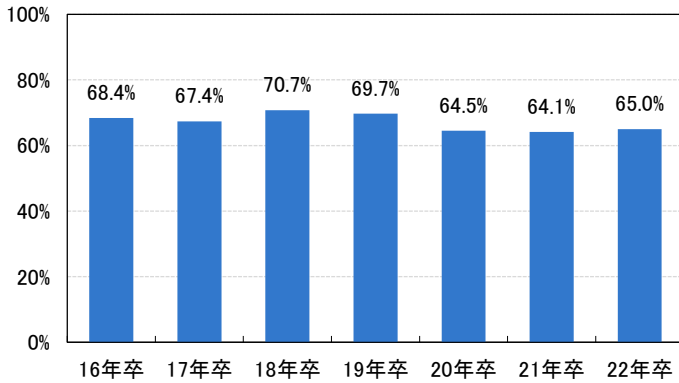


企業に公開してほしい情報【複数回答】

*今年から追加

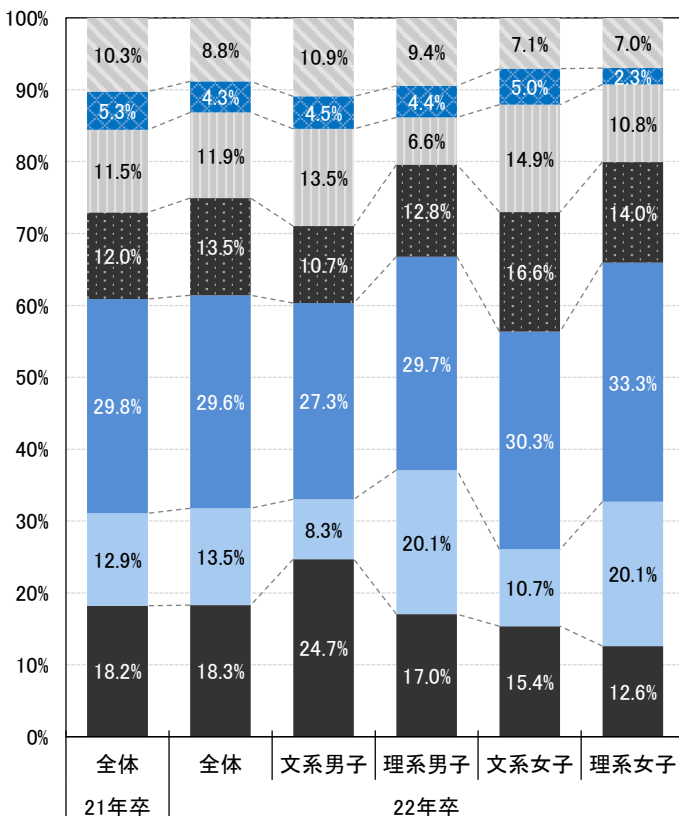


企業のデータや情報を知って
志望度が下がった経験がある割合



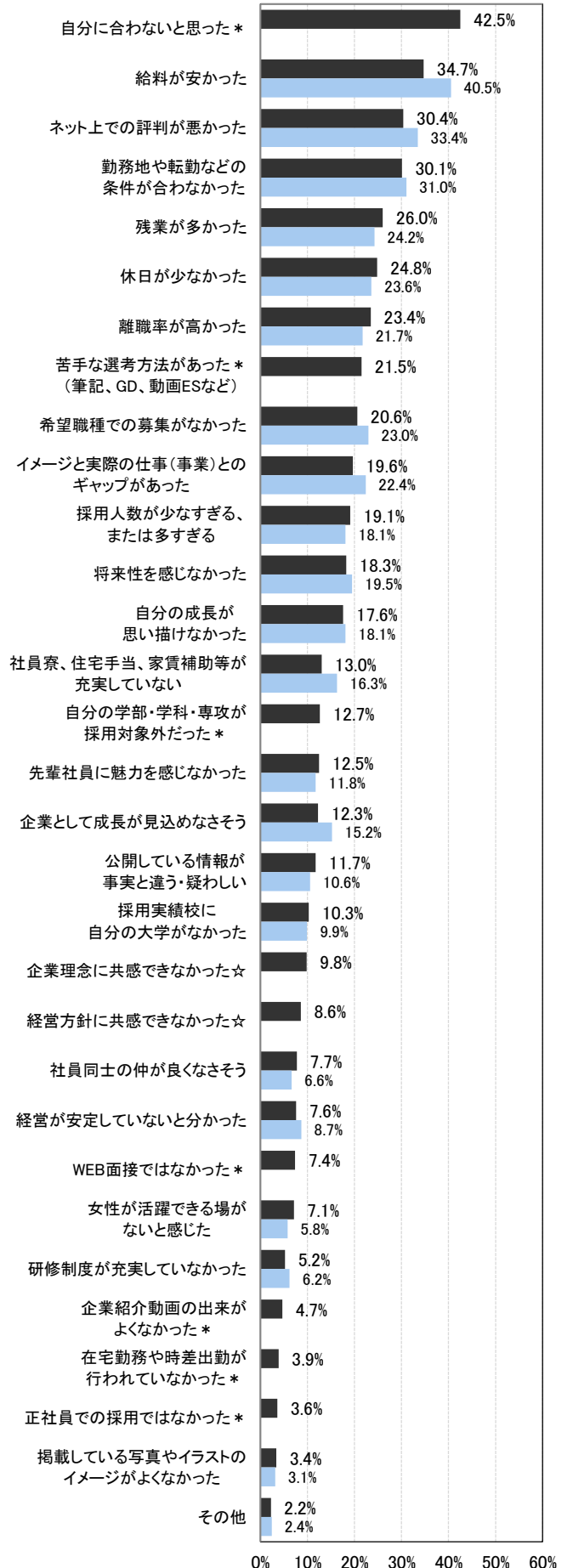
今後の就職活動の方向性について、
現時点で最もあてはまるもの

- 業界を重視
