

2019年版

美術系学生 就職活動
実態調査報告



CREATOR
WORKS
研究所



2019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明らかにし、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 of 就職課

調査対象

- 〈 P3～P5 〉 美術系・芸術系大学
一般大学美術系・芸術系学部/学科、大学院：110校
- 〈 P6以降 〉 2019年4月入社を目指し就職活動を行った
全国の美術系・芸術系大学生の男女418名※1

調査期間

- 〈 P3～P5 〉 2018年5月～6月
- 〈 P6以降 〉 2018年12月～2019年3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2019」を参照。
調査対象に大学4年生・大学院2年生。その他、総務省統計局を一部参照。

※1 2019年卒調査より、調査対象美術系・芸術系学生の専攻傾向も調査。割合は以下の通り。
ファイン系専攻(日本画・油絵などの絵画、彫刻、版画、工芸など)：58名
デザイン系専攻(グラフィック、Web、プロダクト、工業、建築、情報など)：272名
その他専攻(史学、論学、教育、その他の芸術など)：88名

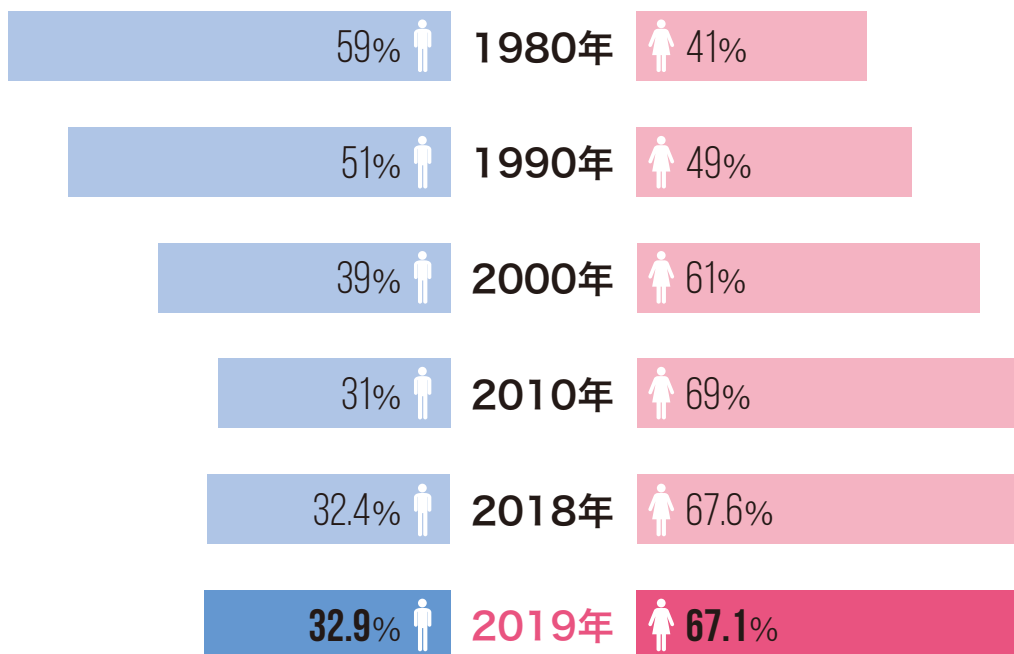
本2019年卒調査より、特に専攻ごとで回答結果に差異がある調査について専攻別のデータを併せて掲載していますが、専攻内容の仕分けは学生本人の回答ベースでの集計である点、専攻によって回答数が多くない点をご留意ください。

CONTENTS

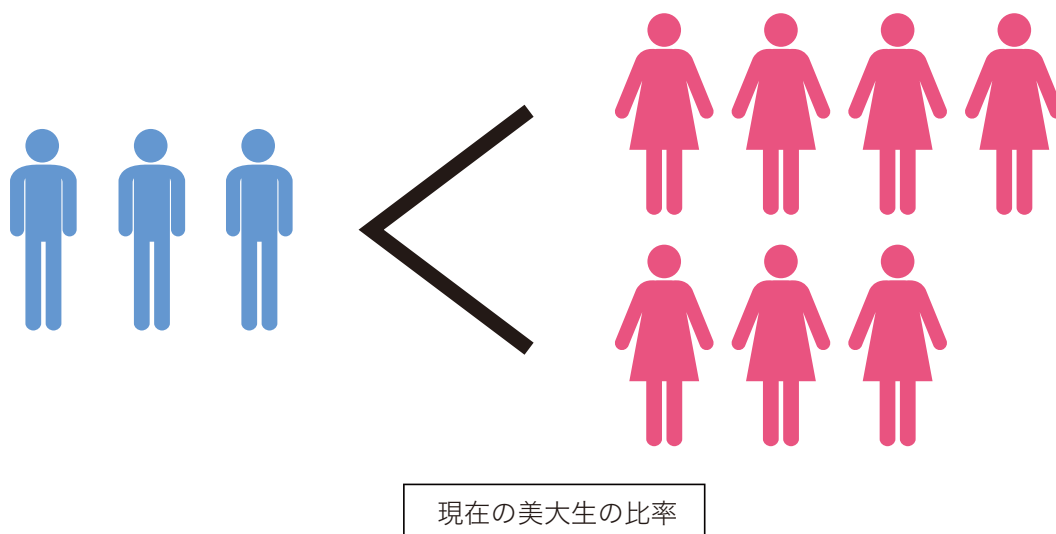
- P01 調査概要
- P02 目次
- P03 男女比
- P04 就職希望者割合
- P05 卒業後の進路
- P06 学生の就職思考
 - P06 就職希望度／就職できなかった時の進路／就職観
 - P08 大手企業志向かどうか／海外勤務志向
 - P10 企業選択における重視項目
 - P12 行きたくない会社
- P14 就活の情報収集
 - P14 就職活動中の情報収集
 - P15 就職活動において不足していた情報
- P16 就活実施 時期
 - P16 就職活動で「実施した」もの
 - P17 情報収集スタート時期
 - P18 ポートフォリオ準備開始時期
 - P19 個別企業説明会(対面)に行きはじめた時期
 - P20 面接(対面選考)に行きはじめた時期
 - P21 内定取得時期
 - P22 就活終了時期
- P24 就活実施 ボリューム
 - P24 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
 - P25 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
 - P26 面接でアピールした(する)項目
 - P27 内定取得数／内定取得後の就職活動継続状況
 - P28 内定取得後の就職活動継続理由
- P30 活動満足度
 - P30 入社予定企業の就活開始当初の志望状況
 - P31 入社予定企業の満足度
 - P32 内定後、入社意欲が高まったもの／就活中の相談相手
- P35 インターンシップの実態
 - P35 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
 - P36 インターンシップ参加目的
 - P37 インターンシップに参加しなかった理由
 - P38 インターンシップに参加して良かった点
 - P39 インターンシップ参加後の結果
- P40 編集後記【総括】

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。

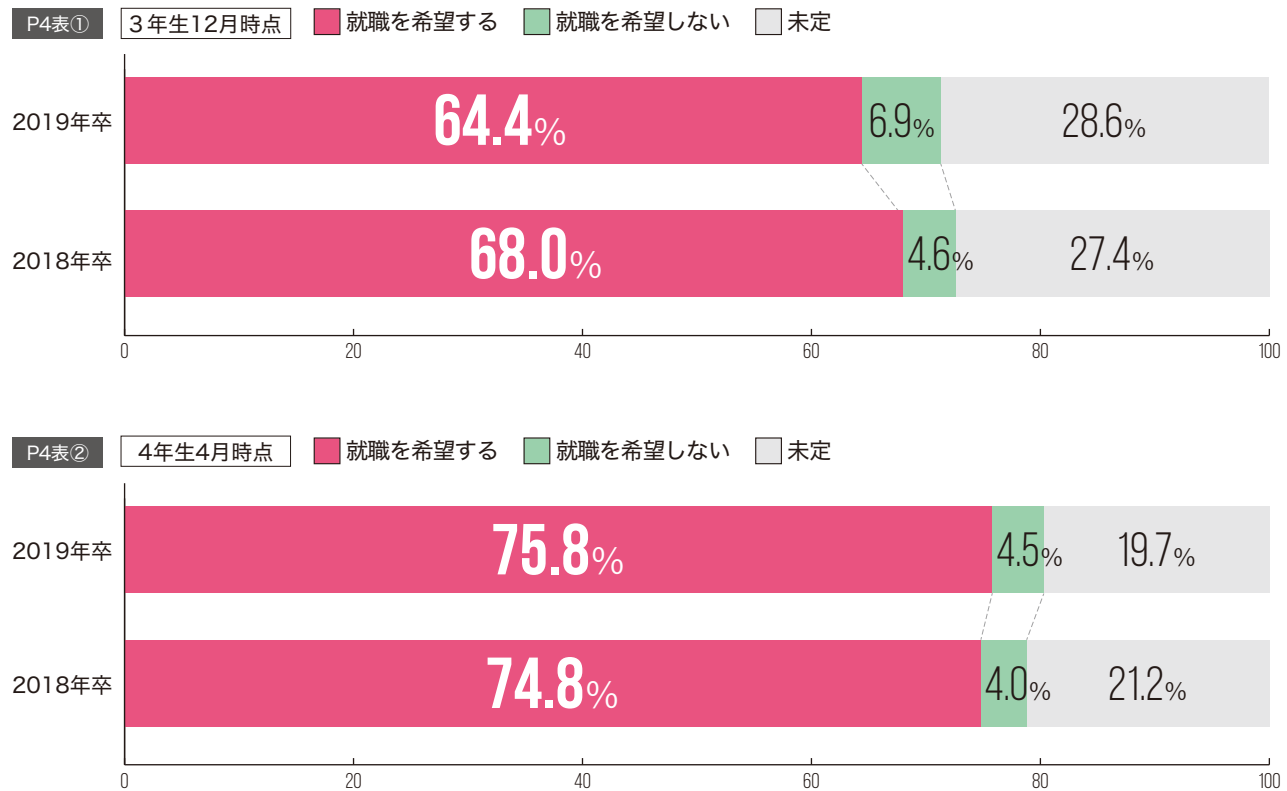
P3表① 資料出所：総務省 統計局 学校基本調査



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。



3年生12月時点では、美術系学生の70%弱が就職を希望。
4年生4月時点では、約75%が就職を希望するを回答。



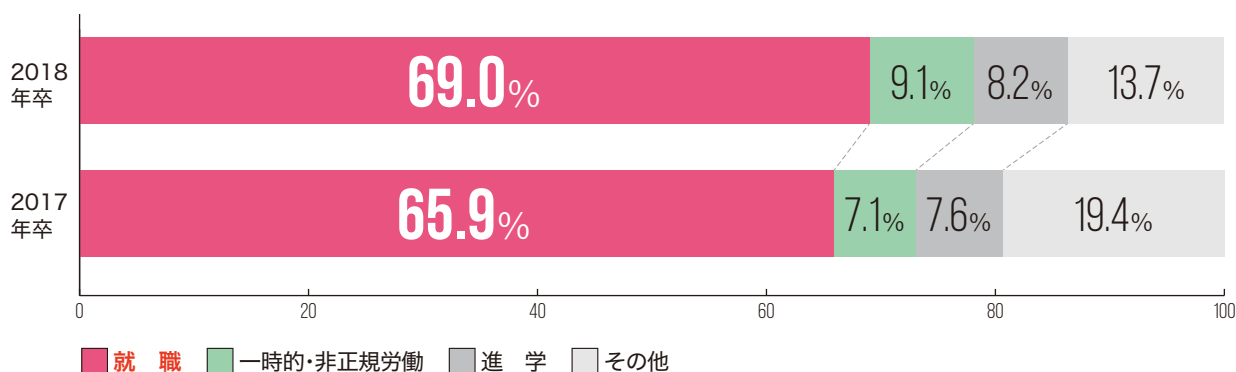
2018年卒・2019年卒ともに、学生優位の”売り手市場”と言える就職活動の市場状況であるが、学生の就職に対する意識はこの2年はほぼほぼ同じ傾向となっている。2017年卒から2018年卒にかけては「就職を希望しない」が大幅減、就職を意識する学生が増えた傾向にあったが、2018年卒から2019年卒にかけては意識の変化があまりなく、学生間でもこの市場状況の認識が定着しているように思える。

本調査外ではあるが、20年卒学生において、一部の就職指導課や企業人事から、就職のしやすい市場状況からか学生の就職活動に対するスピードや意識が鈍くなっているとの声が挙がっている。2018年卒～2019年卒については約1.5ポイント程度の上昇ではあるが、就職希望「未定」が今後どのように推移していくか注視したい。

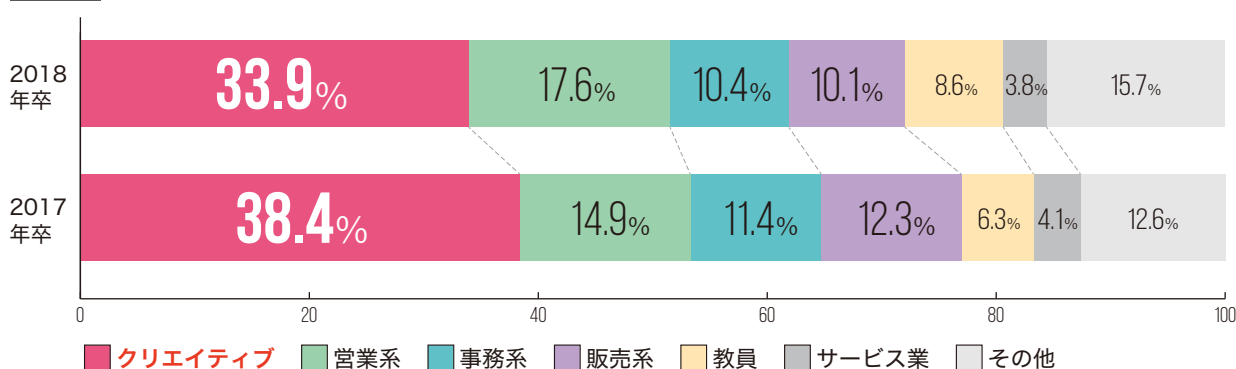
卒業後の進路 (2018年4月入社=2018卒までの集計)

就職率が引き続き上昇。
クリエイティブ職への就職割合は2年連続で減少。

P5表①



P5表② ※就職した学生の就職先職種



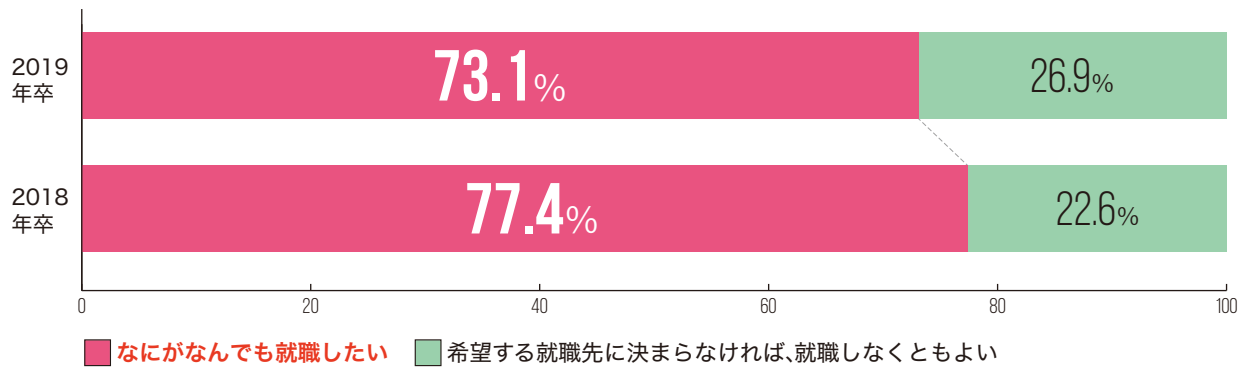
※本調査項目は、実際の就職先をまとめているため、2018年卒を対象に調査。
2017年卒と比較している。

就職率は調査開始の2016年から2017年、2018年と年々上昇が続いている。”売り手市場”という新卒採用の市場状況をよく反映している数字となっている。他方、4年生4月時点の就職希望割合は、2017年卒～2018年卒は就職希望が約3ポイント上昇したが、2018年卒～2019年卒はほとんど変化がなかった(P4表②)。この数字の変化が、2019年卒のデータ集計時にどのような影響を与えるだろうか。

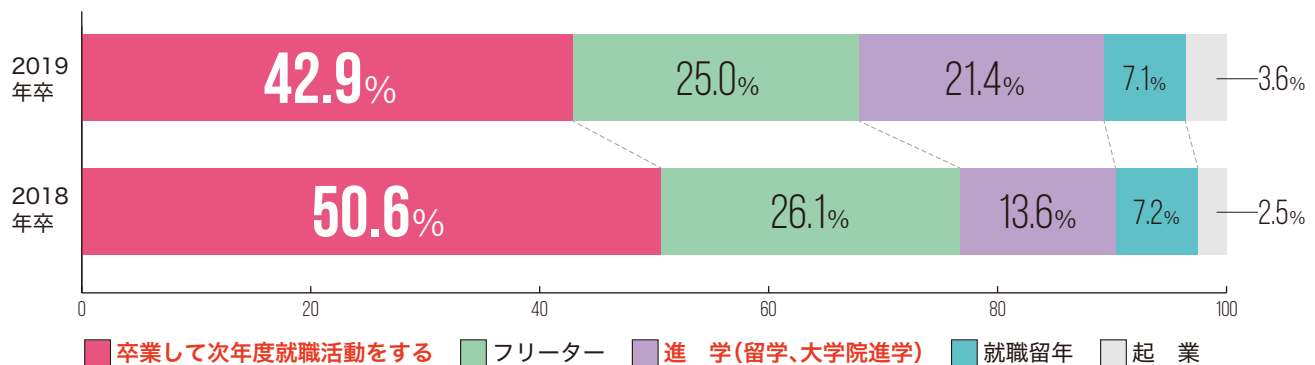
一方、就職先の各職種については、全体としては割合の多い順は変わっておらず、変化も数%程度の増減に留まっている。しかしながら、クリエイティブ職への就職については、2016年卒から3年連続の減少が続き、約33%台まで低下している。学生の就職割合自体は上昇しているため、より多くの美術系学生が非クリエイティブ職に就職したことになる。



