

2019 年卒 採用ホームページ好感度ランキング

2018 年 8 月発行

売り手市場が続くなか、学生へのアプローチに大きく影響するのが企業の「採用ホームページ」である。そこでの情報発信の質と量が、企業イメージを形成し、志望度を高める一端を担っている。

学生は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だろうか。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。

《調査概要》

	2018年3月調査	2018年6月調査	2018年7月調査
調査対象	キャリアス就活2019 学生モニター		
調査時期	2018年3月1日～6日	2018年6月1日～5日	2018年7月1日～5日
回答人数	1,258人	1,145人	1,147人

調査方法：インターネット調査法

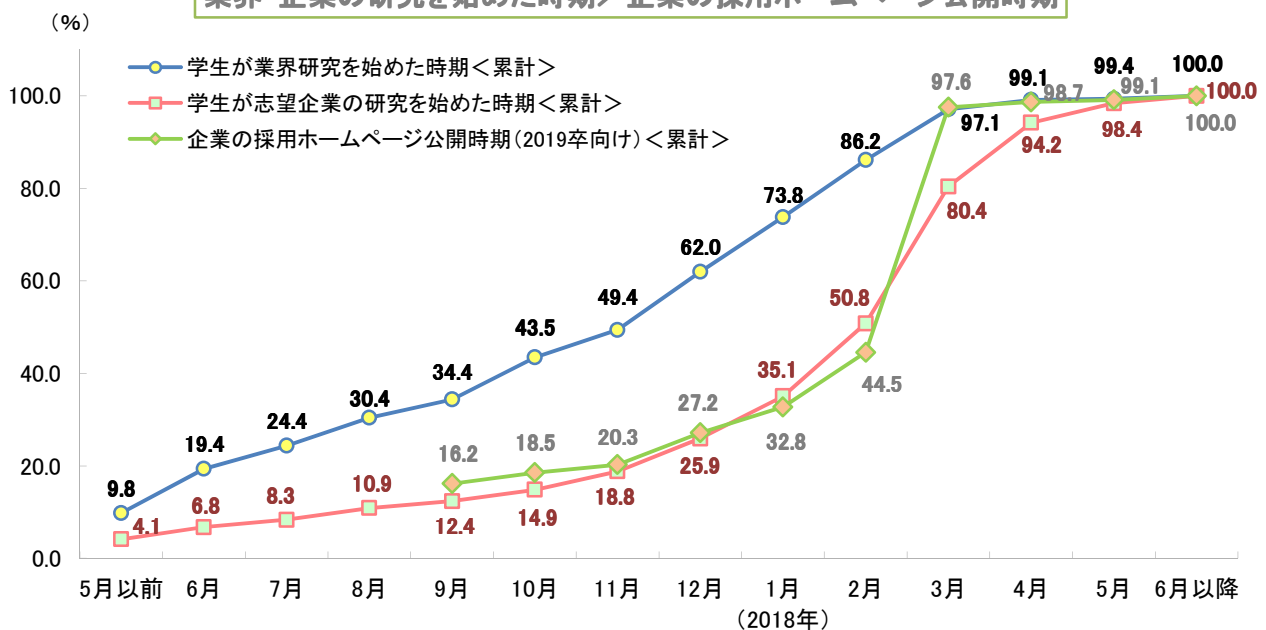
調査機関：株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

【1】 業界・企業研究時期と採用ホームページ公開時期

まず、今年就職活動を行った学生が「業界研究・企業研究を始めた時期」を確認しよう。業界研究は採用広報開始月の「3月」に向けて緩やかに増加。3月より前のプレ期に業界研究を始めた学生は8割を超える（86.2%）。志望企業の研究は2月から3月にかけて大きく伸び、3月には8割に達している（80.4%）。業界研究を進めながら個別の企業についても調べ始め、3月には大半の学生が志望企業を選んで企業研究を行っている様子が表れている。

