

2017年版

美術系学生 就職活動
実態調査報告



CREATOR
WORKS
研究所





2017年卒(大学生・大学院生)美術系学生の就職活動振り返り調査

【調査目的】

美術系学生・芸術系学生の就職に関する活動実態を一般大学生の活動結果と比較し把握する。
その上で、これから就職活動を控える全国の美術系学生・芸術系学生 一人一人の就職活動の質の向上を図る。また、就職活動をサポートする各大学就職指導課の皆さまに、より効果的な就職活動サポートに活かしていただくように情報提供を行う。

【調査方法】

郵送調査およびインターネット調査

【調査協力】

各美術系・芸術系大学および学部の就職課

【調査対象】

2017年4月入社を目指し就職活動を行った
全国の美術系・芸術系大学・大学院生の男女190人

【調査期間】

2016年10月～2017年1月31日

【参考データについて】

一般学生データはリクルートキャリア 就職みらい研究所「就職白書2017」を参照。
その他、総務省統計局を一部参照。

CONTENTS

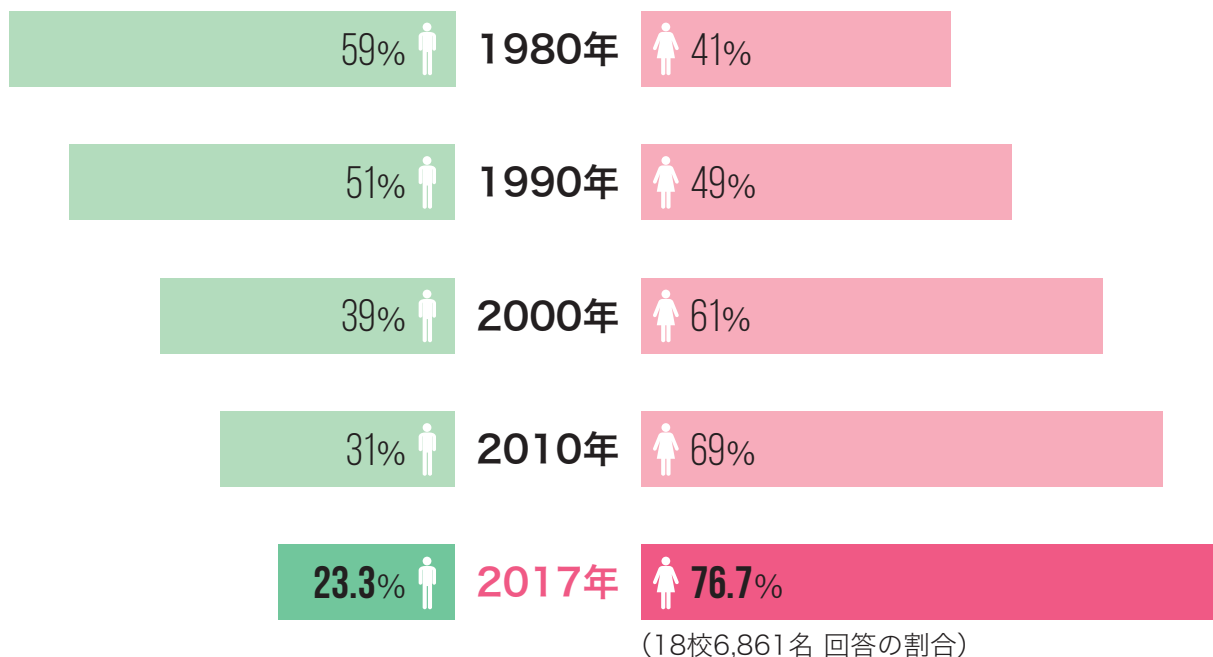


- P1 調査概要
- P2 目次
- P3 男女比
- P4 就職希望者割合
- P5 卒業後の進路
- P6～ 学生の就職思考
 - P6 就職希望度／就職できなかった時の進路／就職観
 - P7 大手企業志向かどうか／海外勤務志向
 - P8 企業選択における重視項目
 - P9 行きたくない会社／学生の就職志向【総括】
- P10～ 就活の情報収集
 - P10 就職活動中の情報収集
 - P11 就職活動において不足していた情報／就活の情報収集【総括】
- P12～ 就活実施 時期
 - P12 就職活動で「実施した」もの
 - P13 情報収集スタート時期
 - P14 ポートフォリオ準備開始時期
 - P15 個別企業説明会(対面)に行きはじめた時期
 - P16 面接(対面選考)に行きはじめた時期
 - P17 内定取得時期
 - P18 就活終了時期、時期全般【総括】
- P19～ 就活実施 ポリ्यूーム
 - P19 OB・OG訪問実施数／リクレーター接触数／大学開催の説明会・セミナー参加回数／大学以外の合同説明会・セミナー参加回数
 - P20 プレエントリー社数／個別説明会 参加回数／エントリーシート(書類)提出社数／面接(対面による選考)を受けた社数
 - P21 面接でアピールした(する)項目
 - P22 内定取得数
 - P23 内定取得後の就職活動継続理由／就職活動にかかった費用
 - P24 実施ポリ्यूーム【総括】
- P25～ 活動満足度
 - P25 入社予定企業の就活開始当初の志望状況／入社予定企業の満足度
 - P26 内定後、入社意欲が高まったもの、就活中の相談相手／活動満足度【総括】
- P27～ インターンシップの実態
 - P27 インターンシップ参加割合／平均参加社数／初めて参加した時期／参加期間
 - P28 インターンシップ参加目的
 - P29 インターンシップに参加しなかった理由
 - P30 インターンシップに参加して良かった点
 - P31 インターンシップ参加後の結果、インターンシップ【総括】
- P32 編集後記【総括】

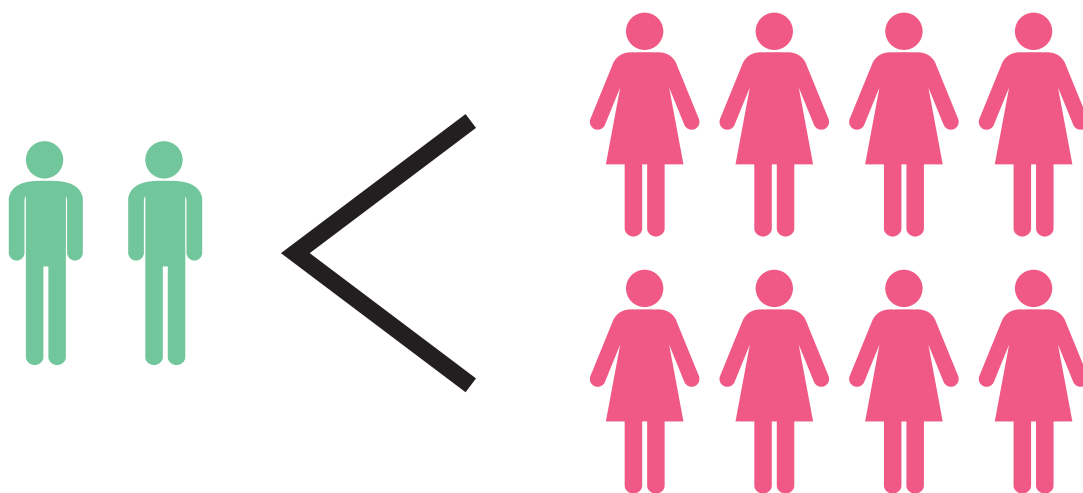
男女比

美術系学生は、年々女性の割合が増え、現在は約8割が女性となっている。

P3表① 資料出所:総務省 統計局 学校基本調査



美術系学生は、以前は男性の方が多く、1990年代を境に女性の比率が上回ることに。現在では、約8割近くまで女性割合が伸びている状況。



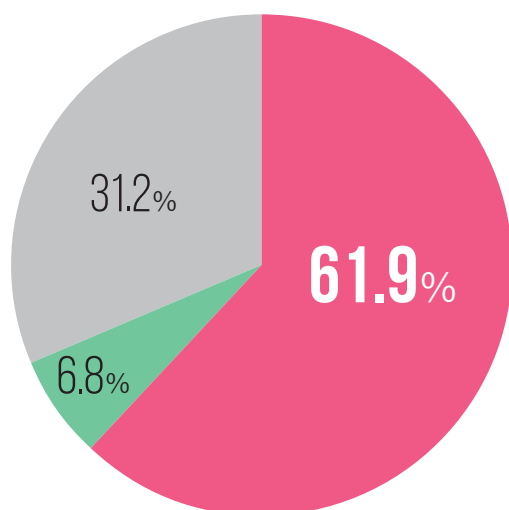
現在の美大生の比率

就職希望者割合

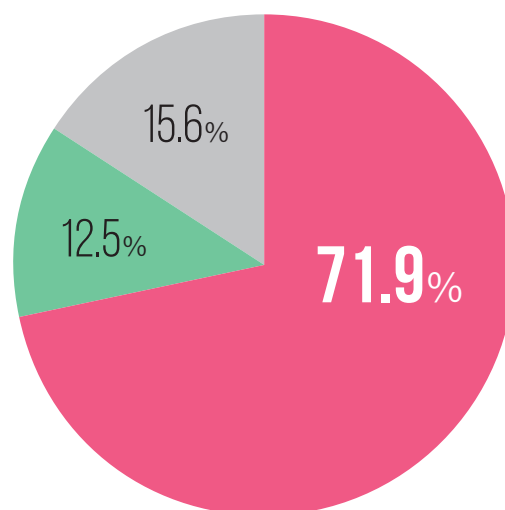


- 4月時点で約85%の学生が希望進路を決めるが、
- 約15%の学生がまだ「未定」な状況。

【3年生 12月時点】 P4表①



【4年生 4月時点】 P4表②



■ 就職を希望する ■ 就職を希望しない ■ 未定

3年生12月から4年生4月までの間に「未定」の割合が半分になり、就職を希望するか希望しないかが明確になってくる傾向が見られる。

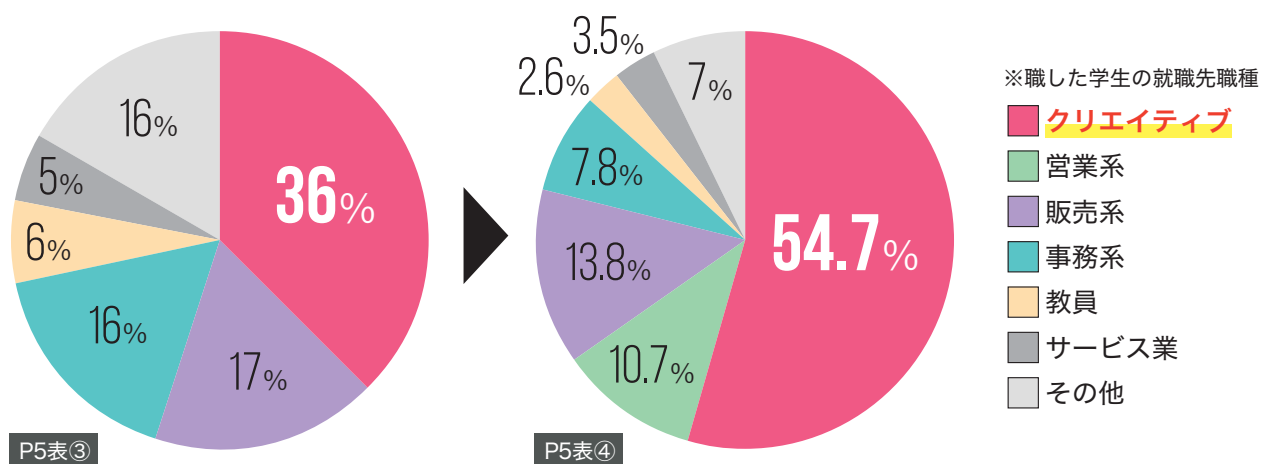
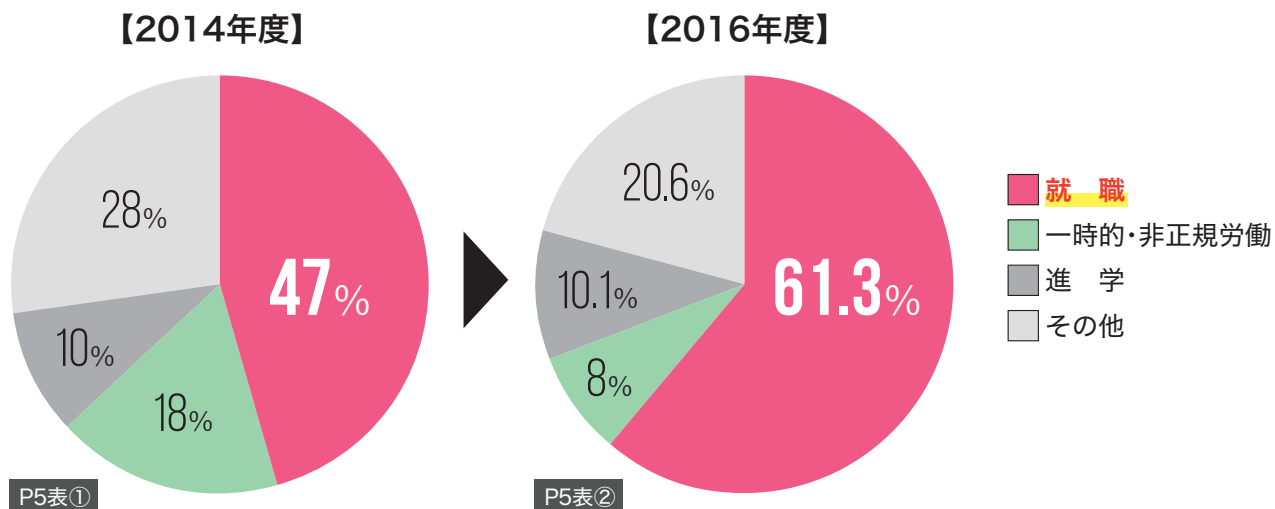
しかし、4年生4月時点でも、まだ15.6%と少なくない割合が「未定」となっている。美術系学生にとって就職がすべてだとは思わないものの、判断の遅れによって就職活動に乗り遅れてしまう層も少なからず発生しているのではと思われる。

その点では、進路希望を複数回実施する、個別にキャリア相談会を実施する等、「未定」の学生の進路をいかに早く明確にできるかが、1つのポイントとなるのではないだろうか。

