

# マイナビ 2025年卒 学生就職モニター調査 6月の活動状況



2024年7月

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2024年6月25日～2024年6月30日
- 調査対象 : 2025年3月卒業予定の全国の大学生、大学院生
- 調査方法 : Web上のアンケートフォームより入力

## □モニター属性データ

カテゴリー	有効回答数
文系男子	186
理系男子	351
文系女子	602
理系女子	368
総計	1,507

カテゴリー	有効回答数
関東地区	619
東海地区	174
関西地区	330
上記以外のエリア	384

カテゴリー	有効回答数	
学部	理系: 機電系	41
	理系: 情報系	71
	理系: 土木・建築系	28
	理系: 化学系	24
	理系: 薬学系	72
	理系: その他理系	86
院	理系: 機電系	101
	理系: 情報系	68
	理系: 土木・建築系	30
	理系: 化学系	84
	理系: 薬学系	15
	理系: その他理系	99

## 【6月のTOPICS】

### 企業から交通費や宿泊費を支給されたことのある学生は約7割 合計支給額の平均は43,031円

6月までにかかった就活費用の累計額は27,971円、前年同月比で2,963円少なくなり、2年連続で減少した。地域別でみると「関東」が17,774円で最も少なく、いずれの地域でも金額は減少している。応募した企業から交通費や宿泊費を支給されたことのある割合は67.9%と前年から8.5pt増加、平均合計支給額の平均も43,031円と、前年から3,572円増加し、1人当たりの学生の就活費負担は軽減していることがわかった。選考時期や面接形式など就職活動を取り巻く環境の変化が影響していると考えられる。

また理系学生の推薦状の提出経験が減少傾向にある。17年卒は全体で32.3%だったが、25年卒では17.0%と、8年間で15.3pt減少した。入社予定先が決定している学生に、その企業に応募した方法を聞くと、89.6%が自由応募となった。志望度の高い企業であっても推薦状の発行が可能なタイミングに先駆けて選考がスタートしてしまい、推薦を利用しない学生が増えていることが考えられる。

- (P. 8, 9) 企業から交通費や宿泊費を支給されたことのある学生は約7割。合計支給額の平均は43,031円
- (P. 37) 理系学生の推薦状提出経験は減少傾向。入社先が決まっている理系学生は89.6%が自由応募

## ■集計方法

全体の数値を算出するにあたり、文理男女別の構成比を2025年3月卒業予定の大学生・大学院生の構成比と等しくする為、文科科学省の学校基本調査を基に、ウエイトバック集計を行っている。基準数値は令和5年度学校基本調査(2023年12月公表)の大学3年生・院1年生在籍数を参照し、文理男女比を算出している。  
※ウエイトバック集計とはアンケート回答者の属性構成比率が実際の属性比率と乖離している場合、構成比に合わせて重み付けして集計すること。

## ■□各種調査はWEB上でも順次公開中！□■

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

## ■□本資料について□■

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

## 【定点調査】

## ■1:6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) 6月平均エントリー社数
- (2) 合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受検社数、エントリーシート提出社数(平均)
- (3) エントリー社数平均累計
- (4) 個別企業セミナー参加社数平均累計
- (5) 採用面接を受けた社数平均累計
- (6) 6月のWEB上での活動状況
- (7) 個別企業セミナー参加・視聴割合・半月ごとの推移
- (8) ライブ形式のWEBセミナー参加社数平均累計
- (9) 録画形式のWEBセミナー視聴社数平均累計
- (10) WEB面接を受けた社数平均累計
- (13) 3月・4月・5月・6月の就活費用(平均・文理男女別、地域別、経年変化)
- (14) 就活費用の捻出方法(平均)
- (15) これまでの就職活動で、応募した企業から内々定を得る前に交通費や宿泊費を支給されたことがある割合
- (16) これまでに支給された金額合計・平均
- (17) 何社から支給されたか・平均
- (18) 1社あたりの支給金額
- (19) 企業から内々定を得る前に支給された交通費や宿泊費はどのような機会に支給されたものか【複数回答】
- (20) 現時点での第一志望の企業の就職活動進捗状況

## ■3:現在の志望業種について

- (1) 6月時点での第一志望の業種
- (2) 前年6月との比較増減
- (3) 志望割合が増えた業種・減った業種(トップ5)

## ■4:就職活動の感触・就職観

- (1) 活動開始時点と比較して活動の感触は
- (2) 厳しいと感じる理由【複数回答】
- (3) 1日に費やしている時間平均(就職活動準備・就職活動)
- (4) 現時点で就職活動に対し不安がある学生の割合
- (5) 就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】
- (6) この時期最も注力している(頭を悩ませている)就職活動の内容

## ■5:企業選択のポイント

- (1) 現在の活動の中心は大手企業中心か中小企業中心か
- (2) 企業を選ぶときに注目するポイント【3つ】【最も】
- (3) 企業を選ぶときにエシカルな活動に注目しているか

## ■6:内々定保有者の活動状況

- (1) 企業の主な発見ツール(内々定先・入社予定先)
- (2) 内々定を得た企業の業種(内々定先・入社予定先)
- (3) 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
- (4) 入社予定先企業は初めて接触する前の時点で第何志望だったか
- (5) 内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった時間
- (6) その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング
- (7) 入社予定先企業を選択したポイント【3つ】【最も】
- (8) 入社予定先企業を選択したポイントと企業を選ぶとき注目するポイント
- (9) 内々定を得た企業の規模
- (10) 入社予定先企業の規模
- (11) 内々定を得た時期、および経年比較
- (12) 入社予定先の内々定を得た時期、および経年比較
- (13) 入社を固めた時期、および経年比較
- (14) 1次面接～内々定までの選考回数

- (15) 1次面接を受けてから、内々定をもらうまでの期間(内々定先・入社予定先)
- (16) インターンシップ・仕事体験参加割合(内々定先・入社予定先)
- (17) インターンシップ・仕事体験に参加した時期すべて(内々定先・入社予定先)【複数回答】
- (18) 入社予定先のインターンシップ・仕事体験の主な発見ツール
- (19) 受けた採用選考がインターンシップ・仕事体験参加者限定のものだった割合(内々定先・入社予定先)
- (20) インターンシップ・仕事体験には対面で参加したか、オンラインで参加したか(内々定先、入社予定先)
- (21) インターンシップ・仕事体験に何回参加したか(内々定先、入社予定先)
- (22) インターンシップ・仕事体験参加日数(平均・分布)(内々定先・入社予定先)
- (23) 入社予定先のインターンシップ・仕事体験の満足度
- (24) 内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度
- (25) 入社予定先未決定者の内々定先満足度
- (26) 入社予定先総合満足度
- (27) 入社予定先について
  - ・就業条件・職場環境満足度
  - ・能力を活かせるか
  - ・社員の印象と帰属感
  - ・経営者の印象
  - ・将来のキャリア展望
  - ・十分比較検討して選べたか
- (28) 入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたか
- (29) どのようなタイミングで内々定先に辞退の意思を伝える予定か
- (30) 辞退の意思を伝えていない理由
- (31) 入社後のその先のキャリアについて、どのように考えているか
- (32) 「人生100年時代」何歳まで働き続けたいと思うか
- (33) 「人生100年時代」今後の働き方として考えに近いもの
- (34) 就活疲れを感じたことはあるか(就活準備を含む)
- (35) 就活疲れを感じた活動
- (36) 就活疲れの理由としてあてはまるもの(就活準備を含む)※上位3つ

## ■7:【理系】6月の活動状況

- (1) 6月の理系学生の活動状況 【複数回答】
- (2) 企業への応募方法
- (3) 理系学生の月ごとの活動状況の推移
  - ・大学に志望企業調査票を提出した
  - ・企業の研究所・工場などを見学した
  - ・WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した
  - ・就職に関して教授に相談した
  - ・ジョブマッチングを受けた
  - ・研究概要書・研究概要レポートを提出した
  - ・企業の採用選考を受けた
  - ・企業から推薦状を求められた
  - ・大学から推薦状を発行された
  - ・大学院(修士・博士)への進学を目指すことに決めた

### 【追加調査】

- (4) 推薦状を提出した経験がある割合
- (5) 提出したことのある推薦形式 【複数回答】
- (6) 入社予定先企業に応募した方法
- (7) 入社予定先に後付で推薦状を提出した人の割合
- (8) 推薦についての考え
- (9) 採用選考前に研究室で企業の人と接触があった割合
- (10) 採用選考前に企業の人と接触した時期 【複数回答】
- (11) 採用選考前に企業の人と接触した機会 【複数回答】
- (11) 採用選考前に企業の人と接触した目的 【複数回答】

## 【追加調査】

## ■8:面接について

- (1) 面接を受けたことがある割合(対面式・ライブ形式のWEB面接)【複数回答】
- (2) 最終面接は対面式だったか、WEB面接だったか(内々定先・入社予定先)
- (3) 面接時に注意しているポイント(対面式・ライブ形式のWEB面接)【2つまで選択】
- (4) 面接官とのやりとりの中で入社したいと思ったことがある割合(対面式・ライブ形式のWEB面接)
- (5) 面接で志望度が上がった理由(対面式・ライブ形式のWEB面接)【複数回答】
- (6) ライブ形式のWEB面接を受けて感じたこと【複数回答】
- (7) ライブ形式のWEB面接のときに行った準備や工夫【複数回答】
- (8) 対面式の面接を受けて感じたこと【複数回答】
- (9) 録画形式の面接を受けて感じたこと【複数回答】
- (10) WEBグループ面接を経験したことがあるか
- (11) 対面式のグループ面接を経験したことがあるか
- (12) WEBグループ面接経験社数・平均
- (13) 対面式のグループ面接経験社数・平均
- (14) 経験したWEBグループ面接の参加人数【複数回答】
- (15) WEBグループ面接を受けてどのように感じたか(やりやすかったか・やりにくかったか)
- (16) 経験したWEBグループ面接の形式【複数回答】
- (17) WEBグループ面接を受けて感じたこと【複数回答】
- (18) 対面式のグループ面接を受けて感じたこと【複数回答】
- (19) 面接を受けた日から結果通知まで待てる期間(平均・分布)
- (20) 面接は得意か
- (21) 面接のどのような点が苦手か【複数回答】
- (22) 特に録画形式の面接について苦手だと感じる点【複数回答】
- (23) 面接前の準備(事前に答えを用意するか)
- (24) 面接で聞かれたことがあるもの(不適切な質問)【複数回答】
- (25) 面接の場で、面接官からパワーハラスメントに該当するのではないかと思うような行為を受けたことがある割合
- (26) 面接でよく聞かれた質問【複数回答】
- (27) 回答が比較的容易だった/難しかった質問【複数回答】

## ■9:入社案内(採用パンフレット)について

- (1) 理想的だと思うサイズ
- (2) 読みやすいと思うページ数
- (3) 入手経路【複数回答】
- (4) WEBと紙、どちらが良いか
- (5) WEBが良い理由【複数回答】
- (6) 紙・冊子が良い理由【複数回答】
- (7) 入社案内に最もよく目を通すタイミング
- (8) 入社案内を見るとき注目するポイント(エントリーシート提出前・選考(面接)前)【複数回答】

## ■10:企業の採用ホームページ(HP)について

- (1) 志望企業の採用HPを見ようと思ったきっかけ【複数回答】
- (2) 採用HPを見る際に最もよく使うツール
- (3) 志望企業の採用ホームページを見るのは主にどのような時か【最大3つ選択】
- (4) スマートフォンで企業の採用HPを見る場合、どこで見ることが最も多いか
- (5) 企業の採用HPのどのような情報をよく見ているか(エントリー前・セミナー参加前・ES提出や選考前)【複数回答】

## ■11:採用PR動画について

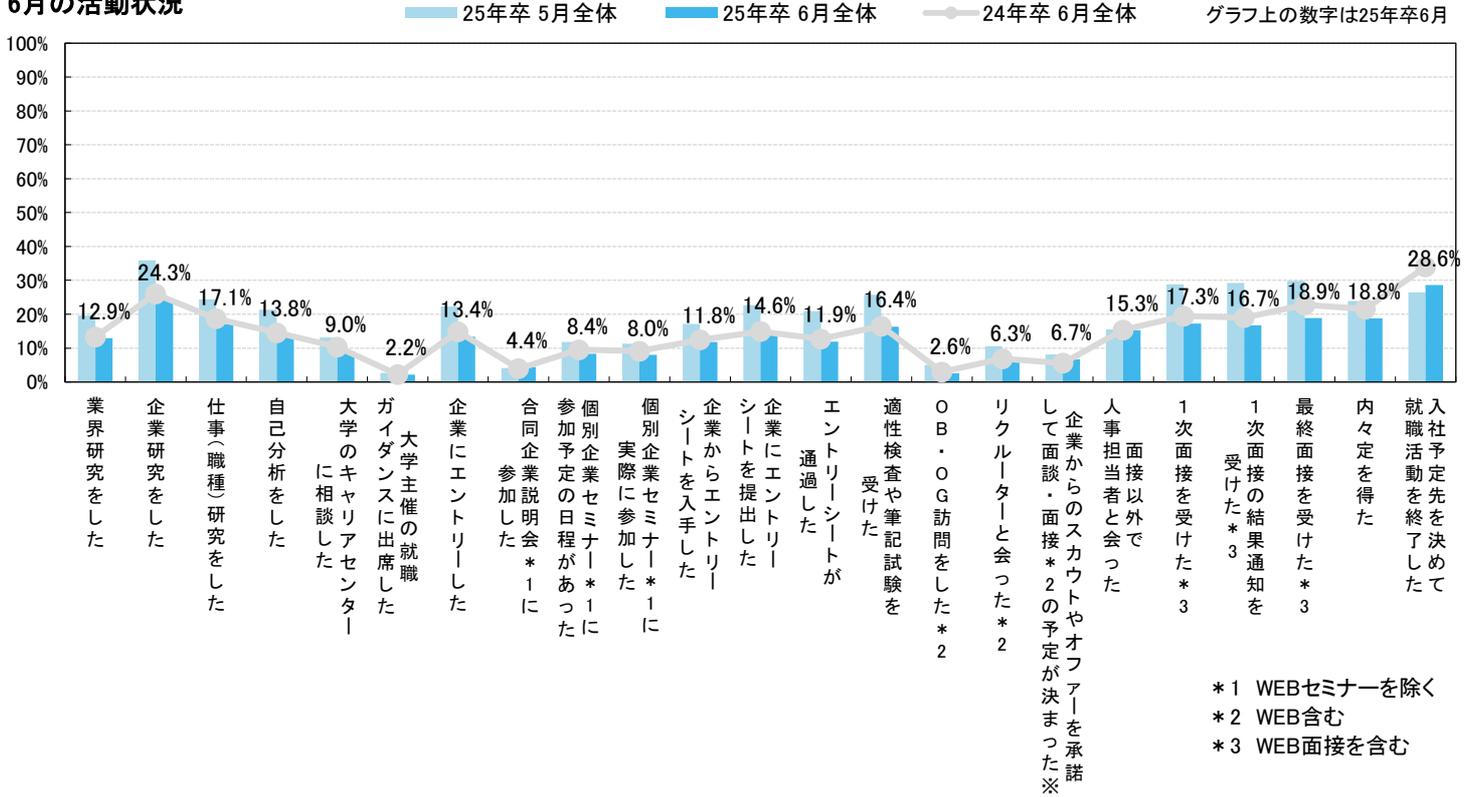
- (1) WEB上の動画で見たことがある内容【複数回答】
- (2) WEB上の動画で見たい内容【複数回答】
- (3) このような動画はどこで見ることが最も多いか
- (4) このような動画をこれまで何社分見たか(平均)
- (5) 動画を見た後、その企業に対する志望度はどのように変化したか
- (6) 動画を見て採用選考を受けようと思ったことはあるか

※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。

■1:6月の活動状況

6月の活動状況について、ほとんどの活動内容で対前年、対前月ともに実施した学生の割合が減少した。内々定を得た学生は18.8%で、対前年2.7pt減、対前月5.1pt減となった。入社予定先を決めて就職活動を終了した学生は28.6%で、対前年では5.4pt減であるが、対前月では5.1pt増となった。

6月の活動状況

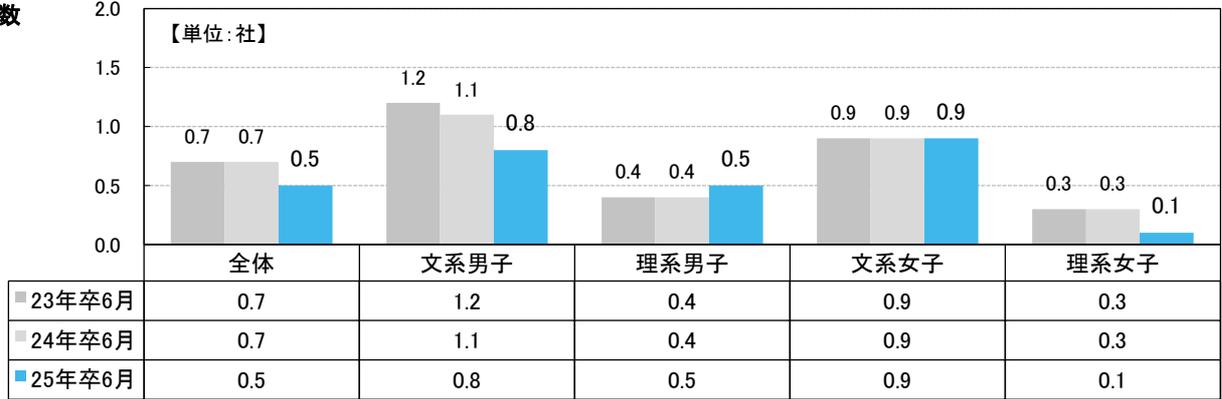


	25年卒			24年卒【参考】<前年>			<前々年> <前月>	
	6月全体	6月前半	6月後半	6月全体	6月前半	6月後半	23年卒 6月全体	25年卒 5月全体
業界研究をした	12.9%	11.1%	7.9%	13.3%	11.6%	8.1%	15.1%	19.6%
企業研究をした	24.3%	21.5%	14.2%	26.0%	21.9%	16.7%	28.1%	35.9%
仕事(職種)研究をした	17.1%	14.6%	10.1%	18.7%	15.4%	12.2%	18.3%	24.4%
自己分析をした	13.8%	11.9%	7.4%	14.5%	12.3%	8.6%	14.8%	21.3%
大学のキャリアセンターに相談した	9.0%	7.5%	4.8%	10.3%	8.3%	4.3%	12.2%	13.2%
大学主催の就職ガイダンスに出席した	2.2%	1.3%	1.7%	2.2%	1.3%	1.2%	1.9%	2.7%
企業にエントリーした	13.4%	10.4%	8.3%	14.8%	12.6%	9.4%	16.7%	22.2%
合同企業説明会に参加した*1	4.4%	2.7%	3.0%	3.9%	3.0%	2.0%	3.7%	4.1%
個別企業セミナーに参加予定の日程があった*1	8.4%	5.2%	5.3%	9.5%	7.0%	6.7%	8.6%	11.8%
個別企業セミナーに実際に参加した*1	8.0%	5.3%	4.7%	9.1%	6.6%	6.1%	8.1%	11.3%
企業からエントリーシートを入手した (企業HP・サイトからダウンロードや郵送で入手した)	11.8%	7.7%	8.2%	12.4%	9.5%	8.4%	9.5%	17.2%
企業にエントリーシートを提出した (入手したシートに記入し返送したり、WEBから直接書き込んだりした)	14.6%	9.9%	9.3%	14.9%	11.5%	9.3%	15.7%	22.7%
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)	11.9%	9.4%	6.2%	12.7%	9.3%	8.0%	14.2%	20.9%
適性検査や筆記試験を受けた	16.4%	10.6%	11.2%	16.5%	12.1%	10.6%	20.0%	25.7%
OB・OG訪問をした*2	2.6%	1.7%	1.8%	2.9%	2.0%	1.4%	3.3%	5.0%
リクルーターと会った*2	6.3%	4.8%	3.4%	6.9%	4.9%	3.3%	6.6%	10.5%
企業からのスカウトやオファーを承諾して面談・面接*2の予定が決まった	6.7%	4.9%	3.7%	5.6%	3.5%	3.8%	5.8%	8.1%
面接以外で人事担当者と会った	15.3%	8.8%	8.6%	15.3%	8.6%	8.6%	14.5%	15.5%
1次面接を受けた*3	17.3%	14.1%	7.8%	19.5%	15.6%	9.5%	22.5%	28.8%
1次面接の結果通知を受けた*3	16.7%	12.6%	8.5%	19.0%	14.6%	9.2%	21.8%	29.2%
最終面接を受けた*3	18.9%	13.0%	8.5%	22.7%	16.4%	8.6%	24.9%	29.9%
内々定を得た	18.8%	13.6%	7.3%	21.5%	16.0%	7.1%	24.3%	23.9%
入社予定先を決めて就職活動を終了した	28.6%	20.7%	10.6%	34.0%	24.2%	12.3%	32.8%	26.5%
内々定を得ていないが就職活動を中止した	2.0%	1.4%	1.1%	2.2%	1.8%	0.9%	3.4%	2.2%

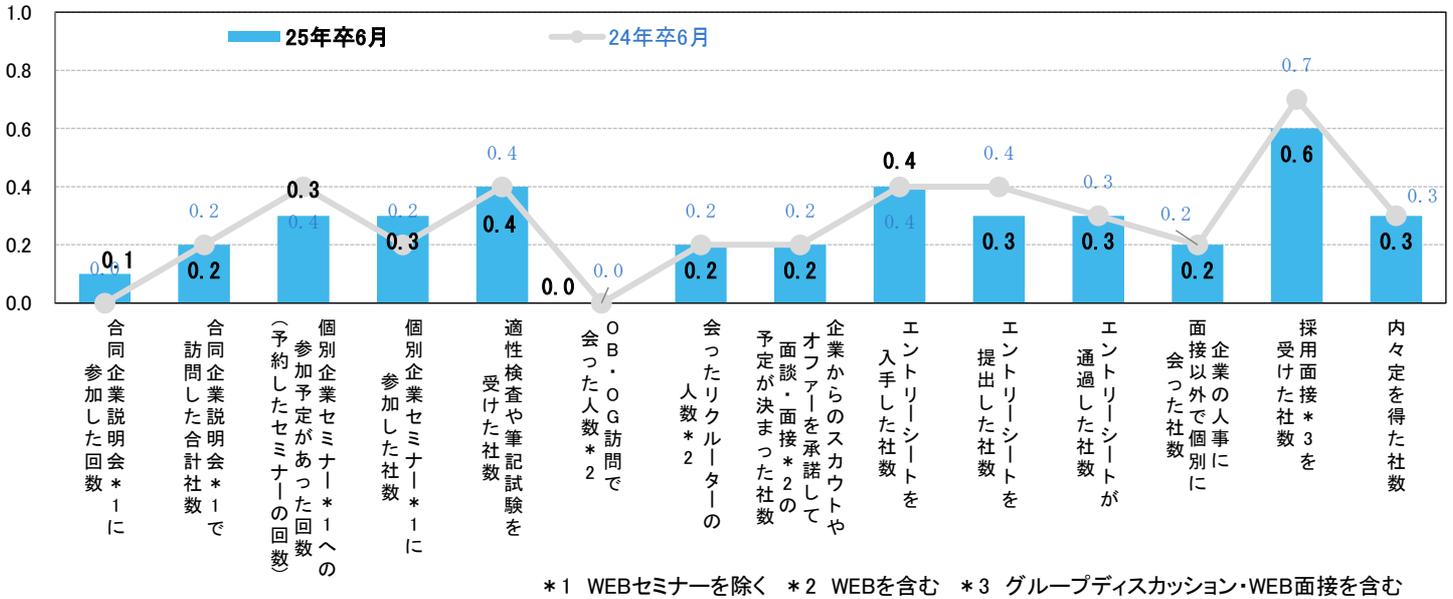
■2: エントリー状況、セミナー参加やエントリーシート提出状況、就活費用

6月までのエントリー社数、個別企業セミナー参加社数、採用面接を受けた社数の平均について前年同月と比較すると、2月までの社数は前年より増加しているが、以降の3、4、5、6月については前年より減少している。社数の累計についてみると、およそ前年と同程度の活動量となるようだ。

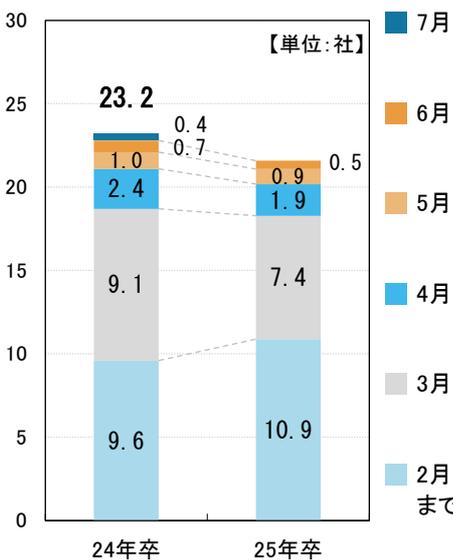
6月平均エントリー社数



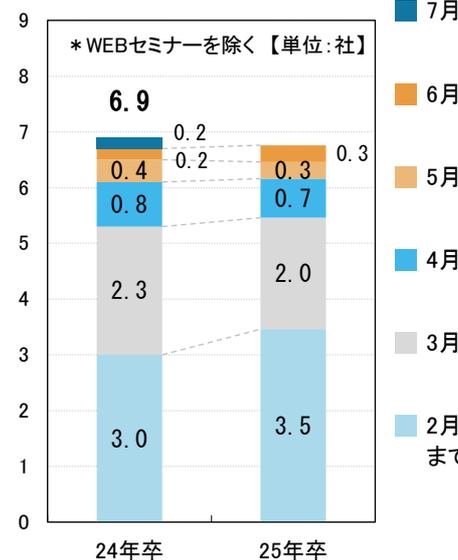
合同企業説明会、個別企業セミナーの参加社数、適性検査受検社数、エントリーシート提出社数（平均）



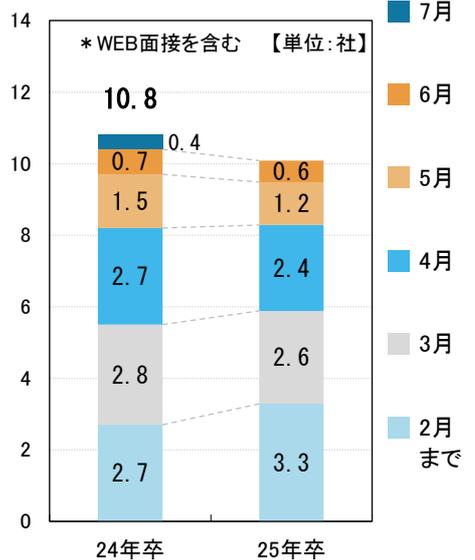
エントリー社数平均累計



個別企業セミナー参加社数平均累計

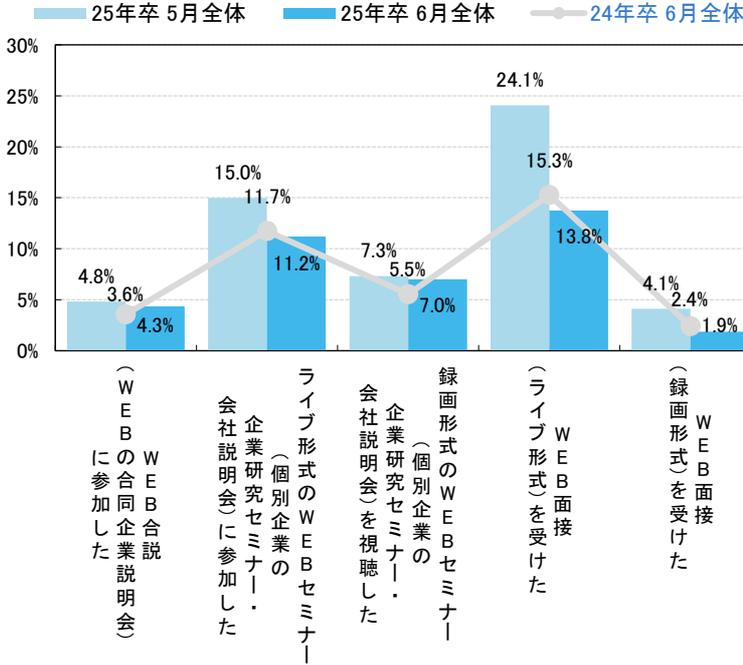


採用面接を受けた社数平均累計

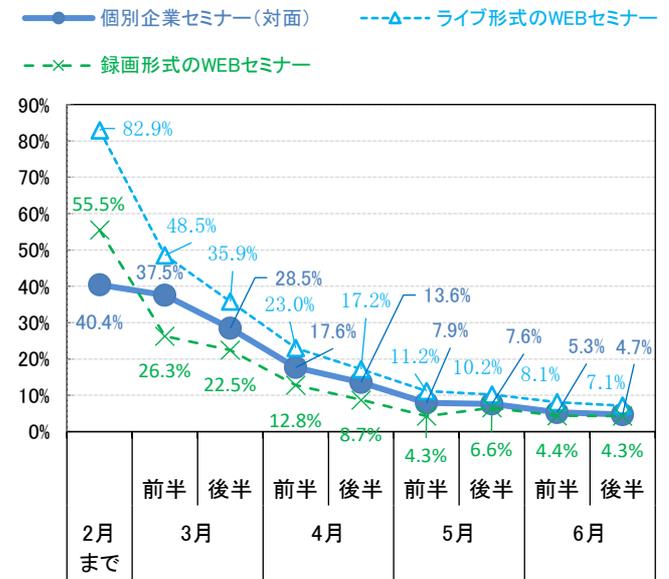


6月のWEB上の活動は、WEB合説やWEB面接など、すべての活動で対前月で減少した。特に減少が大きかったのは「WEB面接（ライブ形式）を受けた（13.8%）」で、対前月10.3pt減となった。  
 「ライブ形式のWEBセミナー参加社数平均累計」「録画形式のWEBセミナー参加社数平均累計」「WEB面接を受けた社数平均累計」は6月までの累計でいずれも前年を下回る進捗となっている。

6月のWEB上での活動状況

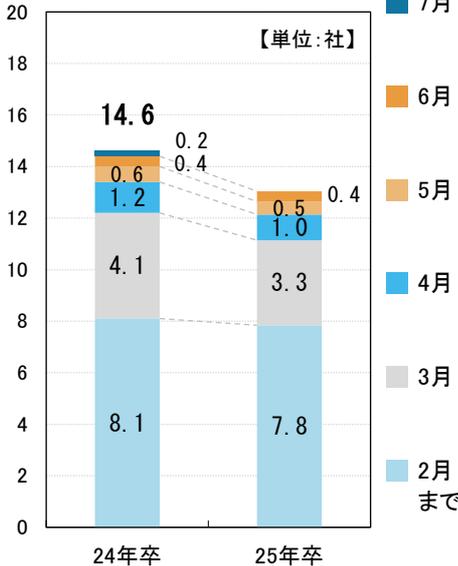


個別企業セミナー参加・視聴割合・半月ごとの推移

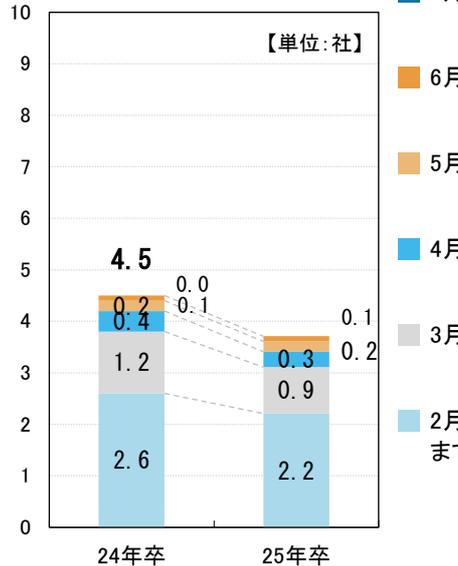


	25年卒			24年卒【参考】<前年>			<前々年> <前月>	
	6月全体	6月前半	6月後半	6月全体	6月前半	6月後半	23年卒 6月全体	25年卒 5月全体
WEB合説（WEBの合同企業説明会）に参加した	3.3%	2.3%	4.3%	3.6%	3.0%	1.4%	4.2%	4.8%
ライブ形式のWEBセミナー（個別企業の企業研究セミナー・会社説明会）に参加した	8.1%	7.1%	11.2%	11.7%	8.2%	8.3%	12.1%	15.0%
録画形式のWEBセミナー（個別企業の企業研究セミナー・会社説明会）を視聴した	4.4%	4.3%	7.0%	5.5%	3.5%	3.5%	7.4%	7.3%
WEB面接（ライブ形式）を受けた	12.1%	6.4%	13.8%	15.3%	11.6%	7.8%	20.5%	24.1%
WEB面接（録画形式）を受けた	1.5%	1.0%	1.9%	2.4%	1.3%	1.2%	2.4%	4.1%

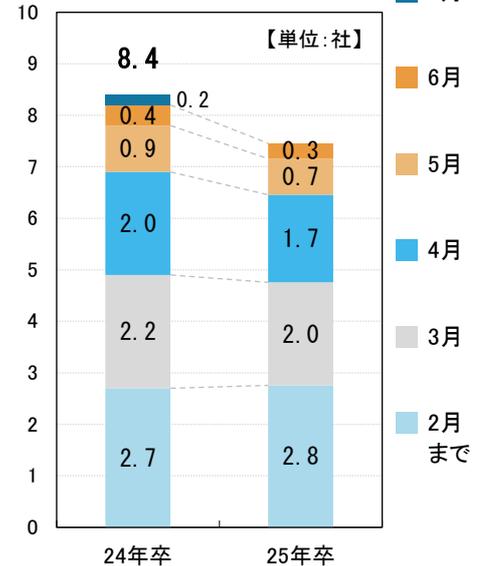
ライブ形式のWEBセミナー参加社数平均累計



録画形式のWEBセミナー視聴社数平均累計



WEB面接を受けた社数平均累計

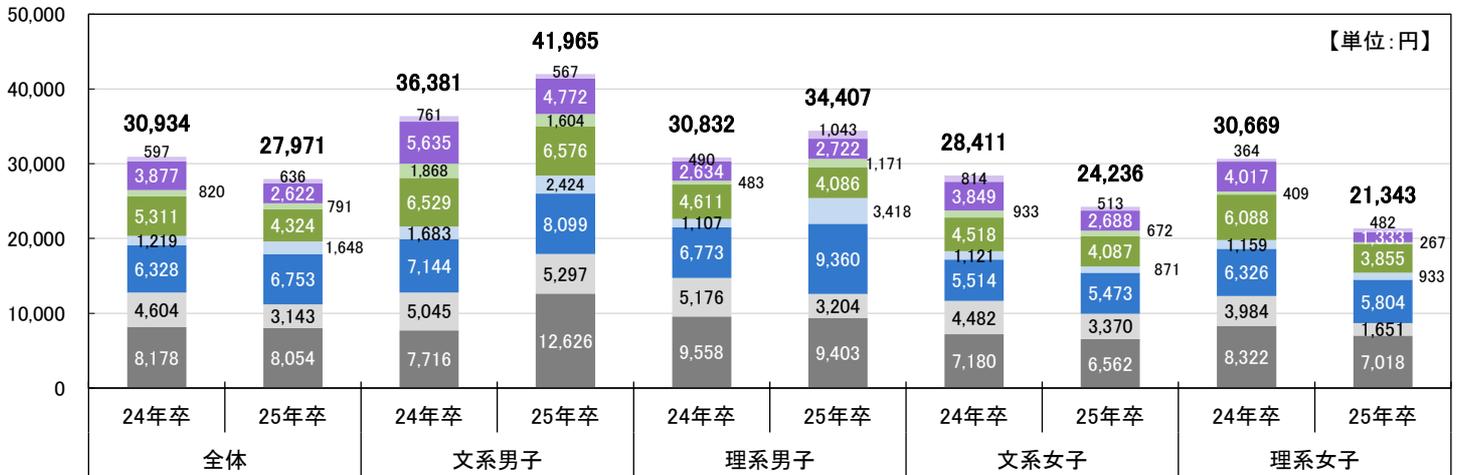


6月までにかかった就活費用の累計額は2万7,971円（前年同月比2,963pt減）で2年連続で減少した。地域別でみると「関東」が最も少なく、「その他」が最も多いのは前年同様の結果であるが、いずれの地域でも金額は減少しており、全国的な傾向であると言える。応募した企業からの交通費や宿泊費を支給されたことのある割合は67.9%で対前年で8.5pt増加した。1社あたりの支給金額の平均は16,010円（対前年44pt増）で前年とほとんど同額であるが、これまでに支給された合計社数の平均は2.7社と前年の2.5社から0.2pt増加した。その結果、支給された合計金額の平均は43,031円と、対前年で3,572pt増加した。就職活動にかかった費用が減少し、企業からの支給が増えていることから、1人当たりの学生の就活費負担は軽減されたことが推測される。

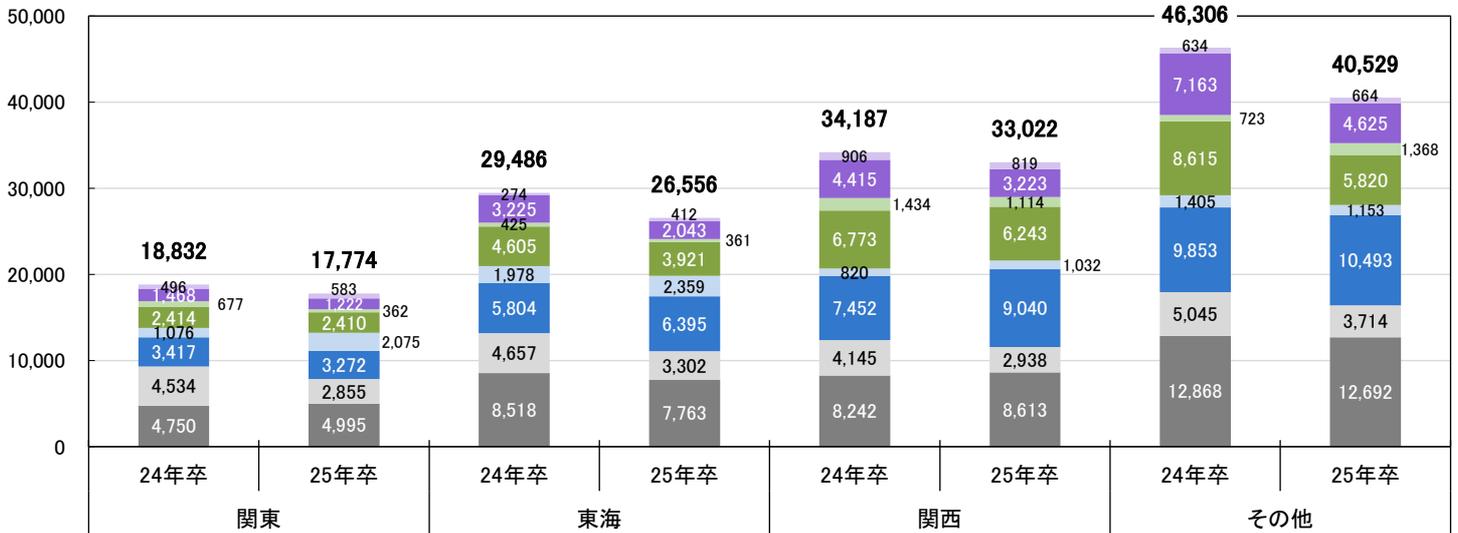
3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・文理男女別前年同月比）

■ 3月の交通費・宿泊費    ■ 3月のその他（スーツや書籍など）    ■ 4月の交通費・宿泊費    ■ 4月のその他（スーツや書籍など）  
■ 5月の交通費・宿泊費    ■ 5月のその他（スーツや書籍など）    ■ 6月の交通費・宿泊費    ■ 6月のその他（スーツや書籍など）

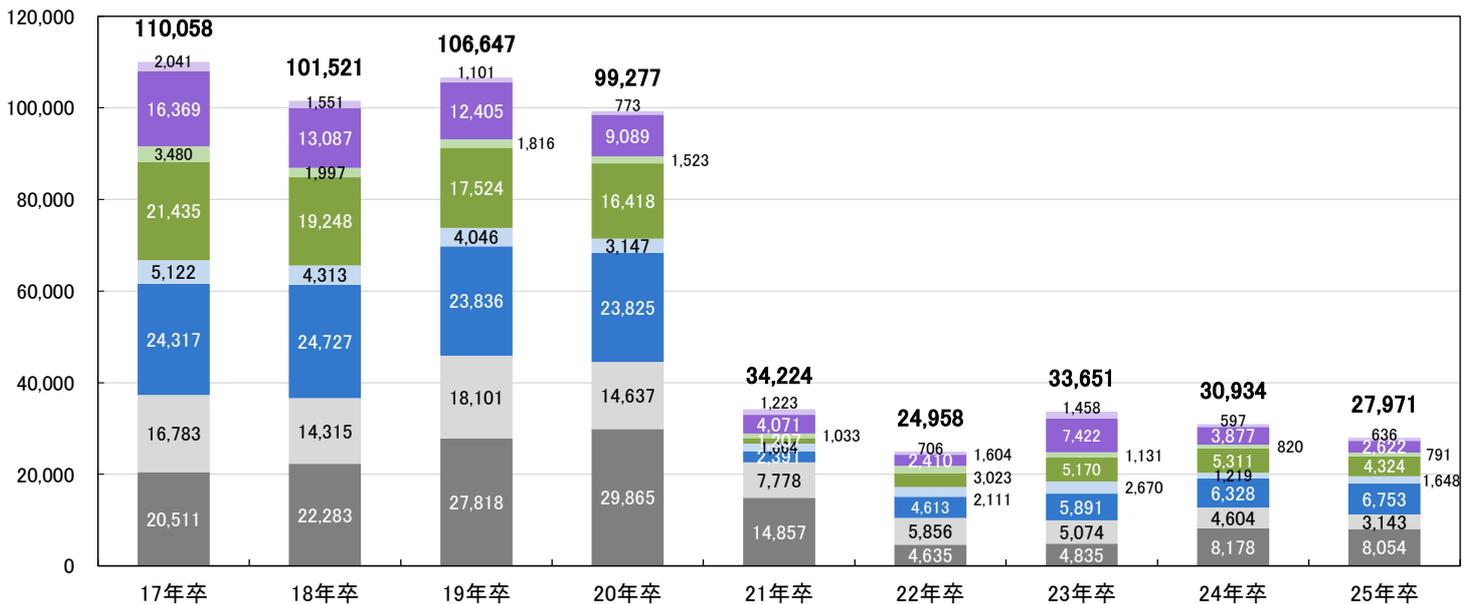
25年卒3月+4月+5月+6月全体合計 27,971円



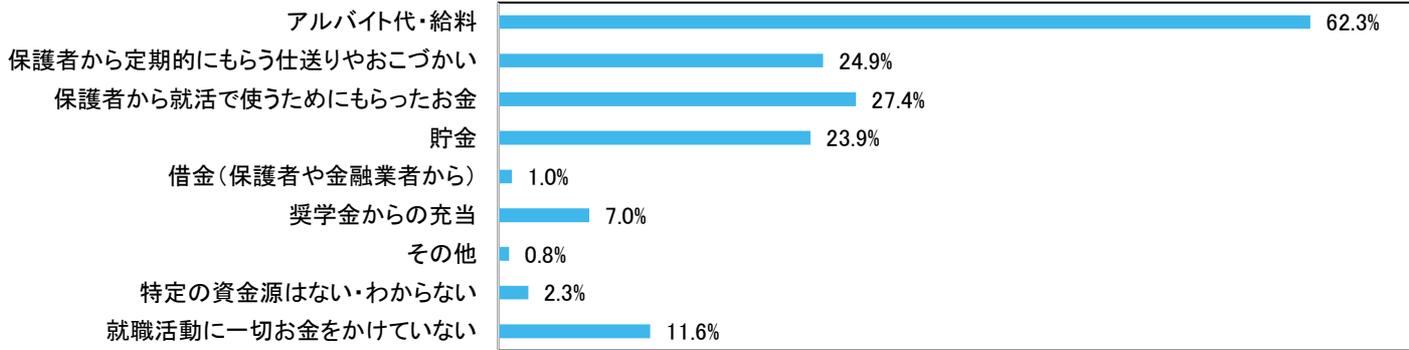
3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・地域別前年同月比）



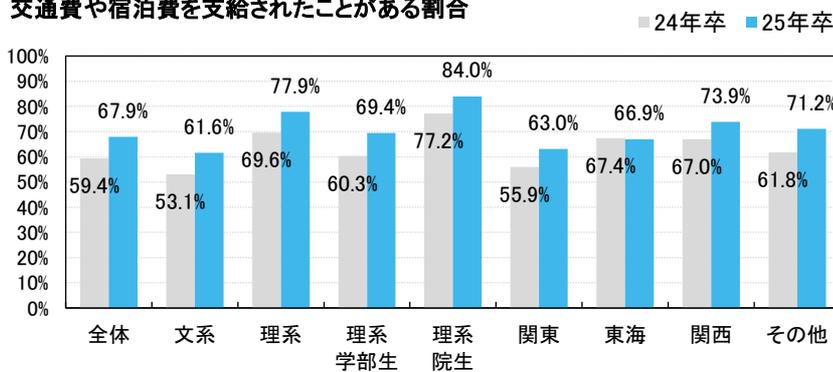
3月・4月・5月・6月の就活費用（平均・経年変化）



これまでに就職活動にかかったお金の検出方法

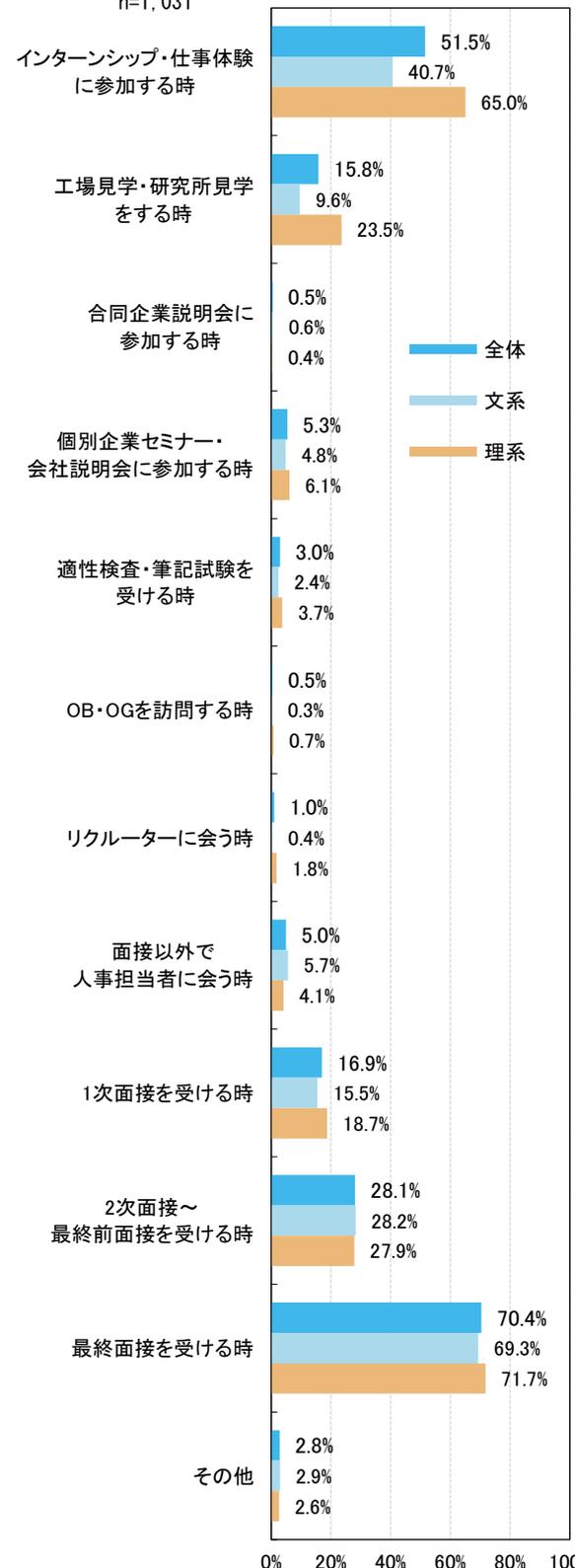


これまでの就職活動で、応募した企業から内々定を得る前に交通費や宿泊費を支給されたことがある割合

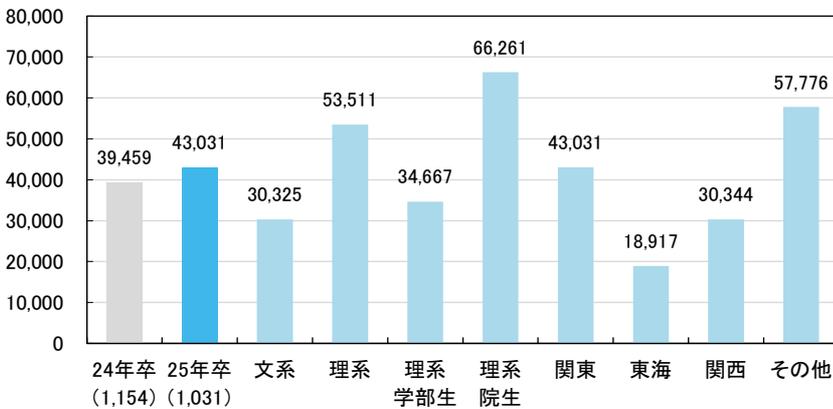


企業から内々定を得る前に支給された交通費や宿泊費はどのような機会に支給されたものか【複数回答】

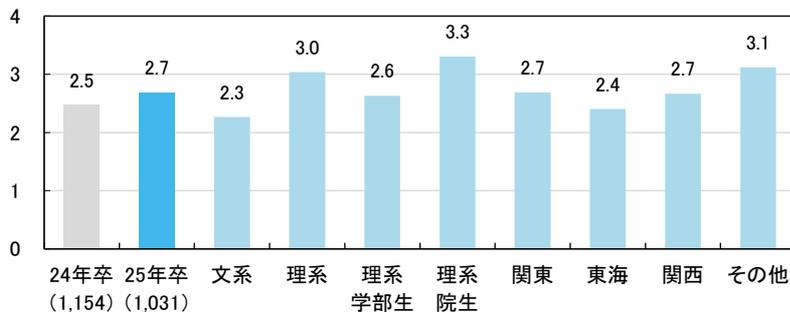
n=1,031



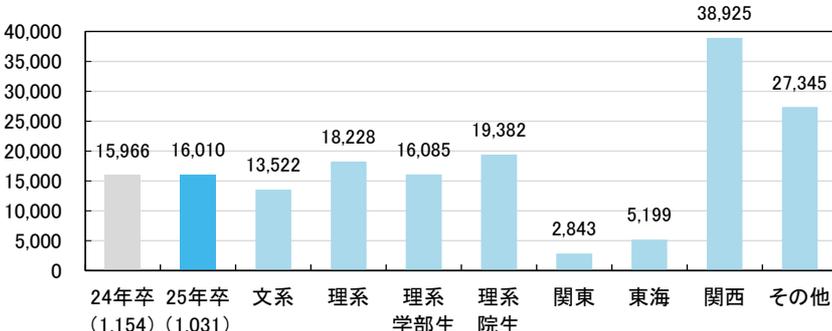
企業から交通費や宿泊費を支給されたことがある人 これまでに支給された金額合計・平均【単位：円】



