

「量より質」の新卒就活エージェント

career ticket

約5割の学生が「You tube」で採用動画を視聴、
就活時の採用動画視聴で7割が志望度アップ

オンライン主流の就職活動、採用動画が志望度に影響を与える

レバレッジズ株式会社が運営する新卒向け就職エージェント「career ticket（キャリアチケット）」は、動画マーケティングのコンサルティングを行う株式会社プルークス（本社：東京都中央区、代表取締役社長：松浦寛之、以下プルークス）と合同で、就職活動生を対象に「就職活動におけるスマートフォンの活用と採用動画視聴に関するアンケート調査」を実施いたしました。※昨年の調査は[こちら](#)から御覧ください。

レバレッジズ・プルークス合同調査

就職活動における スマートフォンの活用と採用動画視聴 に関するアンケート調査

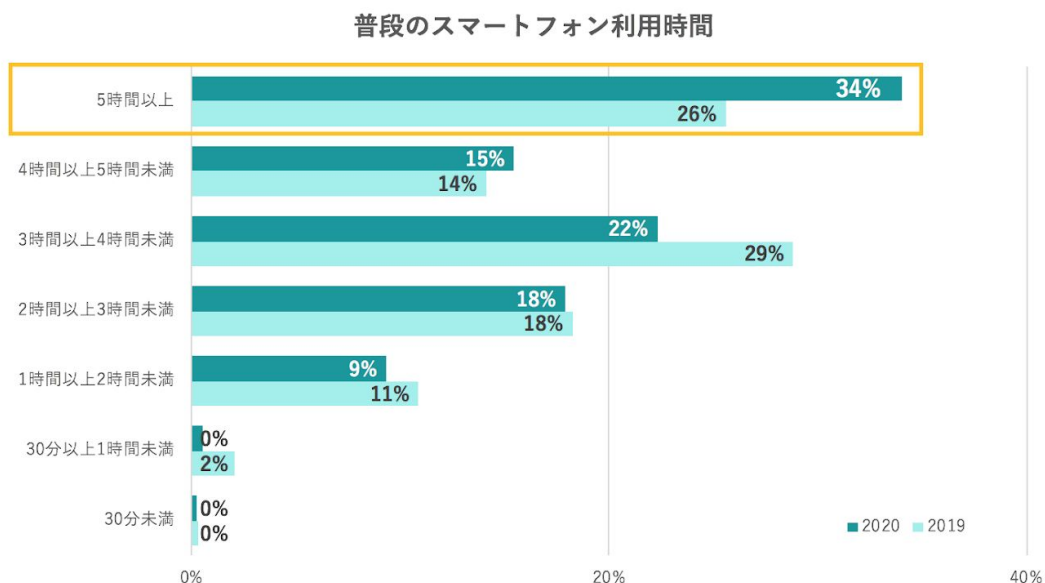
オンライン主流の就職活動、採用動画が志望度に影響を与える

<目次>

1. 普段のスマートフォン利用時間、「5時間以上」が最多
2. 就活時のスマートフォン利用時間「2時間以上3時間未満」は、去年よりも8ポイント増加
3. 就活時によく使用するSNS第1位は「Twitter」
4. 約5割の学生が「You Tube」で採用動画を視聴

