

学生調査結果

<2022卒インターンシップ活動に関するアンケート>

本資料に掲載されている各種データは、特記なき限り、下記の調査に基づいています。

■調査内容：「22卒採用夏インターンシップ」と「22卒採用冬インターンシップ」についてのアンケート調査

■調査実施期間：2020年9月21日（月）～2020年10月2日（金）の12日間

■調査対象：キャンパスキャリア会員のうち、2022年卒業予定の3年生及び院1年生

■調査方法：2020年9月21日時点のキャンパスキャリア会員にメール配信
Web上のアンケートフォームより入力

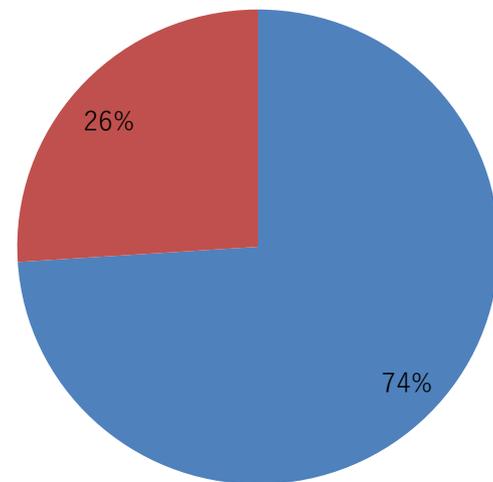
■有効回答数：462名

※調査結果は、四捨五入等によりグラフおよび表の和が100%にならない場合もございます。予めご了承ください。

回答者属性

大学名	回答数	大学名	回答数
東京大学	17	津田塾大学	6
一橋大学	9	電気通信大学	2
早稲田大学	41	東京外国語大学	4
慶應義塾大学	29	東京都立大学	7
上智大学	14	東京農工大学	1
国際基督教大学	3	東京理科大学	7
明治大学	17	山口大学	4
青山学院大学	13	芝浦工業大学	3
立教大学	21	名古屋市立大学	5
中央大学	14	成蹊大学	4
法政大学	20	大阪市立大学	3
京都大学	7	大阪府立大学	3
大阪大学	15	日本女子大学	2
神戸大学	8	岐阜大学	1
関西学院大学	11	京都工芸繊維大学	1
関西大学	9	香川大学	1
立命館大学	11	国際教養大学	1
北海道大学	2	山形大学	1
東北大学	6	小樽商科大学	1
名古屋大学	9	信州大学	1
九州大学	4	新潟大学	1
お茶の水女子大学	2	静岡大学	1
東京工業大学	5	筑波大学	1
広島大学	5	富山大学	1
横浜国立大学	1	北九州市立大学	1
横浜市立大学	5	和歌山大学	1
学習院大学	5	不明	1

文理

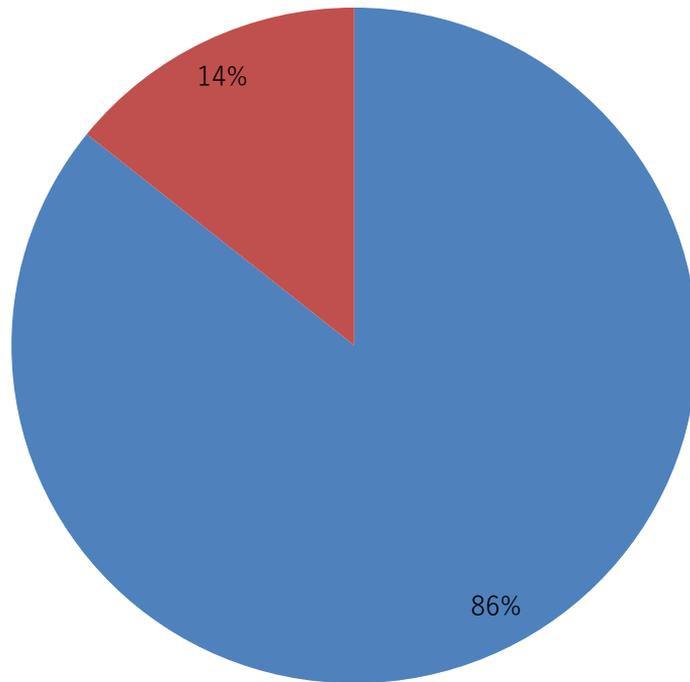


■ 文系 ■ 理系

**<2022卒向け6月～9月開催のインターンシップについて>
参加したインターンシップの概要**

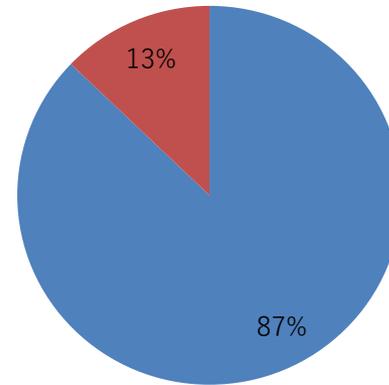
文理問わず、9割近くの学生が夏のインターンシップに参加している。

【全体】



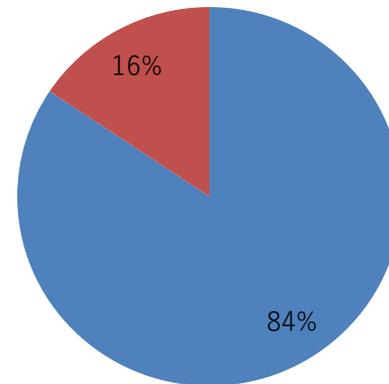
■ 参加した ■ 参加していない

【文系】



■ 参加した
■ 参加していない

【理系】

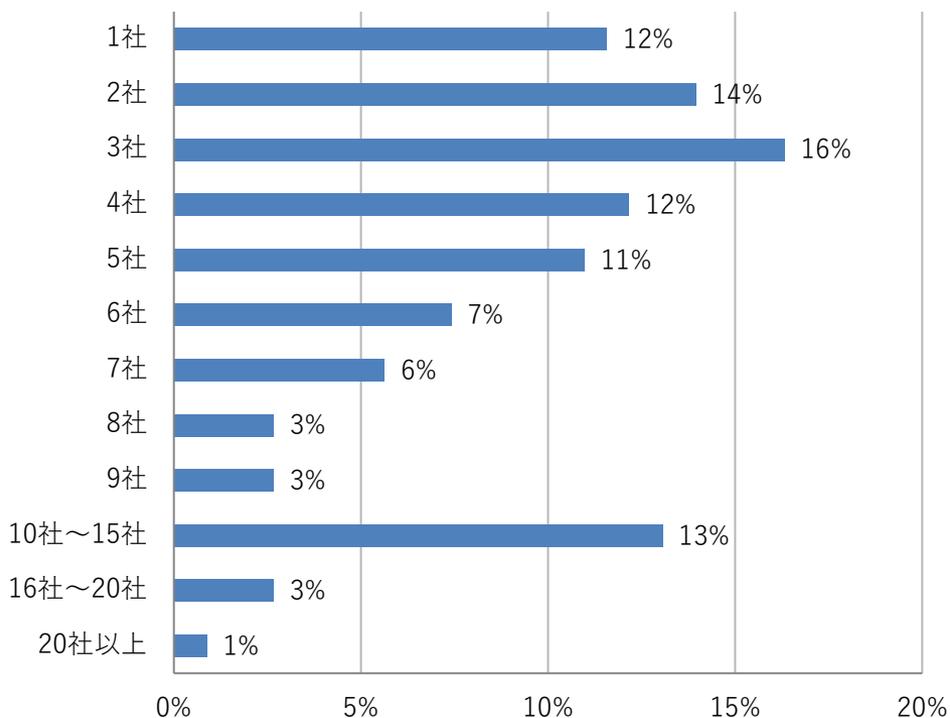


■ 参加した
■ 参加していない

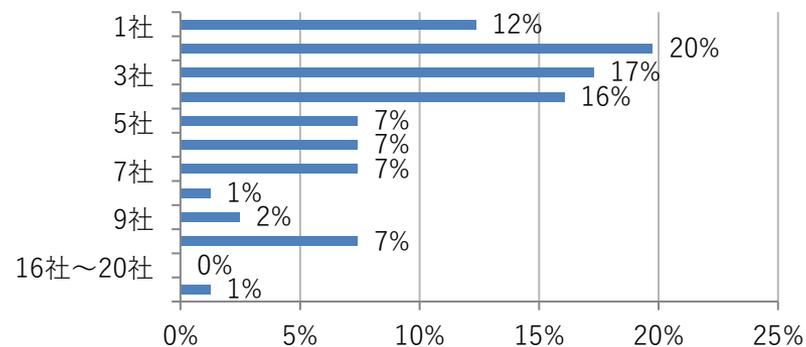
2020年6月～9月で参加したインターンシップ社数

5社以下の参加、10～15社の参加がボリュームゾーンとなっている。文系学生の参加社数でみると10～15社の割合が多いことから、文系学生の方が夏インターンシップを通して、多くの企業を見比べている可能性が高い。

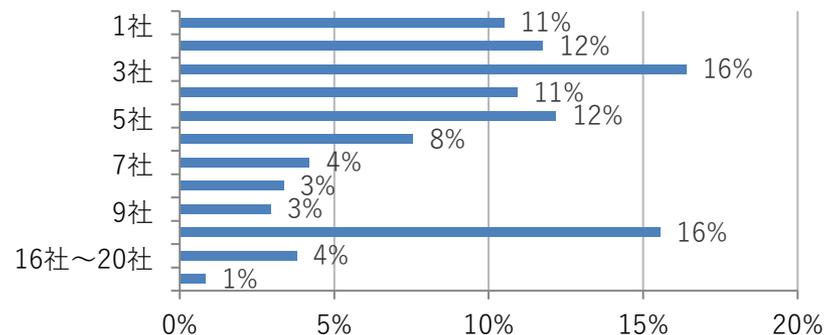
【全体】



【文系】

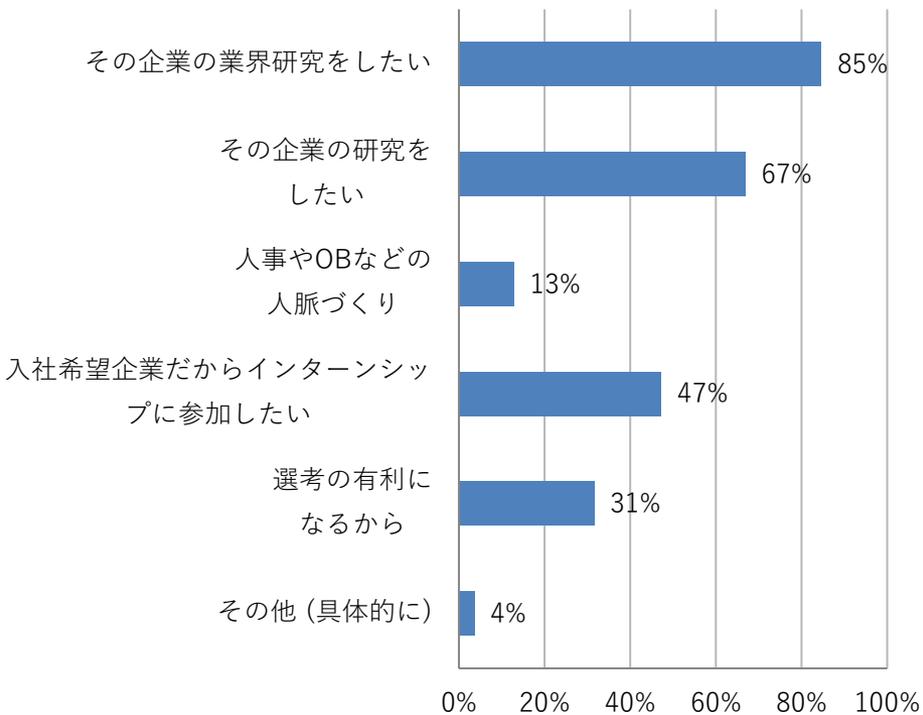


【理系】

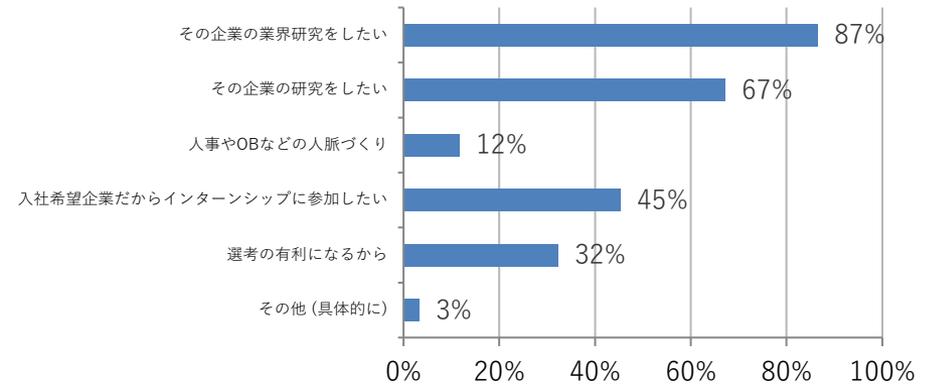


文理共に業界研究の目的が多い。一方で「入社したい企業だから」「選考に有利になるから」と選考の一部としてインターンシップに参加する動きがみられる。

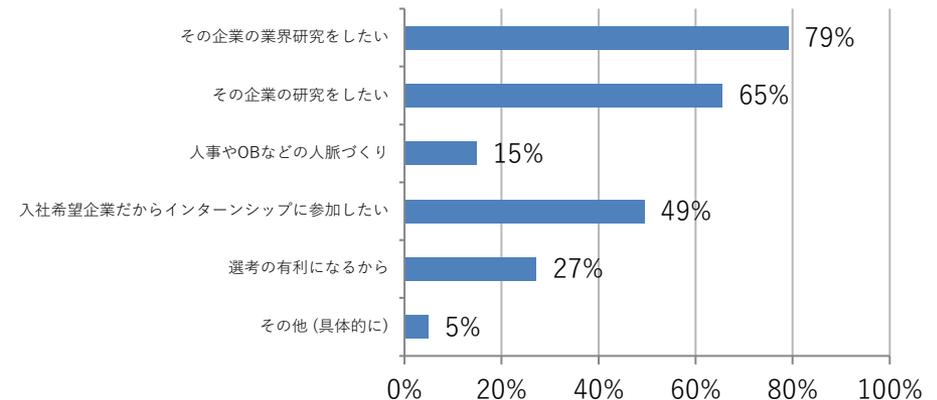
【全体】



【文系】

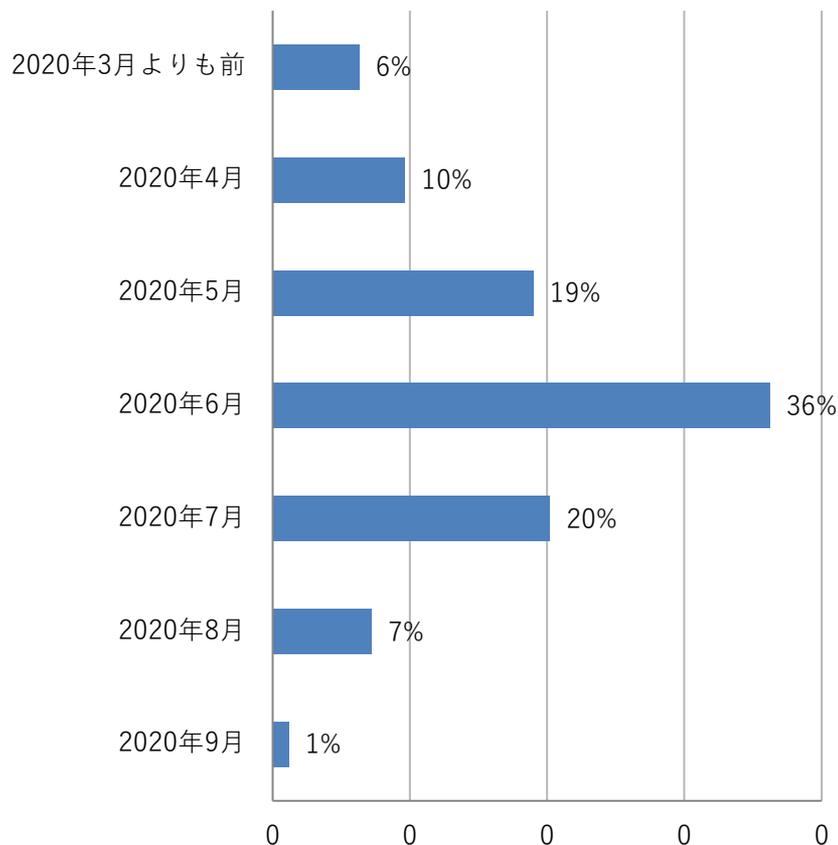


【理系】

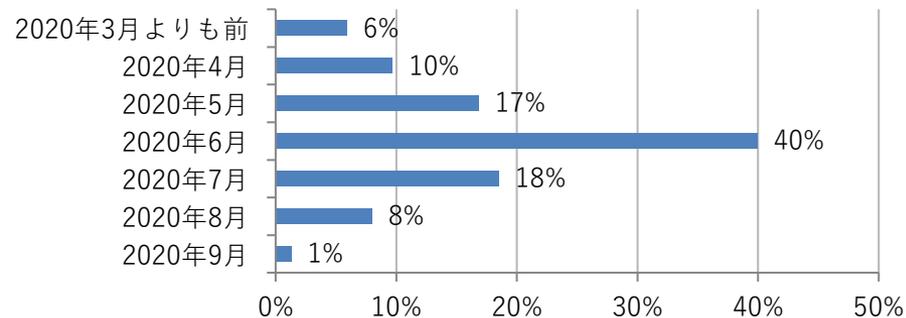


全体的に6月にはインターンシップに参加する企業を見つけた学生が多い傾向にある。特に理系学生は全体の70%が6月以前に企業を見つけており、早期から活動していることがわかる。

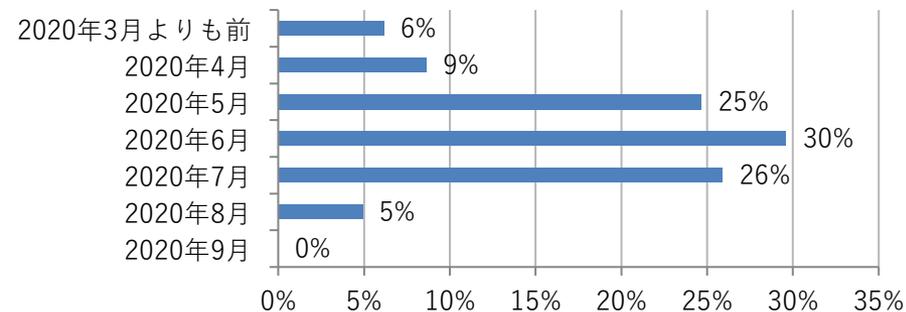
【全体】



【文系】

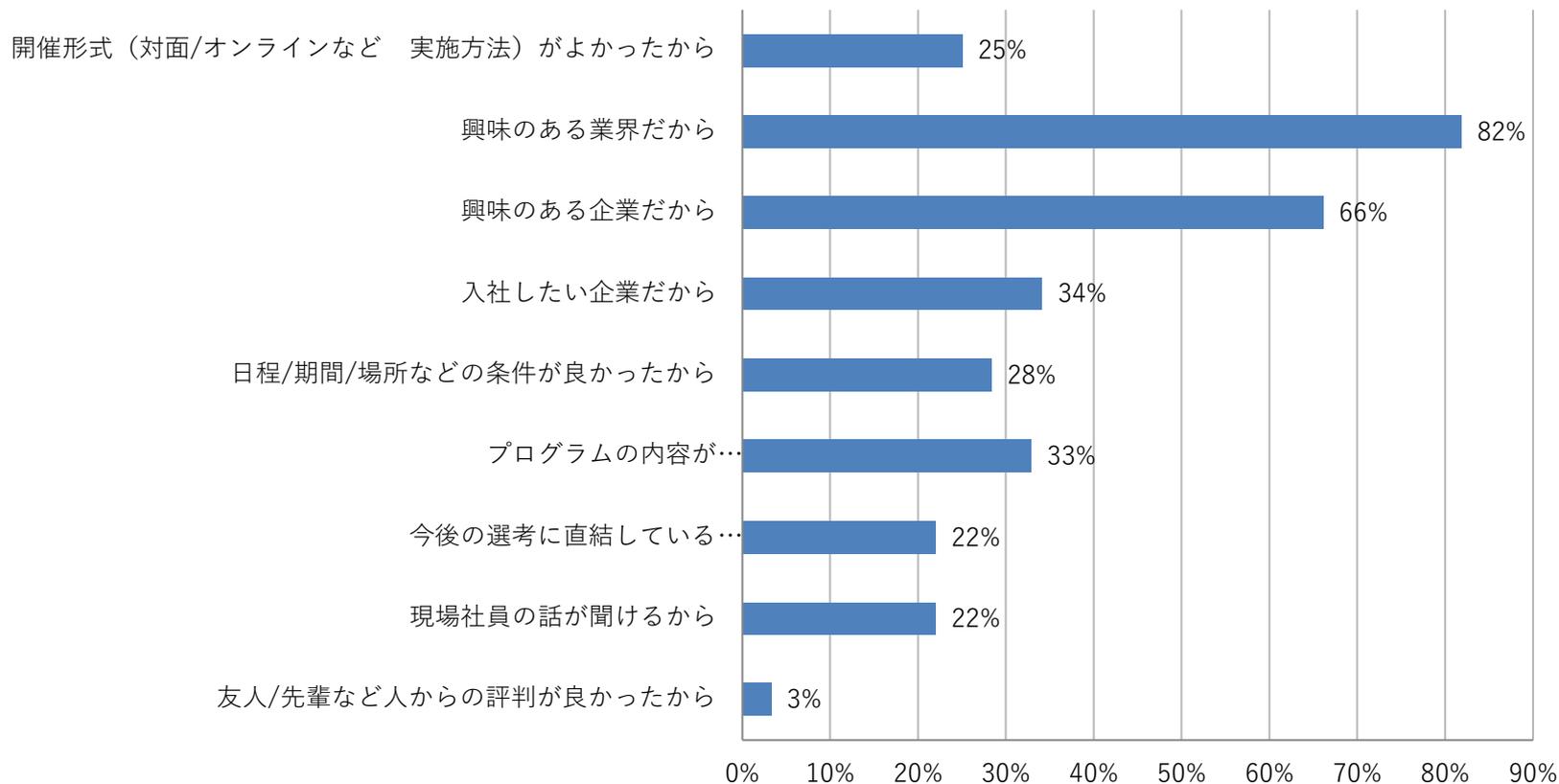


【理系】



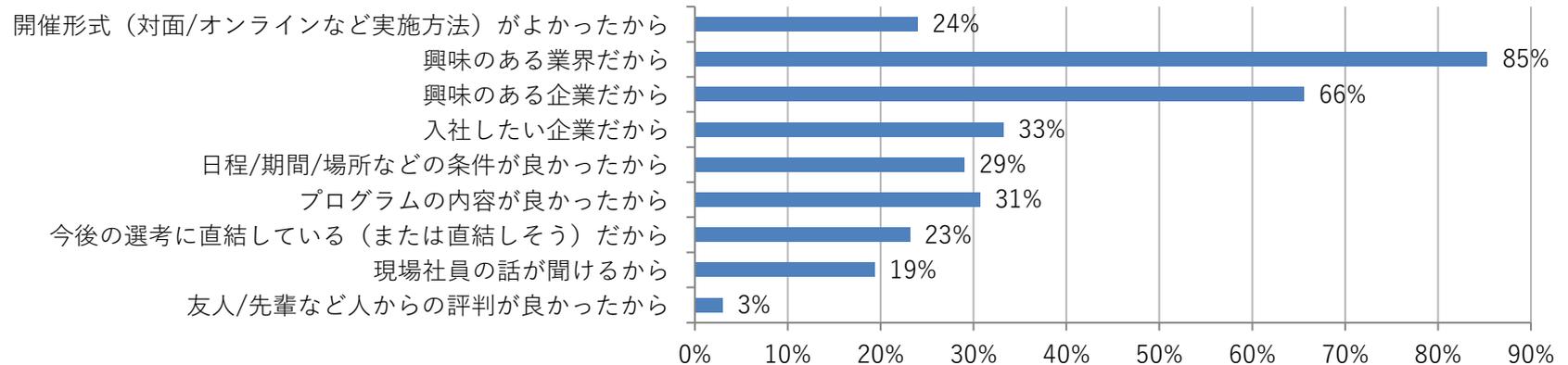
興味のある業界・興味のある企業であることがインターンシップ参加の基準としては大半を占めており、夏インターンシップ参加前から業界や企業を一定絞っている事が考えられる。

