News Release

エン株式会社
2026年11月17日発表
No.4339

「転職活動におけるSNS活用」に関する調査

**20代の71%が転職活動で「SNS」を活用。全体でも36%にのぼり、若年層ほど活用が進む。
求人情報や公式サイトでは分からない「リアルな内情」が分かったという人が多い一方、
「良い面ばかりが強調され、実態が見えない」という声も。**

―『エン転職』ユーザーアンケート―

エン株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役会長兼社長：越智通勝）が運営する8年連続満足度No.1（※）の総合転職サイト『エン転職』（https://employment.en-japan.com/）上で、ユーザーを対象に「転職活動におけるSNS活用」についてアンケートを行ない、469名から回答を得ました。以下、概要を報告します。

※2018年～2025年オリコン顧客満足度調査「転職サイト」ランキング総合1位

結果　概要

- ★ **20代の71%が転職活動で「SNS」を活用。全体でも36%にのぼり、若年層ほど活用が進む。**
- ★ **SNSで知りたい内容、トップは「企業の社風・職場のリアルな雰囲気」。**
- ★ **求人情報や公式サイトでは分からない「リアルな内情」が分かったという人が多い一方、「良い面ばかりが強調され、実態が見えない」という声も。**

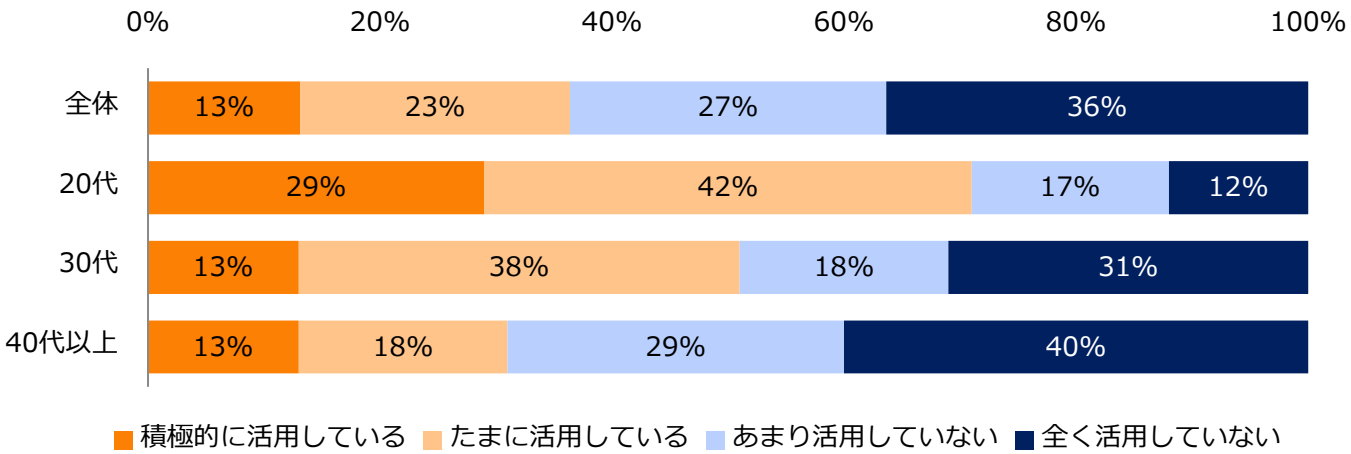
■調査結果　詳細

1： 36%が転職活動で「SNS」を活用。20代は71%と若年層ほど活用が進む。（図1～2）

転職活動において、情報収集や対策のためにSNS（X、Instagram、TikTokなど）を活用しているかを伺うと、36%が「活用している」（積極的に活用している：13%、たまに活用している：23%）と回答。年代別で見ると、20代は71%（積極的に活用している：29%、たまに活用している：42%）で最も高く、若年層ほど活用率が高い傾向がみられました。

