

**インターンシップ・仕事体験の参加率は56.1%で年末にかけて増加
インターンシップの位置づけは「適職を知るための機会」が最多で59.6%
「新入社員が踊る」、「癖の強い朝礼」などの企業SNS投稿はマイナスイメージ
「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(12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(12月)」の結果を発表しました。

TOPICS

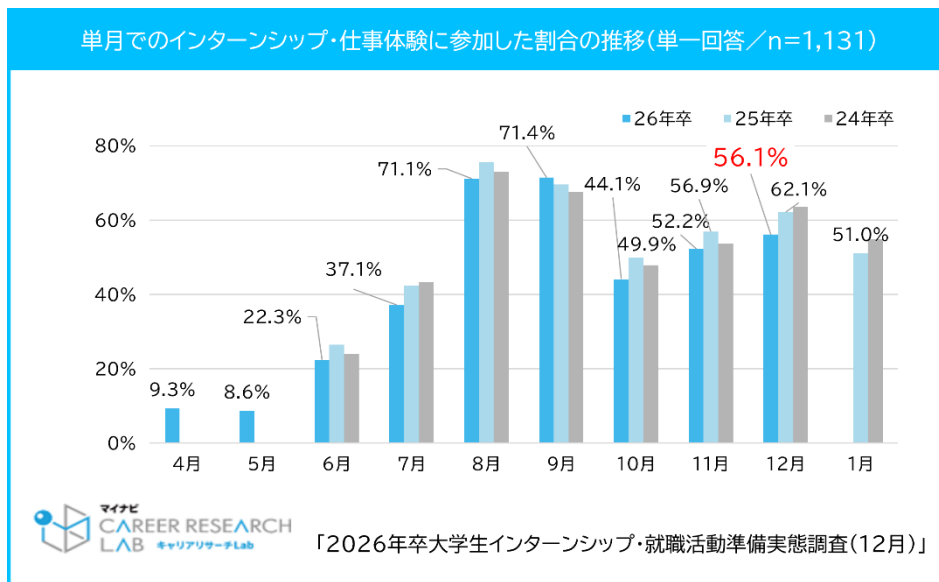
- ◆ インターンシップ・仕事体験の参加率は56.1%で単月参加率は前年同様、年末にかけて増加【図1】
- ◆ インターンシップへの参加は「適職を知るための機会」と考えている学生が59.6%【図2】
- ◆ これまでのインターンシップ・就活準備を通して最も成長を感じたことは主体性【図3】
- ◆ 約半数が社会人になった際の服装はオフィスカジュアルを希望【図4、5】
- ◆ 企業のSNSで学生にマイナスなイメージを持たれるコンテンツは、「TikTokで新入社員が踊っている」、「癖の強い朝礼の様子」など【図6、7】

【調査概要】

インターンシップ・仕事体験の参加率は56.1%で単月参加率は前年同様、年末にかけて増加

2024年12月のインターンシップ・仕事体験の参加率は56.1%となり、前月と比べて3.9pt増加した。10月は参加率が落ち込んだが、12月にかけて参加率が例年同様に徐々に増加しており、キャリア形成活動への参加が増えてきていることがわかる。【図1】