なお、「3年生12月」と「4年生4月」のように、複数回の定期的なタイミングで学生から進路希望を確認している大学は約33%(1/3)だった。

卒業後の進路

クリエイティブ職への就職率は、以前より上昇しているが、就職した学生に対しわずか55%程度。

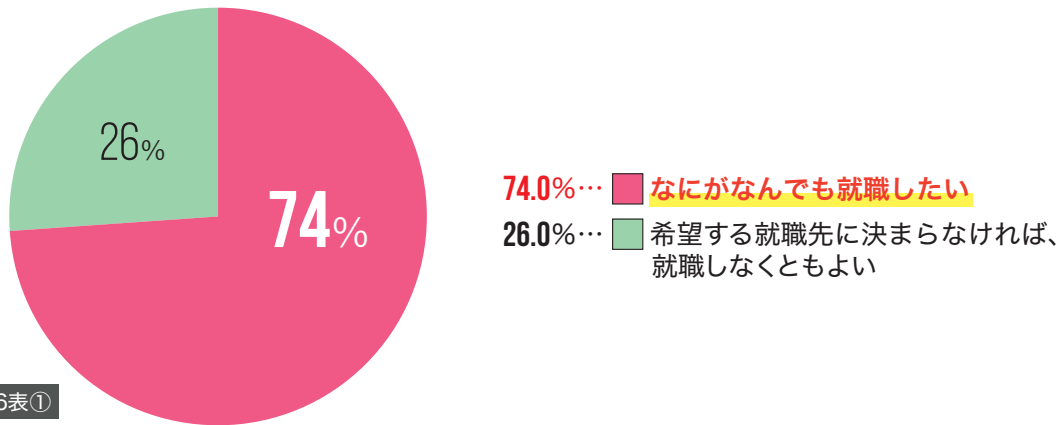


1990年代前半までの卒業後の進路はフリーランス・アーティスト・教員が多かったが、少子化の影響で教員枠は減少、この2年でも更に縮小しているのがわかる。

美術系学生の就職率とクリエイティブ職への就職割合は年々上昇傾向にある。しかし、就職できた学生は約60%、そのうちクリエイティブ職への就職は約50%と、全学生に対してクリエイティブ職への就職はわずか30%となっている。

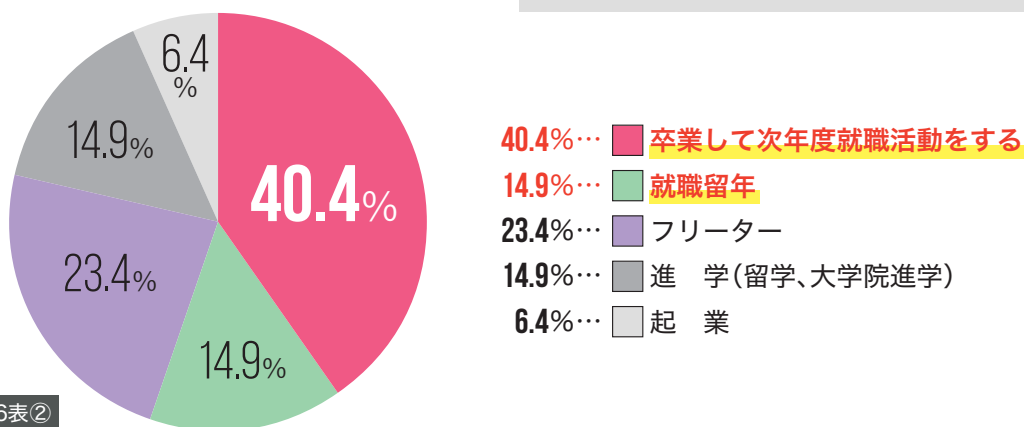
進学後の就職や、販売職などへの就職後の異動などでクリエイティブ職に就くケース、あるいは教員や営業などの直接ではないもののクリエイティブに関わる仕事をする場合もあると思われるが、未来を担う優秀なクリエイターの卵たちが、学んだことを存分に活かす企画・クリエイティブ職として就職していない実態は、国益を考えても、非常にもったいないことと感じる。

【就職希望度】 約75%が積極的に就職を希望している。



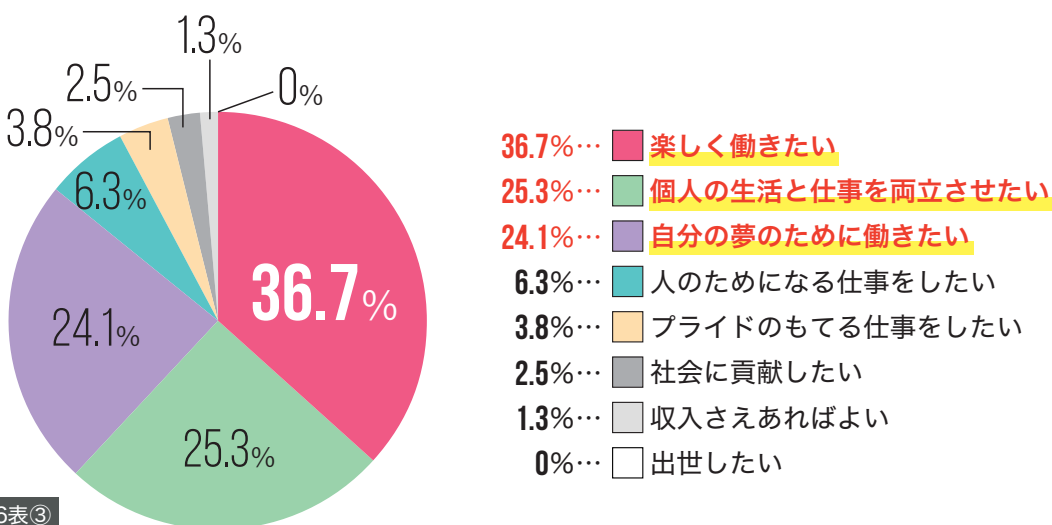
P6表①

【就職できなかった時の進路】 就職できなかった場合でも、半数以上が就活の継続を予定。



P6表②

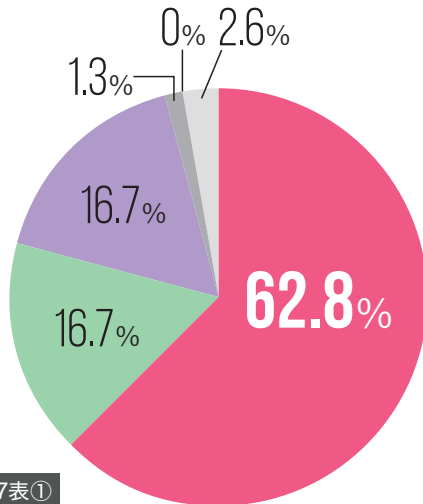
【就職観】 上位3回答で全体の約90%を占める。



P6表③

【大手企業志向かどうか】

約80%が中小企業を視野に入れている。

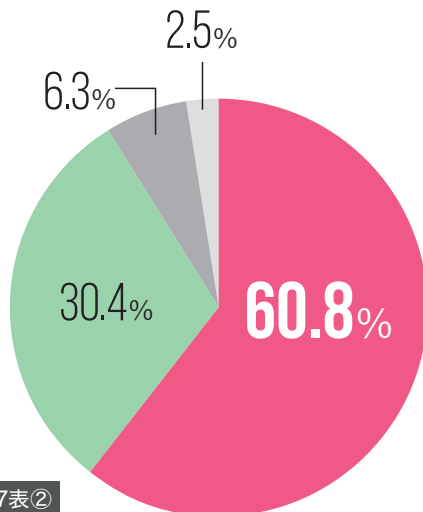


P7表①

- 62.8%… やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい
- 16.7%… 中堅・中小企業がよい
- 16.7%… 自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい
- 1.3%… 絶対に大手企業がよい
- 0%… 自分で会社を起こしたい
- 2.6%… その他(公務員・Uターン志望など)

【海外勤務志向】

約60%が「海外勤務NG」と回答。



P7表②

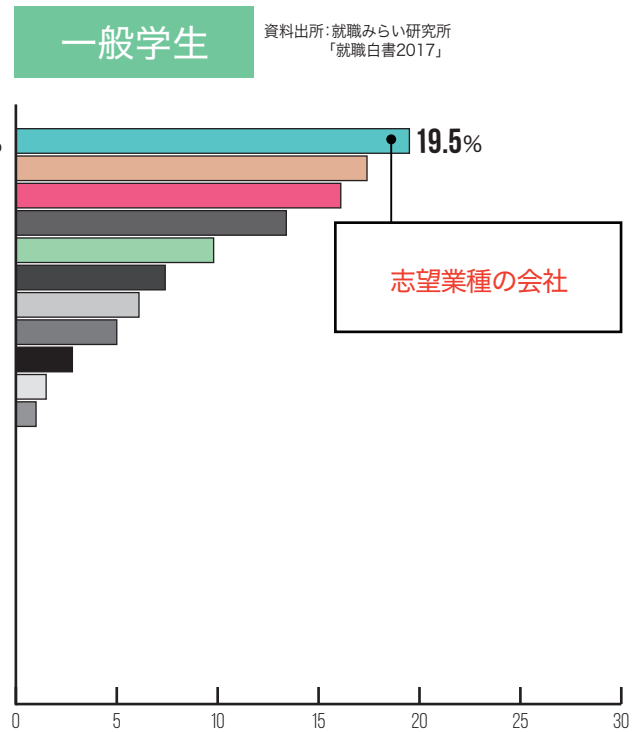
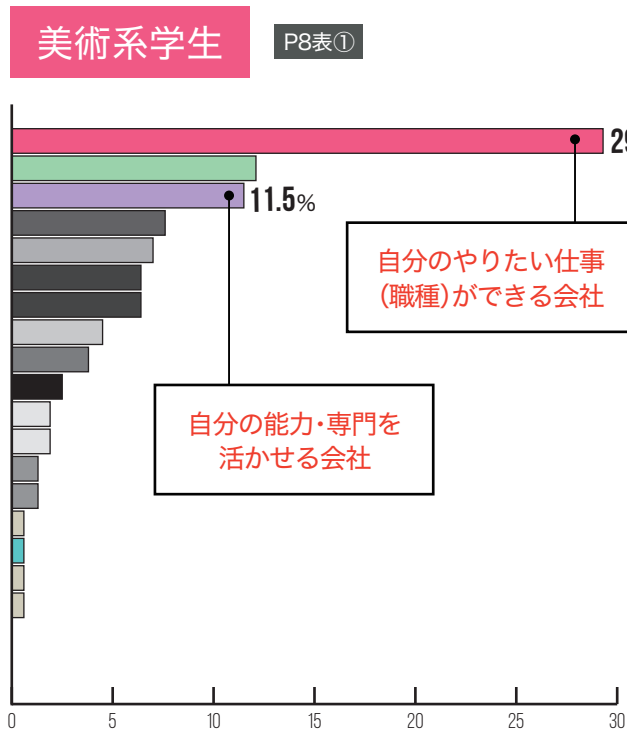
- 60.8%… 海外勤務はしたくない
- 30.4%… 希望する勤務地なら海外で勤務したい
- 6.3%… やりたい仕事があるので海外で勤務したい
- 2.5%… 仕事内容に関わらず海外で勤務したい

学生の就職思考

2つ選択回答



【企業選択における重視項目】 **美術系学生は、自分の専門性を活かしたい学生が多い。**



- 29.3%... **自分のやりたい仕事(職種)ができる会社**
- 12.1%... 安定している会社
- 11.5%... **自分の能力・専門を活かせる会社**
- 7.6%... 働きのいい会社
- 7.0%... 勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社
- 6.4%... 親しみのある会社
- 6.4%... 社風が良い会社
- 4.5%... 給料の良い会社
- 3.8%... 休日・休暇の多い会社
- 2.5%... 転職のない会社
- 1.9%... 一生続けられる会社
- 1.9%... これから伸びそうな会社
- 1.3%... 大学・男女差別のない会社
- 1.3%... デザインのテイストが合う会社
- 0.6%... 事業を多角化している会社
- 0.6%... 志望業種の会社
- 0.6%... 海外で活躍できそうな会社
- 0.6%... いろいろな職種を経験できる会社
- 0%... 若手が活躍できる会社
- 0%... 研修制度のしっかりしている会社
- 0%... 有名な会社

- 19.5%... **志望業種の会社**
- 17.4%... 勤務地
- 16.1%... **自分のやりたい仕事(職種)ができる会社**
- 13.4%... 一緒に働きたいと思える人がいるかどうか
- 9.8%... 安定している会社
- 7.4%... 休日・休暇の多い会社
- 6.1%... 給料の良い会社
- 5.0%... 自分の能力・専門を活かせる会社
- 2.8%... 雇用形態
- 1.5%... 有名な会社
- 1.0%... 企業規模・各種団体等の規模

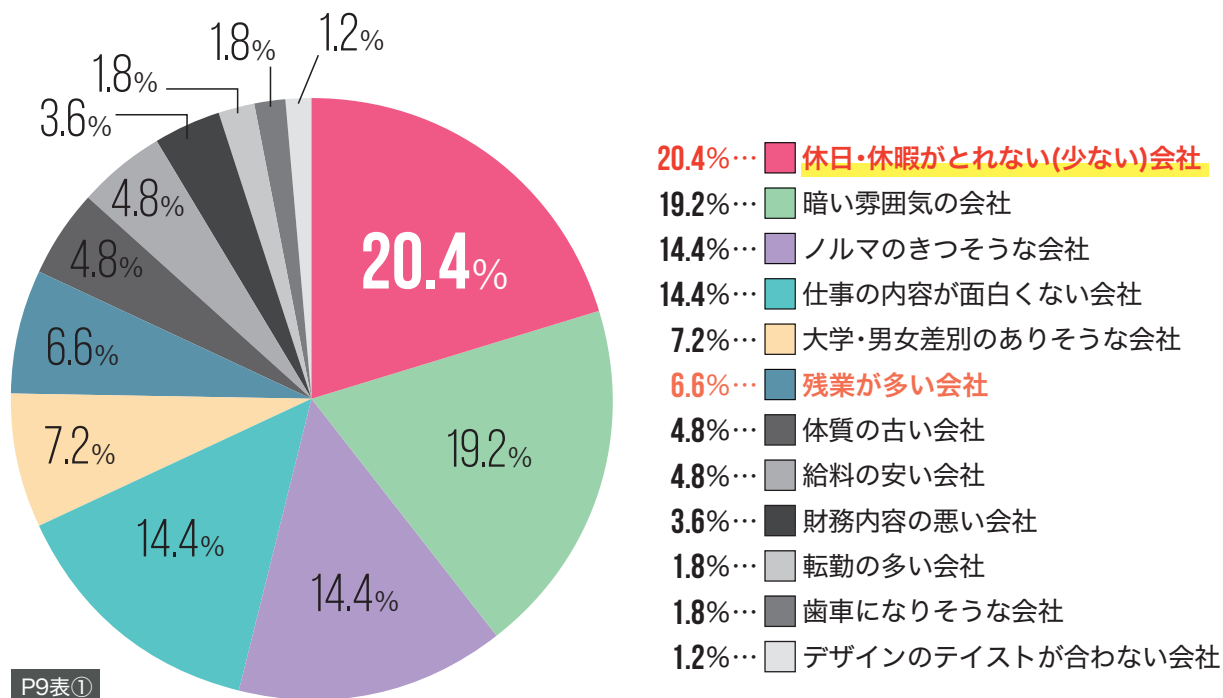
学生の就職思考

2つ選択回答



【行きたくない会社】

美術系学生は、残業よりも
休日・休暇が取得できるかを重視。



学生の就職思考【総括】

「就職希望度」(P6表①)や「就職できなかった時の進路」(P6表②)より、予想以上に、美術系学生の就職への意識が強いと感じられる。

また、「大手企業志向かどうか」(P7表①)、「企業選択における重視項目」(P8表①)、「行きたくない会社」(P9表①)の3点より、自分の専門性を活かして、楽しく、ある程度労働環境を意識して働きたいという傾向が読み取れる。これは、専門性を活かしやすいクリエイティブ業界は、労働環境が良いとは言えない業界であることを知っているからこそではないだろうか。

