

2015年度 調査結果（2014年10月発行）

## 大学の就職・キャリア支援活動に関する調査

企業の採用意欲の大幅な回復を受け、内定率がここ数年で最も上昇するなど、2015年度の新卒採用戦線は順調に進行しているようだ。しかし、2016年度からの採用活動スケジュールの大幅繰り下げを目前に控え、大学の就職・キャリア支援の重要性は高まっており、対策も急がれる。そこでディスコでは、全国の大学の就職課・キャリアセンターを対象に、2015年卒者の就職活動状況から、2016年卒者への対応まで、多岐にわたる項目を調査し、分析した。

### 【主な調査内容】

1. 2015年卒者の就職活動状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 2
  - [1] 内定状況
  - [2] 内定先
  - [3] 就職活動継続学生への支援
  - [4] 後期の学内合同企業説明会の実施時期
2. 2015年卒者の就職における企業との関係構築・・・・・・・・・・・・・・・・ P 4
  - [1] 企業からの求人状況
  - [2] 企業の来訪
  - [3] 学内企業説明会への参加意向
3. 2016年卒者への就職支援・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 6
  - [1] 就職ガイダンスの回数
  - [2] 就職ガイダンスの実施時期
  - [3] 就職ガイダンスの出席状況
  - [4] 参加学生が多いテーマ
  - [5] 職業観涵養プログラムの回数
  - [6] 職業観涵養プログラムの実施時期
  - [7] 学内合同企業説明会の回数
  - [8] 学内合同企業説明会の参加企業数
  - [9] 学内合同企業説明会の実施時期
4. インターンシップについて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ P 10
  - [1] 企業からのインターンシップ求人状況
  - [2] 学生のインターンシップ参加状況
  - [3] 後期のインターンシップへの対応
  - [4] 適切だと考える参加期間
5. 2016年卒採用のスケジュール繰り下げについて・・・・・・・・・・・・・・・・ P 12
  - [1] 自校の学生の就職活動への影響
  - [2] 理系学生への影響
  - [3] 時期の繰り下げによる変化予想
  - [4] 時期の繰り下げにあたり取り組むこと
6. 学生へのキャリア・就職指導全般について・・・・・・・・・・・・・・・・ P 14
  - [1] 自校における現在の課題
  - [2] 保護者向けに実施していること
  - [3] 学生の大手志向への対策

### 《調査概要》

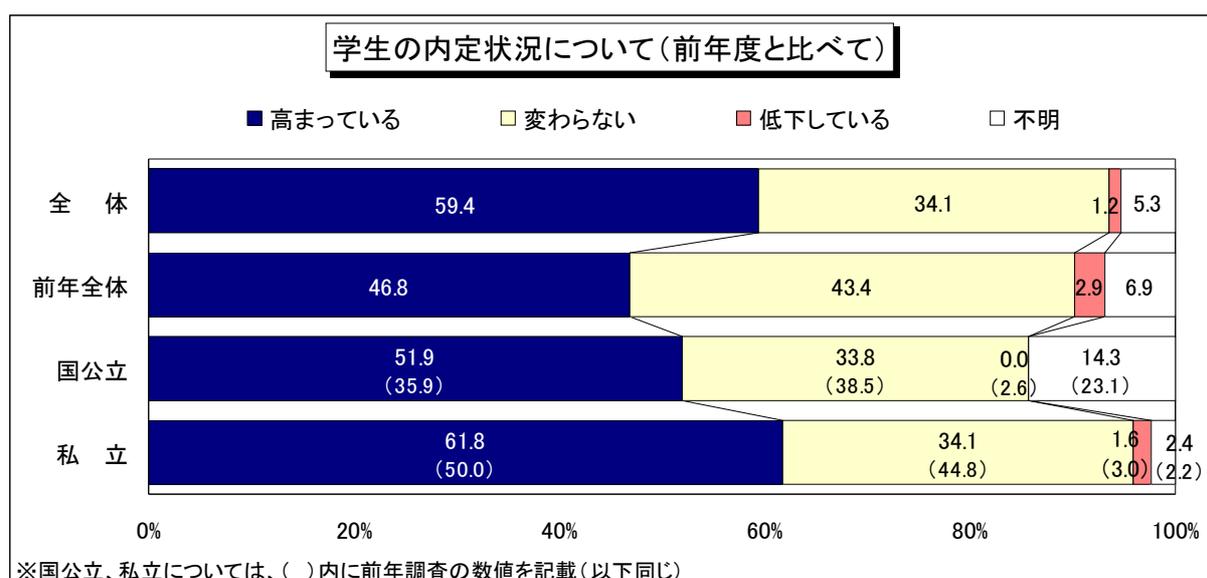
調査対象：全国の大学の就職・キャリア支援担当部署  
 調査方法：インターネット調査法  
 調査期間：2014年8月28日～9月30日  
 回答学校数：323校

国公立	私立	合計
77	246	323

## 1. 2015年卒者の就職活動状況

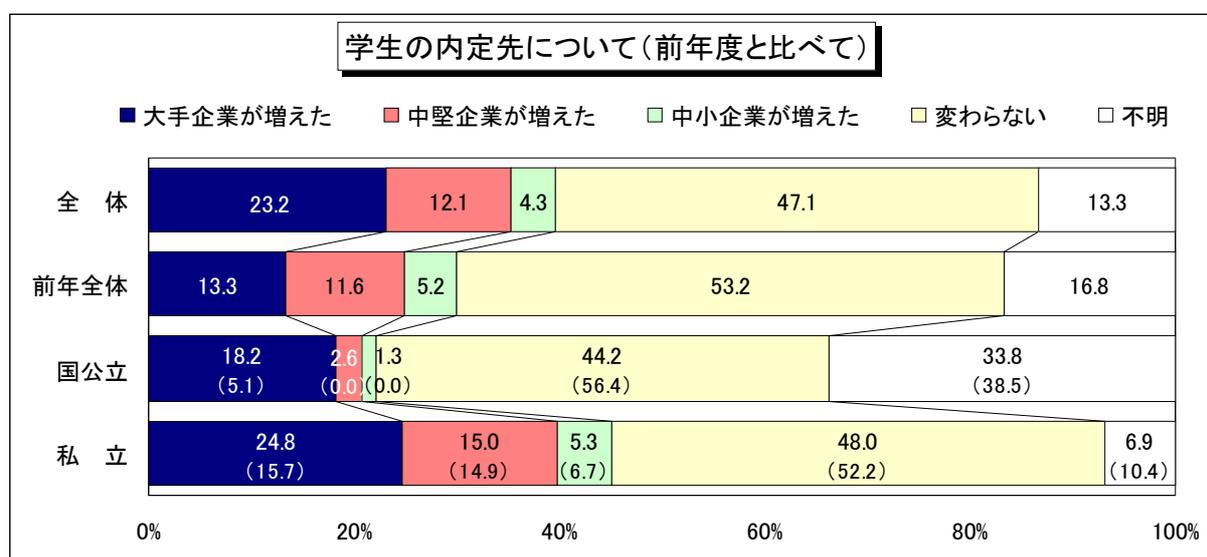
### [1] 内定状況（前年度と比べて）

2015年卒者（現大学4年生）の内定状況を尋ねた。前年度と比較して「高まっている」という大学が全体の59.4%と6割を占め、前年調査（46.8%）より12ポイントあまり増えた。これに対し、「低下している」は1.2%と極めて少数。景気回復で企業の採用意欲がますます高まる中、内定状況の改善を前年度以上に実感している大学は多い。国公立大学では「不明」という回答が14.3%と状況把握ができていないケースが多いが、「不明」を除くと「高まっている」の割合は6割を超え、私立大学との差はほとんどない。



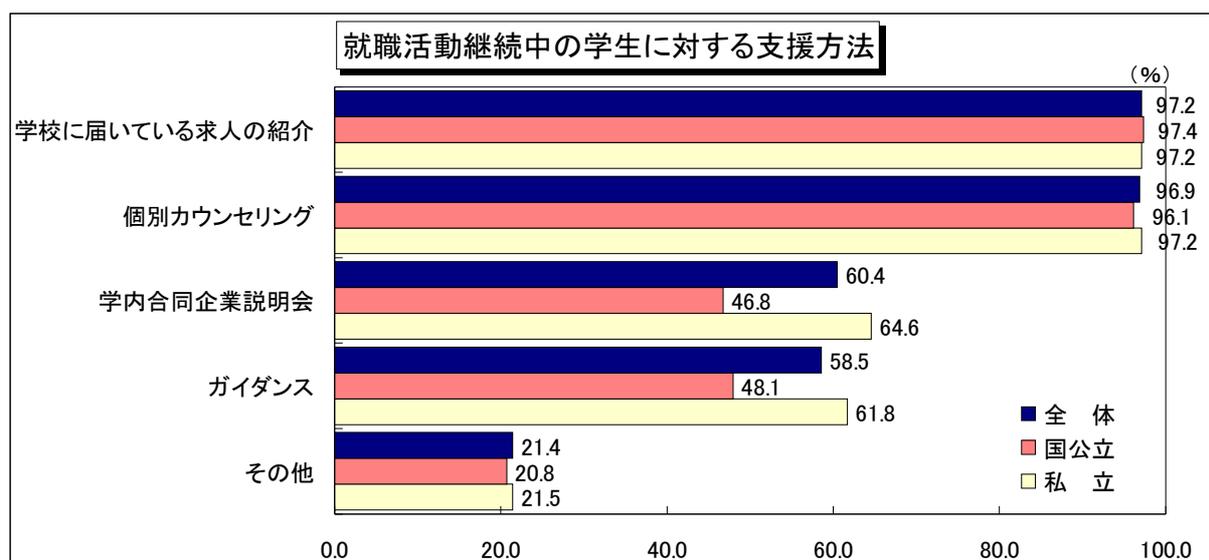
### [2] 内定先（前年度と比べて）

学生の内定先について、企業の規模の変化という観点で尋ねた。「大手企業が増えた」という大学は全体の23.2%。前年調査では13.3%だったので、9.9ポイント増加した。とりわけ国公立大学において「大手企業が増えた」の回答が伸びているのが目立つ（5.1%→18.2%）。内定率が上昇し、且つ、大手企業への内定も増えた。



