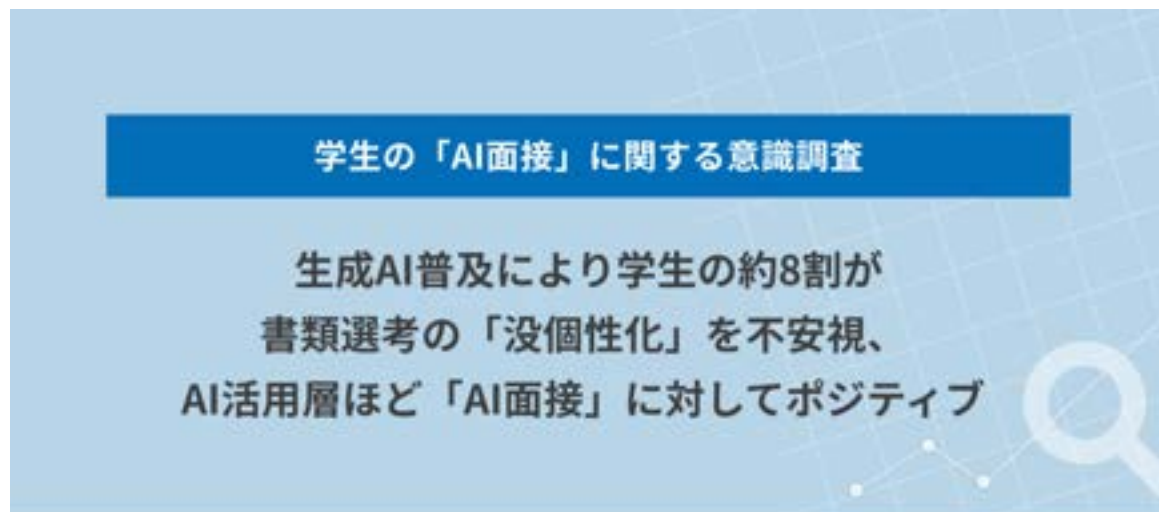




生成AI普及により学生の約8割が書類選考の「没個性化」を不安視、 AI活用層ほど「AI面接」に対してポジティブ

学生の「AI面接」に関する意識調査



レバレッジズ株式会社が運営するAI人事プラットフォーム「NALYSYS（<https://nalysys.jp/service/>）」は、27卒・28卒・29卒の学生328名を対象に、「『AI面接』に関する意識調査」を実施しました。

<調査サマリー>

1. 生成AI普及により、学生の約8割が書類選考に不安。AI活用層ほど「没個性化」「学歴フィルター」への危機感を感じる傾向

2. 人による面接での不安は「面接官ガチャ」が上位に。学生が面接に求めるのは、「客観的で公平な評価」
3. 約3人に1人の学生は「AI面接」に対してポジティブな印象。一方で「熱意が伝わるか」どうかの不安も
4. 半数以上の学生がAI面接の「対策」に不安。評価基準の不透明さや経験不足が心理的ハードルに

