

2018 年度 採用ホームページ好感度ランキング

2017 年 8 月発行

学生が就職を意識する時期は年々早まっている。企業にとって、できるだけ早い段階で学生に自社を知ってもらうことは、今や重要な課題であり、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。学生にとって有益な採用ホームページはどんなものなのか。実際に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選んでもらい、ランキングしてみた。

《調査概要》

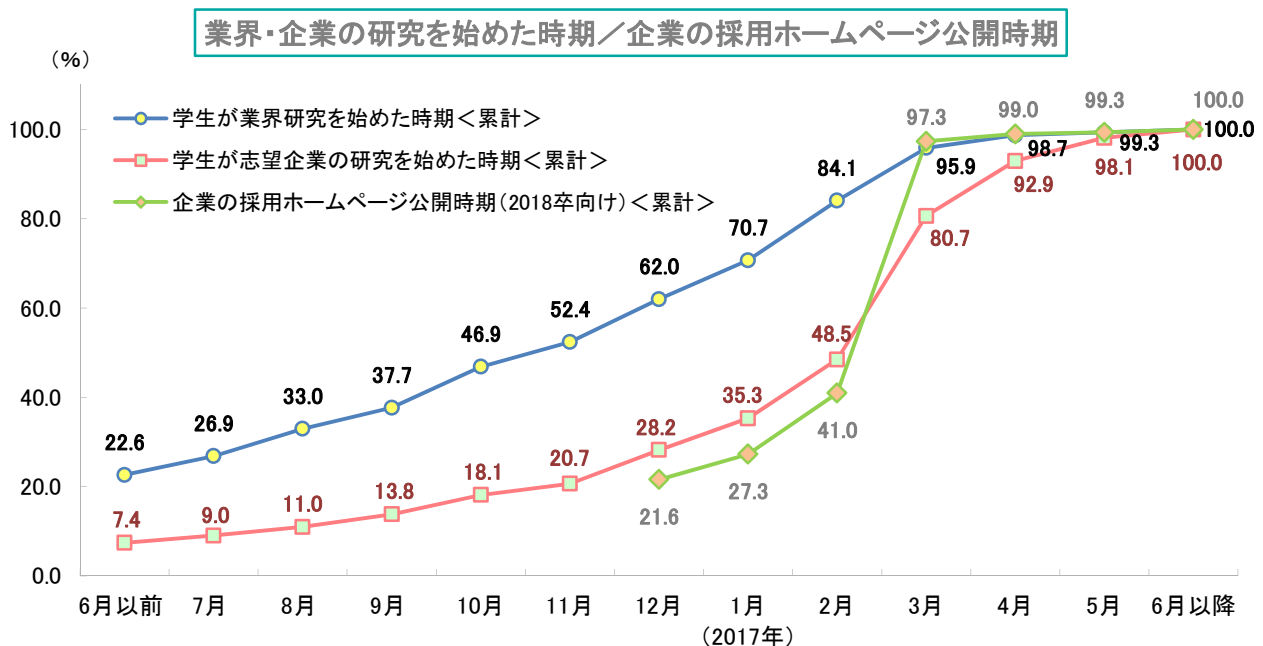
調査対象：「キャリアス就活 2018 学生モニター」
 回答者数：1,238 人
 調査期間：2017 年 7 月 1 日～5 日
 調査方法：インターネット調査法
 調査機関：株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

[1] 業界・企業研究時期と採用ホームページ公開時期

はじめに、今年就職活動を行った学生が「業界研究を始めた時期」と「志望企業の研究を始めた時期」を確認したい。3 月より前のプレ期に業界研究を始めた学生は 8 割を超えており（84.1%）、企業研究については半数近くに上った（48.5%）。かなり早い段階から着手していたことがわかる。

これに対し、企業の採用ホームページ公開時期は、採用広報解禁月の「3 月」に集中。3 月より前に公開した企業は 4 割（41.0%）だった。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た様子が見て取れる。

