



就活生の7割が志望度アップ 【コロナ禍採用の新常識】

Cheer Career × CINEMATO 合同調査



採用動画で7割が志望度アップ 就活生の生の声からわかった コロナ禍で求められる採用現場の対応

「コロナ禍の就職活動の変化に関するアンケート調査」

結果発表

動画制作・映像制作サービス「CINEMATO（シネマト）」を運営する株式会社EXIDEA（本社：東京都墨田区、代表：小川卓真、以下EXIDEA）は、ベンチャー・成長企業からスカウトがもらえる就活サイト「CheerCareer」を運営する株式会社Cheer（本社：東京都新宿区、代表：平塚ひかる、以下Cheer）と合同で、就職活動生を対象に「コロナ禍における就職活動の変化に関するアンケート調査」を実施いたしました。

調査に至った背景

採用がうまくいかない。コロナ禍の採用現場で求められる対応策は何か？

急速にオンライン化が進む採用市場。zoomを始めとしたオンラインMTGツールを使用したWEB説明会、面接が主流になりました。

しかし、オンラインと対面での就職活動の違いが、採用現場において大きな課題となっています。

- ・ 応募者数の確保
- ・ 選考辞退
- ・ 採用重点層とのミスマッチ

これらの課題が発生する要因は、「企業が発信する情報」と「求職者が求める情報」にギャップがあるからと考えられます。

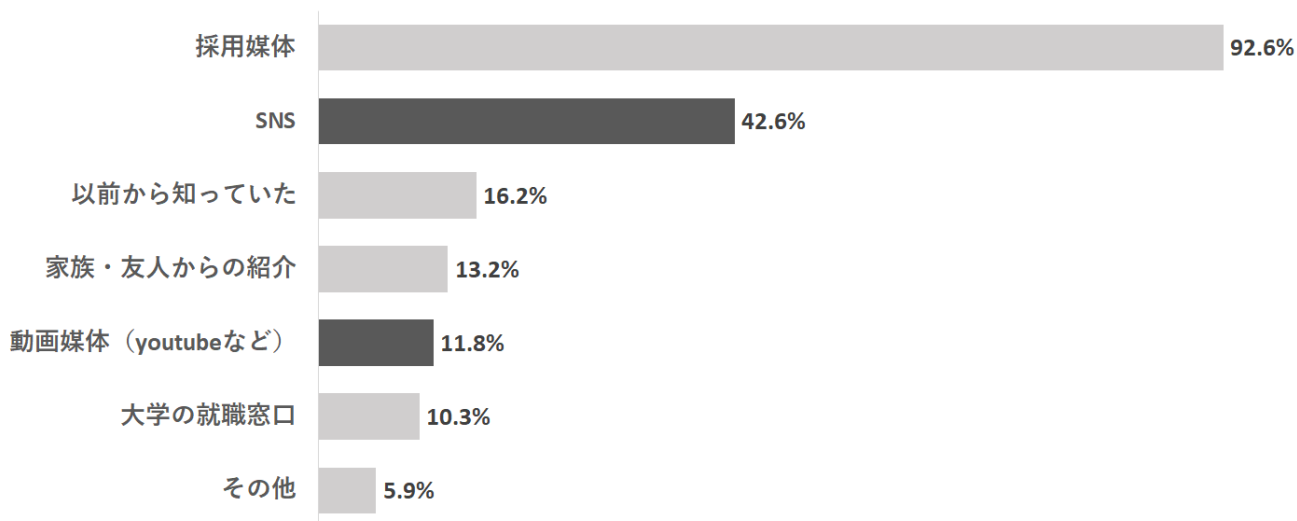
企業・求職者視点ともにより良い採用を実現していただくことを目的に、就職活動中の現役大学生へアンケート調査を実施。

調査結果を元に、今の採用現場で求められるアクションとは？

調査結果

就職活動の際に、どのようなツール、サイト、手法で企業を知りましたか？

※複数回答可



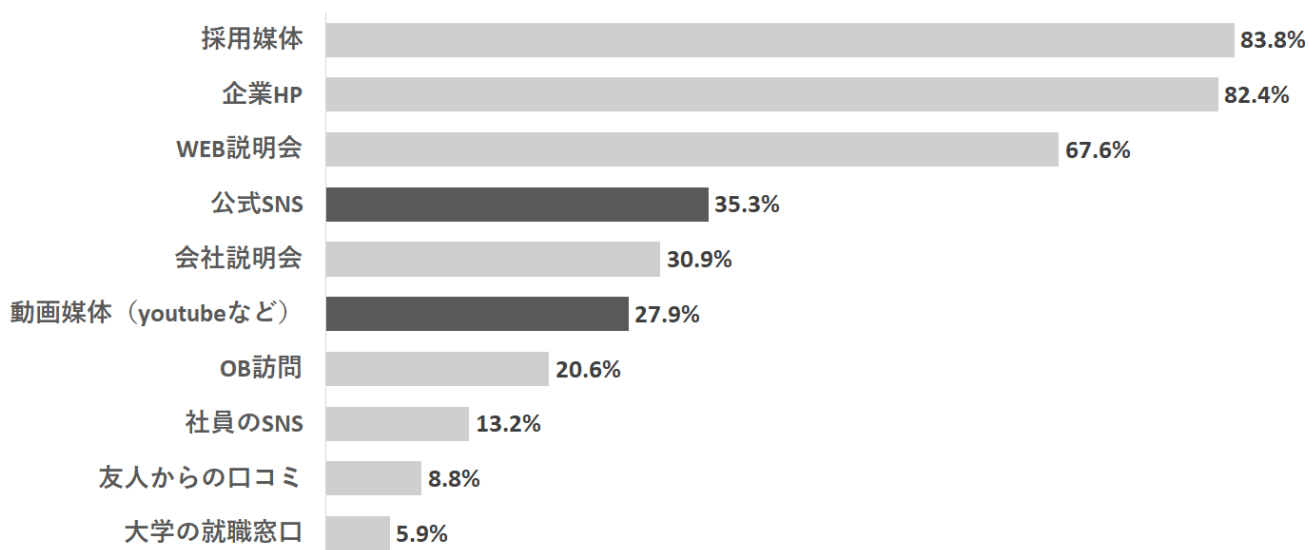
企業の存在を知る手段は、SNSが4割、動画媒体が1割を超える

注目したいのは、SNSやYoutubeで興味を持った人の割合。全体の42.6%もの人がSNSを通じて、11.8%がYoutubeなどの動画配信媒体を通じて企業を知るという調査結果が出ました。