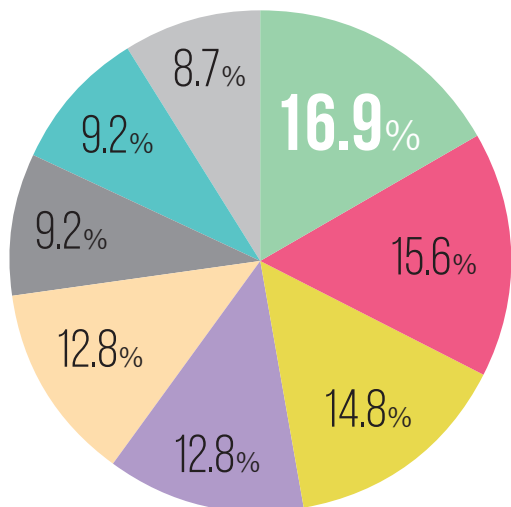
「卒業後の進路」(P5)の結果を踏まえると、就職希望者に対して実際に就職した割合が10%近く下回り、また、専門性を活かすという点でもクリエイティブ職への就職が約半数にとどまるなど、希望と実態のギャップが伺える。

【 就職活動中の情報収集 】

美術系学生は、一般学生同様に「仕事内容」を注視しているが、それ以上に「選考基準」を知りたい。

美術系学生

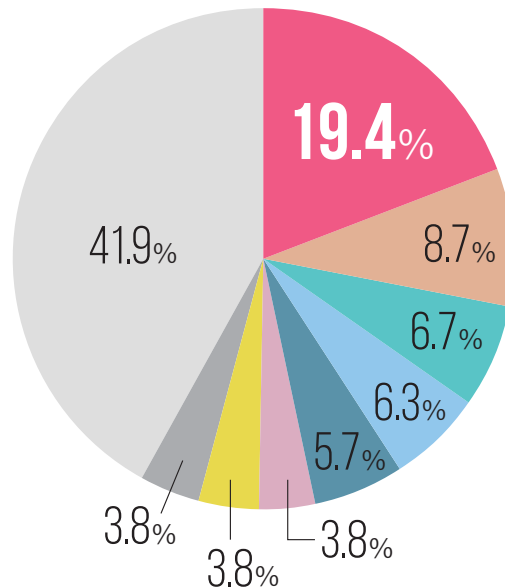
P10表①



- 16.9%… 採用選考の基準
- 15.6%… 具体的な仕事内容
- 14.8%… 社内の人間関係
- 12.8%… 求めている具体的な能力・人物像
- 12.8%… 仕事のやり方・進め方
- 9.2%… 入社後の教育・研修制度
- 9.2%… 初任給
- 8.7%… 社員の労働時間

一般学生

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2017」



- 19.4%… 具体的な仕事内容
- 8.7%… 勤務地
- 6.7%… 初任給
- 6.3%… 社風・企業文化
- 5.7%… 経営方針・事業戦略
- 3.8%… 有給休暇取得日数・取得率
- 3.8%… 社内の人間関係
- 3.8%… 企業理念・各種団体理念
- 41.9%… その他(3.5%未満で複数項目)

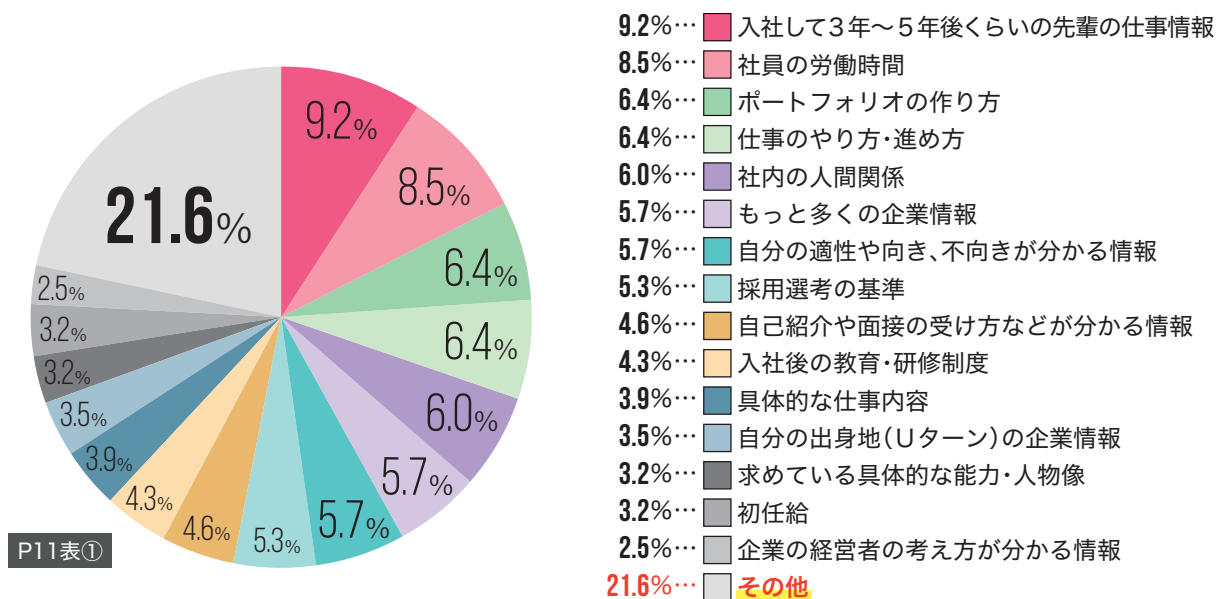
※美術系学生でトップだった「採用選考の基準」は3.2%

就活の情報収集

【 就職活動において不足していた情報 】

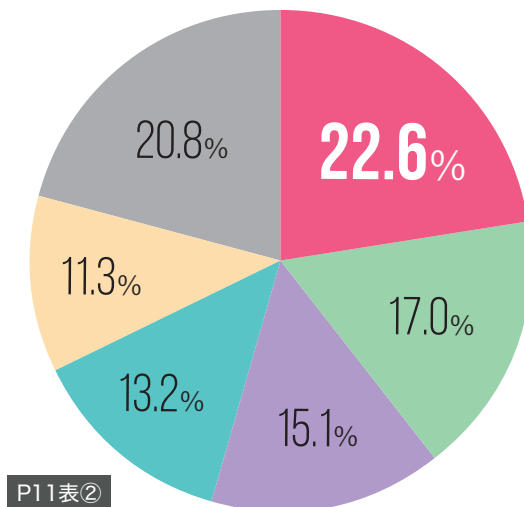
3つ選択回答

一番割合の多い「その他」では、不足でなく、そもそも見つけにくいという意見が多数。



【 上記「その他」の回答者の意見 】

- 22.6%… 調べても興味のない職種ばかり
- 17.0%… 企業の差別化ができない
- 15.1%… 作品実績やテイストで探せない
- 13.2%… 募集職種そのものが見つけにくい
- 11.3%… 検索方法が思いつかない
- 20.8%… その他(10%未満が複数)



就活の情報収集 【 総 括 】

美術系学生の就活にあたっては、ポートフォリオなど一般職と異なる就活準備が必要となる他、制作物の課題選考などのフローが設けられることも多い。そのためか、「情報収集」(P10表①)時に採用基準を調べる層が多いと思われる。

一方、上記の通り美術系学生は総合職と異なる情報を求める傾向にあるが、そもそも美術系学生が求める情報が世に出ていることが少ない、もしくはその情報にたどり着けない状況が見られる。