- 職種を重視
- 仕事内容を重視
- 勤務地を重視
- 社内の人間関係を重視
- 社会貢献度を重視
- 給与・福利厚生等、待遇面を重視

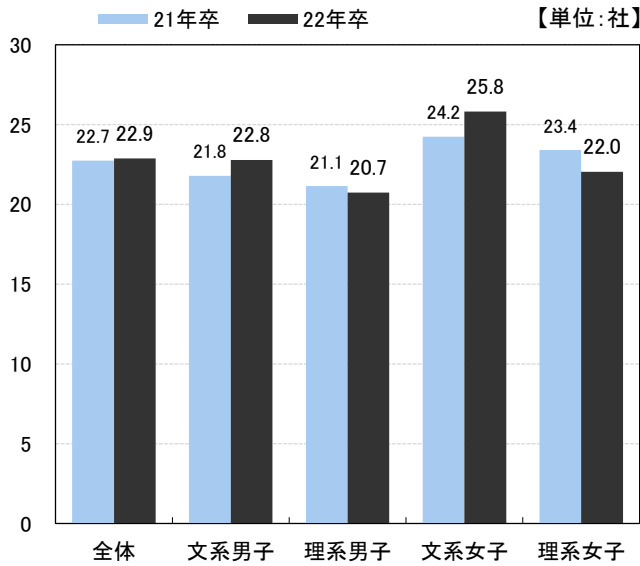


志望度が下がった経験のある方のみ：
志望度が下がった理由【複数回答】

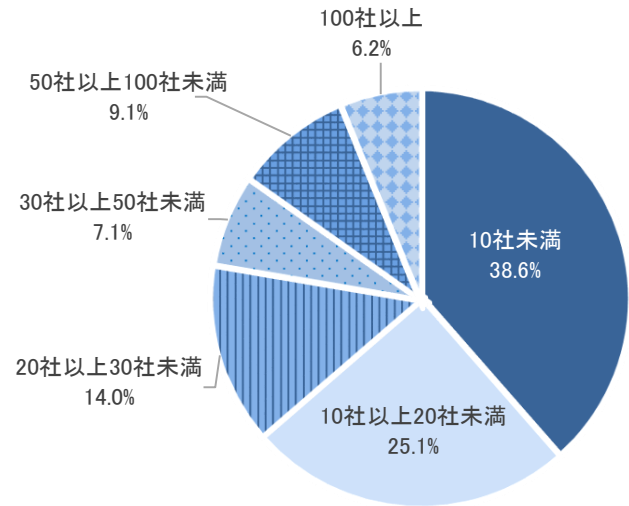
n=1,500 *今年から追加
☆前年は「企業の経営・企業理念に共感できなかった」