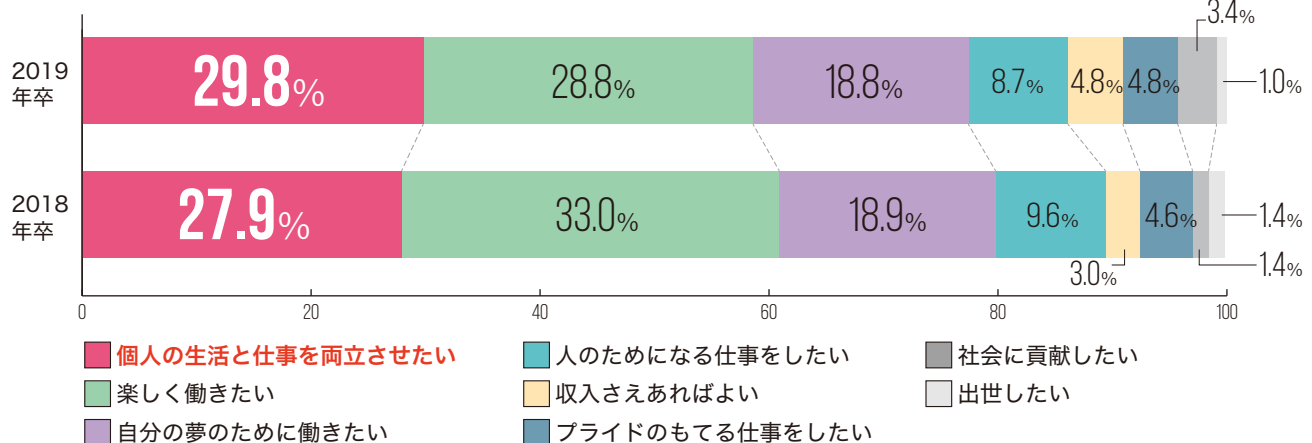
P6表①



P6表②



P6表③

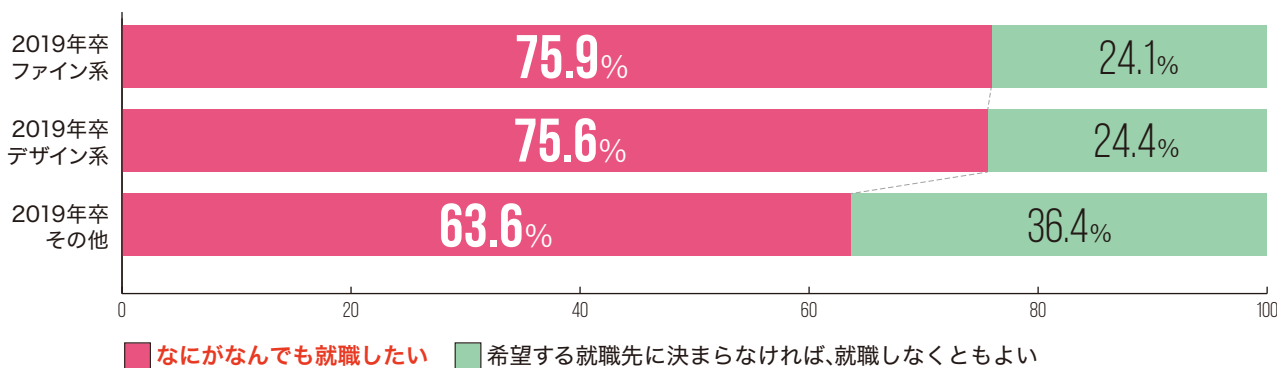




就職希望度

就職意識は、
ファイン系・デザイン系が高め。

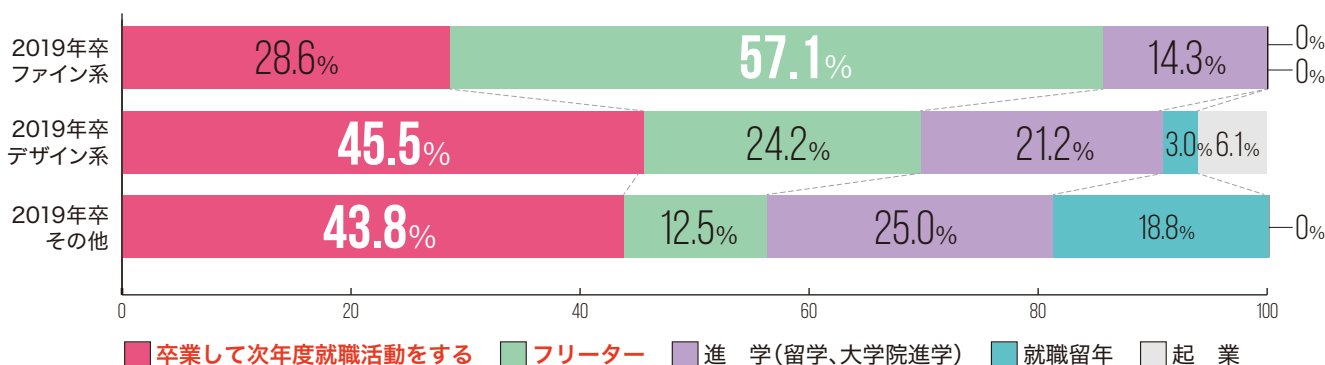
P7表①



就職できなかった時の進路

デザイン系・その他は次年度の就活を目指す
が、ファイン系は半数以上がフリーターに。

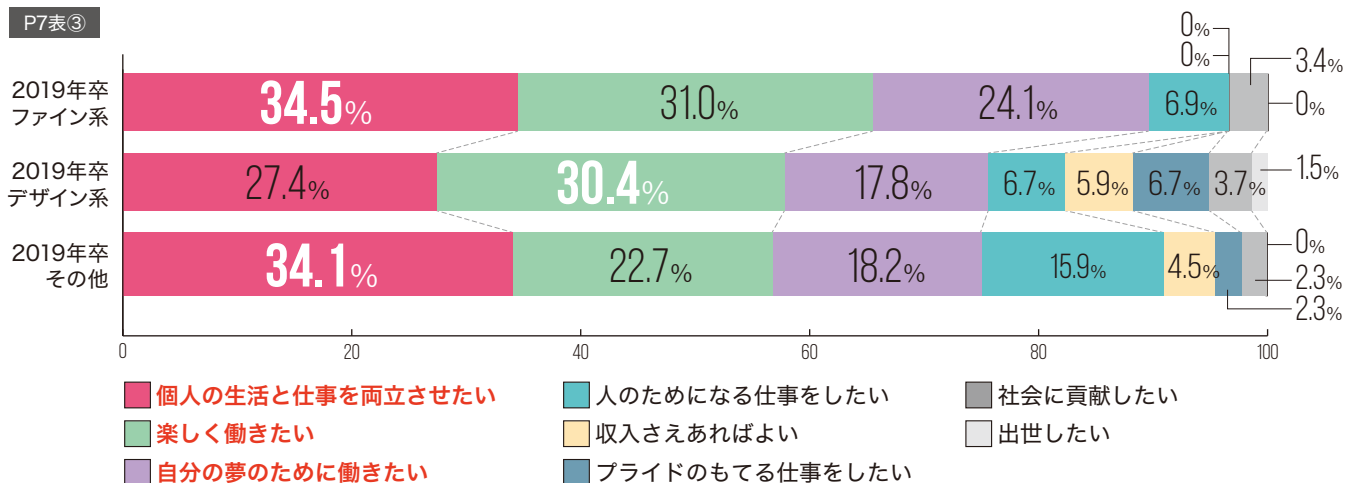
P7表②



就職観

各専攻とも上位3回答で8割前後を占めるが、
若干各回答の比率に差がある。

P7表③

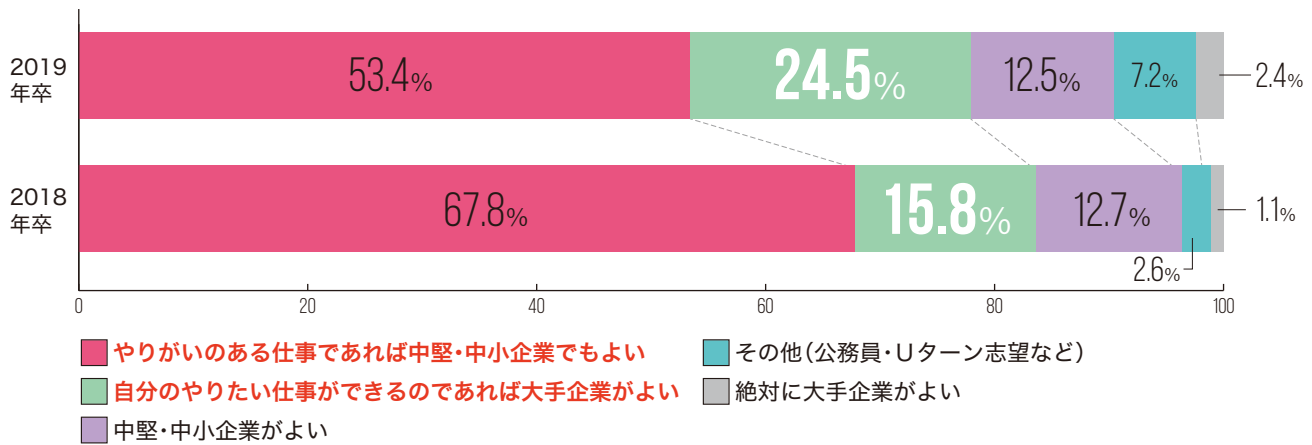




大手企業志向かどうか

やや大手志向が強まっているが、
ベースは自身の希望が実現できる環境を求めている。

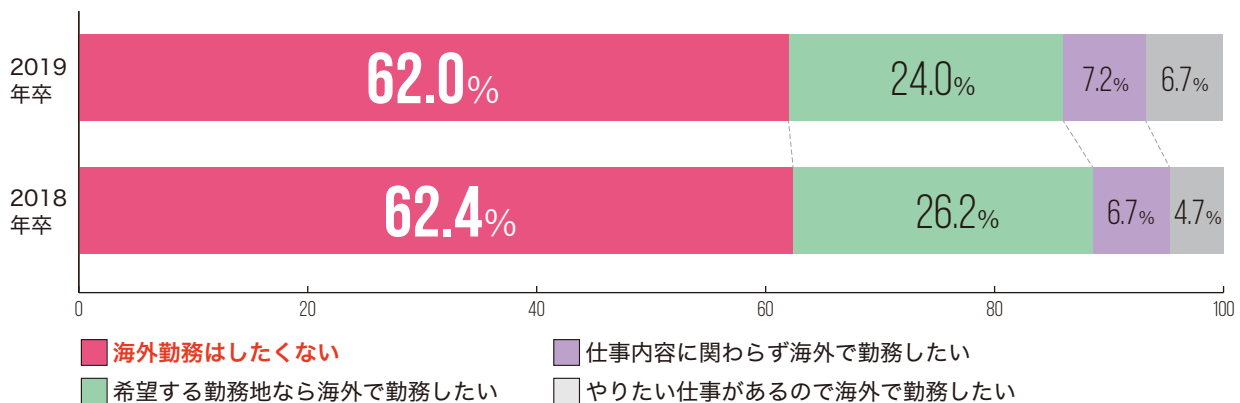
P8表①



海外勤務志向

ほぼ回答傾向に変動なし。

P8表②

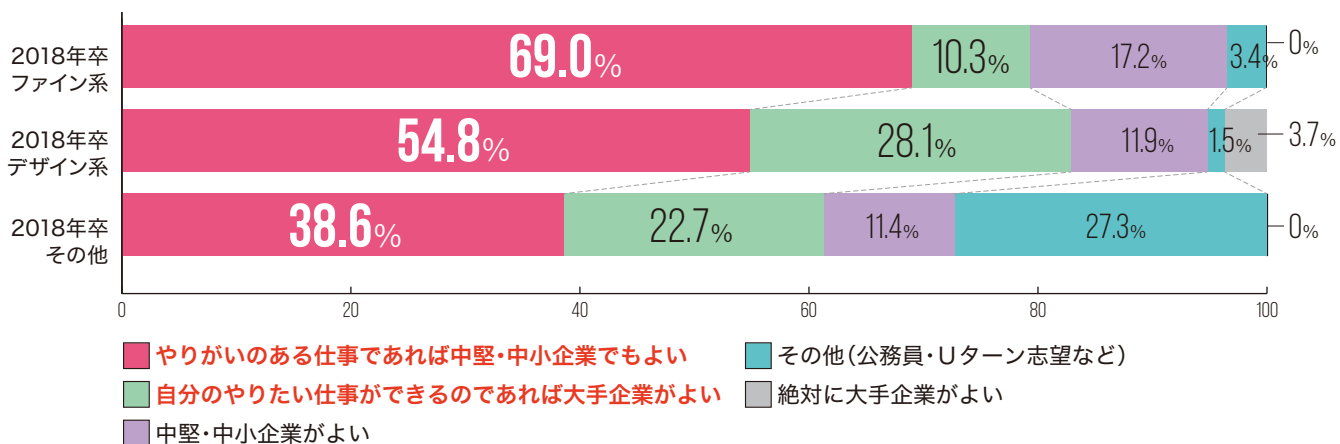




大手企業志向かどうか

専攻によって差が大きく、特にファイン系はやりがい重視。

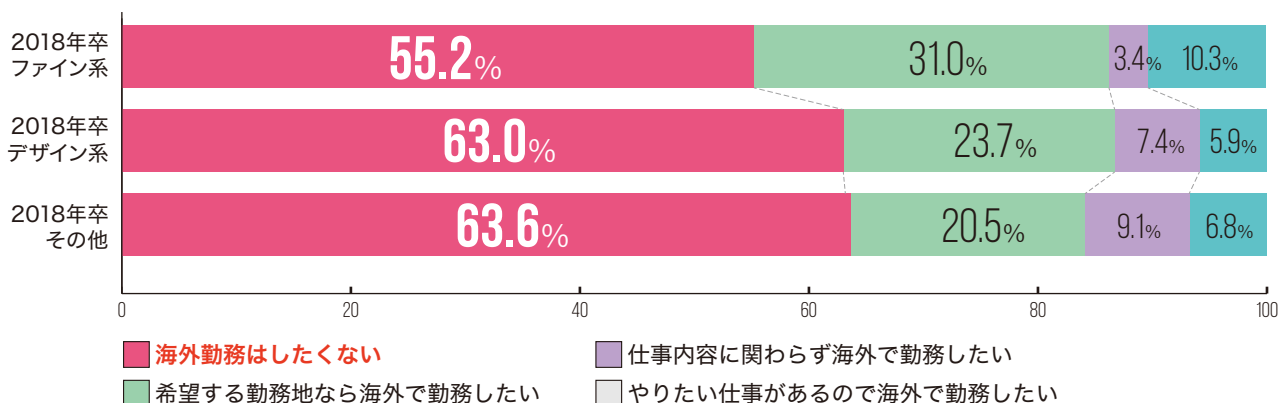
P9表①



海外勤務志向

ほぼ各専攻とも同じ傾向だが、ややファイン系は海外志向が低め。

P9表②





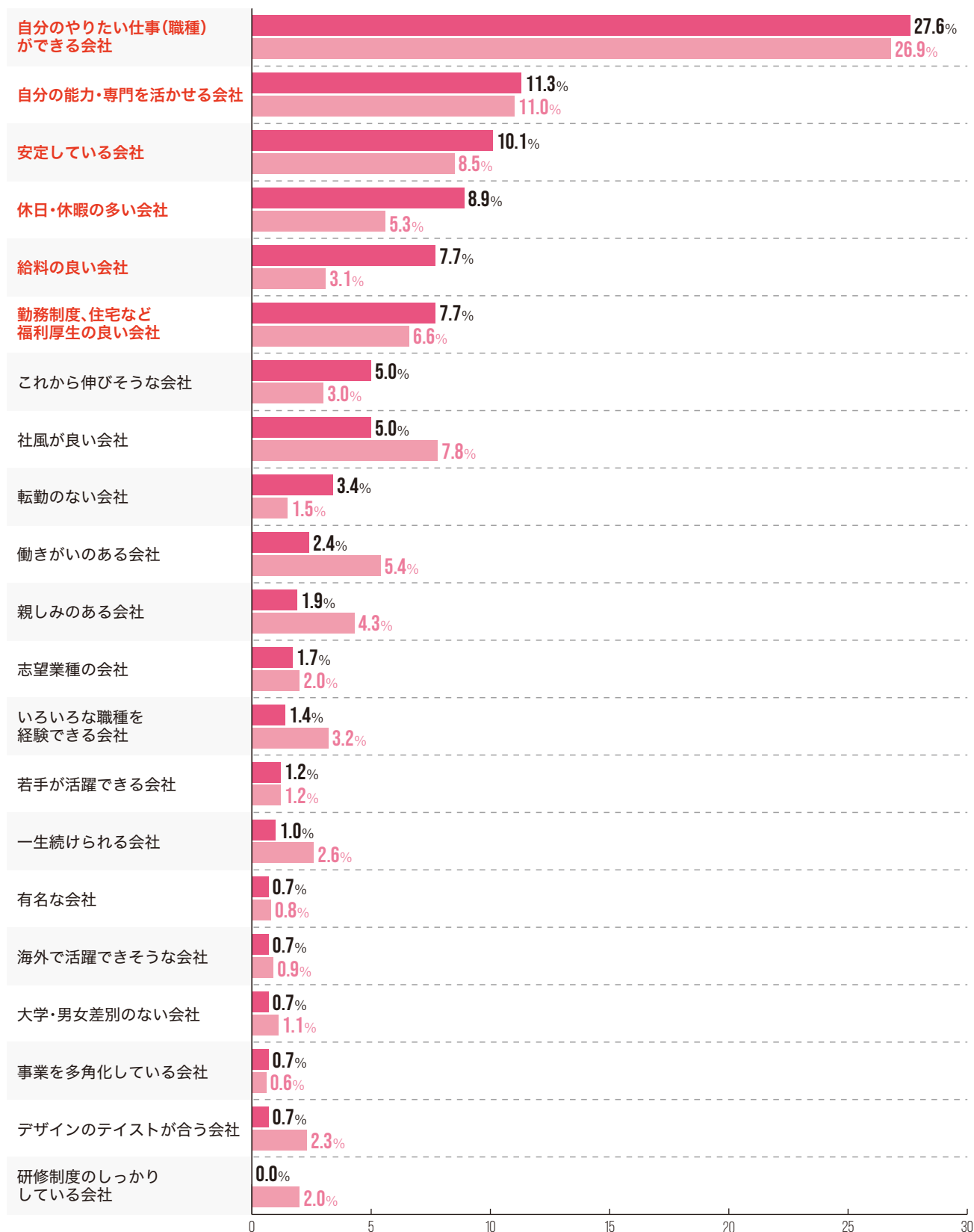
企業選択における重視項目

やりたいこと、専門性を活かせることが最優先ではあるが、会社の安定や休日、給料、福利厚生などの働きやすさも重視される傾向にある。

P10表①

■ 美術系学生(2019年卒)