就活実施 時期

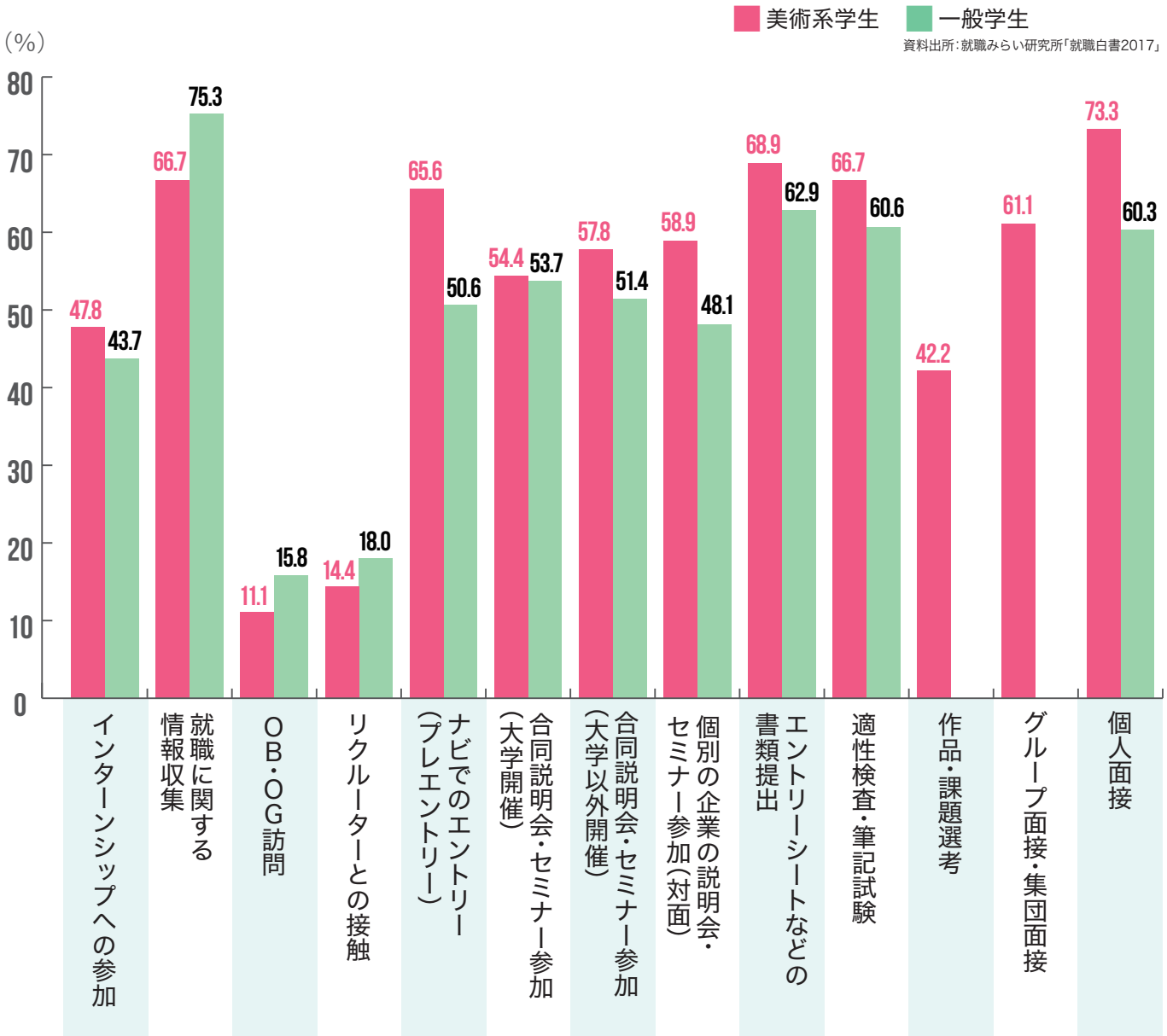
全回答者のうちの回答数割合



【 就職活動で「実施した」もの 】

一般学生に比べ、美術系学生は各就職活動を積極的に取り組んでいる。

P12表①

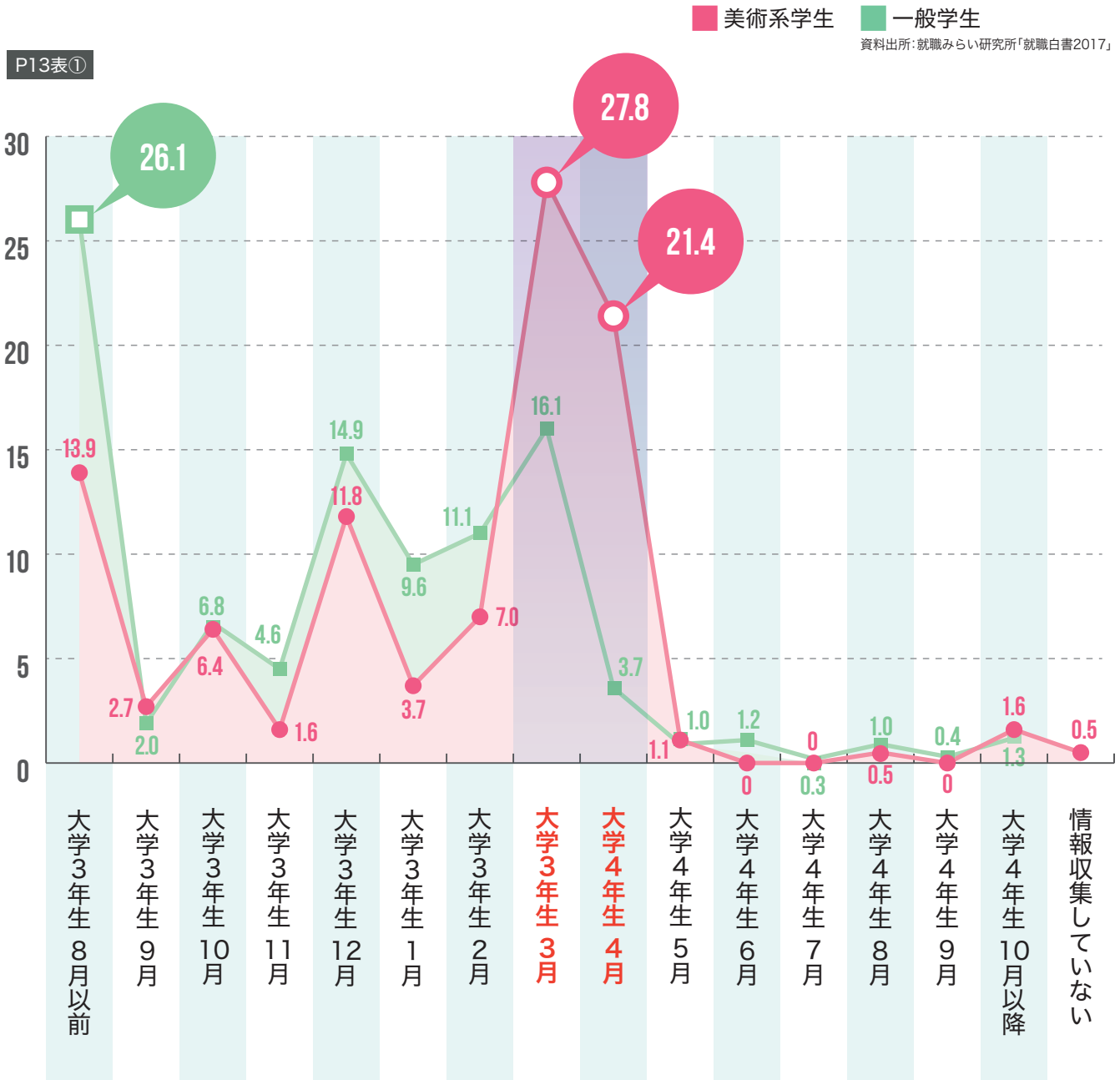


就活実施 時期

単一回答

【 情報収集スタート時期 】

大学3年生の3月までに一般学生の大半が開始しているが、美術系学生の半数はこの時期から開始する。



就活実施 時期

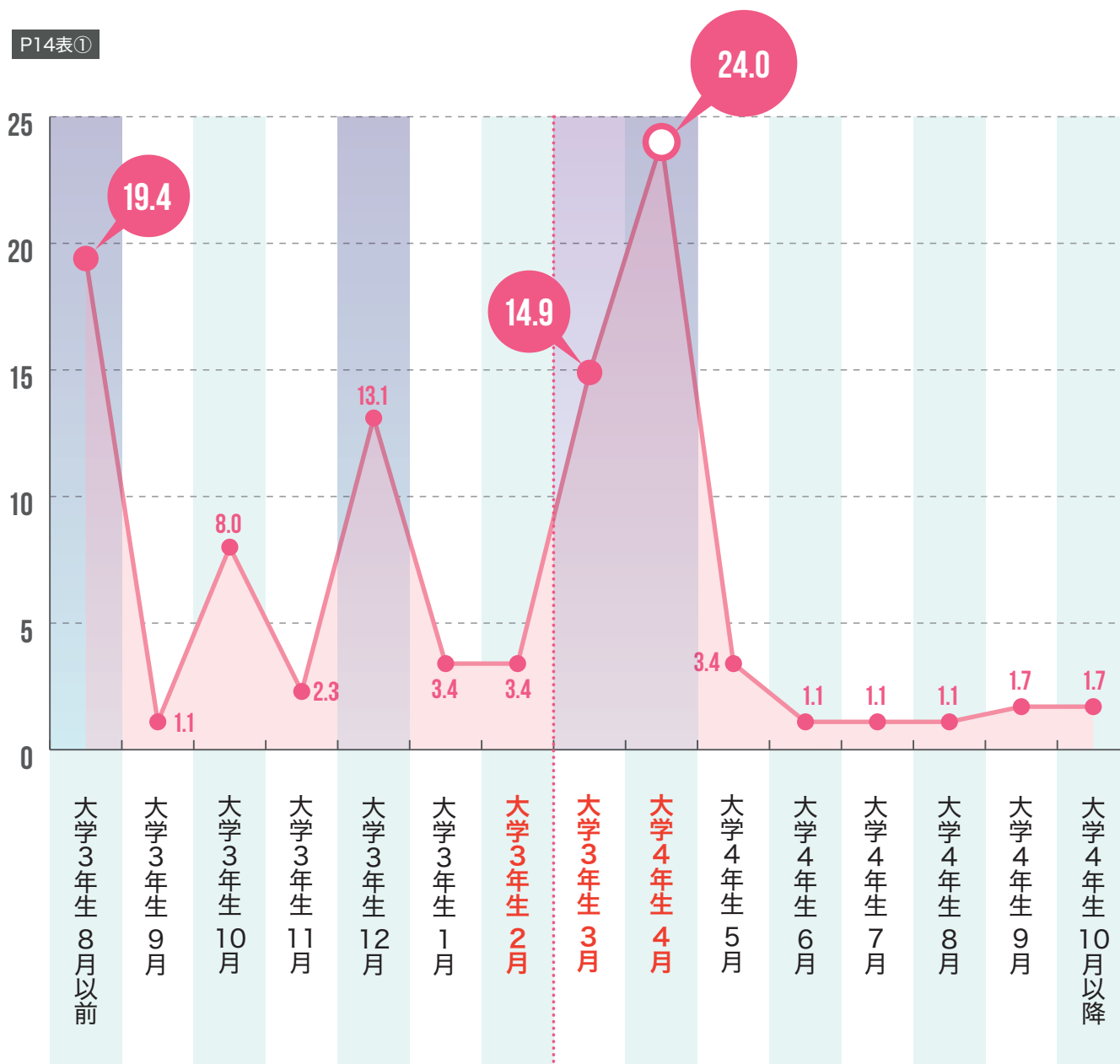
単一回答



【ポートフォリオ準備開始時期】

半数の美術学生が就活解禁前の大学3年生2月までに準備に着手するが、残り半数は就活解禁後に開始。

P14表①



就活実施 時期

単一回答

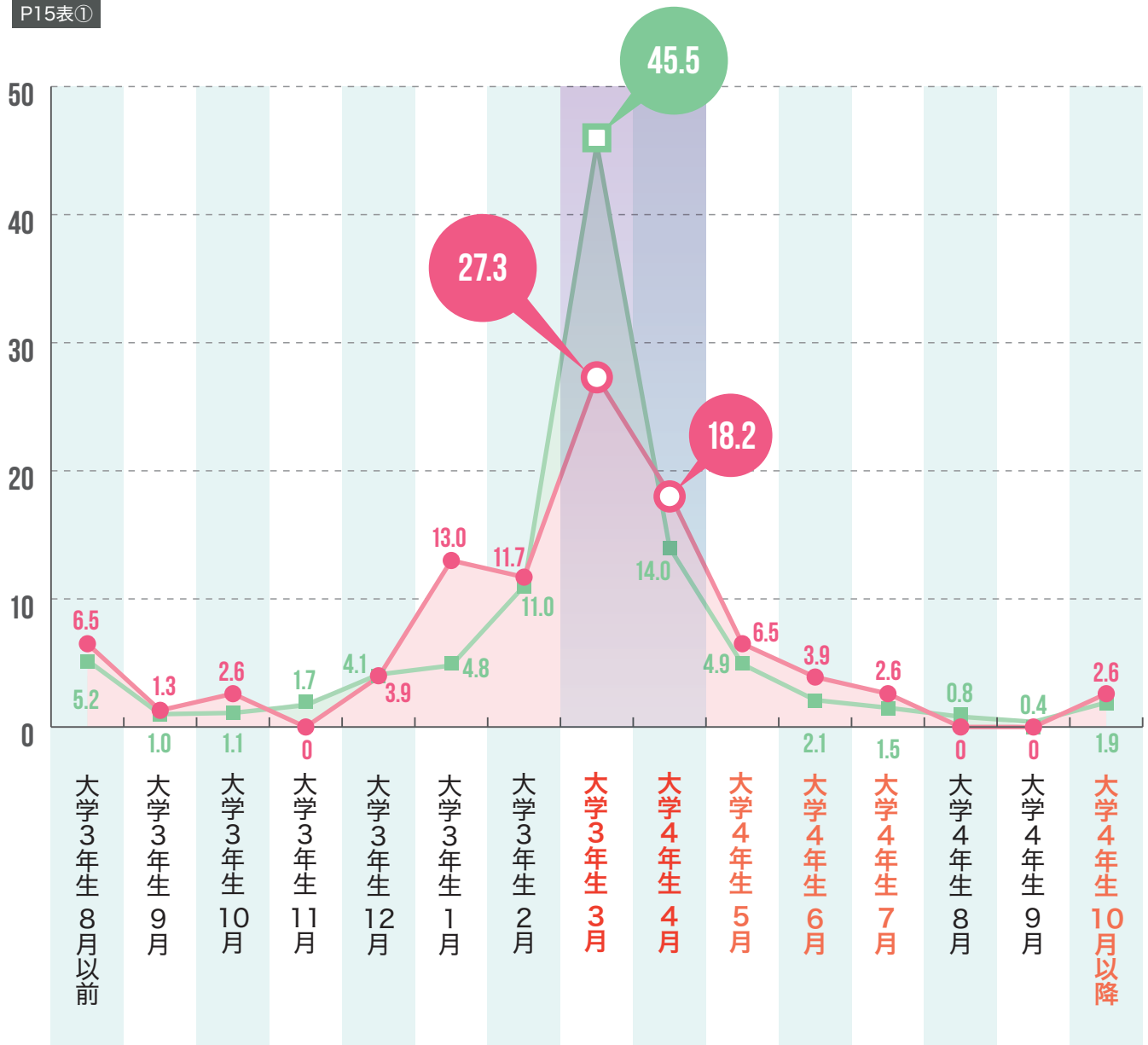
【個別企業説明会(対面)に行きはじめた時期】

一般・美術系学生ともに3月がピークだが、美術系学生の3月開始は一般学生より20%も少なく、4月以降開始も30%以上存在。

P15表①

■ 美術系学生 ■ 一般学生

資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」



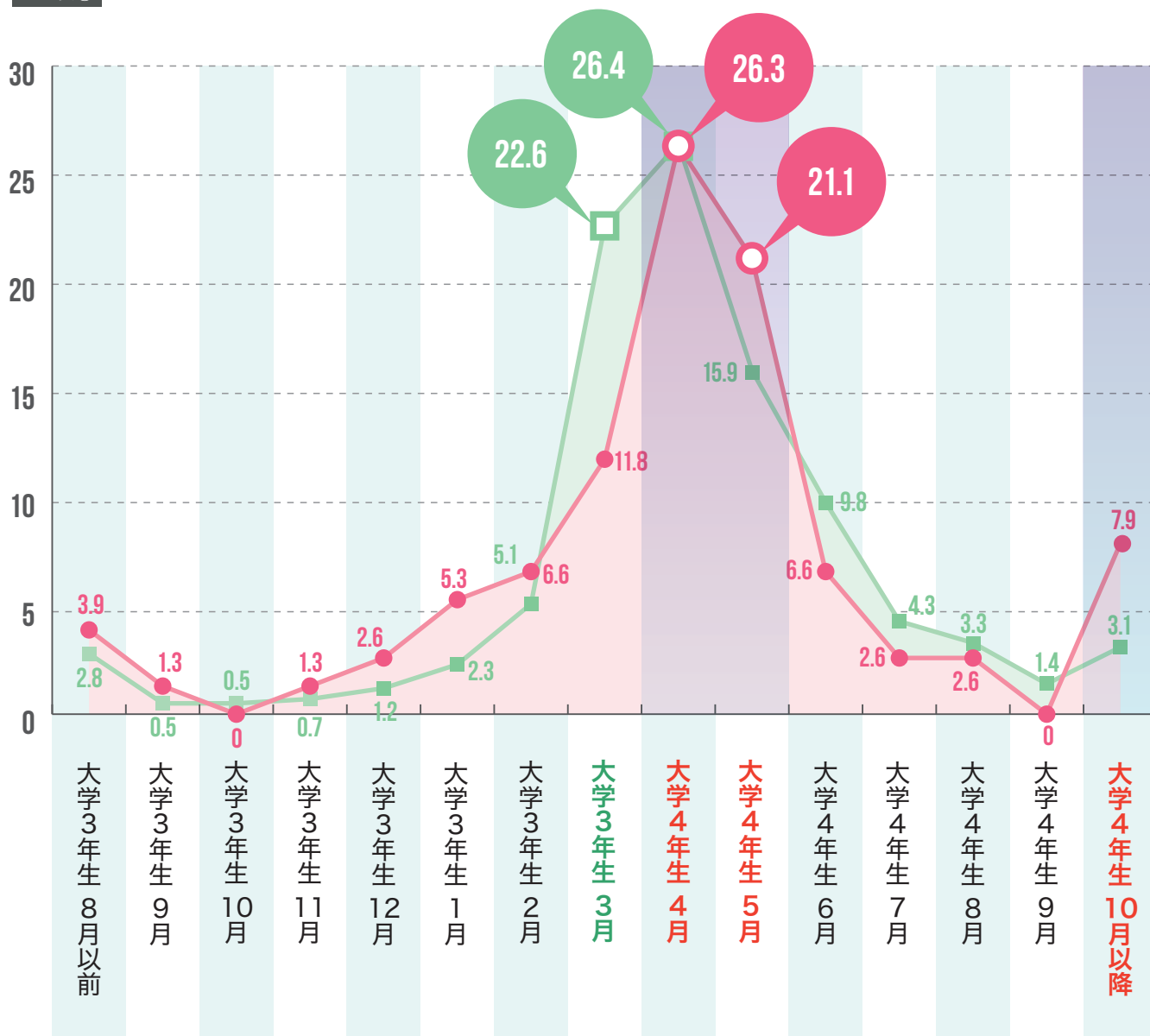
【面接(対面選考)に行きはじめた時期】

一般学生は3、4月がピークだが、美術系学生は4、5月。4年10月以降も約8%が開始している。

■ 美術系学生 ■ 一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

P16表①



就活実施 時期

単一回答

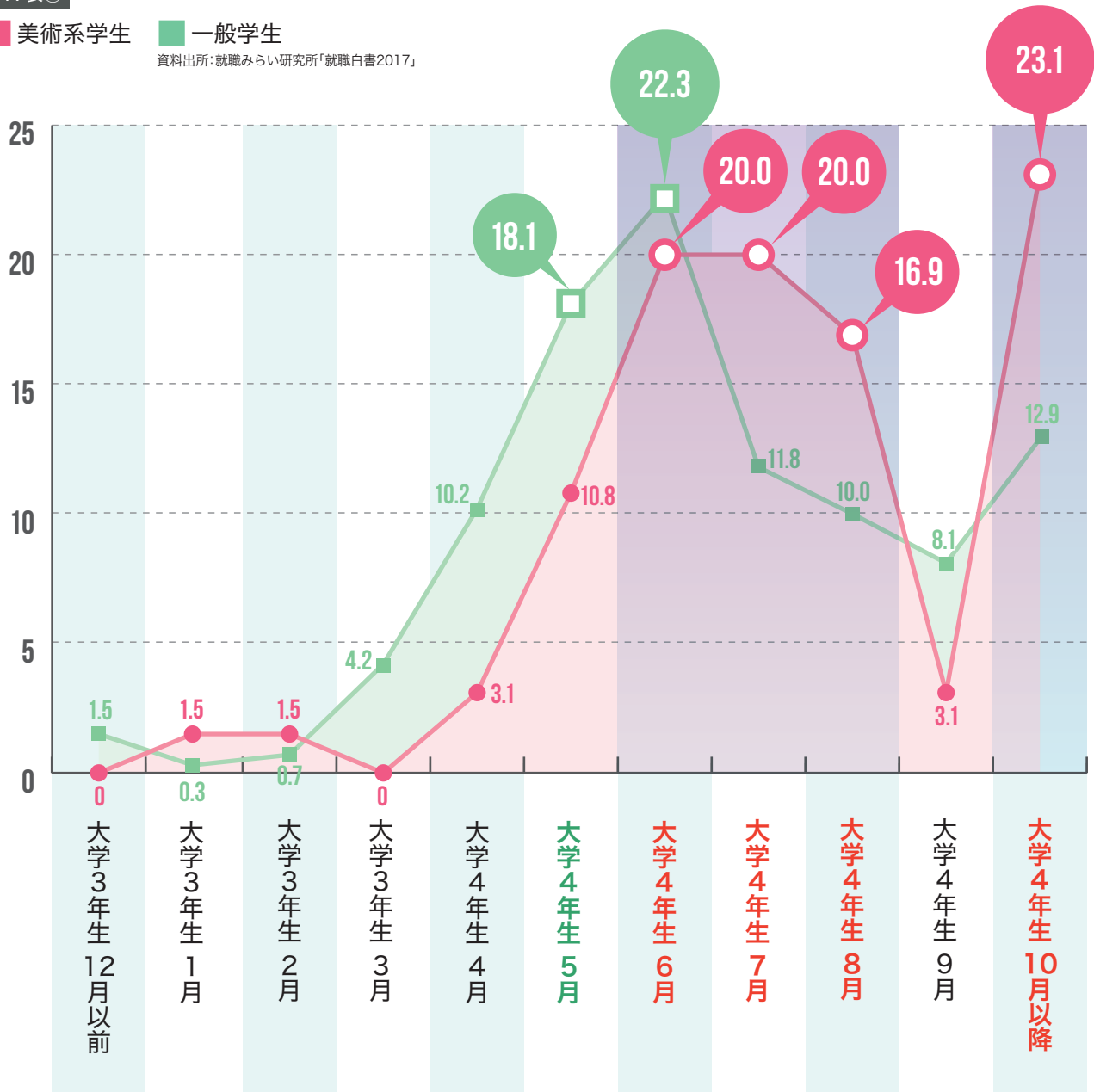
【内定取得時期】

一般学生は5、6月がピーク、美術系学生は6～8月にかけて。4人に1人は内定式後に内定取得。

P17表①

■ 美術系学生 ■ 一般学生

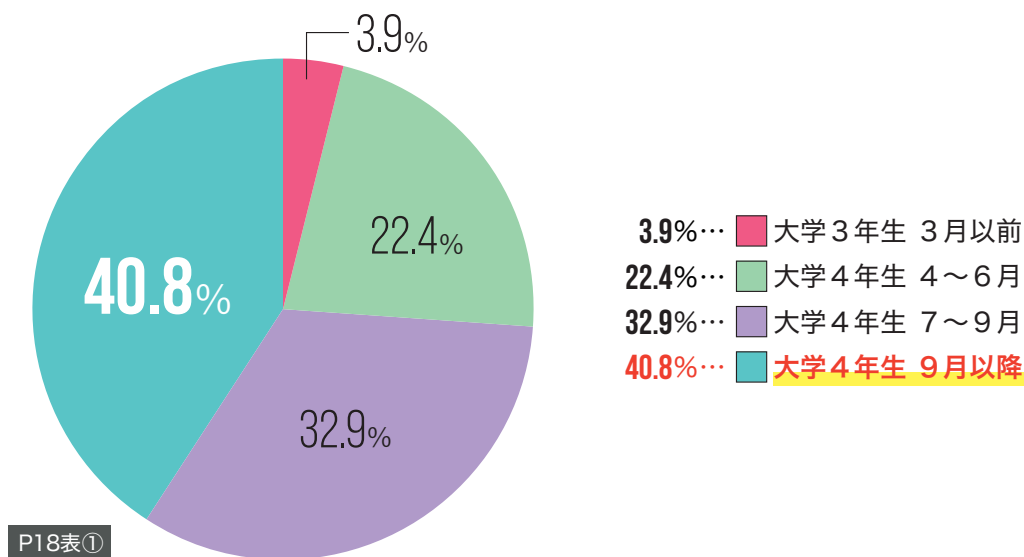
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」





【 就活終了時期 】

約40%は9月以降まで就活を継続。



時期全般【 総 括 】

一般学生は3年生夏から情報収集を徐々に開始 (P13表①) しているが、美術系学生は同時期にポートフォリオの制作を開始 (P14表①) し、その後情報収集を開始 (P13表①)、もしくは就活解禁の大学3年生3月よりポートフォリオ準備と情報収集を同時に開始する。

