

2018年版

美術系学生 就職活動

# 実態調査報告



CREATOR  
WORKS  
研究所



## 2018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	〈P3～P5〉美術系・芸術系大学：30校 一般大学・美術系学部/学科：115校 短大・美術系学部/学科：12校 〈P6以降〉2018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542人
調査期間	〈P3～P5〉2017年5月～6月 〈P6以降〉2017年10月～2017年12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2018」を参照。 その他、総務省統計局を一部参照。

# CONTENTS

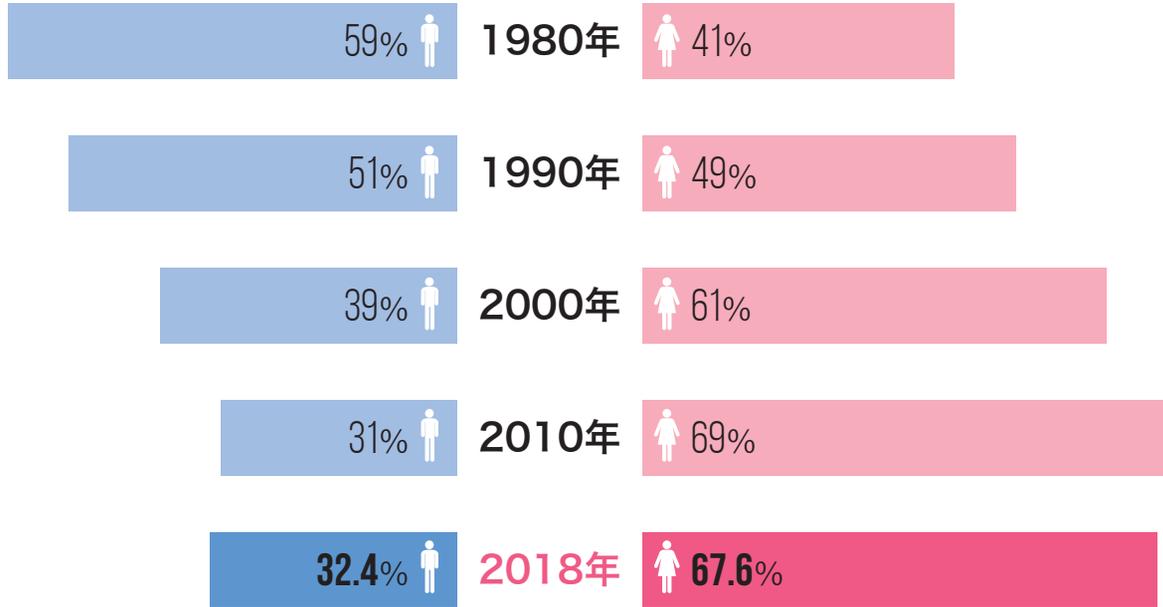


- P01 調査概要
- P02 目次
- P03 男女比
- P04 就職希望者割合
- P05 卒業後の進路
- P06 学生の就職思考
  - P06 就職希望度／就職できなかった時の進路／就職観
  - P07 大手企業志向かどうか／海外勤務志向
  - P08 企業選択における重視項目
  - P09 行きたくない会社／学生の就職志向【総括】
- P10 就活の情報収集
  - P10 就職活動中の情報収集
  - P11 就職活動において不足していた情報／就活の情報収集【総括】
- P12 就活実施 時期
  - P12 就職活動で「実施した」もの
  - P13 情報収集スタート時期
  - 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 ボリューム
  - 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／内定取得後の就職活動継続状況
  - P23 内定取得後の就職活動継続理由／実施ボリューム【総括】
- P24 活動満足度
  - P24 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
  - P25 内定後、入社意欲が高まったもの／就活中の相談相手／
  - P26 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

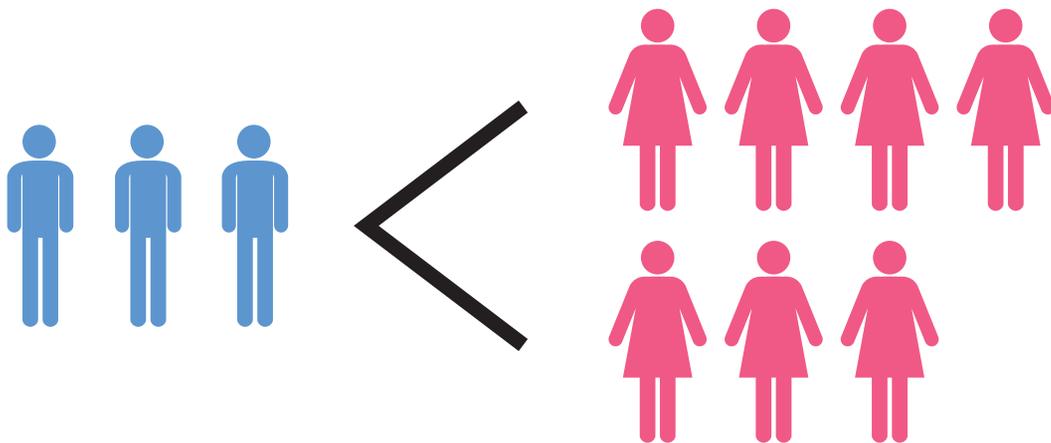
美術系学生は、年々女性の割合が増え、現在は約7割が女性となっている。

P3表① 資料出所:総務省 統計局 学校基本調査



(79校13,222名 回答の割合)

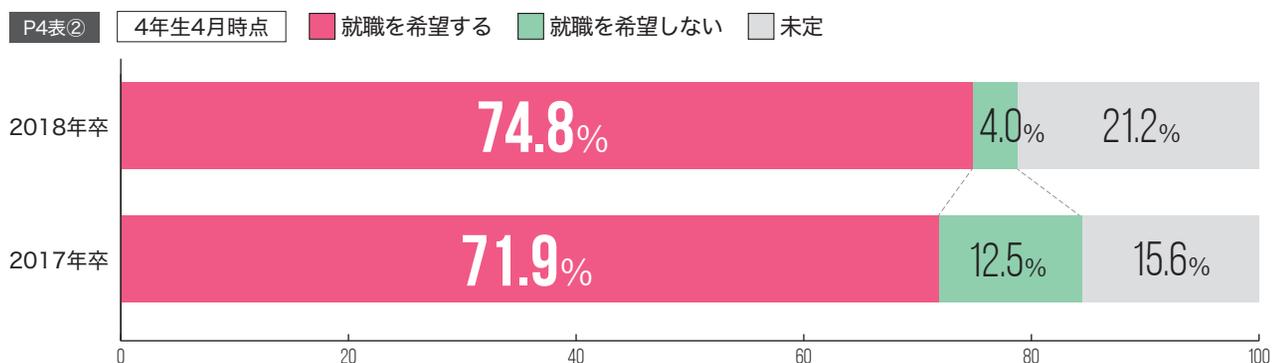
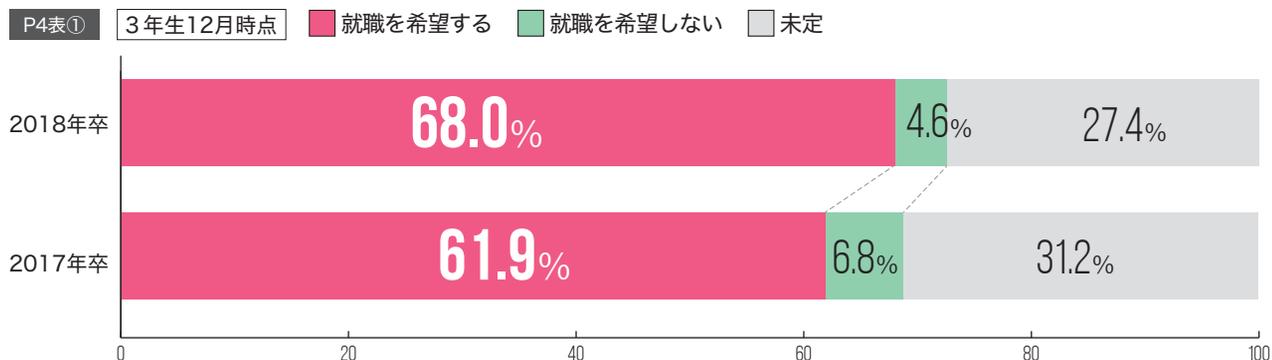
美術系学生は、以前は男性の方が多く、1990年代を境に女性の比率が上回ることに。2010年以降は、7割近くが女性。



現在の美大生の比率

# 就職希望者割合

2017年卒に比べ、就職を希望する割合が増加している。  
また、就職を希望しないと明言する割合が大幅に減少している。



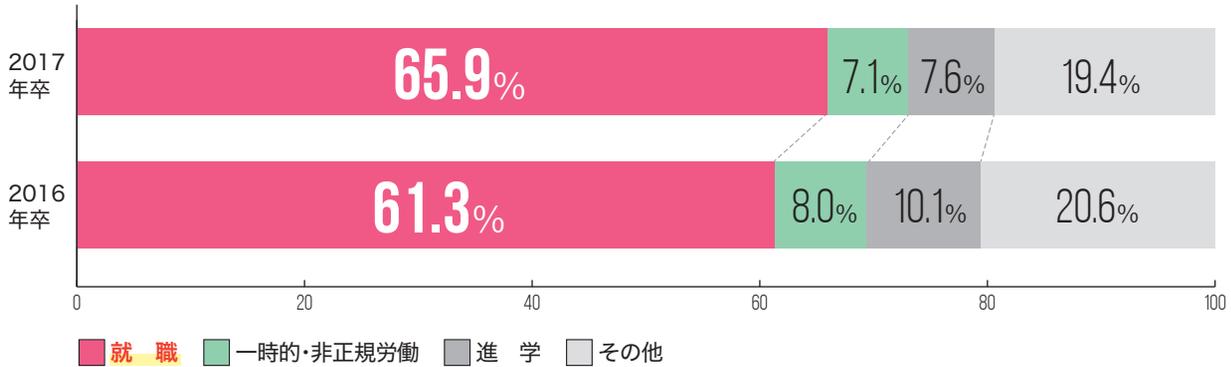
昨年比では、3年生12月時点・4年生4月時点ともに、「就職を希望する」が昨年を上回る結果となった。また、「就職を希望しない」が大幅減となっている。「就職を希望しない」が「就職を希望する」「未定」へ流れている状況であり、昨今の学生に対する就職しやすさが追い風となり、学生の就職への意識が高まっているのではないだろうか。

3年生の12月時点で既に7割近い学生が就職を希望すると決めており、その点では、3年生12月以前から就職に関する情報の提供が必要となっていると思われる。また、まだ就職を決めかねている学生も4年生に進級後も少なからず存在しており、この層が就職活動に乗り遅れないようなサポートも必要かと思われる。

# 卒業後の進路 (2017年4月入社=2017卒までの集計)

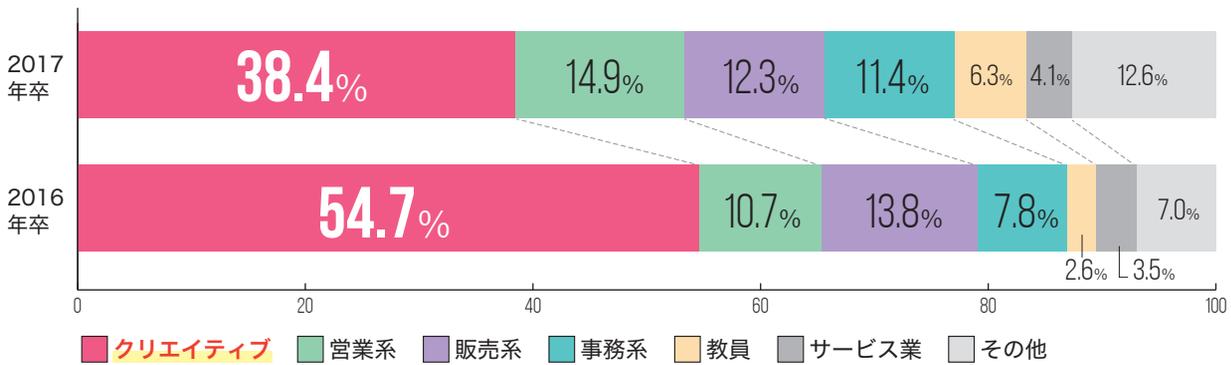
就職率は年々上昇。  
しかし、クリエイティブ職への就職割合が大幅減。

P5表①



P5表②

※就職した学生の就職先職種



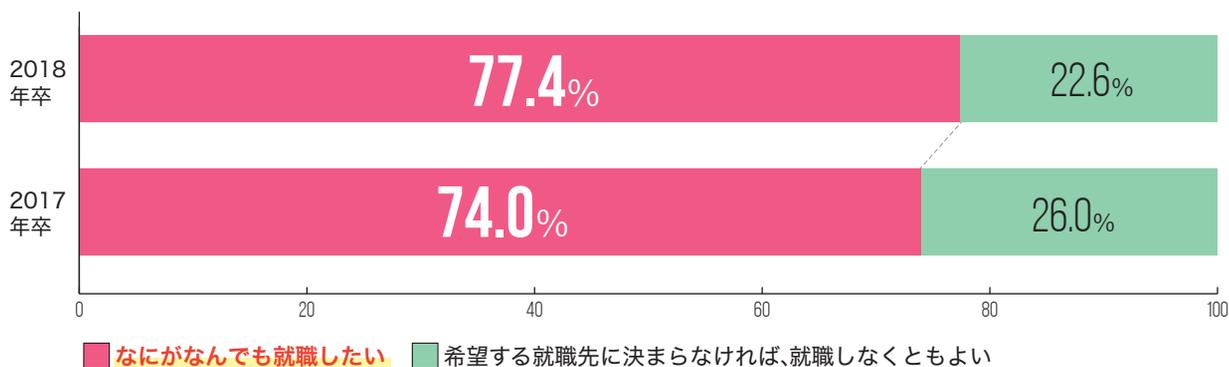
就職率の堅調な伸びは、現在の市場観をよく反映している数字である。進学をはじめ、就職以外の進路が軒並み減少、就職率が上昇している。

