

採用動画のトレンド、「かっこいいvs身近さ」求職者はどちらを好む？ 就活生・転職経験者の約7割が「身近さ」のある動画を希望

～moovy、採用動画のトレンドに関する実態を調査～

採用動画プラットフォーム「moovy」(<https://moovy.jp>)を運営する株式会社moovy（本社：東京都渋谷区、代表取締役：三嶋 弘哉）は、23卒の就活生110名、直近1年以内の転職経験者111名の合計221名に、採用動画のトレンドに関する実態調査を実施いたしましたので、お知らせいたします。

● 調査サマリー

採用動画のトレンドに関する実態調査

TOPIC 01

仕事選びの際に視聴したい採用動画の内容、
就活生は「会社説明会・事業紹介」が**64.5%**、
転職経験者は「1日のスケジュール」が**38.7%**でそれぞれ最多

TOPIC 02

採用動画において、就活生・転職経験者共に**約7割**が「かっこよさ」よりも「身近さ」のある動画による志望度の高まりを実感

TOPIC 03

転職経験者の**7割以上**が、採用動画を視聴したことが
「選考エントリーのきっかけになったことがある」と回答

● 調査概要

調査名称：moovy[採用動画のトレンドに関する実態調査]

調査方法：IDEATECHが提供するリサーチPR「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2023年1月5日～1月10日

有効回答：23卒の就活生110名、直近1年以内の転職経験者111名の合計221名

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはなりません。

《利用条件》

1 情報の出典元として「moovy」の名称を明記してください。

2 WEBサイトで使用する場合は、出典元として、下記リンクを設置してください。

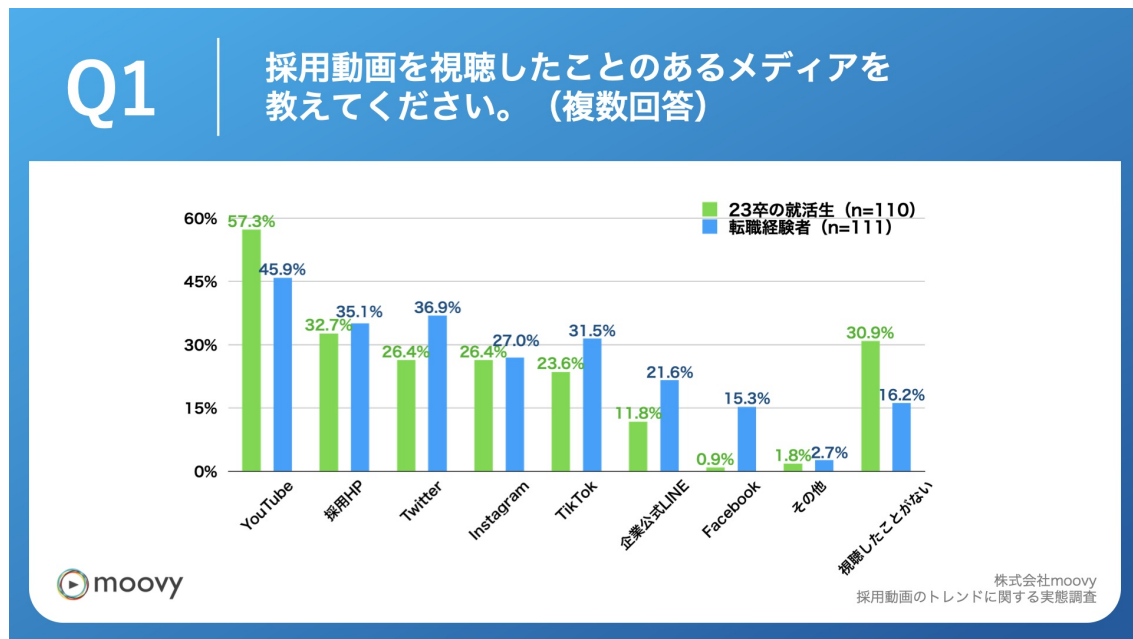
URL：<https://moovy.jp/>

● 採用動画を視聴するメディアは、就活生・転職経験者共に「YouTube」が最多

「Q1.採用動画を視聴したことのああるメディアを教えてください。（複数回答）」と質問したところ、23卒の就活生（n=110）は「YouTube」が57.3%、「採用HP」が32.7%、転職経験者（n=111）は「YouTube」が45.9%、「Twitter」

」が36.9%という回答となりました。

就活生、転職経験者の双方において、YouTubeが最も身近なメディアであることがわかります。



Q1.採用動画を視聴したことがあるメディアを教えてください。（複数回答）

<23卒の就活生 (n=110) >

- ・ YouTube : 57.3%
- ・ 採用HP : 32.7%
- ・ Twitter : 26.4%
- ・ Instagram : 26.4%
- ・ TikTok : 23.6%
- ・ 企業公式LINE : 11.8%
- ・ Facebook : 0.9%
- ・ その他 : 1.8%
- ・ 視聴したことがない : 30.9%

