

【2022年卒】「1週間に1回以上」動画を視聴する学生が91.5%。

74.7%は、選考で動画を見たら「志望度が上がる」と回答。

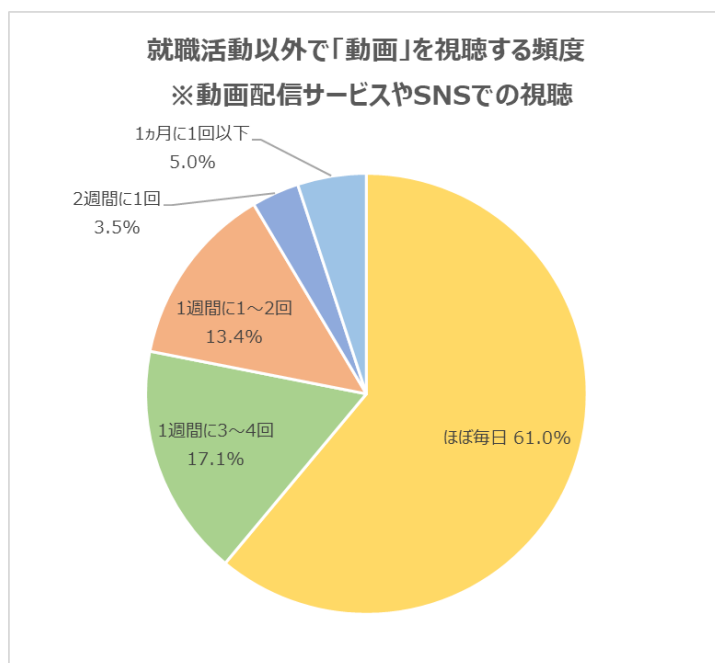
Web選考では掴めない「企業の雰囲気」を動画で見たいというニーズが高まる。

株式会社学情は、2022年3月卒業（修了）予定の大学生・大学院生を対象に、就職活動に関するインターネットアンケートを実施。今回は、「動画」に関して調査しました。就職活動以外で「動画」を視聴する頻度（動画配信サービスやSNSで、「動画」を視聴する頻度）について、61.0%が「ほぼ毎日」と回答。「1週間に1回以上」視聴すると回答した学生は、91.5%を占めています。就職活動においても、セミナー・選考で「動画」を視聴したら「志望度が上がる」「どちらとも言えれば志望度が上がる」の回答が、74.7%に上りました。Webセミナー・Web面接で不安なことは、「自分に合う雰囲気が見極めにくい」が54.3%、「実際に働くところをイメージしにくい」50.0%など、「社風を理解しにくい」という不安が上位を占めており、オンラインでは掴むことが難しい「企業の雰囲気」を、「動画」で見たいというニーズが高まっていると推察されます。

【TOPICS】

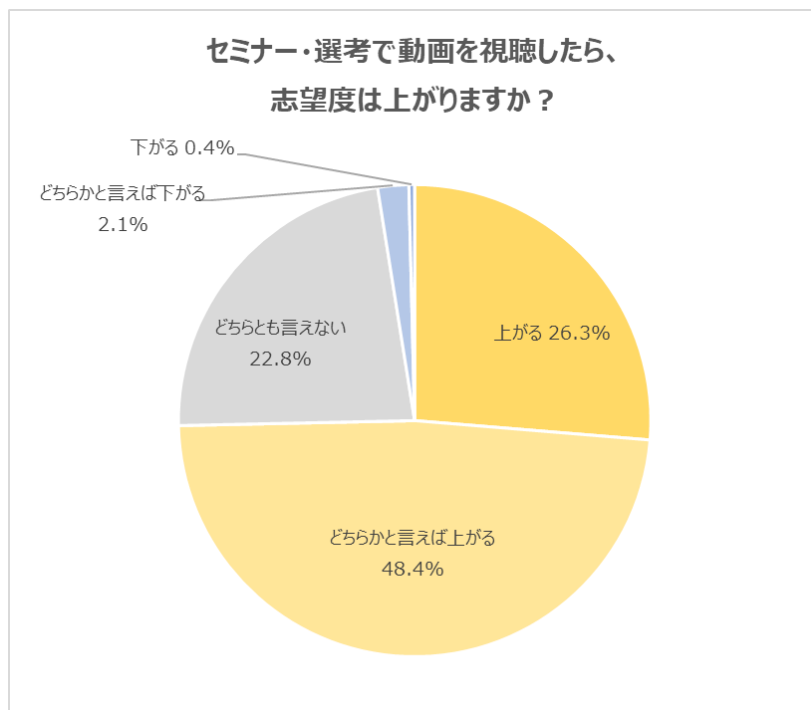
- （1）「動画」の視聴頻度について、61.0%が「ほぼ毎日」と回答。「1週間に1回以上」視聴する学生が91.5%
- （2）セミナー・選考で「動画」を見たら「志望度が上がる」と回答した学生が、74.7%
- （3）「動画」で見たいものは「仕事内容の紹介」が77.9%で最多。次いで、「社員の1日の流れ紹介」72.9%
- （4）Webセミナー・Web面接で不安なことは、「自分に合う環境が見極めにくい」が54.3%で最多

