

つくるのは、未来の選択肢

# 学情

GAKUJO

東証プライム上場

## 9割以上が面接で志望度が下がった経験あり！

---

### 売り手市場における

### 面接官の注意ポイント





# はじめに

現在の売り手市場において、企業は人材獲得競争に直面しており、面接も「企業が選ばれる場」へと変化しています。求職者は面接を通じて、どの企業に就職するかを見極めるため、面接官の言動が志望度に大きく影響を与えています。

実際、当社が実施した調査では、93.7% の求職者が面接後に志望度が下がった経験があると回答しており、その理由として面接官の態度や質問の内容が挙げられています。面接官は、応募者に自社を魅力的に伝え、ポジティブな印象を与えることが求められます。本記事では、面接官が注意すべきポイントを整理し、応募者に好印象を与えるための具体的な対応方法を解説します。

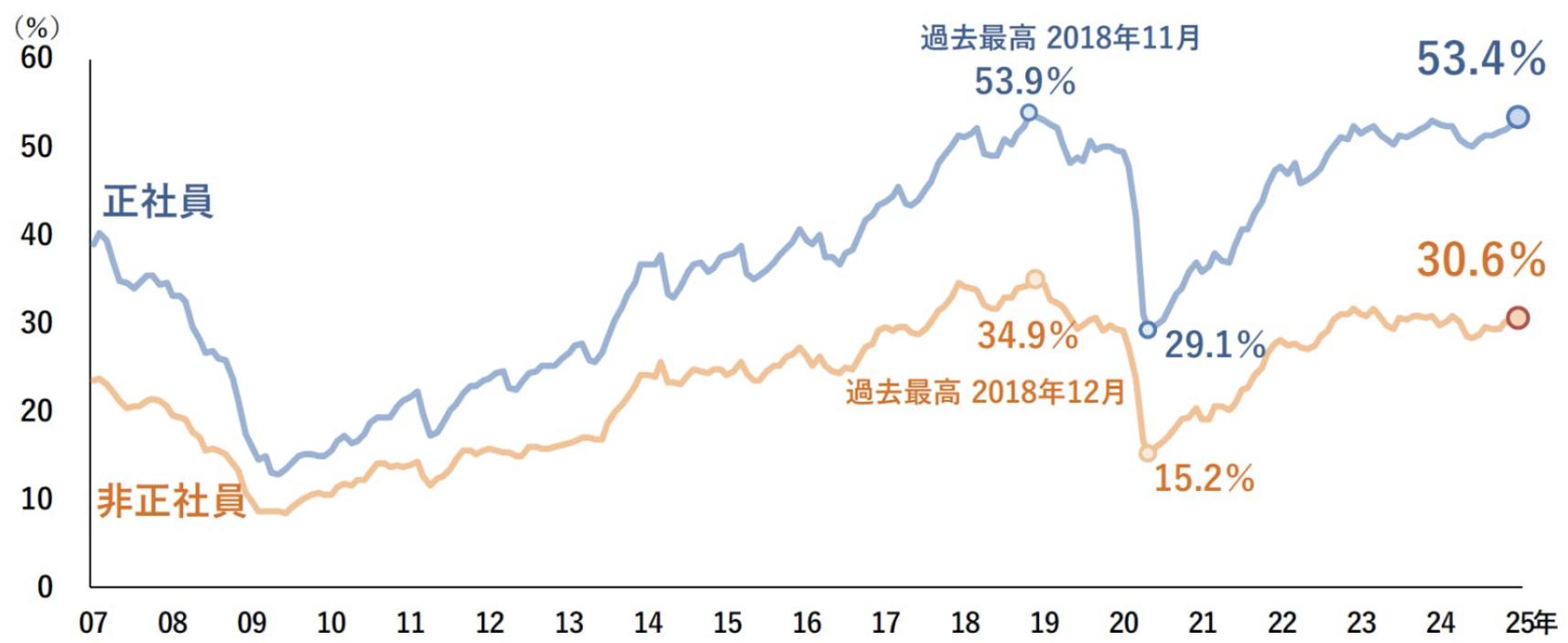


# INDEX

01	売り手市場の現状と面接の変化 .....	01
02	求職者が面接で企業を見極めるポイント .....	04
03	面接官の言動が志望度に与える影響 .....	07
04	企業のイメージが上がる質問・下がる質問 .....	13
05	面接官が意識すべきポイント .....	16
06	20代30代の採用なら学情にご相談ください。 .....	19

