



マイナビ市場動向報告会

第1部 ～2023年新卒の現状と見通し～



株式会社マイナビ 就職情報事業本部

2022年4月19日(火)

自己紹介



株式会社マイナビ 事業推進統括事業部

新卒領域カスタマーサクセスチーム Director

佐藤 公光子（さとう くみこ）

2005年中途入社。新卒領域のメディアプランニングチームにおいて、SIer、メーカー、サービス、金融、不動産、官公庁など、幅広い業界・企業の採用広報戦略に携わる。現在は事業企画部門においてカスタマーサクセス業務に従事。



株式会社マイナビ 事業推進統括事業部

HUMAN CAPITAL サポネット編集部 Manager

安達 麻里奈（あだち まりな）

2009年、新卒で株式会社マイナビに入社。入社以来、新卒採用事業に関わり、営業として業界を問わず幅広い企業の新卒採用を支援。現在は事業企画部門においてカスタマーサクセス業務に従事。

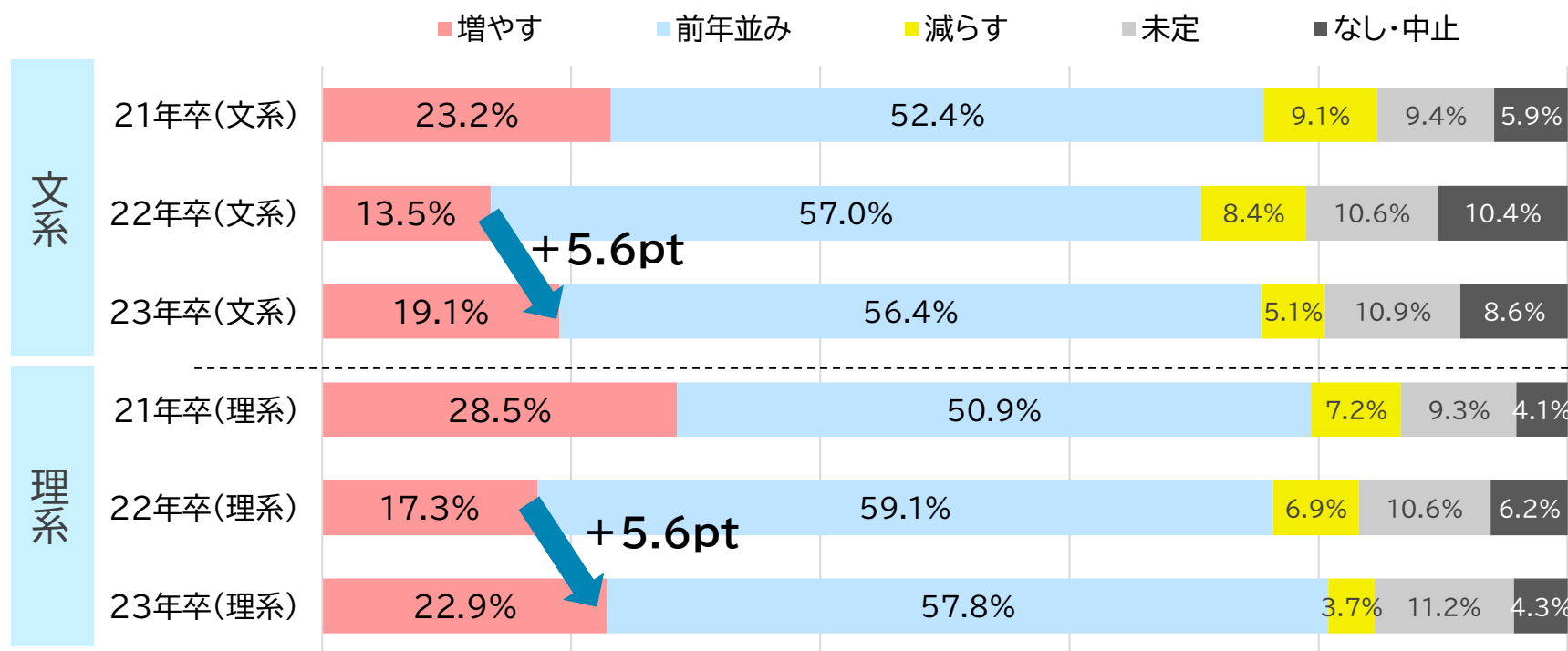
- 01 はじめに～求人市場、新卒採用市場の全体観
- 02 Z世代の価値観・仕事観
- 03 2023年卒 採用広報開始前（～2022年2月）
- 04 2023年卒 採用広報開始後（2022年3月）
- 05 今後の採用活動に大切な視点

01

はじめに～求人市場、新卒採用市場の全体観

文系・理系ともに「前年並み」が最多、22年卒と比較すると「増やす」が増加

23年卒の採用予定数 前年との比較

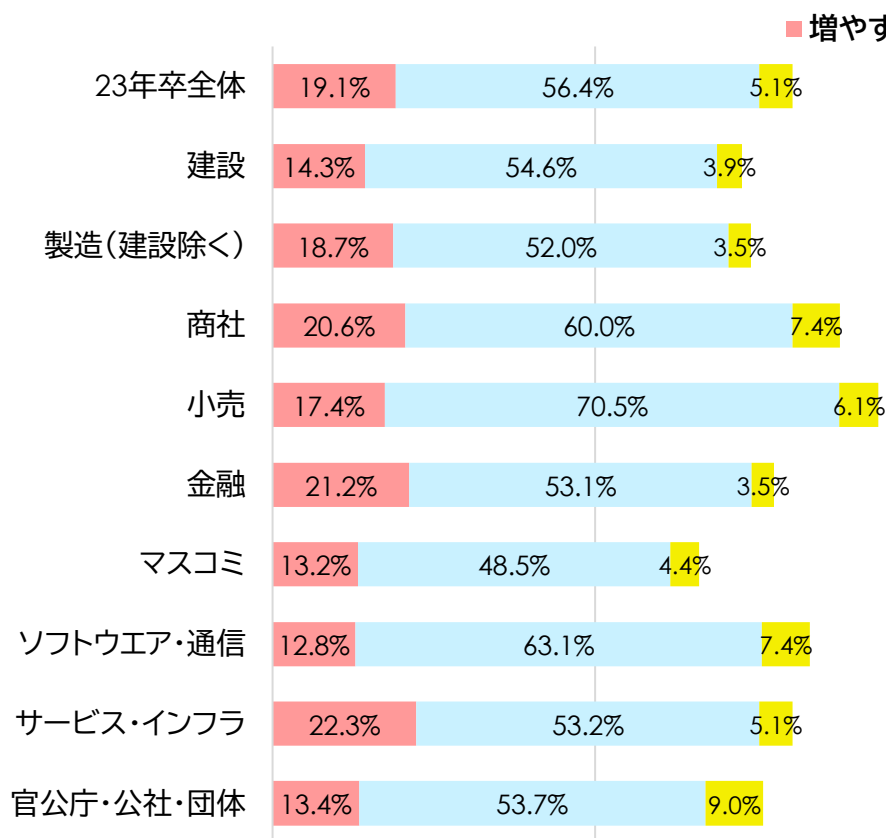


※厚生労働省 全国有効求人倍率 2022年2月=1.21倍（前年同月より0.9pt上昇）

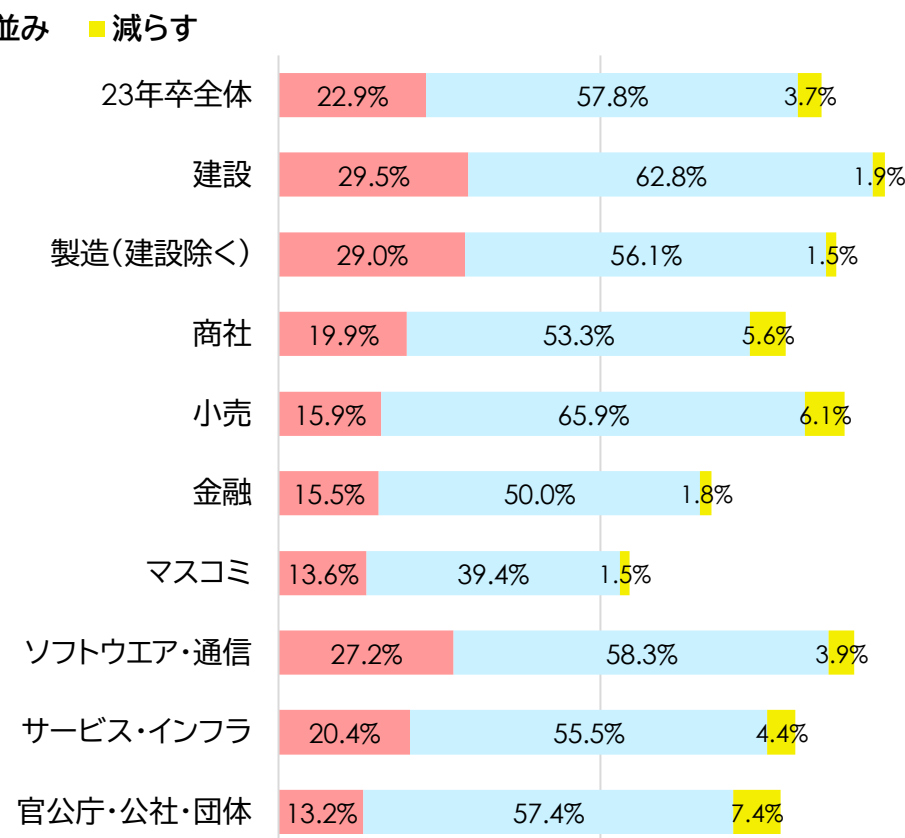
業種別では、文系・理系とも「前年並み」が最多。
理系を「増やす」と回答した企業が目立つ。

23年卒採用予定数 前年との比較・大学

文系



理系



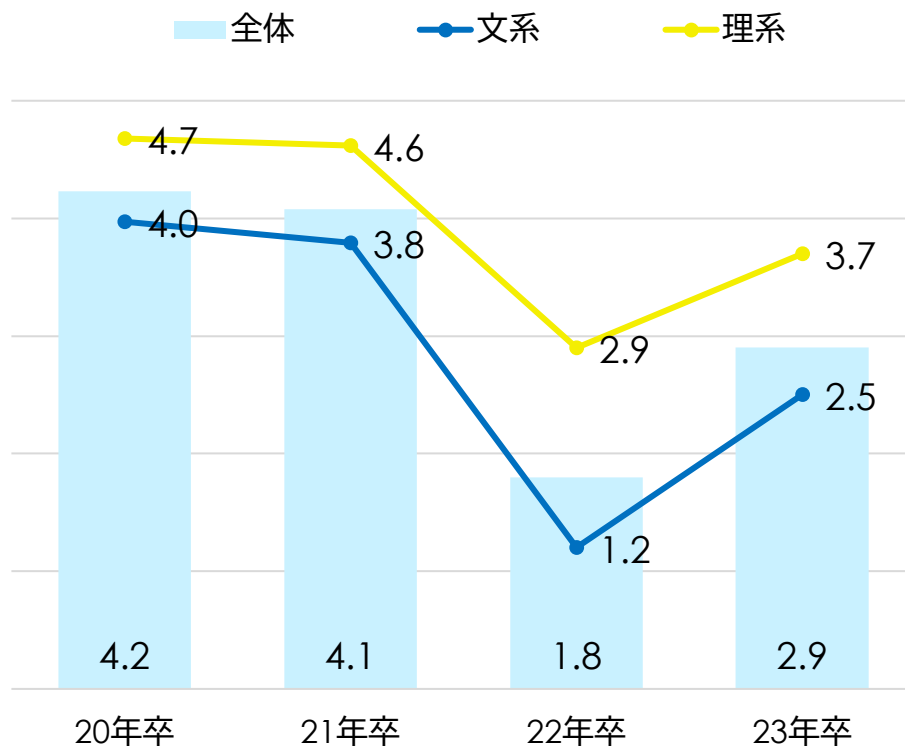
02

Z世代の価値観・仕事観

- 1 大学生活の変化(オンライン授業・アルバイト)
- 2 デジタルネイティブ世代の情報収集
- 3 多様性と平等性を重視する価値観

オンライン授業と対面授業が併用され、
学生が大学へ通う日数は頻度は戻りつつある。

学校に週何日通っているか(平均年次推移)



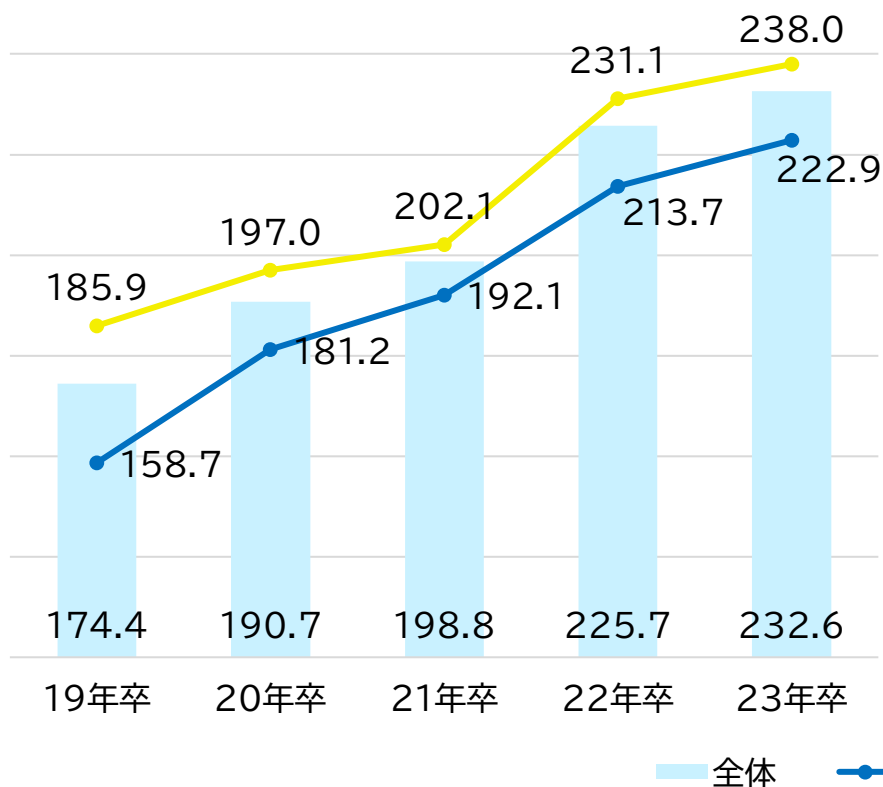
マイナビ登壇の学内ガイダンス対面実施比率

※社員登壇の学内ガイダンス 3～5月実施の全国平均(参考値)