一方、クリエイティブ職への就職は大幅に減少している。今回の調査が、前回の調査に比べ一般大学の美術系学部生の回答数が伸びていることも一つの要因である可能性もあるが、(P24表1)にもあるように、就職活動開始時の希望ではない業界への就職が増えていることが大きな要因と思われる。市場観の好調により、美術系学生であっても一般職などの就職先の間口が広がっていること、これに加え学生の働き方の安定志向の高まりなどから、非クリエイティブ職への流出が増えたのではないだろうか。

業界内での残業時間が絡む不祥事などを経て、クリエイティブ業界内でも働き方改革が進んでいるが、これらが今後どのように変わっていくかは非常に大きなポイントとなると思われる。

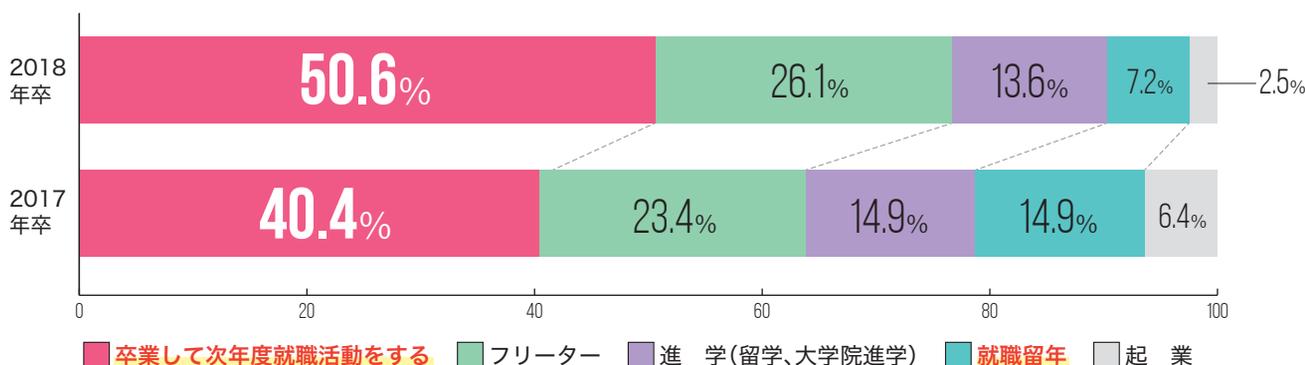
**就職希望度** 就職を希望する割合が増加傾向にある。

P6表①



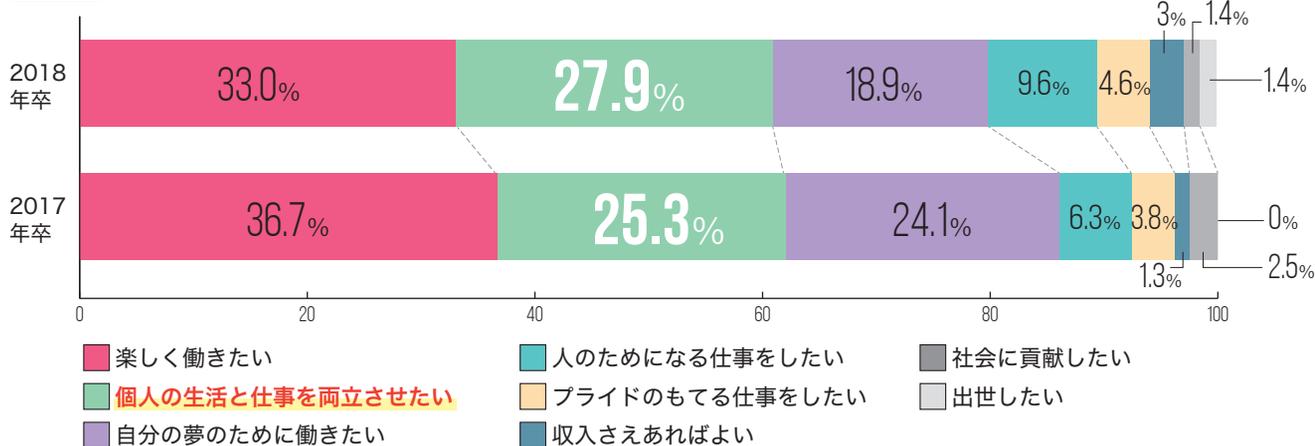
**就職できなかった時の進路** 就職できなかった場合でも、半数以上が就活の継続を検討している。

P6表②



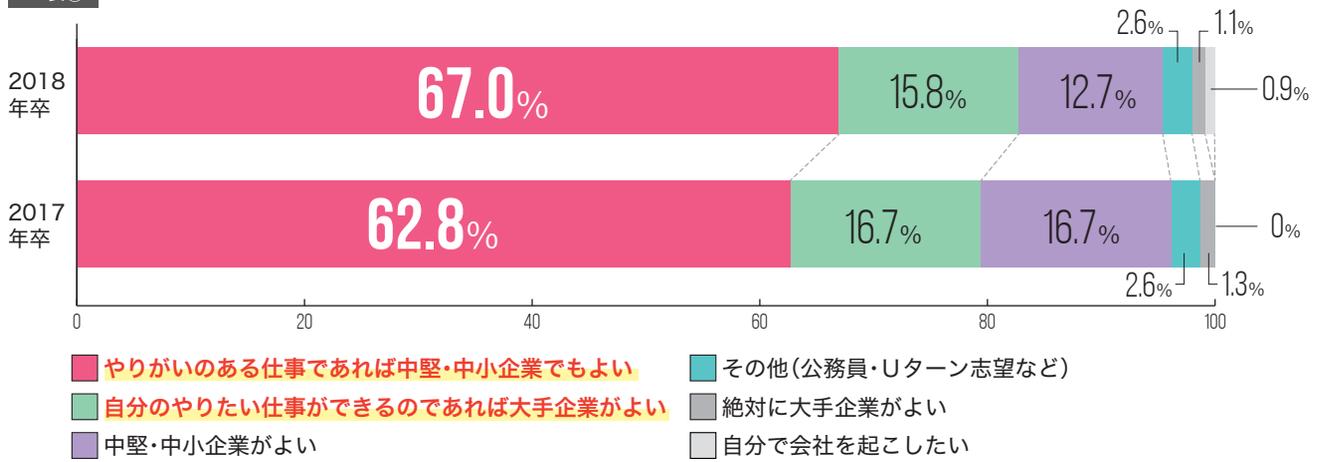
**就職観** 各順位は変わらないが、個人の希望よりも、ワークライフバランスを重視する傾向が強まっている

P6表③



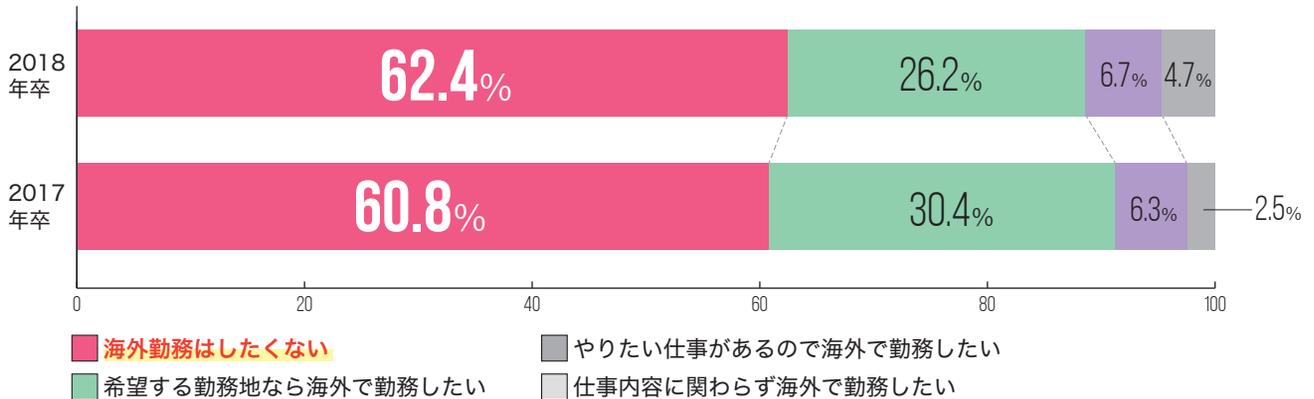
■ ■ ■ 大手企業志向かどうか 会社規模よりも、希望が実現できる環境を求める傾向が強まっている