また、企業側の選考時期の問題もあるが、美術系学生は選考開始・内定取得時期が遅く (P16表①、P17表①)、4年生の秋以降まで就活時期が伸びている (P18表①)。

昨今、新卒採用市場は極端な売り手市場で、説明会・選考解禁から短期決戦の傾向が強いが、美術系学生はそこに乗り遅れている傾向がある。

美術系学生は、様々な就職活動への積極的な取り組みが見られ (P12表①)、インターンシップの参加時期 (P27表③) も一般学生より早い、就活準備～選考開始の段階での間延びが顕著と言える。

また、3月解禁は経団連主導のスケジュールであり、経団連に加入していないIT系企業などは採用活動開始が早い傾向にあり、一部の美術系学生は一般学生よりも説明会・選考の参加時期が早く (P15表①、P16表①)、早い学生と遅い学生で二極化している面も見受けられる。

一般学生に比べ、OG・OB訪問実施数はかなり少ないが、
大学主催の説明会参加は積極的。

【OB・OG訪問実施数 平均】 P19表①



資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」

【リクルーター接触数 平均】 P19表②



資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」

【大学開催の説明会・セミナー参加回数 平均】 P19表③



資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」

【大学以外の合同説明会・セミナー参加回数 平均】 P19表④



資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」

美術系学生は、一般学生と比べ
エントリー社数、選考社数ともに大幅に少ない。

【 プレエントリー社数 平均 】 P20表①



資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

【 個別説明会 参加回数 平均 】 P20表②



資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

【 エントリーシート(書類)提出社数 平均 】 P20表③



資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

【 面接(対面による選考)を受けた社数 平均 】 P20表④



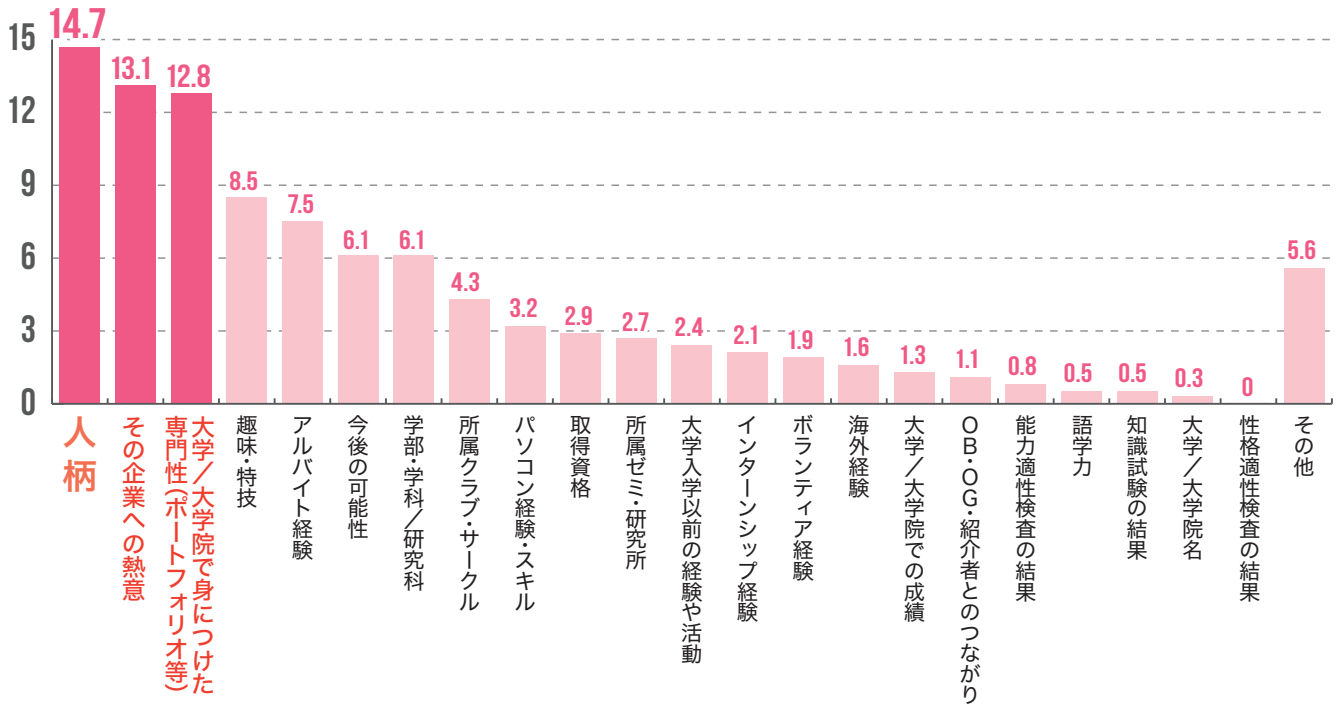
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