1.生成AI普及により、学生の約8割が書類選考に不安。AI活用層ほど「没個性化」「学歴フィルター」への危機感を感じる傾向

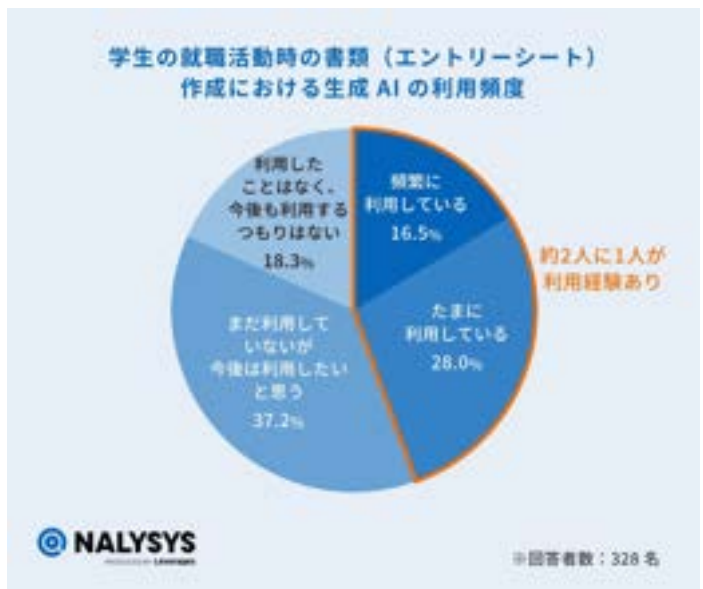
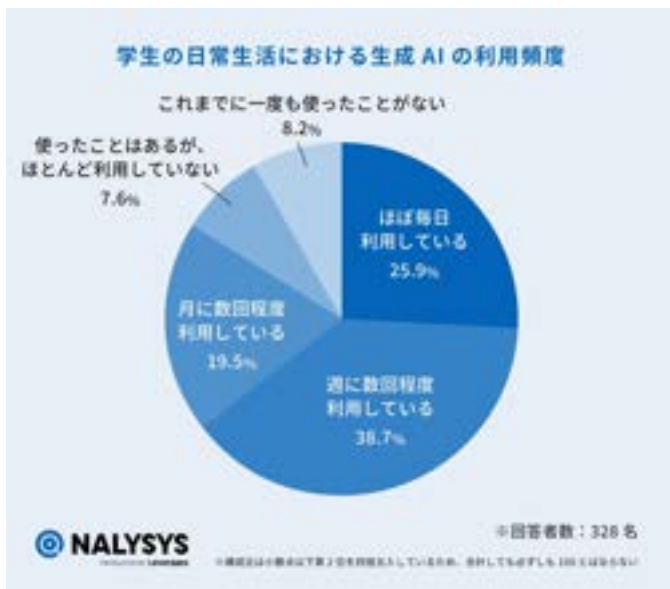
現在27卒・28卒・29卒の学生に対して、普段の生活や大学の課題、就職活動などで「生成AI」をどの程度利用しているか聞いたところ、約4人に1人が「ほぼ毎日活用している(25.9%)」と回答しました。「週に数回程度活用している(38.7%)」と回答した学生を合わせると、6割以上の学生が日常的に生成AIを使いこなす「AI活用層*1」として定着しているといえます。

特に就職活動の書類作成における「生成AI」の利用経験者*2は44.5%と、すでに約2人に1人の学生が活用していることがわかりました。今後の利用意向がある「活用予備軍」を含めると8割以上*3にのぼり、学生にとって、AIは「就活における必須ツール」となっていることが見受けられます。

*1 本調査では、普段の生活における生成AIの利用頻度が「ほぼ毎日活用している」「週に数回程度利用している」と回答した学生を「AI活用層」と定義します

*2 「頻繁に利用している」「たまに利用している」を合わせた回答

*3 「頻繁に利用している」「たまに利用している」「まだ利用していないが、今後は利用したいと思う」を合わせた回答



こうした状況を受け、「エントリーシート(ES)作成のAI活用が一般化する中、現在の書類選考に対して不安を感じるか」聞いたところ、「特に不安を感じていることはない(19.5%)」と回答した割合を除く約8割(80.5%)の学生が、何らかの不安を感じていることがわかりました。

不安に感じている理由については、「みんなが生成AIを使うことで似たような文章になり、差別化できない(40.5%)」が最多となり、次いで「文章が均一化されることによって、内容よりも

学歴や資格などの表面的なスペックだけで足切りされそう(38.1%)」でした。書類選考においてAI活用が標準化した結果、かえって個性が埋没することへの懸念を感じている実態が浮き彫りとなっています。

AIの利用頻度別で比較すると、普段からAIを使いこなしている「AI活用層」において、より不安が顕在化している実態が明らかになりました*4。AIの利便性を熟知しているからこそ、選考の形骸化に対する危機感が強まっている様子が伺えます。

*4「特に不安を感じていることがない」と回答した割合(AI活用層:8.9%・非AI活用層:22.2%)



