

2022年卒 採用戦線報告会 第1部

就職情報事業本部 中部営業推進部

2021/7/26



Copyright © Mynavi Corporation

自己紹介



株式会社マイナビ 就職情報事業本部
中部営業推進部 部長

小林 和喜（こばやし かずき）

2013年、途中で株式会社マイナビに入社。入社以来、一貫して新卒採用領域の企業向け採用支援に従事。東海エリアの大手企業専任チームの立ち上げ、地方拠点の新規立ち上げなどを経て、現職。中部エリア8県の採用支援を主とし、各種分析から学生向け講座への登壇まで幅広く携わる。

INDEX

01		求人市場全体、新卒採用市場	…… p.03
02		コロナ禍における22年卒学生の姿	…… p.13
03		2022年卒採用（プレ～6月）	…… p.23
04		2022年卒採用（内々定進捗）	…… p.34
05		WEB化による採用活動の変化	…… p.48
06		相互理解に向けた取り組み	…… p.55

01

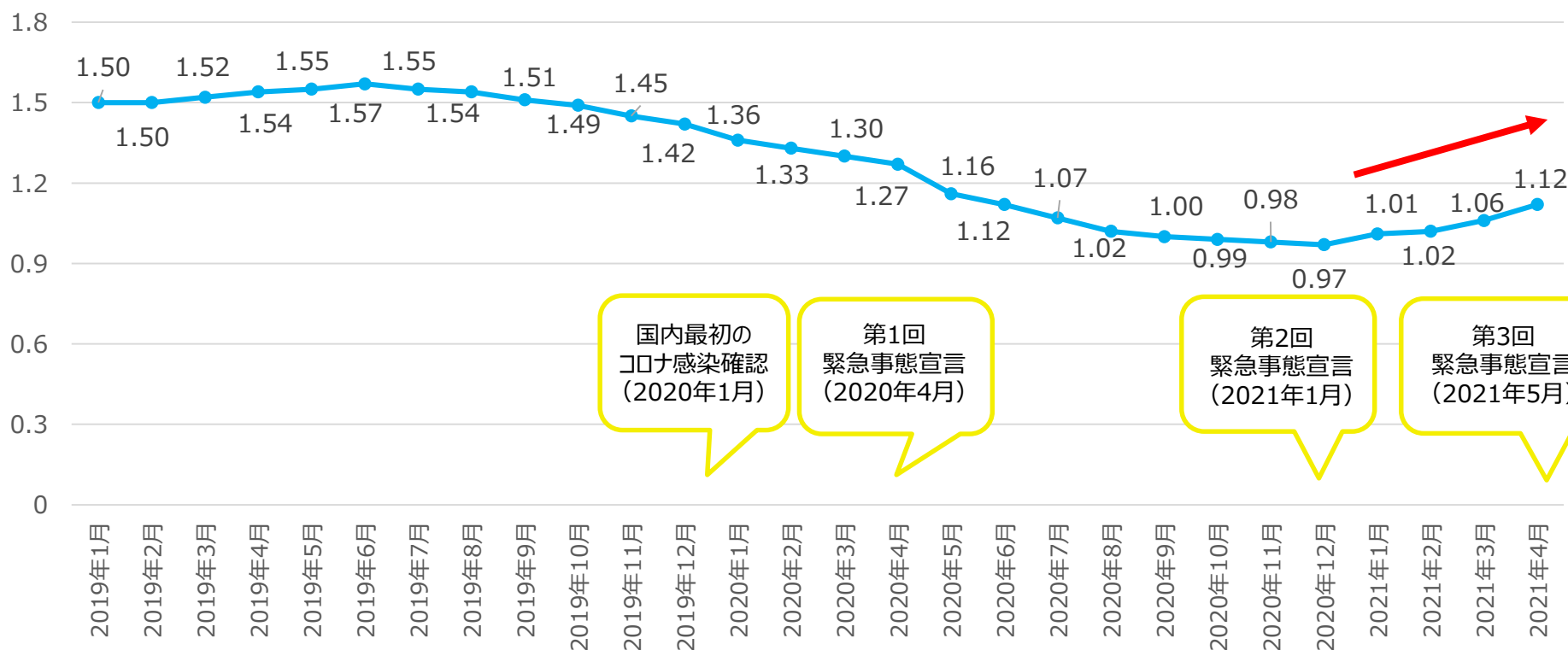
求人市場全体、新卒採用市場

2021年1月に2回目の緊急事態宣言が出されるも、有効求人倍率は回復傾向

国内最初のコロナ感染が確認されたところから有効求人倍率（※パート除く）は減少傾向にあり、2020年10月には1.00未満まで落ち込んだ。しかし、2021年に入り徐々に回復している。

有効求人倍率（パート除く、季節調整値）

有効求人倍率はコロナ禍で一時的に1未満になったものの、2021年に入ってから回復傾向にある

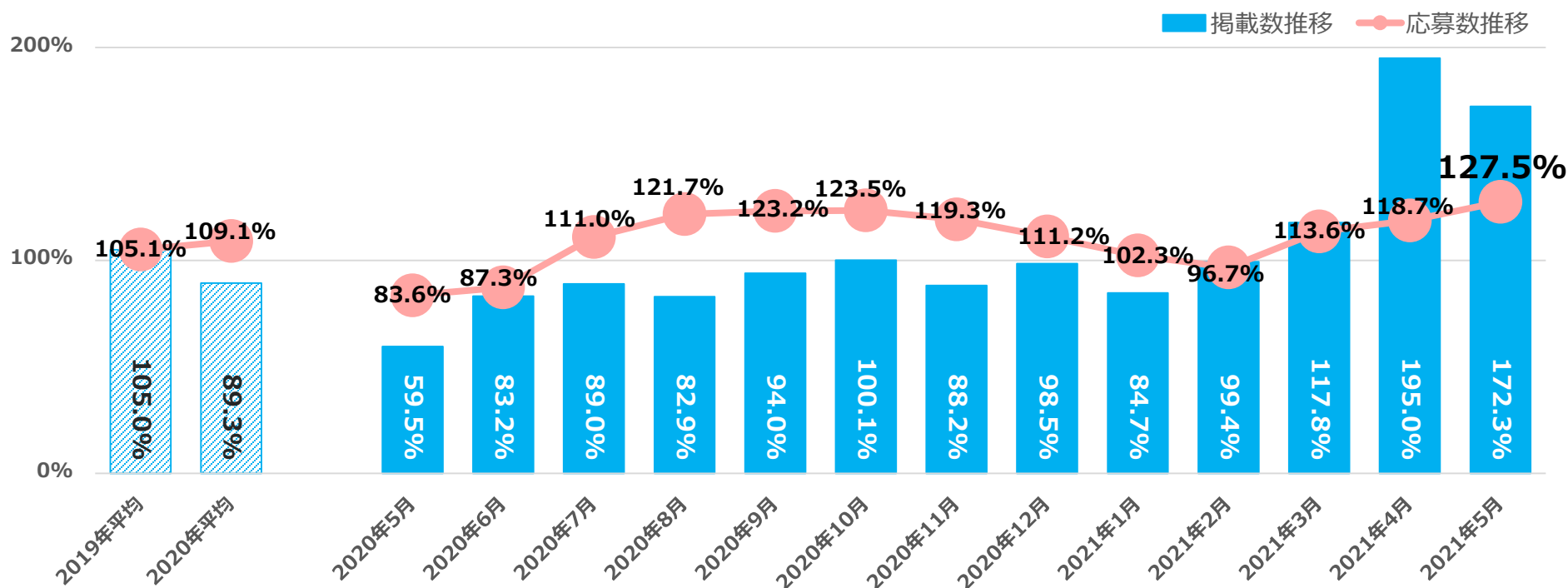


2020年前半はやや低迷したが、2021年4月以降、転職求人広告市場も回復

総合転職情報サイト『マイナビ転職』に掲載された求人の「掲載数」「応募数」の推移については、2021年5月の掲載数は前年同月（2020年5月）比172.3%、応募数は前年同月（2020年5月）比127.5%となり、2021年4月以降活発化。

マイナビ転職 掲載数・応募数推移調（前年同月を100%とした月次推移：季節要因を排して1年前同月で増減を明らかにするため算出）

5月の掲載数は前年同月比172.3%。応募数は前年同月比127.5%に。



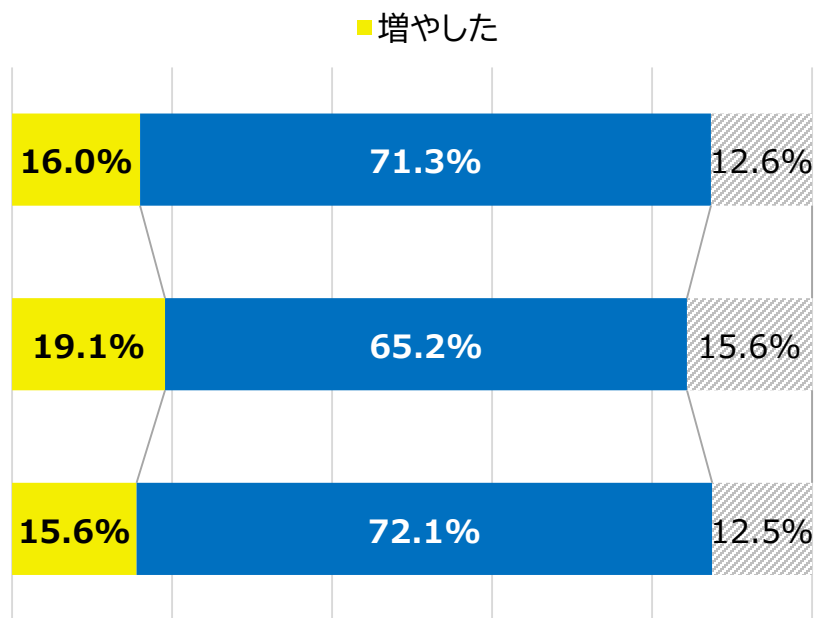
22年卒
採用
予定数

企業の新卒採用予定数は「前年並み」が最多、 21年卒の新卒入社数より「増やした」は2割以上

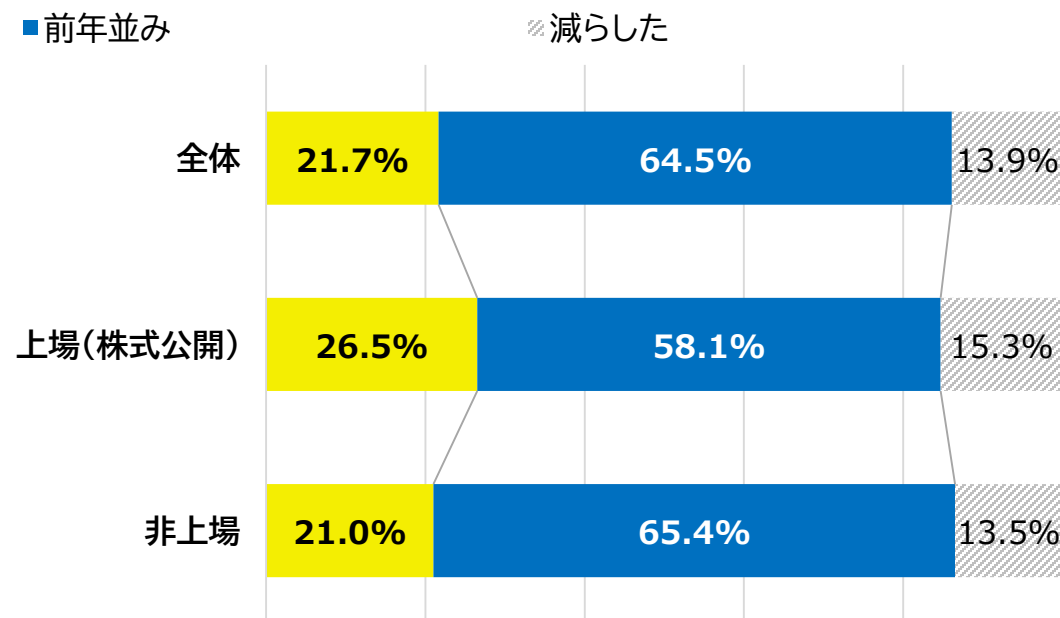
採用予定数を「21年卒採用予定数」「21年卒新卒入社者数（実績）」と比較するとどちらも「前年並み」が最多。特に「21年卒新卒入社者数」との比較では「増やした」が2割を超えた。

21年卒はコロナ禍における採用活動への対応に追われ、新入社員の獲得に苦戦したことが推察される。

21年卒 採用予定数 との比較



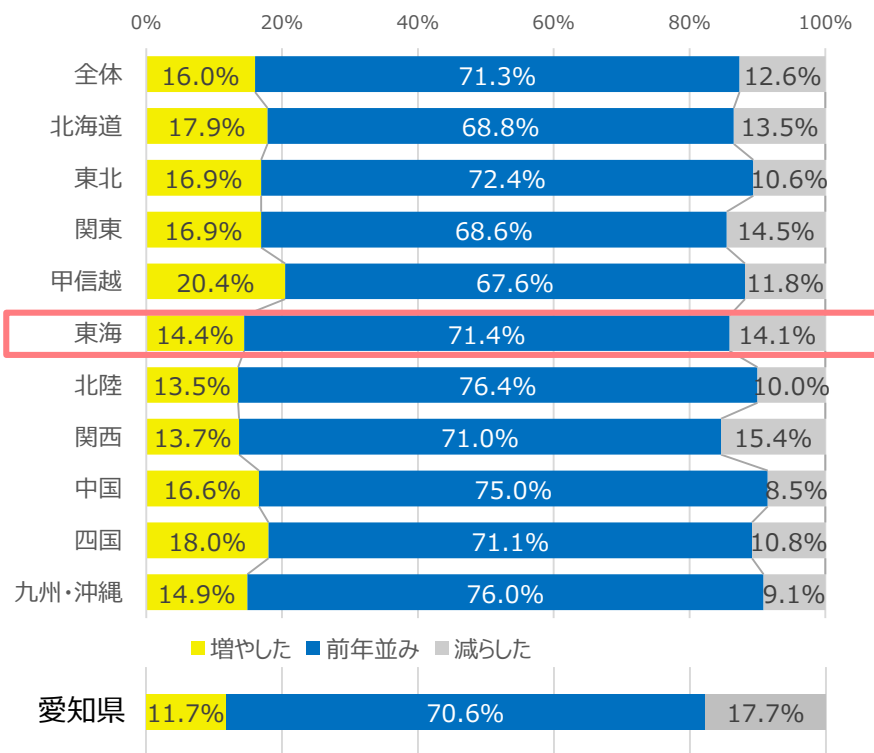
21年卒 入社実績数 との比較



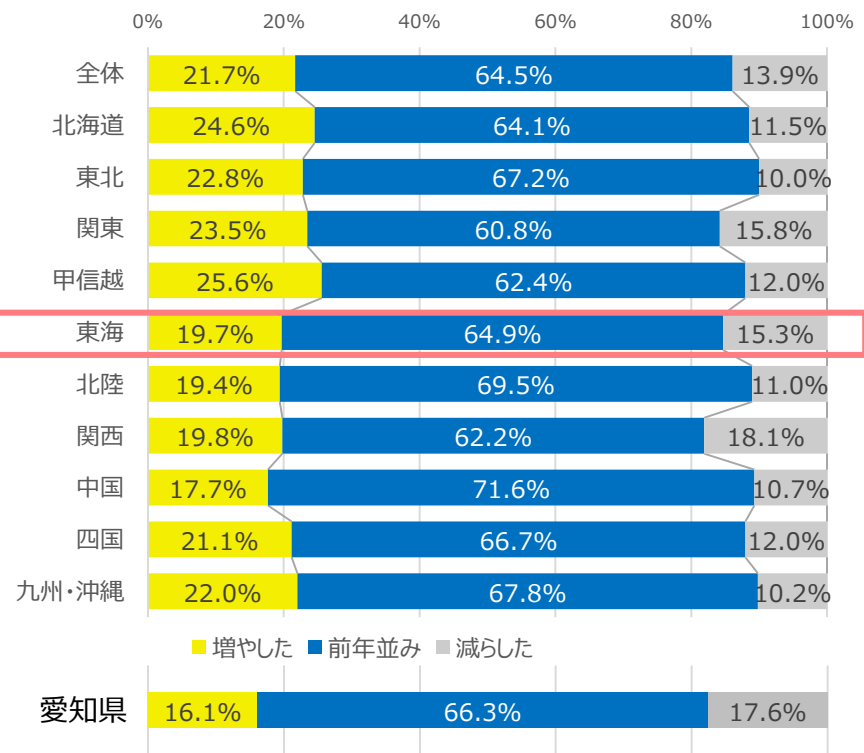
22年卒
採用
予定数

企業の新卒採用予定数は「前年並み」が最多、
21年卒の新卒入社数より「増やした」は2割以上

21年卒 採用予定数 との比較



21年卒 入社実績数 との比較

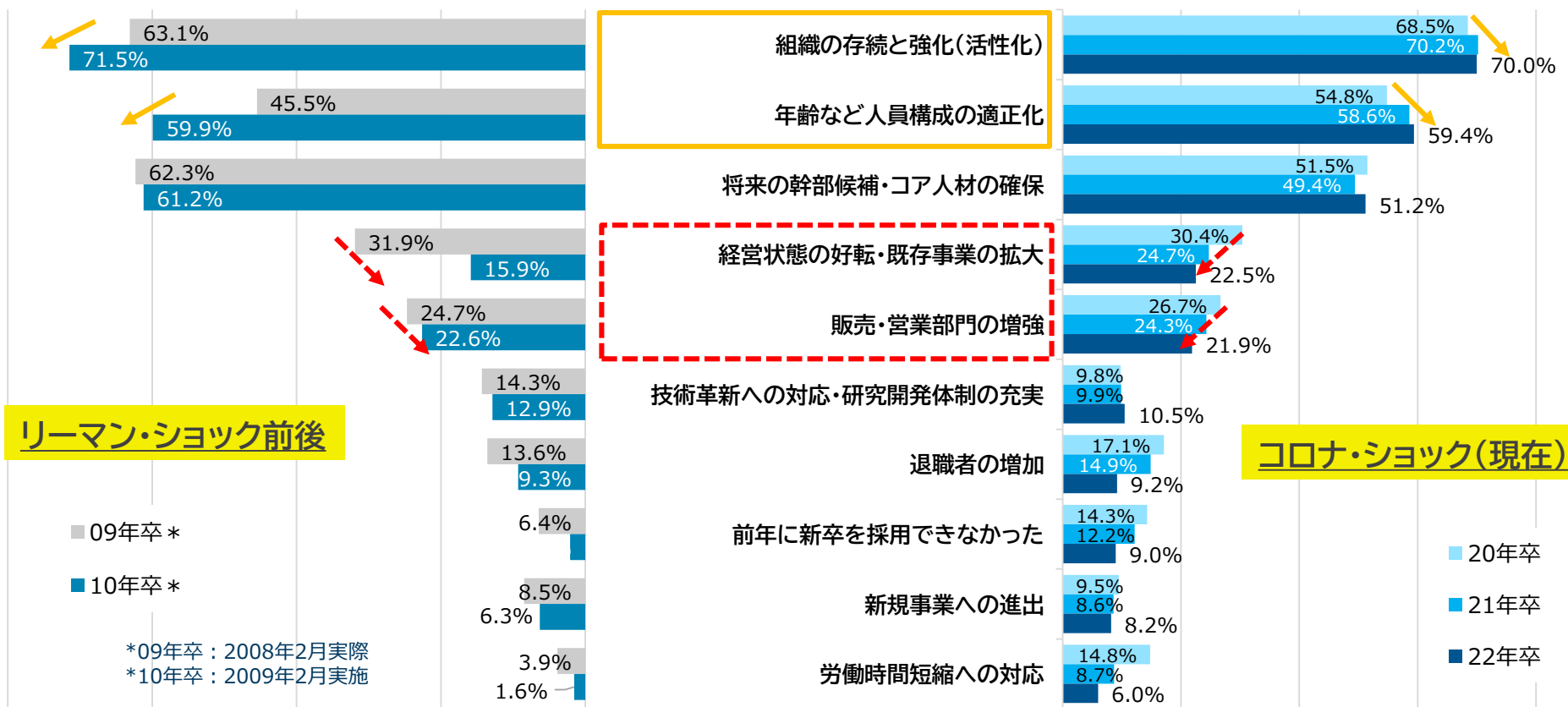


新卒採用を実施する理由

新卒採用は「組織の存続と強化（活性化）」
「年齢などの人員構成の適正化」のために継続

新卒採用を実施する理由は「組織の存続と強化」、次いで「年齢などの人員構成の適正化」となりその割合は増加。

一方、「経営状況の好転・既存事業の拡大」「販売・営業部門の増強」は減少。リーマン・ショック時にも同様の傾向がみられたが、新卒採用は喫緊の人手不足解決のためよりも、長期的な視点で見た組織形成のために実施されている。



リーマン・ショック前後

コロナ・ショック(現在)

■ 09年卒*
■ 10年卒*

*09年卒：2008年2月実際
*10年卒：2009年2月実施

【補足1】新卒採用のメリット～日本型雇用システムとの関係性



会社

1. 期間の定めのない雇用契約
2. 年功序列の賃金制度
3. 企業組合による労使交渉



労働者

新卒採用

組織体制の維持による持続的な発展を実現

企業文化継承

長期育成

チームワークの強化

コア人材確保

退職が少ない

人件費の適正化



課題

自社の採用力が必要

プロ人材・専門人材が育ちづらい

生産性の低下（育成工数）

時間的・人的コストが大きい

【補足2】新卒採用を実施するメリット

新卒採用は、短期的にみると育成等の労力や時間が必要だが、**長期的にみると定着率が高く、**人員バランスを整えることが可能。また、毎年一定時期に行われるため戦略的に計画を立てられる。

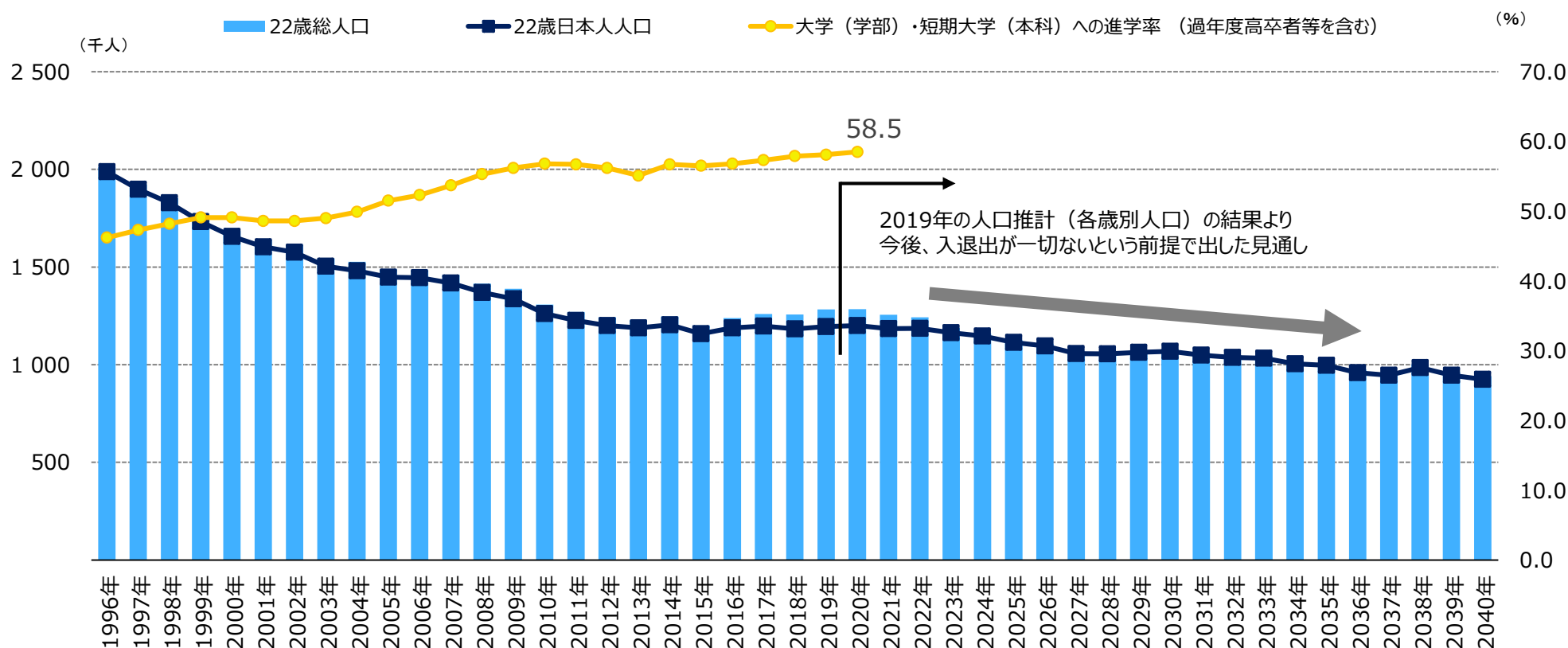
	新卒採用	中途採用
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・将来の幹部候補やコア人材確保 ・若年労働力確保(年齢構成比の保持) ・専門知識・専門技術人材の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ・専門知識・専門技術人材の確保 ・欠員補充 ・増員(事業拡大等)
入社時期	4月入社 (※9月入社等もあり)	通年、時期を選ばない
準備・選考期間	6カ月～1年以上	数週間～2カ月
採用費用	<p>【メディア利用】 年間契約のため比較的費用は高い傾向／まとまった人数を採用する場合、獲得単価は安くなりやすい</p> <p>【紹介】 中途紹介に比べ安価</p>	<p>【メディア利用】 短期間のみ掲載する場合は比較的安価だが、長期間掲載すると費用が高くなりやすい</p> <p>【紹介】 紹介料は年収の約30%に設定している場合が多く、人材獲得コストが高くなりやすい</p>
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・社風・企業文化の継承を行いやすい ・大量採用や一括採用に適している ・若い力で組織の活性化につながる ・人件費が安い 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社にない知識、専門性、ノウハウ、人脈などを取り入れやすい ・経営に機動的に対応できる
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・自社の採用力が必要 (求める人物像の定義・仕事への適性・見極め) ・経験がないため、育成に時間がかかる ・育成専門の組織や準備なども必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社での就業経験により、企業文化に順応しづらい ・離職率が高い傾向がある ・新卒よりも人件費が高くなりやすい ・大量採用には向かない

大学進学率は上昇しているが、22歳人口は減少傾向

学校基本調査によると大学（短大含む）の進学率は年々増加し、2020年には58.5%まで上昇。

一方で、22歳総人口は減少し、2021年より減少トレンドに入る。労働人口としての「若者」世代の希少価値は、上昇することが予測される。

22歳人口の推移と大学（学部、短大含む）進学率



出典：22歳総人口・22歳日本人人口 / 人口推計（総務省統計局）の『年齢（各歳）、男女別人口及び人口比-総人口、日本人人口（各年「10月1日現在」）』より作成
大学（学部）・短期大学（本科）への進学率（過年度高卒者等含む） / 学校基本調査

正社員領域全体の採用意欲は回復傾向、新卒採用においては競争が徐々に加速

1

求人倍率および 求人意欲は継続傾向

新卒・転職ともに採用意欲は回復傾向。コロナ禍において一部の業界における影響はあるが、その範囲は限定的であり、**若年層の採用意欲は依然として高い。**

2

「人手」ではなく 「人材」獲得が目的

新卒採用を行う目的は、単純労働力確保や人員充足ではなく、「**組織の存続**」など**若年層への事業・文化の継承により企業の未来を担う人材の確保**が主な目的に。

3

若者世代の人口は 減少トレンドへ突入

大学進学率は過去最高だが、**今後22歳人口は減少**へ。
大学新卒数は横ばい傾向だが、減少トレンドが加速すると、若年者採用が難しくなっていく恐れも。

02

コロナ禍における22年卒学生の姿

大学への通学・アルバイト経験などが減少 日々の生活はコロナにより大きく変化

コロナ禍で学生の生活は大きく変化。

オンライン授業により大学への通学日数が大きく制限されただけでなく、定期的なアルバイトをしている割合も減少。

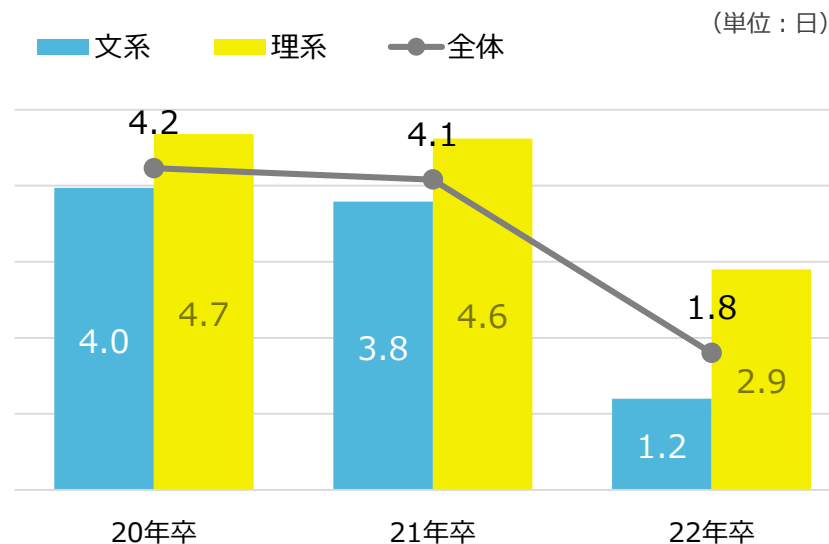
さらに、日常生活における、さまざまな経験機会が激減している

【アルバイト以外に経験機会が減ったもの】

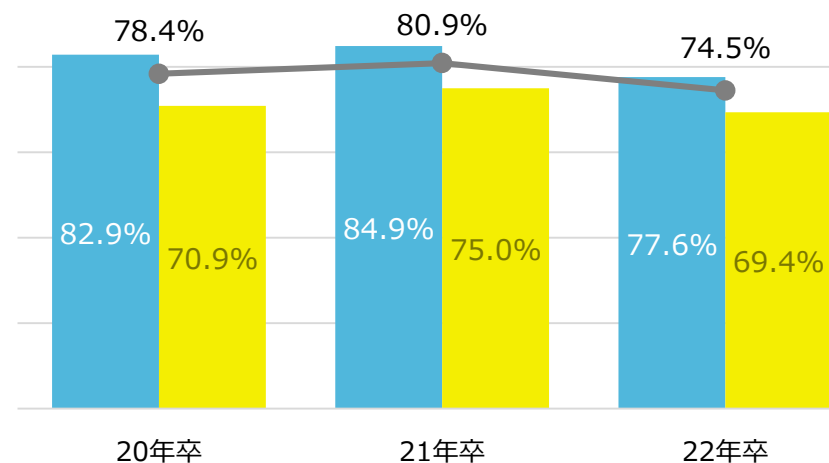
- 😞 旅行
- 😞 サークル活動／ボランティア／学外活動
- 😞 友人との交流／新たな友人との出会い
- 😞 留学
- 😞 趣味を通じた交流／文化活動
- 😞 親戚や祖父母との交流 ……etc.

