

マイナビ 市場動向報告会 第2部

「WEB説明会」の満足度を高める3ステップ



2022.4.19

株式会社マイナビ 就職情報事業本部

自己紹介



佐藤 公光子（さとう くみこ）

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

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。

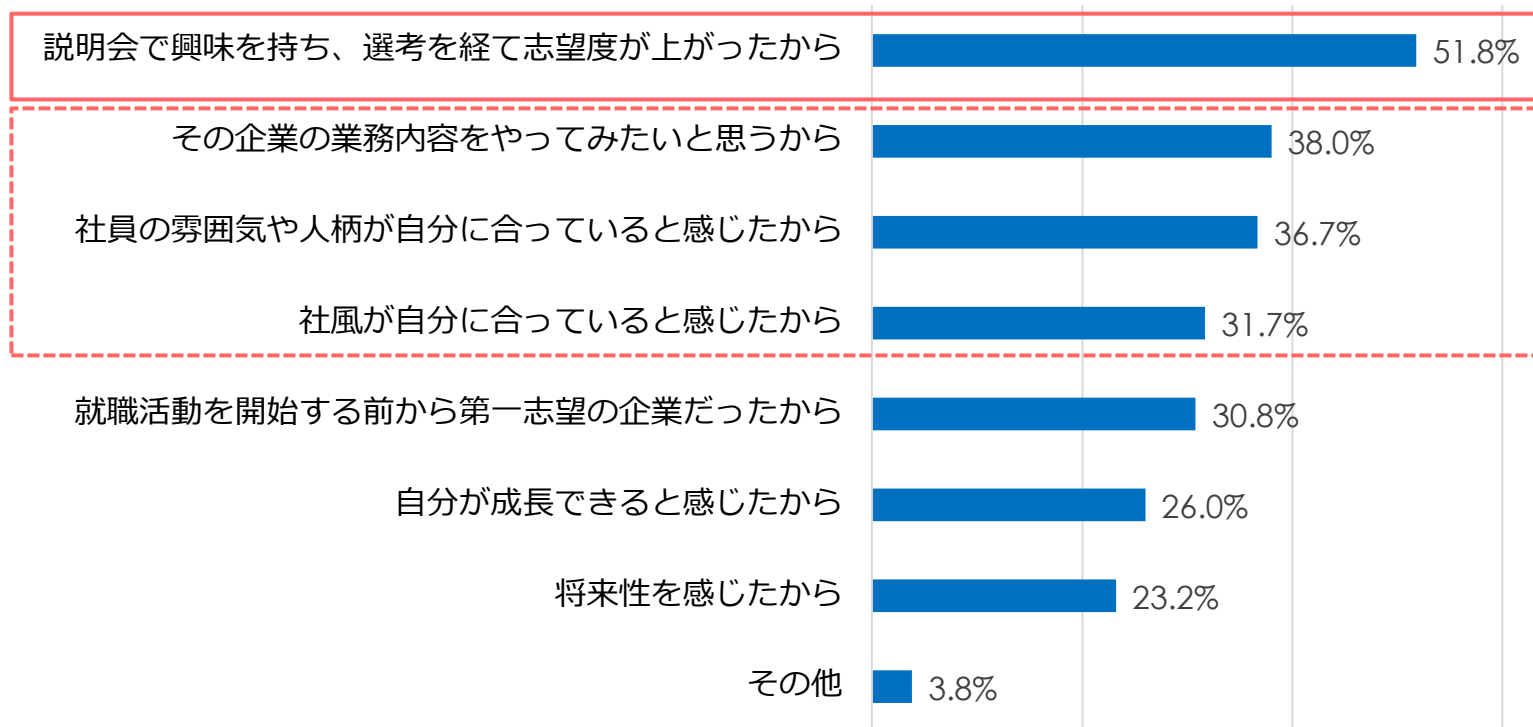
趣味: ゴルフ、猫とのんびり過ごすこと

入社先を決めた理由として最も多いのは、 「説明会で興味を持ち、選考を経て志望度が上がったから」

学生
※22年卒
6月データ

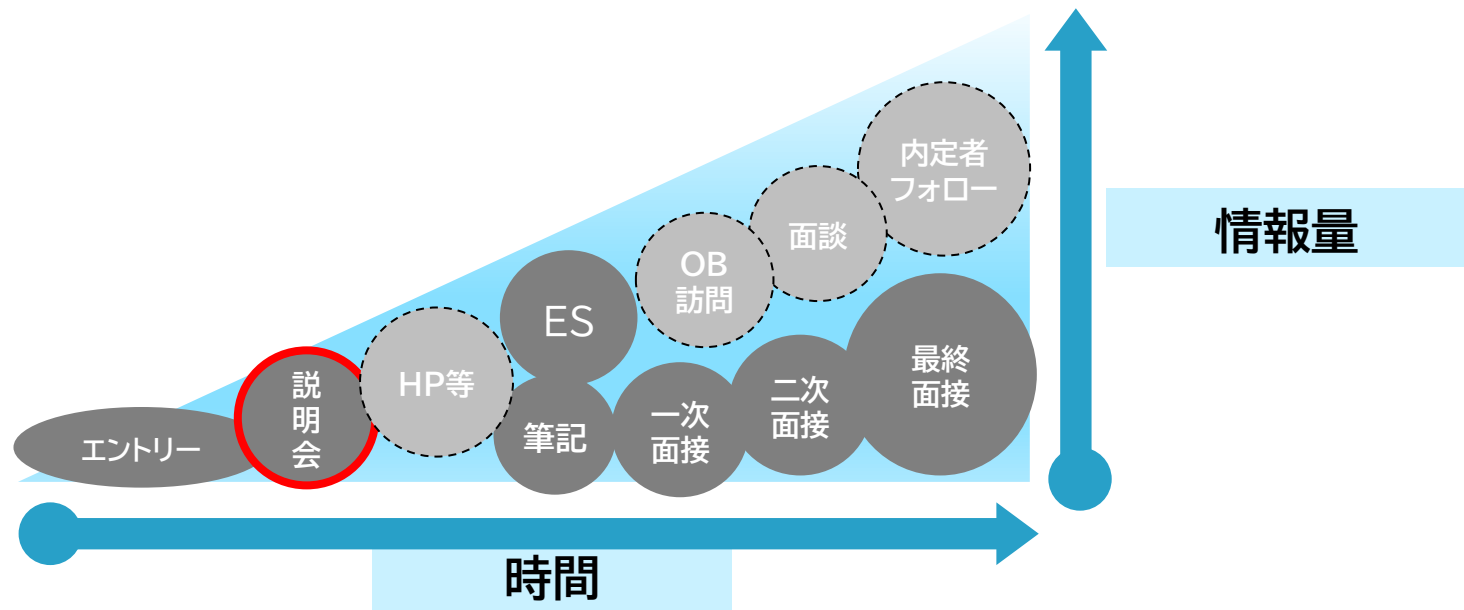
【入社先の企業を決定した人限定】入社先企業を決められた理由

(複数回答)



