

全国版

マイナビ 採用戦線報告会



2023年卒 採用戦線報告 および 今後の見通しと対策



株式会社マイナビ 就職情報事業本部

2022年7月20日(水)



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 Manager

八島 三津子（やしま みつこ）

株式会社マイナビへ中途入社後、キャリアサポーターとして大学等のキャリアガイダンスに多数登壇。現在はセミナーほか各種コンテンツの企画・制作・運営など企業向けの情報提供業務を主に担当。



株式会社マイナビ 社長室
キャリアリサーチラボ 主任研究員 Manager

東郷 こずえ（とうごう こずえ）

途中で株式会社マイナビに入社後、営業推進、サイトデータ分析部門などを経て、現職。年間約40件の学生および企業向けアンケート調査の立案・運用・分析を手掛ける。

Chapter 01

2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

- ① 報告 ～市場感からインターンシップ、採用広報と選考活動まで～
- ② 分析 ～採用総合満足度から読み解く2023年卒採用の傾向～
- ③ 提案 ～満足のいく採用のために～

Chapter 02

今後の採用活動に大切な視点

マイナビ2023年卒 企業新卒採用活動調査 概要

■実施要綱

調査依頼方法

- ・新卒採用人事担当者のための採用支援サイト「HUMAN CAPITALサポネット」会員にメールマガジンにて案内
- ・マイナビ2023のサポートメール、企業向けHPにて案内
- ・新卒採用実績のある企業の採用担当者に個別にメールで案内

調査期間

- ・2022年6月3日（金）～6月20日（月）

回答方法

- ・WEBフォームより回答

有効回答数

3,176社（上場 275社 ・ 非上場 2,901社 | 製造 1,262社 ・ 非製造 1,914社）

■本調査に関するお問い合わせ先
株式会社 マイナビ
社長室 HRリサーチ統括部
E-mail:myrm@mynavi.jp

■採用・育成・組織戦略については
「HUMAN CAPITALサポネット」
<https://saponet.mynavi.jp/>
で最新情報を公開

■調査結果や研究レポートについては
「マイナビキャリアリサーチLab」
<https://career-research.mynavi.jp/>
で最新情報を公開

【集計に関して】全体の回答率を算出するにあたり、有効回答企業数の業種別構成比を本来の比率と等しくする為、経済センサス基礎調査及び総務省HPを基に、ウエイトバック集計を行っている。基準数値は平成26年度 経済センサス基礎調査の従業員5名以上の企業数と公務他団体数（自治体＋特別区＋中央省庁＋復興庁）を参照している。業種分類は、経済センサスにおける分類を弊社分類の42業種に割り当てている。なお、17年卒以前の数値は、ウエイトバック処理なしの値で表示する。

※ウエイトバック集計とは アンケート回答者の属性構成比率が実際の属性比率と乖離している場合、構成比に合わせるように重み付けして集計すること。

Chapter 01

2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

- ① 報告 ～市場感からインターンシップ、採用広報と選考活動まで～
- ② 分析 ～採用総合満足度から読み解く2023年卒採用の傾向～
- ③ 提案 ～満足のいく採用のために～

Chapter 02

今後の採用活動に大切な視点

Chapter 01

2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

① 報告

～市場感からインターンシップ、採用広報と選考活動まで～



① 報告



(1) はじめに～市場感概要

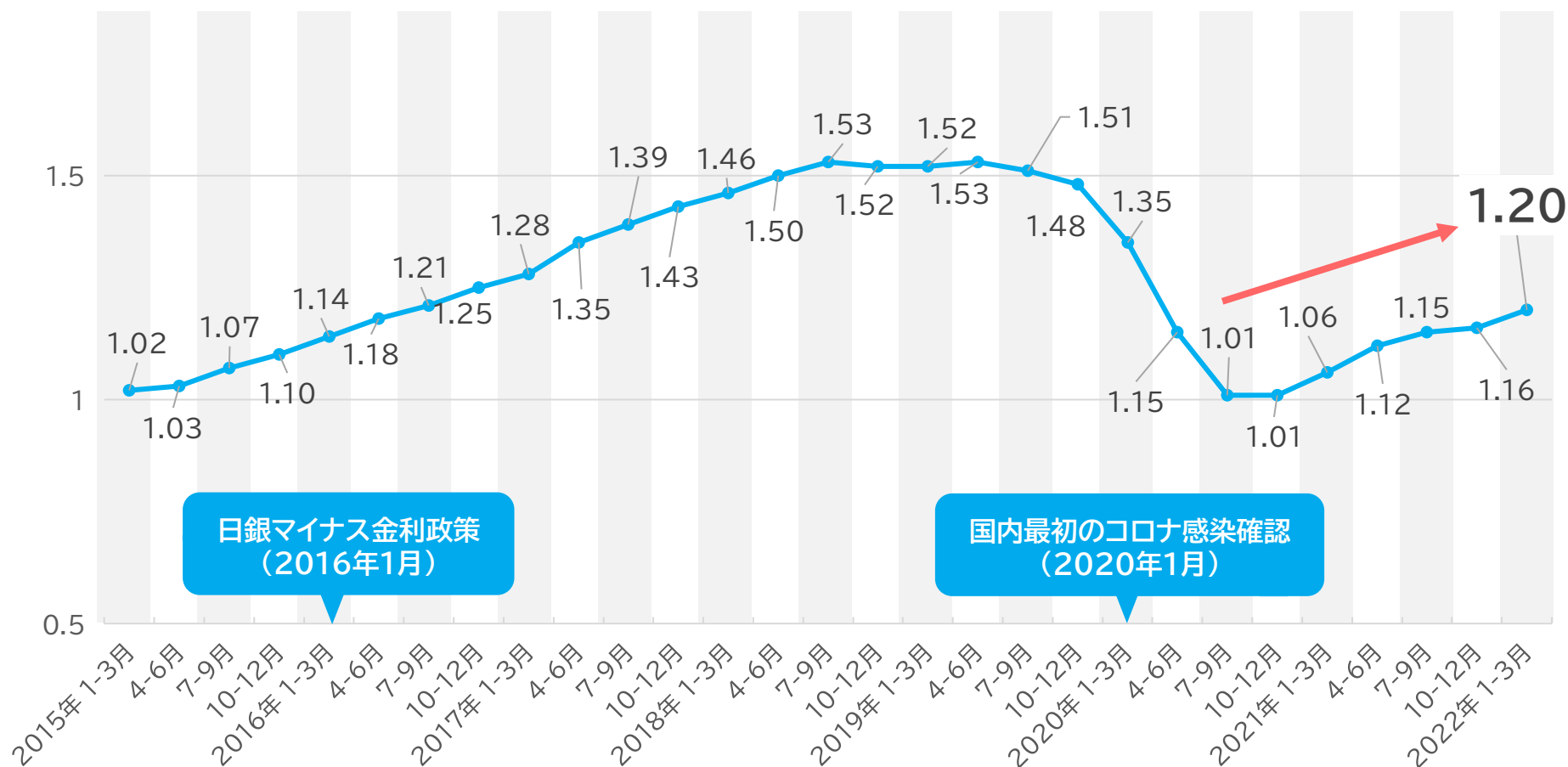
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

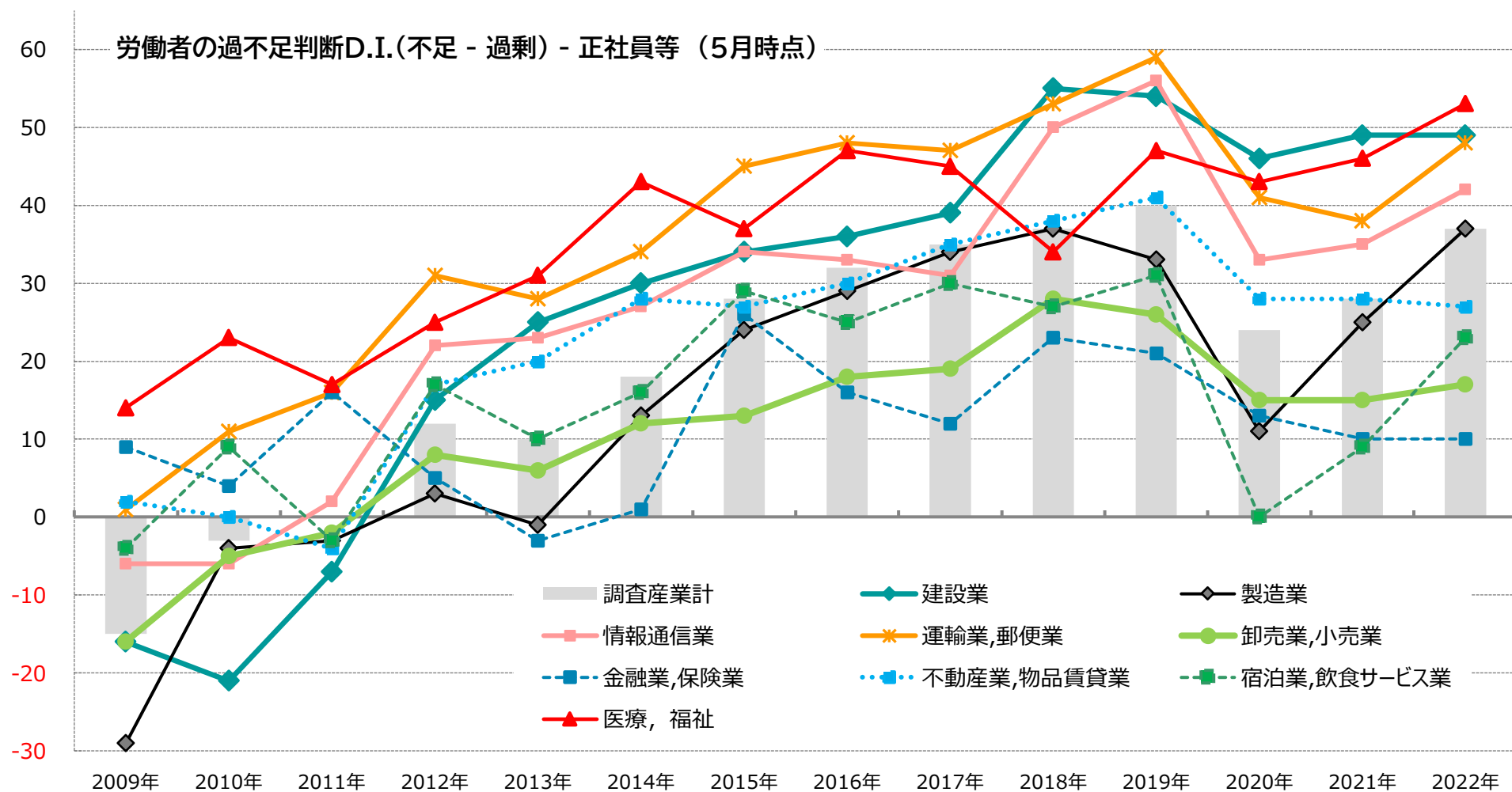
(3) 採用広報と選考活動

新型コロナウイルス感染症の影響により急激に落ち込んだが 2021年からは上昇傾向に。

有効求人倍率（パート除く、季節調整値） 3か月毎平均値



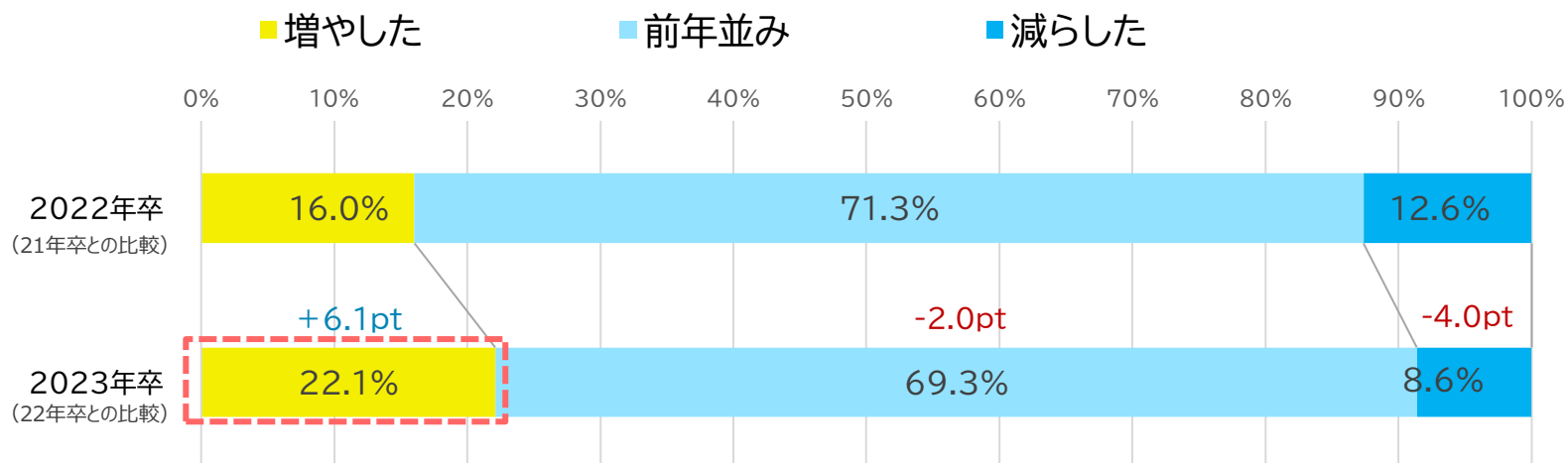
過不足判断D.I.(調査産業計)は37。 コロナの影響を受け V字の動きとなった業種も。



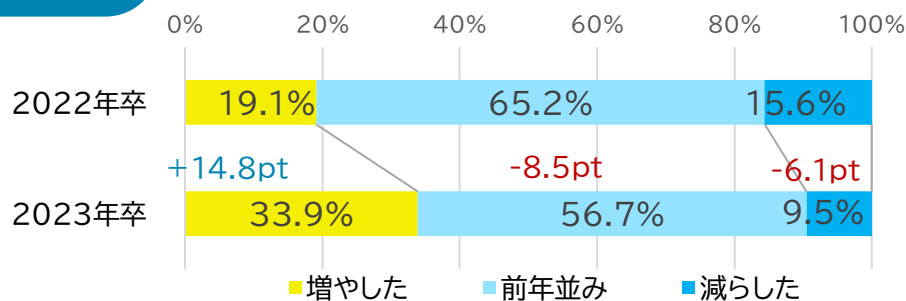
前年比較で「増やした」と回答する企業割合が上昇。 採用活発化の動き。

採用予定数の前年との比較

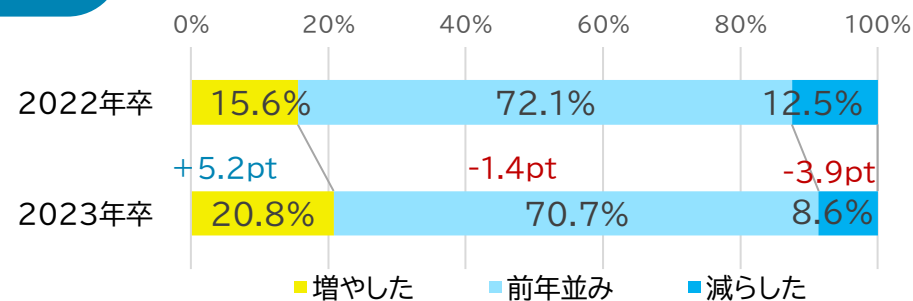
全体



上場 (株式公開)



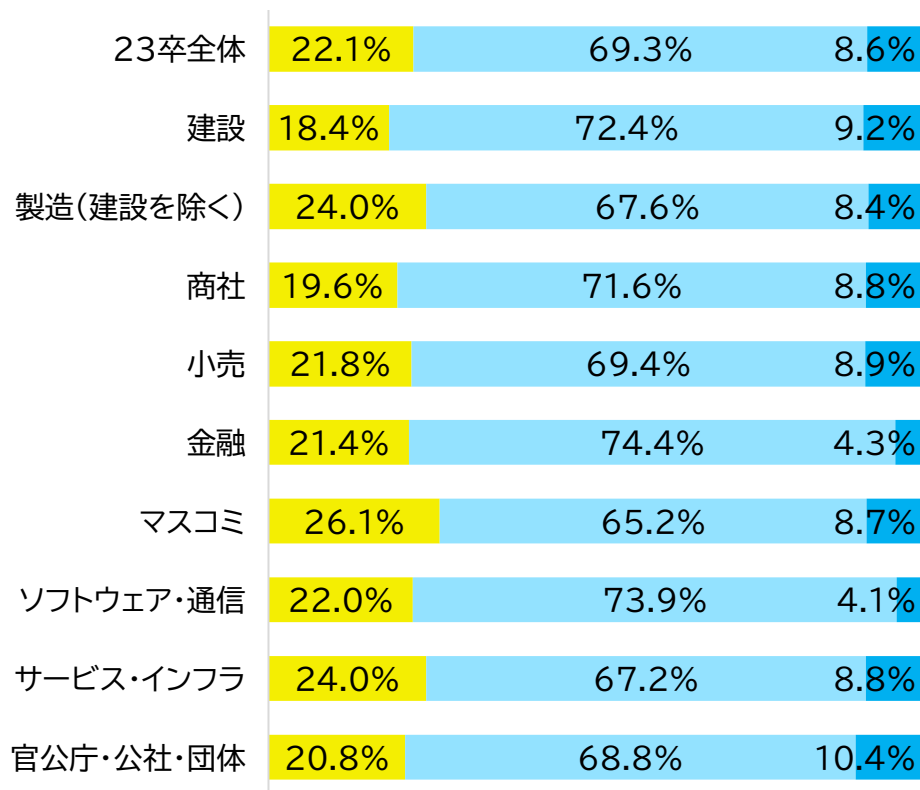
非上場



業種別・エリア別ともに 若干のばらつきはあるが大差はなし。

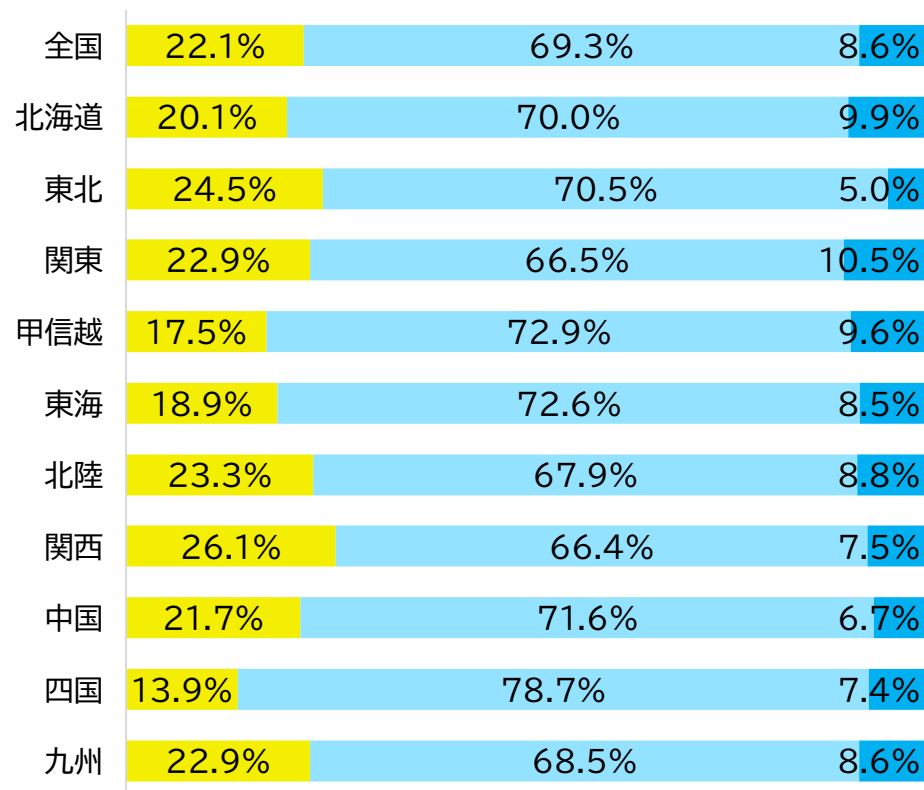
【業種別】 採用予定数の前年との比較

■増やした ■前年並み ■減らした



【エリア別】 採用予定数の前年との比較

■増やした ■前年並み ■減らした

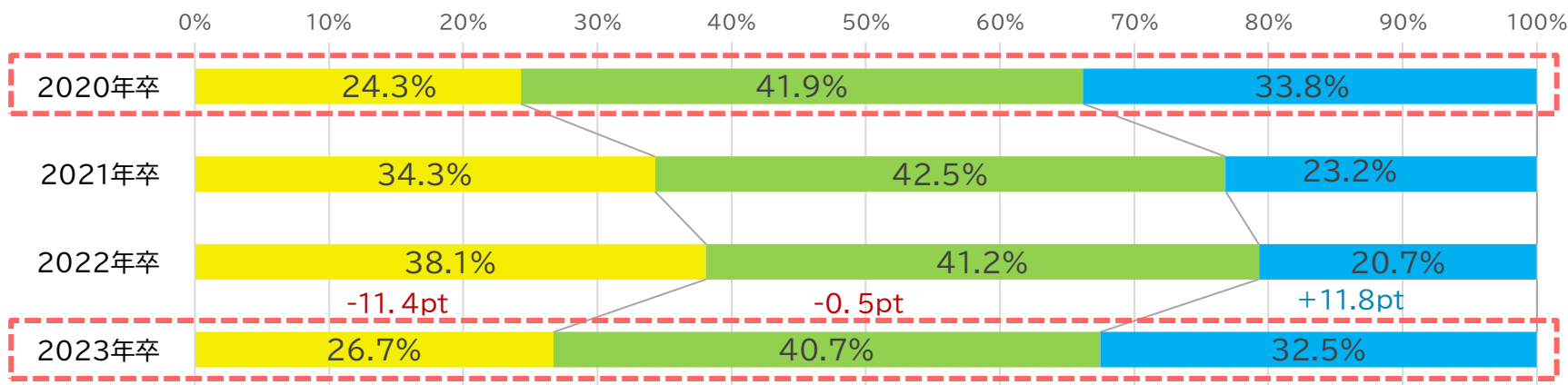


2023年卒は、2020年卒(コロナ前)の状況とほぼ同じ。 前年比較では確保の厳しさが増す傾向に。

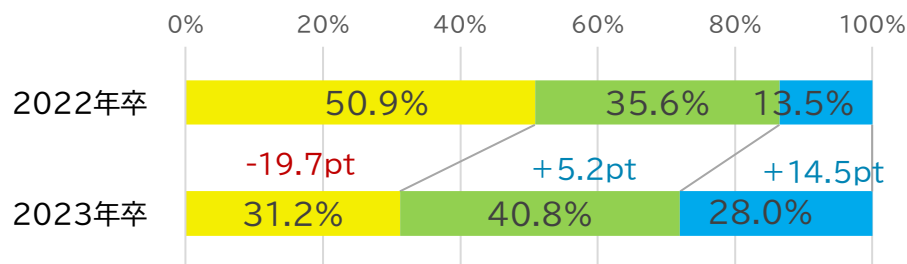
採用数確保に向けての感触

全体

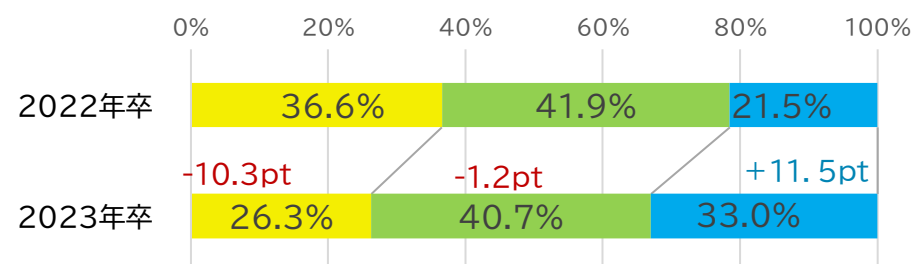
■ ほぼ予定数を確保できそう ■ 確保できるかどうか五分五分 ■ 予定数の確保は難しい



