

三重県版

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

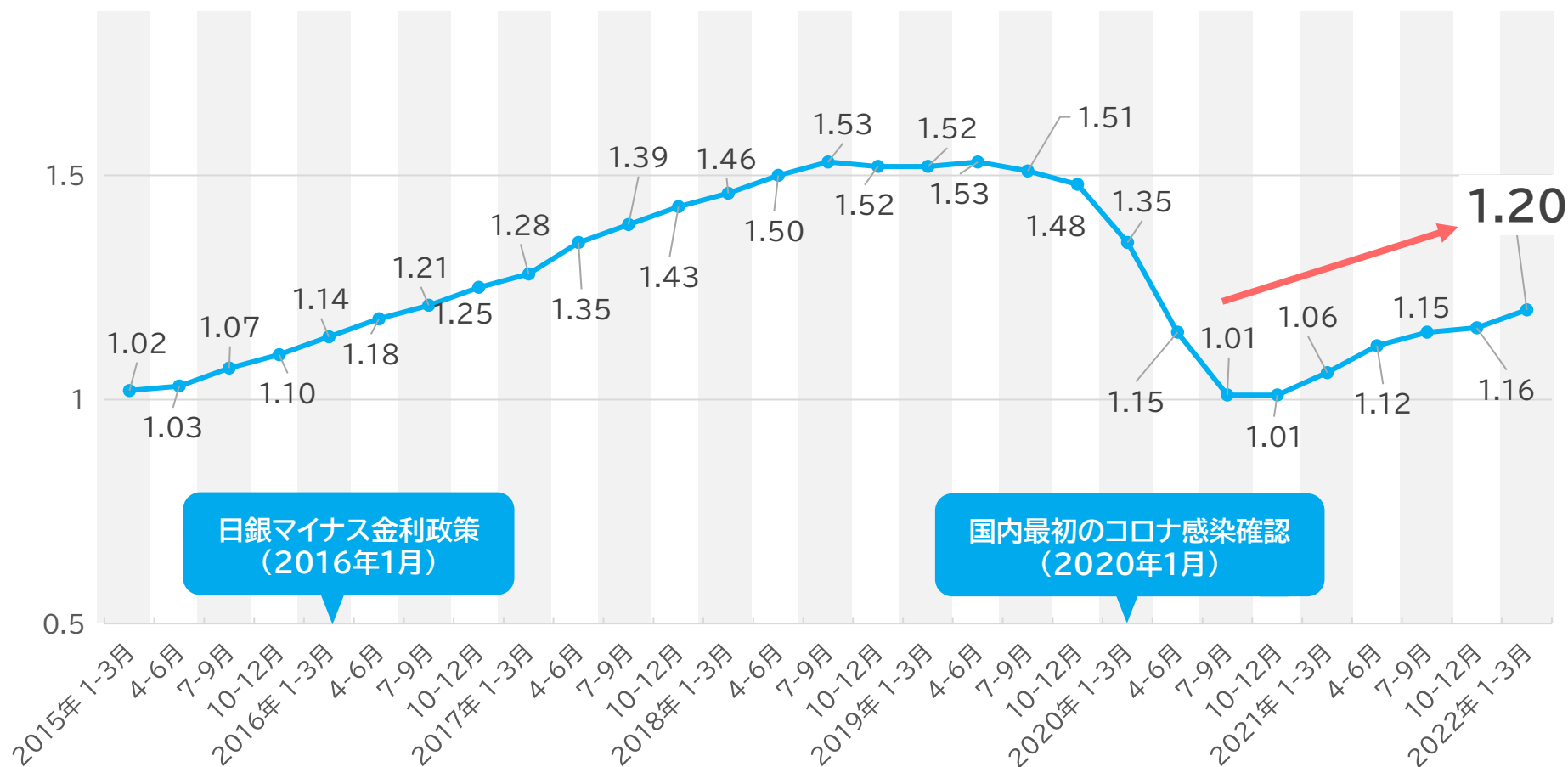
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

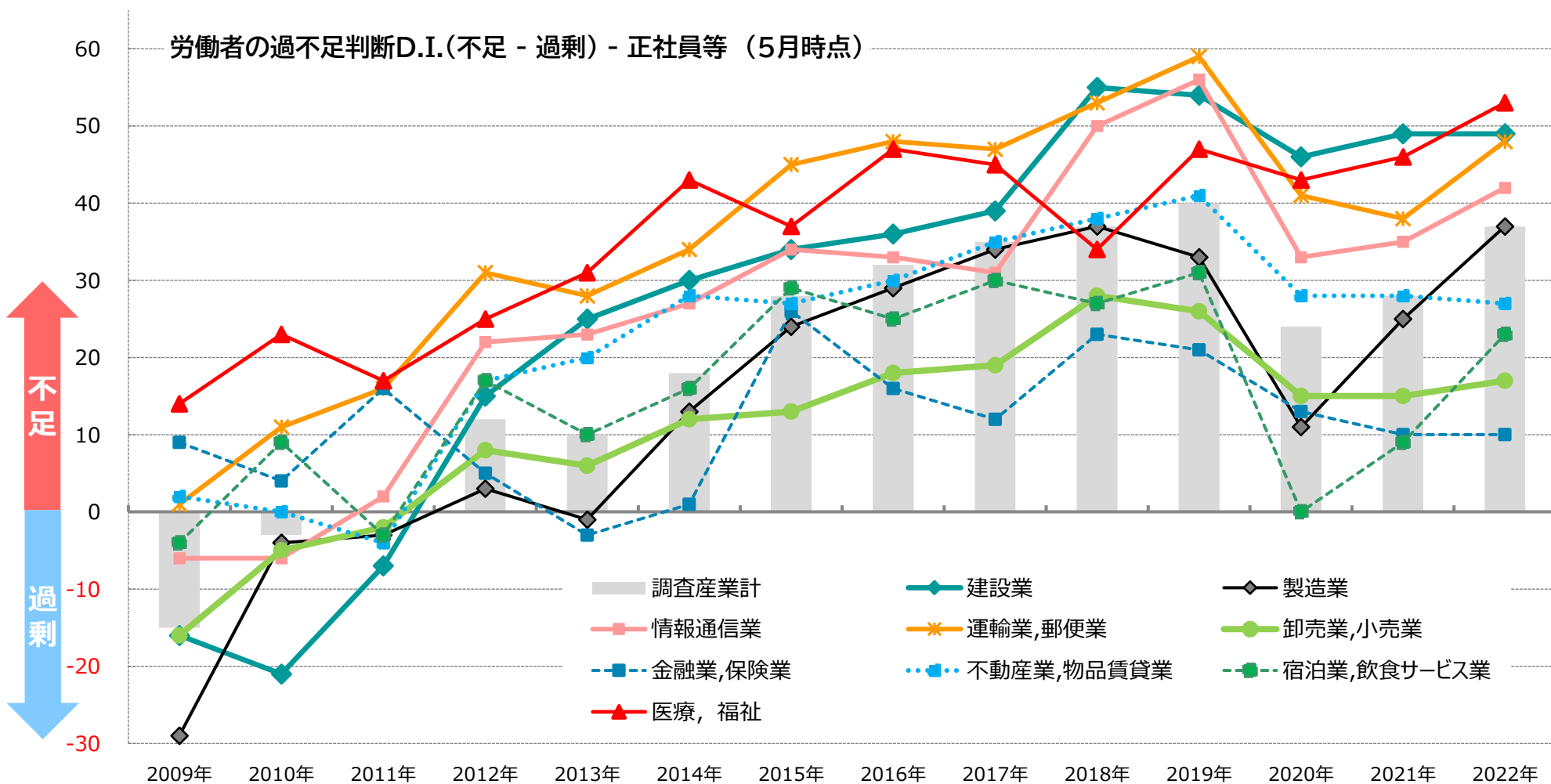
(3) 採用広報と選考活動

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



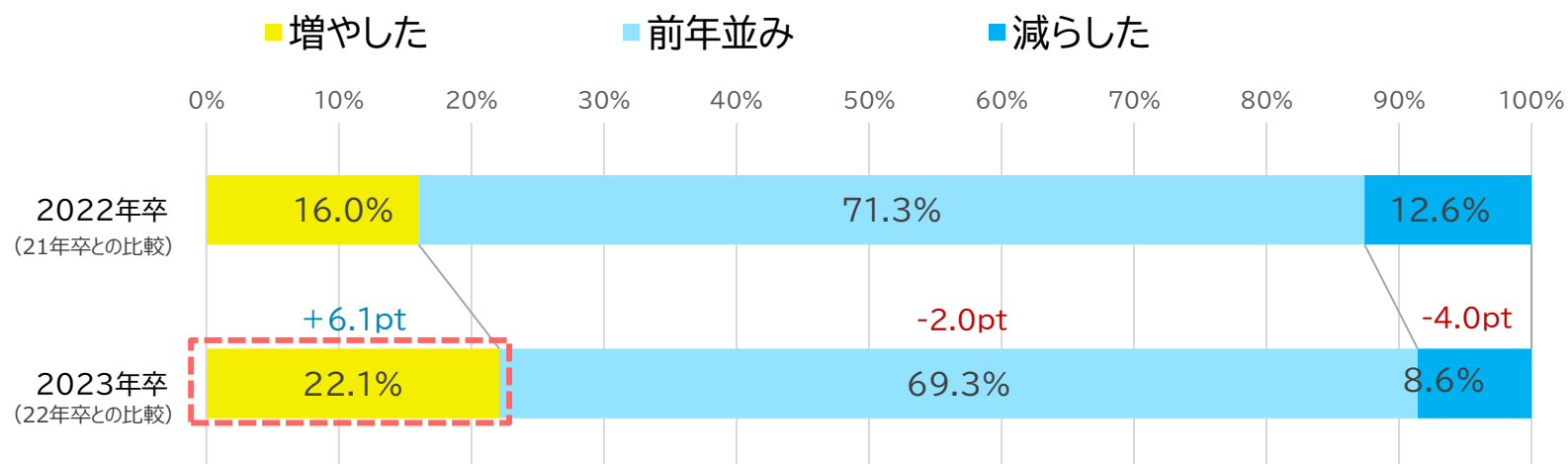
過不足判断D.I.(調査産業計)は37 コロナの影響を受け V字の動きとなった業種も



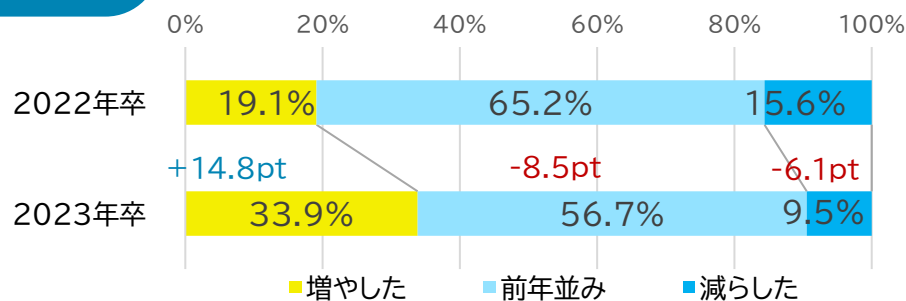
前年比較で「増やした」と回答する企業割合が上昇 採用活発化の動き

採用予定数の前年との比較

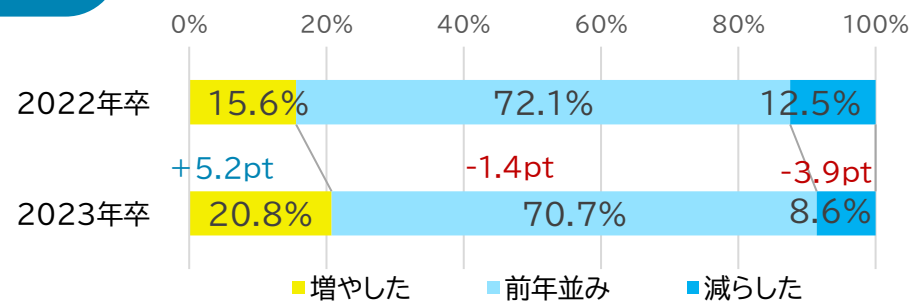
全体



上場 (株式公開)