- （1）「動画」の視聴頻度について、61.0%が「ほぼ毎日」と回答。「1週間に1回以上」視聴する学生が91.5%



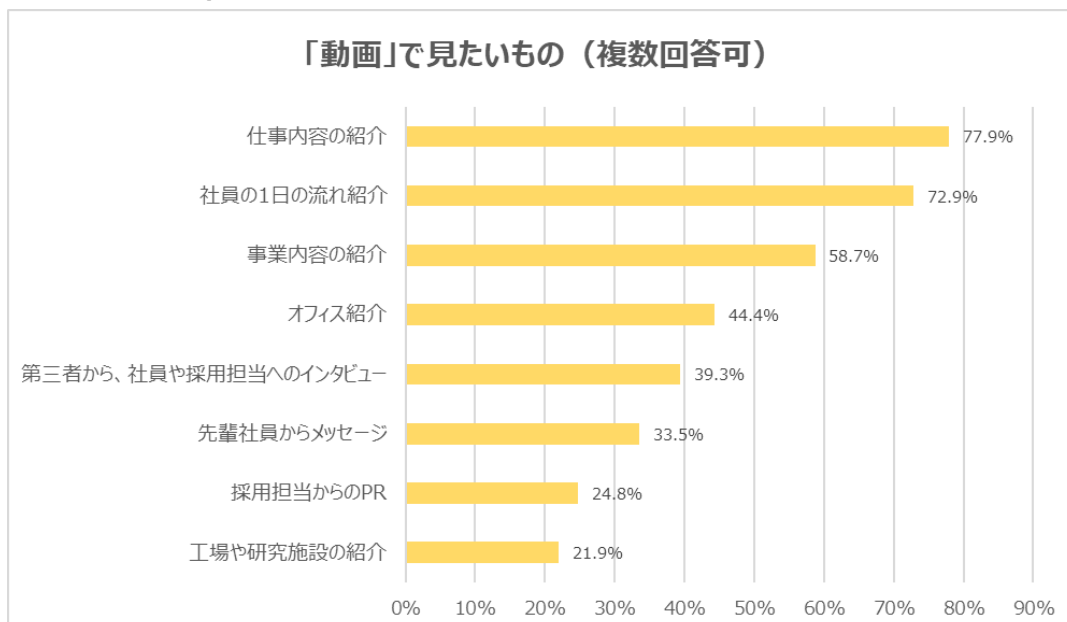
就職活動以外で動画を視聴する頻度（動画配信サービスやSNSで、動画を視聴する頻度）について、61.0%が「ほぼ毎日」と回答。「1週間に1回以上」視聴すると回答した学生は、91.5%に上りました。情報収集やエンターテインメントの利用において、「動画」が積極的に視聴されていることが分かります。