不特定多数向けの情報発信であれば、早期からの発信の重要性は経団連も認めているところである。少しでも早く、ホームページを通して業界情報や事業内容、仕事の魅力などを発信することで、多くの学生に情報が届きやすくなるだろう。



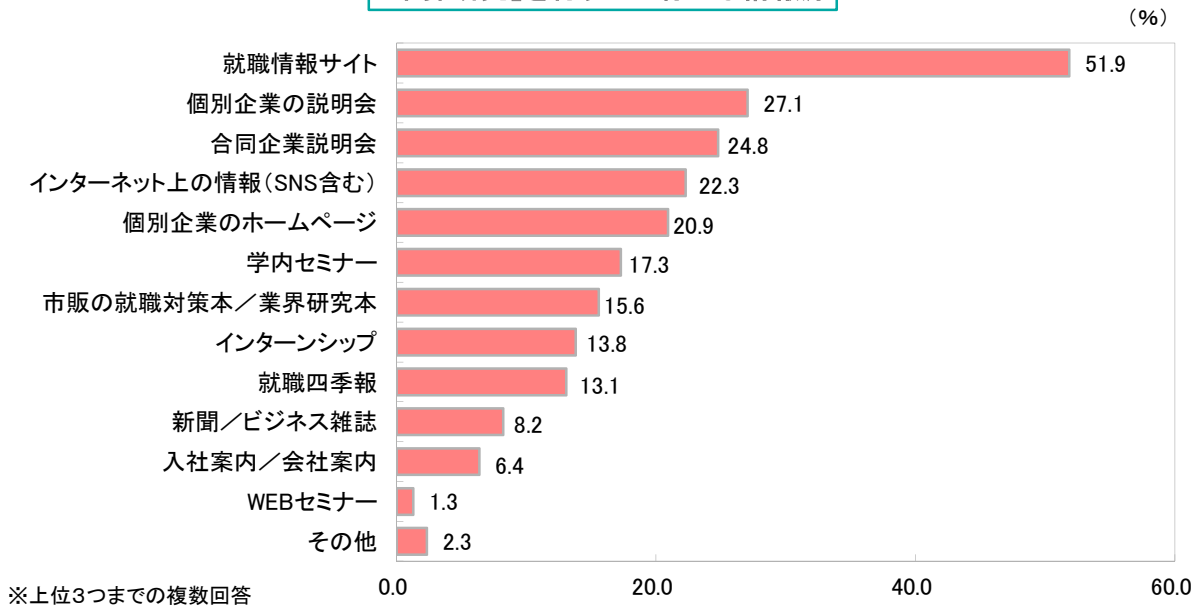
※企業の採用ホームページ公開時期は、「新卒採用に関する企業調査－採用方針調査」(2017 年 2 月調査)より