【全体】

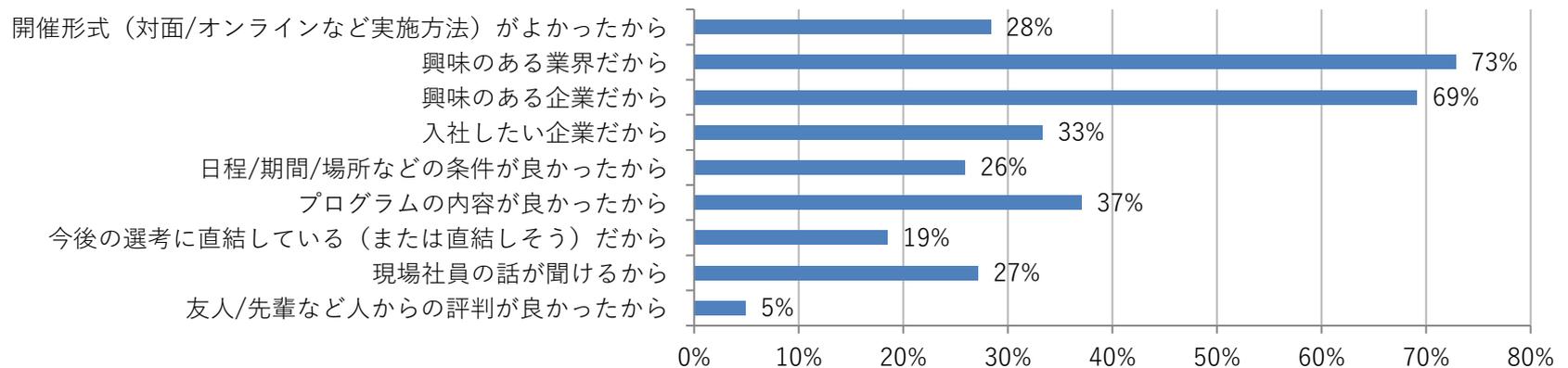


文理共に興味のある業界・企業であることが選択軸としては多くなっている。

【文系】

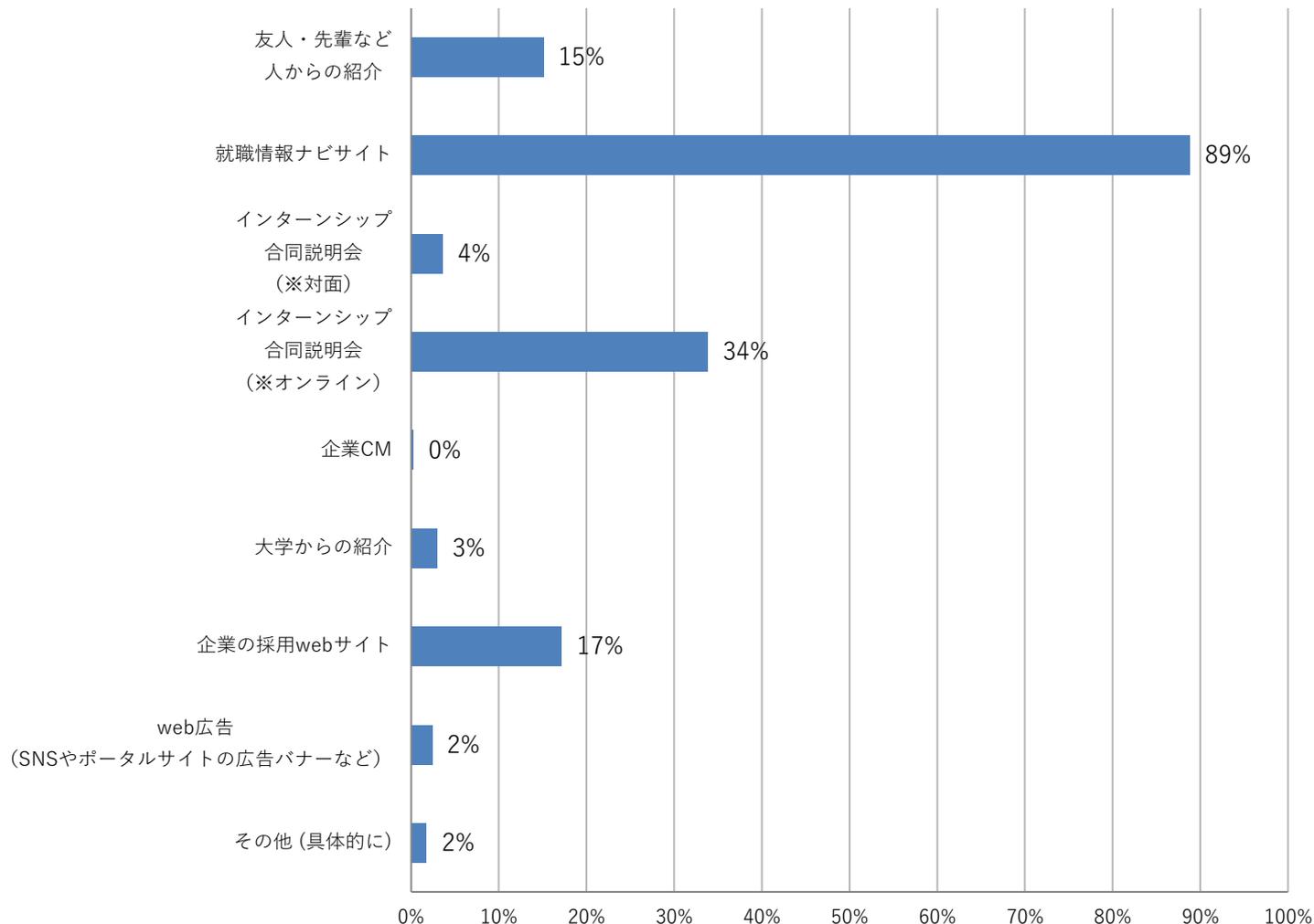


【理系】



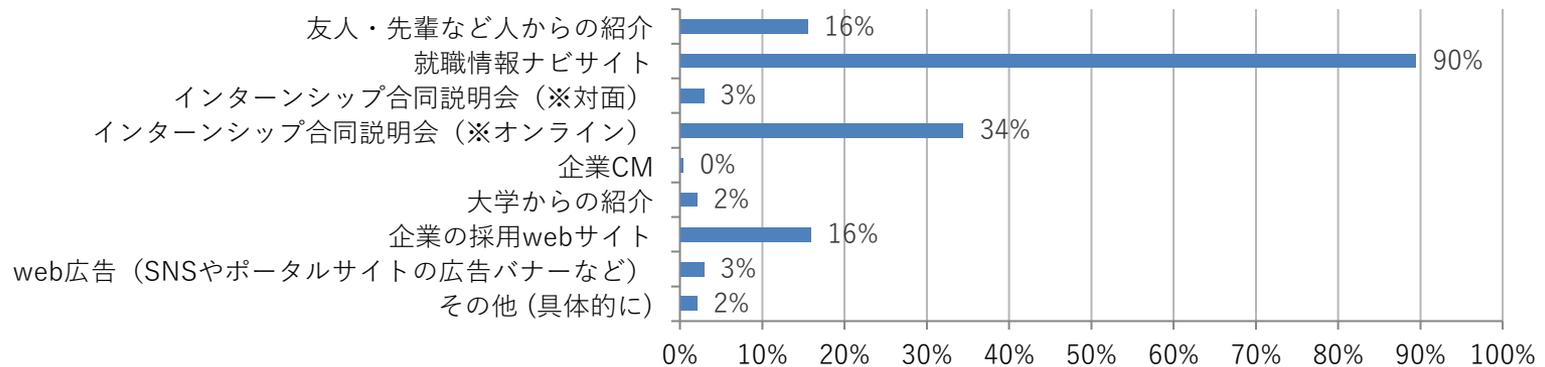
学生のほとんどがナビサイトからインターンシップを探す傾向にあり、対面でのイベント中止によりオンラインイベントの割合も高くなっている。

【全体】

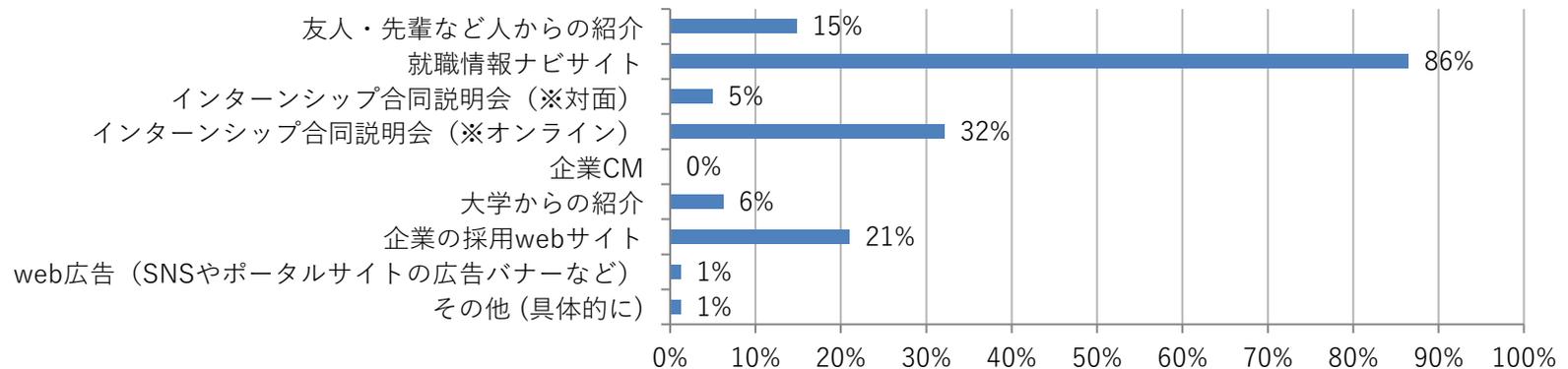


文理共に全体傾向と変わらず、ナビサイトからインターンシップの情報を取得している傾向にある。

【文系】

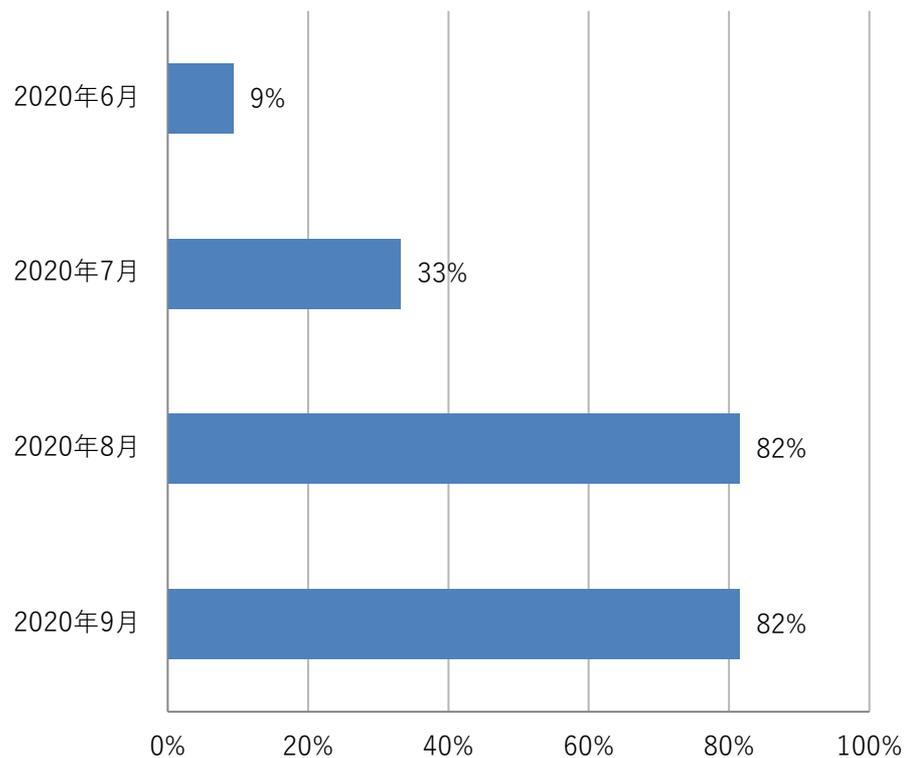


【理系】

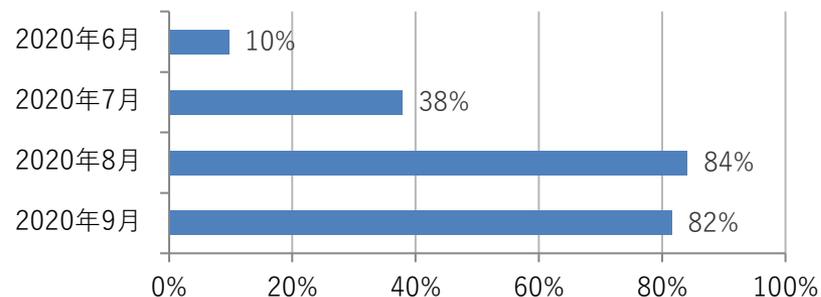


8月、9月でのインターンシップ参加が文理共に多く、5～7月でインターンシップ参加企業を探し、翌月以降より随時参加している。

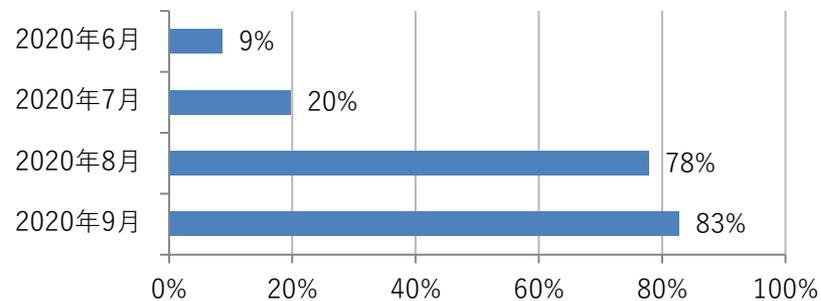
【全体】



【文系】



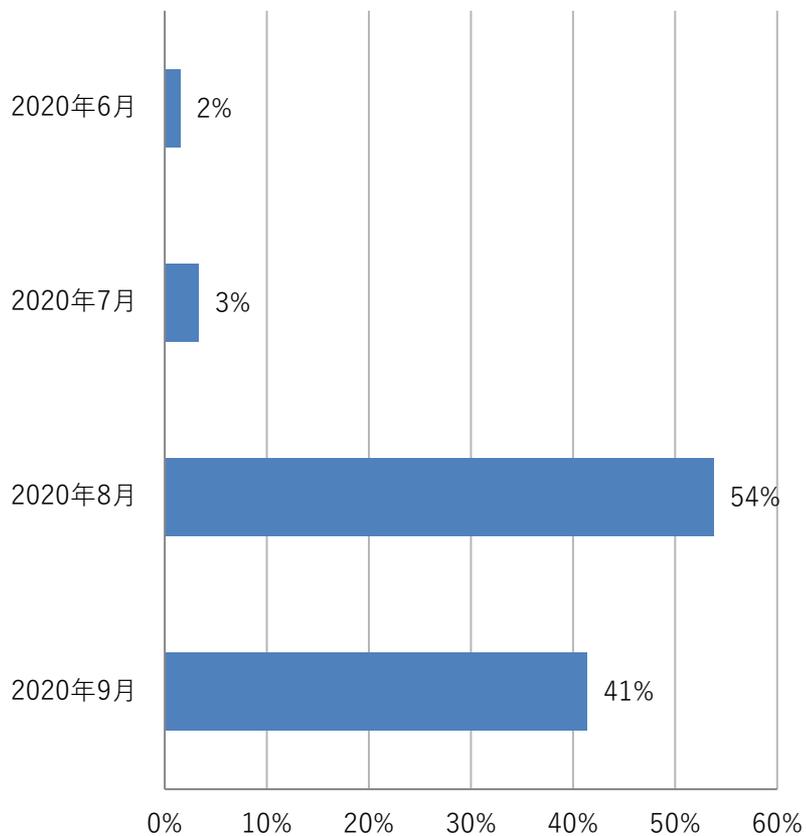
【理系】



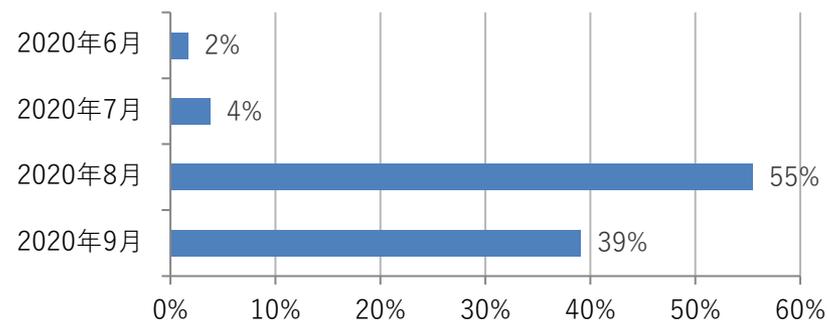
2020年6月～9月の間で一番良かったインターンシップ参加時期

前述で参加したインターンシップは8月が82%、9月が82%と拮抗したが、実際に参加した後では9月より8月開催のインターンシップが良いとされている。

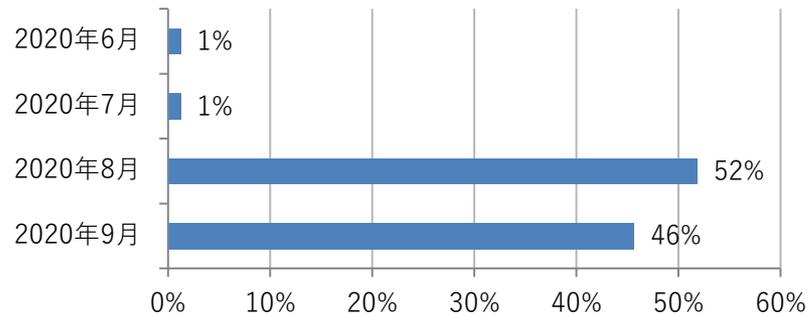
【全体】



【文系】

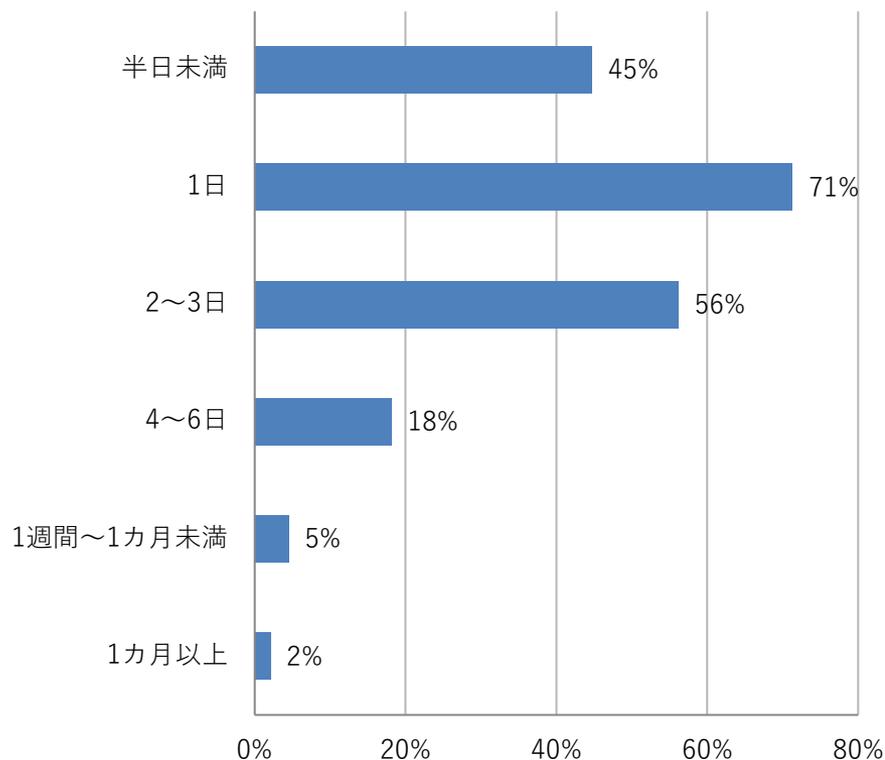


【理系】

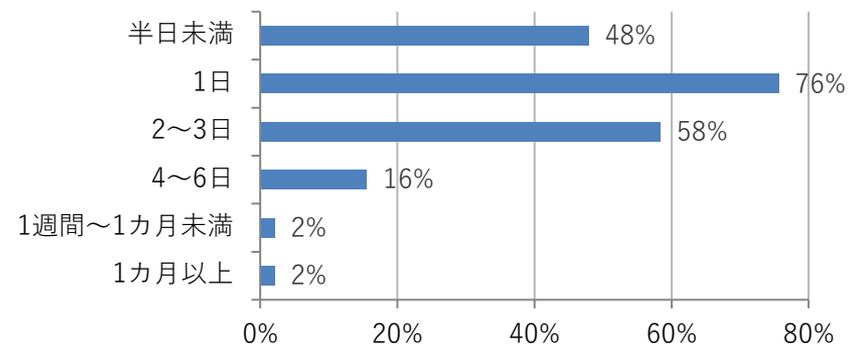


文理共に3日以上の長期インターンシップにはあまり参加していない傾向。半日～1日のインターンシップが多く、オンラインでの実施も踏まえると、長期インターンシップの実施自体が難しかったことが考えられる。

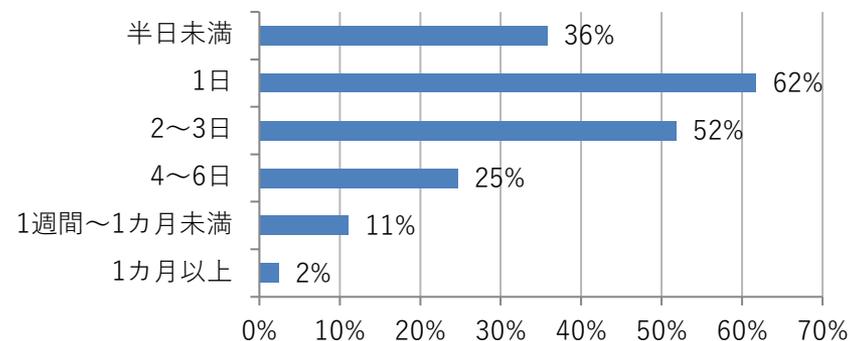
【全体】



【文系】



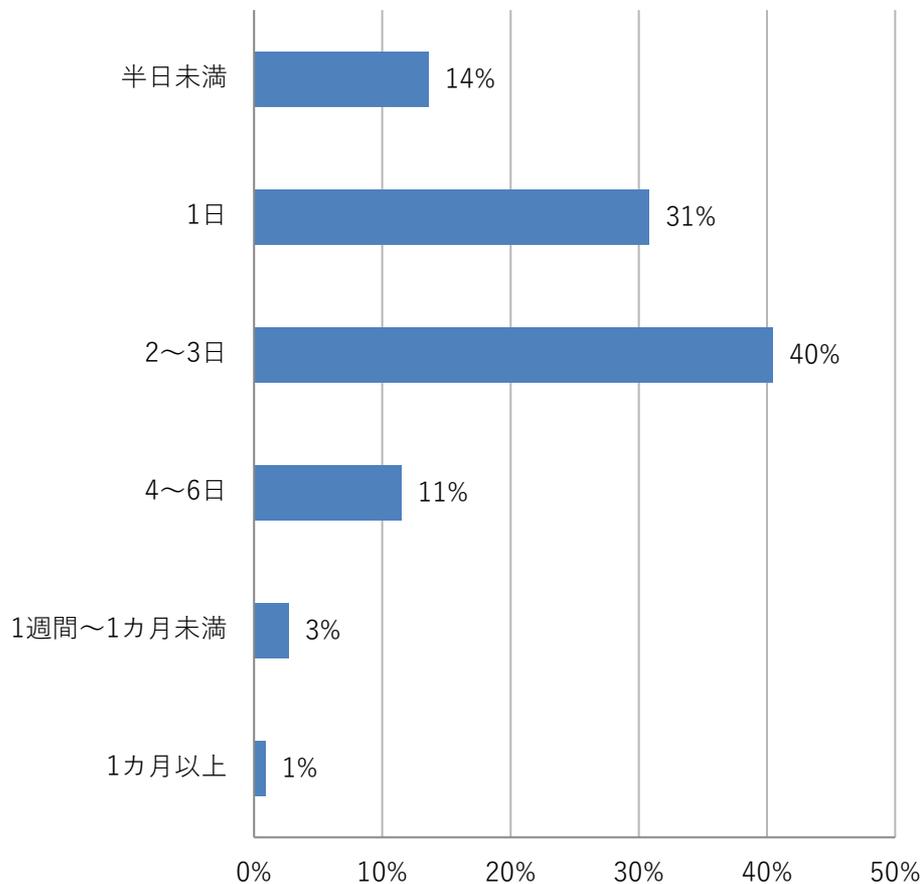
【理系】



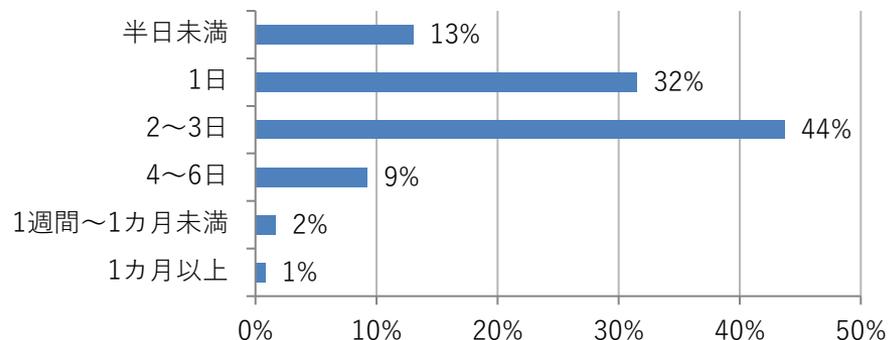
2020年6月～9月の間で一番良かったインターンシップ開催日数

前述で参加したインターンシップの開催日程は半日～1日開催のものが多かったが、一番良かった開催日数は文理ともに、2日～3日実施のもので、複数日程の方が満足度が高い傾向にある。

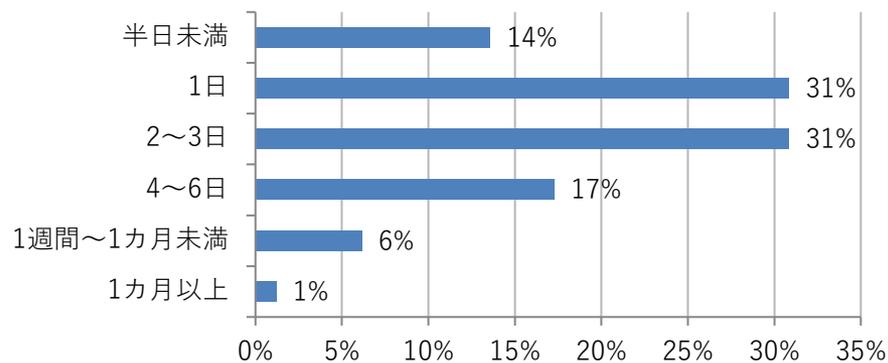
【全体】



【文系】

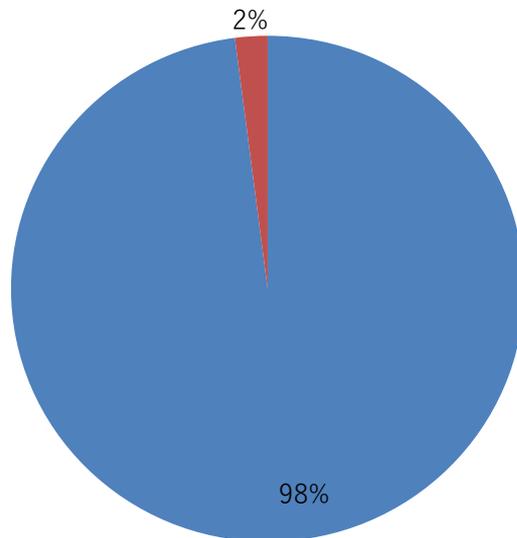


【理系】



参加したインターンシップの中で勉強になったインターンシップがあったか

夏インターンシップへの参加については100%近くの学生が有意義に感じており、企業選択の要素として大部分を占めている事が考えられる。



■ はい ■ いいえ

【学生(n=446) に一番勉強になった企業名を答えてもらい、その中1人以上に重複して評価された企業名】

JR東海	読売新聞	キオクシア	三井住友信託銀行
JR東日本	関西電力	MICメディカル	レイスグループ
松竹	第一生命	VSN	東京海上日動システムズ
SCSK	経済産業省	豊通マテリアル	みずほフィナンシャルグループ
ニトリ	アイレップ	ミサワホーム	ゴールドマンサックス
金融庁	一条工務店	日本出版販売	デロイトトーマツコンサルティング
講談社	オープンハウス	日本政策投資銀行	日本タタコンサルタンシーサービシズ
京セラ	イプロス	セールスフォース	サイバーエージェント
富士通	新日本科学	日本ユニシス	三井住友海上火災保険
パナソニック	りそな銀行	三井住友カード	
楽天	岡三証券	ファミリーマート	

※順不同、法人格・敬称省略

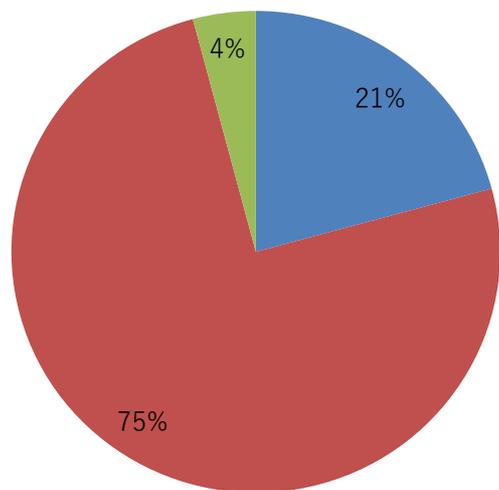
学生のコメント抜粋

- ・実際の業務内容を体験でき、入社後のイメージを想像しやすかった。
- ・会社の魅力を伝えるだけでなく、業界全体の魅力を教えてくれたことで理解が進んだ。
- ・グループワークが本格的で、人事や社員からの確かなフィードバックをもらえて志望度が上がった。
- ・オンラインでは知りえないことを学べて勉強になった。

インターンシップに参加し、勉強になったと回答した学生が参加した企業のインターンシップ実施方法

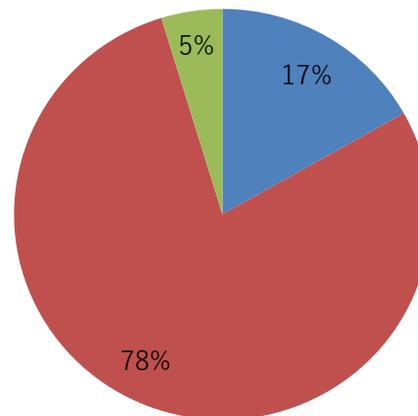
オンラインでの参加が文理共に大半を占める傾向。文理で比べると文系学生より理系学生の方が対面形式のインターンシップが勉強になったと回答している。

【全体】



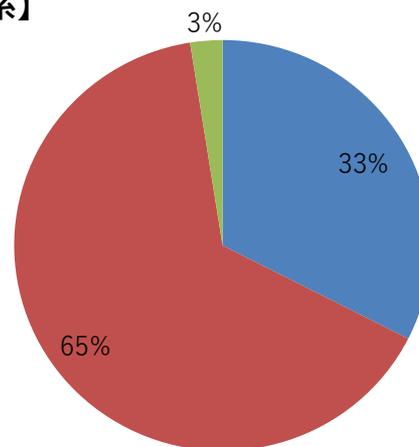
- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【文系】



- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【理系】

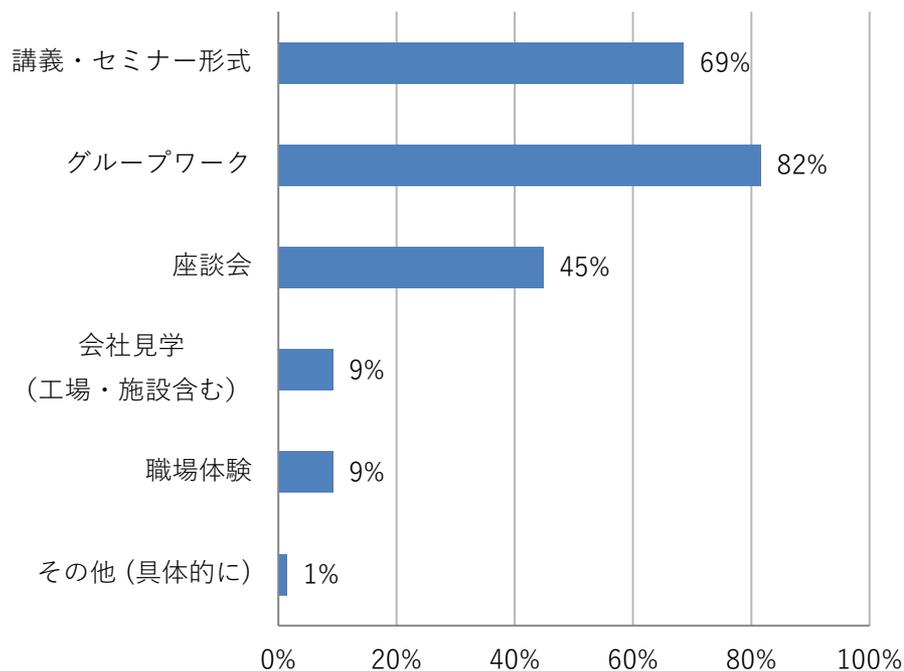


- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

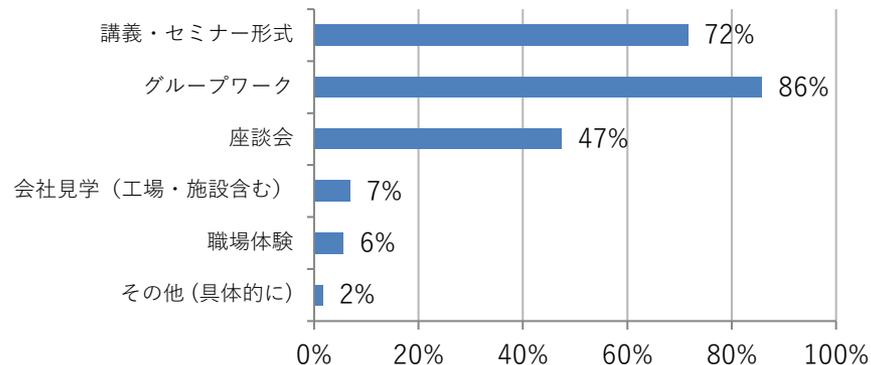
「インターンシップに参加し、勉強になった」と回答した学生が参加した企業のインターンシップ**実施内容** ※複数回答可

グループワークでのインターンシップが勉強になったと回答する割合は多く、次いでセミナー形式のものが多くなっている。理系学生は文系よりも職場体験の比率が高くなっている。

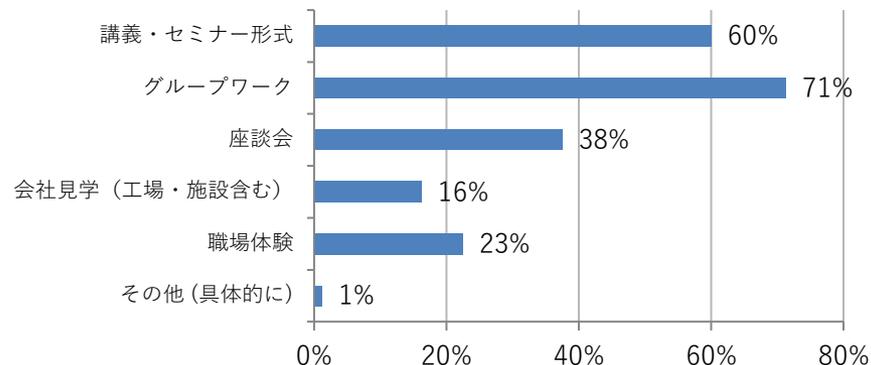
【全体】



【文系】



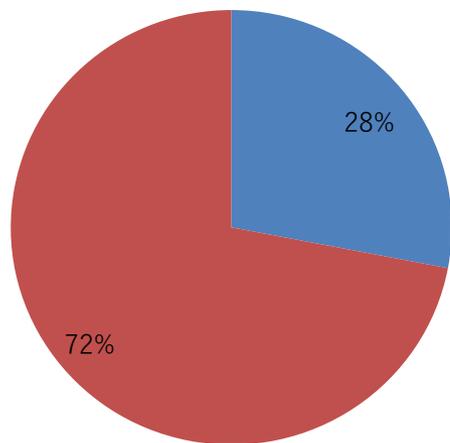
【理系】



参加したインターンシップの中で有意義でなかったインターンシップがあったか

オンライン開催が増えた夏インターンシップだが、7割は有意義に感じているため、得られるものが一定多かったことがわかる。また有意義でなかったインターンシップの多くは一方的な会社説明となっている形式やグループワークの意図が理解できないといった声が目立つ。

学生のコメント抜粋



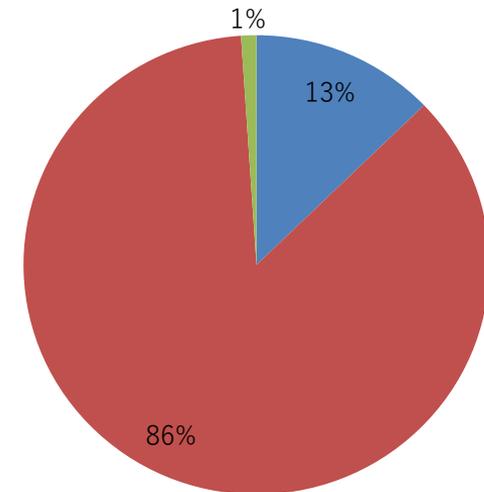
- 有意義でないインターンシップがあった
- 有意義でないインターンシップはなかった

- ・企業からの一方的な説明で内容が頭に入ってこなかった。
- ・企業ホームページに記載されている情報を時間をかけて説明された。
- ・参加学生のレベルが低く、思うようなフィードバックがなかった。
- ・グループワークの内容が意味不明で、やる意義がわからなかったから
- ・2日間オンラインは長過ぎた
- ・インターンに来ないとわからない新しい情報などが特になかったように感じてしまった
- ・企画の課題が漠然としすぎたと感じたから
- ・10時～17時と長時間のインターンでありながら、全て個人ワーク、また発表などもなく、業務理解にも役立つような内容ではなかったため
- ・全体的に社員や学生のやる気が無く、グループワークはあまり業務に関係無さそうな簡単な内容だったから
- ・セミナー名が違うのに、内容がほぼ一緒
- ・ビジネスモデルや各職種、すべてについて理解が中途半端になってしまったから
- ・社員との交流が少なかった

「インターンシップに参加し、有意義でない」と回答した学生が参加した企業のインターンシップ実施方法

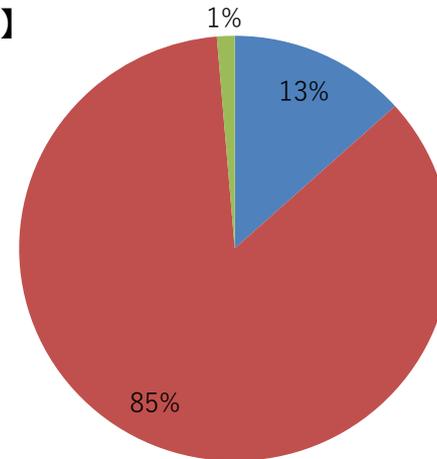
オンラインインターンシップの比率が高いものの、22採用インターンシップは多くの企業がオンライン形式で開催（弊社企業調査では約77%）していたため、オンライン形式自体に問題があるとは判断できないが、「勉強になったインターンシップの実施形式」と比較すると「対面」と答える比率は低い。

【全体】



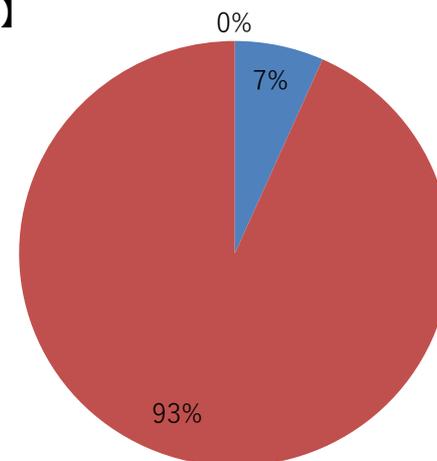
- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【文系】



- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【理系】

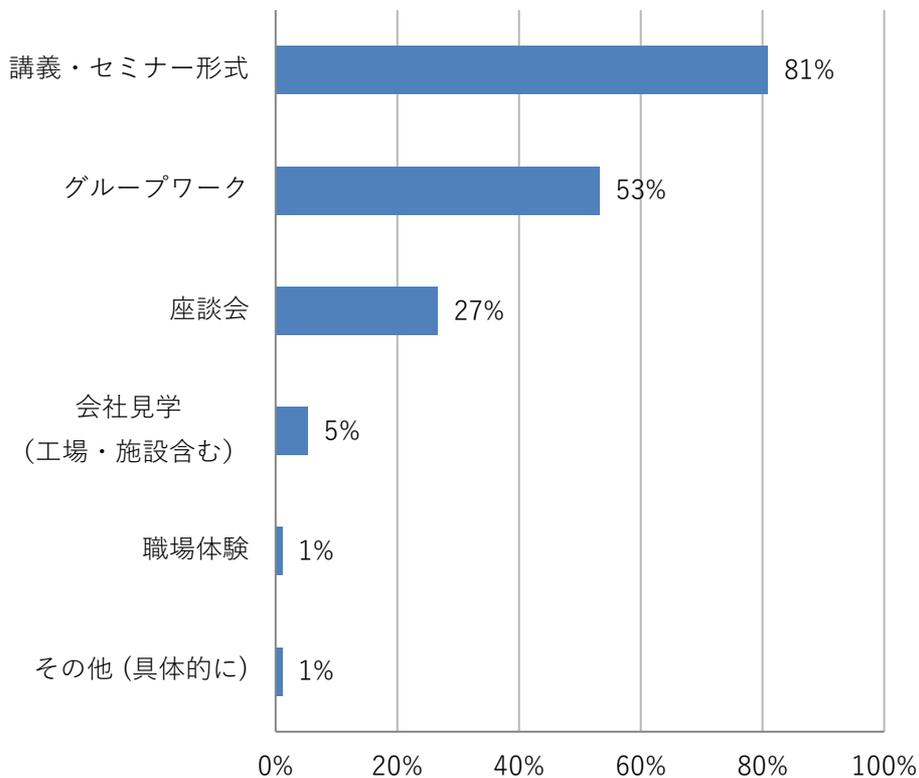


- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

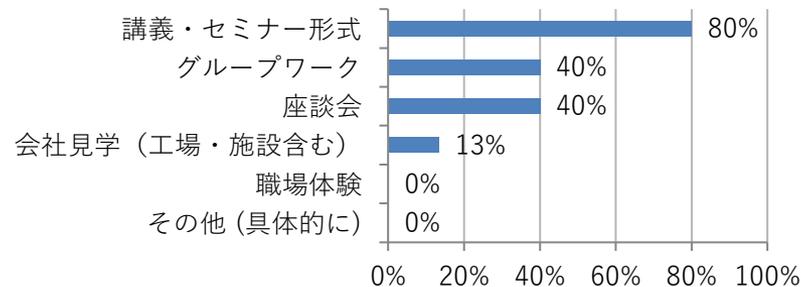
「インターンシップに参加し、有意義でない」と回答した学生が参加した企業のインターンシップ実施内容 ※複数回答可

前述で「勉強になったインターンシップ」の実施内容ではグループワークを選択する学生が多かったが、文理共に講義・セミナー形式を有意義と感じる学生は少ない傾向にある。

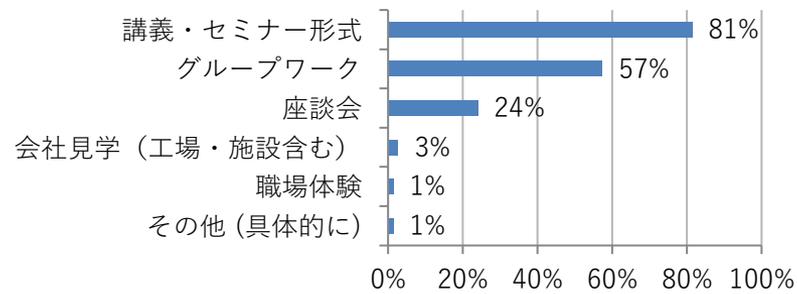
【全体】



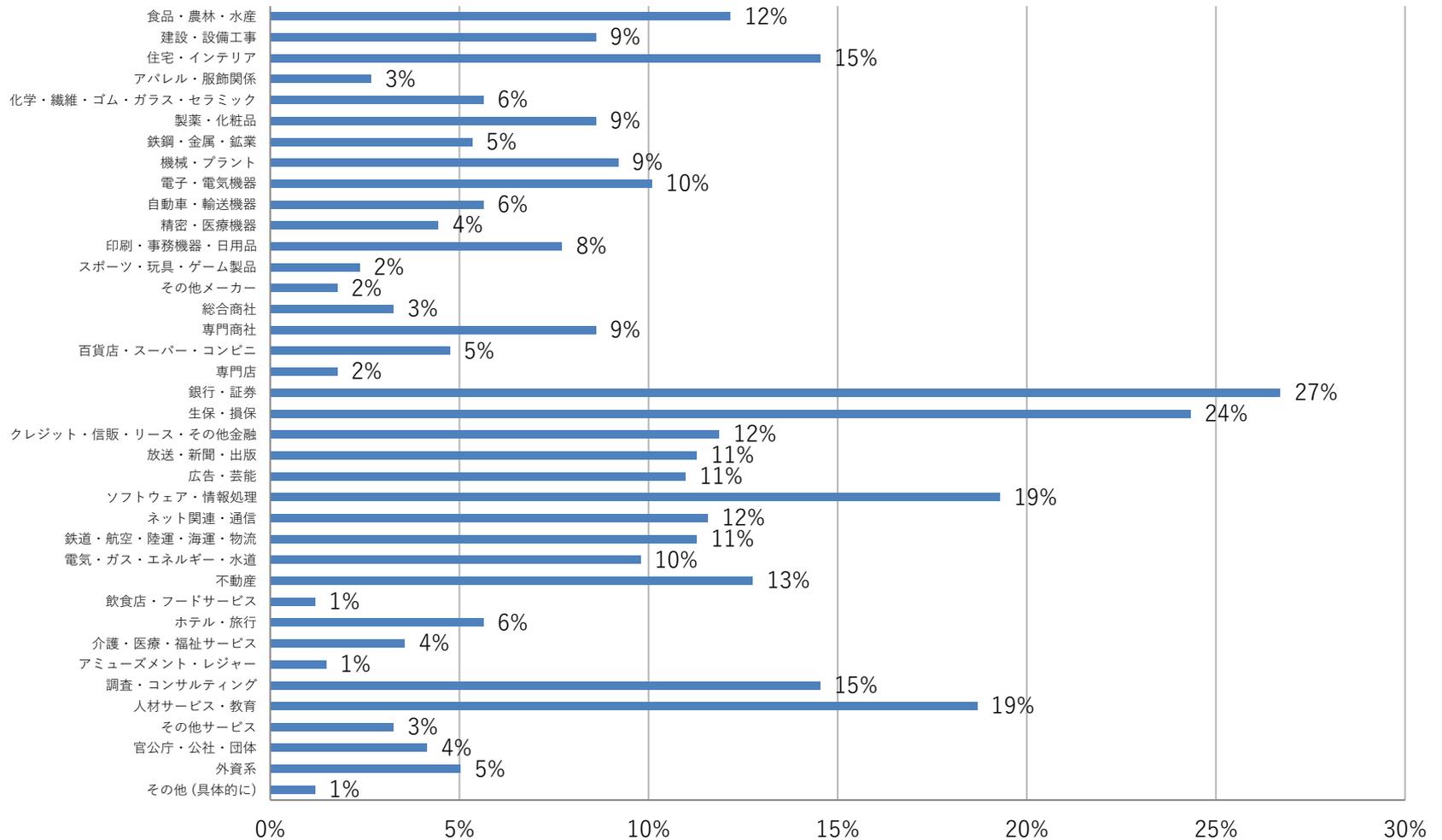
【文系】



【理系】



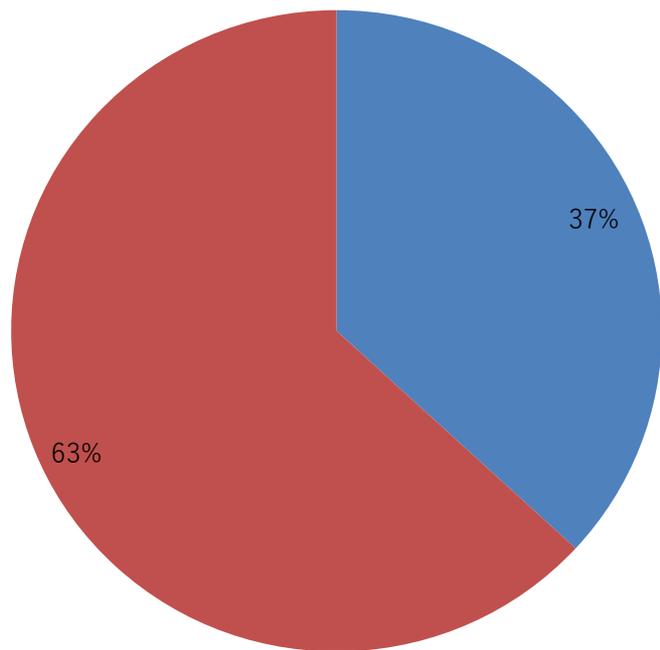
夏インターンシップにおいては、金融業界のインターンシップへの参加が最も多く、例年学生人気の高い商社の比率は下がっており、新型コロナウイルスの影響を受けている事が考えられる。



**<2022卒向け6月～9月参加のインターンシップについて>
参加したインターンシップの形式**

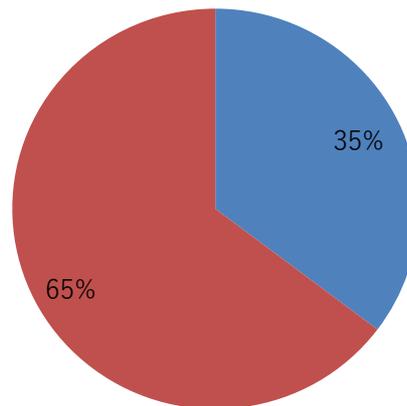
オンラインでのインターンシップ参加割合が高かったため、結果としてもオンラインインターンシップが好まれている結果となっている

【全体】



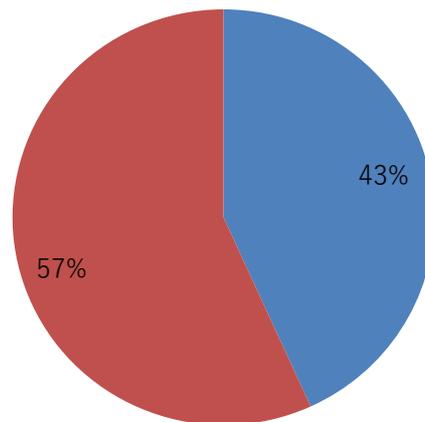
■ 対面 (企業本社など現場で実施のもの)
■ オンライン (インターネットでの参加)

【文系】



■ 対面 (企業本社など現場で実施のもの)
■ オンライン (インターネットでの参加)

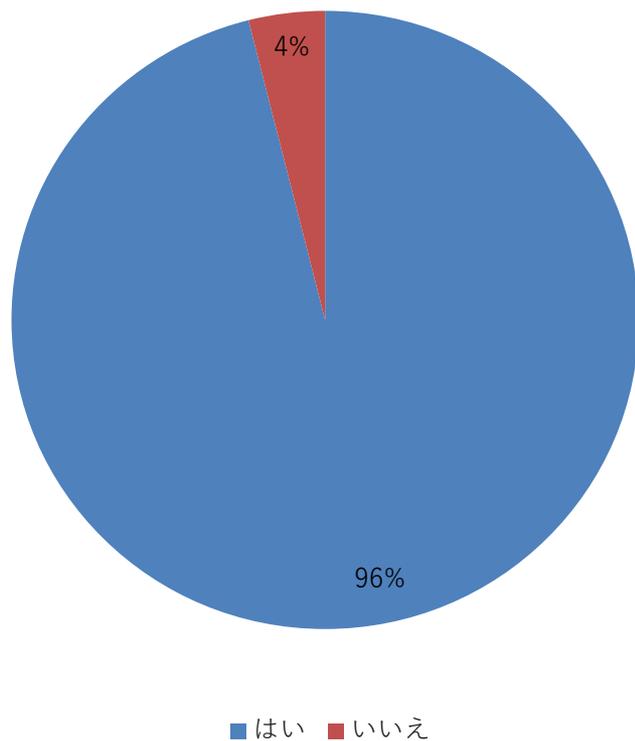
【理系】



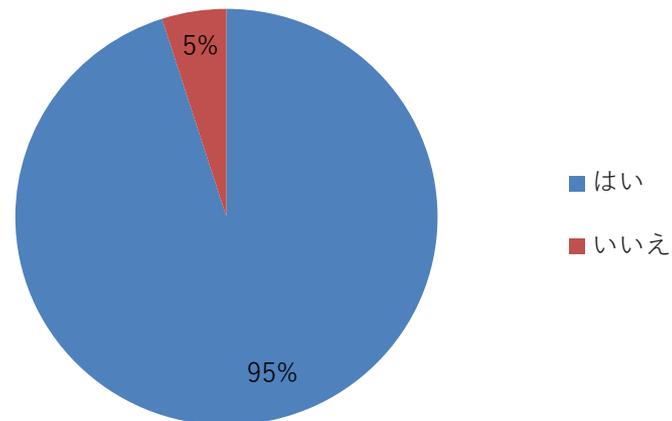
■ 対面 (企業本社など現場で実施のもの)
■ オンライン (インターネットでの参加)

