



2020 年度版

BIZ MIL BRAND SURVEY

「ビズミルブランドサーベイ」調査レポート

18 業界 148 社の「採用ブランド力」を調査

「採用ブランド力」トップ 50 を発表

株式会社 揚羽

令和 2 年 10 月 23 日

株式会社揚羽は、企業の採用課題、組織課題等をクリエイティブで解決する支援をワンストップで行っています。

本資料は、企業の採用課題解決のため 2017 年より毎年実施している「ビズミルブランドサーベイ」2020 年度版の調査レポートです。2,918 名の学生（※1）を対象に実施したアンケート調査をもとに、有効回答の得られた 18 業界 148 社（※2）の「採用における企業のブランド力」＝「採用ブランド力」を調査しました。

本サーベイの特長は、学生の入社意欲と深い相関関係のある「企業に対する印象」を調査する点です。

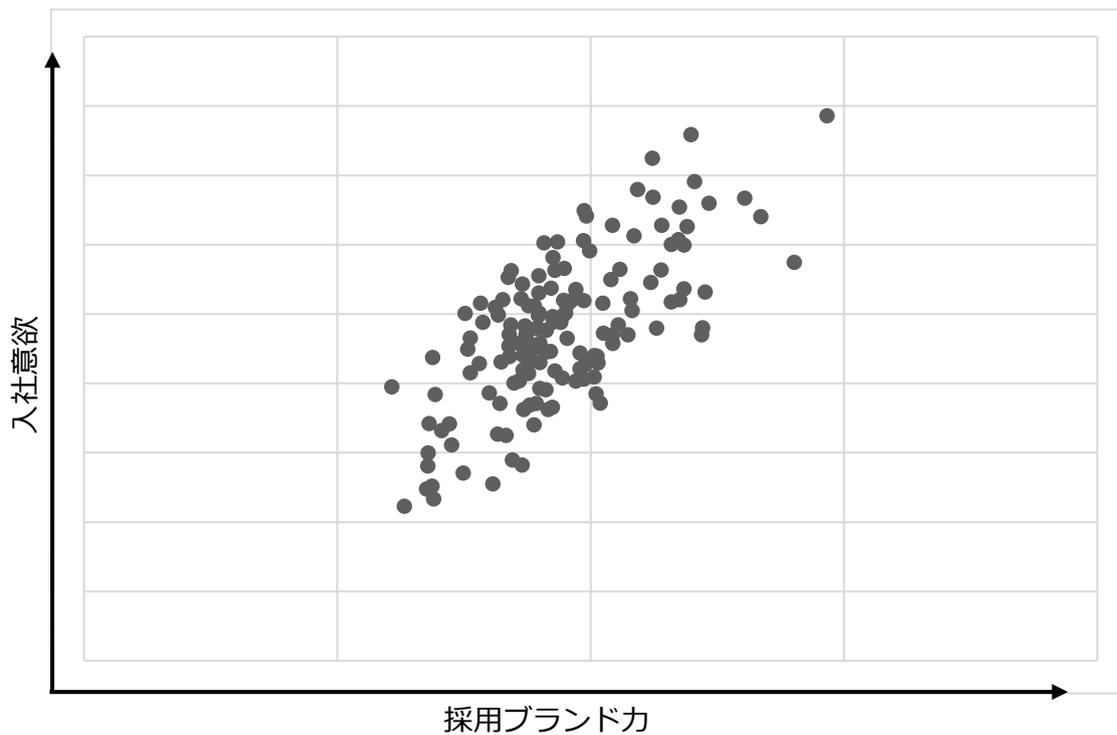
2020 年度の学生の志向性と「採用ブランド力」TOP50 のランキングを発表いたします。

（※1） 株式会社 futurelabo 様が運営するインターンシップガイド (<https://internshipguide.jp/>) 登録する学生 2,918 名

（※2） 18 業界 227 社の内、有効回答数が得られた企業

2020年度 「入社意欲」と「採用ブランド力」の相関関係

本年度の「入社意欲」と「採用ブランド力」との相関係数は、昨年同様 0.70 と高い数値が示された。相互に相関関係があることが明らか。



・縦軸「入社意欲」は、企業に対する入社意欲を「企業名は聞いたことがある」から「第一志望である」の7段階で収集した。

・横軸「採用ブランド力」は、学生が企業一覧（P4,5）より任意に選んだ1業界5企業に対し、25項目（P6に詳細）に分類された企業の魅力を探る質問に回答したものを収集。その結果、上記分布図の通り集計され、相関関係が示された。