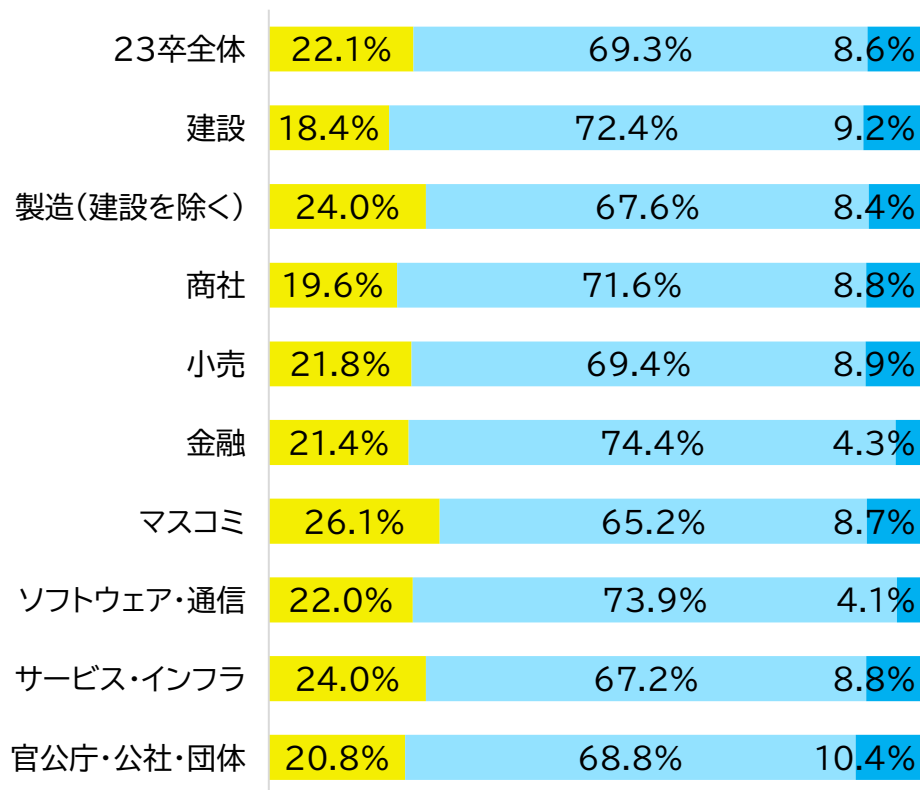
非上場



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

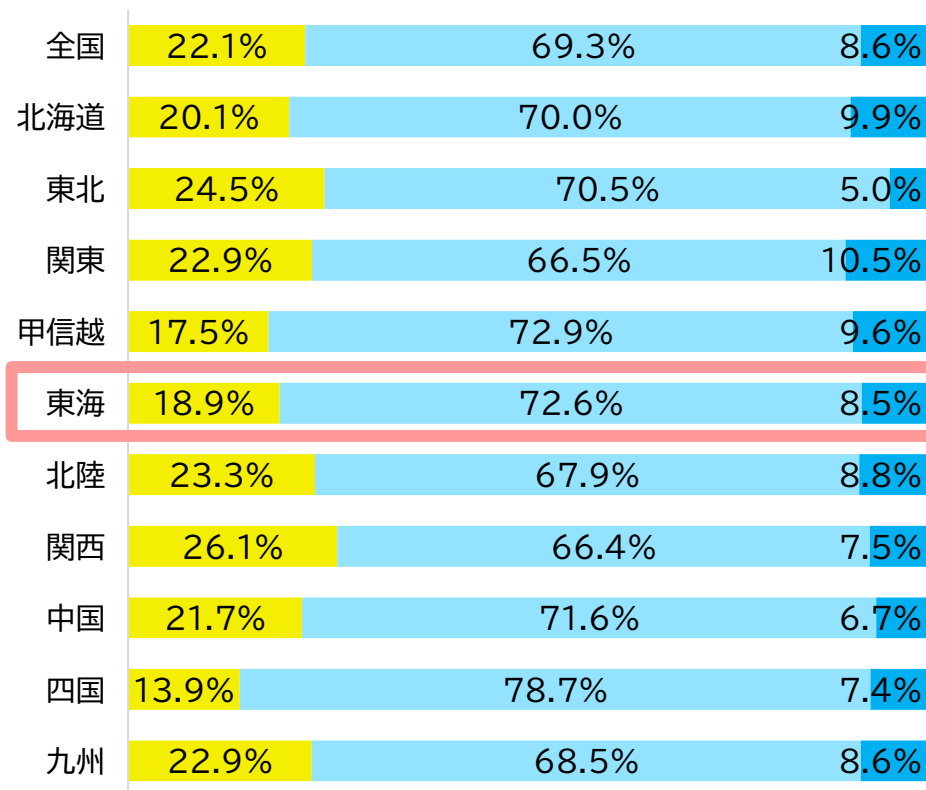
【業種別】 採用予定数の前年との比較

■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

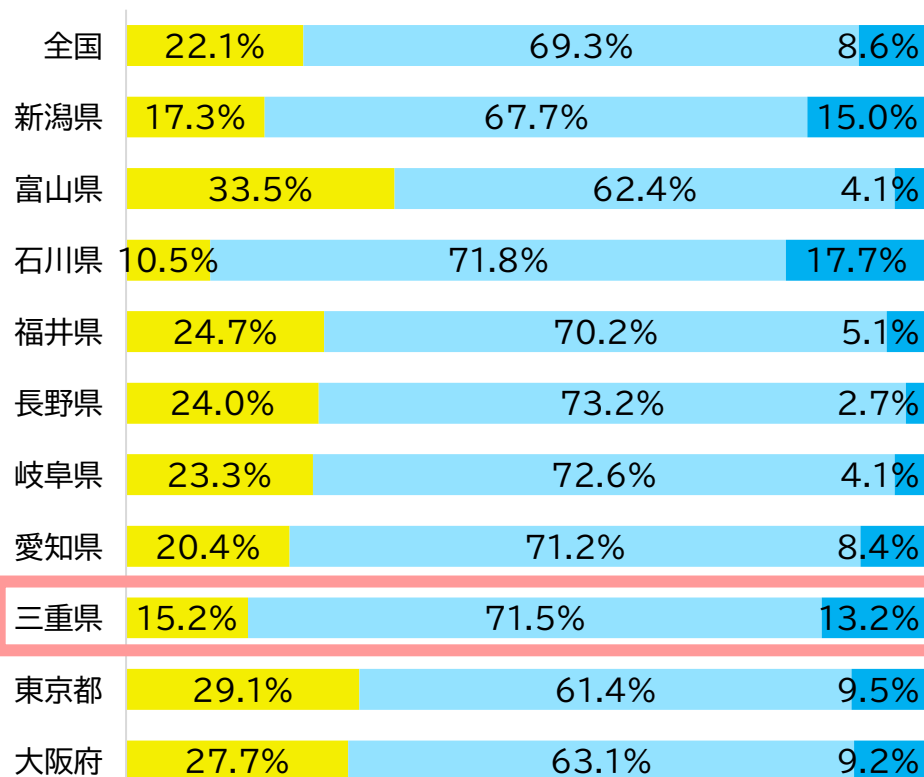
■増やした ■前年並み ■減らした



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

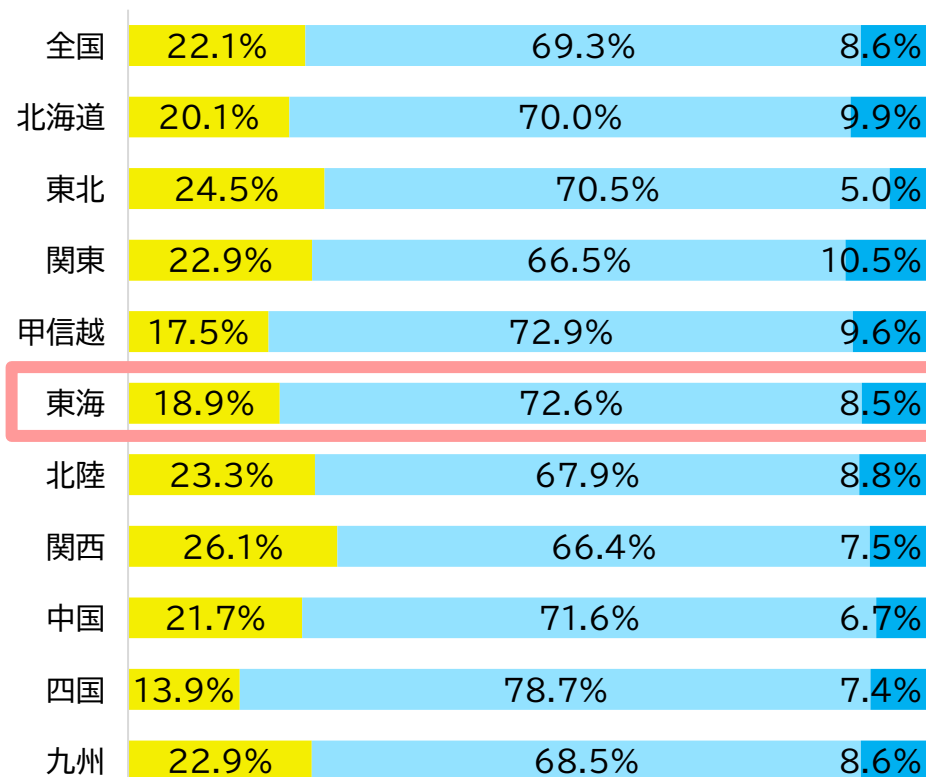
【県別】 採用予定数の前年との比較

■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

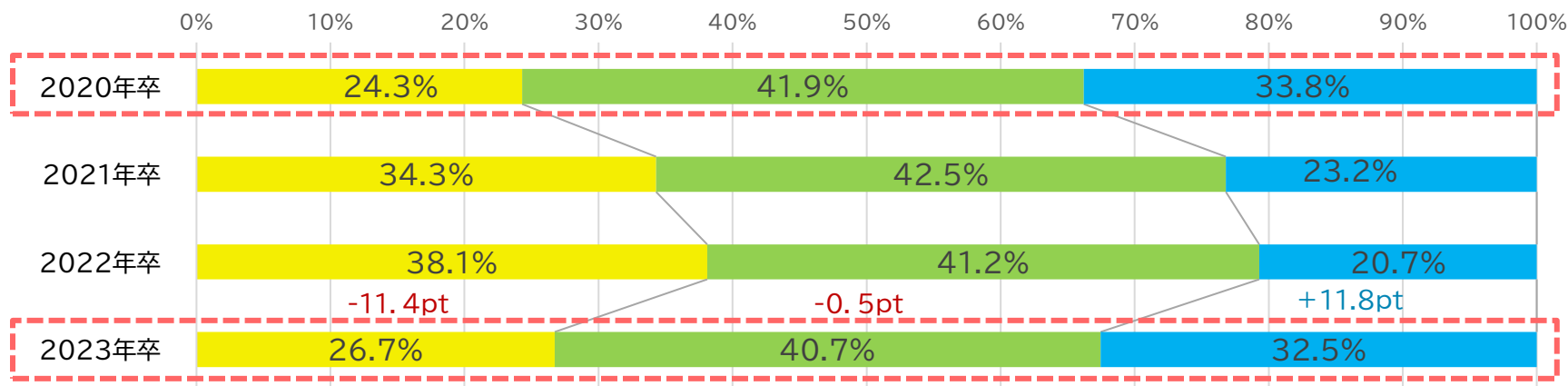


2023年卒は、2020年卒(コロナ前)の状況とほぼ同じ 前年比較では確保の厳しさが増す傾向に

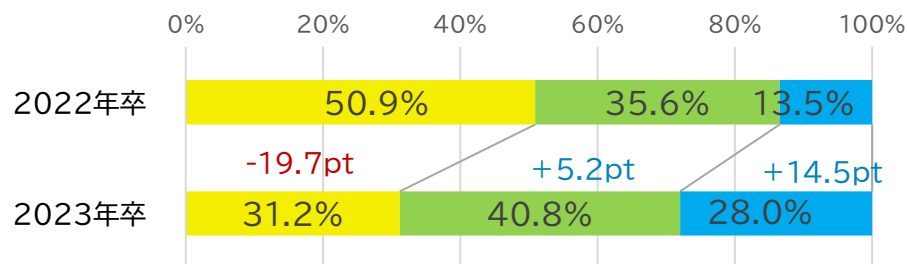
採用数確保に向けての感触

全体

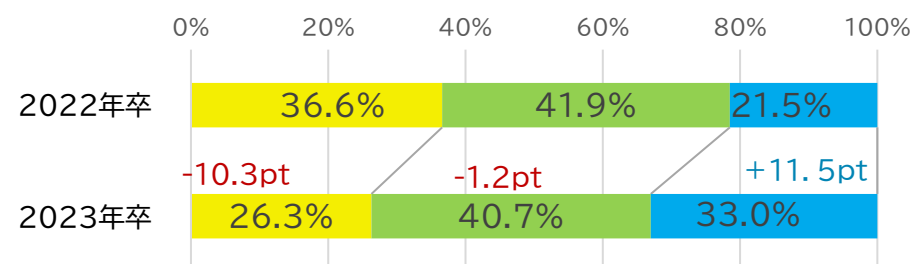
■ ほぼ予定数を確保できそう ■ 確保できるかどうか五分五分 ■ 予定数の確保は難しい



上場 (株式公開)

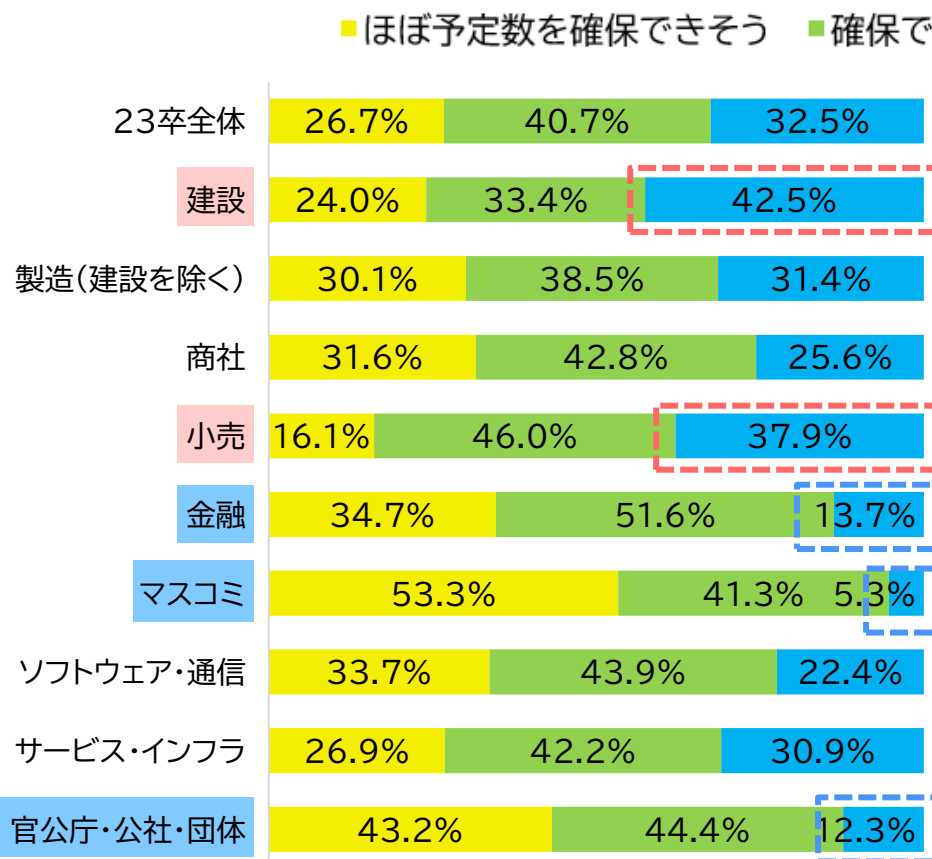


非上場

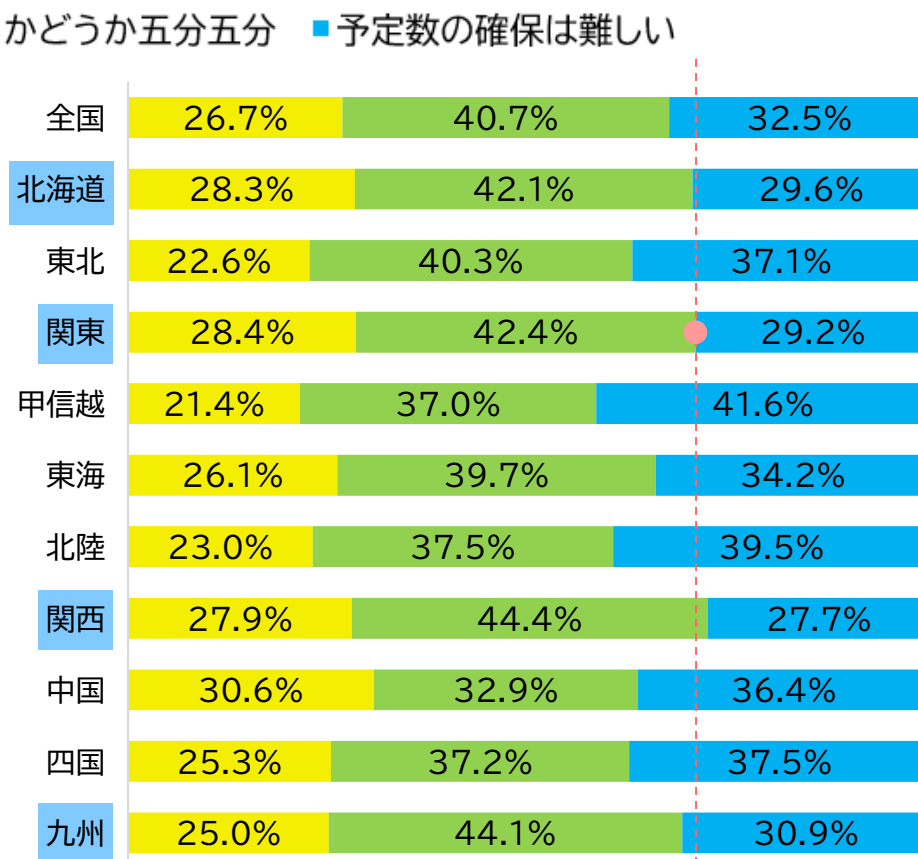


「確保は難しい」の回答割合は建設・小売業界では全体より多く 金融・マスコミ・官公庁・公社・団体は全体の半分以下

【業種別】採用数確保に向けての感触



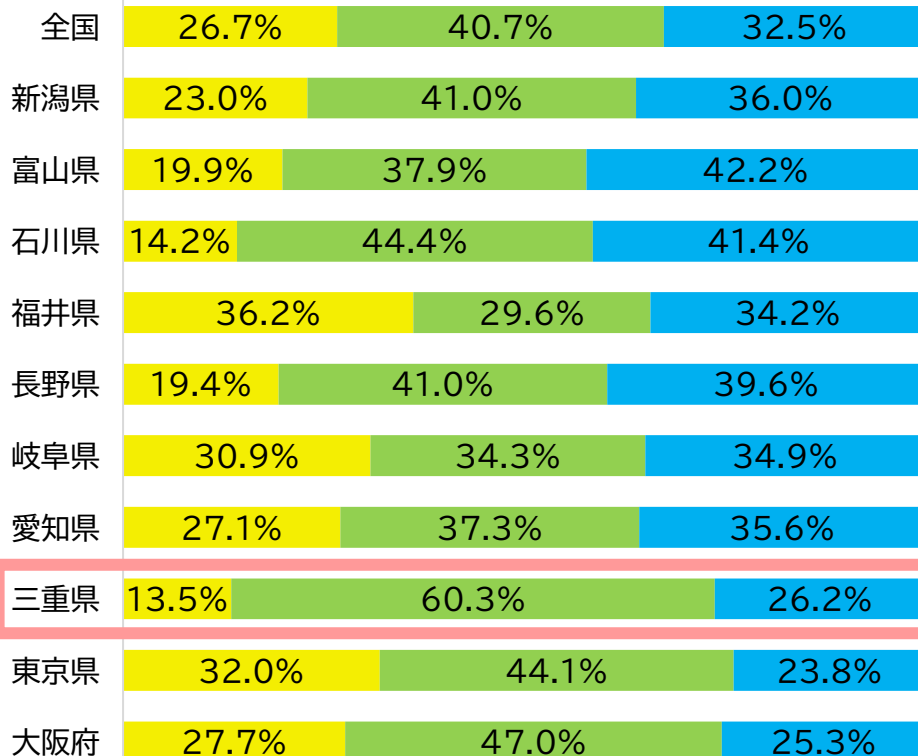
【エリア別】採用数確保に向けての感触



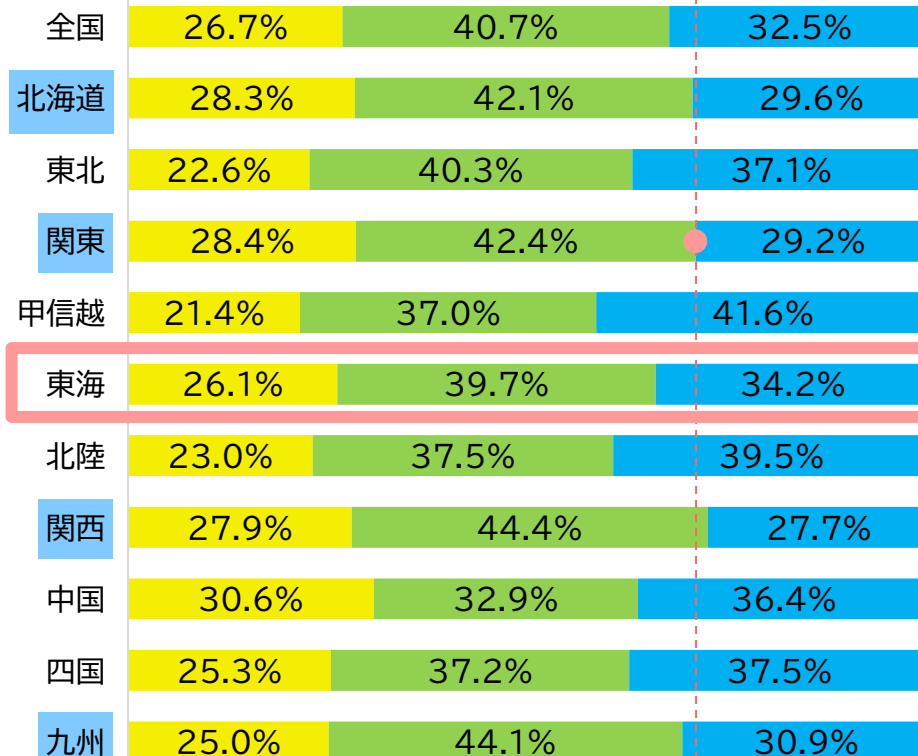
「確保は難しい」の回答割合は建設・小売業界では全体より多く 金融・マスコミ・官公庁・公社・団体は全体の半分以下

【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

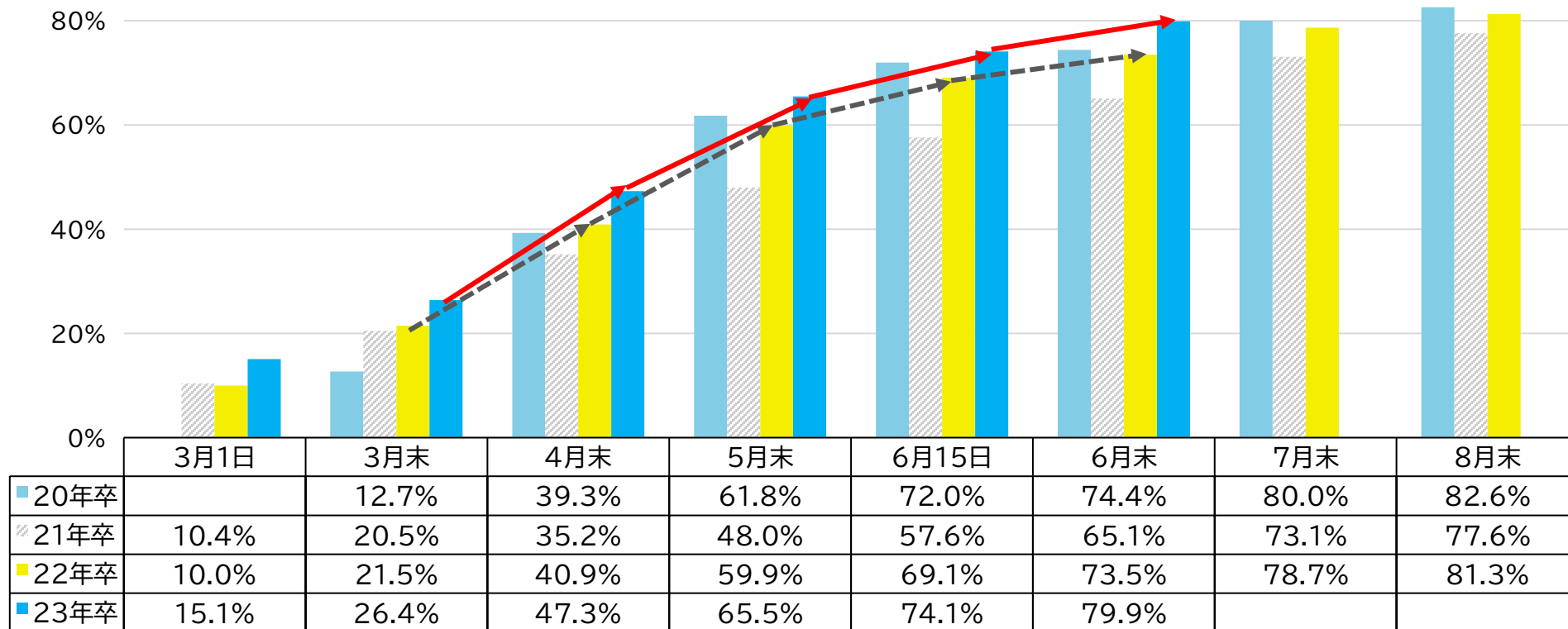


【エリア別】採用数確保に向けての感触



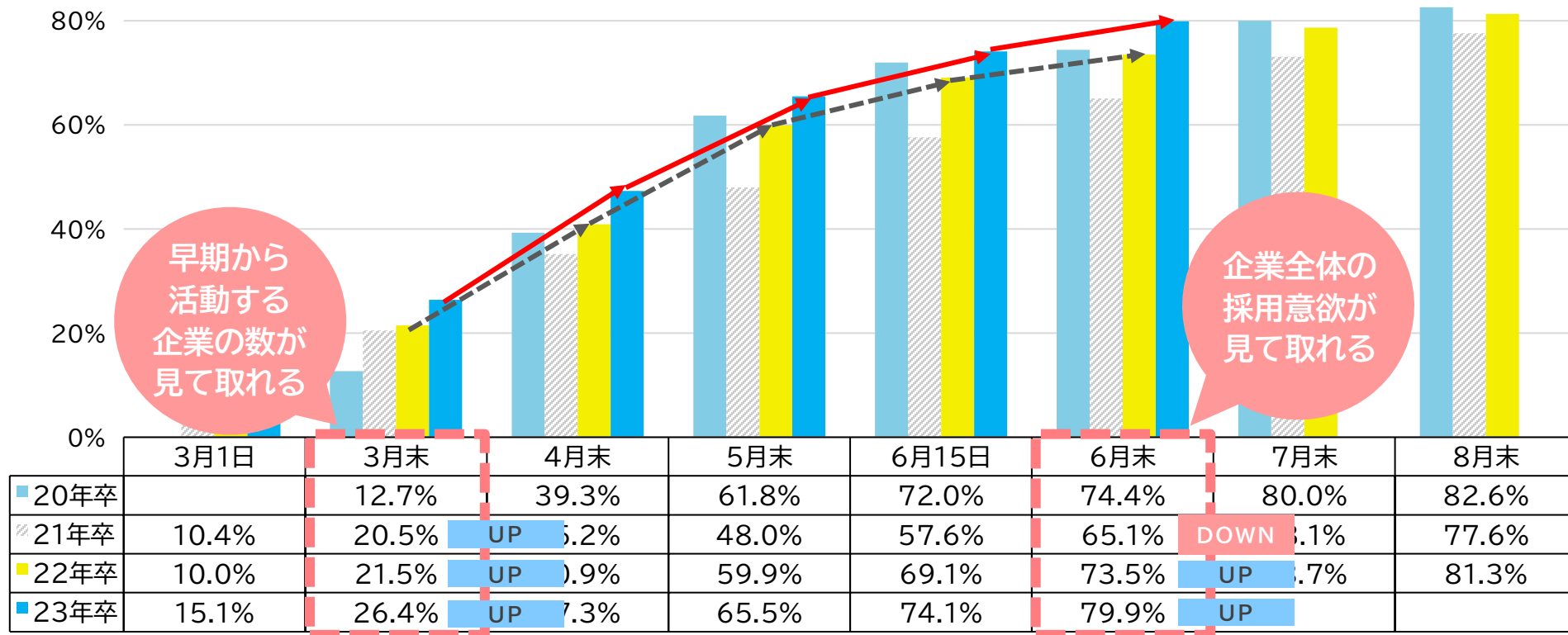
最新の内々定率は79.9%（2023年卒6月末） 前年だけでなく コロナ前の20年卒の数値（74.4%）をも上回る