# 売り手市場の現状と面接の変化

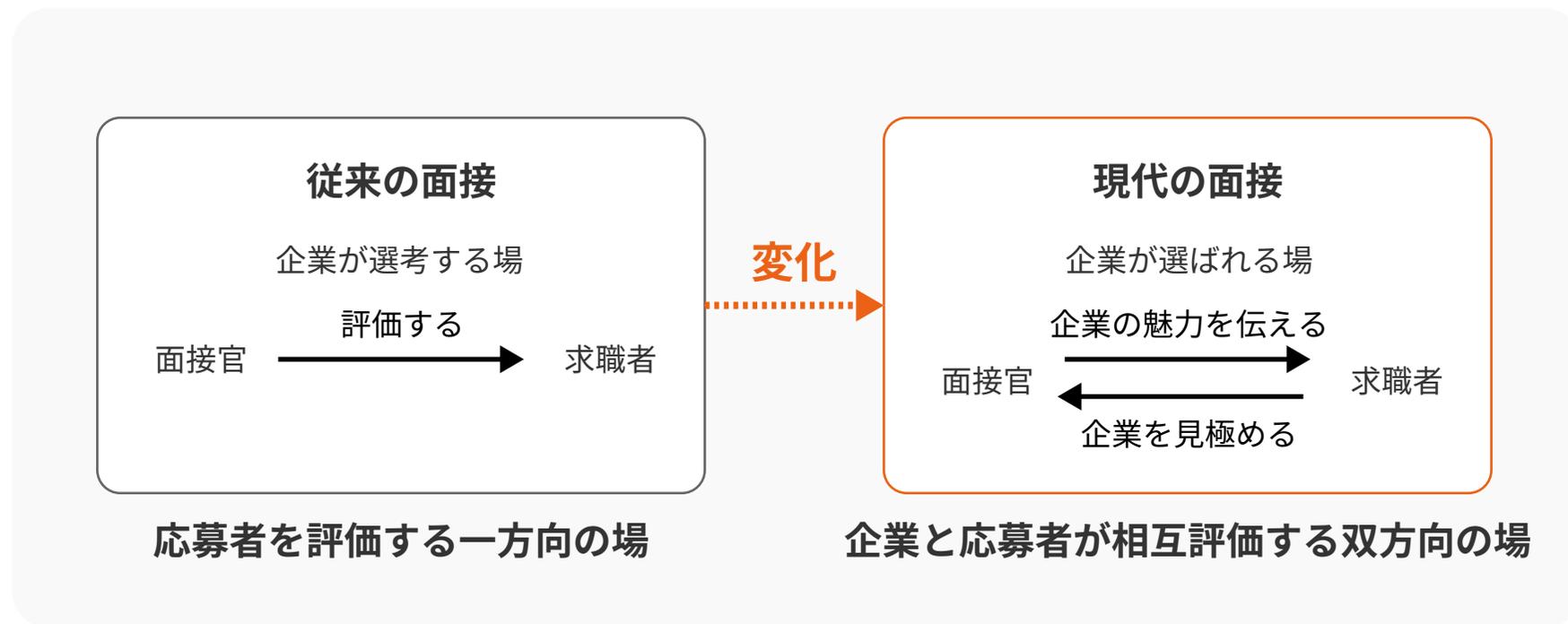
日本の求人市場は近年「売り手市場」の様相を呈しており、求職者に有利な状況が続いています。厚生労働省の統計によれば、2023年度の平均有効求人倍率は約**1.29倍**で、求職者1人に対して求人が1.3件近くある計算になります。この水準はコロナ禍以降も高水準で推移しており、帝国データバンクの調査によれば、2025年1月時点で正社員が「不足」と感じている企業は53.4%にのびりました。



出典：「人手不足に対する企業の動向調査（2025年1月）」帝国データバンク  
<https://www.tdb.co.jp/report/economic/20250221-laborshortage202501/>

これらのデータが示す通り、多くの企業が人材獲得競争に直面しており、面接の場も「企業が選考する場」から「企業が選ばれる場」へと性格を変えつつあります。実際、転職で受ける企業数は平均 10 社前後と言われており、応募者は選考の過程を通して、どの企業に就職すべきか見極めています。

## 面接の役割の変化



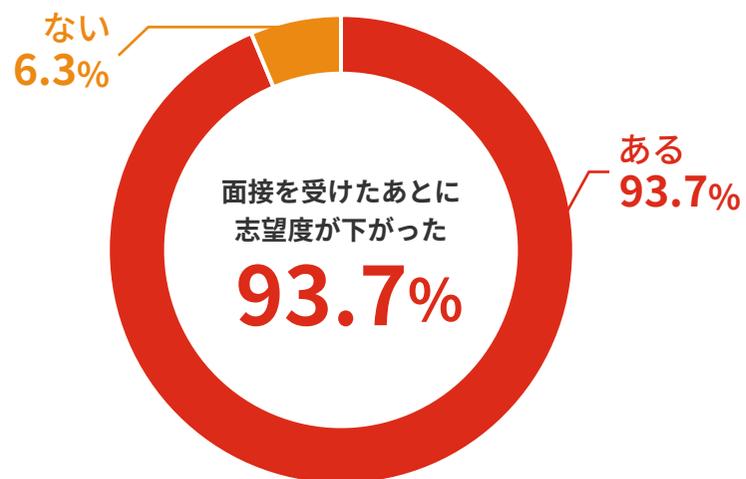
このような人材不足の状況下で、採用面接における面接官の役割も変化しています。従来、面接は応募者の適性や能力を見極める場とされてきました。しかし、現在ではそれに加え、企業の魅力を伝える場という側面が強まっています。

応募者にとって面接官は志望企業の最初の「顔」であり、その面接官が与える印象次第で、応募者の企業評価が大きく左右されるため、面接官は応募者に自社を PR する「企業の顔」という役割も担っているのです。

応募者が入社意欲を高め「ぜひこの会社で働きたい」と思うか、あるいは不快な思いをして選考辞退に至るかは、面接官の対応にかかっていると言っても過言ではありません。

実際に当社が、直近半年以内に転職経験がある 30 代を対象に実施した「面接官に関するアンケート調査」によると、93.7%の方が「面接を受けたあとに志望度が下がった経験がある」と回答しています。

