

2026年の就活のキーワードは「エシカル就活」!!

地方創生・被災地応援のために寄付活動を実践している

企業への就職意向は78.9%!!

企業にとってエシカル就活生を獲得するカギは「企業版ふるさと納税」!?

エシカル就活生の約97%が企業版ふるさと納税を通した寄付に好印象を抱くと回答!!

「明日を豊かに、面白く！」を企業理念に掲げる株式会社アースコーポレーション（熊本県玉名市、代表取締役社長：松川 重光）は、2025年11月より企業版ふるさと納税マッチングサイト「WiTH（ウィズ）」を運営しており、企業版ふるさと納税を通した企業の寄付活動による地方創生・被災地応援を促進しております。

この度、企業版ふるさと納税がどれほど企業にとって価値のある活動になるのかを明らかにすべく、2026年以降に就職活動を控えている学生を対象にWEB調査を実施。調査結果より、2026年の就活のキーワードが「エシカル就活※」と言え、加えてエシカル就活を行うエシカル就活生を企業が獲得していくためには、企業版ふるさと納税を通した寄付活動がカギになることが判明しました。具体的な調査内容に関しては、次頁以降の調査結果をご覧ください。

※企業の経済的な利益追求だけでなく、環境問題や人権問題、地域社会への貢献といった社会問題への取り組みを企業選びの軸とする就職活動の通称



企業版ふるさと納税マッチングサイト「WiTH（ウィズ）」に関しては、こちらをご覧ください。

<https://www.furusato-with.jp/>

<本件に関する報道関係者様のお問い合わせ先>

株式会社アースコーポレーション PR担当：前田

Mobile : 080-5103-0547 / Mail : k\_maeda@earth-cp.com

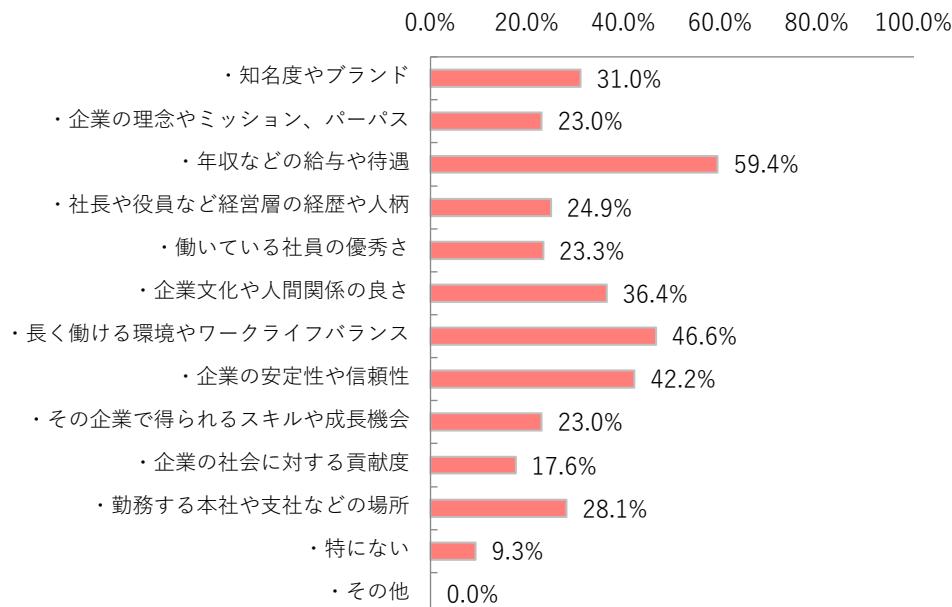
## 調査概要

今回は、2026年以降に就職活動を控えている学生を対象にWEB調査を実施。就職活動に関する設問に回答いただきました。

- ・調査人数：313名
  - └男女比 男：132名/女：181名
  - └年齢 20～29歳
  - └居住地 全国
- ・調査時期：2025年11月4日～2025年11月11日
- ・調査形式：WEB調査