内々定率の推移



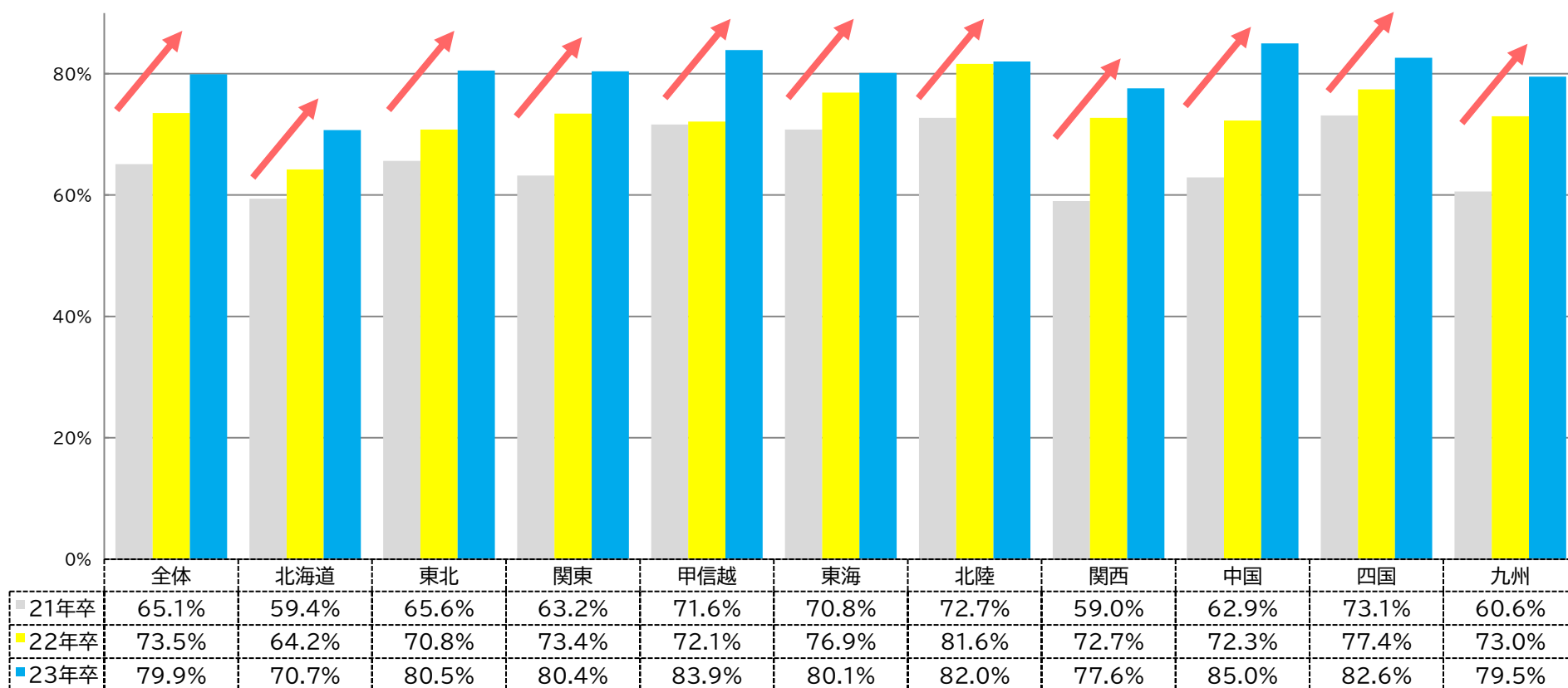
最新の内々定率は79.9%（2023年卒6月末） 前年だけでなく コロナ前の20年卒の数値（74.4%）をも上回る

内々定率の推移



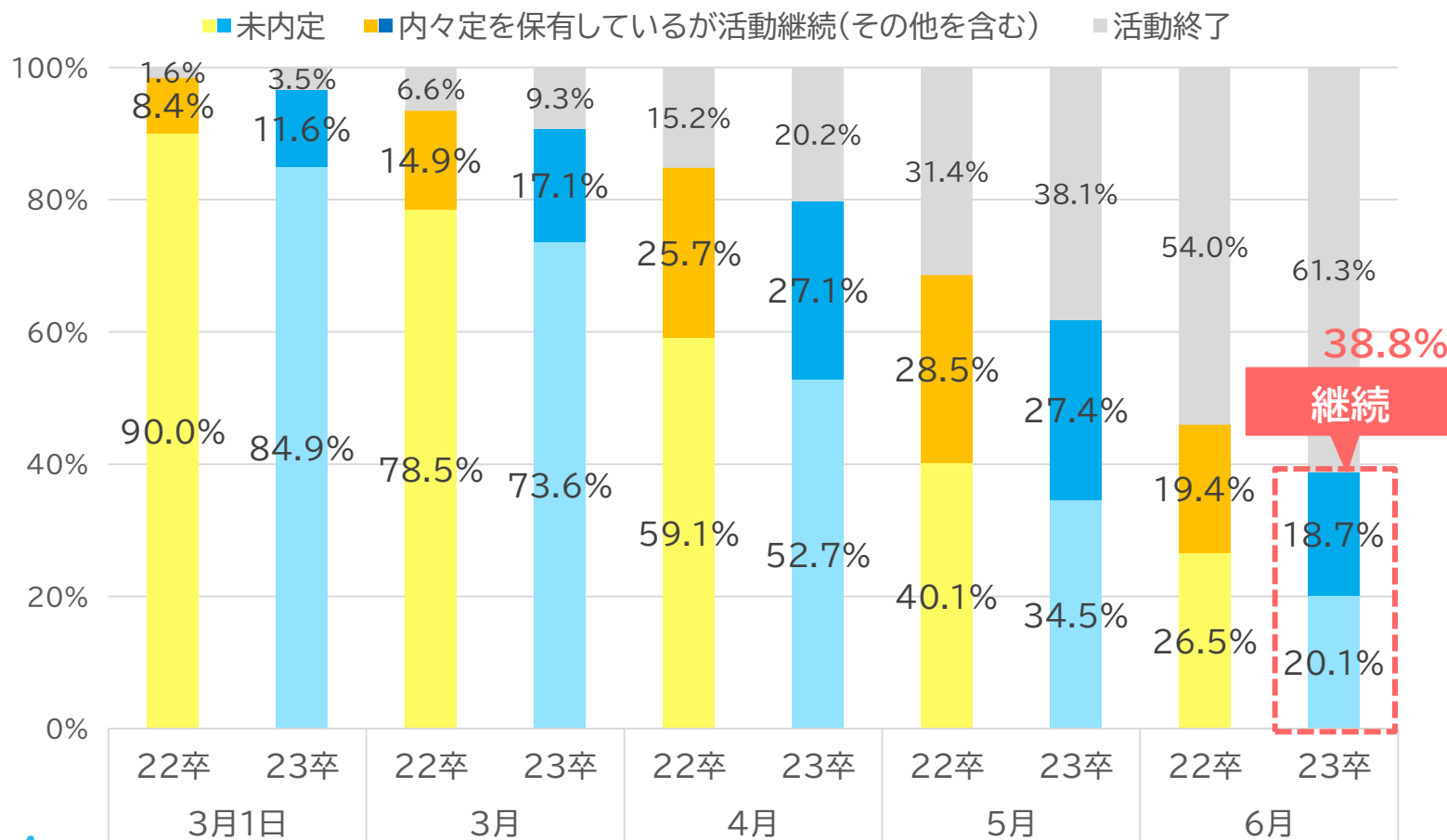
すべてのエリアで前年(22年卒)の数値を上回る結果に

【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

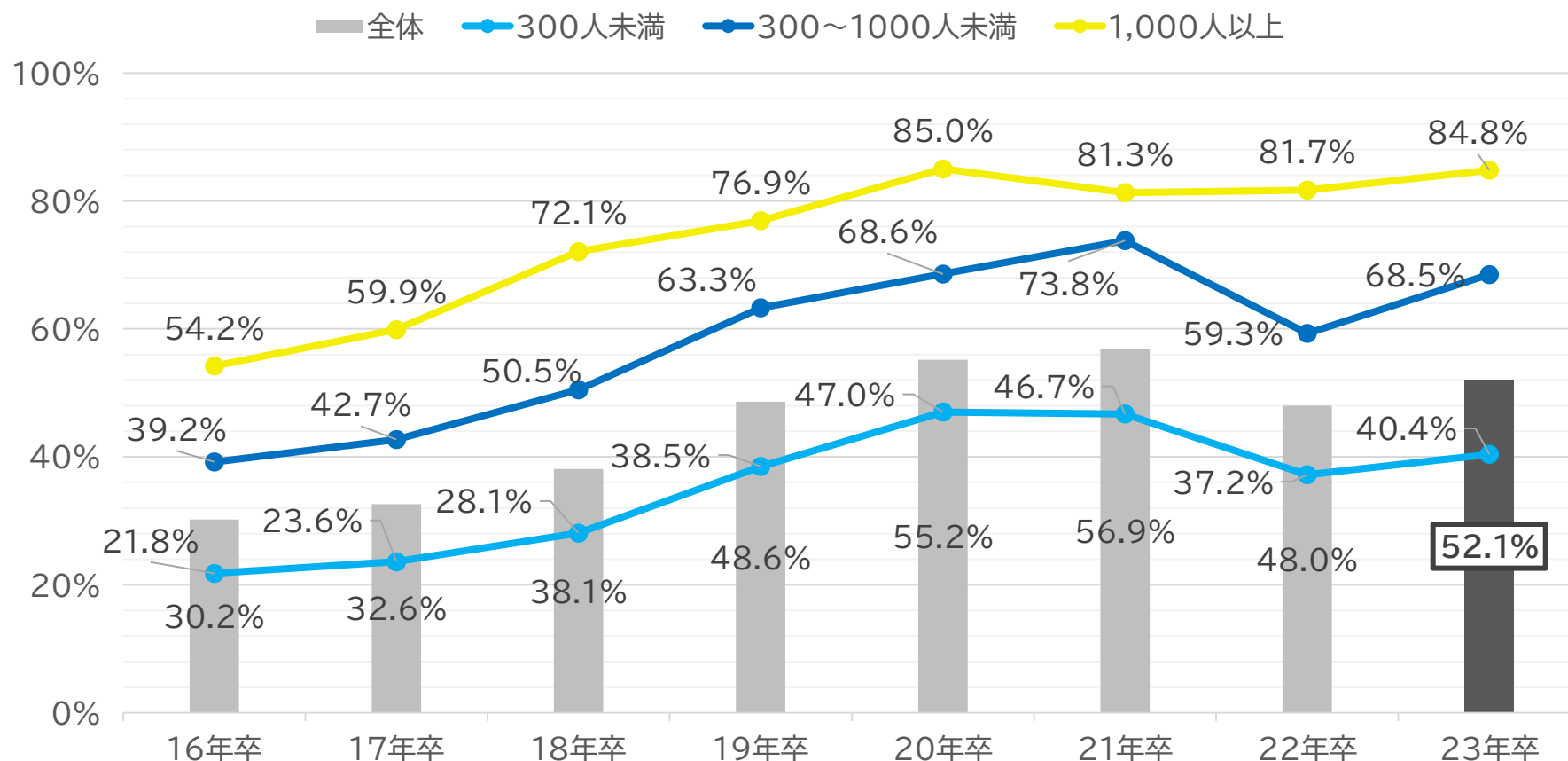
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 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

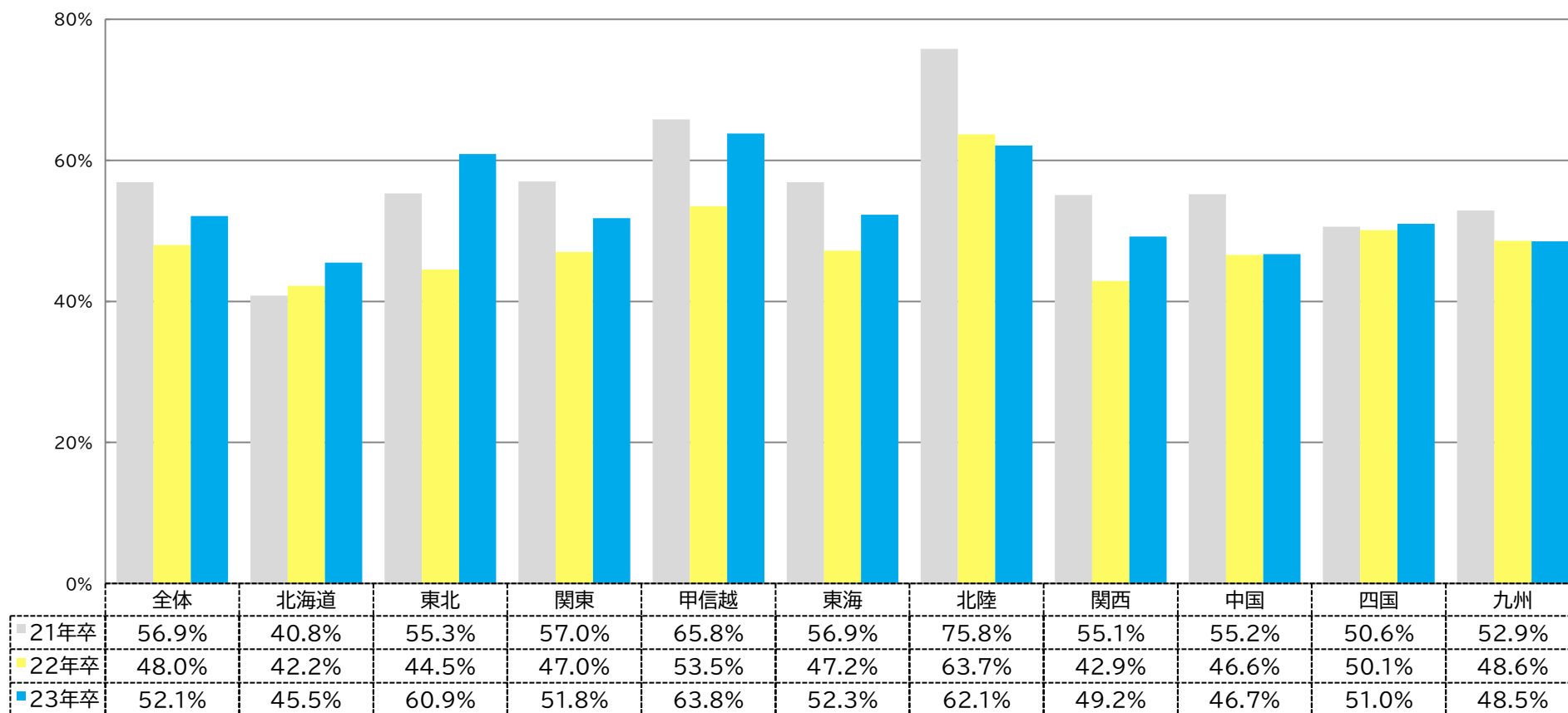


出所: 2023年卒マイナビ企業採用活動調査(6月実施)

(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

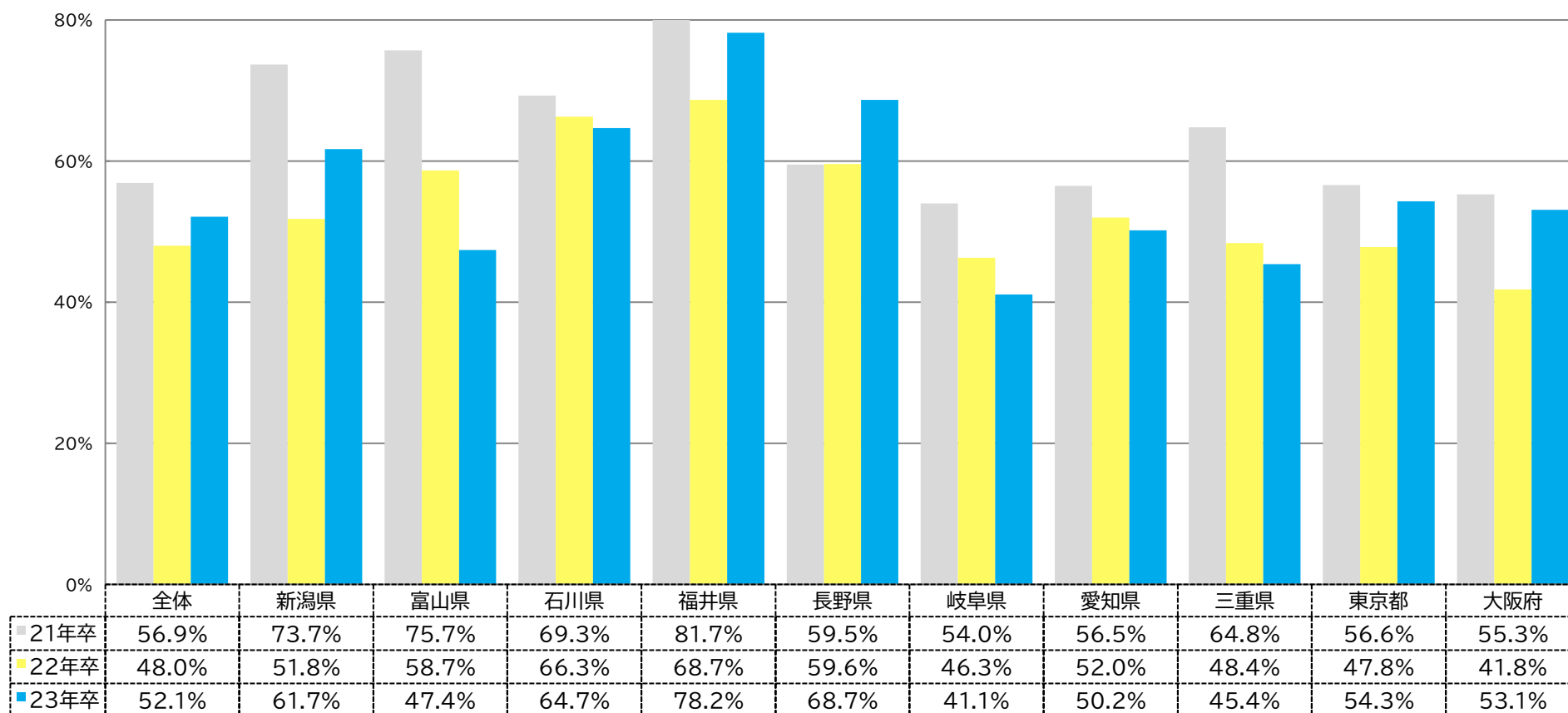
エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【エリア別】 インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



