

キャリアタス就活
[career+]

2024年卒 採用ホームページに関する調査

2023年7月

株式会社ディスコ キャリタスリサーチ

調査概要

近年、本格的な就職活動の前にインターンシップ等のプログラムに参加する学生が増え、企業研究を開始するタイミングが早まっている。多くの学生が企業研究の主要なツールと位置付ける「採用ホームページ」は、就活準備の段階から就活終盤まで、長期にわたり利用されるようになり、その役割は重要性を増している。

ディスコでは、2024年卒業予定学生の採用ホームページの閲覧状況を調査した。また、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なかから好印象だった採用ホームページを尋ね、ランキング形式で集計した。

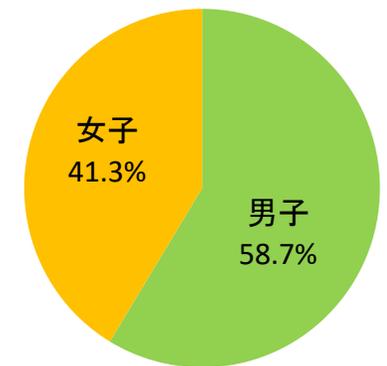
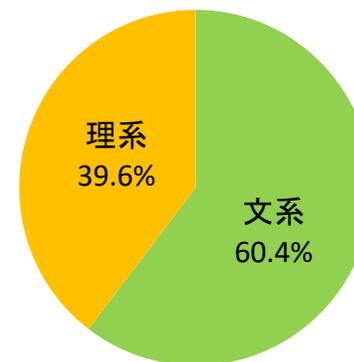
*「採用ホームページ」には、インターンシップ等の募集ページも含めて調査した。

<目次>

1. 有益な情報源（企業探し／志望企業の研究）	P 3
2. 採用ホームページの閲覧度合い	P 4
3. 採用ホームページの閲覧手段（デバイス）	P 5
4. デザインや情報が古いことによる志望度への影響	P 6
5. 採用ホームページの閲覧時期	P 7
6. よく閲覧したコンテンツ（フェーズ別）	P 8
7. 採用ホームページ好感度ランキング<総合>	P 9
8. 採用ホームページ好感度ランキング<文理別>	P10
9. 良い印象を持った理由（コメント集）	P11

<調査概要>

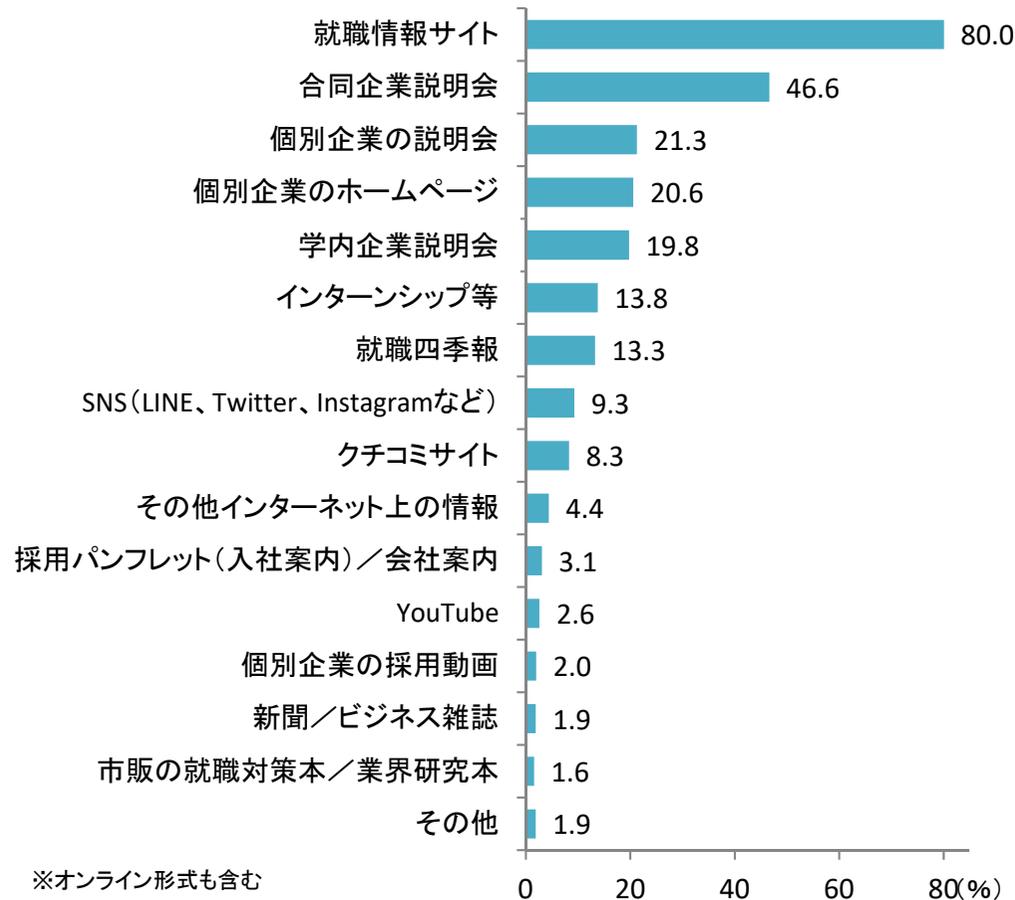
調査対象	: 2024年3月卒業予定の全国の大学4年生 (理系は大学院修士課程2年生含む)
回答人数	: 1,002名
調査時期	: 2023年6月23日～28日
調査方法	: インターネット調査法
サンプリング	: キャリタス就活2024 学生モニター



