

2017 年度 採用ホームページ好感度ランキング

2016 年 8 月発行

短期決戦とも言える採用スケジュールの中で、できるだけ早い段階で学生に自社について知ってもらうことは、企業にとって重要な課題である。そこで、早期から学生に自社の事業内容や仕事の魅力を伝えることができるコミュニケーションツールである「採用ホームページ」にフォーカスし、利用する学生の声などを紹介する。

《調査概要》

■学生調査 「キャリアス就活 2017 学生モニター調査」

2016年7月調査	
調査対象	キャリアス就活2017 学生モニター
調査時期	7月1日～5日
回答人数	1,242人 (文系男子398人、文系女子373人、 理系男子316人、理系女子155人)

■企業調査 「新卒採用に関する企業調査－採用方針調査」

新卒採用に関する企業調査－採用方針調査				
調査時期	2016年2月1日～2月9日	～299人	300～999人	1000人以上
回答社数	全国の主要企業 1,298社	466社	513社	319社

調査方法：インターネット調査法

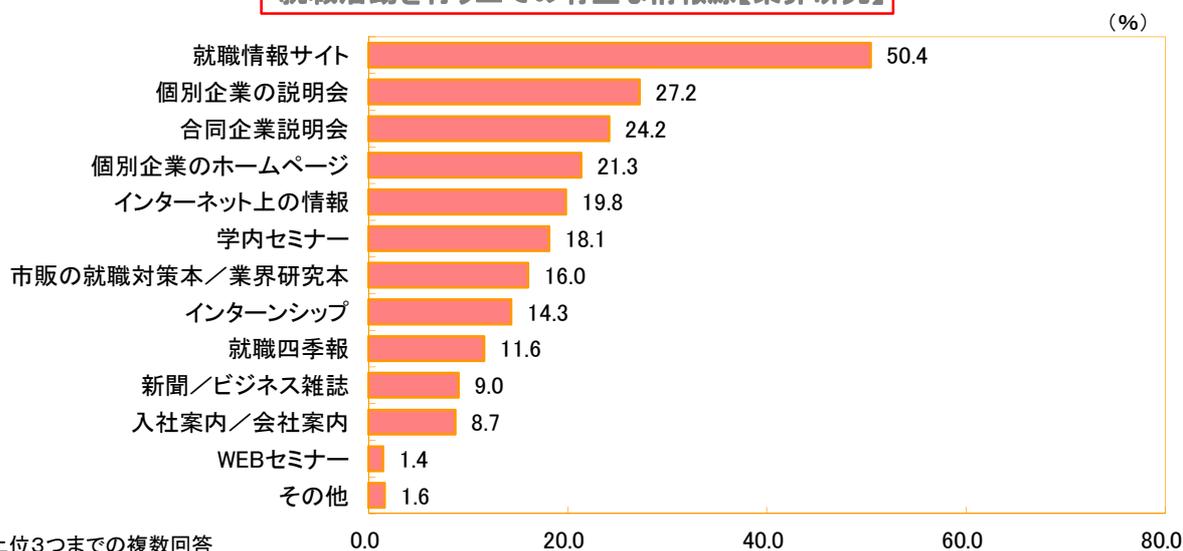
調査機関：株式会社ディスコ キャリアスリサーチ

[1] 就職活動を行う上での有益な情報源／学生調査

今年就職活動を行った学生に、「就職活動を行う上で、有益な情報源」を尋ねた。

有益だと思える情報源を選択肢から上位3つまで選んでもらったところ、「業界研究」については、「就職情報サイト」が最も多く（50.4%）、「個別企業の説明会」（27.2%）、「合同企業説明会」（24.2%）、「個別企業のホームページ」（21.3%）が続いた。個別企業の説明会や採用ホームページからは、業界研究に役立つ情報が発信されていることがわかる。

