

2022年11月実施 24卒学生アンケート結果





これまでの就活について

● ● ● p.3

選考について

● ● ● p.7

まとめ

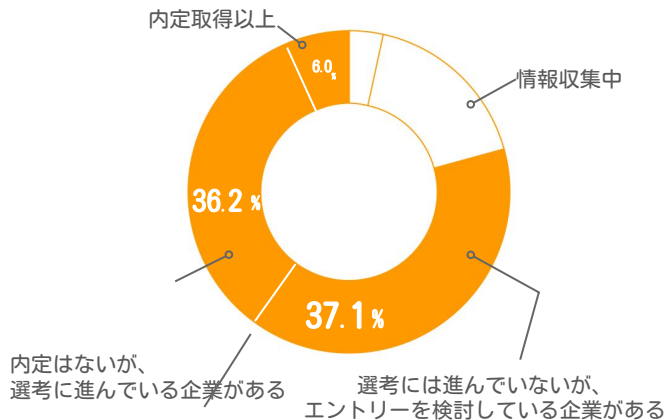
● ● ● p.13



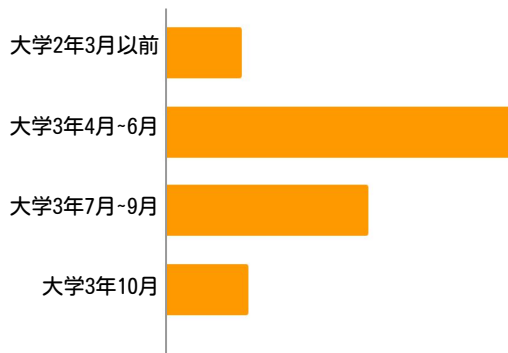
これまでの就活について

現在の就活状況について

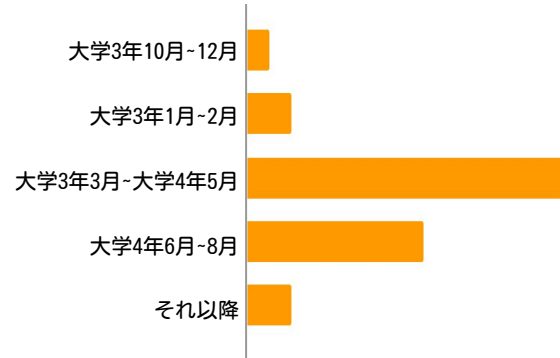
▽現在の就活状況を教えてください



▽就活を始めた時期はいつですか？



▽就活終了希望時期はいつですか？



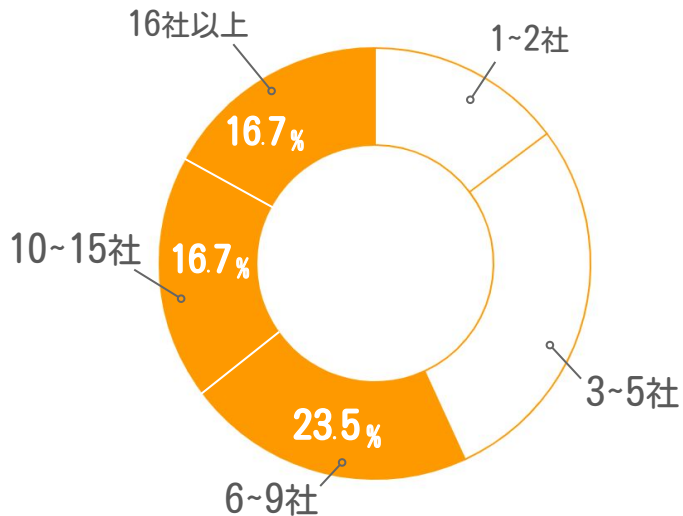
4割以上の学生が選考に進んでいる。
なかには内定を獲得、承諾している学生もでてきた。

就活時期については、引き続き大学3年生の春から夏にかけて開始し5月までには終了したいという声が多かった。
ここから年末にかけて**本格的に選考を進める、内定を獲得する学生が増加する**と思われる。