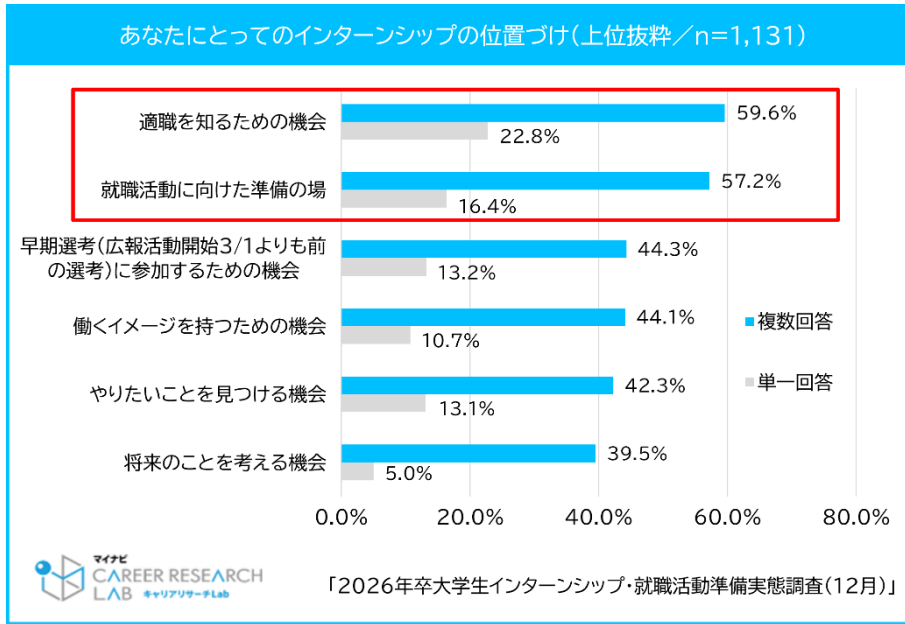
【図1】



インターンシップへの参加は「適職を知るための機会」と考えている学生が 59.6%

学生にとってインターンシップへの参加はどのような位置づけかを聞くと、59.6%の学生が「適職を知るための機会」と回答し、次いで「就職活動に向けた準備の場」が 57.2%となった。単一回答でも同様の順位となり、それぞれ 22.8%、16.4%となった。学生は自分の適性や興味に合った職業を見つけることを重要視しており、そのためインターンシップ・仕事体験の場は自身の適職を知る場所であると考えていることがわかる。また、就職活動の準備の場としてとらえている学生が多いため、インターンシップ・仕事体験は就職活動に対しての関心やモチベーションを維持する重要な役割を担っているのではないだろうか。【図 2】