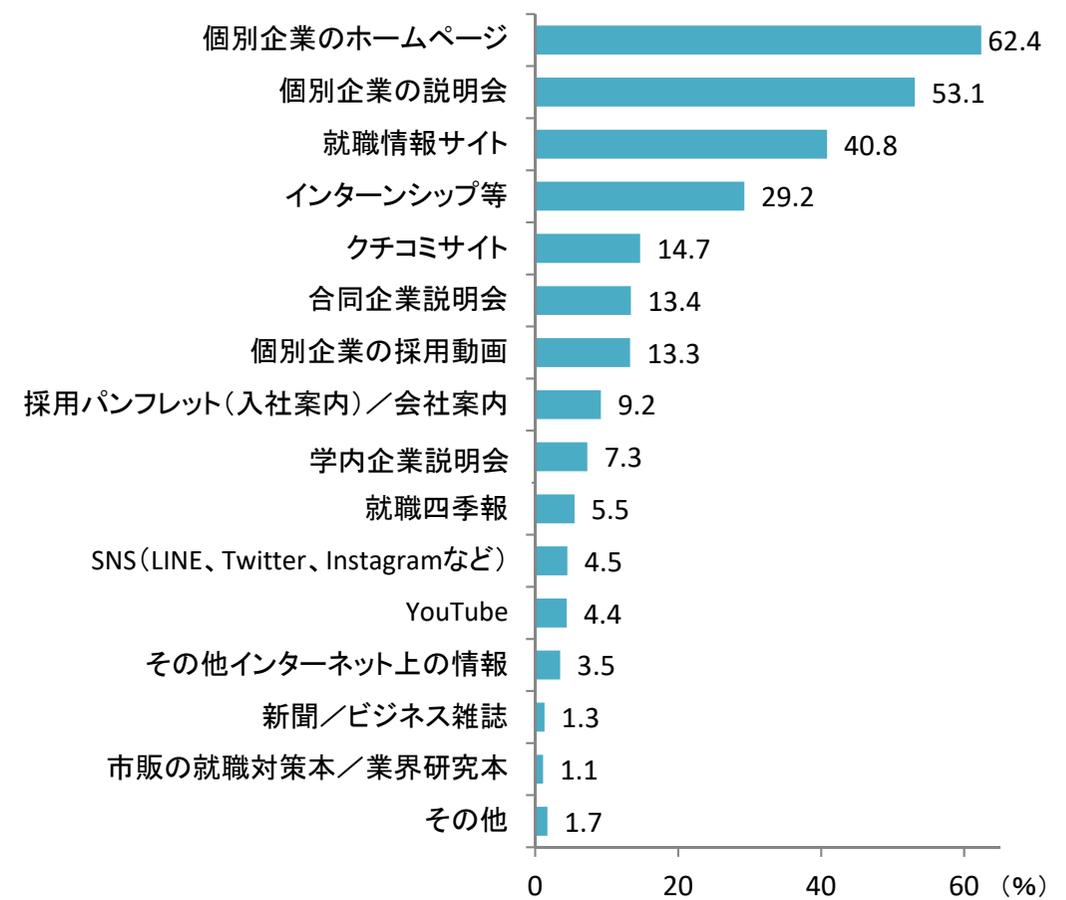
1. 有益な情報源（企業探し／志望企業の研究）

- 企業探しに有益だと思った情報源は、「就職情報サイト」(80.0%)、「合同企業説明会」(46.6%)の順。「個別企業のホームページ」は4番目(20.6%)。
- 志望企業の研究に有益な情報源は「個別企業のホームページ」が最多で、6割強が選んだ(62.4%)。企業について深く調べる際の情報源として、重要な役割を果たしていることが見て取れる。