何社から支給されたか・平均【単位：社】



1社あたりの支給金額 (=総支給金額/総支給社数) n=1,154【単位：円】

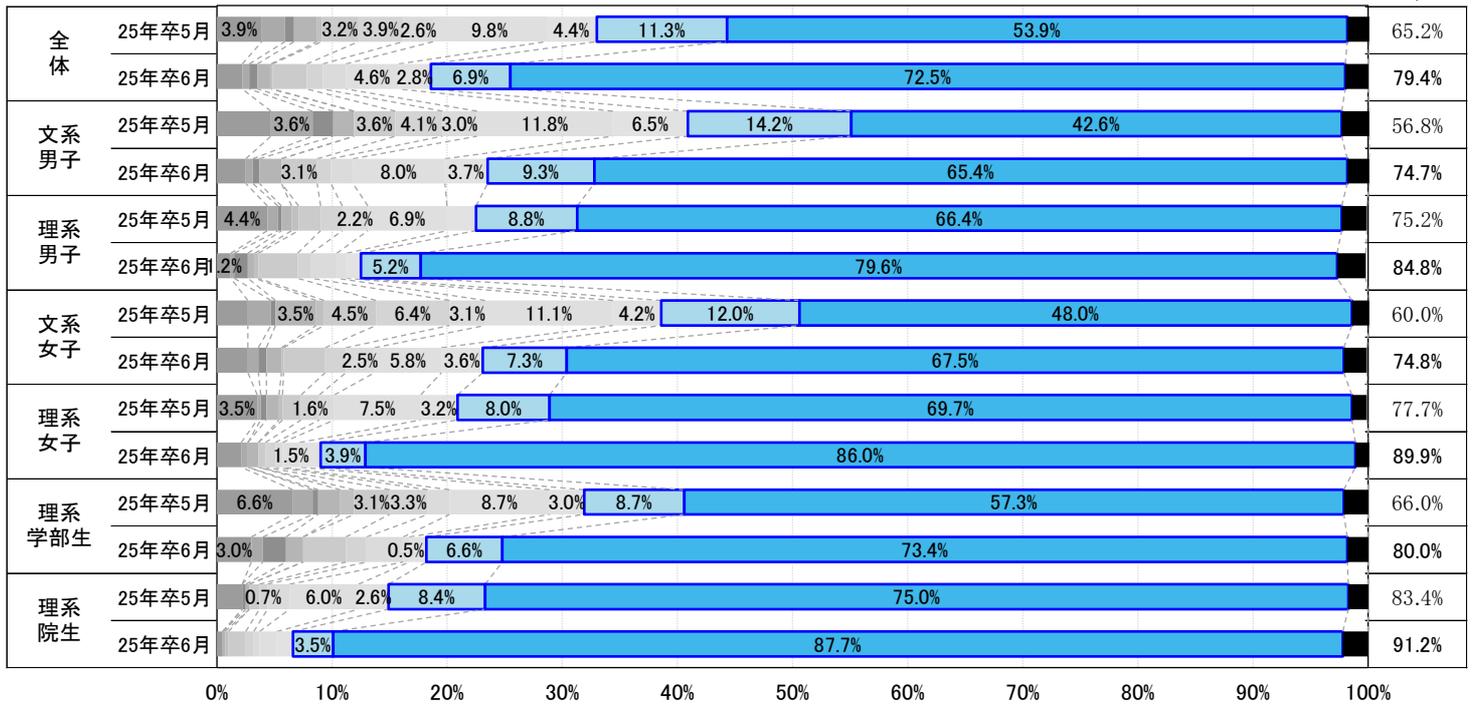


現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況について聞いたところ、「入社することを伝えて就職活動を終了した」のは72.5%（対前月18.6pt増、対前年0.3pt減）となった。内々定以降の段階は79.4%（対前月14.2pt増、対前年0.9pt増）で、約8割の学生が第一志望企業からの内々定を得ている結果となった。

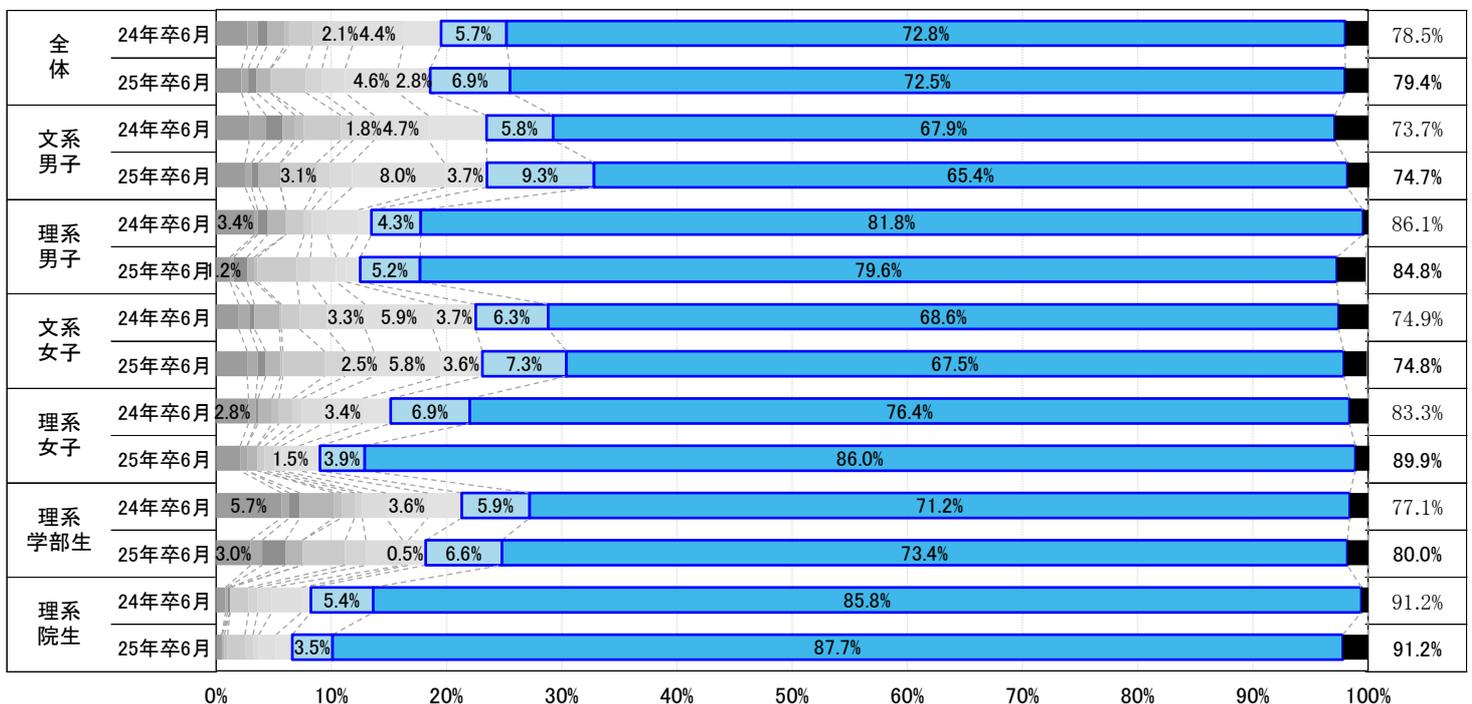
現時点での第一志望企業の就職活動進捗状況 n=1,373

- まだエントリーしていない
- 合同企業説明会で話を聞いた
- 人事担当者面接以外で個別に会った
- エントリーシートが通過した
- 1次面接を通過～最終面接前
- その他
- 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
- 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
- 内々定以降の段階

※前月比較



※前年同月比較



■3:現在の志望業種について

現在の第一志望の業種を聞くと、昨年に引き続き、全体、文理男女区分の全てで、「ソフトウェア・情報処理・ネット関連」が1位となった。特に文系男子では志望割合が最も増加し、対前年で2.8pt増加した。また全体のランキングでは2位が「官公庁・公社・団体(6.6%)」、3位が「銀行・証券・信用金庫(5.1%)」となった。  
 例年人気の高った「食品・農林・水産(3.9%)」は上位ではあるものの、全体のTOP5にはランクインせず、また、全体、文系、理系の全てで、回答率が下がる結果となった。

6月時点での第一志望の業種

※上位5位までに色塗り

	25年卒6月						24年卒6月		
	全体	文系男子	理系男子	文系女子	理系女子	文系	理系	文系	理系
回答数(n)	1,507	186	351	602	368	788	719	877	1,004
建設・設備工事	3.2%	2.7%	5.4%	1.7%	3.8%	2.2%	4.8%	2.3%	5.0%
住宅・インテリア	1.0%	0.0%	1.1%	1.5%	1.6%	0.7%	1.3%	1.0%	1.2%
食品・農林・水産	3.9%	3.8%	3.4%	2.2%	9.2%	3.0%	5.5%	4.0%	7.7%
アパレル・服飾関連	0.4%	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	0.7%	0.0%	0.6%	0.0%
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	3.3%	1.1%	5.1%	1.5%	8.7%	1.3%	6.4%	1.4%	7.6%
薬品・化粧品	3.1%	0.0%	4.8%	1.0%	11.4%	0.5%	7.2%	0.5%	6.9%
鉄鋼・金属・鉱業	1.1%	0.5%	2.8%	0.5%	0.8%	0.5%	2.1%	0.5%	0.8%
機械・プラント	4.0%	2.7%	9.1%	1.7%	3.0%	2.2%	6.9%	1.4%	4.4%
電子・電気機器	4.1%	1.6%	11.1%	1.2%	3.3%	1.4%	8.3%	1.0%	6.0%
自動車・輸送用機器	2.5%	1.1%	5.4%	1.5%	2.7%	1.3%	4.4%	1.1%	5.6%
精密・医療機器	2.2%	1.1%	3.4%	1.5%	3.8%	1.3%	3.6%	0.3%	2.9%
印刷・事務機器・日用品	1.1%	0.5%	1.4%	1.5%	0.8%	1.0%	1.2%	1.0%	1.4%
スポーツ・玩具・ゲーム製品	0.5%	0.0%	0.9%	0.8%	0.5%	0.4%	0.7%	0.9%	0.4%
その他メーカー	0.6%	0.5%	0.3%	0.8%	0.8%	0.7%	0.5%	0.9%	0.5%
総合商社	0.7%	1.1%	0.6%	0.5%	0.3%	0.8%	0.5%	0.5%	0.1%
専門商社	0.9%	0.5%	0.0%	2.2%	0.5%	1.3%	0.2%	2.4%	0.2%
百貨店・スーパー・コンビニ	0.5%	0.0%	0.3%	1.2%	0.3%	0.6%	0.3%	1.5%	0.3%
専門店	0.8%	1.1%	0.0%	1.5%	0.0%	1.3%	0.0%	1.1%	0.1%
銀行・証券・信用金庫	5.1%	8.6%	2.0%	5.6%	1.6%	7.1%	1.9%	6.5%	1.0%
クレジット・信販・リース・その他金融	1.7%	3.2%	0.3%	2.0%	0.3%	2.6%	0.3%	1.4%	0.3%
生保・損保	0.9%	1.6%	0.0%	1.3%	0.0%	1.5%	0.0%	2.8%	0.4%
放送・新聞・出版	2.0%	2.2%	1.4%	3.0%	0.8%	2.6%	1.2%	3.3%	0.8%
広告・芸能	0.9%	0.5%	0.0%	2.2%	0.5%	1.3%	0.2%	2.5%	0.3%
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	14.0%	18.8%	13.1%	11.3%	11.1%	15.1%	12.4%	14.2%	14.1%
ゲームソフト	0.2%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.6%	0.7%
通信	1.9%	2.7%	2.0%	1.5%	0.8%	2.1%	1.6%	1.3%	1.6%
鉄道・航空	3.3%	3.8%	3.1%	3.7%	1.6%	3.7%	2.6%	2.9%	3.2%
陸運・海運・物流	1.5%	1.6%	0.3%	2.7%	0.5%	2.1%	0.4%	2.6%	0.4%
電力・ガス・エネルギー	1.1%	0.5%	3.1%	0.3%	0.5%	0.4%	2.2%	1.1%	1.9%
不動産	1.4%	2.2%	0.3%	2.0%	0.3%	2.1%	0.3%	1.3%	0.8%
給食・フードサービス	0.6%	1.1%	0.0%	0.3%	1.1%	0.7%	0.4%	0.4%	0.3%
ホテル・旅行	1.6%	1.6%	0.0%	3.7%	0.0%	2.6%	0.0%	2.0%	0.0%
医療・調剤薬局	2.5%	0.0%	2.8%	1.3%	10.3%	0.7%	5.5%	1.5%	6.8%
介護・福祉サービス	0.5%	0.5%	0.0%	1.2%	0.0%	0.8%	0.0%	0.8%	0.0%
アミューズメント・レジャー	0.7%	1.1%	0.3%	1.0%	0.3%	1.0%	0.3%	0.8%	0.4%
コンサルティング・調査	2.0%	0.5%	3.4%	2.3%	1.9%	1.4%	2.9%	2.4%	3.0%
人材サービス(派遣・紹介)	1.6%	2.2%	0.3%	2.5%	0.5%	2.3%	0.4%	2.6%	0.3%
教育	2.2%	3.8%	0.3%	2.8%	1.1%	3.3%	0.6%	1.3%	0.3%
エステ・理美容・フィットネス	0.1%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%
冠婚葬祭	0.2%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.3%	0.1%
その他サービス	0.8%	0.5%	0.9%	1.2%	0.3%	0.8%	0.6%	1.9%	0.5%
官公庁・公社・団体	6.6%	9.7%	2.3%	7.3%	6.0%	8.5%	3.6%	9.5%	3.9%
特定の業種を志望していない	12.7%	15.1%	8.0%	16.1%	8.4%	15.6%	8.1%	13.3%	7.7%

前年6月との比較増減

※四捨五入前の値で増減を算出したものを  
小数点第二位で四捨五入

	25年卒6月 ※0.5pt以上の増減に色塗り						
	全体	文系 男子	理系 男子	文系 女子	理系 女子	文系	理系
建設・設備工事	-0.1pt	+0.0pt	+0.1pt	-0.2pt	-0.5pt	-0.1pt	-0.1pt
住宅・インテリア	-0.1pt	-0.3pt	-0.3pt	-0.2pt	+1.1pt	-0.3pt	+0.2pt
食品・農林・水産	-1.5pt	+0.1pt	-2.5pt	-2.2pt	-1.6pt	-1.0pt	-2.2pt
アパレル・服飾関連	+0.0pt	-0.3pt	±0.0pt	+0.5pt	±0.0pt	+0.1pt	±0.0pt
繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	-0.5pt	-0.6pt	-3.8pt	+0.5pt	+3.4pt	-0.1pt	-1.2pt
薬品・化粧品	+0.1pt	-0.7pt	+0.4pt	+0.7pt	-0.0pt	-0.0pt	+0.2pt
鉄鋼・金属・鉱業	+0.5pt	+0.2pt	+1.8pt	-0.2pt	+0.4pt	+0.0pt	+1.3pt
機械・プラント	+1.5pt	+0.7pt	+3.8pt	+0.8pt	+0.4pt	+0.7pt	+2.6pt
電子・電気機器	+1.1pt	+0.9pt	+3.7pt	-0.2pt	-0.1pt	+0.4pt	+2.3pt
自動車・輸送用機器	-0.3pt	-0.3pt	-2.2pt	+0.6pt	+0.8pt	+0.2pt	-1.1pt
精密・医療機器	+0.9pt	+1.1pt	+0.7pt	+1.0pt	+0.6pt	+1.0pt	+0.6pt
印刷・事務機器・日用品	-0.1pt	-0.5pt	-0.3pt	+0.5pt	-0.1pt	-0.0pt	-0.2pt
スポーツ・玩具・ゲーム製品	-0.2pt	-1.0pt	+0.4pt	-0.0pt	+0.2pt	-0.5pt	+0.3pt
その他メーカー	-0.2pt	-0.8pt	-0.4pt	+0.3pt	+0.4pt	-0.2pt	-0.1pt
総合商社	+0.3pt	+0.7pt	+0.6pt	-0.2pt	-0.1pt	+0.3pt	+0.3pt
専門商社	-0.6pt	-2.1pt	±0.0pt	+0.1pt	-0.0pt	-1.0pt	-0.0pt
百貨店・スーパー・コンビニ	-0.6pt	-2.0pt	+0.1pt	+0.1pt	-0.3pt	-0.9pt	-0.1pt
専門店	+0.1pt	-0.3pt	±0.0pt	+0.6pt	-0.2pt	+0.2pt	-0.1pt
銀行・証券・信用金庫	+0.7pt	+2.6pt	+0.9pt	-1.3pt	+0.9pt	+0.7pt	+0.9pt
クレジット・信販・リース・その他金融	+0.8pt	+1.6pt	-0.1pt	+1.0pt	+0.3pt	+1.3pt	+0.0pt
生保・損保	-1.0pt	-1.7pt	-0.4pt	-0.9pt	-0.4pt	-1.3pt	-0.4pt
放送・新聞・出版	-0.3pt	-0.8pt	+0.8pt	-0.6pt	-0.3pt	-0.7pt	+0.4pt
広告・芸能	-0.7pt	-0.8pt	-0.2pt	-1.5pt	+0.2pt	-1.1pt	-0.1pt
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	-0.2pt	+2.8pt	-2.0pt	-1.2pt	-1.2pt	+0.8pt	-1.7pt
ゲームソフト	-0.4pt	-1.0pt	+0.0pt	-0.2pt	-0.4pt	-0.6pt	-0.1pt
通信	+0.5pt	+2.0pt	-0.1pt	-0.4pt	+0.3pt	+0.8pt	+0.0pt
鉄道・航空	+0.3pt	+0.4pt	-0.9pt	+1.2pt	-0.1pt	+0.8pt	-0.6pt
陸運・海運・物流	-0.3pt	-1.7pt	-0.4pt	+0.8pt	+0.5pt	-0.5pt	-0.0pt
電力・ガス・エネルギー	-0.3pt	-0.8pt	+0.6pt	-0.5pt	-0.2pt	-0.7pt	+0.3pt
不動産	+0.3pt	+1.2pt	-0.8pt	+0.4pt	-0.1pt	+0.8pt	-0.5pt
給食・フードサービス	+0.2pt	+0.7pt	-0.2pt	-0.2pt	+0.7pt	+0.3pt	+0.1pt
ホテル・旅行	+0.4pt	-0.7pt	±0.0pt	+1.9pt	±0.0pt	+0.6pt	±0.0pt
医療・調剤薬局	-1.0pt	-1.0pt	-0.5pt	-0.6pt	-2.6pt	-0.8pt	-1.3pt
介護・福祉サービス	+0.0pt	+0.5pt	±0.0pt	-0.4pt	±0.0pt	+0.1pt	±0.0pt
アミューズメント・レジャー	+0.1pt	+0.1pt	-0.1pt	+0.5pt	-0.1pt	+0.3pt	-0.1pt
コンサルティング・調査	-0.7pt	-3.1pt	+0.0pt	+1.1pt	-0.3pt	-1.0pt	-0.1pt
人材サービス(派遣・紹介)	-0.2pt	+0.2pt	-0.1pt	-0.8pt	+0.4pt	-0.3pt	+0.0pt
教育	+1.4pt	+2.1pt	+0.1pt	+2.0pt	+0.7pt	+2.0pt	+0.3pt
エステ・理美容・フィットネス	-0.1pt	±0.0pt	-0.2pt	-0.4pt	+0.3pt	-0.2pt	-0.0pt
冠婚葬祭	-0.1pt	±0.0pt	±0.0pt	-0.0pt	-0.4pt	-0.0pt	-0.1pt
その他サービス	-0.6pt	-1.8pt	+0.4pt	-0.2pt	-0.3pt	-1.0pt	+0.2pt
官公庁・公社・団体	-0.8pt	+2.0pt	-0.1pt	-4.1pt	-0.8pt	-1.0pt	-0.3pt
特定の業種を志望していない	+1.6pt	+2.4pt	+1.4pt	+2.2pt	-1.3pt	+2.3pt	+0.4pt

志望割合が増えた業種・トップ5

志望割合が減った業種・トップ5

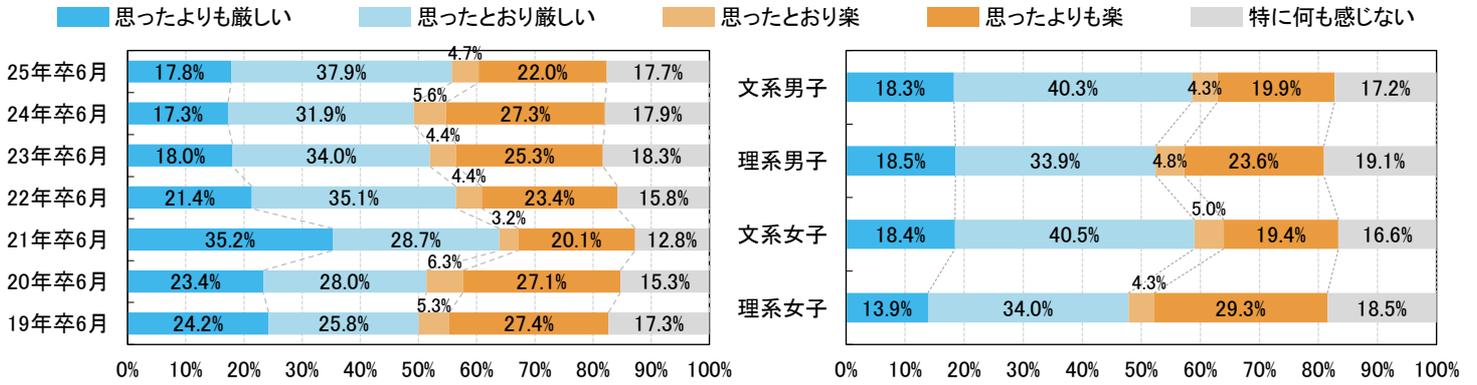
	文系男子	文系女子	文系男子	文系女子
ソフトウェア・情報処理・ネット関連	+2.8pt	教育	+2.0pt	コンサルティング・調査
銀行・証券・信用金庫	+2.6pt	ホテル・旅行	+1.9pt	専門商社
教育	+2.1pt	鉄道・航空	+1.2pt	百貨店・スーパー・コンビニ
通信	+2.0pt	コンサルティング・調査	+1.1pt	その他サービス
官公庁・公社・団体	+2.0pt	精密・医療機器	+1.0pt	生保・損保
				陸運・海運・物流

	理系男子	理系女子	理系男子	理系女子
機械・プラント	+3.8pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック	+3.4pt	繊維・化学・ゴム・ガラス・セラミック
電子・電気機器	+3.7pt	住宅・インテリア	+1.1pt	食品・農林・水産
鉄鋼・金属・鉱業	+1.8pt	銀行・証券・信用金庫	+0.9pt	自動車・輸送用機器
銀行・証券・信用金庫	+0.9pt	自動車・輸送用機器	+0.8pt	ソフトウェア・情報処理・ネット関連
放送・新聞・出版	+0.8pt	給食・フードサービス	+0.7pt	鉄道・航空
				医療・調剤薬局
				食品・農林・水産
				ソフトウェア・情報処理・ネット関連
				官公庁・公社・団体
				建設・設備工事

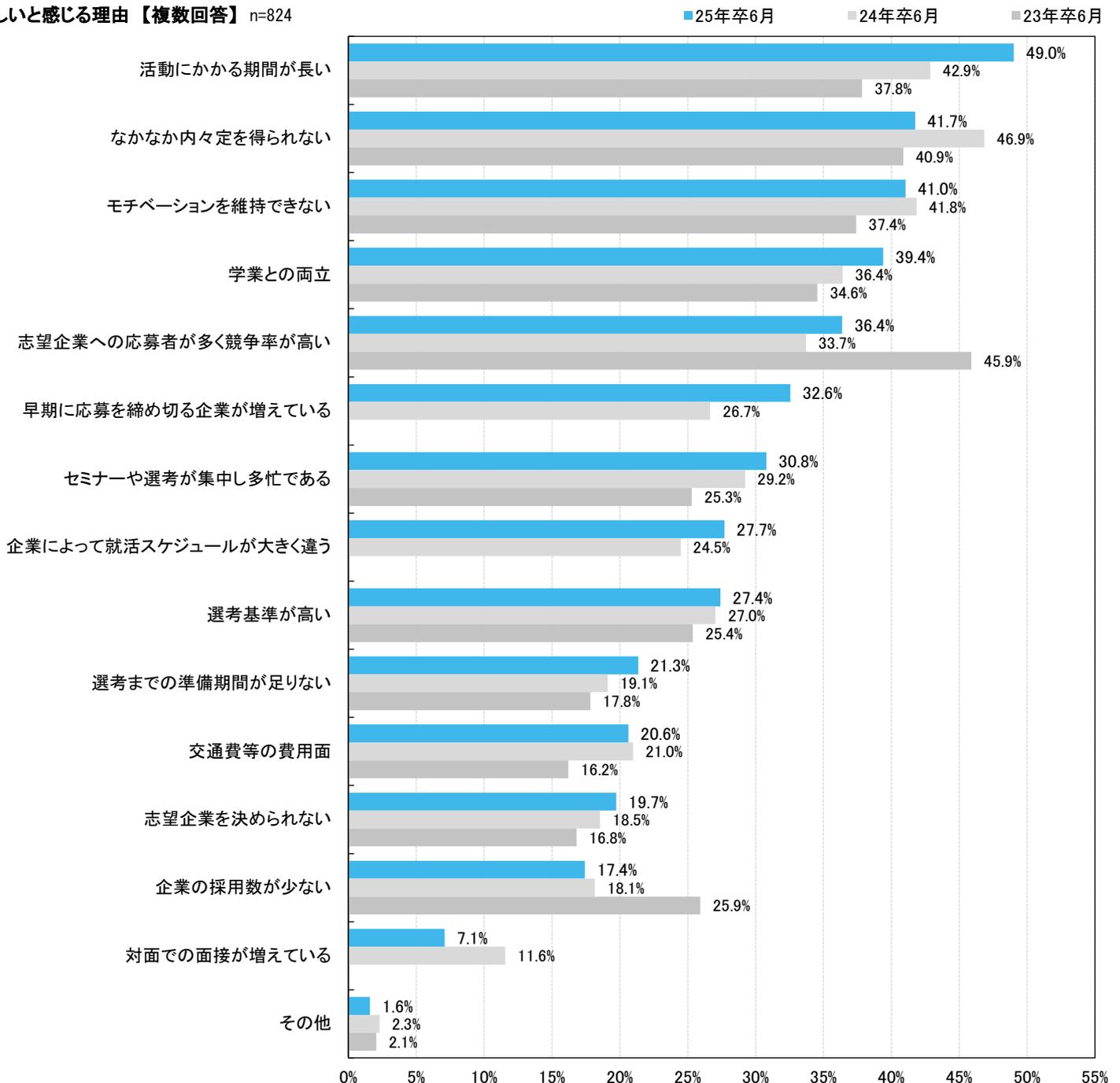
■4:就職活動の感触・就職観

活動開始時点と比較しての活動の感触について聞いたところ「思ったよりも厳しい」は17.8%（対前年0.5pt増）、「思ったとおり厳しい」は37.9%（対前年6.0pt増）でともに前年より増加した。「厳しい（思ったよりも+思ったとおり）」と回答した割合が55.7%と過半数を超える。  
 厳しいと感じる理由では「活動にかかる期間が長い」49.0%（対前年6.1pt増）が最も多く、回答者の割合も2年連続で増加した。

活動開始時点と比較して活動の感触は

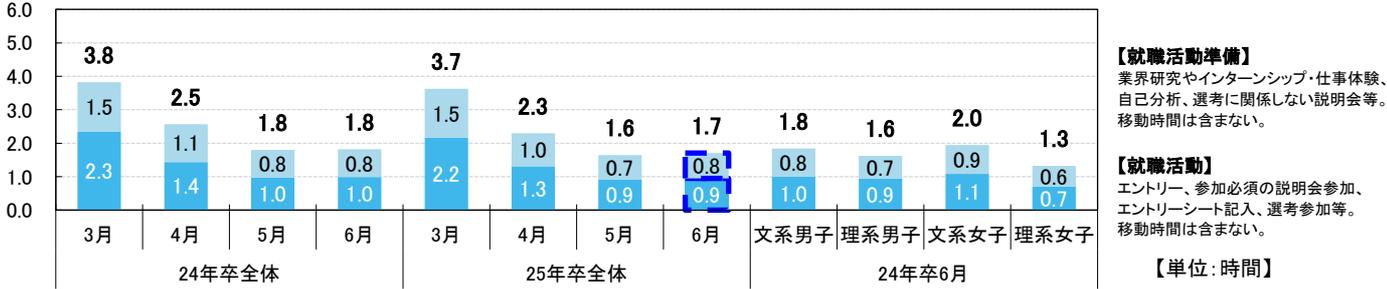


厳しいと感じる理由【複数回答】 n=824

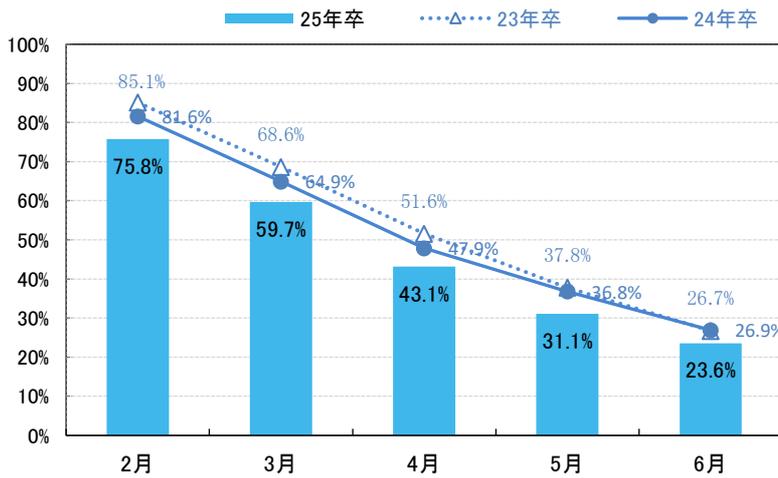


現時点で就職活動に不安がある学生の割合は23.6%（対前月7.5pt減、対前年3.3pt減）だった。不安の内容では「就職した後、きちんと務まるかどうか（44.3%、対前年1.6pt減）」の割合が前年に引き続き最も高く、入社先を決定して入社後のことを考えている学生が多いようだ。

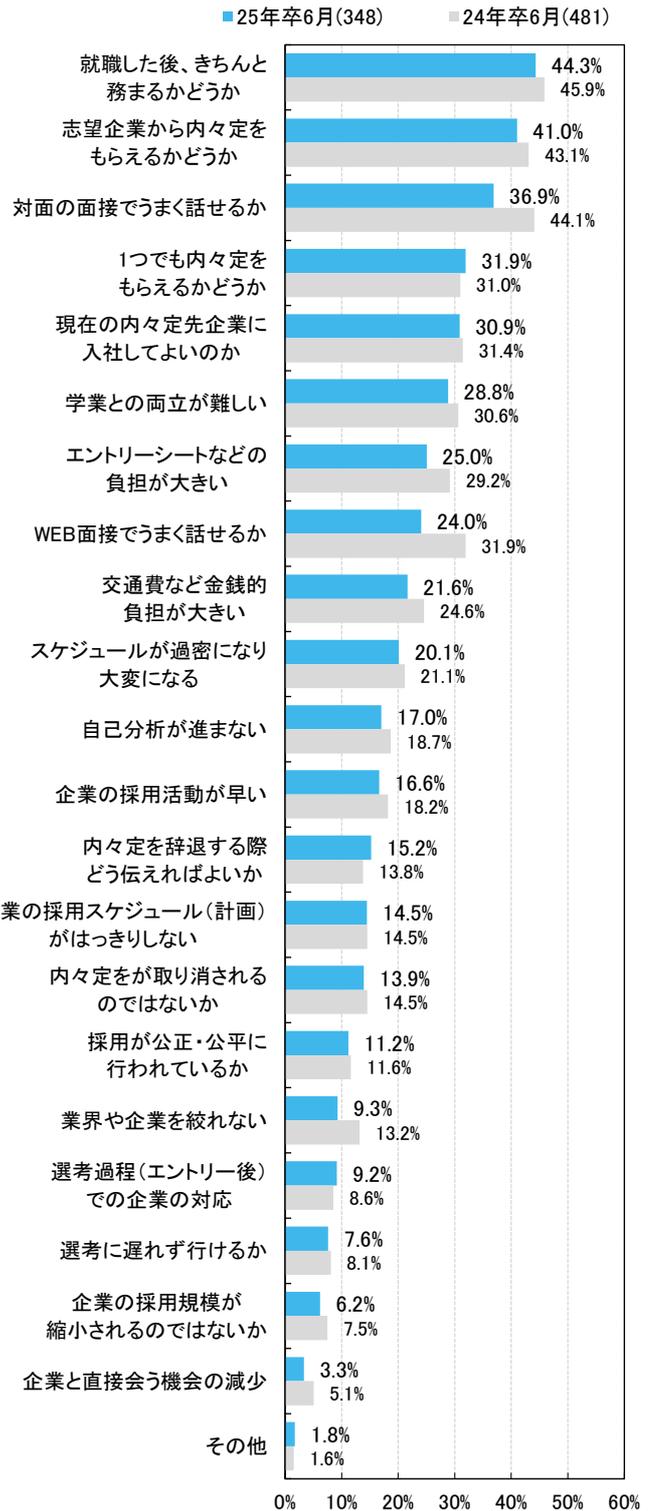
1日に費やしている時間の平均 ※グラフ上太数字は、2項目の和



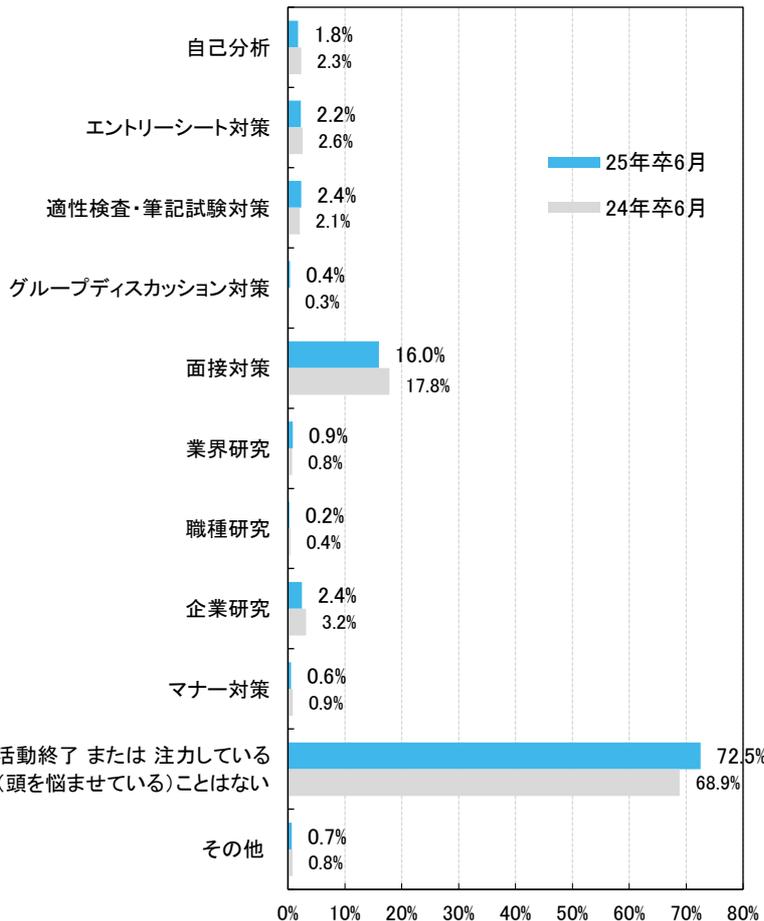
現時点で就職活動に不安がある学生の割合



就職活動に対して持っている不安の内容【複数回答】



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

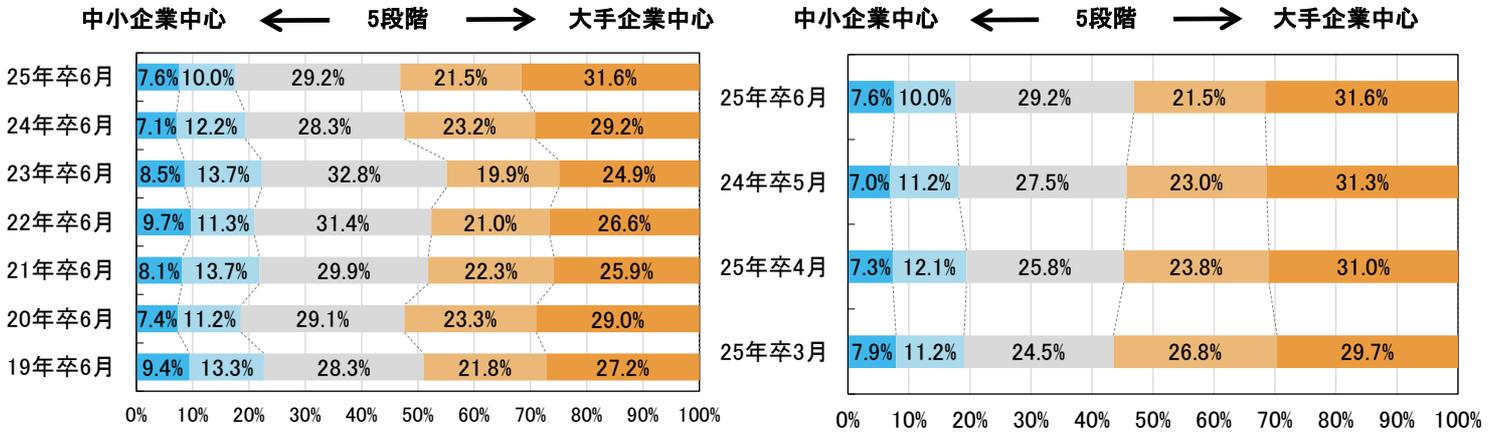


■5:企業選択のポイント

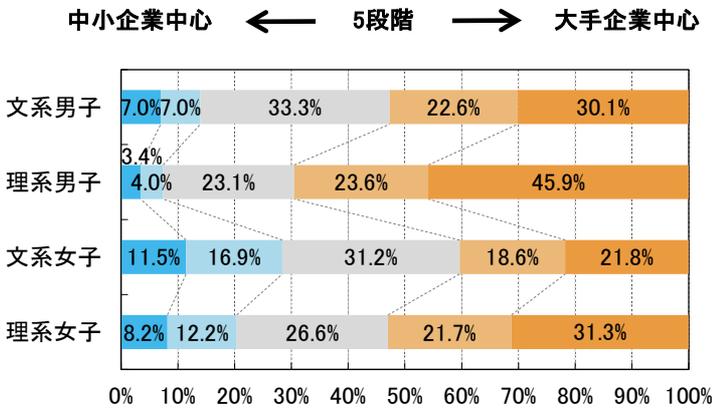
企業を選ぶとき注目するポイントを3つまで聞くと、「福利厚生制度が充実している（40.9%、対前年2.8pt増）」の割合が昨年に引き続き最も高かった。最下位は「SDGsに熱心に取り組んでいる（1.0%、対前年0.2pt増）」で、企業のSDGsに対する取り組みは、就職先選びにおいては福利厚生や給与など、自身の生活に直結する項目に比べ優先されにくい傾向がみられた。SDGsの12番目「つくる責任 つかう責任」の達成に向け、消費者庁などを中心に「エシカル消費」の普及・啓発の取り組みがなされている。こうしたことから、近年エシカルな取り組みを行う企業が増えていることを踏まえ、企業選びの際にエシカルな活動について注目しているか聞いたところ、「注目していない」が47.4%となった。一方で「地方創生（16.3%）」「省エネや再生可能エネルギーの利用（15.7%）」など、注目する項目を回答した合計は52.6%となり、約半数の学生がエシカルな活動に注目しているようだ。

現在の活動は

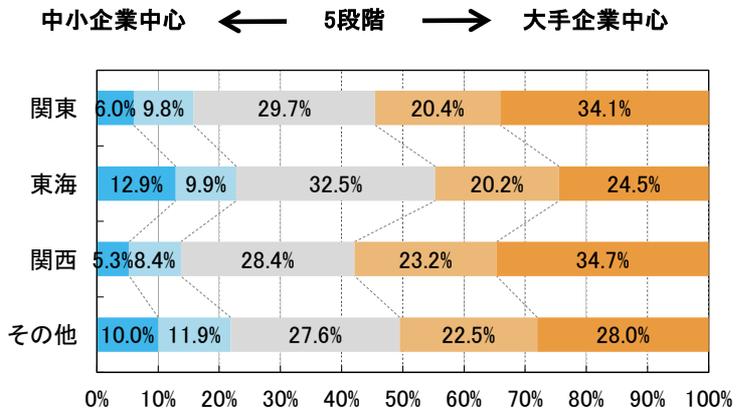
■ 中小企業中心 ■ どちらかといえば中小企業中心 ■ どちらともいえない ■ どちらかといえば大手企業中心 ■ 大手企業中心



《文理男女別》



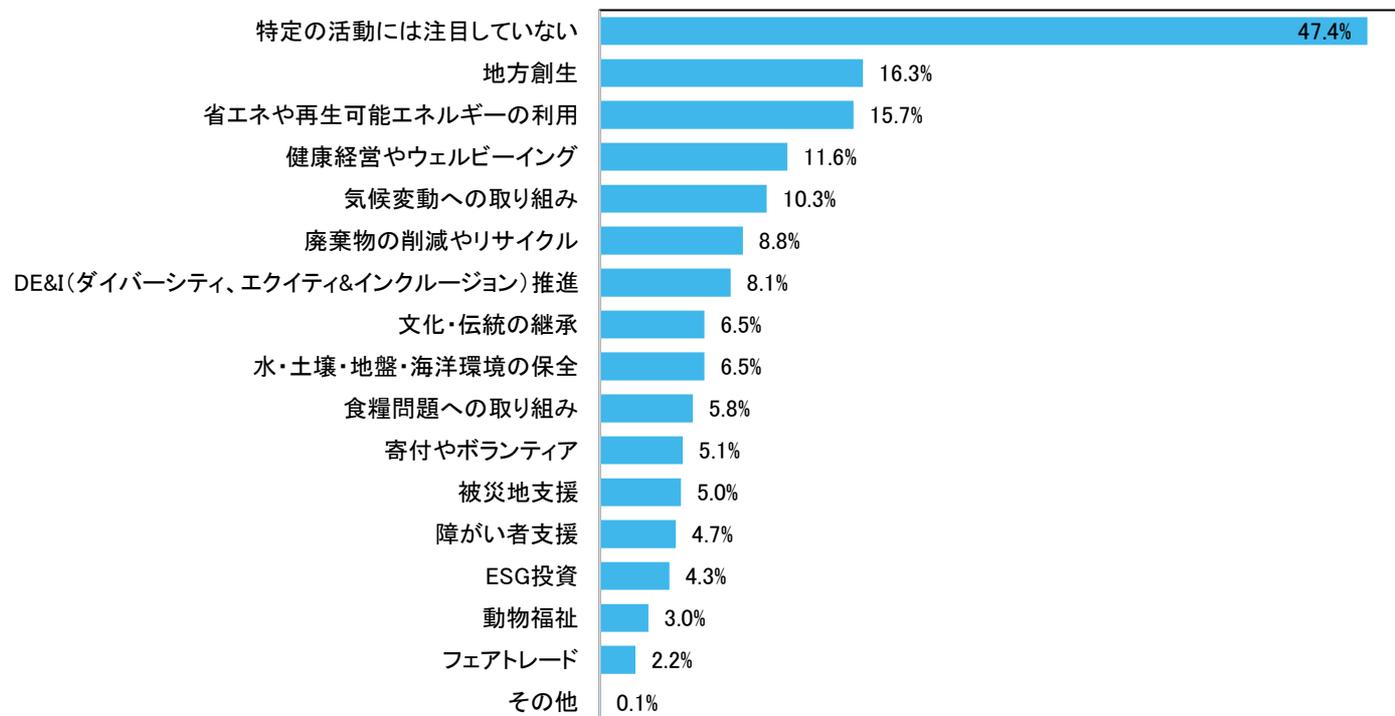
《エリア別》



企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント

	ベスト3まで選択					最も注目するポイント					
	順位	前年順位	前年同月比	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
福利厚生制度が充実している	1	1	+2.8pt	40.9%	40.3%	36.5%	43.4%	44.8%	3	3	12.2%
給与や賞与が高い	2	2	+1.6pt	37.0%	41.4%	44.7%	30.4%	28.0%	5	5	9.4%
社員の人間関係が良い	3	3	+0.1pt	34.8%	31.7%	26.8%	43.5%	37.0%	2	2	12.3%
自分が成長できる環境がある	4	4	-1.9pt	30.0%	30.6%	32.8%	26.6%	31.5%	1	1	13.0%
希望する勤務地で働ける	5	5	-0.7pt	29.9%	19.9%	25.6%	40.5%	36.1%	4	4	10.9%
企業経営が安定している	6	6	+0.8pt	23.6%	25.3%	21.4%	24.6%	21.5%	6	6	8.8%
社会貢献度が高い	7	7	-1.4pt	15.5%	19.9%	14.5%	13.6%	11.7%	7	7	7.0%
経営理念・企業理念に共感できる	8	8	-1.0pt	12.4%	17.2%	7.7%	12.3%	10.3%	9	8	4.2%
企業の成長性が見込める	9	9	-0.3pt	12.2%	13.4%	15.4%	9.1%	10.6%	10	10	4.2%
業界上位である	10	10	-1.0pt	11.1%	9.7%	18.8%	6.5%	10.3%	8	9	4.2%
社員が親身に対応してくれる	11	11	+0.5pt	10.1%	10.2%	6.8%	12.3%	10.6%	11	11	2.8%
技術力がある	12	12	+1.1pt	9.4%	5.9%	21.4%	2.3%	11.1%	13	13	2.7%
職種別採用がある	13	13	+0.1pt	7.1%	5.9%	8.0%	6.5%	9.2%	12	12	2.7%
平均勤続年数が高い	14	15	+0.4pt	6.5%	8.6%	6.6%	5.1%	4.6%	15	16	1.2%
仕事を任せてもらえる	15	14	-0.5pt	6.1%	8.6%	6.0%	4.3%	4.6%	14	15	1.9%
女性が活躍している	16	16	±0.0pt	4.7%	2.2%	0.0%	9.0%	9.5%	18	19	0.4%
国際的な仕事ができる	17	17	+0.4pt	4.3%	4.3%	3.1%	6.0%	2.7%	16	14	1.1%
社員の話に説得力があった	18	18	-0.4pt	2.0%	2.2%	1.4%	2.2%	2.2%	17	17	0.7%
商品企画力がある	19	19	-0.8pt	1.5%	1.6%	1.7%	0.7%	2.7%	19	18	0.4%
SDGsに熱心に取り組んでいる	20	20	+0.2pt	1.0%	1.1%	0.9%	1.2%	0.8%	20	20	0.1%

## 企業を選ぶときにエシカルな活動に注目しているか



■6:内々定保有者の活動状況

内々定を得ている人のうち入社予定先を決めている割合は86.4%（対前年0.6pt減）で、約9割と多くの学生が入社予定先を決定しているようだ。

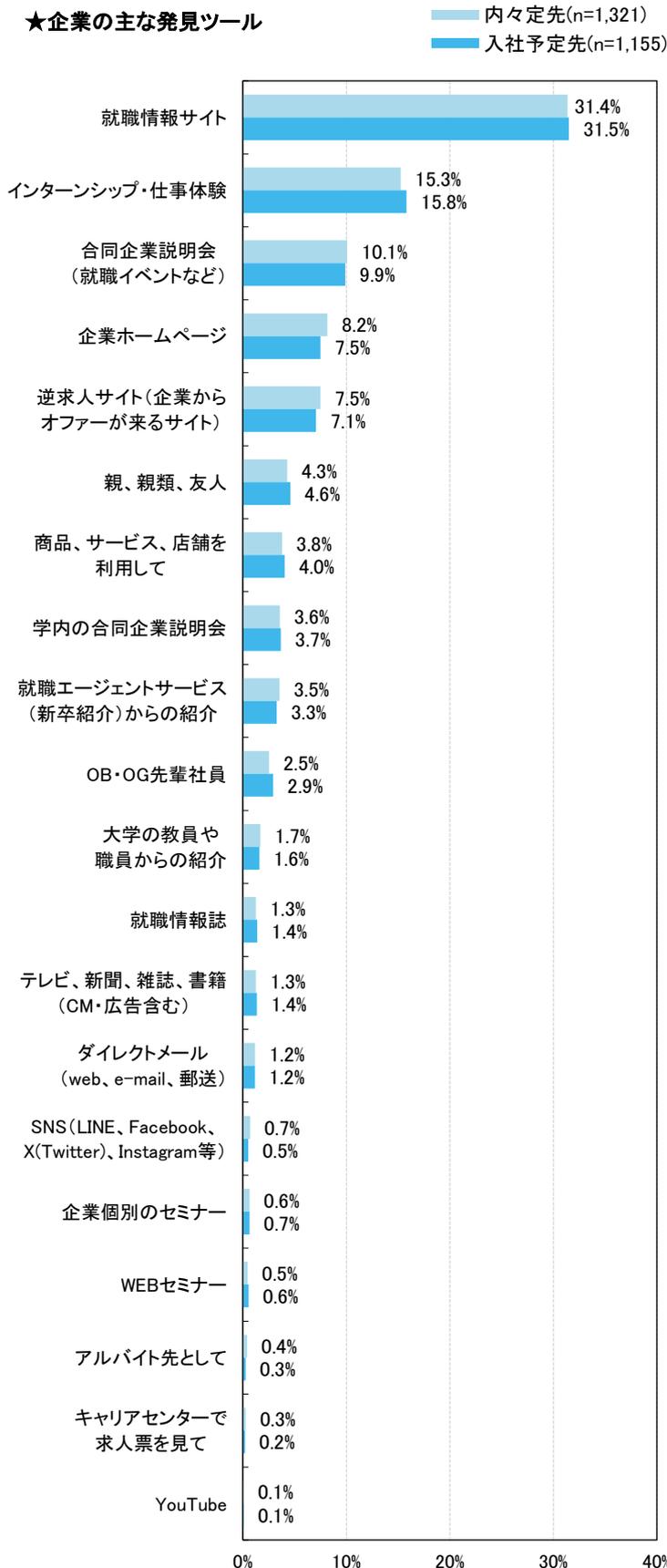
入社予定先を決めている人がその企業に入社したいと最初に強く思ったタイミングでは「インターンシップ・仕事体験参加時」が26.5%（対前年1.0pt増）で最も多かった。インターンシップ・仕事体験が選考参加のみならずその後の入社決定にも大きく寄与することが推察される。