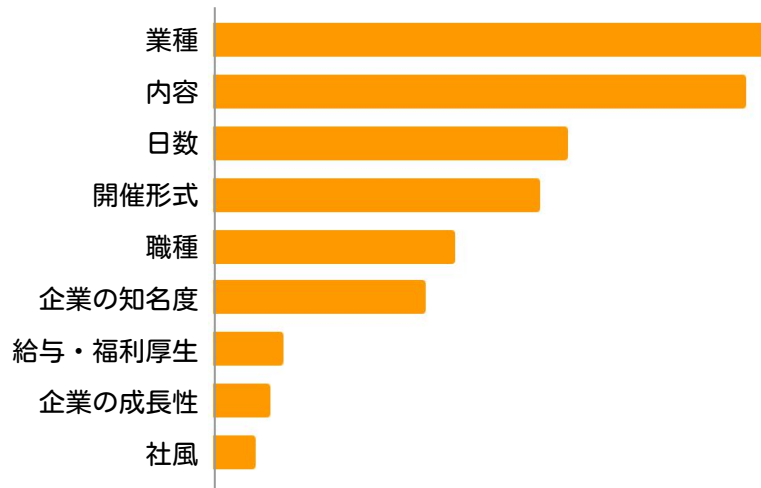


これまでに参加したインターンについて

▽これまでに何社インターンに参加しましたか？



▽どんな基準でインターン参加企業を選びましたか？
(複数選択)

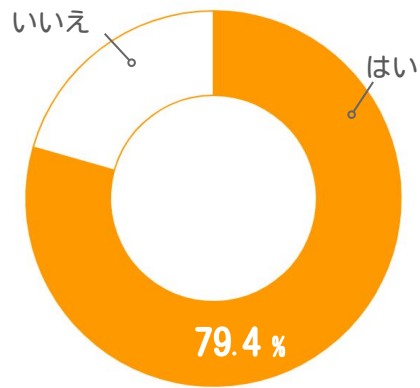


合計**56.9%**の学生が6社以上のインターンシップに参加したと回答。
10社以上参加している学生も33.4%おり、積極的に活動していることが伺える。

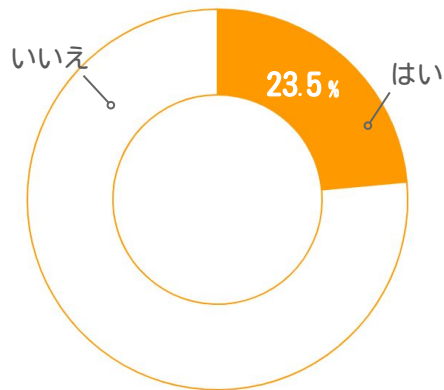
参加基準には引き続き業種を重視している学生が多く、**参加する段階から絞り込み始めている**と考えられる。
また、10月の結果と比べると「日数」を重視する声が増加している。
限られた時間の中で、どの企業のインターンシップに参加するのか、スケジュールのやりくりをしていると思われる。

これまでに参加したインターンについて

▽インターン参加により志望度が上がった企業はありましたか？



▽インターンで印象が悪かった企業はありましたか？



約8割の学生が「インターンシップを通して志望度が上がったことがある」と回答している
事業内容や社風、雰囲気を実際に体感し、働くイメージが付くことで志望度が向上したと思われる。
インターン内での**フィードバックの有無**もポイントのようだ。

<一部コメント抜粋>

◎印象良かったインターン

- ・FBが丁寧だった
- ・実際の社員さんの人柄に惹かれたから
- ・職種の理解を深めることができ、働く自分の姿を想像することができた
- ・実際の仕事現場を見て楽しそうだった
- ・その会社で働いている方の実際の声を聞いた
- ・志望業界ではなかったが、その企業でやりたいことが叶えられると思えた

