

～2016年 内定者に聞く、企業の採用活動に対する意識調査～

内定者の7割以上が企業の理念・価値観に共感！

会社の魅力伝わってる？「明確に(31.9%)」、「何となく(55.5%)」

人材採用の領域にブランド構築の理論を応用してコンサルティングやツール制作などを行う むすび株式会社（本社：東京都目黒区、代表：深澤 了）では、2016年9月13日から9月20日の期間、**2016年度の内定者（内々定者）200名**に対して「企業の採用活動に対する意識調査」を実施いたしました。

【結果概要】（n=200）

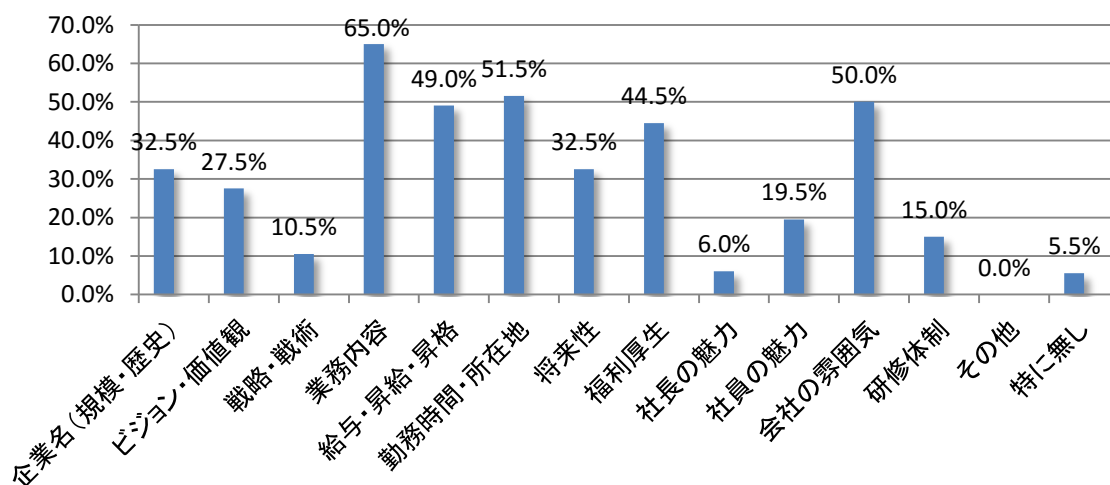
- 会社選びの際に最も重要視したのは「**業務内容（65.0%）**」
- 内定者の**約9割**が会社説明を重要視していると回答
- 採用活動により会社の魅力が「**明確に伝わった（31.9%）**」、「**何となく伝わった（55.5%）**」
- 内定者の**70%以上**が理念・価値観に共感していると回答
- 90%以上**の学生が理念・価値観に共感できた企業に入社したいと回答

2016年内定者に聞く、会社を選ぶの決め手は何？

昨今の採用市場は非常に活発化しており、企業側の買い手市場から学生側の売り手市場へと変化を見えています。学生が以前より多くの情報を入手しやすくなった現在、企業は優秀な人材を確保する為、採用活動に対してのアプローチがより重視されるようになってきています。そうした中、実際に就職活動をしている学生たちは、企業の採用活動に対してどのように捉えどのように感じているのでしょうか。

まずは、2016年の内定者（内々定者）に対し、就職したい会社を選ぶ際に何を重要視したかを聞いたところ、最も多かったのが「**業務内容（65.0%）**」、次に「**勤務時間・所在地（51.5%）**」、「**会社の雰囲気（50.0%）**」、「**給与・昇給・昇格（49.0%）**」といった結果になりました。

就職したい会社を選ぶ際に何を重要視しましたか。（n=200・複数回答方式）



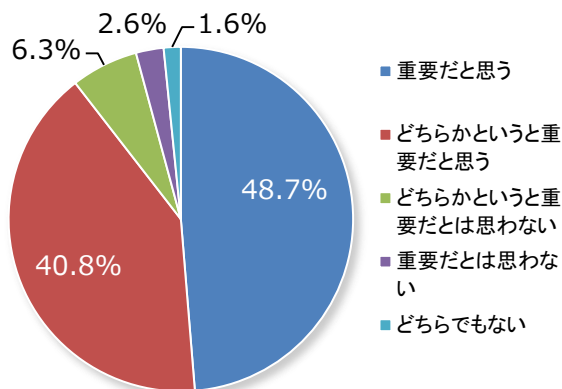
会社選びは「業務内容（65.0%）」を最重要視！「会社の雰囲気(50.0%)」も大きな要因に