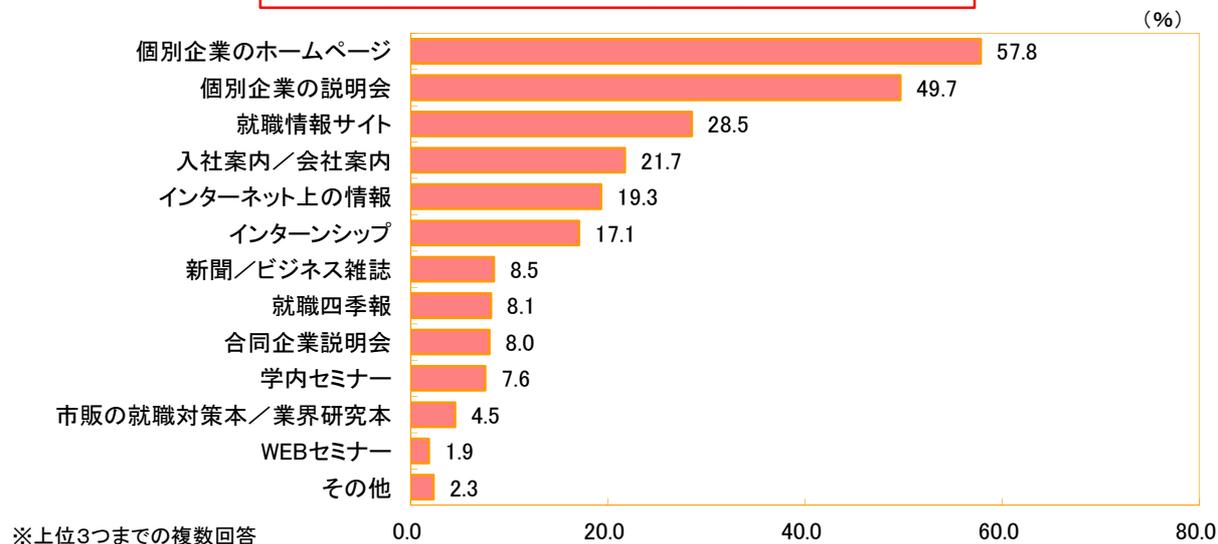
就職活動を行う上での有益な情報源【業界研究】



※上位3つまでの複数回答

「志望企業の研究」で最も多かったのは「個別企業のホームページ」(57.8%)で、次いで「個別企業の説明会」(49.7%)だった。インターネットからの情報も、リアルなコミュニケーションから得られる情報も、どちらも有益な情報源として活用していることがわかる。