P7表①



■ ■ ■ 海外勤務志向 約60%が「海外勤務NG」と回答。

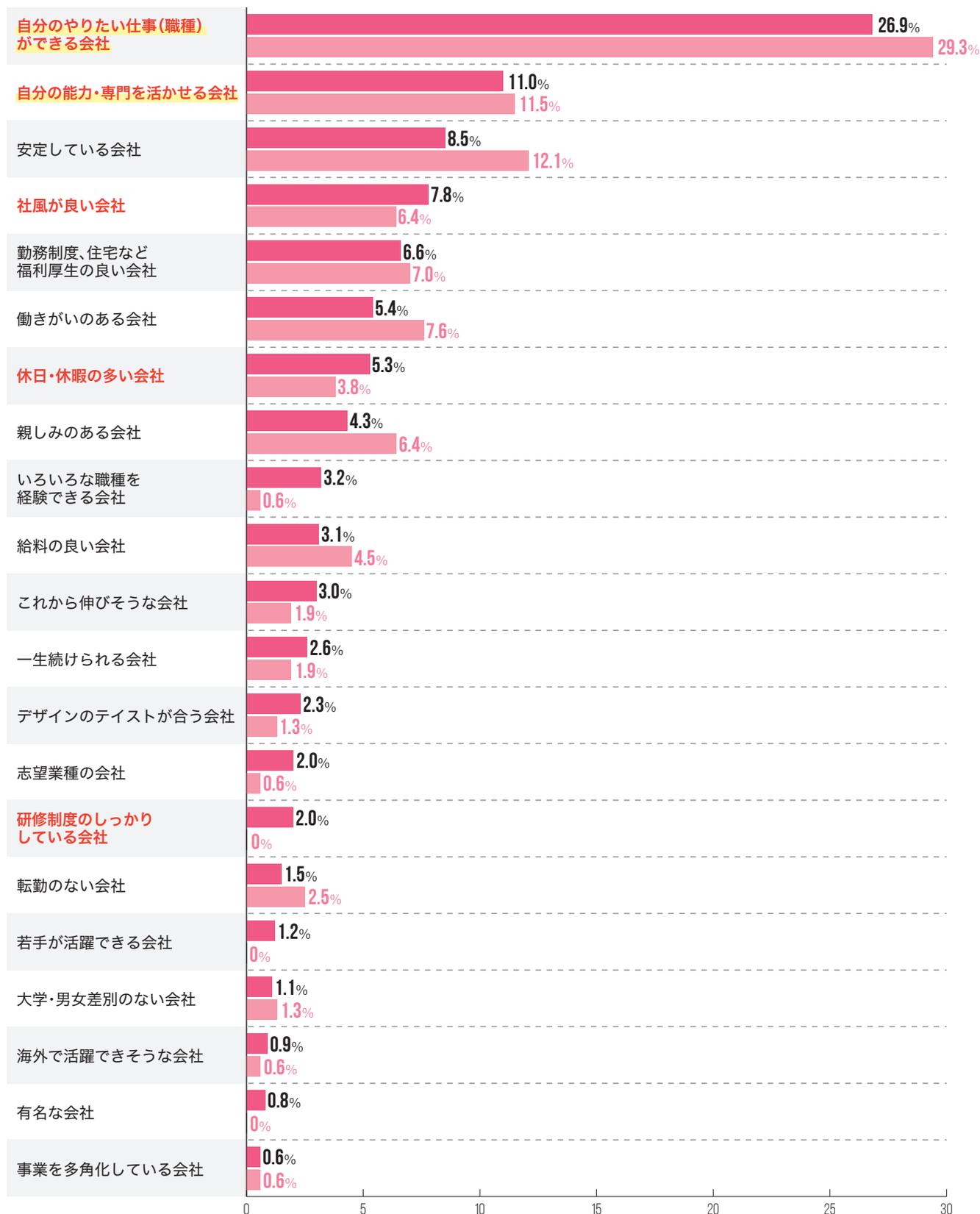
P7表②



## 企業選択における重視項目

自分の専門性を活かしたい学生は引き続き多い。また、休日や研修などの働き方の安定性を求める傾向が強まっている。

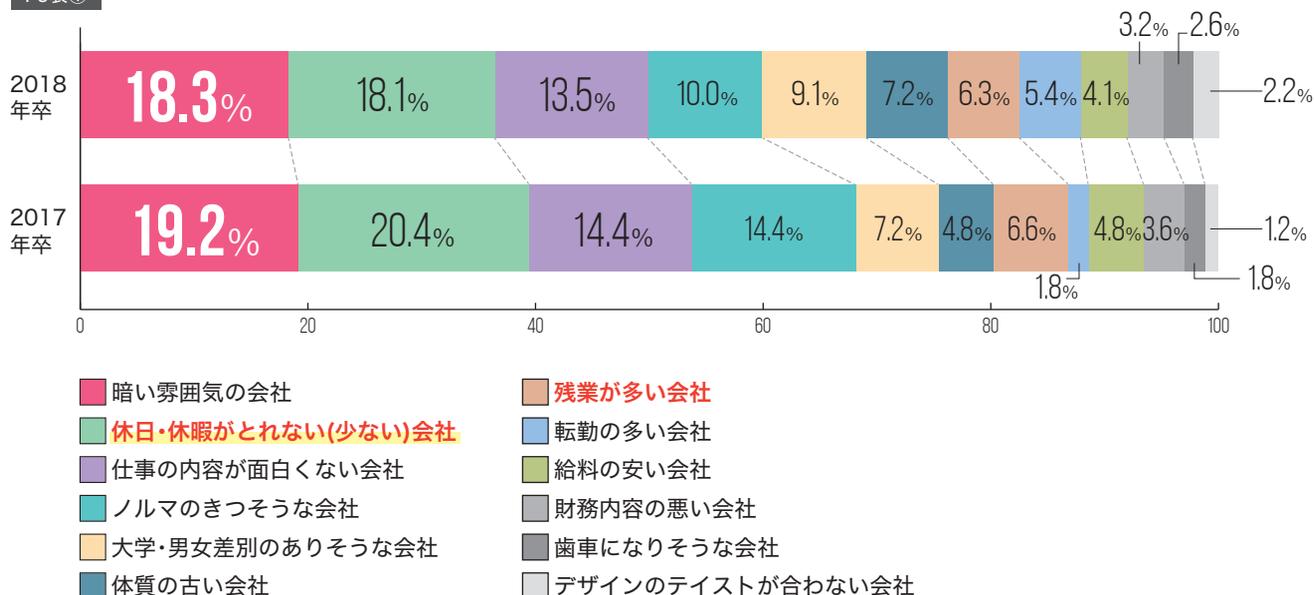
P8表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒)



行きたくない会社

昨年とほぼ同様の結果となっており、  
残業よりも休日・休暇を重視する傾向も同じ。

P9表①



## 学生の就職思考【総括】

就職市場の活性化により、昨年以上に就職への意識は高まっている (P6表①) (P6表②)。

一方、会社選びのポイントは、2017年卒・2018年卒でさほど傾向は変わっておらず、自身の専門性を活かしたく (P8表①)、それができるのであれば会社規模はさほど問わない (P7表①)。また、社風や安定性を求めるが、これに加えちゃんと休みが取れるかどうかといったワークライフバランスをより重視する (P6表③) (P8表①) (P9表①)。

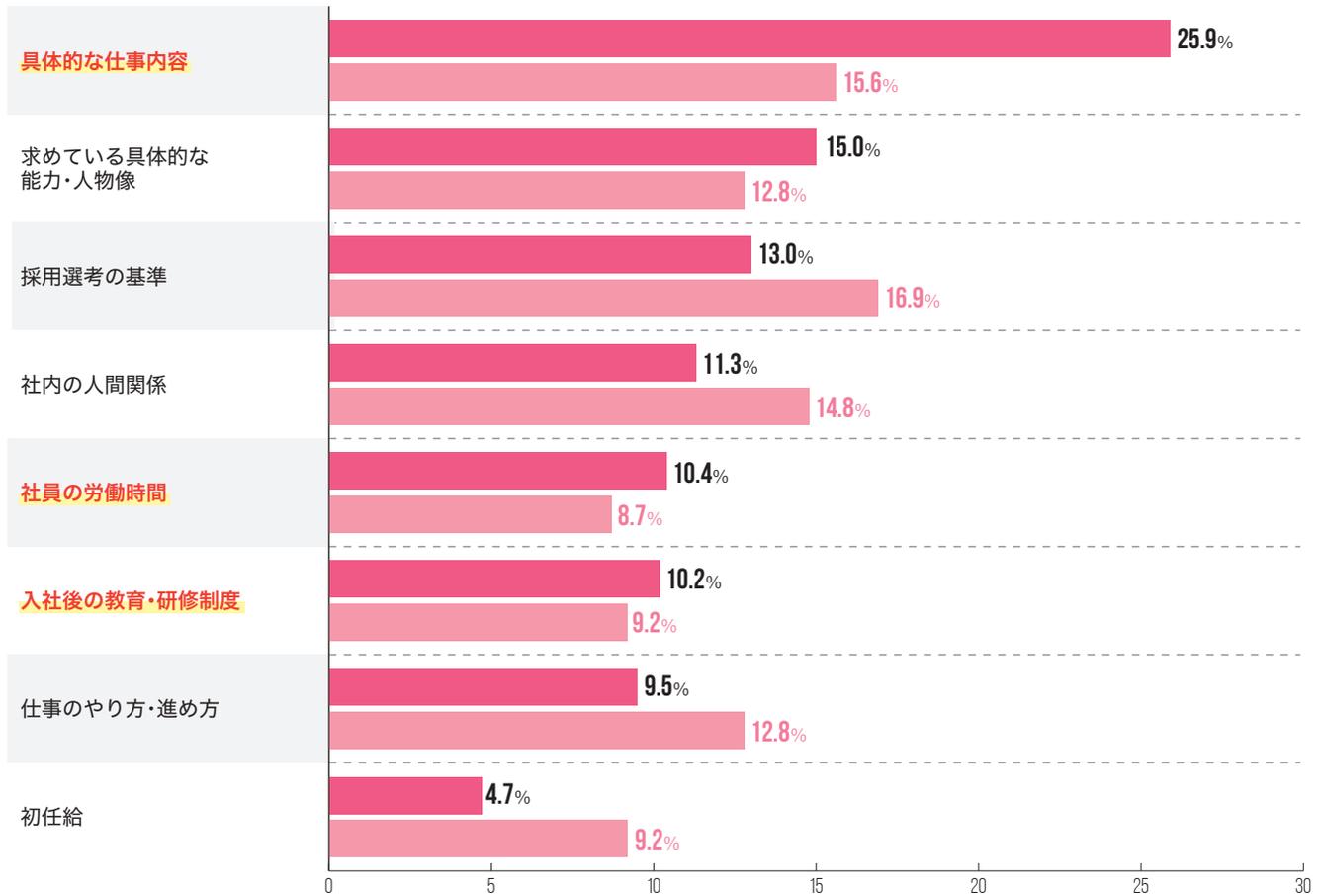
クリエイティブ業界でもより働きやすさ・ワークライフバランスを重視した社風作りが必要となっている。

## 就職活動中の情報収集

具体的な仕事内容が大きく増加。  
また、労働時間・教育といった点も増えている。

P10表①

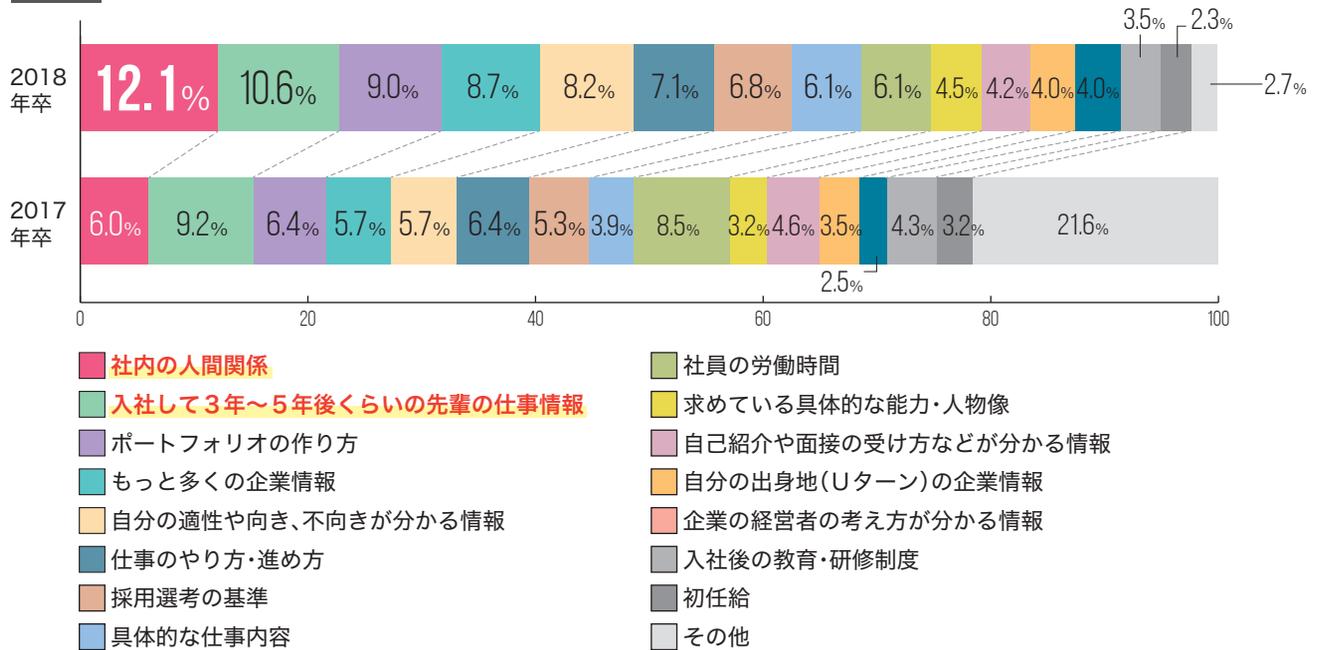
■ 美術系学生(2018年卒) ■ 美術系学生(2017年卒)



就職活動において不足していた情報

社内の人間関係や企業情報を求める傾向が高まっている。

P11表①



## 就活の情報収集【総括】

具体的な仕事内容の情報を集める層が多いが、比較的、情報の収集自体はできていると思われる。

これに対し、社内の人間関係といった、媒体・説明会だけではわかりづらい点、新卒採用ではあまり話題があがらない「入社3~5年」の少々上の世代については、特に不足感がある。

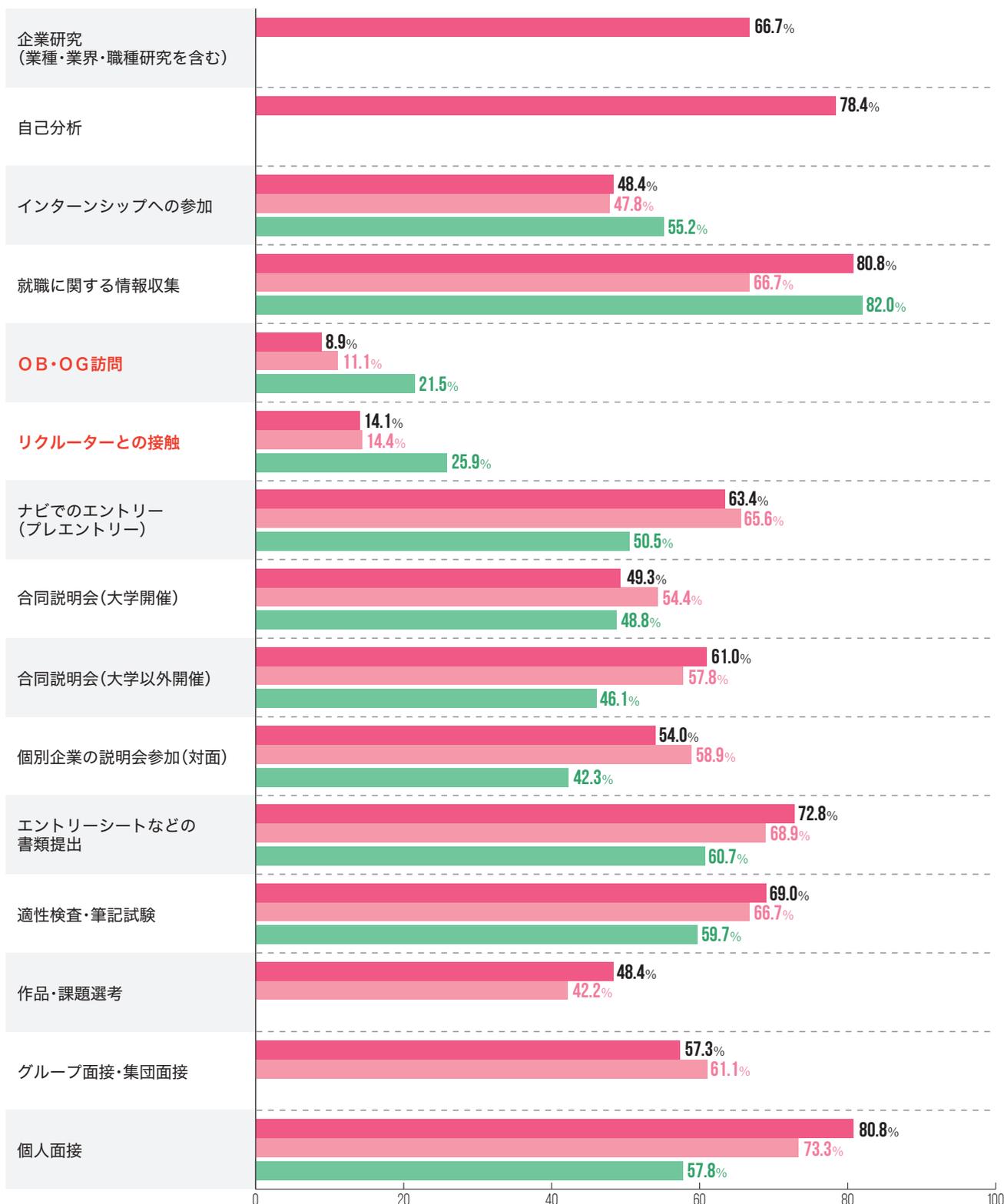
企業情報はじめ、どのように満遍なく様々な情報を提供できるかも、採用難易度が上昇している現在の新卒採用市場において企業に求められていることではないだろうか。