<転職経験者 (n=111) >

- ・ YouTube : 45.9%
- ・ Twitter : 36.9%
- ・ 採用HP : 35.1%
- ・ TikTok : 31.5%
- ・ Instagram : 27.0%
- ・ 企業公式LINE : 21.6%
- ・ Facebook : 15.3%
- ・ その他 : 2.7%
- ・ 視聴したことがない : 16.2%

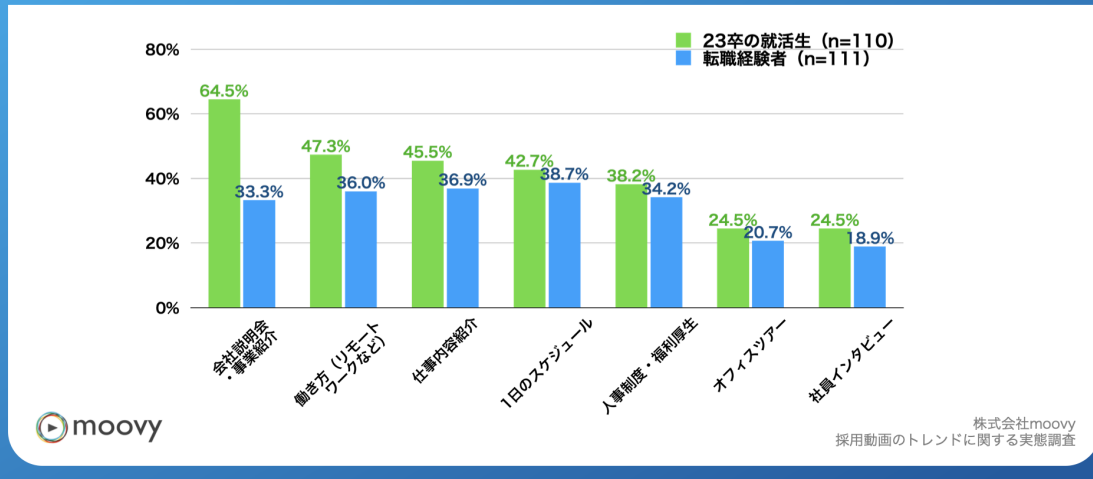
- ・ 仕事選びの際に視聴したい採用動画の内容、就活生は「会社説明会・事業紹介」、転職経験者は「1日のスケジュール」がそれぞれ最多

「Q2.仕事選びにおいて、視聴したい採用動画の内容を教えてください。（複数回答）」と質問したところ、23卒の就活生 (n=110) は「会社説明会・事業紹介」が64.5%、「働き方（リモートワークなど）」が47.3%、転職経験者 (n=111) は「1日のスケジュール」が38.7%、「仕事内容紹介」が36.9%という回答となりました。

「会社説明会・事業紹介」を視聴したい就活生が、転職経験者の約2倍となっており、就活生の方が転職経験者に比べて、その企業が何をしているか、会社や事業の詳細が気になっていることがわかります。

Q2

仕事選びにおいて、視聴したい採用動画の内容を教えてください。（複数回答）※上位7つのみ表示



Q2.仕事選びにおいて、視聴したい採用動画の内容を教えてください。（複数回答）

<23卒の就活生 (n=110) >

- ・会社説明会・事業紹介：64.5%
- ・働き方（リモートワークなど）：47.3%
- ・仕事内容紹介：45.5%
- ・1日のスケジュール：42.7%
- ・人事制度・福利厚生：38.2%
- ・オフィスツアー：24.5%
- ・社員インタビュー：24.5%
- ・社員座談会・トークセッション：17.3%
- ・人事インタビュー：13.6%
- ・社長インタビュー：11.8%
- ・その他：0.0%
- ・特になし：16.4%

<転職経験者 (n=111) >

- ・1日のスケジュール：38.7%
- ・仕事内容紹介：36.9%
- ・働き方（リモートワークなど）：36.0%
- ・人事制度・福利厚生：34.2%
- ・会社説明会・事業紹介：33.3%
- ・オフィスツアー：20.7%
- ・社員インタビュー：18.9%
- ・人事インタビュー：16.2%
- ・社長インタビュー：14.4%
- ・社員座談会・トークセッション：10.8%
- ・その他：0.9%
- ・特になし：12.6%