また、転職活動で利用・参考にするSNSは、「Instagram」が最多の48%。次いで「X」が46%となりました。

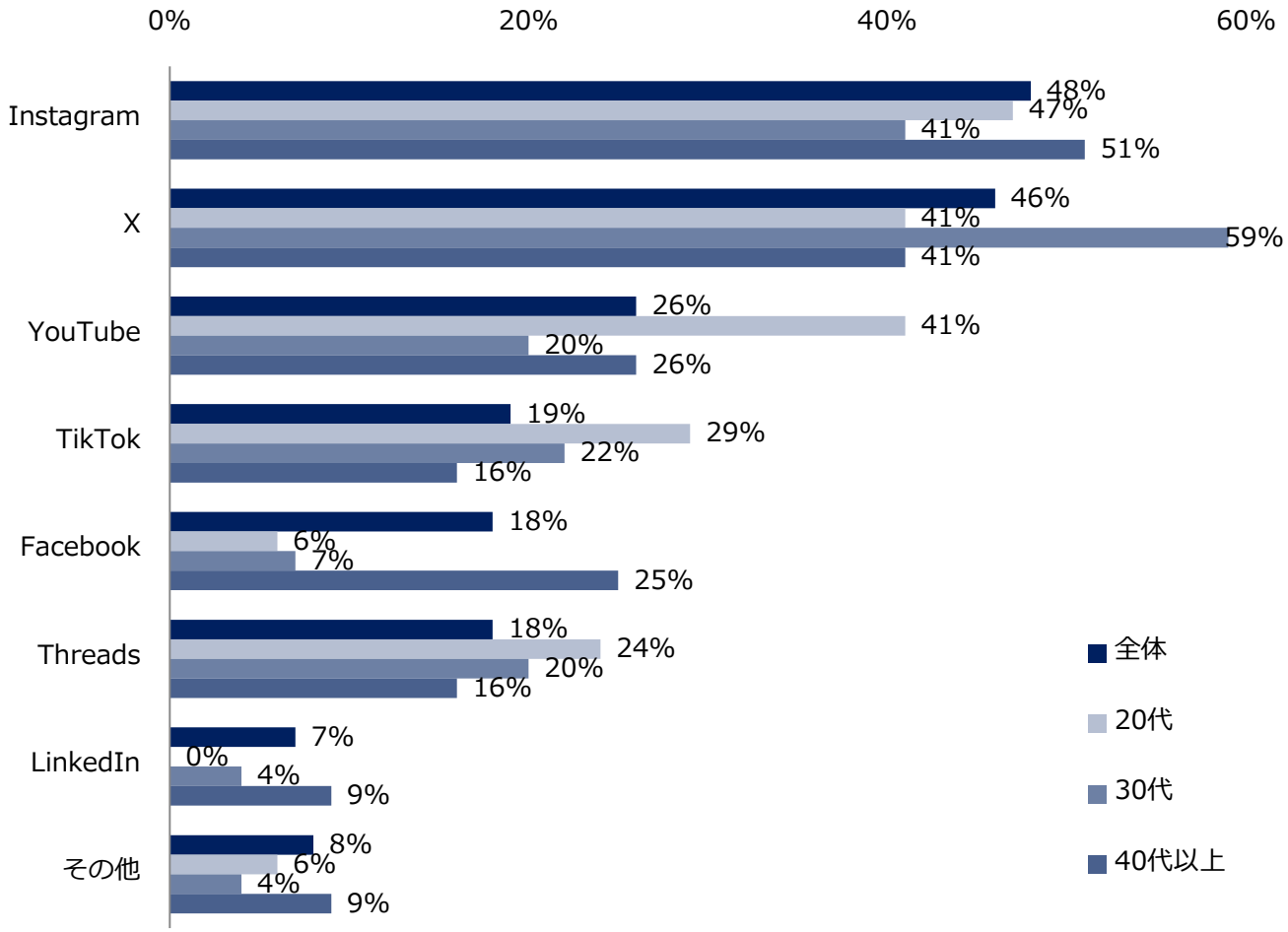
【図1】あなたは転職活動において、情報収集や対策のためにSNS（X、Instagram、TikTokなど）を活用していますか？（年代別）



※小数点以下を四捨五入しているため、合計は必ずしも100にならない。

©en Inc.

