

学生調査結果

< 22卒学生：就職活動動向調査 >

WORKS JAPAN

2021年6月19日集計 | 22卒学生の就職活動における意識調査を実施

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卒学生：就職活動動向調査」についてのアンケート調査

■ 調査実施期間：2021年6月8日（火）～2021年6月20日（日）の13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4年生及び院2年生

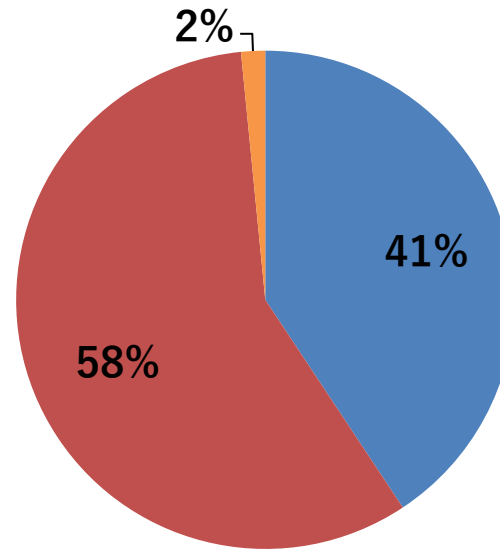
■ 調査方法：2020年6月8日時点のキャンパスキャリア会員にメール配信
Web上のアンケートフォームより入力

■ 有効回答数：961名

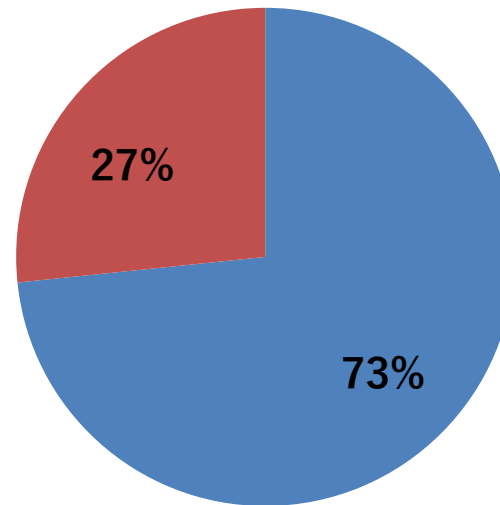
※ 調査結果は、四捨五入等によりグラフおよび表の和が100%にならない場合もございます。
予めご了承ください。

回答者属性（大学・男女比・文理比）

大学名	人数
早稲田大学	95
慶應義塾大学	56
立教大学	33
東京大学	31
明治大学	31
法政大学	30
上智大学	28
中央大学	28
一橋大学	25
大阪大学	22
九州大学	19
同志社大学	17
立命館大学	17
東洋大学	15
京都大学	14
青山学院大学	14
日本大学	14
北海道大学	14
横浜国立大学	13
関西学院大学	13
関西大学	12
津田塾大学	12
神戸大学	11
東京外国語大学	11
東北大学	10
学習院大学	9
千葉大学	9
昭和女子大学	8
大阪市立大学	8
東京工業大学	8
東京理科大学	8
南山大学	8
名古屋大学	8
明治学院大学	8
近畿大学	7
日本女子大学	6
成城大学	5
成蹊大学	5
早稲田	5
武蔵野大学	5
愛知県立大学	4
京都産業大学	4
広島大学	4
新潟大学	4
新潟大学大学院	4
専修大学	4
東京工業大学大学院	4
東京女子大学	4
名城大学	4
龍谷大学	4
その他	229



■ 男性 ■ 女性 ■ 回答しない



■ 文系 ■ 理系

大学別回答者人数分布は上記の通り。
各分析によってはグループ別（東一早慶／京阪神、MARCH／関関同立）に分けて傾向を算出。

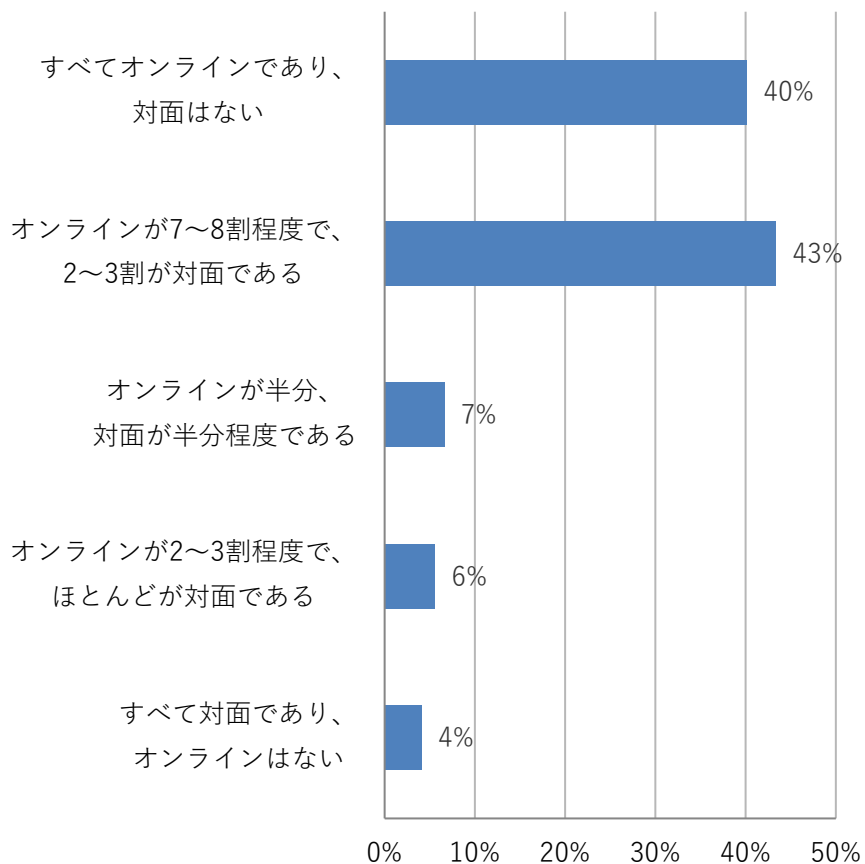
01

大学生活について

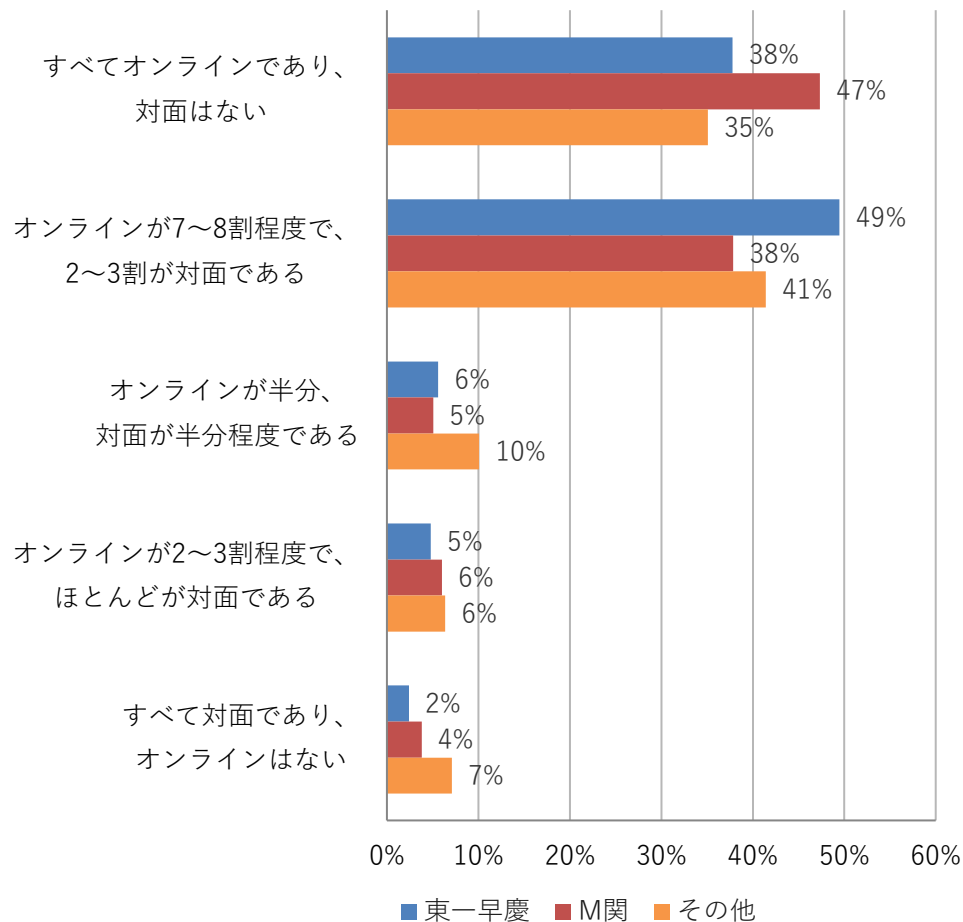
大学の授業について、オンラインと対面、どのような割合で実施されていますか？

大学の授業のオンラインの割合は、7～8割以上がオンラインだという回答が8割を超えている。登校する日数が減少していることにより、友人等との情報交換の機会も減少していると推測される。どの学校群でも7～8割以上はオンラインで実施されている割合が高い。その中でも「MARCH・関関同立クラス」は50%近くがすべてオンラインの授業となっている。

【全体】



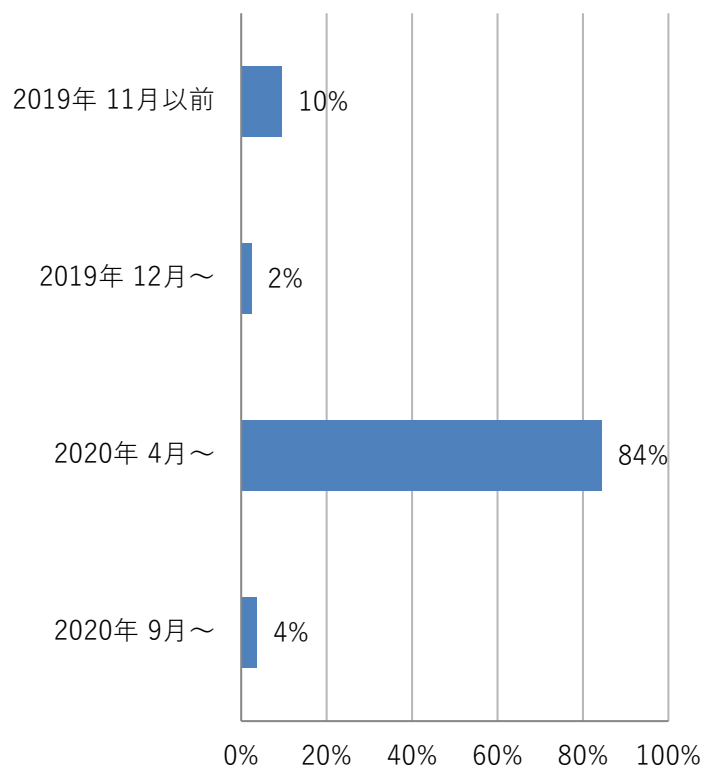
【学校別】



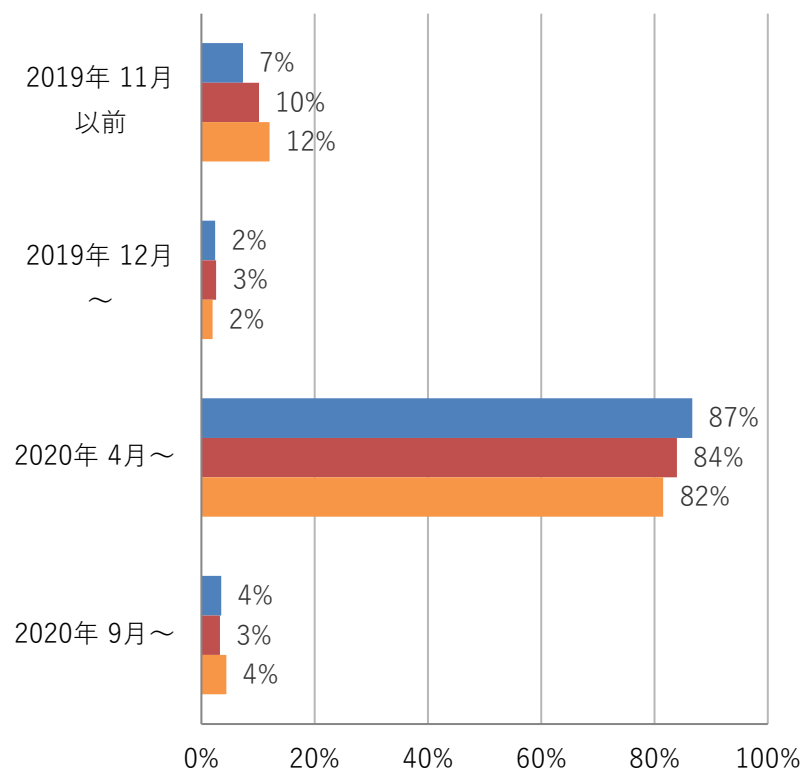
オンラインの場合、いつからオンラインが取り入れられましたか？

新型コロナウイルスの影響が拡大し出した2020年4月頃からオンライン授業が取り入れられたと回答する学生が約8割を占めた。すでに1年以上に及びオンライン中心の学生生活を過ごしていることが見て取れる。1回目の緊急事態宣言が発令された「2020年4月～」が最も回答が多い。

【全体】



【学校別】

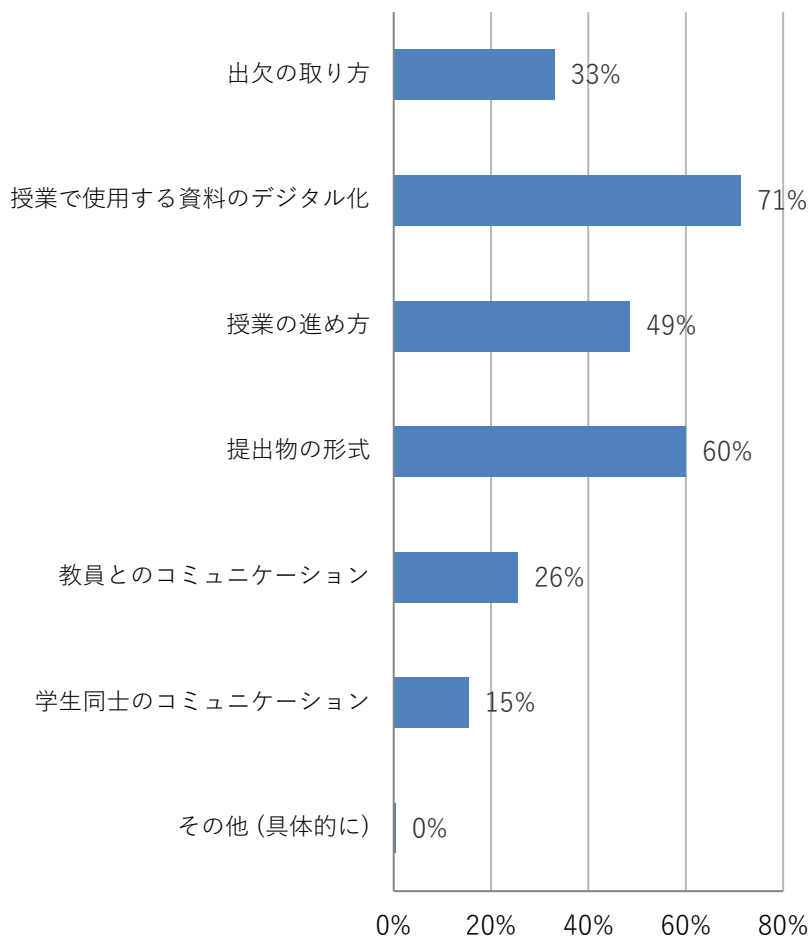


■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

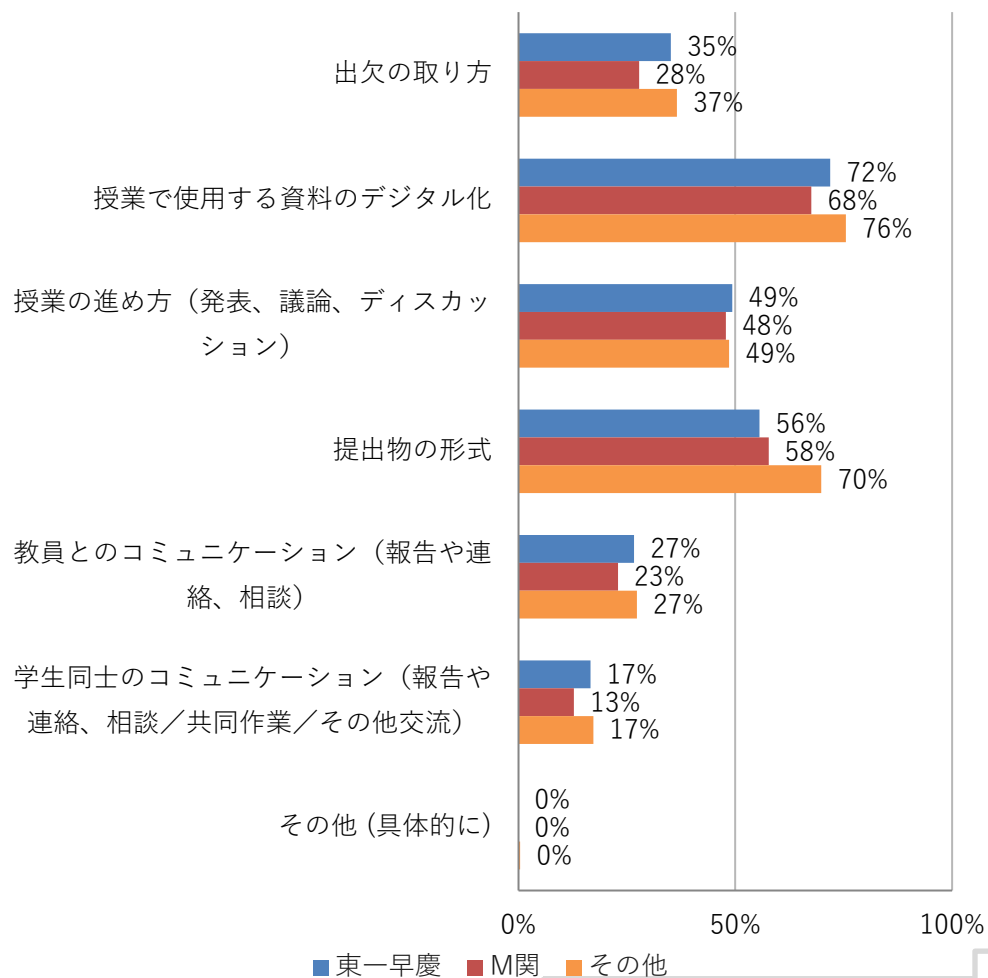
オンライン授業で大学側はどんな工夫をしていますか？（複数選択可）

オンライン授業の実施に合わせて、資料のデジタル化や課題の課題の提出形式、授業のスタイルなど、様々な部分で変化がみられている。また教員や学生同士のコミュニケーション手法についても工夫が行われている。大学群によって大きな傾向の違いは無く、「授業で使用する資料のデジタル化」が最も回答が多い。

【全体】



【学校別】

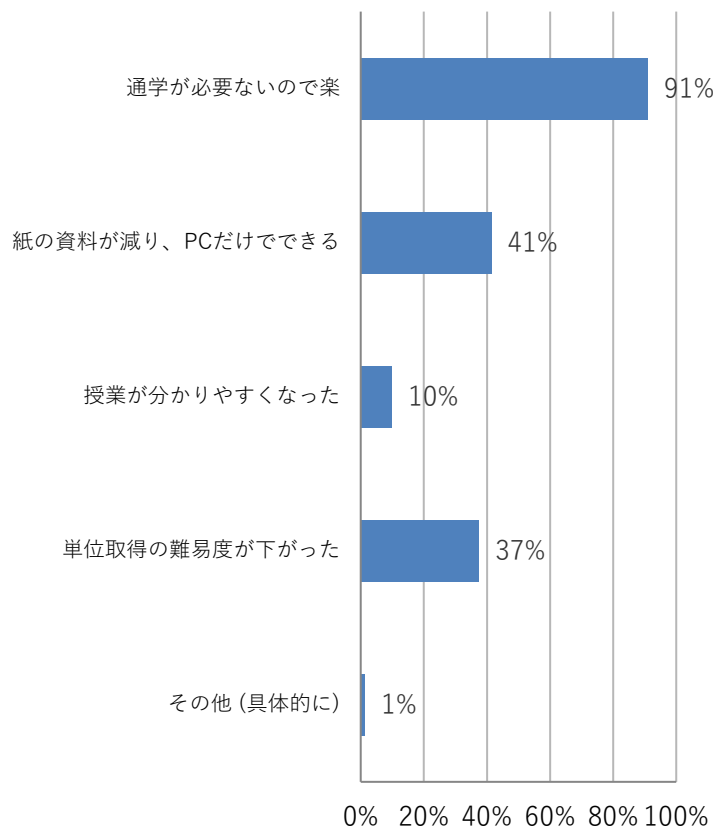


コロナ前の授業と比較して、オンライン授業を受ける面で改善されたことや良かったことはなんですか？（複数選択可）

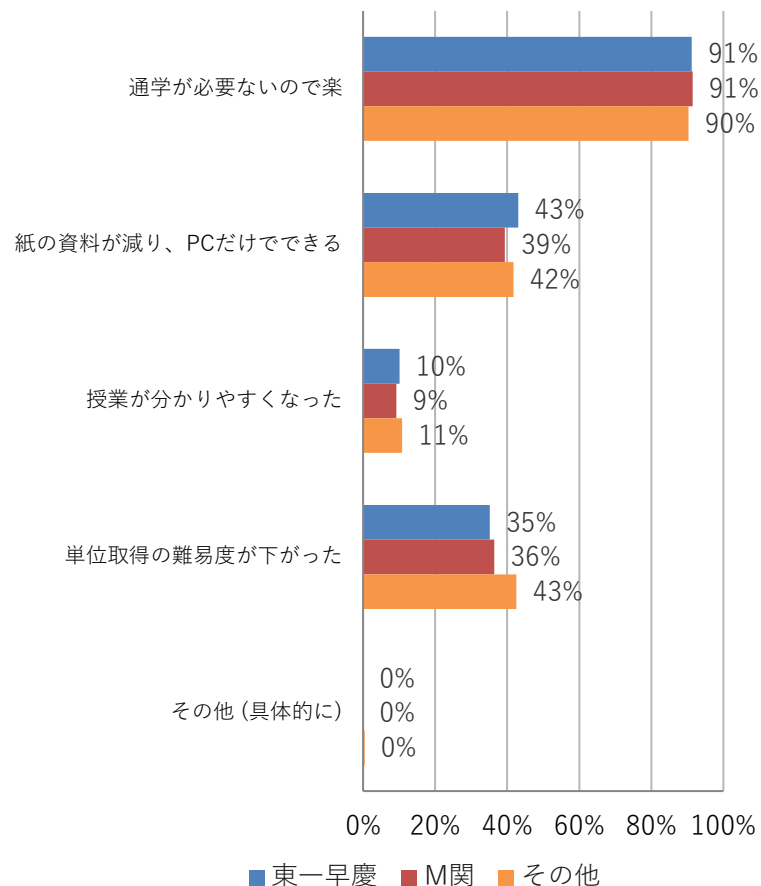
9割以上の学生が通学がなくなるといった面にメリットを実感している。また資料のペーパーレス化による利点を感じている学生も約4割と、様々な面でオンライン授業の魅力を感じている模様。

大学群によって大きな傾向の違いは無く、「通学が必要ないので楽」が最も回答が多い。

【全体】



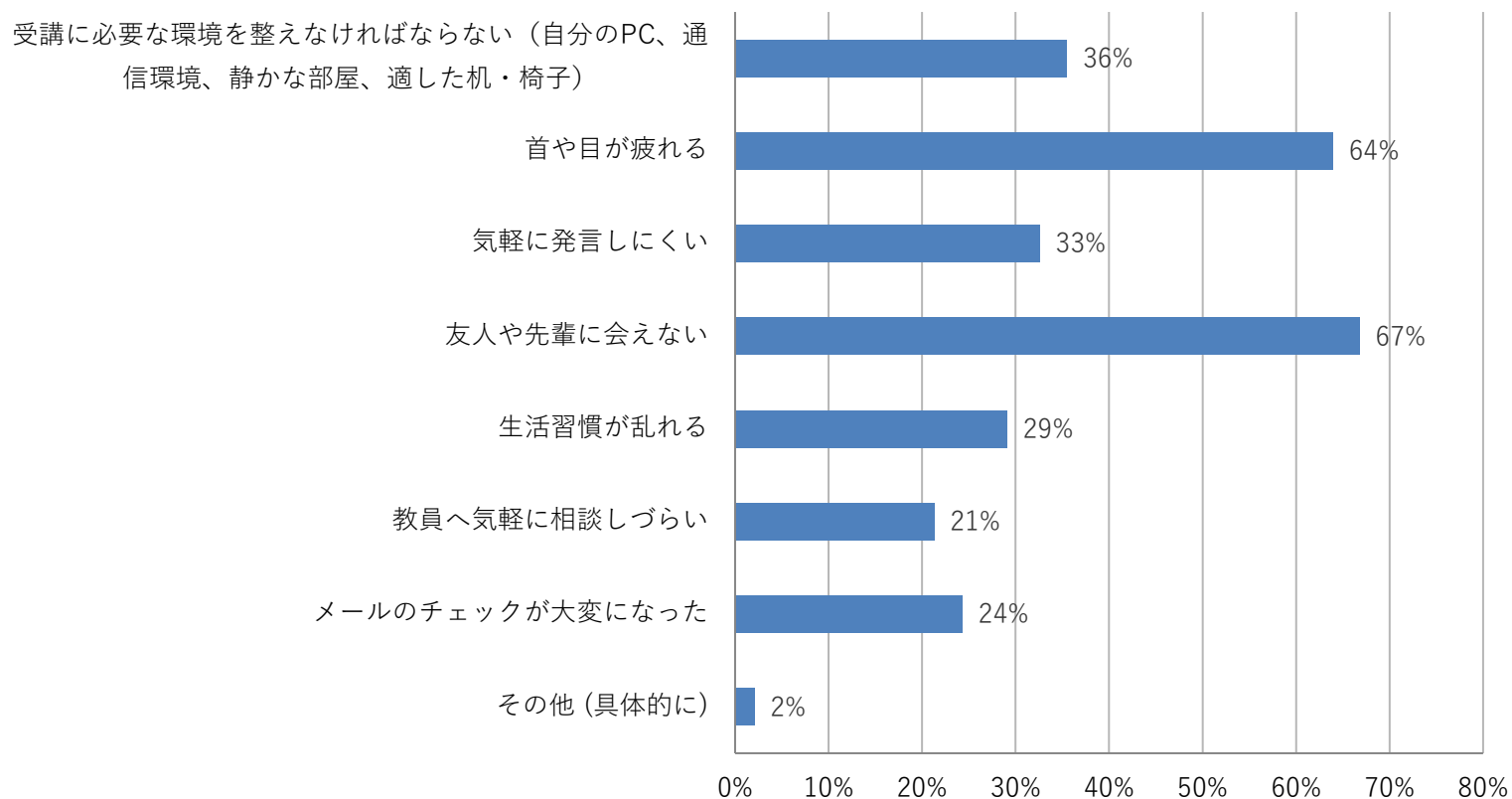
【学校別】



コロナ前の授業と比較して、オンライン授業を受ける面で苦労した点や悪かった点は何か？（複数選択可）

友人や先輩に会えないことに不満を持っている学生が6割以上いることに加え、また日常的にオンライン授業を受けている場合、身体的に苦痛を感じているケースも多く、オンライン授業に対してそれぞれ賛否がある結果となった。

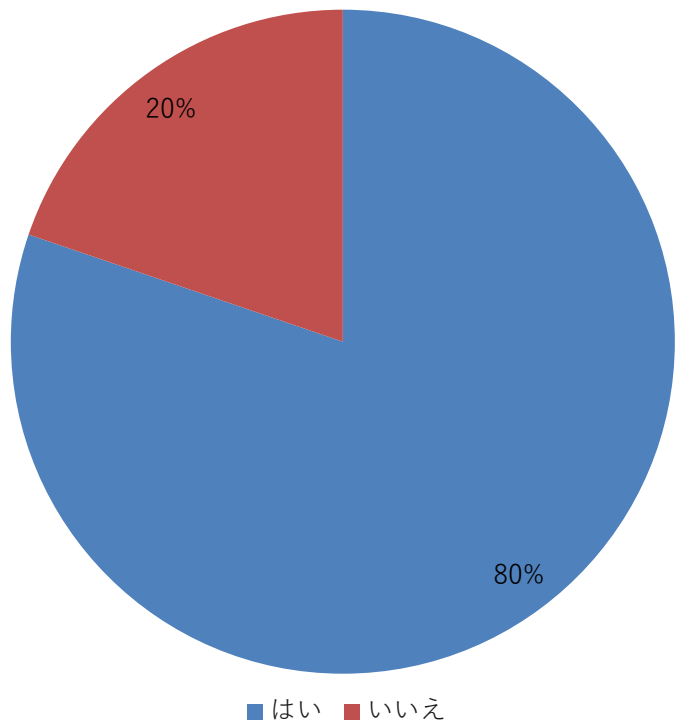
【全体】



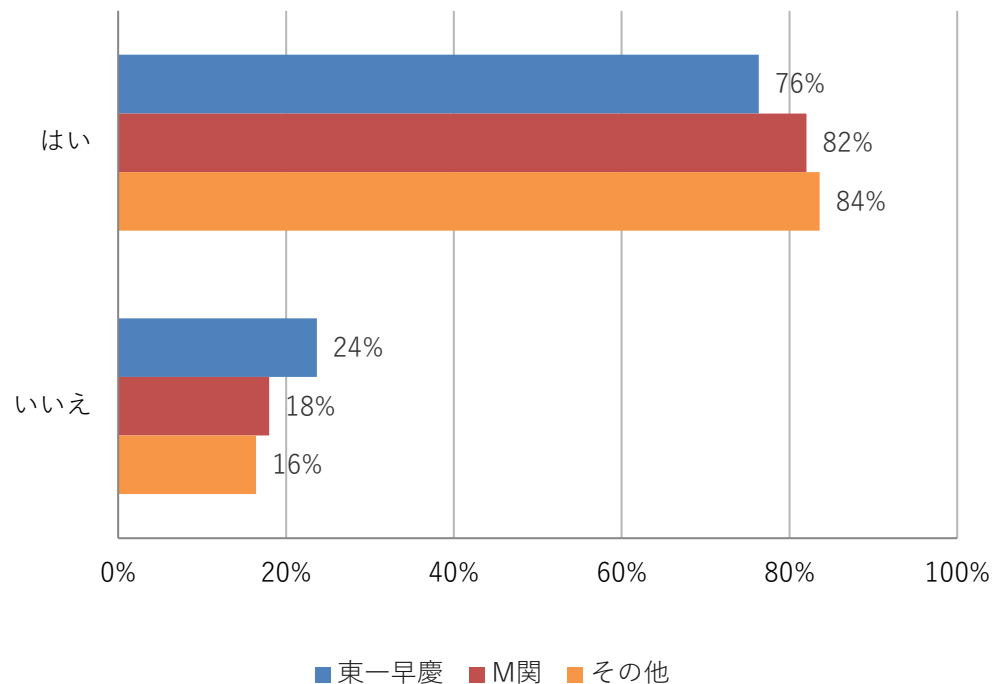
アルバイトはしていますか？

新型コロナウイルス感染拡大の影響がありながらも、多くの学生が学業と両立しながらアルバイトを行っていることが分かった。

【全体】



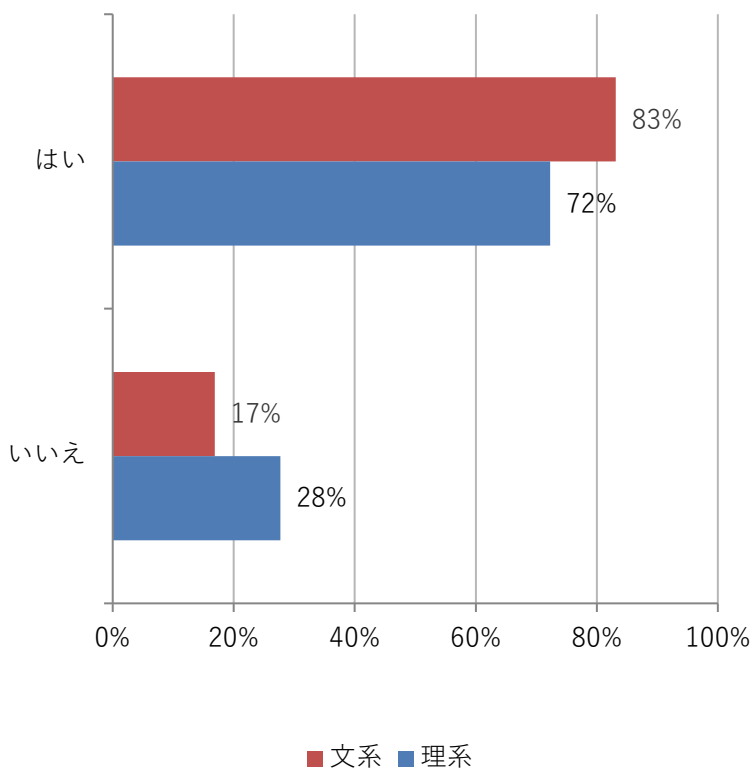
【学校別】



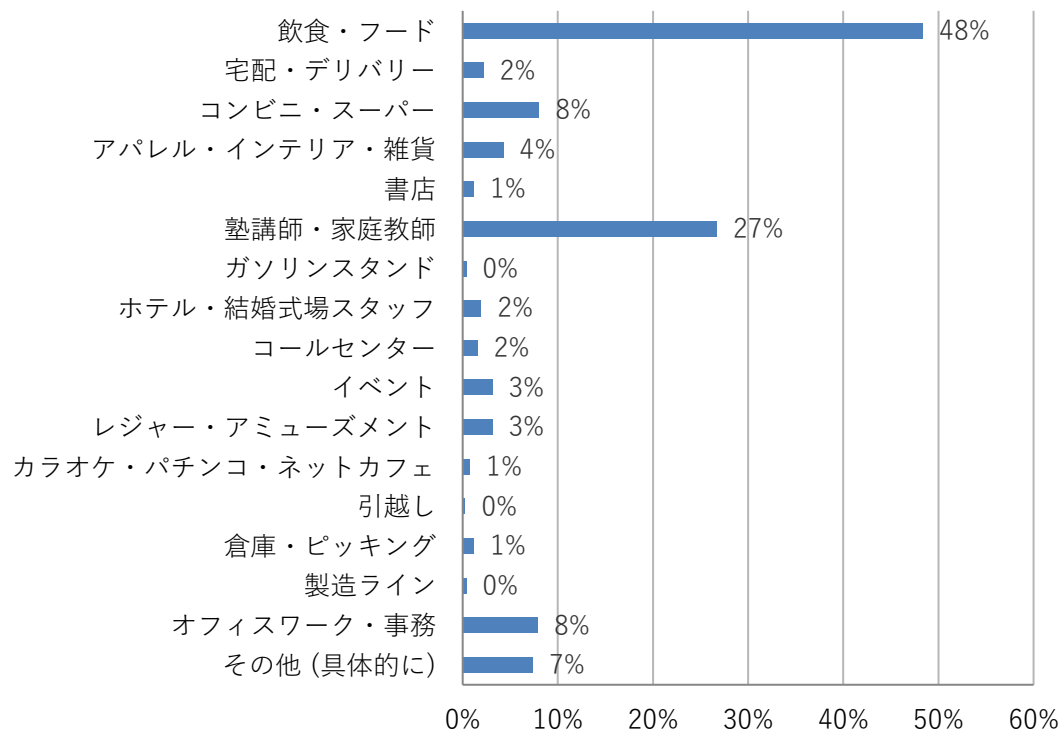
アルバイトはしていますか？／どのようなアルバイトをしていますか？

文系・理系でほとんど偏りなくアルバイトを実施していることが分かる。
またアルバイトの内容は飲食・フードに携わる学生が半数を占めている。次いで塾講師・家庭教師が多い。

アルバイトはしていますか？【文理比】



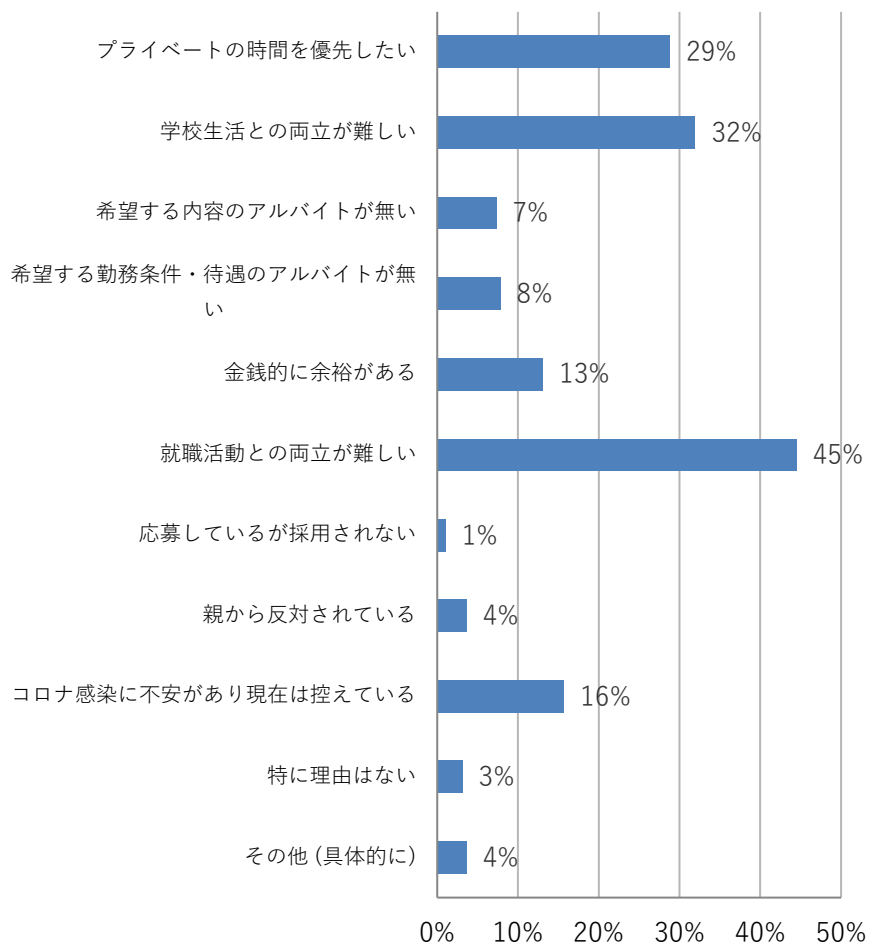
どのようなアルバイトをしていますか？【全体】



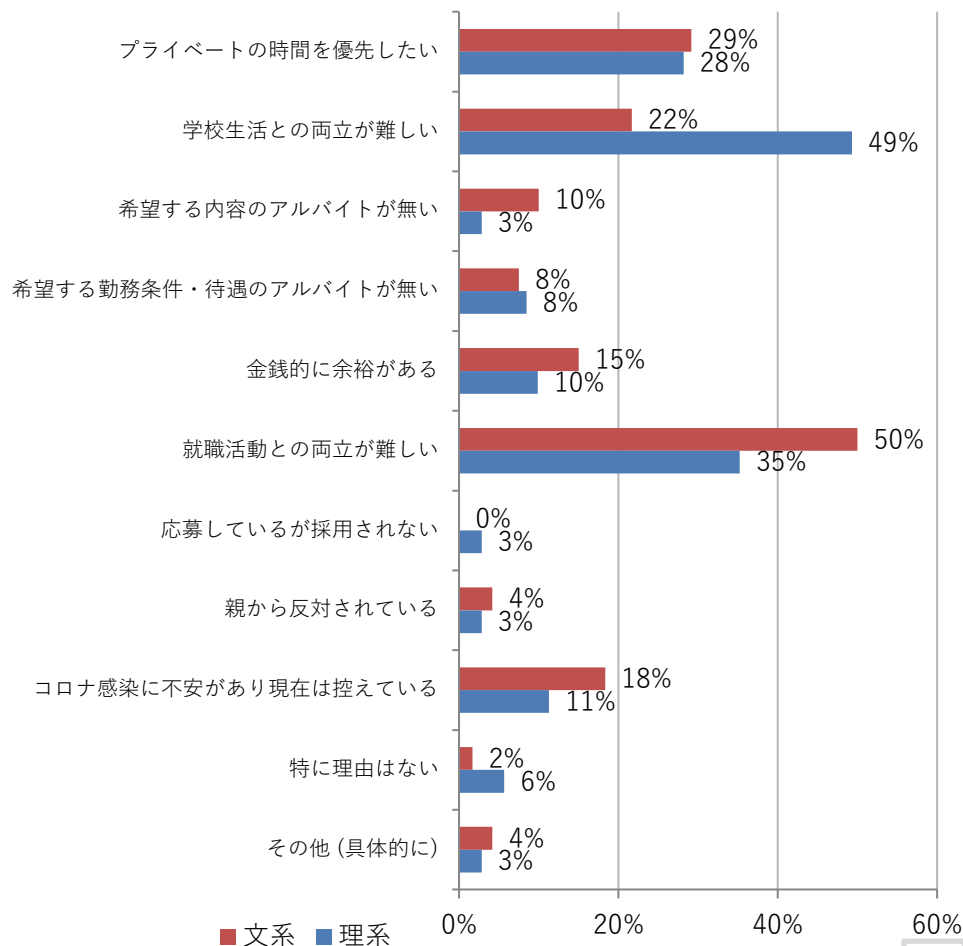
アルバイトをしていない理由について教えてください。（複数選択可）

アルバイトをしていない理由だが、学校生活との両立が難しいという割合より就職活動との両立ができないためという回答が上回っており、**22卒学生の就職活動に対する意識が反映される結果**となった。

【全体】

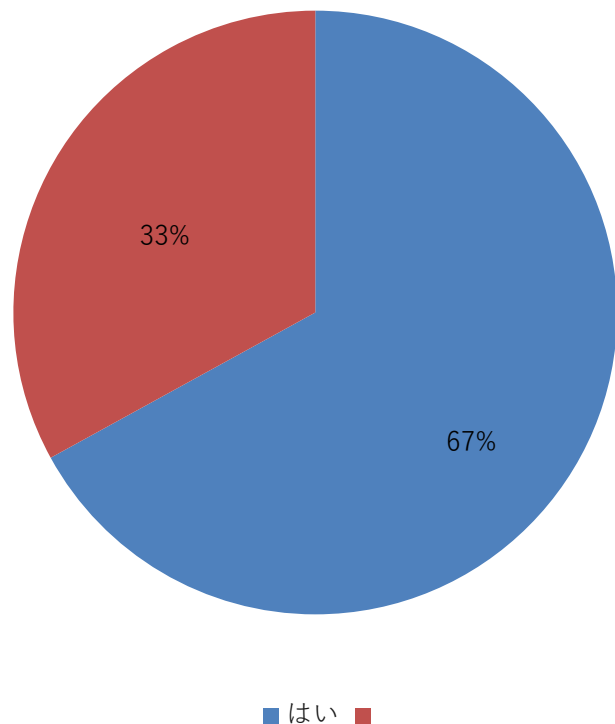


【文理比】



新型コロナウイルスの影響を受けながらも課外活動を実施している割合は7割に迫る結果となった。

課外活動は実施しているか【全体】



【活動するうえでの工夫】

- ・ 新型コロナウイルス対策を万全に行った上で対面活動を行っている
- ・ オンラインを活用してサークルイベントの開催
- ・ 研究室のゼミは全てオンラインで実施している。
- ・ 広い教室でゼミをしている
- ・ 活動時間は3時間以内に制限されている。
- ・ 活動時の人数制限・時間制限を設けて、密にならないようにしている。ミーティング等はオンラインで行っている。
- ・ オンラインのゼミは皆消極的になりがちなので、積極的に発言をすることでゼミを活性化させている。
- ・ ゼミではオンラインのみになりほぼ初対面のまま過ぎてしまった。そのため、オンライン上で発言をするようにして、必ずビデオはオンにしている。

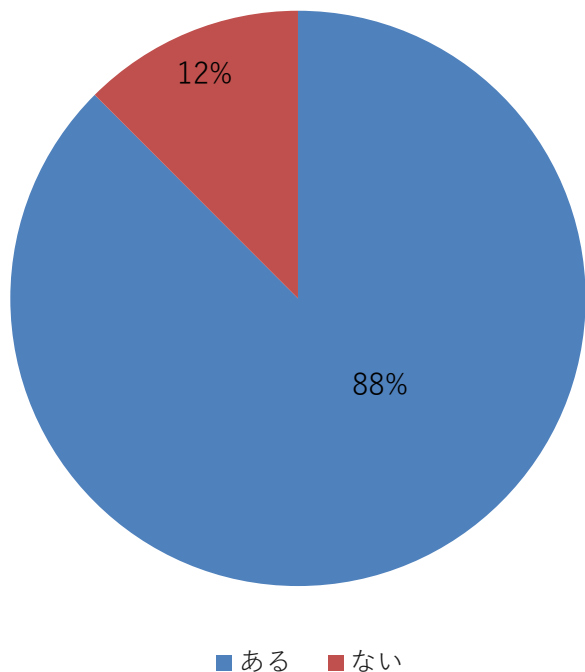
02

インターンシップについて

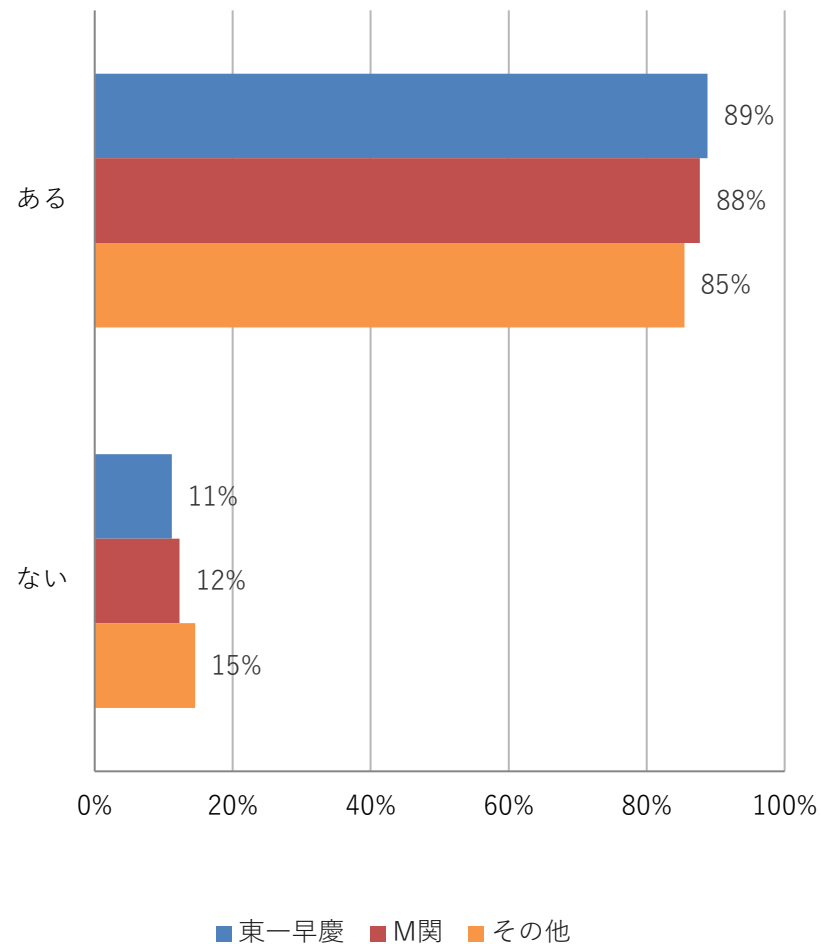
インターンシップに参加したことがありますか？

インターンシップに参加したことがあるという学生は9割を占め、オンラインという不自由な環境においても学生たちの意欲は高い。大学群によって大きな傾向の違いは無く、「ある」と回答している学生が多い。

【全体】



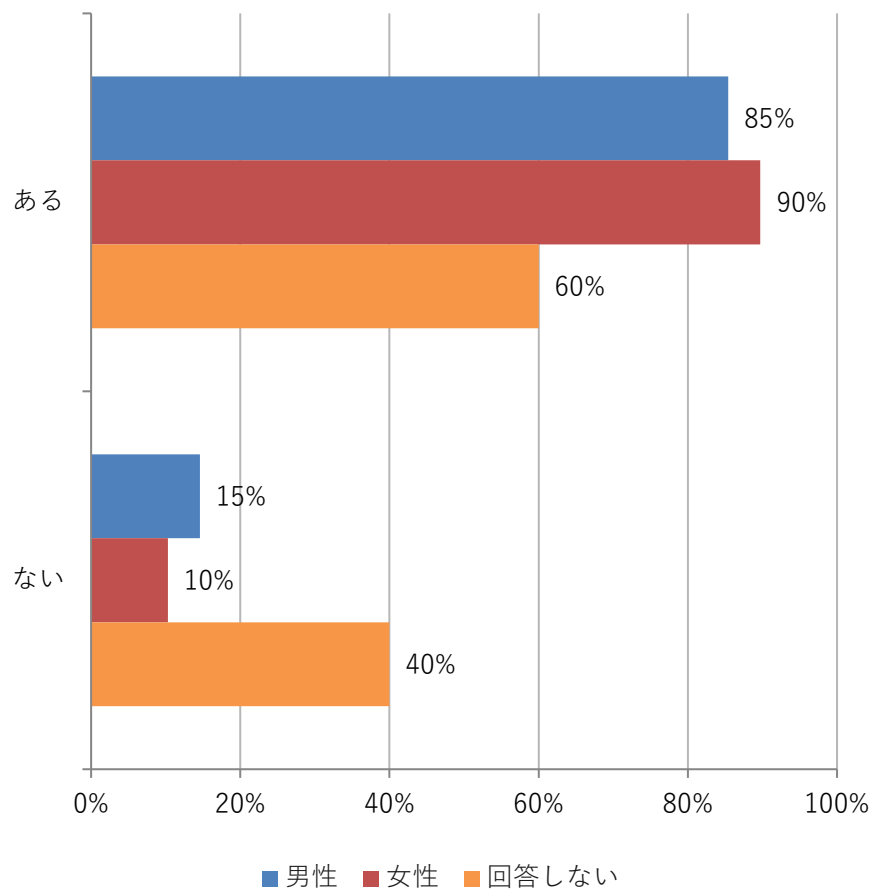
【学校別】



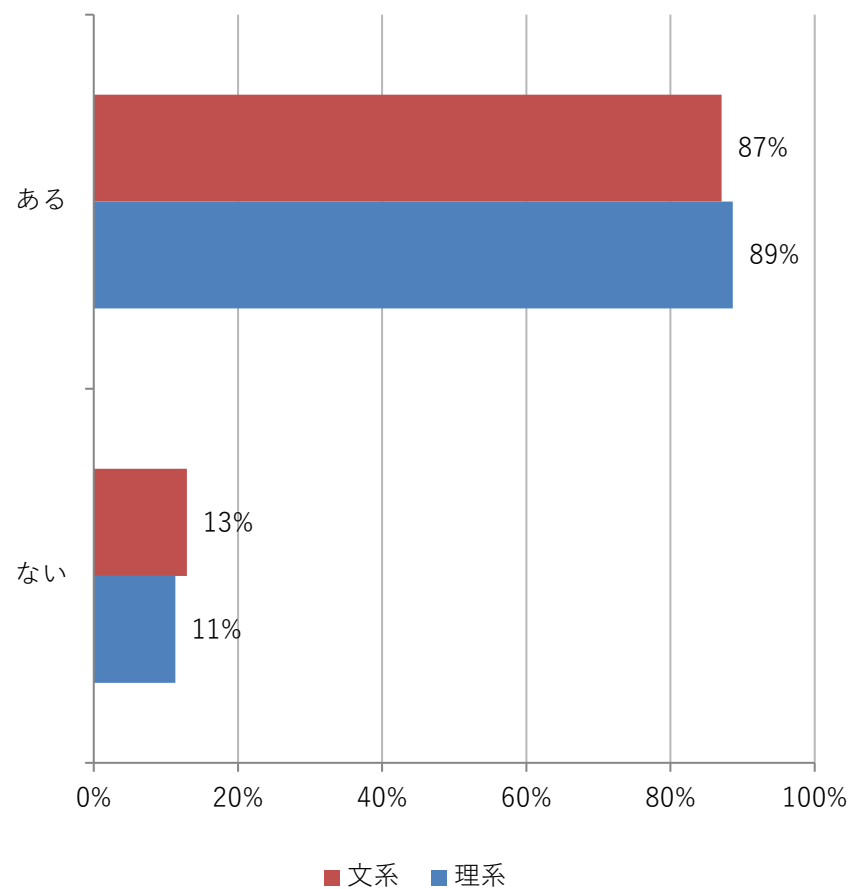
インターンシップに参加したことがありますか？

男女ともに9割近くはインターンシップ参加経験あり。ほぼ9割の学生がインターンシップ参加経験があるという結果に。学生のインターンシップ参加意欲は非常に高いことがみてとれる。

【男女別】



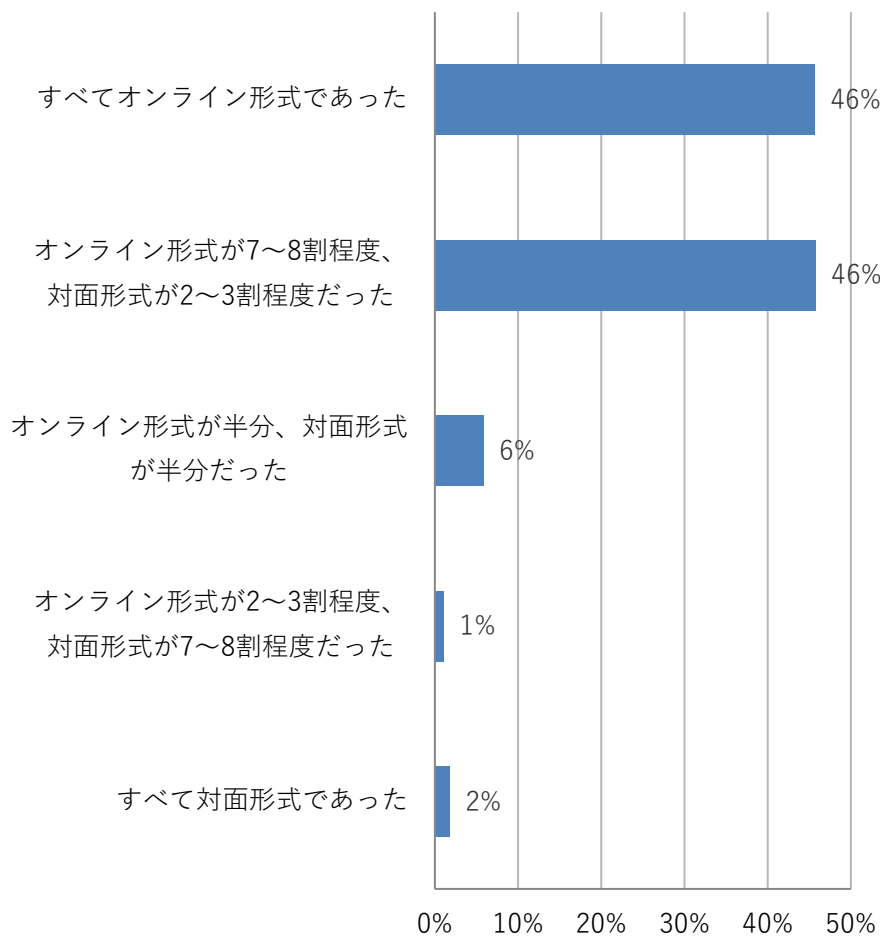
【文理比】



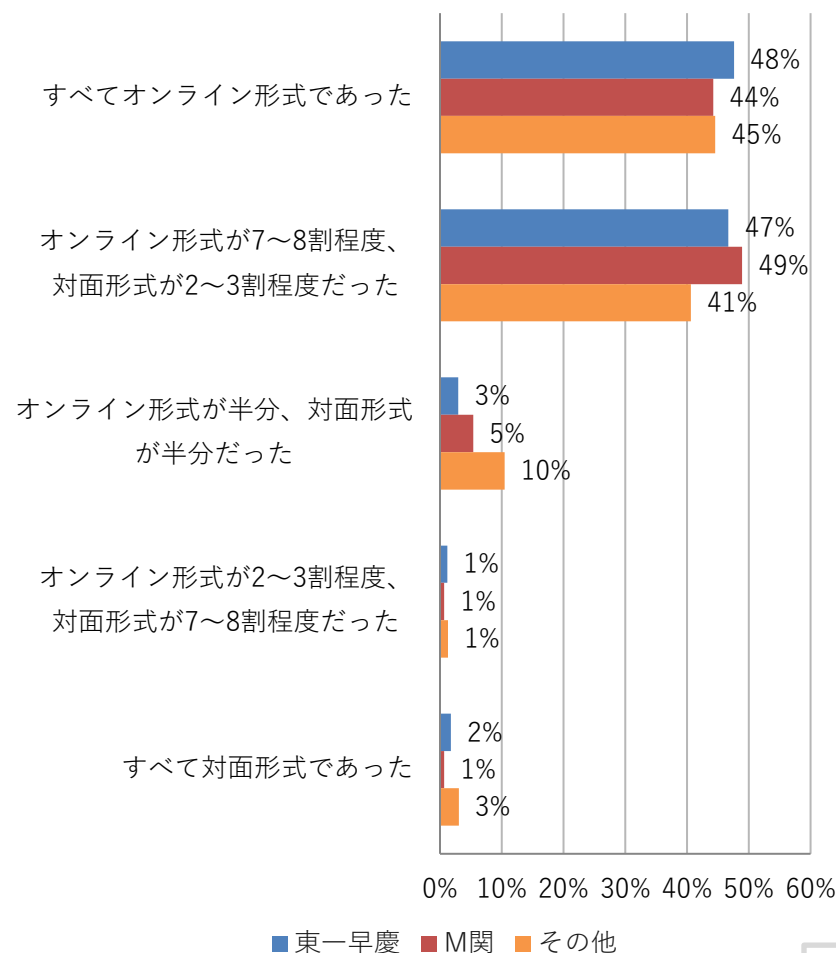
参加したインターンシップの形式は対面とオンライン、どのような割合でしたか？

参加したインターンシップの形式はほとんどの学生がオンライン中心であったと回答。対面式のインターンシップを中心に参加した学生がごくわずかであることがわかる。大学別に見た時の傾向は大きくは変わらないが、若干「東一早慶」の学生はオンライン形式のものに参加している割合が高い。

【全体】



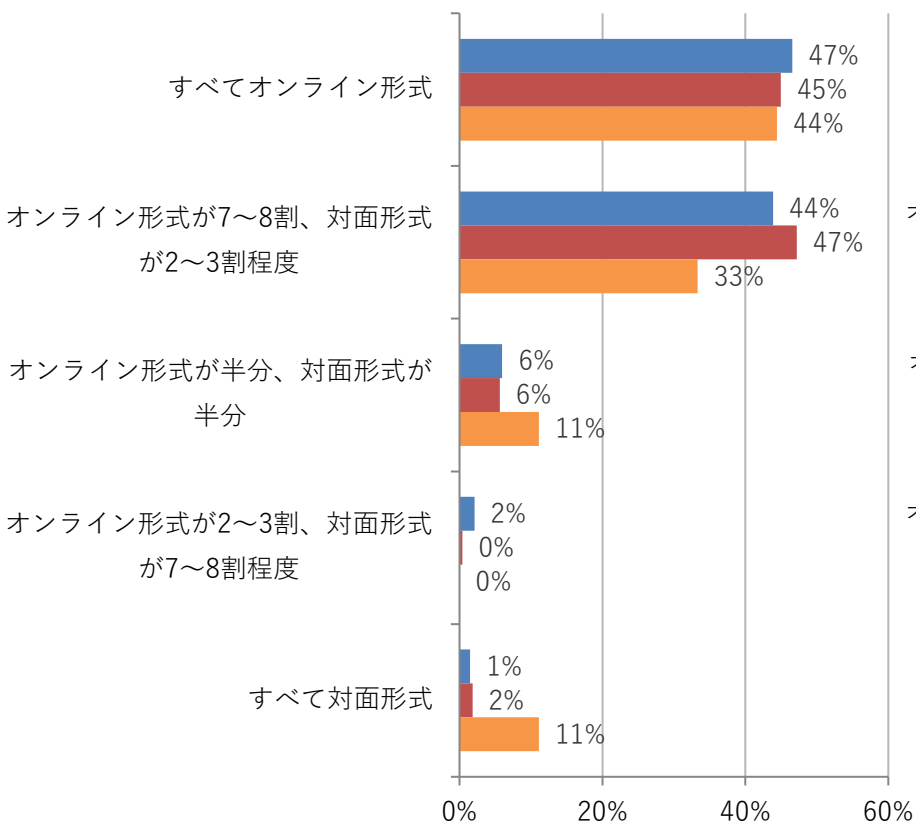
【学校別】



参加したインターンシップの形式は対面とオンライン、どのような割合でしたか？

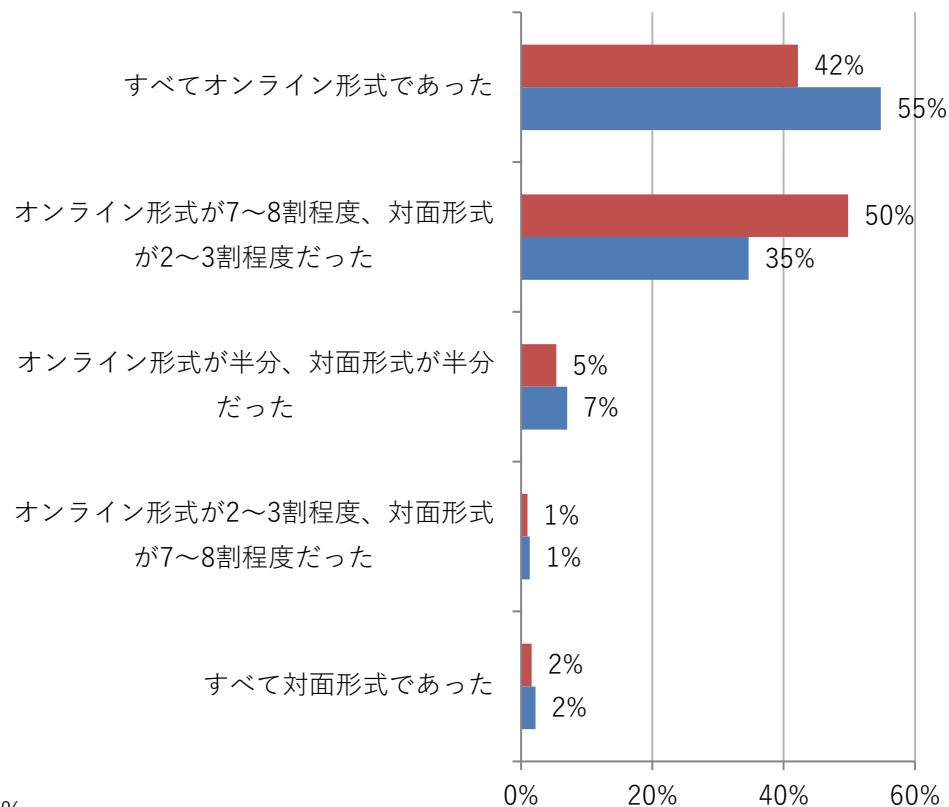
男女ともに「すべてオンライン形式」への参加が主流である。
多くのインターンシップがやはりオンライン形式での開催が多かったことがみてとれる。

【男女別】



■ 男性 ■ 女性 ■ 回答なし

【文理比】

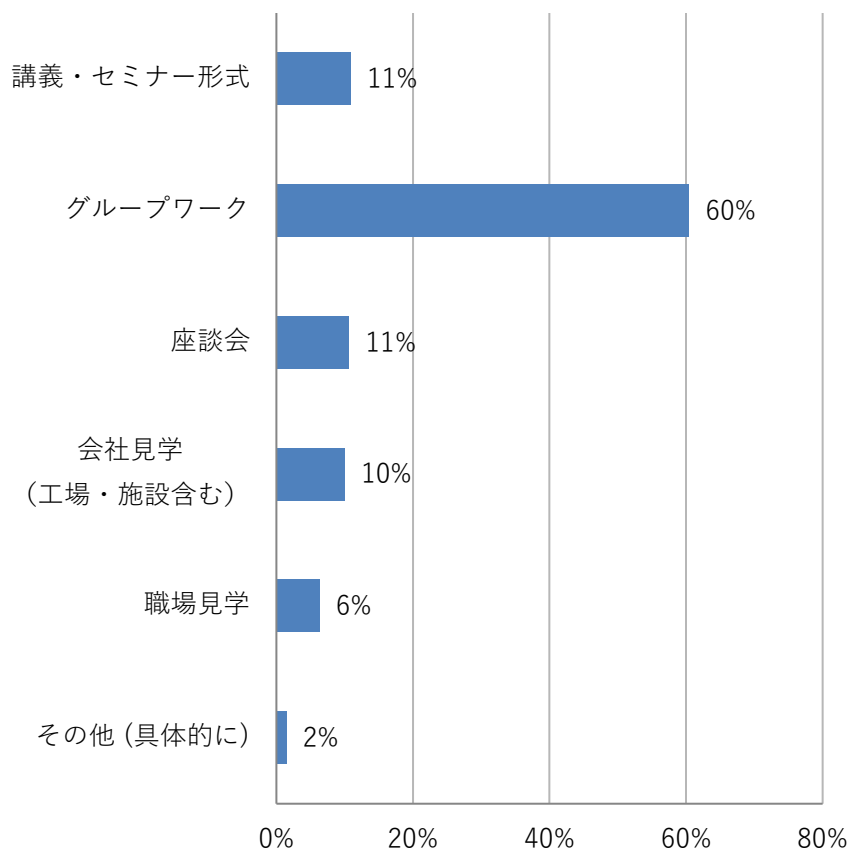


■ 文系 ■ 理系

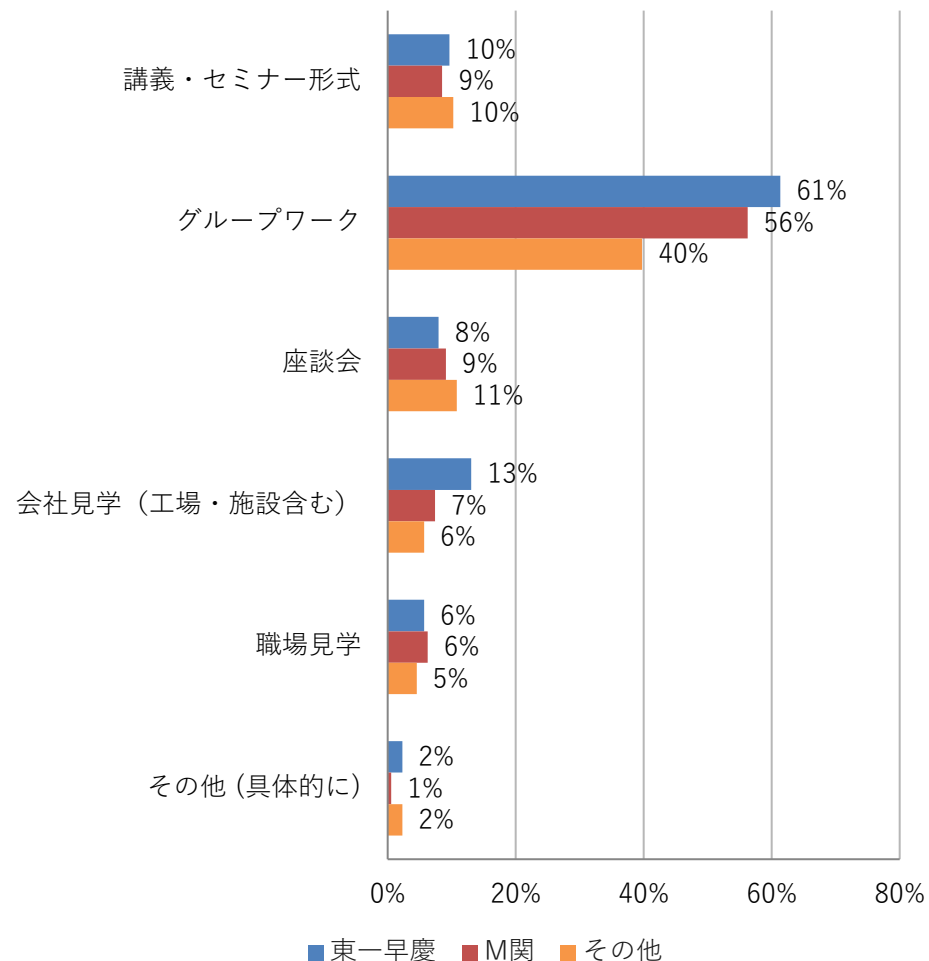
参加した対面インターンシップで良かった内容について教えてください。

グループワークにもっとも票が集まる結果となったが、対面ならではの経験である会社見学や職場見学、座談会を支持する学生も一定数いることが読み取れる。
大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「グループワーク」の回答が多い。

【全体】



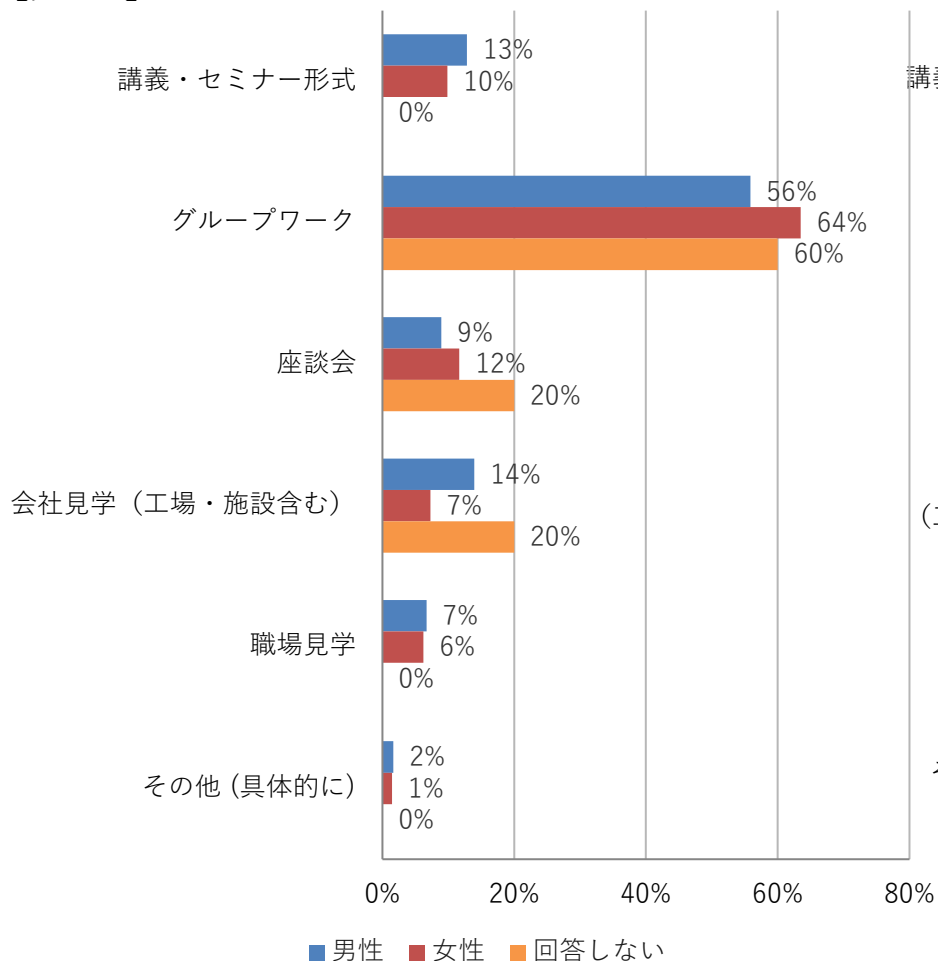
【学校別】



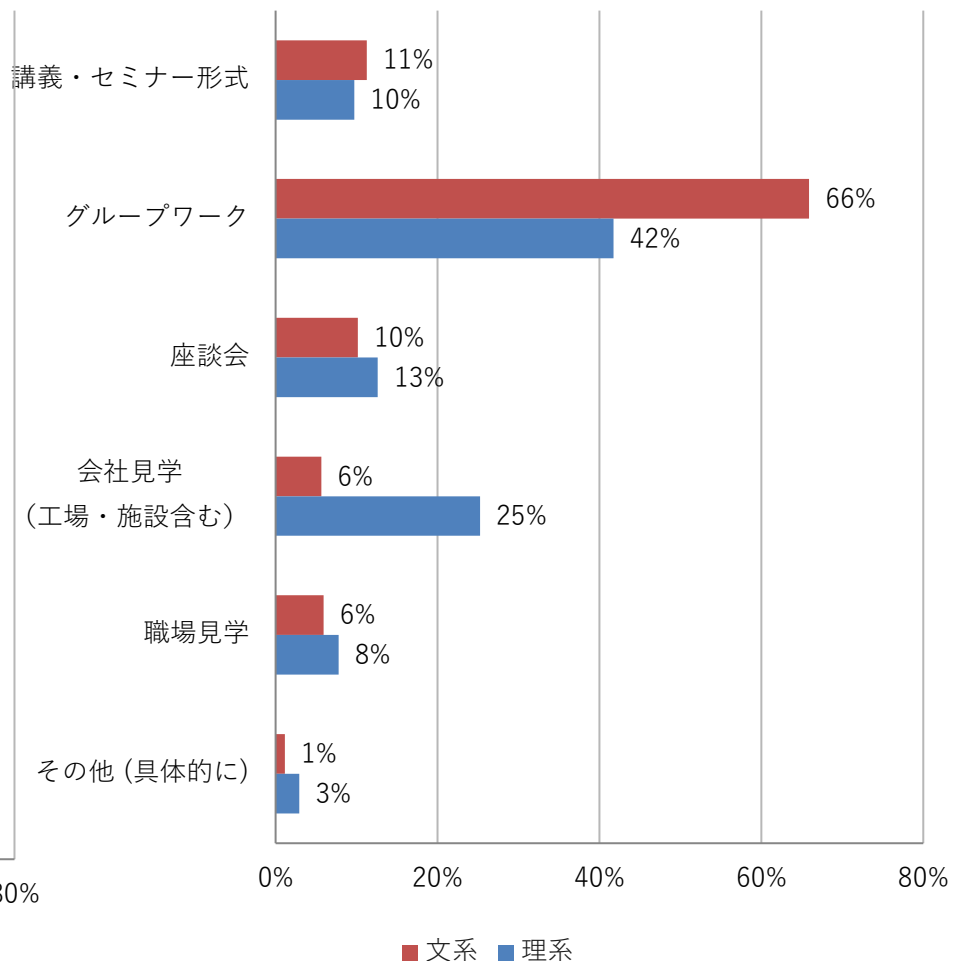
参加した対面インターンシップで良かった内容について教えてください

対面インターンシップにおいても男女ともに「グループワーク」が多い結果に。そもそもの開催数もグループワークが多いことも理由の一つかもしれない。文理共に「グループワーク」の回答が多い中、特筆すべきは理系学生の会社見学の回答の多さ。やはり理系学生は実際の自分の目で会社見学できると満足度があがることがみてとれる。