就活生との接触点は採用媒体だけでなく、SNSや動画など多岐にわたっています。

企業の具体的な情報（事業内容や社風など）について、
どのサイト、ツール、手法で得ようと思いましたか？

※複数回答可



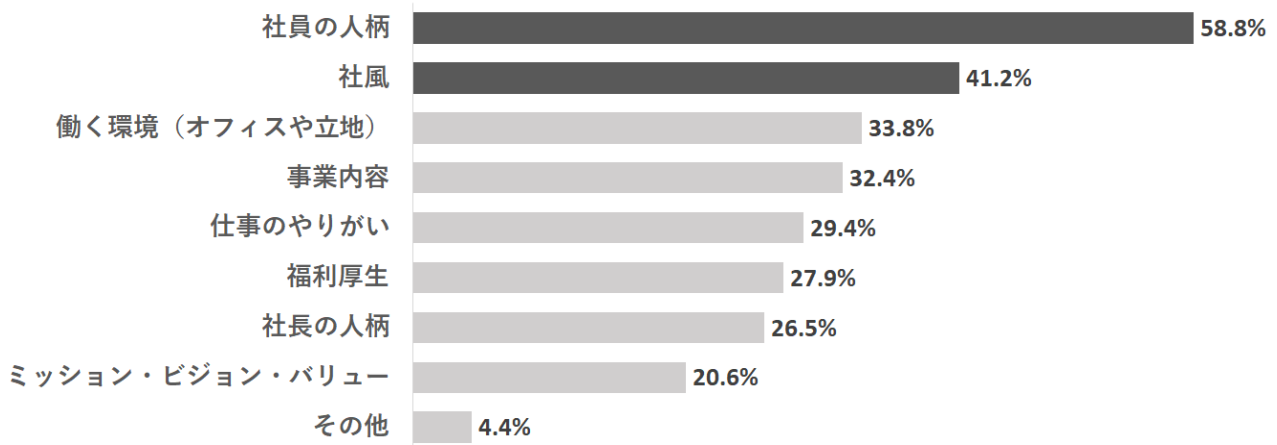
3割がSNS、動画配信媒体で企業の情報を調べる

情報収集をする場として企業HPや、採用媒体、WEB説明会が8割以上。定番と思われたが、残りの2割はあまり利用していないという結果に。

特に、SNSやYoutubeを利用して情報収集する就活生が約3割いることに注目です。

企業を調べる際にもっと知りたいと思った情報はなんですか？

※複数回答可



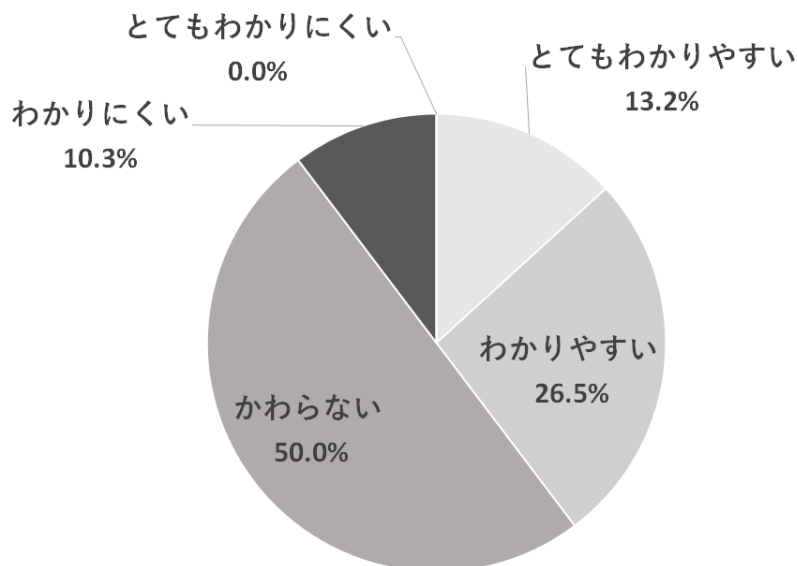
社員の人柄、社風が伝わっていないが6割

企業を調べる際にもっと知りたかったこととして、社員の人柄と答えた割合が58.8%、次いで社風が41.2%。

人柄や社風をHPやWEB上で十分に表現できている企業は少ないということです。

社員の人柄や社風といった「雰囲気を感じ取る情報」は、感じ取ることが難しいと言えます。

WEB説明会は、オフライン（対面）説明会と比較してどう感じましたか？



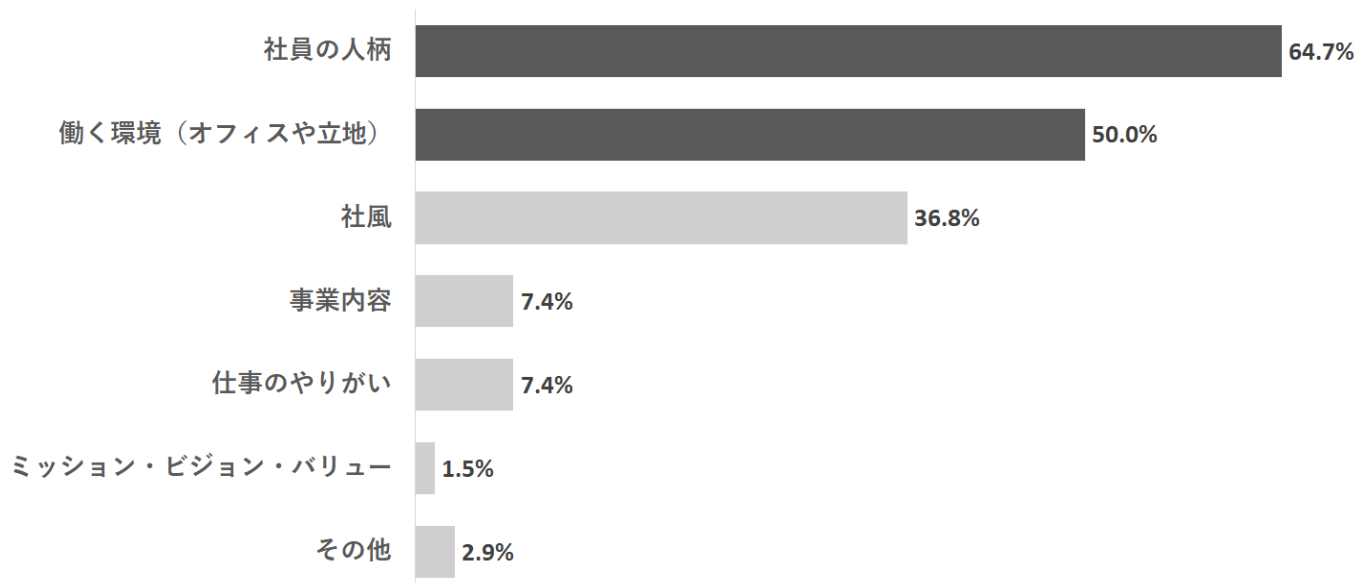
WEB面接のほうがわかりやすい。わかりにくいと回答したのは1割。

対面よりも「わかりやすい」「とてもわかりやすい」と回答したのは、全体の39.7%でした。WEBでも対面でも、変わらないと感じるユーザーも50%と半数を占めています。