※内々定保有者に対し、以下のように聞いています。

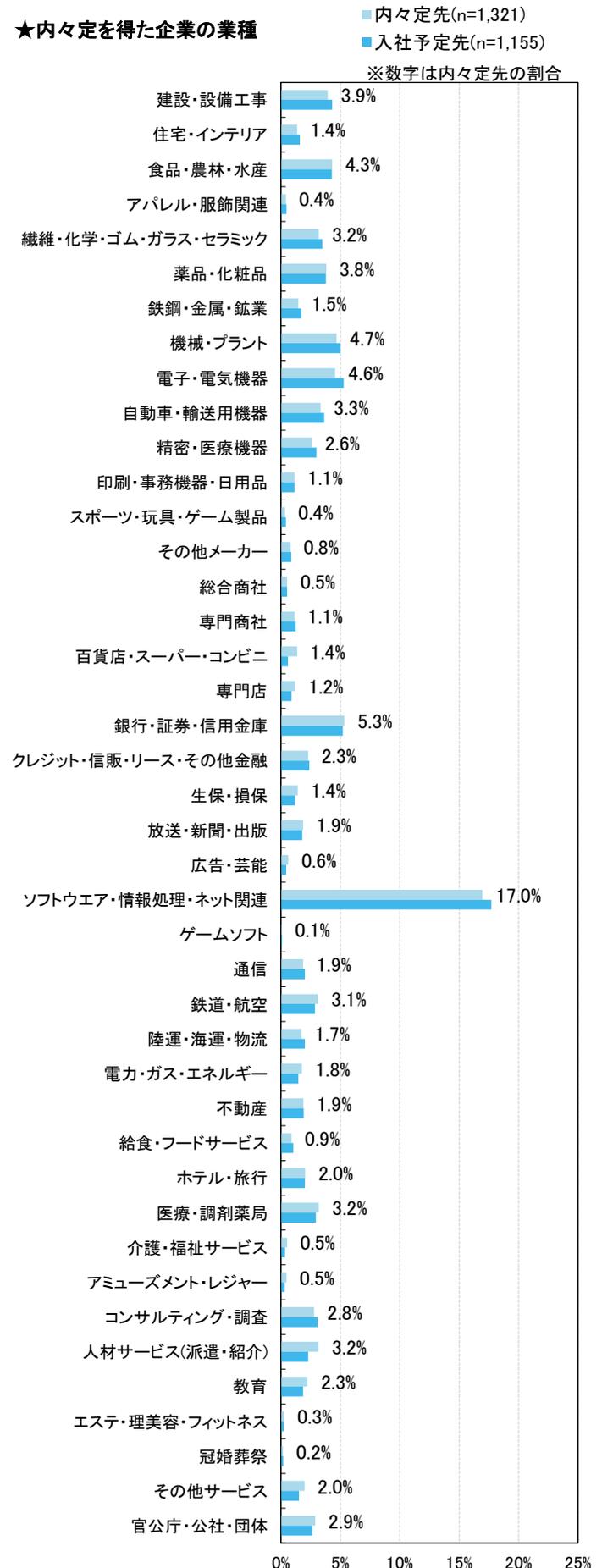
入社予定先を決めている人：入社予定先の企業

入社予定先を決めていない人：内々定先のうち最も志望度が高い企業

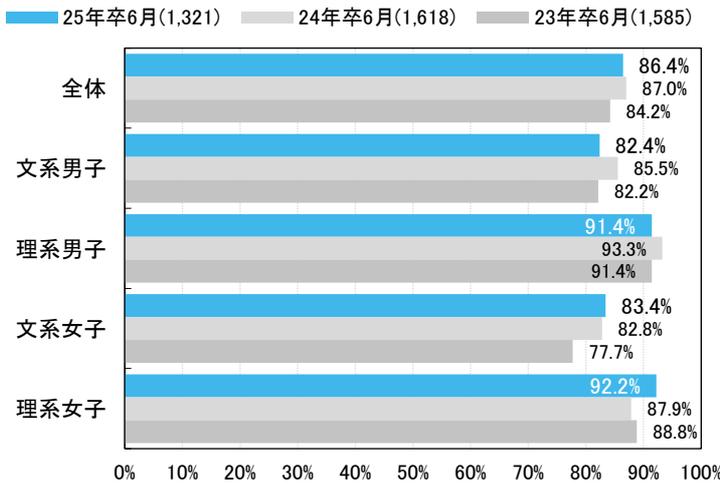
★企業の主な発見ツール



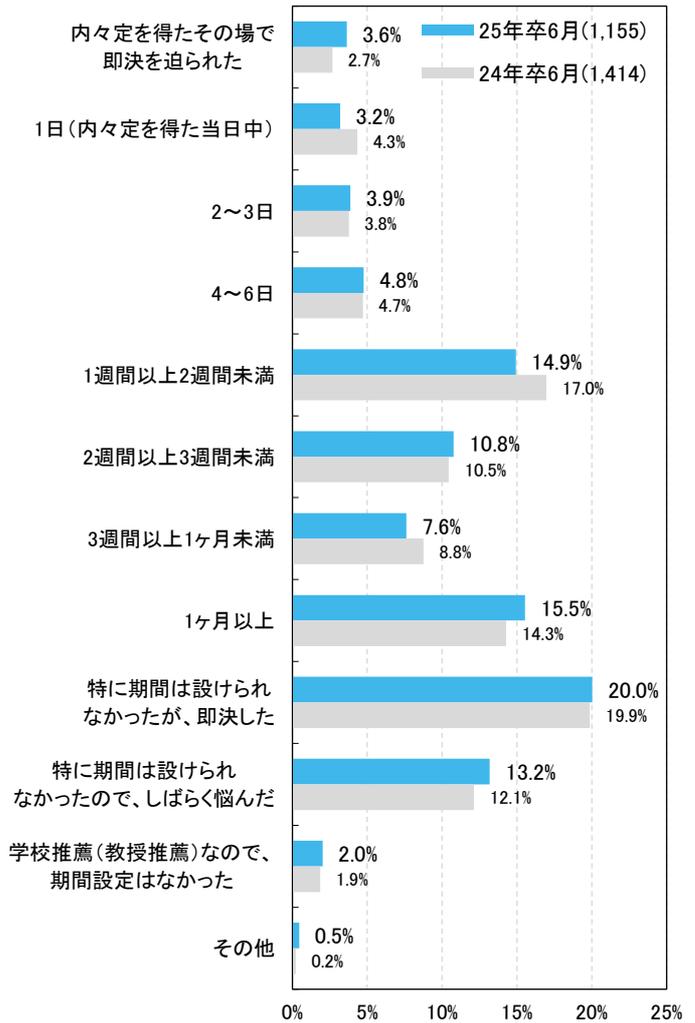
★内々定を得た企業の業種



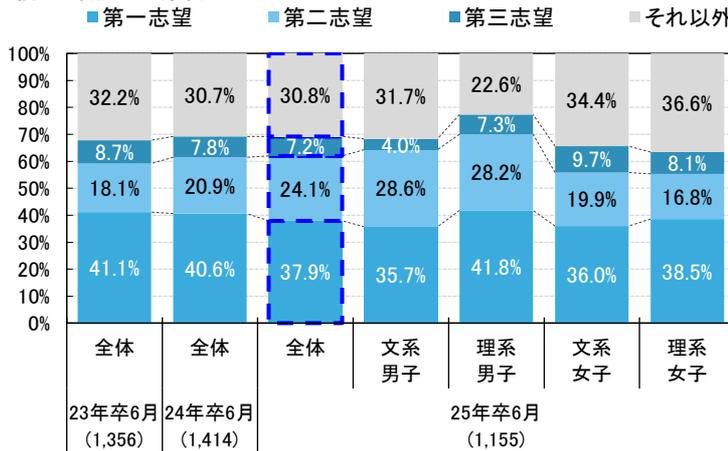
現段階で内々定獲得企業の中から入社予定先を決めている割合



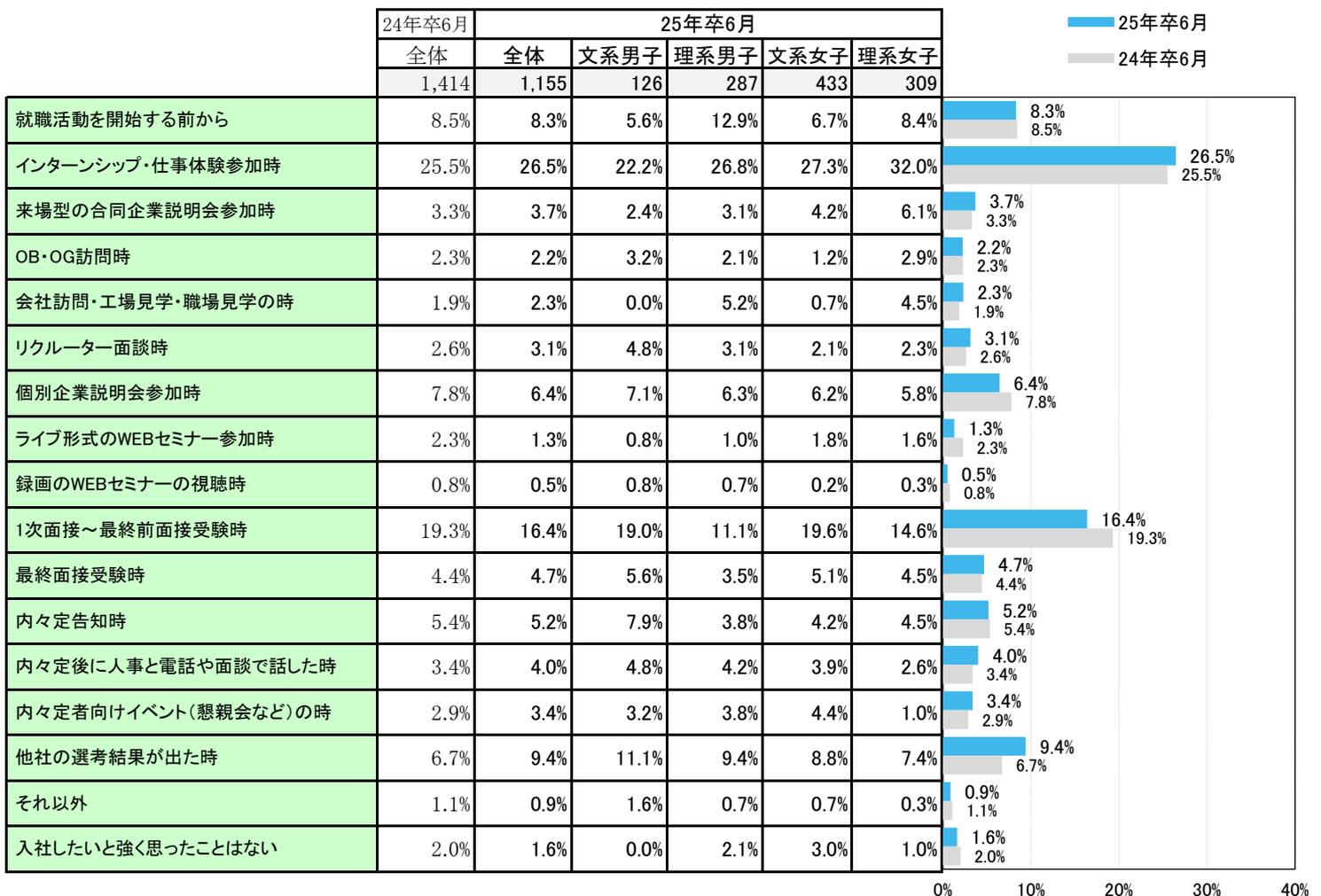
内々定獲得後、入社意思を固めるまでにもらった時間



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



その企業に入社したいと最初に強く思ったタイミング



入社予定先を選択したポイントを3つまで聞くと、1位・2位は企業を選ぶときに注目するポイントと同じで「福利厚生制度が充実している」「給与や賞与が高い」の順となった。3位は「希望する勤務地で働ける」であるが、これは企業を選ぶときに注目するポイントとしては5位だった。企業を選ぶときには「自分が成長できる環境がある」「社員の人間関係が良い」といった項目の方が注目されているが、勤務地は入社する1社を決める際の重要な要素となるようだ。

また、内々定先・入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加していたかを聞くと、内々定先では56.7%（対前年2.6pt増）、入社予定先では59.6%（対前年4.6pt増）でいずれも2年連続で増加していた。平均参加日数も伸びており、内々定先では3.5日と、対前年0.7pt増となった。

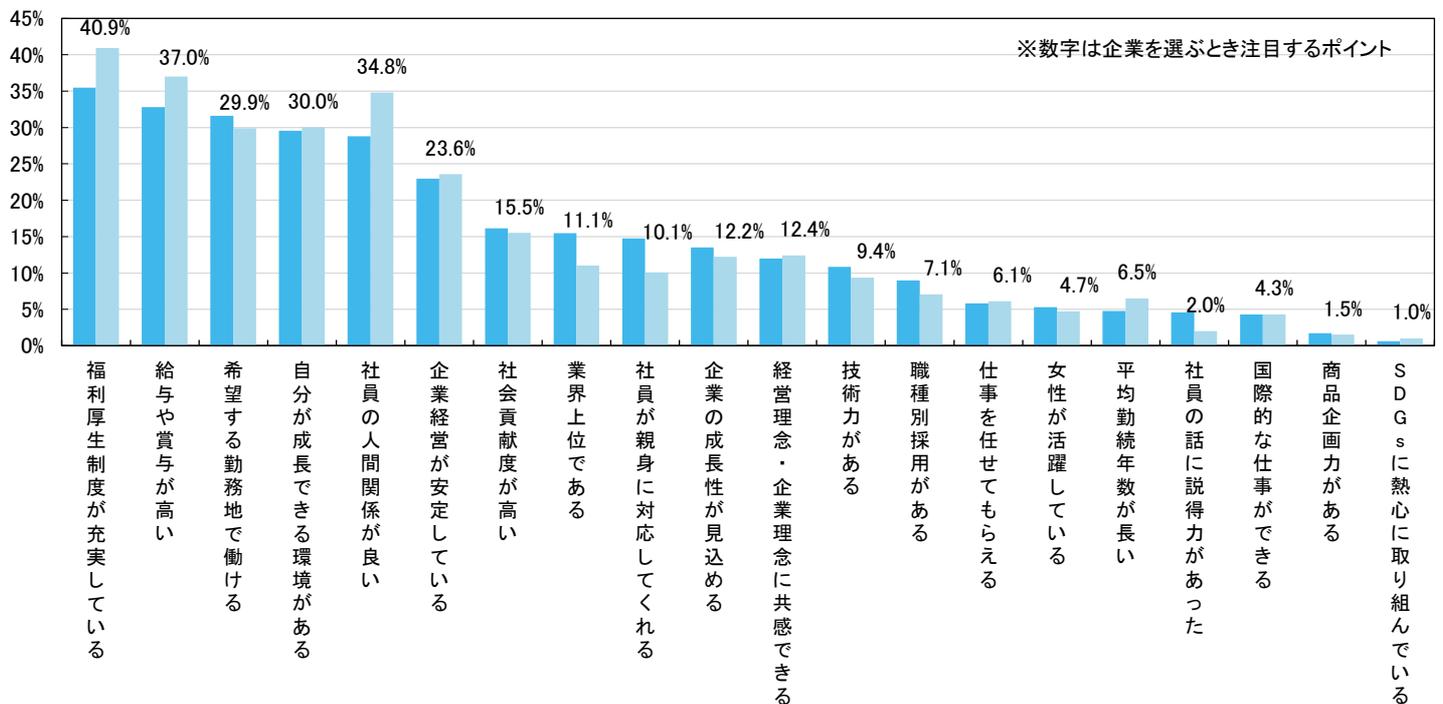
入社予定先企業を選択したポイント

(企業を選ぶとき注目するポイントの順位と比較)

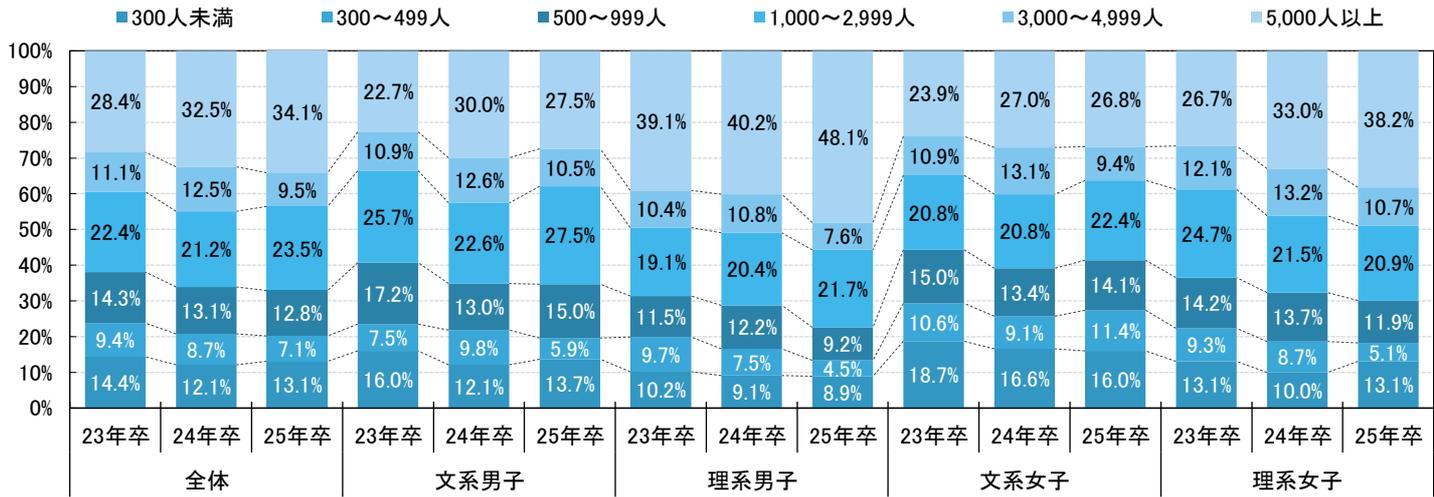
	ベスト3まで選択						最も重視したポイント			
	順位	企業を選ぶとき	全体 1,155	文系男子 126	理系男子 287	文系女子 433	理系女子 309	順位	企業を選ぶとき	全体 1,155
福利厚生制度が充実している	1	1	35.5%	38.1%	30.7%	36.3%	37.9%	5	3	8.9%
給与や賞与が高い	2	2	32.8%	40.5%	39.4%	24.2%	23.9%	4	5	10.0%
希望する勤務地で働ける	3	5	31.6%	23.0%	25.4%	40.0%	42.1%	2	4	11.7%
自分が成長できる環境がある	4	4	29.6%	34.1%	30.0%	26.3%	26.9%	3	1	10.8%
社員の人間関係が良い	5	3	28.8%	23.8%	24.7%	36.0%	31.1%	1	2	11.9%
企業経営が安定している	6	6	23.0%	23.8%	23.3%	23.6%	19.7%	7	6	6.7%
社会貢献度が高い	7	7	16.2%	22.2%	15.3%	12.7%	13.3%	6	7	7.1%
業界上位である	8	10	15.5%	13.5%	21.6%	11.3%	16.2%	9	8	5.2%
社員が親身に対応してくれる	9	11	14.8%	15.9%	7.3%	19.6%	16.5%	8	11	5.7%
企業の成長性が見込める	10	9	13.5%	17.5%	17.4%	8.5%	9.1%	12	10	3.9%
経営理念・企業理念に共感できる	11	8	12.0%	13.5%	8.0%	14.1%	12.3%	10	9	4.3%
技術力がある	12	12	10.9%	3.2%	26.8%	3.0%	11.7%	11	13	4.2%
職種別採用がある	13	13	9.0%	5.6%	10.5%	9.7%	11.0%	13	12	3.1%
仕事を任せてもらえる	14	15	5.8%	6.3%	5.6%	6.0%	4.9%	14	14	2.2%
女性が活躍している	15	16	5.3%	2.4%	0.7%	10.4%	8.7%	18	18	0.7%
平均勤続年数が高い	16	14	4.8%	5.6%	4.2%	5.3%	3.2%	15	15	1.2%
社員の話に説得力があった	17	18	4.6%	4.8%	4.2%	4.4%	5.2%	16	17	1.1%
国際的な仕事ができる	18	17	4.3%	4.8%	3.1%	5.5%	3.2%	17	16	0.9%
商品企画力がある	19	19	1.7%	1.6%	1.0%	2.1%	2.3%	19	19	0.5%
SDGsに熱心に取り組んでいる	20	20	0.6%	0.0%	0.7%	0.9%	1.0%	20	20	0.0%

入社予定先企業を選択したポイントと企業を選ぶとき注目するポイント(6月)

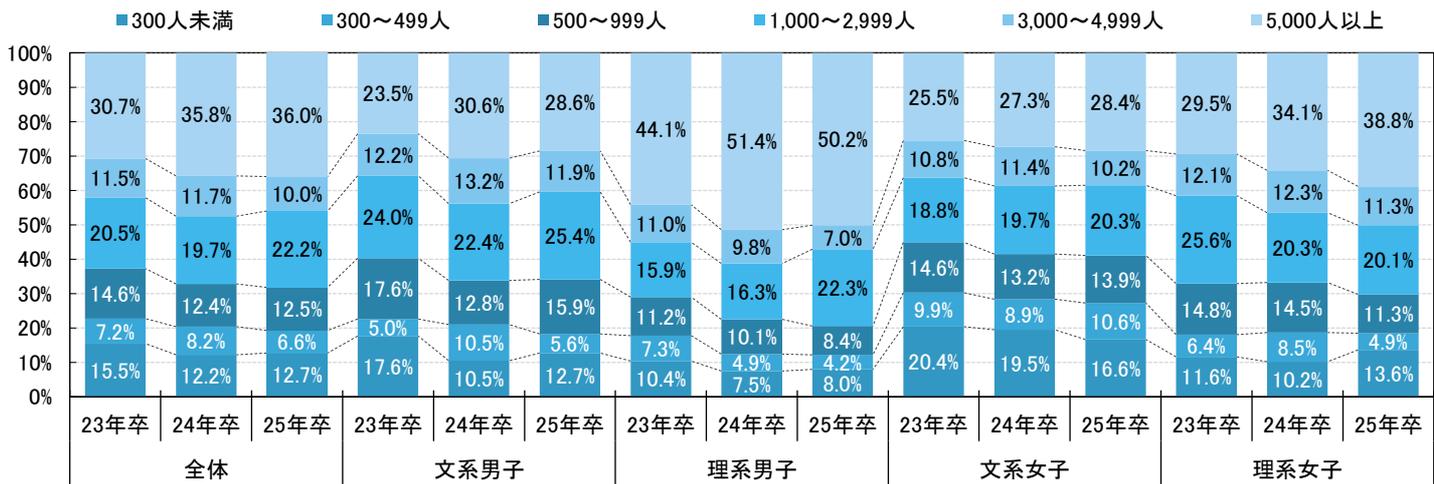
■ 入社予定先選択ポイント ■ 企業を選ぶとき注目するポイント



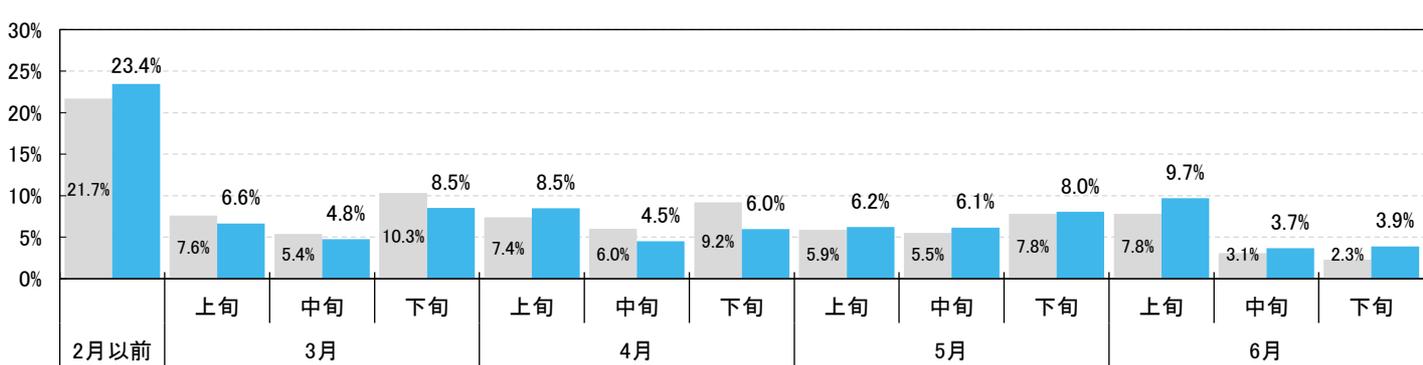
★内々定を得た企業の規模 23年卒(n=3,473) 24年卒(n=3,646) 25年卒(n=1,321) \*各卒年の6月調査



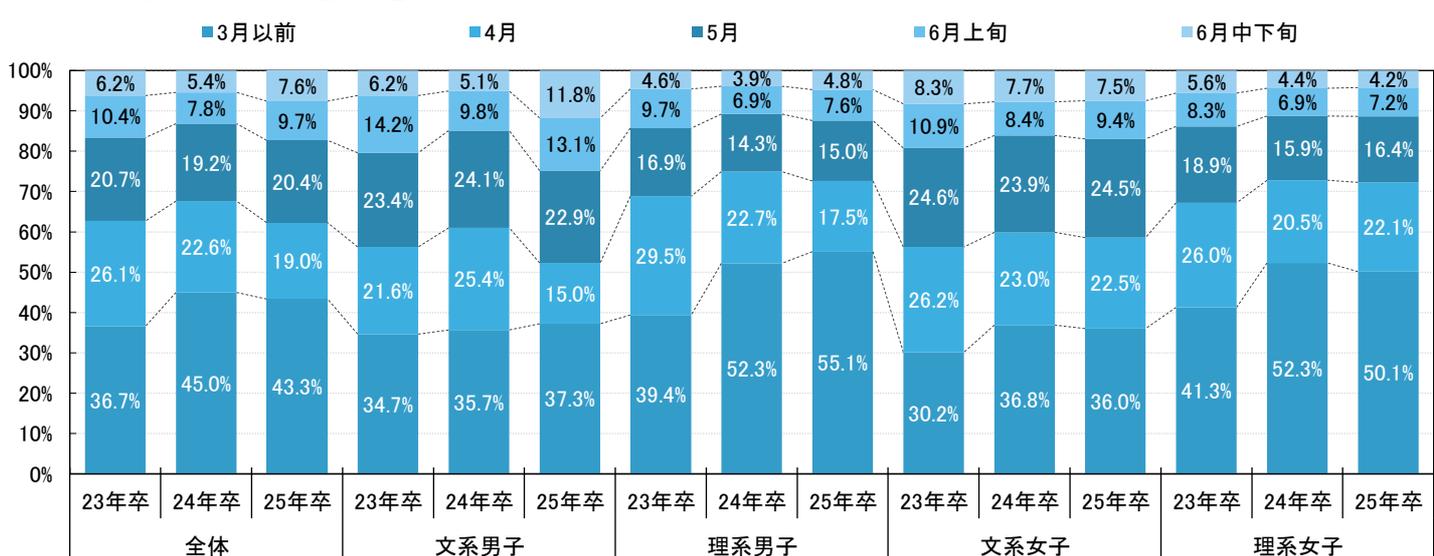
★入社予定先企業の規模 23年卒(n=1,356) 24年卒(n=1,414) 25年卒(n=1,155) \*各卒年の6月調査



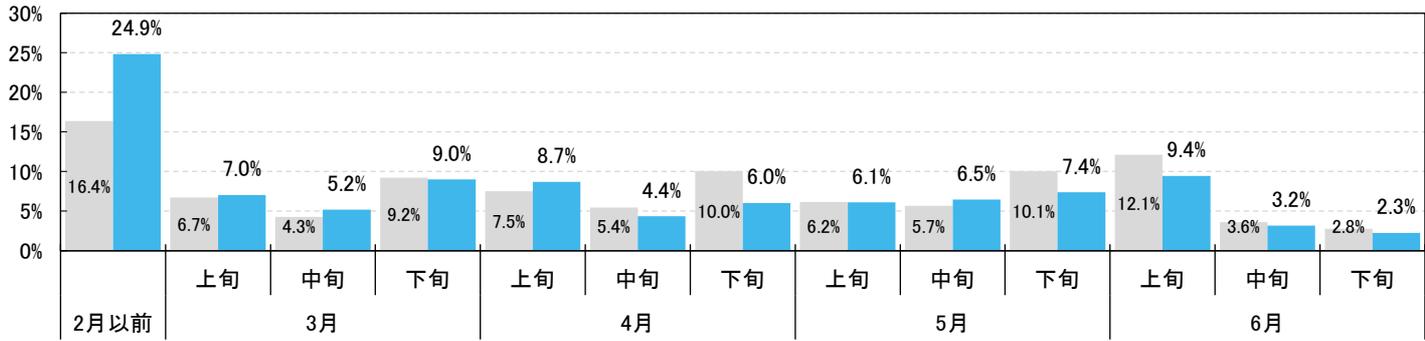
★内々定を得た時期 24年卒(n=3,646) 25年卒(n=1,321)



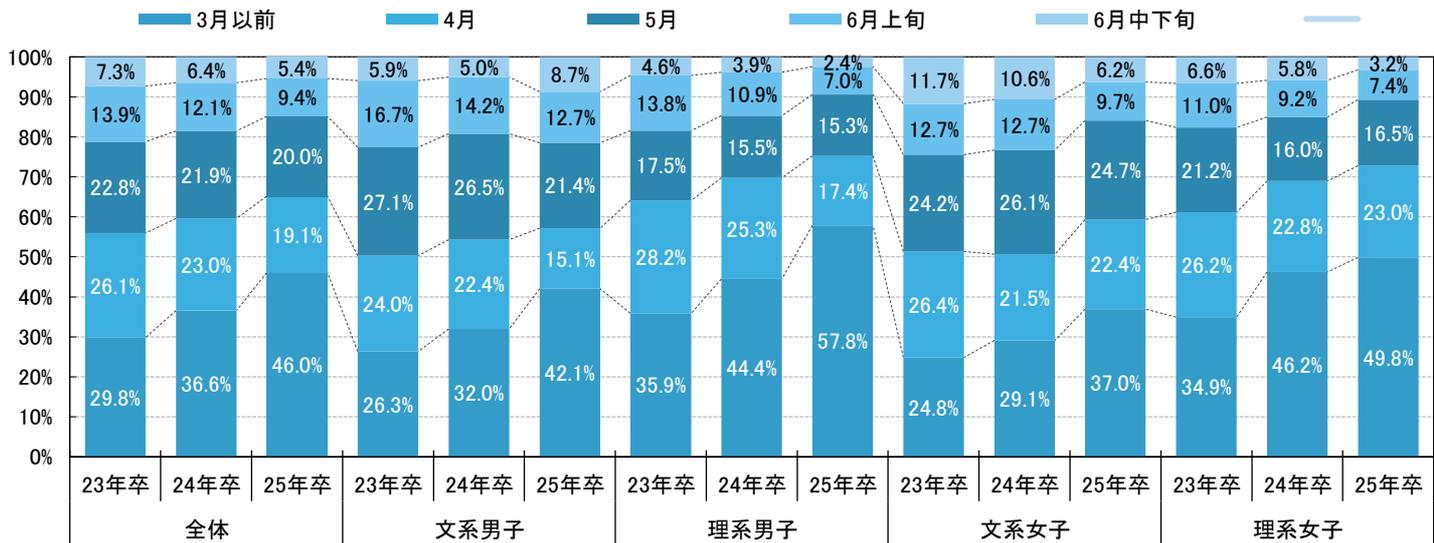
★内々定を得た時期・文理男女経年比較 23年卒(n=3,473) 24年卒(n=3,646) 25年卒(n=1,321)



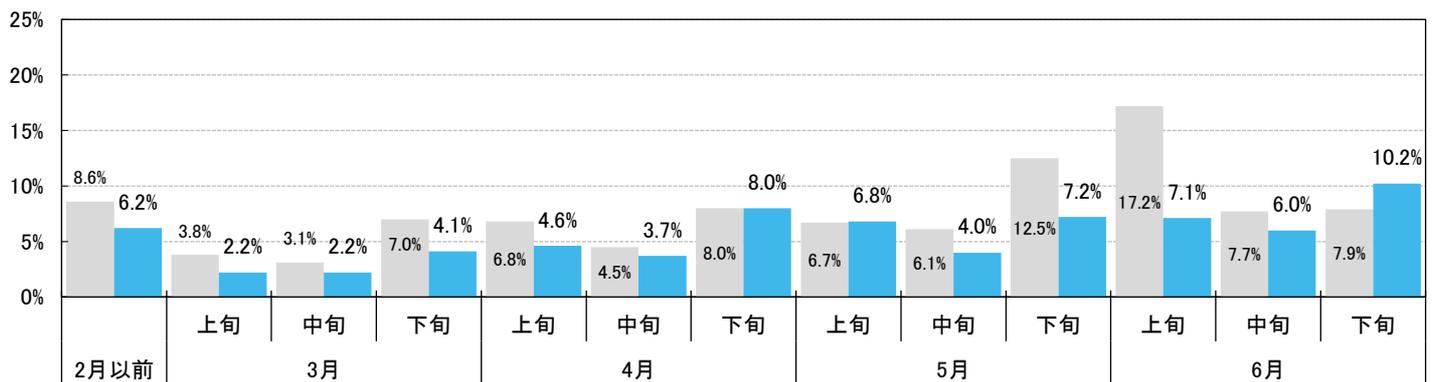
★入社予定先の企業から内々定を得た時期 24年卒 (n=1,414) 25年卒 (n=1,155)



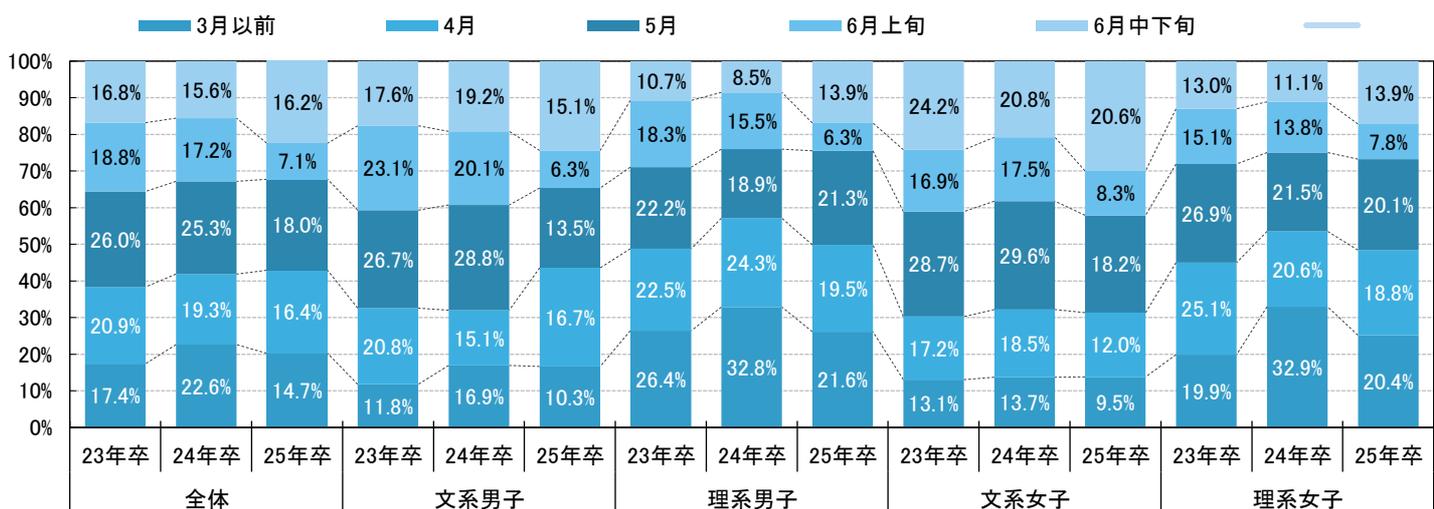
★入社予定先の企業から内々定を得た時期・文理男女経年比較 23年卒 (n=1,356) 24年卒 (n=1,414) 25年卒 (n=1,155)



内々定獲得後、入社を固めた時期 24年卒 (n=1,414) 25年卒 (n=1,155)

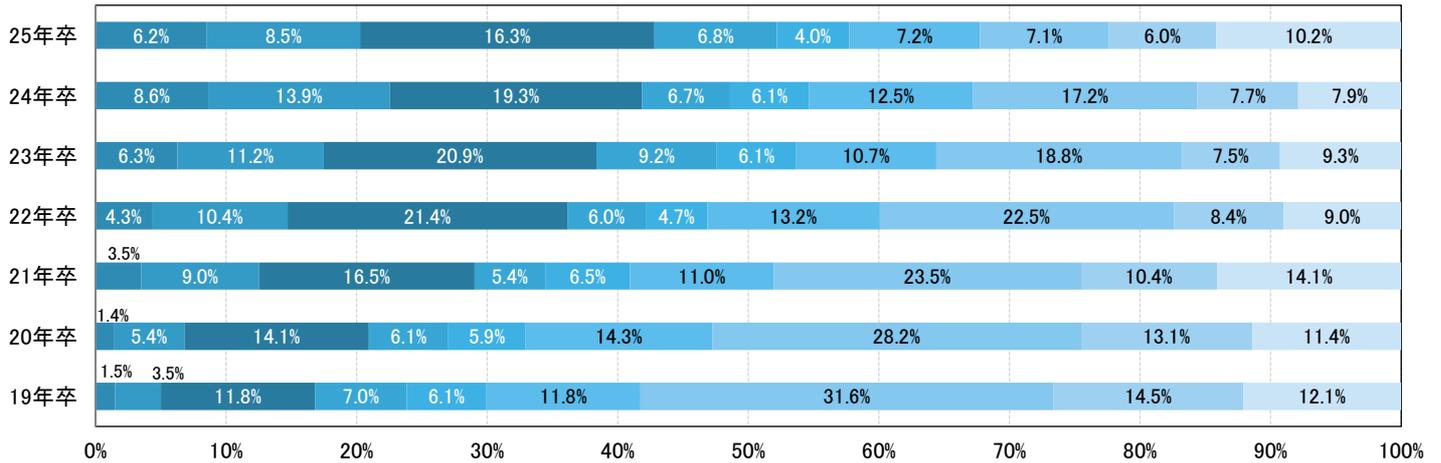


内々定獲得後、入社を固めた時期・文理男女経年比較 23年卒 (n=1,356) 24年卒 (n=1,414) 25年卒 (n=1,155)

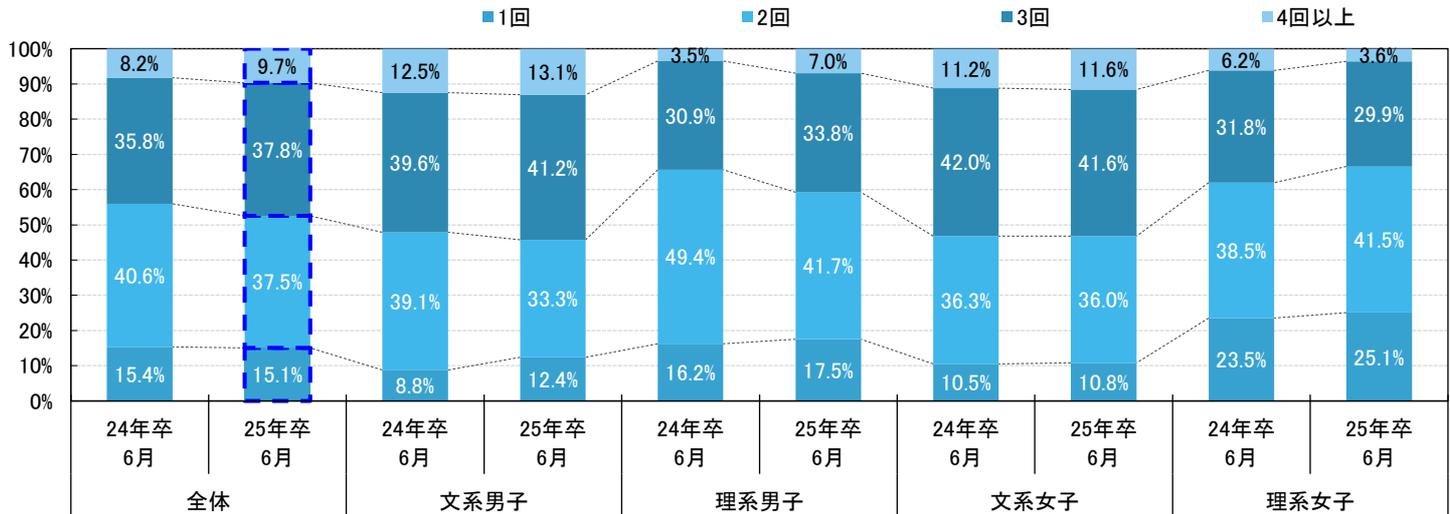


内々定を得た後、入社意思を固めた時期・経年変化

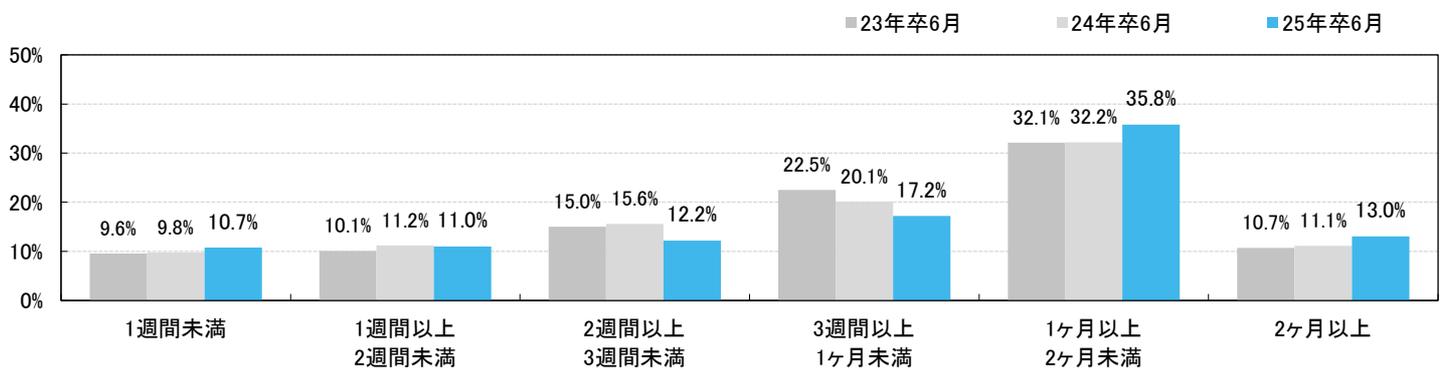
■2月以前 ■3月 ■4月 ■5月上旬 ■5月中旬 ■5月下旬 ■6月上旬 ■6月中旬 ■6月下旬



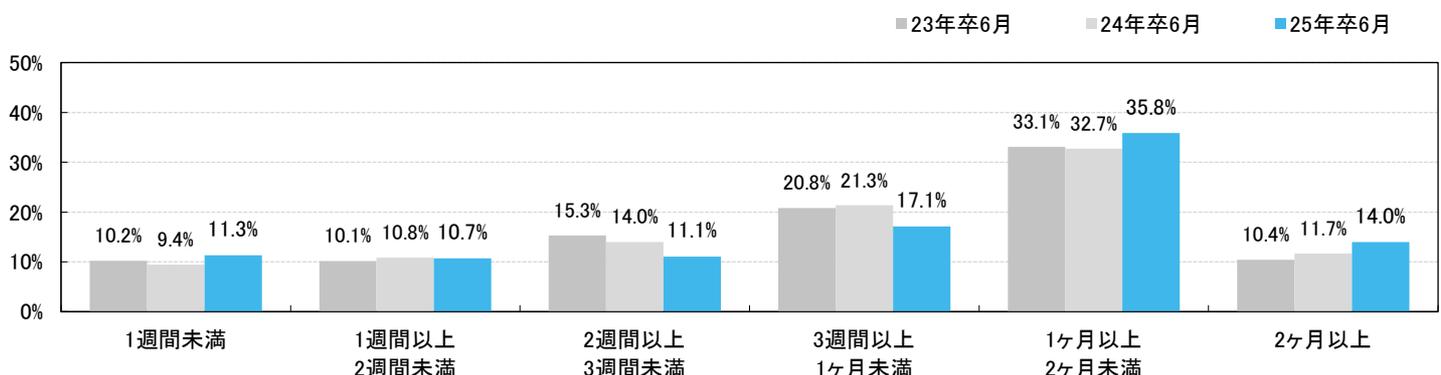
★1次面接～内々定までの選考回数 24年卒 (n=3, 646) 25年卒 (n=1, 321)



★内々定先の1次面接を受けてから内々定をもらうまでの期間 23年卒 (n=3, 473) 24年卒 (n=3, 646) 25年卒 (n=1, 321)



★入社予定先の1次面接を受けてから内々定をもらうまでの期間 23年卒 (n=1, 356) 24年卒 (n=1, 414) 25年卒 (n=1, 155)



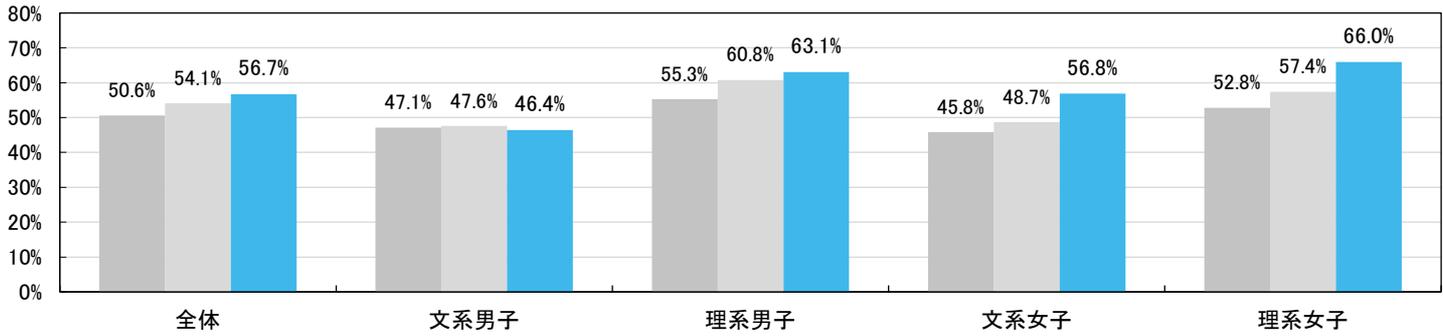
★内々定先のインターンシップ・仕事体験に参加した割合

23年卒 (n=3,473) 24年卒 (n=3,646) 25年卒 (n=1,321)

■ 23年卒6月

■ 24年卒6月

■ 25年卒6月



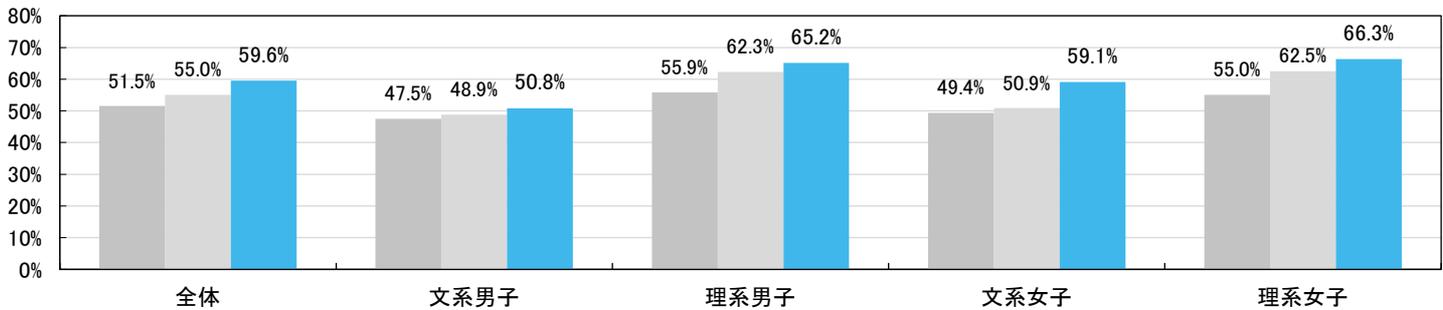
★入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加した割合

23年卒 (n=1,356) 24年卒 (n=1,414) 25年卒 (n=1,155)

■ 23年卒6月

■ 24年卒6月

■ 25年卒6月

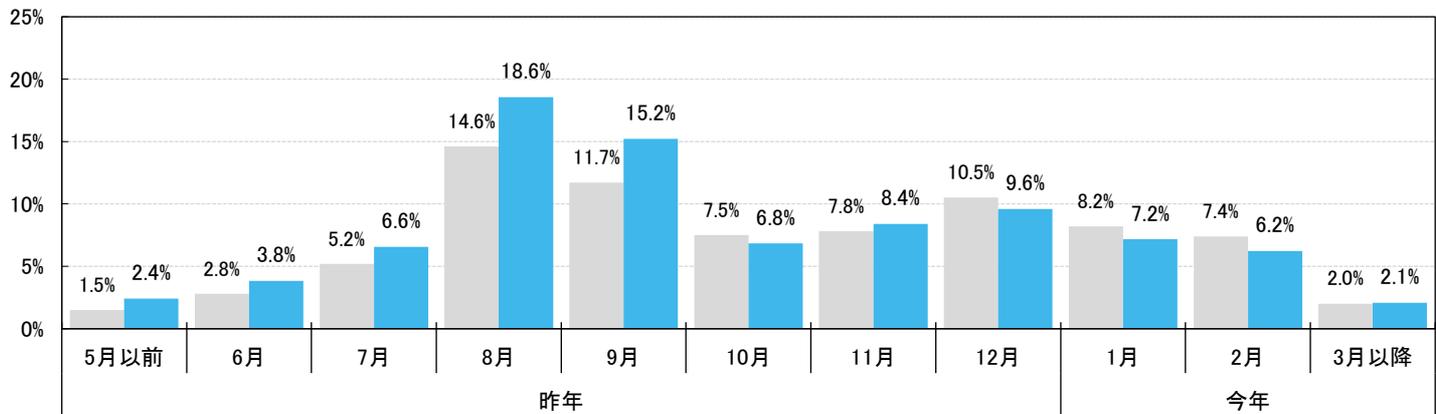


★内々定先のインターンシップ・仕事体験に参加した時期すべて【複数回答】

24年卒 (n=1,972) 25年卒 (n=785)