**【図2】「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ伺います。
転職活動で利用・参考にするSNSは何ですか？（年代別／複数回答可）**



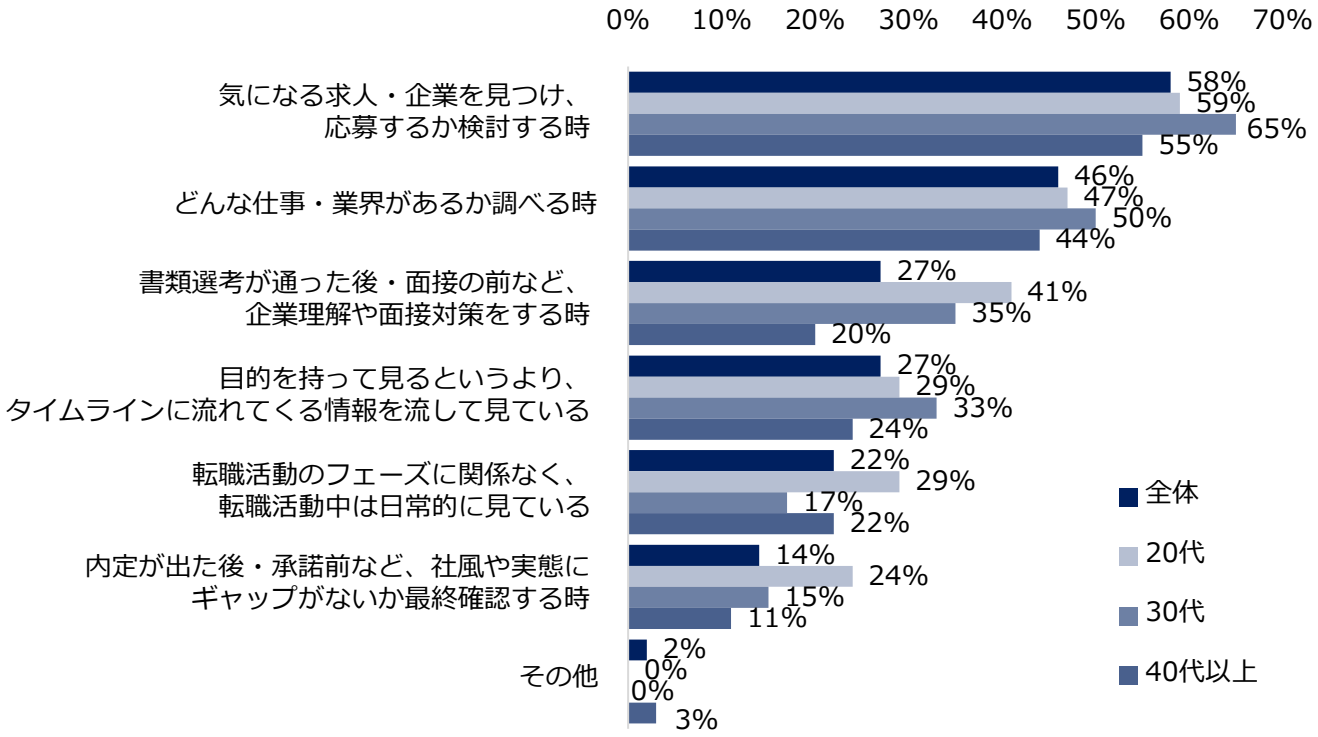
2：SNSで知りたい内容、トップは「企業の社風・職場のリアルな雰囲気」。（図3～4）

「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ、転職活動において、どのタイミングでSNSを見ることが多いかを伺うと、「気になる求人・企業を見つけ、応募するか検討する時」（58%）が最多となり、次いで、「どんな仕事・業界があるか調べる時」（46%）でした。