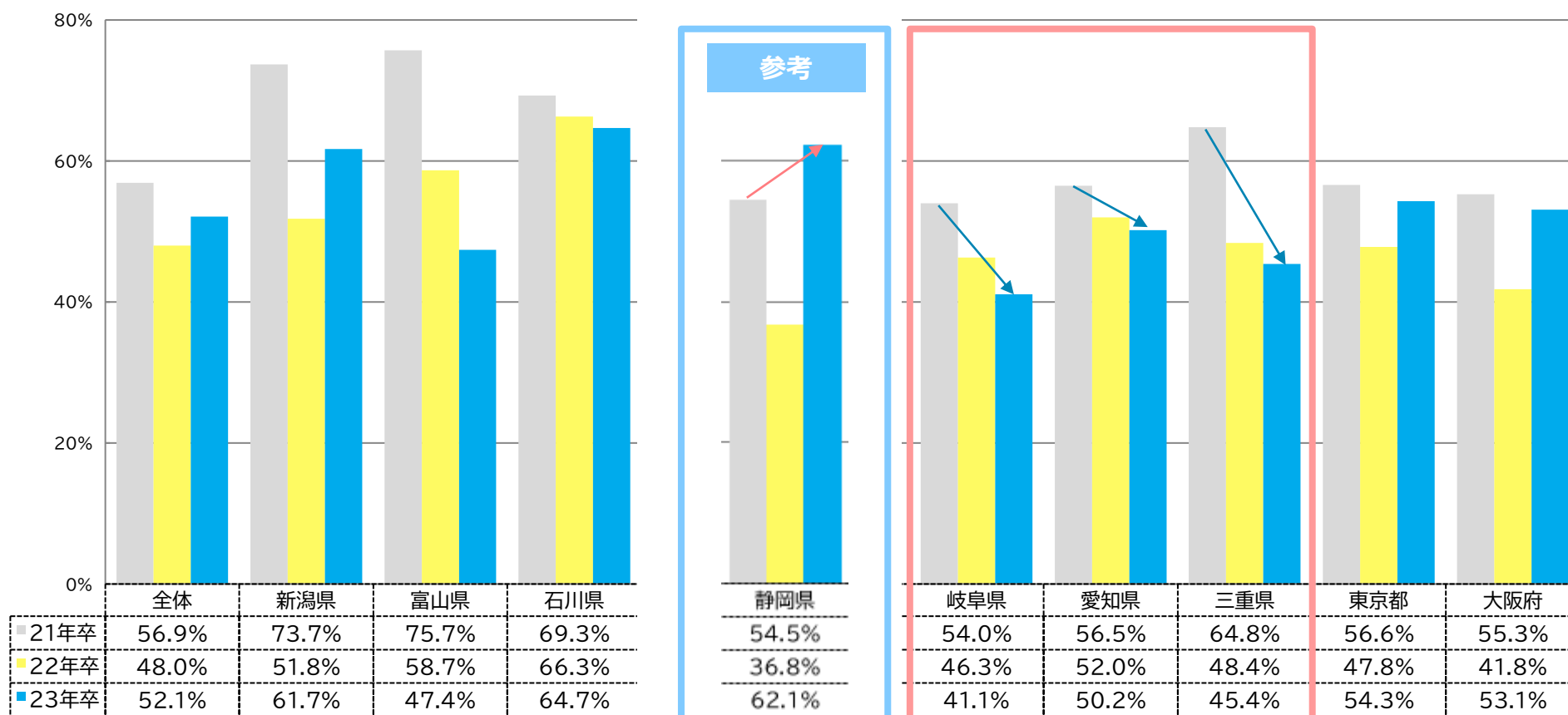
エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



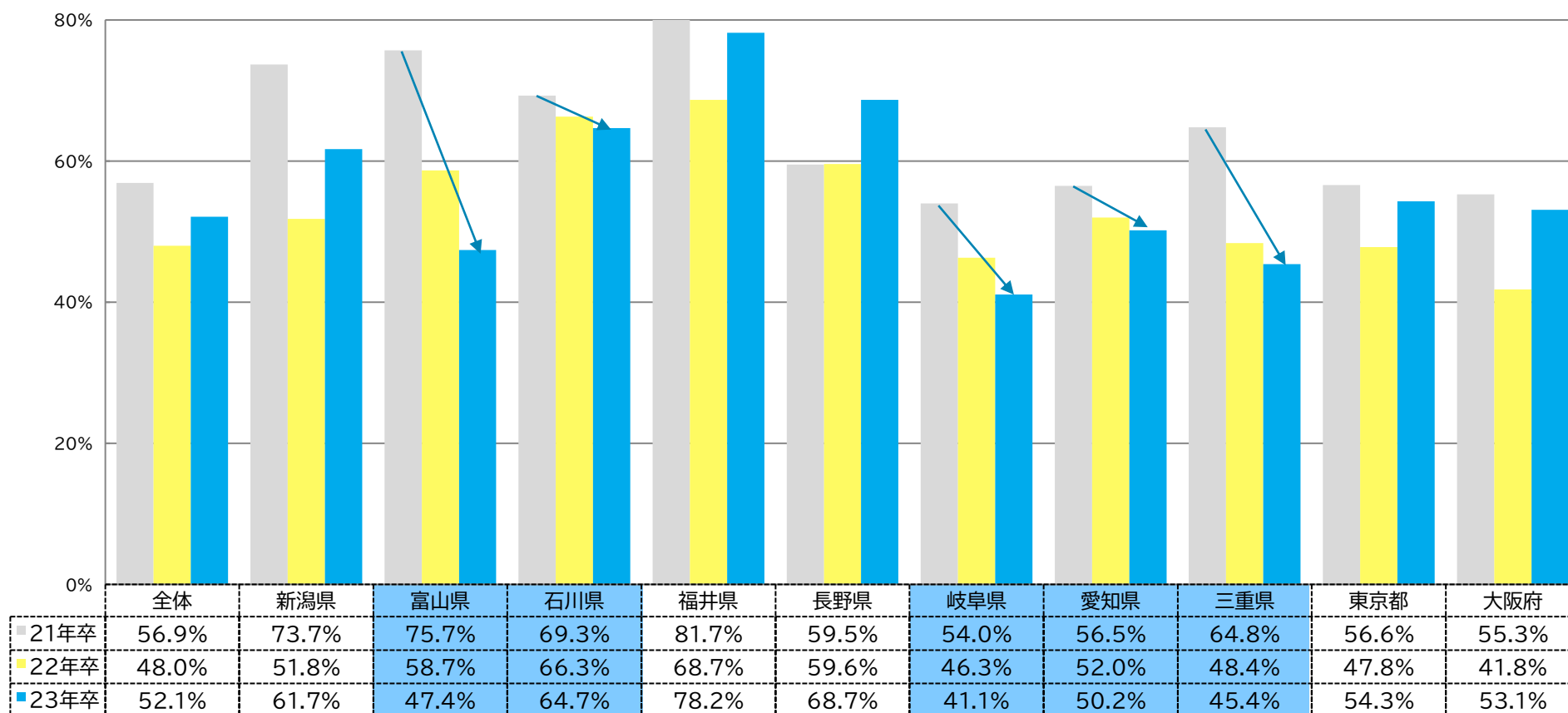
エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率

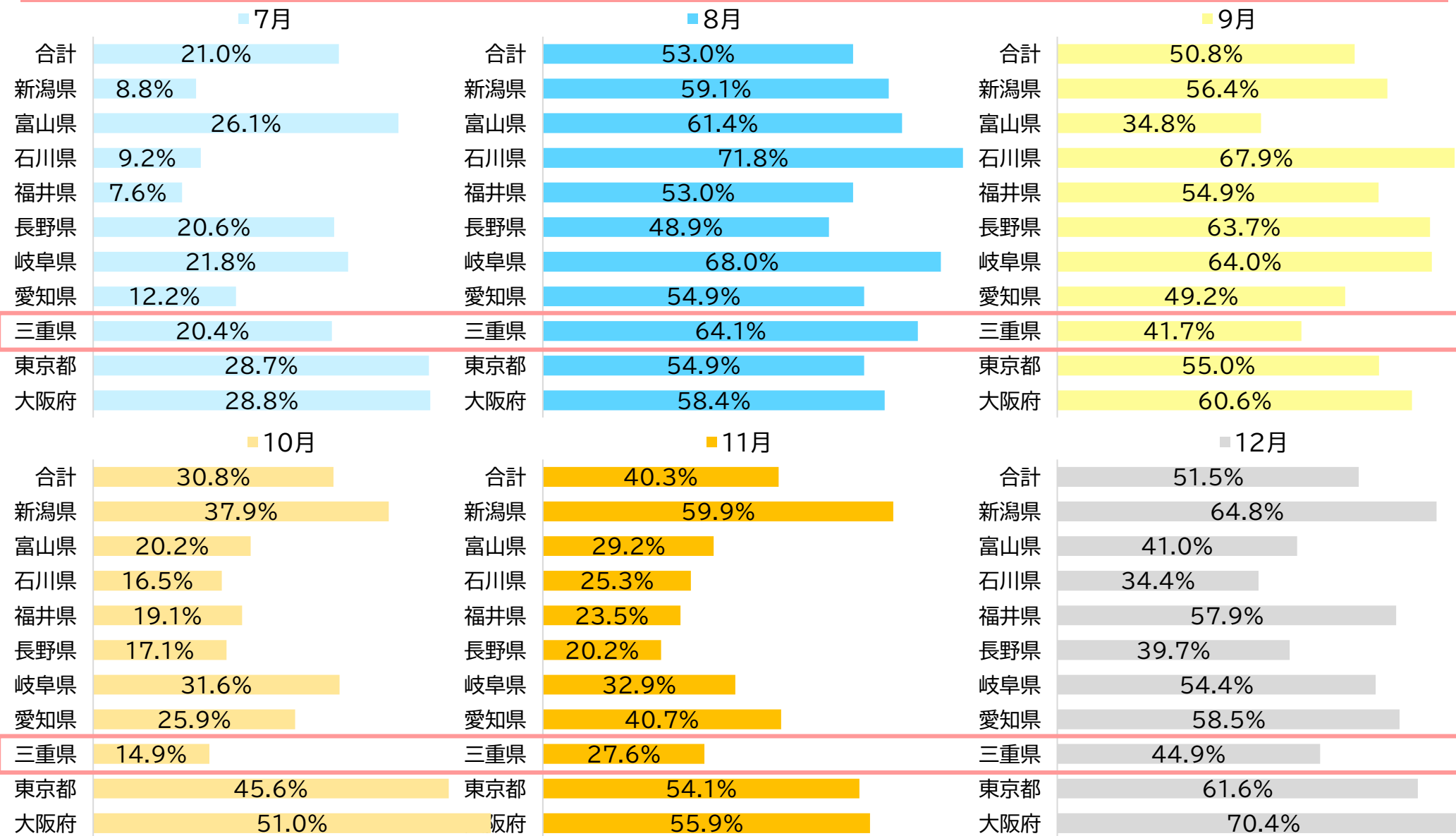


エリアにより実施率に若干の差あり 45.5%(北海道)～63.8%(甲信越)

