

2025 年 10 月 27 日

新卒採用選考プロセスにおける採用力強化のポイントは「誠実さ」

「採用 CX（候補者体験）に関する意識調査（2025）」の分析結果を発表

企業における経営・人事課題の解決および、事業・戦略の推進を支援する株式会社リクルートマネジメントソリューションズ（本社：東京都港区 代表取締役社長：山崎 淳 以下、当社）は、2026 年卒業予定の学生を対象に、「採用 CX（候補者体験）に関する意識調査（2025）」を実施しました。

採用 CX（Candidate Experience）とは、広義には採用選考プロセスを通じて候補者が抱く選考プロセスや企業への印象のことを指しています。本調査では「参加しやすさ」を含む評価観点を 6 つ用意し、新卒採用選考プロセスと、選考への参加意欲・姿勢との関係を調査しました。

今回の調査からは、採用候補者である学生は選考プロセスに対して「誠実さ」や「納得感」を強く求めており、選考プロセスを通じた候補者（以降、学生）と企業との対等なコミュニケーションが選考参加意欲に直結していることが明らかとなりました。企業においては、候補者体験の質を損なわないよう、重要な判断プロセスにおける人の関与や、学生との信頼関係をいかに構築するかが今後の採用力強化の鍵となります。

【エグゼクティブサマリ】

Topic1：「誠実さ」が 2 年連続で選考参加意欲への影響度 1 位。学生が最も評価する選考プロセスは個人面接

- 選考参加意欲への影響が最も大きい評価観点は、25 卒に引き続き「誠実さ」（図表 1）
- 学生からの評価が高い選考プロセスは 2 年連続で個人面接（図表 2）
- 面接で重視されているのは 1 位「誠実さ」、2 位「実力発揮感」、3 位「納得感」（図表 3）

Topic2：個人面接実施後の辞退要因上位は「やりたい仕事ができない」と感じたこと

- 面接実施後の辞退理由 1 位は、個人面接では「やりたい仕事ができない」、グループ面接・AI 面接では「面接方法への納得感のなさ」（図表 4、5）
- 適性検査で重視されているのは同率 1 位に「公平性」・「実力発揮感」、3 位に「誠実さ」（図表 6）

Topic3：AI 面接経験者は 25 卒に引き続き 3 割弱。全体の 6 割超は「人による評価」を希望

- AI 面接経験者は、25 卒・26 卒ともに全体の 3 割弱（図表 7）
- AI 面接は、対人面接と比較して「妥当感」「実力発揮感」「納得感」「誠実さ」を感じにくい、という割合が 25 卒より増加（図表 8）
- 面接場面で人に評価されたい学生は 63.0%、AI に評価されたい学生は 15.8%。人に評価されたい理由は、情報収集と見極め不安（図表 9、10）
- 学生の AI 活用度（高・低）によって、企業が採用場面で AI を活用することに抱く印象が変わる（図表 11）

Topic4：ネガティブ情報の過度な開示が志望度低下を招く。学生の性格タイプ別コミュニケーション設計が重要

- ネガティブな情報が多すぎると学生の志望度が下がる可能性がある（図表 12）
- 学生の性格タイプによって志望度が下がる理由は異なる。タイプや価値観に合わせたコミュニケーション設計が重要（図表 13）

2025 年 10 月 27 日

1. 調査担当のコメント

株式会社リクルートマネジメントソリューションズ

技術開発統括部測定技術研究所 研究員

甲斐 江里

近年の採用難を背景に、採用 CX（候補者体験）の重要性に対する認識は日本でも広がりつつあります。しかし、「どのような体験を、いつ候補者に提供すべきか」という問いに対する明確な答えは定まっておらず、その答えは時代とともに変化し続けると考えています。本調査は、継続的な調査を通じて日本の新卒採用における候補者体験の解像度を高めることを目的としています。この調査結果の活用により、企業と候補者の双方にとってより良い選考体験が生まれることを期待し、調査結果を公開いたします。



株式会社リクルートマネジメントソリューションズ

技術開発統括部測定技術研究所 マネジャー

渡辺 かおり

今回の調査から明らかになったのは、採用 CX（候補者体験）における「誠実さ」の重要性です。候補者は、採用担当者や面接者の一挙一動から企業姿勢を敏感に読み取っています。これは、候補者が就職活動を「単なる選抜の場」ではなく、「自らの未来を託せる企業かどうかを見極める場」として捉えていることの表れと言えます。



また、候補者が選考に前向きになる背景には、対等な関係性や人間的な配慮が大きく作用しています。一人ひとりにあわせた面接での細やかな気配りやフィードバック、個別の事情を考慮した柔軟な対応などは、候補者に「自分が大切に扱われている」という実感を与えます。一方で、不透明な選考プロセスや一方的な面接態度、過度な負担感は、候補者体験を著しく損ない、辞退やネガティブな印象につながりやすいことが浮き彫りとなりました。

こうした結果から見えてくるのは、候補者は合理性や利便性だけではなく、「誠実さ」と「納得感」を強く求めているという事実です。AI やデジタル技術の導入が進む中でも、人を尊重し信頼関係を築く姿勢が欠かせないことを今回の調査は示唆しています。効率化と同時に候補者一人ひとりの真摯な対話をどのように担保するのかが、今後の採用競争力を左右するカギとなるでしょう。