100%に近い学生がオンラインインターンシップに参加。文理ともに差はほとんどない。

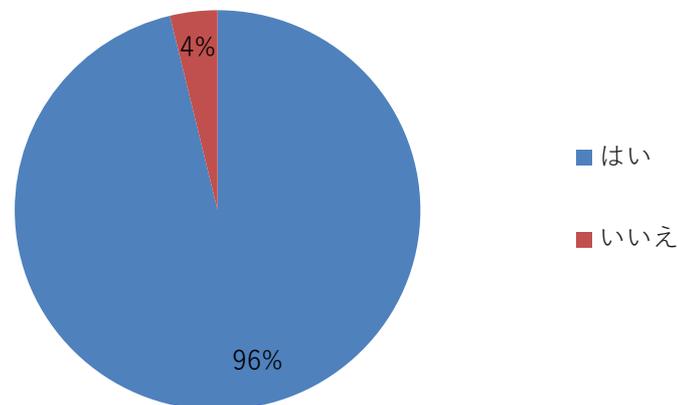
【全体】



【文系】

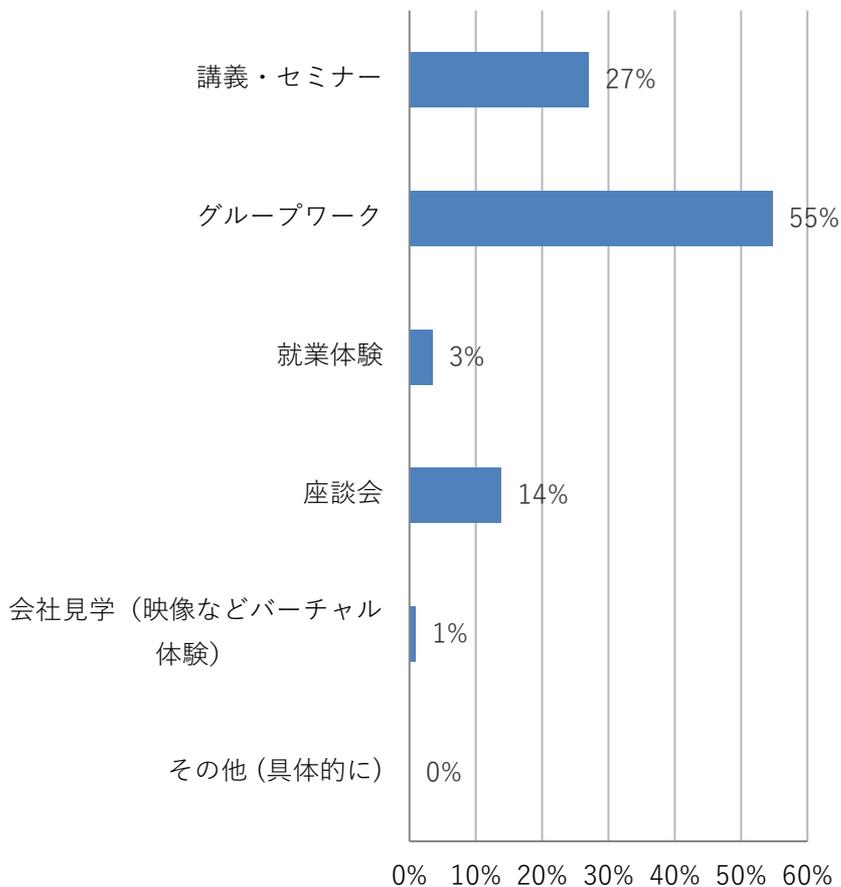


【理系】

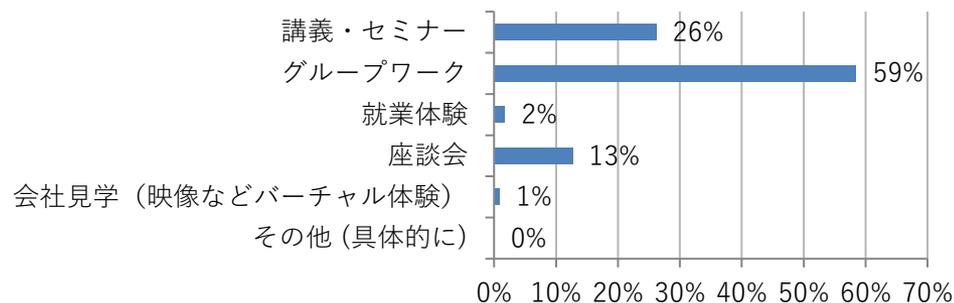


対面ISと同様にオンラインでもグループワークの実施が最も満足度が高く、文理別でも差はない。

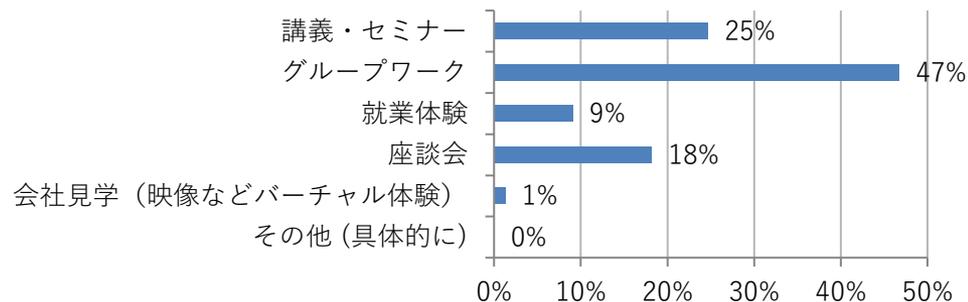
【全体】



【文系】

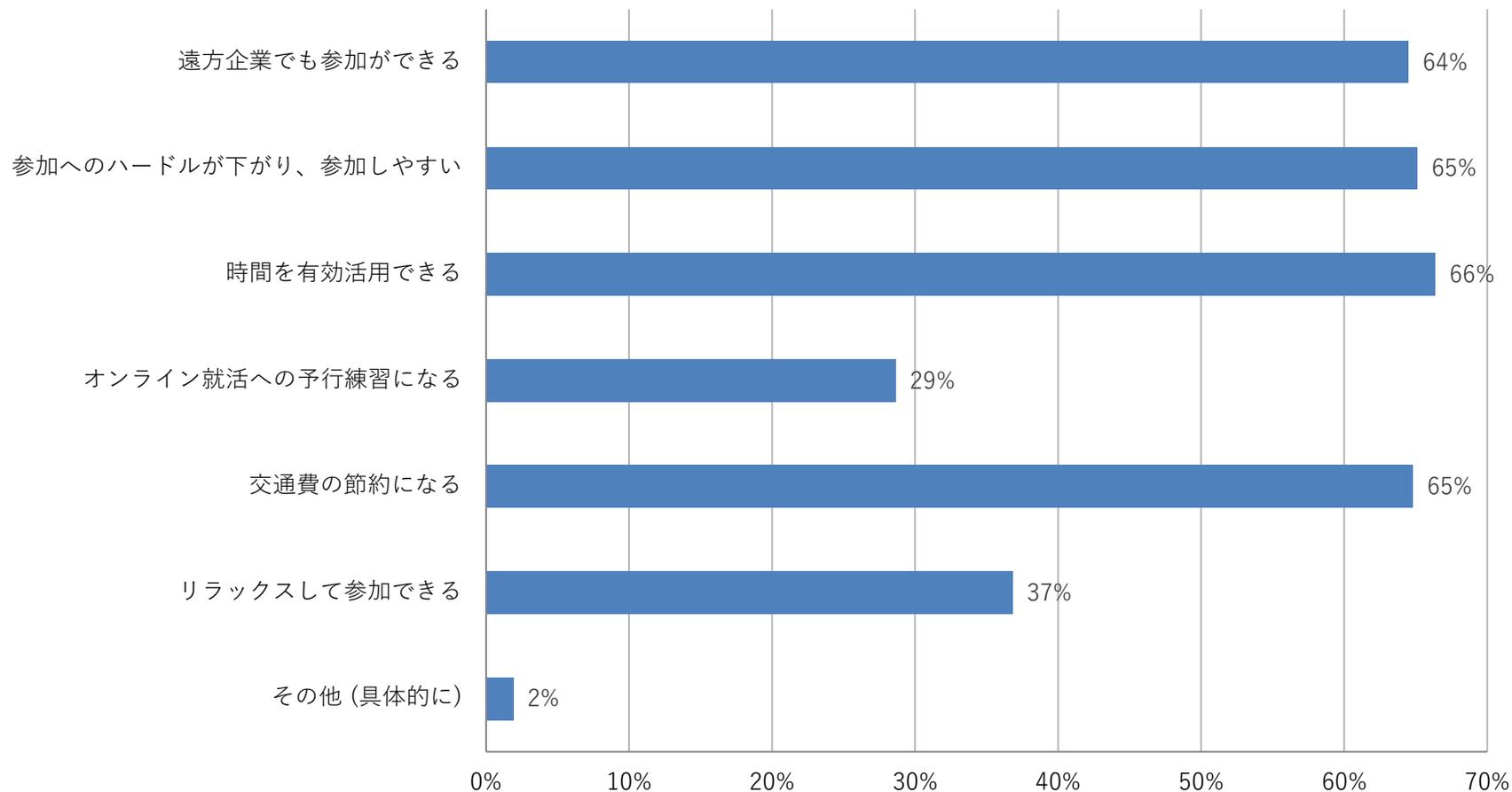


【理系】



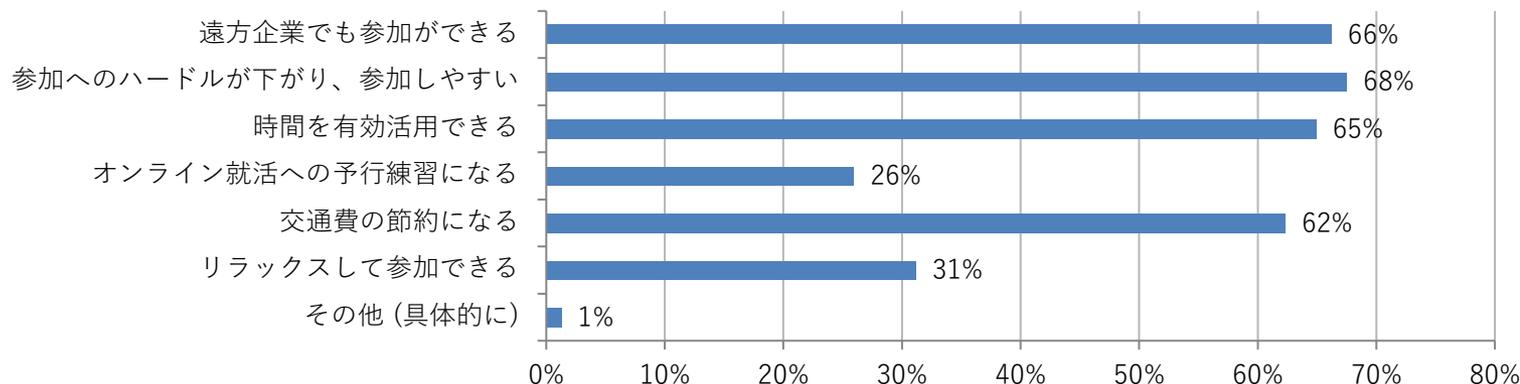
遠方企業でも参加できる、時間を有効活用できる、交通費の節約になるなど利便性に対する評価が高く、結果的に参加へのハードルが下がり、参加しやすくなっていることが推察される。

【全体】

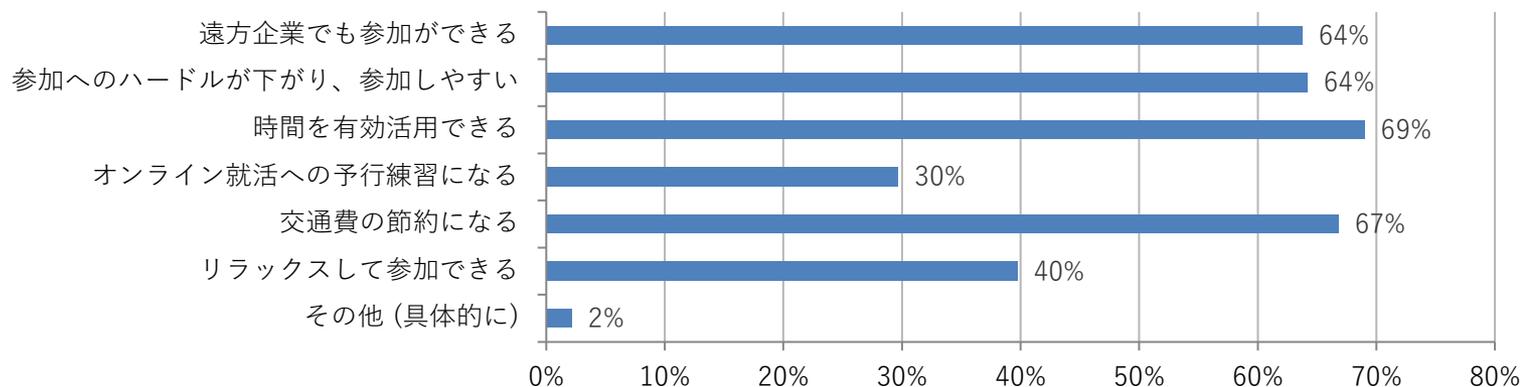


全体傾向と同様に文理別での傾向の差はない。

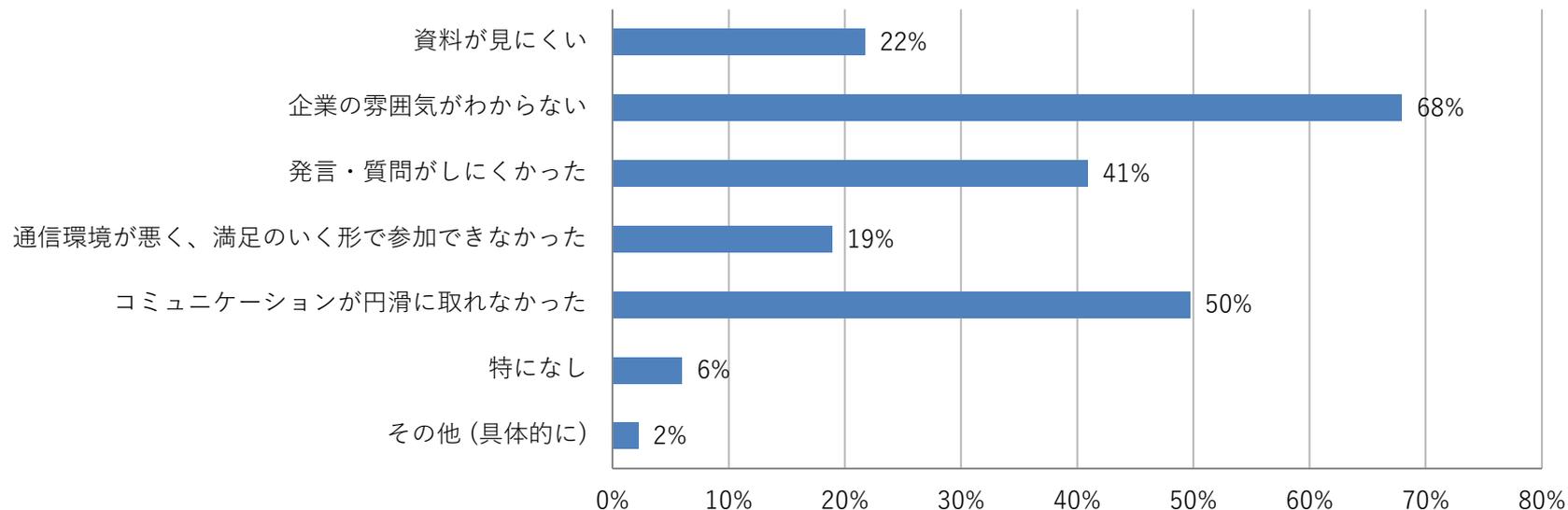
【文系】



【理系】



「企業の雰囲気がわからない」「コミュニケーションが円滑にとれなかった」点がオンラインインターンシップの悪い点として多く挙げられた。上記をどのように伝えるかが今後の課題になることが予想される。

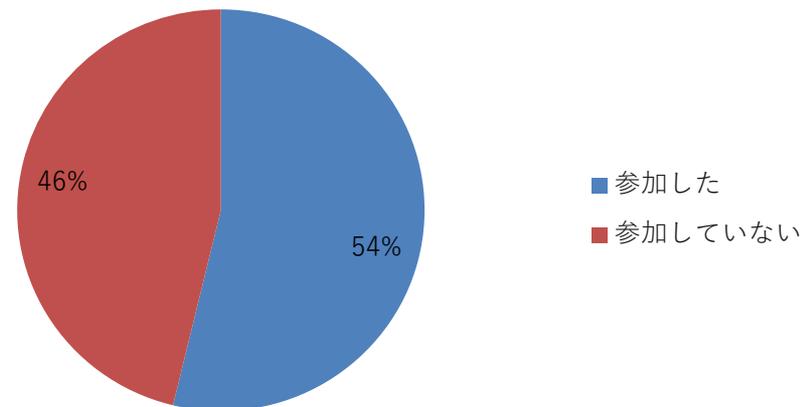


学生のコメント抜粋

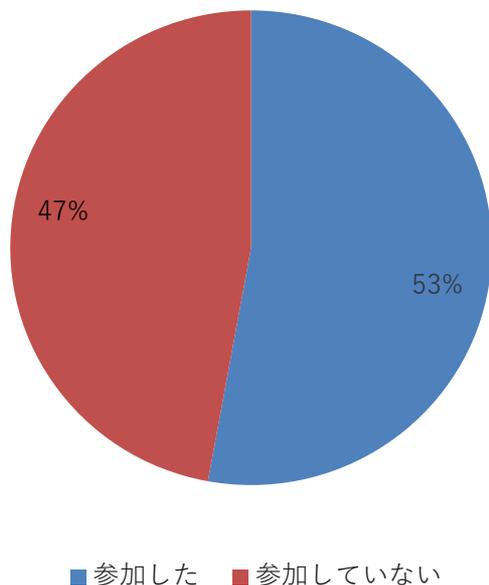
- ・オンラインであることを生かしていない企業が多いと感じた
- ・相手方の通信環境が悪く、無駄な時間があった
- ・より多くの学生が申し込めるため選考の倍率が高かった
- ・目が疲れた。1回接続が切れてもう1回入り直した
- ・実際に社員の方々と話すことが難しかったです

オンラインインターンシップが主流ではあるものの、53%は対面でのインターンシップに参加しており、対面インターンシップへの参加意欲があることがうかがえる。

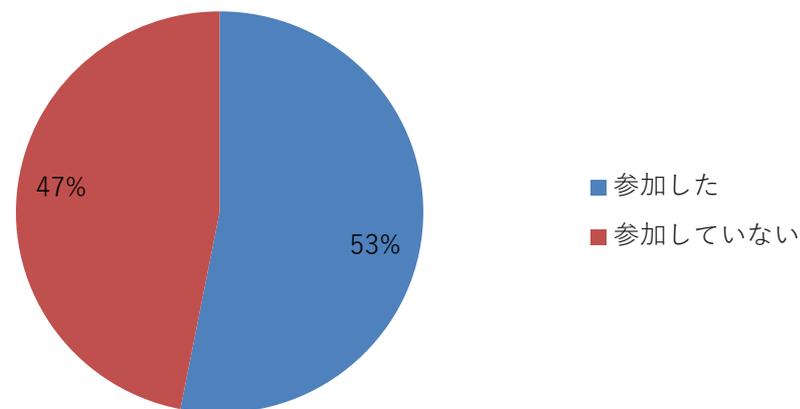
【文系】



【全体】

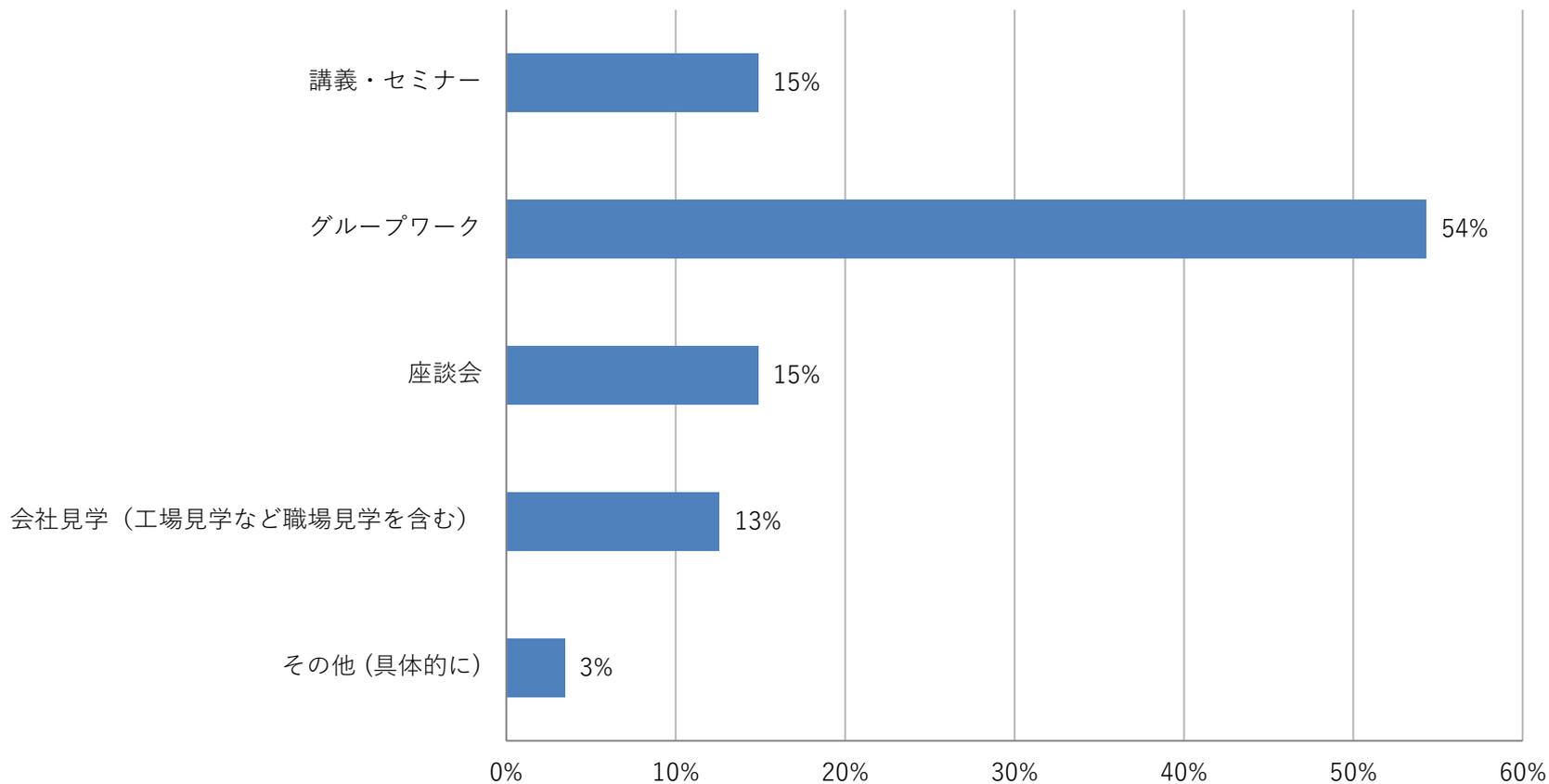


【理系】



グループワークが最も好まれる結果となっており、その他のプログラムに関しては大きな差が出ない結果となった。

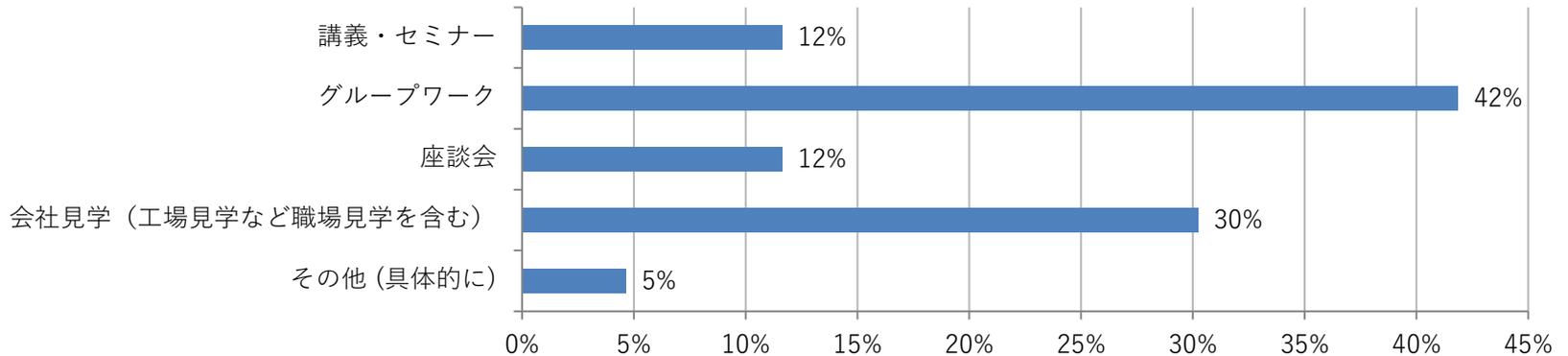
【全体】



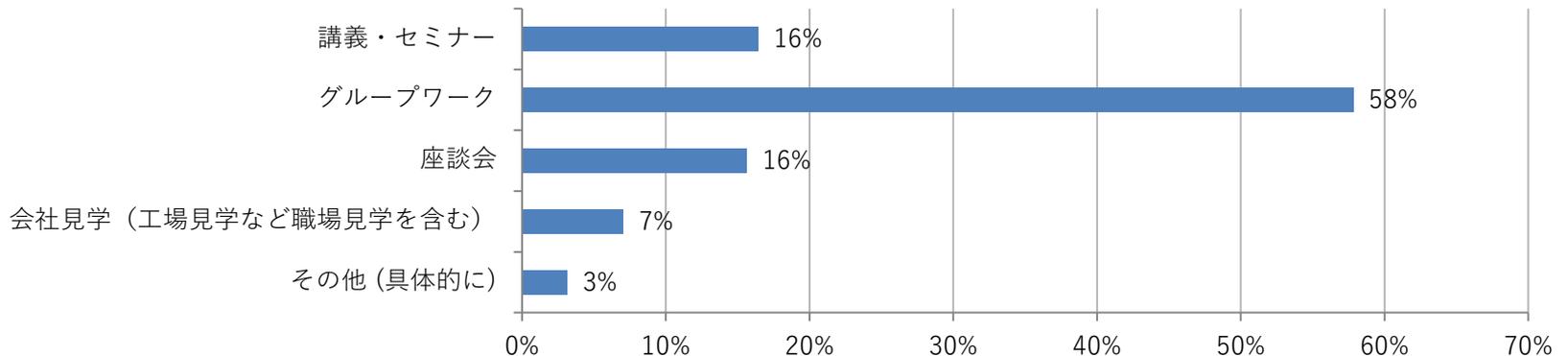
2020年6月～9月の間で参加した対面インターンシップの中で、一番良かった実施内容 【文理別】

グループワークが最も好まれる傾向は同じだが、文理別でみると、会社見学の部分で大きな差が出ている。文理ともに、学生からのニーズに変わりはないはずだが、コロナ感染予防の観点から、オフィス見学の機会は提供できたとしても工場見学までは調整が難しかったと思われる。

