

岐阜県版

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



**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。

（経歴）

- ・2013年1月 マイナビ 名古屋支社に中途入社
- ・2013年4月 同支社にて大手企業を中心に担当する専門チームが発足 立ち上げメンバーとして異動
- ・2016年4月 岡崎支部が発足 立ち上げメンバーかつ岡崎支部長として異動
- ・2018年4月 名古屋営業2部が発足 部長として異動
- ・2020年4月 中部営業推進部が発足 部長として異動（現職）

## 第一部：2023年卒 採用戦線報告および 今後の見通しと対策

### 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 - 勤務先満足度という視点を採用時から意識する -

## 第二部：もう大企業だけの話ではない「タレントマネジメント」の考え方

13:30～14:30 ※本講座とは別URLで実施いたします

## 第三部：初めて&久しぶりに新卒採用にチャレンジする方におすすめ「新卒採用オンライン相談会」

15:00～16:00 ※本講座とは別URLで実施いたします

# 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。

# 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

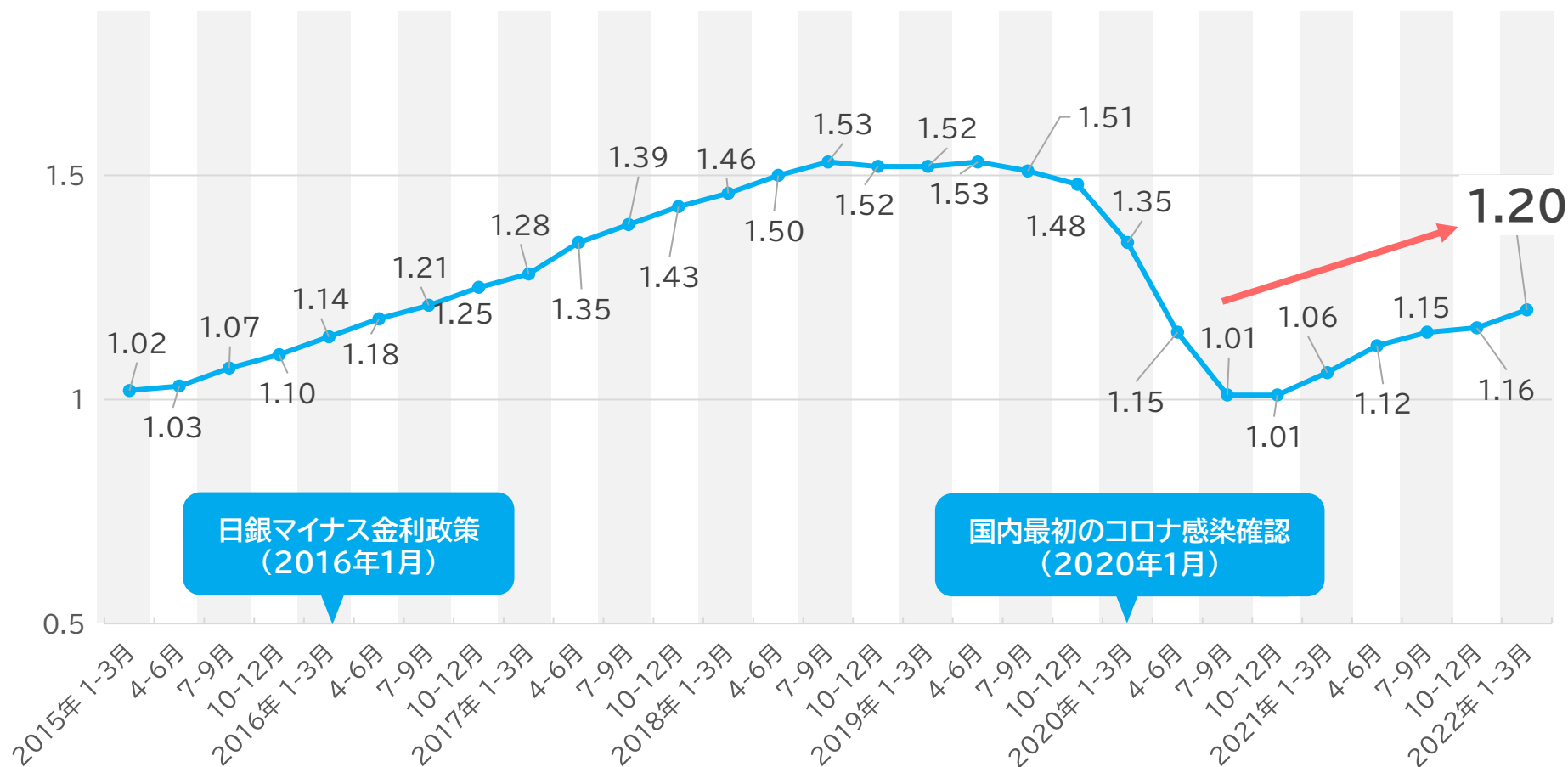
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

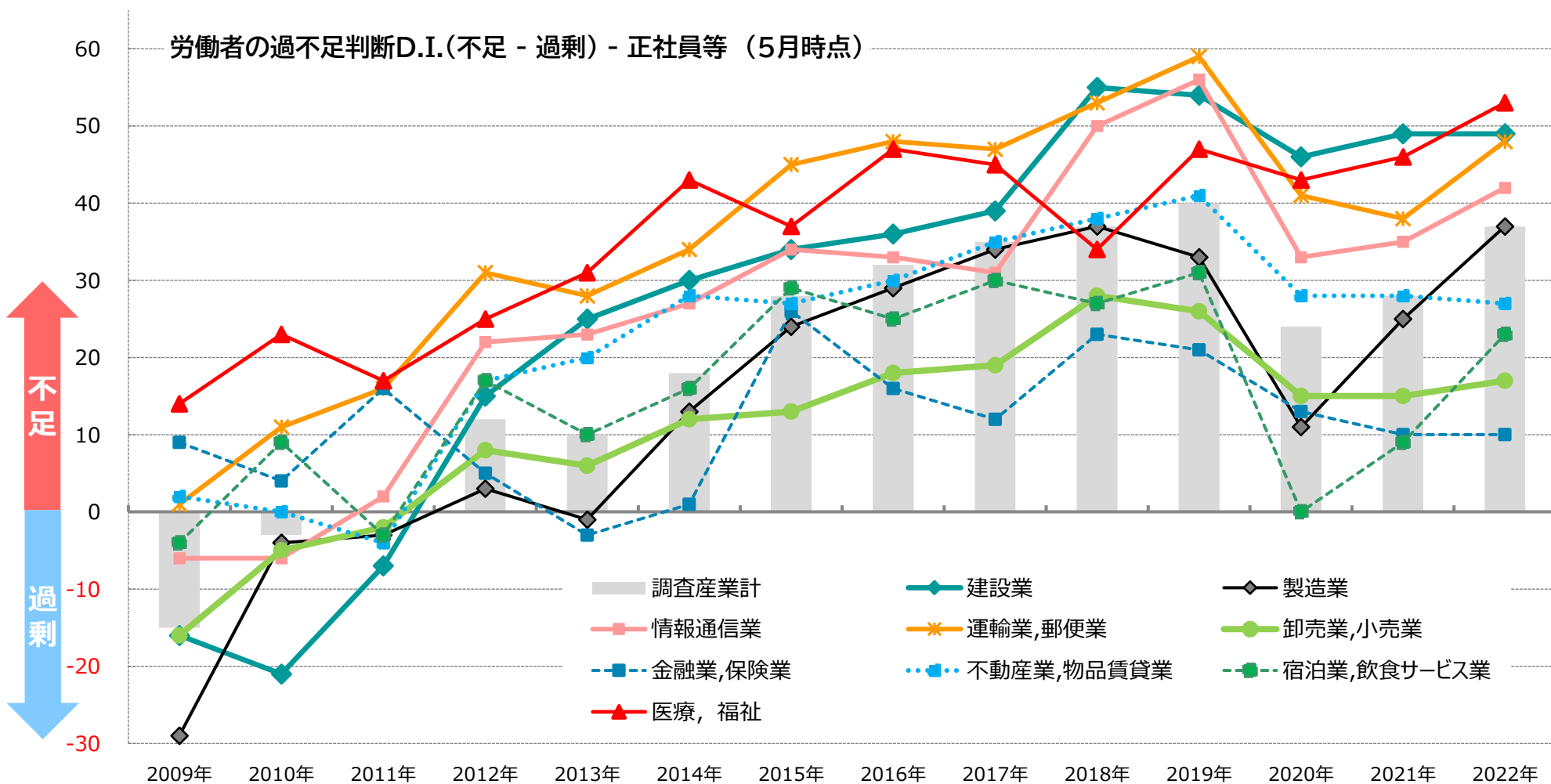
(3) 採用広報と選考活動

## 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

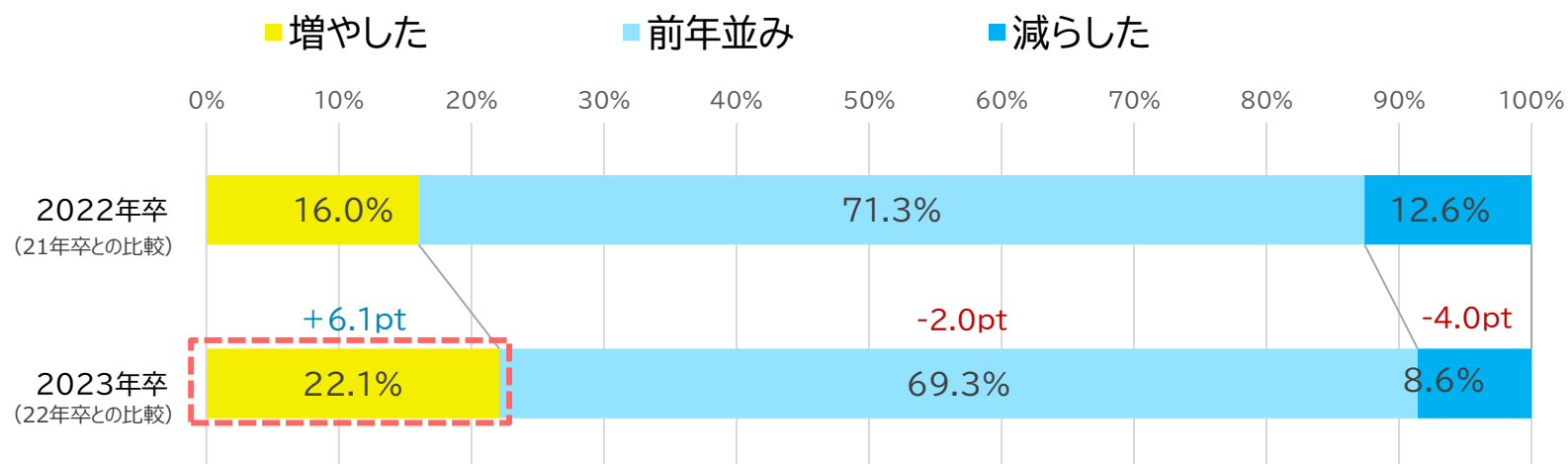




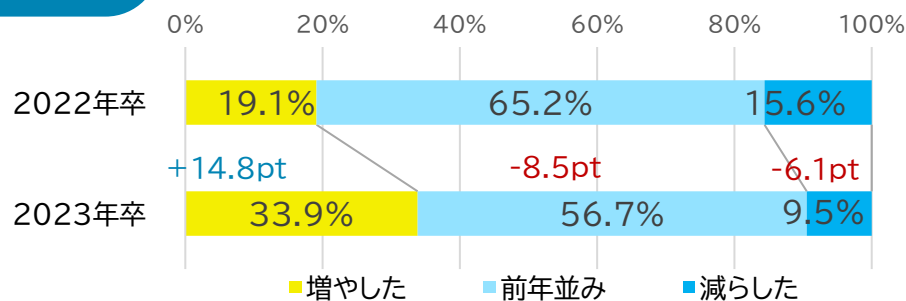
## 前年比較で「増やした」と回答する企業割合が上昇 採用活発化の動き

### 採用予定数の前年との比較

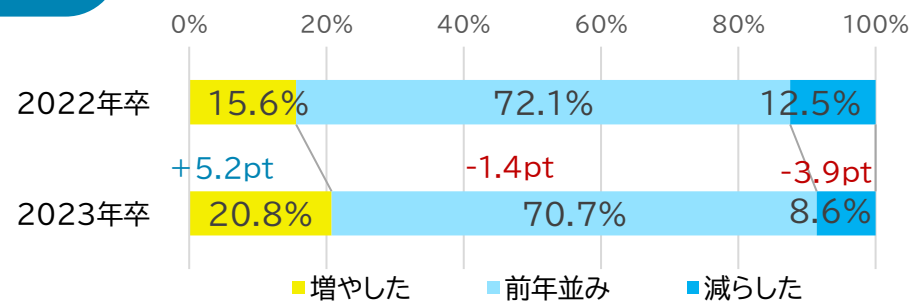
#### 全体



#### 上場 (株式公開)



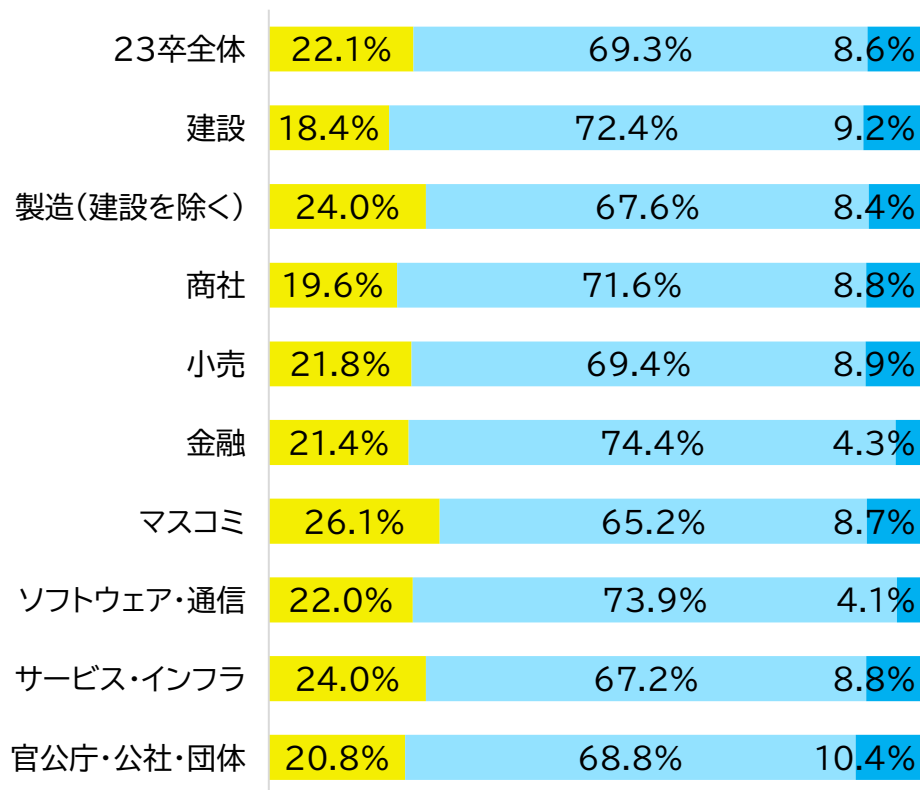
#### 非上場



## 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

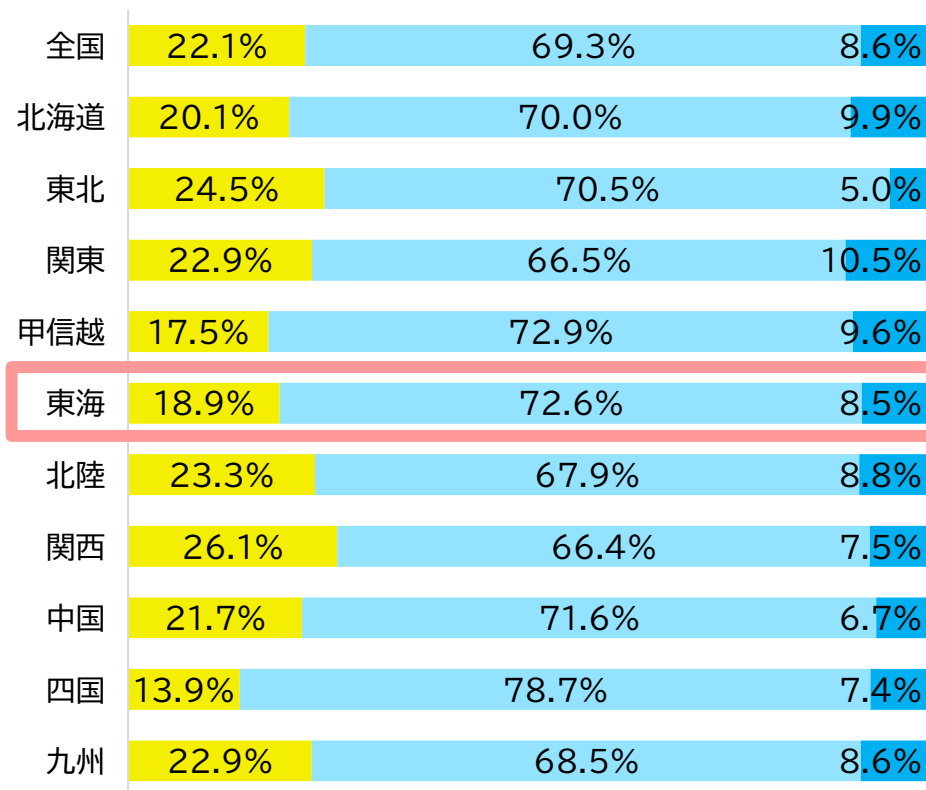
【業種別】 採用予定数の前年との比較

■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

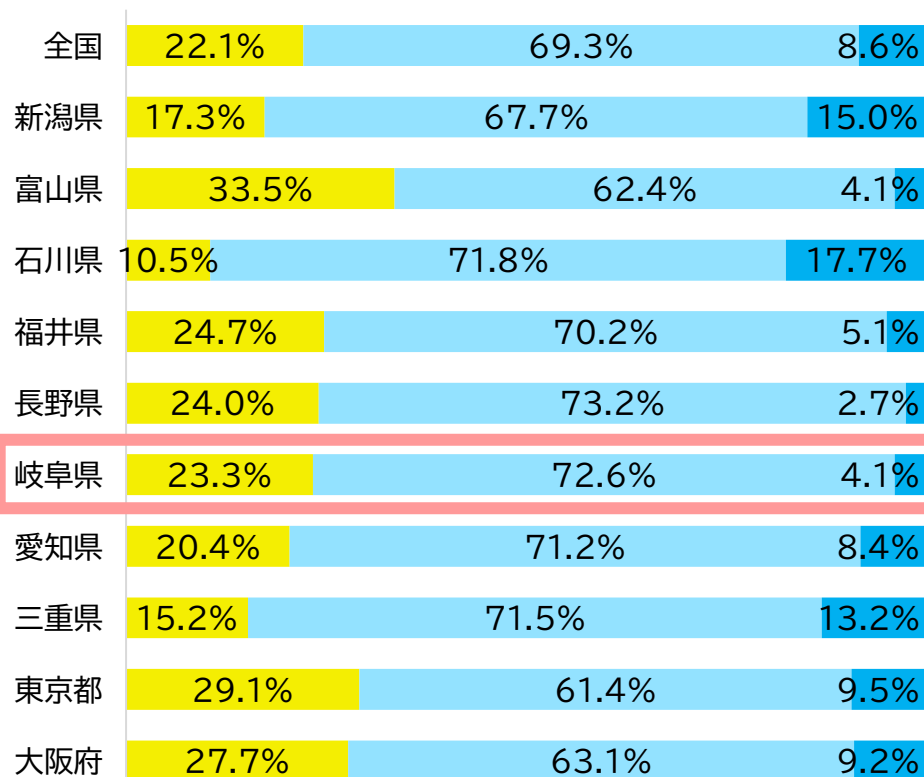
■増やした ■前年並み ■減らした



## 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

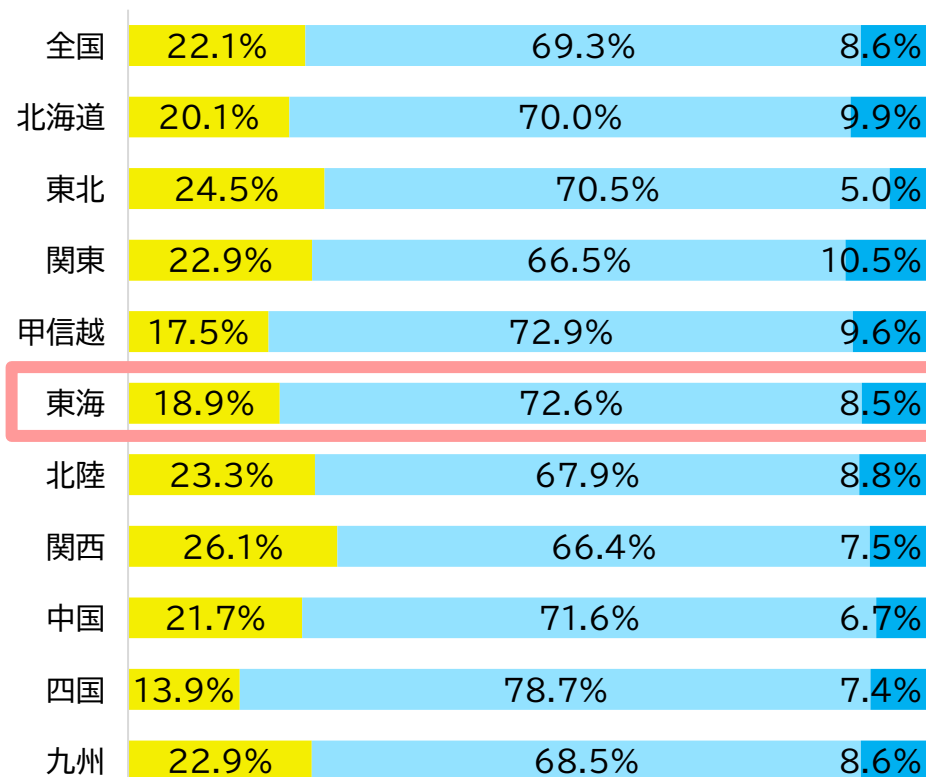
【県別】 採用予定数の前年との比較

■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

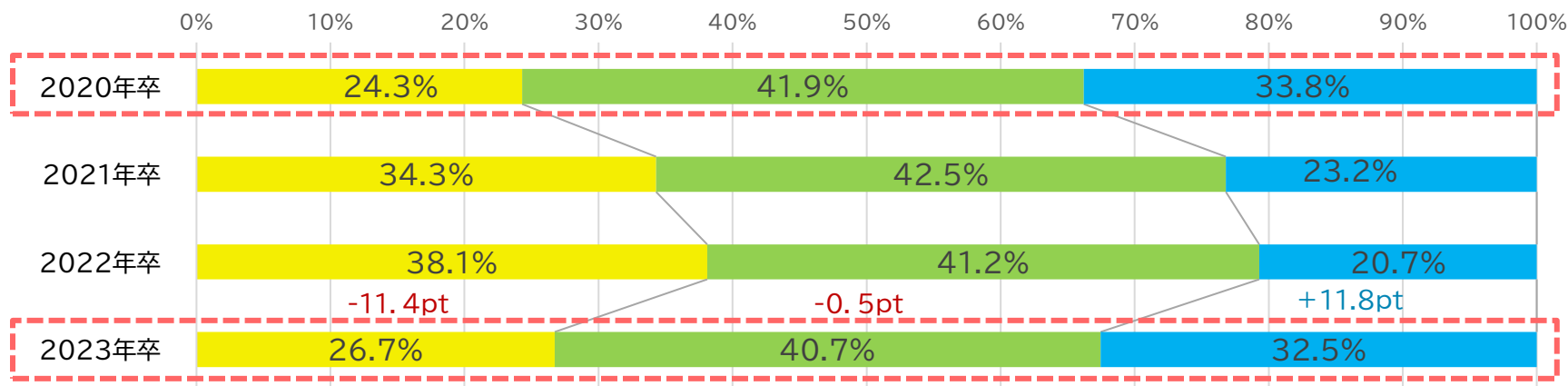


## 2023年卒は、2020年卒(コロナ前)の状況とほぼ同じ 前年比較では確保の厳しさが増す傾向に

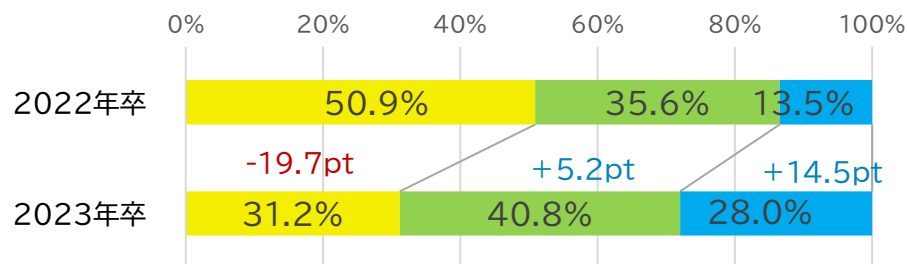
### 採用数確保に向けての感触

#### 全体

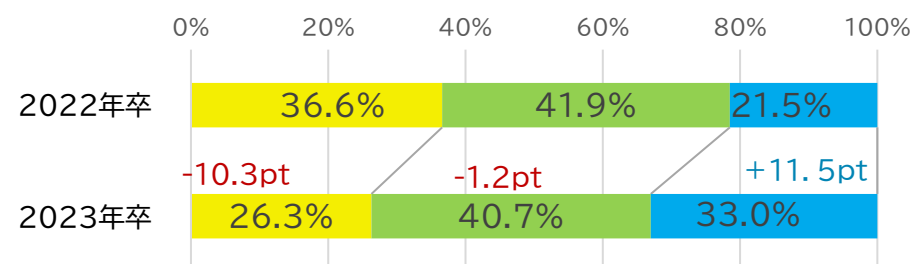
■ ほぼ予定数を確保できそう ■ 確保できるかどうか五分五分 ■ 予定数の確保は難しい