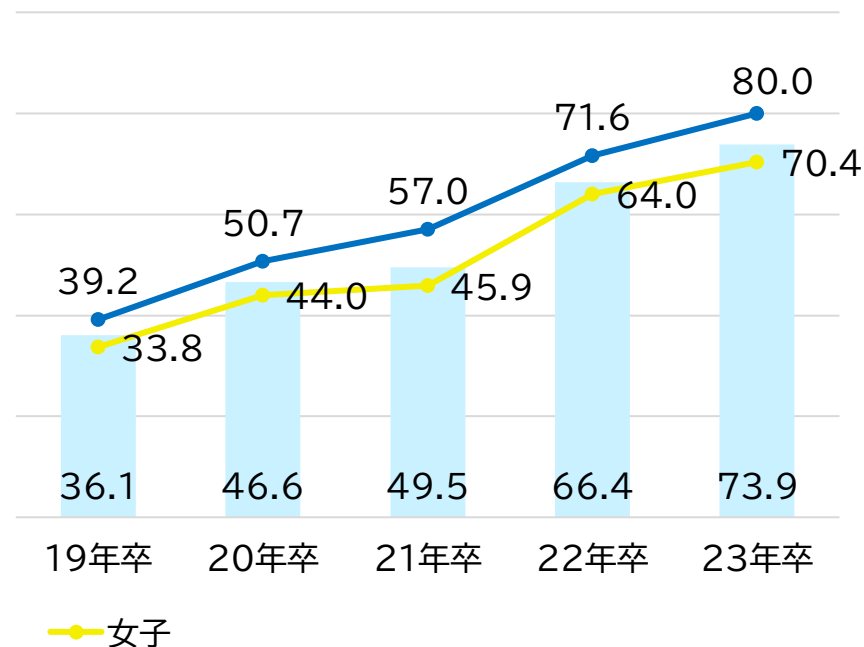


コロナ禍で行動が制限され、スマホに接触する時間が増加

スマートフォンを使うのは1日何分？

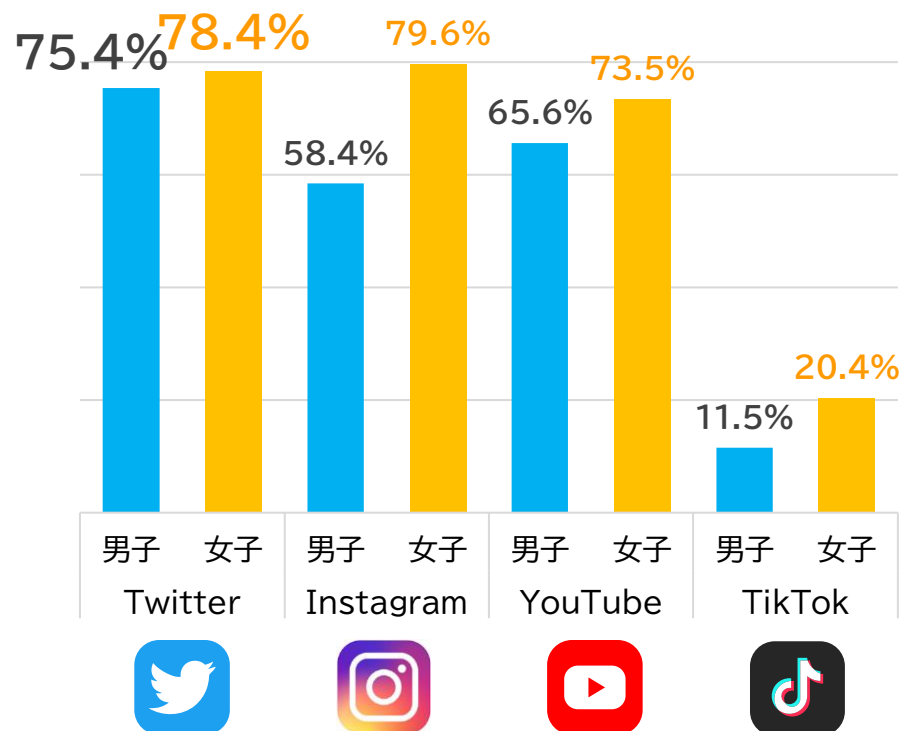


スマホで動画を見るのは1日何分？

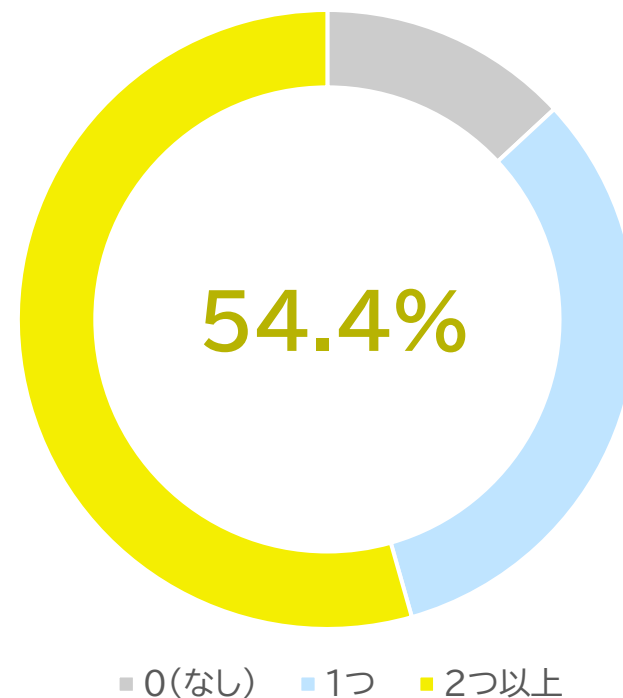


最も利用されているSNSはTwitter。 複数のアカウントやSNSで、「別の情報」「別のコミュニティ」と接触する

よく利用するSNS（複数回答・一部抜粋）



Twitterのアカウントが2つ以上ある



ツイッターは、どこよりも早くて
リアルなニュース速報だと思ってる。

インスタは雑誌みたいなもの。
流行りの洋服も、メイクのHowToも美味しいお店も、
全部載ってるからいつまでも眺めていられる。

ゴシップ情報はネットニュース
行きたい店はインスタ
事件が起きたらツイッター

口コミサイトは、
投稿者がどんな感性の人なのか分からない
から、内容を鵜呑みにできない。

なんとなく気になったくだらないこと
はグーグル先生に聞く。

出かける前、
これから乗る電車の遅延情報ゲットのために
ツイッターを開くのが日課。

におわせ投稿は
ストーリーズでやって24時間以内に
証拠隠滅。

ツイッターは感情を出して
インスタは事実(コトモノ)を出す。

口コミサイトは、
投稿者がどんな感性の人なのか分からないから、
内容を鵜呑みにできない。

参考にする。しかし鵜呑みにはせず

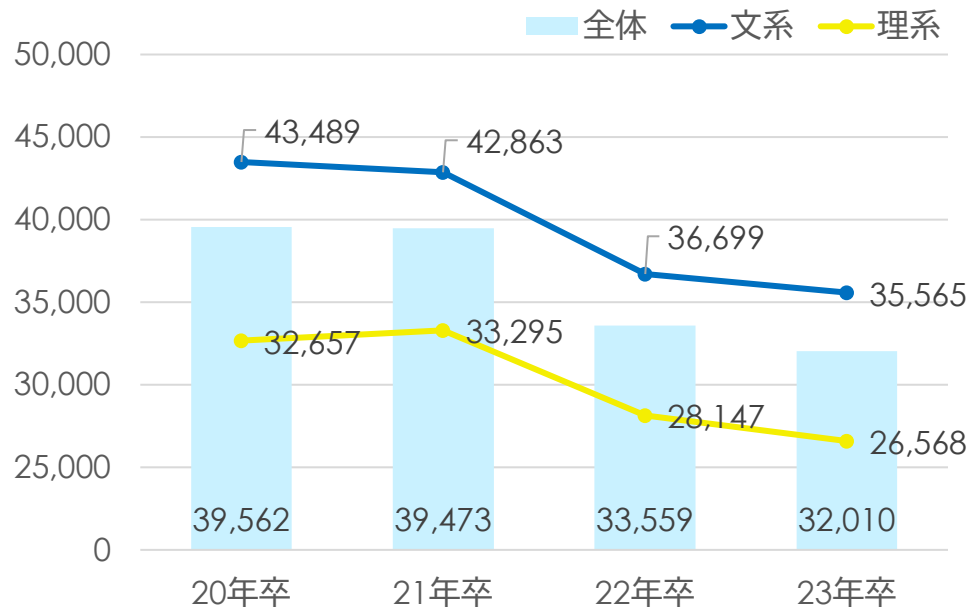
自分で確かめたい。



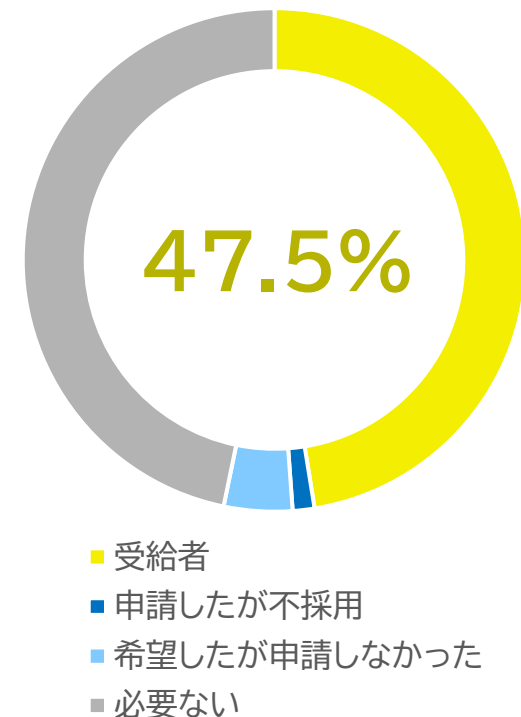
情報量が多い時代を生きてきた彼らだからこそ、
インターンシップや就職活動中に「社員」に会って
「自分で確かめたい」というニーズはより高まっている

アルバイト機会は減少＋奨学金を受給する学生は約半数

アルバイトによる1か月平均の収入
(単位:円)