- ・視聴したことがある採用動画の内容、就活生は「会社説明会・事業紹介」、転職経験者は「働き方（リモートワークなど）」がそれぞれ最多

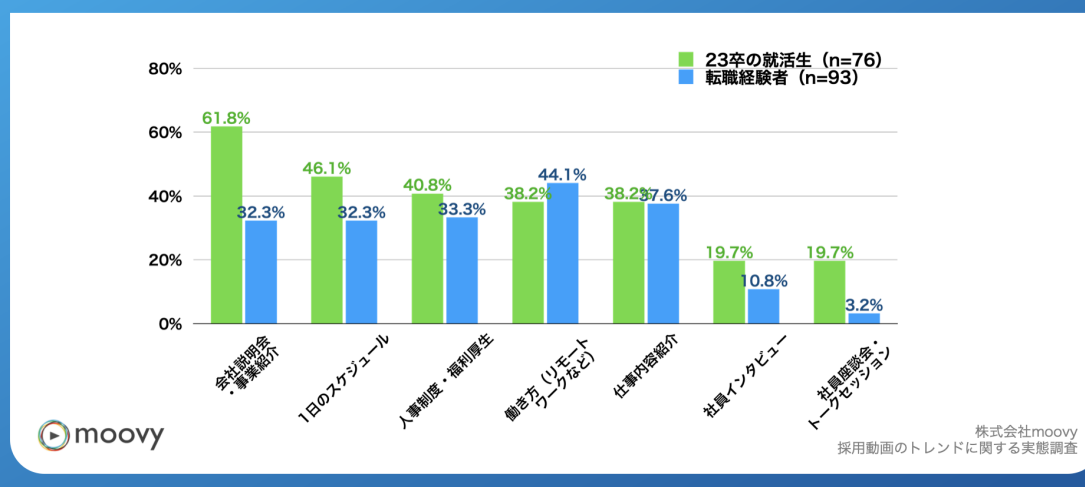
「Q3.実際、視聴したことがある採用動画の内容を教えてください。（複数回答）」と質問したところ、23卒の就活生 (n=76) は「会社説明会・事業紹介」が61.8%、「1日のスケジュール」が46.1%、転職経験者 (n=93) は「働き方（

リモートワークなど)」が44.1%、「仕事内容紹介」が37.6%という回答となりました。

就活生、転職経験者共に、具体的な仕事の進め方や、自分がどのように働くかに関する情報を求めていることがわかりました。

Q3

実際、視聴したことがある採用動画の内容を教えてください。（複数回答）※上位7つのみ表示



Q3.実際、視聴したことがある採用動画の内容を教えてください。（複数回答）

<23卒の就活生 (n=76) >

- ・会社説明会・事業紹介：61.8%
- ・1日のスケジュール：46.1%
- ・人事制度・福利厚生：40.8%
- ・働き方（リモートワークなど）：38.2%
- ・仕事内容紹介：38.2%
- ・社員インタビュー：19.7%
- ・社員座談会・トークセッション：19.7%
- ・オフィスツアー：17.1%
- ・社長インタビュー：15.8%
- ・人事インタビュー：9.2%
- ・その他：6.6%

<転職経験者 (n=93) >

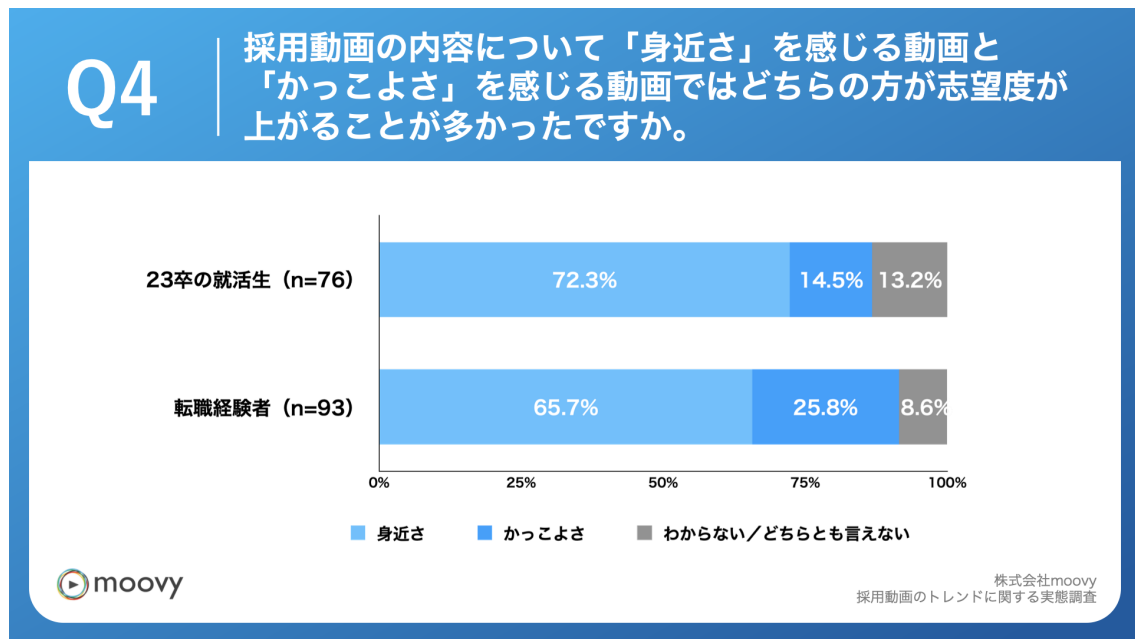
- ・働き方（リモートワークなど）：44.1%
- ・仕事内容紹介：37.6%
- ・人事制度・福利厚生：33.3%
- ・会社説明会・事業紹介：32.3%
- ・1日のスケジュール：32.3%
- ・社長インタビュー：28.0%
- ・オフィスツアー：16.1%
- ・社員インタビュー：10.8%
- ・人事インタビュー：9.7%
- ・社員座談会・トークセッション：3.2%
- ・その他：6.5%