#### 上場 (株式公開)

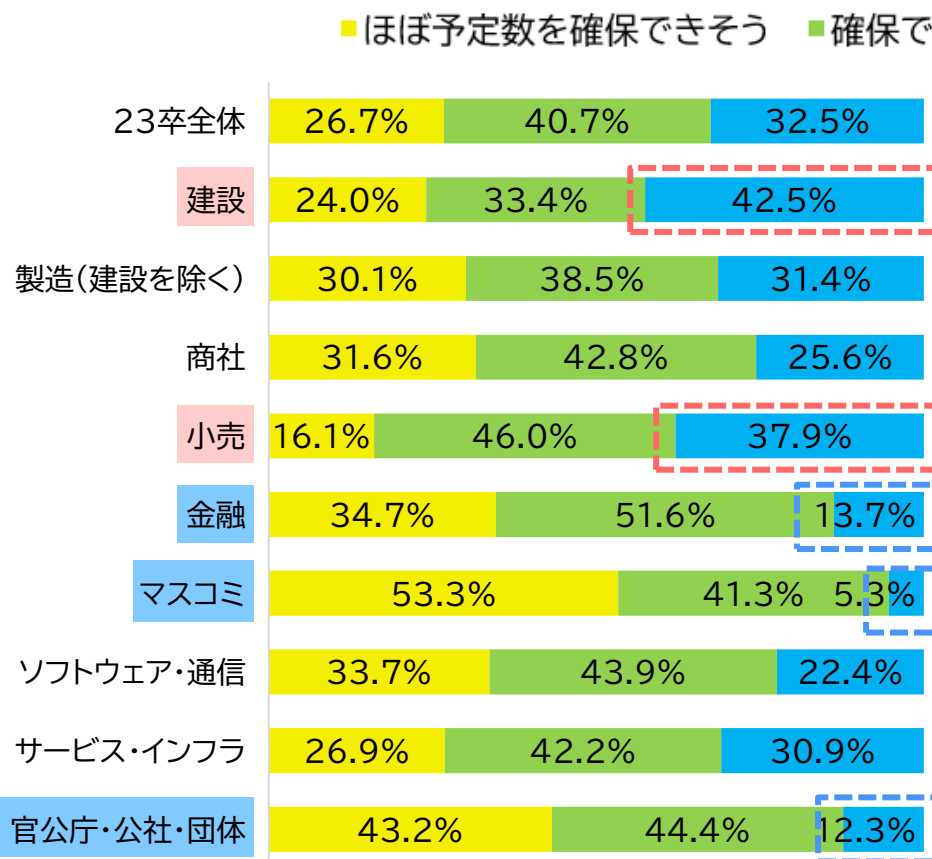


#### 非上場

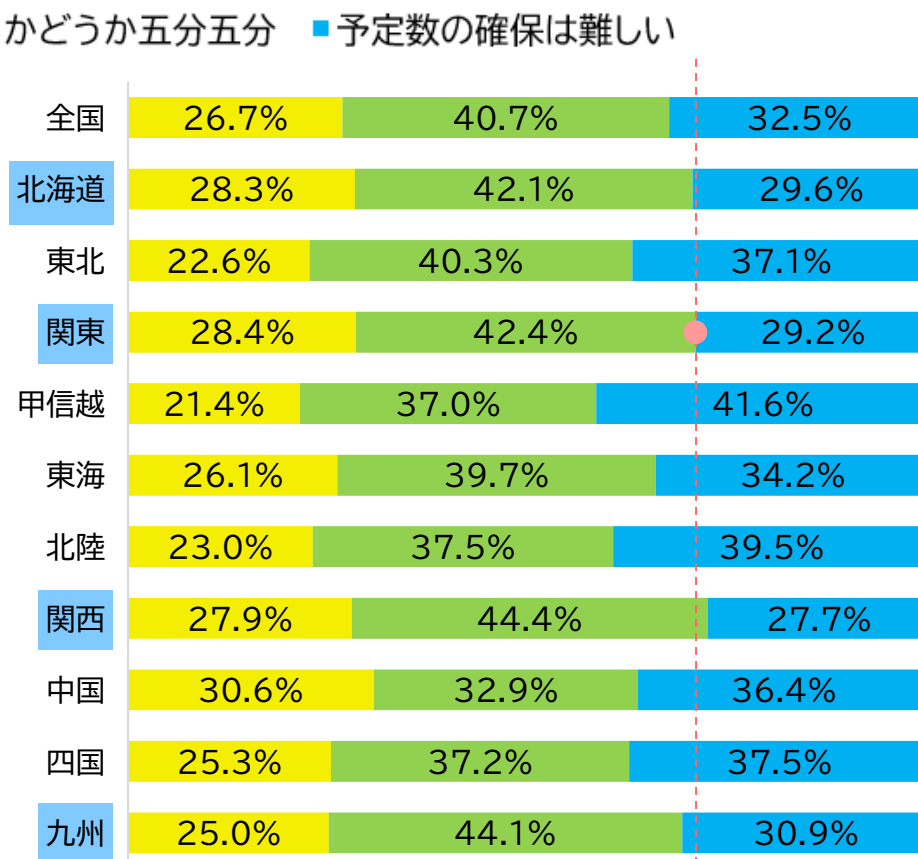


## 「確保は難しい」の回答割合は建設・小売業界では全体より多く 金融・マスコミ・官公庁・公社・団体は全体の半分以下

【業種別】採用数確保に向けての感触



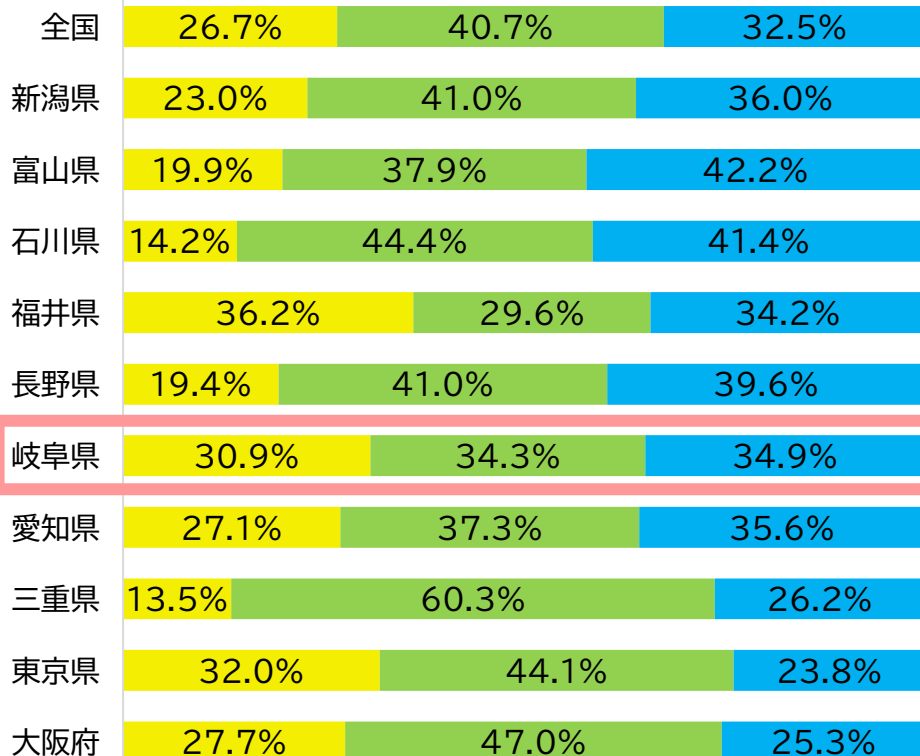
【エリア別】採用数確保に向けての感触



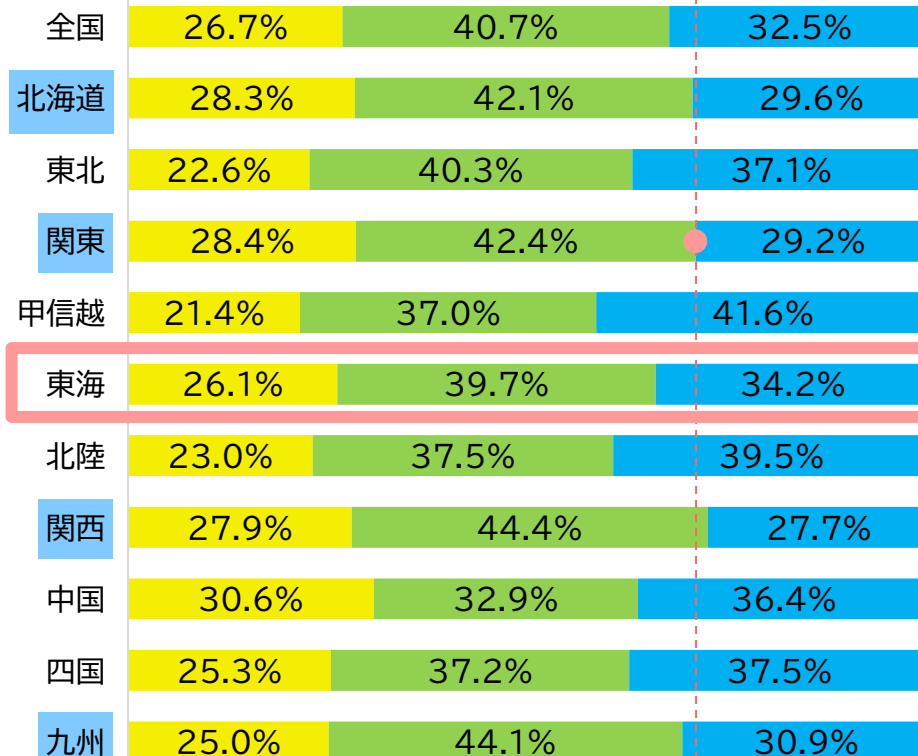
## 「確保は難しい」の回答割合は建設・小売業界では全体より多く 金融・マスコミ・官公庁・公社・団体は全体の半分以下

【県別】採用数確保に向けての感触

■ 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

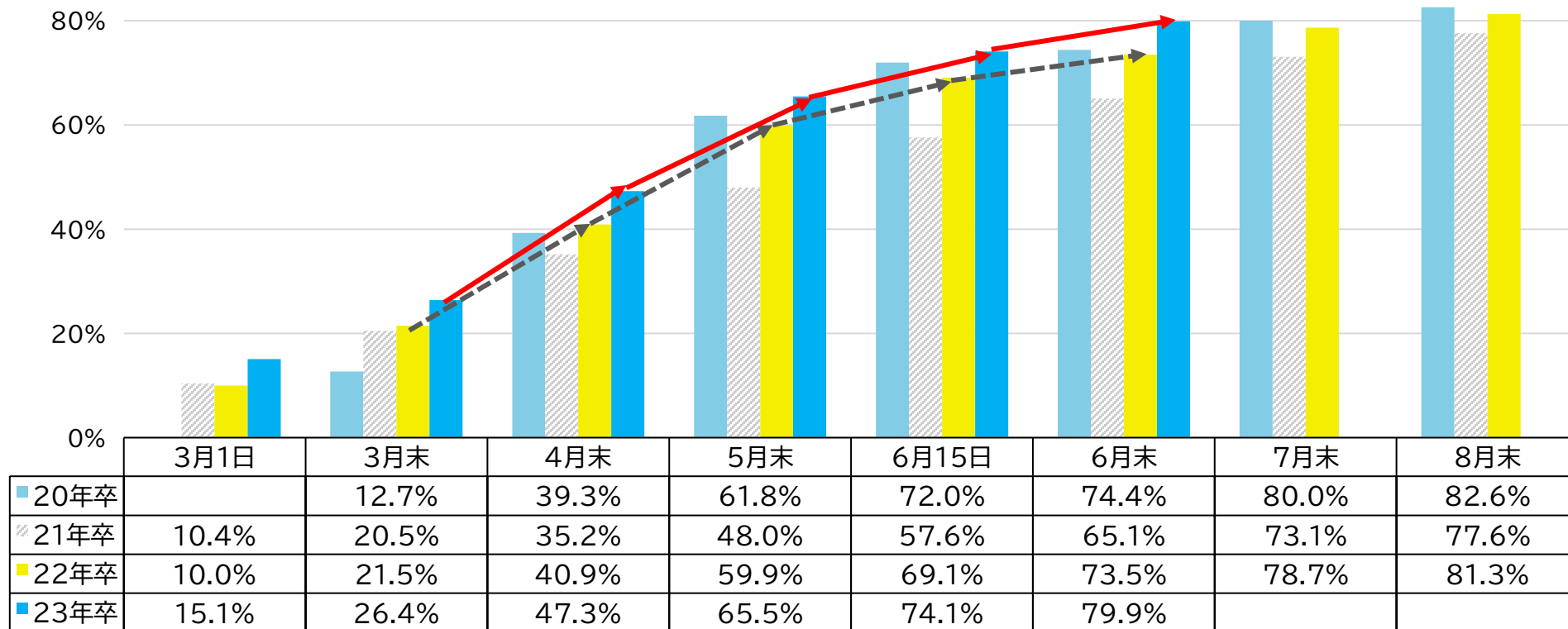


【エリア別】採用数確保に向けての感触



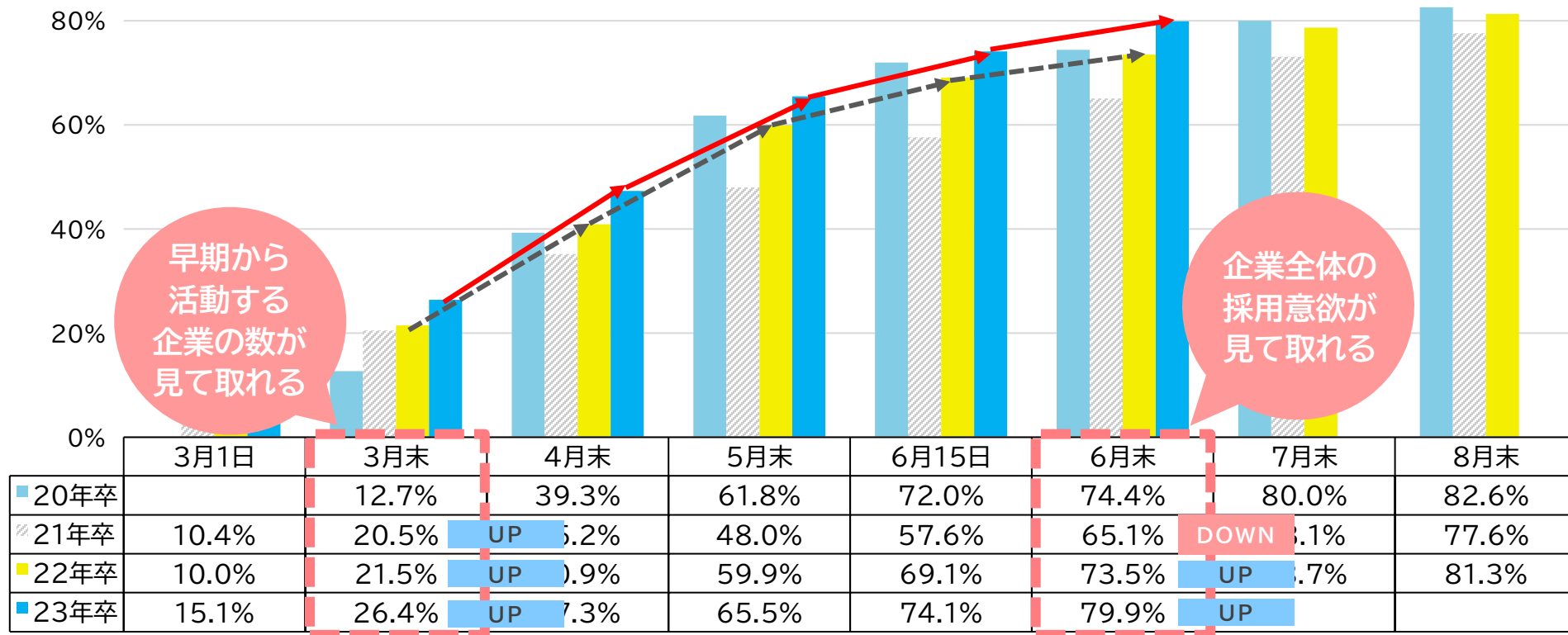
## 最新の内々定率は79.9%（2023年卒6月末） 前年だけでなく コロナ前の20年卒の数値（74.4%）をも上回る