2.人による面接での不安は「面接官ガチャ」が上位に。学生が面接に求めるのは、「客観的で公平な評価」

人による面接における不安を調査したところ、最多は「面接官の主観や偏見(先入観)で評価されそう(40.9%)」でした。次いで、「面接官との相性次第で、合否が左右されそう(37.8%)」「緊張してしまい、本来の実力や自分らしさが出せない(37.8%)」と続きます。客観性の欠如や、一発勝負の緊張感に対する懸念が上位を占めました。



こうした背景から、学生が企業の面接に期待することとして最も多かったのは、「面接官の主観に左右されない『客観的で公平な評価』」(38.7%)」でした。次いで、「自分の能力やスキルを先入観なく見極めてもらうこと(35.7%)」「自分の人柄や熱意を深く理解してもらうこと(35.4%)」と続きます。



3.約3人に1人の学生は「AI面接」に対してポジティブな印象。一方で「熱意が伝わるか」どうかの不安も

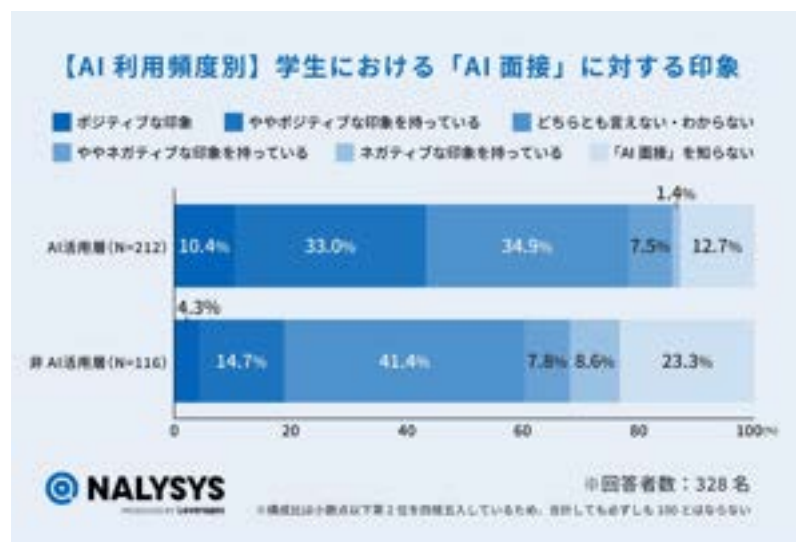
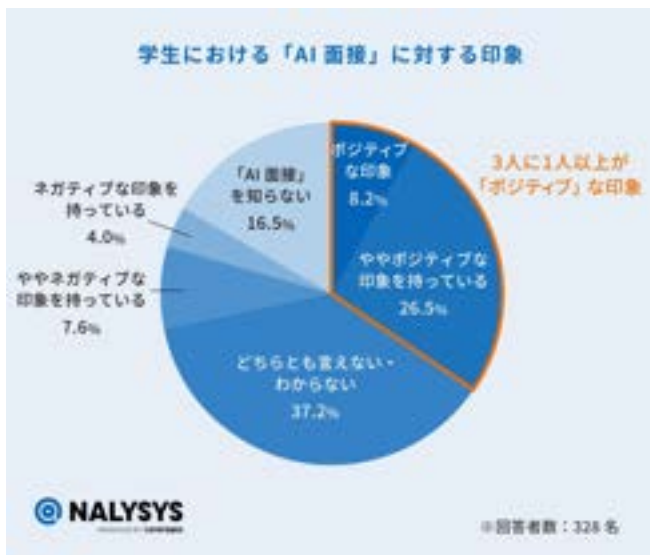
学生における「AI面接」の認知度は8割以上に達しました。その「AI面接」に対する印象*5については、3人に1人以上が「ポジティブ(34.7%)*6」と回答しています。一方で、「ネガティブ(11.6%)*7」と回答した割合は約1割に留まりました。

AIの利用頻度別で比較すると、その傾向はさらに顕著です。普段からAIを使いこなしている「AI活用層」がポジティブな印象を持つ割合は、「非AI活用層」の約2.4倍にのびりました。日頃からAIに触れている層ほど、「AI面接」に期待していることが見受けられます。