■ 24年卒6月

■ 25年卒6月

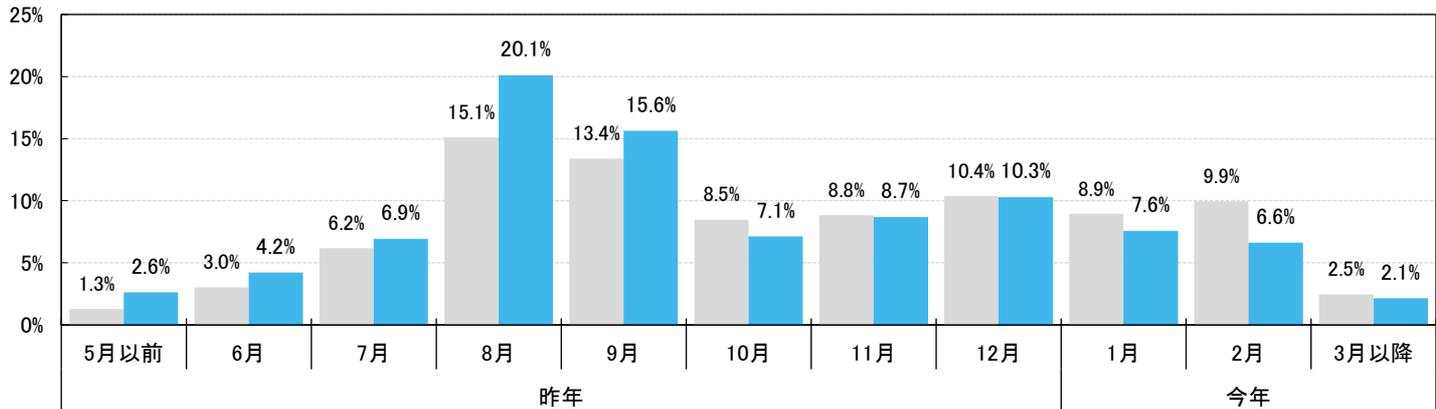


★入社予定先のインターンシップ・仕事体験に参加した時期すべて【複数回答】

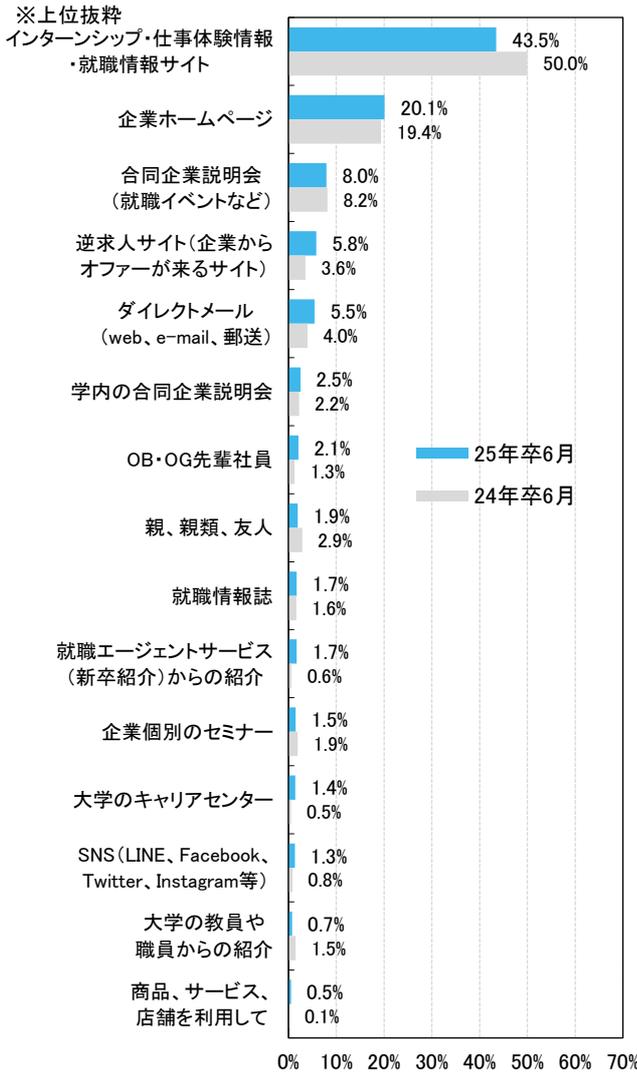
24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)

■ 24年卒6月

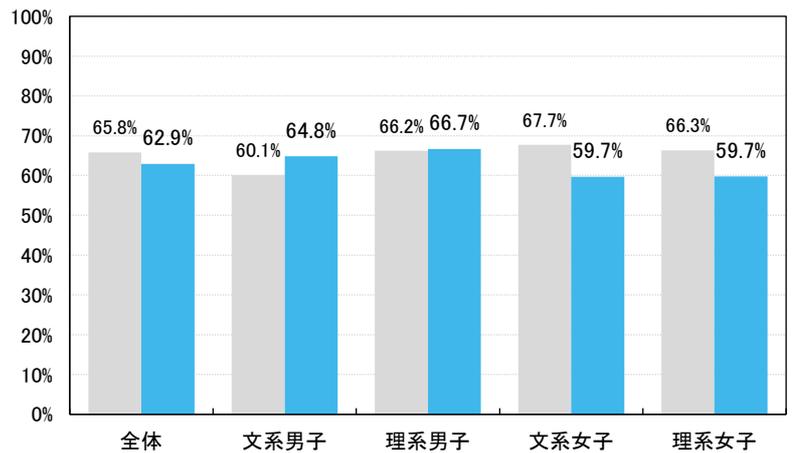
■ 25年卒6月



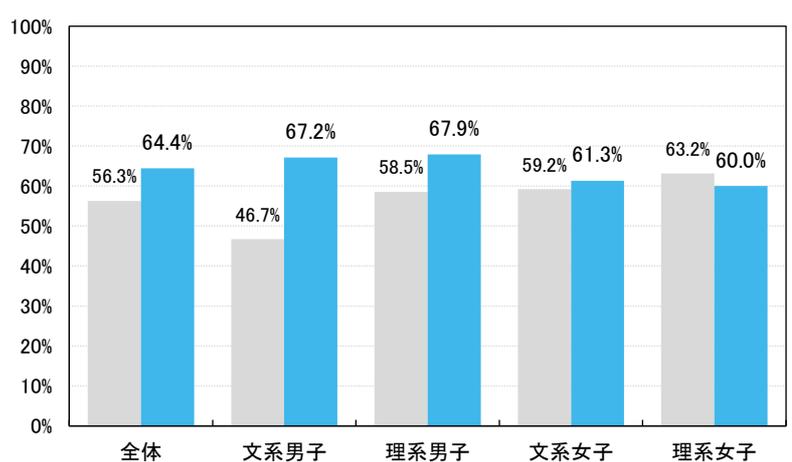
★入社予定先のインターンシップ・仕事体験の  
主な発見ツール 24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)



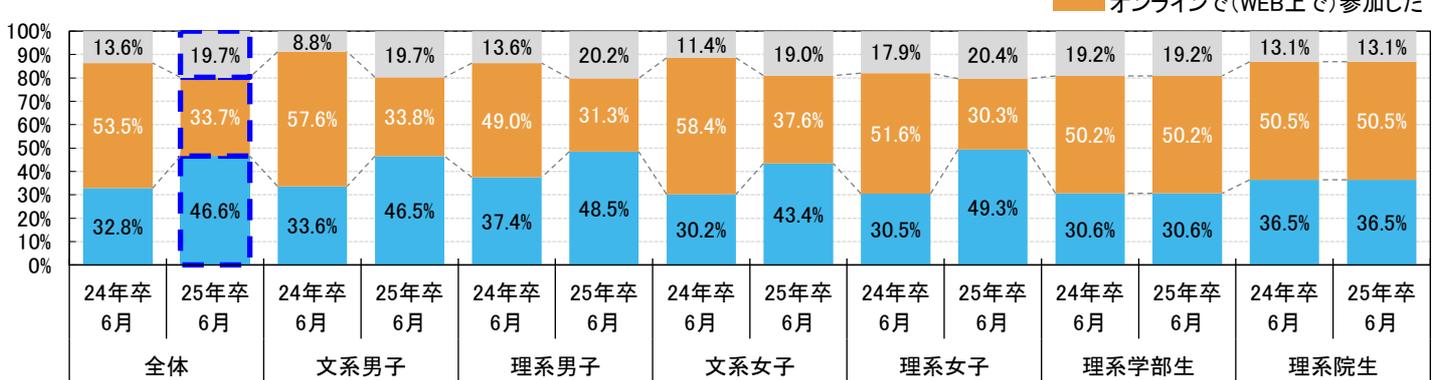
★受けた内々定先の採用選考が  
インターンシップ・仕事体験参加者限定のものだった割合  
24年卒 (n=1,972) 25年卒 (n=785)



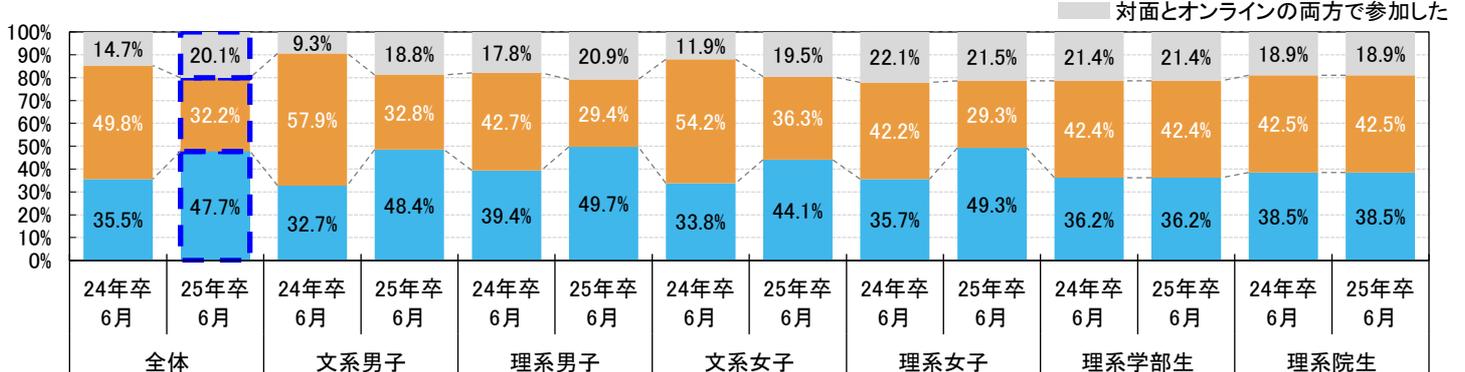
★受けた入社予定先の採用選考が  
インターンシップ・仕事体験参加者限定のものだった割合  
24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)



★内々定先のインターンシップ・仕事体験には対面で参加したか、オンラインで参加したか  
24年卒 (n=1,972) 25年卒 (n=785)



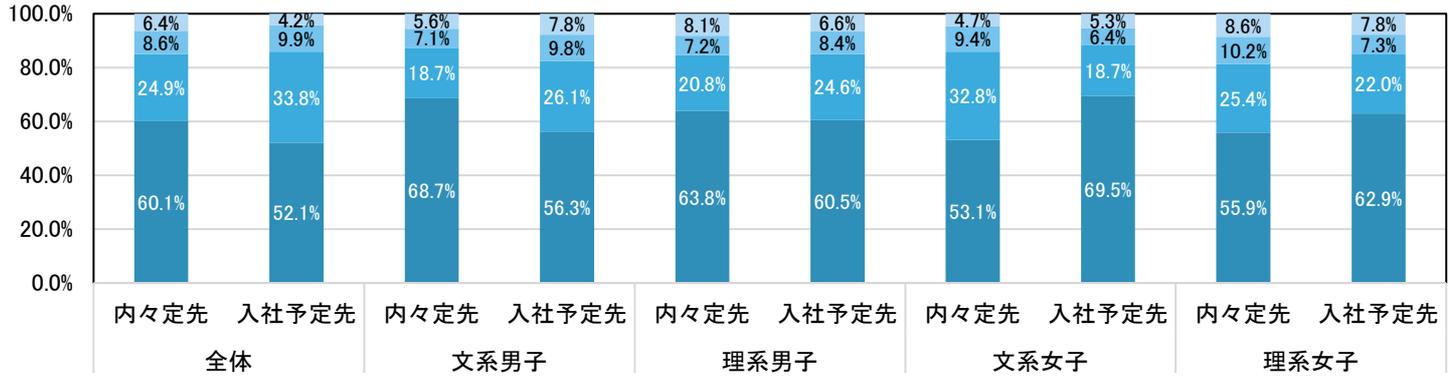
★入社予定先のインターンシップ・仕事体験には対面で参加したか、オンラインで参加したか  
24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)



★その企業のインターンシップ・仕事体験に何回参加したか

内々定先 n=785、入社予定先 n=712

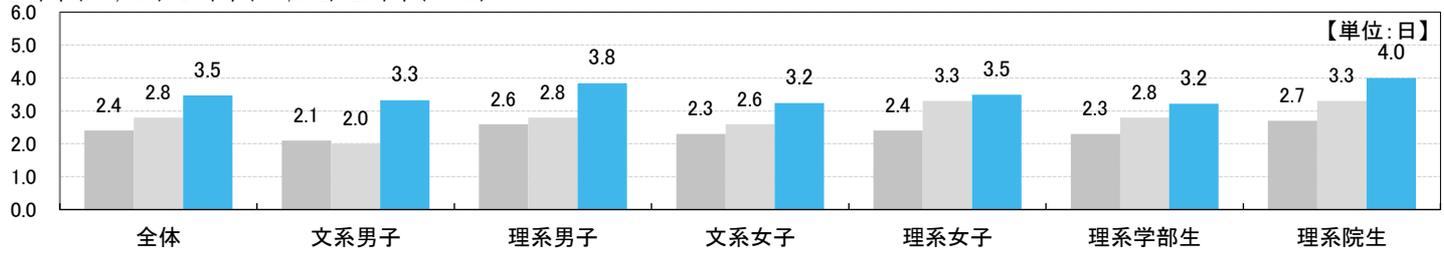
■ 1回だけ参加 ■ 2回参加 ■ 3回参加 ■ 4回以上参加



★内々定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(平均)

23年卒 (n=1,756) 24年卒 (n=1,972) 25年卒 (n=785)

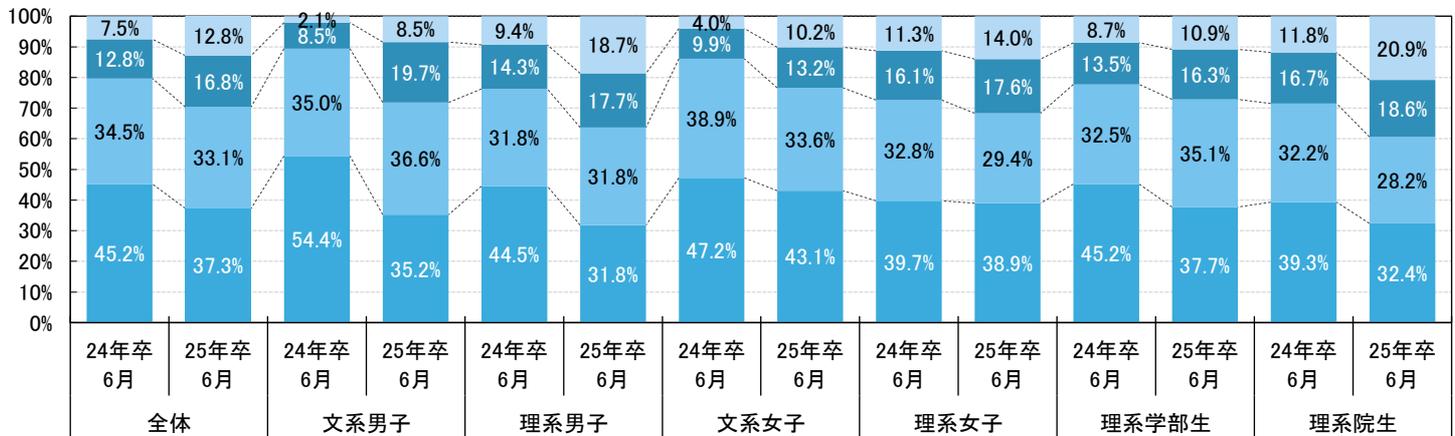
■ 23年卒6月 ■ 24年卒6月 ■ 25年卒6月



★内々定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(分布)

23年卒 (n=1,756) 24年卒 (n=1,972) 25年卒 (n=785)

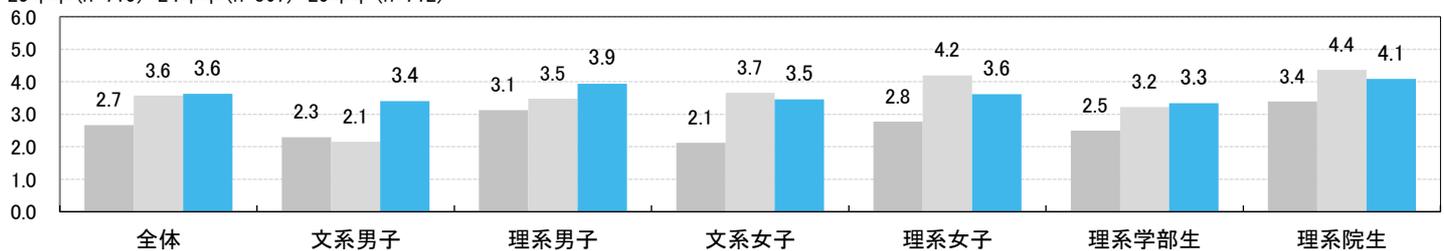
■ 1日 ■ 2、3日 ■ 4、5日 ■ 6日以上



★入社予定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(平均)

23年卒 (n=715) 24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)

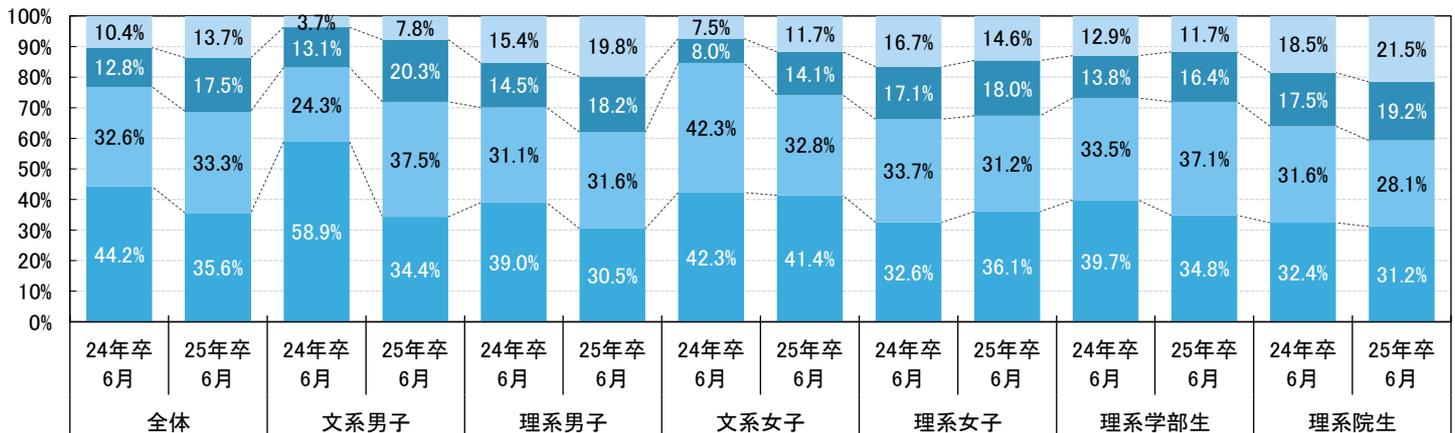
■ 23年卒6月 ■ 24年卒6月 ■ 25年卒6月



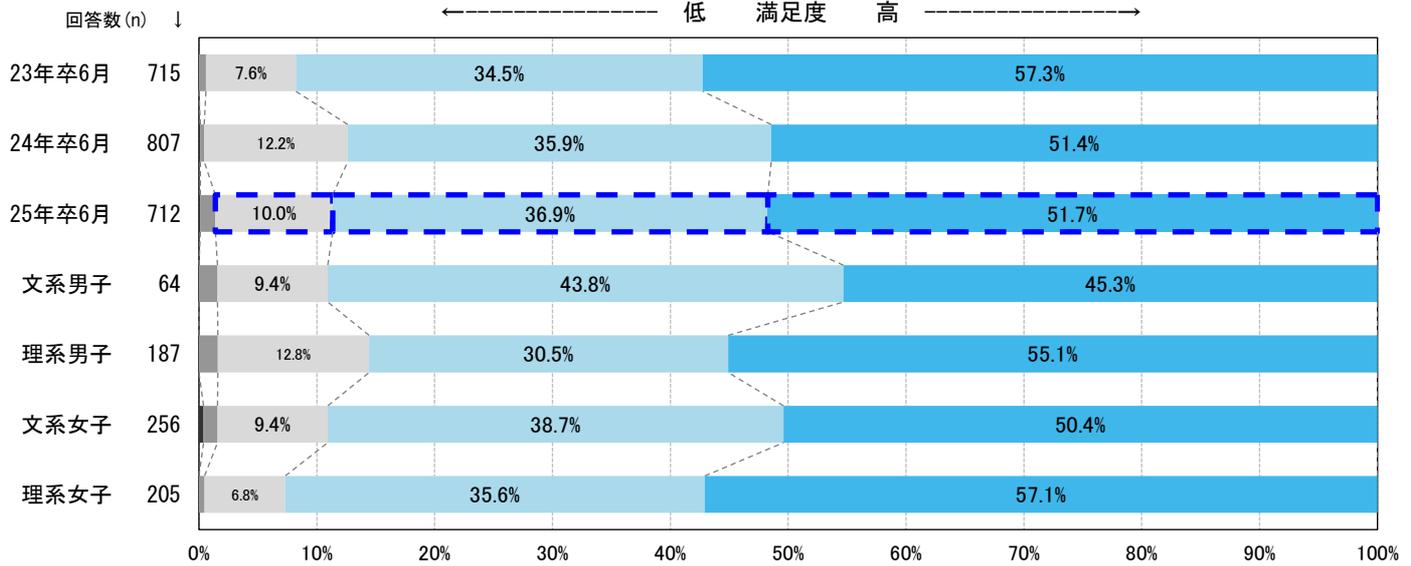
★入社予定先のインターンシップ・仕事体験参加日数(分布)

23年卒 (n=715) 24年卒 (n=807) 25年卒 (n=712)

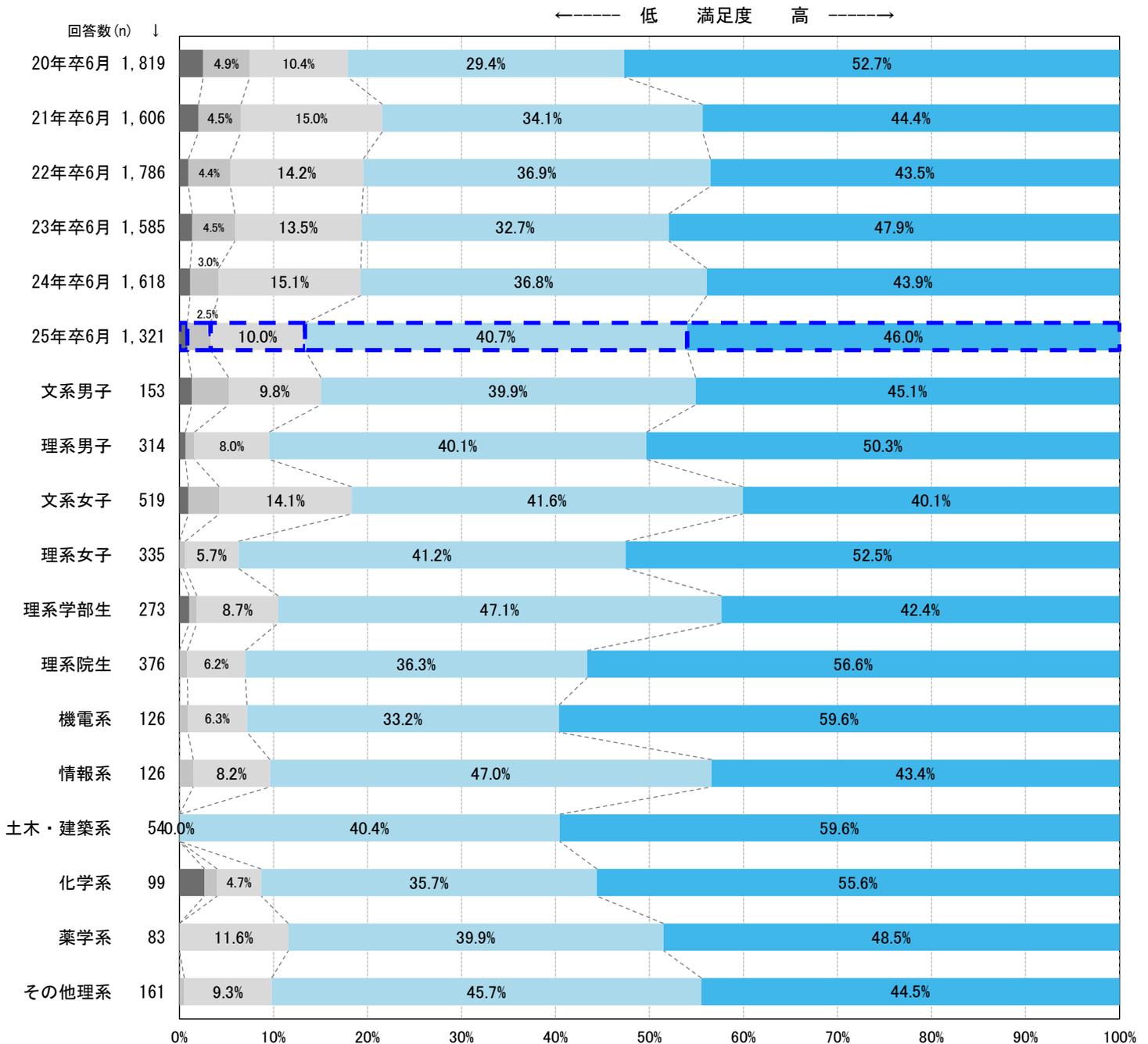
■ 1日 ■ 2、3日 ■ 4、5日 ■ 6日以上



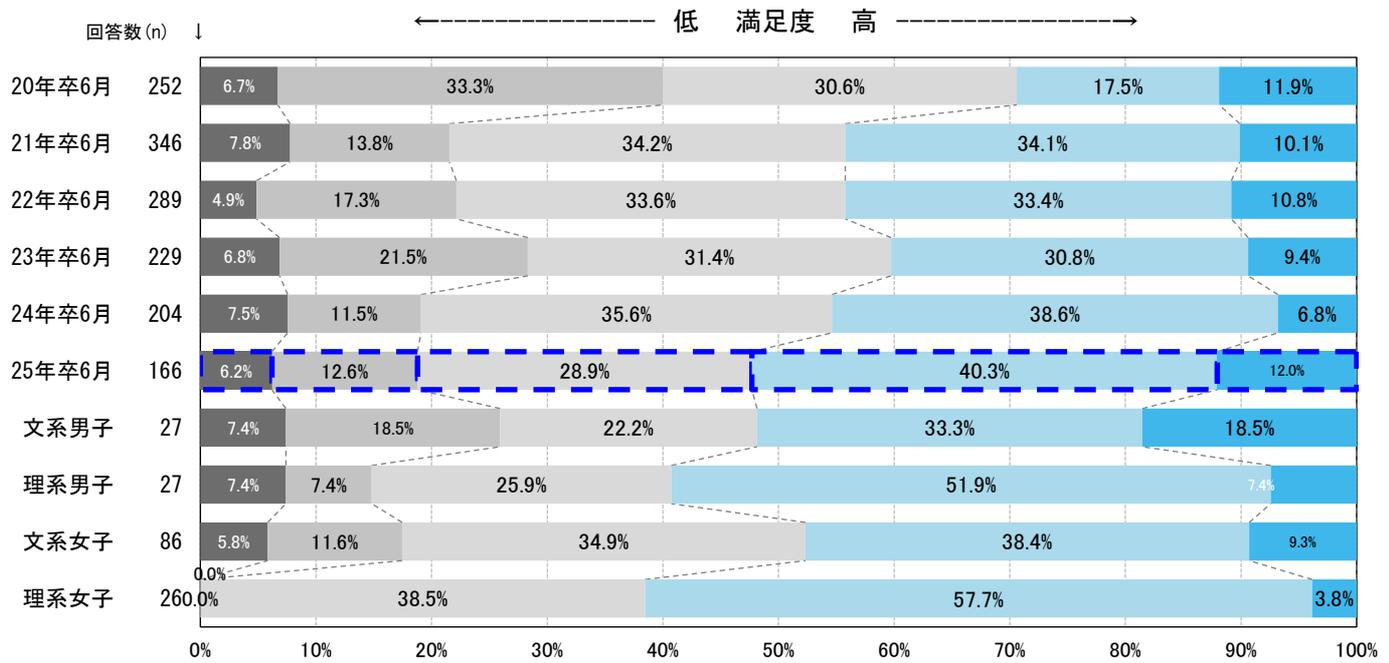
入社予定先のインターンシップ・仕事体験の満足度



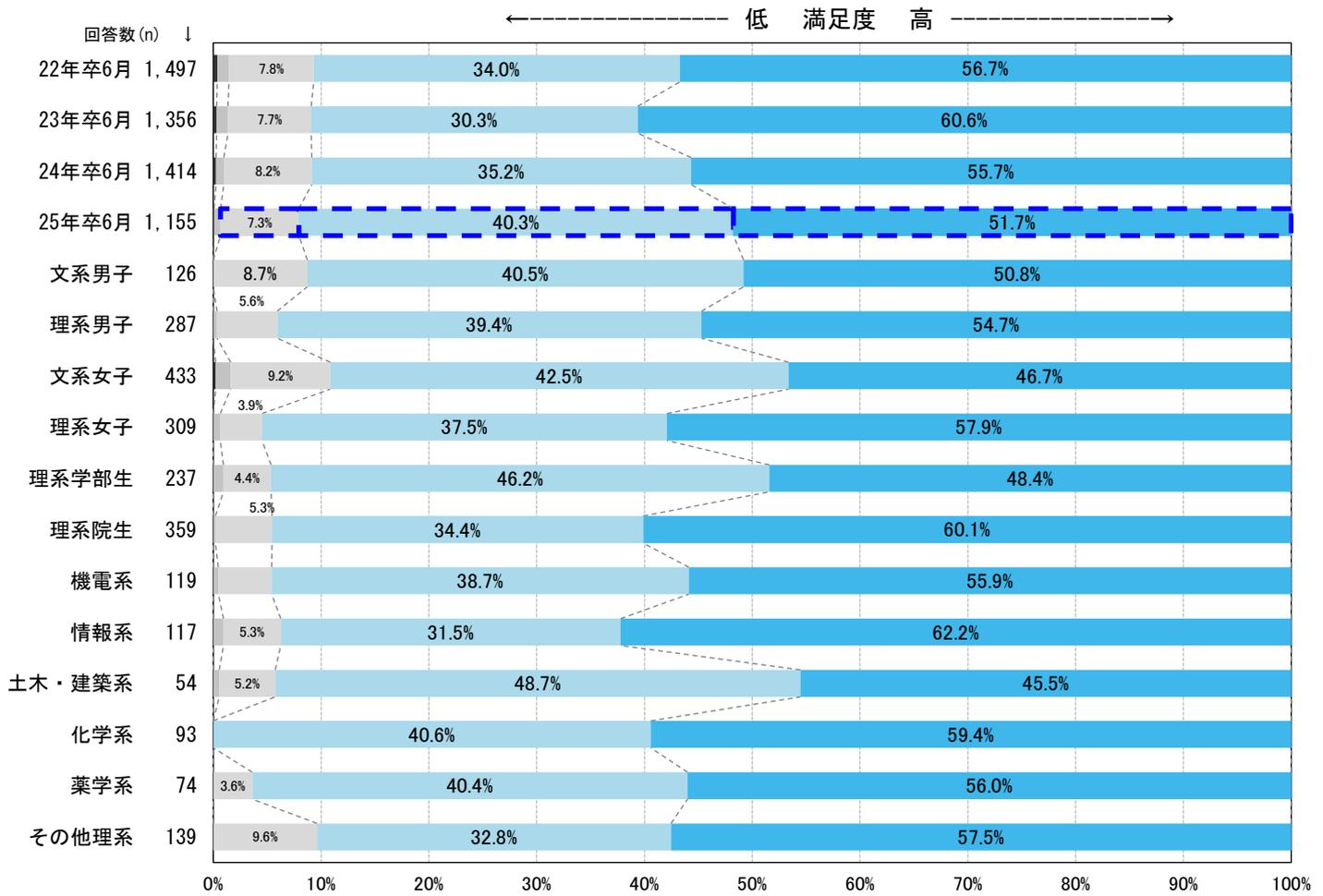
内々定先満足度 ※内々定を得た先全部に対する満足度



入社予定先を決めていない学生の内々定先満足度

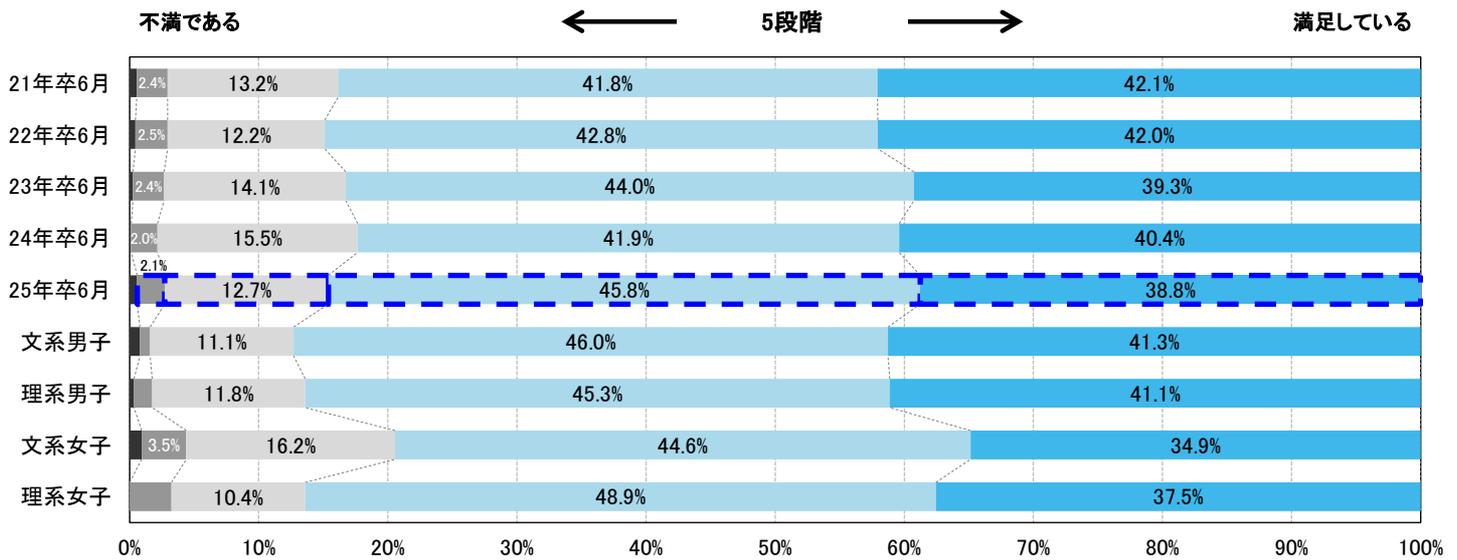


入社予定先総合満足度



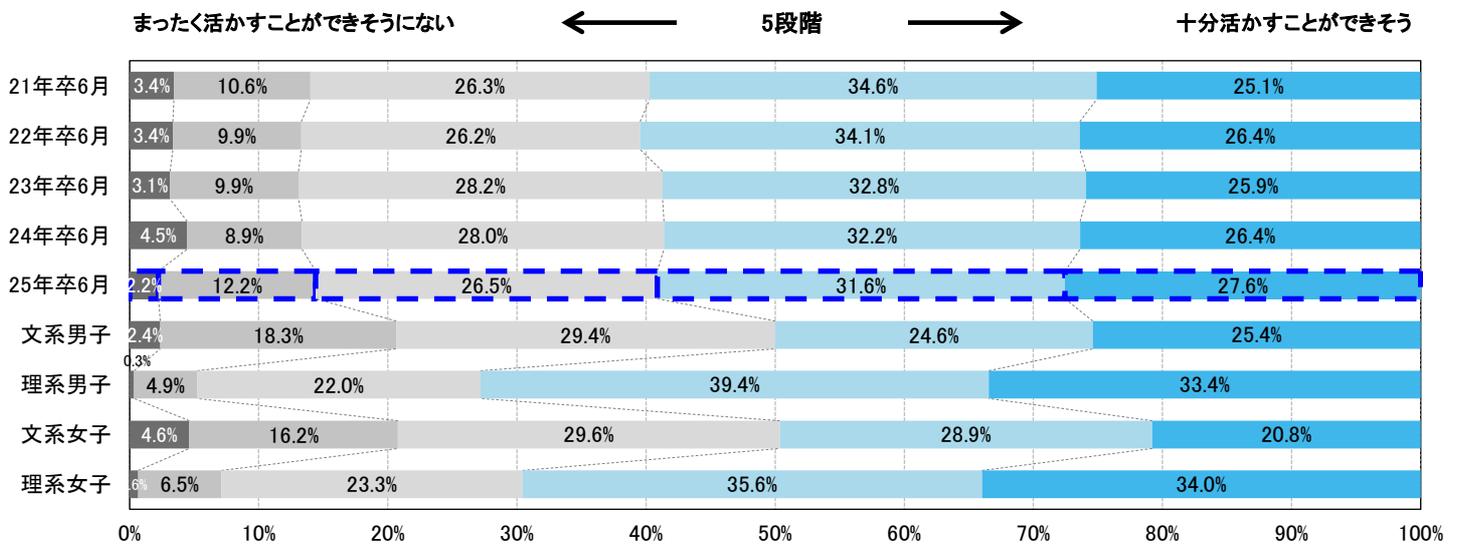
【就業条件、職場環境の満足度】 n=1,414

入社予定先の給与、福利厚生、休日休暇、残業時間について



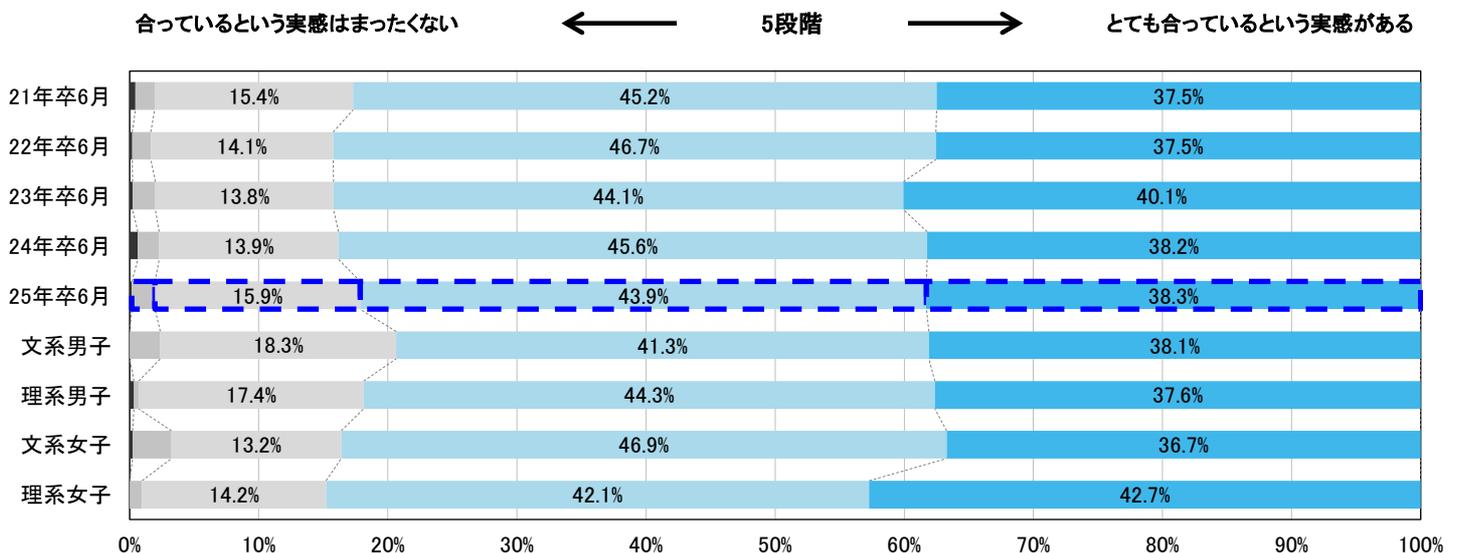
【能力を活かせるか】 n=1,414

入社予定先の企業では、大学や大学院で学んだことや、卒業までに取得する予定の資格、その他今持っている能力を活かせるか



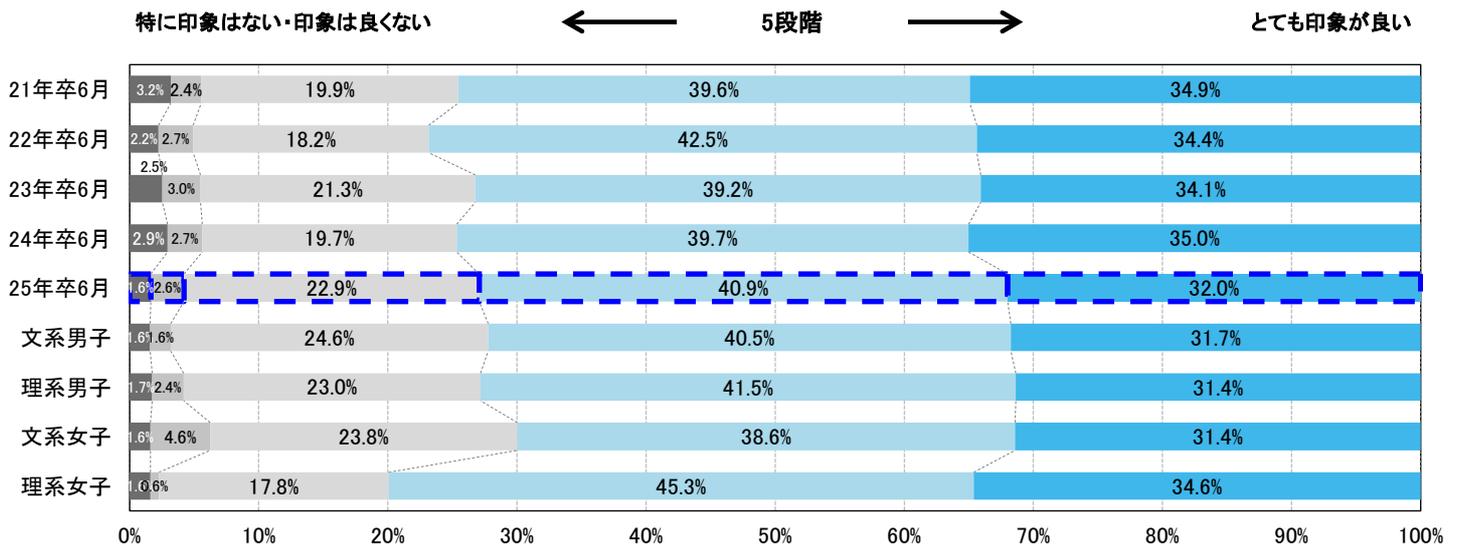
【社員の印象と帰属感】 n=1,414

入社予定先の企業の社員の印象から、その企業が自分に合っているという実感はあるか



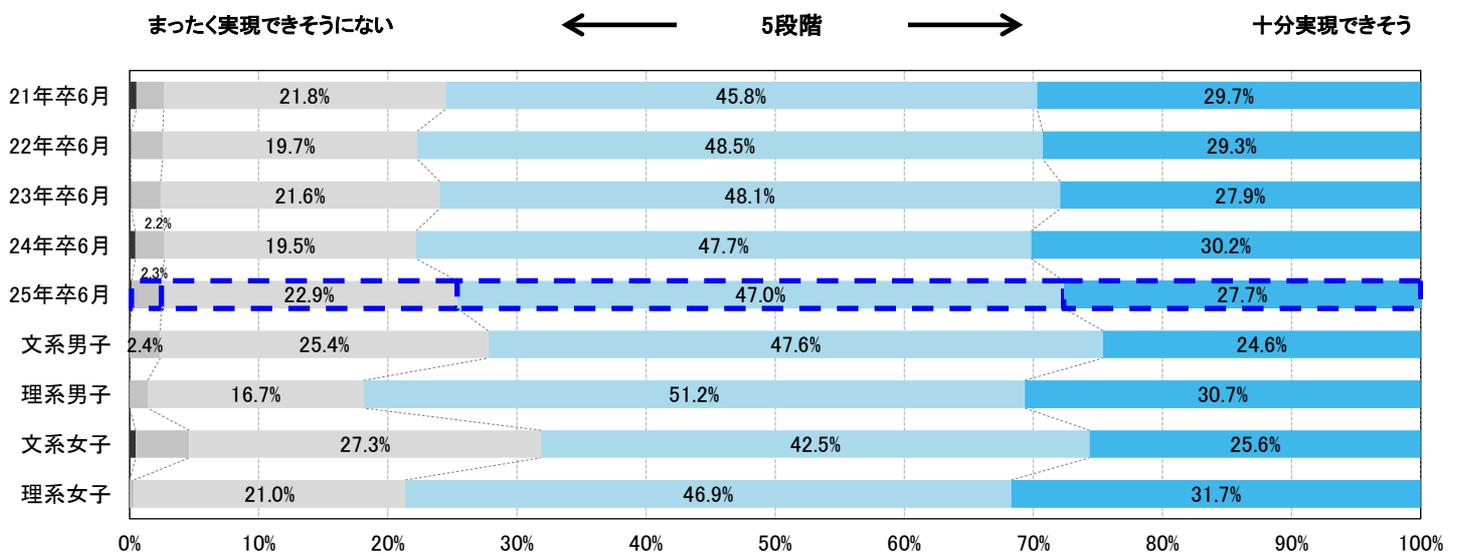
【経営者の印象】 n=1,414

入社予定先の企業の社長、役員、経営者の印象について



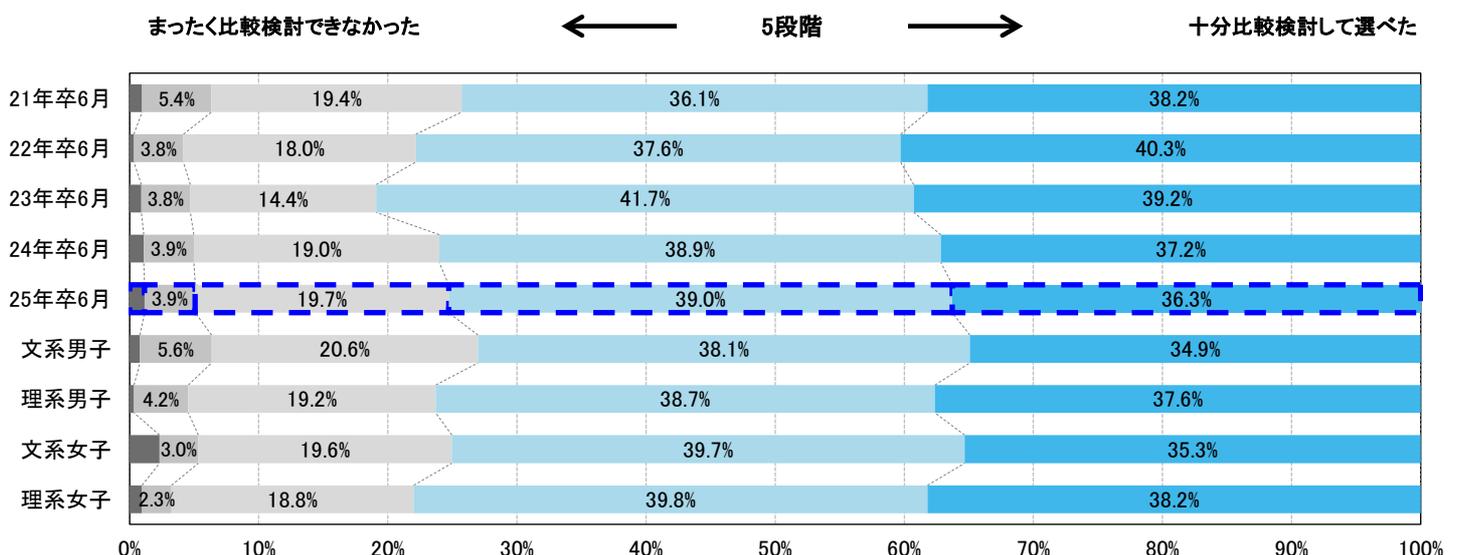
【将来のキャリア展望】 n=1,414

入社予定先の企業で働くことで、理想とする将来のキャリアプランを実現できそうか



【比較検討】 n=1,414

入社予定先の企業は、企業研究やセミナー参加、インターンシップ・仕事体験や選考を通じて、十分な選択肢の中から比較検討して選べたか

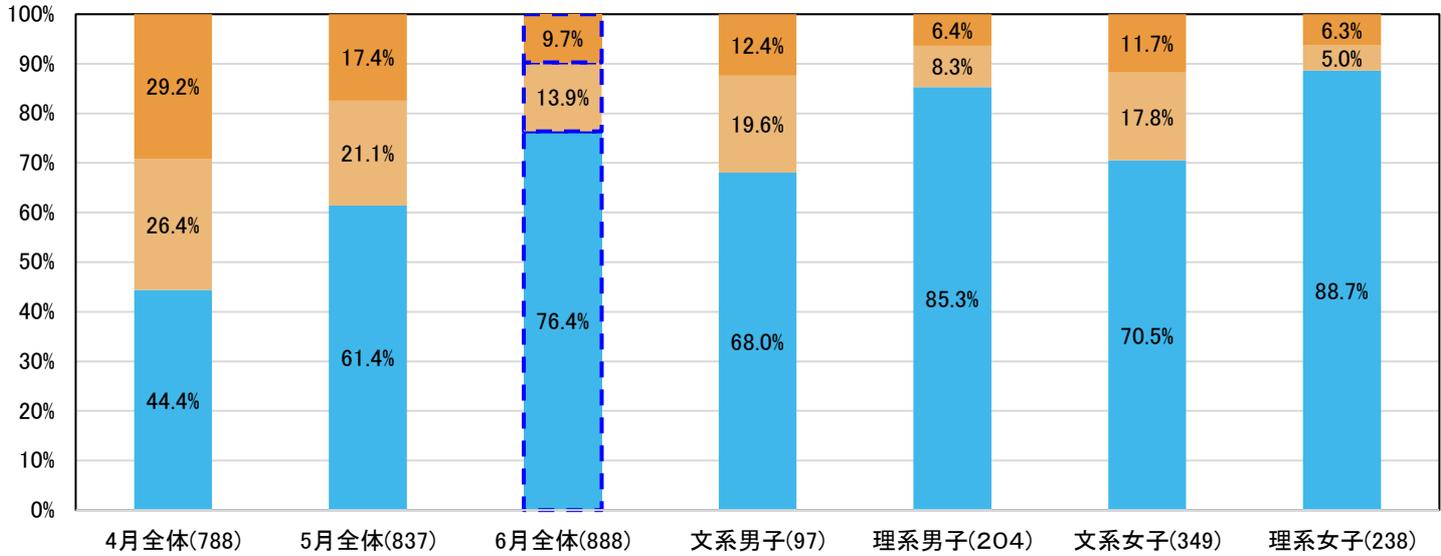


今までに内々定を得た社数が2社以上の学生に対し、入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたかを聞くと、「まだ伝えていない（一部の企業のみ伝えた）」は23.6%となり、4月の55.6%から2ヶ月連続で減少している。入社予定先を決定し、入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えた学生が増えていると考えられる。  
 また就活疲れを感じたことはあるかを聞くと、「就活疲れを感じた（かなり感じた+やや感じた）」割合は2月から毎月減少し、6月では34.5%となった。しかしながら入社予定先未決定者では64.9%、未内々定者では62.4%と、就職活動を続けている学生は6割以上が就活疲れを感じているようだ。