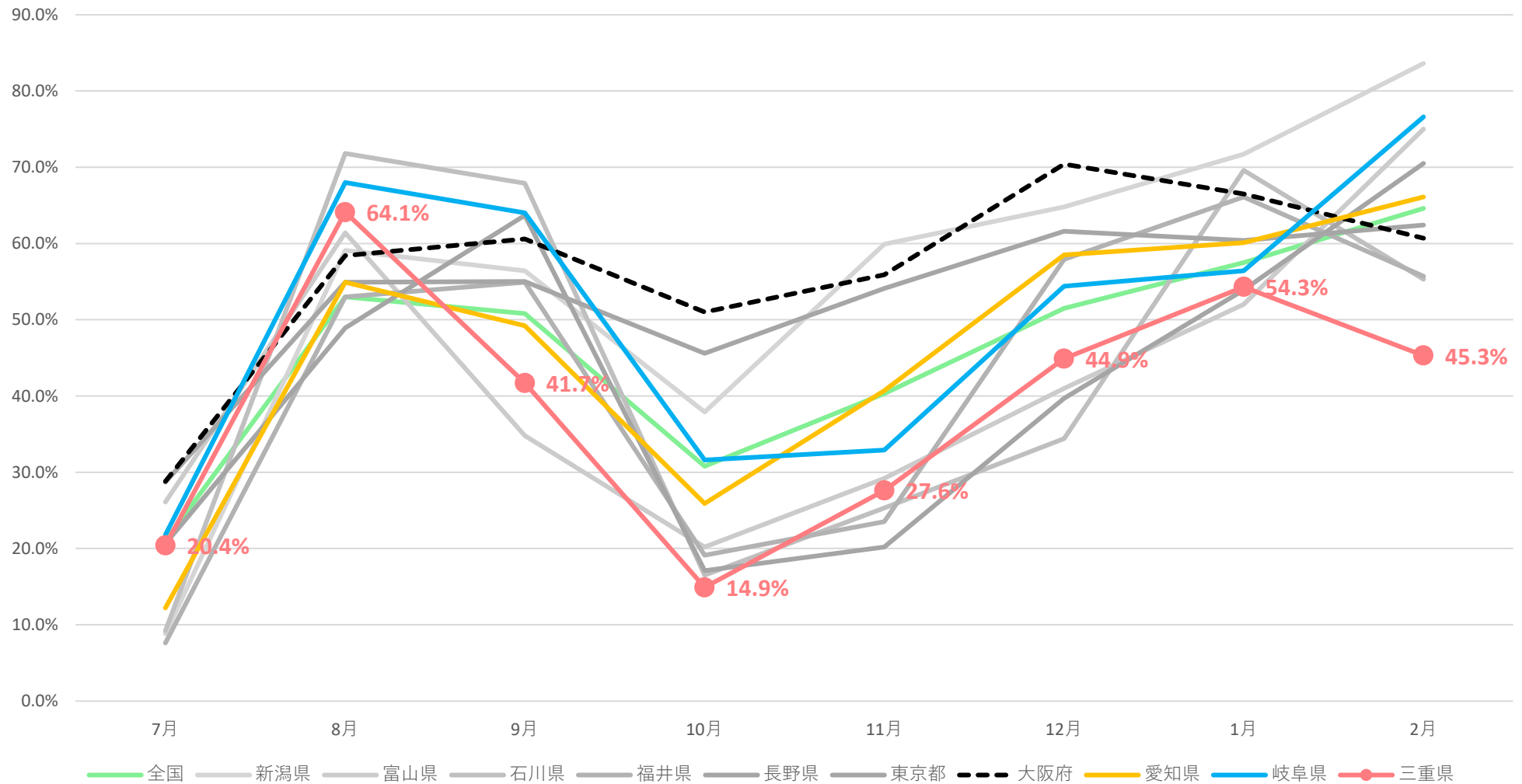
【県別】インターンシップ・ワンデー仕事体験 実施率



【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

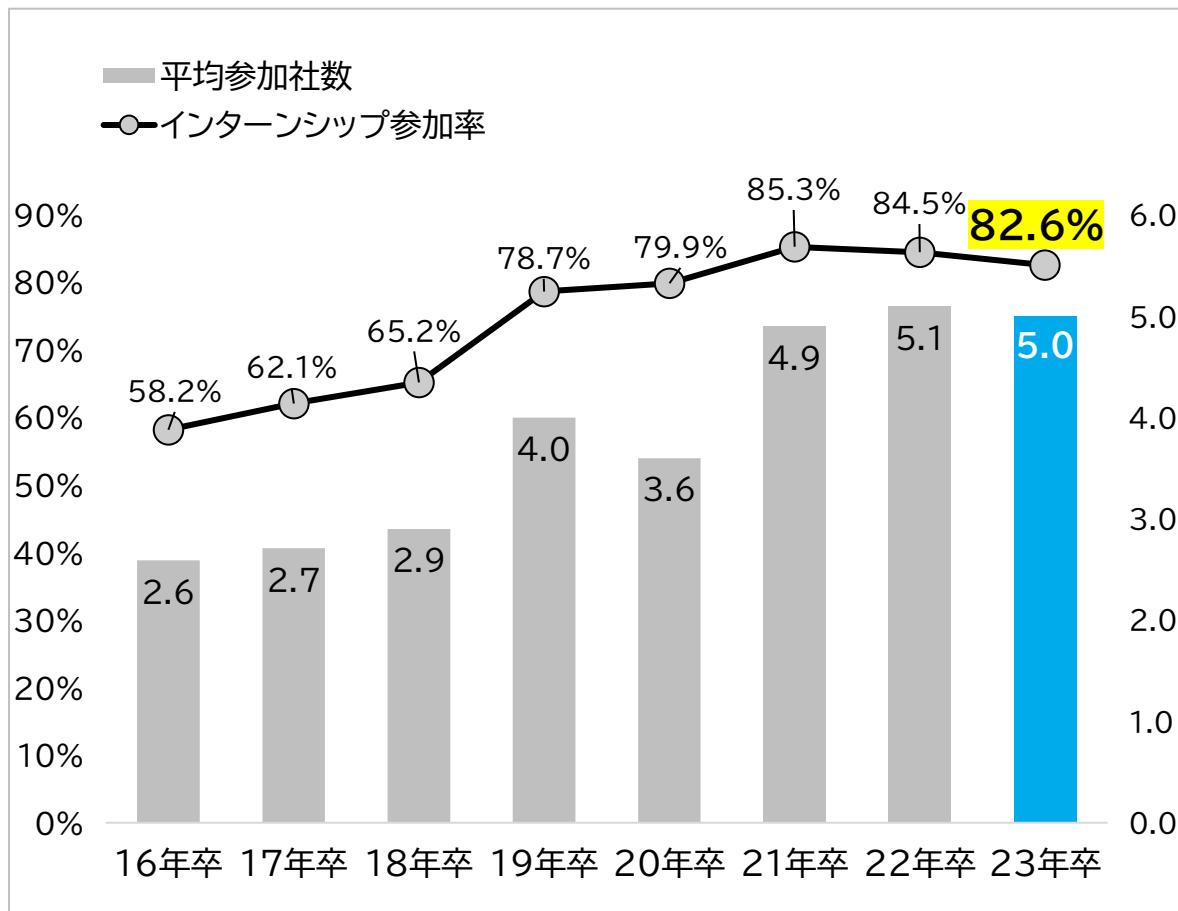


【県別】 インターンシップの実施時期 その月にインターンシップ実施したか？ ⇒ 「はい」と回答した企業の割合



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%）



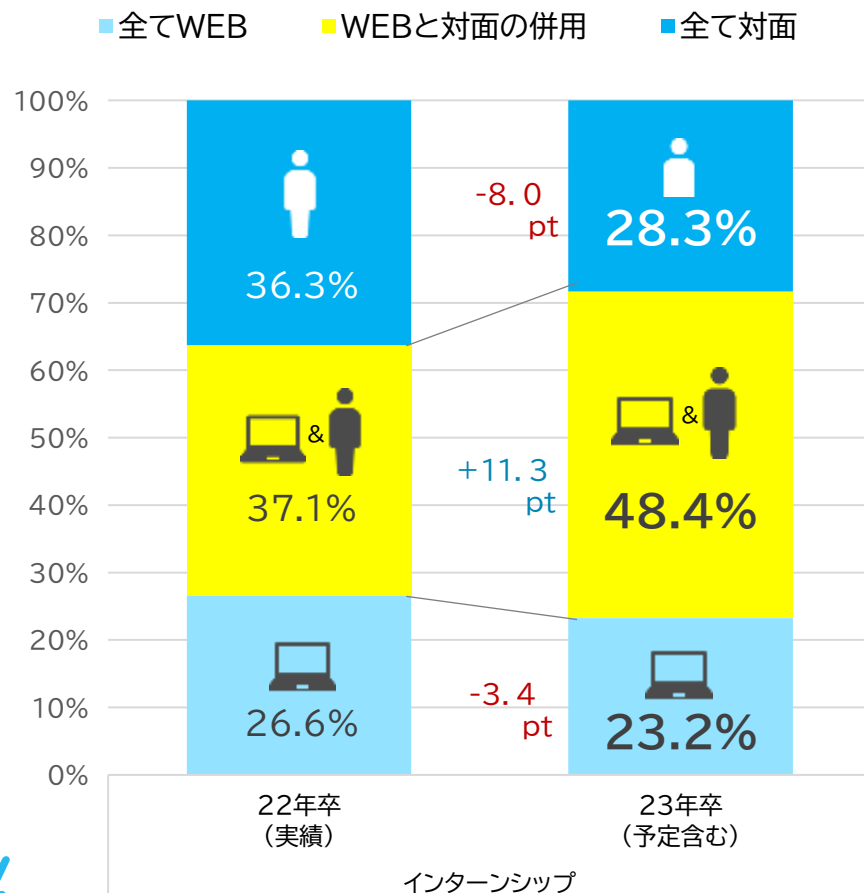
■ アピールの場としても活用



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/>

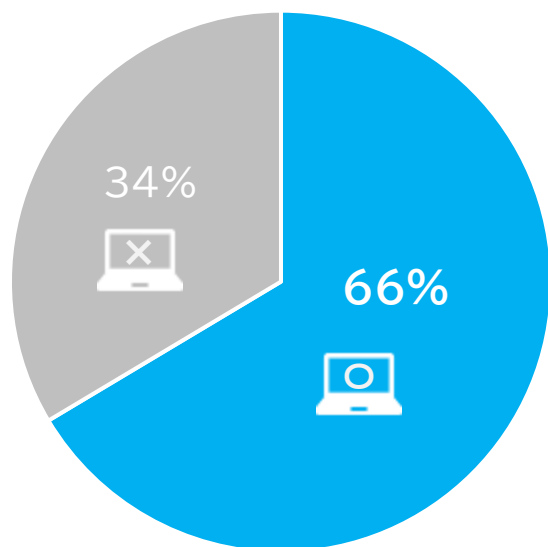
インターンシップアワード

検索



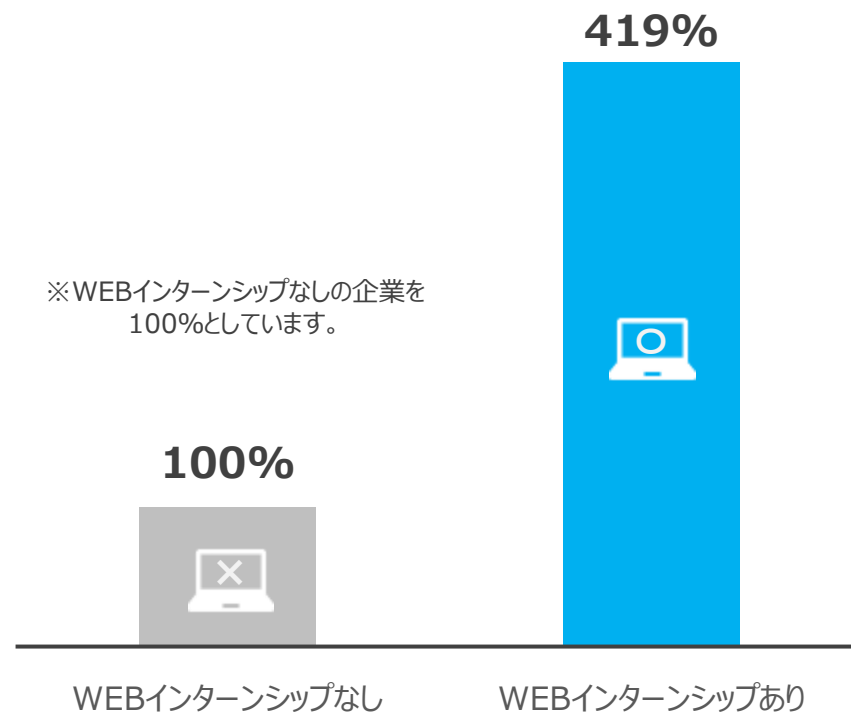
マイナビでのエントリー数確保の観点においては 「WEBインターンシップあり」に軍配

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

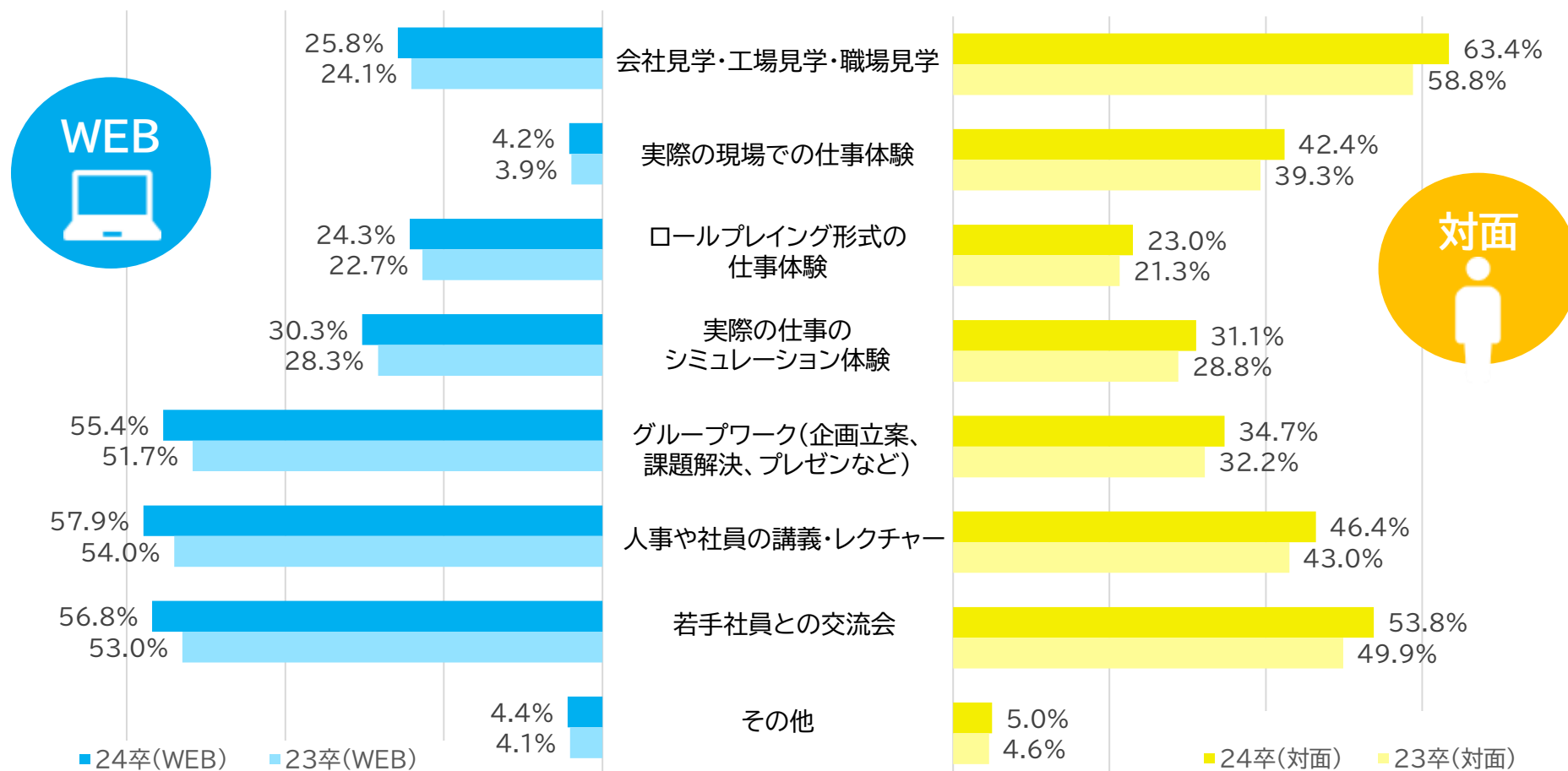


※開催地域「WEB」を1コース以上設定し、1月31日時点で公開中の企業をWEBインターンシップありとしています。

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

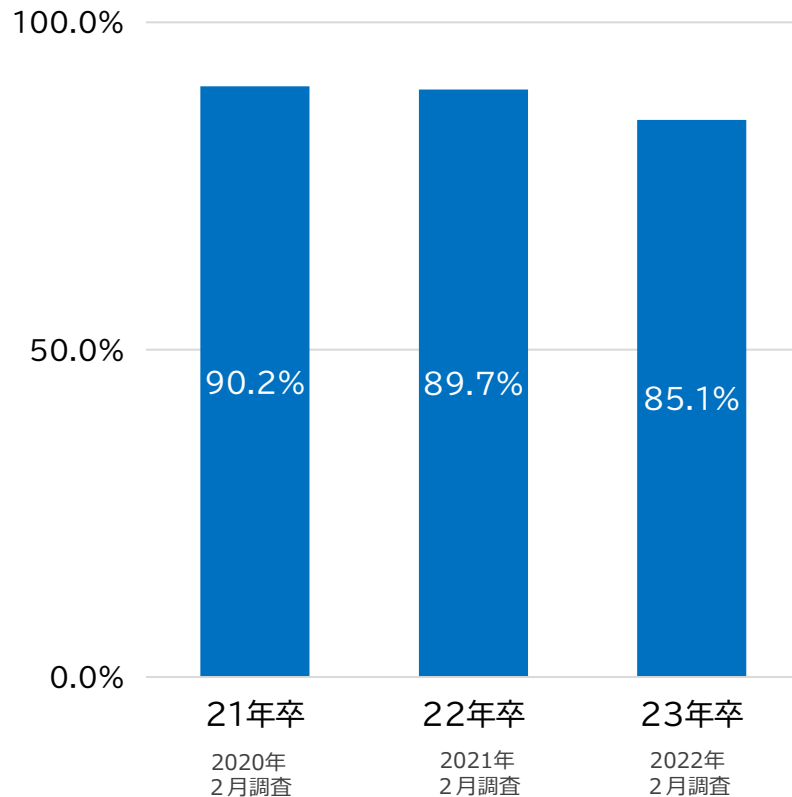
(2) インターンシップ(プレ期間)

