

2020年卒 採用ホームページに関する調査

2019年8月発行

学生が就職を意識する時期は年々早まっており、早期から不特定多数の学生に情報発信ができる「採用ホームページ」の果たす役割は重要性を増している。ディスコでは、2020 卒業予定学生の就職活動における採用ホームページの閲覧状況を調査・分析した。また、学生がどのような採用ホームページを好意的に受け止めているのか、就職活動中に閲覧したものの中から好印象だったものを尋ね、ランキング形式で集計した。

■ 目次

- [1] 企業研究を行う上で有益な情報源
- [2] 採用ホームページの閲覧度合
- [3] 採用ホームページの閲覧手段
- [4] 採用ホームページ閲覧の時期とコンテンツ
- [5] 採用ホームページ好感度ランキング
総合／文理別
- [6] 良い印象を持った理由（コメント集）

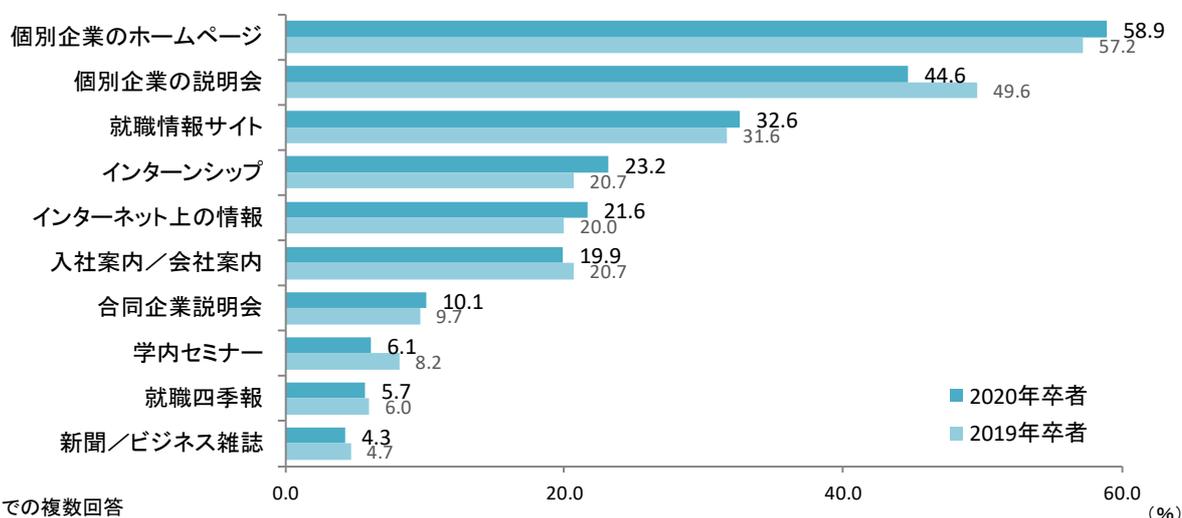
■ 調査概要

調査対象 : 2020年3月卒業予定の全国の大学4年生（理系は大学院修士課程2年生含む）
 回答人数 : 1121名（文系696名、理系425名）
 調査時期 : 2019年6月7日～6月12日
 調査方法 : インターネット調査法
 サンプルング : キャリタス就活2020 学生モニター

[1] 企業研究を行う上で有益な情報源

志望企業について調べる上で有益だった情報源を尋ねた。「個別企業のホームページ」が最も多く、6割近くが選んだ（58.9%）。次いで、「個別企業の説明会」（44.6%）が続く。前年調査と比較すると、上位2項目の順位は変わっていないが、ポイントの差が広がっており、企業研究の情報源として、ホームページの重要性が増していることが見て取れる。