**Q** あなたは転職活動中、企業の面接を受けた後に志望度が下がった経験はありますか。



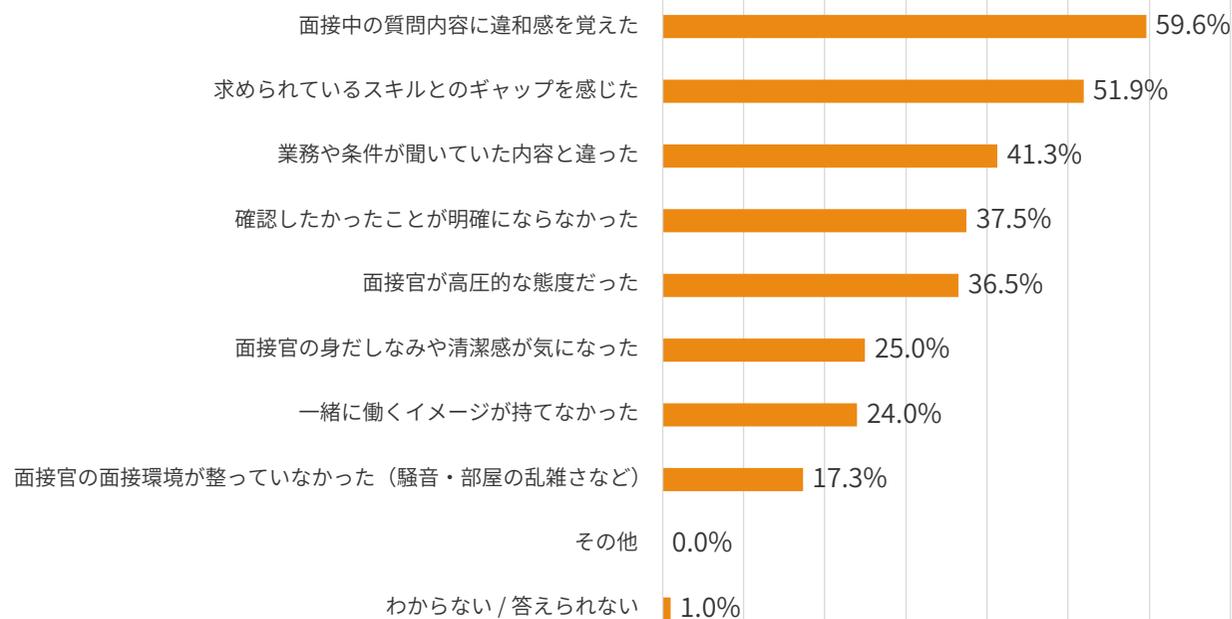
株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=111

企業の面接を受けた後に志望度が下がった理由としては、「面接中の質問内容に違和感を覚えた」がもっとも多く、面接官からの質問が大きく影響しています。

Q

前問で「ある」と回答した方にお聞きします。

企業の面接を受けた後に志望度が下がった理由について教えてください。(複数回答)



株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=104

特に SNS や口コミサイトが普及した現在では、面接でのやりとりが応募者によって発信され、企業の評判に直結する可能性もあります。つまり面接官は自社が選ばれるための案内役として、これまで以上に発言や態度に注意を払い、応募者視点に立った振る舞いをする必要があるのです。

# 求職者が面接で企業を見極めるポイント

求職者は面接を通じて企業を評価し、「入社すべきか」を真剣に見極めています。その際、注目している主なポイントは以下の通りです。

## 事前情報との 一致度

求人内容と実際の  
説明の整合性

## 企業文化 職場環境

入社後の具体的な  
イメージが持てるか

## 面接官や社員の 人柄・対応

敬意ある態度  
真摯なコミュニケーション

## 企業の評判 信頼性

ネットの口コミや  
社員の評価との整合性

## 事前情報との一致度

面接で聞かされる仕事内容や待遇が、求人票や事前説明と食い違ってないかは重要です。応募者は提示された条件や仕事内容が誠実で透明であることを望んでおり、齟齬があれば一気に不信感が高まります。企業側は応募前後で一貫した情報提供を心がける必要があります。

## 企業文化・職場環境

応募者は自分がその企業で働く姿を具体的に想像しようとします。そのため、入社後の働き方や職場環境について具体的なイメージを持てるかが志望度に直結します。面接官が業務内容や中長期的なビジョンを丁寧に説明し、入社後のビジョンを共有することで、応募者は「自分がここで働くイメージ」を掴みやすくなります。逆に入社後の展望が示されないと、応募者の入社意欲向上にはつながらず、辞退されるリスクが高まります。

## 面接官や社員の人柄・対応

面接官の言葉遣いや態度に敬意が感じられるかは、企業イメージを大きく左右します。高圧的だったり不誠実な対応は、「この会社では自分は大切にされないだろう」という印象を与えかねません。求職者は面接官を通じて社風や人間関係を推し量っており、丁寧で真摯な対応はそれ自体が企業の魅力となります。

## 企業の評判・信頼性

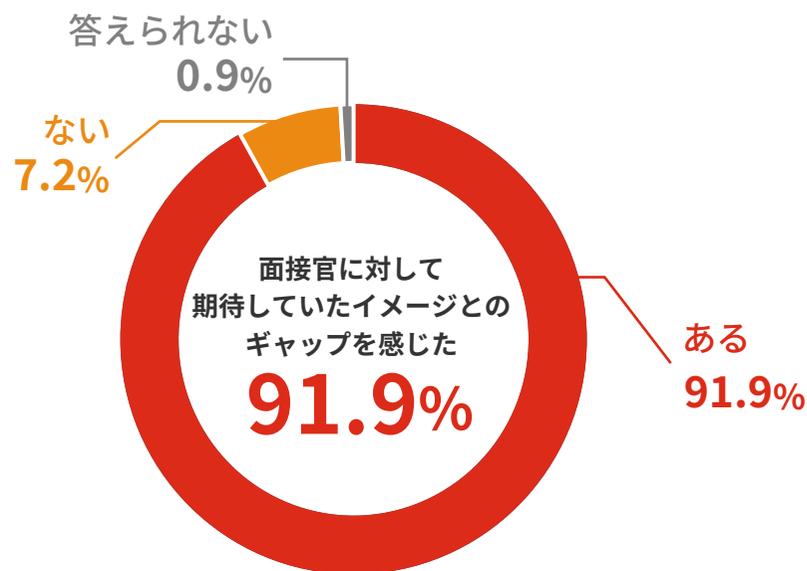
応募者は面接だけでなく、ネットの口コミや社員の評価も参考にします。「ネットでネガティブな情報を見かけたが実情はどうか」といった質問に対しても、面接官が自社の強みや魅力だけでなく課題も含め誠実に説明し、信頼関係を築こうとする姿勢を示せば、応募者の不安を和らげることができるでしょう。