WEBだからと言って説明している内容自体がわかりにくくなるということは無いようです。

WEB説明会で理解できなかった、伝わりにくと感じた情報はどれですか？

※複数回答可



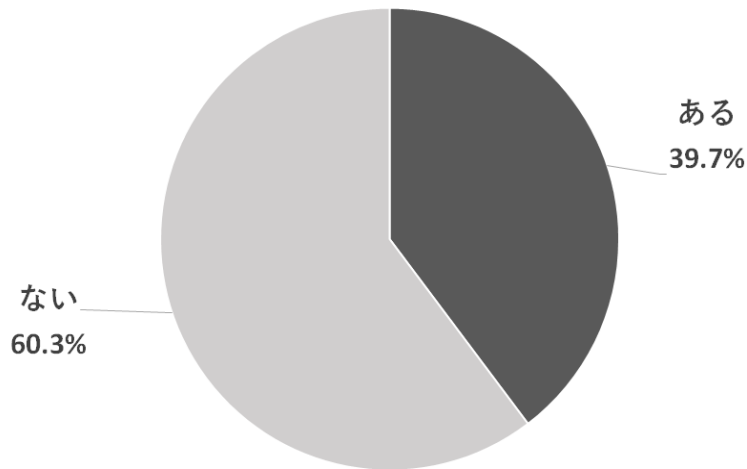
5割以上。社員の人柄や働く環境は伝わりにくい

社員の人柄が伝わりにくいとの回答が64.7%。また、働く環境がイメージしにくいとの回答が50%。

WEB説明会になったことが要因と考えられます。

反対に、事業内容や経営理念、やりがいなどがわかりにくいと回答した人は10%以下。WEB上だからすべての情報が伝わらないというわけではないと言えます。

WEB説明会が無い（対面のみ）という理由で、
企業説明会に参加しなかった経験はありますか？



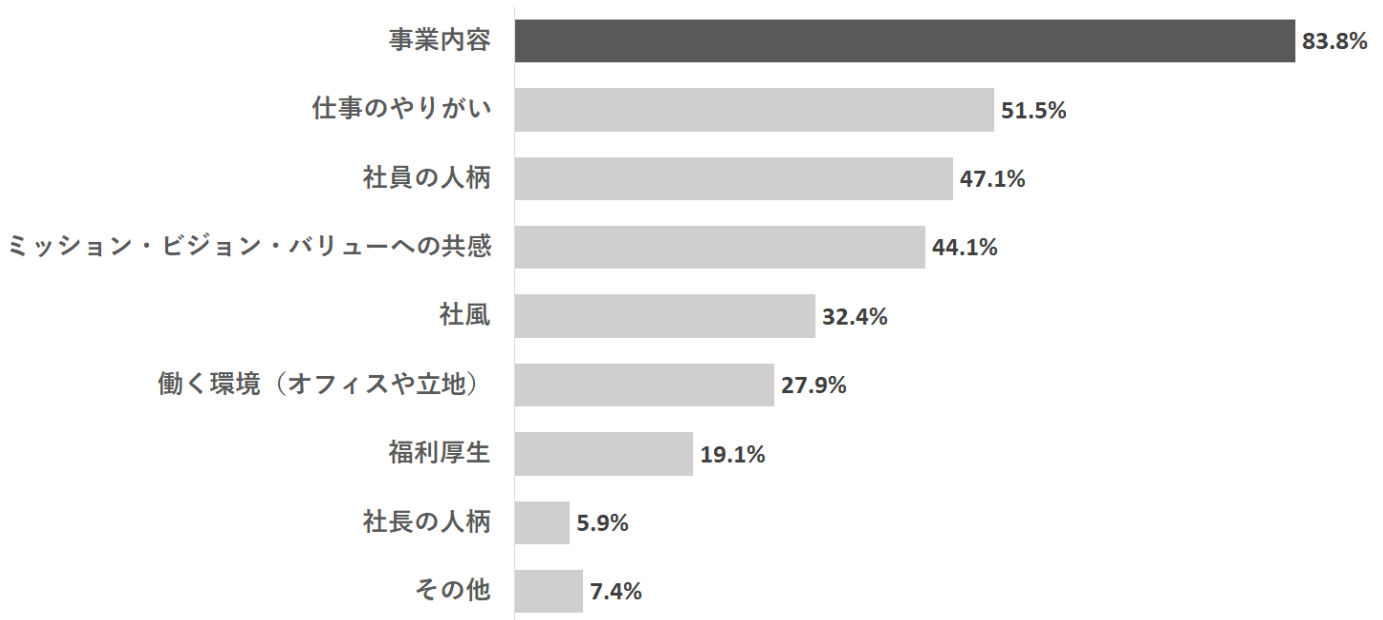
WEB説明会を実施しないだけで、4割の就活生との接点を失っている可能性も。

WEB説明会がないという理由だけで、説明会に参加しなかった就活生の割合が39.7%。

コロナ禍においては、WEB面接を実施しないというだけで、4割の学生との接点が失われる可能性があります。

企業にエントリーしようと思った「きっかけ」は何でしょうか？

※複数回答可



「きっかけ」は、やりがい・社員の人柄・ミッション・ビジョン・バリューへの共感

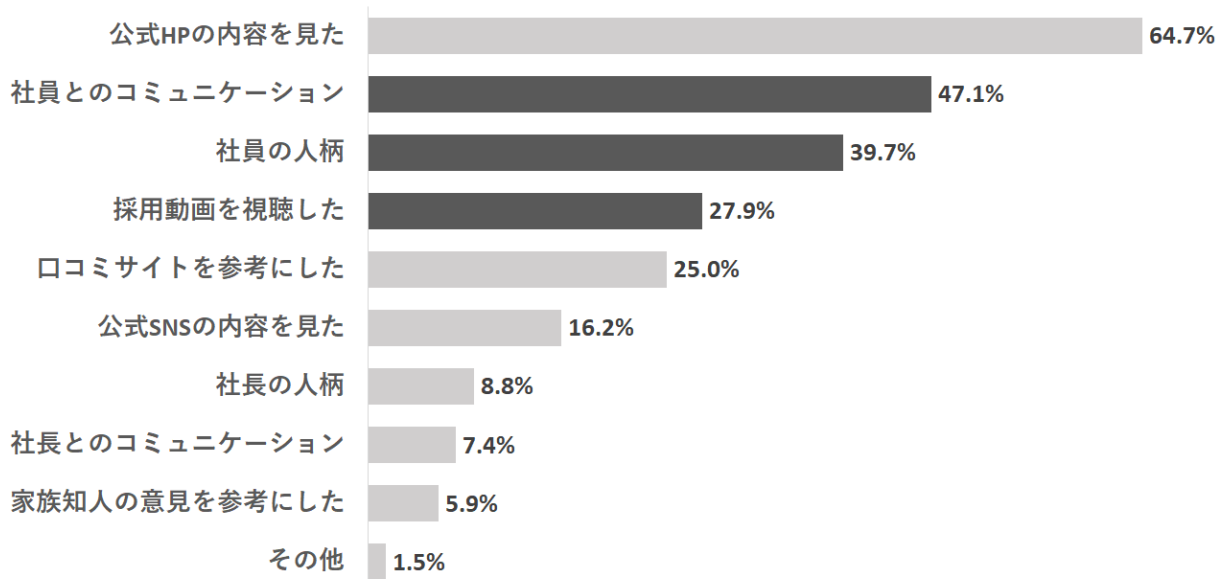
エントリーのきっかけは事業内容が83%。自分がやりたい仕事を軸にエントリーする傾向があります。