【文系】

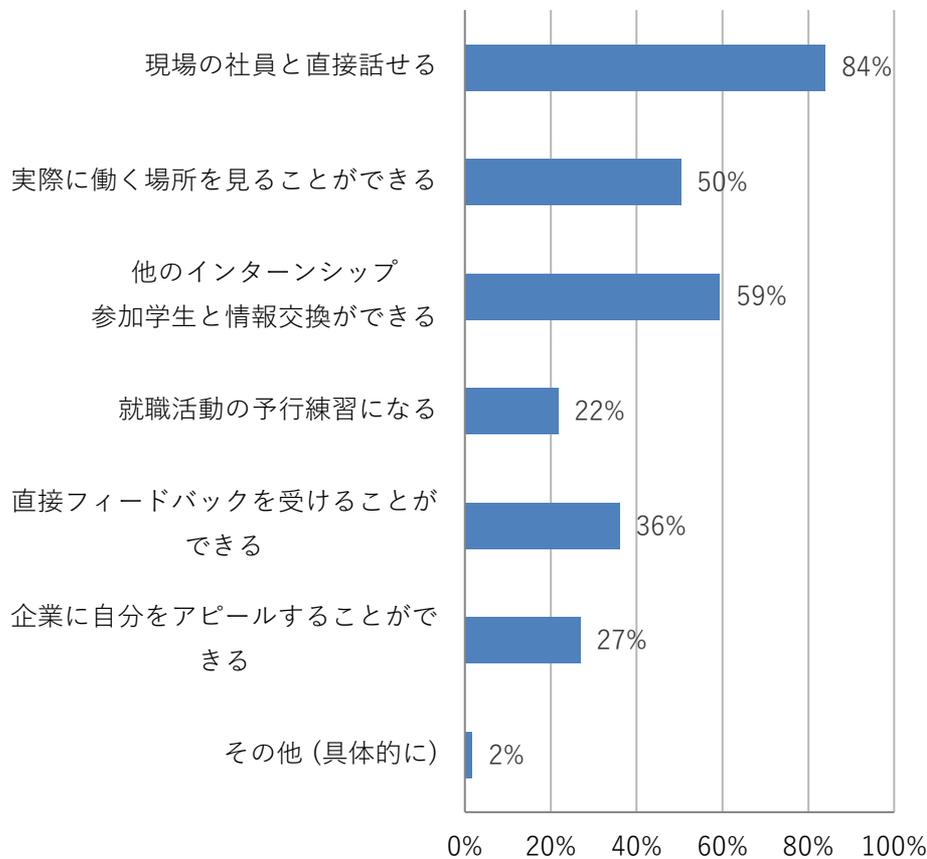


【理系】

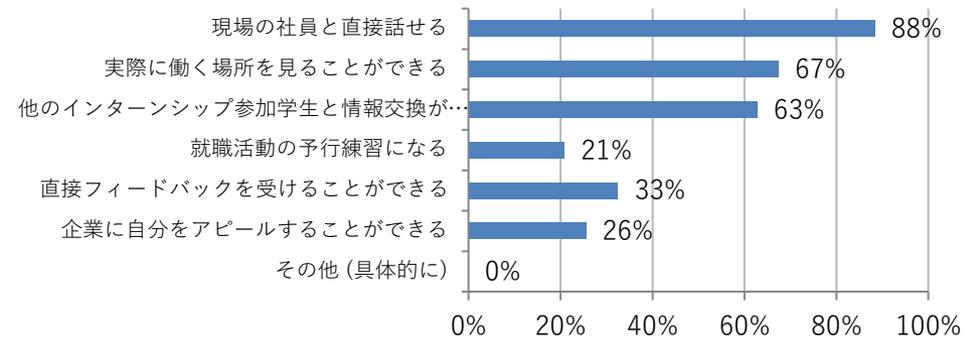


現場の社員と直接話せる、参加学生とのコミュニケーション、現場を見ることができると直接体感できる点が良いとされる傾向にある。

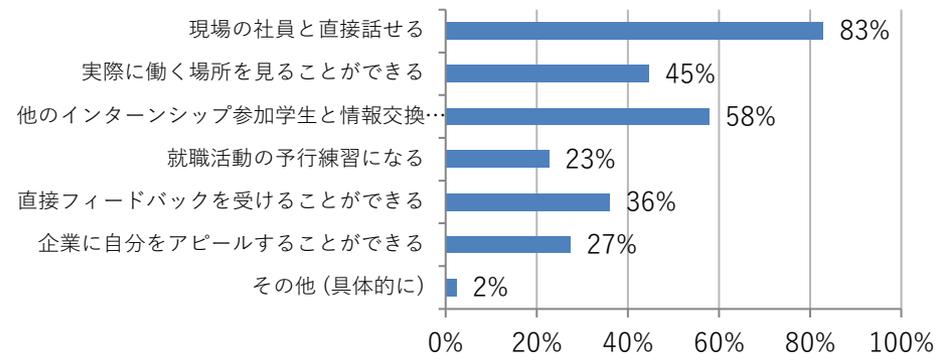
【全体】



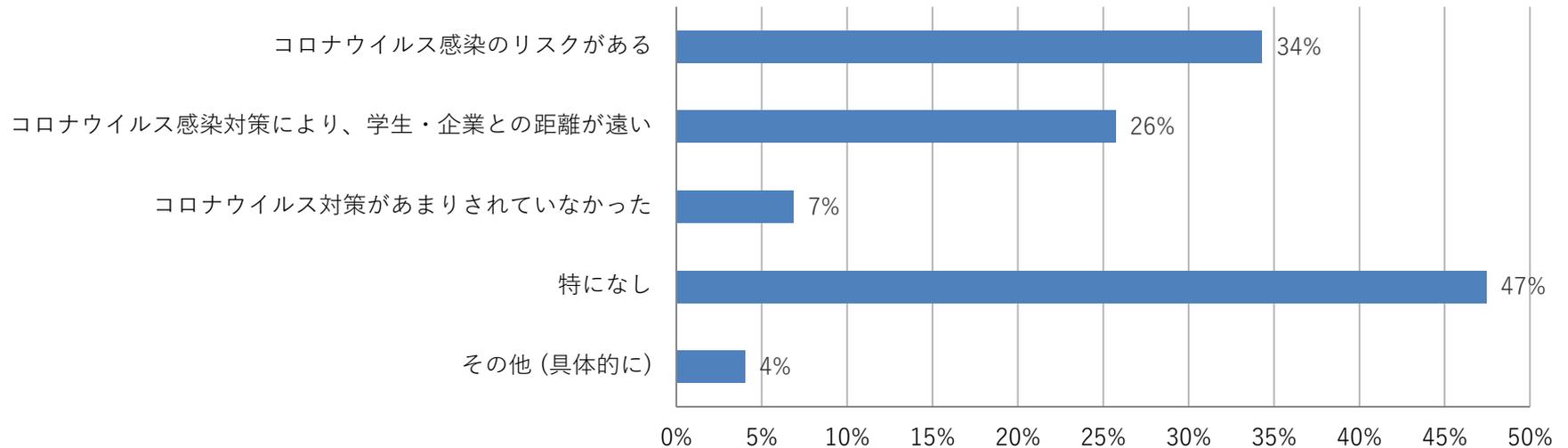
【文系】



【理系】



対面インターンシップに対しては、コロナウイルスによりネガティブな意見も一定あったものの、あまり気にしていない学生も多い傾向にある。



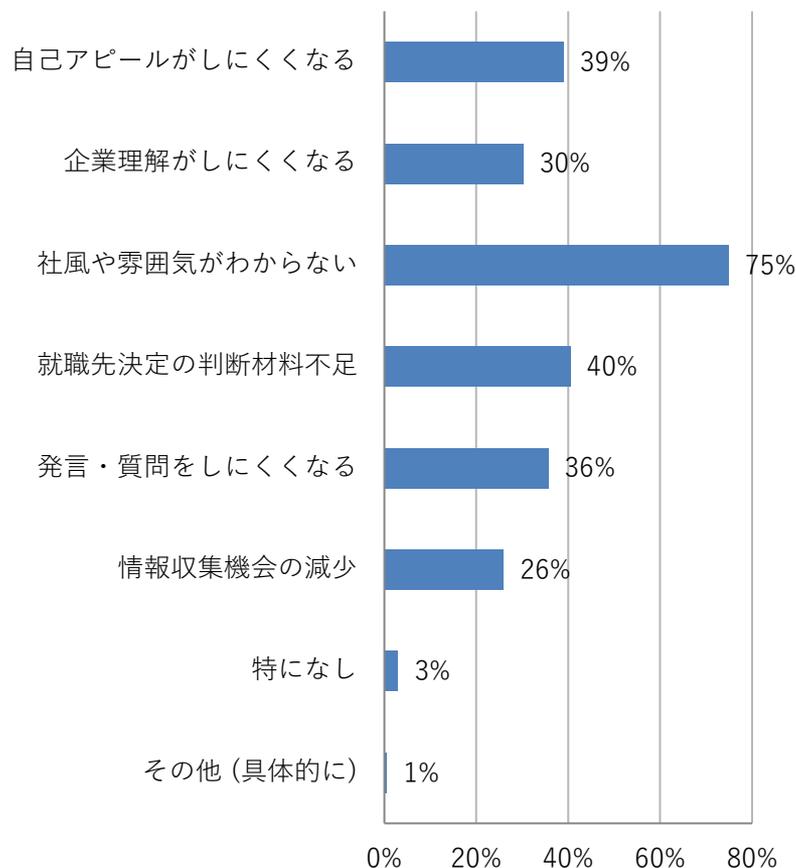
学生のコメント抜粋

- ・交通費がかかる
- ・みんなマスクで表情が見づらかったり活動に制限がある

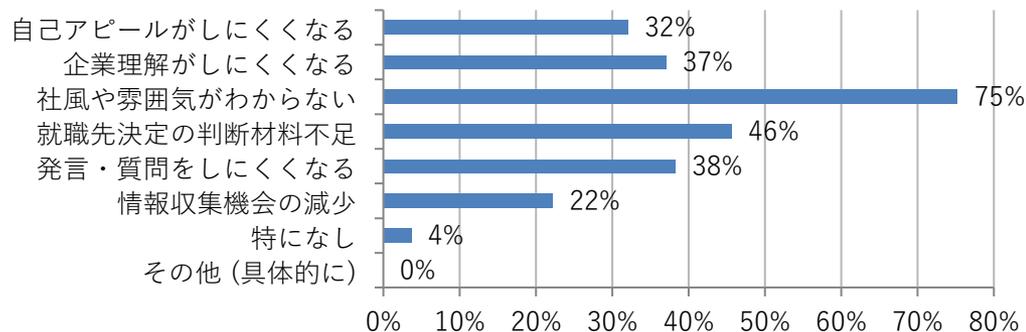
<2022卒向け6月～9月参加のインターンシップについて>
参加後の意識変化

学生の就職希望先決定の大きな要因ともなり得る、社風や雰囲気がわからない事が学生の懸念としても大半を占めている。

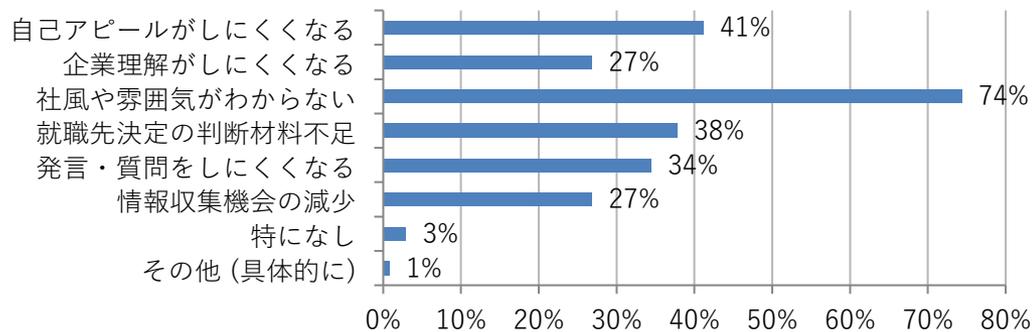
【全体】



【文系】



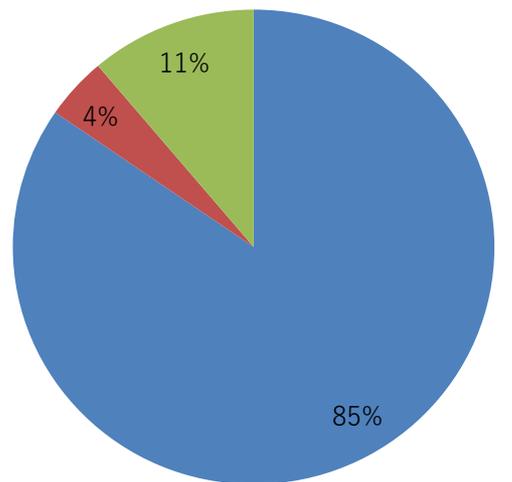
【理系】



2020年6月～9月の間に開催されたインターンシップに参加して、その企業への就職志望度は高まったか

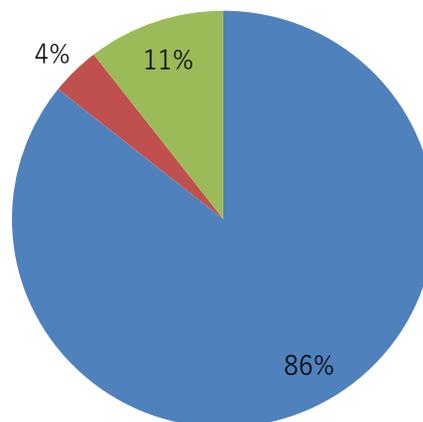
志望度が高まったと回答した学生が全体の85%で、インターンシップへの参加は、就職活動においても重要な要素であることがわかる。

【全体】



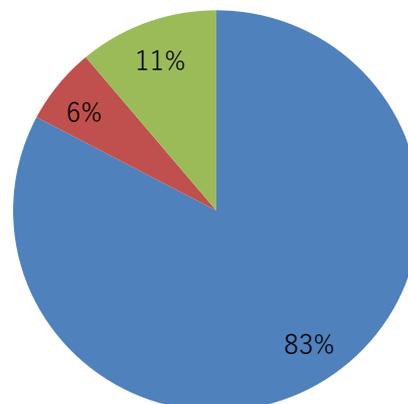
■ はい ■ いいえ ■ どちらともいえない

【文系】



■ はい
■ いいえ
■ どちらともいえない

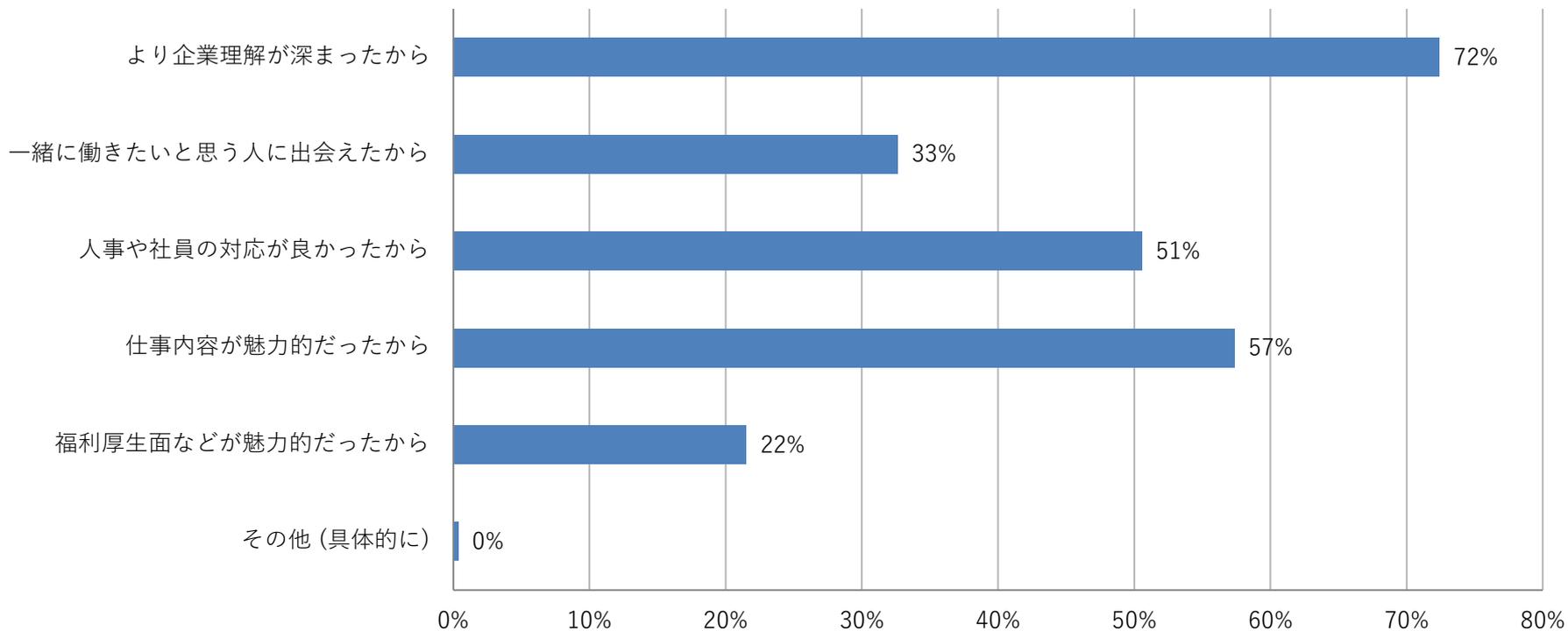
【理系】



■ はい
■ いいえ
■ どちらともいえない

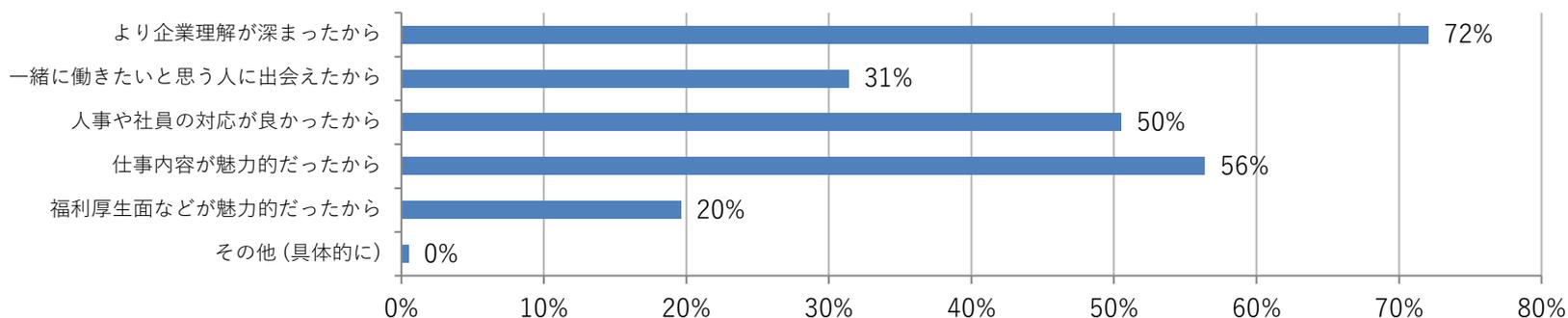
企業理解が深まったことが最も回答として多くなっており、次いで仕事内容や社員の魅力の要素は志望度が上がった要因となっている。

【全体】

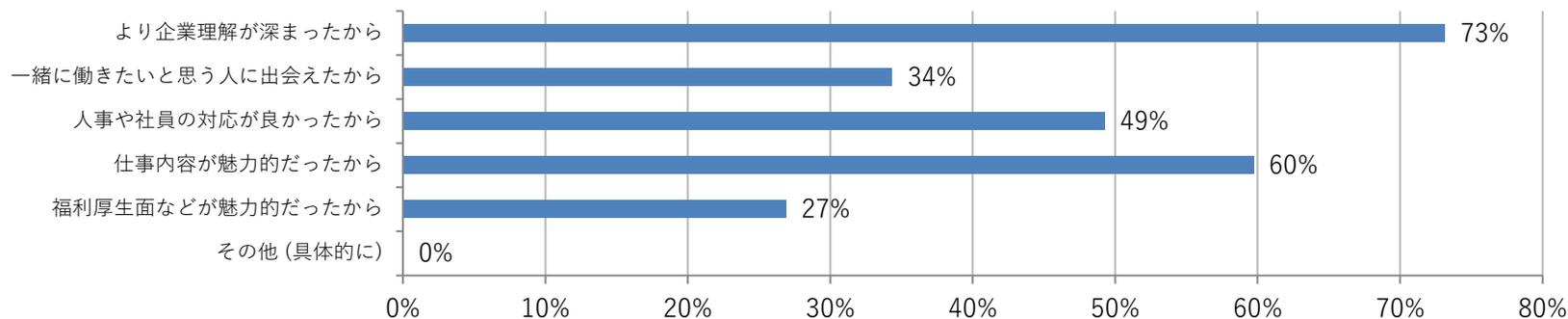


文理別に見ても企業理解が深まること是最も回答として多くなっており、次いで仕事内容や社員の魅力の要素は志望度が高まる要因となっている。

【文系】

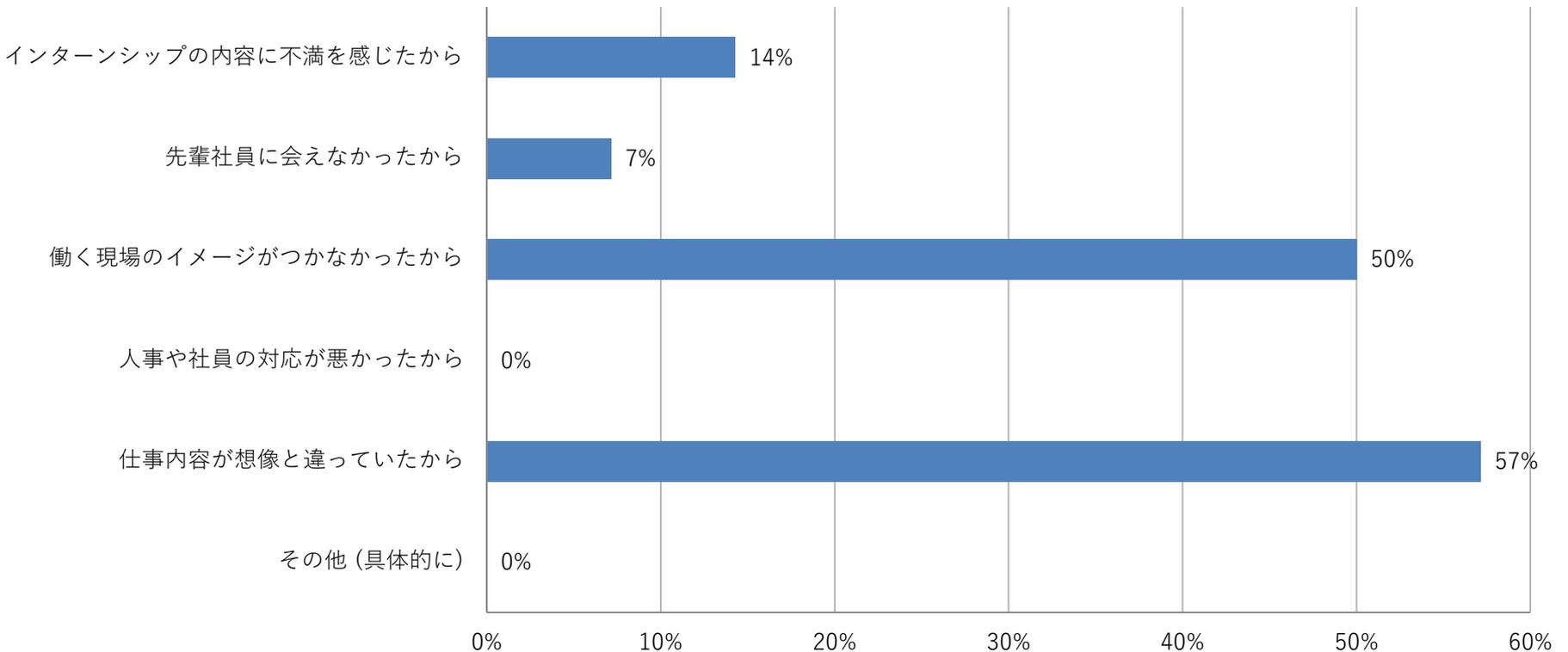


【理系】



働く現場のイメージがつかないなど、オンライン実施故の弊害があったことが考えられる。仕事内容が想像と違う事に関しては、ミスマッチを未然に防げるという意味でも、インターンシップの重要性が見て取れる。

【全体】

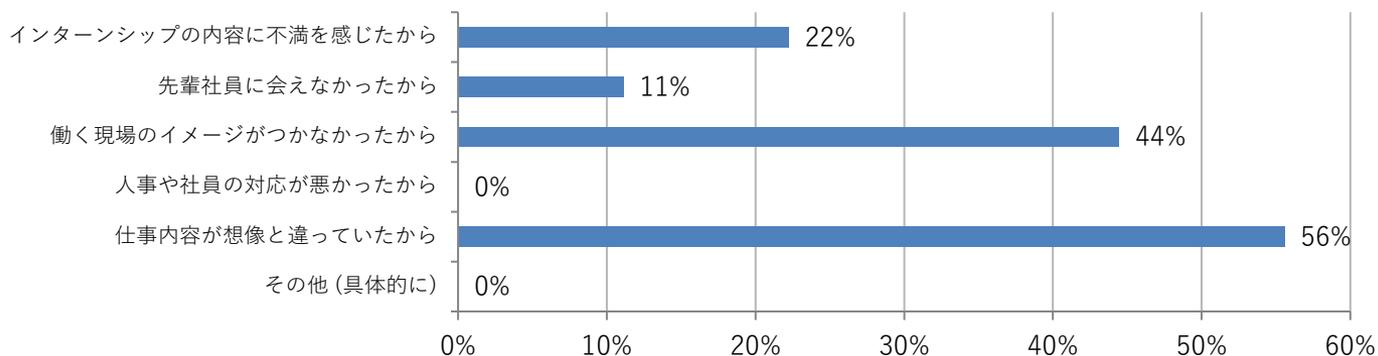


なぜインターンシップに参加して就職志望度が高まらなかったのか【文理別】

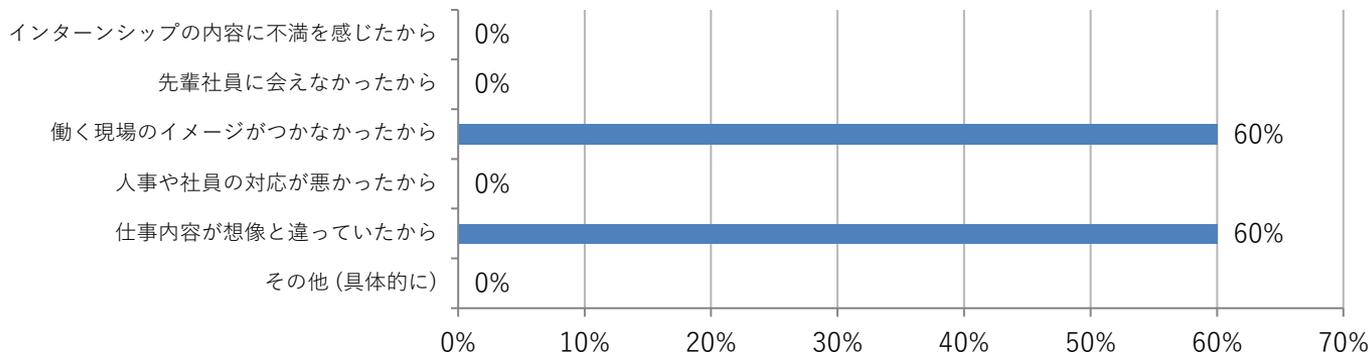
※複数選択可

理系は文系よりも「働く場所のイメージ」についての意見が多く、今後いかに伝えていくかが課題となる。

【文系】

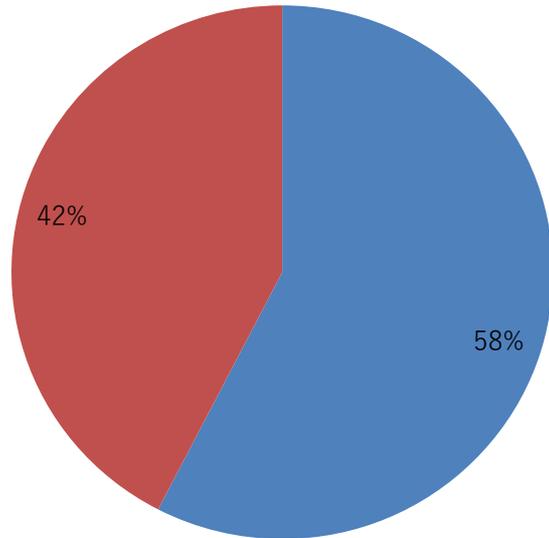


【理系】



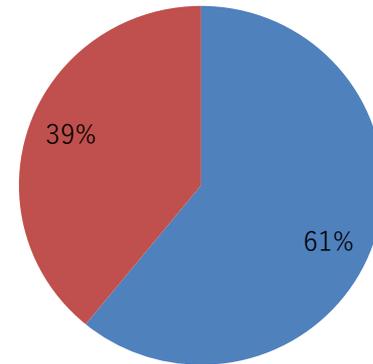
夏インターンシップへの参加を通して、6割の学生が志望業界・企業に変化があった。
ただ、理系学生に注目すると、変化があったのは49%にとどまっており、文系に対して変化が少ない。

【全体】



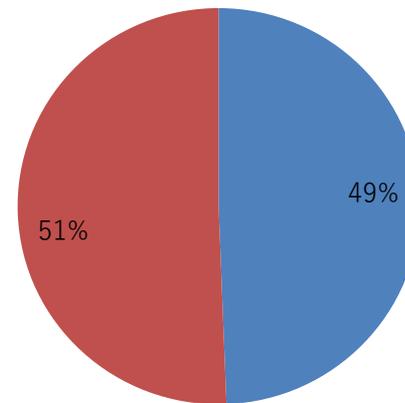
■ 変化があった ■ 変化がなかった

【文系】



■ 変化があった
■ 変化がなかった

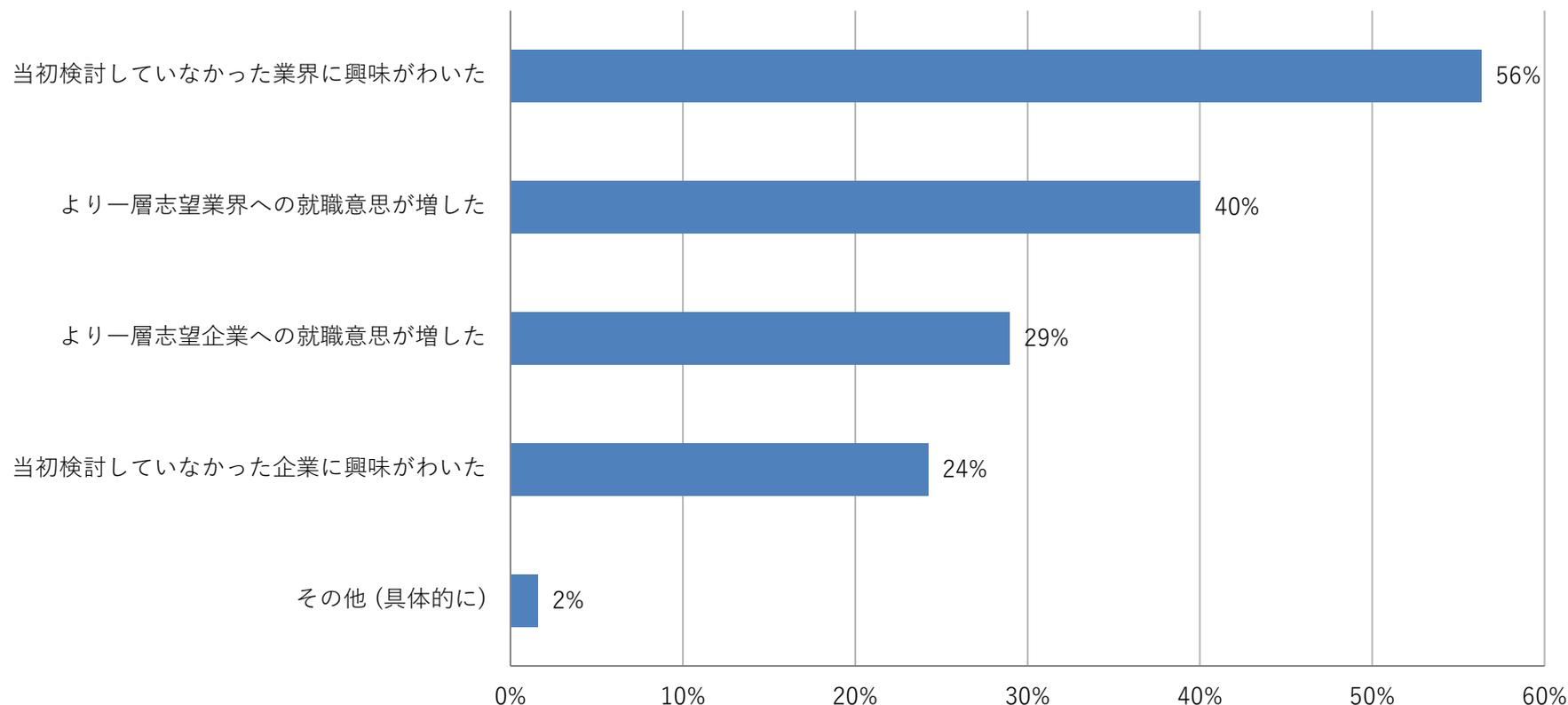
【理系】



■ 変化があった
■ 変化がなかった

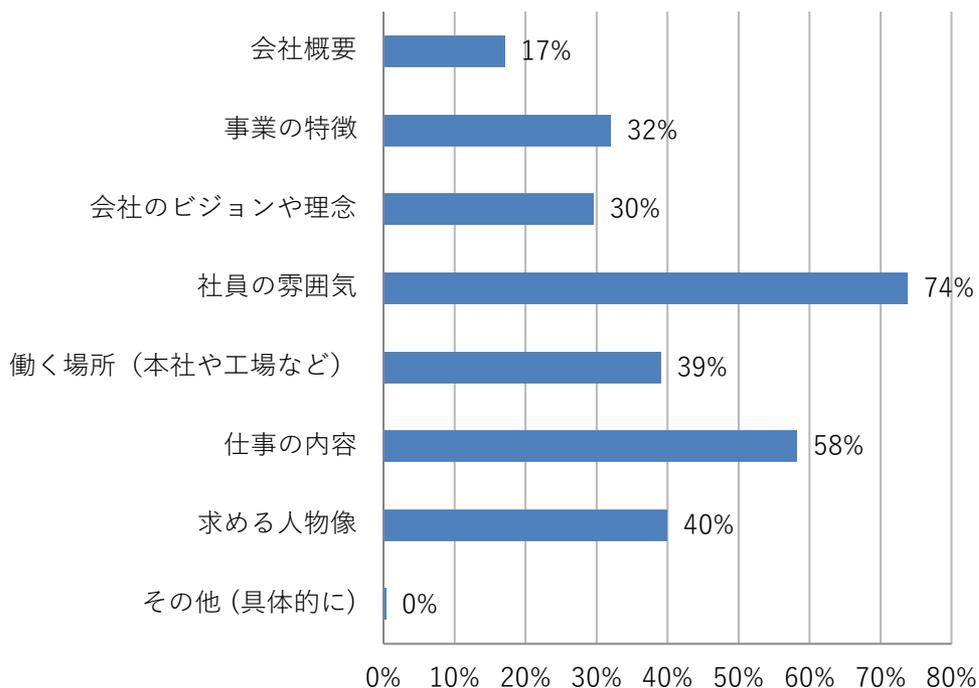
2020年6月～9月のインターンシップに参加してみて、志望業界や志望企業にどのような変化があったか ※複数選択可