【面接でアピールした(する)項目】

美術系学生は、企業への興味関心と、自身の専門性をアピールする傾向が強い。

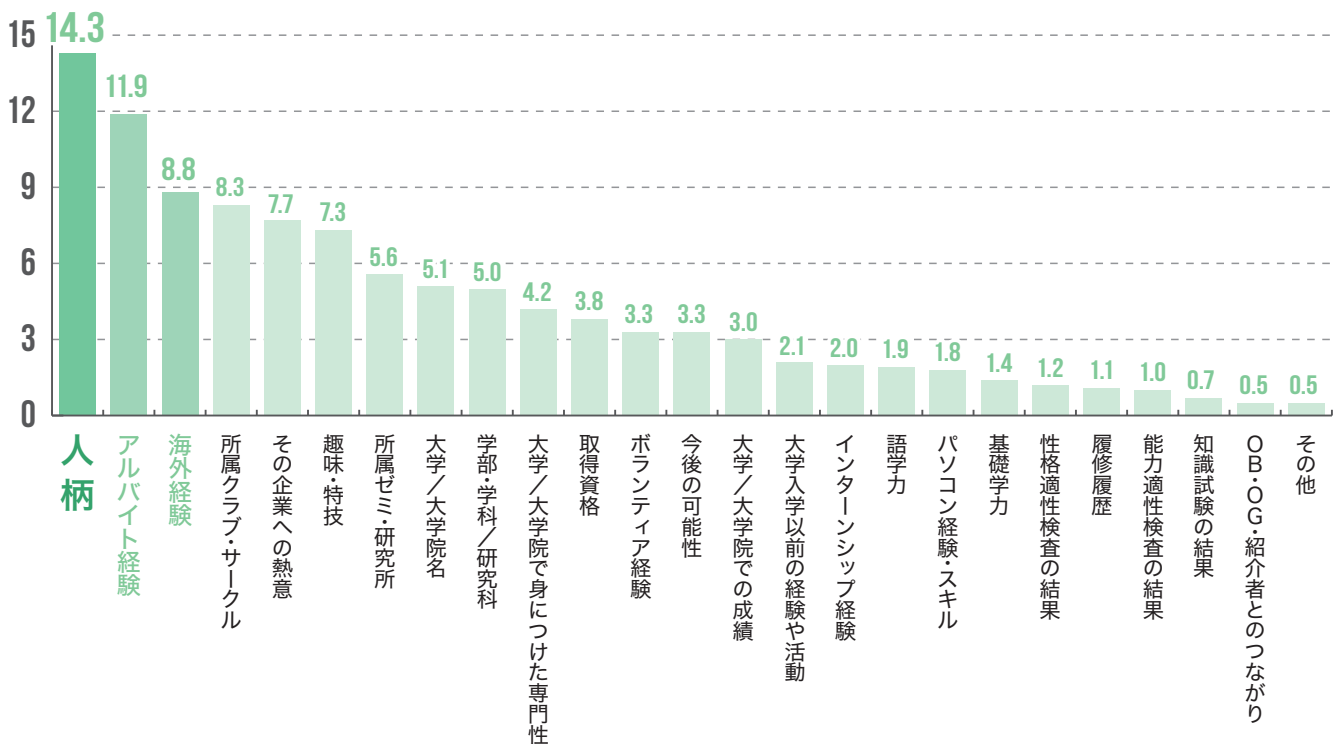
美術系学生

P21表①



一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

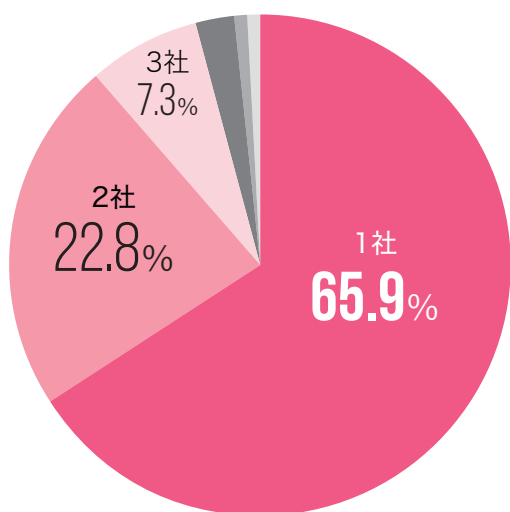


【内定取得数】

約90%の美術系学生が2社以内の内定で就職先を決断するが、1社で決める率も65%以上と高い。

美術系学生

P22表①

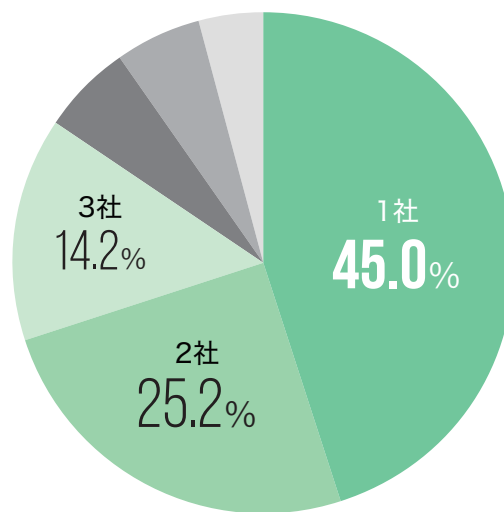


65.9%... 1社
22.8%... 2社
7.3%... 3社

2.4%... 4社
0.8%... 5社
0.8%... 6社以上

一般学生

資料出所:就職みらい研究所
「就職白書2017」



45.0%... 1社
25.2%... 2社
14.2%... 3社

5.9%... 4社
5.5%... 5社
4.1%... 6社以上

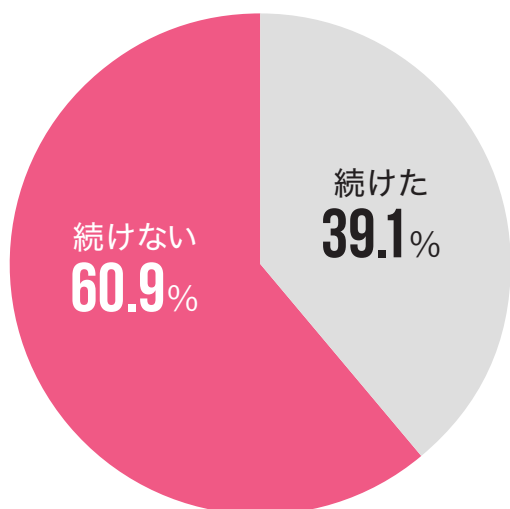
※平均社数2.22

【内定取得後の活動継続状況】

一般学生の半数以上は内定取得後も就活を継続するが、美術系学生の約60%は就活終了。

美術系学生

P22表②

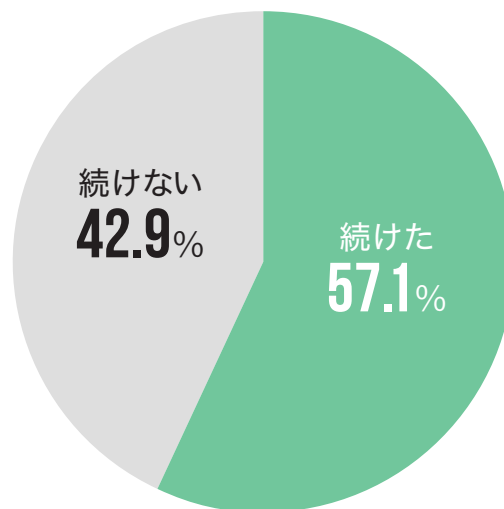


続けない
60.9%

続けた
39.1%

一般学生

資料出所:就職みらい研究所
「就職白書2017」



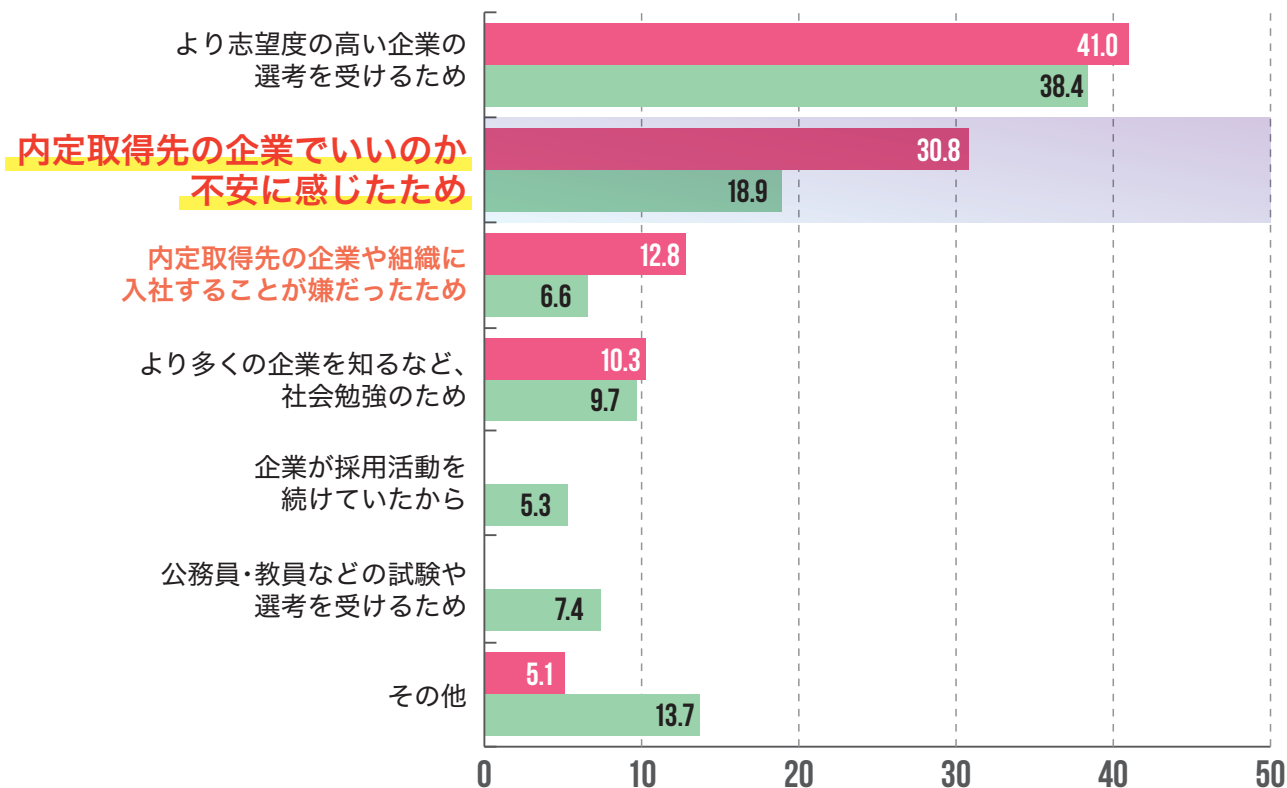
続けない
42.9%

続けた
57.1%

【 内定取得後の就職活動継続理由 】

一般学生と比べ、内定先企業への不安感を理由に就活を継続する傾向がある。

■ 美術系学生 ■ 一般学生 P23表① 複数回答
資料出所：就職みらい研究所「就職白書2017」



【 就職活動にかかった費用 】

(実数回答を回答人数で割り算出)

美術系学生は、就活に関する出費を抑える傾向が強い。

美術系学生

総額 **71,341円**

主な費用

- 【 交通費 】 37,629円
- 【 ファッション費 】 25,023円
- 【 宿泊費 】 27,200円
- 【 その他 】 22,222円

一般学生

総額 **170,960円**

主な費用

- 【 交通費 】 49,277円
- 【 ファッション費 】 40,813円
- 【 宿泊費 】 29,918円

P23表②

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2017」

実施ボリューム【総括】

美術系学生は、自身の専門性を活かせる企業(P8表①)を絞ってエントリー(P20表①)し、内定を得られたタイミングで就活を終了する傾向(P22表①、②)にある。

また、満足度という観点でも一般学生より高く(P25表①、②)、とても生産性の高い就活ができていると言える。

専門性を活かしてやりたいことをしたいという志向(P8表①)がある中、実際に選考時に「その企業で何をしたいのか」「自身の専門性がどのようにあるのか」をアピールできている(P21表①)ことが大きいと思われる。

一方で、実際に就職ができたのは60%程度(P5表②)であり、すべての美術系学生が生産性が高く、効率良く就活ができているわけではない。

全員が同じような就活をするのではなく、量もしくは質が足りていない学生に対し、行動の底上げを図っていく取り組みが必要と言える。特に、美術系学生は活動時期が遅れがちであり(P13表①、P16表①)、これにより活動量・質の確保ができなくなる傾向が強いのではないだろうか。

活動満足度

※内定取得者を対象(単一回答)

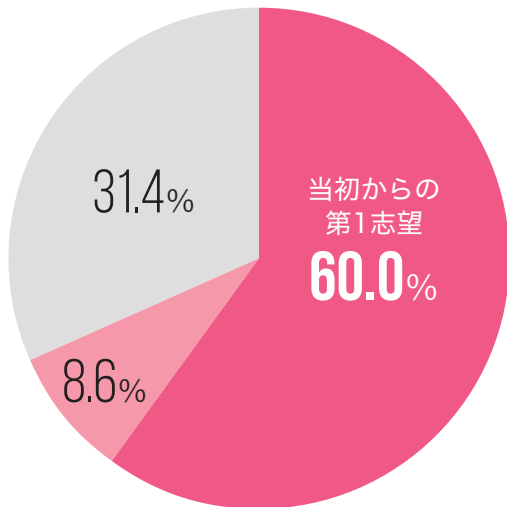


【入社予定企業の就活開始当初の志望状況】

一般学生に比べ、当初からの第1志望群に入社予定の美術系学生が20%も高い。

美術系学生

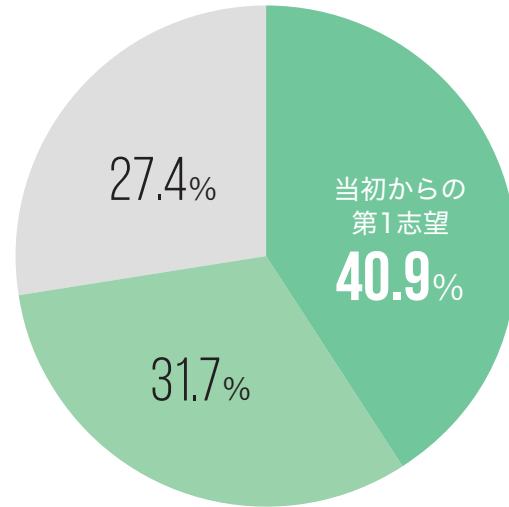
P25表①



60.0%… 当初からの第1志望
 8.6%… 当初は第2志望以下の志望群
 31.4%… 当初は志望していなかった

一般学生

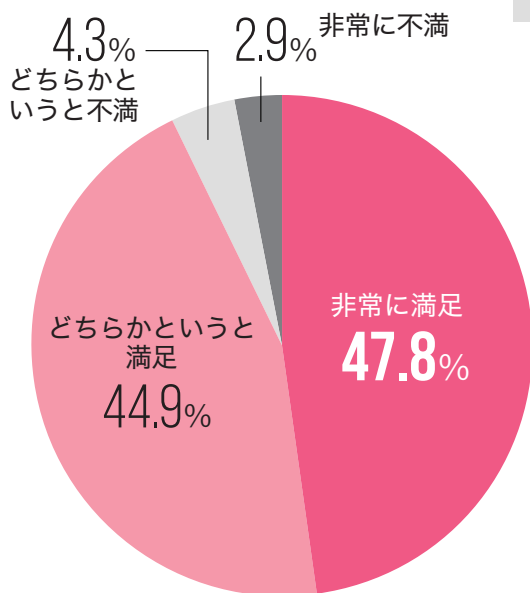
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」



40.9%… 当初からの第1志望
 31.7%… 当初は第2志望以下の志望群
 27.4%… 当初は志望していなかった

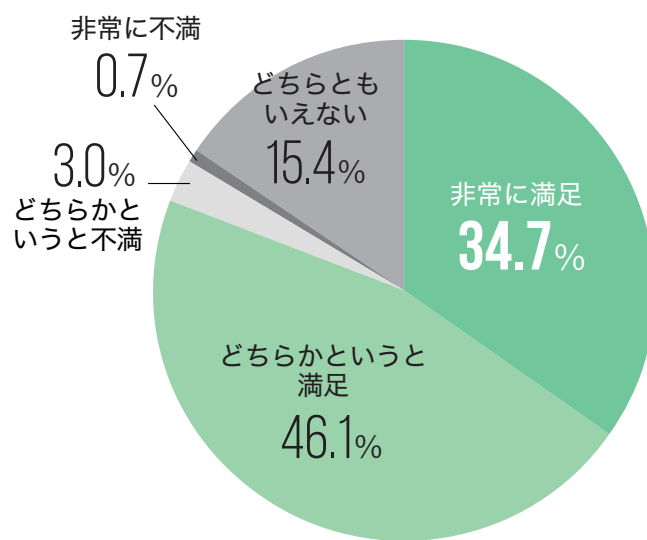
【入社予定企業の満足度】

一般学生と比較すると「非常に満足」が10%以上も高く、合計で90%以上が満足している。



美術系学生

P25表②



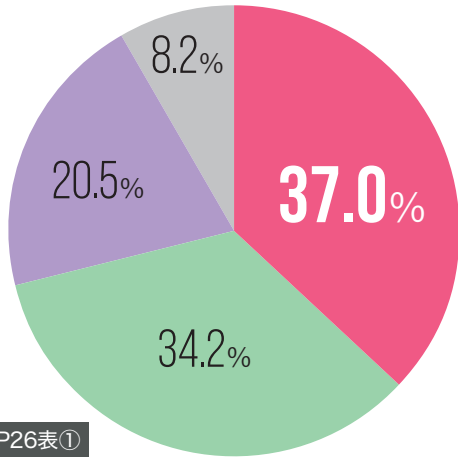
一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2017」

活動満足度

【内定後、入社意欲が高まったもの】

懇親会や定期的な連絡など、社員と接触できる内容が入社意欲を高めやすい傾向。



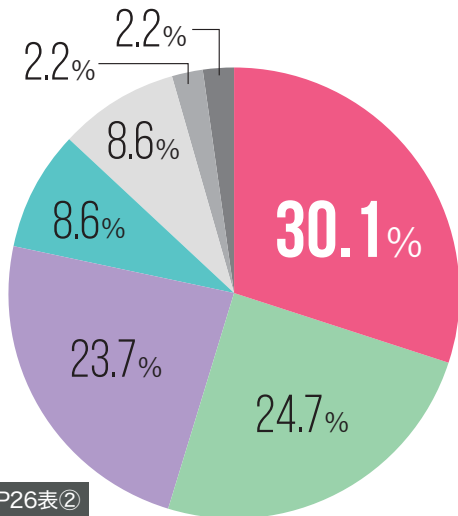
P26表①

※内定取得者を対象（複数回答）

- 37.0%… 内定者懇親会
- 34.2%… メール・電話による定期連絡
- 20.5%… 内定式
- 8.2%… 集合研修

【就活中の相談相手】

相談相手は大学・友人・家族。特に大学に相談をする割合が多い。



P26表②

※全学生対象（複数回答）

- 30.1%… 大学(先生・キャリアセンター・就職部など)
- 24.7%… 従来からの友人
- 23.7%… 家族
- 8.6%… 就職活動を経験した先輩学生
- 8.6%… OB・OGなどの社会人
- 2.2%… 就職活動中に知り合った学生
- 2.2%… 相談しなかった

活動満足度【総括】

美術系学生は一般学生と比べ「第1志望群への入社ができた」という回答が多い(P25表①)。一方で、当初は志望していなかった志望群での就職をした美術系学生も30%を超える(P25表①)が、入社先企業への満足度は全体で約92%近くと、満足度が高い傾向と言える(P25表②)。

また、相談相手としては大学が一番となった(P26表②)。入社ができた層の満足度が高いことを踏まえると、非常に良いサポートができていると考えられる。そのため、就職を希望しながら入社に至らなかった層をいかに減らすことができるかが大学の課題ではないだろうか。

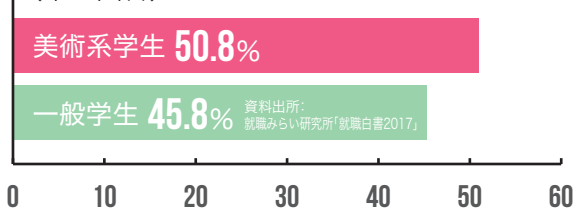
インターンシップの実態

P27表①

【インターンシップ参加割合】

参加割合は、一般学生よりも美術系学生の方が5%も高い。

(単一回答)