「志望企業の研究」に有益な情報源

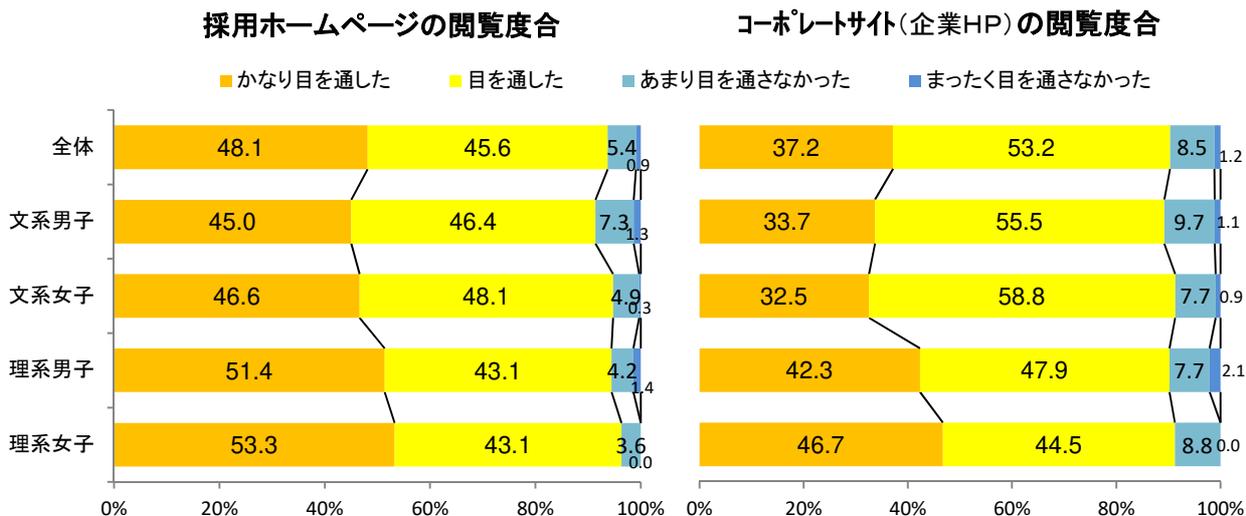


※上位3つまでの複数回答
 ※2019年7月調査

【2】採用ホームページの閲覧度合

就職活動中に、企業の採用ホームページをどの程度閲覧したかを尋ねた。「かなり目を通した」が半数近くに上る(48.1%)。「目を通した」(45.6%)と合わせると9割を超え(計93.7%)、ここからも採用ホームページが、企業研究に欠かせないツールであることがわかる。

併せて、企業のコーポレートサイトの閲覧状況も尋ねた。「かなり目を通した」「目を通した」を合計すると90.4%。「かなり目を通した」の割合は採用ホームページより約10ポイント低いものの、採用ホームページだけでなく、コーポレートサイトも活用していることが読み取れる。特に、理系学生において閲覧頻度が高い。