奨学金受給者は、
2018年時点で**約半数**
※ただし2012年以降は減少傾向



出典 (左)マイナビ 2023年卒大学生のライフスタイル調査～ 今年の就活生のwithコロナ2年目の日常は？ ～(2021年11月～12月) n=3,756

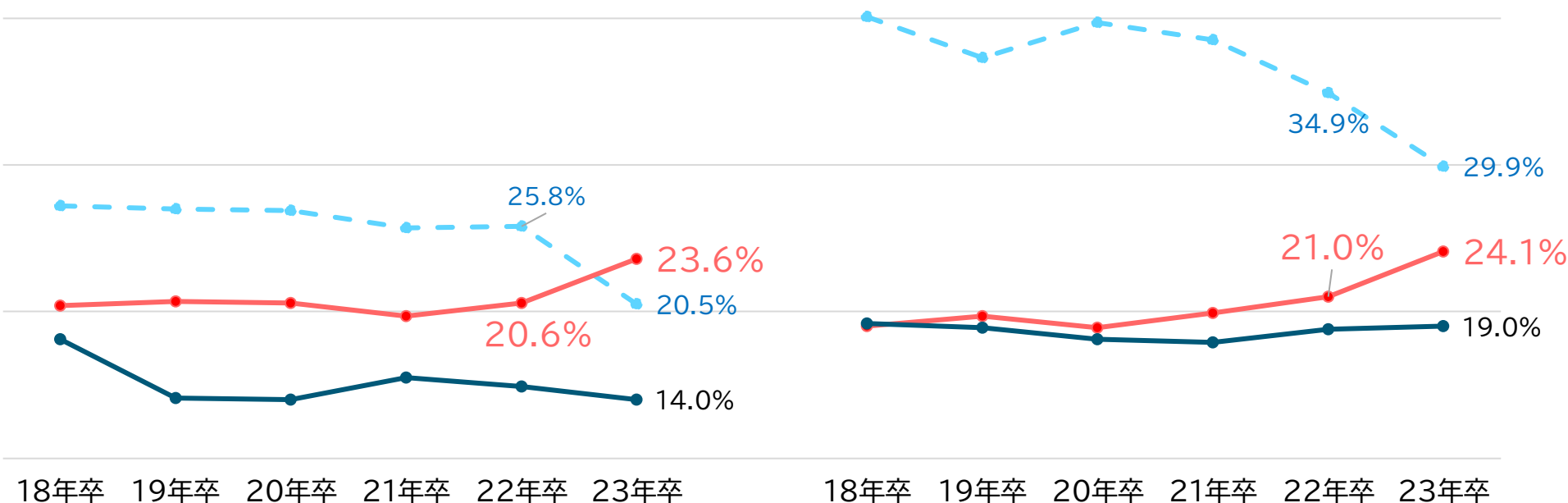
(右)日本学生支援機構「平成30年度 学生生活調査」

「一生食べていける安定した仕事を持つ」が男女ともに上昇。

- 愛する人と結婚して子供ができ幸せに暮らす
- 一生食べていける安定した仕事を持つ
- 自分の好きな仕事を一生続ける

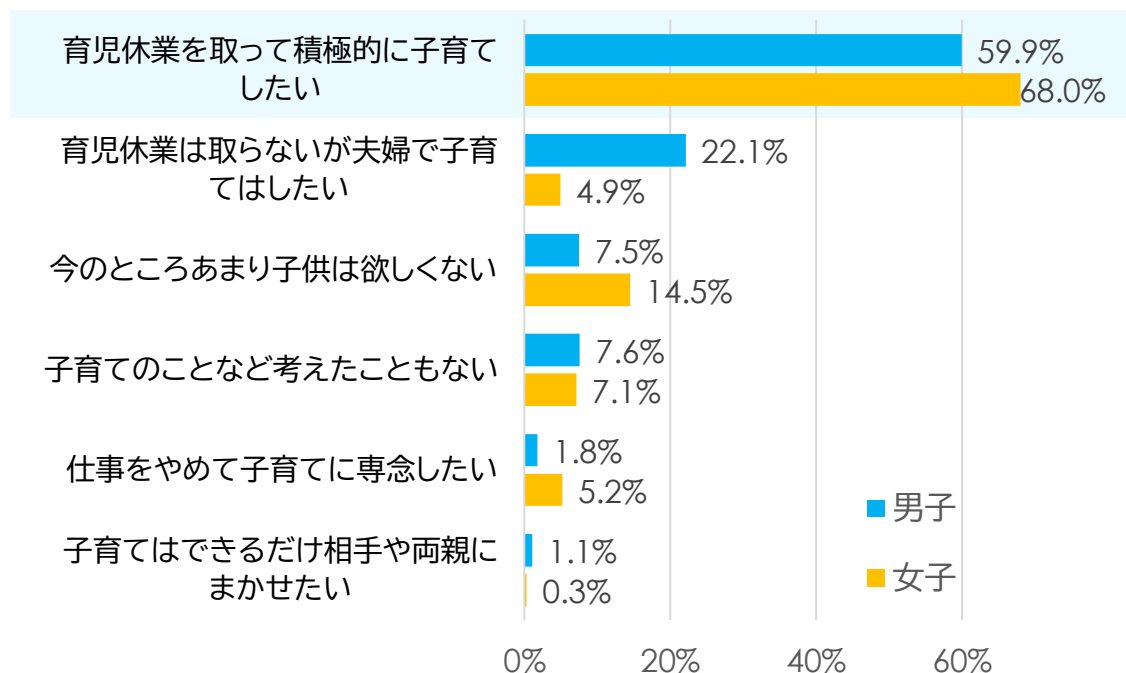
「将来の理想」像（男性）

「将来の理想」像（女性）

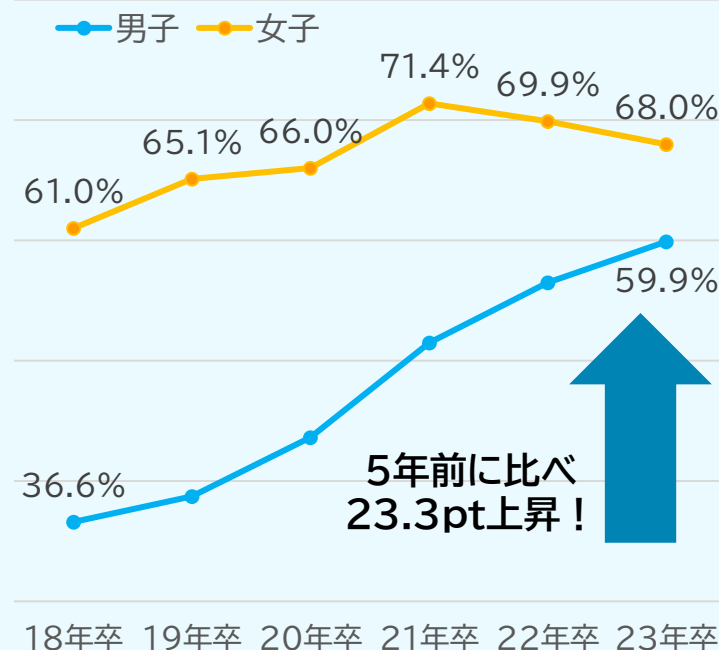


女性だけでなく男性の「子育て参加」「育児休業」への価値観も大きく変化。

子育てについて、あなたの考えに近いもの



育児休業をとって積極的に子育てしたい (経年変化)



ジェンダーバイアスに敏感な世代

「この部署は男性ばかりで厳しいよ」

→この職種に就いてキャリアを築きたいのに…

「子供ができた後も仕事を続けたい？」

→子供ができたなら辞めてほしいという意味？

「配慮」が別の印象になることも…

「男性なのに内勤が希望なの？」

→性別で職種や働き方が決まる企業なのかな…

「女性は全員育休後も復職しています！」

→子育ては夫婦でするものだと思う…

「何歳くらいで結婚したい？」

→結婚願望がないとかって言いづらい…

福利厚生等の情報は「平等に発信する」ことも大切

周りに寛容で、複数のコミュニティに属し、一人のなかにも多面性のあるZ世代。
カテゴライズすることは難しく、全貌がつかめない世代とも言われています。

その中でも共通性が高いと考えられる価値観

平等かつ多くの選択肢がある環境がいい

⇨安全

自分に合う人・会社(社風)を見つけたい

⇨安心

経験とスキルを身につけ成長したい

⇨安定

本章のデータはこちらよりご参照ください

HUMAN CAPITAL
サポネット

マイナビ 2023年卒大学生のライフスタイル調査
<https://saponet.mynavi.jp/column/detail/20220224122705.html>

マイナビニュース

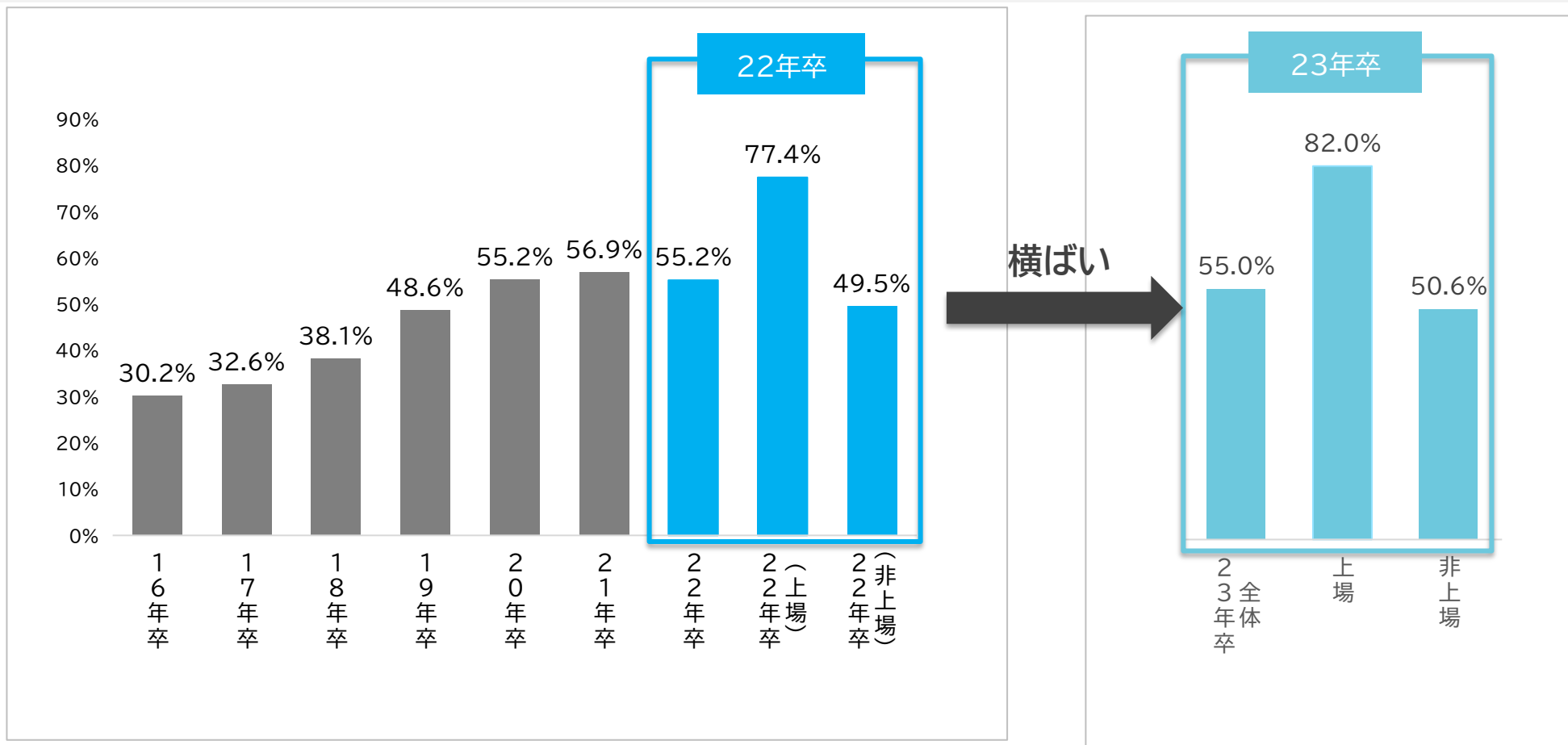
マイナビ「マーケティング・広報ラボ」
https://go.woman.mynavi.jp/marketing-tips_bg

03

2023年卒 採用広報開始前（～2022年2月）

企業のインターンシップ実施割合は、全体で見ると昨年横ばい。
上場企業は4.6pt増加し、82%に。16年卒調査開始以降、最も高い割合となった。

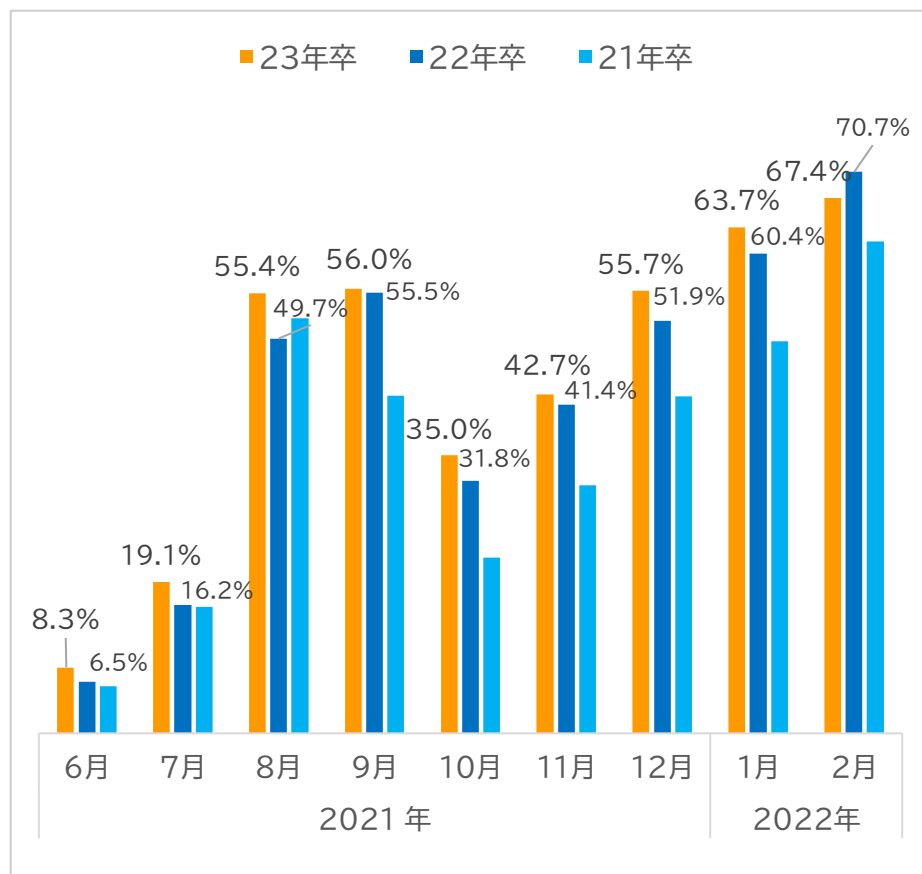
企業のインターンシップ実施割合について(経年比較)