そうした学生の動きに合わせ、早くから情報を公開する企業は少なくない。プレ期に採用ホームページを公開した企業は半数近くに上る（44.5%）。

業界・企業の研究を始めた時期／企業の採用ホームページ公開時期



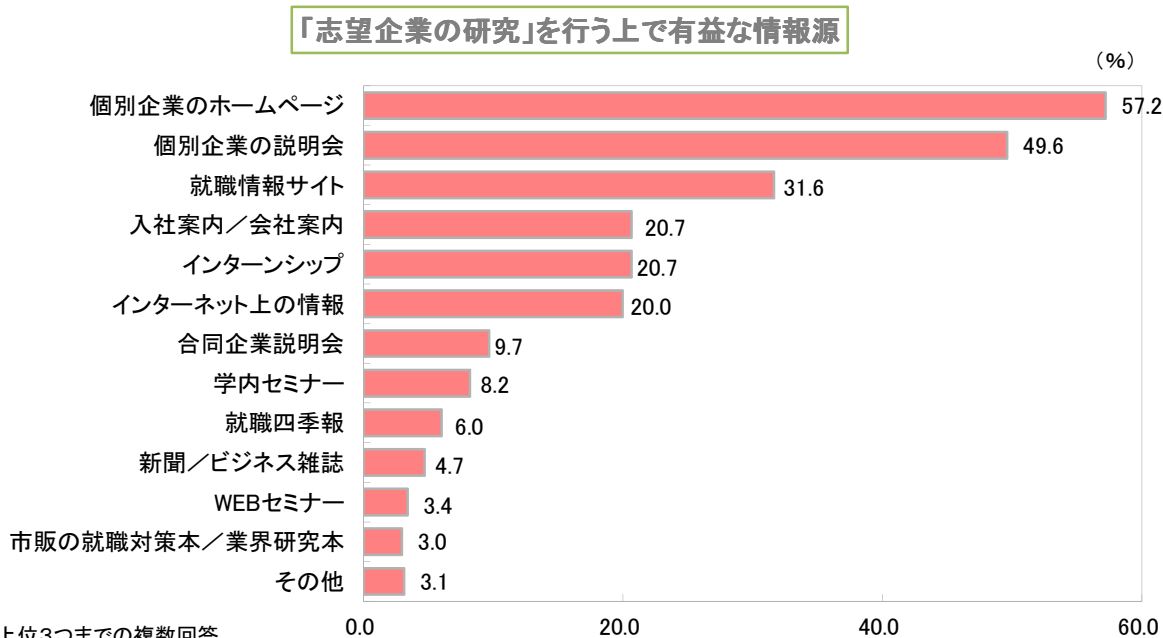
※「業界・企業の研究を始めた時期」は、2018年6月調査

※企業の採用ホームページ公開時期は、

「新卒採用に関する企業調査－採用方針調査」(2018年2月調査)より

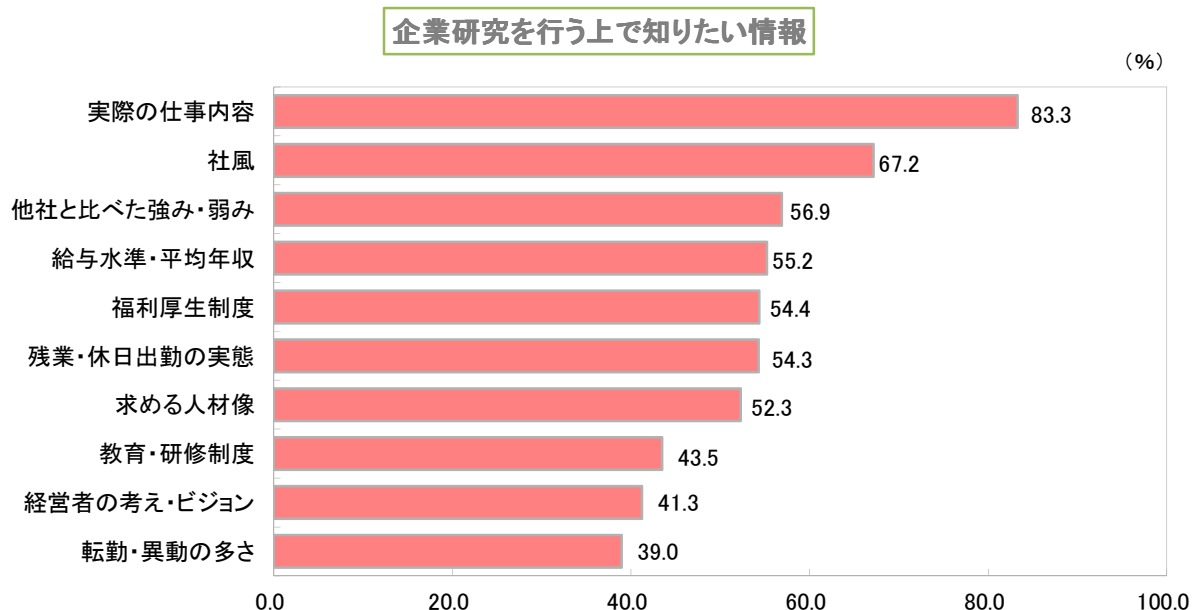
【2】 企業研究を行う上での有益な情報源

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(57.2%)。次いで、「個別企業の説明会」(49.6%)が続く。調べたい時にいつでもアクセスでき、必要な情報を得ることができるホームページが、企業研究の重要な情報源として活用されていたことがうかがえる。



