

就活生の入社志望度にも影響が。
採用企業の面接担当者による
「魅力付け(アトラクト)」不足が浮き彫りに。
オンライン面接支援ツール『batonn(バトン)』が、企業内定を保有する学生に
「就職面接に関する実態調査」を実施

株式会社リブセンス(代表取締役社長:村上太一、本社:東京都港区、証券コード:6054)が提供するオンライン面接支援ツール『batonn(バトン)』(URL:<https://batonn.io/>)は、企業への就職内定を保有し、2026年3月末に4年制大学および大学院の卒業を見込んでいる学生を対象に「就職面接に関する実態調査」を実施しました。今回の調査により、企業の魅力づけ(以下、アトラクト)が不足していることが浮き彫りとなり、同時に学生へのアトラクト不足が企業への志望度にも強く影響することが判明しました。

一方で、近年採用の業務に携わる人事部門では注目されるようになってきたアトラクトですが、その重要性は一般社員や企業規模によって未だ認知にギャップがあることが示唆されています。

また本調査ではアトラクトは大手企業などの採用力が高い企業やベンチャー、スタートアップなどでは実践が進んでいるものの、中小企業やリソースの限られている企業では実践がなかなか進まず、また改善策などの具体的な方策や、効果検証が十分に行われないまま、面接担当者の業務負担の高まりに繋がってしまうということも見受けられています。

参考:採用を成功させるアトラクトとは?候補者の心を動かすポイントを解説

<https://www.wantedly.com/hiringgeek/recruit/attract/>

【22年卒採用最新調査】各社のアトラクト実施施策とは?

https://harutaka.jp/column/questionnaire202202_column003

ベンチャー企業の中途採用は「アトラクト」を極めることで成功する【前編】

<https://www.starmine.co.jp/media/attract/>

■学生の就職活動においてもオンライン面接は一般的に

今回のbatonnによる調査で、オンライン面接を就職活動中に経験したことがあると回答した学生の比率は75%。一番多かった居住地域は東京都が最も多く、大阪府、愛知県の順となっていますが、回答を得られた学生の居住地34都道府県のうち、1県を除く33都道府県でオンライン面接の経験があるとの回答が得られました。オンライン面接は学生の就職活動において、広く一般的になっていると言えます。

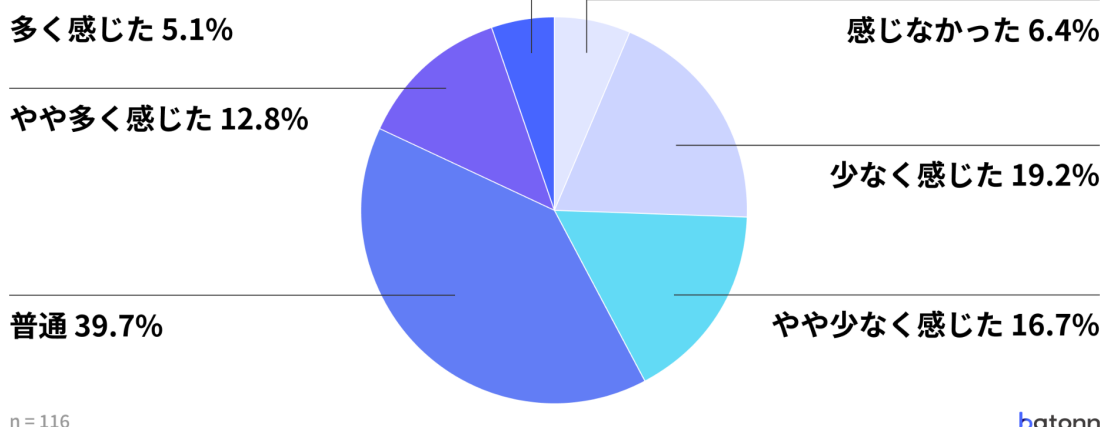
またオンライン面接を受けた場として最も多かったのが一次面接(74.7%)、次いで二次面接(51.7%)となっており、実際の面接の場においてオンライン面接を活用している企業が多いことが分かりました。