企業探しに有益な情報源



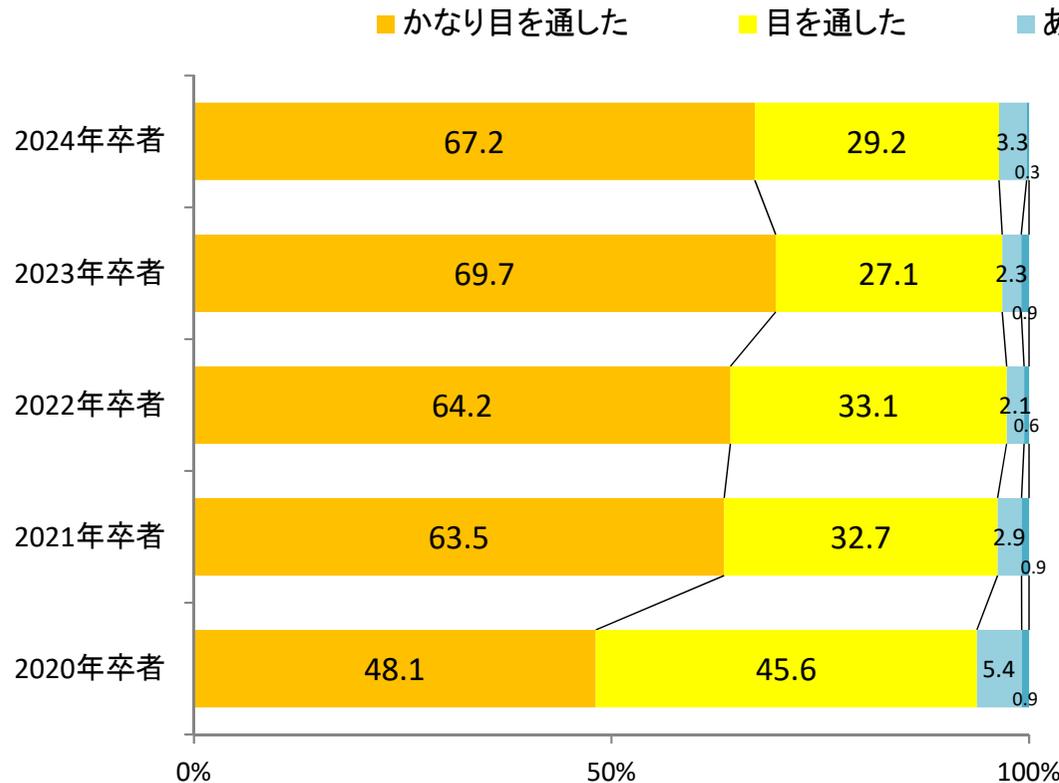
志望企業の研究に有益な情報源



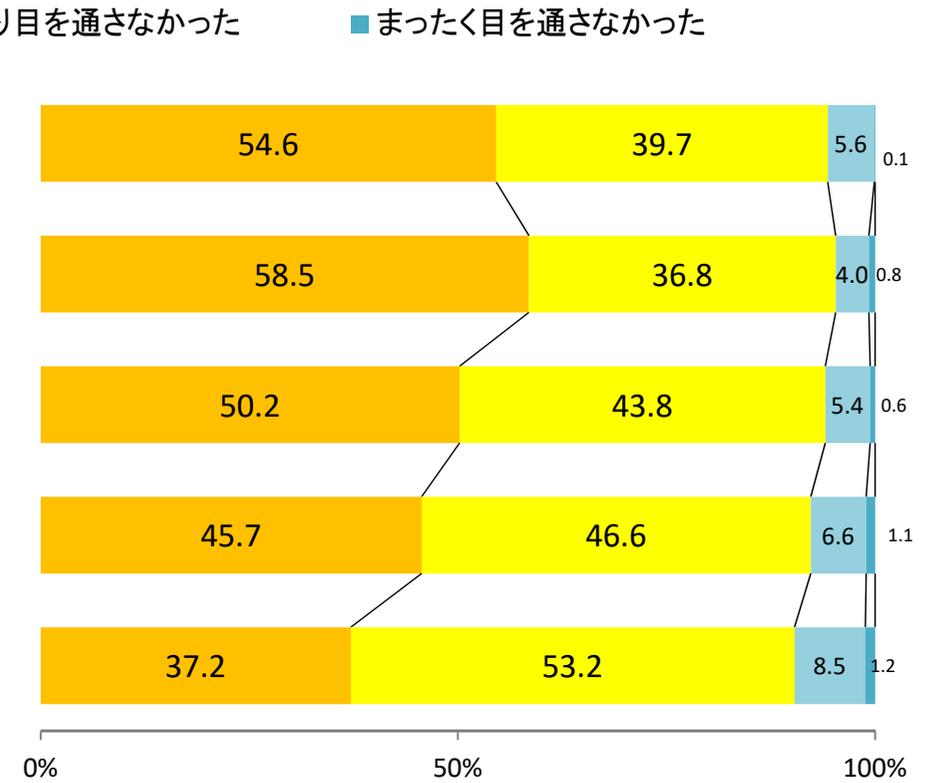
2. 採用ホームページの閲覧度合い

- 就職活動中に、企業の採用ホームページに「かなり目を通した」割合は6割強(69.7%)。大半の学生が高い頻度で閲覧している。
- コーポレートサイトについては、「かなり目を通した」「目を通した」を合計すると9割を超える(計94.3%)。コーポレートサイトも併せて活用していることが読み取れる。

