

2022年卒 採用戦線報告会

第1部

熊本エリア向け



Copyright © Mynavi Corporation

開始前にご確認ください

✓ 音声は聞こえますか？

ご自身のPCのスピーカーが「ON」になっているか、音量が小さくなっていないかご確認ください。

※イヤホンを利用したご視聴を推奨しております。

✓ 映像は見えていますか？

通信環境が良好にも関わらず映像が投影されない場合、

PCセキュリティ・設定等の可能性がございます。

→事前にご案内させていただいた視聴環境を再度ご確認ください。

✓ 通信環境は「有線」接続を推奨

当日の回線状況により、映像、音声安定しないケースがございます。

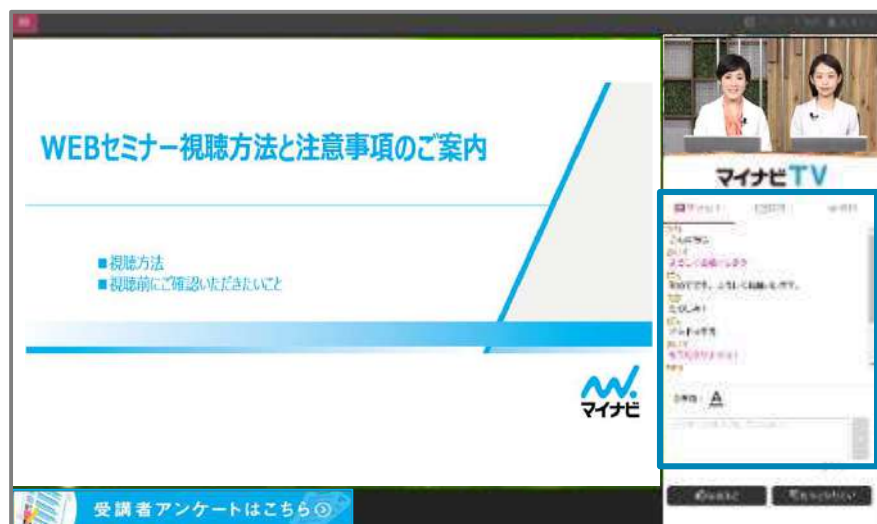
ネットワークが乱れても自動で再接続しますので、ブラウザを閉じずにそのままお待ちください

※通信が乱れた場合、音声を優先いたします



回線遅延が連続して発生する場合は、一度ログアウトいただき再度入室いただくと、解消される場合がございます。

視聴画面のご説明




視聴後はアンケートにご協力をお願いします

複数講座を視聴される場合は、**全ての講座の視聴後にアンケートにご回答ください。**

チャット

「チャットにて」欄へのコメントが可能

→ご質問・参加者の交流にチャット欄をご活用ください

→Enter  で投稿 / 改行はできません

- ・チャット欄への「個人情報の投稿」はご遠慮ください
- ・チャット欄への「自社広告の投稿」「他社媒体への誘導」を行った場合 投稿を削除させていただきます
- ・チャット欄での個人間でのやり取りに関するトラブルについて当社は一切責任を負いません。あらかじめご了承ください

質問

クローズのご質問は「質問」欄へ

→個別のご質問は「質問」タブへ投稿ください。

→講演中に回答できない場合、原則、翌営業日中に個別にご連絡差し上げます。

資料

「資料」よりPDFダウンロード可能

INDEX

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

※すでのこの採用戦線報告会は7月20日に東京より配信させていただいており、今回はそこに一部エリアの情報を盛り込んだ形でお話させていただきます。あらかじめご了承ください。

自己紹介



株式会社マイナビ 就職情報事業本部 九州・沖縄営業統括部
九州沖縄エリア 採用支援部 課長

園田 千明

2015年新卒にてマイナビに入社。入社後は一貫して新卒情報事業の営業職に従事し、業界や規模を問わず数多くの企業様の採用戦略に携わる。

2020年4月より現営業・販促支援部に着任。

趣味：弾丸旅行

ちなみに、天草出身です！本日はよろしくお願いたします。



株式会社マイナビ 就職情報事業本部 九州・沖縄営業統括部
南九州営業部 熊本営業2課 課長

牛島 瞬

2015年新卒にてマイナビに入社。入社後は一貫して新卒情報事業の営業職に従事し、業界や規模を問わず数多くの企業様の採用戦略に携わる。

2021年4月より熊本営業課長に着任。

趣味：ソロキャン。

01

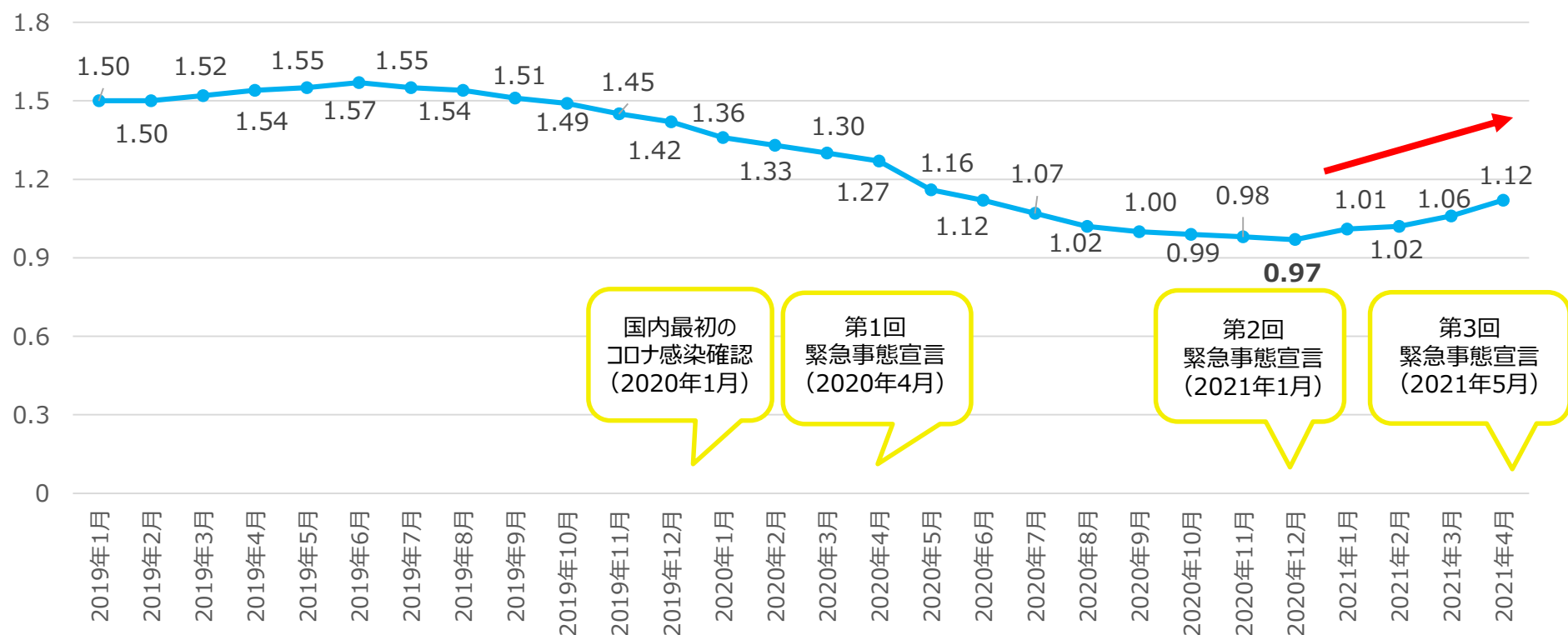
求人市場全体、新卒採用市場

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



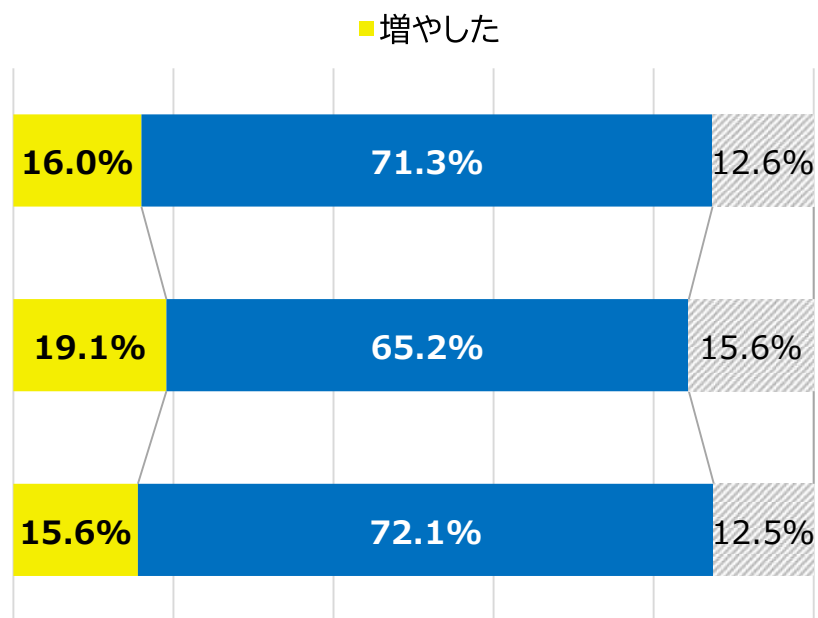
22年卒
採用
予定数

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

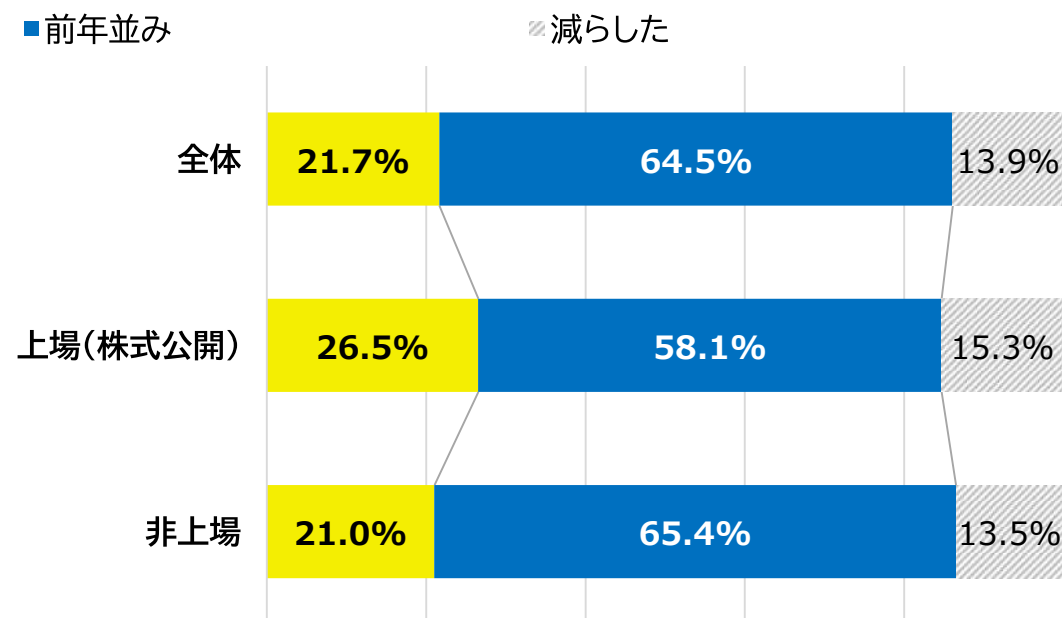
採用予定数を「21年卒採用予定数」「21年卒新卒入社者数（実績）」と比較するとどちらも「前年並み」が最多。特に「21年卒新卒入社者数」との比較では「増やした」が2割を超えた。

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



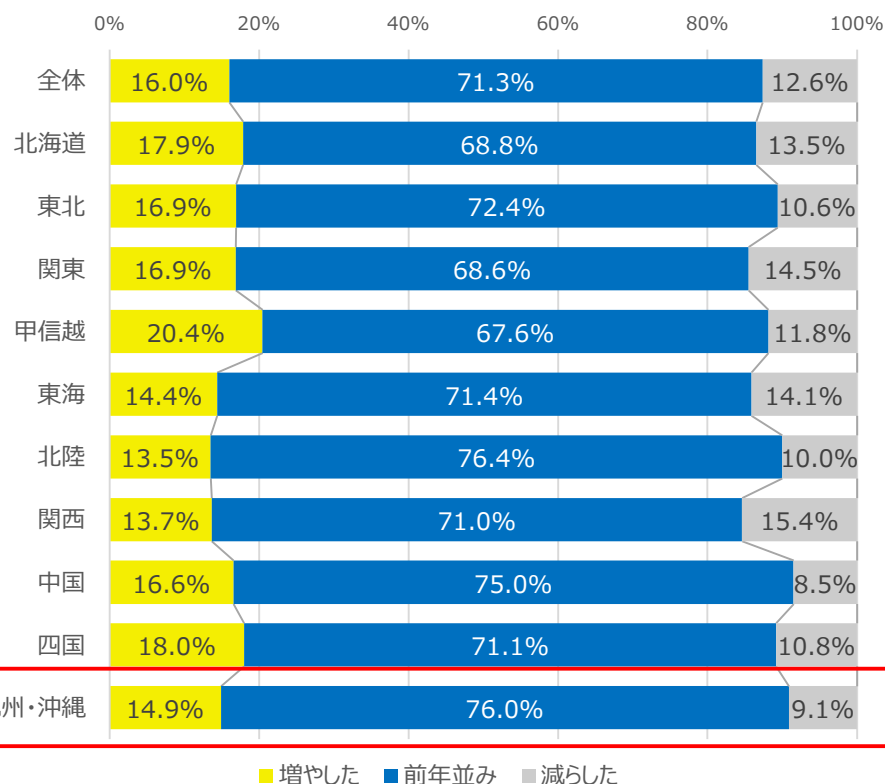
21年卒 入社実績数 との比較



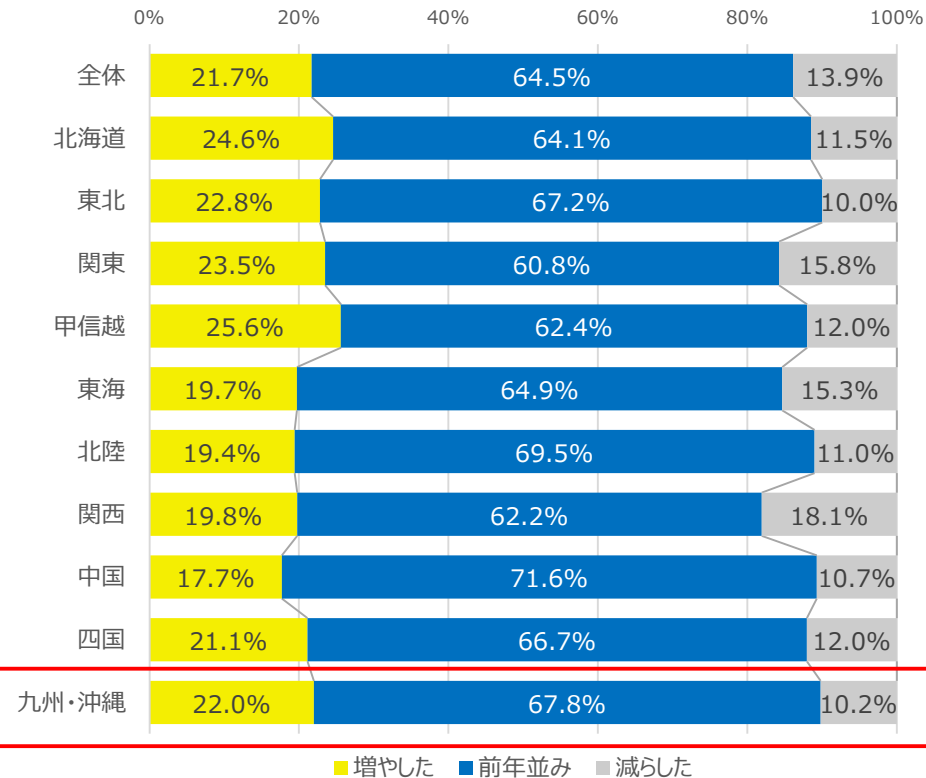
九州・沖縄エリアも全国同様、企業の新卒採用予定数は「前年並み」が76%と最多。 入社実績数に関しても増やしたの回答が2割。

九州沖縄エリアにおいても全国同様、新卒採用予定数は「前年並み」と回答する企業が全体の約8割近く。（北陸に次いで2番目に多い）

21年卒 採用予定数 との比較



21年卒 入社実績数 との比較



熊本県のマイナビご掲載状況

エリア

学生

企業

過去3年間のマイナビ掲載企業数推移（03/1時点）

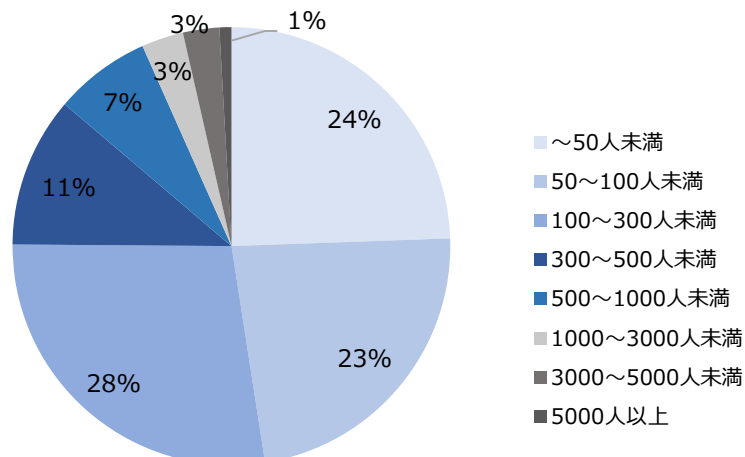
| 3月1日時点 | 20年卒 | 21年卒 | 22年卒 |
|--------|-------|-------|-------|
| 全国 | 24013 | 25892 | 24215 |
| 九州 | 1628 | 1851 | 1759 |
| 熊本 | 163 | 209 | 209 |

マイナビ2022掲載企業数（2021/04/15時点）

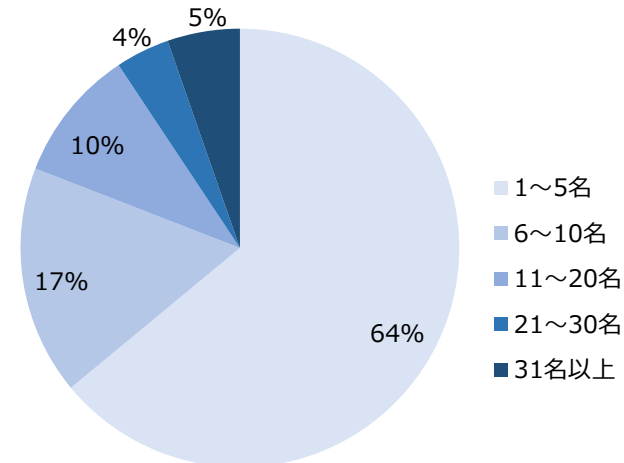
| 本社 (第2本社含む) | 全国 | 九州・沖縄 | 福岡県 | 佐賀県 | 長崎県 | 熊本県 | 大分県 | 宮崎県 | 鹿児島 | 沖縄県 |
|----------------|---------|--------|------|-----|------|------|------|------|------|------|
| 掲載社数 | 24,868社 | 1,971社 | 861社 | 96社 | 131社 | 225社 | 163社 | 132社 | 221社 | 173社 |

▼掲載企業の詳細

従業員規模別 割合



募集人数別 割合



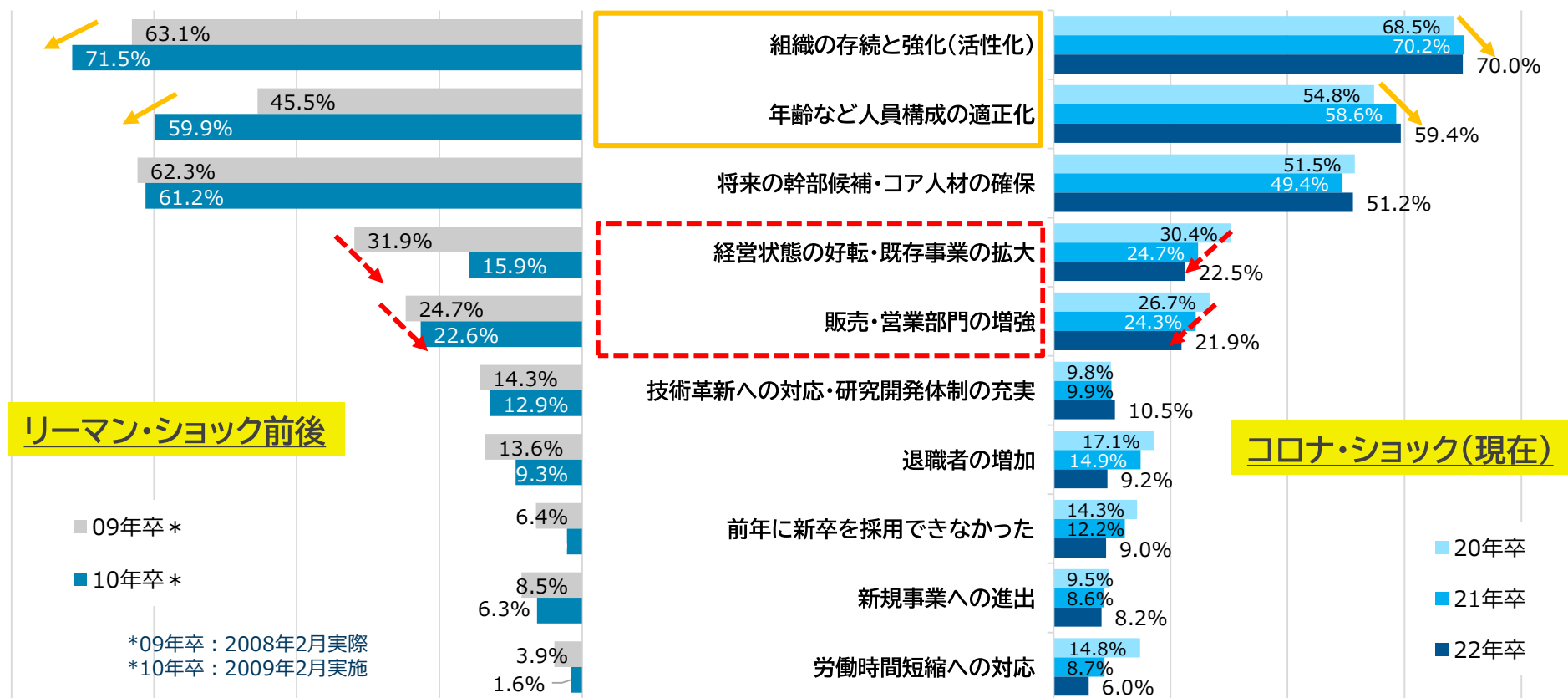
従業員規模が300人以下の企業が全体の75%。大手企業～中小地場企業まで幅広く活用いただいているサイトになります。
また、募集人数が5名以下の少人数採用の企業様の利用率が64%！少人数だからこそ多くの求職者から希望通りの人材を採用していきたいといったご要望をお持ちの企業様にも多くご指示いただいております。

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。

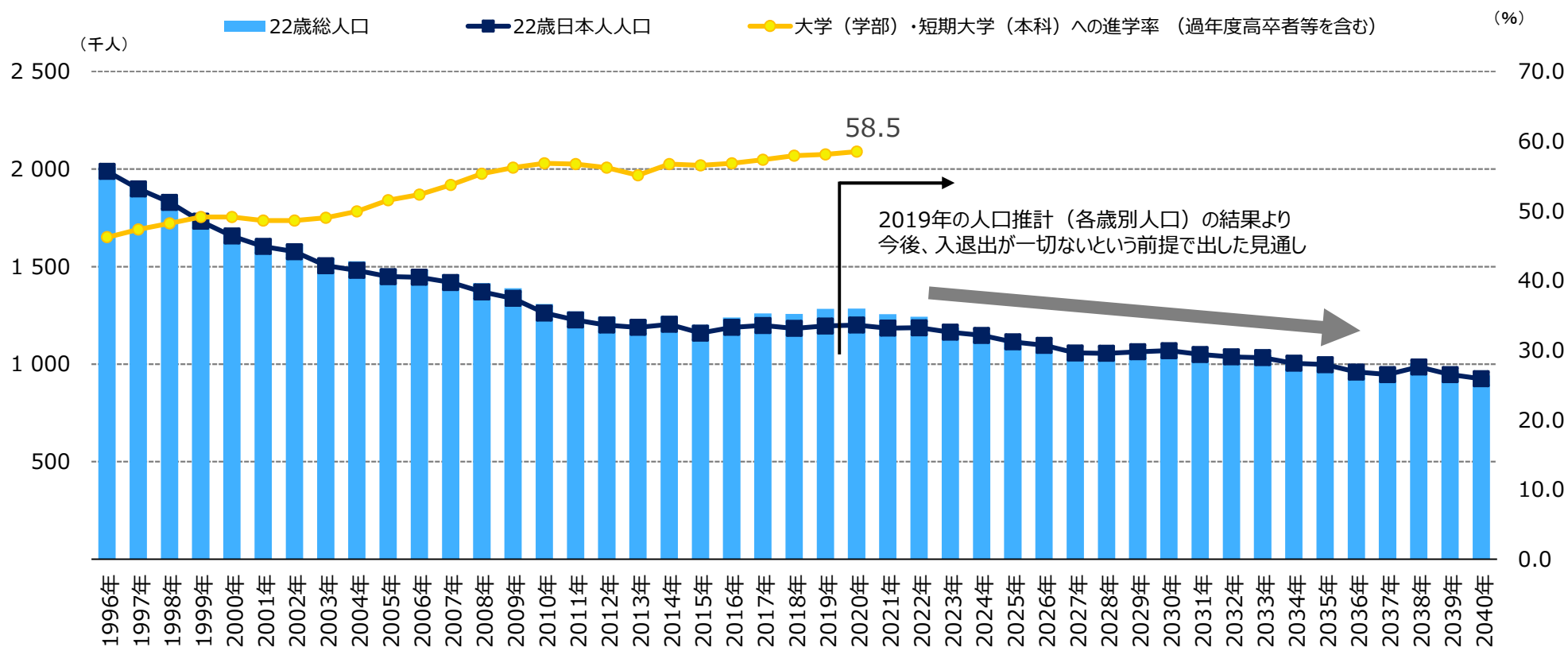


大学進学率は上昇しているが、22歳人口は減少傾向

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



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

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

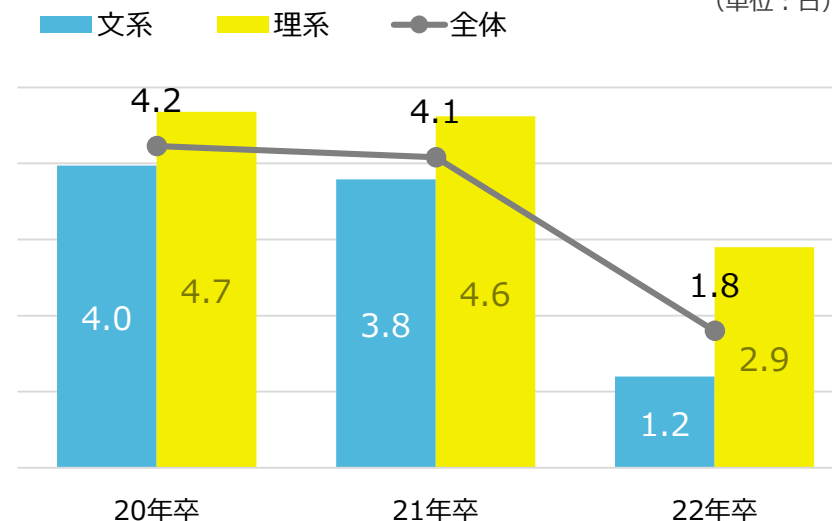
【アルバイト以外に経験機会が減ったもの】

- 🙄 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.

