

入社式で特に伝えたいのは「企業理念・パーパス」7割、次いで「企業文化・風土」。 入社式の様子を「自社サイトや SNS で配信する」企業は 24.0%【企業調査】

株式会社学情（本社：東京都中央区）は、企業・団体の人事担当者を対象に、「入社式」に関するインターネットアンケートを実施しました。入社式で特に伝えたいテーマは、「企業理念・パーパス」が 69.6%で最多で、「企業文化・風土」55.6%が続きました。入社式の位置づけは、「儀式・セレモニー」が 63.8%で最多ですが、「新入社員のエンゲージメント向上のためのイベント」20.6%、「研修・オンボーディング（組織への定着・戦力化）の一部」も 11.1%で、3割超の企業が新入社員の定着などに向けた内容を意識しています。「定着の要素が一番強い。役員や社員の話を聞いてもらいモチベーションアップを図る」「『この会社で長く働きたい』と思ってもらうきっかけに」といった声が寄せられました。今年の上社式で実施するものでは、「入社式の様子を自社サイトや SNS で配信」との回答が 24.0%に。具体的には「学生への情報提供」「次年度以降の就活生に社内の様子をアピール」など採用広報のために実施する企業も多いことが分かりました。

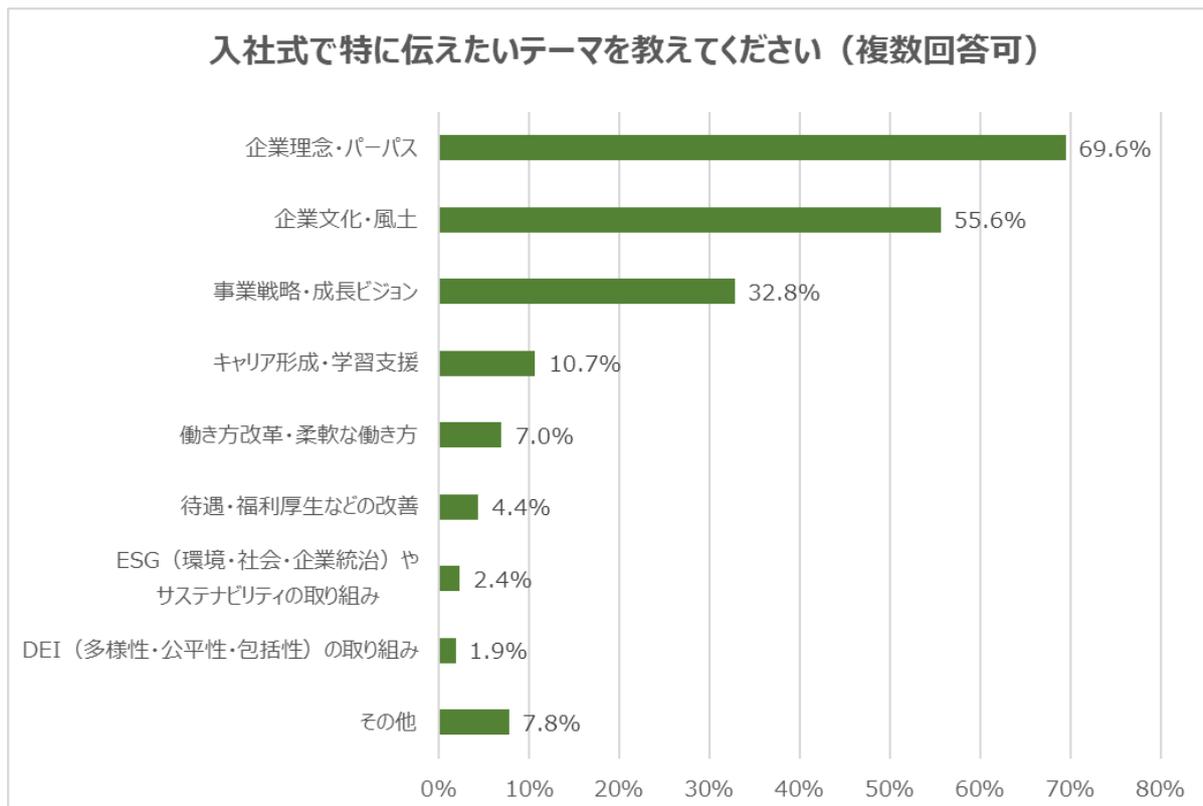
【TOPICS】

- (1) 入社式で特に伝えたいのは「企業理念・パーパス」69.6%、「企業文化・風土」55.6%の順
- (2) 入社式の位置づけは「儀式・セレモニー」が最多だが、エンゲージメント向上や組織への定着も 3 割超
- (3) 従来通りの入社式を実施する企業が多い中、「自社サイトや SNS で配信する」企業が 24.0%

【調査の背景】

転職が当たり前になる中、新入社員の早期退職も企業の課題となっています。企業は新入社員のエンゲージメント（会社への愛着、貢献の意識）を築く第一歩となる入社式をどう位置付け、そこで何を伝えるのでしょうか。今年の上社式で特に伝えたいことや位置づけ、その様子を自社サイトや SNS で社外にも配信する動きなど、入社式の最新事情を調査しました。

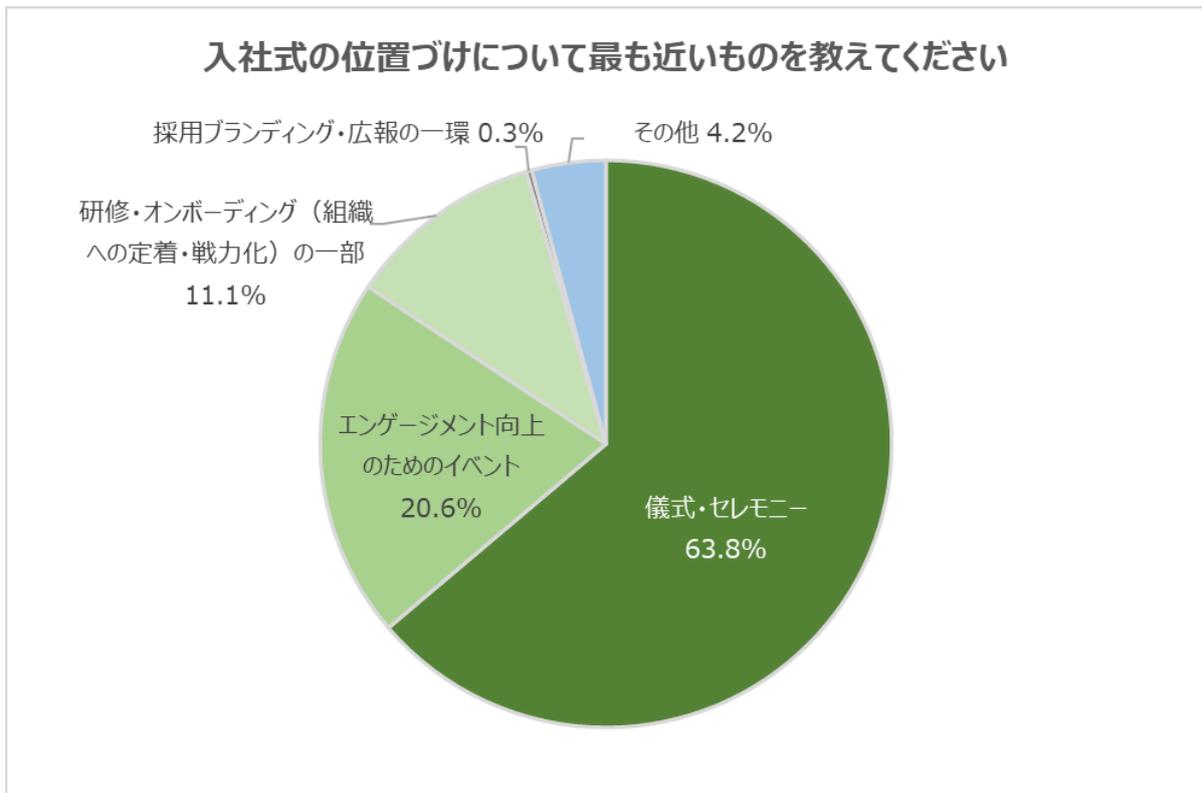
(1) 入社式で特に伝えたいのは「企業理念・パーパス」69.6%、「企業文化・風土」55.6%の順