「ガクチカ」不足により「就活の軸」や「自己PR」の構築が難しくなっていることが明らかな状況。

学校に週何日通っているか・平均



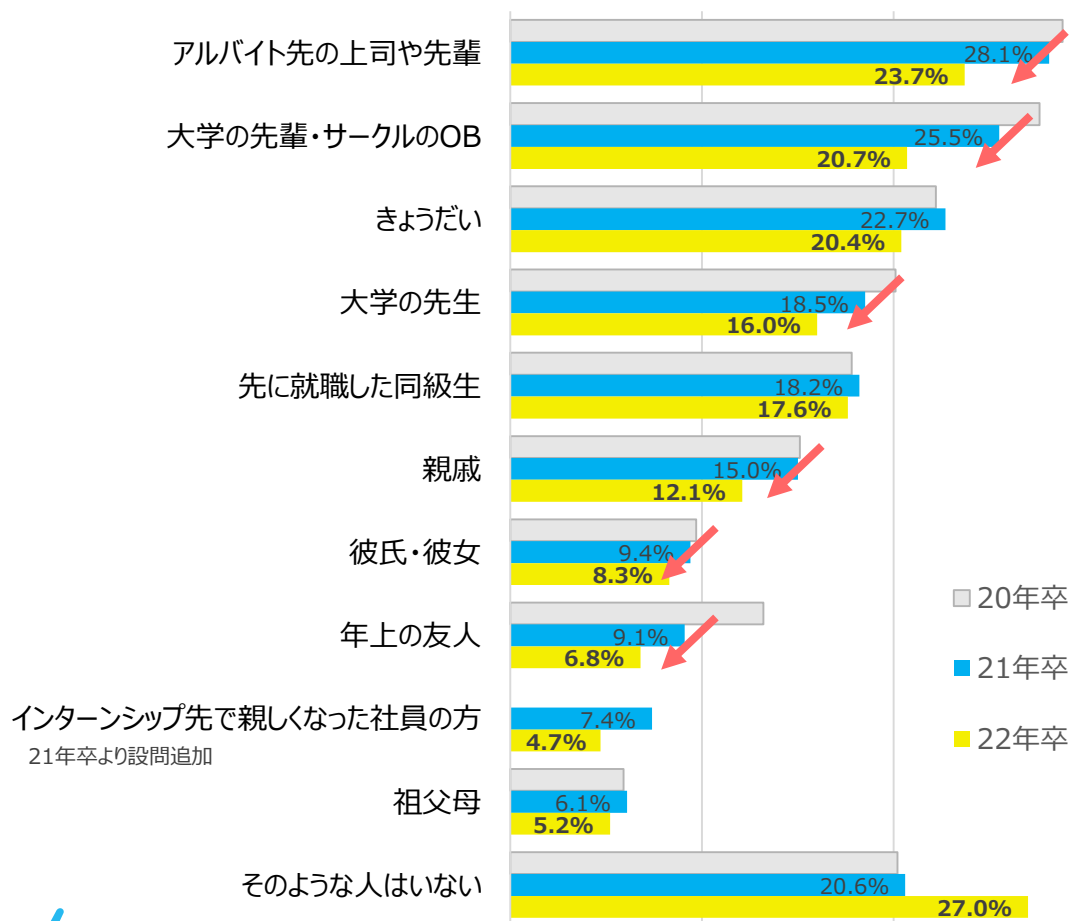
定期的なアルバイトをしている割合



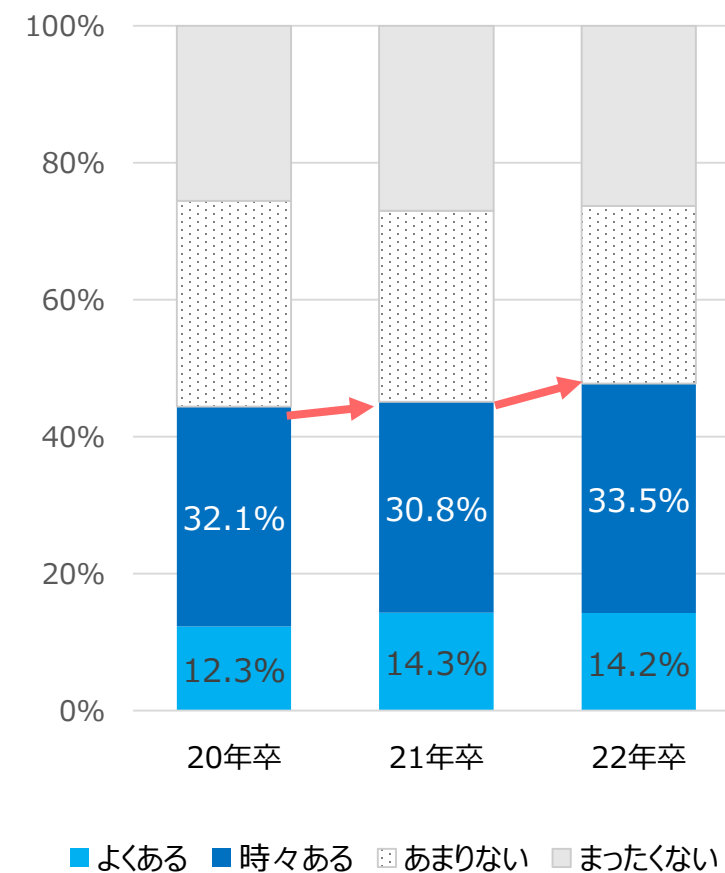
生活スタイルが変化し、「仕事の話」ができる社会人の範囲が狭まる

生活の変化にともない社会人との交流機会が減り、「仕事の話ができる社会人」の範囲は狭まった。「両親・保護者」との会話は微増したものの、ガクチカ不足だけでなく、実生活の中で**キャリアを考える機会や、仕事へ興味をもつ「きっかけ」が減少している。**

両親・保護者以外で仕事の話をする社会人（上位抜粋）



両親・保護者に仕事の内容について話をするか

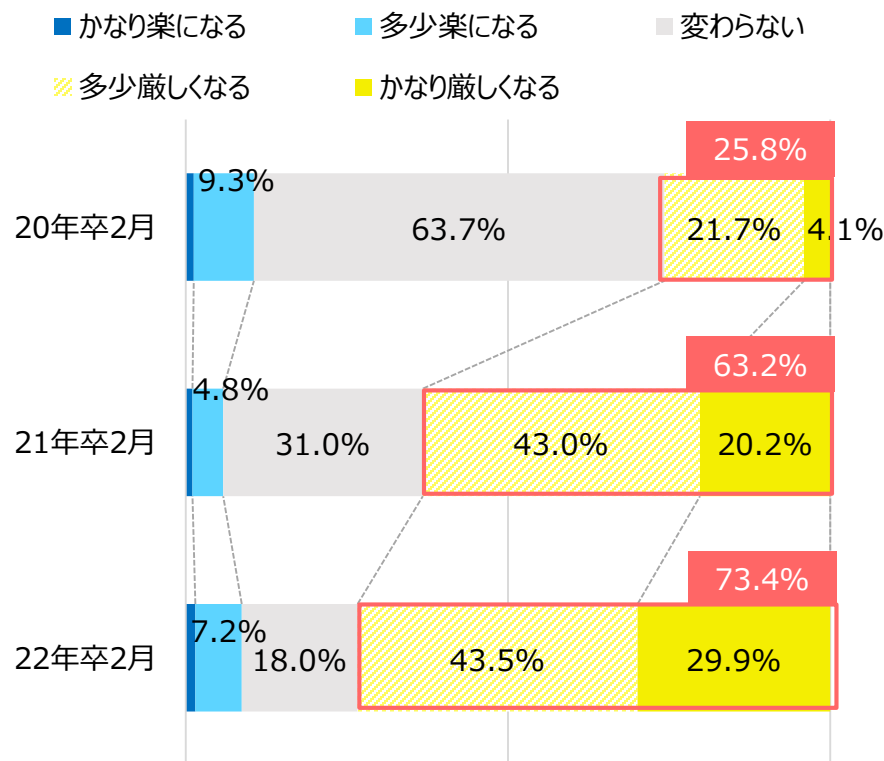


コロナ禍、景気悪化の影響を懸念し、状況が「厳しくなる」と感じる割合が増加

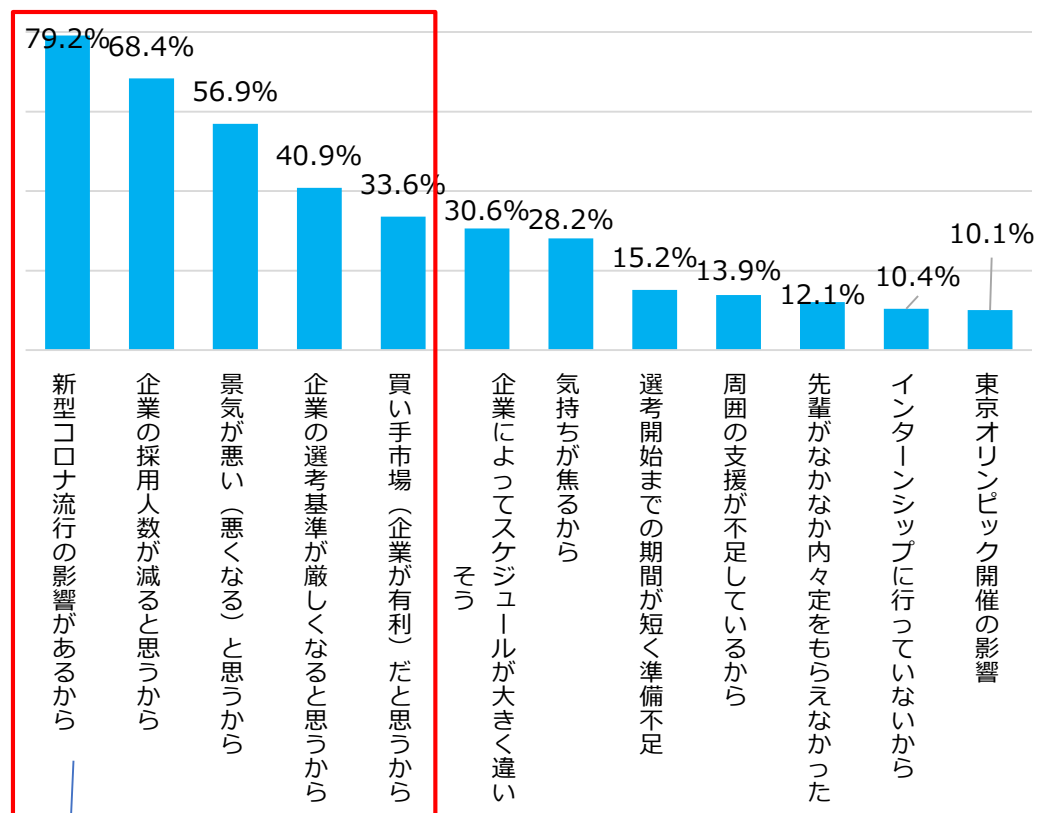
20年卒学生と比較すると22年卒は「先輩よりも厳しくなる（多少+かなり）」と考える割合が約3倍になっている。

新型コロナウイルスの影響そのものもあるが、**景気悪化や企業の採用意欲の低下を懸念**する声も多くみられた。

先輩と比較して今年の就職活動は



厳しくなると思う理由 * 回答割合が10%以上の項目のみ抜粋

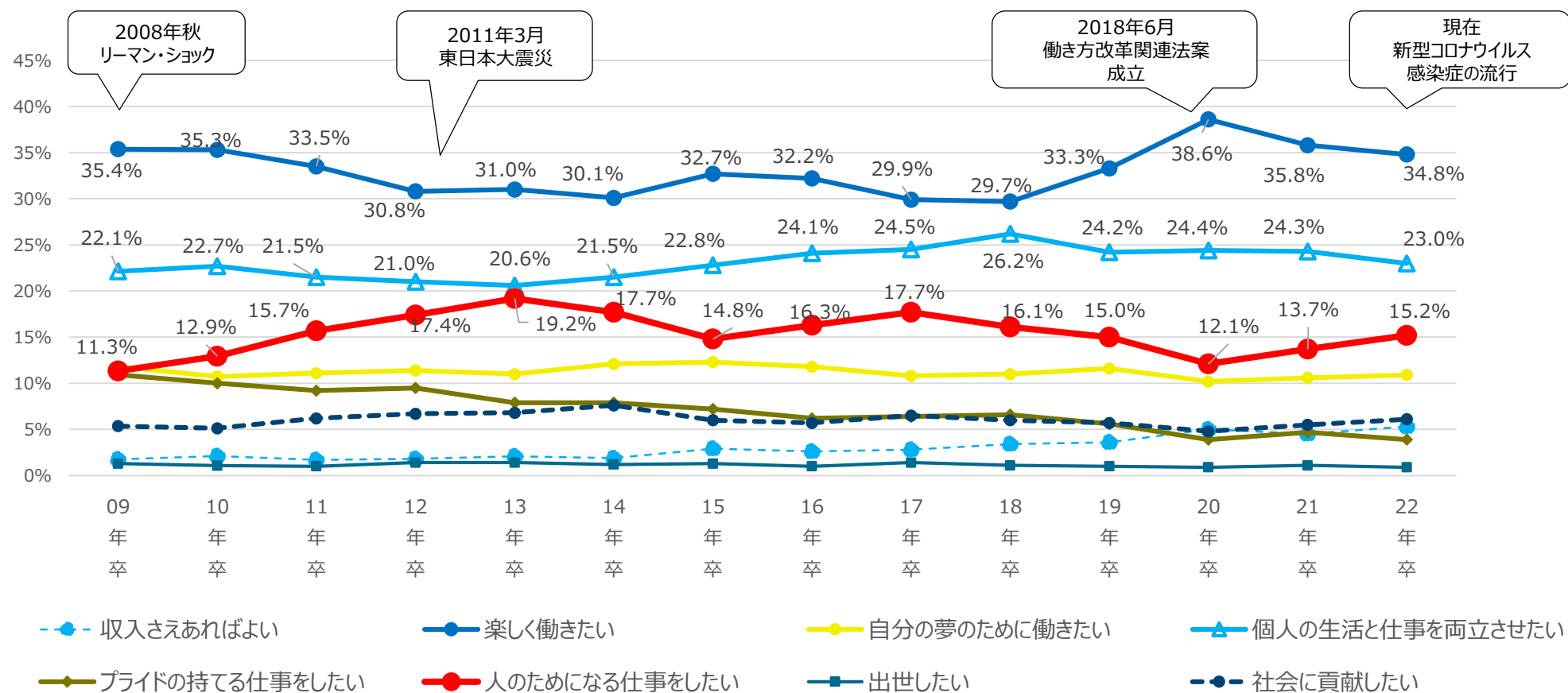


企業側が「積極的に新卒を採用している」ことをPRすることも重要に

「楽しく働きたい」がトップ、前年からの増加幅が大きいのは「人のためになる仕事をしたい」

「就活観」のトップ3項目はここ10数年変わっていないが項目ごとの増減はあり、2009年卒～2013年卒の間に見られたように、経済状況の悪化や大きな災害等が起こった際には「楽しく働きたい」が減少して、「人のためになる仕事をしたい」が増加傾向になっていた。コロナ禍にある今も同様の傾向がみられる。

「就活観」として最も近いもの



旅行・ボランティアなど 「学外活動」が大幅に減少。 「情報の検索」や「内省行動」 が増加した。

自粛生活が強られるなか「旅行やボランティア等、人と違うことをする」が大きく減少、また試験等が中止・延期になることの多かった「資格を取得する」も減少した。そうしたガクチカを自己PRとして登録する「サイトのデータを充実させる」も併せて減少している。

一方、自宅できるネット検索、企業HPの閲覧、そして自分自身の長所短所を考える内省行動については大きく増加していた。

学生は「自分の軸」が
作りづらいま準備をしていた



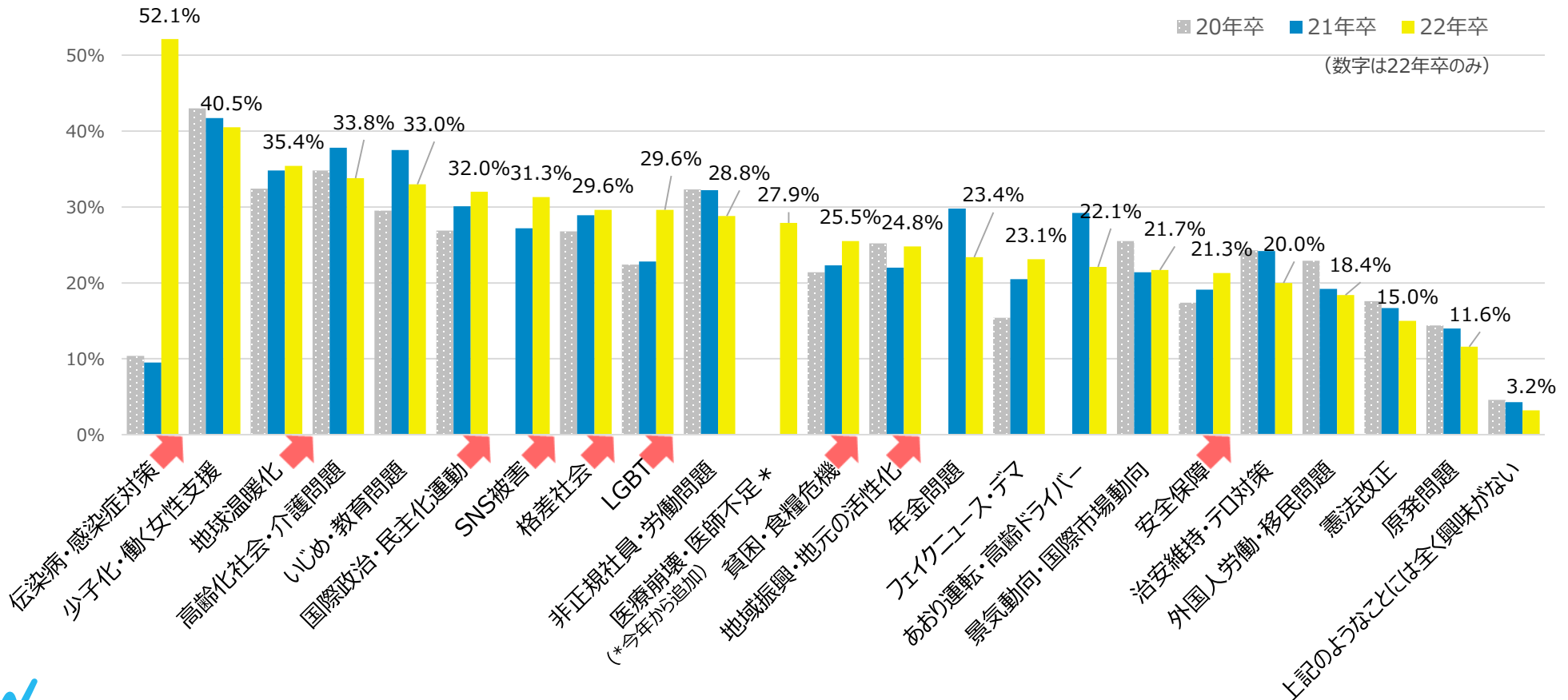
コロナ禍をきっかけに「伝染病・感染症対策」への関心が大幅増

関心のある社会問題は、「伝染病・感染症対策」が増加。またコロナ禍が浮き彫りにした「格差社会」も上昇している。

学生がニュース等を見る機会が多くなったこともあり、「地球温暖化」「国際政治・民主化運動」「LGBT」なども注目度が上昇。

また「少子化・働く女性支援」、「高齢化社会・介護問題」、「いじめ・教育問題」、「SNS被害」なども3割以上の関心の高い項目となった。

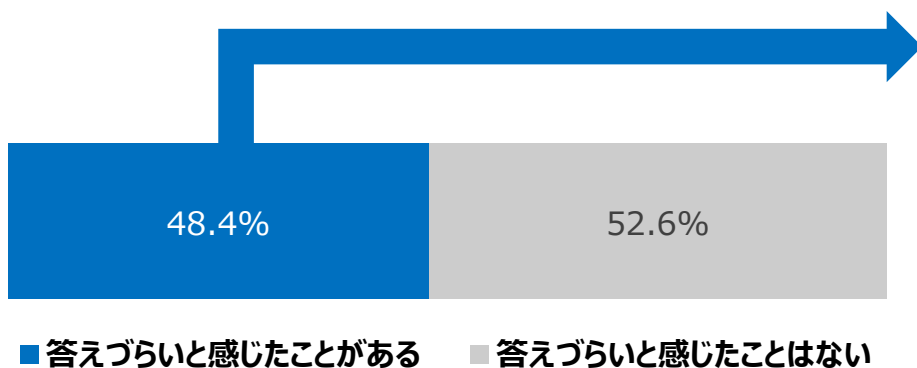
関心のある社会問題 ※下記項目を予め提示し、興味のあるものすべてを選択



ガクチカ不足を懸念した学生は、自己PRの内容に工夫が必要に

研究活動やゼミ活動が開始・本格化する3年次の授業をオンラインで受けていることが多く、思うように学業に取り組めなかった22年卒学生。「アルバイト」や「学生時代に打ち込んだこと」などについても、コロナ禍で活動が制限されていたことで、話しやすいエピソードや実績がなく、答えづらいと感じた学生も多く、面接では話題づくりやPRに工夫が必要となった。

面接の質問に対して「答えづらい」と感じたことがあるか



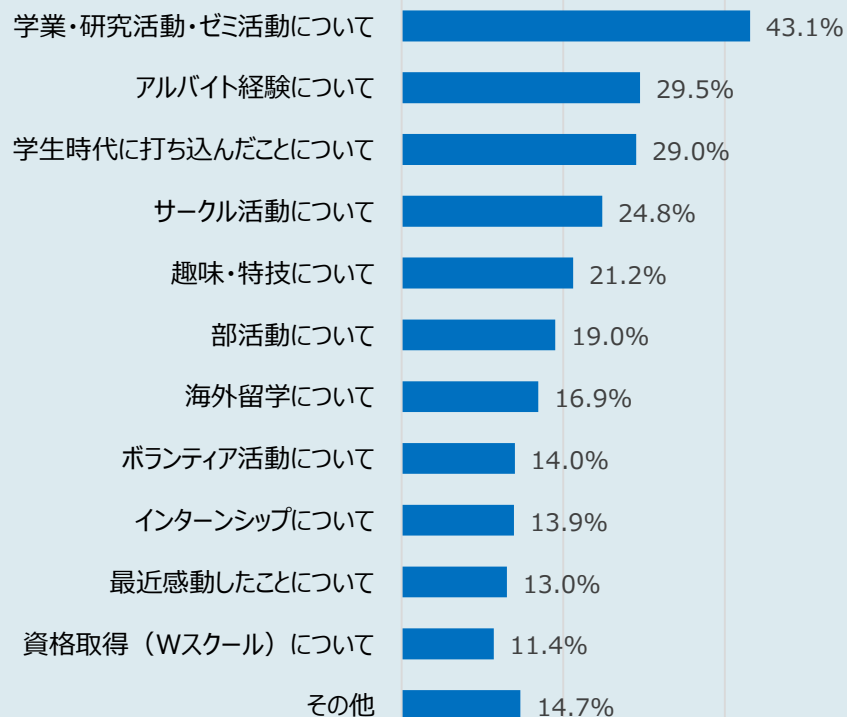
学業以外で
いちばん頑張ったことは
なんですか？



サークルもほとんど
参加できていないし……
答えを準備しないと…



面接の質問に対して「答えづらい」と感じた質問内容



(面接時に) 話していて手応えを感じたこと ※自由記入

学生が話していて手応えを感じた回答内容は「コロナ禍で工夫したこと・努力したこと」や「今後・将来の展望」



文系

バンドサークルの新歓や公演でコロナのためになにも手の打ちようがなかった状況であるが、工夫をこらしてSNSを利用した活動や代替となるものを企画し、ある程度サークルの活動を維持することができたという経験を語ったことが手応えあり。



文系

コロナの影響で留学は中止になったが、留学に向けてしっかり準備していたことや状況が好転したら留学したいこと、将来はグローバルに活躍したいことを伝えたら前向きな姿勢が評価された。



理系

研究活動について聞かれたが、まだ研究を行っていなかったもので、どう答えたら良いか分からなかった。しかし、全く答えないのではなく、今後どのように研究を行いたいのか、これまでの勉強を活かしてどのように活動していくのかを自分で想像し、過去の先輩の研究を見てだから今度はこうします……のように未来について詳しく話したことはすごく手ごたえを感じました。



理系

コロナの影響で実験ができなかったが、在宅でもできる調査研究や後輩指導に注力した。特に一度も対面で会ったこともない後輩とコミュニケーションを取るのは非常に難しかったため、その時のどう行動したかの話はウケが良かった。