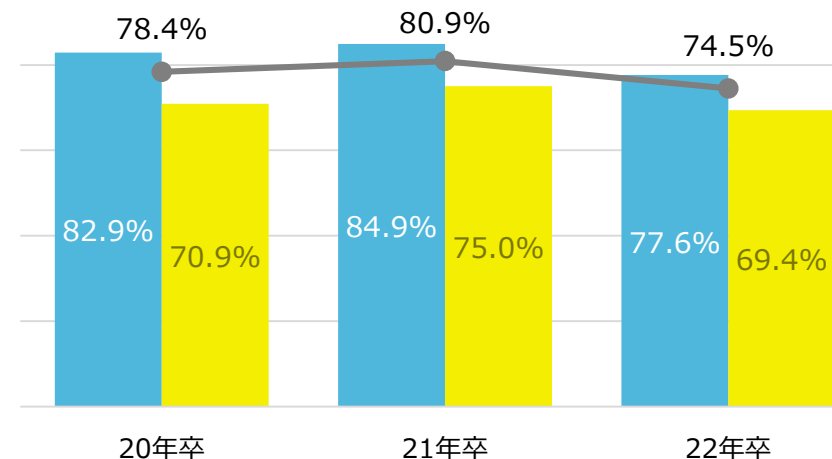
「ガクチカ」不足により「就活の軸」や「自己PR」の構築が難しくなっていることが明らかな状況。

学校に週何日通っているか・平均

(単位：日)



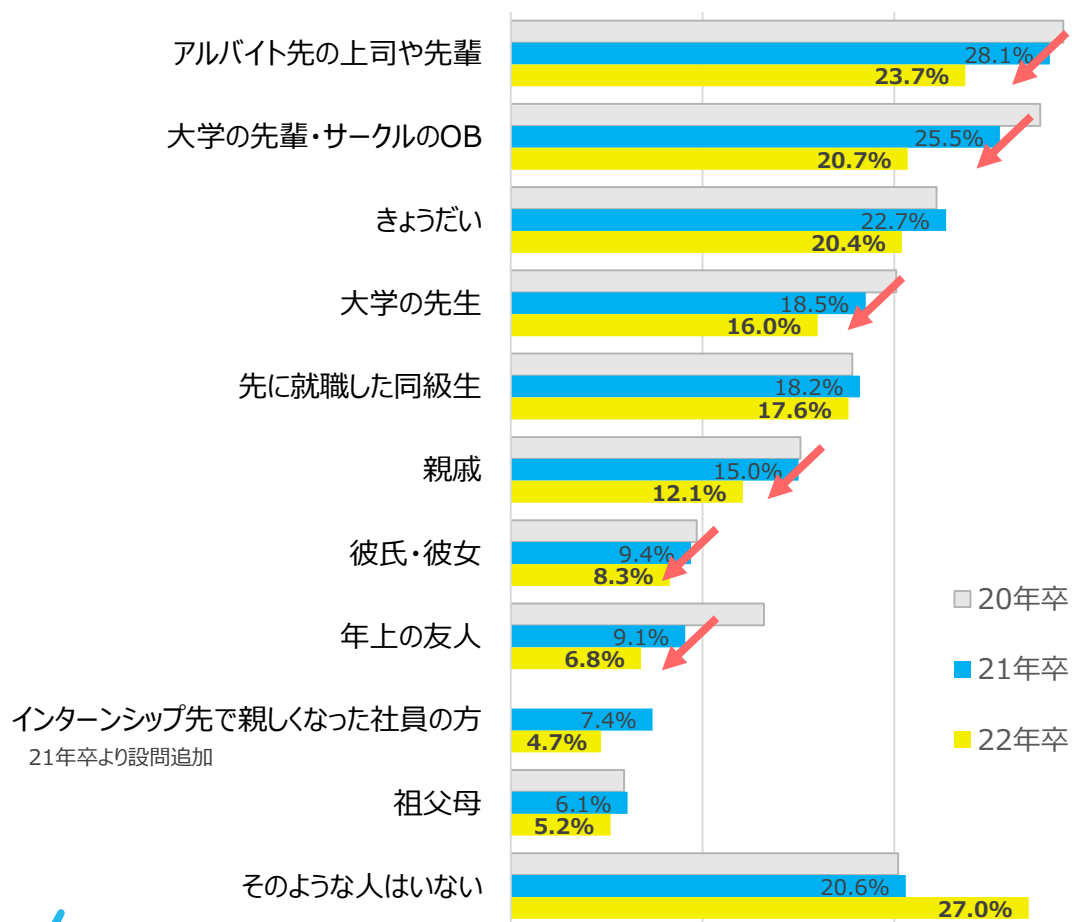
定期的なアルバイトをしている割合



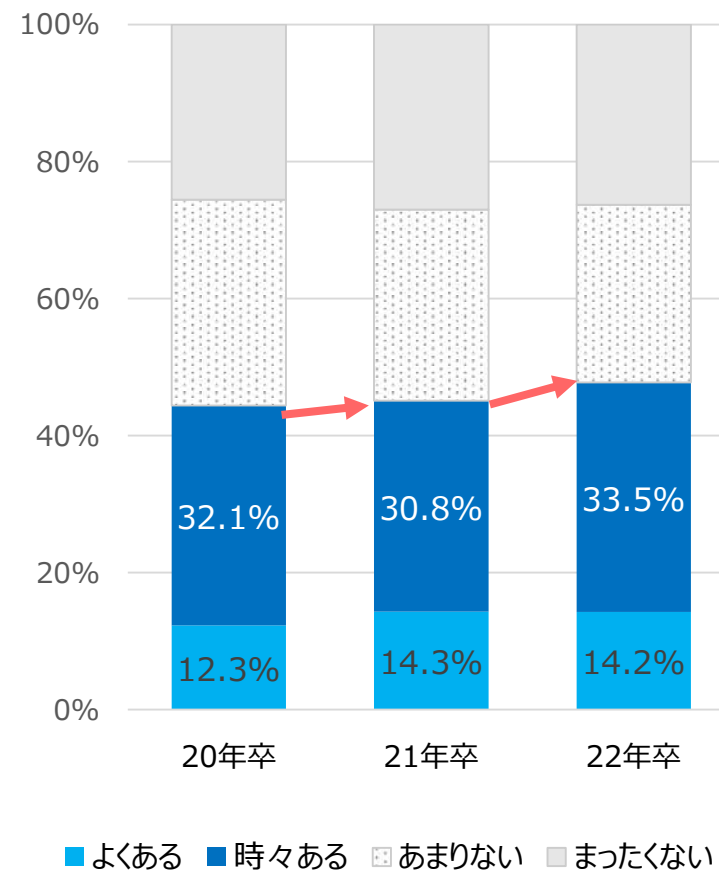
生活スタイルが変化し、「仕事の話」ができる社会人の範囲が狭まる

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

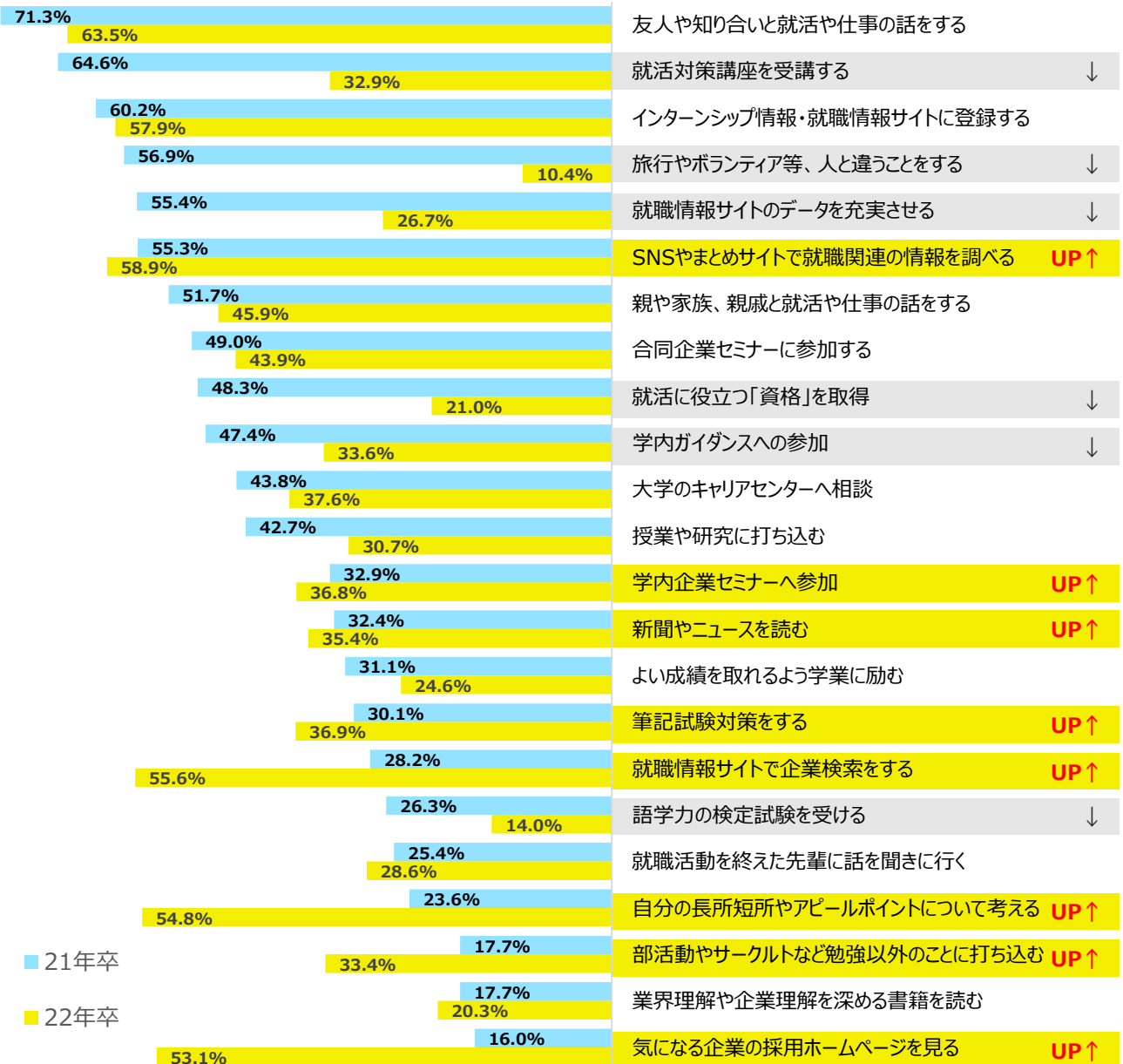


旅行・ボランティアなど「学外活動」が大幅に減少。「情報の検索」や「内省行動」が増加した。

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



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

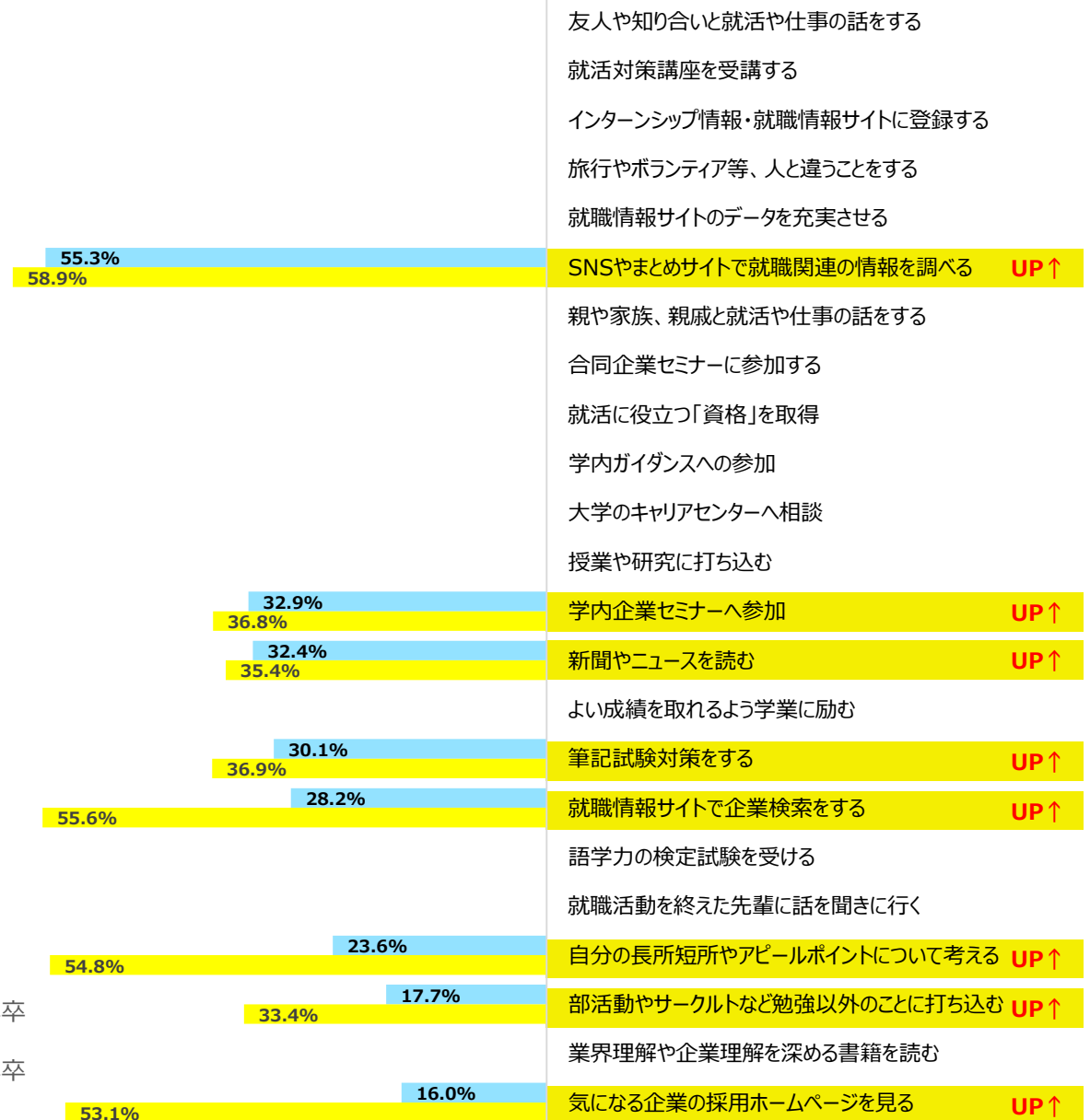


旅行・ボランティアなど 「学外活動」が大幅に減少。 「情報の検索」や「内省行動」 が増加した。

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。

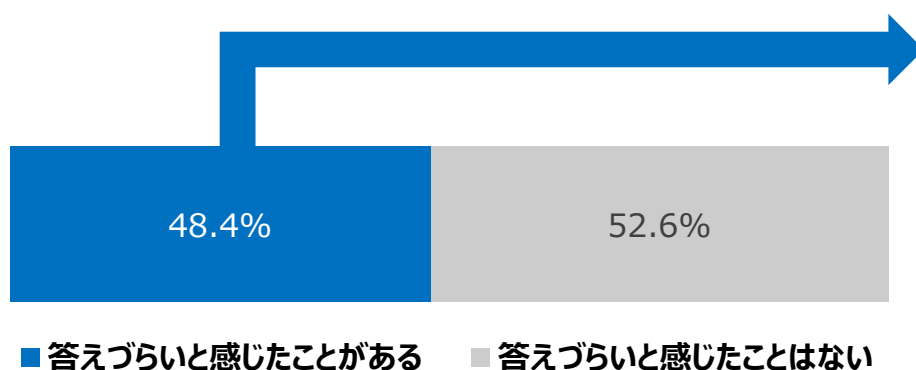
学生は「自分の軸」が
作りづらいま準備をしていた



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みなかった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、答えづらいつ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



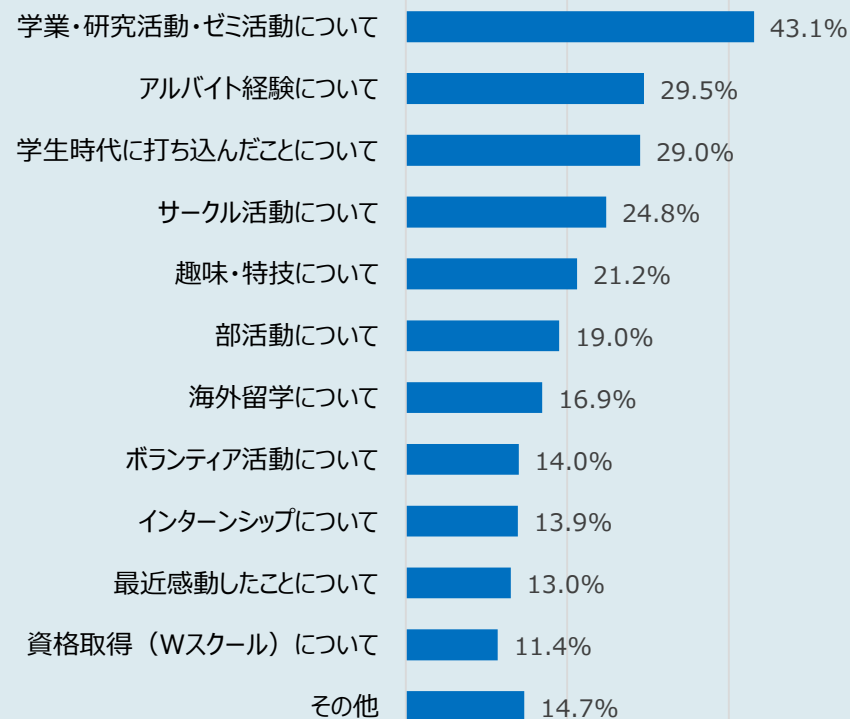
学業以外で
いちばん頑張ったことは
なんですか？



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、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

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。

2

「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。
(※次章にて解説)