- ・採用動画において、就活生・転職経験者共に約7割が「かっこよさ」よりも「身近さ」を感じる動画のほうが志望度が高まる

「Q4.採用動画の内容について「身近さ」を感じる動画と「かっこよさ」を感じる動画ではどちらの方が志望度が上が

ることが多かったですか。」と質問したところ、23卒の就活生（n=76）は「身近さ」が72.3%、「カッコよさ」が14.5%、転職経験者（n=93）は「身近さ」が65.7%、「カッコよさ」が25.8%という回答となりました。

就活生、転職経験者共に、「身近さ」が志望度の高まりに繋がっていることから、採用動画において、入社後の自分がイメージできる要素が重要なのかもしれません。



Q4.採用動画の内容について「身近さ」を感じる動画と「カッコよさ」を感じる動画ではどちらの方が志望度が上がることも多かったですか。

<23卒の就活生（n=76）>

- ・ 身近さ：72.3%
- ・ カッコよさ：14.5%
- ・ わからない／どちらとも言えない：13.2%

<転職経験者（n=93）>

- ・ 身近さ：65.7%
- ・ カッコよさ：25.8%
- ・ わからない／どちらとも言えない：8.6%

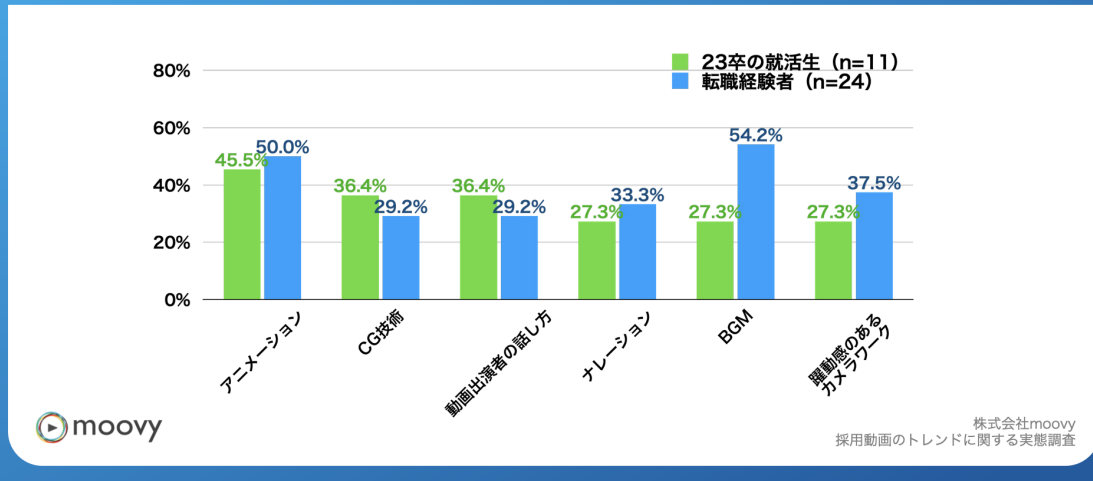
- ・ 「カッコよさ」を感じる動画として、就活生・転職経験者共に約半数が「アニメーション」と回答、転職経験者においては半数以上が「BGM」と回答

「Q5.Q4で「カッコよさ」を選んだ人へ、「カッコよさ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）」と質問したところ、23卒の就活生（n=11）は「アニメーション」が45.5%、「CG技術」が36.4%、「動画出演者の話し方」が36.4%、転職経験者（n=24）は「BGM」が54.2%、「アニメーション」が50.0%、「躍動感のあるカメラワーク」が37.5%という回答となりました。