【男女別】



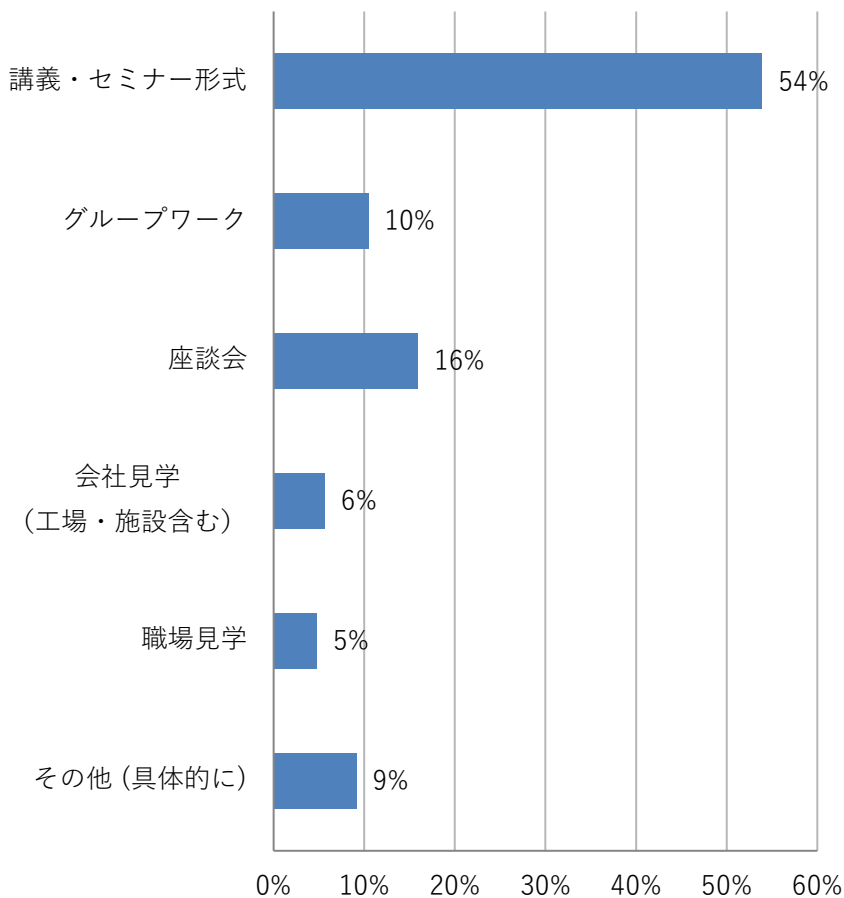
【文理比】



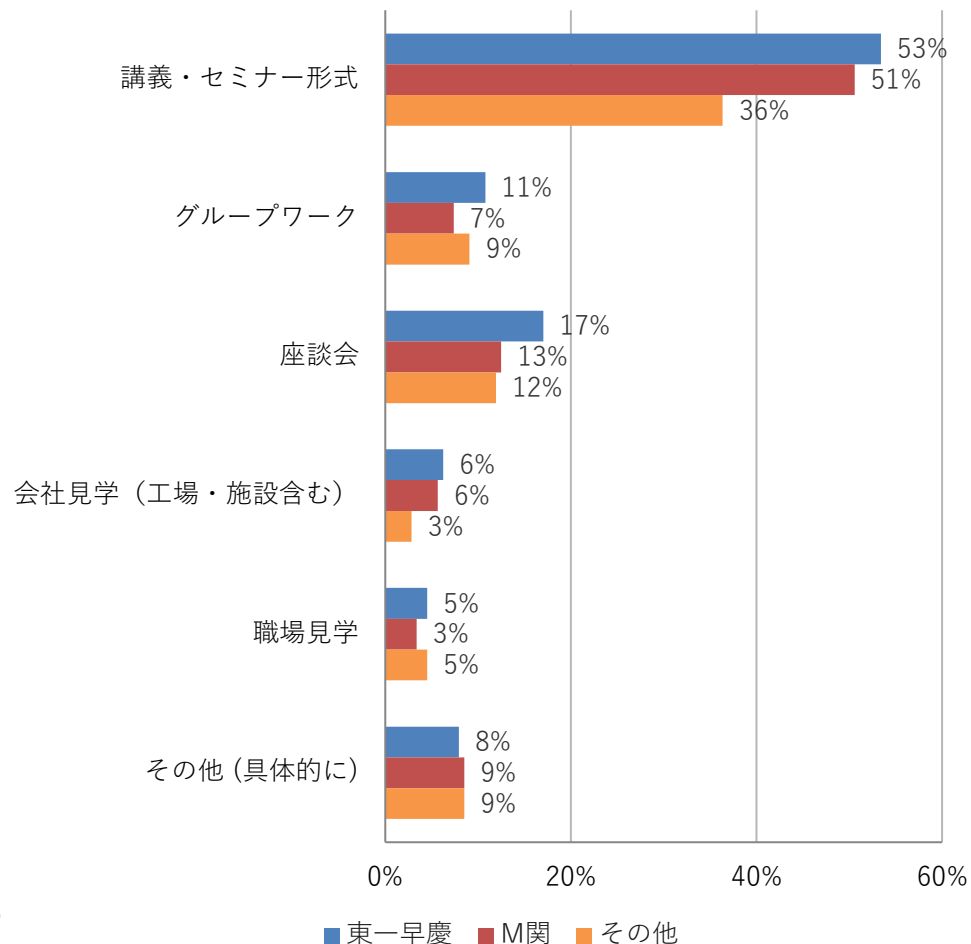
参加した対面インターンシップで良くなかった内容について教えてください。

一方で不満を感じているインターンシップ内容は比較的回答が分散する傾向の結果となった。
コロナウイルス拡大の環境下であるため、学生側の対面式インターンシップに対する期待値が高まっているのかもしれない。
大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「講義・セミナー形式」の回答が多い。

【全体】



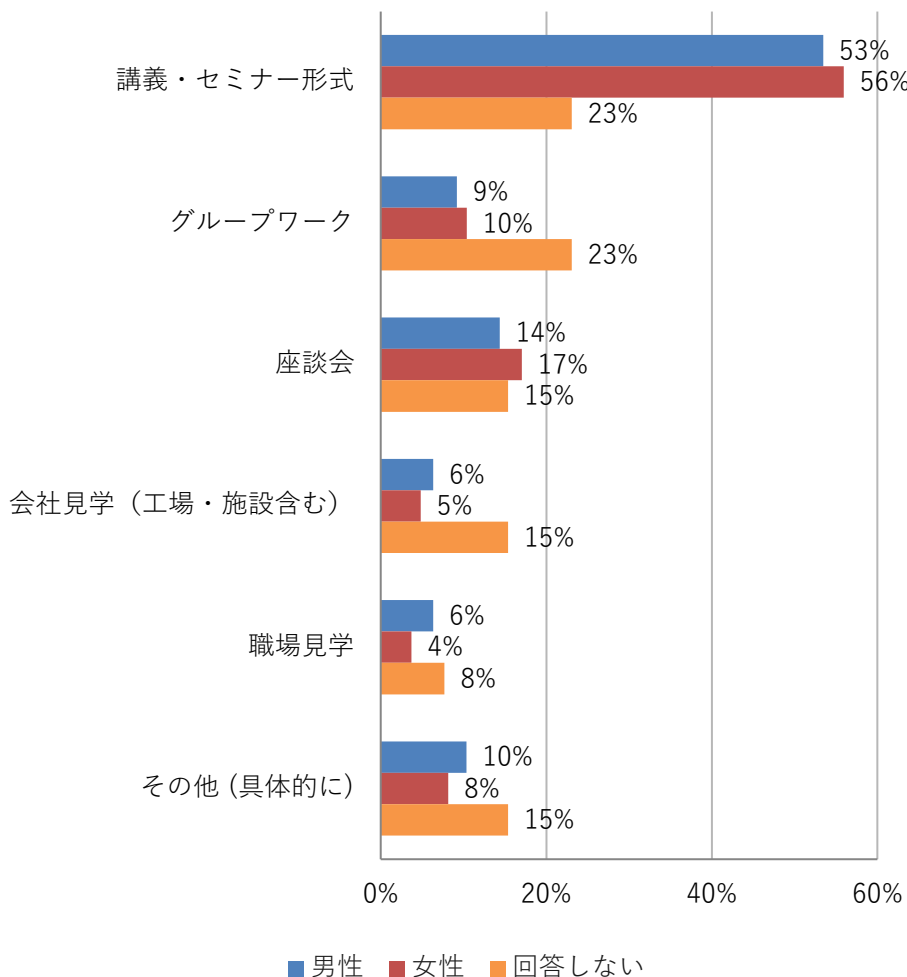
【学校別】



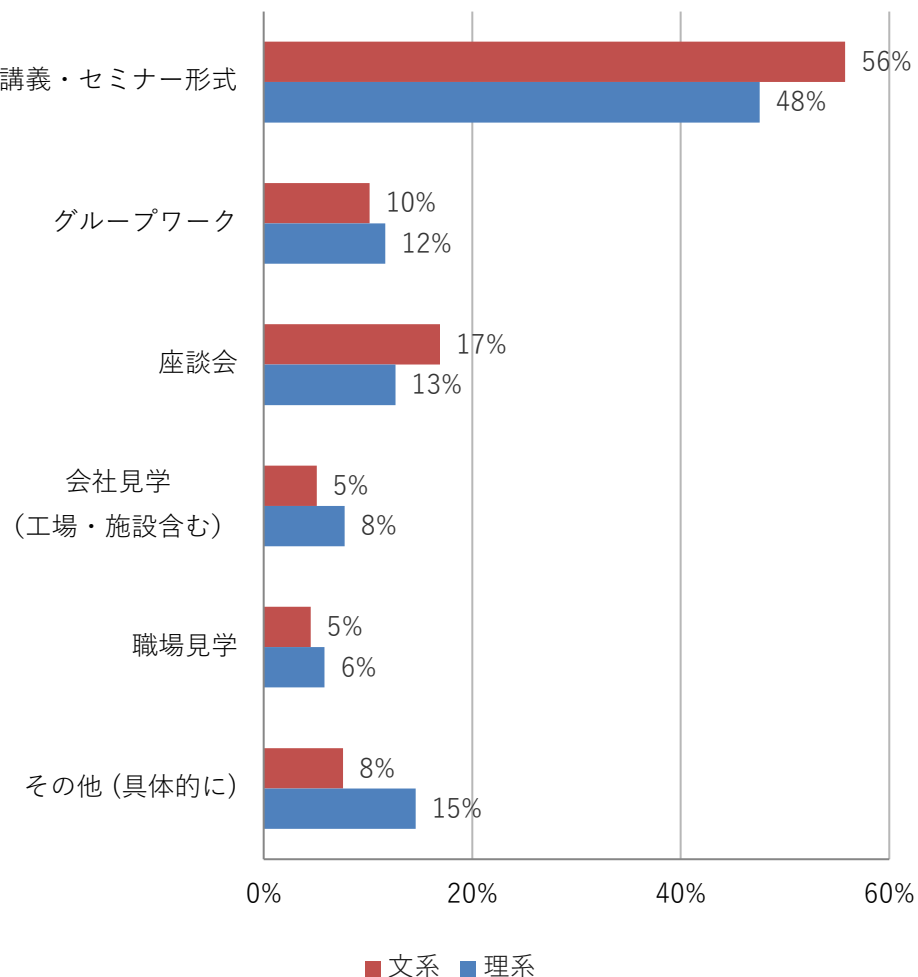
参加した対面インターンシップで良くなかった内容について教えてください

対面インターンシップにおいても男女ともに「講義・セミナー形式」が満足度を得られていない。
文理ともに、「講義・セミナー形式」が多い結果に。説明会と同じような内容では今の学生には響かない。

【男女別】



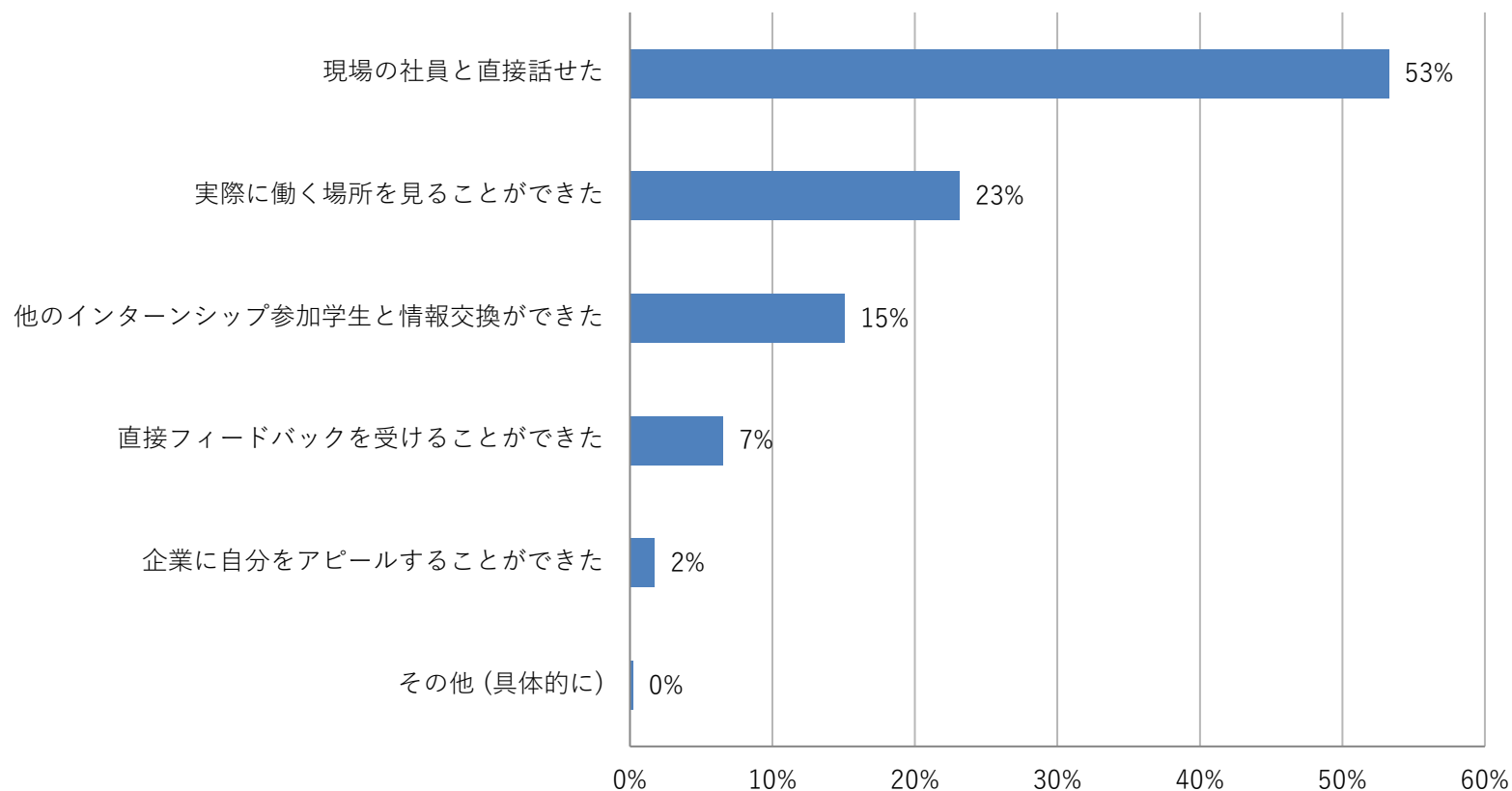
【文理比】



対面インターンシップの良かったところを教えてください。

対面ならではのメリットとして、現場社員との交流が良かったという声が半数を超える結果となり、オンラインインターンシップでは得られない体験に魅力を感じている学生は多い。

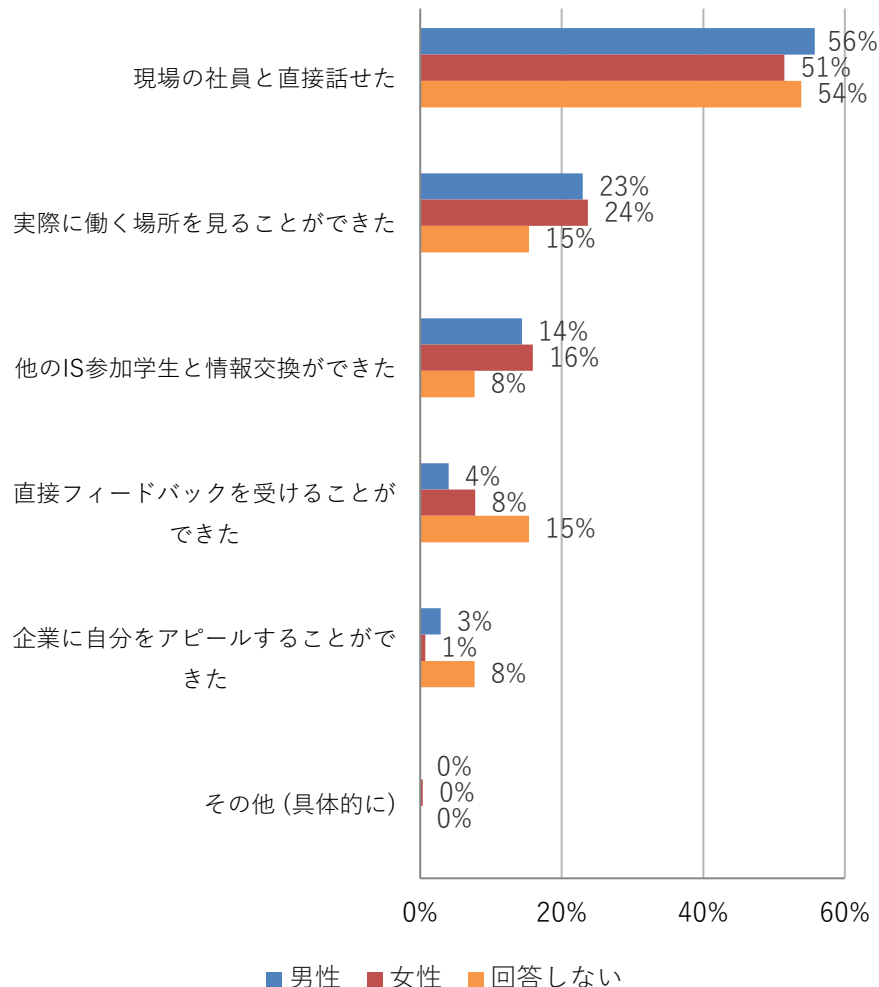
【全体】



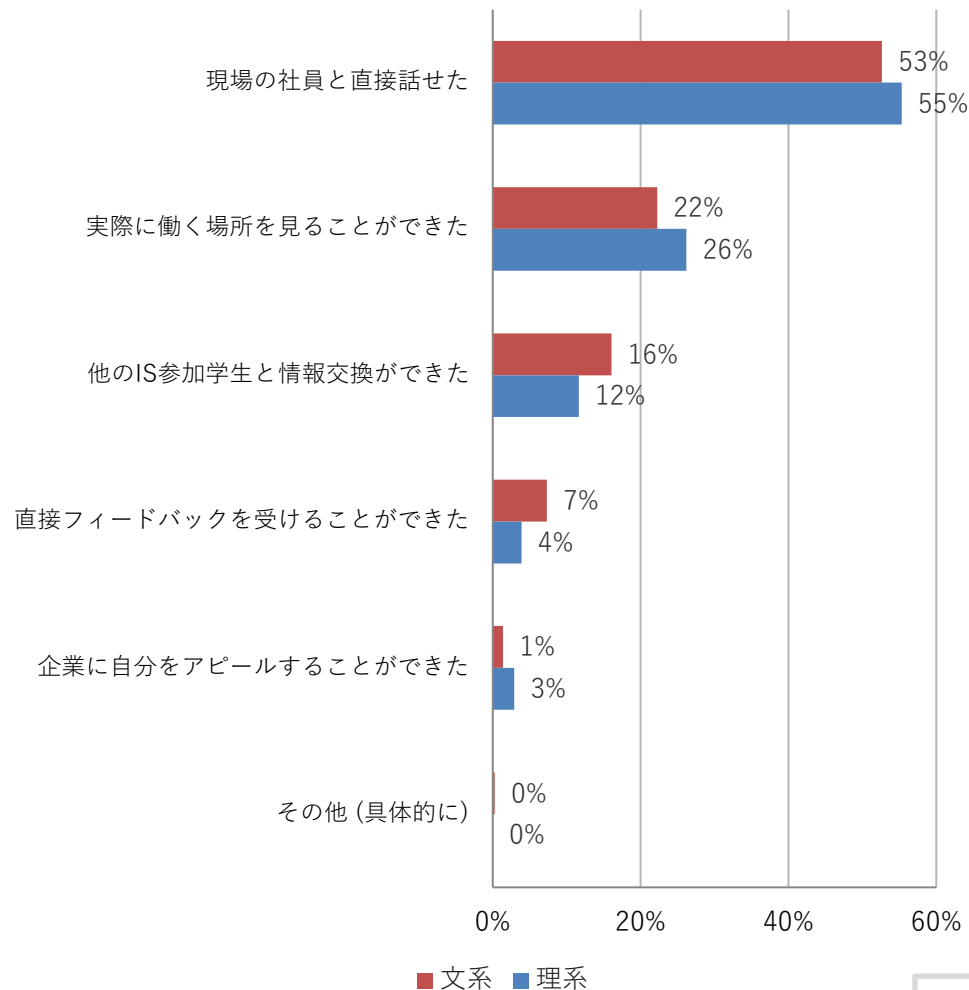
対面インターンシップの良かったところを教えてください

男女に大きな差はなく対面において現場社員と直接話せることは学生にとっての満足度を上げる結果になっている。また、対面で他の就活生と情報交換が出来る点も満足度をあげる一因となっているようだ。文理で大きな差はなく、「現場の社員と直接話せた」が多い結果に。いかに現場社員の協力を得ることが重要かが見てとれる。

【男女別】



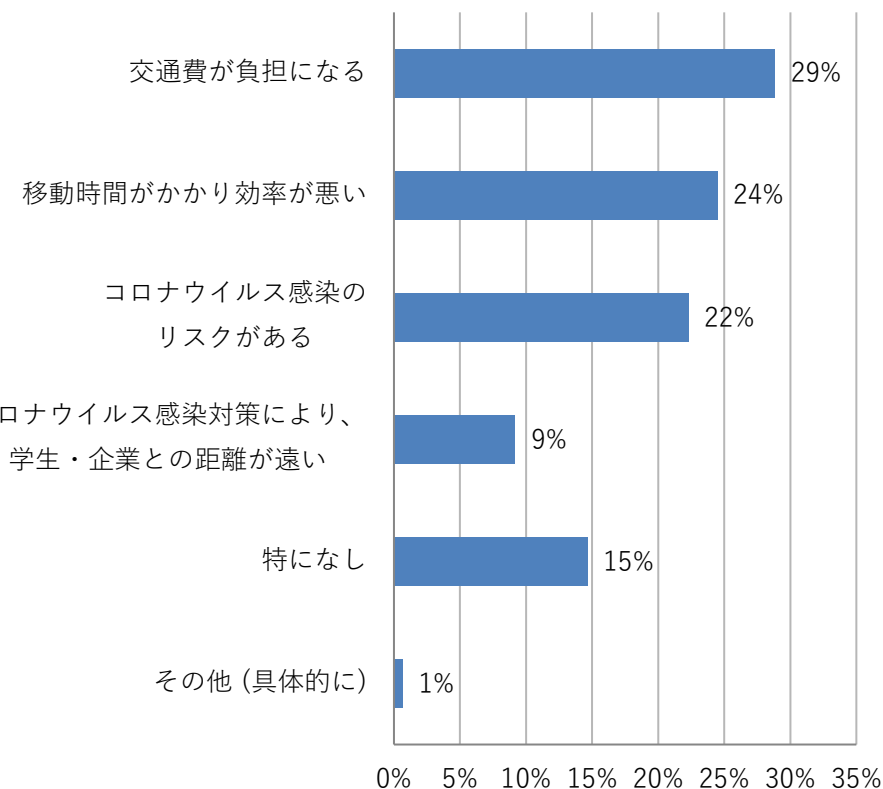
【文理比】



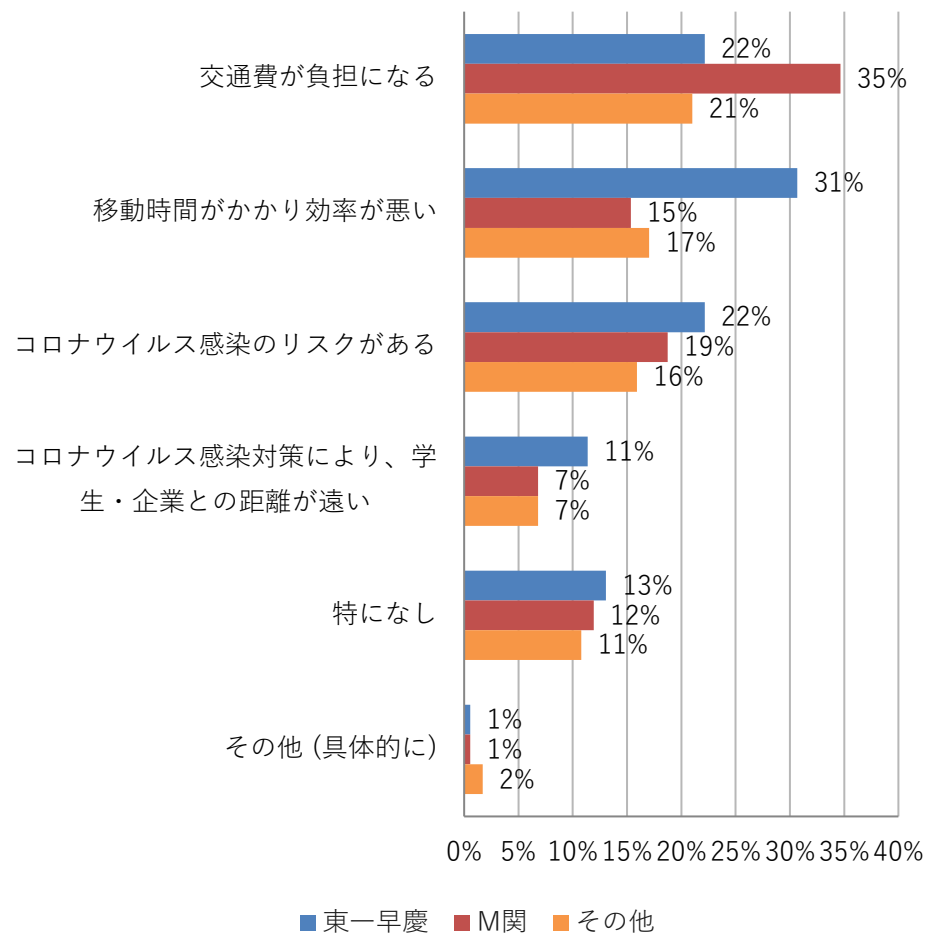
対面インターンシップの良くなかったところを教えてください。

対面インターンシップに対してのデメリットを感じていない学生も一定いる一方で、コロナウイルス感染のリスクや交通費・移動時間といった面でデメリットを感じている学生は多い。「東一早慶」の学生は「移動時間がかかり効率が悪い」の回答が最も多く、効率を気にしている。「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生は「交通費が負担になる」の回答が多い。

【全体】



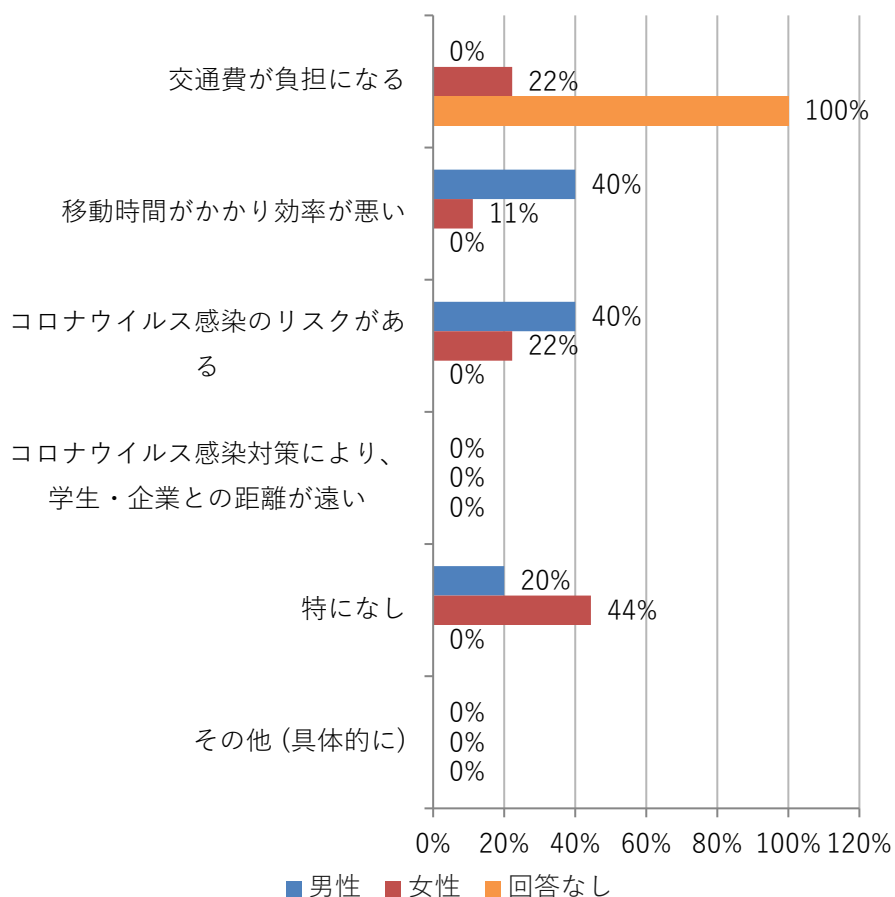
【学校別】



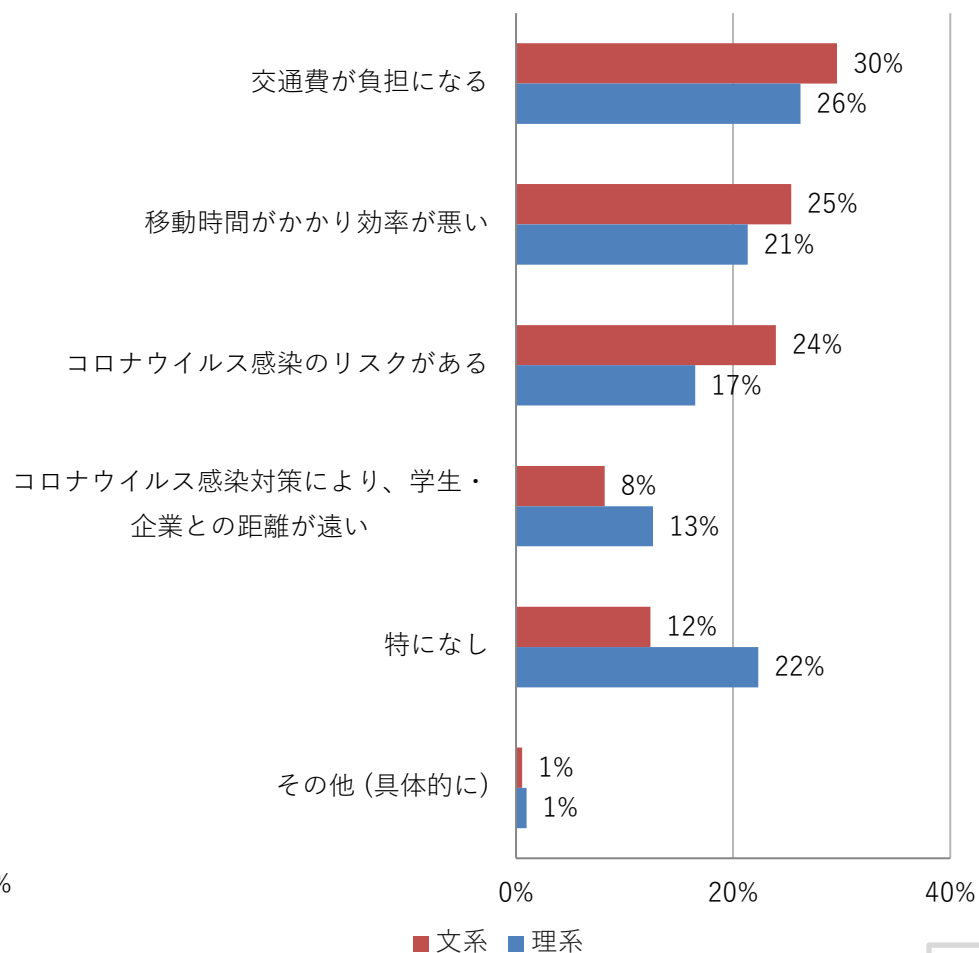
対面インターンシップの良くなかったところを教えてください

「交通費が負担になる」「移動時間がかかり効率が悪い」などオンライン就活に慣れてしまった学生にとっては、ネックになるようだ。また、やはりコロナのリスクも対面インターンシップには不安点として現れる結果に。「交通費が負担になる」「移動時間がかかり効率が悪い」の回答が多い。学生がオンライン就活に抵抗がなくなっている裏返しか。

【男女別】



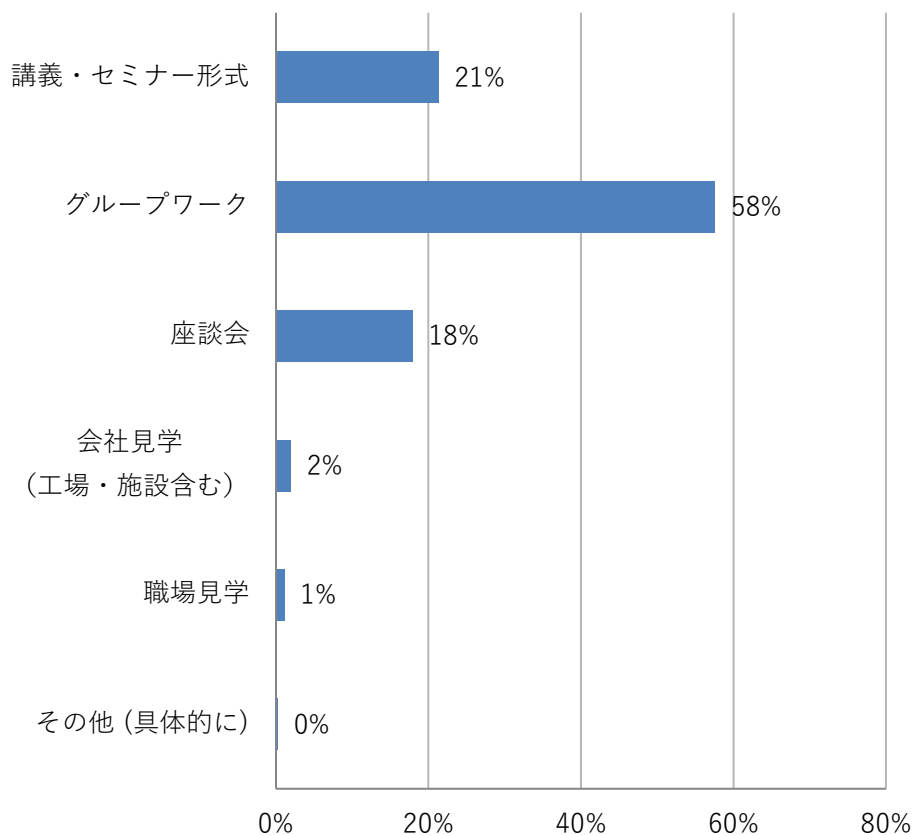
【学校別】



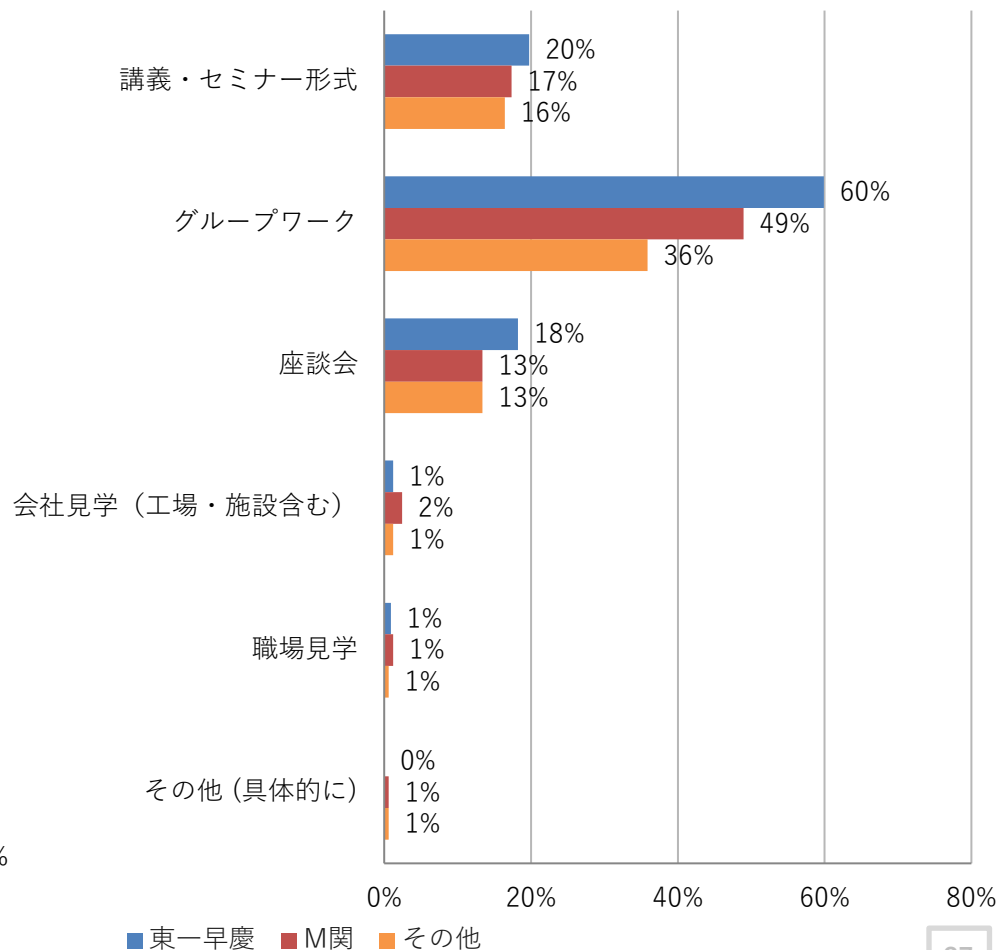
参加したオンラインインターンシップで良かった内容について教えてください。

オンライン環境下であっても、グループワークに対する人気は高い。学生たちにとって開催形式に影響を受けることなくグループワークは支持されやすい傾向にあることがわかる。
大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「グループワーク」の回答が多い。

【全体】



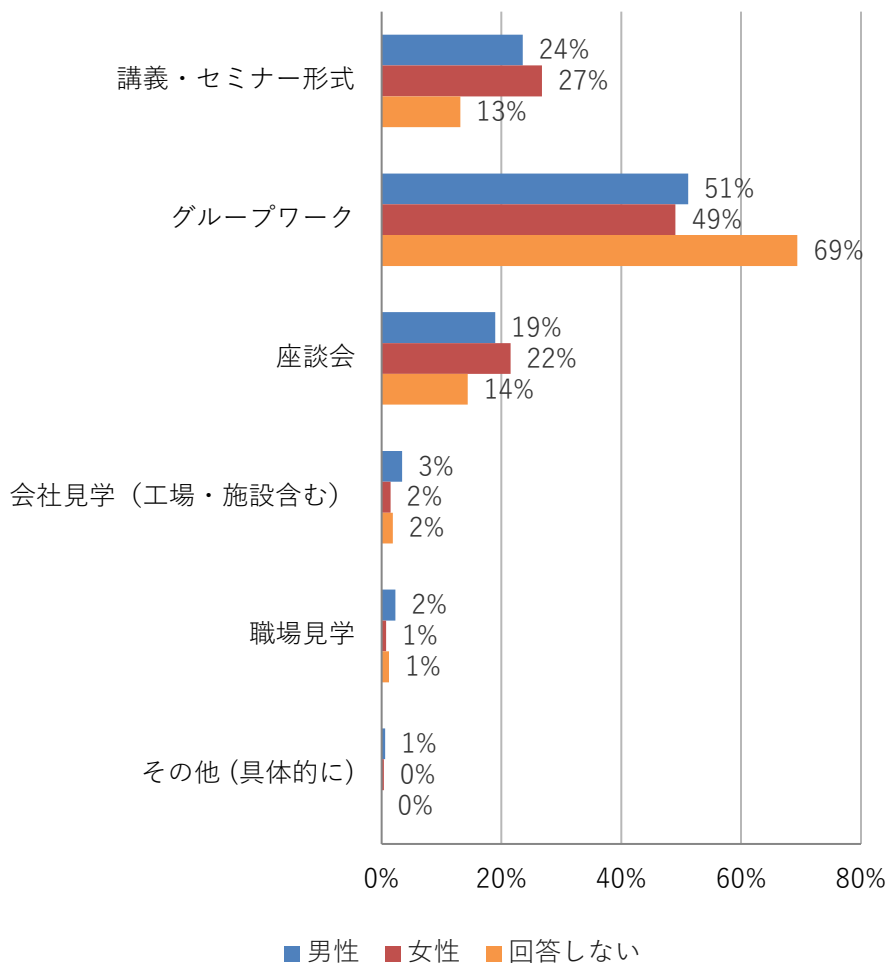
【学校別】



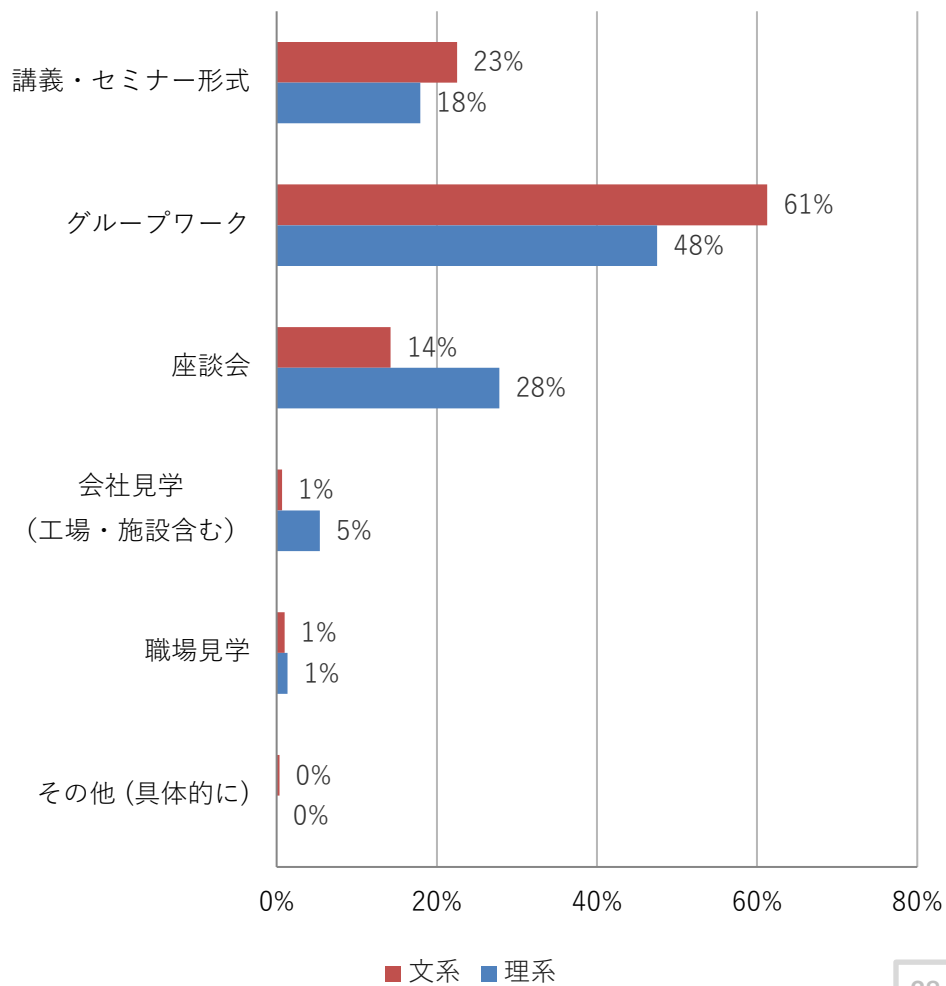
参加したオンラインインターンシップで良かった内容について

男女で特段大きな差はなく、グループワーク形式が好まれている。
文系は「グループワーク」が多い結果に。理系は「講義・セミナー形式」「グループワーク」「座談会」がほぼ同数の結果となった。

【男女別】



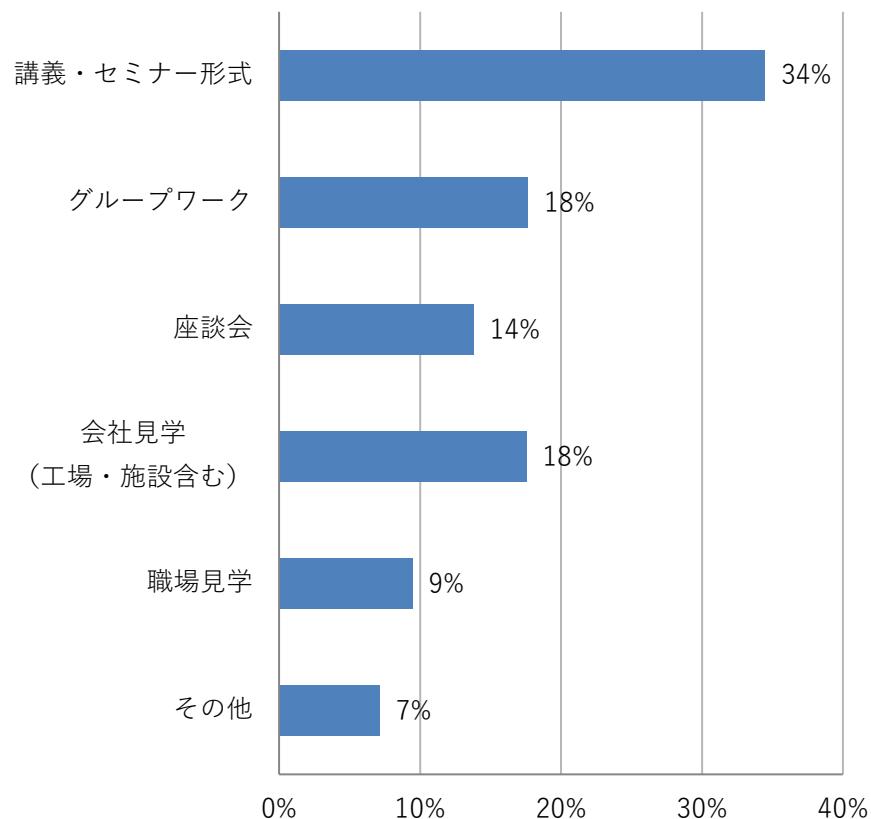
【文理比】



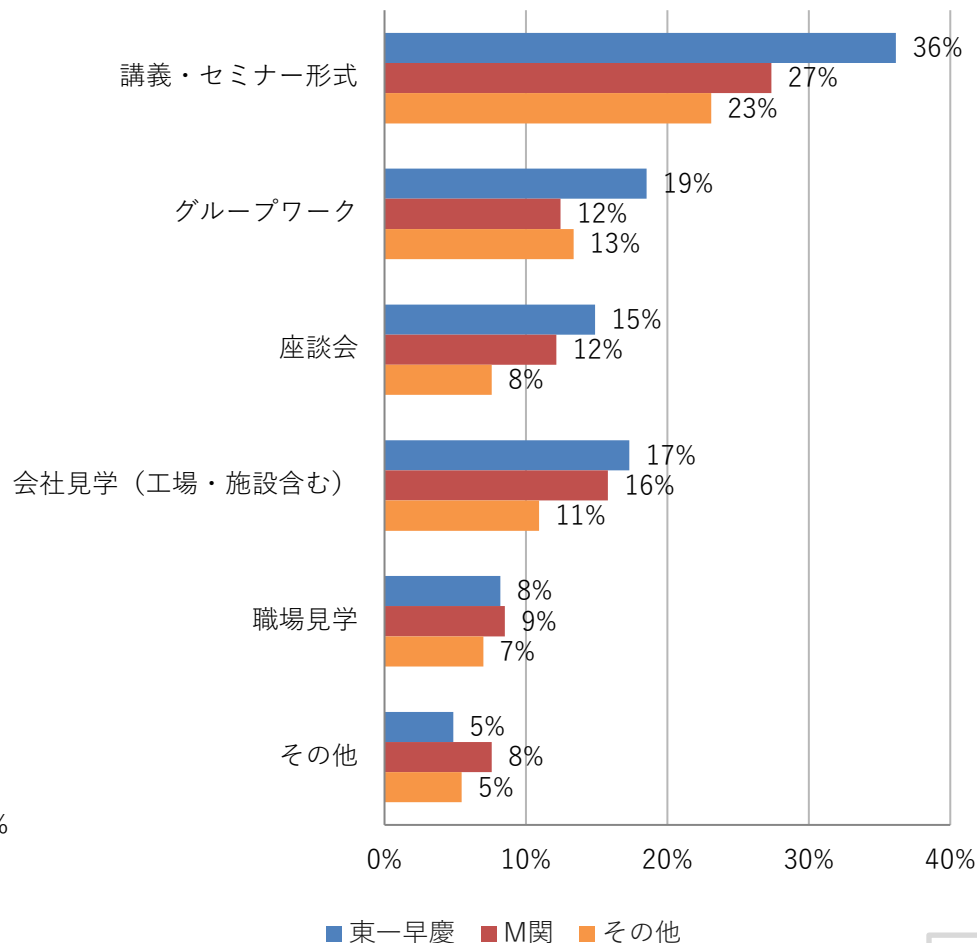
参加したオンラインインターンシップで良くなかった内容について

受け身の状態になってしまう講義・セミナーは、オンラインのインターンシップでは学生側からの不評を買ってしまっている状態。オンラインであっても仕事をイメージできる体験を学生たちは求めている。大学群毎の大きな傾向の違いは無いが、「東一早慶」の学生がそれ以外の学生と比べ、「会社見学」を回答している割合が高い。

【全体】



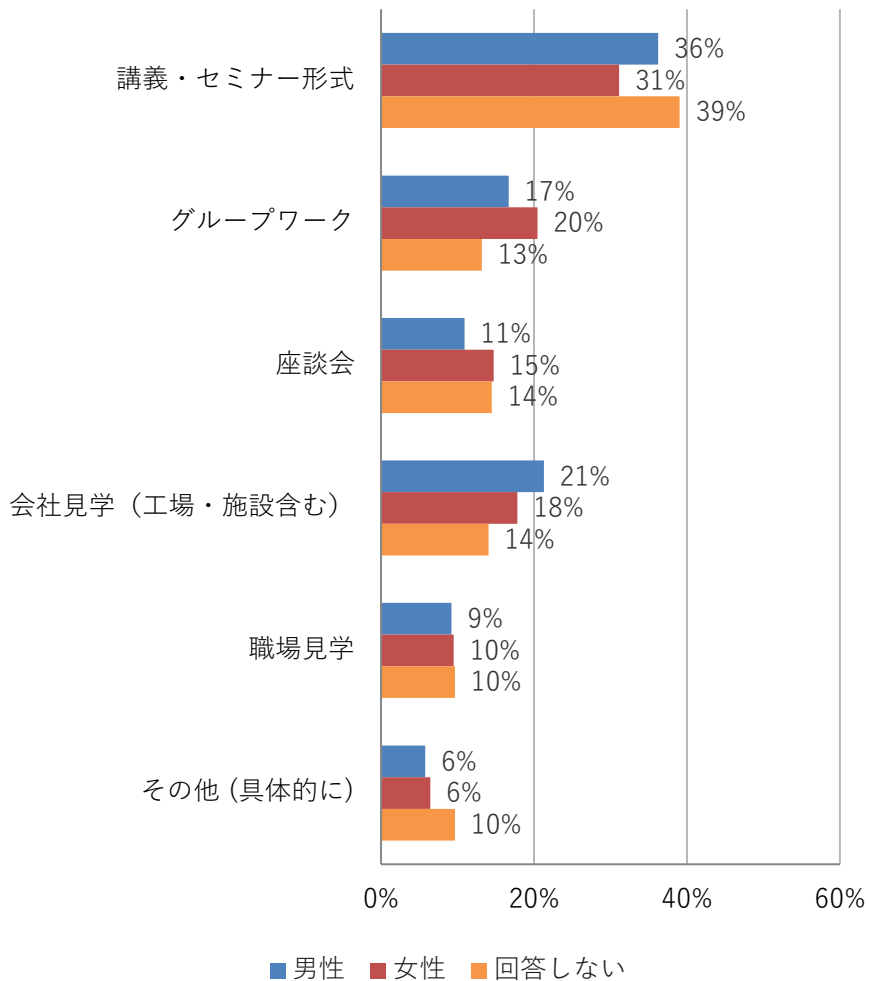
【学校別】



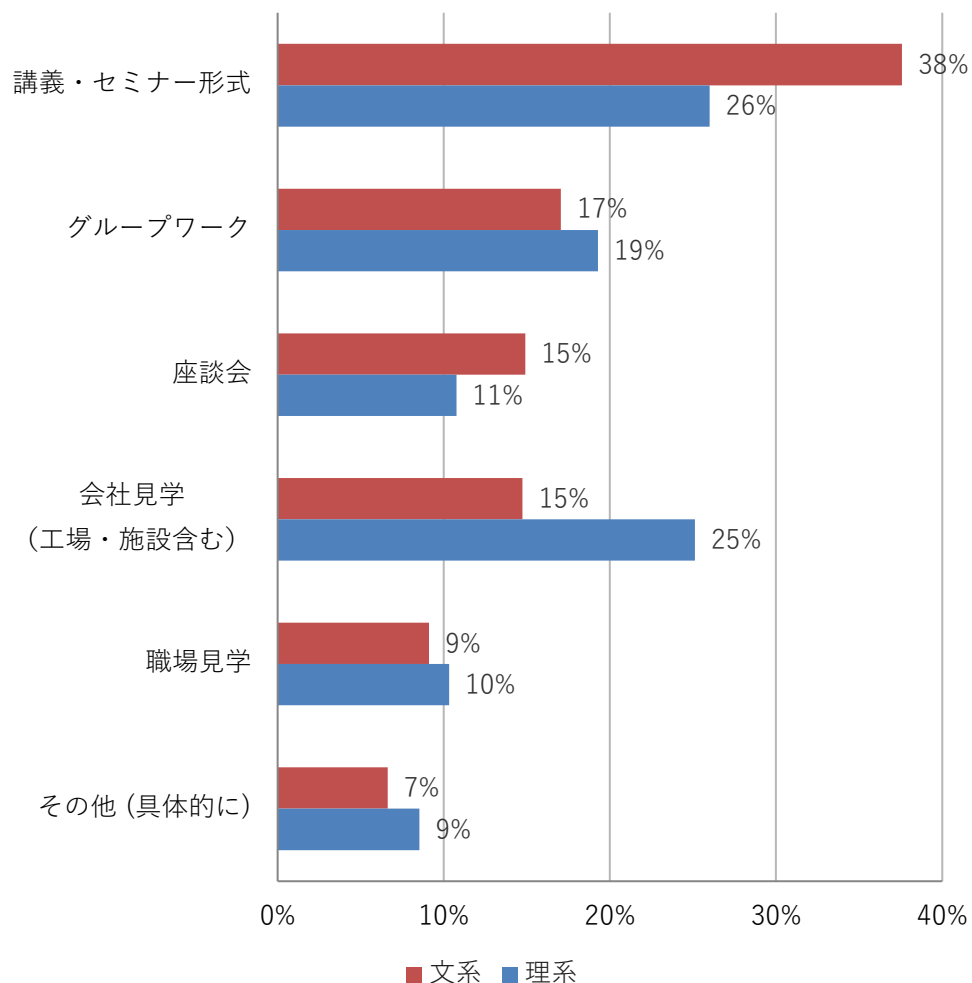
参加したオンラインインターンシップで良くなかった内容について

男女ともに「講義・セミナー形式」は好まれない傾向にある。インターンシップに望むことは、一方的な説明会のようなものではないことがうかがえる。文理共に講義・セミナー形式が多い結果に。理系は2番目に会社見学の回答が多かった。オンライン上で理系学生が望む会社、工場見学をするのはハードルの高さが見てとれる。

【男女別】



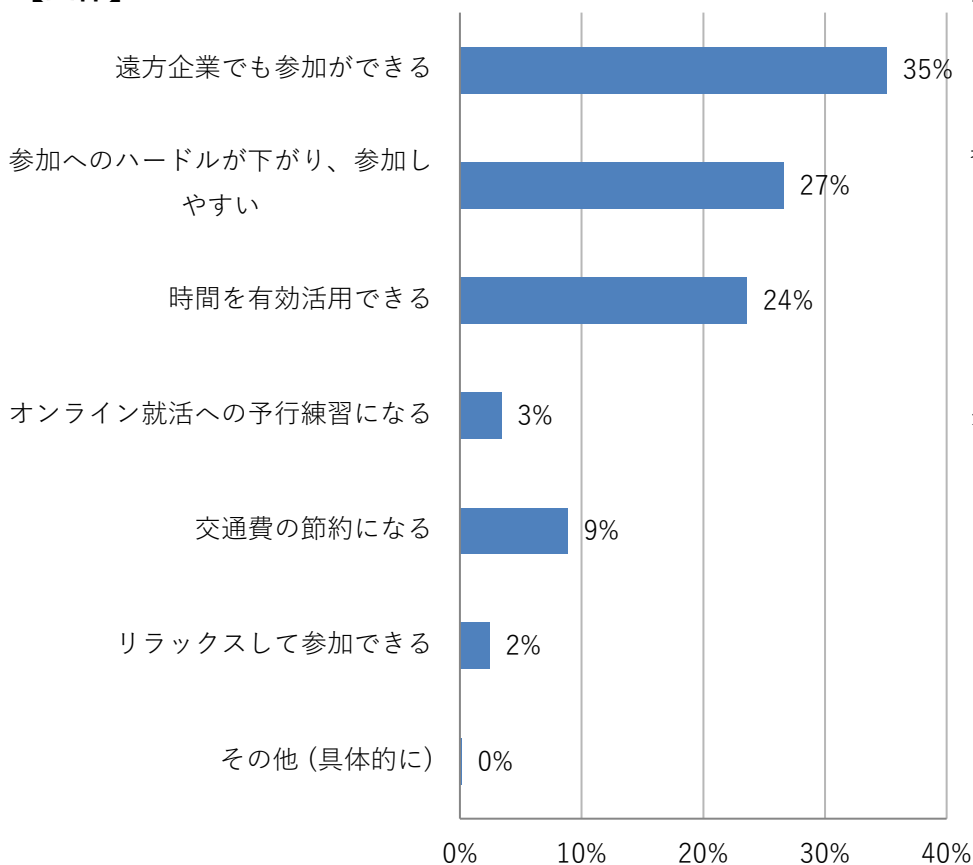
【文理比】



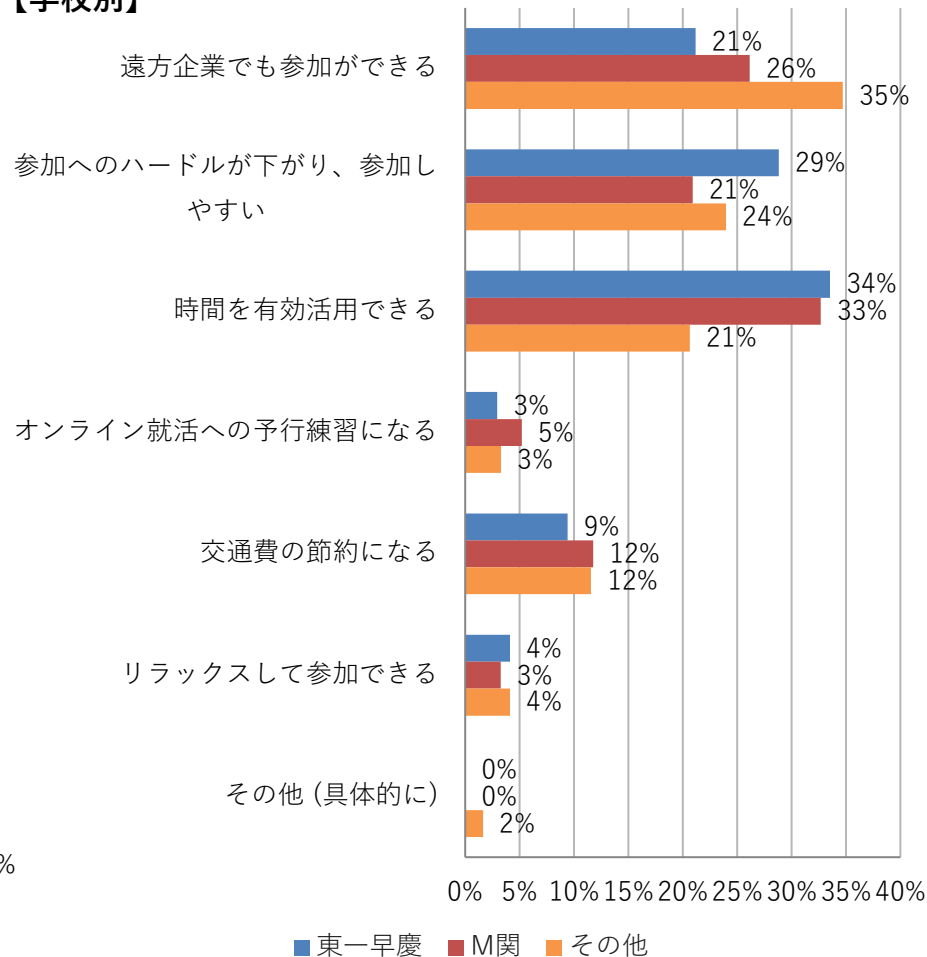
オンラインインターンシップの良かったところを教えてください

エリアフリーや時間の効率化など、さまざまな制限がなくなることによりオンラインでのインターンシップの参加にメリットを感じている割合は多く、学生にとって気軽に参加しやすい状態が生まれている。「東一早慶」「MARCH・関関同立クラス」の学生は「時間を有効活用できる」の回答が最も多く、「その他」の学生は「遠方企業でも参加ができる」の回答が最も多い。

【全体】



【学校別】



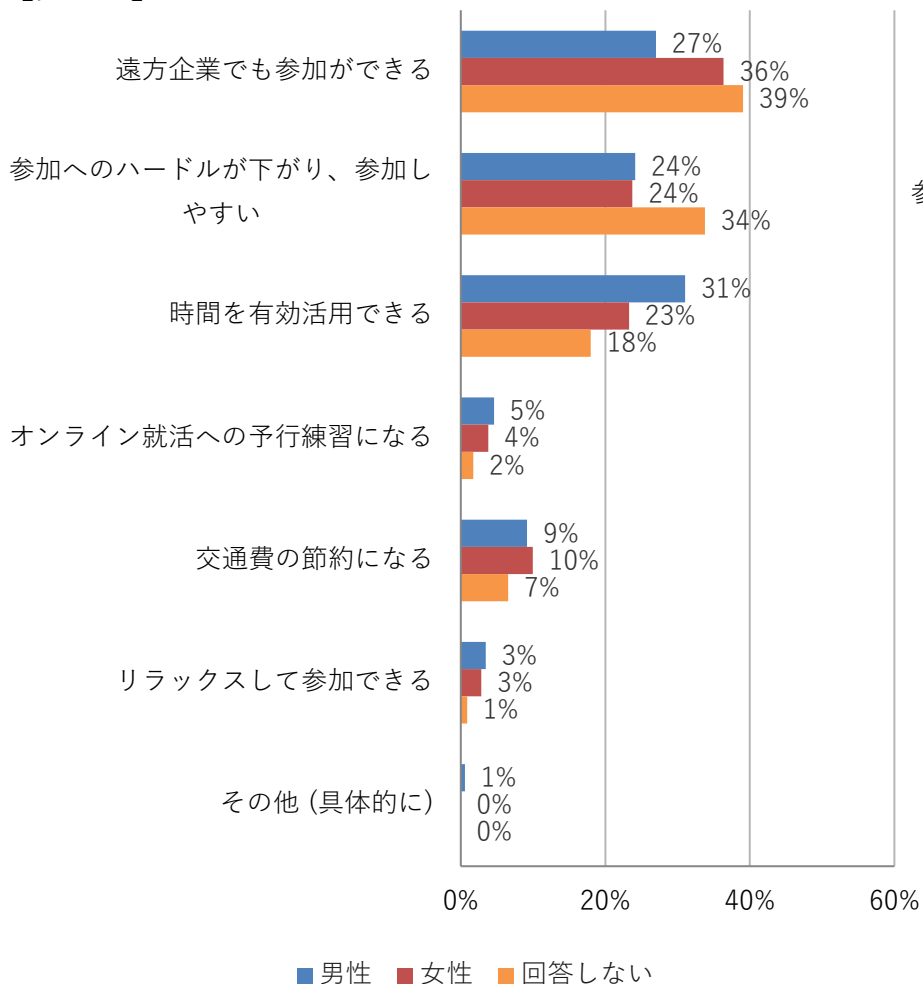
0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40%

■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

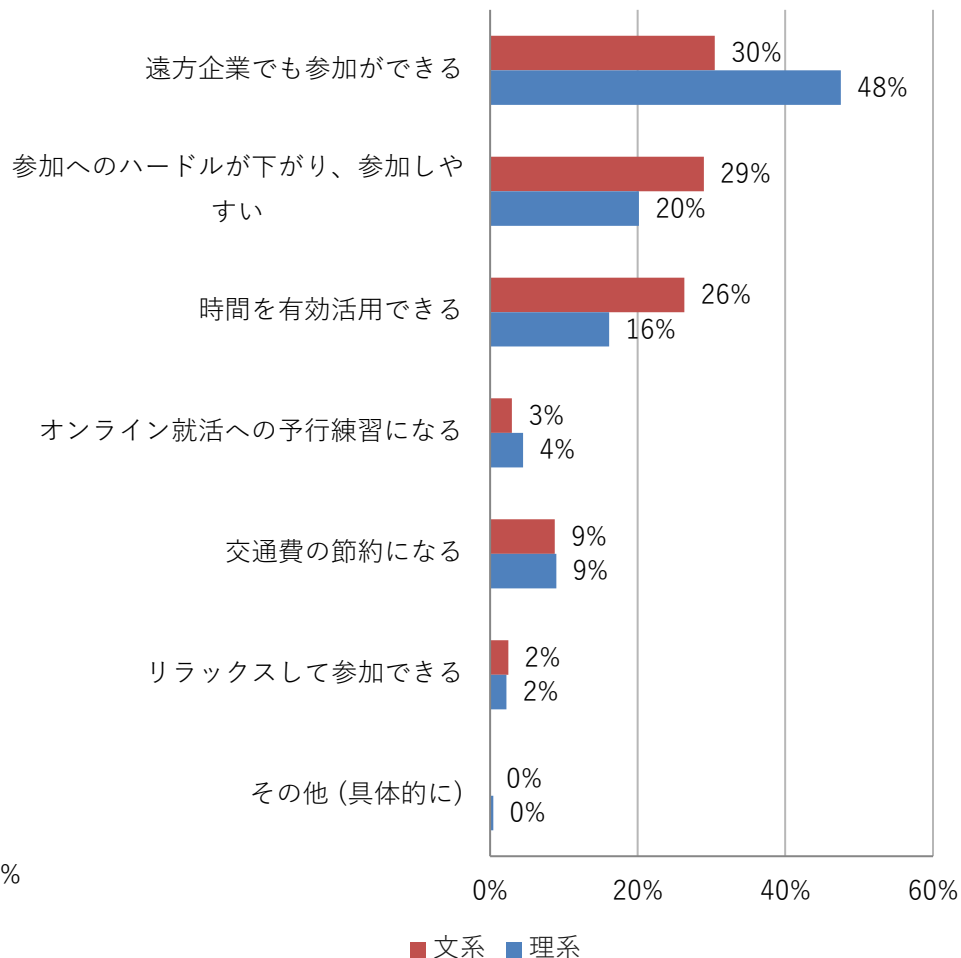
オンラインインターンシップの良かったところを教えてください

男性は「遠方企業でも参加できる」女性は「参加へのハードルが下がり、参加しやすい」の回答が多い。文系は参加のしやすさ、理系は遠方でも参加できるという利便さを重視する傾向がみてとれる。

【男女別】



【文理比】

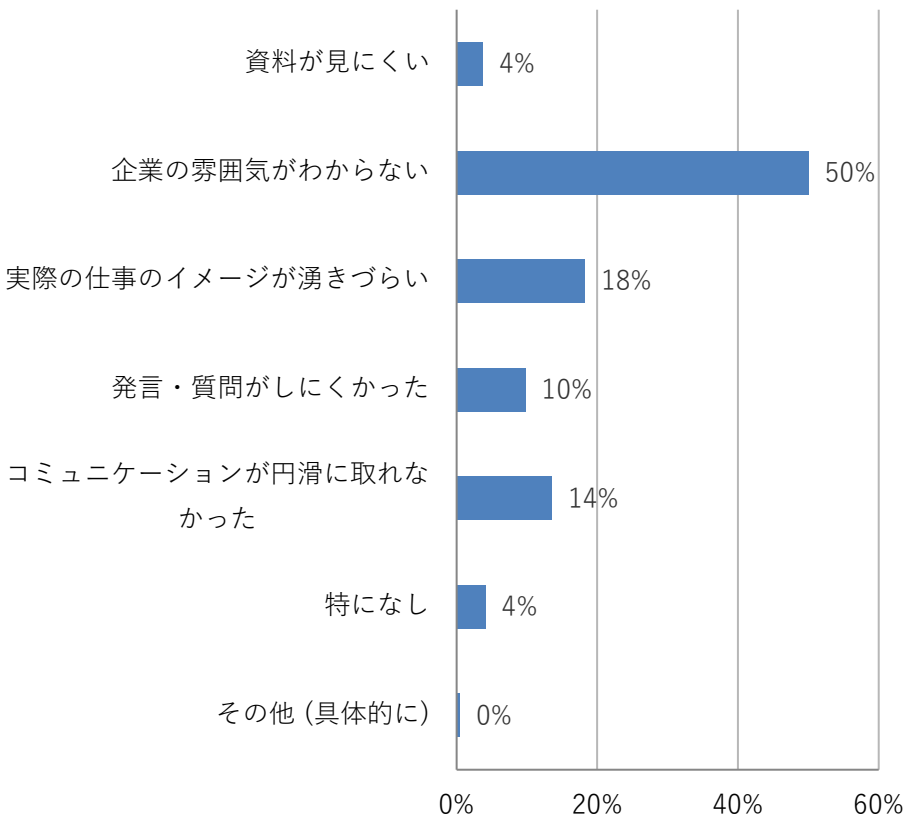


オンラインインターンシップの悪かったところを教えてください

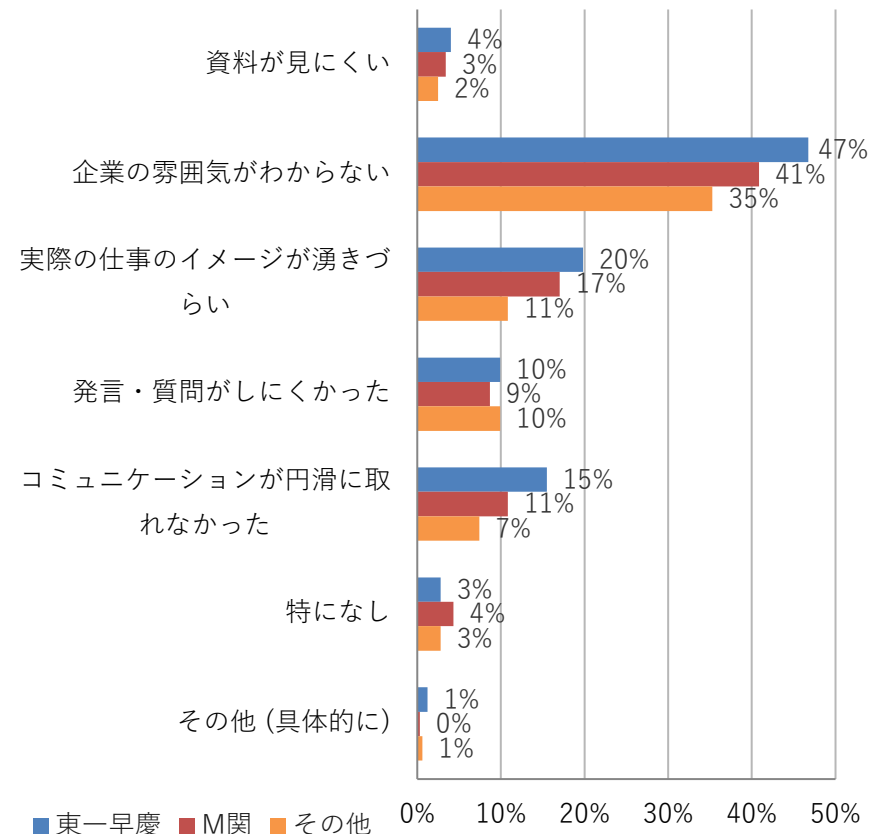
オンラインのみでのコミュニケーションでは、企業の雰囲気を感じづらく実際の仕事イメージをきちんと醸成することができていない可能性がある。