採用ホームページの閲覧度合い



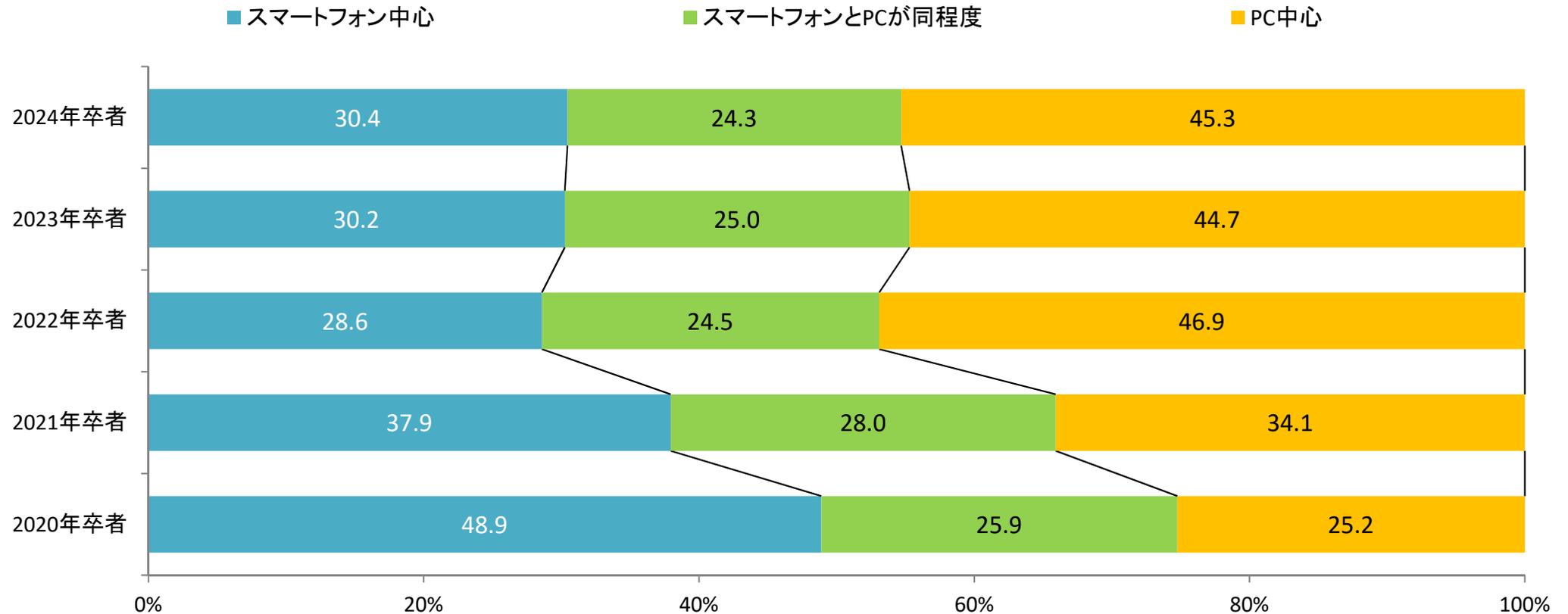
コーポレートサイトの閲覧度合い



3. 採用ホームページの閲覧手段(デバイス)

- 閲覧のデバイスは「PC中心」が4割強(45.3%)で、「スマートフォン中心」(30.4%)を14.9ポイント上回る。前年調査から変化は見られない。
- コロナ禍前の2020年卒者は「スマートフォン中心」が約半数を占めていたが(48.9%)、コロナ禍でオンライン就活が主流になったのをきっかけに「スマートフォン中心」の割合は減少、「PC中心」の割合が増加した。現在も採用ホームページはPCで見る学生の方がやや多い。

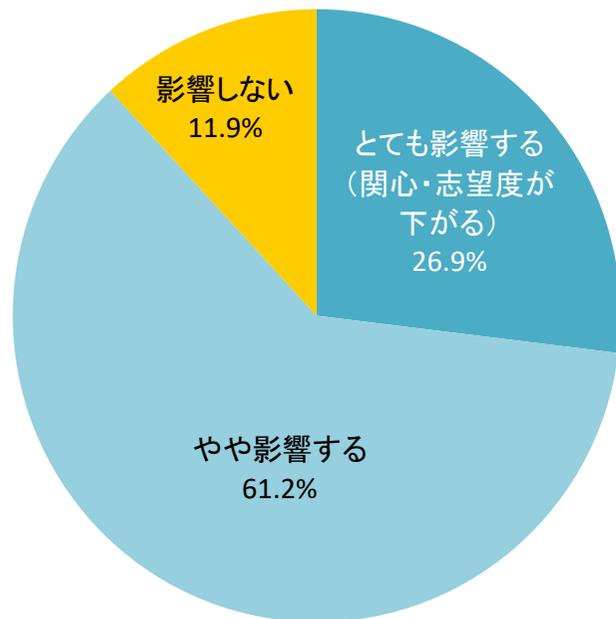
採用ホームページを閲覧する手段(情報機器)



4. デザインや情報が古いことによる志望度への影響

- 「とても影響する」は26.9%、「やや影響する」が61.2%に上り、あわせて9割近くが関心や志望度が下がると回答した(計88.1%)。
- 「影響しない」は1割にとどまる(11.9%)。

