

2016年度 採用ホームページ好感度ランキング

2015年9月発行

景気回復による求人増で売り手市場が鮮明になる中、優秀な学生を採用しようと、人材獲得競争が過熱している。加えて、今年はスケジュールが大きく変わったことで、手探りで採用活動を進めなければならない、多くの企業にとって非常に難易度の高い採用戦線となった。2017年卒者の採用についてはまだ不透明な状況ではあるが、早い段階から学生に自社の事業内容、仕事の魅力を伝えるツールとして、採用ホームページの果たす役割は大きい。そこで、早期の段階からコミュニケーションツールの主役となる、「採用ホームページ」にフォーカスしたい。

《調査概要》

■学生調査 「日経就職ナビ 学生モニター調査」

	2015年7月調査	2015年9月調査
調査対象	日経就職ナビ2016 就職活動モニター	
調査時期	7月1日～6日	9月1日～7日
回答人数	1,360人 (文系男子421人、文系女子390人、 理系男子371人、理系女子178人)	1,454人 (文系男子470人、文系女子402人、 理系男子390人、理系女子192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	2015年1月26日～2月6日	～299人	300～999人	1000人以上
回答社数	全国の主要企業 1,236社	498社	472社	266社

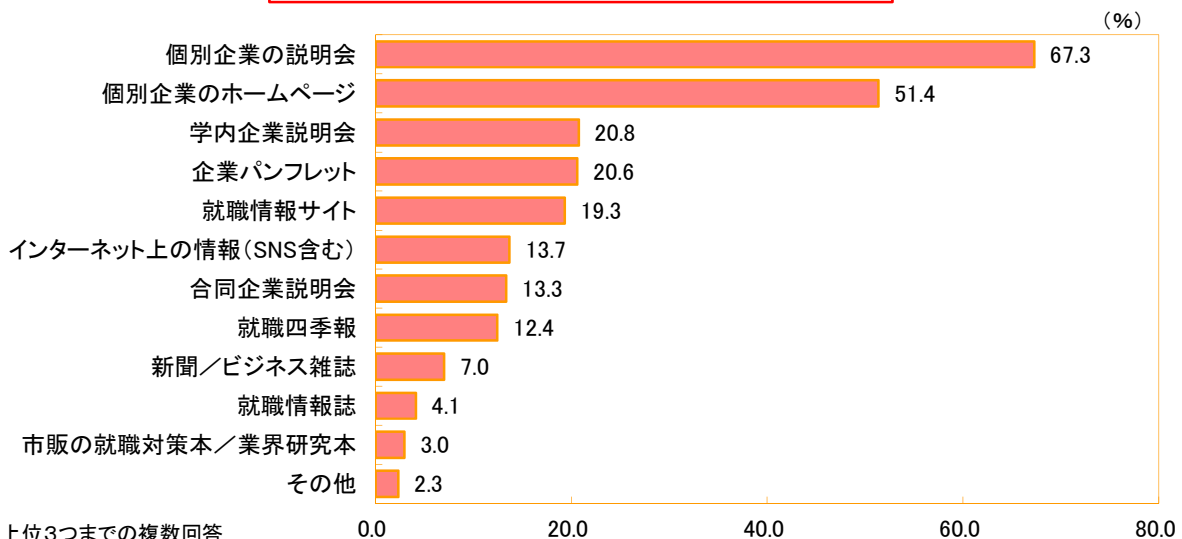
調査方法：インターネット調査法