大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「企業の雰囲気がわからない」の回答が多い。

【全体】



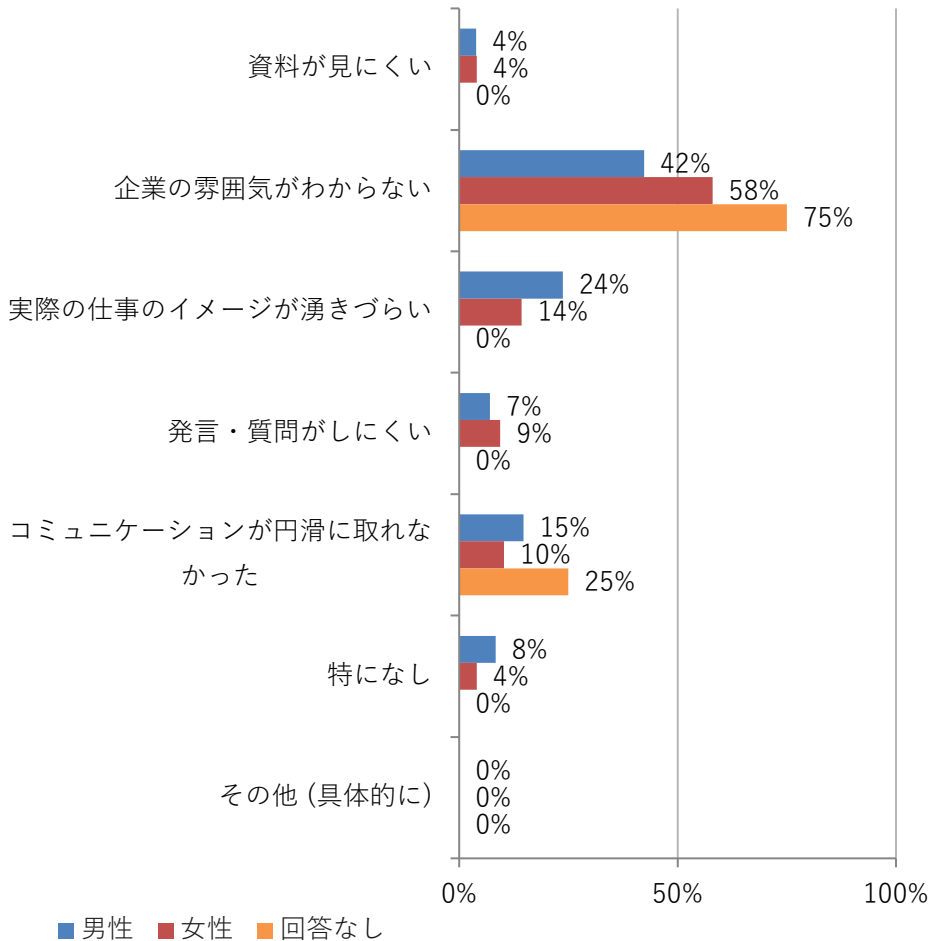
【学校別】



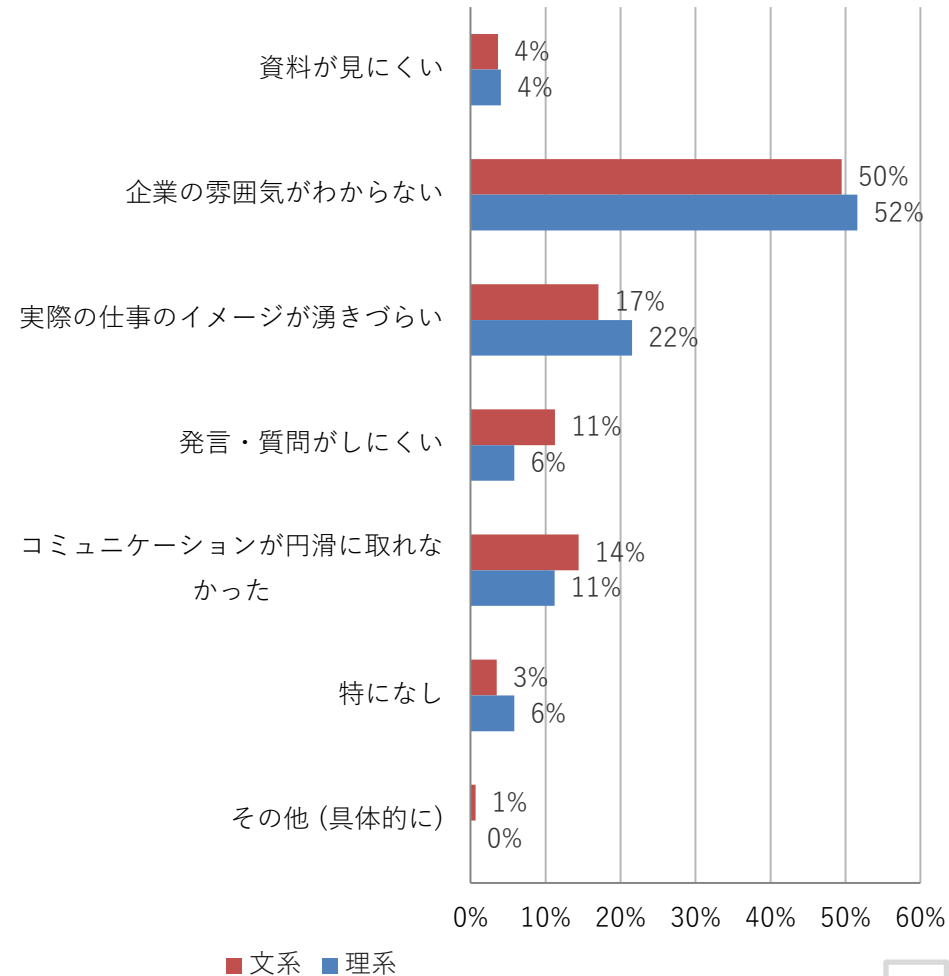
オンラインインターンシップの悪かったところを教えてください

男女ともに「企業の雰囲気がわからない」の回答が多い。次点は「実際の仕事のイメージが湧きづらい」やや男性の回答が多い。文理ともに半数近くが企業の雰囲気がわからないと回答。オンラインでいかに雰囲気、社風を伝えられるかが、重要となる。

【男女別】



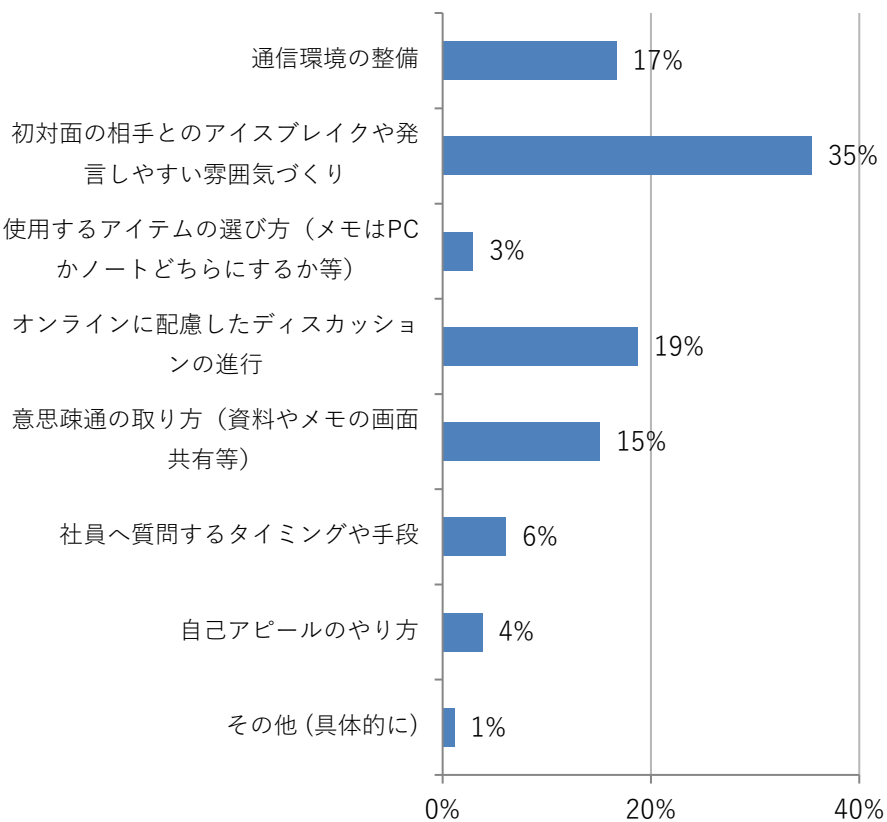
【文理比】



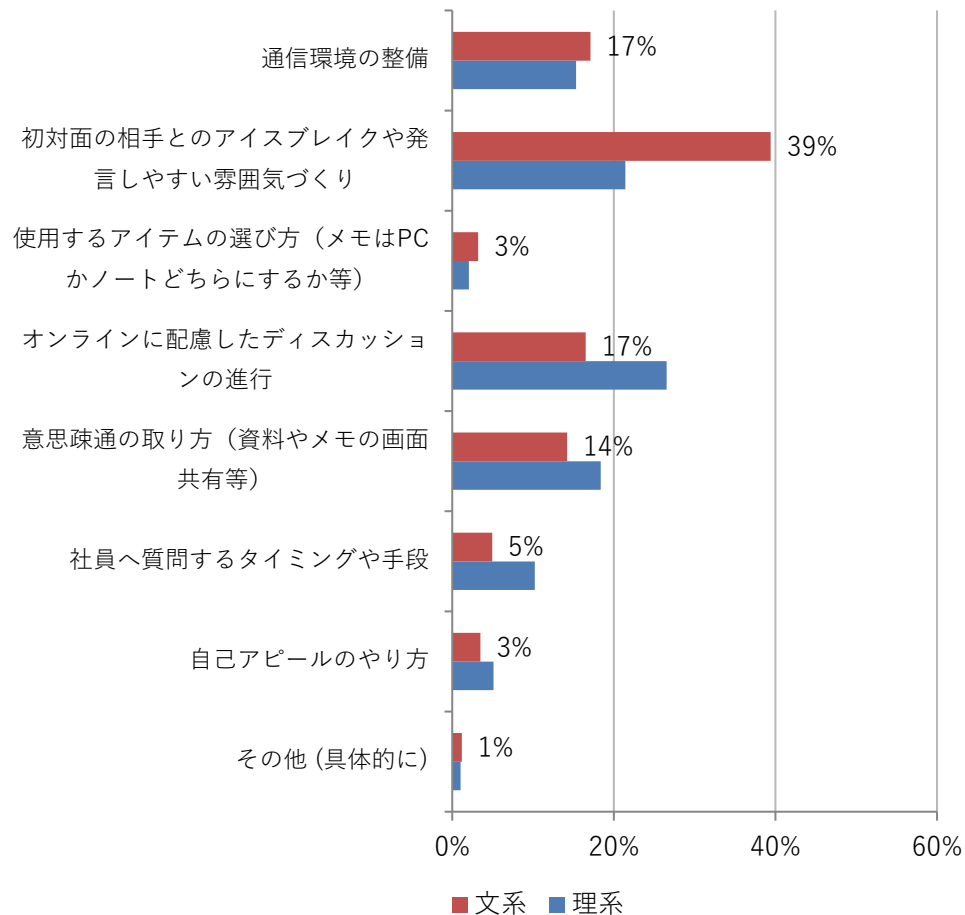
オンラインインターンシップに参加する中で苦労した点を教えてください

インターンシップでは他の学生や先輩社員との交流を求められることが多いなか、オンラインで初対面との相手とのアイスブレイクの難しさに戸惑いを感じている学生は比較的に多い。文系は「初対面の相手とのアイスブレイクや発言しやすい雰囲気づくり」の回答が多く、理系は「オンラインに配慮したディスカッションの進行」が多かった。文系は他に参加する学生を意識し理系は内容そのものを意識していることが伺える。

【全体】



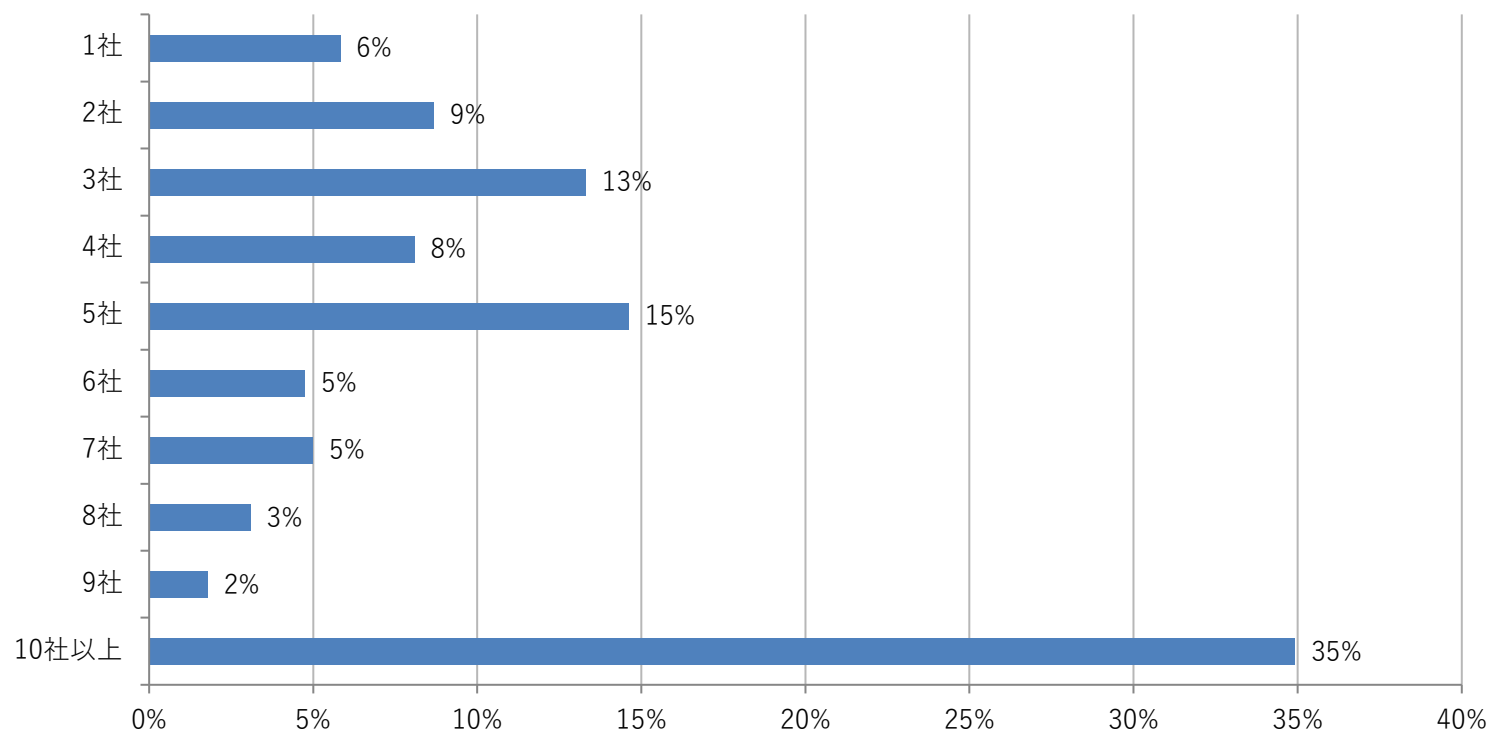
【文理比】



インターンシップに参加した社数について教えてください

インターンシップに「10社以上」参加したという学生は3割を超えており、全体を通じて複数社のインターンシップに参加するのが当たり前の状況になっていることが伺える。

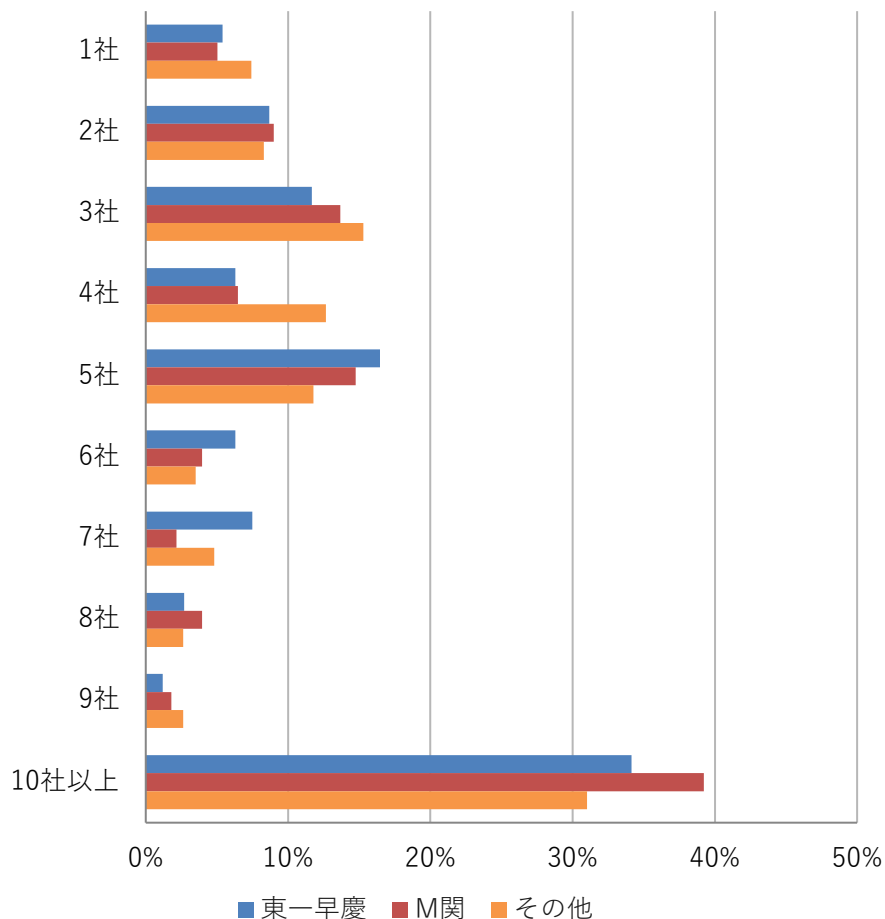
【全体】



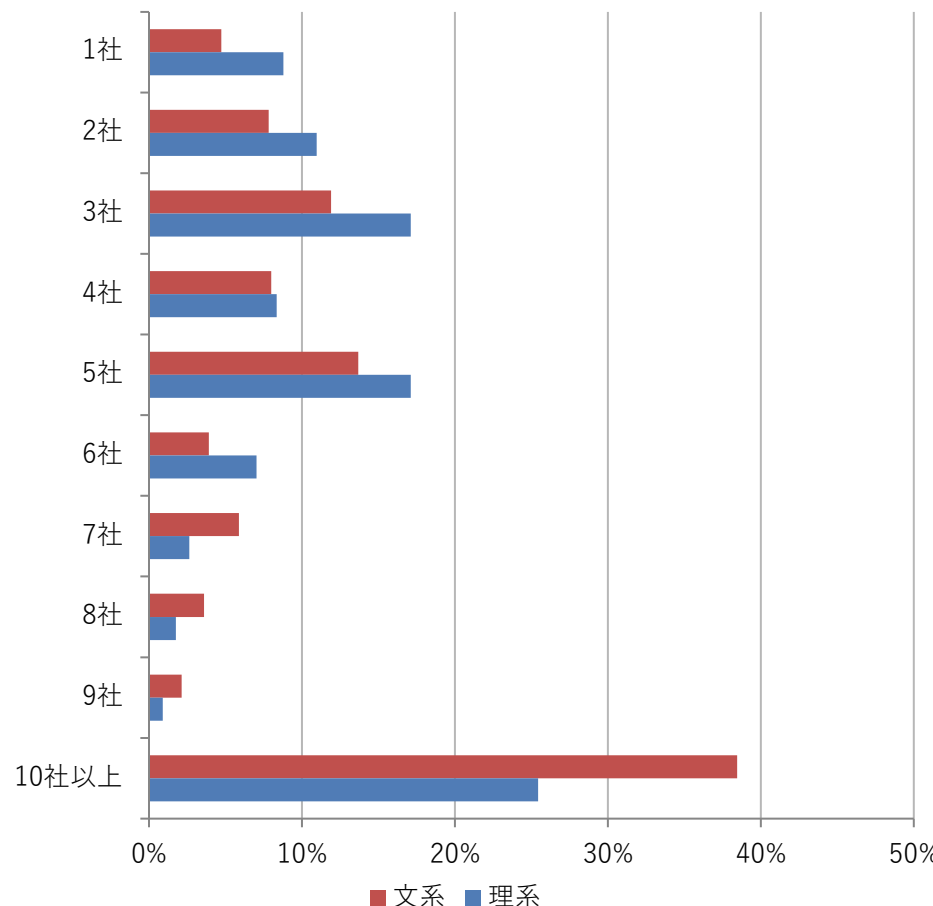
インターンシップに参加した社数について教えてください

大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「10社以上」の回答が多い。
文系は「10社以上」と回答した学生が38%にも及ぶ。理系も25%が「10社以上」と回答しており、学生のインターン参加への意欲は上がっている。

【学校別】



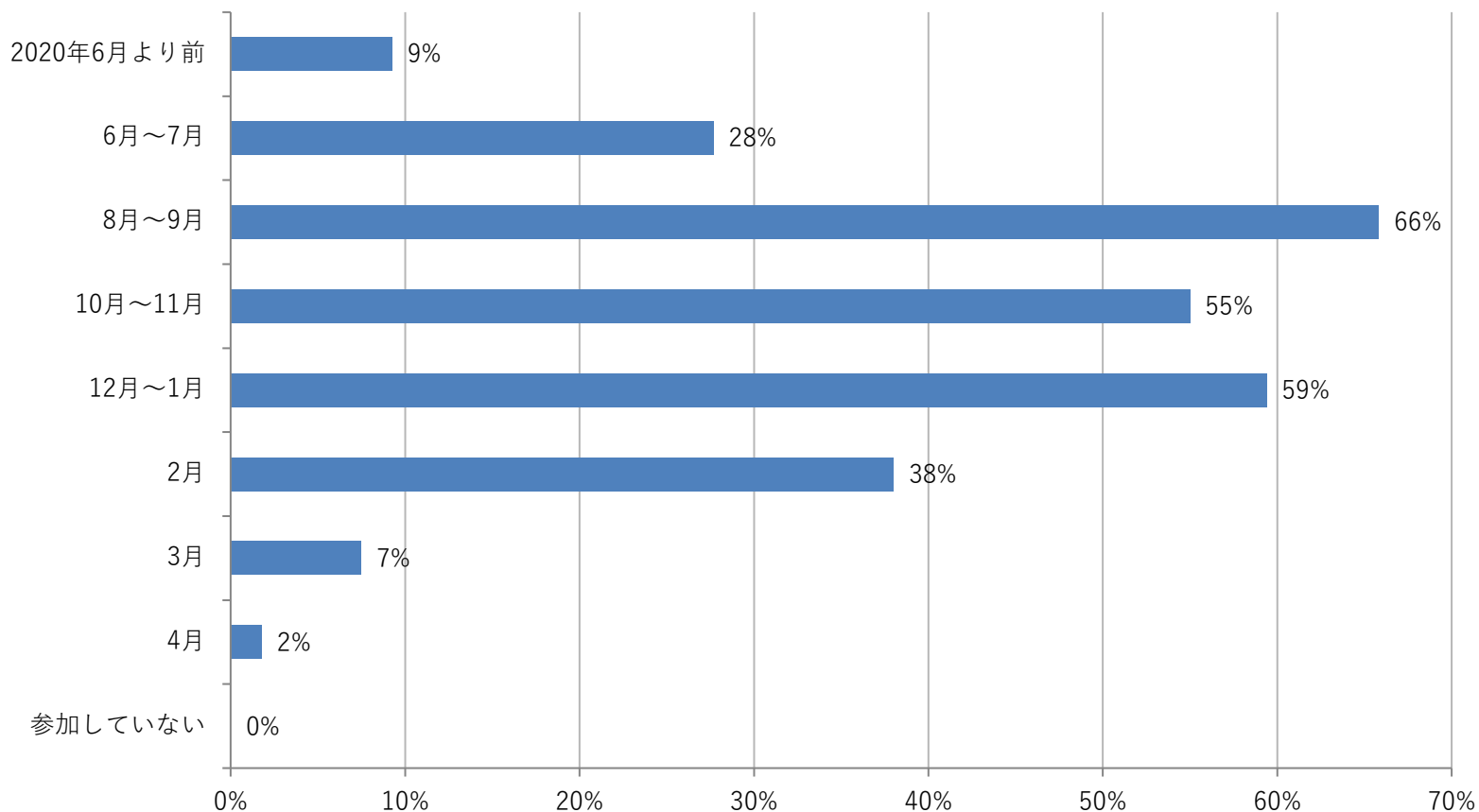
【文理比】



インターンシップへの参加の時期について教えてください（複数選択可）

もっとも精力的に活動している時期は8月から9月にかけての期間であり、企業広報解禁の半年前から多くの学生たちが就職活動に力を入れており、早期化の傾向が顕著に出ている結果となった。

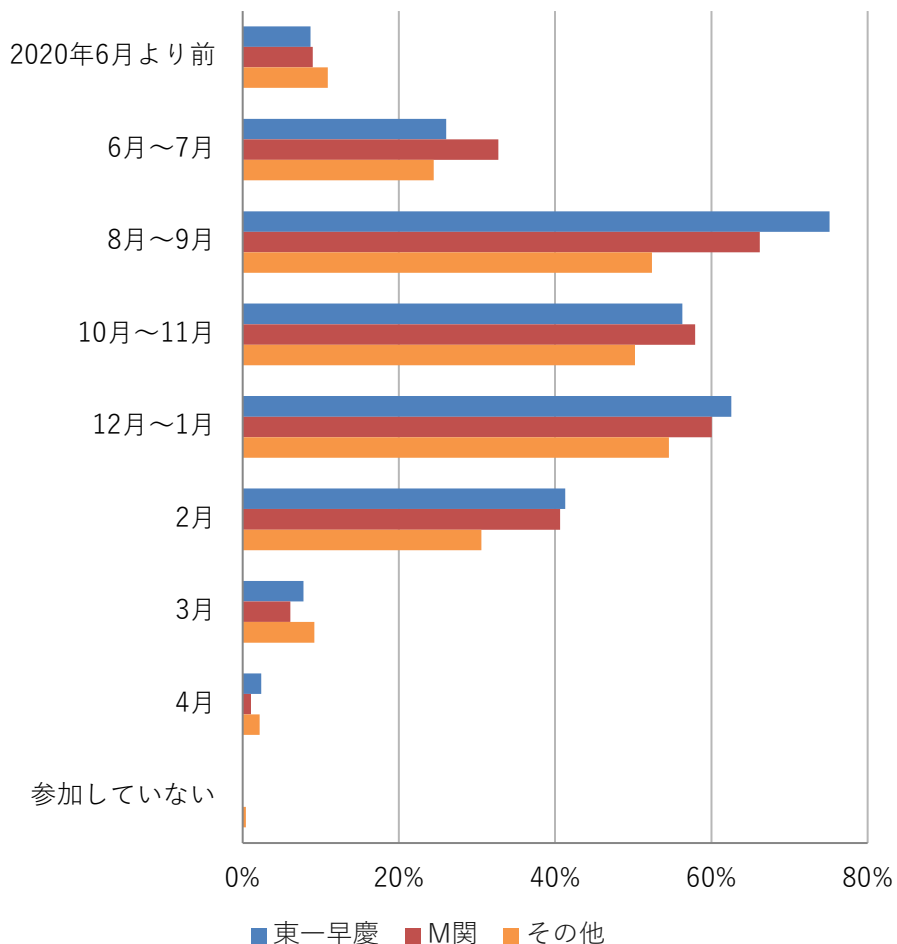
【全体】



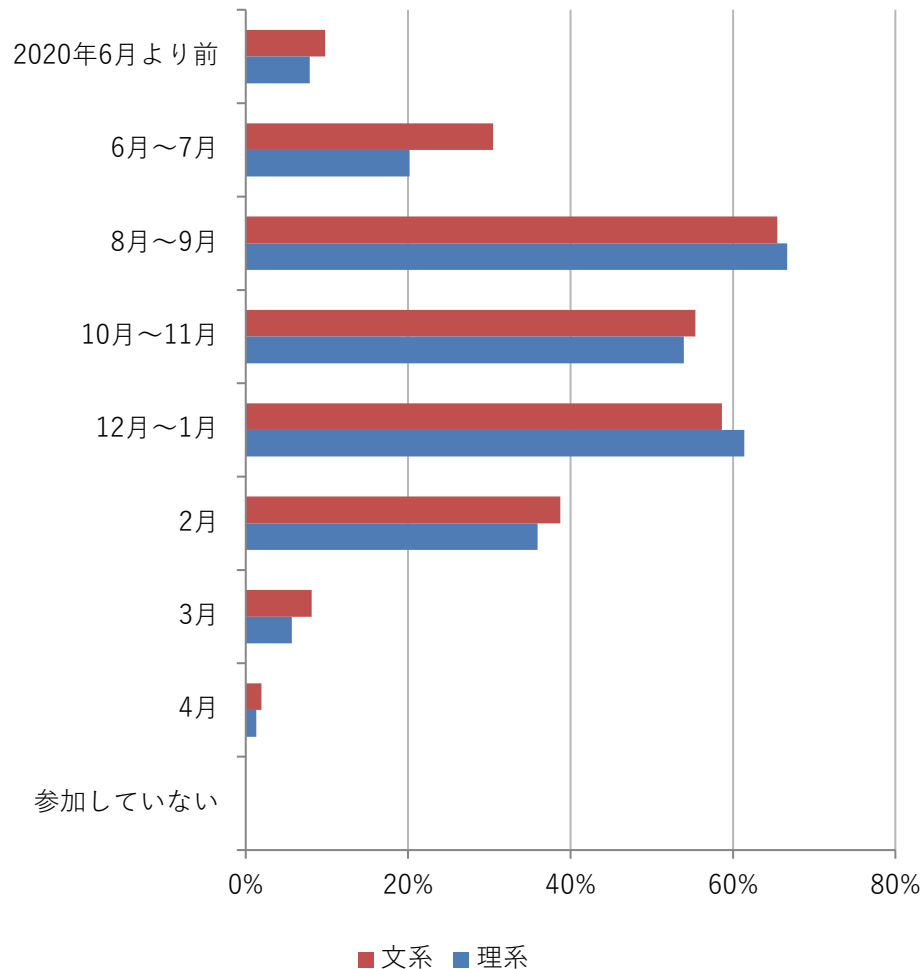
インターンシップへの参加の時期について教えてください ※複数選択可

「東一早慶」「MARCH・関関同立クラス」の学生は「8月~9月」の回答が最も多く、「その他」の学生は「12月~1月」の回答が最も多い。文理ともに「8月~9月」の参加が一番多い結果に。ただ「10月~11月」「12月~1月」もさほど変わらない。例年多かった「2月」は減少傾向。

【学校別】



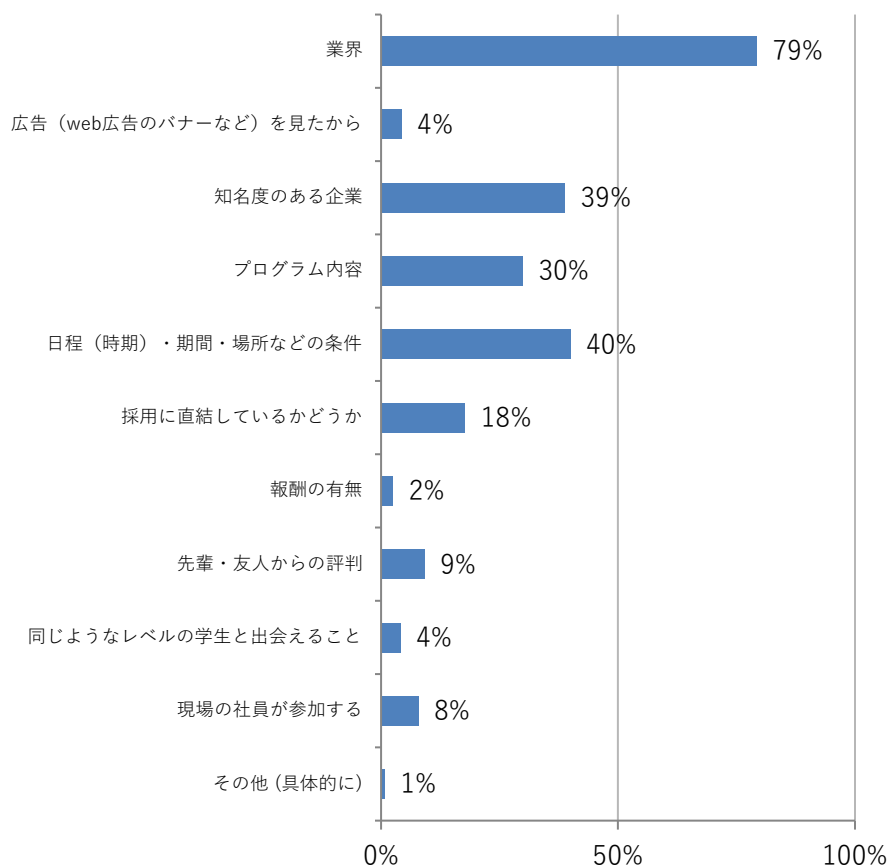
【文理比】



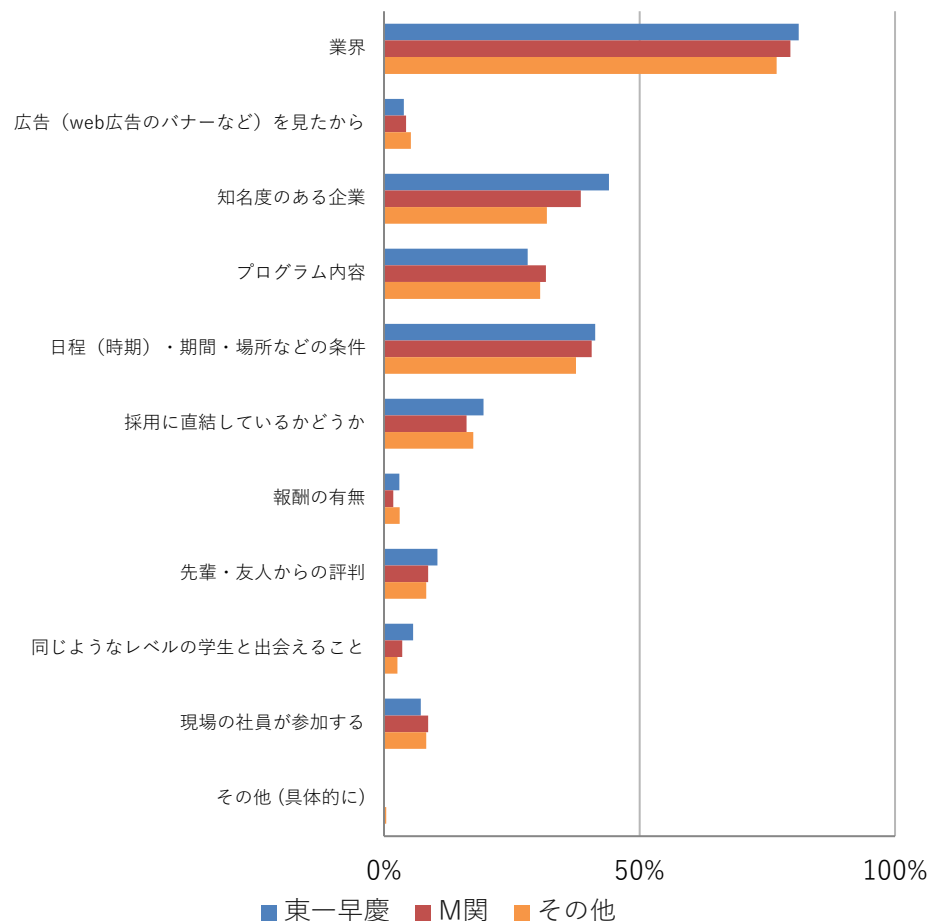
インターンシップ応募先企業をどのような軸で選びましたか。（複数選択可）

就職活動初期であるインターンシップの応募時期は、興味のある業界を中心に応募する傾向があった。一方で企業の知名度や開催日程など、その他の要素においても学生が選択する上で重要なポイントであることがわかった。大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「業界」の回答が多い。

【全体】



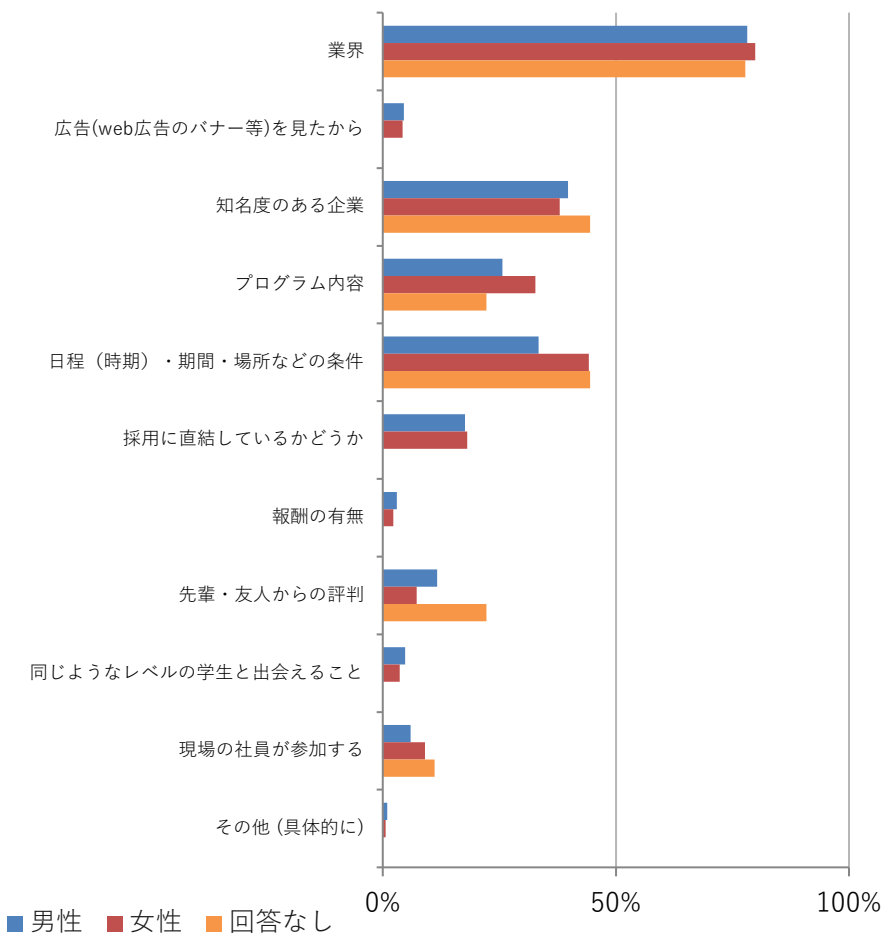
【学校別】



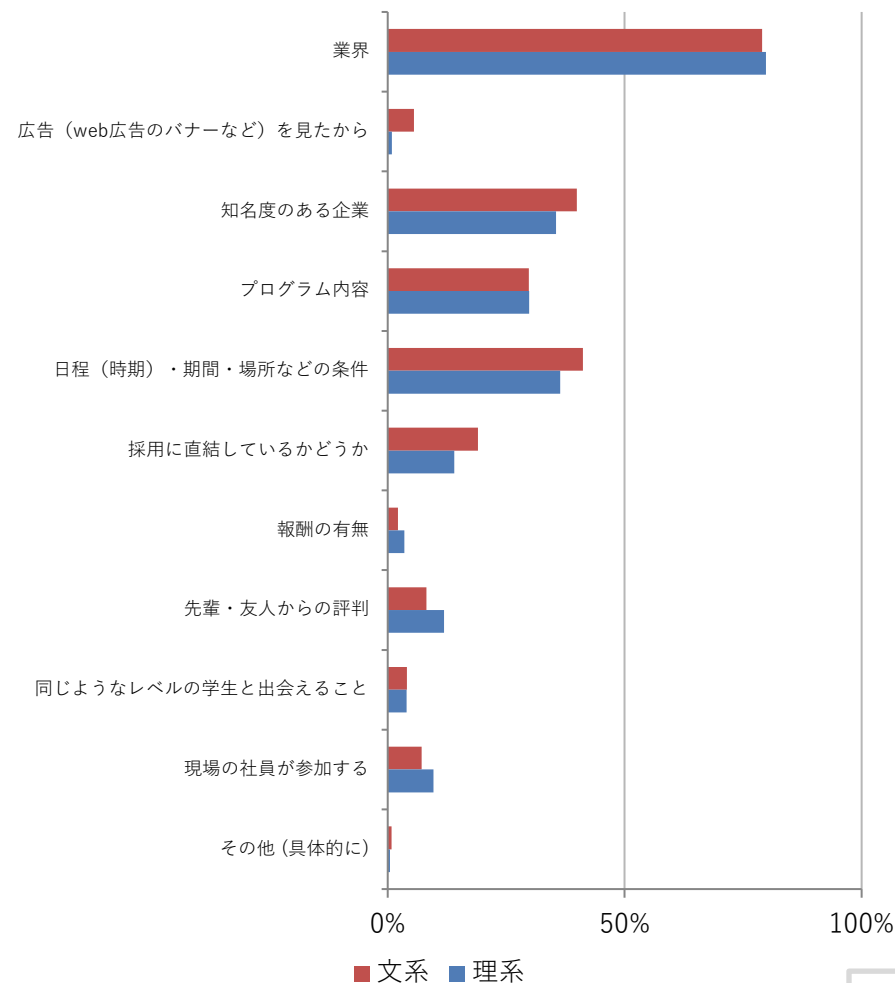
インターンシップ応募先企業をどのような軸で選びましたか ※複数選択可

男女ともに「業界」が多い結果に。インターンシップ期の早いタイミングでは幅広く業界に焦点をあてて応募先を選んでいる学生が多い。文理共に「業界」を軸にインターンの応募先を選んでいる学生が非常に多い。インターンシップは業界研究の位置づけで参加している学生が多いのかもしれない。

【男女別】



【文理比】

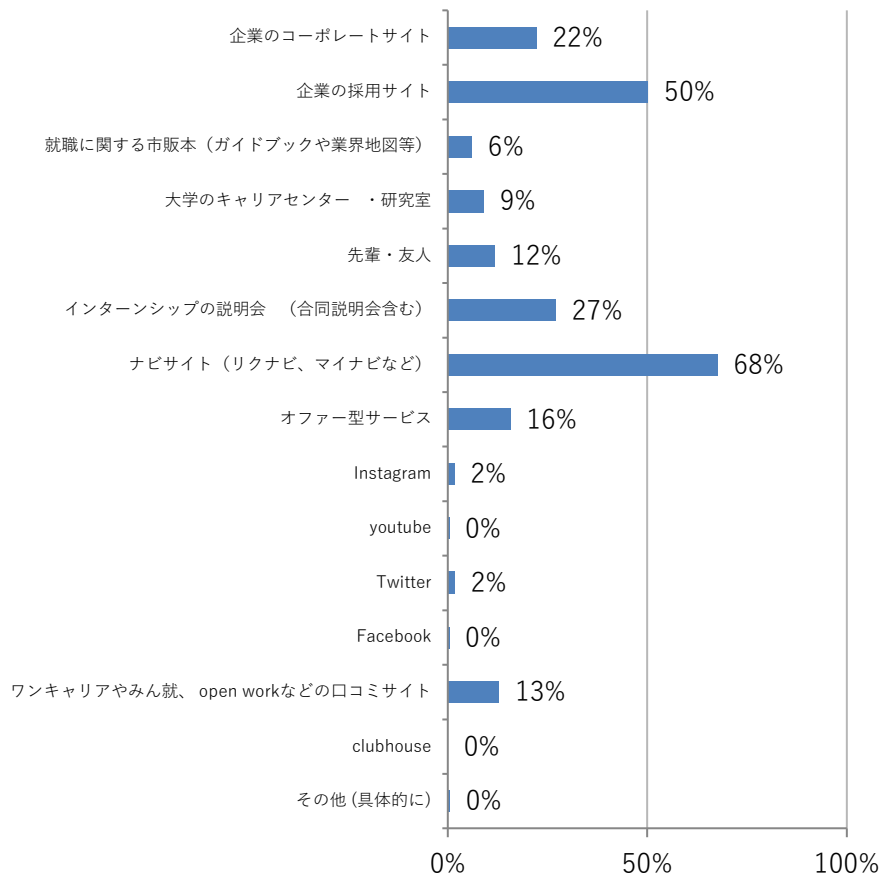


インターンシップをどのようにして見つけましたか。（複数選択可）

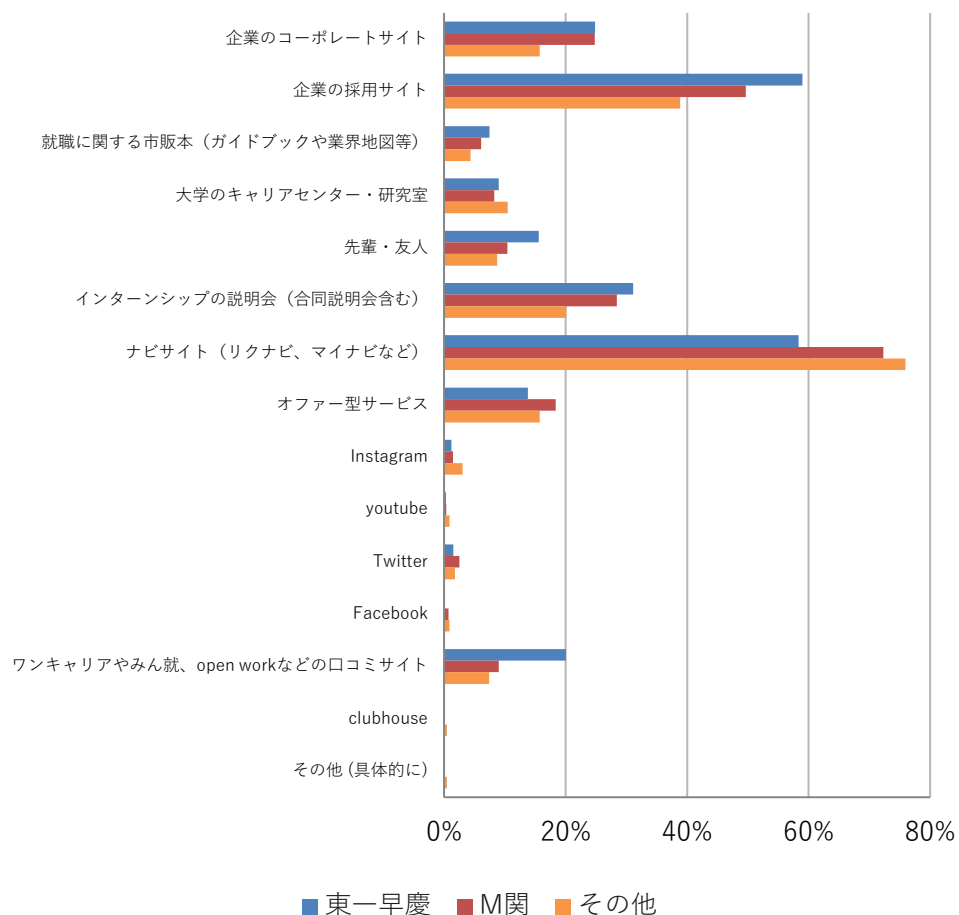
ナビサイトを中心にインターンシップを探しているものの、採用WEBサイトやコーポレートサイトなどナビ以外の経路から情報収集を行っている割合も非常に高い。

「東一早慶」の学生は「企業の採用サイト」が最も回答が多く、「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生は「ナビサイト」が多い。また「東一早慶」の学生は口コミサイトを利用している割合が高い。

【全体】



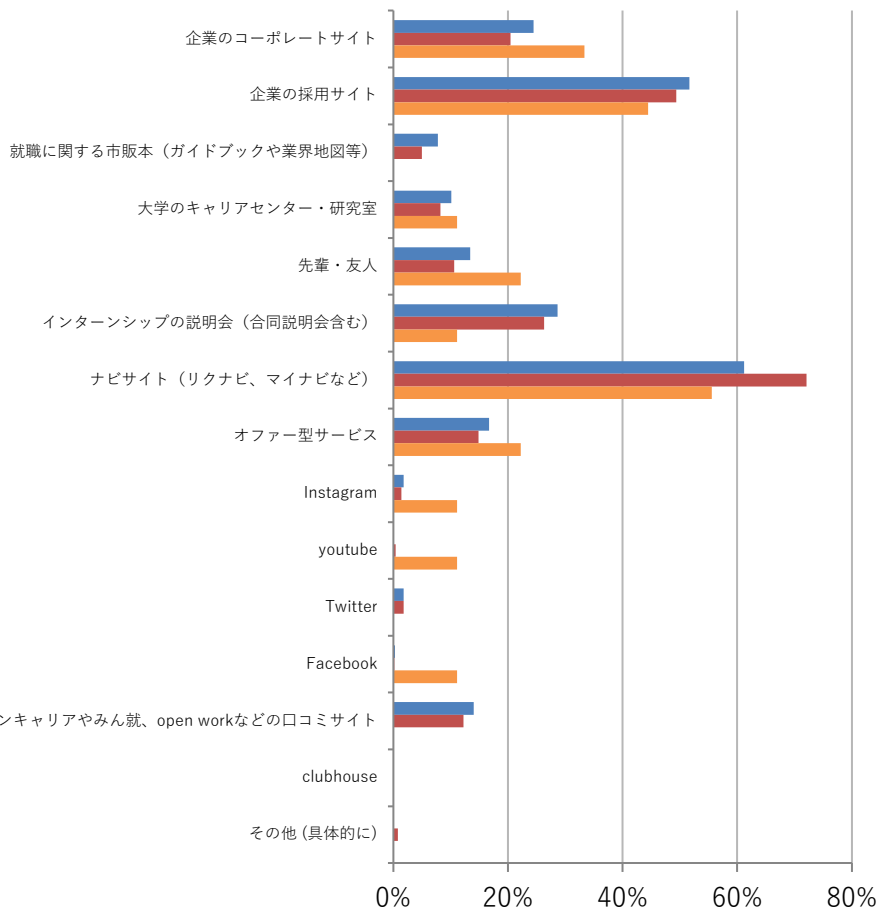
【学校別】



インターンシップをどのようにして見つけましたか ※複数選択可

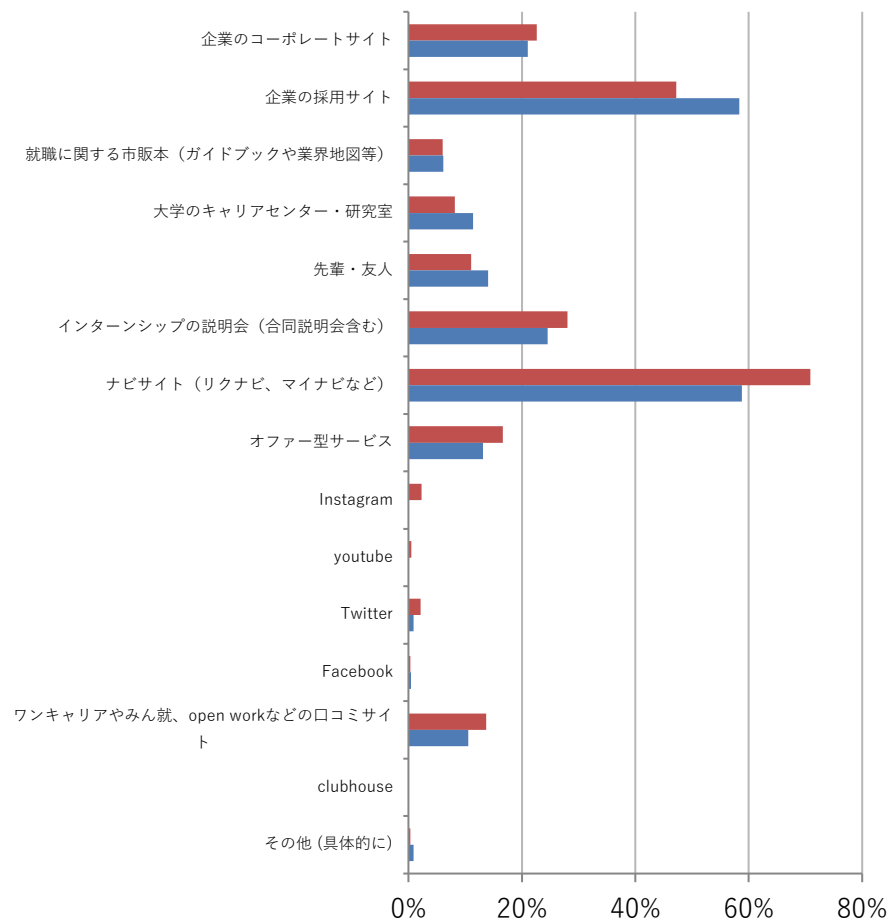
男女ともに「ナビサイト」でインターンシップを見つけるとの回答は多いが、「企業の採用サイト」からも情報収集をしていると答えた学生も半数近くいる。採用サイトの重要性も年々高まっている。
 文系は「ナビサイト」の回答が多いが、理系はほぼ同数で「企業の採用サイト」と回答。文系においても約半数は採用サイトで情報収集しており、重要性が高まっている。

【男女別】



■ 男性 ■ 女性 ■ 回答なし

【文理比】

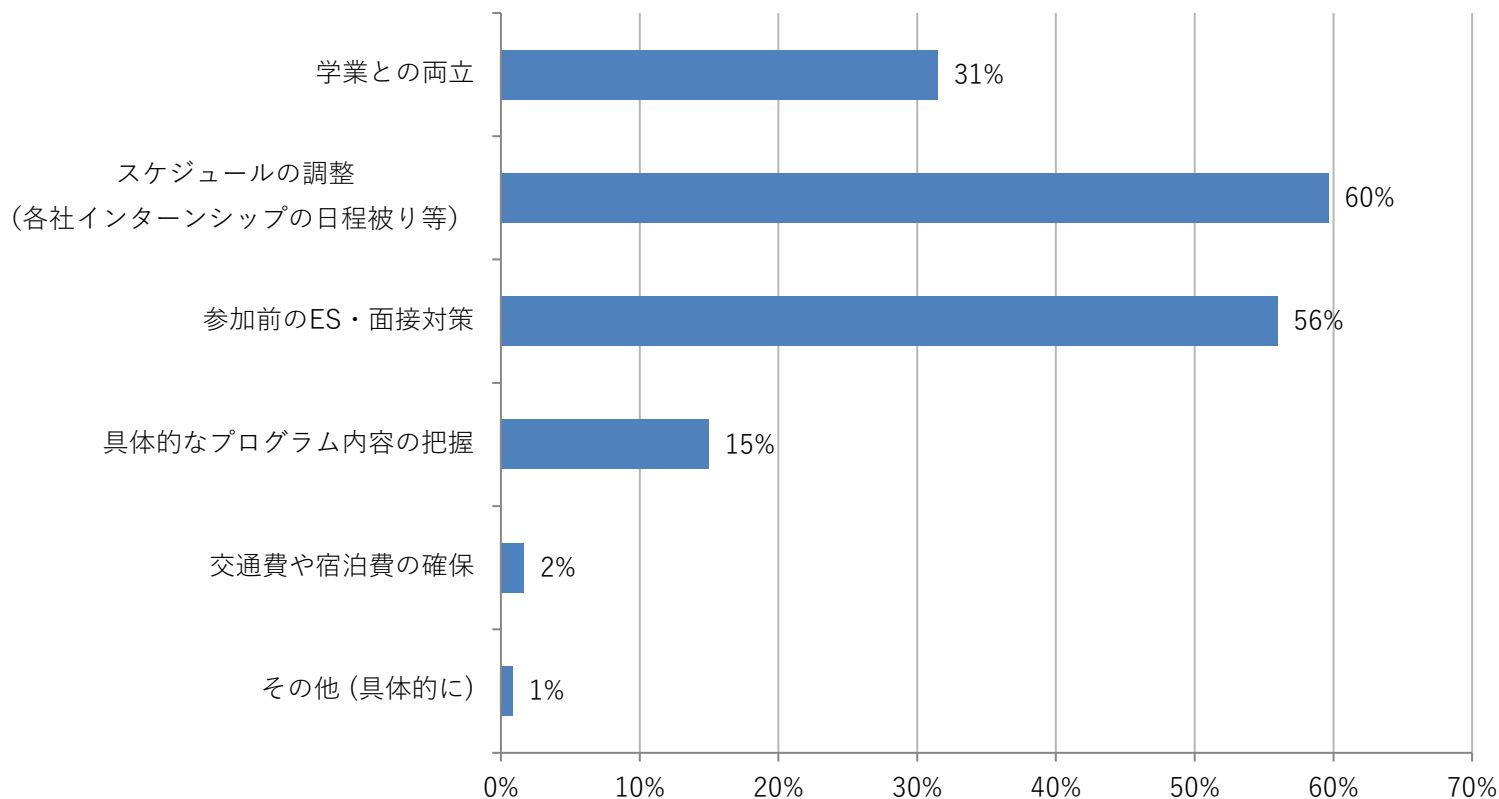


■ 文系 ■ 理系

インターンシップ選びで苦労した点・工夫した点を教えてください。（複数選択可）

学業の両立と各社のインターンシップの開催時期が重複などにより、スケジュール調整に苦労している学生は多い。またインターンシップに参加する前にES提出・面接を実施している企業もあるため、これらへの対策にコストをかけている学生も多い。

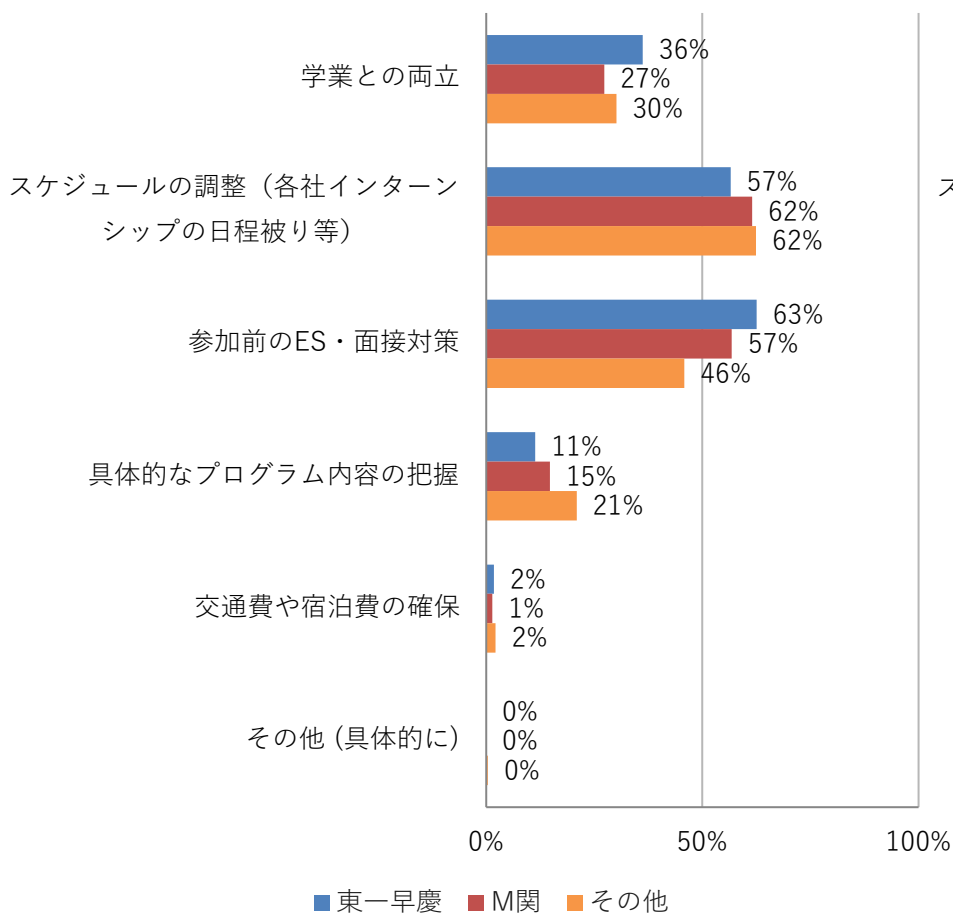
【全体】



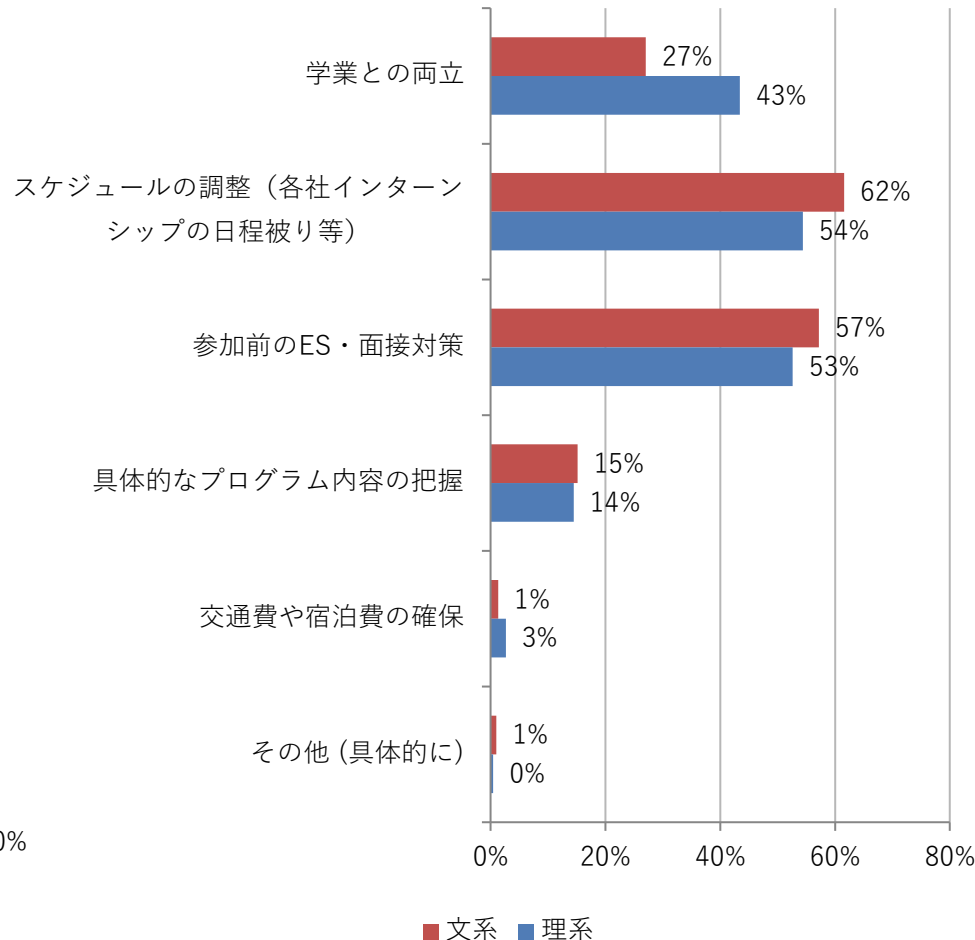
インターンシップ選んで苦労した点・工夫した点を教えてください ※複数選択可

「東一早慶」の学生は「参加前のES・面接対策」が最も回答が多く、「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生は「スケジュールの調整」が多い。1人あたりの参加数も増えているため、「スケジュール調整」には苦労したことが垣間見れる。また、理系学生はやはり「学業との両立」と回答する学生も多かった。

【学校別】



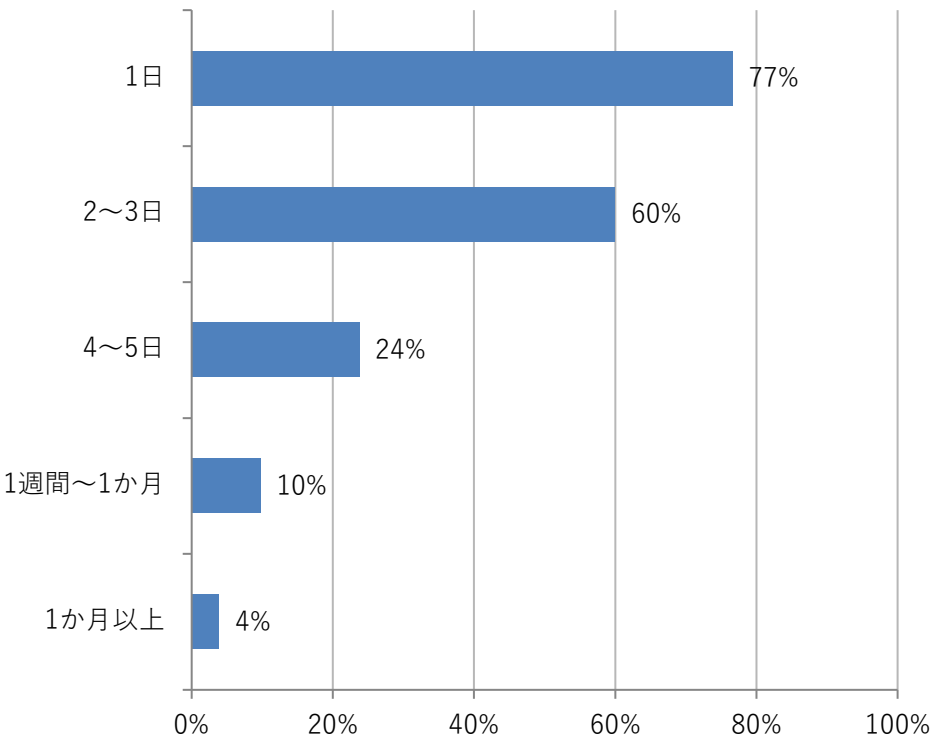
【文理比】



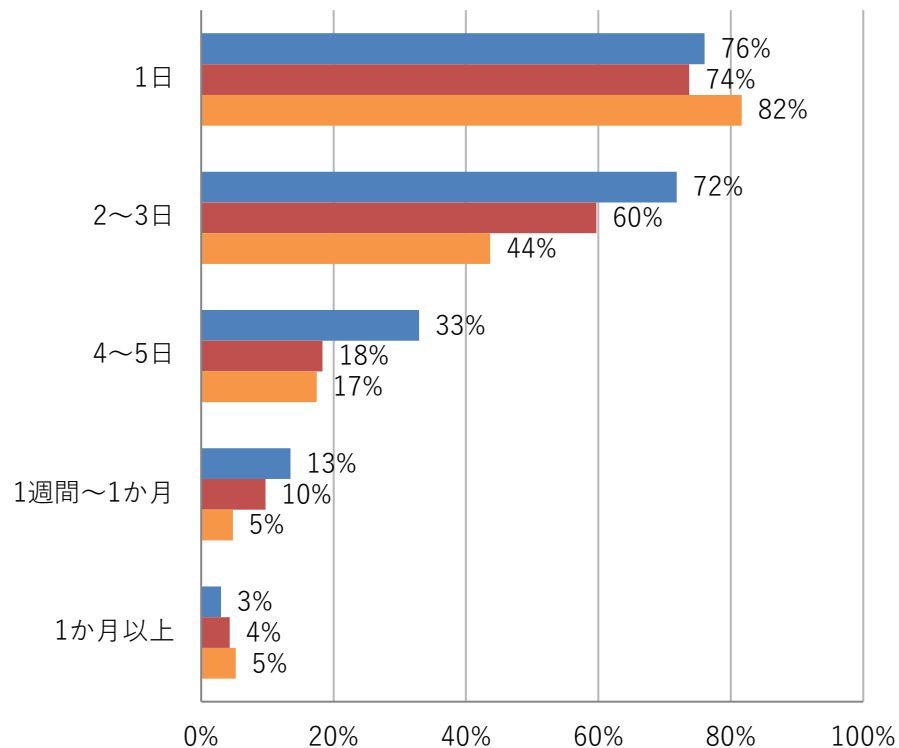
参加したインターンシップの日数について教えてください。

7割以上が1Dayのインターンシップを中心に参加したと回答しており、全体の傾向として短期間のインターンシップに参加している学生が多い。上位校であるほど長めのインターンに参加する割合が高い。

【全体】



【学校別】

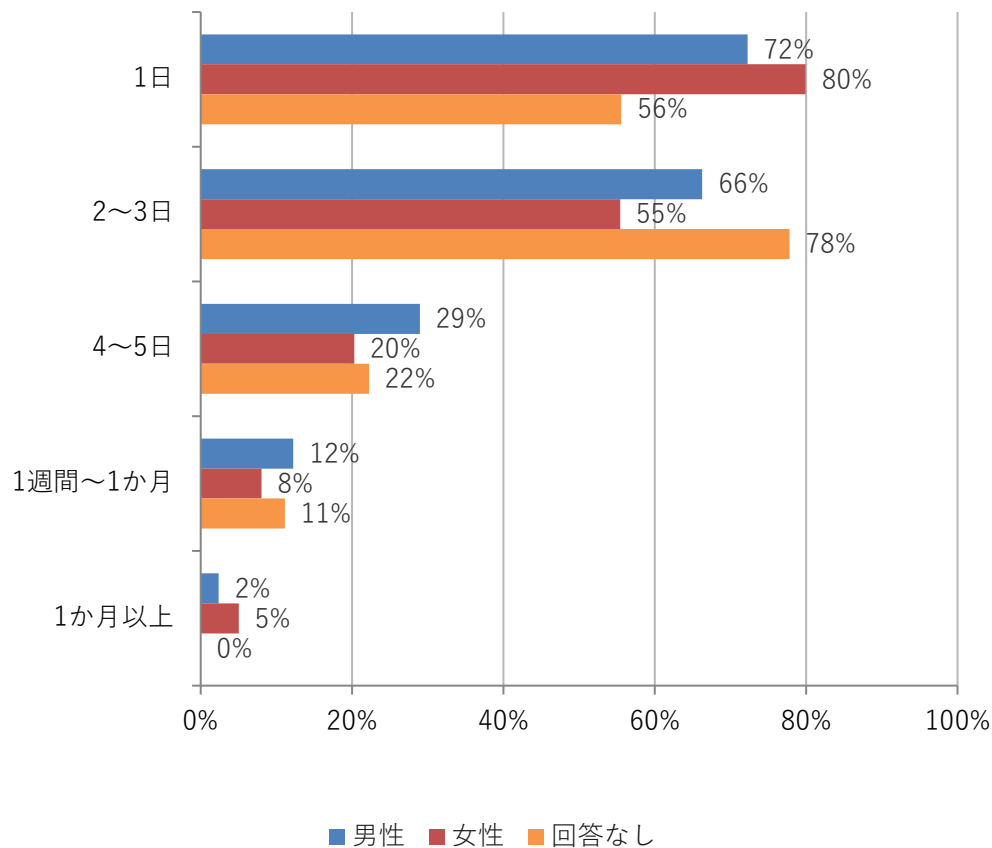


■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

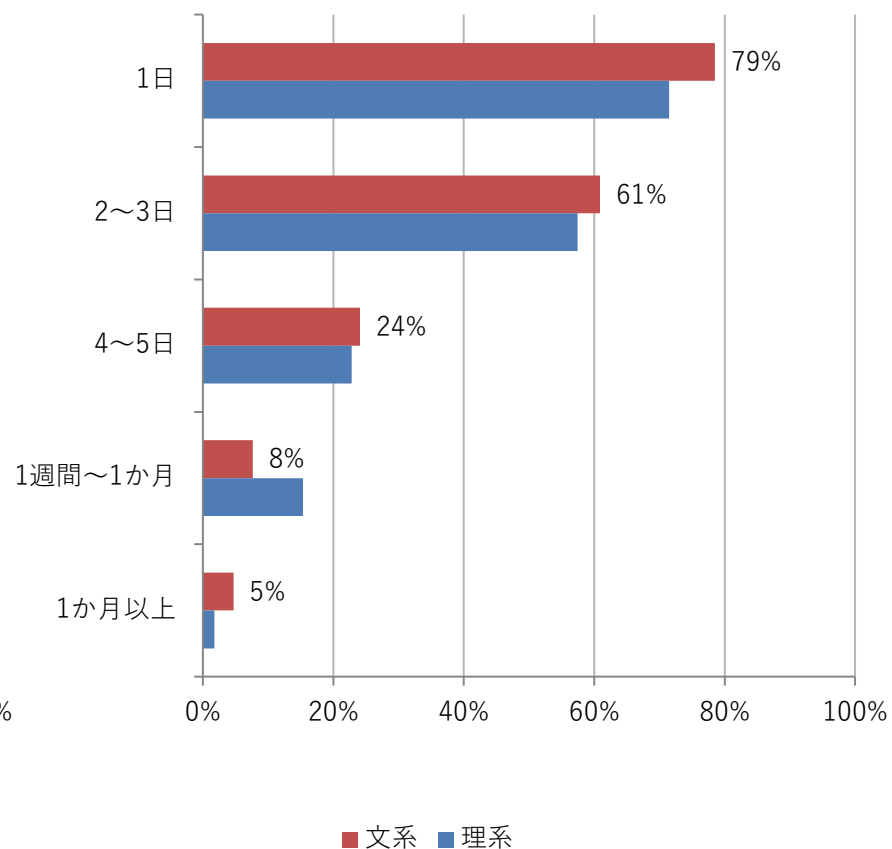
参加したインターンシップの日数について教えてください

男女ともに短期間でのインターンシップ参加が多い。そもそも企業が開催するインターンシップが長期間のものは減少していることも要因だろう。
文理共に短期間でのインターンシップ参加が多い結果となった。

【男女別】



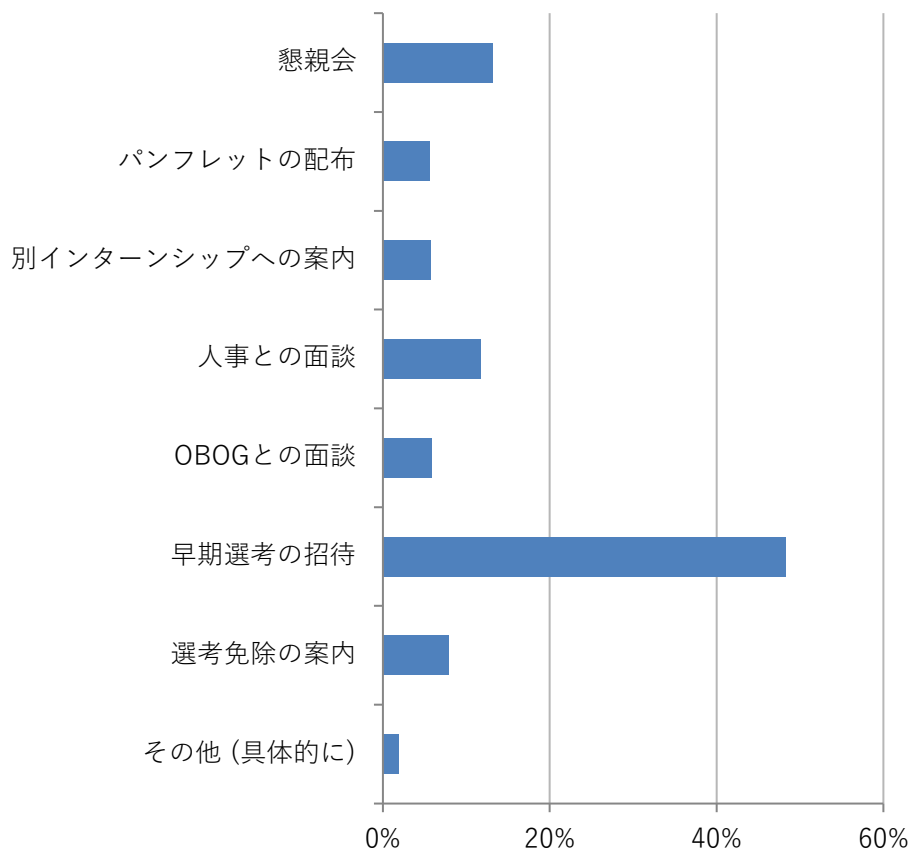
【文理比】



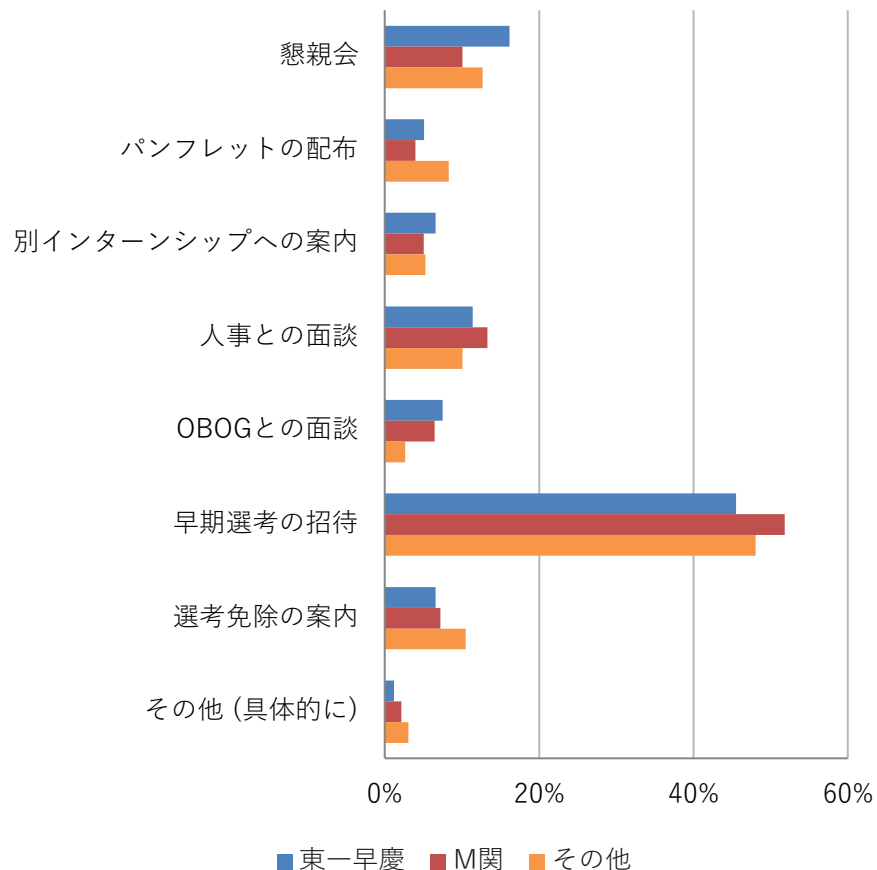
インターンシップ参加後の企業からのアクションで、最も良かった内容

インターンシップに参加した学生の約半数が、企業からの早期選考の案内がインターンシップに参加した後の企業からのアクションとして最も良かったと回答している。学生にとってインターンシップの参加目的が早期選考の案内を獲得するためになっている可能性がある。大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も「早期選考の招待」の回答が多い。