## 就職活動で「実施した」もの

インターンシップの参加、OB・OG訪問、リクレーターとの接触以外は、一般学生に比べ積極的に実施している傾向。

P12表①

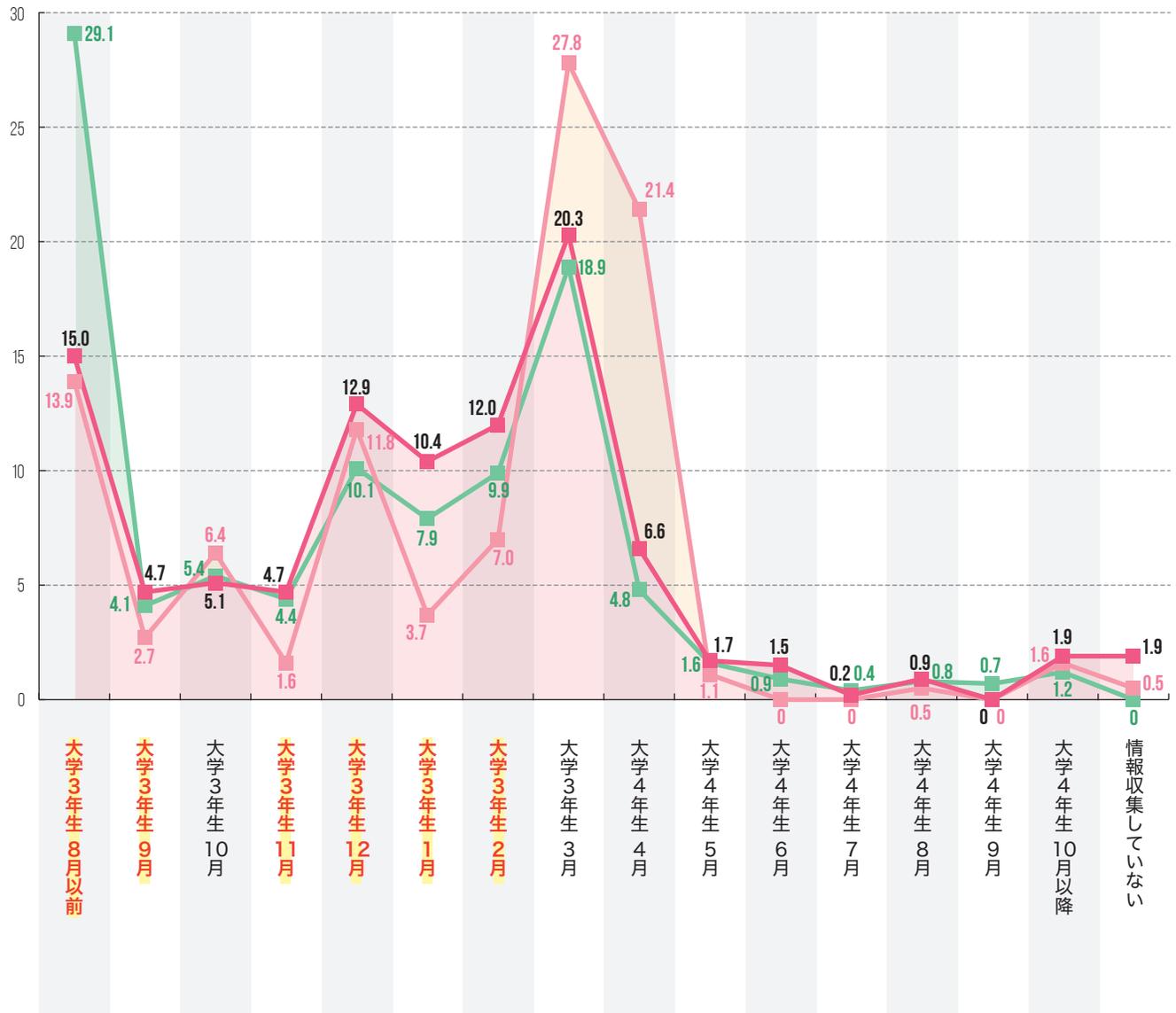
■ 美術系学生(2018年卒) ■ 美術系学生(2017年卒) ■ 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



## 情報収集スタート時期

開始が早まっており、3月解禁前の2月までに情報収集を始めている割合が合計で15%以上高くなっている。

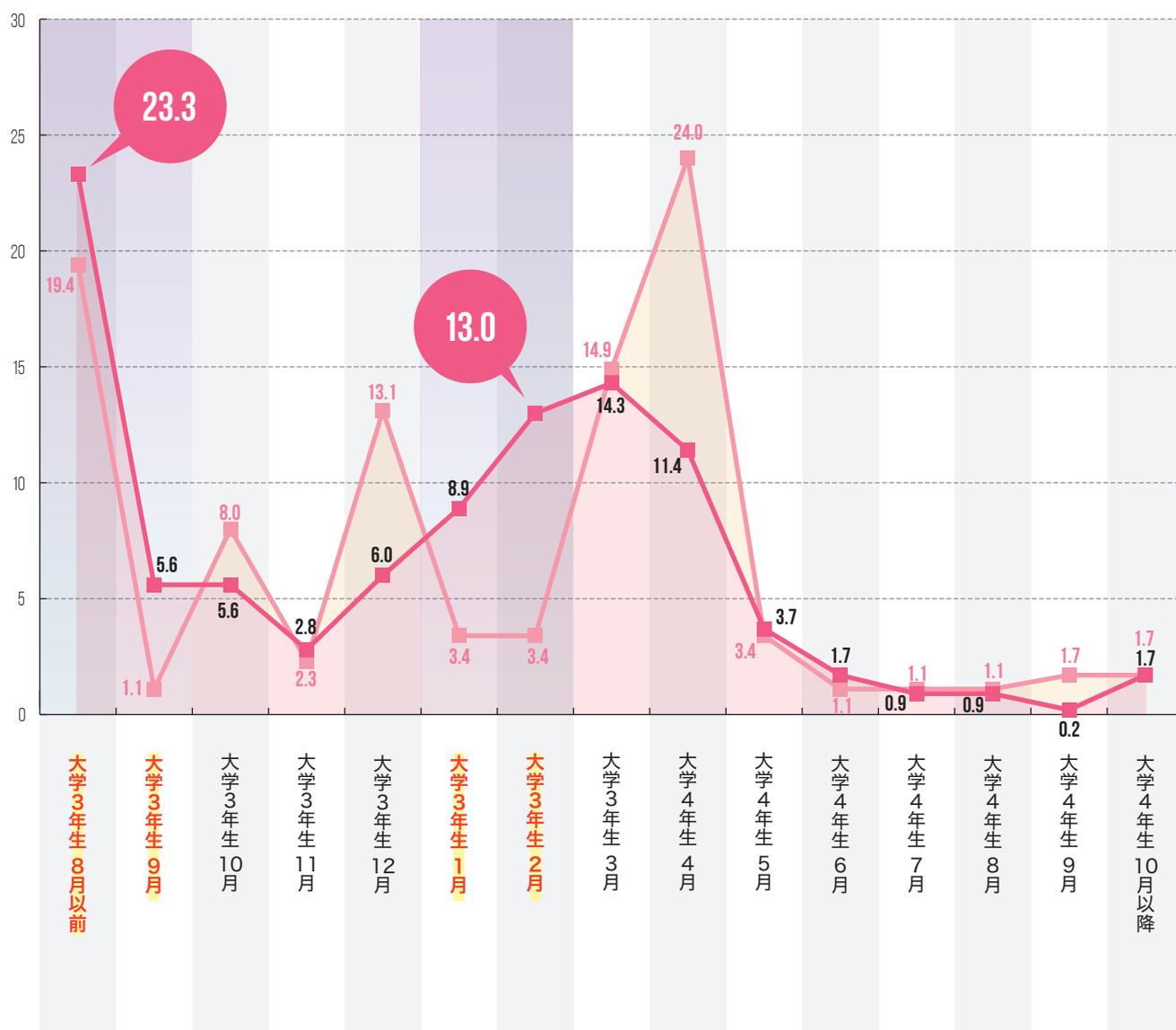
P13表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



ポートフォリオ準備開始時期

情報収集同様、3年生2月までに準備を開始している学生が15%以上増加している

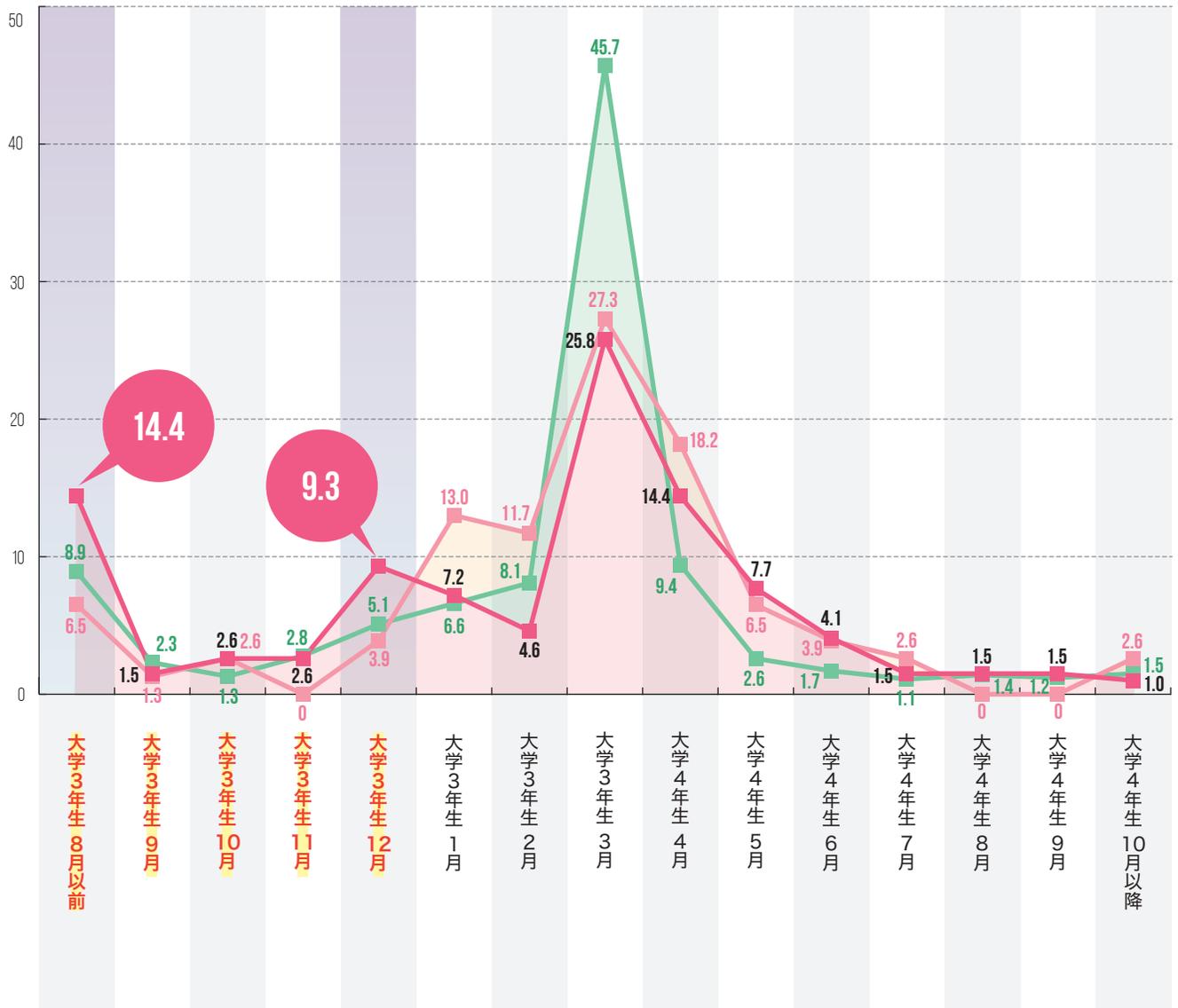
P14表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒)