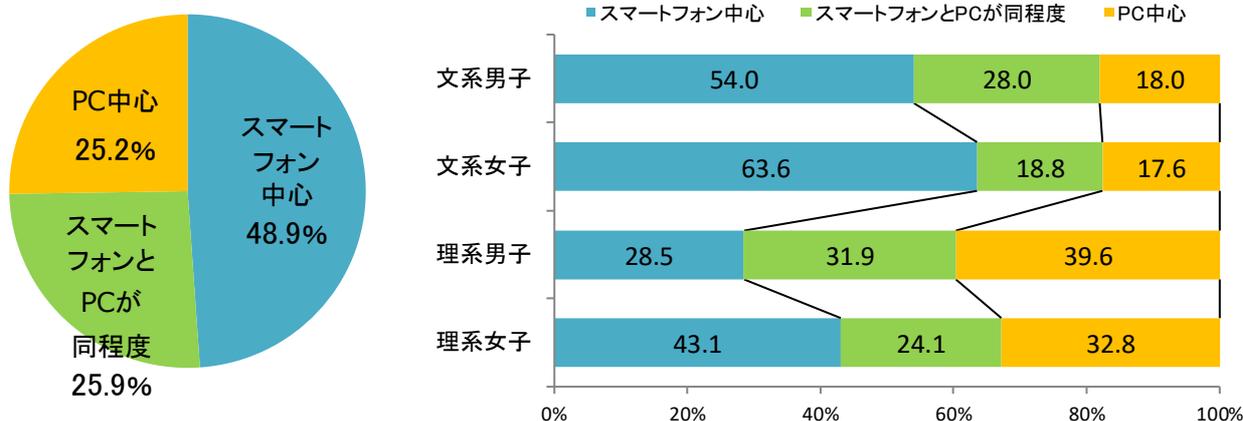


【3】採用ホームページの閲覧手段

採用ホームページを閲覧する手段(情報機器)を尋ねたところ、約半数の学生が「スマートフォン中心」と回答(48.9%)。「PC中心」(25.2%)の2倍近くに上る。特に文系で「スマートフォン中心」の割合が高く、文系男子で54.0%、文系女子では6割を超える(63.6%)。理系男子では「PC中心」が最も多いものの、4割未満(39.6%)にとどまる。

「スマートフォンとPCが同程度」(25.9%)も合わせると、大半の学生が、スマートフォンで採用ホームページを閲覧しており、訴求力の高いサイトにするためには、スマートフォン対応が不可欠と言える。

採用ホームページを閲覧するデバイス(情報機器)



[4] 採用ホームページ閲覧の時期とコンテンツ

採用ホームページを閲覧した時期を複数回答で尋ねた。最も多いのは3月で、8割強(83.9%)。2月(79.4%)、4月(75.2%)も7割を超えており、採用広報解禁月前後が閲覧のピークだ。エントリー、説明会申し込みなどに加え、エントリーシート作成や面接対策のための企業研究に利用するケースが多いことが推測できる。ただし、3年生の8月時点が5割近くに上るなど(48.1%)、早期から閲覧する学生も少なくない。インターンシップをはじめとして、学生が企業研究を開始するタイミングが早まっていることから、学生が調べたい時にいつでも、必要な情報を得られる環境を提供することが重要だ。

採用ホームページ閲覧時期



続いて、採用ホームページのコンテンツのうちよく閲覧したものを、就職活動のフェーズ別に尋ねた。まず、インターンシップへの応募・参加時には、「事業内容・実績」(62.9%)が最も多く、「インターンシップ・説明会情報」(45.1%)が続く。エントリーや本選考応募を判断する時にも、最も多いのは「事業内容・実績」だが、2番目に「待遇、福利厚生、ワークライフバランス」(60.9%)が続き、実際に選考を受験するかどうかの判断に、重要な要素であることがわかる。エントリーシート作成時や面接前には、「企業理念、トップメッセージ」「事業内容・実績」が7割を超えており、選考に備え企業理解を深めている様子が見える。内定を承諾するかどうか判断する際には、「待遇、福利厚生、ワークライフバランス」が最も多い。最終決断にあたり、入社後の働き方や条件面などを再度確認しているのだろう。

採用ホームページでよく閲覧したコンテンツ(フェーズ別)

	インターンシップへの 応募・参加時	エントリーや本選考応募を するかどうか判断する時	エントリーシートの 作成時や面接前	内定承諾・辞退を 判断する際
企業理念、トップメッセージ	44.2	50.4	75.6	29.3
企業情報(資本金、支社、グループ企業、沿革、歴史など)	39.9	49.0	59.6	36.8
事業内容、実績	62.9	71.9	70.6	46.7
日常の業務(職種、プロジェクト、1日のスケジュールなど)	32.5	47.5	45.0	40.7
社員紹介(社員紹介、対談、社員のオフタイムなど)	29.3	38.1	46.7	32.4
待遇、福利厚生、ワークライフバランス	31.8	60.9	29.4	60.1
キャリアパス、研修制度	16.0	31.9	30.6	37.4
オフィス紹介、働く環境	12.0	20.0	15.4	28.7
女性活用、多様性への配慮	7.5	16.1	12.0	17.7
採用コンセプト、求める人物像	27.0	39.5	48.8	16.0
インターンシップ・説明会情報	45.1	11.6	8.6	3.3
この時期は見えていない/該当しない	6.9	2.3	2.4	16.3