*5 実際に受けたことがない場合は、現時点での印象を回答いただいています

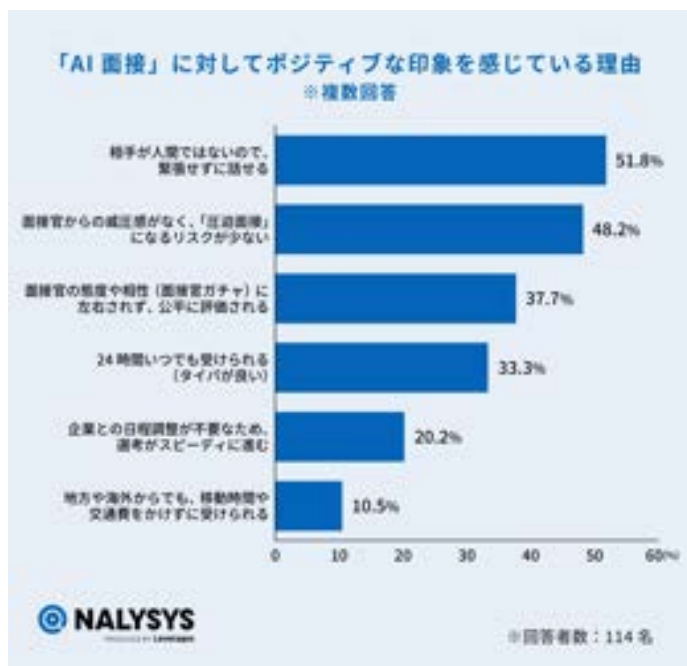
*6 「ポジティブな印象」「ややポジティブな印象」を合わせた回答

*7 「ネガティブな印象」「ややネガティブな印象」を合わせた回答



「AI面接」に対してポジティブな印象を持つ理由を聞いたところ、最も多かったのは「相手が人間ではないので、緊張せずに話せる(51.8%)」で、半数を超える結果となりました。次いで「面接官からの威圧感がなく、『圧迫面接』になるリスクが少ない(48.2%)」「面接官の態度や相性(面接官ガチャ)に左右されず、公平に評価される(37.7%)」と続きます。対人面接で懸念されていた「主観」や「威圧感」が排除される点が、大きなメリットとして捉えられています。

一方で、ネガティブな印象を持つ理由の1位は「自分の熱意や人柄が正確に伝わらなそう(47.4%)」でした。さらに「面接官のリアクション(相槌など)がないため、手応えが分からず話づらい(44.7%)」「どのように評価されているか不透明(42.1%)」といった理由が続いています。