「カッコよさ」を演出するには、アニメーションによる印象が大きいのは勿論のこと、BGMをうまく活用した雰囲気づくりも重要なことが分かりました。

Q5

「カッコよさ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）※上位6つのみ表示



Q5.Q4で「カッコよさ」を選んだ人へ、「カッコよさ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）

<23卒の就活生 (n=11)>

- ・アニメーション：45.5%
- ・CG技術：36.4%
- ・動画出演者の話し方：36.4%
- ・ナレーション：27.3%
- ・BGM：27.3%
- ・躍動感のあるカメラワーク：27.3%
- ・映画やドキュメンタリーのような構成：0.0%
- ・その他：0.0%
- ・わからない：0.0%

<転職経験者 (n=24)>

- ・BGM：54.2%
- ・アニメーション：50.0%
- ・躍動感のあるカメラワーク：37.5%
- ・ナレーション：33.3%
- ・CG技術：29.2%
- ・動画出演者の話し方：29.2%
- ・映画やドキュメンタリーのような構成：12.5%
- ・その他：0.0%
- ・わからない：0.0%

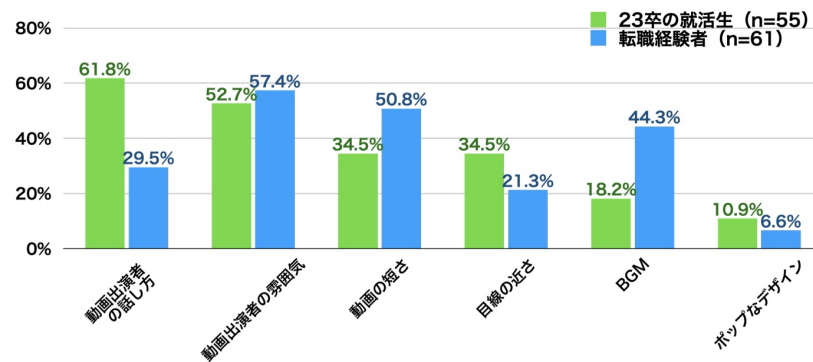
- ・「身近さ」を感じる動画として、就活生の6割以上が「話し方」と回答、就活生・転職経験者共に半数以上が「動画出演者の雰囲気」と回答

「Q6.Q4で「身近さ」を選んだ人へ、「身近さ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）」と質問したところ、23卒の就活生 (n=55) は「動画出演者の話し方（表情・カンペを読んでいないなど）」が61.8%、「動画出演者の雰囲気」が52.7%、転職経験者 (n=61) は「動画出演者の雰囲気」が57.4%、「動画の短さ」が5.08%という回答となりました。

動画の出演者の雰囲気が、「身近さ」の演出に大きく影響しており、また、転職経験者においては「動画の短さ」も「身近さ」を感じる要素になることが分かりました。

Q6

「身近さ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）※上位6つのみ表示



株式会社moovy
採用動画のトレンドに関する実態調査

Q6.Q4で「身近さ」を選んだ人へ、「身近さ」を感じる動画として、どのような表現が印象的でしたか？（複数回答）

<23卒の就活生 (n=55)>

- ・動画出演者の話し方（表情・カンペを読んでいないなど）：61.8%
- ・動画出演者の雰囲気：52.7%
- ・動画の短さ：34.5%
- ・目線の近さ：34.5%
- ・BGM：18.2%
- ・ポップなデザイン：10.9%
- ・その他：0.0%
- ・わからない：1.8%

<転職経験者 (n=61)>

- ・動画出演者の雰囲気：57.4%
- ・動画の短さ：50.8%
- ・BGM：44.3%
- ・動画出演者の話し方（表情・カンペを読んでいないなど）：29.5%
- ・目線の近さ：21.3%
- ・ポップなデザイン：6.6%
- ・その他：0.0%
- ・わからない：0.0%

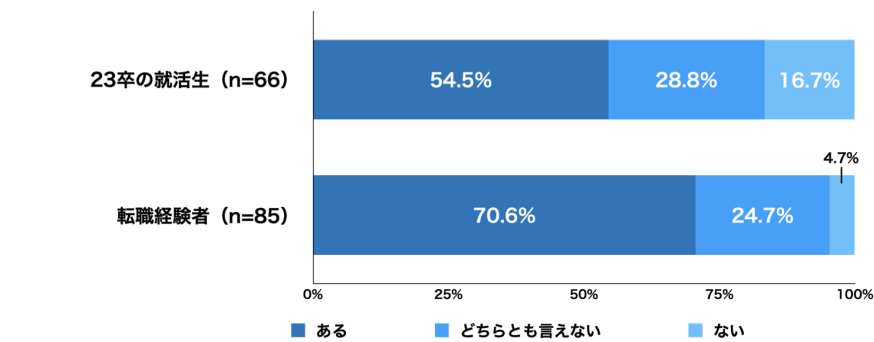
- ・転職経験者の7割以上が、「採用動画を視聴したことが選考エントリーのきっかけになったことがある」と回答