[5] 採用ホームページ好感度ランキング

企業の採用ホームページの中から好印象だったものを尋ね、10名以上が社名を挙げた企業(上位32社)までをまとめた。上位には、学生にとって知名度の高い人気企業が名を連ねているが、全体的に票は分散している。文理別のランキングを見ると、文系においては金融、理系においてはメーカーへの集中が見られる。

採用ホームページランキング <総合>					
順位	企業名	票数	順位	企業名	票数
1	三井物産	21		味の素	13
2	Sky	20		京セラ	13
	日立製作所	20		第一生命保険	13
4	日本航空(JAL)	19	15	日本放送協会(NHK)	13
	三菱UFJ銀行	19		パナソニック	13
6	野村総合研究所	18		三井住友海上火災保険	13
7	ソニー	17		楽天	13
	三井住友銀行	17		麒麟	12
9	トヨタ自動車	16		島津製作所	12
10	東海旅客鉄道	15	22	デンソー	12
	東京海上日動火災保険	15		ニトリ	12
	電通	14		博報堂/博報堂DYメディアパートナーズ	12
12	東日本旅客鉄道	14		講談社	11
	明治安田生命保険	14	27	凸版印刷	11
				日本生命保険	11
				NTT西日本	10
			30	サントリーホールディングス	10
				ソフトバンク	10

採用ホームページランキング <文理別>					
<文系>			<理系>		
順位	企業名	票数	順位	企業名	票数
1	三井物産	17		島津製作所	11
2	日本航空(JAL)	16	1	野村総合研究所	11
	三菱UFJ銀行	16		ソニー	10
4	三井住友銀行	14	3	デンソー	10
5	三井住友海上火災保険	13		京セラ	9
6	Sky	12	5	東日本旅客鉄道	9
	東京海上日動火災保険	12		日立製作所	9
	明治安田生命保険	12		味の素	8
9	第一生命保険	11	8	Sky	8
	電通	11		トヨタ自動車	8
	日本放送協会(NHK)	11			
	日立製作所	11			

【6】良い印象を持った理由（コメント集）

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。

また、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声も多く、採用ページを閲覧することで、志望度が高くなった学生も少なくなかった。

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～30位（全32社）

<1位> 三井物産

非常に詳しく業務に関して記載されているだけでなく、センスが感じられるオフィス紹介などもあり、多くの情報を集められたから。	文系男子
挑戦という三井物産で大切にしている信念を感じられたから。	文系男子
中途入社の方のキャリアも書かれていた。コンテンツが驚くほど多様だったから。	文系男子
時間帯によって写真が変わるトップページと充実した内容。	文系女子
社内の様子を見られるなど、おもしろいコンテンツが多かった。	文系女子
シネマスタイルの動画が見やすくおもしろかった。	理系男子

<2位> Sky

企業のイメージをしやすいサイト。Skyという社名からもわかるような、青空(水色)の配色が多く明るかった。	理系男子
フレッシュさと、打ち出している「好動力」という爽やかさがマッチしている。	文系男子
明るい社風が押し出されており、読んでいて心地よかった。	文系男子
新入社員インタビューなど、自分に近い人のメッセージが載っていたから。	文系女子
求めている人物像が分かりやすい。	文系女子
自社製品を推さず、研修制度や社風などを全面的に紹介し、人を大切にしている印象を受けた。	理系男子

<2位> 日立製作所

本当に様々な分野を強みとしており、ここでなら、なんでもできそうだとワクワクしたから。	文系女子
多くのプロジェクトについて知ることができたから。	理系男子
幅広い事業分野について、それぞれ詳しい説明があったから。	文系男子
異業種の人からの目線が載っていた。	文系男子
とても見やすかった。複数社員のインタビューなどが載ってるのもよかった。	文系女子
情報が整理されており、見やすい。写真などの配置の仕方が好み。	理系男子

<4位> 日本航空（JAL）

社員インタビューが各職種ごとに、動画と文面でまとめてあって非常にためになった。インターンに行っていないなくても、色んな社員の方にお会いできた気分になった。	文系女子
航空機1機が飛ぶまでのストーリーがわかるのがよいから。	文系女子
JALフィロソフィがとても印象に残った。	文系女子
社員紹介が充実しており、入社後の将来像がイメージしやすかった。UXも考えられていて、使いやすかった。また、芯が通り、充実した企業理念が共感しやすかった。	理系男子
求める人物像や企業の将来像が把握しやすかった。	理系女子

