

- 内容 : 就職活動状況の定点調査
- 実施期間 : 2020年4月24日～2020年4月30日
- 調査対象 : 2021年卒業予定の全国大学4年生及び院2年生(調査時点)
- 調査方法 : WEB上のアンケートフォームより入力

### □モニター属性データ

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
文系男子	1,139	396	34.8%
理系男子	1,218	575	47.2%
文系女子	1,119	595	53.2%
理系女子	1,198	624	52.1%
総計	4,674	2,190	46.9%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率
関東地区	1,756	836	47.6%
東海地区	456	225	49.3%
関西地区	976	443	45.4%
上記以外のエリア	1,486	686	46.2%

カテゴリー	モニター登録数	有効回答数	有効回答率	
学部	理系:機電系	219	93	42.5%
	理系:情報系	238	96	40.3%
	理系:土木・建築系	158	58	36.7%
	理系:化学系	153	59	38.6%
	理系:薬学系	211	140	66.4%
	理系:その他理系	506	206	40.7%
院	理系:機電系	192	114	59.4%
	理系:情報系	94	56	59.6%
	理系:土木・建築系	61	29	47.5%
	理系:化学系	228	127	55.7%
	理系:薬学系	48	35	72.9%
	理系:その他理系	308	186	60.4%

## 【4月後編のTOPICS】

### ～「ライブ形式のWEBセミナー参加」73.3%。「録画のWEBセミナー視聴」75.9%～

個別企業セミナーの参加経験がある学生は、対面式が63.8%、ライブ形式のWEBセミナーが73.3%だった。録画のWEBセミナーの視聴経験があるのは75.9%だった。最も参加・視聴しやすいセミナーの長さでは、WEBセミナーは1時間以内のものを好む割合が対面式より高く、同じWEBセミナーでも録画はライブ形式より短い時間のものを好む割合が高いようだ。録画のWEBセミナーを見る際、早送りすることがあるのは56.5%（いつも+することがある）だった。

- (P. 3) 対面式の個別企業セミナーの予約をした経験は60.5%。WEBセミナーはライブ形式75.9%、録画67.7%
- (P. 4) 予約したが参加しなかった割合は対面式33.5%、ライブ形式25.5%で、対面式の方が高い
- (P. 6) ライブ形式のWEBセミナーに参加して思ったこと「リラックスして参加できる」「スーツを着なくてよい」
- (P. 10) セミナーの内容「聞きたかった」が「聞いた」より高いのは「社風・社内の雰囲気」「キャリアモデル」
- (P. 11) 印象が良かった対面式の個別企業セミナーの理由「さまざまな社員の話を聞いた」「対応が丁寧だった」
- (P. 13) エントリーした企業から電話がかかってきてセミナーや個別面談に参加したことがある割合は20.4%
- (P. 14) セミナーに参加したことで選考を受けようと思ったポイント「人事担当者のプレゼンを聞いて」

### ■集計方法

全体の回答率を算出するにあたり、有効回答数の文理男女構成比を、2020年3月卒業予定の大学生・大学院生の比率と等しくする為、文部科学省の学校基本調査を基に、ウエイトバック集計を行っている。基準数値は2018年12月公表の平成29年度学校基本調査より、大学3年生・院1年生の在籍数から男女比を参照している。文理区分については文部科学省・厚生労働省共同調査による「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」の分類に準拠。

※ウエイトバック集計とは:アンケート回答者の属性構成比率が実際の属性比率と乖離している場合、構成比に合わせるように重み付けして集計すること。

### ■□各種調査はWEB上でも順次公開中！□■

人事担当者のための新卒採用支援情報サイト 新卒採用サポネット <https://saponet.mynavi.jp/>

就職指導ご担当者のための総合情報サイト マイナビキャリアサポート <http://mcs.mynavi.jp/>

### ■□本資料について□■

本資料に掲載のデータ、図版等の無断転載を禁じます。資料のご利用やご質問等に関しては下記までご連絡ください。

株式会社 マイナビ 社長室 HRリサーチ部 TEL:03(6267)4571/E-mail:myrm@mynavi.jp

INDEX

【追加調査】

- 8:個別企業セミナーについて \*WEBセミナー(個別企業セミナー)を含む
- (1) 個別企業セミナーの情報を探す方法【複数回答】\*WEBセミナーを含む
  - (2) 個別企業セミナーの予約経験(対面式、ライブ形式のWEBセミナー、録画のWEBセミナー)
  - (3) 予約したセミナーの受付方法 \*WEBセミナーを含む
  - (4) 予約した個別企業セミナーを選んだポイント・きっかけ【複数回答】(対面式、ライブ形式、録画)
  - (5) 予約した個別企業セミナーに参加しなかったことがあるか(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (6) 予約した個別企業セミナーの参加をやめた理由【複数回答】(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (7) 参加するのをやめた際、開催企業に連絡したか(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (8) なぜ参加するのをやめることを連絡しなかったか(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (9) 個別企業セミナーの予約で困った経験(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (10) 良いと思う予約方法 \*WEBセミナーを含む
  - (11) 個別企業セミナーの予約で困ったこと【複数回答】(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (12) 個別企業セミナーの参加・視聴経験がある割合(対面式、ライブ形式、録画)
  - (13) 適当だと思うエントリーから個別企業セミナーに参加するまでの期間(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (14) 参加しやすい予約から開催日までの間隔(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (15) 最も参加・視聴しやすいと思う個別企業セミナーの長さ(対面式、ライブ形式、録画)
  - (16) 録画のWEBセミナーを視聴したことがある学生の、視聴した社数(平均)
  - (17) 録画のWEBセミナーを視聴する際、早送りしながら見るか
  - (18) 参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を終了後改めて見直したことはあるか
  - (19) ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)に参加して思ったこと【複数回答】
  - (20) 志望度の高い企業同士のセミナー日程が重なったらどうするか \*ライブ形式のWEBセミナーを含む
  - (21) 個別企業セミナーに参加するためにエントリーシートを書いたことがあるか【複数回答】\*ライブ形式のWEBセミナーを含む
  - (22) 個別企業セミナーに参加する前に事前準備をしたか(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (23) 具体的に行った準備【複数回答】(対面式、ライブ形式のWEBセミナー)
  - (24) これまでに参加した対面式の個別企業セミナーの形式【複数回答】
  - (25) これまでに参加した対面式の個別企業セミナーで最も良いと思った形式
  - (26) 個別企業セミナーで最も話を聞きたい人は誰か \*WEBセミナーを含む
  - (27) 個別企業セミナーで実際に聞いた内容／聞きたかった内容【各3つ選択】 \*WEBセミナーを含む
  - (28) 参加した個別企業セミナーでは、知りたかった内容が理解できたか(対面式、ライブ形式、録画)
  - (29) 印象が良かった対面式の個別企業セミナーの理由【複数回答】
  - (30) 印象が悪かった対面式の個別企業セミナーの理由【複数回答】
  - (31) 同一企業の個別企業セミナーが複数回ある場合、参加回数が選考に影響すると思うか \*WEBセミナーを含む
  - (32) エントリーした企業から電話がかかってきて、セミナーや面談に参加したことがあるか【複数回答】 \*WEBセミナーを含む
  - (33) 電話がかかってきたことをどのように感じたか
  - (34) 対面式の個別企業セミナーにおいて他の参加者について見ているポイント【複数回答】
  - (35) 自分以外の対面式の個別企業セミナー参加者の印象によってその企業のイメージはどのように変わることが多かったか
  - (36) 個別企業セミナーに参加したことで、その企業の選考を受けようと思ったポイント【複数回答】(対面式、ライブ形式、録画)
  - (37) 選考を受ける前の段階で「個別面談」を受けたことがあるか(対面式、ライブ形式のWEB面談)
  - (38) 「個別面談」という言葉についてのイメージ

※調査結果は、小数点第2位を四捨五入しております。そのため、グラフ及び表の和が100.0%にならないものがございます。予めご了承ください。

■8: 個別企業セミナーについて \*WEBセミナー(個別企業セミナー)を含む

今年の個別企業セミナーは、新型コロナウイルス感染症流行の影響により、WEBでの実施が多かった。そこで今回は、対面式の個別企業セミナー、ライブ形式のWEBセミナー、録画のWEBセミナーのそれぞれについて、必要に応じて分けて調査する形を取った。参加・視聴の予約経験がある割合は、ライブ形式のWEBセミナーが75.9%で、対面式(60.5%)や録画(67.7%)より高かった。

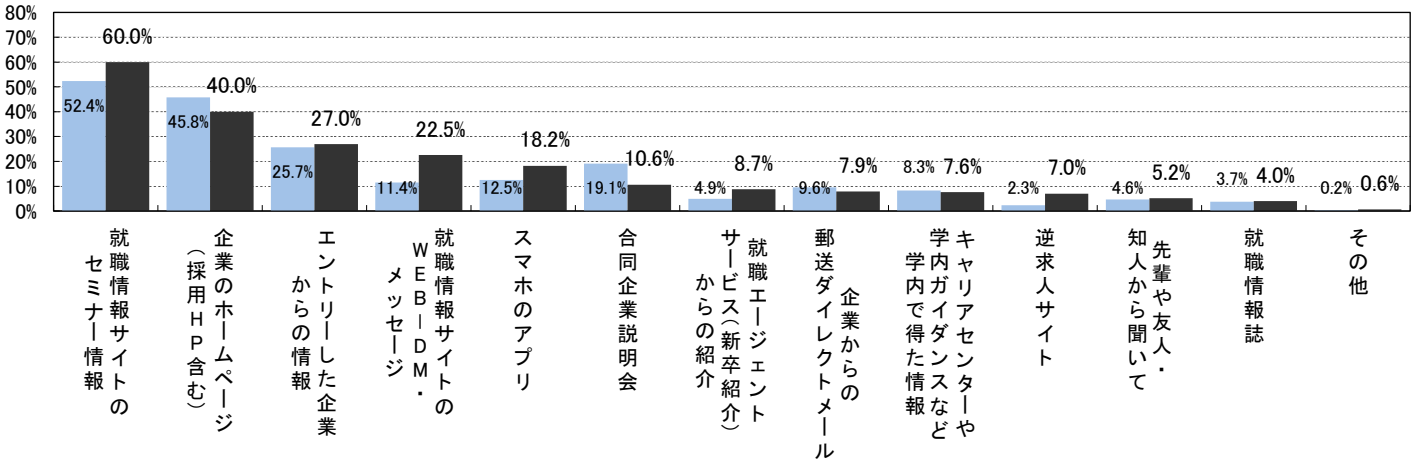
個別企業セミナー：個別企業の企業研究セミナー・会社説明会

対面式：対面式の個別企業セミナー。セミナーを主催する企業の担当者に実際に会えるもの

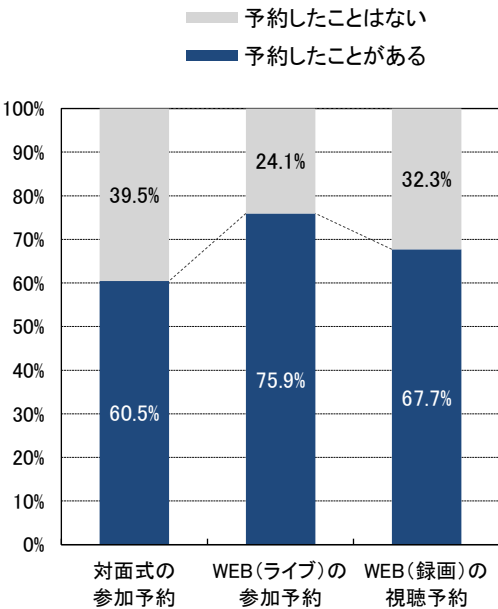
WEB(ライブ)：ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)