「Q7.採用動画を視聴したことが選考エントリー（応募）のきっかけになったことがありますか。」と質問したところ、23卒の就活生 (n=66) は「ある」が54.5%、「どちらとも言えない」が28.8%、転職経験者 (n=85) は「ある」が70.6%、「どちらとも言えない」が24.7%という回答となりました。

就活生、転職経験者のどちらにおいても採用動画が選考エントリーに大きく影響していることが分かりました。

Q7

採用動画を視聴したことが選考エントリー（応募）のきっかけになったことがありますか。



株式会社moovy
採用動画のトレンドに関する実態調査

Q7.採用動画を視聴したことが選考エントリー（応募）のきっかけになったことがありますか。

<23卒の就活生 (n=66) >

- ・ ある : 54.5%
- ・ どちらとも言えない : 28.8%
- ・ ない : 16.7%

<転職経験者 (n=85) >

- ・ ある : 70.6%
- ・ どちらとも言えない : 24.7%
- ・ ない : 4.7%

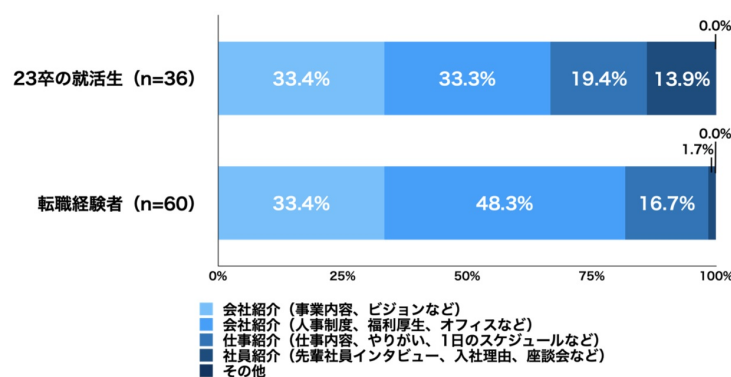
- ・ 採用動画での応募の決め手、就活生・転職経験者共に「会社紹介」が最多

Q7で「ある」と回答した方に、「Q8.直近の、選考エントリー（応募）の決め手になった動画の主なテーマを教えてください。」と質問したところ、23卒の就活生 (n=36) は「会社紹介（事業内容、ビジョンなど）」が33.4%、「会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）」が33.3%、転職経験者 (n=60) は「会社紹介（事業内容、ビジョンなど）」が33.4%、「会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）」が48.3%という回答となりました。

就活生、転職経験者共に会社紹介動画をきっかけに、選考エントリーを決めた人が多いことが分かりました。

Q8

直近の、選考エントリー（応募）の決め手になった動画の主なテーマを教えてください。



株式会社moovy
採用動画のトレンドに関する実態調査

<23卒の就活生（n=36）>

- ・会社紹介（事業内容、ビジョンなど）：33.4%
- ・会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）：33.3%
- ・仕事紹介（仕事内容、やりがい、1日のスケジュールなど）：19.4%
- ・社員紹介（先輩社員インタビュー、入社理由、座談会など）：13.9%
- ・その他：0.0%