<4位> 三菱UFJ銀行 ※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～30位（全32社）

世界に目を向けているのが伝わってきたから、大きな舞台で働ける感じがした。	文系女子
見やすさと、将来性のある企業ということが伝わってきたこと。	文系男子
必要な情報が十分に揃っていて、かつ綺麗にまとまっていたから。	文系男子
ホームページを開いてすぐ革新性を感じる。社員紹介が充実している。	文系女子
仕事紹介が充実していた。	理系男子

<6位> 野村総合研究所

業務内容、事業紹介コンテンツが豊富であり、説明会なしでもある程度把握できる。	理系男子
持続可能な開発に関する考えがしっかりと書いてあった。	文系女子
エントリーシートの設問や、どのような部分を見ているかが書いてあったから。	文系男子
個々のプロジェクト事例が細かく載っていたから。	文系女子
動画などのファイルが充実しているから。	理系男子

<7位> ソニー

洗練された見た目。知りたい情報がもれなく載っていた印象。	理系男子
どのような選考フローで、何をいつまでにやるのかなど、学生の知りたい情報が網羅されていたから。	文系男子
挑戦者を求めていることを感じたため。	文系男子
会社の方針、従業員の方の特徴や声などが載っていたため。	理系男子
エントリーシートの書き方についてなど、選考を受ける際に助けになる内容が掲載されていたから。	理系女子

<7位> 三井住友銀行

変革期に相応しい人材を求めているというメッセージ性を強く感じられたから。	理系男子
会社概要などのほかに、金融について詳しく知れるツールがあった。	文系男子
「かつては銀行と呼ばれていた」というキャッチーなタイトルが前面に出ていて興味を惹かれたから。	文系女子
サイトの作りがカッコよかった。	文系男子
職種について詳しく書いてあったため。	文系女子

<9位> トヨタ自動車

未来を想像したくなる魅力的な技術紹介。	理系男子
職種に関する情報が充実していた。キャリアプランのモデルも掲載されていて仕事のイメージがつかやすい。	文系男子
仕事と育児の両立支援やキャリア形成支援などの制度について詳しく書かれていたため。	理系男子

<10位> 東海旅客鉄道

普段知ることができない業務などの記述があった。求める人物像が詳しく書かれており、エントリーシートの参考になった。	理系男子
各社員の働く姿が色濃く反映されたホームページだと思ったから。	理系男子
画像を多用しており、カッコよかった。	文系男子

<10位> 東京海上日動火災保険

華やかで、惹きつけるものがあった。	理系女子
学生への就職活動アドバイスが記載されていたから。	文系男子
社員の方の声があり、業務をイメージしやすかったから。	文系女子

＜12位＞ 電通 ※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～30位（全32社）

画面の動きがワクワクする作りだったから。	文系男子
クリエイティブでおもしろかったから。	文系男子
さすが広告会社というデザインやメッセージでおもしろかった。	理系男子

＜12位＞ 東日本旅客鉄道

「どこまで行けるか」というキャッチコピーが魅力。	理系男子
事業内容やその場所、社員紹介など幅広くまとめられていた。	文系男子
職種ごとの違いについて、詳しく解説されていた。	理系男子

＜12位＞ 明治安田生命保険

明治安田の社風が大きくあらわれていた。	文系男子
業界のことがよくわかるように動画などを用意してくれていたから。	文系女子
会社説明会をウェブサイトから閲覧できるようになっていて、いつでも自分の都合で見ることができたのが、とても助かった。	理系男子

＜15位＞ 味の素

働き方のデータなどが細かく載せられていて透明性がうかがえた。	文系男子
企業の目指す姿が明確だったから。	理系男子
商品や開発に対する熱意がよく伝わってきた。	理系女子

＜15位＞ 京セラ

人事採用の方のメッセージが掲載されていて、どのようなコンセプトで採用しているのかを把握することができたから。	理系男子
成長性を感じたから。	文系男子
ゲームなど企業理解が進みやすいコンテンツがあった。	文系女子