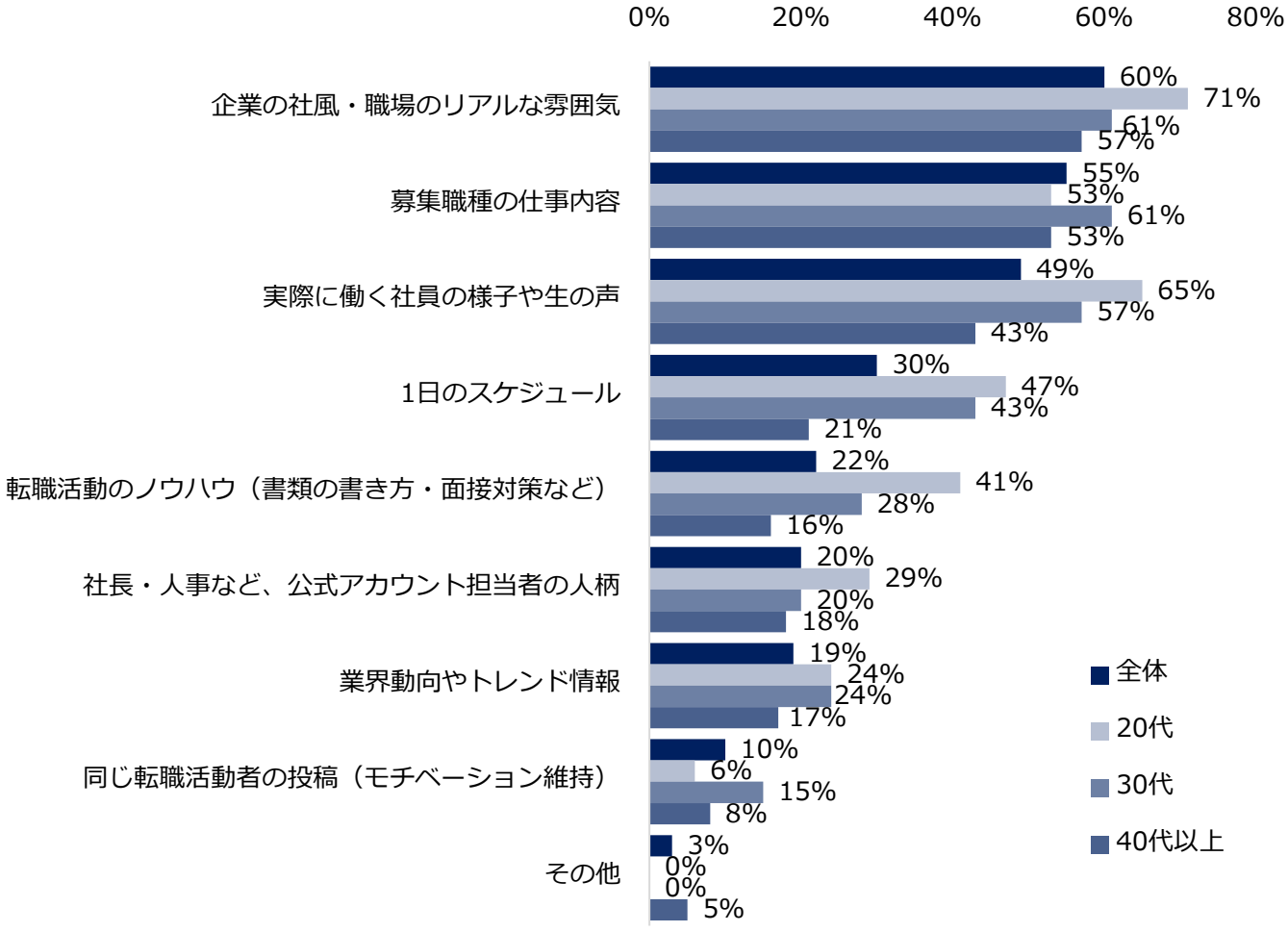
また、転職活動中にSNSで見たい・知りたい内容は何かを伺うと、「企業の社風・職場のリアルな雰囲気」（60%）が全世代で最多となりました。30代では「企業の社風・職場のリアルな雰囲気」と「募集職種の仕事内容」がともに61%で、同率1位となりました。

©en Inc.