5.採用動画視聴により8割の就活生が志望度上昇、「採用動画があったほうがいい」と回答する学生は9割を超える

1.普段のスマートフォン利用時間、「5時間以上」が最多



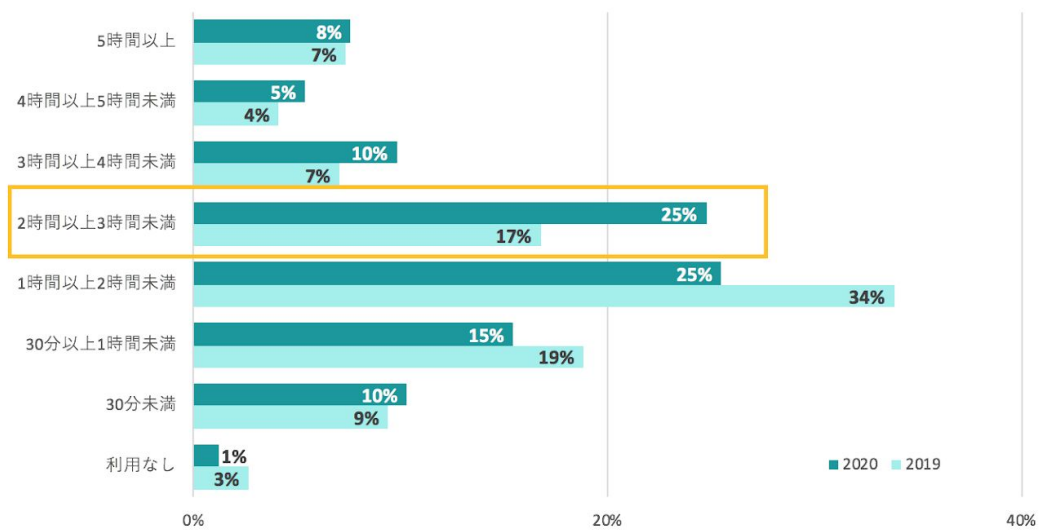
レバレッジズ、ブルークス調べ (2020)

普段のスマートフォン利用時間について、昨年の調査では「3時間以上4時間未満」が最多となりましたが、今年は「5時間以上」が最も多く、3割を超えました。

若者のスマートフォン依存度が増していることも考えられますが、新型コロナウイルスの影響もあり、家にいる時間が長くなり、スマートフォンを活用している時間が増えていることが伺えます。

2.就活時のスマートフォン利用時間「2時間以上3時間未満」は、去年よりも8ポイント増加

就職活動でのスマートフォン利用時間

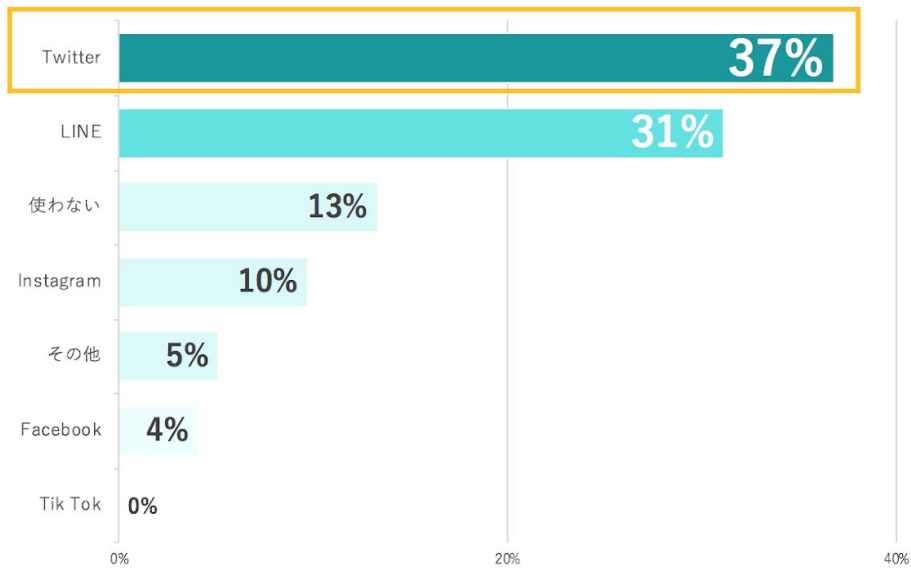


レバレッジズ,ブルークス調べ (2020)

就活時のスマートフォンの利用時間について、「2時間以上3時間未満」と回答した就活生は、昨年よりも8ポイント増えました。普段のスマートフォン利用時間は、昨年よりも増えましたが、就活でのスマートフォン活用時間は微増です。就活ではスマートフォンよりも、パソコンが主流になっていることも考えられます。