5月以降は、「説明会への動員」と「満足度向上」がキーファクター

会社説明会は採用フェーズにおいて、企業と学生の初期接触の場。



会社説明会のゴール

学生の気持ちを動かし、次の選考ステップへ進む意欲が、
参加前より高まっている状態にする

志望意欲が「参加前より高まっている状態」とは？

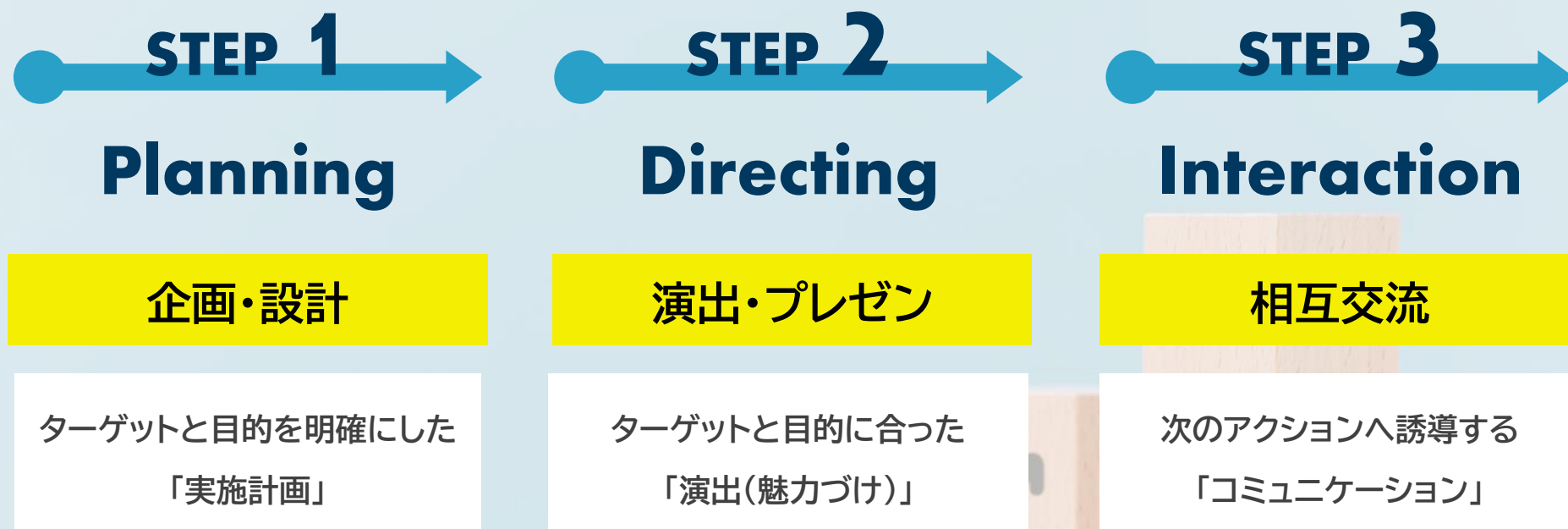
次のアクションにつながる状態をつくること



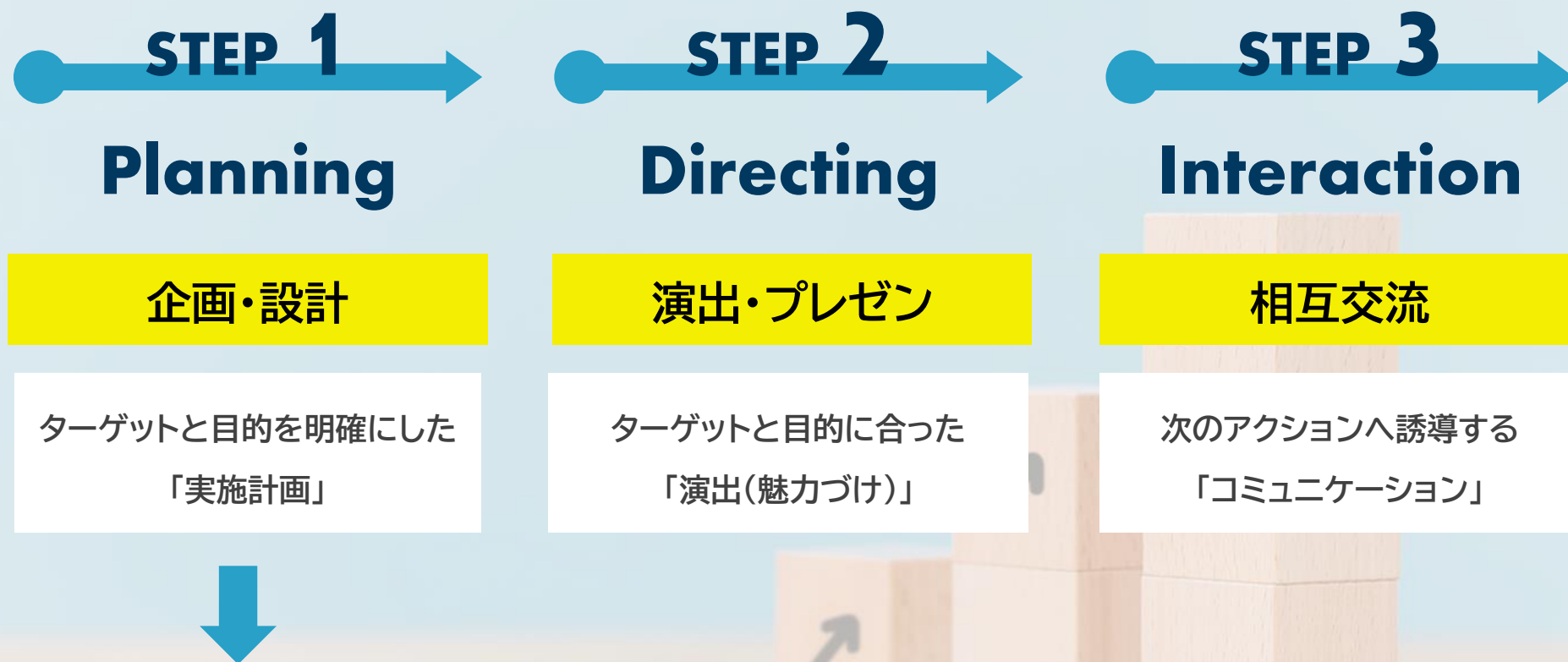
説明会の中での企業理解・仕事理解のみをゴールにせず、
次のステップの行動が伴うアクションまで設計する

例:「本日視聴していただいた皆さまは、一次選考を免除して面接へ進んでいただけます」
「視聴いただいた皆さまだけに、先輩座談会の予約枠を拡大しました。スライド上のQRコードからご予約ください」
……などの仕掛けが母集団形成に有効