上場 (株式公開)

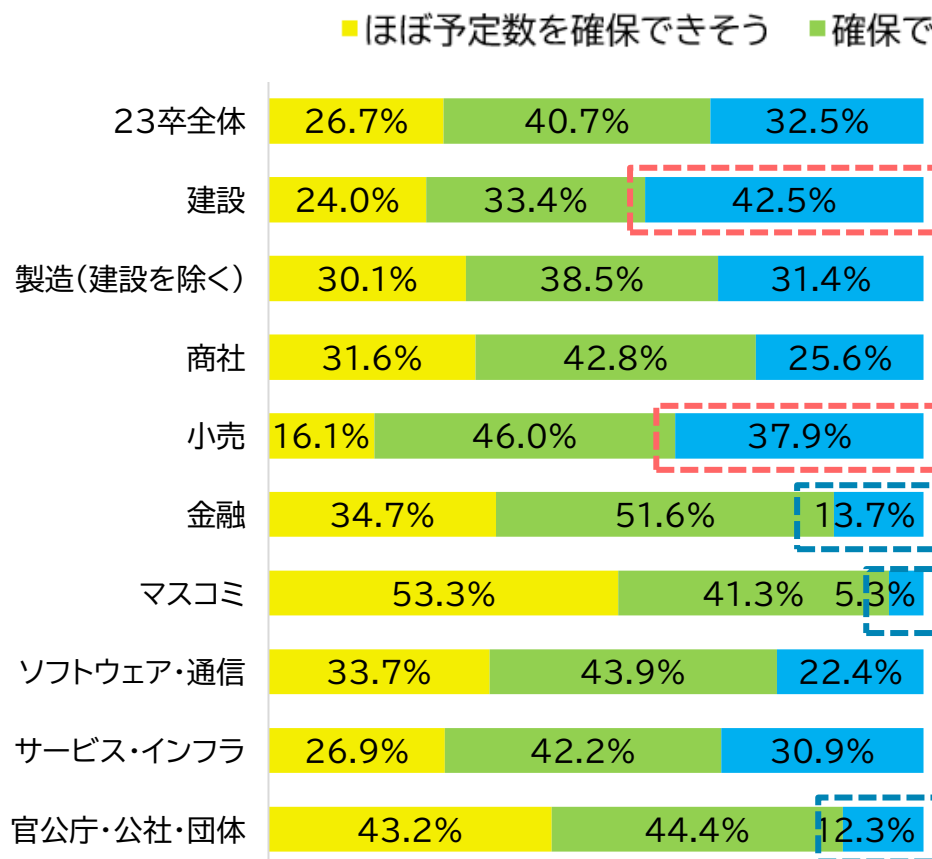


非上場

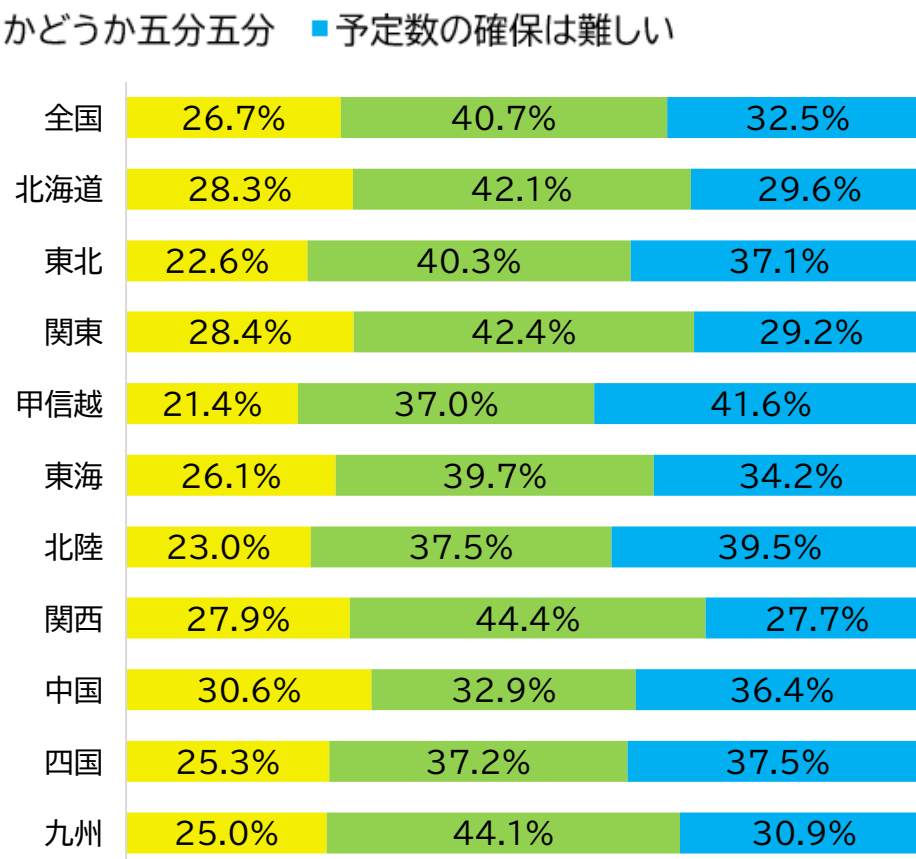


「確保は難しい」の回答割合について、建設・小売業界では全体より多く、金融・マスコミ・官公庁・公社・団体は全体の半分以下。業界に差あり。

【業種別】採用数確保に向けての感触

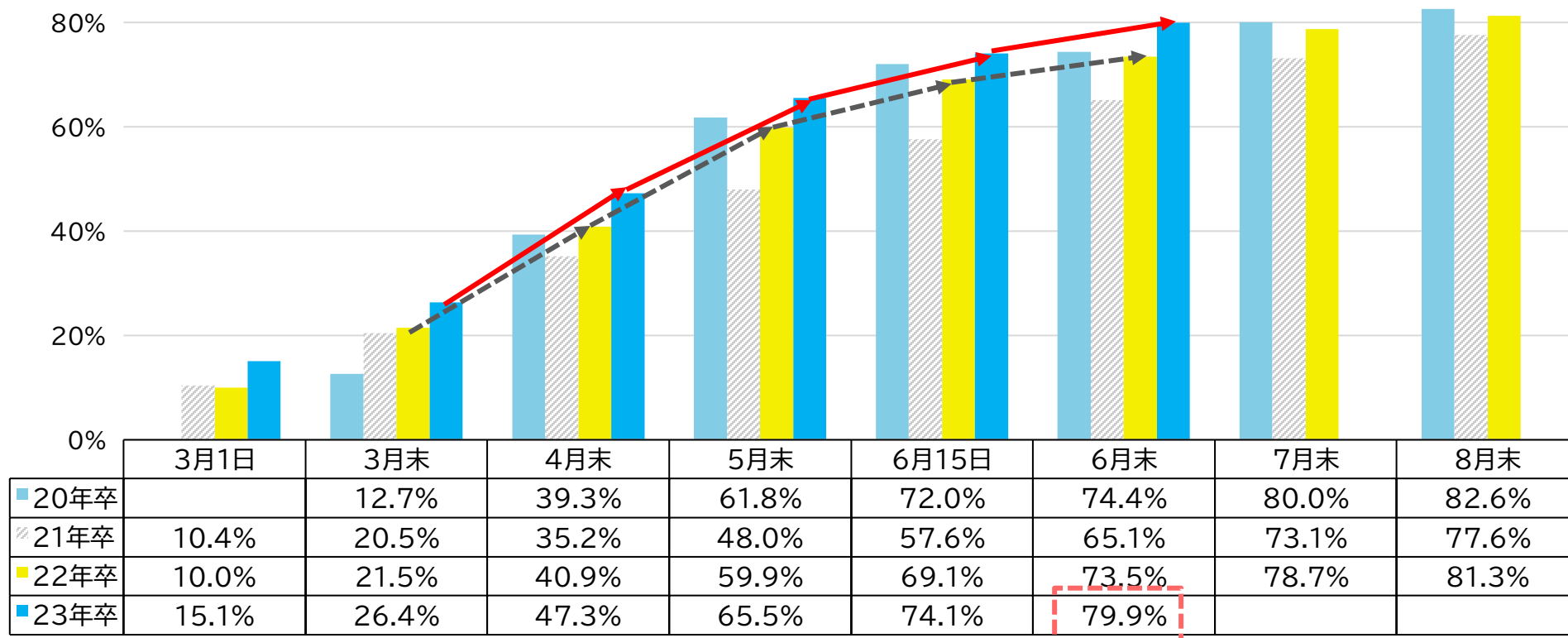


【エリア別】採用数確保に向けての感触



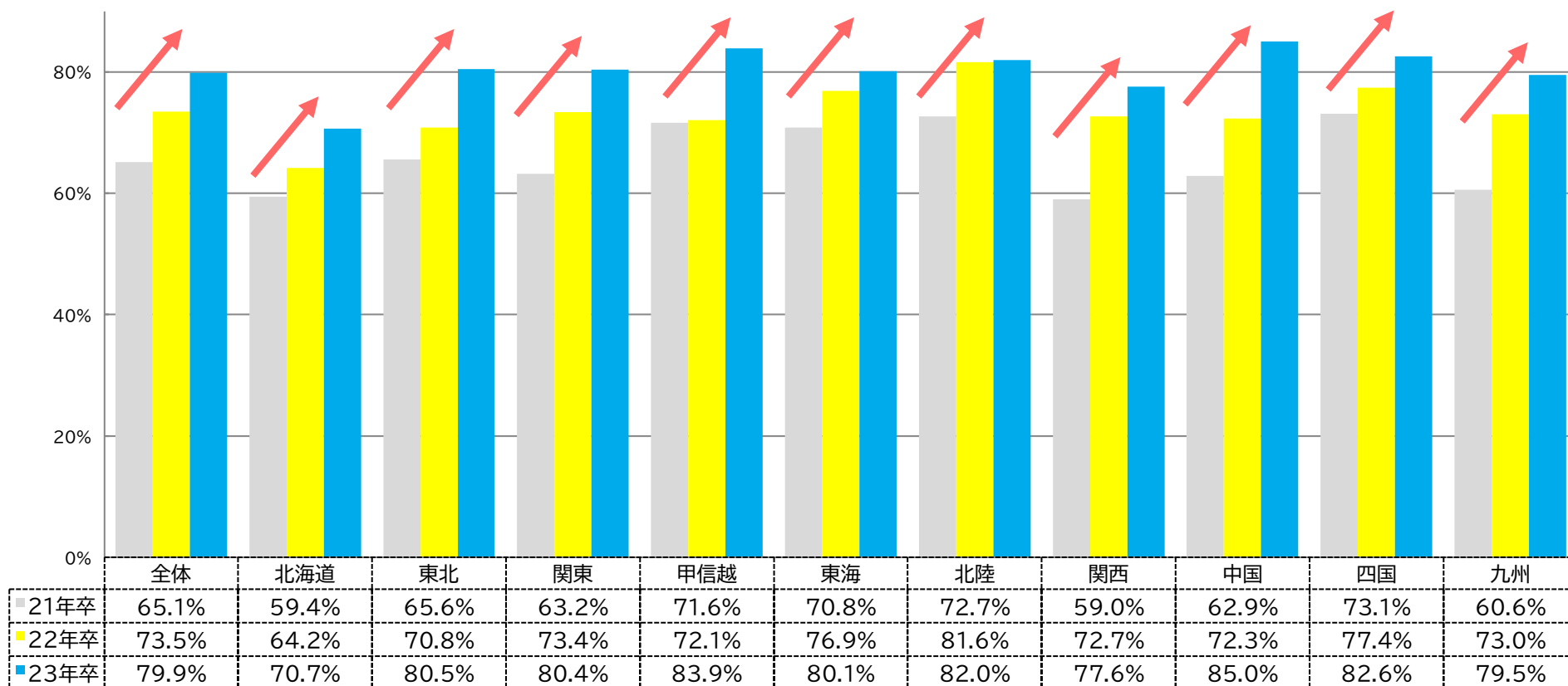
最新の内々定率は79.9%（2023年卒6月末）
前年だけでなく、コロナ前の20年卒の数値（74.4%）をも上回る。