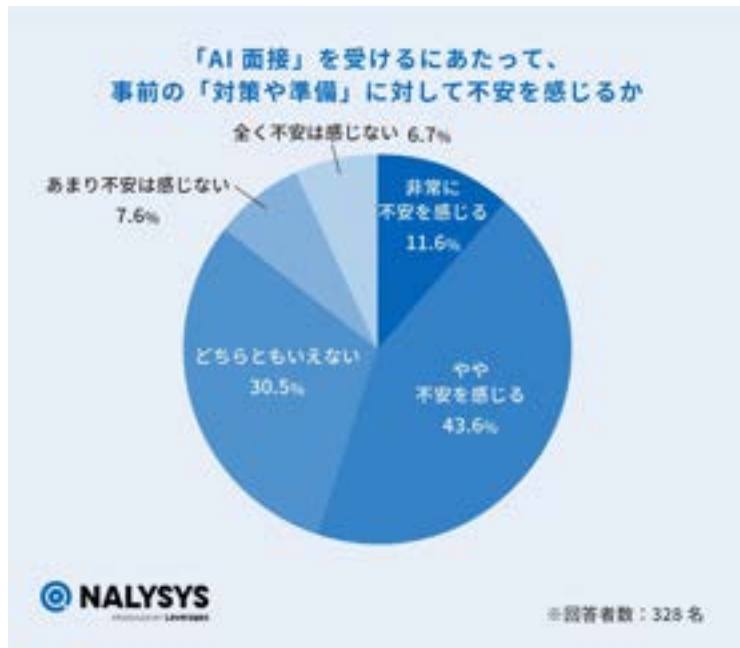


4.半数以上がAI面接の「対策」に不安。評価基準の不透明さや経験不足が心理的ハードルに

「AI面接」における事前の「対策や準備」に対して不安を感じるかについて聞いたところ、半数以上が「不安を感じる*8」と回答しました。

AI面接の対策に不安を感じる理由の第1位は「どのように評価されているのかわからないから（49.2%）」、次いで「受験経験がないから（44.8%）」となりました。AIによる公平な評価を期待する一方で、どう評価されているかわからない点や、未知の選考形式に対する戸惑いが、準備段階における心理的ハードルとなっている様子が伺えます。

*8「非常に不安を感じる」「やや不安を感じる」を合わせた回答



＜HRテック事業部 事業部長/NALYSYS 事業責任者・大滝圭修氏からの一言＞

就職活動におけるAI利用は急速に広まっており、誰もが生成AIを用いて整った文章を作成できるようになっています。その結果、学生は文章が均一化することで「表面的なスペックだけで足切りされるのではないか」という不安を抱いていることが明らかになりました。企業の採用担当者においても、生成AI普及の影響で書類による学生の本質の見極めが難しくなっている*9今、AI時代に適応した選考プロセスのアップデートが求められ始めていると言えます。

本調査で浮き彫りになったのは、学生が面接に対して求めている「客観性と人間味の両立」です。面接官の主観や偏見を排除した「客観的で公平な評価」を期待する一方で、AI面接に対しては「自分の熱意や人柄が正確に伝わらなそう」といった懸念も強く、評価の透明性だけでなく、血の通った相互理解の場も同時に求めていることがわかります。

単なる「効率化」のためだけにツールを導入するのではなく、テクノロジーと人間が適切に役割を分担していくことが、企業と学生のより良いマッチングを実現する鍵になるのではないのでしょうか。

*9 NALYSYS, 2026年3月18日, 「新卒・中途採用におけるAI面接導入に関する実態調査」
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000881.000010591.html>)

◆大滝圭修氏・プロフィール

HRテック事業部 事業部長
NALYSYSサービス責任者

千葉大学大学院 融合科学研究科卒。2019年にレバレ
ジーズへ新卒入社し、法人営業を経てエンジニアへ転
向。新規事業で開発リーダーとしてサービス立ち上げに
携わる。
2023年10月より組織を改善するAIプラットフォーム『
NALYSYS(ナリシス)』の事業責任者として、プロダクト戦
略から組織運営まで統括している。



<調査概要>

調査対象: 27卒・28卒・29卒の学生328名
調査年月: 2026年5月1日～7日
調査方法: インターネット調査
回答者数: 328名
調査主体: レバレジーズ株式会社
実査委託先: GMOリサーチ&AI株式会社

NALYSYS(<https://nalysys.jp/>)

NALYSYS(ナリシス)は、採用から労務DXまで、組織づくりをトータルで支援するAIプラットフォームで
す。人事のノウハウと成果に直結するデータを備えたAIが、採用・配置・マネジメント・労務といったあらゆる
業務を高度化し、組織の改善を強力にサポートします。社員一人ひとりの特性やWILLに寄り添った最
適な組織づくりを実現し、「社員が活躍し、辞めない組織」へと導きます。

レバレジーズ株式会社(<https://leverages.jp/>)

本店所在地: 東京都渋谷区渋谷二丁目24番12号 渋谷スクランブルスクエア24階 /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、システムコンサルティング
事業、M&Aアドバイザー事業、DX事業、メディカル関連事業、教育関連事業

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の領域で国や業界をまたいだ問題解決を行なっています。2005年に創業以来、黒字経営
を継続し、2024年度は年商1428億を突破しました。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。

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ
レバレジーズ株式会社 広報部
MAIL: pr@leverages.jp