「キャリアの軸の明確化」がしづらい環境でも、自分なりに考え、行動できるか……は、企業側にも見極めのカギになったはず

コロナ禍の学生生活において、不安感は増長。行動量増加につながった。

1

**就職活動が「厳しくなる」と
回答した学生は
2月時点で73.4%**

先輩たちに比べ、自分たちの就職活動が「厳しくなる」と回答した学生の割合が大幅に増加。景気後退や買い手市場をイメージする学生が多く、大きな不安を抱えるスタートとなった。

2

**学生の行動範囲が狭まり
キャリアを考える機会が
大きく減少**

家族以外の大人と仕事について話をする機会、資格試験の機会減少（延期）など、キャリアについて考える機会が減少。オンラインで得られる情報が、より貴重な1年に。

3

**「自己PR」や「軸」の
構築に苦戦。WEBの
情報収集に積極的**

生活や経験が制限された学生は、意思や「軸」が曖昧なまま就職活動を進めざるを得ない状況に。不安と状況の不透明さが後押しし、行動量は増加傾向につながった。

03

2022年卒採用（プレ期間～6月の振り返り）

企業のインターンシップ実施率は低下したが、学生の参加率は8割を維持

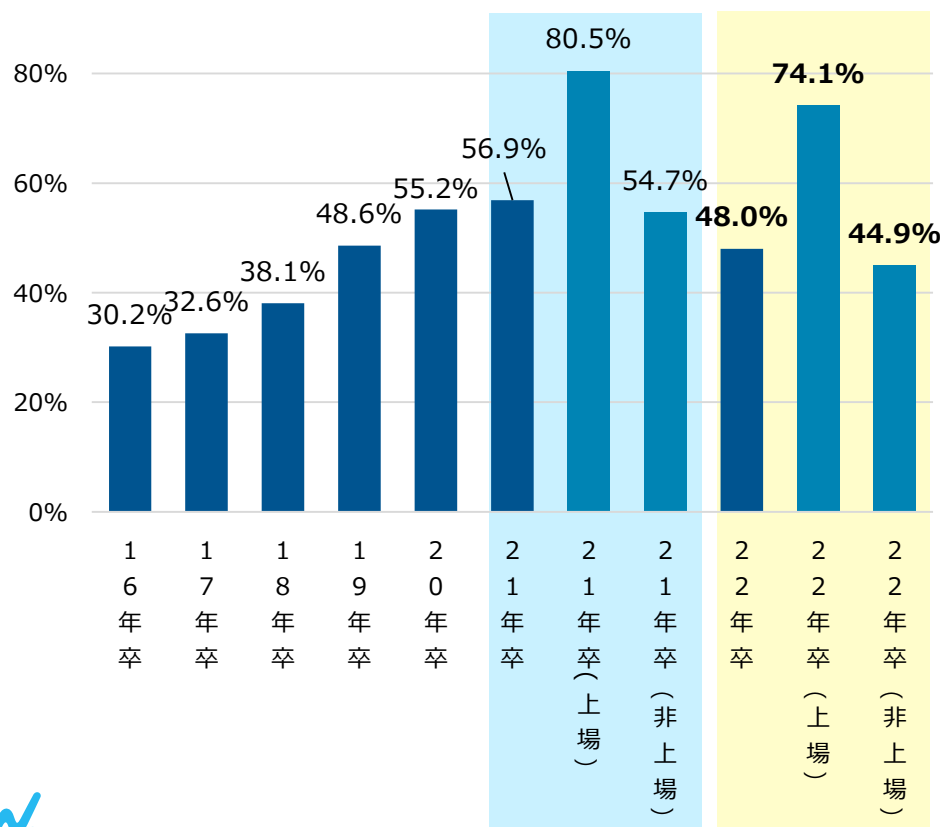
企業

企業側のインターンシップ実施率は48.0%と
昨年全体に比べ8.9pt低下したが、
上場企業では74.1%を維持

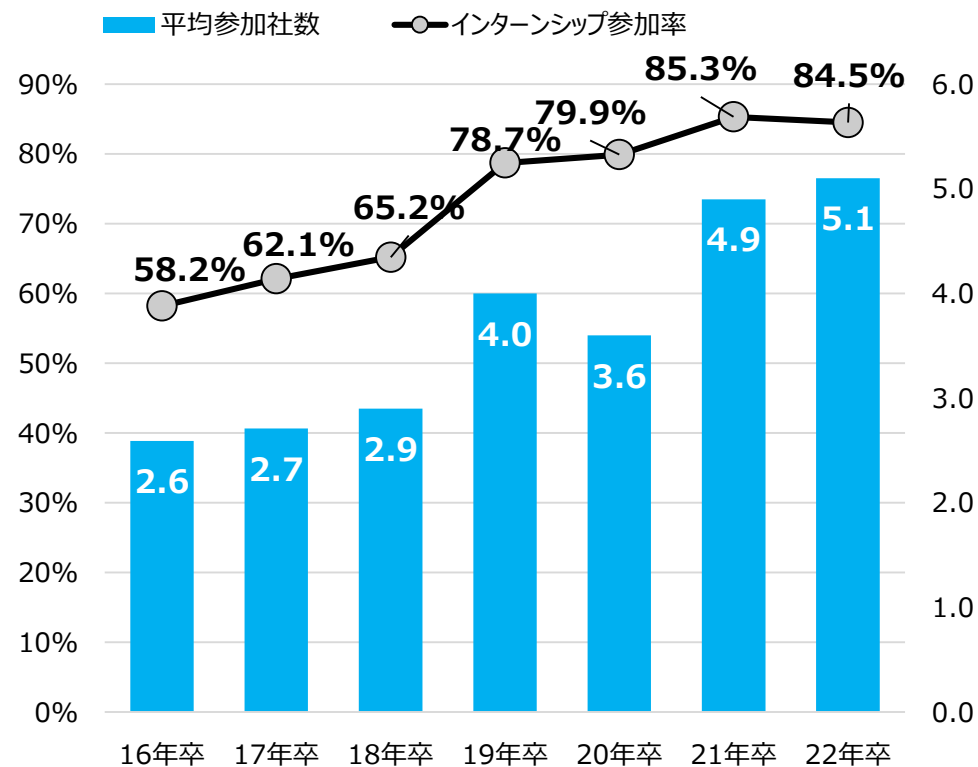
学生

学生の参加率は微減の84.5%
WEB開催で受け入れ人数が拡大し、参加できる
インターンシップ数は減少していない模様

インターンシップ実施率



インターンシップ参加率・参加者数



出典：企業のインターンシップ実施率 / マイナビ2022年卒企業差新卒採用状況踏査（2021年6月）
出典：学生のインターンシップ参加状況 / マイナビ2022年卒大学生広報活動開始前調査（2021年2月）

インターンシップで広がったWEB活用、学生のWEBインターンシップ経験は95%

企業

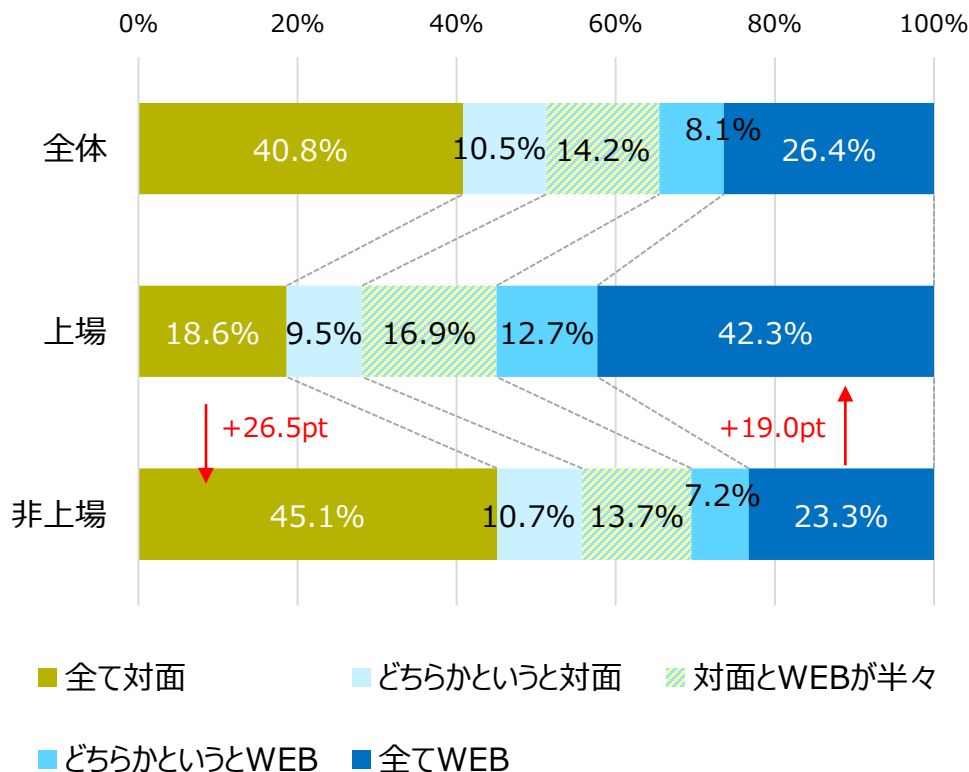
上場企業でWEB活用が広がるも、非上場企業では対面実施がメイン

学生

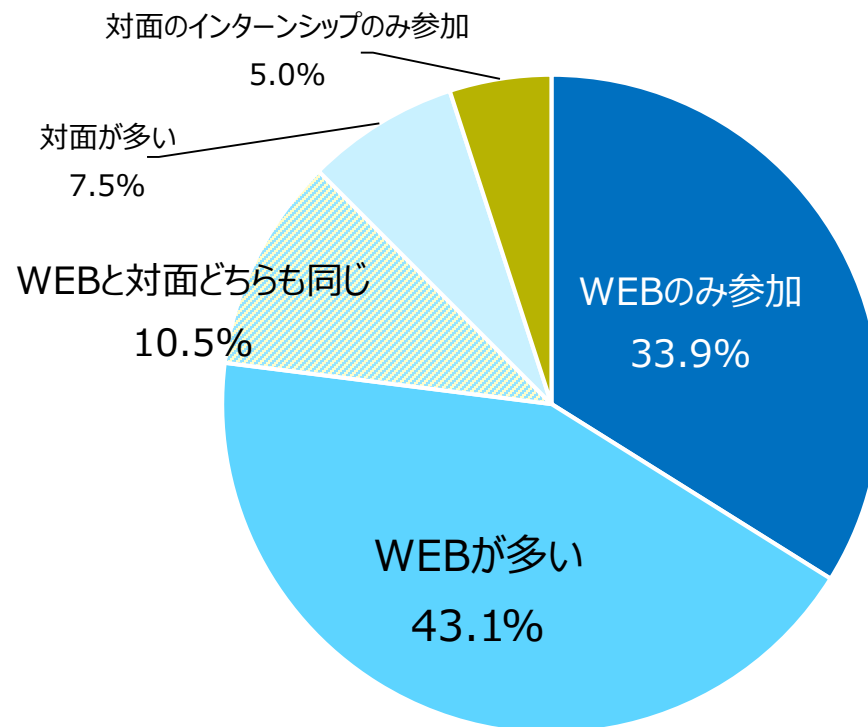
インターンシップ参加者の95%がWEB形式のインターンシップ*を経験

* 1 Day仕事体験を含む

WEB活用状況 22年卒インターンシップ

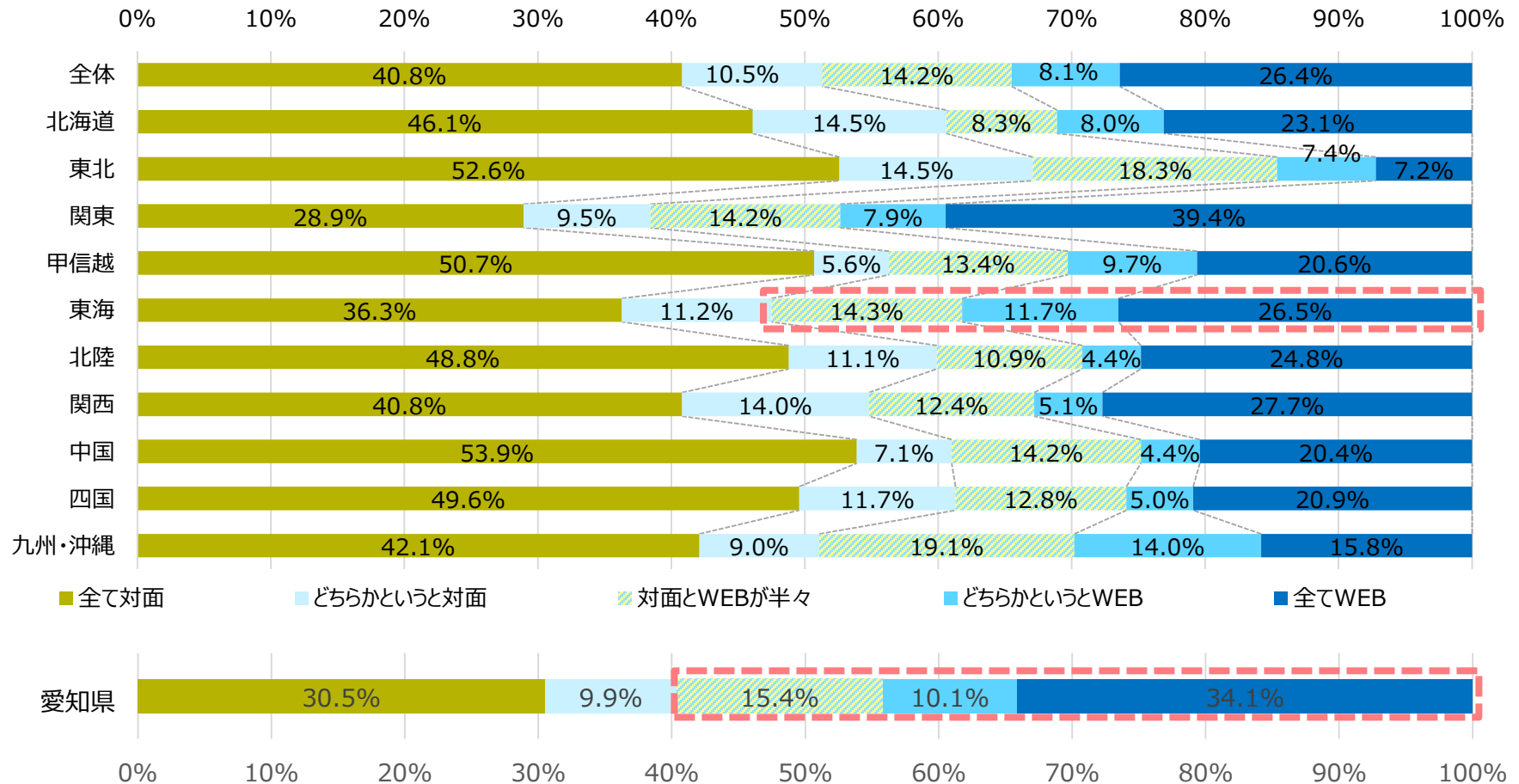


【参加者限定】これまでに参加したインターンシップの開催形式



東海エリアは全国よりもWEB実施比率が高く、関東に次いで2番目に高い

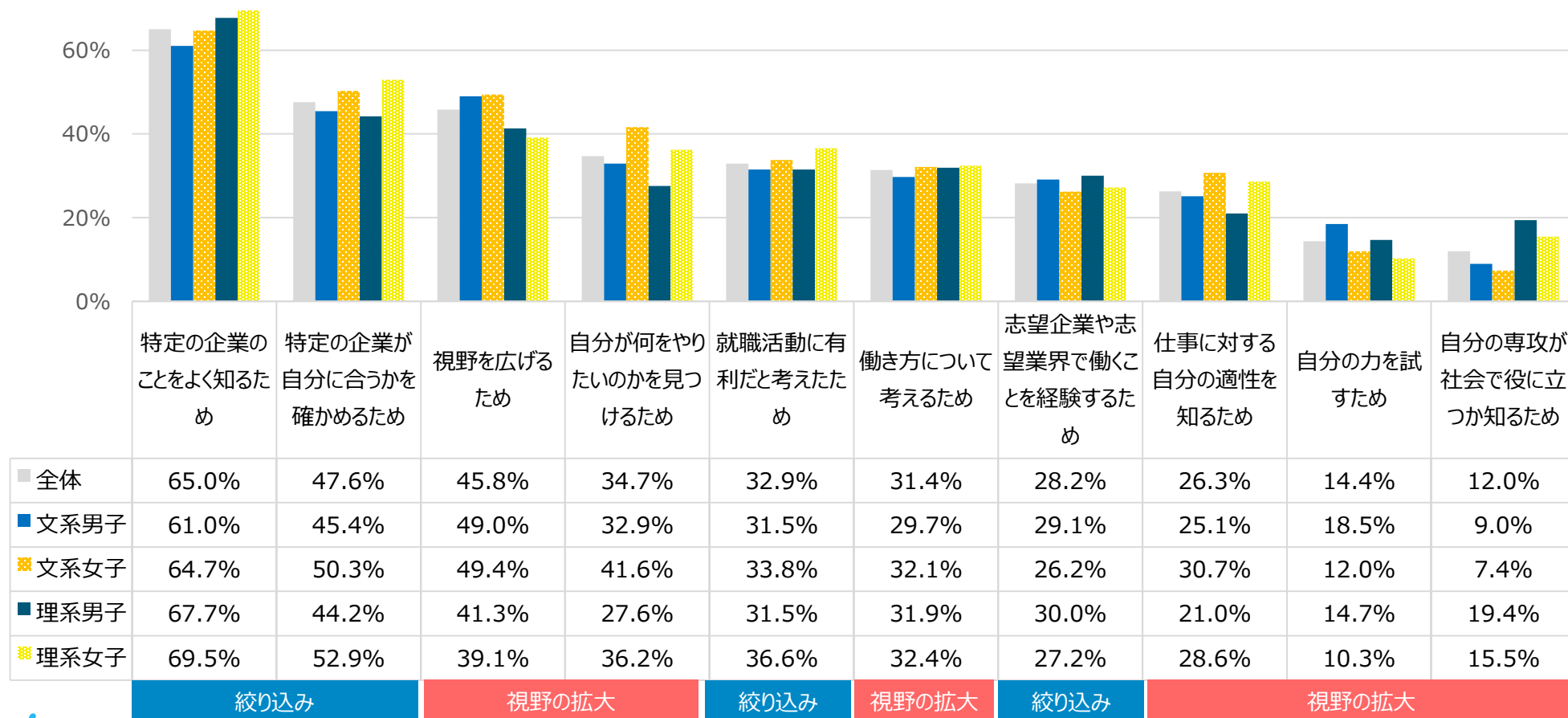
WEB活用状況 22年卒インターンシップ



参加目的は「絞り込み」と「視野の拡大」／文理・男女で視点の違いも

インターンシップの参加目的は「特定の企業のことをよく知るため」が最多、次いで「特定の企業が自分に合うかを確かめるため」となっているが、ほぼ同程度で「視野を広げるため」が続く。志望企業との相性を見極め絞り込む方向と、視野の拡大の両面からインターンシップに参加しているようだ。

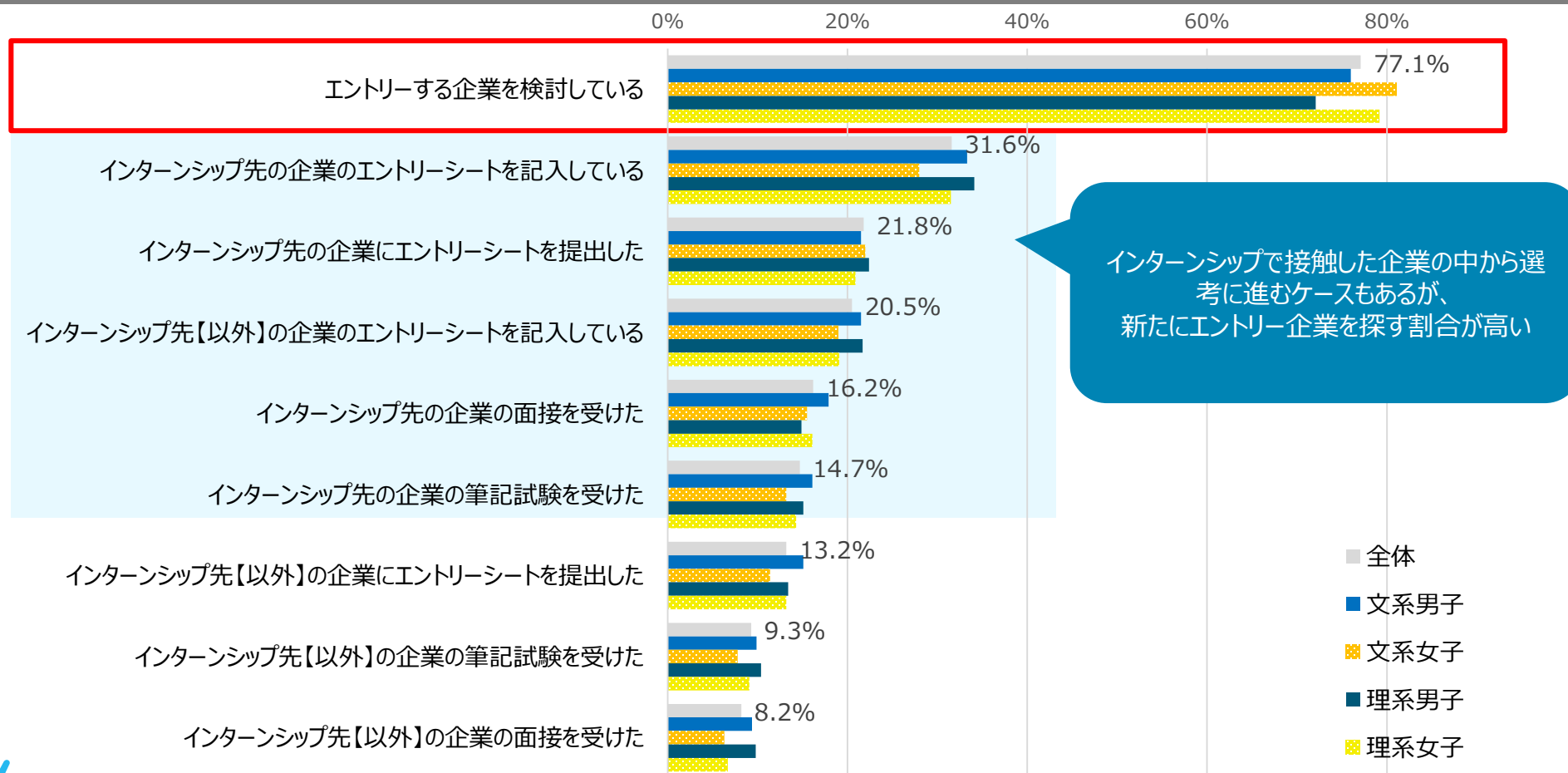
インターンシップに参加した理由（全体の割合が10%以上の項目のみ）



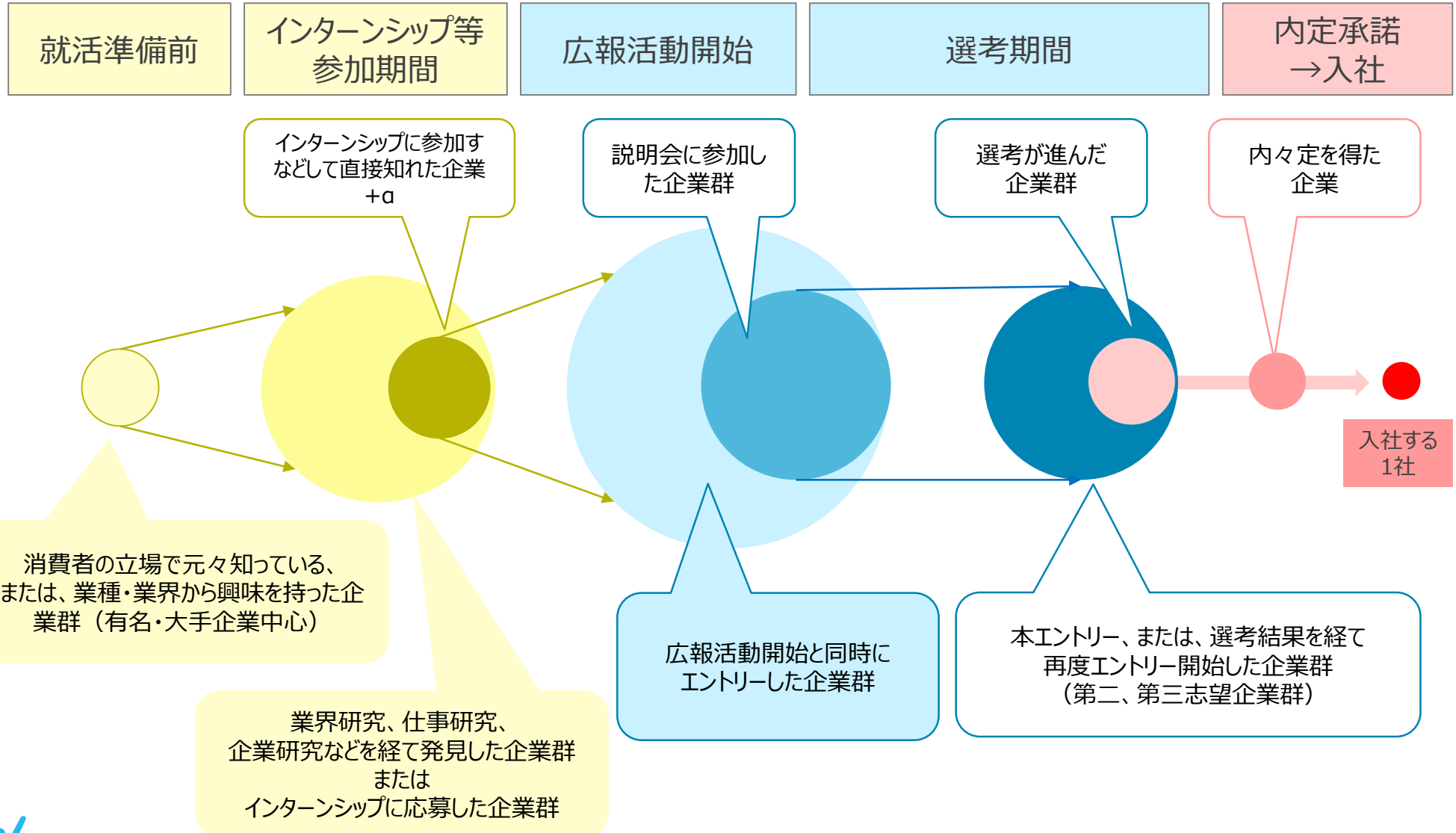
広報活動開始直前は「エントリー企業を検討している」が最多の77.1%

広報活動開始を目前（2月）、インターンシップ参加企業に対する行動を起こしている（青背景）割合は高いものの、「**エントリーする企業を検討している（赤枠）**」が**77.1%と最多**。インターンシップ接触企業だけでなく、広がった知識や興味をもとに、新たなエントリー企業を探していることがわかる。

