

就職みらい研究所

2019年5月30日
株式会社リクルートキャリア

入社企業への納得度調査

情報収集の手段はインターンシップだけじゃない！ Web情報、社会人の話も納得の「カギ」に

株式会社リクルートキャリア（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小林 大三）のよりよい就職・採用の在り方を追究するための研究機関・就職みらい研究所（所長：増本 全）は、大学生・大学院生を対象に調査を実施しております。本リリースでは、今までの調査結果を分析し、入社先への納得度を高める要素についてまとめました。

「当たり前」な情報集めで進路の納得度に差。企業サイトを本気で読み込んでいますか？

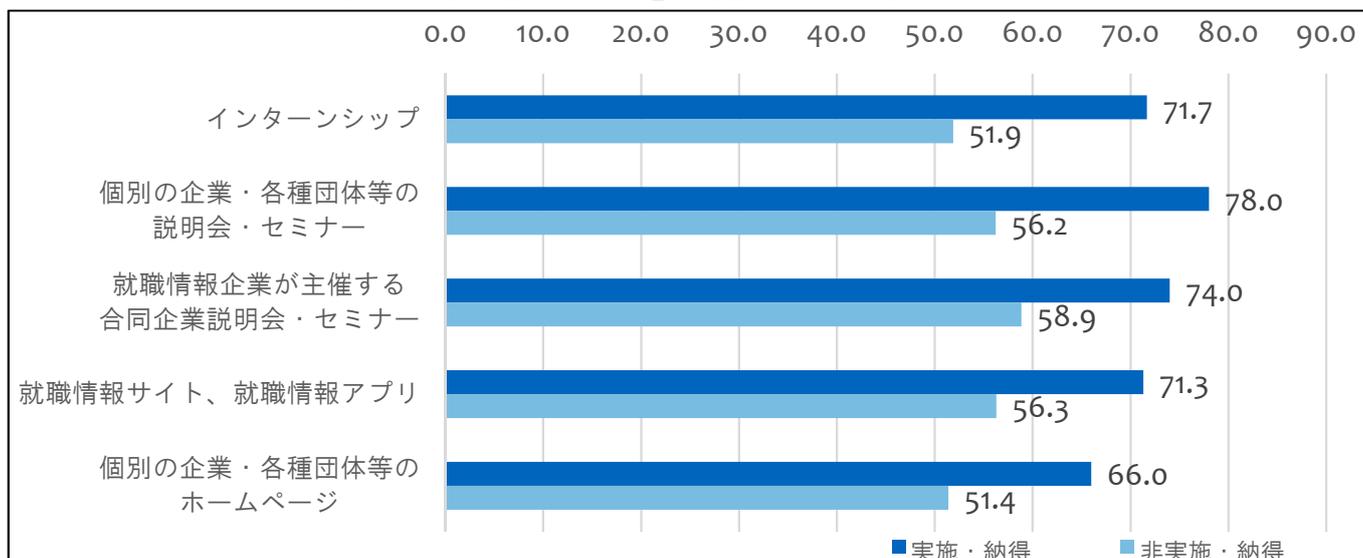


6月1日から2020年卒の就活は面接解禁となり、入社先を決める学生も増え始めるでしょう。そこで今回は、19年卒の学生を対象とした『就職白書2019』から、どんな情報収集行動によって入社先の納得度に差が生まれるのかを新たに分析しました。その結果、インターンシップの参加有無はやはり影響が大きいものの、〈個別の企業・各種団体等のホームページ〉〈OB・OGなど社会人の先輩から得られる情報〉など、一見、就活では当たり前の活動が明暗を分けると判明しました。6月から大手企業を中心とした内定・内々定出しが始まりますが、19年卒の傾向を辿れば、インターンシップの参加有無が就職内定率に影響することなさそうです。インターンシップに参加していないことが不安という声も聞きますが、自分が納得できる1社を選択するために、企業情報を多面的にしっかり調べたり、社会人の先輩に相談してみてください。6月以降の面接と並行してできる身近な情報収集が、実りある進路選択のカギです。