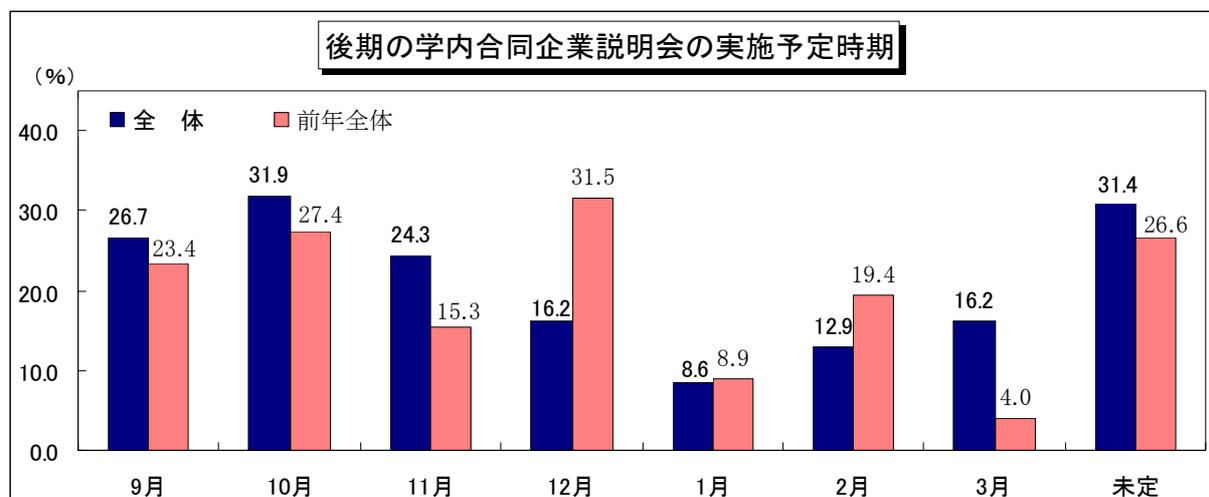
### 【3】就職活動継続学生への支援

就職活動継続中の学生に対し、どのような支援を行う予定かを尋ねた。「学校に届いている求人の紹介」が97.2%で最も多く、国公立・私立に関わらずほとんど大学が企業からの求人票を活用していることが分かる。「個別カウンセリング」(96.9%)も、ほぼすべての大学で実施されている。一方、「学内合同企業説明会」「ガイダンス」は、ともに私立大学で実施率が6割を超えるが(64.6%、61.8%)、国公立大学では5割を下回り(46.8%、48.1%)、実施状況に開きがある。



### 【4】後期の学内合同企業説明会の実施時期

後期に学内合同企業説明会の実施を予定している大学に、実施時期を尋ねた。実施時期が決まっている大学では、10月の開催が最も多く(31.9%)、次いで9月(26.7%)、11月(24.3%)の順で、秋の開催が主流。前年調査では12月の開催が最多だったので、前倒しの傾向が表れている。また「3月」の実施も16.2%と前年調査より大幅に増加し、卒業ギリギリまで支援しようという動きが活発になっている。とりわけ国公立大学では37.5%と4割近くにのぼっている。



《国公立・私立別》 (%)

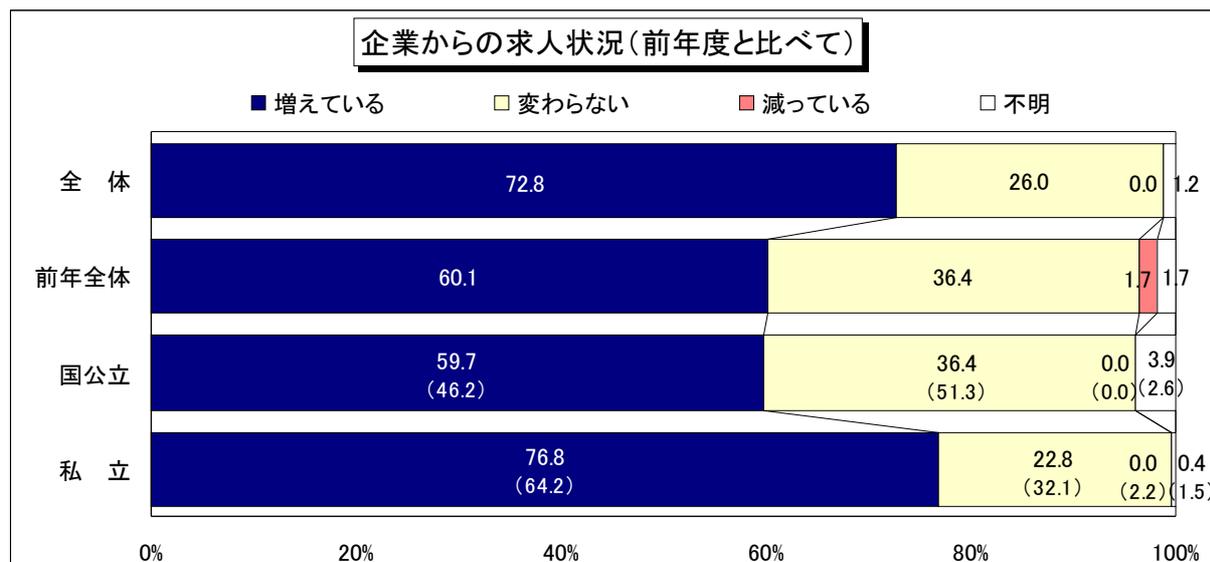
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	未定
国公立	15.6	21.9	9.4	6.3	3.1	3.1	37.5	31.3
私立	28.7	33.7	27.0	18.0	9.6	14.6	12.4	31.5

## 2. 2015年卒者の就職における企業との関係構築

### [1] 企業からの求人状況（前年度と比べて）

2015年卒者（現大学4年生）の内定状況は多くの大学で大きく改善したが、企業からの求人が「増えている」という大学はかなり多い。全体の72.8%が前年度と比較して「増えている」と回答し、前年調査を10ポイント以上、上回る。私立大学においては「増えている」が76.8%と4校に3校の割合にのぼる。

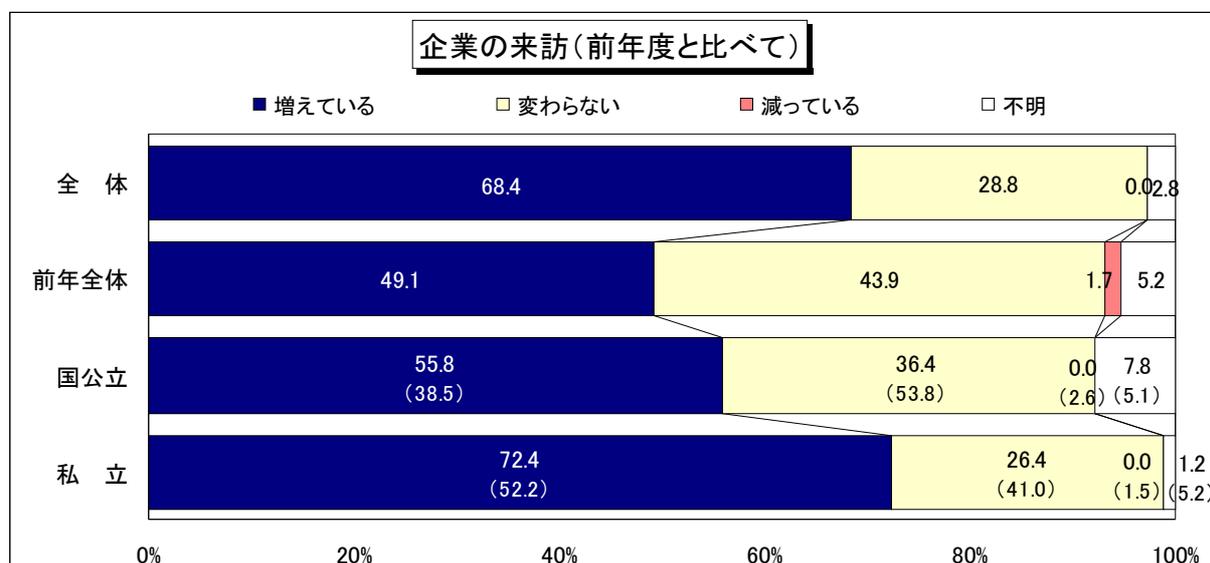
「減っている」と回答した大学は、今年は1校もなかった。



### [2] 企業の来訪（前年度と比べて）

求人数の増加に伴い、企業からの来訪も「増えている」という大学が多く、68.4%と7割近くに及んでいる。前年調査では49.1%だったので18ポイントあまり増えている。国公立・私立ともに大幅に伸びているが、求人状況と同様に、私立大学において増加が目立つ。

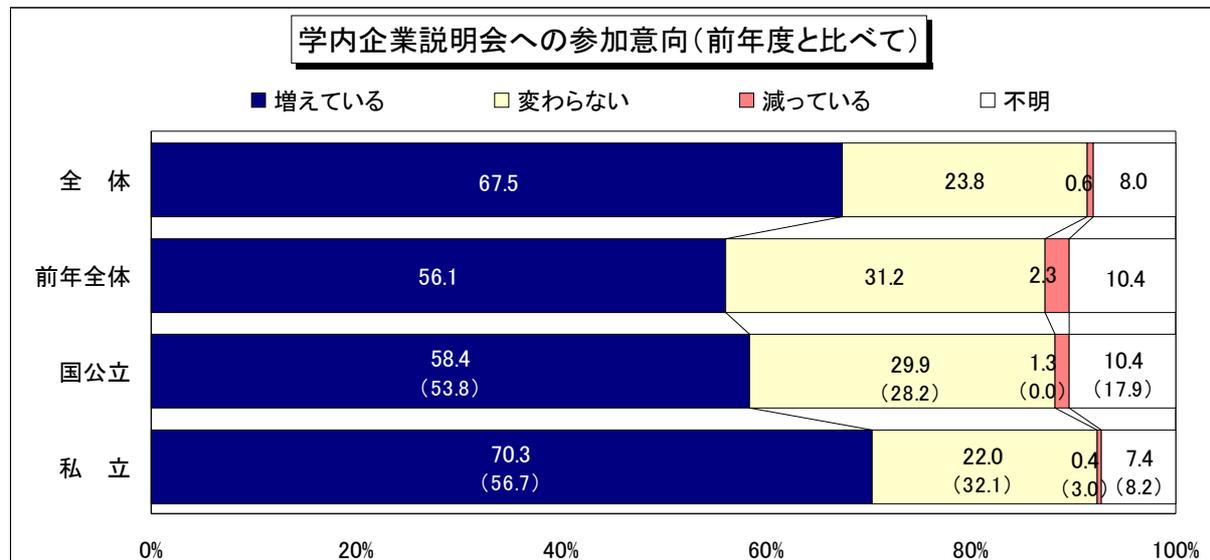
弊社の企業調査（2014年5月実施：有効回答1,097社）でも、2015年の採用活動のテーマに「大学との関係強化」を挙げる企業は増えており、それが実態として表れている。