就職活動を行う上での有益な情報源【志望企業の研究】

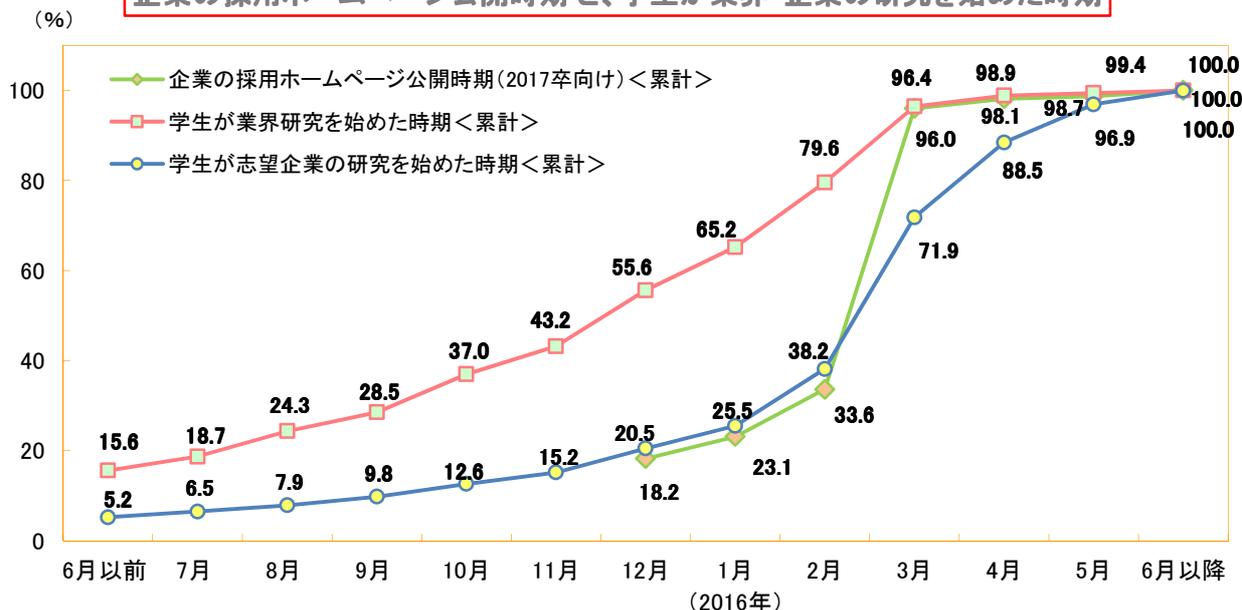


[2] 企業の採用情報公開時期/学生調査・企業調査

企業の採用ホームページ公開時期は、採用広報解禁の「3月」に集中しており、3月までに公開した企業は96.0%に上った。一方、就職活動をした学生に、「業界研究を始めた時期」と「志望企業の研究を始めた時期」を尋ねたところ、3月より前のプレ期に業界研究を始めた学生は約8割(79.6%)、企業研究については約4割(38.2%)であった。プレ期の時点では、企業の情報公開よりも、学生の業界・企業研究のほうが進んでいる様子が見て取れる。

業界研究の有益な情報源として企業のホームページを活用する学生も多いことから、少しでも早く、採用ホームページなどを通して、自社の事業内容や仕事の魅力といった情報を発信することが、より多くの学生に興味を持ってもらうきっかけになるだろう。

企業の採用ホームページ公開時期と、学生が業界・企業の研究を始めた時期



【3】採用ホームページ好感度ランキング／学生調査

キャリアタス就活 2017 学生モニター（2017 年春卒業予定）を対象に、企業の採用ホームページの中から良い印象を持ったものを尋ね、5 名以上が社名を挙げた企業（上位 32 社）までをまとめた。併せて、文理別の集計結果も記載する。

上位には、知名度の高い人気企業が名を連ねている。文理別に見てみると、文系においては金融や運輸業界の企業が上位に挙がっており、1 位の「損保ジャパン日本興亜」に人気が集中している。理系においてはメーカーや運輸業界を中心に、幅広い企業が選ばれた。

《総合ランキング》

順位	企業名	票数	順位	企業名	票数	
1	損保ジャパン日本興亜	18	16	アクセンチュア	6	
2	JR東海	16		コニカミノルタホールディングス	6	
3	三井住友海上火災保険	12		第一三共	6	
4	三菱東京UFJ銀行	11		本田技研工業	6	
5	ANAグループ	10		明治安田生命保険	6	
	JAL(日本航空)	10		雪印メグミルク	6	
	JR東日本	10	22	NTTドコモ	5	
三菱UFJ信託銀行	10	コクヨ		5		
9	電通	9		タキイ種苗	5	
	東京海上日動火災保険	9		トヨタ自動車	5	
	日本郵政グループ	9		ヤクルト本社	5	
	三菱商事	9		リクルートホールディングス	5	
13	みずほフィナンシャルグループ	7		花王	5	
	パナソニック	7		日本特殊陶業	5	
	博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ	7		野村総合研究所	5	
					三井住友信託銀行	5
					三菱電機	5

《文系ランキング》

順位	企業名	票数
1	損保ジャパン日本興亜	17
2	三井住友海上火災保険	10
	三菱UFJ信託銀行	10
	三菱東京UFJ銀行	10
5	ANAグループ	9
	電通	9
7	JAL(日本航空)	8
	JR東海	8
9	みずほフィナンシャルグループ	7
	東京海上日動火災保険	7
	日本郵政グループ	7
12	コクヨ	5
	野村総合研究所	5
	三井住友信託銀行	5
	三菱商事	5
	明治安田生命保険	5

