

## 10月単月のインターンシップ・仕事体験の参加率は44.1% インターンシップ等の情報収集で「TikTok」を利用する割合は2年連続増加 情報収集の難しさは「情報が多すぎて整理できない」が72.4% 「マイナビ 2026年卒 大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(10月)」

株式会社マイナビ(本社:東京都千代田区、代表取締役 社長執行役員:土屋芳明)は、2026年卒業予定の全国の大学生、大学院生を対象に実施した、「マイナビ 2026年卒 大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(10月)」の結果を発表しました。

### TOPICS

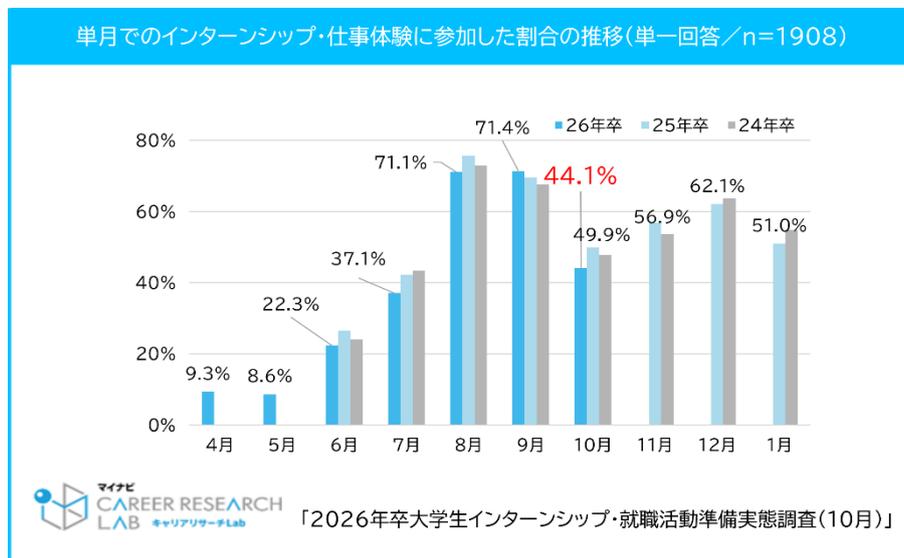
- ◆ 10月単月でのインターンシップ・仕事体験の参加率は44.1%【図1、2】
- ◆ インターンシップ・就活準備の「情報収集」に使っているSNSは「TikTok」が2年連続増加【図3】
- ◆ 企業を探すうえでの情報収集のスタンスは、自ら検索や調査をするなど能動的に情報を探す学生が66.9%【図4】
- ◆ 企業情報を自分で探す際の難しさは「情報が多すぎて整理できない」が72.4%【図5】

### 【調査概要】

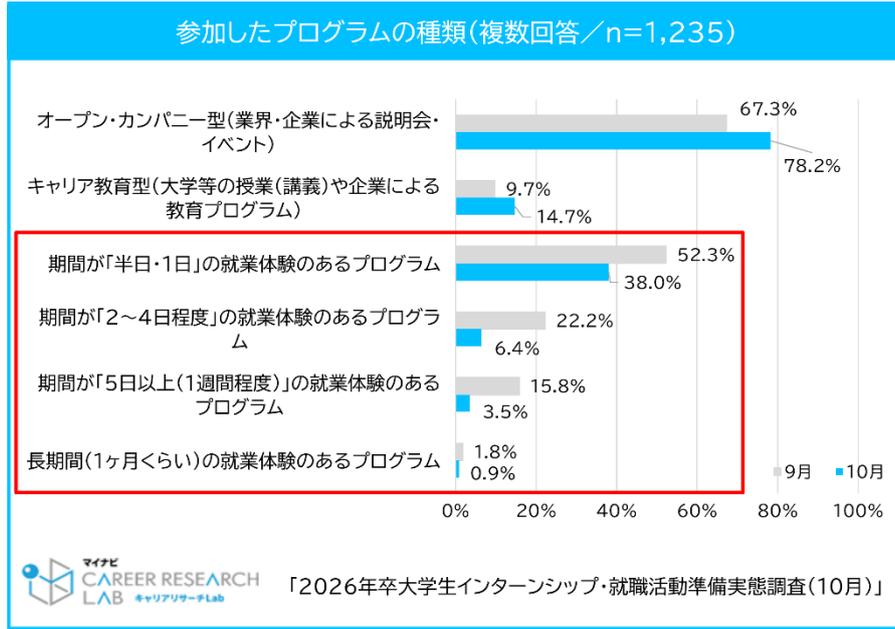
#### 10月単月でのインターンシップ・仕事体験の参加率は44.1%

10月単月でのインターンシップ・仕事体験の参加率は44.1%で前月より27.3pt減少した。また、特に就業体験のあるプログラムへの参加率が下がっており、期間が「半日・1日」のプログラムは38.0%で前月比14.3pt減、「2~4日程度」のプログラムは6.4%で前月比15.8pt減、「5日以上(1週間程度)」のプログラムは3.5%で前月比12.3pt減となった。10月から授業が再開する大学が多いため、それに伴い就業体験のあるプログラムや複数日程を要するプログラムへの参加が難しくなったことが考えられる。【図1、2】