入社式で特に伝えたいテーマを尋ねた（複数回答可）ところ、「企業理念・パーパス」が69.6%で最多、次いで、「企業文化・風土」55.6%、「事業戦略・成長ビジョン」32.8%が続きました。さらに、「キャリア形成・学習支援」10.7%、「働き方改革・柔軟な働き方」7.0%など、社員支援や働き方などの取り組みについての説明を重視する企業もありました。

「経営方針や企業理念、行動指針を伝えることで組織の価値観や文化を理解してもらおう」「文化を肌で感じて『ああ、この会社に入社したんだ』という実感を少しでも得てもらいたい」「どんな会社に入ったのか、どう成長してほしいかのビジョンなどを伝え、意識してもらおう」「同期との出逢い、会社と個人のめぐり合わせについて話し、社会人としての人間関係の大切さを伝えている」といった声が寄せられました。

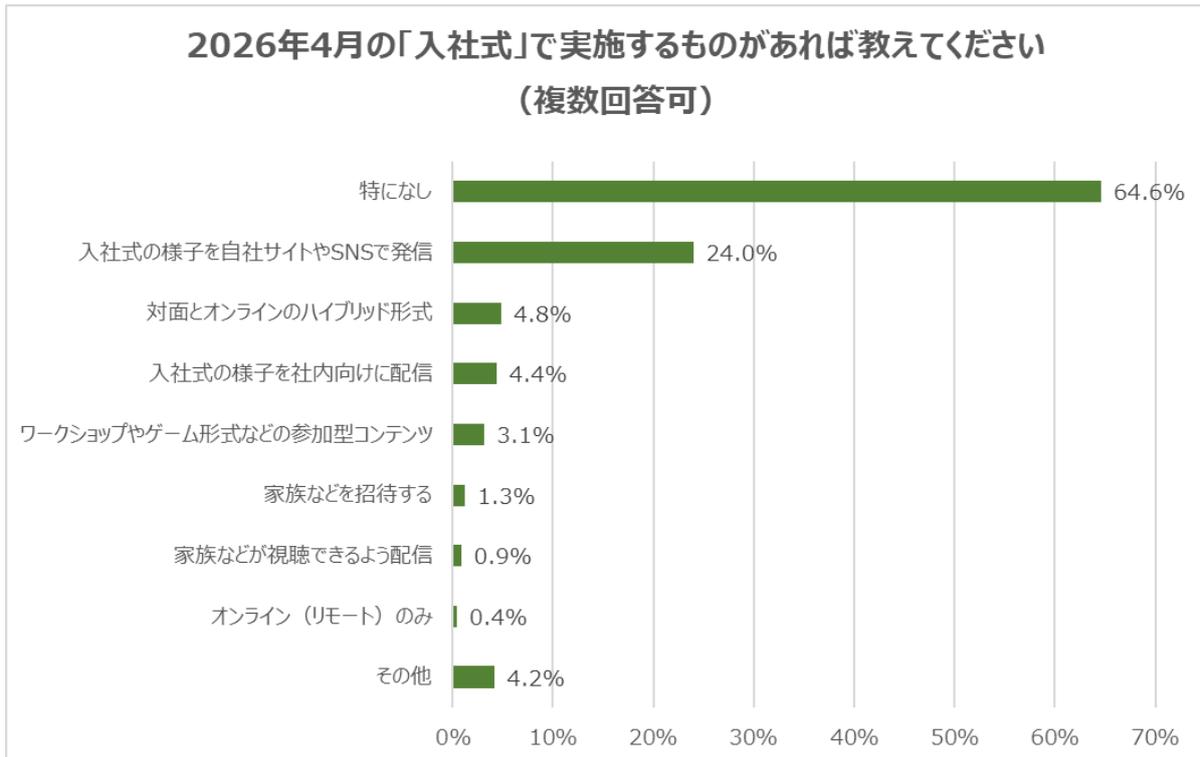
（2）入社式の位置づけは「儀式・セレモニー」が最多だが、エンゲージメント向上や組織への定着も3割超