## 面接官の言動が志望度に与える影響

面接官の言動は、求職者（応募者）の企業に対する志望度に直接的な影響を与えます。良い印象を与える言動は応募者の入社意欲を高め、逆に悪い印象を与える言動は志望度を低下させてしまいます。

当社が実施した調査によれば、**91.9%の方が、面接官に対して「期待していたイメージとのギャップ」を感じたことがあると答えています。**

Q あなたは転職活動中、面接官に対して「期待していたイメージとのギャップ」を感じたことはありますか。



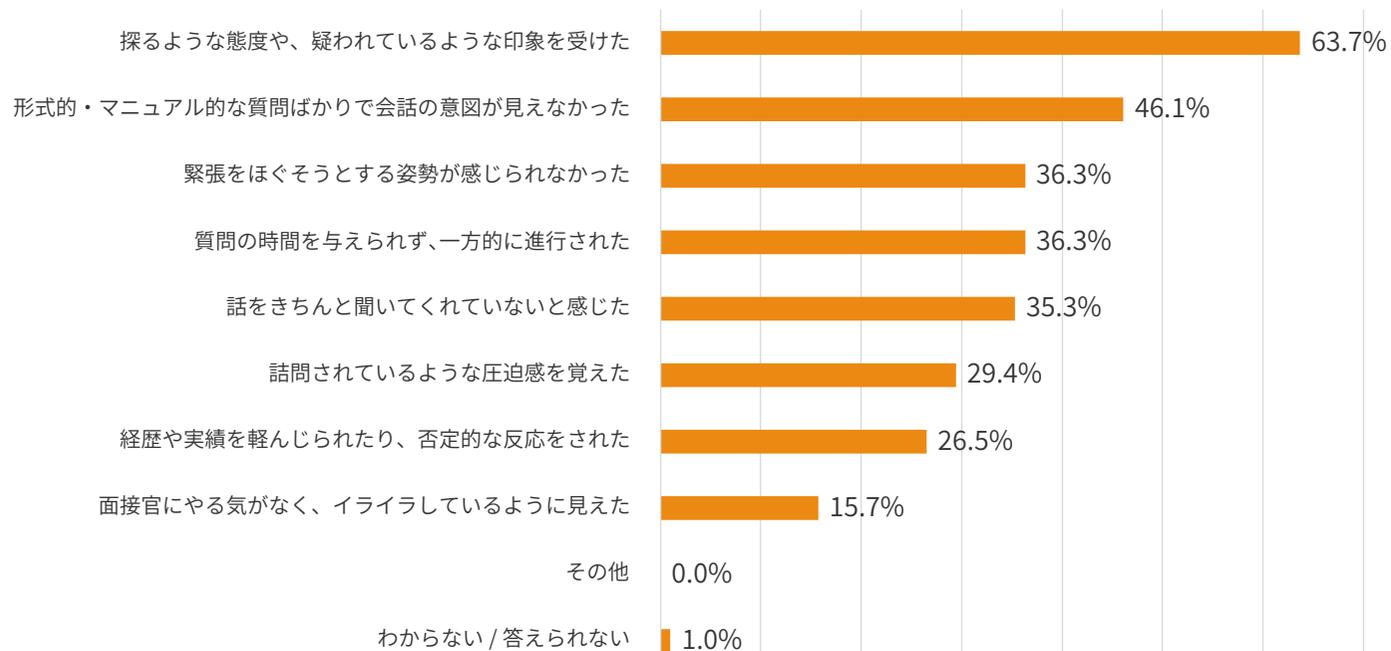
株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=111

面接官に対して感じたギャップの具体的な内容を聞くと、「探るような態度や、疑われているような印象を受けた」(63.7%)、「形式的・マニュアル的な質問ばかりで会話の意図が見えなかった」(46.1%)といった声が多く聞かれました。

また、「質問の時間を与えられず、一方的に進行された」「緊張をほぐそうとする姿勢が感じられなかった」「話をきちんと聞いてくれないと感じた」など、応募者に対しての気遣いや興味関心を感じられない態度も、期待していた面接官へのイメージギャップとして挙げられています。

Q

前問で「ある」と回答した方にお聞きします。  
どのようなギャップを感じたことがありますか。(複数回答)