【図3】「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ伺います。
転職活動において、どのタイミングでSNSを見ることが多いですか？（年代別／複数回答可）



【図4】「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ伺います。
転職活動中にSNSで見たい・知りたい内容は何ですか？（年代別／複数回答可）



©en Inc.

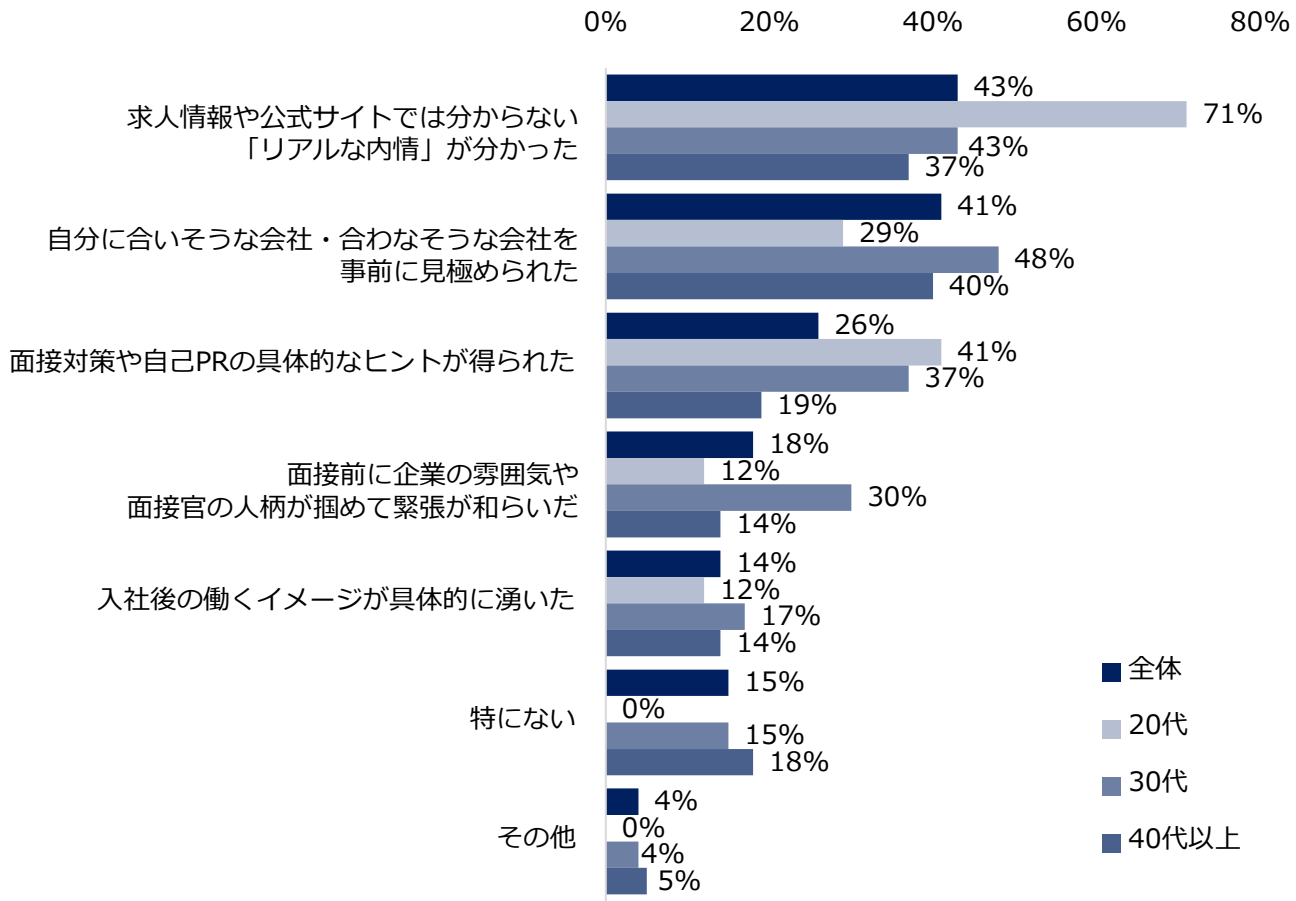
3：求人情報や公式サイトでは分からない「リアルな内情」が分かったという人が多い一方、「良い面ばかりが強調され、実態が見えない」という声も。（図5～7）