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

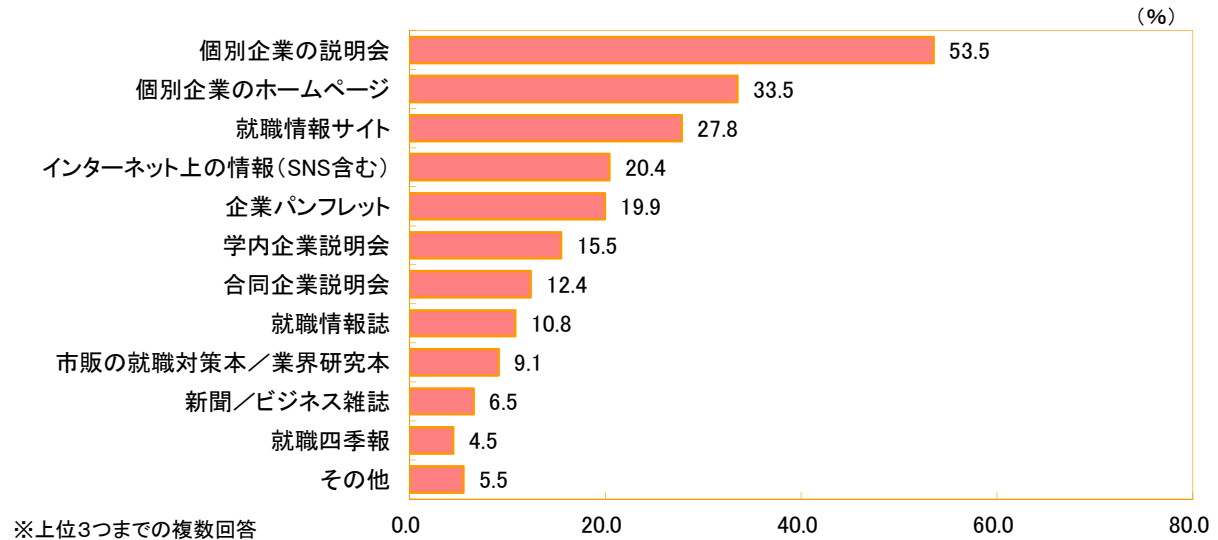
今年就職活動を行った学生に「就職活動を行う上で、役に立った情報源は何か」を尋ねた。「企業研究」については、51.4%が「個別企業のホームページ」を挙げており、過半数の学生が企業の採用ホームページを、企業研究に有益な情報源として活用したことがわかる。

就職活動を行う上での有益な情報源【企業研究】



「仕事（職種）研究」については、33.5%が「個別企業のホームページ」を挙げた。さらに、「就職情報サイト」27.8%、「インターネット上の情報（SNS含む）」20.4%と続き、多くの学生が「仕事（職種）研究」にあたり、有益な情報を得るためにインターネットを活用している様子がうかがえる。

就職活動を行う上での有益な情報源【仕事（職種）研究】



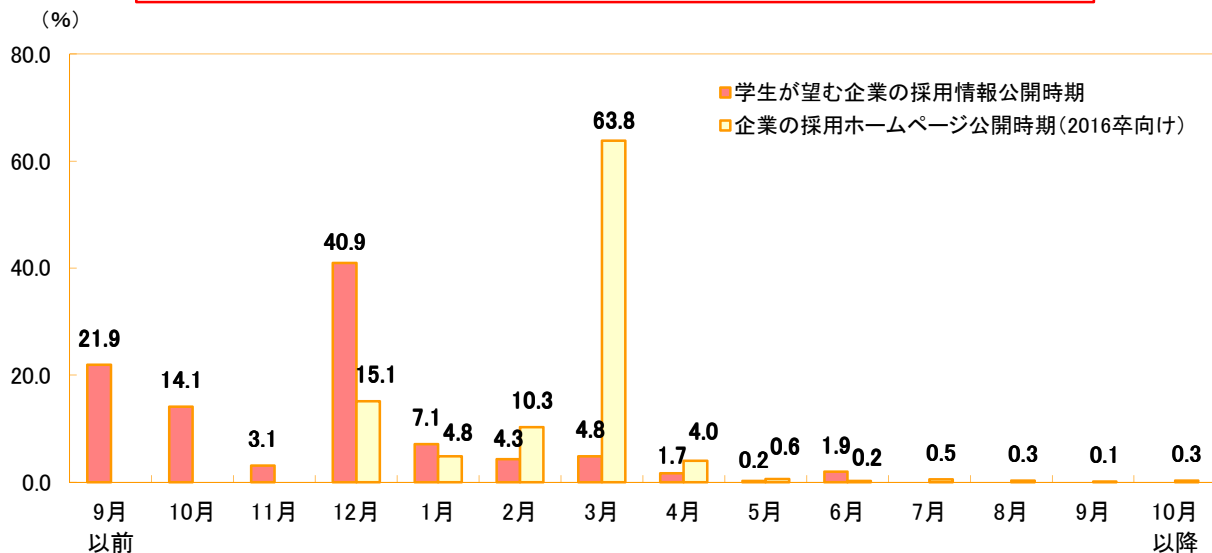
[2] 企業の採用情報公開時期/学生調査・企業調査

2016年卒者の採用からスケジュールが大きく変わり、採用広報開始時期が例年より3カ月繰り下がった（大学3年の3月解禁）。それに伴い、企業の採用ホームページ公開時期も「3月」に集中し、6割強（63.8%）に上った。一方で、今年就職活動を経験した学生たちに、「企業の採用情報はいつ頃から公開されるのが望ましいと思うか」と尋ねたところ、最も多いのは「3年生の12月から」（40.9%）だった。「3年生の9月から」（21.9%）が続く。9割強の学生が「3月」よりも早い時期を回答した。