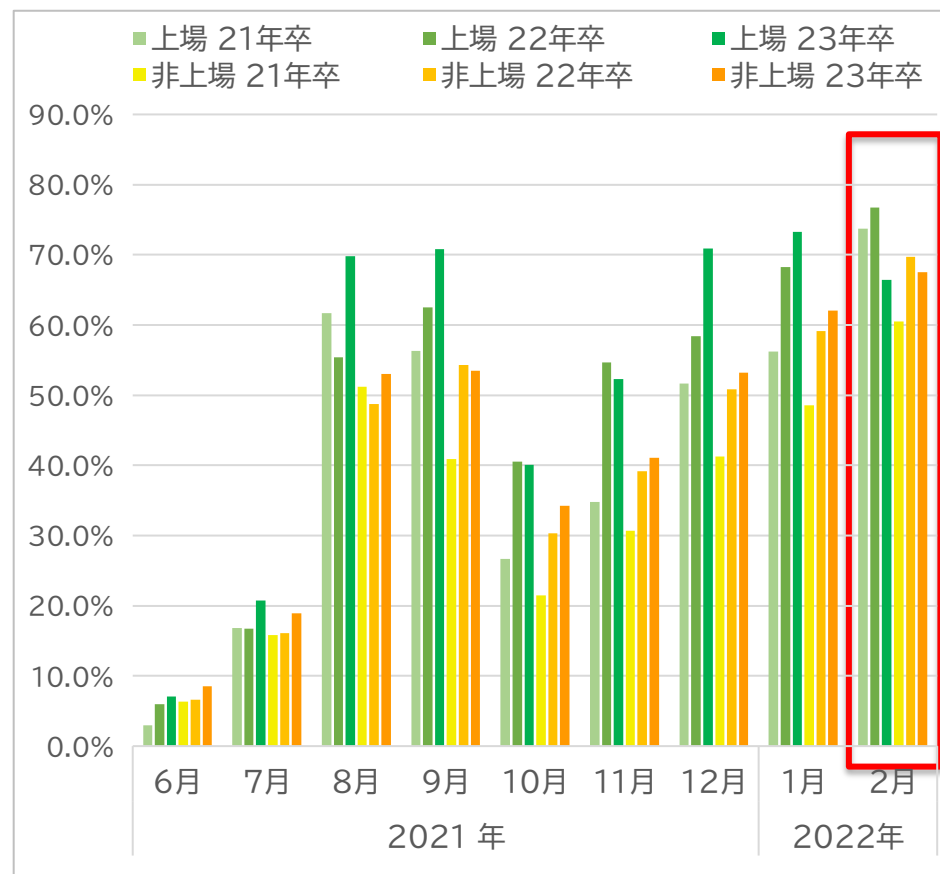
2月を除いて実施率は増加傾向にある。

上場・非上場別でみると、**上場企業の実施率が高い水準**で推移している。

2023年卒 インターンシップの実施月

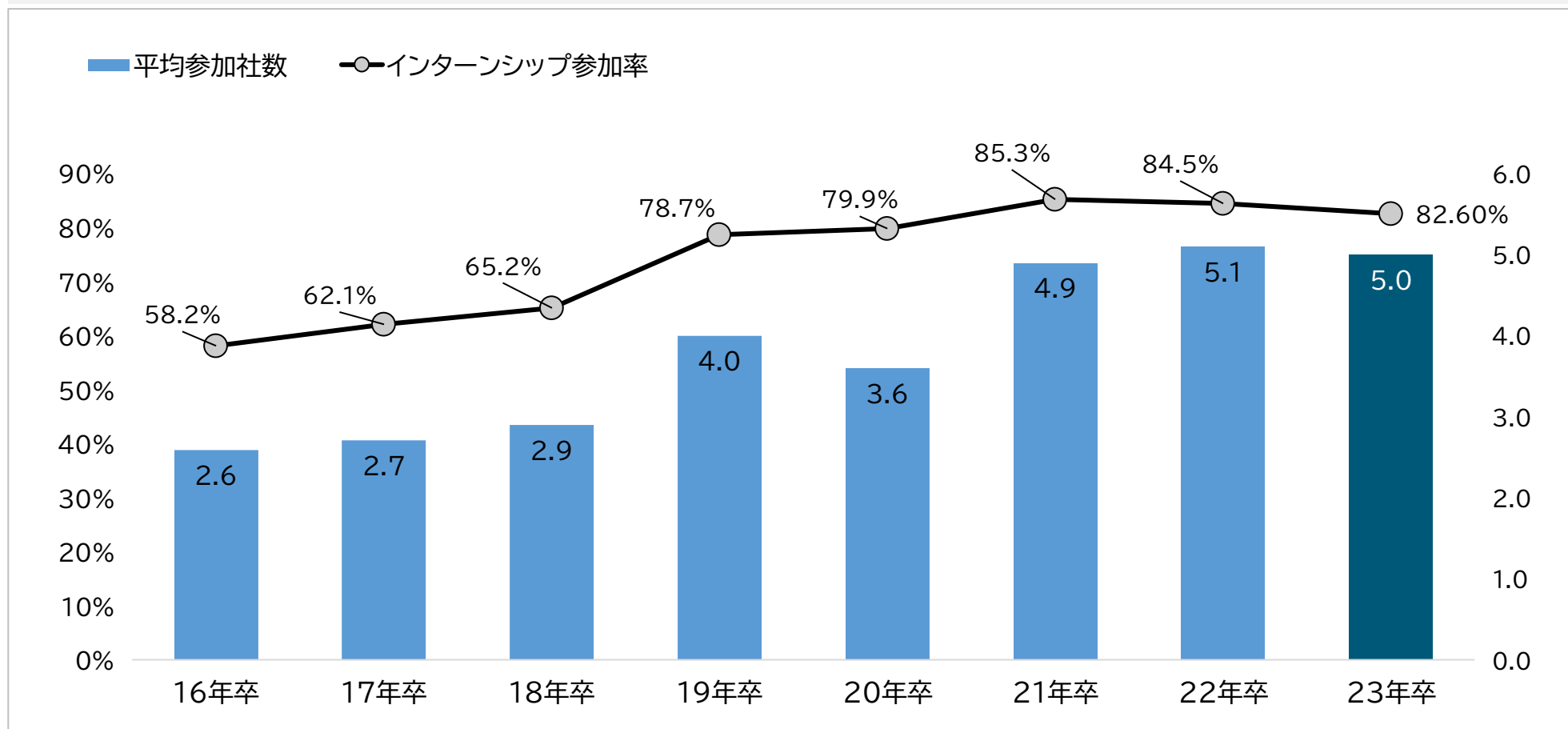


2023年卒 インターンシップの実施月(上場・非上場別)



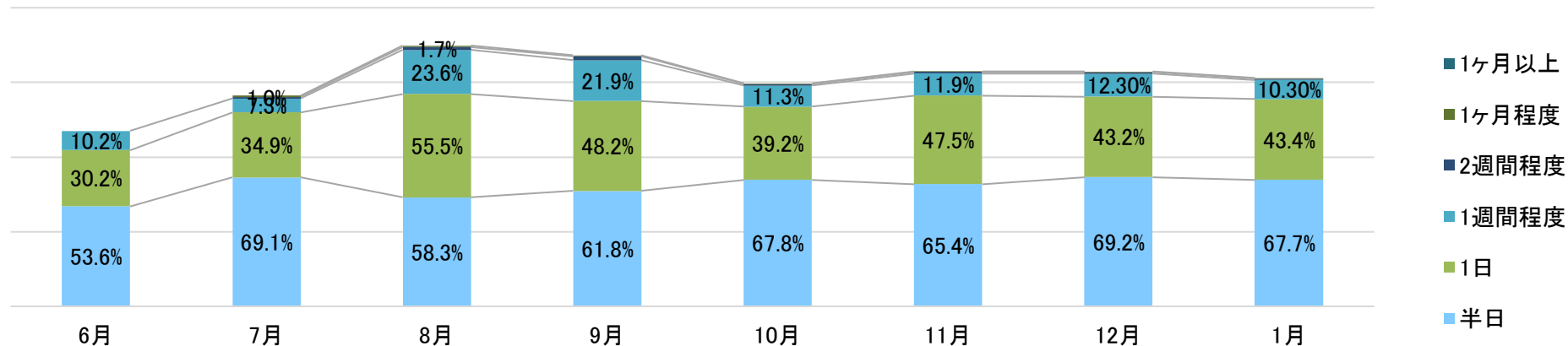
インターンシップ参加率、参加者数は微減しているものの、引き続き高い水準。

インターンシップ参加率・参加社数(経年比較)

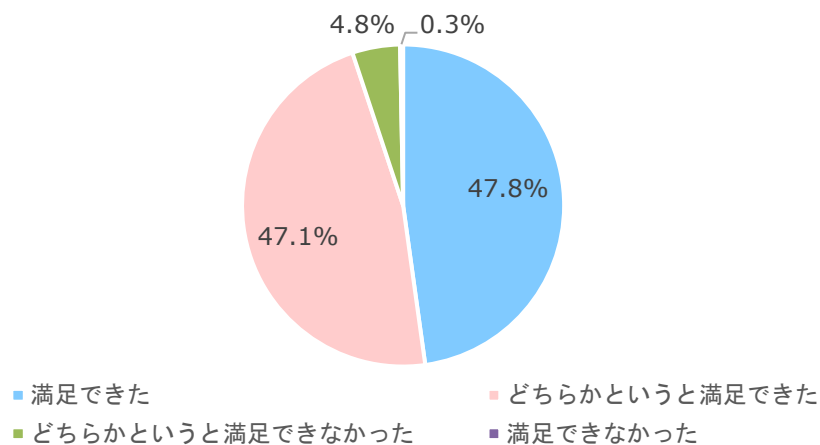


半日、1日に集中、例年と傾向変わらず。WEBと対面の満足度は、対面の方が高い結果に

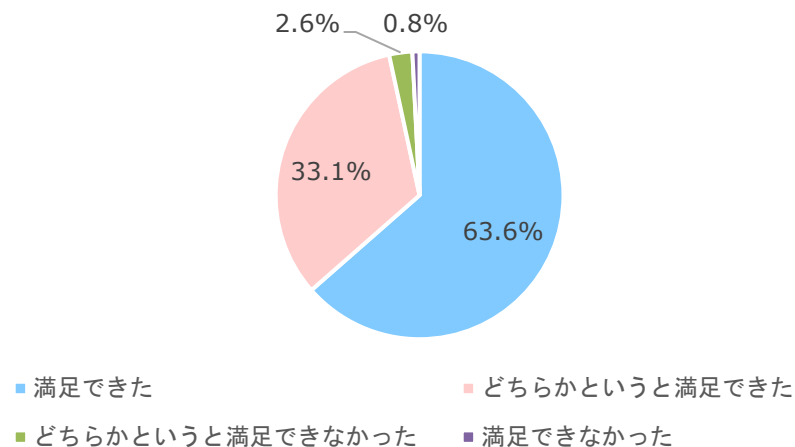
参加したインターンシップの期間(複数回答)



【1月WEBのインターンシップに参加したことがある学生】全体的な満足度



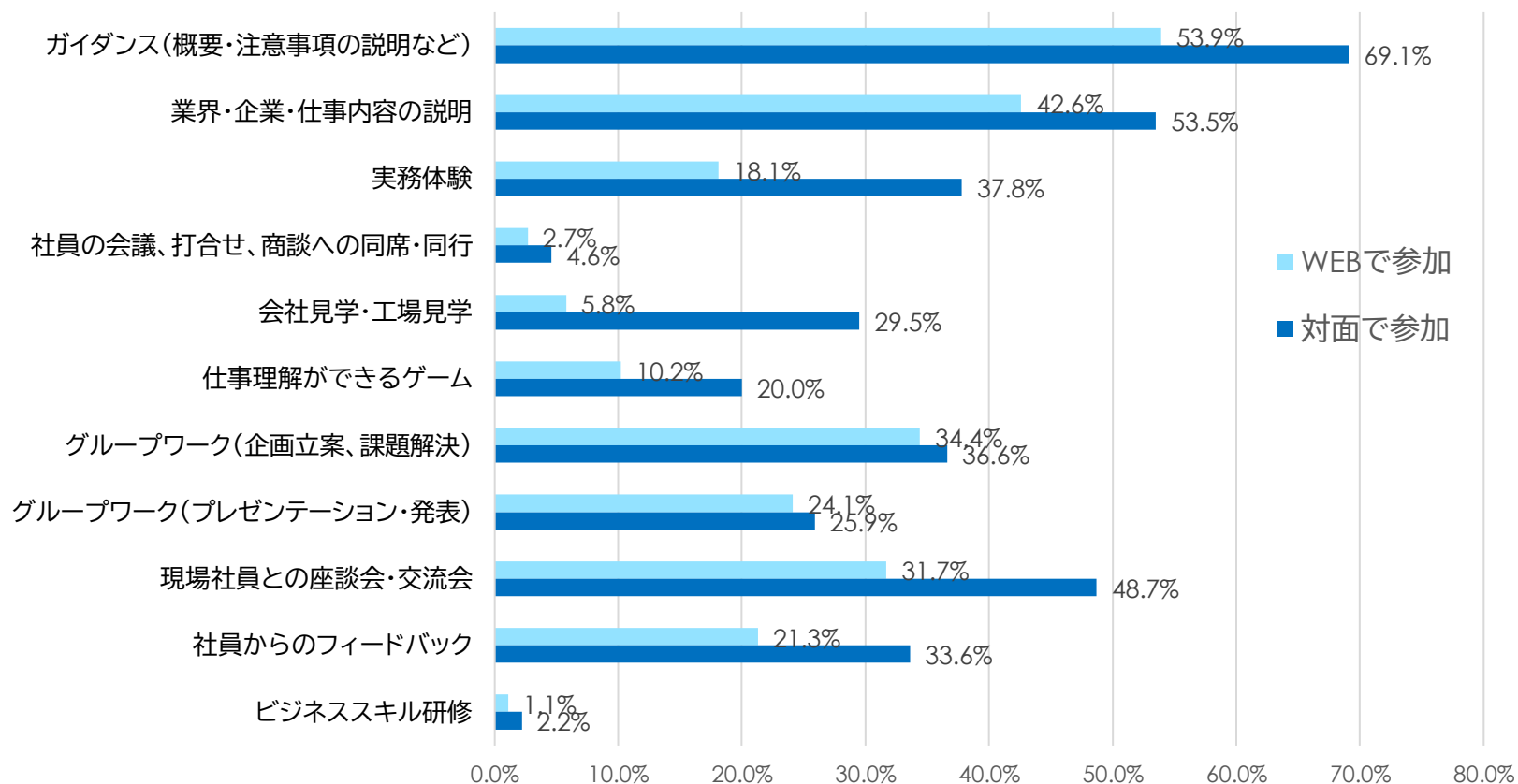
【1月対面式のインターンシップに参加したことがある学生】全体的な満足度



対面：現場社員との交流、社員からのフィードバック

WEB：グループワーク(企画立案、課題解決)(プレゼンテーション・発表)