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

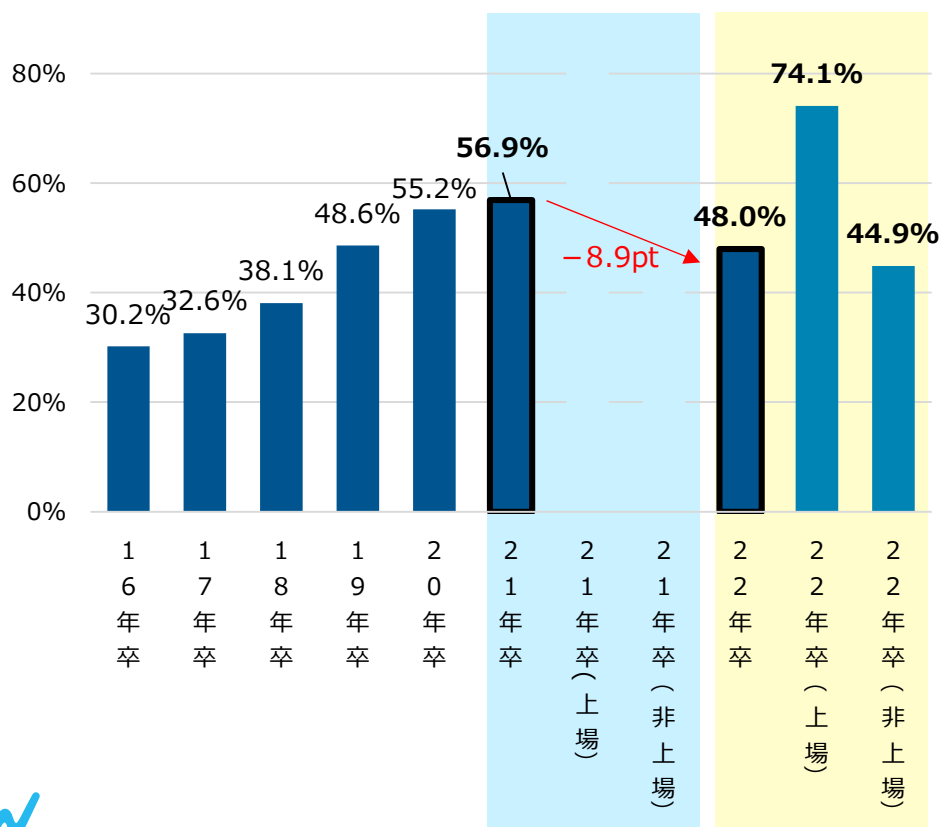
企業

企業側のインターンシップ実施率は48.0%と昨年比で全体で8.9pt低下したが、上場企業では74.1%を維持

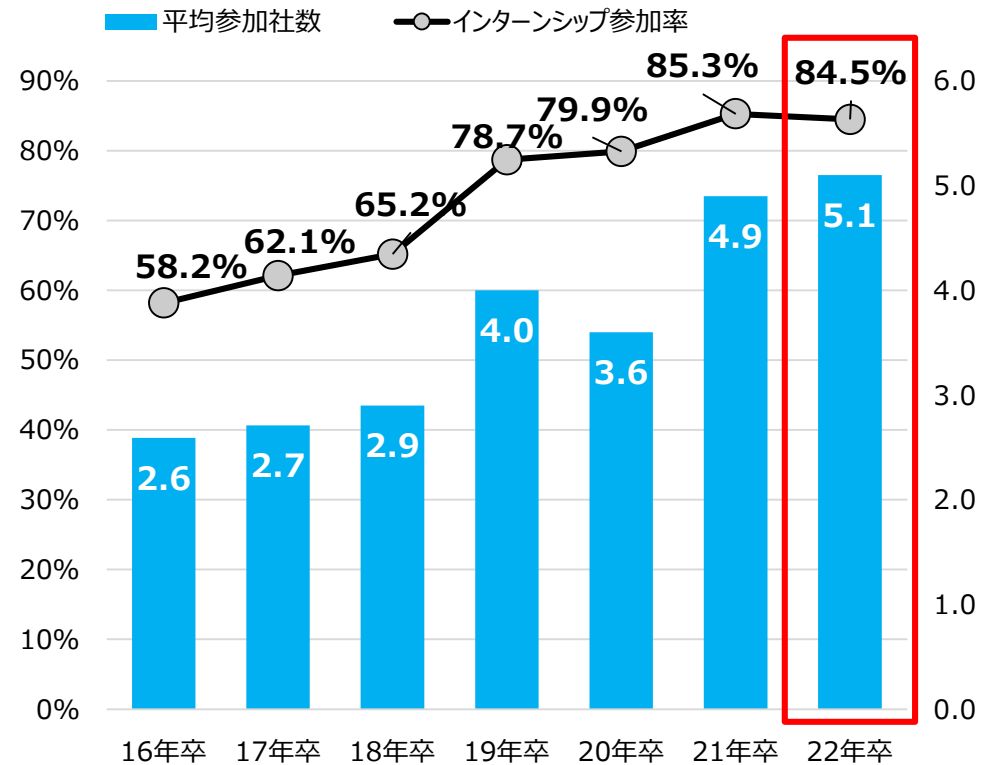
学生

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



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

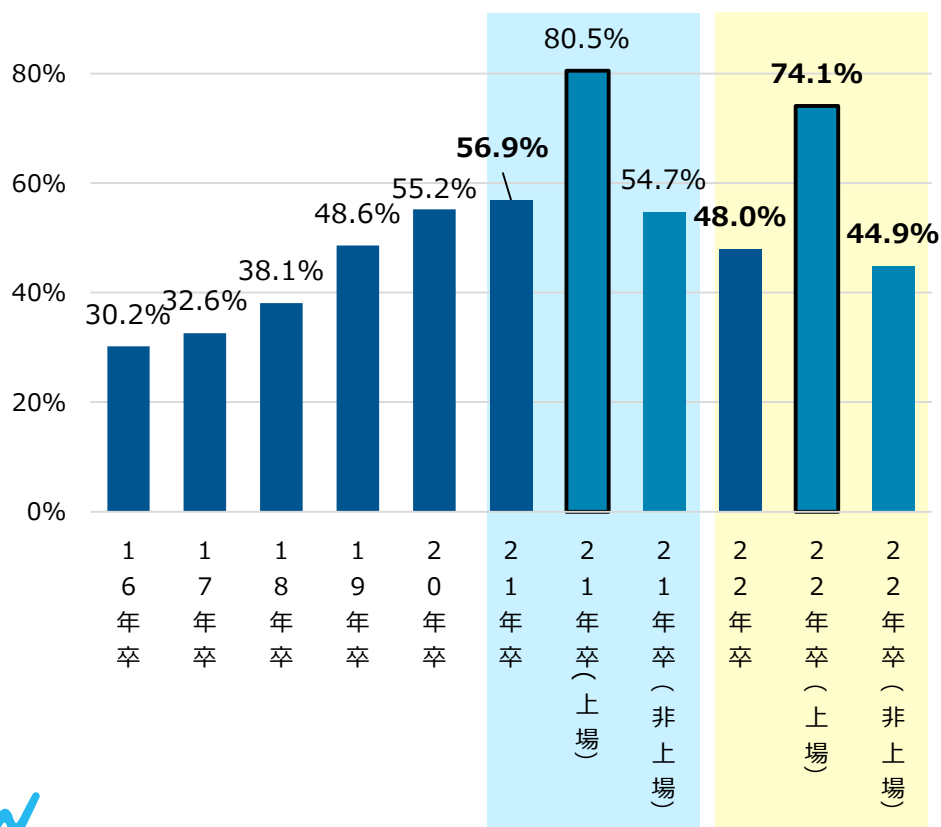
企業

企業側のインターンシップ実施率は48.0%と昨年比で全体で8.9pt低下したが、上場企業では74.1%を維持

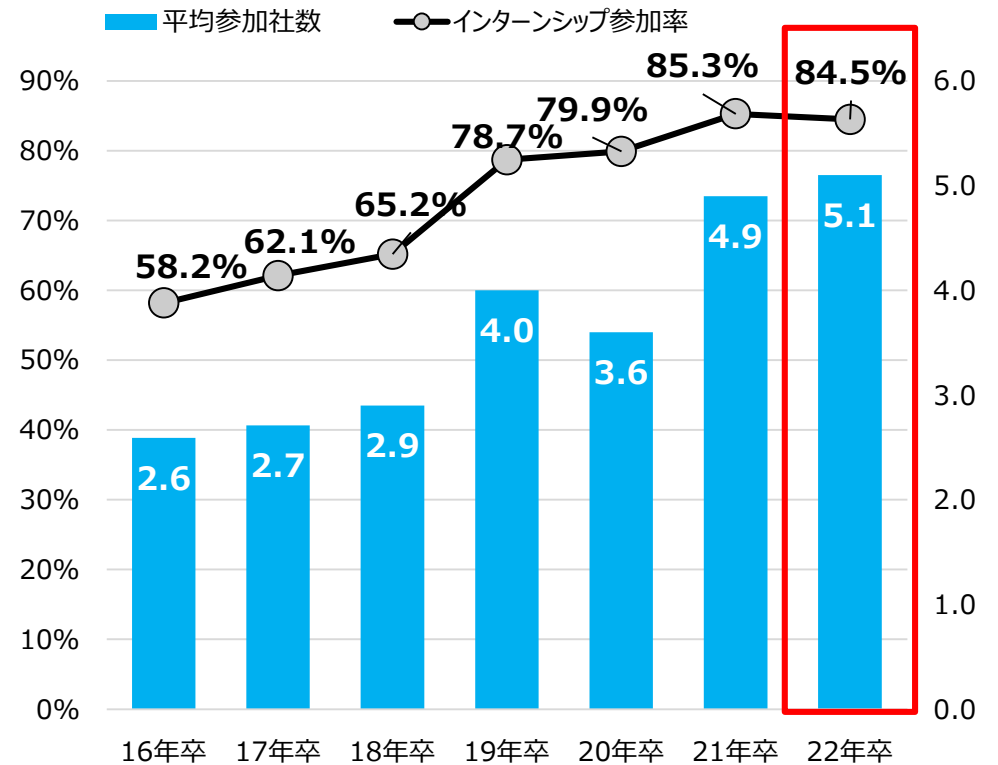
学生

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



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

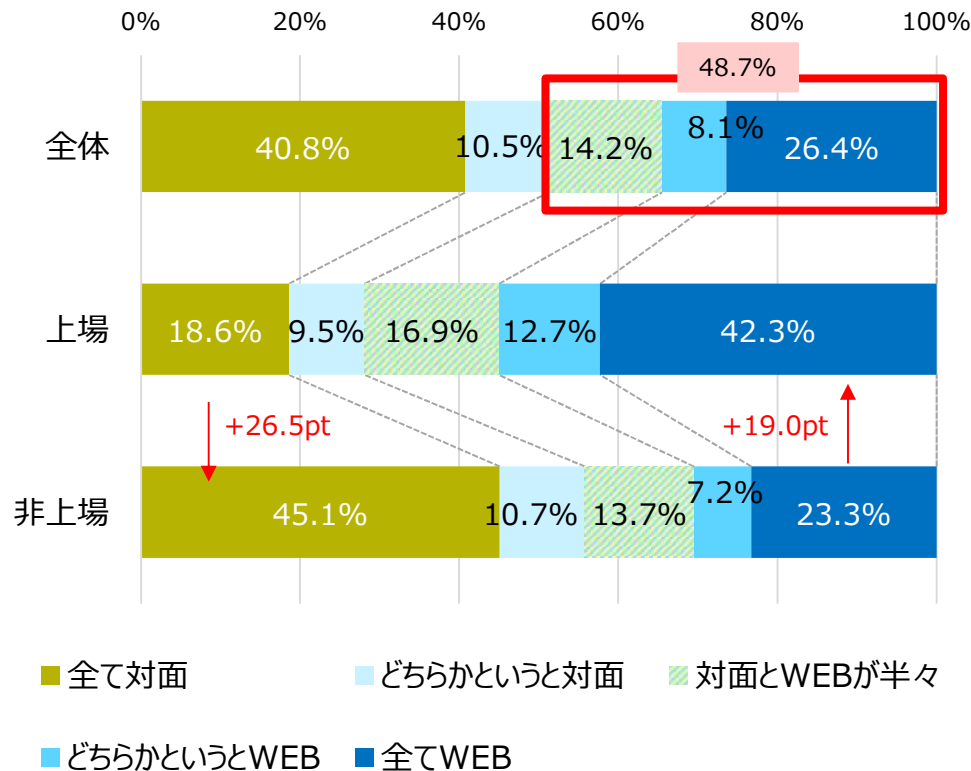
上場企業でWEB活用が広がるも、
非上場企業では対面実施がメイン

学生

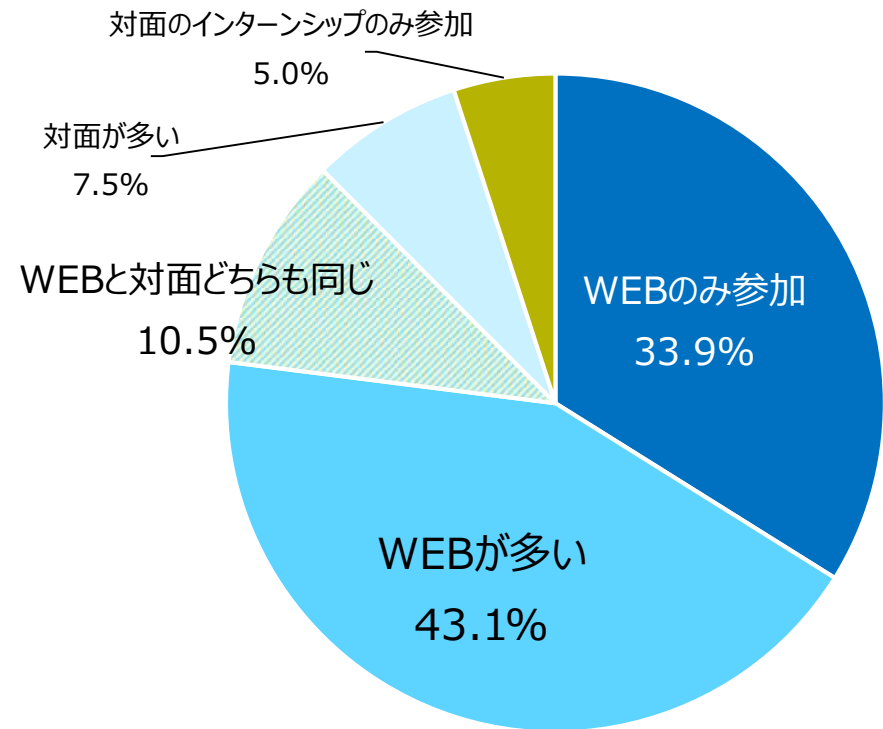
インターンシップ参加者の95%が
WEB形式のインターンシップ*を経験

* 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

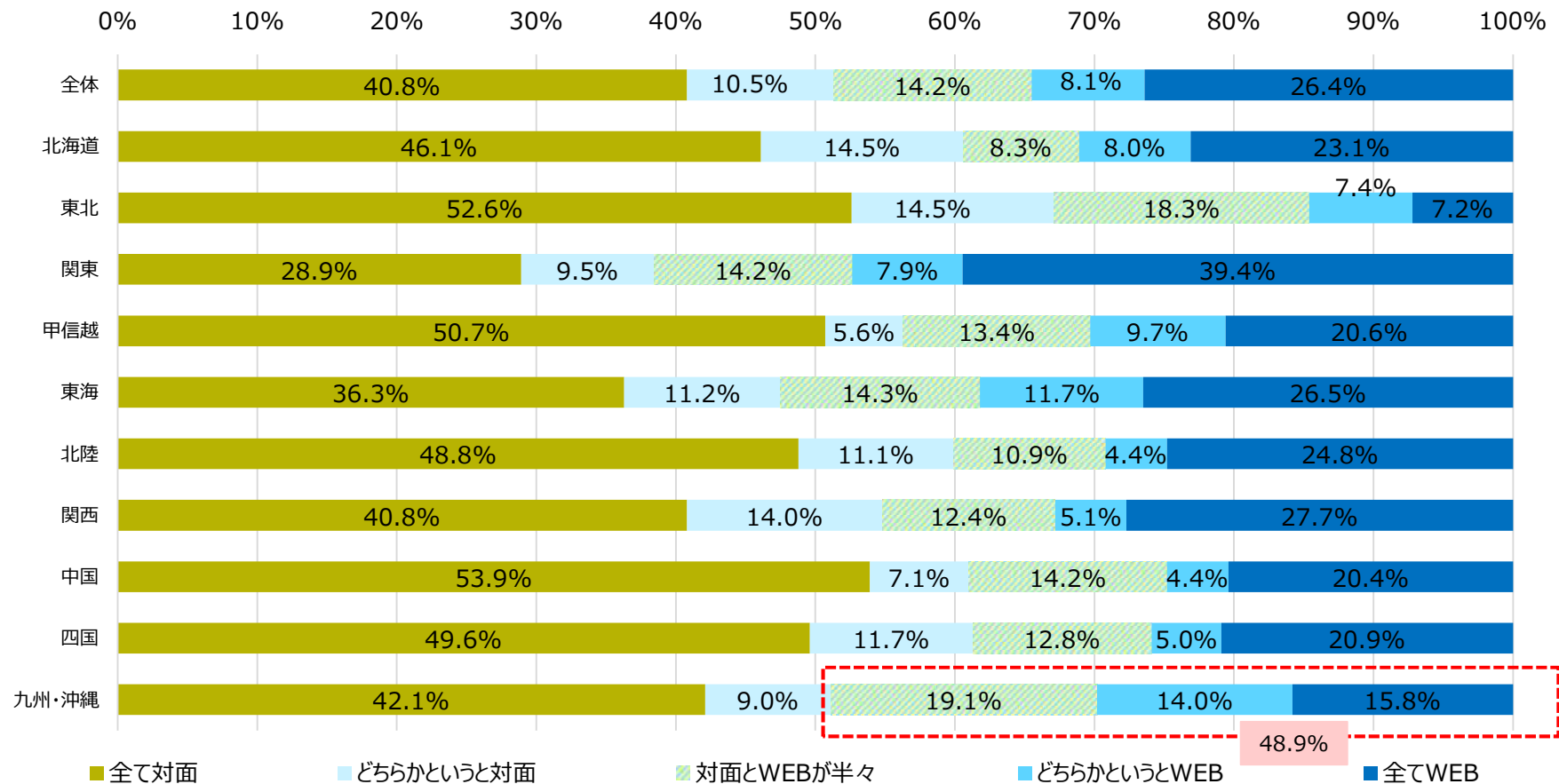


九州・沖縄エリアでもWEBを活用しながらインターンシップを行う企業が徐々に増加。

九州・沖縄エリアにおいても、インターンシップ時期よりWEBを活用する企業が増加。関東、東海に次いで3番目に多い。

しかし、すべてWEB化しているというより、WEBと対面を半々で実施している企業の割合が九州沖縄エリアの場合は全国的にも高い。

WEB活用状況 22年卒インターンシップ

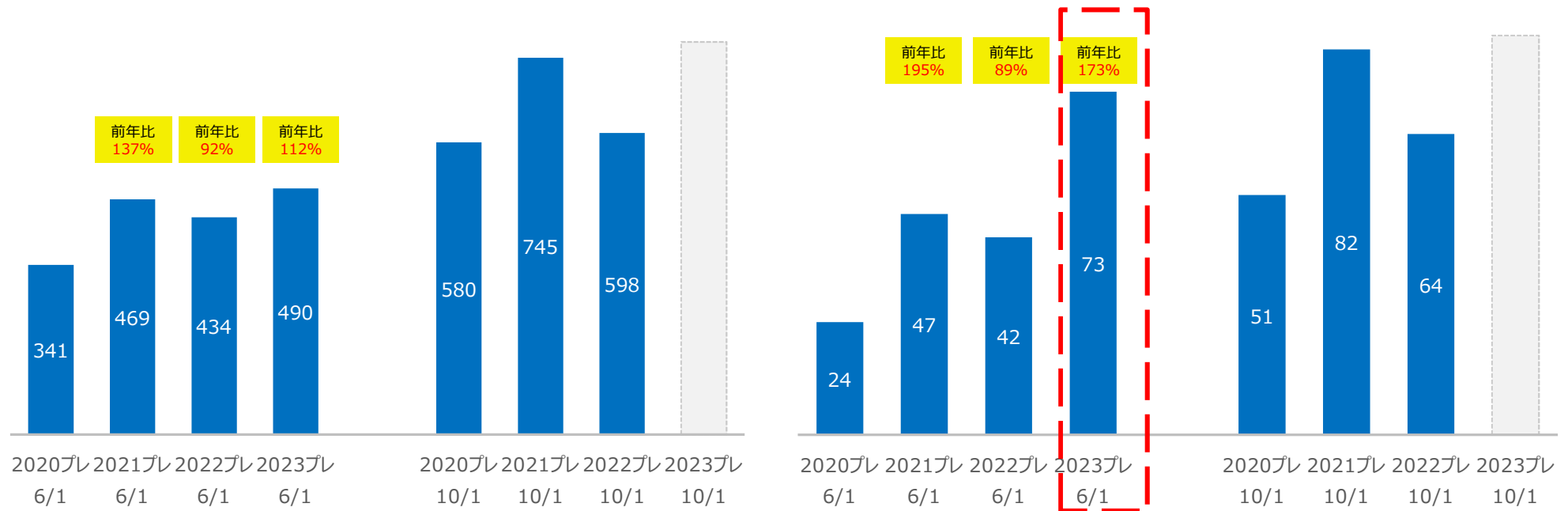


過去4年間に於いてインターンシップ掲載企業数は最も多い状況となる。

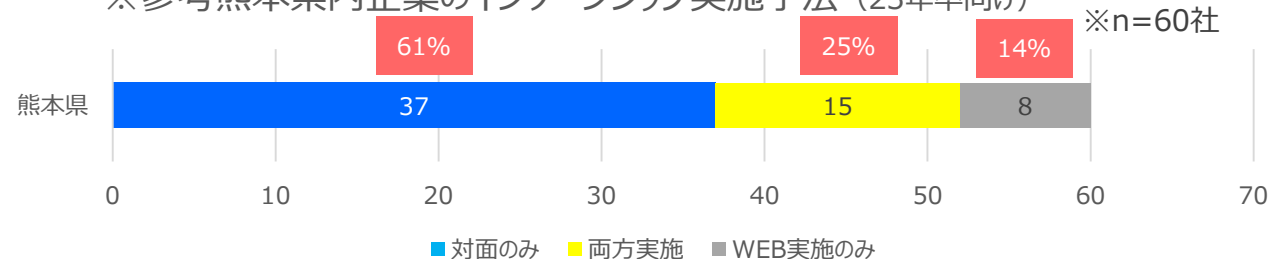
マイナビウェブサイト（インターンシップサイト）掲載社数

九州・沖縄

熊本エリア（※第一本社で抽出）



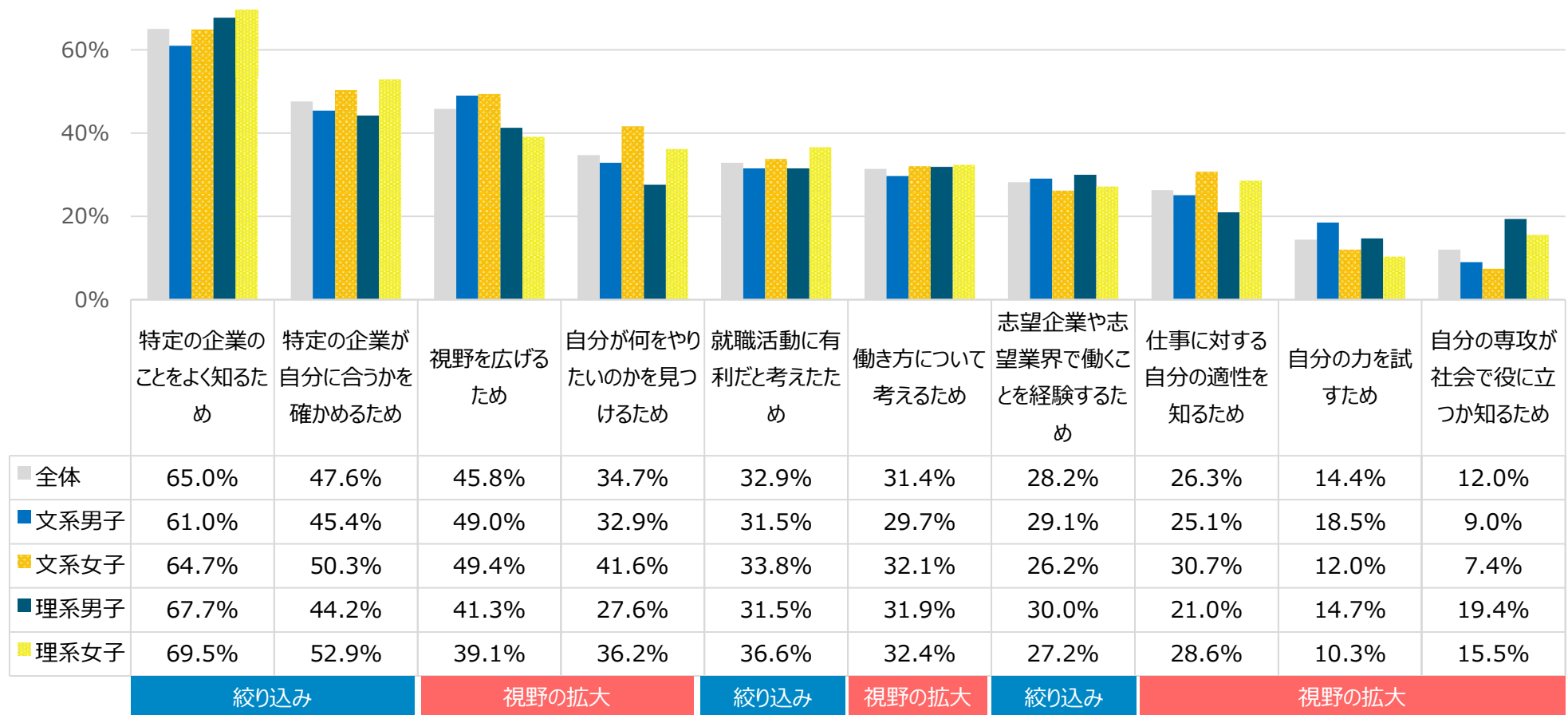
※参考熊本県内企業のインターンシップ実施手法（23年卒向け）



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認するため」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。