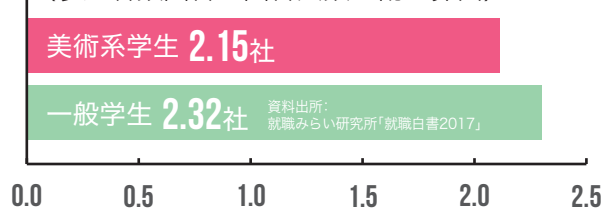


P27表②

【平均参加社数】

参加社数はほぼ同数だが、若干美術系学生の方が少ない。

(参加者数回答を回答人数で割り算出)



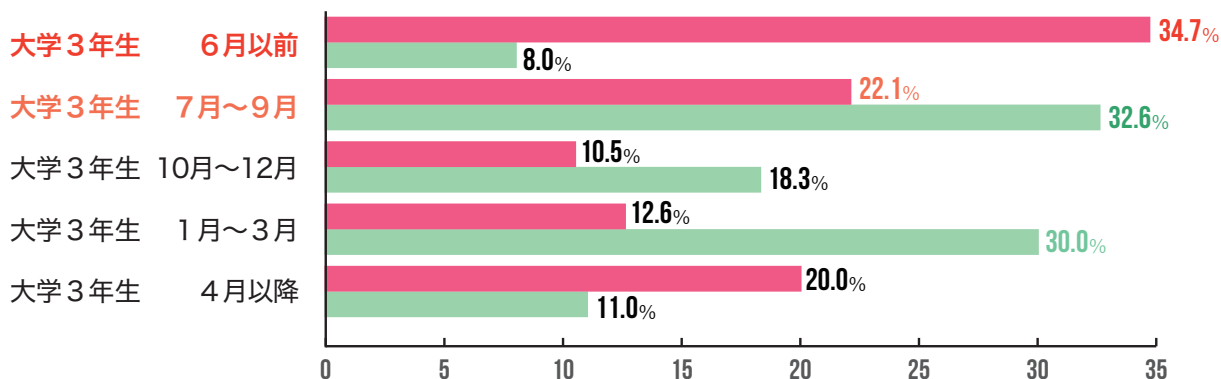
P27表③

【初めて参加した時期】

(単一回答)

美術系学生の約60%が大学3年生の9月以前。一般学生と比べて早い傾向。

■ 美術系学生
■ 一般学生
資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」



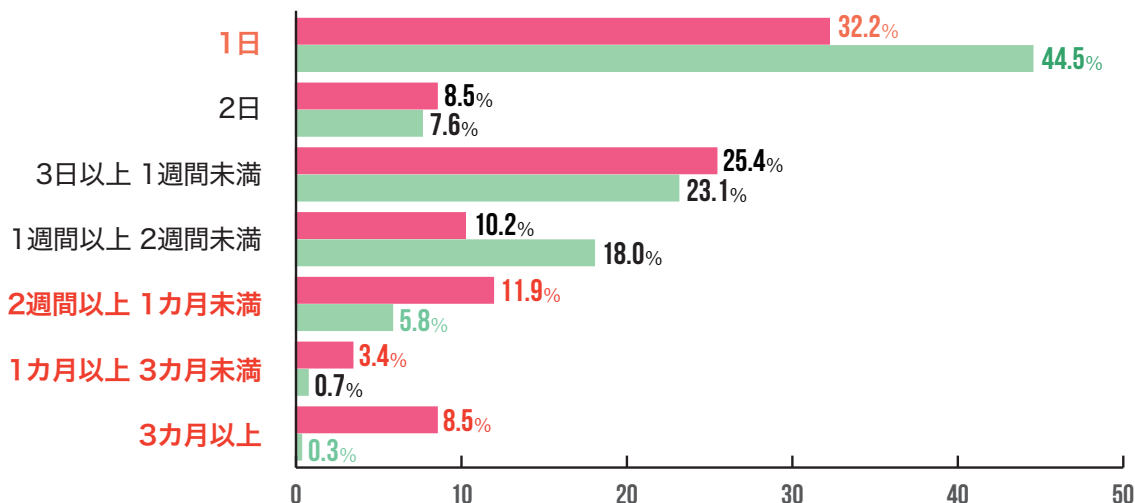
P27表④

【参加期間】

(複数回答)

全体としては1日のみが多いが、2週間以上の割合が一般学生の3倍以上と長期も目立つ。

■ 美術系学生
■ 一般学生
資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」



インターンシップの実態

複数回答

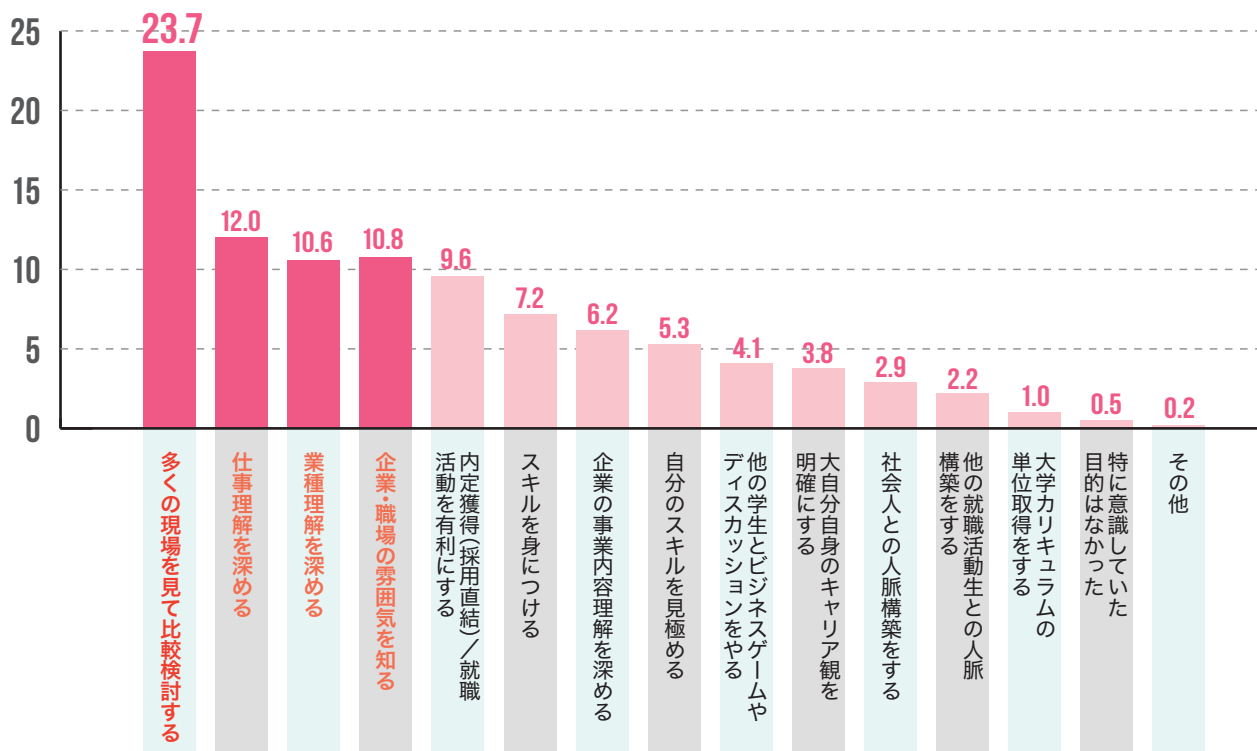


【インターンシップ参加目的】

4人に1人の美術系学生が「多くの現場を見て比較検討する」ことを目的としている。

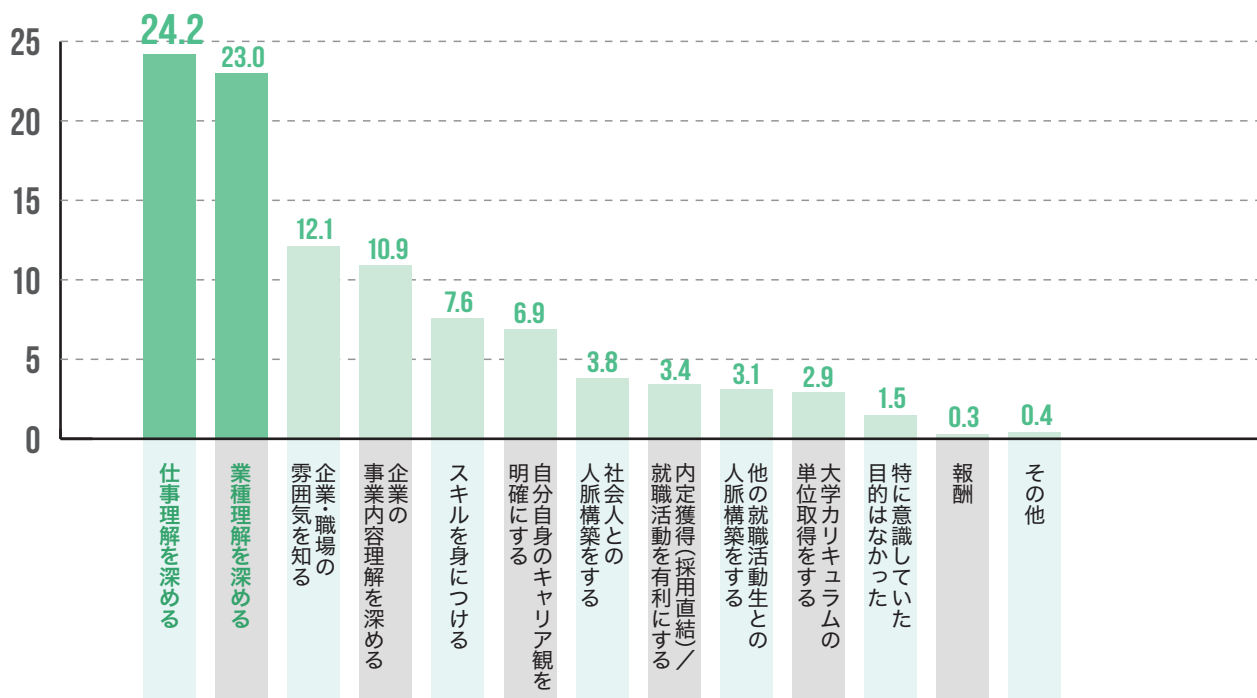
美術系学生

P28表①



一般学生

資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2017」

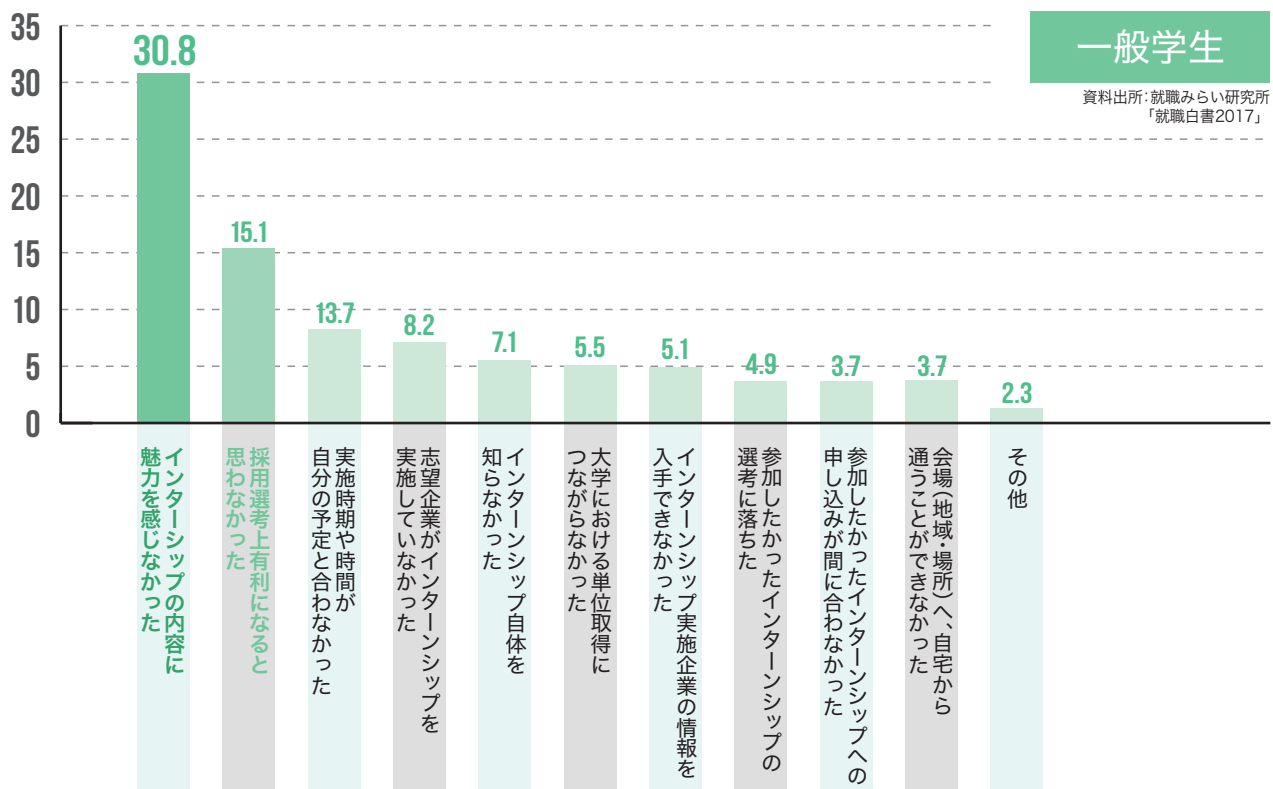
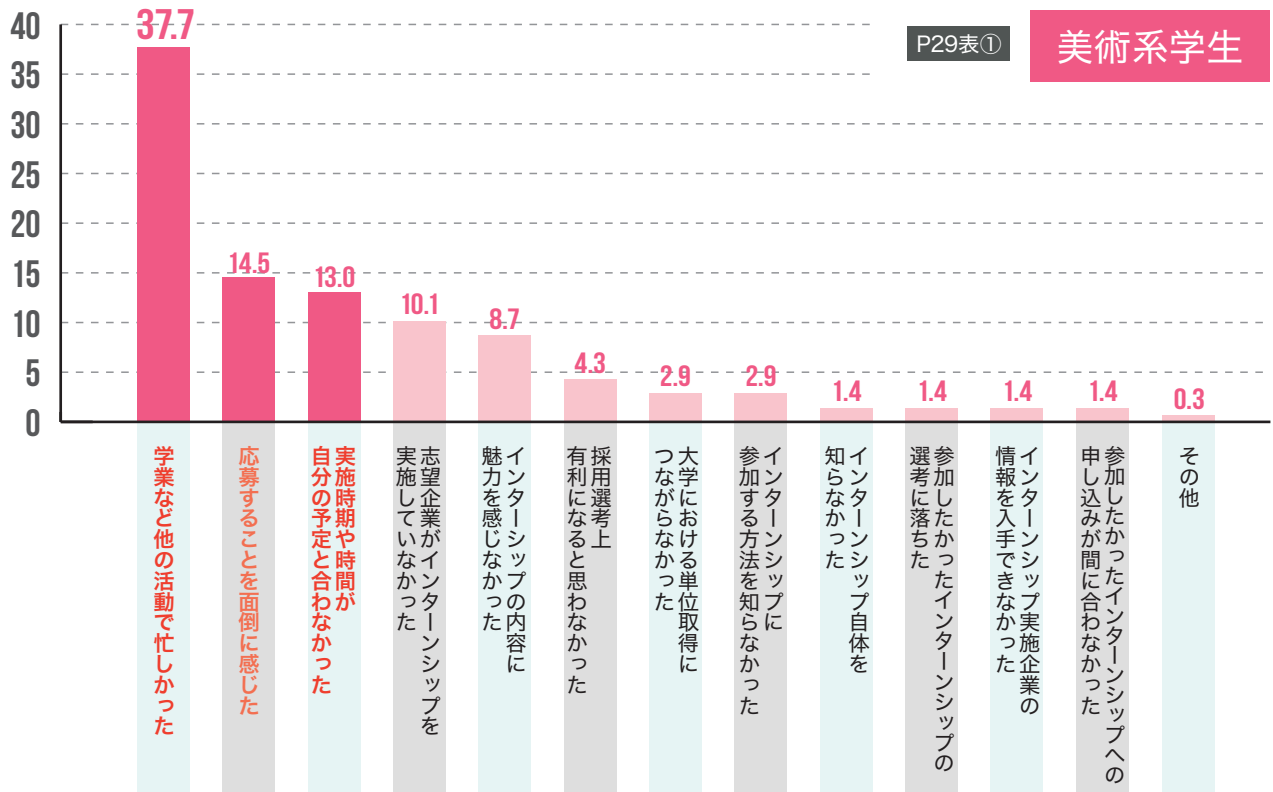