一方で、すべての面接がオンラインで行われたことがあったと回答した学生は全体の11.5%。学生の就職活動においては、オンラインと対面での面接がハイブリッドに活用されていることが判明しています。

■半数近くの学生は、企業の魅力が伝わらなかったと回答。

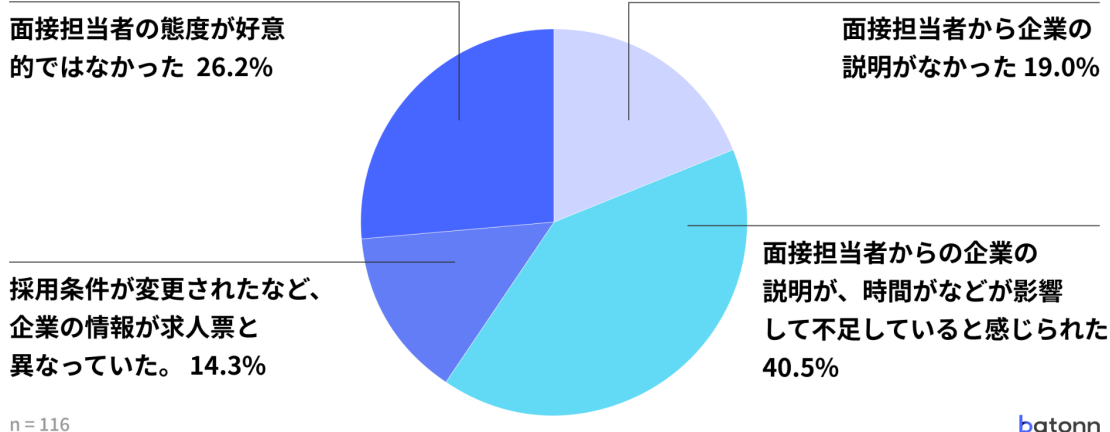
オンライン・対面を問わず実施された面接で、選考結果に関わらず受験した企業の魅力が伝わったと回答している学生は**17.9%**に留まり、魅力が伝わらなかったと回答している学生は**42.3%**となっており、学生はアトラクトの不足を感じる企業が多かったと感じたことが示唆されました。