内々定率の推移



## 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

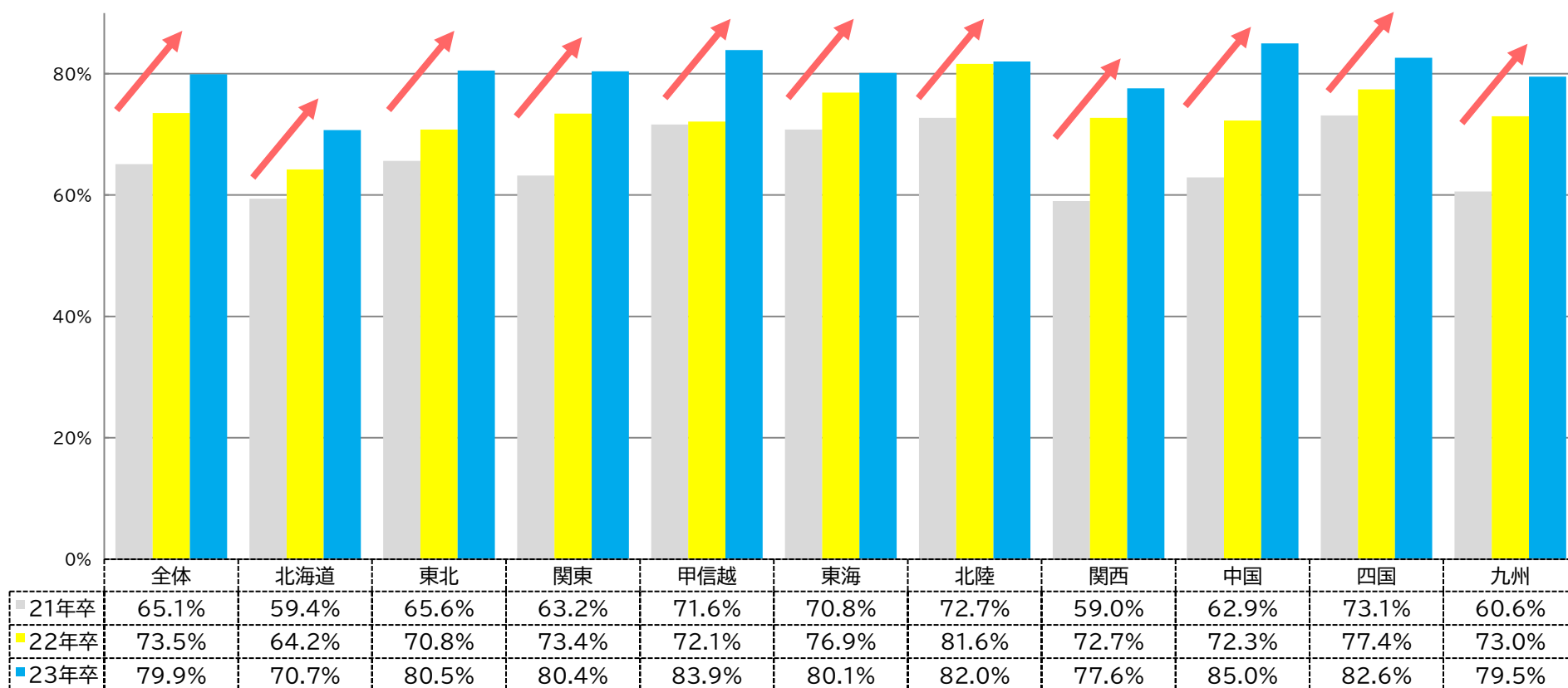
### 内々定率の推移





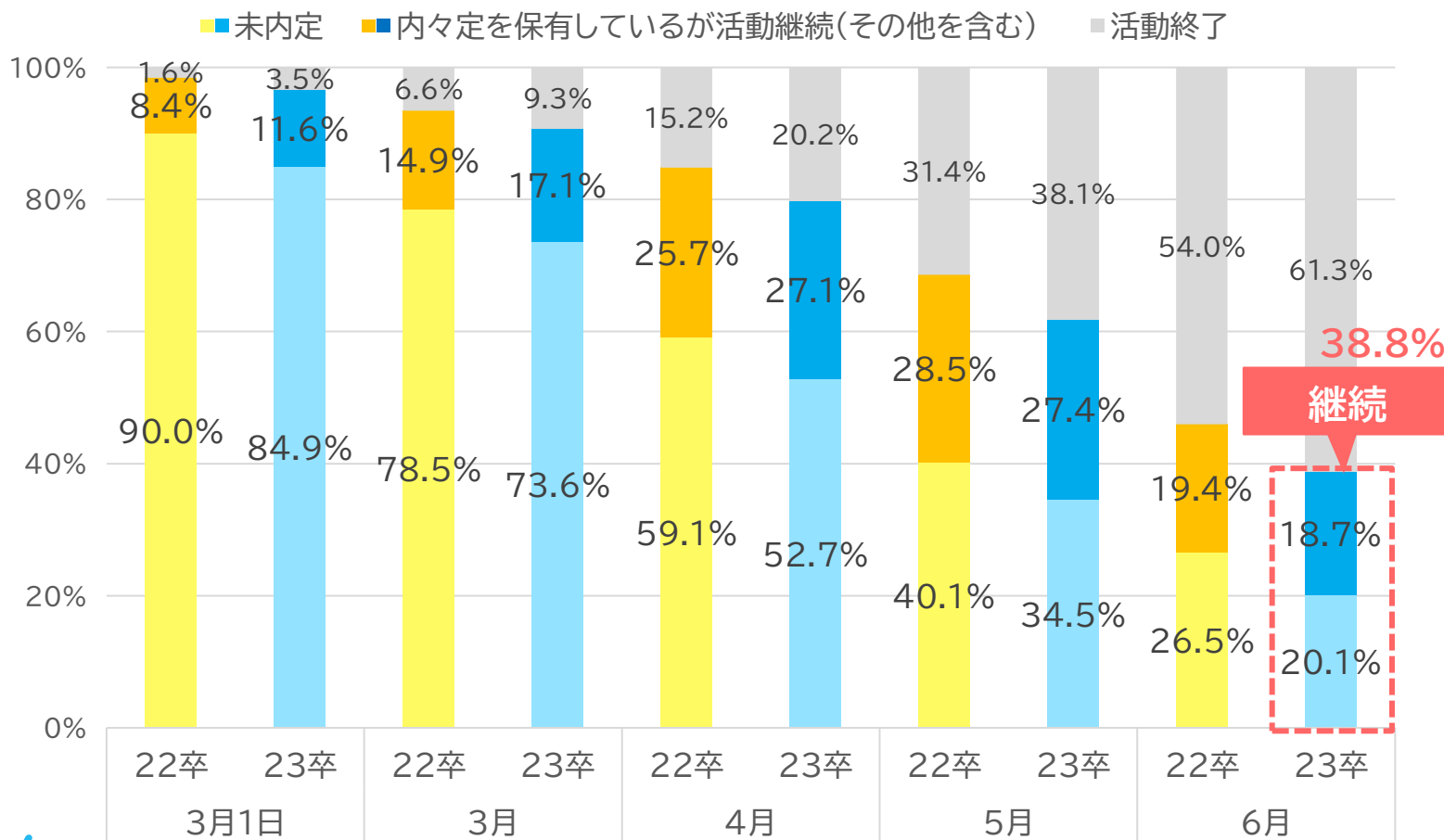
## すべてのエリアで前年(22年卒)の数値を上回る結果に

【エリア別】内々定率



## 2022年6月時点で 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

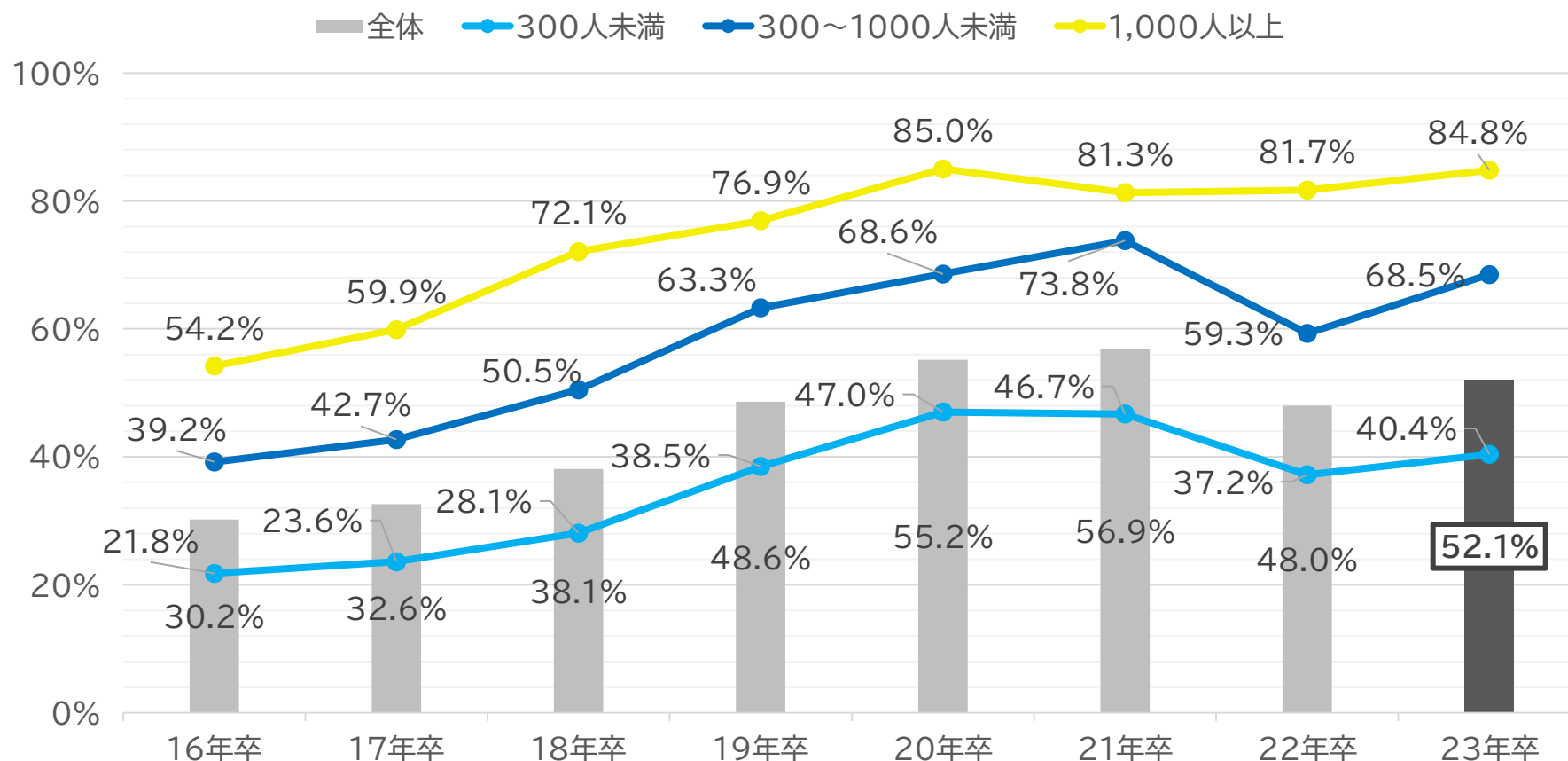
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

(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

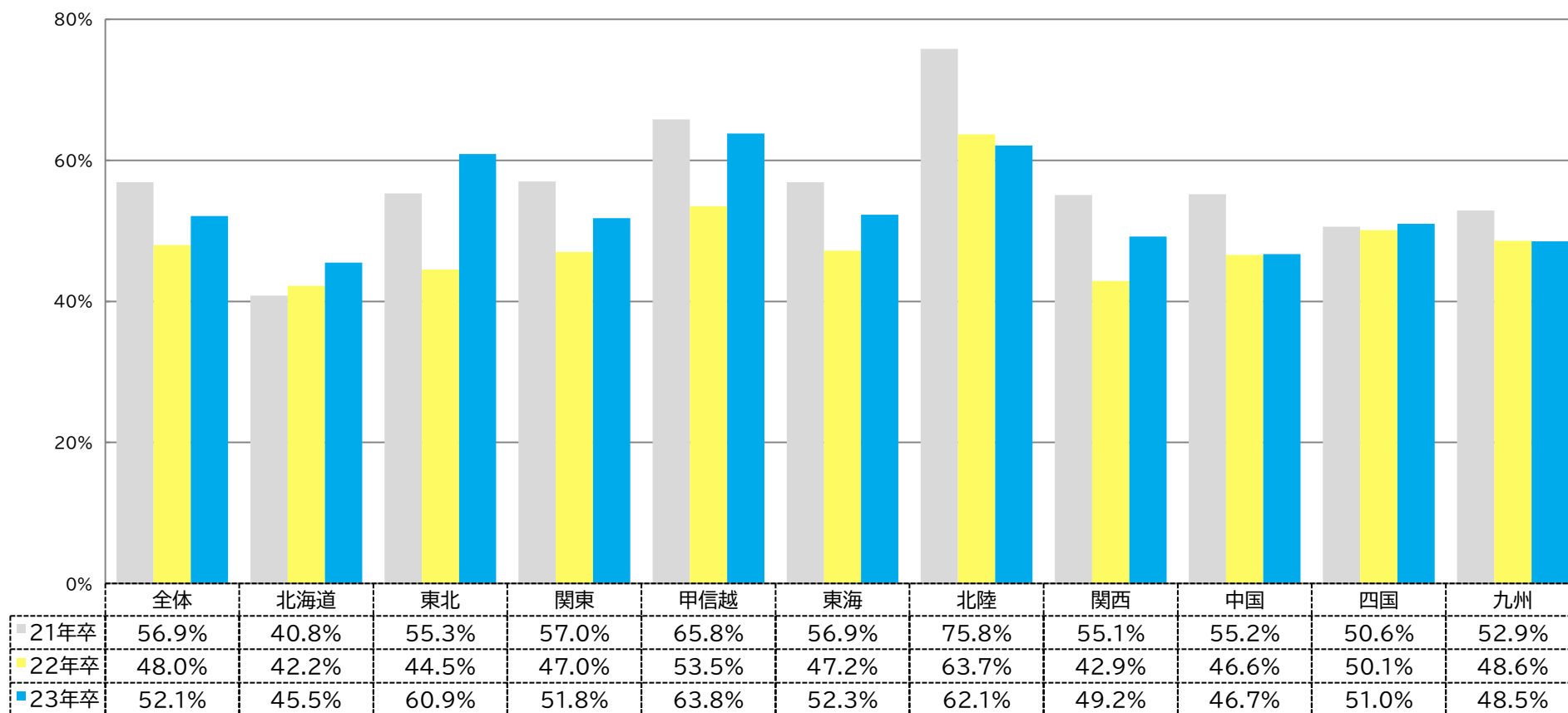


出所: 2023年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

(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

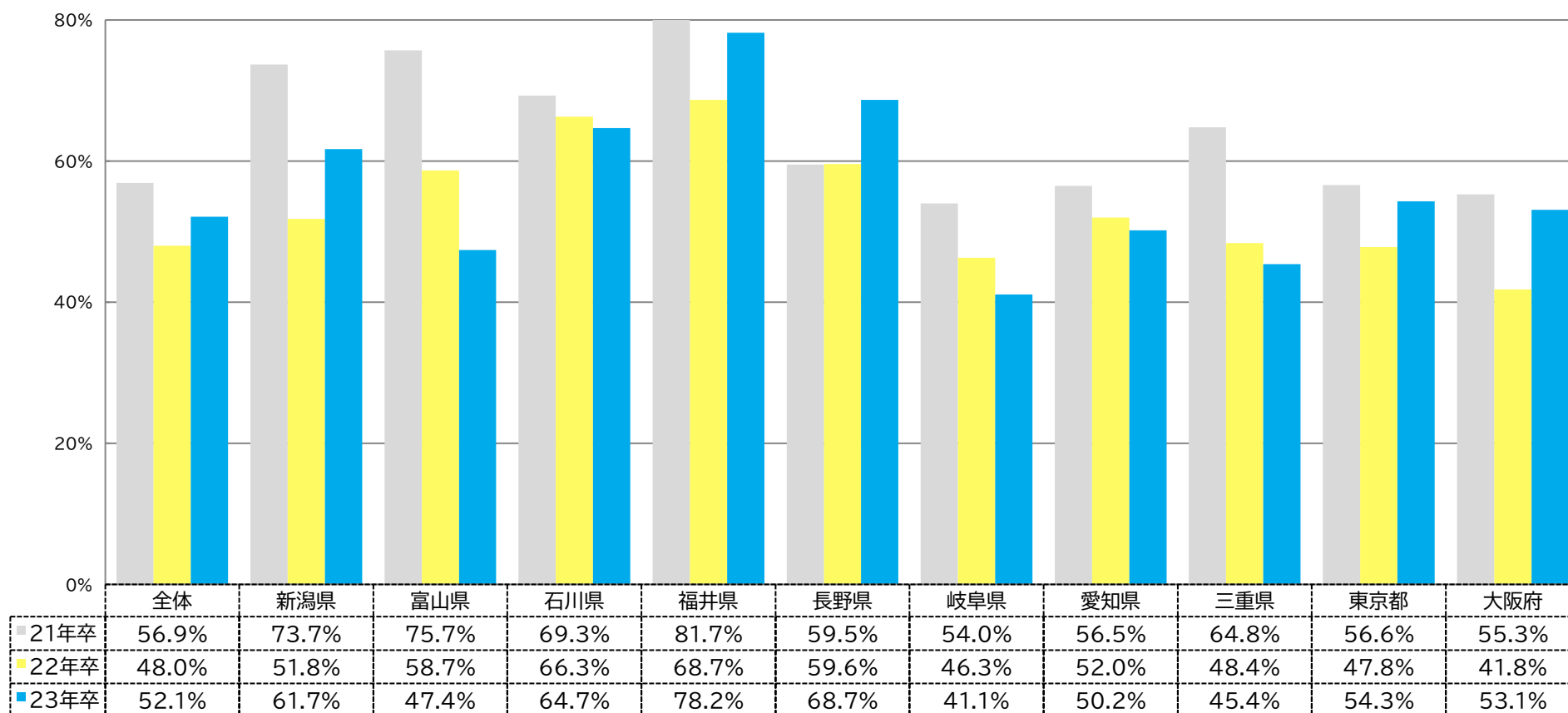
## エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【エリア別】 インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



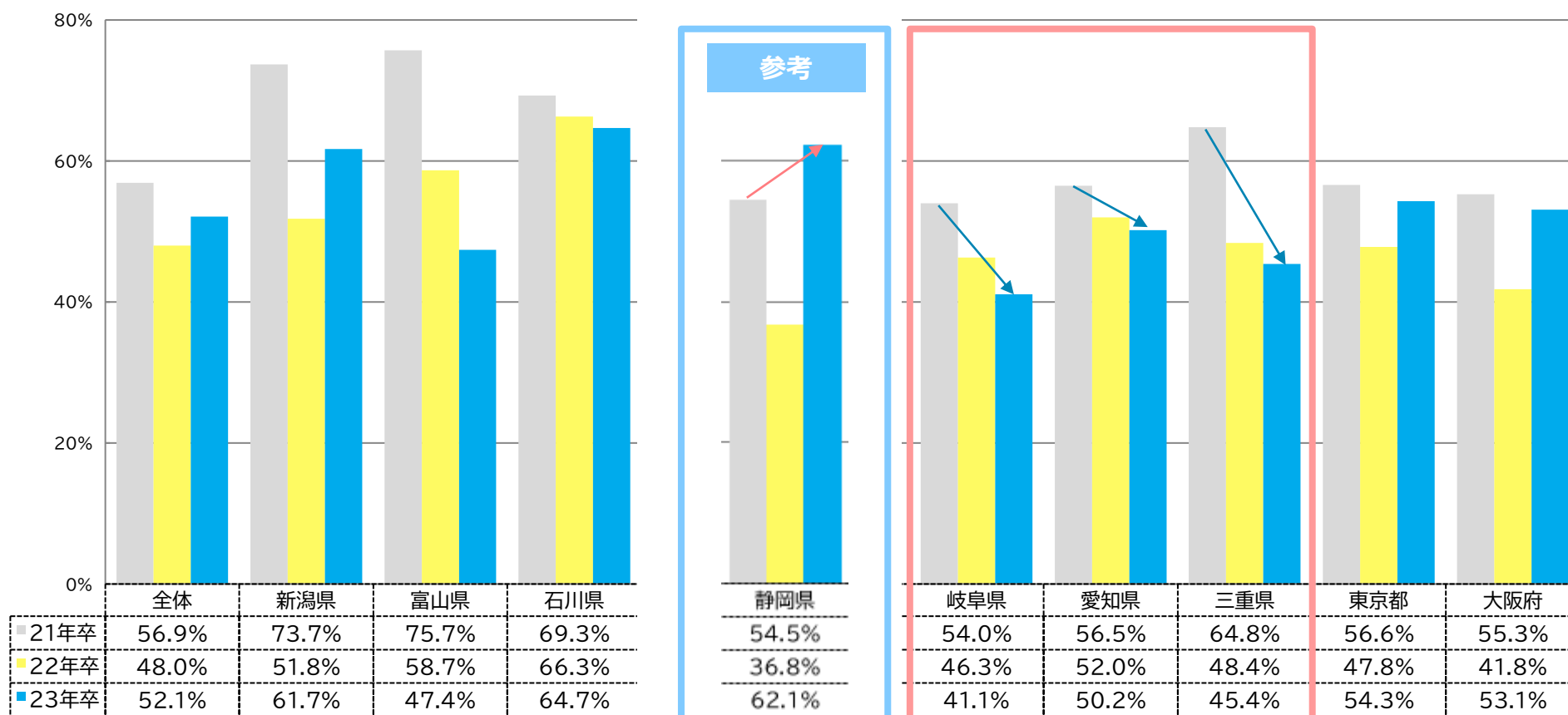
## エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



## 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)

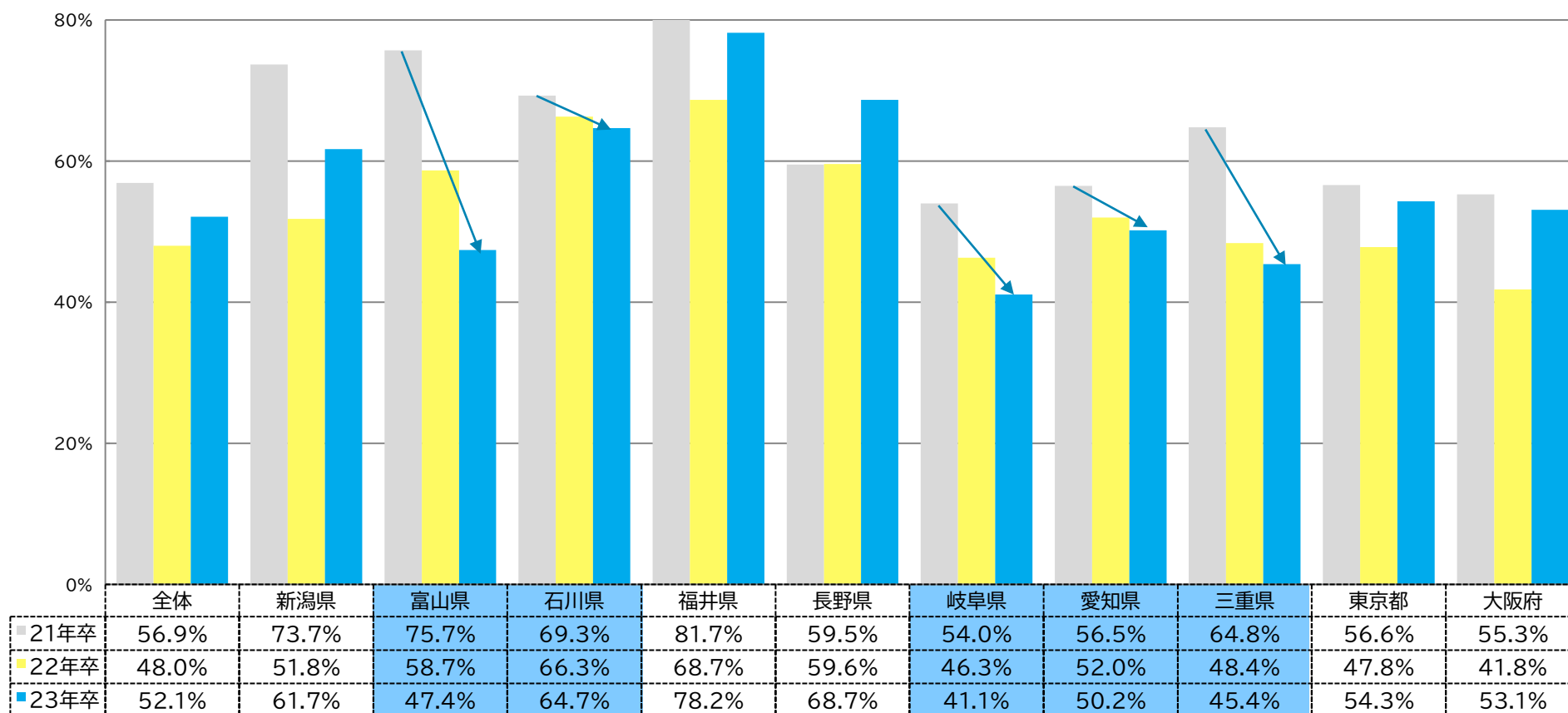
### 【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率