注目したいのは、社員の人柄、仕事のやりがい、ミッション・ビジョン・バリューへ共感している就活生が多いことです。

業界を絞った次に就活生が見るのが「仕事」と「人」。応募者数を増やすには、ここを伝えていくことが大切になります。

エントリーの決め手となる情報は、どこで収集しましたか？

※複数回答可

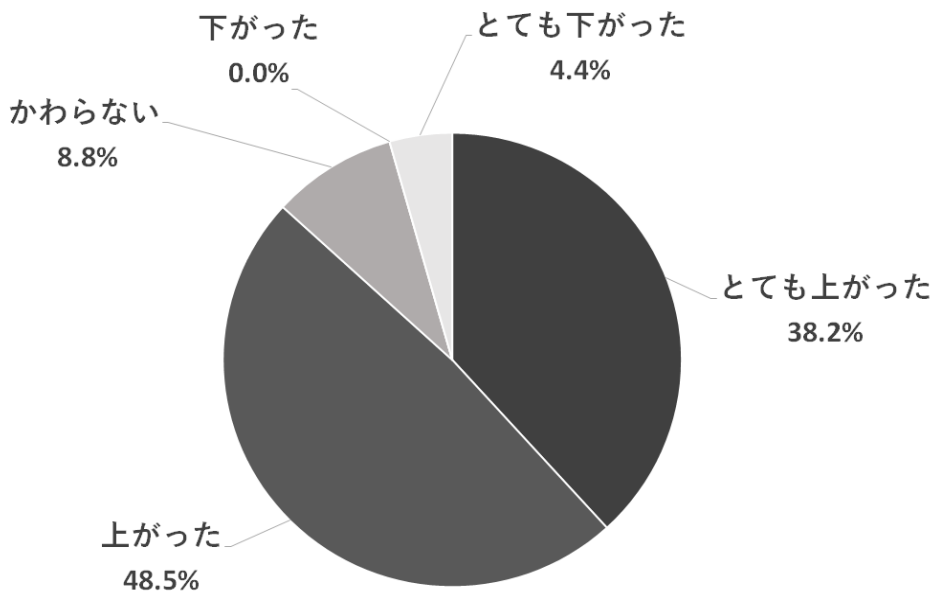


結局はリアルな情報を肌で感じてエントリー

決めてとなるのは、社員とのコミュニケーションが47.1%。直接ではないにしても、社員の人柄で決めたという割合も39.7%と高い数値が出ていることに注目です。

また「採用動画」の視聴が決めてになったという回答が27.9%にも登ります。採用動画が応募数の向上に一役買っているといえます。

WEB面接通過後にフィードバックやフォローがあった場合、
志望度が上がりますか？



面接後フィードバックで選考辞退率を下げる

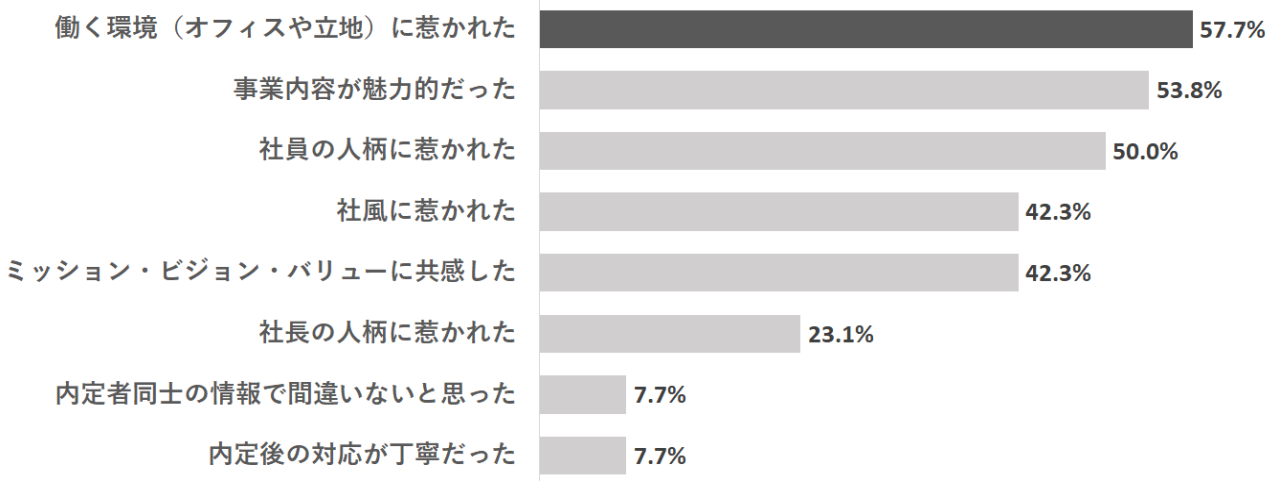
面接後のフィードバックやフォローで、志望度がとても上がった、上がったと答えた就活生は合計86.7%になります。