会社説明会に対しての学生の意識を調査

2016年の内定者（内々定者）の内、会社説明会を受けたと回答した方（n=191）に対して、会社説明会に対しどのように感じているかを調査いたしました。まずは、会社説明を重要視しているか否かを調査したところ、「重要だと思う（48.7%）」、「どちらかというと重要だと思う（40.8%）」あわせると**約9割の学生が会社説明を重要視**している事が分かりました。

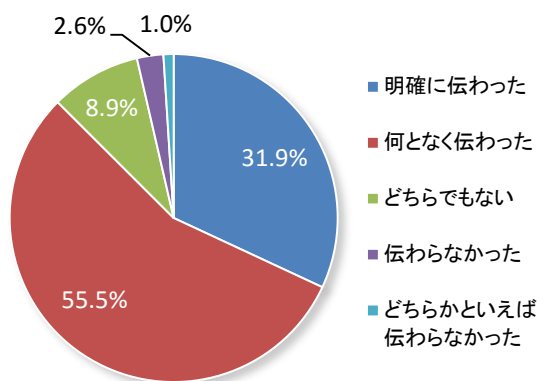
また、会社説明などの企業の採用活動により、会社の魅力は伝わったかを聞いたところ、「明確に伝わった」と回答した学生は31.9%で、「**何となく伝わった**」が**55.5%**と最多回答になりました。この結果より、未だ多くの企業が会社説明を含む採用活動にて、学生が満足する企業情報を伝達できていないと考えられます。

就職活動の際に企業側が行う会社説明を重要視していますか。（n=191・単一回答方式）



内定者の約9割が会社説明会を重要視

会社説明など企業の採用活動により、会社の魅力は伝わりましたか。（n=191・単一回答方式）

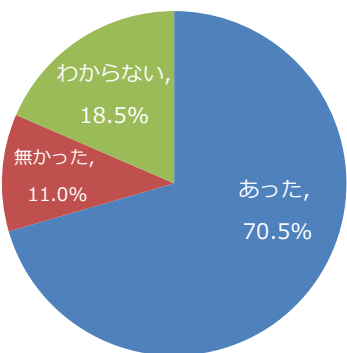


「何となく伝わった」が最多回答55.5%

伝わっていますか？「理念・価値観」

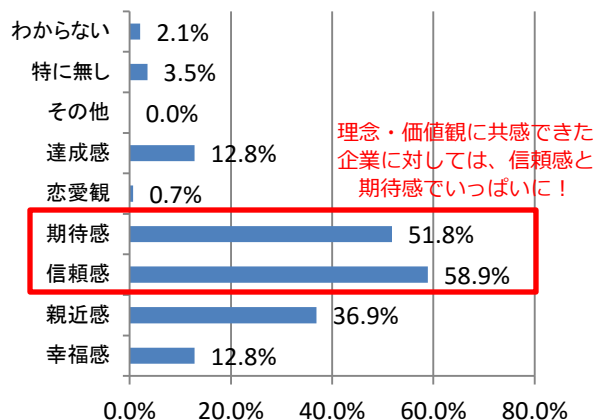
次に、就職活動中に企業の理念・価値観に共感できた会社があったか聞いたところ、「あった（70.5%）」、「なかった（11.0%）」、「わからない（18.5%）」と2016年の内定者（内々定者）の**7割以上が企業の理念・価値観に共感**している事が分かりました。この結果より、学生の多くは**就職活動中に、企業の持つ理念・価値観を意識している**と想定できます。また、理念・価値観が共感できたと回答した方（n=141）に対して、その会社に対してどのような感情を抱くか聞いたところ、最も多かったのが「信頼感（58.9%）」、次に「期待感（51.8%）」、「親近感（36.9%）」、「幸福感（12.8%）」、「達成感（12.8%）」といった結果になりました。