3.就活時によく使用するSNS第1位は「Twitter」

就活時によく利用するSNS

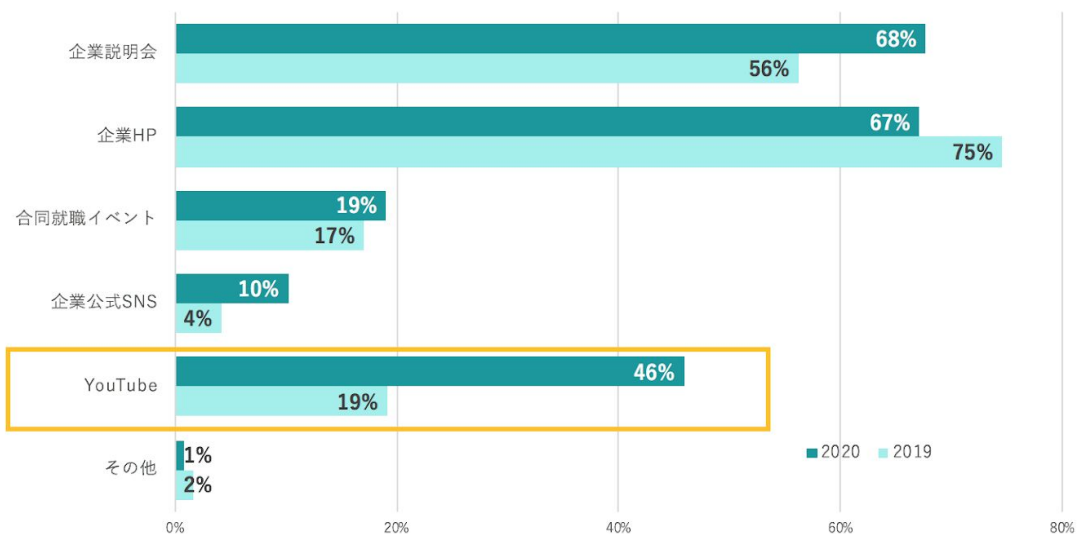


レバレッジズ,ブルークス調べ (2020)

就活時によく利用するSNSは「Twitter」が1位となりました。昨今の就職活動では、Twitterを活用して企業や就職活動に関する情報を収集している学生も多く、学生の中では「就活アカウント」を持つことが当たり前になってきています。

4.約5割の学生が「You Tube」で採用動画を視聴

採用動画をどこで視聴したか

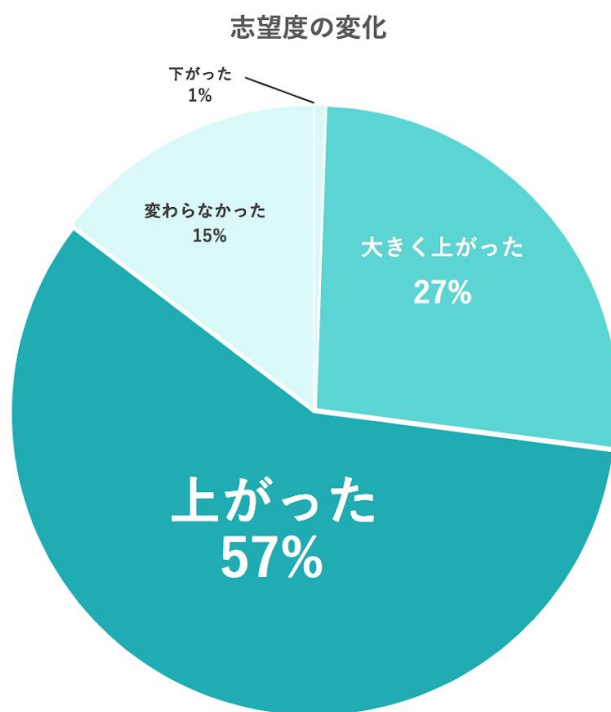


レバレッジズ,ブルークス調べ (2020)

採用動画を「見たことがある」と答えた学生のうち、半数以上が「会社説明会」や「会社ホームページ」と

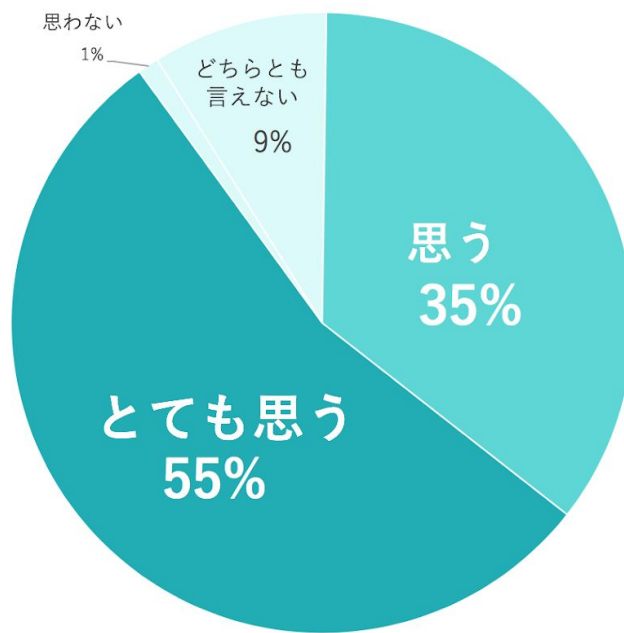
答えました。また、「You Tube」での視聴が昨年よりも27ポイント増、約5割となりました。これは、新型コロナウイルスの影響により、You Tubeを使用してライブ配信等で企業説明会を実施している、企業が多くなっていることが、考えられます。