【全体】



【学校別】



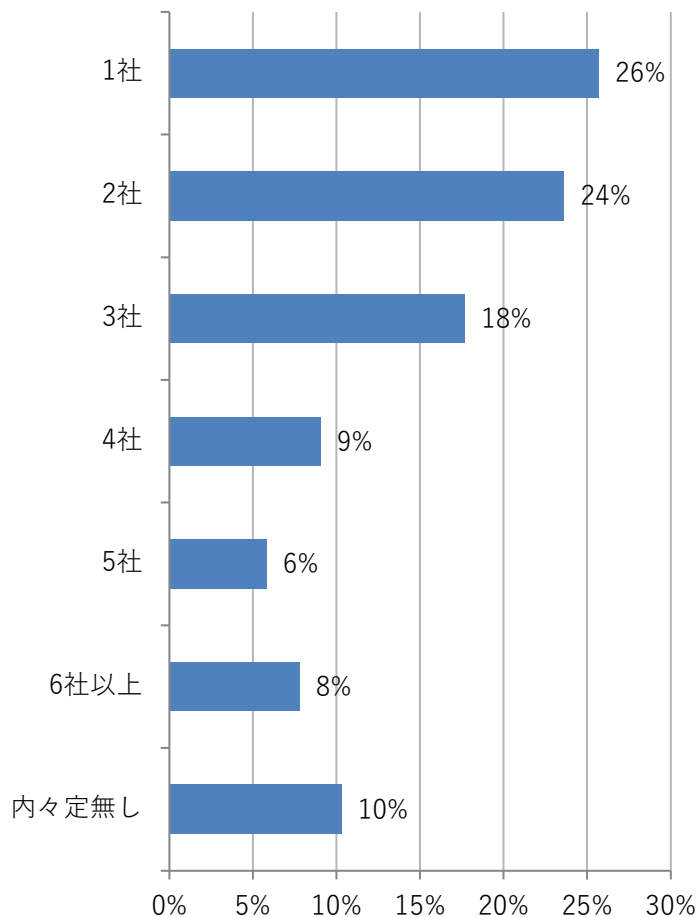
03

内々定取得について

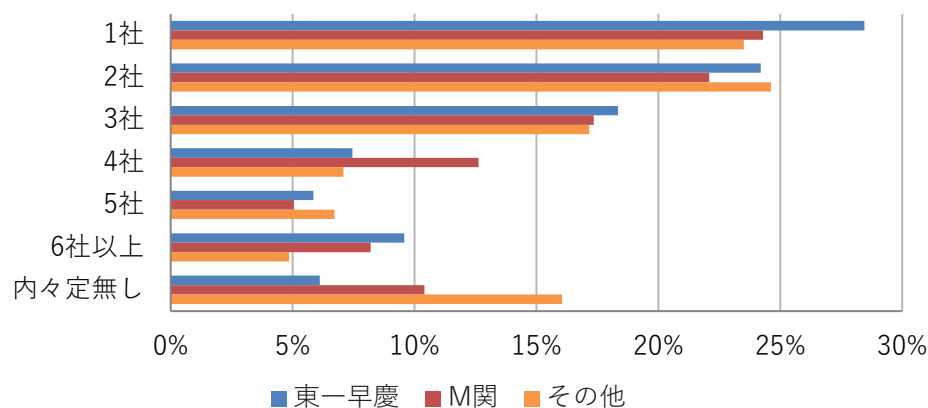
内々定の取得状況について教えてください

内々定の取得率は9割を占める結果に。また6割以上の学生は複数社の内々定をもらっていることが分かった。全体的に見ると、上位校であるほど内々定の取得社数が多い傾向。ただ「東一早慶」の学生は「1社」と回答している学生も多い。また、「その他」の学生は16%が内々定をまだ取得していない。

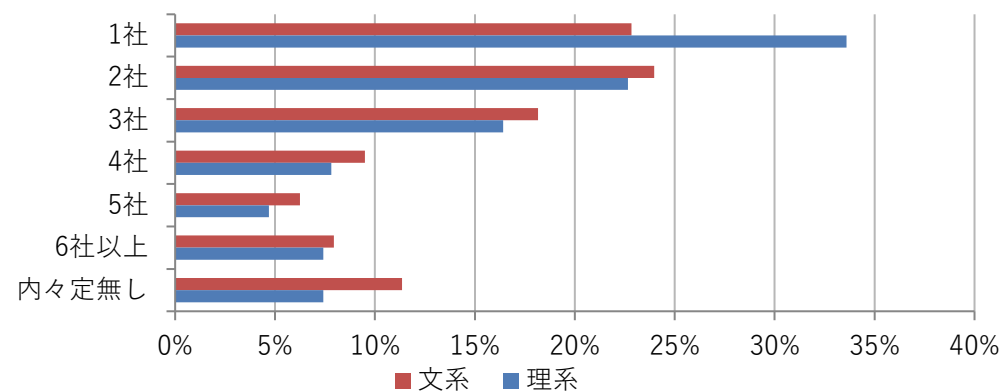
【全体】



【学校別】



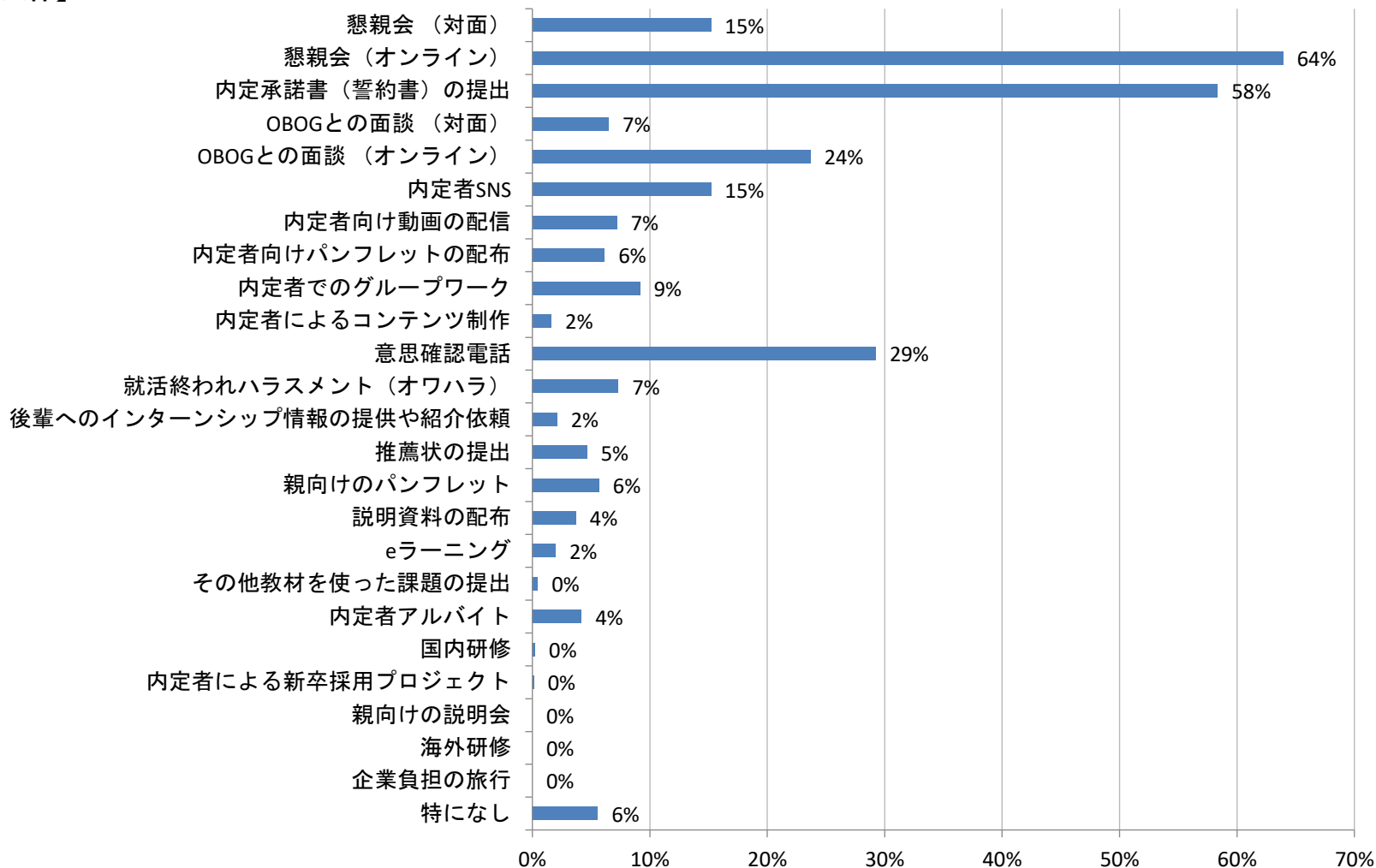
【文理比】



内々定後の企業からのアクションについて教えてください

内々定後のアクションとして、内定承諾書の提出とオンラインでの懇親会が多数を占めた。各社の活動がオンライン化しているなか、フォローの手法の差別化が課題となっている。

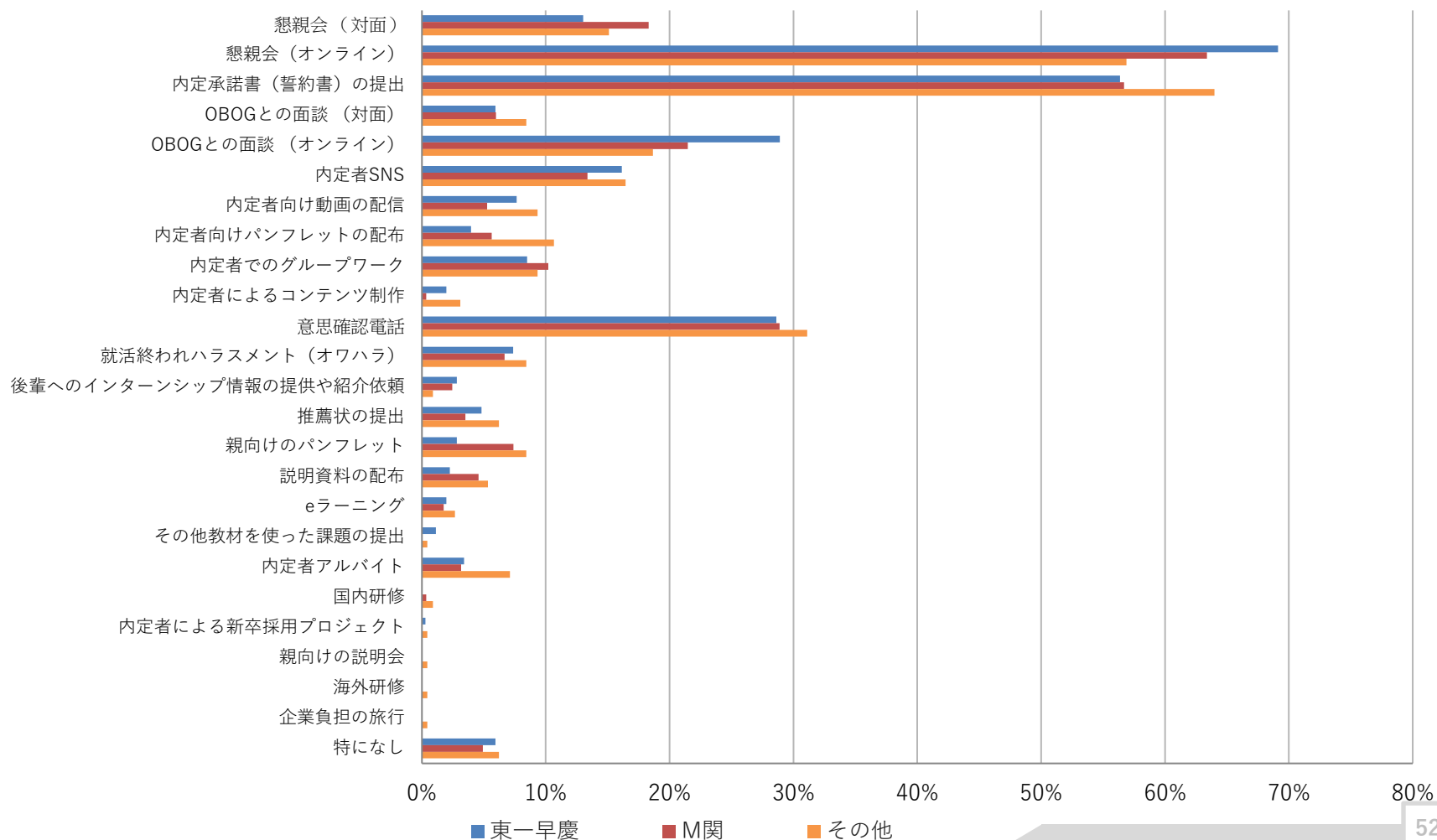
【全体】



内々定後の企業からのアクションについて教えてください

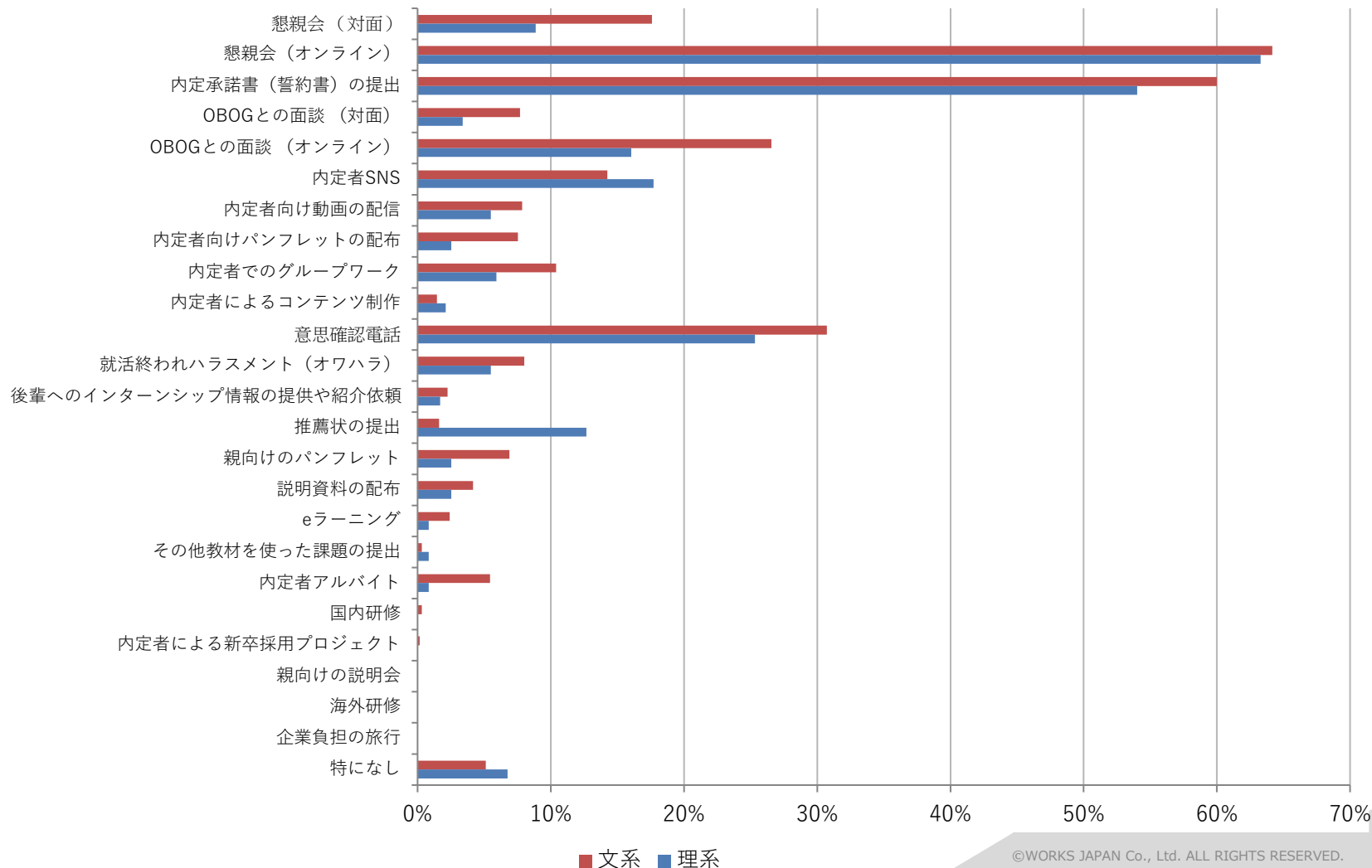
大学群毎の大きな傾向の違いは無いが、「東一早慶」の学生がそれ以外の学生と比べ、「OBOGとの面談（オンライン）」を回答している割合が高い。

【学校別】



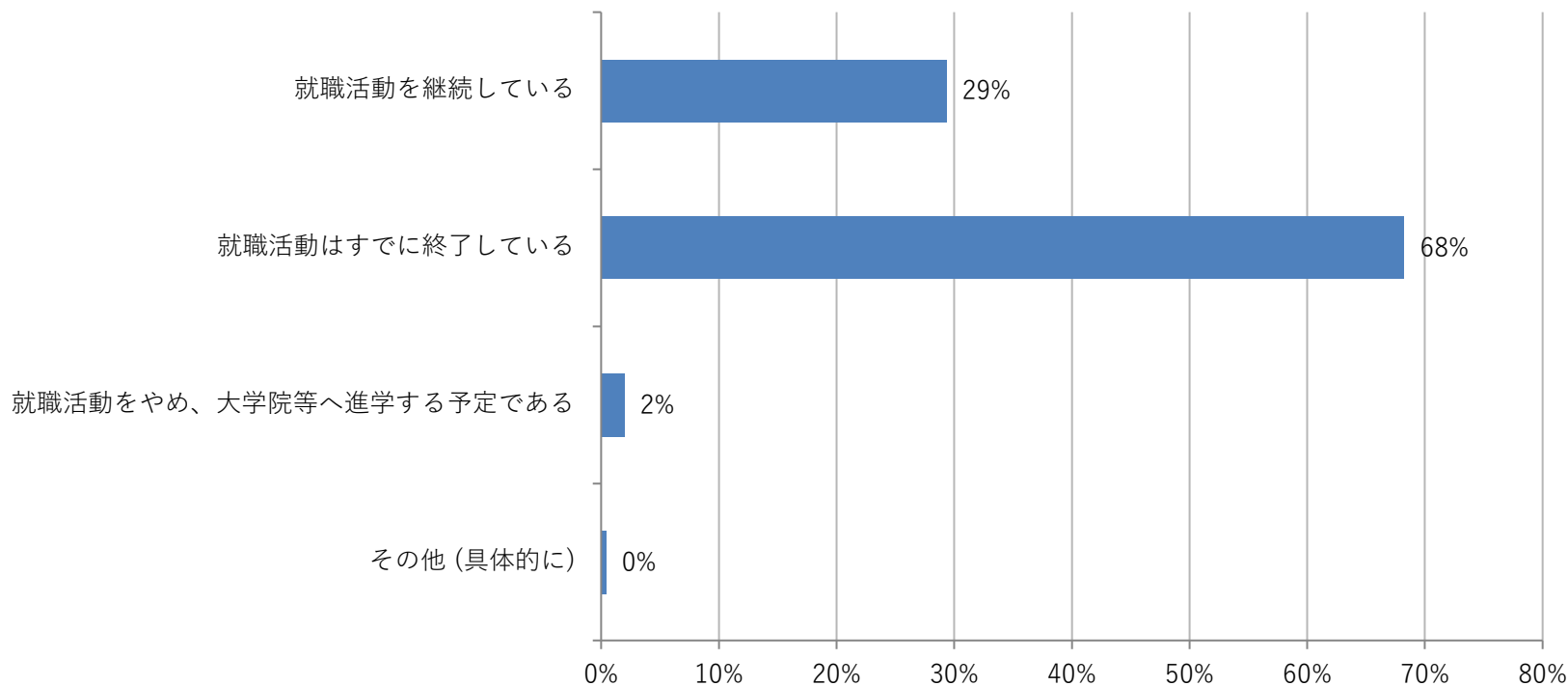
内定承諾書や意思確認に続いて、面談や懇親会など学生との交流の機会を作る企業が多い

【文理比】



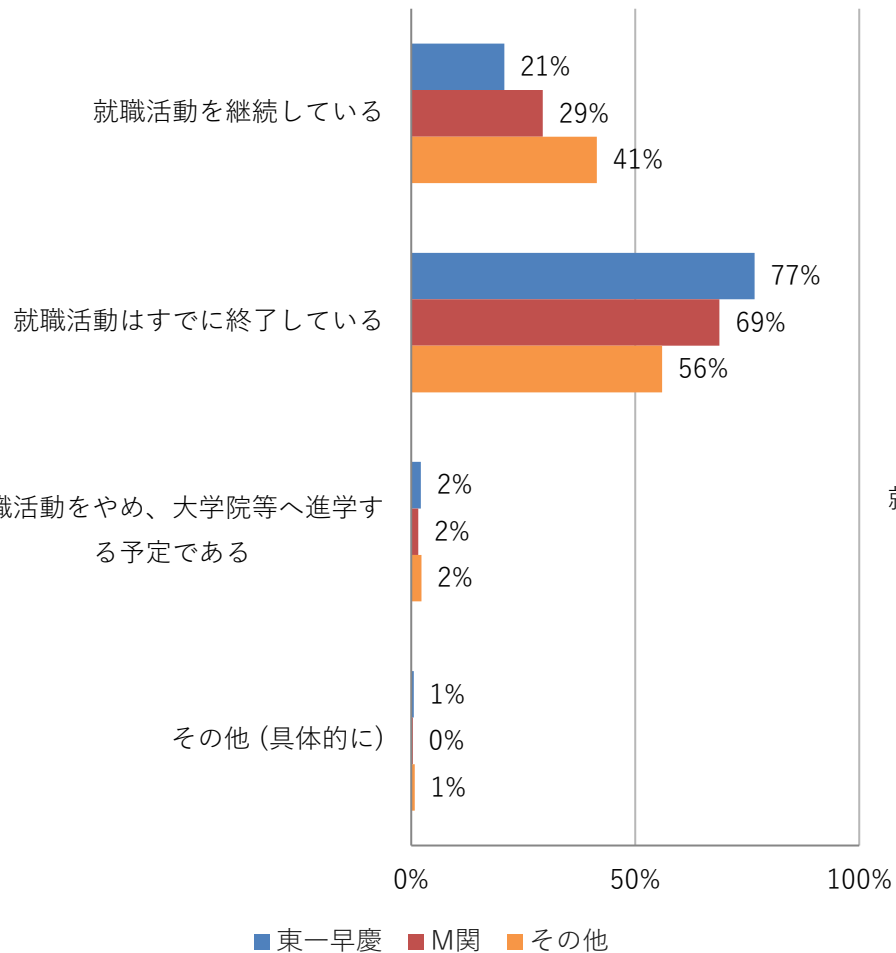
6月時点で就職活動を終わっている学生は7割に達している。昨年同時期は「終了」の回答数が61%であったため、就職活動を終了している学生が1割近く増加していることが分かる。

【全体】

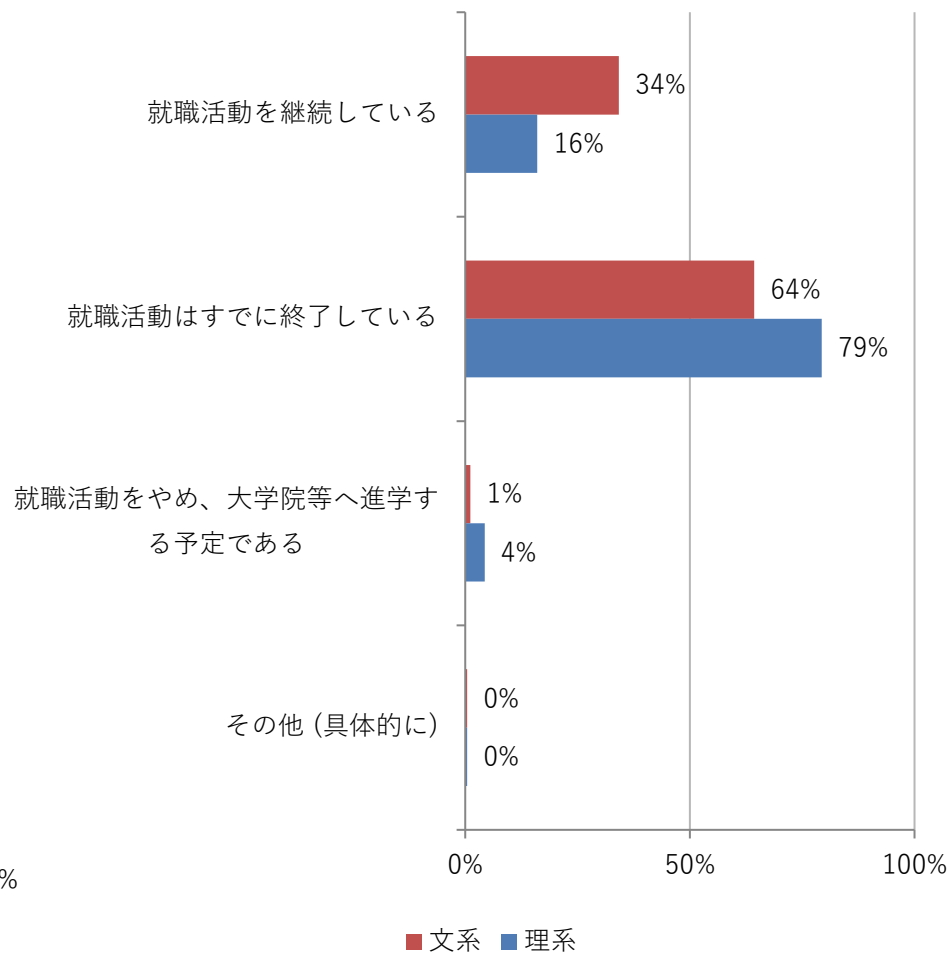


上位校であるほどすでに就職活動を終了している。文理ともに6割以上採用活動を終えている。

【学校別】

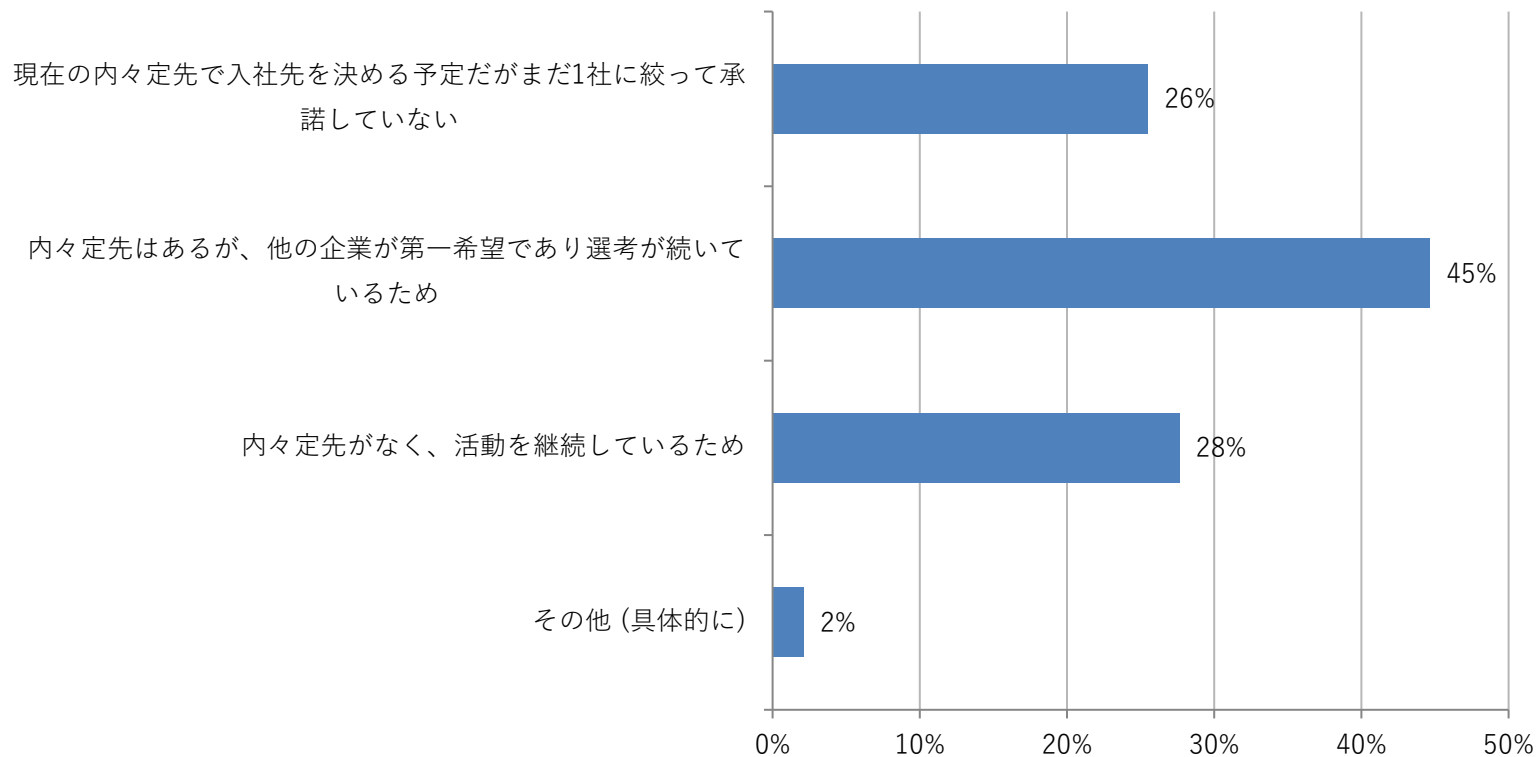


【文理比】



内々定があるにもかかわらず承諾せずに活動を継続している割合が70%を超えている。

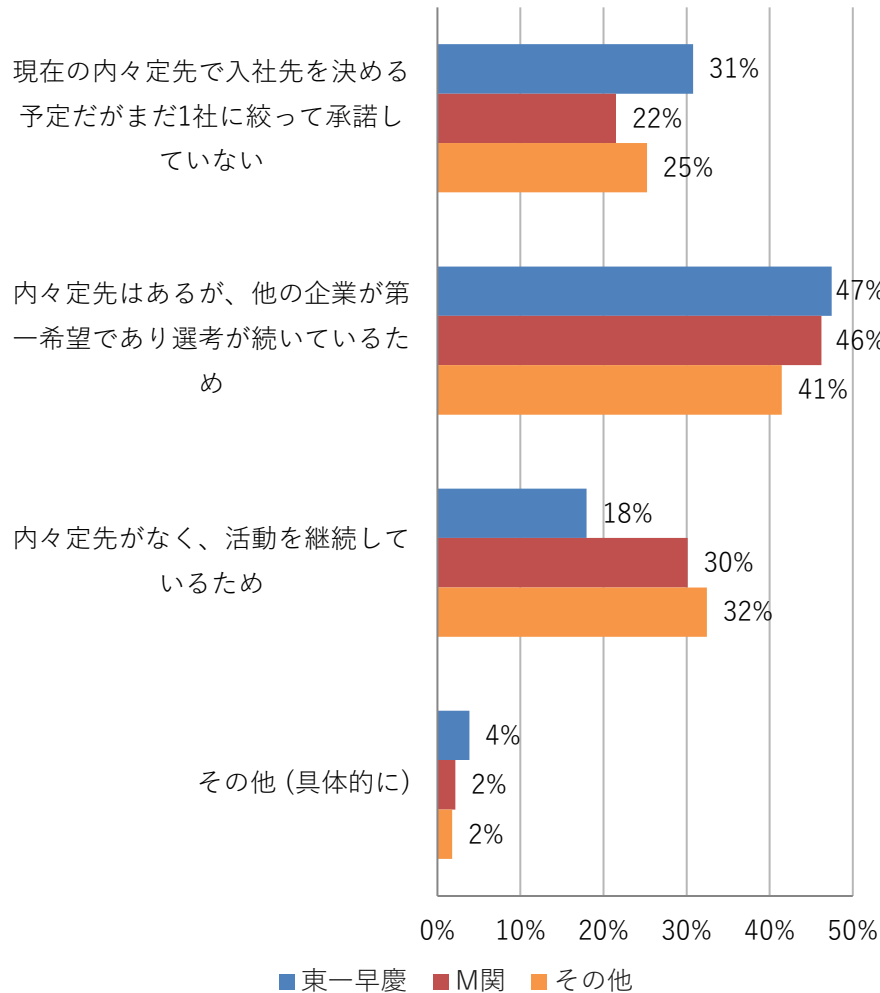
【全体】



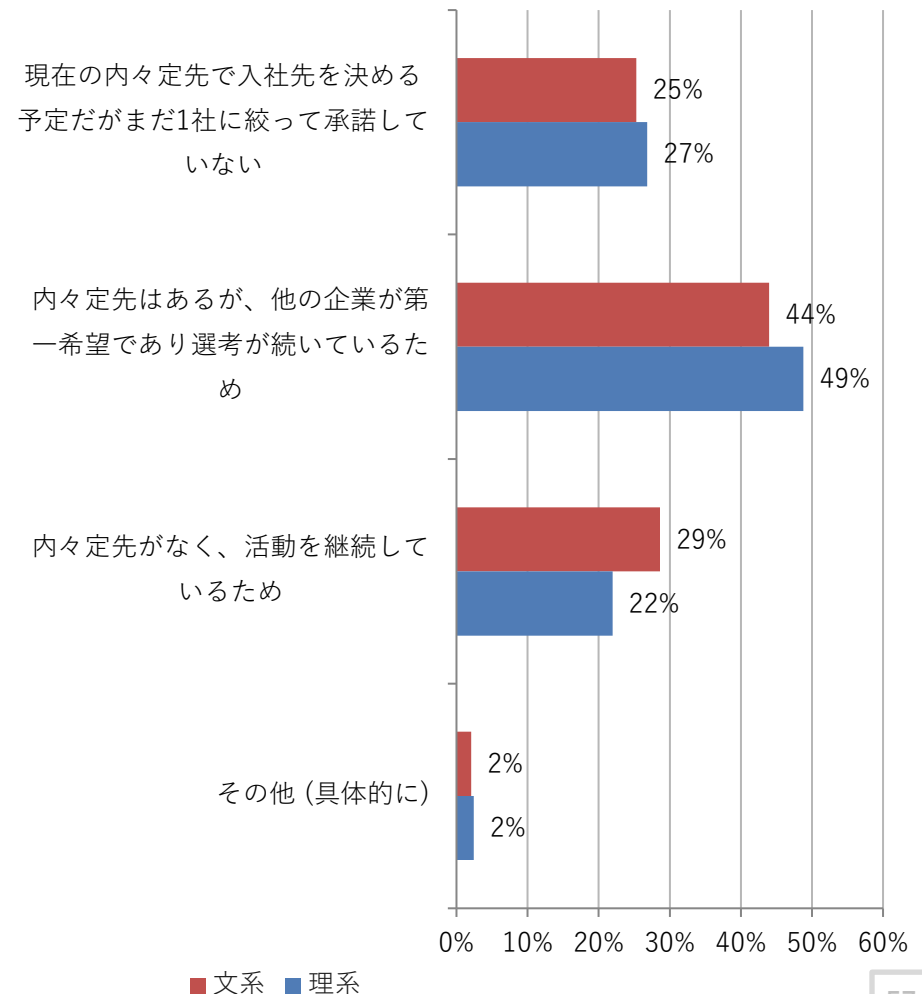
「就職活動を継続している」と答えた方にお聞きします

「東一早慶」の学生は内々定を持っている中で決め切れていない割合が高く、それ以外の学生はそもそも内々定がまだ無い割合が高い。第1希望の選考結果が出るまで就職活動を継続する学生が5割弱いる。

【学校別】



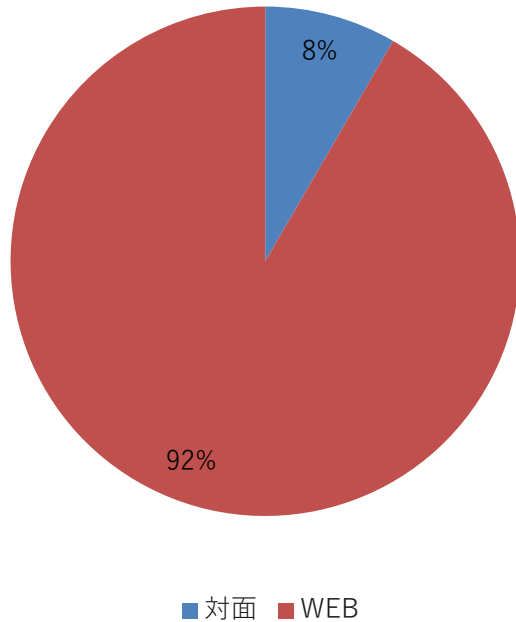
【文理比】



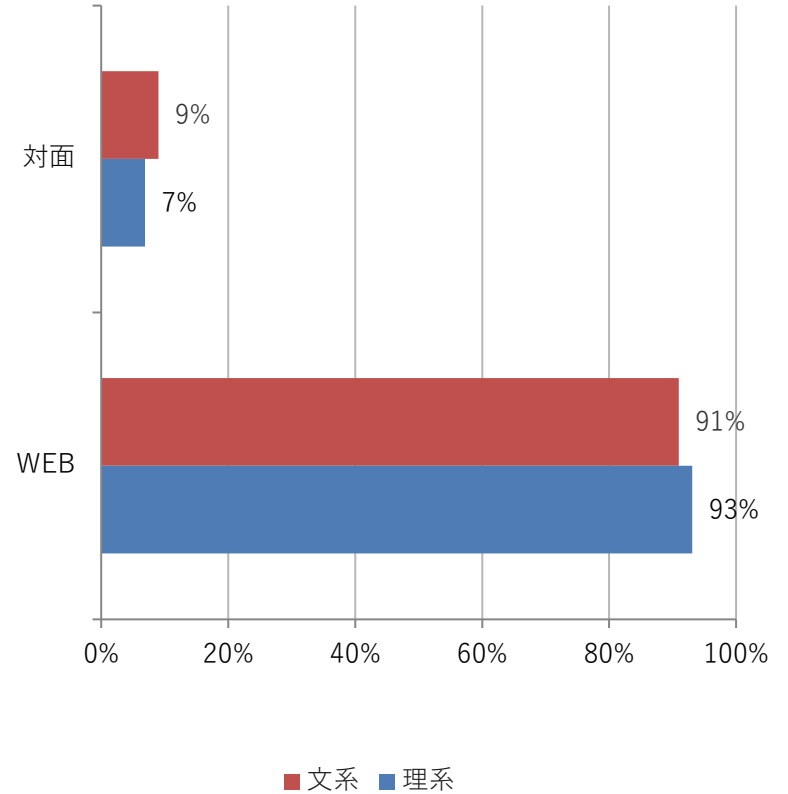
入社予定先の一次面接は対面でしたかWEBでしたか？

ほとんどの企業で一次面接はオンラインで実施されていたことが分かる。
1次面接に関して、web開催企業が圧倒的に多い。

【全体】



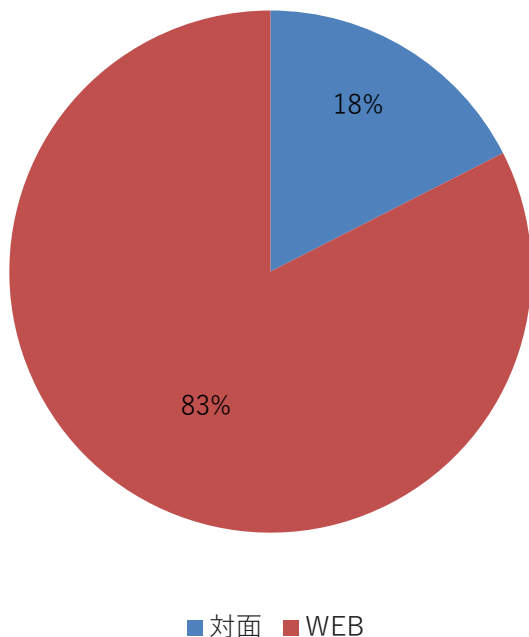
【文理比】



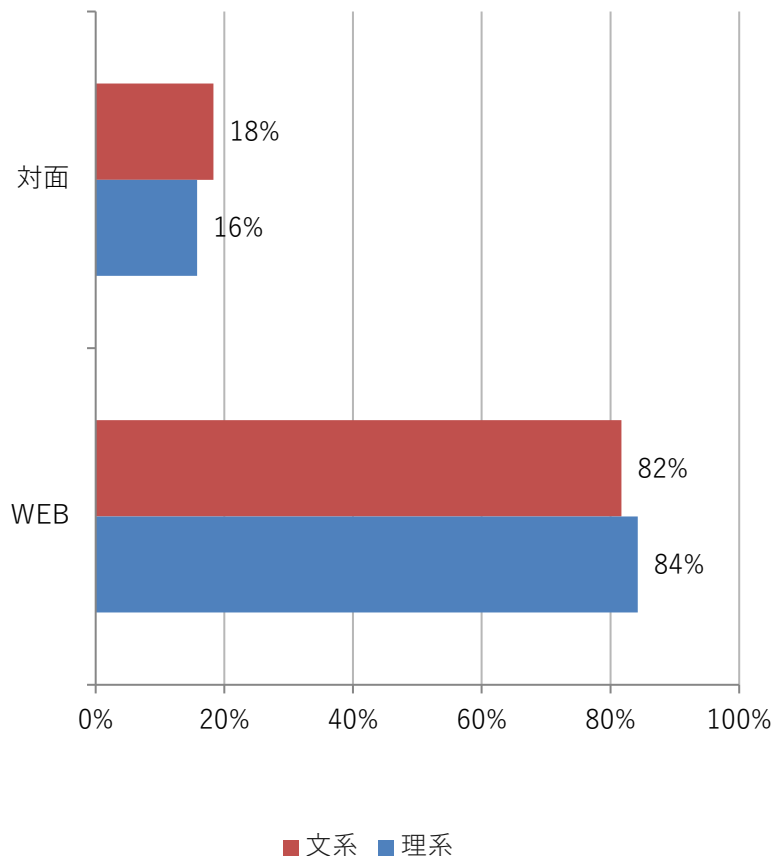
入社予定先企業の二次面接は、対面でしたかWEBでしたか？

ほとんどの企業で二次面接はオンラインで実施されていたことが分かる。
2次面接に関して、web開催企業が圧倒的に多いながらも1次面接より対面の割合が増えている

【全体】



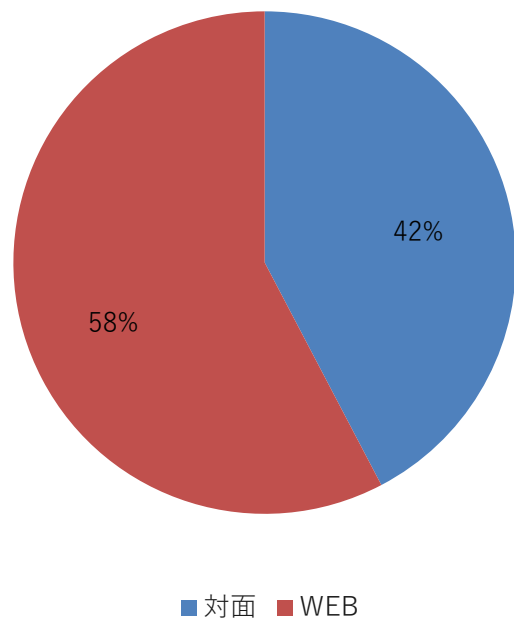
【文理比】



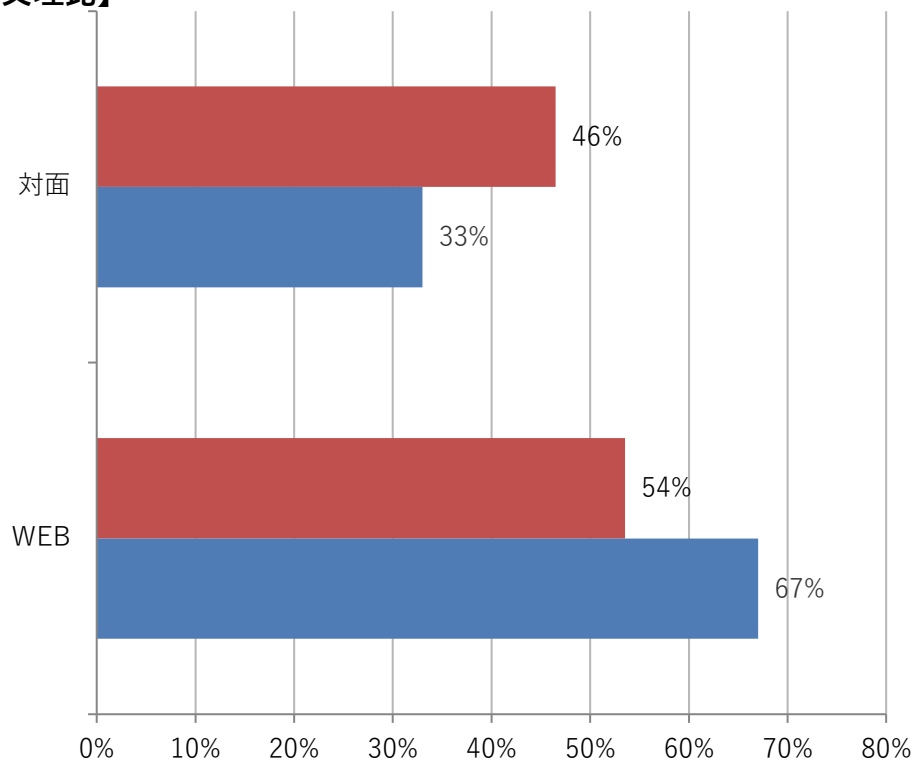
入社予定先企業の最終面接は、対面でしたかWEBでしたか？

一次・二次面接までと比較して、最終面接が対面で開催されている割合は高い。対面での接触頻度は減らしながらも、やはり対面で見極めを行いたいという企業の姿勢がうかがえる。最終面接に関して、webと対面の差が1次2次と比べて少ない。

【全体】



【文理比】

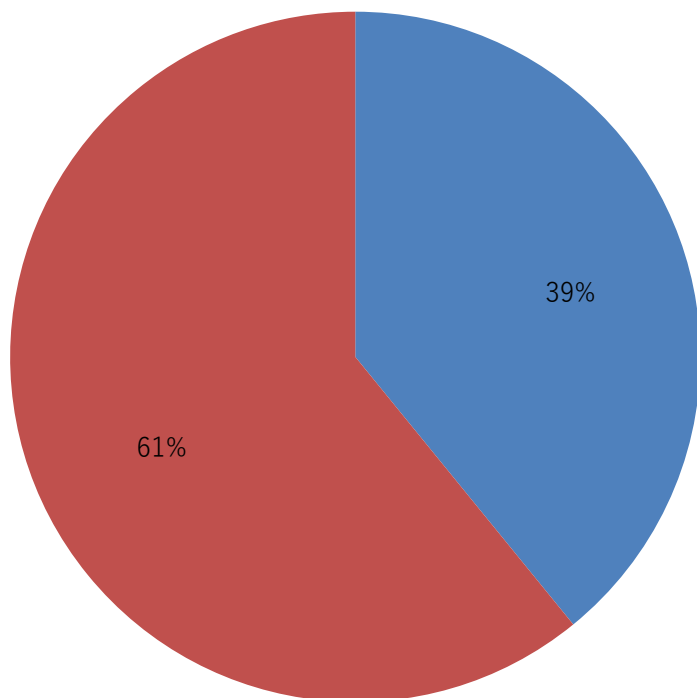


■ 文系 ■ 理系

入社予定先企業のインターンシップへは参加しましたか？

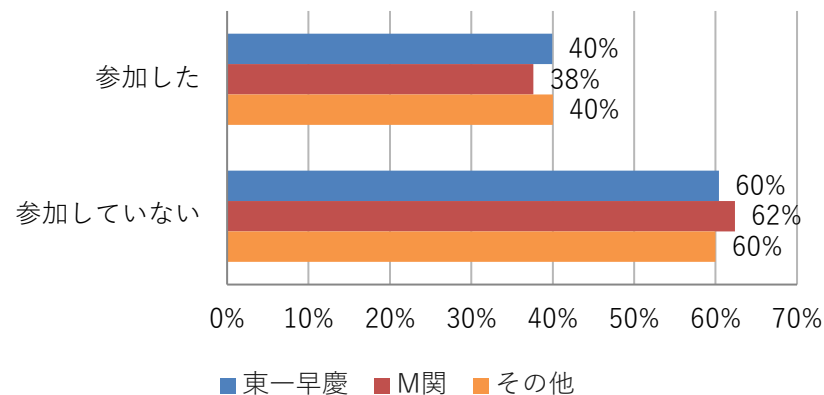
入社予定先のインターンシップに参加した学生の割合が約4割に達しており、早期から接点を持つことが企業・学生双方にとって重要であることが読み取れる。大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も40%程度が「参加した」と回答している。入社予定先企業のインターンシップに参加していない学生の方が多い。

【全体】

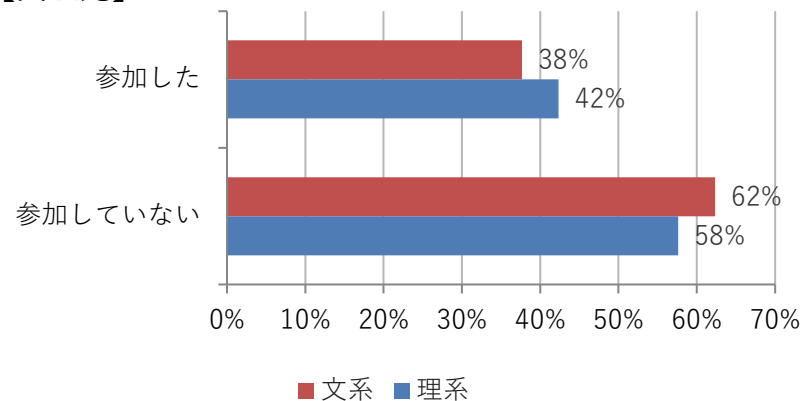


■ 参加した ■ 参加していない

【学校別】



【文理比】

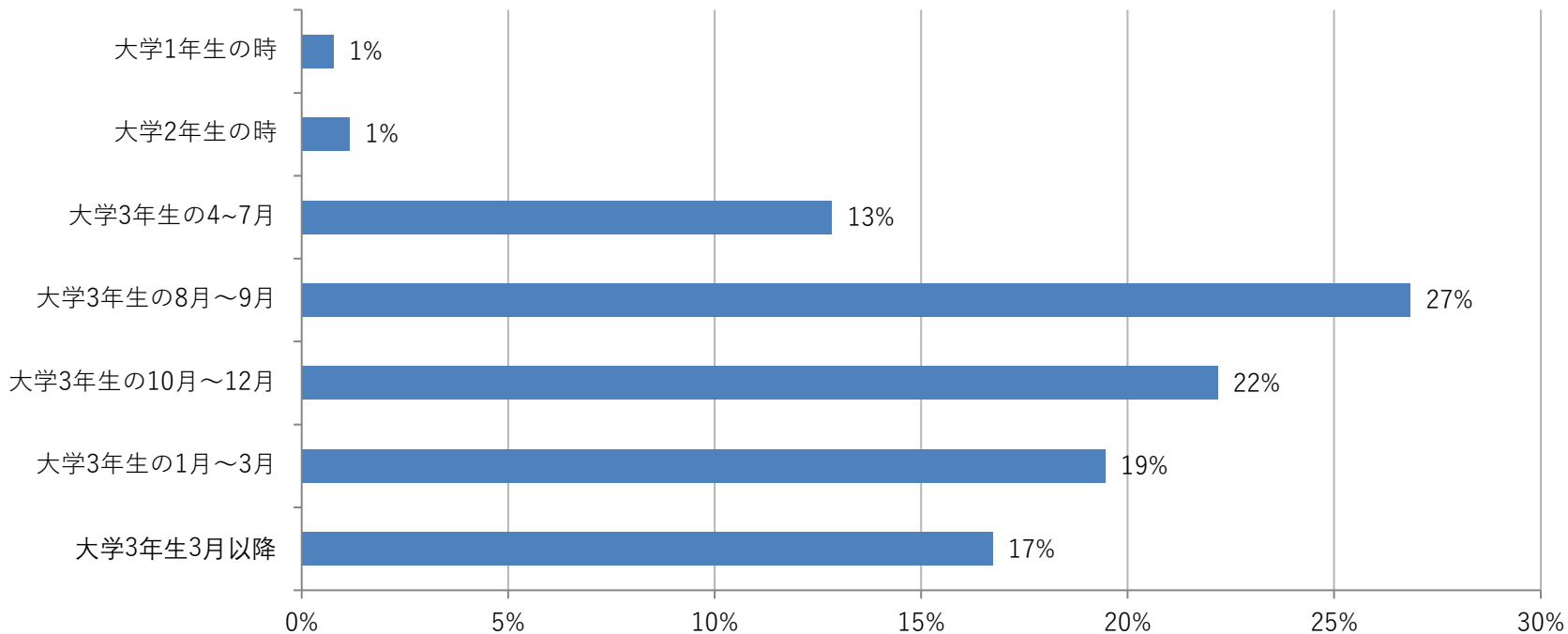


■ 文系 ■ 理系

入社予定先企業のインターンシップに初めて参加した時期を教えてください。

インターンシップに参加した時期で最も回答が多かったのは8月～9月のタイミングであり、広報解禁の約半年前がもっとも盛況であることが分かった。

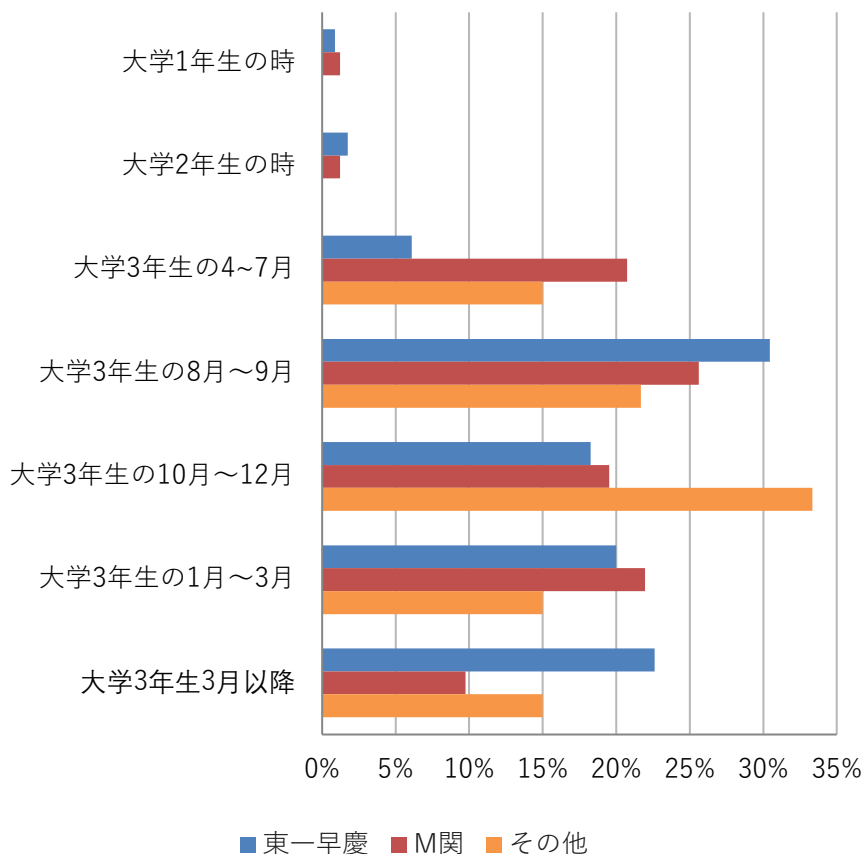
【全体】



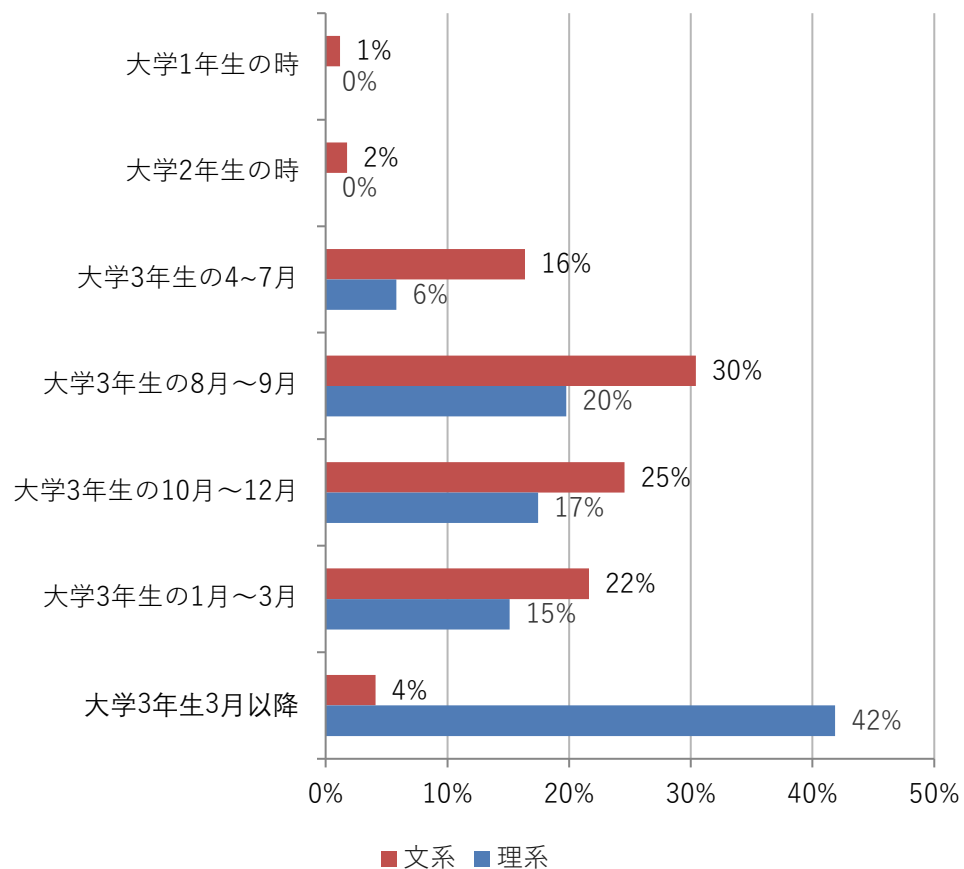
入社予定先企業のインターンシップに初めて参加した時期を教えてください。

「東一早慶」「MARCH・関関同立クラス」の学生は「8月～9月」の回答が最も多く、「その他」の学生は「12月～1月」の回答が最も多い。文系学生は3年生の夏頃、理系学生は4年生直前に参加時期の割合が高い。

【学校別】



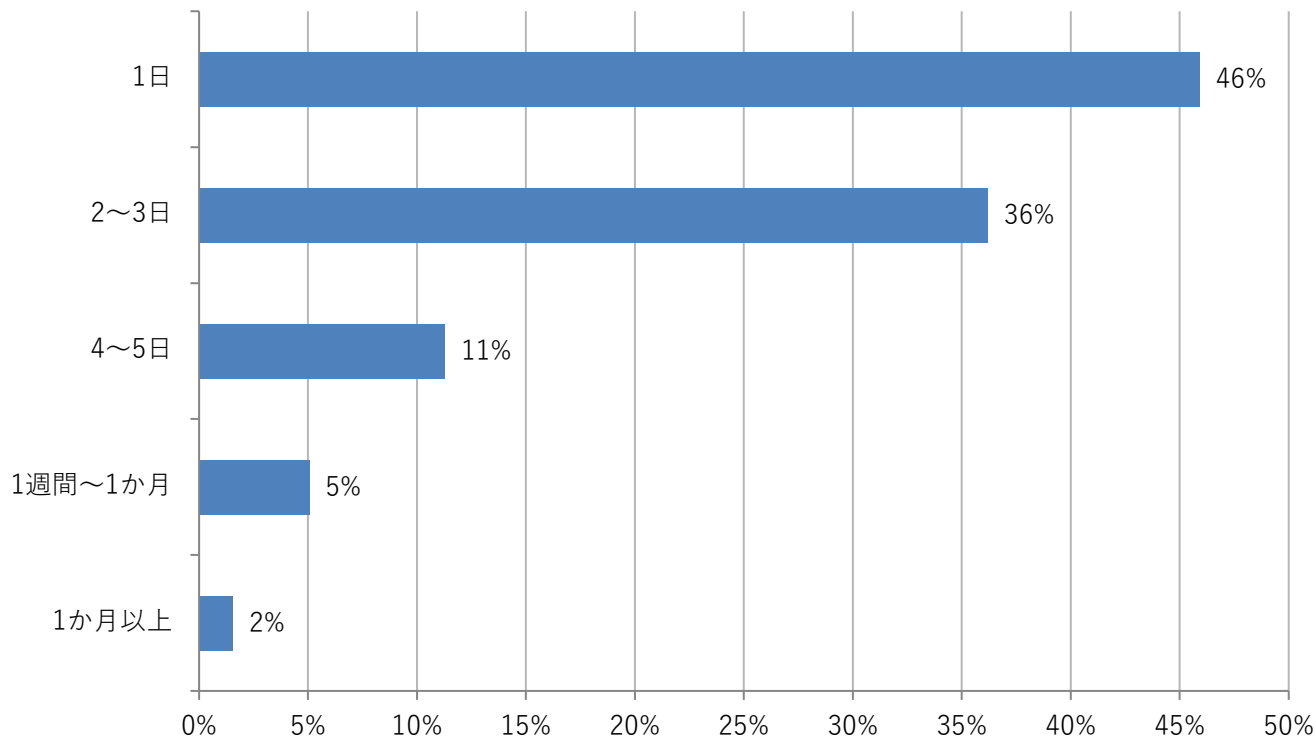
【文理比】



入社予定先企業のインターンシップへ参加された日数について教えてください。

「仕事体験」と言われる1日間で開催されたものに参加している学生の割合が5割と半数を占めている。一方で1週間以上や1か月以上参加したという学生はごくわずかで、インターンシップの期間の長さによって重要ではないことが読み取れる。

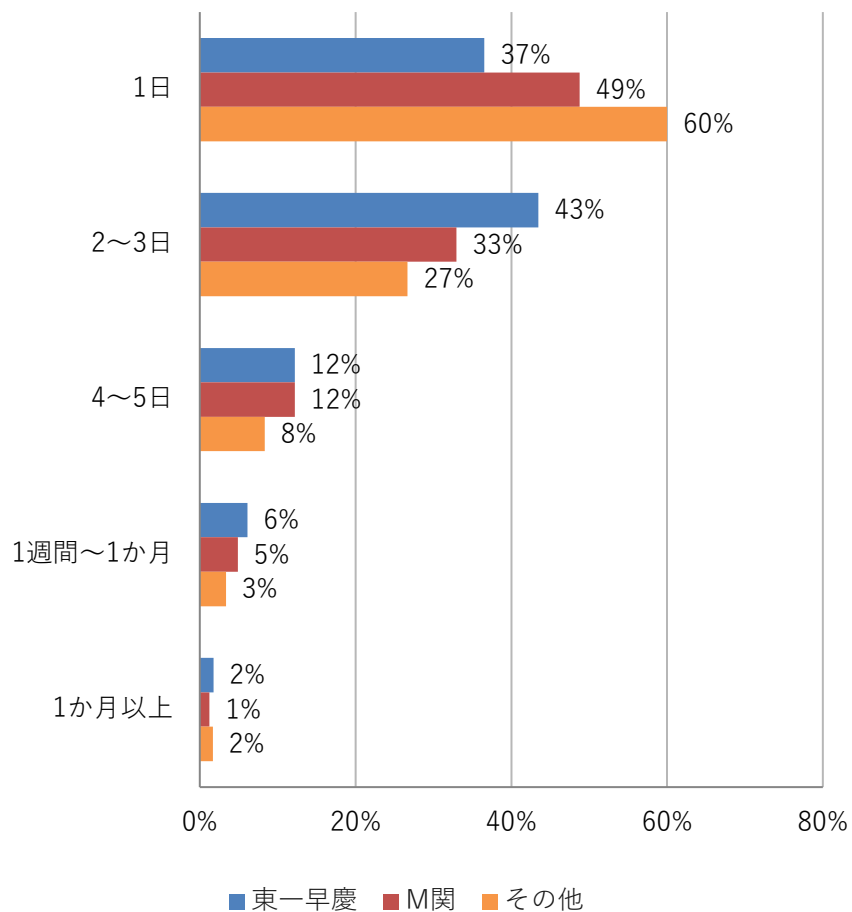
【全体】



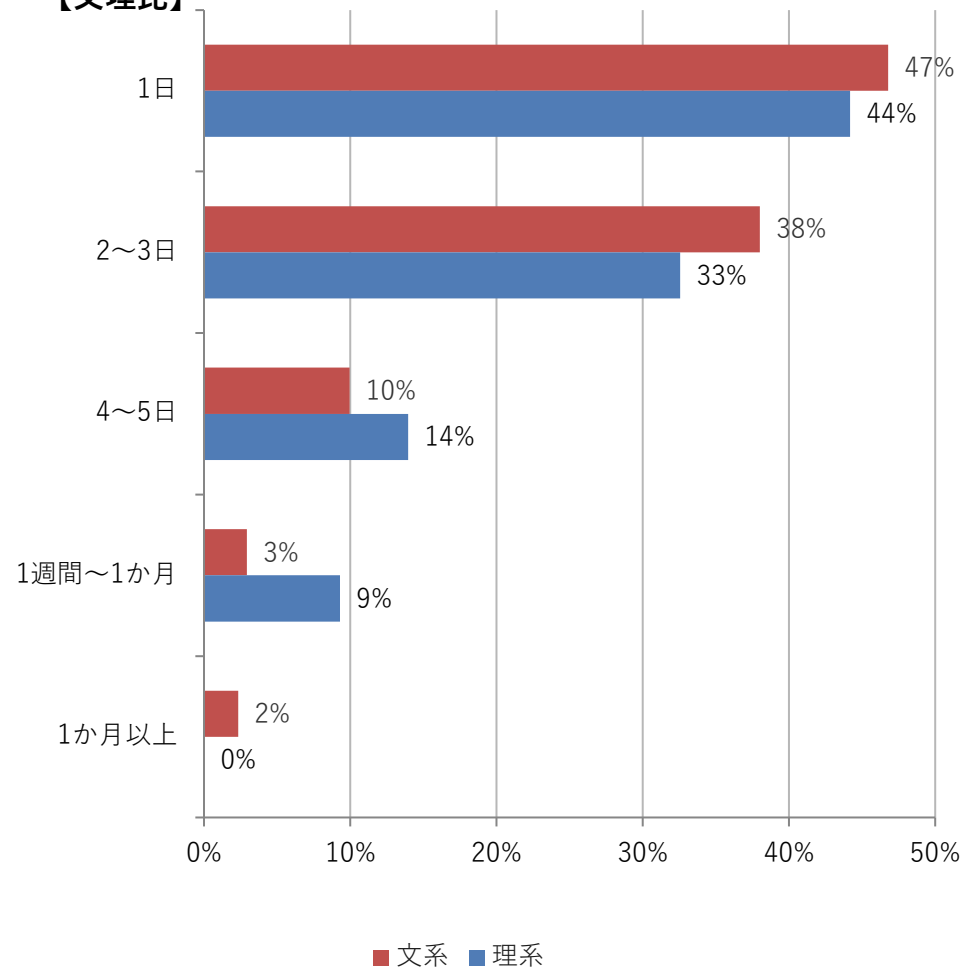
入社予定先企業のインターンシップへ参加された日数について教えてください。

上位校であるほど「入社予定先企業のインターン」は複数日程のものであった割合が高い。
文理ともに、1日開催のインターンシップ参加者が多い。

【学校別】



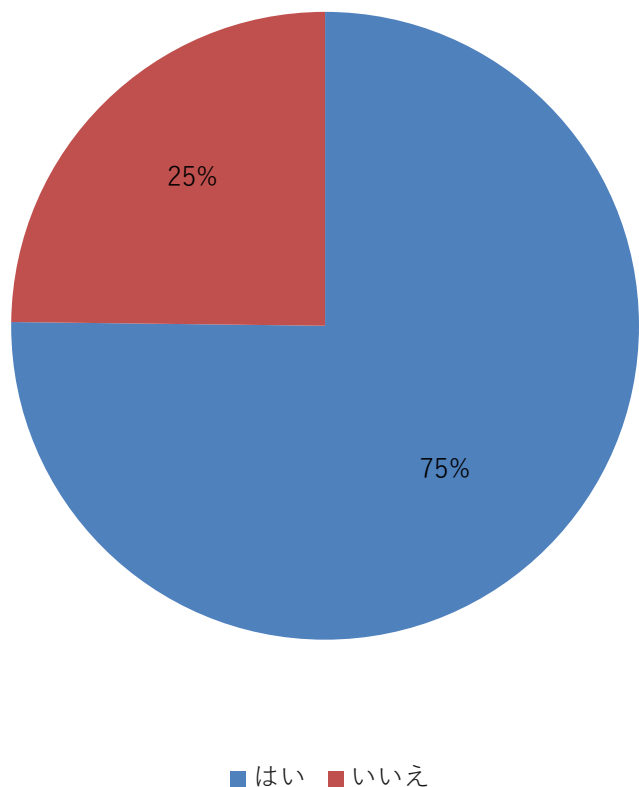
【文理比】



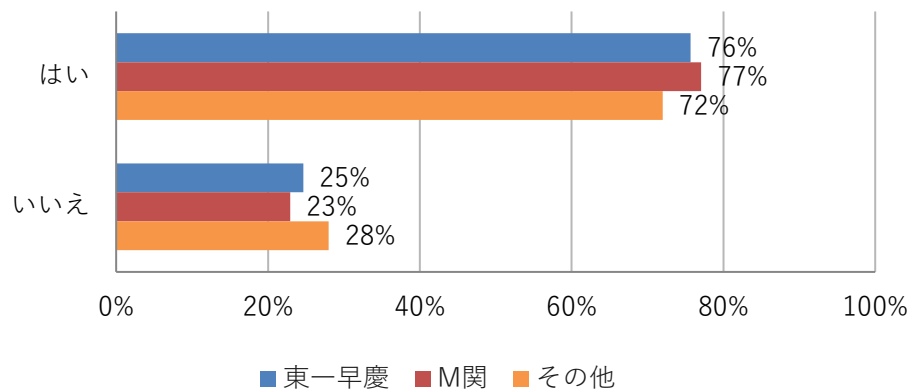
入社予定先企業は第一志望の企業ですか？

75%の学生が現在の入社予定先は第一志望であると回答しており、満足 of いく就職活動ができていることが分かる。大学群毎の傾向の違いは無く、どの大学群の学生も80%弱程度が「はい」と回答している。第1志望企業に入社予定の学生が多いながらも、2割以上それ以外の学生がいる。