検索結果の企業一覧は平均何社くらいまで見るか

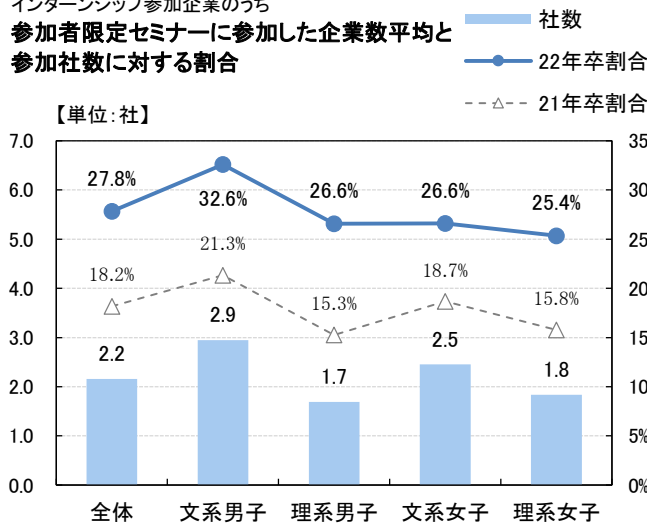


検索結果の企業一覧は平均何社くらいまで見るか (分布)

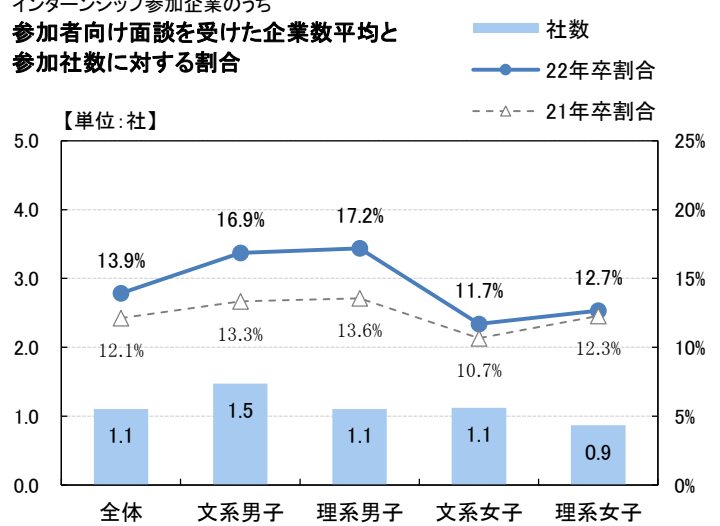


※以下、インターンシップに参加したことのある学生のみ回答(n=1,853)

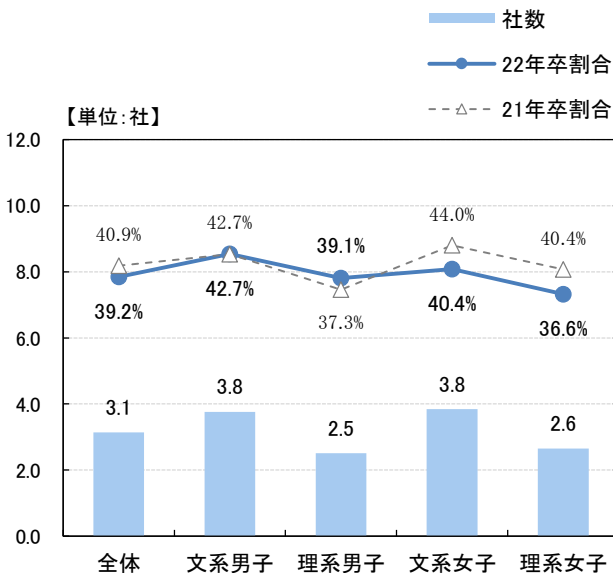
インターンシップ参加企業のうち
参加者限定セミナーに参加した企業数平均と
参加社数に対する割合



インターンシップ参加企業のうち
参加者向け面談を受けた企業数平均と
参加社数に対する割合



インターンシップ参加企業のうち
3月以降、エントリーした企業の数平均と
参加社数に対する割合



インターンシップ参加企業のうち
採用選考を受けた数 + 今後受けるつもりの数平均と
参加社数に対する割合