自社セミナー成功に向けた3ステップ



自社セミナー成功に向けた3ステップ



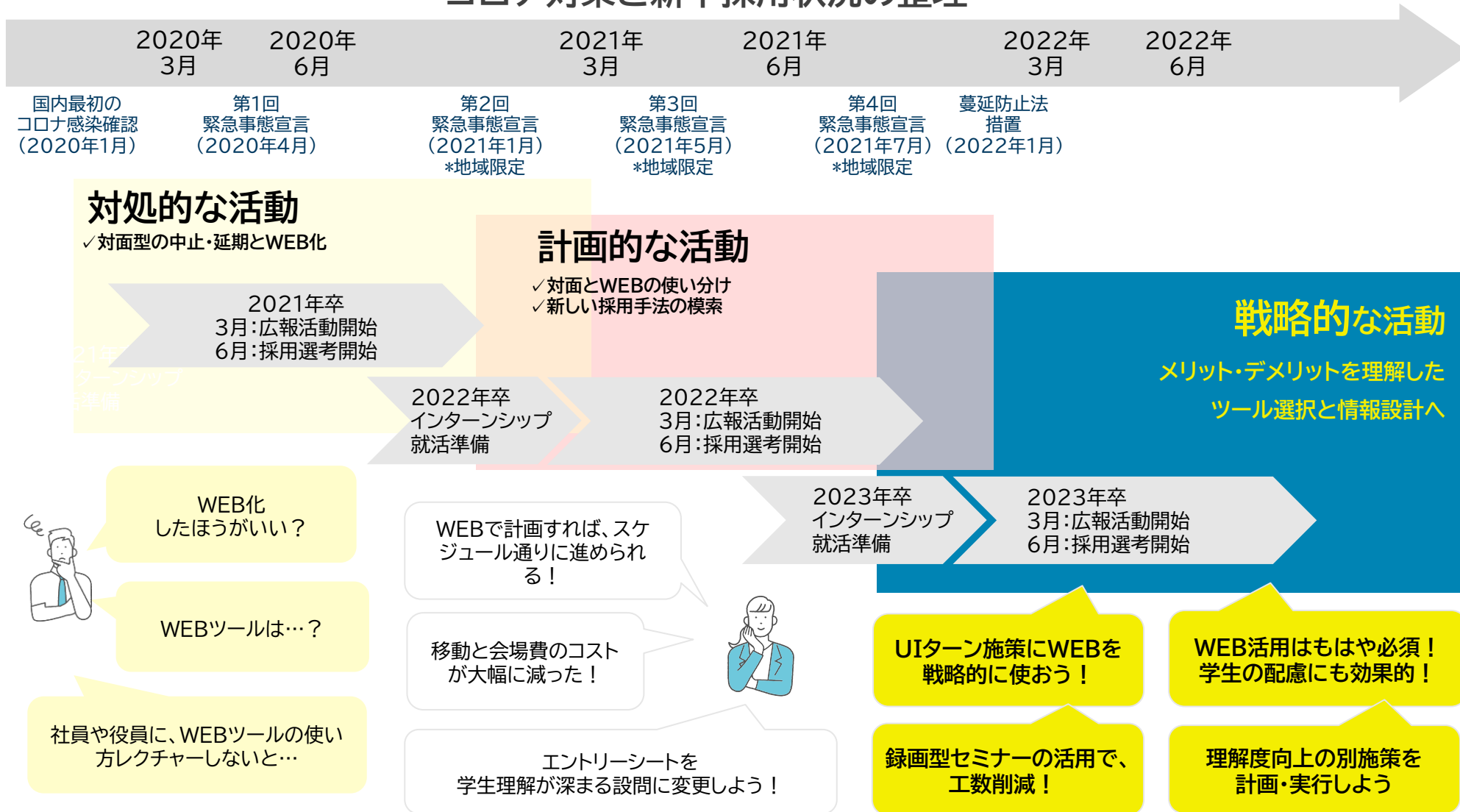
本日は特に「WEBセミナー」の準備に必要なポイントを中心にお伝えします。

STEP 1 Planning

学生調査をもとに、効果的な設計を行う

WEB化による採用活動の変化

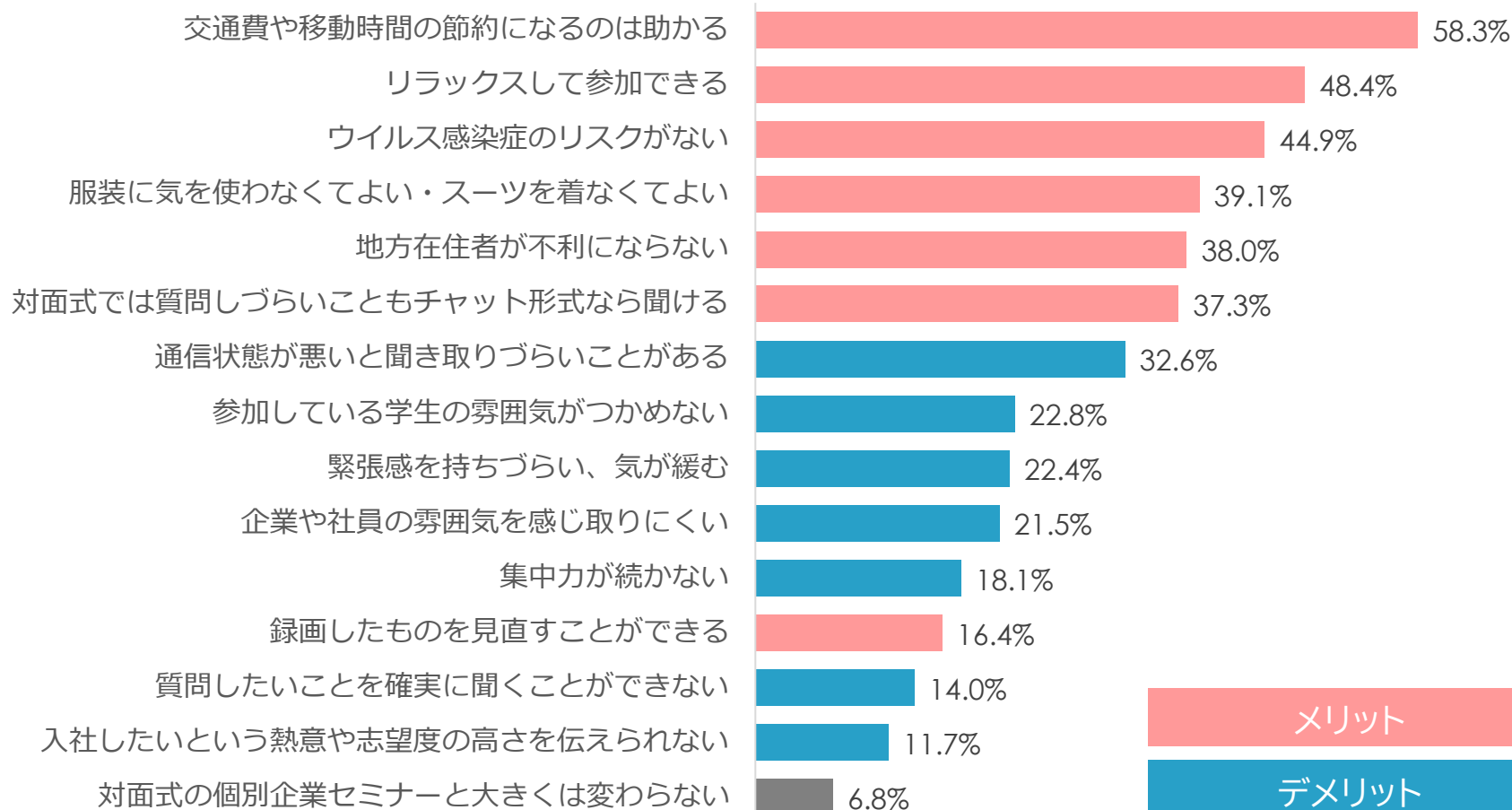
コロナ対策と新卒採用状況の整理



課題感や対応策もより戦略的な内容に変化

WEBセミナーにはメリットが多い一方、「デメリット」も。
「参加している学生」や「企業や社員の雰囲気」を伝える設計が重要。

ライブ形式のWEBセミナー(個別企業セミナー)に参加して思ったこと【複数回答】



Q.セミナーの適切な「所要時間」は？

LIVE型のWEBセミナーは「1時間程度」

録画型のセミナーは「30分程度」とする学生が最多。

また、録画版は早送りやチャプター選択できるかなども重要。

対面
(来場型)

1.5-2時間

LIVE
(WEB)

1時間

録画
(VOD)