WEB(録画)：録画のWEBセミナー(個別企業セミナー)

個別企業セミナー\*の情報をどのような方法で探しているか【複数回答】\*WEBセミナー含む

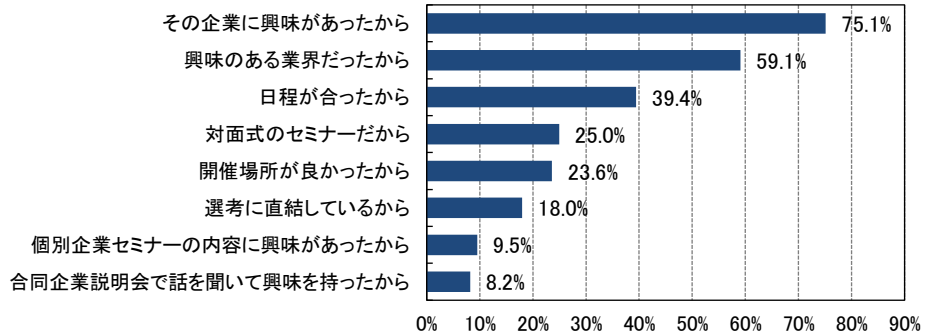


個別企業セミナーの予約をした経験



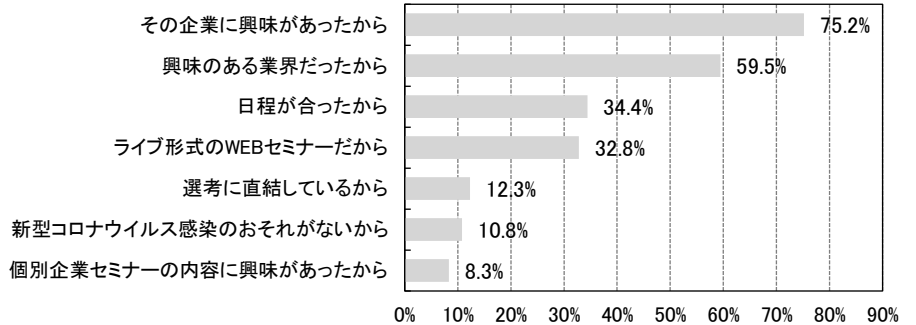
予約した対面式の個別企業セミナーを選んだポイント・きっかけ【複数回答】

n=1,316 ※5%以上を抜粋



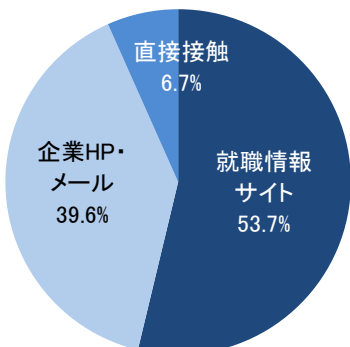
予約したライブ形式のWEBセミナーを選んだポイント・きっかけ【複数回答】

n=1,642 \*5%以上を抜粋



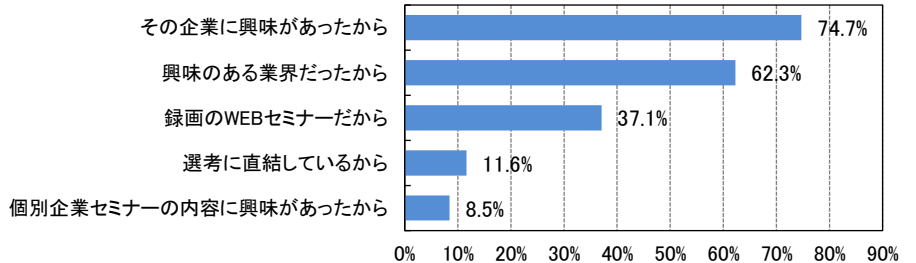
予約した個別企業セミナー\*の受付方法

n=1,927 \*WEBセミナー含む



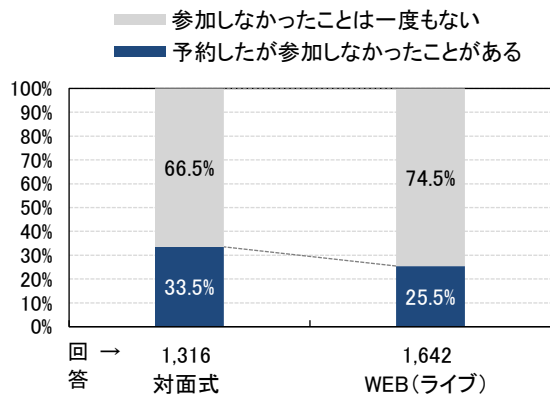
予約した録画のWEBセミナーを選んだポイント・きっかけ【複数回答】

n=1,456 \*5%以上を抜粋

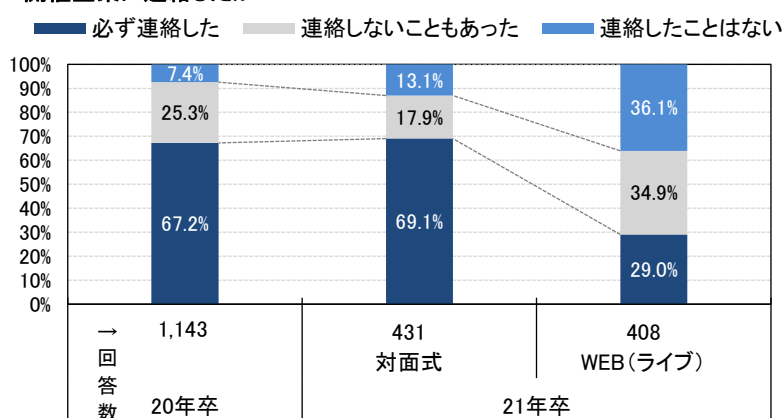


予約したが参加しなかったことがある割合は、対面式（33.5%）の方が、ライブ形式のWEBセミナー（25.5%）より高かった。対面式に参加しなかったことがある学生のうち「新型コロナウイルス感染症拡大を考慮して」参加をやめたことがある人は22.0%だった。また、参加するのをやめた際、連絡しなかった割合はライブ形式のWEBセミナーの方が対面式より高かった。

個別企業セミナーに参加しなかった  
(キャンセル・当日不参加等)ことがあるか

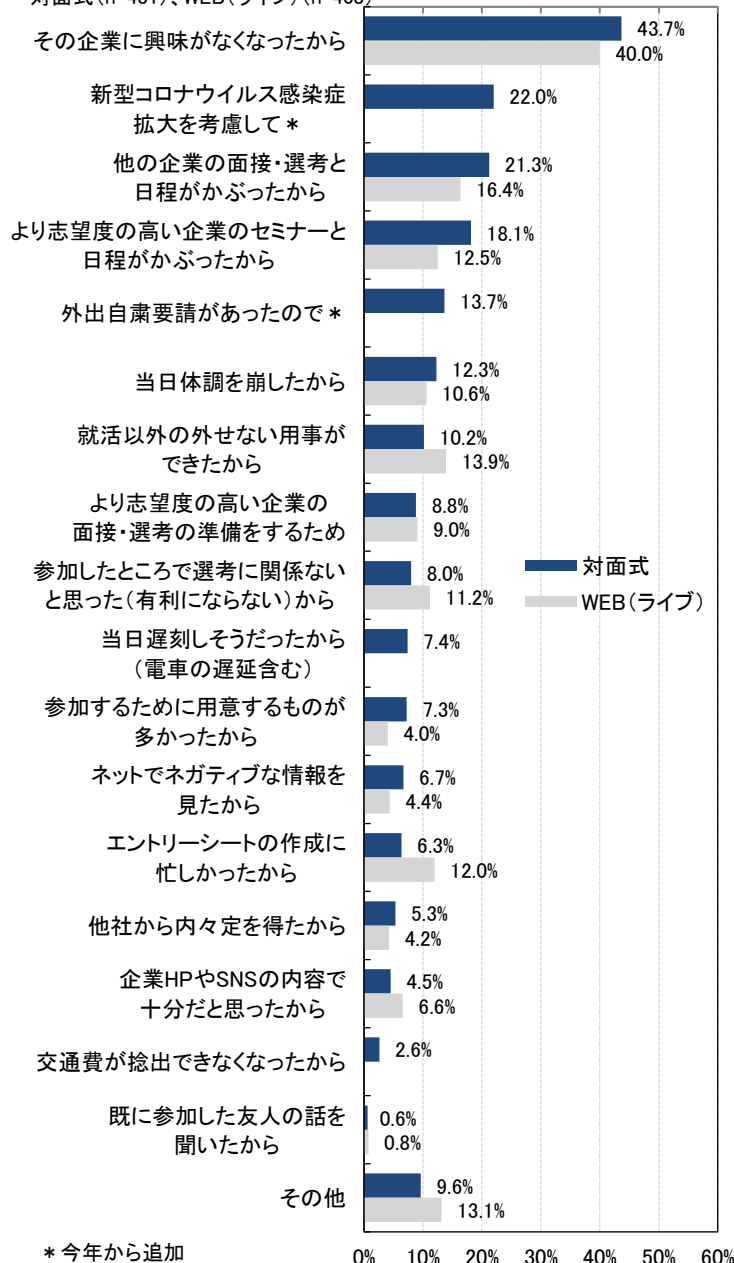


予約した個別企業セミナーに参加するのをやめた際、  
開催企業に連絡したか



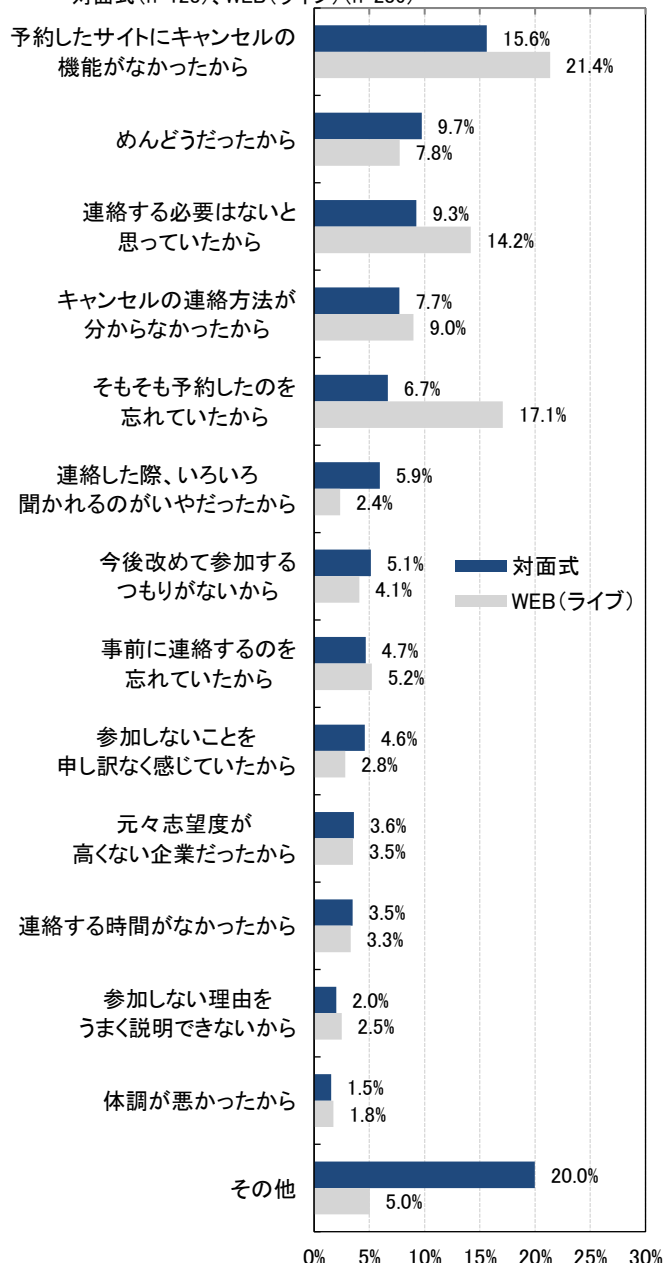
予約した個別企業セミナーの参加をやめた理由【複数回答】

対面式 (n=431)、WEB(ライブ) (n=408)