株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=102

面接官の言動がもたらすポジティブな影響とネガティブな影響の双方について整理し、具体例を交えて説明します。

## 面接官の言動が志望度を与える影響

### ポジティブな影響

志望度が上がる言動

#### 礼儀正しく丁寧な対応

適切な敬語、応募者の話を最後まで傾聴

#### 積極的な傾聴と共感

うなずきや相槌、肯定的な反応を示す

#### 明確な情報提供と透明性

職務内容や期待される役割の明確な説明

#### ポジティブな態度と企業文化の共有

親しみやすい態度、自社の良い企業文化の共有

#### 求職者のためになるフィードバック

選考結果に関わらず、具体的で建設的なアドバイス

### ネガティブな影響

志望度が下がる言動

#### 無礼な態度や言葉遣い

応募者の話を途中で遮る、見下すような発言

#### 関心の欠如や注意散漫な様子

頻繁に時計やスマホを見る、うわの空で反応が乏しい

#### 不十分な準備や非専門的な対応

履歴書を確認せず、基本的な経歴を何度も尋ねる

#### 否定的・高圧的な質問態度

失敗経験について執拗に問いただす、威圧的な質問

#### 不適切な質問や差別的な発言

プライベート事項の詮索、差別的なコメント

## ポジティブな影響

### ■ 礼儀正しく丁寧な対応

面接官が終始礼儀正しく、丁寧な言葉遣いで接することで、応募者は安心感と信頼感を抱きます。例えば、適切な敬語を使い、応募者の話を最後まで遮らずに傾聴する姿勢は、応募者に好印象を与え、企業への志望度向上につながります。

### ■ 積極的な傾聴と共感

応募者の話に積極的に耳を傾け、共感を示す面接官に対して、応募者は自分が尊重されていると感じます。例えば、うなずきや相槌（あいづち）を打ちながら話を聞き、応募者の発言に対して「なるほど」「それはすばらしいですね」など肯定的な反応を示すことで、リラックスできる雰囲気が生まれます。これにより応募者は企業に親近感を抱き、志望度が高まります。

### ■ 明確な情報提供と透明性

面接官が職務内容や期待される役割、会社のビジョン・カルチャーなどについて明確かつ誠実に説明することで、応募者は将来の働く姿を具体的にイメージしやすくなります。例えば、配属予定のチームの雰囲気やキャリアパスについて具体例を交えて説明すれば、応募者は企業への信頼感を深め、「ここで成長できそうだ」という前向きな気持ちから志望度が向上します。

### ■ ポジティブな態度と企業文化の共有

面接官が終始ポジティブで親しみやすい態度で接し、自社の良い企業文化や価値観をさりげなく共有すると、応募者はその企業に魅力を感じやすくなります。例えば、面接官自身が「この会社のチームワークの良さ」に触れたり、自社で働くやりがいを楽しそうに語ったりすることで、応募者は「この会社で働いてみたい」という気持ちを強めます。

## ■ 求職者のためになるフィードバック

面接後のフィードバックは、企業の印象が上がった選考の例でよく挙げられる声です。良かった面はもちろん、惜しかった点などを客観的に伝えることで、応募者は「自分のことを考えてくれた」と企業に対して良いイメージを抱きます。選考が通らなかった場合であっても、「他の企業の選考で役に立った」「またチャンスがあれば挑戦したい」と感じてもらうことができ、長期的な企業ファンを増やす効果もあります。

## ネガティブな影響を与える要素

### ■ 無礼な態度や言葉遣い

面接官が横柄な態度を取ったり、ぞんざいな言葉遣いをした場合、応募者は強い不快感を覚えます。その結果、企業に対する印象が悪化し、志望度は大きく低下します。例えば、応募者の話を途中で遮る、見下すような発言をする、といった行為があると、応募者は「この会社では自分は大切にされないだろう」と感じてしまいます。

### ■ 関心の欠如や注意散漫な様子

面接官が面接中に興味なさそうな態度を見せたり、注意散漫な様子で接すると、応募者は自分が軽視されていると感じます。これにより企業への興味が薄れ、志望度は低下します。例えば、面接官が頻繁に時計やスマートフォンを見たり、応募者の話に対してうわの空で反応が乏しい場合、応募者は「自分には関心がないのかもしれない」と不安になり、入社意欲を失ってしまいます。

## ■ 不十分な準備や非専門的な対応

十分な準備をせずに面接に臨み、場当たりの・非専門的な対応をした場合、応募者はその企業のプロ意識に疑問を抱きます。例えば、面接官が応募者の履歴書や職務経歴書に目を通しておらず、基本的な経歴を何度も尋ねるような状況や、技術職の採用なのに専門的なことをまったく理解していないうえでの的外れな質問などは応募者に不信感を抱かせ、志望度を下げる要因となってしまいます。

## ■ 否定的・高圧的な質問態度

面接官が過度に否定的な質問ばかりしたり、高圧的な口調で圧迫するような面接を行うと、応募者は萎縮してしまい、企業に対してネガティブな印象を持ちます。例えば、失敗経験について執拗に問いただしたり、「本当にうちでやっていけるのですか？」と威圧的に詰問するような場面では、応募者は面接官に対して恐怖心や反発心を抱き、「この会社で働きたくない」という気持ちになりかねません。

## ■ 不適切な質問や差別的な発言

面接時に業務に無関係なプライベート事項を詮索したり、差別的とも受け取れる発言があった場合、応募者は強い不快感と不信感を抱きます。例えば、家族構成や結婚の予定などデリケートな個人情報を必要以上に尋ねたり、性別・年齢に関する偏見を感じさせるコメントをすることは、応募者の心象を著しく悪くし、志望度を大きく損ないます。

また、職業安定法では、「採用活動において必要な範囲内を超える個人情報を応募者の同意なく収集してはならない」と定められており、違法行為と見なされるリスクもあります。