**入社意思の低い企業に辞退の意思を伝えたか**

※今までに2社以上内々定を得ている人のみ

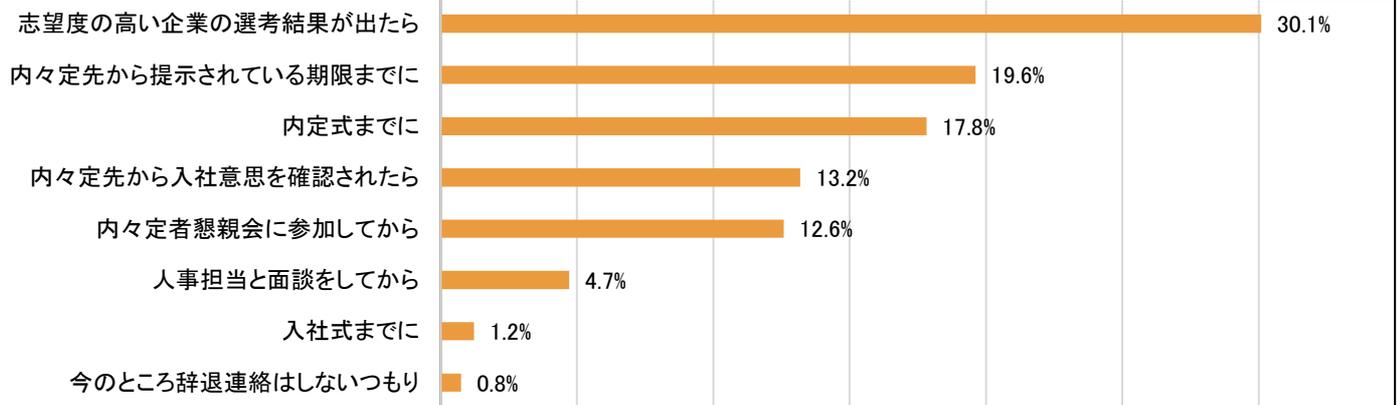
■ 既に全ての企業に伝えた ■ 一部の企業にのみ伝えた ■ まだ伝えていない



**どのようなタイミングで内々定先に辞退の意思を伝える予定か**

※伝えていない企業がある人のみ n=191

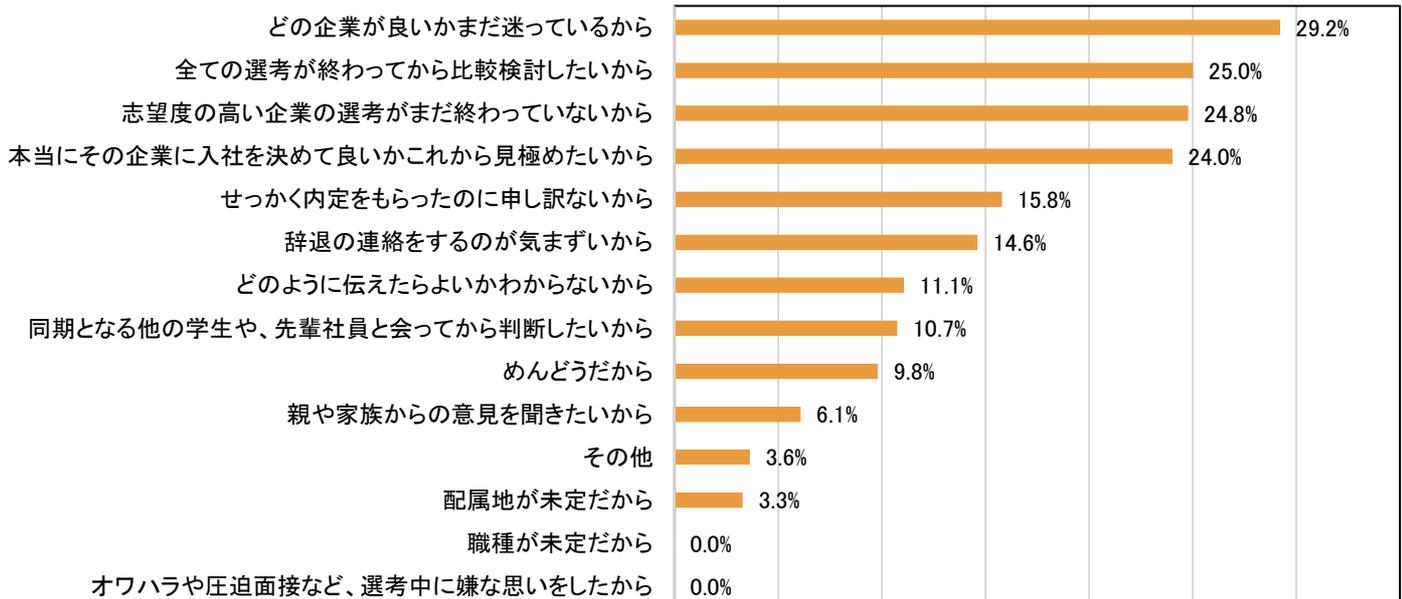
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%



**辞退の意思を伝えていない理由**

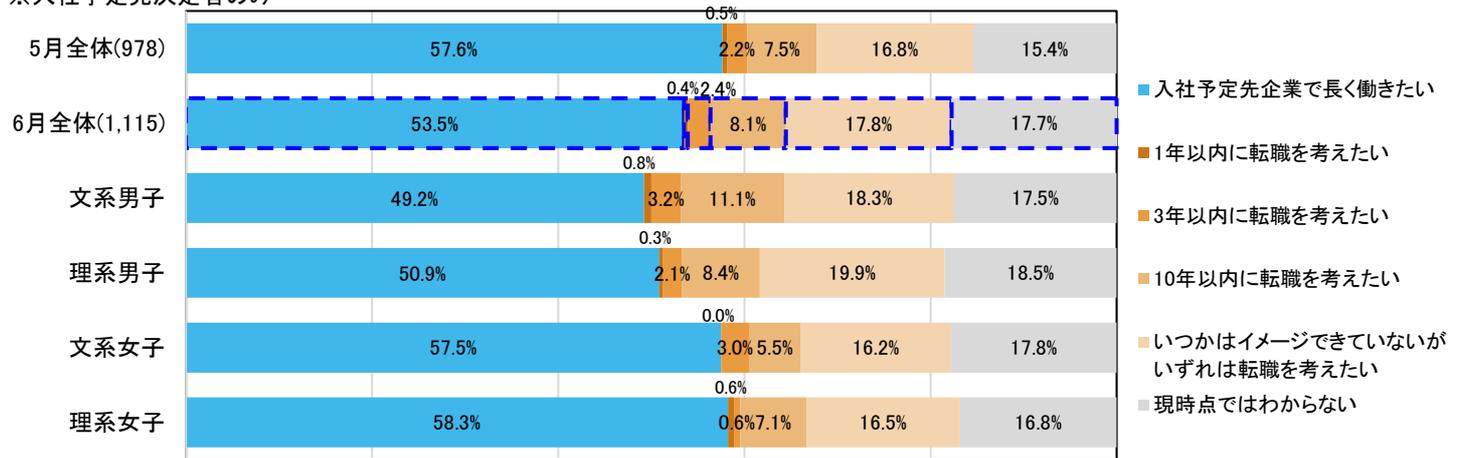
※伝えていない企業がある人のみ n=191

0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%



入社後のその先のキャリアについて、どのように考えているか

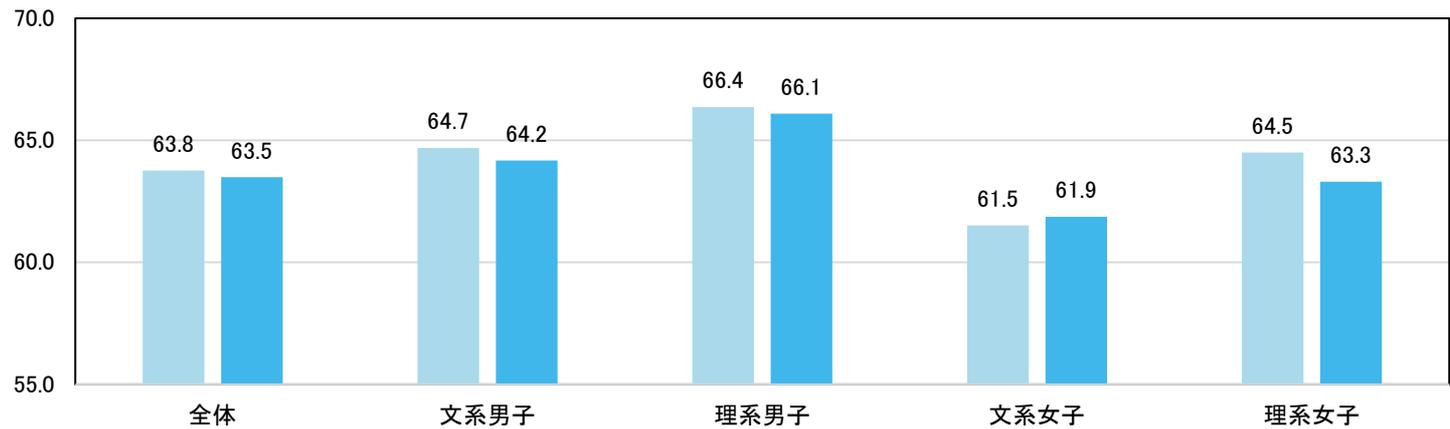
※入社予定先決定者のみ



「人生100年時代」  
何歳まで働き続けたいと思うか

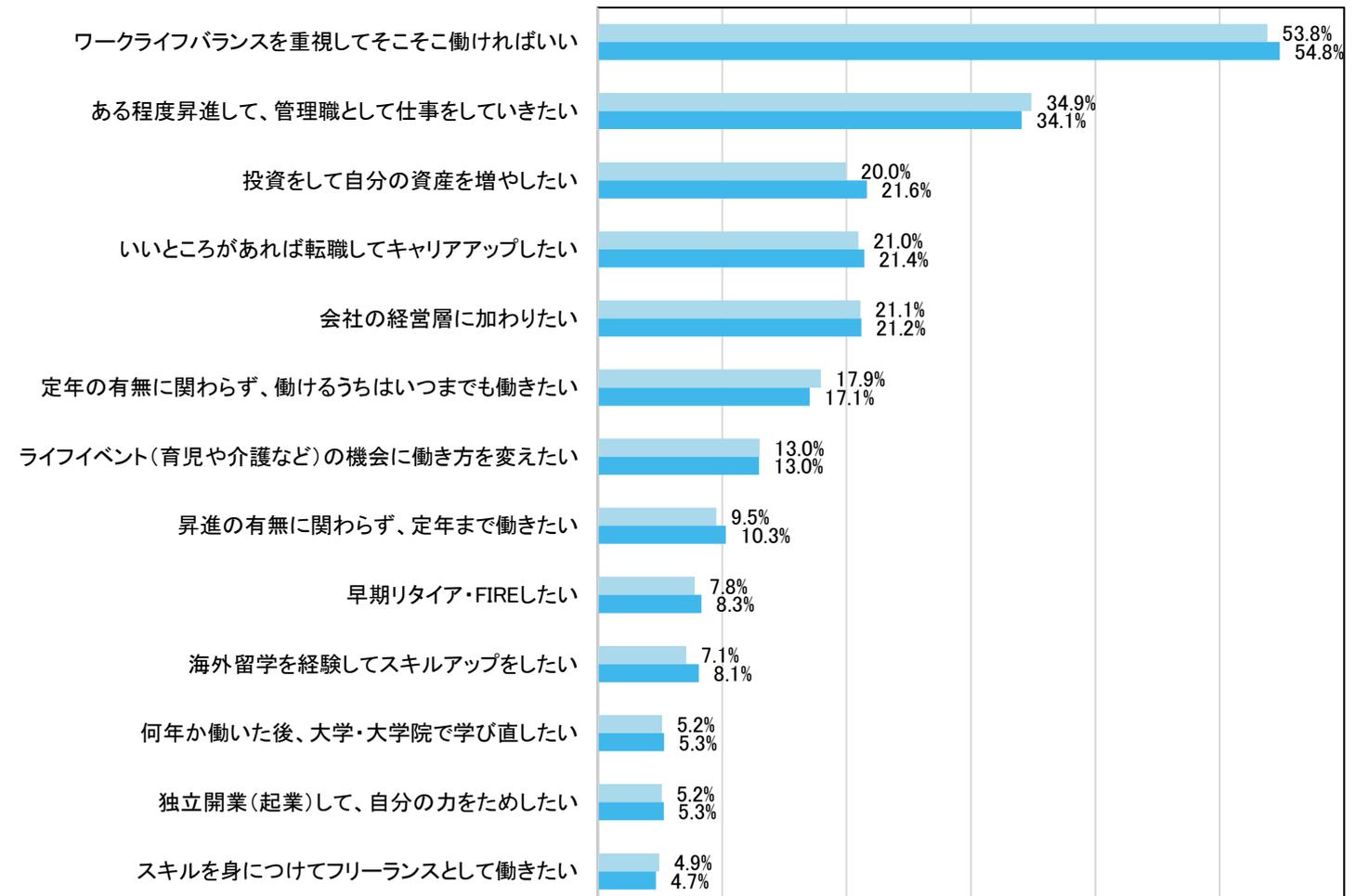
■ 5月(1,525)

■ 6月(1,507)

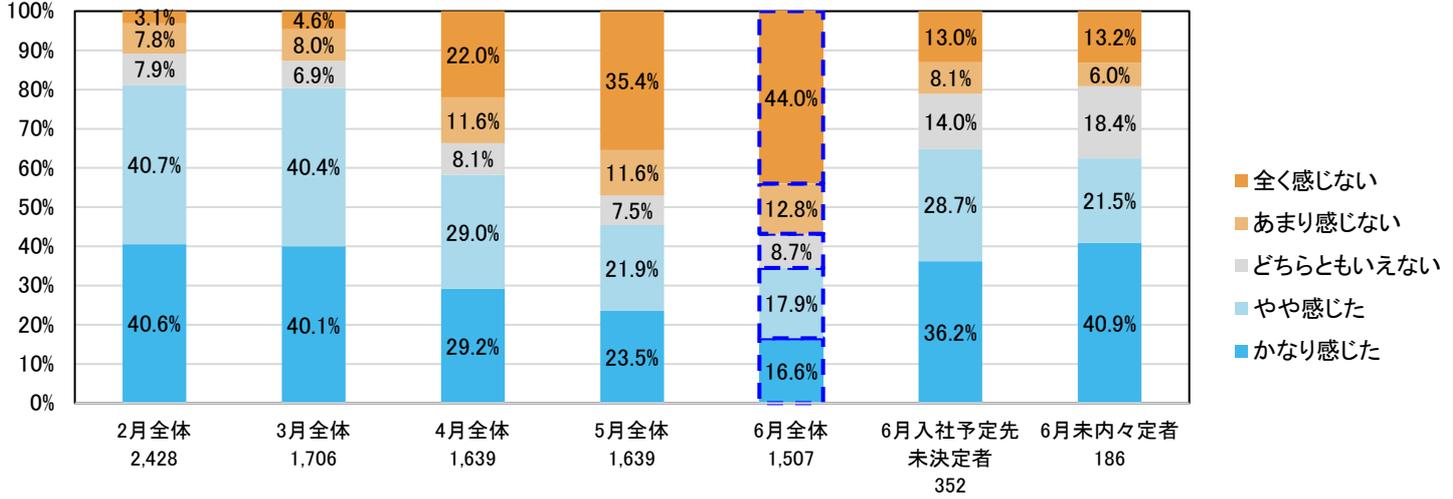


「人生100年時代」  
今後の働き方として考えに近いもの

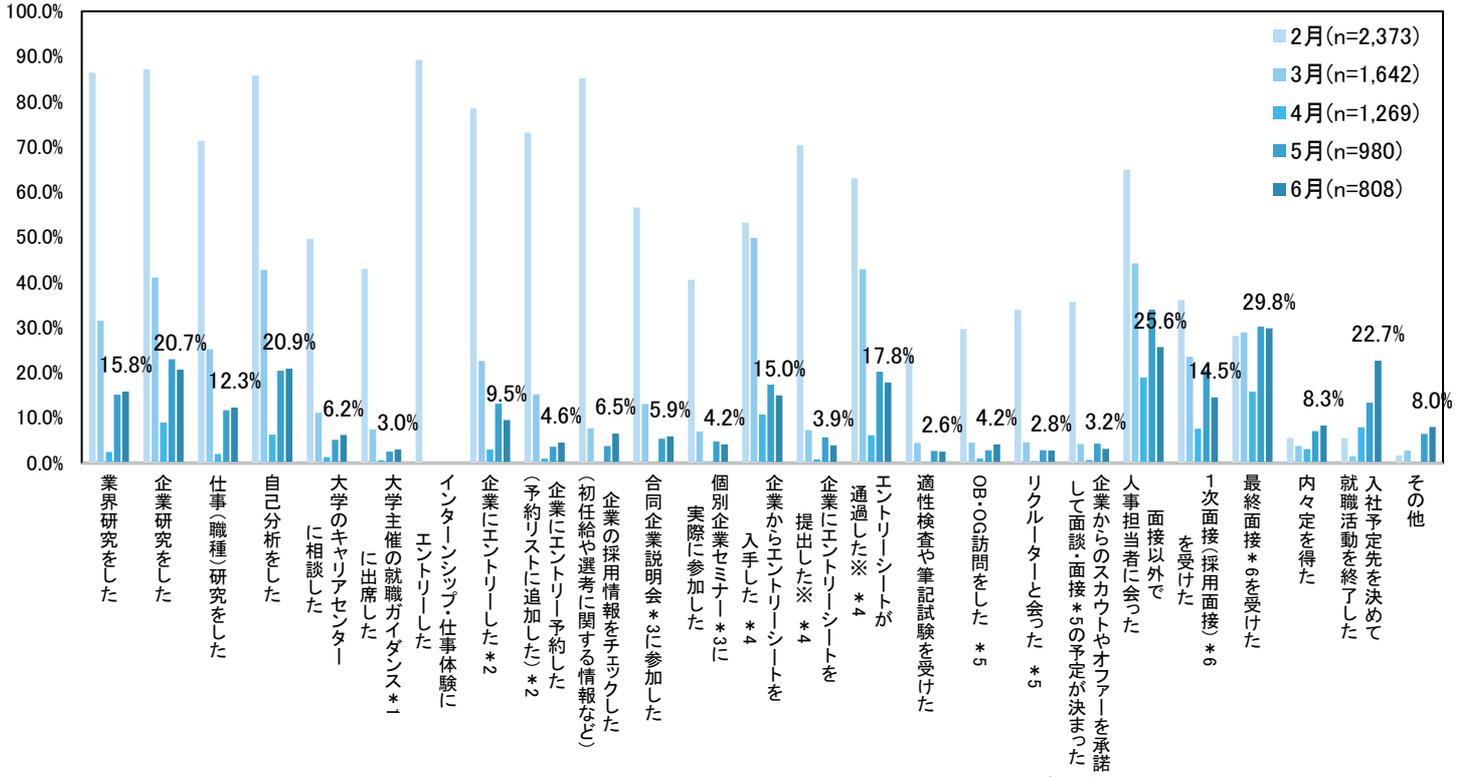
■ 5月(1,524) ■ 6月(1,507)



就活疲れを感じたことはあるか(就活準備を含む)

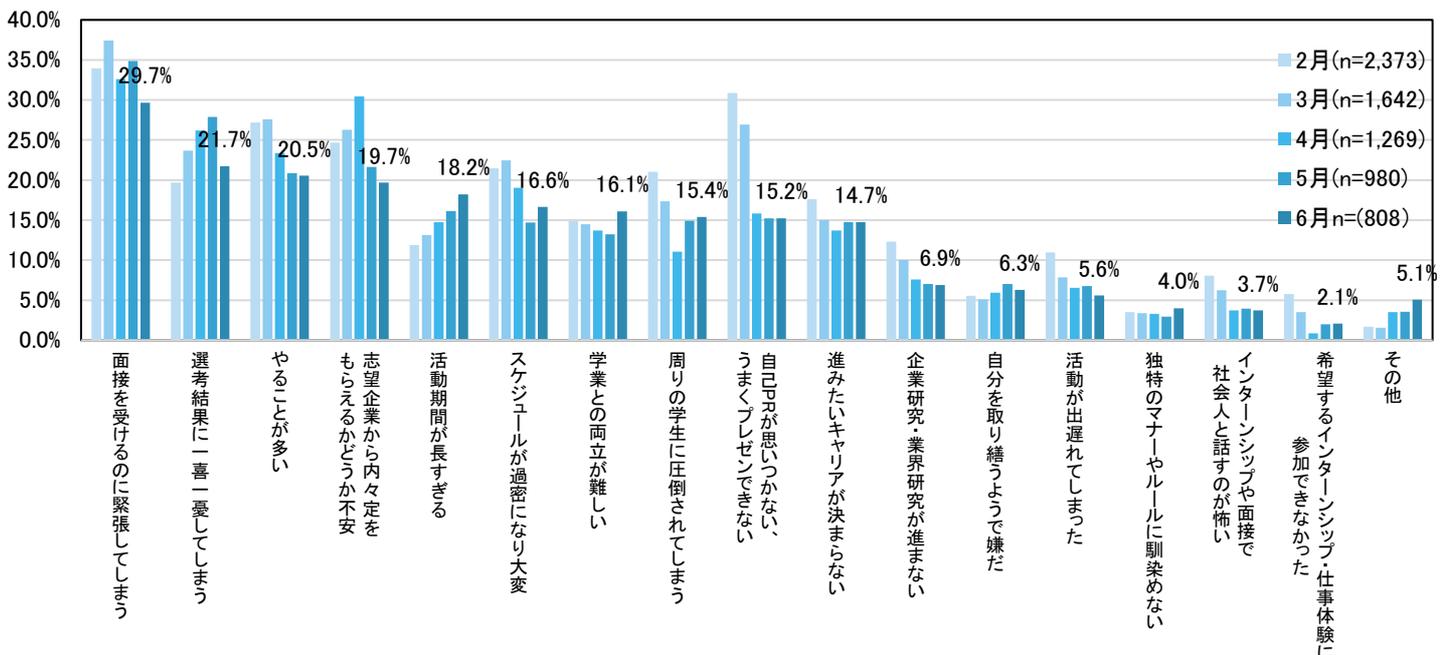


就活疲れを感じた活動



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

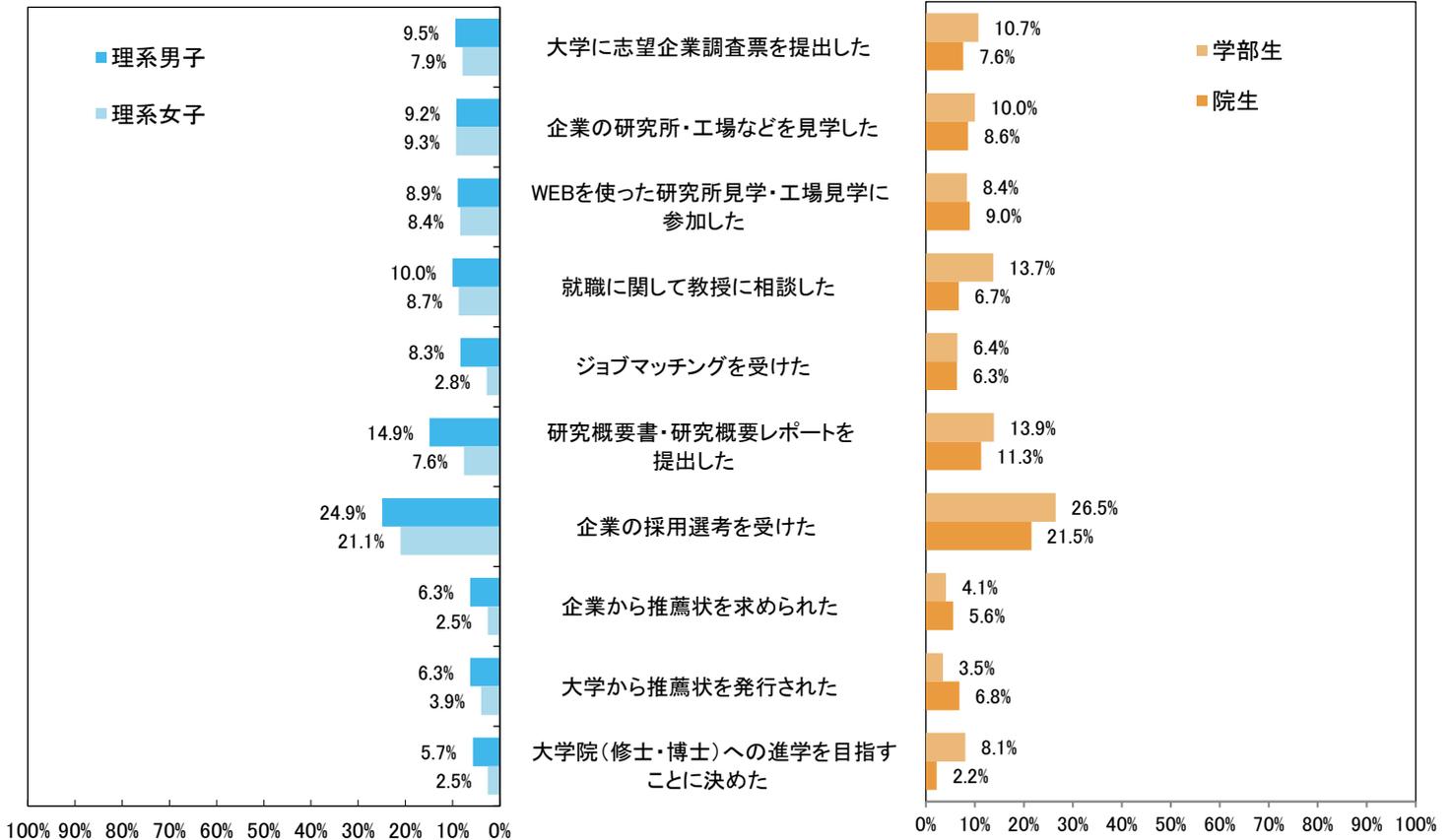
就活疲れの理由としてあてはまるもの(就活準備を含む)※上位3つまで



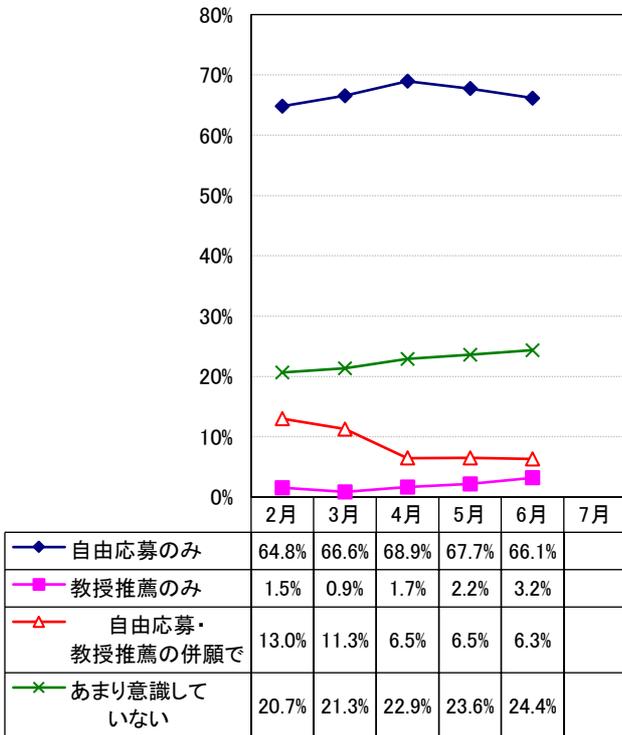
■7:【理系】6月の活動状況

理系学生の6月の活動状況では、「企業の選考を受けた」が学部生26.5%、院生21.5%でいずれも最多となったが、いずれも前年からは減少しており、それぞれ対前年7.1pt減、5.8pt減となった。  
 企業への応募方法は「自由応募のみ（66.1%）」が2月から継続して最も多いが、4月の68.9%をピークに、以降は減少傾向となっている。「推薦利用（教授推薦のみ＋併願）」と回答した割合は学部生で3.7%、院生で13.5%と院生の方が多く、その差は9.8ptとなる。

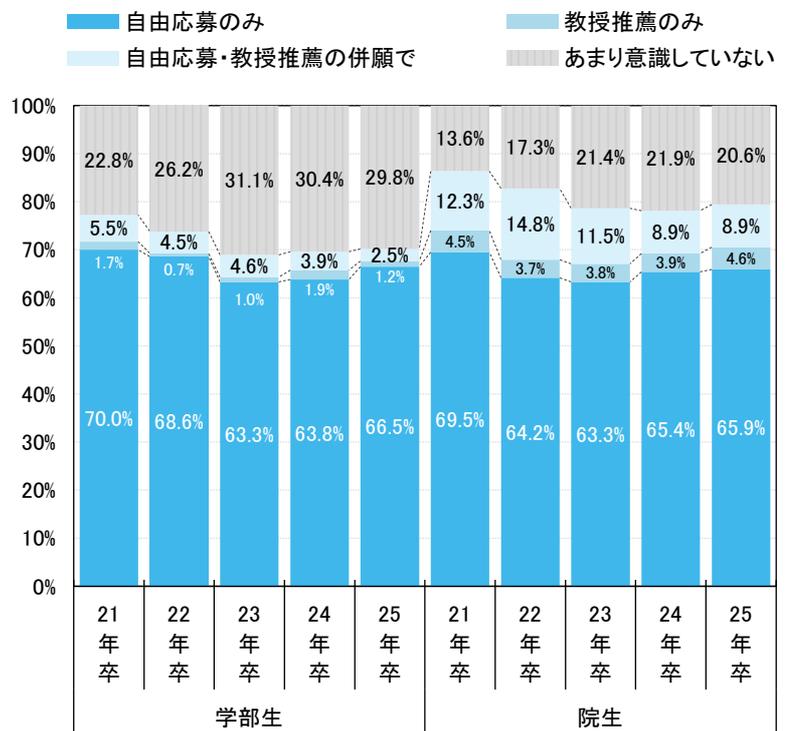
6月の理系学生の活動状況【複数回答】



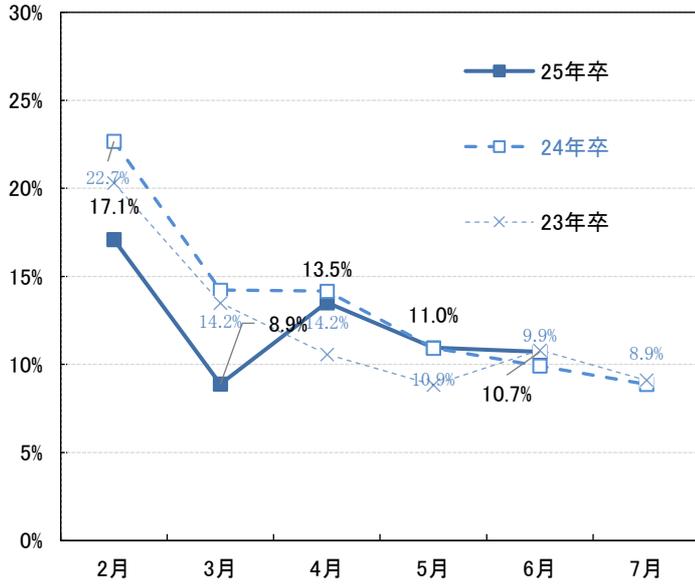
企業への応募方法 (25年卒2月～6月)



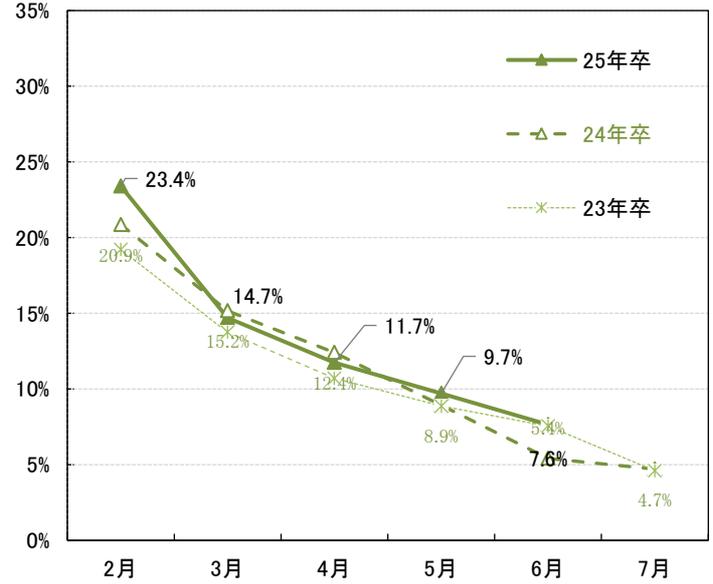
企業への応募方法 (各年6月の年次推移)



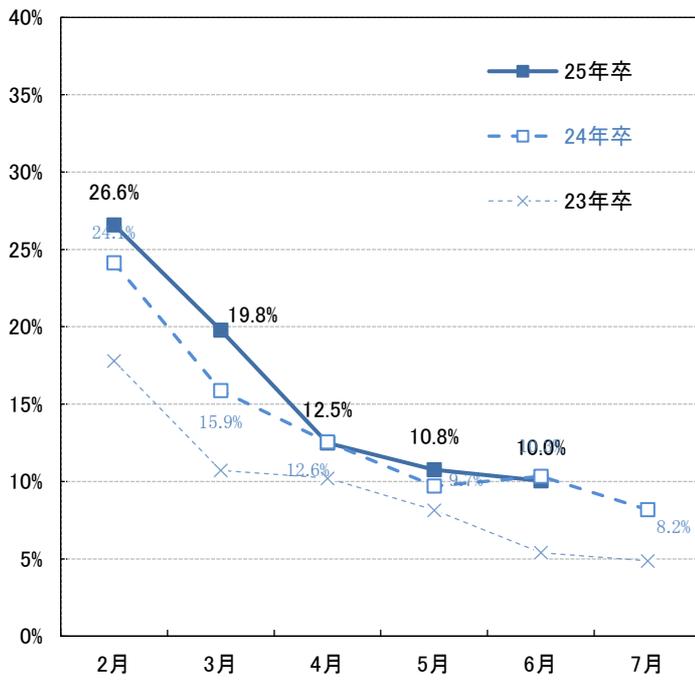
大学に志望企業調査票を提出した・学部生



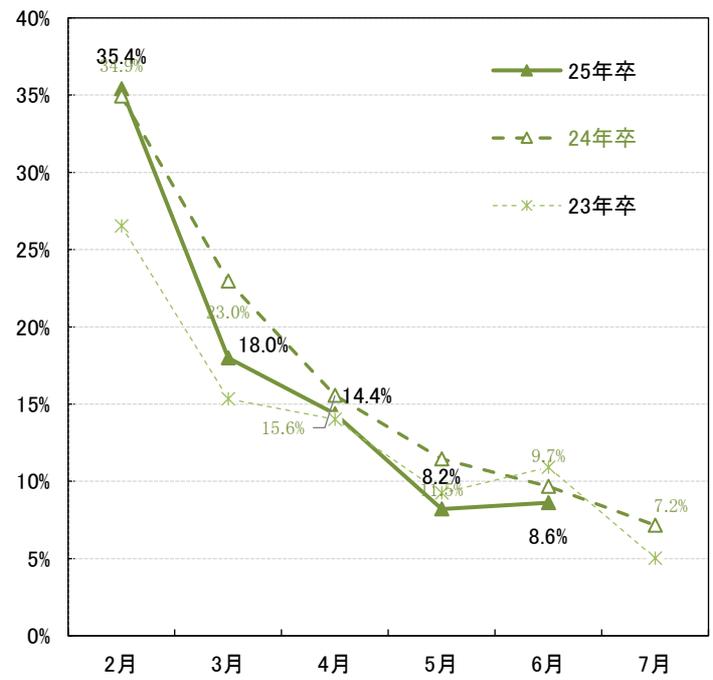
大学に志望企業調査票を提出した・院生



企業の研究所・工場などを見学した・学部生

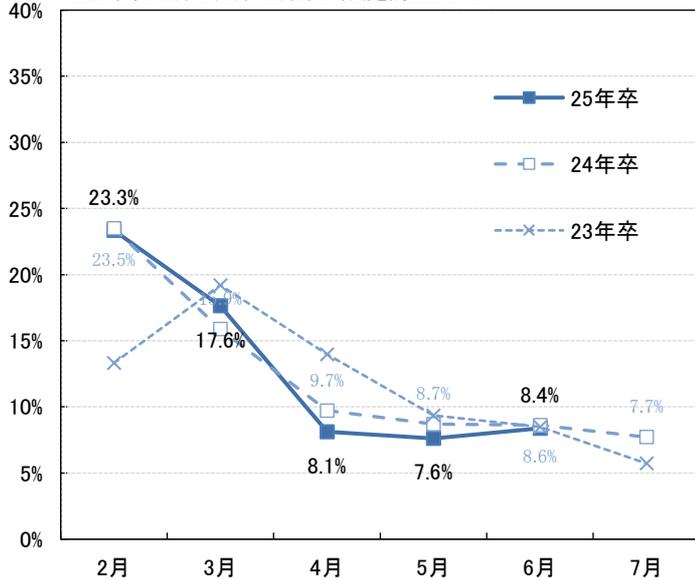


企業の研究所・工場などを見学した・院生



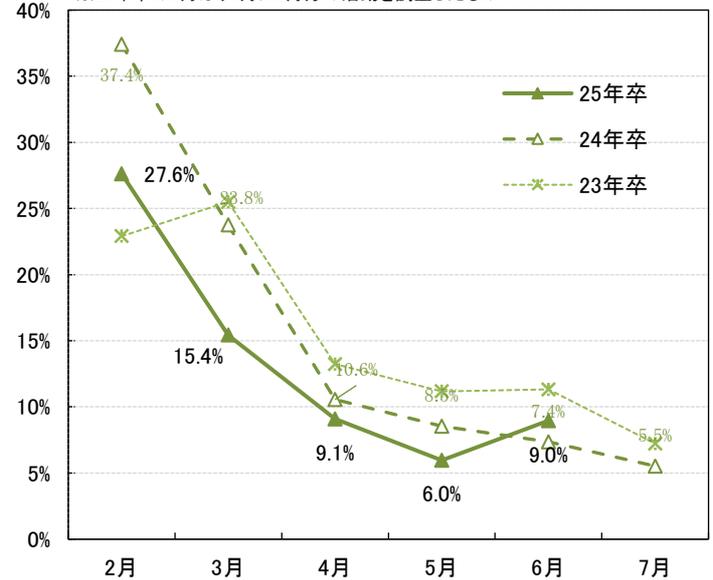
WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した・学部生