広報活動開始前（2021年2月）の状況としてあてはまるもの（複数回答）

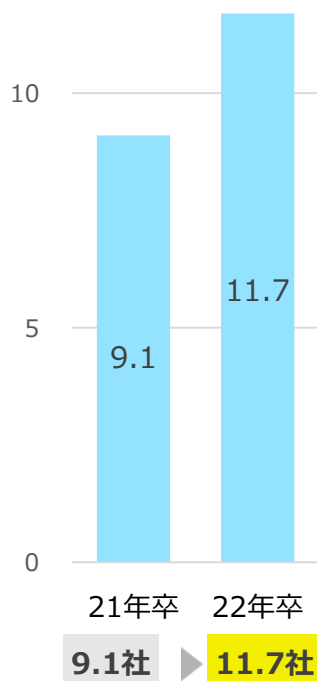


「視野の拡大」と「絞り込み」を繰り返しながら理解を深め、志望度を上げていく



学生の
企業
接触数

【単位：社】

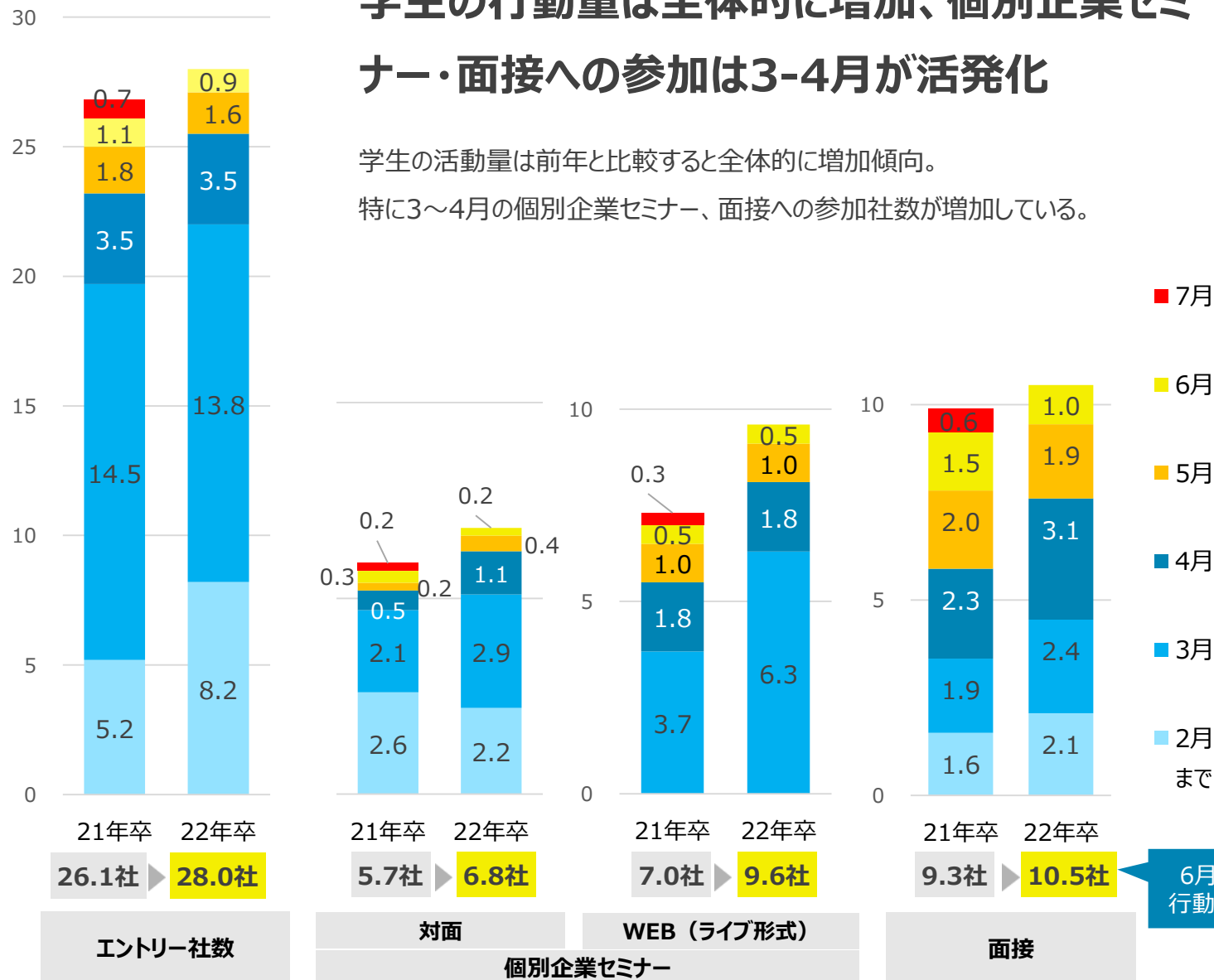


インターンシップ
エントリー社数

学生の行動量は全体的に増加、個別企業セミナー・面接への参加は3-4月が活発化

学生の活動量は前年と比較すると全体的に増加傾向。

特に3~4月の個別企業セミナー、面接への参加社数が増加している。



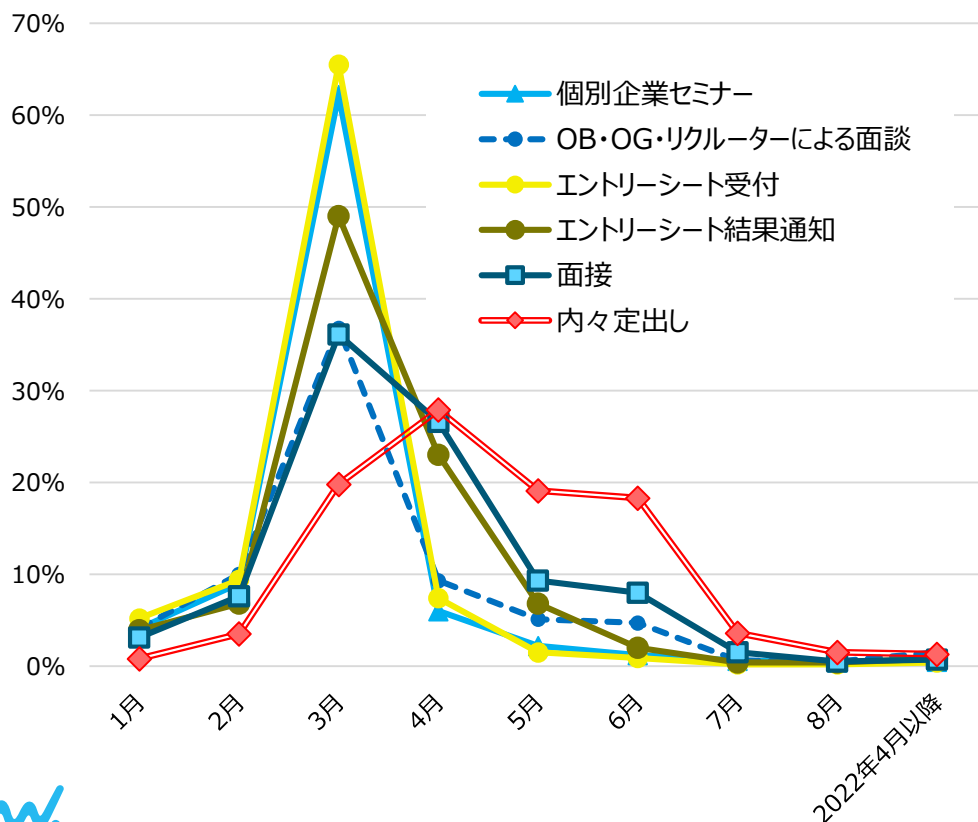
6月までの
行動量比較

前年に比べて準備が可能だった22年卒採用では選考スケジュールは計画通り進捗

21年卒採用では2020年4月～5月の緊急事態宣言の影響で個別企業セミナーや面接の多くが中止・延期に追い込まれたが、22年卒採用ではWEB活用の拡大したり、感染対策をしたうえで対面で実施する企業も増えた。プレ期間の活動も活発で選考スケジュールはより前倒しになっている。

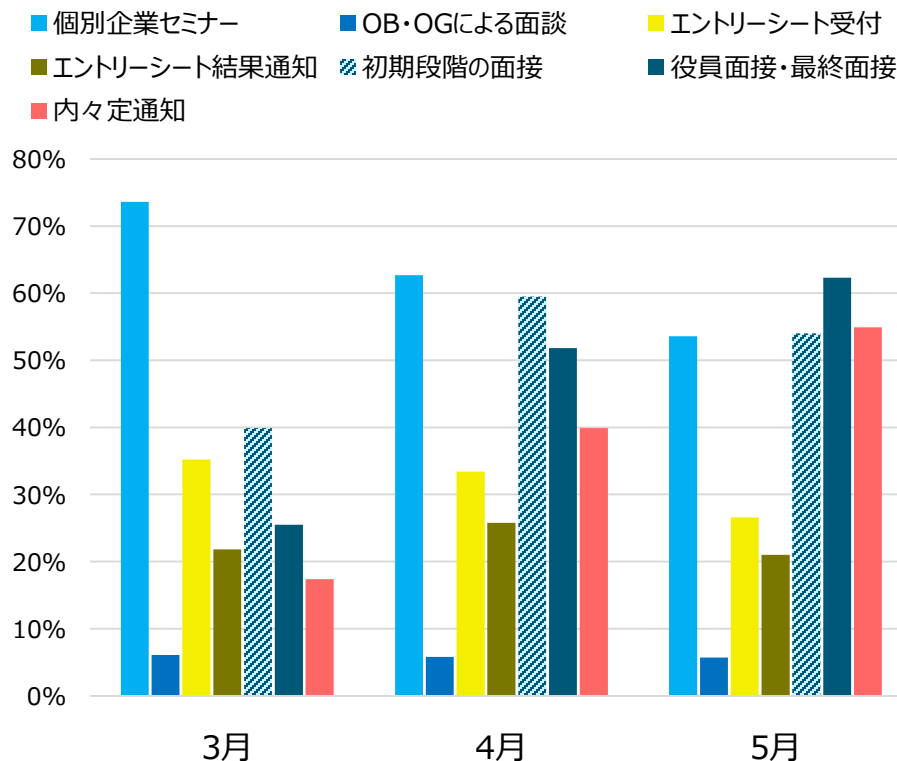
各フェーズの開始時期（当初の予定）

面接含めあらゆるフェーズが3月開始、内々定出しは4月開始が最多



3・4・5月に実施したこと

5月になると半数以上が内々定通知を実施



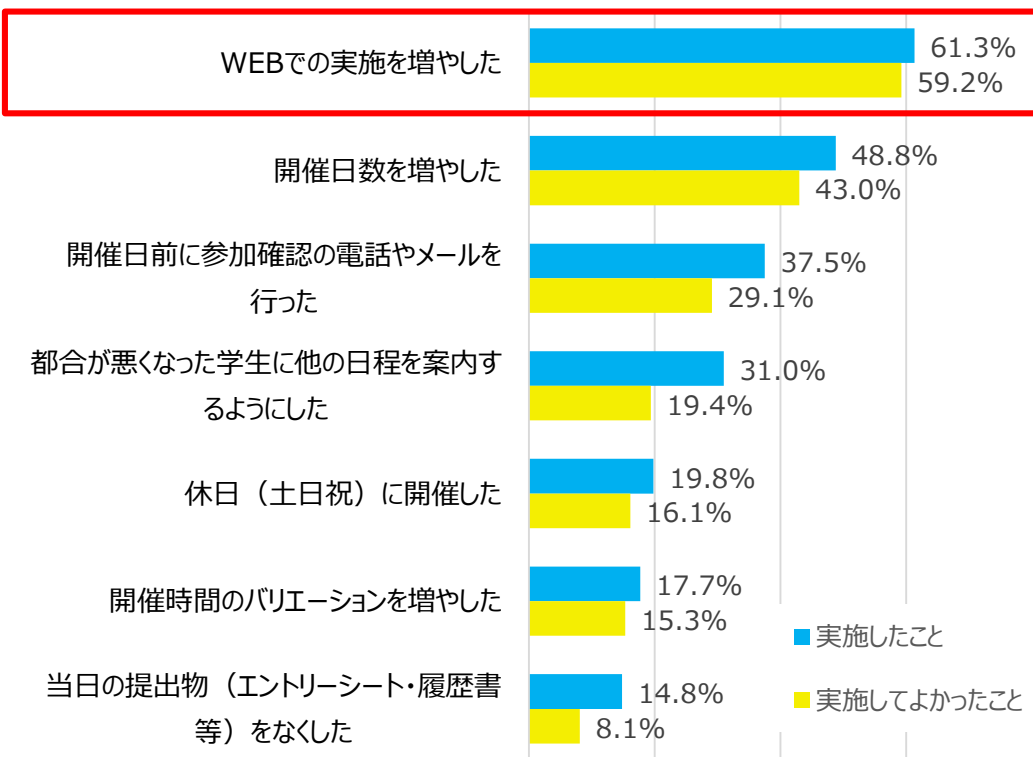
WEB開催で学生の参加ハードルが低下、事前予約からの参加率は向上

新型コロナウイルスへの対応によりWEB活用が定着する中、特に「個別企業セミナー（会社説明会）」において利用が拡大。

WEB開催により、学生の時間や金銭的な制約や参加ハードルが低下することから、参加率が「前年より上がった」と回答する企業の割合が高くなった。

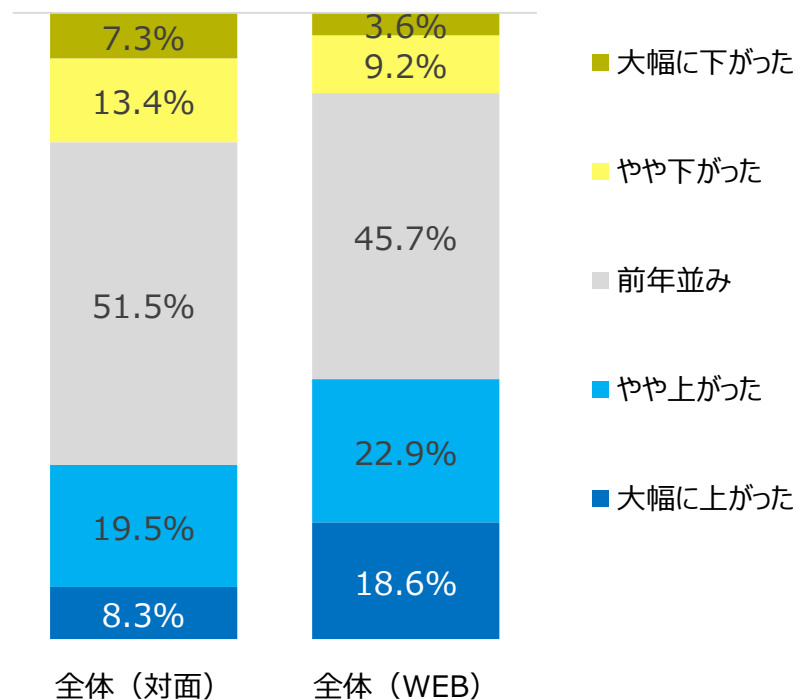
個別企業セミナーの参加者を増やすために工夫したこと

実施してよかったことは「WEBでの開催を増やした」



個別企業セミナー事前予約者の参加率前年比較

企業規模に関わらずWEB開催で「参加率」が上がった



※上位抜粋（「実施したこと」で10%以上の回答があった項目）

企業はWEB対応の事前準備が進み、スケジュール通り進捗。

学生はコロナ禍で不安感が増すと同時にWEB活用が進んで行動量アップした。

1

インターンシップ実施 企業は減少したが、 学生参加は維持

コロナウイルスの影響で対面のインターンシップを控える企業もあり、実施企業数は減少。しかしWEB化により学生のインターンシップ参加総数は大きく低下しなかった。

2

企業側の選考活動は WEB対応によりスケ ジュール通りに進捗

21年卒採用では、コロナウイルスの影響で中止や延期があったが、22年卒はWEB活用の拡大、感染対策の準備ができたので、計画通りに進捗した。

3

個別企業説明会の WEB開催参加率は 「前年よりも上 がった」の割合高

実施してよかったことは「WEB開催での個別企業説明会」。予約の容易なWEB説明会は参加率の低下が懸念されたが、企業規模に関わらず「前年よりも上がった」の割合が高かった。

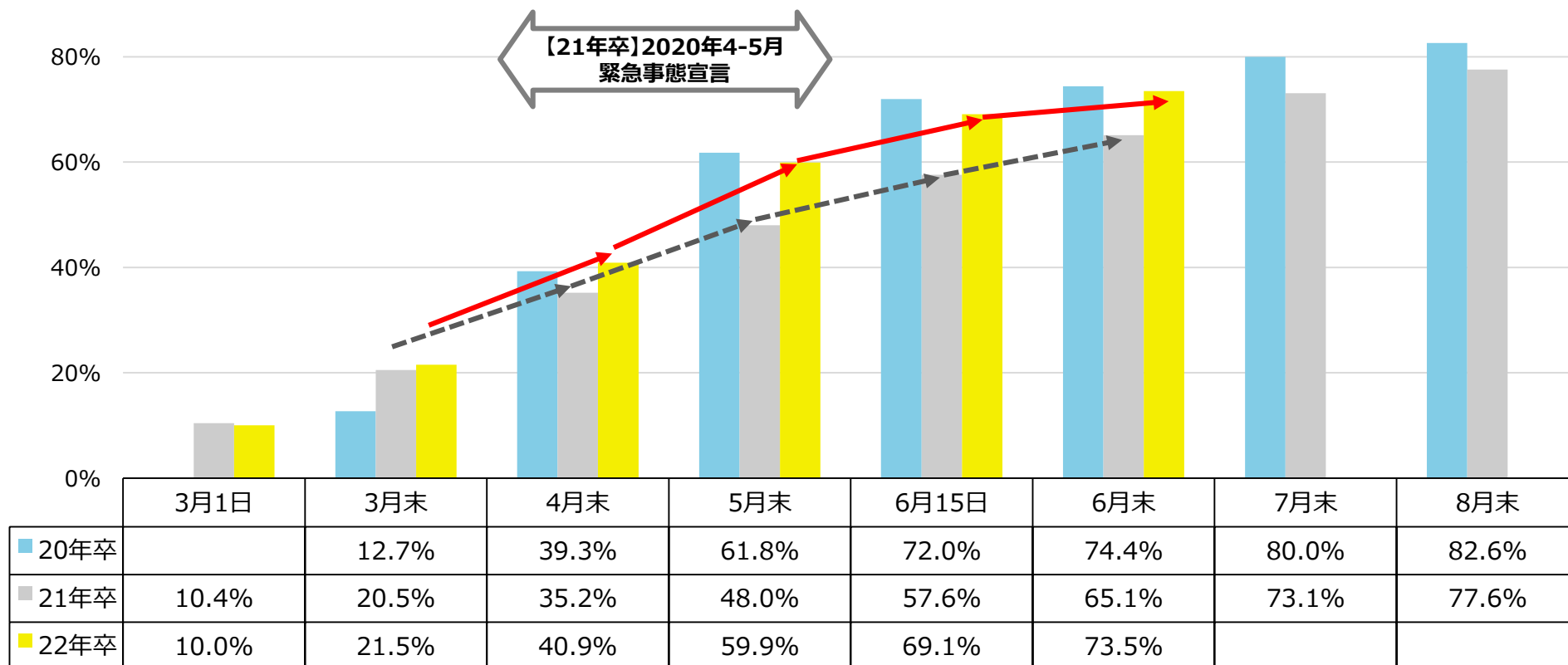
04

2022年卒採用（内々定進捗）

内々定率は前年を上回り、20年卒並みに推移

22年卒の内々定率は、緊急事態宣言の影響を強く受けた昨年4～5月とは異なり、事前の準備対応によりスムーズに選考が進行したことで順調に推移。3～4月はインターンシップの活発化もあり前々年の20年卒も上回って推移していたが、5月以降やや鈍化。緊急事態宣言の影響が考えられる。

内々定率の推移



最終面接は「全て対面」とする企業は7割弱、内々定率の進捗鈍化に影響したか

企業

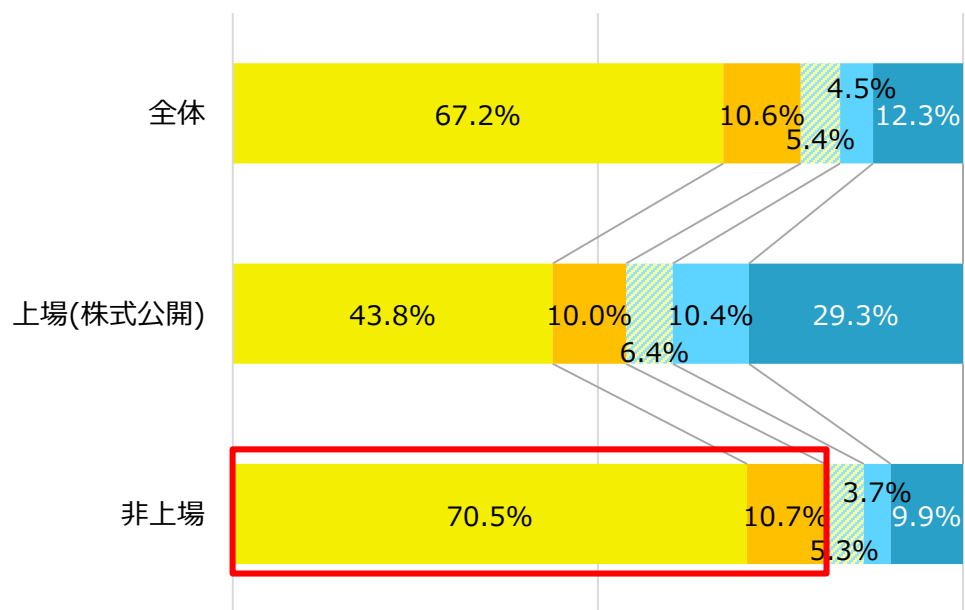
最終面接は対面での実施割合が高い
特に非上場企業では8割程度

学生

面接の日程が変更になった割合が13.0%、日程
が延期になり予定が未定の割合は4.2%

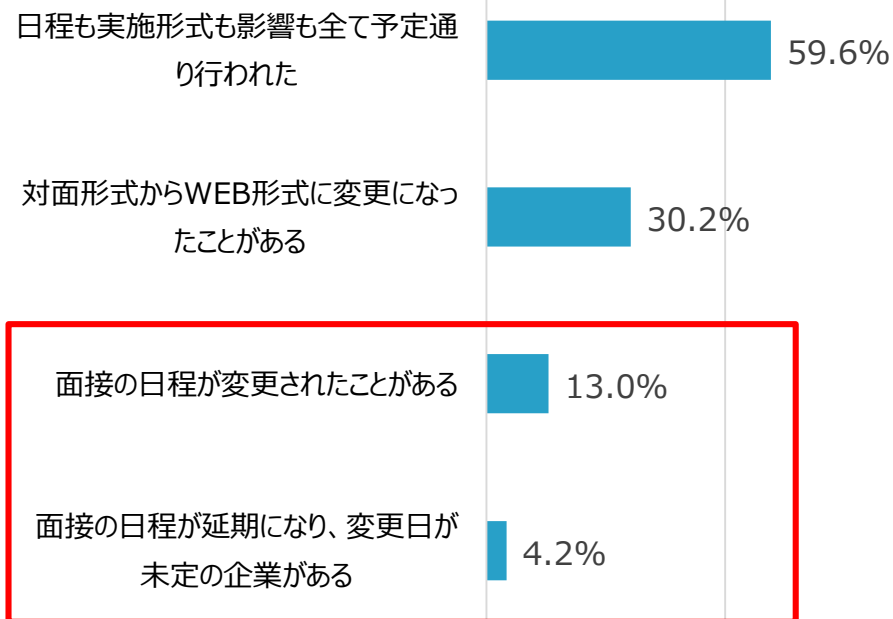
「最終面接」におけるWEB活用の割合

■ 全て対面 ■ どちらかというに対面 ■ 対面とWEBが半々
■ どちらかというにWEB ■ 全てWEB



4月末以降の最終面接に緊急事態宣言の影響はあったか

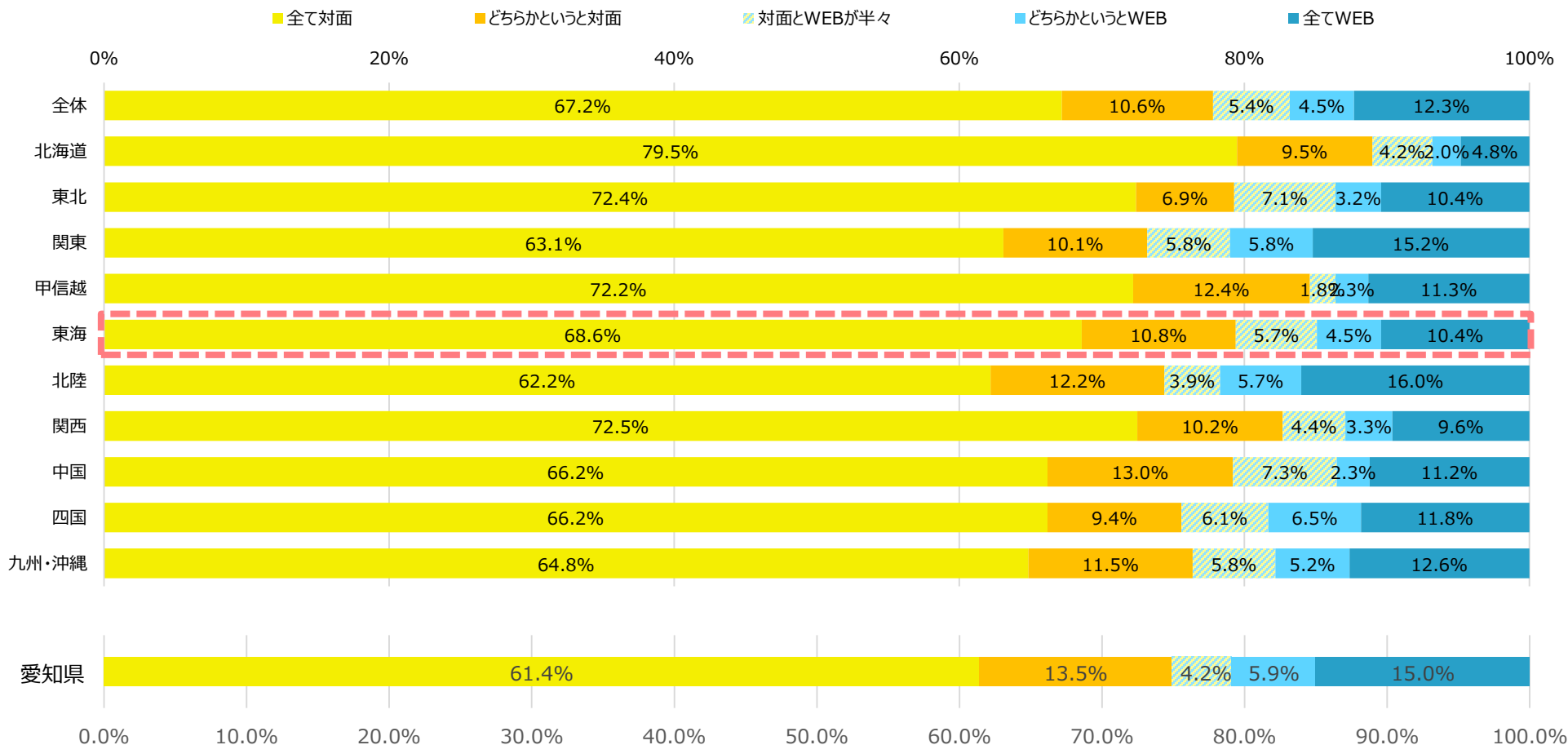
(複数回答)



※「4月末以降、最終面接の予定は元々なかった」と回答した学生を除いて集計

最終面接を「全て対面」とする企業は北海道、関西、東北、甲信越の順に多い

「最終面接」におけるWEB活用の割合

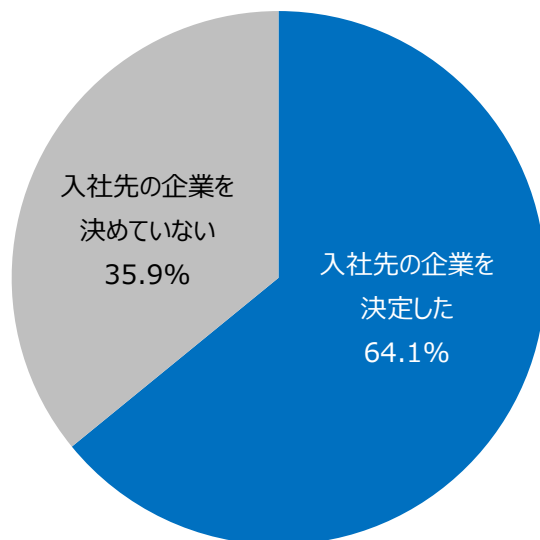


入社先を決めたのは「説明会で興味を持ち、選考を経て志望度が上がったから」が最多

入社先企業を決めたか聞いたところ、6月15日調査の段階で64.1%が決めたと回答した。また、その理由では「説明会で興味を持ち、選考を経て志望度が上がったから」が最多で51.8%となり「就職活動を開始する前から第一志望の企業だった」を21.0pt上回った。学生は就職活動中の企業との接点を複数回経て、その企業への志望度を上げていくようだ。