採用ホームページのデザインや情報が古いことによる志望度への影響



■ 「影響する」と回答

- ・採用ホームページは就活生が最もよく見るサイトであり、そこをないがしろにしている企業は就活生のことをあまり考えてない企業だと思うから。 <文系男子>
- ・デザインが古いだけなら良いが、情報の更新が遅いと、その企業の情報収集が後回しになり、そのまま忘れてしまうこともあるので。 <文系女子>
- ・HPのデザインに力を入れていない企業の製品のデザインが良いとは思えないから。 <理系男子>
- ・数年前の情報だと、あまり採用活動に力を入れていなかったり、入社後も世間のトレンドから遅れた働き方をすることになるのではと感じる。 <理系女子>
- ・見やすいホームページを作るのも企業の仕事のひとつだと考えているから。 <文系男子>
- ・新卒採用であれば毎年更新があるはずなのに、それすら行われていないという状態に不安を感じる。 <理系男子>

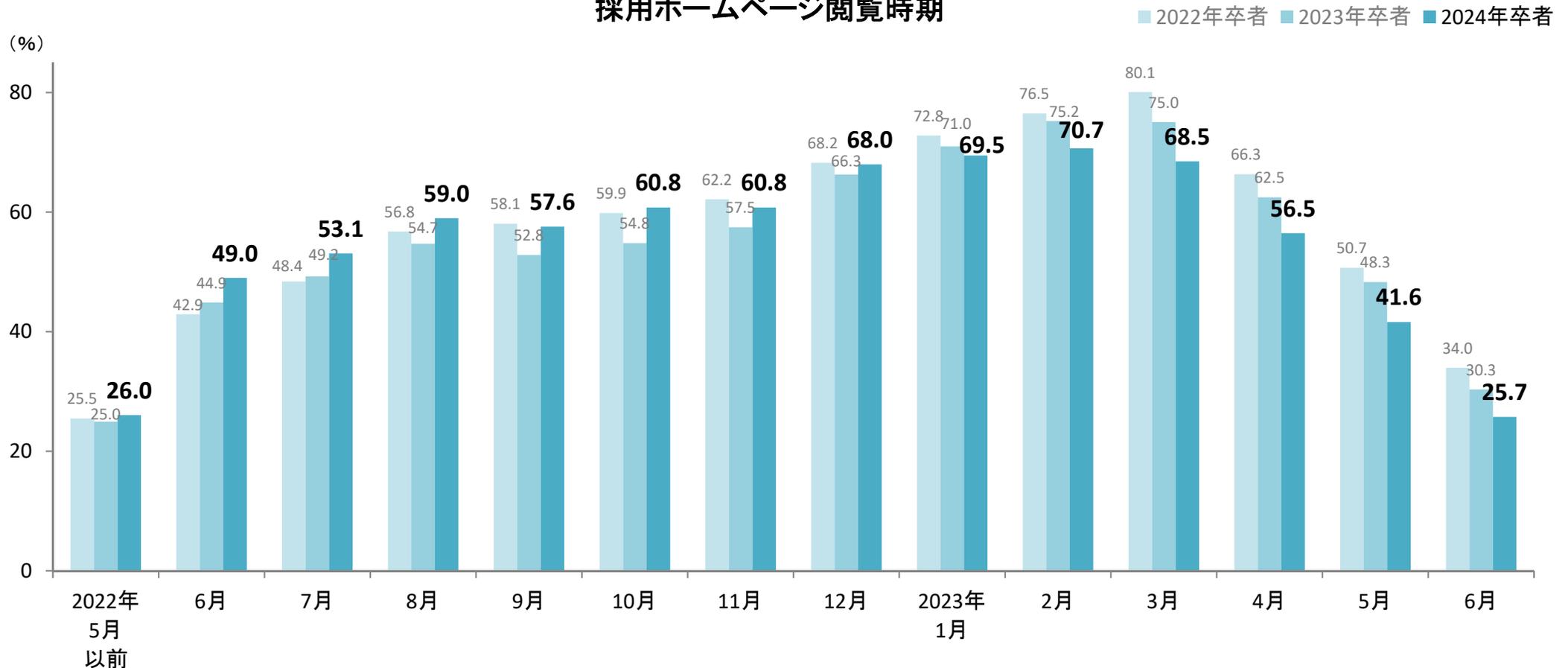
■ 「影響しない」と回答

- ・本当に気になる企業は説明会などで話を聞くので、ホームページが古くてもそこまで影響はしない。 <文系男子>
- ・情報が古いと不便に感じたが、それが志望度には影響しなかった。 <文系女子>
- ・自分が知りたいことが知れたら十分なので、デザインは気にしない。 <理系男子>

5. 採用ホームページの閲覧時期

- 12月から採用広報解禁月の3月までが7割前後が多い。ホームページからのエントリーや、セミナー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活用したとみられる。
- 一方、3年生の6月には早くも半数近く(49.0%)に上っており、インターンシップ等をきっかけに企業研究を始めるケースも多いことがわかる。
- 2年前は3月に大きな山が見られたが、この2年で山はなだらかになり、年間を通じて閲覧されるようになってきている。学生が調べたい時にいつでも情報を得られる状態にしておくことが求められていると言える。