「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ、SNSで転職情報を収集する中で「良かったこと・役立ったこと」を伺うと、「求人情報や公式サイトでは分からない“リアルな内情”が分かった」（43%）が最多となり、特に20代では71%に上りました。年代別に見ると、30代と40代以上では、「自分に合いそうな会社・合わなさそうな会社を事前に見極められた」が最も多い結果となりました。

一方、SNSで転職情報を収集する中で「困ったこと」や「課題」に感じることは何かを伺うと、「良い面ばかりが強調されていて、“リアルな内情”が見えない」（60%）が最多となりました。

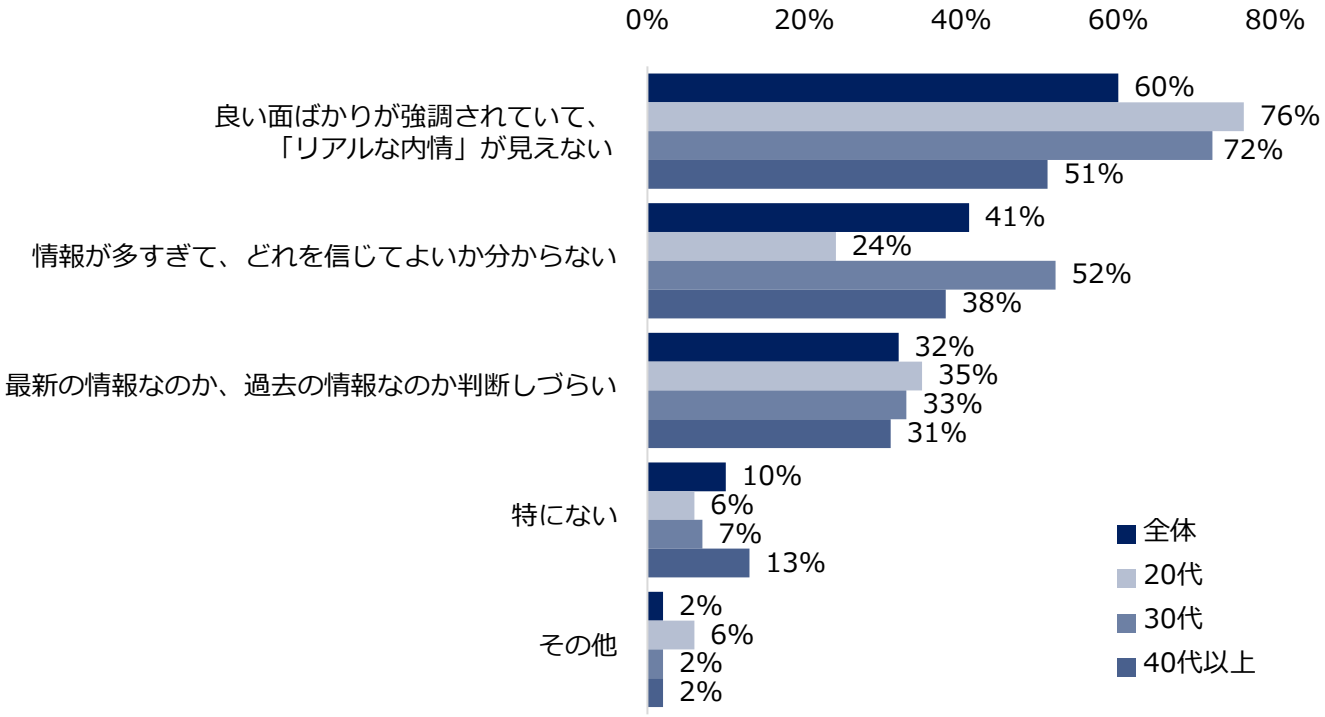
また、企業の公式SNSや社員の投稿を見て、その企業への「志望度が変わった（上がった・下がった）」経験はあるかと伺うと、21%が「志望度が変わった」（志望度が上がった経験がある：5%、志望度が「上がった」「下がった」両方の経験がある：10%、志望度が下がった経験がある：6%）と回答。若年層ほど割合が高い傾向となりました。どのような投稿や発信を見て志望度が変化したのか、具体的なエピソードも紹介します。