### 【3】学内企業説明会への参加意向（前年度と比べて）

学内企業説明会への参加意向についても同様に「増えている」との回答が多く、67.5%と前年調査（56.1%）より10ポイント以上、増加した。

2015年卒者については、国公立・私立に関係なく、全体的に企業側の積極的なアプローチが目立つ結果となった。



#### ■2015年卒者の就職支援として実施していること、課題に感じていること

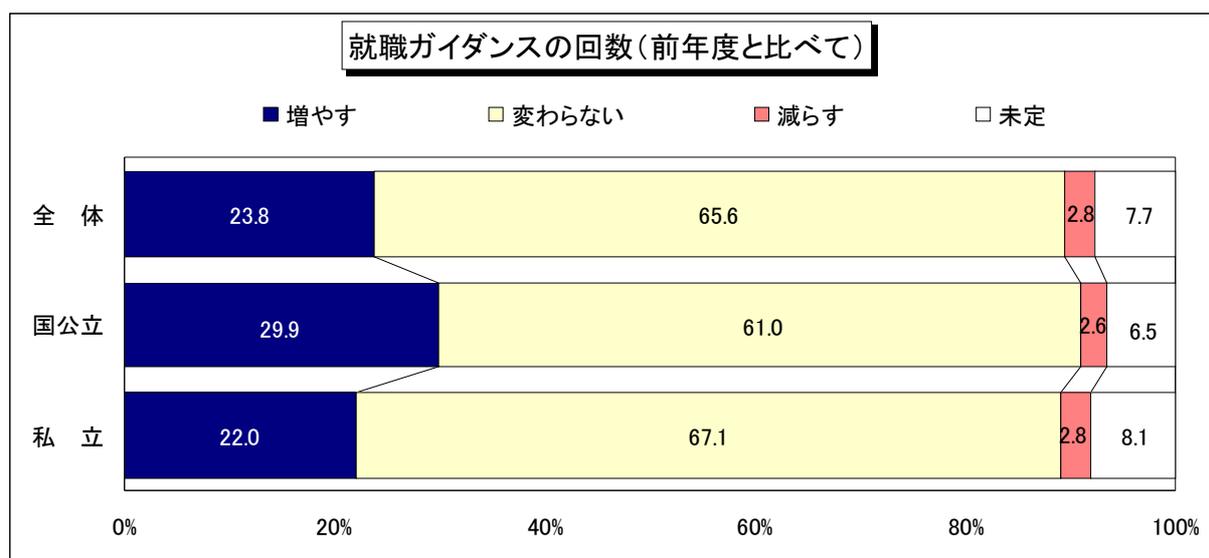
- 就職環境が良くなっているという風潮により、内定を持っている学生が活動を止められない状況が多くなってきている。また複数内定取得学生の企業への内定辞退の対応がきちんとできているかの把握に、例年以上に気を配っています。 ＜私立大学＞
- 早期に複数内定の取得者が出る一方、苦戦する学生の存在は昨年と変わらない。今後は苦戦学生の支援として、具体的な求人票と本人とのマッチングを個別に推し進めていく。 ＜私立大学＞
- 学内合同企業説明会を開催しても人数が集まらないのではないかと懸念している。 ＜私立大学＞
- 自己分析ができず、自分の強みや志望業界が分からない学生が相変わらずいる。 ＜国立大学＞
- 一人ひとりの進路状況を正確に把握するため、個別連絡やゼミの教授との連携を強化していく。 ＜私立大学＞
- 就職支援が必要な学生が、キャリア教育センターの相談を受けやすくするためのフォローを実施。例えばスタッフが分担して個別のコンタクトを維持する。情報はこまめに必要な学生に伝える。 ＜私立大学＞
- 例年と変わらず、教員・公務員希望者が多いため、年度末・卒業以降にかけて進路が決まらない学生がいる。既卒者も該当している求人票の案内を出したいが、連絡がとりづらい。 ＜国立大学＞
- 内定しても辞退してしまう。内定先について保護者から賛同を得られないことがある。 ＜私立大学＞
- 就活継続中の学生に対しては担当教員等と連携しながらの個別対応。 ＜公立大学＞
- 就職活動を一旦休止してしまった学生に対して、再スタートの促し方法が難しく、課題と感じている。 ＜私立大学＞
- これからの段階は個別のマッチングが中心となると想定している。企業側の求める人材ニーズを細かく分析、収集するとともに、学生に対しては窓口相談で自己分析、企業研究を深めるためのアドバイスを行い、学内でマッチングが成立する機会をできるだけ多く創出するようにしていきたい。 ＜私立大学＞

### 3. 2016年卒者への就職支援

#### [1] 就職ガイダンスの回数（前年度と比べて）

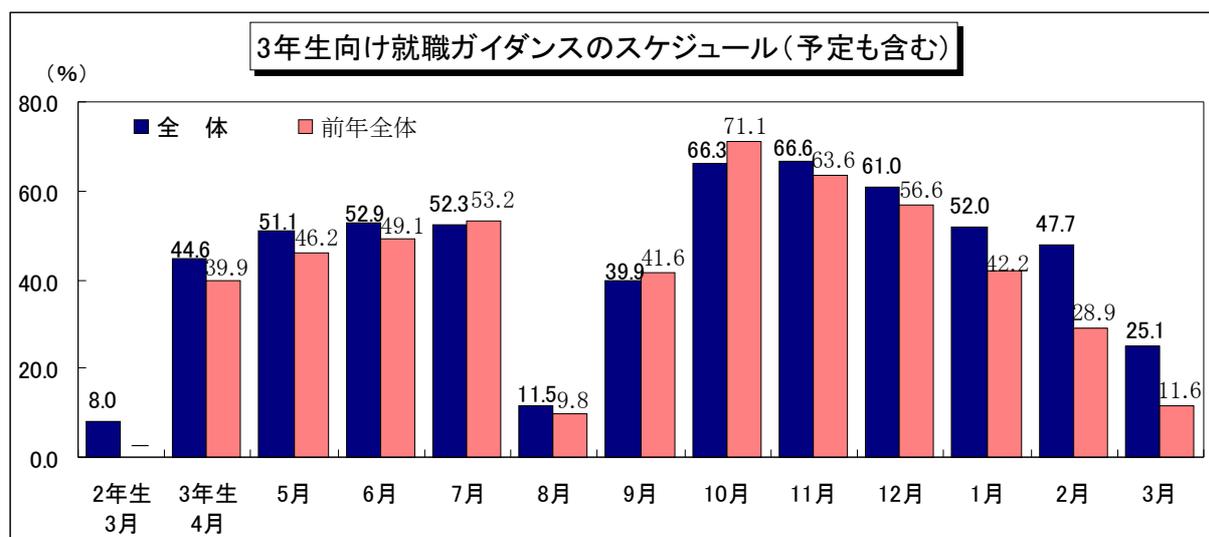
ここからは、2016年卒者（現大学3年生）への就職支援について見ていこう。

就職ガイダンスの回数を前年度よりも「増やす」という大学は23.8%。「減らす」の2.8%を大きく上回っており、準備期間が長くなったことで全体的に増える傾向にある。とりわけ国公立大学においては、29.9%と約3割が「増やす」と回答しており、強化する動きが顕著である。



#### [2] 就職ガイダンスの実施時期

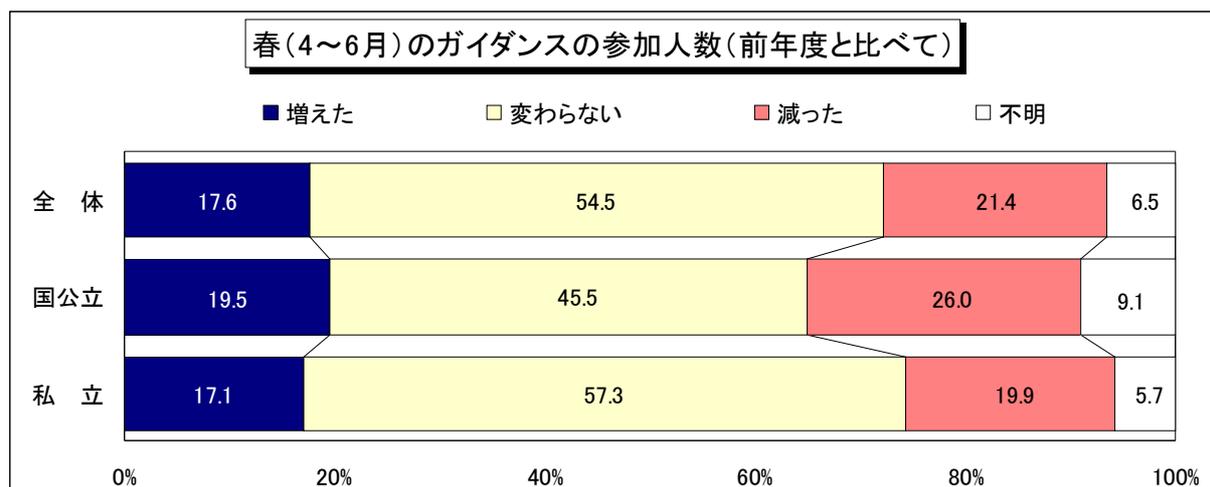
3年生向けの就職ガイダンスの実施時期を、前年調査の結果と比較した。前年調査では開催が最も多いのは10月だったが（71.1%）、今年は11月が最多（66.6%）。開催のピークは1カ月遅くなったが、春（4～6月）の開催が前年よりも増えており、単純に遅くなったわけではない。「2月」の開催が大幅に増えるなど（28.9%→47.7%）、年明けの実施も増え、新スケジュールに即した日程変更が見られる。結果、ガイダンスが通年化している傾向がうかがえる。