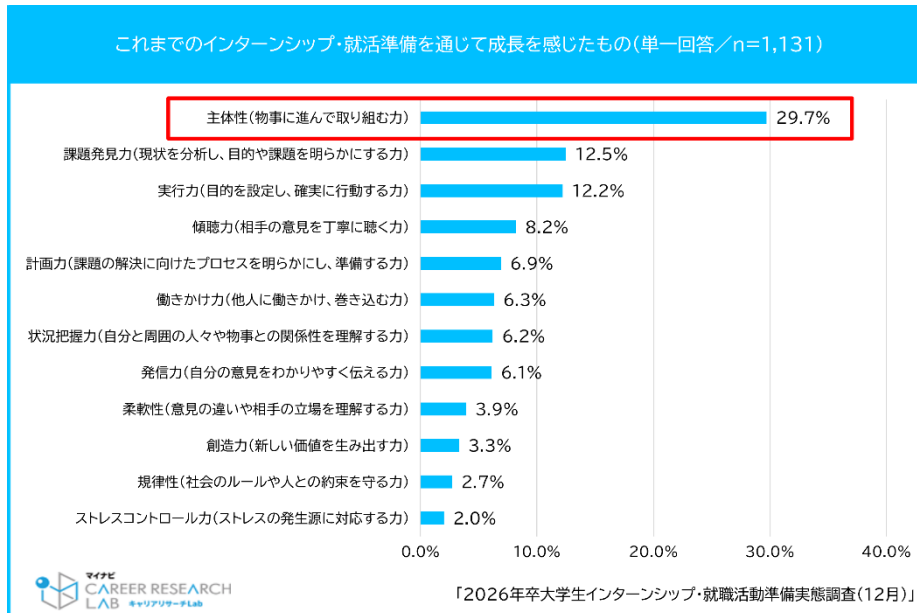
【図 2】



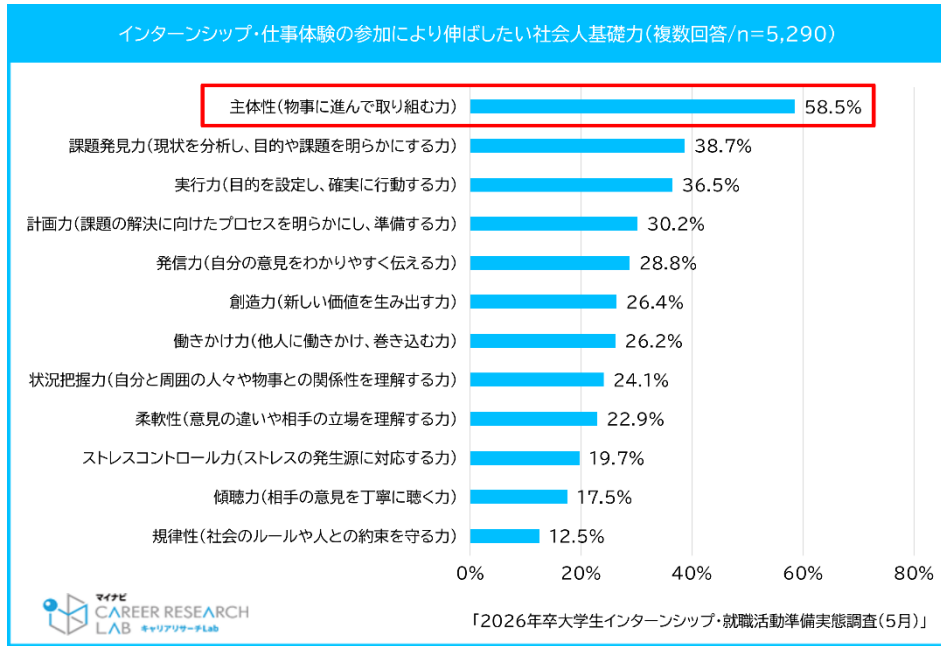
これまでのインターンシップ・就活準備を通して最も成長を感じたことは主体性

社会人基礎力のうち、これまでのインターンシップ・就活準備を通じて最も成長を感じたものを聞くと「主体性(物事に進んで取り組む力)」が 29.7%で最も多い回答となった。昨年 5 月には、「伸ばしたい社会人基礎力」について複数回答で聞いたが、「主体性(物事に進んで取り組む力)」が 58.5%で最多となった。インターンシップや仕事体験が学生にとって実践的な学びの場となり、能動的にプログラムに参加する中で主体性を身に着けることができているようだ。【図 3】