30分



Q.WEBセミナーのLIVE配信・録画型の使い分けとメリット・デメリットは？

LIVE配信セミナー

- 双方向でのコミュニケーションや質疑応答
- 参加者同士の交流も可能
- 「今しか見ることのできない」特別感や臨場感の演出

【メリット】

- ・チャット機能によるコミュニケーションで、満足度・理解度を確認しながら進行できる
- ・指定の時間を割いて視聴するため、志望度の高い学生であることが予想できる

【デメリット】

- ・配信・接続トラブル等のリスクがある
- ・トラブル回避のためにテスト配信やリハーサルなど、入念な準備が必要

録画(VOD)配信セミナー

- 開催工数の削減(マンパワー)
- ニーズ別(職種・採用フェーズ別)などの細やかな情報設計
- 学生の予定に左右されず、一人ひとり自分のペースで繰り返し見ることができる

【メリット】

- ・学生が自由な時間に視聴できる
- ・編集により完成度の高い動画が作成できる
- ・使いまわしができるため工数削減につながる

【デメリット】

- ・リアルタイムの交流・質疑応答などができない
- ・機材やソフト、編集作業が必要
- ・LIVEよりも学生に見てもらいづらい

WEBセミナーのLIVE配信・録画型の使い分けと活用

いつ(When)、どこで(Where)の設計を解決する活用手法を3パターンご提案！
学生のスケジュール都合による機会損失を防止し、LIVEセミナーは社員＋参加者交流をメインに！

LIVE配信セミナー受付開始と同時に、
録画配信セミナーの告知・予約も行う

汎用的な会社・事業説明は録画やオリジナル動画を準備、
LIVE型セミナー内で「動画」を活用する

エントリー者全員に「録画型セミナー」のURLを事前配布し、
コミュニケーションをメインとした対面セミナーに呼び込む

When、Whereの決定の次は「ストーリーの構築」

誰が(Who)

登壇者、出演者

例1) 採用担当＋現場社員

例2) 採用担当＋社長

何を(What)

伝える内容

例1) 仕事内容・働きがい

例2) ビジョン・将来像

なぜ(Why)

誰に？何のために？

例1) 営業職希望者向けに

例2) インターンシップ参加者に

どう(How)

どう伝えるか

例1) LIVEで登壇してもらって

例2) 収録動画で

When、Whereの決定の次は「ストーリーの構築」

誰が(Who)

登壇者、出演者

例1) 採用担当＋現場社員

例2) 採用担当＋社長

何を(What)

伝える内容

例1) 仕事内容・働きがい

例2) ビジョン・将来像

なぜ(Why)

誰に？何のために？

例1) 営業職希望者向けに

例2) インターンシップ参加者に

どう(How)