※23年卒の2月は、3月に2月分の活動を調査したもの

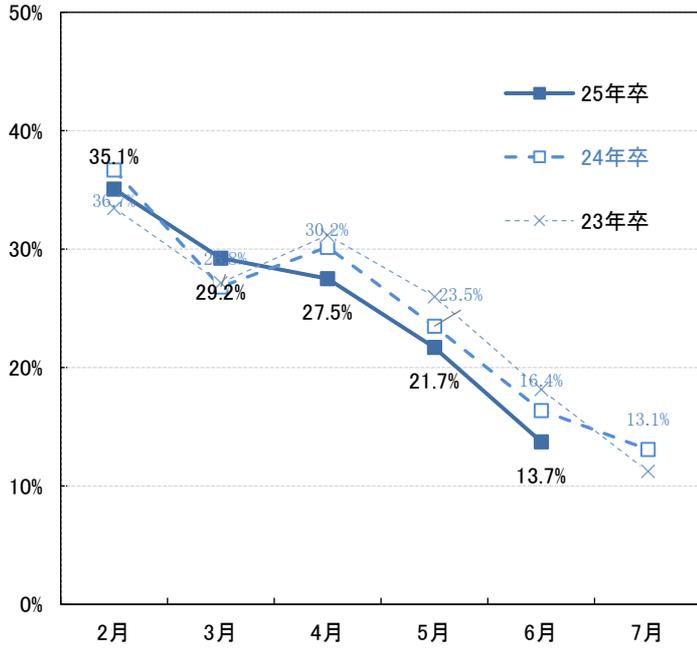


WEBを使った研究所見学・工場見学に参加した・院生

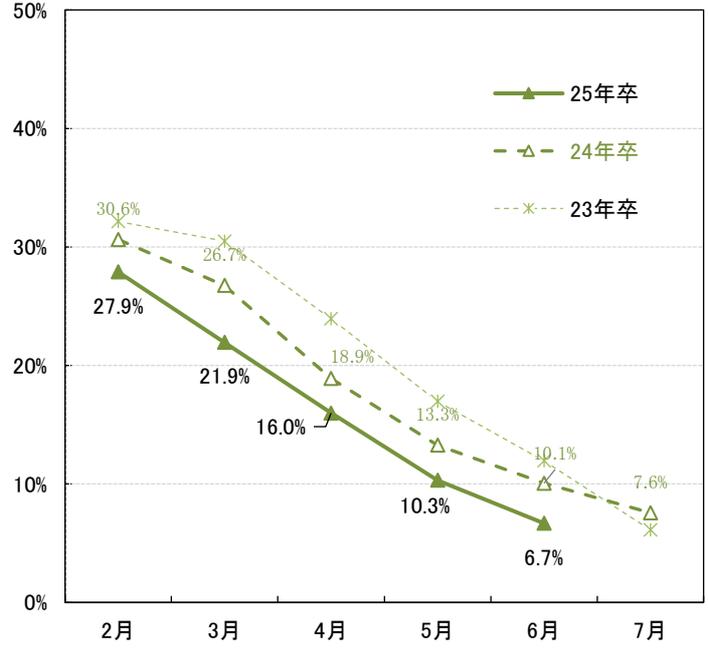
※23年卒の2月は、3月に2月分の活動を調査したもの



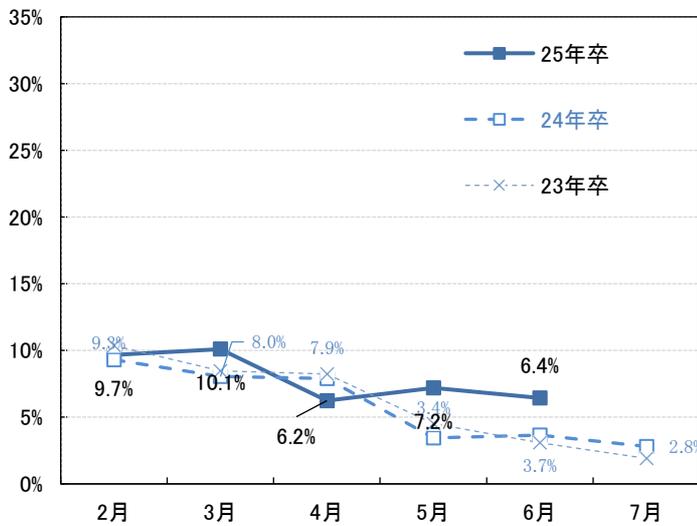
就職に関して教授に相談した・学部生



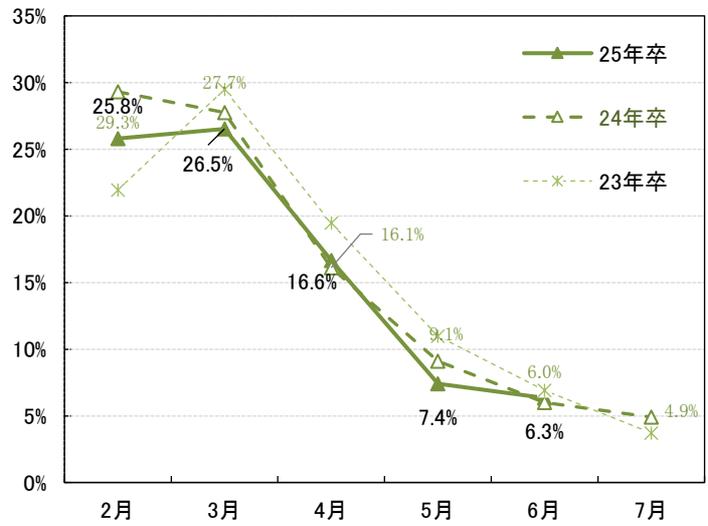
就職に関して教授に相談した・院生



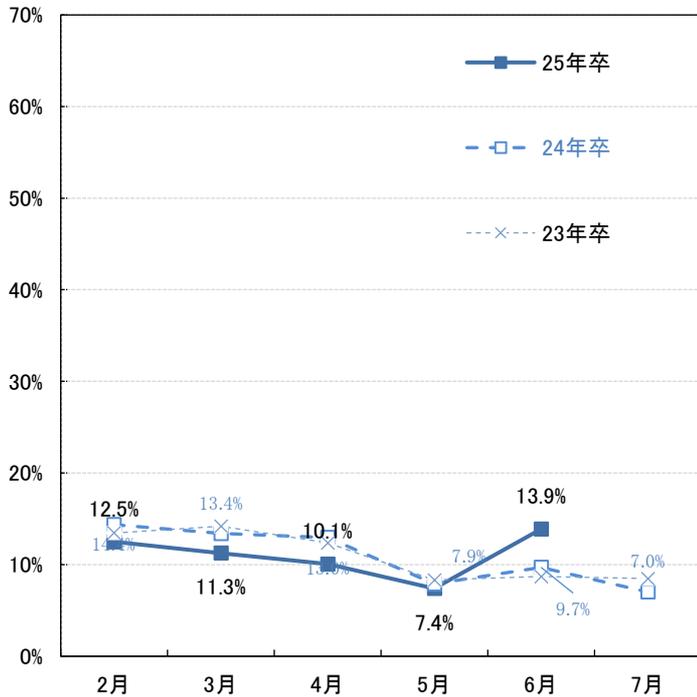
ジョブマッチングを受けた・学部生



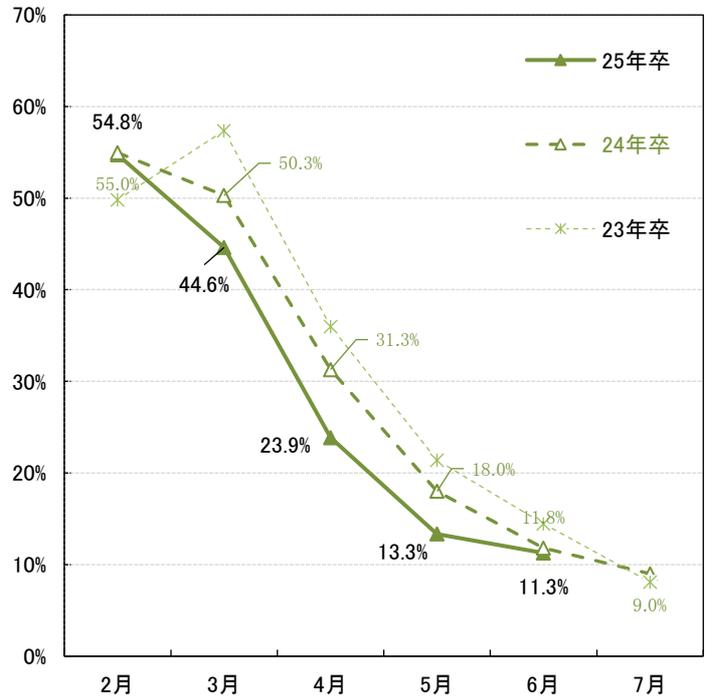
ジョブマッチングを受けた・院生



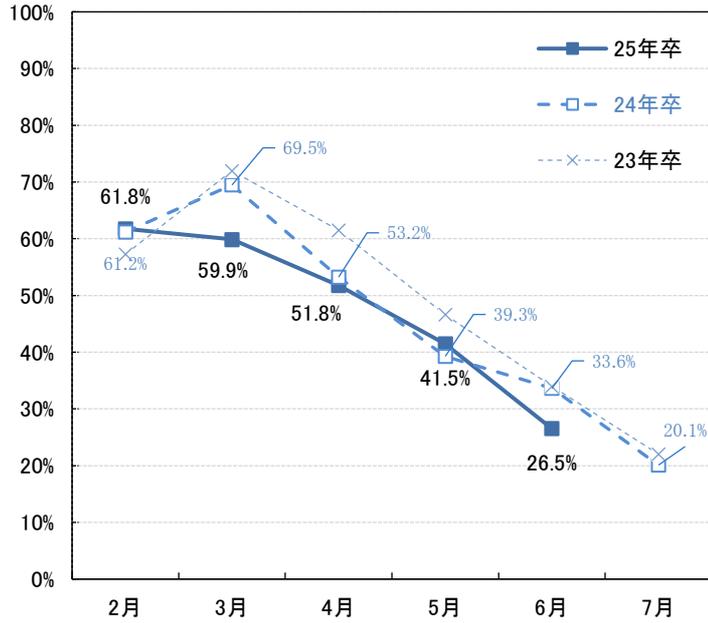
研究概要書・研究概要レポートを提出した・学部生



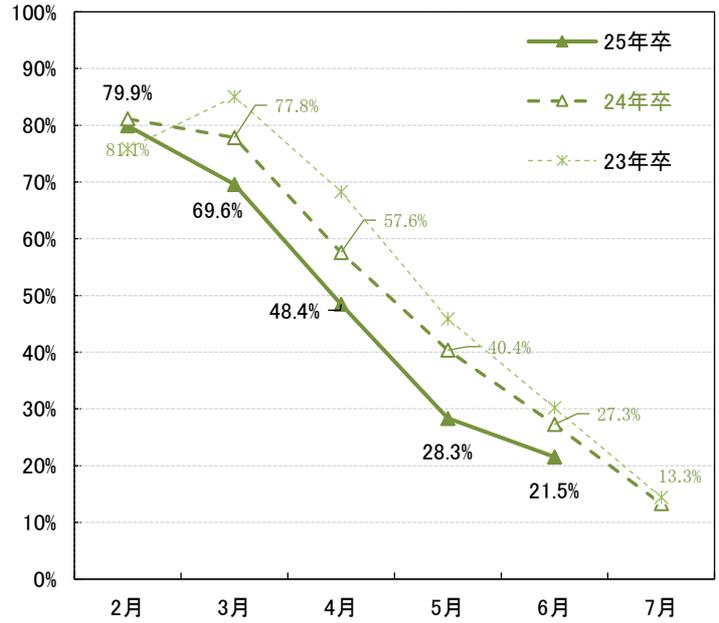
研究概要書・研究概要レポートを提出した・院生



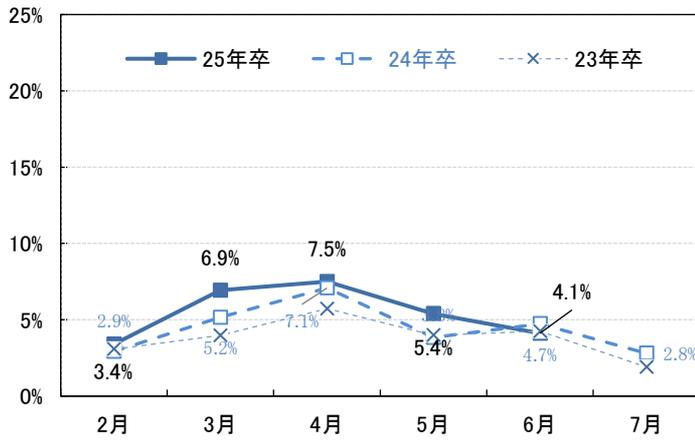
企業の採用選考を受けた・学部生



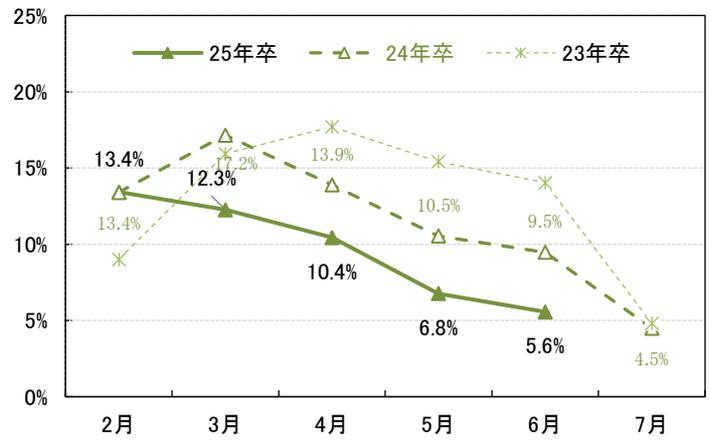
企業の採用選考を受けた・院生



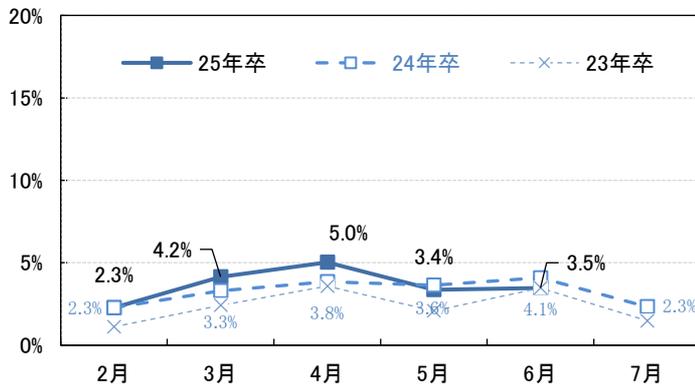
企業から推薦状を求められた・学部生



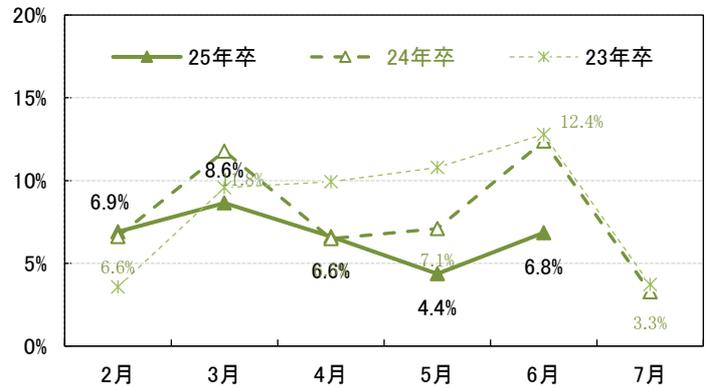
企業から推薦状を求められた・院生



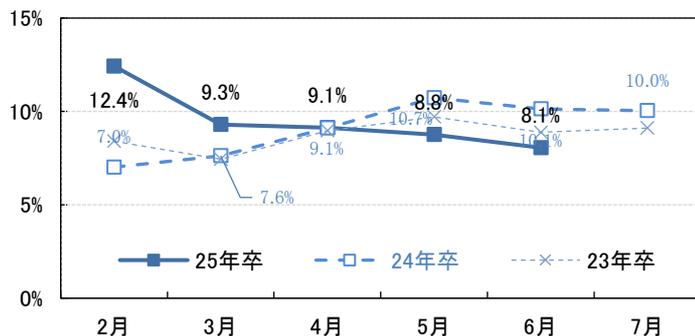
大学から推薦状を発行された・学部生



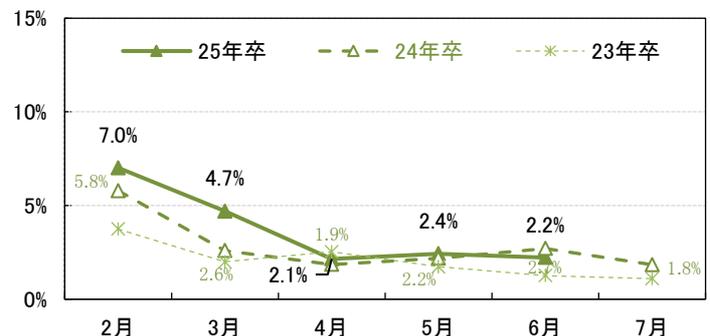
大学から推薦状を発行された・院生



大学院への進学を目指すことに決めた・学部生



大学院への進学を目指すことに決めた・院生



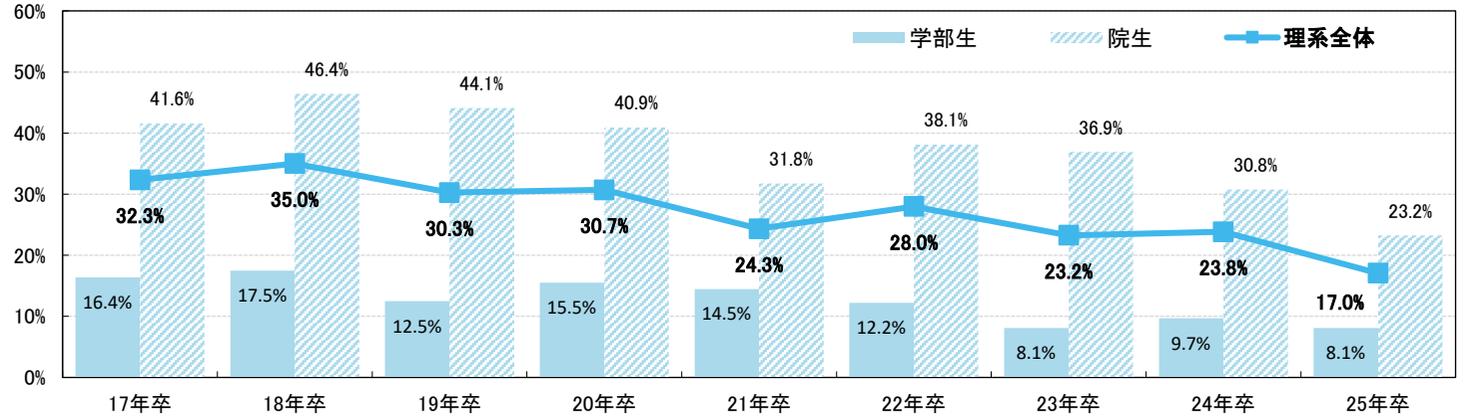
【推薦について】※用語については以下のように補足をして調査した。

「学校推薦」 学部や学科・専攻に対し、企業から提示された推薦枠に応募したもの

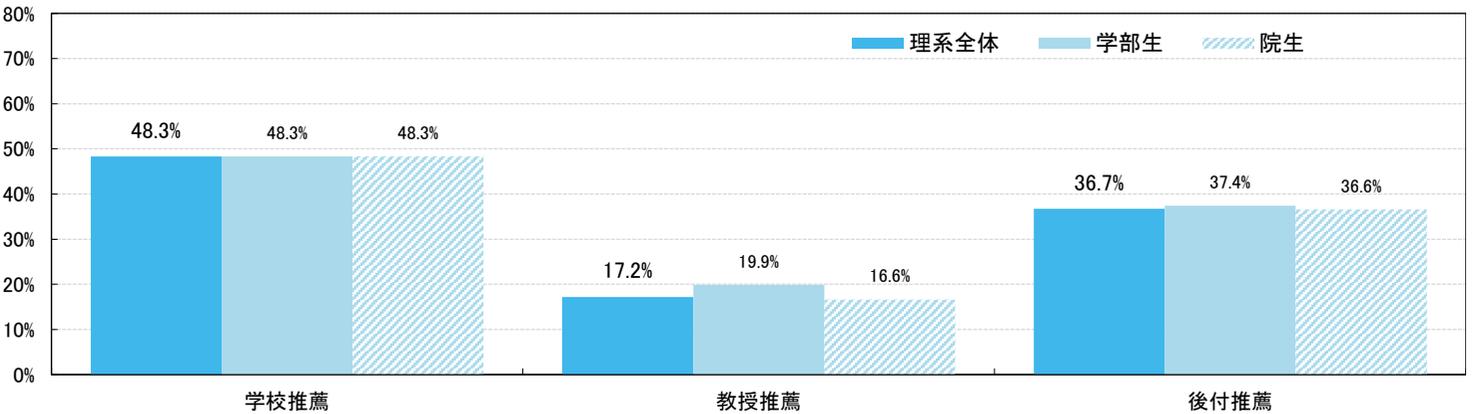
「教授推薦」 学校や学科内の公募ではなく、研究室ごとの推薦枠に応募したもの

「後付推薦」 自由応募で選考に申し込んだが、選考の進捗に伴い推薦状が必要になったもの

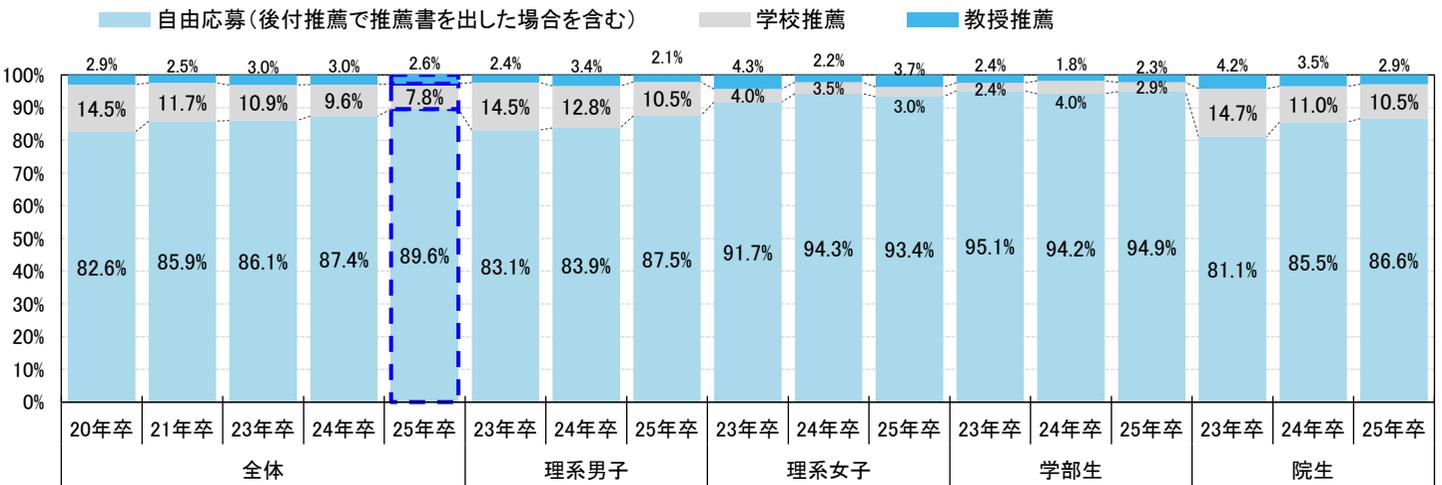
これまでに推薦状を提出した経験がある割合



提出したことのある推薦の形式【複数回答】n=110



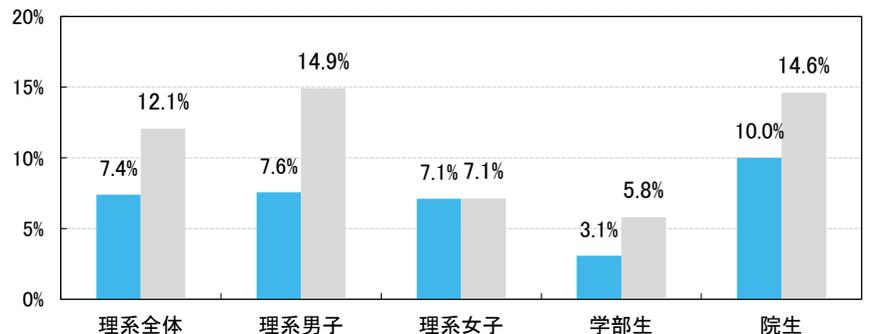
入社予定先企業に応募した方法 ※入社予定先を決めている人



入社予定先に後付で推薦状を提出した人の割合

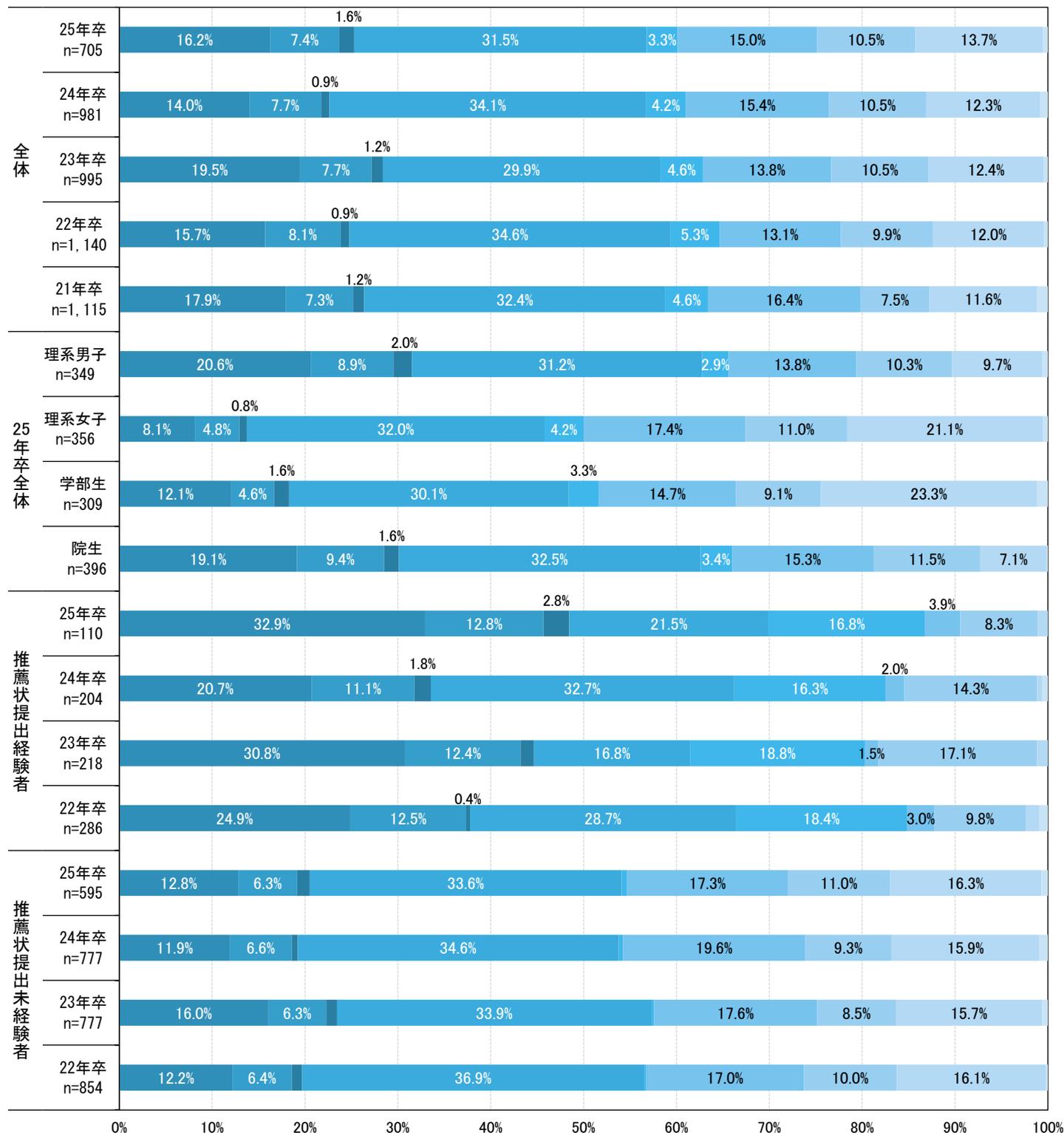
※入社予定先を決めており、かつ入社予定先への応募方法が自由応募だった人

■ 25年卒(532)  
■ 24年卒(700)

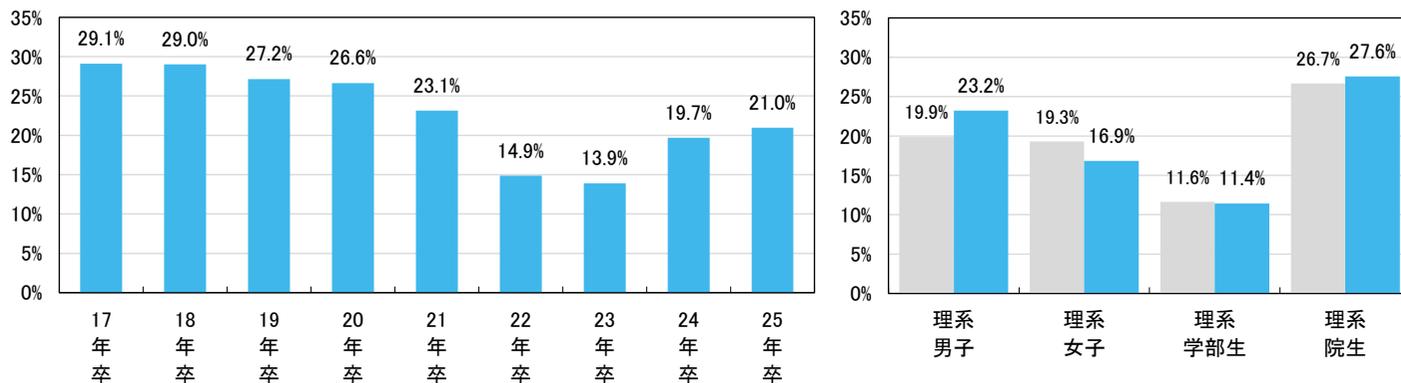


推薦についての考え

- 自由応募より、内々定に効率的に近づけると思うので積極的に利用したい
- 推薦で応募しても必ず内々定というわけではない、効力の薄い制度
- 学科や専攻を評価してくれると思うので推薦枠のある企業の中から選んで活動したい
- 第一志望の企業に推薦で応募できるのなら有効だと思う
- 推薦を意識したわけではないが企業から求められたので「後付推薦」として提出した
- 自由応募で受験したい(企業を自由に選びたい)ので使いたくない
- 辞退ができないので、学生にはメリットが少ない制度だと思う
- 利用できる推薦制度がないので分からない
- その他

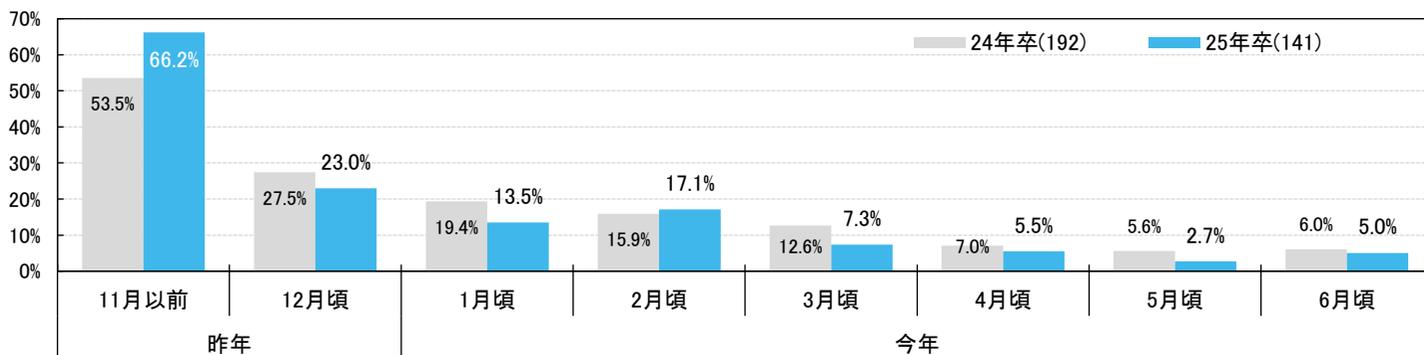


採用選考前に研究室で企業の人と接触があった割合



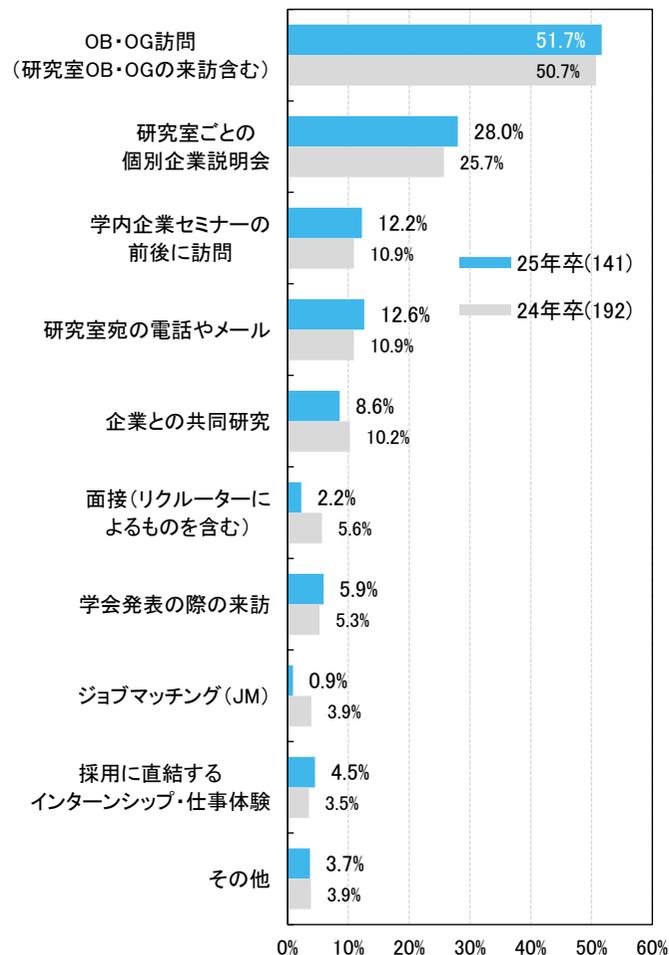
採用選考前に研究室で企業の人と接触した時期【複数回答】

※接触があった人



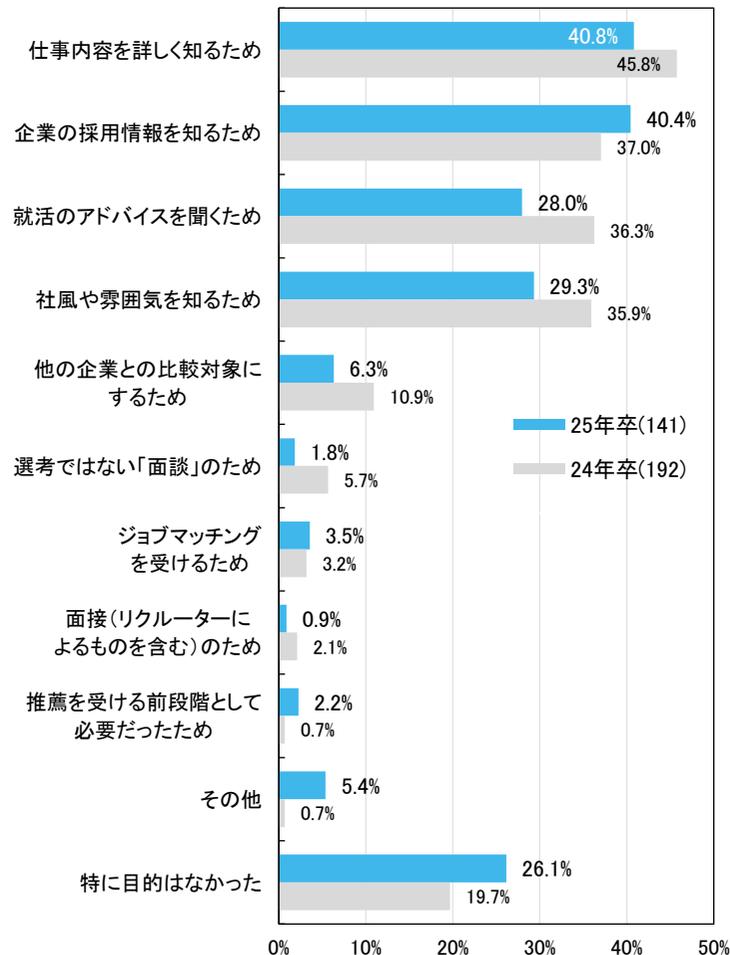
採用選考前に研究室で企業の人と接触したのはどのような機会だったか【複数回答】

n=192 ※接触があった人



採用選考前に研究室で企業の人と接触した目的【複数回答】

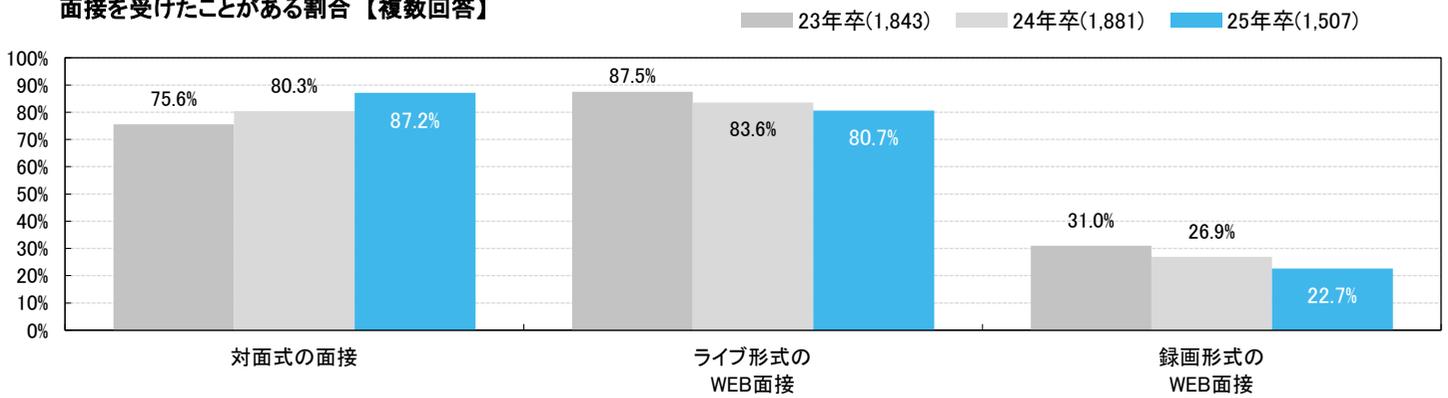
n=192 ※接触があった人



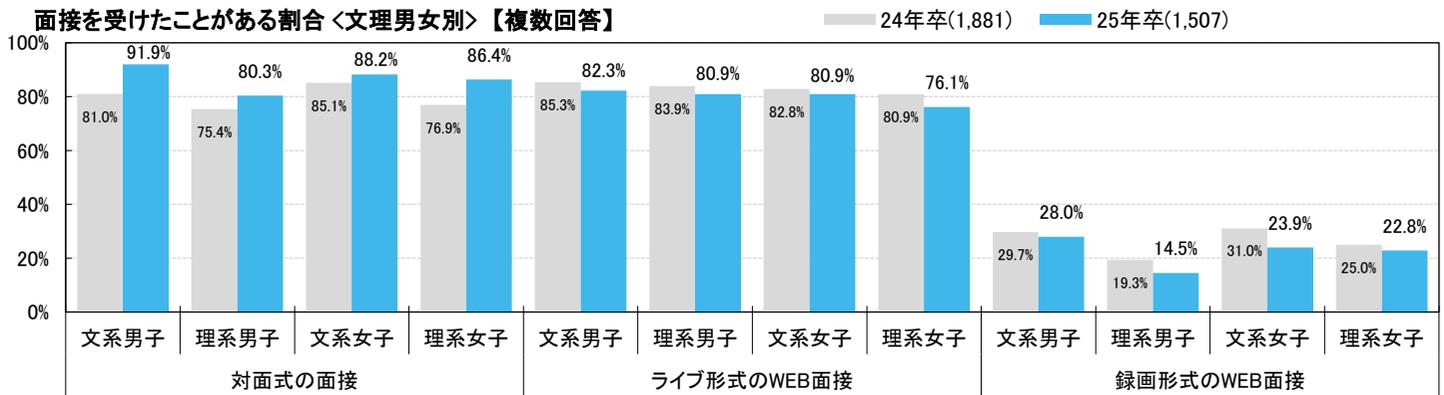
■8:面接について

対面式の面接を受けたことがある割合は87.2%（対前年6.9pt増）で2年連続増加した。ライブ形式の面接は23年卒では対面式よりも多かったが、2年連続で減少し、25年卒では80.7%（対前年2.9pt減）となった。録画形式のWEB面接は23年卒、24年卒時から対面式、ライブ形式の半分以下の割合であったが、25年卒ではさらに減少し、22.7%（対前年4.2pt減）となった。また内々定先、入社予定先ともに、最終面接の形式が対面式だったという回答が増えており、それぞれ75.8%（対前年9.8pt増）、76.2%（対前年6.1pt増）であった。

面接を受けたことがある割合【複数回答】



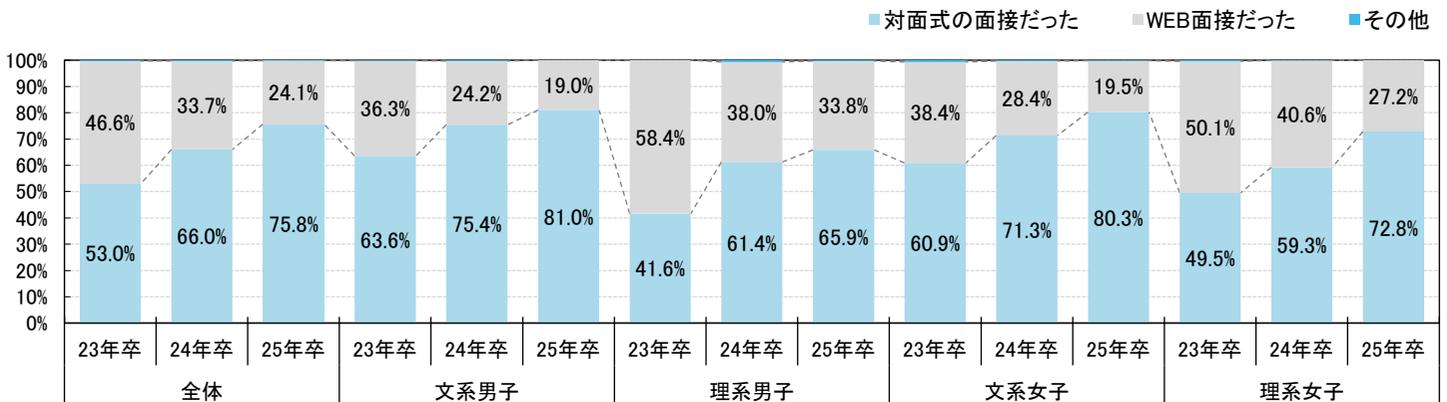
面接を受けたことがある割合〈文理男女別〉【複数回答】



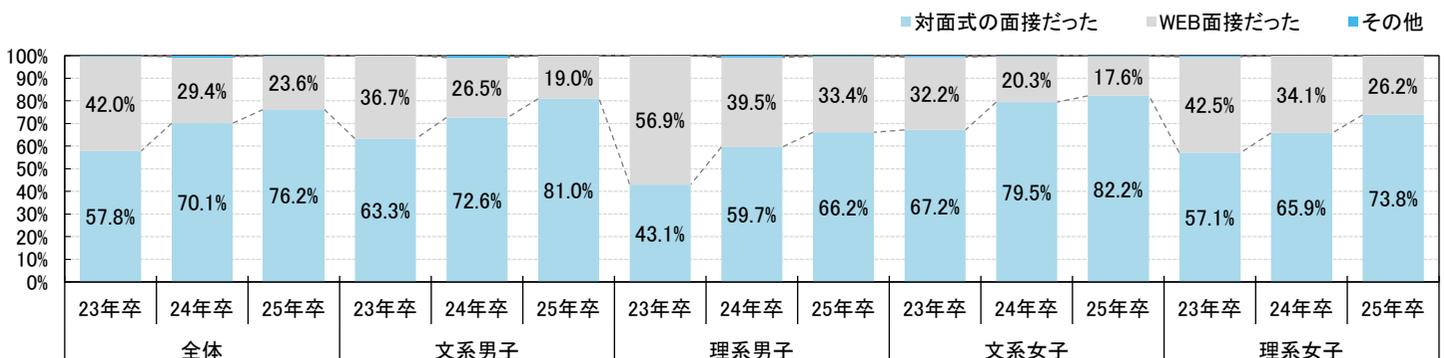
以下、★がついている項目

24年卒まで：モニターが内々定を獲得した企業について、1人当たり最大4社回答をした結果について【社数】をベースに再集計した  
 25年卒：入社予定先、または、もっとも志望度の高い内定先について集計した

★内々定先の最終面接は対面式だったか、WEB面接だったか 23年卒(n=3,473) 24年卒(n=3,646) 25年卒(n=1,321)



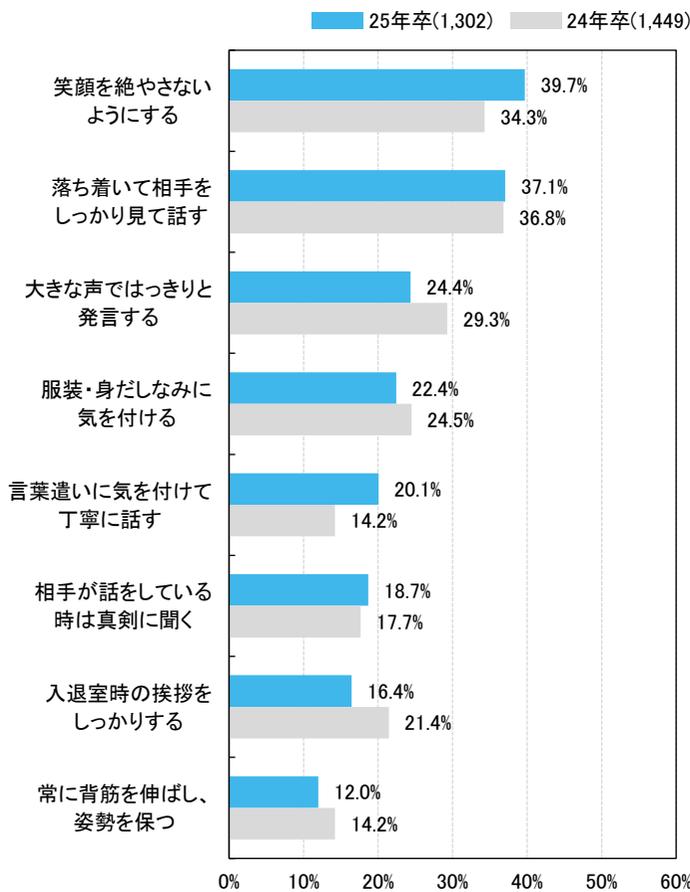
入社予定先の最終面接は対面式だったか、WEB面接だったか 23年卒(n=1,356) 24年卒(n=1,414) 25年卒(n=1,155)



面接を受けたことでその企業に対する志望度が上がった理由を聞くと、対面形式の面接・ライブ形式のWEB面接ともに、「話をしっかり(頷くなどして)聞いてくれた」「リラックスできる環境を整えてくれた」「面接中に褒めてもらった」という順位で、いずれも回答率が増加していた。「志望度が上がったことはない」は対面式では22.9%（対前年17.7pt減）、ライブ形式では34.9%（対前年18.0pt減）で、いずれも昨年から回答率が減少しており、面接を通じて志望度が上がった学生が多いことが分かる。面接官とのやり取りにおいて「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことのある学生も対面式では57.6%（対前年1.8pt増）、ライブ形式では41.7%（対前年2.3pt増）で増加していた。

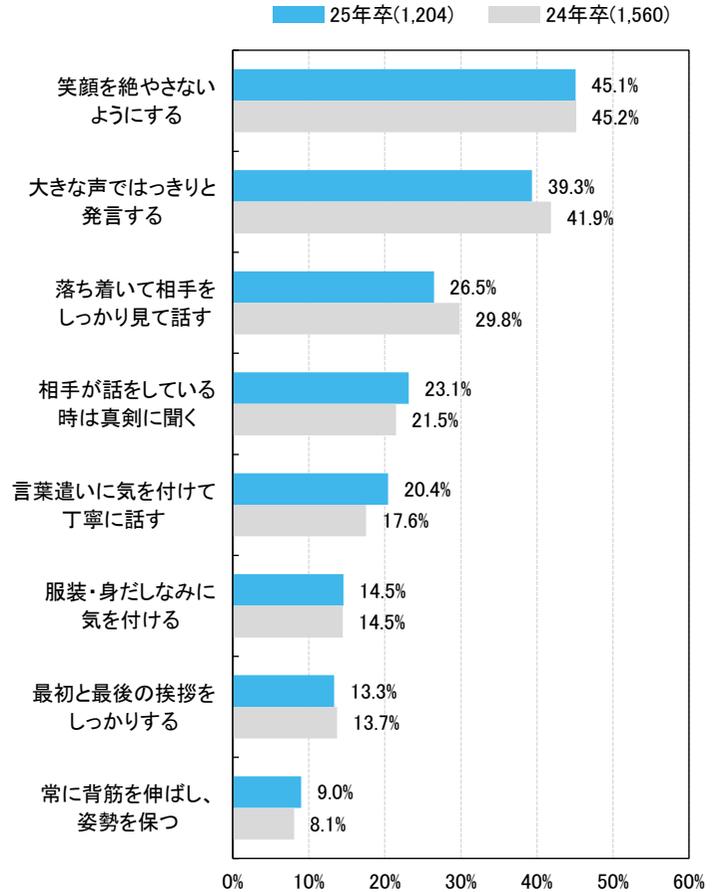
※対面式の面接を受けたことがある人

対面式の面接時に注意しているポイント【2つまで選択】

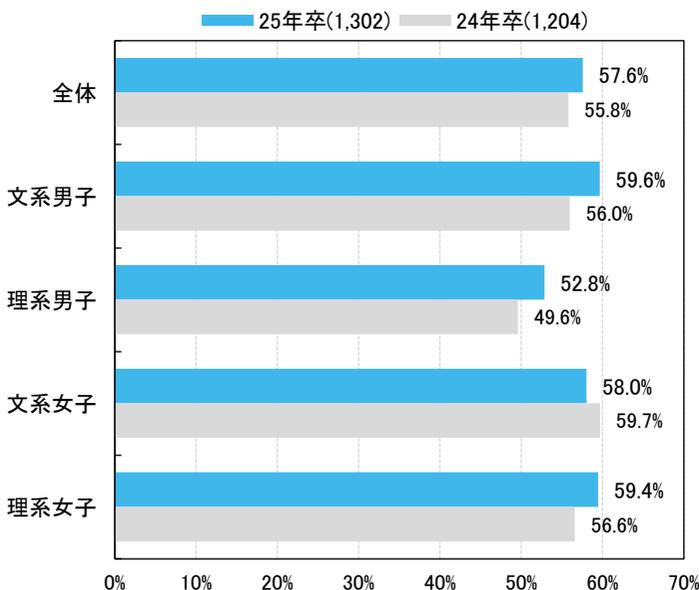


※ライブ形式のWEB面接を受けたことがある人

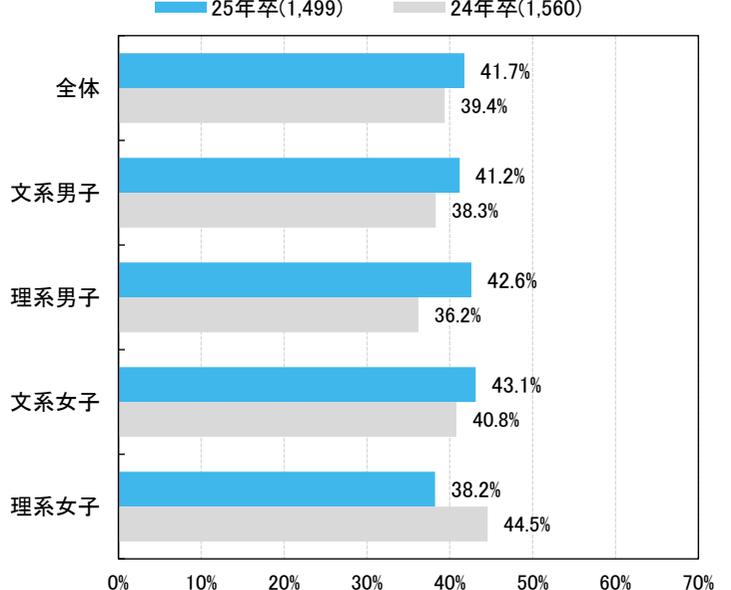
ライブ形式のWEB面接時に注意しているポイント【2つまで選択】



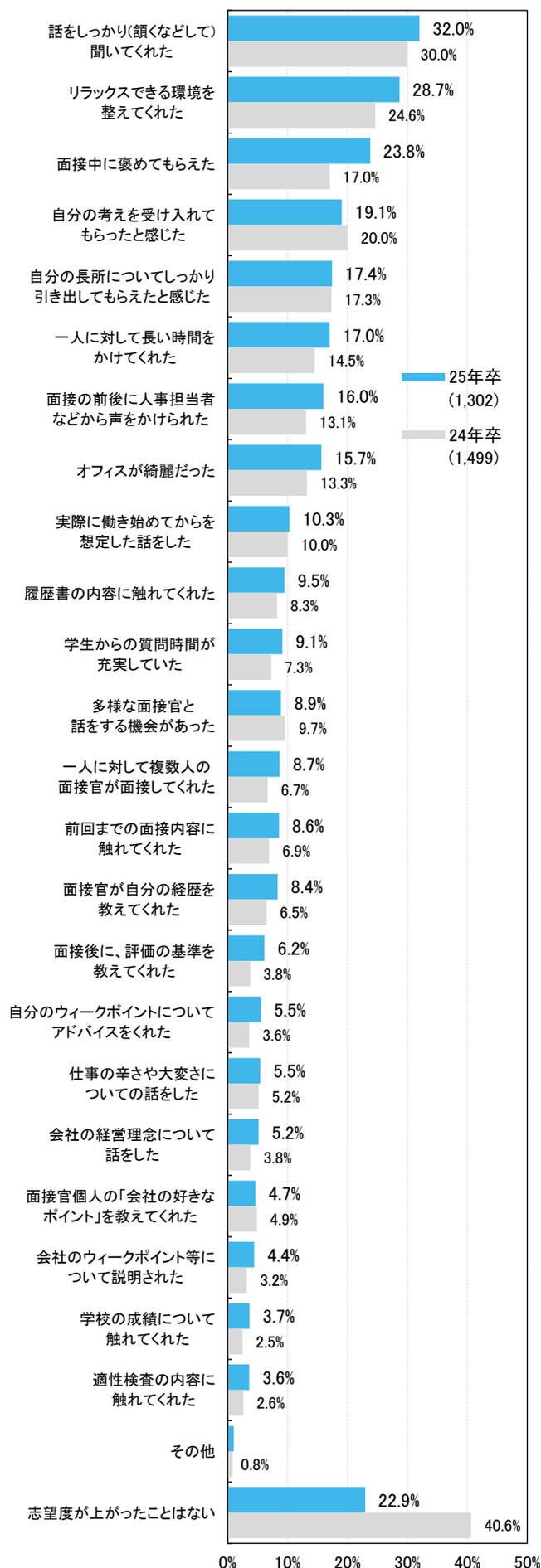
対面式の面接において、面接官とのやり取りの中で「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことがある学生の割合



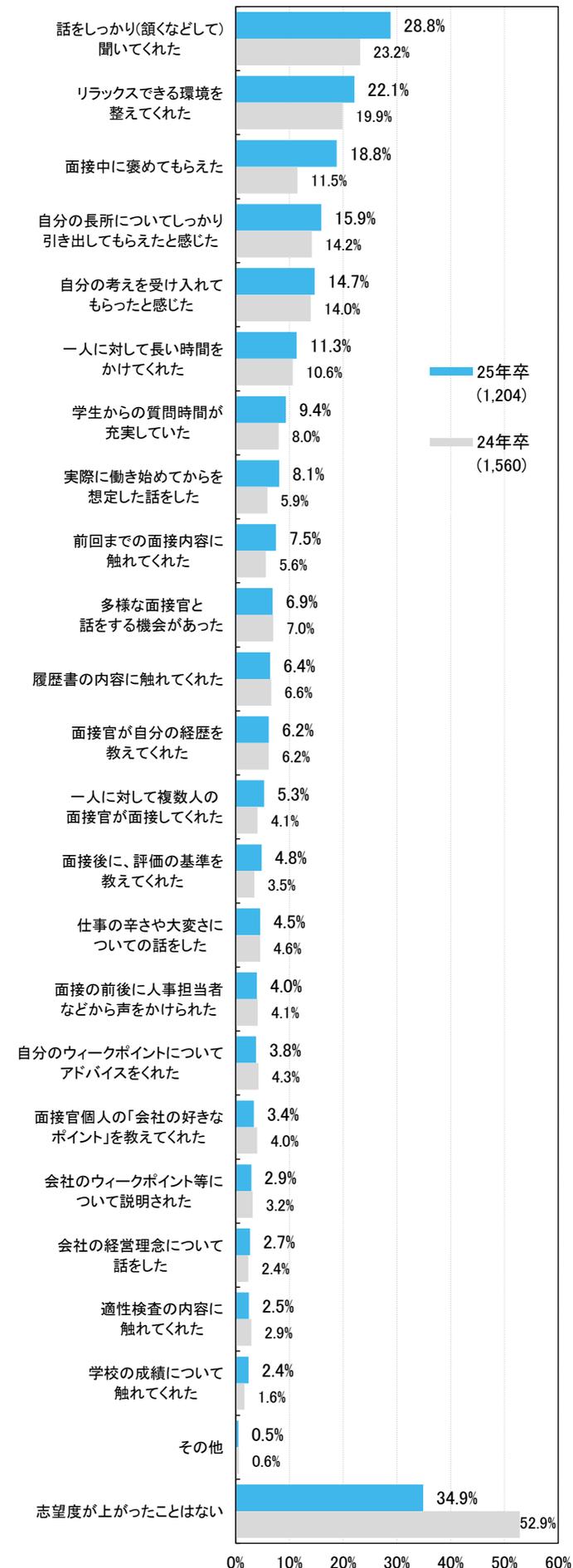
ライブ形式のWEB面接において、面接官とのやり取りの中で「ぜひこの企業に入社したい」と思ったことがある学生の割合