内々定率の推移



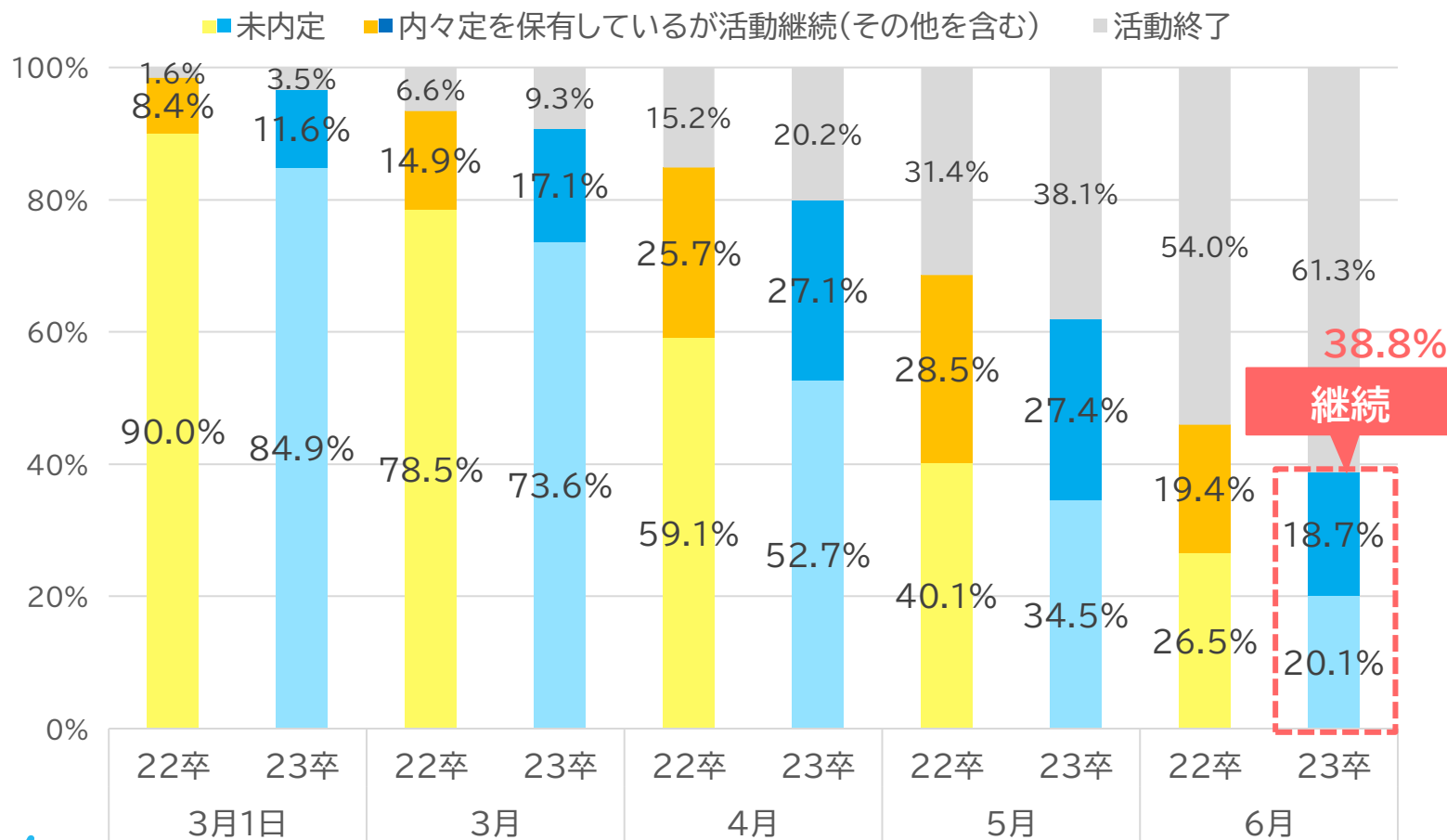
すべてのエリアで前年(22年卒)の数値を上回る結果に。

【エリア別】 内々定率



2022年6月時点で 約4割弱の学生が活動継続中。 マイナビ参画企業はあらためて反応UP施策の確認を。

学生の就職活動状況の割合



【参考】

マイナビ 活用ガイド



使わないともったいない、反応UP施策おさらいリスト
マイナビで6月15日に内定率調査(※)を実施したところ、内定率は74.1%と例年以上に……

2022/6/27
マイナビ2023

READ

マイナビ2023
ご参画企業さま

マイナビの「反応UP施策」も是非お役立てください。

<https://job.mynavi.jp/conts/kigyono/note/note31.html>

➤ **有効求人倍率**

新型コロナウイルス感染症の影響により急激に落ち込んだが、2021年からは上昇傾向に。

➤ **労働者の過不足判断D.I.**

調査産業計は37。コロナの影響を受け V字の動きとなった業種も。

➤ **23年卒新卒採用への意欲（22年卒採用予定数との比較）**

前年比較で「増やした」と回答する企業割合が上昇。採用活発化の動き。

➤ **採用数確保に向けての感触**

2023年卒は、2020年卒(コロナ前)の状況とほぼ同じ。前年比較では確保の厳しさが増す傾向に。

➤ **内々定率 最新情報**

最新の内々定率は79.9%（2023年卒6月末）前年だけでなく、
コロナ前の20年卒の数値(74.4%)をも上回る。

➤ **学生の就職活動状況の割合**

2022年6月時点で 約4割弱の学生が活動継続中。
マイナビ参画企業はあらためて反応UP施策の確認を。



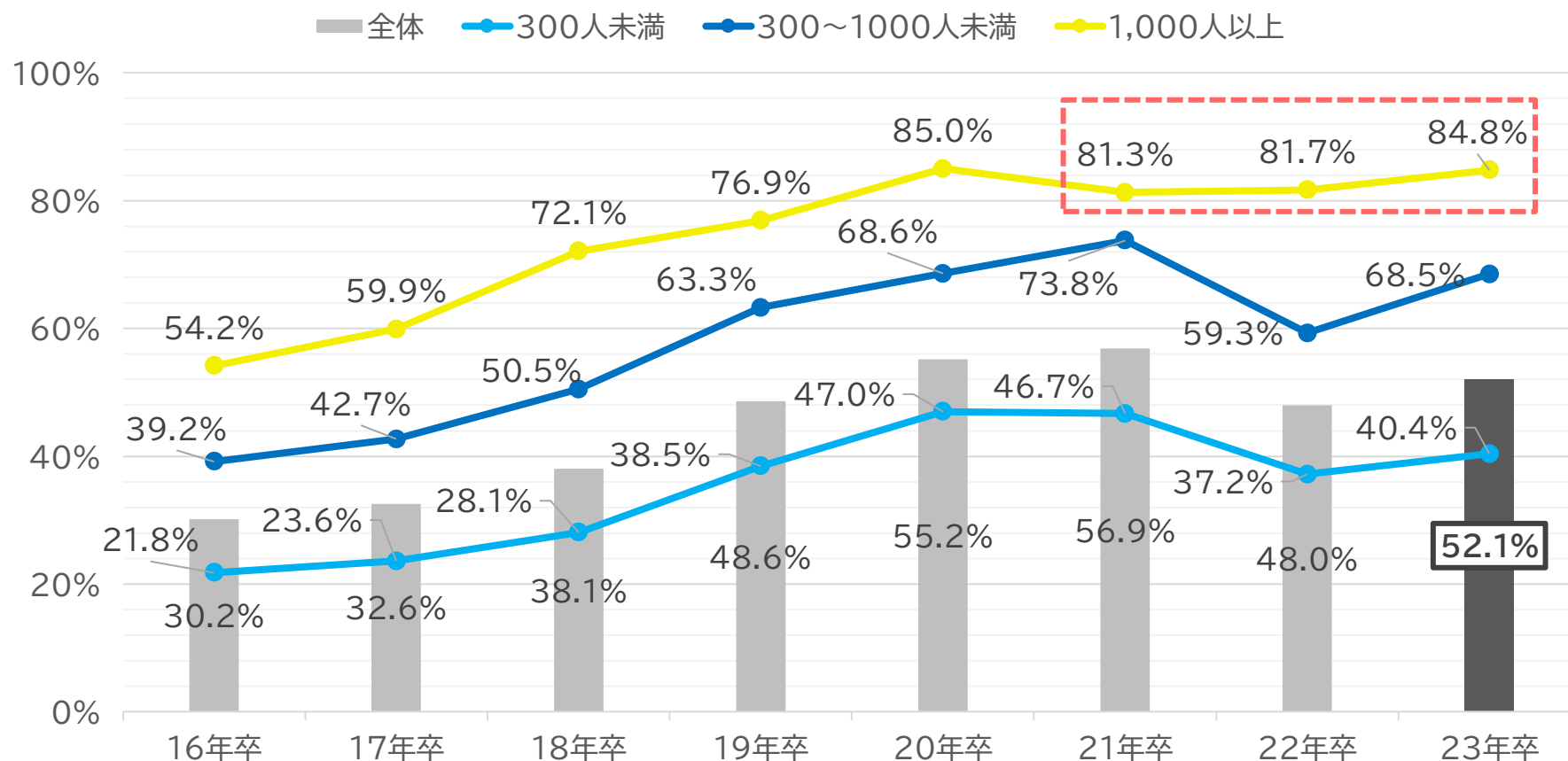
① 報告



- (1) はじめに～市場感概要
- (2) インターンシップ(プレ期間)
- (3) 採用広報と選考活動

2023年卒(全体)では 52.1%、
従業員規模1,000人以上企業はコロナ禍でも微増傾向。

【全体】インターンシップ実施率

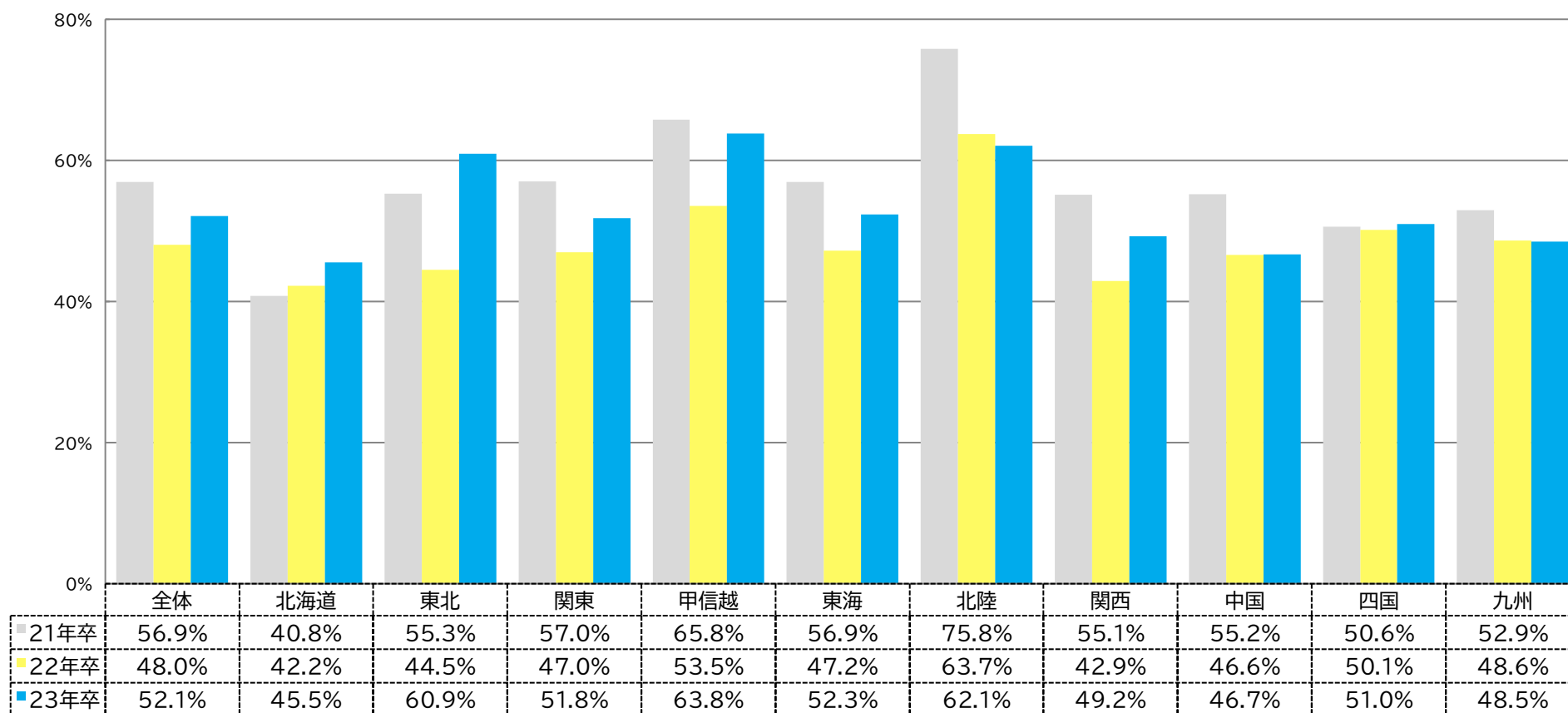


出所: 2023年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

(注釈) 2018年卒以降は「全体」値のみウエイトバックをかけた数値を掲載。2018年卒はデータを再集計して掲出

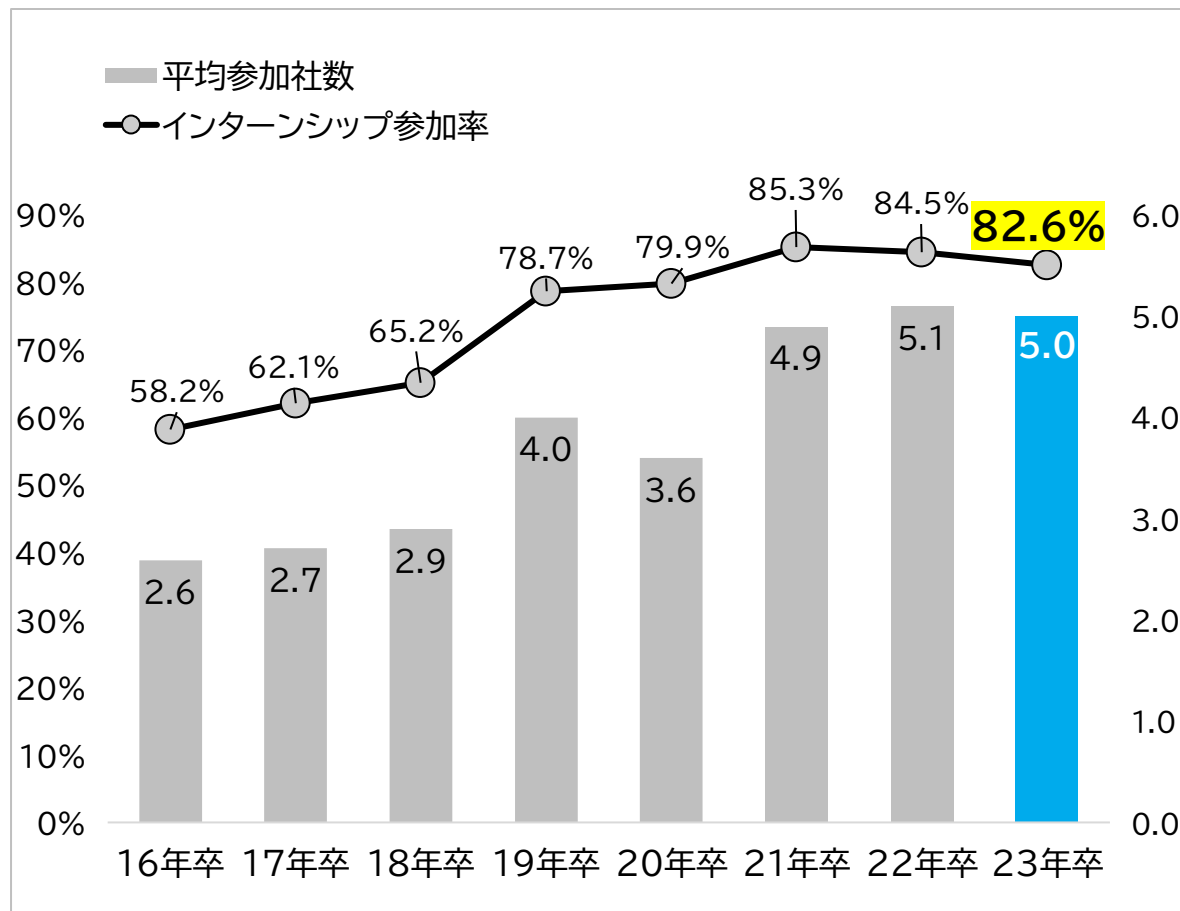
エリアにより実施率に若干の差あり。
45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【エリア別】 インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



参加率・社数ともに前年比で微減だが、引き続き高い水準を維持。
参加目的は、選択肢絞り込みの傾向が若干強めか。

インターンシップ参加率・参加社数（経年比較）



参加の目的（MA）

■ 深く知りたい！確かめたい！⇒選択肢を絞り込む



特定の企業のことを
よく知るため（61.9%）

特定の企業が自分に合うかを
確かめるため（45.0%）

■ 広く知りたい、考えたい！⇒選択肢を広げる

視野を広げるため（45.3%）

自分が何をやりたいのかを見つける
ため（34.8%）

働き方について考えるため（33.4%）



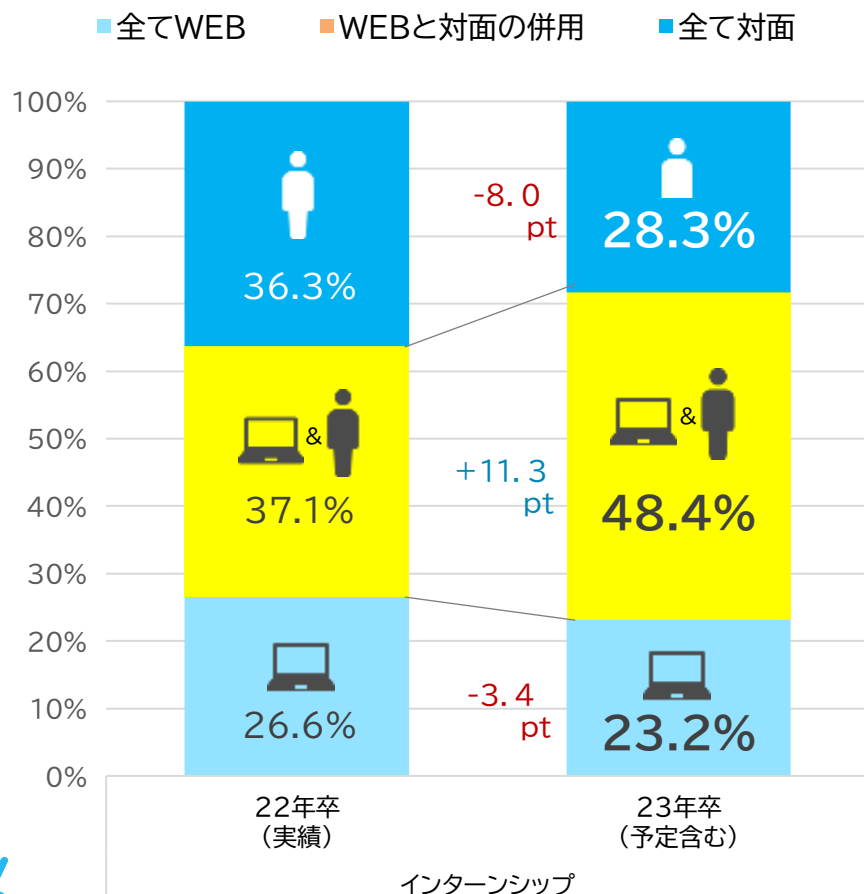
■ アピールの場としても活用



就職活動に有利だと考えたため
（32.6%）

WEBと対面の併用割合が増加し、全体の約半数に。 実施方法よりもプログラムの内容や振り返りに注力を。

インターンシップ実施方法の割合



■ オンラインのプログラム、対面のプログラム、提供手段と効果関係について(第5回インターンシップカンファレンスより)

開催方法だけではインターンシップの効果(満足・納得感、志望度の向上、教育効果、適職の発見感、就職活動への意欲)に大きな差は見られなかった。**提供手段にこだわるよりも、プログラムの中身や振り返りに注力することが、インターンシップの価値を高めることにつながりやすい。**



オフィシャルWEBサイトにて詳細をお読みいただけます

<https://internship-award.jp/>

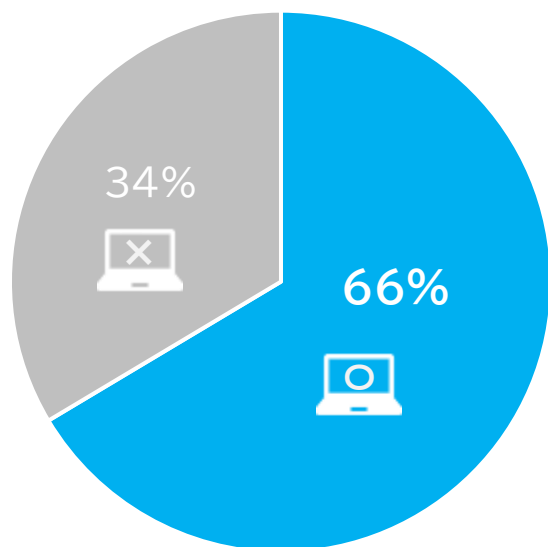
インターンシップアワード

検索



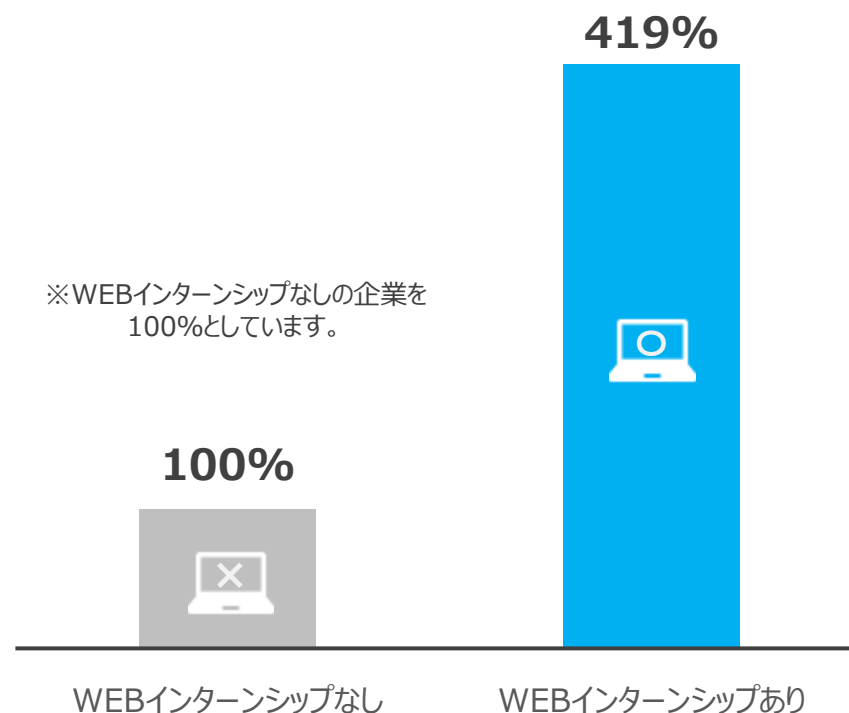
マイナビでのエントリー数確保の観点においては 「WEBインターンシップあり」に軍配。

マイナビ2023 WEBインターンシップ実施 社数割合



- WEBインターンシップあり
- WEBインターンシップなし

マイナビ2023 WEBインターンシップ有無別 1社あたり総エントリー

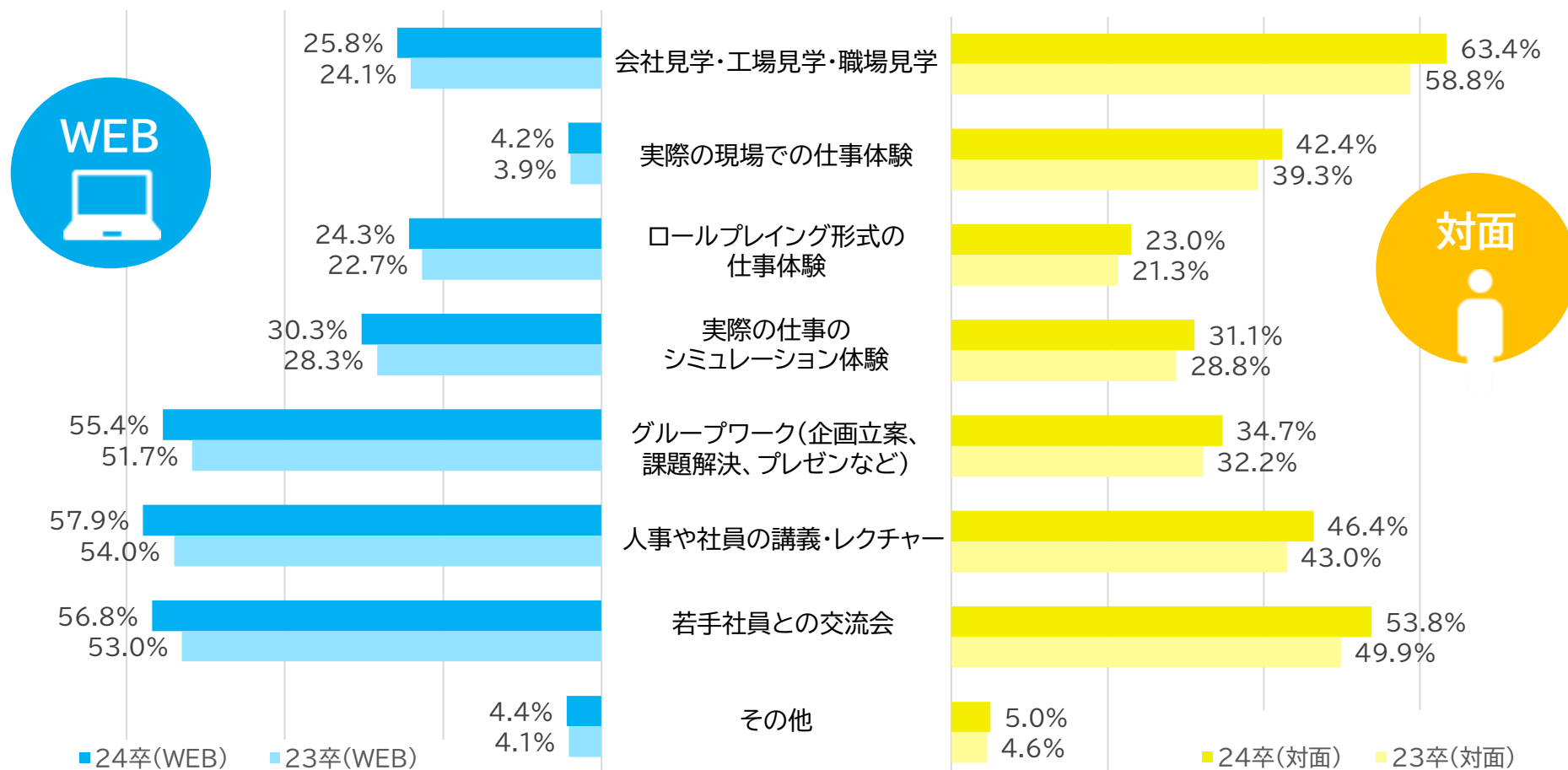


※開催地域「WEB」を1コース以上設定し、1月31日時点で公開中の企業をWEBインターンシップありとしています。

すべての項目において24年卒向けが増加。 見学や体験系の内容もWEB開催の工夫が進んでいる模様。

インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム（WEB）

インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム（対面）



➤ インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施状況

2023年卒(全体)では 52.1%、従業員規模1,000人以上企業はコロナ禍でも微増傾向。

➤ インターンシップ・ワンデー仕事体験 参加率

参加率・社数ともに前年比で微減だが、引き続き高い水準を維持。
参加目的は、選択肢絞り込みの傾向が若干強めか。

➤ インターンシップ実施方法と効果の差

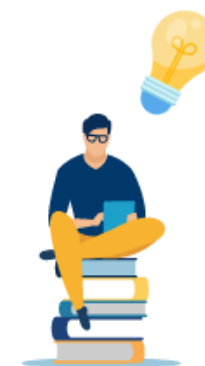
WEBと対面の併用割合が増加し、全体の約半数に。
実施方法よりもプログラムの内容や振り返りに注力を。

➤ マイナビ2023におけるWEBインターンシップ

マイナビでのエントリー数確保の観点においては「WEBインターンシップあり」に軍配。

➤ インターンシッププログラム項目(WEB/対面)

すべての項目において24年卒向けが増加。
見学や体験系の内容もWEB開催の工夫が進んでいる模様。



① 報告



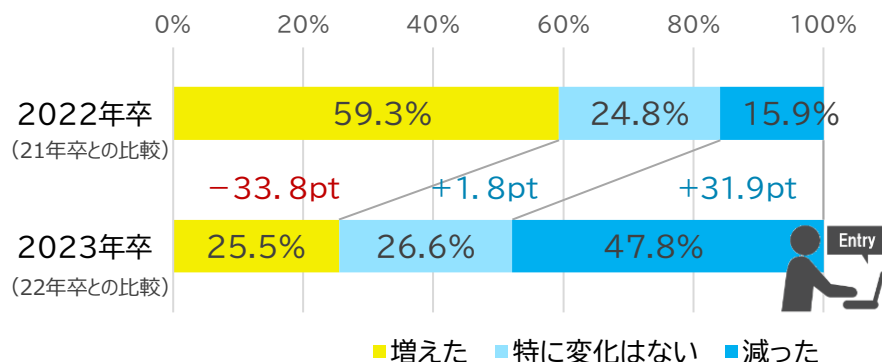
(1) はじめに～市場感概要

(2) インターンシップ(プレ期間)

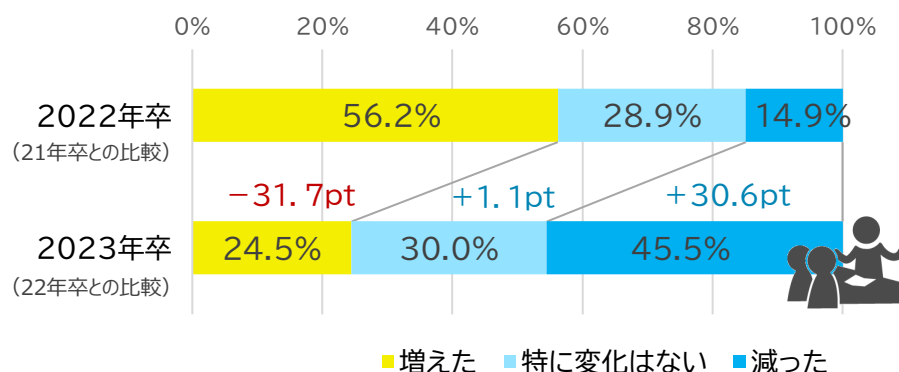
(3) 採用広報と選考活動

「増えた」の割合が大きく占めていた2022年卒の反動か。 各ステップにおいて「減った」が拡大。

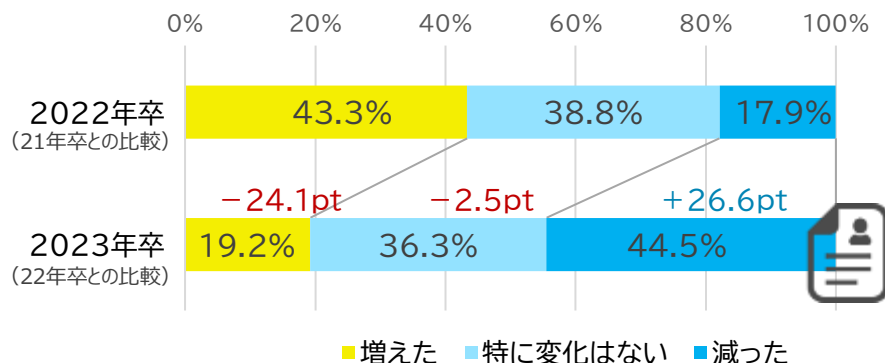
【エントリー学生数】前年の採用との比較



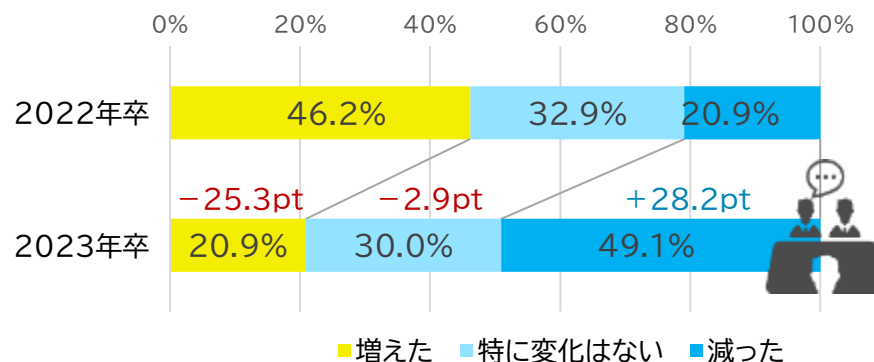
【個別企業セミナー参加人数】前年の採用との比較



【エントリーシートや履歴書の提出者数】前年の採用との比較



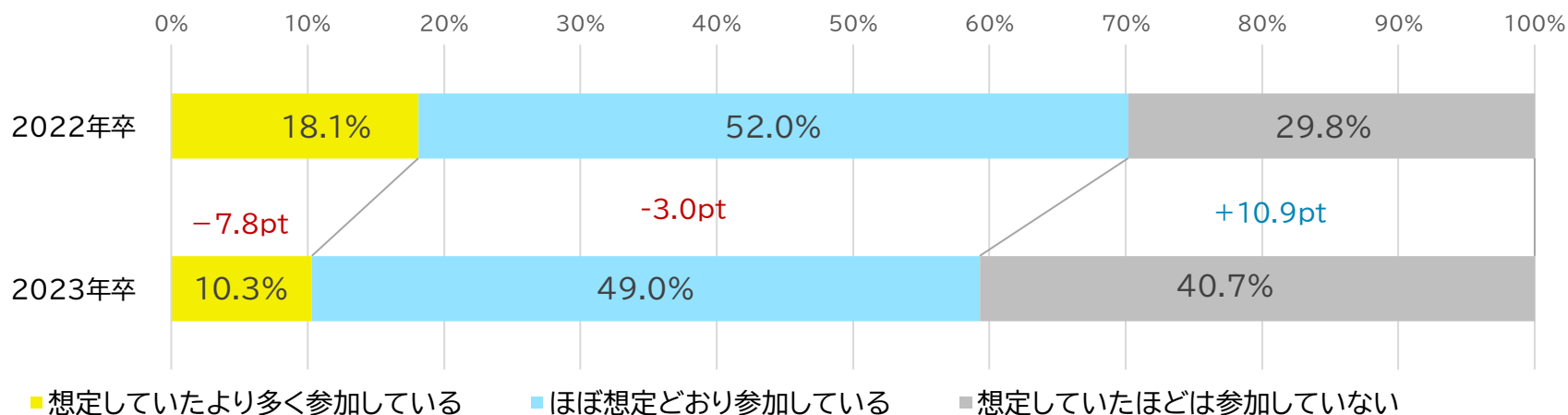
【選考の受験者数】前年の採用との比較



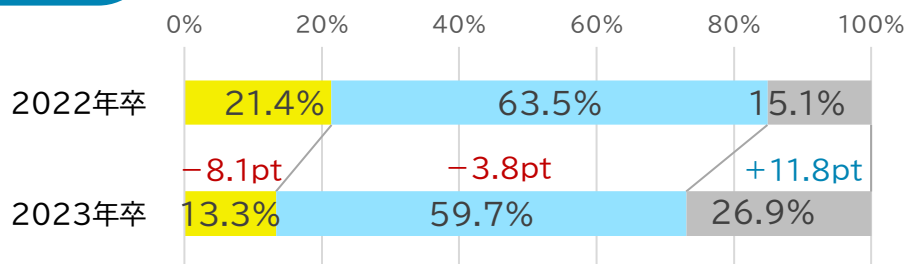
「想定していたほどは参加していない」の回答が約4割。
つなぎとめに課題感がうかがえる。