【2】就職活動を行う上での有益な情報源

就職活動を行う上で有益だった情報源を「業界研究」と「志望企業の研究」とに分けて尋ねた。

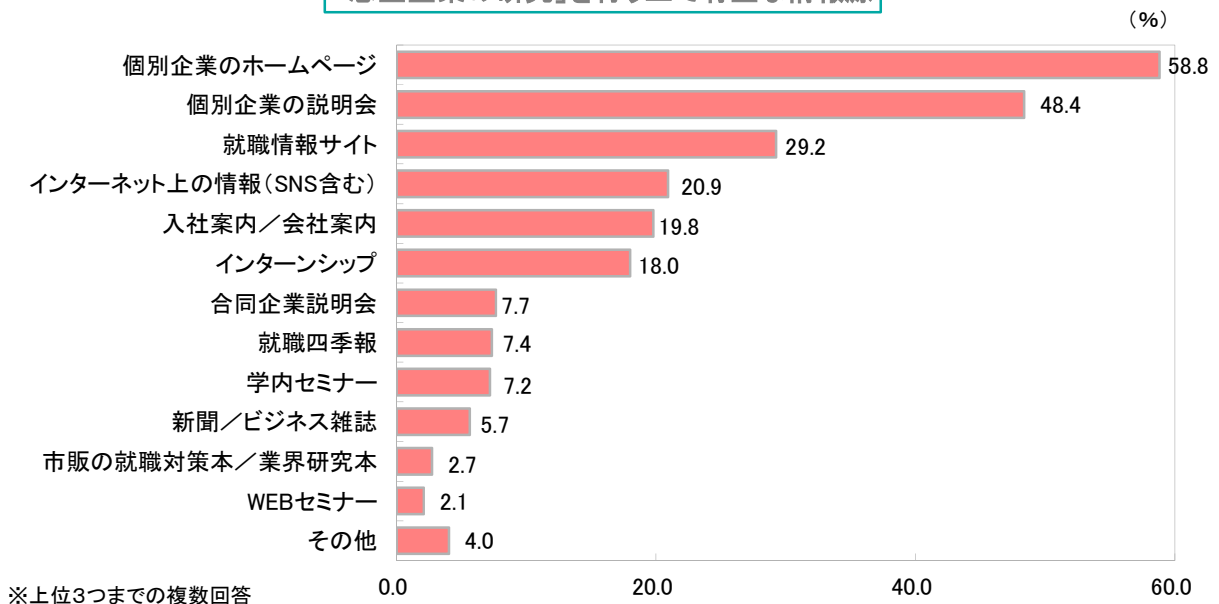
まず、「業界研究」について見てみると、「就職情報サイト」が最も多く（51.9%）、「個別企業の説明会」（27.1%）、「合同企業説明会」（24.8%）と続く。「個別企業のホームページ」は20.9%で5番目に多かった。情報サイトや合同説明会などの集合媒体だけでなく、個別企業が発信する情報も業界研究に役立てていることがわかる。

「業界研究」を行う上で有益な情報源



一方、「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」（58.8%）で、次いで「個別企業の説明会」（48.4%）だった。志望企業を絞り込んでからの深い研究には、やはり個別企業が直接発信する情報を利用する学生が多いことが表れている。

「志望企業の研究」を行う上で有益な情報源



【3】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良い印象を持ったものを尋ね、7名以上が社名を挙げた企業（上位31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、特定企業に票が集中することなく、全体的に分散している。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IT、運輸、建設業など文系より幅広い業界にわたっている。

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	東京海上日動火災保険	18	16	NTTデータ	9
2	アクセンチュア	13		全日本空輸(ANA)	9
	日本航空(JAL)	13	野村総合研究所	9	
	三井住友銀行	13	ソフトバンク	8	
	三菱東京UFJ銀行	13	東レ	8	
6	東日本旅客鉄道	12	19	東海旅客鉄道	8
	三菱商事	12		日本政策金融公庫	8
8	ソニー	11		博報堂/博報堂DYメディアパートナーズ	8
	電通	11		富士通	8
10	サントリーグループ	10		本田技研工業	8
	パナソニック	10	りそなグループ	8	
	みずほフィナンシャルグループ	10	27	デンソー	7
	三井住友海上火災保険	10		日本年金機構	7
	三菱UFJ信託銀行	10		日本放送協会(NHK)	7
	三菱電機	10		日本郵政グループ	7
		野村證券		7	

《文系》

順位	企業名	票数
1	東京海上日動火災保険	15
2	三菱東京UFJ銀行	13
3	日本航空(JAL)	11
	三井住友銀行	11
5	三井住友海上火災保険	10
	三菱UFJ信託銀行	10
7	東日本旅客鉄道	9
	三菱商事	9
	みずほフィナンシャルグループ	9
10	全日本空輸(ANA)	8
	電通	8
	りそなグループ	8
13	アクセンチュア	7
	日本年金機構	7
	日本政策金融公庫	7
	日本郵政グループ	7
	野村證券	7
	富士通	7