オンライン・オフラインを問わず面接を受けた際、選考結果に関わらず、受験した企業の魅力が担当者からどの程度伝わったように感じましたか？

**■企業の魅力が伝わらない原因の70%はアトラクト不足に起因している。**

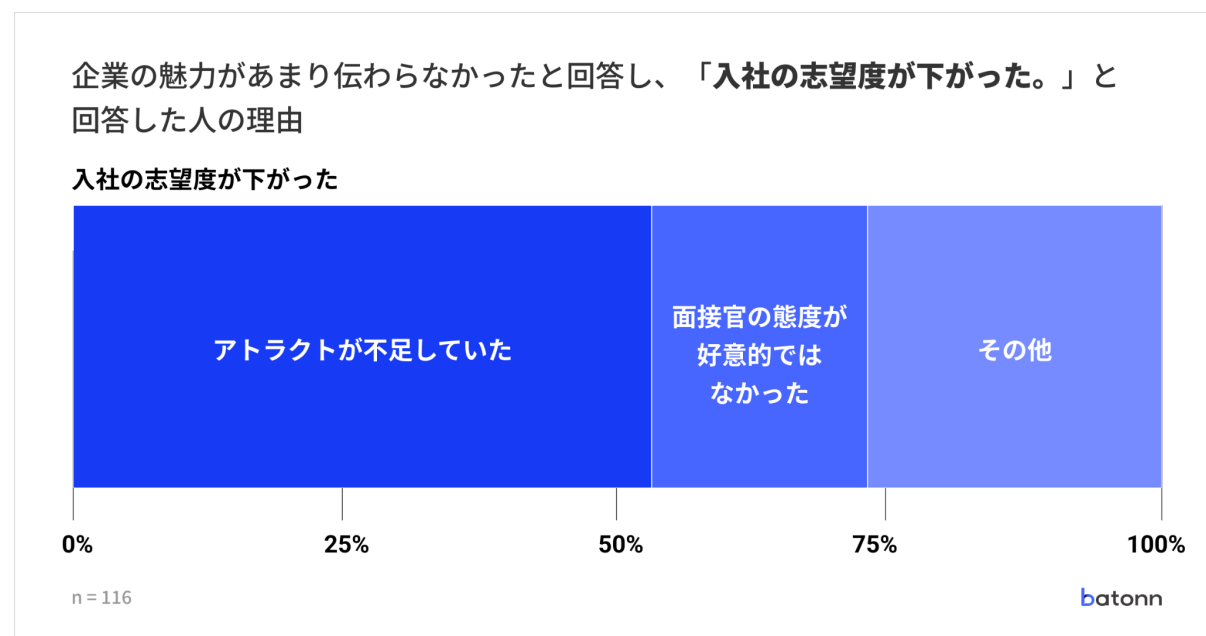
今回の調査でアトラクトに不足を感じた学生のうち、その理由についてヒアリングしてみたところ、“面接担当者からの企業の説明が不足していると感じられた。”と回答した学生が**40.5%**となりました。“面接担当者から企業の説明がなかった。”の**19%**を合わせると、面接担当者のアトラクトに対する姿勢が不足していることが**60%弱**と学生の実感に直接的に作用していることが伺えました。

「受験した企業の魅力が担当者からよく伝わった。」で『感じなかった』『少なく感じた』『やや少なく感じた』とお答えた理由を教えてください。



■学生の企業に対する志望度を下げた原因の50%以上はアトラクト不足によるもの。

面接時に企業の魅力が伝わらなかったと回答した学生にその後の志望度の変化を聞いたところ、全体の33.3%が企業の志望度が下がったと回答。その理由としてアトラクト不足を挙げた学生が53.3%となるなど、面接担当者の態度などよりも多く、アトラクトの不足こそが学生の志望度を下げる要因になっていることが分かりました。



<調査概要>

調査対象: 2126年3月末に卒業を控え、企業の内定を保有している大学生・大学院生

調査サンプル数: 116名

調査期間: 2025年10月27日～2025年11月6日

調査主体: batonn

調査方式: インターネット調査

■採用困難時代に「選ばれる」採用を叶える『batonn』(URL: <https://batonn.io/>)

batonn

『batonn(バトン)』は、企業の採用力を向上させるSaaS型のオンライン面接支援ツールです。面接の自動文字起こしやAI要約機能を活用し、候補者の発言をエビデンスとして蓄積することで、面接の属人化を防ぐ「積み上げ型面接」を実現します。

採用面接は担当者の感覚に依存しやすく、一次面接と二次面接で質問が重複したり候補者の見極め質問に時間が余計に取られたりすることで、自社の魅力を伝える時間の確保、つまり「アトラクト」に手が回っていないという課題があります。

batonnは、AIを活用しながら見極めの効率化と担当者間の連携を支援することで、企業が候補者へのアトラクトにも注力できる環境を整えます。企業と候補者が互いに魅力を伝え合い、フェアで納得感のある採用体験の実現を目指しています。

■ 株式会社リブセンスについて(URL: <https://www.livesense.co.jp/>)



株式会社リブセンスは、「あたりまえを、発明しよう。」をコーポレートビジョンに掲げ、『マッハバイト』『転職会議』『転職ドラフト』『batonn(バトン)』『IESHIL(イエシル)』などのサービスを展開しています。新しい“あたりまえ”の発明を通じて、より多くのお客様に、そして広く社会に必要とされる企業を目指しています。

- ・所在地 東京都港区海岸1-7-1 東京ポートシティ竹芝10F
- ・設立 2006年2月8日
- ・資本金 237百万円
- ・代表者 代表取締役社長 村上太一
- ・事業内容 インターネットメディア運営事業