入社予定企業への納得度

（情報収集手段について、実施者・非実施者別にみる）

大学生_全体_実施者-非実施者で納得の差が大きいものから降順
（情報収集手段実施有無別入社予定企業への納得度_就職志望者・就職活動経験者/複数回答）※大学院生除く（%）



【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社リクルートキャリア 広報部 社外広報グループ
TEL：03-3211-7117 MAIL：kouho@waku-2.com

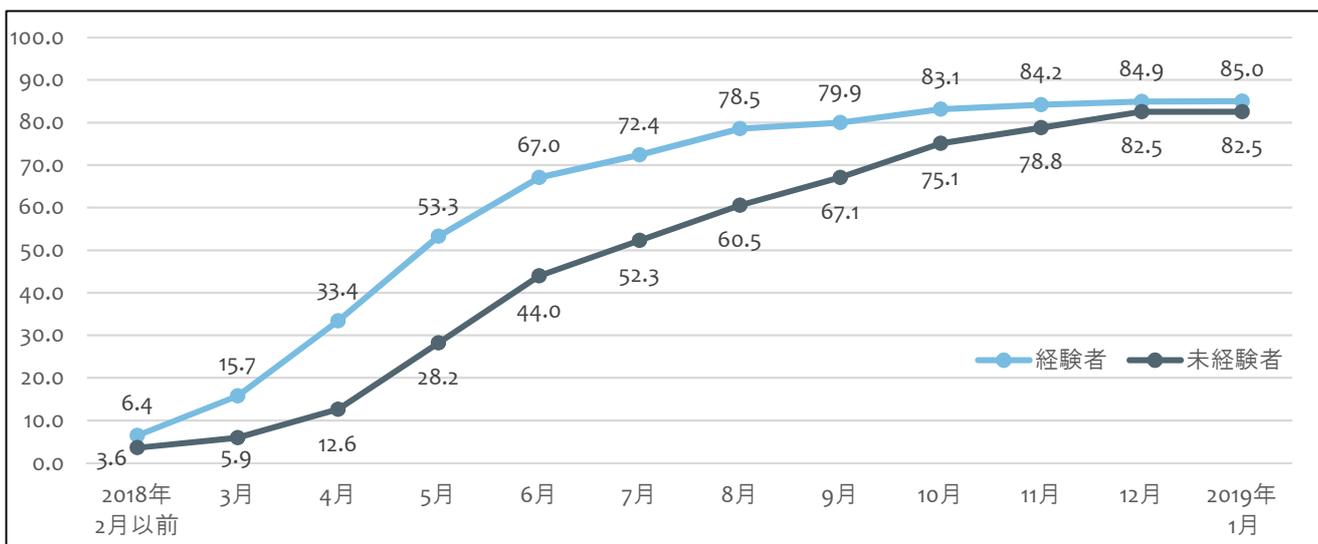
インターンシップ経験有無別就職内定率の推移、 情報収集手段実施有無別に見る入社予定企業への納得度

インターンシップ経験者と未経験者では最終的な内定率は変わらず

2019年卒学生のインターンシップ経験有無別に就職内定率を比較した。インターンシップ経験者は2019年1月時点で85.0%、インターンシップ未経験者は82.5%と大きな差異は見られなかった。

就職内定率の推移

(%) 大学生_全体_インターンシップ経験有無別（就職志望者・就職活動経験者/単一回答）※大学院生除く



個別企業の理解が入社企業への納得度を高める

情報収集手段実施有無別に入社予定企業への納得度を比べた。

実施者と非実施者で最も納得度の差が大きかったものは、「個別の企業・各種団体等の説明会・セミナー」で21.8ポイントであった。次いで「インターンシップ」で19.8ポイントであった。

入社予定企業への納得度

(情報収集手段について、実施者・非実施者別にみる)