なぜ参加するのをやめることを連絡しなかったか

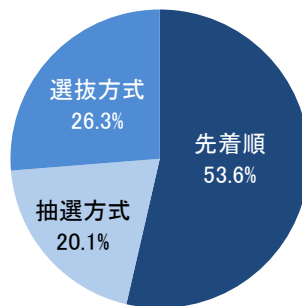
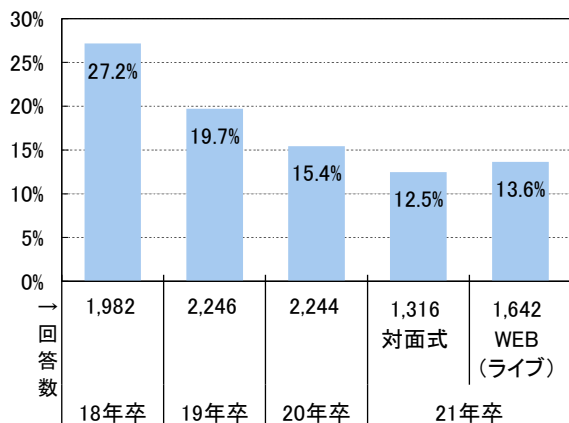
対面式 (n=128)、WEB(ライブ) (n=286)



\* 今年から追加

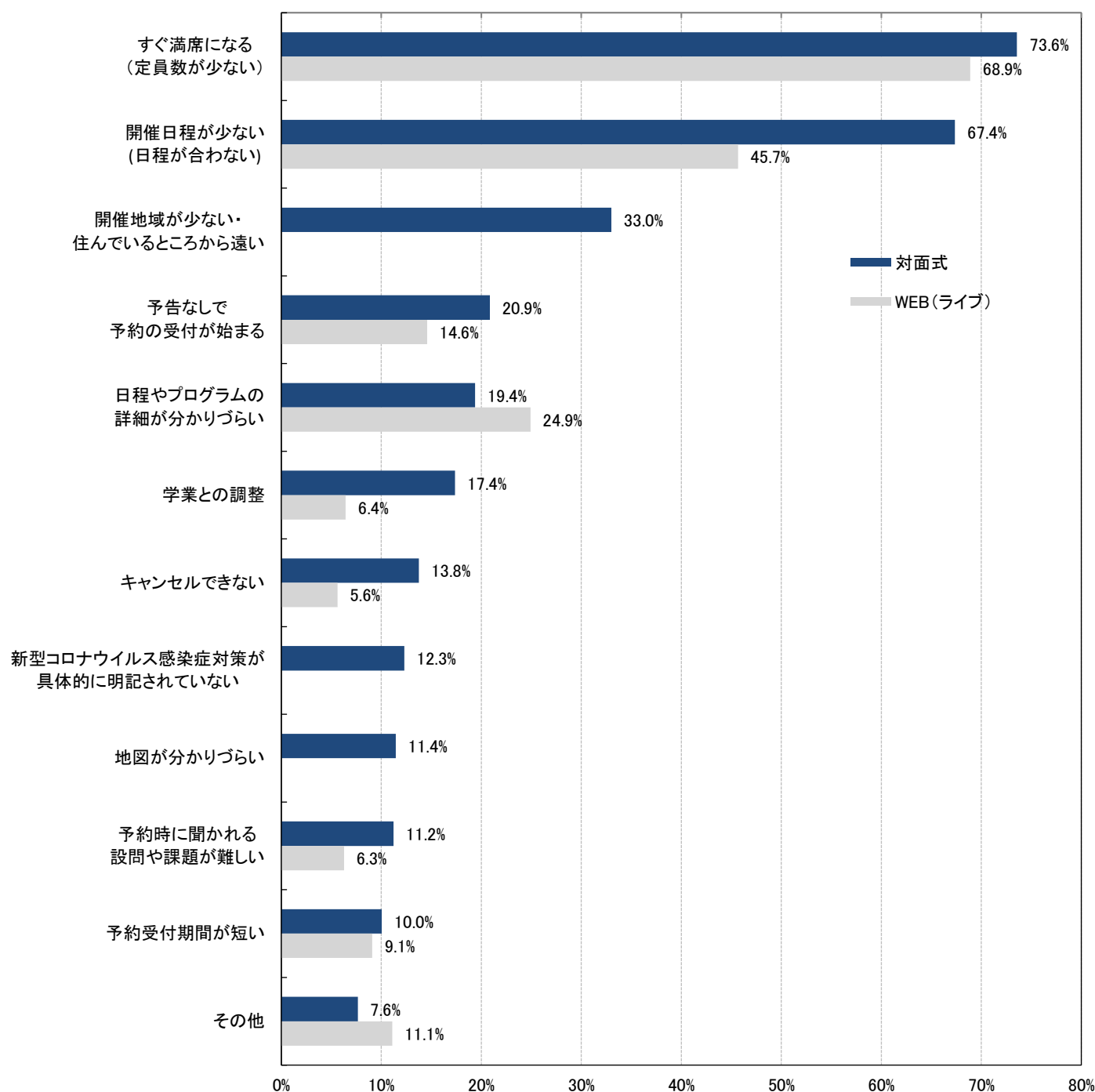
個別企業セミナーの予約で困った経験がある割合

良いと思う予約方法



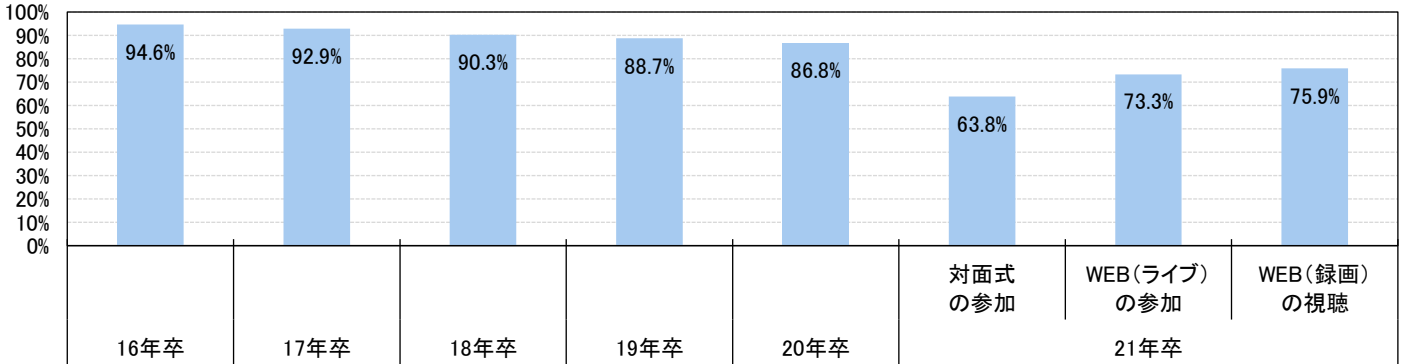
**先着順**...努力次第で予約が取れるが、常に情報を気にしていなければいけない。  
**抽選方式**...予約開始時間を気にしなくて良いが、抽選方法が曖昧である。  
**選抜方式**...参加するために書類等を提出して判断してもらう。ただし提出・作成の手間が増える。

個別企業セミナーの予約で困ったこと【複数回答】 対面式(n=156)、WEB(ライブ)(n=226)

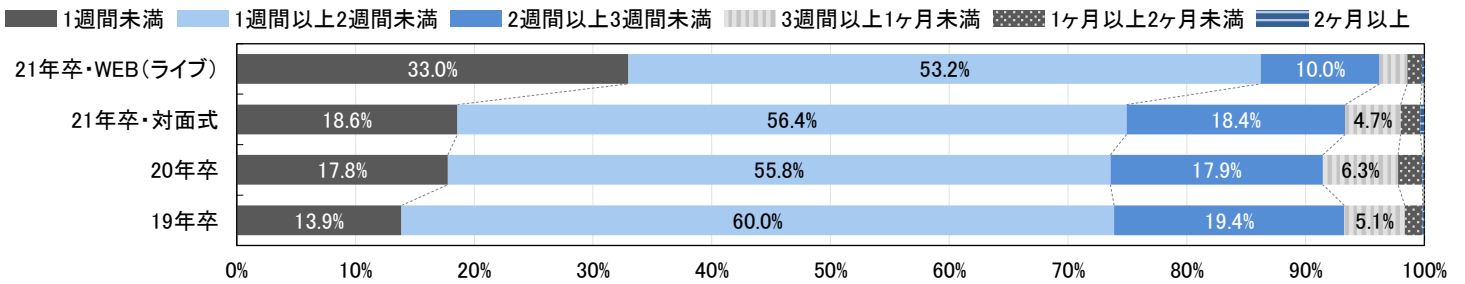


個別企業セミナーの参加経験がある学生は、対面式が63.8%、ライブ形式のWEBセミナーが73.3%だった。録画のWEBセミナーの視聴経験があるのは75.9%だった。最も参加・視聴しやすいセミナーの長さでは、WEBセミナーは1時間以内のものを好む割合が対面式より高く、同じWEBセミナーでも録画はライブ形式より短い時間のものを好む割合が高いようだ。録画のWEBセミナーを見る際、早送りすることがあるのは56.5%（いつも+することがある）だった。ライブ形式のWEBセミナーに参加して思ったことでは「交通費や移動手段の節約になるのは助かる（86.5%）」「ウイルス感染症のリスクがない（85.9%）」の割合が高く、「リラックスして参加できる（56.7%）」「服装に気を使わなくてもよい・スーツを着なくてよい（52.3%）」もそれぞれ5割を超えた。