【図5】「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ伺います。 SNSで転職情報を収集する中で「良かったこと・役立ったこと」は何ですか？（年代別／複数回答可）

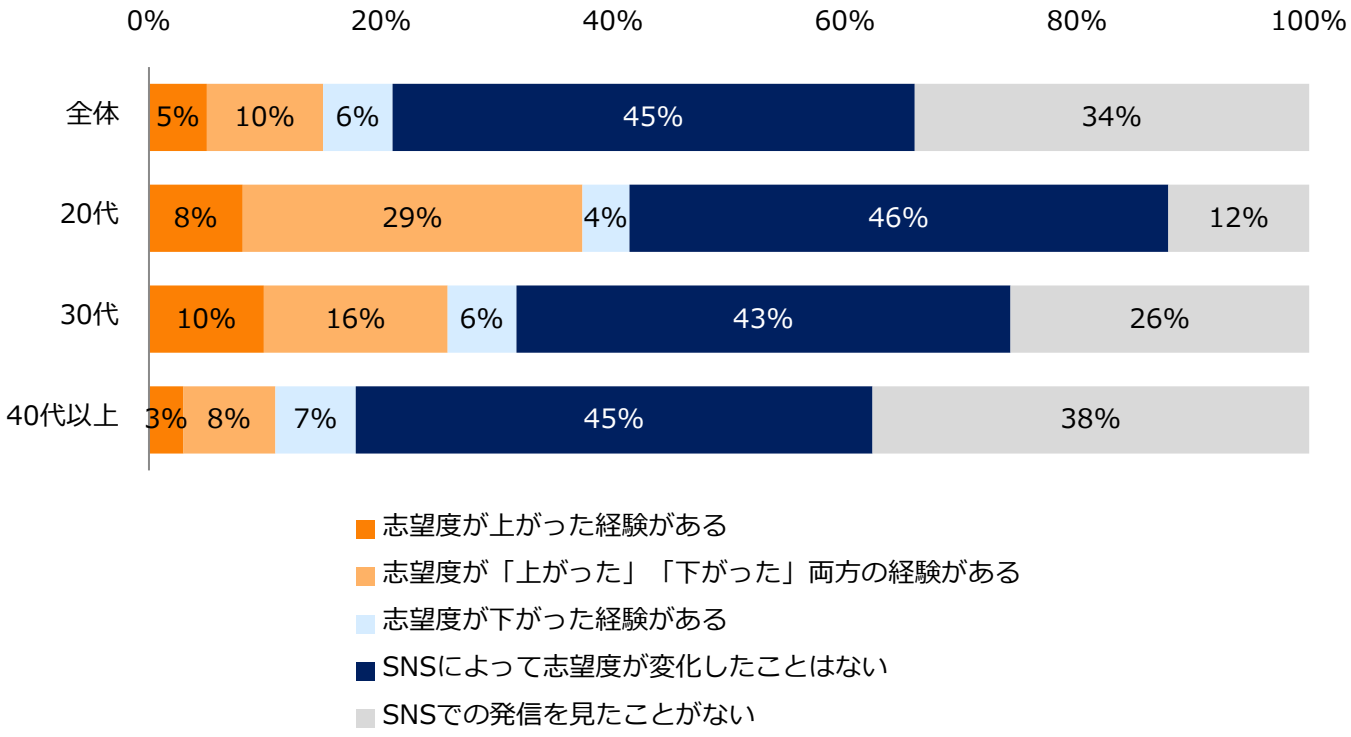


エン株式会社
2026年11月17日発表
No.4339

【図6】「積極的に活用している」「たまに活用している」と回答した方へ伺います。 SNSで転職情報を収集する中で「困ったこと」や「課題」に感じることは何ですか？（年代別／複数回答可）



【図7】企業の公式SNSや社員の投稿を見て、その企業への「志望度が変わった（上がった・下がった）」経験はありますか？（年代別）



※小数点以下を四捨五入しているため、合計は必ずしも100にならない。

©en Inc.

Q. どのような投稿や発信を見て志望度が変化しましたか？ 具体的なエピソードを教えてください。

▼職場の日常や働く姿がイメージでき、志望度が上がったという声
・社員同士の雰囲気や1日のスケジュールなどから、入社後のイメージが湧いた。（20代女性）
・給与面でどれほどもらえて、推し活にどれだけお金を使えるのかイメージできた。
前職がフリーランスの人など、さまざまな職種の人が集まっていて、勇気をもらえた。（20代女性）
・ランチやオフィスの映像など、普段の様子が伝わる投稿を見て、応募をしようと思った。（30代女性）

▼社員の関係性や会社の魅力が伝わり、志望度が上がったという声
・社員同士の仲が良さそうな動画を見て、応募を決めた。（30代男性）
・年度ごとの発信や社内行事の発信、製品紹介などを見て、志望度が上がったこともある。（30代女性）

▼偏ったアピールに不安を感じ、志望度が下がったという声
・表面的なアピールが多く、実際に働いている様子が分からなかった。（20代女性）
・あまりにも良いところだけを主張していたため、SNSのために発信しているのではないかと疑問に感じた。
実態と違っていた場合、ネガティブなギャップが生じると思い、志望度が下がった。（30代女性）