## 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)

【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



【県別】 インターンシップの実施時期 その月にインターンシップ実施したか？ ⇒「はい」と回答した企業の割合

7月

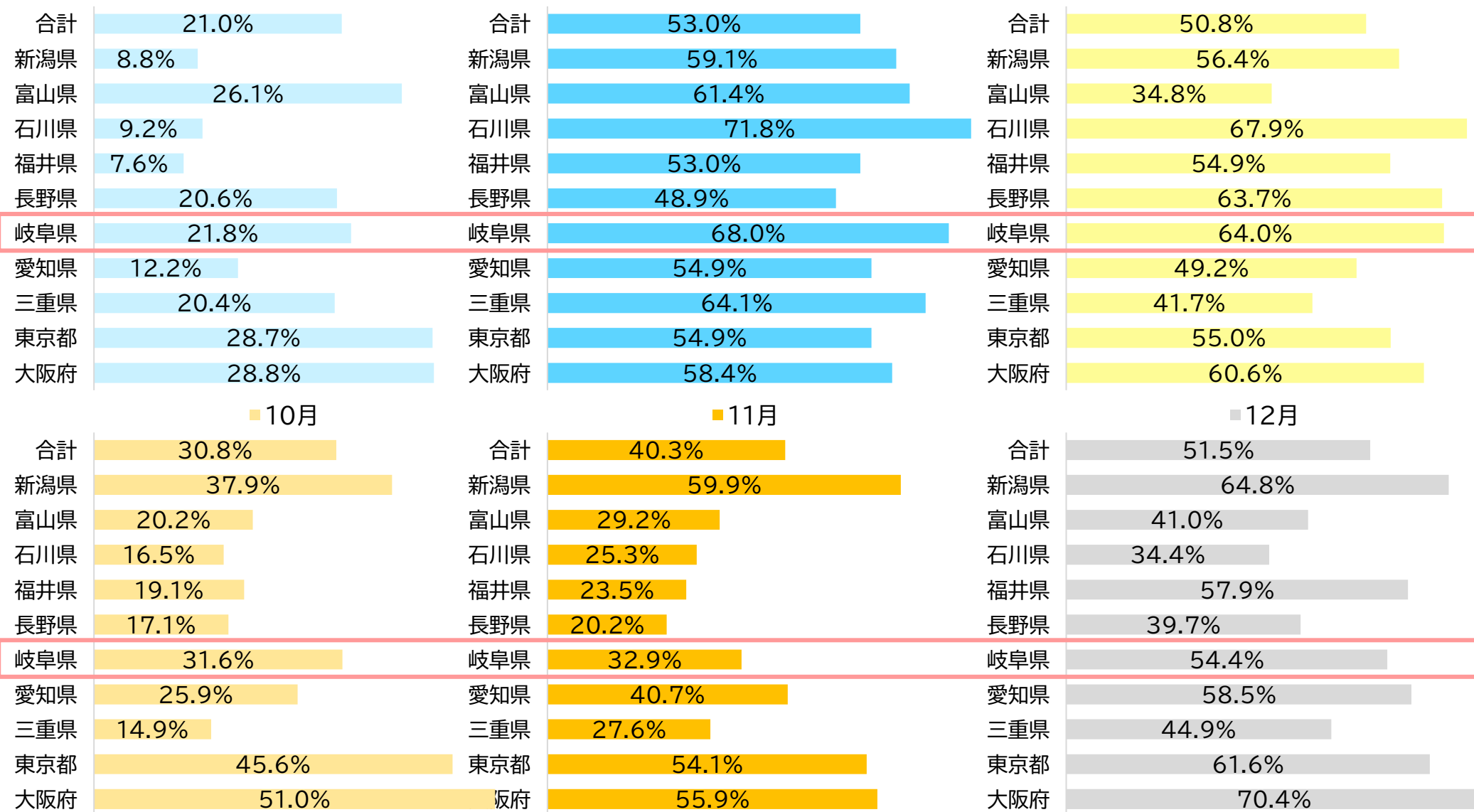
8月

9月

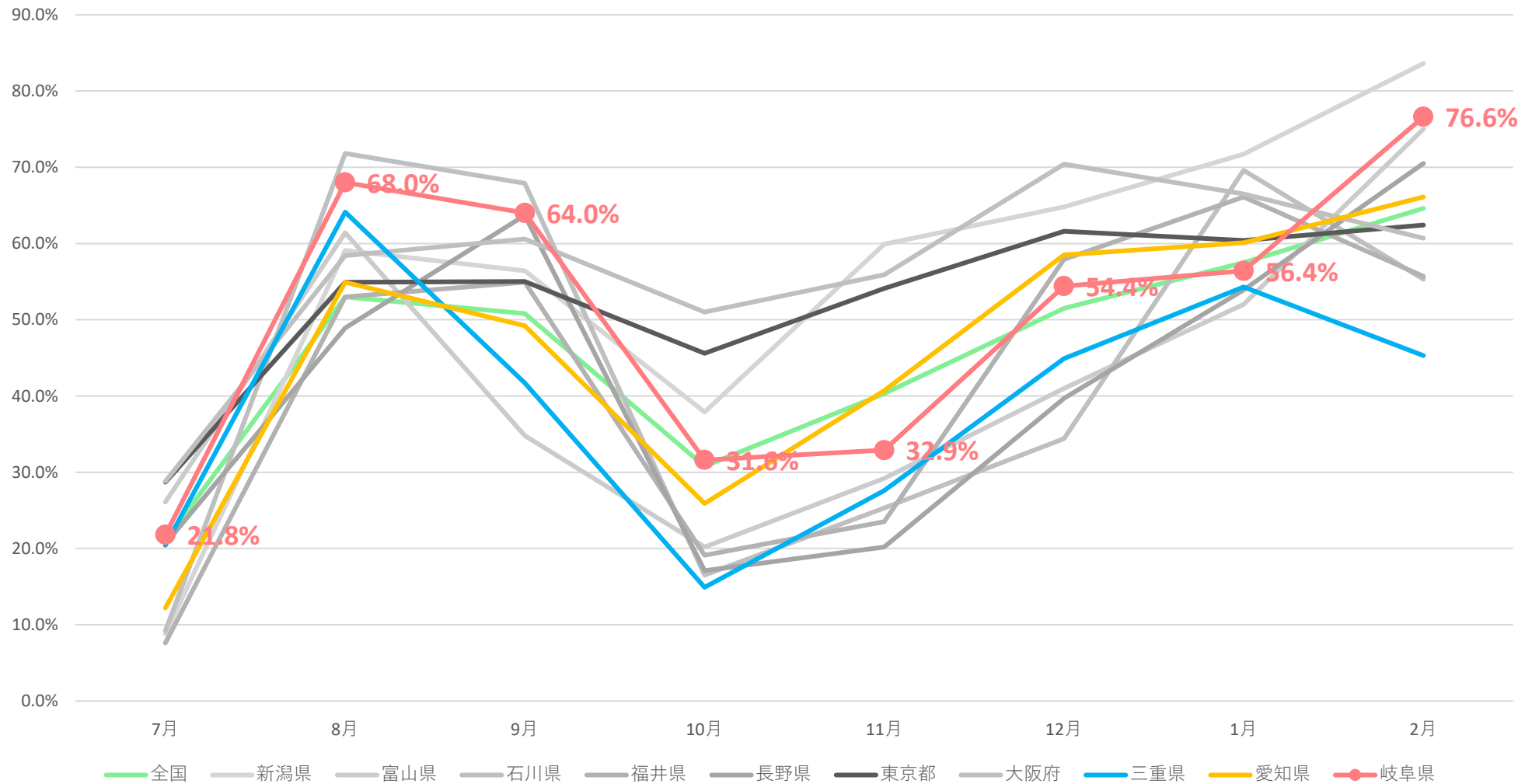
10月

11月

12月

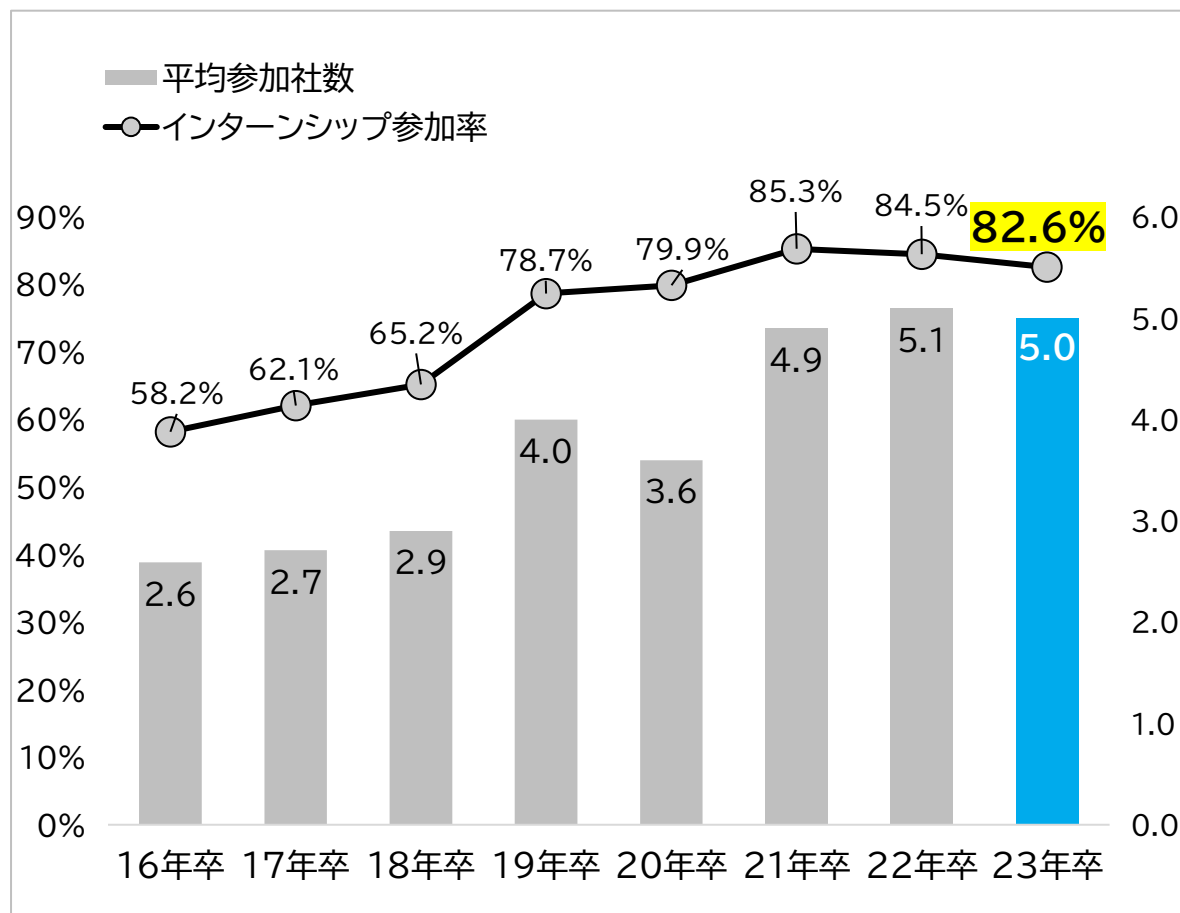


【県別】 インターンシップの実施時期 その月にインターンシップ実施したか？ ⇒ 「はい」と回答した企業の割合



## 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%）



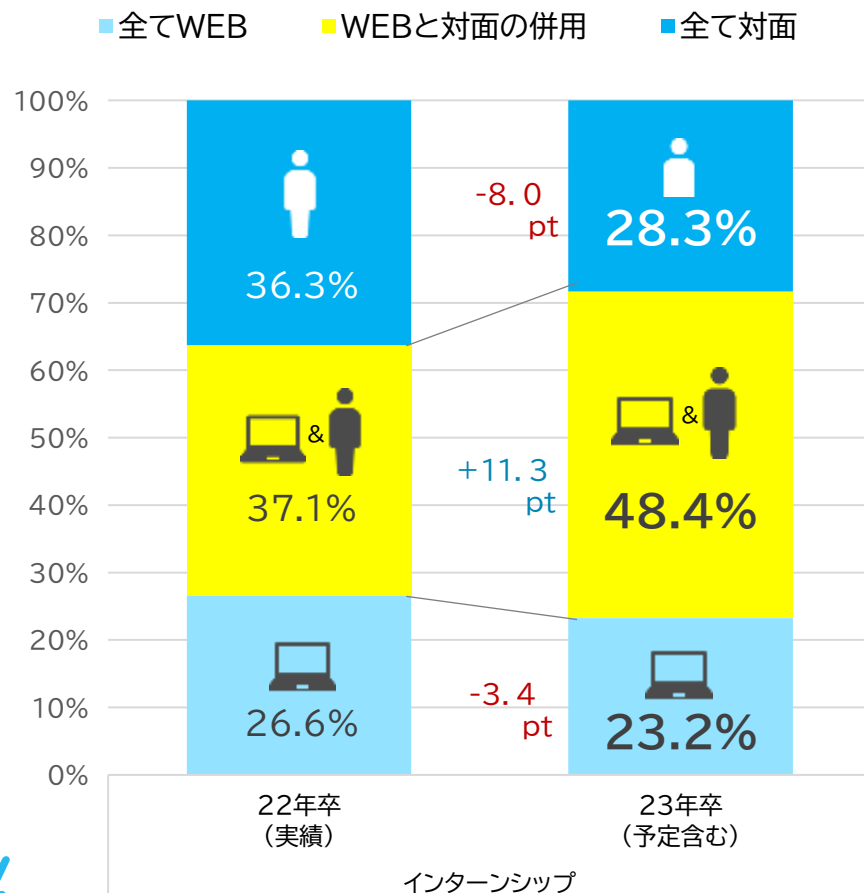
### ■ アピールの場としても活用



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/>

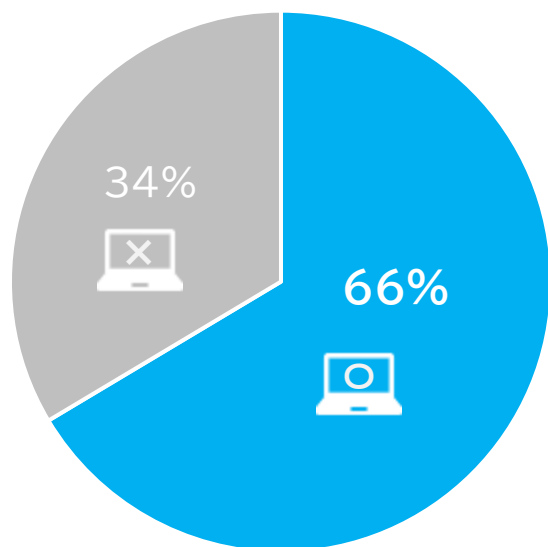
インターンシップアワード

検索



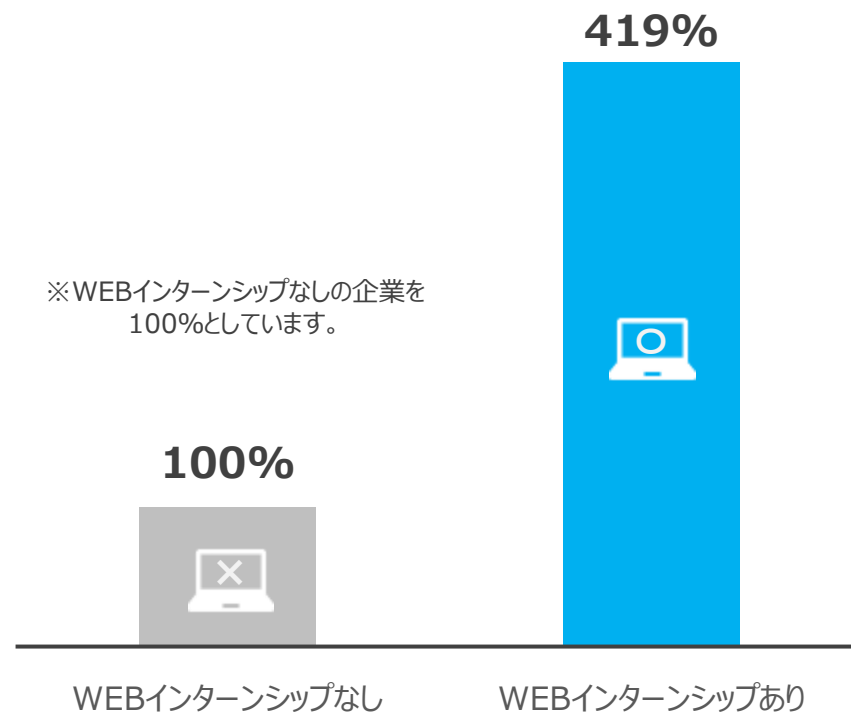
## マイナビでのエントリー数確保の観点においては 「WEBインターンシップあり」に軍配

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

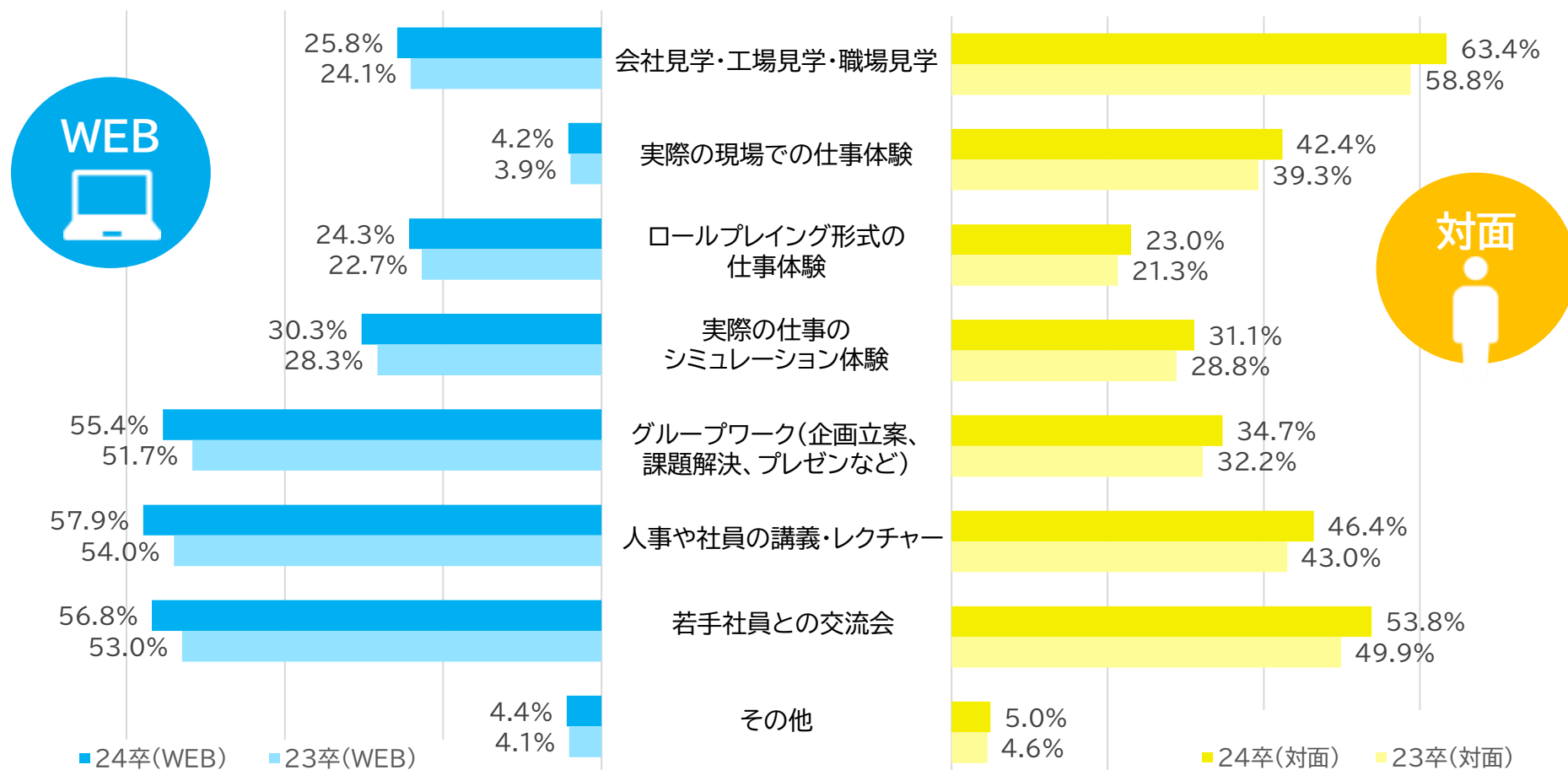


※開催地域「WEB」を1コース以上設定し、1月31日時点で公開中の企業をWEBインターンシップありとしています。

## 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

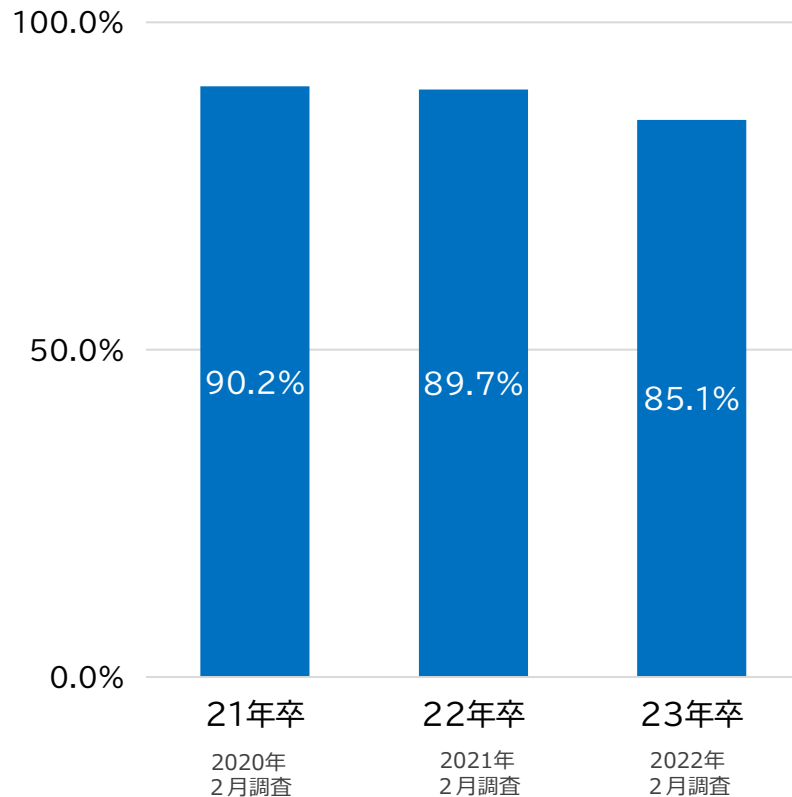
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