どう伝えるか

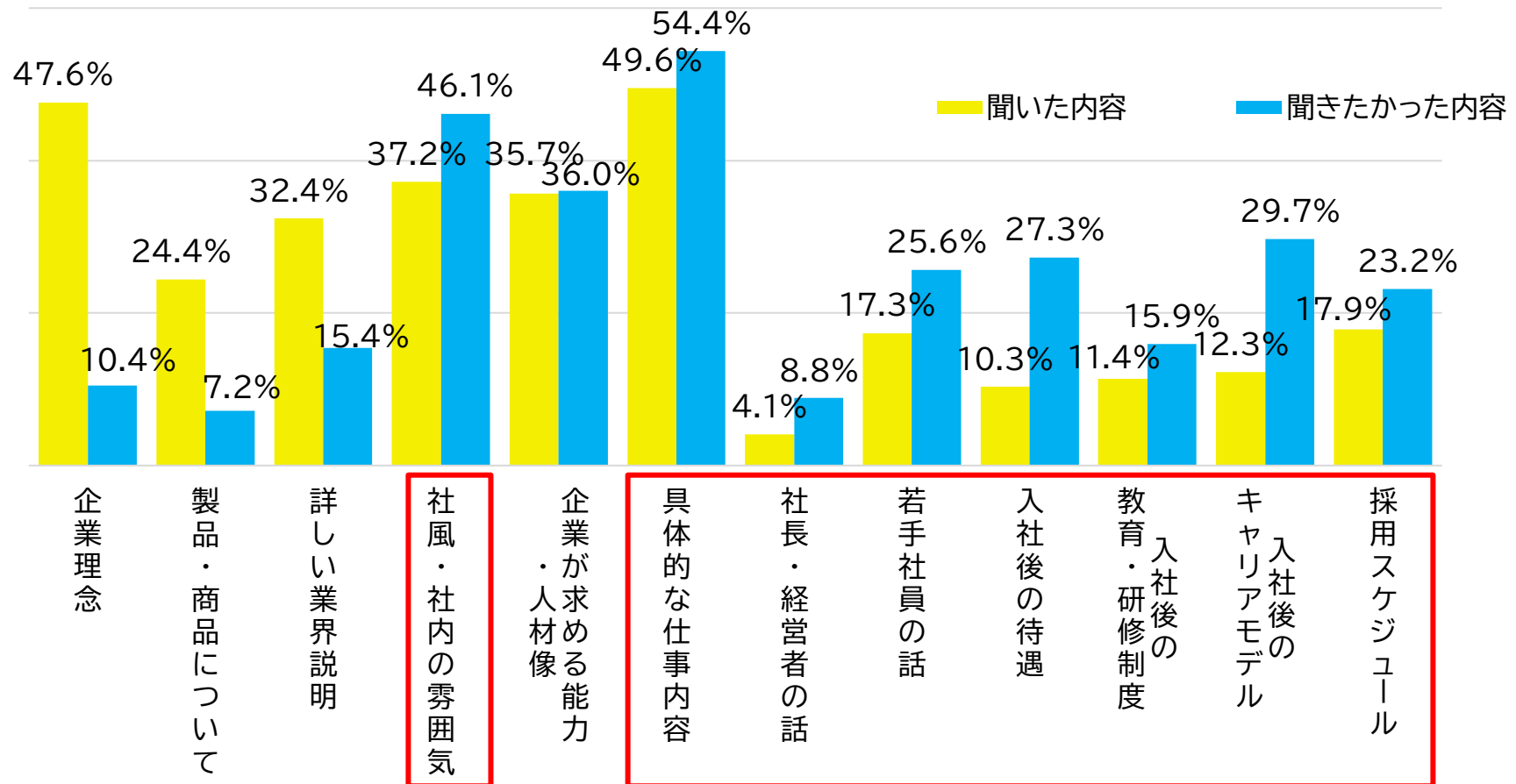
例1) LIVEで登壇してもらって

例2) 収録動画で

「伝えたい情報」よりも「学生の知りたい情報」を準備する

求める情報と乖離がある項目は、『社風』『若手社員の話』『待遇』など。
また21年卒以降、『経営者の話』を聞きたいとする学生も増加傾向。

個別企業セミナー「実際に聞いた内容」と「聞きたかった内容」【各3つ選択】



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

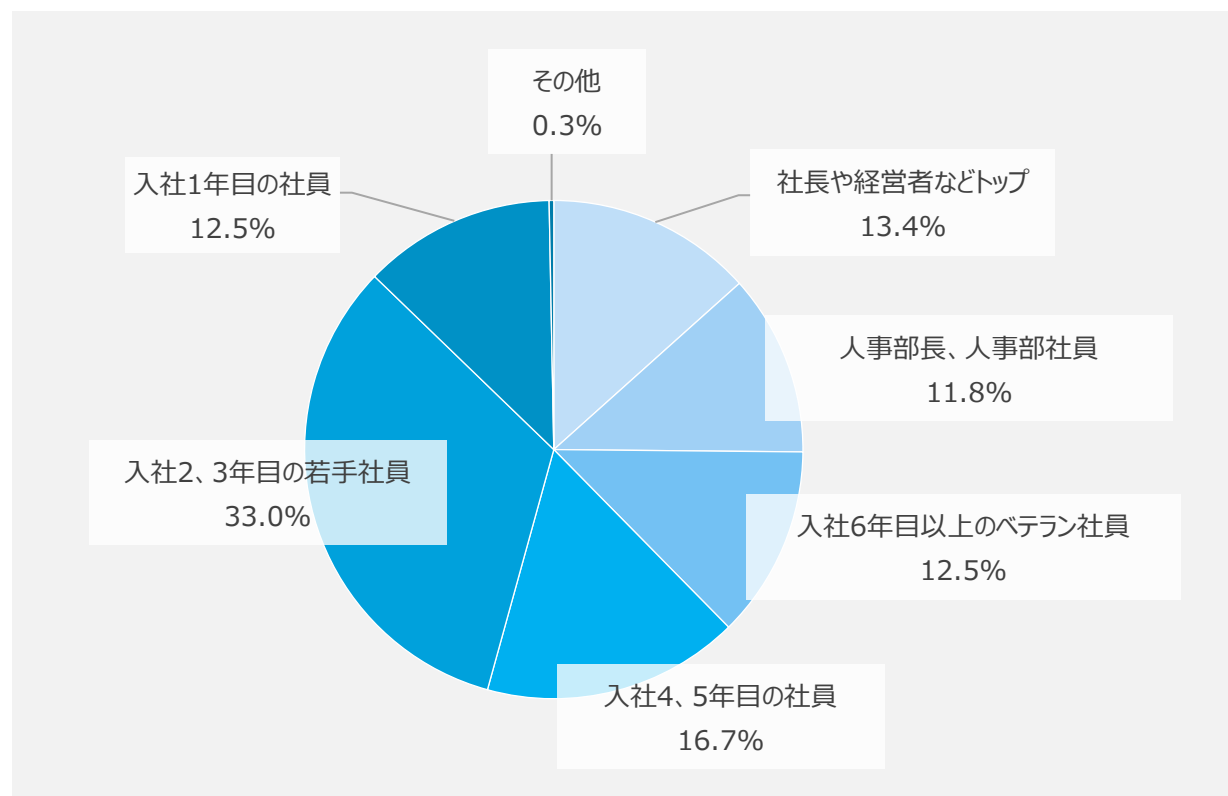
学生が知りたい順番

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

学生が話を聴きたい登壇者は？

年次の近い現場社員だけでなく、中堅～経営層まで、幅広いキャリア層を見せることが重要！ しかし毎回アテンドするのは難しい……

Q. 個別セミナー*で最も話を聞きたい人は誰か



出展: 2022年卒マイナビ学生就職モニター調査(2021年4月) *WEBセミナー含む

「録画型セミナー」や「動画コンテンツ」の活用は説明会の印象をUPします。