優秀な学生ほど、多くの企業の面接を通過しており、選考辞退に会うことはよくあります。

この調査結果から、フィードバックやフォローをすることで、選考辞退を防げる可能性が高くなります。

内定承諾した理由は何ですか？

※複数回答可



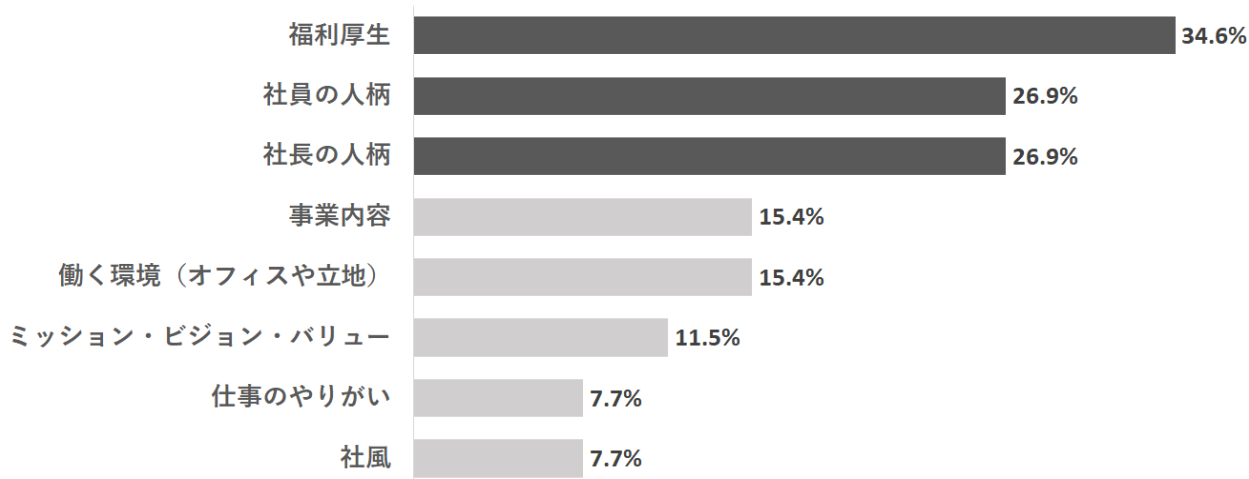
内定承諾理由は人それぞれ。どれだけ会社の魅力を伝えられているかが大事。

社員の人柄・社風・ミッション・ビジョン・バリュー・事業内容・やりがいなど、内定承諾理由は人によって様々という結果に。

いずれにしても大切なのは、いかに「会社の魅力を伝えきれるか」だと言えます。

内定承諾時に、共感・理解できていなかったことは何ですか？

※複数回答可



約3割は、内定承諾時点でも社長や社員の人柄が知れていない

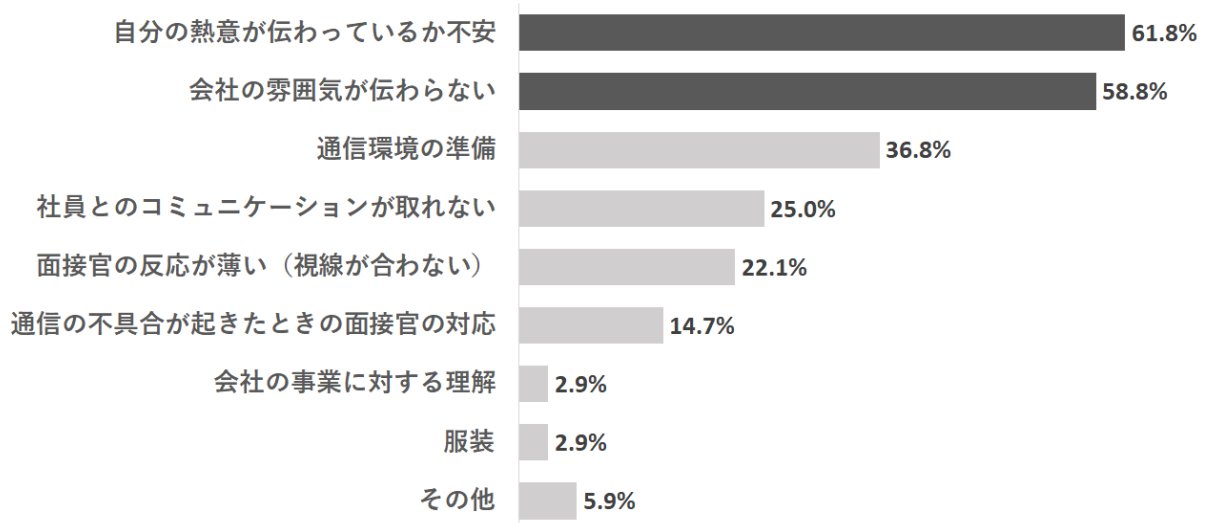
内定承諾のタイミングにおいても、社長や社員の人柄について理解・共感できていないという回答が26.9%という結果に。