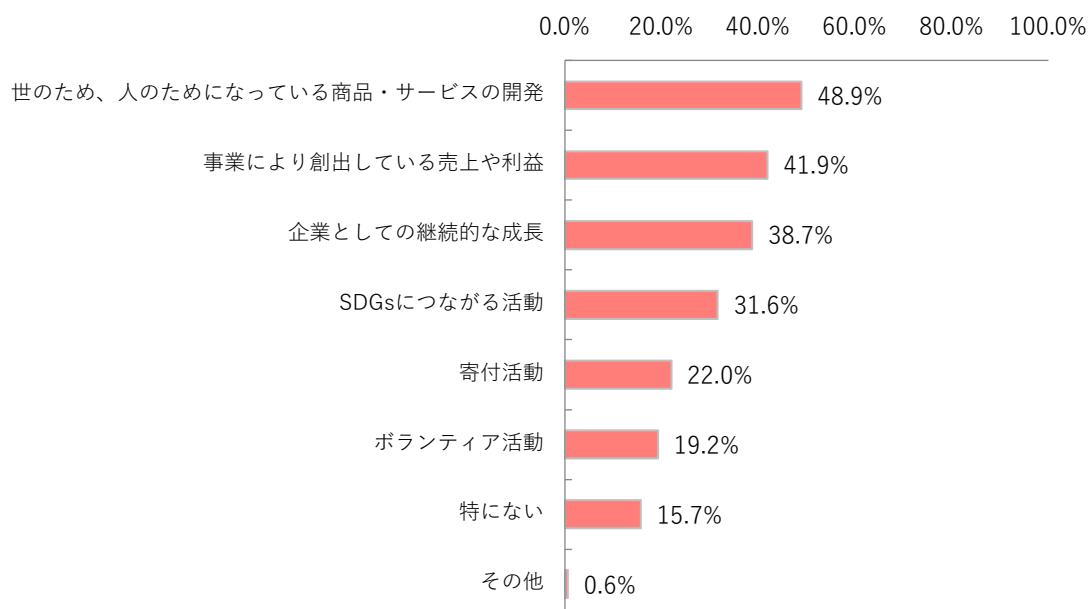
## 調査結果

Q1：就職する企業に対して、求めていることを全て教えてください。



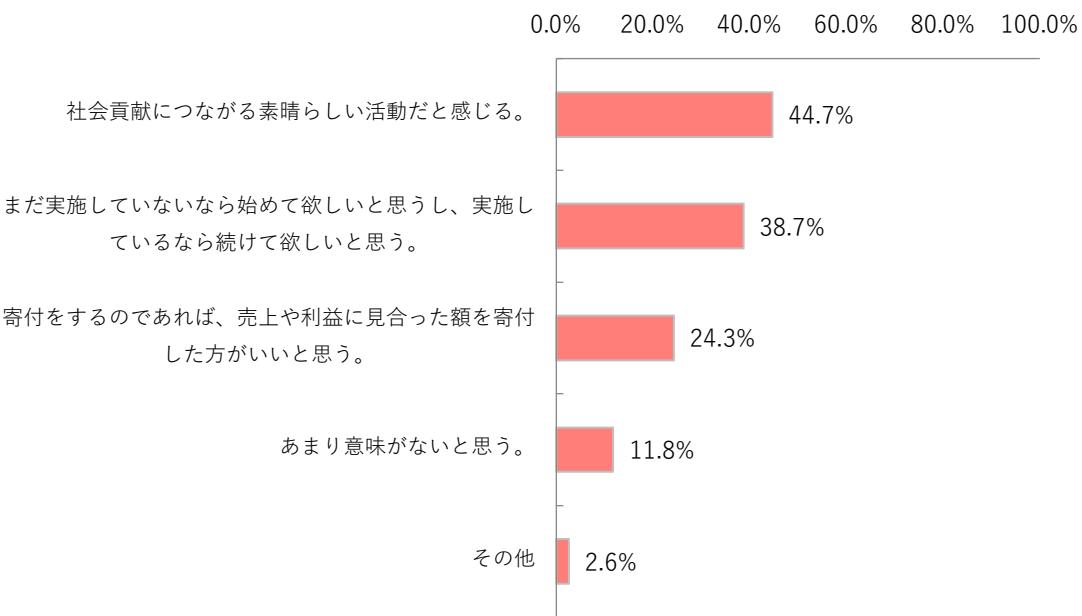
Q1の結果より、上位から順に、「年収などの給与や待遇（59.4%）」、「長く働ける環境やワークライフバランス（46.6%）」「企業の安定性や信頼性（42.2%）」となっており、転職によるスキル・年収UPが浸透している昨今においても、最初に就職する企業においては、長期雇用に関わる要素を重視していると考えられます。