2. 調査の結果

● 選考参加意欲への影響が最も大きい評価観点は、25 卒に引き続き「誠実さ」

- 各選考プロセスについて、学生が評価観点（「誠実さ」「納得感」「実力発揮感」「参加しやすさ」「妥当感」「公平性」の 6 つの観点）を感じられた場合と、損なわれたと感じた場合に、選考参加意欲がどのように変化するかを選択してもらった。選考参加意欲が“上がる”ことへの影響については、全ての観点で過半数が「選考参加意欲が上がる」と回答していることから、どの観点も重要であることが分かった。中でも最も影響が大きかったのは「誠実さ」、次いで「納得感」「実力発揮感」の順となった。前年の 25 卒調査では「誠実さ」「実力発揮感」「納得感」の順であったため、1 位の「誠実さ」は変わらず、2 位と 3 位が入れ替わる結果となった。
- 一方、選考参加意欲が“下がる”ことへの影響については、1 位が「誠実さ」、2 位が「公平性」、3 位が「納得感」となっており、25 卒から変化はなかった。
- 選考参加意欲が上がった／下がったエピソードを収集したところ、「誠実さ」に関しては「学生の話に

2025 年 10 月 27 日

興味を持って面接を進めてくれた」「一次面接で人事担当からすぐ連絡が来て、フィードバックとフォローがあった」のような、面接者や人事担当者との接点場面での内容が多かった。

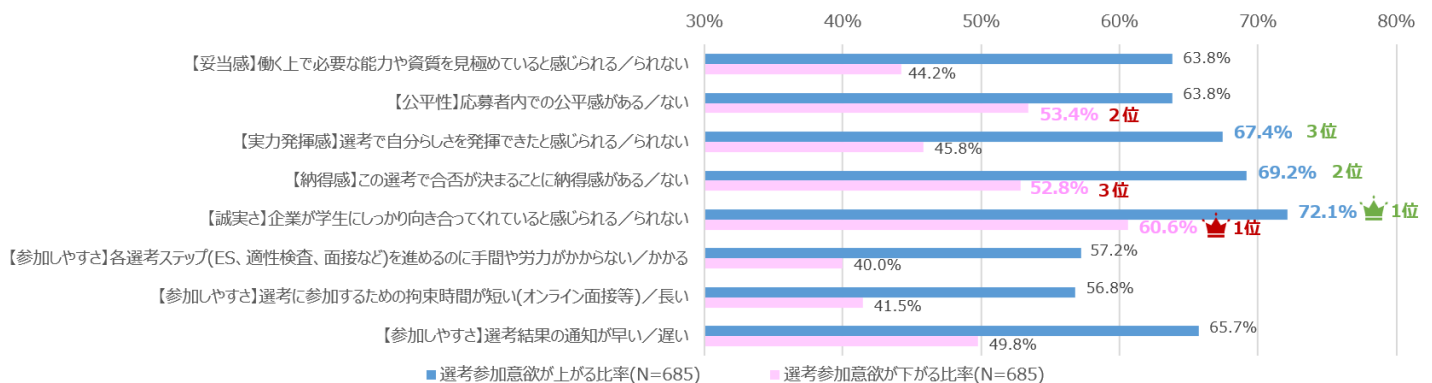
⇒「誠実さ」は、感じられた場合／損なわれた場合のいずれにおいても、6 観点の中でトップとなり、学生にとって選考意欲を左右する重要なキーファクターであると言えるだろう。

⇒特に選考を進める企業を厳選している学生にとっては、誠実さが感じられないことが選考辞退に直結する可能性もあり、改めて企業には学生と真摯に向き合う姿勢が求められている。誠実さに代表されるような、学生を尊重し、対等な関係を築こうとする姿勢や、企業がその人自身を求めていると伝わることが、選考参加意欲向上に影響していることが伺える。またそれらは人事担当者や面接者など対人接点場面でのやりとりから感じ取ることが多いようだ。

図表 1：選考参加意欲への候補者体験の 6 観点の影響

Q：もし本選考で企業に対して以下のような印象を受けた場合、その企業への選考参加意欲はどの程度変わりますか。（「1：選考参加意欲は大きく下がる／2：選考参加意欲はやや下がる／3：選考参加意欲は変わらない／4：選考参加意欲はやや上がる／5：選考参加意欲は大きく上がる」の 5 肢から単一選択）（N=685）

※1&2 を「損なわれた場合に選考参加意欲が下がる」、4&5 を「感じられた場合に選考参加意欲が上がる」としてまとめて集計



● 学生からの評価が高い選考プロセスは 2 年連続個人面接（図表 2）

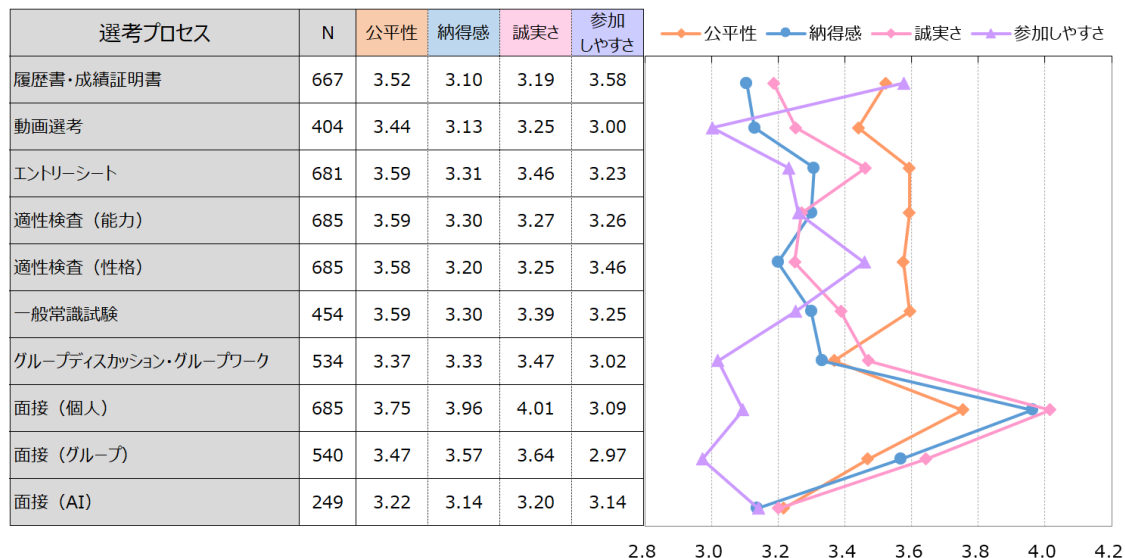
- 25 卒でも学生からの評価が高かった個人面接が、26 卒でも最も評価が高い結果に。参加しやすさ以外の全ての観点が同様の評価を得ていることから、個人面接が採用 CX 向上における重要な要素を持っていることがうかがえる。
- 「参加しやすさ」の観点のみ異なる動き方で、「履歴書・成績証明書」の評価が最も高い。面接やグループディスカッション、動画選考など、「話す」ことが必要となる選考プロセスは「参加しやすさ」への評価が低くなる傾向があった。
⇒参加しやすさは他観点とトレードオフの関係になることがあるため、参加しやすさを優先した施策を講じることで、他観点を損なってしまわないように注意が必要。
- 昨今導入が増えつつある AI 面接を見てみると、参加しやすさは面接（個人）・面接（グループ）と比較すると多少高くなっているが、ほか 5 観点は評価が伸び悩む結果となっている。