また福利厚生が34.6%と、入社前には詳細を理解できていないという結果になりました。

採用ミスマッチを起こさないよう、密度の高いコミュニケーションの場が必要とされているのかもしれませんが。

WEB上での就職活動で不満に感じたことや困ったことは何ですか？

※複数回答可



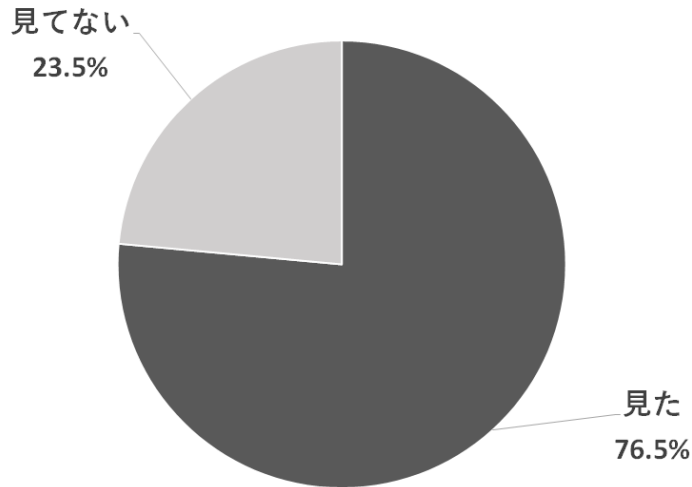
WEB上での就職活動で困ることは、雰囲気が伝わらないこと。

自分の熱意が伝わっているか不安という回答が61.8%。会社の雰囲気が伝わらない58.8%です。

共通しているのは、「人の雰囲気が伝わらない」ということです。

WEBでの就職活動はメリットも多い反面、雰囲気が伝わりにくいというデメリットもあります。

就職活動中に、採用動画を視聴しましたか？



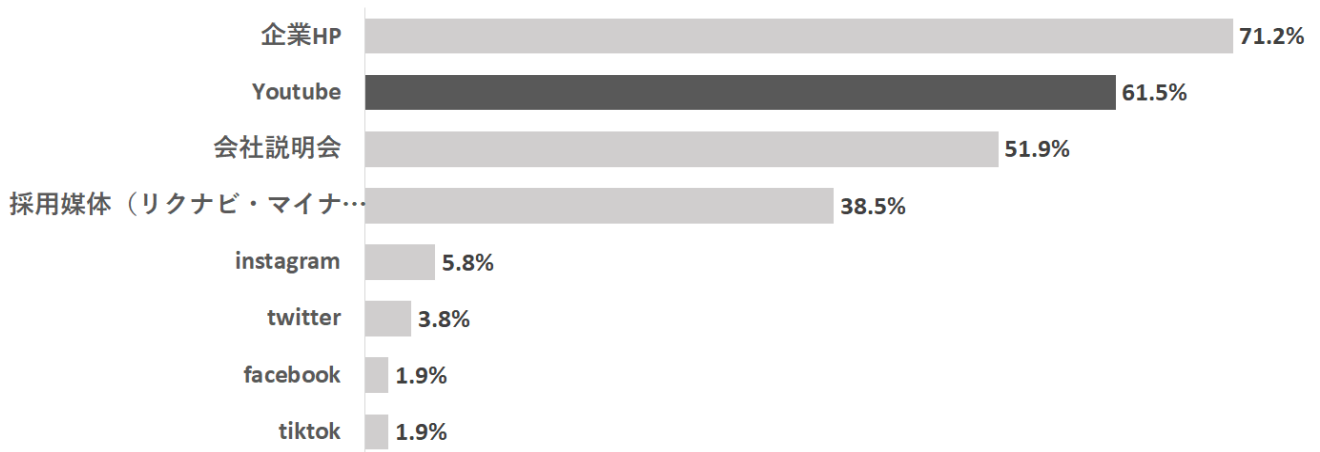
約8割の就活生が採用動画を視聴している。

就活中に採用動画を見たという割合が76.5%。多くの学生が採用動画を視聴しています。

採用動画は短時間で魅力を伝えられる手段として人気で、導入する企業が増えています。

どの媒体、サイトで採用動画を見ましたか？

※複数回答可



6割以上がYoutubeへ採用動画を見に行く。

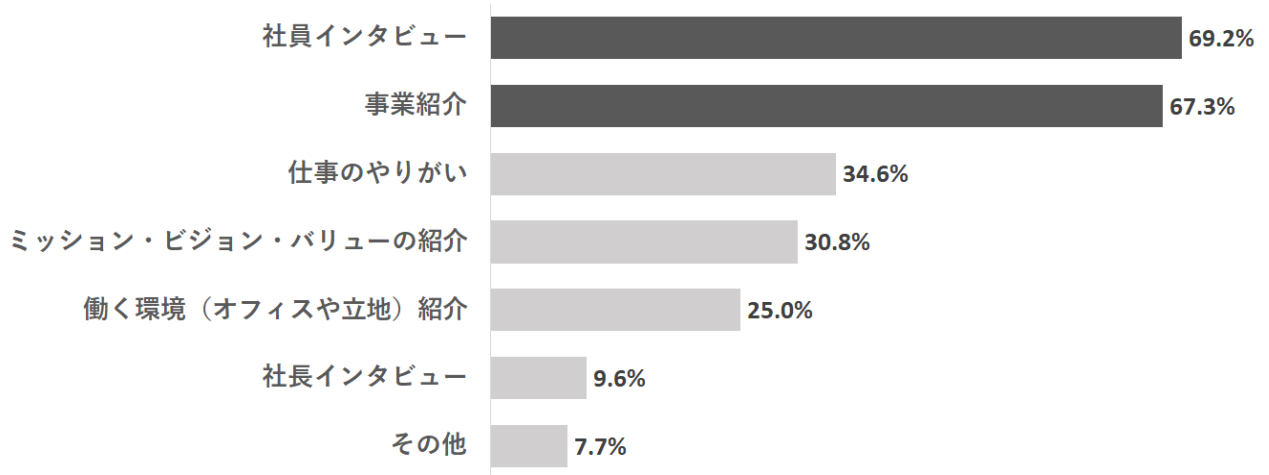
注目したいのは、「Youtubeで採用動画を見た」と答えた割合で61.5%。企業HPに僅差となっています。