Q2：企業が社会へ貢献していると感じる情報は何ですか？全てお答えください。



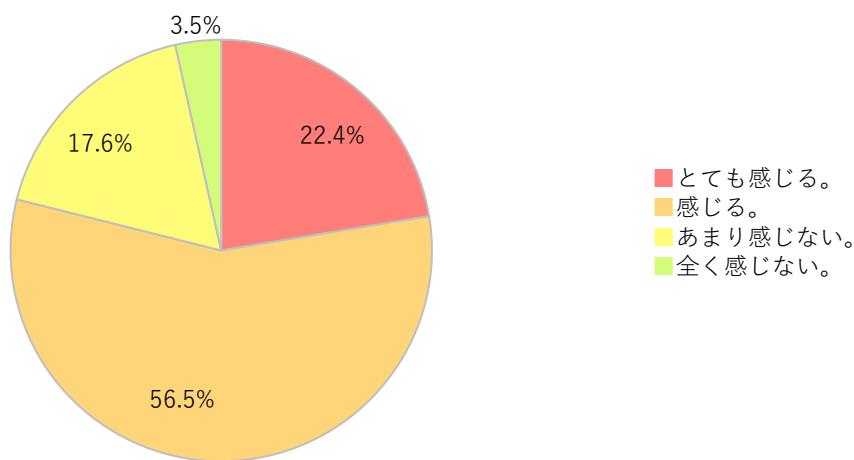
## 調査結果

Q3：地方自治体や被災地域に対する企業の寄付活動に関してどう思いますか？全てお答えください。



Q3の結果より、企業の寄付活動に関しては44.7%の学生が「社会貢献につながる素晴らしい活動だと感じる」、38.7%の学生が「まだ実施していないなら始めて欲しいと思うし、実施しているなら続けて欲しいと思う」と回答しているため、企業の寄付活動に対する関心度は非常に高いと言えます。

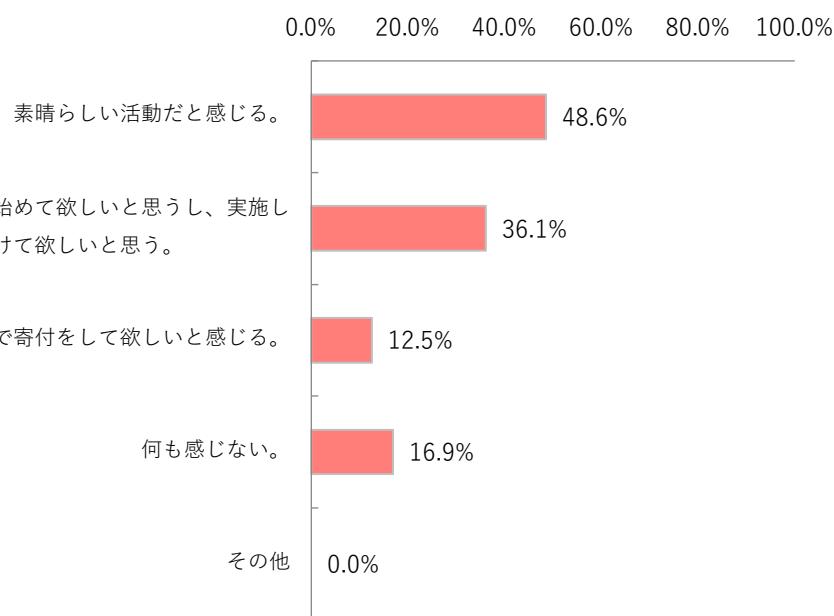
Q4：地方や被災地域への寄付活動を行っている企業に就職したいと感じますか？



Q4の結果より、合計78.9%の学生が「地方や被災地域への寄付活動を行っている企業に就職したい」と答えており、企業にとって寄付活動を行うことが、学生の就職意向を高めることにつながることが判明しました。