2016年卒	2年生3月	3年生4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	(%)
国公立	7.8	36.4	58.4	64.9	64.9	7.8	15.6	72.7	77.9	74.0	61.0	55.8	23.4	
私立	8.1	47.2	48.8	49.2	48.4	12.6	47.6	64.2	63.0	56.9	49.2	45.1	25.6	

### [3] 就職ガイダンスの出席状況（前年度と比べて）

今年の春（4～6月）に実施した就職ガイダンスへの出席状況を尋ねた。前年度と比較して「増えた」が17.6%であるのに対し、「減った」は21.4%で、どちらかと言うと出席状況が悪化した大学のほうが多かった。国公立大学では「減った」との回答が26.0%と、私立大学（19.9%）を大きく上回る。就活スケジュールの繰り下げにより、まだ先のことを考える学生が増えた結果、例年と比べガイダンスの参加率が落ちた大学もあるようだ。

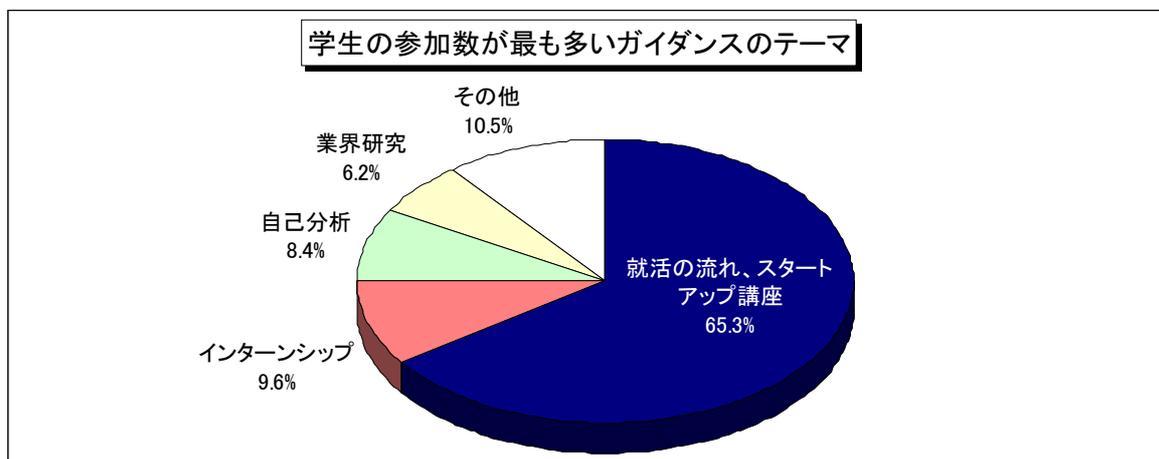


#### ■ガイダンスへの出席状況について

- 初回の就職ガイダンスであるということと、採用スケジュールの変更に対しての不安があり、4月のガイダンスは参加者が増えた。しかし、その後は微減。 ＜私立大学＞
- 就職活動後ろ倒し＝まだ余裕がある、と捉える学生が増えたのではないかと感じる。雇用環境も改善しつつあり、危機感が薄くなっている。 ＜私立大学＞
- 初回のガイダンスの参加者は昨年を上回ったが徐々に減少傾向。学生の当事者意識が不足しているのではないかと考えています。 ＜私立大学＞
- 企業の採用活動時期の後ろ倒しに伴い、インターンシップによる企業研究の重要性が高まったため、インターンシップガイダンスへの参加者が増となった。 ＜公立大学＞

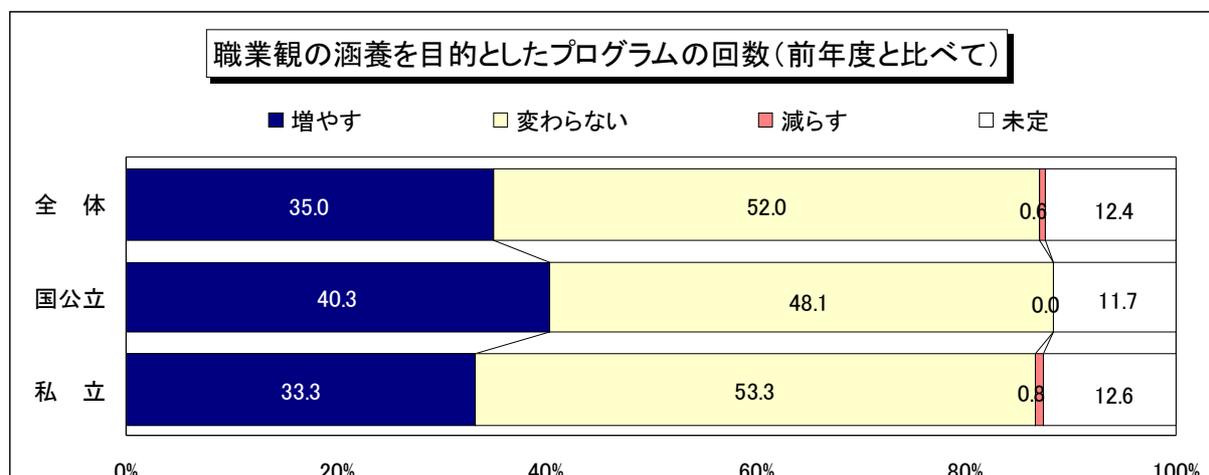
### [4] 参加学生が多いテーマ

参加学生が最も多いガイダンステーマは「就活の流れ、スタートアップ講座」という大学が全体の65.3%で圧倒的に多い。次いで「インターンシップ」9.6%、「自己分析」8.4%の順。



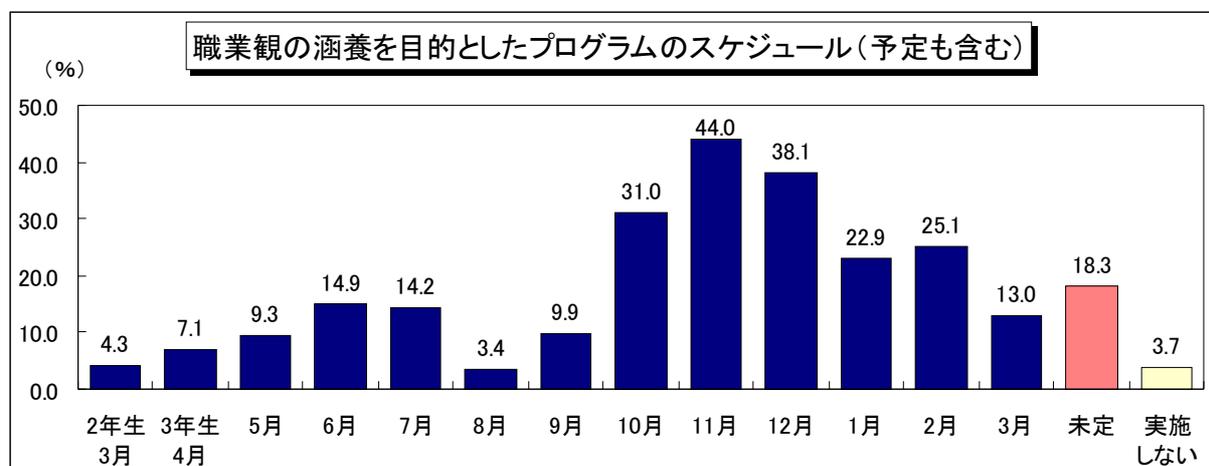
### 【5】 職業観涵養プログラムの回数（前年度と比べて）

学生の職業観の涵養を目的とした業界・企業研究セミナーなどの回数を前年度よりも「増やす」という大学は35.0%にのぼり、「減らす」(0.6%)を大きく上回る。就職ガイダンス同様、就職活動までの準備期間が伸びたことに加え、選考期間の短縮が予測されることが背景にあると見られる。



### 【6】 職業観涵養プログラムの実施時期

職業観の涵養を目的とするセミナーの実施時期は、「11月」が最多(44.0%)で、「10月」から「2月」まで開催が続く。新スケジュールでは3月が採用広報開始となるため、それまでの期間に仕事や業界について理解を深めてもらおうということなのだろう。



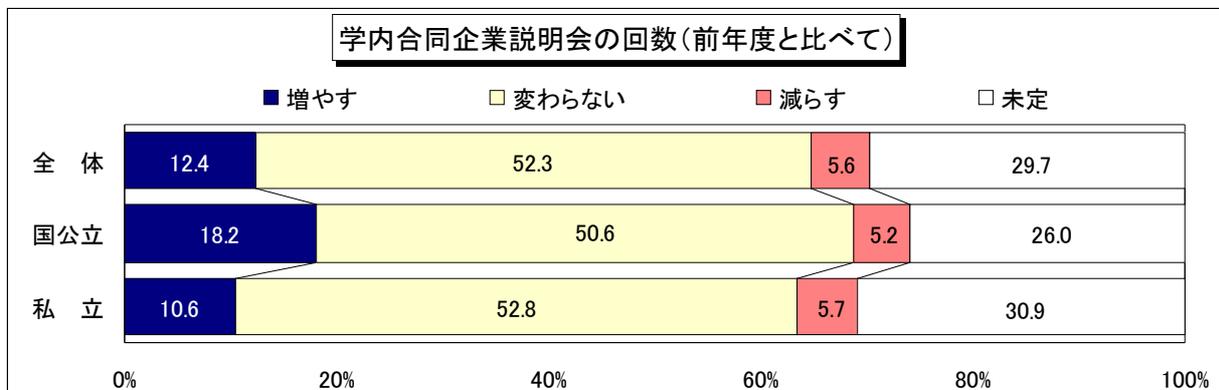
2016年卒	2年生3月	3年生4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	未定	実施しない	(%)
国公立	2.6	1.3	2.6	13.0	9.1	1.3	5.2	28.6	51.9	35.1	26.0	16.9	14.3	14.3	5.2	
私立	4.9	8.9	11.4	15.4	15.9	4.1	11.4	31.7	41.5	39.0	22.0	27.6	12.6	19.5	3.3	