2025 年 10 月 27 日

図表 2：各選考プロセスへの候補者の評価（公平性・納得感・誠実さ・参加しやすさを抜粋）

Q：本選考中の各選考ステップについて、以下の観点（妥当感～参加しやすさ）がどの程度あると感じましたか。当てはまる程度をお答えください（各選考プロセスについて、前問で「経験したことがある」と回答した人の有効回答を分類）（「1：全くそう感じなかった／2：あまりそう感じなかった／3：どちらとも言えない／4：ややそう感じた／5：とてもそう感じた」の5肢から単一選択した結果の平均値を算出）

※公平性・納得感・誠実さ・参加しやすさのみを抜粋した結果を表示



● 面接で重視されているのは1位「誠実さ」、2位「実力発揮感」、3位「納得感」（図表3）

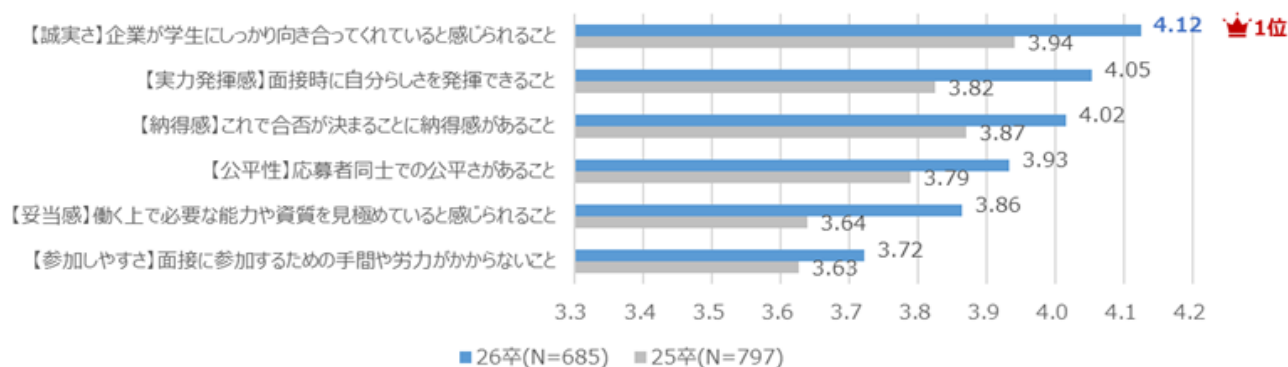
- 面接に対して学生が重視する評価観点として、昨年の25卒で1位だった「誠実さ」が26卒でも1位、また「実力発揮感」「納得感」がそれに次ぐ結果となった。26卒は25卒と比較し、「参加しやすさ」以外の5観点で有意に得点が上がっていたが、特に25卒からの差が大きかったのは「実力発揮感」「妥当感」だった。

⇒言語コミュニケーションを介して学生を評価する面接という場に対して、妥当な質問ができていのか、人となりを引き出すような場づくりができていのかを学生は重視しているよう。

⇒学生は自分たちと向き合う姿勢を企業側に求めるとともに、就職という人生において重要なプロセスで「適切に」選考されることを望んでいる可能性がある。

図表 3：面接に対して候補者が重視する評価観点

Q：本選考において、面接には以下の要素がどの程度重要だと思いますか。（「1：全く重要ではない／2：あまり重要ではない／3：どちらとも言えない／4：やや重要である／5：とても重要である」の5肢から単一選択した結果の平均値）（N=685）



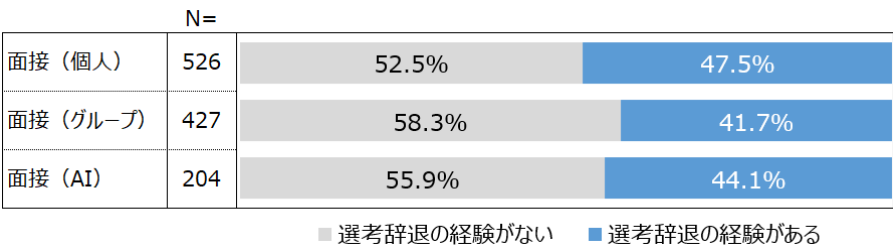
2025 年 10 月 27 日

● 面接実施後の辞退理由 1 位は、個人面接では「やりたい仕事ができない」、グループ面接・AI 面接では「面接方法への納得感のなさ」

- 個人面接・グループ面接・AI 面接で、選考辞退の経験があるか、またそのきっかけは何か確認したところ、各面接形態の経験者のうち 41.7～47.5%に辞退経験があり、そのうち個人面接の辞退経験が一番多い結果となった。
- 面接前に辞退した理由をみると、個人面接は「面接タイミングが他の予定と被っていた」、グループ面接は「面接に参加するための事前準備（企業研究や面接練習など）が手間と感じた」、AI 面接は「面接に参加するための事前準備（企業研究や面接練習など）が手間と感じた」と「面接実施までの段取り（会場に行くなど）が手間だった」が同率 1 位となっている。
- 面接後に辞退した理由をみると、個人面接は「この企業では、自分のやりたい仕事が出来ないと感じた」、グループ面接及び AI 面接は「この面接方法で合否が決まることに納得感がないと感じた」が 1 位となっている。
⇒個人面接の場合は、面接を通じて学生のセルフスクリーニングが働いているため、学生にあわせて要望の確認や動機づけにより改善する可能性がある。