経団連の「採用選考に関する指針」の手引きによれば、解禁日より前にできる広報活動として「ホームページにおける情報発信」を挙げ、不特定多数に向けた情報発信は問題ないとしている。むしろ、可能な限り速やかに提供していくことがミスマッチ防止のために望ましい、としている。

学生が企業研究や業界研究を深める材料の一つとして、採用ホームページが果たす役割はますます大きくなるだろう。

学生が望む企業の採用情報公開時期と、企業の採用ホームページ公開時期



【3】採用ホームページ好感度ランキング／学生調査

学生は、具体的にどのようなホームページを好むのだろうか。日経就職ナビ・就職活動モニター（2016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26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が、特定の企業への集中度は低く、全体的に票は分散している。文理別に見てみると、文系においては金融や運輸業界などの企業が上位に挙がっている。理系においてはメーカーや運輸、通信、総合商社など、文系より幅広い業界にわたっている。

《総合ランキング》

順位	企業名	票数	順位	企業名	票数
1	J R 東海	16	15	J R 九州	6
2	J A L（日本航空）	13		J R 東日本	6
	損保ジャパン・日本興亜損保	13		オリエンタルランド	6
4	東京海上日動火災保険	12		トヨタ自動車	6
5	A N A グループ	11		三菱UFJ信託銀行	6
	電通	11		三菱商事	6
7	リクルートホールディングス	10		第一三共	6
8	サントリーグループ	9		野村総合研究所	6
9	三井住友銀行	8	23	J R 西日本	5
	三井物産	8		N T T データ	5
	三菱東京UFJ銀行	8		日本生命保険	5
	本田技研工業	8		日本郵政グループ	5
13	花王	7			
	国際石油開発帝石	7			

《文系ランキング》

順位	企業名	票数
1	損保ジャパン・日本興亜損保	12
2	A N A グループ	10
3	J A L（日本航空）	9
	東京海上日動火災保険	9
5	リクルートホールディングス	8
	三菱東京UFJ銀行	8
	電通	8
8	J R 東海	6
	サントリーグループ	6
	三井住友銀行	6
	三菱UFJ信託銀行	6
12	J R 九州	5
	オリエンタルランド	5
	三井物産	5
	日本生命保険	5
	日本郵政グループ	5

《理系ランキング》

順位	企業名	票数
1	J R 東海	10
2	トヨタ自動車	5
3	J A L（日本航空）	4
	アステラス製薬	4
	第一三共	4
	本田技研工業	4
8	野村総合研究所	4
	J R 西日本	3
	J R 東日本	3
	N T T データ	3
	サントリーグループ	3
	ソニー	3
	旭硝子	3
	安川電機	3
	花王	3
	国際石油開発帝石	3
	三井物産	3
	三菱商事	3
	三菱電機	3
	電通	3
	東京ガス	3
	東京海上日動火災保険	3
日揮	3	
日立オートモティブシステムズ	3	
味の素ゼネラルフーズ	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、経営理念や今後のビジョンが明記され、且つ具体的な仕事内容が詳しく掲載されていることが共通点として見られた。

また、社員の声や人事担当からのメッセージ、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がうかがえる。

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。大きな情報量かつピンポイントな情報提示、リンクの充実のほか、社員インタビュー動画やWEB説明会なども総じて好評だった。