入社式の位置づけは、「儀式・セレモニー」が63.8%で最多でしたが、「新入社員のエンゲージメント向上のためのイベント」が20.6%、「研修・オンボーディング（組織への定着・戦力化）の一部」も11.1%で、3割を超す企業が単なる儀式ではなく、新入社員の定着などに向けた内容を意識していることが分かりました。

儀式・セレモニーと回答した会社からは、「『社会人になった、この会社の社員になった』認識を強く持ってもらおう」「学生から社会人へ意識を変えてもらうための意識づけ」「入社式は堅い感じのセレモニーで、その後の研修からは意識向上を目的とする」といった声があがりました。

エンゲージメントなどを選んだ社からは、「定着の要素が一番強い。役員や部長、現場社員の話を聞いてもらいモチベーションアップを図る」「『この会社で長く働きたい』と思ってもらうきっかけにしたい」「会社の一員になったことを自覚し、同期に会うことで仲間意識も芽生え、会社が歓迎している事を伝える場」「入社した喜びを共有することで、社員のモチベーションにもなる」などの声が寄せられました。

(3) 従来通りの入社式を実施する企業が多い中、「自社サイトや SNS で配信する」企業が 24.0%

今年の上社式で実施するもの（複数回答可）を選択肢で示したところ、「特になし」が最多で従来通りの形で実施する企業が多い中、「入社式の様子を自社サイトや SNS で配信する」との回答が 24.0%に上りました。配信するという企業からは、「企業ブランド向上を狙う」「学生への情報提供（求人活動の一環）」「次年度以降の就活生に社内の様子をアピール」など採用広報目的のほか、「社員のモチベーション維持や顧客にも安心してもらうため」「従業員との協調性・一体感を醸す」「全社で受け入れる意識を持つため」「ご家族に見ていただけるように」といった声が寄せられました。

■調査概要

- ・調査期間：2026年2月19日～2026年3月4日
- ・調査機関：株式会社学情
- ・調査対象：企業・団体の人事担当者
- ・有効回答数：933件
- ・調査方法：Web上でのアンケート調査

※各項目の数値は小数点第二位を四捨五入し小数点第一位までを表記しているため、択一式回答の合計が100.0%にならない場合があります。

■株式会社学情とは

東証プライム上場・経団連加盟企業。2004年から、「20代通年採用」を提唱。会員数280万人の「（20代が選ぶ）20代向け転職サイト7年連続No.1・20代専門転職サイト〈Re就活〉」（2019年～2025年 東京商工リサーチ調査 20代向け転職サイト 第1位）や「30代向けダイレクトリクルーティングサービス〈Re就活30〉」、会員数60万人の「スカウト型就職サイト〈Re就活キャンパス〉」を軸に、20代・30代の採用をトータルにサポートする大手就職・転職情報会社です。

また日本で初めて「合同企業セミナー」を開催し（自社調べ）、「転職博」や「就職博」を運営。2019年には

外国人材の就職・採用支援サービス「Japan Jobs」を立ち上げるなど、若手人材の採用に関する多様なサービスを展開しています。

[創業/1976年 資本金/15億円 加盟団体/一般社団法人 日本経済団体連合会、公益社団法人 全国求人情報協会、一般社団法人 日本人材紹介事業協会、日本就職情報出版懇話会、公益財団法人 森林文化協会]

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

■お問い合わせ先

株式会社学情 広報担当

東京都中央区銀座6-10-1 GINZA SIX 9階

TEL : 03-6775-4510 FAX : 03-6263-9033

メール : press@gakujo.ne.jp

コーポレートサイト : <https://company.gakujo.ne.jp/>

株式会社学情のプレスリリース一覧 : https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/13485