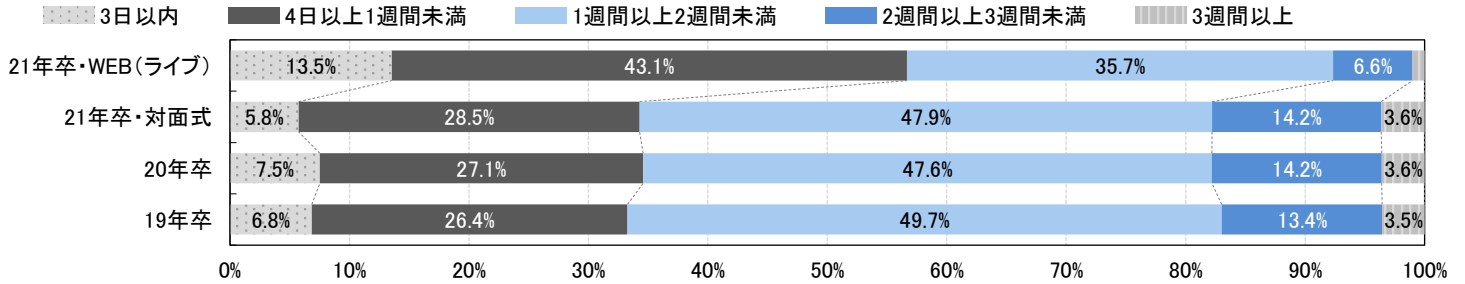
個別企業セミナーの参加・視聴経験がある割合



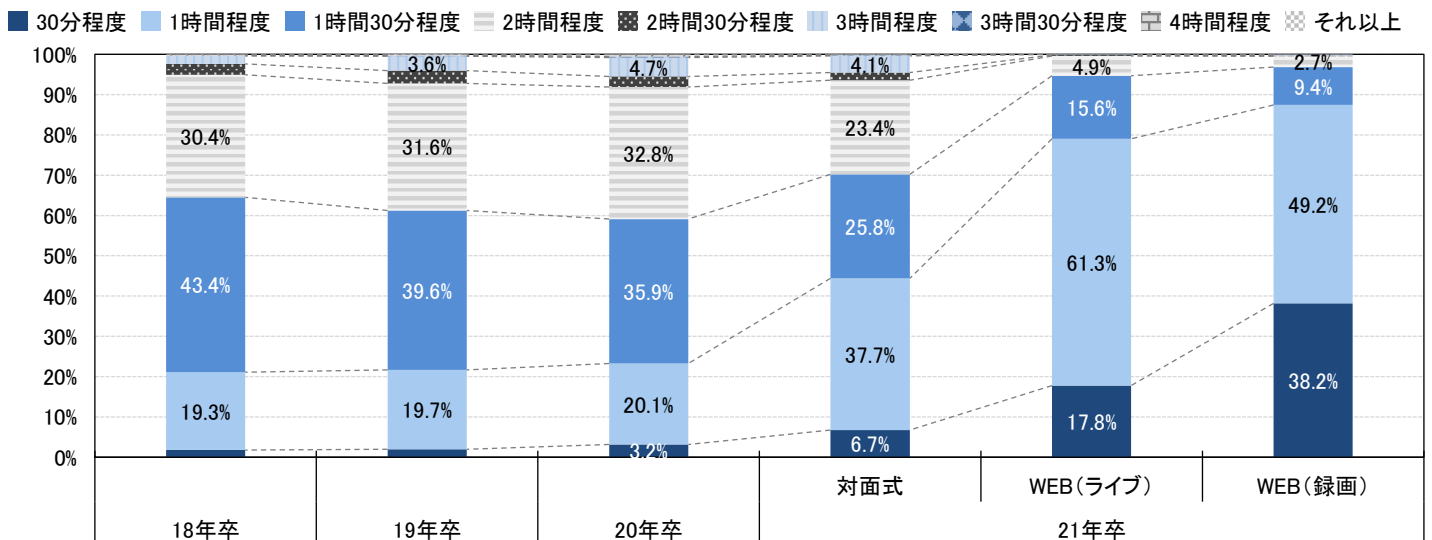
適当だと思うエントリーから個別企業セミナーに参加するまでの期間 対面式(n=1,389)、WEB(ライブ)(n=1,578)



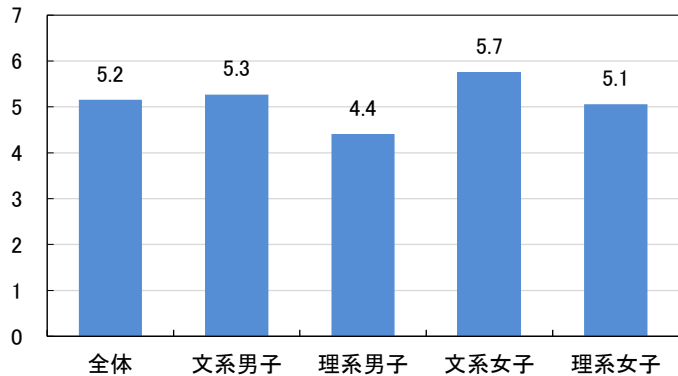
参加しやすい予約から開催日までの間隔 対面式(n=1,389)、WEB(ライブ)(n=1,578)



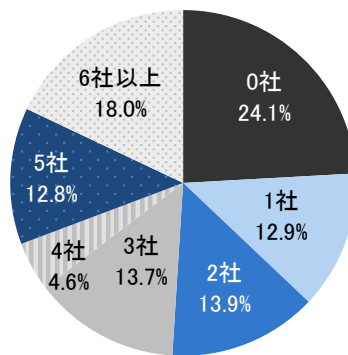
最も参加・視聴しやすいと思う個別企業セミナーの長さ 対面式(n=1,389)、WEB(ライブ)(n=1,578)、WEB(録画)(n=1,643)



録画のWEBセミナーを視聴したことがある学生の、  
視聴した社数(平均) n=1,643

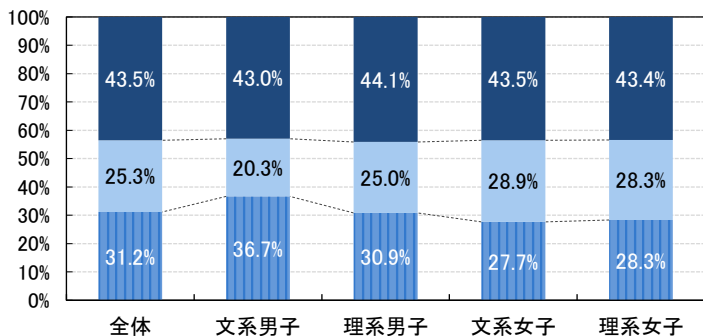


録画のWEBセミナー視聴社数別分布



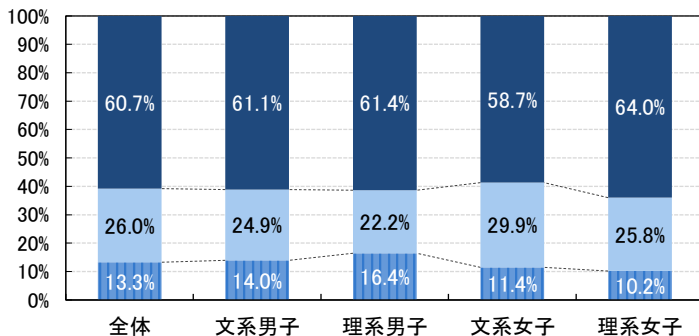
録画のWEBセミナーを視聴する際、早送りしながら見るか n=1,643

■ いつも早送りしながら見る  
■ 早送りすることもある  
■ 早送りはしない



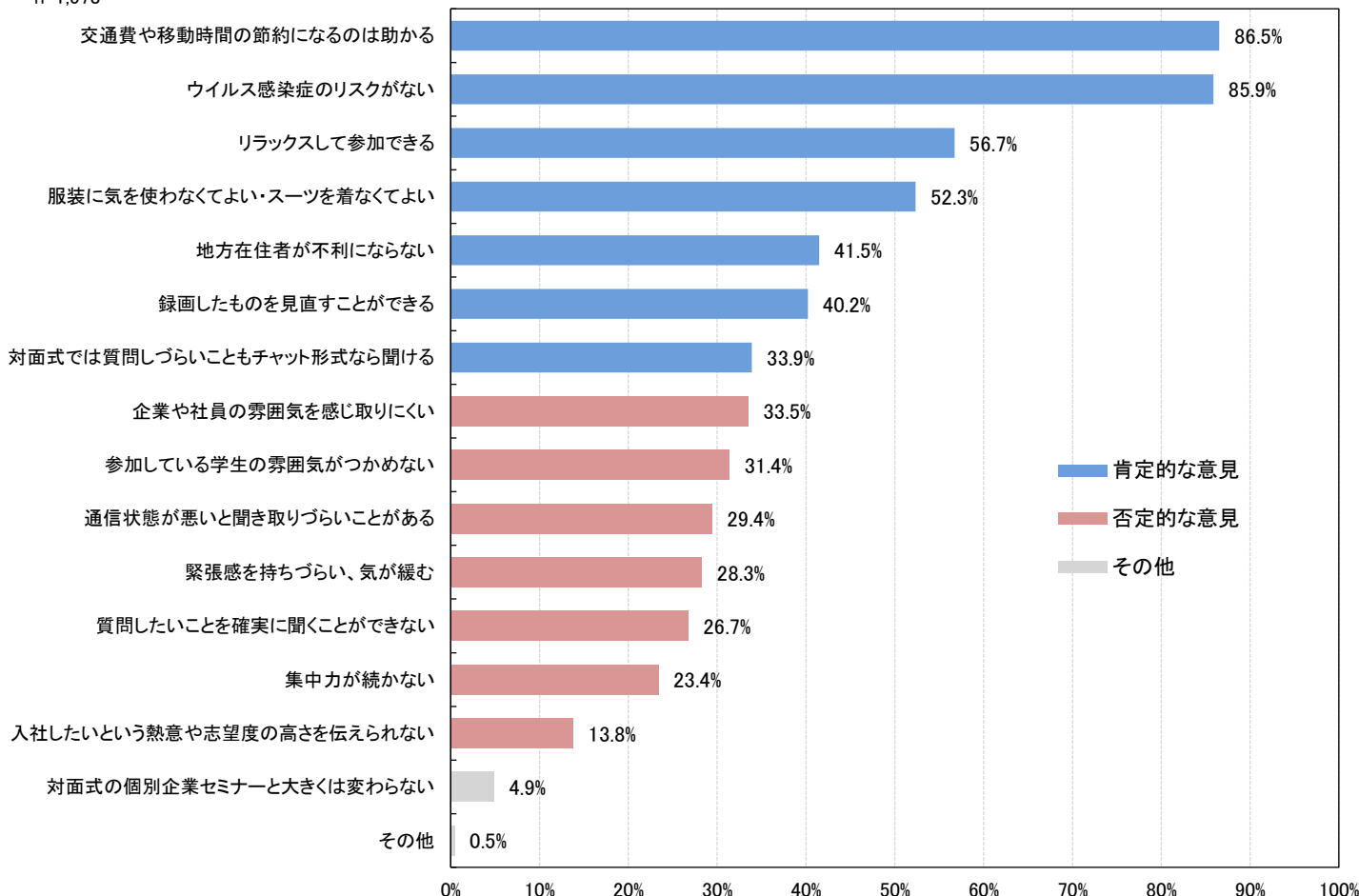
参加したライブ形式のWEBセミナーの録画を、  
終了後改めて見直したことはあるか n=1,578