《理系》

順位	企業名	票数
1	サントリーグループ	7
	ソニー	7
	パナソニック	7
4	アクセンチュア	6
	NTTデータ	6
	本田技研工業	6
8	三菱電機	6
	デンソー	5
	東海旅客鉄道	5
	野村総合研究所	5
	日立製作所	5
12	イーピーエス	4
	エステー	4
	NECソリューションイノベータ	4
	大林組	4
	清水建設	4
	ソフトバンク	4
	第一三共	4
	東レ	4
	日本放送協会(NHK)	4
	博報堂/博報堂DYメディアパートナーズ	4

【4】 良い印象を持った理由

学生に、企業ごとに良い印象をもった理由を書いてもらった。上位のサイトには、仕事内容が具体的に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。業務経験のない学生が、自分が働く姿をイメージしやすいような工夫が採られている。採用担当者のブログや内定者からのメッセージなど、親しみを感じてもらおう工夫も人気の要因だ。業界知識や動向など、業界研究に役立つ情報の評価も高い。情報の豊富さを挙げる学生も多数見られ、企業研究を採用ページで行う学生が多いという前述の調査データを裏付ける。

サイトのデザインを理由に挙げる学生も少なくなかったが、そうした部分からも社風を感じ取っているようだ。雰囲気伝わりやすい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、1~27位（全31社）

■1位 東京海上日動火災保険

- 損保の仕事理解に繋がった。 <文系男子>
- 就活の心得や就活での悩みへのアドバイスなどが掲載されていた。 <文系男子>
- 会社情報に加え、就活全般を踏まえたブログには勇気づけられた。 <文系男子>
- 手が込んだサイトになっていて格好良かった。 <文系女子>
- 企業が何を大事にしているかとてもわかりやすかったし、他企業を受ける上でも参考になった。 <理系女子>

■2位 アクセンチュア

- 各職種に関する情報が多く、関連ページへのリンクも多かったため、頻繁にログインし、企業研究できた。 <理系女子>
- 色使いがよかった。 <文系男子>
- 動画が豊富でわかりやすかった。 <理系女子>
- 項目が詳細に分かれていて見やすかった。採用ホームページからの質問への対応が早かった。 <文系女子>

■2位 日本航空（JAL）

- お客様が第一なのはもちろんだが、社員もそれと同等に大事にする、というメッセージが伝わってきて、ここで働きたいと思った。 <文系女子>
- 職種別に仕事内容、社員の1日、キャリアパスなど詳しく書いてあったからです。採用担当の社員の方々の写真があったのも好印象でした。 <文系女子>
- 幅広い仕事の紹介が乗っていて、理解しやすかった。 <文系男子>
- デザインがすっきりしていて見やすかった。 <文系女子>

■2位 三井住友銀行

- 日本全体の経営を背負っているという感じがして、とてもカッコいいと思った。 <文系男子>
- 仕事内容の解説や社員が何にやりがいを感じているのかが丁寧に記載されていて、企業研究、業界研究に役立ったから。 <文系男子>
- 「君ならではの、世界へ」というキャッチコピーがよかった。 <文系女子>
- 各部門の社員紹介があり、どの部門ではどのようなことができるのかというイメージができた。自分が働く上ではどの部門が良いかということを考えられた。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~27位（全31社）

■2位 三菱東京UFJ銀行

- コンテンツが頻繁に更新されていたから。自分が今エントリーのどの状況にあるのか、一目でわかる仕様だったから。 <文系女子>
- 会社についての詳しい情報があったから。 <文系男子>
- 様々な業務に携わる行員の方々の生の声が掲載されており、働き方や業務内容がイメージしやすかったため。 <文系女子>
- 内定を獲得した就活生のインタビューも載っており、ためになった <文系女子>

■6位 東日本旅客鉄道

- 職種紹介がしっかりされていて、説明会に行く前から多少の知識をつけることができたから。 <文系男子>
- とにかく見やすいし、知りたい情報がまとまっていると感じたから。 <文系男子>
- 地域ごとの紹介もあったから。 <文系女子>
- 情報がわかりやすくまとめられていた。 <理系男子>