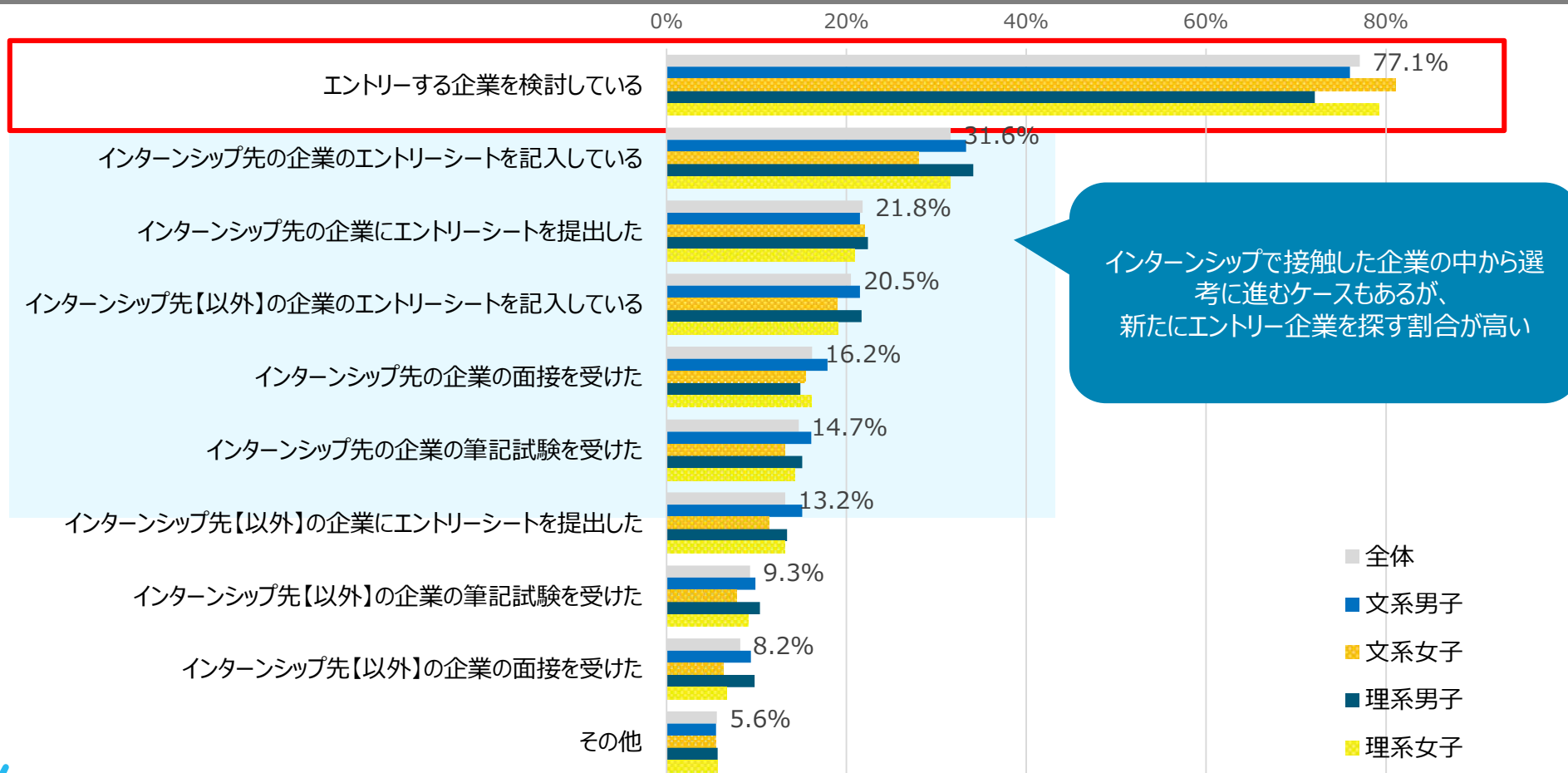
インターンシップに参加した理由（全体の割合が10%以上の項目のみ）



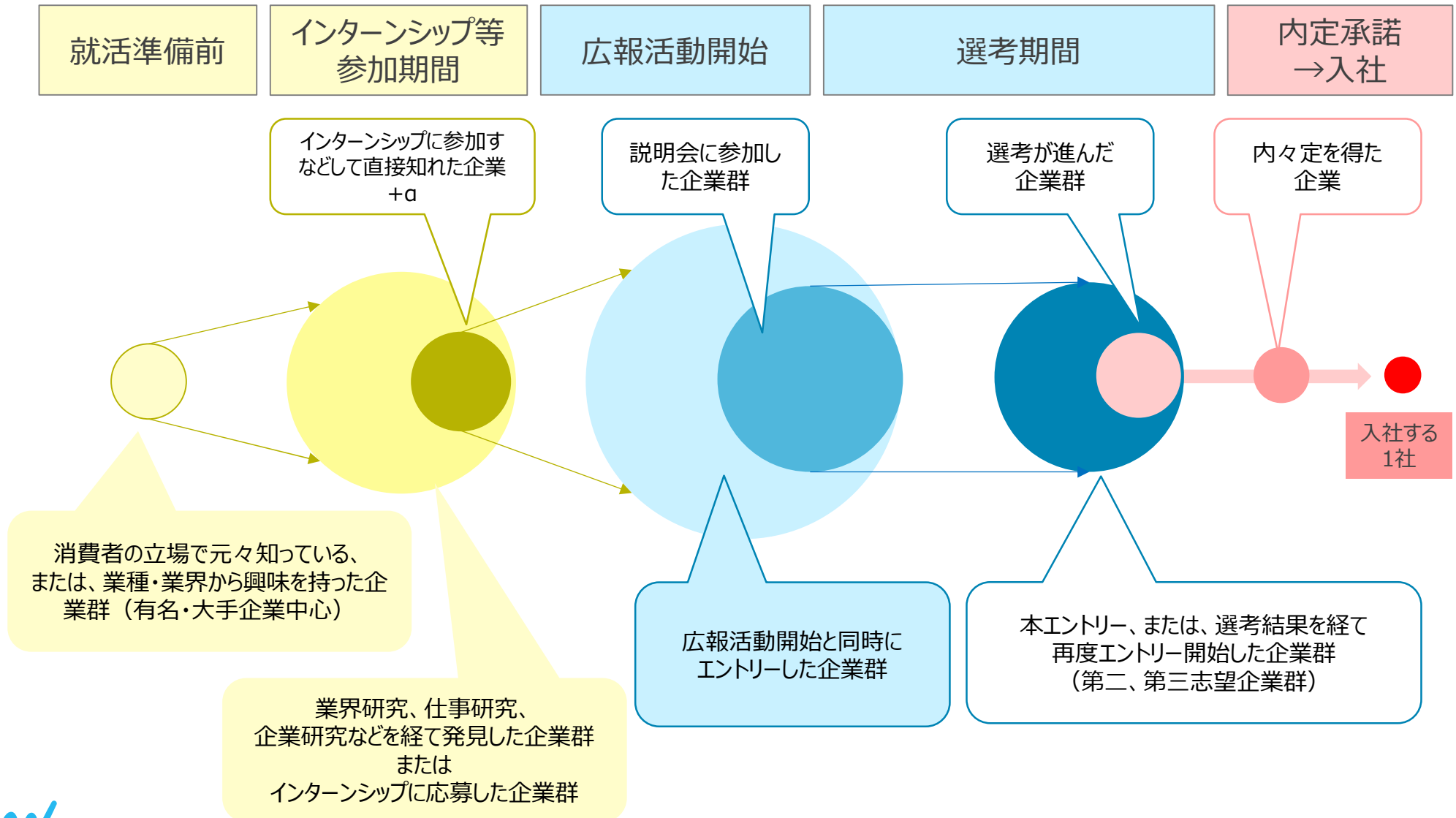
広報活動開始直前は「エントリー企業を検討している」が最多の77.1%

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）

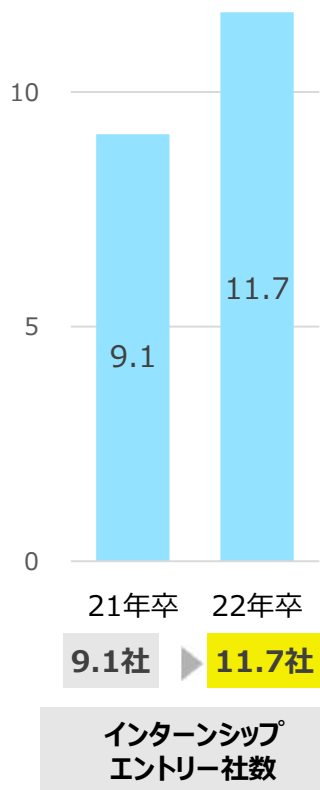


「視野の拡大」と「絞り込み」を繰り返しながら理解を深め、志望度を上げていく



学生の企業接触数

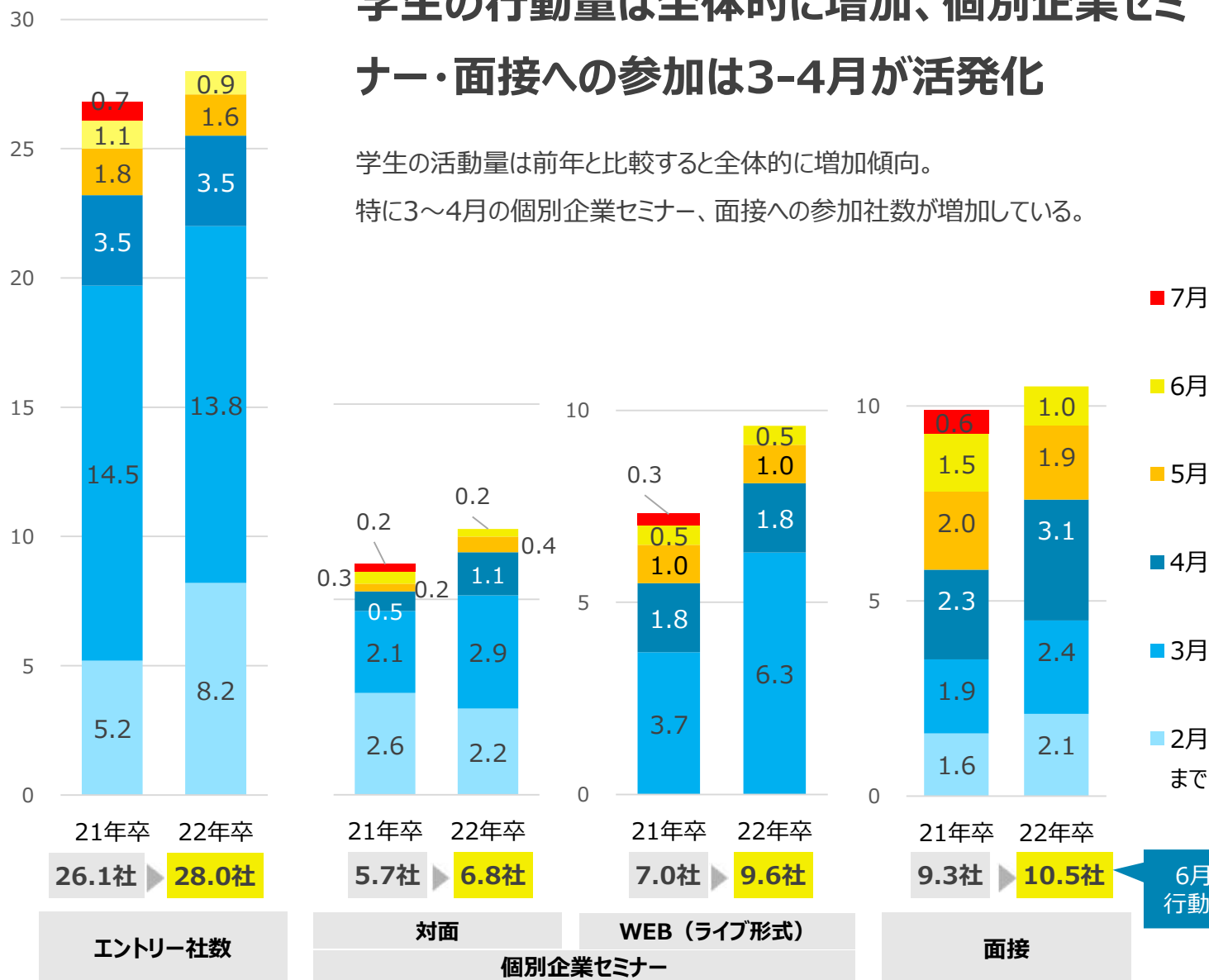
【単位：社】



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。

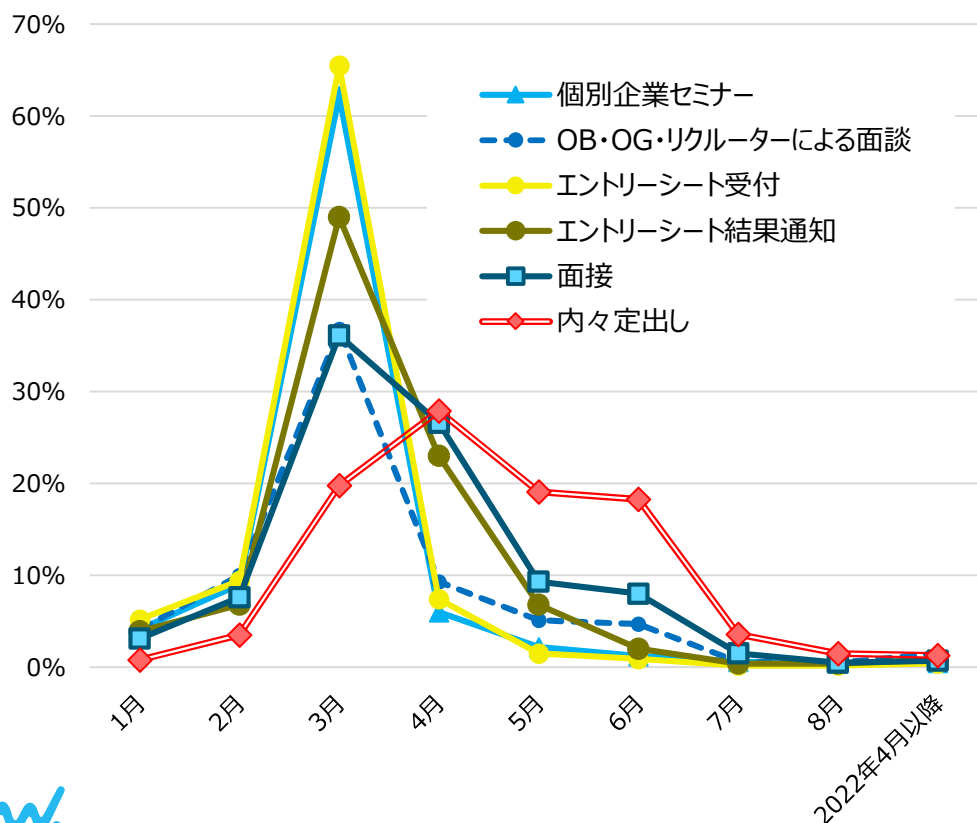


前年に比べて準備が可能だった22年卒採用では**選考スケジュールは計画通り進捗**

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の活用を拡大したり、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。

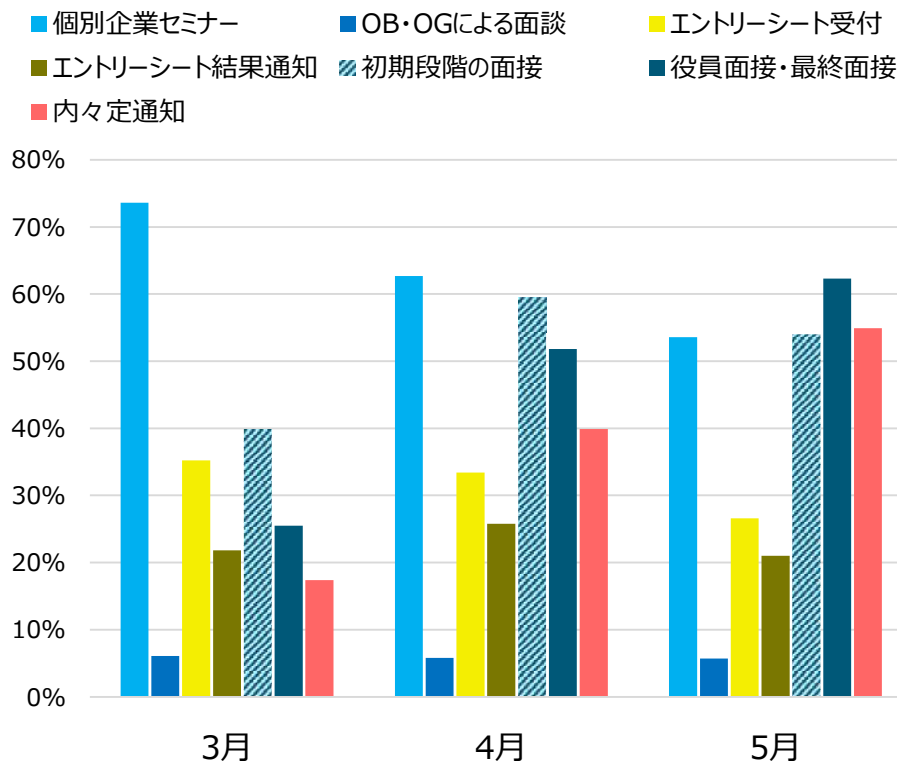
各フェーズの開始時期（当初の予定）

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。

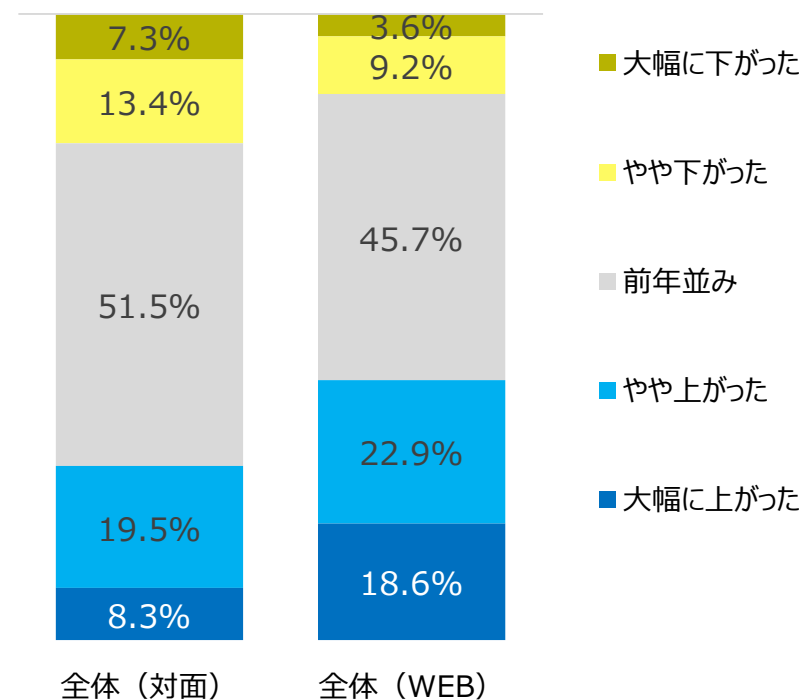
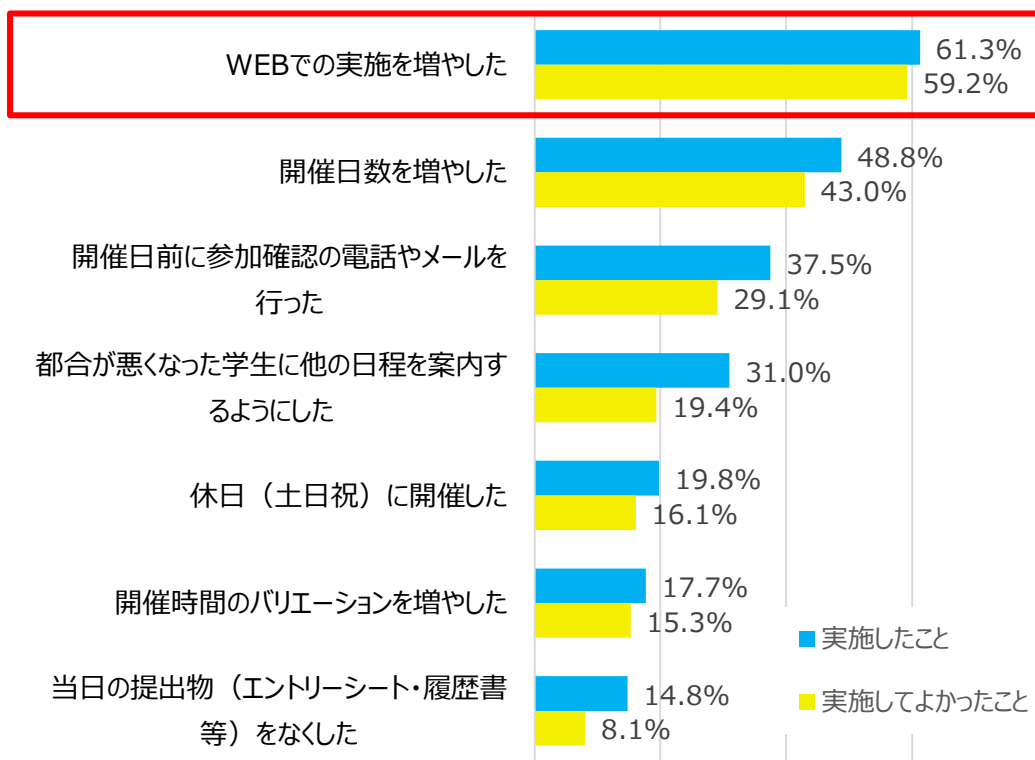
WEB開催により、学生の時間や金銭的な制約や参加ハードルが低下することから、参加率が「前年より上がった」と回答する企業の割合が高くなった。