登壇者を説明会毎にアテンドする必要がない点もメリットです！



(参考)よくあるご質問① セミナーのキャンセルが多いのですが…

※2021年12月開催「ナビ活セミナー」資料再掲



セミナー予約者の当日キャンセルや無断欠席が多い…
何かできる対策は？

リマインドがおすすめです
こまやかな対応で離脱防止の徹底を！

※マイナビご参画企業様は「MIWS」をご活用ください



リマインドメール運用例

～3週間前	 説明会参加促進メール	まだ説明会に予約していない学生に、説明会開催案内のメッセージを送信。
1週間前	 1週間前の リマインドメール	開催日1週間前を目途に、予約者へリマインドメールを送信。 「説明会で聞きたいことはありますか」と学生から返信を受け付けることも可能！
4～5日前	 離脱防止のための 個別フォロー	都合が合わなくなった学生へ別日程の提案をするなど個別のやりとりも
3日前	 再度 説明会参加促進メール	未予約予約者に対し再度案内メールを発信 (実施日直前のため確実に参加できる学生が多い → 当日の参加率向上へ)
1日前	 開催日前日の リマインドメール	開催日前日に、予約者へリマインドメールを送信。
開催後	 参加者にお礼メール	お礼メールや欠席者へのフォローメールを送り、 志望度向上 & 離脱防止対策を。説明会後の質問を受け付けることも可能！