2020年度「採用ブランド力」ランキングTOP50

昨年に引き続きプラットフォームや外資企業が安定の強さを見せる中、日系企業では特に総合商社とIT企業が多くランクイン。IT企業の台頭はデジタルトランスフォーメーションの需要拡大が起因していると考えられる。また、昨年と比較して本年度は自動車メーカーや食品メーカーなどBtoC企業が目立っている。新型コロナウイルスの影響により大型イベントや大学セミナー等が軒並み中止・延期になったことで学生と企業の接点が減り、学生にとってより身近なBtoCメーカーに印象が偏った可能性がある。

採用ブランド力上位50社（148社中）

企業名	総合ブランド力	順位	業界の魅力		個社の魅力		仕事内容の魅力		報酬/スキルの魅力		人/社風の魅力	
			ブランド	順位	ブランド	順位	ブランド	順位	ブランド	順位	ブランド	順位
Google	1466.82	1	337.44	2	306.40	2	283.41	3	281.99	1	257.58	1
トヨタ自動車	1402.30	2	339.08	1	313.79	1	256.32	9	265.52	2	227.59	4
アマゾンジャパン	1336.28	3	327.14	3	293.22	4	247.49	15	235.69	4	232.74	2
伊藤忠商事	1304.67	4	306.00	4	264.67	10	266.00	7	248.00	3	220.00	7
三菱商事	1233.79	5	283.45	6	257.24	12	251.03	12	231.72	5	210.34	13
マッキンゼー・アンド・カンパニー	1226.04	6	268.75	8	238.02	23	296.35	1	216.67	21	206.25	18
オリエンタルランド	1221.37	7	267.09	10	300.85	3	236.32	25	214.10	25	202.99	19
ゴールドマンサックス	1219.35	8	274.19	7	222.58	43	266.13	6	227.42	8	229.03	3
日本IBM	1205.03	9	258.49	16	243.40	21	248.43	13	231.45	6	223.27	6
アクセンチュア	1198.05	10	258.75	15	224.51	38	278.99	4	222.18	13	213.62	10
三井不動産	1190.70	11	244.19	24	279.07	5	247.67	14	212.79	28	206.98	17
ボストンコンサルティング	1184.12	12	256.47	17	221.18	46	285.29	2	213.53	27	209.65	14
本田技研工業	1184.06	13	263.77	13	244.93	19	239.13	21	224.64	12	211.59	12
ソニー	1176.12	14	250.75	20	277.61	6	253.73	10	186.57	53	207.46	15
三菱地所	1175.29	15	243.53	26	270.59	7	238.82	22	224.71	11	197.65	23
三井物産	1173.85	16	264.62	12	225.38	35	244.62	17	221.54	15	217.69	8
ジェーシーピー (JCB)	1159.57	17	293.62	5	238.30	22	238.30	23	189.36	50	200.00	22
丸紅	1159.35	18	265.04	11	212.20	57	243.09	18	226.02	10	213.01	11
住友商事	1140.28	19	268.75	8	217.36	50	232.64	26	218.75	16	202.78	20
味の素	1138.97	20	245.59	22	266.91	9	214.71	38	216.91	20	194.85	25
リクルート	1130.36	21	225.00	42	255.36	13	239.29	20	203.57	36	207.14	16
楽天	1123.49	22	243.96	25	245.64	17	228.52	28	214.43	24	190.94	35
野村総合研究所 (NRI)	1121.95	23	229.67	36	224.80	37	256.50	8	209.76	32	201.22	21
日立製作所	1118.75	24	253.13	18	270.31	8	223.44	30	176.56	72	195.31	24
東京建物	1092.68	25	197.56	75	195.12	85	246.34	16	226.83	9	226.83	5
東京海上日動火災保険	1085.96	26	250.88	19	245.61	18	222.81	31	171.93	82	194.74	27
ソフトバンク	1082.35	27	245.10	23	235.78	25	213.73	39	200.98	39	186.76	40
ヤフー	1078.60	28	228.38	39	231.00	27	212.23	40	213.54	26	193.45	28
日清食品	1073.72	29	234.31	31	262.77	11	204.38	47	195.62	42	176.64	47
NTTデータ	1060.00	30	215.69	55	224.31	39	203.14	49	227.84	7	189.02	38
博報堂/博報堂DYメディアパートナー	1058.25	31	224.74	43	236.60	24	226.80	29	184.02	58	186.08	41
サイバーエージェント	1054.50	32	220.27	48	209.01	64	236.94	24	196.85	40	191.44	32
東芝	1044.12	33	226.47	41	229.41	30	217.65	36	179.41	67	191.18	34
三井住友海上火災保険	1043.64	34	229.09	37	243.64	20	205.45	46	172.73	80	192.73	30
富士通	1043.18	35	231.82	34	247.73	16	229.55	27	165.91	96	168.18	64
サントリーHD	1040.43	36	219.15	51	248.94	15	189.36	66	209.57	33	173.40	54
キャノン	1025.86	37	201.72	71	225.86	34	200.00	56	215.52	23	182.76	43
双日	1024.44	38	228.89	38	180.00	107	222.22	33	217.78	19	175.56	50
サイボウズ	1019.40	39	191.04	86	185.07	97	216.42	37	210.45	31	216.42	9
東京ガス	1014.63	40	224.39	45	202.44	75	185.37	72	212.20	29	190.24	37
村田製作所	1013.04	41	210.87	58	215.22	54	208.70	41	186.96	52	191.30	33
キーエンス	1011.11	42	217.78	52	217.78	49	222.22	32	193.33	44	160.00	82
JXTGエネルギー	1007.89	43	234.21	32	200.00	79	178.95	81	218.42	17	176.32	48
日産自動車	1007.14	44	233.33	33	195.24	84	195.24	58	217.86	18	165.48	70
東急不動産	998.08	45	190.38	87	198.08	80	207.69	42	211.54	30	190.38	36
JAL (日本航空)	992.11	46	235.09	30	173.68	113	207.02	43	184.21	57	192.11	31
NEC	990.24	47	224.39	45	202.44	74	173.17	96	221.95	14	168.29	63
アビームコンサルティング	987.30	48	213.76	56	156.61	125	253.44	11	191.53	47	171.96	57
日本生命保険	986.79	49	205.66	67	254.72	14	186.79	68	166.04	95	173.58	52
サントリー食品インターナショナル	986.67	50	195.56	80	217.78	48	180.00	78	208.89	34	184.44	42