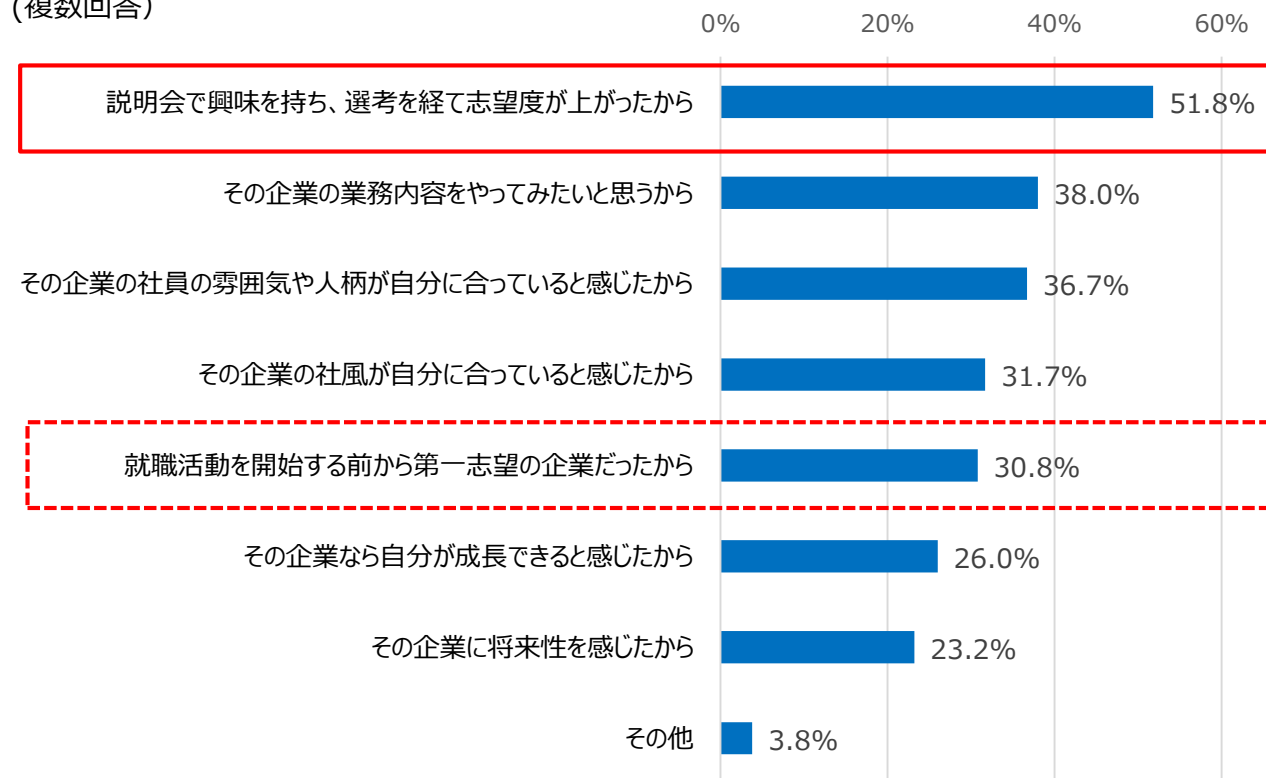
入社予定先を決めた割合

6月15日調査



【入社先の企業を決定した人限定】入社先企業を決められた理由

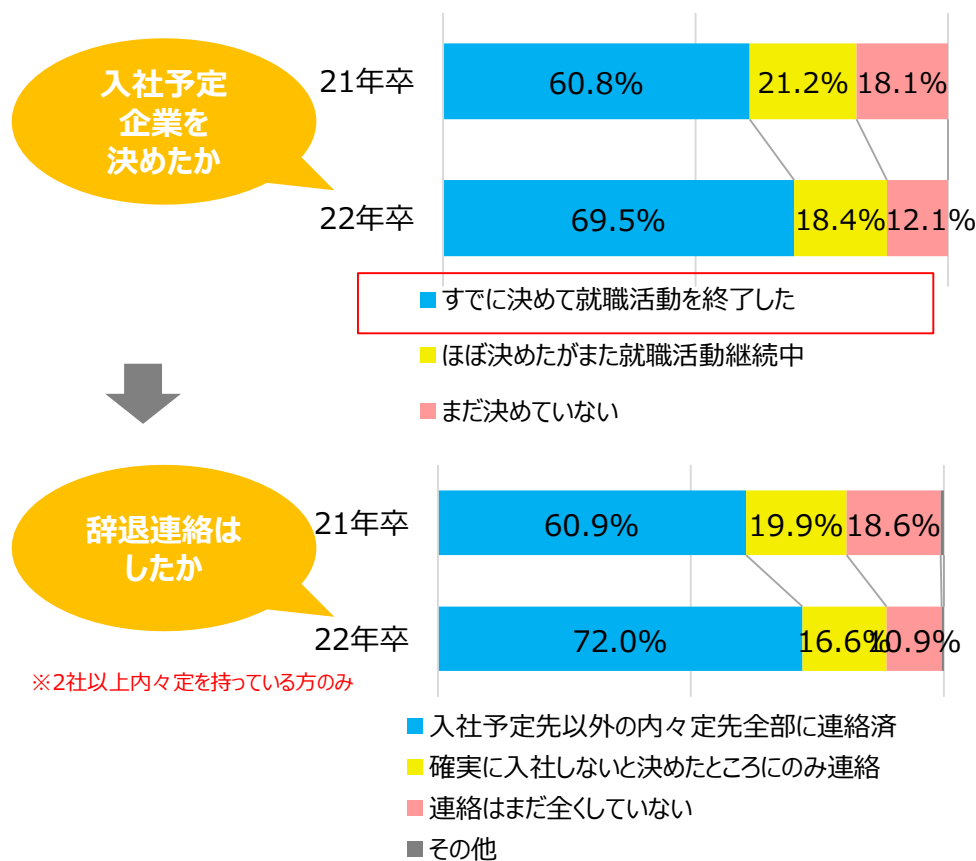
(複数回答)



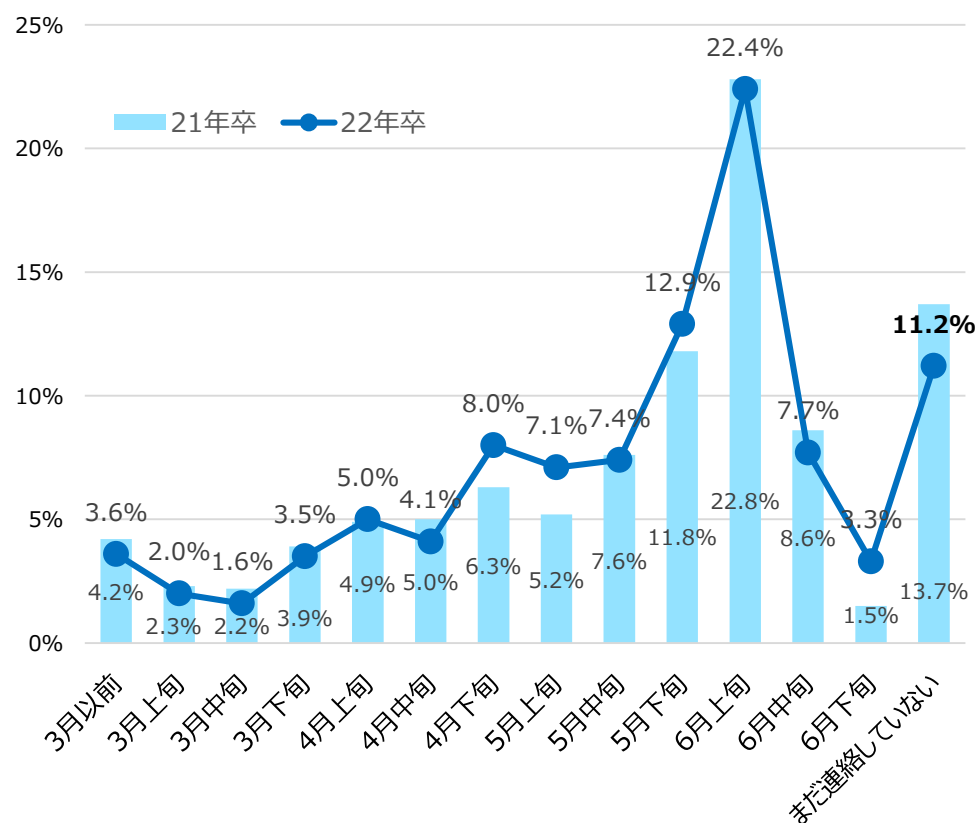
6月時点で入社予定先を決め、内々定辞退の連絡をしている割合は増加

内々定出しの時期が早まったことにより、入社予定先を決め、内々定辞退の連絡も含めて、最終意思決定連絡をしたタイミングが早くなった。同時期の割合も上昇している。

入社予定先を決めたか / 内々定辞退の連絡はしたか



最終意思決定連絡をしたタイミング（前年比較）

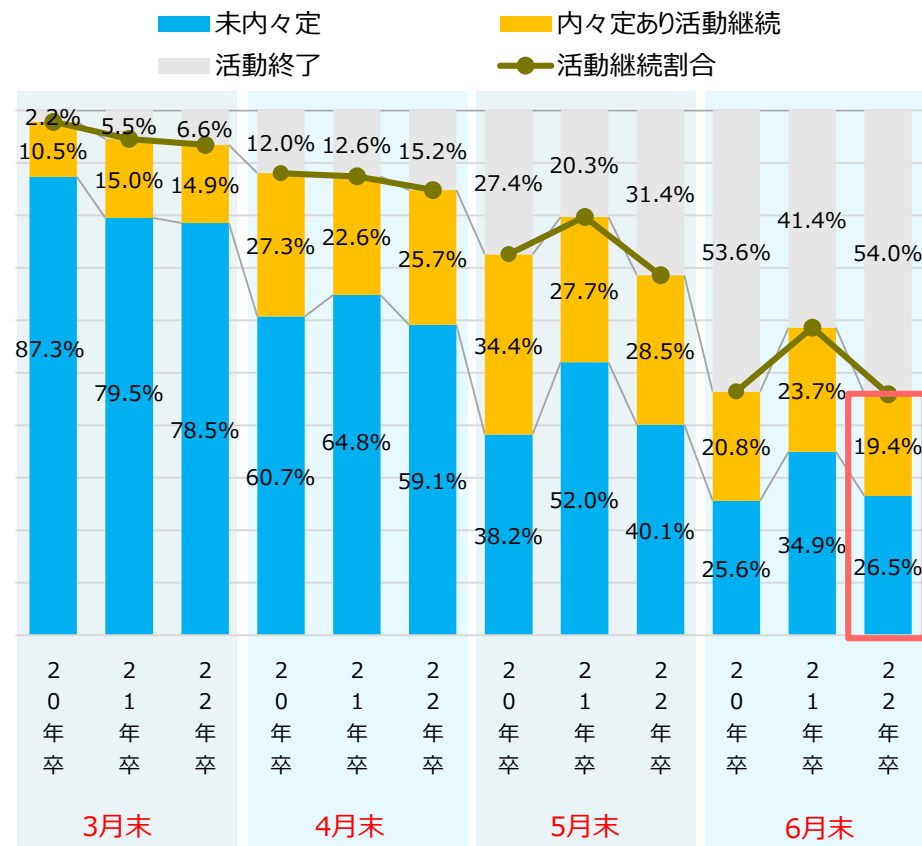


活動継続学生は、5月・6月で大きく減少したが、約46.0%が活動継続。

活動を継続する学生は特に前年と比較すると5～6月で大きく減少。6月15日時点で未内々定者に対して現在の状況を聞いたところ「第一志望企業群の面接を（略）内々定が得られた企業から選ぶ予定」と結果を待っている割合が最多だが、次いで「当初受けることを決めていた企業選考が（略）企業選定からやり直している」「選考を受ける企業を選定している」など、改めて活動を再開しようとしている層が続く。

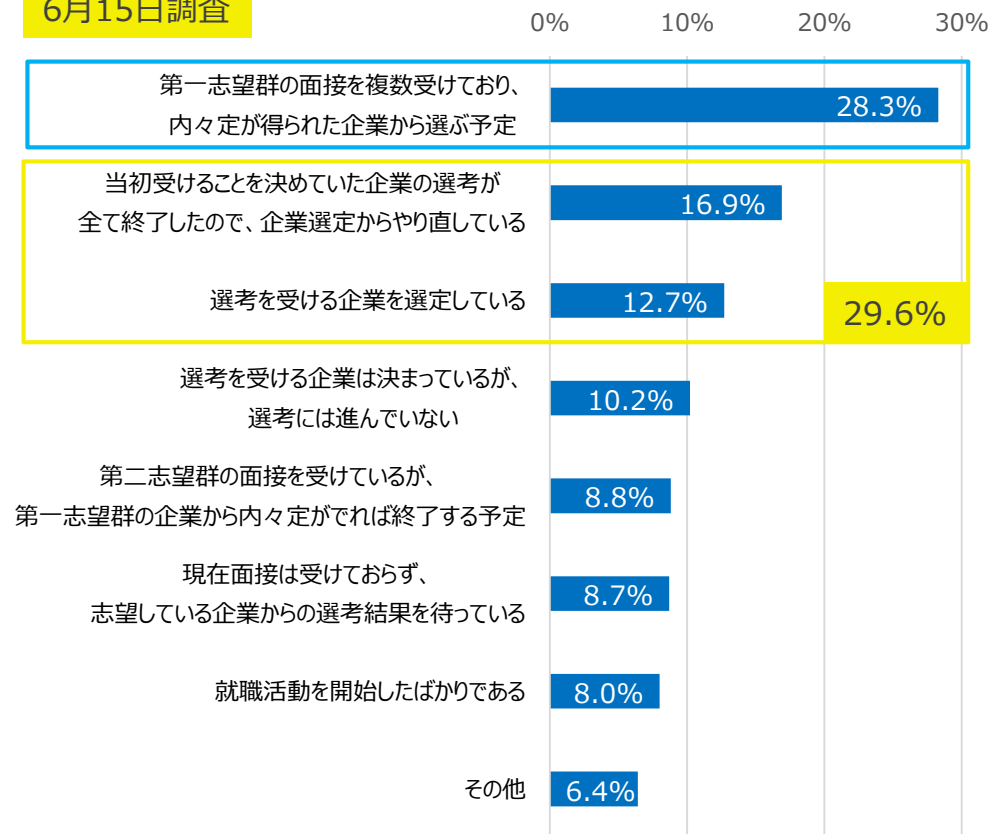
就職活動継続意向 <経年変化>

※活動継続割合＝「未内々定」＋「内々定あり活動継続」の合計



【未内々定者限定】 就職活動の進行状況

6月15日調査



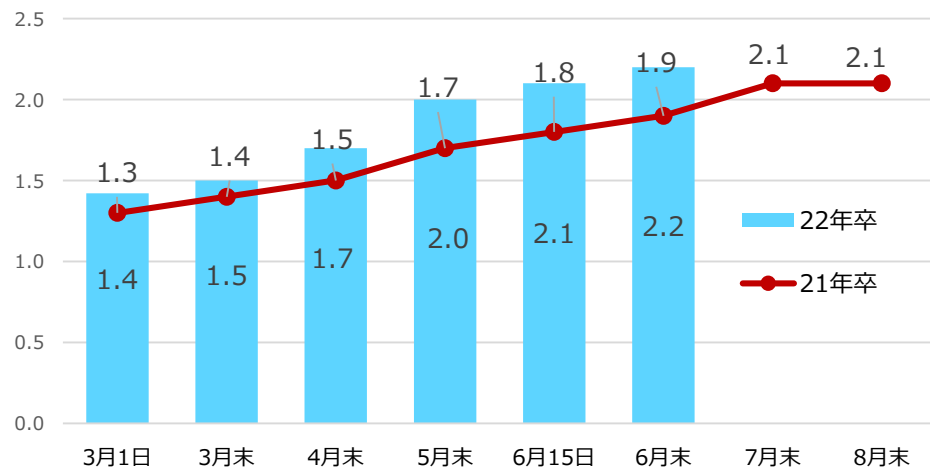
文理男女別では、男女ともに 理系の内々定率が高く約8割が保有。

内々定保有社数は昨年より上昇。

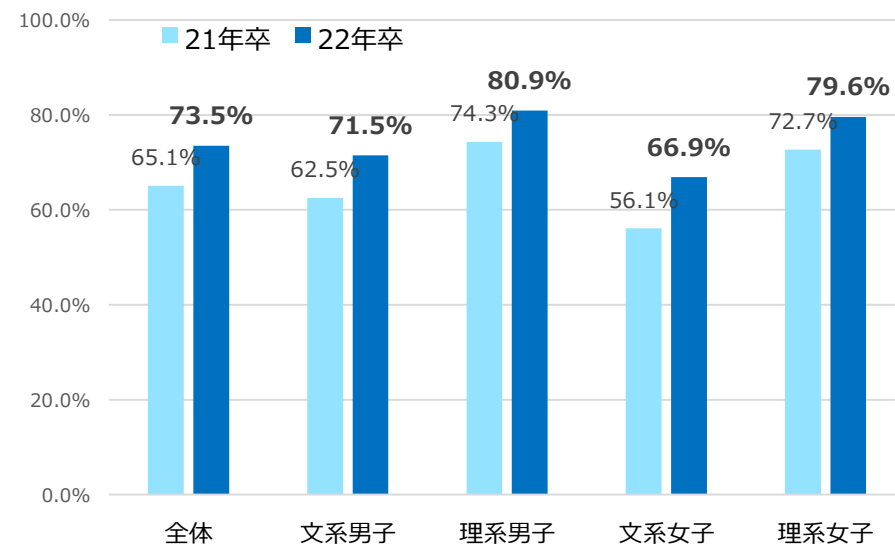
文理男女別での内々定率は理系で約8割となり、
活動継続については理系男子で3割、理系女子で4割と
文系に比べて低くなっている。

後半戦の理系学生獲得は、難易度が高まることが予測される。

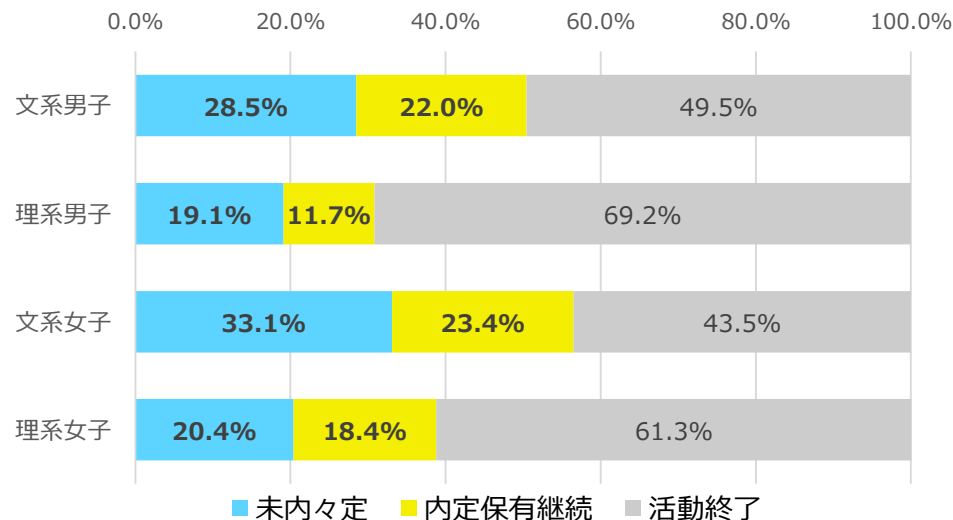
【1】内々定保有社数



【2】内々定率（文理男女別）



【3】就職活動継続意向＜6月末時点＞

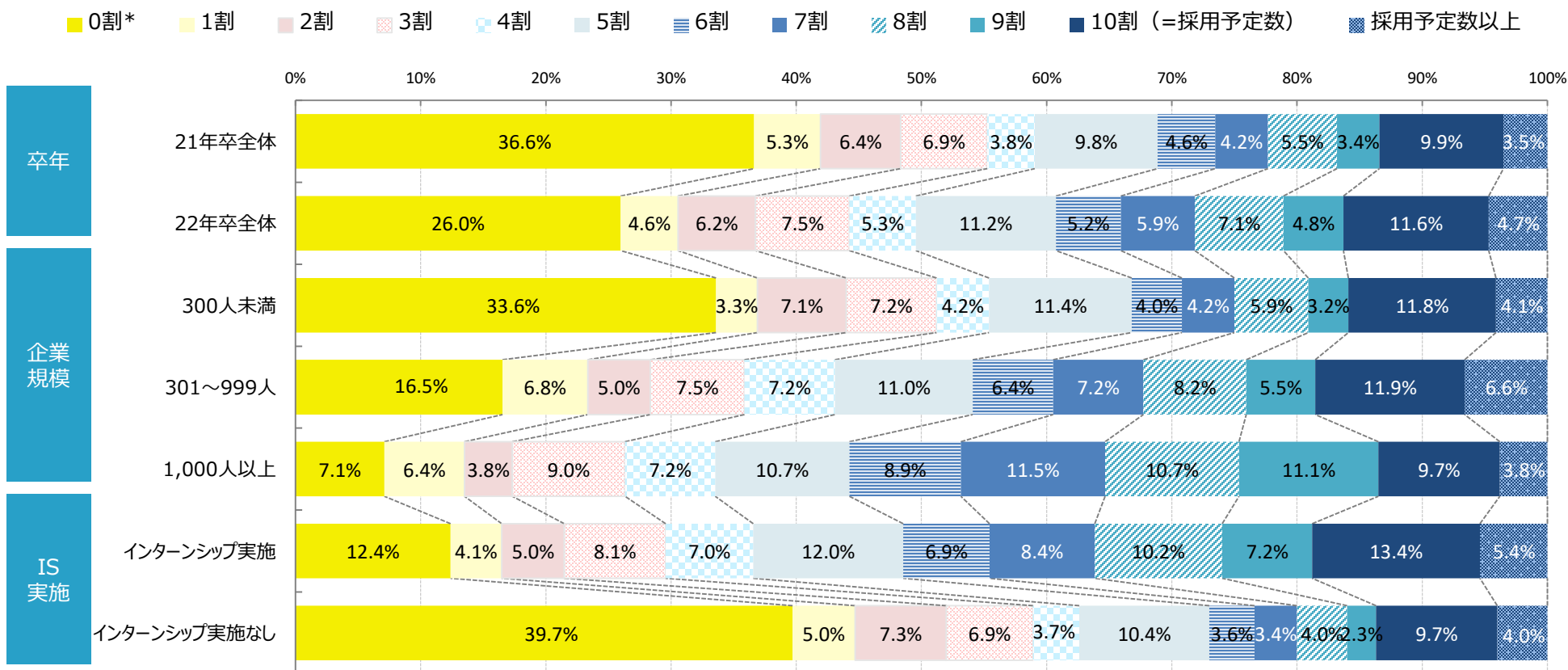


■ 未内々定 ■ 内定保有継続 ■ 活動終了

21年卒に比べ充足率は改善。インターンシップ実施有無／企業規模で差がある

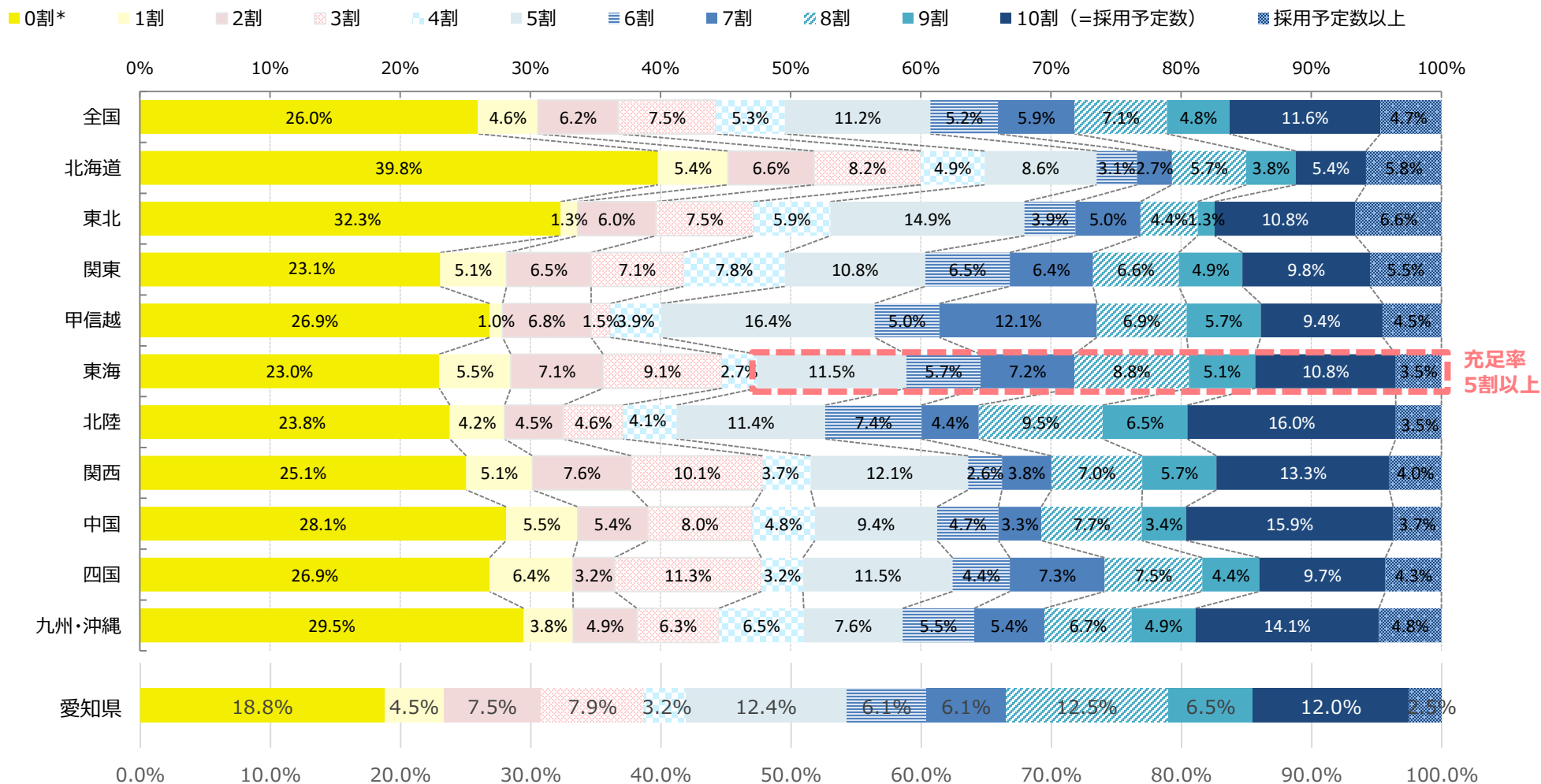
6月時点の採用充足率は前年からは改善しており、2021年6月時点での採用充足率は全体的に高くなっている。しかし、企業規模やインターンシップ実施有無によって差は大きく、特にインターンシップを実施していない企業では「0割（*採用が確定している人はいない）」が39.7%となった。