個別企業説明会(対面)に行きはじめての時期

3年生12月までに説明会に参加している美術系学生の割合が倍以上増えている

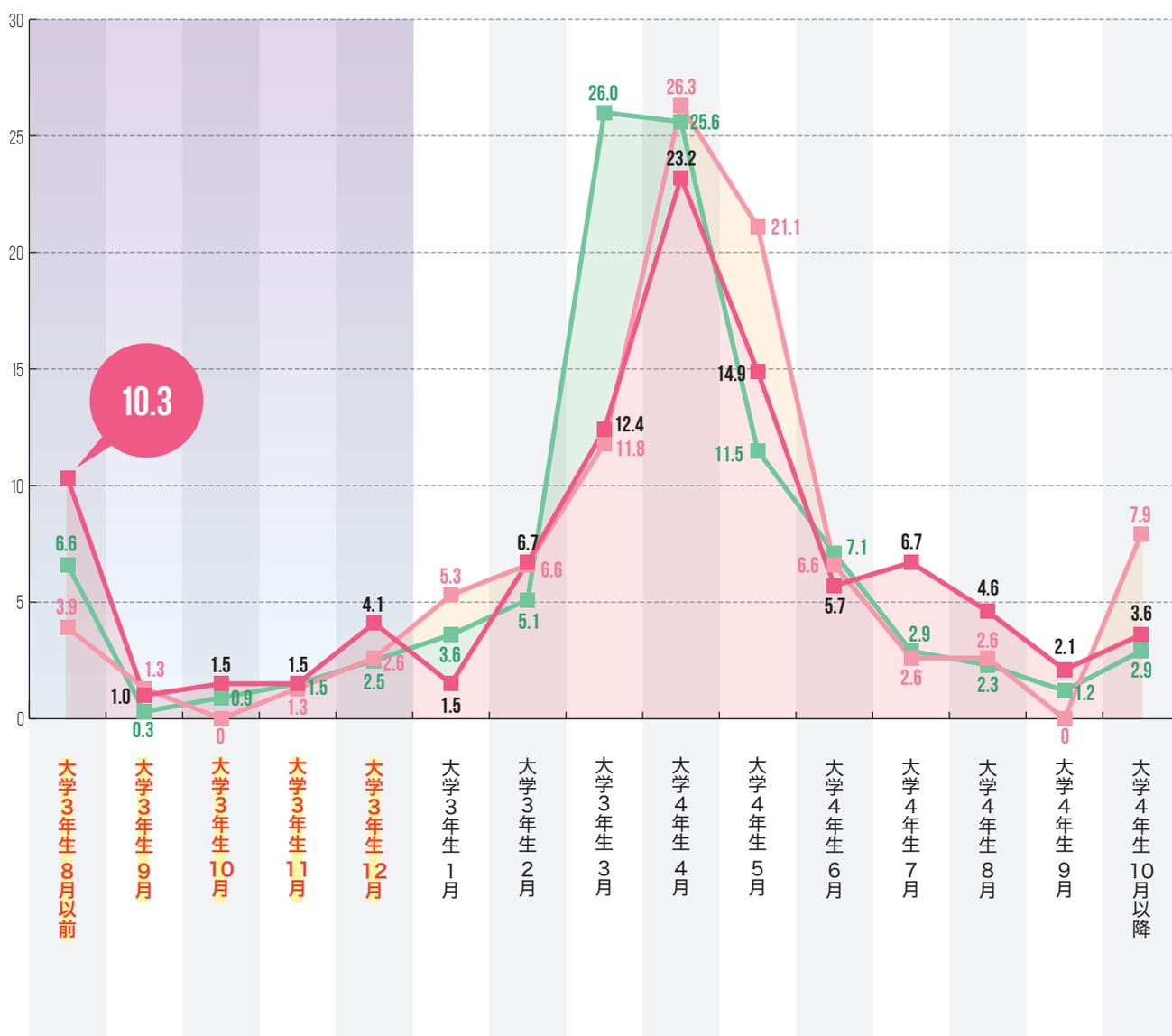
P15表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



面接(対面選考)に行きはじめての時期

3年生12月までに面接に行っている美術系学生の割合が倍近く増加。一般学生に比べても多い。

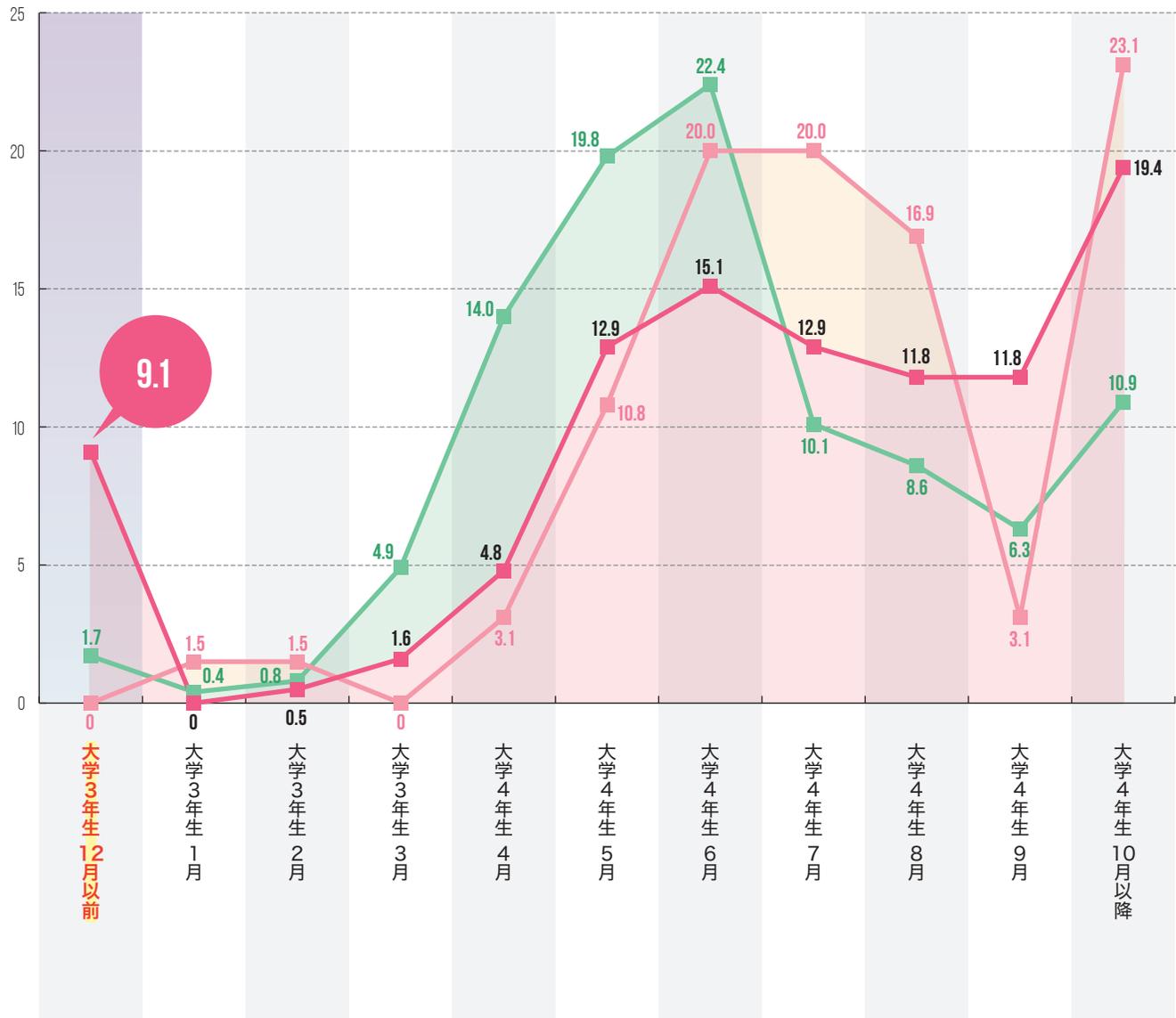
P16表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



内定取得時期

説明会・面接同様、3年生12月以前に内定を得ている美術系学生が大幅に増加している

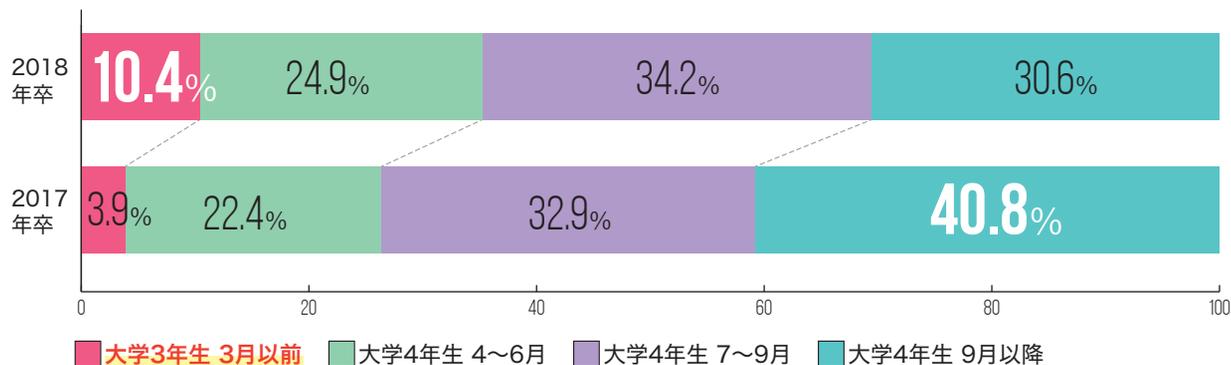
P17表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



就活終了時期

3年生3月時点で、すでに約1割の美術系学生が就職活動を終了している

P18表①



## 時期全般【総括】

2018年卒の特徴として、就職活動の前倒し・早期化が社会問題化しているが、美術系学生においても、就職活動の開始から実際の選考、内定、活動終了まで、すべてのフェイズにおいて早期化の傾向が見られる。

特筆すべきは就活終了時期 (P18表①) において、大学4年生9月以降に就職活動を終了した割合が約10%も減少している。この点からも、秋採用を実施している企業にとっては、より採用が難しい市場となってきたのではないだろうか。

OB・OG訪問、リクルーターの接触回数以外の活動ボリュームが減少傾向。

## 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2018」

## 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2018」

## 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2018」

## 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2018」

2018年卒は、2017年卒に比べ、概ね7割程度の行動量に減少している。

## 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2018」

## 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2018」

## 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2018」

## 面接(対面による選考)を受けた社数 平均 P20表④

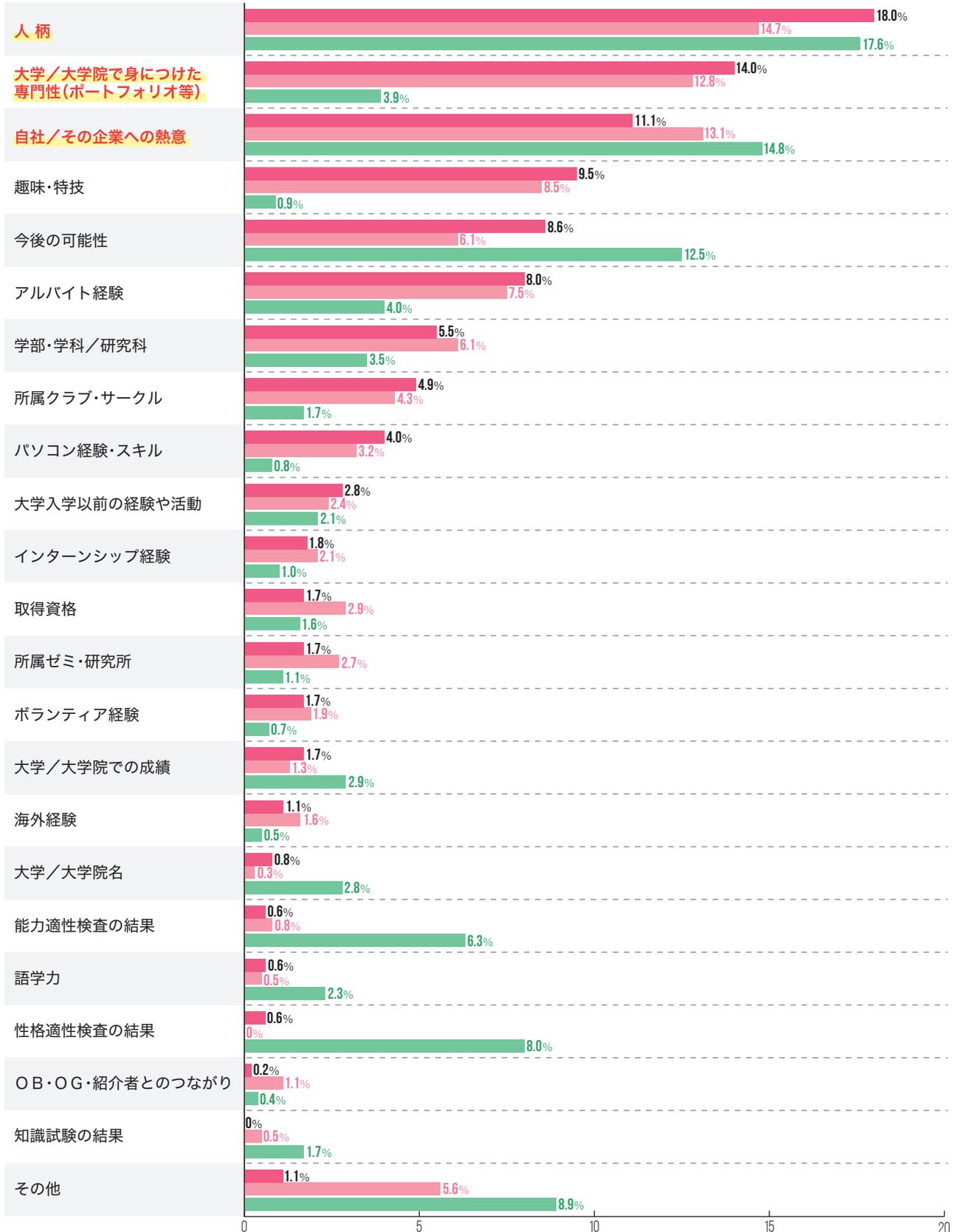


資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」

## 面接でアピールした(する)項目

美術系学生は、自身の専門性・特技をアピールする傾向が強い

P21表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」

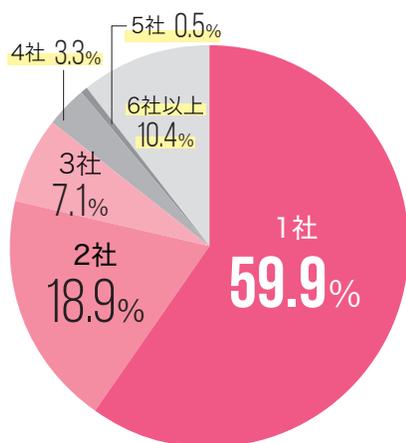


## 内定取得数

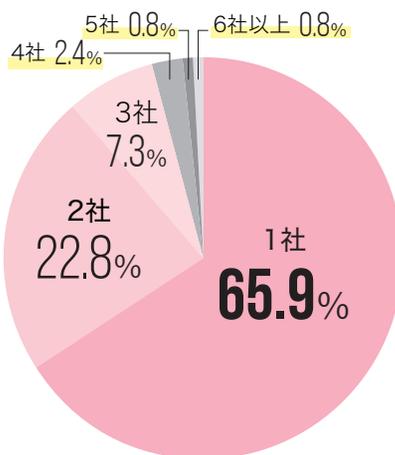
一般学生・美大生ともに、1社のみは減少、一般学生は3社以上、美大生は4社以上の内定数が増加している