大学生_全体_実施者-非実施者で納得の差が大きいものから降順
(情報収集手段実施有無別入社予定企業への納得度_就職志望者・就職活動経験者/複数回答) ※大学院生除く

	インターンシップ	個別の企業・各種団体等の説明会・セミナー	就職情報企業が主催する合同企業説明会・セミナー	就職情報サイト、就職情報アプリ	個別の企業・各種団体等のホームページ	OB・OGなど社会人の先輩から得られる情報	合同企業説明会・セミナー	IR情報・経営情報(有価証券報告書など)	学生同士のコミュニティサイト	リクレーターから得られる情報	個別の企業・各種団体等に ついて紹介する パンフレットや映像メディア
①実施・納得	71.7	78.0	74.0	71.3	66.0	75.3	72.8	73.0	71.7	72.9	70.4
②非実施・納得	51.9	56.2	58.9	56.3	51.4	61.1	59.2	61.2	60.5	61.8	61.0
①-②	19.8	21.8	15.2	15.0	14.6	14.2	13.6	11.8	11.1	11.1	9.4

データ集：情報収集手段実施有無別に見る入社予定企業への納得度

入社予定企業への納得度

(情報収集手段について、実施者・非実施者別にみる)

大学生_全体_実施者-非実施者で納得の差が大きいものから降順
 (情報収集手段実施有無別入社予定企業への納得度_就職志望者・就職活動経験者/複数回答) ※大学院生除く (%)

	①実施・納得	②非実施・納得	①-②
インターンシップ	71.7	51.9	19.8
個別の企業・各種団体等の 説明会・セミナー	78.0	56.2	21.8
就職情報企業が主催する 合同企業説明会・セミナー	74.0	58.9	15.2
就職情報サイト、就職情報アプリ	71.3	56.3	15.0
個別の企業・各種団体等の ホームページ	66.0	51.4	14.6
OB・OGなど社会人の 先輩から得られる情報	75.3	61.1	14.2
大学が主催する合同企業説明会・セミナー	72.8	59.2	13.6
IR情報・経営情報 (有価証券報告書など)	73.0	61.2	11.8
学生同士のコミュニティサイト (みんなの就職活動日記、2ちゃんねる 等)	71.7	60.5	11.1
リクルーターから得られる情報	72.9	61.8	11.1
個別の企業・各種団体等について紹介する、 パンフレットや映像メディア(DVD 等)	70.4	61.0	9.4
大学から得られる情報(ガイダンスや各種資料、 エントリーシートの添削、個別相談など)	70.0	61.6	8.4
政府や自治体など行政が主催する 合同企業説明会・セミナー	70.7	62.4	8.3
就職情報誌	68.3	61.9	6.4
社員による評価サイト	66.7	60.5	6.2
屋外広告(電車中吊りなど交通広告や看板)	66.9	62.9	4.0
大学にある求人票	65.4	62.5	2.9
個別の企業・各種団体等から送られるメール	64.5	62.8	1.7
逆求人やスカウトなど、 ダイレクトリクルーティングサービス	62.9	63.0	-0.2
動画配信サービス(YouTube 等)	62.8	63.0	-0.2
ソーシャルメディア (Facebook、Twitter、LINE、Instagram等)	62.0	63.1	-1.1
新聞広告	60.7	63.1	-2.4
その他	88.6	62.8	25.8

調査概要

2019年卒（大学生・大学院生）の就職活動振り返り調査

調査目的 | 就職に関する学生の活動実態を把握する

調査方法 | インターネット調査 [調査協力：株式会社クロス・マーケティング]

調査対象 | クロス・マーケティング社のモニターにスクリーニング調査を行い、民間企業を対象に就職活動を行った全国の大学4年生・大学院2年生の男女を対象

調査期間 | 2018年12月28日～2019年1月21日

集計対象 | 大学生のみ 1,796人

集計方法 | 大学生について、性別、専攻、所属大学の設置主体をもとに、実際の母集団の構成比に近づけるよう、文部科学省「学校基本調査」の数値を参照し、ウェイトバック集計を行っている