■ 見直したことはない  
■ 見直したことがある  
■ 参加したWEBセミナーの録画はすべて見直した

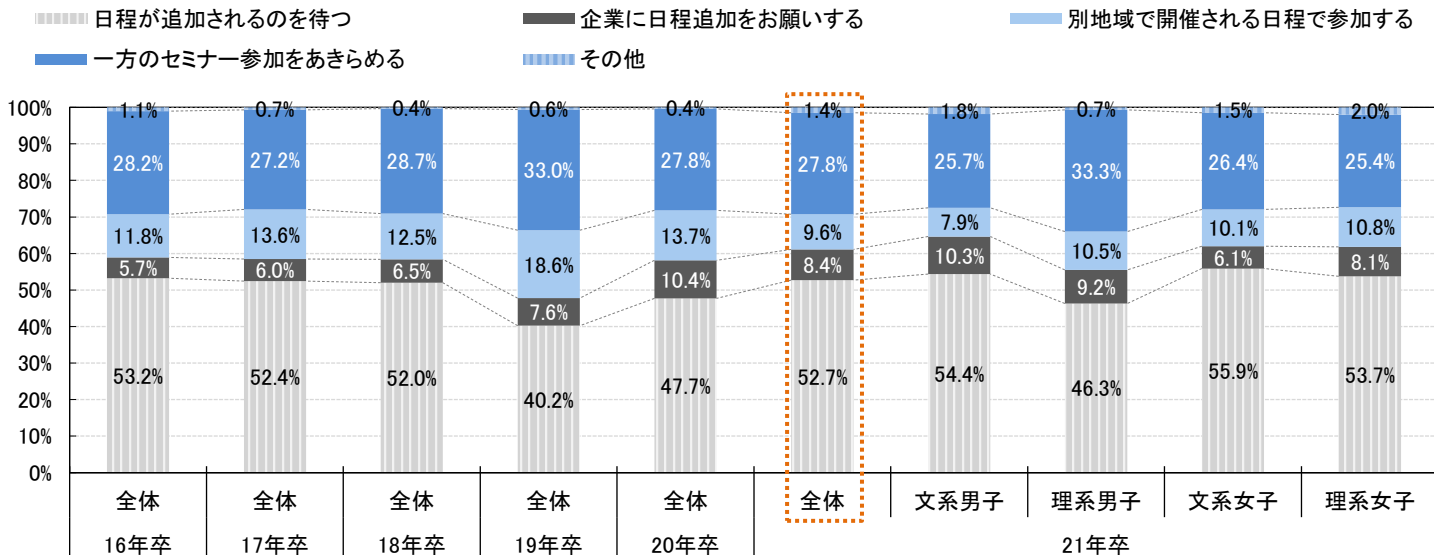


ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)に参加して思ったこと【複数回答】

n=1,578



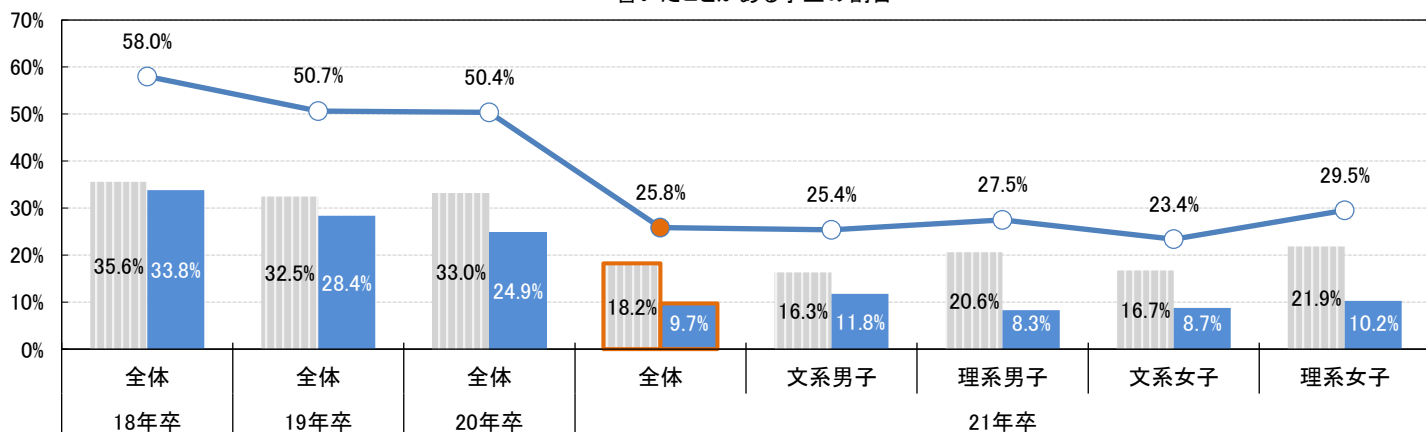
志望度の高い企業同士のセミナー日程が重なったらどうするか \* \*ライブ形式のWEBセミナーを含む n=1,812



個別企業セミナー\*に参加するためにエントリーシートを書いたことがあるか【複数回答】

\*ライブ形式のWEBセミナーを含む n=1,812

通過者だけが参加できるセミナーに参加するために書いたことがある  
 当日提出するために事前に書いたことがある  
 書いたことがある学生の割合

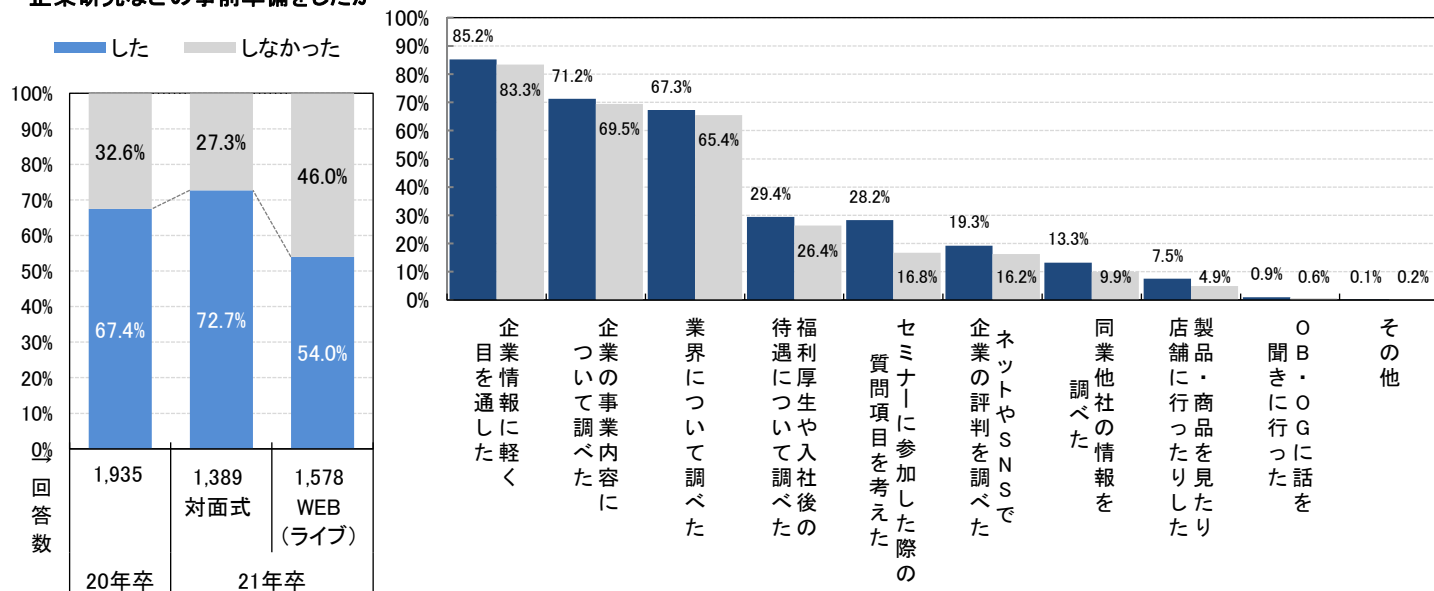


個別企業セミナーに参加する前に、企業研究などの事前準備をしたか

具体的に行った準備【複数回答】

対面式(n=1,015)、WEB(ライブ)(n=844)

21年卒・対面式 21年卒・WEB(ライブ)