■ 美術系学生(2018年卒)





企業選択における重視項目

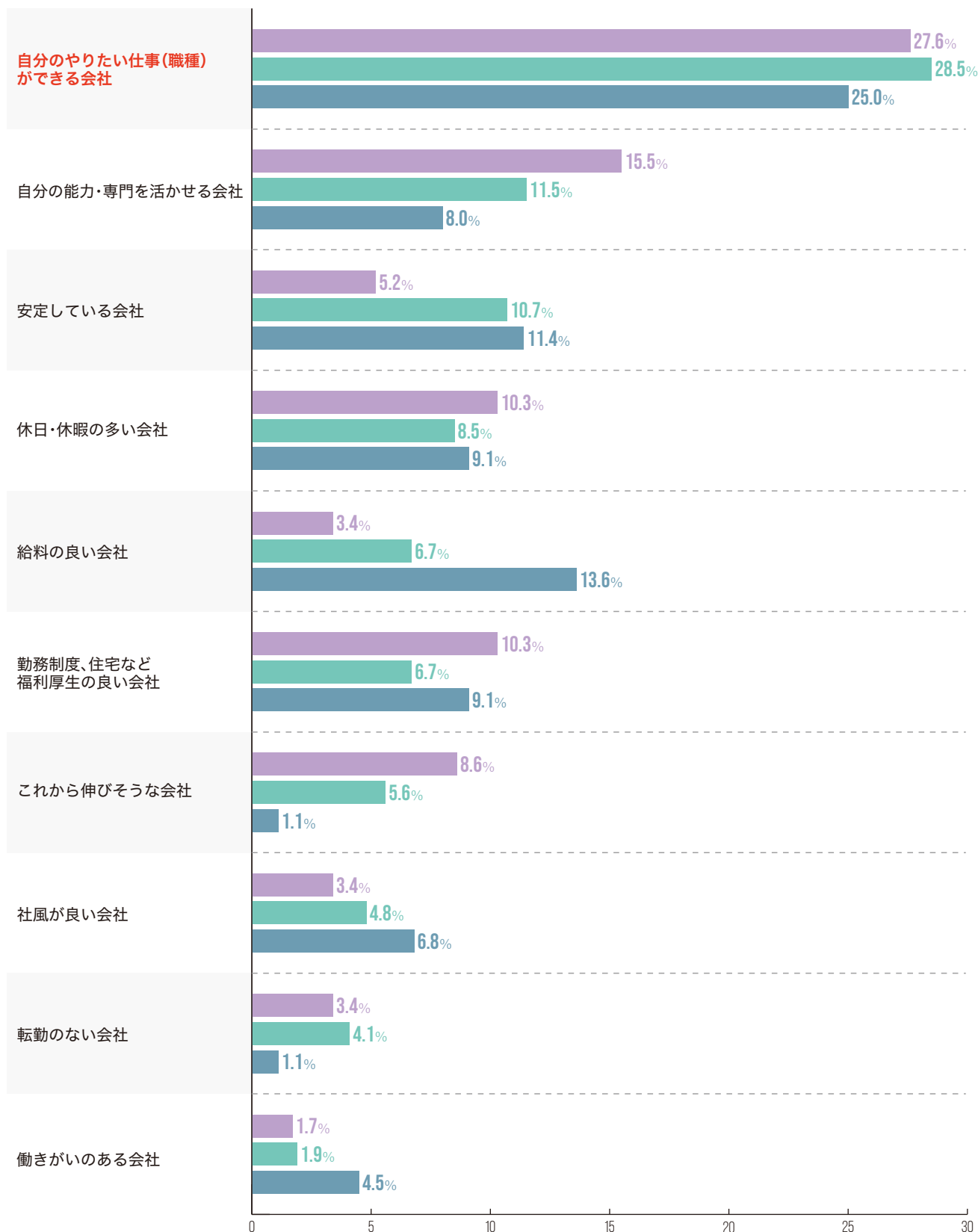
「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」は各専攻とも重視する傾向にあるが、それ以下は各専攻ごとに傾向が異なる。

P11表①

ファイン系(2019年卒)

デザイン系(2019年卒)

その他(2019年卒)

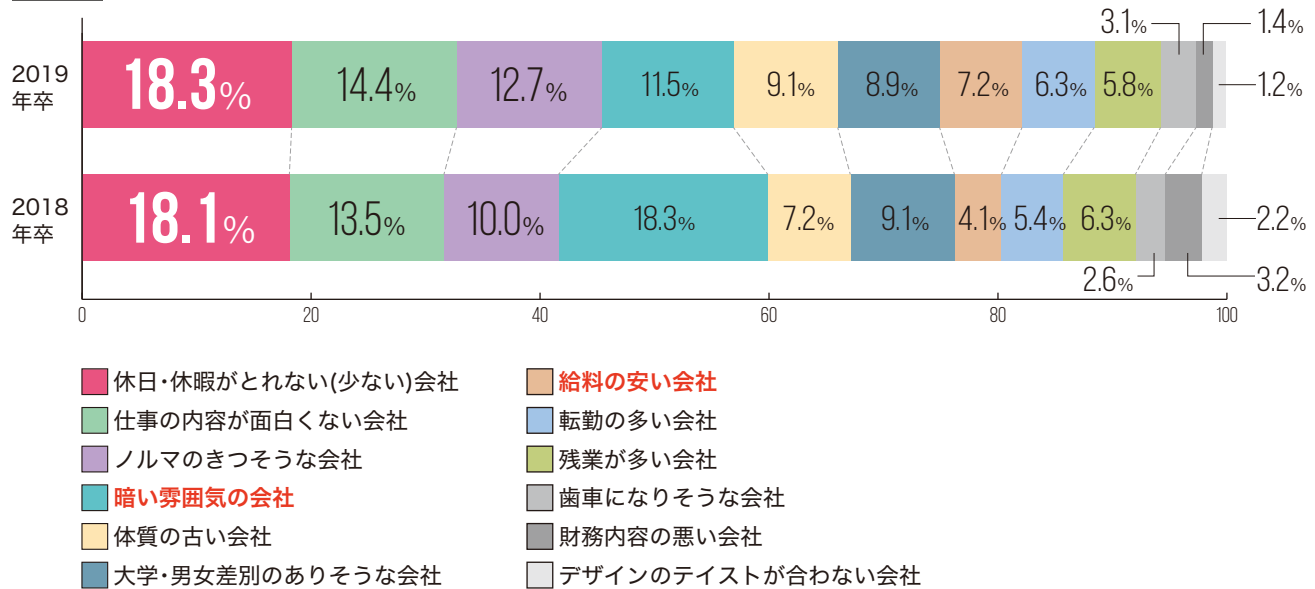




行きたくない会社

「暗い雰囲気の家」が大きく減少。
その他、「給料の安い会社」がやや大きく増加。

P12表①



学生の就職思考【総括】

就職に対する意識は2018年卒に比べやや低下傾向にある(P6表①)(P6表②)。

実際の就職にあたっては、「やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい」(P8表①)、「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」「自分の能力・専門を活かせる会社」を重視(P10表①)など、「自分のやりたい軸」が例年通り重視されているが、他方、「個人の生活と仕事を両立させたい」(P6表③)、「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」(P8表①)、「休日・休暇の多い会社」「給料の良い会社」を重視(P10表①)、「休日・休暇のとれない(少ない)会社」や「給料の安い会社」には行きたくない(P12表①)など、より就職時の待遇・条件を求める傾向が強くなっている。

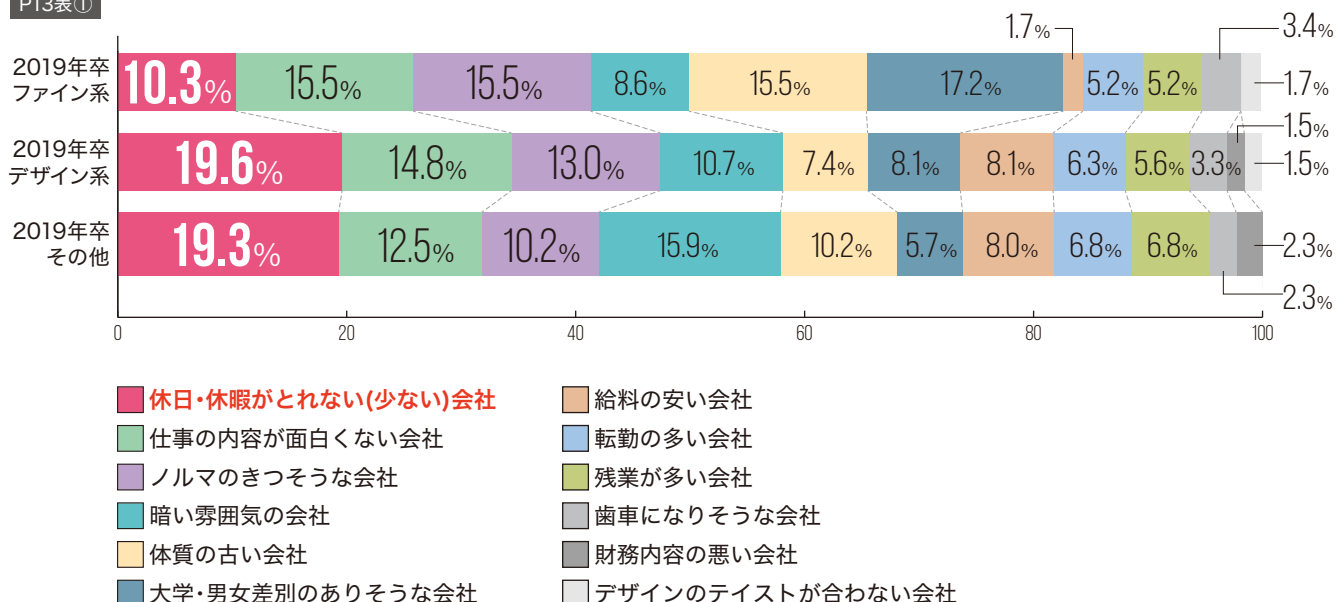
これらの点から、美術系学生は、仕事の内容・やりがいだけでなく、待遇面も含めて就職先企業を厳選していることがわかる。



行きたくない会社

デザイン系・その他で1位に「休日・休暇がとれない(少ない)会社」が選ばれた以外が、かなり各専攻で選択傾向が異なる。

P13表①



学生の就職思考 【 分類別総括 】

内容によって大小あるものの、専攻による回答の差が多く見られる結果となった。

ファイン系専攻の学生は、働く意識が高く(P7表①、②)、会社規模よりも自身のやりたいことや専門性を活かせることを重視(P9表①、P11表①)。デザイン系学生は、美術系学生の中でも就職に比較的に有利な選考であるためか、専門性を活かしながらも、楽しく安定して働きたい傾向がファイン系学生よりも強い(P7表③、P9表①、P11表①)。その他の専攻学生は、専門性を発揮しづらいため、会社の安定度をより重視する傾向(P11表①)や「人のためになる仕事をしたい」(P7表③)など、ファイン系・デザイン系と異なる点が多い。



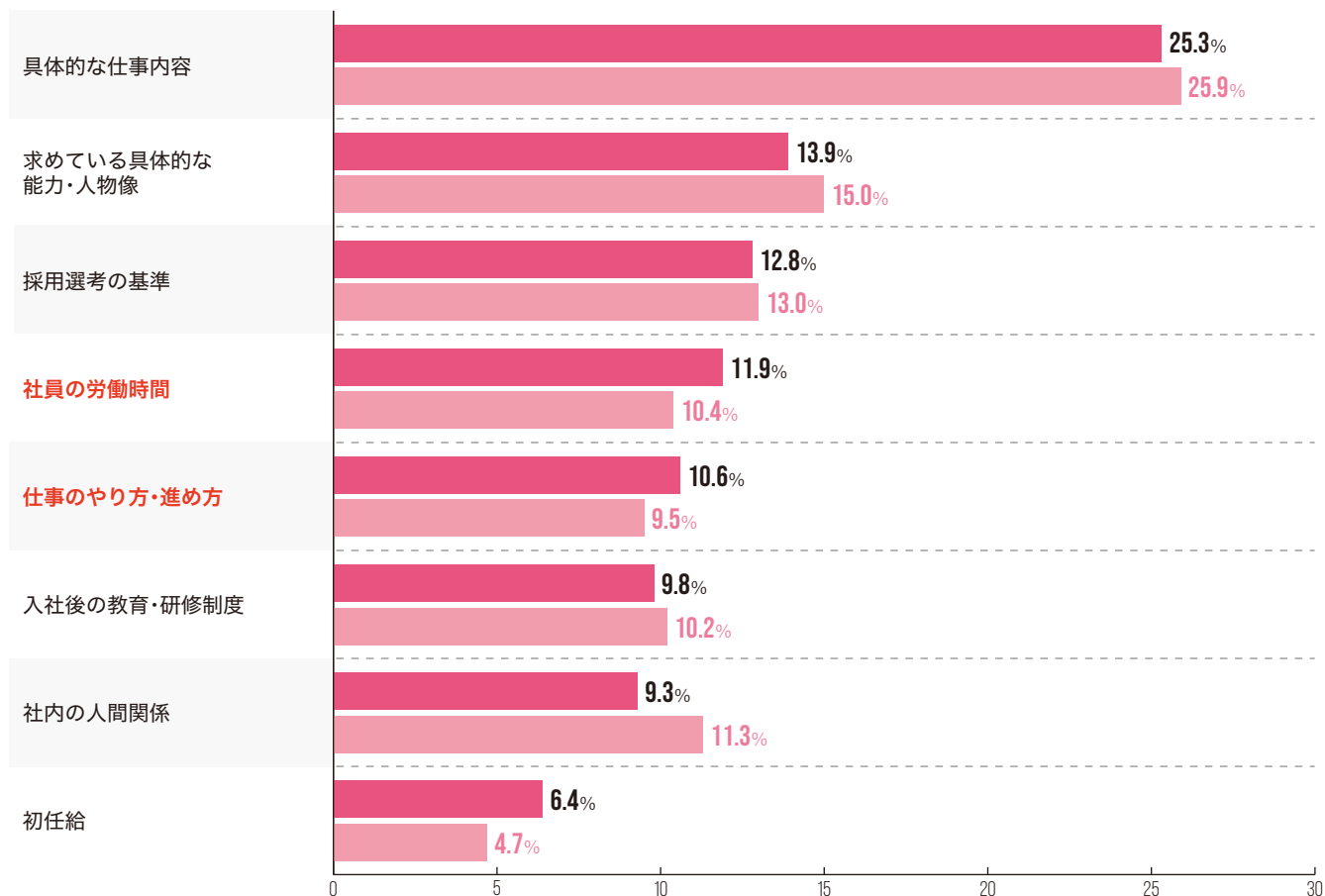
就職活動中の情報収集

TOP3項目は変わらず。
それ以下では、「労働時間」「仕事の進め方」が上昇している。

P14表①

■ 美術系学生(2019年卒)

■ 美術系学生(2018年卒)