## 企業のイメージが上がる質問・下がる質問

求職者は面接に、「こんなことを聞かれたら嫌だな」「この点について聞いてほしい」という思いで臨んでいます。具体的に、面接においてどのような質問が求職者に喜ばれ、企業イメージが上がるのか、またその逆なのかを聞いてみました。

「面接で実際に聞かれて企業イメージが良くなった、またはもし聞かれていたら好印象を持ったと思う質問」に関しては、「キャリアビジョンや、今後チャレンジしたいことについて」(55.0%)、「ワークライフバランスの希望について」(42.3%)、「過去の仕事でやりがいを感じた経験について」(40.5%)が上位3点となりました。

そのほかにも「自分の大切にしている価値観について」「チームで働くときに大切にしていることについて」といった点も挙がっており、個人の価値観や考え方などについての興味関心を感じられるような質問に、好印象を持たれる傾向が読み取れます。

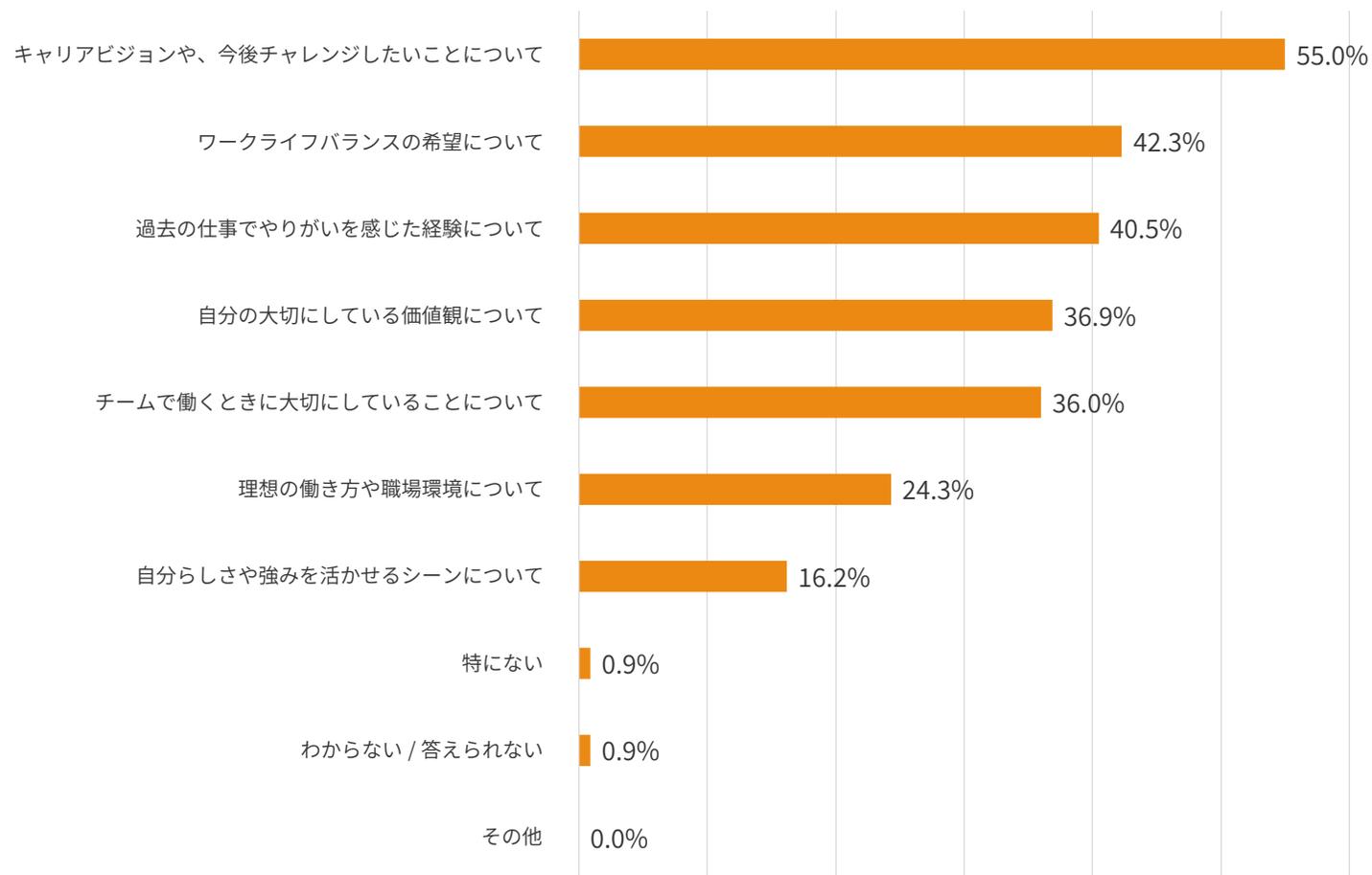
また、当社の若手社員からは、就活中に志望度が上がった企業の面接として以下のような体験が挙げられました。

- 「なんでも話して（聞いて）いいよ」と言われ、逆面接のようだった
- 「弊社の社員の特徴を3つ挙げてください」という質問を通して企業理解が深まった

面接の場を、応募者を知るだけでなく「企業を知ってもらう場」として活用してもらおうという気持ちが伝わる事例です。

Q

面接で実際に聞かれて企業イメージが良くなった、またはもし聞かれていたら好印象を持ったと思う質問があれば教えてください。(複数回答)