【1月WEBもしくは対面で参加した学生に質問】行われたプログラムをして当てはまる部分をすべて選んでください



●特定企業の理解を深めるため



理系

インターンシップやOBOG訪問などで企業内の本当の雰囲気に触れられるので、なるべく参加したほうが良い。ただ過密スケジュールだと段々やる気が出なくなるので、時間をかけてコツコツ進めたほうが良いと感じる。



文系

志望業界は固まっていて、コロナ感染者が少ない時期に対面でのインターンシップも行い、企業も幾つかに絞れてきている状態である。

●業界研究/就活の軸を持つため



文系

2月の間に様々な企業のインターンシップやセミナー、合同企業説明会を聞いたことにより、自分の就職活動の軸が定まりつつあり、3月以降はこれまでの知識を活かして早期内定を勝ち取りたい。



理系

・インターンシップに夏季・冬季ともに参加しておらず、志望業界を絞り切っていないため、不安がある。
・研究室に先輩がいないため、就職活動の動き方が把握できていない。

●参加することで就職活動が有利になる



理系

インターンシップに参加できなかった企業に本選考でチャレンジしていいのか、内定がもらえるのか不安。



理系

就活解禁が形骸化しているのとインターンシップからの採用がかなり多いと聞いたためインターンシップに落選した企業に今から選考に参加する意味があるのか不安。そう思うと大量のESを書くきも減る。

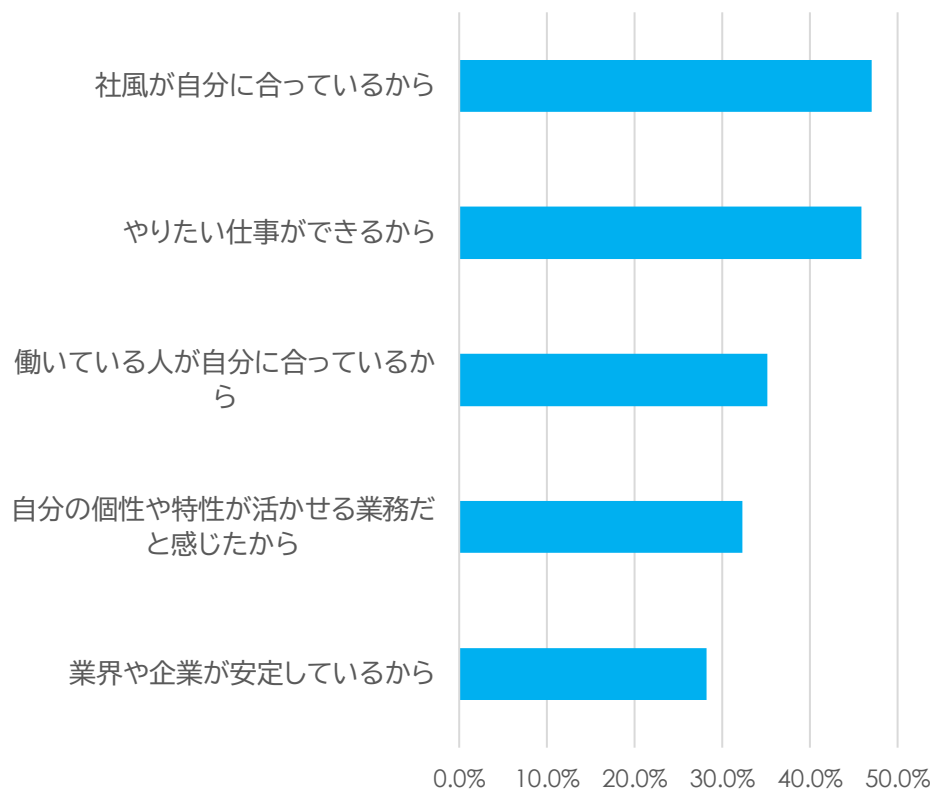


理系

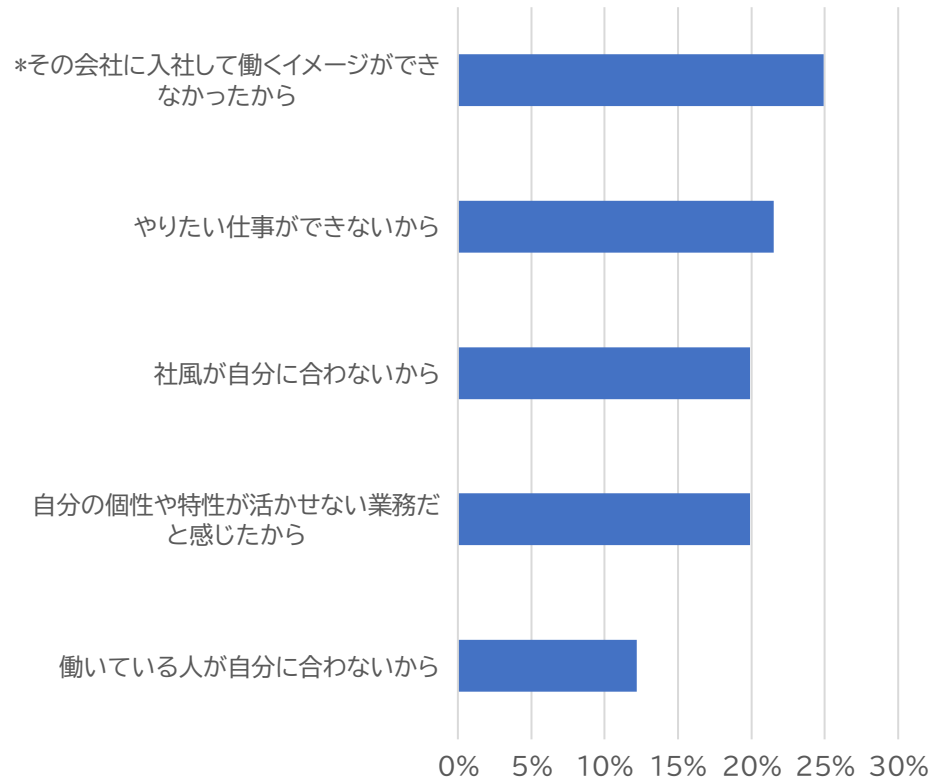
行く会社を早く決め、早い段階で就職活動を終わえたいと考えている。そのため、インターンシップに参加した企業には積極的に応募している

社風が自分に合わない、個性が活かせない、その企業でのキャリアアップのイメージがもてないと、働きたくないと思う学生が一定数いる。

その企業で働きたいと思った理由



その企業で働きたくないと思った理由



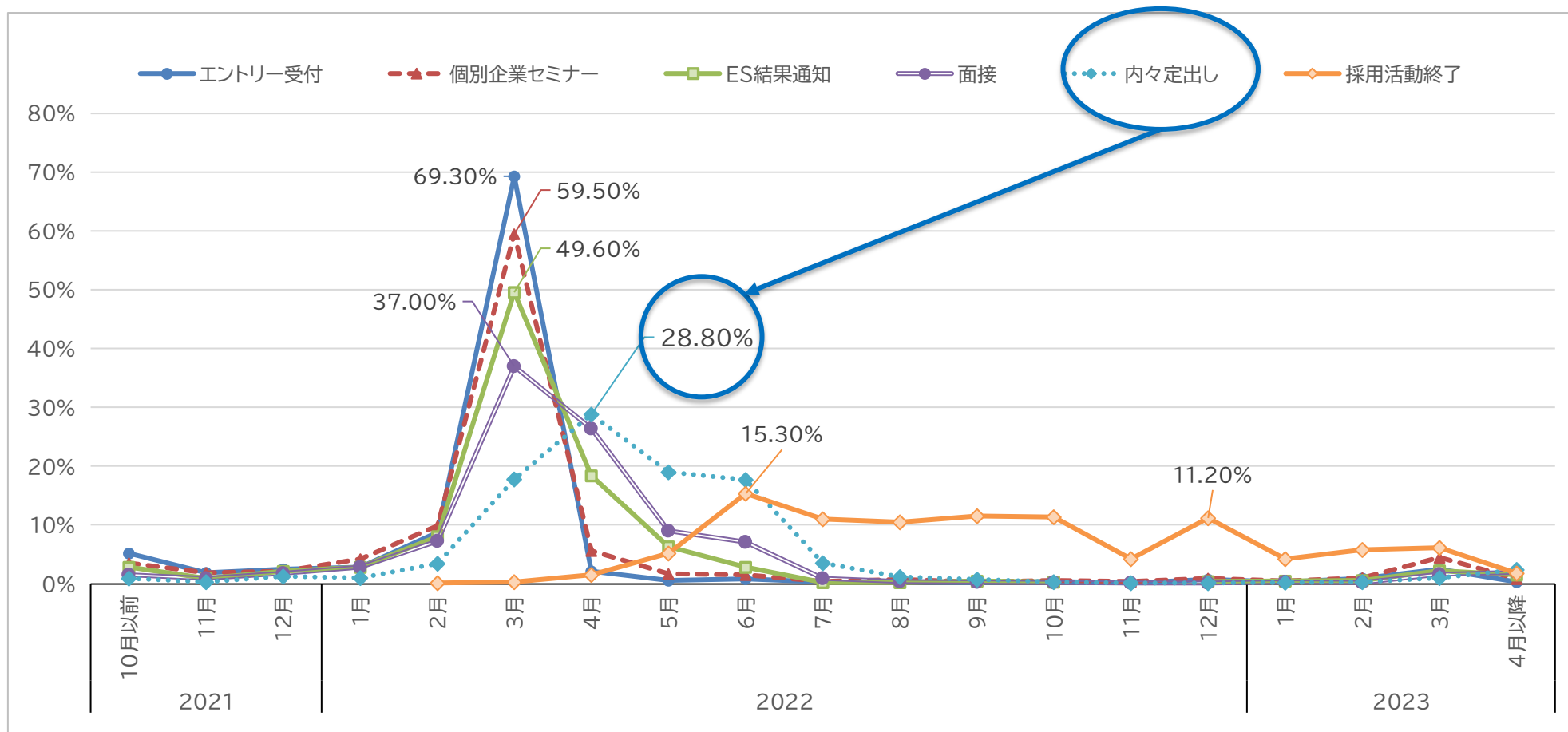
※最も良い印象を抱いたインターンシップがWEB開催だった学生の回答から上位5つを抜粋

04

2023年卒 採用広報開始後（2022年3月）

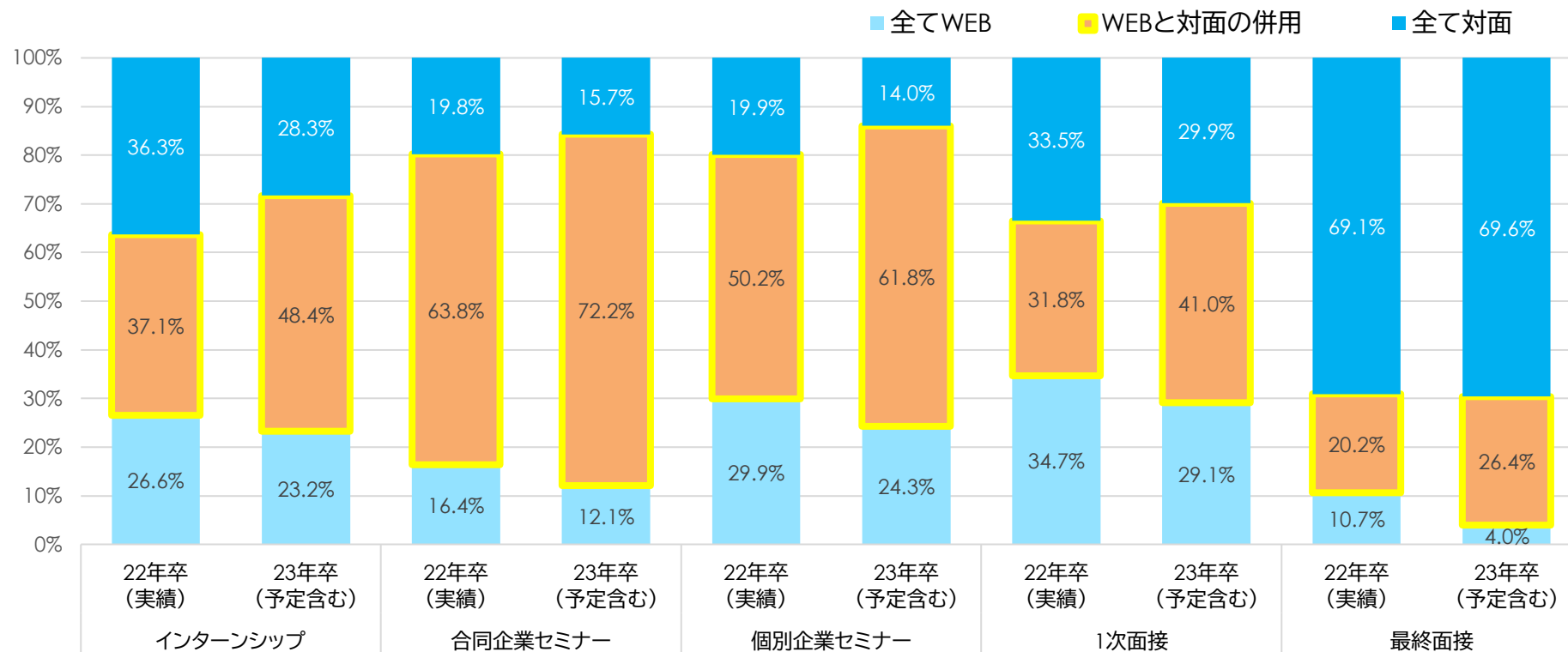
3月の広報開始とともに【個別企業セミナー】【面接】の実施が始まった。
【内々定出し】は4月開始が最多。22年卒と同様のスケジュールで実施される予定。