(参考)よくあるご質問② 受付時にアンケートを回収してもOK？

※2021年12月開催「ナビ活セミナー」資料再掲



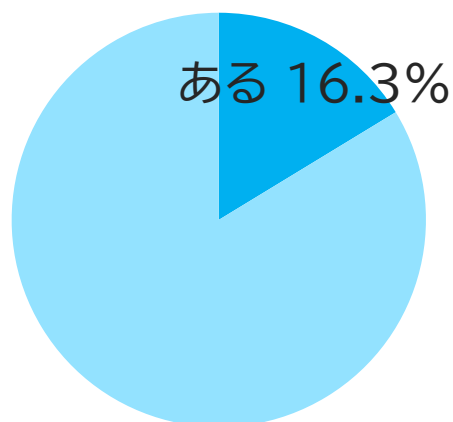
エントリー時にアンケートは取ったほうがいい？
アンケート機能、どう使うのがよい？

運用は最小限に！ 必要性を再確認してから使いましょう

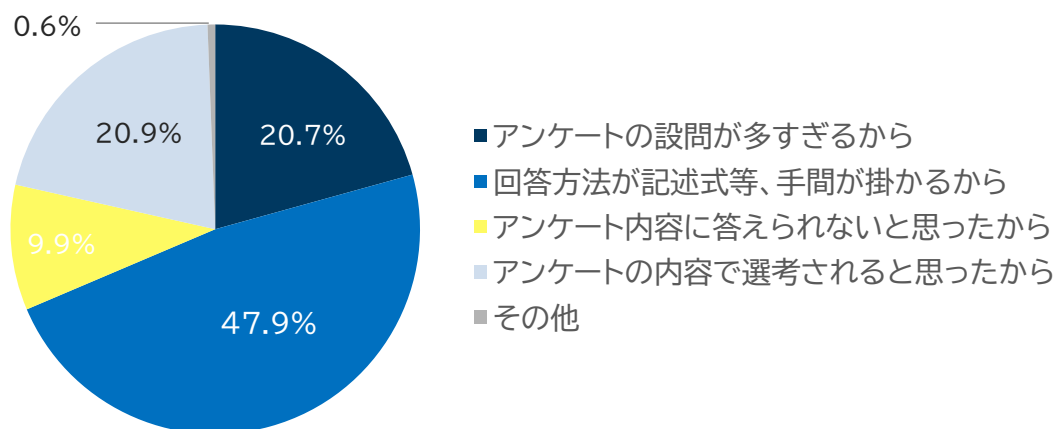


(参考) マイナビ エントリーボックスのアンケートに関する学生の意識

Q. アンケートが付いていたことが理由で
エントリーしなかったこと



Q. エントリーしなかった理由
(あると回答した方のみ、いずれか1つ選択)



出展:2022年卒マイナビ学生就職モニター調査(2021年3月)

STEP 2 Directing

プレゼンテーションのコツ

スライド作成マスト (基本情報)

- ①会社概要 ②事業内容・ミッション等 ③職種・仕事紹介
- ④社員紹介 ⑤給与・待遇 ⑥採用情報 ⑦選考フロー・スケジュール

魅力づけ・差別化の コンテンツ

- ①説明会の目的 ②社長メッセージ(動画、または登壇が理想)
- ②社風が社員の雰囲気伝わる写真や動画 ③キャリアパス
- ④教育・研修制度 ⑤独自の社内制度
- ⑤ライフイベントの事例(育休・介護休暇等を利用した社員の声) ほか

資料作成のポイント 1

「1スライド=1メッセージ」が基本

付随情報は多くて3つ以内、単語や、短文を中心に作成。
文字の大きさは、24ポイント以上、ゴシック系を基本とする。

資料作成のポイント 2

グラフや図、クリップアート(イラスト・写真)を活用！

グラフや図表、イラスト、自社で撮影した写真などを活用する。
※著作権にご注意ください

資料作成のポイント 3

実際の配信環境で投影して確認

必ず実際の会場で投影した上で、スライドの文字全て読めるかをチェック！
(特にPCでみたときに、小さくなってしまう場合は、別途資料をPDF配布する)

当日の運営で好感度をあげるポイント

好印象を与える要因は、開催形式によって違いもあるが
運営の段取りと、登壇者のプレゼンは共通して印象を左右する。

良い印象が残っている企業セミナーを挙げた理由(上位)

■対面式の個別企業セミナー



就活生への対応が丁寧だった



セミナーの雰囲気が和やかだった



社員が魅力的だった

■ライブ形式のWEBセミナー



セミナーの雰囲気が和やかだった



社員が魅力的だった



質疑応答の時間がきちんと設けられていた

■録画形式のWEBセミナー



分かりやすいスライドが用意されていた



知りたいことが簡潔にまとまっていた



チャプターに分かれていた

悪い印象が残っている対面式の個別企業セミナーを上げた理由（上位）

- ・対面式で実施する必要がない内容だった
- ・質問に対する答えが雑だったり、的外れだった
- ・不必要な話を長々とされた
- ・社員のやる気が見えず、誠実さを感じなかった
- ・セミナーの段取りが悪かった(会場案内や進行の不備等)
- ・自社の自慢ばかりされた