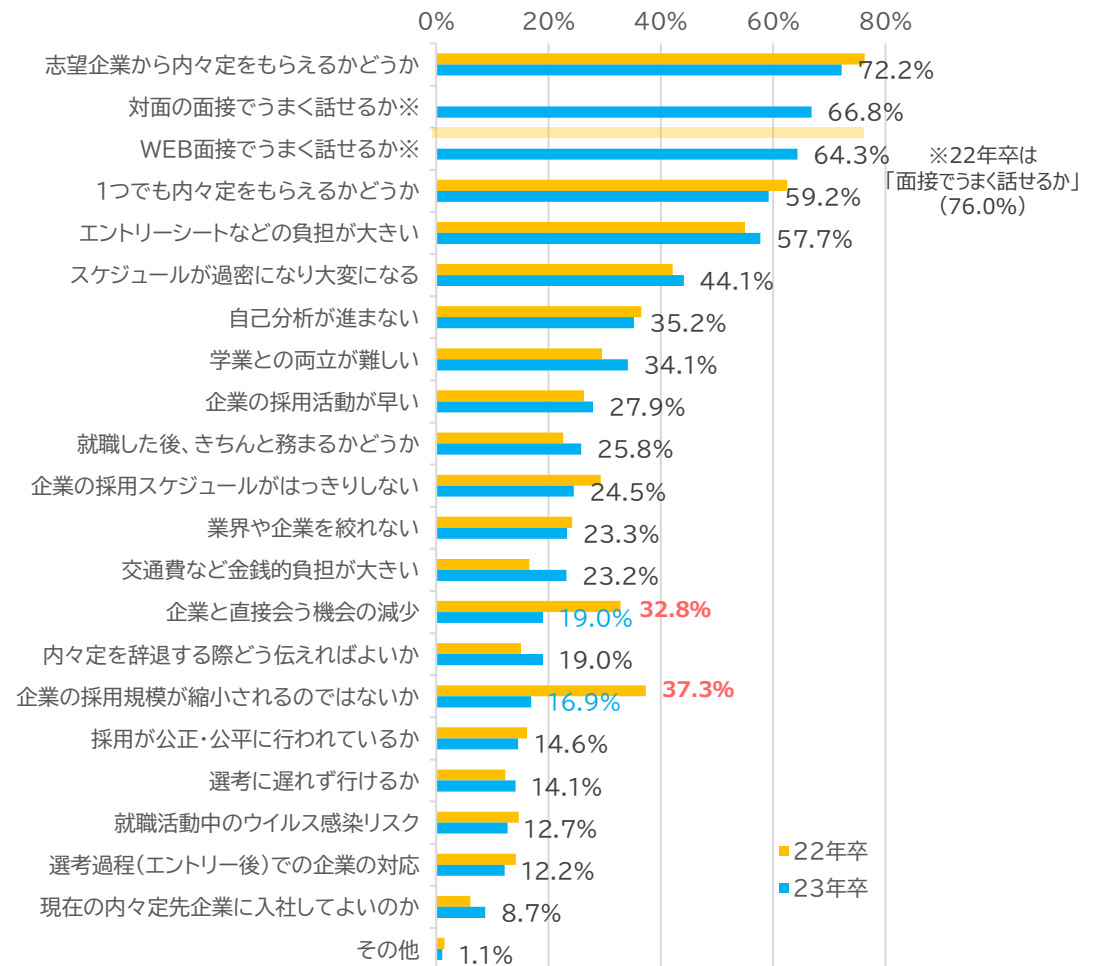
(3) 採用広報と選考活動

## 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

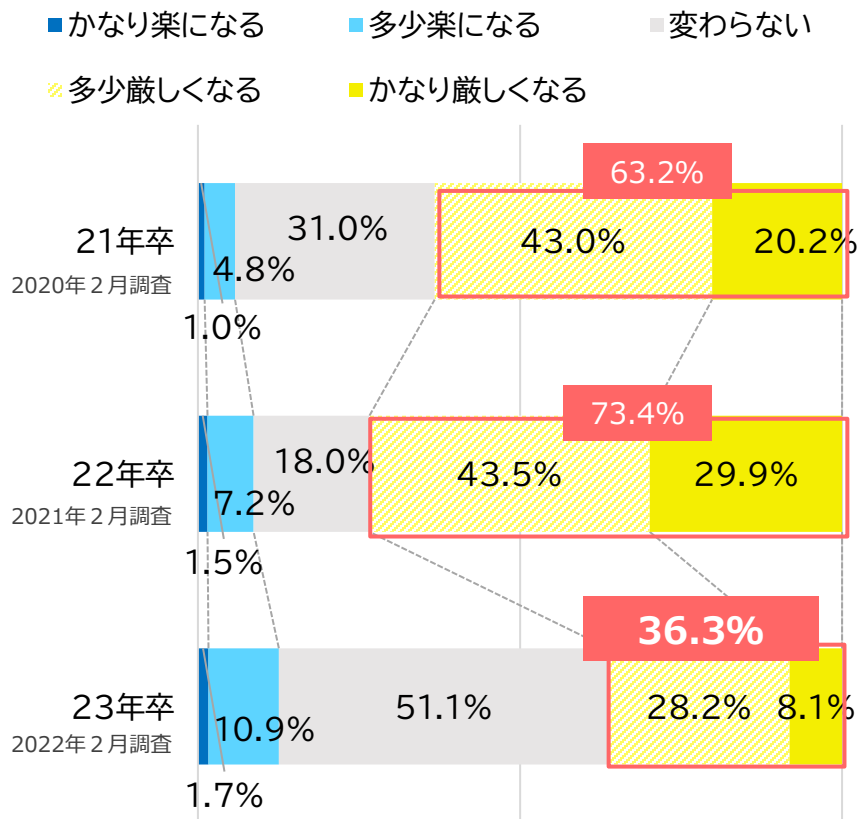


就職活動で不安に思う要因【複数回答】（データラベルは23年卒のみ表示）



## 22年卒で7割以上を占めた「厳しくなる」という回答も 23年卒では前年の半分ほどに トップは「変わらない」が51.1%

### 先輩と比較して今年の就職活動は



### 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

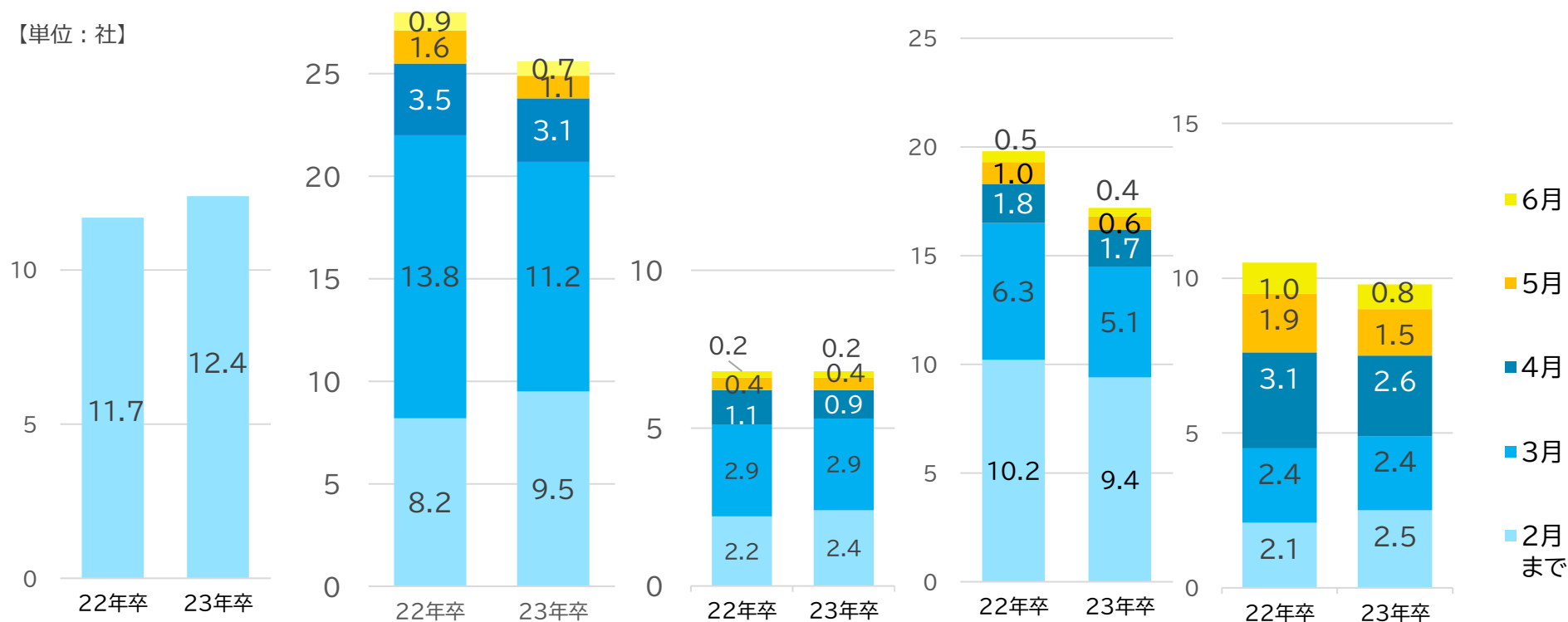
企業の採用人数が減ると思うから

景気が悪い(悪くなる)と思うから



## 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

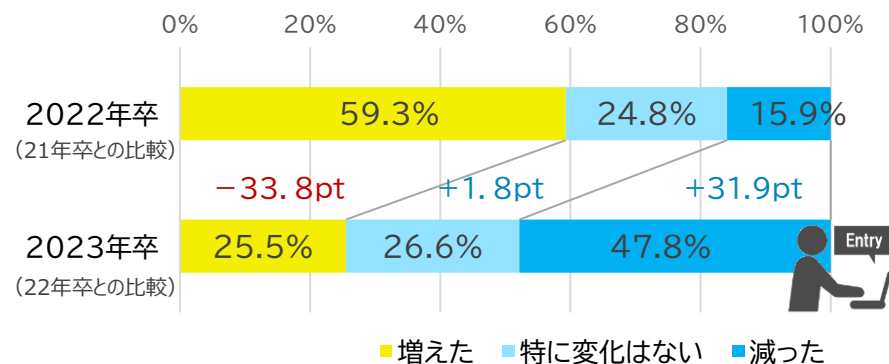
【単位：社】



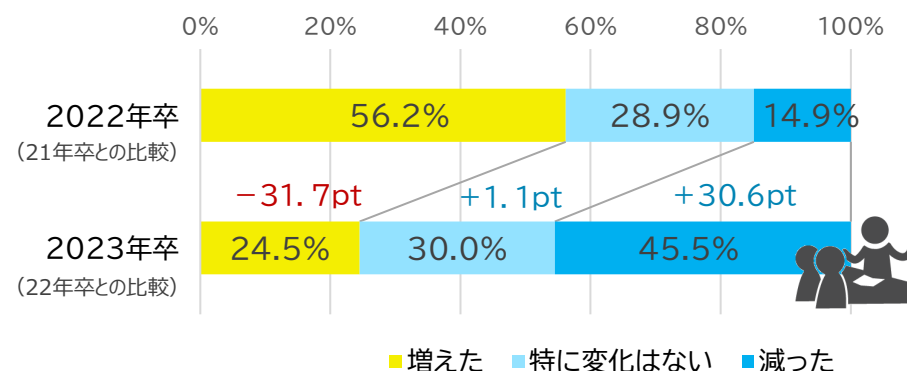
6月までの  
行動量比較

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

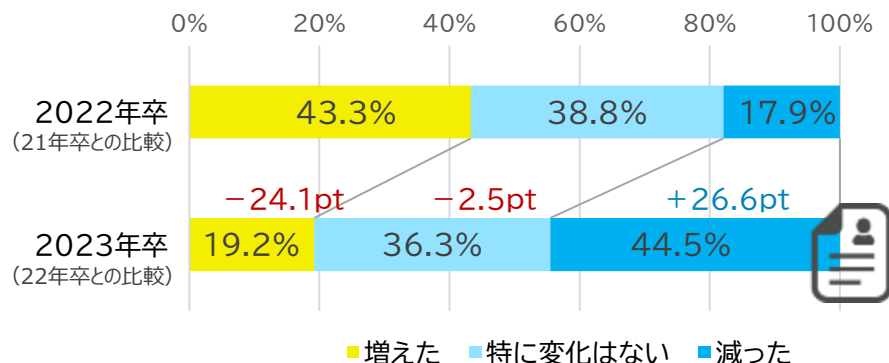
【エントリー学生数】前年の採用との比較



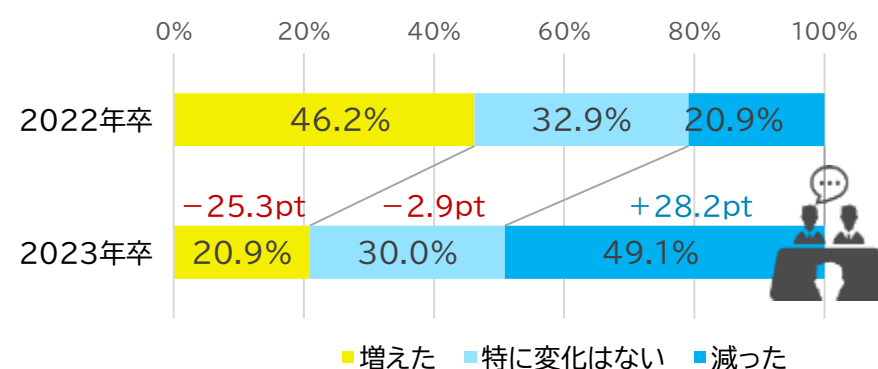
【個別企業セミナー参加人数】前年の採用との比較



【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

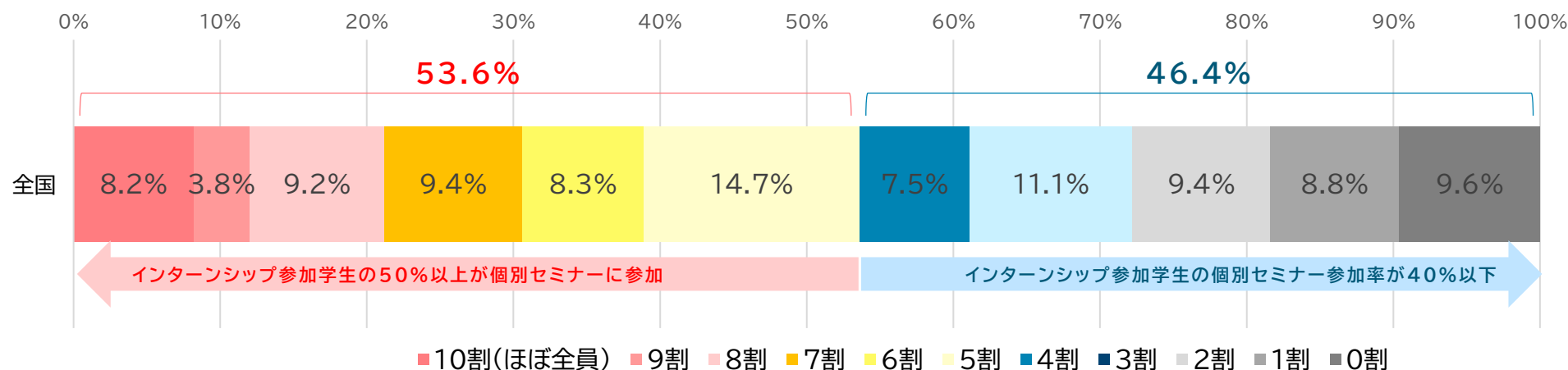


## インターンシップから個別企業セミナーへのつながりも エントリーや選考参加と同様に 二極化している

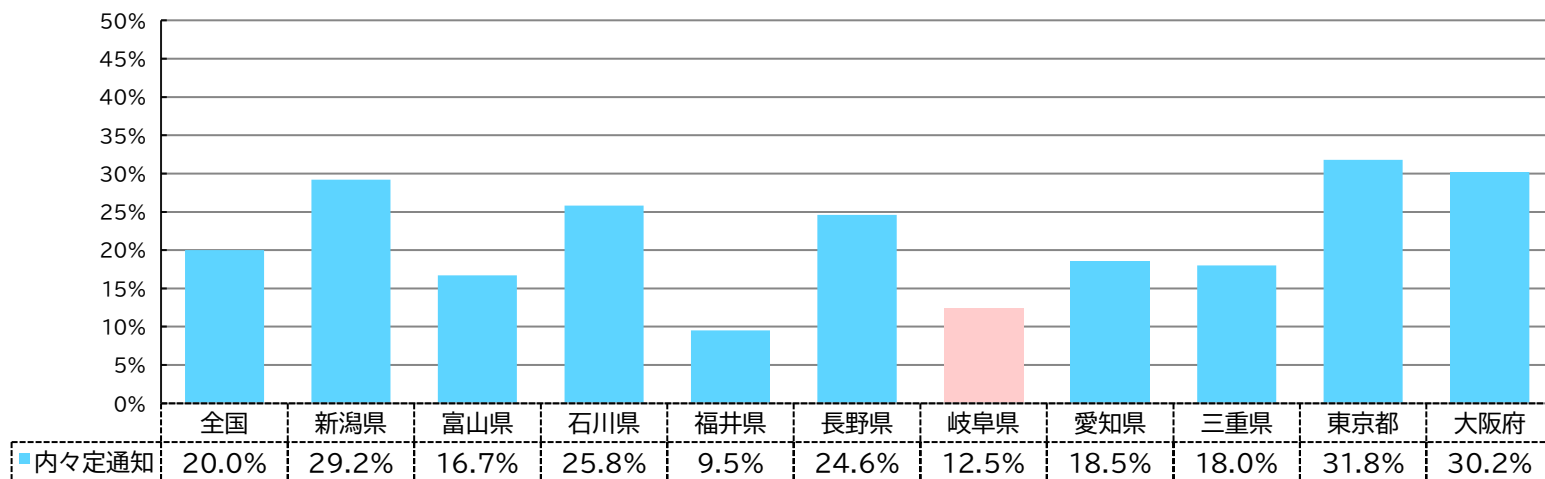
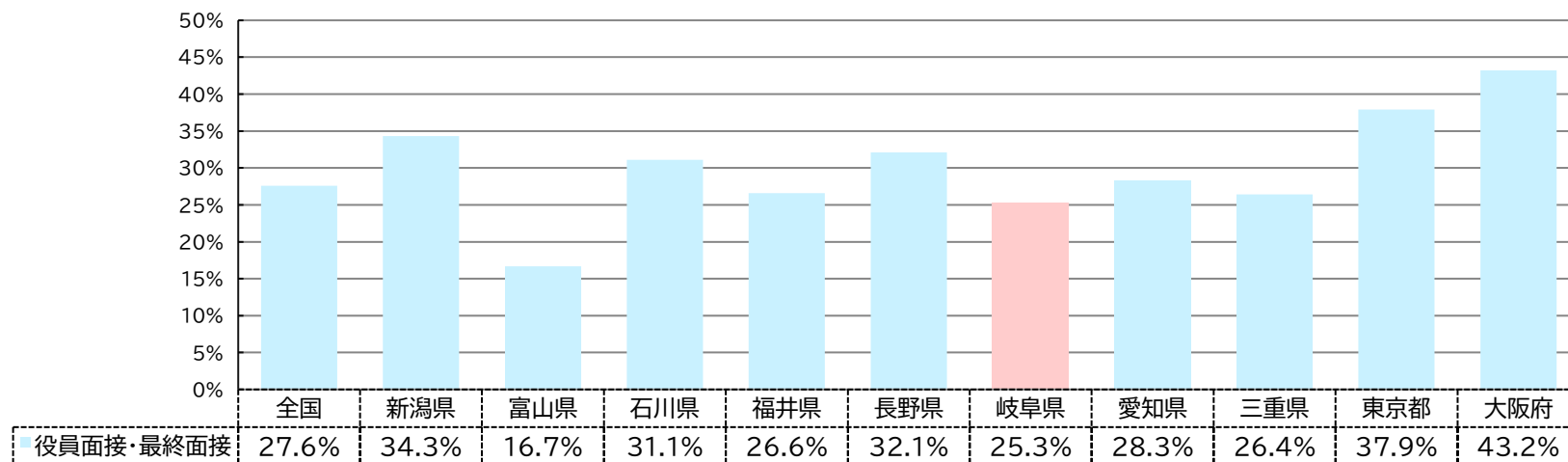
インターンシップ(IS)・ワンデー仕事体験からの個別企業セミナー参加状況