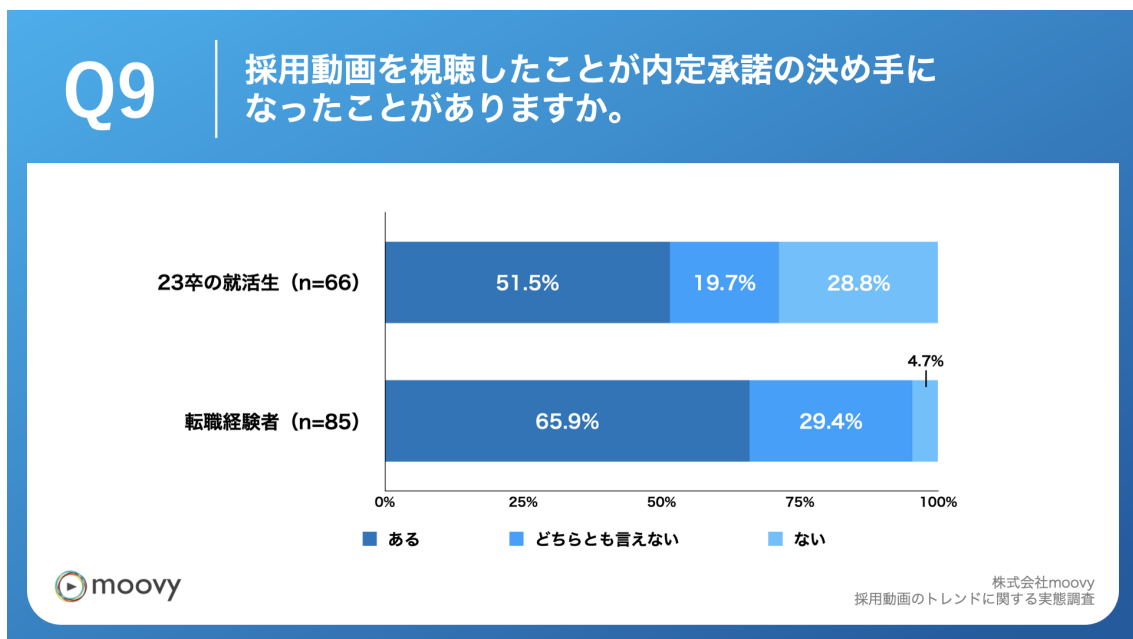
<転職経験者（n=60）>

- ・会社紹介（事業内容、ビジョンなど）：33.4%
- ・会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）：48.3%
- ・仕事紹介（仕事内容、やりがい、1日のスケジュールなど）：16.7%
- ・社員紹介（先輩社員インタビュー、入社理由、座談会など）：1.7%
- ・その他：0.0%

- ・半数以上の就活生・転職経験者が、採用動画の視聴が内定承諾の決め手になった経験あり

「Q9.採用動画を視聴したことが内定承諾の決め手になったことがありますか。」と質問したところ、23卒の就活生（n=66）は「ある」が51.5%、「ない」が28.8%、転職経験者（n=85）は「ある」が65.9%、「どちらとも言えない」が29.4%という回答となりました。

採用動画は、選考エントリーのみならず、内定承諾の決め手としても影響力があり、特に転職経験者においてその傾向が強いことが分かりました。



Q9.採用動画を視聴したことが内定承諾の決め手になったことがありますか。

<23卒の就活生（n=66）>

- ・ある：51.5%
- ・どちらとも言えない：19.7%
- ・ない：28.8%

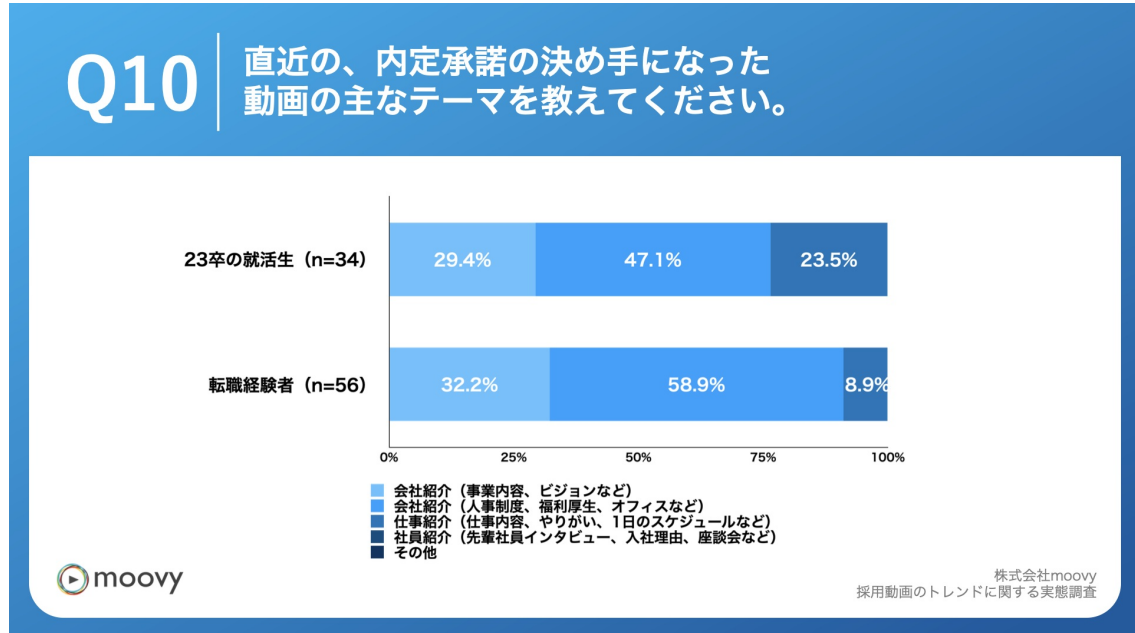
<転職経験者（n=85）>

- ・ある：65.9%
- ・どちらとも言えない：29.4%
- ・ない：4.7%

- 採用動画での内定承諾の決め手、就活生・転職経験者共に「会社紹介」が最多

Q9で「ある」と回答した方に、「Q10.直近の、内定承諾の決め手になった動画の主なテーマを教えてください。」と質問したところ、23卒の就活生（n=34）は「会社紹介（事業内容、ビジョンなど）」が29.4%、「会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）」が47.1%、転職経験者（n=56）は「会社紹介（事業内容、ビジョンなど）」が32.2%、「会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）」が58.9%という回答となりました。