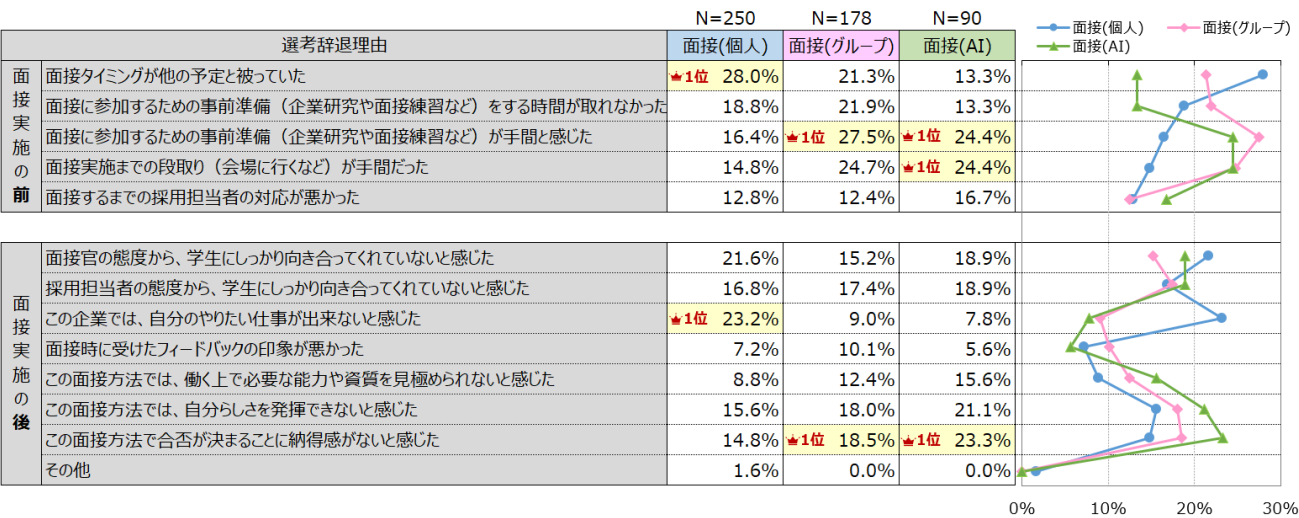
図表 4：面接形態ごとの選考辞退の経験有無

Q：面接がきっかけで、面接前または後に選考辞退した経験はありますか。以下の面接形式ごとにお答えください。（「1：経験がない／2：経験がある」から単一選択）（各選考プロセスについて、前問で「経験したことがある」と回答した人の有効回答を分類）



図表 5：面接がきっかけで選考辞退した理由

Q：前問で、面接がきっかけで選考辞退した経験があると回答した方にお伺いします。選考辞退した理由として、当てはまるものを全て選択してください。（複数回答）（選考辞退経験について、前問で「経験がある」と回答した人の有効回答を分類）



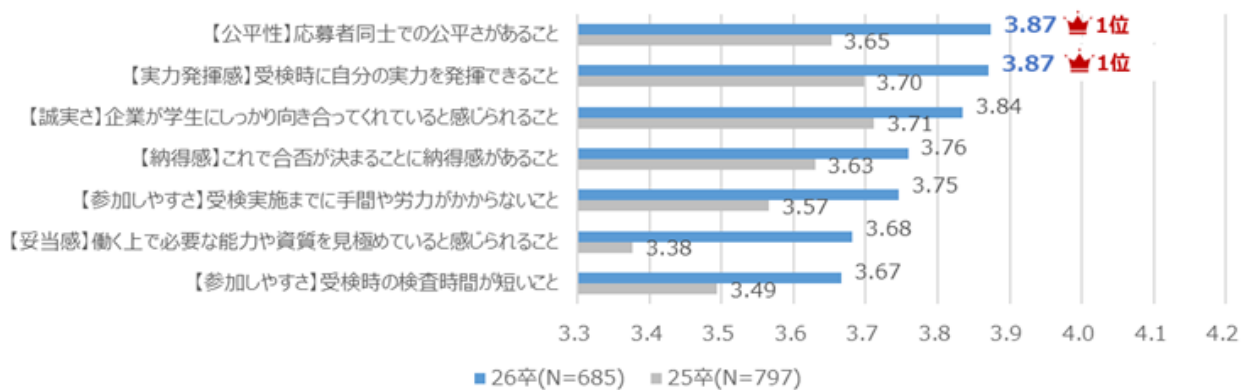
2025 年 10 月 27 日

● **適性検査で重視されているのは同率 1 位に「公平性」「実力発揮感」、3 位に「誠実さ」（図表 6）**

- ・ 適性検査に対して学生が重視する評価観点として、25 卒では 1 位「誠実さ」、2 位「実力発揮感」、3 位「公平性」だったが、26 卒では順位が入れ替わり、同率 1 位で「公平性」「実力発揮感」、次いで「誠実さ」となった。26 卒は 25 卒と比較しすべての項目で有意に得点が上がっていたが、特に 25 卒からの差が大きかったのは「妥当感」だった。
⇒昨今はオンライン上で人が受検状況を監視する適性検査が登場し、多くの学生が経験している。監視による受検の公平性担保の意識の高まりを学生が肌で感じることで、公平性の重要性を強く意識する結果となった可能性がある。