▼社風やカルチャーが合わないと感じ、志望度が下がったという声
・社員の仲が良い動画を見て、社風が良いと感じた一方、距離感が近すぎると感じ、辞退した。（20代女性）
・社員が顔出ししている投稿を見て、自分も顔出しをするのか不安になり、志望度が下がった。（30代女性）
・公式SNSの更新が数年前で止まっていたり、誤字があったり、
フォローしている相手が胡散臭いタイプだったので、応募をためらった。（30代女性）

【調査概要】
■調査方法：インターネットによるアンケート
■調査対象：『エン転職』（https://employment.en-japan.com/）を利用するユーザー
■調査期間：2026年10月1日～2026年11月3日
■有効回答数：469名

「後悔しない仕事選び」を一緒に。総合満足度No.1転職サイト『エン転職』



https://employment.en-japan.com/

どこよりも「企業と仕事の"リアル"がわかる」にこだわる転職サイト。担当者の取材をもとにしたわかりやすい求人情報、働く空気まで伝わる動画や写真、企業の素顔が見えてくる社員クチコミ、面接内容が事前にわかる面接対策レポートなど、後悔しない仕事選び・活躍できる職場選びに必要な情報を余すことなくお届けします。おかげさまで2018年から8年連続、総合満足度No.1の転職サイトに選ばれました。

レポートの引用について
当社の調査結果やレポートは、事業会社様の宣伝や商業活動などでのご利用はお断りしております。
※報道や公的な調査、学術用途での引用はご利用いただけます。
※エン株式会社（旧：エン・ジャパン株式会社）は、2025年10月に商号変更を行ないました。

**本ニュースリリースに関する
お問い合わせ先**

エン株式会社　広報担当
TEL：03-3342-6590　MAIL：en-press@en-japan.com
〒163-1335　東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー
https://corp.en-japan.com/

©en Inc.