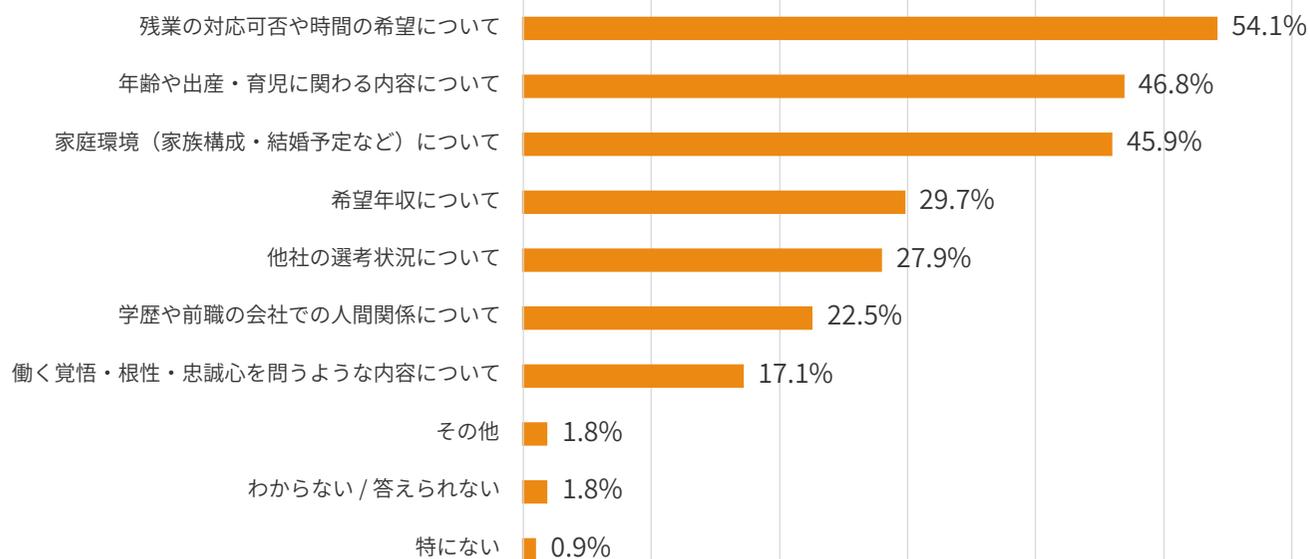


株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=111

反対に、「面接で実際に聞かれて企業イメージが悪くなった、またはできれば聞かれなくなかったと感じた質問」に関しては、「残業の対応可否や時間の希望について」(54.1%)、「年齢や出産・育児に関わる内容について」(46.8%)、「家庭環境(家族構成・結婚予定など)について」(45.9%)が上位に挙げられました。

Q

面接で実際に聞かれて企業イメージが悪くなった、またはできれば聞かれなくなかったと感じた質問があれば教えてください。(複数回答)



株式会社学情「転職面接における企業イメージギャップ実態調査」| n=111

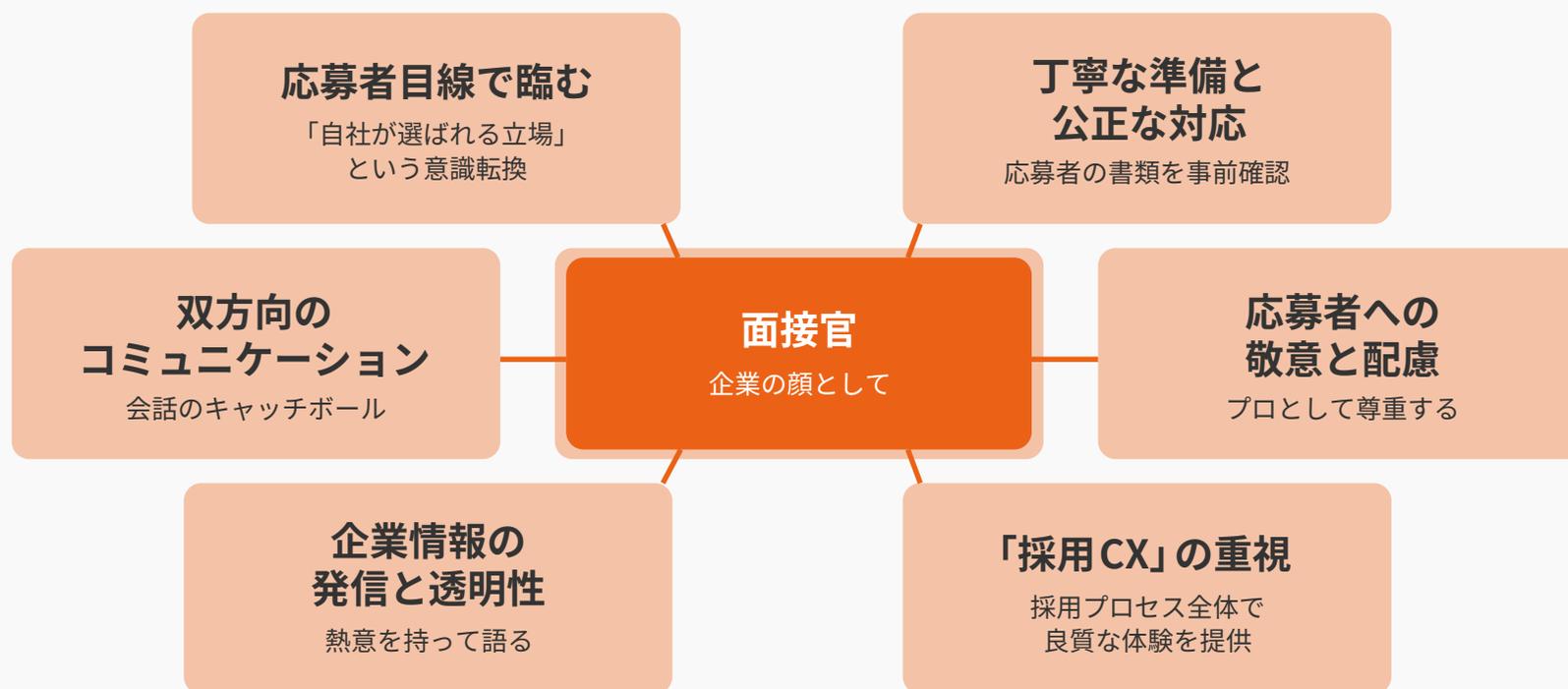
「面接官に対して感じたギャップの具体的な内容」を聞いた質問でも、「探るような態度や、疑われているような印象を受けた」が最も多く挙げられていましたが、残業の対応可否や、年齢や出産・育児、家庭環境に関する質問は、暗に「こちら(企業)が求める働き方ができるのか」を探られているような気持ちになります。