以前から志望していた業界への就職意思が強まる一方、特定の「企業」ではなく、別の「業界」への関心が広がった。

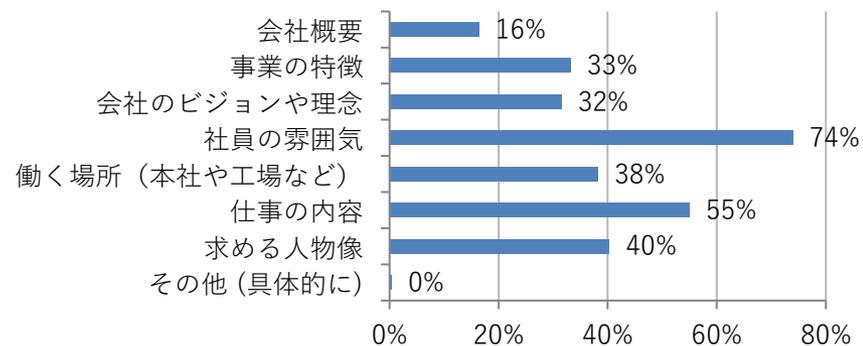


社員の雰囲気や仕事内容、働く場所など、より深く企業理解を深めたいと感じている学生が多い。夏ISで接触した学生に対しては、より自社理解が進む情報を提供する必要があります。

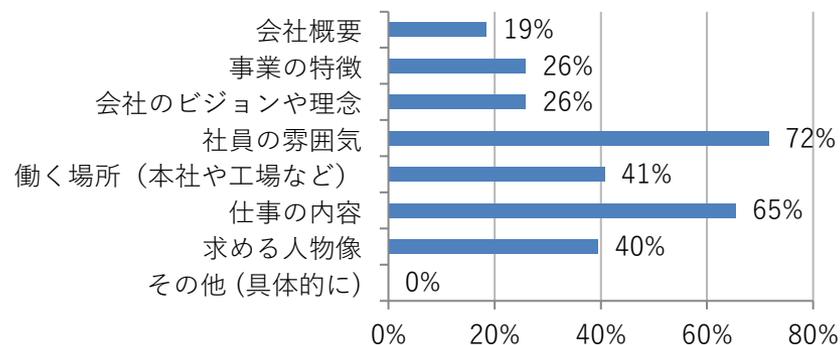
【全体】



【文系】

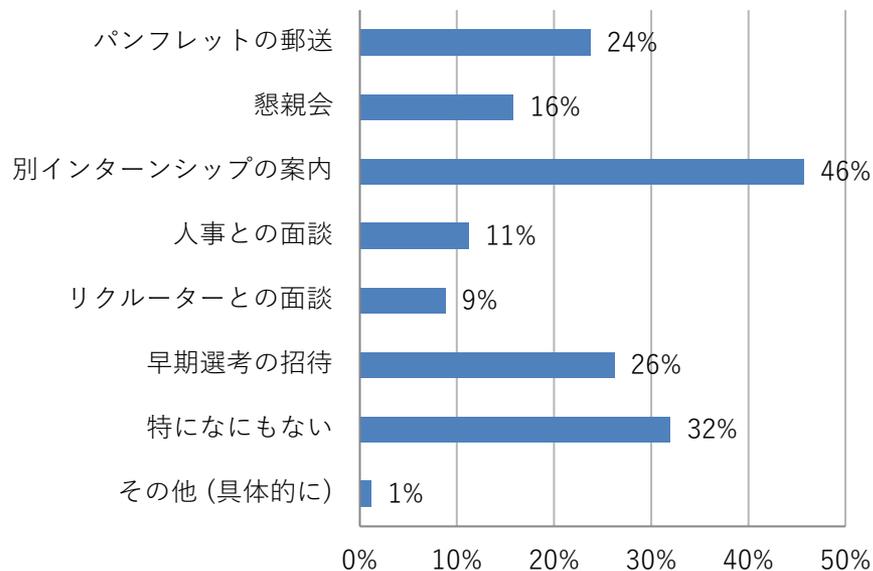


【理系】

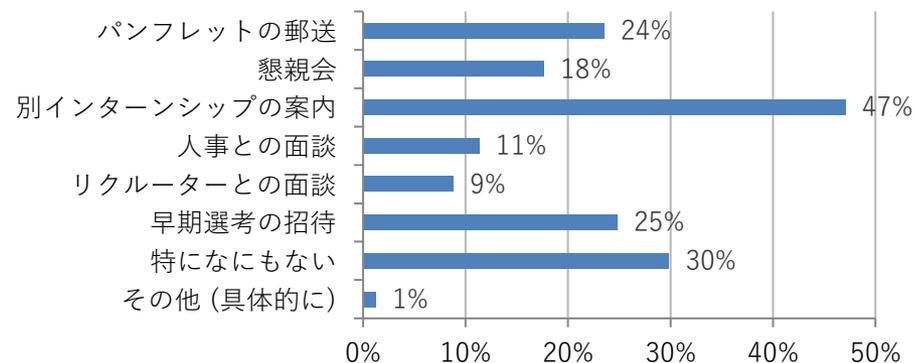


「別インターンシップの案内」や「パンフレットの郵送」などでリテンションしながら、選考に繋ごうとする企業の動きが伺える。一方すでに早期選考の招待を受けている学生が26%と優秀層の囲い込みが激化している。

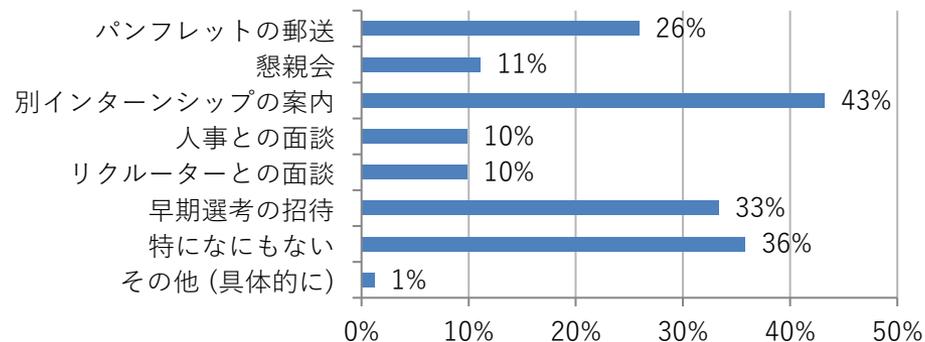
【全体】



【文系】

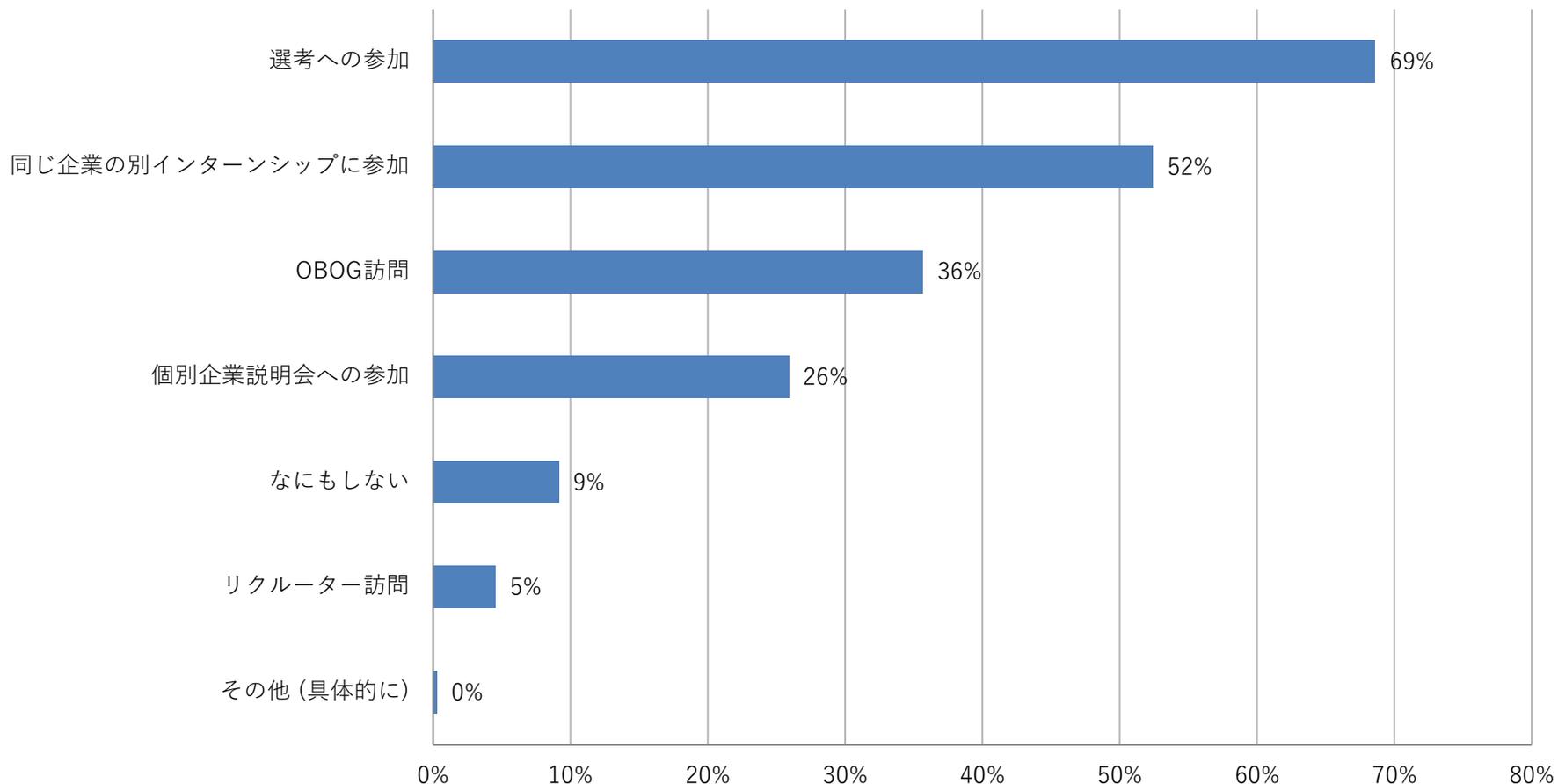


【理系】



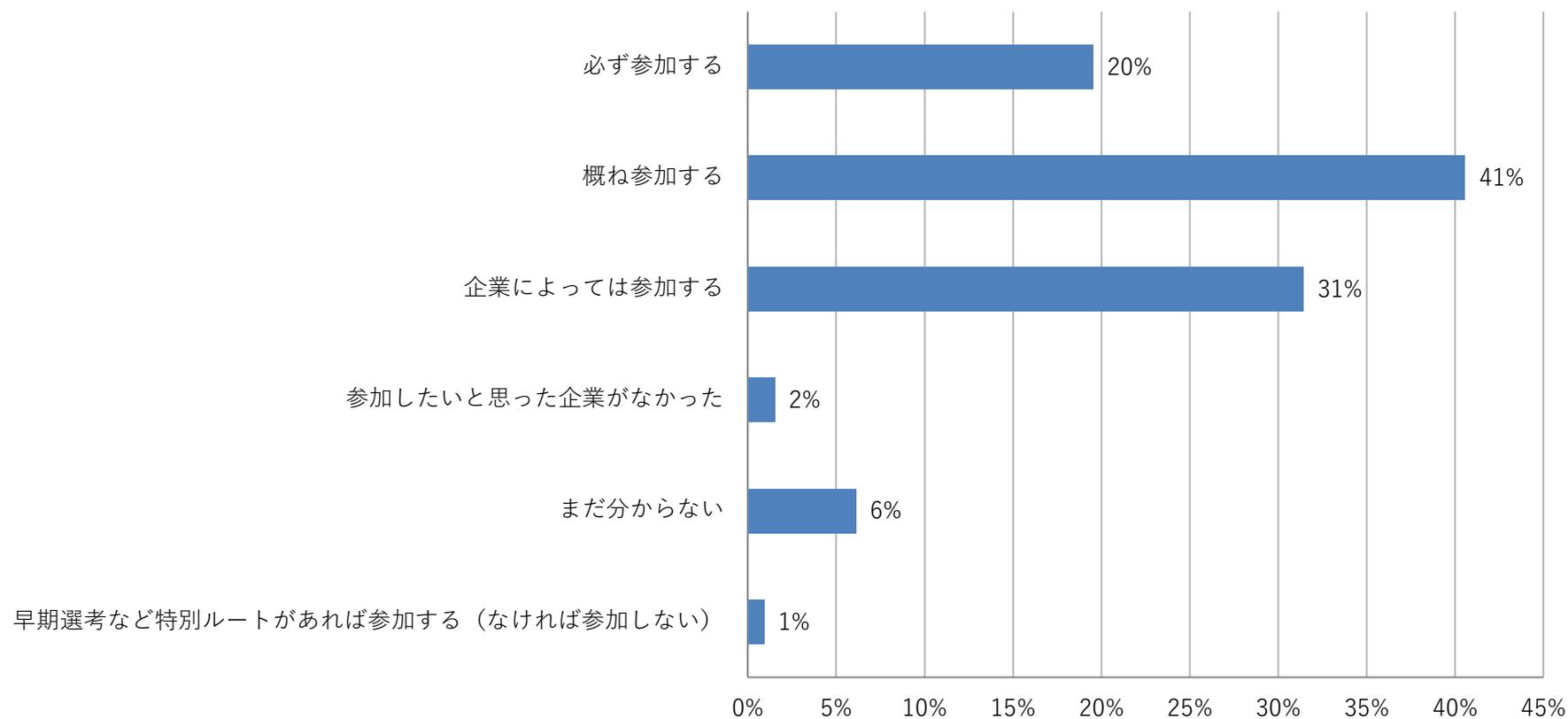
2020年6月～9月の間のインターンシップに参加した企業に対して、今後どのようなアクションを予定しているか ※複数選択可

前述の質問で企業からのアクションは「別インターンシップの案内」が多く、学生はその後「選考参加」を見据えている。また、「別インターンシップへの参加」や「OBOG訪問」などより、深く企業理解をしようとしている。



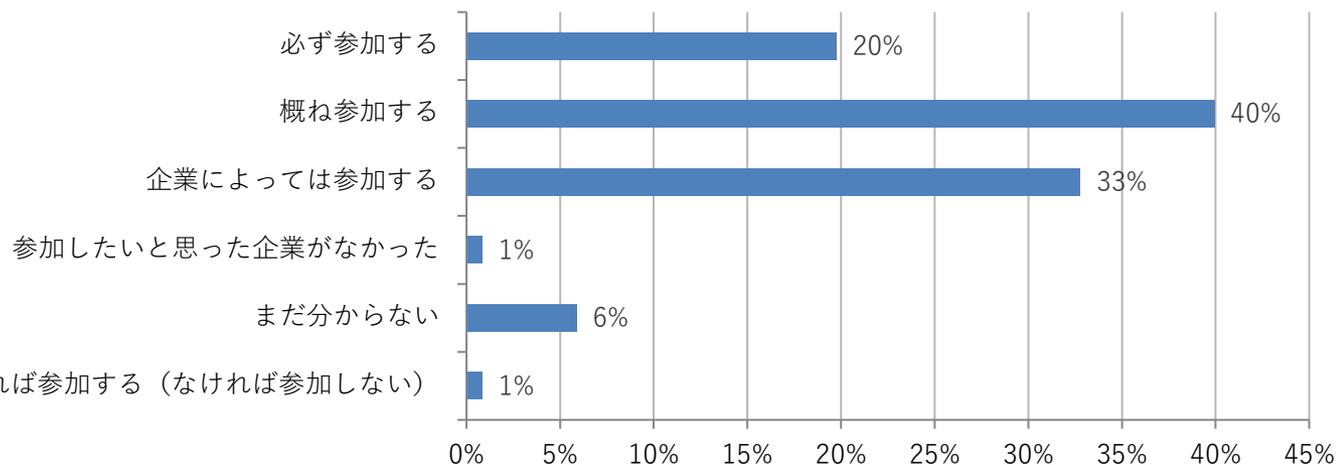
全体の71%が「必ず参加する」または「概ね参加する」と考えている。
インターンシップの参加学生の多くは選考参加の意思があるため、どのように選考につなげるかが重要になってくる。

【全体】

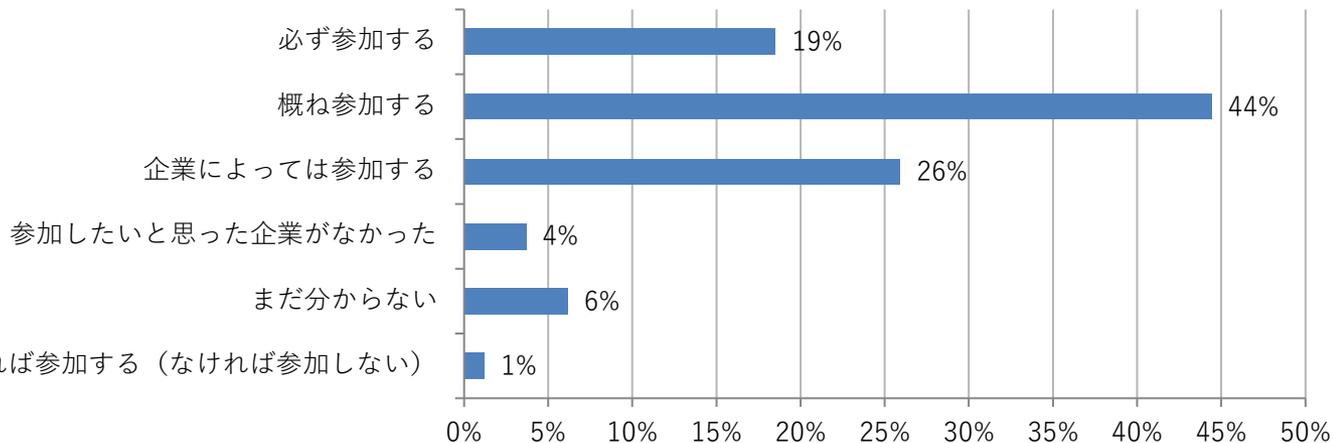


概ね参加するを選択した学生が割合としては多いが、文理別で見ると企業によっては参加するの割合に差が出ており、インターンシップ参加社数が多い文系学生はISを通して企業を絞っている事がうかがえる。

【文系】



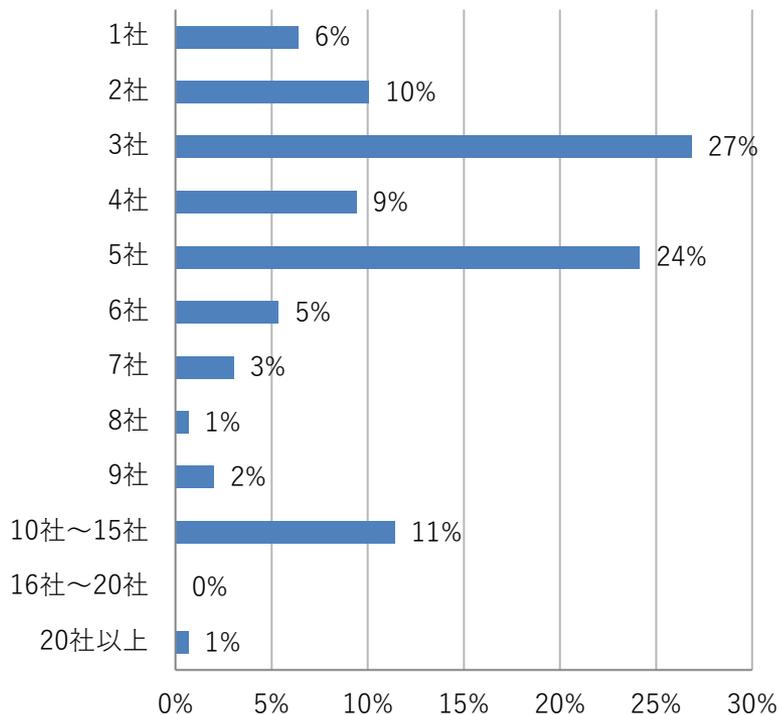
【理系】



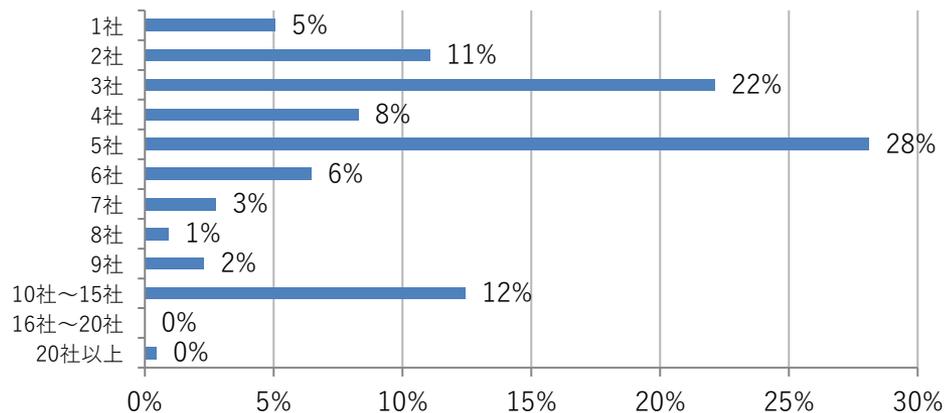
<2022卒向け12月～2月参加予定のインターンシップについて>
希望形式と概要

全体で見ると3~5社程度の参加を予定している学生が多いが、理系学生に注目すると3社を予定している学生が顕著に現れている。より絞り込みが強い傾向にあることが伺える。

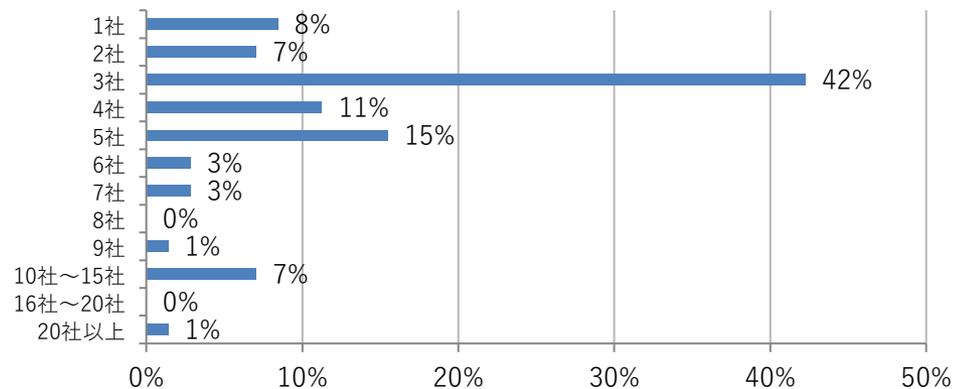
【全体】



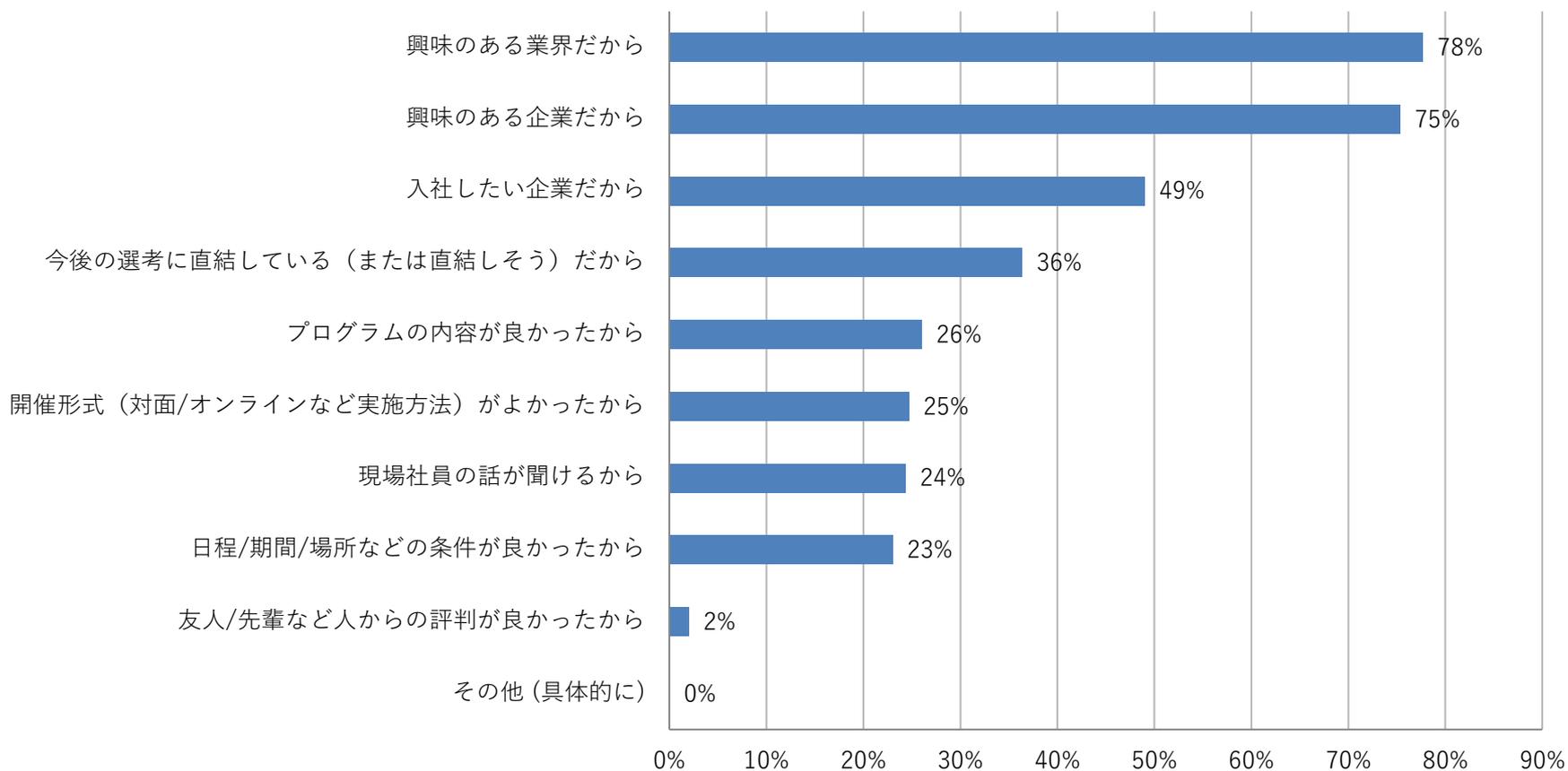
【文系】



【理系】

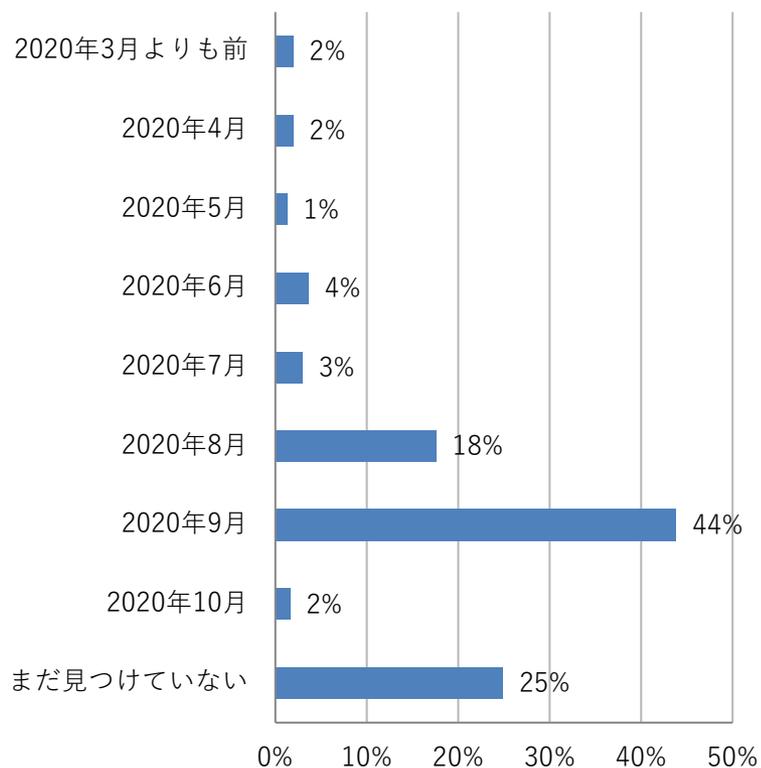


夏インターンシップに比べると「入社したい企業だから」「選考に直結しそうだから」の意見が増加し、夏インターンシップを選ぶ基準が「業界理解」だったことに比べ、冬のインターンシップは選考を見据えて参加をする学生が増える。