採用充足率（採用予定数に対して現在採用が確定している割合）



東海エリアは全国と比較すると善戦、愛知県は採用充足率が高い

採用充足率（採用予定数に対して現在採用が確定している割合）



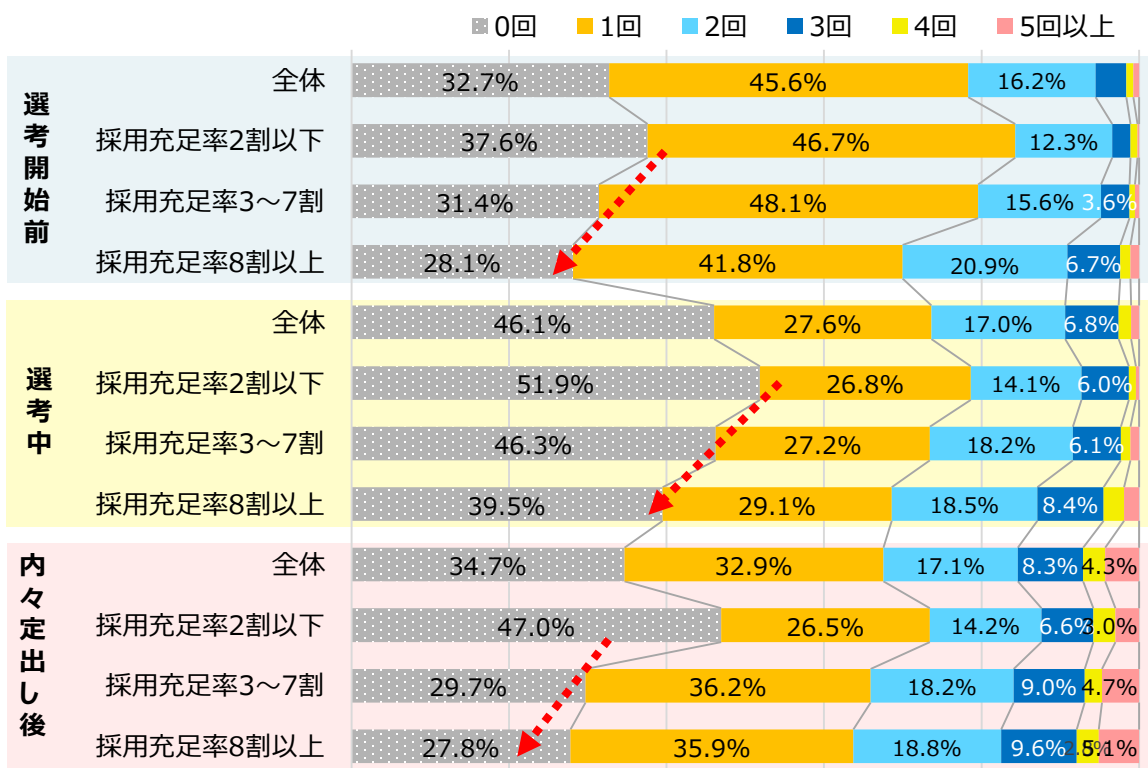
充足率 5割以上

採用充足率の高い企業ほど、学生との接触回数が多い

採用充足率の高い企業ほど、面接以外（左表）、面接（右表）ともに、学生との接触回数が多い。「面接以外の接触」というフォロー施策の充実はもちろんのこと、「面接という選考の場」も学生の志望度をUPする接触の場と捉え、「相互理解の場づくり」としていく必要がありそうだ。

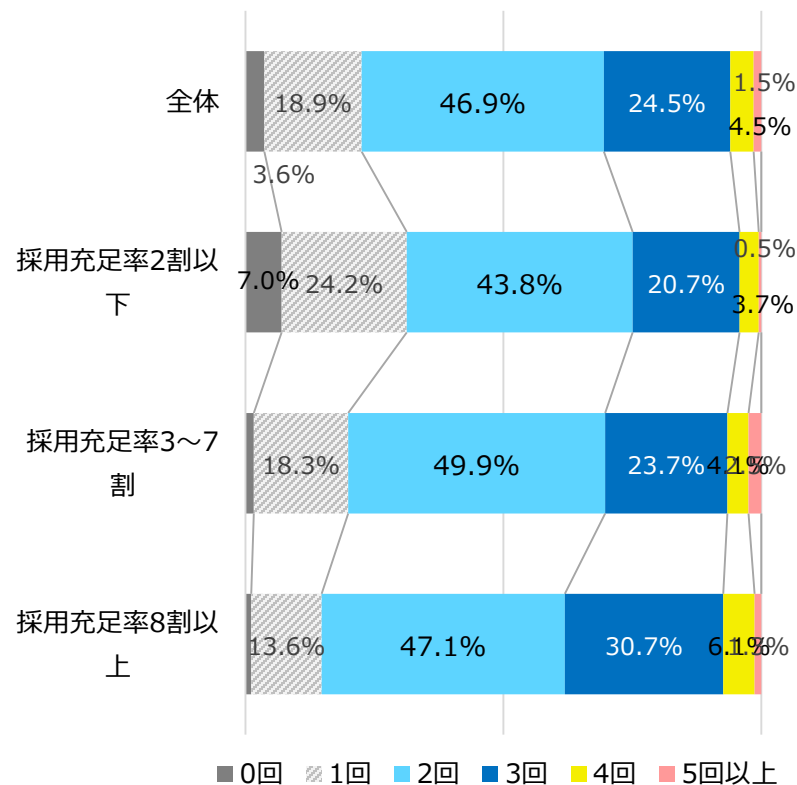
面接以外の接触回数 <採用充足率別の比較>

採用充足率が高いほど面接以外の接触回数が多い



面接の回数 <採用充足率8割以上と全体の比較>

採用充足率が高いほど面接回数も多い

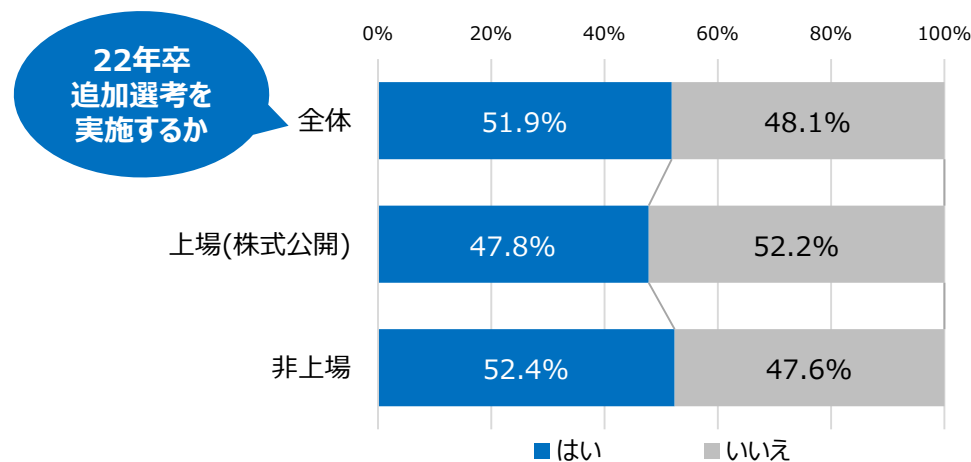


* 面接以外の接触 = インターンシップ、セミナー、個別面談、OB・OG訪問、リクレーター面談、ジョブマッチングなど（WEB開催含む。ただし、合否をつける「面談」は含まない。

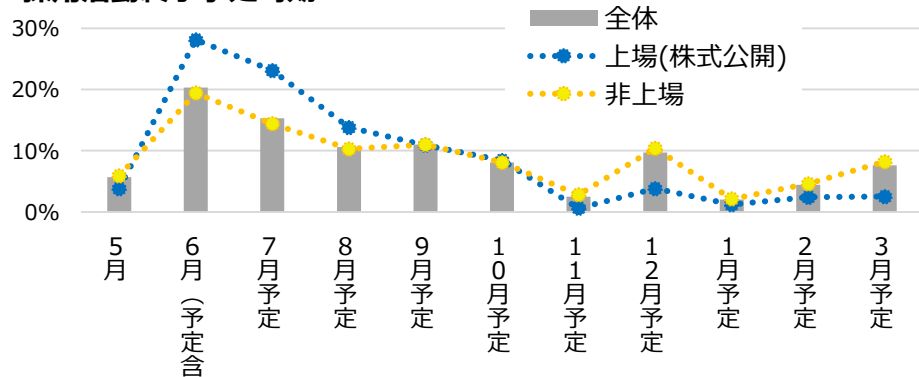
夏以降も追加の選考機会を設ける企業は半数、個別セミナーから実施するが最多

6月時点で夏以降の追加の選考機会を設けるか聞いたところ、半数が「実施する」と回答。学生の活動継続率が昨年より低下しているものの、今後の選考で実施することは「個別企業セミナーの追加開催」が最多となり、再度、**選考母集団形成から取り組む企業が多い**様子がわかる。

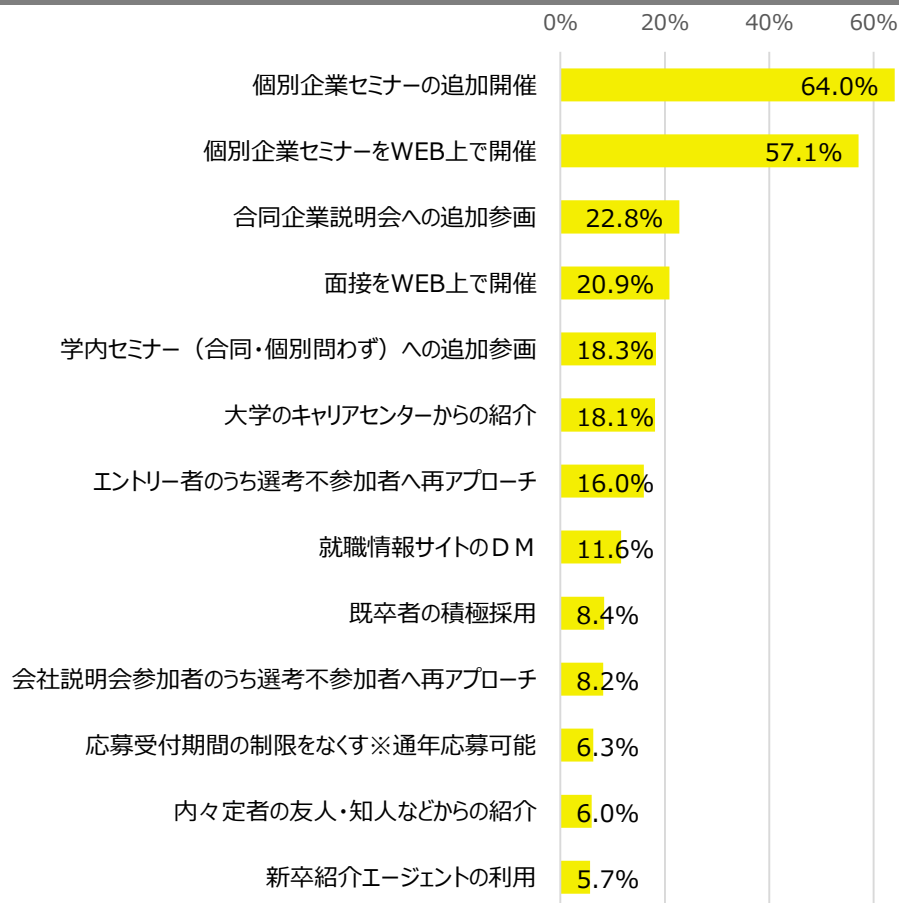
22年卒の追加の選考機会/採用活動終了予定時期



採用活動終了予定時期

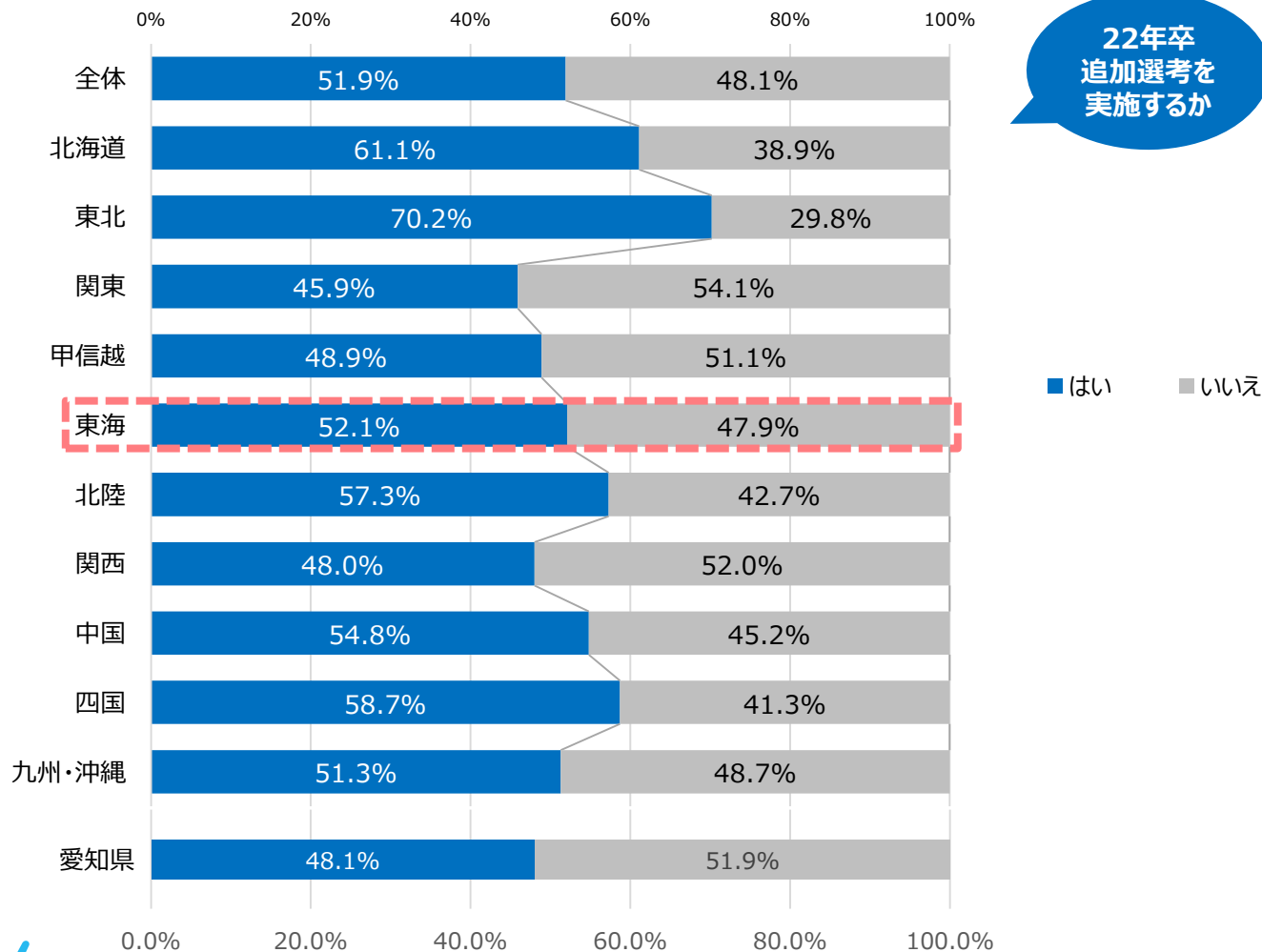


追加の選考機会に実施すること(上位項目抜粋)



東海エリアは全国平均並み、愛知県は追加選考企業がやや少なめ

22年卒の追加の選考機会/採用活動終了予定時期



WEB化が進んだからこそ「相互理解への納得感」は入社先に選ばれるためには必須

1

**学生の内々定率は
6月末時点で
73.5%**

内々定進捗は20年卒並に進捗。最終面接は対面を予定していた企業もあり、緊急事態宣言の影響を受けて若干進捗が鈍化したものの、高い水準で推移した。

2

**6月末時点での
継続学生は46.0%
「新しく探す」は約3割**

6月末時点での内々定未保有者は26.5%となったが、「活動を継続する」という学生は内々定保有継続を含むと46.0%おり、そのうち約3割は「企業を新しく探す」と回答している。

3

**企業の内定充足率は
学生との接触回数に
比例する傾向**

採用充足率が高い企業は、インターンシップ、個別企業セミナー、選考以外を含め、それ以外の場所でも学生との接触回数を持っている傾向が高い。

05

WEB化による採用活動の変化

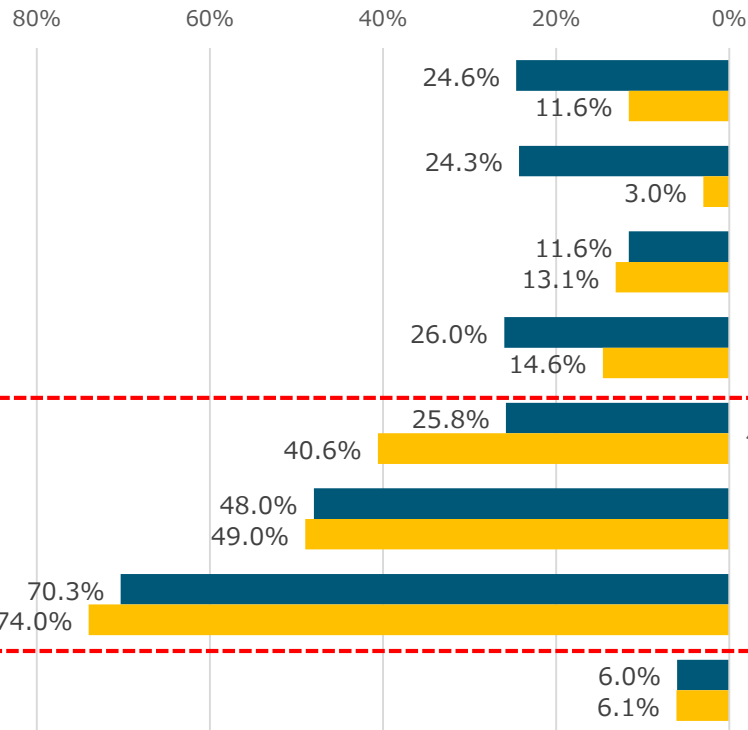
インターンシップ
の
WEB対応

現場での見学・体験は「対面」、グループワークやレクチャーは「WEB」で

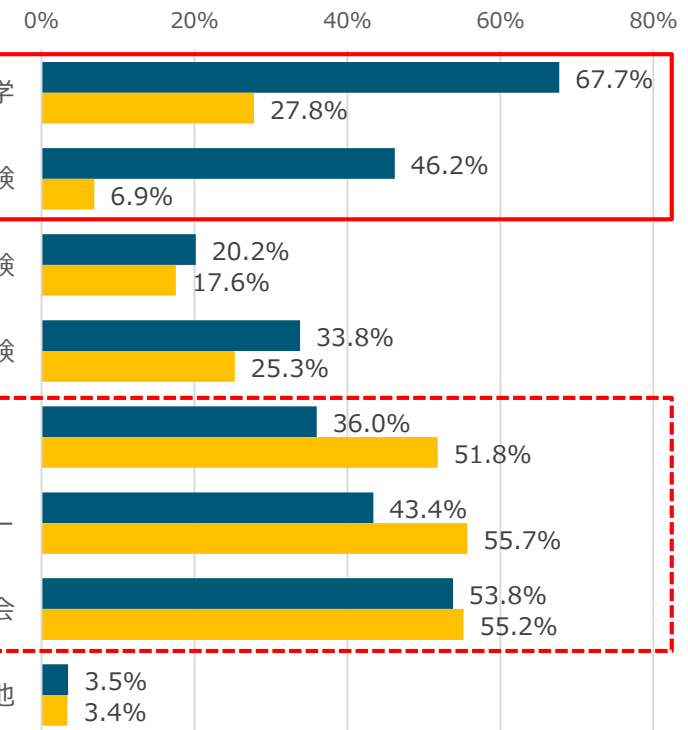
22年卒のインターンシップWEB化は試行錯誤があった。「グループワーク」「人事や社員の講義・レクチャー」「若手社員との交流会」はWEBの割合が高く、23年卒の予定を見ると対面実施も含め「会社見学・工場見学・職場見学」「実際の現場での仕事体験」の割合が高くなっており、インターンシップでもWEBと対面の使い分けが進みそうだ。

プログラムごとの使い分けは、
23年卒インターンシップで
より顕著に。

22年卒実施したこと



23年卒実施したこと・実施する予定



■ 対面開催 ■ WEB開催

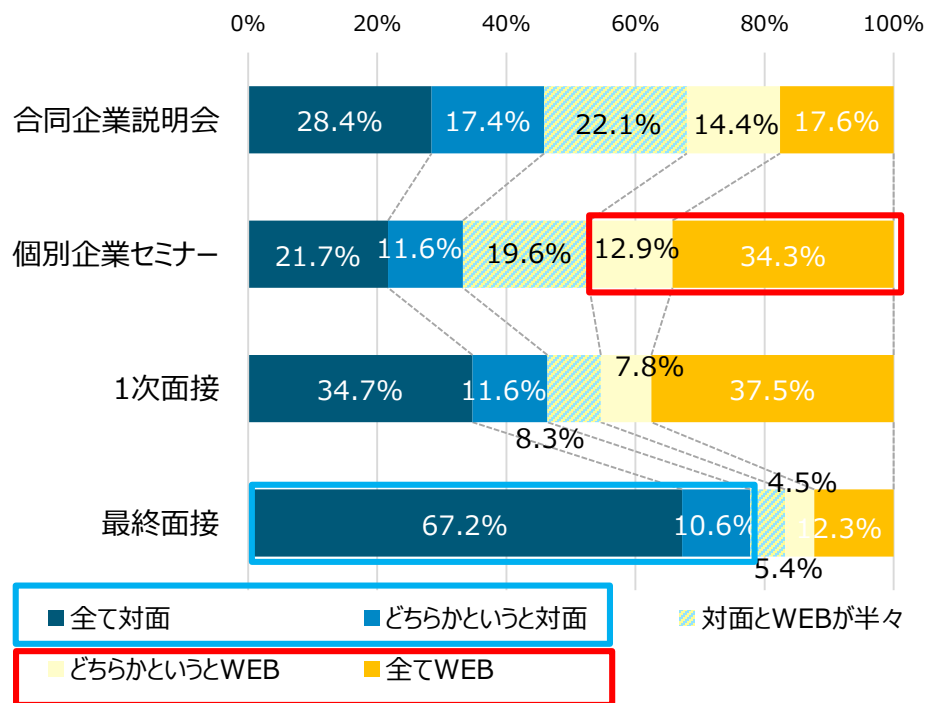
企業はフェーズによってWEBと対面を使い分け、学生のWEB活用は一般的に

企業は21年卒の採用活動の経験からフェーズによってWEBと対面を使い分けるようになった（情報伝達メインではWEB、コミュニケーションと見極めが目的の場合は対面等）、学生はインターンシップ期間にWEB活用を多く経験しており21年卒学生に比べるとよりWEB利用に対して寛容になっている。

企業

「個別企業セミナー」「1次面接」でWEB活用
「最終面接」は対面実施と使い分けられた

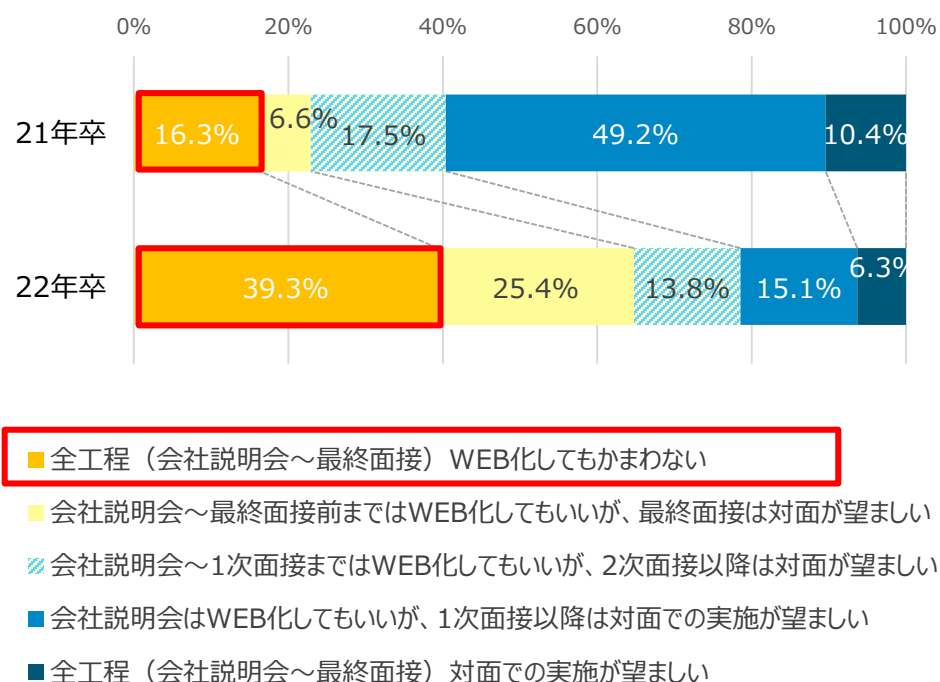
フェーズ別WEB活用状況



学生

WEB選考が一般的になったものの
最終面接などは対面を望む声も

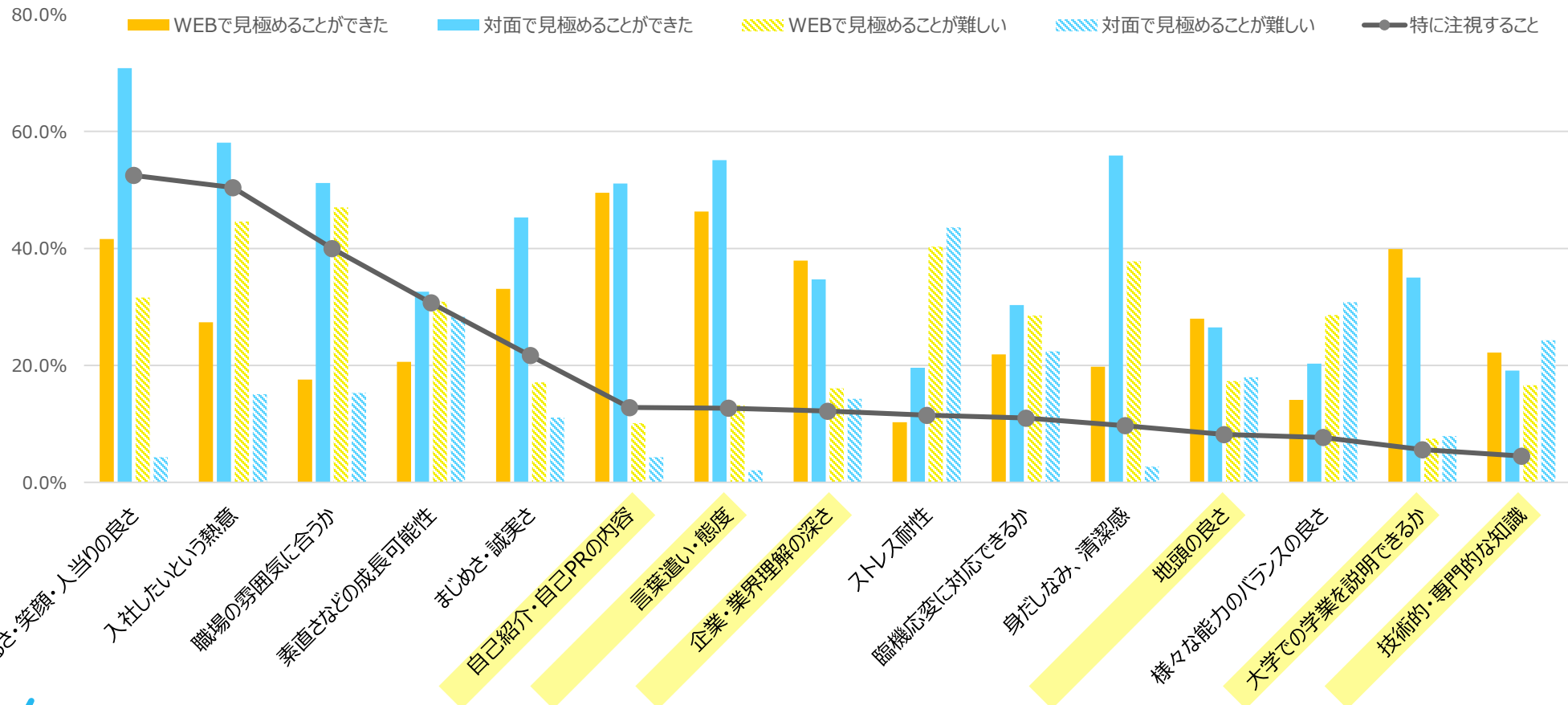
「対面」または「WEB」での実施について、考えに一番近いもの



面接で最も注視する「明るさ・笑顔・人当たりの良さ」の見極めは『対面』に軍配

面接で注視すること（3つ）と、WEB・対面での見極め可否を聞くと、「企業・業界理解の深さ」「大学で学んでいることをきちんと説明できるか」などは、WEBでも十分見極めができたことがわかる。空気感などの非言語情報は「対面」、**言語情報の伝達と見極めは「WEB」**で問題ないようだ。「ストレス耐性」は、WEB/対面に関わらず面接で見抜くことが難しいため、他の指標が必要となりそうなポイントといえるだろう。