調査対象とした企業一覧 (全 148 社)

IT・通信・WEB サービス

Google、KDDI、NTT コミュニケーションズ、NTT コムウェア、NTT データ、NTT ドコモ、NTT 東日本、SKY、Speee、アマゾンジャパン、オービック、サイボウズ、シンプレクス、ソフトバンク、ヤフー、楽天、日本 IBM

コンサル・シンクタンク

アクセンチュア、アビームコンサルティング、ポストンコンサルティング、マッキンゼー・アンド・カンパニー、みずほ情報総研、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング、三菱総合研究所、日本総合研究所、野村総合研究所 (NRI)

サービス・小売り・その他

イオンリテール、セブン&アイ・ホールディングス、ドトールコーヒー、ニトリ、ペんてる、ユーキャン、日清医療食品

デベロッパー・建設・設備

三井不動産、三菱地所、鹿島建設、住友不動産、森ビル、清水建設、大成建設、竹中工務店、東急不動産、東京建物

プラント・エネルギー

JXTG エネルギー、国際石油開発帝石 (INPEX)、出光興産、東京ガス、東京電力

医薬品・化粧品・消費財

P&G (プロクター・アンド・ギャンブル)、エーザイ、ジョンソン・エンド・ジョンソン、ユニ・チャーム、大正製薬、大塚製薬、第一三共、富士フイルム、武田薬品工業

飲料・食品

JT (日本たばこ産業)、Mizkan Holdings (ミツカングループ)、アサヒビール、カゴメ、カルビー、キリンビール、サッポロビール、サントリーHD、サントリー食品インターナショナル、森永乳業、日清食品、味の素

化学・素材・鉄鋼・非鉄金属

AGC、カネカ、旭化成、三井化学、三菱ケミカル、住友化学、東レ、日本製鉄

銀行・証券・投資

SMBC 日興証券、ゴールドマンサックス、みずほフィナンシャルグループ、みずほ証券、ゆうちょ銀行、三井住友銀行、三井住友信託銀行、三菱 UFJ モルガンスタンレー証券、三菱 UFJ 銀行、三菱 UFJ 信託銀行、大和証券グループ、日本銀行、野村証券