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。

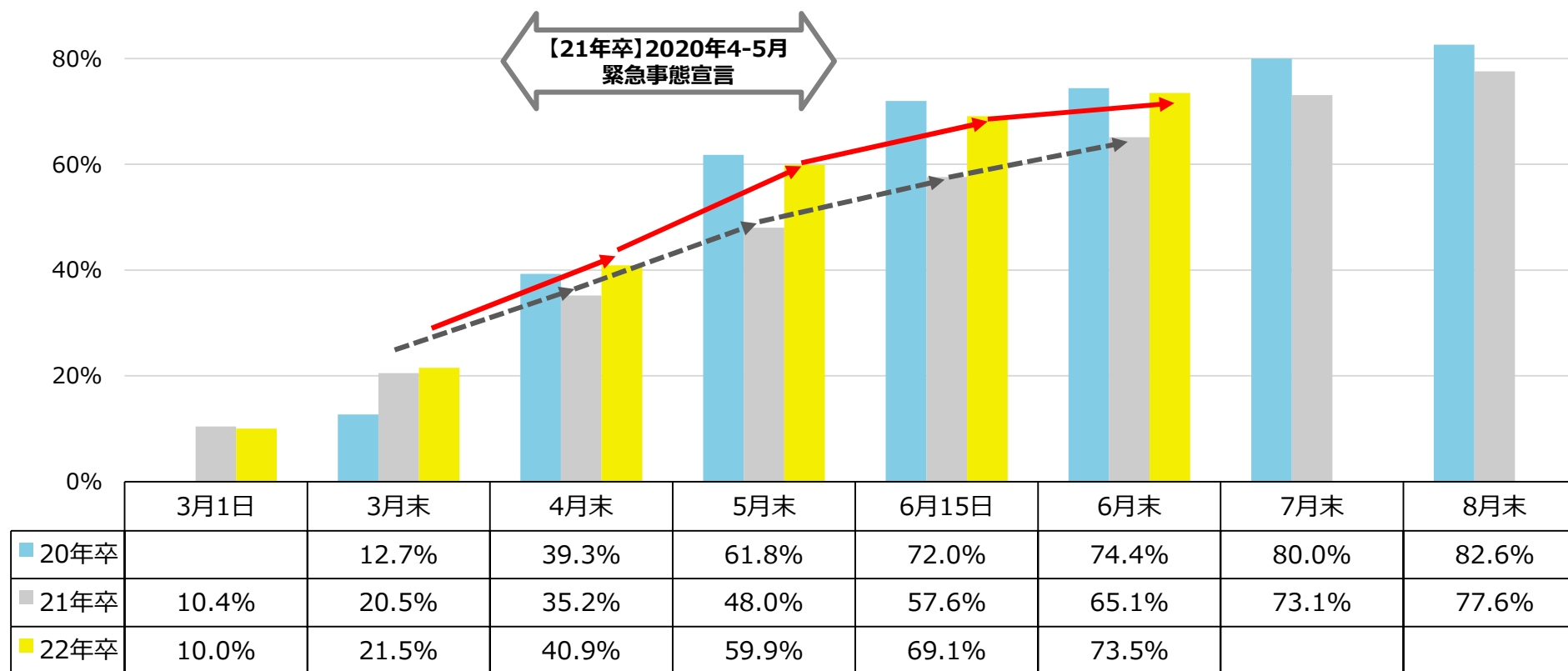
04

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

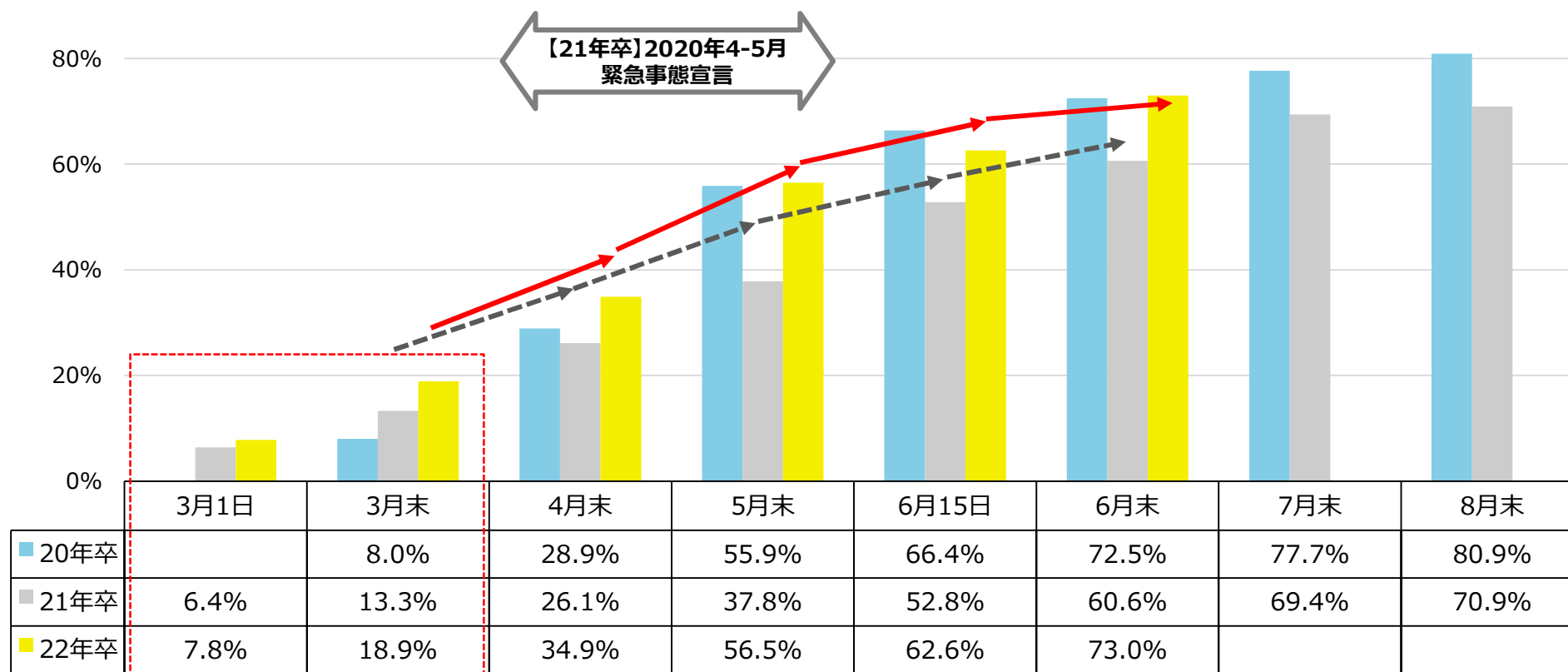


九州・沖縄エリアも、全国同様の進捗。

九州・沖縄エリアも、WEBを活用しての採用活動が浸透した影響もあり前年以上の進捗はもちろん、コロナ禍前の20年卒並みの進捗に。

3月末時点での内々定率が21年卒、20年卒以上に伸びており、九州・沖縄エリアの学生の動きも全国同様早期化し始めていることがうかがえる。

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

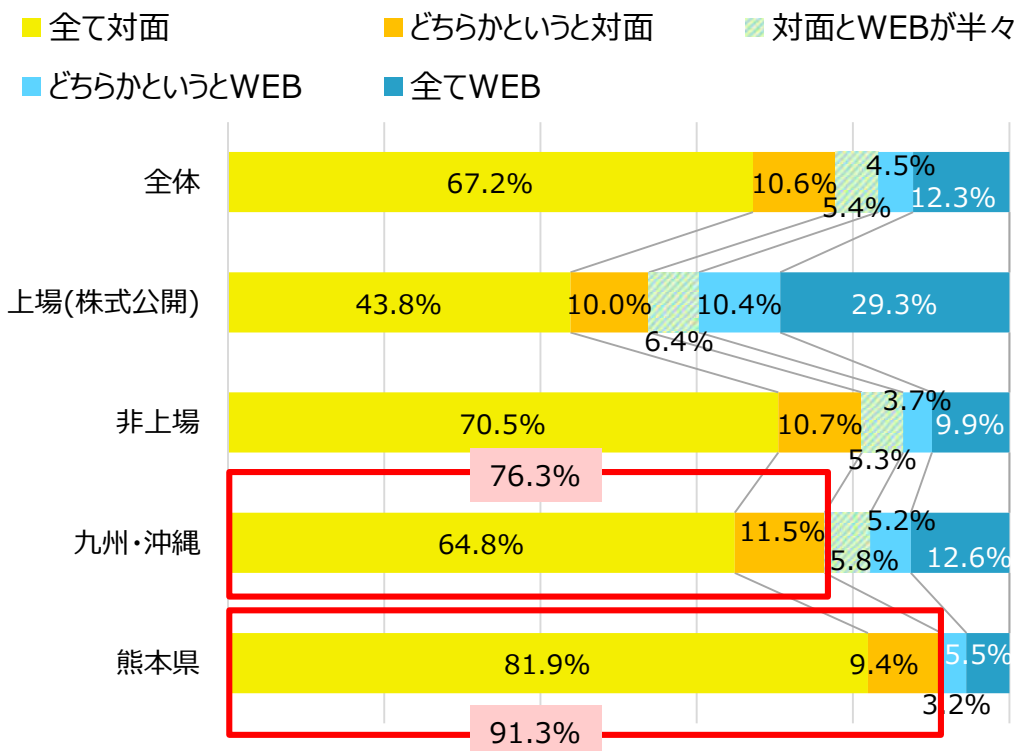
企業

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

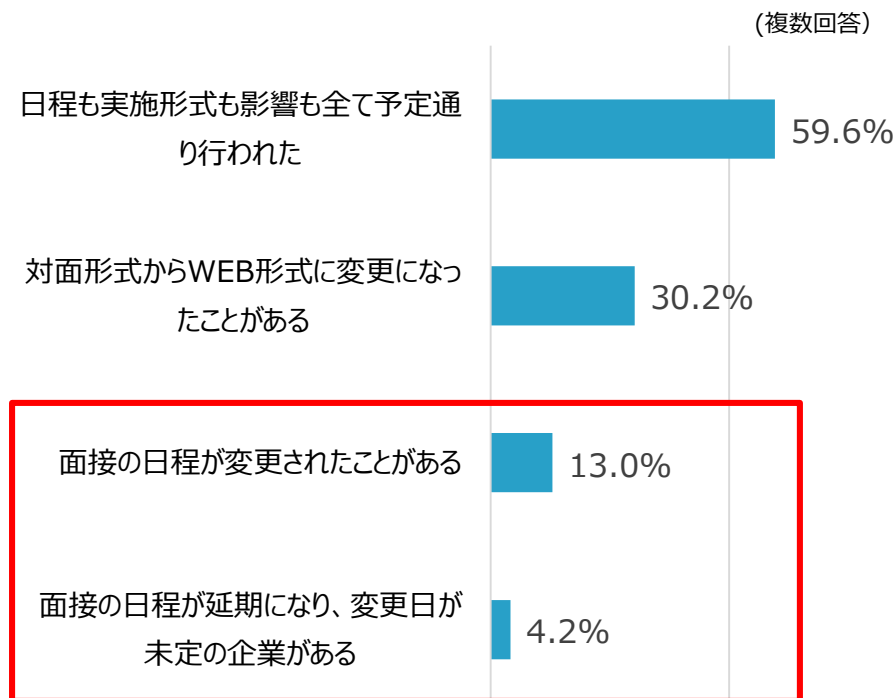
学生

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



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



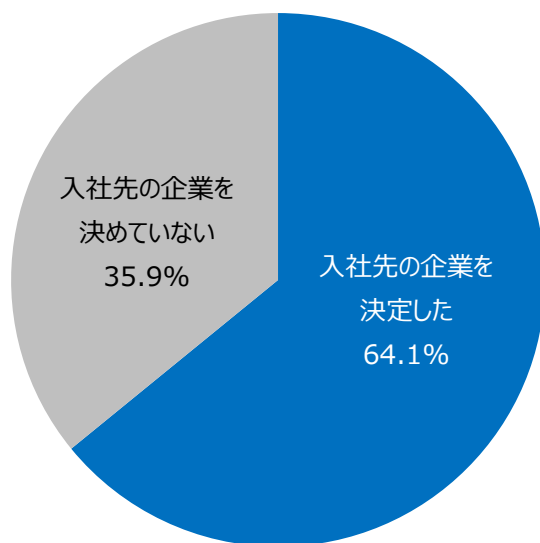
※「4月末以降、最終面接の予定は元々なかった」と回答した学生を除いて集計

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。

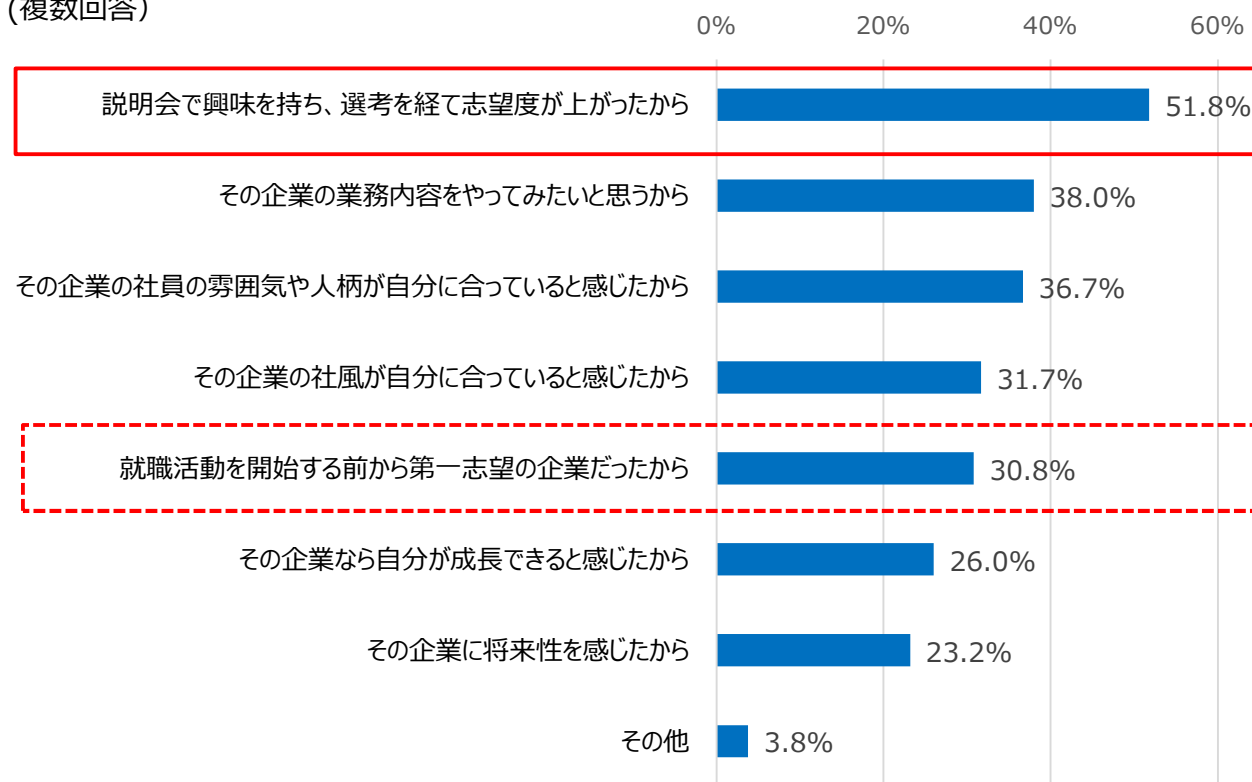
入社予定先を決めた割合

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

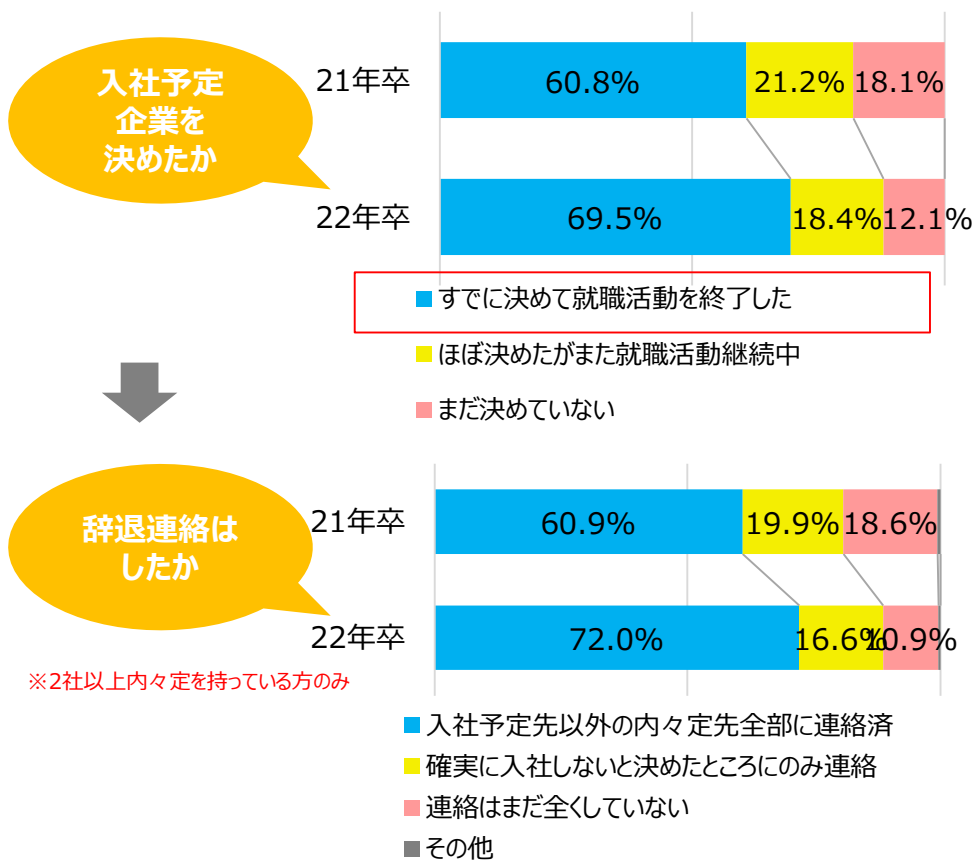
(複数回答)



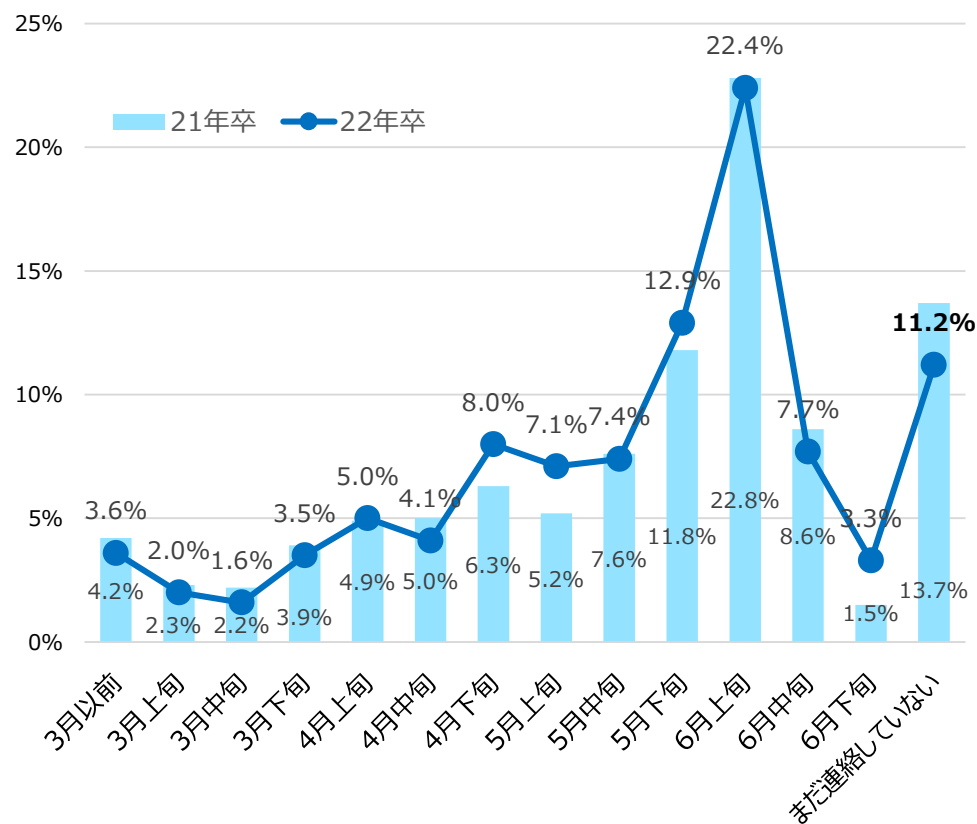
6月時点で入社予定先を決め、内々定辞退の連絡をしている割合は増加

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）

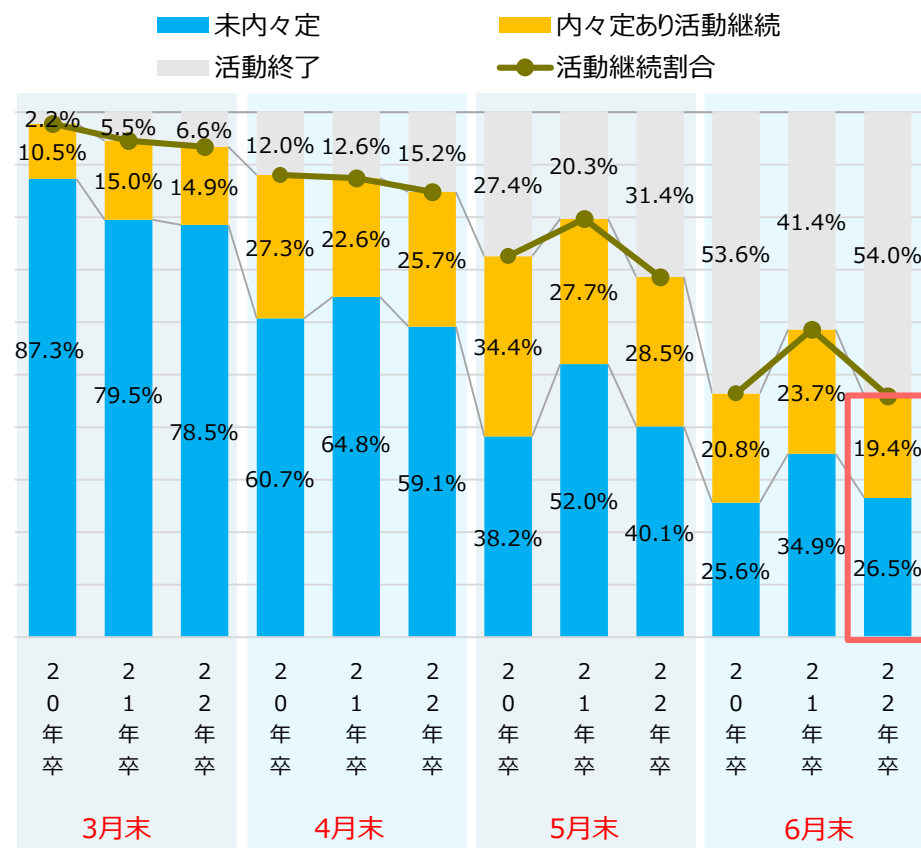


活動継続学生は、5月・6月で大きく減少したが、約46.0%が活動継続。

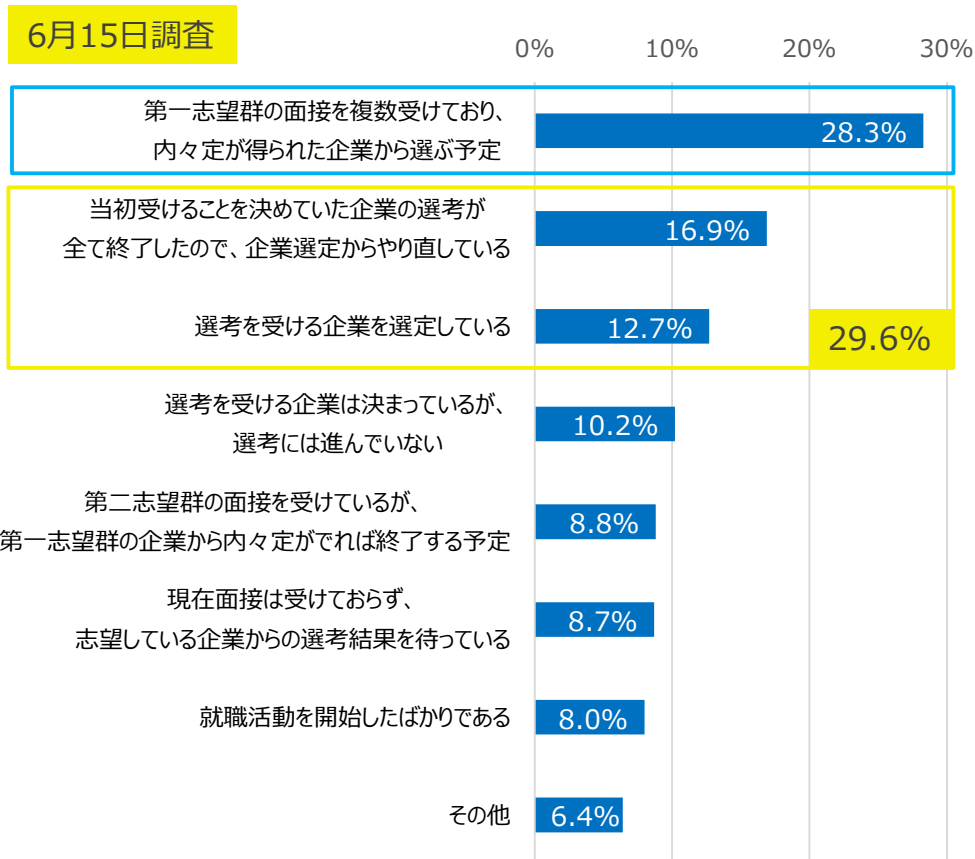
活動を継続する学生は特に前年と比較すると5～6月で大きく減少。6月15日時点で未内々定者に対して現在の状況を聞いたところ「第一志望企業群の面接を（略）内々定が得られた企業から選ぶ予定」と結果を待っている割合が最多だが、次いで「当初受けることを決めていた企業選考が（略）企業選定からやり直している」「選考を受ける企業を選定している」など、改めて活動を再開しようとしている層が続く。