採用ホームページ閲覧時期



6. 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)

- インターンシップ等への応募・参加時には、「事業内容、実績」(64.7%)が最も多く、「企業理念、トップメッセージ」「会社概要」「インターンシップ情報」が4割台で続く。参加後の振り返りでは「日常の業務」が2番目に入り、仕事内容や会社での過ごし方などより身近な情報に関心が向いている様子がうかがえる。
- エントリーや本選考応募を判断する時に最も多いのは「待遇、福利厚生、ワークライフバランス」で7割超(70.2%)。
- 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」「会社概要」に加え、「採用コンセプト、求める人物像」も半数を超えている(53.0%)。
- 内定を承諾するかどうかを判断する際には、「待遇、福利厚生、ワークライフバランス」が突出(69.2%)。最終決断にあたり、入社後の働き方や条件面などを改めて確認する学生が多いことが読み取れる。

(%)

	インターンシップ等への応募・参加する時	インターンシップ等への参加後に、振り返りや企業研究をする時	エントリーや本選考に応募するかどうか判断する時	エントリーシート作成時や面接前	就職先企業(内定承諾・辞退)を判断する時
企業理念、トップメッセージ	47.5	32.7	46.2	72.2	29.2
会社概要(資本金、支社、グループ企業、沿革、歴史など)	47.1	37.1	50.3	59.0	33.0
事業内容、実績	64.7	50.8	67.5	69.8	43.8
日常の業務(職種、プロジェクト、1日のスケジュールなど)	37.0	43.9	53.6	47.0	45.2
社員紹介(社員紹介、座談会・対談、社員のオフタイムなど)	27.4	34.4	40.2	42.6	34.4
待遇、福利厚生、ワークライフバランス	38.8	37.6	70.2	23.1	69.2
キャリアパス、研修制度	16.5	25.9	39.9	30.4	42.8
オフィス紹介(写真や動画)、働く環境	11.3	12.2	24.2	11.6	27.8
女性活用、多様性への配慮	4.6	5.4	11.2	6.7	17.7
採用コンセプト、求める人物像	29.5	28.3	47.1	53.0	18.6
インターンシップ情報/イベント情報、説明会情報	45.6	21.7	17.0	9.8	5.5
この時期は見ていない/該当しない	4.3	11.7	2.0	1.8	11.0

7. 採用ホームページ好感度ランキング<総合>

- 就職活動中に見た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22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、特定企業に票が集中することなく、全体的に票は分散している。

順位	企業名	票数
1	ソニーグループ	28
2	ニトリ	23
3	NTTデータ	20
	野村総合研究所	20
5	三井住友銀行	16
6	アクセンチュア	15
	NTTドコモ	15
	本田技研工業	15
	みずほフィナンシャルグループ	14
10	東海旅客鉄道	13
	日立製作所	13

順位	企業名	票数
12	S k y	12
	三菱UFJ銀行	12
14	伊藤忠商事	11
	デンソー	11
	任天堂	11
	パナソニック	11
	三菱重工業	11
19	日清食品	10
	日本航空(JAL)	10
	日本生命保険	10
	博報堂/博報堂DYメディアパートナーズ	10

* 同順位の場合は50音順

8. 採用ホームページ好感度ランキング<文理別>

- 文理別に見てみると、文系は流通、IT、金融、商社、サービス業など多岐にわたる業界の企業が挙がり、理系においてはメーカーやIT系企業が上位を占める。

< 文系 >

順位	企業名	票数
1	ニトリ	21
2	NTTデータ	12
3	三井住友銀行	11
4	みずほフィナンシャルグループ	10
	伊藤忠商事	10
6	アクセンチュア	9
	任天堂	9
	日本生命保険	9
9	ソニーグループ	8
	Sky	8
	日本航空 (JAL)	8
	オリエンタルランド	8
	りそな銀行	8

< 理系 >

順位	企業名	票数
1	ソニーグループ	20
2	野村総合研究所	15
3	本田技研工業	10
4	NTTデータ	8
	NTTドコモ	8
	三菱重工業	8
	日清食品	8
	三菱ケミカル	8
9	日立製作所	7
	デンソー	7

* 同順位の場合は総合ランキングの順

9. 良い印象を持った理由(コメント集) 総合1位～3位

- 上位サイトには、仕事内容が具体的に記載されていたり、先輩社員の紹介が豊富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できるような工夫が支持を集めたようだ。
- レイアウトの見やすさも、良い印象をもった理由として多数挙げられた。社風が伝わりやすい社員インタビュー動画なども総じて好評だった。