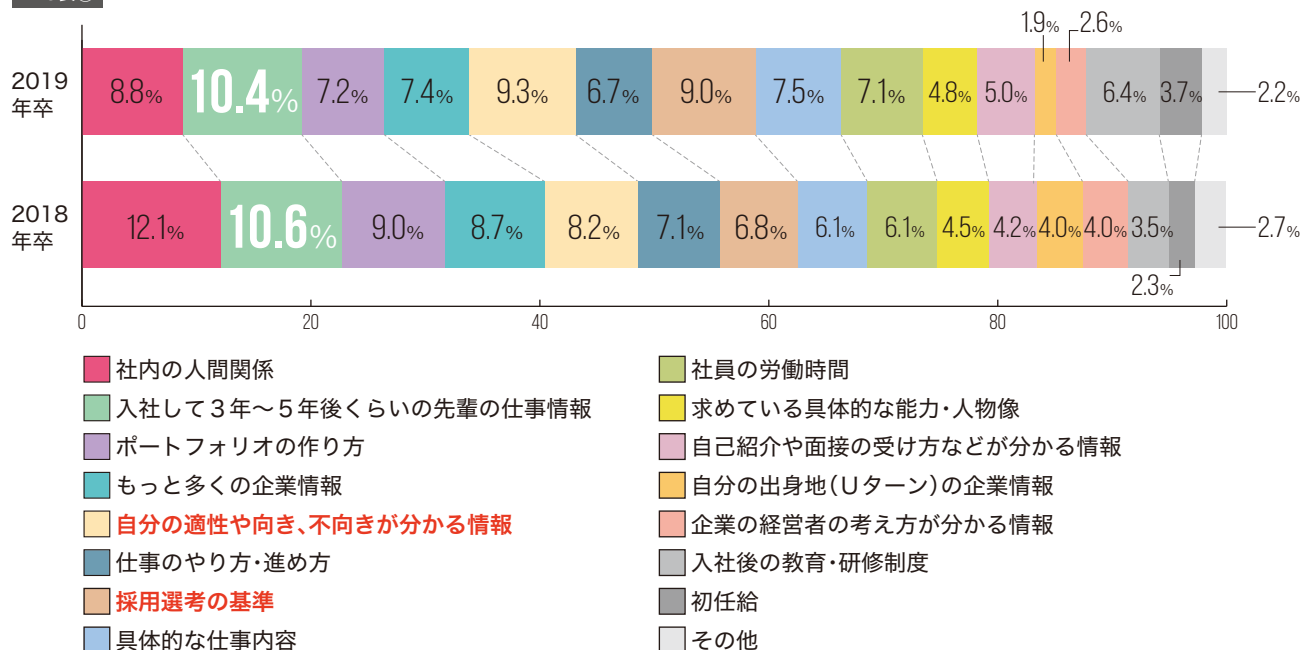




就職活動において不足していた情報

「自分の適性や向き・不向き」
「採用選考の基準」が上昇

P15表①



就活の情報収集【総括】

全体傾向として、各項目で数%程度の変化とそれに伴う優先項目の順位変動があるが、大枠では美術系学生が収集している情報や不足していると感じている情報は大きくは変わっていない。

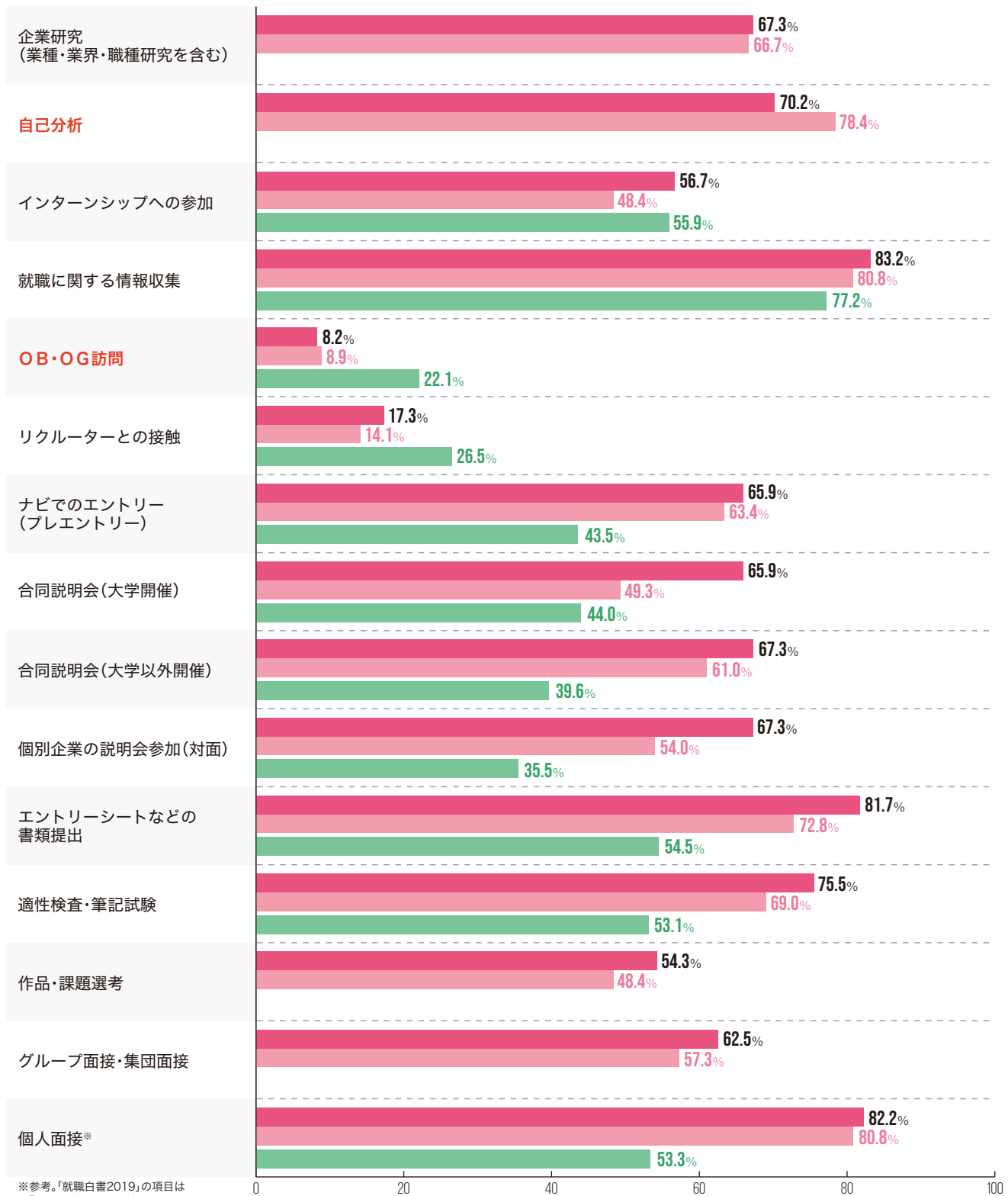
求められる情報の傾向としては「仕事内容」と「選考・採用に関すること」、「待遇・条件面」の3つに分けられるが、この3つを押さえることはもちろん、入社してから3～5年のキャリアや、自身がその業務内容に向いているのかといった、その会社で長く続けられるかといった情報も必要となっている。



就職活動で「実施した」もの

「自己分析」「OB・OG訪問」以外のすべての項目で、
2018年卒に比べ積極的に実施している。

P16表① ■ 美術系学生(2019年卒) ■ 美術系学生(2018年卒) ■ 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」



※参考:「就職白書2019」の項目は
「面接など対面での選考を受ける」。



情報収集スタート時期

2019年卒は、一般学生に比べると緩やかではあるが、
2018年卒美術系学生よりも情報収集時期が早まっている。

P17表①

美術系学生(2019年卒)

美術系学生(2018年卒)

一般学生

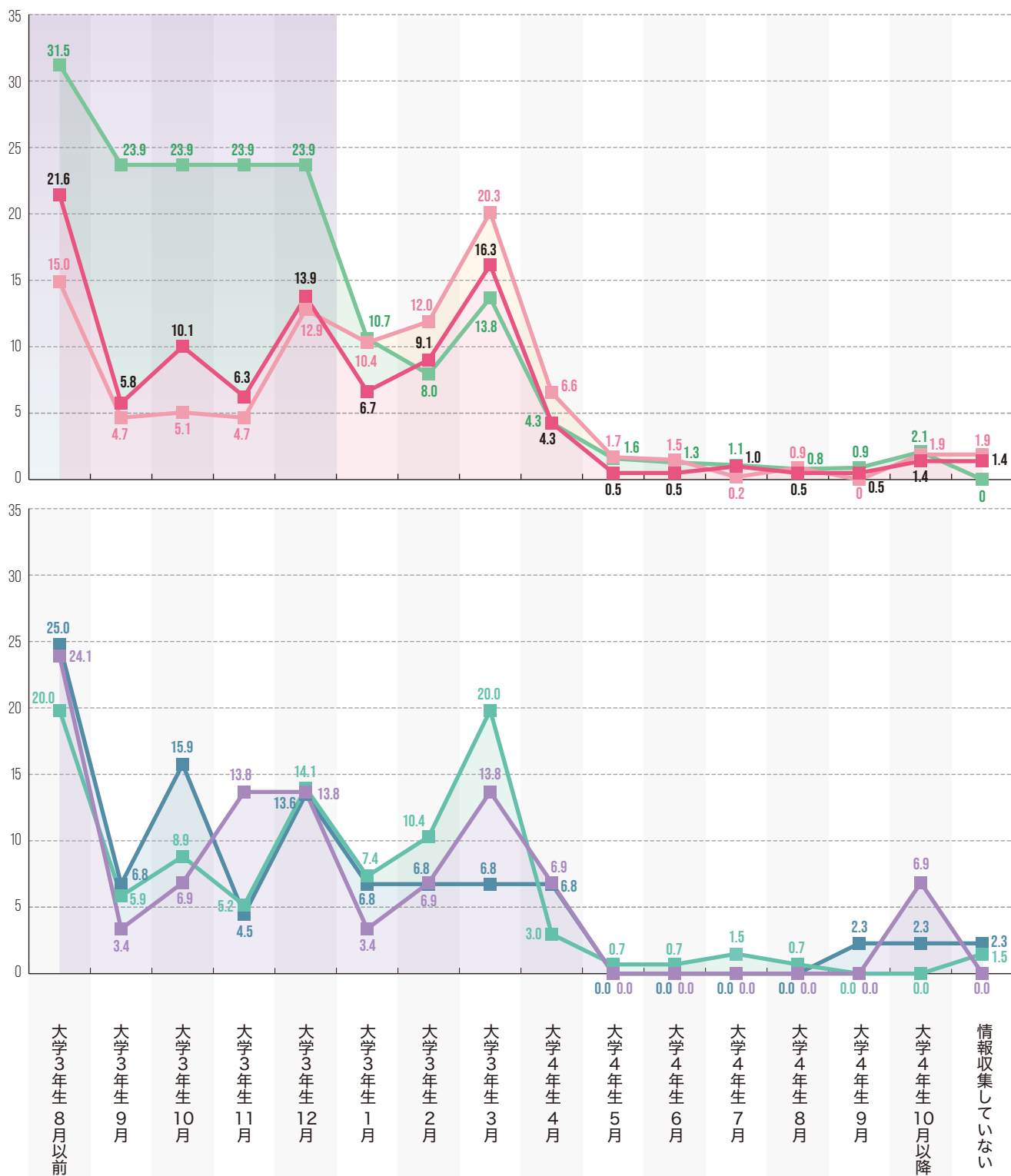
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

※卒業前年度9月~12月が23.9%・グラフは当社加工。「情報収集していない」は聴取なし。

ファイン系(2019年卒)

デザイン系(2019年卒)

その他(2019年卒)



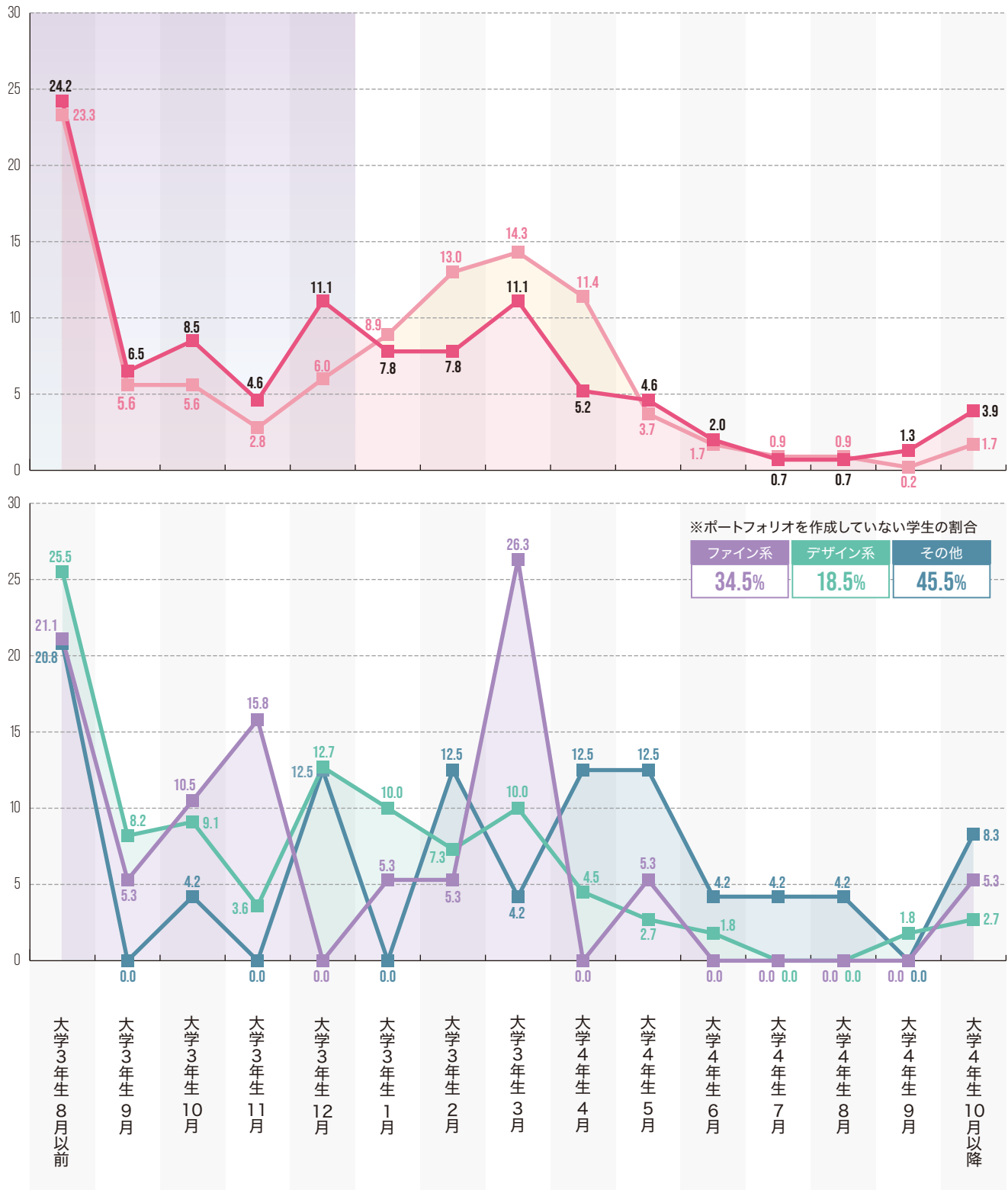


ポートフォリオ準備開始時期

全体傾向としては、2018年卒・2019年卒で大きくは変わらないが、若干2019年卒の方が開始時期が早くなっている。

P18表①

美術系学生(2019年卒) 美術系学生(2018年卒)
ファイン系(2019年卒) デザイン系(2019年卒) その他(2019年卒)



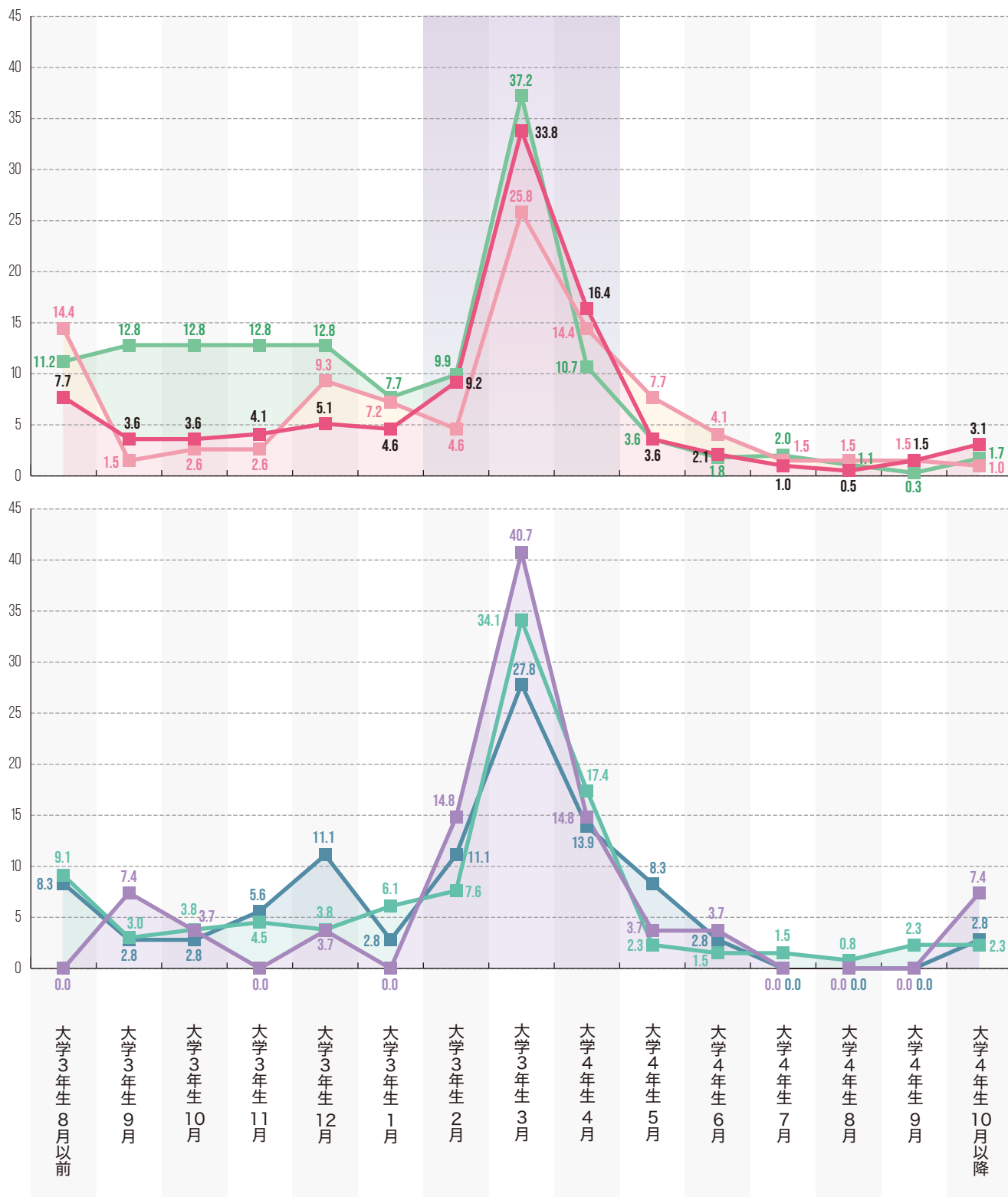
個別企業説明会(対面)に行きはじめた時期

基本的には2018年卒と同じ傾向だが、2018年卒に比べ明確な前倒しの傾向は見られない。

P19表①

■ 美術系学生(2019年卒) ■ 美術系学生(2018年卒) ■ 一般学生
■ ファイン系(2019年卒) ■ デザイン系(2019年卒) ■ その他(2019年卒)