《理系ランキング》

順位	企業名	票数
1	JR東海	8
2	JR東日本	6
	パナソニック	6
4	コニカミノルタホールディングス	5
	ヤクルト本社	5
	花王	5
8	第一三共	5
	タキイ種苗	4
	日本特殊陶業	4
	本田技研工業	4
	三菱商事	4
	雪印メグミルク	4
13	NTTドコモ	3
	YKKグループ	3
	ダイキン工業	3
	トヨタ自動車	3
	大塚製薬	3
	博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ	3
	浜松ホトニクス	3
	村田製作所	3

【4】良い印象を持った理由／学生調査

学生に、それぞれ良い印象をもった理由を尋ねたところ、上位サイトには、働き方がイメージできるような、詳しい仕事内容が記載されていることや、先輩社員の紹介が多いといった共通点が見られた。また、デザインや操作性の高さを良い印象をもった理由として挙げる学生も多数みられたほか、仕事内容の紹介動画やWEB説明会なども総じて好評だった。

そのほか、社員や人事担当、内定者からのメッセージ、就職活動へのアドバイスなど、就活支援コンテンツが参考になったという学生も多く、企業研究を採用ページで行う学生が多いことを裏付ける。さらに、業界知識や動向など、業界研究として役立つ情報の評価も高い。

採用ページを閲覧することで、志望度が高くなった人もいたようだ。

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~22位（全32社）

■1位 損保ジャパン日本興亜

- 内定者が迷った他業界・企業についても具体的に書いてあったので、就職活動の参考になった。
働くとは、社会人とはといった内容も充実していたので、自己分析にも使えた。 <文系女子>
- 内容が充実していた。ポップな雰囲気も見やすく良かったから。 <文系女子>
- 内定者が就職活動のアドバイスをするコーナーがあり、非常に参考になったから。 <文系男子>
- 情報量が多く、就活生が欲しい情報を的確に提供してくれた。 <文系女子>
- コンテンツの種類がとにかく多かったが、欲しい情報が探しやすかった。 <文系女子>

■2位 JR東海

- 躍動感のあるホームページで内容も充実していた。 <文系女子>
- ページを開くと美しい映像が流れ、素敵だと感じたから。 <理系男子>
- それぞれの職種ごとの求める人材像が伝わり、自分の働くイメージが描きやすかった。
<文系女子>
- 会社に関することをクイズ形式で学べるサイトであり、少し楽しみながら企業研究をすることができた。 <文系女子>

■3位 三井住友海上火災保険

- 就活に役立つ内容が多かった。 <文系女子>
- その企業・企業グループだけでなく、業界としての動向や保険についての情報などを掲載していたので、業界研究にもつながった。 <理系男子>
- 006訪問の予約をウェブからできるようになっていて便利だった。 <文系女子>
- 1ページに様々なセミナーの情報が載っていてわかりやすかったから。 <理系男子>

■4位 三菱東京UFJ銀行

- 企業についてはもちろん、銀行業務についてもとてもわかりやすく説明する場があった。
<文系女子>
- 壮大なイメージを思い起こさせるようなつくりで、やる気がみなぎってくるようなページだったため。 <文系男子>
- 女性の働き方についてピックアップしたページが充実していて、実際に福利厚生が整っている環境で働くことができるというイメージをしやすかったから。 <文系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~22位（全32社）

■5位 ANAグループ

- 説明会に参加せずとも企業研究が十分できる程、コンテンツが整っている。 <文系女子>
- とても見やすく、キャリアステップや選考フローを具体的に書いていたから。 <文系男子>
- 求める人材像や目指しているビジョンなど項目にわけて書かれているので分かりやすかった。 <文系女子>
- とても見やすく入りたいという気持ちが強くなった。 <文系女子>