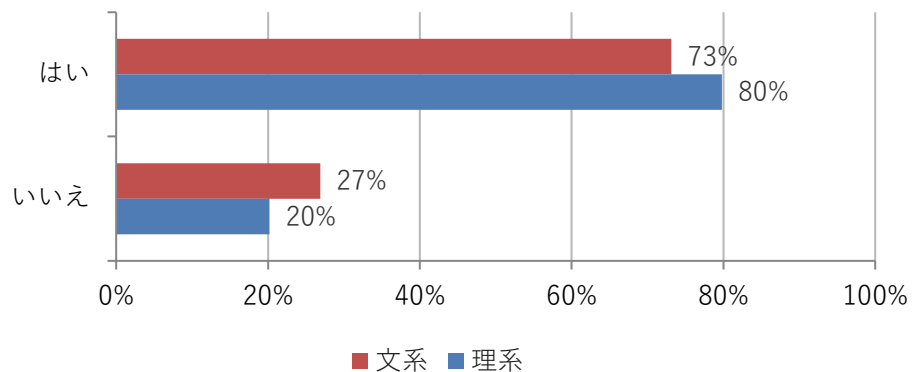
【全体】



【学校別】



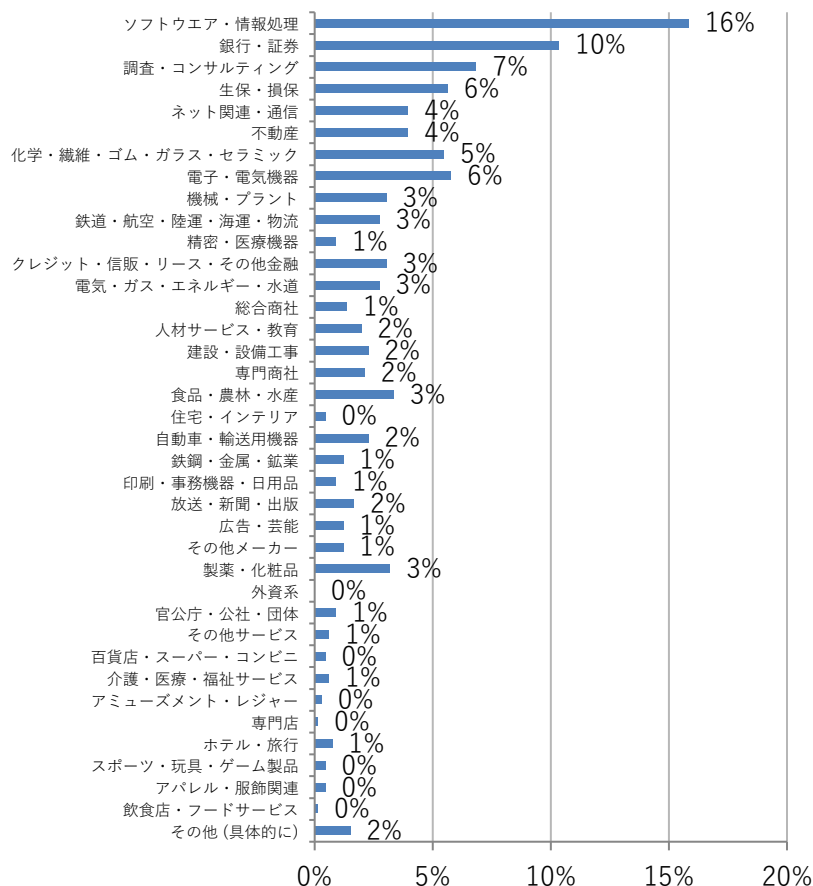
【文理比】



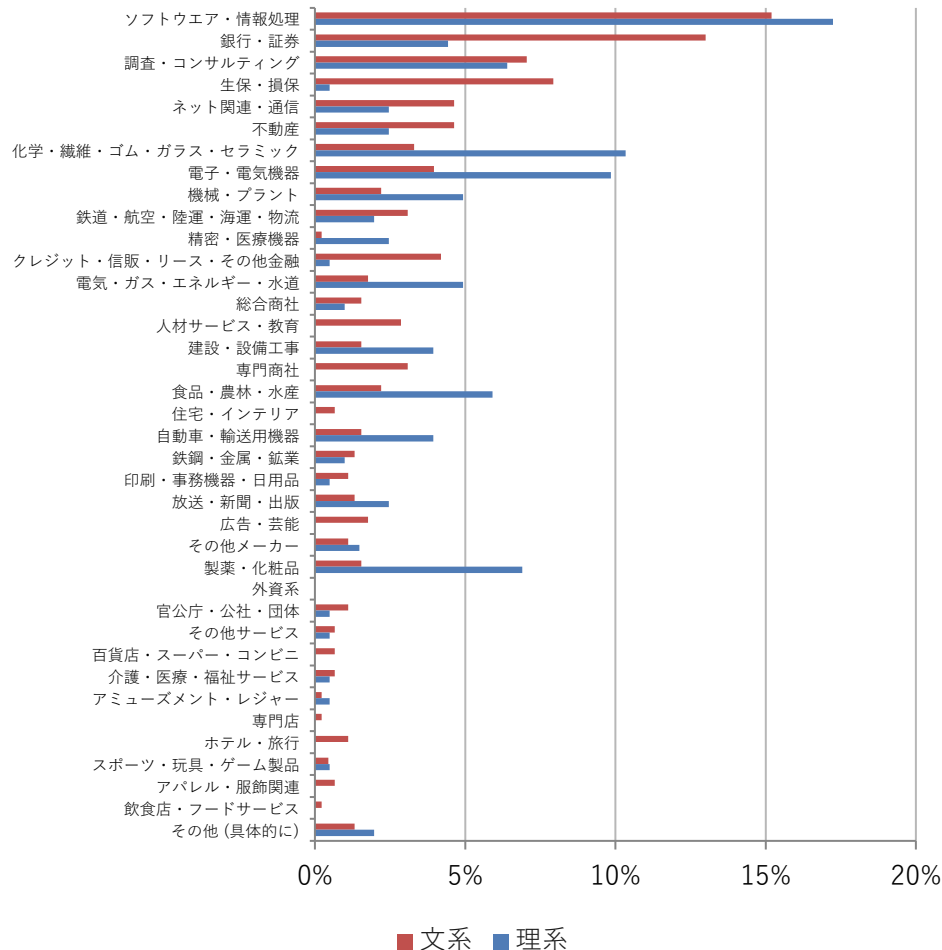
入社予定先企業の業種について教えてください。

全体傾向として「ソフトウェア・情報処理」が割合としては突出し、文理ともに人気を博す結果に。特に文系では「銀行・証券」に根強い支持があり、全体の2位へ押し上げることに繋がった。

【全体】



【文理比】

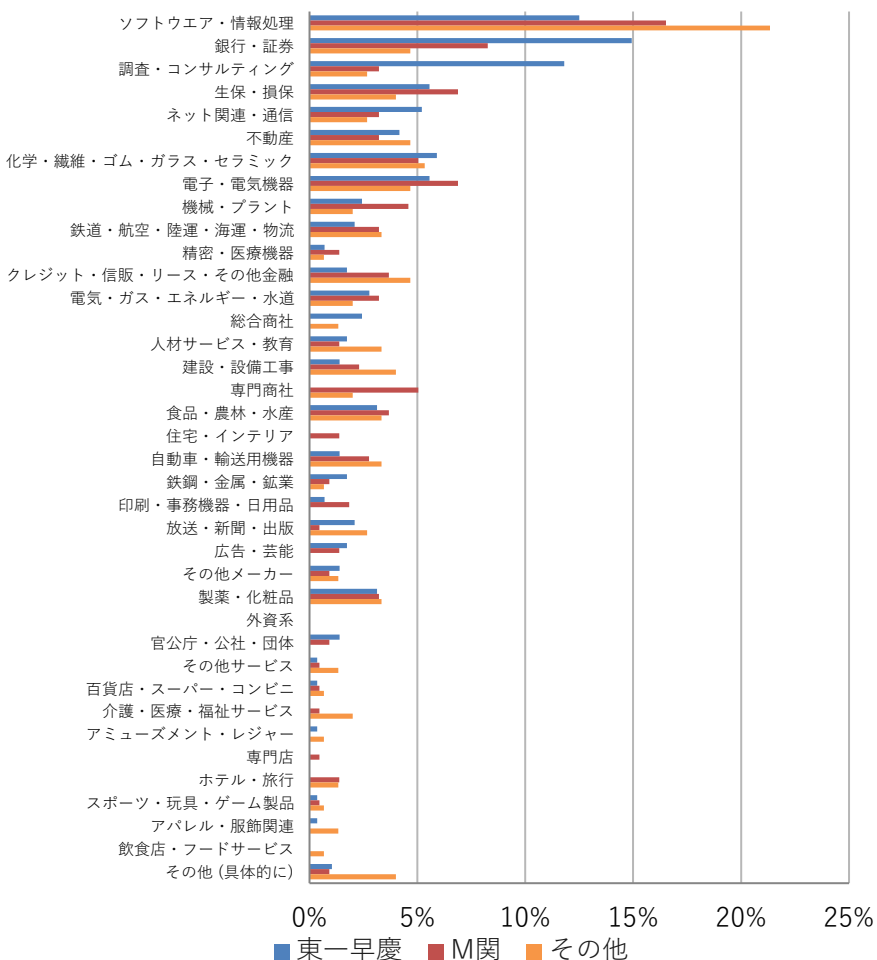


■ 文系 ■ 理系

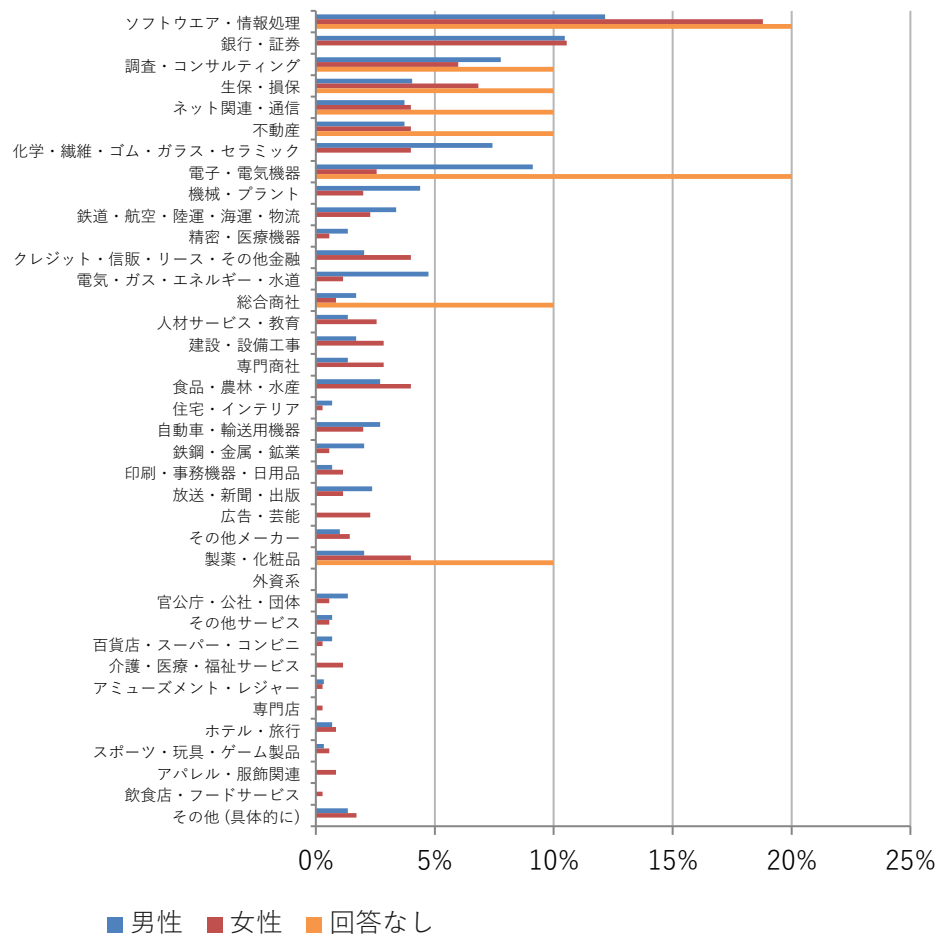
入社予定先企業の業種について教えてください。

「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生は「ソフトウェア・情報処理」が最も多く、一方で「東一
早慶」の学生は「銀行・証券」が最も多くなっており、「調査・コンサルティング」の割合も高い。

【学校別】



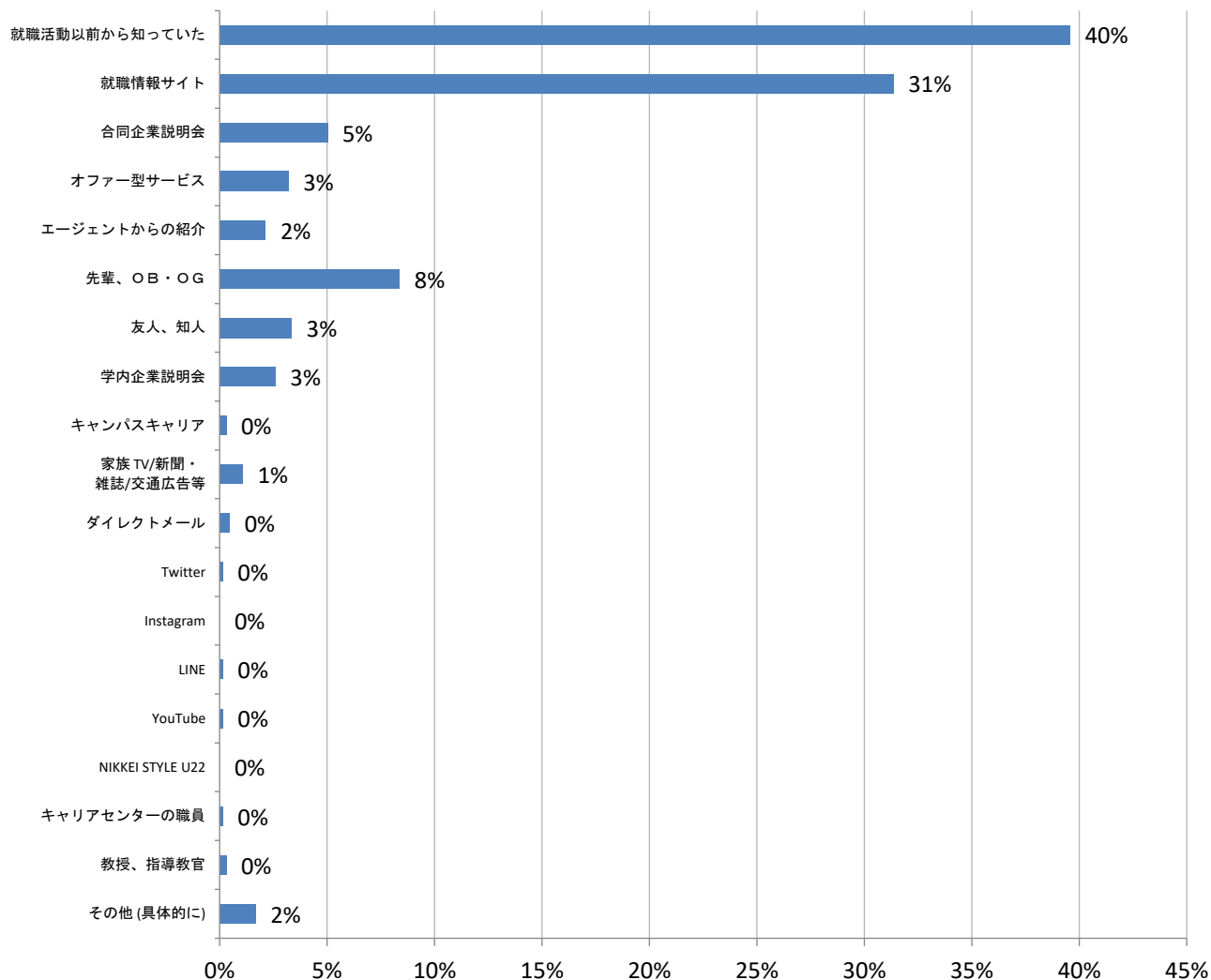
【男女比】



入社予定先企業を知った理由について教えてください。

入社予定先に関して約4割の学生が就職活動以前から知っていた企業であったと回答。

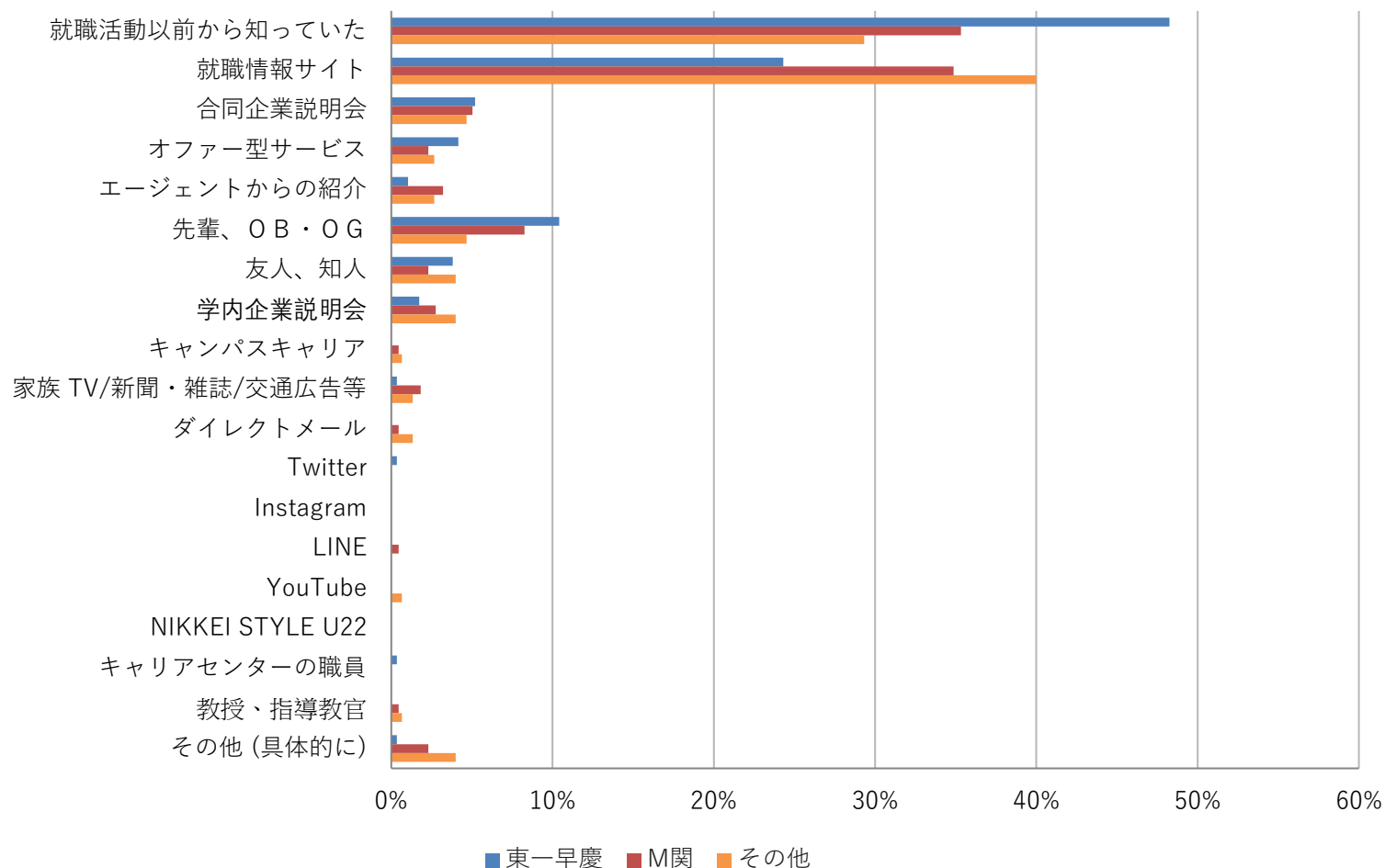
【全体】



入社予定先企業を知った理由について教えてください。

上位校であるほど「就職活動以前から知っていた」という回答が多く、知名度の高い企業に入社予定である割合が高い。

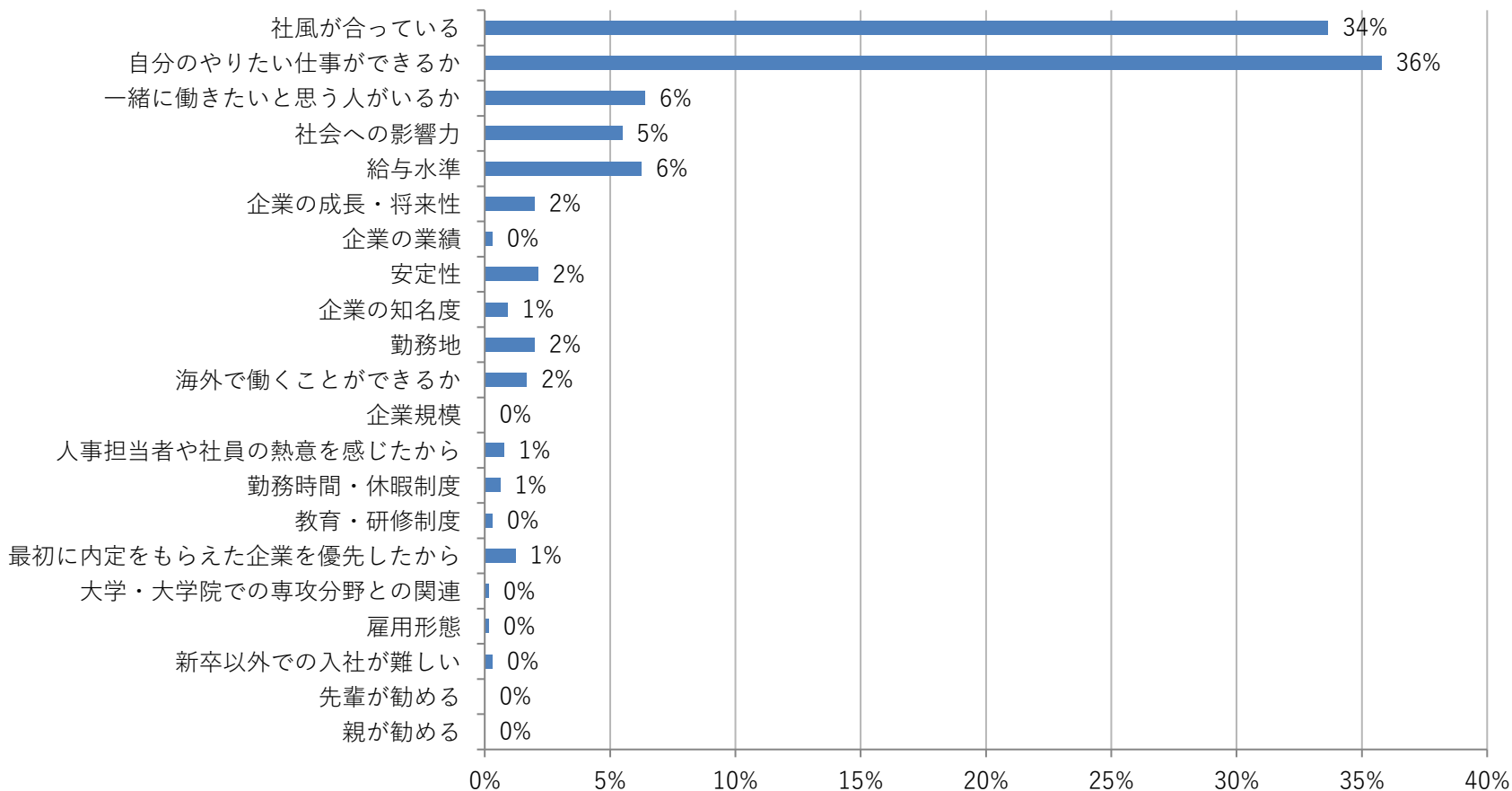
【学校別】



入社予定先企業を決めた理由について教えてください。

入社予定先を決めた理由に関して、「自分のやりたい仕事ができるか」や「社風が合っているか」を重視している傾向があった。

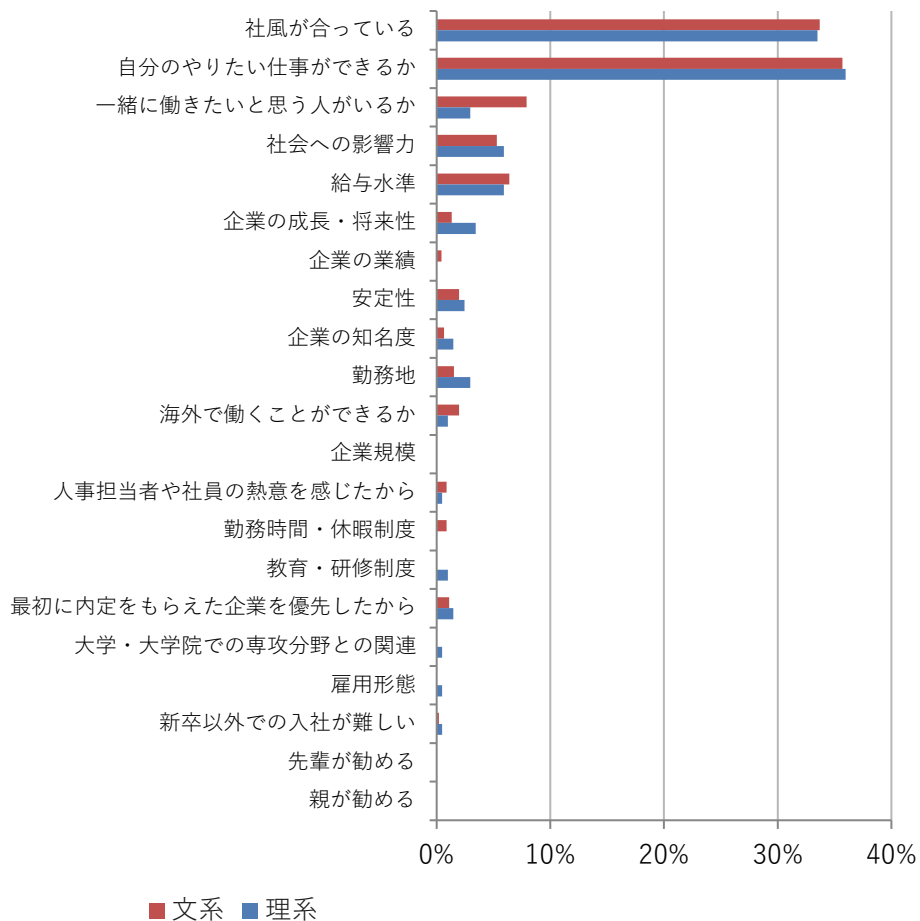
【全体】



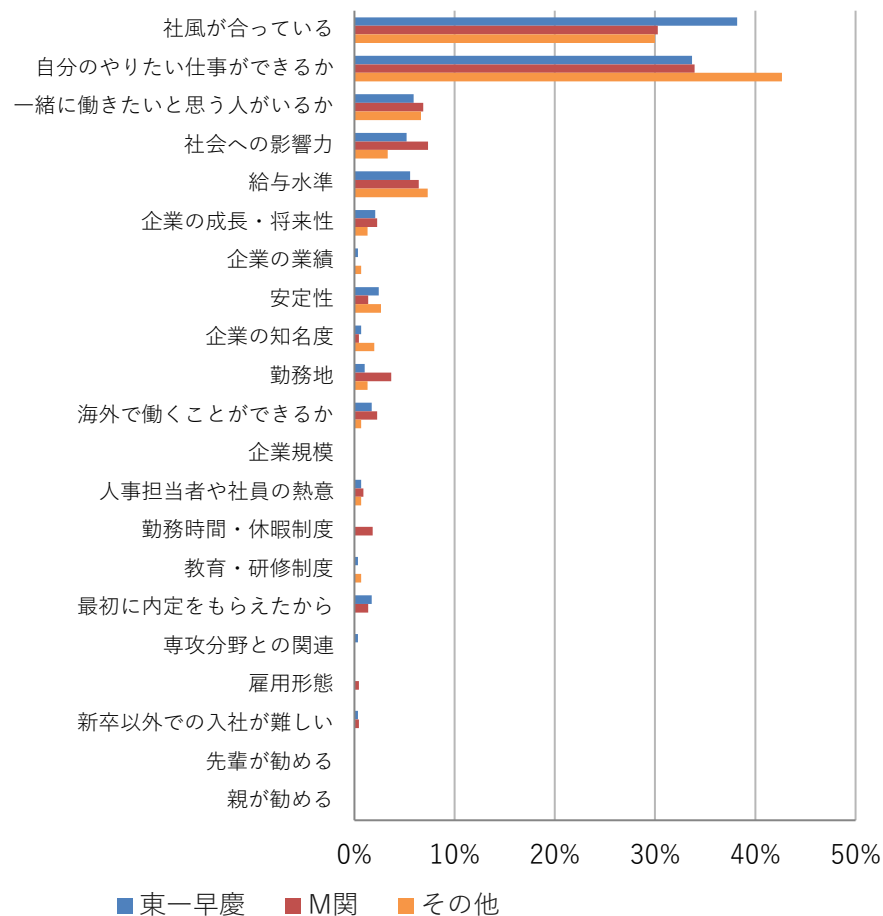
入社予定先企業を決めた理由について教えてください。

文理や学校に問わず社風が合っているかどうかは、入社予定先を決めるうえでは重要な指標の様様。

【文理別】



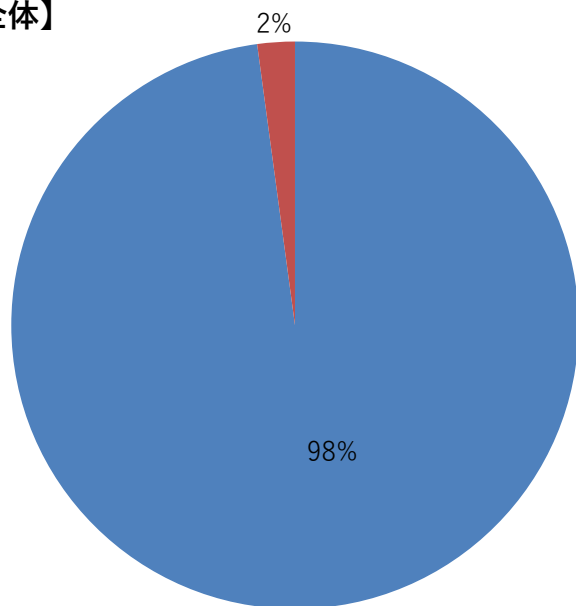
【学校別】



入社予定先企業の社風について、あなたと合っていると感じますか？

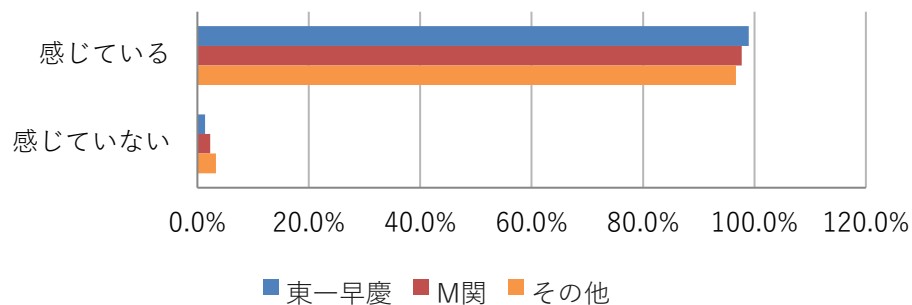
ほぼすべての学生は入社予定先の社風が自分に合っていると感じており、学校別や文理別で比較してもその傾向に差はほとんどない。

【全体】

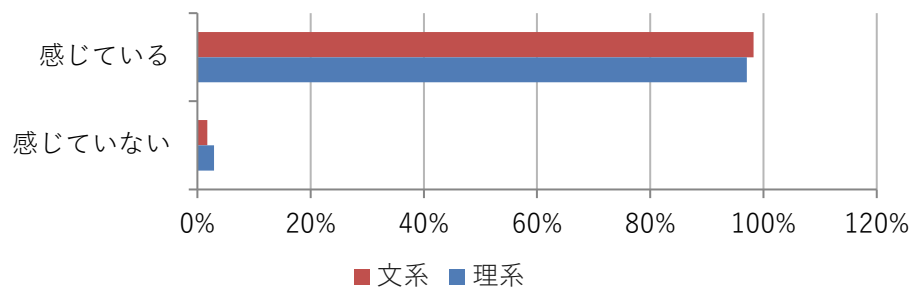


■ 感じている ■ 感じていない

【学校別】



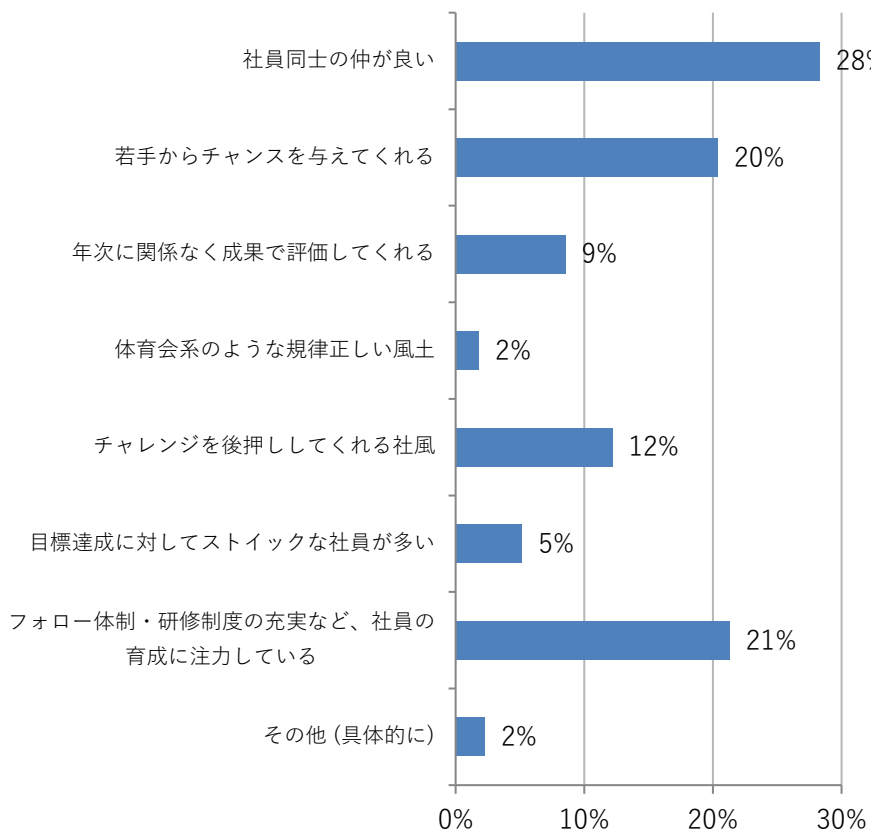
【文理別】



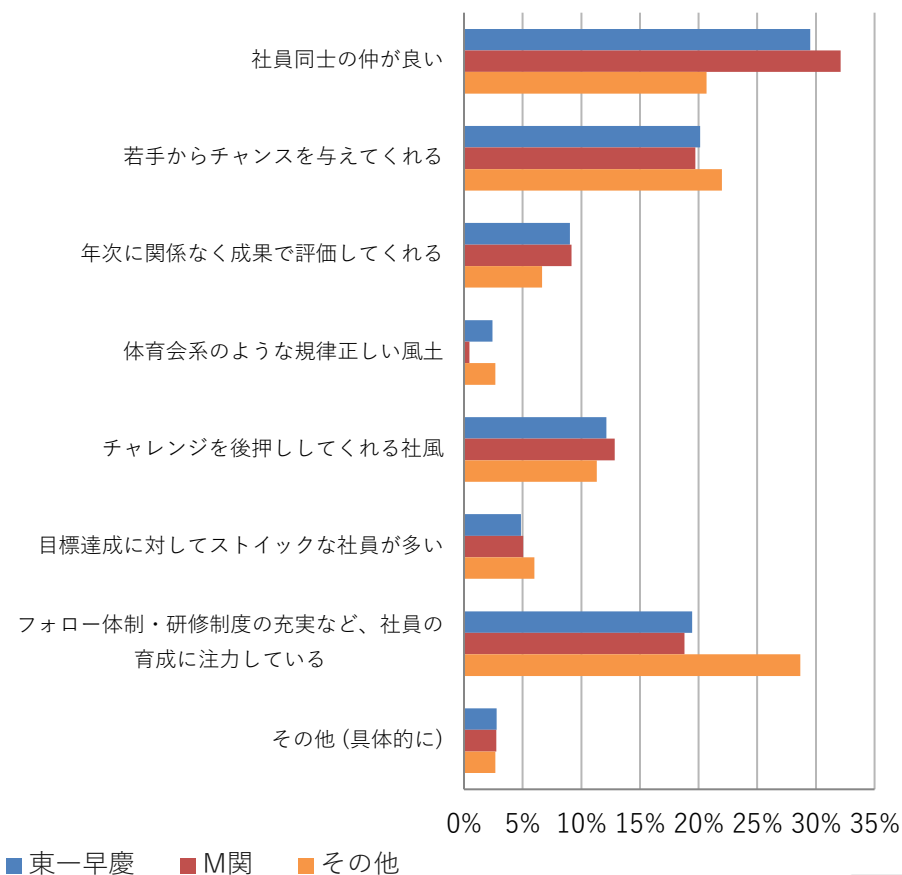
入社予定先企業の社風について、どのようなところに魅力を感じていますか？

魅力を感じる社風は、「社員同士の仲の良さ」や「フォロー体制・教育制度の充実」、「若手からチャンスを与えてくれる」など。

【全体】



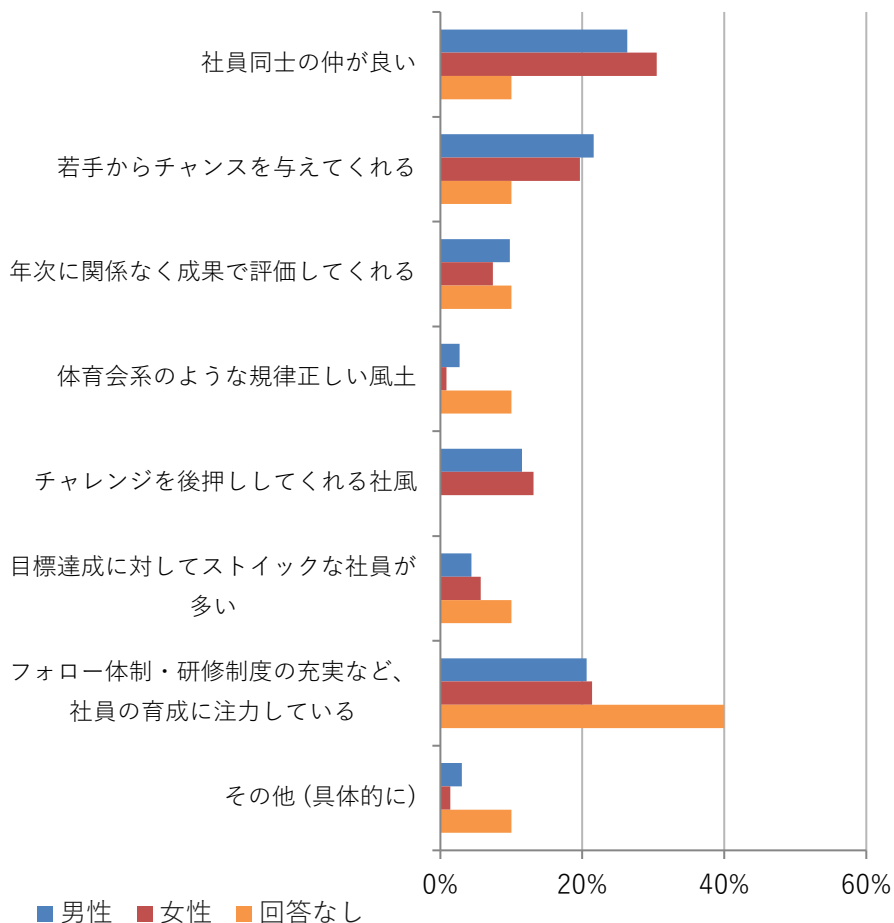
【学校別】



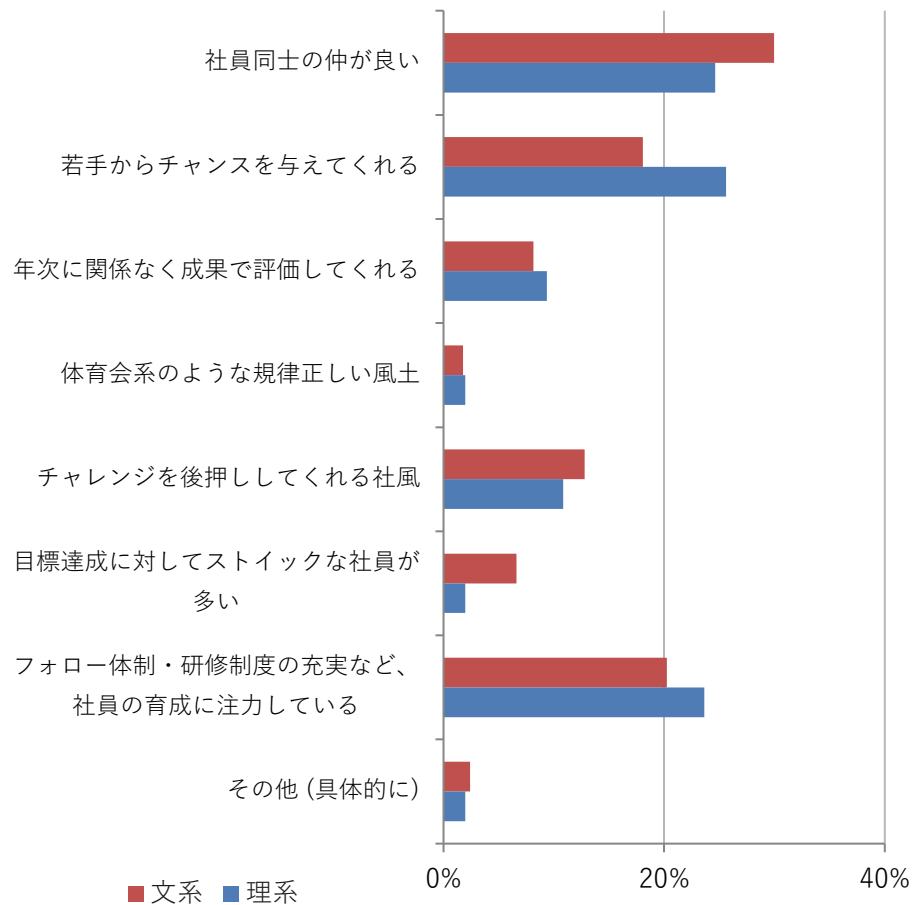
入社予定先企業の社風について、どのようなところに魅力を感じていますか？

「社員同士の仲の良さ」を社風の魅力として挙げる割合は、男女別ではやや女性の方が、文理ではやや文系の方が多い傾向が出ている。

【男女別】



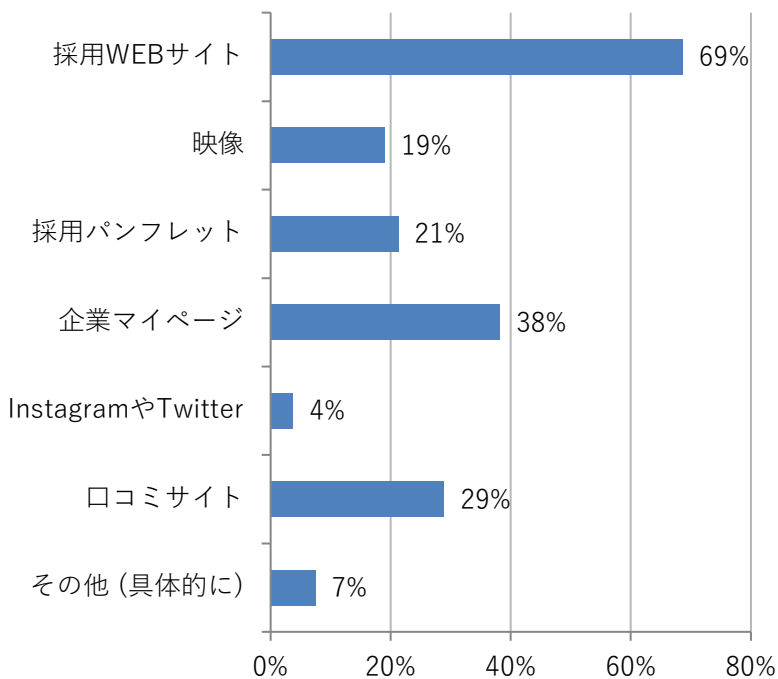
【文理別】



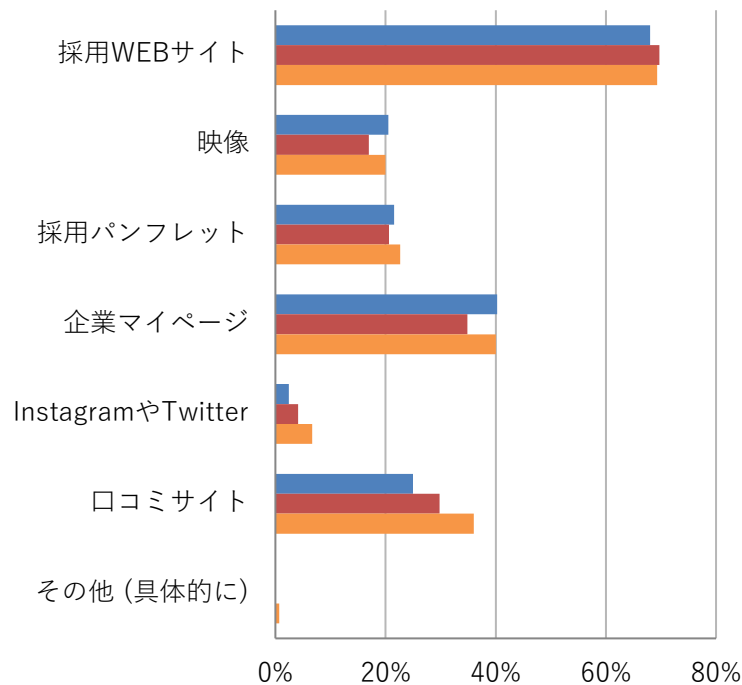
入社予定先企業の社風を知るために、どのようなコンテンツが役に立ったか？

全体では「採用WEBサイト」という声が7割に達し群を抜いており、学生が企業の社風を知るうえで欠かせないツールであることは間違いない。またクローズドの環境でコンテンツ公開されているためか、企業マイページを挙げる学生も多い。

【全体】



【学校別】

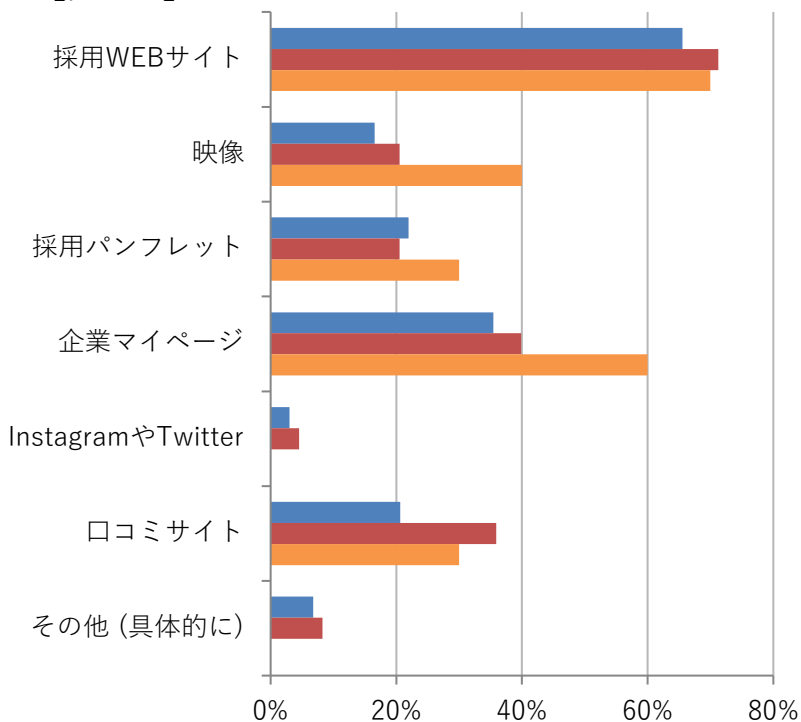


■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

入社予定先企業の社風を知るために、どのようなコンテンツが役に立ったか？

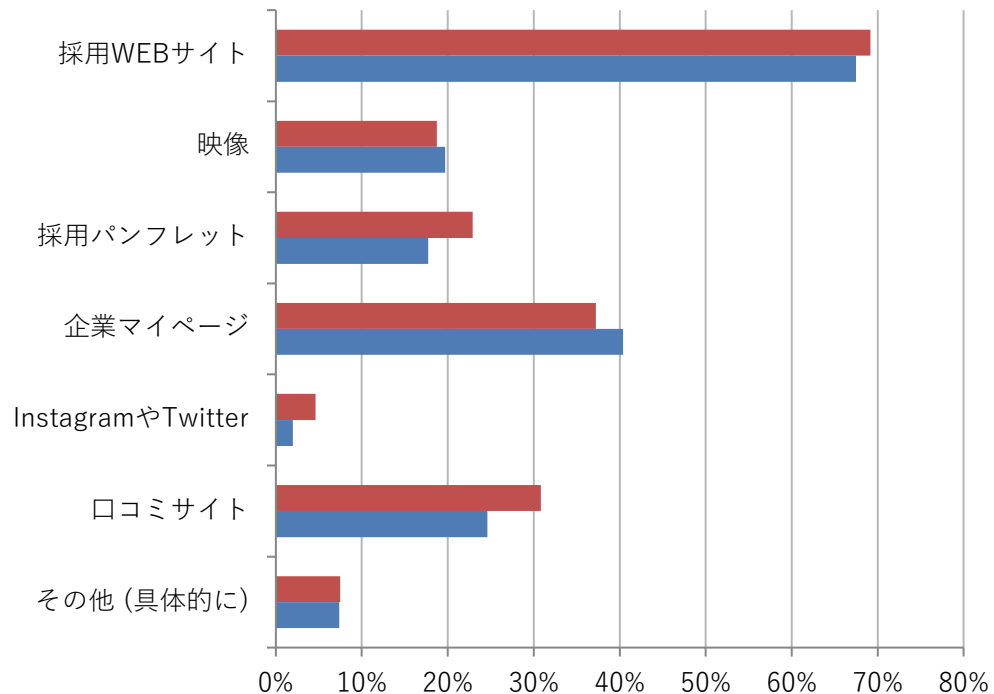
男女別や文理それぞれで結果を比較した際も、上位が「採用WEBサイト」という結果は変わらない。一方で「口コミサイト」が役に立ったという回答では、やや女性、やや文系が比率として高い結果であった。

【男女別】



■ 男性 ■ 女性 ■ 回答なし

【文理比】

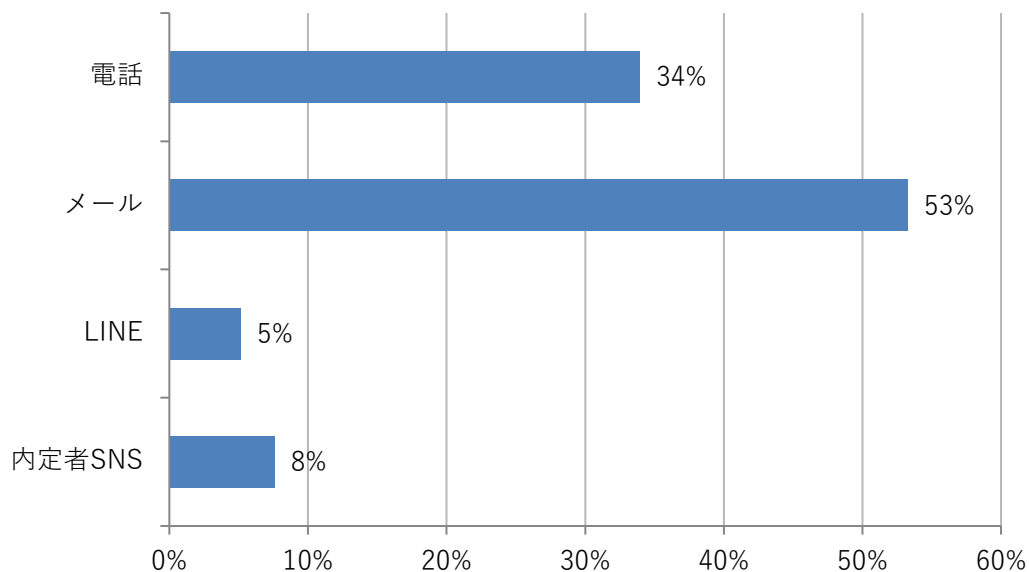


■ 文系 ■ 理系

入社予定先企業との連絡ツールについて教えてください。

企業と学生の連絡手段の半数以上は「メール」であるという結果であり、「電話」という回答を大きく超えた。LINEや内定者SNSの活用は、まだまだごく少数派であることが伺える。

【全体】



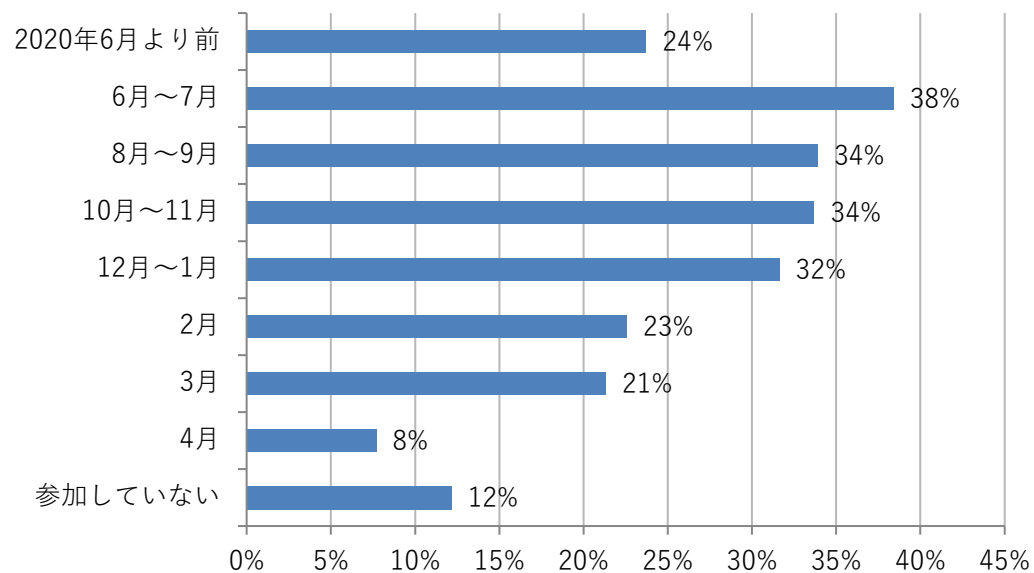
04

参加したセミナー・選考について

就活情報サイトが主催している合同企業説明会や少人数制セミナーへの参加の時期について教えてください。（複数選択可）

合同説明会の参加時期のピークは6月～11月の時期にかけて集中していることが分かる。

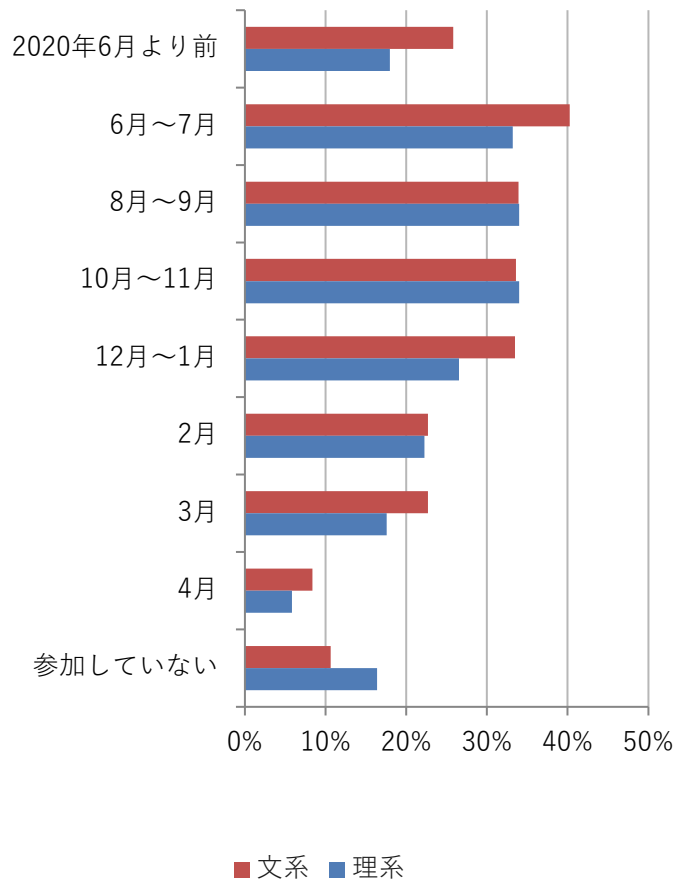
【全体】



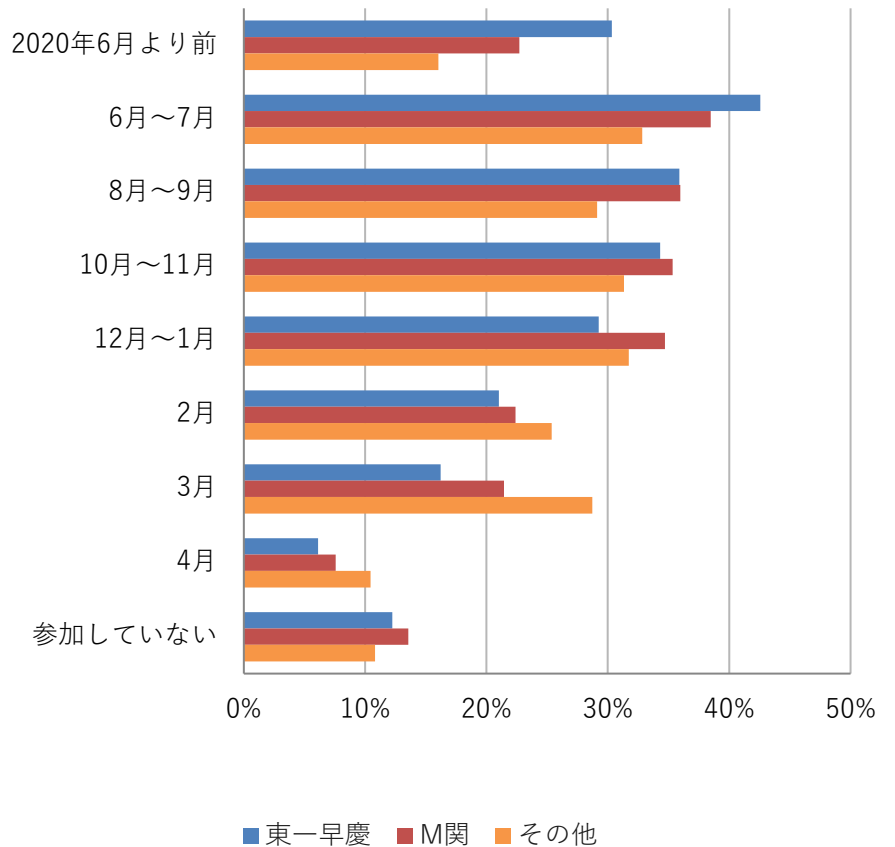
就活情報サイトが主催している合同企業説明会や少人数制セミナーへの参加の時期について教えてください。（複数選択可）

学校別では2020年6月より前と6月～7月から参加していたと回答した割合がそれぞれ「東一早慶」が最も多く、他と比較してより早くから活動する傾向があることが伺える。

【文理比】



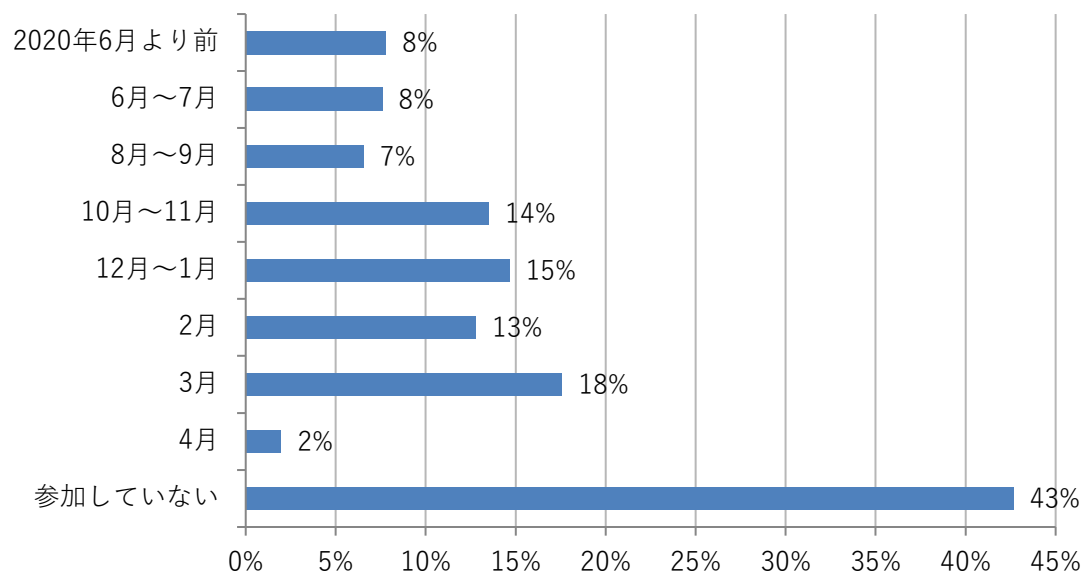
【学校別】



大学が主催している合同企業説明会への参加の時期について教えてください。

大学が主催するセミナーに参加したことが無い学生が約4割に達する結果となった。
オンライン環境になり、学生にとって学内セミナー参加のメリットが喪失されたのかもしれない。

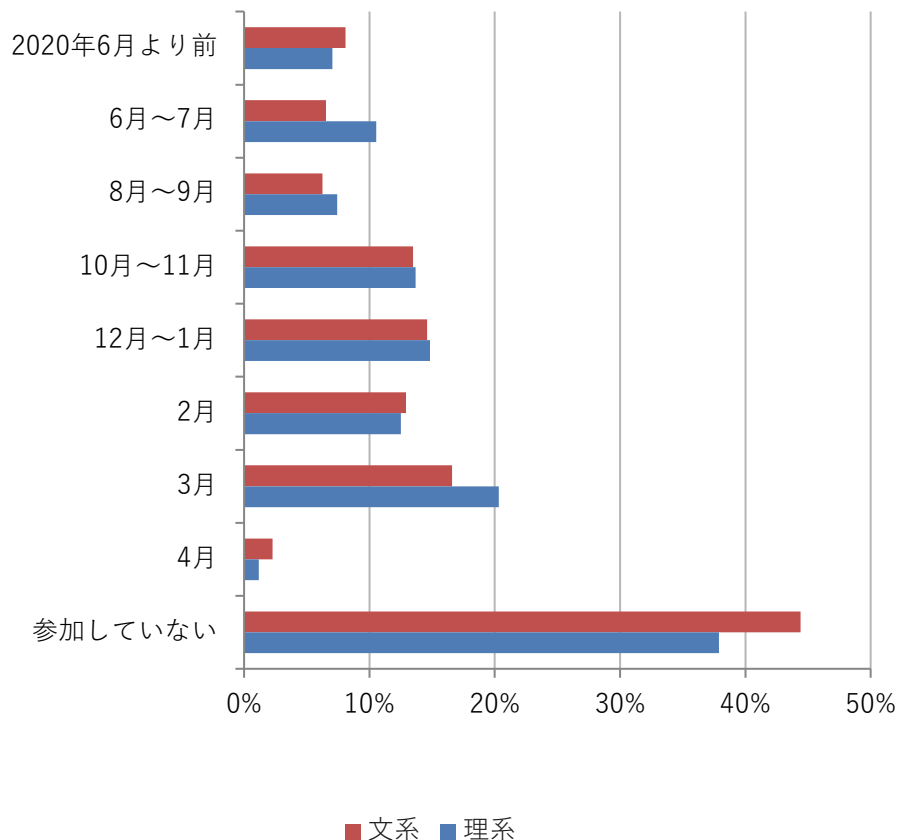
【全体】



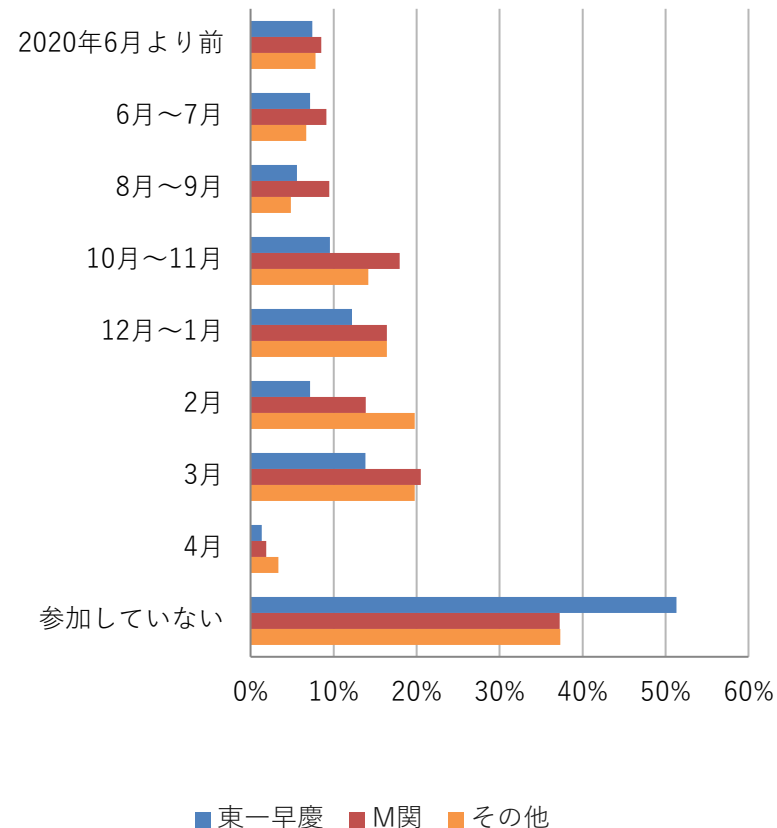
大学が主催している合同企業説明会への参加の時期について教えてください。

学校別で「参加していない」と回答した割合は「東一早慶」が半数を超えており、他と比較して10%以上高い傾向に。
また文理別で比較した際は、参加していない割合はやや文系の方が多い。

【文理比】



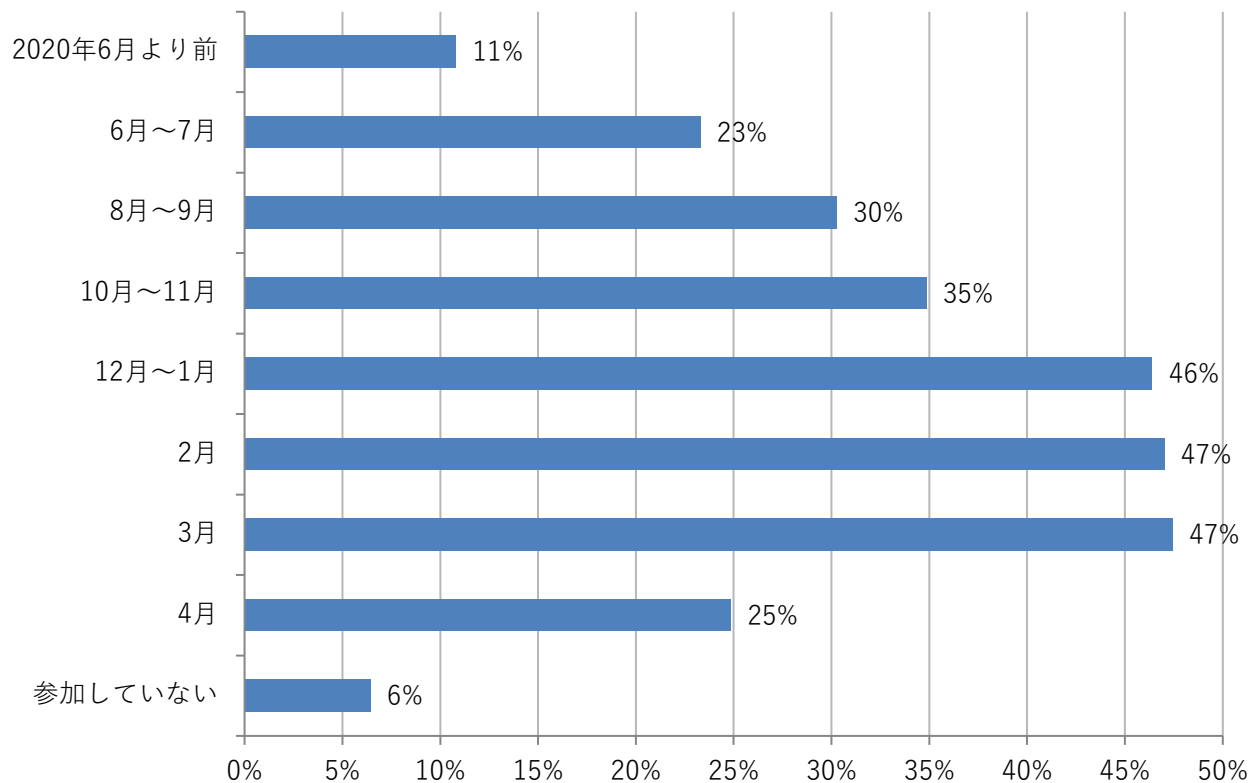
【学校別】



企業毎に開催している個別説明会への参加の時期について教えてください。

年末から年明け以降に個別説明会への参加割合が高まっている。

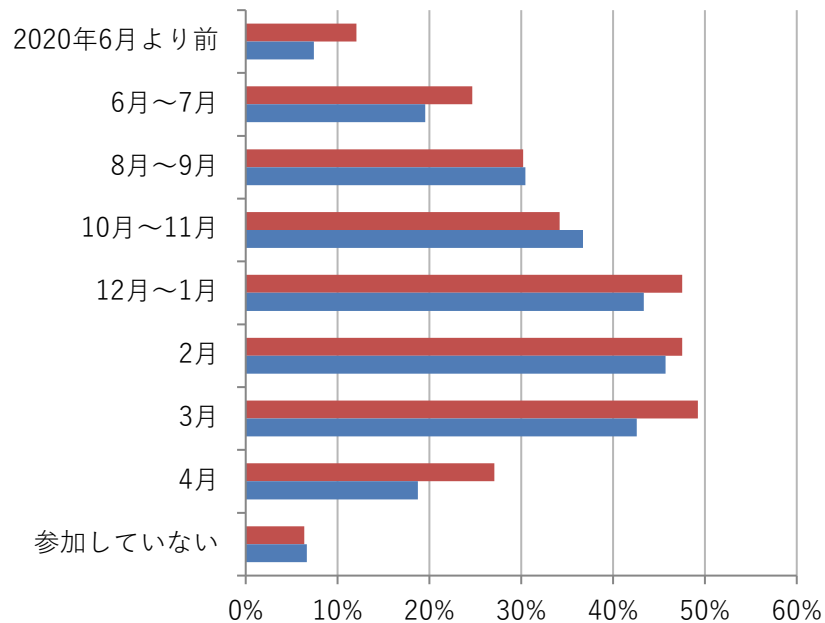
【全体】



企業毎に開催している個別説明会への参加の時期について教えてください。

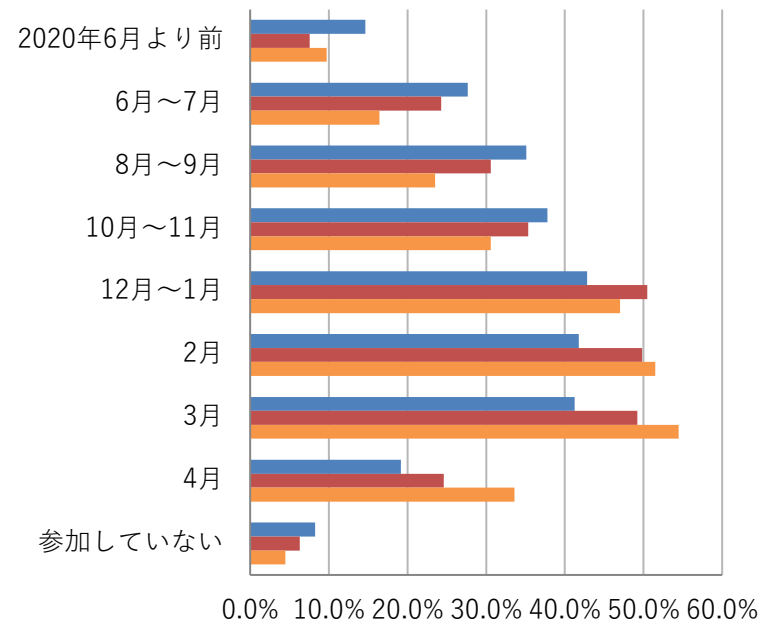
文理別、学校別でそれぞれ比較した際も個別説明会への参加時期のピークは年末から年明け以降のタイミングに集中しており、あまり差がない。

【文理比】



■ 文系 ■ 理系

【学校別】

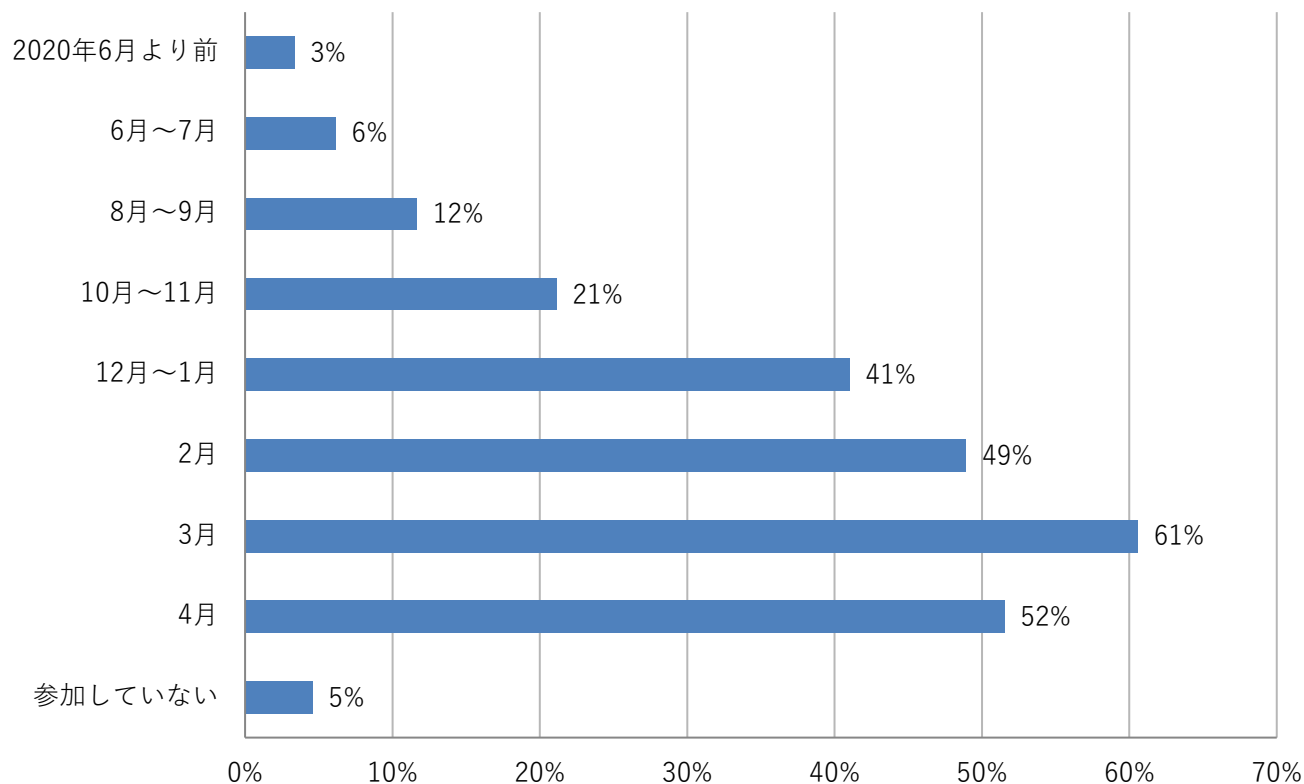


■ 東一 ■ M関 ■ その他

企業の採用選考（インターンシップは除く）への参加の時期について

ある一定は秋口までに選考に進む動きがみられたものの、全体としては年末年始を境に選考に移行する動きが顕著にみられた。

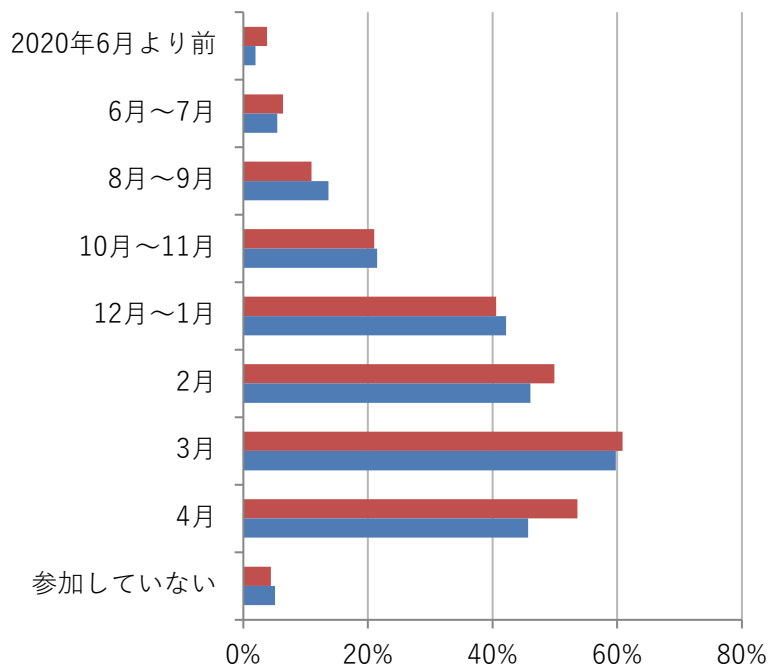
【全体】



企業の採用選考（インターンシップは除く）への参加の時期について

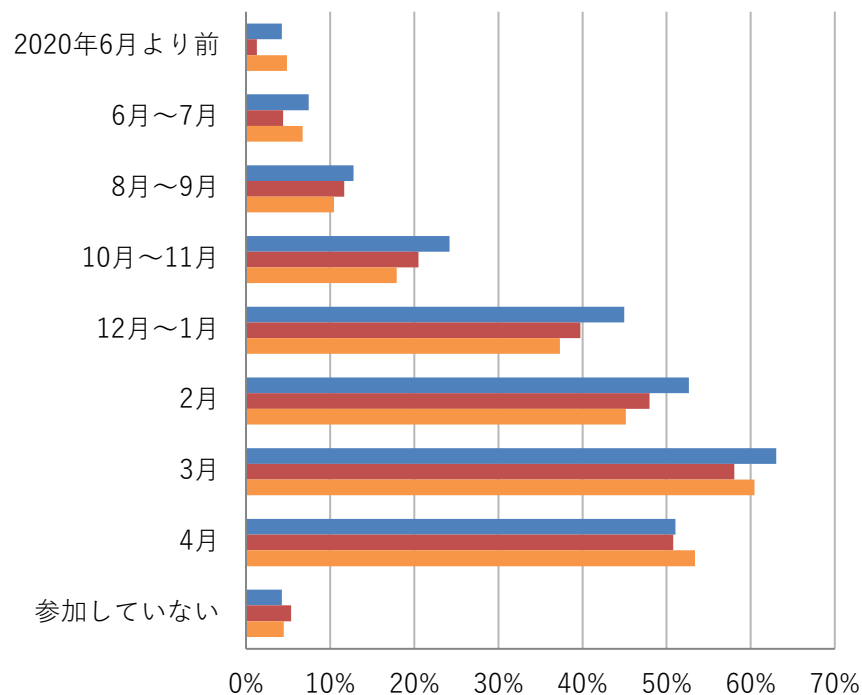
文理それぞれで大きな違いは見られない。また大学群毎においても大きな傾向の違いはないが、若干上位校であるほど早いタイミングで採用選考に参加している傾向。