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」
※卒業前年度9月～12月が12.8%・グラフは当社加工。





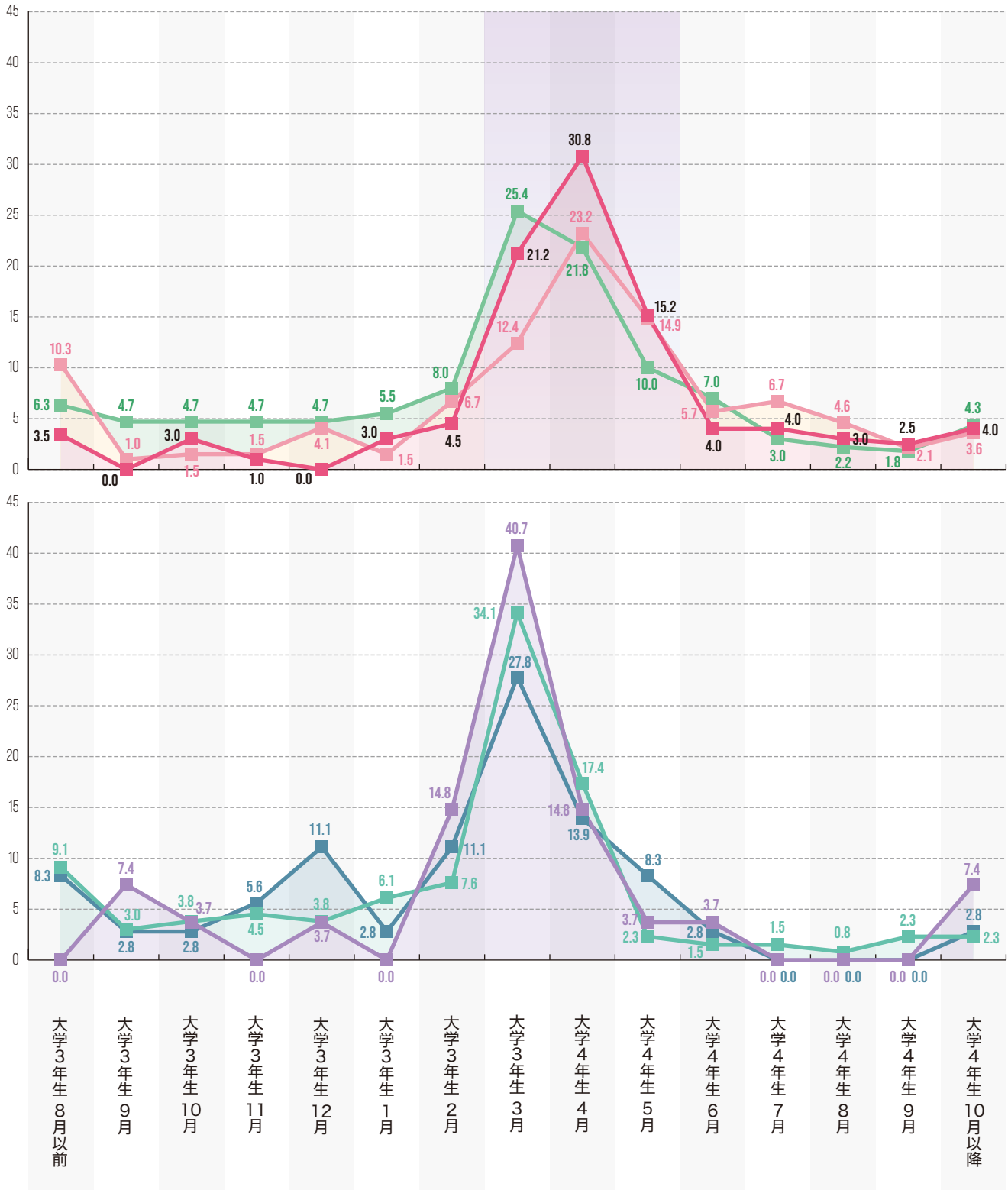
面接(対面選考)に行きはじめた時期

より3年生3月～4年生5月の間に集中する傾向が強まっている。

P20表①

美術系学生(2019年卒) 美術系学生(2018年卒) 一般学生 資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

ファイン系(2019年卒) デザイン系(2019年卒) その他(2019年卒)





内定取得時期

一般学生とほぼ1ヶ月ズレで同じ傾向推移となり、
2019年卒は明確な“山”ができた。

P21表①

美術系学生(2019年卒)

美術系学生(2018年卒)

一般学生

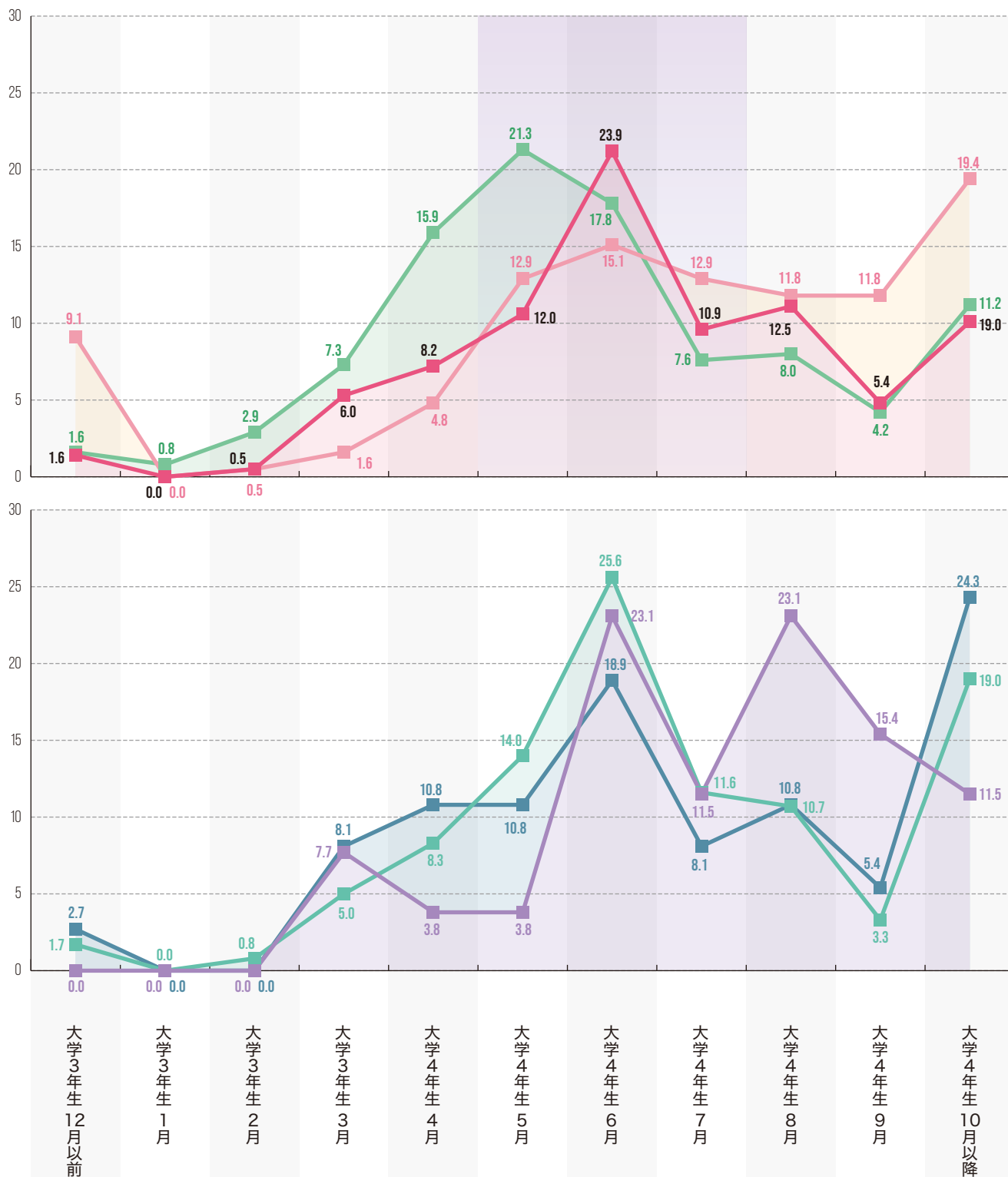
資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

※「大学3年生12月以前」の数値は卒業前年度9月~12月のもの。

ファイン系(2019年卒)

デザイン系(2019年卒)

その他(2019年卒)



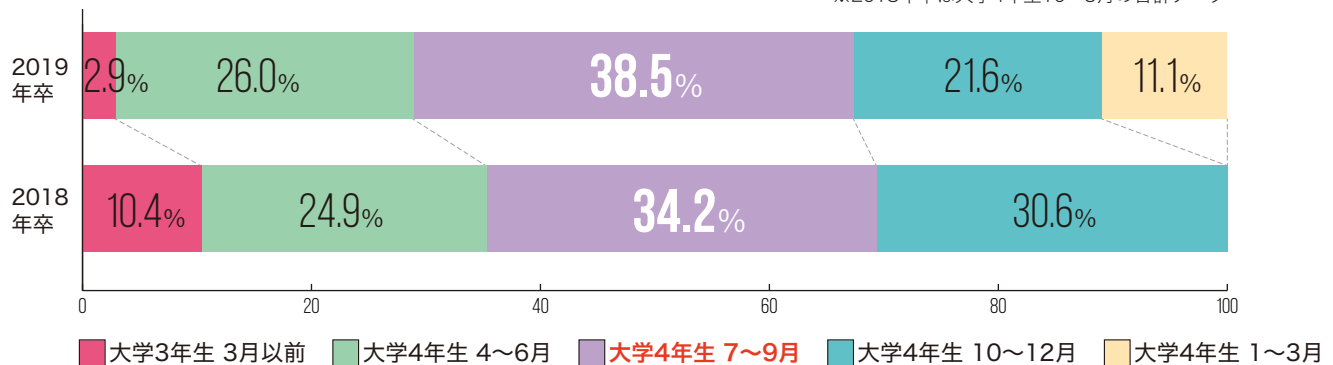


就活終了時期

早期終了の割合が減ったが、その分が各時期に分散、
約40%が大学4年生7～9月に終了している。

P22表①

※2018年卒は大学4年生10～3月の合計データ



時期全般【総括】

「情報収集」「ポートフォリオ準備」の準備段階においては2018卒に比べ早期化が見られたが、「説明参加」「面接」「内定」の実際の就職活動においては、2018年卒と同等かやや遅めの推移となった。ただ、内定取得時期(P21表①)は、大学4年生7月以降のすべての時期において2018年卒を下回っており、4年生の夏秋以降に初めて内定を得る美術系学生の割合が減っている。その点では、全体としては早期化していると言えなくもない。

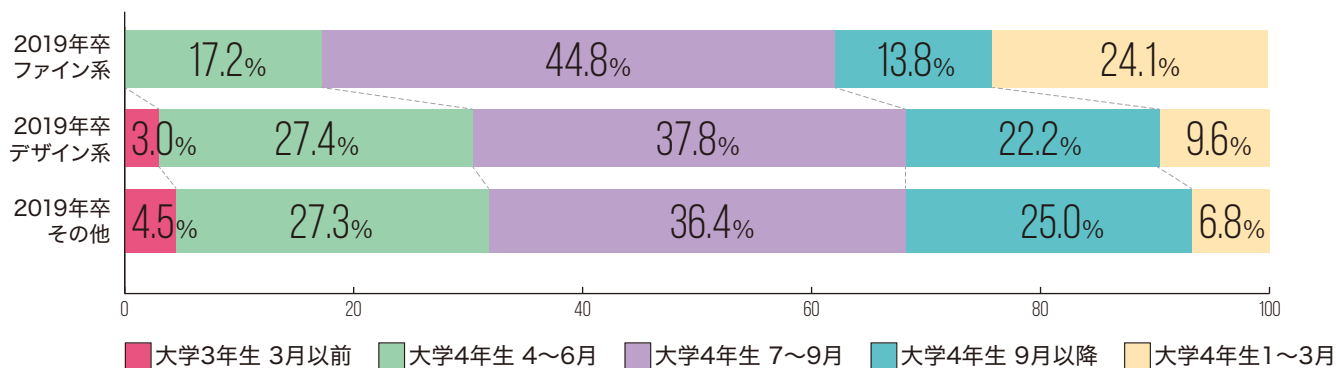
また、同じく内定取得時期について、2018年卒及び過去の美術系学生のデータと比べ、2019年卒はより一般学生に近いデータ推移となった。2019年卒の進路傾向は次回調査ではあるが、美術系学生の一般職への就職割合が増えている(P5表②)ことも要因の1つかもしれないが、学生の採用難易度が上がっていることに対する企業側の採用スケジュールの見直しなども影響しているのではないだろうか。



就活終了時期

デザイン系・その他に比べ、ややファイン系学生の終了時期は遅い傾向にある。

P23表①



時期全般 【分類別総括】

各活動時期については、ポートフォリオの作成時期以外は、各専攻ともある程度同じような傾向となっている。ただ、その中でもファイン系学生の内定取得時期には2つ目のピークが時期ずれの8月にあること(P21表①)、就活終了時期が遅めであること(P23表①)は、ファイン系学生ならではの傾向ではないだろうか。

また、ポートフォリオ準備開始時期(P18表①)について、全回答者のうち、ポートフォリオを作成していない学生の割合を併記した※。これによると、驚くべきことに、その他の学生の半数近く、ファイン系学生は3人に1人、デザイン系学生でも約20%がポートフォリオを作成していないことが判明した。実際の制作活動をしていない可能性があるその他の専攻の学生はともかく、なにかしらの制作をしていたはずのファイン系・デザイン系の学生ですらこの状況であり、クリエイティブ職への就職率が低いことにもつながっているのではないだろうか。