【図 3】



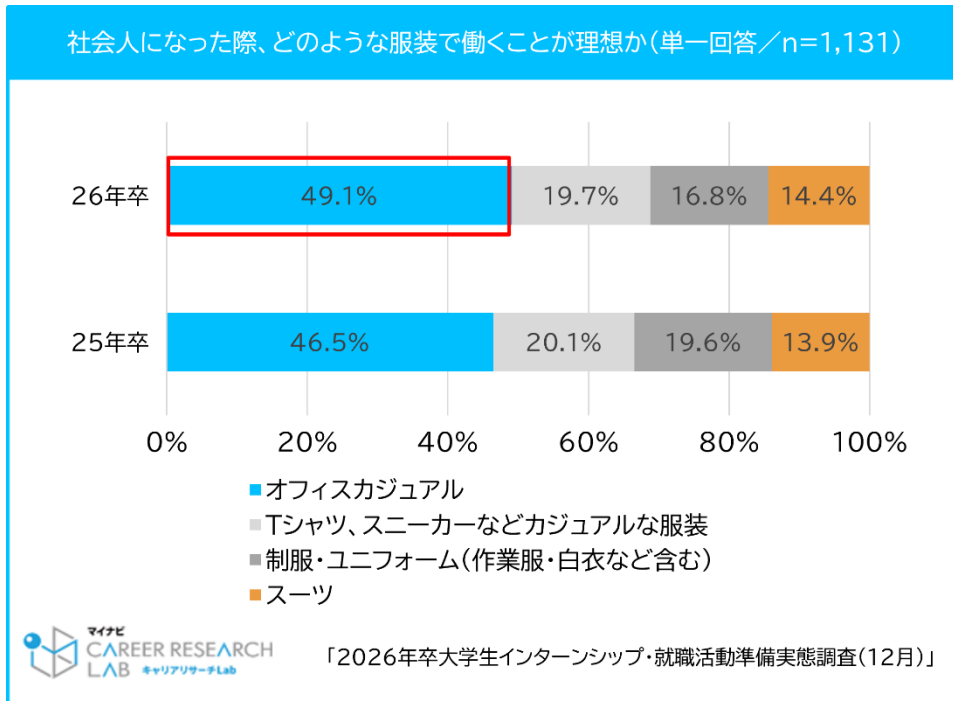
【参考:2024年5月調査】



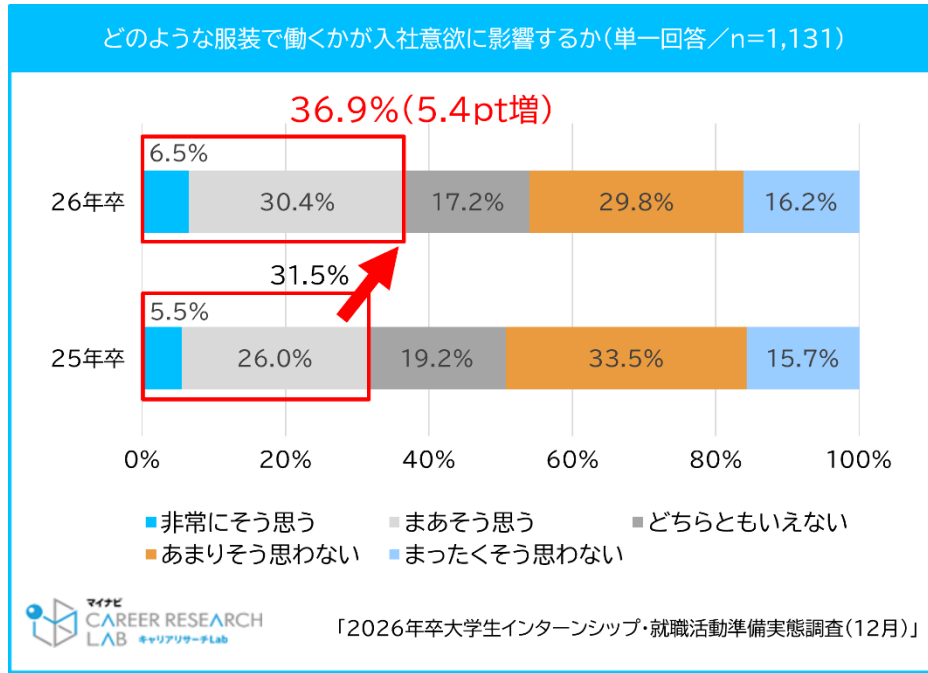
約半数が社会人になった際の服装はオフィスカジュアルを希望

社会人になった際にどのような服装で働くのが理想かを聞いたところ、「オフィスカジュアル」が49.1%となった。また、服装が企業の入社意欲に影響すると思う学生が36.9%（「非常にそう思う」+「まあそう思う」の合計）となり、昨年の31.5%より5.4pt増えた。昨年と比べ服装が入社意欲に影響すると思う学生が増えており、学生が柔軟な働き方を求めていることや社員の服装に対して柔軟な企業に魅力を感じていることがうかがえる。【図4、5】