＜15位＞ 第一生命保険

金融機関としてのプライドを感じさせられるデザインだったから。	理系男子
会社のビジョンが明確。	文系男子
社員紹介や、業務内容など細かく、分かりやすく記載されていたから。	文系女子

＜15位＞ 日本放送協会（NHK）

コンテンツが幅広く用意されており、仕事についてよく学べるから。	文系男子
就活生向け情報が充実している。	文系女子
内定者の声は、自分に近い年代の声を、特に就職活動のポイントが掲載されており、参考になったから。	文系女子

＜15位＞ パナソニック

多様性があらわれていたから。	文系男子
複数の社員の方のインタビューが載ってるのがよかった。また、インターンページでは細かな内容や写真も掲載されており、イメージが湧きやすかった。	文系女子
技術のことについても多く書かれていたから。	理系男子

＜15位＞ 三井住友海上火災保険

事業内容の紹介が充実していた。	文系男子
内定者が提供しているコンテンツがあり、就活のアドバイスが書いてあったから。	文系男子
デザインがよかった。	文系女子

＜15位＞ 楽天

経営者の考えや会社の強みについて分かりやすく記載されているため。	文系男子
部門ごとや職種ごとに社員の方の声が書いてあったため。	理系男子
Q&Aが充実していたため。	理系女子

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～30位（全32社）

<22位> キリン

細かく記載されており、情報を手に入れるのが容易だった。	文系男子
商品以外の素晴らしさを知れたから。	理系男子
「100の本音」がおもしろい。	理系男子

<22位> 島津製作所

データなど非常に見やすくまとめられていた。	理系男子
興味を惹かれるキーワード使い。おもしろい企画も多く、楽しんで閲覧した。	理系女子
採用したい人物像がはっきりとある。Webの会社説明があり、分かりやすい。	理系女子

<22位> デンソー

事業内容が分かりやすい。	文系男子
やっていることが最先端だと感じた。	理系男子
実際に働いている人の紹介が多く、仕事内容を理解しやすかった。	理系男子

<22位> ニトリ

部門ごとの社員紹介が多数掲載されていた。	文系男子
ほかの業種の説明などもあったから。	文系男子
多くの職種の社員紹介がなされており、キャリアを考えやすかったため。	理系男子

<22位> 博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

社員が登場するコンテンツが多く、働くイメージを醸成できたから。	文系男子
デザイン性が高く、見やすかったから。	文系男子
採用に力を入れていることが伝わってきた。	文系女子

<27位> 講談社

遊び心があり、ワクワクさせるビジュアルだったから。	文系男子
欲しい情報が細かく記載されていた。キャッチーなコンセプトとサイトの仕掛けが魅力的だと思った。	文系女子
筆記試験の過去問題が載っていた。	文系女子

<27位> 凸版印刷

採用メッセージに感銘を受けたから。	文系男子
色味が綺麗で様々な情報が見やすかったため。	理系女子
具体的なプロジェクト例が丁寧に紹介されていた。	文系男子

<27位> 日本生命保険

感動する動画があった。	文系男子
職種の種類が多いが、そこが分かりやすく説明されていたと思う。	文系女子
リーディングカンパニーだけあって、デザインなどを通して保険業界トップだなと感じたため。	文系女子

<30位> NTT西日本

力を入れている様々な事業について、すべて動画のコンテンツが用意されていて分かりやすかった。	文系男子
具体的な事例が記載されていてイメージを持ちやすかった。	文系女子
各グループ会社等を含めた組織体系が丁寧に書かれていたから。	理系男子

<30位> サントリーホールディングス

社員紹介がしっかりしていた。	文系男子
見ただけでワクワクするような内容だった。	文系女子
情報がたくさんあり、良い情報収集ができた。	理系女子

<30位> ソフトバンク

最初のトップページがかっこいい。	文系男子
すごく活気にあふれた会社であることが伝わってきたから。	文系女子
動作が早い。タブの区分けが明確で理解しやすい。	理系男子