面接の際、注視すること、WEB/対面 形式別で「見極めることができた」「見極めることが難しかった」ことの比較

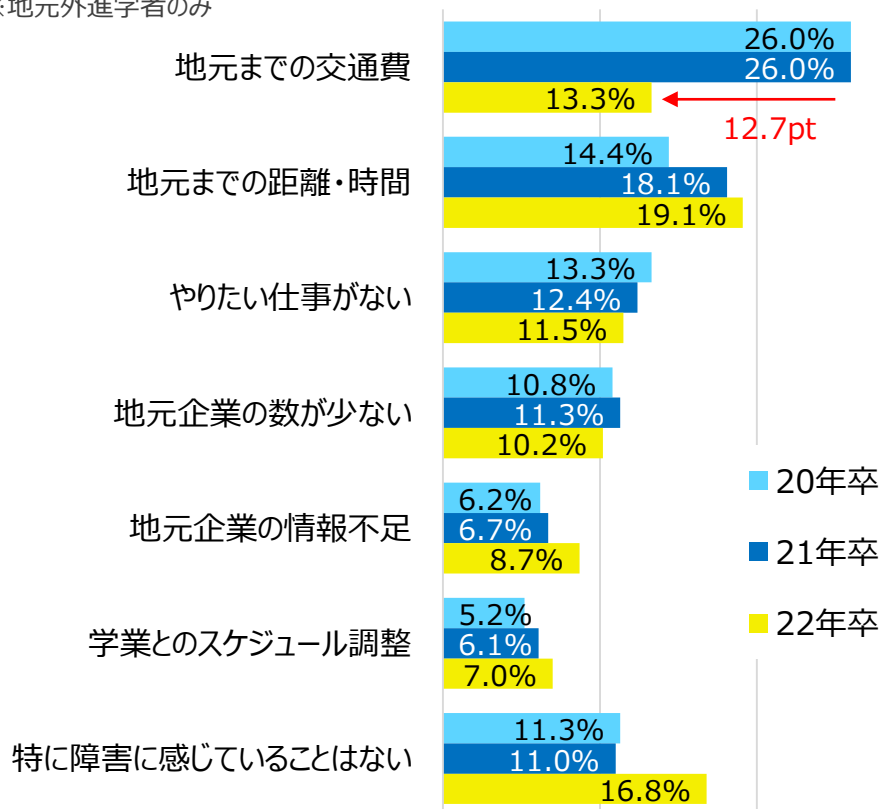


Uターン就活で障害となる「地元までの交通費」が減少、地元就職希望割合が増加

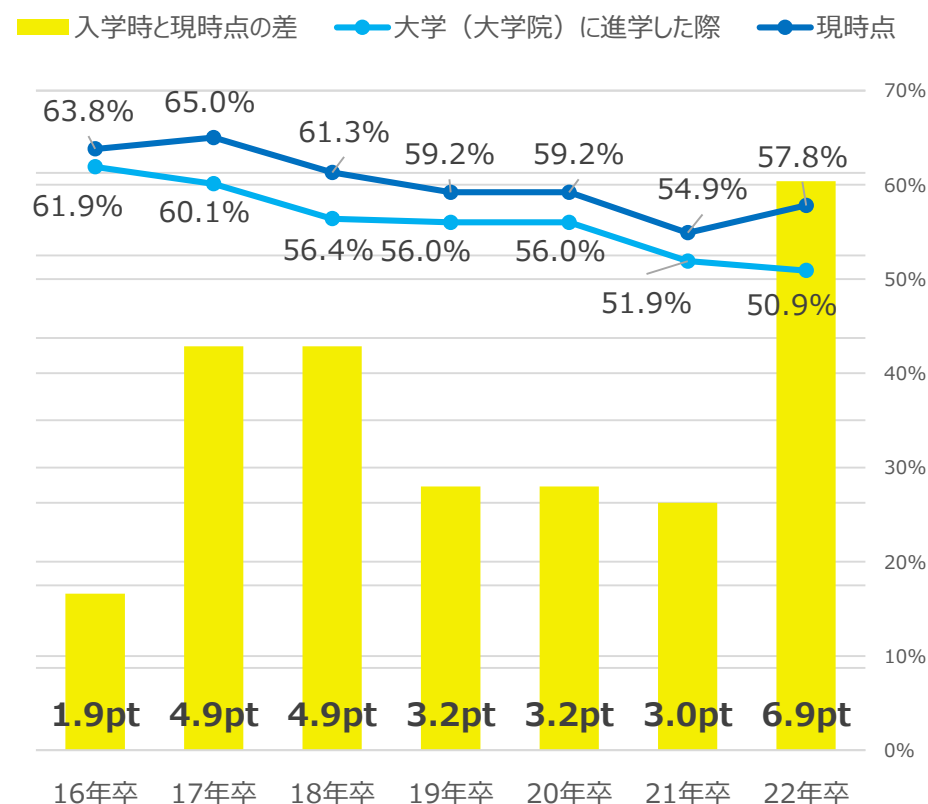
地元企業への就活で最も障害となるのは「地元までの交通費」だったが、22年卒で大きく減少している。地元就職を希望する割合はここ数年減少傾向にあり、22年卒学生も入学時は前年より減少していた。現時点では当時より6.9pt増加し数年ぶりの増加となった。地元に行きたい仕事があるか、など本質的な問題はあがるが、それ以外の阻害要因がWEB活用によって取り除かれたことはUターン採用を行う企業にとっては追い風となったといえる。

地元企業への就職活動で最も障害に感じていること

※地元外進学者のみ



地元就職を希望する割合 <大学入学時と現時点の比較>

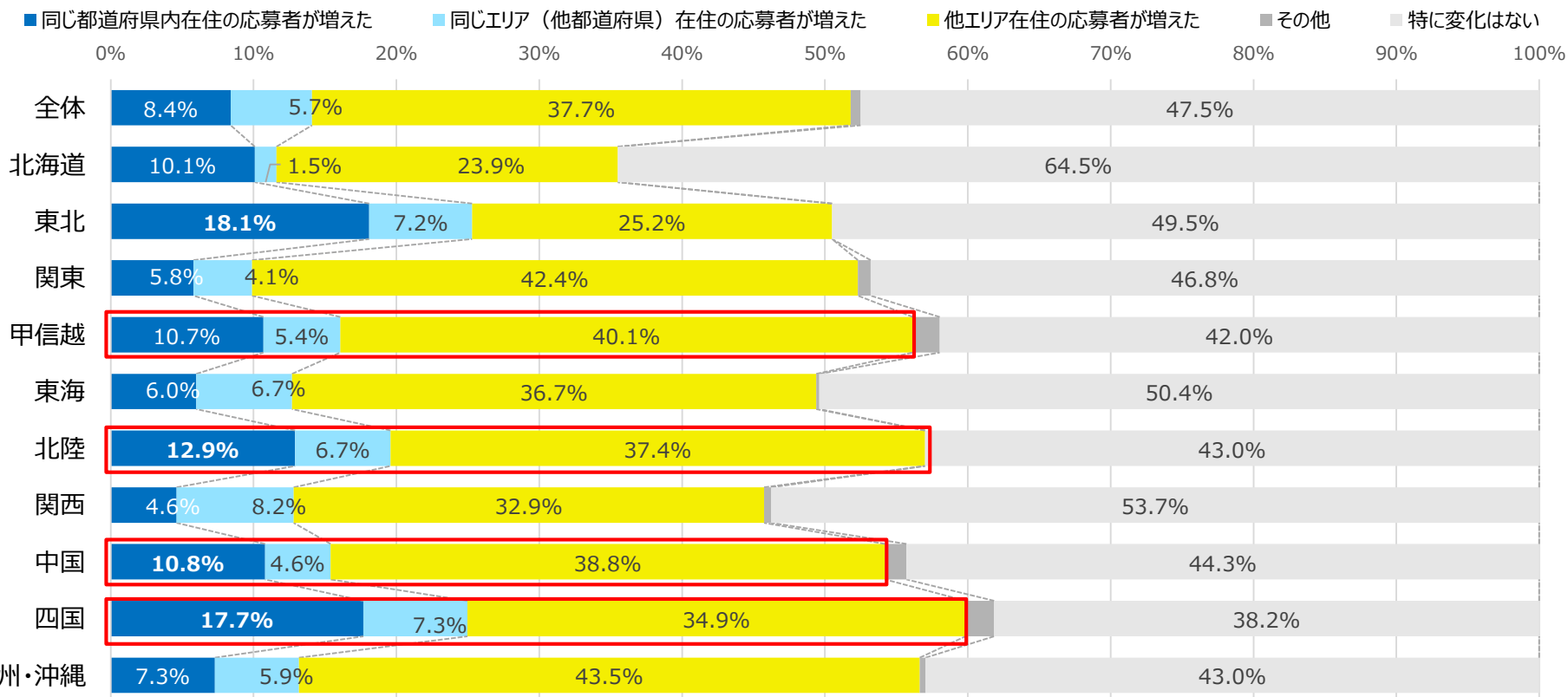


WEB導入の拡大により、全国的に「他エリアからの応募」が増加

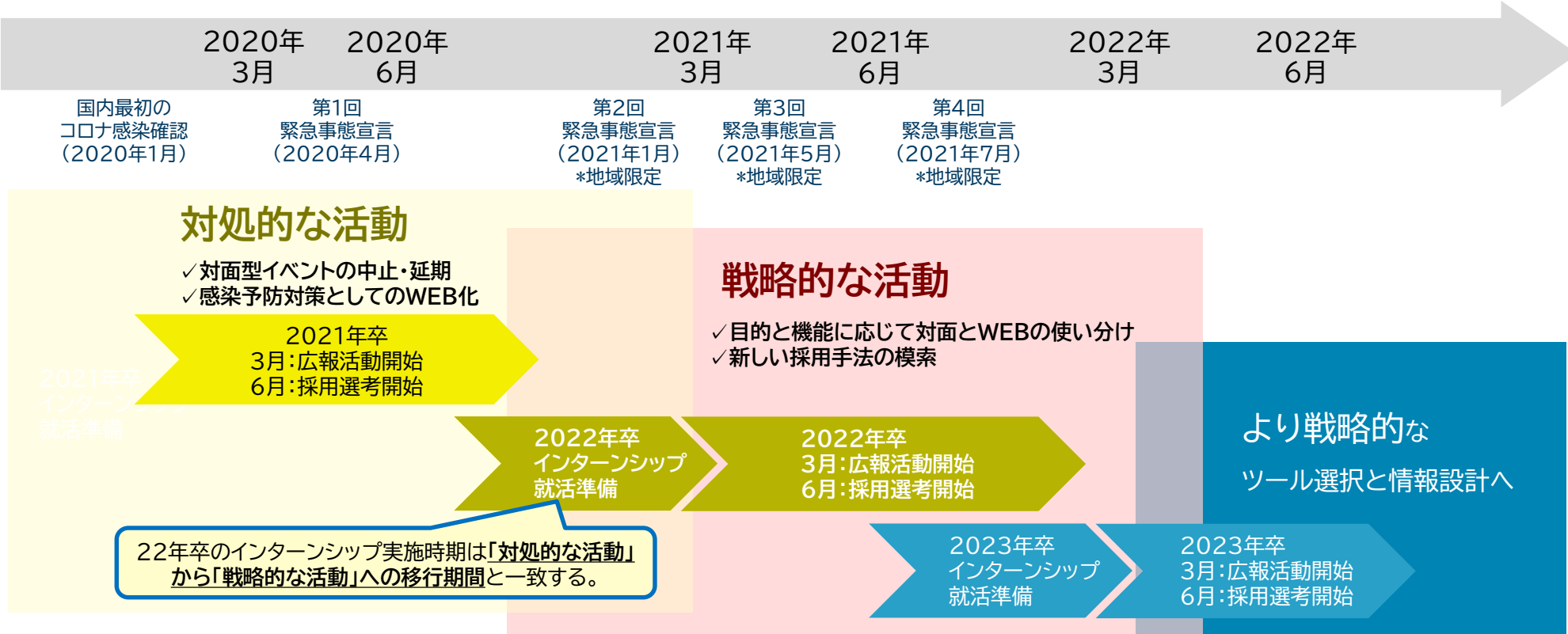
全国的に37.7%の企業が「他エリア在住の応募者が増えた」と回答。特に甲信越、北陸、中国、四国においてUIターンの母集団獲得につながった。また、東北、四国は、「同じ都道府県の応募者が増えた」ポイントが高い。

WEB説明会拡大による便宜性から「他エリア在住の応募者」の増加があったと同時に、コロナ禍における「学生の地元志向の強まり」も影響している。

コロナ禍より前と比較した応募者の居住地分布の変化



政府のコロナ対策と新卒採用状況の整理



WEB化したほうがいい?

どんなWEBツール使う?

社員や役員に、WEBツールの使い方レクチャーしないと...

WEB面接だと見極めが不安だな...ポイントと注意点をまとめて面接官に配布しよう

WEB活用で、フォロー面談に参加してもらいやすくなった!

エントリーシートの項目を学生一人ひとりの理解が深まるような設問に変更しよう!

情報提供はWEB 相互理解や非言語情報の確認...と使い分けよう!

録画型の動画の活用で、工数を減らせよう

UIターン施策にWEBを戦略的に使おう!

課題感や対応策もより戦略的な内容に変化

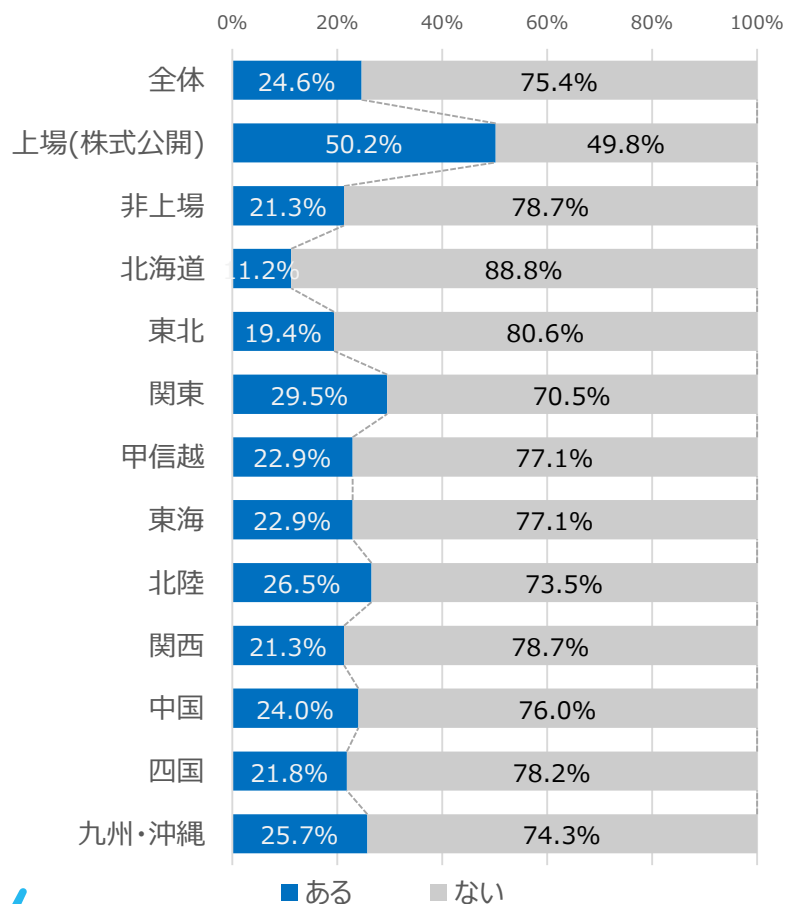
06

相互理解に向けた取り組み

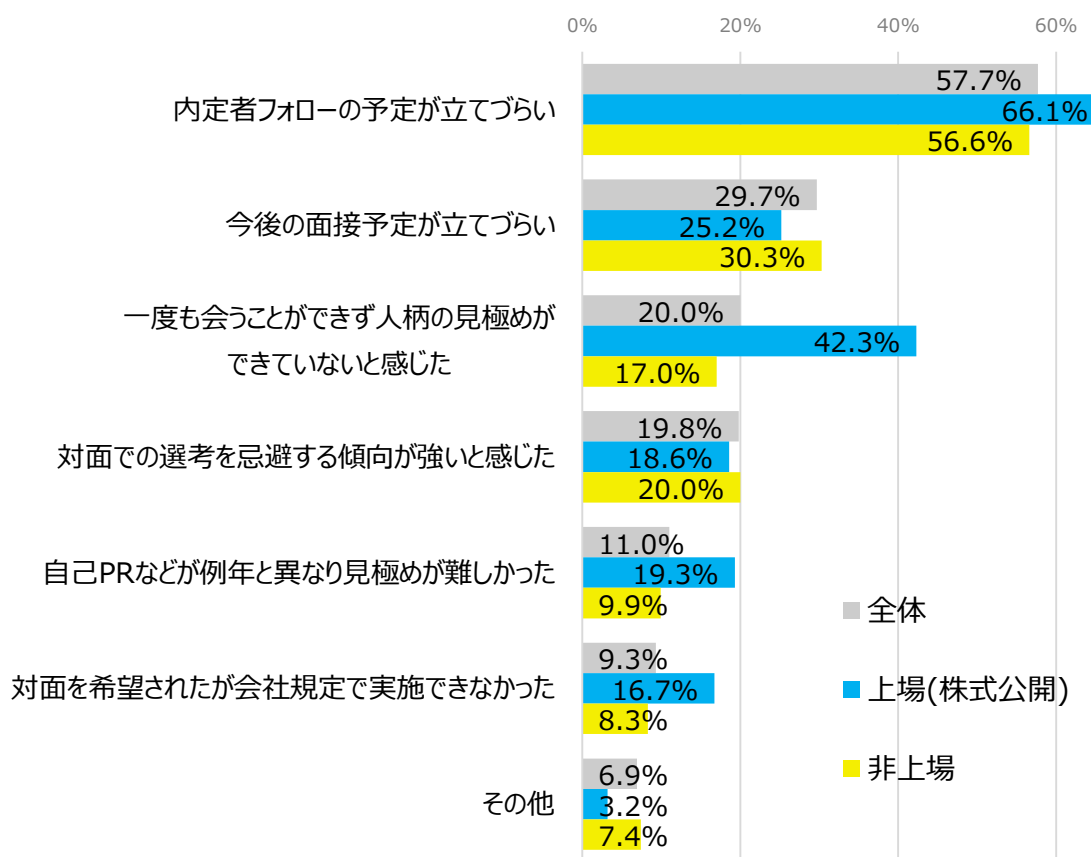
上場企業を中心に入社制限が強く、対面ができないまま内々定まで進むケースも

21年卒採用と同様に、対面実施の可否は、企業の出社制限に左右されている。一度も対面を実現しないまま入社まで至るケースも。人物の見極めや内定フォローに対する不安や課題は、大手企業の方が強くなっている。

学生に1度も会えないまま内々定を出したことはあるか



コロナ禍だからこそ困ったこと



入社先企業を決めきれない理由に共通しているのは「情報不足」「理解不足」に関する不安

● 実際に自分が働く姿をイメージできない



文系

社内の雰囲気や一度も見ることなく入社を決めることになるため、通勤するイメージが湧かない。選考では人事や役員など実際働く上ではあまり関わりのない人しか話せていないためどんな人と働くのか分からない。働くオフィス環境が事前に知らないのは不安。



理系

会社自体の地理的な情報や、内部の設備などが分からず、働くときの自分の姿を想像しづらいこと。面接では画質が悪く社員の顔がよく見えなかったため話すときに戸惑いそうなこと。

● 自分を理解してもらえているか分からない／何を評価してもらえているかわからない



理系

WEB上での選考となり、自分としては様々な工夫をして面接に臨んだが、本当の自分が先方に正確に伝わっているのか不安に思っている。入社後のミスマッチを防ぐために自分の中でかなりしっかり考えないといけないと感じた。



文系

本来の自分の雰囲気を理解していただいた上で、採用してもらえるのかということに不安を感じています。

● 同期の様子が分からない・交流が足りない



理系

他の内定者の状況。仮に対面であれば同じく受験している就活生と顔を合わすことができるため、同期として入社する可能性のある方々と関われる可能性がある。しかしWEB上だとそういった場が全くないため、自分以外にどんな方々が選考に進んでいるのか予測するのが困難だった。

対処法として、匿名の掲示板やオープンチャットを活用し、情報交換する中で他の選考状況を感じ取るようにしていた。

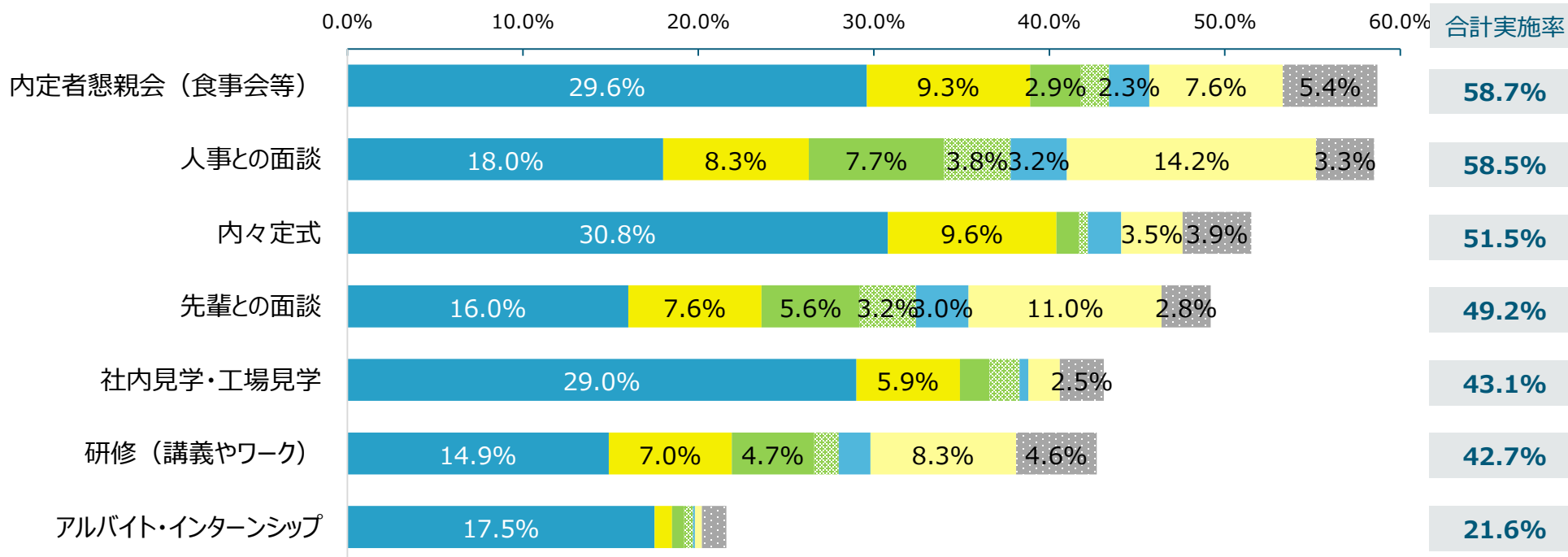
最も多いフォロー施策は「内定者懇親会」「人事面談」。WEB/対面の双方を活用

内定者フォロー施策として最も多いのは「内定者懇親会」と「人事面談」となっており、全体の6割が実施予定。

先輩社員や人事との面談、研修は「WEB」、内定者同士の交流（懇親会・内定式）や、社内・向上見学は「対面」で使い分けされる傾向が高い。

<内定者辞退対策> 対面実施かWEBの活用か

- 対面で実施する
- 対面で実施予定だが状況に応じてWEBに変更
- WEBと対面の両方で行う
- 学生の希望を聞いてWEBと対面を使い分ける
- WEBで実施予定だが状況に応じて対面に変更
- WEBで実施する
- 実施は決まっているが方法はまだ検討していない