インターンシップ(IS)・ワンデー仕事体験からの個別企業セミナー参加状況

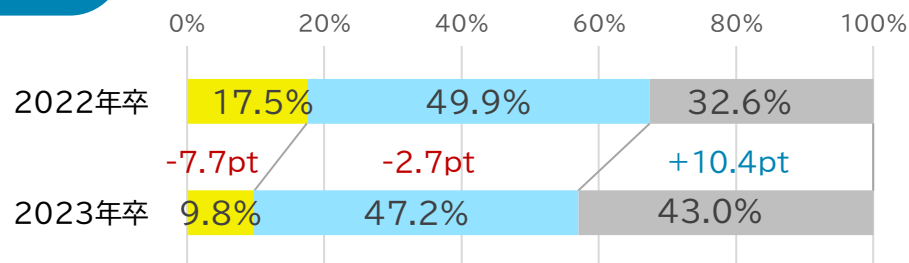
全体



上場
(株式公開)

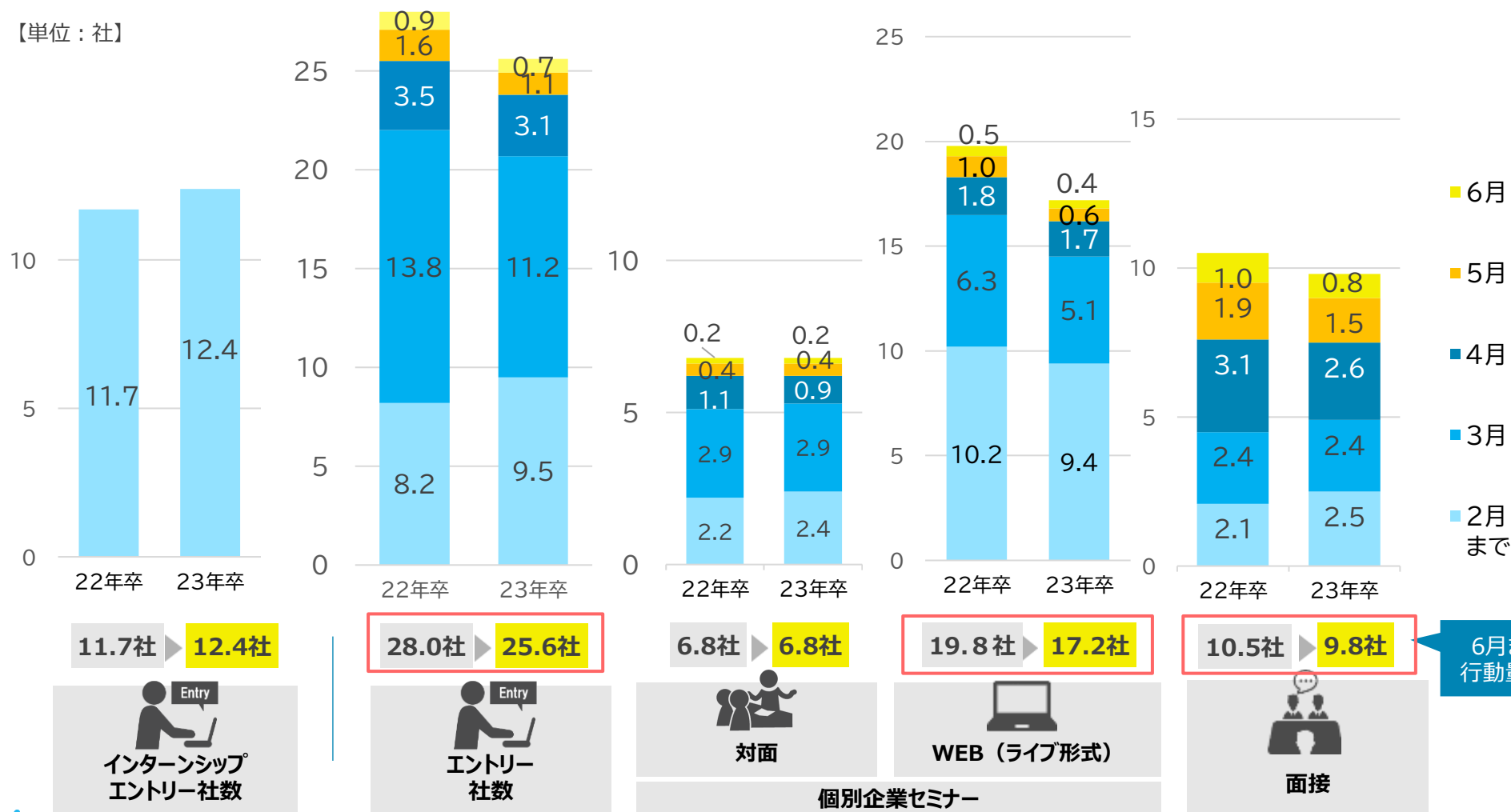


非上場



インターンシップエントリーのみ前年増。 個別企業セミナー(対面)は前年と変わらずも、全体的には減少傾向。

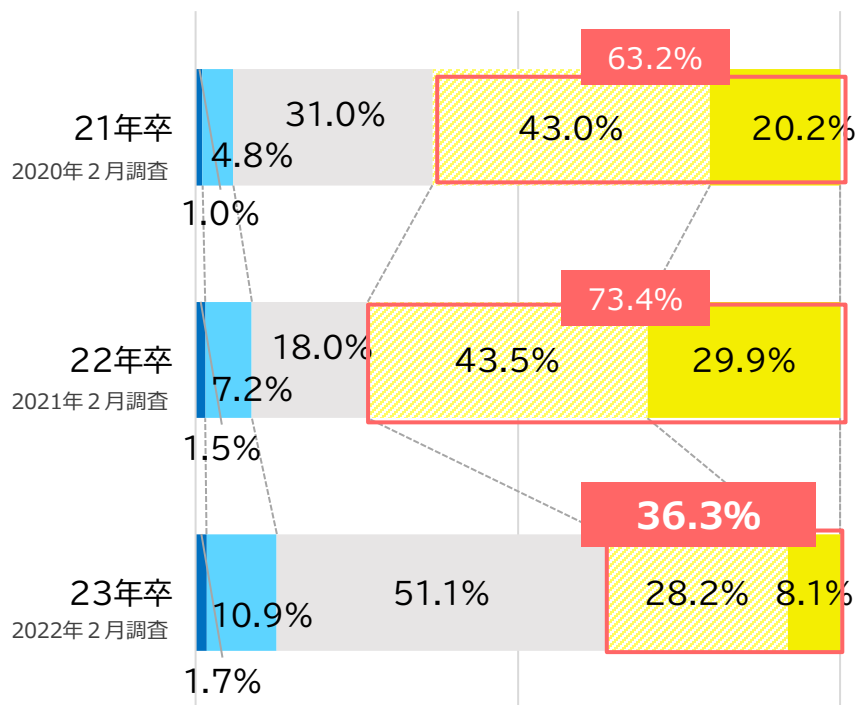
【単位：社】



22年卒で7割以上を占めた「厳しくなる」、 23年卒では前年の半分ほどに。トップは「変わらない」(51.1%)。

先輩と比較して今年の就職活動は

■ かなり楽になる ■ 多少楽になる ■ 変わらない
■ 多少厳しくなる ■ かなり厳しくなる



楽になると思う理由(上位3つ)

企業がコロナ禍での採用活動に対応しているから

WEB活用により交通費や移動時間がかからないから

前年の状況を参考にできるから



厳しくなると思う理由(上位3つ)

新型コロナウイルス感染症の流行の影響があるから

企業の採用人数が減ると思うから

景気が悪い(悪くなる)と思うから



21・22年卒

- ・ 前年を参考にできない状況、求人倍率は減少
- ・ 就職活動は厳しくなる：多

→ 不安が強まり、活動量が増加傾向に

23年卒

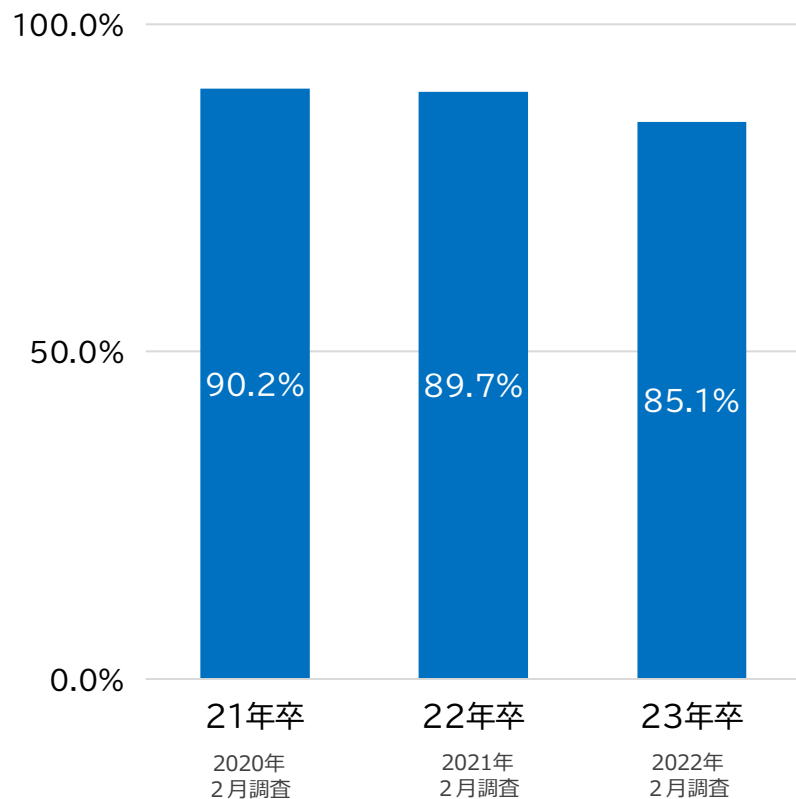
- ・ 前年を参考にできる状況、求人倍率は増加
- ・ 就職活動は厳しくなる：少

→ 不安が弱まり、活動量は減少傾向に

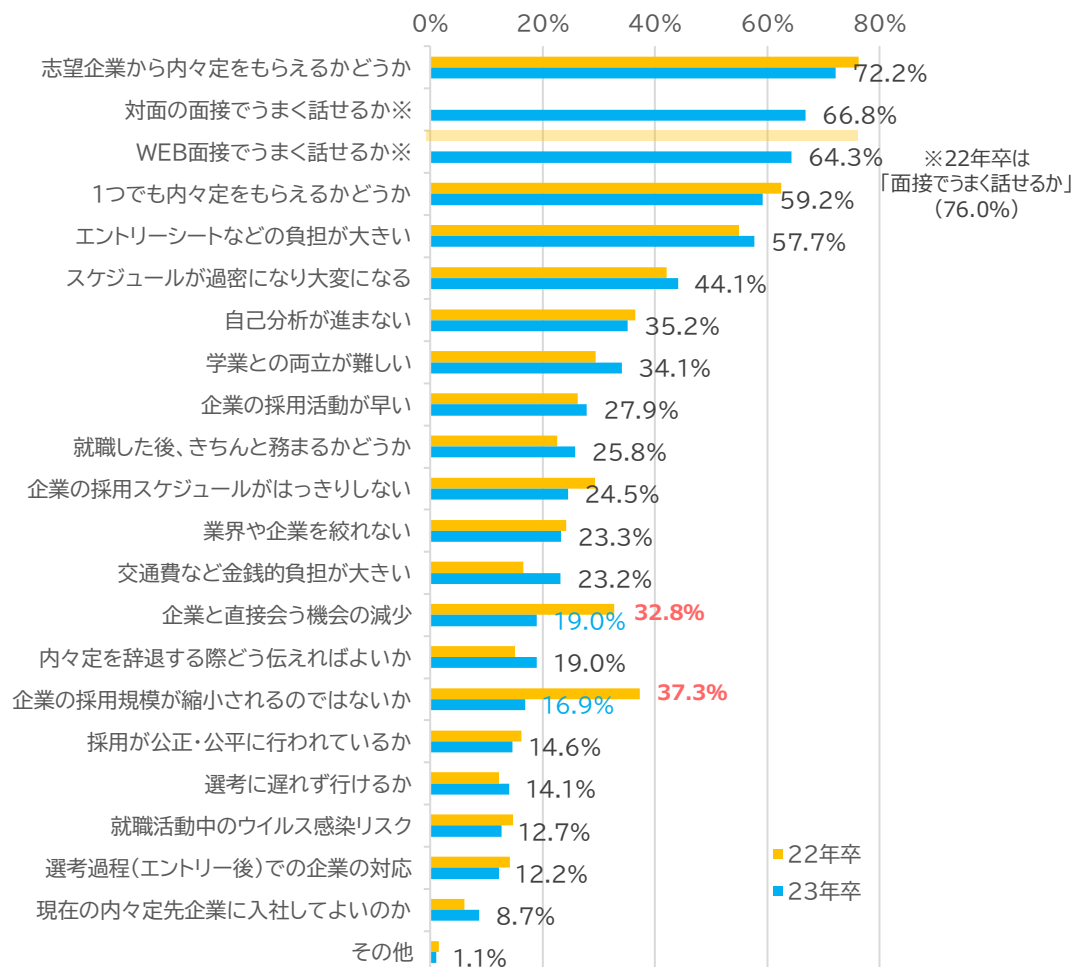
?

前年より微減だが不安を抱える状況は同じ。不安要因のトップ3は変化なし。
「採用規模縮小」や「直接会う機会の減少」への不安は大幅に減少。

現時点で就職活動に対して不安がある割合



就職活動で不安に思う要因【複数回答】（データラベルは23年卒のみ表示）



出典：マイナビ2023年卒就職モニター調査(2022年2月)

【Z世代の特徴と行動傾向】

不完全性

を好む

情報が錯そうするインターネットと共に育ったZ世代は、不完全さのある(きれい事ではない)リアルな情報を求める。社員の個人アカウントをチェックすることも。

リスク回避

の傾向が強い

調べれば大抵のことが分かる環境で育ったZ世代は「予測できない」ことに不安を覚える。リスクがありそうな場合は回避する傾向が強い。

多様性

を尊重する

自分の価値観を大事にするZ世代は「自分に合う会社」を見つけたい思いが強い。また、他人の価値観も尊重するため、相手のスタンスにも敏感。

参考：
キャリアリサーチLab【マイナビ ライフキャリア実態調査 2022年版(データ集)】(2022年7月)、「Z世代・働き方と仕事の価値観とは?【2022年最新調査で考察】(2022年4月) HUMAN CAPITALサポネット コラム
「【連載】コロナでどう変わった? ― 学生の志向に変化はあった?」(2021年5月)、「新卒採用担当者緊急座談会「Z世代とのコミュニケーション方法に悩みはありますか?」(2021年8月)、「【緊急覆面座談会】学生は企業の何を見ているのか?」(2021年9月)、「Z世代に「きれい事」は通じない! 企業情報の受け取り方が変わってきた理由」(2021年10月)