■5位 JAL（日本航空）

- 様々な職種や業務が記されており、企業研究に大いに役立ち、企業の魅力も強く感じた。 <文系男子>
- 職種別で見やすく、詳しく社員の紹介がされていたため。 <文系女子>
- グループ会社との関係がよくわかったから。 <文系男子>
- 仕事に分かりやすく、デザインもスタイリッシュ。 <文系男子>

■5位 JR東日本

- 実際に働いている社員のメッセージが数多く掲載されていて、とても勉強になったから。 <文系男子>
- 社員紹介で、ポテンシャル採用とプロフェッショナル採用それぞれの社員の声で紹介されていた。そこから自分にマッチしそうな職種を選べた。 <理系男子>
- 情報が採用別、職種別に細かく分かれていて、リンクもマウスオーバー式で出てくるなど利用しやすかった。 <文系男子>
- 社員の話など、ESを組み立てる上で役だったため。 <理系男子>

■5位 三菱UFJ信託銀行

- 社員インタビューやそもそも信託銀行とは何なのか、動画でわかりやすく解説していて、働き方や仕事内容をイメージしやすかった。 <文系女子>
- 学生目線の情報が多かった。 <文系男子>
- 人事部の人が、動画でたくさんメッセージを発信していたから。 <文系女子>
- 内定者日記や採用担当者ブログで就活生へのアドバイスや部署紹介があり、就職活動や企業研究の役に立ったから。 <文系女子>

■9位 電通

- 地方の就活生がOB訪問でお金をかけなくてすむように、ホームページ上に100人くらいの社員さんの話を載せていた。 <文系女子>
- 電通のプロジェクトがたくさん紹介されていたから。 <文系男子>
- レイアウトなどで魅せる工夫があった。 <文系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~22位（全32社）

■9位 東京海上日動火災保険

- 内定者、新人社員、ベテラン社員のインタビューが豊富だったから。 <文系女子>
- グローバルな印象をうけ、とてもかっこいいホームページだった。 <文系女子>
- 黒を基調として世界に向けて仕事ができるイメージがすぐに思いつくから。 <理系男子>

■9位 日本郵政グループ

- ホームページの操作性が良いから。見やすいから。 <文系女子>
- 説明会参加できなかった人用に動画が用意されてて良かった！ <文系女子>
- とても見やすく構成されており、知りたい情報が素早くつかめた。 <文系男子>

■9位 三菱商事

- 動画コンテンツなどが充実していた、見やすかった。 <文系男子>
- 仕事のスケールの大きさ、社会への貢献度が伝わったから。 <文系男子>
- 社員や内定者のインタビュー等が非常に充実していたから。 <文系女子>

■13位 みずほフィナンシャルグループ

- 先輩社員の声や、Q&Aによって知りたい情報を得ることができたから。 <文系男子>
- 自分の仕事の将来像が実感できた。 <文系男子>
- ここに入りたいという気持ちが高まったデザインだったため。 <文系男子>

■13位 パナソニック

- 働いている社員の声などが多く掲載されており、かつ採用ホームページがスタイリッシュであった。 <文系男子>
- 昨年の内定者のアンケート結果が載っており参考になった。 <理系女子>
- 人事ブログの更新が多く、企業情報から伝わらない会社の中のことや人のことを知ることができたから。 <文系女子>

■13位 博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

- ユーモアさがあったため。 <理系男子>
- 広告業界とすることで、分かりやすくデザインも整っている。企画も面白かった。 <文系女子>
- 面白いコンテンツがたくさんあって流石だなと思った。 <文系女子>

■16位 アクセンチュア

- サイトのデザインが格好良かった。アクセンチュアの自由なカルチャーが伝わってくるような、カラフルで派手なデザインでした。 <理系男子>
- ページのデザイン、配色などがオシャレ。 <理系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~22位（全32社）