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



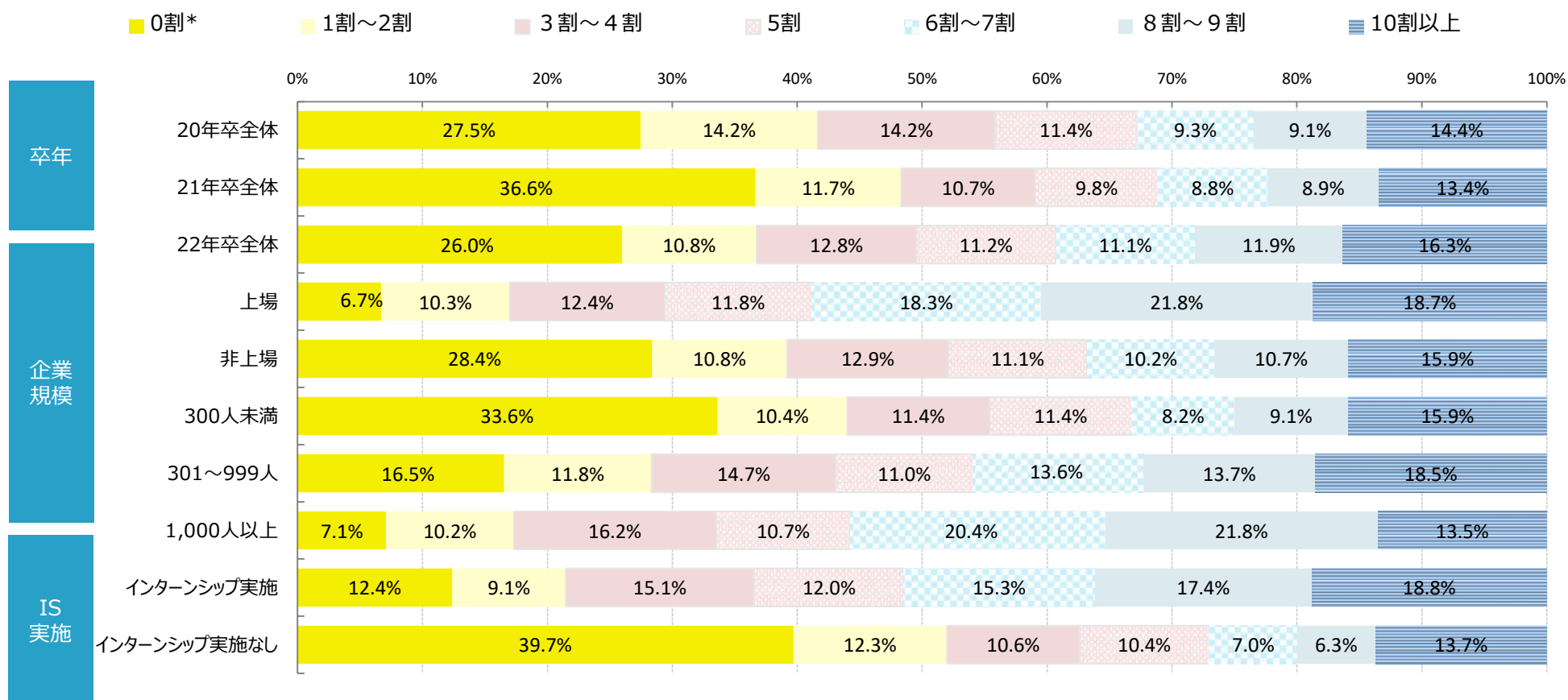
【未内定者限定】 就職活動の進行状況



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）

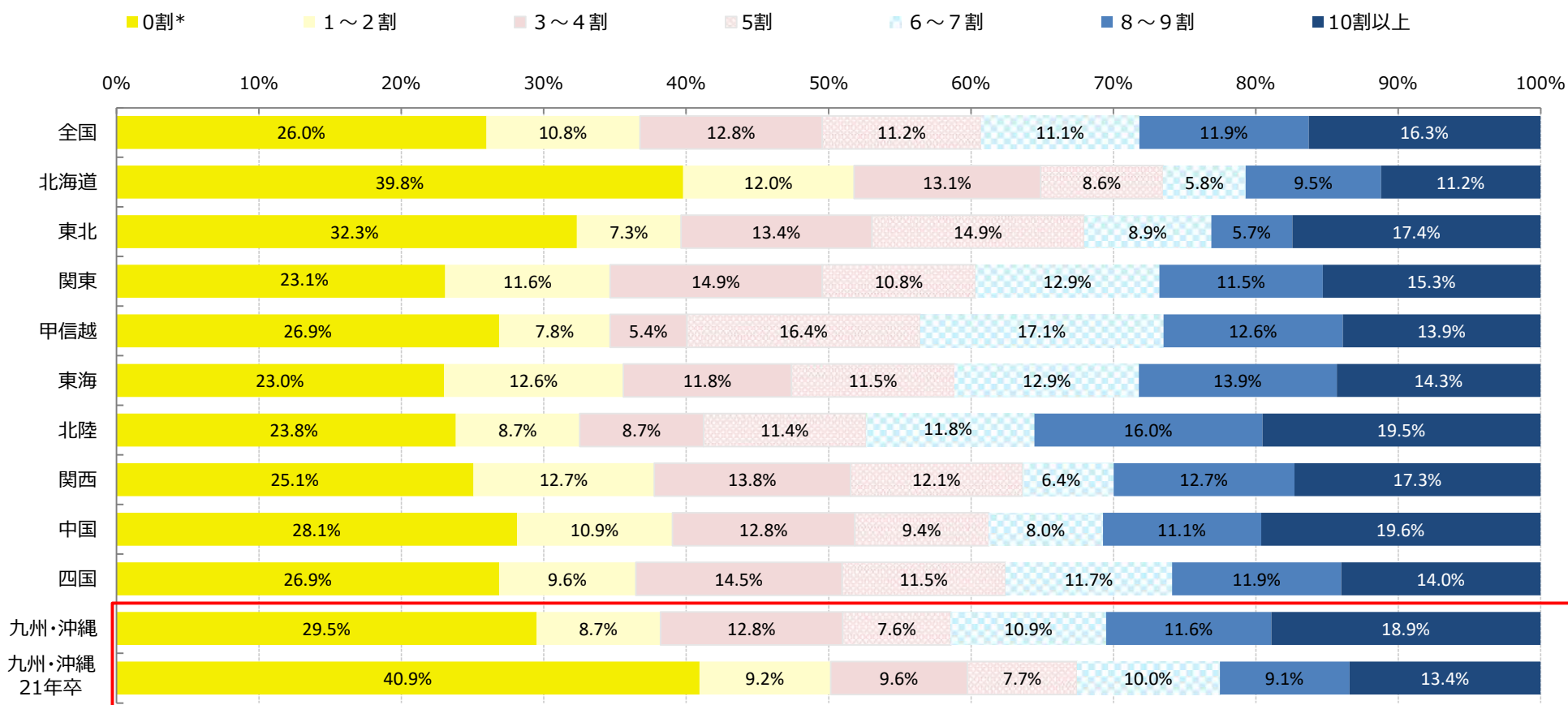


九州・沖縄エリアでの「0割（採用が確定している人がいない）」は全体で29.5pt。

九州・沖縄エリアでも6月末時点での「0割（採用が確定していない）」割合は前年40.9ptと比較して、大幅に改善。

続くコロナ禍でも、各企業WEB対応を行ったこともあり、前年以上に円滑な採用活動が行えていたのではないかと考えられる。

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）



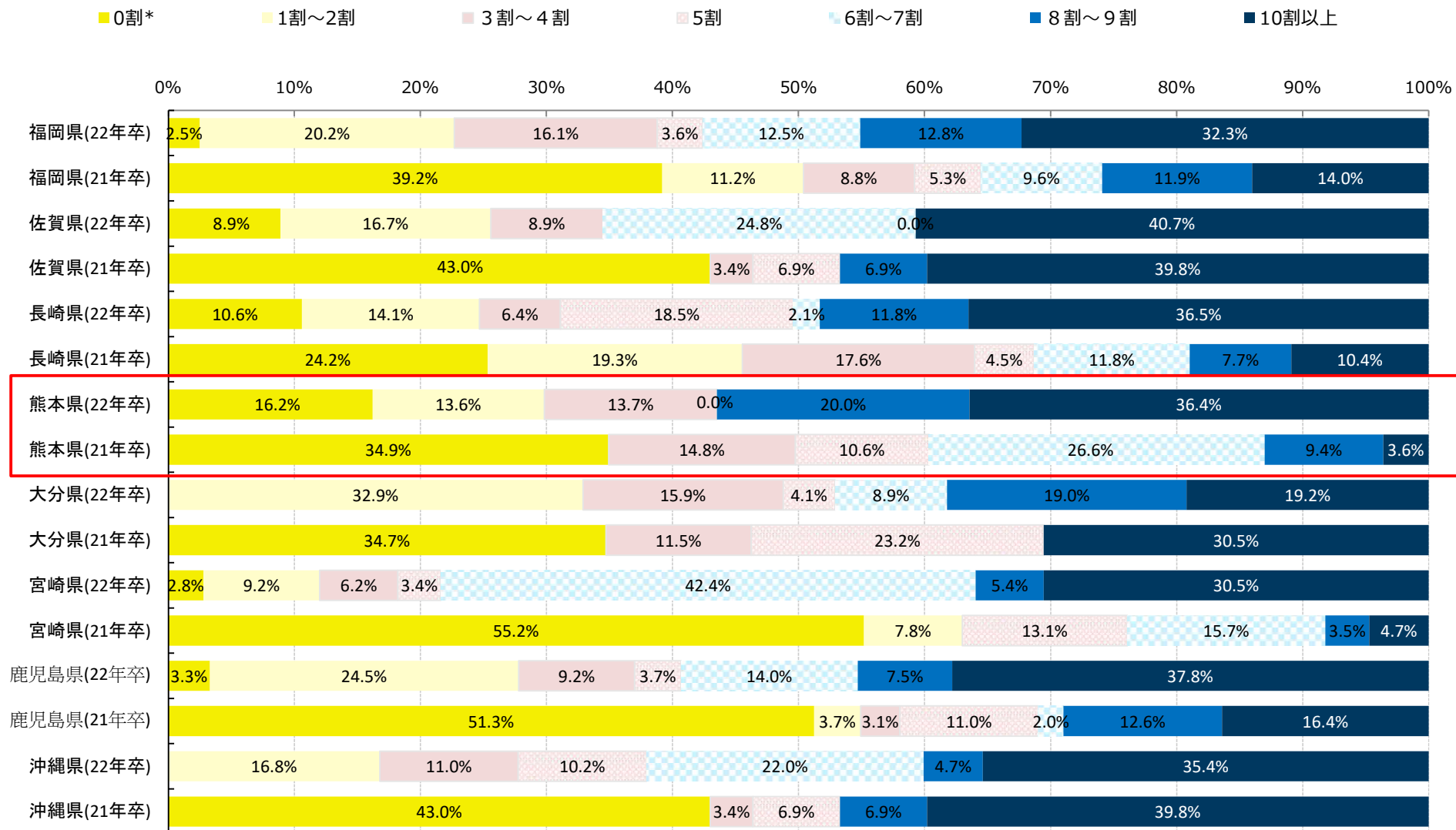
企業側の採用充足率

エリア

学生

企業

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）

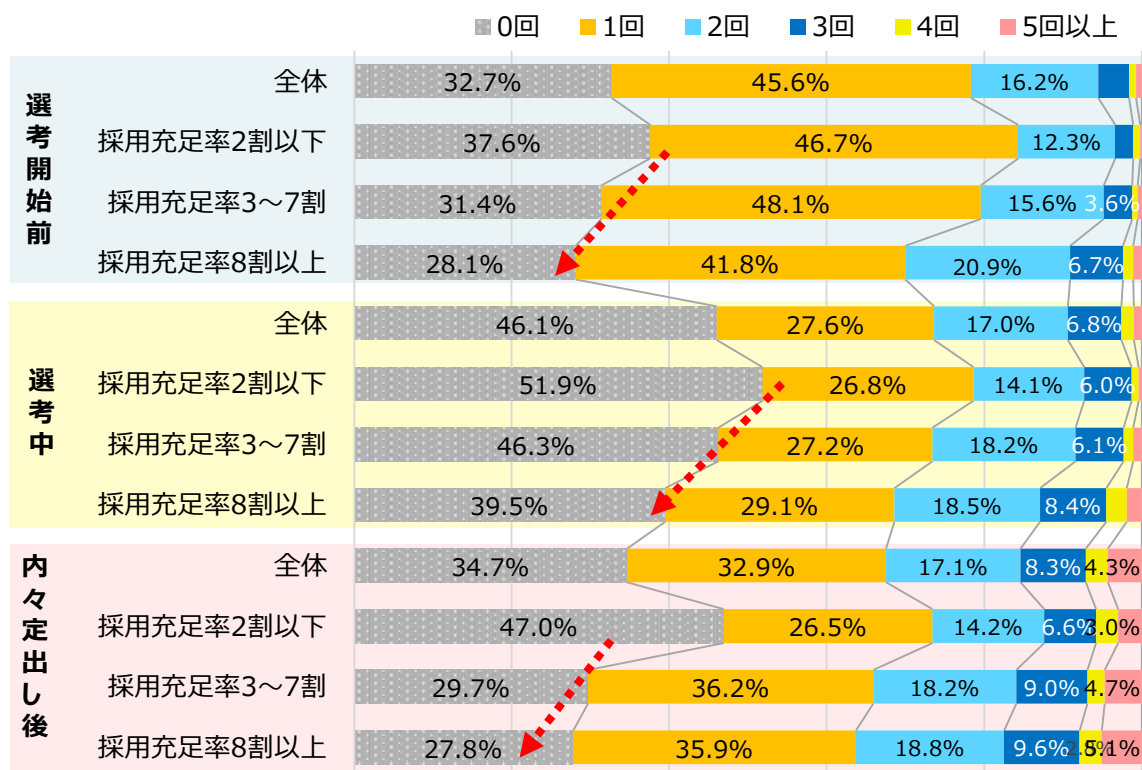


採用充足率の高い企業ほど、学生との接触回数が多い

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るようだ。

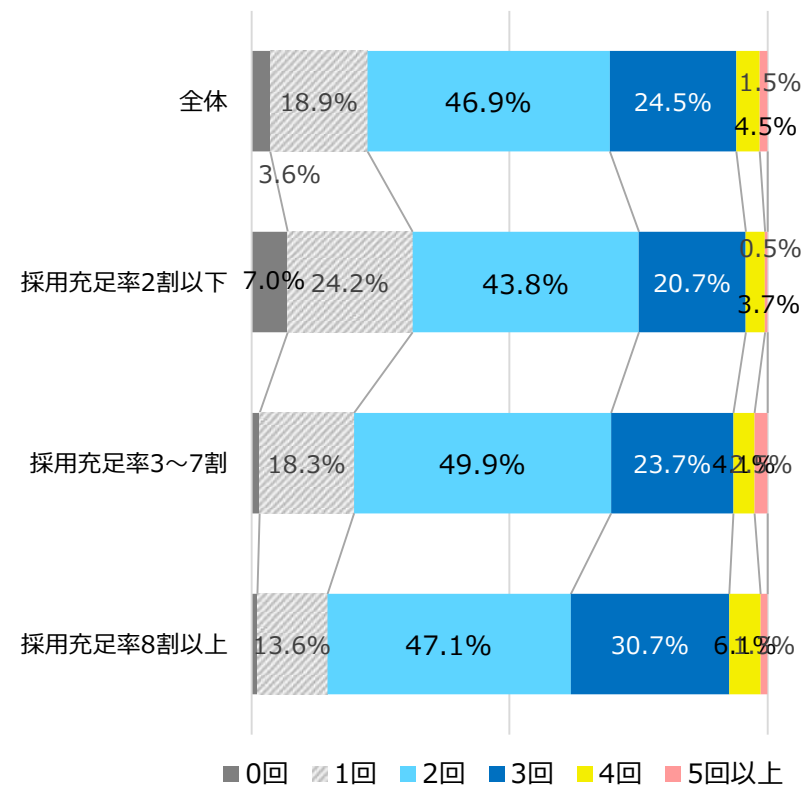
面接**以外**の接触回数 <採用充足率別の比較>

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

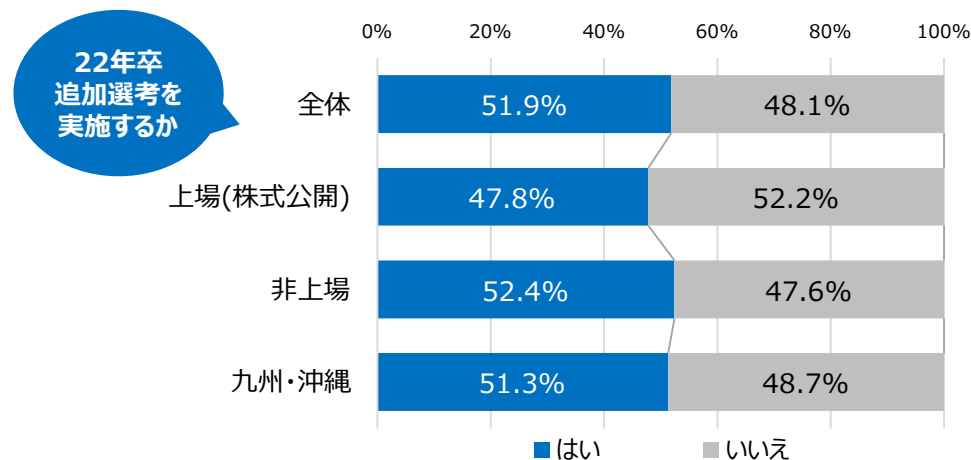


* 面接**以外**の接触 = インターンシップ、セミナー、個別面談、OB・OG訪問、リクレーター面談、ジョブマッチングなど（WEB開催含む。ただし、合否をつける「面談」は含まない。）

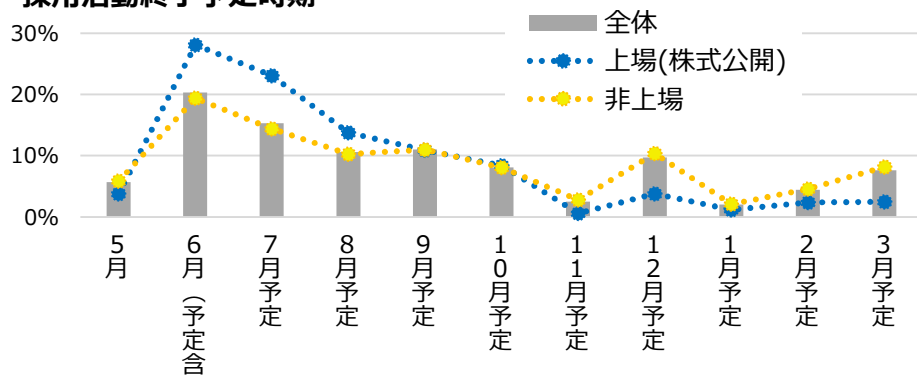
夏以降も追加の選考機会を設ける企業は半数、個別セミナーから実施するが最多

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。

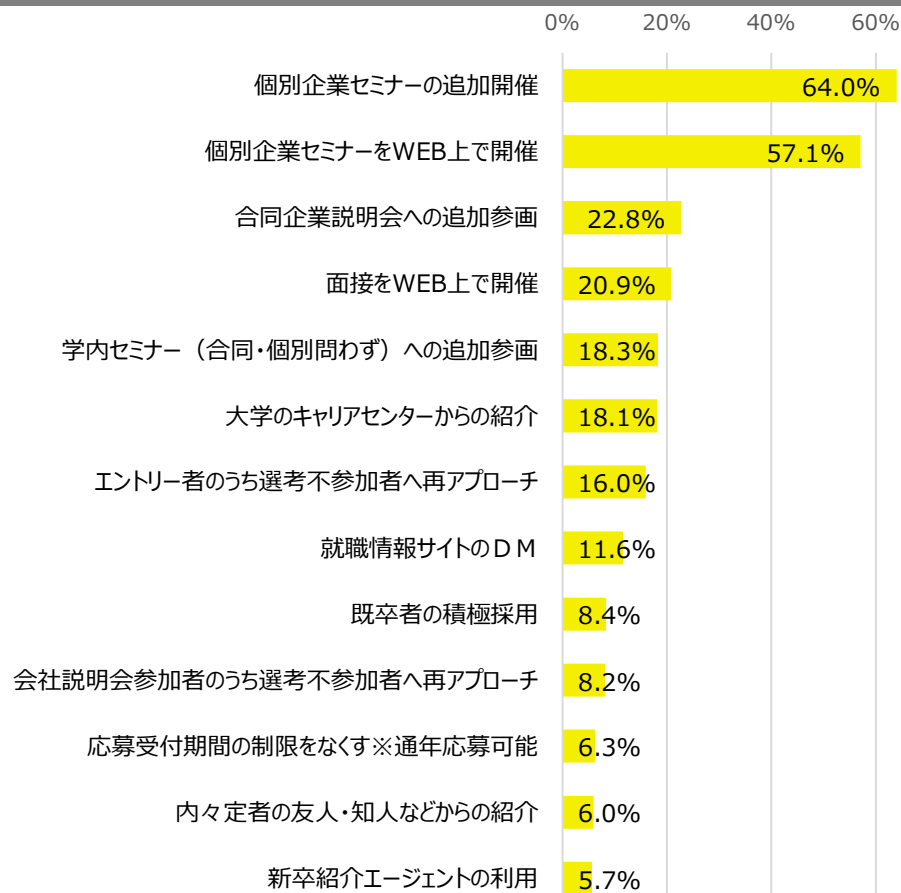
22年卒の追加の選考機会/採用活動終了予定時期



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)