【2023年卒のペルソナ】

興味のある会社を見つけたら、
不完全性のあるリアルな情報を多方面からチェック。

自分の価値観を尊重しながら慎重に企業を絞り込んでいく。

十分な判断材料を得られなかったり、
自分に合わないと感じたりした場合は
ミスマッチの**リスクを回避**し、無理に先へ進まない。

➤ **前年の採用との比較**

「増えた」の割合が大きく占めていた2022年卒の反動か。各ステップにおいて「減った」が拡大。

➤ **インターンシップ参加者の個別企業セミナー参加**

「想定していたほどは参加していない」の回答が約4割。つなぎとめに課題感がうかがえる。

➤ **学生 ひとりあたりの行動量(平均社数)**

インターンシップエントリーのみ前年増。

エントリー社数、個別企業セミナー(WEBライブ形式)の減少幅は約2社分。

➤ **就職活動に対する感触**

22年卒で7割以上を占めた「厳しくなる」、23年卒では前年の半分ほどに。トップは「変わらない」(51.1%)。

➤ **就職活動に対する不安**

85.1%と前年より微減。不安要因のトップ3は変化なしだが、「採用規模縮小」や「直接会う機会の減少」への不安は大幅に減少。

➤ **学生心理の考察**

可能性をどんなに広げても、最終的に入社できるのは1社。

内々定辞退する学生の割合「減った」が微増。



Chapter 01

2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

② 分析

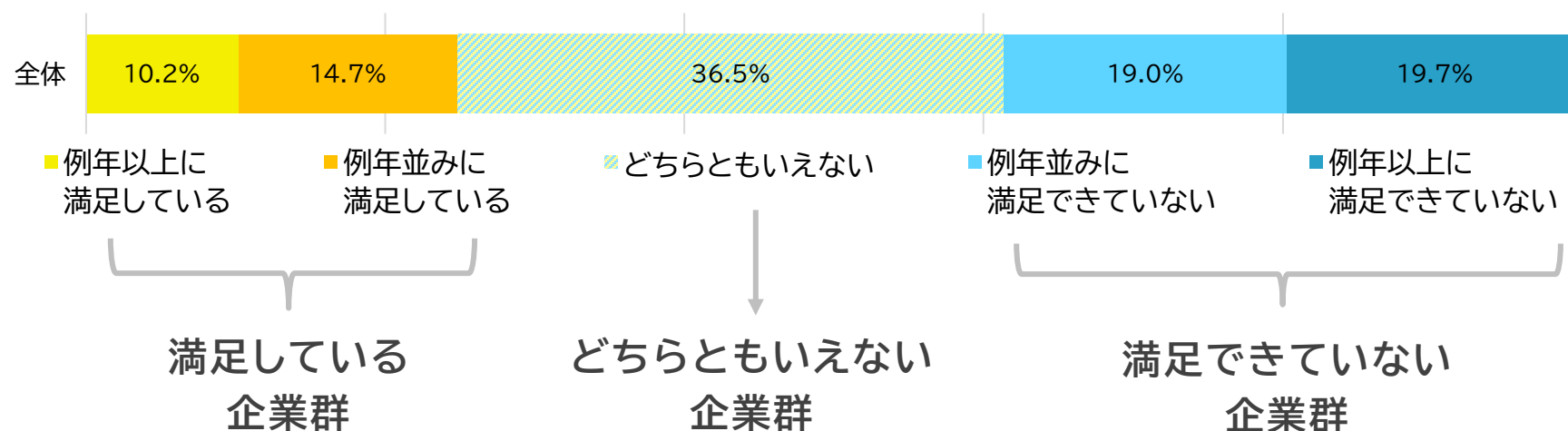
～採用総合満足度から読み解く2023年卒採用の傾向～



採用総合満足度の高い企業群と低い企業群を比較。

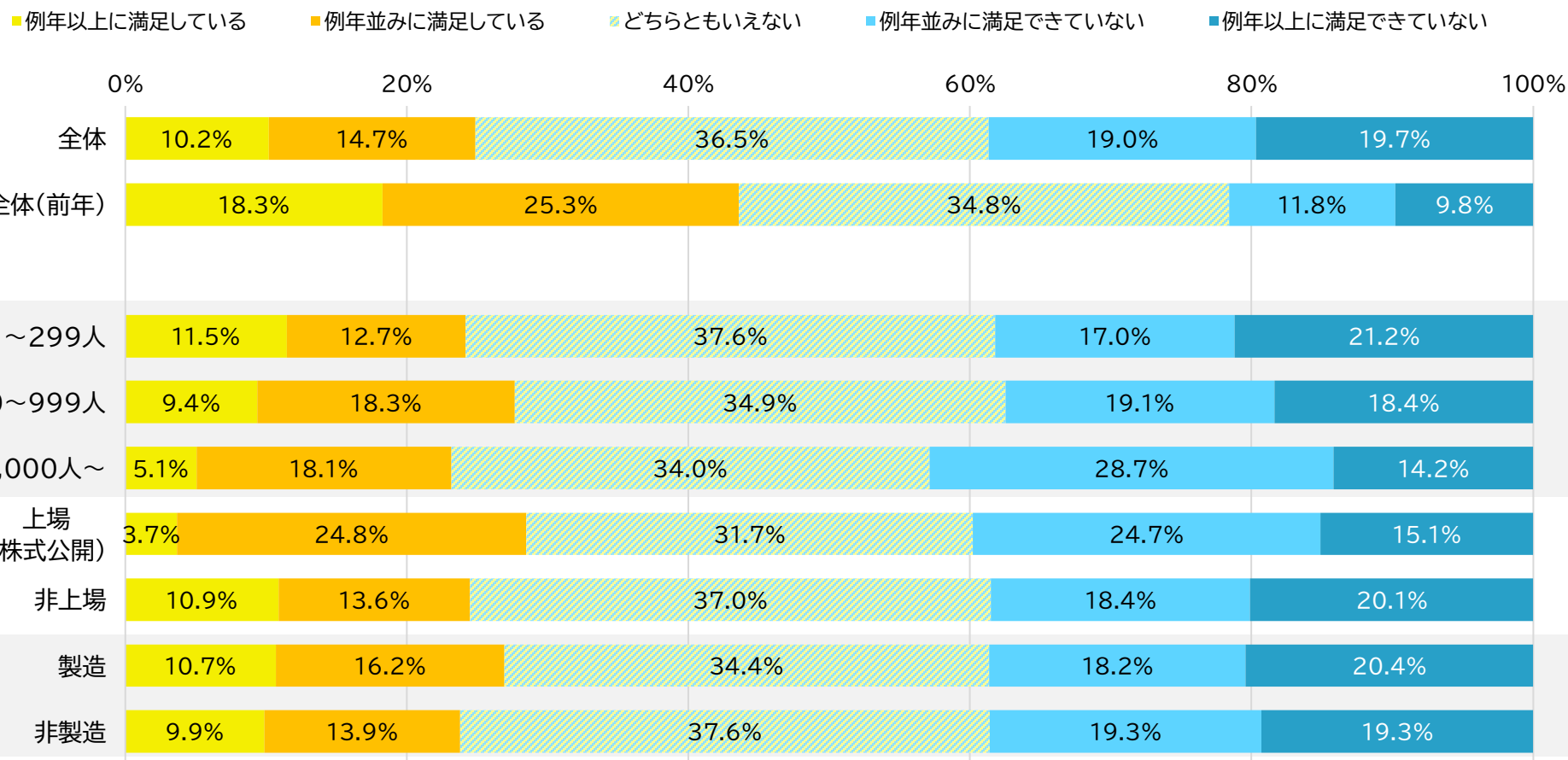
(1) 評価に影響する「状態(結果)」の確認

(2) 「施策」にはどのような傾向の違いがあったか分析



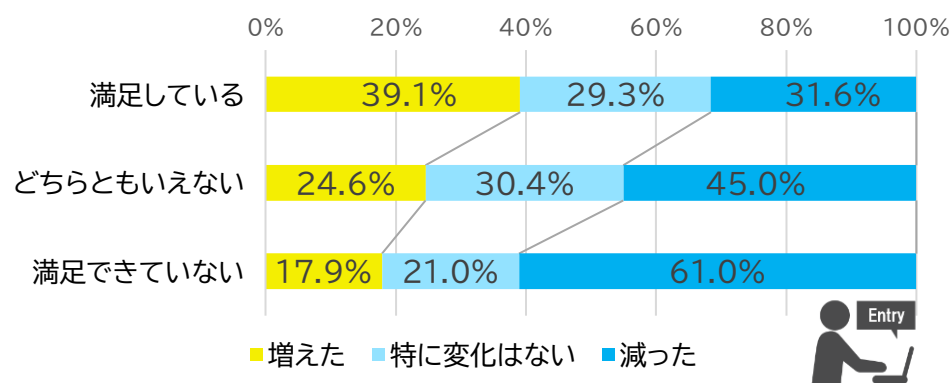
前年比較では満足度は低下傾向に。
従業員規模、上場／非上場、製造／非製造での差はほぼ無し。

採用活動に関する総合的な評価

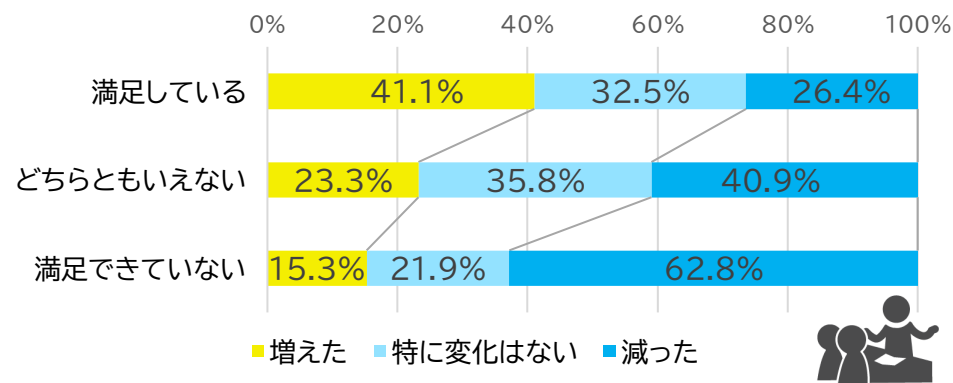


エントリーから選考受験まで 人数増減と満足度に相関関係が見られる。
満足している企業群も「減った」の割合は3割ほどあり。

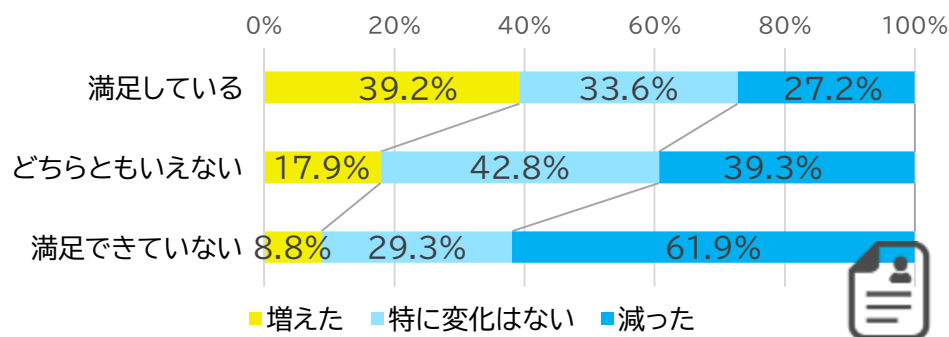
【エントリー学生数】23年卒と前年の比較



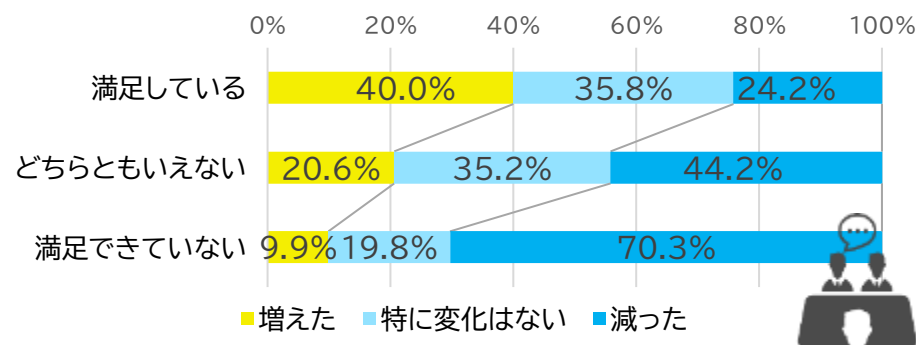
【個別企業セミナー参加人数】23年卒と前年の比較



【エントリーシートや履歴書の提出者数】23年卒と前年の比較



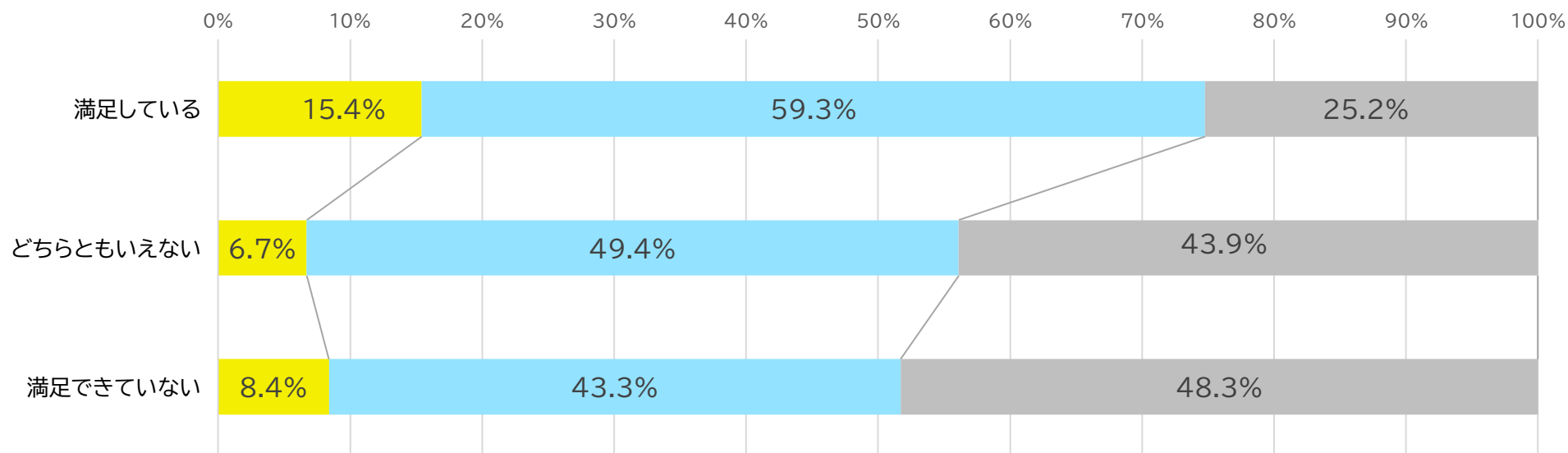
【選考の受験者数】23年卒と前年の比較



「満足できていない企業群」はインターンシップからの つなぎとめにおいても より苦戦の傾向あり

インターンシップ(IS)・ワンデー仕事体験からの個別企業セミナー参加状況

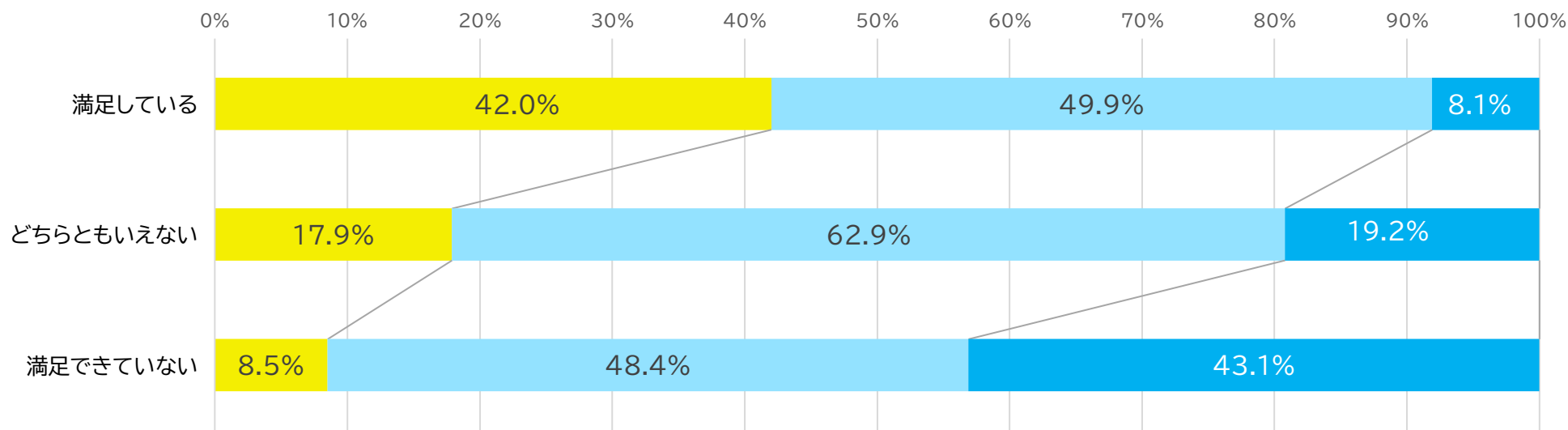
- 想定していたより多く参加している
- ほぼ想定どおり参加している
- 想定していたほどは参加していない



「質が上がった／落ちた」の回答割合は
それぞれ5倍ほどの大きな差が見られた。

学生の質の変化

- 前年よりも、「採用したい」と思う学生が多い（質が上がった）
- 前年と、大体同じ印象の学生からのエントリーが多い（質は変わらない）
- 前年よりも、「採用したい」と思う学生が少ない（質が落ちた）



- ・選考受験者数の不足
- ・説明会参加者からのエントリーが少ない

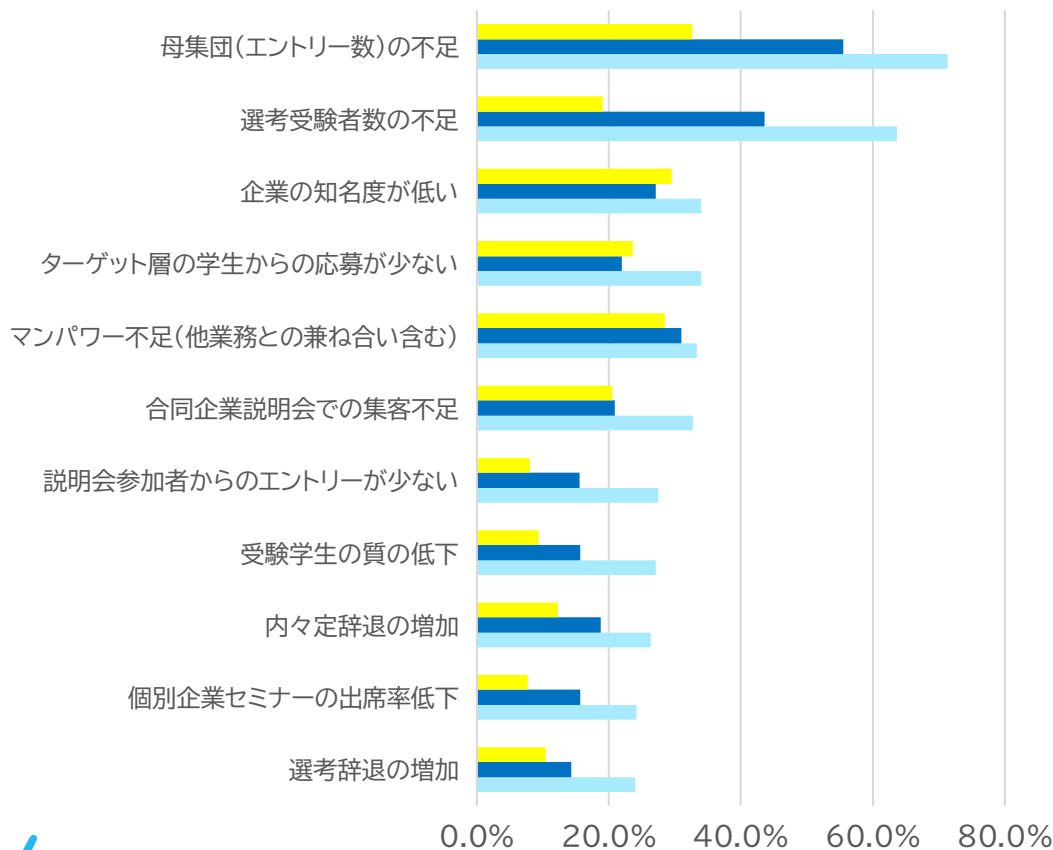
⇒ 満足できていない企業群は、なぜ
つなぎとめに苦戦しているのか

- ・受験学生の質の低下
- ⇒ 満足できていない企業群は、なぜ
質が低下しているとの回答が多いのか

「選考受験者数の不足」「説明会参加者からのエントリーが少ない」「受験学生の質の低下」でランキングの差が見られる。

【満足度別】現在の問題点すべて

■ 満足している ■ どちらともいえない ■ 満足できていない



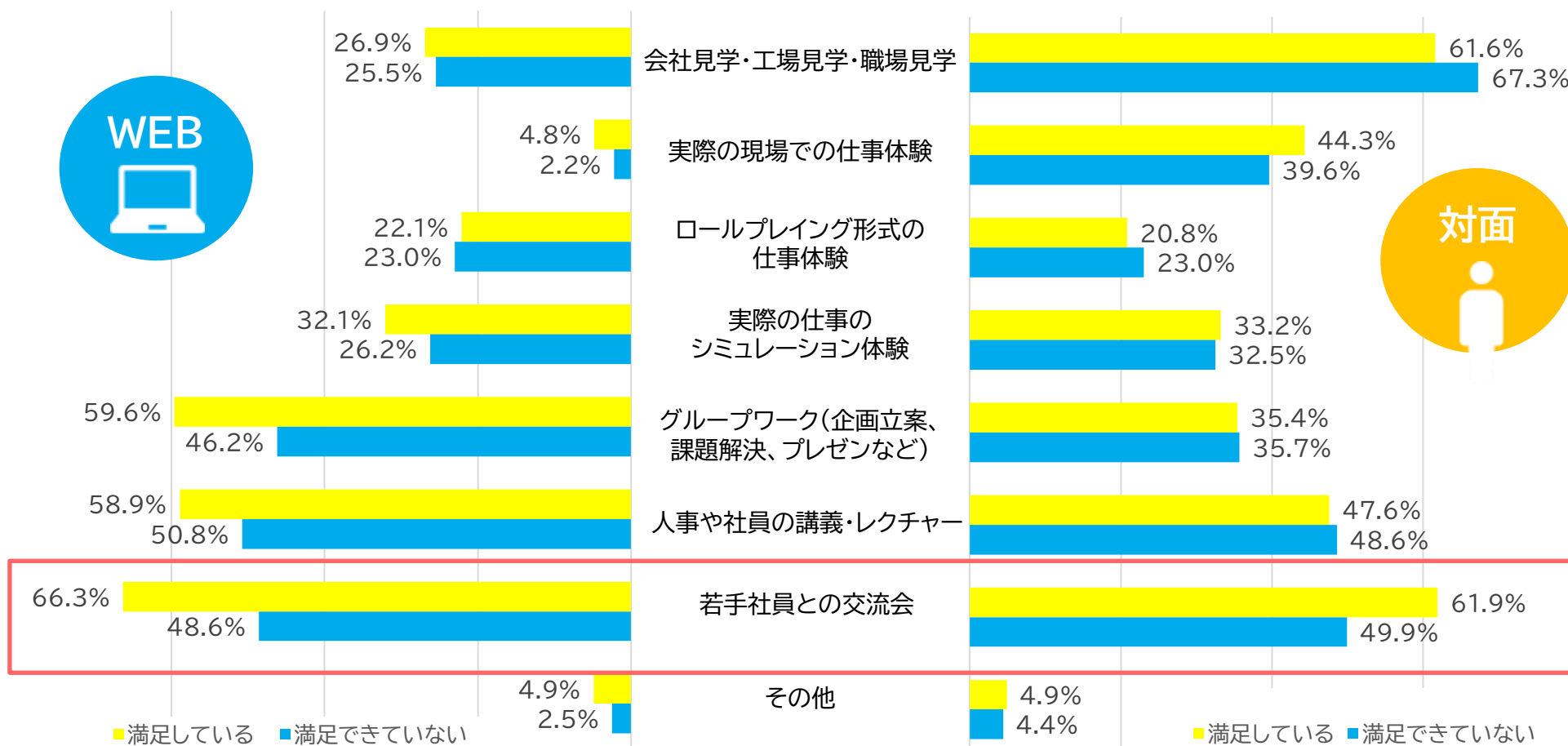
【満足度別 ランキング】現在の問題点

RANKING	満足している	どちらともいえない	満足できていない
母集団(エントリー数)の不足	1	1	1
選考受験者数の不足	6	2	2
企業の知名度が低い	2	4	3
ターゲット層の学生からの応募が少ない	4	5	4
マンパワー不足(他業務との兼ね合い含む)	3	3	5
合同企業説明会での集客不足	5	6	6
説明会参加者からのエントリーが少ない	14	11	7
受験学生の質の低下	13	9	8
内々定辞退の増加	9	7	9

WEB・対面ともに「若手社員との交流会」に最も差が見られた。
グループワークや講義はWEB化による学生負担軽減が結果に影響か。

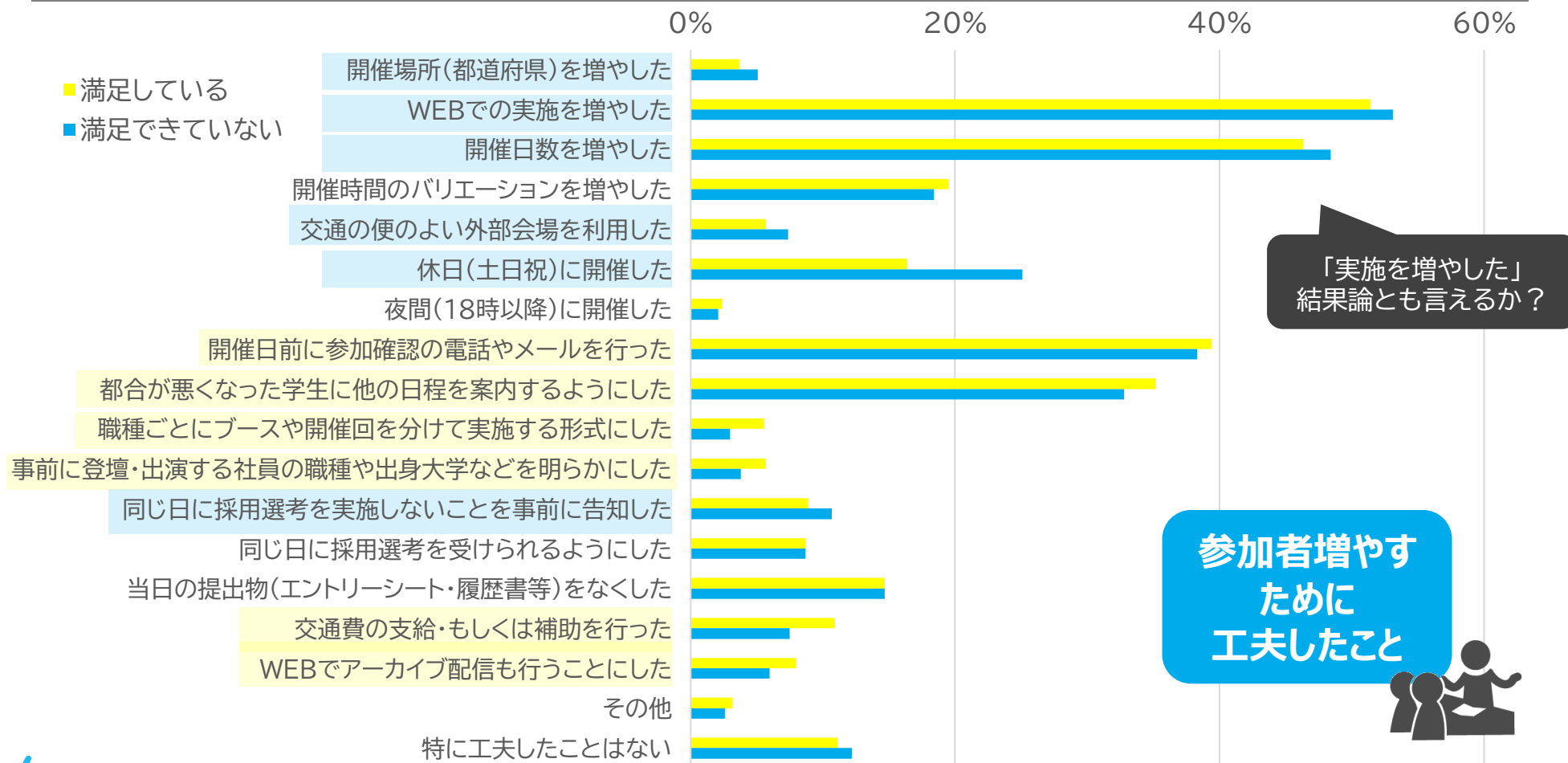
インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム(WEB)

インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム(対面)



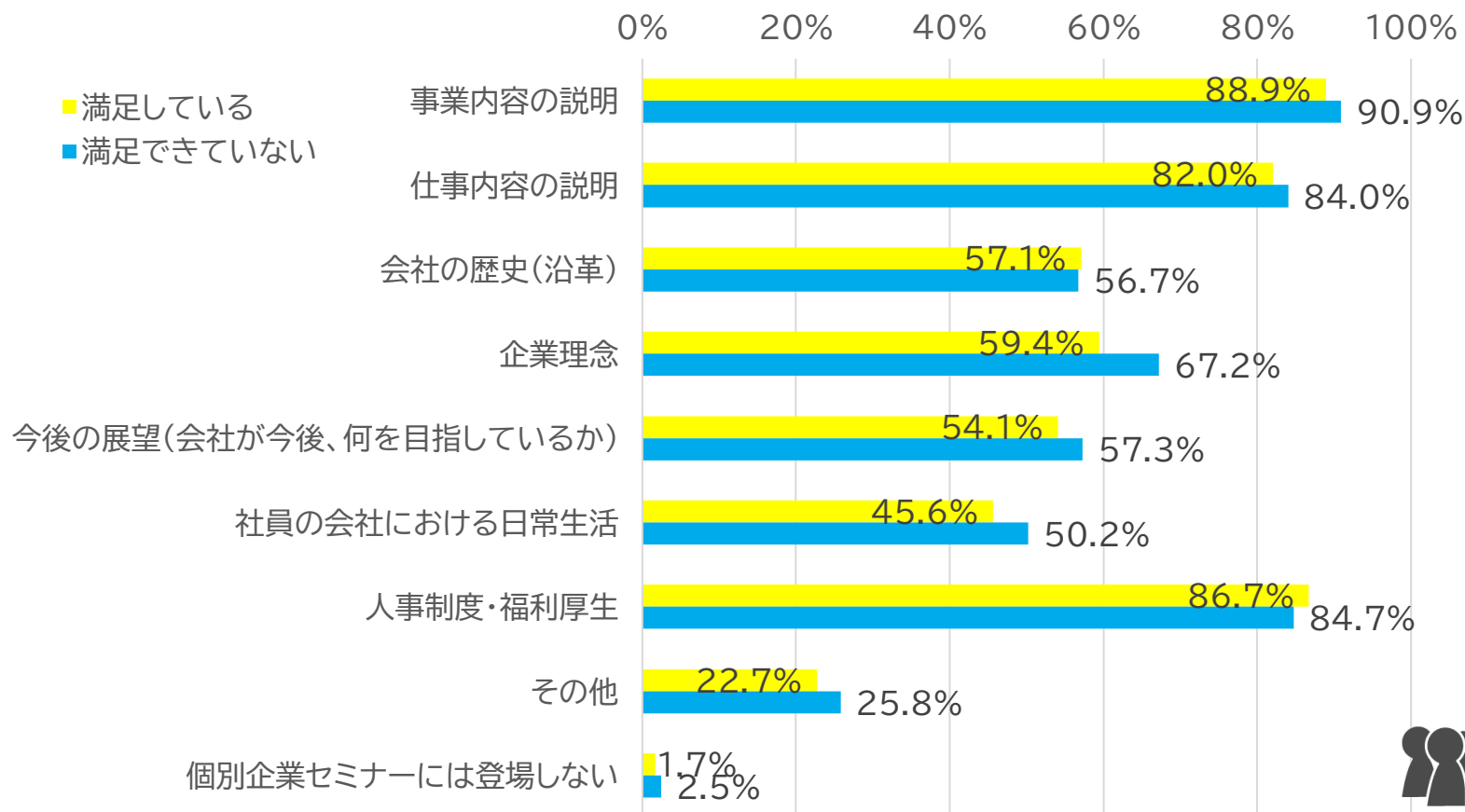
参加確認や他日程への案内などの個別フォロー施策は 「満足している企業」の方がわずかに上回るが、ほぼ差は見られない

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



ほぼ差は見られないものの「満足できていない企業群」の方が、
全体的に若干高い割合。 ※ 話者「人事・採用担当者」に限定

【人事・採用担当者】個別企業セミナーで話した内容

話した
内容

役割に応じた内容の傾向はともに見られるものの、満足できていない企業群の方が「社長や現場社員が登場しない」の割合が大きく上回る。

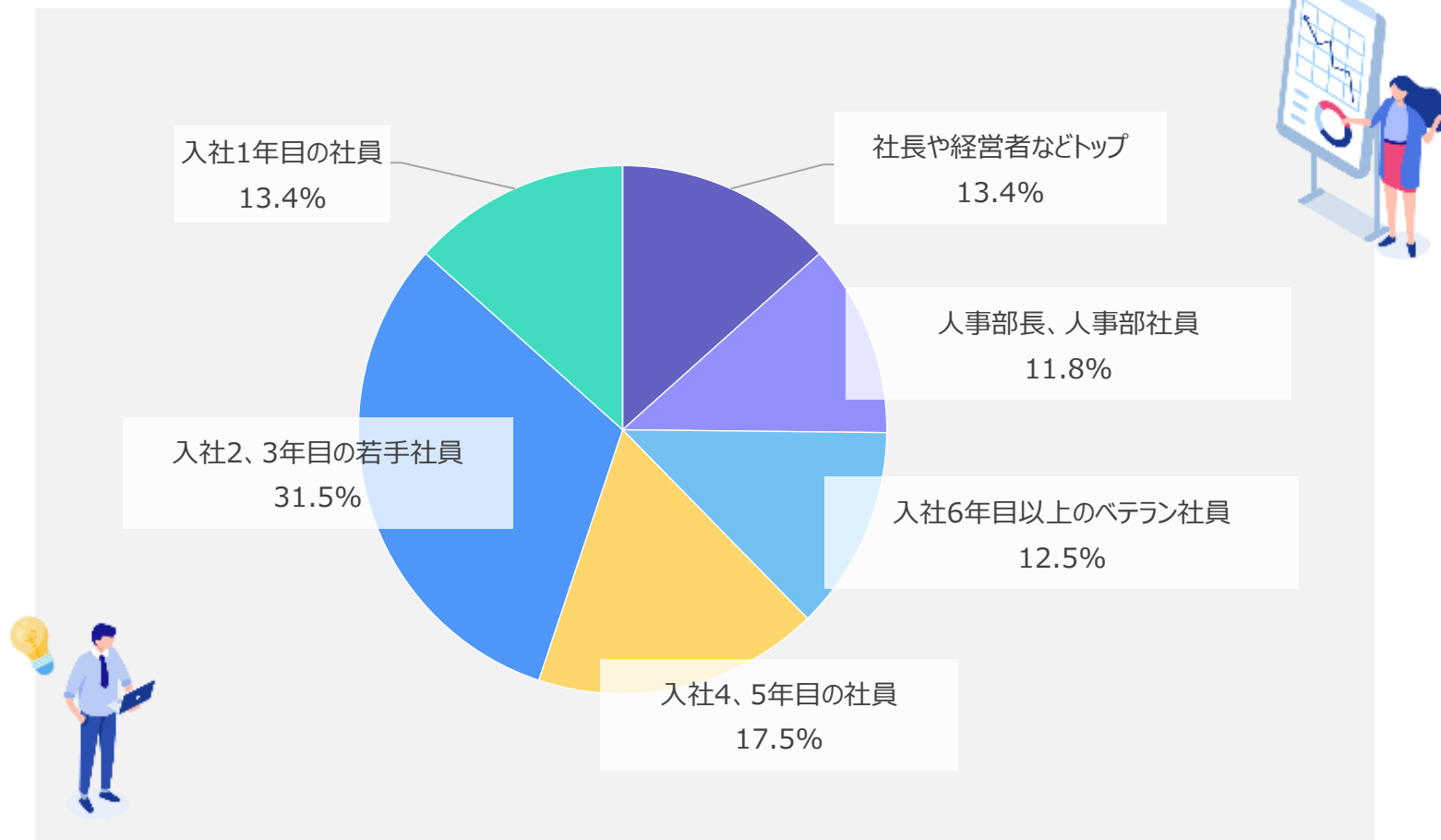
個別企業セミナーで話した内容(話者別 および 満足できていない企業群ー満足できていない企業群の割合差)

	人 事・ 採用担当者			社 長			現場社員 (若手3年目 まで)		
	満足 して いる	満足 できて いない	差	満足 して いる	満足 できて いない	差	満足 して いる	満足 できて いない	差
事業内容の説明	88.9%	90.9%	-2.0	16.8%	12.9%	3.9	5.9%	5.0%	0.9
仕事内容の説明	82.0%	84.0%	-2.0	10.8%	8.3%	2.5	44.5%	31.7%	12.8
会社の歴史(沿革)	57.1%	56.7%	0.4	13.8%	13.0%	0.8	1.5%	0.9%	0.6
企業理念	59.4%	67.2%	-7.8	22.0%	18.0%	4.0	1.4%	1.7%	-0.3
今後の展望(会社が今後、何を目指しているか)	54.1%	57.3%	-3.2	26.0%	19.4%	6.6	5.5%	2.9%	2.6
社員の会社における日常生活	45.6%	50.2%	-4.6	4.5%	3.8%	0.7	57.4%	42.8%	14.6
人事制度・福利厚生	86.7%	84.7%	2.0	7.8%	6.5%	1.3	10.9%	8.4%	2.5
その他	22.7%	25.8%	-3.1	5.3%	4.1%	1.2	12.0%	9.6%	2.4
個別企業セミナーには登場しない	1.7%	2.5%	-0.8	68.6%	75.5%	-6.9	30.8%	47.8%	-17.0

※「差」は、それぞれ「満足している」から「満足できていない」を引いた数値

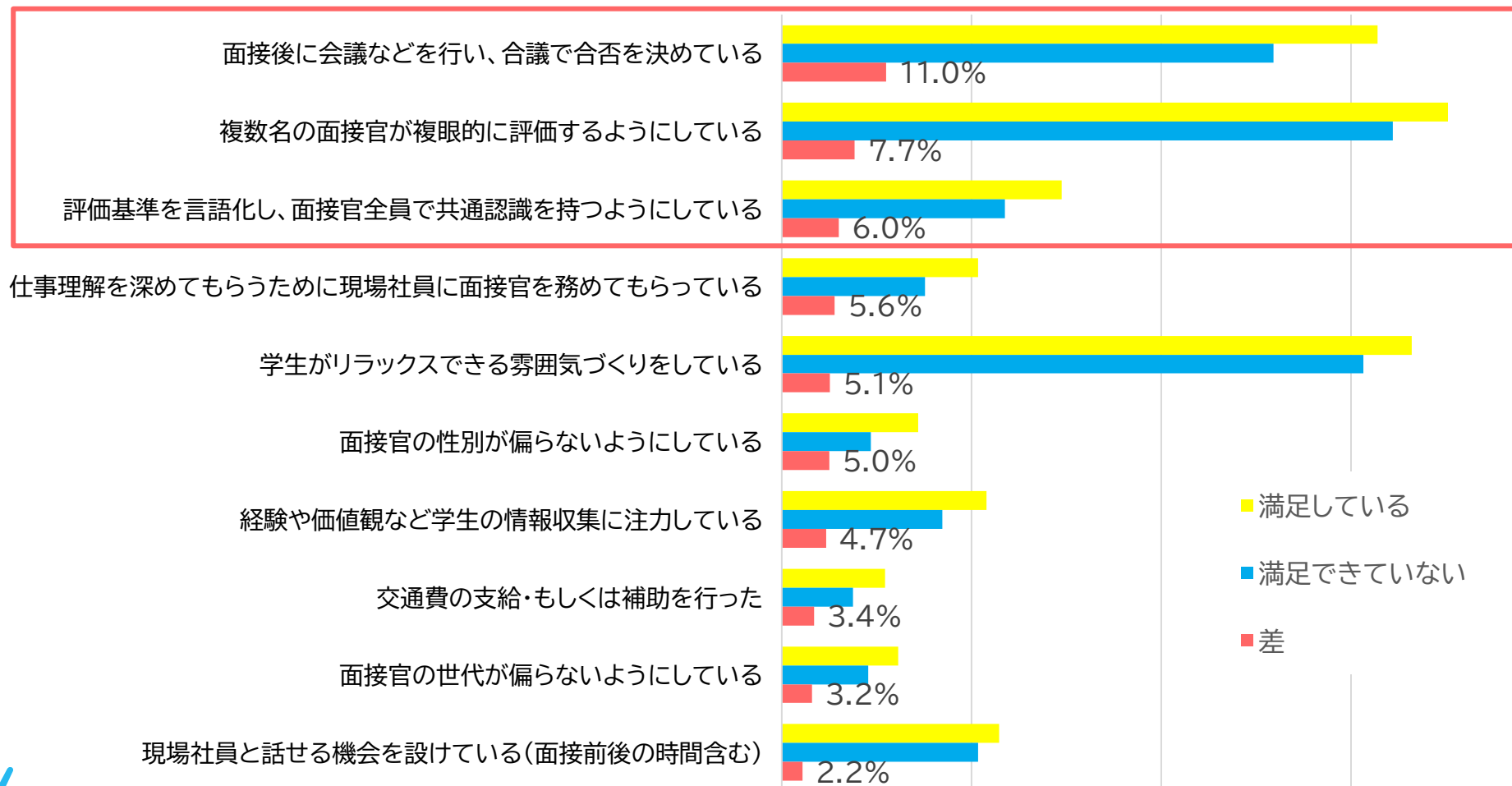
多面性を重視するZ世代へ伝える上で「誰が話すか」は非常に重要。
解決策のひとつとして録画型コンテンツなども検討を。

個別企業セミナーで最も話を聞きたい人は誰か



合議や複眼的評価、評価基準の共通認識の項目に差が大きい。 アンコンシャス・バイアス対策について今一度の見直しを。

面接実施にあたり特に工夫していること(「満足している企業群」―「満足できていない企業群」の差の大きい上位10位まで)



採用総合満足度について「満足している企業群」と「満足できてきない企業群」との差を分析。

結果 状況はどうか

- ✓ エントリーから選考受験まで 人数増減と満足度に相関関係が見られる。満足している企業群も「減った」の割合は3割ほどあり。
- ✓ 「満足できていない企業群」はインターンシップからのつなぎとめにおいてもより苦戦の傾向あり
- ✓ 「質が上がった／落ちた」の回答割合は5倍ほどの大きな差が見られた。
- ✓ 現在の問題点: 「選考受験者数の不足」「説明会参加者からのエントリーが少ない」「受験学生の質の低下」でランキングの差が見られる。

施策 何をしたらか

- ✓ インターンシッププログラムは、WEB・対面ともに「若手社員との交流会」に最も差が見られた。
- ✓ 役割に応じた内容の傾向はともに見られるものの、満足できていない企業群の方が「社長や現場社員が登場しない」の割合が大きく上回る。
- ✓ 多面性を重視するZ世代へ伝える上で「誰が話すか」は非常に重要。解決策のひとつとして録画型コンテンツなども検討を。
- ✓ 合議や複眼的評価、評価基準の共通認識の項目に差が大きい。アンコンシャス・バイアス対策について今一度の見直しを。

Chapter 01

2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

③ 提案

～満足のいく採用のために～



【Z世代の特徴と行動傾向】

不完全性

を好む

リスク回避

の傾向が強い

多様性

を尊重する



【2023年卒のペルソナ】

興味のある会社を見つけたら、**不完全性**のあるリアルな情報をチェック。

自分の価値観を尊重しながら慎重に企業を絞り込んでいく。

十分な判断材料を得られなかったり、自分に合わないと感じたりした場合は
ミスマッチの**リスクを回避**し、無理に進まない。

「等身大の未来を語り合おう」



「普通、面接といえば学生側が一方向的に質問に答えることが多いと思うのですが、先方の面接官も自分のお話をしてくださって、いい雰囲気面接に臨めましたし、志望度も高まったと感じます。」

引用：HUMAN CAPITALサポネット コラム【緊急覆面座談会】学生は企業の何を見ているのか？(2021年9月)より

ウィズコロナ対策、SDGsへの対応など、企業として社会・世界から求められていることが多い昨今。対応が間に合っていないものもあると思います。ですが、マイナス面を隠したり、無理して良く見せようとししないでください。

また、先行き不透明な中で育ち、SNSで世界との繋がりが日常であるZ世代は、「市場」の中でいかに自分をブランディングするかに関心が向いています。雇用主ではなく「ビジネスパートナー」という意識で接してください。

「等身大の未来を語り合おう」

現在の姿をありのままに伝え、対等な対話の中で素直に思いを伝えることが、一番学生の心に響くと思うのです。

2011年 中央教育審議会「キャリア教育」制定。

Z世代は、本格的にキャリア教育を受けてきた世代。

自分の価値観や個性を持つことを良しとする教育を受けてきた一方で、
まだ社会に出たことがないため、大きな不安を持っています。

そのような学生の不安に寄り添い、
等身大の未来を語り合ってみませんか。



Chapter 02

今後の採用活動に大切な視点



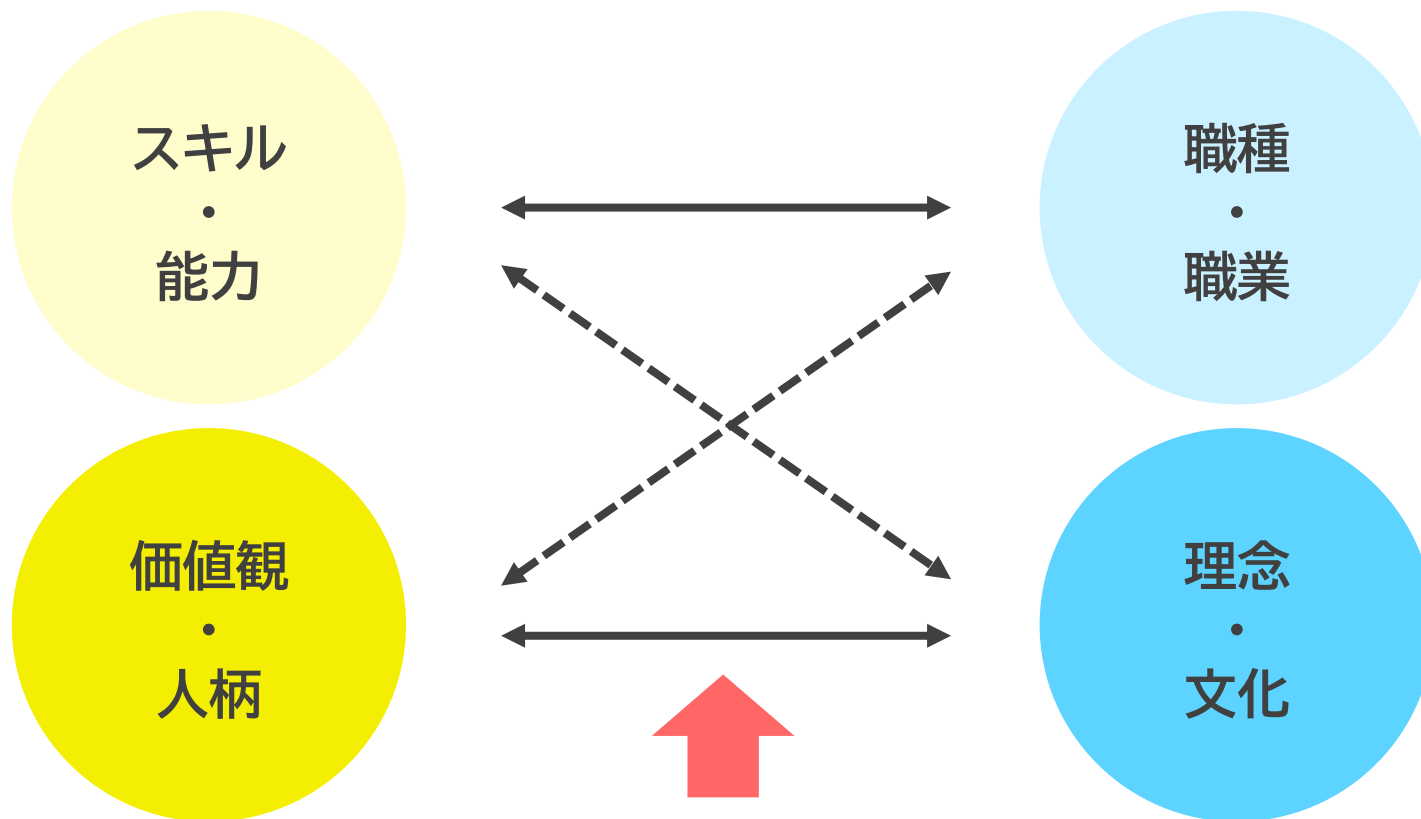
本日、ご紹介したい概念:

P-E fit (Person-Environment fit 個人環境適合)

- ① どうしてP-E fit をご紹介するのか
- ② P-E fitとは
- ③ 学生の企業選びのポイントとP-E fitの関係
- ④ 採用広報や内定者フォローでどう活かすか