【図1】



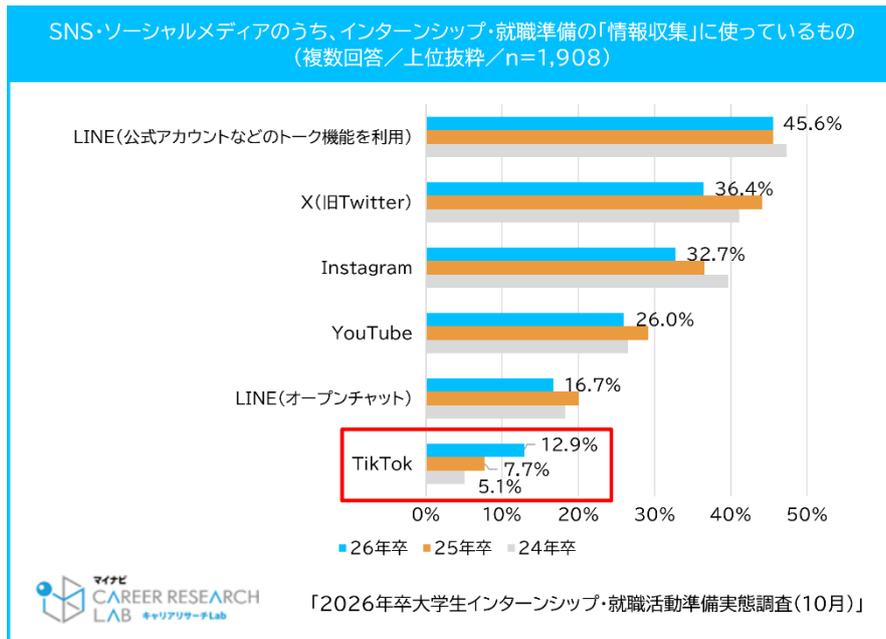
【図 2】



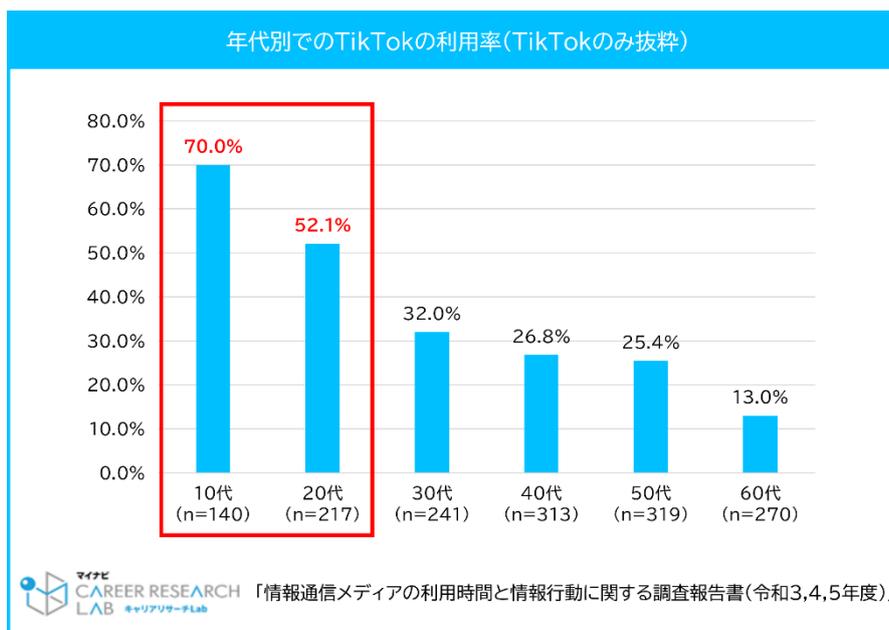
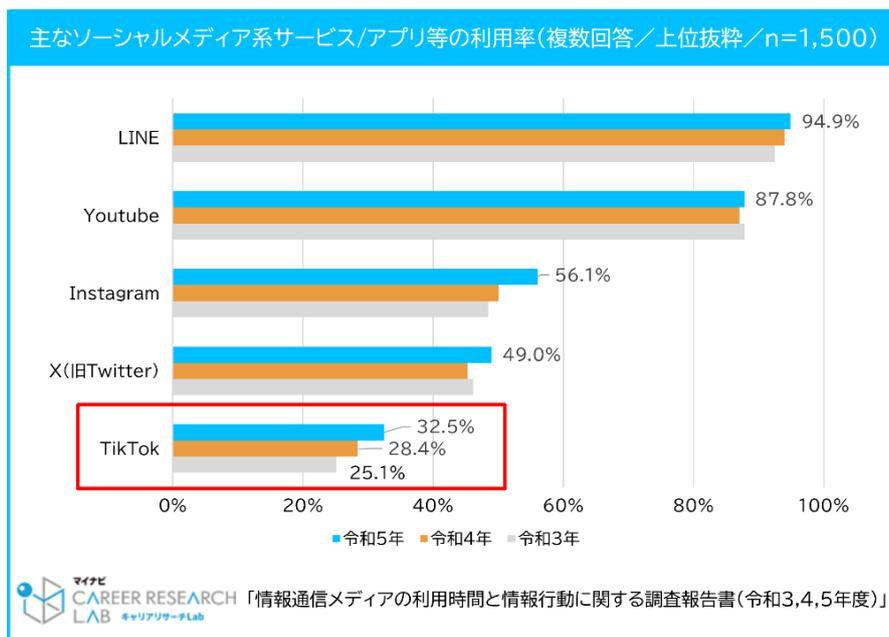
インターンシップ・就活準備の「情報収集」に使っている SNS は「TikTok」が2年連続で増加