<1位> ソニーグループ	一つ一つの職種に対して詳しい説明が掲載されており、かつ社員の方が解説している動画もアップされていた。	理系男子
	UI、UXにこだわりを感じるデザインで、探したい情報も見つけやすく、印象的だった。	理系女子
	すべての情報が網羅されており、画像や動画を用いて、分かりやすく解説されていた。	理系男子
	クリエイティブな動画で、人々の興味を惹きつける。	理系女子
	就活生が気になるようなことを全てまとめてサイト上に公開しているため、一通り目を通すだけで、この会社に対する理解がとても深まるから。カラフルなデザインがオシャレでした。内容も充実していました。	理系男子 文系女子
<2位> ニトリ	やりたいことが明確に伝わってきた。どんな人材を求めているのかもよく分かった。	文系男子
	部署が幅広い分、各部署の説明が手厚かった。	文系女子
	一つの会社で様々な経験ができることを、ビジュアルでわかりやすく説明していたからです。	文系男子
	インターンシップのページを見たのが最初だが、きれいなレイアウトで見ていて楽しかった。	理系男子
	理念や挑戦について知れたから。	文系女子
部署ごとに詳しく書いてある。	理系男子	
<3位> NTTデータ	どの企業よりもたくさんの情報が載っていたから。HPだけでもかなり企業研究を進めることができた。	文系女子
	事例紹介も多く、様々な情報が充実していた。	文系女子
	デザインが青基調で統一されていてかつこいいのに加え、ページ上部に採用情報へのリンクが貼られており、かつこいいだけでなく情報を探しやすいなと感じたため。	理系男子
	学生へ向けたメッセージを全面的に出している点や、デジタル化についても進んでいるという印象を受けたため。	文系男子
	スタイリッシュで要点が理解しやすかったから。	文系男子
得たい情報までのクリック数が少なく済みアクセスしやすかった。	理系女子	
<3位> 野村総合研究所	求める人材像について重点をおいて書いてあったので、企業風土が想像できた。	理系男子
	情報が探しやすく、おしゃれだから。	文系女子
	探しているページまでのアクセスがわかりやすかった。	文系男子
	ESで見ているポイント等が書いてあり、分かりやすい。	理系男子
	社会への貢献度の高さがわかる魅力的な要素が多かったため。	理系男子
デザインがオリジナルで良かった。	理系女子	

9. 良い印象を持った理由(コメント集) 総合5位～9位

<p><5位> 三井住友銀行</p>	他の企業と差別化されたデザインが印象に残っている。また、デザインとしても企業色が良く表されており、好印象であった。	文系男子
	メッセージが簡潔で操作方法がわかりやすかった。	文系女子
	動画コンテンツが豊富。	文系女子
	ぱっと見て採用の際に大切にしているものが伝わるため。 綺麗なデザインでわかりやすかった。	文系男子 理系男子
<p><6位> アクセント</p>	コンサルらしくすっきりしたデザインのホームページだった。社員のブログが頻繁に更新されており、働くイメージを膨らませることができた。	文系男子
	コースが多いが、それを分かりやすく記載していた。	文系女子
	洗練されたデザイン、なにをやっているのかよく分かる。	理系男子
	スローガンを一面に出して、そのカラーを説明する部分があった。 外資系企業の場合、ホームページを辿っているうちにいつの間にか英語のページに飛ばされているなど、日本語のページが充実していない企業もある中、外資系の雰囲気もありつつ、しっかりと日本語で説明しているところに好感を持った。	理系女子
<p><6位> NTTドコモ</p>	情熱的な赤で全体的に表現され、熱意ややる気を感じたため。	理系男子
	整っているだけでなく、デザインが優れていたから。	文系男子
	事業領域がわかりやすく、大きな仕事ができるイメージがしました。	文系男子
	社員インタビューが見やすかった。 デザインと情報の量がすごく良かった。さすがITのトップ企業だと思った。	理系男子 文系女子
<p><6位> 本田技研工業</p>	これまでのプロジェクトなど、わくわくするテーマが並べられていた。	理系男子
	何にこだわりを持っているのか、企業独自の視点が伝わる。	理系女子
	社員インタビューが、年次・部署が様々な方のものが掲載されていたほか、企業理念などその他の情報も充実しており、さらに見やすかったから。	文系女子
	統一感があった。製品にかかる想いについて語られていた。 項目別に分かれていて見やすい。	理系男子 理系女子
<p><9位> みずほフィナンシャルグループ</p>	画面をスクロールすると鳥が飛んでいく演出が印象的だったから。	文系男子
	各項目が見やすくて、企業の特徴も十分に伝わってきたから。	文系女子
	銀行特有の硬いイメージがなく、UXも新鮮だったから。	文系男子
	デザインがよく、採用に力を入れていると感じた。	文系男子
	内容が充実しており、働き方や事業内容の発信・公開において高い透明性を持っていた。このため企業研究をする際に詳細を調べることができ、業界内での立ち位置や社内の文化・風土までもがHPの閲覧によって理解できた。	理系男子