全 体

▼ 2023年卒インターンシップ・ワンデー仕事体験参加者が個別企業セミナーに参加した割合



## 【県別】 3月に実施したこと



## 【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)



## ➤ 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。

## ➤ 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%)。

## ➤ 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。

## ➤ 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

エントリーや選考の参加状況と同様に、つながる企業とつながらない企業に二極化している。

## ➤ 学生心理の考察

今の学生はスマホとともに育ち、情報を検索することに慣れている世代。きれいごとばかりが並ぶ説明会は、反対に懸念を生んでしまう可能性も。



# 2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

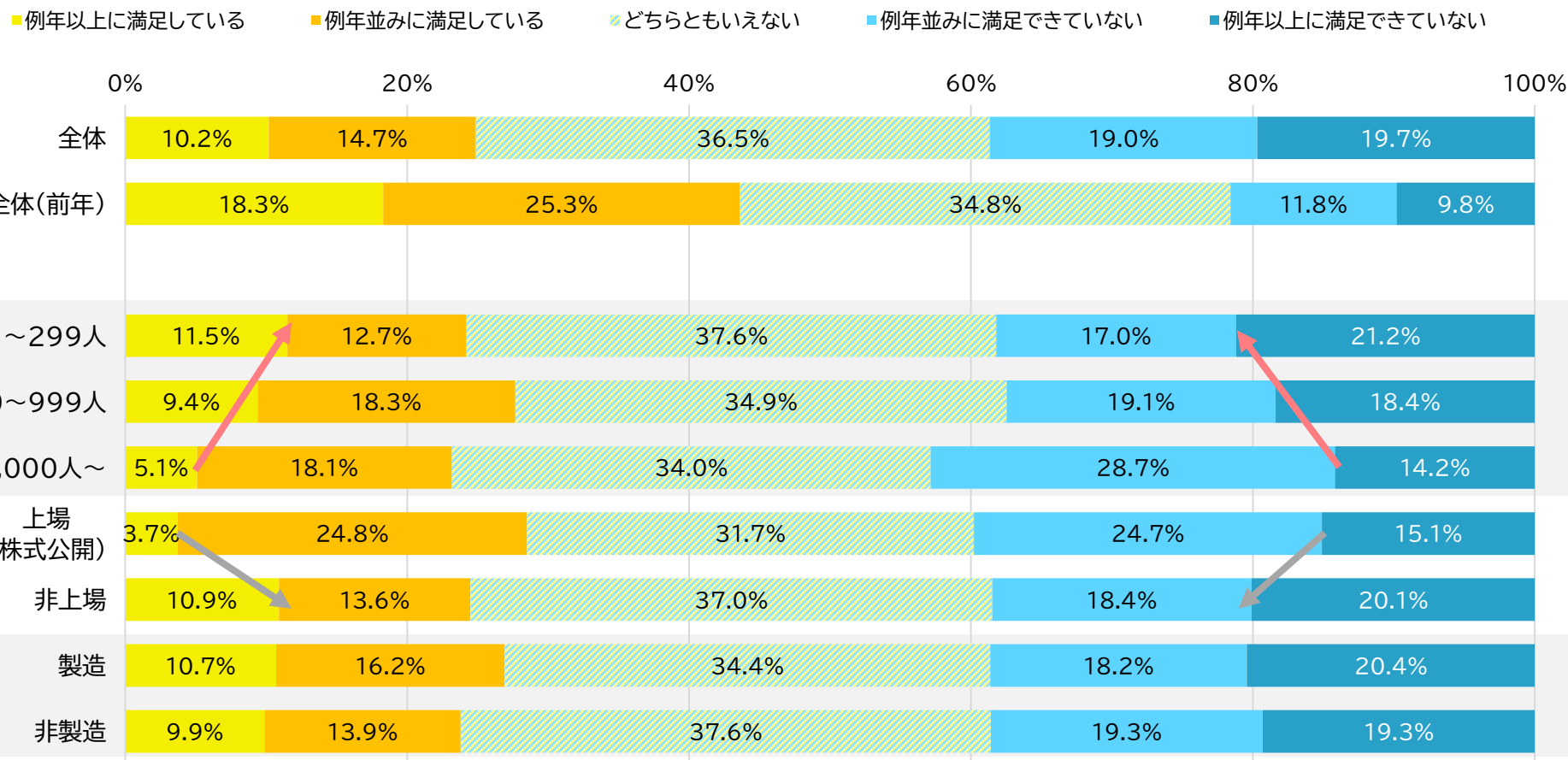
## ② 分析

- 採用総合満足度から読み解く2023年卒採用の傾向 -



## 前年比較では満足度は低下傾向に 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

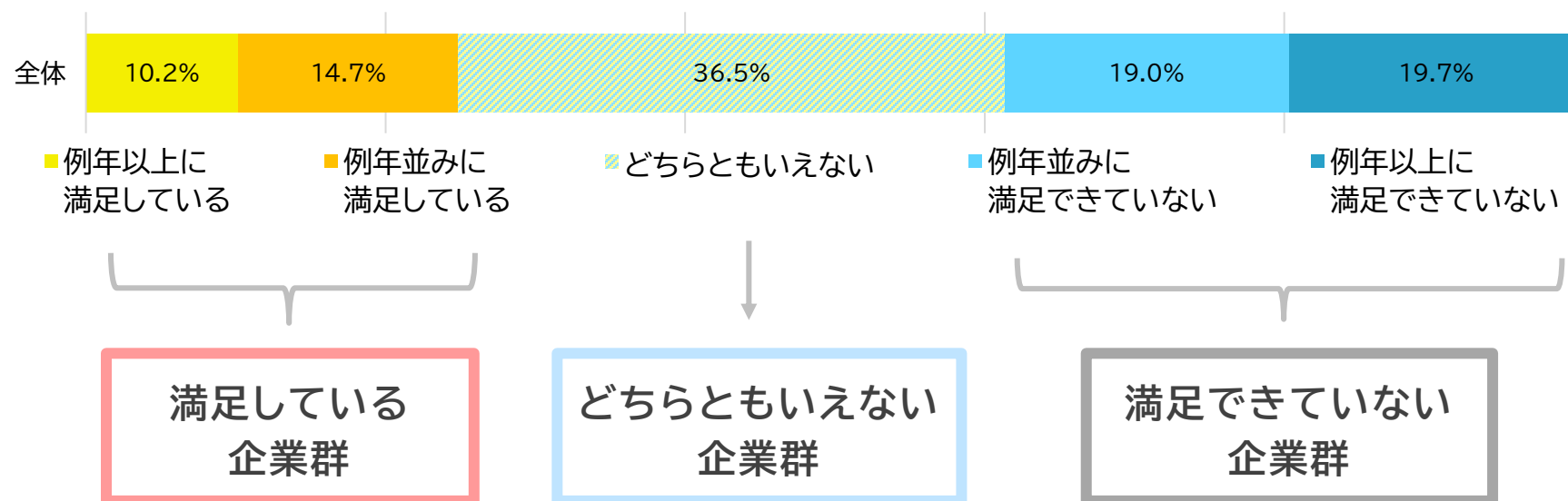


## 採用総合満足度の高い企業群と低い企業群を比較

(1) 評価に影響する要因の確認

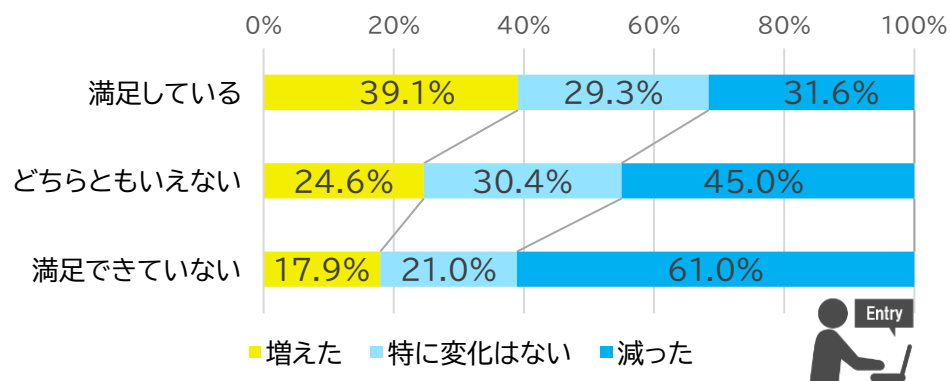
(2) それぞれの企業群で実施した「施策」の違いや傾向

### ▼ 2023年卒 採用活動の総合的な評価について

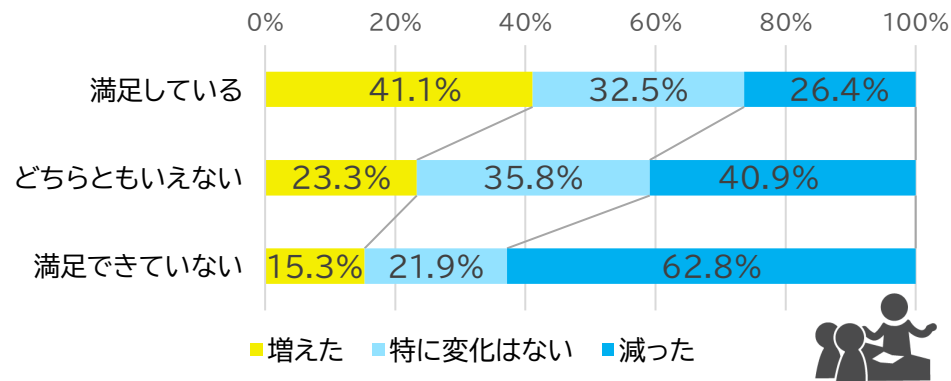


## エントリーから選考受験まで 人数増減と満足度に相関関係が見られる 満足している企業群も「減った」の割合は3割ほどあり

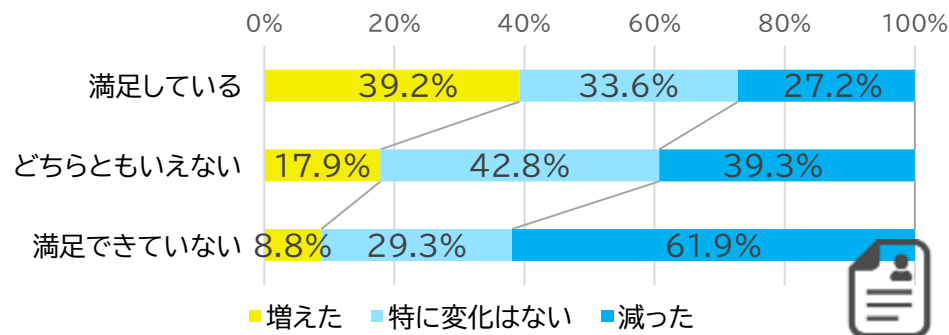
【エントリー学生数】23年卒と前年の比較



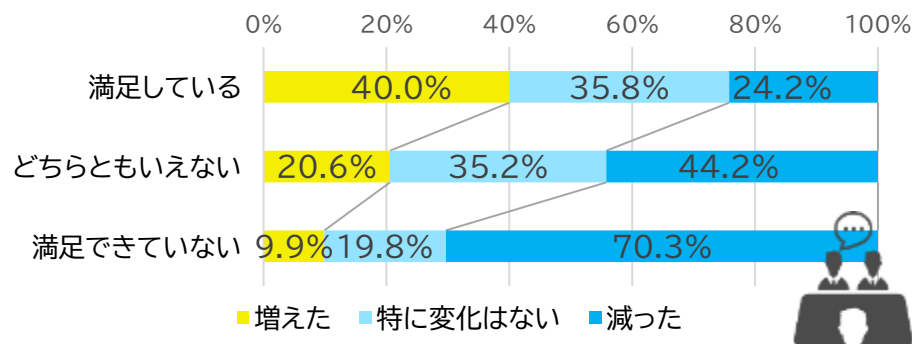
【個別企業セミナー参加人数】23年卒と前年の比較



【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



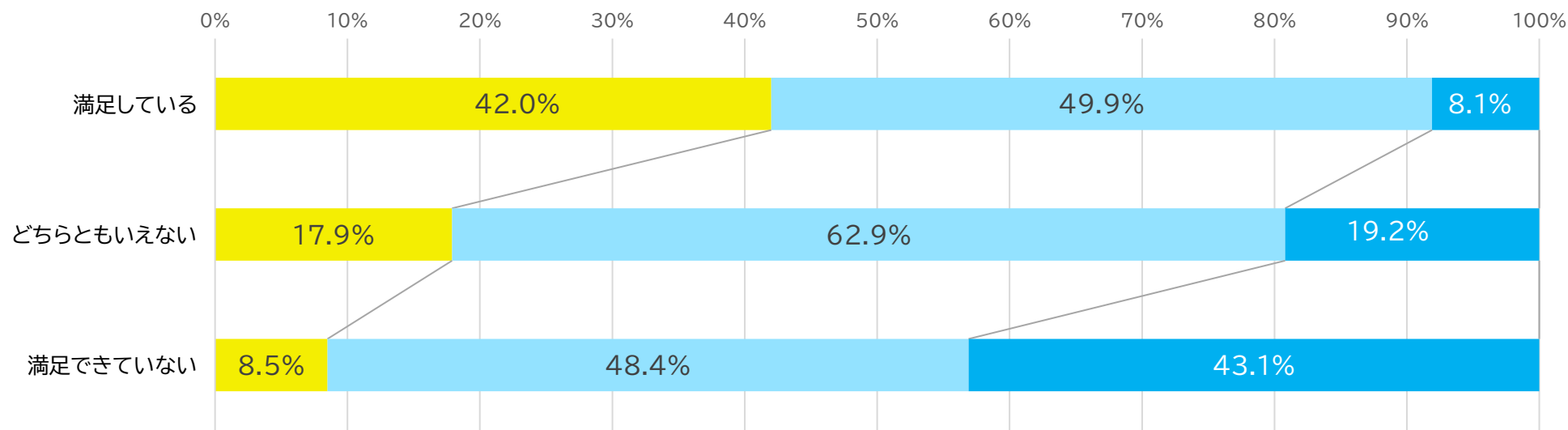
【選考の受験者数】23年卒と前年の比較



## 「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

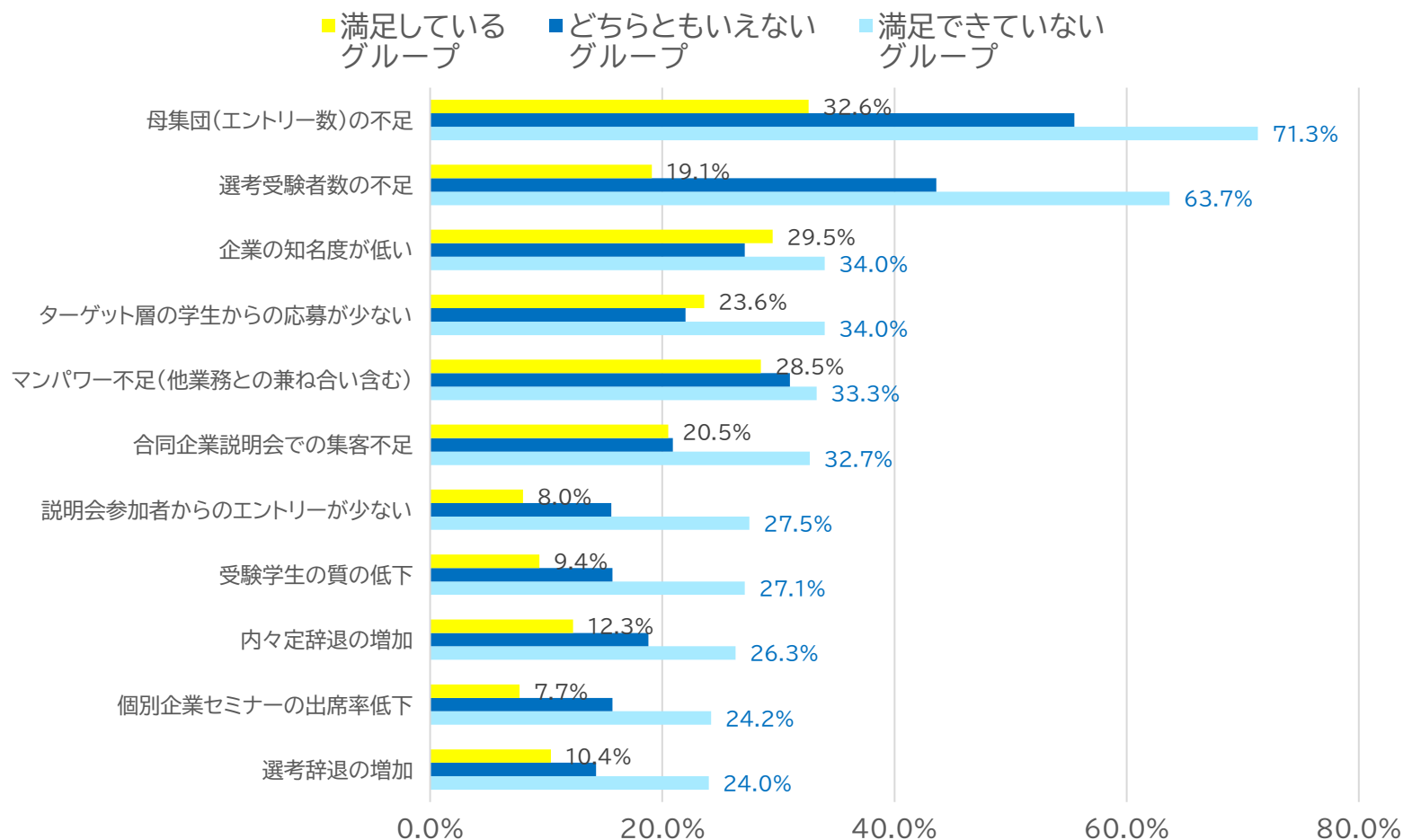
### 学生の質の変化

- 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）



## どの項目においても、採用活動に満足できていないグループが 問題点として挙げている割合が高い

▼ 以下の11項目は問題か？に対して「YES」と回答した企業の割合



## 問題点として挙げられている上位6項目をピックアップすると 全てのグループで項目が一致する(順番は異なる)

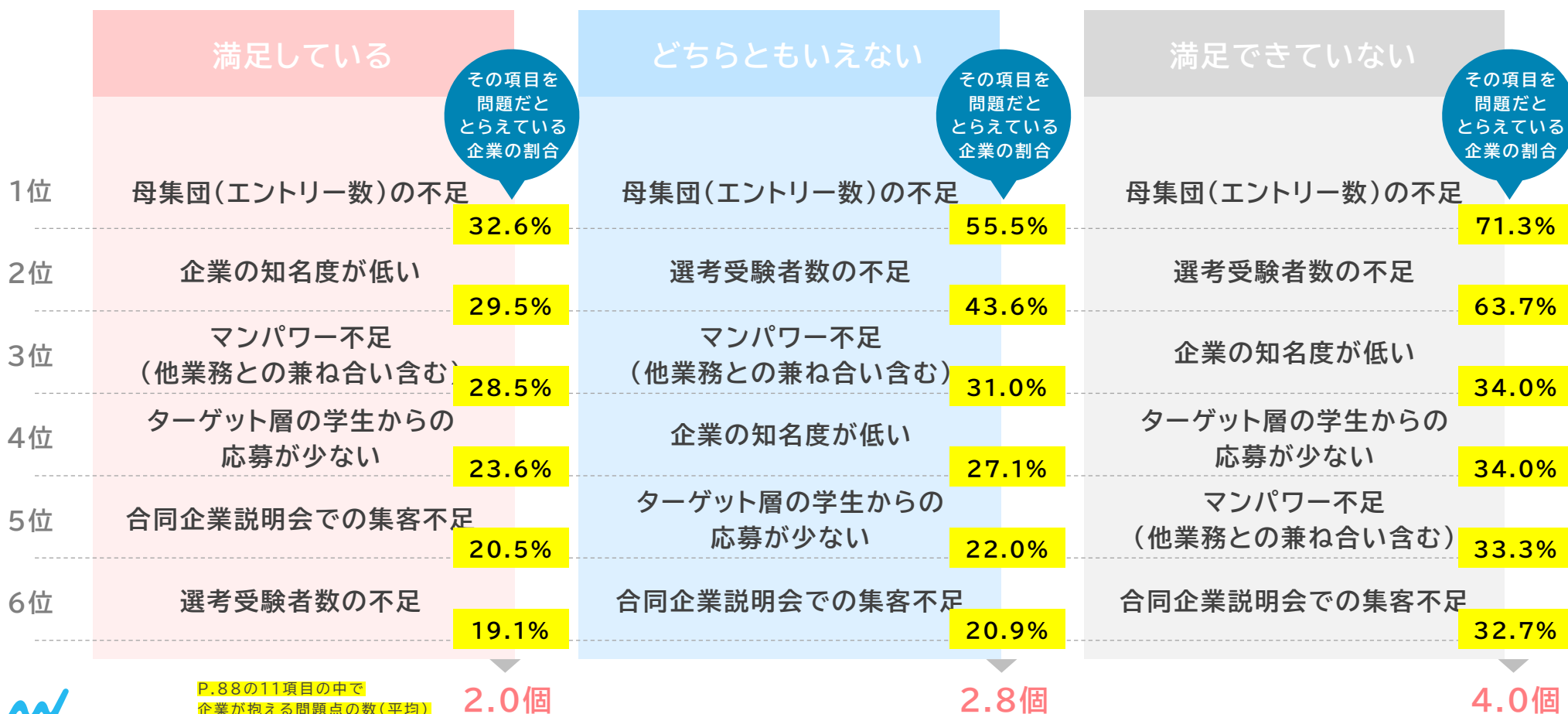
【満足度別】現在の問題点 ワースト1位から6位まで

|    | 満足している                   | どちらともいえない                | 満足できていない                 |
|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1位 | 母集団(エントリー数)の不足           | 母集団(エントリー数)の不足           | 母集団(エントリー数)の不足           |
| 2位 | 企業の知名度が低い                | 選考受験者数の不足                | 選考受験者数の不足                |
| 3位 | マンパワー不足<br>(他業務との兼ね合い含む) | マンパワー不足<br>(他業務との兼ね合い含む) | 企業の知名度が低い                |
| 4位 | ターゲット層の学生からの<br>応募が少ない   | 企業の知名度が低い                | ターゲット層の学生からの<br>応募が少ない   |
| 5位 | 合同企業説明会での集客不足            | ターゲット層の学生からの<br>応募が少ない   | マンパワー不足<br>(他業務との兼ね合い含む) |
| 6位 | 選考受験者数の不足                | 合同企業説明会での集客不足            | 合同企業説明会での集客不足            |



## 問題点として挙げられている上位6項目をピックアップすると 全てのグループで項目が一致する(順番は異なる)

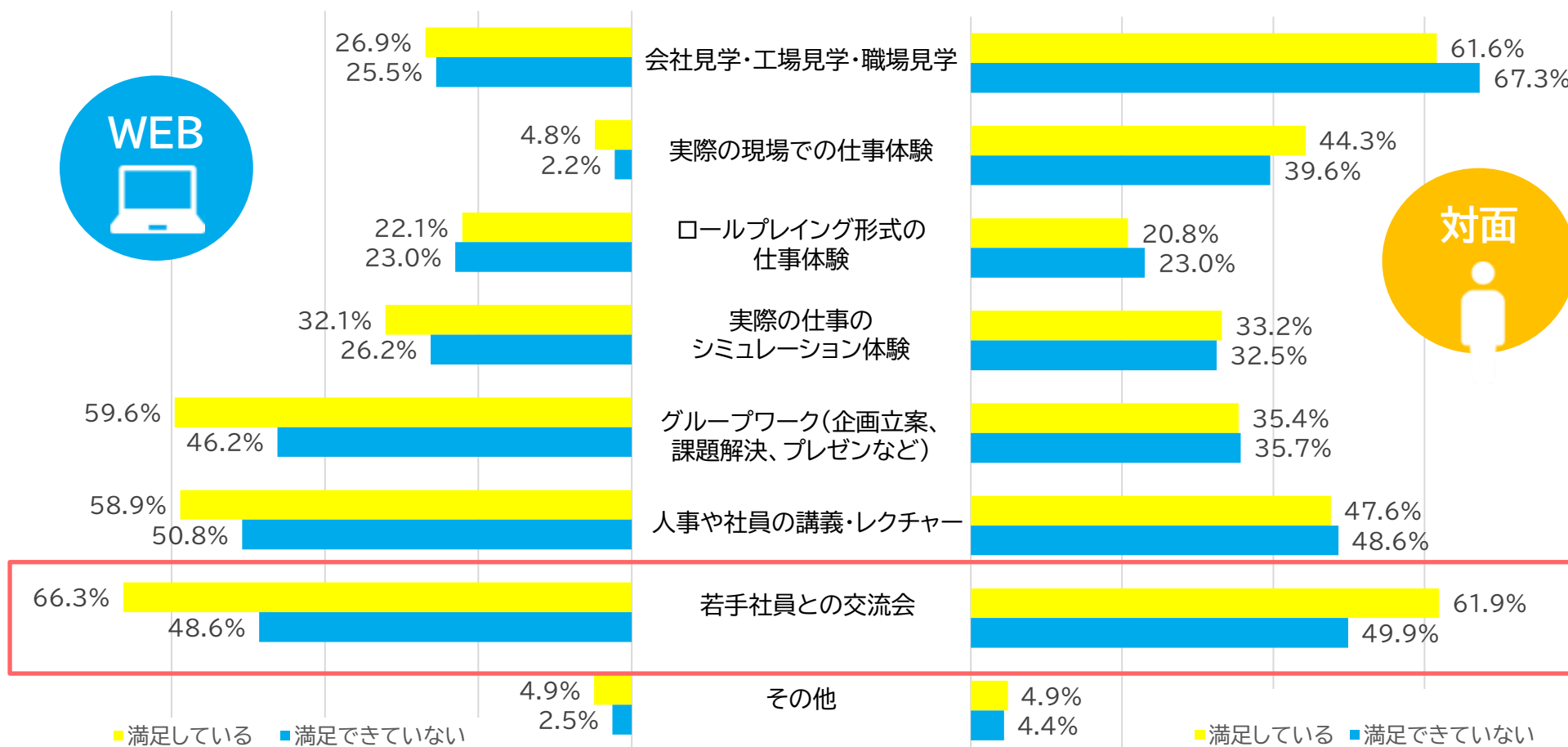
【満足度別】現在の問題点 ワースト1位から6位まで



## 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

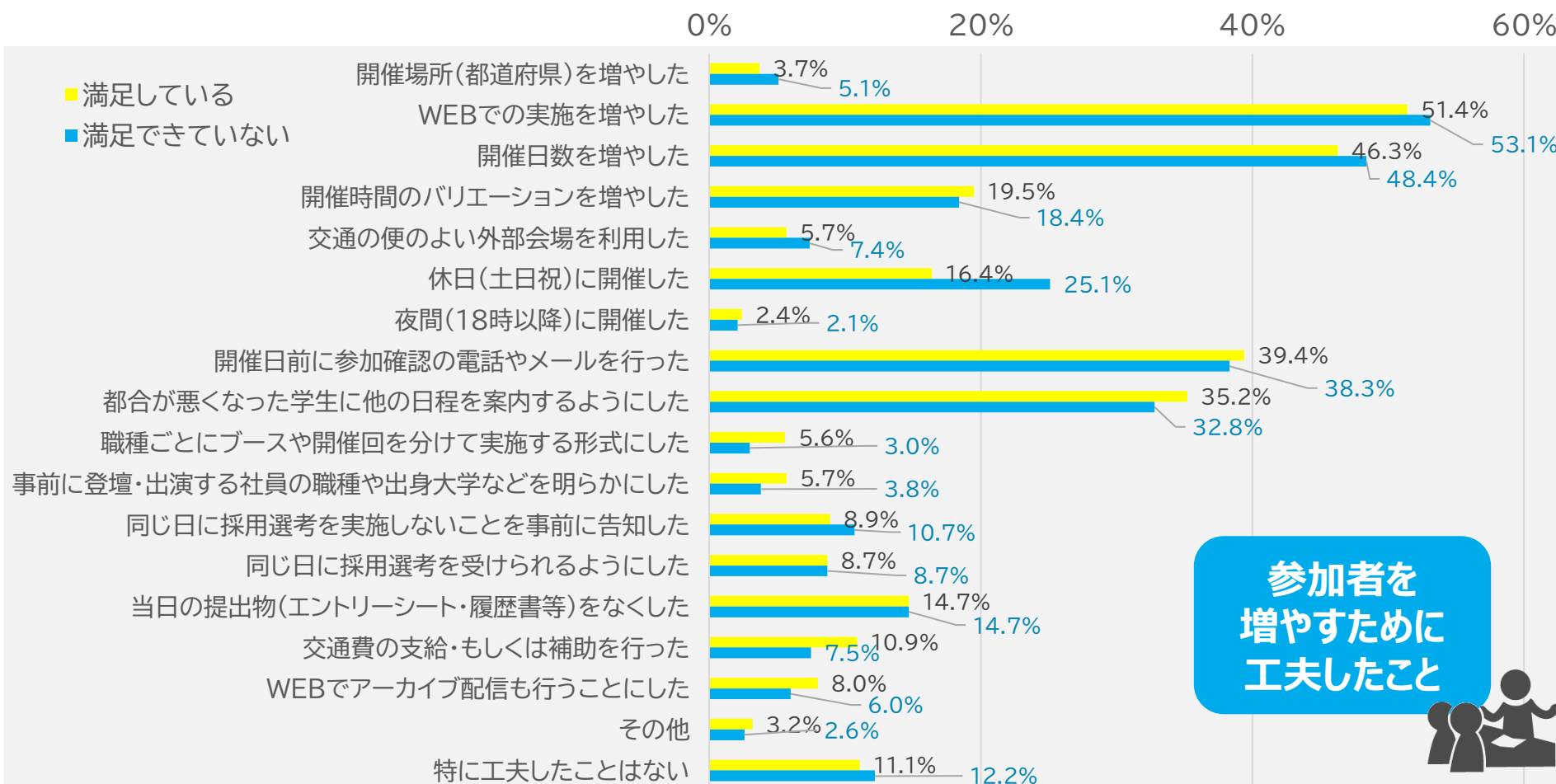
インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム(WEB)

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)