P22表①

美術系学生 (2018年卒)

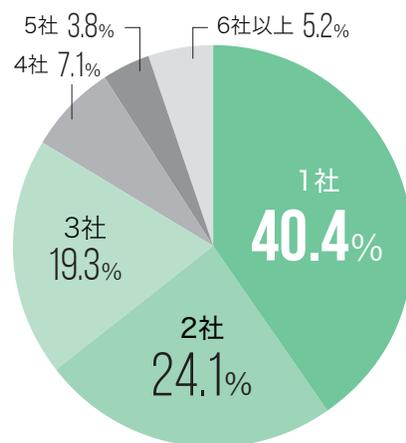


美術系学生 (2017年卒)



一般学生

資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2018」

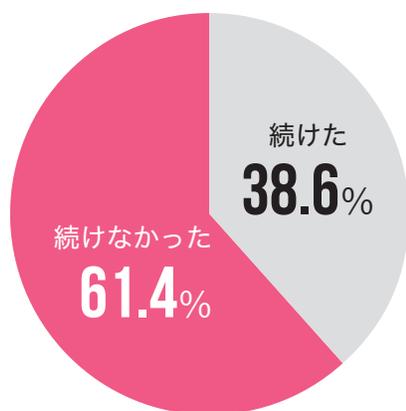


## 内定取得後の活動継続状況

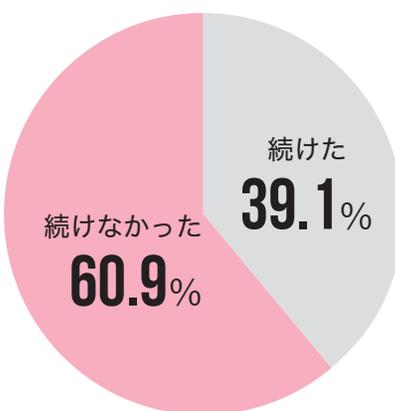
内定取得後の活動継続については、昨年とほぼ変わらない傾向

P22表②

美術系学生 (2018年卒)

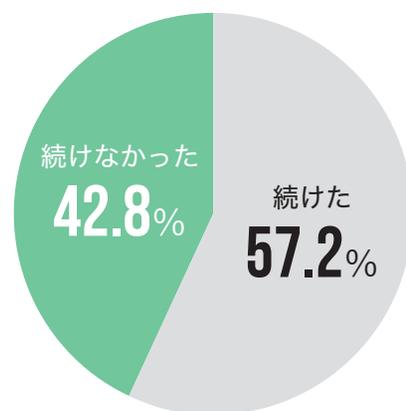


美術系学生 (2017年卒)



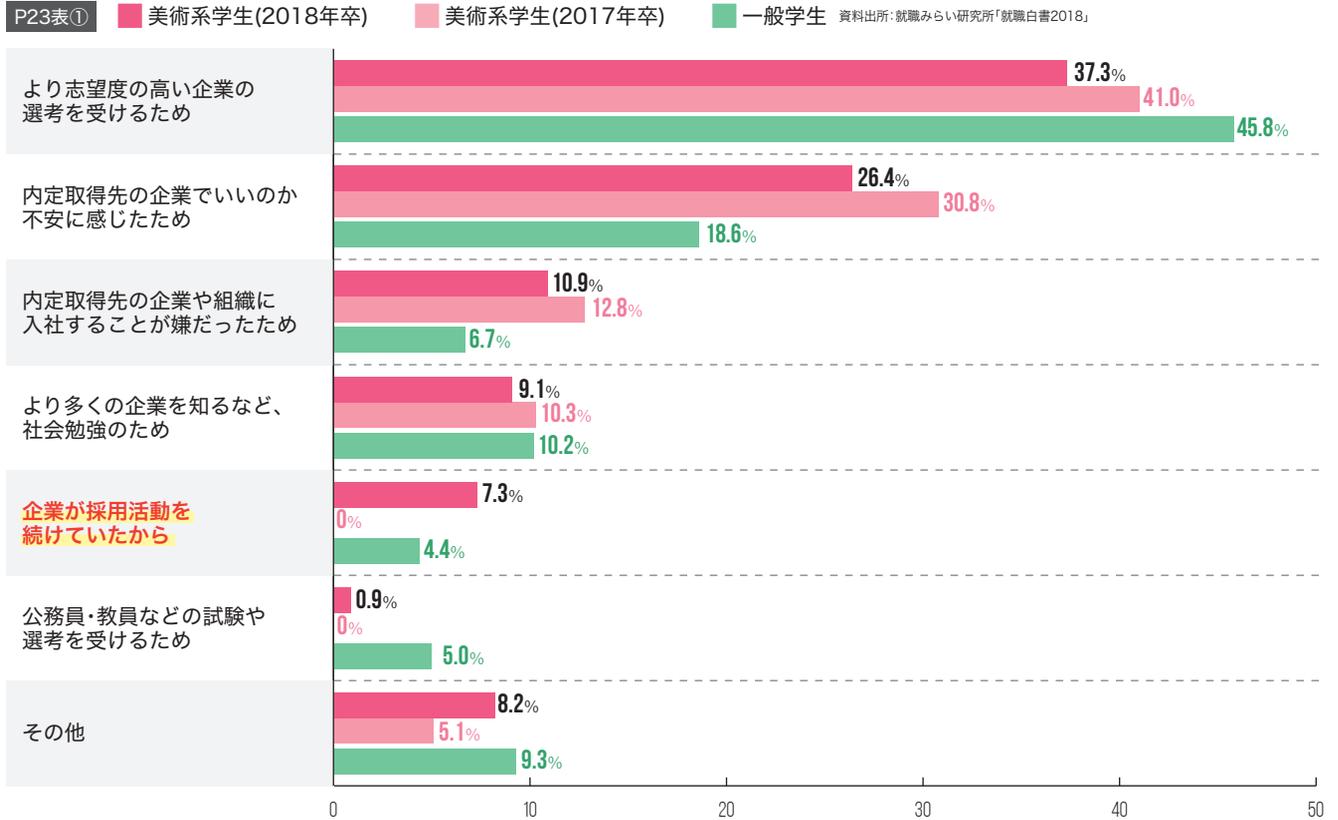
一般学生

資料出所: 就職みらい研究所「就職白書2018」



## 内定取得後の就職活動継続理由

概ね昨年と変わらないが、企業が採用活動を続けているために就職活動を継続する学生が増えた



## 実施ボリューム【総括】

就活実施ボリュームの各活動数の減少 (P19表③~P20表④)、内定取得数の増加 (P22表①) など、美術系学生・一般学生とも内定の得やすさが色濃くデータに表れている。

一方、内定取得後も活動を継続する美術学生の割合は昨年とさほど変わっていない (P22表②)。内定取得数自体は増加 (P22表①) していることから、内定取得後も活動を継続する学生は、なかなか一社に絞り切れず活動が長期化、結果内定数が増加という側面もあるのではないだろうか。実際、企業は学生の確保が困難となっており、採用活動の長期化が問題化、美術系学生も「企業が採用活動を続けていたから」就職活動を継続する層が大幅に増加している (P23表①)。

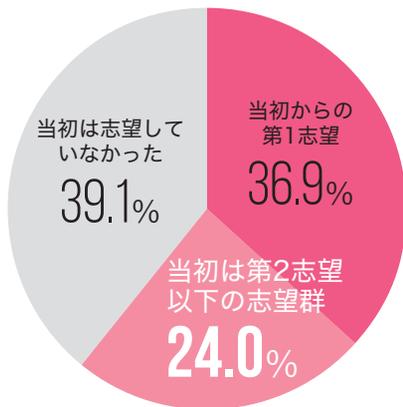


## 入社予定企業の就活開始当初の志望状況

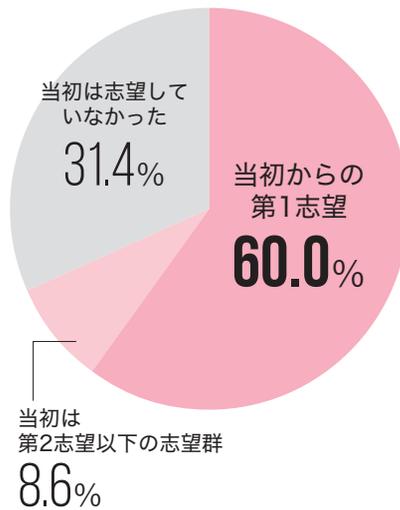
第2志望以下の会社に入社予定が大幅に増えた

P24表①

美術系学生(2018年卒)

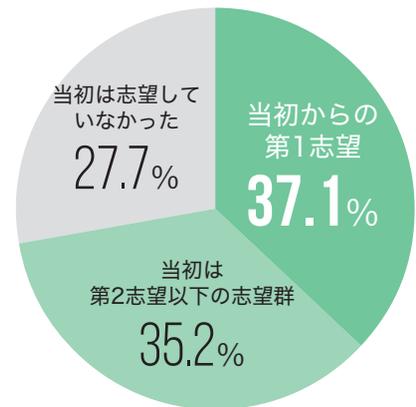


美術系学生(2017年卒)



一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」

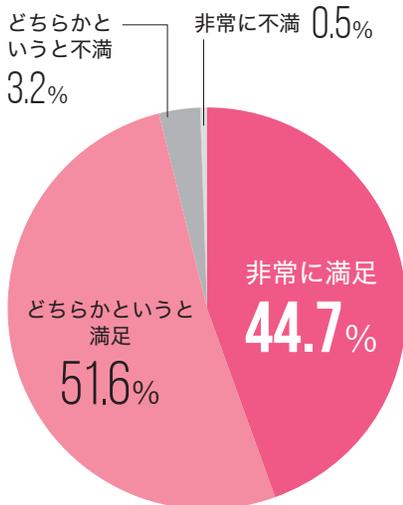


## 入社予定企業の満足度

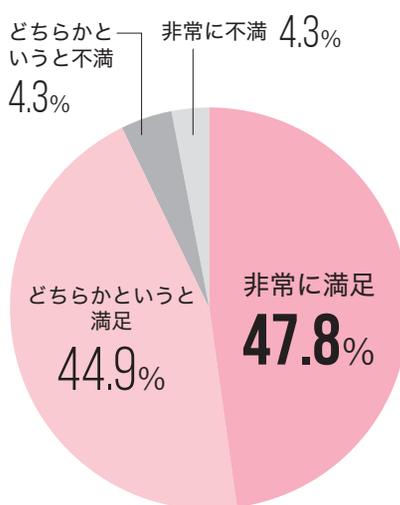
非常に満足はやや減っているが、満足している割合は昨年よりも高く95%を超える

P24表②

美術系学生(2018年卒)

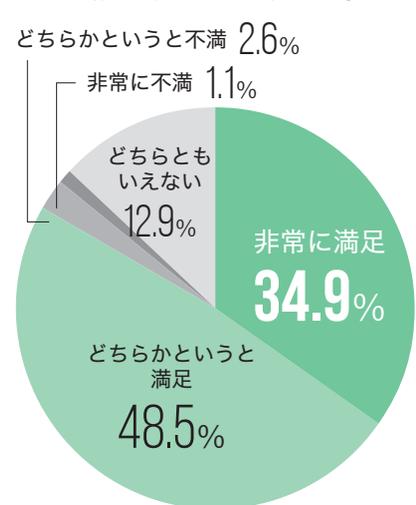


美術系学生(2017年卒)