学生の不安は

「企業」に対してではなく

「自分」に対しての方が大きい

内々定を得ている学生に不安を聞いたところ、「不安になったことはない」が最多ではあるものの、

「社会人としてやっていけるか」

「この会社できちんと務まるか」

「自分がこの仕事に向いているか」

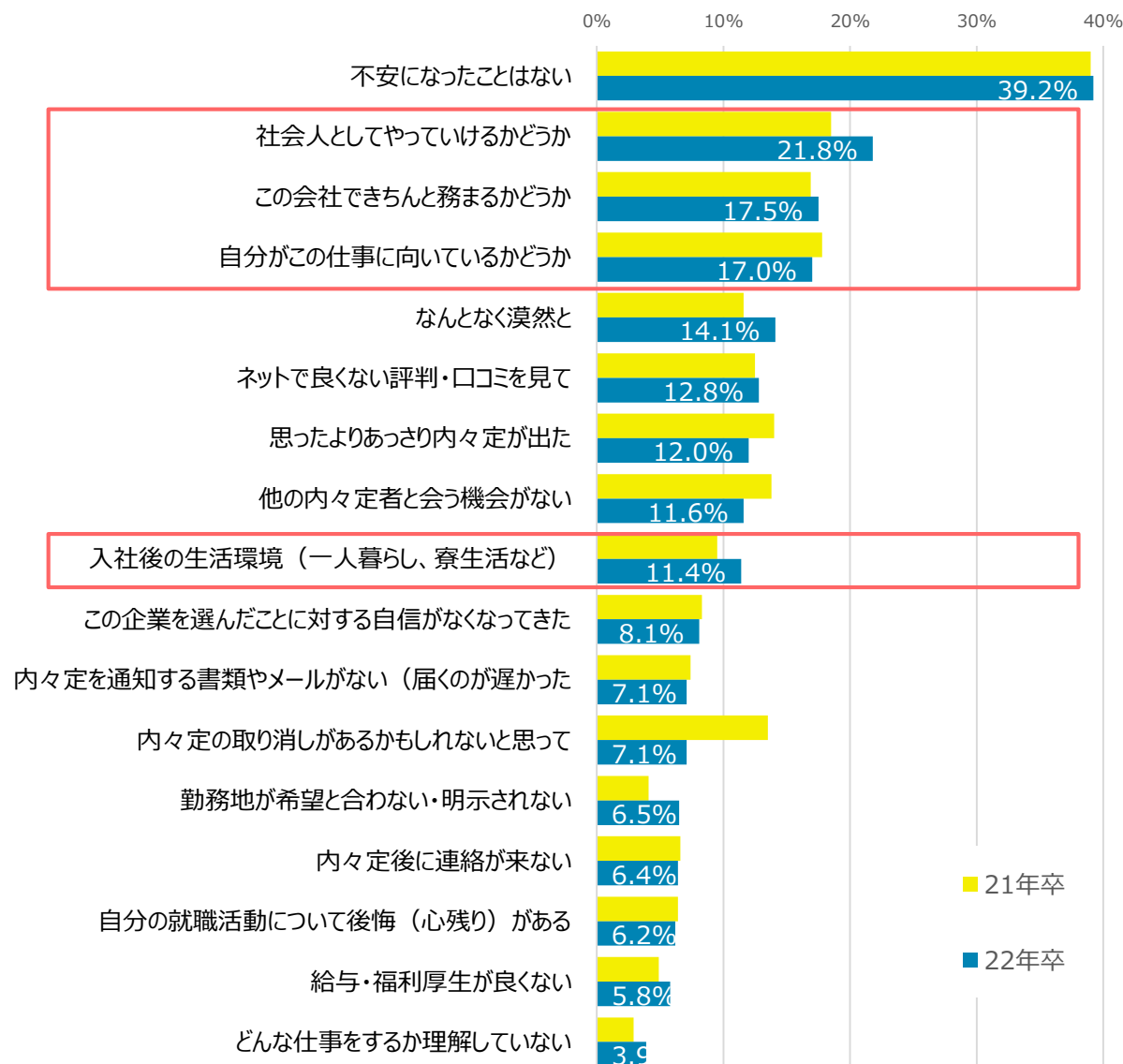
などの、【自分軸】の不安が大きいことがわかる。

不安を抱えている学生の気持ちのフォローこそが、

社会に出る一步を踏み出す後押しにつながると考えられる。



入社予定先企業を決めた後不安になった理由（複数回答） ※上位抜粋



「人事との面談」で「業務内容」を理解することが、不安軽減につながる

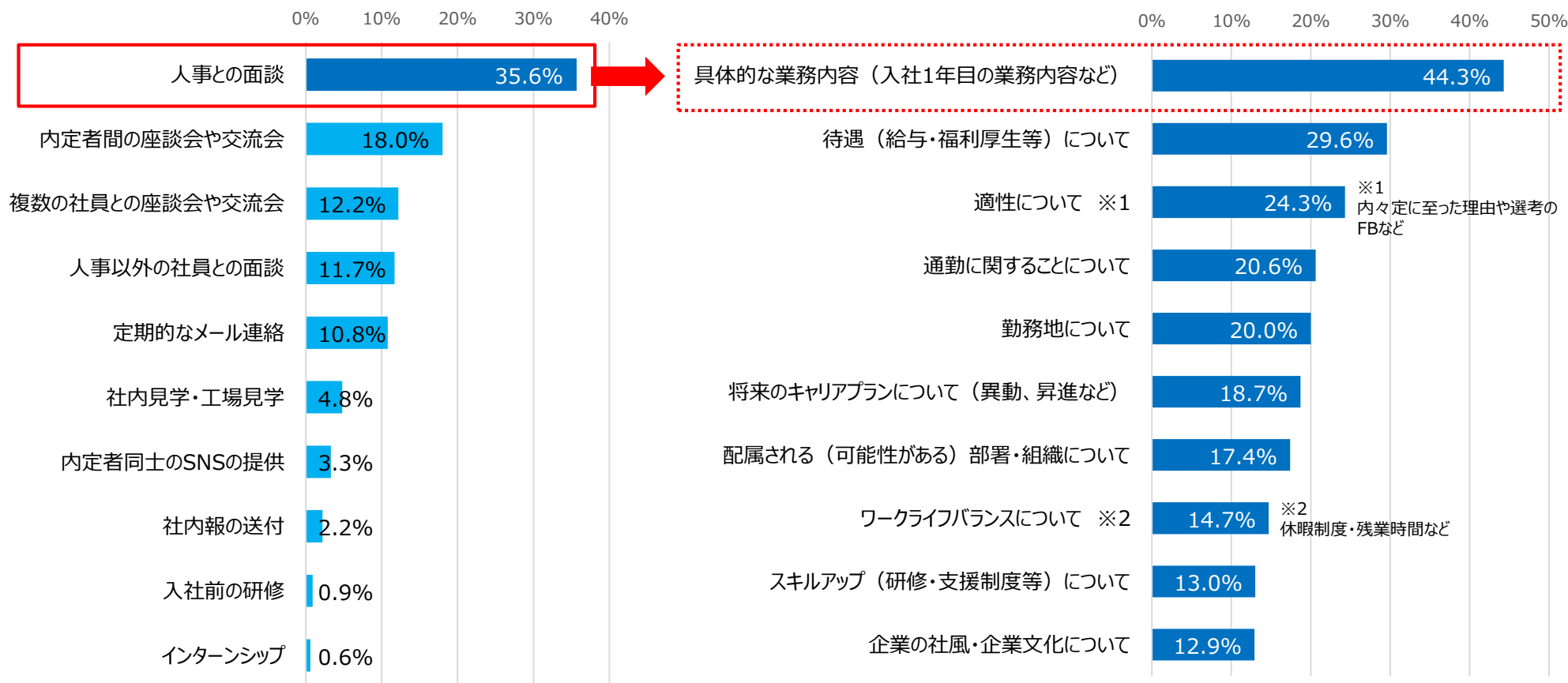
企業側がさまざまな内定者フォローを実施する中、最も学生の不安軽減に有効なのは「具体的な業務内容」について理解すること。

単なる内定者フォロー施策としてだけでなく、選考開始前・選考中も含め、**仕事や業務の具体的な理解が、学生の意思決定に非常に重要**と考えられる。

面談を選択した人限定

内々定後に受けたフォローの中で最も不安が軽減されたもの

何を話したことで不安が軽減されたか ※上位10項目を抜粋

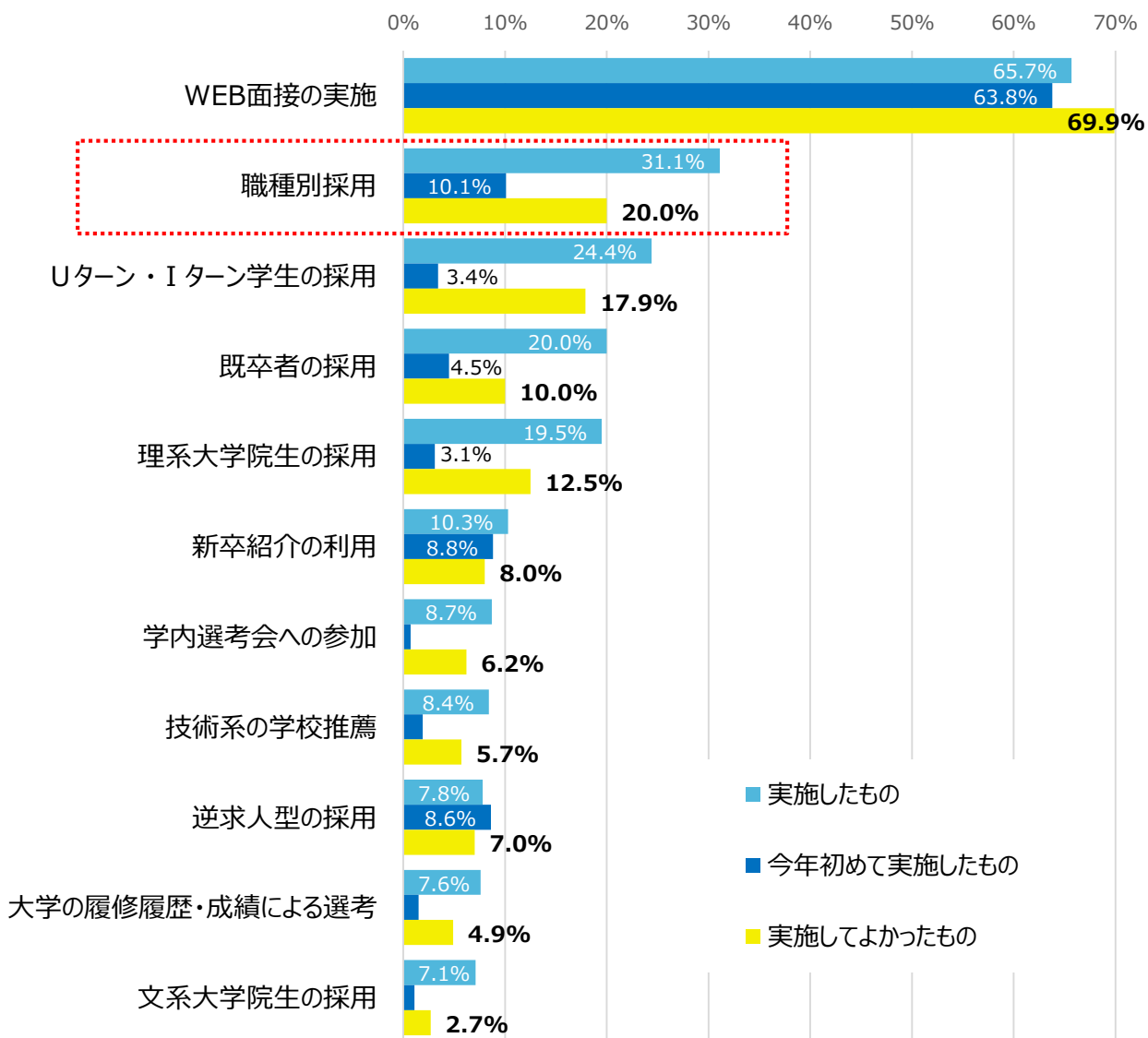


今年初めて実施した採用手法は「WEB面接」が最も多く、「職種別採用」も約1割が開始

22年卒の採用活動で実施したことを聞いたところいずれの軸でも最多だったのは『WEB面接』。約7割の企業が「実施してよかった」と回答している。

すべての軸で2番目に多いのは「職種別採用」の31.1%となっており、1割の企業が22年卒採用より職種別採用に取り組んでいる。

今年の採用活動において実施した採用手法



■ 実施したもの
■ 今年初めて実施したもの
■ 実施してよかったもの

RJP理論～*Realistic Job Preview*

企業や組織が新しい従業員の採用プロセス中や入社までの期間において、**ありのままの企業実態や、ジョブの良い特徴と悪い特徴の双方**を求職者に対して情報提供すること。

ミスマッチを防ぎ、定着率を促進する効果も確認されている。

ワクチン効果

企業や、その職種に対する過度なイメージや誤った期待を緩和し、入社後の失望感やギャップを軽減する効果。理解が進まず入社し、幻滅することを避ける効果です。

スクリーニング効果

部署のミッションや実際に行う業務、残業などをありのままに伝えることで、求職者自身が判断し、セルフスクリーニングを高めることでミスマッチが生じにくくなる。

コミットメント効果

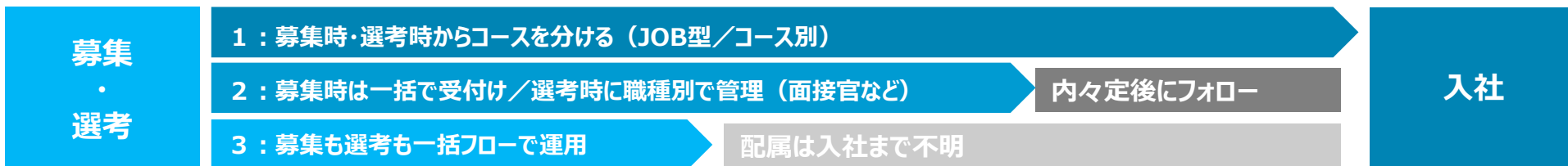
企業側からマイナスイメージを与える情報提供(仕事の苦勞する側面や、過去にあった事象など)を行うことで、誠実な企業姿勢を感じ、帰属意識を高める効果。

役割明確化効果

「入社後の仕事」や、その仕事で「何を期待しているのか」「どんな役割を果たしてほしいのか」を明確に伝えること。本人の動機づけにもつながる活躍人材になりやすい。

【参考】選考時における「職種別採用」とは

JOB型 or 職種別採用は、**仕事理解のための1手法**。「**ジョブ・ディスクリプション（仕事詳細記述）**」が重要



給与体系別	職種 (大分類)	職種別	配属先別
総合職	総合職	営業	国内 法人営業 海外 法人営業
		マーケティング	●●ブランド/○○商品開発
		経理	本社/工場 (国内・海外)
	技術職	生産管理・品質管理	本社/工場 (国内・海外)
		システム開発	本社・支社/常駐先/出向先
		施工設計	本社・支社/常駐先/出向先
研究職	製品開発・研究	■■工場 ▲▲研究所	
エリア職	エリア職 (転勤なし)	営業 (●●支社) 事務 (●●支社)	
専門職	看護師・保育士…etc 介護士・栄養士…etc	配属は？ 転勤は？ 勤務体系 (交代制・夜勤・シフト等)、 手当、残業有無、転勤…	

職種・仕事をどこまで詳細に伝えられるか

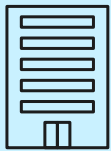
例えば「営業職」と一言で言っても中身は異なる。
選考フローを分けることが正解ではなく、1社1社違う仕事の進め方入社までにしっかり伝え、「これならできる」と思ってもらうアプローチが重要。

働く場所・職種が明確なエリア採用は、これまでも充足しやすい傾向

専門職系は勤務における条件が志望度を左右しやすい

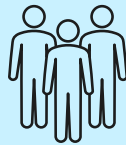
提供できる情報は、非常に多い。内容の洗い出しと伝えるツール・タイミングを設計しておく

⇒情報開示できる「タイミング」と「情報の粒度」はあるものの、入社までに理解できている状態が望ましい。



会社

事業内容
企業理念
資本金
売上・利益
従業員数
設立年・歴史
組織構成
オフィス所在地
IR・CSR
企業文化



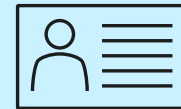
社員

男女比
年齢構成
平均勤続年数
離職率
女性の管理職比率
配属予定部署の人員配置
育休取得者数・取得率
産休・育休後の復帰率
社員の雰囲気
ロールモデル（活躍社員）



仕事

職種
仕事内容
配属先・部署
必要スキル
身につくスキル
研修・育成
1日の仕事の流れ
キャリアパス
取引先
得られる人脈



雇用

給与・賞与・手当・昇給
労働時間・残業
勤務日数
休日・休暇
有給取得率
勤務地
役職ごとの年収モデル
転勤
福利厚生
副業

重要なことは、「WEBか」「対面か」ではなく「何をどこで伝えるか」の情報設計



情報

会社のこと
社員のこと
仕事のこと
雇用について

※項目詳細は前ページ参照

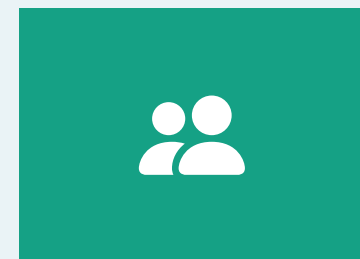
×



メディア

企業案内・IR
採用案内
インターンシップ
就職情報サイト／合同会社説明会
メール・電話・SNS
OB/OG訪問
自社開催 説明会
選考（情報提供機会として）
先輩社員面談
人事（採用）面談
内定者研修 ほか

×



量・回数

提供できる情報の整理
必要なメディアの
取捨選択
発信する情報量
接触する人数
接触する回数

- ✓ 入社までに、働く場所や仕事内容の「理解と同意」を通じて、不安を払拭する
- ✓ それぞれのシーンにおけるWEB活用有無の最適化とソフト面・ハード面双方の準備の徹底
- ✓ 「対面」の価値・効果を最大化するための準備と場づくり

23年卒も継続して新卒採用を実施、コロナが収束すれば「対面」という企業は多いが……

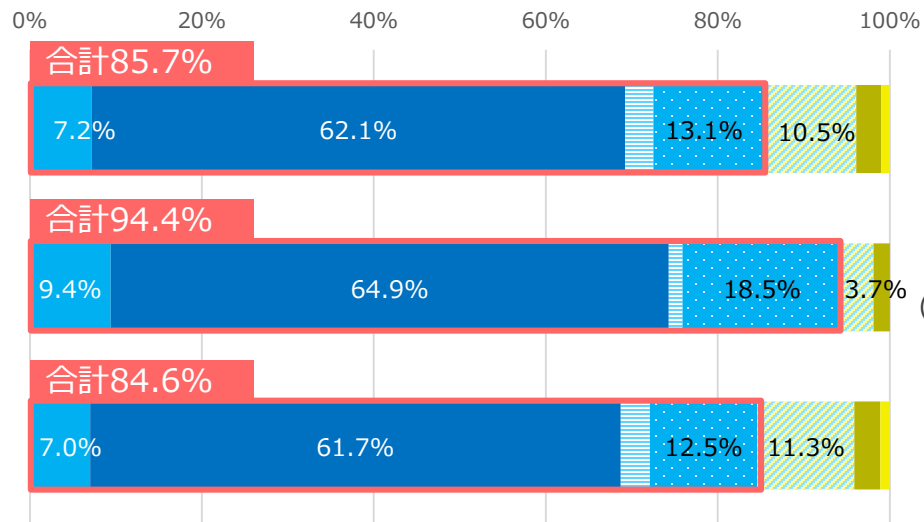
22年卒採用実施企業に対して23年卒計画を聞いたところ、85.7%が継続して実施すると回答。上場企業では94.4%となった。

「コロナが収束すると仮定して」の実施方法は、「**全てWEBで実施**」は1.1%と少数派になり、**多くは対面とWEBを使い分ける**という回答だった。

現実的には、コロナ状況に合わせる必要があり、WEBの利便性を生かしつつ、効果的な使い分けがより進むと考えられる。

23年卒の採用計画

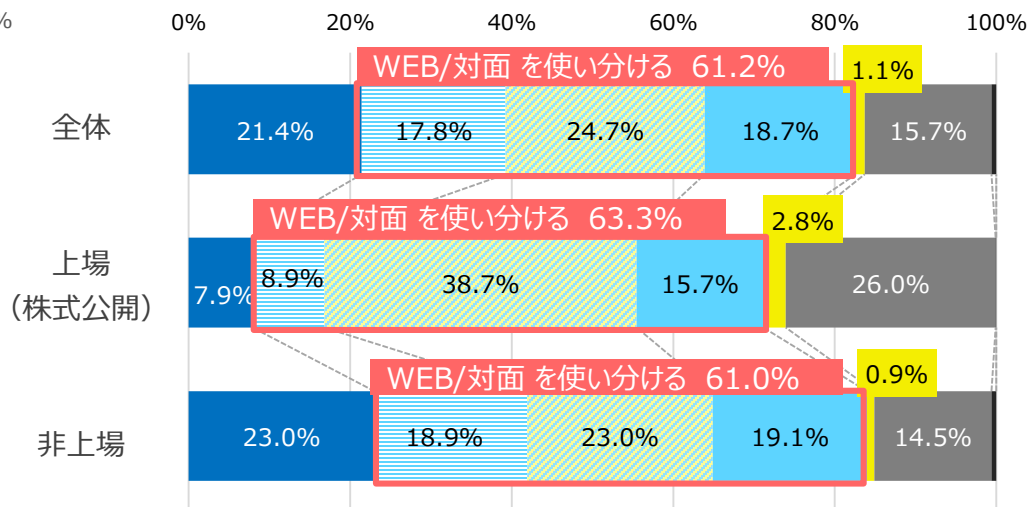
22年卒に続いて採用を実施予定との回答が85.7%



- 実施する予定 (採用数は2022年卒より増やす)
- 実施する予定 (採用数は2022年卒並)
- ≡ 実施する予定 (採用数は2022年卒より減らす)
- 実施する予定 (採用数は未定)
- 決まっていない (実施する可能性が高い)
- 決まっていない (実施しない可能性が高い)
- 実施しない

23年卒の採用選考実施方法について <コロナが収束したと仮定>

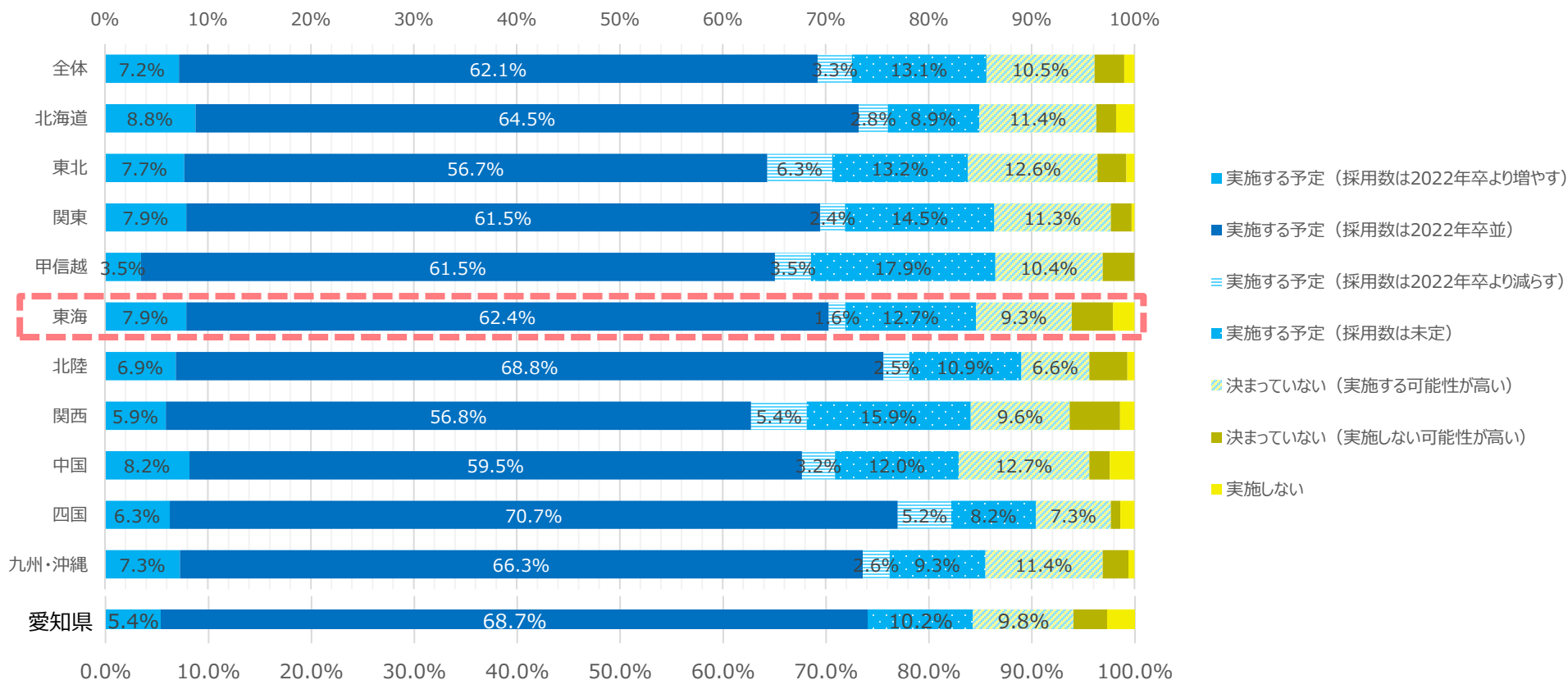
対面とWEBの使い分けが進み、「全てWEB」は少数派に



- 全て対面で実施
- 企業セミナーはWEBを導入するが、面接は全て対面
- 企業セミナーから初期の段階の面接はWEBを導入するが最終面接は対面
- 学生の希望に応じてWEBと対面を使い分ける
- 全てWEBで実施
- どうなるかはわからない
- その他

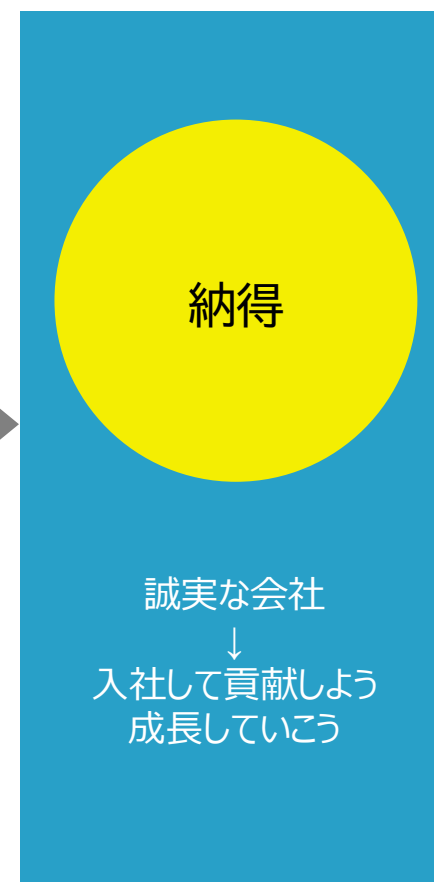
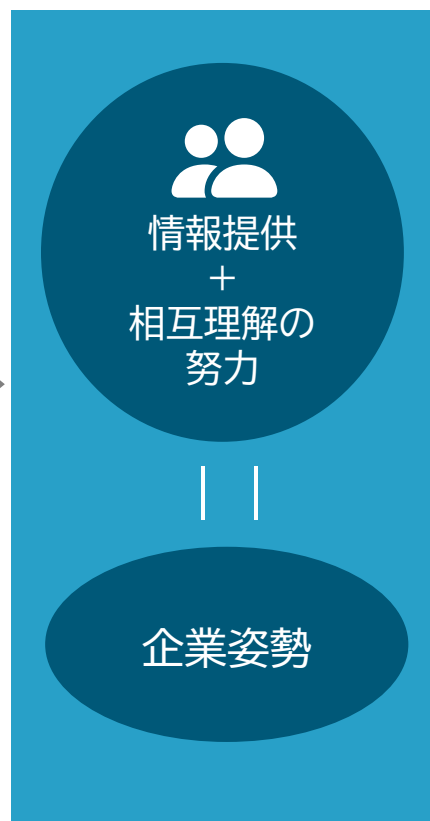
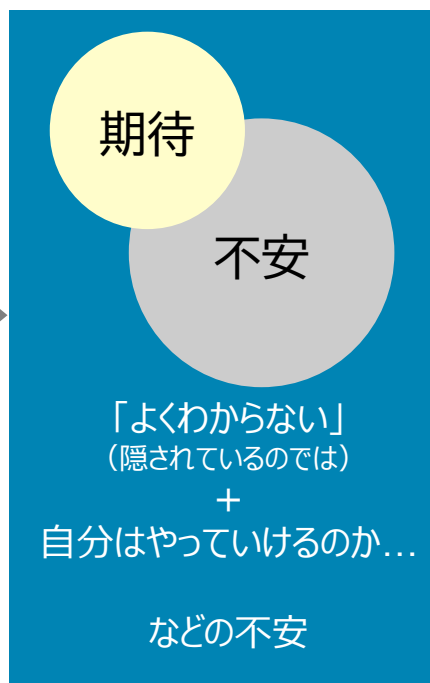
東海エリアは、22卒並みに継続する企業も多いが、実施しない可能性の高い企業も多い

23年卒の採用計画



学生の気持ちの変化と、採用活動におけるゴール設定

「内定承諾」ではなく、「入社後のギャップ解消」と「活躍・戦力化」をゴールに設定し、
学生との相互理解を通じて、納得できる人材獲得を。



ご清聴、誠にありがとうございました。

株式会社マイナビ

事業推進統括事業部 就職営業推進統括部 promotion@mynavi.jp

〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル6F

TEL.03-6267-4577

本講座、資料等についてのお問い合わせ先

就職情報事業本部 中部営業推進部 s-chubu-eisui@mynavi.jp

本ドキュメントの著作権は、株式会社マイナビ事業推進統括事業部就職情報販促支援部に帰属します。

著作権者の許可なく無断でコピー・複製および無断転用を行うことを固く禁じます。

「新卒採用サポネット」「中途採用サポネット」が統合・リニューアルいたしました。

採用・育成・組織戦略の課題に寄り添う情報メディア

HUMAN CAPITAL
サポ  ネット

<https://saponet.mynavi.jp/>