【3】 企業研究を行う上で知りたい情報

学生は、企業のどのような情報を求めているのだろうか。「企業研究を行う上で知りたい情報」を尋ねると、「実際の仕事内容」(83.3%)が最も多く、「社風」(67.2%)が次点となった。業務経験のない学生が、働く姿や自身を取り巻く環境を具体的にイメージできるような情報を求めていることがわかる。また、「給与水準・平均年収」「福利厚生制度」「残業・休日出勤の実態」など、企業に直接質問しにくい内容にも過半数の学生が関心を示しており、ライフプランに関わる情報の需要も高い。



【4】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。文理別の集計結果も併記する。

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、全体的には分散している。文理別では、文系においては金融を中心に、商社、運輸、マスコミなど業界が多岐にわたるが、理系においてはメーカーに集中している。

採用ホームページ好感度ランキング《総合》

順位	企業名	票数	順位	企業名	票数
1	三井物産	23	16	味の素	11
2	三菱UFJ銀行	19		カゴメ	11
3	サントリーホールディングス	17		Sky	11
4	ソニー	16		全日本空輸(ANA)	11
	日本航空(JAL)	16		東レ	11
	東日本旅客鉄道	16		東海旅客鉄道	11
7	野村総合研究所	15		東京海上日動火災保険	11
8	アクセンチュア	14		凸版印刷	11
	電通	14		富士通	11
	トヨタ自動車	14		本田技研工業	11
	三井住友海上火災保険	14	26	NTTドコモ	10
	三井住友銀行	14		第一生命保険	10
13	花王	13		農林中央金庫	10
14	キーエンス	12		パナソニック	10
	野村証券	12		日立製作所	10
			三菱商事	10	

《文系》

順位	企業名	票数
1	三井物産	17
	三菱UFJ銀行	17
3	野村証券	12
	三井住友銀行	12
5	三井住友海上火災保険	11
6	電通	10
	農林中央金庫	10
	日本航空(JAL)	10
9	アクセンチュア	9
	日本放送協会(NHK)	9
	東日本旅客鉄道	9
12	キーエンス	8
	サントリーホールディングス	8
	全日本空輸(ANA)	8
	損害保険ジャパン日本興亜	8
	東京海上日動火災保険	8
	野村総合研究所	8

《理系》

順位	企業名	票数
1	花王	9
	サントリーホールディングス	9
	ソニー	9
4	トヨタ自動車	8
5	味の素	7
	Sky	7
	野村総合研究所	7
	パナソニック	7
	東日本旅客鉄道	7
11	本田技研工業	7
	NTTドコモ	6
	カゴメ	6
	デンソー	6
	東レ	6
	日本航空(JAL)	6
	三井物産	6
	三菱電機	6

※2018年7月調査

【5】 良い印象を持った理由

良い印象をもった理由を企業ごとに挙げてもらった。上位のサイトは、業務内容が職種ごとに具体的に示されていたり、先輩社員が多く紹介されていたりする点を挙げる声が多かった。また、印象的なキャッチコピーを用いて、企業イメージをひと言で伝えているものも評価が高かった。

そうした言語のメッセージを強調するのがサイトデザイン。色彩の鮮やかさから元気を想起し、シックな色使いに知的さを感じるなど、色調やフォント、画面構成などから社風を感じ取る傾向が見られる。

さらには、親近感や不安解消というキーワードも目立つ。情報量と質のみならず、情報発信の頻度もサイトの印象を左右する要因となっている。

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~26位（全32社）



1位 三井物産

- 社員のインタビューや事業紹介動画など、コンテンツが充実している。 <文系男子>
- オフィスの様子がストリートビューのように見られる仕組みがあった。そこまで開示してくれる企業はあまりないため好印象だった。 <文系男子>
- 社会に与える影響力の大きさを感じた。 <理系男子>
- 見た感じが洗練されていた。 <文系女子>
- プロジェクトがわかりやすかった。 <理系男子>
- 採用情報が多く、見やすかった。 <文系女子>
- 各種コンテンツが詳細に分けられており、面接などの対策がしやすかったから。 <理系男子>