図表 6：適性検査に対して候補者が重視する評価観点

Q：本選考において、適性検査には以下の要素がどの程度重要だと思いますか。（「1：全く重要ではない／2：あまり重要ではない／3：どちらとも言えない／4：やや重要である／5：とても重要である」の 5 肢から単一選択した結果の平均値）（N=685）

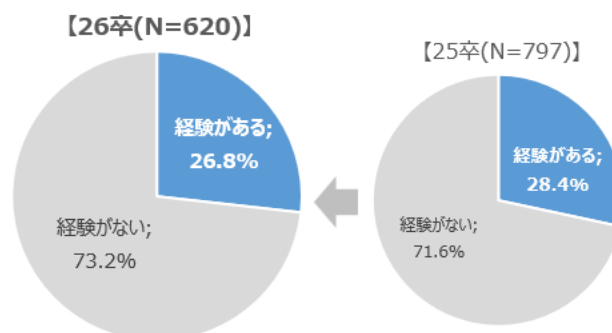


● **AI 面接経験者は、25 卒・26 卒ともに全体の 3 割弱（図表 7）**

- ・ 近年増加している AI 面接への学生からの評価結果を確認するために AI 面接経験有無を確認したところ、調査対象全体のうち AI 面接経験者は 26.8%と、25 卒の 28.4%から 1.6 ポイント減少した。
⇒AI 面接に関する注目度は高まっており 26 卒で伸びる可能性もあったが、実際に経験した学生は 3 割に満たないのが現状のようだ。

図表 7：AI 面接経験有無

Q：AI が介在した面接を受けた経験はありますか。 例：AI から質問を受けて会話する、会話は人と行うが AI が録画を見ている、など（「1：経験がない／2：経験がある／3：AI が介在した面接だったのかわからない」から単一選択）※25 卒では「3：AI が介在した面接だったのかわからない」の選択肢が存在しなかったため、比較のために 26 卒の母数から「3：AI が介在した面接だったのかわからない」の選択者を除外して集計



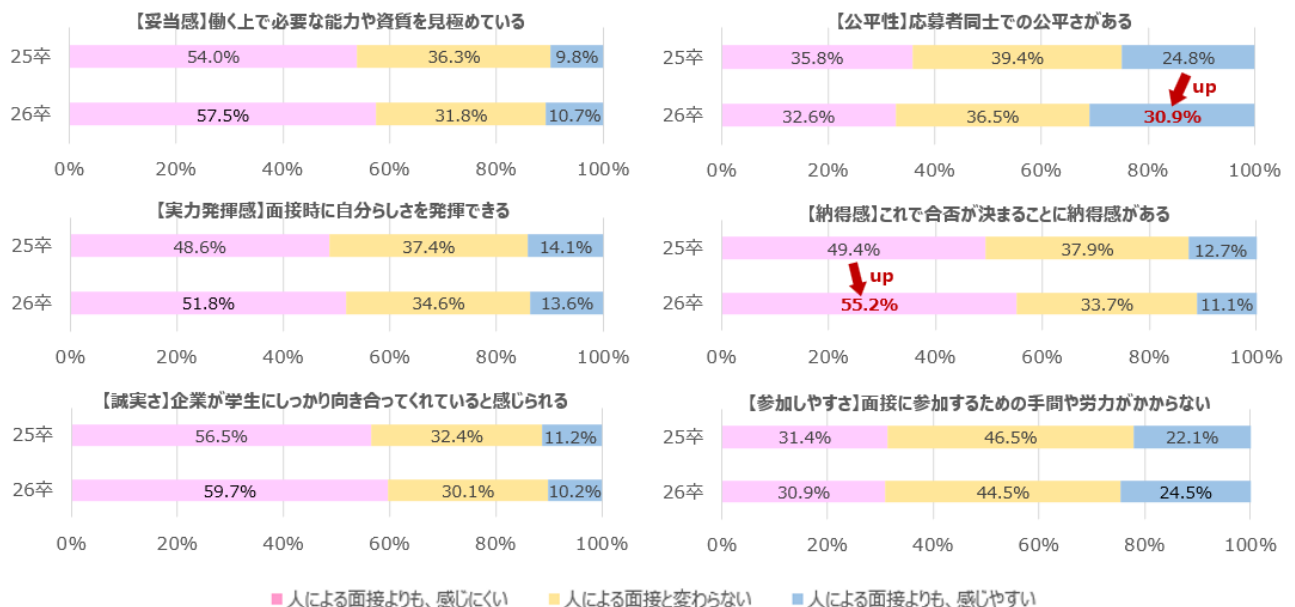
2025 年 10 月 27 日

● **AI 面接は、対人面接と比較して「妥当感」「実力発揮感」「納得感」「誠実さ」を感じにくい、という割合が 50% 超（図表 8）**

- 人による面接と比較した際の AI 面接に対する学生の評価を尋ねた。その結果、「妥当感」「実力発揮感」「納得感」「誠実さ」については「人による面接よりも、感じにくい」と回答した割合がいずれも 50% を超える結果となった。
 - 「納得感」については「人による面接よりも、感じにくい」と回答した割合が 25 卒よりも増加。一方、「公平性」については「人による面接よりも、感じやすい」と回答した割合が 25 卒よりも増加していた。
- ⇒ 貴重な対人接点の選考機会として、人による面接は AI 面接よりも根強く好まれる結果となったと考えられる。従来の対人面接を AI 面接へ置き換える際は、「妥当感」「実力発揮感」「納得感」「誠実さ」の観点で学生からの評価が低下するリスクがあることを念頭に慎重に判断する必要がある。