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

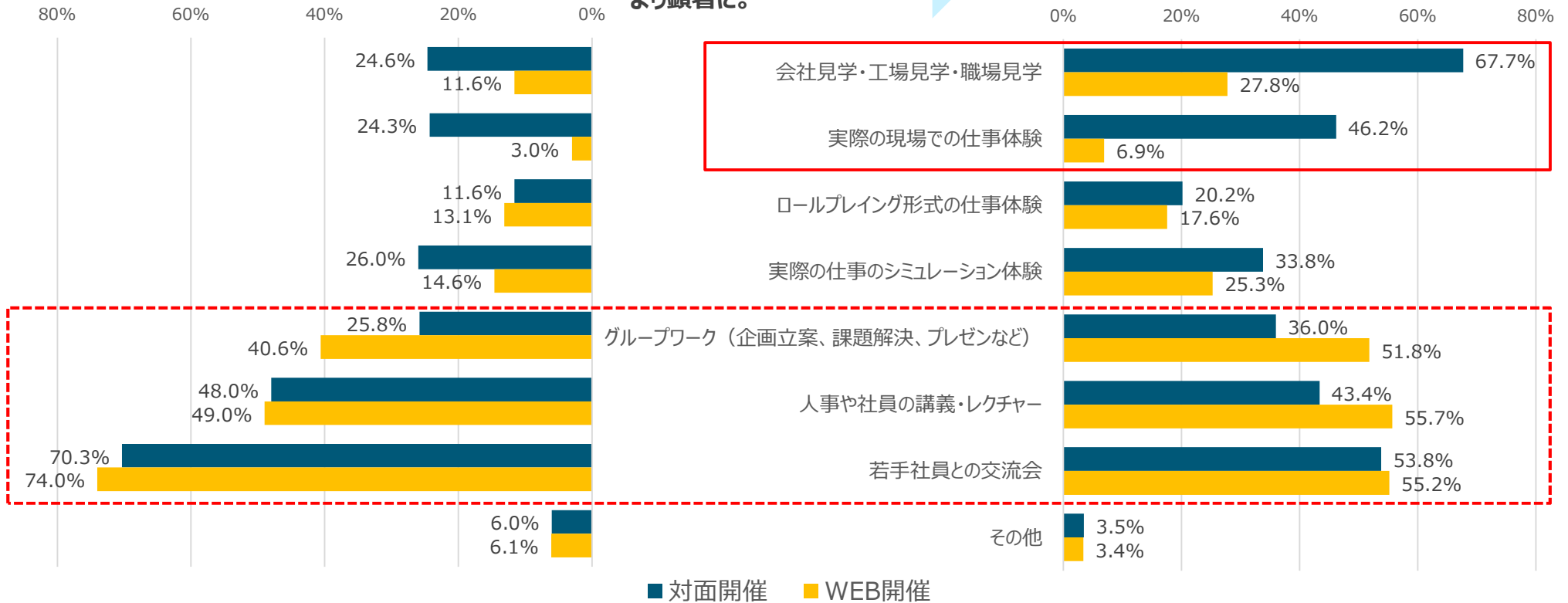
現場での見学・体験は「対面」、グループワークやレクチャーは「WEB」で

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



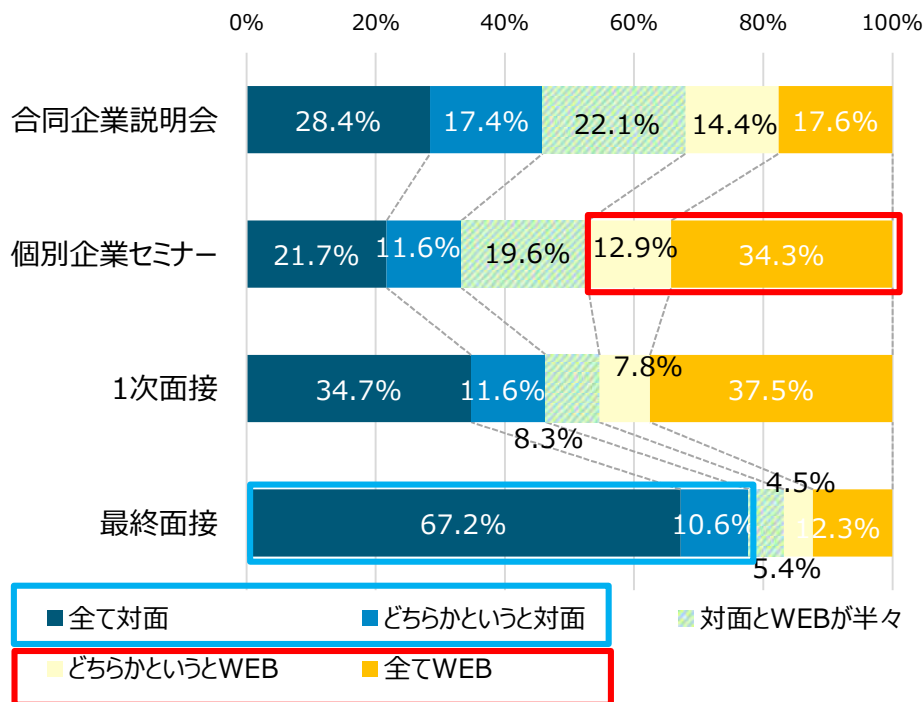
企業はフェーズによってWEBと対面を使い分け、学生のWEB活用は一般的に

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

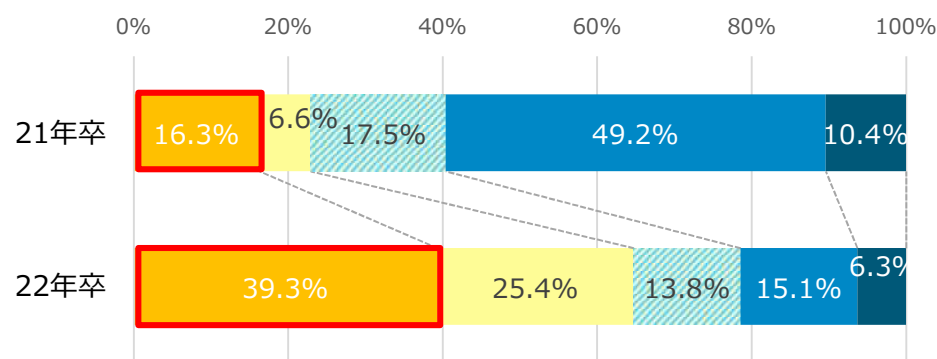
フェーズ別WEB活用状況



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、考えが一番近いもの

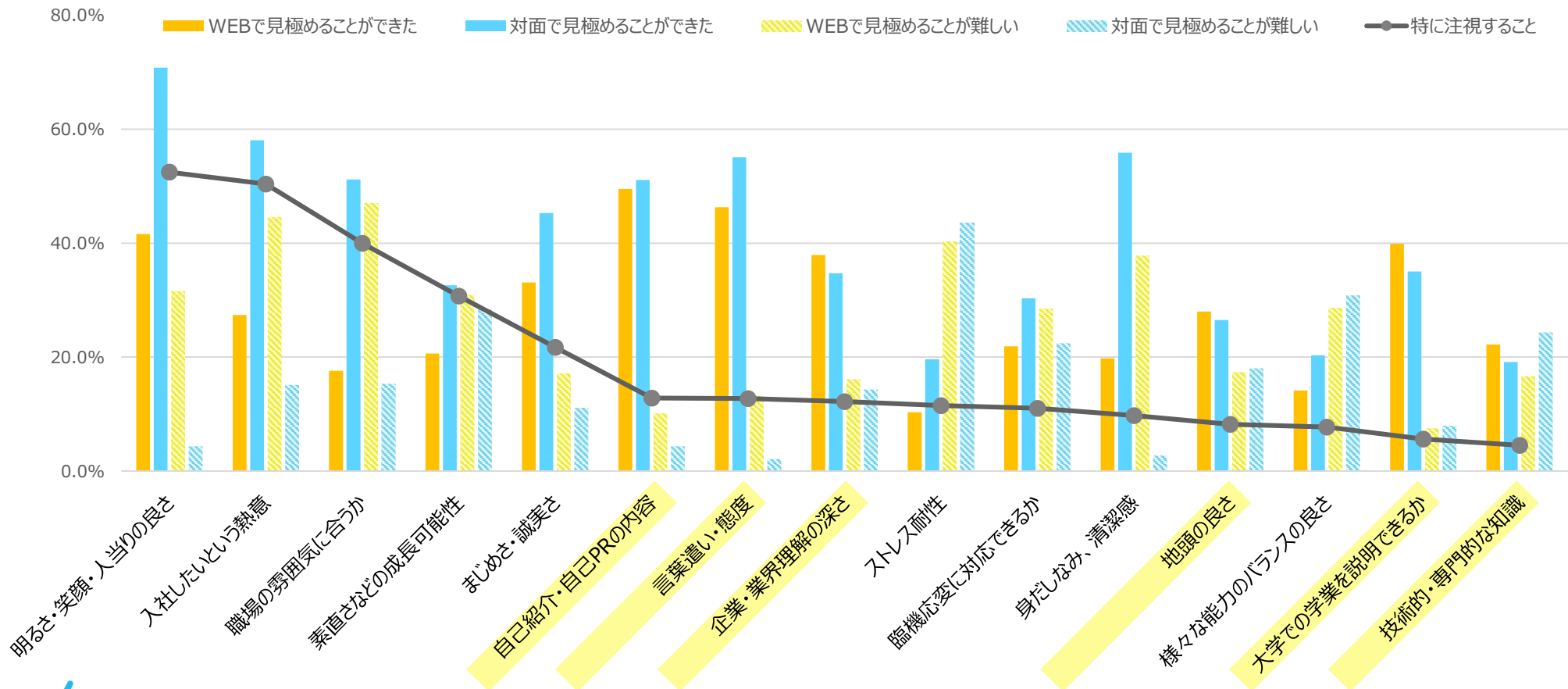


- 全工程（会社説明会～最終面接）WEB化してもかまわない
- 会社説明会～最終面接前まではWEB化してもいいが、最終面接は対面が望ましい
- 会社説明会～1次面接まではWEB化してもいいが、2次面接以降は対面が望ましい
- 会社説明会はWEB化してもいいが、1次面接以降は対面での実施が望ましい
- 全工程（会社説明会～最終面接）対面での実施が望ましい

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/対面に問わ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

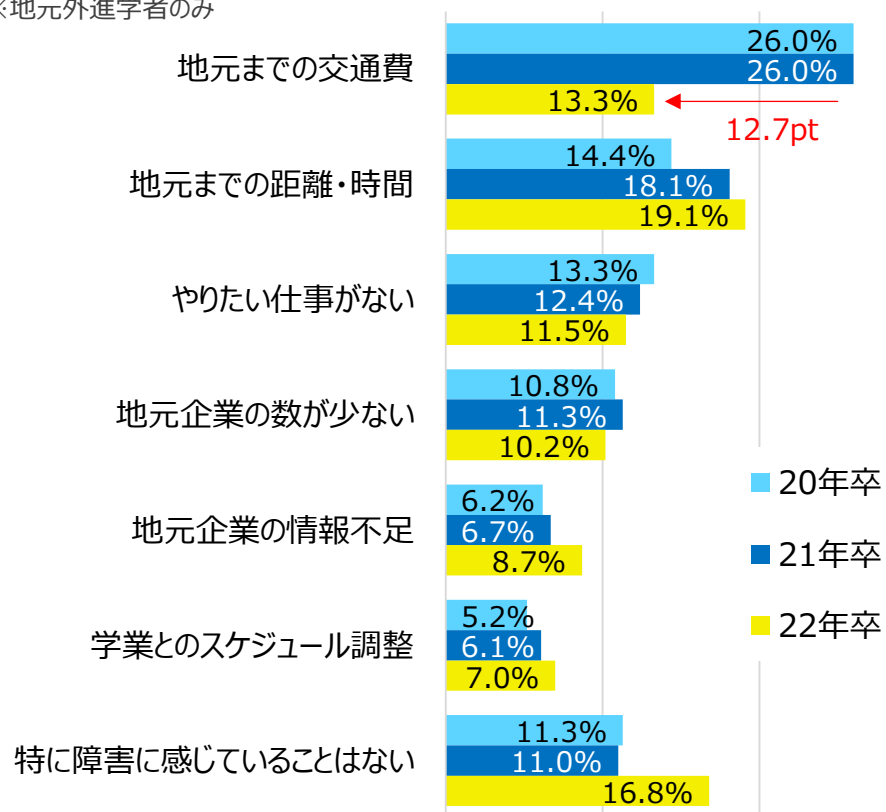


Uターン就活で障害となる「地元までの交通費」が減少、地元就職希望割合が増加

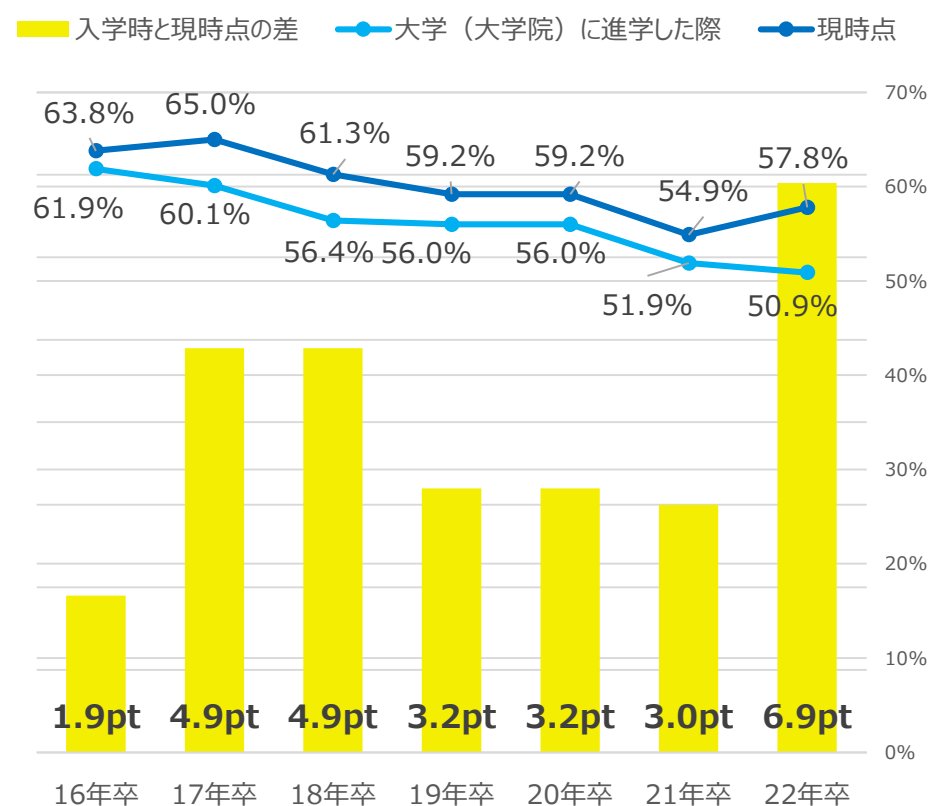
地元企業への就活で最も障害となるのは「地元までの交通費」だったが、22年卒で大きく減少している。地元就職を希望する割合はここ数年減少傾向にあり、22年卒学生も入学時は前年より減少していた。現時点では当時より6.9pt増加し数年ぶりの増加となった。地元にやりたい仕事があるか、など本質的な問題はあがるが、それ以外の阻害要因がWEB活用によって取り除かれたことはUターン採用を行う企業にとっては追い風となったといえる。

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>



熊本県出身学生のUターン就活希状況と

熊本県出身学生のUターン就職を「希望する」割合は九州圏内において最も高い結果に。

現時点で地元就職を希望しますか？

| ◎卒業高校都道府県別 | | 回答数 | 希望する | どちらかという と希望する | どちらかという と希望しない | 全く希望しない |
|------------|------|-----|-------|------------------|-------------------|---------|
| 九州 | 福岡県 | 228 | 29.8% | 32.4% | 21.2% | 16.6% |
| | 佐賀県 | 35 | 39.6% | 22.4% | 18.9% | 19.1% |
| | 長崎県 | 47 | 24.8% | 25.6% | 28.0% | 21.6% |
| | 熊本県 | 76 | 35.6% | 19.2% | 22.1% | 23.0% |
| | 大分県 | 46 | 27.5% | 18.3% | 19.2% | 35.0% |
| | 宮崎県 | 37 | 31.9% | 18.0% | 23.6% | 26.5% |
| | 鹿児島県 | 70 | 28.9% | 11.6% | 24.2% | 35.3% |
| | 沖縄県 | 54 | 27.8% | 18.4% | 27.6% | 26.2% |

地元企業への就職活動で最も障害に感じていることは「地元企業の数が少ない」と回答。

地元企業への就職活動で最も障害に感じていることはどのようなことですか？

| ◎卒業高校都道府県別 | | 回答数 | 地元までの 交通費 | 地元までの 距離・時間 | やりたい仕事がない | 地元企業の 数が少ない | 地元企業の 情報不足 | 学業とのスケ ジュール調整 | 地元企業の 雇用条件(福 利厚生など) | 地元以外での 就職活動との スケジュール 調整 | 地元企業に 知り合いが 多すぎる | 地元企業の 選考スケ ジュール | 特に障害に 感じているこ とはない | その他 |
|------------|------|-------|--------------|----------------|-----------|----------------|---------------|------------------|---------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|------|
| 全体 | | 3,190 | 13.3% | 19.1% | 11.5% | 10.2% | 8.7% | 7.0% | 3.6% | 3.0% | 1.0% | 1.1% | 16.8% | 4.8% |
| 九州 | 福岡県 | 74 | 9.3% | 25.2% | 7.7% | 7.3% | 5.0% | 6.0% | 4.0% | 1.0% | 1.0% | 1.0% | 29.3% | 3.4% |
| | 佐賀県 | 26 | 22.1% | 12.2% | 33.1% | 5.6% | - | 13.2% | 11.1% | - | - | - | 2.7% | - |
| | 長崎県 | 25 | 11.4% | 17.1% | 24.9% | 8.5% | 11.4% | 2.8% | 12.5% | 11.4% | - | - | - | - |
| | 熊本県 | 33 | - | 25.0% | 11.5% | 34.9% | 4.3% | 2.1% | - | 4.3% | 4.3% | - | 8.5% | 5.1% |
| | 大分県 | 32 | 19.5% | 26.4% | 4.6% | 13.9% | 2.3% | 5.5% | 6.9% | 2.3% | - | - | 13.9% | 4.6% |
| | 宮崎県 | 31 | 24.0% | 7.0% | 20.9% | 6.9% | 4.6% | 9.2% | 5.5% | 10.2% | 7.0% | 4.6% | - | - |
| | 鹿児島県 | 43 | 28.0% | 11.7% | 8.3% | 13.3% | 5.0% | 3.3% | 3.3% | 9.6% | - | 1.7% | 7.3% | 8.4% |
| | 沖縄県 | 26 | 9.5% | 23.3% | 9.4% | 12.5% | 6.3% | 13.8% | 15.8% | 6.3% | 3.2% | - | - | - |

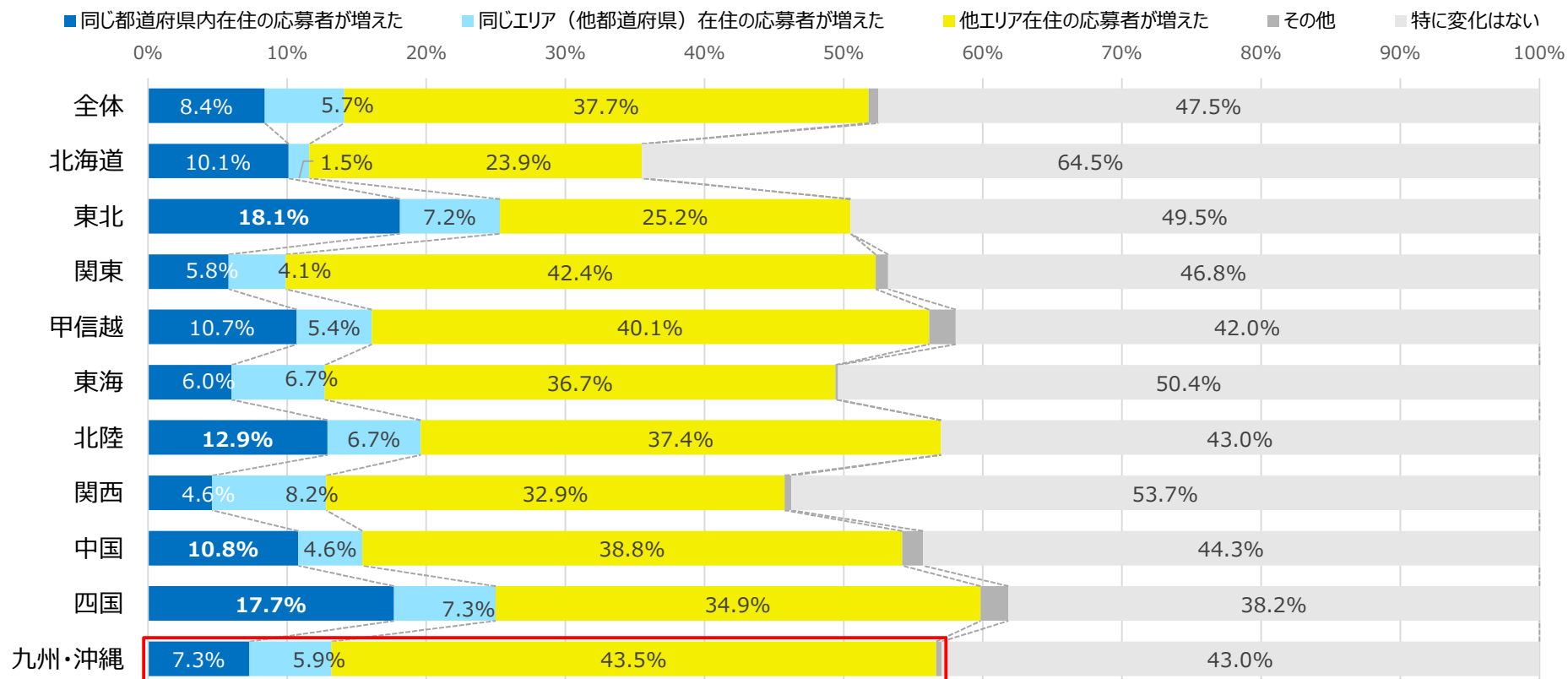
WEB導入の拡大により、全国的に「他エリアからの応募」が増加

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。

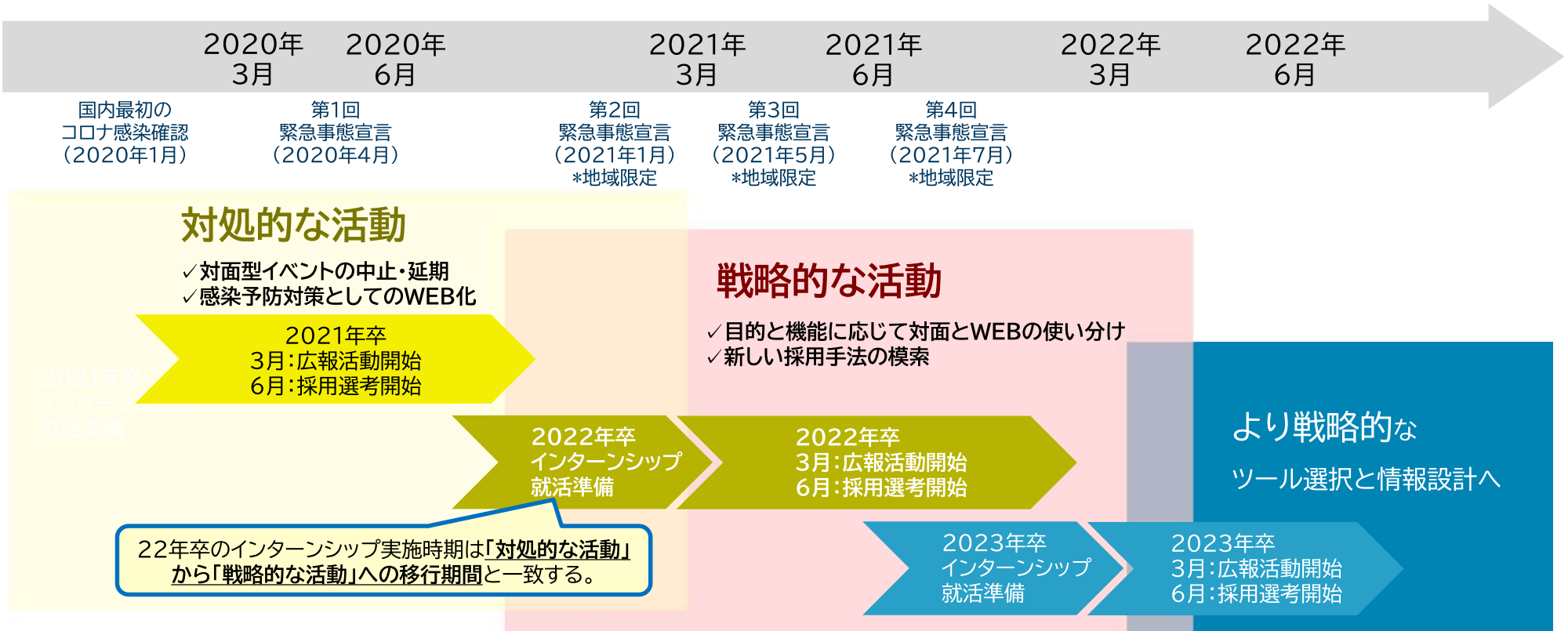
WEB説明会拡大による便宜性から「他エリア在住の応募者」の増加があったと同時に、コロナ禍における「学生の地元志向の強まり」も影響している。

コロナ禍より前と比較した応募者の居住地分布の変化



WEB化による採用活動の変化 | まとめ

政府のコロナ対策と新卒採用状況の整理



Challenges and Solutions:

- Challenge:** WEB化したほうがいい? (Is digitalization better?)
- Challenge:** どのようなWEBツール使う? (Which digital tools should we use?)
- Challenge:** 社員や役員に、WEBツールの使い方レクチャーしないと... (If we don't lecture staff on digital tool usage...)
- Challenge:** 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 (I'm uneasy about digital interviews... Let's summarize key points and distribute them to interviewers.)
- Challenge:** WEB活用で、フォロー面談に参加してもらいやすくなった! (Using digital tools made it easier to get staff to participate in follow-up interviews!)
- Challenge:** 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! (Let's change the application form questions so that each student's understanding deepens.)
- Solution:** 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! (Use digital tools for information provision, mutual understanding, and confirmation of non-verbal information... differentiate usage.)
- Solution:** 録画型の動画の活用で、工数を減らせよう (Use recorded videos to reduce workload.)
- Solution:** UIターン施策にWEBを戦略的に使おう! (Use digital tools strategically in UI-turn initiatives.)

06

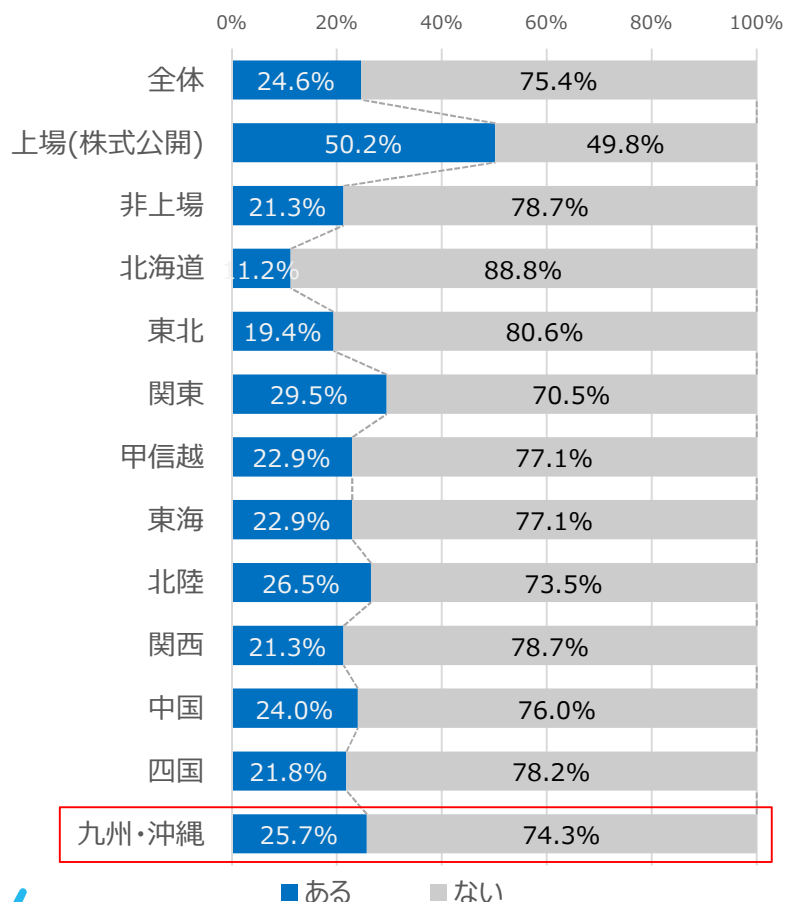
相互理解に向けた取り組み

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

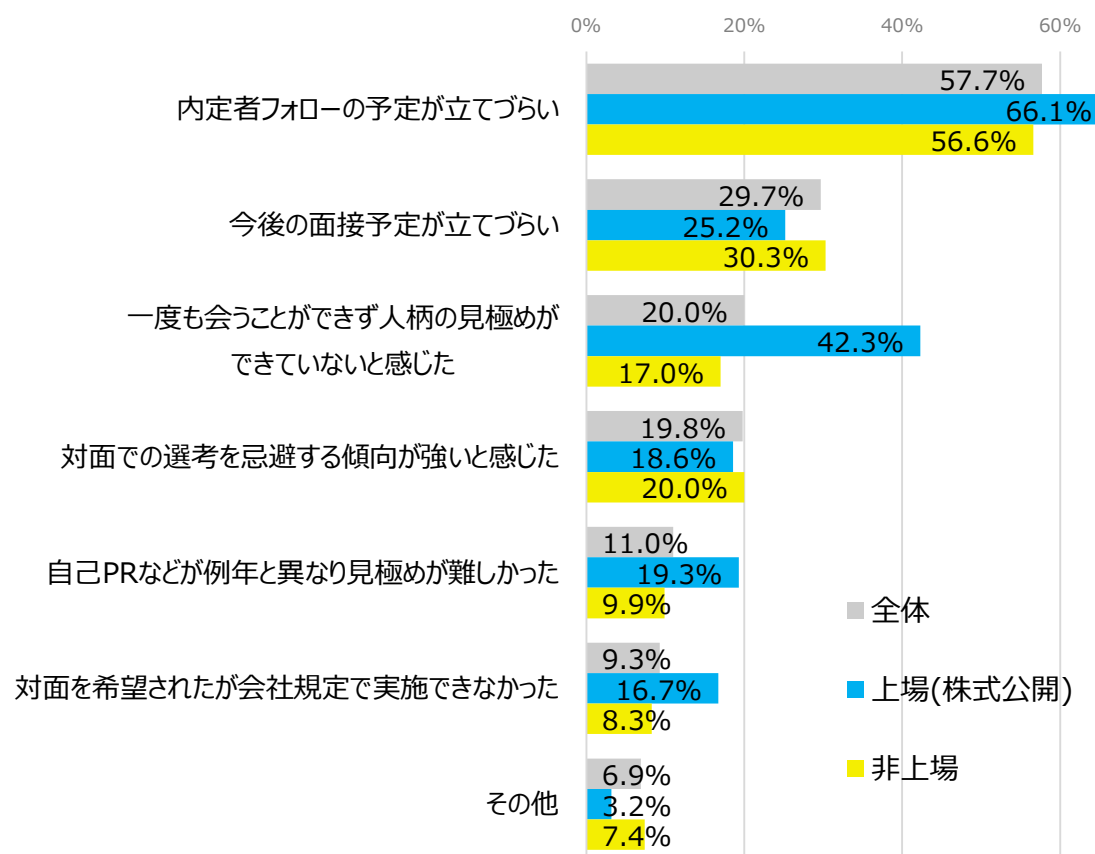
21年卒採用と同様に、対面実施の可否は、企業の出社制限に左右されている。一度も対面を実現しないまま入社まで至るケースも。