対面式の面接で志望度が上がった理由【複数回答】



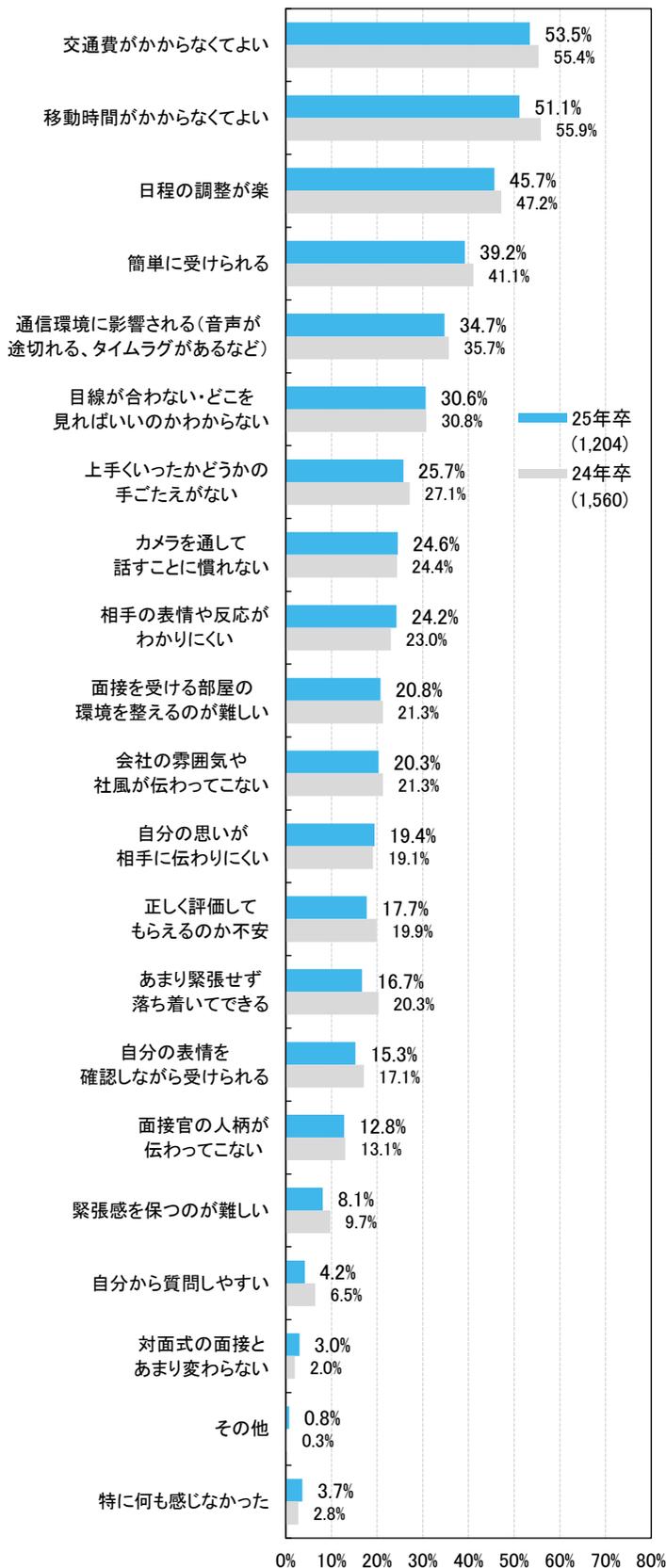
ライブ形式のWEB面接で志望度が上がった理由【複数回答】



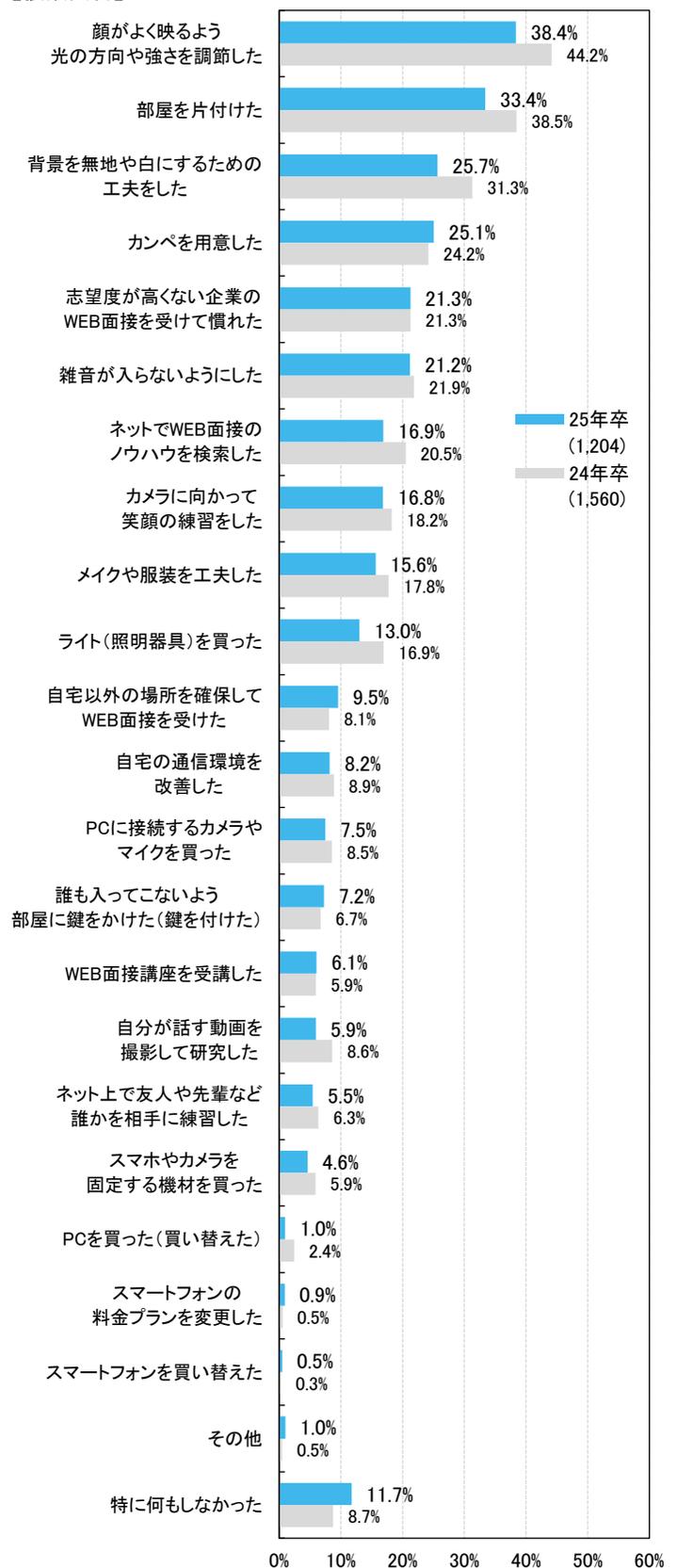
ライブ形式のWEB面接を受けたことがある人に、受けて感じたことを聞いたところ「交通費がかからなくてよい（53.5%、対前年1.9pt減）」の回答が最も多く、前年に最も回答が多かった「移動時間がかからなくてよい（51.1%、対前年4.8pt減）」が次に多かった。対面式の面接を受けたことがある人に受けて感じたことを聞いたところ「かなり緊張した（50.8%、対前年5.9pt増）」の回答が最も多く、次いで「面接官の人柄を感じ取ることができる（44.4%、対前年同値）」、「会社の雰囲気や社風を感じ取ることができる（42.5%、対前年0.8pt増）」といったポジティブな回答が増加した。前年に最も回答が多かった「移動時間がかかる（40.5%、対前年5.0pt減）」は5位となった。

録画形式のWEB面接については、「ひとりでカメラに向かって話すのが難しい（43.5%、対前年0.2pt増）」「何度も撮り直すことになり、時間がかかりすぎる（41.3%、対前年0.5pt増）」「評価基準が分からない（39.1%、対前年1.2pt増）」といった回答が多かった。

※ライブ形式のWEB面接を受けたことがある人  
ライブ形式のWEB面接を受けて感じたこと【複数回答】

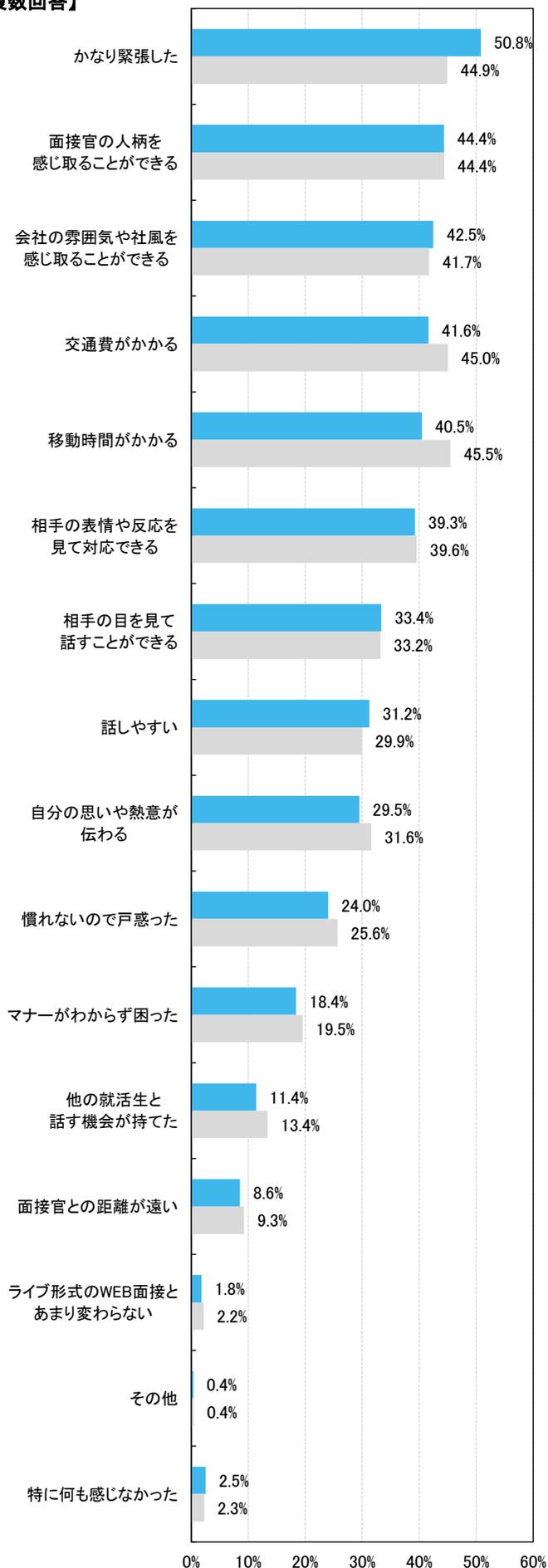


※ライブ形式のWEB面接を受けたことがある人  
ライブ形式のWEB面接を受けるにあたって行った準備や工夫【複数回答】



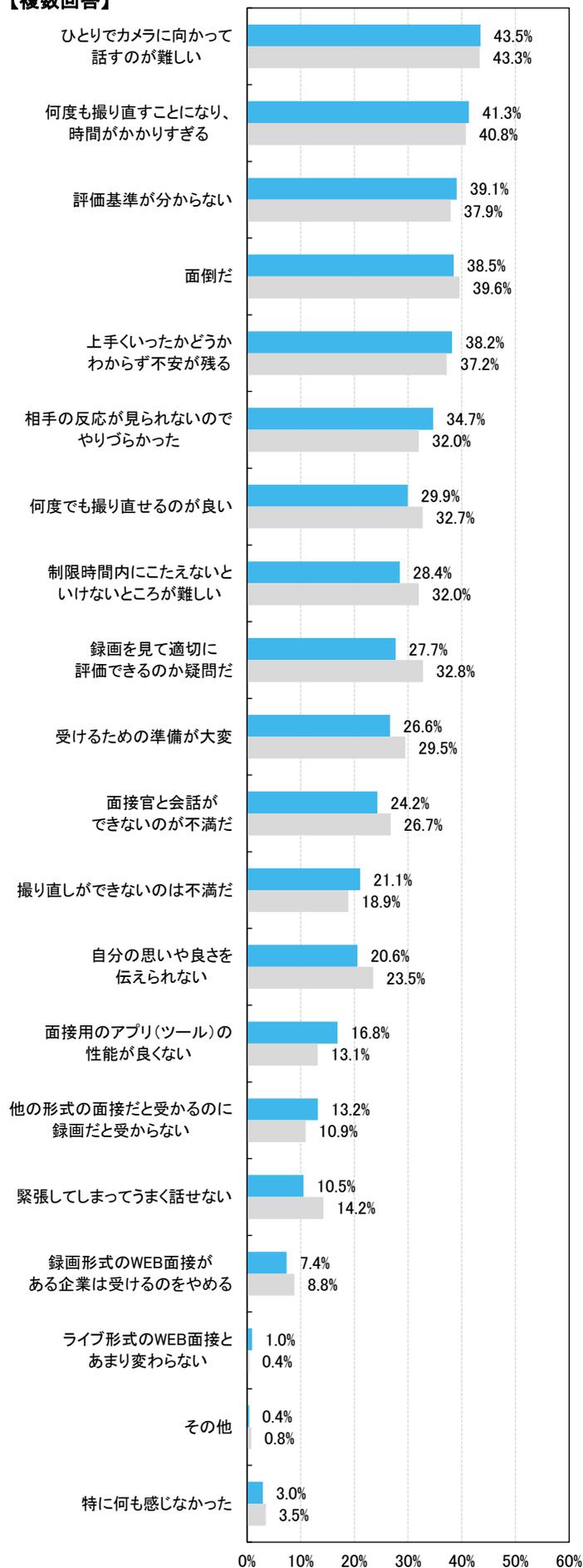
※対面式の面接を受けたことがある人  
対面式の面接を受けて感じたこと  
【複数回答】

■ 25年卒(1,302)  
■ 24年卒(1,309)



※録画形式のWEB面接を受けたことがある人  
録画形式のWEB面接を受けて感じたこと  
【複数回答】

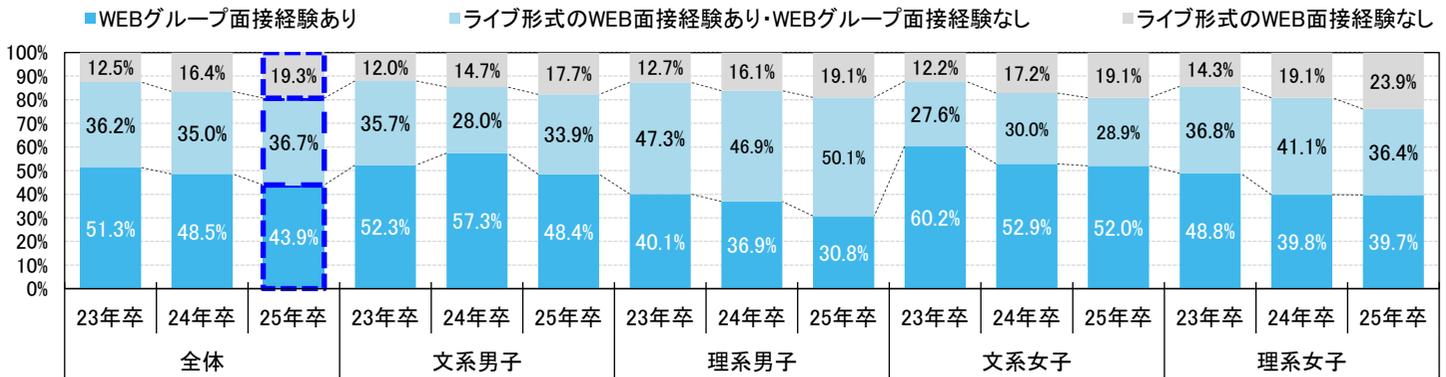
■ 25年卒(331)  
■ 24年卒(492)



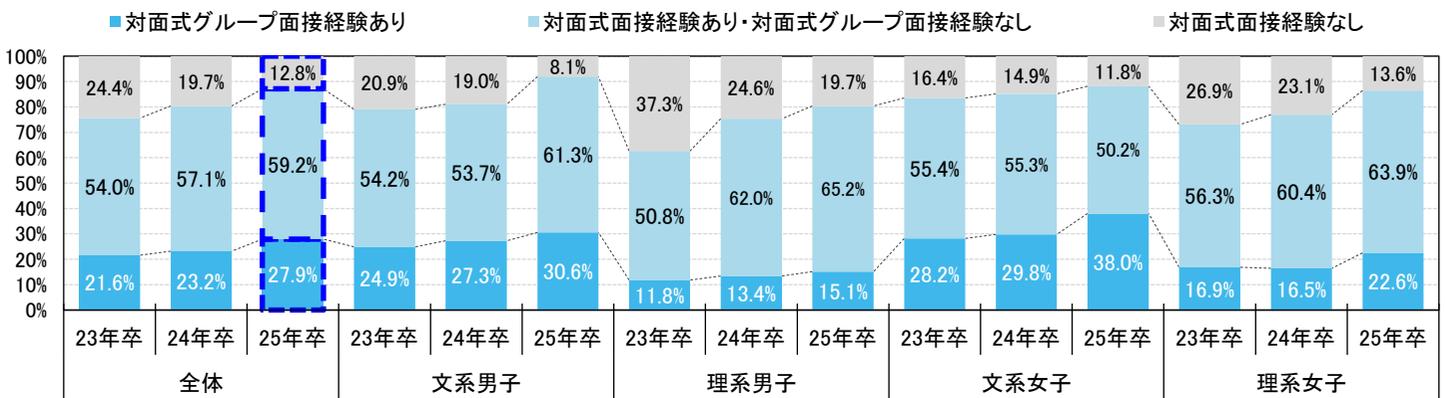
WEBを使ったグループ面接・集団面接（WEBグループ面接）の経験があるのは全体の43.9%（対前年4.6pt減）で、2年連続減少した。対面式のグループ面接・集団面接の経験があるのは全体の27.9%（対前年4.7pt増）で、2年連続増加した。経験社数の平均はWEBグループ面接が1.5社（対前年0.2pt増）、対面式グループ面接が0.6社（対前年0.2pt増）で、WEBでの経験の方が多い傾向が続いている。WEBグループ面接を受けて感じたことと対面式のグループ面接を受けて感じたことでは、いずれも「自分と他の学生を比較してしまう（WEB 42.1%、対前年4.6pt増 / 対面式 39.4%、対前年1.5pt減）の割合が最も高かった。

WEBを使ったグループ面接・集団面接（WEBグループ面接）を経験したことがあるか

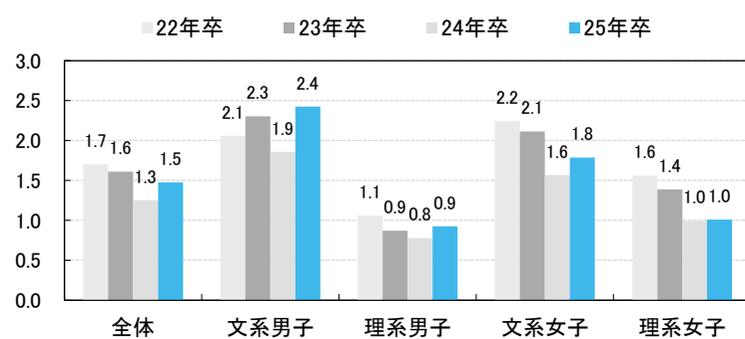
23年卒(n=1,843) 24年卒(n=1,881) 25年卒(n=1,507)



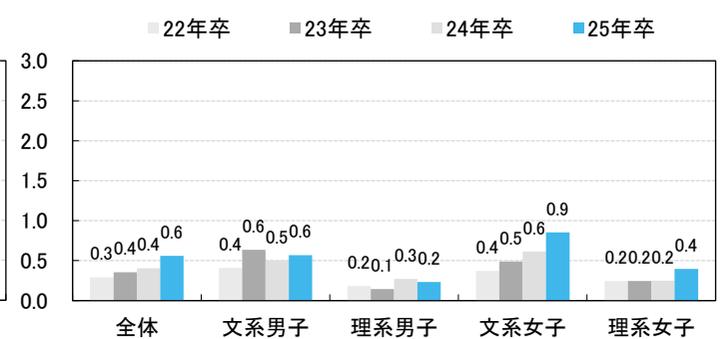
対面式のグループ面接・集団面接を経験したことがあるか



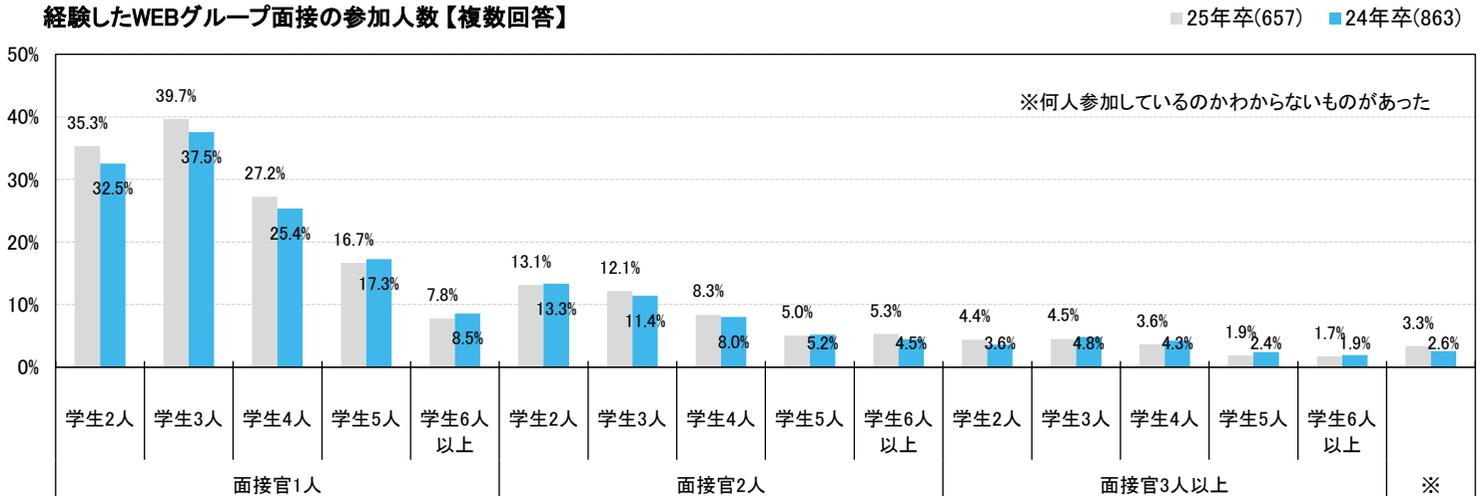
WEBグループ面接経験社数・平均【単位：社】



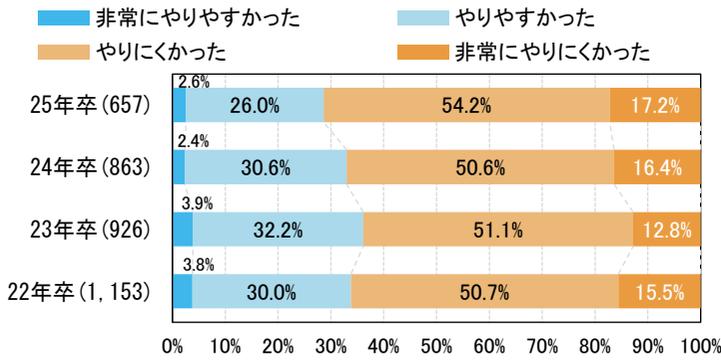
対面式グループ面接経験社数・平均【単位：社】



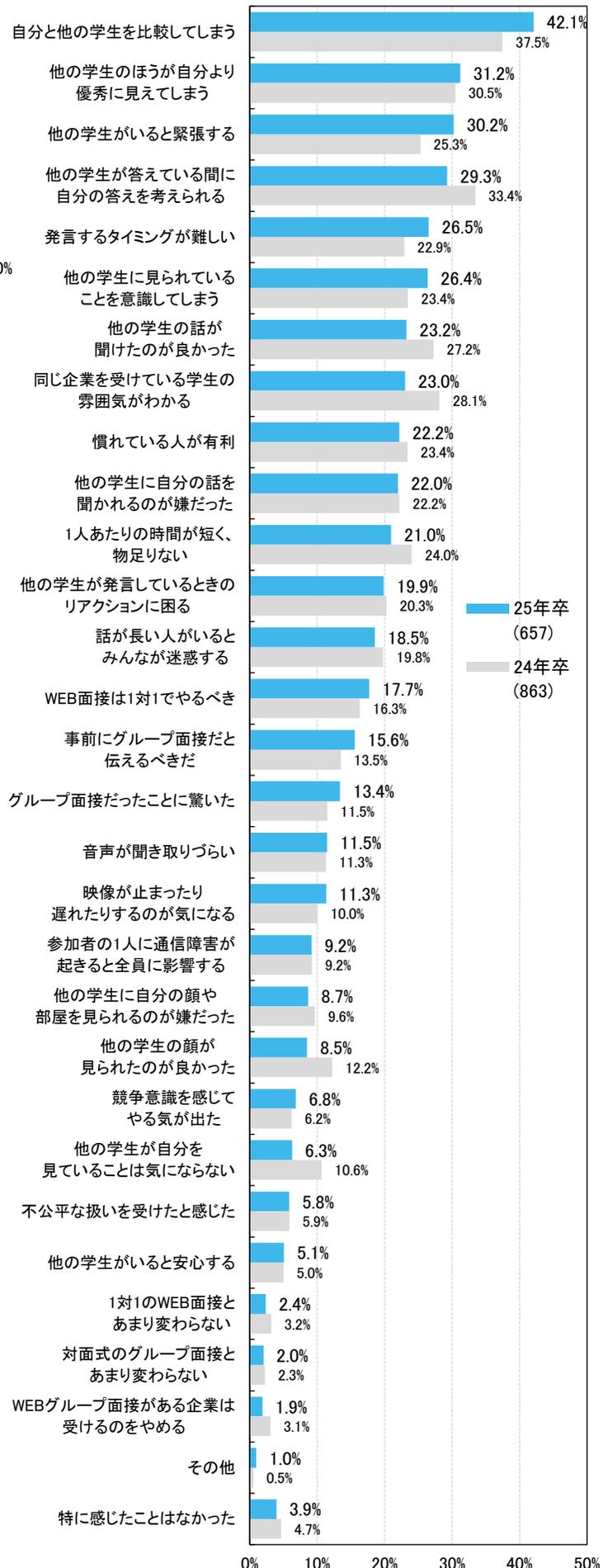
※WEBグループ面接を受けたことがある人  
経験したWEBグループ面接の参加人数【複数回答】



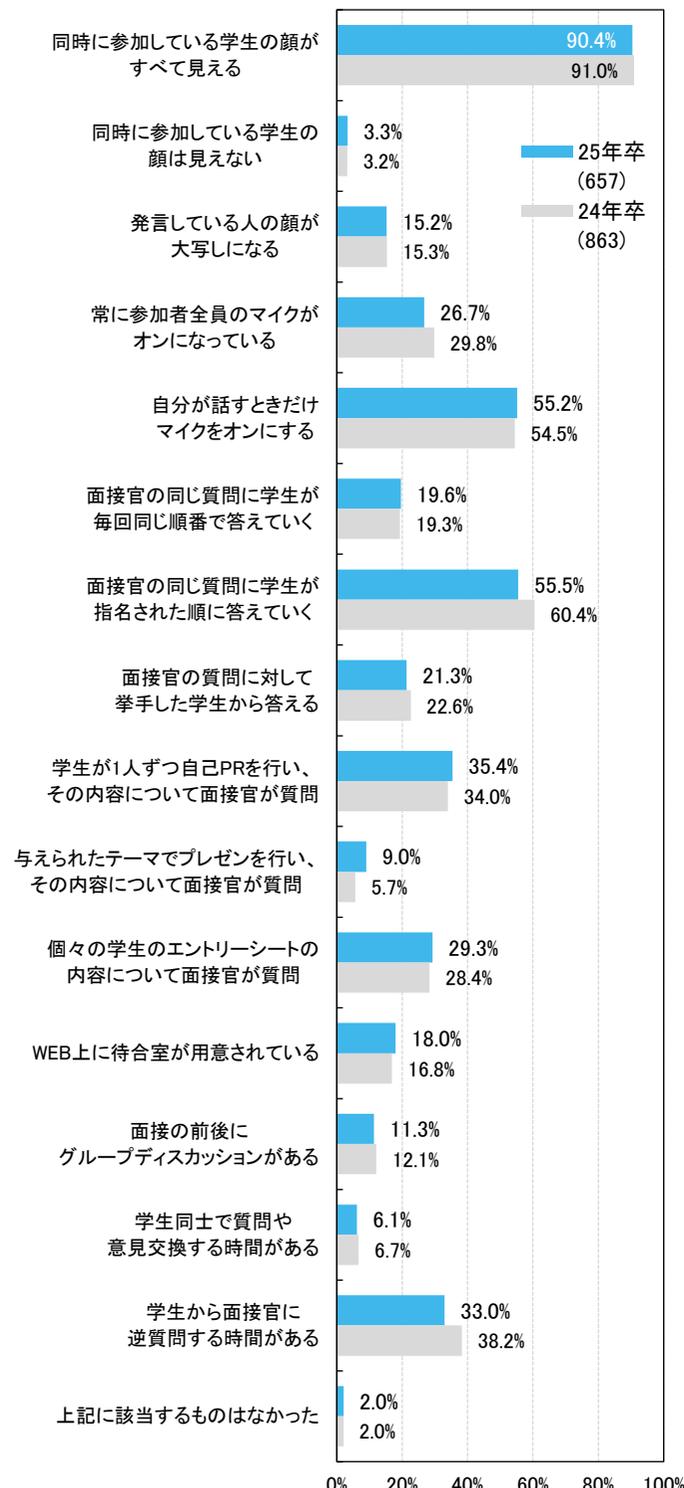
WEBグループ面接を受けて、どのように感じたか



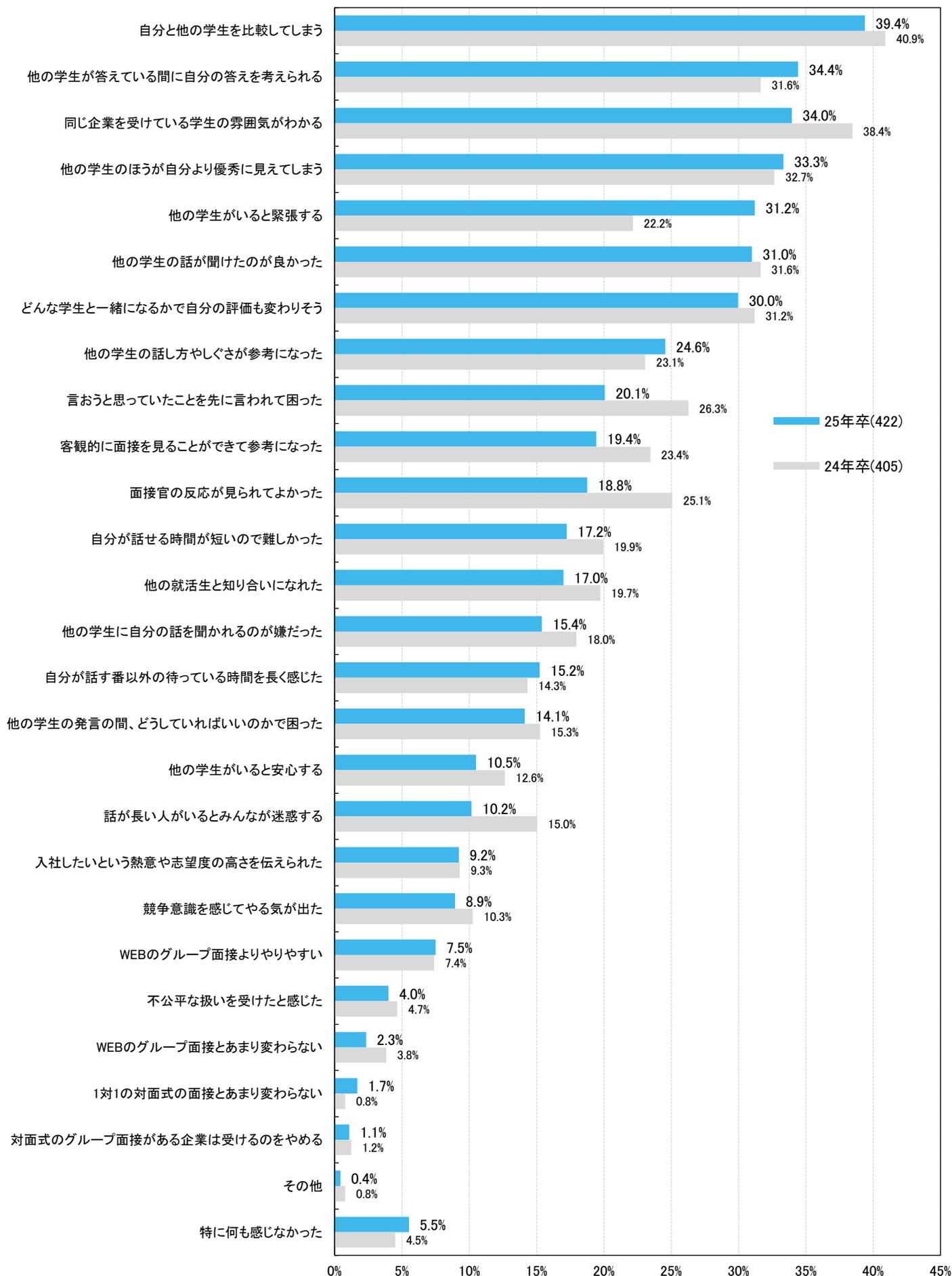
WEBグループ面接を受けて感じたこと【複数回答】



経験したWEBグループ面接の形式【複数回答】



※対面式のグループ面接を受けたことがある人  
対面式のグループ面接を受けて感じたこと【複数回答】

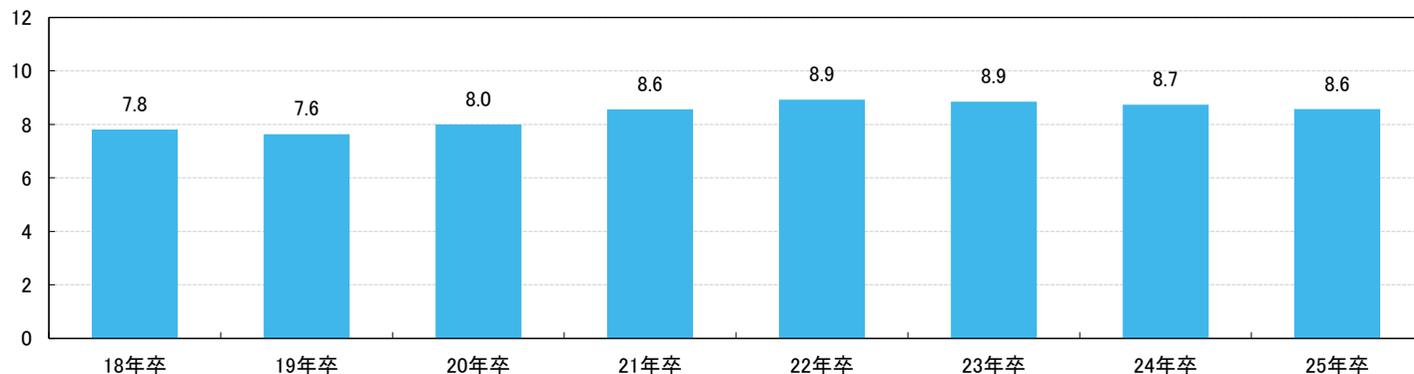


面接を受けた日から結果の通知まで何日待てるかを聞くと、平均で8.6日（対前年0.1pt減）となった。分布をみると1週間以上2週間未満の回答が56.2%（対前年同値）で最も多い。

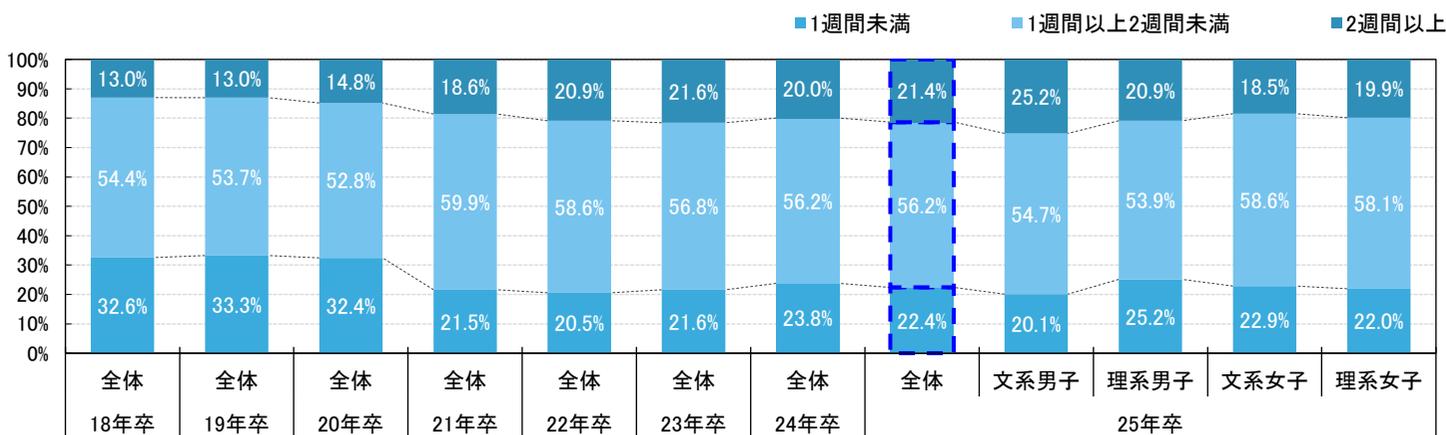
面接が得意かを形式別に聞くと、録画形式の面接を「苦手（+どちらかと言えば）」と回答した割合が80.7%（対前年2.0pt減）となり、対面式、ライブ式と比較して非常に多かった。特に録画形式について苦手だと感じる点を聞くと、「うまくいったかどうかの手ごたえがない（55.5%、対前年5.2pt増）」の回答が最も多かった。

▼以下の設問では、対面式の面接とWEB面接の両方を含んだ面接全般について回答 ※面接を受けたことがある人対象

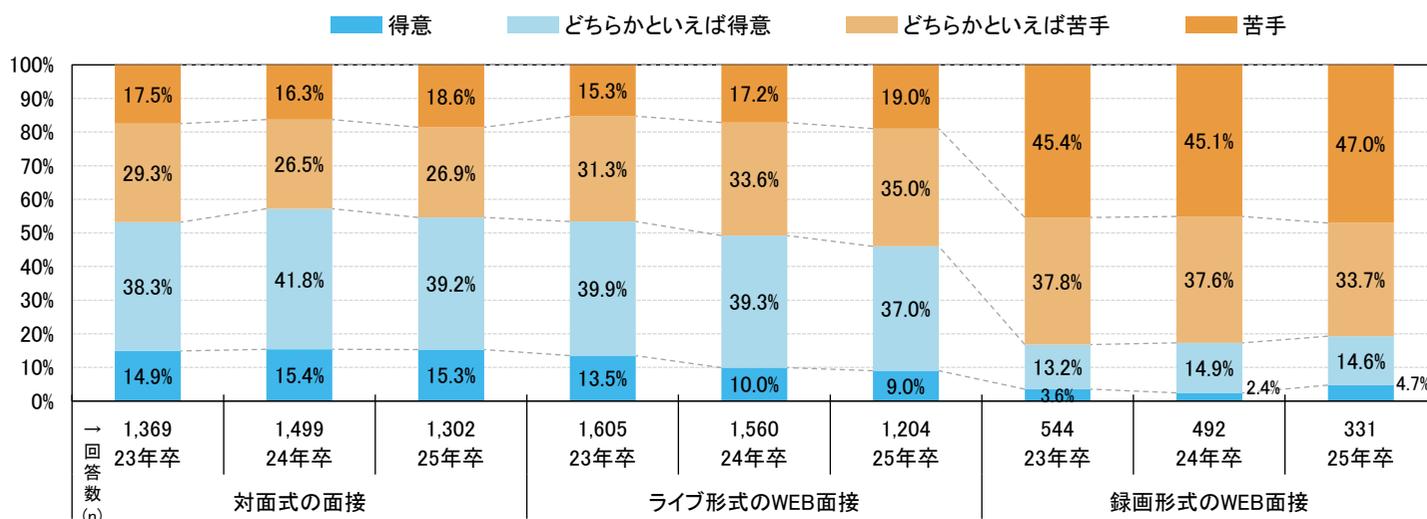
面接を受けた日から結果の通知まで何日間待てるか(平均)【単位:日】



面接を受けた日から結果の通知まで何日間待てるか(分布)

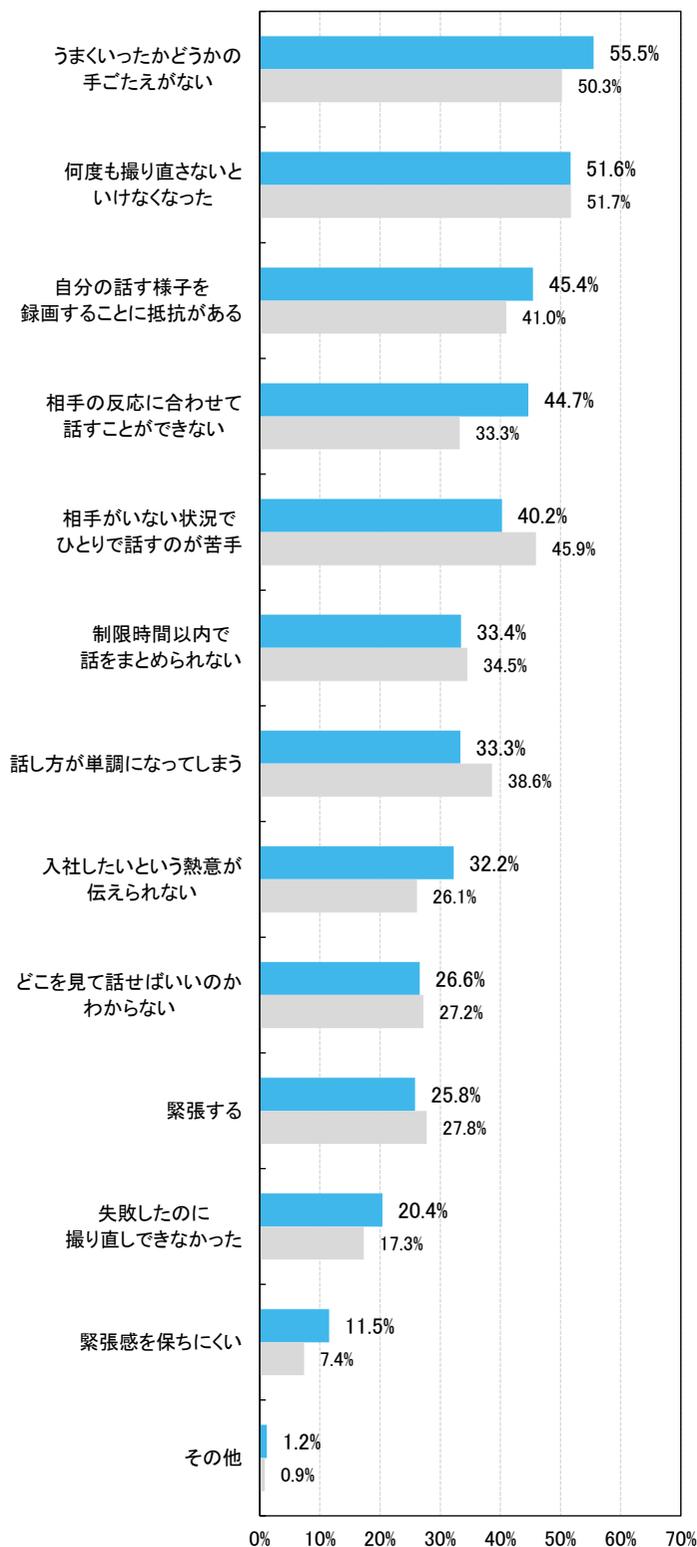
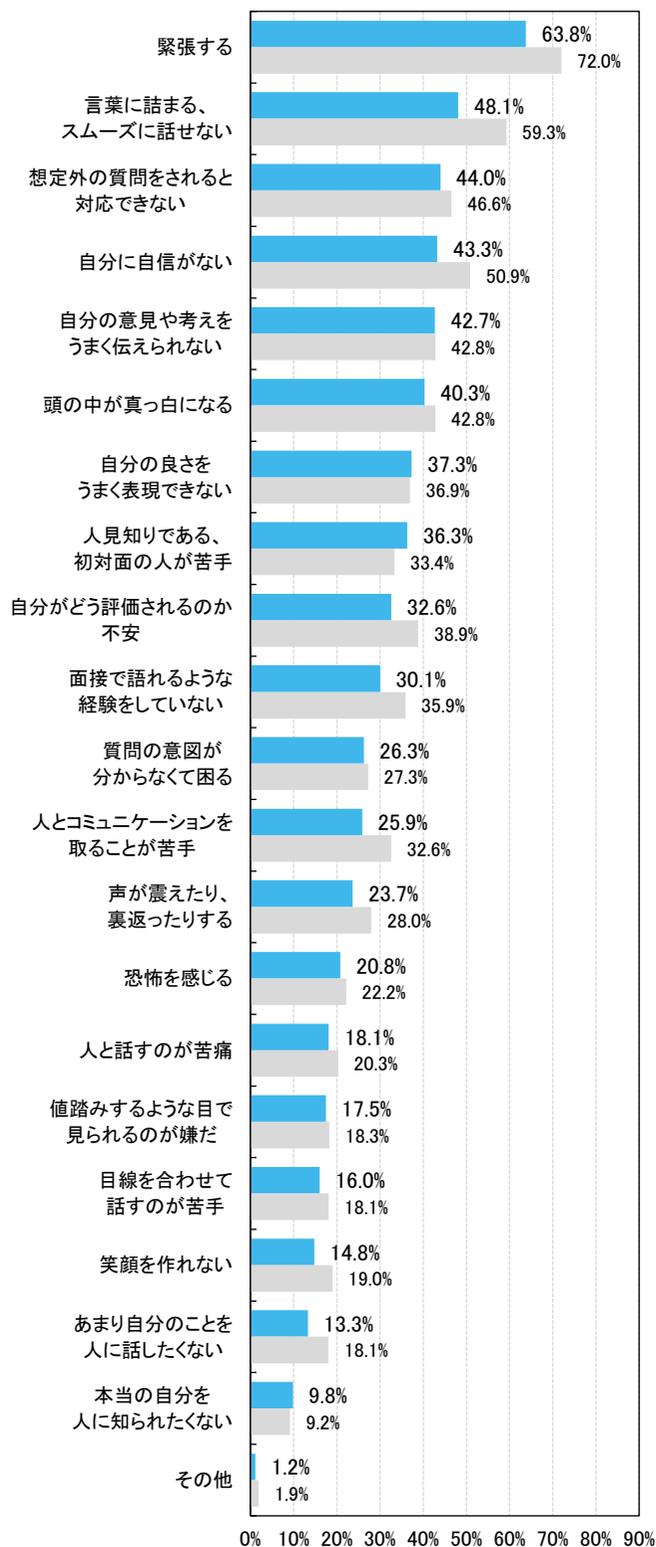


面接は得意か ※それぞれの面接を受けたことがある人



※対面式の面接または  
ライブ形式のWEB面接が「苦手」な人  
どのような点で苦手なのか【複数回答】

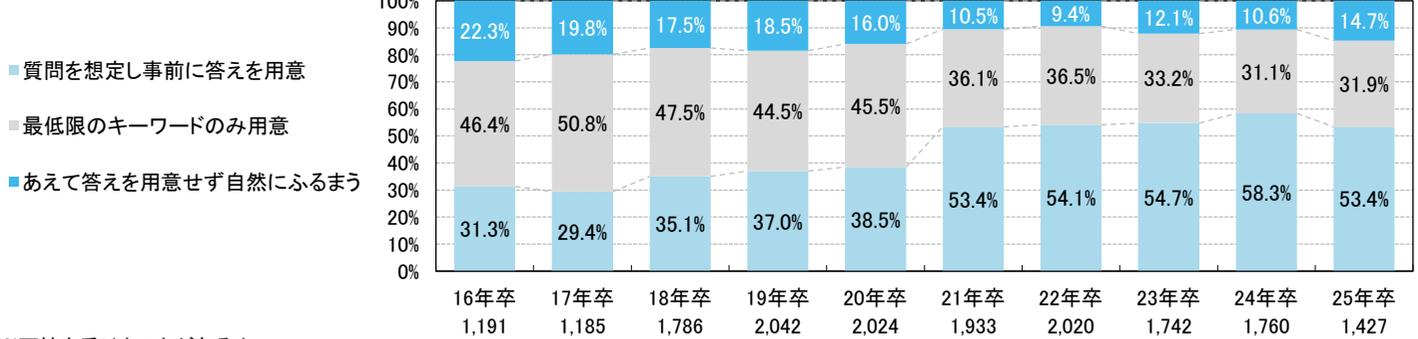
※録画形式のWEB面接が「苦手」な人  
特に録画形式について苦手だと感じる点  
【複数回答】



面接で聞くことが不適切だとされる12の質問について、それぞれ面接で聞かれたことがあるか聞いたところ「兄弟姉妹や親族について」は12.7%（対前年0.2pt減）、「両親や保護者の職業」は11.5%（対前年1.7pt減）、「尊敬する人物」は8.9%（対前年1.6pt増）などが挙げられた。  
 面接の場での面接官からのパワーハラスメントについて定義を示し、それに該当するのではないかと思うような行為を受けたことがあるか聞いたところ、受けたことがあると答えたのは5.5%（対前年0.8pt増）で前年よりやや増加した。

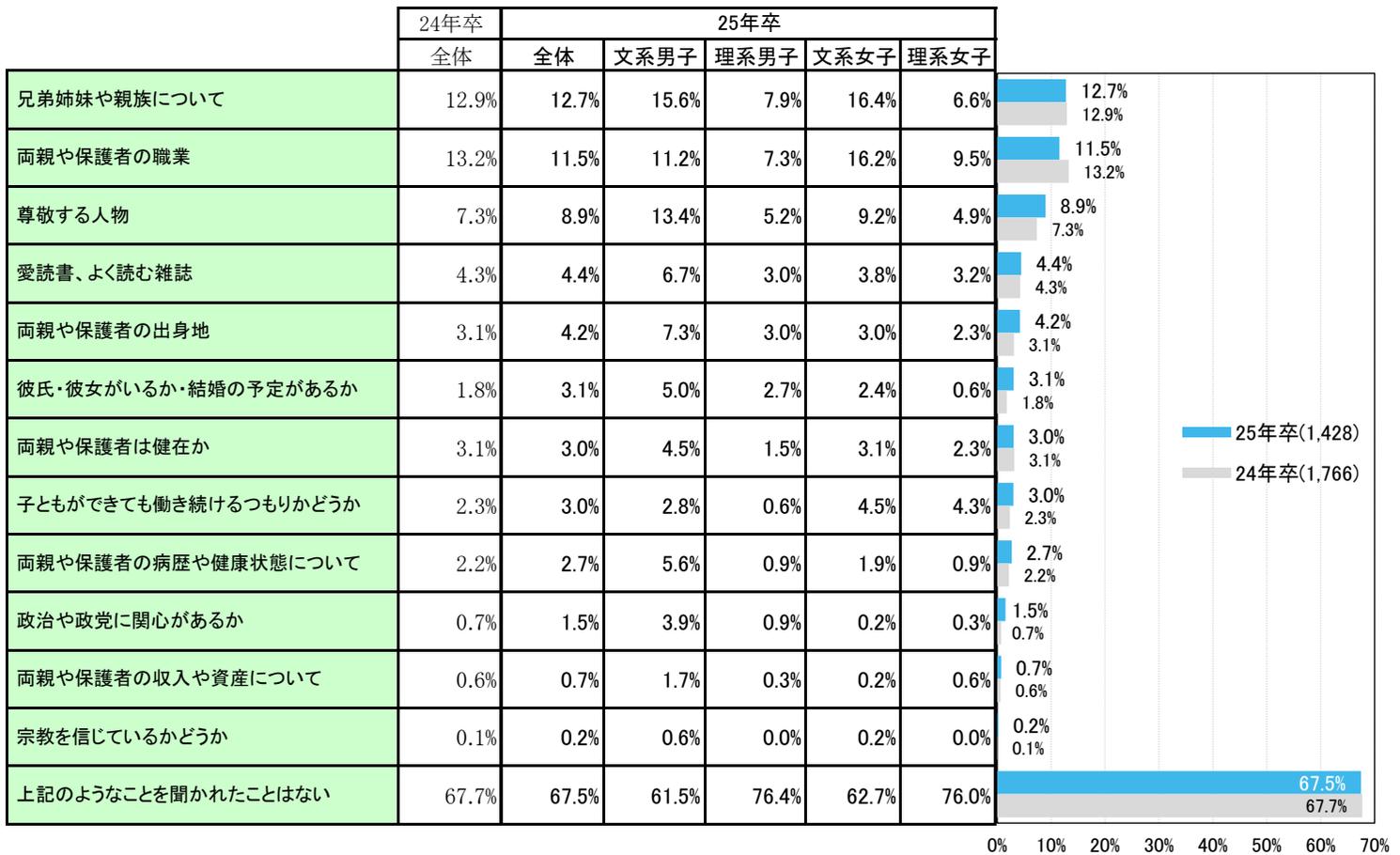
※対面式の面接、ライブ形式のWEB面接のどちらか、もしくは両方を受けたことがある人