【文理比】



■ 文系 ■ 理系

【学校別】

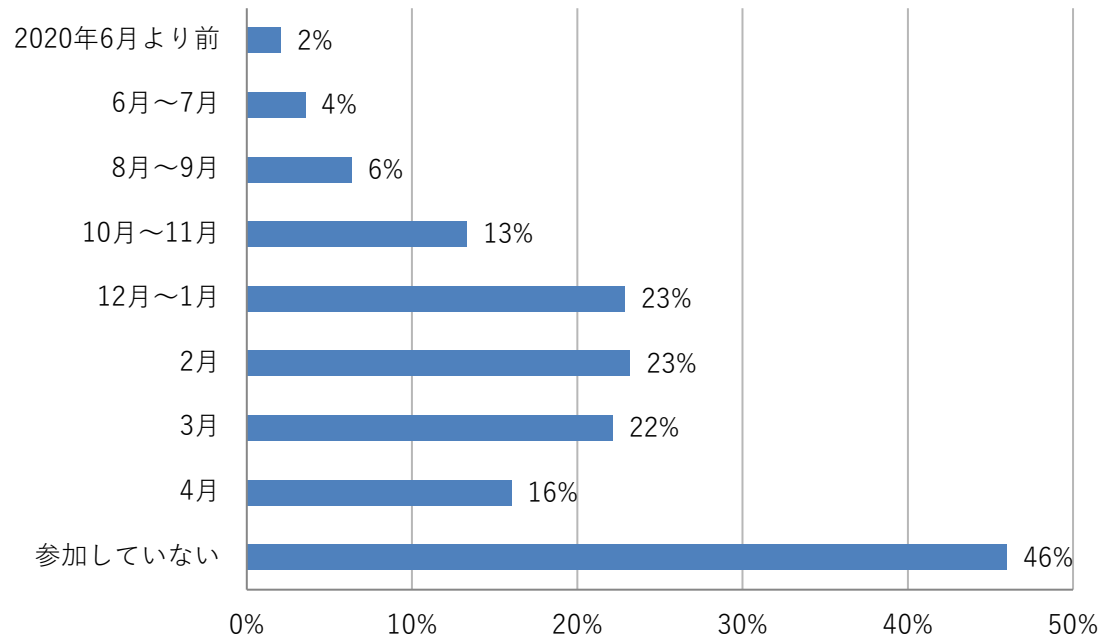


■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

OB・OG訪問への参加の時期について教えてください。（複数選択可）

6割近くの学生がOB・OG訪問を活用。
選考が本格化していく時期と比例する形で積極的に活動していたことが伺える。

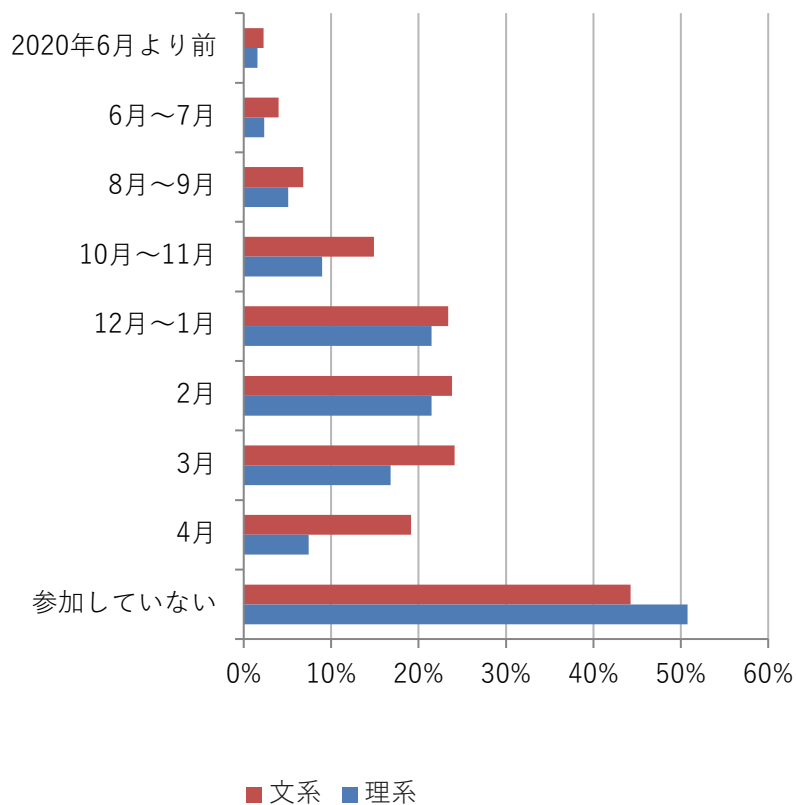
【全体】



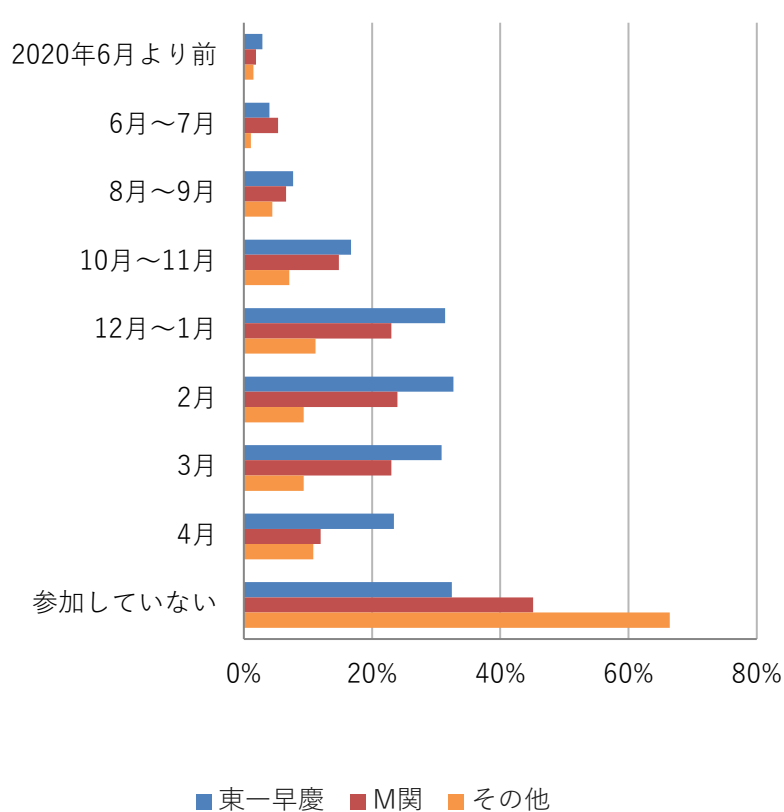
OB・OG訪問への参加の時期について教えてください。（複数選択可）

文理別ではやや文系の方がOB・OG訪問を積極的に活用しているように見られる。
また上位校であるほどOB・OG訪問をしている割合が高く、時期に関しては学校群ごとで大きな傾向の違いはない。

【文理比】



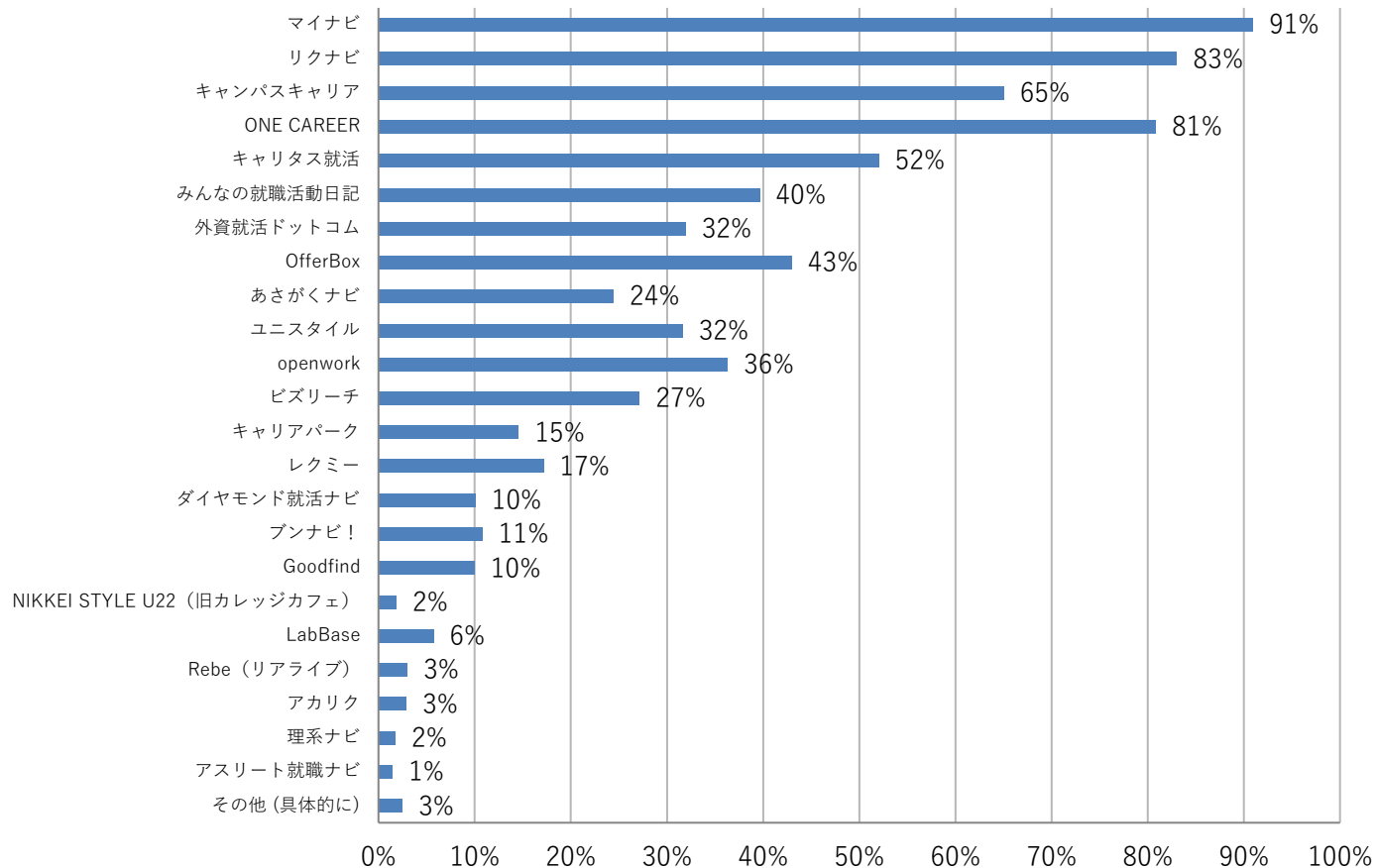
【学校別】



現在登録している就職情報サイトについて教えてください。（複数選択可）

依然として就職情報サイトのシェアはナビ2強が上位に君臨している状態。
またONE CREERを始めとした他のサービスも積極的に活用しており、
ナビだけでなく複数のサービスを併用して情報収集を行なおうとする学生の傾向が伺える。

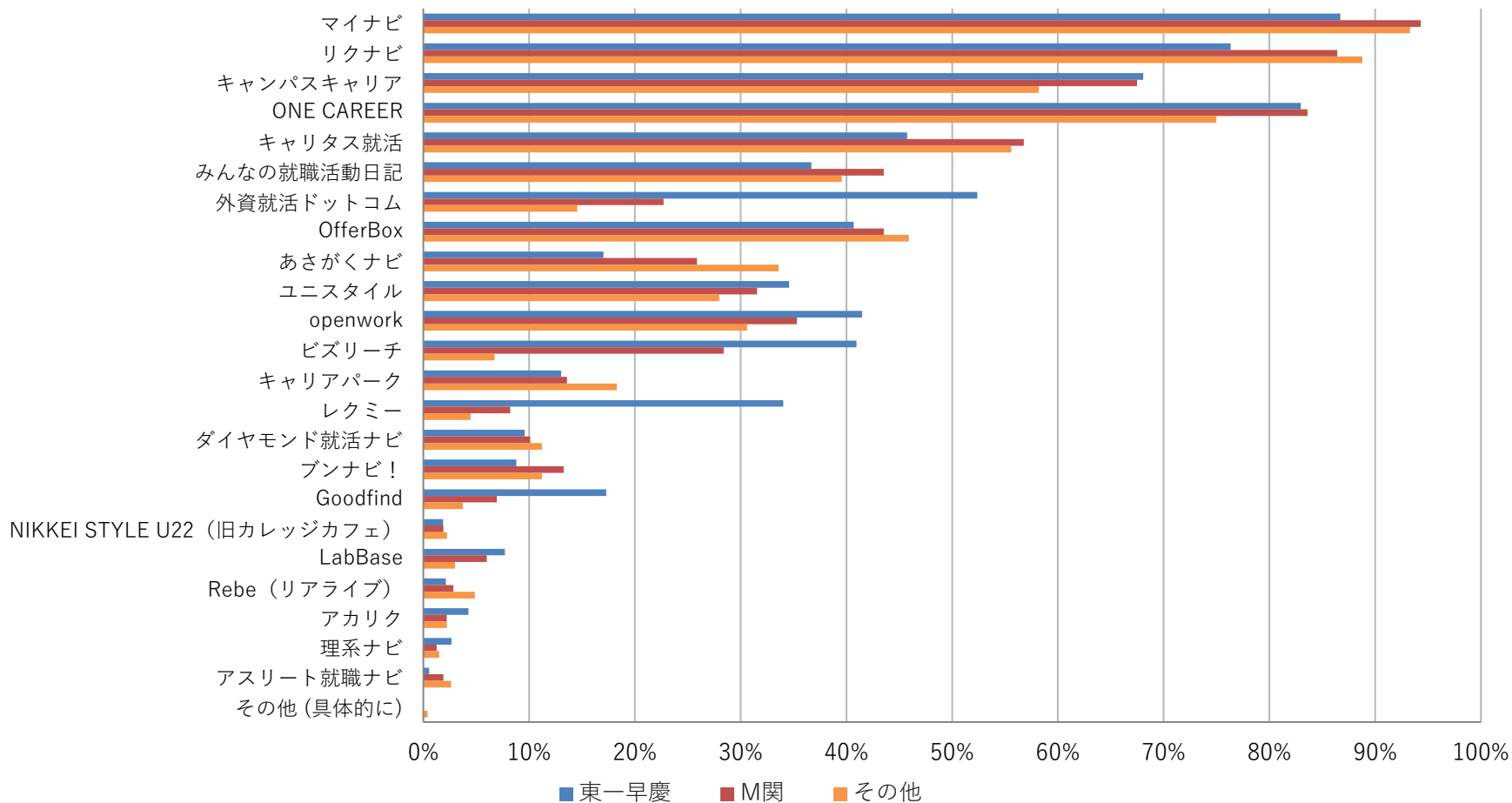
【全体】



現在登録している就職情報サイトについて教えてください。（複数選択可）

「東一早慶」の学生は「外資就活ドットコム」や「ビズリーチ」「レクミー」などに登録している割合が高い。

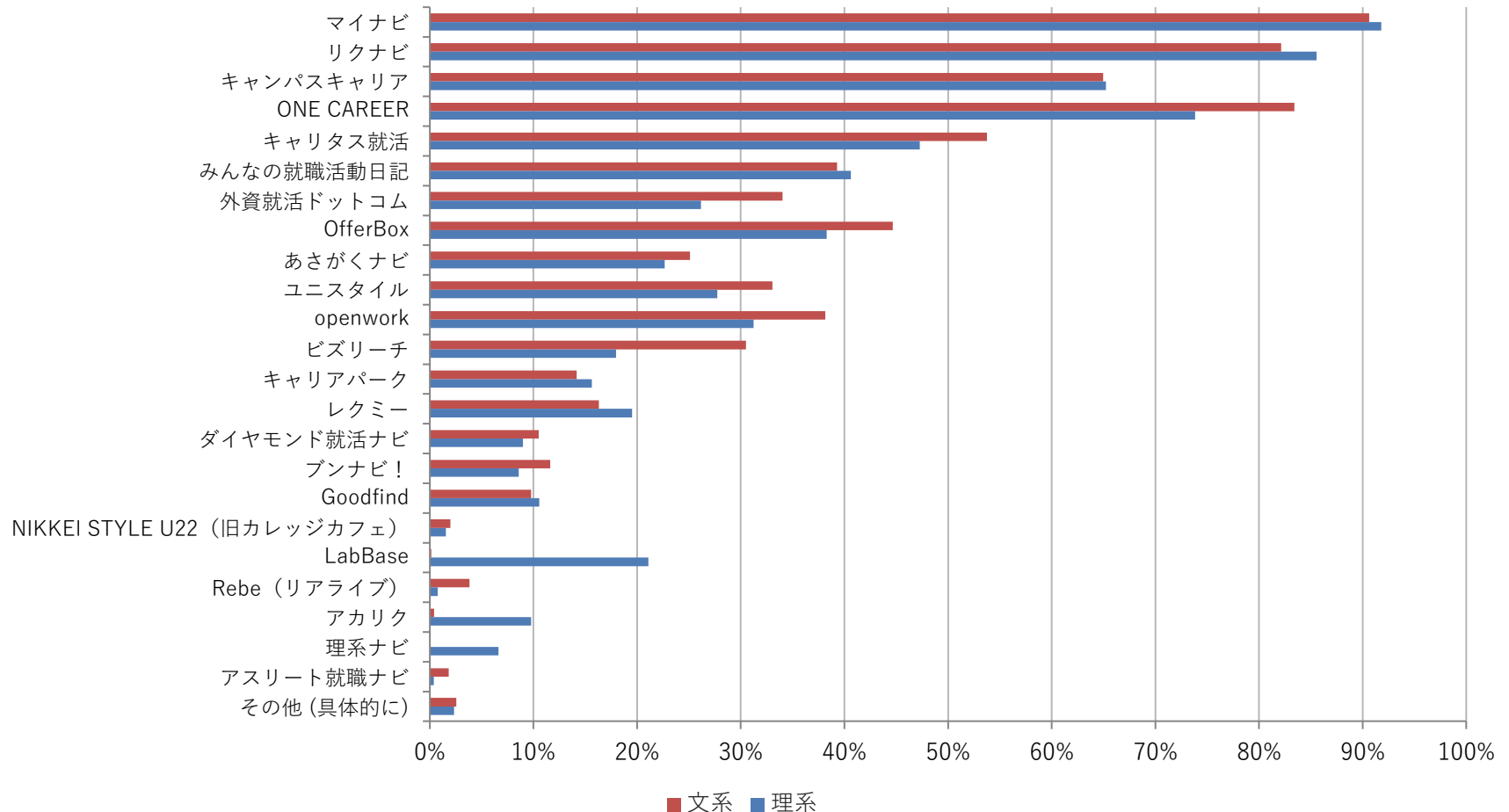
【学校別】



現在登録している就職情報サイトについて教えてください。（複数選択可）

ONE CREER、キャリアタス就活、外資系就活ドットコム、Offer Box、ビズリーチ等は文系学生の方が利用している割合が高い。一方、理系ではナビ媒体がやや文系より高い傾向に加えて、レクミーはポイントが集まった。また理系ではLabBaseや理系ナビなど文系学生と棲み分けされたサービスが多く、それらを積極的に活用する割合が高い。

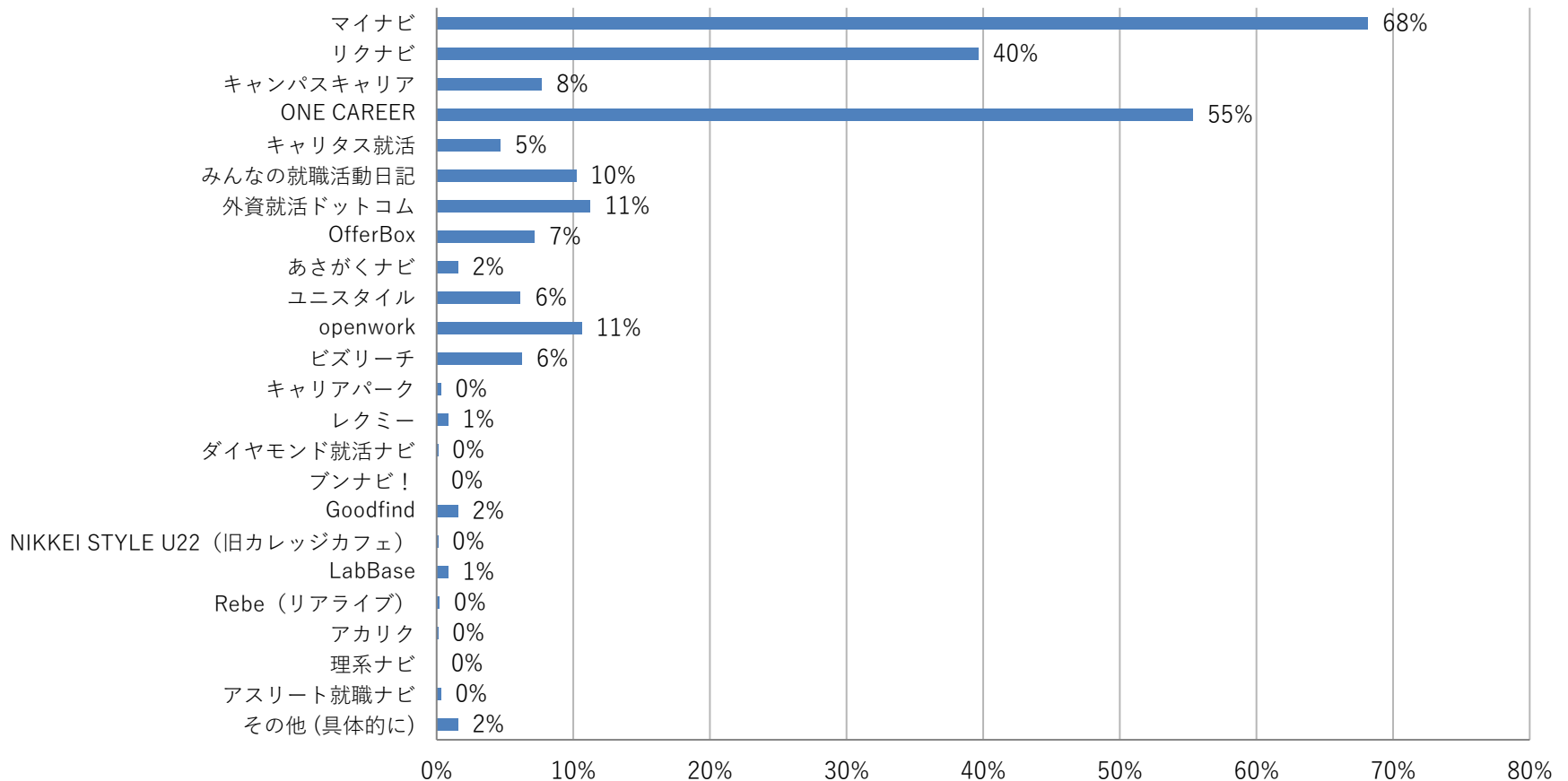
【文理比】



頻繁に使用した就職情報サイトについて教えてください。（3項目まで）

使用頻度で比較した場合マイナビの使用が最も多く7割に迫るが一方でリクナビは40%程度であり、差が生まれている。またONE CAREERの使用頻度も約半数以上の学生が上位3つに入ると回答しており、マイナビの使用頻度に次ぐ割合となっている。

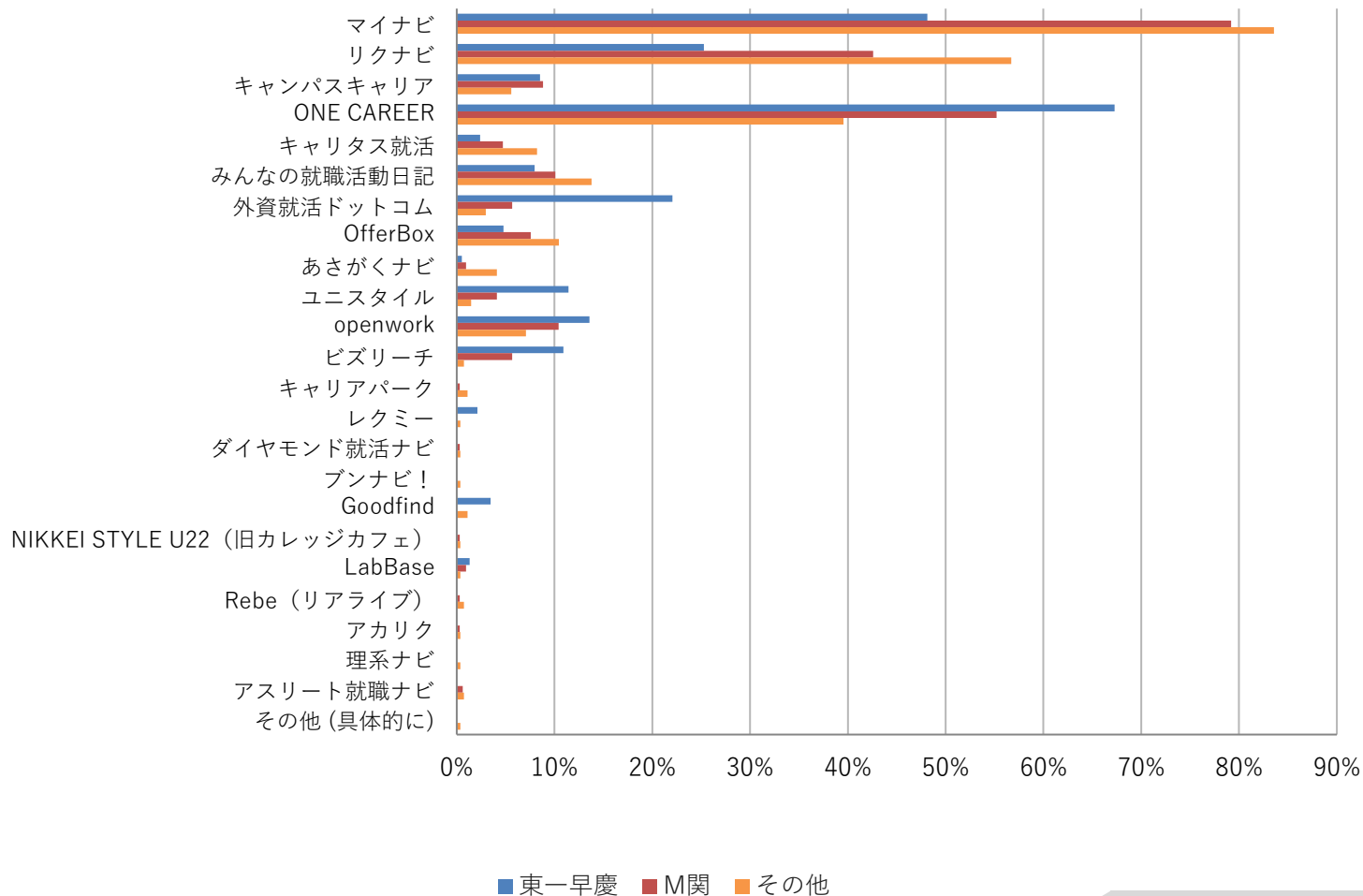
【全体】



頻繁に使用した就職情報サイトについて教えてください。（3項目まで）

「東一早慶」の学生は「ONE CAREER」が最も多く、「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生は「マイナビ」が最も多い。

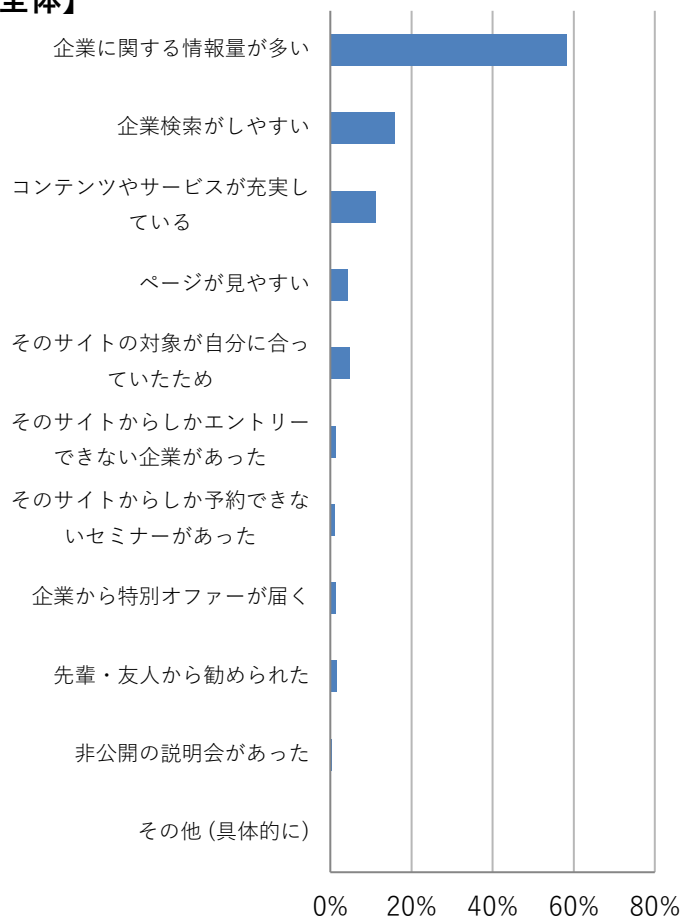
【学校別】



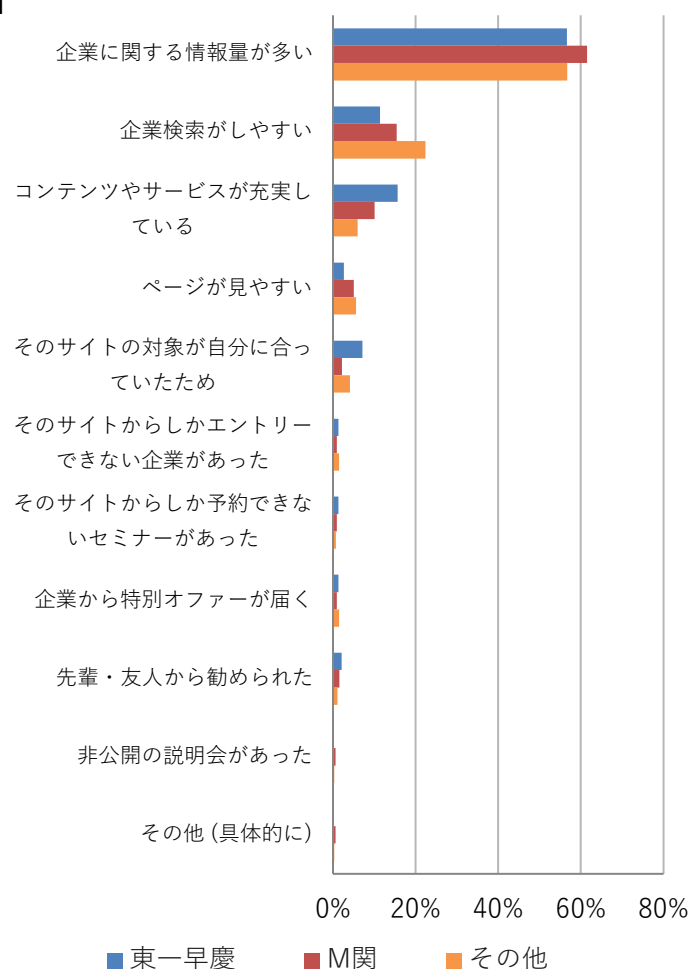
就職情報サイトを選んだ理由について教えてください。

就職情報サイトを選んだ理由として企業に関する情報を求めてという意見が大多数を占めている。また検索性の高さといったユーザビリティも支持を得ている理由と言える。

【全体】



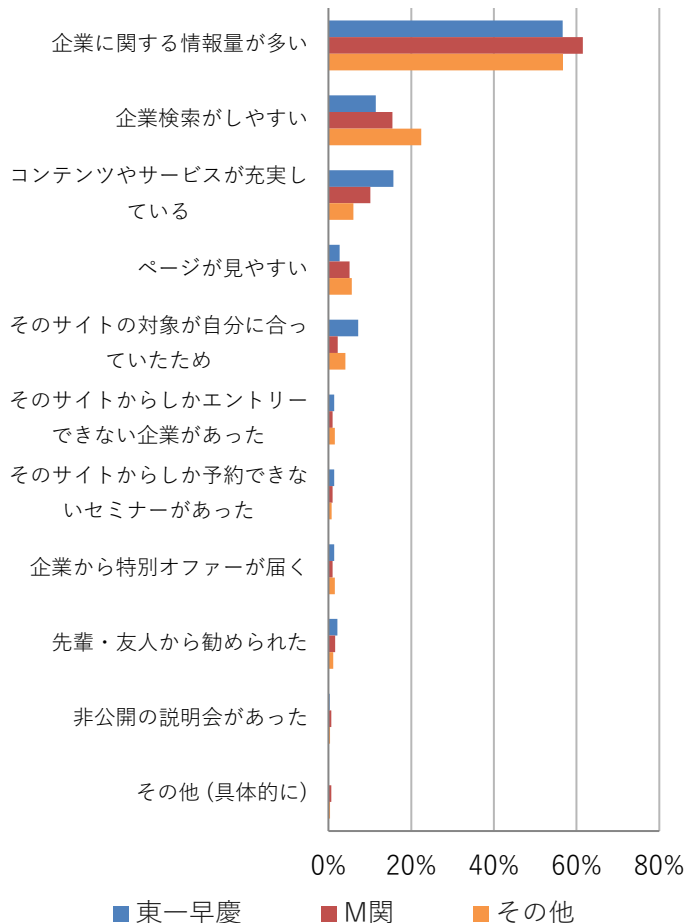
【学校別】



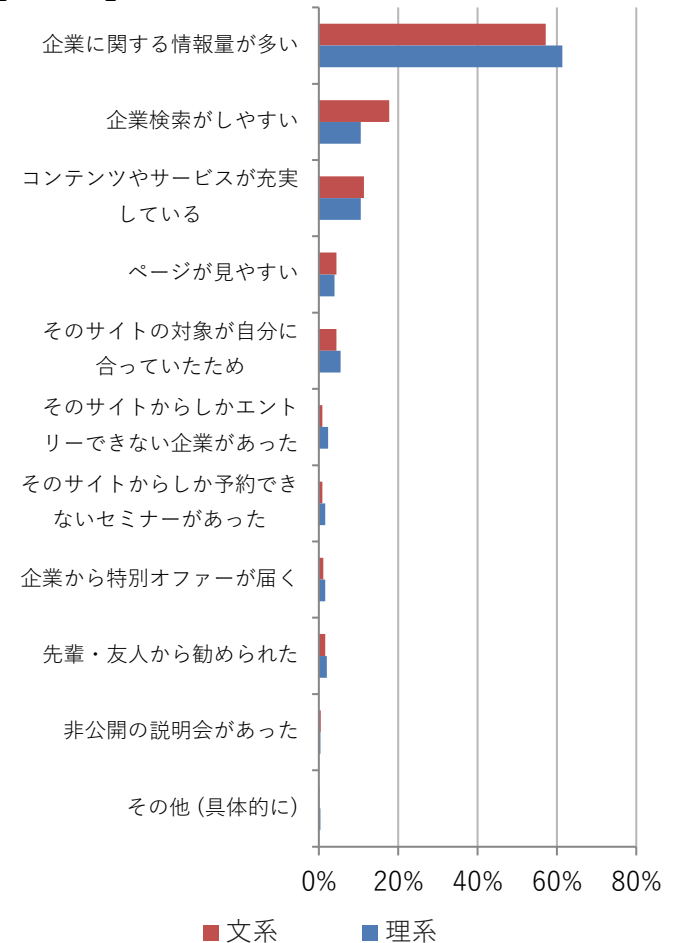
就職情報サイトを選んだ理由について教えてください。

大学群毎や文理比での大きな傾向の違いはない。いずれにおいても「企業に関する情報量が多い」の回答が最も多く、学生が就職情報サイトに何を求めているのかが顕著に結果として現れた。

【学校別】



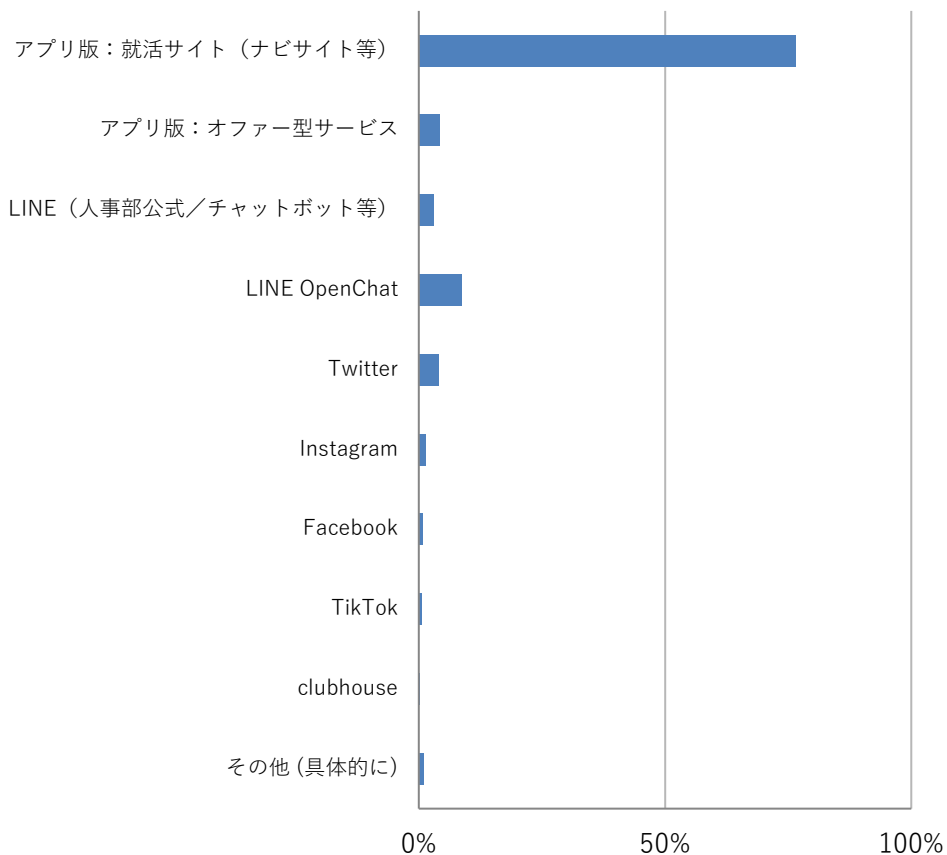
【文理比】



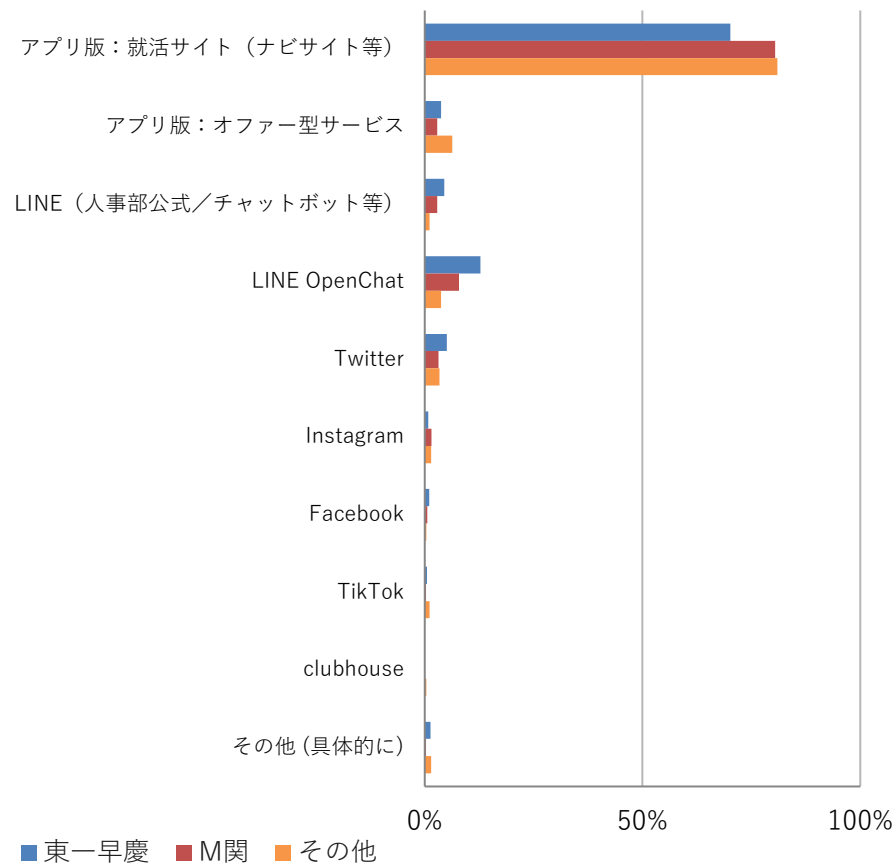
就職活動で一番使用したアプリについて教えてください。

ここでも全体傾向としてナビサイトが圧倒的に高い割合を示している。
また学校別の場合、大学群毎の大きな傾向の違いは無く「アプリ版：就活サイト」の回答が最も多いが、「東一早慶」の学生は「LINE OpenChat」を使用している割合が若干高い。

【全体】



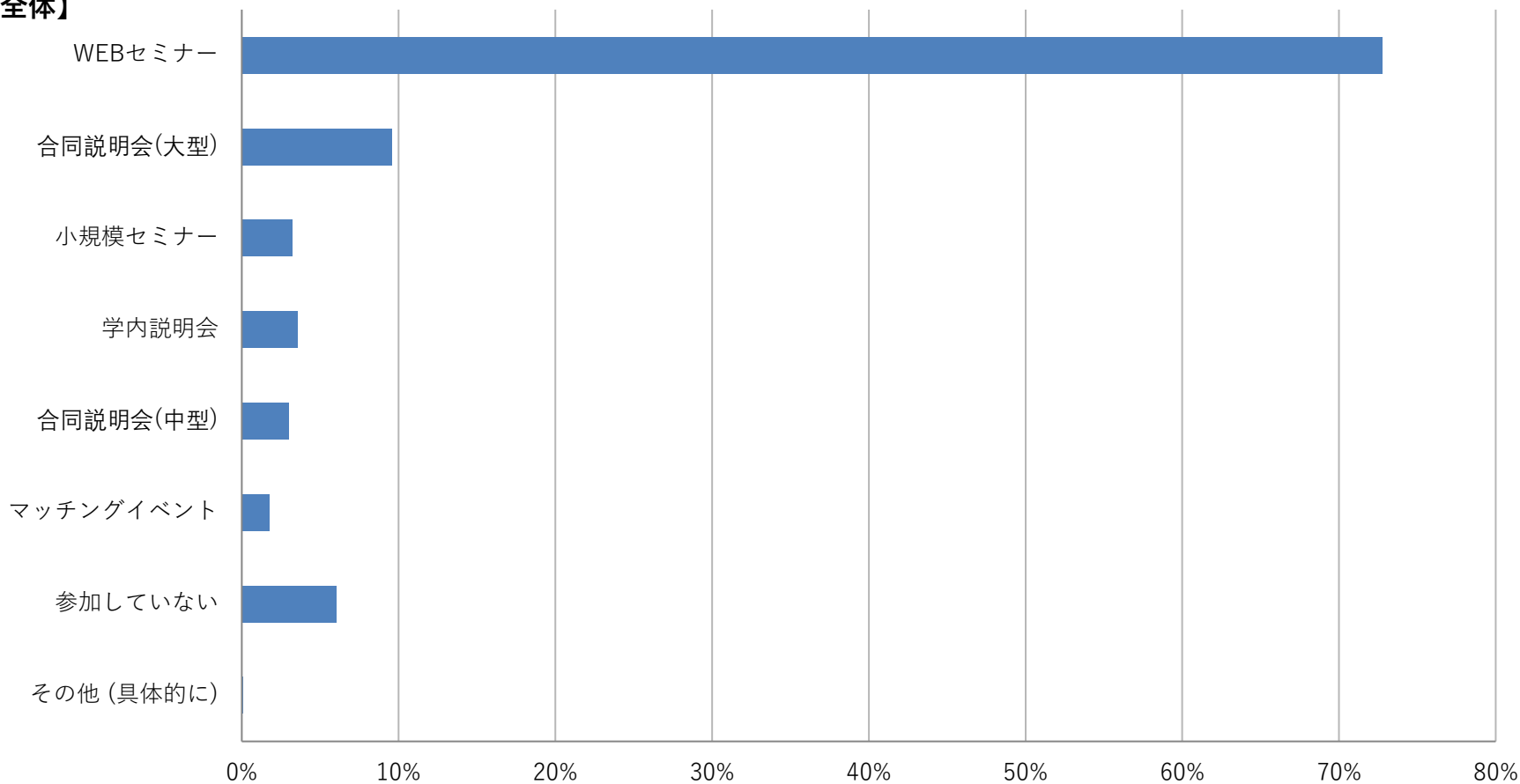
【学校別】



就職活動中によく参加したイベントについて教えてください。

就職活動のオンライン化により、学生たちの活動のほとんどがWEBセミナーに移行していることが分かる。

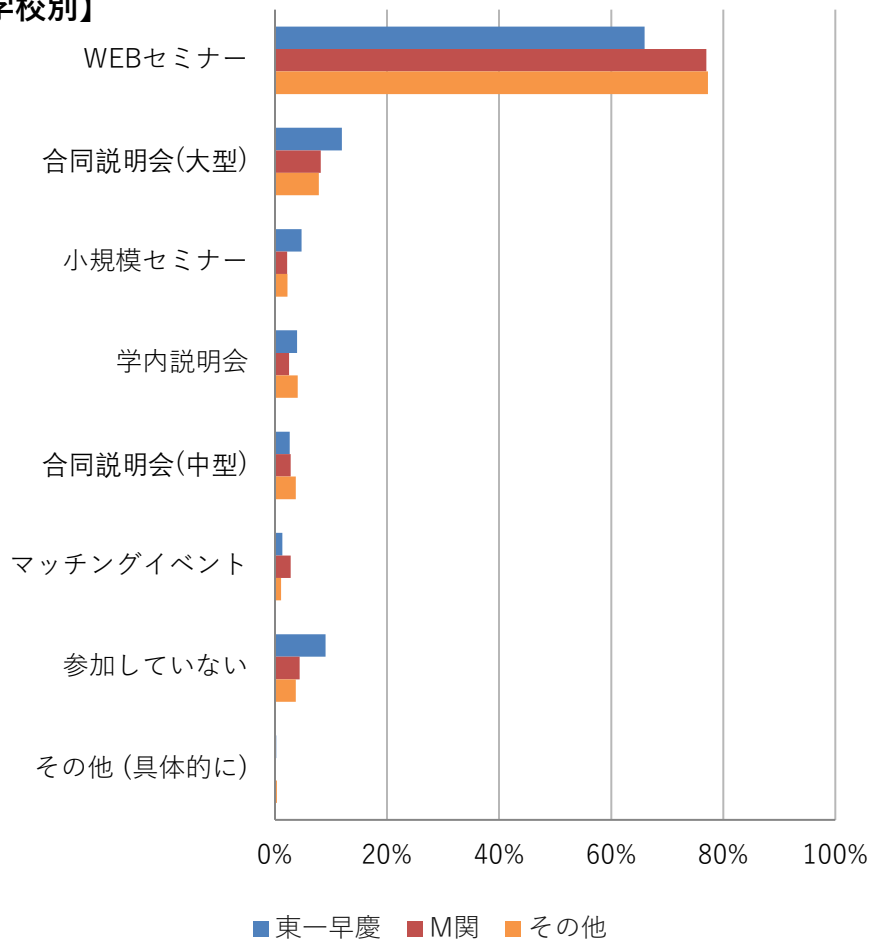
【全体】



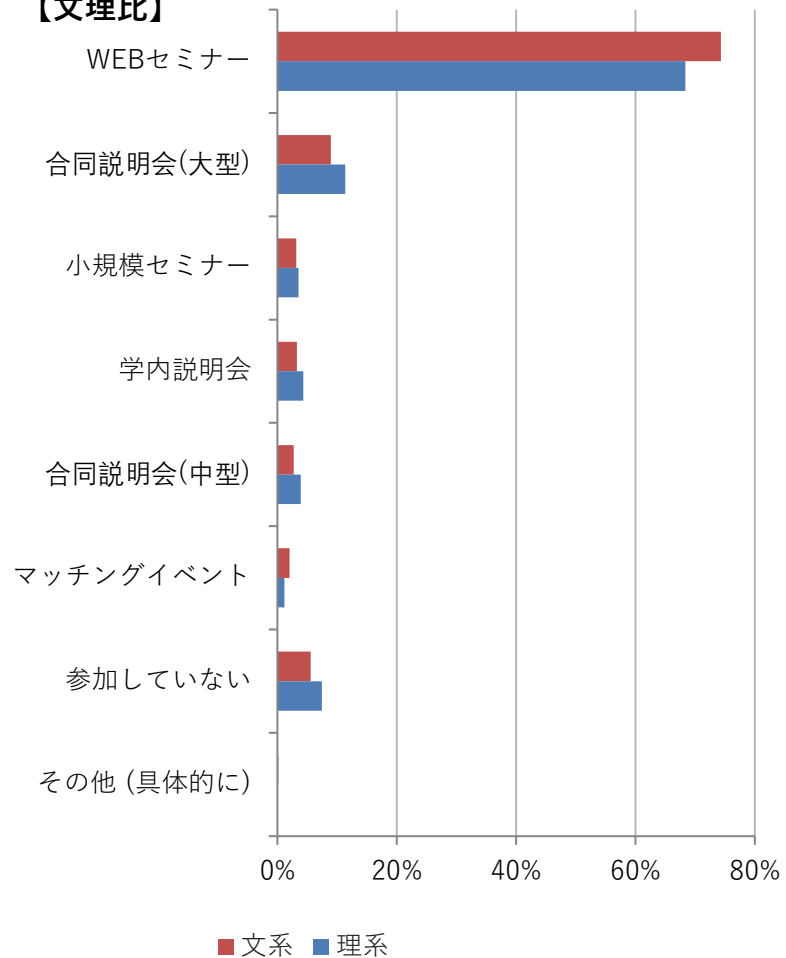
就職活動中によく参加したイベントについて教えてください。

大学群や文理毎の傾向の違いは無く、「WEBセミナー」の回答が最も多い。

【学校別】



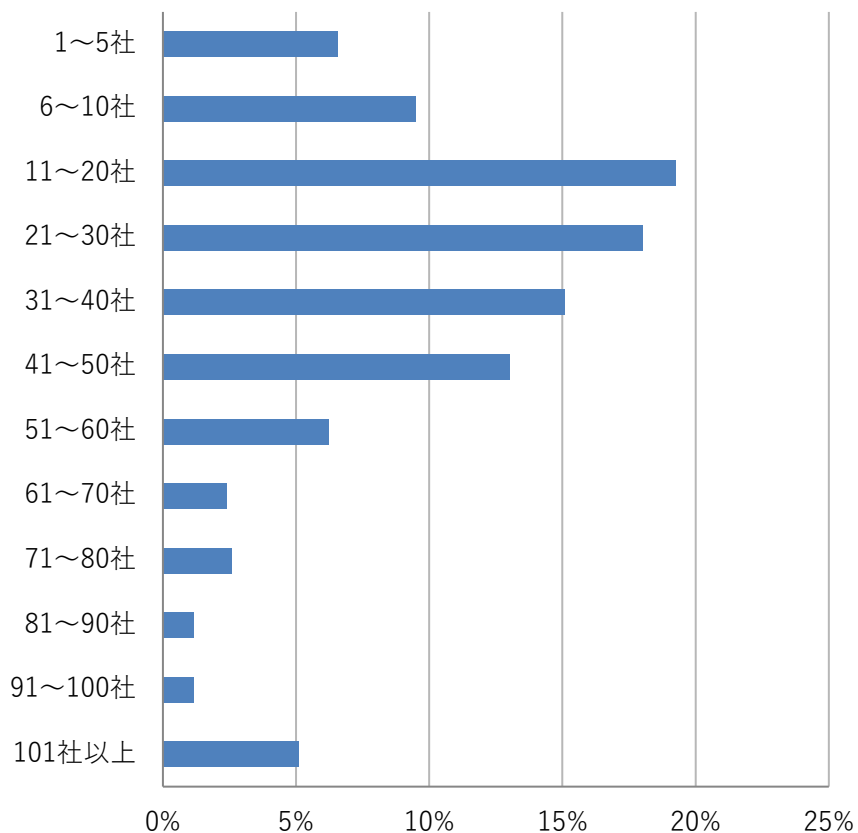
【文理比】



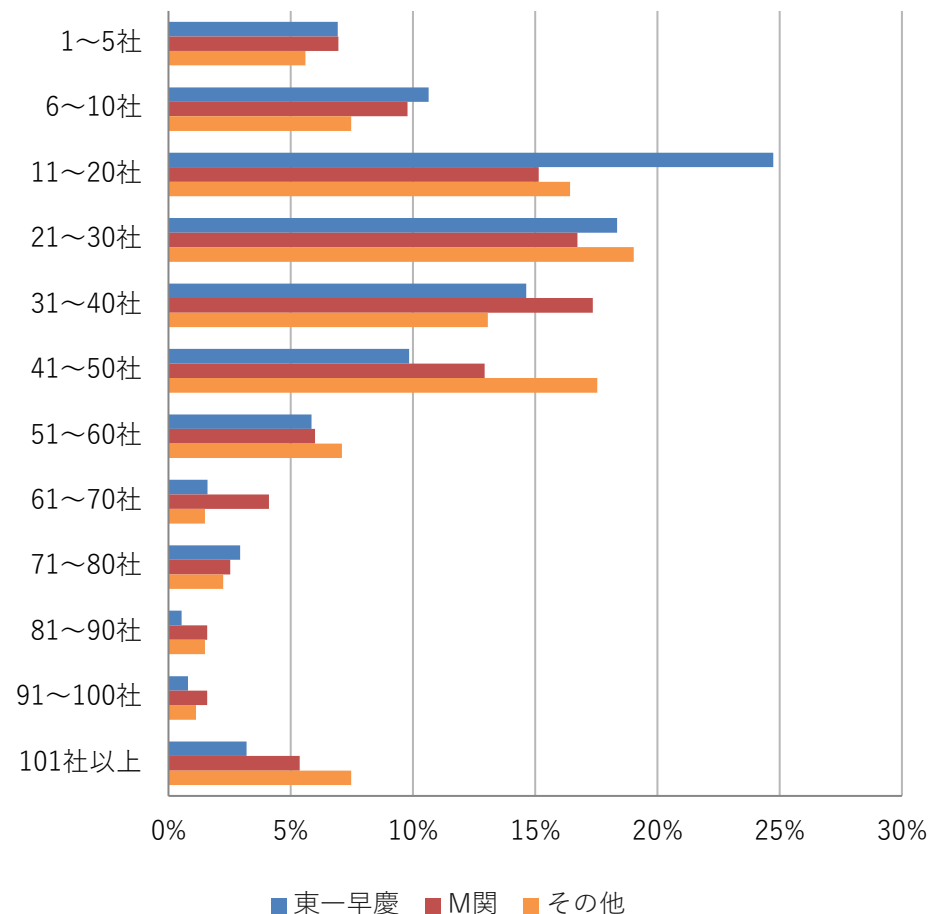
プレエントリーした社数について教えてください。

プレエントリー数は11社～50社という学生が多数を占める結果となり、10社以下と回答した学生はわずか16%程度しかいなかった。「東一早慶」の学生は「11～20社」、「MARCH・関関同立クラス」の学生は「31～40社」、「その他」の学生は「21～30社」が最も多い。「東一早慶」の学生はプレエントリー先も絞っている傾向が高いことが見て取れる。

【全体】



【学校別】

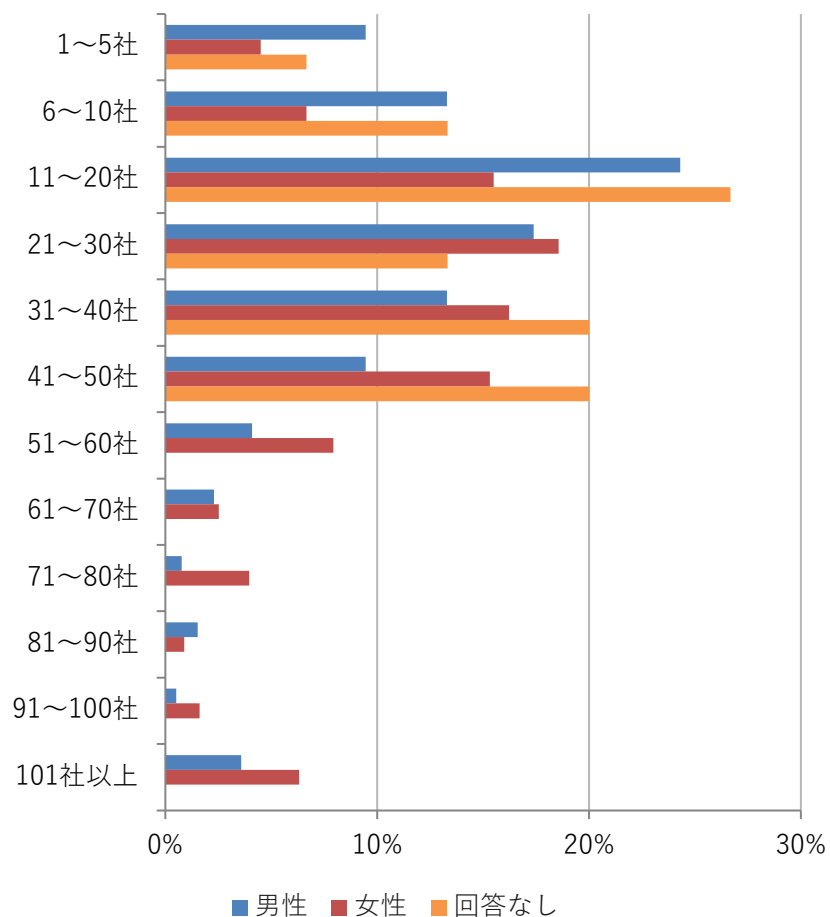


■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

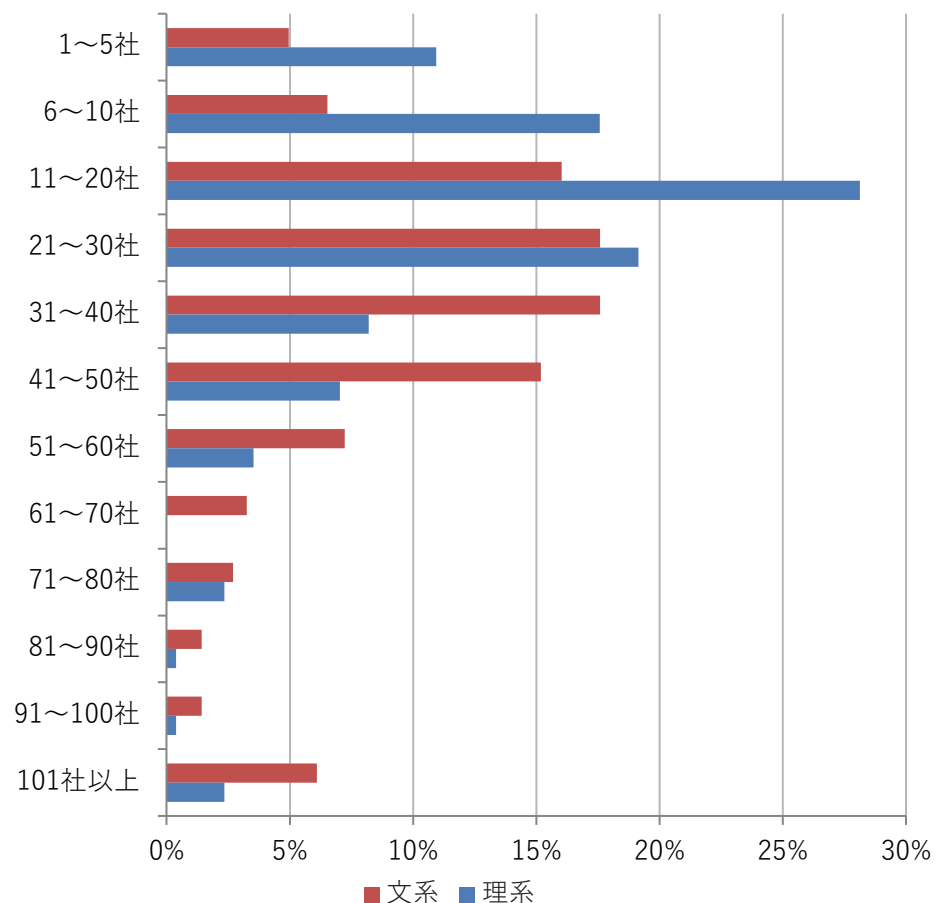
プレエントリーした社数について教えてください。

男女で比較した場合は女性の方がプレエントリーする社数が多く、一方男性は絞り込む傾向がある。
文理別では理系の方が絞り込む傾向が強く、文系の方が数多くプレエントリーを行う傾向がある。

【男女別】



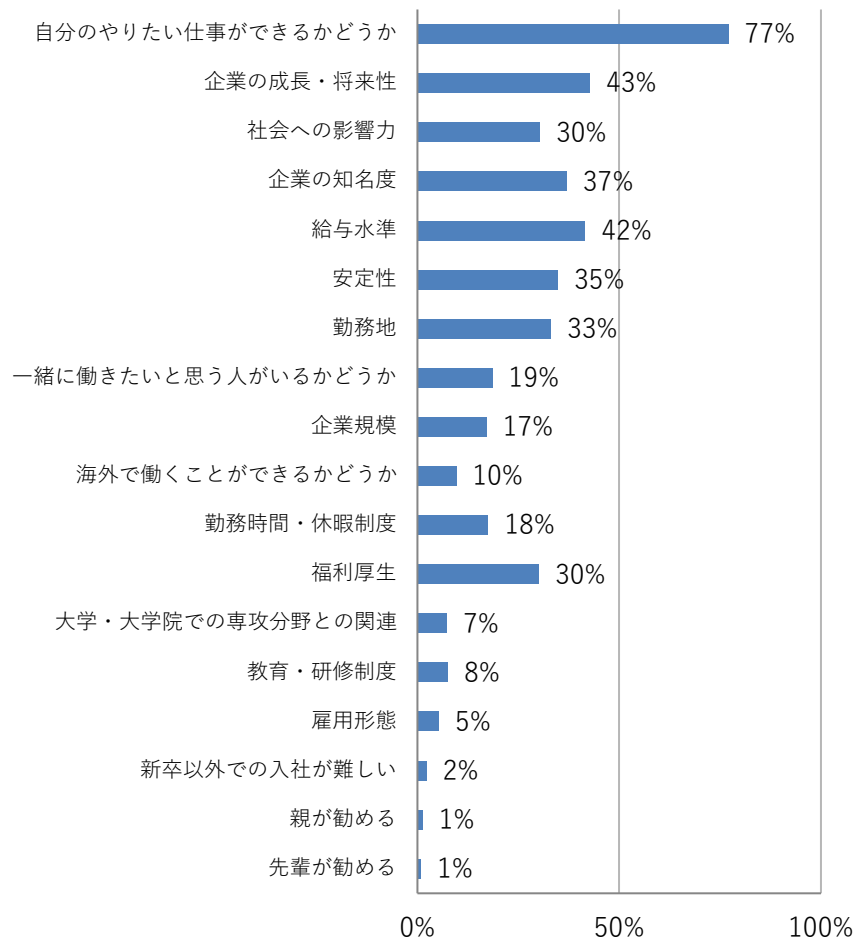
【文理比】



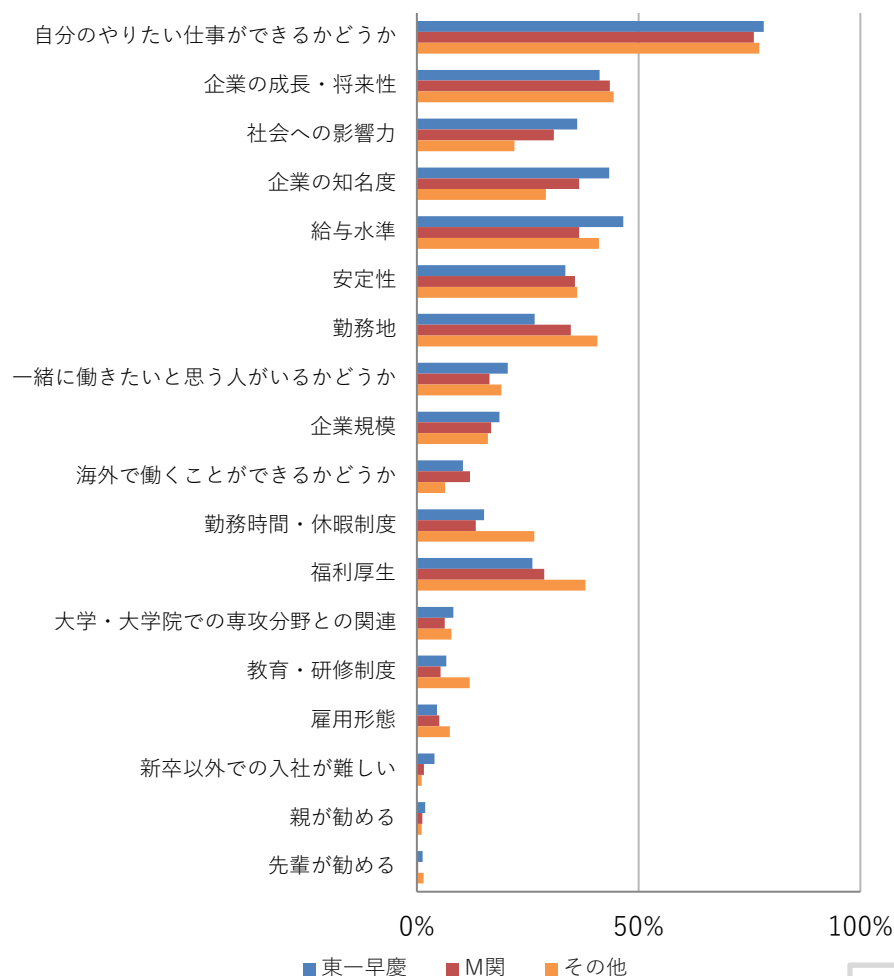
プレエントリーをする企業を選ぶ際の基準について教えてください。

早期のタイミングであるプレENTRYの時期においても、企業選びの軸としては「自分がやりたい仕事ができるかどうか」は重要であり、インターンシップに参加する同期になっていることが伺える。どの学校群の学生も「自分がやりたい仕事ができるかどうか」が最も多い。その上で「東一早慶」の学生は「社会への影響力」や「知名度」「給与水準」を見ている傾向が高い。「その他」の学生は「勤務地」や「勤務時間・休暇制度」「福利厚生」を見ている割合が高い。

【全体】



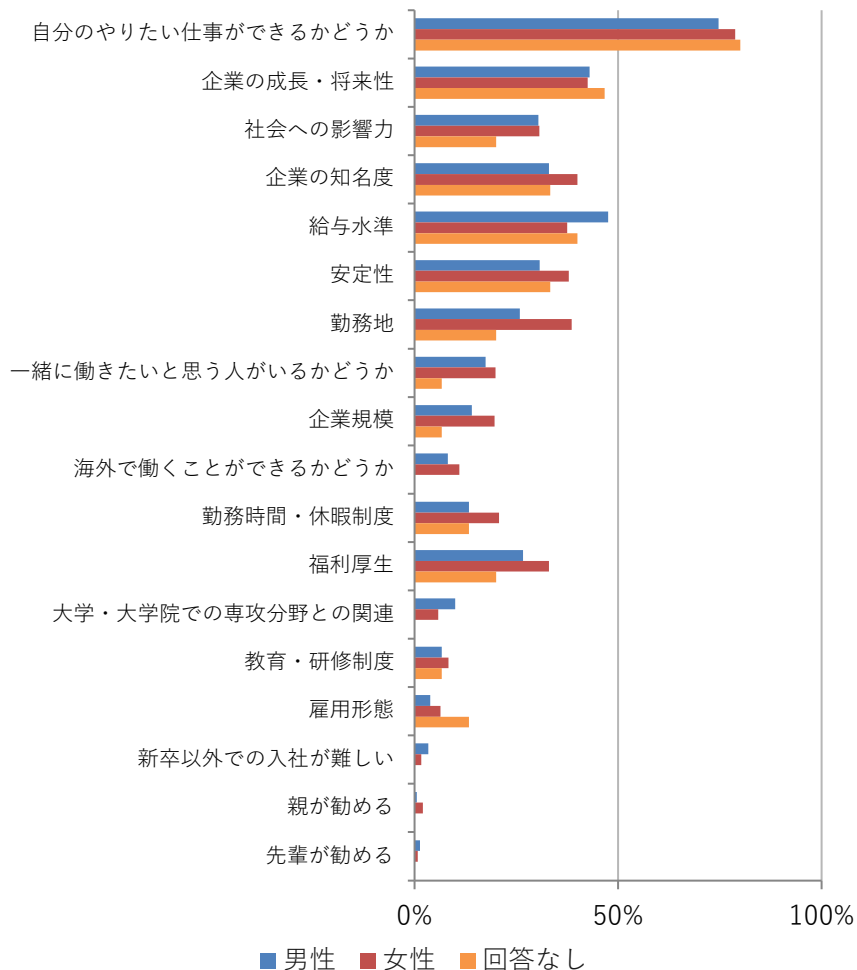
【学校別】



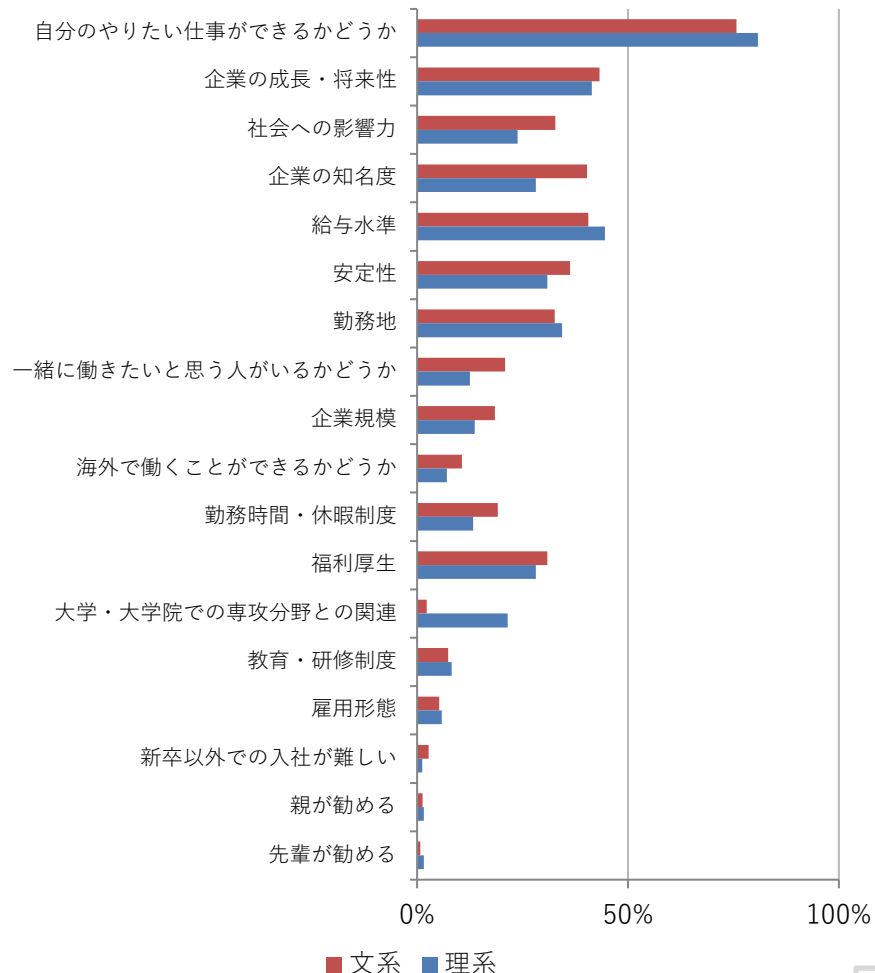
プレントリーをする企業を選ぶ際の基準について教えてください。

男女別の比較ではプレントリー時に最も重視されている基準は「自分のやりたい仕事ができるかどうか」で性差はないが、「勤務地」などの条件はやや女性の方が重視している傾向が強い。また文理比での比較では「企業の知名度」が文系学生にとって選択軸としての傾向が強い一方で、理系では「大学・大学院での専攻分野との関連」を重視する傾向がある。