■16位 コニカミノルタホールディングス

○専攻分野ごとの職種が事細かに書かれており、自分が活躍できそうな職のイメージが湧きやすかった。 <理系男子>

○研究内容のレポートなど、企業に関する情報が多かった。 <理系男子>

■16位 第一三共

○コンテンツが多く親身な感じがした。 <理系女子>

○情報量の多さ。 <理系男子>

■16位 本田技研工業

○自動車への熱意を感じるサイトで、ワクワクした。 <理系男子>

○企業風土をよく知ることのできるコンテンツがそろっていた。 <理系男子>

○凄く理解しやすいホームページの設計だった。 <文系女子>

■16位 明治安田生命保険

○使い勝手がよく、デザインも好みだったから。 <理系男子>

○社長のメッセージ、仕事内容など詳しくわかりやすかった。 <文系女子>

■16位 雷印メグミルク

○率直な意見が多くあったから。 <理系男子>

○とても多くの社員の声が掲載されておりわかりやすかった。 <理系女子>

○自社の強みが表れているトップ画面であり、様々な職種で働かれている社員の方々のやりがい等が載っており企業研究がしやすかったから。 <文系男子>

■22位 NTTドコモ

○Webセミナーなど、他企業にはあまりないコンテンツがあって面白かった。 <文系女子>

○コンテンツが充実してある。ワークライフバランスについて社員にインタビューしているところも好印象。 <文系男子>

■22位 コクヨ

○様々な部門で働く社員の声を書かれていたこと。その社員の方それぞれの細かい業務内容まで記載があったので、エントリーシートを書く上でとても良い資料になった。 <文系男子>

○さまざまなコンテンツが用意されていて、社員の方々が生き生きと働いているのがよくわかってよかった。 <文系女子>

■22位 タキイ種苗

○Webセミナーが面白かった。全体的に写真が多くて見やすかった。 <理系女子>

○ホームページの内容及びビジュアルに魅力や迫力を感じた。また、企業について、業界について等詳細に書かれていたため理解しやすかった。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~22位（全32社）

■22位 トヨタ自動車

- コンセプトがしっかりしており、学生の好奇心を駆り立てるような内容だった。 <文系男子>
- コンテンツが多く、サイトの見やすさや分かりやすさも優れていた。 <理系男子>

■22位 ヤクルト本社

- 仕事紹介 Movie があり、いつでも会社についての理解を深めることができた。また、人事の方から就職活動のヒントが提供され、参考になった。 <理系女子>
- 採用スケジュールがすべて開示され、どのタイミングで何次面接があるかを事前に確認できた。ブログが頻繁に更新されていたこともよかった。 <理系男子>

■22位 リクルートホールディングス

- 条件検索で職種を詳しく見ることができ入社後のイメージがしやすいから。 <文系女子>
- Web ページの構成から自由な社風を感じたから。 <理系男子>

■22位 花王

- 花王の方針や重視していることがわかりやすかった。 <理系男子>
- 日々目にする商品ラインナップが挙がっていたので、興味をひかれた。 <理系男子>

■22位 日本特殊陶業

- 見やすい。求められる人物像が分かりやすかったから。 <文系女子>
- まず、デザインが格好良い。ダイバーシティへの取り組みや企業としての行動方針が明記されている。 <理系女子>

■22位 野村総合研究所

- ホームページを熟読するだけでかなりのことが分かるようになっている。またセミナーに人数の関係で参加できなかったとしても、使った資料やスライドをコンテンツとして追加するなどフォローも充実。 <文系男子>
- サイト全体の構成がシンプルで系統立てて企業の理解ができたため。 <文系女子>

■22位 三井住友信託銀行

- 信託について講義形式で詳しく説明されていた。 <文系女子>
- ホームページ自体が見やすいように設計されていたほか、金融、銀行が持たれがちなイメージに対して、真摯に向き合い、それを覆そうとするコンテンツなどを多くとり入れていたため。 <文系男子>

■22位 三菱電機

- Web セミナーの充実。アーカイブで再度閲覧可能。 <文系男子>
- 事業部ごとのカラーがわかりやすく、志望動機にもつながった。 <文系女子>