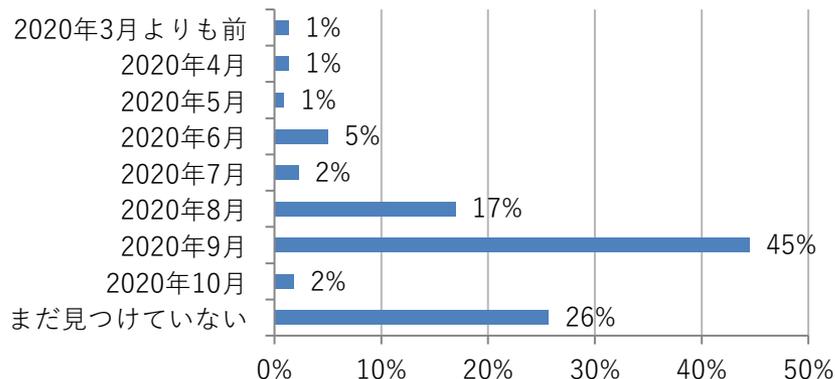


9月中に参加予定の冬インターンシップを見つけた学生が多い。
夏インターンシップを通して新たな業界への興味が高まると同時に、冬インターンシップを探した学生が多い。

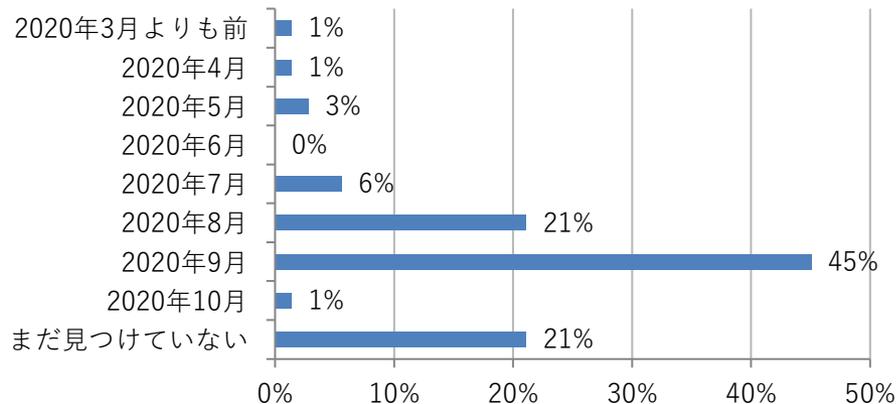
【全体】



【文系】

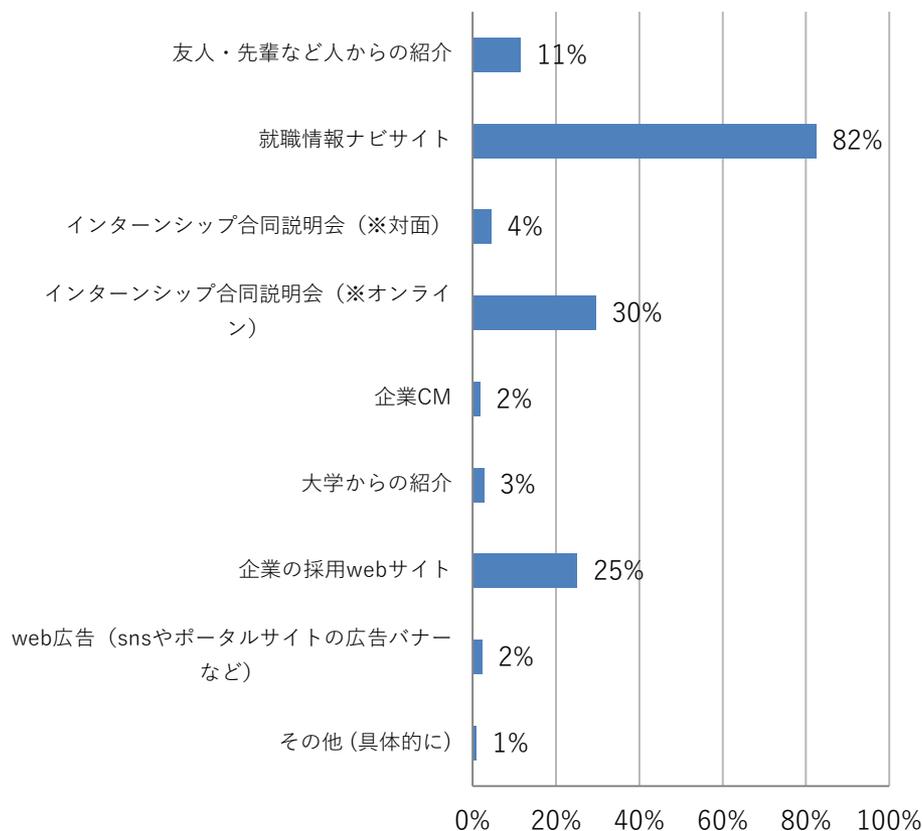


【理系】

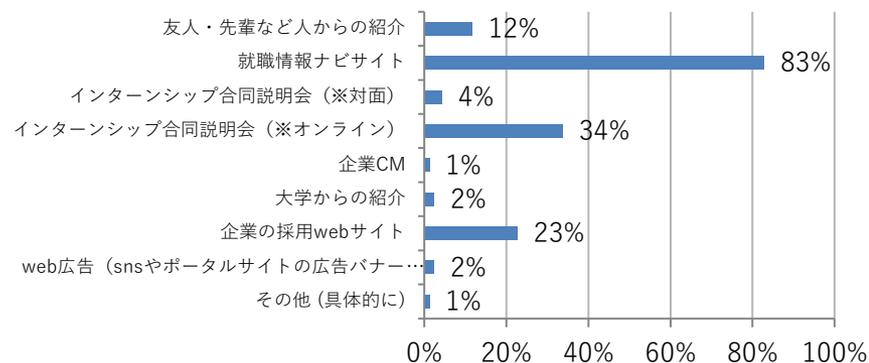


就職情報ナビサイトが最も大きな情報源となっている。
また、夏のインターンシップ時と同様に、オンライン開催のインターンシップ合同説明会も多い。

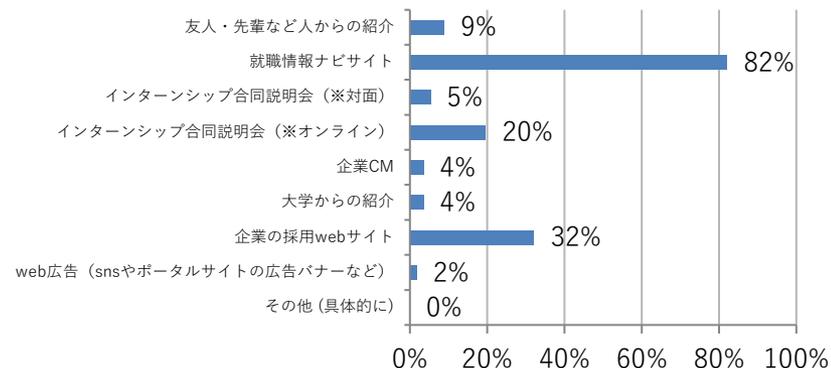
【全体】



【文系】

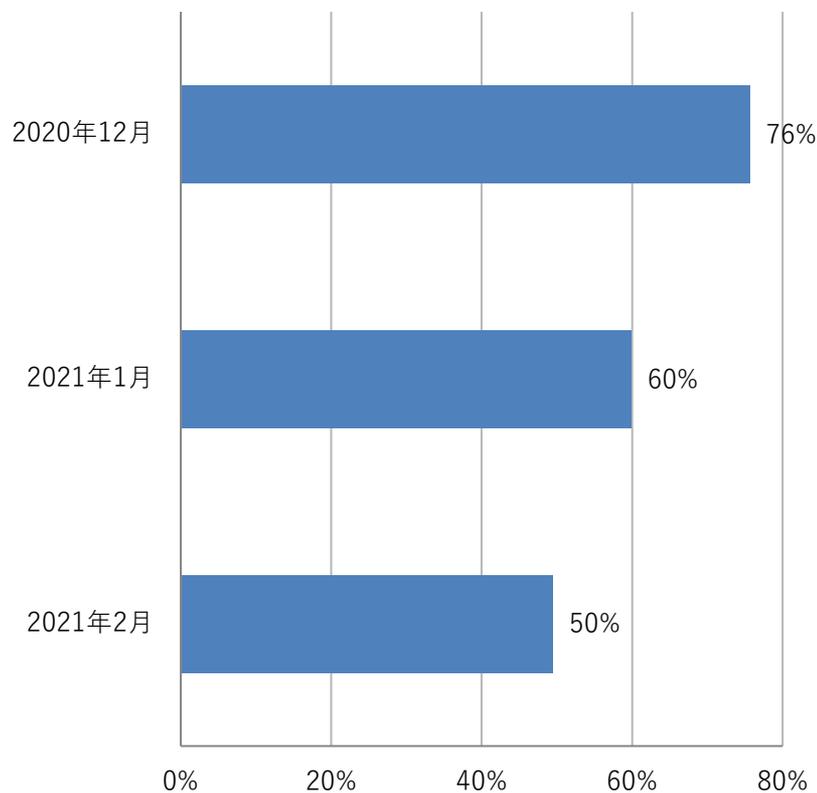


【理系】

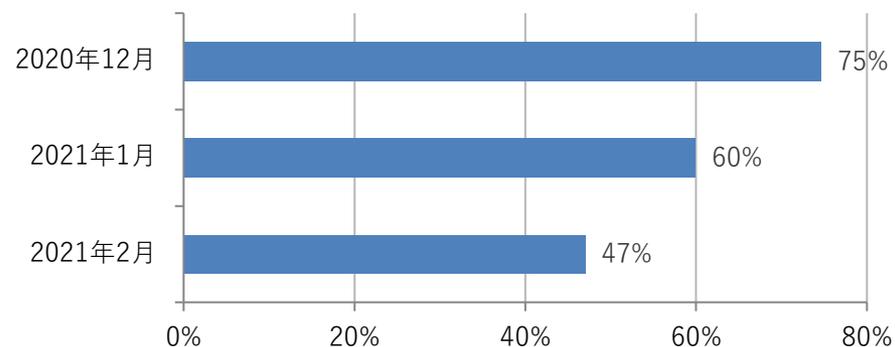


文理ともにより早い時期にインターンシップに参加したい学生が多い。
2月はインターンシップというより、選考への参加を見通している学生が多いことが考えられる。

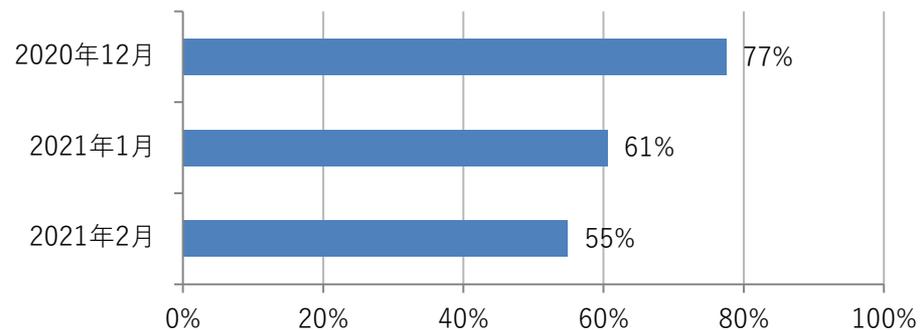
【全体】



【文系】

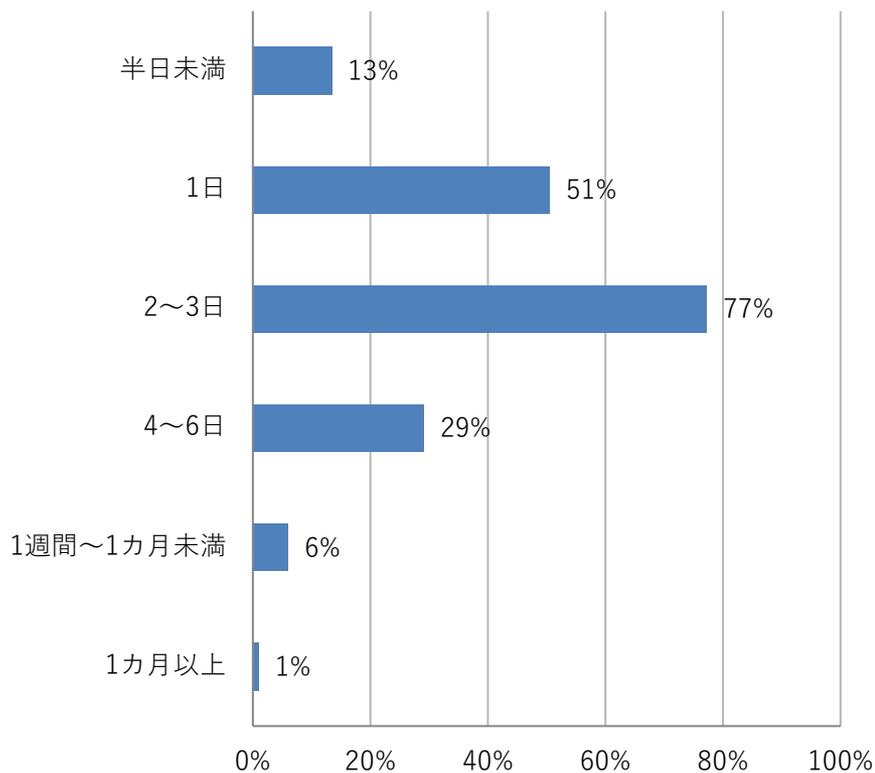


【理系】

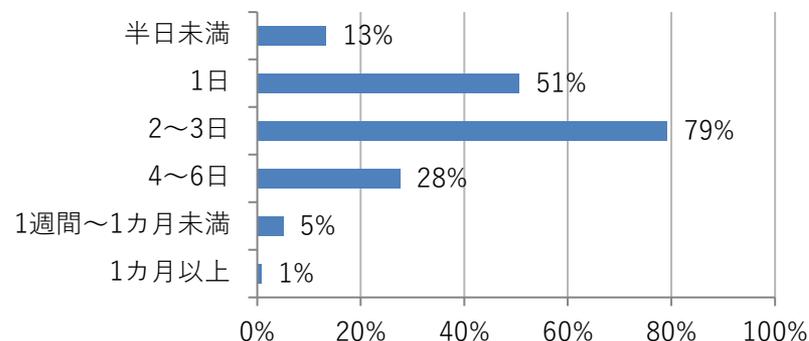


2～3日開催を希望する声が多い。夏のインターンシップ時同様、より深く企業理解をしたいことが考えられる。

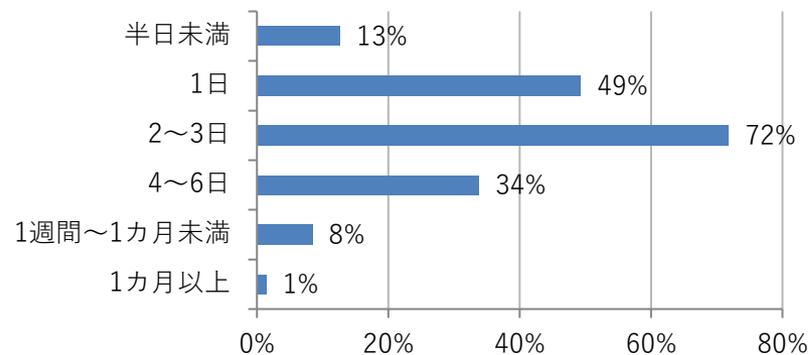
【全体】



【文系】

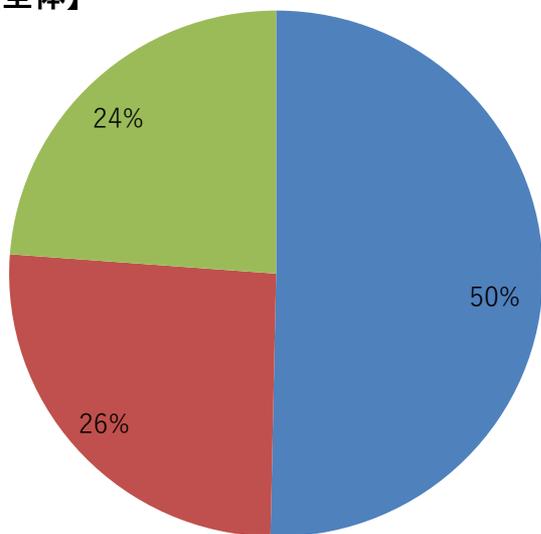


【理系】



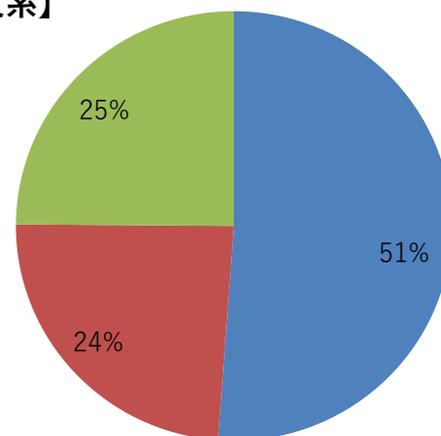
半数以上が対面開催を希望、対面+オンライン型も含めると対面実施を74%が希望している。
夏インターンシップではオンライン開催の企業が多かったため、対面型のインターンシップで「社風」や「社員」をみて実際に働くイメージをつけたいと考えられる。

【全体】



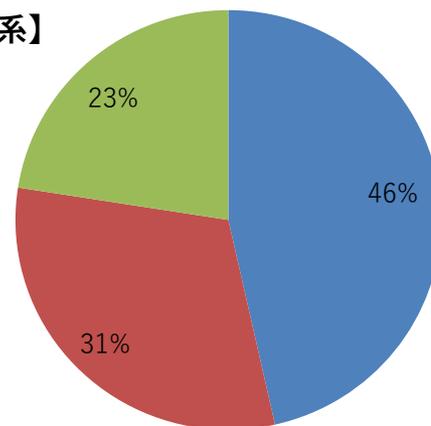
- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【文系】



- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

【理系】

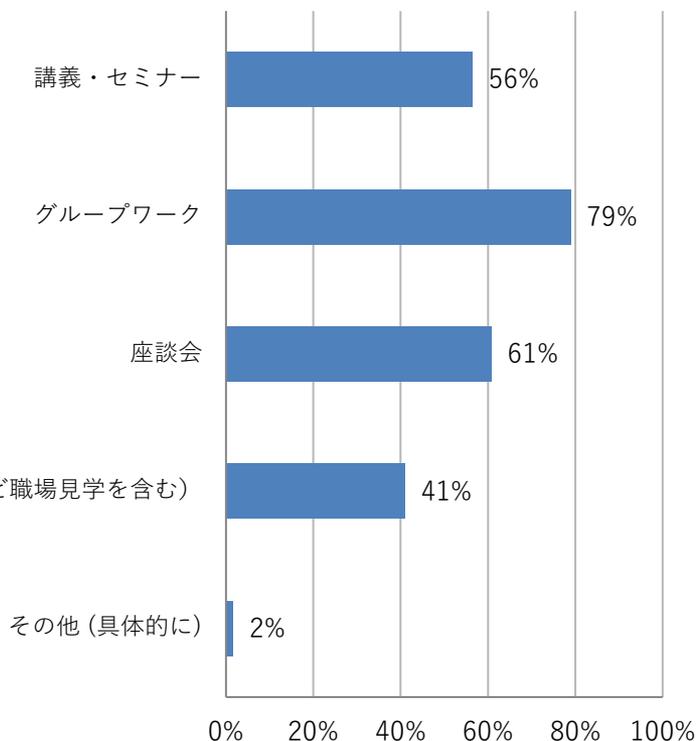


- 対面（企業本社など現場で実施のもの）
- オンライン（インターネットでの参加）
- 対面+オンライン

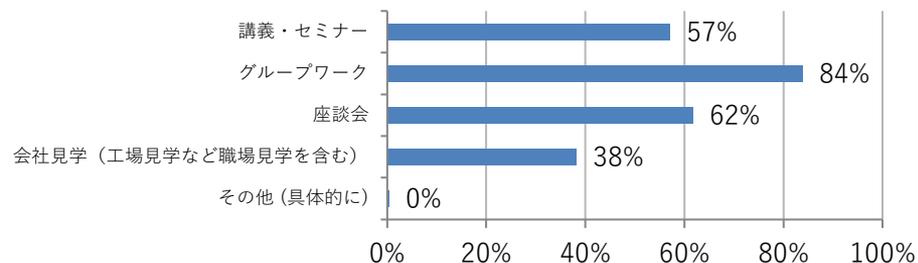
文理共通して「講義・セミナー」「座談会」であるが、「グループワーク」「会社見学」については、文理で明確に違いが出た。

ターゲットに合わせて内容を定めることで、より効果的な接点になることが考えられる。

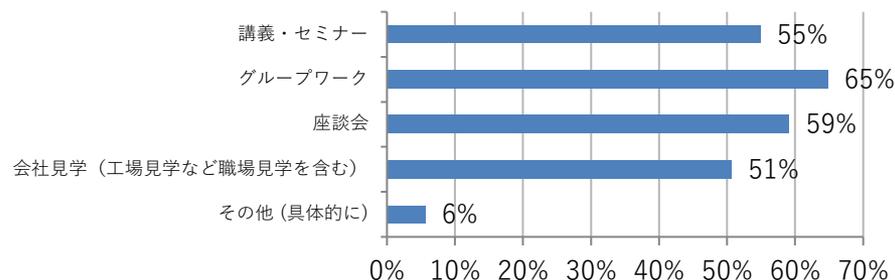
【全体】



【文系】



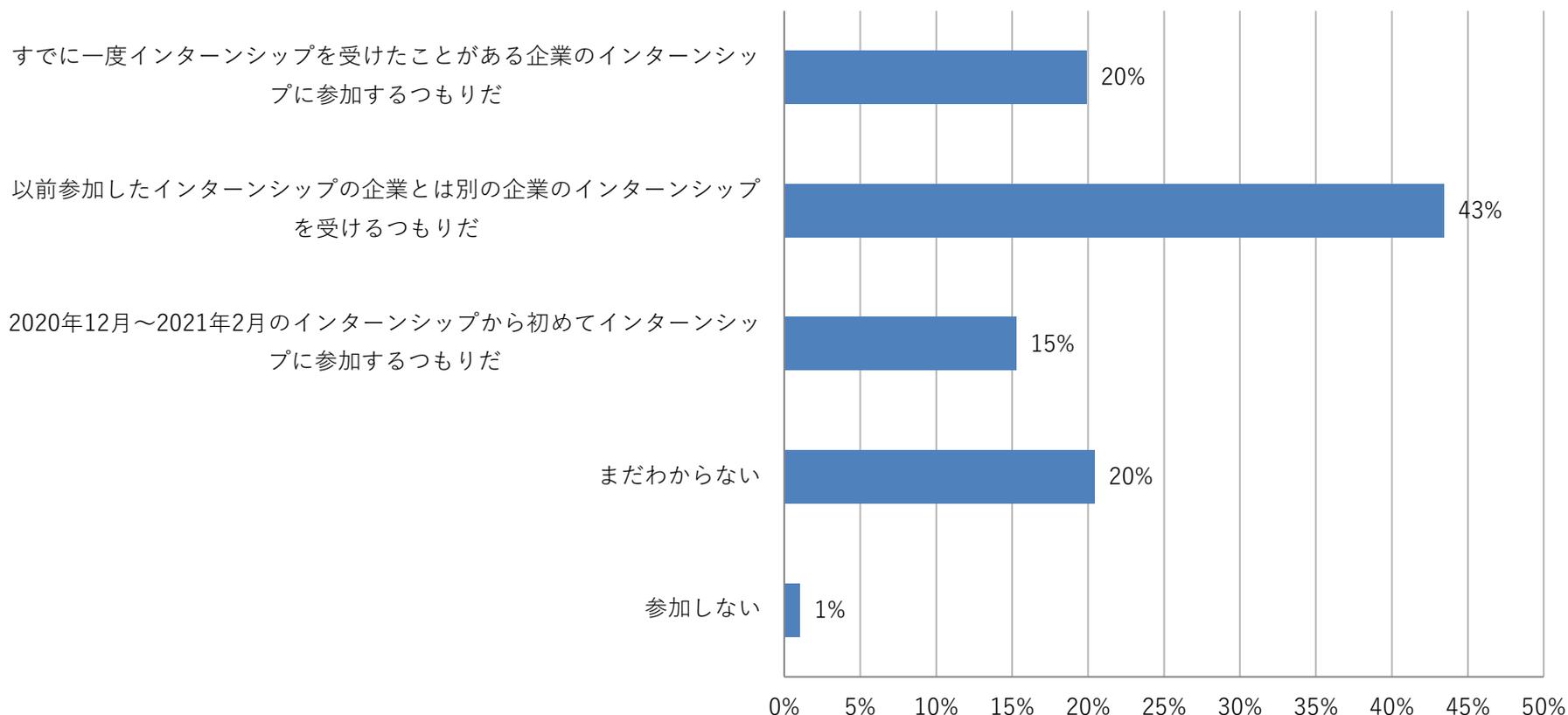
【理系】



<2022卒向け12月～2月参加予定のインターンシップについて>
今後のインターンシップに対する意識

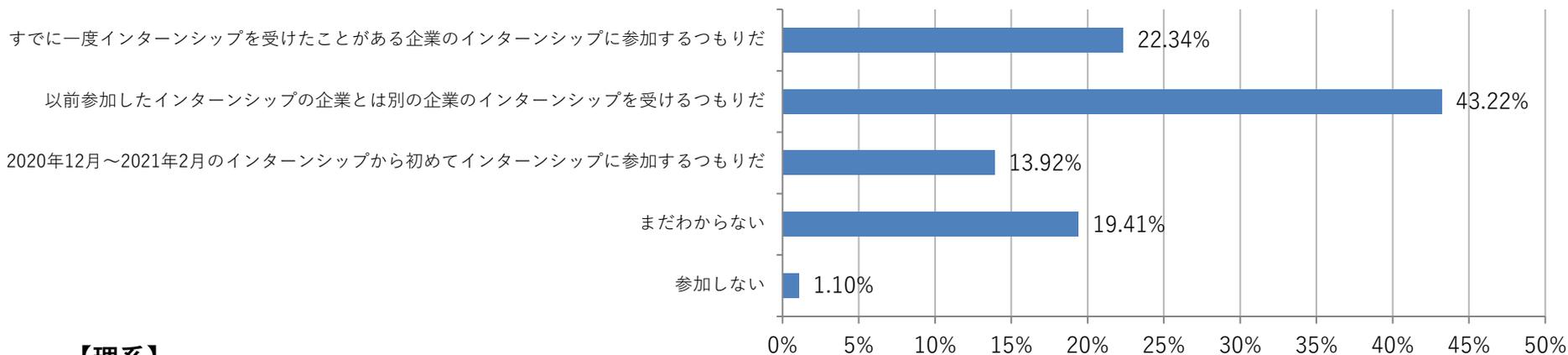
既に参加した企業ではなく、新たな企業のインターンシップに参加したい学生が多い。
新規母集団形成のチャンスであると同時に、夏に接触した学生を他企業に奪われることも見込まれる。