一般学生

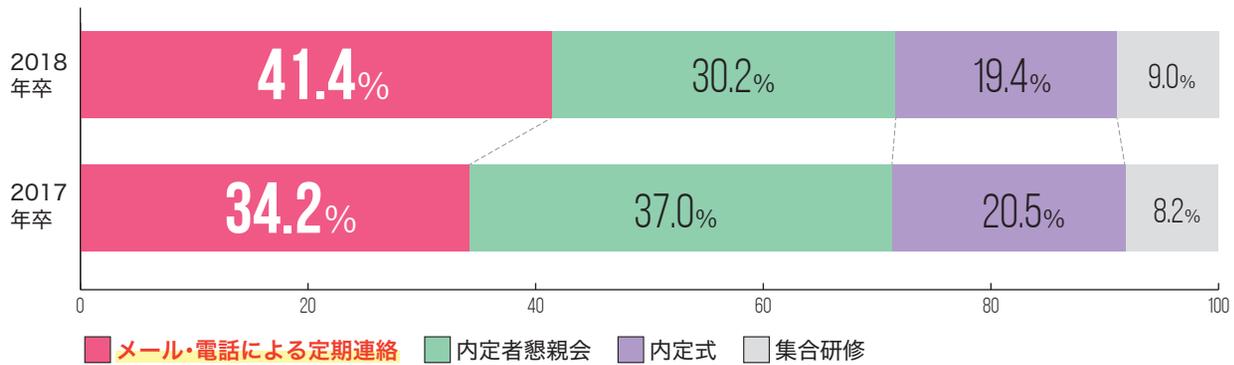
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



# 活動満足度

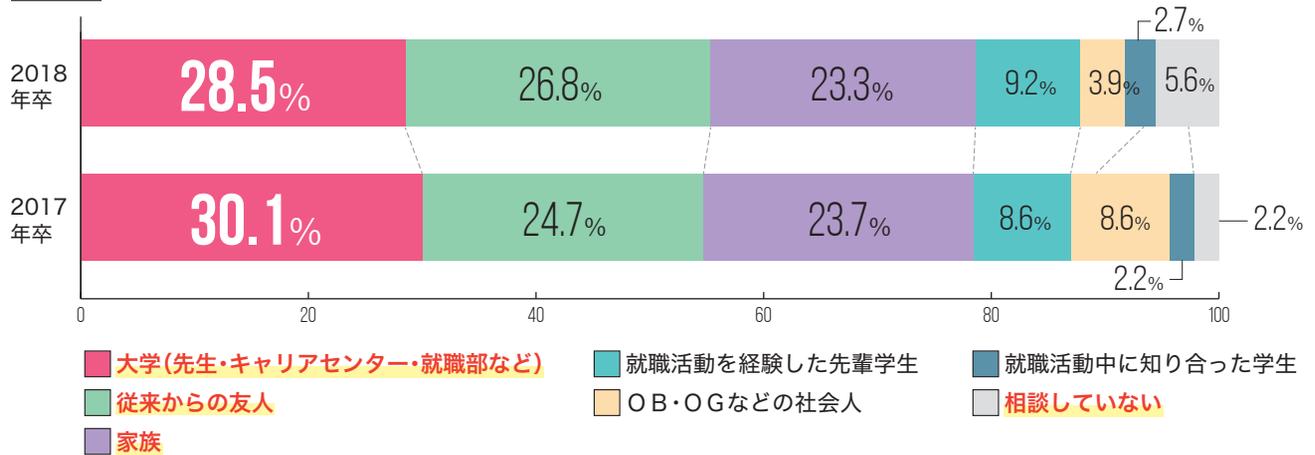
内定後、入社意欲が高まったもの 内定取得者を対象  
(複数回答) より定期的でこまめなフォローが効果的となっている

P25表①



就活中の相談相手 全学生対象  
(複数回答) 全体の順位は変わらないが、「相談していない」割合が5%を超えている

P25表②



## 活動満足度【総括】

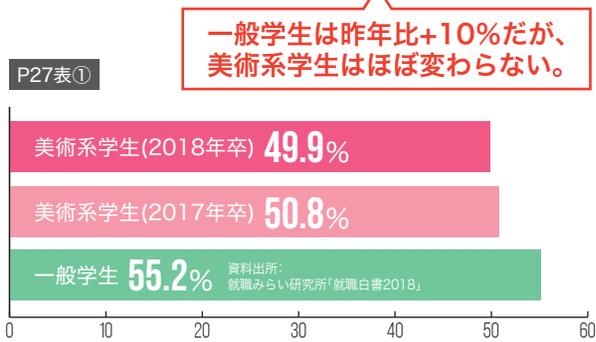
内定を取得しやすい市場観であるため、内定への満足度も高い状況にある (P24表②)。

しかしながら、当初からの第1志望群に入社した割合が大幅に減少、その分第2志望群やそもそも志望していなかった分野に入社した割合が増加している (P24表①)。複数の内定を取得しやすいため (P22表①) 様々な企業を比べやすく、その結果、当初は志望度が高くなかった企業が選択肢に入りやすくなっているのではないだろうか。また、内定を得やすい環境にあるため、「相談をしない」、する場合でも「友達」という割合が増えている (P25表②) ののではないだろうか。キャリアセンターなどの専門組織に相談する割合が低下、結果的にプロのアドバイスや周囲からの言葉を受ける機会が減少につながり、これによる入社後のミスマッチが増えるのではないかと、やや懸念を感じる。

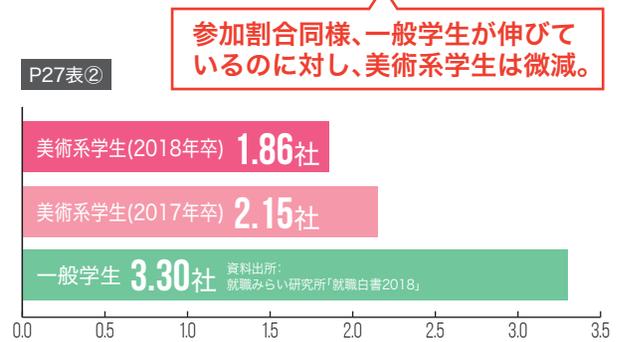
加えて、美術系学生はもともとクリエイティブ業界を第1志望とする傾向が強い。これに対し第2志望群以下を選択する層が増えていることから、クリエイティブ業界への就職する学生数が減少する可能性が危惧される。

# インターンシップの実態

## インターンシップ参加割合 単一回答

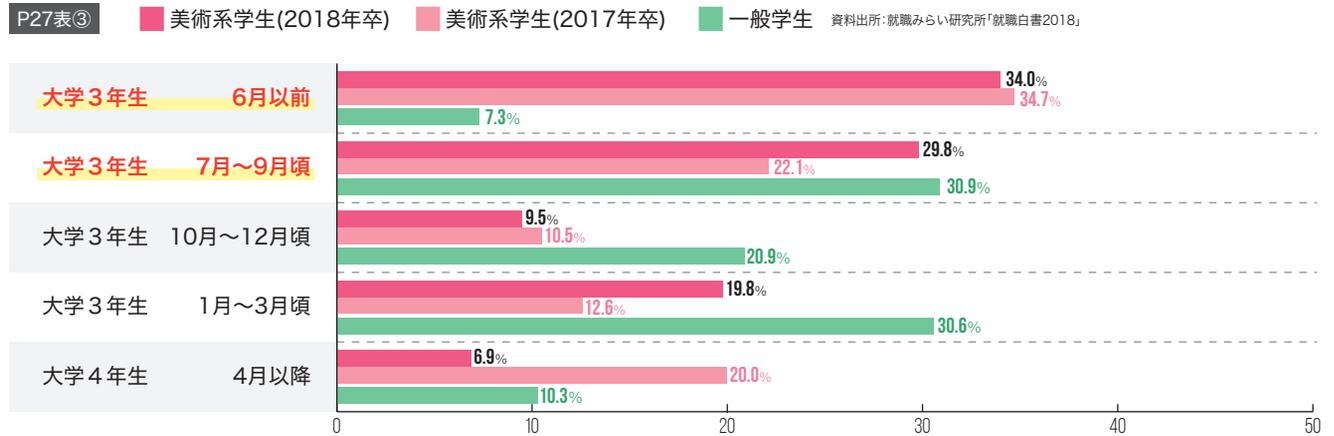


## 平均参加社数 参加者数回答を回答人数で割り算



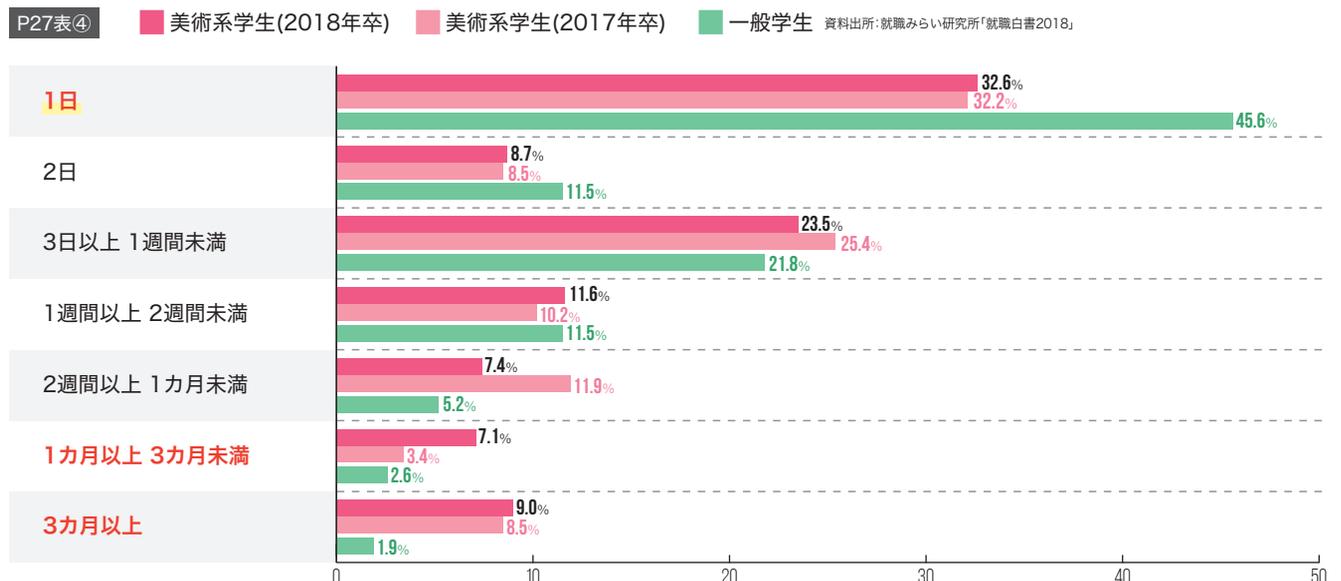
## 初めて参加した時期 単一回答

3年生6月以前のインターンシップ参加は一般学生よりも非常に多い。また、7割の美術系学生が3年生9月までに参加している



## 参加期間 複数回答

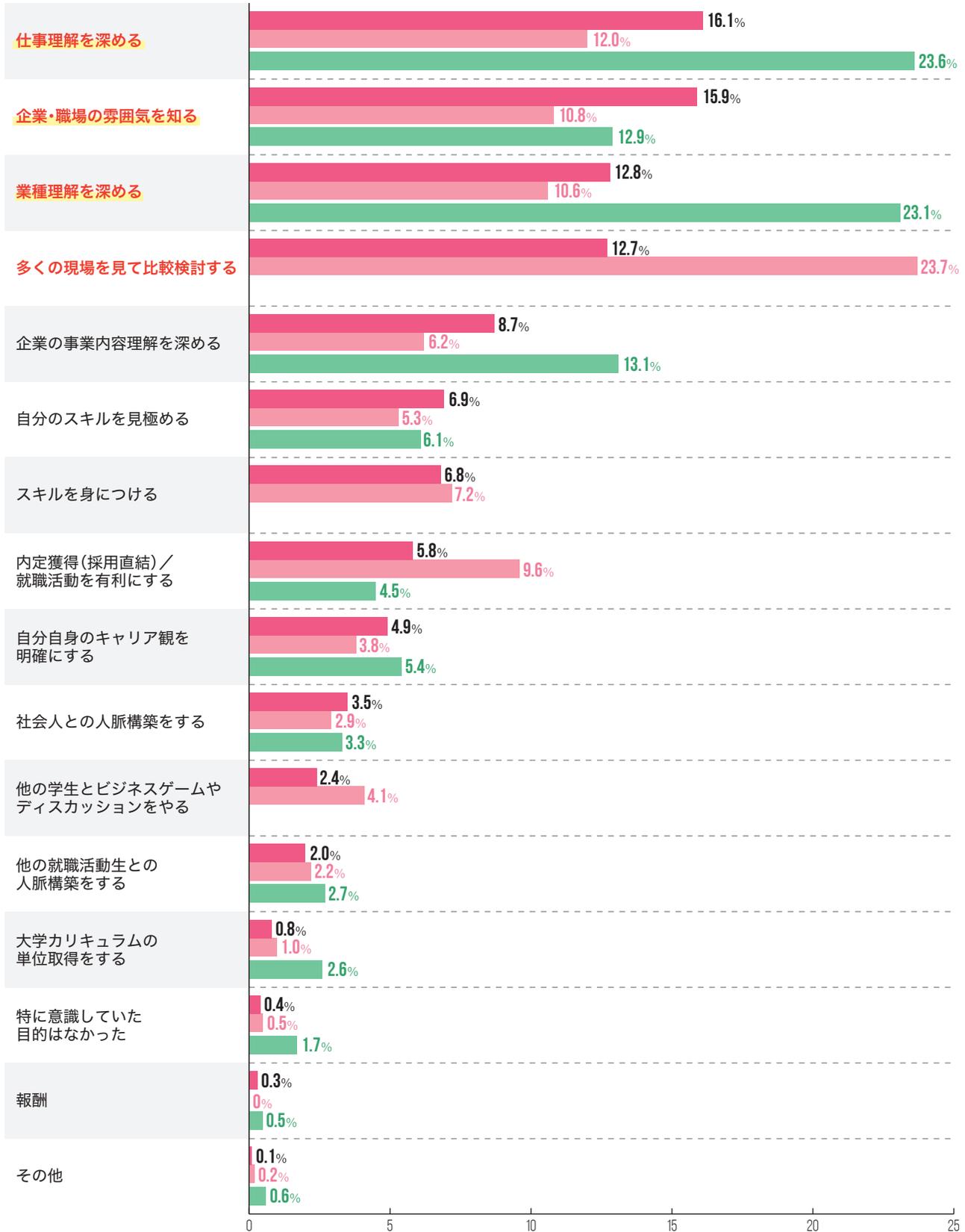
割合としてはワンデーインターンシップが多いが、一般学生に比べ1ヵ月以上の長期も多い