## 最も差がついている箇所は「休日に開催した」で 満足できていないグループの方が実施率が高くなっている

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

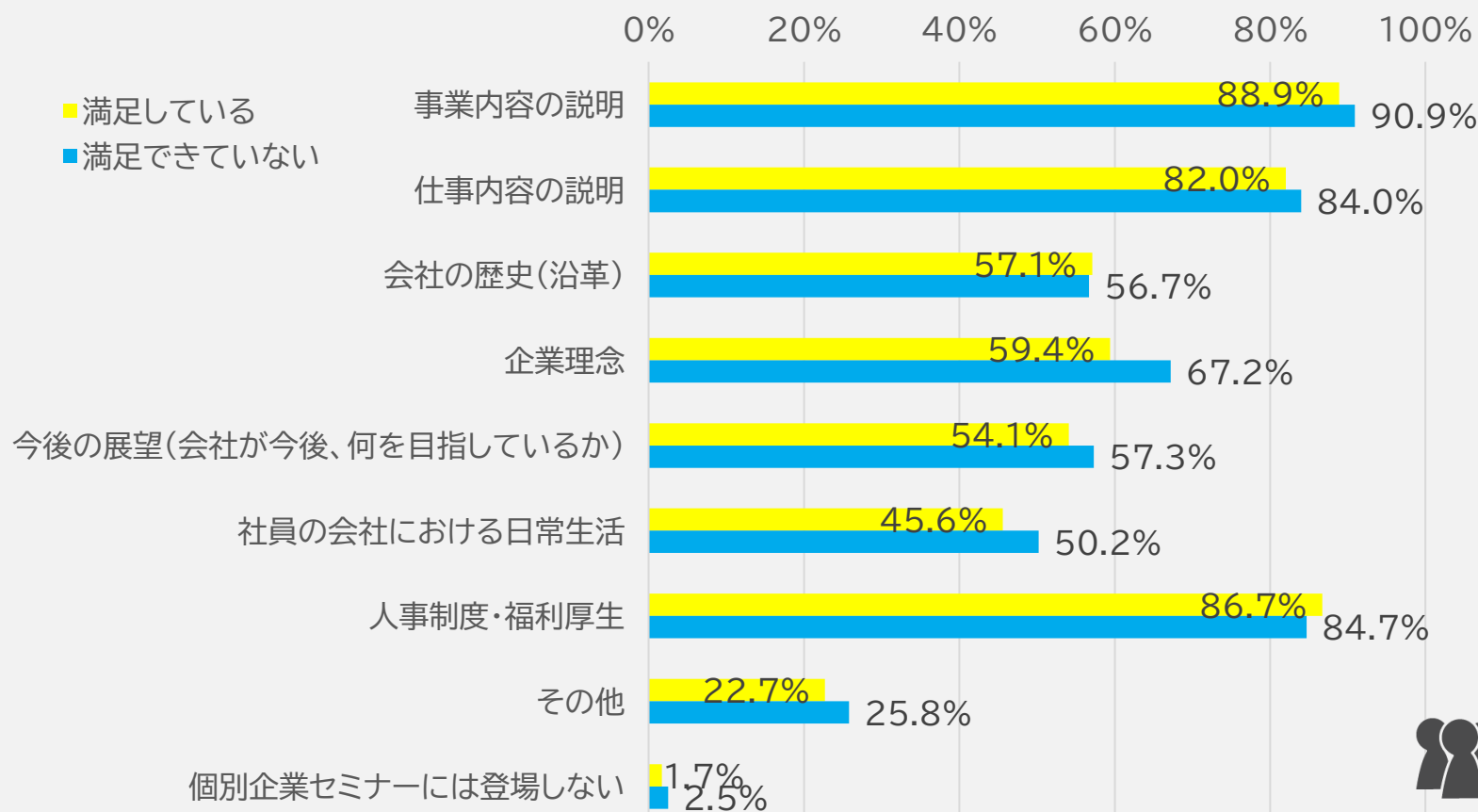


参加者を  
増やすために  
工夫したこと



## 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

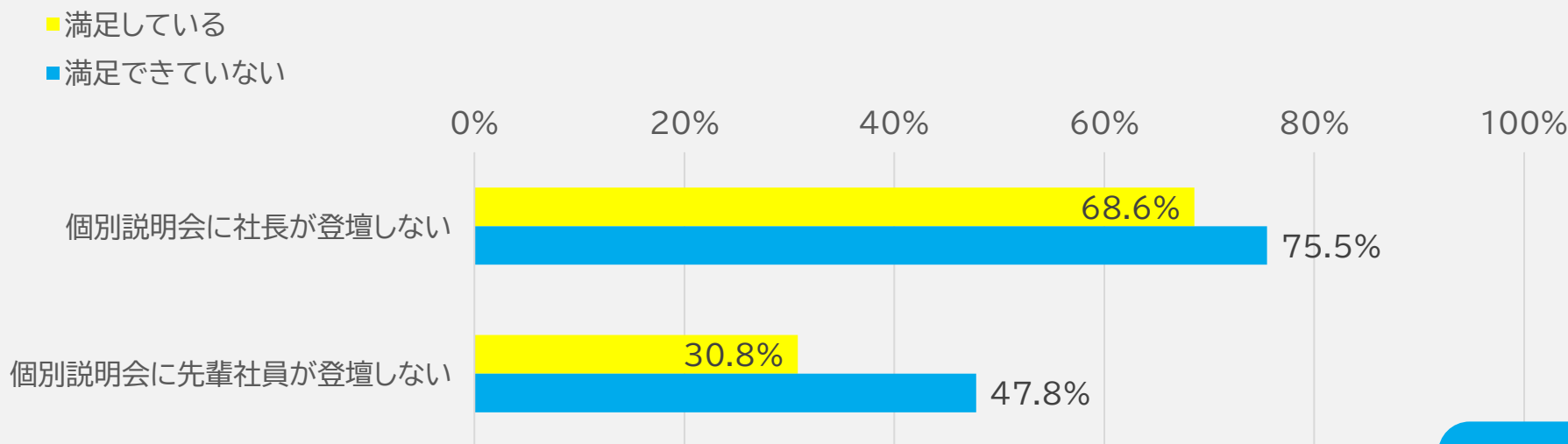


話した  
内容



## 採用担当以外の協力者がいないことが 採用活動の不満足感につながっている傾向も見取れる

【人事・採用担当者】個別企業セミナーで話した内容

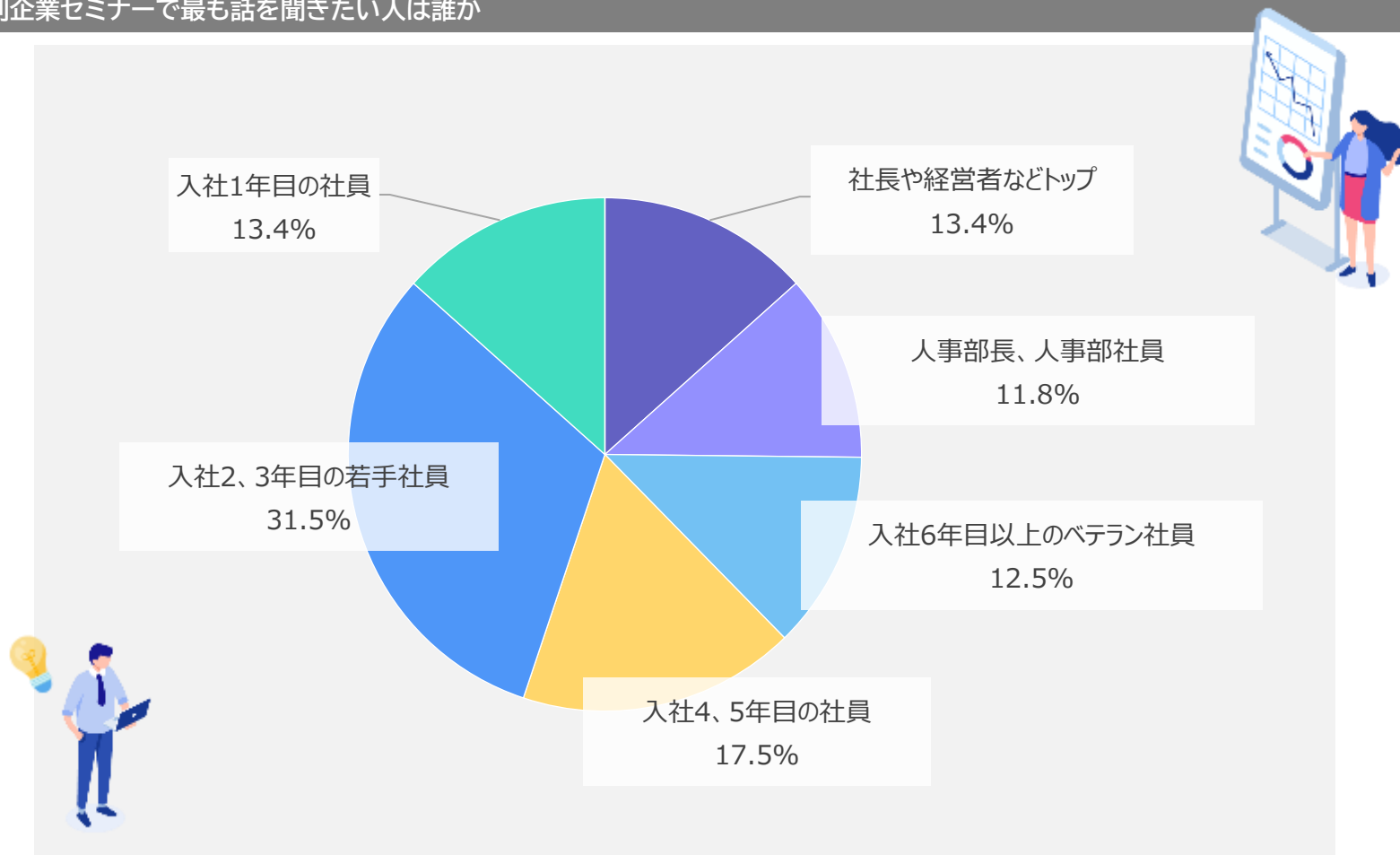


話した  
内容



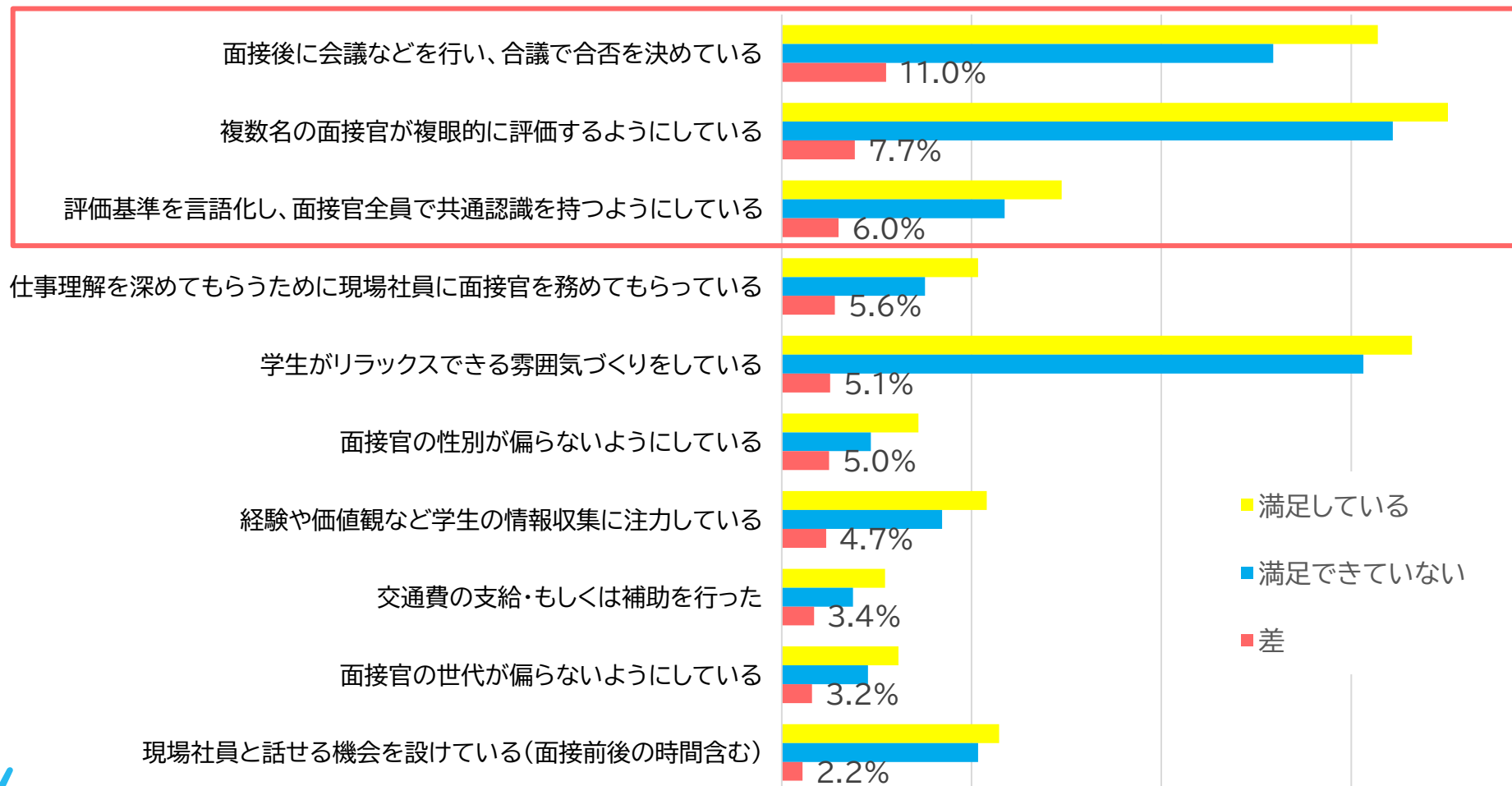
## 多面性を重視するZ世代に伝える上で「誰が話すか」は非常に重要 解決策のひとつとして録画型コンテンツなども検討を

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「満足できてこない企業群」との差を分析。

### 結果

状況はどうか

- ✓ 前年比較では満足度は低下傾向にある 製造/非製造での差はほぼなし
- ✓ 従業員規模が小さい企業の方が、満足度を増減させる幅が良くも悪くも大きい  
(伸びしろも大きい分、何もしないと市場全体の影響を受けやすい)
- ✓ 数が減っても満足できる企業は24%~31%ほどだったが、質が悪くなっても満足できる企業は8.1%にとどまり、満足度への影響に差が見られた
- ✓ 満足度に関係なく、各社が問題点として掲げる項目は似通っていたが、1社あたりが抱える問題の数が異なり、満足度が高いほど問題の数は少なかった

### 施策

何をしたら

- ✓ 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。
- ✓ 満足できていない企業グループでは、個別の企業説明会で「社長や現場社員が登場しない」という項目が満足しているグループを大きく上回った
- ✓ 多面性を重視するZ世代に伝える上で「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。