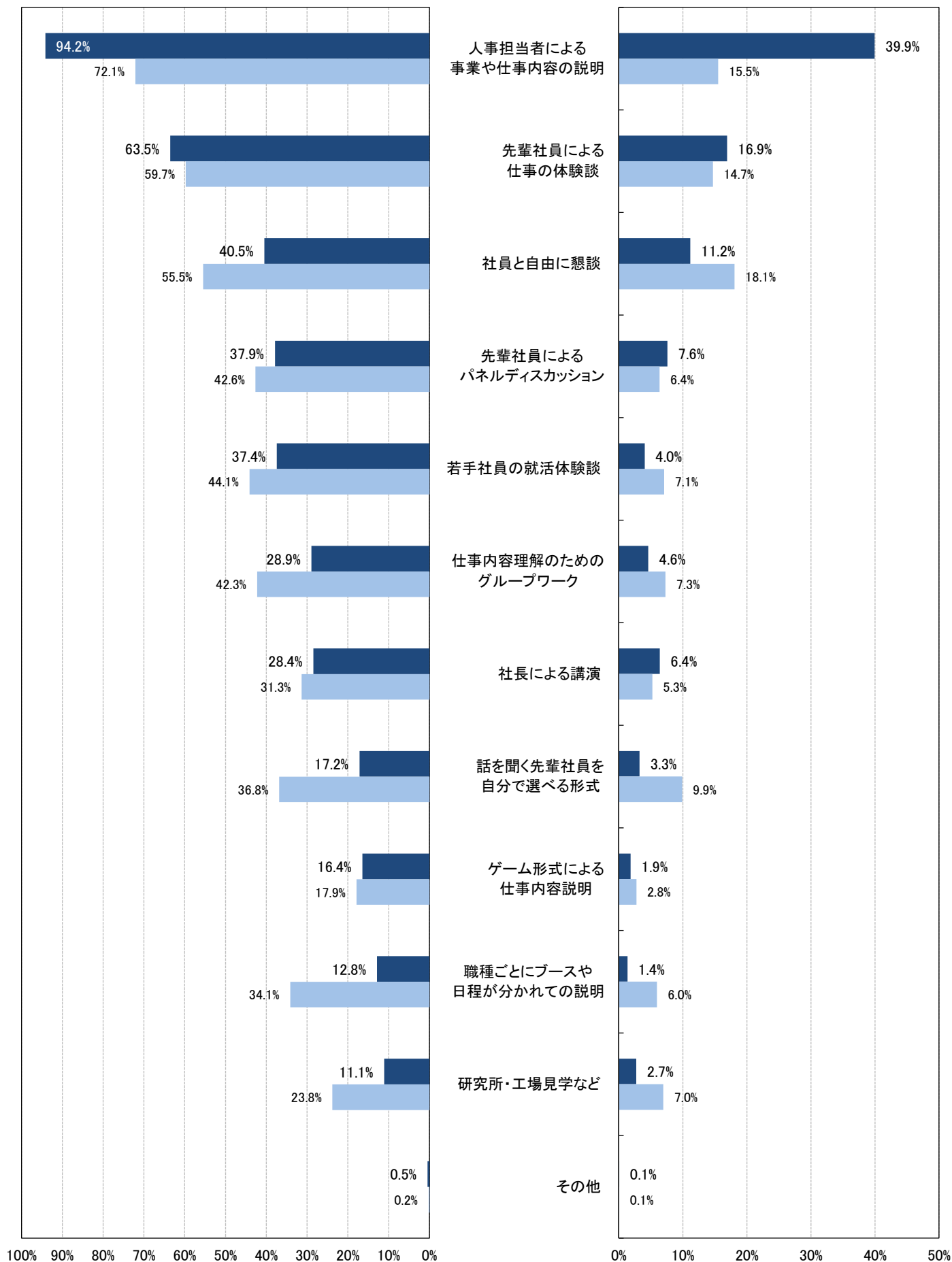




これまでに参加した対面式の個別企業セミナーの形式  
【複数回答】 n=1,389

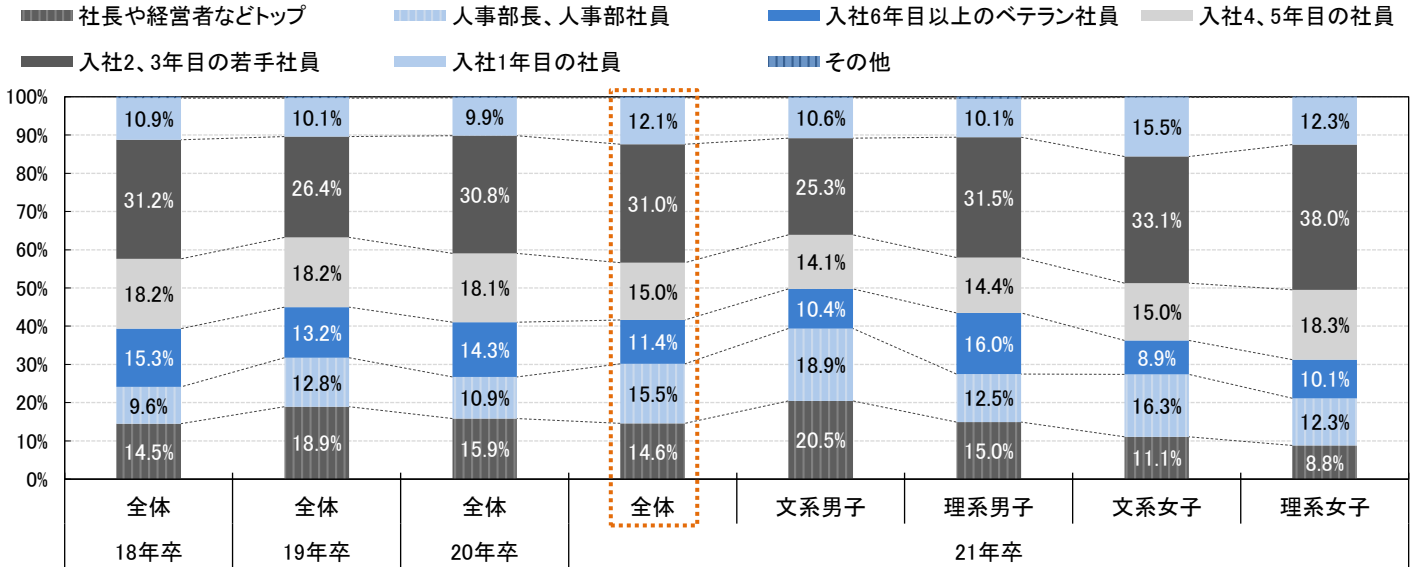
21年卒  
20年卒

これまでに参加した対面式の個別企業セミナーの中で、最も良いと思った形式

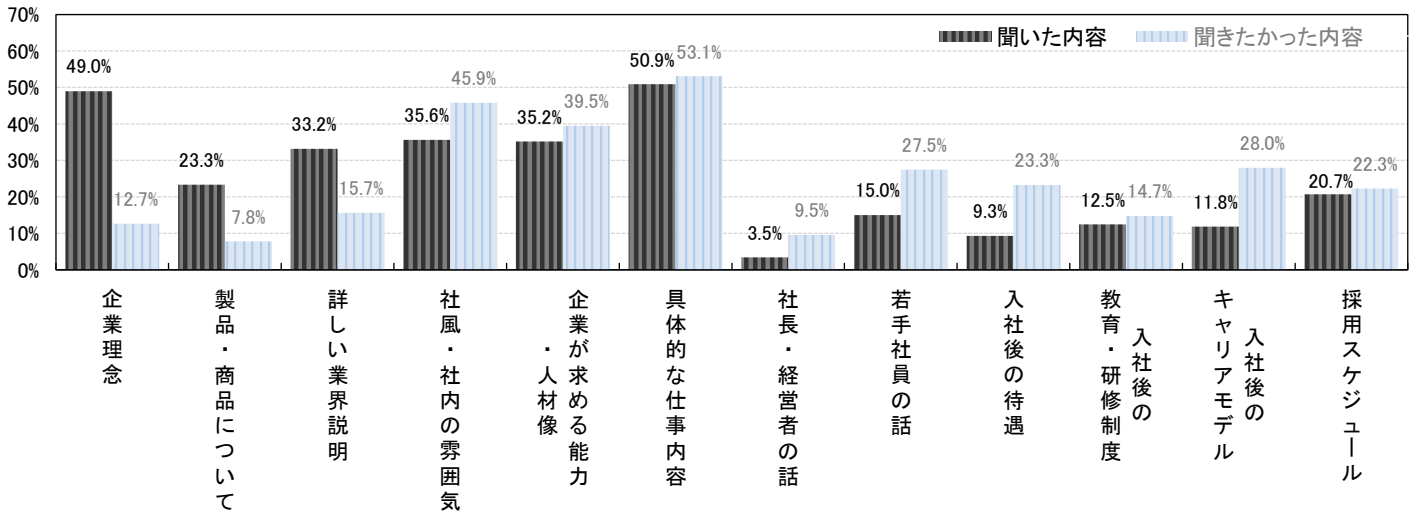


個別企業セミナーで最も話を聞きたい人は前年同様「入社2、3年目の若手社員（31.0%、前年比0.2pt増）」が最も高い割合だった。セミナーの内容について「聞きたかった」割合が「聞いた」割合を大きく上回っているのは、「聞きたかった」割合が高い順に「社風・社内の雰囲気」「入社後のキャリアモデル」「若手社員の話」「入社後の待遇」だった。「参加した個別企業セミナーでは知りたかった内容が理解できたか」を聞いたところ、「理解できた」割合（よく+だいたい）は対面式の方がWEBセミナー（ライブ形式、録画）よりやや高かった。