23年卒 選考フェーズ別の「開始」時期



企業セミナーから1次面接までは「WEB」実施。最終面接は「対面」実施の傾向。
これまでの経験を踏まえ、さらにハイブリッド化が進む見込み

WEB活用状況 前年比較

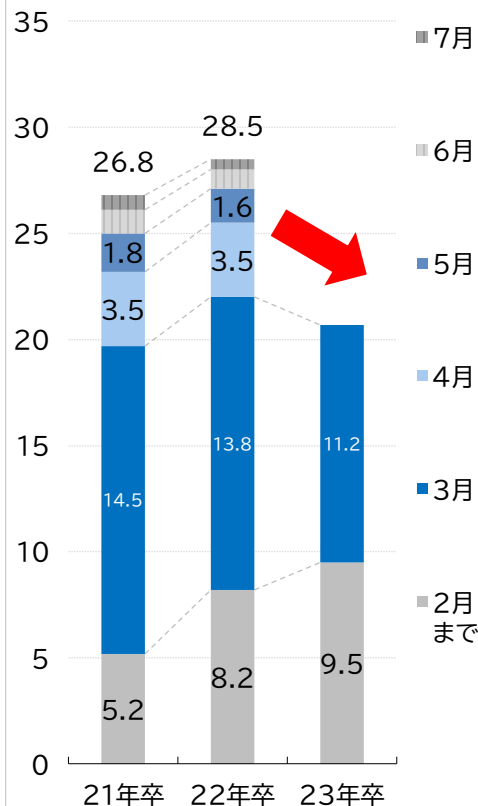


2月単月のエントリー社数は増加、3月が減少し、累積では前年を下回る

エントリー・個別企業セミナーに比べ、面接を受けた社数の平均は微増

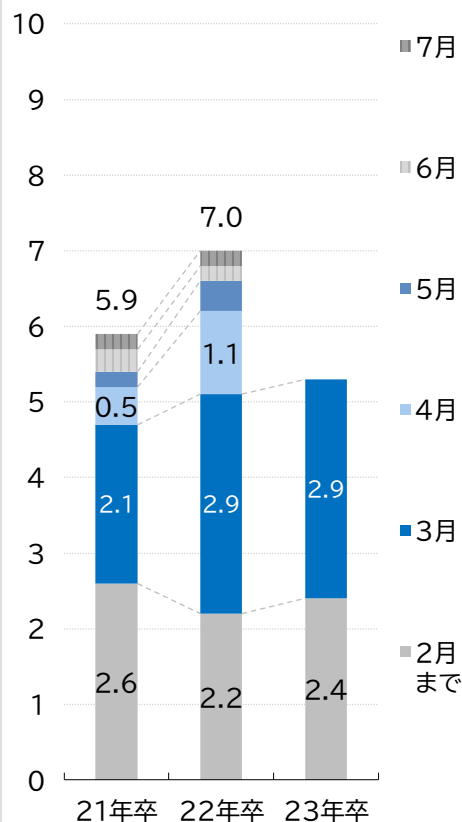
エントリー平均社数(累積)

【単位:社】

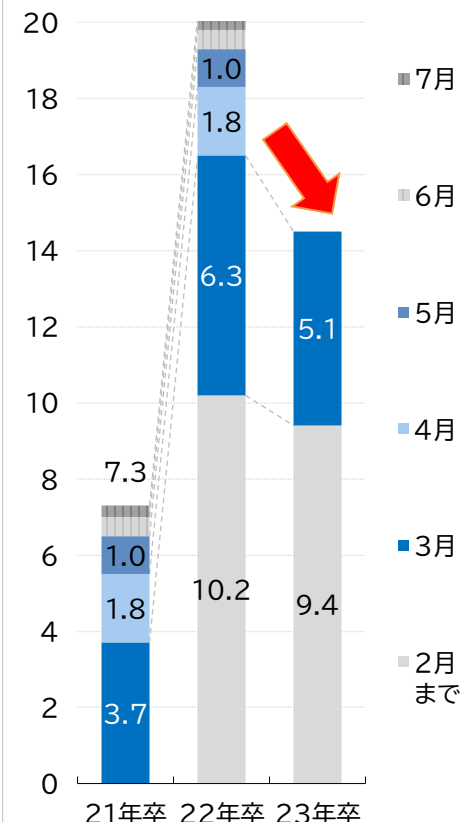


個別企業セミナー参加平均社数(累積)

*WEBセミナーを除く 【単位:社】

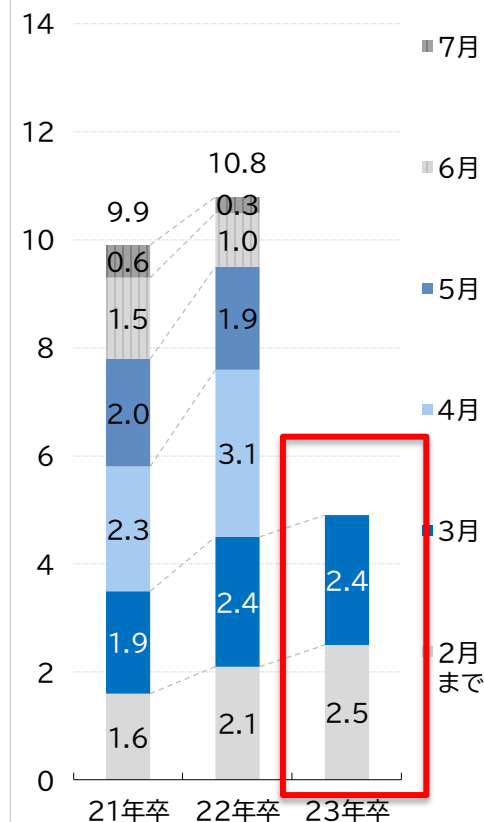


WEBセミナー 【単位:社】



面接を受けた平均社数(累積)

*WEB面接を含む 【単位:社】

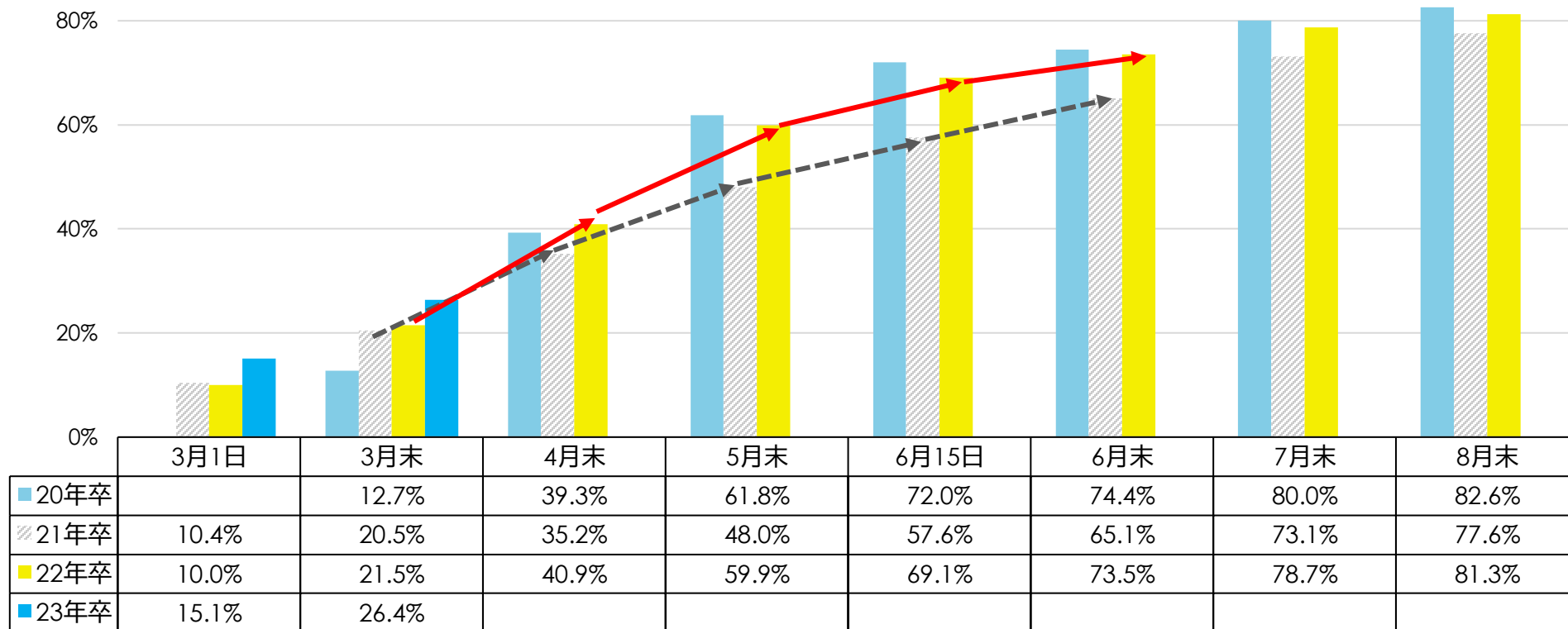


23年卒の内々定率は前年を若干上回っている

採用意欲の高まり、スケジュールも順調なため、昨年を上回っている。

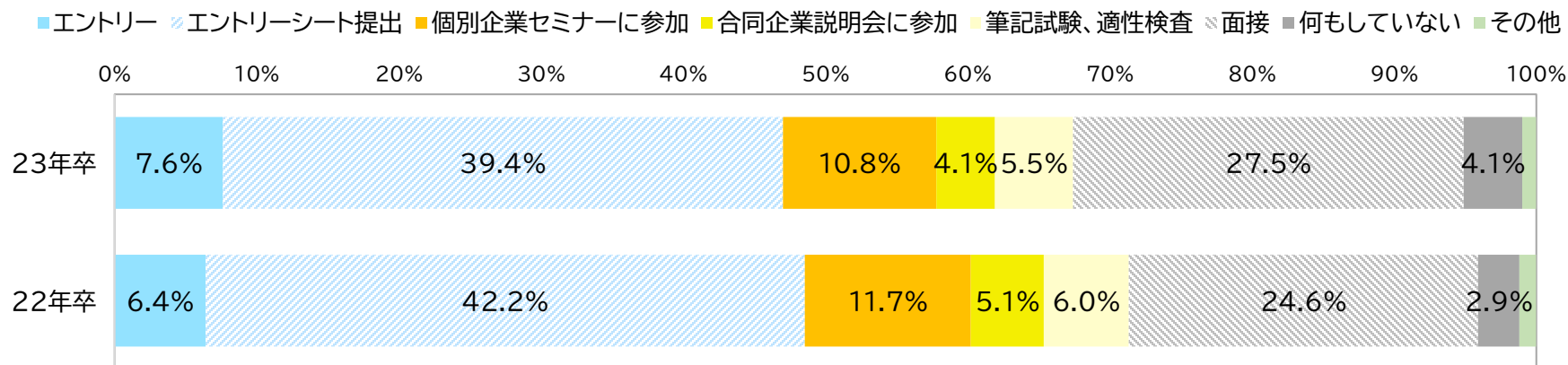
今後、上昇カーブは徐々に落ち着き、6月以降はコロナ禍前と同程度で推移すると思われる。