企業HPや説明会で動画を視聴する場合は、自動で動画が再生されますが、Youtubeの場合は、自発的に情報収集しにくく必要があります。

つまり、自発的に情報を取りに行く志望度が高い学生へのアプローチの場所として有効と言えるでしょう。

どんな内容の採用動画が印象に残りましたか？

※複数回答可

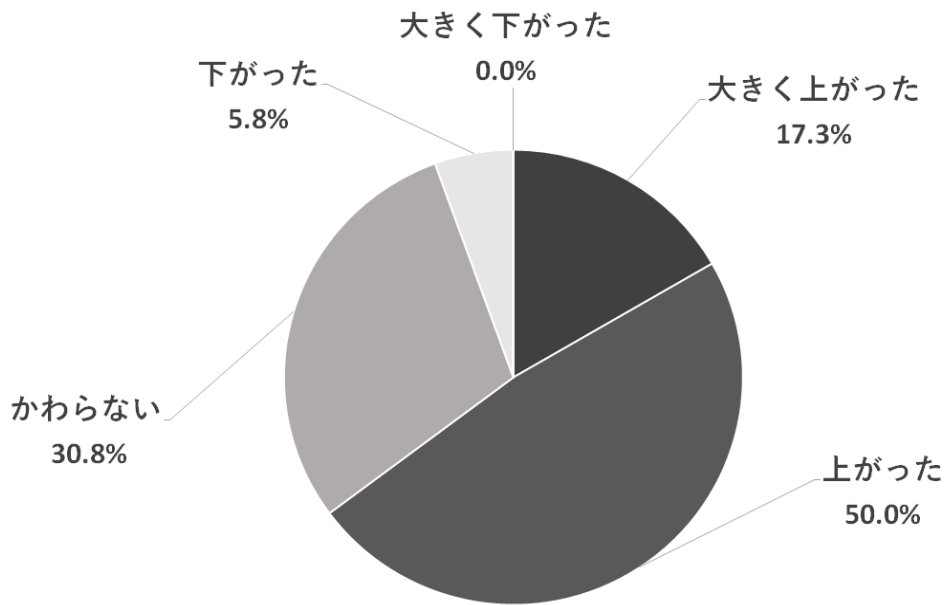


印象に残りやすい採用動画は、社員インタビューと事業紹介。

印象に残った採用動画は、社員インタビューと事業紹介で、どちらも約7割という結果に。

社員インタビューでは、社員の人柄や社風が印象に残りやすく、事業紹介はテキストや画像だけでは伝わりにくい魅力まで表現することができます。

採用動画を見て、志望度があがりましたか？



採用動画で、約7割の就活生の志望度が上がる。

採用動画を見て志望度が上がるかという質問に対して、志望度があがった、とても上がったと答えた割合が67.3%に。

採用動画を見るだけでも、応募者数に大きく影響を与えられると考えられます。

就活生の生の声

- ・ 学生同士のzoomを人数制限で行い、リアルな情報交換をする場が欲しいとこのご時世だからこそ思いました。
- ・ 最寄り駅から会社までの道のりと、社内の様子やオフィス環境を映像として見ることができれば、オンラインで十分かと思えます。
- ・ 職場の雰囲気を知る機会がないというのはミスマッチに繋がると思うので不安
- ・ コロナ前は職場見学といった、将来自分が働くであろう環境を見てモチベーションやイメージを作ることができ、志望企業への愛着を沸かせることができたと思う。
- ・ 今の就活はweb開催メインの会社説明会であるため、内容がどこも似てる。他社との比較を「自身の体験」に頼ることができないため、就活の質が上がらない。

職場の雰囲気を知れないことで、将来自分が働く姿が想像できないといった意見が多数見られました。知らず知らずのうちに、せっかく興味を持ってくれた就活生の志望度を下げるといった状況を作り出してしまっているのです。

総評

採用活動の変化による課題に気づかず、採用を続けるとミスマッチが起こる危険性があります。

採用現場の変化を知り、適切に対応を変えれば、質の高い採用につなげることが可能です。

今回の調査結果を元に、今採用の現場で求められるのは下記の2つです。

- ・ 求職者がいる場所（SNSやYoutube）へ情報発信
- ・ 企業の魅力が伝わるコンテンツづくり

7割の就活生が志望度アップすると答えた採用動画の活用や、会社の魅力が伝わる採用媒体を利用することで、企業にあった就活生を採用することが期待できます。

<CINEMATO> コメント

コロナ禍において就職活動のほとんどがオンライン上で行われるようになりました。就活生の行動が変化したように、企業も対応を変化させていく必要があります。

今までは多くの就活生が、最寄り駅から会社までの道のりを歩き、オフィスを見て、働く社員の雰囲気や熱意を感じ取ることで志望度が高まってきました。

反対に就職活動がWEB上で行われるようになってからは、会社や働く社員の雰囲気がわからないという声が多く寄せられるようになり、志望度があがりにくい環境になっています。

魅力の伝わるコンテンツづくりで情報ギャップを埋めれば、ペルソナにマッチした就活生に選ばれるようにすることが期待できます。