選考エントリー以前は、企業の事業内容、ビジョンなどに関して積極的に情報収集を行っていた就活生も、内定承諾の際は、働く環境に関する情報を重要視していることが分かりました。



Q10.直近の、内定承諾の決め手になった動画の主なテーマを教えてください。

<23卒の就活生（n=34）>

- ・会社紹介（事業内容、ビジョンなど）：29.4%
- ・会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）：47.1%
- ・仕事紹介（仕事内容、やりがい、1日のスケジュールなど）：23.5%
- ・社員紹介（先輩社員インタビュー、入社理由、座談会など）：0.0%
- ・その他：0.0%

<転職経験者（n=56）>

- ・会社紹介（事業内容、ビジョンなど）：32.2%
- ・会社紹介（人事制度、福利厚生、オフィスなど）：58.9%
- ・仕事紹介（仕事内容、やりがい、1日のスケジュールなど）：8.9%
- ・社員紹介（先輩社員インタビュー、入社理由、座談会など）：0.0%
- ・その他：0.0%

・まとめ

今回は、23卒の就活生110名、直近1年以内の転職経験者111名の合計221名に、採用動画のトレンドに関する実態調査を実施しました。

仕事選びの際に視聴したい採用動画の内容として、就活生は「会社説明会・事業紹介」や「働き方（リモートワークなど）」という会社全体を理解する内容を希望する一方で、転職経験者は「1日のスケジュール」や「仕事内容紹介」という自身が直接携わる業務内容についての動画を希望している違いが明らかになりました。

採用動画内容の希望に差はありましたが、就活生・転職経験者共に約7割が採用動画において「カッコよさ」よりも動画出演者の雰囲気による「身近さ」が、志望度の高まりを左右すると実感しているようです。また、就活生の半数以上が

採用動画の視聴が「選考エントリーのきっかけ」となっており、転職経験者は、さらにその割合が16.1ポイント高いことが分かりました。

コロナ禍での就職活動・転職活動の際に動画で情報収集する人が増えてきており、企業の採用活動においても動画制作に力を入れたいと考える人事も多いのではないのでしょうか。

今回の調査で、需要のある動画テーマは就活生と転職経験者で分かれる結果となり、求める人材によってテーマの使い分けが必要である実態が浮き彫りとなりました。

また、魅力を感じる動画の共通点として「身近さ」をあげる声も多いことから、動画時間をコンパクトにまとめることはもちろんのこと、親近感・安心感を伝えることの重要性が明らかになりました。

採用動画が注目される今、人事として自社の魅力をより伝えたい人材に届けるためには、採用ターゲットに合わせて制作する動画テーマの検討がさらに必要となりそうです。

• すべて30秒！採用動画プラットフォーム「moovy」



コロナの影響によって、採用選考がオンライン化され、求職者も求人企業も「見極め」や「動機づけ」がより難しくなっています。moovyでは、求人広告や求人票のような画一的なフォーマットではなく、貴社のリアルな情報を30秒の採用動画に変換して求職者に伝えることができます。

＜採用動画プラットフォームmoovyの特徴＞

- ・ スマホ×動画による求職者への動機づけが可能
- ・ SNS拡散により潜在的な候補者にも訴求できる
- ・ APIデータ連携により採用ホームページに動画を簡単に転載できる
- ・ 求める人材を探して、メールや動画を添付してスカウトを送ることができる
- ・ 動画分析機能として、PV数、視聴回数、視聴完了率および、流入経路の分析ができる

moovyの特徴や具体的な機能などの詳細を知りたい方はこちらから▼

<https://company.moovy.jp/#contact>

• 会社概要

会社名 : 株式会社moovy
設立 : 2020年4月13日

代表取締役：三嶋 弘哉

所在地：〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1 丁目 1 8-3 プレミア道玄坂ビル 8 階

事業内容：・採用動画プラットフォーム「moovy」の開発・運営
・動画、映像の企画制作サービス
・マーケティングコンサルティング
・採用コンサルティング

URL：<https://moovy.jp/>

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000062343.html>

moovyのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/62343

【本件に関するお問い合わせ先】

- ・株式会社moovy 担当：三嶋
- ・Email：moovy_support@moovy.co.jp
- ・電話：050-3701-3401