【男女別】



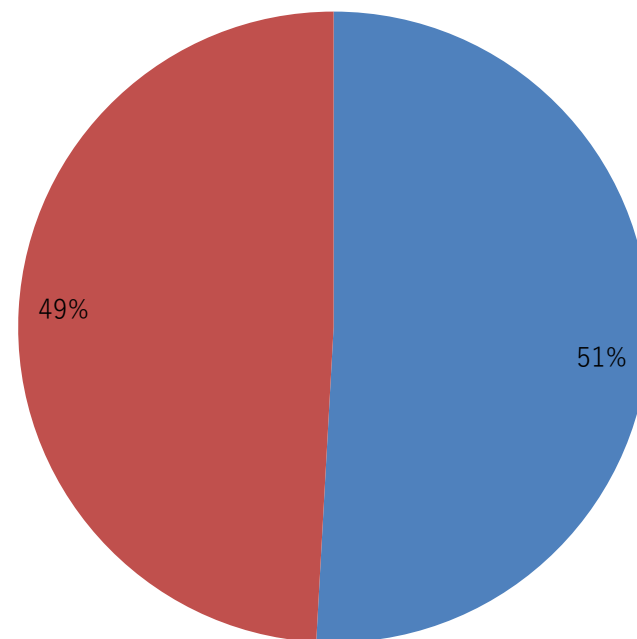
【文理比】



就職ナビでの一括プレエントリー機能を使用しましたか？

ナビサイトにおける一括プレエントリー機能に関して、約半数の学生は使用したと回答している。

【全体】

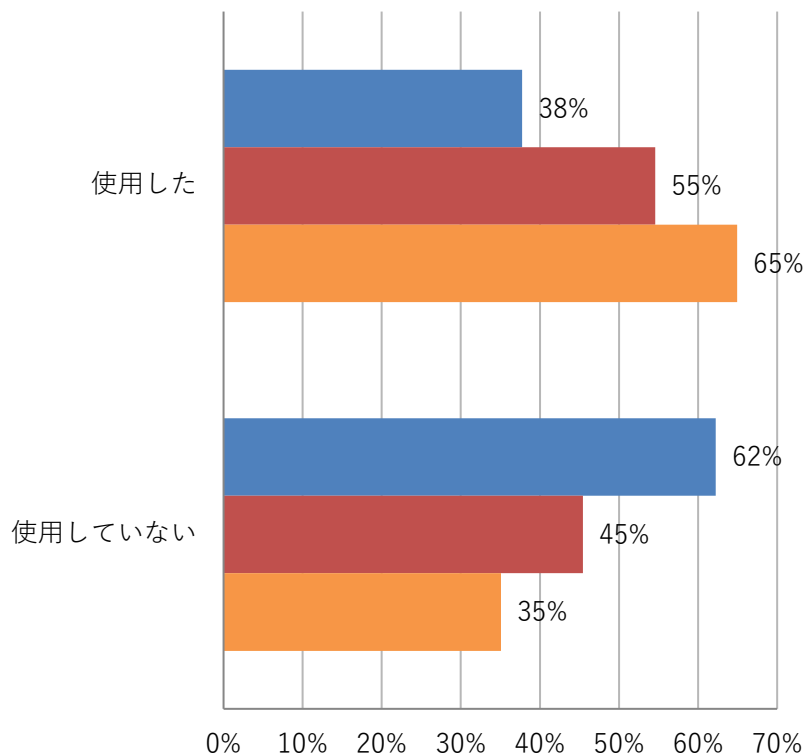


■ 使用した ■ 使用していない

就職ナビでの一括プレエントリー機能を使用しましたか？

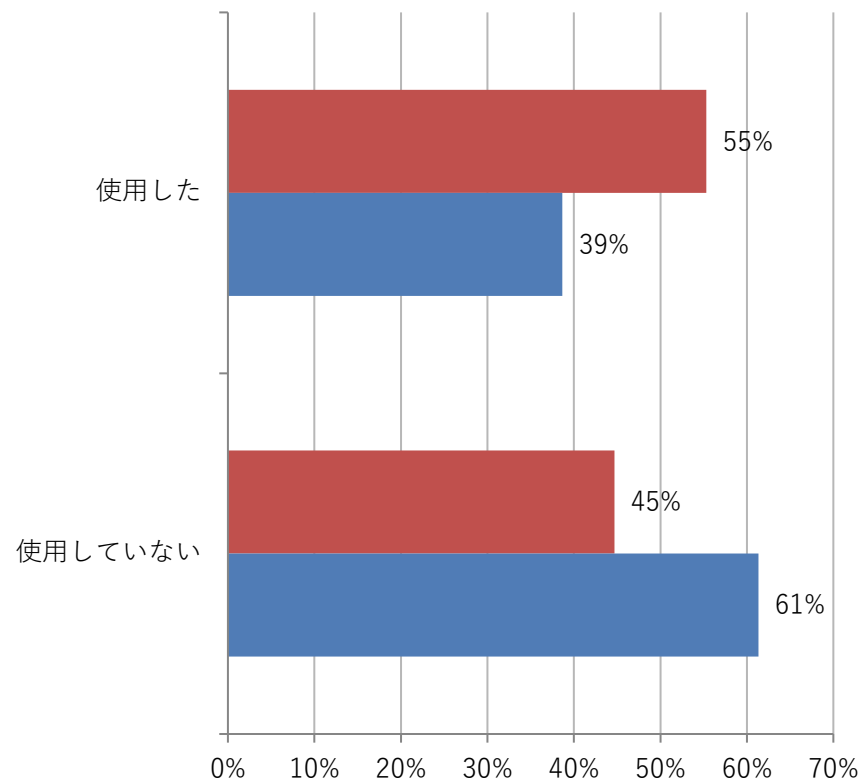
学校群毎の比較では上位校であるほど「使用していない」と回答している割合が高い。
また文理別では理系学生の方が「使用していない」の回答割合は高い。

【学校別】



■ 東一早慶 ■ M関 ■ その他

【文理比】

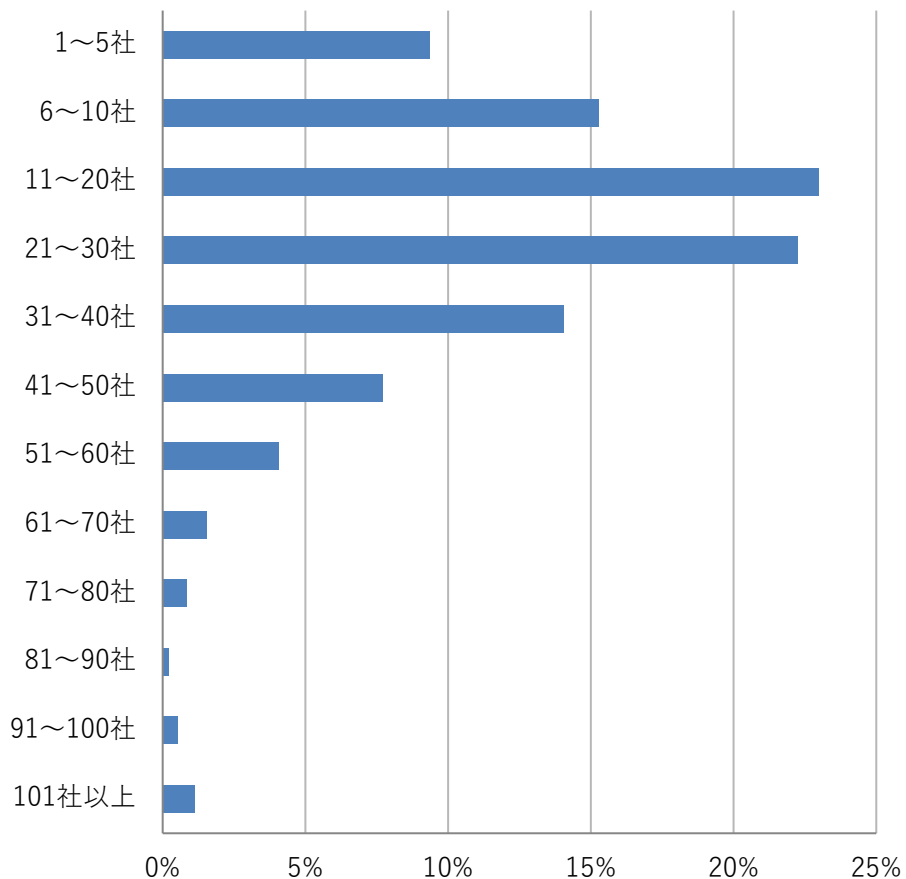


■ 文系 ■ 理系

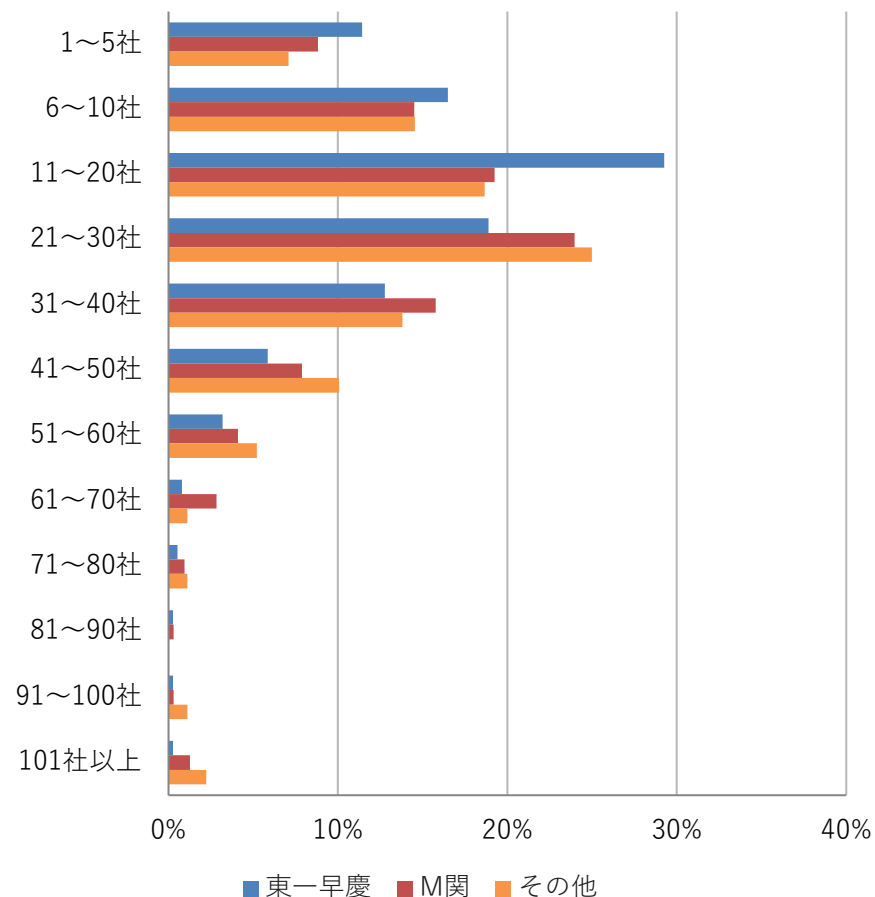
本エントリーした社数について教えてください。

全体ではプレエントリー数と比較するとかなり絞り込まれている印象で、10社以下と回答する割合が24%と、4分の1の学生が該当。学校群別では「東一早慶」が「11~20社」の回答が最も多い。プレエントリー社数に関しても同様の回答が最も多かったことから、やはりプレエントリーの段階で企業を絞っていることがわかる。「MARCH・関関同立クラス」「その他」の学生に関しては「21~30社」が最も多く、プレエントリー社数より少なくなっていることから、本エントリーの段階で絞込をしている学生も多いことが見て取れる。

【全体】



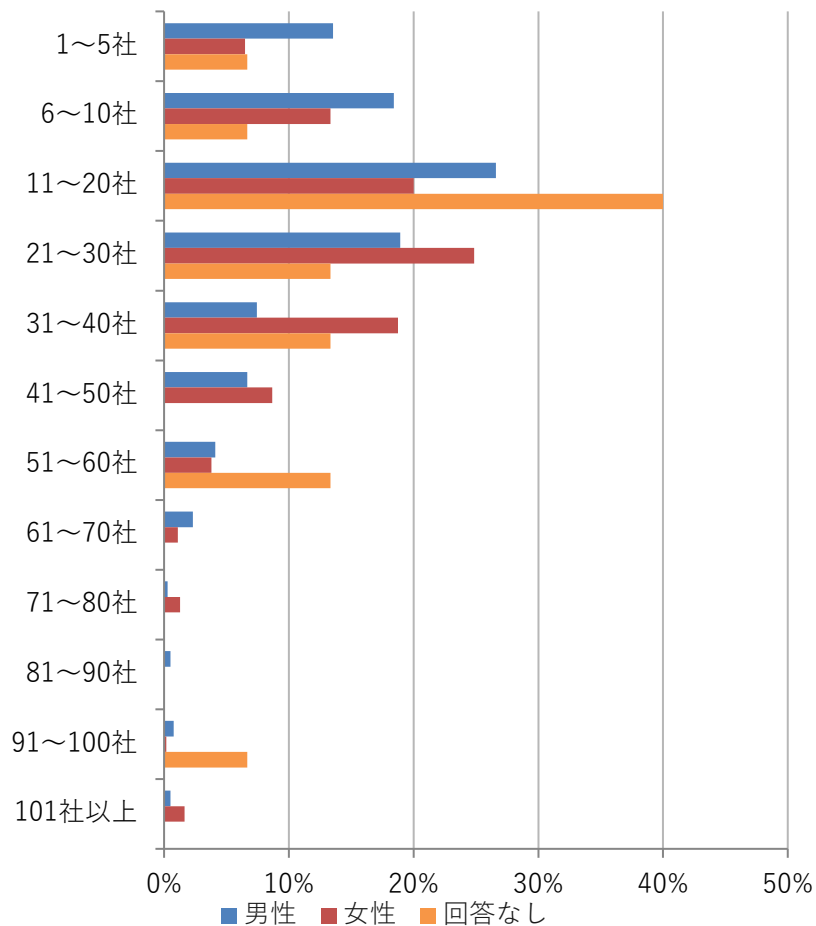
【学校別】



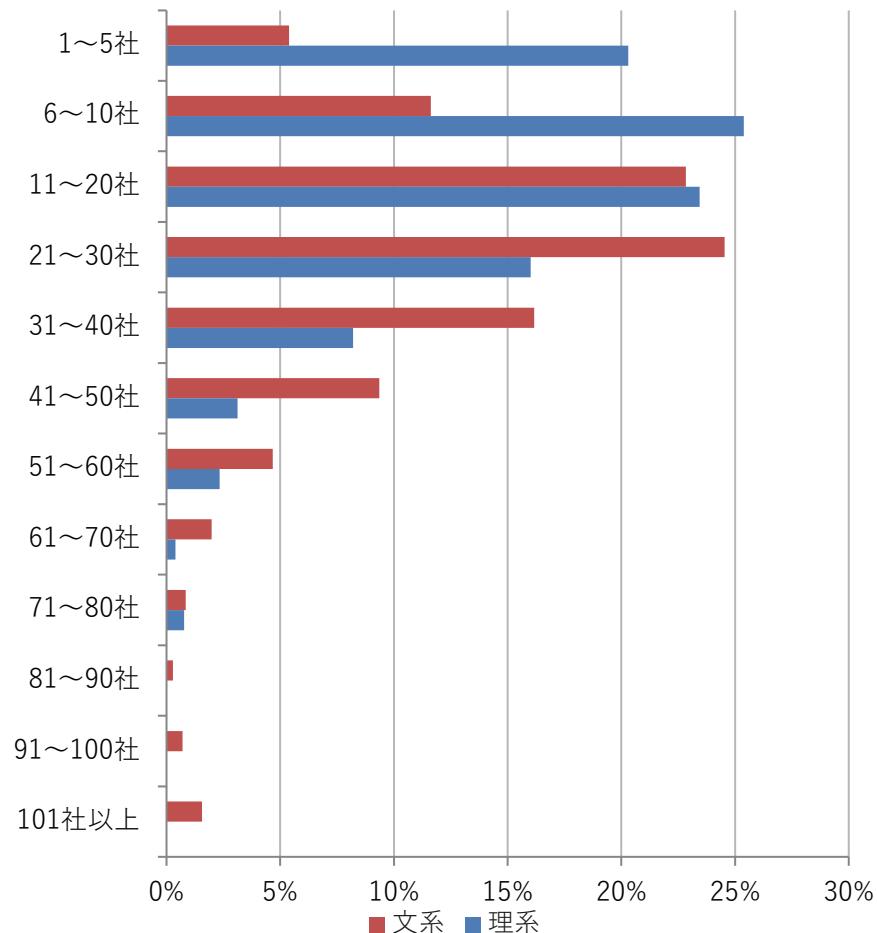
本エントリーした社数について教えてください。

男女別では本エントリーにおいても女性の方がエントリー数が多く、男性の方が少ない傾向があった。文理別での比較では、理系の方が絞り込んでいる傾向が強く、「1～5社」の回答が20%、「6～10社」の回答が25%と、文系と比較して大きく異なる結果となった。

【男女別】



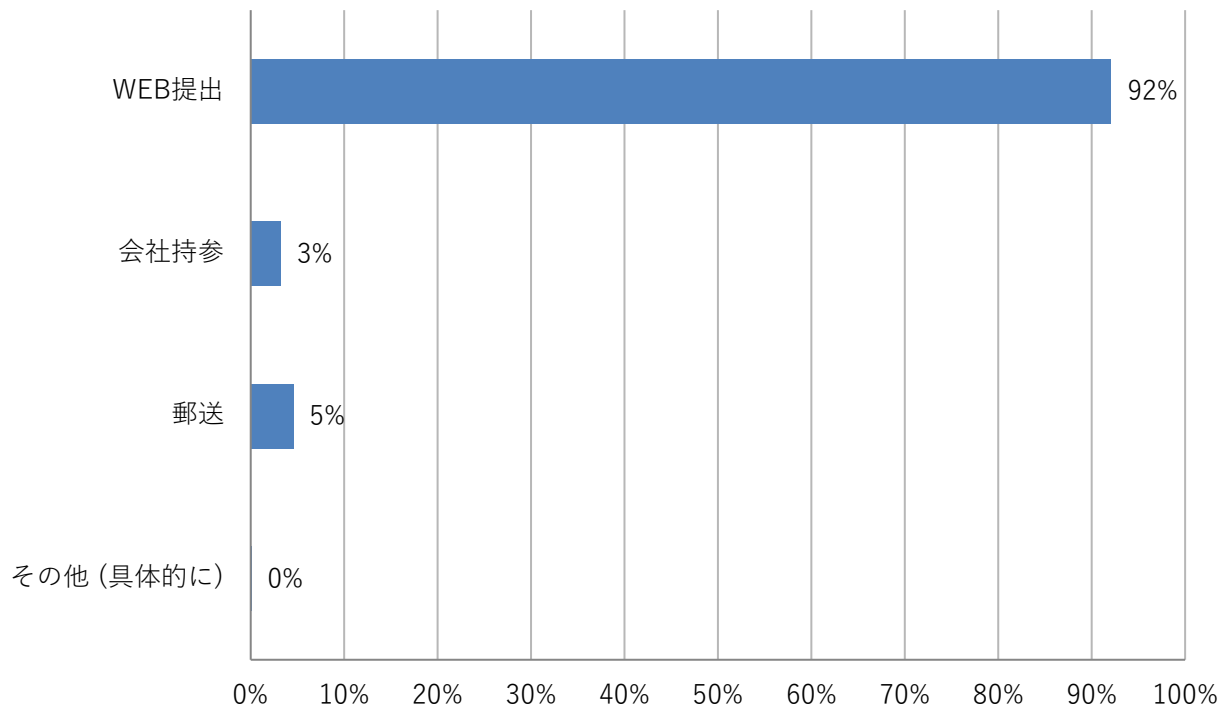
【文理比】



希望する履歴書・成績証明書の提出手段について教えてください。

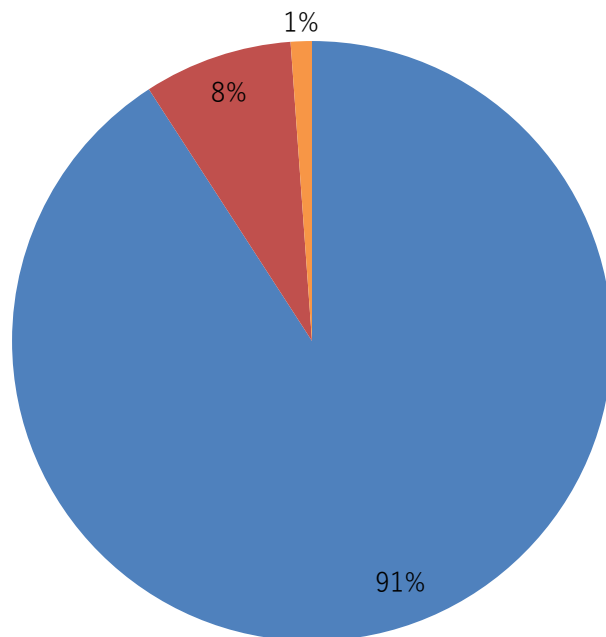
履歴書や成績証明書といった提出資料に関しては、授業等のオンライン化や登校頻度の低下も後押ししてなのか、WEBでの提出を求める学生の声が圧倒的に多い。

【全体】



採用試験に関してもWEB上での受検を求める声は多く、時間や場所に制限を受けないスタイルが学生側から求められていることが分かる。

【全体】

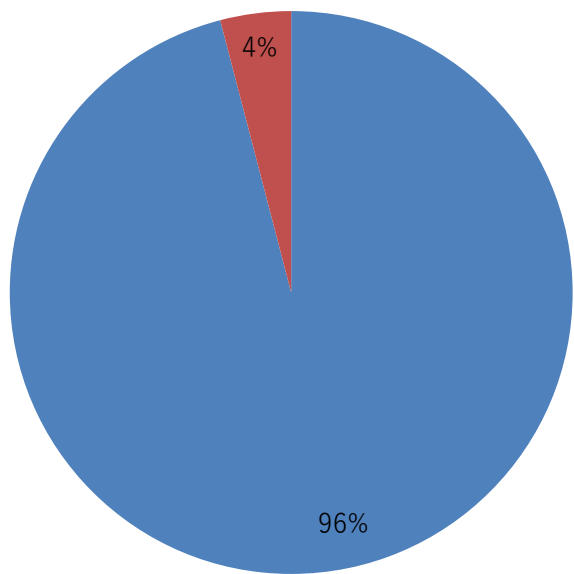


- WEB上で、時間や場所を選ばず受検できる方が良い
- 説明会と別日に、テストセンターで受検する方が良い
- 説明会当日に、その場で受検する方が良い

WEBでの選考（面接・グループディスカッションなど）を受けられましたか？

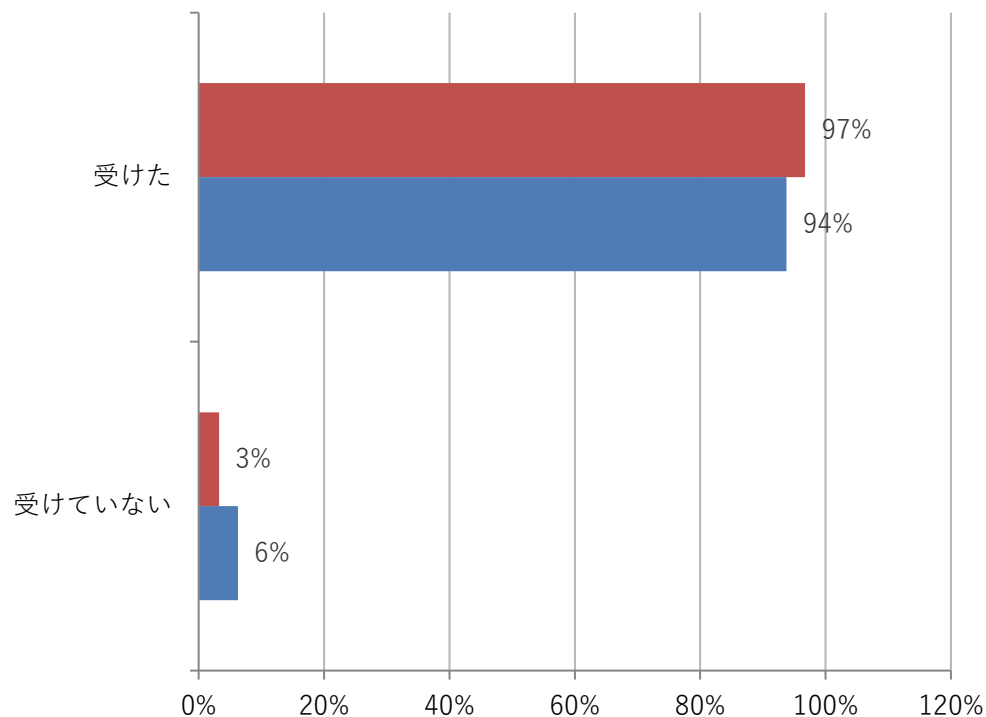
文理の違いに関係なく、ほぼすべての学生がWEB上での面接やグループディスカッションといった選考を経験している。

【全体】



■ 受けた ■ 受けていない

【文理比】

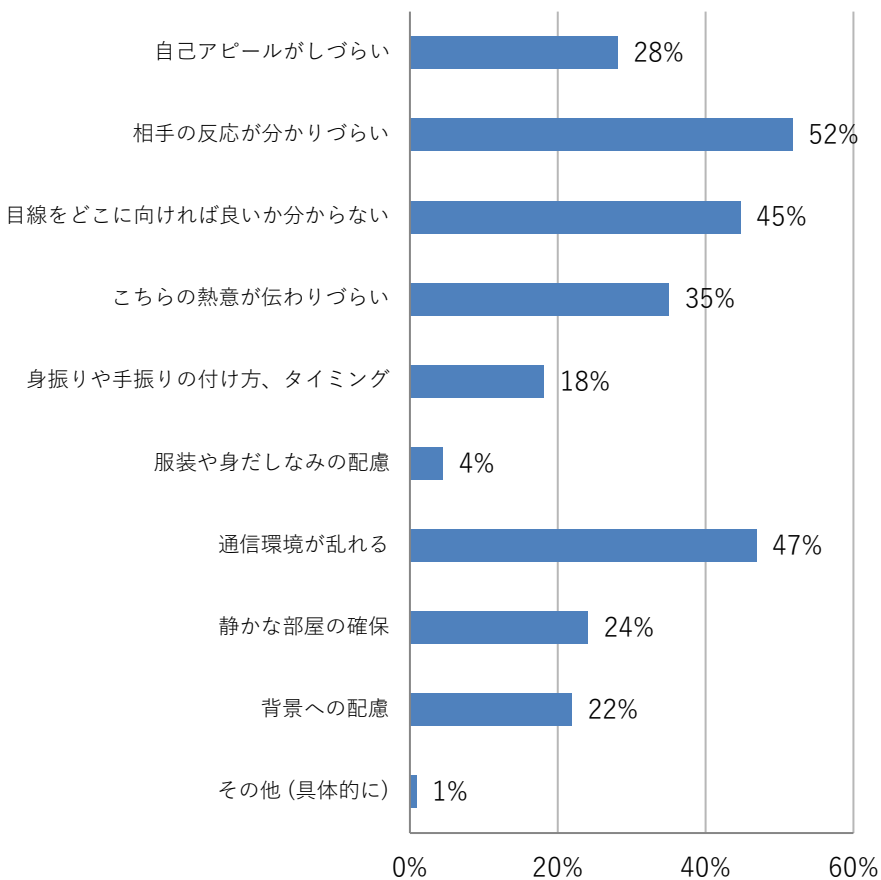


■ 文系 ■ 理系

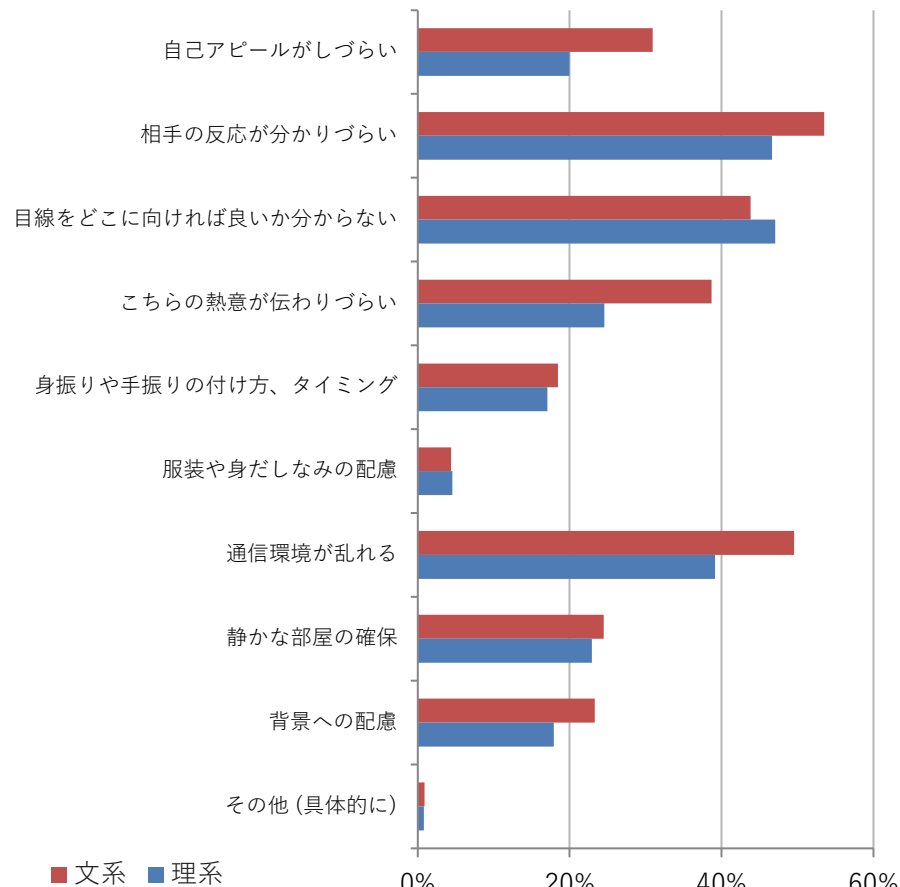
WEBでの選考について苦労した点を教えてください。（複数選択可）

WEBでの選考では「相手の反応がわかりづらい」「視線をどこに向ければ良いかわからない」「熱意が伝わりづらい」等、リアルコミュニケーションと比較して苦労しているという声が多く聞こえてくる。

【全体】



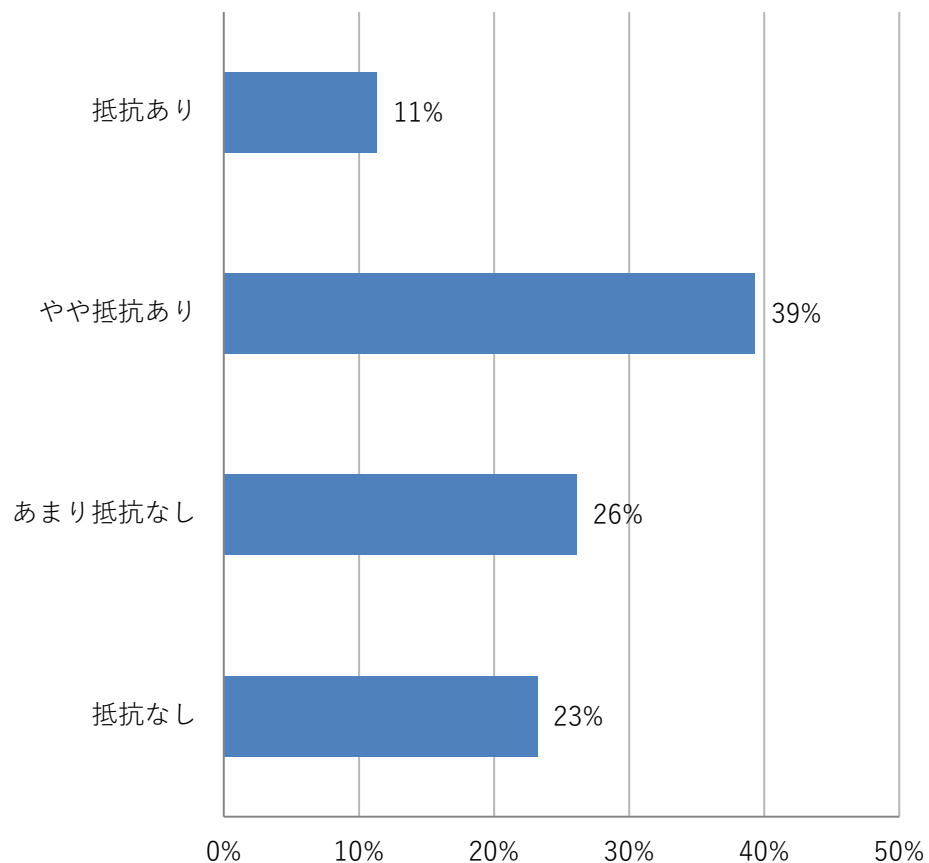
【文理比】



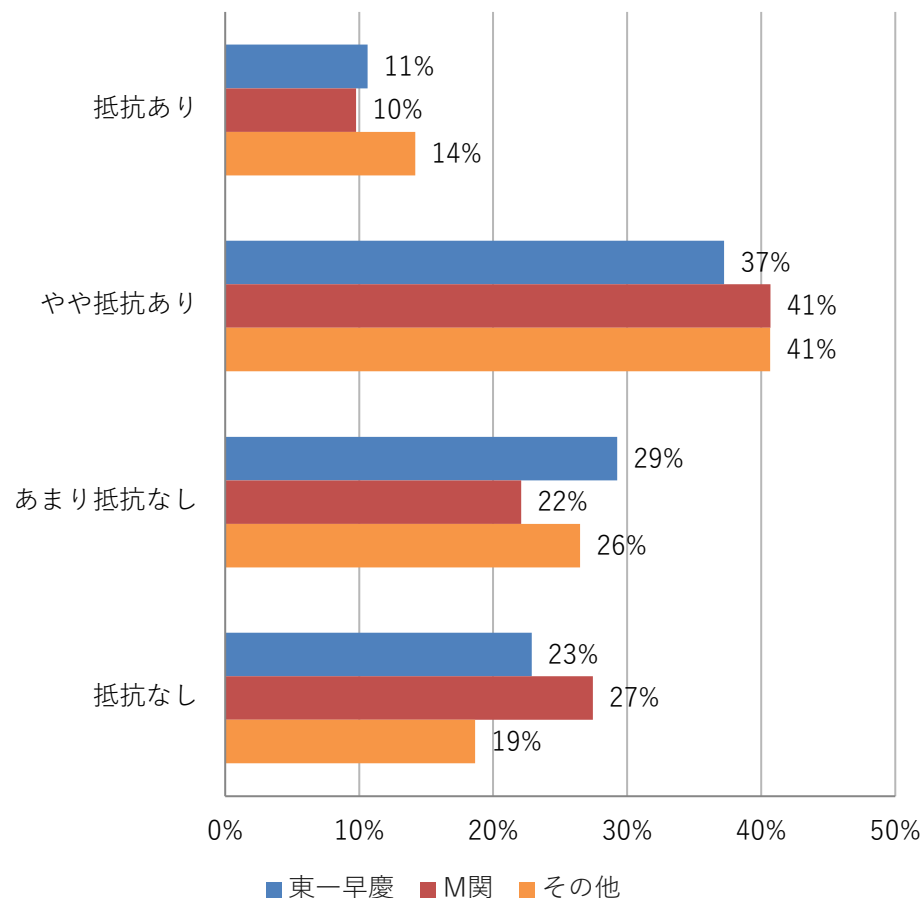
内々定までWEBで進むことに抵抗はありますか？

内々定までWEBで進むことに対して学生のなかでも賛否が分かれている状況であった。
11%が「抵抗あり」、39%が「やや抵抗あり」という一方で、「あまり抵抗なし」が26%「抵抗なし」が23%と、意見が拮抗している様子が伺える。

【全体】



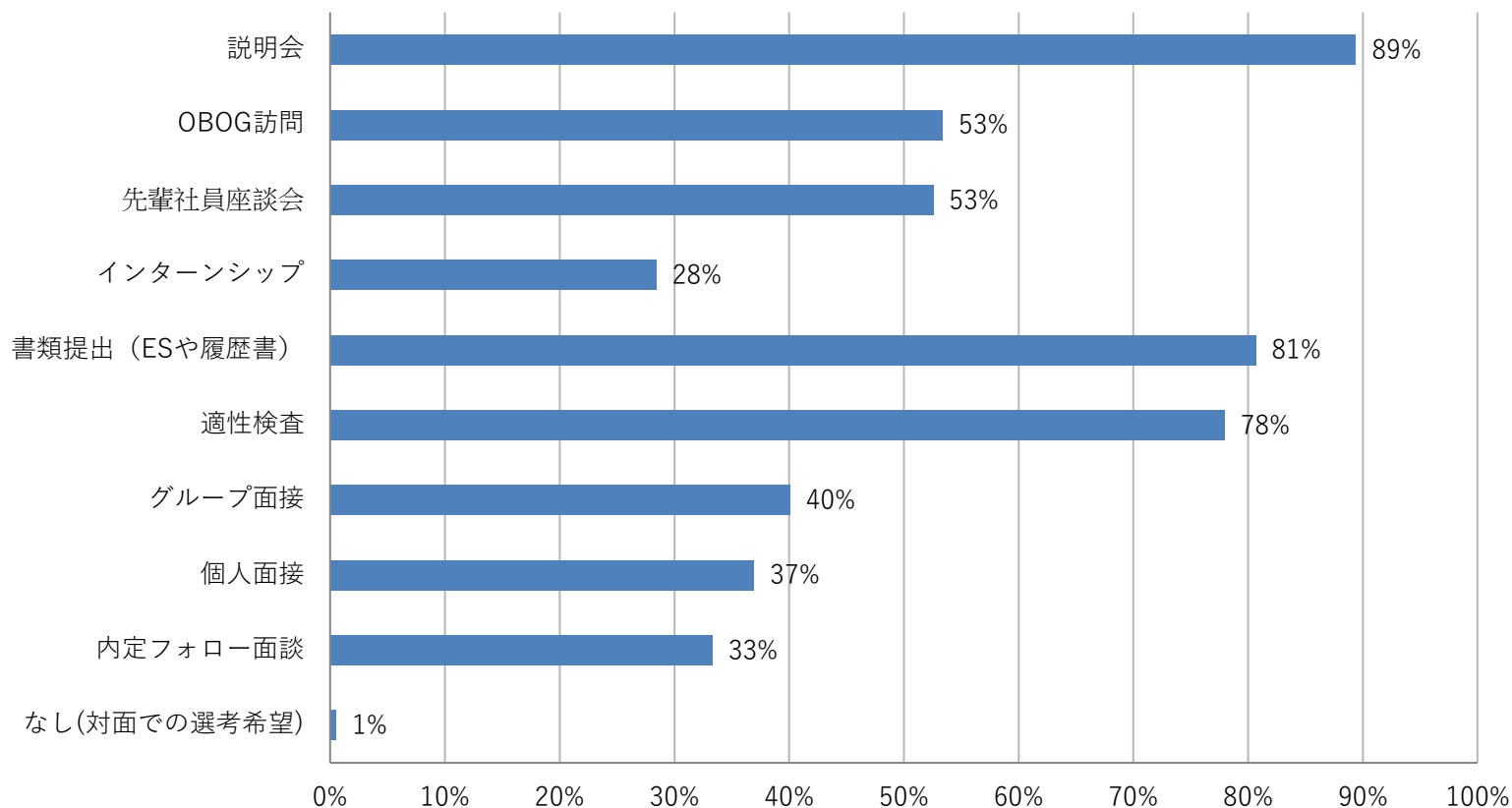
【学校比】



選考の中でWEB化してもいいと思うものを教えてください。（複数選択可）

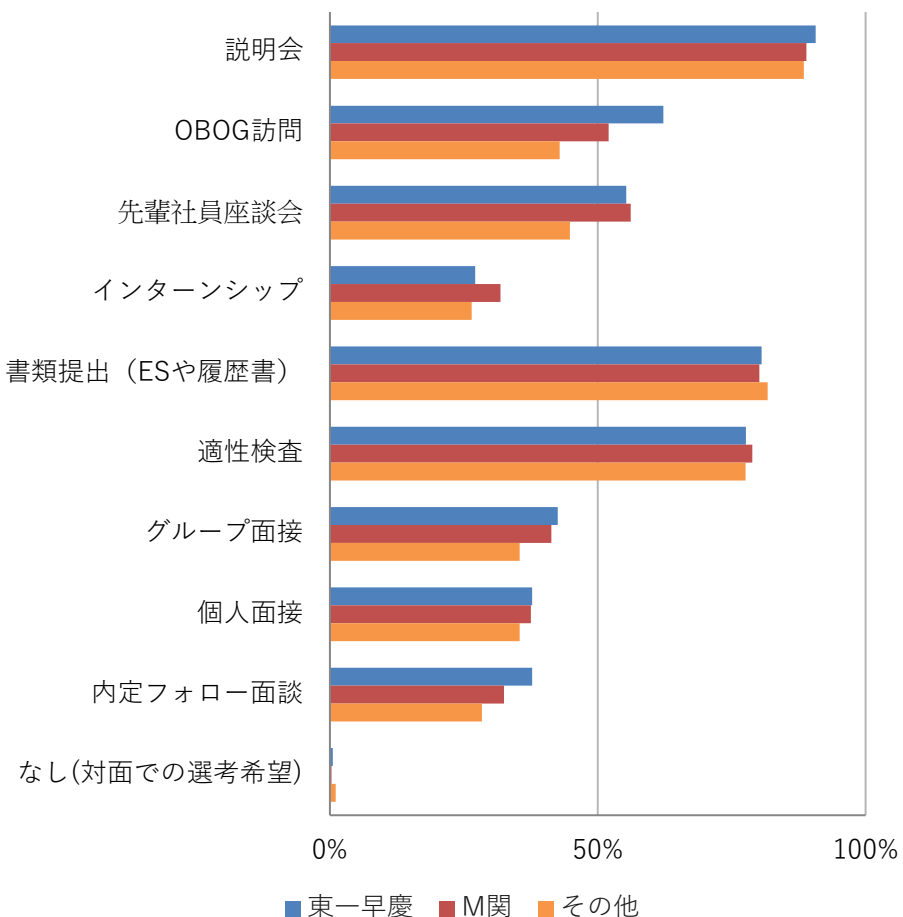
説明会に関してはオンライン化して問題ないという意見が9割を占めている。またインターンシップを除いた全体傾向として、オンライン化しても良いという声は比較的多いように見受けられる。

【全体】

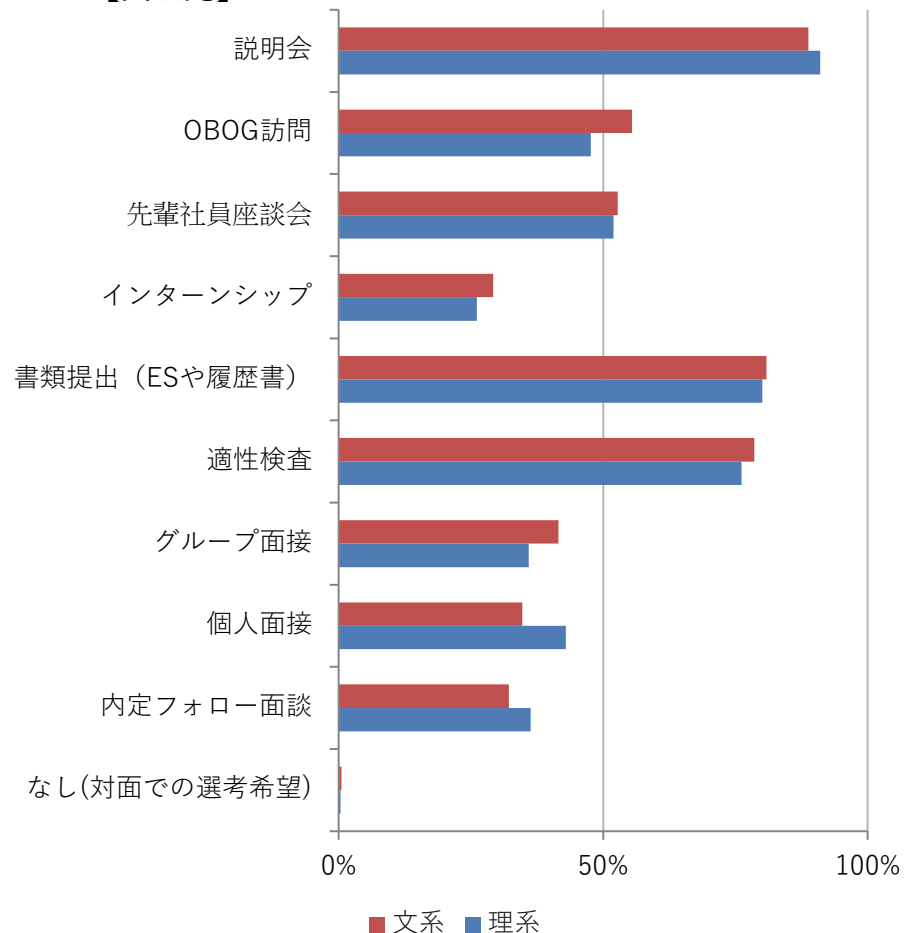


やはり大学群毎や文理別での大きな傾向の違いは無く、「説明会」のWEB化を望む回答が最も多い。

【学校別】



【文理比】



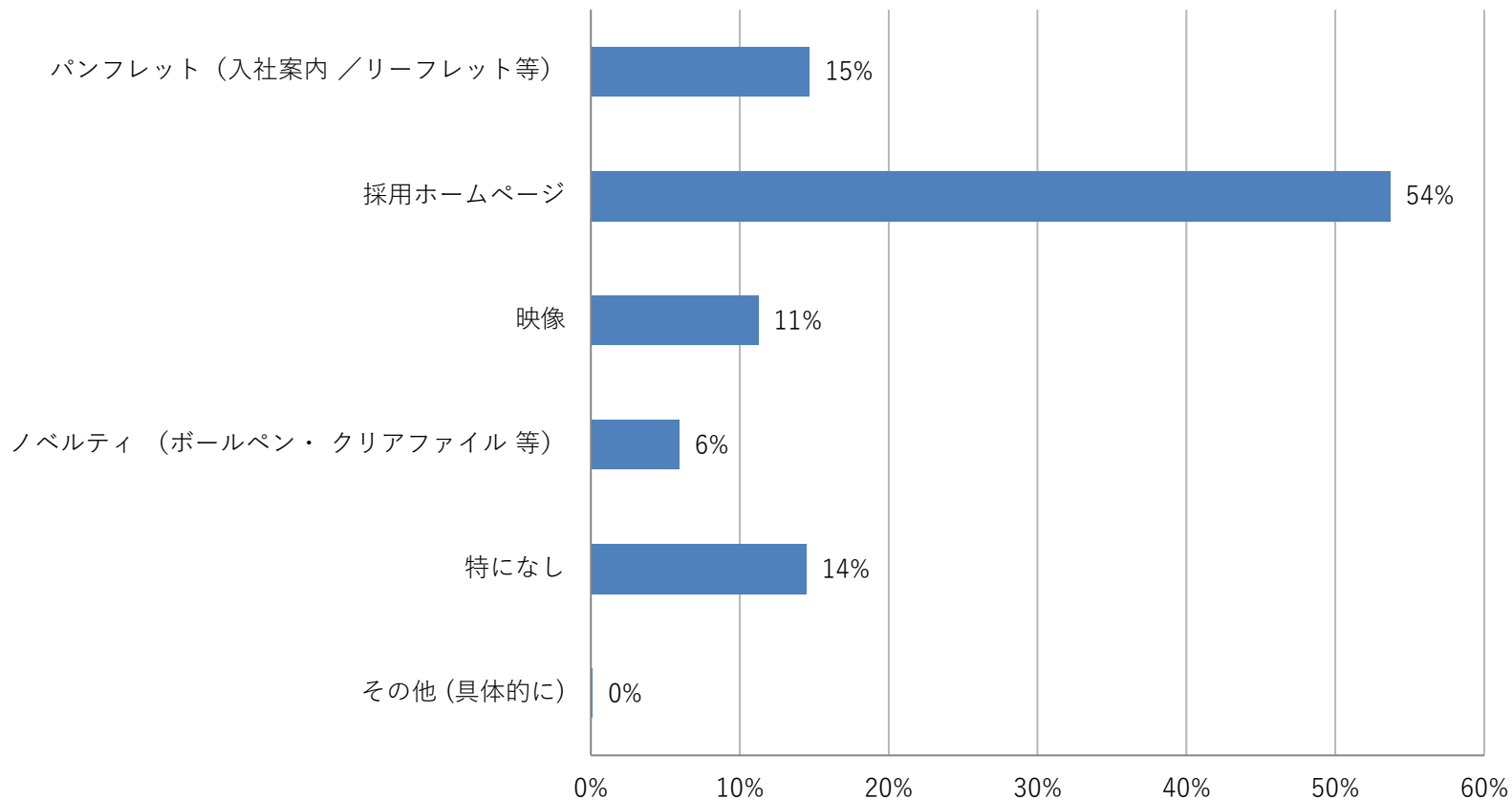
05

広報ツールについて

就職活動を通して、最も印象に残ったツールを教えてください。

就職活動のオンライン化により、採用ホームページの重要性がさらに高まっており、企業・学生双方にとってなくてはならないものになっている。

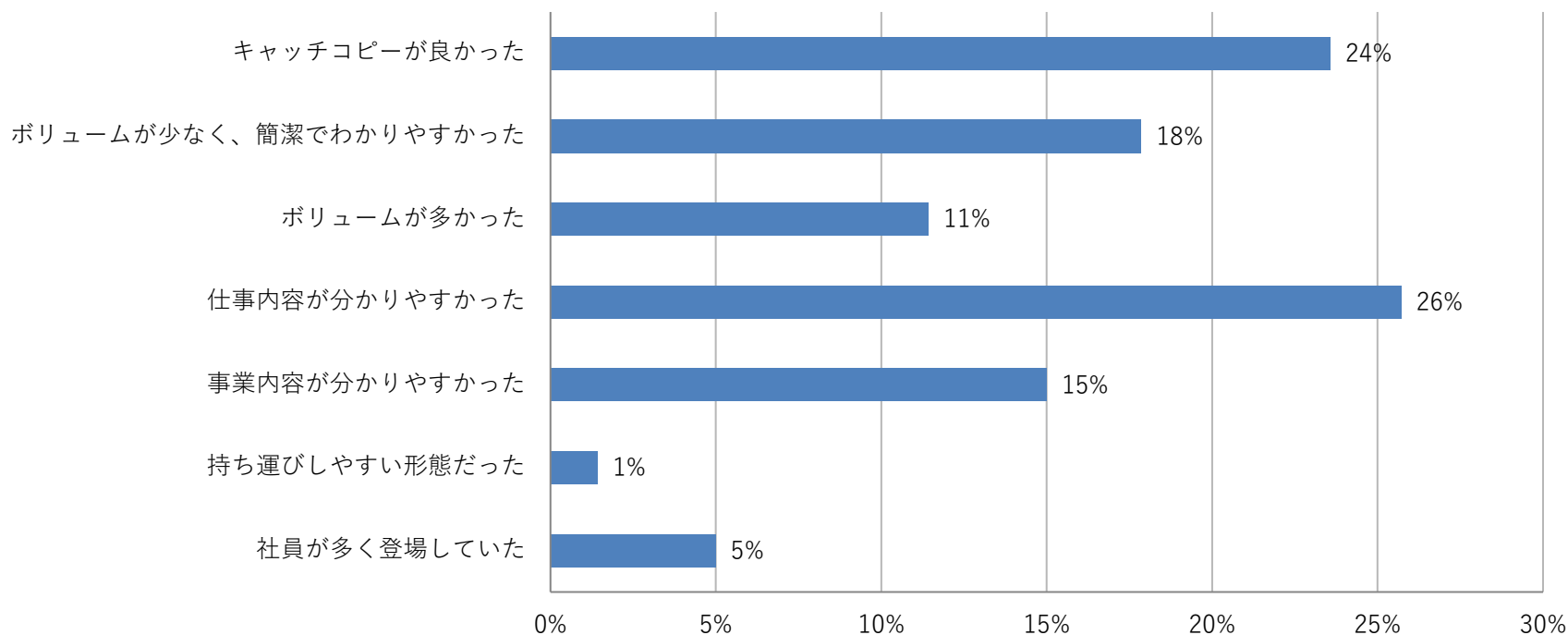
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。
デザイン・見た目以外で印象に残った理由について教えてください。

パンフレットの内容で重視されているのは、「仕事内容の分かりやすさ」と「キャッチコピー」、「適度なボリューム」等であった。

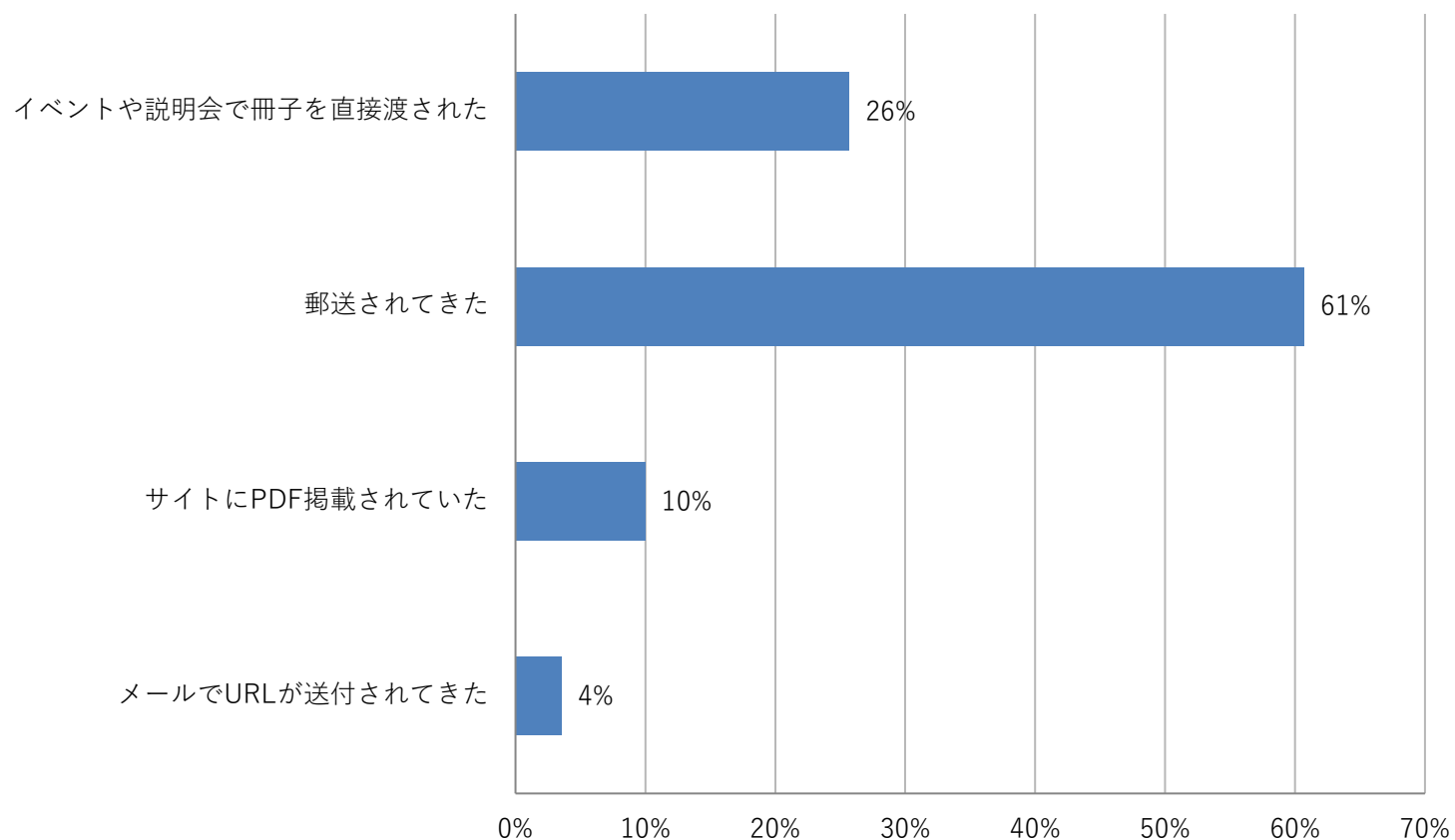
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。閲覧方法について教えてください。

手渡しで配布されるシーンが減少したためか、過半数の学生たちはパンフレットが郵送されてきたと回答している。

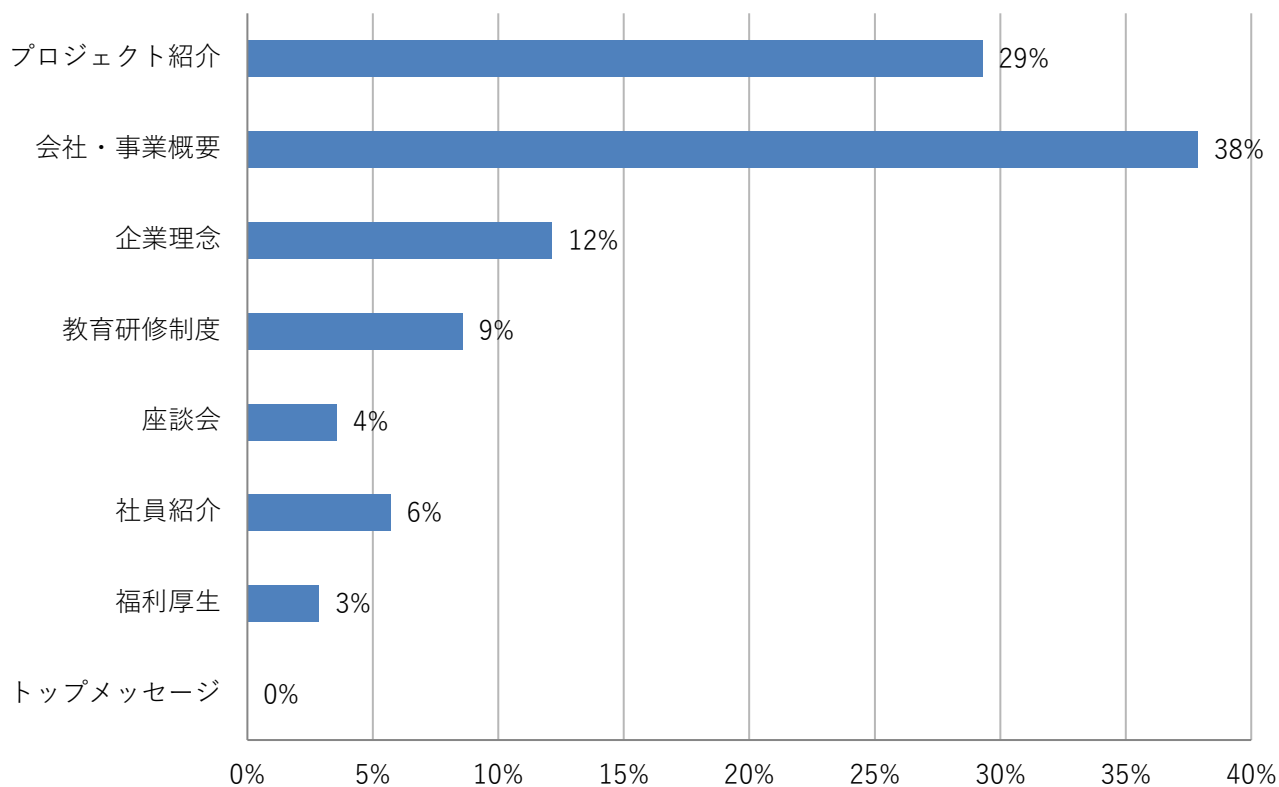
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。
業界・企業研究の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

業界・企業研究のタイミングでは「会社・事業概要」を重点的に閲覧していたことが分かる。

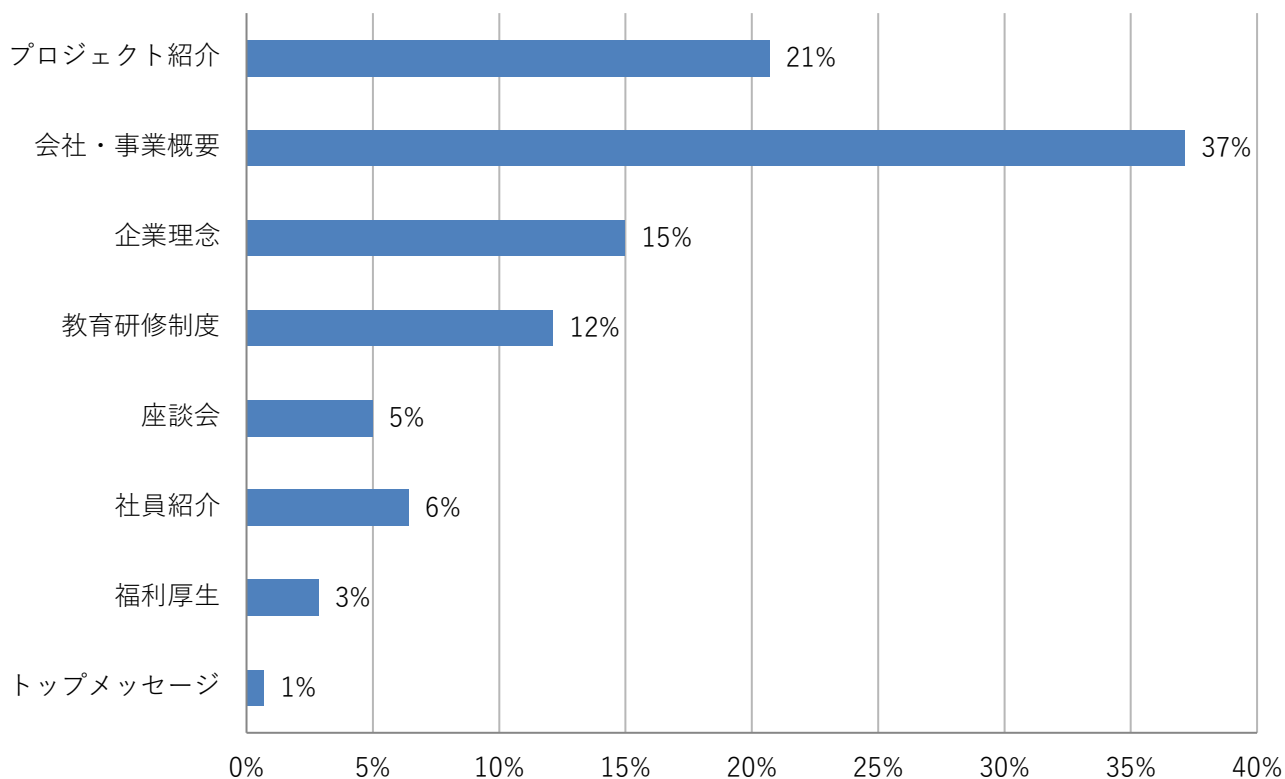
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。
会社説明会参加の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

会社説明会参加のタイミングにおいても「会社・事業概要」を重点的にみており、会社のアウトラインについて知ろうとしている姿勢がわかる。

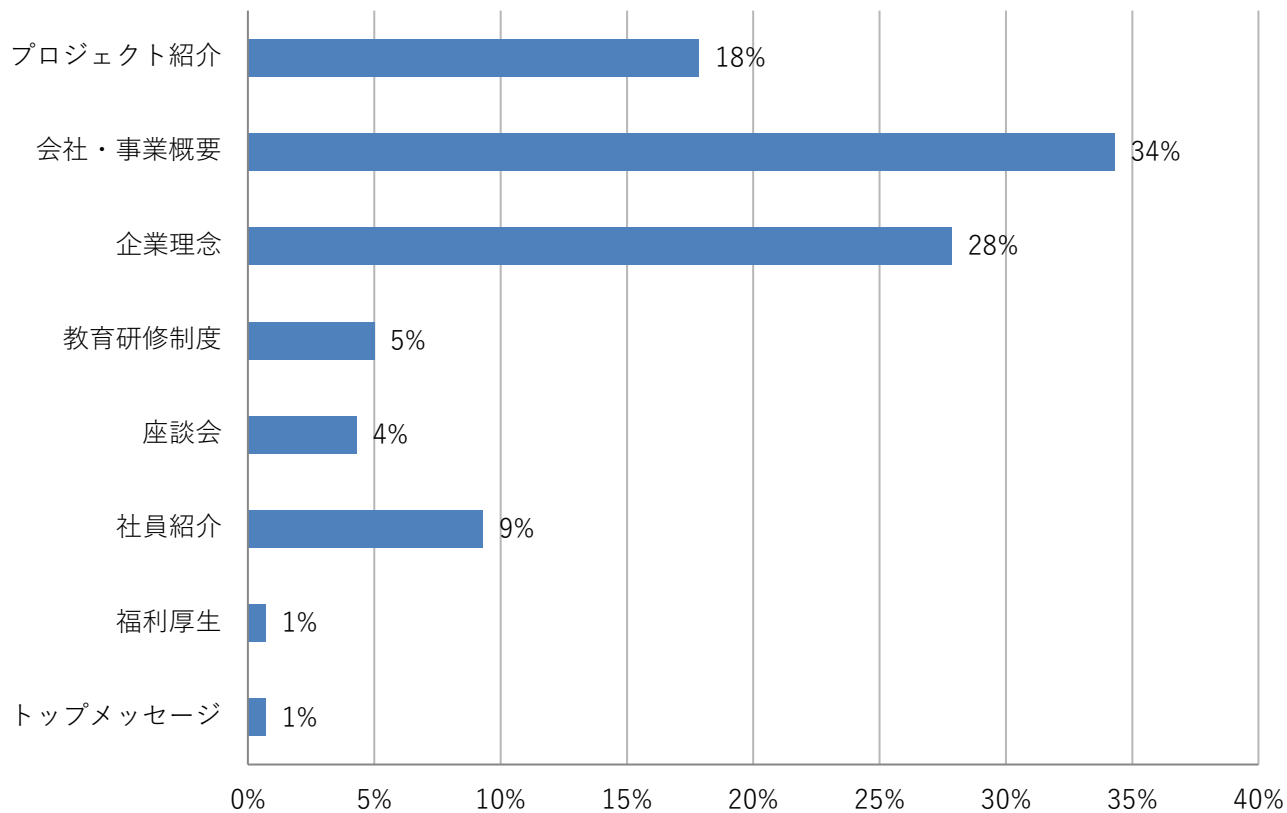
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。
エントリーシート提出の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

エントリーシートの提出時には、「会社・事業概要」や「企業理念」などを重点的に閲覧している傾向があり、企業情報について端的に知り、活かそうとしている姿勢が伺える。

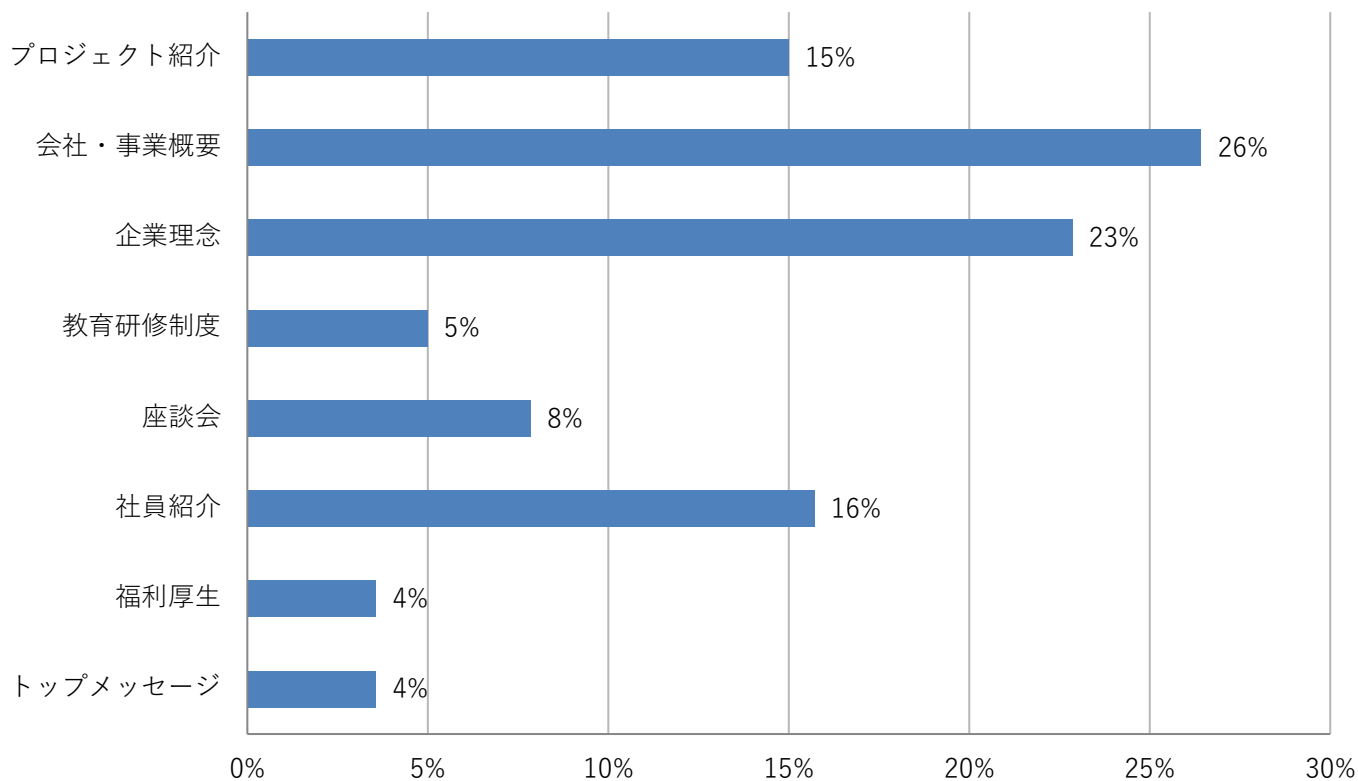
【全体】



「パンフレット」と答えた方にお聞きします。
選考を受けるの際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

依然として「会社・事業概要」や「企業理念」などの会社の基礎情報を知ろうとする傾向はあるものの、「社員紹介」や「プロジェクト紹介」を見ている割合も高く、より会社について深く知ろうとする姿勢が伺える。

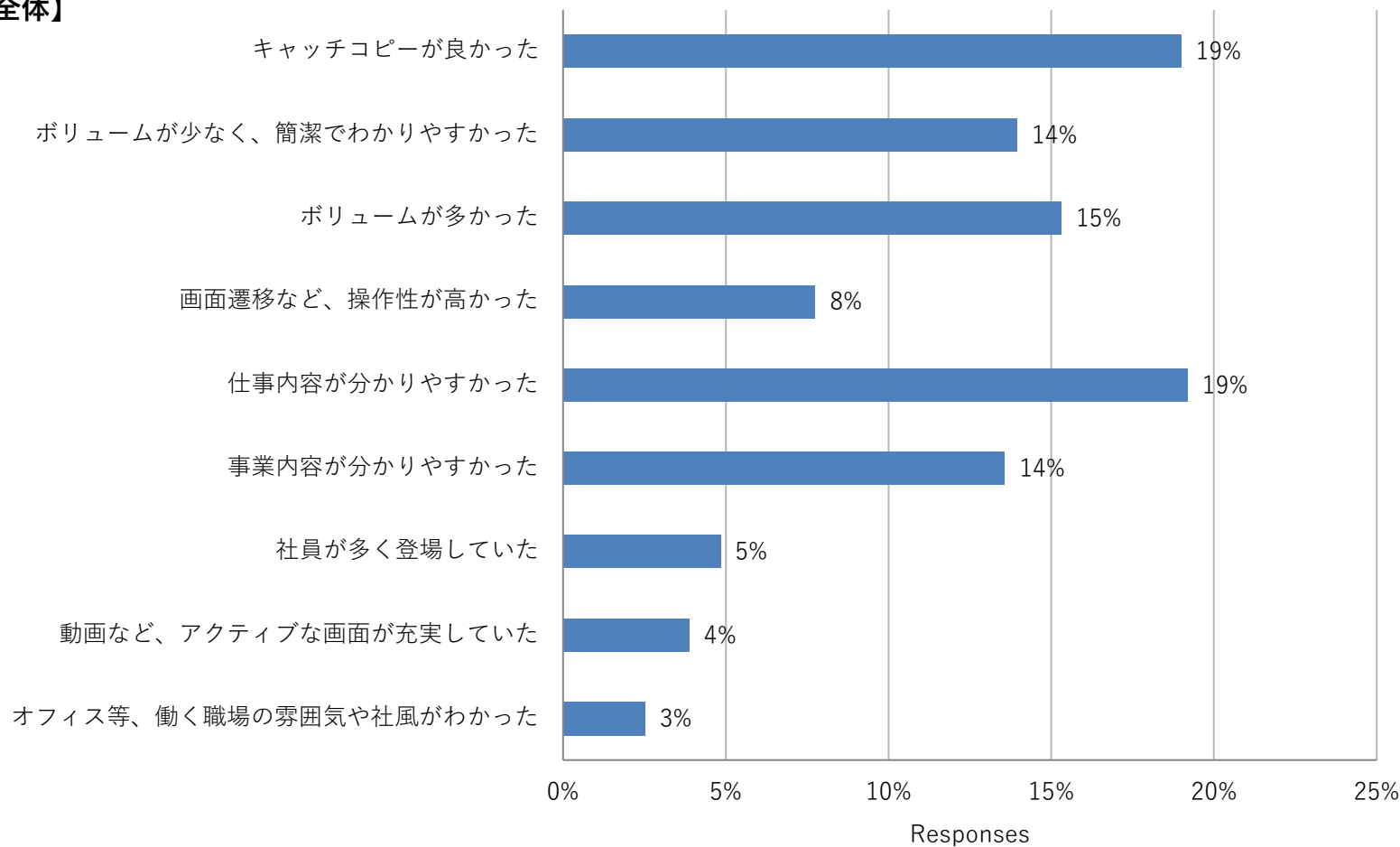
【全体】



「採用ホームページ」と答えた方にお聞きします。
デザイン・見た目以外で印象に残った理由について教えてください。

キャッチコピーや仕事内容の分かりやすさは採用ホームページの印象を左右する重要な要素であることが分かる。

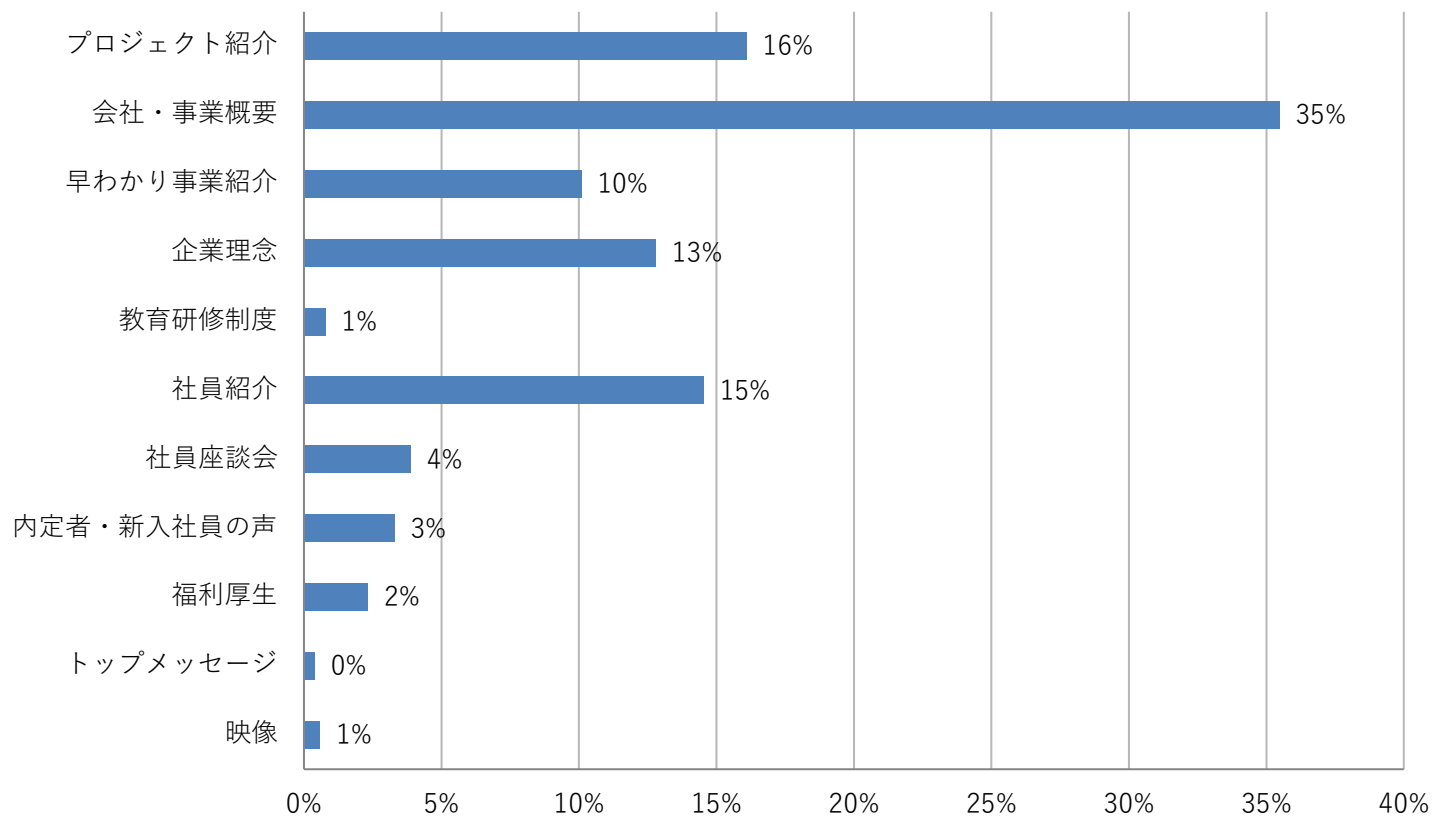
【全体】



「採用ホームページ」と答えた方にお聞きします。
業界・企業研究の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