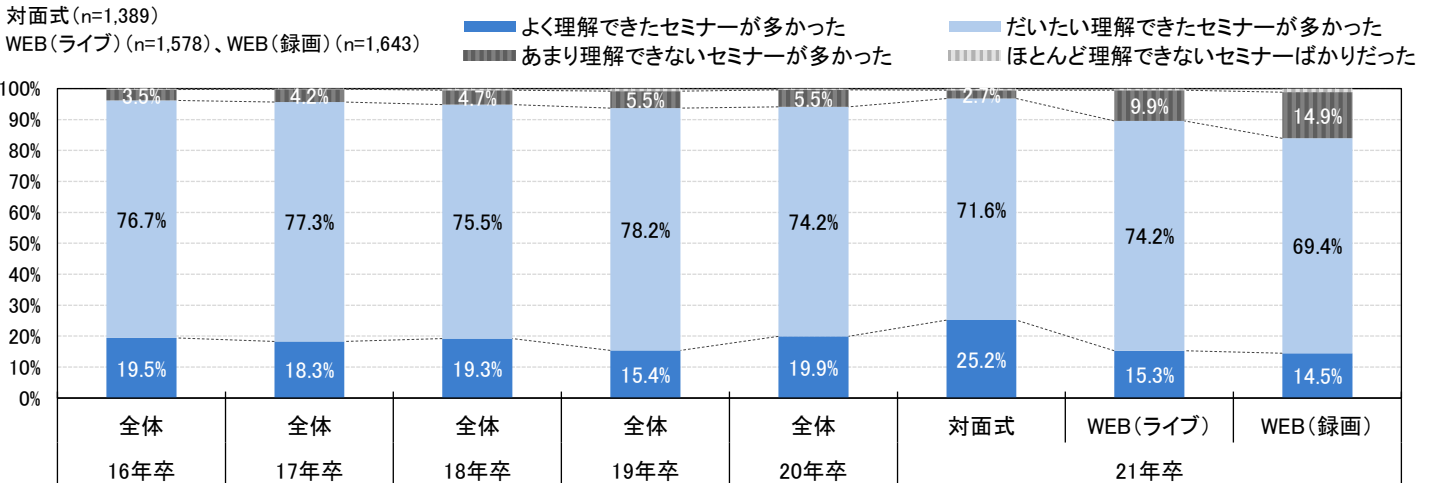
個別セミナー\*で最も話を聞きたい人は誰か \*WEBセミナー含む



個別企業セミナー\*で実際に聞いた内容/聞きたかった内容【各3つ選択】 \*WEBセミナー含む n=1,951



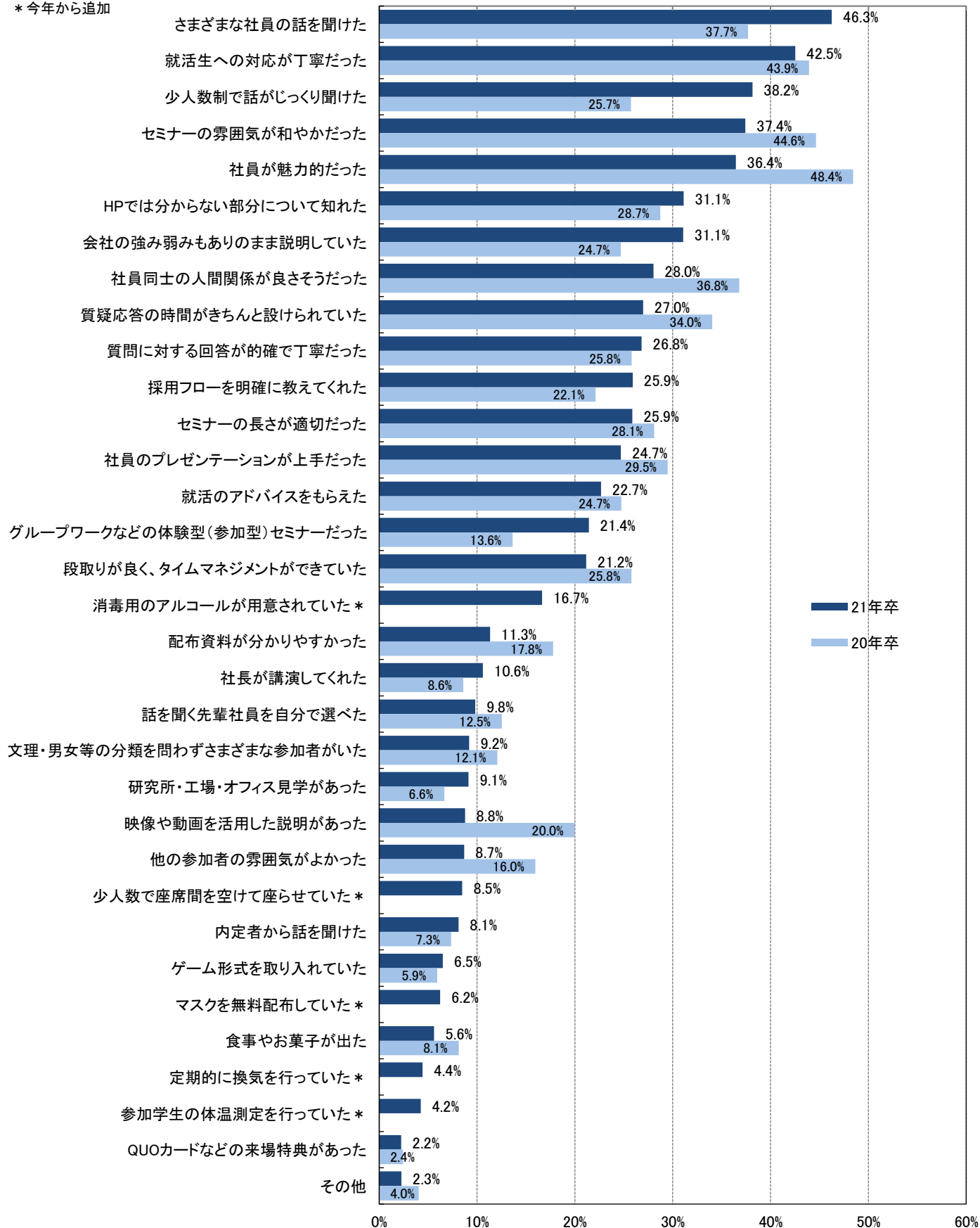
参加した個別企業セミナーでは、知りたかった内容が理解できたか



参加して印象の良かった対面式の個別企業セミナーの理由として、最も多く選択されたのは「さまざまな社員の話を聞いた（46.3%）」で、次が「就活生への対応が丁寧だった（42.5%）」となった。また、新型コロナウイルス感染症流行の影響でセミナーの参加人数を絞ったことで「少人数制で話がじっくり聞いた（38.2%）」も高い割合となった。印象の悪かった個別企業セミナーの理由で最も多く選択されたのは「HPを見ればわかるような内容だった（31.1%）」で、次が「社員のプレゼンテーションが下手だった（27.7%）」だった。「感染症対策が不十分だった」は16.0%だった。

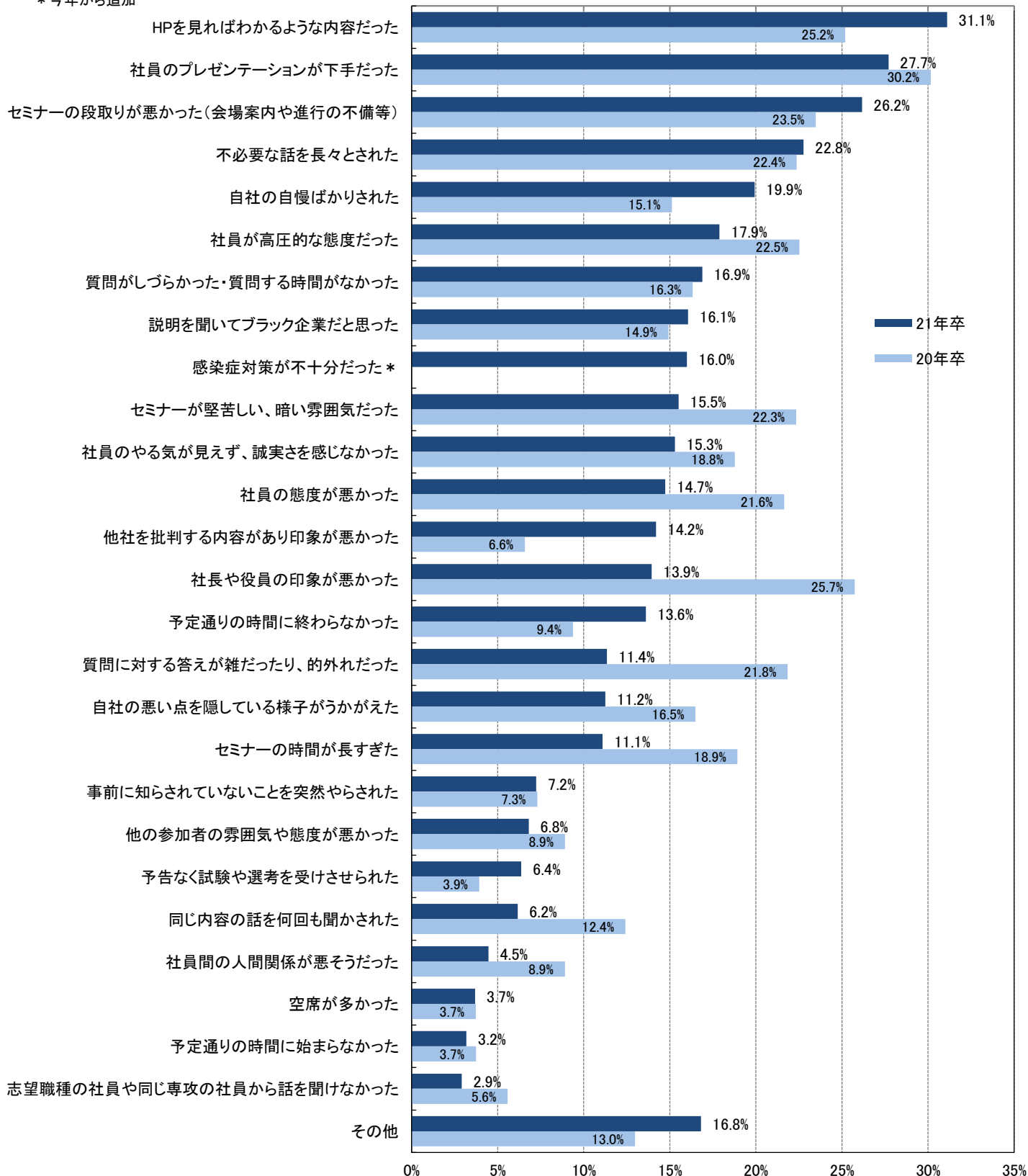
### 印象の良かった対面式の個別企業セミナーの理由【複数回答】 n=540

\* 今年から追加



印象が悪かった対面式の個別企業セミナーの理由【複数回答】 n=113

\* 今年から追加

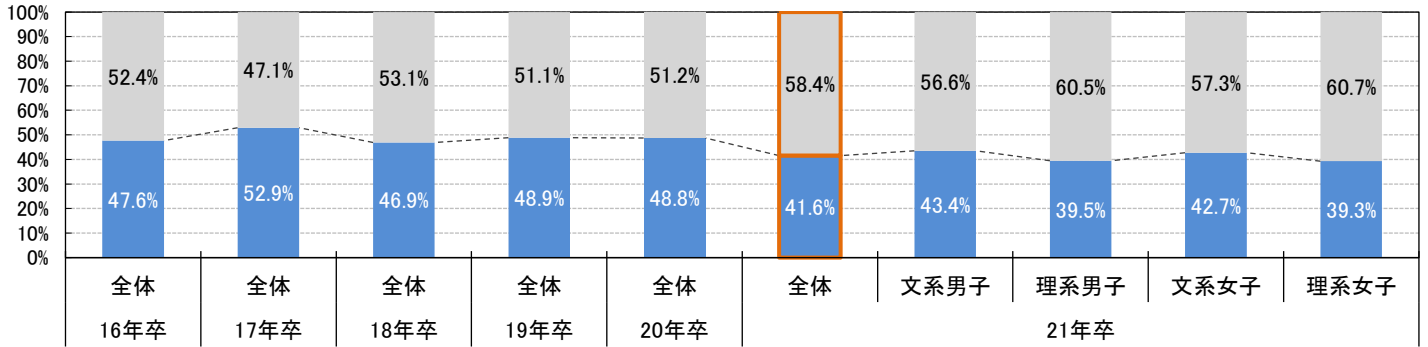


【その他】の自由記述欄に挙げられていた特徴的な理由 ※学生の記述をそのまま掲載

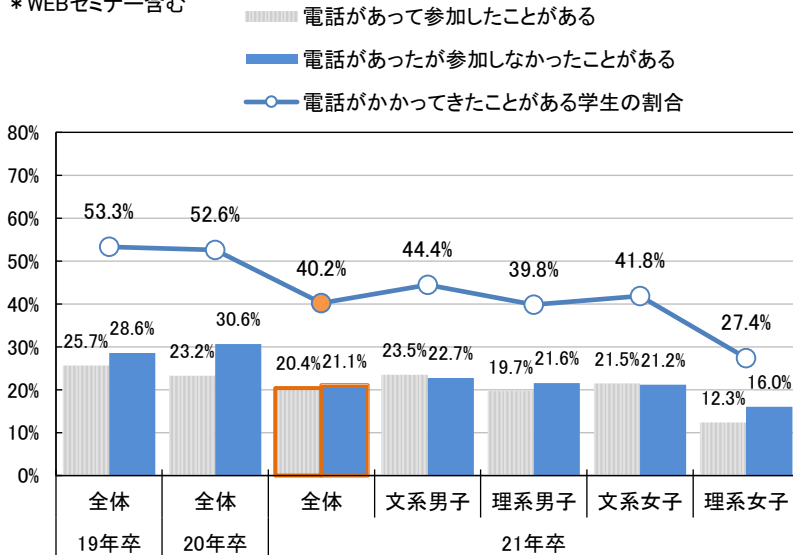
コロナ情勢の中、対面式の会社説明会を大人数密室で席の間隔も空けずに長時間拘束はあり得ないと思った。  
 飛沫が飛散することを防ぐためのマスクなのに、発言時はマスクを外させていただきますと言われ、それではマスクの意味がなく、感染リスクにさらされていると強い危機感を感じた。  
 司会の方が、社員に質問する感じだったが、良いことしか言わなかったり、言葉を濁したりして、何の為の質問が分からなかった。  
 社内見学をした際、たまたま見かけた電話応対をしている社員の態度が悪く、驚いた。  
 3時間窓を開けばなしでとても寒かった。他の企業では空調を気遣うところが多かった。