5.採用動画視聴により8割の就活生が志望度上昇、採用動画は「あったほうがいい」と回答する学生は9割を超える



レバレッジズ,ブルークス調べ (2020)

採用動画はあった方がいいか



レバレッジズ,ブルークス調べ (2020)

約8割以上の就活生が、採用動画視聴で「志望度が上がった」と回答。「採用動画があったほうが良い」と、回答した就活生は9割近くにのぼりました。動画視聴により志望度が「変わらなかった・下がった」と感じる就活生も「採用動画はあったほうが良い」と思っているケースも多いことが分かります。

新型コロナウイルスの影響で、就職活動がオンライン化していますが、採用動画はより一層、企業の様子をリアルに伝えられる効果があるため、企業選びの判断軸にしやすいことが理由の1つとして考えられます。

<調査概要>

調査対象：就職活動中・就職活動の経験がある2021卒・2022卒の大学生

調査時期：2020年6月12日～6月19日

調査方法：インターネット調査

回答者数：408人（男性157人、女性249人、その他1人）

調査機関：レバレッジズ株式会社 キャリアチケットリサーチ

株式会社ブルークス プルークスリサーチ

※この調査は独自で行った調査であり、他の調査結果とは異なる場合がございます。

株式会社ブルークス

ブルークスは、WebCM・PR動画・商品説明動画・採用動画・IR動画など様々な動画マーケティングを行う企業です。従来の広告代理店や制作会社と比較すると、オンライン動画広告に強みを持ち、クライアントの

課題解決を目的として上流工程（設計・動画企画）から下流（動画制作・広告配信）までを1社で完結する点が大きな特徴といえます。これまで500社3,000本以上の動画制作実績を重ねており、2018年には株式会社ジュピターテレコム（J:COM）のグループ会社となりました。オンライン動画だけでなく、テレビとデジタルメディアとを組み合わせた新商品の開発や、動画配信先の拡充を行っています。

career ticket

2017年より開始した新卒向けキャリア支援サービス。サービス開始から二年間で就活中の学生5人に1人が登録する急拡大中のサービスです。フリーター・既卒の就活サポートのノウハウを活かし、学生にあった企業紹介からカウンセリングでの就活相談、ES添削、面接対策などのサポートを個別で徹底的にサポートします。就活対策セミナーや企業を集めた集団面接会も随時開催予定。これからの新卒就活へ新しい形を提案します。

▽「ハタラクティブ」フリーター・既卒・第二新卒などの就職支援サービス（<https://hataractive.jp/>）

▽「FASSIONE」アパレルの転職支援サービス（<https://fassione.com/>）

Leverages Group

社会の課題を解決し関係者全員の幸福を追求し続けることをミッションに、インターネットメディア・人材・システムエンジニアリング・M&A・不動産の領域で国や業界をまたいだ問題解決を行っています。2005年に創業以来、黒字経営を継続し14年期目の2018年度は年商342億を突破しました。各分野のスペシャリストが集うオールインハウスの組織構成と、業界を絞らないポートフォリオ経営で、時代を代表するグローバル企業を目指します。

本社所在地：〒150-6190 東京都渋谷区渋谷2丁目24番12号渋谷スクランブルスクエア24/25階

代表取締役：岩槻知秀

資本金：5,000万円

設立：2005年4月

事業内容：自社メディア事業、人材関連事業、システムエンジニアリング事業
M&Aコンサルティング事業、ASP/SaaS/クラウド関連事業

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ
レバレッジズ株式会社 広報部
TEL：03-5774-1632 MAIL：pr@leverages.jp