【全体】

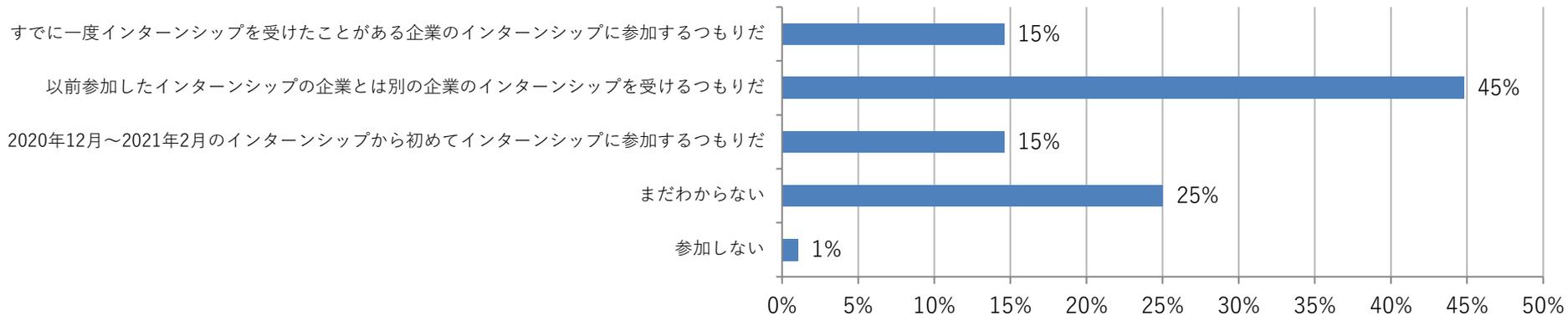


別のISに参加する割合が文理共に多いものの、文系の学生は理系の学生に比べて、夏ISと同じ企業のISに参加する意思は強いため、つなぎ止めを意識して、学生を取り逃さないようにフォローする必要がある。

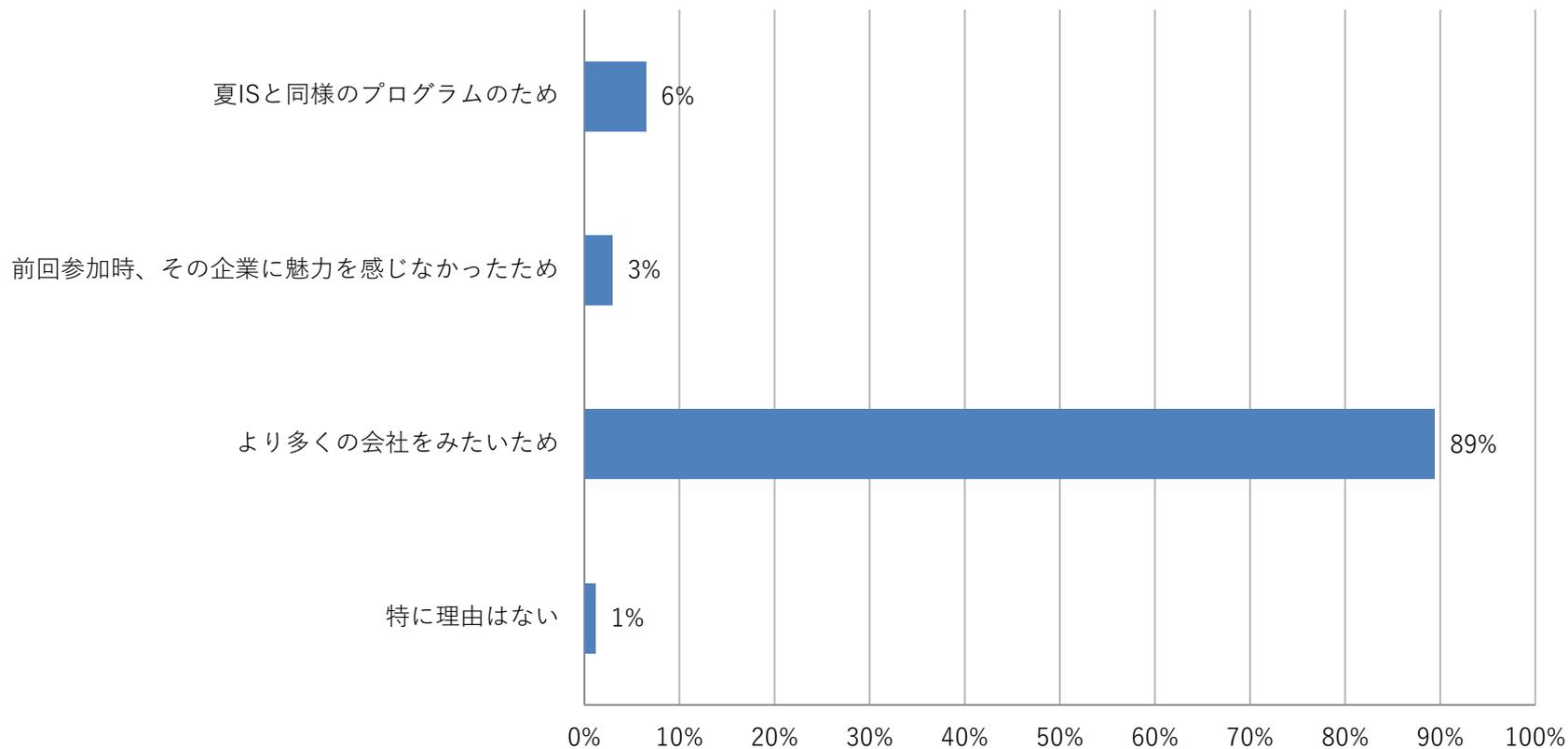
【文系】



【理系】

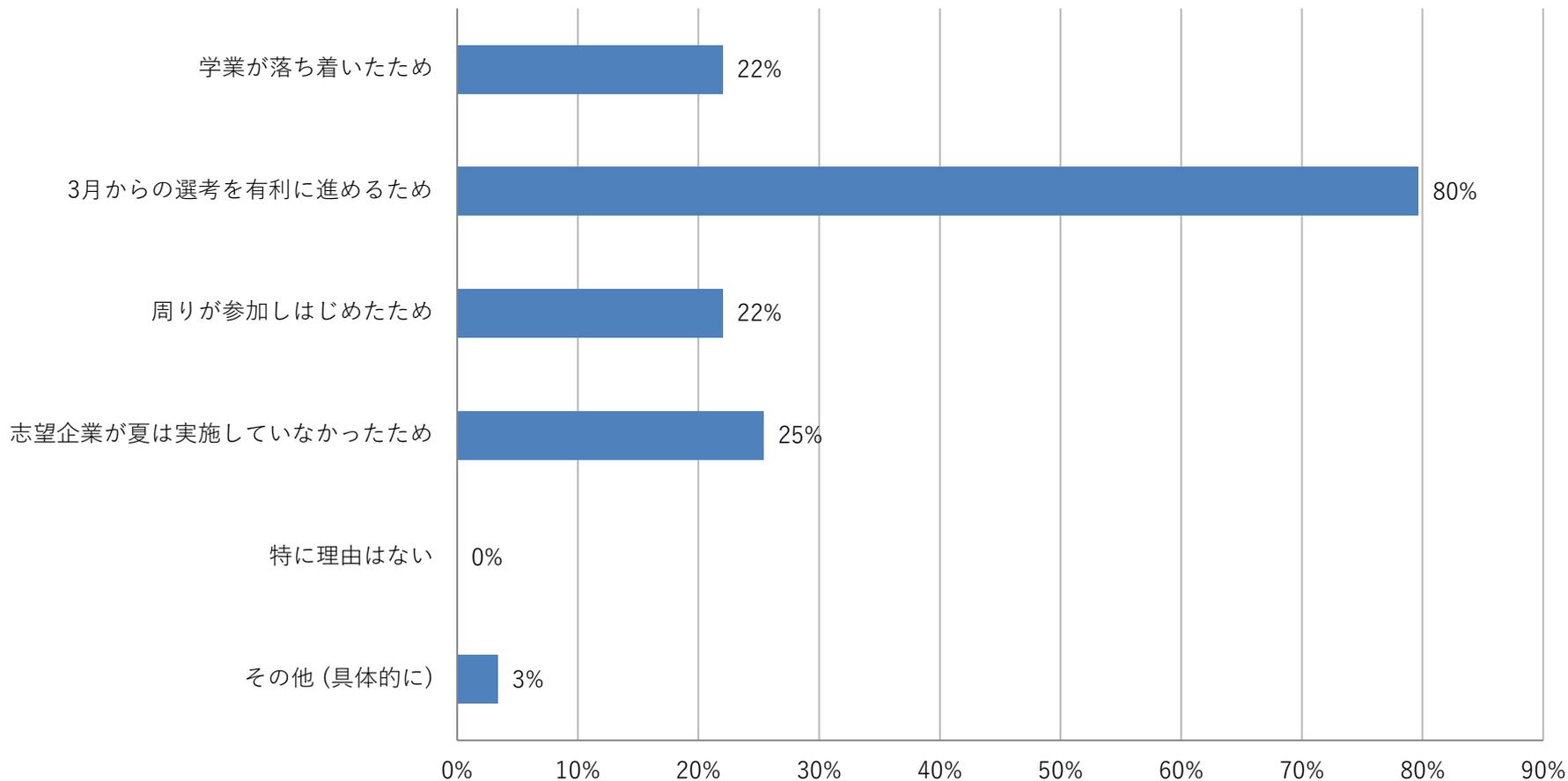


「より多くの企業をみたい」という意思がはっきりと出る結果となった。

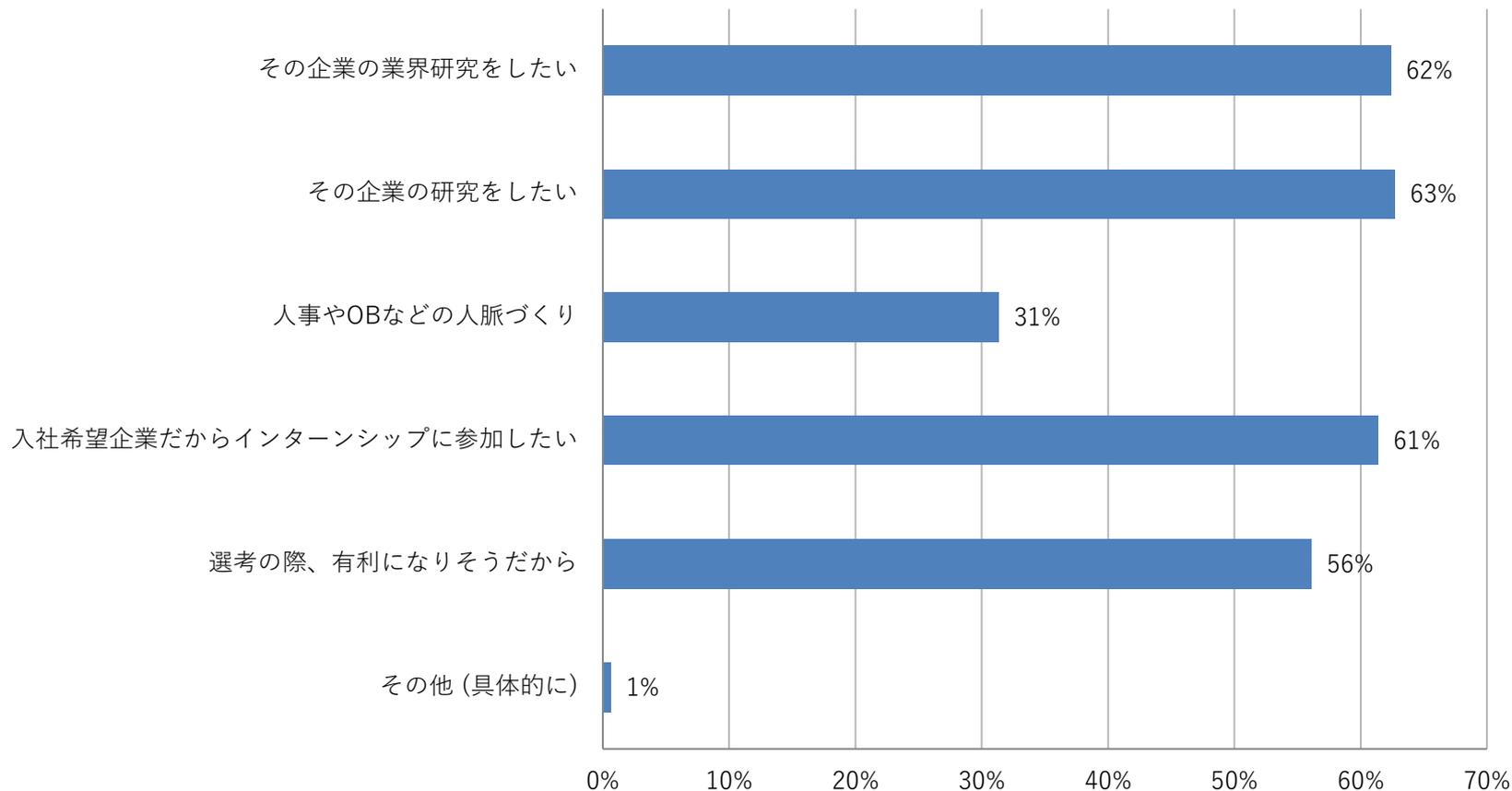


夏のインターンシップに参加せず、2020年12月～2021年2月の冬インターンシップに参加する理由 ※複数回答可

夏インターンシップに参加しなかった学生も、採用選考を有利に進めるべく冬インターンシップに参加する学生が多いようだ。

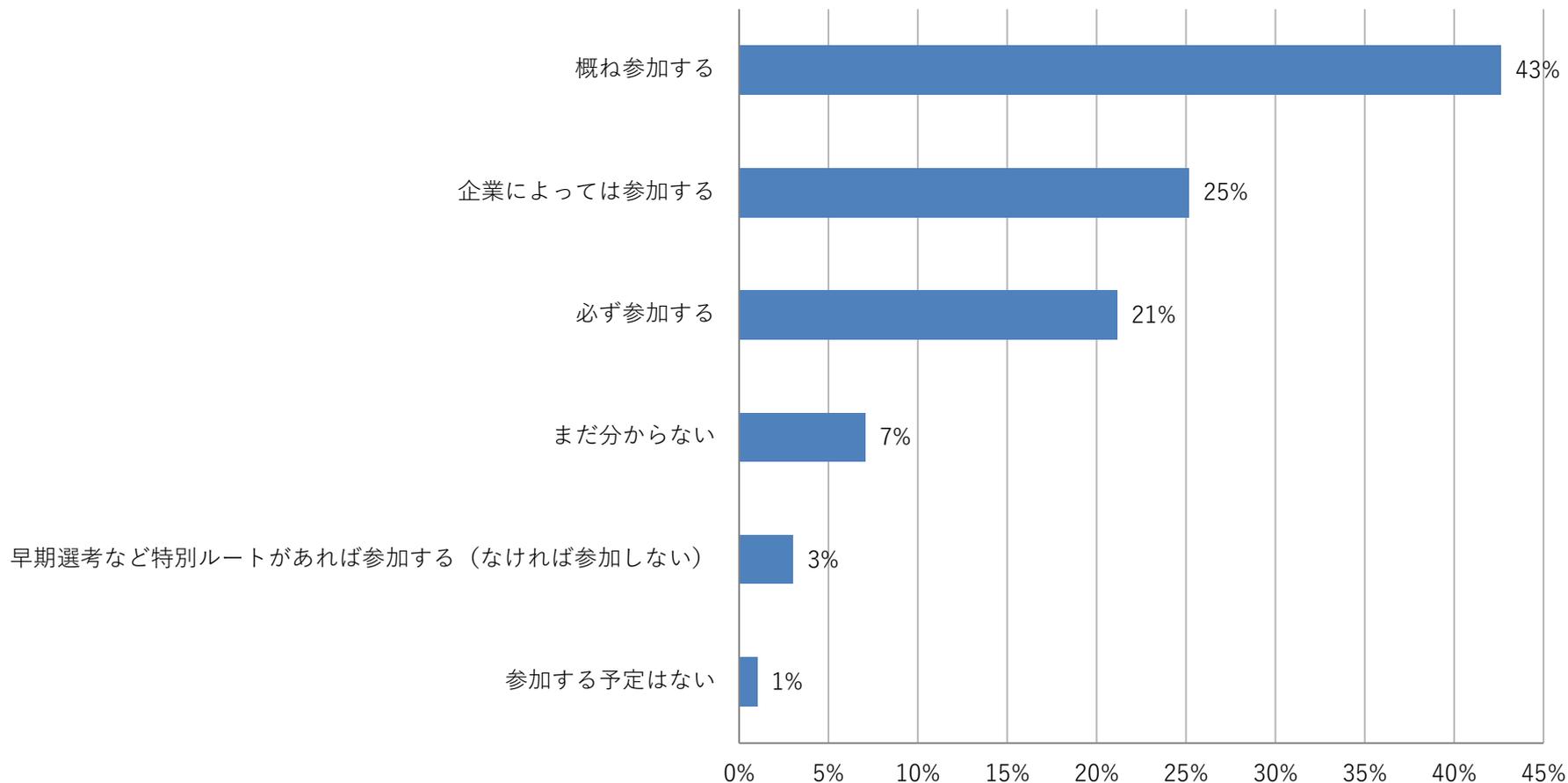


夏インターンシップに参加した学生は、選考を有利に進めたいという気持ちもあるが、
より企業研究を深めたい学生が多いようだ。

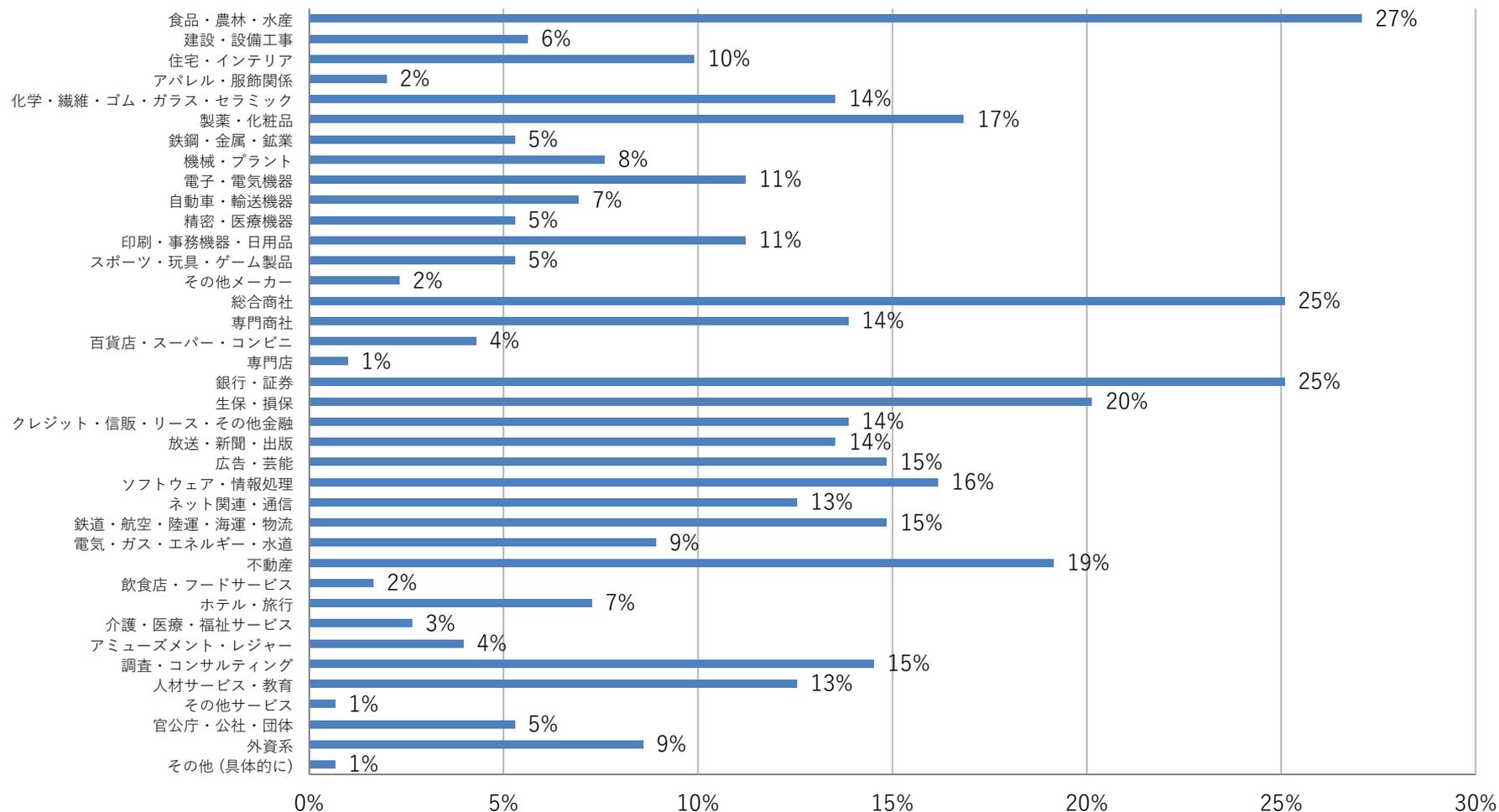


2020年12月～2021年2月の間で実施予定のインターンシップに参加した会社への 選考参加について

選考への参加意思については、夏インターンシップ参加時と同様に「概ね参加する」学生が多い。
インターンシップに参加した学生をどれだけスピーディーに選考に乗せられるかが鍵となることが想定される。



夏インターンシップ参加前に取ったアンケート同様、「食品・農林・水産」がトップとなった。新型コロナウイルスの影響を受け、生活の基盤である「食」に関する業界への支持が高まっている。



2020年6月から2020年9月末までのインターンシップ実施形式

学生は2020年6月から9月末までの間に全体の86%がインターンシップに参加をしていた。これは文系理系ともに高い数字になっており、文理差での活動の違いは見受けられない。この時期のインターンシップに参加するために、企業を発見した時期を見てみると全体の36%が「2020年6月」と回答しており最も高い結果になっている。ただし、文理別に見ると文系の40%が「2020年6月」と回答したことに比べ、理系は「2020年6月」が30%、「2020年5月」が25%、「2020年7月」が26%となっており、理系の企業発見時期には、ばらつきがみられる。同時期におこなった企業調査でもインターンシップの広報開始時期は「2020年6月」と回答した企業が最も多かったため、学生と企業双方が「6月」から就職、採用活動のスタート時期としていることがわかる。

また、学生がインターンシップに参加した形式（勉強になったと回答したもの）は「オンライン」が75%、「対面」が21%となっており、多くの学生がオンラインのインターンシップに参加しており、直接企業に接触できた学生は少ない。

2020年6月から2020年9月末までのインターンシップ参加者数と学生の意識

学生が参加したインターンシップの社数については、「5社まで」の参加と「10社から15社」までの回答数が多く、インターンシップの数を絞って参加する層と、多くのインターンシップを受けてそこから厳選する層に二極化していると考えられる。

前述のようにインターンシップを受ける企業を選ぶ基準については全体の82%が「興味のある業界だから」と回答し、次点で「興味のある企業だから」となっている。そして、この時期のインターンシップの参加目的は全体の85%が「その企業の業界研究をしたい」と回答し、次点では「その企業の研究がしたい」となっているため、学生は文理ともに大卒の業界理解、概要理解をするためにインターンシップに参加している傾向がある。一方で学生全体の31%は「選考に有利」と回答しており、一部企業側がインターンシップで優秀層の囲い込みを実施していることを承知のうえで、インターンシップに臨んでいることがうかがえた。

一方、インターンシップの開催月と参加したインターンシップの開催日数については、参加した開催月は「2020年8月」と「2020年9月」に参加したと答える学生がそれぞれ82%と同等だったものの、一番良かったインターンシップの開催月は「2020年8月」が54%と若干多い。そして、インターンシップの開催日数については「1日」が71%と最も高かったものの、一番良かった開催日数は「2日～3日」が40%で最も高く、複数日程のものを好む傾向がある。

オンラインインターンシップと対面インターンシップへの意識

学生全体に対してオンラインインターンシップに参加したか回答してもらったところ、全体で「参加した」が96%、対面インターンシップに参加した学生は全体で「参加した」が53%となっている。

オンラインインターンシップのメリットは「遠方企業でも参加できる」「時間を有効活用できる」「交通費の節約になる」など利便性に対する評価が高く、結果的に「参加へのハードルが下がり、参加しやすい」という回答項目も高い数値になっているのではないかと考えられる。しかし、デメリットとしては「企業の雰囲気かわからない」が68%、次点で「コミュニケーションが円滑にとれなかった」などオンライン化した弊害を学生と企業がともに感じる結果となった。

一方、オンラインインターンシップよりも参加率が低い対面インターンシップのメリットは「現場の社員と直接話せる」が84%、次点で「他の参加学生との情報交換」が59%となっており、その場に行くことで体験できる内容についての評価が高い。デメリットについては「新型コロナウイルスの感染リスク」など健康面の心配をする学生がいる一方で、「デメリットは特になし」と回答した学生が47%と最も高く、対面のインターンシップに関する抵抗感は強くないと考えられる。

2020年6月から2020年9月のインターンシップに参加した学生の懸念点と意識変化

学生が就職活動全体がオンライン化することにより懸念していることとして回答したのは「社風や雰囲気がわからない」が75%で、前述で対面インターンシップに参加した学生がメリットとして感じている現場での体験がないことに対して、多くの学生が不安を感じている。それでもインターンシップに参加して「就職志望度が高まったか」を確認をすると全体の85%は「高まった」と回答しており、「企業理解が深まったこと」によって「就職志望度も高まっている」結果となった。しかし、「就職志望度が高まらなかった」と回答した全体学生の50%が「働く現場のイメージがつかなかったから」と回答しており、今後の学生の就職活動中にどのようにして働くイメージを体感させられるかが、重要になってくる。

インターンシップに参加した学生の意識変化については、インターンシップ参加後、志望企業や志望業界に変化があったか確認したところ、全体の58%は何らかの変化があったと回答。その中で最も多い変化の回答理由は「当初検討していなかった業界に興味があった」が56%と、最も高く、学生が志望企業を考えるうえで、インターンシップが大きな役割を果たしていることがうかがえる。しかし、「当初検討していなかった企業に興味があった」と答える学生は24%と少なく、新しい業界のインターンシップを受けることで、業界全体に興味があっても、自身が参加したその企業自体に興味を覚くことは現段階では少数派となっているため、継続的なフォローアップや企業としての情報提供を積極的におこなう必要があると考えられる。

2020年6月から2020年9月末までのインターンシップに参加したのち、今後知りたいことや今後の動き方

インターンシップに参加をしてみて、今後知りたいことは全体で74%が「社員の雰囲気」と回答し、最も高い結果だった。インターンシップに参加した企業から学生に対してのアクションで最も多かったのは「別インターンシップの案内」で46%となっており、企業側が夏に接触した学生を囲い込むための動きを取っていることがわかる。

また、インターンシップに参加した企業に対する選考意思については全体で「おおむね参加する」が41%、「必ず参加する」が20%、「企業によっては参加する」が31%となっており、インターンシップに参加した企業から選別して選考を受ける意思がうかがえる。

2020年12月から2021年2月末までに開催されるインターンシップへの参加意思

夏にインターンシップに参加した学生に今後のインターンシップの参加意思を確認すると現時点では「以前参加したインターンシップの企業とは別企業のインターンシップに参加予定」が43%と最も高い。すでに参加した企業とは違う企業のインターンシップを受けたい理由としては89%が「より多くの会社をみたい」と回答。一方、夏のインターンシップに参加せずに2020年12月から2021年2月の参加する理由は「3月からの選考を有利に進めるため」が80%で、業界見極めや企業発見などを大きな理由に夏インターンシップを受けていた学生に比べて、冬インターンシップのみを受ける学生は志望企業が明確に決まっていることが多いため、より選考に直結する内容を希望することが考えられる。

参加予定のインターンシップを見つけた時期は全体で「2020年9月」回答する学生が44%で、同時期におこなった企業調査で冬インターンシップ（2020年12月から2月末開催）の広報時期のボリュームゾーンが「2020年10月」だったことを考えると、学生の方が情報収集のタイミングが早く、企業によっては情報開示のタイミングが遅く母集団を逃す可能性がある。

インターンシップの参加者数については全体で「3社」が27%と最も多く、文理別に見ても文系は「5社」が28%、理系は「3社」が42%と夏のインターンシップの参加者数に比べて、かなり参加社数を絞り込む傾向がある。

また、インターンシップの希望実施形式については全体で「対面」が50%と最も高く、オンラインインターンシップでわからなかった現場の雰囲気などを知るために、冬のインターンシップには参加したいと考える学生が多いと考えられる。