図表 8：AI 面接に対する評価

Q：（AI 面接経験無の場合）もし AI が介在した面接を受ける場合、以下はどの程度感じると思いますか。人による面接と比較してお答えください。
（AI 面接経験有の場合）AI が介在した面接を受けたとき、以下はどのように感じましたか。人による面接と比較してお答えください。
（25 卒：N=797、26 卒：N=685）※AI 面接経験有無により設問文を出し分け



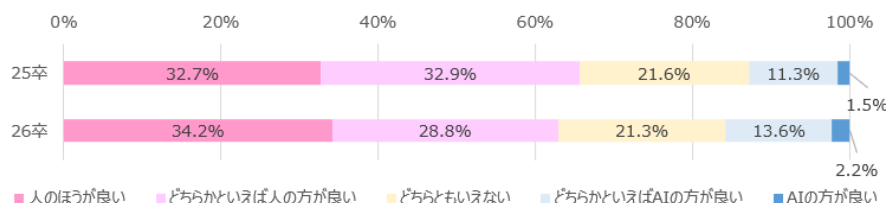
● **面接場面で人に評価されたい学生は 63.0%、AI に評価されたい学生は 15.8%。人に評価されたい理由は、情報収集と見極め不安（図表 9、10）**

- AI と人のどちらに面接を評価されたいかを確認したところ、26 卒では人に評価されたい学生は 63.0%、AI に評価されたい学生は 15.8% となった。25 卒は人：65.6%、AI：12.8% で、昨年度と比較すると、AI に評価されたい学生が若干増えた。
- 人に評価されたい学生（全体の 63.0%）が上げる理由としては「社員に直接会うことで、その企業や社員の雰囲気を知りたい」「人の面接のほうが、自分のことをうまく伝えられそう」と回答する割合が高く、情報収集と見極め不安の両方の観点が重視されていることがわかった。
- 一方、AI に評価されたい学生（全体の 15.8%）が上げる理由としては「AI の面接のほうが、自分のことをうまく伝えられそう」「人の面接のほうが緊張する」が上位に来ており、対人コミュニケーションへの不安から AI の方を好む学生がいる可能性が伺えた。

2025 年 10 月 27 日

図表 9：面接では AI と人のどちらに評価されたいか

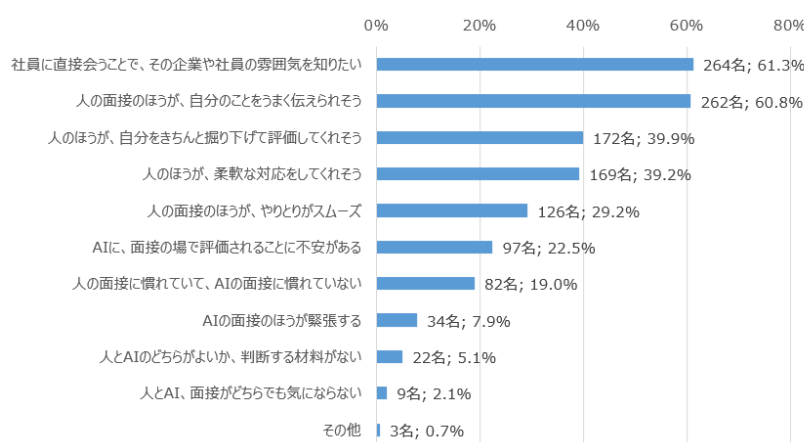
Q：面接の実施・評価は、人と AI どちらにやってもらいたいと思いますか。（25 卒：N=797、26 卒：N=685）



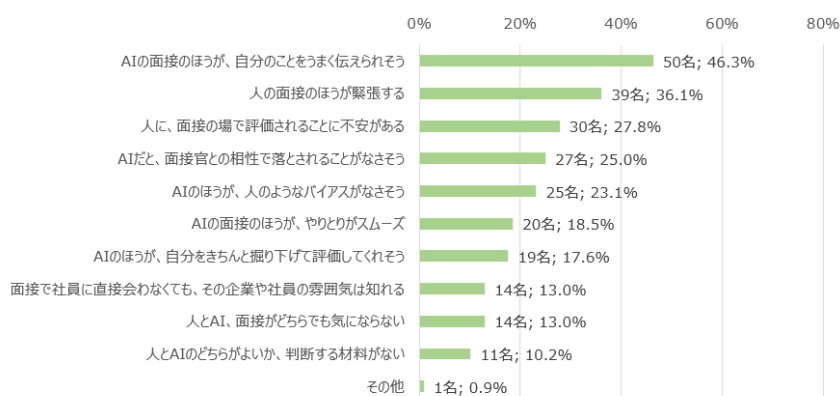
図表 10：AI または人に評価してもらいたい理由

Q：前問で「人のほうが良い」～「AI のほうが良い」（前問の回答に合わせて出し分け）と回答した理由は何でしたか。当てはまるものを全てお答えください。（N=685）

人の方が良い理由(N=431)



AIの方が良い理由(N=108)



- **学生自身の AI 活用度（高・低）によって、企業が採用場面で AI を活用することに抱く印象が変わる（図表 11）**
- ・ 企業が採用において AI を活用することに悪い印象を抱くかを確認したところ、評価場面で AI を活用することに学生の 28.6%が悪い印象を抱くことがわかった。一方、広報物の制作や選考手続きの効率化、応募者への個別最適化に活用する場合は、悪い印象を抱く割合が12.8～15.3%と評価場面より低い割合だった。
- ・ 学生自身の AI 活用度（高・低）による評価の違いを確認すると、就職活動場面での AI 活用度が高い学生のほうが、AI 活用度が低い学生よりも悪い印象を抱く割合が低く、学生自身の AI との親和性が