反対に、2割以上の学生が「印象が悪かった企業がある」と回答。
回答コメントによると、**雰囲気や対応が悪いと志望度にも悪影響を及ぼしてしまう**と考えられる。

<一部コメント抜粋>

△印象が悪かったインターン

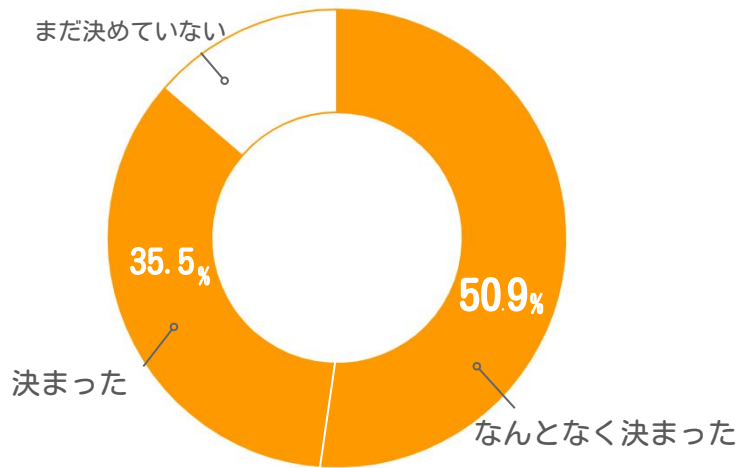
- ・FBがなかった
- ・社員の方の雰囲気が悪かった
- ・所属大学によって対応を変えられて不快だった
- ・IT系商社ですというからインターンに参加してみたらスマホの販売しかやっていないことが分かった
- ・男女差別がはっきりしていた