### ■職業観涵養プログラムの内容

- 働くこと、社会に出るといことについて、その基本、考え方を学生たちに考えさせる機会を提供する。 < 公立大学 >
- OB・OGフォーラム（先輩と語る会）。約100社の企業からOB・OGが母校に集結。 < 国立大学 >
- 卒業生と学生のグループワーク、業界別パネルディスカッション。 < 国立大学 >
- 様々な業種の企業担当者を招いての「しごと研究講座」。 < 私立大学 >
- 現4年の内定学生による業界別報告会。企業の方による業界研究。外部講師による日経新聞から読む業界研究。 < 私立大学 >

**[7] 学内合同企業説明会の回数（前年度と比べて）**

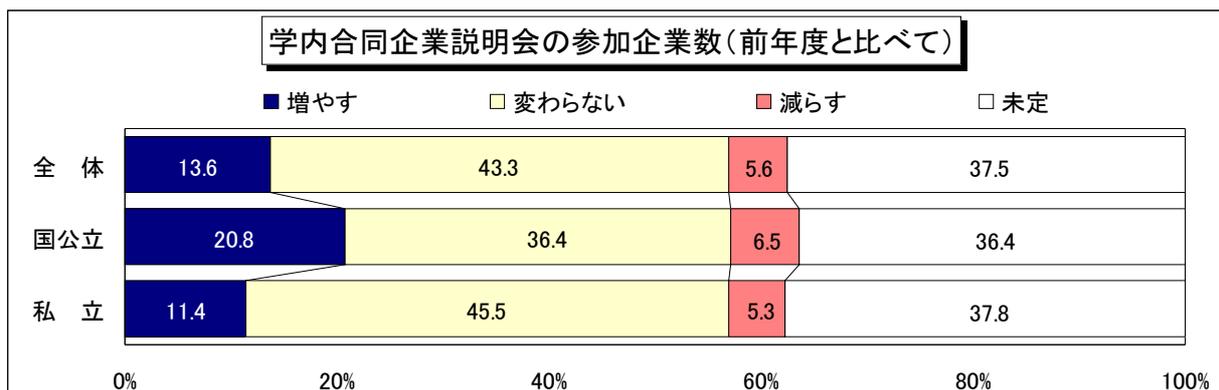
学内合同企業説明会の回数を、前年度よりも「増やす」という大学は12.4%。「減らす」は5.6%にとどまり、全体的に増加傾向と言える。国公立大学で「増やす」の割合が高い（18.2%）。



**[8] 学内合同企業説明会の参加企業数**

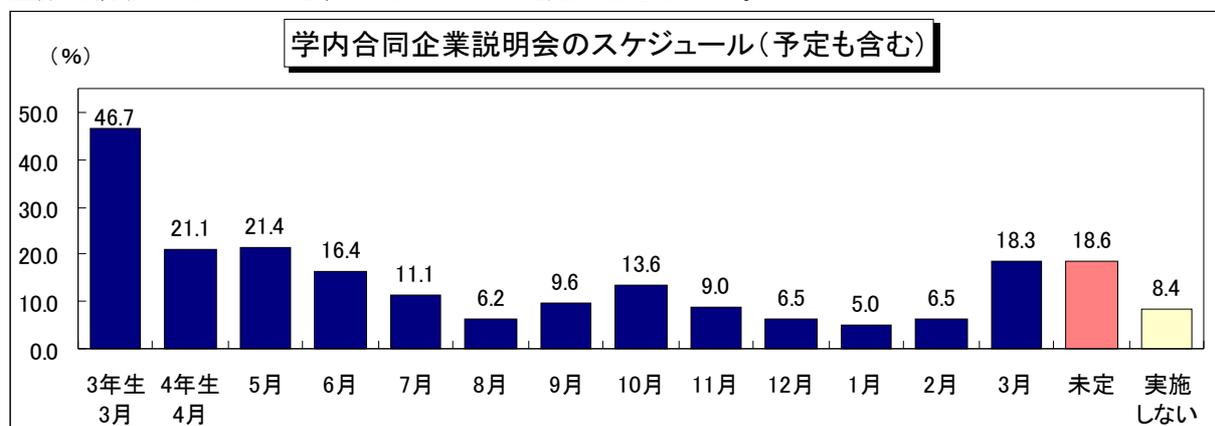
学内合同企業説明会の参加企業数についても「増やす」という大学が多く、13.6%。実施回数同様に、国公立大学で「増やす」との回答が多くなっている。

「未定」が37.5%と4割近くにのぼり、これから計画を立てるといふ大学も少なくないようだ。



**[9] 学内合同企業説明会の実施時期**

学内合同企業説明会の時期は「3年生の3月」との回答が全体の46.7%にのぼっており、採用広報解禁直後の3月がメインとなりそうだ。日程が集中することで、大学によっては思うように企業を誘致できないなど、実施にあたり混乱が懸念される。



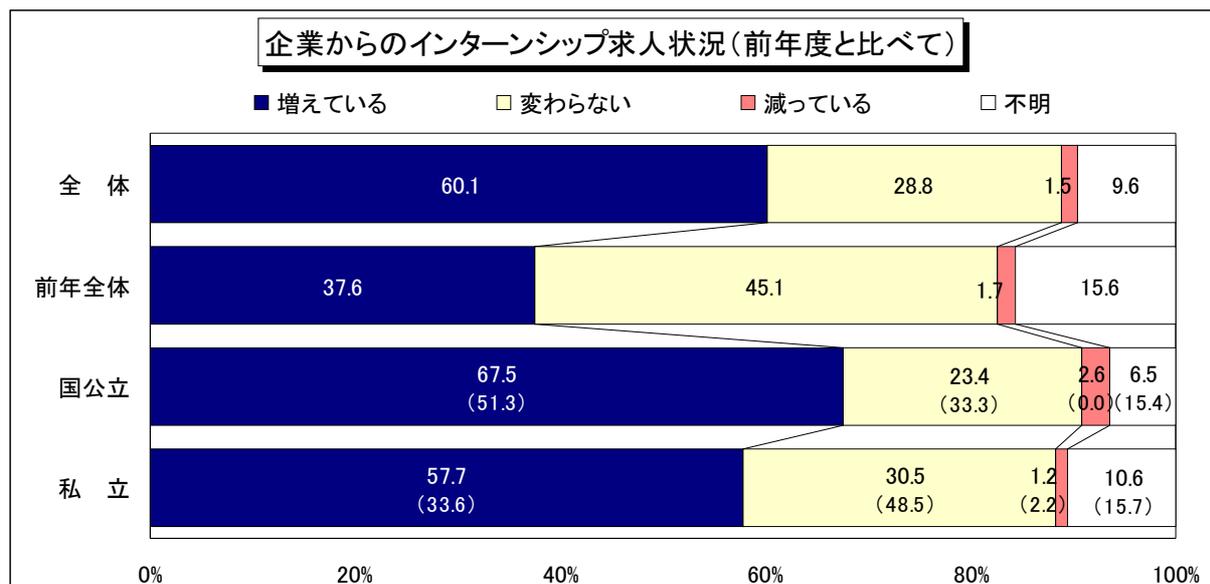
2016年卒	3年生3月	4年生4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	未定	実施しない (%)
国公立	55.8	26.0	11.7	7.8	1.3	2.6	6.5	5.2	2.6	1.3	2.6	1.3	20.8	10.4	7.8
私立	43.9	19.5	24.4	19.1	14.2	7.3	10.6	16.3	11.0	8.1	5.7	8.1	17.5	21.1	8.5

#### 4. インターンシップについて

##### [1] 企業からのインターンシップ求人状況（前年度と比べて）

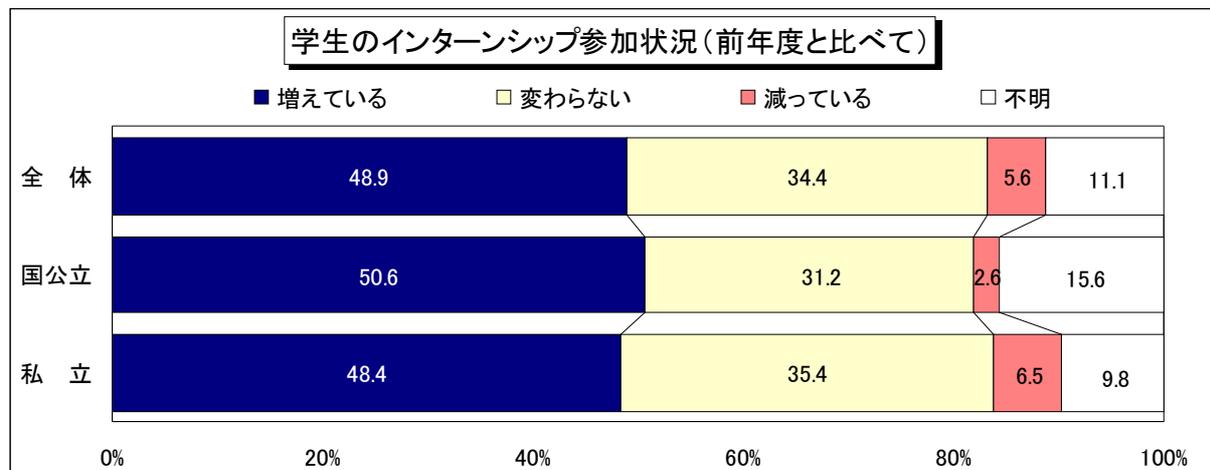
ここからは、インターンシップについてのデータを見て行こう。

4ページの[1]で見たように、2015年卒者（現4年生）の求人が増えたという大学が多かったが、インターンシップの求人についても、増加傾向が見られる。前年度よりも「増えている」という大学が全体の60.1%にのぼり、逆に「減っている」は1.5%とかなり少ない。前年調査でも「増えている」は37.6%と多かったが、それを大きく上回っている。とくに国公立大学で多く、67.5%と7割近くに達している。