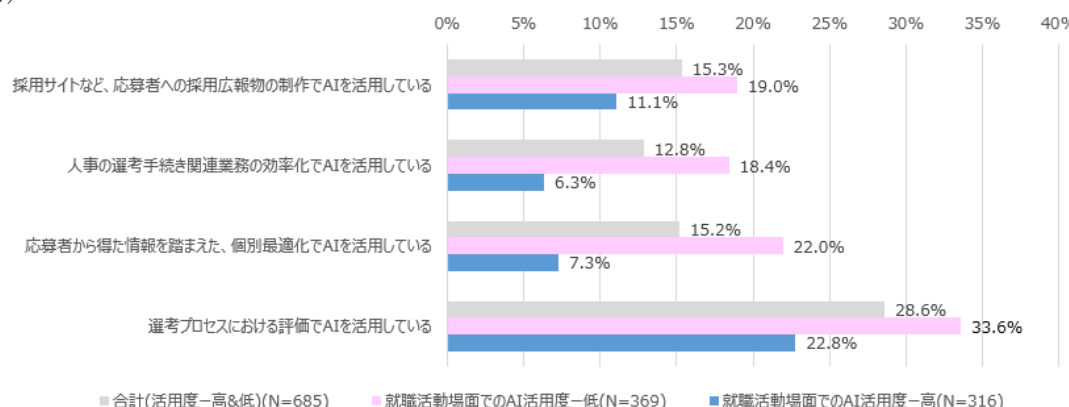
2025 年 10 月 27 日

評価に影響していることがわかった。

⇒評価場面での AI 活用においては、AI 活用度が高い学生であっても 22.8%が悪い印象を抱く結果となり、採用選考場面という学生にとって非常に重要なシーンにおいて、評価基準やロジックがわかりづらい AI に評価されることに抵抗を感じる人が多いと想定できる。

図表 11：企業が採用で AI を活用することに対して悪い印象をもつ割合

Q：選考プロセスの中で、以下のように積極的に AI を活用している企業のイメージについて当てはまるものをお答えください。（「1：悪い印象がある／2：良くも悪くも思わない／3：良い印象がある」の 5 肢から単一選択した結果のうち、「1：悪い印象がある」の割合のみを表示）
(N=797)