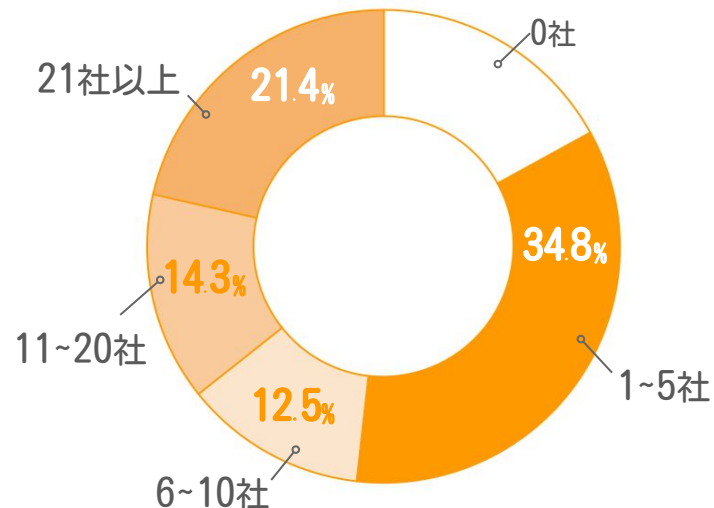
選考について

志望業界について

▽既に志望する業種や職種は決まりましたか？



▽これまでに何社エントリーしましたか？



3割以上の学生が既に志望業種/職種を固めていると回答した。

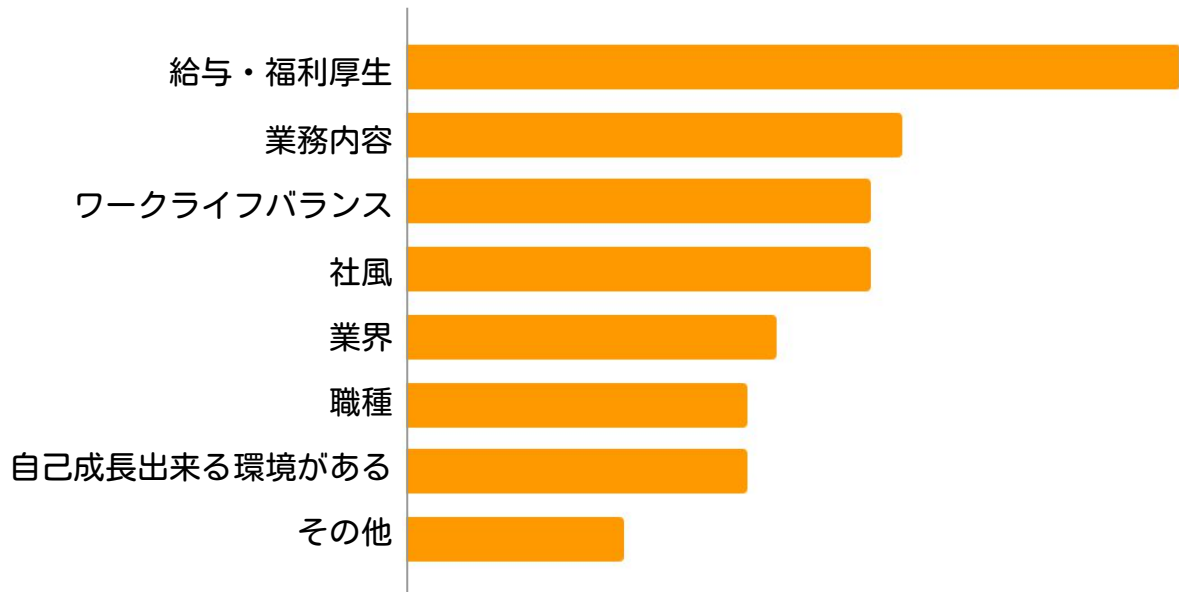
「なんとなく決まった」も含めるとなんと**86.4%**にもものぼる。

まずは検索条件で「希望業種」「希望職種」が一致する学生からアプローチすることが有効そうだ。

また、**8割以上**の学生がエントリーを経験し、21社以上もエントリーしている学生は**2割以上**との回答になった。

既に**ある程度企業と接触経験のある学生が多い**、と考えた方が良さそうだ。

受りたい企業を探す際に何を最も重視しますか？



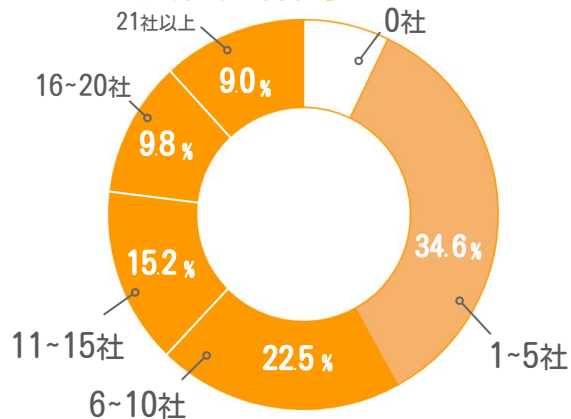
10月とは異なり「給与・福利厚生」を重視するという声が多くなりました。

9月も同様の結果となったため、学生の就活のフェーズによって重視するポイントが変わってくると思われる。

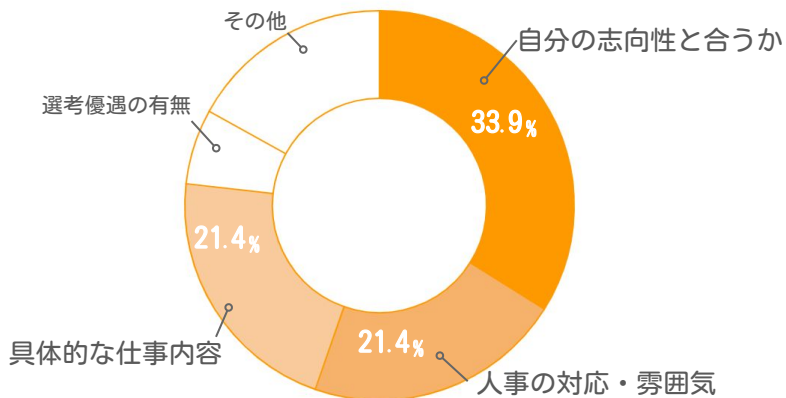
「業務内容」「ワークライフバランス」「社風」とそれぞれ見ている学生も多いため、学生によって何を重視しているか見極めて訴求することが大切だと考えられる。

説明会について

▽これまでに説明会に何社参加しましたか？



▽説明会で一番見ているポイント・情報は何か？



9割以上の学生が説明会に参加経験があると回答している。説明会では「**自分の志向性と合うか**」を見ている学生が33.9%と最も多いが「**人事の対応・雰囲気**」「**具体的な仕事内容**」を重視している学生も。