<採用活動を通して…>

企業の採用ニーズと学生の就職ニーズ、また、互いに相手に提供可能な資源の
刷り合わせを行い、お互いの需給バランスを確かめ合っている。

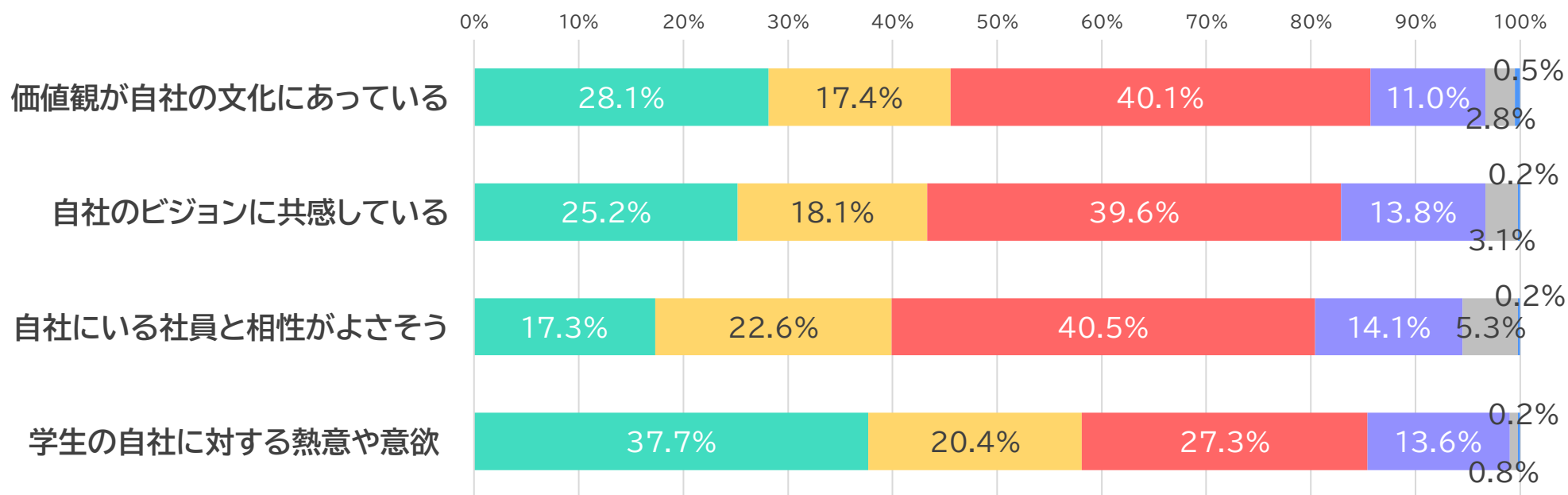


マッチング精度をあげる

企業が採用時に重視するのは 「カルチャーフィット」「社風との相性の良さ」

新卒採用において人材を見極める際に重視すること

- 絶対に必要(最低限必要)
- 必須ではないが、無い場合に別の要件で補う必要あり
- あれば望ましい(ボーダーラインの際に合格にしやすい)
- あれば優遇される
- 必要としない
- 特定の職種のみ必要



<採用活動の流れ>

応募

選考

内定

入社

職場配属



マッチング精度を高める

個人（学生）と組織（会社）の適合度（＝フィット）を高める

P-E fit
(Person-Environment fit 個人環境適合)

P-E fit

(Person-Environment fit 個人環境適合)

人と環境の相互作用に基づく概念

1

「人の行動(Behavior)は、人間(Person)と環境(Environment)との相互作用によって決定される」という相互作用理論に考え方に基づく概念である。

(Lewin,1935,1951;Edwards,2008)

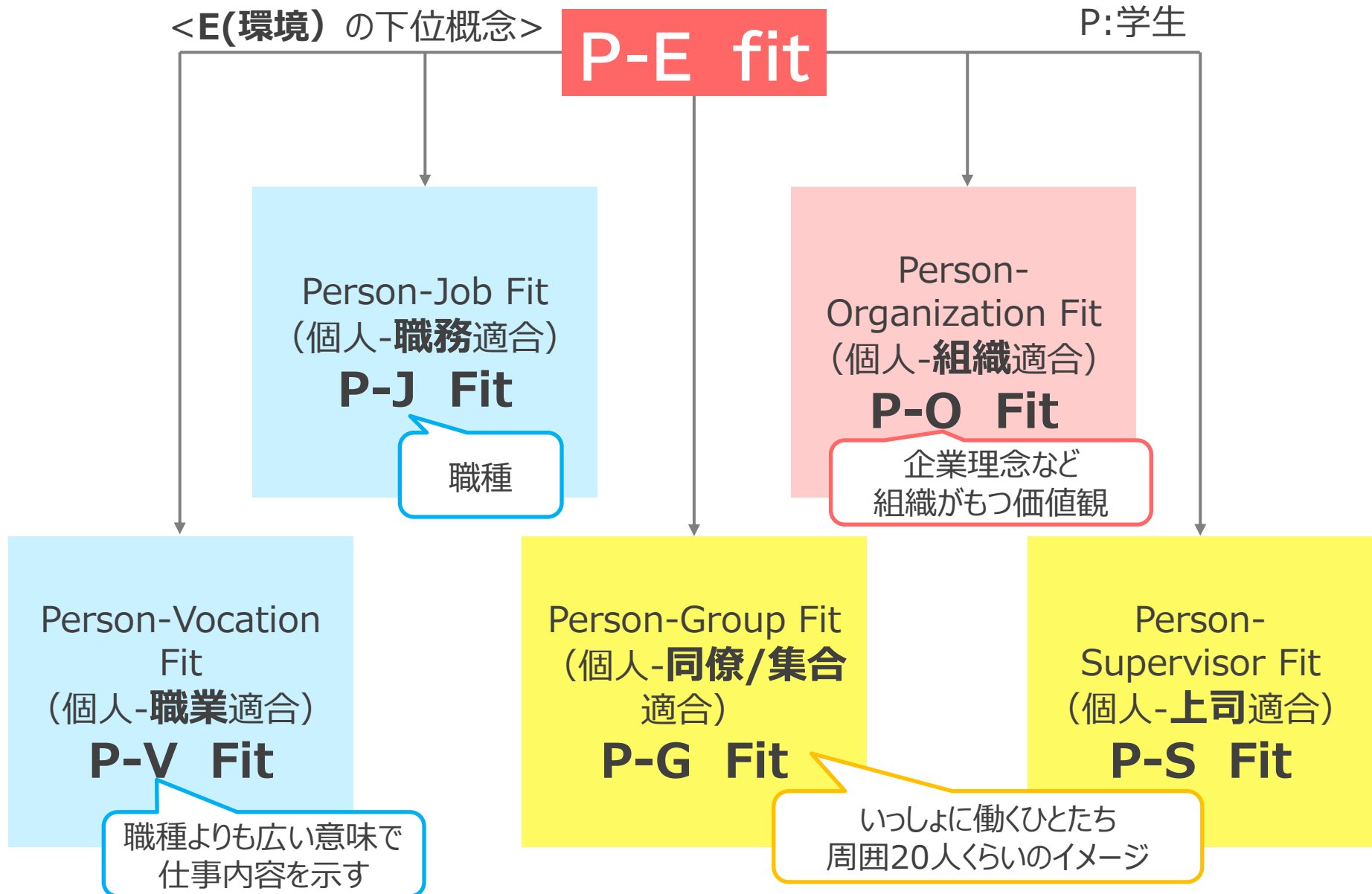
人と環境の特性が調和するほど満足感が向上

2

従業員の職務態度や行動は個人要因(個人の価値、性格、能力等)と環境要因(上司や同僚との関係、職務の特性、待遇など)との相互作用によって決定する。(Charman,1989)

つまり、P-E fit理論は従業員が適合を認知したときに従業員の職務満足度が上昇し、反対に従業員が不適合を認知したときに職場に対する不満足が募ることを示唆している。

(Dawis & Lofquist,1984)



P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

P-E fit が高くなると…

組織コミットメントを高める

1

個人が環境に欲求を満たされ、類似点を見つけて組織との一体感を感じやすくなるため、**組織への愛着を示す情緒的コミットメント**が高まる。

職務満足度が高まる

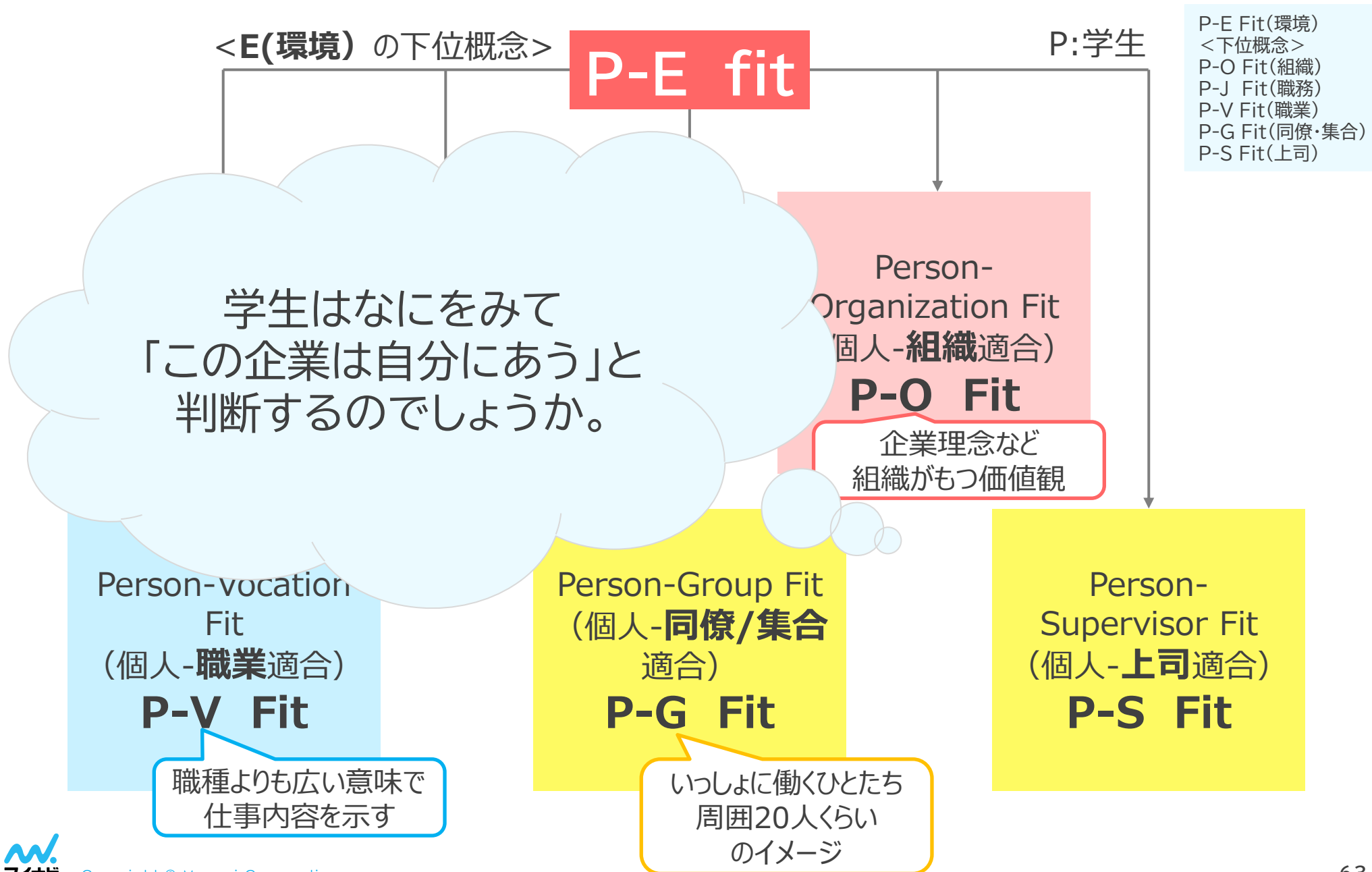
2

合理的なfit(P-O fit、P-J fit)の効果は個人主義的でパワーディスタンスの低い文化を持つ北米とEUが相対的に強い一方で、**関係的なfit(P-G fit、P-S fit)の効果は集団主義的でパワーディスタンスの高い文化を持つ東アジアが相対的に強い**。(Oh et al.,2014)

在職意向が高まる(離職意向が下がる)

3

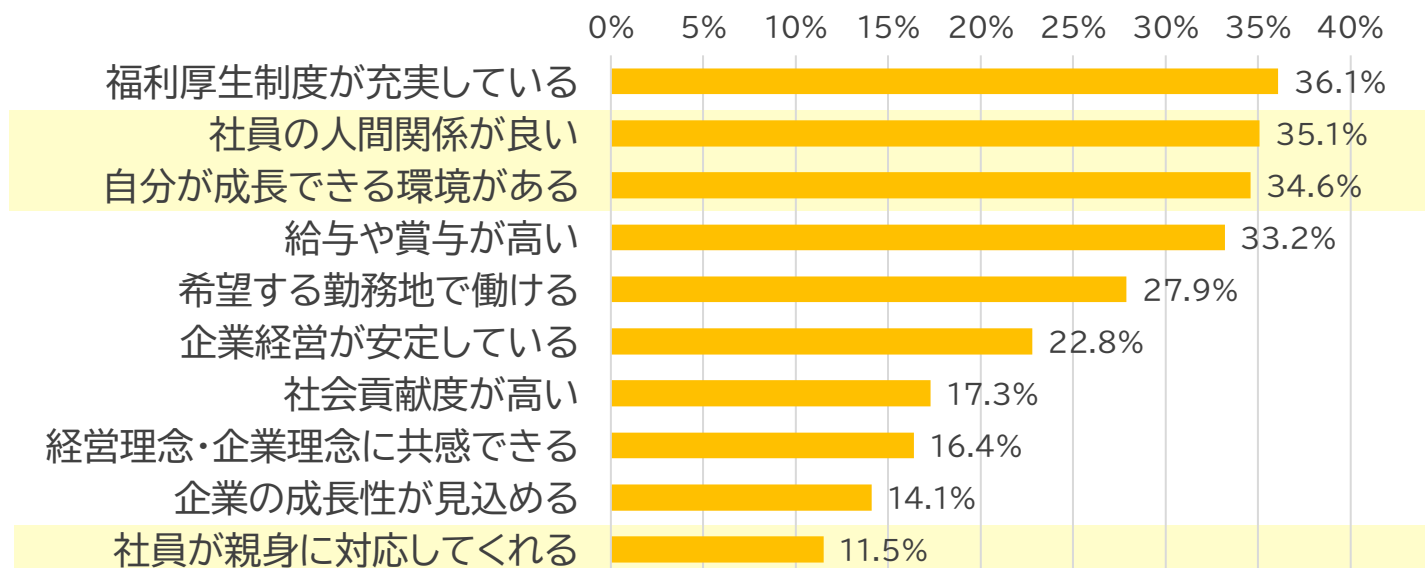
離職態度にはP-J fit、また離職行動にはP-O fitが最も影響する。一般的に個人が離職を考えても実行に移すまでにはタイムラグがある。**実際に離職につながる行動を起こさせるのはP-O fit(が低いこと)、つまり価値観や目標の一致度が鍵**となる。(Tak,2011)



学生が企業を選ぶ際に「労働条件」だけでなく 「働いている社員の様子」も重視している

P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

企業を選ぶときに、あなたが特に注目するポイント (上位10項目)



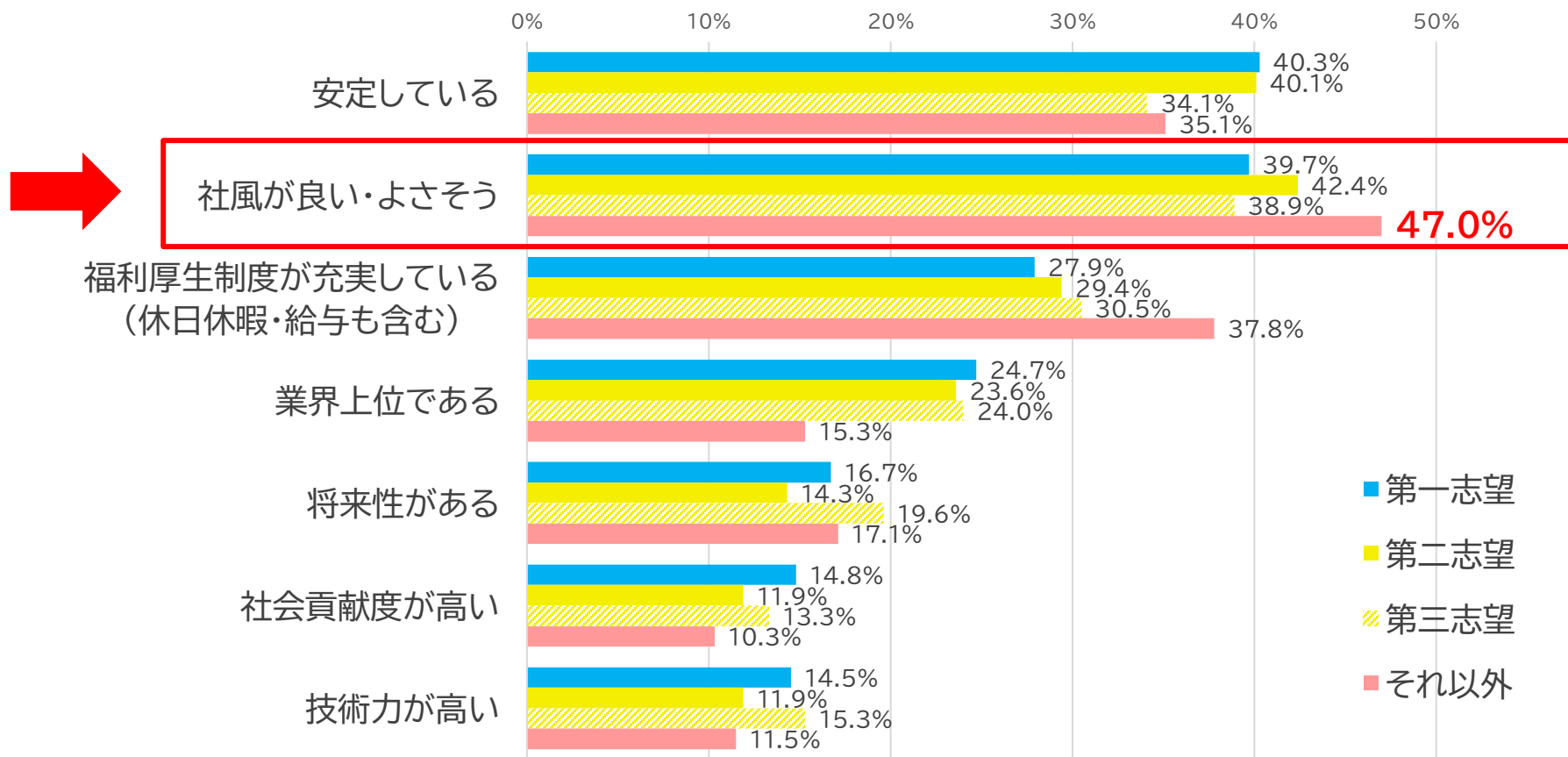
<下記20項目より、ベスト3を選択>

福利厚生制度が充実している／社員の人間関係が良い／自分が成長できる環境がある／給与や賞与が高い／希望する勤務地で働ける
企業経営が安定している／社会貢献度が高い／経営理念・企業理念に共感できる／企業の成長性が見込める／社員が親身に対応してくれる
業界上位である／技術力がある／平均勤続年数が高い／仕事を任せてもらえる／職種別採用がある／女性が活躍している／
社員の話に説得力があった／国際的な仕事ができる／商品企画力がある／SDGsに熱心に取り組んでいる

学生が、元々の志望度に関わらず 入社予定先企業を選ぶ際、重視するのは「社風の良さ」

P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

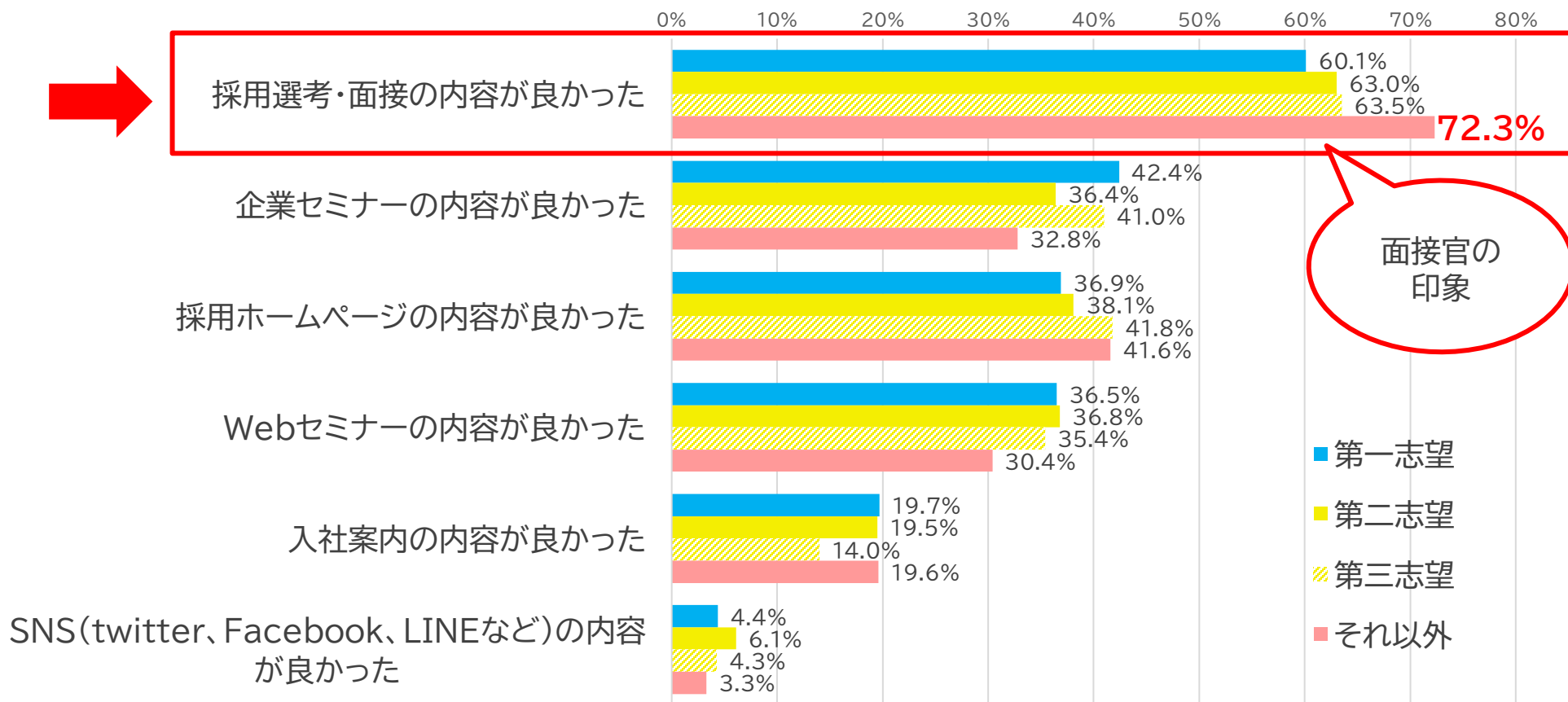
【すでに決めて就職活動を終了した人限定】
入社予定先企業を選んだポイント<企業軸> (上位項目)