※ 採用広報活動前の期間

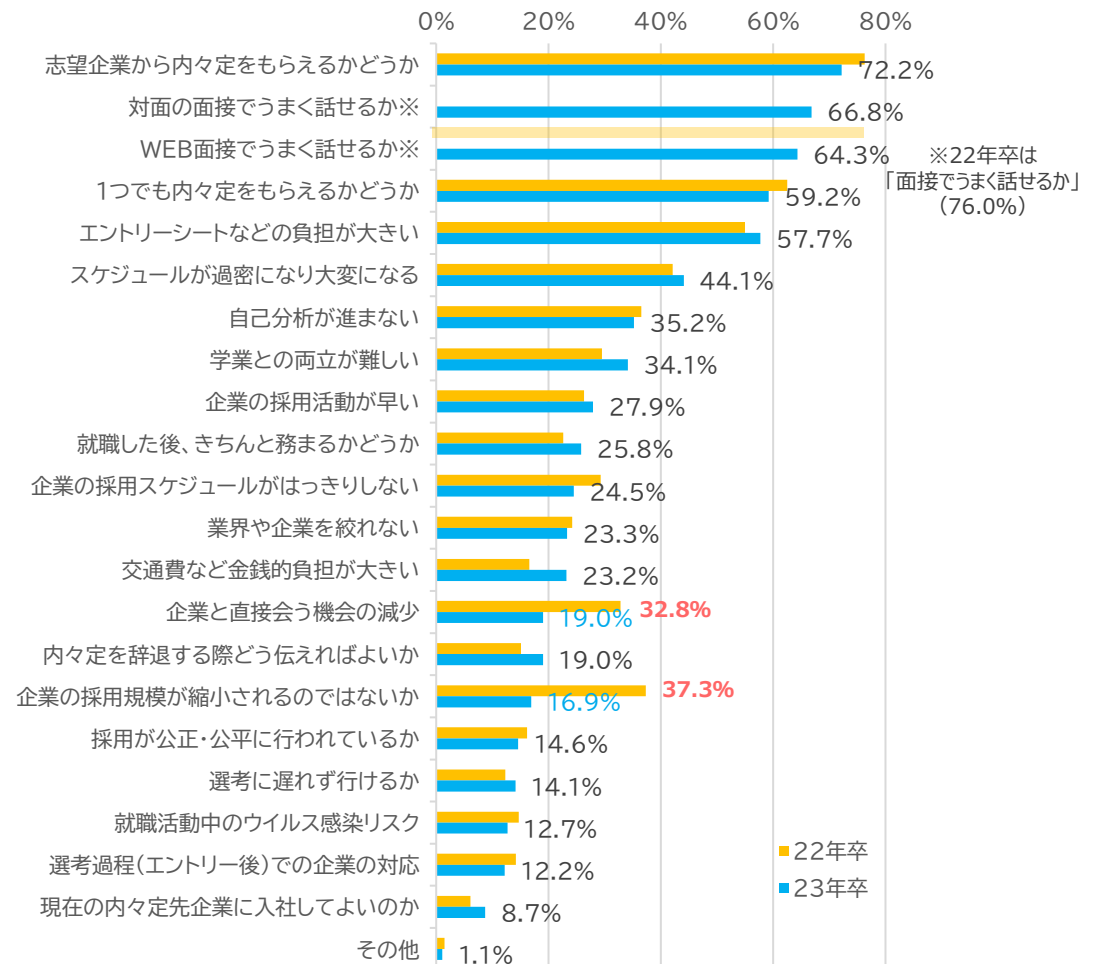
(3) 採用広報と選考活動

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

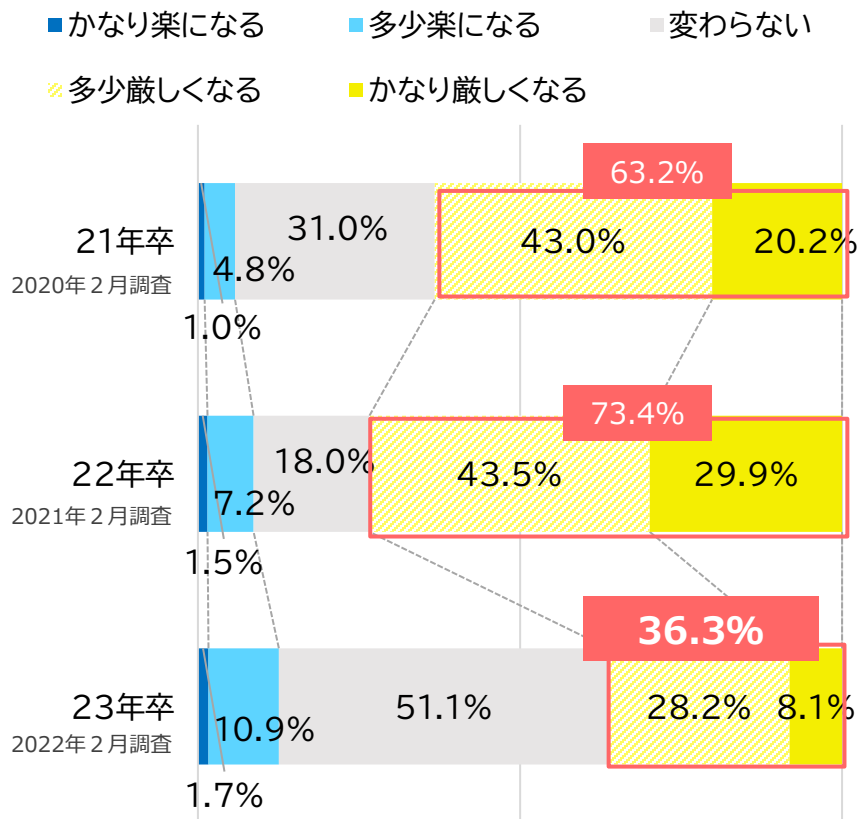


就職活動で不安に思う要因【複数回答】（データラベルは23年卒のみ表示）



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

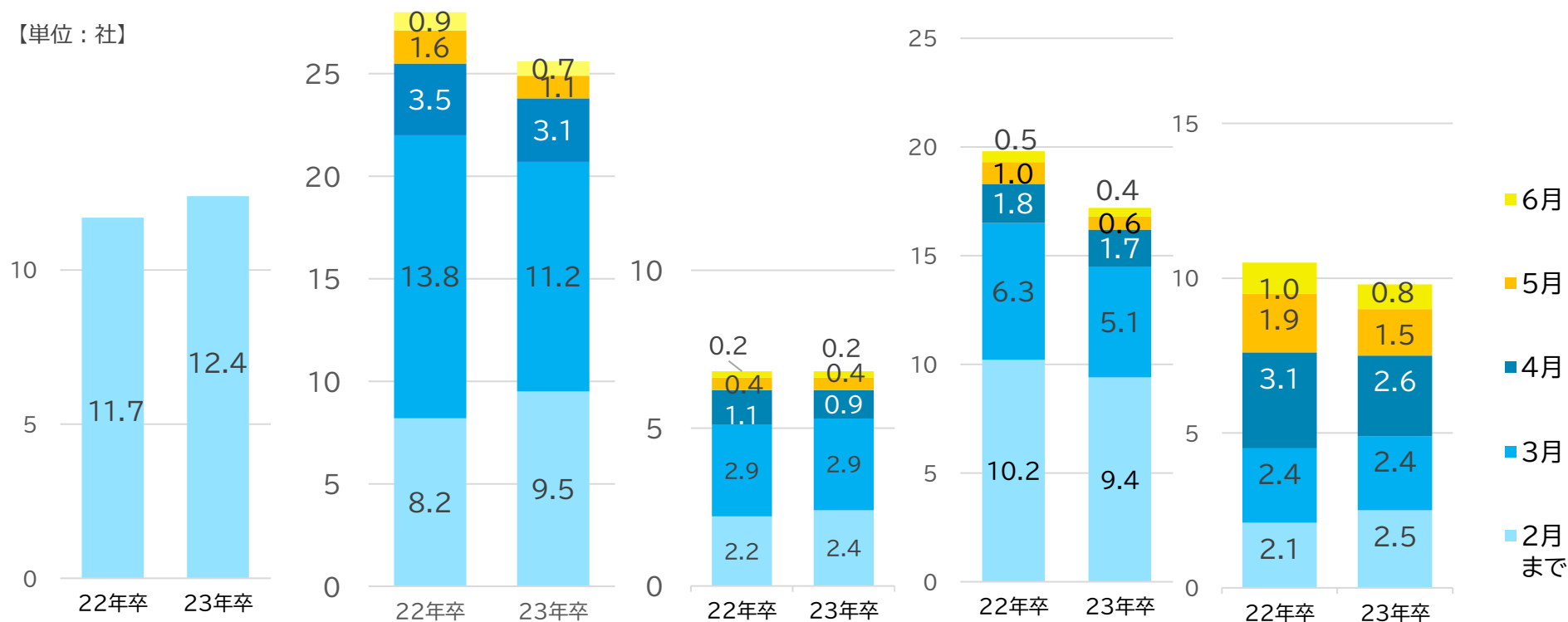
企業の採用人数が減ると思うから

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

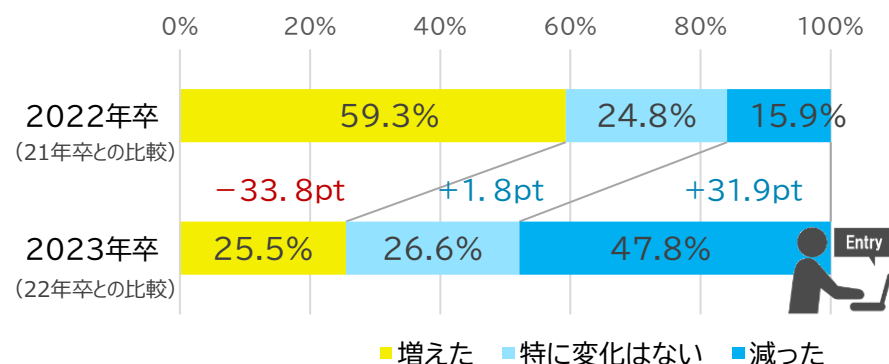
【単位：社】



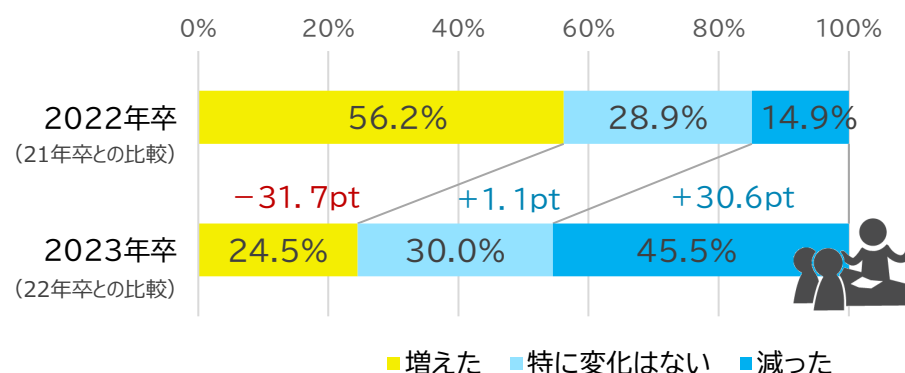
6月までの
行動量比較

「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

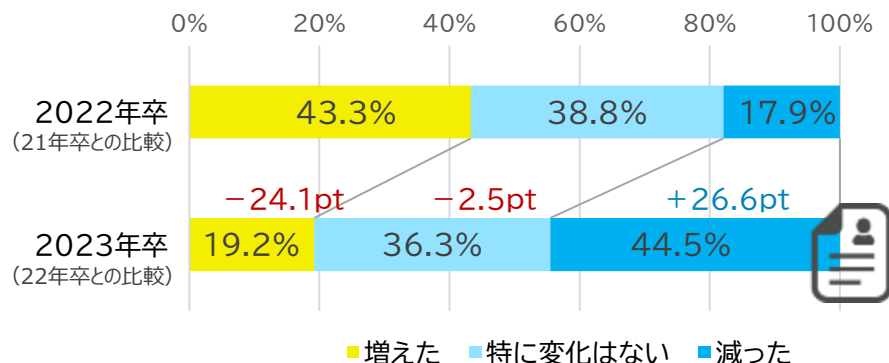
【エントリー学生数】前年の採用との比較



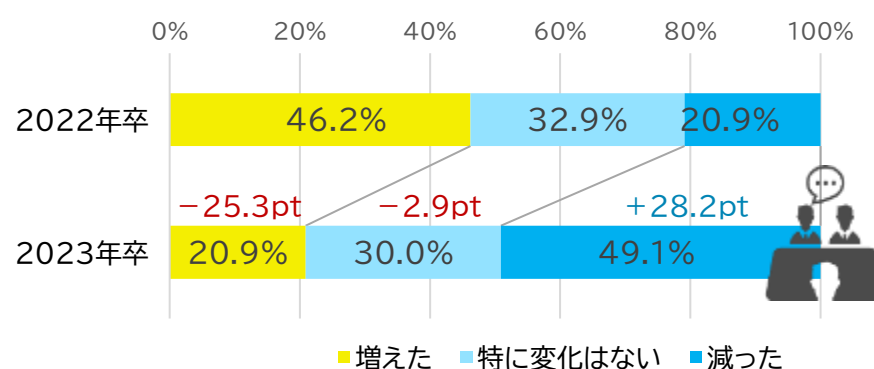
【個別企業セミナー参加人数】前年の採用との比較



【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

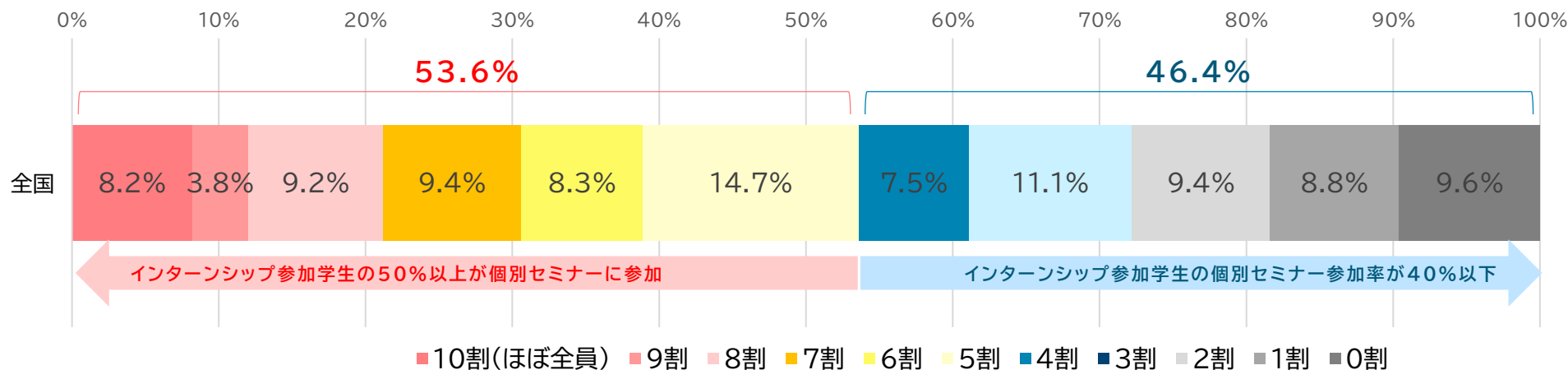


インターンシップから個別企業セミナーへのつながりも エントリーや選考参加と同様に 二極化している

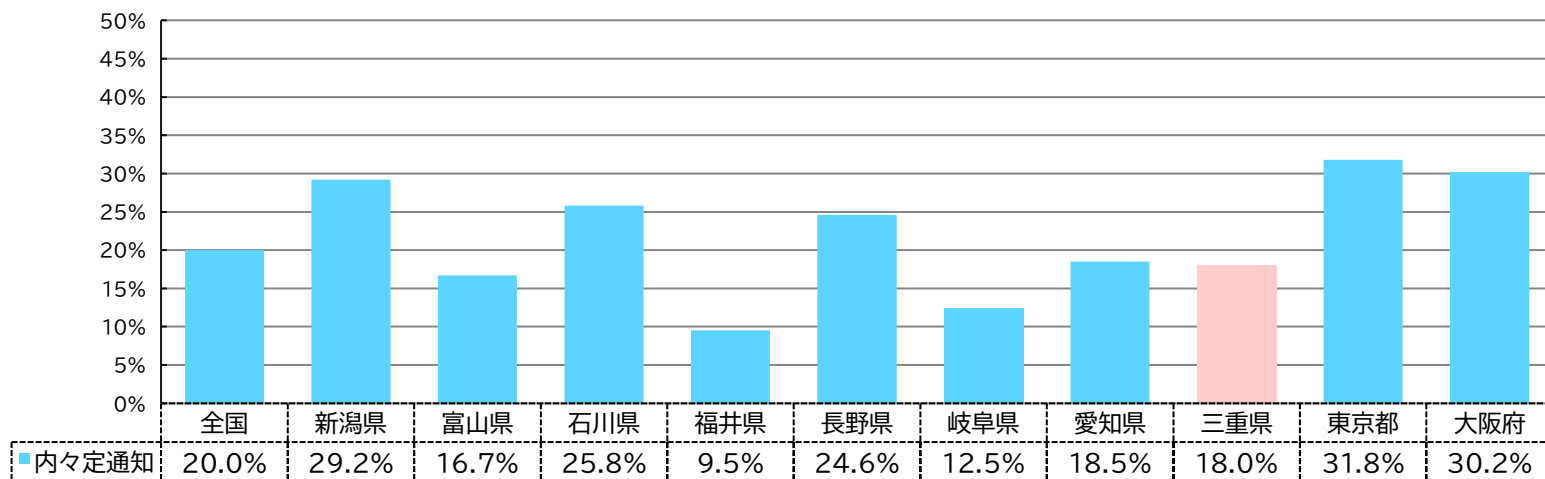
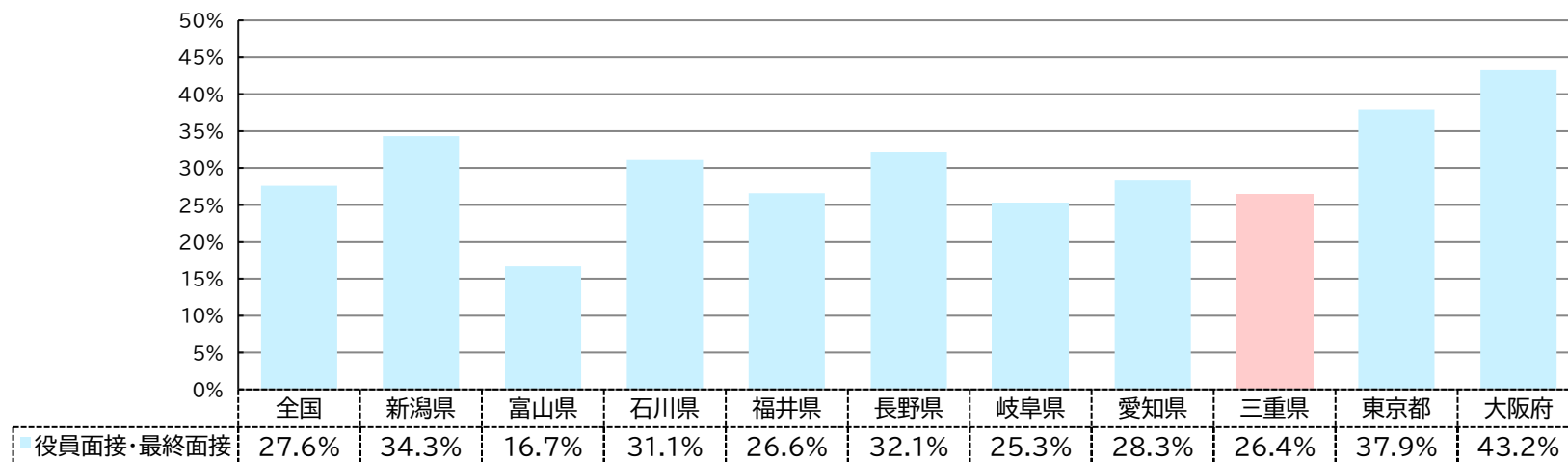
インターンシップ(IS)・ワンデー仕事体験からの個別企業セミナー参加状況