※グラフ自体は、作成した学生を分母として作成しているので、各専攻ごと全期間の合算で100%となる。

2018年卒に比べ、リクルーター接触数が減少。
一般学生と比較すると、ほぼ同等の人数・回数。

OB・OG訪問実施数 平均 P24表①

美術系学生 (2019年卒)			2.84人
ファイン系	デザイン系	その他	
2.75人	2.72人	3.67人	

美術系学生 (2018年卒)	2.47人
一般学生	3.74人

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

リクルーター接触数 平均 P24表②

美術系学生 (2019年卒)			4.70人
ファイン系	デザイン系	その他	
4.71人	4.67人	4.77人	

美術系学生 (2018年卒)	6.75人
一般学生	5.36人

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

大学開催の説明会・セミナー参加回数 平均 P24表③

美術系学生 (2019年卒)			4.67回
ファイン系	デザイン系	その他	
4.30回	5.15回	3.28回	

美術系学生 (2018年卒)	4.68回
一般学生	4.15回

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

大学以外の合同説明会・セミナー参加回数 平均 P24表④

美術系学生 (2019年卒)			4.13回
ファイン系	デザイン系	その他	
3.75回	4.18回	4.26回	

美術系学生 (2018年卒)	2.47回
一般学生	5.02回

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

2018年卒に比べ、エントリーシート提出社数が微増。
一般学生と比較すると、全体的にボリュームが少なめ。

プレエントリー社数 平均 P25表①

美術系学生 (2019年卒)	15.64社		
ファイン系	デザイン系	その他	
15.17社	15.58社	16.23社	

美術系学生 (2018年卒)	16.45社
一般学生	27.38社

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2019」

個別説明会 参加回数 平均 P25表②

美術系学生 (2019年卒)	7.13回		
ファイン系	デザイン系	その他	
7.81回	8.06回	7.14回	

美術系学生 (2018年卒)	7.77回
一般学生	12.83回

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2019」
※参考。対面開催のもの

エントリーシート(書類)提出社数 平均 P25表③

美術系学生 (2019年卒)	10.29社		
ファイン系	デザイン系	その他	
9.97社	10.91社	8.47社	

美術系学生 (2018年卒)	8.35社
一般学生	13.46社

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2019」

面接(対面による選考)を受けた社数 平均 P25表④

美術系学生 (2019年卒)	6.07社		
ファイン系	デザイン系	その他	
4.86社	6.74社	4.72社	

美術系学生 (2018年卒)	5.56社
一般学生	8.19社

資料出所：就職みらい研究所「就職白書2019」



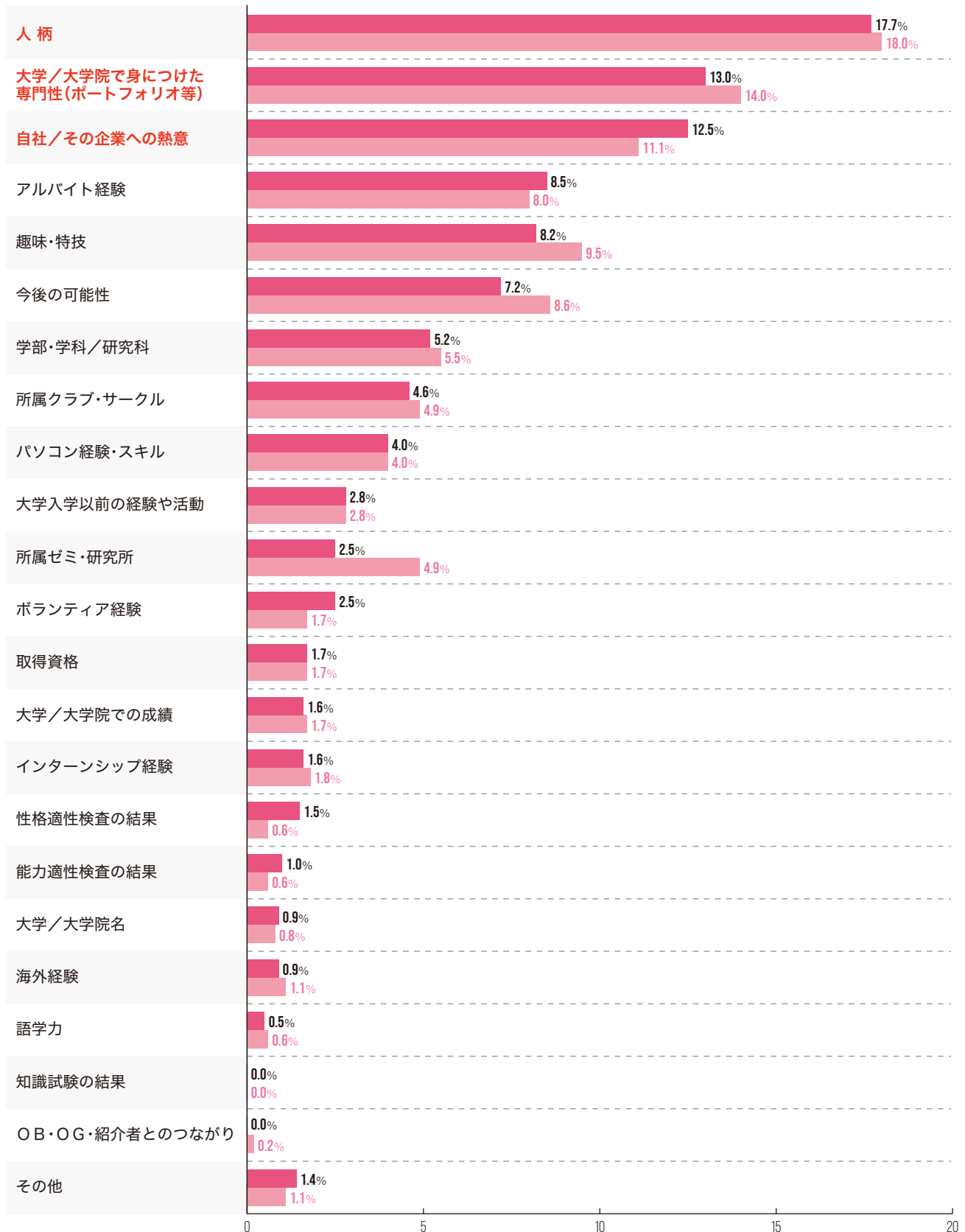
面接でアピールした(する)項目

2018年卒とほぼ同じ比率。

P26表①

美術系学生(2019年卒)

美術系学生(2018年卒)



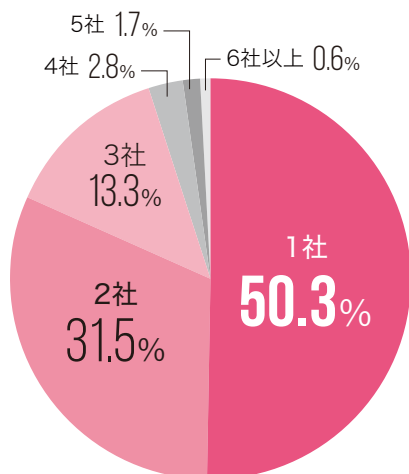


内定取得数

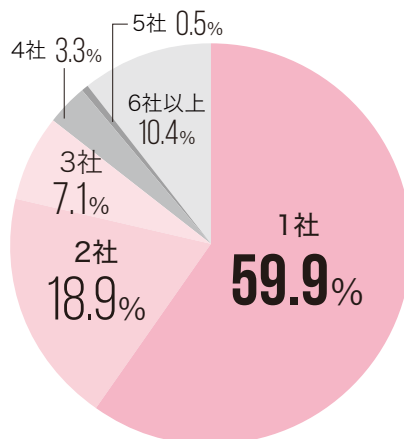
2018年卒に比べ、6社以上の割合が大幅に減少、2社・3社の割合が増加。
比較的一般学生に近い割合となった。

P27表①

美術系学生(2019年卒)

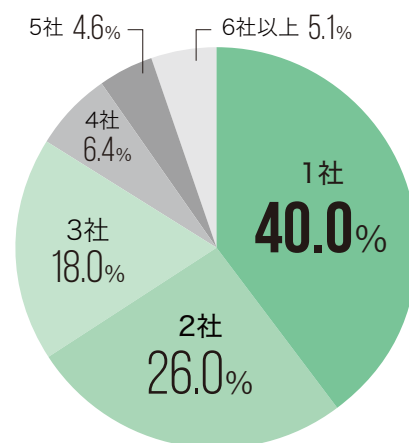


美術系学生(2018年卒)



一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

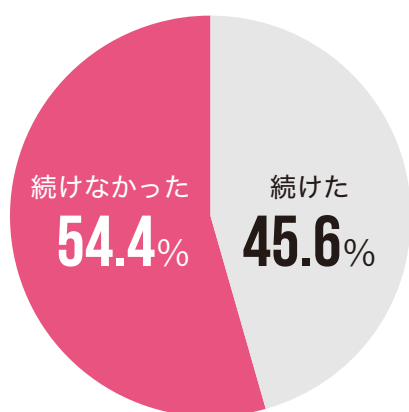


内定取得後の就職活動継続状況

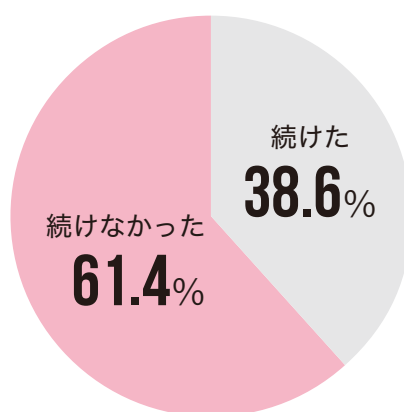
一般学生とは異なり、2018年卒同様、
内定取得後は活動を継続しない割合が多い。

P27表②

美術系学生(2019年卒)

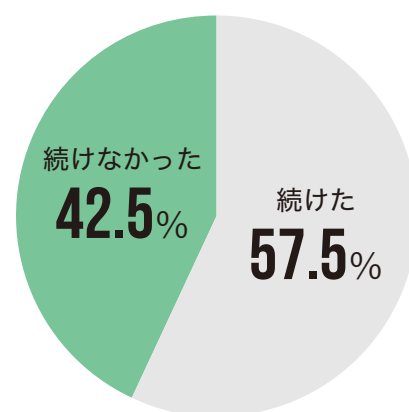


美術系学生(2018年卒)



一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」

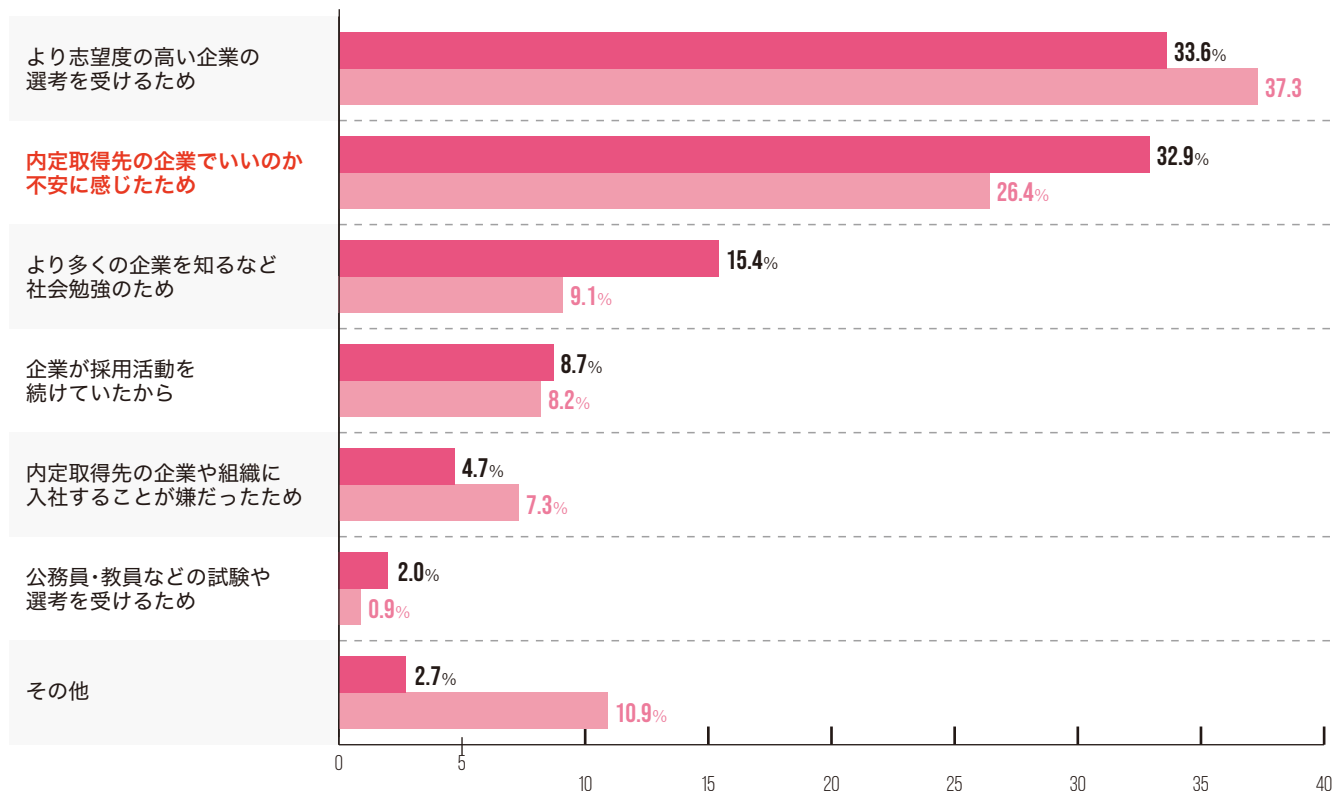




内定取得後の就職活動継続理由

2018年卒から全体の順位は変わらないものの、
2位の内定取得先企業への不安が1位と僅差となった。

P28表① ■ 美術系学生(2019年卒) ■ 美術系学生(2018年卒)



実施ボリューム【総括】

全体傾向としては、2018年卒と比べそこまで大きな変化はなく、項目ごとにある程度の増減となっている。

とは言え、その増減の結果、2社以上の内定取得した美術系学生の割合がほぼ半数に達し(P27表①)、内定取得後も活動を継続した美術系学生は前年に比べ7ポイントも増加している(P27表②)。年々、美術系学生は1社の内定で決めきる割合が減っており、じっくりと入社先を決める傾向が強くなってきていると言える。

また、内定取得後も就職活動を継続した理由について、「内定取得先の企業でいいのかわからない不安に感じたため」が増加し3人に1人が選択。「より多くの企業を知りたい」も2018年卒データから回答率が大きく伸びており、この点からも、より入社先を比較検討したい意向がうかがえる(P28表①)。



内定取得後の就職活動継続理由

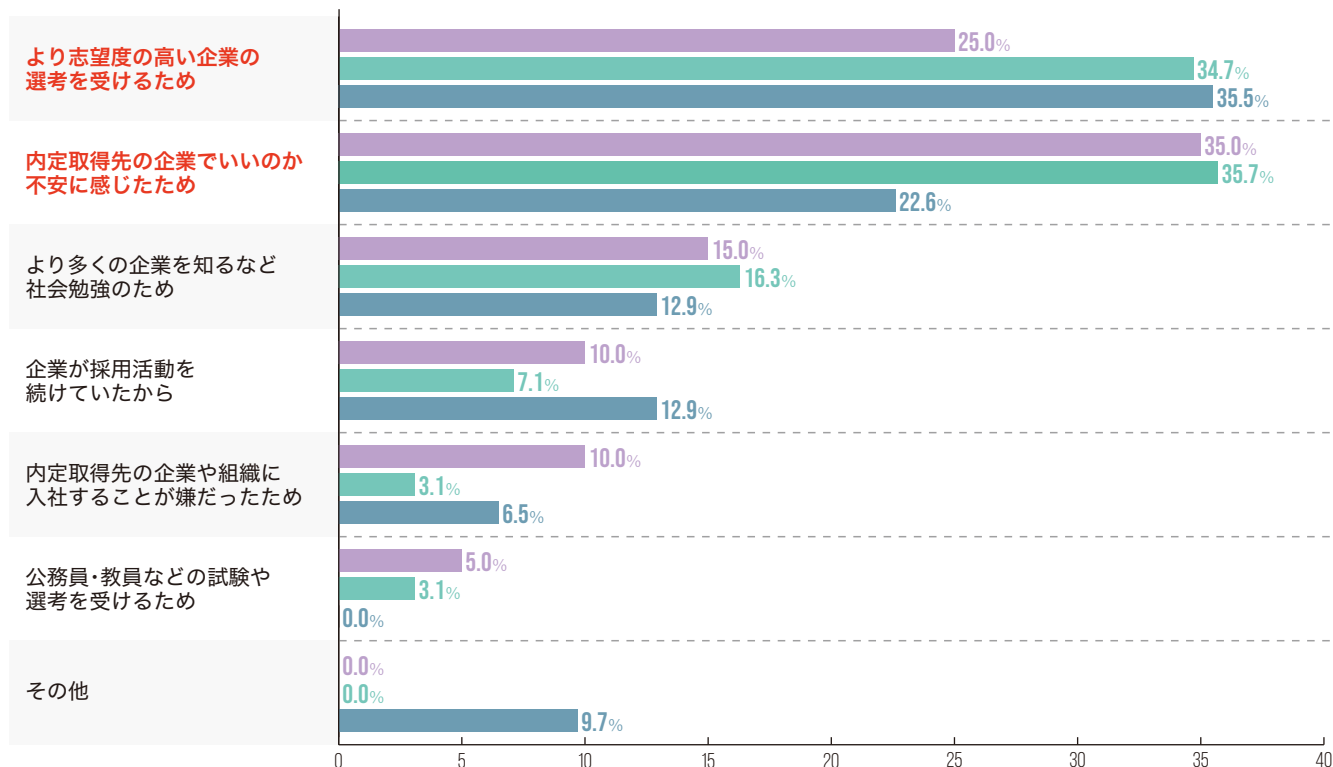
特に上位2項目の回答数が多いが、専攻によって割合にバラつきがある。

P29表①

■ ファイン系(2019年卒)

■ デザイン系(2019年卒)

■ その他(2019年卒)



実施ボリューム 【 分類別総括 】

実際に実施した事項(P24、P25)については、各専攻の差は1~2程度にとどまっている。

また、内定取得数(P27表①)、内定取得後の活動継続状況(P27表②)については、各専攻ともほぼ同傾向の結果となったのでデータ掲載せず。

データ上では、就活実施ボリュームにおいては専攻における大きな特徴や傾向は見られない結果となっている。

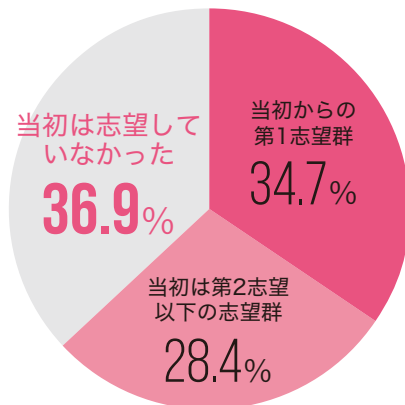


入社予定企業の就活開始当初の志望状況

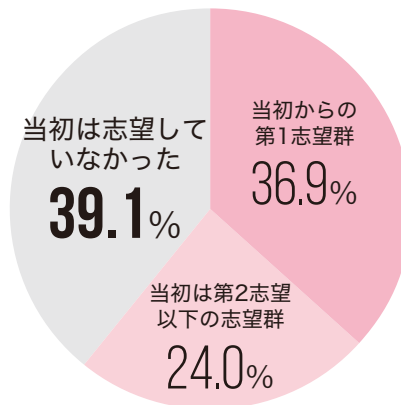
2018年卒同様、当初は志望していなかった会社への入社割合が1番に。

P30表①

美術系学生(2019年卒)

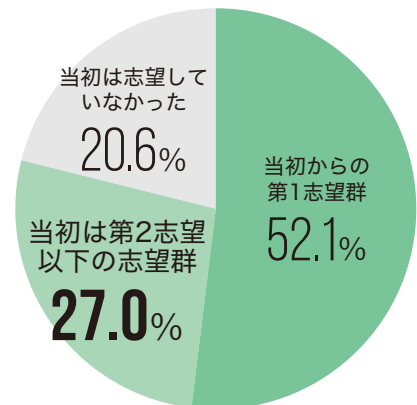


美術系学生(2018年卒)



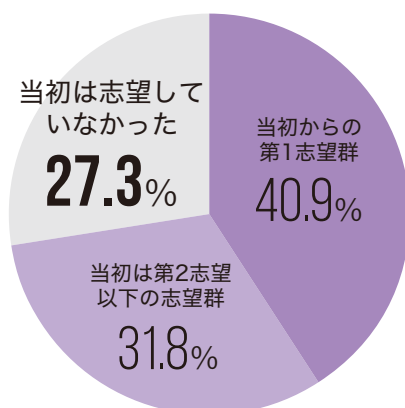
一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」
※「入社予定企業確定者」のみ。