## インターンシップ参加目的

昨年と違い、複数社を比べるよりも理解を深めるための参加が増加している

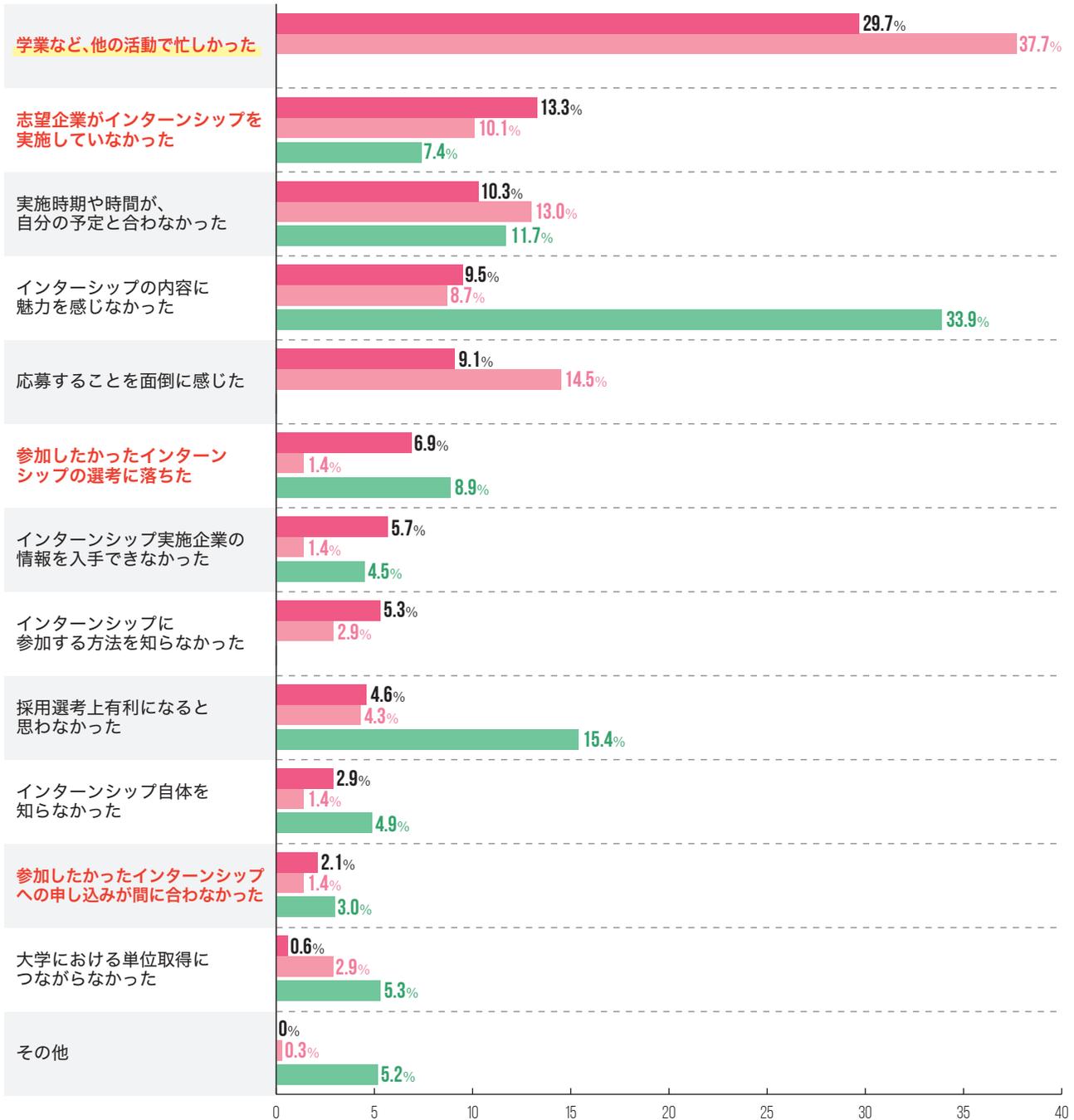
P28表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



## インターンシップに参加しなかった理由

忙しさを理由とする美術系学生は多い。  
ただし、全体的に参加意欲は上がっている傾向

P29表① 美術系学生(2018年卒) 美術系学生(2017年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



# インターンシップの実態

複数回答

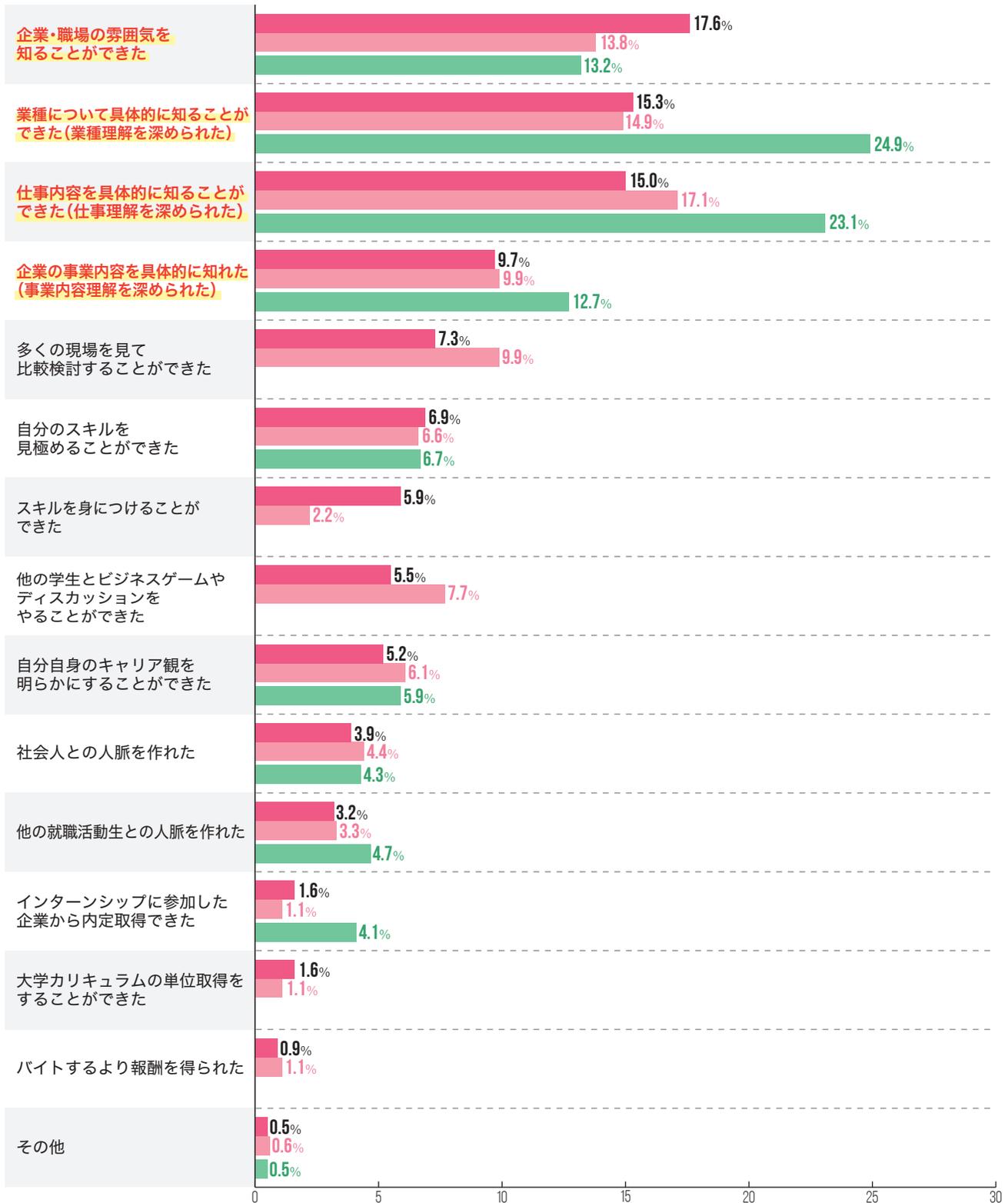


## インターンシップに参加して良かった点

企業理解を深められたという回答が上位を占める。また、「企業・職場の雰囲気を知ることができた」が一番割合が高くなった

P30表①

■ 美術系学生(2018年卒) ■ 美術系学生(2017年卒) ■ 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



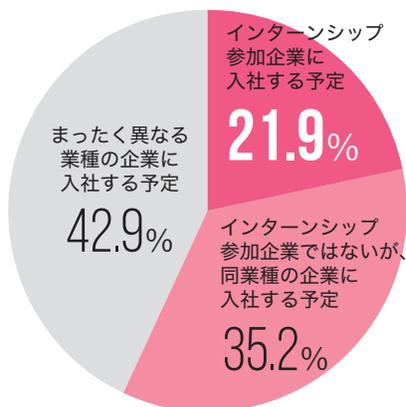


## インターンシップ参加後の結果

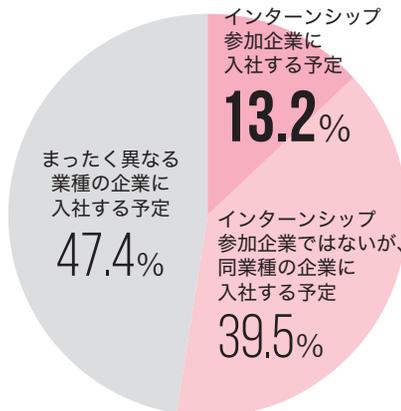
5人に1人は、インターンシップがきっかけで入社に繋がっている

P31表①

### 美術系学生(2018年卒)

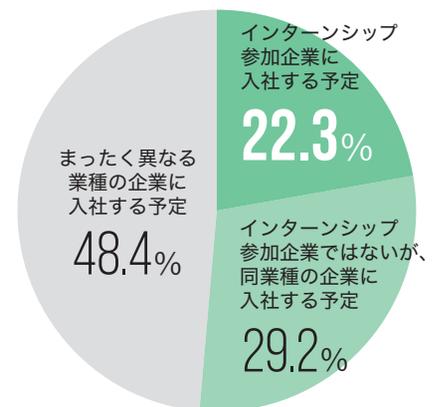


### 美術系学生(2017年卒)



### 一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2018」



## インターンシップ【総括】

インターンシップを学生への早期リーチに利用する企業が増えているが、実際美術系学生の半数がインターンシップに参加し (P27表①)、そのうち9割が就活解禁の大学3年生3月までに参加している (P27表③)。さらに、インターンシップに参加した学生の2割が、インターンシップに参加した企業への入社を決めており (P31表①)、インターンシップが就活の一環となっている傾向が強まっている。

また、学生側もインターンシップを就職活動と捉えているためか、多くのインターンシップをまわるのではなく企業数を絞り (P27表②)、意中の企業の理解促進を目的とし動いている (P28表①)。

## 【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人材派遣・人材紹介サービスを中心に事業展開して、早いもので34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、人材派遣・人材紹介サービスの充実を努めてまいりました。

その過程で、美大生・芸大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し、美大生・芸大生の就職支援事業を立ち上げました。

まずは、美大生・芸大生の就職活動の実態・事実を正確に把握することが大切と考え、就職活動の実態調査を実施いたしました。

旺盛な企業の採用意欲の後押しもあって、美大生・芸大生の就職活動にも大きな変化がみられました。まず、昨年に比べると、美大生・芸大生が就職活動を始める時期が早くなりました。また、内定取得社数などの活動量も大きく伸びを示しています。これは、美大生・芸大生の就職活動の大きな進化といえると思います。しかし、一方で、インターンシップの参加が進まない。また、せっかく大学で学んだ知識を活かす可能性が低いと感じられる非クリエイティブ関連職種や業界に進む学生も増えていることも今後の大きな課題といえるでしょう。

### 「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。美大生・芸大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。

美大生・芸大生の就職支援および、美大生・芸大生を採用する企業の採用支援事業を本格的に進めた昨年から、美大生・芸大生の就職活動の実態を多くの方々に知っていただくために就職実態調査を始めました。ここに2018年卒者の就職実態調査がまとまりました。美大生・芸大生にとってよりよい就職活動の支援にご活用ください。



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

2018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、基本にご利用可能ですが、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。