(2) セミナー・選考で「動画」を見たら「志望度が上がる」と回答した学生が、74.7%



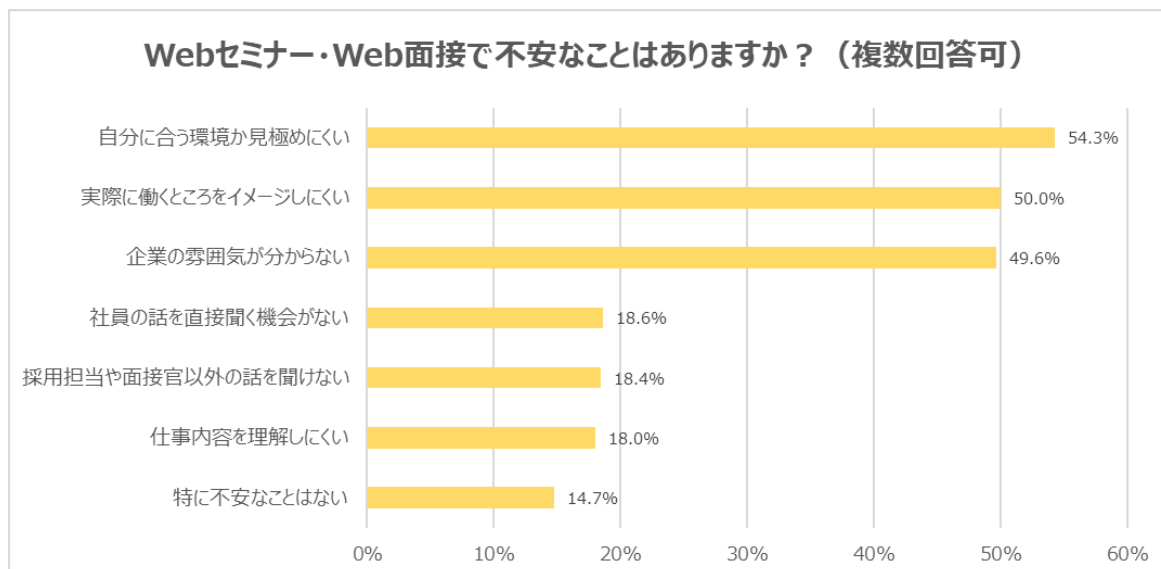
セミナー・選考で「動画」を視聴したら「志望度が上がる」「どちらとも言えば志望度が上がる」の回答が74.7%に上りました。「Webでは掘むことが難しい、企業の雰囲気イメージしやすい」「実際の仕事内容が分かり、自分自身が働くイメージを持ちやすい」「経営者や、本社以外の拠点で働く社員など、なかなか直接話を聞くことができない方の話も、動画であれば聞くことができる」といった声が挙がりました。「動画」は、「企業の雰囲気」を感じ取ったり、「直接話を聞くことができない社員の話」を聞いたりすることができ、企業理解を深める助けになっていることが伺えます。

(3) 「動画」で見たいものは「仕事内容の紹介」が77.9%で最多。次いで、「社員の1日の流れ紹介」72.9%



「動画」で見たいものは、「仕事内容の紹介」が77.9%で最多。次いで、「社員の1日の流れ紹介」72.9%、「事業内容の紹介」58.7%、「オフィス紹介」44.4%と続きます。「Webセミナーでは企業の雰囲気が分からないので、動画で社風を理解したい」「実際にどんな仕事をするかや、どのような雰囲気で仕事をするかは、ナビサイトの情報や、Webセミナーの説明だけでは掘みきれない。動画で見ることができれば、さらにイメージを深めることができると思う」といった声が寄せられています。

(4) Webセミナー・Web面接で不安なことは、「自分に合う環境が見極めにくい」が54.3%で最多



Webセミナー・Web面接で不安なことは、「自分に合う環境が見極めにくい」が54.3%で最多。次いで、「実際に働くところをイメージしにくい」50.0%、「企業の雰囲気が分からない」49.6%と続きます。「社風を理解しにくい」という不安が上位を占めており、オンラインでは掘むことが難しい「企業の雰囲気」を、「動画」で見たいというニーズが高まっていると推察されます。

■調査概要

- ・調査対象：「あさがくナビ2022（ダイレクトリクルーティングサイト会員数No.1）」へのサイト来訪者
- ・調査方法：Web上でのアンケート
- ・調査期間：2021年3月24日～2021年4月2日
- ・有効回答数：516名