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～23位（全26社）

■1位 JR 東海

○経営理念、人事からのメッセージ、内定者の座談会などためになる情報がわかりやすく得られた。

<文系男子>

○業務内容や社員インタビューに加え、就職活動期間中に社員のブログでコメントを確認することができ、日々勇気づけてもらえたから。

<文系男子>

○企業理解に役立つコンテンツが充実していた。

<文系男子>

○きれいで情報量が多い。先輩社員の活躍についても詳しく載っていた。

<文系男子>

○内定者の学生時代に経験してきたことや志望動機が書かれていて、書類を書く際の参考例となりやすいこと。

<文系男子>

○クイズ形式で企業のことを知ることができたから。

<理系女子>

■2位 JAL（日本航空）

○社員が共有している理念をわかりやすく紹介しているから。

<文系女子>

○職種別の仕事内容が具体的に書かれており、わかりやすいため。社員紹介の人数が多く、地方にいながら色々な方の考えを知れたため。

<文系女子>

○見やすく、伝えたいことがシンプルに伝わってきた。

<文系女子>

○社員の紹介が多かった。

<理系男子>

○サイトが見やすく、情報が探しやすいなどの利便性から。

<理系男子>

○ただたくさんの情報がおかれているのではなく、明確にわかりやすく的を絞って書かれていて、読みやすくわかりやすい。

<理系男子>

■2位 損保ジャパン・日本興亜損保

○探したい情報が分かりやすく配置されている。

<文系男子>

○広義な意味での就活生に対するアドバイスが主な内容であり、大変役に立った。

<文系男子>

○コンテンツが充実しており、企業研究に役立った。

<文系女子>

○内定者のアドバイスなどが見られて参考になる。

<文系女子>

○クイズ形式の業界理解コーナーがよかった。

<文系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～23位（全26社）

■4位 東京海上日動火災保険

- 社員インタビューや企業の魅力の紹介ページ等、コンテンツが充実していた。 <文系男子>
- 仕事のイメージが湧きやすい。花形業務を中心に書いてあり、憧れが強くなる。 <文系男子>
- ホームページのデザイン性が高く、見やすかった。 <文系男子>
- 自己分析等就活のアドバイスなどの情報を得られたため。 <文系男子>
- 学生目線で作られている。 <文系男子>

■5位 ANAグループ

- 社員の経験談や、仕事内容がよく書かれていて、企業研究しやすかった。 <文系男子>
- 実際にはたらく方々のブログがあり、イメージができる。 <文系女子>
- すべてのコンテンツが早い段階で出ていたため。 <文系女子>
- サイトが見やすく、情報が探しやすいなどの利便性から。 <理系男子>
- スタイリッシュなデザインであったため。 <文系女子>

■5位 電通

- クリエイティブで魅力的だった。 <文系男子>
- 自社の手がけた事例紹介数が多い。facebook ページもしっかりと機能している。 <文系男子>
- 仕事内容が分かりやすく、またそれにどういう経歴・人物の方が関わって進めていった内容なのかも含め知ることができたため、将来のビジョンが描きやすかった。 <文系女子>
- デザイン性が高く、こだわりがあって読みやすいし読んでいて楽しい。 <理系女子>

■7位 リクルートホールディングス

- デザインが素敵。 <文系男子>
- 独創的な採用ホームページだったから。 <文系男子>
- とても凝っていて、おしゃれに感じた。 <文系女子>
- 情報が分かりやすい。 <理系男子>

■8位 サントリーグループ

- 動物保護などのPRから採用に繋げていて面白い。 <文系女子>
- たくさんの先輩社員の方が載っており、会社のイメージを把握しやすい。 <文系女子>
- メインページとサントリーグループの企業が繋がっており、見やすい。 <文系女子>
- 先輩社員の声が大量に載せてあるため、実際の仕事内容や勤務地について具体的に知ることができた。 <理系男子>

■9位 三井住友銀行

- 金融の学校というコンテンツが銀行業務を知るうえでとても役に立った。 <文系男子>
- 女性社員にインタビューした動画が付いていた。 <文系女子>
- 見やすい。背景が白で清潔感がある。 <文系女子>
- 非常に情報が多くてわかりやすかった。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1～23位（全26社）

■9位 三井物産

- いろいろな社員の方のインタビューが掲載されている。 <文系男子>
- 内容が視覚的にもわかりやすいから。 <文系男子>
- 色々な価値観の人を知れる。 <理系男子>
- 男女、職種、年代別に振り分けられていてイメージをしやすかった。 <理系男子>

■9位 三菱東京UFJ銀行

- 社員の方へのインタビューコンテンツが豊富だったから。 <文系男子>
- 様々な職種、女性の働き方についてなど、多くのコンテンツがあり、読み応えがあったから。 <文系女子>
- 職種ごとにわかれているから。 <文系女子>
- 仕事内容に関して詳しく説明されており、さらに検定や就活支援のコンテンツが多い。 <文系女子>