エントリーした企業から電話がかかってきて、個別企業セミナーや個別面談に参加したことがあるか聞いたところ「電話があつて参加したことがある」割合は20.4%だった（前年比2.8pt減）。電話がかかってきたことがある割合は40.2%（前年比12.4pt減）で前年より大きく減った。「自分以外のセミナー参加者の印象によって、その企業に対するイメージはどのように変わることが多かったか」を聞いたところ、「イメージが良くなることが多かった」は23.7%、「イメージが悪くなることが多かった」は11.6%だった。

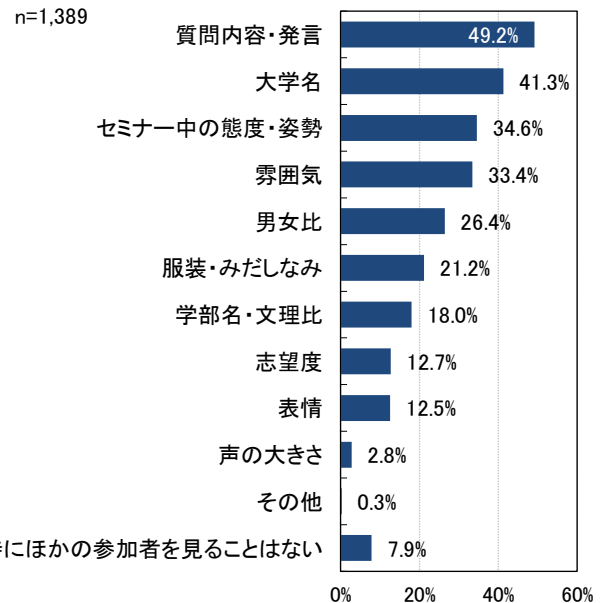
同一企業の個別企業セミナー\*が複数回ある場合、セミナーへの参加回数は選考に影響すると思うか 思う 思わない  
\*WEBセミナー含む



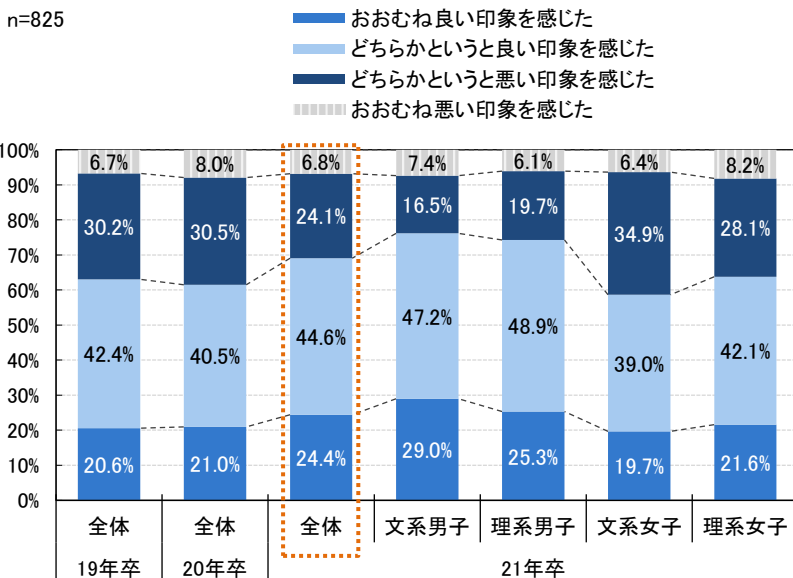
エントリーした企業から電話がかかってきて、個別企業セミナー\*や個別面談に参加したことがあるか【複数回答】  
\*WEBセミナー含む



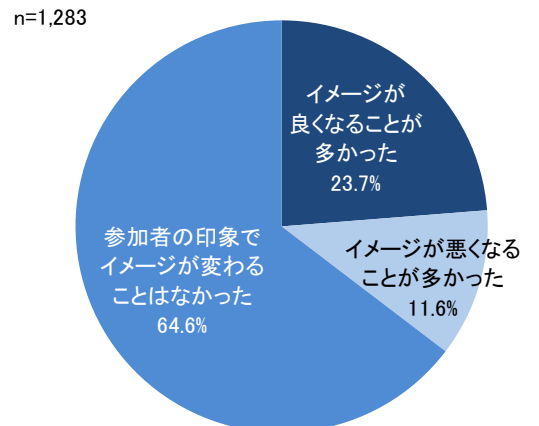
対面式の個別企業セミナーにおいて他の参加者について見ているポイント【複数回答・3つ以内】



エントリーした企業から電話がかかってきたことについて、どのように感じたか



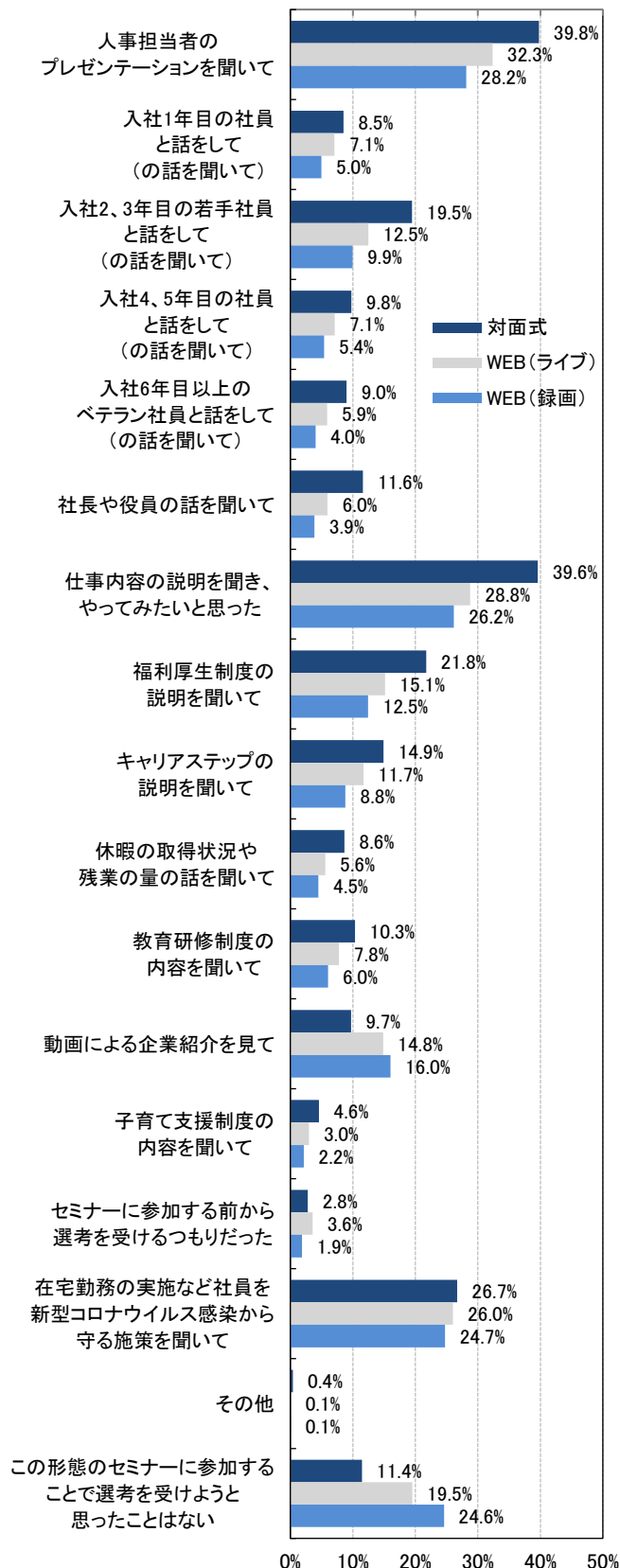
対面式の個別企業セミナーの自分以外の参加者の印象によって、その企業に対するイメージはどのように変わることが多かったか



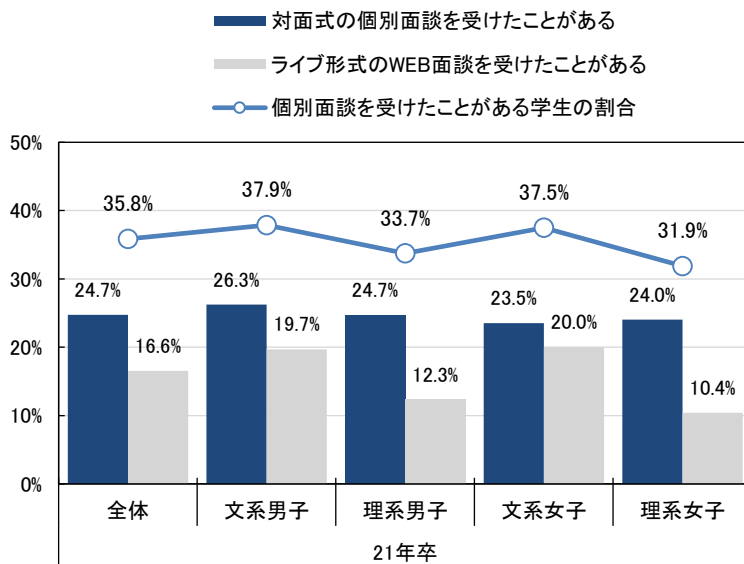
個別企業セミナーに参加したことで、その企業の選考を受けようと思ったことがある学生に、選考を受けようと思ったポイントを、対面式、ライブ形式のWEBセミナー、録画のWEBセミナーについてそれぞれ聞いた。3種類のセミナーのいずれでも高い割合だったのは「人事担当者のプレゼンテーションを聞いて」と「仕事内容の説明を聞き、やってみたいと思った」だった。また「在宅勤務の実施など社員を新型コロナウイルス感染から守る施策を聞いて」も高い割合だった。選考を受ける前の段階で「個別面談」を受けたことがある割合は、対面式の個別面談が24.7%、ライブ形式のWEB面談が16.6%だった。

個別企業セミナーに参加したことで、その企業の選考を受けようと思ったポイント【複数回答】

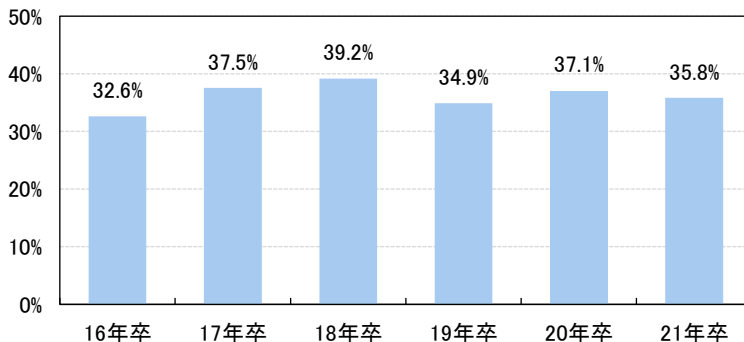
対面式(n=1,389)、WEB(ライブ)(n=1,578)、WEB(録画)(n=1,643)



選考を受ける前の段階で「個別面談(リクレーターや人事による面談)」を受けたことがあるか【複数回答】



個別面談を受けたことがある学生の割合



「個別面談」という言葉についてのイメージ