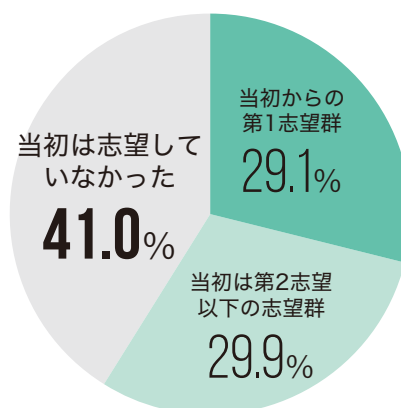


P30表②

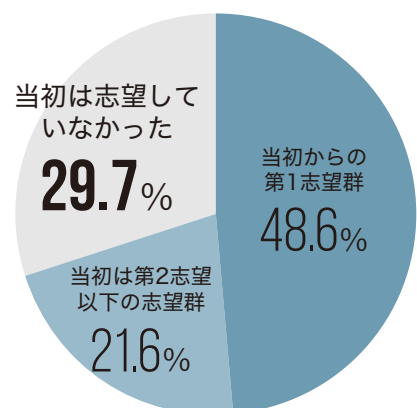
ファイン系(2019年卒)



デザイン系(2019年卒)



その他(2019年卒)



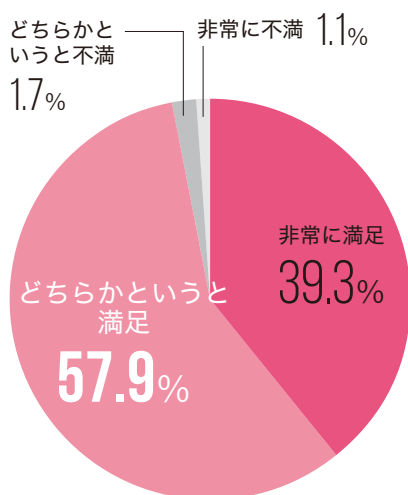


入社予定企業の満足度

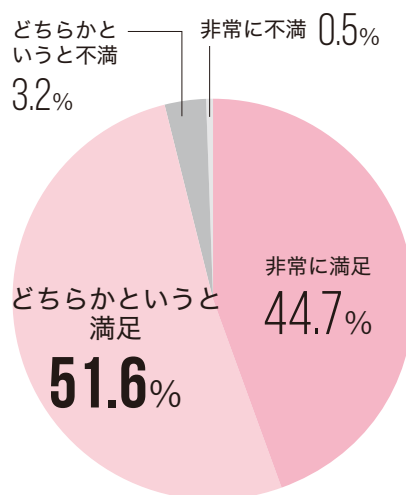
「非常に満足」はやや減少したものの、満足した割合は95%以上と高い割合に。

P31表①

美術系学生(2019年卒)

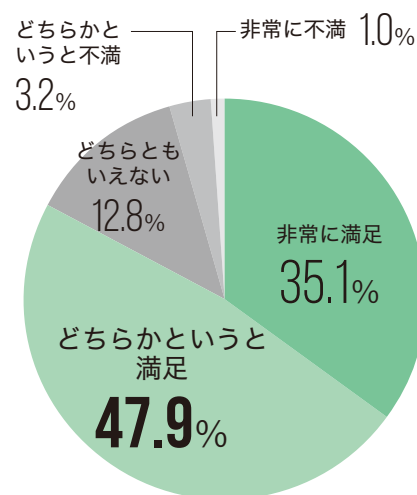


美術系学生(2018年卒)



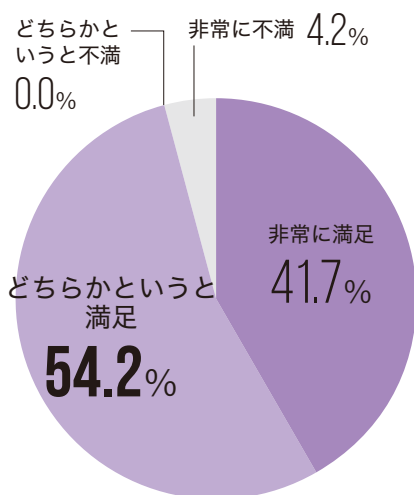
一般学生

資料出所:就職みらい研究所「就職白書2019」
※「入社予定企業確定者」のみ。

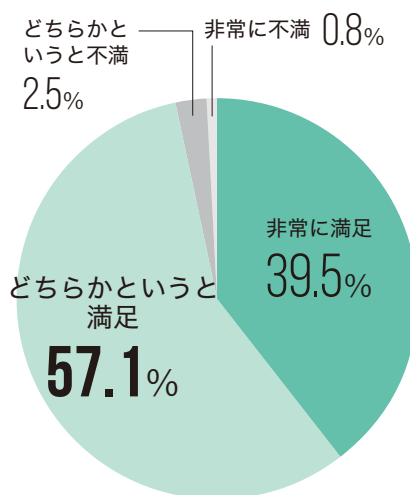


P31表②

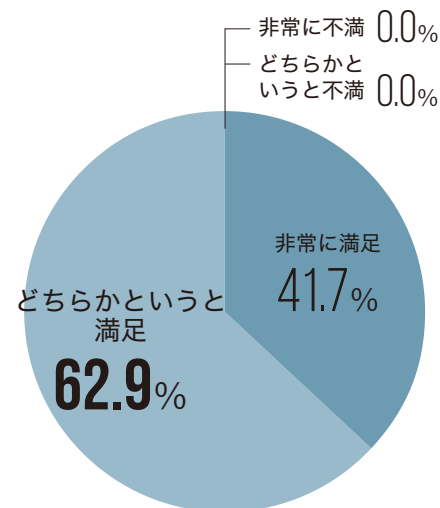
ファイン系(2019年卒)



デザイン系(2019年卒)

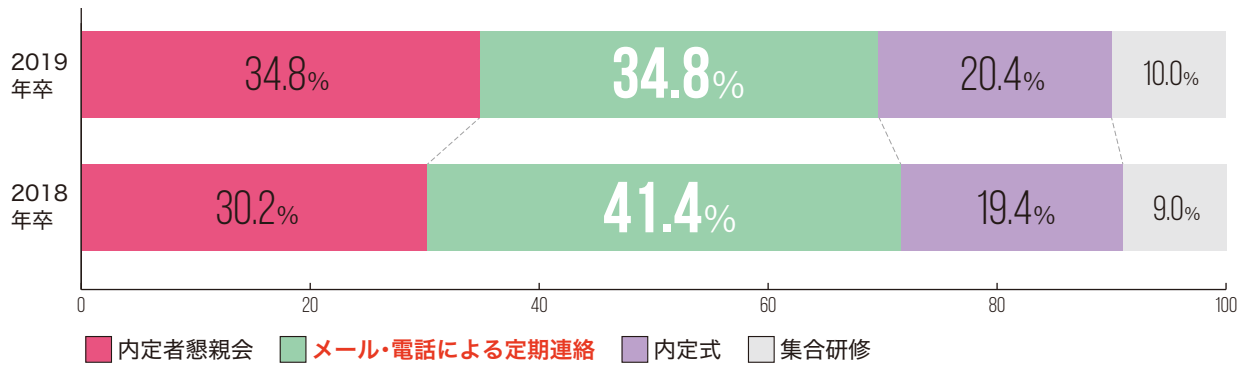


その他(2019年卒)



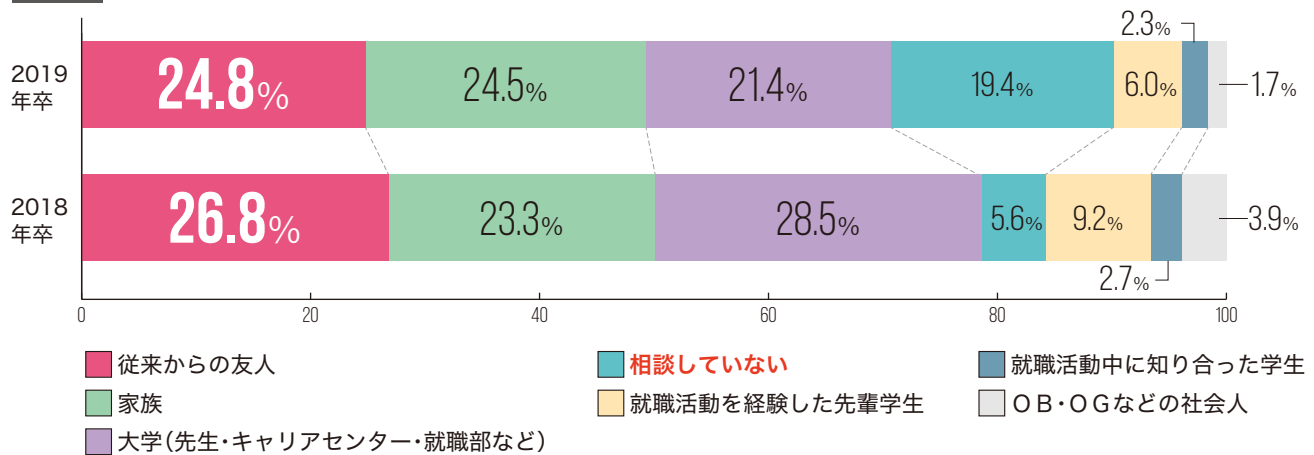
内定後、入社意欲が高まったもの 内定取得者を対象
(複数回答) **全体傾向は変わらないものの、メール・電話によるフォローが増加している。**

P32表①



就活中の相談相手 全学生対象
(複数回答) **全体傾向は変わらないが、「相談していない」が大幅に増加した。**

P32表②



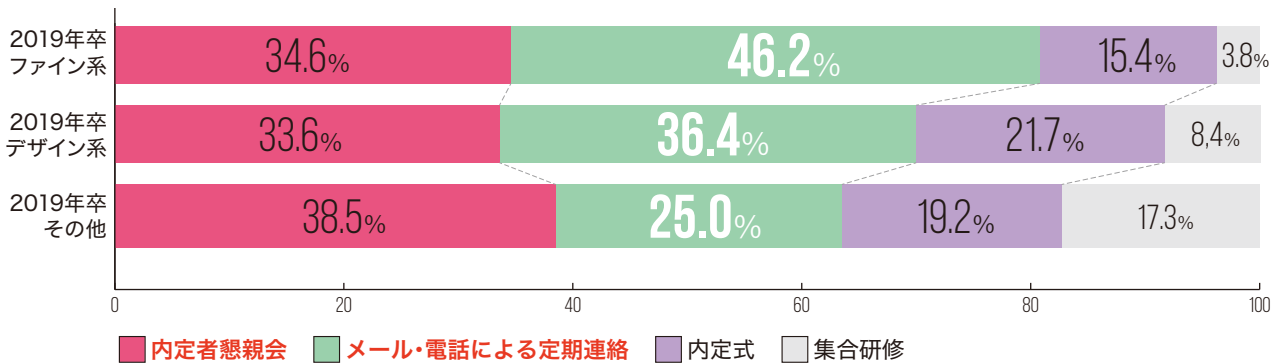


内定後、入社意欲が高まったもの

内定取得者を対象
(複数回答)

ファイン系・デザイン系は「メール・電話」、
その他は「内定者懇親会」が1位。

P33表①

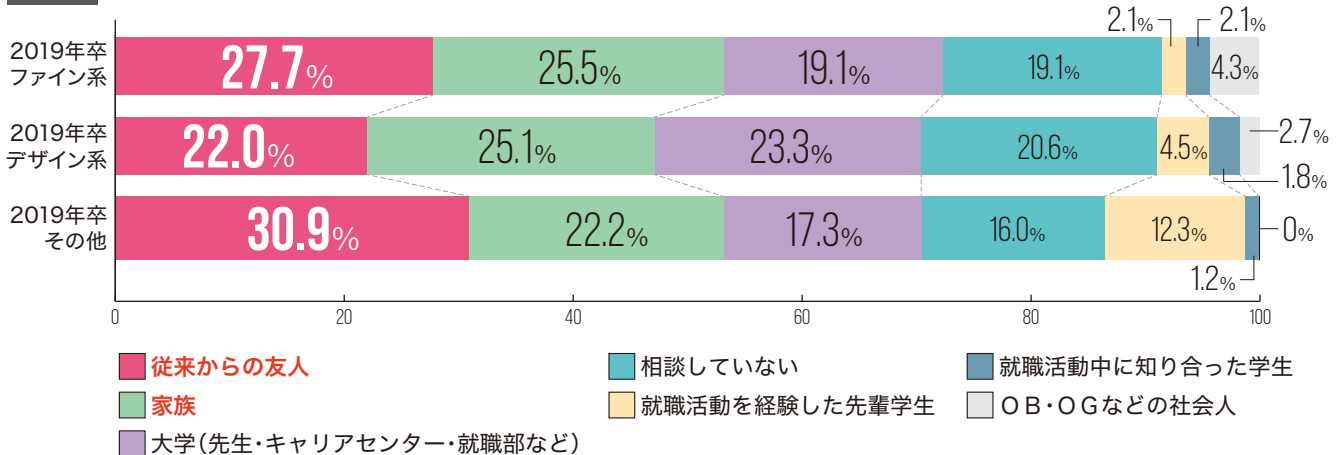


就活中の相談相手

全学生対象
(複数回答)

僅差ではあるが、
デザイン系のみ回答順位が異なる。

P33表②



活動満足度 【総括】

「入社予定企業の就活開始当初の志望状況」は、美術系学生の傾向自体は2018年卒とほぼ同じとなっているが、一般学生の回答傾向と大きく異なっており、美術系学生ならではの結果と言える(P30表①)。美術系学生は、第2志望以下と当初は希望していなかった志望群の合算が実に約65%にのぼり、当初からの第1希望通りの就職となった学生は3人に1人という結果となった。

また、2018年卒から大きく変わった点として、「就活中の相談相手」の変化が挙げられる(P32表②)。昨今の「売り手市場」=就活のしやすさからか、相談をしなかった学生が大幅増。一方、相談をしていた場合でも、友達・家族など相談のしやすい相手に対してはさほど変わっていないが、大学のキャリアセンターや先輩学生、OB・OGなど、より深い相談ができる相手に対しての割合が軒並み減少している。

活動満足度 【分類別総括】

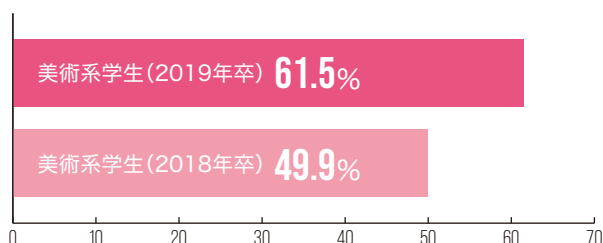
入社予定企業に対する志望状況(P30表①)は、専攻によって差があり、特にデザイン系学生の第1志望への入社割合が低いのが目立つ。ファイン系学生も6割は第2志望以下という状況。それに対し入社予定企業への満足度は専攻に関係なく満足度が高い傾向(P31表②)。

就活中の相談相手(P32表②、P33表②)は、全体傾向として2019年卒は2018年卒に比べ「相談していない」が大幅に増加したが、専攻別に見た場合でも、各専攻とも「相談していない」割合が高めの結果となっている。また、2018年卒-2019年卒で「大学(先生・キャリアセンター・就職課など)」の割合が減少したが、専攻別ではデザイン系は比較的相談している傾向にあり、逆にその他の専攻学生があまり相談をしていない結果となった。