今回の調査をきっかけに、ミスマッチが少ない採用が創出されることを祈っています。

「CheerCareer」コメント

コロナ禍で、これまでは説明会でオフィスに訪問していた文化からファーストコンタクトはオンラインが定着しつつあります。

オンライン化することで、全国どこにいてもWEBで説明会に参加できることが可能になりました。企業選びの選択肢が増えるというメリットも生まれる中、学生から『オンラインでは働くイメージが湧きにくい』という声が数多く寄せられました。

オフラインの場で自然と情報取得できる、社内の様子やオフィス環境など職場の雰囲気を知る機会を、採用活動がオンライン化する中でいかに組み込めるかは、会社理解を深め志望度を高めるためには非常に重要な取り組みとなります。

オンラインとオフラインを上手に複合させた、いいとこどりをした採用活動が、今後より求められていくと考えておりますので、動画を活用することは有効施策と考えます。チアキャリアの中にも権利をお持ちの動画を2本まで無料で掲載することが可能です。

社内の様子や職場環境を企業が積極的に発信することでミスマッチのない雇用がより多く創出されることを期待します。

【調査概要】

調査名 : コロナ禍の採用行動の変化と採用動画の効果。

調査対象 : 新卒採用を受けている就活生

調査期間 : 2021/2/10-3/7

調査方法 : アンケート調査

この資料は、「CINEMATO」と「CheerCareer」共同調査を元に作成しています。

CheerCareer（チアキャリア）について

▽ベンチャー・成長企業からスカウトがもらえる就活サイト「CheerCareer」
<https://cheercareer.jp/>

■会社概要

会社名：株式会社Cheer (<https://cheercareer.jp/>)

所在地：新宿区西新宿1-1-6 ミヤコ新宿ビル908

代表者：平塚 ひかる

設 立：2020年7月

資本金：100万円（2020年7月末現在）

事業内容：ビジネス・人事サービス

■リリースに関するお問い合わせ先

株式会社Cheer 広報担当：平塚

E-mail：ipa@cheercareer.jp

「CINEMATO」について

▽動画制作・映像制作サービス「CINEMATO」
<https://cine-mato.com/>

■会社概要

会社名：株式会社E X I D E A (<https://exidea.co.jp/>)

所在地：東京都墨田区本所一丁目4番18号

代表者：小川 卓真

設 立：2013年5月

資本金：1,500万円（2020年4月末現在）

事業内容：SEOツール開発提供、SEOコンサルティング、動画制作・動画マーケティング、
Webメディア運営、Webコンサルティング、Web広告運用

■リリースに関するお問い合わせ先

株式会社E X I D E A 広報担当：川原

E-mail：pr@exidea.co.jp

TEL：03-5579-9934



お問い合わせ

動画制作から広告運用まで、動画マーケティング施策全般に対応可能です。

お気軽にお問い合わせくださいませ。

03-6222-9737

平日10 : 00 ~ 19 : 00

HP:<https://cine-mato.com/>