学生が、元々の志望度に関わらず 入社予定先企業を選ぶ際、重視しているフェーズは「面接」

P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

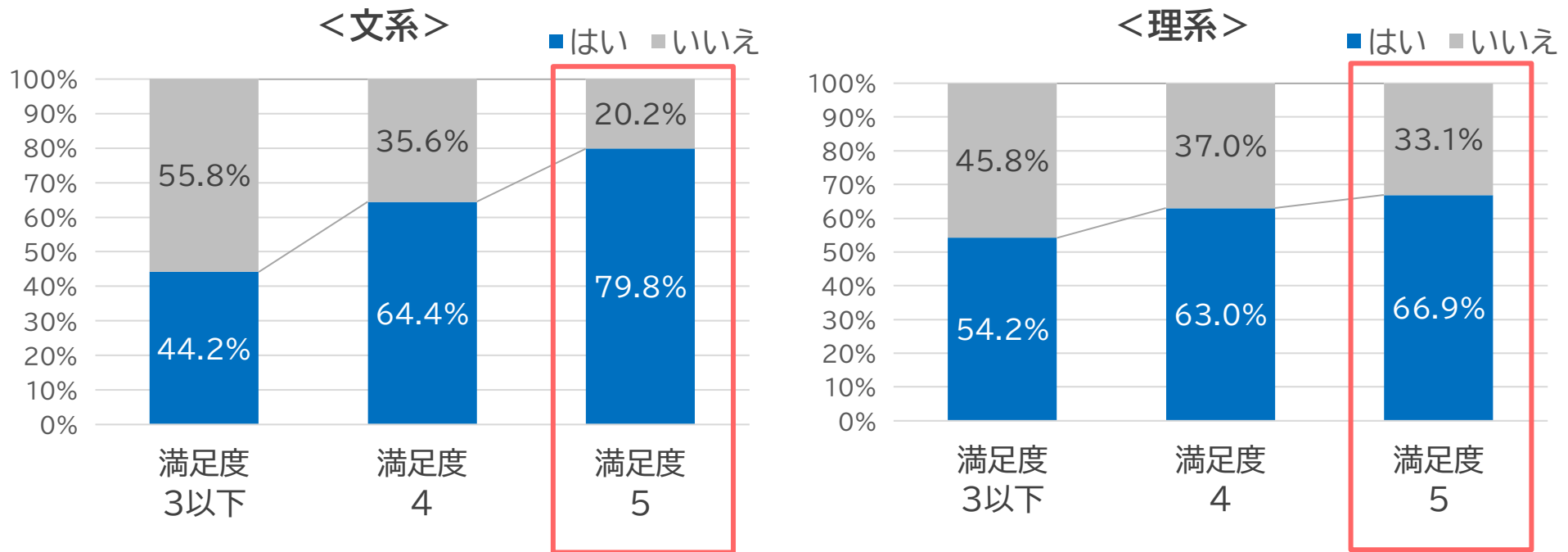
【すでに決めて就職活動を終了した人限定】 入社予定先企業を選んだポイント<採用ツール> (上位項目)



入社半年後に「勤務先満足度」が高い新入社員は 「就活中に入社を決めた理由になった人がいた」割合が高い

P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

勤務先総合満足度
×
就活中に「入社を決めた理由になった人」はいたか



勤務先総合満足度
×

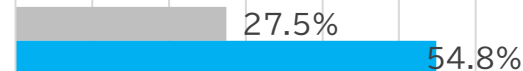
就活中に「入社を決めた理由になった人」の立場

P-E Fit(環境)
 <下位概念>
 P-O Fit(組織)
 P-J Fit(職務)
 P-V Fit(職業)
 P-G Fit(同僚・集合)
 P-S Fit(上司)

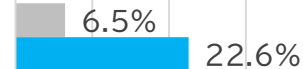
<文系>

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

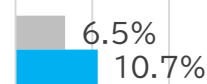
人事担当者・採用担当者



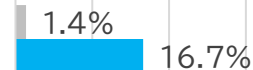
社長・会社役員



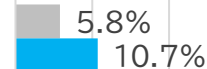
インターンシップに参加していた社員



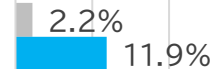
面接官(WEB)



面接官(対面)



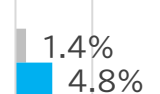
OB・OG訪問で会った社員



リクルーター



工場見学・研究所見学・職場見学で会った社員



勤務先満足度の高い人は
 インターンシップ、面接等
 で出会ったさまざまな
 社員の影響を受けている

■ 満足度3以下

■ 満足度5

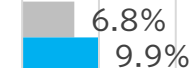
<理系>

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

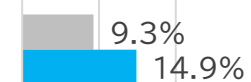
人事担当者・採用担当者



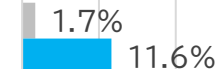
社長・会社役員



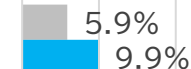
インターンシップに参加していた社員



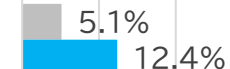
面接官(WEB)



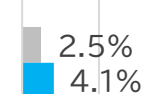
面接官(対面)



OB・OG訪問で会った社員



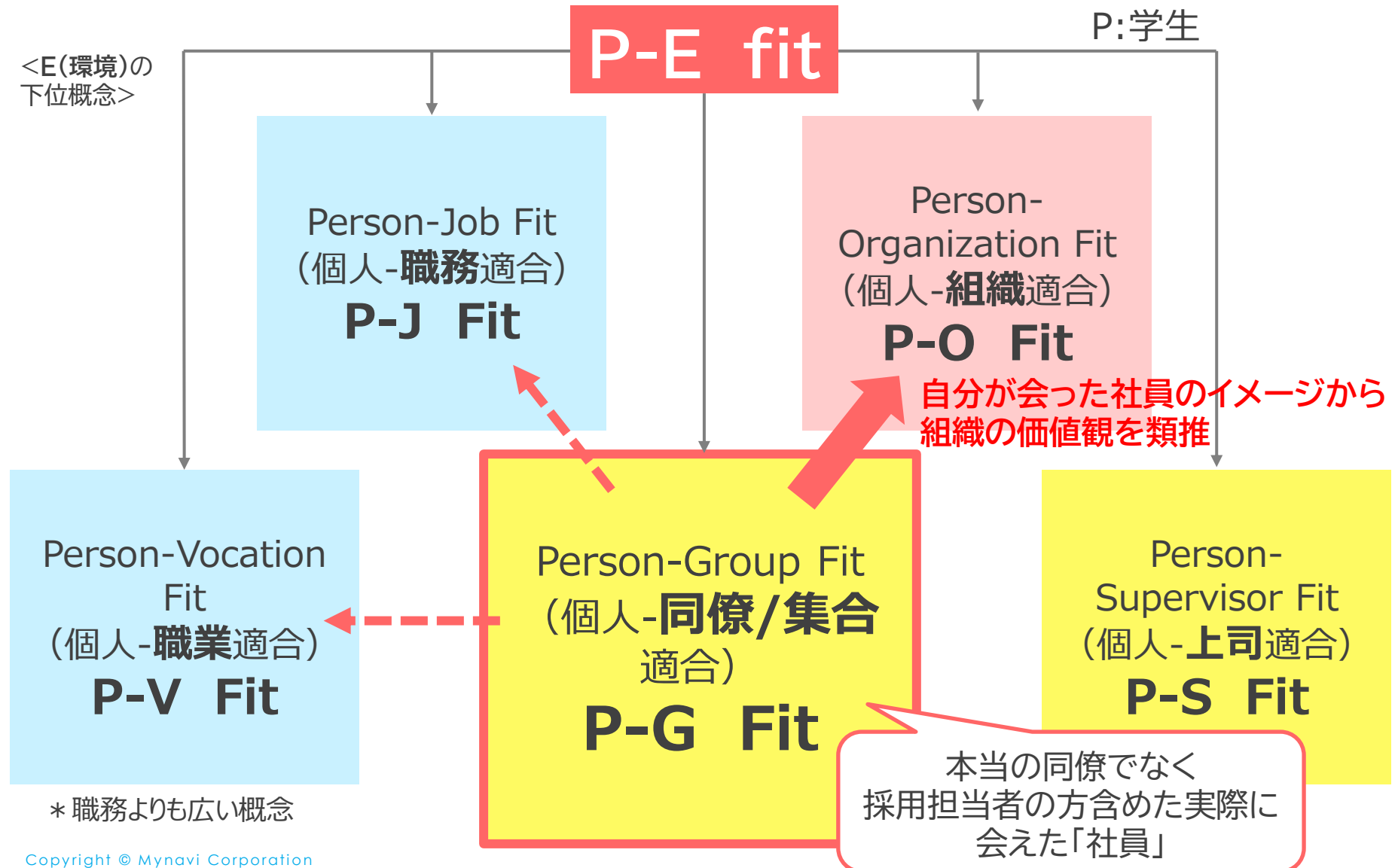
リクルーター

工場見学・研究所見学・職場
見学で会った社員

■ 満足度3以下

■ 満足度5

学生は会ったり、見たりした「社員」から
「カルチャーフィット」や「社風」を感じている



採用広告はどうしても組織や仕事の情報が多くなりがち
「社員」に関する情報はインターンシップ、面談、面接、内定者フォローを通じて



企業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

●自分自身のこと



- ✓きちんと自分の適性を考えてくれているので、それに見合う形で貢献したい
- ✓夏のインターン以降、社会人として働くイメージを忘れてきているので、思い出したい
- ✓ここで働きたいと再確認できた状態でありたい
- ✓社会人になる実感を得ることで、働く覚悟を決めたい

●企業に対すること



- ✓この企業は学生に嘘の情報を伝えたり都合が悪いことを隠したりしていない、と信頼したい
- ✓まだ一度も会社を訪れたことが無く、対面で社員の方々とお会いしたこともないので、実際の働く環境をこの目で見て、入社後のイメージを掴みたい
- ✓選考前から社風の良さが十分に伝わっているため、一員として適しているかしっかりと把握したい
- ✓キャリアプランや配属についての不安をなくしてから入社したい
- ✓仕事内容や人間関係、業務形態がマッチしていて、働きたいと思えるようになりたい

●仕事に対すること



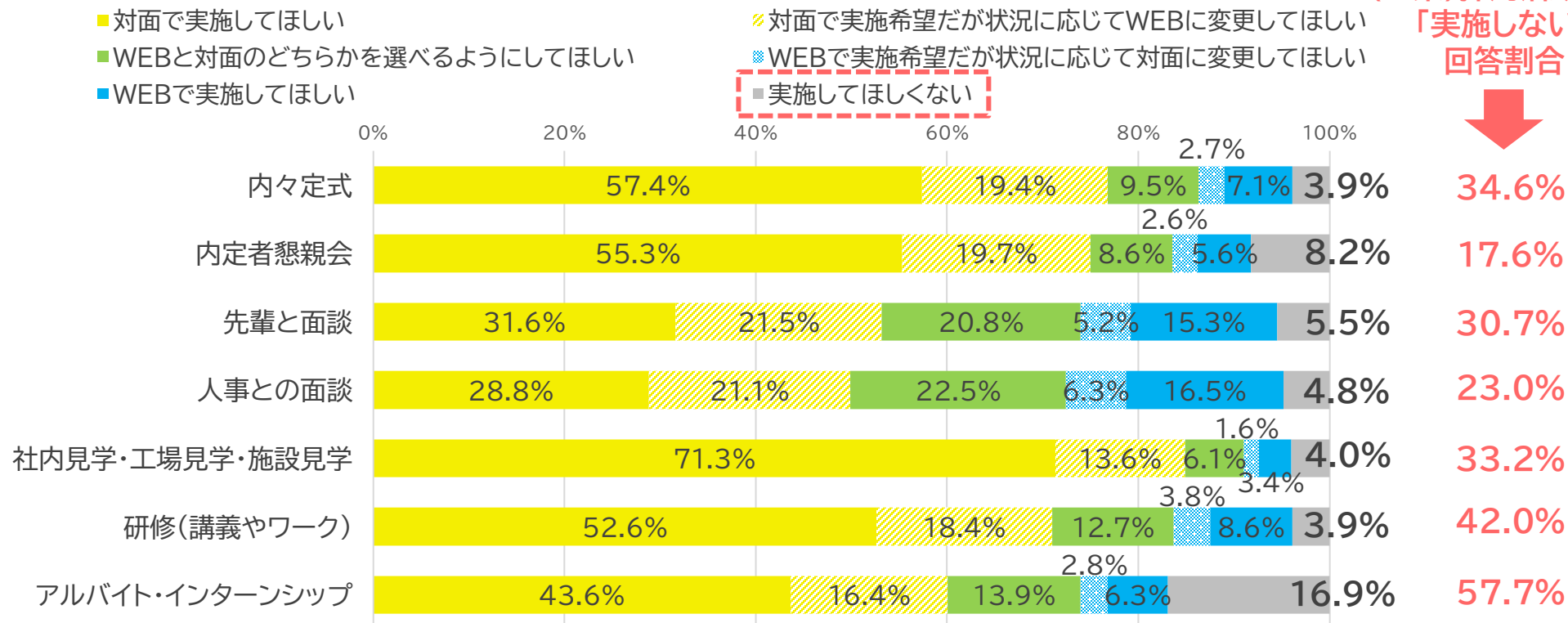
- ✓選考中にも先輩社員との座談会が設けられていたが、より多くの先輩社員の方から仕事についての話を聞きたい
- ✓自身がどのような仕事をする可能性があるのか、その仕事にやりがいを持って取り組めそうか判断したい
- ✓4月の入社までに、自分の配属される部署や具体的な仕事内容について知りたい
- ✓仕事への理解をより深めて、入社後可能な限り早く活躍できるように準備したい

「P-G Fit」 向上のためにできること 「社員・内定者同士の交流機会」「職場見学」

P-E Fit(環境)
<下位概念>
P-O Fit(組織)
P-J Fit(職務)
P-V Fit(職業)
P-G Fit(同僚・集合)
P-S Fit(上司)

内定者フォローはどのように実施してほしいか

(企業)採用活動調査
「実施しない」
回答割合



※「実施してほしくない」
割合はほとんどの項目で1割未満

Flawsome

= Flaw(欠陥) + Awesome(素晴らしい)

Something that is totally awesome, but not without it's flaws.
欠点もあるけど、まったくもって素晴らしい

取り繕う必要はないので、本当の話をしてほしい

学生との対話を大切に 「配属ガチャ」という言葉が示す学生の気持ち

入社後の配属先(勤務地・職種)に対する考えとして、
一番近いもの

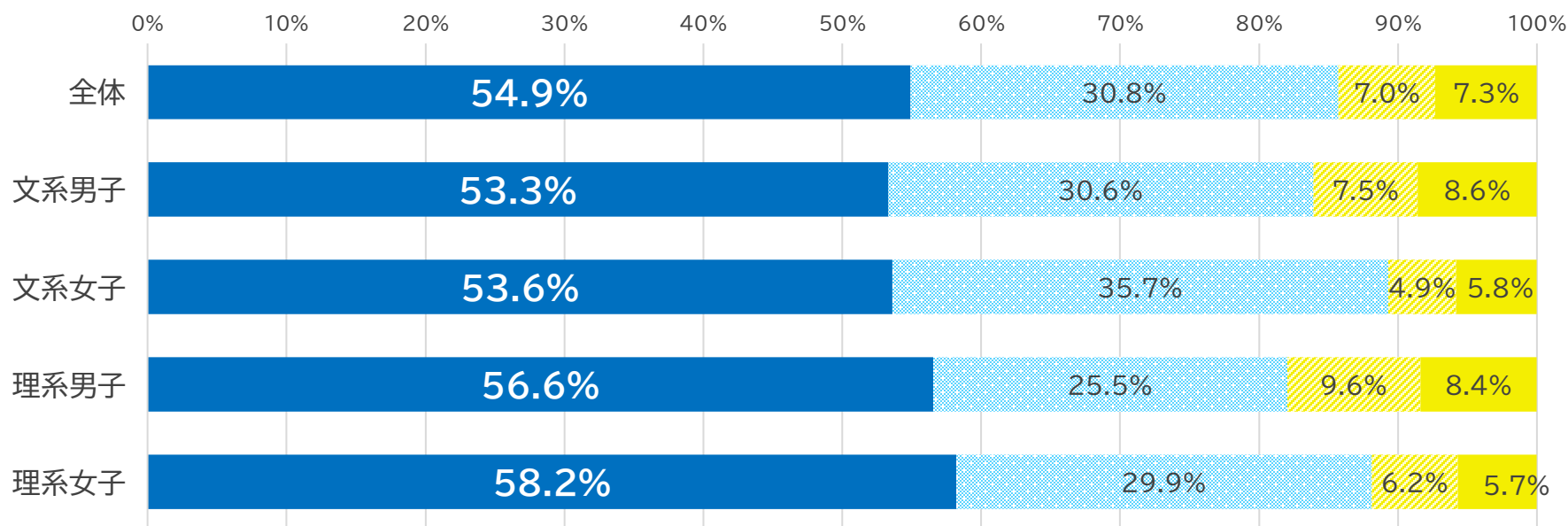
■ 勤務地・職種ともに自分で適性を判断して、選びたい

■ 勤務地は自分で選びたいが、職種は適性をみて会社判断してほしい

■ 職種は自分で選びたいが、勤務地は適性をみて会社判断してほしい

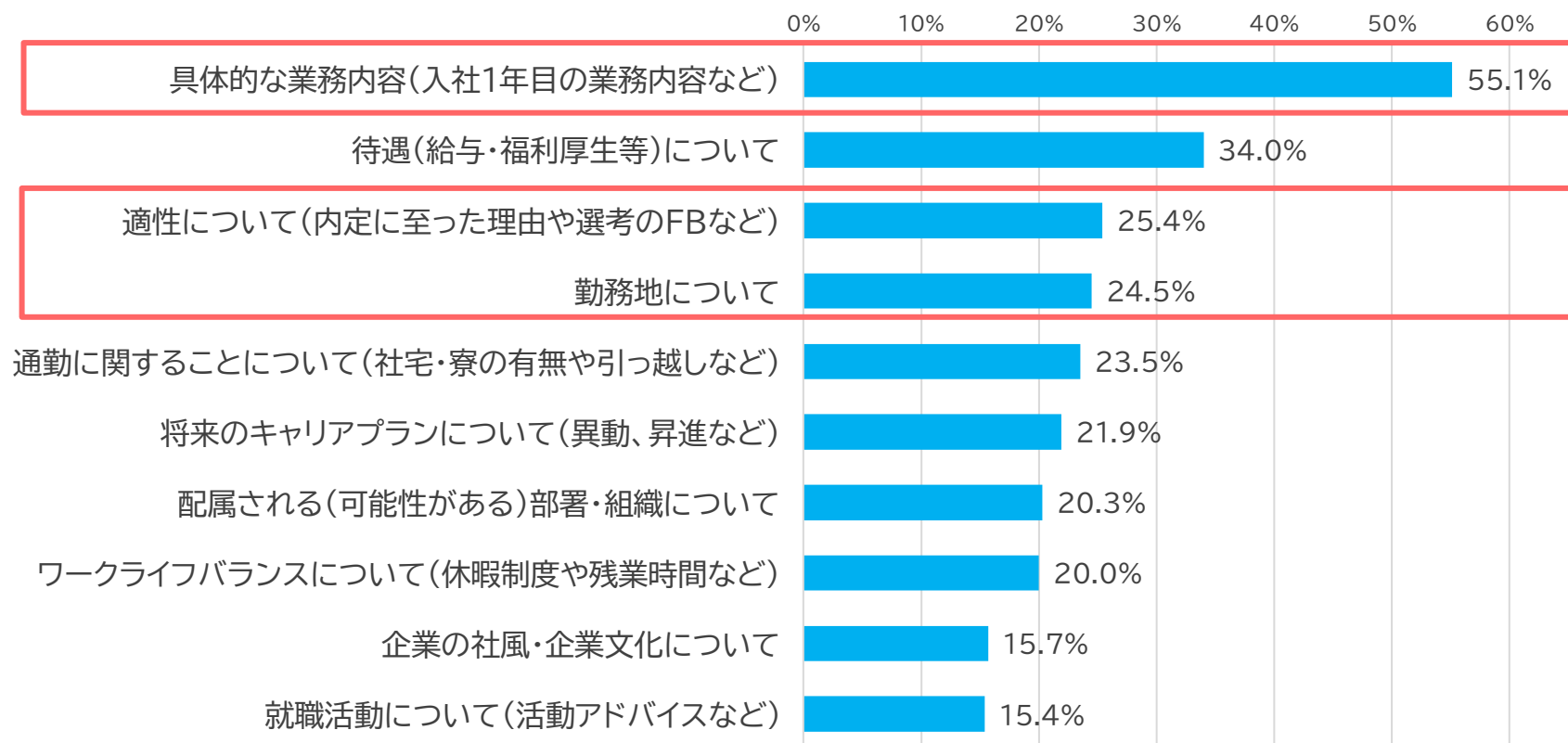
■ 勤務地も職種も、適性を見て会社判断してほしい

学生が「自分で適性を判断して選んだ」と思えることが大切。
そのためにも学生への説明ならびに
学生の声を聴く「対話」を。



学生が安心できるのは具体的にイメージできる“本当の話” そして、納得できる理由

<「面談」「座談会や交流会」を通して>
何を話したことで不安が軽減されたか



「等身大の未来を語り合おう」

不完全でもいい。いや、むしろ不完全がいい。

等身大のリアルな姿を見せ合おう、
そして、そこから未来を語り合おう。

世代も価値観も違う人間同士。
分かり合えることは奇跡。



ご清聴、誠にありがとうございました。

運営チェックリスト

▼開催の留意

ターゲットとする学生層
19年度卒学生、採用広報も兼ねるため、いまは企業・業界研究は十分でOK。

見逃すゴール
同業他社との違い、社風（面接員の言い回し）を伝える。1次選考への歩留まり50%目標！

私たちの活動は、其の他の活動と違って「履歴」が積みあがります。

▼その他メモ

4月はできるだけ多くの学生に参加し、もうひとつの第一目標にしよう
→先輩社員と懇話会実施
→バリエーション？7時半の参りを確認しておこう

→東京本社の紹介の仕方が用いられるかもしれないので、椅子を多分出しておいて欲しい

→通信簿が厚いので、2階の会議室が対応可能！と！！

→毎日大学の○○から商業部が参加したいの連絡あり（4/25大塚）
→椅子が足りないのとお話しした。後日田中よりOKあり！です

▼本セミナーの関連資料情報※ 見逃がれも分かるように、1つの共有フォルダにまとめ、中身を整理確認しておきましょう。

資料納品先アドレス・URL	共有人事務人事部採用課4月説明会
---------------	------------------

▼運営体制 ※開催地、会場1名ずつを兼任せよに配慮し、開催当日は対応できるようにしよう。トラブル時の迅速な対応に留意します。

全体的進行者	役割	▶ 全幹員出席、運営担当や他、おむたけ担当が当日の進行と事務的な対応に専念し、質疑応答に専念します。当日は「おむたけ」を「おむたけ」が担当する。当日は「おむたけ」が担当する。 ▶ 事業・当日の運営要領の責任者、実務的に「おむたけ」が担当する。当日は「おむたけ」が担当する。 ▶ 連絡・欠席の連絡対応、その他「おむたけ」が担当する。当日は「おむたけ」が担当する。
副進行者	録画	
司会者・トラブル対応	高橋・田中・渡辺	

▼開催日程

↓WEB開催の場合は記入

日時	開始	終了	所要時間 (休憩時間)	開催形式	会場	参加用URL	視聴URL
4月18日	13:00	15:40	2:40	対面	東京本社		
4月20日	13:00	15:40	2:40	WEB	WEB対応	https://saponet.mynavi.jp/colse	https://saponet.mynavi.jp/colse
4月22日	13:00	15:40	2:40	WEB	WEB対応	https://saponet.mynavi.jp/colse	https://saponet.mynavi.jp/colse
4月25日	13:00	15:40	2:40	対面	大塚会場		
4月26日	調整中	調整中		対面	名古屋会場		

URLの読みかたは以下
とくくはなるといふと
とくくはなるといふと

視聴後アンケート回答特典

左下のバナーもしくはマイページから
視聴後アンケートにご回答ください。

サクスメールにて、「特別付録～
セミナー(対面／オンライン)開催チェックリスト
(災害などの非常時対応マニュアルと台本付き)」を
もれなくお送りいたします！

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