内々定率の推移

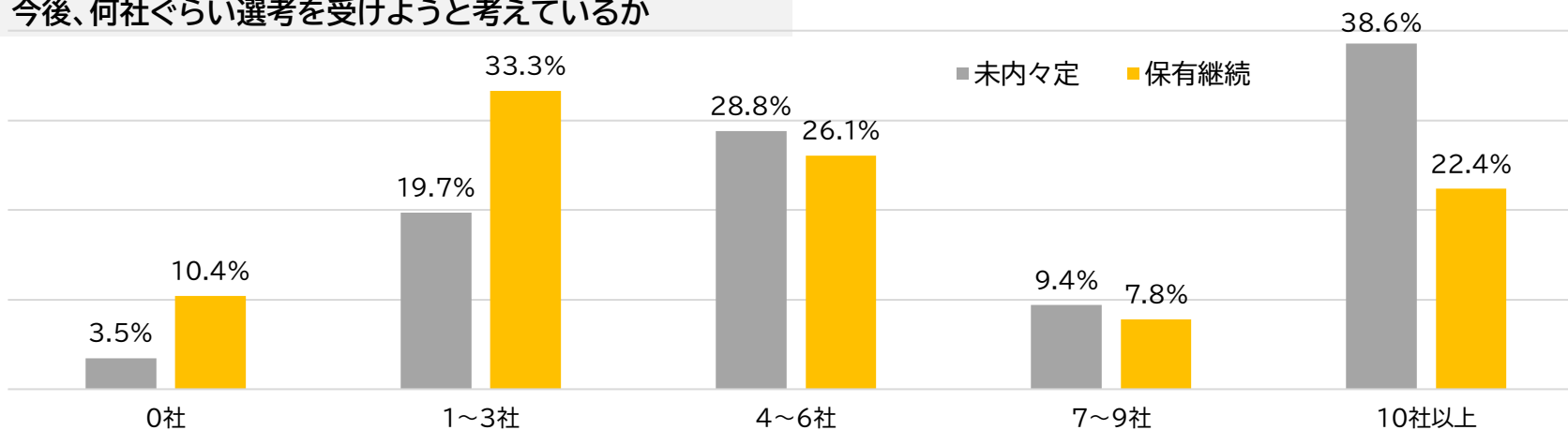


これから就職活動を本格的にスタートしていく学生は多数存在している

現在就職活動で最も注力していること



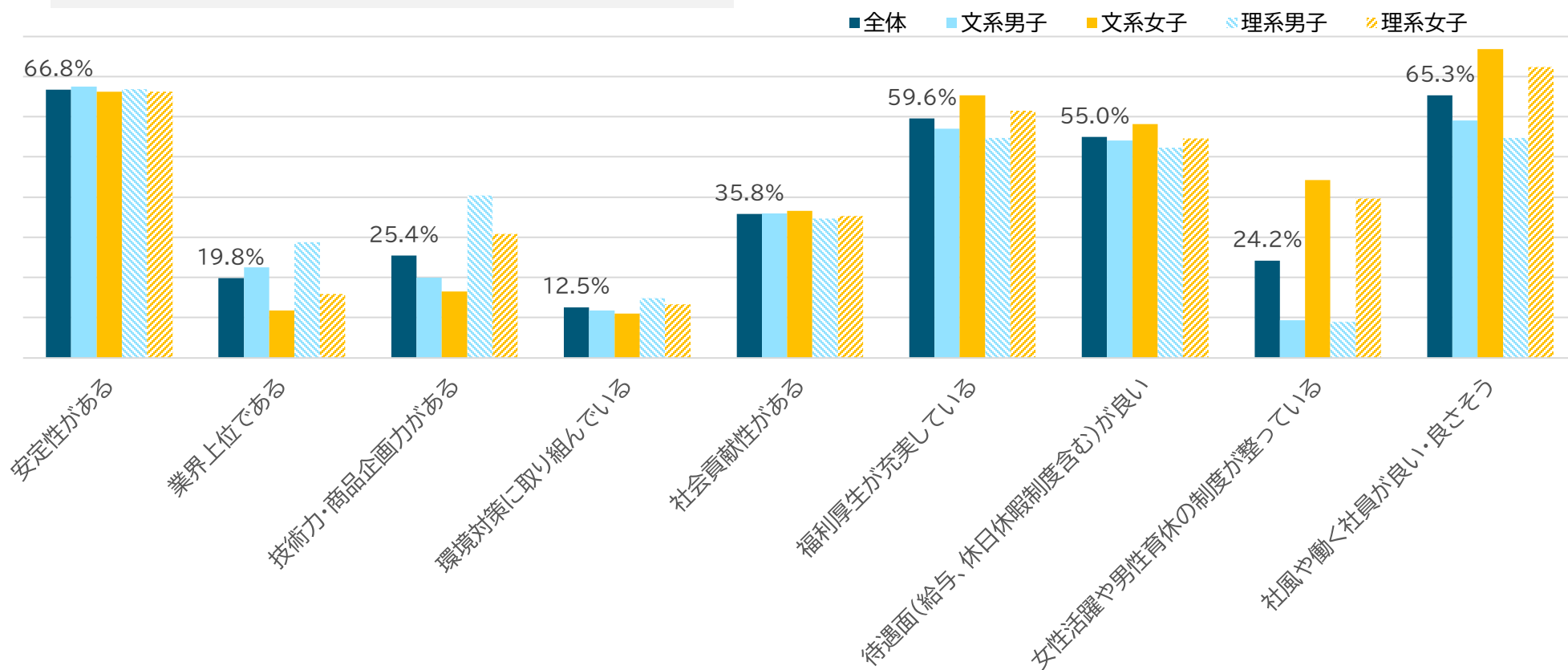
今後、何社ぐらい選考を受けようと考えているか



安定性が最多。社風・働く社員が僅差で続く。

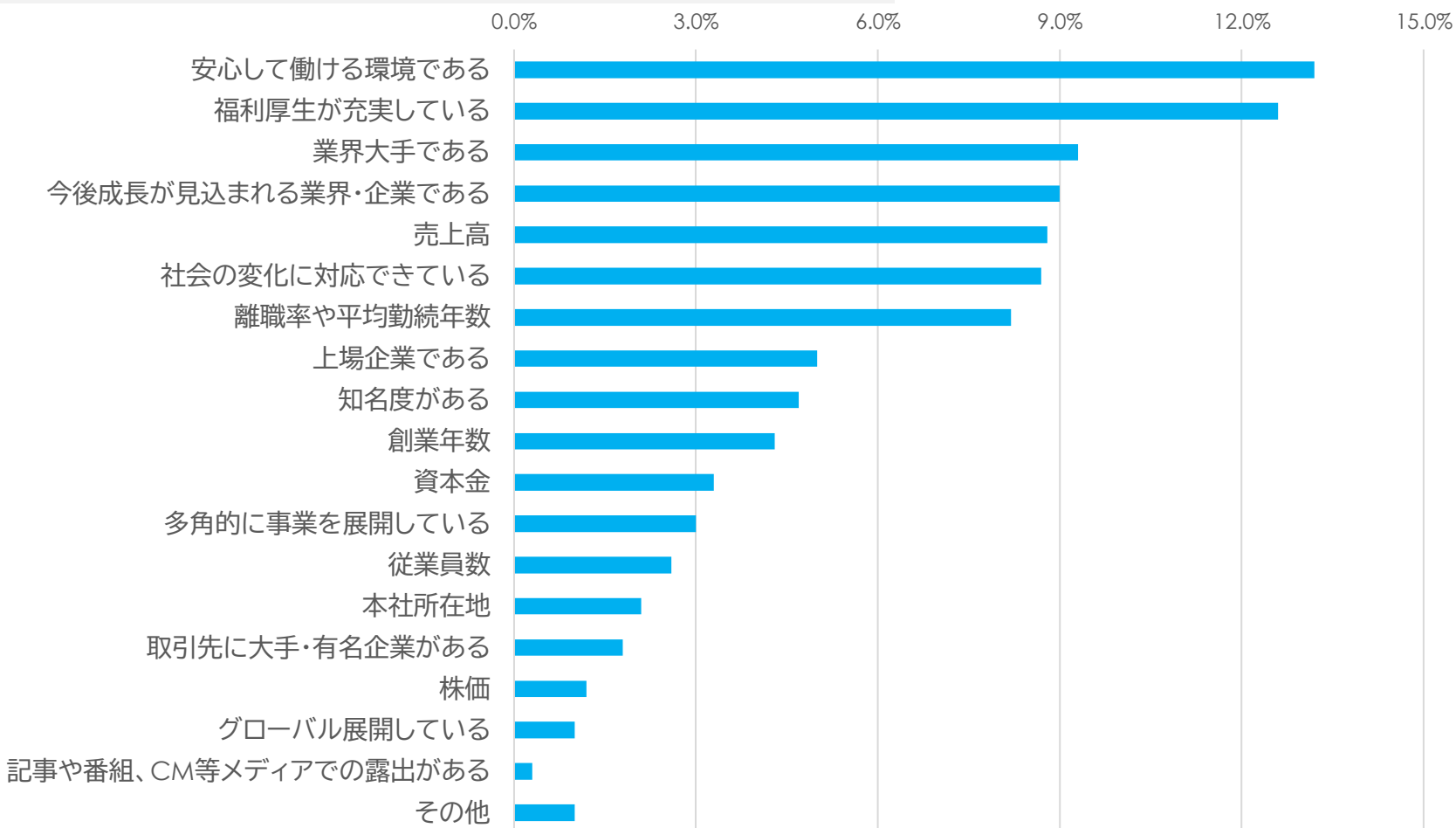
福利厚生、待遇面なども50%を超え、ソフト面・ハード面ともに重要視している。

就職先として企業を選ぶ際のポイント



「安心して働ける環境である」が最多。
「福利厚生が充実」「業界大手」「今後成長が見込まれる」などが続く

企業に対して安定性を感じるポイント(最も安定性を感じるもの1つ)



05

今後の採用活動に大切な視点

企業側の新卒採用意欲の高まり

1

新卒・中途ともに採用意欲は高まっている。求人市場における競争原理が働き、他社よりも早く選考を行って、内々定出しをしたいと考えて動く企業が増えたが、
ほとんどの企業は充足まで至っているわけではない(6月がピーク)。

WEB・動画活用の定着と戦略的活用

2

コロナ禍の感染状況でスケジュールの変更なく、計画通りに採用活動を行えるようになったことに加え、企業規模を問わず、WEBセミナーやWEB面接、動画コンテンツ等をうまく活用できている企業にとっては、会社説明会などの工数が大きく削減された。

相互理解・相互納得のための「丁寧な情報提供」が重要

3

学生側が複数社の内々定を得やすい環境になっている中で、一人ひとりの不安を払拭し「一人ひとりが、納得して入社できる状態」まで育てることが今後、重要に。

常に発信や説明ができる状態に言語化・資料化しておく



企業側が説明していく順番

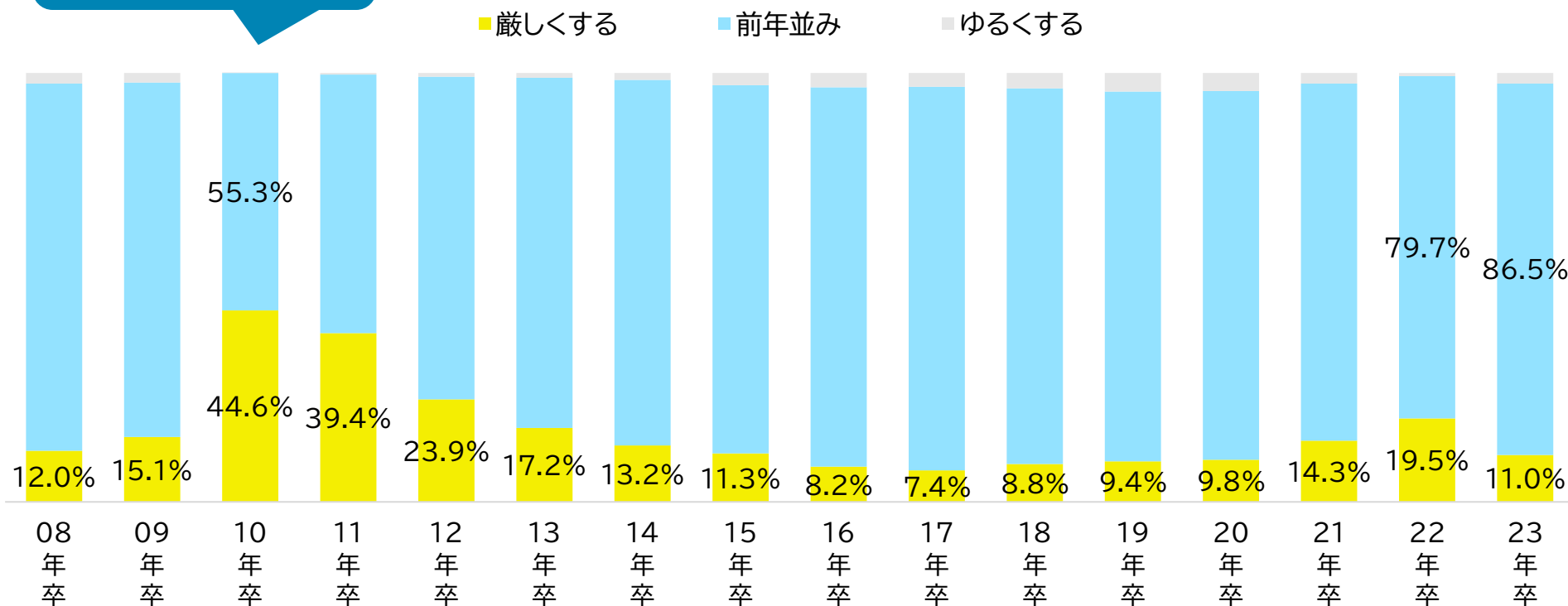
学生が知りたい順番

業界の特徴	事業内容	給与・賞与・手当・昇給	働き方	社員の雰囲気
未来像	企業理念	労働時間・残業	1日の仕事の流れ	ロールモデル(活躍社員)
BtoB／BtoC	資本金・売上・利益	勤務日数・休日・休暇	研修・育成	男女比
業界動向	従業員数	有給取得率	キャリアパス	年齢構成
業界順位	設立年・歴史	勤務地	職種・仕事内容	平均勤続年数・離職率
競合	組織構成	役職ごとの年収モデル	配属先・部署	女性の管理職比率
技術・商品の特徴	オフィス所在地	転勤・異動	必要スキル	配属予定部署の人員配置
ビジネスモデルの特徴	IR・CSR	福利厚生	身につくスキル	育休取得者数・取得率
	企業文化	副業・複業	取引先・得られる人脈	産休・育休後の復帰率