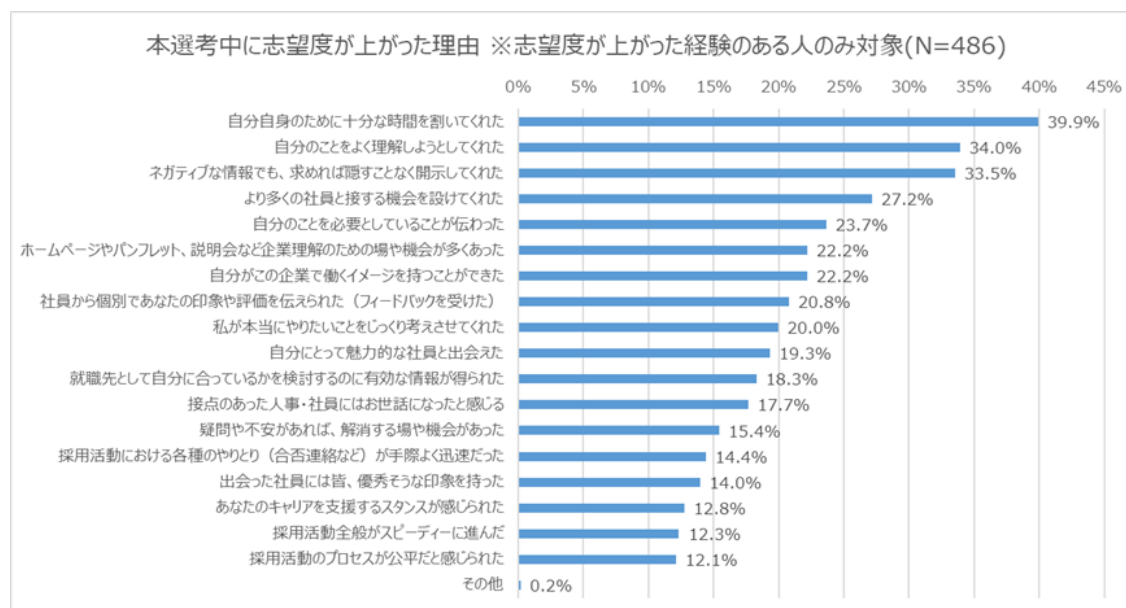


● ネガティブな情報が多すぎると学生の志望度が下がる可能性がある（図表 12）

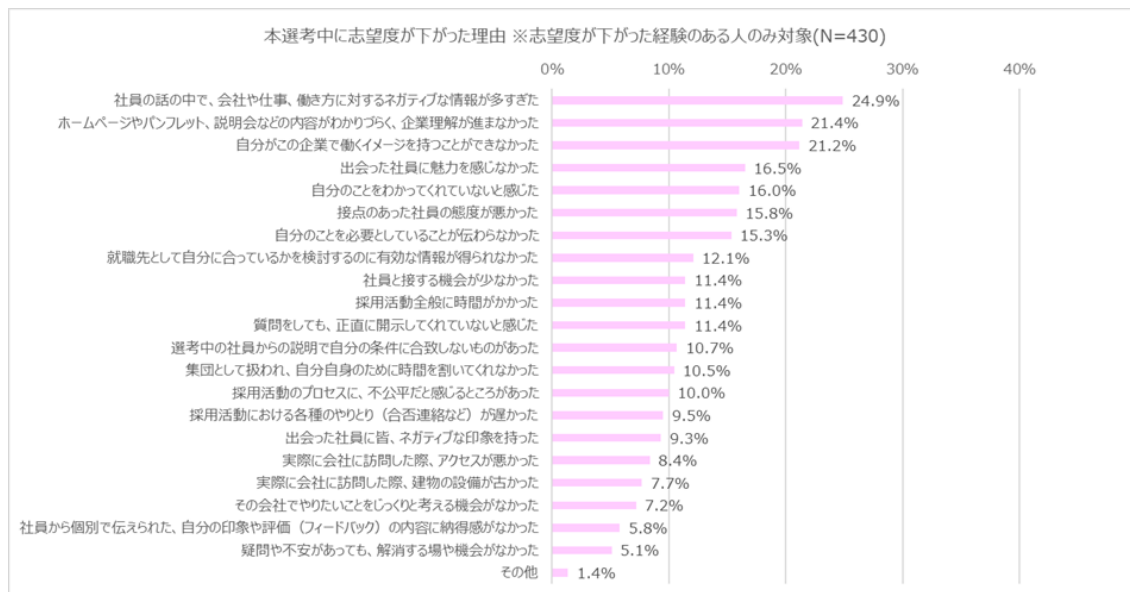
- ・ 本選考中に志望度が上がった理由を確認したところ、「自分自身のために十分な時間を割いてくれた」「自分のことをよく理解しようとしてくれた」など、企業の学生への姿勢が影響していた。
- ・ 一方、志望度が下がった理由としては、「社員の話の中で、会社や仕事、働き方に対するネガティブな情報が多すぎた」「ホームページやパンフレット、説明会などの内容がわかりづらく、企業理解が進まなかった」など、企業が提供する情報の内容が影響していた。

図表 12：本選考中に志望度が上がった／下がった理由

Q：もともと志望度が低かった(高かった)企業に対して、本選考中に志望度が上がった(下がった)経験はありますか。ある場合は志望度が上がった(下がった)理由として当てはまるものをお答えください。（複数選択）（選択肢の中で「志望度が上がった(下がった)経験はない」を選択した回答者以外を母数としてそれぞれ集計）



2025 年 10 月 27 日



● 学生の性格タイプによって志望度が下がる理由は異なる。タイプや価値観に合わせたコミュニケーション設計が重要（図表 13）

- 学生の性格タイプ別に志望度が下がった理由を確認したところ、タイプにより志望度低下の理由に違いが見られた。
⇒学生の動機づけには、タイプや価値観に合わせたコミュニケーション設計が重要である。

図表 13：性格タイプ別 志望度が下がる理由

Q：もともと志望度が高かった企業に対して、本選考中に志望度が下がった経験はありますか。ある場合は志望度が下がった理由として当てはまるものをお答えください。（複数選択）（選択肢の中で「志望度が上がった（下がった）経験はない」を選択した回答者以外を母数としてそれぞれ集計）

	【創造重視タイプ】 挑戦的な仕事に、 周囲と力を合わせて取り組む	【結果重視タイプ】 合理性を重視し、 高い目標に意欲的に取り組む	【調和重視タイプ】 人と協力しながら、 着実に仕事に取り組む	【秩序重視タイプ】 細かいことにも気を配り、 こつこつと仕事に取り組む
1位	社員の話の中で、会社や仕事、働き方に対するネガティブな情報が多すぎた	ホームページやパンフレット、説明会などの内容がわかりづらく、企業理解が進まなかった	社員の話の中で、会社や仕事、働き方に対するネガティブな情報が多すぎた	社員の話の中で、会社や仕事、働き方に対するネガティブな情報が多すぎた
2位	ホームページやパンフレット、説明会などの内容がわかりづらく、企業理解が進まなかった	自分がこの企業で働くイメージを持つことができなかった 自分のことを必要としていることが伝わらなかった	ホームページやパンフレット、説明会などの内容がわかりづらく、企業理解が進まなかった	自分がこの企業で働くイメージを持つことができなかった
3位	自分がこの企業で働くイメージを持つことができなかった		接点のあった社員の態度が悪かった	出会った社員に魅力を感じなかった 自分のことをわかっていていないと感じた
4位	就職先として自分に合っているかを検討するのに有効な情報が得られなかった	質問をしても、正直に開示してくれていないと感じた 社員の話の中で、会社や仕事、働き方に対するネガティブな情報が多すぎた 自分のことをわかっていていないと感じた	自分がこの企業で働くイメージを持つことができなかった	
5位	集団として扱われ、自分自身のために時間を割いてくれなかった その会社でやりたいことをじっくりと考える機会がなかった 実際に会社に訪問した際、建物の設備が古かった		出会った社員に魅力を感じなかった	ホームページやパンフレット、説明会などの内容がわかりづらく、企業理解が進まなかった

※別途設定した、性格タイプ分けのための質問項目を用いて回答者を 4 タイプに分類した結果と掛け合わせて集計

2025 年 10 月 27 日

3. 調査概要

● 「採用 CX（候補者体験）に関する意識調査（2025）」

調査日：2025 年 7 月

調査手法：Web 調査会社を用いたインターネット調査

対象者：以下全てを経験したことのある大学生 4 年生もしくは大学院 2 年生

- ・自由応募による就職活動
- ・内定獲得
- ・個人面接、適性検査(能力・性格とも)の選考プロセス

有効回答数：685 名

リクルートマネジメントソリューションズについて

ブランドスローガンに「個と組織を生かす」を掲げ、クライアントの経営・人事課題の解決と、事業・戦略推進する、リクルートグループのプロフェッショナルファームです。日本における業界のリーディングカンパニーとして、1963 年の創業以来、領域の広さと知見の深さを強みに、人と組織のさまざまな課題に向き合い続けています。

●事業領域：人材採用、人材開発、組織開発、制度構築

●ソリューション手法：アセスメント、トレーニング、コンサルティング、HR アナリティクス

また、社内に専門機関である「組織行動研究所」「測定技術研究所」を有し、理論と実践を元にした研究・開発・情報発信を行っております。

※WEB サイト：<https://www.recruit-ms.co.jp>