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

社内の雰囲気を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。

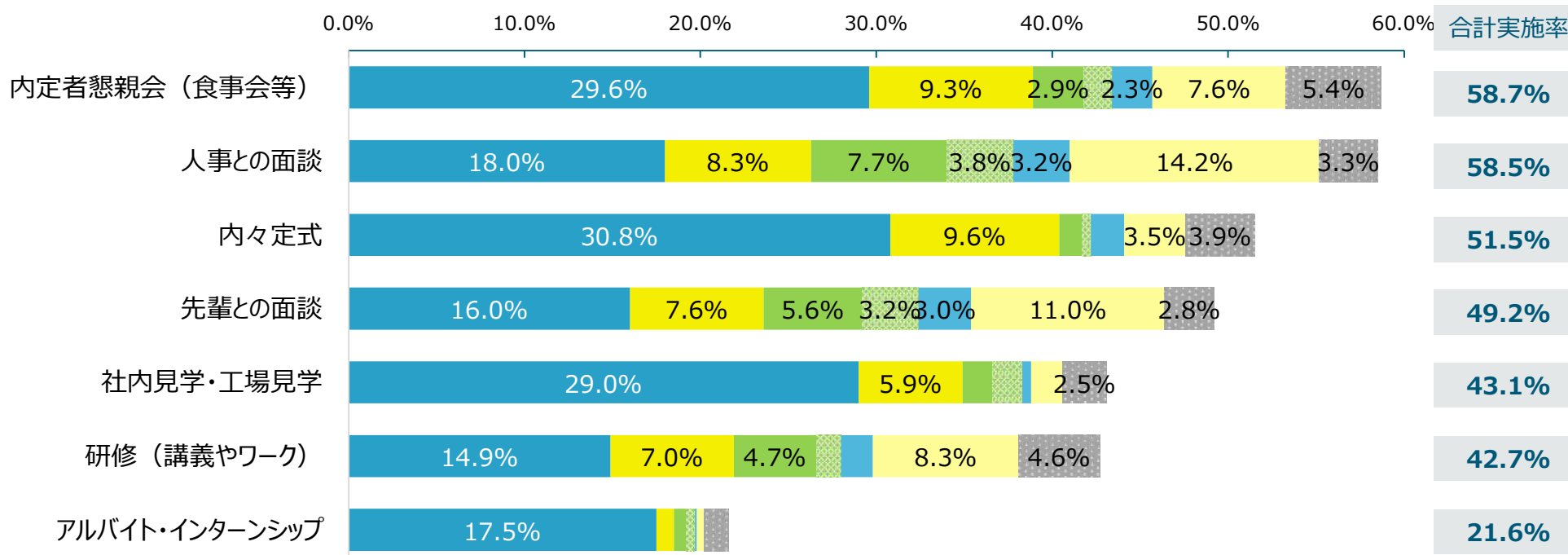
最も多いフォロー施策は「内定者懇親会」「人事面談」。WEB/対面の双方を活用

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」で使い分けられる傾向が高い。

<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」

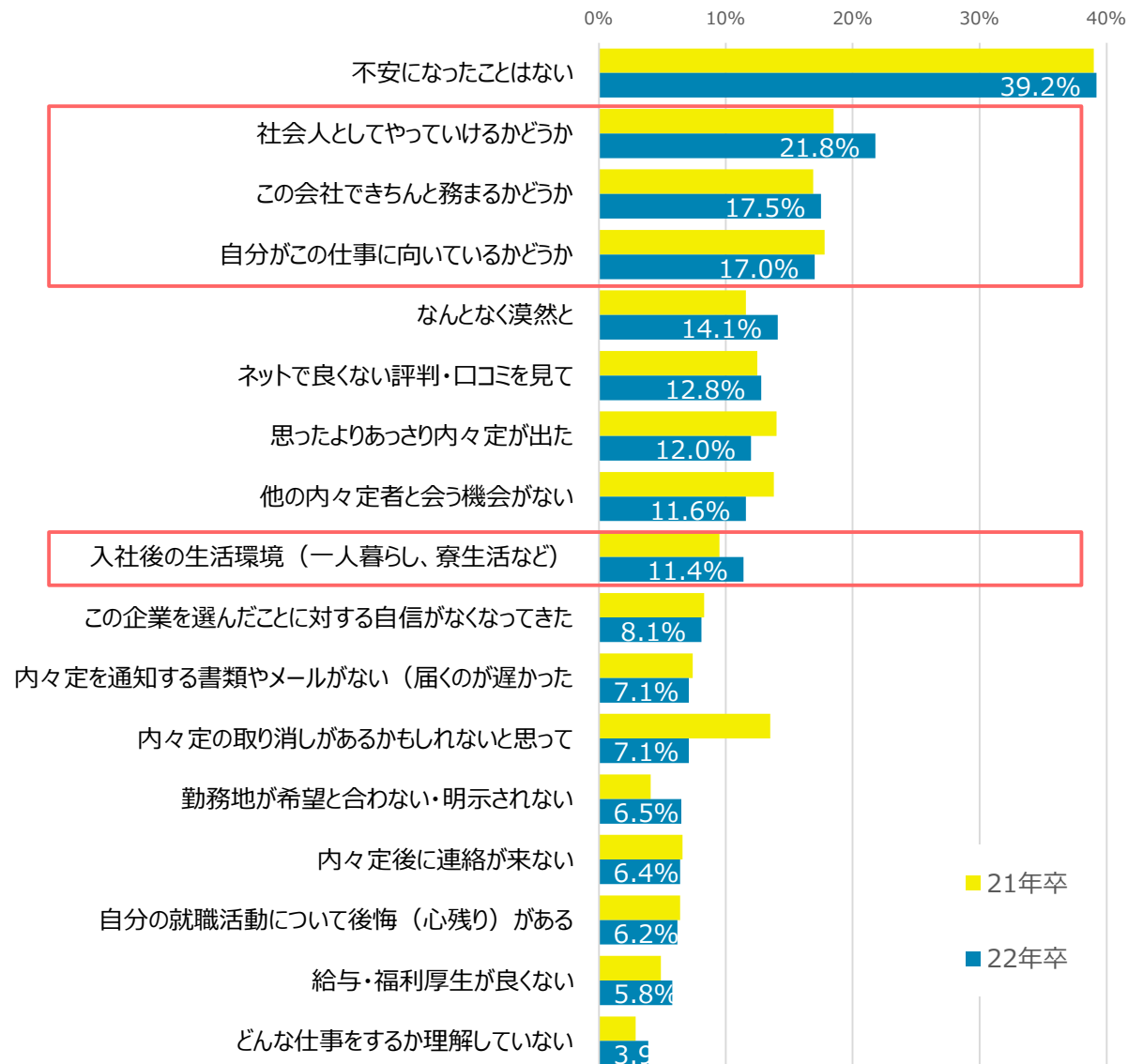
などの、【自分軸】の不安が大きいことがわかる。

不安を抱えている学生の気持ちのフォローこそが、

社会に出る一歩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

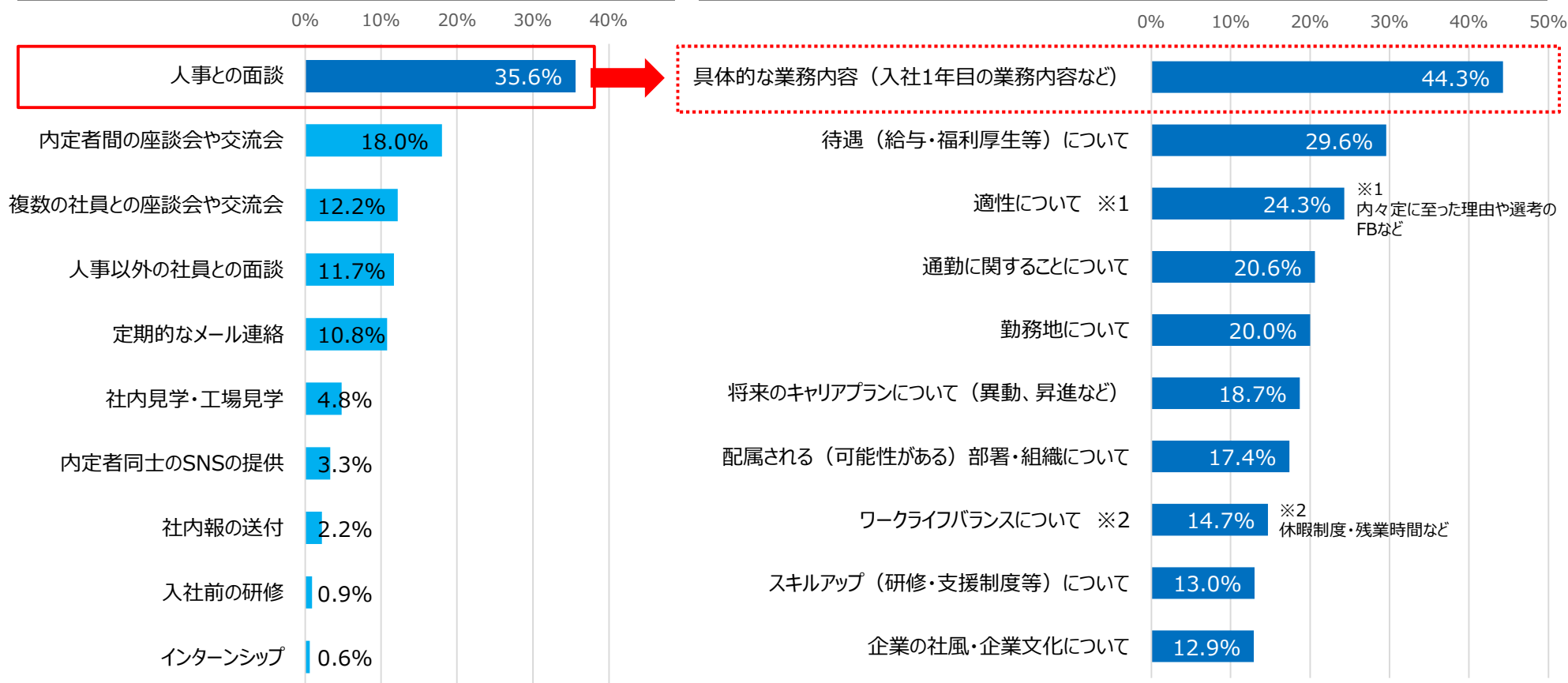
企業側がさまざまな内定者フォローを実施する中、最も学生の不安軽減に有効なのは「具体的な業務内容」について理解すること。

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



※1 内々定に至った理由や選考のFBなど

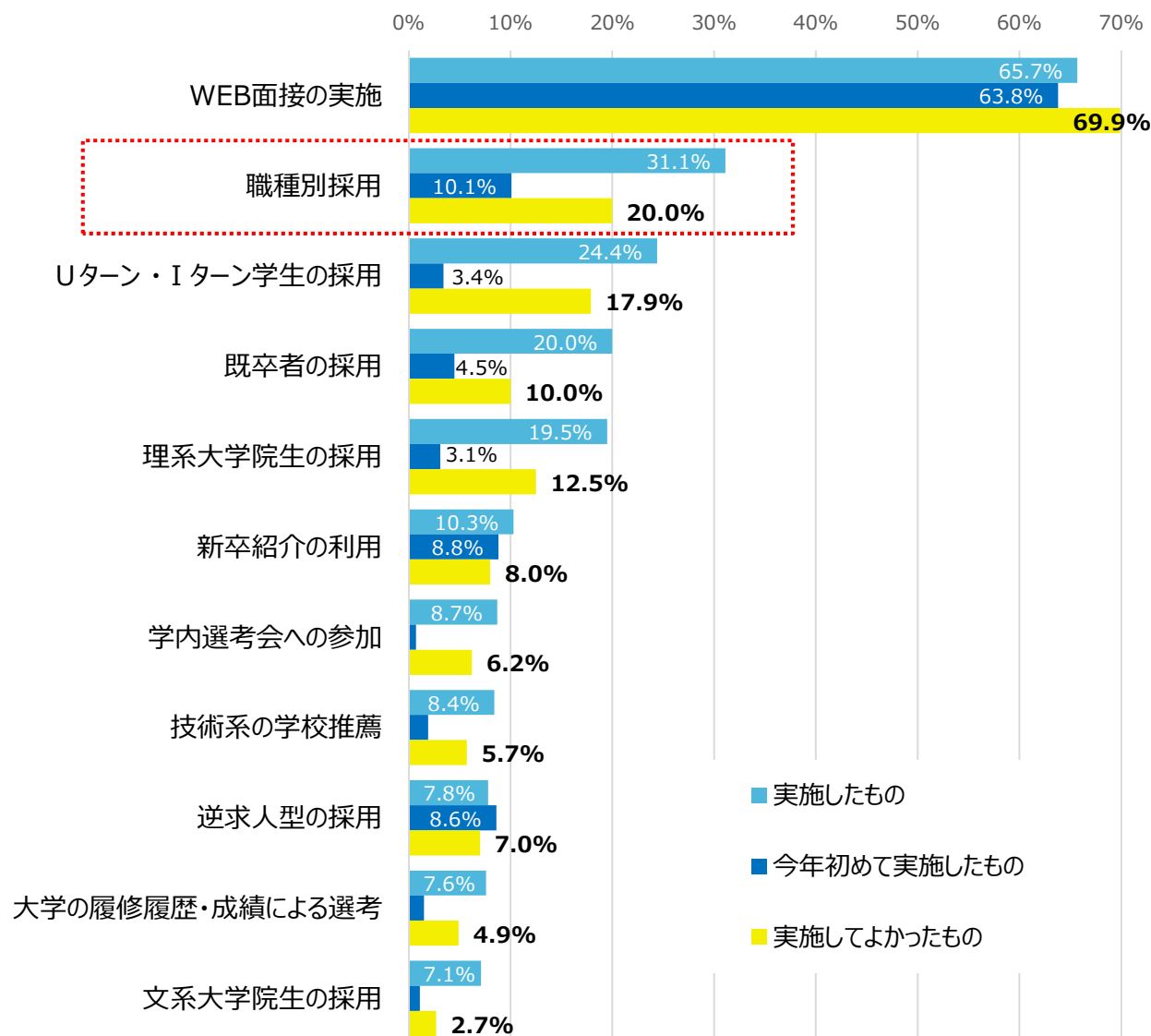
※2 休暇制度・残業時間など

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



まとめとご提案① | 提供可能な情報とは

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



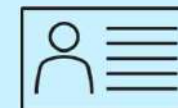
社員

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



- ✓ 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……

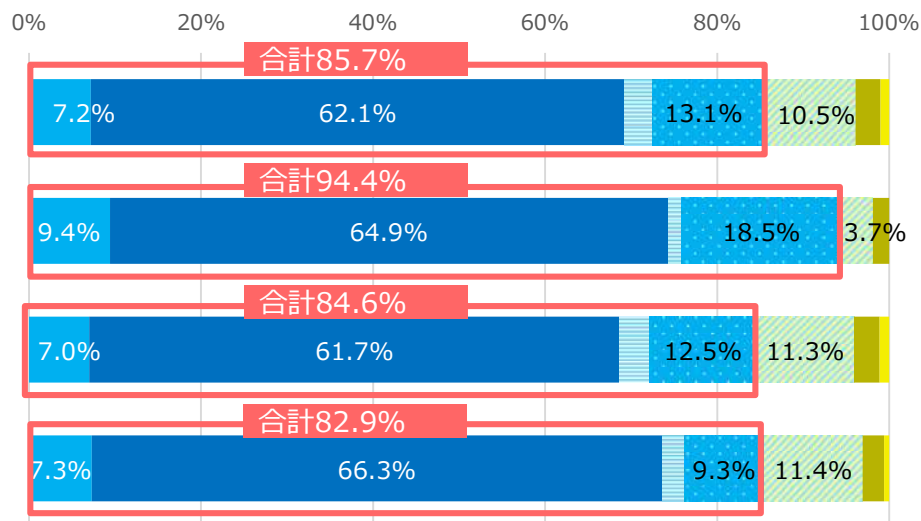
22年卒採用実施企業に対して23年卒計画を聞いたところ、85.7%が継続して実施すると回答。上場企業では94.4%となった。

「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

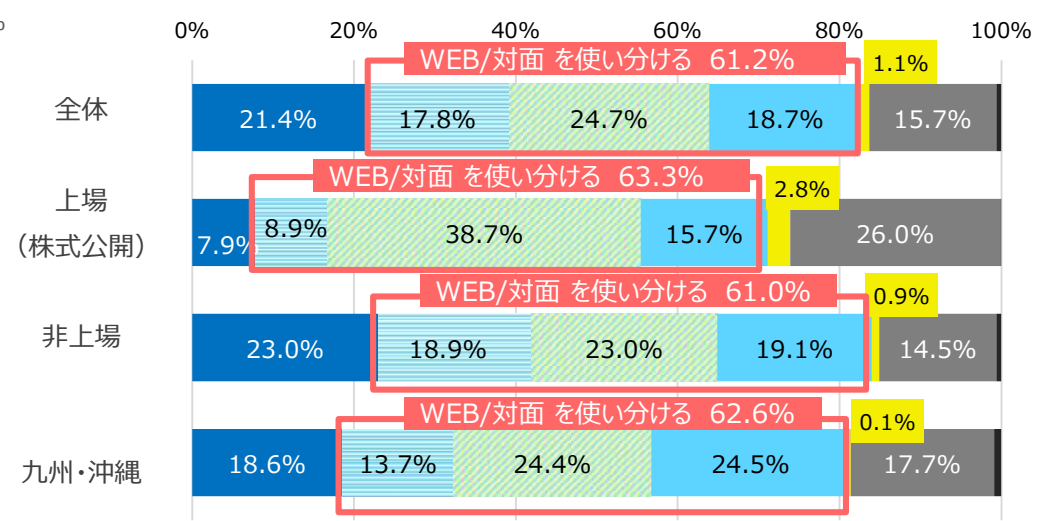
22年卒に続いて採用を実施予定との回答が85.7%



- 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>

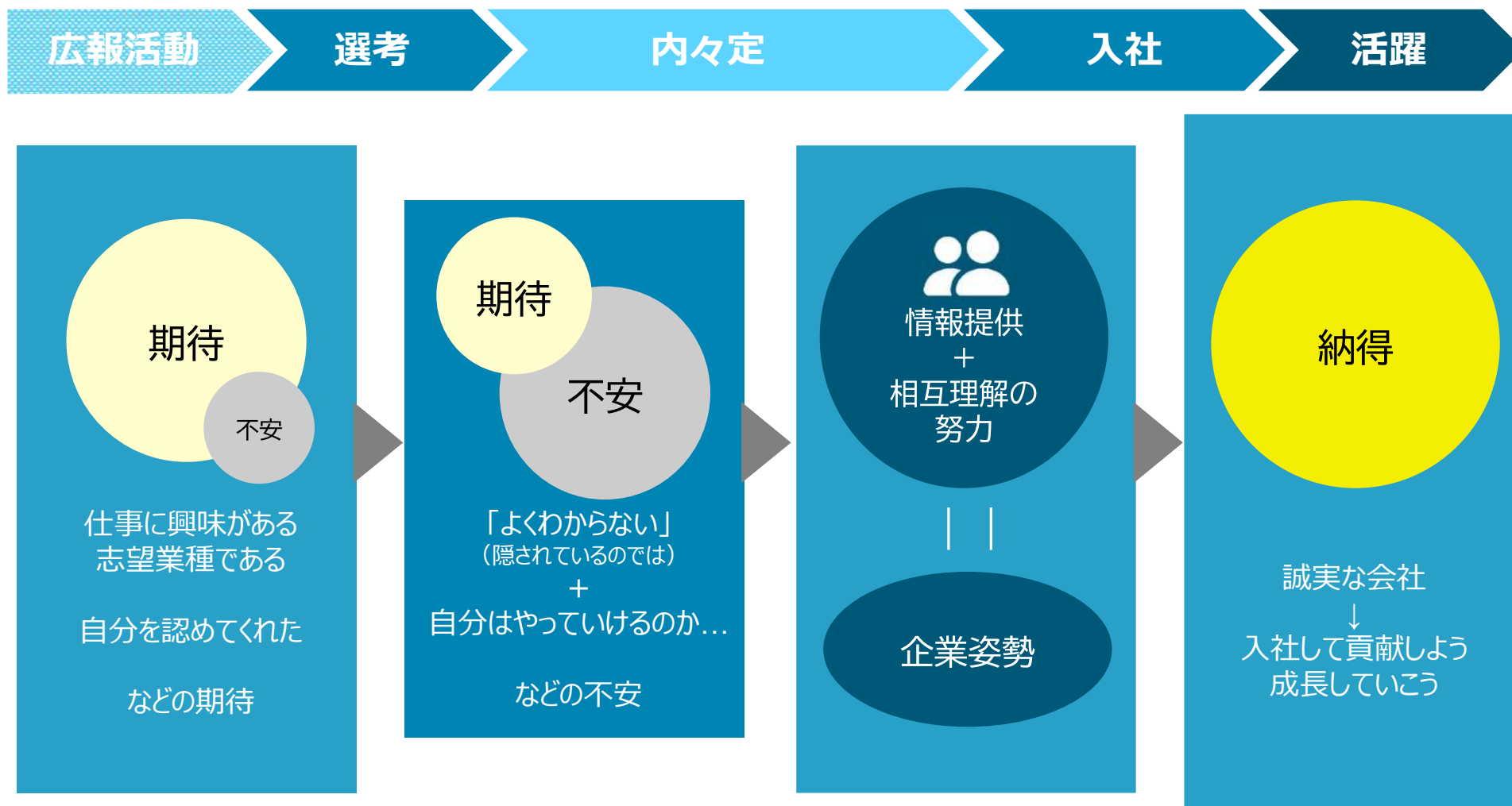
対面とWEBの使い分けが進み、「全てWEB」は少数派に



- 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

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。



熊本採用応援宣言 × 熊本就活応援宣言

「熊本への想い。」

私たちは2006年よりこの熊本の地で、
これからまだ見ぬ世界へ“希望”と“夢”を持って就職活動に励む学生や、
より会社を“強く”したい、もっと“利益”生み出したい企業様へ採用のサポートを行って参りました。

現在では学生はスマートフォンひとつあればどこにいても就職活動ができる時代であり、
企業はそれら学生との精度の高い出逢いに苦勞する状況です。

マイナビはそれぞれの社員が“新卒採用のスペシャリスト”として、
貴社の魅力を発見し、より分かり易く伝え、企業と学生の架け橋になることが使命だと考えています。

この“熊本”にはもっと学生に知ってもらわなければならない企業が多くあります。
阿蘇の山々に囲まれた企業や、天草の海々に囲まれた企業など、
魅力的な企業がいくつもあり、またそこに巡り合おうと頑張る学生も数多くいます。
そこでマイナビは企業と学生の架け橋となり、理想の出逢いを実現させます。

今後も様々な方の人生を左右する選択に携わる広告媒体としての責任の重さ、
私たちマイナビが熊本の地に在る意義をしっかりと認識し、この熊本に恩返しをしたい。
その想いを採用で形にすべく、社員一同、全力で新卒採用に寄り添うことを誓います。

株式会社マイナビ
就職情報事業本部 九州沖縄営業統括部
南九州営業部 熊本営業2課 牛島 瞬



ご清聴、誠にありがとうございました。

終了後は、アンケートのご協力お願いいたします。

また、2部、3部も続けて視聴される場合は、すべてのセミナー視聴後にご回答くださいませ。

今後ともマイナビをよろしくお願いいたします。

「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/>