インターンシップの実態

複数回答

【インターンシップに参加しなかった理由】

不参加の美術系学生のうち、多くの学生がスケジュール面を理由に参加しなかった。

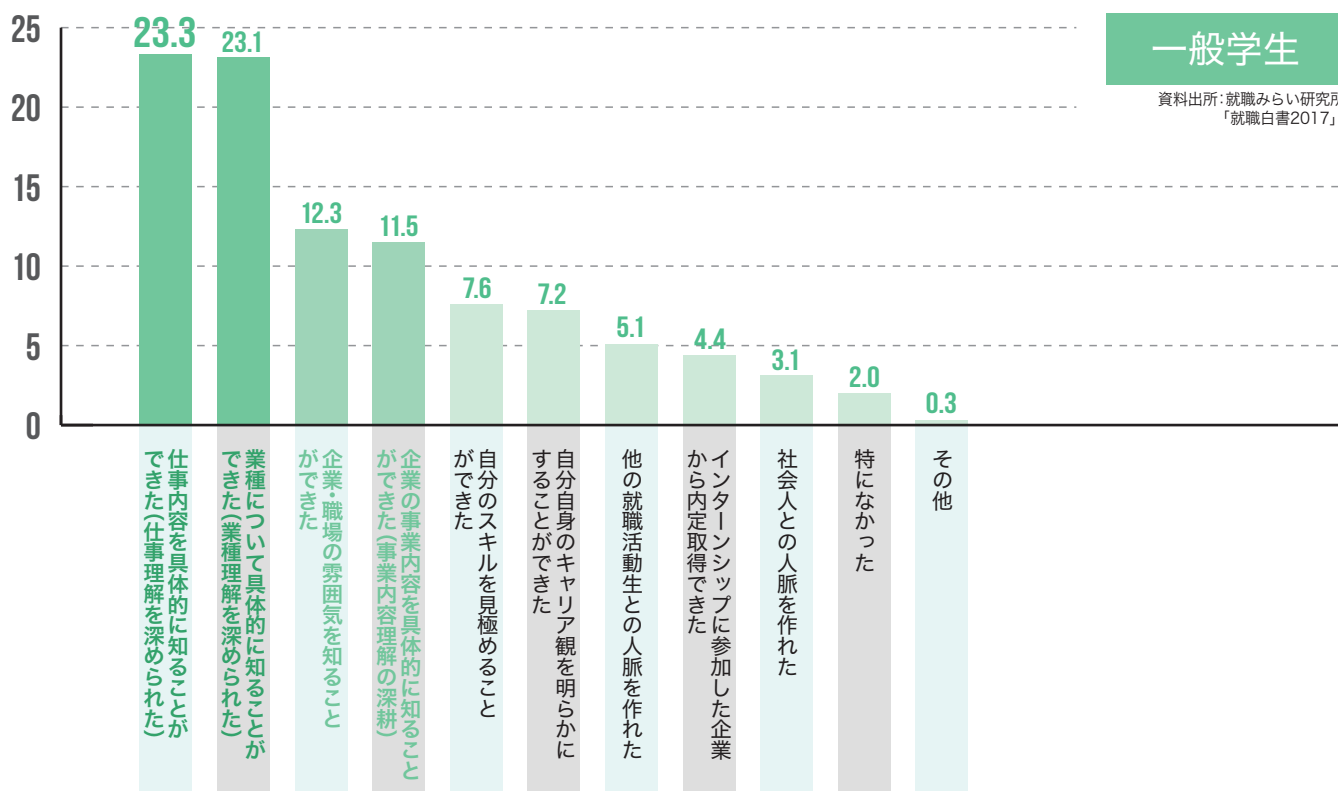
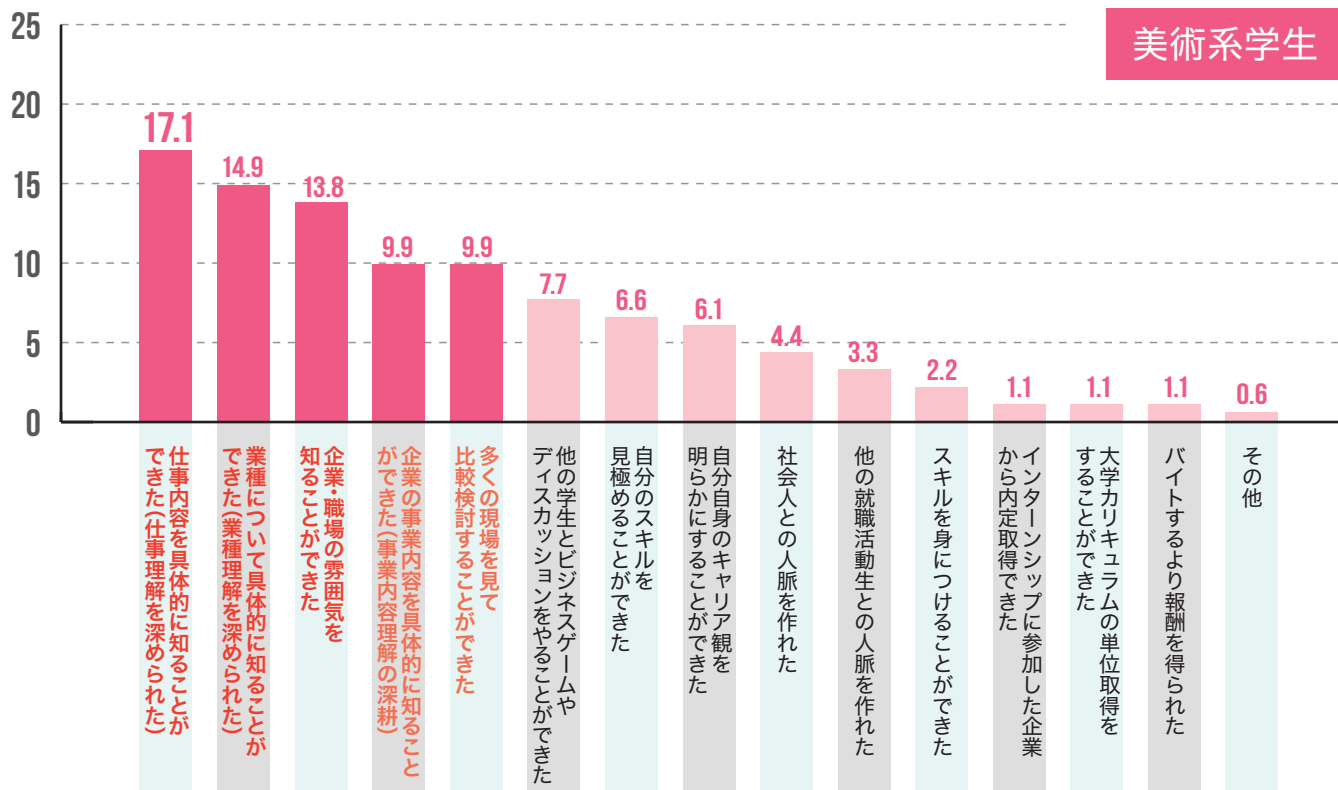


インターンシップの実態

複数回答

【インターンシップに参加して良かった点】

美術学生・一般学生ともに、企業・業種理解が良かった点の上位となった。



インターンシップの実態

複数回答



【インターンシップ参加後の結果】

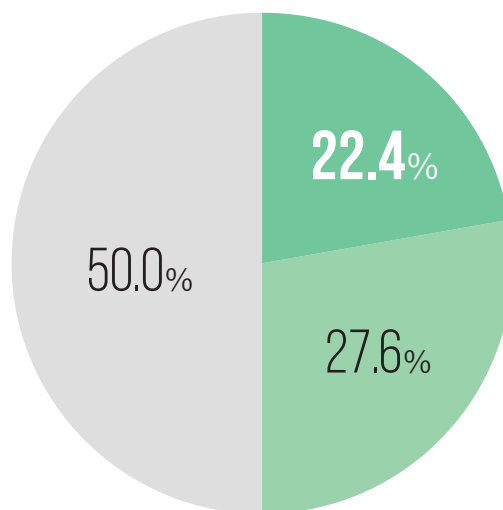
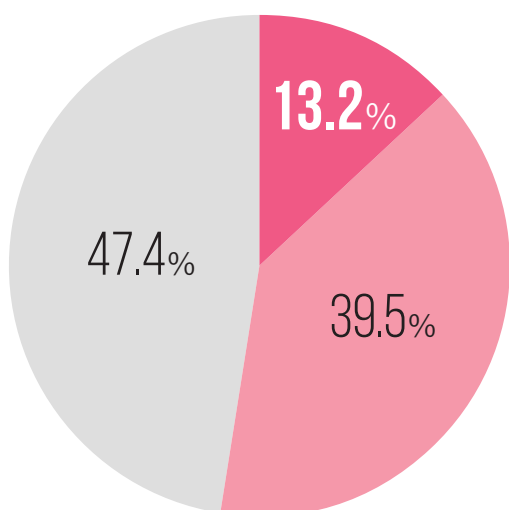
一般学生に比べ、インターンシップは入社に直結しないが、同業種への入社にはつながる。

美術系学生

P31表①

一般学生

資料出所：就職みらい研究所
「就職白書2017」



- ■ インターンシップ参加企業に入社する予定
- ■ インターンシップ参加企業ではないが、同業種の企業に入社する予定
- ■ まったく異なる業種の企業に入社する予定

インターンシップ【総括】

美術系学生は、多くの現場を見て比較検討することや企業・業種理解を深めることを主目的にインターンシップへの参加を検討し(P28表①)、実際に一般学生よりもインターンシップに参加している割合は高い(P27表①)。

しかしながら、美術系学生の参加するインターンシップは拘束期間が長いものが多い(P27表④)ために複数の企業への参加が難しく(P27表②)、理解を深めること自体はできたものの、比較検討ができたという回答が少ない(P30表①)。また、そもそも自身の予定との調整ができずに参加自体を断念するケース(P29表①)も多い。

美術系学生が参加することが多いクリエイティブ系のインターンシップでは、インターンシップそのものの期間の他に、課題制作・提出といった副次的な拘束が発生することが多いことも要因の一つと考えられる。

インターンシップの参加時期という観点では、一般学生に比べ早い傾向にある(P27表③)。だが、インターンシップが入社につながる割合は一般学生よりも10%近く低い結果(P31表①)となっている他、上記の通り複数社のインターンシップに参加できず比較検討ができない、就活時期の総括(P17)でも触れたように、実際の就活開始までに間延びが発生してしまっているなど、インターンシップが就活の一環としてうまく機能していないのではないだろうか。

【 総 括 】

「クリエイターが社会を元気にする」

これは、私たち優クリエイトの基本理念です。この理念の実現のため、クリエイターに特化した派遣・紹介サービスを中心に事業展開して、早いもので33年が過ぎました。その間、学校を卒業し、社会に出てプロフェッショナルクリエイターとして活躍している方々のキャリア形成支援として、派遣・紹介サービスの充実を努めてまいりました。

その過程で、学生から社会人の第一歩、クリエイターとして歩み始める第一歩の歩みだし方、たとえば、自分の進むべき道の選択や入社を目指す企業選択のあり方に疑問を感じておりました。疑問の解消のため、主に美大生、芸大生の就職の実態や美大生、芸大生を採用する企業の実態、また入社したのちの就業の実態を調査・把握すればするほど、美術系学生のあるべき就職とあるべき企業の採用を提案する必要性を強く実感いたしました。

そこで、数年前から美術系学生の就職支援、一方、美術系学生を採用する企業の採用支援事業を本格的に進めて参りました。

本格的に事業を進め3年目を迎えた今、改めて、美術系学生の就職活動の実態を多くの方々に知っていただくことで、美術系学生の就職活動と美術系学生の採用をお考えの企業の皆様にお役にたてるようにとこの実態調査報告書をまとめあげました。

一般の学生の就職活動と比較しますと「就職活動の時期」、「企業へのエントリー社数」、「企業説明会の参加回数」、「内定社数」など、美術系学生の就職活動の実態がより鮮明になってまいります。企業情報の不足や就職活動の知識不足から美大・芸大で学んだにも関わらず、営業職や販売職といったクリエイティブ職以外に進路を選択せざるをえない実態など衝撃的な事実が浮き彫りとなってきました。

「クリエイターが社会に出る一歩から自立の支援まで」

これは、私たち優クリエイトの事業領域です。美術系学生が社会に出る一歩の選択において、自分の選択は間違っていなかったと胸を張れる。そして、ひとりでも多くのクリエイターが「働く喜びの実感と将来への期待」をいつも感じることができる社会の実現を目指しています。



クリエイターワークス研究所
美術系学生 就職活動 実態調査報告

2017年3月30日 発行

発行人・編集人 クリエイターワークス研究所 所長 高橋 茂一

クリエイターワークス研究所 主幹研究員 武藤 覚
主幹研究員 寺山 真哉
主任研究員 大平 信之

制作パートナー 谷田部 友理、美大芸大就活ナビ運営局

発行元 株式会社 優クリエイト
〒150-0044 東京都渋谷区円山町28-3 いちご渋谷道玄坂ビル
TEL:03-6712-7970
c_works@y-create.co.jp

本誌記事・写真・イラスト・グラフの無断転載・複製を禁じます。
出典元を明記していただければ、基本のご利用可能ですが、
その際は事前に「優クリエイト クリエイターワークス研究所
(c_works@y-create.co.jp)」までご一報ください。