採用基準を「厳しくする」が低下しているものの、
「自社が求める人材を見極めて採用したい」という企業の意識は変わらない。

採用基準を厳しくするか

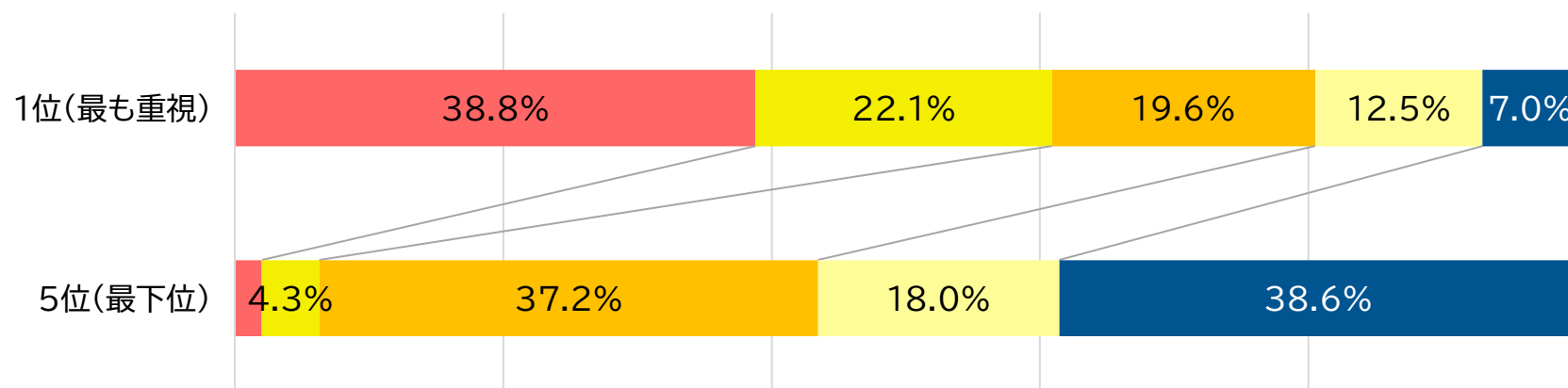
リーマン直後は採用基準を
厳しくし、採用人数も絞って
いた



採用担当が「最も重視していること」は
「職務の適性が高い人」+「社風に合う人」を多く採用すること

採用のゴールとしてより重視すること(1～5位まで順位付け)

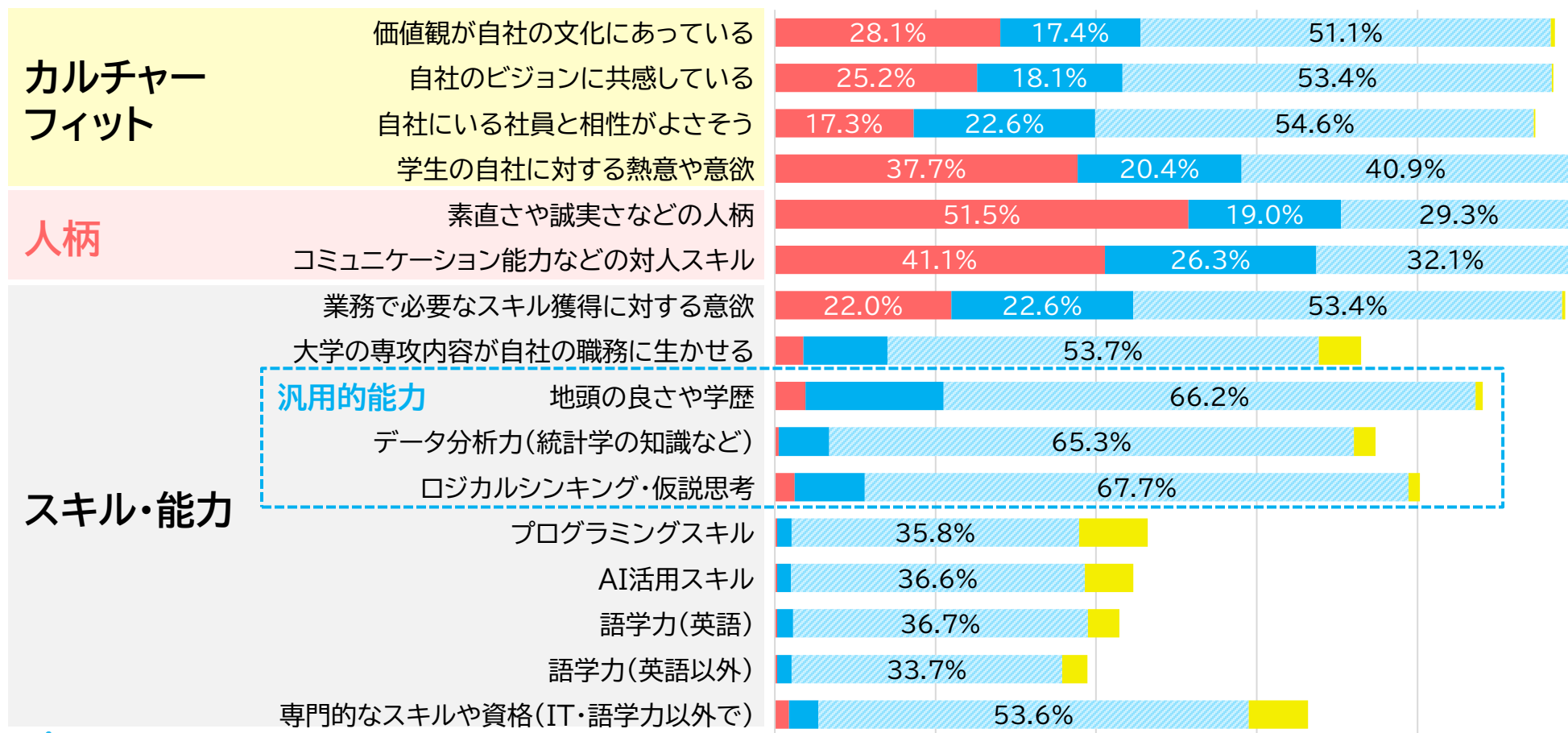
- 自社の職務の適性が高い人を多く採用すること
- 自社の社風にあう人を多く採用すること
- 採用予定人数を達成すること
- 入社後の定着率を上げること
- 自社のハイパーフォーマーに似た要件を持つ人材を多く採用すること



コミュニケーション力と、素直な印象の学生への採用が集中しやすい。

- 絶対に必要(最低限必要)
- あれば望ましい・優遇される

- 必須ではないが別の要件で補う必要あり
- 特定の職種のみ必要



「価値観や考え方、働き方の志向が自社に合うか」を優先した見極めも必要

『企業文化との適合は「入社後に育成が難しい要素」であるため、採用時に選抜する方が企業文化の醸成において効率が良い』

選考基準となり得る用件の中で入社後に訓練が可能／困難な要素

入社後に訓練可能な要素

- 業務遂行に必要な技術的能力
- 専門知識
- マネジメント行動
- チームワーク
- リーダーシップ
- コミュニケーション能力

入社後に訓練が難しい要素

- 仕事に対する価値観
- 仕事に対する姿勢
- 精神的な安定性
- コミュニケーションの志向
- 意思決定の志向
- 倫理観

☑ 説明会情報など、常に最新情報をナビサイト等でPRする

→今後の母集団形成は、セミナーへのエントリーが最も注目されやすく効果的。

マイナビの「採用継続中企業の優先表示」機能の活用や、新規登録者へのアプローチを。

また、既存母集団への定期的なメールも実施

☑ 「業界」「企業」「雇用」「仕事」「人」の情報は、常に見える状態にしておく

→ナビサイト、採用ホームページ、**セミナーアーカイブ(VOD)**など

☑ 定期的なコミュニケーション(次の予定を具体的に伝える)

→学生には必ず、**次の連絡・アクションがいつあるかを事前に伝える**(1カ月以上あけない)

☑ 選考後期～内々定者に対し（可能であれば）常に連絡が取れる窓口を

→面談・懇親会・メールでの情報発信・自己学習コンテンツの提供などだけでなく、

相談できる場を作っておくことも大切(突然の選考辞退・内定辞退を未然に防ぐ)

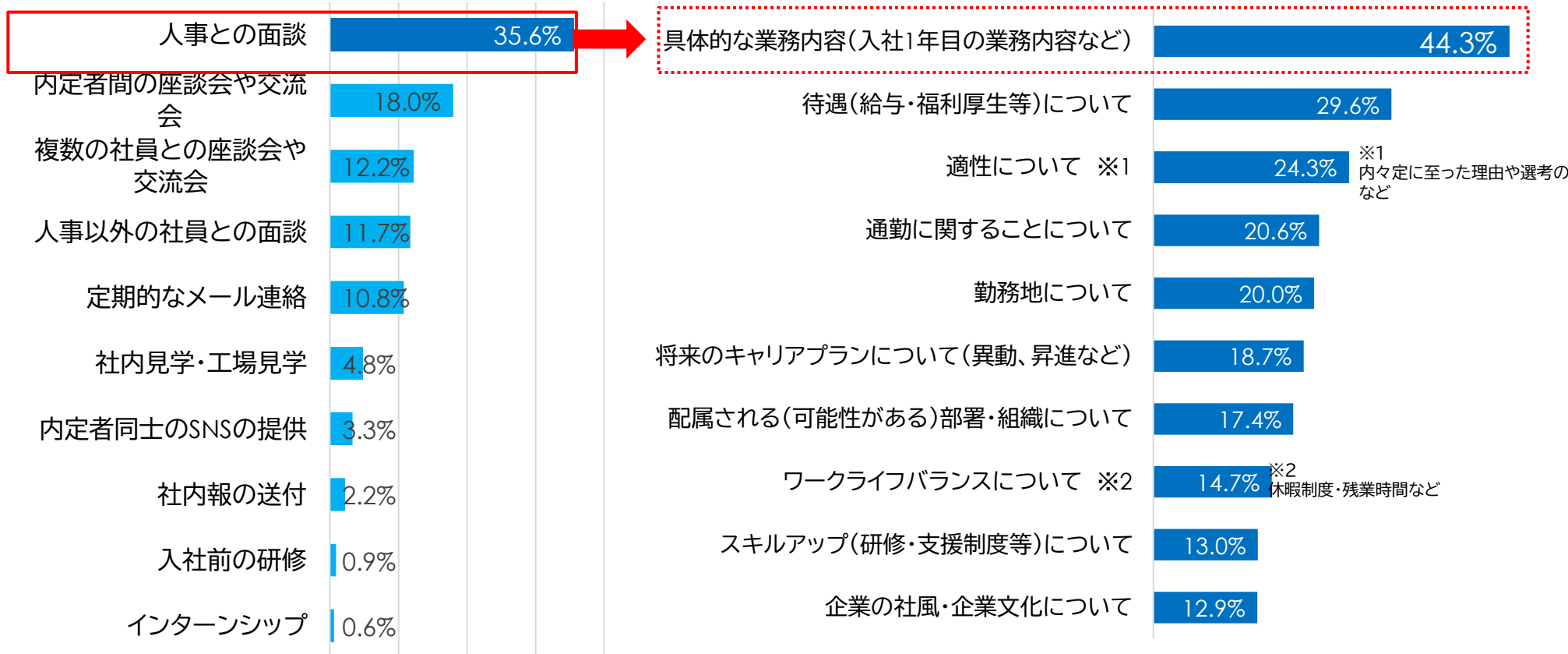
学生
※22年卒
6月データ

「具体的な業務(仕事)内容」への理解・興味の高まりが、 不安解消につながりやすい

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

面談を選択した人限定

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

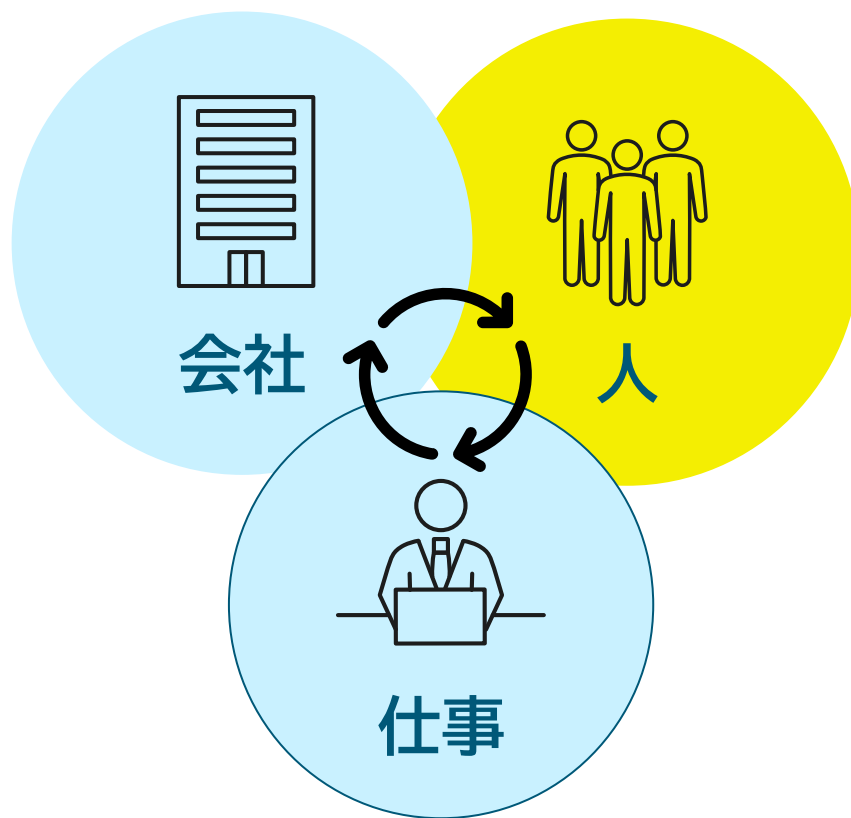


「自社の職務適性」と「社風」に合う人材との出会いを大切にしながら、
気づき合い、「成長する」視点も重要

雇用主・雇用者としての採用



パートナーとしての採用



ご清聴、誠にありがとうございました。

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。

【登録無料】お役立ちコンテンツが満載！

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/>

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