回答コメントによると、**事業内容の具体的な説明と座談会等で様々な現場社員と話せる機会**がある説明会は印象が良いようだ。

<一部コメント抜粋>

◎印象が良かった説明会

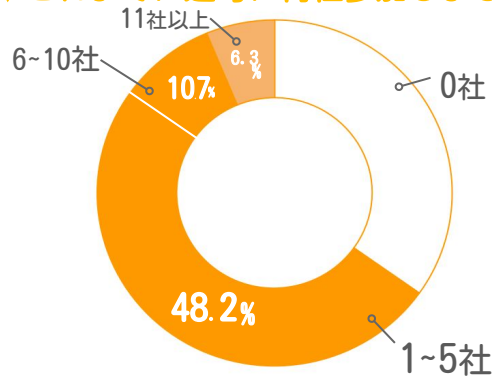
- 会社の雰囲気が良いと説明するだけでなく、なぜ雰囲気がいいかの理由まで説明してくれた
- 社内の多くの人の声を聞ける、座談会等がある
- 残業時間など聞けないことを自ら話してくれる、就活生に寄り添ってくれる
- 業種ごとに社員を呼んで、1日のスケジュールを説明していただいた
- 悪いところも正直に話してくれた

△印象が悪かった説明会

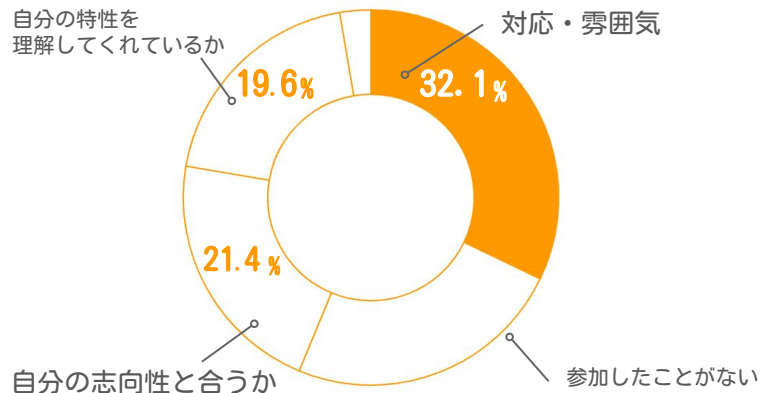
- 人事の圧が強かった
- 重要な情報を質問しない限り説明してくれなかった
- 具体性のない、働いた際のイメージがつかめない説明会
- 事業内容の具体的な話があまりなく雰囲気で誤魔化していた
- 企業の表面的な部分、ネットやHPでわかる情報しか教えてくれない説明会

面接・選考について

▽これまでに選考に何社参加しましたか？



▽面接で一番見ているポイント・情報は何か？



6割以上の学生が1社以上の選考を経験している。
これから年末にかけてさらに選考受験は増加すると考えられる。

面接でも「対応・雰囲気」を重視する声が多かった。
勿論、面接の内容や「自分の志向性と合うか」「自分に興味を持ってくれているか」を見ている部分もあるが、企業が面接で学生を選考していると同時に、**学生も面接官の雰囲気を見ている**のだと伺える。
丁寧な対応が学生の志望度向上に繋がる可能性もある。

<一部コメント抜粋>

◎印象が良かった面接

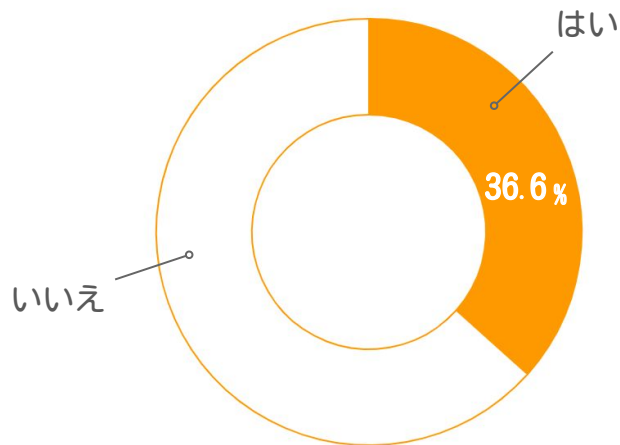
- ・会話ベースでの面接
- ・フランクに温かい雰囲気を作ってくれた
- ・趣味の話など、就職活動に直結しないことでもいい反応をもらえた
- ・頷きや言葉の反復など、リラックスさせてくれた
- ・人柄について深掘りされ、回答にも肯定的に笑顔で接してくれた