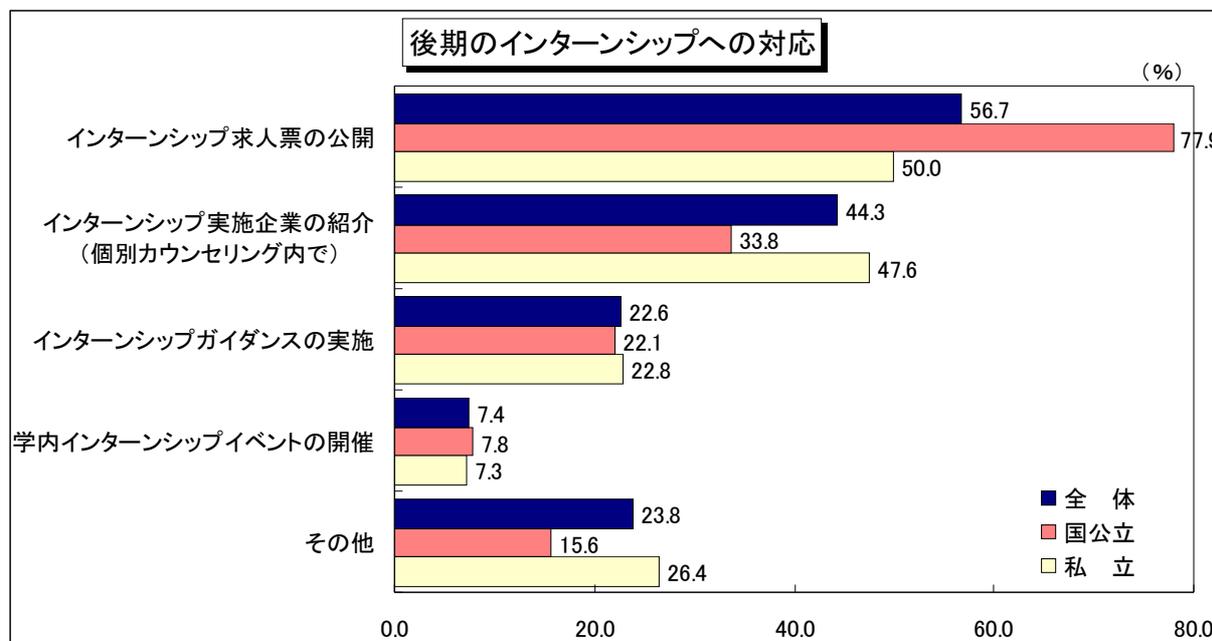
##### [2] 学生のインターンシップ参加状況（前年度と比べて）

2016年卒者（現大学3年生）のインターンシップへの関心は高く、全体の48.9%の大学がインターンシップ参加学生は「増えている」と回答した。とりわけ国公立大学で「増えている」と回答した割合が増加（30.8%→50.6%）。一方、私立大学では微増にとどまった（44.8%→48.4%）。



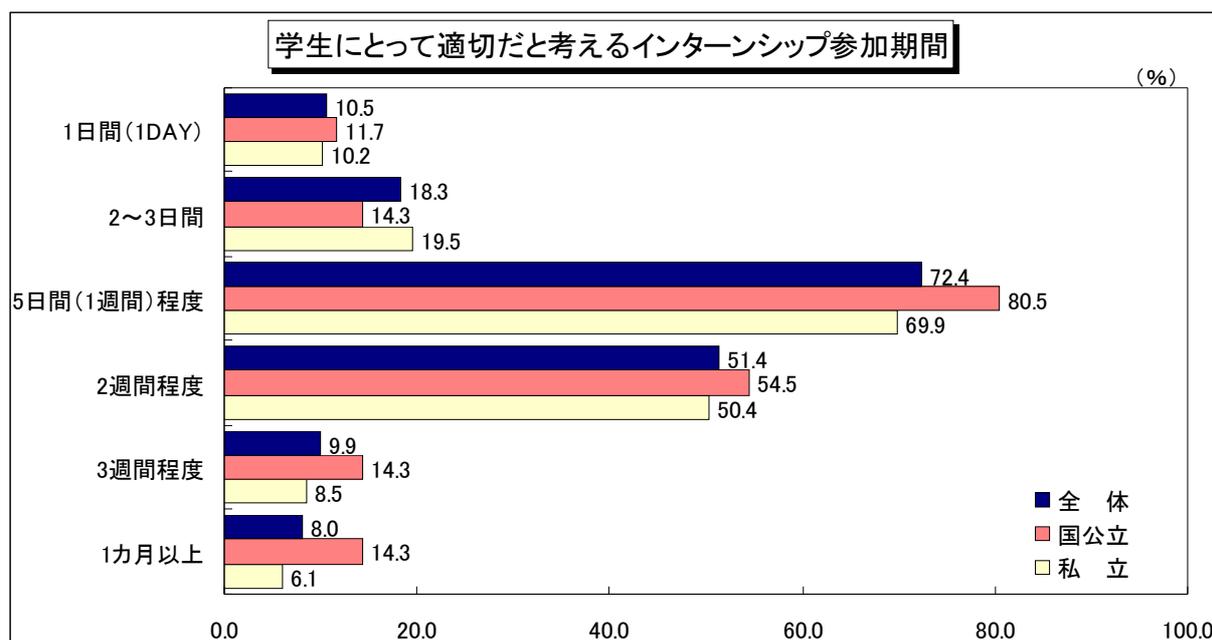
### 【3】後期のインターンシップへの対応

後期の対応についても尋ねた。最も多いのは「インターンシップ求人票の公開」（56.7%）だが、国公立大学 77.9%、私立大学 50.0%と大きく差が開いている。私立大学では「インターンシップ実施企業の紹介」が僅差で続き（47.6%）、単に求人票を公開するだけでなく個別のカウンセリングを行う中で、企業ニーズに基づき、その学生の希望に合ったインターンシップを紹介している様子が見えてくる。



### 【4】適切だと考える参加期間

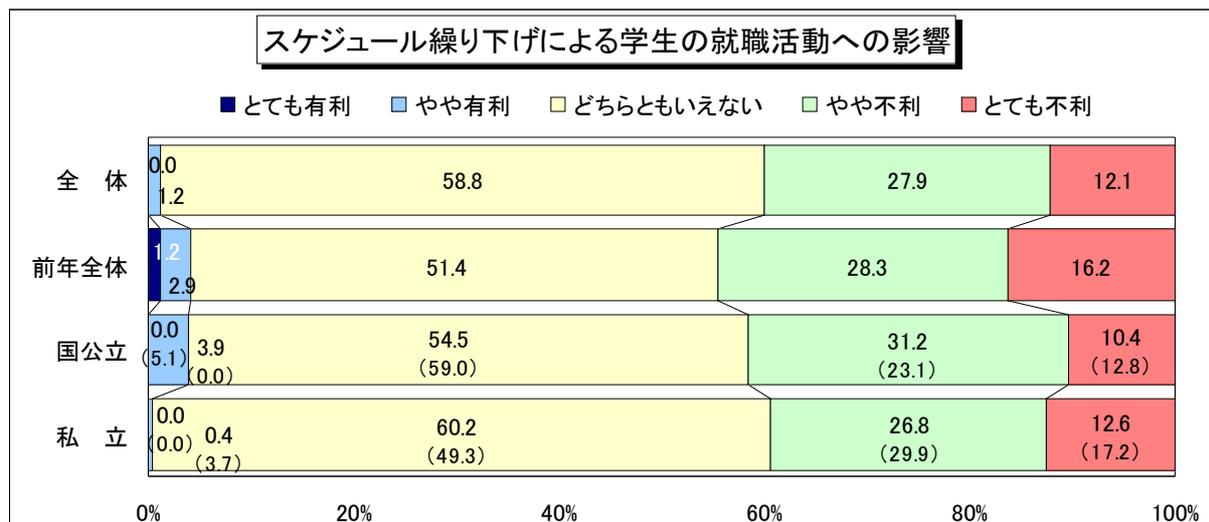
一口にインターンシップと言っても1日で完結するもの（1DAY インターン）から、何カ月という長期にわたるものまで様々。学生にとってどの程度の期間で実施されるものが適切なのか、考えを尋ねた。国公立・私立とも最も多いのは「5日間（1週間）程度」で、経団連の「採用選考に関する指針」の手引きとも合致する。一方で、2～3日以下での実施にも3割弱の回答があった。



## 5. 2016年卒採用のスケジュール繰り下げについて

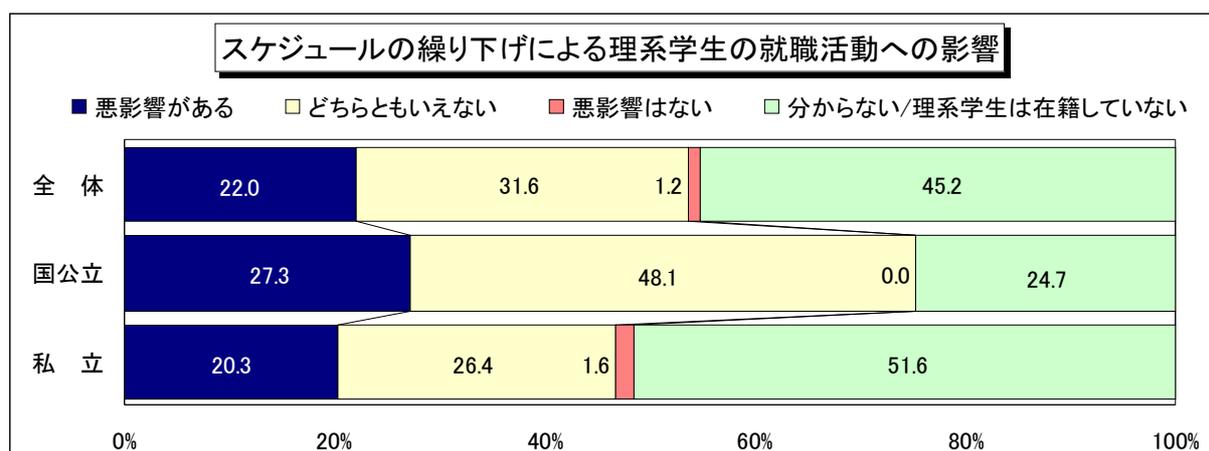
### [1] 自校の学生の就職活動への影響

新スケジュールでは、採用広報開始が3カ月、選考開始が4カ月繰り下がるが、それが自校の学生にどう影響しそうかを尋ねた。「とても有利」との回答は1校もなく、「やや有利」も1.2%と極めて少数。一方で、「やや不利」27.9%と、「とても不利」12.1%をあわせると40.0%にのぼる。国公立・私立とで大きな差はなく、不利との見方が圧倒的に多い。