業界・企業研究を行う際は広く浅く情報収集することが重要となるため、会社や事業の概要を端的に理解したいという傾向が如実に出ている。

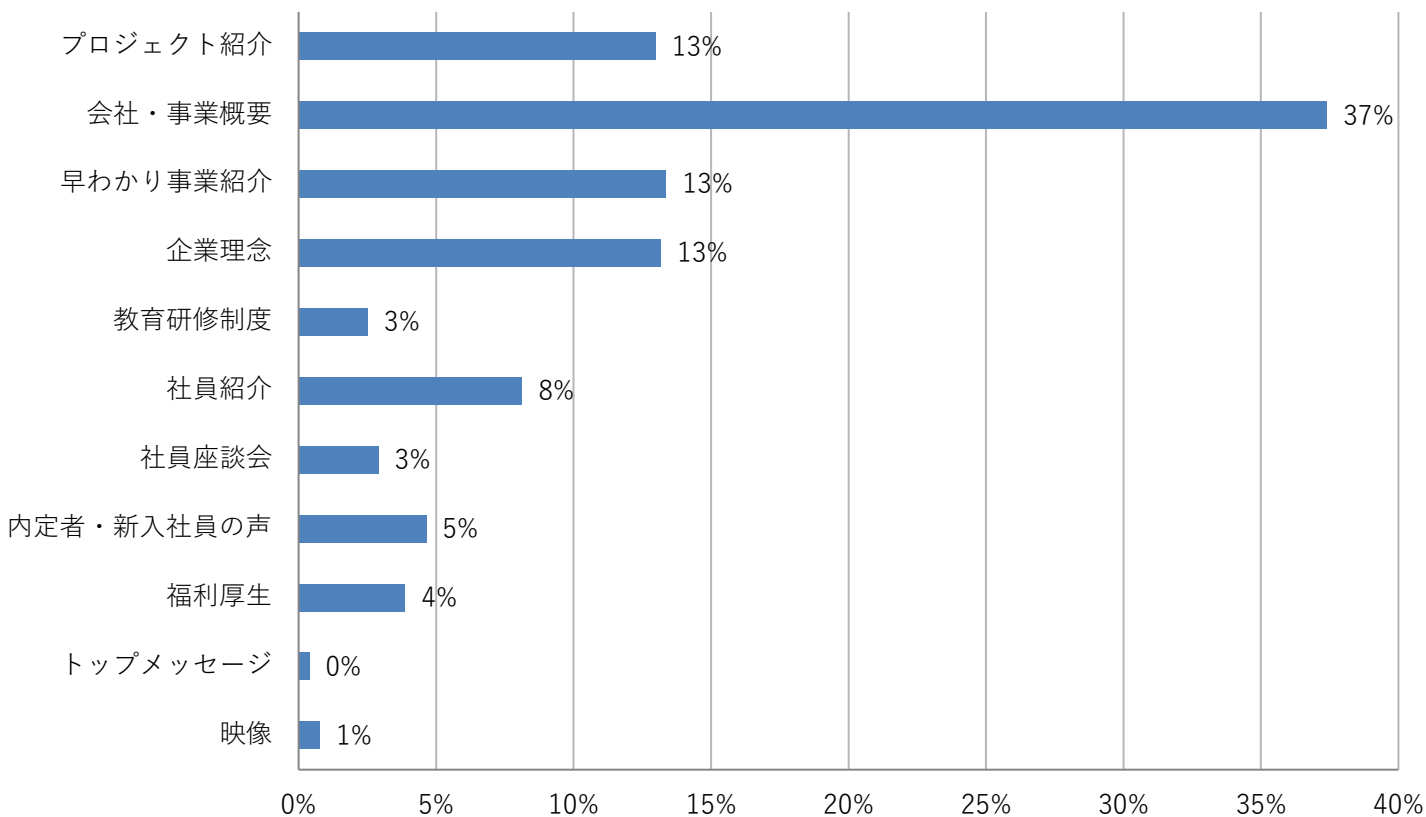
【全体】



「採用ホームページ」と答えた方にお聞きします。
会社説明会参加の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

変わらず「会社・事業概要」の回答が最も多い。業界・企業研究時期と比べ傾向はほぼ変わらないが、より企業の大枠をつかむコンテンツが見られている。

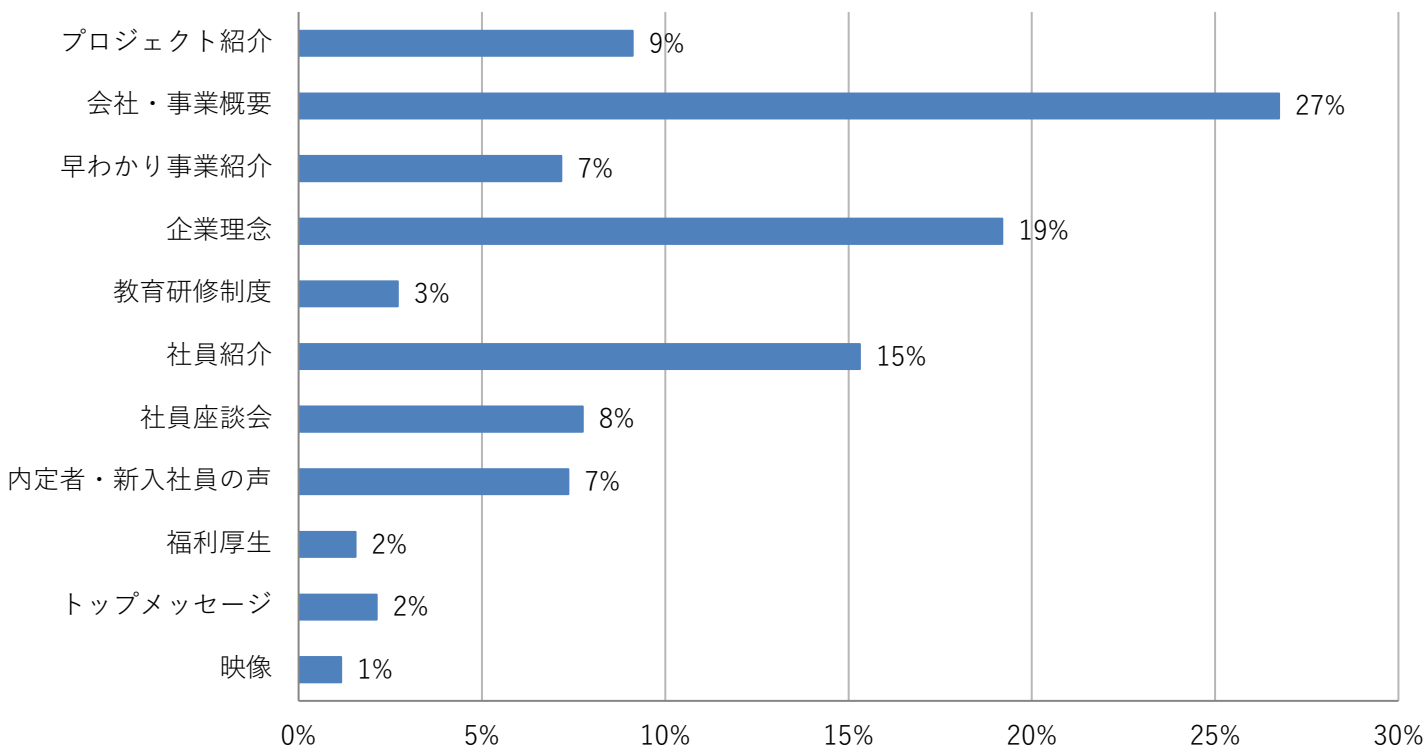
【全体】



「採用ホームページ」と答えた方にお聞きします。
エントリーシート提出の際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

「会社・事業概要」に加え、「企業理念」の回答が多くなっている。ES提出の際に企業理念を踏まえた志望動機を記入するためか。

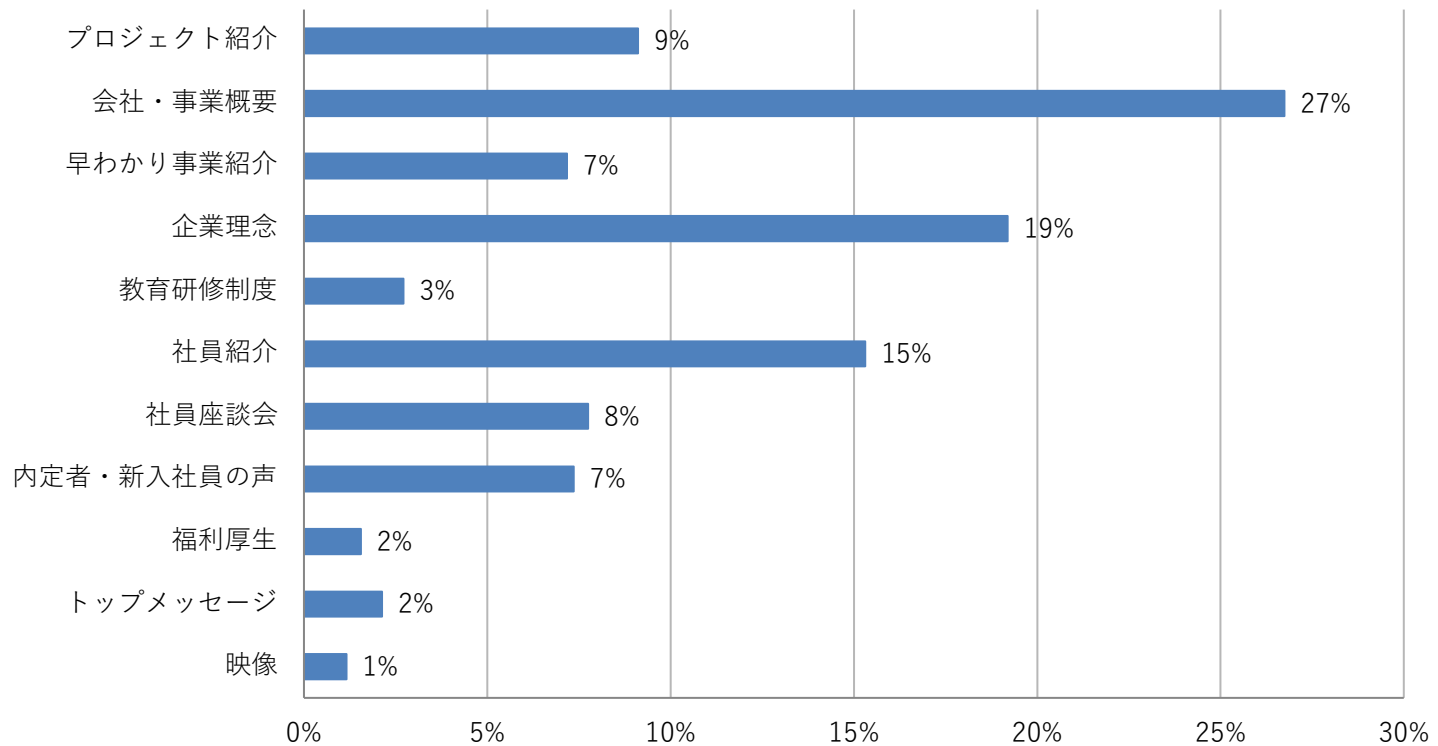
【全体】



「採用ホームページ」と答えた方にお聞きします。
選考を受ける際に閲覧したコンテンツについて教えてください。

選考を受けるタイミングになると「社員紹介」「社員座談会」「内定者・新入社員の声」など、社員を出ているコンテンツが見られる傾向。

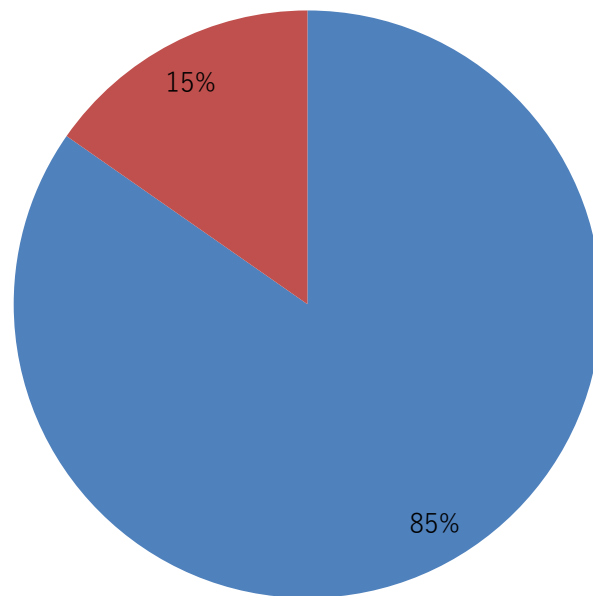
【全体】



採用ホームページ内に動画コンテンツがあった方が良いと思いますか？

オンラインでの就職活動を余儀なく行っているためか、約9割に迫る学生が採用ホームページ内に動画コンテンツがあった方が良いと回答している。

【全体】

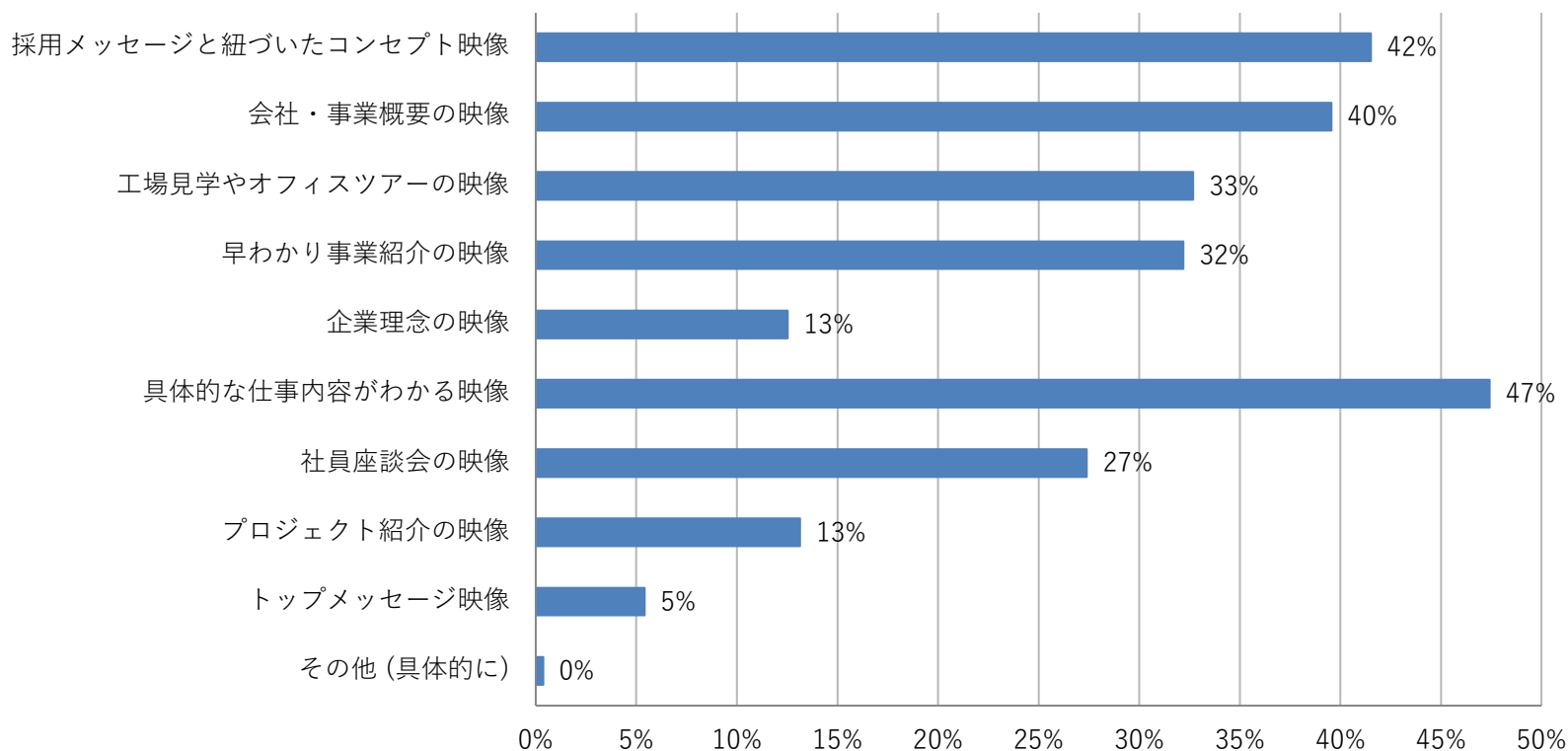


■ はい ■ いいえ

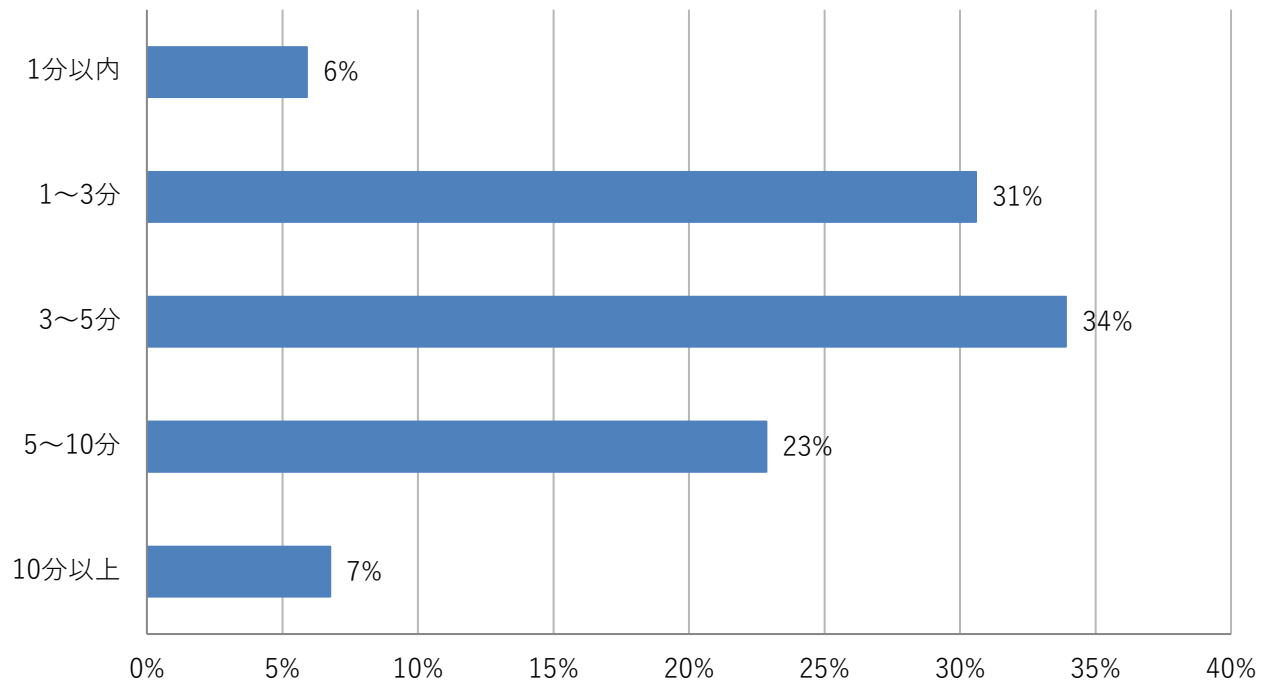
採用ホームページ内で見たい動画の内容について教えてください。（3つまで選択可）

記事ベースの情報ではなかなかイメージが付きづらいが故か、「具体的な仕事内容がわかる映像」「工場見学やオフィスツアーの映像」の回答が多い。一方で企業の概要や特徴を知るための「コンセプト映像」「会社・事業概要の映像」「早わかり事業紹介の映像」も回答が多い。

【全体】



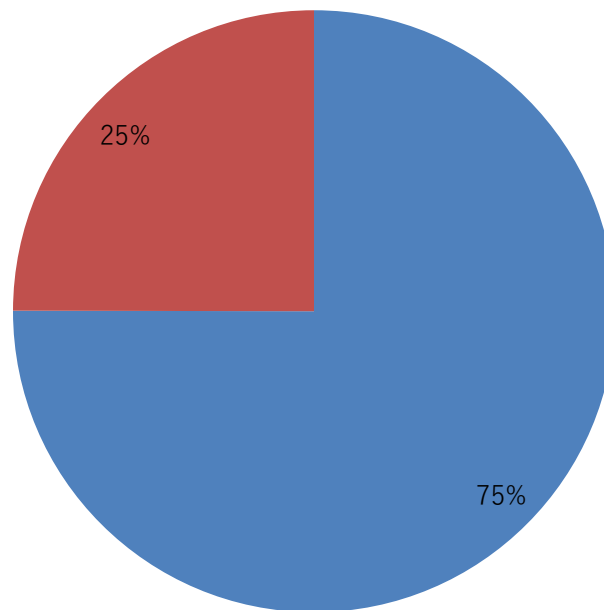
長尺の動画よりも短尺で端的にまとめられた動画の方が好まれる傾向が強い。
集中できる時間としては「3～5分」が最も回答が多く、次いで「1～3分」の回答が多い。



会社説明会の際に動画コンテンツがあった方が良いと思いますか？

75%の学生が会社説明の際に動画コンテンツがあった方が良いと回答している。

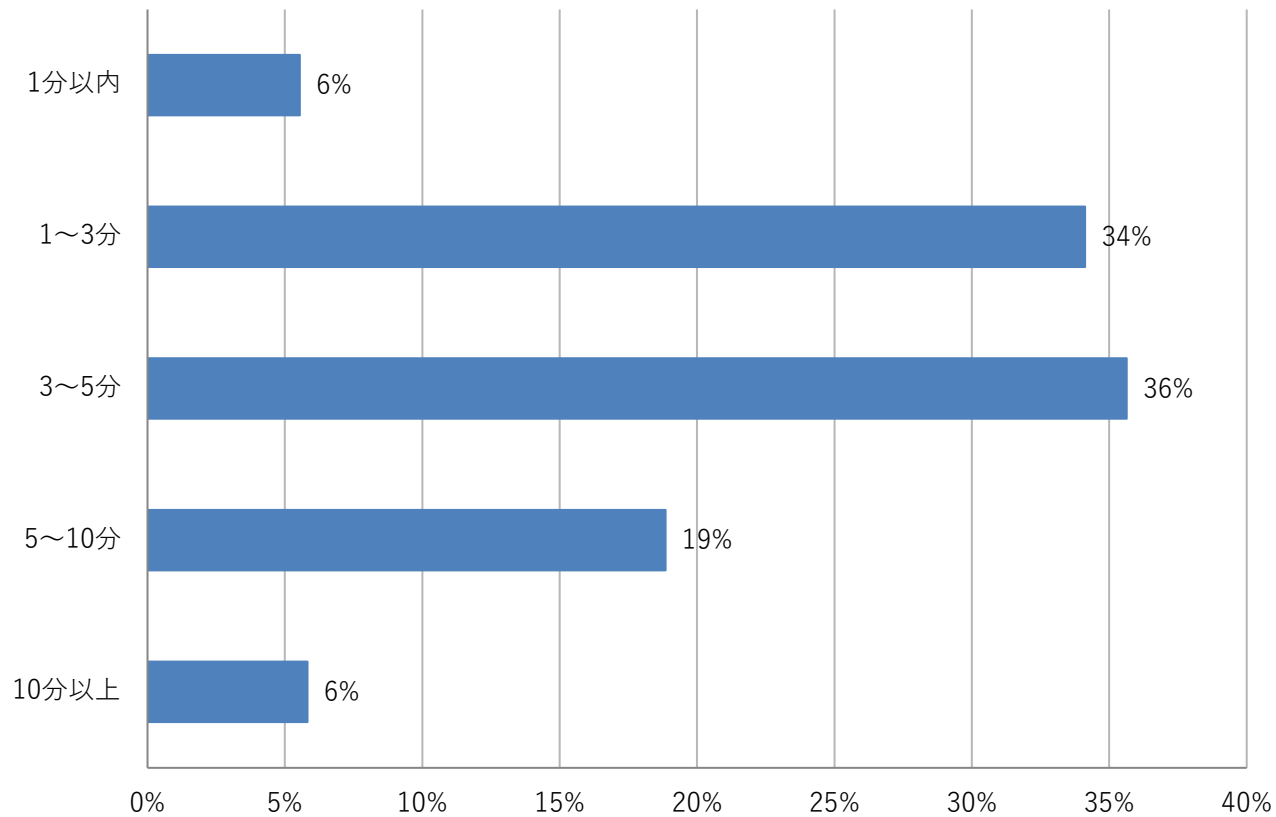
【全体】



■ はい ■ いいえ

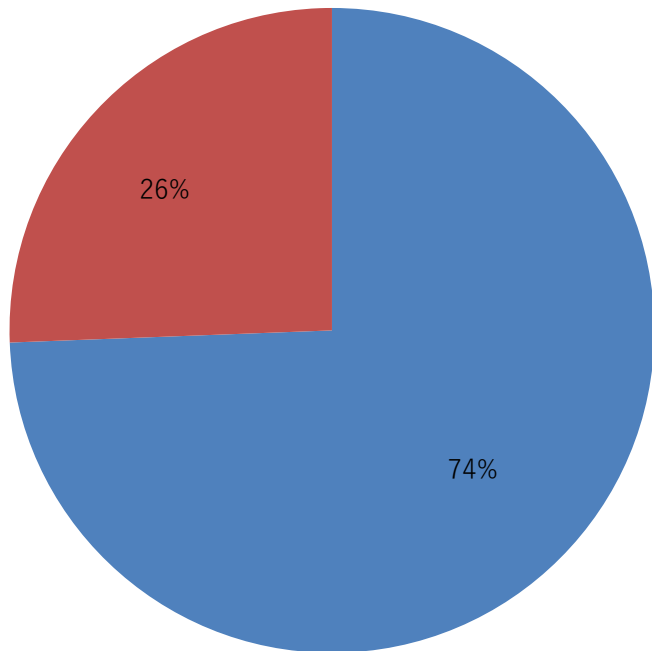
会社説明の際もHP上の映像を見る際と変わらず、「3~5分」が最も回答が多く、次いで「1~3分」の回答が多い。

【全体】



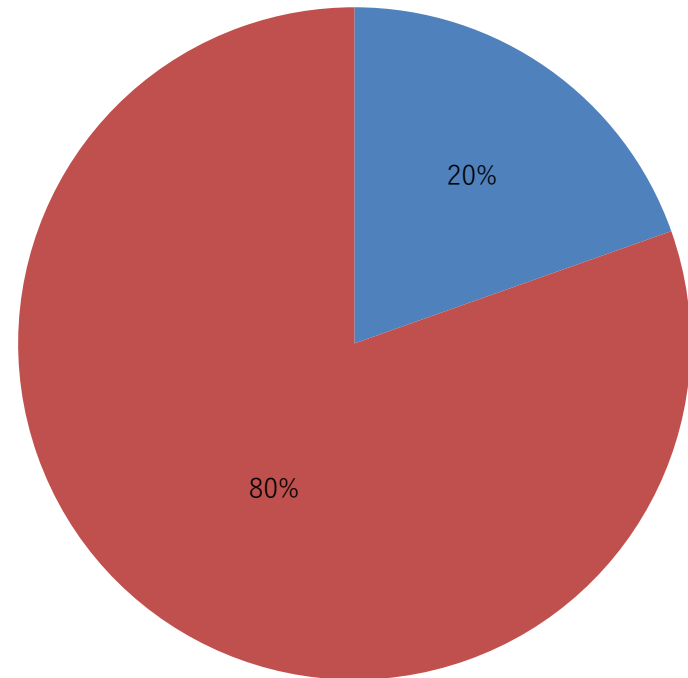
74%の学生がSNSなどで採用に関する広告を見たことがあると回答。また20%の学生は広告をきっかけにエントリーをしており、母集団形成の入り口が多様化してきているといえる。

【全体】
SNS等で採用の広告を見たことがありますか？



■ ある ■ ない

【あると答えた方へ】
その広告をきっかけにエントリーしたことがありますか？



■ ある ■ ない

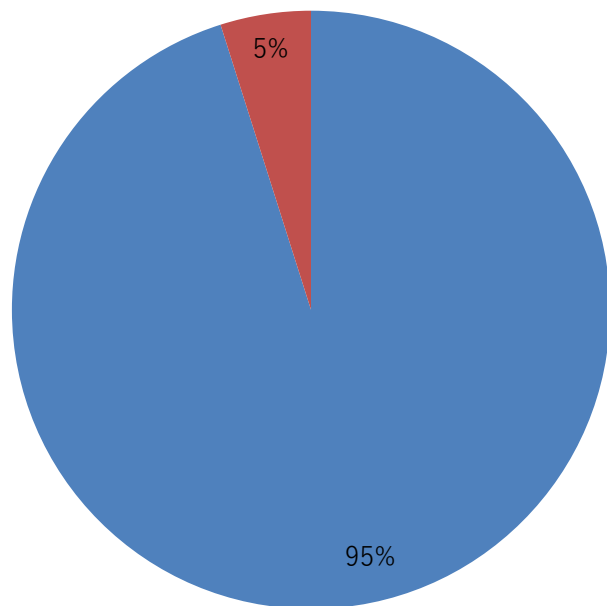
06

WEBセミナーについて

WEBセミナーを視聴したことがあるか

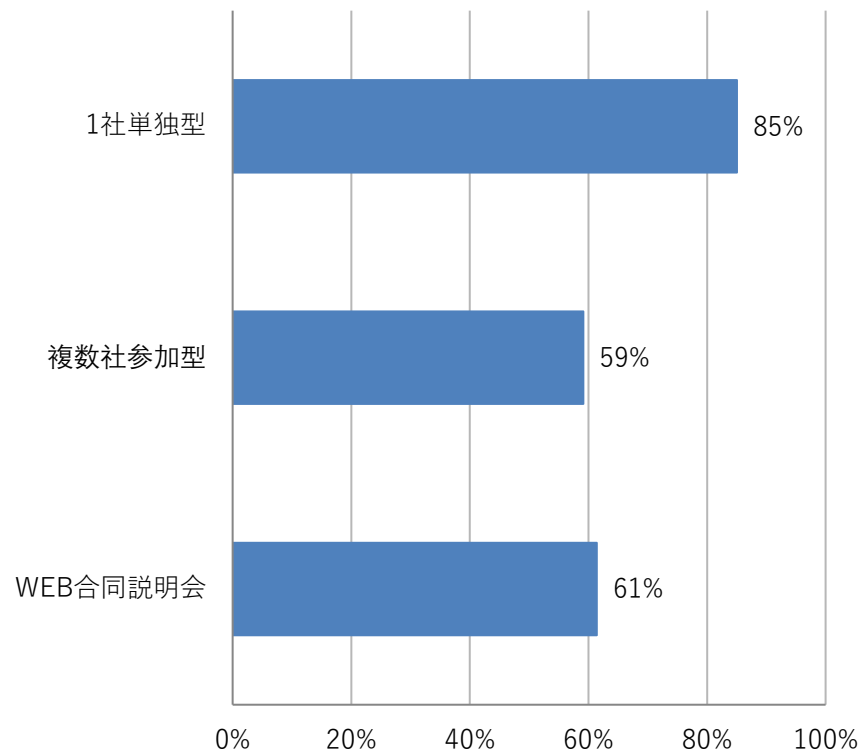
95%の学生がWEBセミナーを視聴したことがあると回答。
多くの企業がセミナーをオンライン化していることが要因と考えられる。
また形式では1社単独型が85%と最も多い。WEB合同説明会も61%と多くの学生が視聴している。

【全体】 WEBセミナーを視聴したことがありますか？

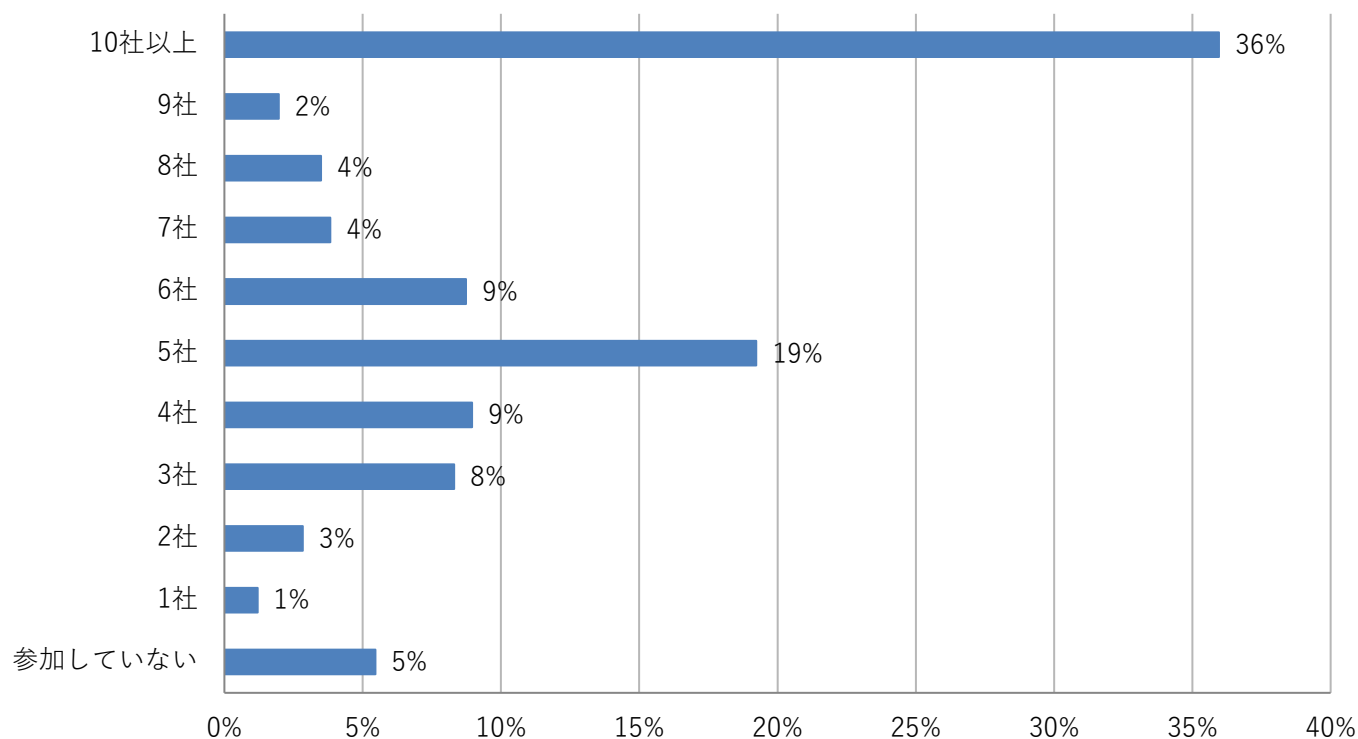


■ ある ■ ない

【全体】 視聴したWEBセミナーの形式について教えてください

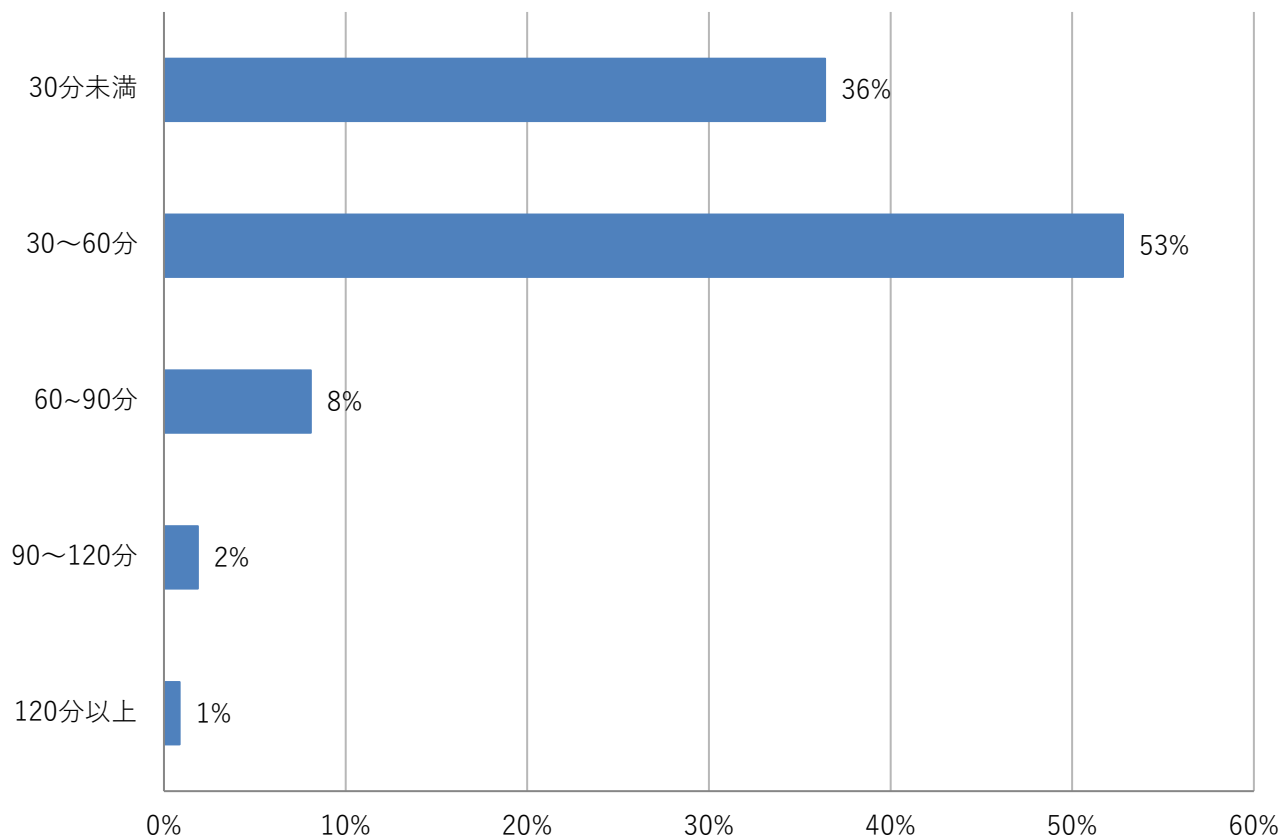


「10社以上」の回答が最も多い。視聴のハードルが低い分、多くの社数を視聴している。



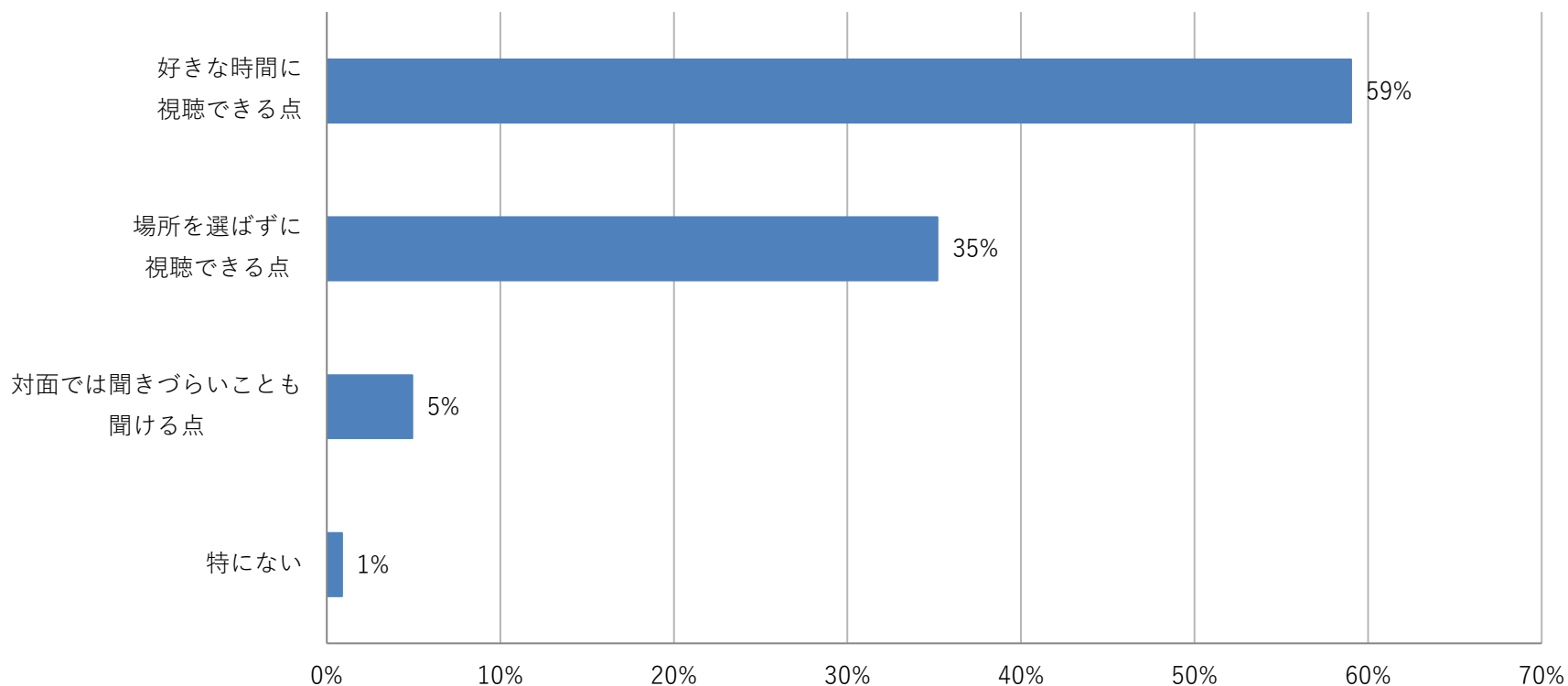
視聴したWEBセミナーの中でちょうどよい長さ（時間）について教えてください。

「30～60分」の回答が最も多い。次いで「30分未満」。逆に60分以上は好まれない傾向が見て取れる。



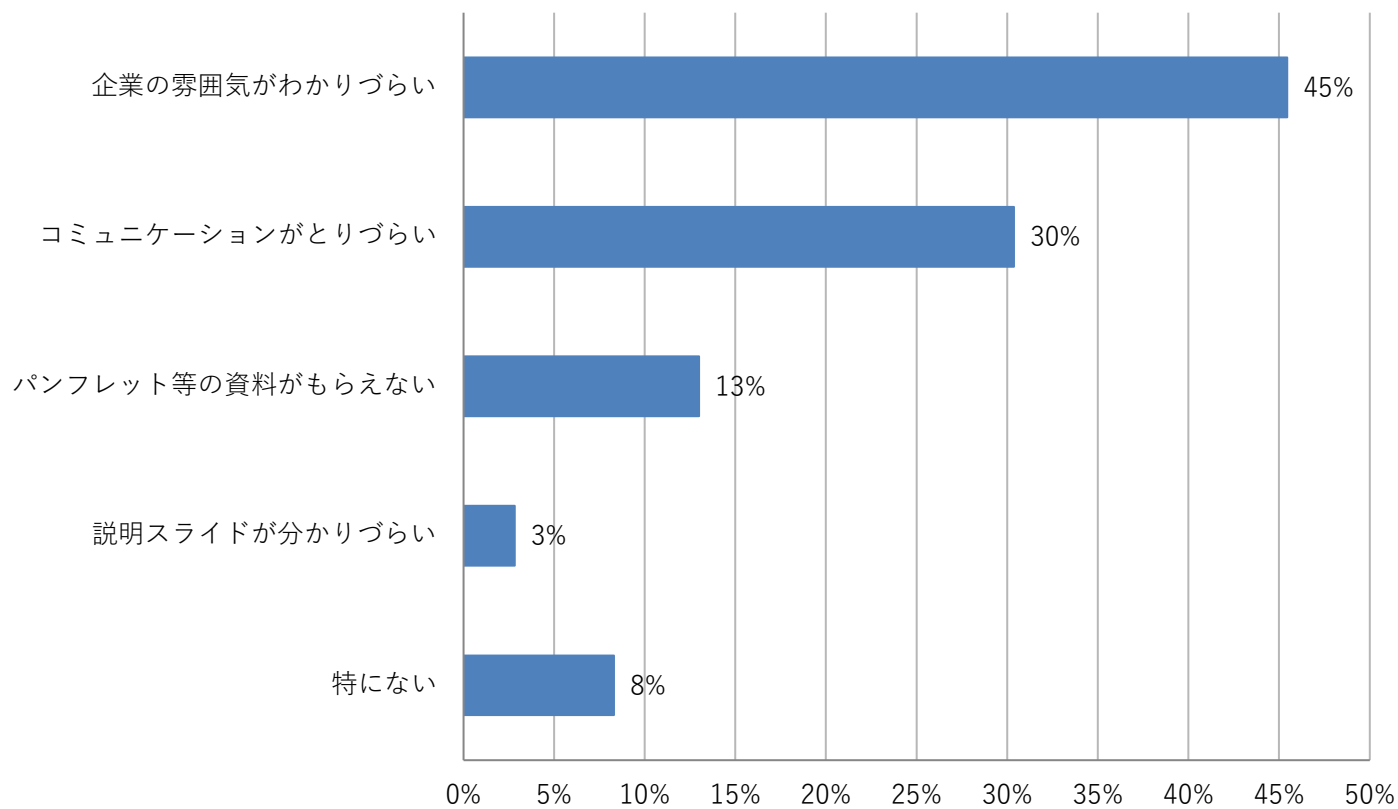
WEBセミナーが対面のセミナーと比べて良かった点について教えてください。

「時間の自由」が最も回答が多い。次いで「場所の自由」となっており、制約が少ないことをメリットだと感じている学生が多いと思われる。



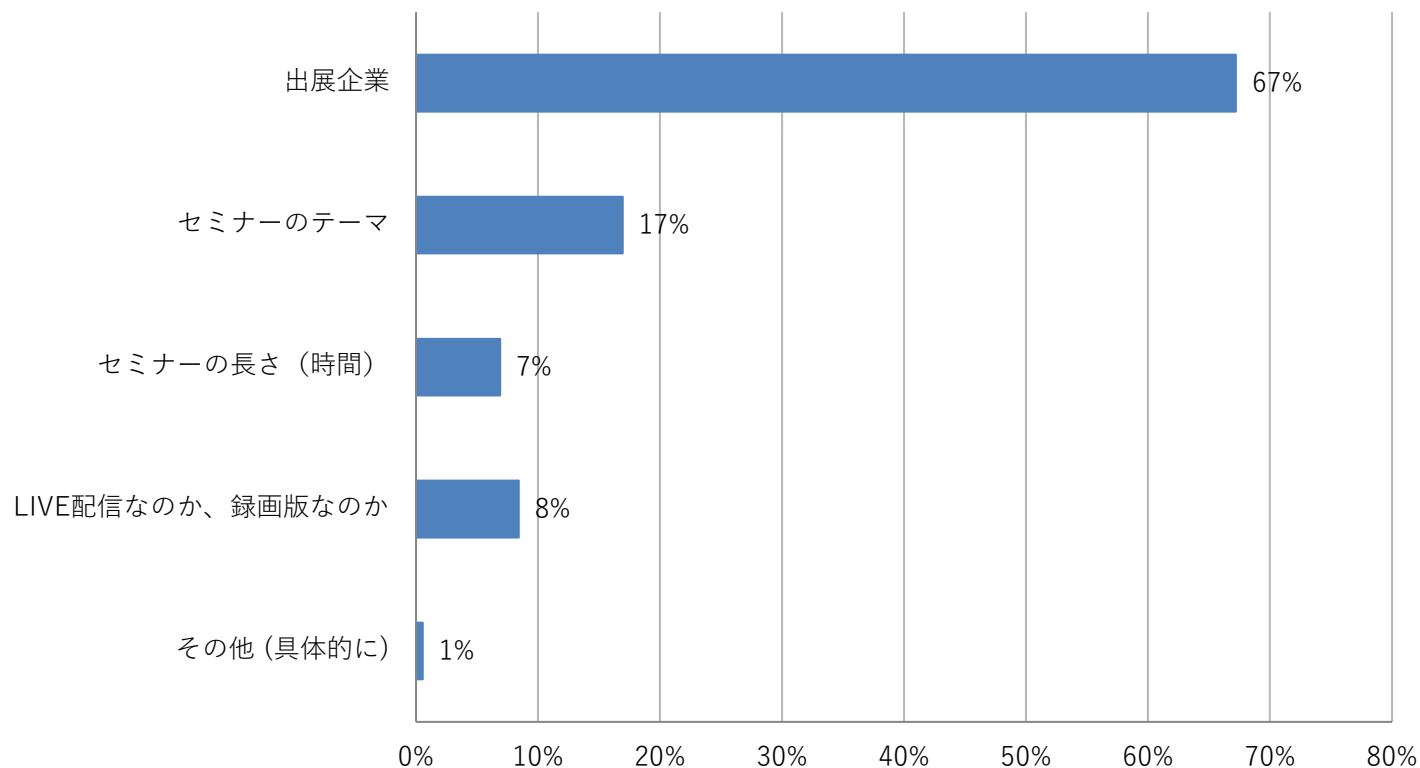
WEBセミナーが対面のセミナーと比べて良くなかった点について教えてください。

「企業の雰囲気がわかりづらい」の回答が最も多く、やはり画面越しでは伝わりづらい要素であることがわかる。次いで「コミュニケーションがとりづらい」の回答が多い。

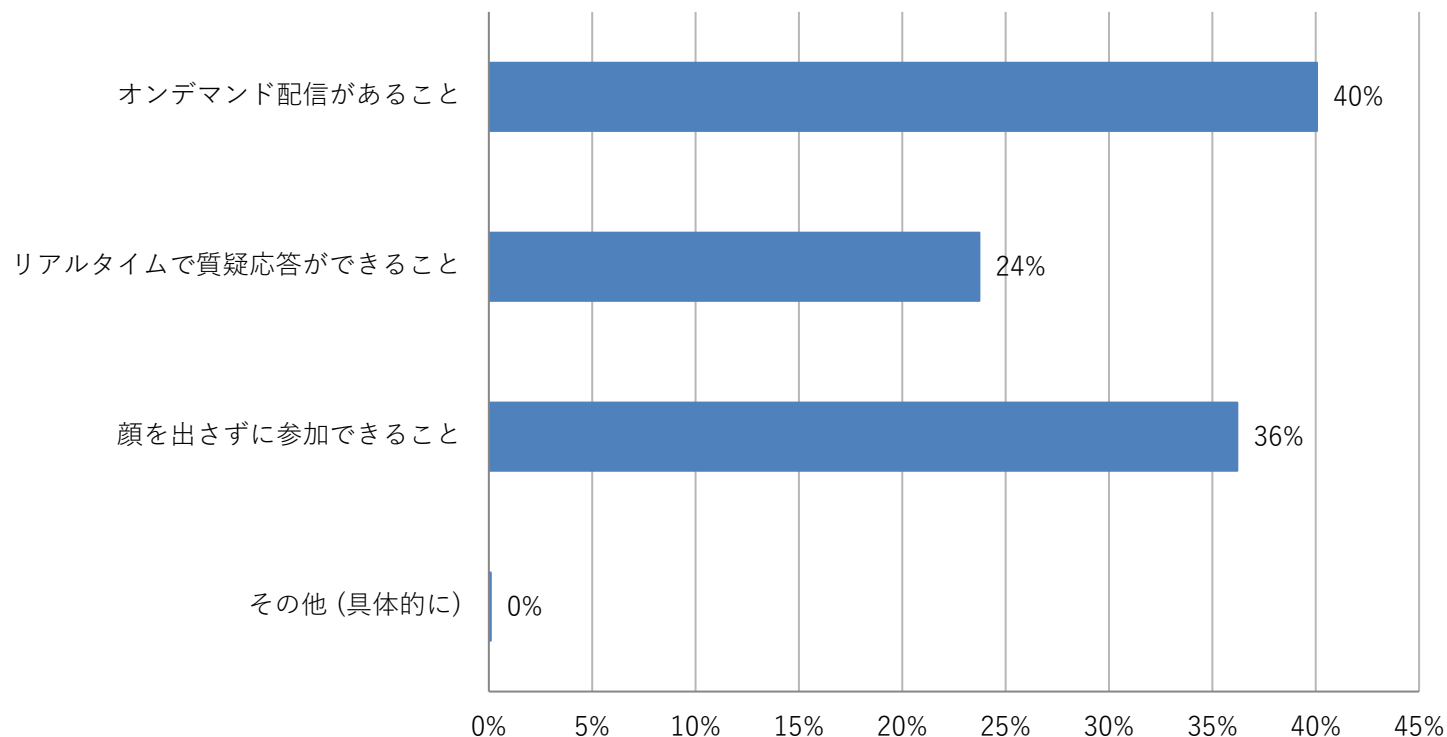


参加するWEBセミナーを決める際に重視する点について教えてください。

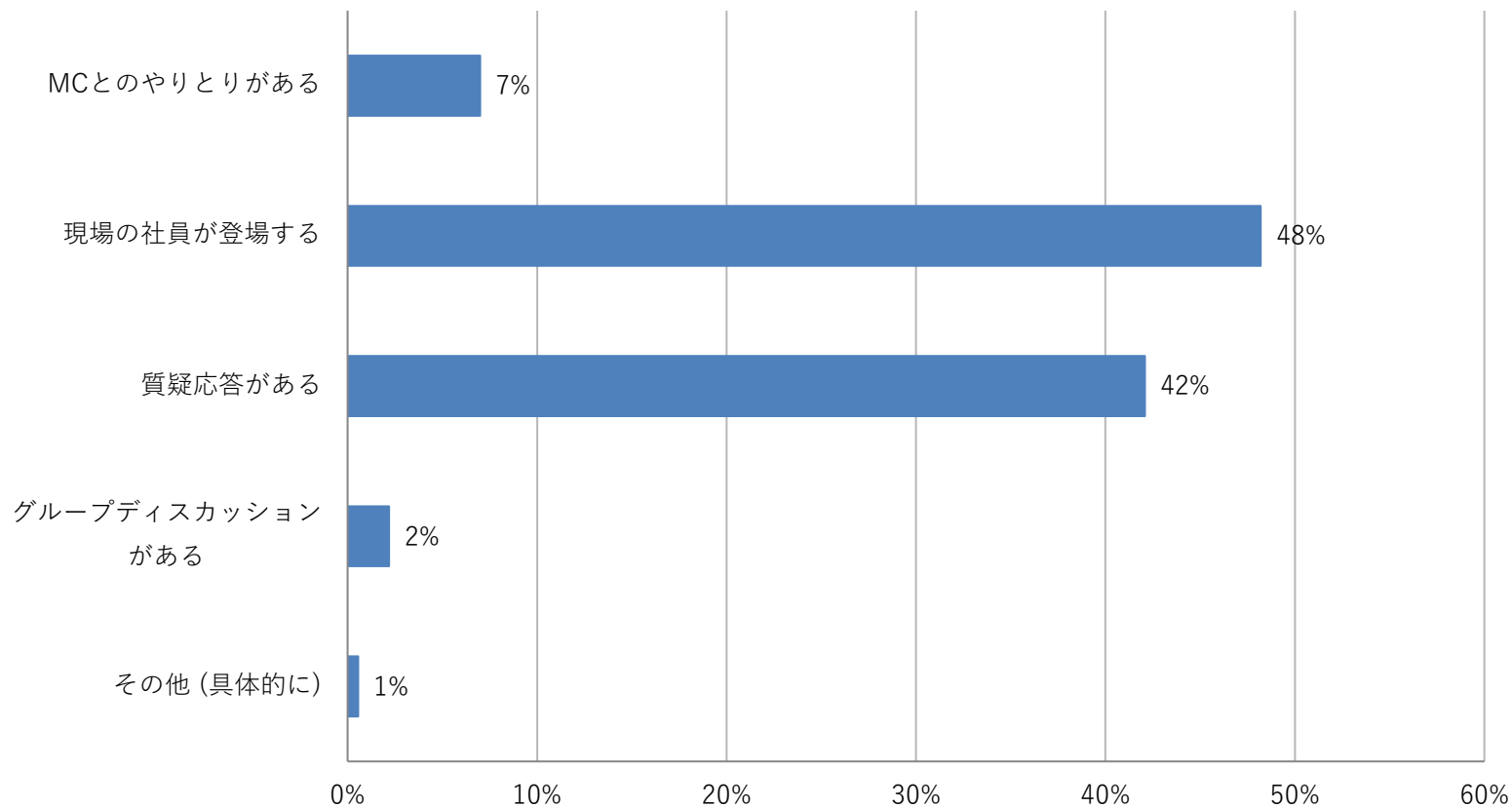
重視する点は圧倒的に「出展企業」が多かった。企業そのものに対する興味が参加の際の検討軸となっている。



「オンデマンド配信であること」の回答が最も多い。次いで「顔を出さずに参加できること」となっている。双方向のコミュニケーションより「時間や場所の自由」を重視している傾向化。

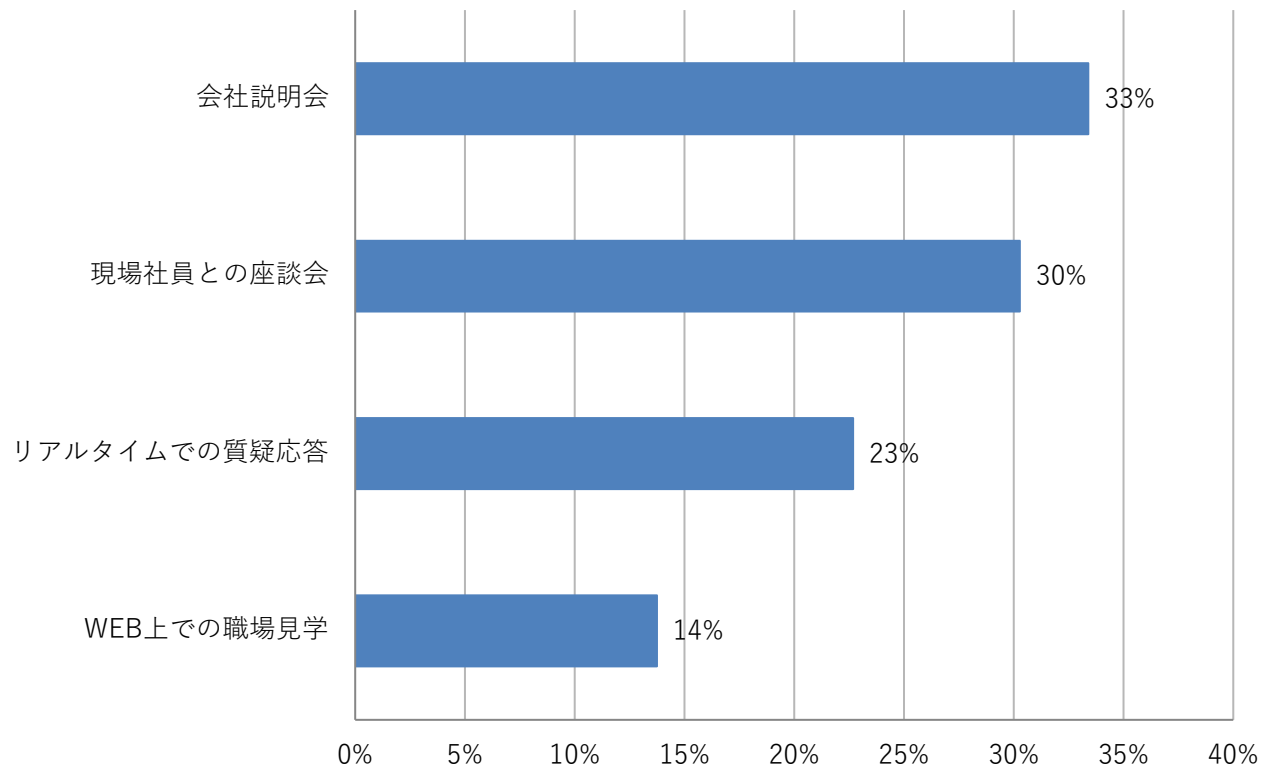


「現場の社員が登場する」が最も多く、現場社員を通して知りたい、得たいものがあることがわかる。



WEBセミナーにおいて実施してほしい内容について教えてください。

会社の説明はもちろん、現場社員との座談会やリアルタイムでの質疑応答を求める回答も多く、WEBセミナーでしか取得することができない特別な体験や情報を求めていると考えられる。

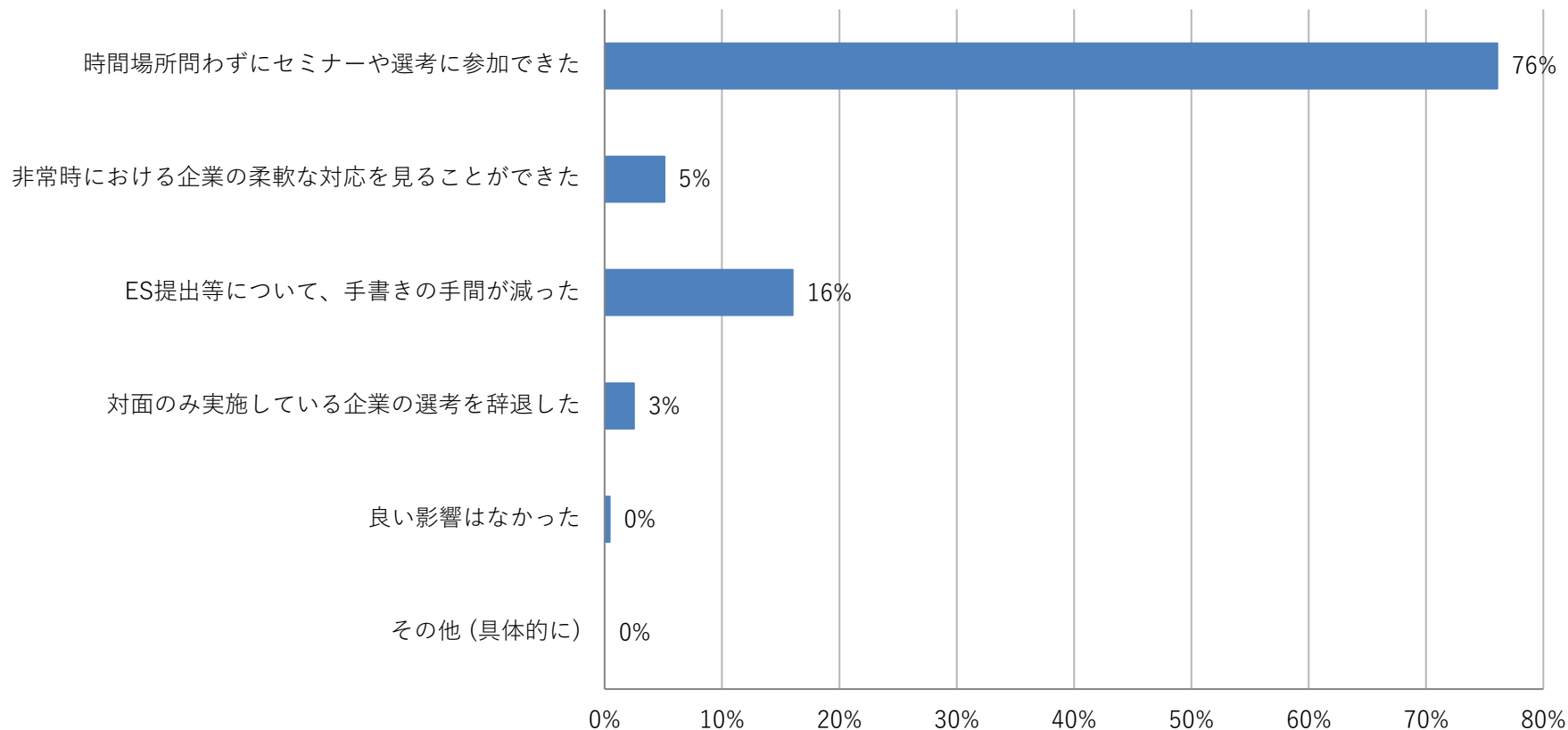


07

就職活動のオンライン化について

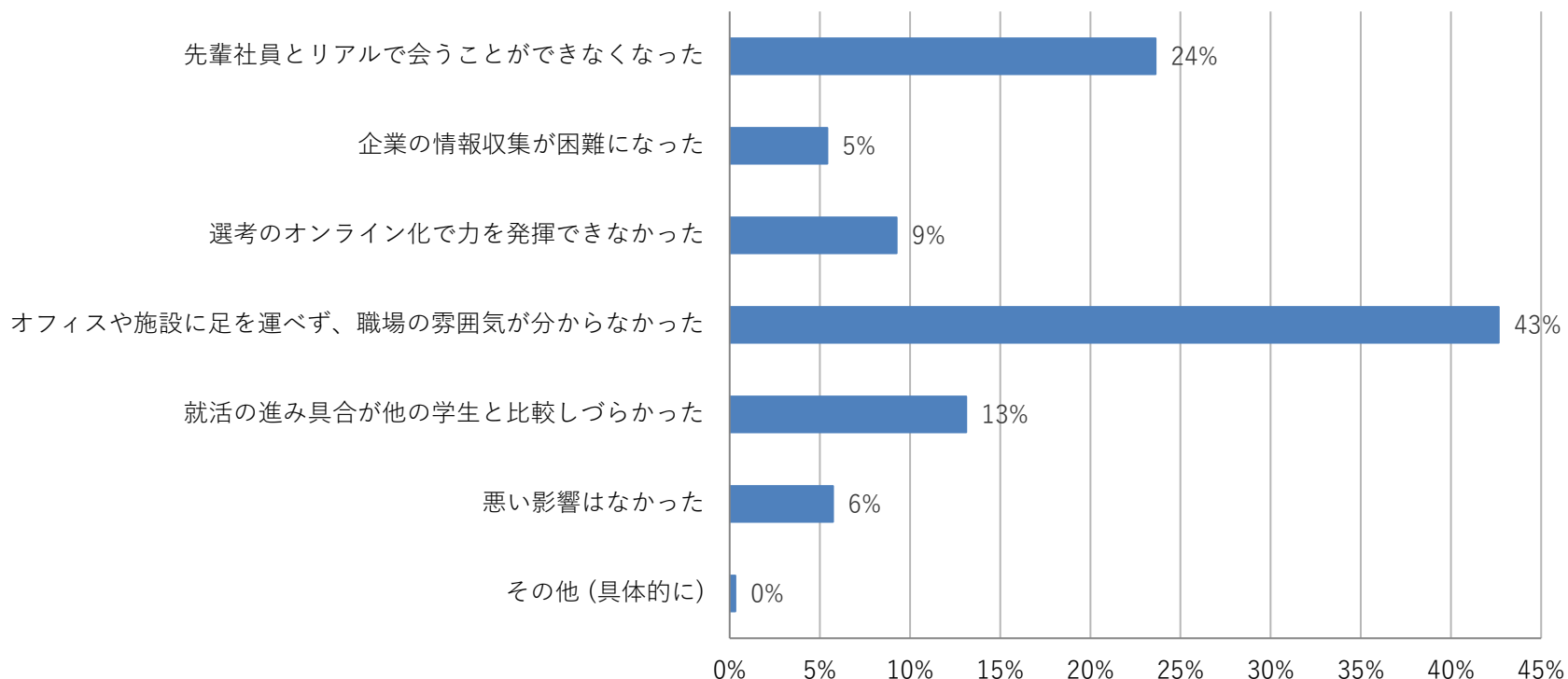
就職活動のオンライン化が与えた影響について、良かった点を教えてください。

「時間場所問わずにセミナーや選考に参加できた」と回答が圧倒的に多く、物理的なハードルが下がったことをメリットに感じている学生が多い。またES等の提出書類も手書きの手間が減ったという効率面での利点を上げる声も多い。

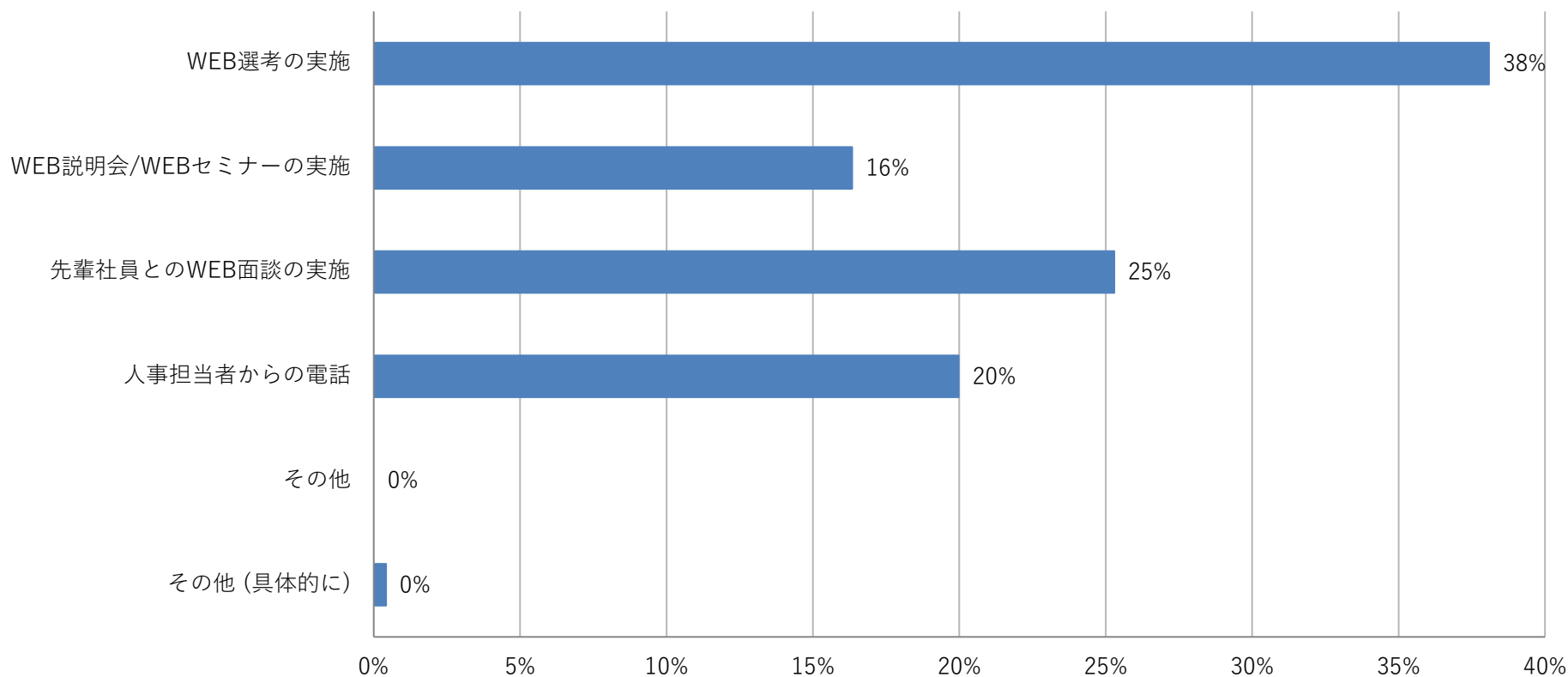


就職活動のオンライン化が与えた影響について、悪かった点を教えてください。

「職場の雰囲気が分からない」「先輩社員とリアルで会えない」の回答が多く、いざ自分が入社した後のイメージをするための要素が掴みづらいことがオンライン化のデメリットとして挙げられている。



「選考のオンライン化」が最も印象に残っている結果になった。次いで「先輩社員とのWEB面談の実施」が印象に残っている。



08

総評

コロナ禍において就職活動の在り方が一変した1年。

オンライン化で学生の動きがより活発化した一方、顕在化した課題も。

新型コロナウイルス拡大における学生たちへの影響は長期化している状況。大学生活におけるほぼすべての活動がオンラインへの移行を余儀なくされている環境のため、就職活動においても学生たちは凄まじい適応力を発揮し、オンラインでのインターンシップ参加やWEB上での情報収集や自己アピールを実施している。また就職活動のオンライン化は場所や時間、交通費などといった様々な制限を取り除いていったため、早期の活動においては従来以上に活発な様子が見られた。一方でオンライン下における「コミュニケーションの難しさ」や「リアリティの欠如」といった特有の課題感も顕在化。これまで以上に学生とのやり取りに戦略性が必要とされているなか、企業にはより学生とのハイタッチなコミュニケーションが求められている。

1_就職活動は、ほぼオンライン化しているといえる。学生は大学の講義などのキャンパスライフを含めて、大半がオンライン環境になっていることもあり、就職活動もほとんどオンラインで実施していることが分かった。(P5,17,58~60)

2_インターンシップに参加経験のある学生は年々増加しており、早期から活動が活発化している。しかし22卒向けのインターンシップはオンラインでの開催割合が高いため、「具体的なイメージが湧きづらい」などの問題を学生たちは感じている傾向がある。(P15~48)

3_学生が入社予定先を決定するうえでの決め手の多くが「企業の社風」であるという結果に。仕事体験であるインターンシップがオンライン化されているなかで従来と比較してどこまで企業理解や業務理解ができているのか不透明な部分がある一方で、入社予定先を決めるうえでは「社風が合っているから」と回答する割合が高く、具体的な仕事内容などを深く理解していないまま企業の雰囲気だけで内々定承諾を行っている可能性がある。(P71~77)