広告・ゲーム・エンタメ

Mixi、オリエンタルランド、コロプラ、サイバーエージェント、ディー・エヌ・エー (DeNA)、電通、博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

自動車

SUBARU、トヨタ自動車、マツダ、三菱自動車、日産自動車、本田技研工業

重工業・工作機械

クボタ、三菱重工業、川崎重工業

人材サービス

パーソルキャリア、パソナグループ、ビズリーチ、リクルート

総合商社・専門商社

伊藤忠商事、丸紅、三井物産、三菱商事、住友商事、双日

電機・電子部品

NEC、キーエンス、キヤノン、ソニー、村田製作所、東芝、日立製作所、富士通

不動産・住宅

オープンハウス、三井ホーム、住友林業、積水ハウス、大和ハウス工業、東急リバブル

保険・リース・カード

オリックス、ジェーシービー (JCB)、三井住友海上火災保険、住友生命保険、損害保険ジャパン、東京海上日動火災保険、日本生命保険、明治安田生命保険

陸運・海運・航空・宇宙

ANA (全日本空輸)、JAL (日本航空)、JR 東日本 (東日本旅客鉄道)、国立研究開発法人宇宙航空研究開発 (JAXA)、佐川急便、商船三井、日本郵船

企業の採用ブランド力を計る 25 の質問項目

質問項目は、全 25 項目（5 分類×5 項目）

業界	将来性、革新性、影響力、グローバル、インフラ
個社	優位性、創造性、名声、安定感、ビジョン
仕事内容	思考力、裁量権、奥深さ、 マネジメント、チャレンジ
報酬/スキル	評価制度、スキルアップ、キャリア支援、 ワークライフバランス、労働環境
人/社風	ロールモデル、風通し、ダイバーシティ、 社風マッチ、同僚

業界の魅力

- 01_成長が見込めるビジネスを行っている
- 02_世の中に新たな価値を生み出している
- 03_社会的なインパクトが大きい
- 04_グローバルなビジネス展開をしている
- 05_世の中になくなくてはならないビジネス

個社の魅力

- 06_マーケットにおいて優位なポジションにいる
- 07_新たな商品・サービスを生み出し続けている
- 08_誰しもが知っている有名企業である
- 09_健全な財務基盤を持つ企業である
- 10_共感できる理念やビジョンがある

仕事内容の魅力

- 11_論理的思考力を活かせる仕事を得られる
- 12_大きな裁量権が得られる

- 13_飽きのこない奥深さのある仕事を得られる
- 14_チームや組織を率いる仕事を得られる
- 15_前例のないことに取り組む仕事を得られる

報酬・キャリアの魅力

- 16_成果に対して妥当な評価が得られる
- 17_社内研修が充実している
- 18_多様なキャリアステップが整備されている
- 19_仕事と生活のバランスが優れている
- 20_魅力的な勤務地や職場環境が得られる

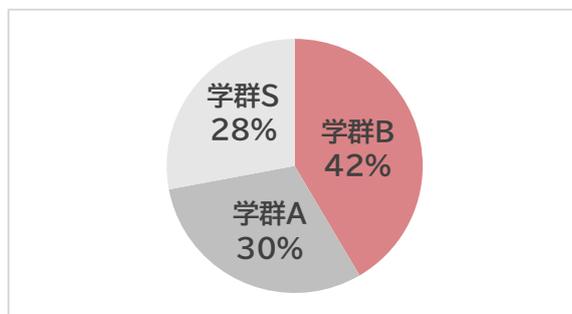
人・社風の魅力

- 21_目標となる社員が在籍している
- 22_職場の雰囲気友好的である
- 23_個性を尊重する文化を持っている
- 24_会社の雰囲気が自身の性格と合っている
- 25_優秀な同僚と仕事ができる