△印象が悪かった面接

- ・インターンで話されていたことがとても盛った内容だと質問して分かった
- ・圧迫面接
- ・馬鹿にしたような態度を取ってくる
- ・あまりに質問や反応があっさりしていた
- ・AI面接

口コミについて

▽口コミを見て選考に進むのをやめた企業はありますか？



36.6%の学生が口コミをみて選考辞退した経験があると回答。学生は選考の過程で口コミを見るのは当たり前になっている。「あくまで一意見」としながらも、参考にはしているようだ。

学生に伝えた情報と口コミがあまりにも乖離していた場合、マイナスにとらえられてしまう可能性がある。

逆にネガティブな口コミがある場合は、説明会や面接の際にあえて触れることで印象がアップするケースもある。(10ページ参照)

口コミも上手く活用することが重要だと考えられる。

<一部コメント抜粋>

△印象が悪かった口コミ

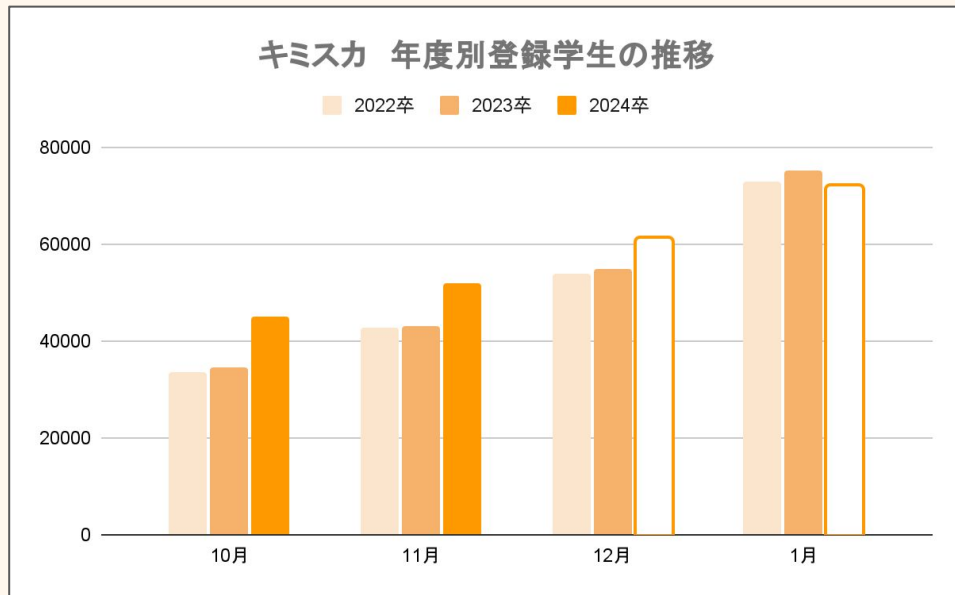
- ・HPなどに書いてあるよりも労働環境等が悪そうだったから
- ・残業時間の多さや転勤の頻度など、入社して後悔したという口コミがあった
- ・パワハラが横行していそうだったから
- ・残業時間や福利厚生など口コミサイトで悪い評価を得ている項目について、説明会では触れていなかったため
- ・面接がかなりの圧迫面接であると多数の人が言っていたため
- ・口コミ投稿者の一意見ではあるが、良くない評判があまりにも多かったから
- ・大量リストラや不審な営業をされている情報を目にしたから

- ①8割の学生が志望業種を絞り始めている
- ②既に複数エントリー経験をしている学生も多い
- ③説明会・面接では企業や社員の社風・人柄を重視



**自社の魅力・個性による打ち出しを！
接触時には丁寧な対応で志望度UP！！**

12月以降の学生登録数見込み



キミスカ24卒では、引き続き新規登録学生は昨対で**120%**と増加傾向にある。

22卒～23卒の推移を踏まえると、12月も新規に登録する学生は**増加していく見込み**である。

本選考期に向けて、有効な接点を獲得するためにも、登録して間もない、まだ他社からスカウトを多く受け取っていない学生に**積極的にアプローチ**をするのが有効だと考えられる。