SNS・ソーシャルメディアのうち、インターンシップ・就職準備の「情報収集」に使っているものを聞くと、「LINE(公式アカウントなどのトーク機能を利用)」が最も多く45.6%となった。また、今回の調査で「TikTok」と回答した学生が12.9%となり、24年卒では5.1%、25年卒では7.7%と徐々に増加している。総務省のデータによると令和5年度の主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率において、TikTokは32.5%となっており、こちらも年々増加している。年代別では10代が70.0%、20代が52.1%と半数以上が利用しているため、就活準備でも活用している割合が増えているのではないかと考えられる。【図 3】

【図 3】



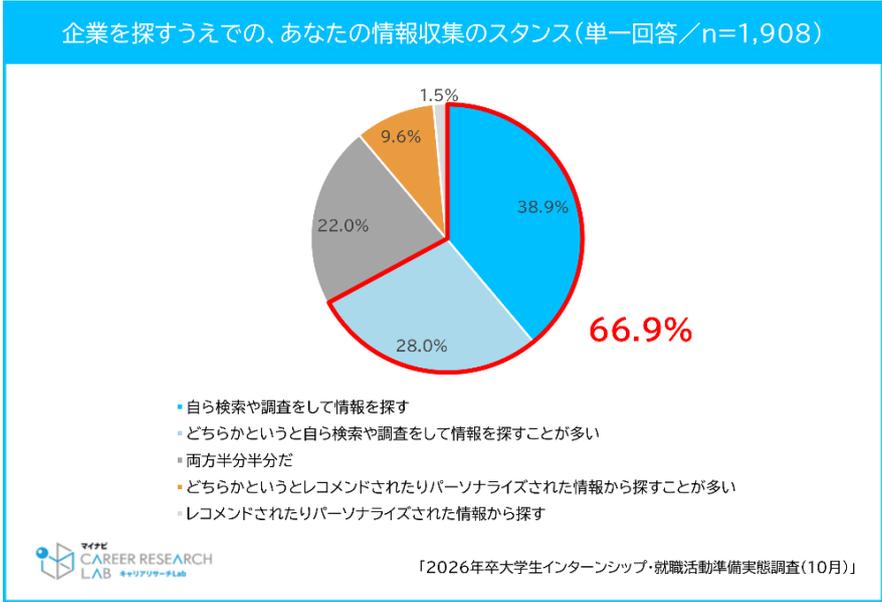
【参考】総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書(令和3,4,5年度)」より



企業を探すうえでの情報収集のスタンスは、自ら検索や調査をするなど  
能動的に情報を探す学生が 66.9%

企業を探すうえでの情報収集のスタンスについては 66.9%が能動的に情報収集をしている結果となった(「自ら検索や調査をして情報を探す」+「どちらかという自ら検索や調査をして情報を探すことが多い」の合計)。SNS の閲覧履歴などを元にしたレコメンド機能の発達で、日々様々な情報を目にする機会が多くなっているが、自己分析や業界理解、インターンシップ等の情報は能動的に探す学生が多いことがわかる。【図4】