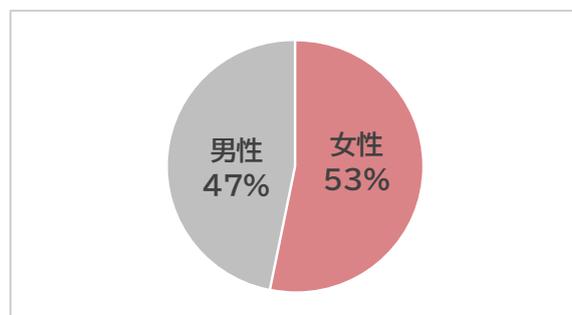
2020年度 調査対象学生の属性

大学別

学群S：東一早慶、京阪神、東工大 学群A：地方国立、MARCH、関関同立 学群B：その他

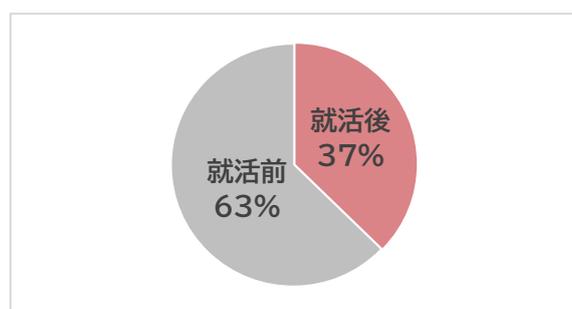


性別

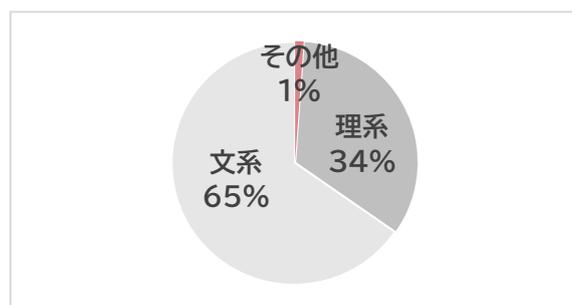


就活前・就活後別

就活前：大学1年生～3年生および大学院1年生 就活後：大学4年生および大学院2年生

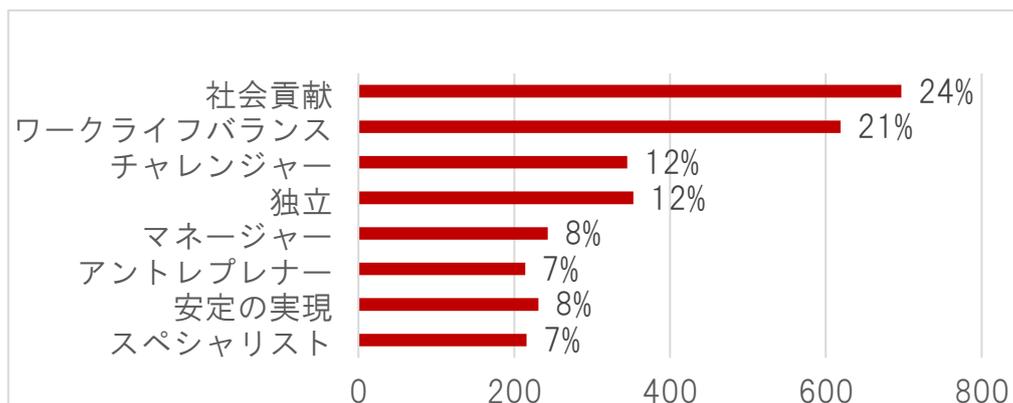


文系理系別



2020年度 調査対象学生の志向性

全8種類の志向性から、自身に当てはまる3種類を優先順位と共に選択してもらい、収集した。本年度は社会貢献意欲を最も重要視する傾向にあった。次いでワークライフバランス型、チャレンジ精神を持つチャレンジャー型、自分のペースを守った仕事を求める独立型の学生が目立った。昨年同様、起業家精神を持つアントレプレナー型や専門分野を極めるスペシャリスト型は少なかった。



(※1) 8分類の志向性

社会貢献	人の役に立ちたい。社会をもっと良くすることにかかわりたい。社会に貢献したい。
ワークライフバランス	仕事だけでなく生活全体のバランスが大切。組織は大切だけど、個人的な事や家族の事は尊重してほしい。
チャレンジャー	常にチャレンジしたい。高い山があれば上りたい。不可能を可能にしたい。退屈な生活や嫌だ。
独立	自分のペースで仕事をしたい。納得できるやり方で進めたい。自律的に働けると真価を發揮できる。
マネージャー	スケールの大きな仕事をしたい。責任を引き受けて成長したい。組織を動かす、人をリードしたい。
アントレプレナー	「新しい」や「創る」といった言葉に反応してしまう。創造性を大切にしている。事業を起こしてみたい。
安定の実現	将来が見通せる安心がほしい。予測できないことが起きるのは嫌い。保障がほしい。
スペシャリスト	専門分野のエキスパートとして活躍したい。できれば「その道の大家」になりたい。