■9位 本田技研工業

- モノづくりに対する熱意が伝わるから。 <文系男子>
- 今後のビジョンが明確だった。 <文系女子>
- コンテンツが充実していて、同じようなフォーマットを使っている大多数の企業とくらべて面白く使いやすい。 <理系男子>
- 多くの社員さんの意見が掲載されていた。 <理系男子>

■13位 花王

- コンテンツがとにかく多く、花王のことを理解してほしいという姿勢が伝わってきた。 <文系男子>
- 動画配信や花王ウェイのことなど、コンテンツが充実していたため。 <文系女子>
- 企業理念や事業の紹介など細かく書いてあったため。 <文系男子>
- もの作りへのこだわりを知れる。 <理系男子>

■13位 国際石油開発帝石

- それぞれの職種について分かり易く書かれているため。 <文系男子>
- 職種の説明が図式で、非常に分かり易かった。 <文系女子>
- 会社紹介PVがかっこいいから。 <理系男子>
- ビジョンが明確に伝わる。 <理系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~23位（全26社）

■15位 JR九州

- アニメーションが豊富でスタイリッシュ。コンテンツも各業種のプロジェクトストーリーが多く飽きずに全部読めた。 <文系男子>
- 映像にこだわりが感じられた。 <文系女子>
- ワクワクさせてくれるようなデザインであったから。 <理系男子>

■15位 JR東日本

- セミナーに行けなかった人向けの情報もあった。 <文系男子>
- 様々なフィールドで活躍している社員さんのお話が載っており、自分の将来像を明確にイメージすることができた。 <理系男子>
- 各ページへのリンクが充実していて、サイトが見やすい構造になっていて分かりやすかった。 <理系男子>

■15位 オリエンタルランド

- 業種別で仕事内容やその人の目標等が書かれていて、ここに入りたいと思えるような内容が多かった。 <文系男子>
- 入社間もない社員が全員載っていて、身近に感じた。 <文系女子>
- 目指しているものや欲しい人材が明確だった。 <文系女子>

■15位 トヨタ自動車

- 熱意がわかる。 <理系男子>
- 単なる業務紹介に留まらず、実際に働いている社員の方々のエピソードを知ることができるため。 <理系男子>
- 得られる情報が多かったため。 <理系男子>

■15位 三菱UFJ信託銀行

- レイアウトが見やすかったから。仕事内容が幅広く紹介されていて会社研究に役立ったから。 <文系男子>
- ブログの更新が頻繁。 <文系女子>
- ビデオで信託銀行に関する分かりやすい説明がされていて良かった。 <文系女子>

■15位 三菱商事

- 細かい事業内容についての記載が多いから。 <文系男子>
- みやすい。わかりやすい。コンテンツも豊富かつデザインもシンプルでよかった。 <理系男子>
- 会社概要や今後について動画や社員のコメント等充実していたから。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~23位（全26社）

■15位 第一三共

- 説明のムービーが分かりやすかった。 <文系女子>
- 新入社員の研修の様子などのコンテンツが充実している。 <文系女子>
- 説明会までの道順がわかりやすく書いてあった。 <文系女子>

■15位 野村総合研究所

- コンテンツが充実している、アドバイスがある、自社で作ったようなこだわりがある等。 <理系男子>
- 多様なコンテンツがある。 <理系男子>
- コンテンツが豊富で、他社との違いなどがよくわかった。 <文系女子>

■23位 JR西日本

- メッセージに非常に感動した。 <文系男子>
- 先輩社員へのインタビューや技術開発など、説明会やエントリーシートを書く際に参考となる情報が数多くあった。 <理系男子>
- 内容が充実している。 <理系女子>

■23位 NTTデータ

- 入社案内のデータを配布している上、社員の仕事内容や入社理由などを聞いたインタビュー形式のコンテンツがかなりの社員数分アップされていて、非常に企業研究などの参考になる。 <文系男子>
- たくさんの社員の方のコメントが載っているから。また、情報が整理されていて分かりやすい。 <理系男子>
- この企業がどのような経営理念で動いているのかが、よく分かるホームページだった。 <理系男子>

■23位 日本生命保険

- 仕事のイメージが湧きやすい。 <文系男子>
- 生命保険の基本から書かれているから。 <文系男子>
- コンテンツが豊富だったから。 <文系男子>

■23位 日本郵政グループ

- WEB動画もみることができたから。 <文系男子>
- 見やすく、それぞれの会社にアクセスしやすい。 <文系女子>
- サイト自体が簡潔で見やすいことと、WEBセミナーが常設されていて企業研究しやすい。 <文系女子>