就職活動中に企業の理念・価値観に共感できた会社がありましたか。（n=200・単一回答方式）



7割以上が企業の理念・価値観に共感

理念・価値観に共感できた会社に対しての感情に近いのはどれですか。（n=141・複数回答方式）



理念・価値観に共感できた企業に対しては、信頼感と期待感でいっぱい！

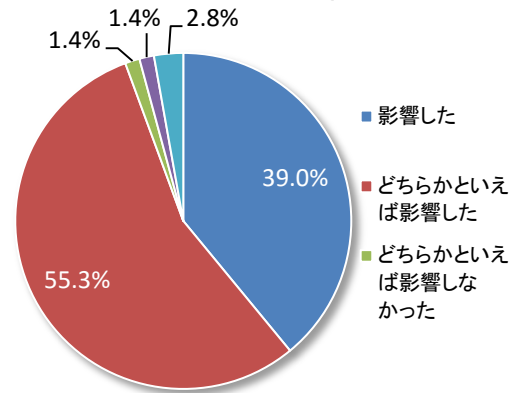
理念・価値観が共感できた会社に対して芽生える感情は「信頼感（58.9%）」

企業の理念・価値観は志望動機に影響するのか

また、企業の価値観・理念に共感したと回答した方（n=141）に対して、企業の理念・価値観は志望動機に影響したかと聞いたところ、影響したと回答した学生が39.0%、どちらかといえば影響したと回答した学生が55.3%、あわせると**94.3%の学生が企業の理念・価値観が志望動機に影響したと回答**しています。

企業の理念・価値観に対する、就職活動中の学生の意識、共感した際の感情、志望動機への影響力など、今回の調査結果から、**採用活動において企業の理念・価値観をしっかりと伝えることこそが、学生に対し、会社の魅力をしっかりと伝えることに繋がると考えられます。**

企業の理念・価値観は志望動機に影響しましたか？（n=141・単一回答方式）



企業の理念・価値観に共感した学生の内、94.3%の学生の志望動機に影響あり！

<調査概要>

調査対象	2017年3月卒業見込予定の内定者（内々定者）
有効回答数	200名（男性110名、女性90名）
調査期間	2016年9月13日～2016年9月20日
調査方法	インターネットリサーチ

※本リリースによる調査結果をご利用いただく際は「むすび株式会社調べ」と付記のうえご使用くださいますようお願い申し上げます。

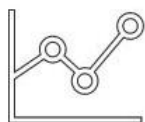
学生の理解度や共感度を可視化、BRAND MOTHER RECRUITING®

今回の調査結果と同様に、当社でも新卒採用の最重要ポイントは、会社の理念やビジョン・価値観といったものに魅力を感じてもらい、いかに共感してもらえるかであると考えています。「BRAND MOTHER RECRUITING®」は応募者が採用フロー上で企業のどこに共感したのか、その度合いも含めてリアルタイムに可視化し、採用フローの改善に繋げることができる採用支援ツールです。

2015年7月に、少しでも多くの中小企業が採用フローを低コストで最適化できるようにと提供を開始して以来、多くの中小企業様に導入していただいております。

■ BRAND MOTHER RECRUITING®

応募者が自社の「どこに共感をしているのか」をアンケートでリアルタイムに集計。確かな指標をもとに、明日には新たな打ち手を繰り出せる。



応募者の「共感度」を見える化

説明会后、面接後など採用段階後にアンケートを送付。応募者が自社のどこに共感しているのかをリアルタイムに集計します。



各種分析が瞬時に可能

各採用段階、日程、男女、文理、大学など採用責任者が見たい！と思う主な指標がワンクリックで分析可能です。



採用改善の予算・時間の削減

簡単に調査が可能。リアルタイムで集計。すぐに打ち手が繰り出せるので結果的に予算や時間を削減できます。

■ システム使用料金 30,000/月（税別）

※上記料金は社員数100名までの企業様に限らせて頂きます。それ以上の企業様は個別にお問い合わせくださいませ。



**現在、先着30社まで1ヶ月無料の
キャンペーン開催中。**

「BRAND MOTHER RECRUITING®」

<http://www.musubi-inc.co.jp/brand-mother-recruiting>

<会社概要>

社名	むすび株式会社
代表者	代表取締役 深澤 了
所在地	〒153-0063 東京都目黒区目黒2-11-3 印刷工場2F_d
資本金	450万円
設立日	2015年4月6日
事業内容	企業・商品／サービス・採用市場におけるブランドの開発・育成
URL	http://www.musubi-inc.co.jp

 **Musubi**
brand theory & creative

【本プレスリリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

むすび株式会社

担当：横内

TEL：03-5437-0667 FAX：03-5437-0668

Email：info@musubi-inc.co.jp