2位 三菱UFJ銀行

- 採用Q&Aが充実しており、選考前に不安や疑問を解消することができたため。 <文系男子>
- 女性行員の意見もしっかり載っていて参考になったから。 <文系女子>
- 他とは異なるUIだった。セミナー情報がトップにあり、わかりやすかった。 <理系女子>
- メガバンクならではの仕事のスケールややりがいなど、社員の声を読んで感じ取れたため。 <文系男子>
- 格好良かった。見てみて率直に入社したいと思うようなページだった。 <文系女子>
- 社員の動画などがありわかりやすかった。 <理系女子>



3位 サントリーホールディングス

- 色使いが爽やかで落ち着いており、絵や図を用いていて見やすかった。 <文系女子>
- ログインする度に表示されるひとことが良かった。 <文系女子>
- デザインやキャッチコピーが独特で注意を引いたから。 <理系女子>
- 「やってみなはれ」が良かった。 <文系女子>
- 働く意欲が掻き立てられる。 <理系男子>
- 整理されており見やすい。 <文系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~26位（全32社）

■4位 ソニー

- 求めているものが何なのかがわかりやすかった。 <理系女子>
- 職種別採用で、それぞれの業務が明確に理解できたため。 <文系男子>
- 黒基調のデザインがかっこいい。 <理系男子>
- インターンの内容などがログインせずに見ることができるなど、非常に見やすい。 <理系男子>

■4位 日本航空（JAL）

- わかりやすくまとまっているほか、採用担当の方の顔が載っており信頼できた。 <理系男子>
- 定期的にCA日記が更新され、とても楽しく見ていた。 <文系女子>
- 掲載されている先輩社員の数が多かった。 <理系男子>
- サイト自体が見やすく、飛行機が発券するまでが映像になっておりワクワクした。 <文系女子>

■4位 東日本旅客鉄道

- 基本情報はもちろん、配属されるであろう支社についても詳しく掲載されていた。 <文系男子>
- 単純にわかりやすい。 <文系女子>
- 色彩が好き。 <理系男子>
- 知りたい情報が全て網羅されていたから。 <文系男子>

■7位 野村総合研究所

- 説明会の様子をすべてWEBで見ることができた。 <文系女子>
- 図表を用いたステップでの表示がわかりやすかった。 <理系男子>
- クールな感じがした。 <文系男子>
- 職種別の働き方の違いや、現場社員の働き方が細かく記載されており、各項目の見出しがわかりやすかったため。 <文系男子>

■8位 アクセンチュア

- 現場社員の職種別の働き方や、労働条件などが細かく掲載されていたため。 <理系男子>
- デザインが良かった。 <理系男子>
- 見やすい、情報が多い、企業ビジョンが明確に伝わる。 <文系女子>

■8位 電通

- 人の心を動かす仕事だからこそ、その集大成のようなサイトで自分もそのような仕事をやりたいなどそそられる内容であったため。 <理系男子>
- 見やすさだけでなく、インパクトがあった。 <文系女子>
- 様々な分野で働く社員の紹介が興味深く、面白かった。 <理系男子>

■8位 トヨタ自動車

- 詳しくわかりやすい。採用に力を入れていると感じた。 <文系男子>
- とにかくかっこいい。社員さんのプロフィールも載っており参考になった。 <文系女子>
- スッキリしてわかりやすい。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~26位（全32社）

■8位 三井住友海上火災保険

- 同業他社との比較が多く、比べるのに参考になった。 <理系女子>
- 内定者のアドバイスを見ることができた。 <文系女子>
- 各地域の採用担当者や新入社員の言葉が、事細かに載せられていたため。 <文系男子>

■8位 三井住友銀行

- シンプルで使いやすく、トップ画面のメッセージが強烈だった。 <文系男子>
- デザインが洗練されている。 <文系女子>
- 採用ホームページのメッセージ性が高く、実際に選考を受ける中でもホームページのイメージと実際の雰囲気似ていると感じた。 <文系男子>

■13位 花王

- 働いている人の声を職種別に見ることができたから。 <文系男子>
- 企業理念を知ってもらう、という点にとっても力を入れているため。 <理系女子>
- 研究内容が詳しく載っていたから。 <理系女子>

■14位 野村證券

- 壮大な言葉と写真で入社意欲を掻き立てられた。 <文系女子>
- 社員の写真が掲載されている。社長の声が載っている。コース別にわかれている。 <文系男子>
- 証券市場の醍醐味と熱い想いが伝わったから。 <文系女子>

■14位 キーエンス

- 他社との違いがわかりやすかったから。 <理系男子>
- Q&Aがとても詳細で、言わなくても良さそうなことまで丁寧に教えてくれたため。 <文系男子>
- 企業のクオリティの高さを感じることができた。 <理系男子>