■6位 三菱商事

- 社員のインタビューが多く、仕事をイメージしやすかった。 <文系男子>
- 事業ごとではなく、人や地域で企業の特徴をアピールするという点で、わかりやすかったから。 <文系女子>
- ホームページはもちろん見やすく、事業紹介の動画は感動的で、選考通過の連絡にも非常に温かさを感じた。 <理系男子>
- 視覚的に印象に残るものだった。 <文系男子>

■8位 ソニー

- 会社の持つ自由闊達な雰囲気が出ており、また社員紹介も多かったため見やすかった。 <文系女子>
- ソニーらしいオシャレなホームページで、レイアウトも見やすかった。 <理系男子>
- 研修内容まで色々なことが詳しく書いてあり、また見やすかった。 <理系男子>
- 会社の雰囲気や採用方針が伝わりやすかったため。 <理系男子>

■8位 電通

- スタイリッシュで、PRのプロ集団であることが推察された。自分は受験しなかったが、周囲の友人のなかでは、かなりホームページに惹かれている人がいるようであった。 <文系男子>
- デザインが独創的であり、社風がよく伝わってきたから。 <文系男子>
- 動画を用いており、興味をそそられた。 <文系男子>
- クリエイティブでとても見やすかつこよかったから。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~27位（全31社）

■10位 サントリーグループ

- 手書きのテーマが大きく書いてあり、とてもインパクトがあるホームページ。 <理系女子>
- 職種ごとの仕事内容や先輩社員の声が充実していたため。 <理系女子>
- 内定者の日記があった。 <理系男子>

■10位 パナソニック

- 非常に見やすく、社員のお話をたくさん見ることができる。 <理系男子>
- 具体的な職種についても、事細かく記載されていたので。 <理系男子>
- 見やすい。おもしろい。 <文系女子>

■10位 みずほフィナンシャルグループ

- 写真が多くて印象的だった。社員の方々のエピソードが豊富に記載されていて、働くイメージもつきやすかった。 <文系女子>
- One Mizuho 戦略がわかる。 <文系男子>
- 女性活躍のページが充実していた。 <文系女子>

■10位 三井住友海上火災保険

- 多くの社員の方のやりがいやキャリアビジョンが閲覧できる。OBOG 訪問をしてくださる社員の方の写真やプロフィールを見ながら選択することができる。 <文系女子>
- 情報が豊富。選考情報が一覧できる。余計な装飾がない。 <文系男子>
- 学生のことを大切に思っていて、育てる文化が浸透していると感じた。 <文系女子>

■10位 三菱UFJ信託銀行

- 内定者ブログや人事部ブログ等、様々な目線での考えや意見を知れたから。 <文系男子>
- ムービーが印象的。 <文系男子>
- コンテンツが充実していて見ごたえがあったから。 <文系女子>

■10位 三菱電機

- 全体的に見やすいデザインだった。 <理系男子>
- 選考内容が複雑にもかかわらず、わかりやすくまとめられていたため。 <理系女子>
- 必要な手続きをホームページで全て完了することができ、見やすかった。 <理系男子>

■16位 NTTデータ

- SI 業界の構造から詳細な説明がなされており、就活生に対しとても親切だなと感じた。 <文系男子>
- 社員が企業を志望した理由が書かれていた。他の企業より情報が多く、また、内容が正直だと感じた。 <理系男子>
- 会社のことではなく、仕事を取り巻く環境のことも詳しく説明しているからです。 <理系男子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~27位（全31社）

■16位 全日本空輸（ANA）

- 様々な職種が存在する航空業界は、仕事をイメージするのが難しかったが、HPに多くの人インタビューや仕事内容が紹介されていて、理解しやすかった。 <文系男子>
- 職種ごとに内容や募集要項を掲載しており、わかりやすかった。 <文系女子>
- エピソード、キャリアステップ共に十分な情報が得られた。 <文系女子>