(※) 組織心理学者として世界的に有名なMIT スローン経営大学院名誉教授エドガー H. シャイン博士の研究成果である「キャリア・アンカー」を基に、8つのタイプに分類。

2020年度 調査対象学生が企業選定で重要視する項目

対象：全学生

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・論理的思考力を活かせる仕事^{が得られる}
- ・前例のないことに取り組む仕事^{が得られる}

対象：学生の属性別、志向タイプ別

下線部は、全学生対象で抽出されなかった、特徴的な重要項目

学生の属性別

① 学群 S

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・チームや組織を率いる仕事^{が得られる}
- ・魅力的な勤務地や職場環境^{が得られる}

② 学群 A

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}
- ・仕事と生活のバランス^{が優れている}

③ 学群 B

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}
- ・論理的思考力を活かせる仕事^{が得られる}

④ 男性

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・魅力的な勤務地や職場環境^{が得られる}
- ・会社の雰囲気が自身の性格と合っている

⑤ 女性

- ・社会的なインパクト^{が大きい}

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}

⑥ 就活前

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}
- ・前例のないことに取り組む仕事^{が得られる}

⑦ 就活後

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}
- ・優秀な同僚と仕事^{ができる}

⑧ 文系

- ・健全な財務基盤を持つ企業である
- ・共感できる理念やビジョン^{がある}
- ・前例のないことに取り組む仕事^{が得られる}

⑨ 理系

- ・マーケットにおいて優位なポジション^{にいる}
- ・論理的思考力を活かせる仕事^{が得られる}
- ・成果に対して妥当な評価^{が得られる}

学生の志向タイプ別

① アントレプレナータイプ

- ・ 世の中になくなくてはならないビジネスを行っている
- ・ 健全な財務基盤を持つ企業である
- ・ 共感できる理念やビジョンがある

② スペシャリストタイプ

- ・ グローバルなビジネス展開をしている
- ・ 共感できる理念やビジョンがある
- ・ 魅力的な勤務地や職場環境が得られる

③ ワークライフバランスタイプ

- ・ グローバルなビジネス展開をしている
- ・ 健全な財務基盤を持つ企業である
- ・ 仕事と生活のバランスが優れている

④ チャレンジャータイプ

- ・ 健全な財務基盤を持つ企業である
- ・ 前例のないことに取り組む仕事 that 得られる
- ・ 魅力的な勤務地や職場環境が得られる

⑤ マネージャータイプ

- ・ 共感できる理念やビジョンがある
- ・ 前例のないことに取り組む仕事 that 得られる
- ・ 魅力的な勤務地や職場環境が得られる

⑥ 安定の実現タイプ

- ・ チームや組織を率いる仕事 that 得られる
- ・ 魅力的な勤務地や職場環境が得られる
- ・ 優秀な同僚と仕事 that 出来る

⑦ 社会貢献タイプ

- ・ 健全な財務基盤を持つ企業である
- ・ 共感できる理念やビジョンがある
- ・ 会社の雰囲気が自身の性格と合っている

⑧ 独立タイプ

- ・ 世の中になくなくてはならないビジネスを行っている
- ・ 魅力的な勤務地や職場環境が得られる
- ・ 目標となる社員が在籍している

【調査概要】

・調査内容

「学生の志向性」および「採用ブランド力」の調査

・調査期間

2020年8月14日～9月7日の期間

・調査方法

WEB アンケート調査

・調査回答学生

株式会社 futurelabo 運営の「インターンシップガイド」(<https://internshipguide.jp/>)に登録する 2,918 名の学生

・所属大学

学群 S (東一早慶、京阪神、東工大) : 28%

学群 A (地方国立、MARCH、関関同立) : 30%

学群 B (その他) : 42%

・学年

就活前 (大学 1 年生～3 年生及び大学院 1 年生) : 63%

就活後 (大学 4 年生及び大学院 2 年生) : 37%

・文理

文系 : 65%

理系 : 34%

その他 : 1%

・志向タイプ

社会貢献 24%、ワークライフバランス 21%、チャレンジャー12%、独立 12%、マネージャー8%、アントレプレナー7%、安定の実現 8%、スペシャリスト 7%

・調査対象企業

有効回答が得られた、18 業界 148 社に限定

・ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社揚羽

広報 岡部 (pr@ageha.tv)

TEL : 03-6280-3336 / FAX : 03-6280-3337

以上