「良い印象が残っている対面式の個別企業セミナーを挙げた理由」「良い印象が残っているライブ形式のWEBセミナーを挙げた理由」

「良い印象が残っている録画のWEBセミナーを挙げた理由」「悪い印象が残っている対面式の個別企業セミナーを挙げた理由」

出展：2022年卒マイナビ学生就職モニター調査(2021年4月)

プレゼンスキル～5つのデリバリーテクニック(WEB編)

プレゼンの一歩目はプレゼンスキルです。まずは「セルフチェック」から始めましょう。
プロアナウンサーやYouTubeクリエイターになったつもりで、準備と演出を行い印象UPへ！

表情・姿勢

- ・ノートPCの付属カメラでは下向きに映りやすい。目線を上げ正面に、カメラ位置が来るよう調整を。

アイコンタクト

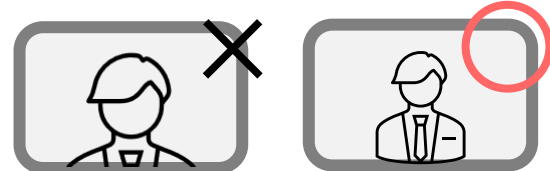
- ・PCやモニター画面ではなく、「カメラを見る」ことで画面越しの視聴者に目線が合う。

抑揚・繰り返し

- ・原稿を準備しすぎると、抑揚のないプレゼンになりがち……ポイントを予め資料に落とし込み、口頭で繰り返すと、プレゼンが印象的になりやすい。

身振り・手振り

- ・カメラリハーサルを行い、収録。無駄な動作や印象の悪い姿勢等がないか周囲にチェックしてもらう。
- ・顔のアップだけではジェスチャーが伝わらない。バストアップ推奨。



声(大きさ・スピード・間)

- ・PCやイヤホンのマイクは音が拾いづらいため、**必ず専用のマイクを準備**する。
- ・普段より落ち着いたトーンで大きめな声で話す。

自社のみでは難しい場合は、外部制作委託やプレゼン研修への参加を通じてクオリティUPを！

STEP 3 Interaction

交流・コミュニケーションを通じた満足度の向上

LIVE配信セミナーでは、必ずインタラクティブな設計が必須。

下記はコミュニケーション施策の一例です。

チャットの活用

WEBセミナーツールに付帯されているチャット機能を「有効」にします。プレゼンテーション中は積極的なチャット投稿がしづらいため、冒頭で「チャットタイムがある」ことや、チャット発言時のルールなどを伝えておくと、安心して参加でき、活性化しやすくなります。

先輩社員プレゼン+質疑応答

先輩社員が答えてくれる質問は、最も学生が「知りたいポイント」です。仕事内容、社内の雰囲気などの質問タイムは10分程度設定しておくのがおすすめ。質問が出ない場合の「想定質問」を採用担当側でも準備しておきましょう。

参加者同士のグループワーク

配信ツールによっては参加者のブレイクアウトルームの運用が可能です。参加者同士を任意にグルーピングし、「なぜこの企業のセミナーに参加したか」「今日知りたいことはなにか」などを話し合ってもらい、チームの代表者に発表をしてもらいます。

リアルタイムアンケートの活用

発言やチャット参加に尻込みする学生でも、リアルタイムアンケートであれば、気軽に参加が可能です。「最も興味を持った職種は?」「説明を聞いて、より詳しく知りたいと思ったことは?」など選択式のアンケートを実施し、それに対して登壇者が回答・コメントしていきます。

アンケート回収による振り返りもお忘れなく！
コンテンツの見直しや、フォローのヒントにも！

【アンケート実施のメリット】

- * 説明会の満足度、意見、感想
→ 運営方法、**コンテンツ見直しの参考**に
- * より詳しく知りたい情報
→ 選考中のフォロー情報の提供のヒントに
- * 次年度のコンテンツ作成の参考に
→ 選考歩留まりとセミナー内容の相関分析

設問内容によっては、下記の把握も可能です。

- 就活の状況
- 競合情報（他社の志望度）
- 他社の説明会内容の情報収集



【ご注意】アンケートツールの選択について

企業によってセキュリティおよび個人情報同意のルールが異なりますので必ず社内法務・システム等にご確認のうえご準備ください

STEP 1

Planning

企画・設計

- ✓ ターゲットと目的を明確にできているか
- ✓ ゴールに沿った「実施計画」になっているか
- ✓ 運営スタッフは配置したか（特にLIVE配信のトラブル時に対応できる体制になっているか）
- ✓ 音声・配信のテストで問題ないことを確認したか
- ✓ 次のアクションへ誘導する設計はできているか

STEP 2

Directing

演出・プレゼン

- ✓ 資料の内容が読みやすい、わかりやすいものになっているか
- ✓ 資料に使っている写真やイラストの著作権は問題ないか
- ✓ ターゲットと目的に合った「登壇社員の手配」ができているか
- ✓ プレゼンターの話し方は好印象か（高圧的、暗いトーンなどになっていないか）
- ✓ 動画を利用する場合、再生環境は問題ないか

STEP 3

Interaction

相互交流

- ✓ LIVE配信セミナーにおいて「登壇者⇄参加者」または「参加者同士」のコミュニケーション設計ができているか
- ✓ 「質疑応答」の時間は十分に確保できているか
- ✓ チャットやグループワーク等を活用する場合の事前案内スライドを準備したか
- ✓ アンケート内容の精査および準備は万端か

アンケートにご回答いただくと「運営チェックリスト(Excel)」のダウンロードが可能です。

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