【図4】



【図 5】

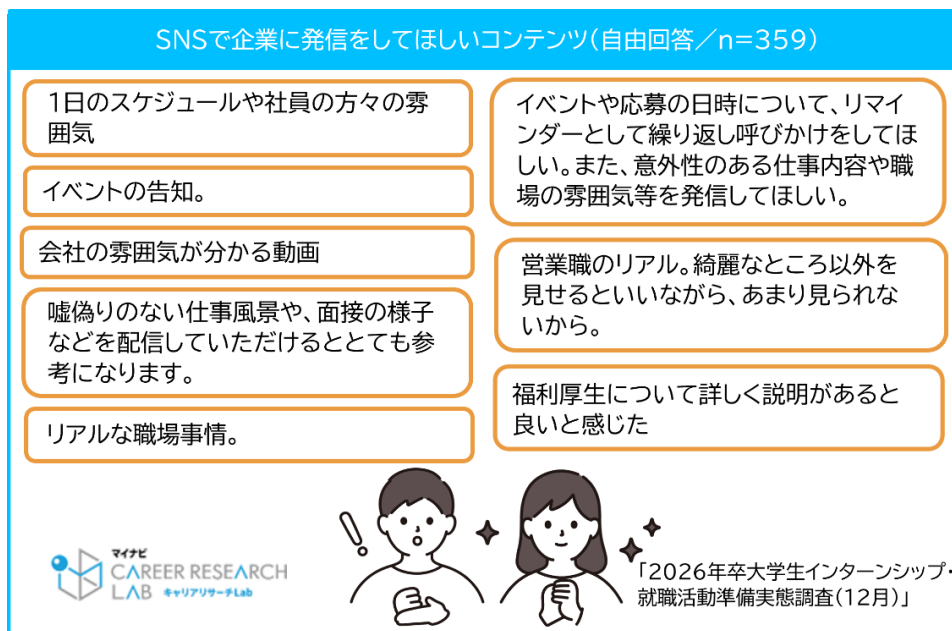


企業の SNS で学生にマイナスなイメージを持たれるコンテンツは、「TikTok で新入社員が踊っている」、「癖の強い朝礼の様子」など

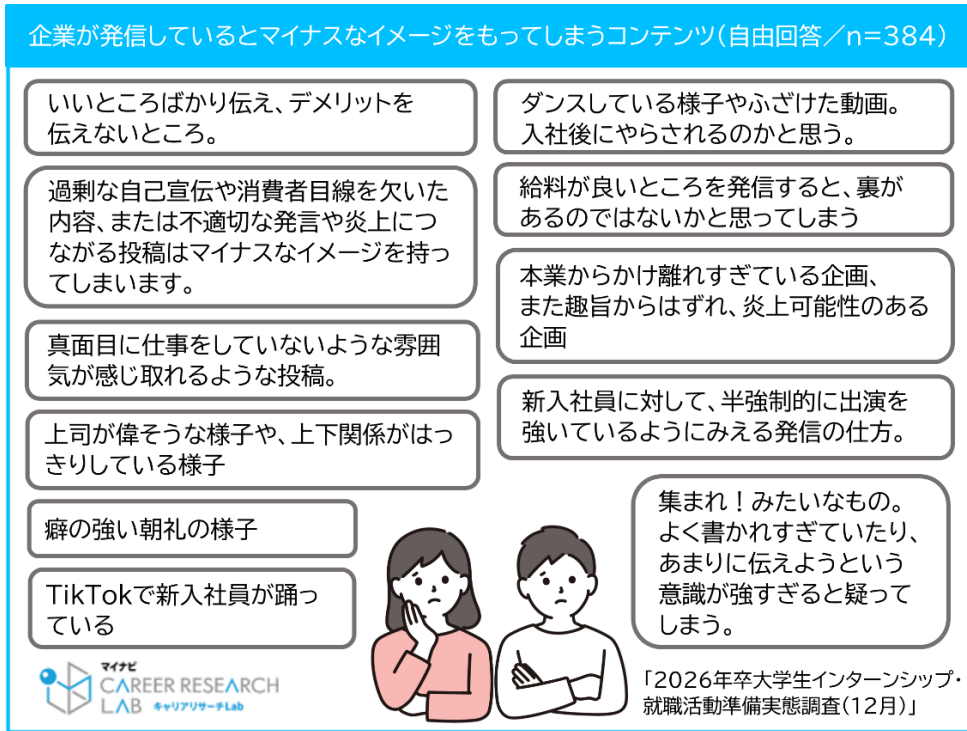
SNS で企業から発信してほしい情報を自由回答で聞くと、「1日のスケジュールや社員の方々の雰囲気」、「イベントの告知」、「福利厚生についての詳しい説明」などの回答があった。学生は企業文化や働き方、福利厚生などの情報が取得でき、理解を深めることができるコンテンツを求めている。SNS は企業の最新情報をタイムリーにキャッチすることができるため、学生は企業にこれらの情報を発信してほしいと考えているようだ。

また、企業が発信しているとマイナスなイメージをもつものは、「TikTok でのダンスなど」、「いいところばかり伝え、デメリットを伝えないところ」、「本業からかけ離れすぎている企画、また趣旨からはずれ、炎上可能性のある企画」、「癖の強い朝礼の様子」などの意見が挙がった。企業のブランドイメージや業界の性質に合わないコンテンツなどの信頼性を損なう発信は学生が好ましくないと考えていることがわかる。【図 6、7】

【図 6】



【図 7】



【調査担当者コメント】



学生はインターンシップ・仕事体験を「適職を知る機会」として有効に活用していることがわかりました。就職活動が始まるタイミングが近づいていますが、選考参加前に自分の適職を見つける機会はまだありますので、様々なプログラムに積極的に参加をしてほしいと思います。

また、学生がインターンシップ・仕事体験を通して成長できたと思うものに関しては「主体性」という回答が多く、インターンシップ・仕事体験の経験から各々が成長を感じることができていることがわかりました。就職活動準備を通して得られたことは社会人になっても役に立つことがたくさんありますので、様々な機会を通じて学びを深めてほしいと思います。

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(12 月)」

○調査期間／2024 年 12 月 20 日(金)～12 月 31 日(火)

○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大学 3 年生、大学院 1 年生

○調査機関／自社調べ

○有効回答数／1,131 名(文系男子 212 名 文系女子 430 名 理系男子 256 名 理系女子 233 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/20250120_91081/)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