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

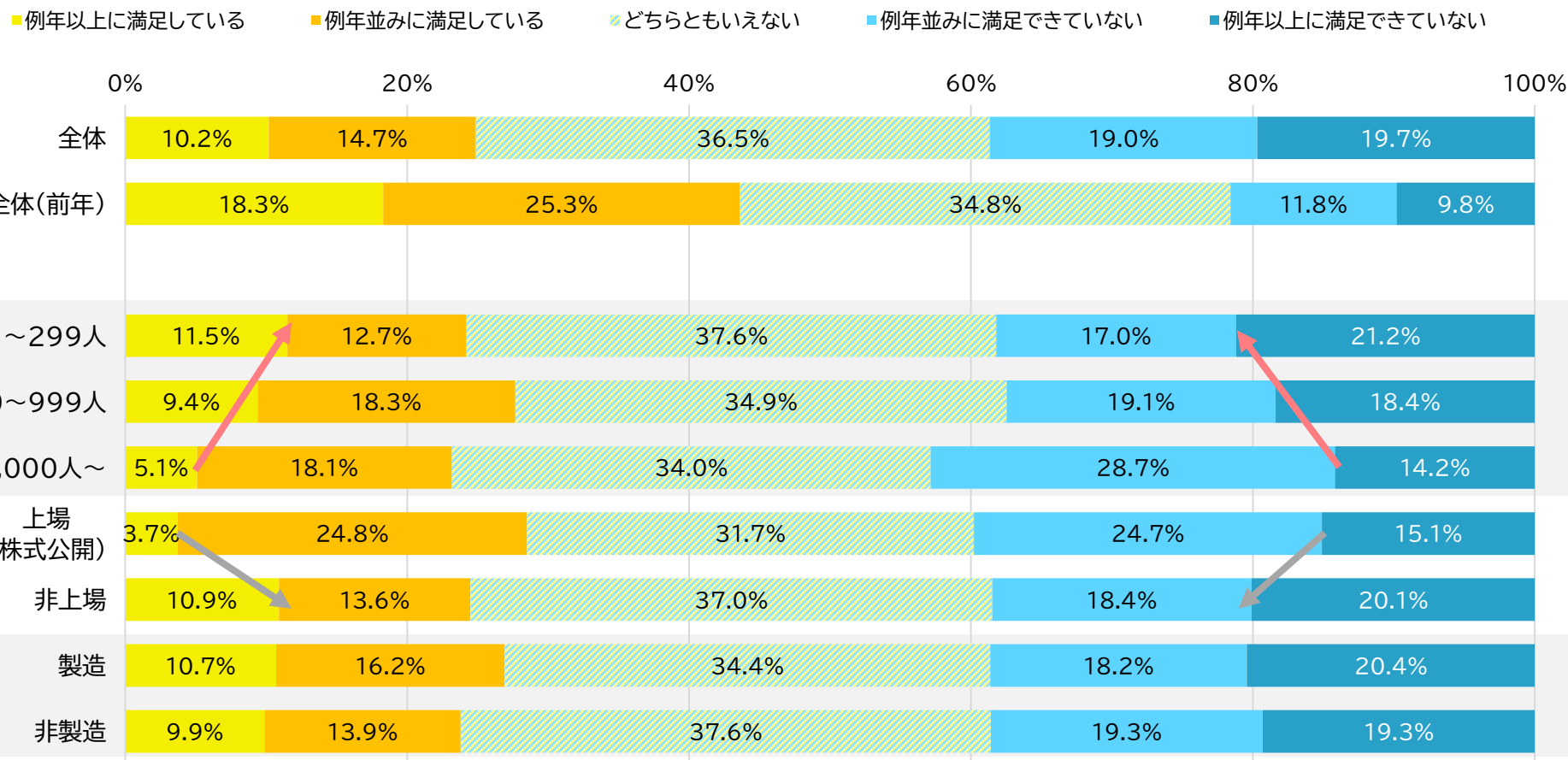
② 分析

- 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

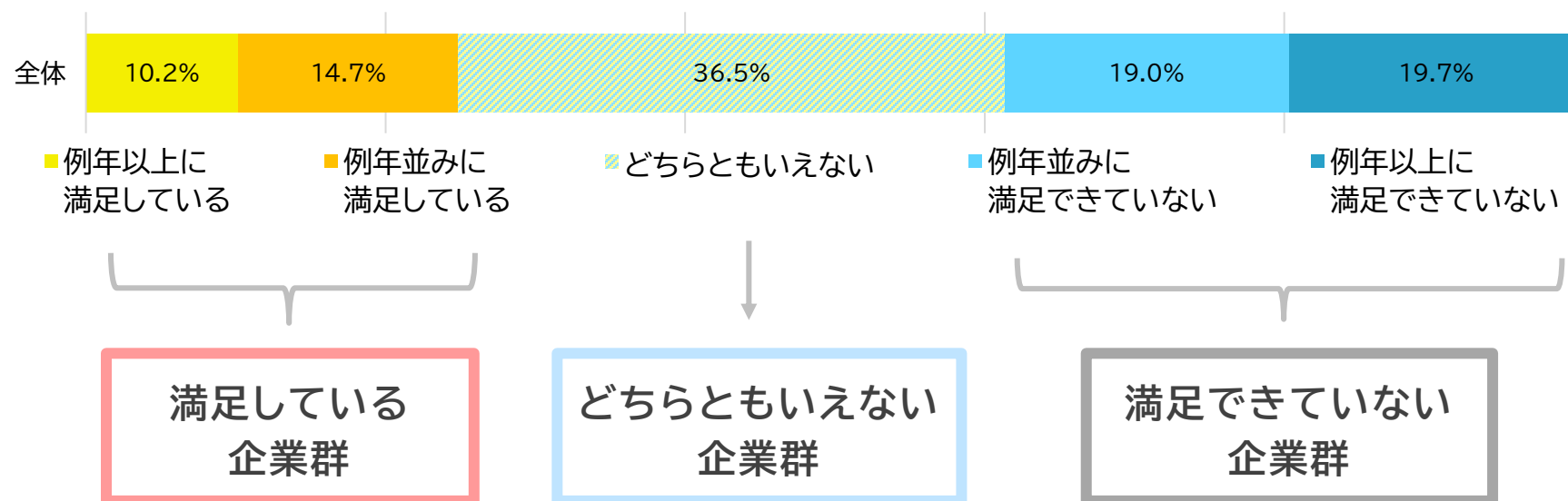


採用総合満足度の高い企業群と低い企業群を比較

(1) 評価に影響する要因の確認

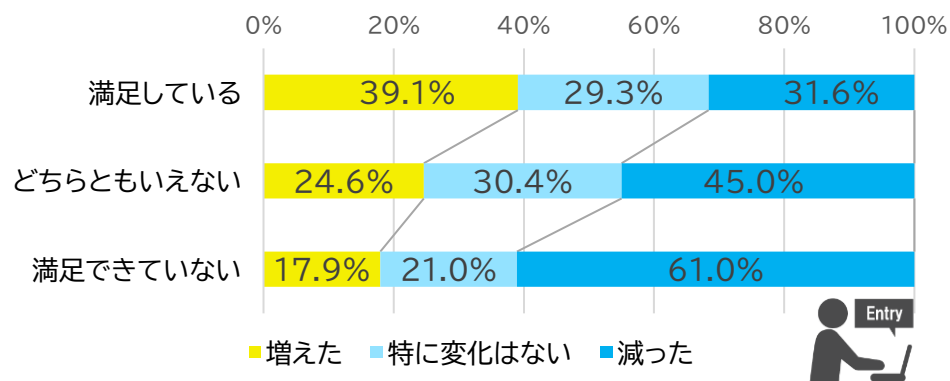
(2) それぞれの企業群で実施した「施策」の違いや傾向

▼ 2023年卒 採用活動の総合的な評価について

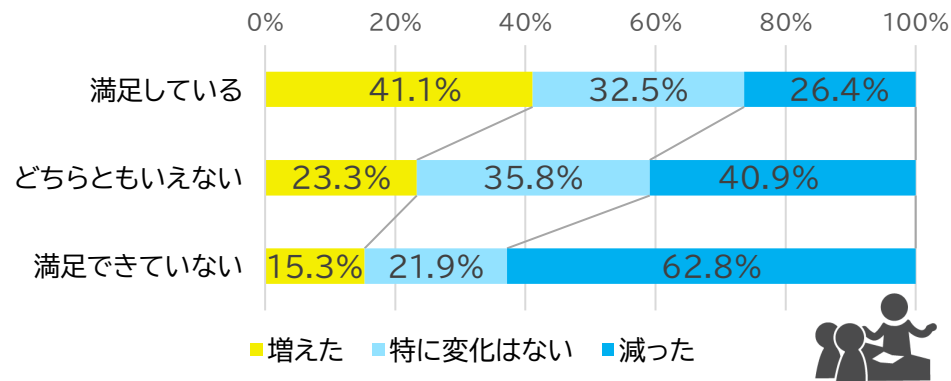


エントリーから選考受験まで 人数増減と満足度に相関関係が見られる 満足している企業群も「減った」の割合は3割ほどあり

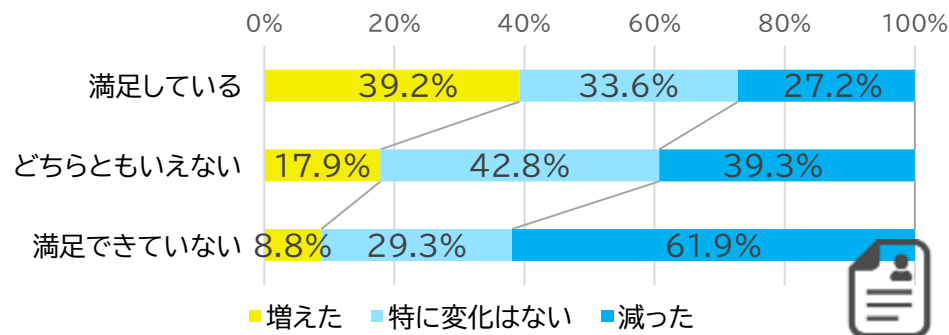
【エントリー学生数】23年卒と前年の比較



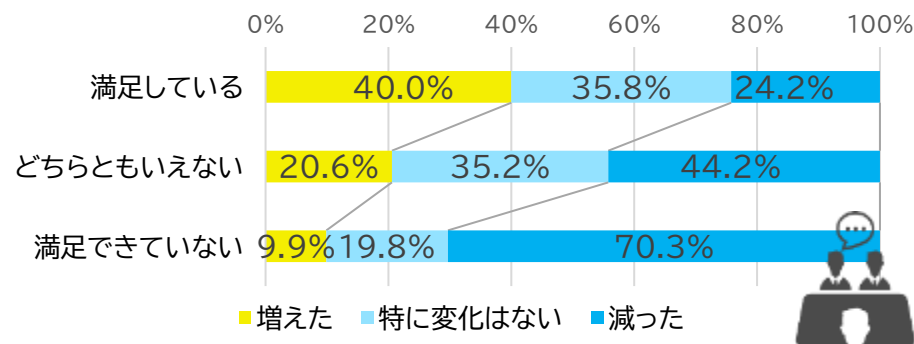
【個別企業セミナー参加人数】23年卒と前年の比較



【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



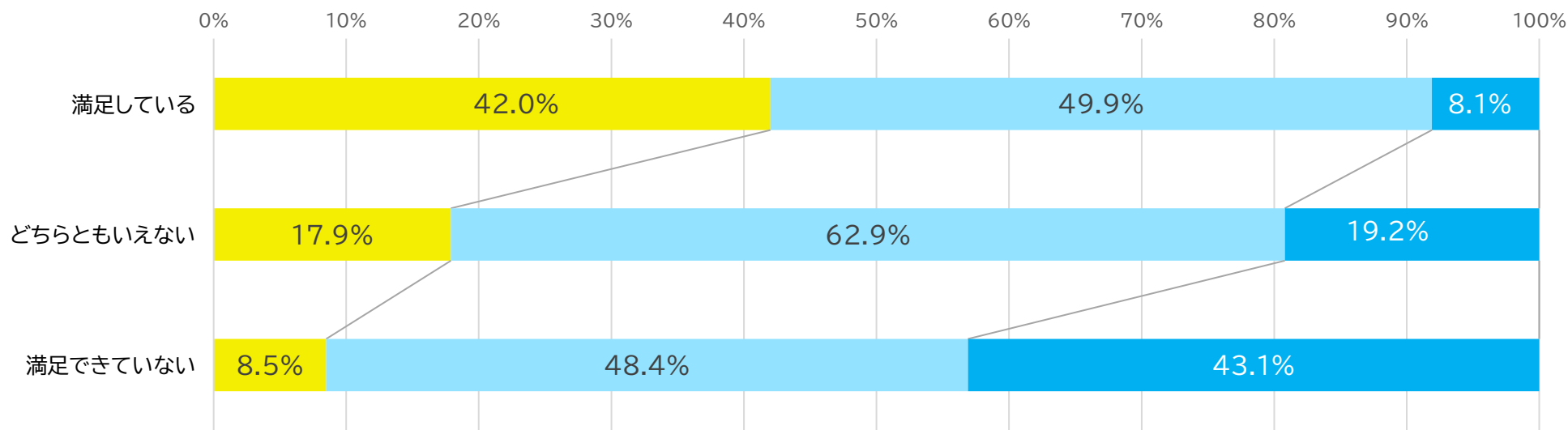
【選考の受験者数】23年卒と前年の比較



「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

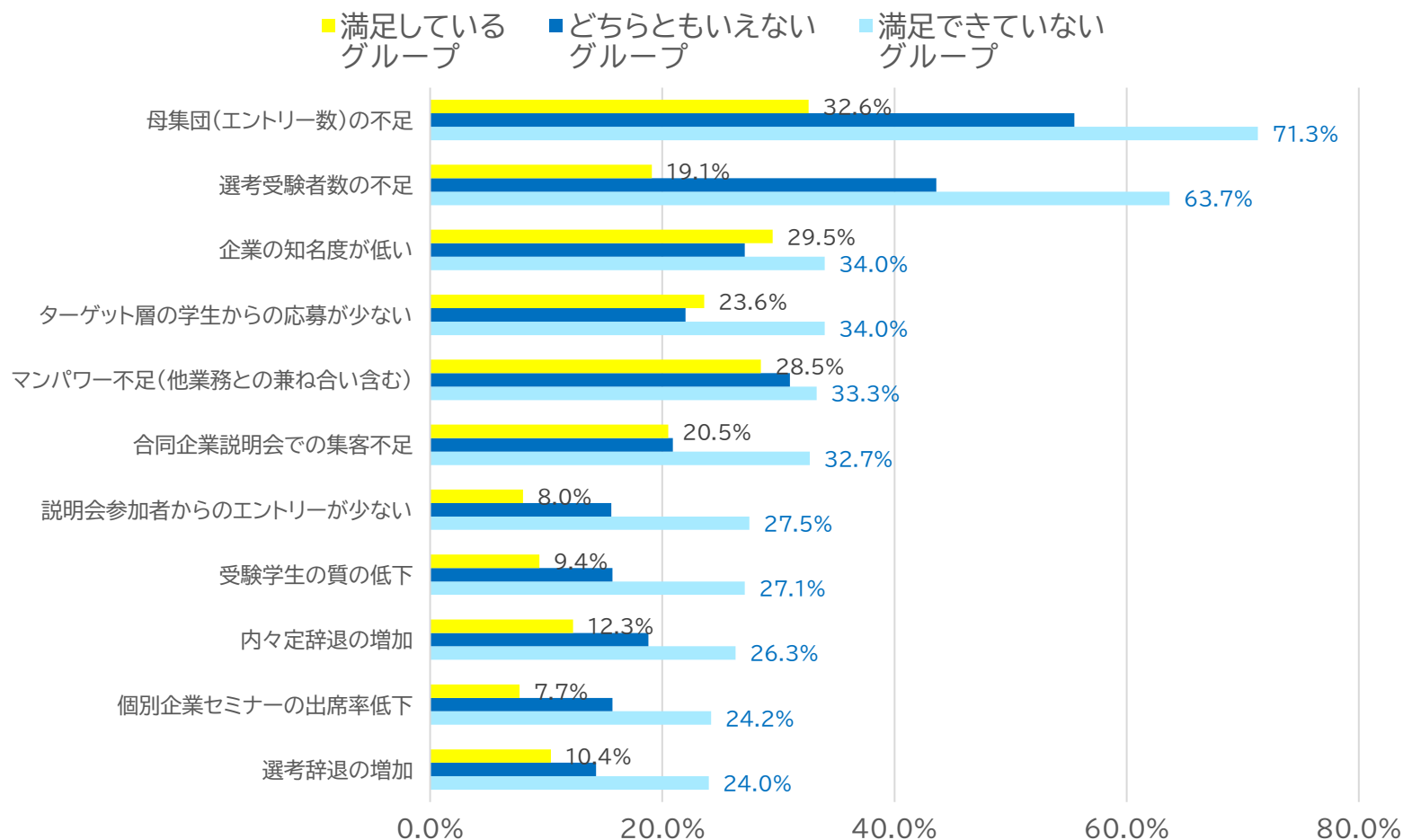
学生の質の変化

- 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



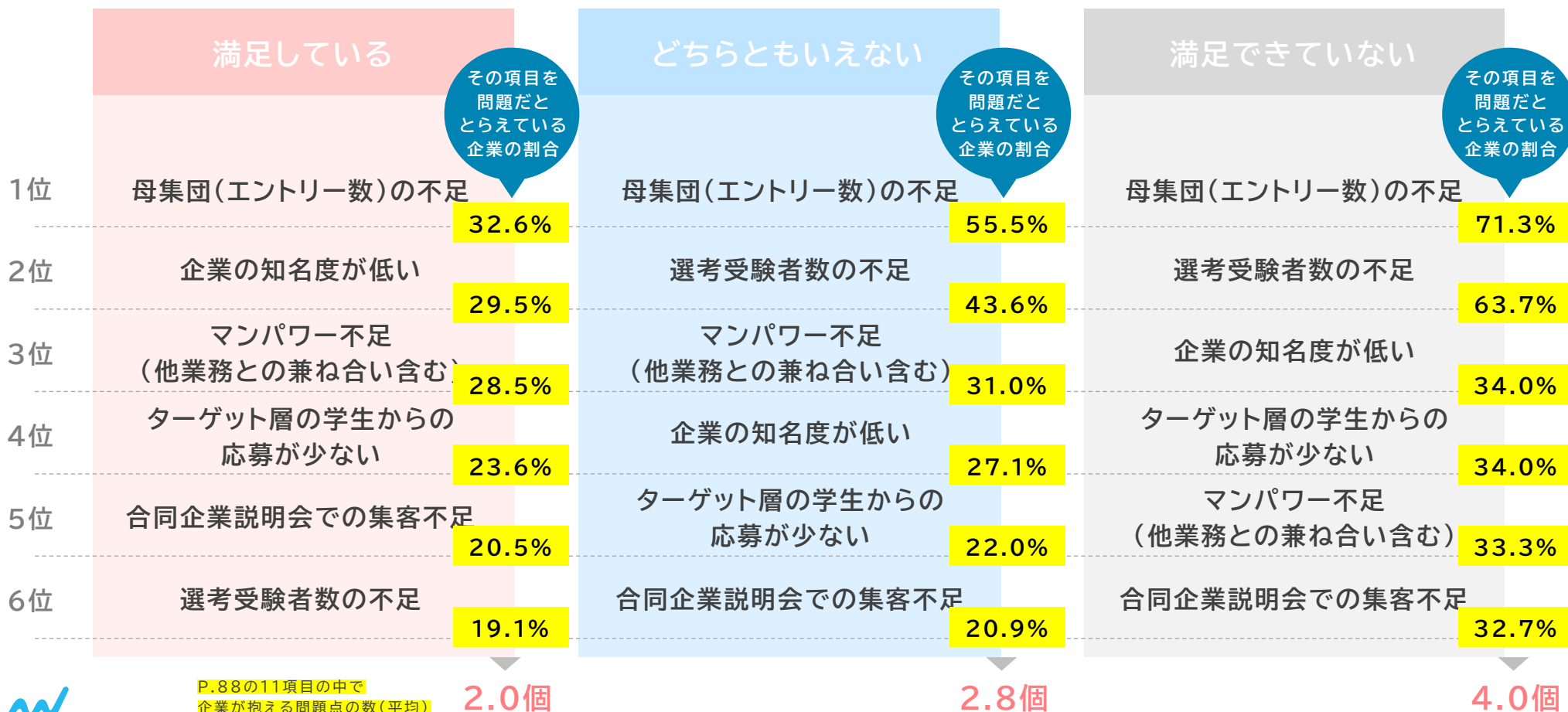
問題点として挙げられている上位6項目をピックアップすると 全てのグループで項目が一致する(順番は異なる)

【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 (他業務との兼ね合い含む)	マンパワー不足 (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 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 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 応募が少ない	マンパワー不足 (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)

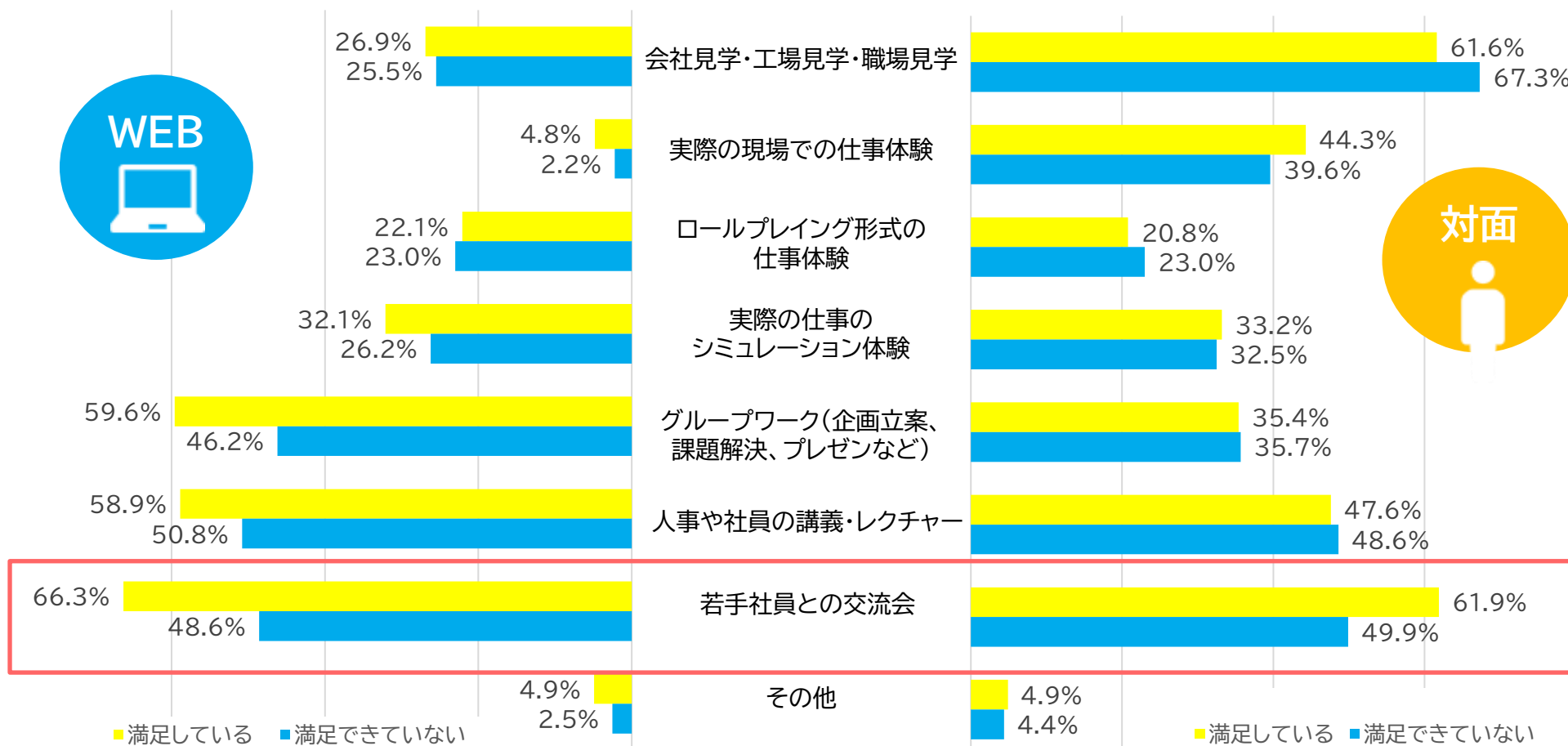
【満足度別】現在の問題点 ワースト1位から6位まで



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

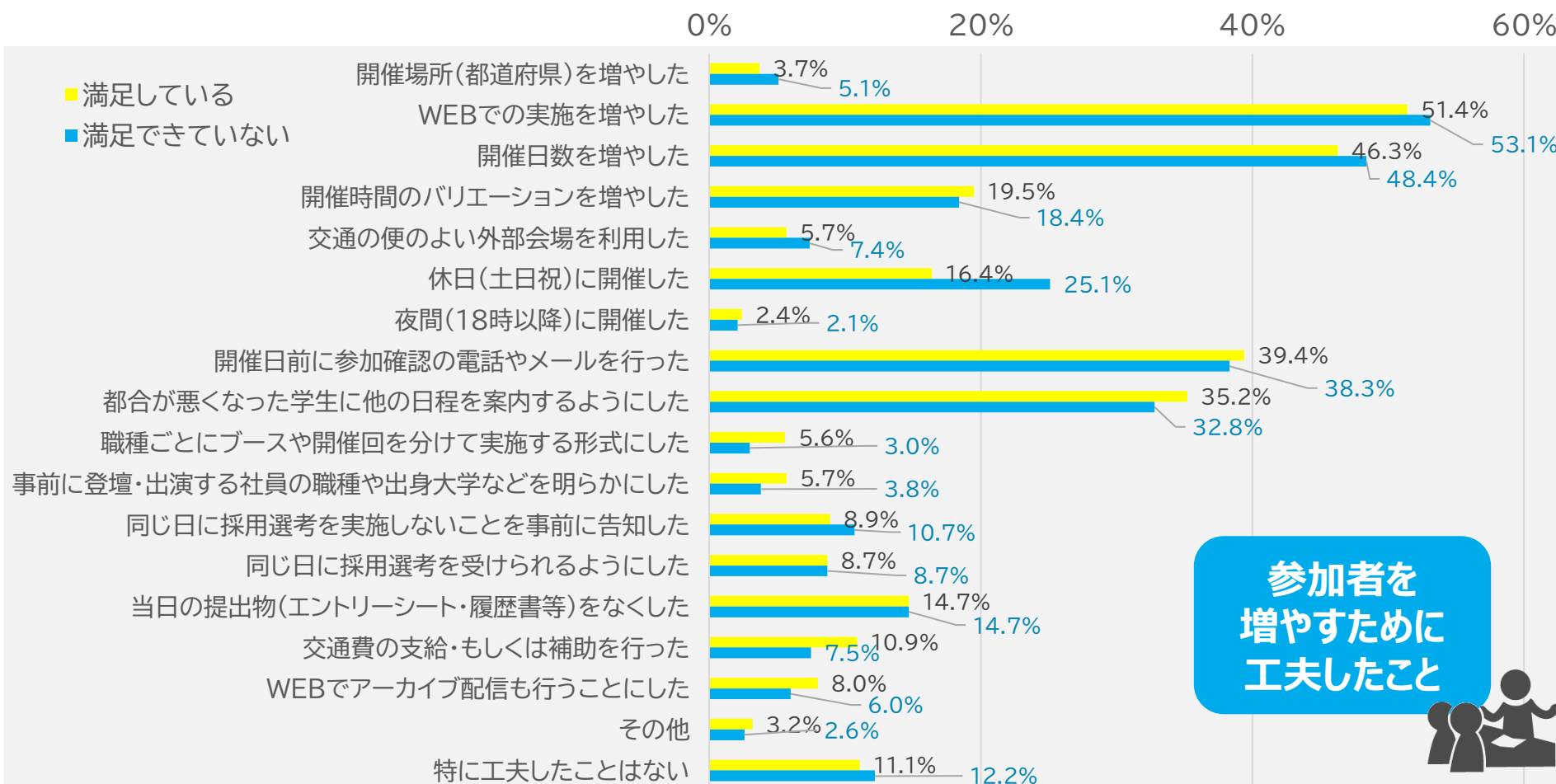
インターンシップ・ワンデー仕事体験で実施したプログラム(WEB)