9. 良い印象を持った理由(コメント集) 総合10位～14位

<10位> 東海旅客鉄道	デザインやサイト自体のこだわりを感じた。	理系女子
	デザインが凝っている。また、情報量が多い。複数人のキャリアパスが掲載されているので参考にでき、面接時に現実味のある話をし易い。	理系男子
	会社の沿革等々、知りたいことが詳細に書いてあるから。	文系女子
	職種・系統等がわかりやすい。	理系男子
<10位> 日立製作所	未来を感じた。	文系男子
	ジョブマッチング制度を採用しており、各職種の業務内容について詳細に書かれていたから。	理系男子
	プロジェクト内容など企業理解に繋がる情報がたくさん載っていたから。	文系女子
	ソリューション提供のビジネスモデルが強く打ち出されており、強みが明確だった。	文系男子
<12位> Sky	社会的役割が伝わる。	理系男子
	インターンと選考でホームページが異なっており、採用に力を入れていると感じた。	理系男子
	とにかくコンテンツが多い。	文系男子
	SkyのSNS(TwitterやInstagram)にすぐ飛べるように貼っており、馴染みのあるSNSで企業の情報を知ることが出来たから。	文系女子
<12位> 三菱UFJ銀行	先輩社員の情報について詳しく書いていたため。	理系男子
	それぞれの分野別に仕事内容が紹介されていたため。	理系女子
	学生を大切にしていると感じたから。	文系男子
	メッセージ性が強いホームページであったため。デザインも先進的で印象に残っているため。	文系男子
<14位> 伊藤忠商事	脱銀行を前面に押し出しており、企業からのメッセージが分かりやすかった。	文系男子
	デザインが凝っており、従来の、銀行はかたいというイメージを覆すものだったから。	文系女子
	デザインが使いやすいものだった。また、それぞれの社員ごとの特集がたくさんあり、働くイメージを膨らませることができた。	文系男子
	社員紹介がわかりやすかった。	理系男子
<14位> デンソー	各カンパニー(部門)について、それぞれの社員のインタビューなどが載っており、会社を理解してもらおうとする気持ちがよく伝わったから。	文系女子
	積極的に社員の生の声を発信している印象。	文系男子
	社員の皆さんの写真が載っていて、澁刺とした印象を受けたから。	文系女子
	仕事内容がかっこいいと思った。	文系女子
<14位> デンソー	動きがあって面白かった。	理系男子
	分かりやすく、社員メッセージが丁寧だった。	文系女子
	仕事内容や職種の説明がわかりやすかった。	理系男子
	インターンに参加できなくても、見返せるように動画が上がっていたため。	理系女子

9. 良い印象を持った理由(コメント集) 総合14位～19位

<14位> 任天堂	ワクワクが見て取れた。	文系女子
	非常にシンプルで見やすく、探したい情報にすぐにたどり着くため。	理系男子
	UIが使いやすく、内容も充実していた。	文系男子
	ゲーム制作の裏を知ることができたから。	文系女子
<14位> パナソニック	定期的に最新の情報があげられている点で好感が持てた。職種検索機能等も充実しており、採用ホームページが全体的に見やすい印象も受けた。	理系男子
	エントリーやセミナー日程などのページがわかりやすかったため。	文系男子
	人を大事にしているのが伝わるから。	理系女子
	日本を代表する企業としてこれからの未来が感じることができた。	文系男子
<14位> 三菱重工業	事業規模の大きな会社だが、棲み分けが分かりやすかった。	理系男子
	事業内容や、その事業に携わる様々な職種の業務内容が網羅的に記載されていた。	文系男子
	様々な事業部を見る際に、とてもわかり易かったため。	理系男子
	福利厚生の説明が細やかだったから。	理系女子
<19位> 日清食品	ホームページに遊び心があり、見ていて楽しかった。	理系男子
	オリジナリティがあり、企業の雰囲気がよくわかった。	理系女子
	情報が密集しすぎておらず、操作性が良く見やすかったため。	理系女子
	通常の採用ページの他に内定者が作成したホームページなどもあり、多様な視点から情報を得られたから。	文系女子
<19位> 日本航空(JAL)	清潔感の溢れるページで、また、企業カラーの赤を押し出し、印象に残る。	文系男子
	インターンシップ動画や社内ブログなど、見たいページがわかりやすかった。	文系女子
	求める人材像が分かりやすかった。	理系男子
	採用担当者のプロフィールなどが掲載され、親近感があった。	文系女子
<19位> 日本生命保険	新しい情報をわかりやすく書いてあったから。また、社員の声も多く載っており、ホームページ全体のデザインも綺麗だったから。	文系女子
	部署が細かく把握できた。	文系男子
	キャリアパスや社員紹介など、入社後がわかりやすく示されていたため。	文系女子
	見やすいデザインで、働く環境もイメージしやすかった。	理系男子
<19位> 博報堂/博報堂DYメディアパートナーズ	ビビットな色合いが他企業にはなく、目を引いた。私は好きだった。	文系女子
	明るくて前向きな印象を受けたから。将来が明るく感じてわくわくした。	文系女子
	趣向を凝らしていることが一目でわかり、採用に対する熱を感じた。	理系男子
	様々な人の業務について一気に学べて参考になったから。	理系女子