キミスカ24卒 活用ポイント

① 検索項目で業種・軸をマッチング！

業種・社風のマッチを重視する学生が多い印象です。
検索条件で迷った場合は、まずは希望業種と会社選びの軸を活用してみましょう！

💡 下記のようなイメージでの使用がオススメです！

- ・ 自社が提供できる魅力は何か？
- ・ この軸を選択している学生と自社は相性がよさそう！
- ・ 自社の業種と同一＋周辺業種でセグメント 等

希望 業種	
<input type="radio"/> 第一希望のみ	<input type="radio"/> 第二希望以下
<input type="radio"/> 建設・不動産	<input checked="" type="radio"/> すべて
<input type="radio"/> 食品・日用品、文具	<input type="checkbox"/> ティハロジック
<input type="radio"/> 化学・医薬品、化粧品	<input type="checkbox"/> 建築・設計・ハウスメーカー
<input type="radio"/> 電機・機械、半導体、自動車	<input type="checkbox"/> 食品・飲料
<input type="radio"/> 農林	<input type="checkbox"/> 日用品
<input type="radio"/> 会社	<input type="checkbox"/> 文具・玩具
<input type="radio"/> 小売	<input type="checkbox"/> 化学
<input type="radio"/> 金融	<input type="checkbox"/> 医薬品
<input type="radio"/> メディア、放送、出版	<input type="checkbox"/> 化粧品
<input type="radio"/> IT・WEB	<input type="checkbox"/> 機械、電機、電気機器
	<input type="checkbox"/> 自動車、自動車部品
	<input type="checkbox"/> コンピュータ、通信機器
	<input type="checkbox"/> 電子部品、半導体
	<input type="checkbox"/> 総合商社
	<input type="checkbox"/> 専門会社
	<input type="checkbox"/> スーパー・コンビニ
	<input type="checkbox"/> 百貨店
	<input type="checkbox"/> 専門店
	<input type="checkbox"/> 外資
	<input type="checkbox"/> アパレル
	<input type="checkbox"/> 旅行
	<input type="checkbox"/> 証券
	<input type="checkbox"/> 保険
	<input type="checkbox"/> クレジット
	<input type="checkbox"/> 新聞、出版
	<input type="checkbox"/> 放送
	<input type="checkbox"/> 芸能、映画、音楽
	<input type="checkbox"/> 広告
	<input type="checkbox"/> 広告
	<input type="checkbox"/> 制作
	<input type="checkbox"/> ソフトウェア
	<input type="checkbox"/> Sier
	<input type="checkbox"/> ITインフラ、通信
	<input type="checkbox"/> Webサービス、アプリ、ゲーム

<input type="radio"/> 第一希望のみ	<input type="radio"/> 第二希望以下	<input checked="" type="radio"/> すべて
<input type="checkbox"/> 新しいことに挑戦出来る機がある	<input type="checkbox"/> 幅広い人や物に関わることができる	<input type="checkbox"/> 年齢や性別に関わらず適切に評価される
<input type="checkbox"/> 成長できる職務内容がある	<input type="checkbox"/> 達成感や成果を実感できる	<input type="checkbox"/> 資格取得などのキャリアサポート制度がある
<input type="checkbox"/> 知識や技術を活かした業務ができる	<input type="checkbox"/> 業績や財務状況が良い	<input type="checkbox"/> 育児などのサポート制度がある
<input type="checkbox"/> ブライベートとの両立が図れる	<input type="checkbox"/> 世の中への影響力が大きい	<input type="checkbox"/> コミュニケーションが活発
<input type="checkbox"/> 意見の裏返しが良い	<input type="checkbox"/> リモートワーク制度に対応している	<input type="checkbox"/> 住宅補助など給与以外の制度が充実している
	<input type="checkbox"/> トライ&エラーが可能な土壌がある	<input type="checkbox"/> 業界内シェアが高い
		<input type="checkbox"/> その他

② 自社の雰囲気を知りやすく伝える！

企業ページなどで使う写真は、「実際に働いている社員が写っているもの」や社風・個性が伝わるものを中心に載せましょう！

💡 たとえば下記のような写真がオススメです！



この写真のポイント！

- ・ 明るい印象
- ・ 複数人写っている（どんな人が働いているかがわかる）
- ・ 普段の服装が伝わる