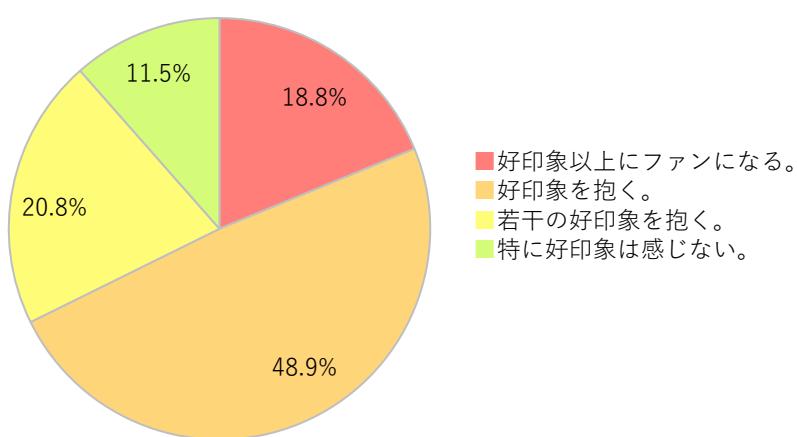
## 調査結果

Q5：「企業版ふるさと納税」を通して、企業が地方自治体や被災地域に寄付を行うことに対して、どう感じますか？全てお答えください。



Q5の結果より、「素晴らしい活動だと感じる（48.6%）」、「まだ実施していないなら始めて欲しいと思うし、実施しているなら続けて欲しいと思う（36.1%）」と学生は回答し、Q3の一般的な寄付活動同様に、「企業版ふるさと納税」を通した寄付活動に対する関心度は非常に高いと言えます。

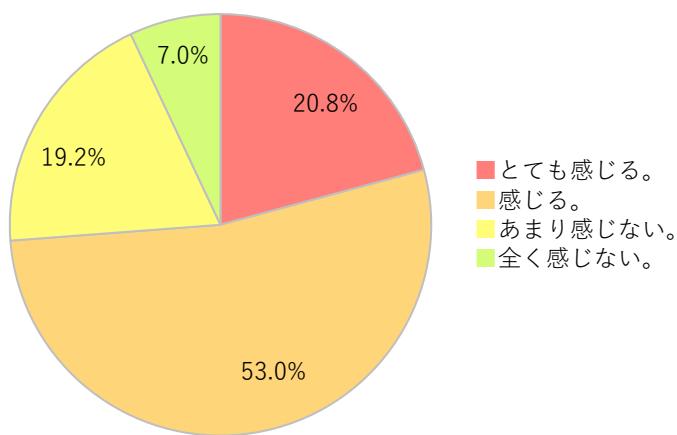
Q6：企業版ふるさと納税を通して、地方自治体や被災地域に寄付活動を行っている企業に対して、好印象を抱きますか？



Q6の結果より、合計88.5%の学生が企業版ふるさと納税を通して寄付活動を行っている企業に好印象を抱くと回答しており、その内18.8%の学生は「好印象以上にファンになる」と回答。これより、「企業版ふるさと納税」を通した寄付活動は、企業にとって学生のファンを作り出す手段にもなり得ると言えます。

## 調査結果

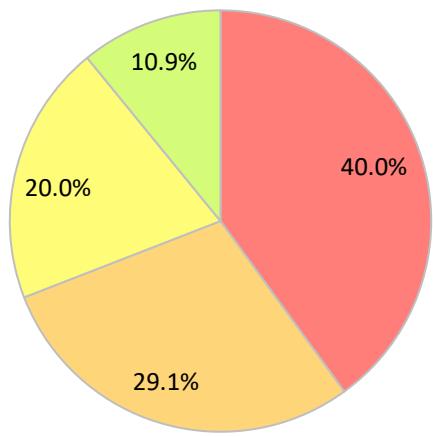
**Q7：企業版ふるさと納税を活用して、地方自治体や被災地域に寄付活動を行っている企業に就職したいと感じますか？**



- とても感じる。
- 感じる。
- あまり感じない。
- 全く感じない。

Q7の結果より、合計73.8%の学生が企業版ふるさと納税を通して寄付活動を行っている企業に就職したいと回答しており、「企業版ふるさと納税」が学生獲得の有効な手法であることが判明した。

**Q8：ご自身はエシカル就活を行っていると感じますか？**



|    |          | Q7      |       |          |         |
|----|----------|---------|-------|----------|---------|
|    |          | とても感じる。 | 感じる。  | あまり感じない。 | 全く感じない。 |
| Q8 | とても感じる。  | 86.4%   | 9.1%  | 4.5%     | 0.0%    |
|    | 感じる。     | 12.5%   | 87.5% | 0.0%     | 0.0%    |
|    | あまり感じない。 | 9.1%    | 45.5% | 45.5%    | 0.0%    |
|    | 全く感じない。  | 0.0%    | 16.7% | 83.3%    | 0.0%    |

- とても感じる。
- 感じる。
- あまり感じない。
- 全く感じない。

Q8の結果より、学生の69.1%がエシカル就活を行っている、エシカル就活生と自認しており、またQ7の「企業版ふるさと納税を活用して、地方自治体や被災地域に寄付活動を行っている企業に就職したいと感じますか？」と合わせて集計したところ、エシカル就活生の97.3%が企業版ふるさと納税を通して寄付活動を行っている企業に就職したいと回答、これよりエシカル就活生獲得のカギは「企業版ふるさと納税」と考えられる。