### [2] 理系学生への影響

さらに、スケジュール繰り下げが理系学生の就職活動にどう影響しそうかを尋ねた。「悪影響がある」22.0%に対し、「悪影響はない」は1.2%と、悪影響を懸念する大学がかなり多い。学会や研究活動など、文系に比べカリキュラムが多い理系学生が、就職活動と学業との両立がしにくくなるのではと懸念する声が目立つ。

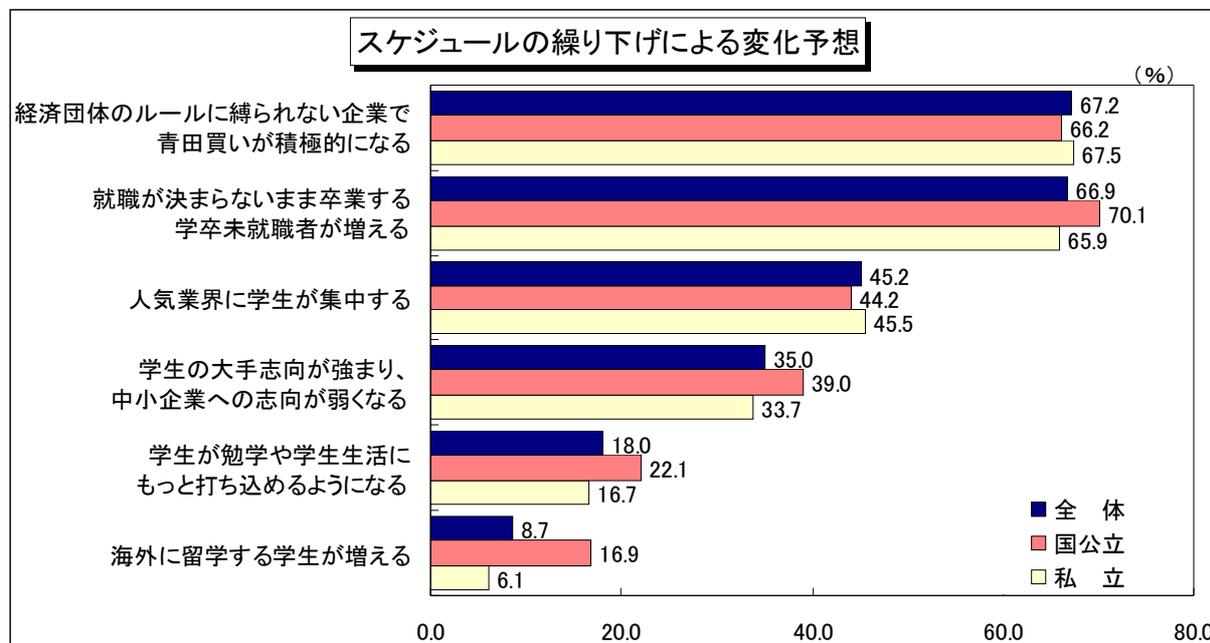


#### ■理系学生への影響

- 卒業研究と並行して就職活動を行わなくてはならないため学生の負担が多くなる。 <公立大学>
- 既に教員から問い合わせがあるが、卒業研究の中間発表や学会発表の時期と選考試験が重なってしまうのではないかと懸念がある。 <私立大学>
- 研究と就職活動のタイミングについて前例が無くやや混乱している。 <私立大学>
- 国家試験対策で年間多忙だが、特に夏以降秋からは本格的になるため。 <私立大学>

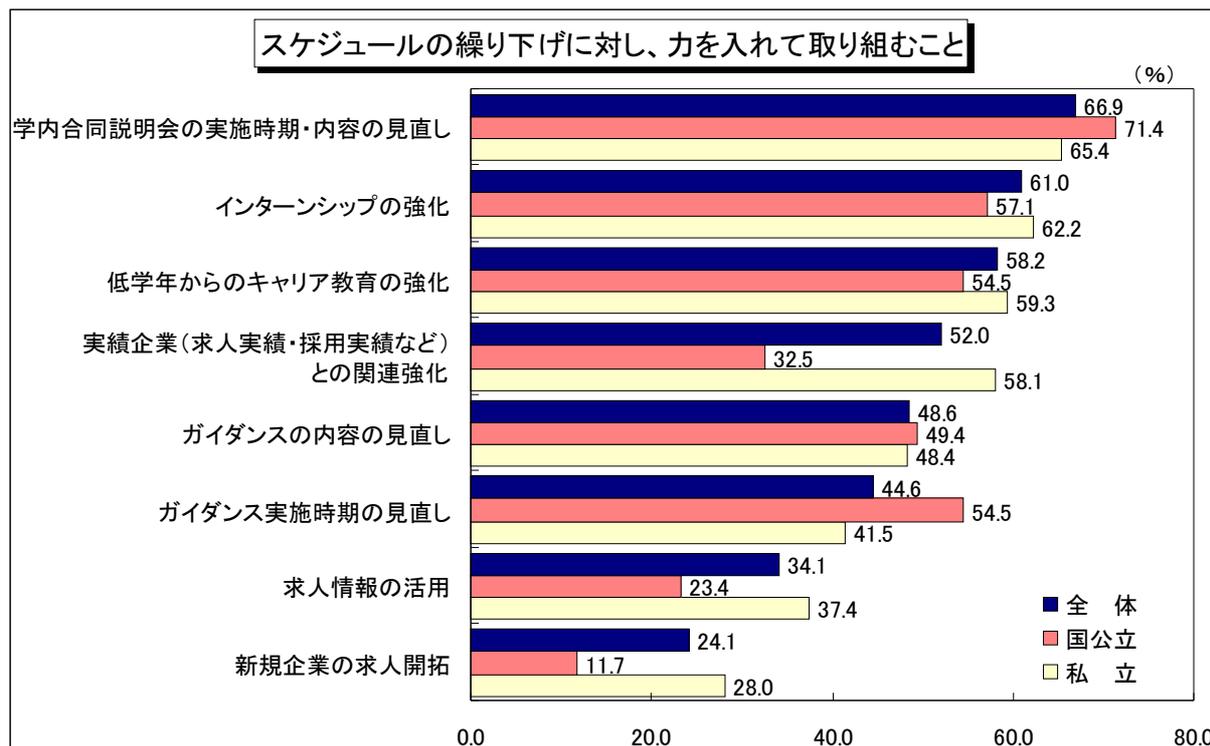
### 【3】 時期の繰り下げによる変化予想

時期の繰り下げでどのような変化が予想されるかを尋ねた。最も多くが選んだのが「青田買いが積極的になる」67.2%。次いで「学卒未就職者が増える」66.9%と、この2項目が6割を超える。「海外に留学する学生が増える」において国公立と私立との差が大きく、違いが際立っている。



### 【4】 時期の繰り下げにあたり取り組むこと

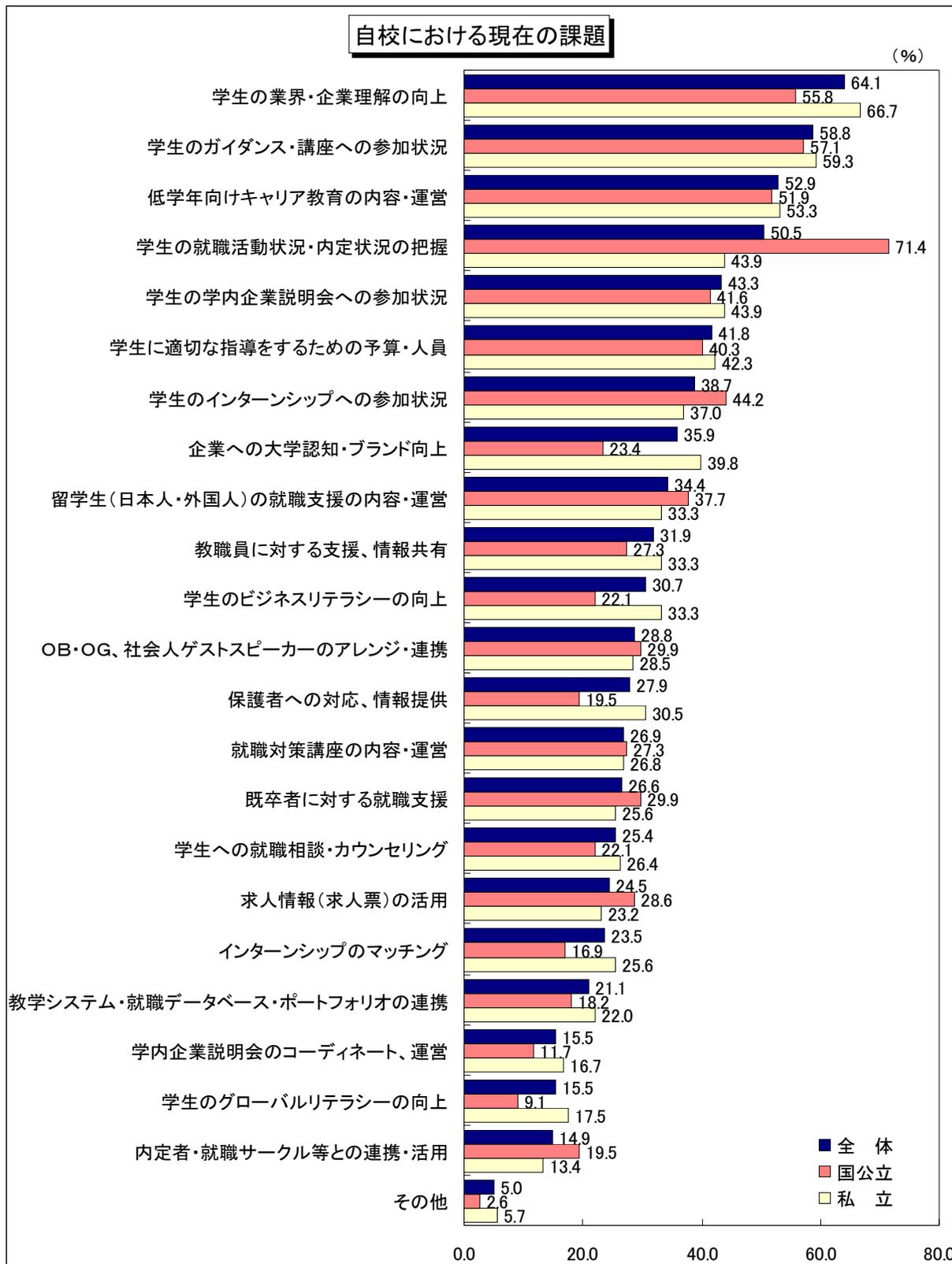
スケジュール繰り下げに際し、力を入れて取り組むことを尋ねた。最も多いのは「学内合同企業説明会の実施時期・内容の見直し」で66.9%。8つのうち4つの項目で過半数となっており、大学として見直したり強化したりすべきことが多いことが分かる。全体的に私立大学でポイントが高く、より手厚い支援を予定していると言える。