特に、家族の話は仕事と直接関係するものではなく、ジェンダーに対する偏見とも捉えられるリスクがあります。企業のイメージが悪くなるだけでなく、不適切な質問や差別的な発言は違法行為とみなされる可能性もあるため、注意しましょう。

# 面接官が意識すべきポイント

## 面接官が意識すべき6つのポイント

売り手市場における「選ばれる企業」になるための面接官の心構え



## 応募者目線で臨む

「自社が選ぶ立場」ではなく「自社が選ばれる立場」であるという意識転換が必要です。応募者に対して謙虚かつ誠実に向き合い、企業の魅力を伝えることに注力しましょう。特に初期接点である面接官の印象が企業評価を左右する以上、常に自社の代表として見られている自覚を持つことが大切です。

## 丁寧な準備と公正な対応

応募者は企業のことを調べて面接に臨みます。企業側も、面接前に応募者の書類に目を通し、質問事項を整理しておきましょう。当日の対応では、どの応募者にも公平で一貫性のある基準で接し、偏見のない姿勢で臨みます。小さな準備不足や態度のブレが、応募者の不信につながることを忘れないようにしましょう。

## 双方向のコミュニケーション

面接は企業が一方的に評価する場ではなく、応募者の疑問を解消し相互理解を深める場です。応募者の回答にしっかり耳を傾け、適切に相槌や質問の掘り下げを行って会話のキャッチボールを心がけましょう。逆質問の時間を十分に設け、応募者が知りたいことを遠慮なく聞ける雰囲気づくりも重要です。

## 応募者への敬意と配慮

応募者を一人のプロフェッショナルとして尊重し、礼儀正しく接します。どんな質問にも真摯に答え、圧迫的な態度は厳禁です。たとえ不採用の場合でも、面接後には感謝の意を伝えるくらいの丁寧さが、結果的に企業の評価向上につながります。

## 企業情報の発信と透明性

面接官自身の言葉で、自社のミッションやビジョン、業務内容を熱意を持って語りましょう。応募者が入社後の自分を具体的に思い描けるよう、職場の雰囲気や働き方についても具体例を交えて説明します。不明点や懸念に対しては正直に向き合い、誠実な情報開示に徹することが信頼構築につながります。

## 「採用 CX」の重視

近年、人事領域では採用 CX（Candidate Experience）の考え方が重視されています。これは、「応募者に自社のファンになってもらうにはどうすればよいか」「応募してよかったと思ってもらうには何をすべきか」を考え、**採用プロセス全体で応募者にプラスの体験を提供しようとする発想**です。面接官だけでなく受付や現場社員、経営層に至るまで、採用に関わるあらゆる接点で候補者へのホスピタリティを意識することが求められます。この採用 CX を意識した行動への意識転換こそ、売り手市場で自社を選んでもらうために不可欠な要素と言えるでしょう。

# 20代30代の採用なら学情にご相談ください。

私たちは、20代30代の採用のプロフェッショナルとして、若手や学生の興味関心、転職・就職マーケットのトレンドに合わせた提案が可能です。

## 当社の法人向けサービス

会員数 280 万人 20 代向け転職サイト No.1 「**Re就活**」

<https://re-katsu.jp/career/>

20 代後半～30 代に特化したダイレクトリクルーティングサイト 「**Re就活 30**」

<https://re-katsu30.jp/>

20 代の来場者数日本一。若手と直接会える転職イベント 「**転職博**」

<https://service.gakujo.ne.jp/services/tenshokuhaku/>

20 代に特化した転職エージェントサービス 「**Re就活エージェント**」

<https://service.gakujo.ne.jp/services/agent/>

その他、新卒採用や採用動画作成、応募者とのコミュニケーションツールなど多くのサービスを提供しています。

## ■ 調査概要

調査名称：転職面接における企業イメージギャップ実態調査

調査方法：IDEATECH が提供するリサーチデータマーケティング「リサピー®」の企画によるインターネット調査

調査期間：2025 年 4 月 1 日～同年 4 月 2 日

有効回答：直近 6 ヶ月以内に転職経験がある 30 代会社員 111 名

※ 合計を 100% とするため、一部の数値について端数の切り上げ処理を行っております。そのため、実際の計算値とは若干の差異が生じる場合がございます。

つくるのは、未来の選択肢

# 学情



## GAKUJO

東証プライム上場

お問い合わせ

<https://service.gakujo.ne.jp/inquiry/form/>

資料ダウンロード

<https://service.gakujo.ne.jp/services/>

株式会社学情

<https://company.gakujo.ne.jp/>



お問い合わせ



資料ダウンロード