■16位 味の素

- キャリアを重要視して、社員を大事にする会社だと感じた。 <理系女子>
- 技術系採用が細分化され、それぞれについて情報を得るのが容易だったため。 <理系女子>
- いい会社であることが全面に伝わった。 <文系女子>

■16位 カゴメ

- 採用日程が初めから開示されていたため、面接の予定が立てやすかった。学生のことを本気で大切にしていることが伝わってきた。 <理系女子>
- 企業の考え方や社員の方の人柄がにじみ出ている、社風をイメージしやすかったから。実際人事の方に会って、そのイメージ通りだった。 <文系女子>
- サイトが美しかった。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~26位（全32社）

■16位 Sky

- 「好働力」をキーワードに、社風をわかりやすくアピールしていた点。 <理系男子>
- 無駄なものが、サイト上に少なかったから。 <文系男子>
- 青を基調として、爽やかな印象だった。また、仕事内容が専門外でもわかりやすく書いてあった。 <理系男子>

■16位 全日本空輸（ANA）

- 視覚的に非常に印象に残るデザインであった。 <文系男子>
- 飛行機へのプライドを感じた。 <理系男子>
- 先輩社員の声が充実していて、具体的な業務内容を知ることができたから。 <理系男子>

■16位 東レ

- 業務内容紹介・社員紹介などコンテンツの量・質ともに充実していたため。 <文系男子>
- 色合いやレイアウトがカッコいいと思いました。 <理系男子>
- 頻繁に更新されている。 <文系女子>

■16位 東海旅客鉄道

- 職種の絞り込みがしやすかった。他にはない、社員の思い出があった。 <理系男子>
- 先駆的なデザインで情報など見やすかった。 <文系男子>
- 日本一の鉄道会社で働くイメージと憧れを持たせてくれた。 <理系男子>

■16位 東京海上日動火災保険

- 人事によるブログが好印象だった。 <文系女子>
- 社員さんが圧倒的にかっこいい。 <文系男子>
- 企業研究の仕方、面接対策など、志望の有無に関わらず、就活生に役立つコンテンツが多かった。 <文系女子>

■16位 凸版印刷

- わくわくするようなレイアウトがよかった。内容もわかりやすかった。 <文系女子>
- 明確なビジョンが示されていた。 <文系男子>
- 社員インタビューなどがありわかりやすかった。 <文系女子>

■16位 富士通

- 業界から企業についてまで、幅広い情報が載っていた。 <文系男子>
- 会社パンフレットが掲載されていて、企業研究しやすい。 <文系女子>
- 様々な取り組みを見ることができ、将来性を感じた。 <文系男子>

■16位 本田技研工業

- チャレンジングな仕事が多そうだと感じた。 <理系男子>
- 個人を尊重する風土があると強調されていた。 <理系男子>
- 職種別の資料が豊富で分かりやすかった。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~26位（全32社）

■26位 NTTドコモ

- 求める人材像が明確であった。 <理系女子>
- お洒落で業界一位という自信が伝わってくるから。 <理系男子>
- 社員紹介や新人座談会などコンテンツが豊富で見ている面白く、有益な情報が多かった。 <理系男子>

■26位 第一生命保険

- Instagramで社員の紹介をしていた。 <文系女子>
- デザインがおしゃれで、画像を混ぜながらわかりやすい構成になっていたため。 <文系男子>
- それぞれの部門の仕事が、事細かにわかりやすく書いてあったから。 <文系男子>

■26位 農林中央金庫

- 職員紹介や業務紹介の情報が多彩だった。 <文系女子>
- マイページに何度目の訪問か記してくれている。 <文系女子>
- スケールの大きさがすぐわかった。 <文系男子>

■26位 パナソニック

- 社員の方が笑顔で写っている写真が多く、親近感を覚えたから。 <理系男子>
- 志望できる職種が豊富なラインナップだったから。 <文系男子>
- 何度も見返したくなるような内容で、先輩社員の話など魅力あるコンテンツが多く掲載されていたため。 <文系女子>

■26位 日立製作所

- ミッションが魅力的。 <文系男子>
- 会社が進めるイノベーション・IT化の強みが視覚的に伝わってきたから。 <理系男子>
- マイページに入ってすぐに現在の状況がわかるから。 <理系男子>

■26位 三菱商事

- 動く地球儀を用いて、世界各国で働く社員の紹介を見られるのが面白かった。ただ羅列するのではなく自分が興味ある国から選べるから。 <文系女子>
- 業界研究にもなった。 <文系男子>
- 様々な社員の活躍の仕方が書いてあった。 <文系男子>