## 6. 学生へのキャリア・就職指導全般について

### [1] 自校における現在の課題

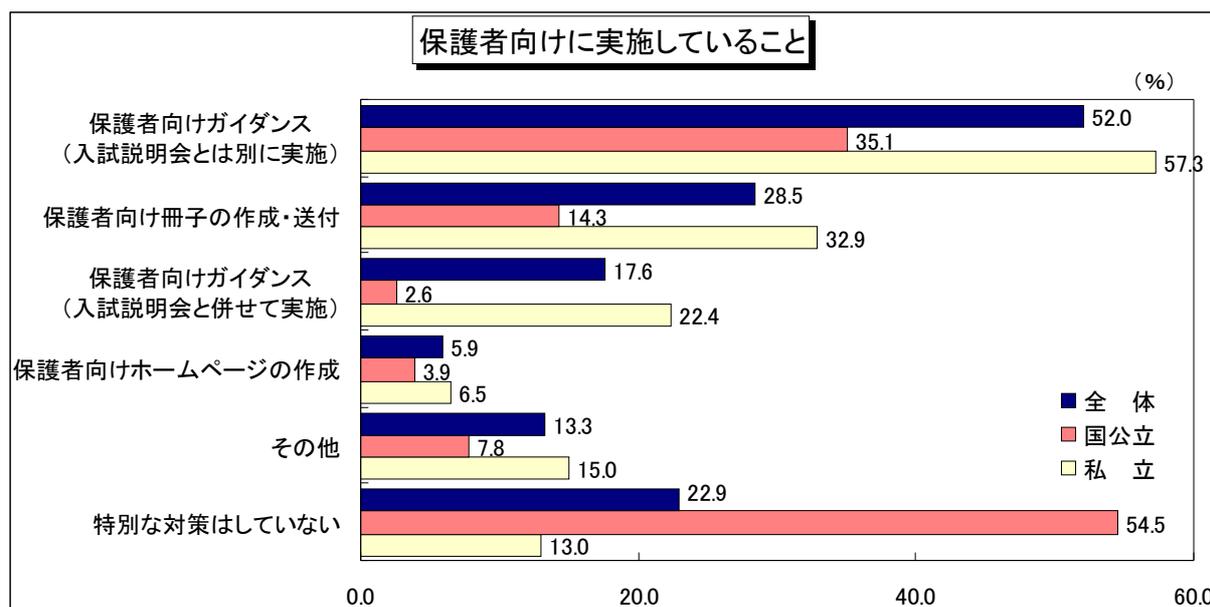
キャリア・就職支援における課題を尋ねた。国公立と私立とで差の大きい項目に着目すると、国公立大学において「学生の就職活動状況・内定状況の把握」が71.4%と、私立大学（43.9%）よりも圧倒的に高く、状況把握に課題を抱えている国公立大学が多いことがうかがえる。



## 【2】保護者向けに実施していること

学生の保護者に対して実施していることを尋ねた。この指標は国公立と私立とでポイント差が大きく、考え方の違いが浮き彫りとなった。

「保護者向けガイダンス（入試説明会とは別に実施）」は私立大学の57.3%が実施しているのに対し、国公立大学では35.1%にとどまる。また、「保護者向け冊子の作成・送付」も私立大学の32.9%に対し、国公立大学では14.3%。その他の施策も国公立大学では少数で、「特別な対策はしていない」が54.5%と過半数。課題感はあるも実施に至っていないという大学も少なくないようだ。



### ■保護者向けガイダンスの内容

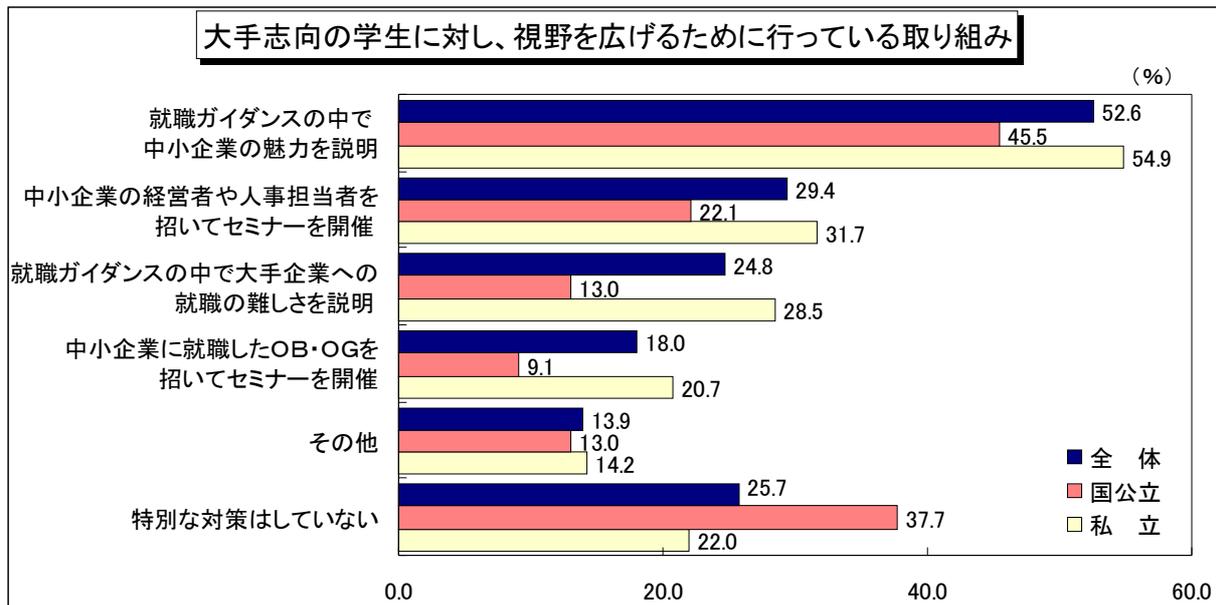
- 入学時の保護者説明会やオープンキャンパス、年1回実施する地域別保護者説明会時に就職状況等を報告、また就職相談を実施している。 ＜私立大学＞
- 就職支援状況説明。外部講師による大学生の就職環境と動向をテーマとした講演。 ＜公立大学＞
- 本学のキャリアデザインの考え方の紹介、進路実績の紹介、サポート内容の紹介。 ＜私立大学＞
- 保護者向けに就職活動環境の説明や学生に声かけしてもらいたいことを伝達し、大学と家庭とで連携しながら学生のサポートを行っていくことの意識統一。 ＜私立大学＞
- 保護者向け就職活動懇談会として講演や分科会、クラス別懇談会などを実施。学生による就職活動報告もあり。 ＜私立大学＞
- 東北・関東10カ所にて開催。ガイダンス終了後、希望者に対して個人面談を行っている。 ＜私立大学＞
- 夏休み中に各地で行われる教育懇談会で就職についても説明し質疑応答対応している。12月に、主に3年生の保護者を対象に就職懇談会を開催、全体会と個別懇談を実施している。 ＜私立大学＞
- 入学宣誓式終了後に開催される新入生オリエンテーション内で実施しています。本学の就職実績・就職支援体制・現在の就職事情・学生に対して支援いただきたいこと等について、保護者の方にお話しています。 ＜国立大学＞
- 厳しい選考基準をクリアするためには、お子様の努力は当然のことながら、保護者の方々の温かいサポートも必要になってきます。保護者向けガイダンスでは、「温かいサポート」とは具体的にどのようなものを解説している。 ＜私立大学＞

### 【3】学生の大手志向への対策

企業の採用意欲が高まり、就職環境の改善が進む中で、学生の大手志向はますます強まる傾向にある。大手企業以外に視野を広げるため、大学としてどのような取り組みをしているのかを尋ねた。

最も多くの大学で行われているのが「就職ガイダンスの中で中小企業の魅力を説明」（52.6%）で、私立大学の54.9%、国公立大学でも45.5%が選択した。次いで多いのは「中小企業の経営者や人事担当者を招いてセミナーを開催」（29.4%）で、私立大学で31.7%、国公立大学で22.1%。

保護者対策と同様に、国公立と私立とで温度差があり、全体的に国公立大学ではポイントが低め。「特別な対策はしていない」大学が37.7%と、私立大学（22.0%）よりもかなり多かった。



#### ■学生の視野を広げるための具体的な取り組み内容や、その効果

- 大手志向である意味やその選択で納得しているのかどうか、個別相談を通して学生に自問自答の機会を促す。 <私立大学>
- 地元企業の経営者を招いての出張講義の開催や業界研究バスツアーによる仕事の現場の見学会などを実施している。 <私立大学>
- OB・OGを招いての座談会の実施や地元企業経営者を招いてのキャリア教育授業を行い、学生の視野が広がった。 <国立大学>
- 大手指向というよりは、CMIに出ているような“B to C”しか知らない学生が多いため、業界講座等で川上・川中・川下といった説明から“B to B”にも目を向けるように説明。 <私立大学>
- 魅力的な中小企業の探し方セミナーを実施。 <私立大学>
- 県内優良企業見学ツアー。 <私立大学>
- 授業などで多様な仕事の紹介、職業人の話しを聞かせることで視野を広げている。効果は高い。 <国立大学>
- 業界研究などに来ていただく企業について、就活スタート時点で関心の低い業界・企業をお呼びして、学生が情報を得る機会を提供する。 <公立大学>
- 本学の学生は、従来から中堅・中小企業への志向が強いが、地元の中小企業でも海外進出する企業が増えている。以上の観点からグローバル化に対応した就職活動を呼びかけ、視野を国内のみならず海外へも向ける支援をしている。 <私立大学>