あなたの面接前の準備に最も近いもの



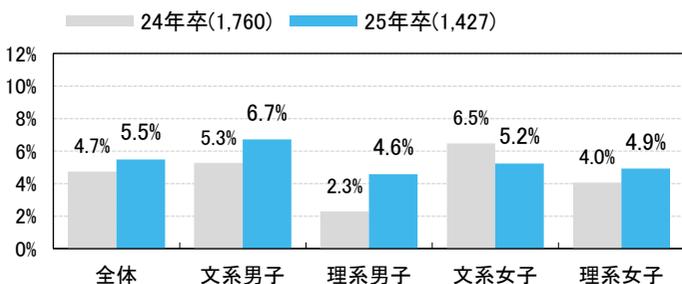
※面接を受けたことがある人

面接で聞かれたことがあるもの（不適切とされる質問）【複数回答】



※対面式の面接、ライブ形式のWEB面接のどちらか、もしくは両方を受けたことがある人

面接の場で、面接官からパワーハラスメント※に該当するのではないかと思うような行為を受けたことがある割合



※面接の場での面接官からのパワーハラスメントとは

- (1) 面接官の優越的な立場を背景とした発言や行動で、
- (2) 面接官としての業務上必要かつ相当な範囲を超えたものにより、
- (3) 面接を受ける側の環境が害されるもの

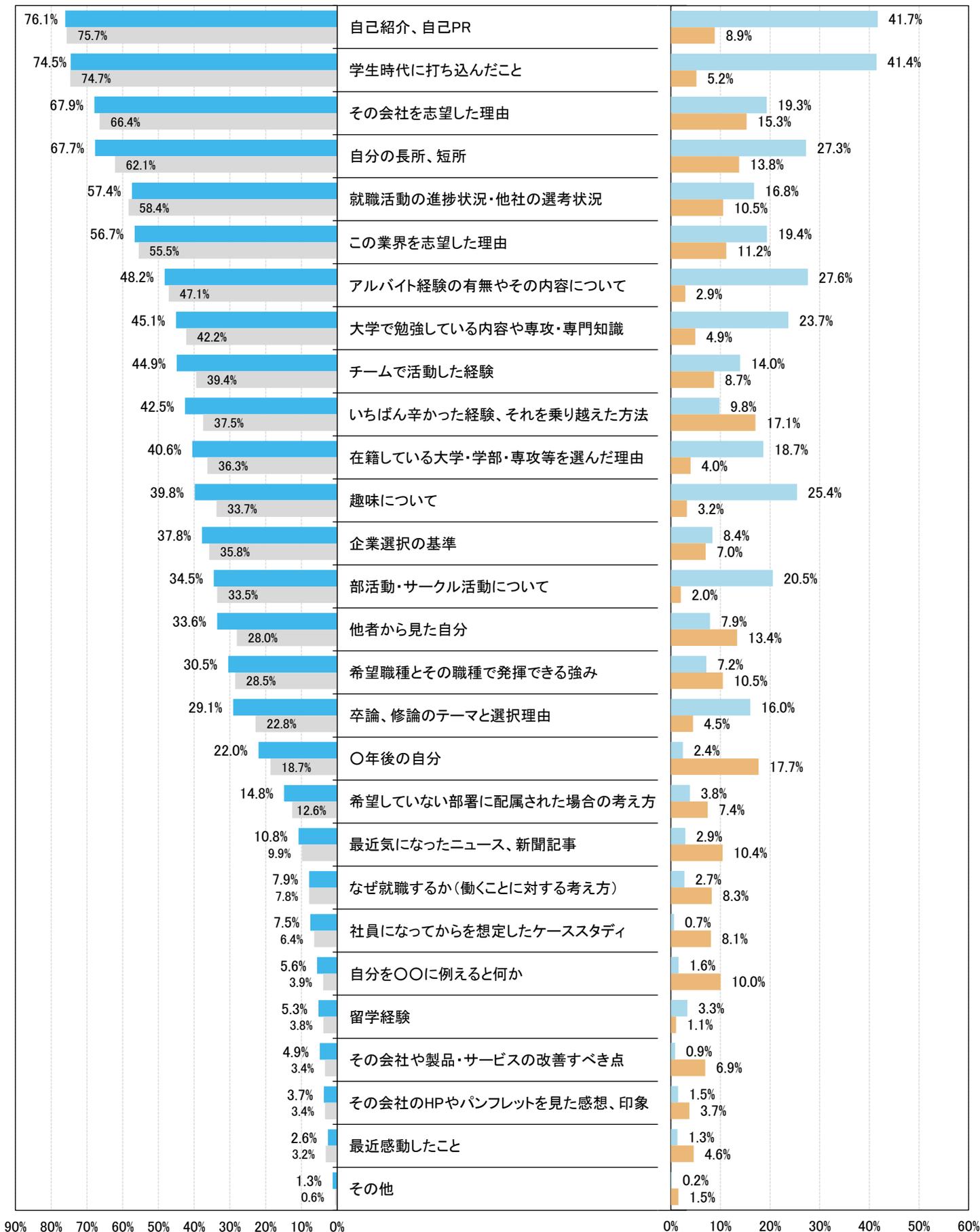
なお、客観的にみて、面接官としての職務上必要かつ相当な範囲で行われる適正な発言や行動については、面接の場でのパワーハラスメントには該当しません。

よく聞かれた質問【複数回答】

回答が比較的容易だった／難しかった質問【複数回答】

25年卒(1,428) 24年卒(1,766)

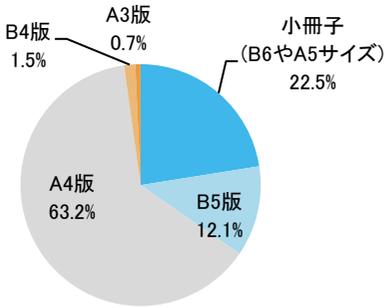
回答が比較的容易だった 回答が難しかった



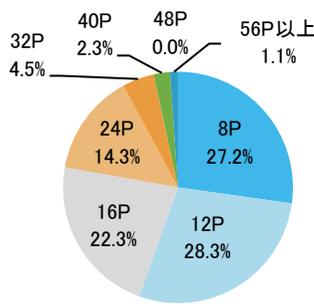
■9:入社案内(採用パンフレット)について

入社案内の入手経路は「インターンシップ・仕事体験で(36.8%、対前年0.5pt減)」が最も多く、次が「WEBサイトで(ダウンロード、閲覧)(23.4%、対前年2.7pt減)」だった。WEBと紙どちらが良いかを聞くと、「WEB上で見ることができる電子版入社案内」が45.5%であるのに対し、「紙・冊子の入社案内」は54.5%と、紙がやや上回ったもののおおよそ半々の結果で、WEB・紙それぞれの需要がありそうだ。入社案内に最も目を通すタイミングとしては「面接を受ける前(\*前年は「一次面接を受ける前」(30.3%)」「エントリーする前(24.2%)」「エントリーシートを提出する前(23.3%)」の順で多かった。

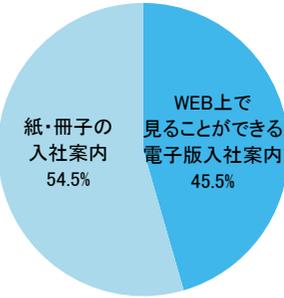
理想的だと思うサイズ



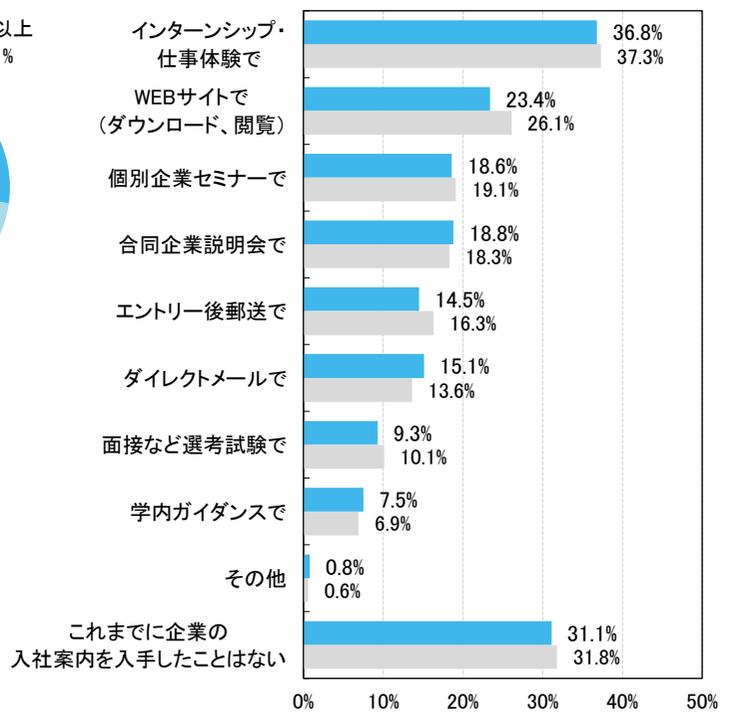
読みやすいと思うページ数



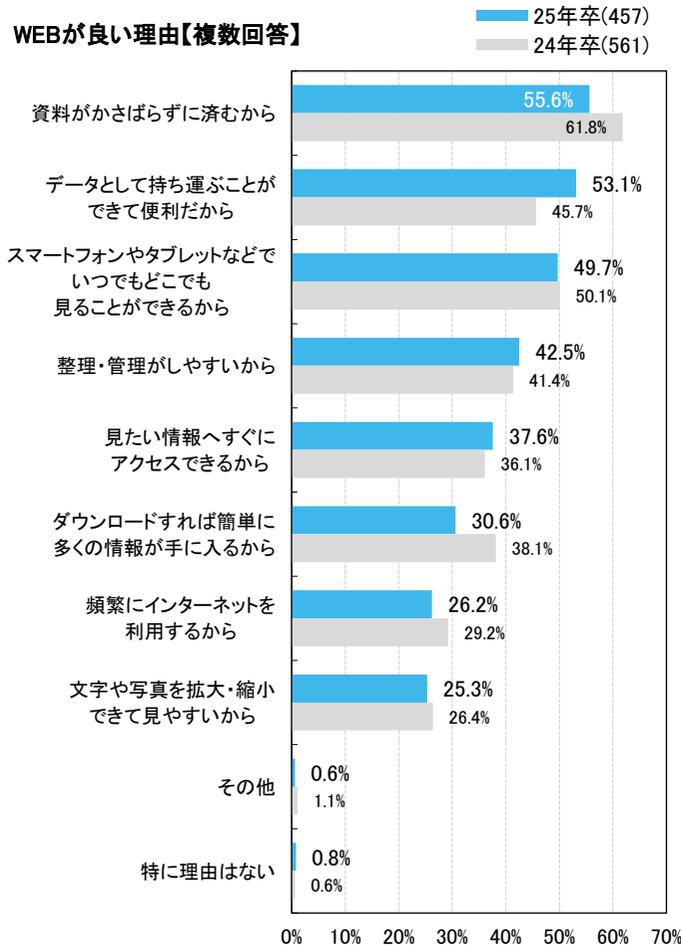
※入社案内を入手したことがある人 WEBと紙どちらが良いか n=1,029



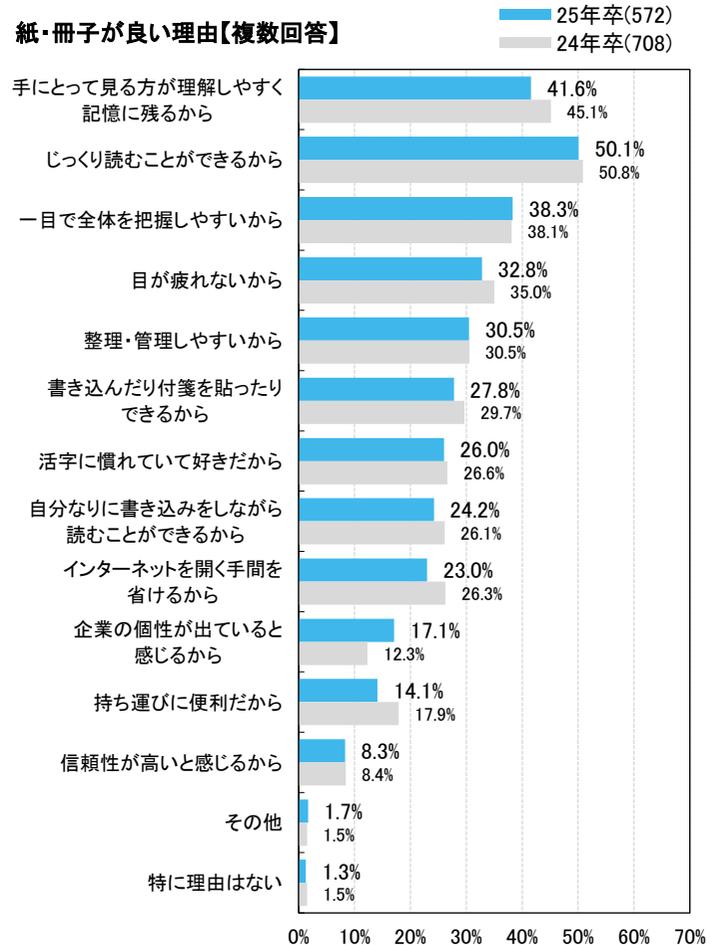
入社案内の入手経路【複数回答】



WEBが良い理由【複数回答】



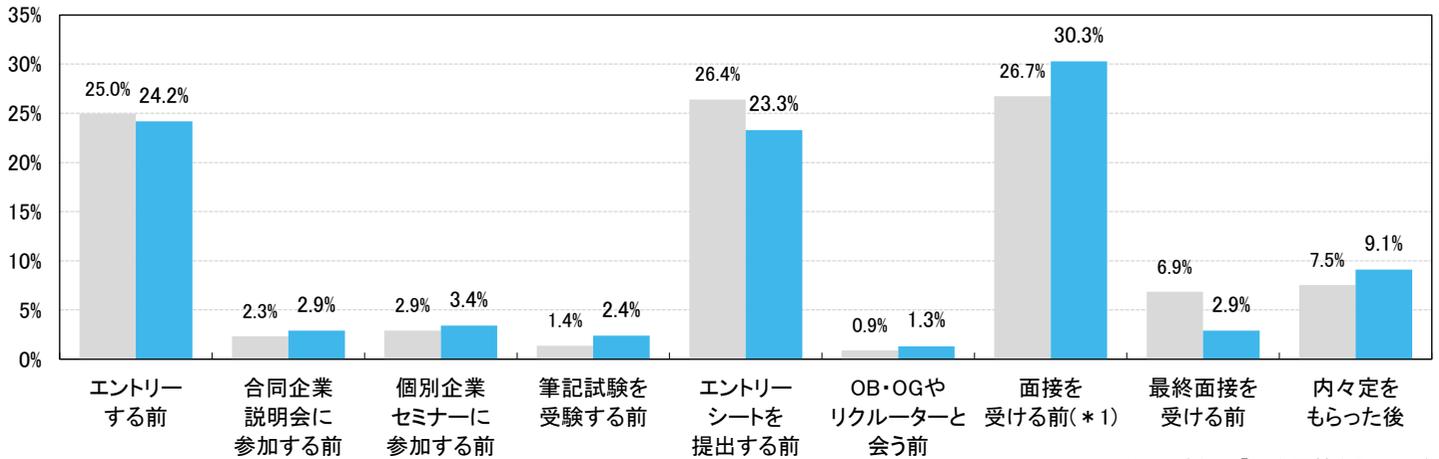
紙・冊子が良い理由【複数回答】



※入社案内を入手したことがある人

入社案内に最もよく目を通すタイミング

24年卒(1,269) 25年卒(1,029)

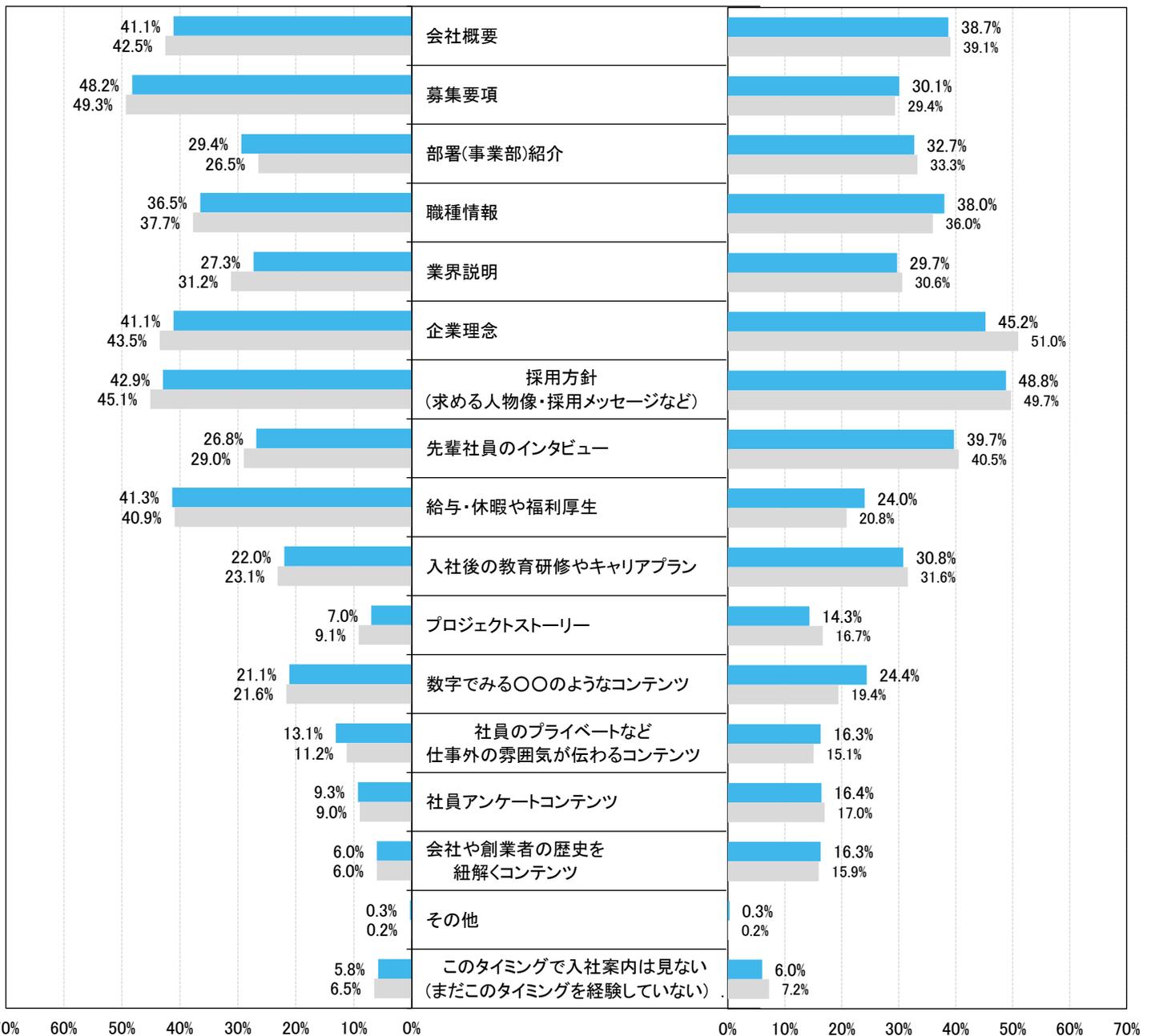


※1 前年は「一次面接を受ける前」

入社案内を見るとき注目するポイント【複数回答】  
＜エントリーシート提出前＞

25年卒(1,029)  
24年卒(1,269)

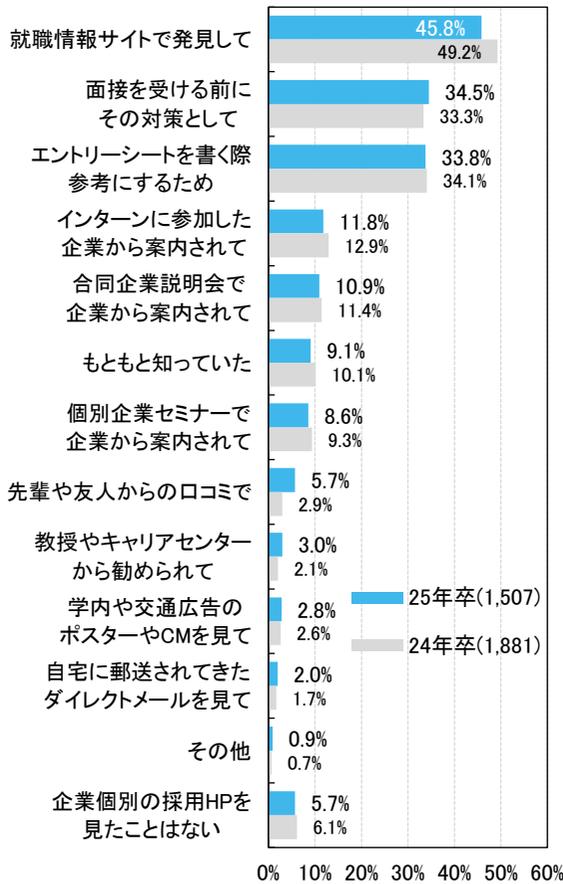
入社案内を見るとき注目するポイント【複数回答】  
＜選考(面接)前＞



■10:企業の採用ホームページ(HP)について

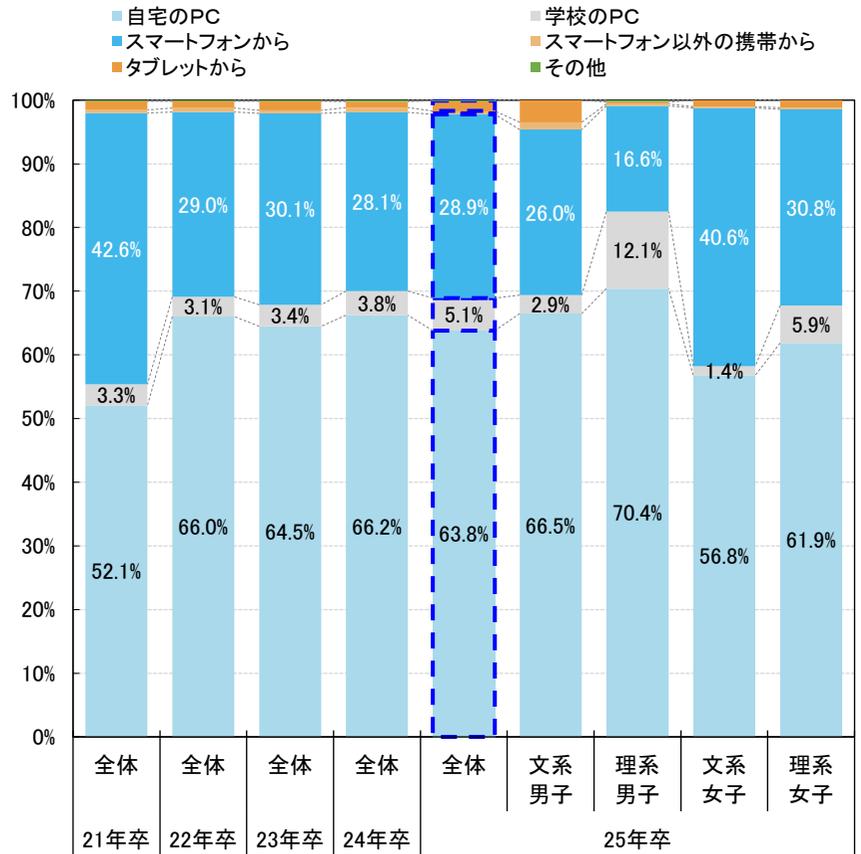
志望企業の採用ホームページを見ようと思ったきっかけでは「就職情報サイトで発見して(45.8%、対前年3.4pt減)」の割合が最も高かった。採用ホームページを見る際最もよく使うツールでは「自宅のPC(63.8%、対前年2.4pt減)」が最も高く、「スマートフォンから(28.9%、対前年0.8pt増)」とおよそ2倍の差があった。志望企業の採用ホームページを見るのは主にどのような時か、については「面接を受ける前(69.9%)」「エントリーシートを提出する前(49.0%)」「エントリーする前(35.9%)」の順に多かった。

志望企業の採用HPを見ようと思ったきっかけ【複数回答】

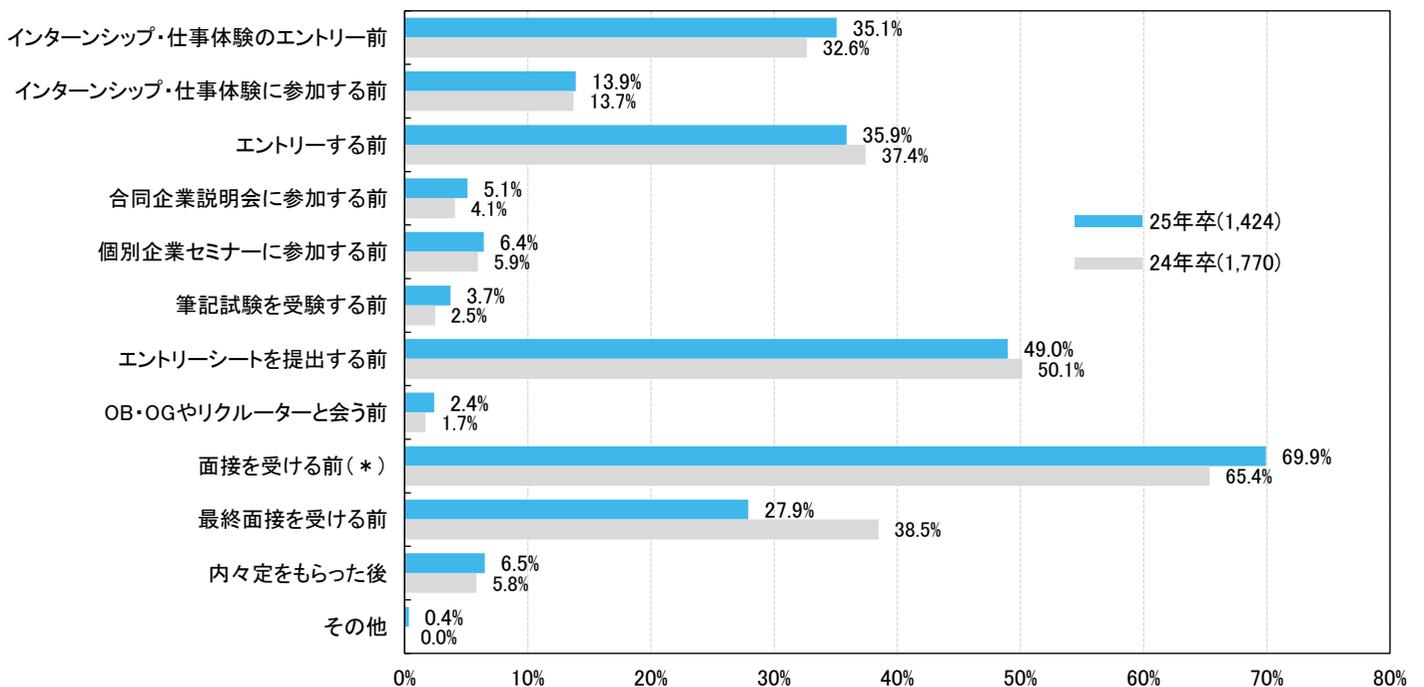


※企業個別の採用HPを見たことがある人 n=1,424

採用HPを見る際最もよく使うツール

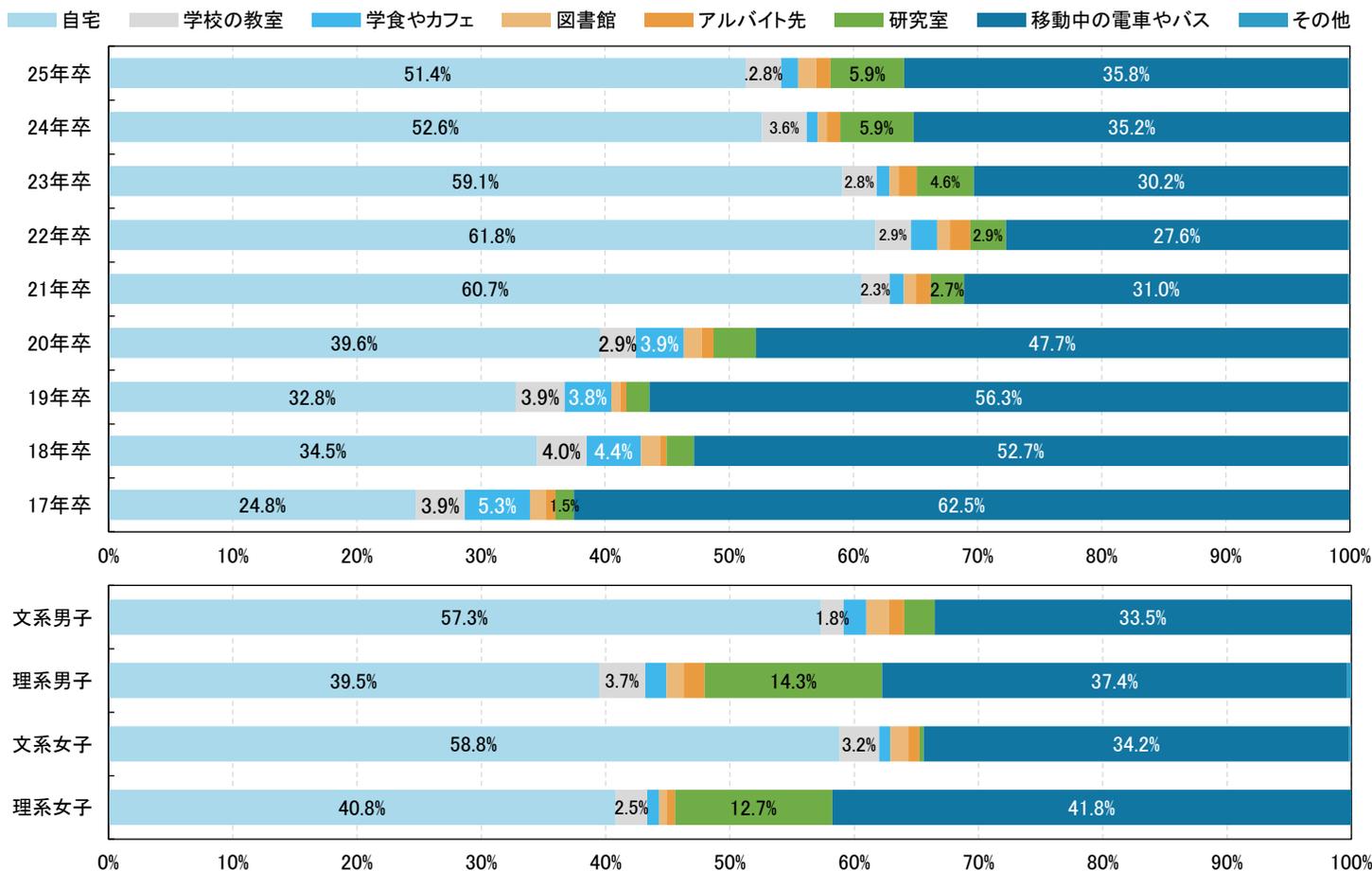


志望企業の採用ホームページを見るのは主にどのような時か【最大3つ選択】

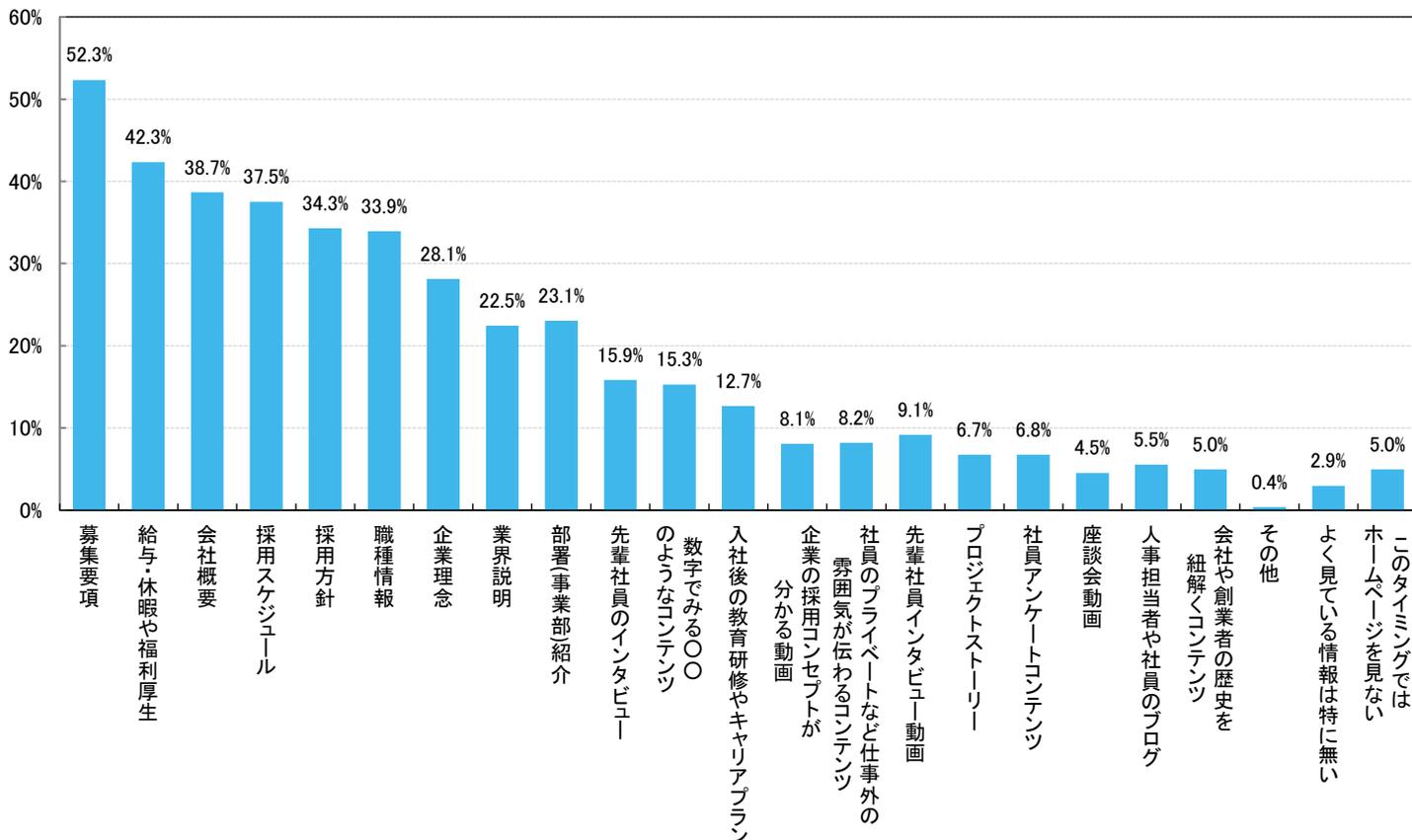


※前年は「一次面接を受ける前」

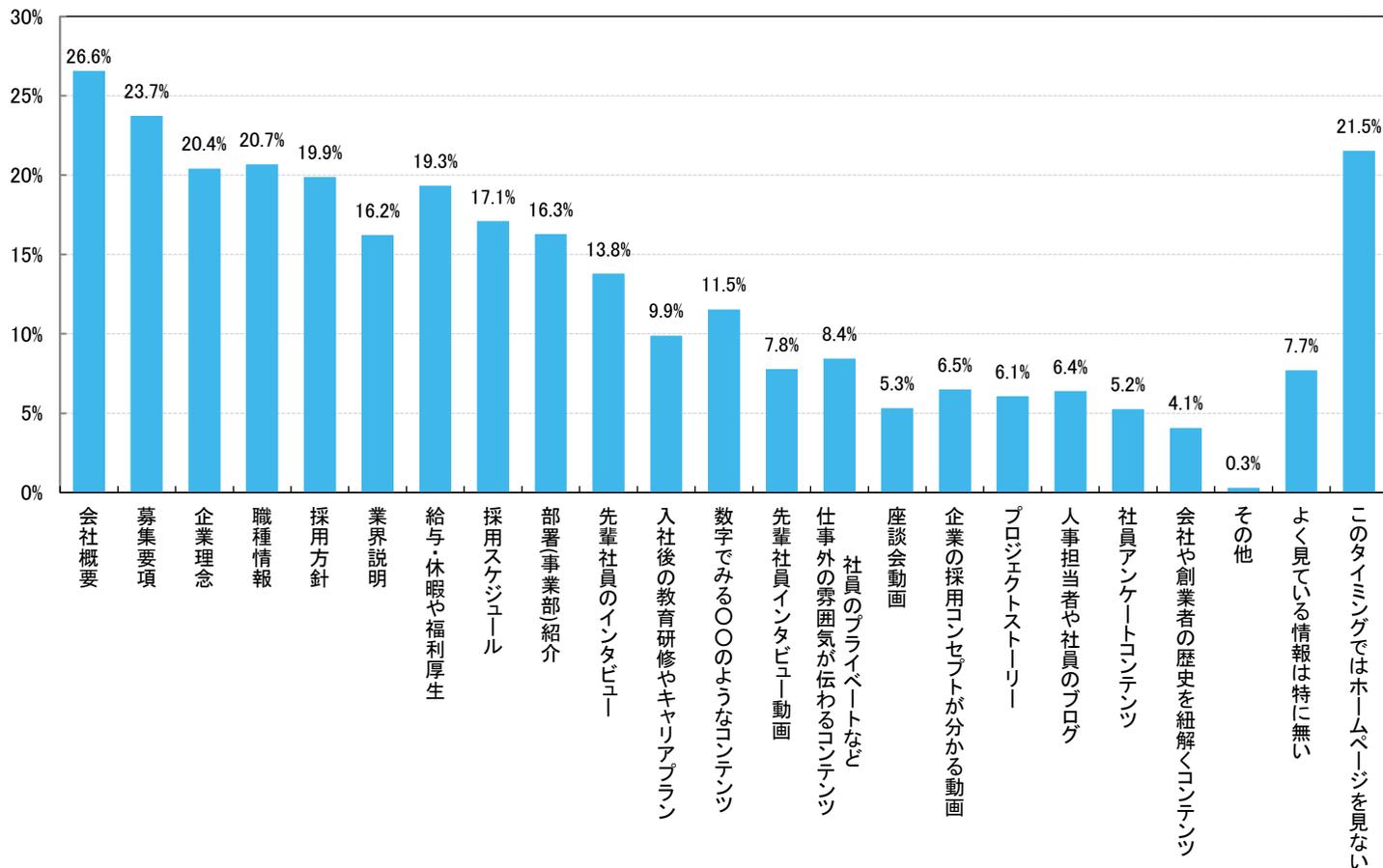
※企業の採用HPをスマートフォンで見ることがある人  
 スマートフォンで企業の採用HPを見る場合、どこで見ることが最も多いか n=1,332



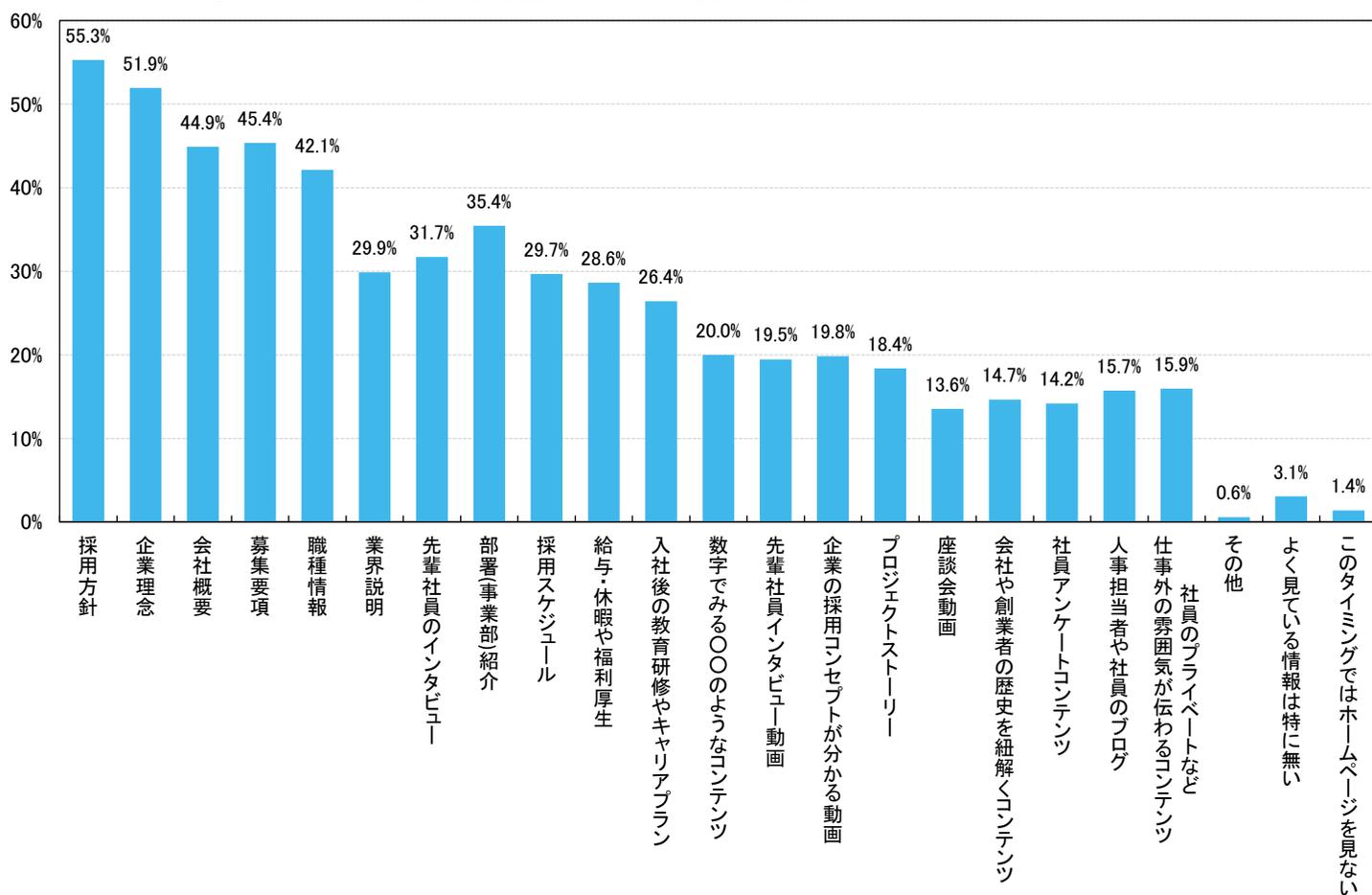
『エントリー前』企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか 【複数回答】 n=1,424



『セミナー参加前』 企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか【複数回答】 n=1,424



『ES提出や選考前』 企業の採用HPのどんな情報をよく見ているか【複数回答】 n=1,424



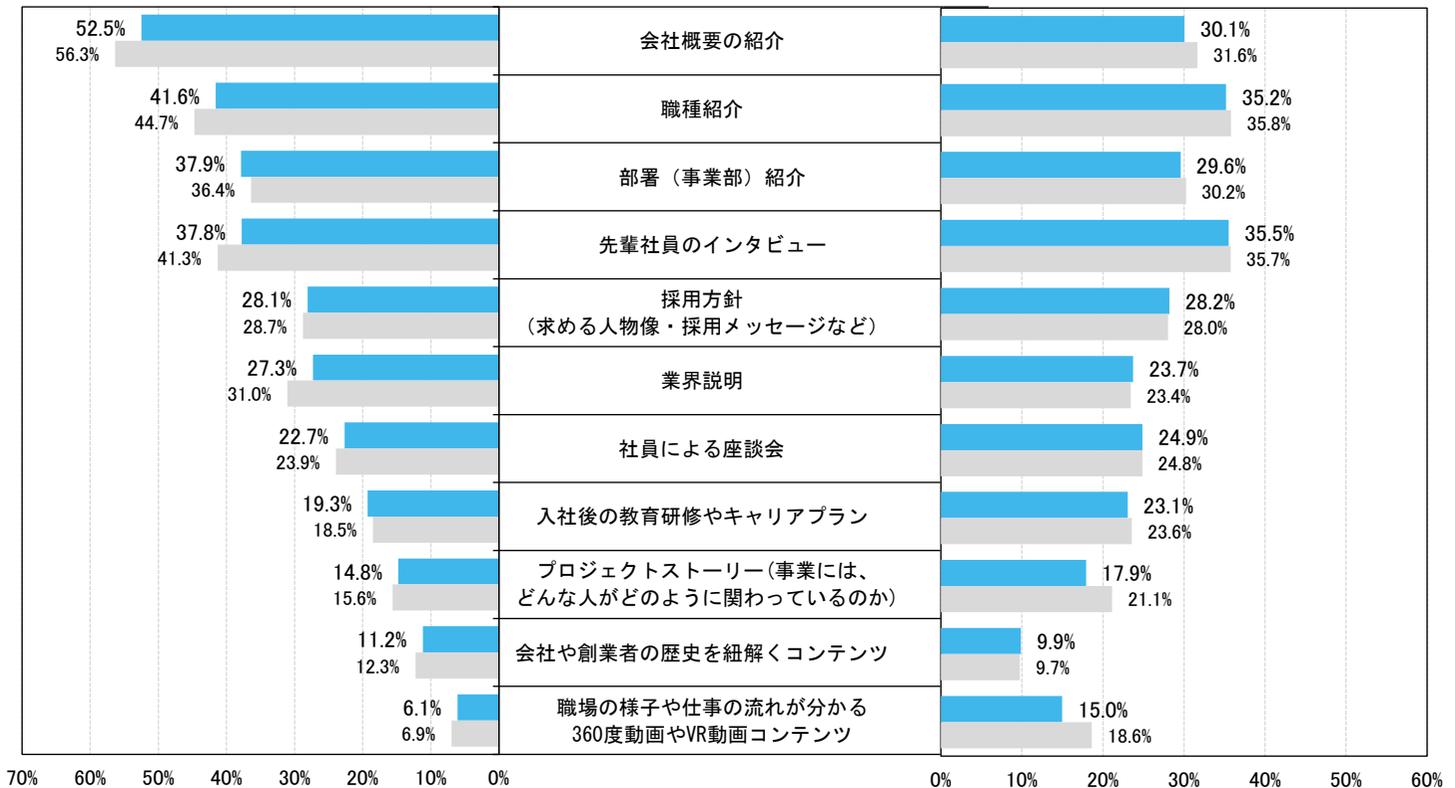
■11:採用PR動画について

企業の採用PRを目的としたWEB上の動画の内容について聞いたところ、「見たことがある内容」で最も割合が高いのは「会社概要の紹介（52.5%、対前年3.8p減）」で、「見たい内容」で最も割合が高いのは「先輩社員のインタビュー（35.5%、対前年0.2pt減）」だった。このような動画を見ることが多い場所については「自宅（76.8%、対前年4.4pt減）」の回答が特に多い。見たことがある社数の平均は5.2社（対前年0.1pt増）だった。動画を見た後、志望度が上がるが多かったのは38.4%で、採用選考を受けようと思ったことがあるのは56.7%だった。

WEB上の動画で見たことがある内容【複数回答】

25年卒(1,507) 24年卒(1,881)

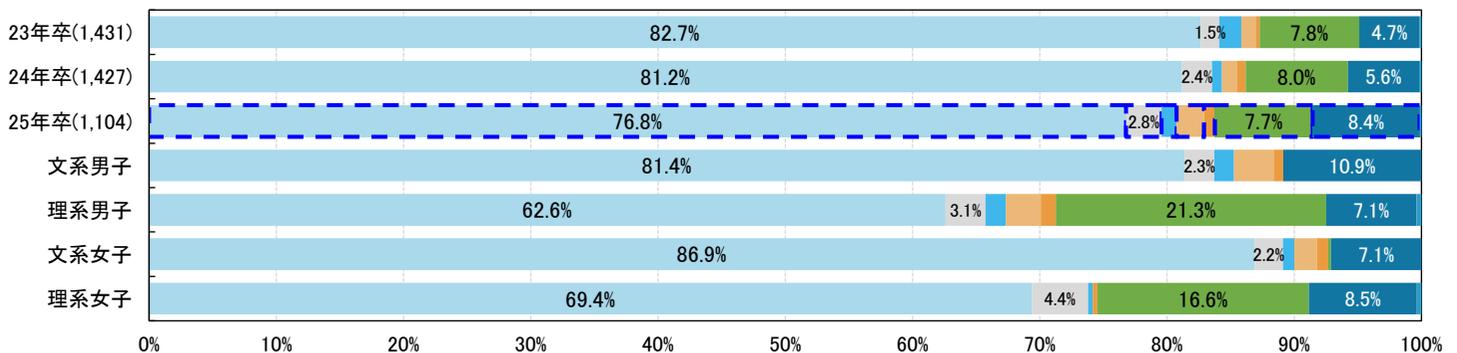
WEB上の動画で見たい内容【複数回答】



※以下このような動画を見たことがある人

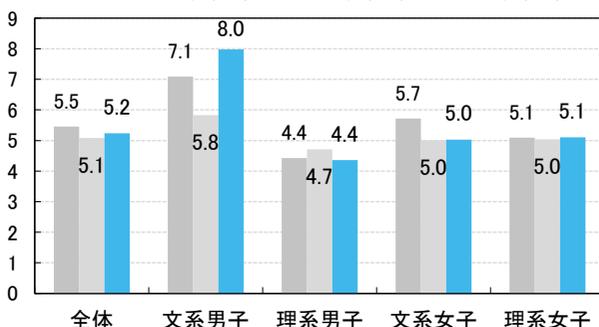
このような動画はどこで見るのが最も多いか

自宅 学校の教室 学食やカフェ 図書館  
アルバイト先 研究室 移動中の電車やバス その他



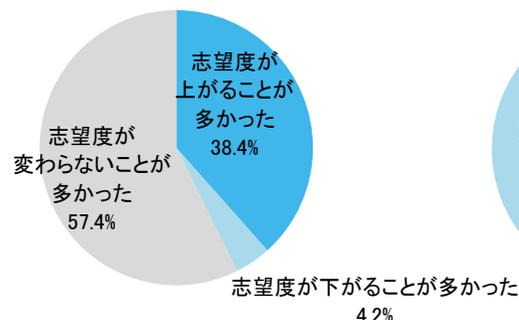
このような動画をこれまで何社分見たか(平均)

【単位:社】 23年卒(1,431) 24年卒(1,427) 25年卒(1,104)



動画を見た後、その企業に対する志望度は

どのように変化したか n=1,104



動画を見て採用選考を受けようと思ったことはあるか n=1,104