## 2023年卒 新卒採用活動調査の結果報告と考察

### ③ 提案

---

- 勤務先満足度という視点を採用時から意識する -



## 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

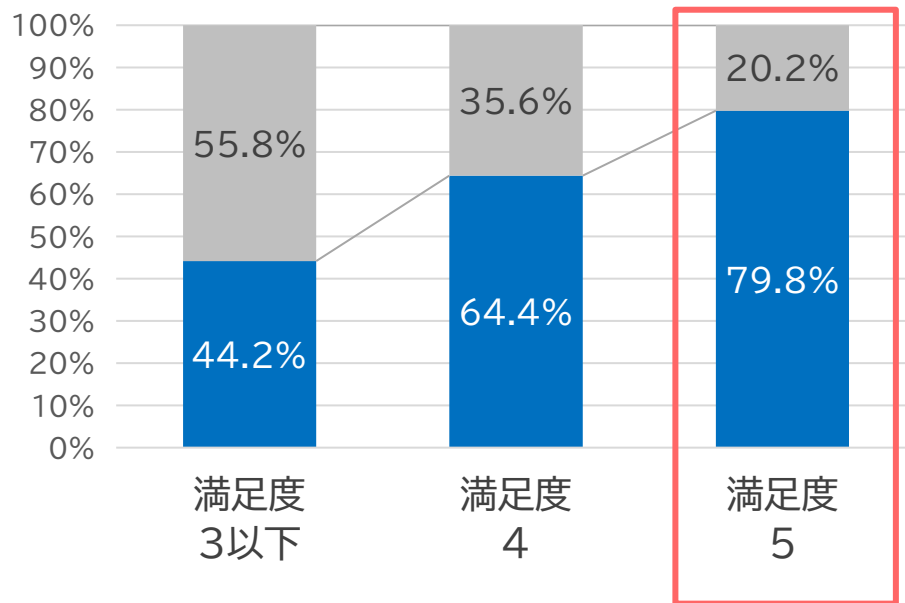
勤務先総合満足度

×

就活中に「入社を決めた理由になった人」はいたか

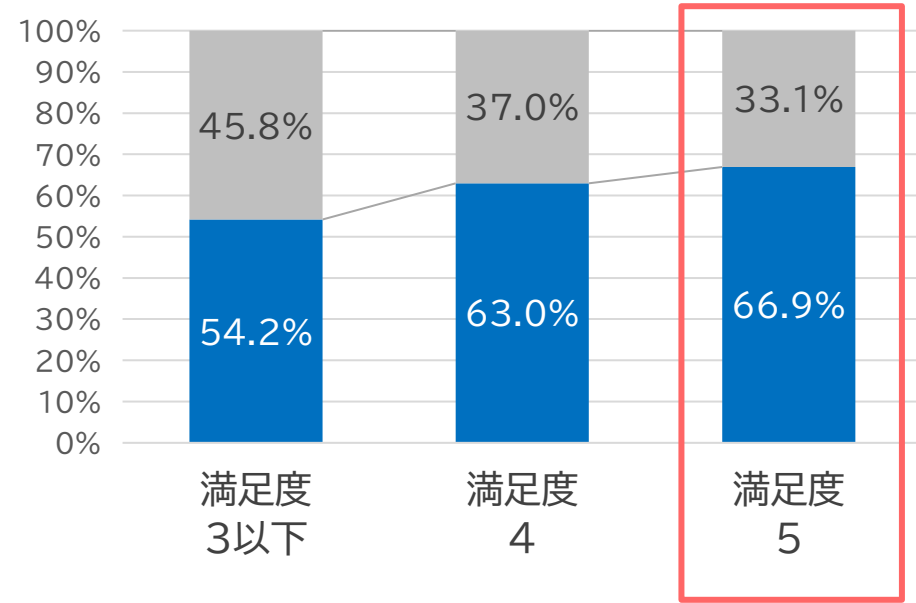
<文系>

■ はい ■ いいえ



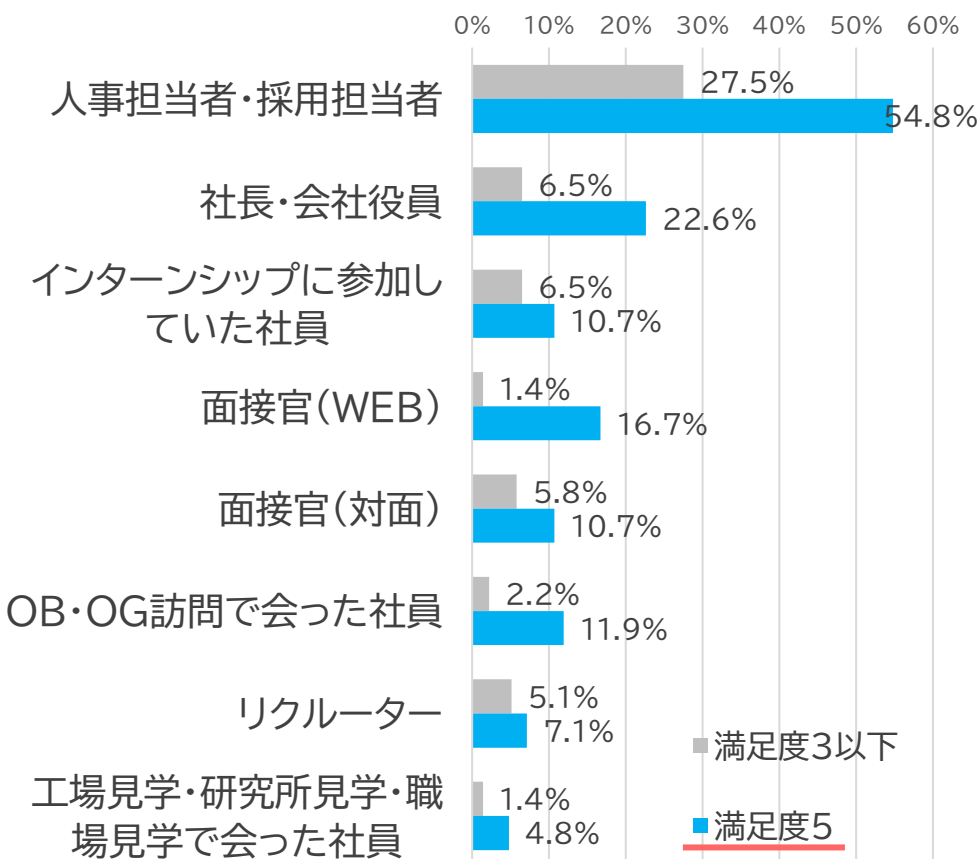
<理系>

■ はい ■ いいえ

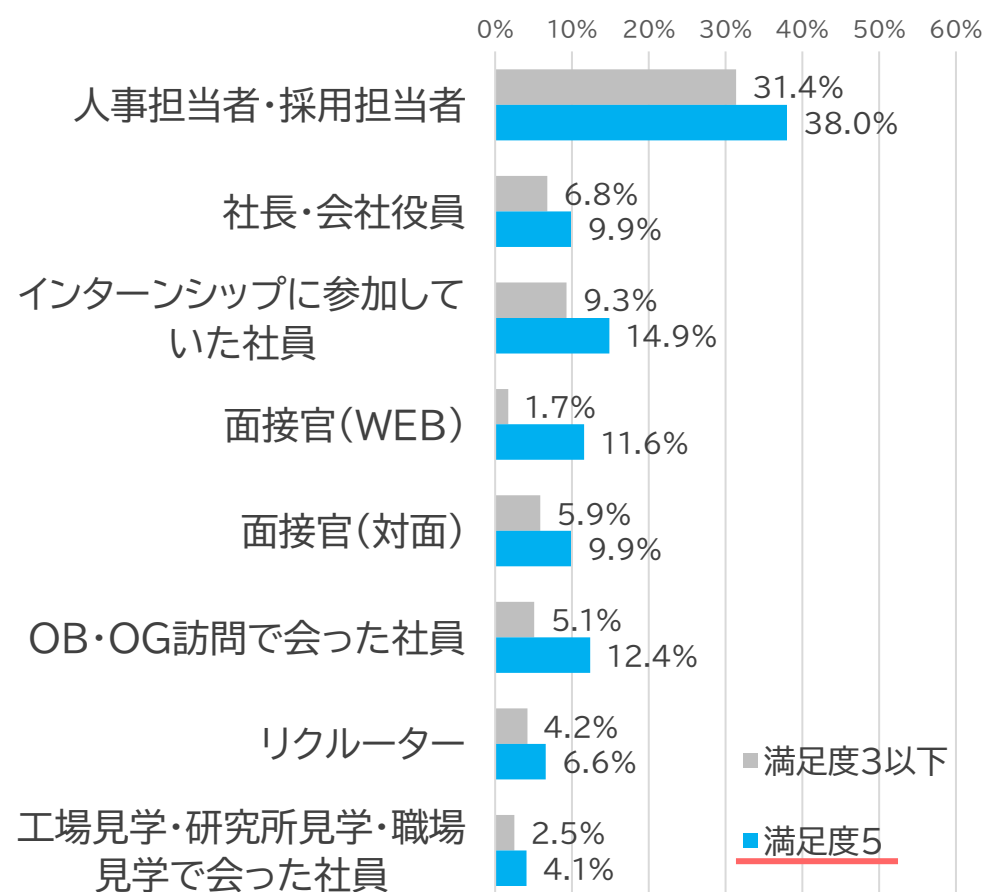


勤務先総合満足度  
×  
就活中に「入社を決めた理由になった人」の立場

<文系>

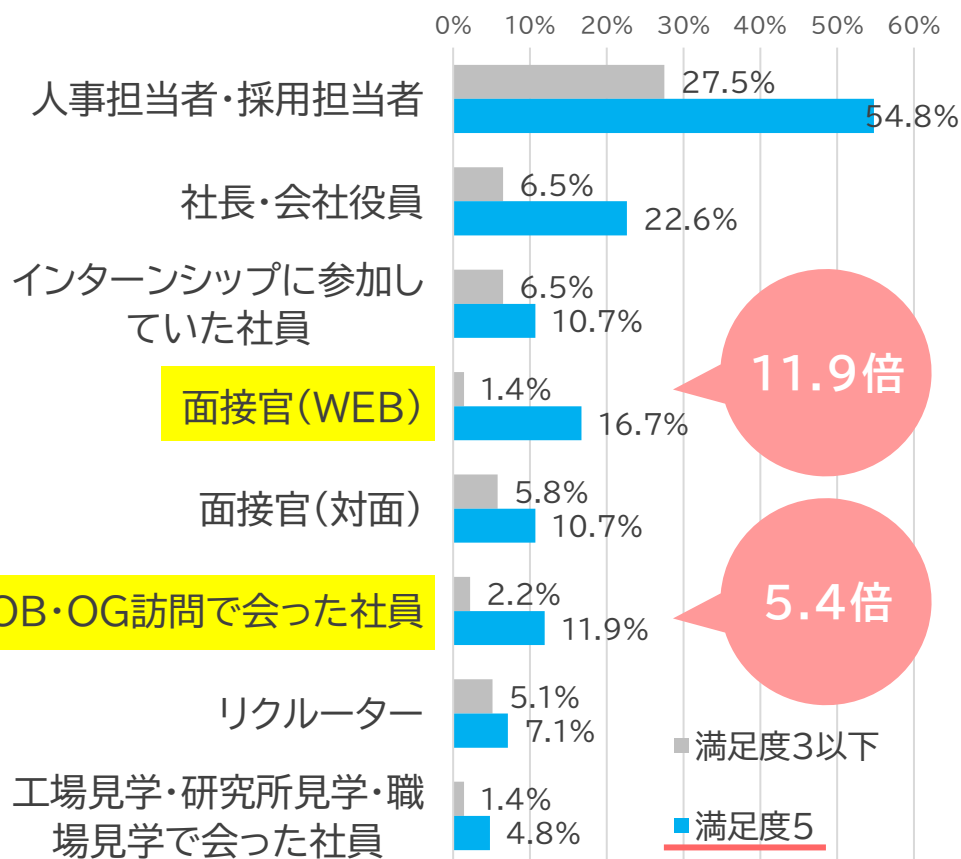


<理系>

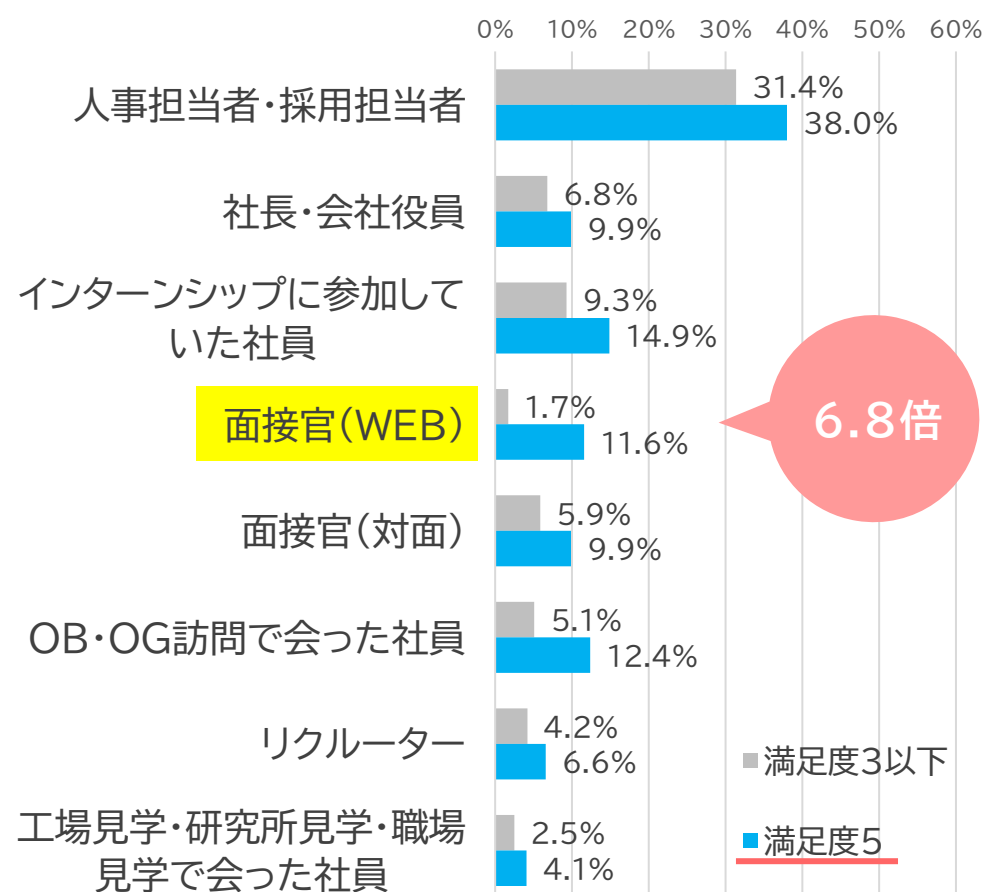


勤務先総合満足度  
×  
就活中に「入社を決めた理由になった人」の立場

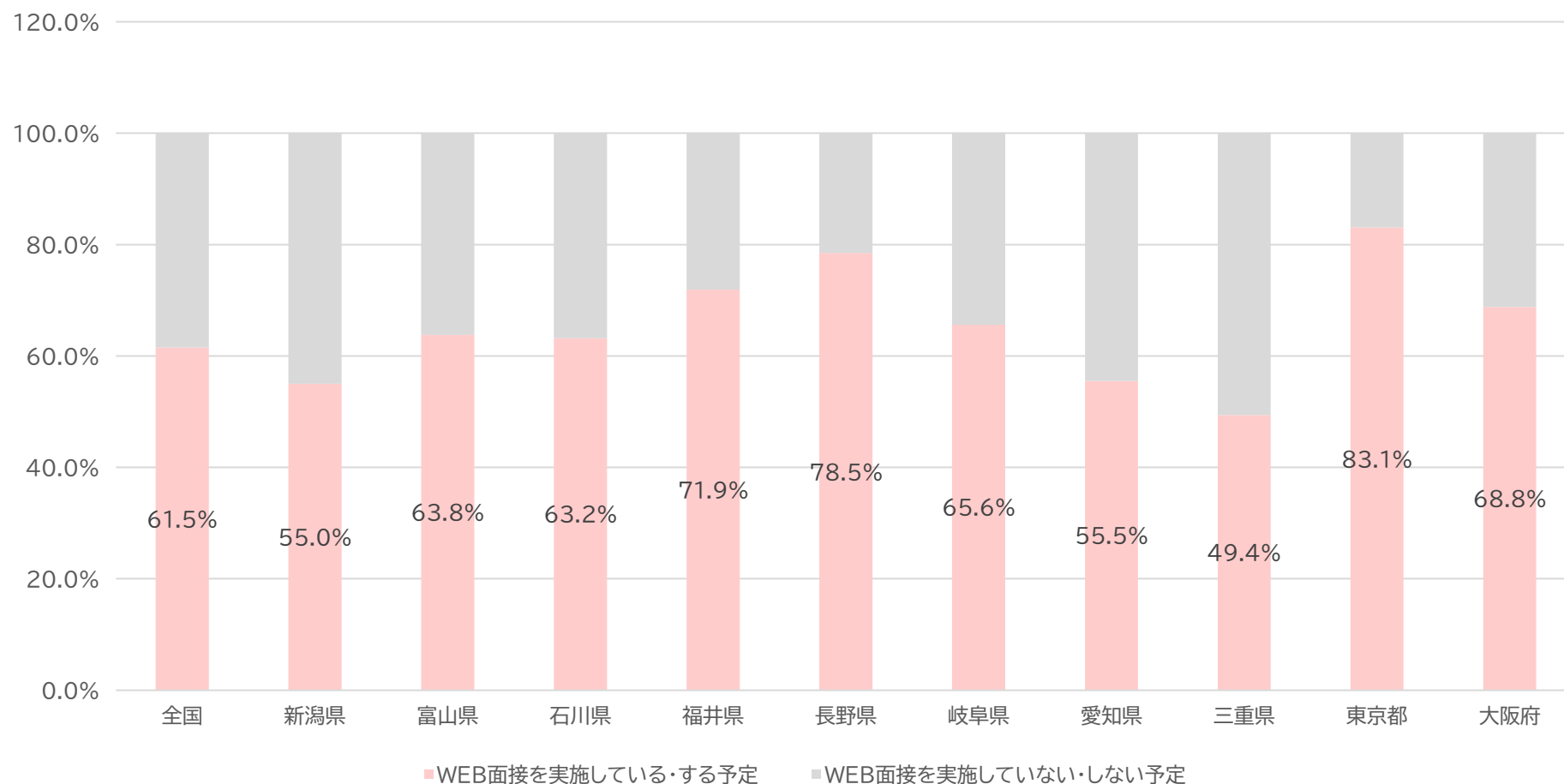
<文系>



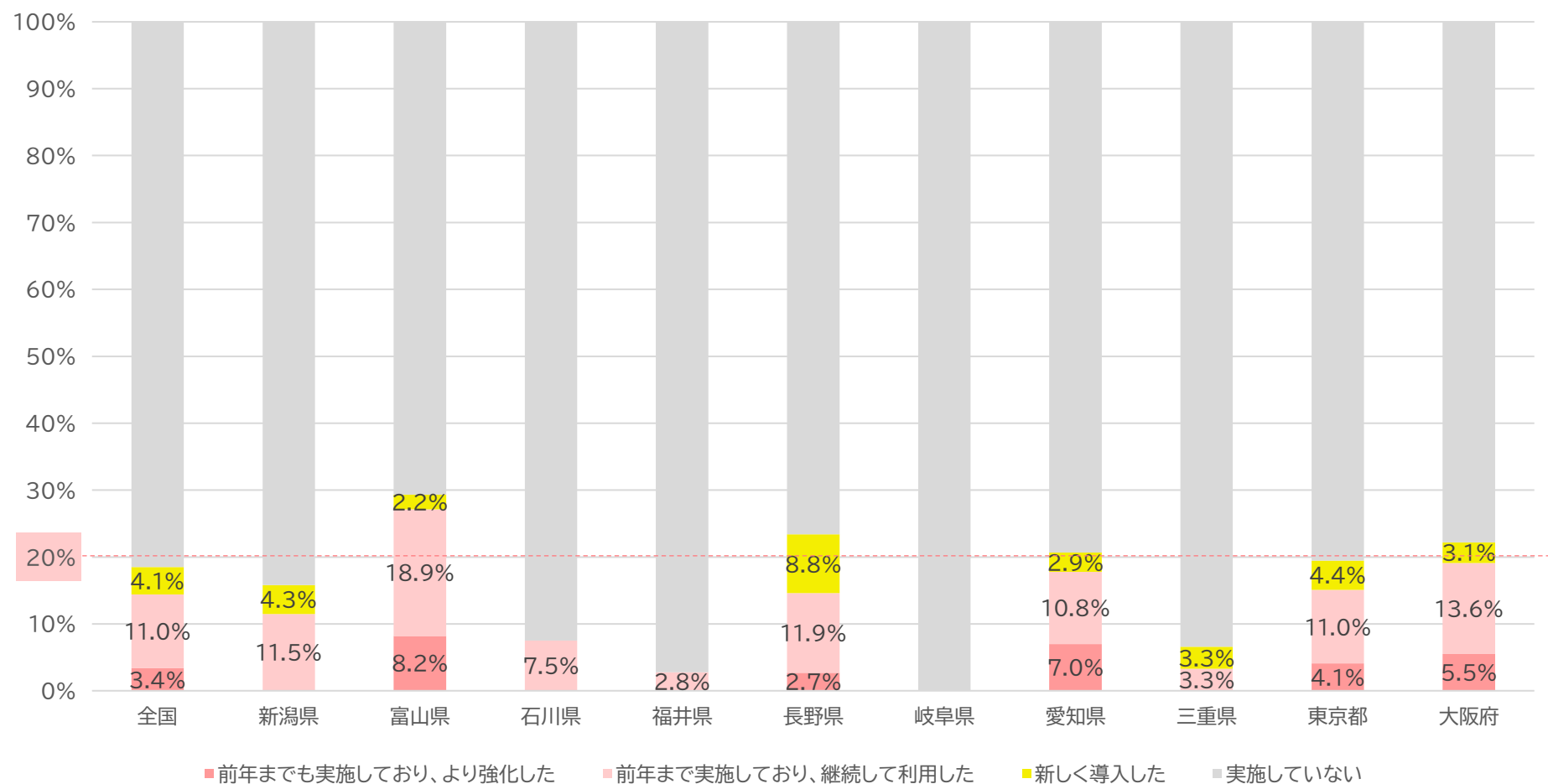
<理系>



## WEB面接の実施率(予定含む)は県別に見ると大きなバラつきあり 地元就職学生の数やUIターン等も関連していそう



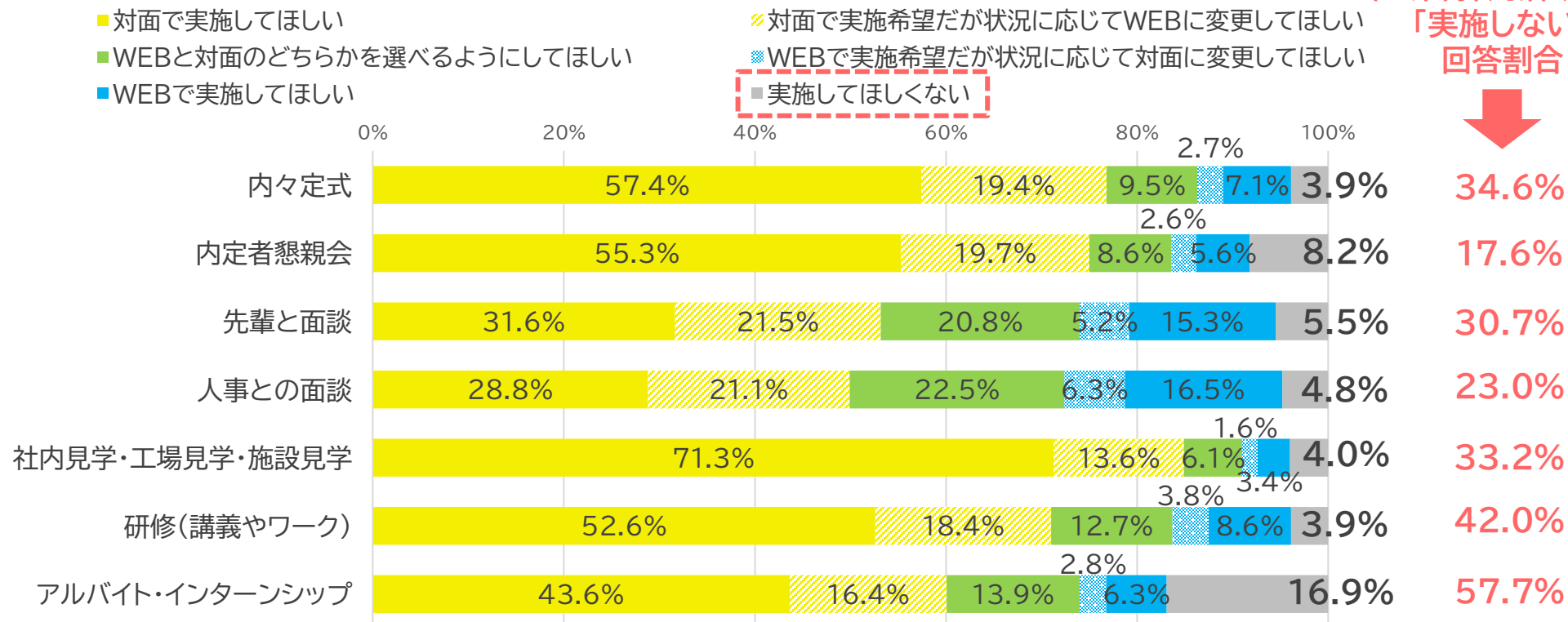
## WEB面接のための面接官研修は、エリアにより導入状況に大きな差 WEB面接で入社の決め手を作るには対策が必要か



## 内定者フォローの施策について多くの学生は実施に前向きです 積極的に複数の施策を実施し 接点を増やすことが大切です

### 内定者フォローはどのように実施してほしいか

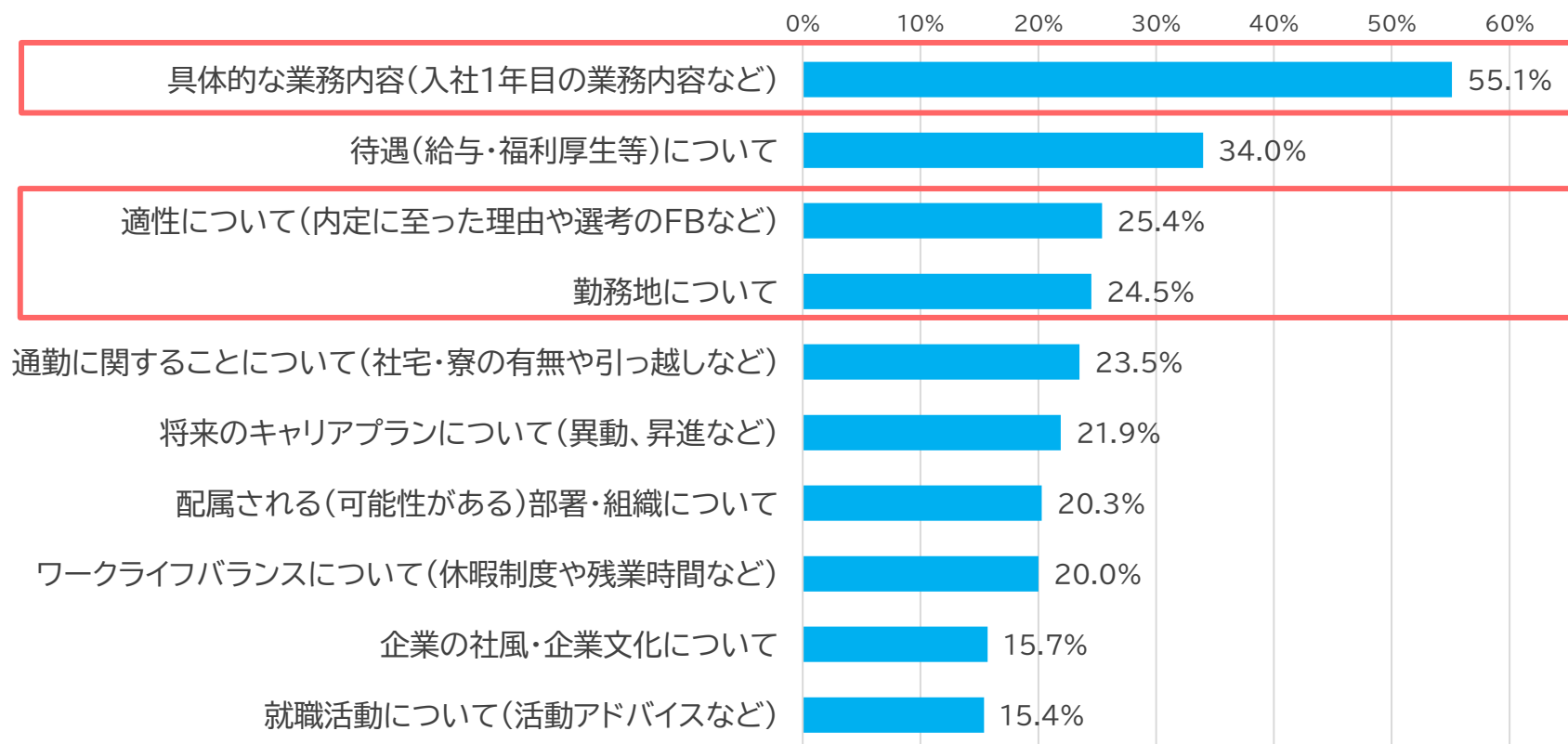
(企業)採用活動調査  
「実施しない」  
回答割合



※「実施してほしくない」  
割合はほとんどの項目で1割未満

## 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





## 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

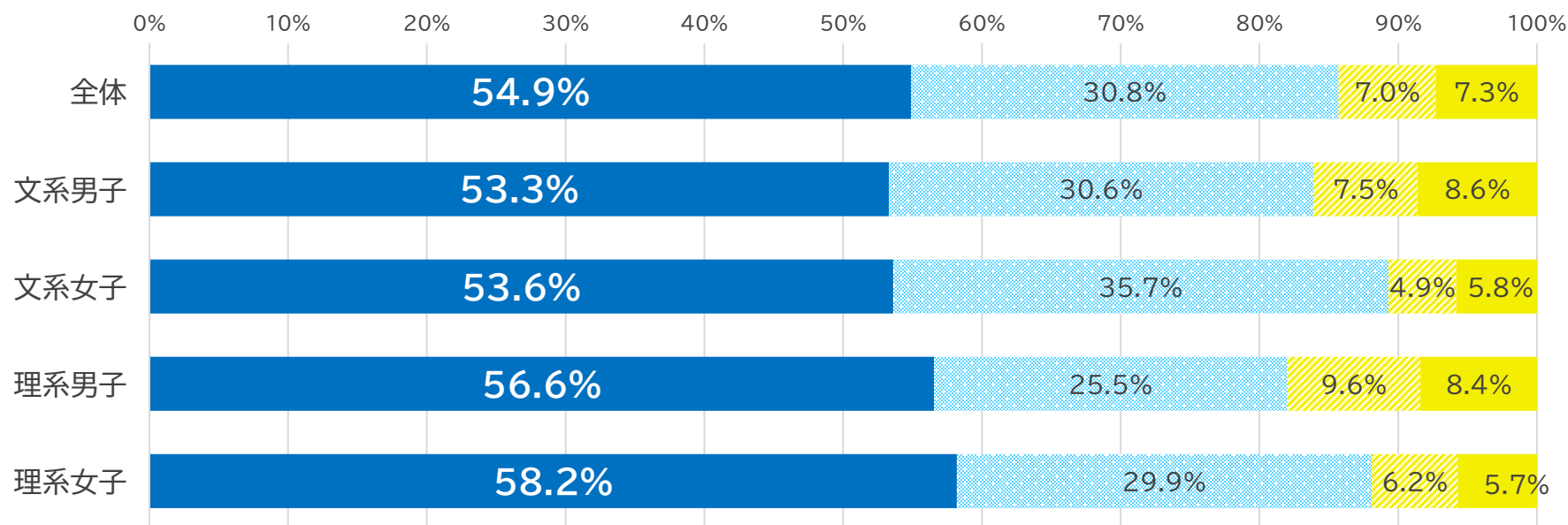
■ 勤務地・職種ともに自分で適性を判断して、選びたい

■ 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

とはいえ、学生が自由に選ぶことが難しいのが実情。  
学生の意向を聞きつつ、配属の決定理由を、  
学生にも理解ができるように丁寧に説明し、  
「納得感」を持ってもらえる努力をすることが大切。



# ご清聴、誠にありがとうございました。

▼ お気軽にお問い合わせください！

株式会社マイナビ  
就職情報事業本部 中部営業統括本部  
中部営業推進部 部長



小林 和喜 kobayashi.kazuki@mynavi.jp

〒450-6209  
愛知県名古屋市中村区名駅4-7-1 ミッドランドスクエア9F

視聴後アンケートにご協力をお願いいたします

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。



本日中にご視聴いただいたみなさまに  
メールでもアンケートのご案内をいたしますが  
内容は同じものですので、どこかで1度  
ご回答をお願いできれば幸いです。

## 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