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

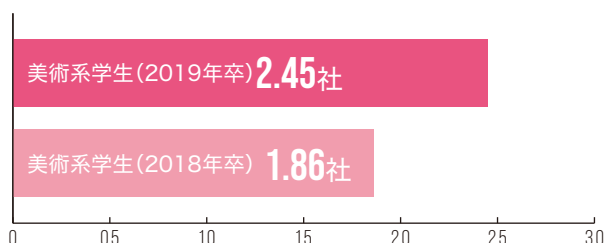
P35表①



+10%を超える大幅な増加となった。

平均参加社数 参加者数回答を回答人数で割り算

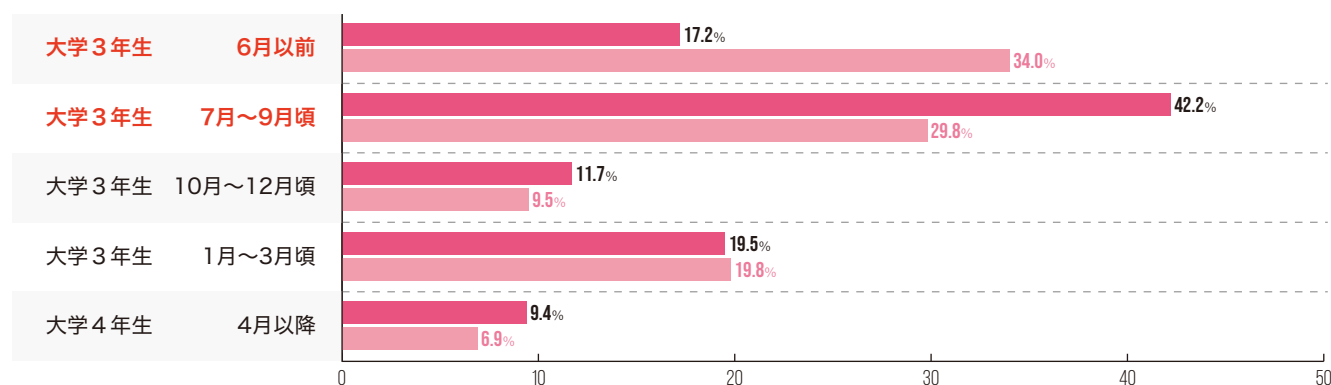
P35表②



参加割合が増えたように、参加社数も増加している。

初めて参加した時期 単一回答

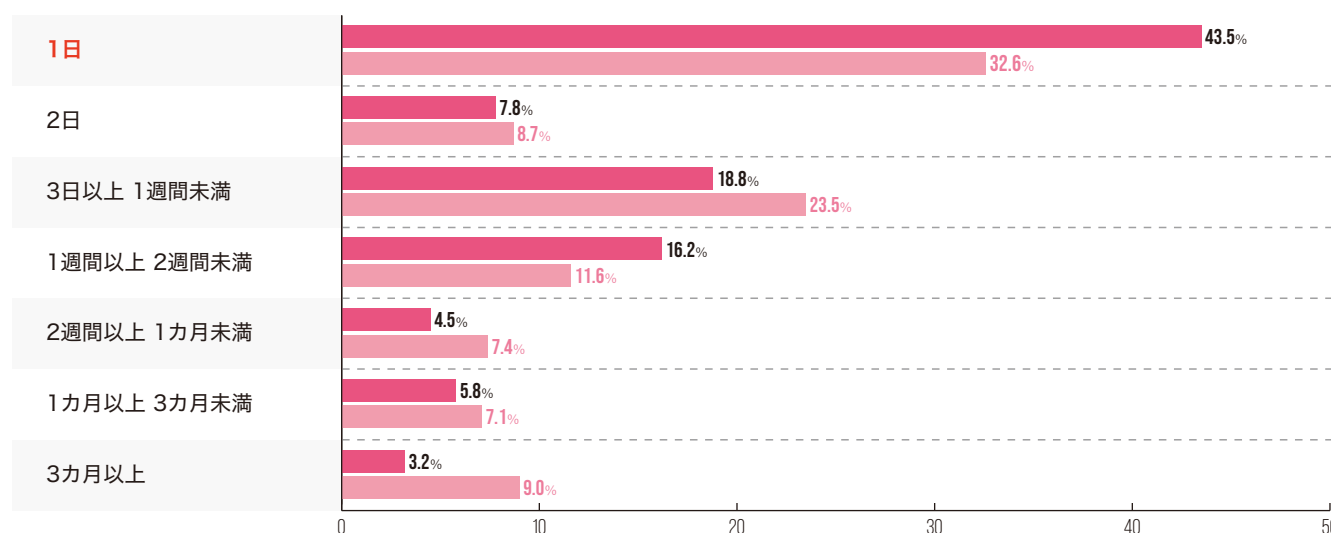
P35表③



3年生6月以前の割合が大きく減少、一方3年生夏のサマーインターンへの参加割合が大幅に増加した。

参加期間 複数回答

P35表④



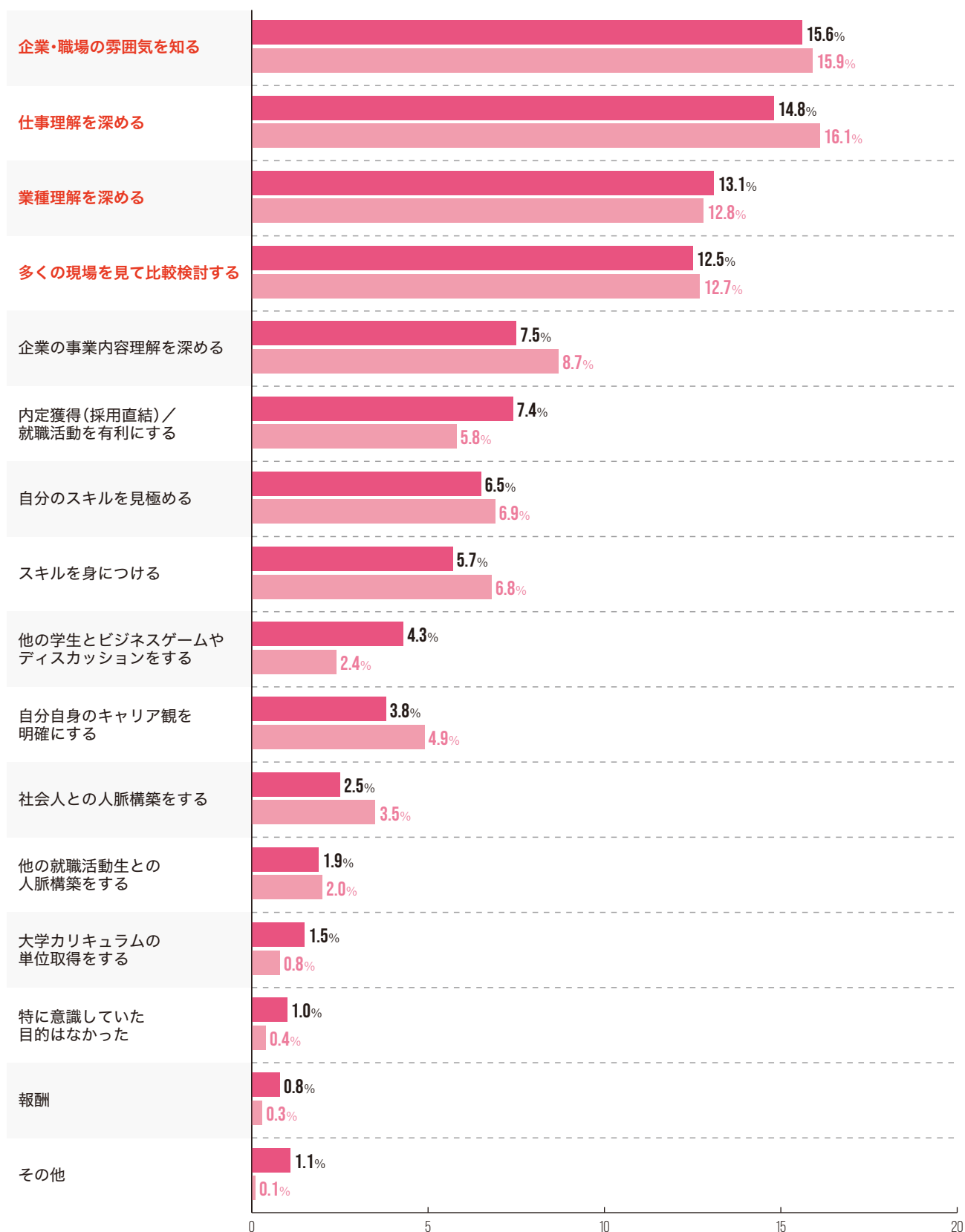
1日のみのワンデーインターンの参加割合が大幅に伸びた。反面、2週間を超える長期インターンシップが減少。



インターンシップ参加目的

全体的な傾向は2018年卒と同じ。企業理解や業務理解、業界研究目的がメイン。

P36表① 美術系学生(2019年卒) 美術系学生(2018年卒)





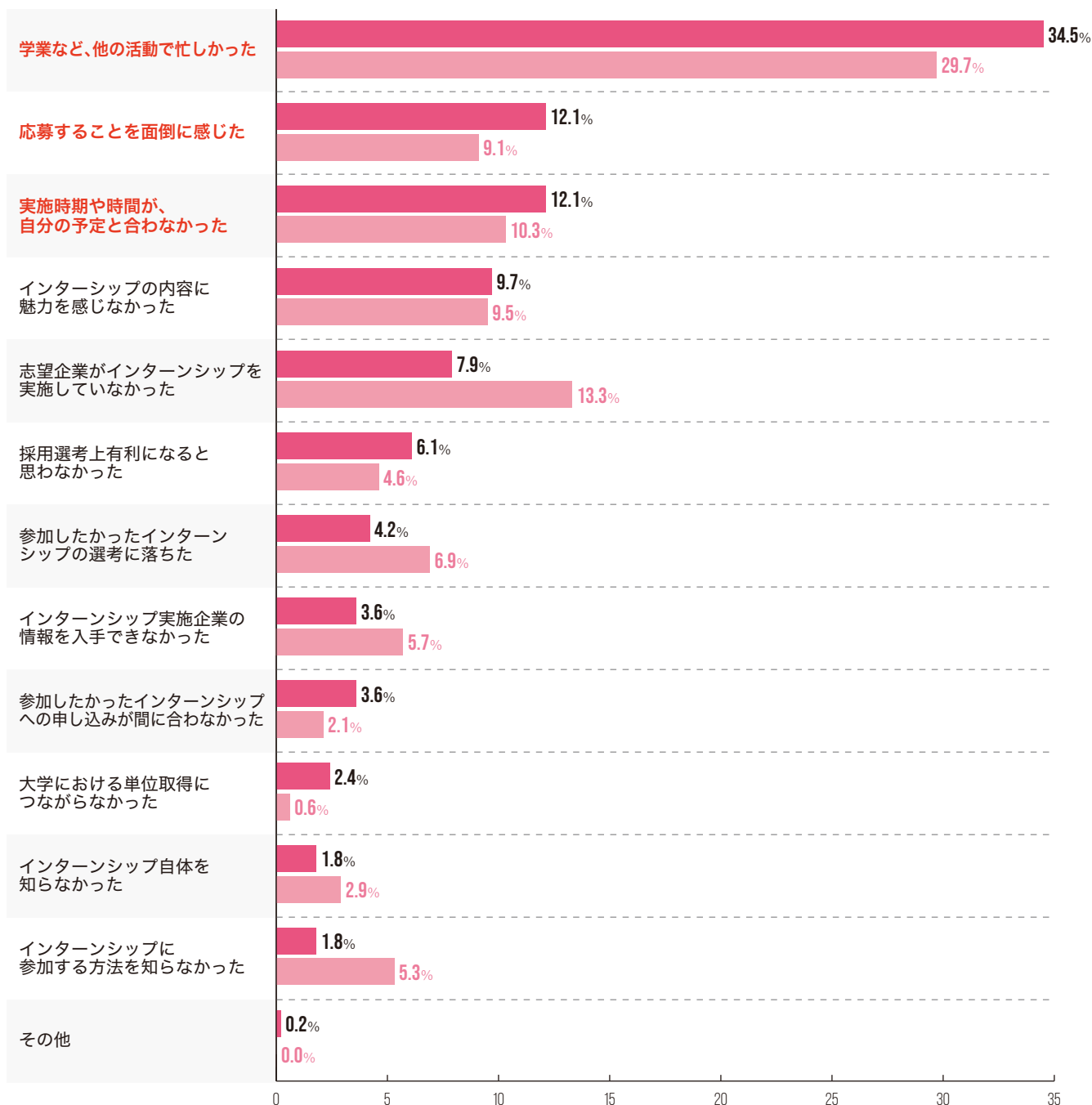
インターンシップに参加しなかった理由

そもそもインターンシップを優先的に考えていない回答が上位3つを占めた。

P37表①

美術系学生(2019年卒)

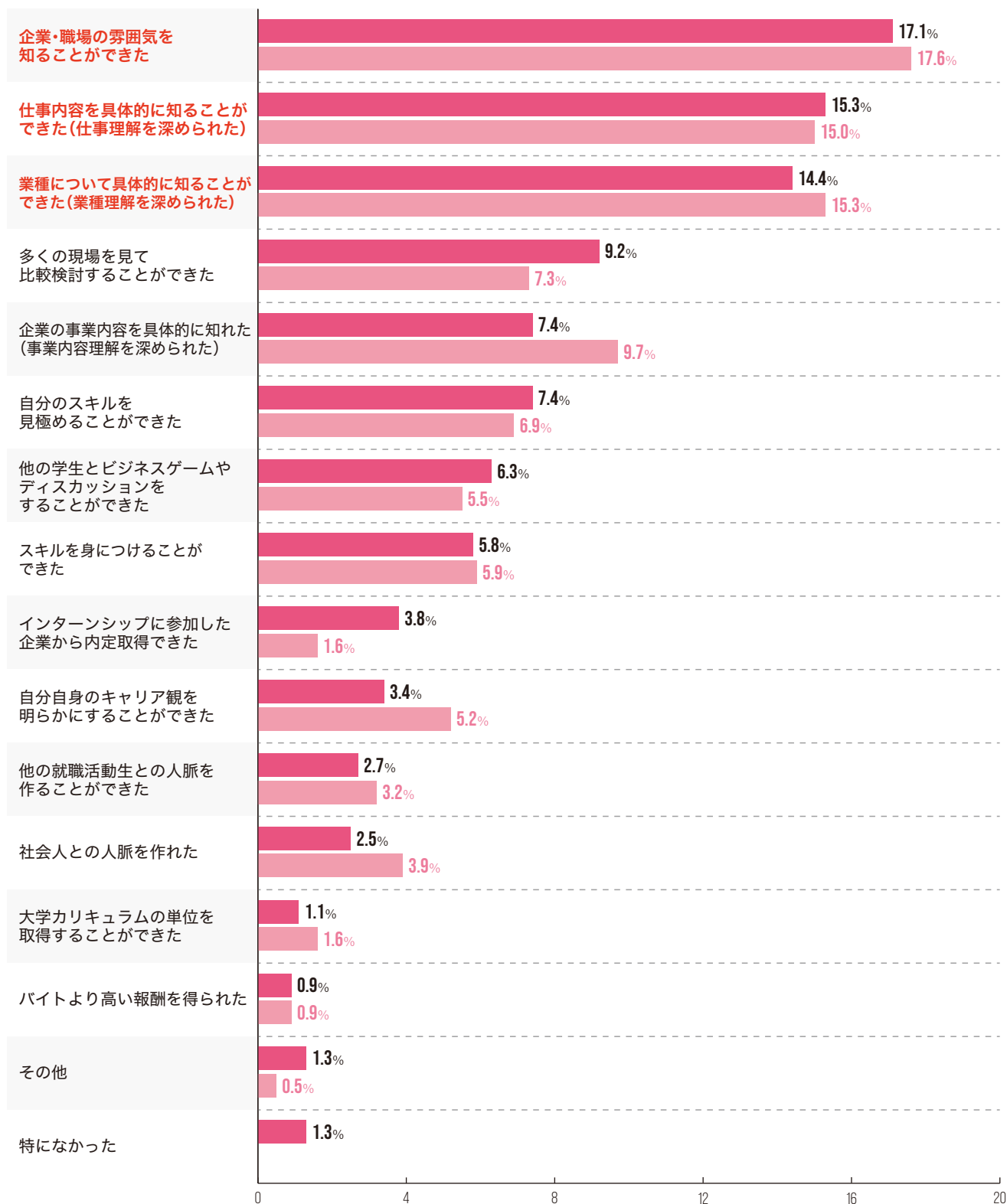
美術系学生(2018年卒)



インターンシップに参加して良かった点

企業理解・業務理解・業界研究についての満足度が上位となった。

P38表① 美術系学生(2019年卒) 美術系学生(2018年卒)



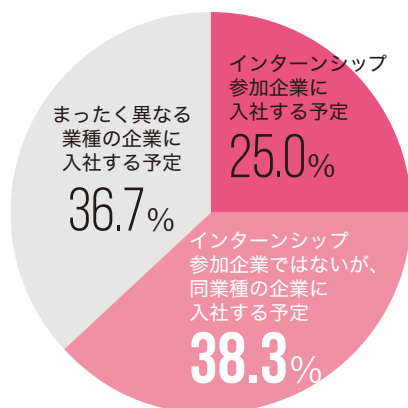


インターンシップ参加後の結果

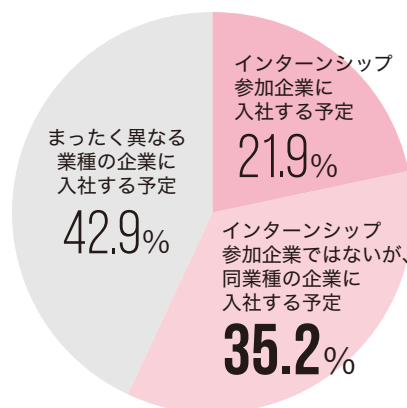
インターンシップが選社に影響する割合が増加している。

P39表①

美術系学生(2019年卒)



美術系学生(2018年卒)



インターンシップ【総括】

2017年卒から2018年卒にかけ、一般学生のインターンシップ参加割合が10ポイント程増加したが、美術系学生は今回の2019年卒調査において前年比で10ポイント程の増加となった(P35表①)。その背景としては、より多くの企業が学生集客のために、3年生のサマーインターン時期を中心にワンデーインターンを開催することが増加しているからだと思われる(P35表③、表④)。

美術系学生は、企業理解を深めること以外に、業務内容の理解や業界研究目的で参加する傾向があるが(P36表①、P38表①)、選社におけるインターンシップの影響も上昇している(P39表①)。その点では、インターンシップをうまく活用することは、学生・企業双方に有効と言える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、私たちユウクリの基本理念です。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35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、業務委託・請負サービスの充実を努めてまいりました。

プロフェッショナルクリエイターのキャリア支援をしていく過程で、美大生・芸大生と受け入れる採用企業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。

事業を立ち上げて3年、さらに学生と企業の相思相愛関係の就職、採用の実現には、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、立ち上げ当初から美大生・芸大生の就職活動の実態調査を実施して参りました。

ここ数年、旺盛な企業の採用意欲の後押しもあって、美大生・芸大生も就職活動にも大きな変化がみられました。たとえば、一般の文系・理系学生に比べて、数年前までは就職活動開始時期が遅い傾向にありました。しかし、昨年あたりから徐々に美大生・芸大生の就職活動が早くなりました。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は引き続き課題となっております。

「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、私たちユウクリの事業領域です。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、一方、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事業の立ち上げ時から、美大生・芸大生に就職活動の実態を多くの方々に知っていただくため本格的に就職実態調査を始めました。ここに2019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ご支援にご活用ください。

就活

がある

美術系学生

には

美術系学生
の

美大芸大 就活ナビ

〔 企業向けサービス 〕

- ☐ 新卒採用コンサルティング
- ☐ 美術系学生特化の採用イベントの開催
- ☐ 美術系学生向け求人情報の掲載

〔 大学・学生の就活支援 〕

- ☐ 学生向け就活準備セミナー(大学出張セミナー)
 - ・業界研究
 - ・ポートフォリオ準備
 - ・求人紹介
 - ・保護者向け就職説明会
- ☐ 就活個別相談
- ☐ 就活準備コンテンツの運営



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

2019年5月31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 ユウクリ
〒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
「ユウクリ 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。