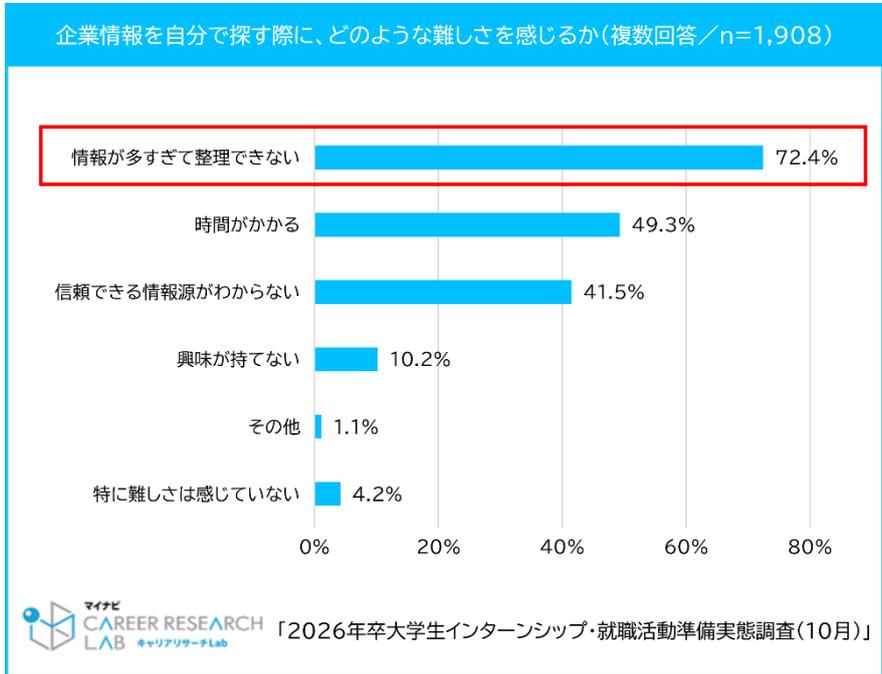
【図 4】



企業情報を自分で探す際の難しさは「情報が多すぎて整理できない」が 72.4%

企業情報を自分で探す際にどのような難しさを感じるか聞くと、「情報が多すぎて整理できない」が最も多く 72.4%だった。前述の情報収集のスタンスに関する質問において、情報を自分で探す学生が多いものの、その情報を扱う上で情報量の多さに難しさを感じる学生が多いことがわかった。情報源も情報量も多いため、学生が自身に必要な情報の選定に苦慮しているのではないかと想像できる。【図 5】

【図 5】



【調査担当者コメント】



10月単月のインターンシップ・仕事体験の参加率は44.1%となりました。10月は大学の授業が再開するため、複数日程のプログラム参加が難しくなり参加率が下がったと考えられます。学生の皆さんはこの期間を夏のインターンシップを振り返り、冬のインターンシップへ参加するための準備期間として捉えてもらうとよいかと思えます。

就活準備の情報収集に活用しているSNSでTikTokが他のSNSと比べて唯一上昇していることがわかりました。総務省のデータでも10代、20代の利用率が伸びており、今後も就活準備にTikTokを活用する学生は増える可能性があります。情報源や情報量が豊富にある昨今、偏りなく様々な情報を得ながら、内容を見極め、検討を深めていってほしいと思えます。

マイナビキャリアリサーチラボ 研究員 服部 幸佑

【調査概要】「マイナビ 2026年卒 大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(10月)」

○調査期間 / 2024年10月20日(日)~10月31日(木)

○調査方法 / マイナビ2026の会員に対するWEBアンケート

○調査対象 / 2026年3月卒業見込みの全国の大学生、大学院生

○調査機関 / 自社調べ

○有効回答数 / 1,908名(文系男子 361名 文系女子 763名 理系男子 406名 理系女子 378名)

※調査結果は、端数四捨五入の都合により合計が100%にならない場合があります。

※調査結果の詳細はこちら

([https://career-research.mynavi.jp/research/20241114\\_88214/](https://career-research.mynavi.jp/research/20241114_88214/))からご確認いただけます。

「働く」の明日を考える マイナビキャリアリサーチ Lab



『マイナビキャリアリサーチ Lab(ラボ)』は、雇用や労働に関連する様々な調査データやレポートを通じて、雇用の在り方や個人のキャリアを考える上で役立つ情報を提供するサイトです。蓄積してきた調査結果、新たに分析した雇用関連のレポート・コラム、市場データといった情報の提供を行い、組織と個人をつなぎ、社会全体でキャリアの在り方を考える一助を担います。

【お問い合わせ先】 株式会社マイナビ 社長室 広報部 雨宮 Email:[koho@mynavi.jp](mailto:koho@mynavi.jp)