■16位 野村総合研究所

- 他社に比べ、社内情報に関するコンテンツが多かったため。 <文系男子>
- 社員の生活などが包み隠さず書かれている印象だった。 <理系女子>
- スタイリッシュなデザイン。 <理系女子>

■19位 ソフトバンク

- 見やすく使いやすくデザインもかっこよかった。HPからの印象で、企業の求める性格などがわかるので、熱いところだなと思った。 <理系男子>
- 質問でよくでるところが先回りして書いてあった。 <理系男子>
- 企業の今までの実績や取り組みの紹介があり、おもしろかった。 <文系女子>

■19位 東レ

- 見ていてワクワクするようなサイトだったから。 <文系女子>
- 動画が多くあり、理解を深めやすかった。 <文系女子>
- 情報がまとまっていて、見やすかったから。 <理系男子>

■19位 東海旅客鉄道

- 多岐にわたる事業についてわかりやすくまとめてあり、先輩社員のインタビューも豊富であった。 <文系女子>
- 思いを強く感じた。さらに募集システムがよくわかった。 <文系男子>
- シンプルでわかりやすいHPだったと思う。たどり着きたい情報にアクセスしやすいHPだった。 <理系男子>

■19位 日本政策金融公庫

- 各事業別にやっていることや実績が数字まで明記されていたから。 <文系女子>
- 温かみのある雰囲気があった。 <理系男子>
- テンプレートではあるが、マイページに労いの言葉が時間帯別にあって良かった。 <文系男子>

■19位 博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

- 動画で社員同士の座談会の様子が公開されていて社風がわかりやすかった。 <文系女子>
- クリエイティブで魅力的だった。 <文系男子>
- 会社説明会録画で社員の本音をばらすしかけがあったため。 <理系女子>

※『採用ホームページ好感度ランキング』順に、1~27位（全31社）

■19位 富士通

- ICTで成し遂げたい夢が語られているページがあり、仕事のイメージがつかみやすかった。 <文系女子>
- 読みきれないほど社員の話が掲載されていたから。 <文系男子>
- OSEの需要、会社の役割、仕事内容がわかりやすく、大手とは思えなかったのが好印象。 <理系男子>

■19位 本田技研工業

- 熱い想いが伝わってくるサイトだった。 <文系男子>
- 仕事内容を単に紹介するだけでなく、それぞれの社員さんの熱い思いがストーリー調に書かれており、自分がどんなモチベーションで仕事するかを考えられた。 <理系男子>
- 職種について詳しく説明してある資料があり、大変参考になった。 <理系男子>

■19位 リソナグループ

- 若者目線で作られたHPだと思う。スタイリッシュで、読みたいと思える。 <文系女子>
- 一番うまくまとまっていて見やすかったと感じている。 <文系男子>
- パワーポイント形式で詳しく書かれていた。Webセミナー録画が充実。 <文系男子>

■27位 デンソー

- 項目が見やすいのと、レイアウトなども純粹にかっこいいからです。 <文系女子>
- かなり情報量が多かったため。 <理系男子>

■27位 日本年金機構

- 自分に向いている仕事チャートが出てきた。 <文系男子>
- 「この国に求められる仕事」とキャッチフレーズを打ち、やりがいを持って仕事ができるように感じられた。 <文系男子>

■27位 日本放送協会（NHK）

- コンテンツがとても充実していて、とてもわくわくした。 <文系女子>
- イラスト等で職種の違いがわかりやすかった。 <理系男子>

■27位 日本郵政グループ

- 郵政グループ内の各社の業務内容がわかりやすくまとめられていたため。 <文系男子>
- 他社に比べて採用についての情報量が多く、知りたいことが載っていることが多かった。 <文系男子>

■27位 野村證券

- 働いている1日動画がわかりやすかった。 <文系女子>
- デザインもかっこよかつたし、見やすくまとめられていた。 <文系女子>