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

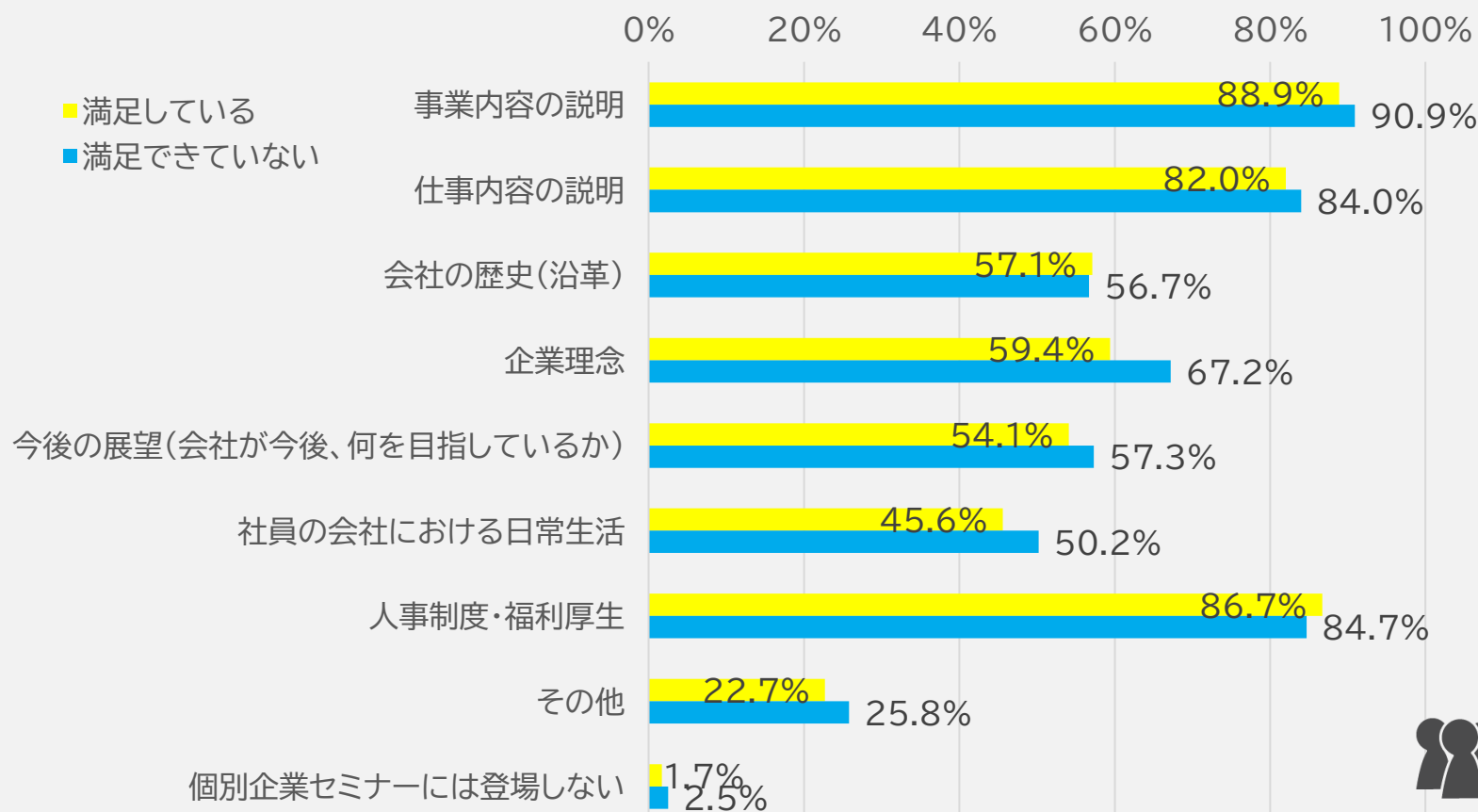


参加者を
増やすために
工夫したこと



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

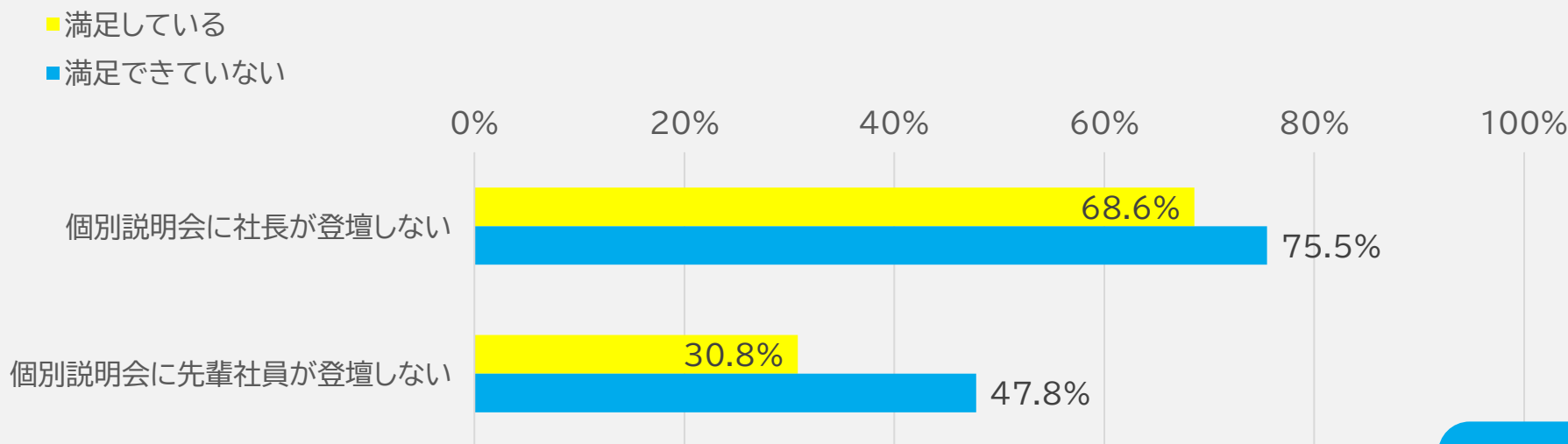


話した
内容



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

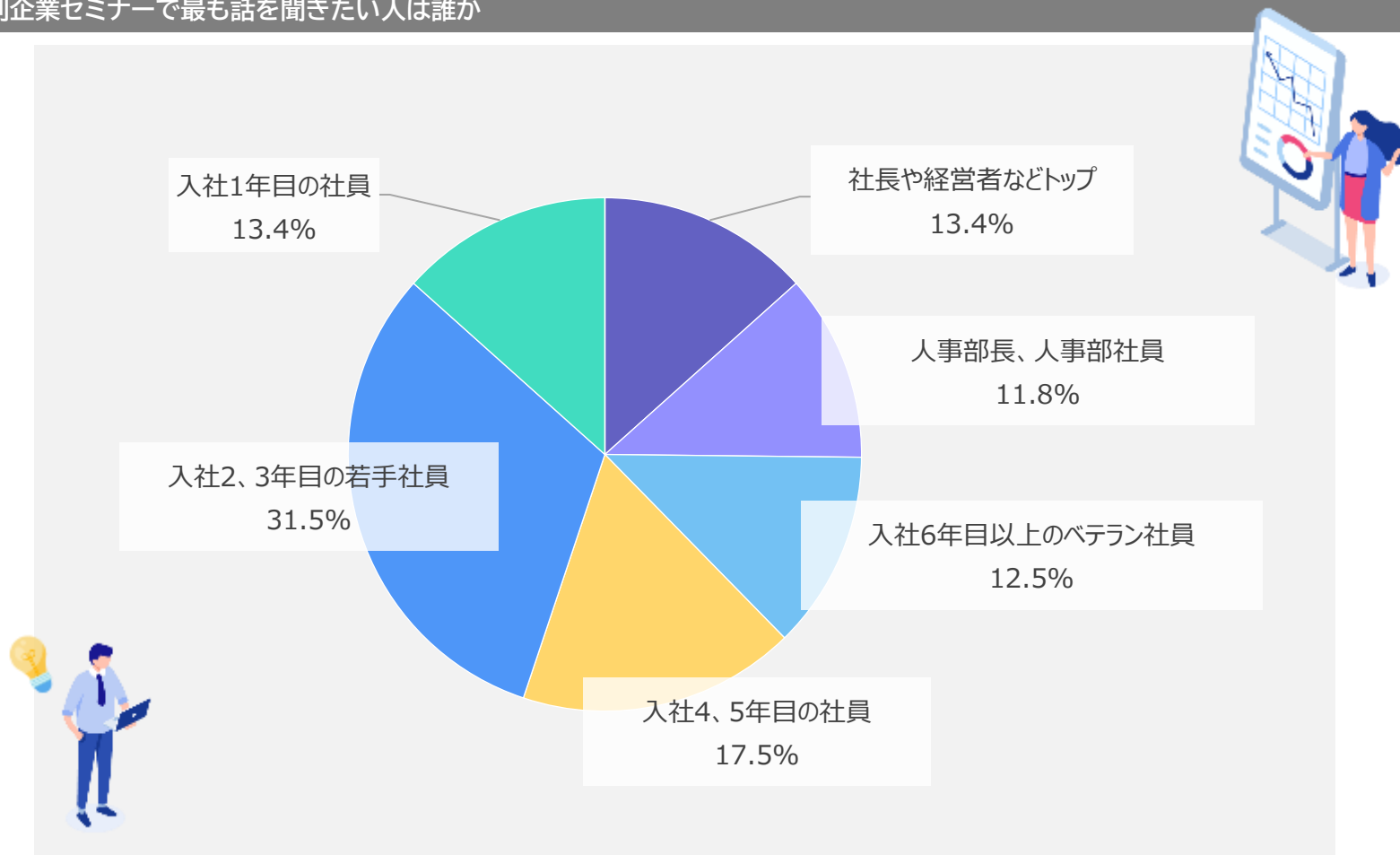


話した
内容



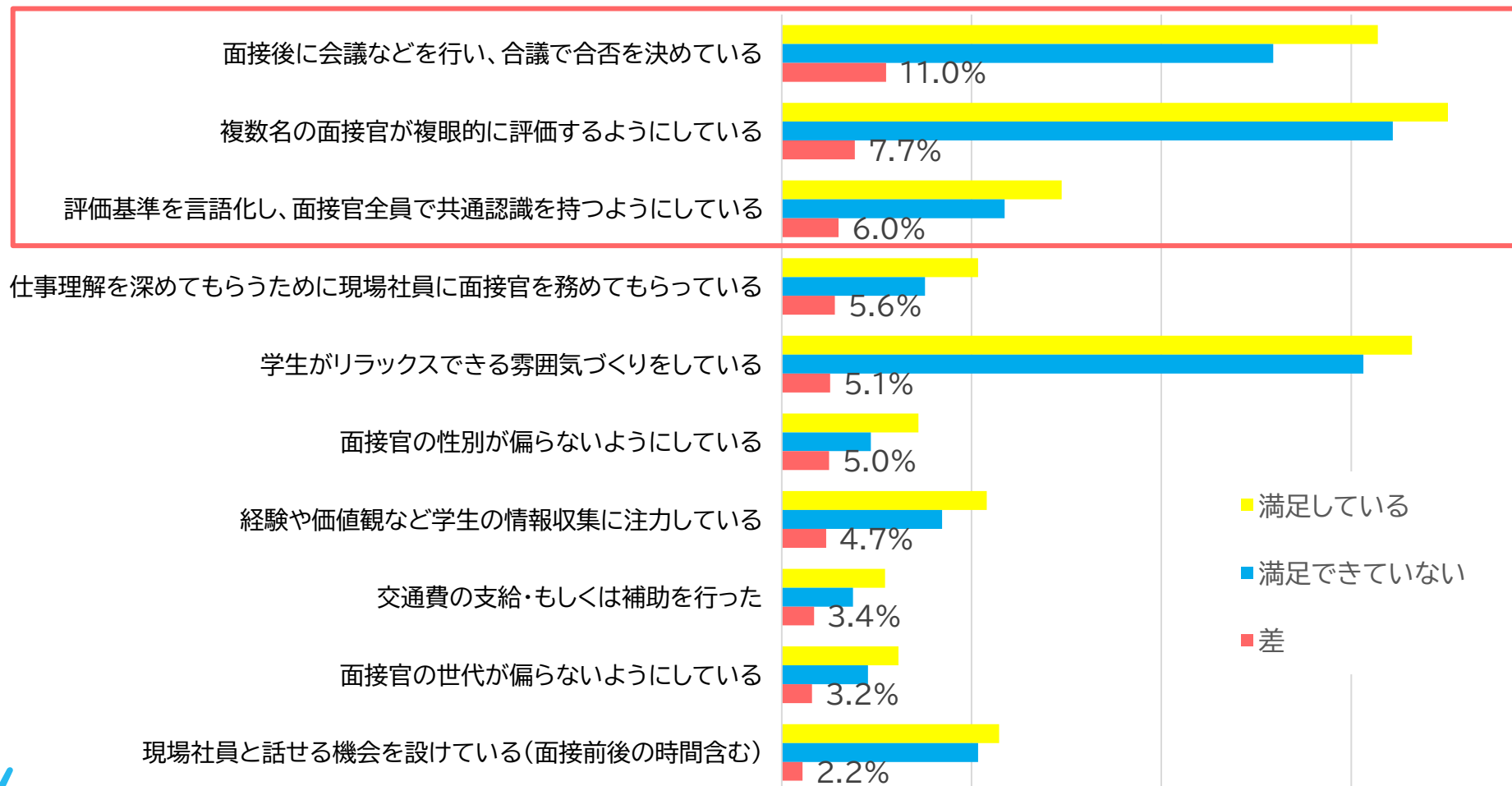
多面性を重視するZ世代に伝える上で「誰が話すか」は非常に重要 解決策のひとつとして録画型コンテンツなども検討を

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

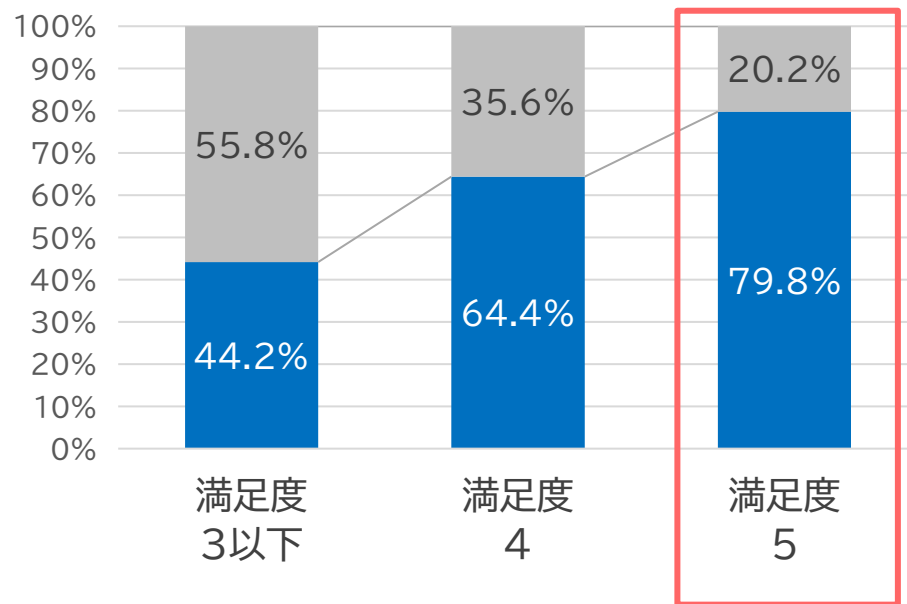
勤務先総合満足度

×

就活中に「入社を決めた理由になった人」はいたか

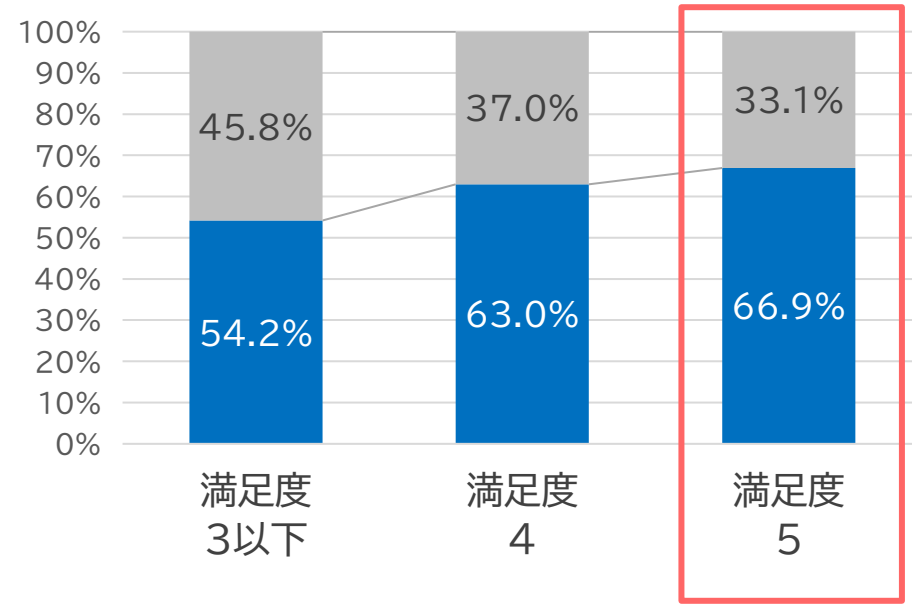
<文系>

■ はい ■ いいえ



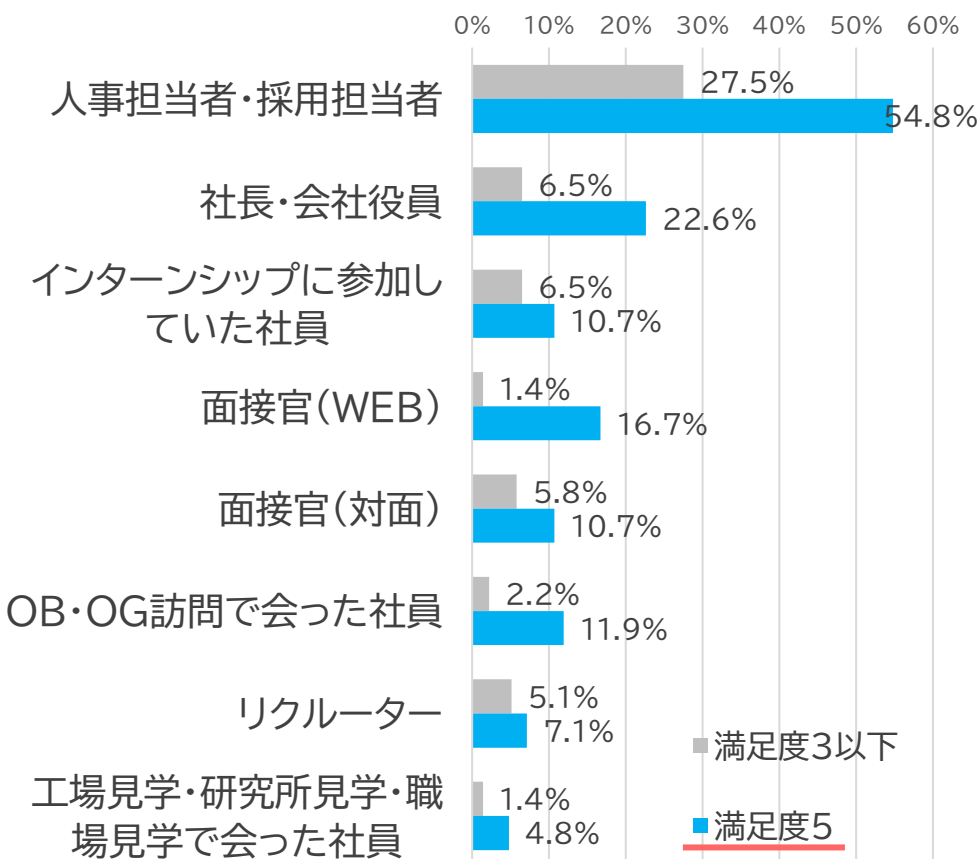
<理系>

■ はい ■ いいえ

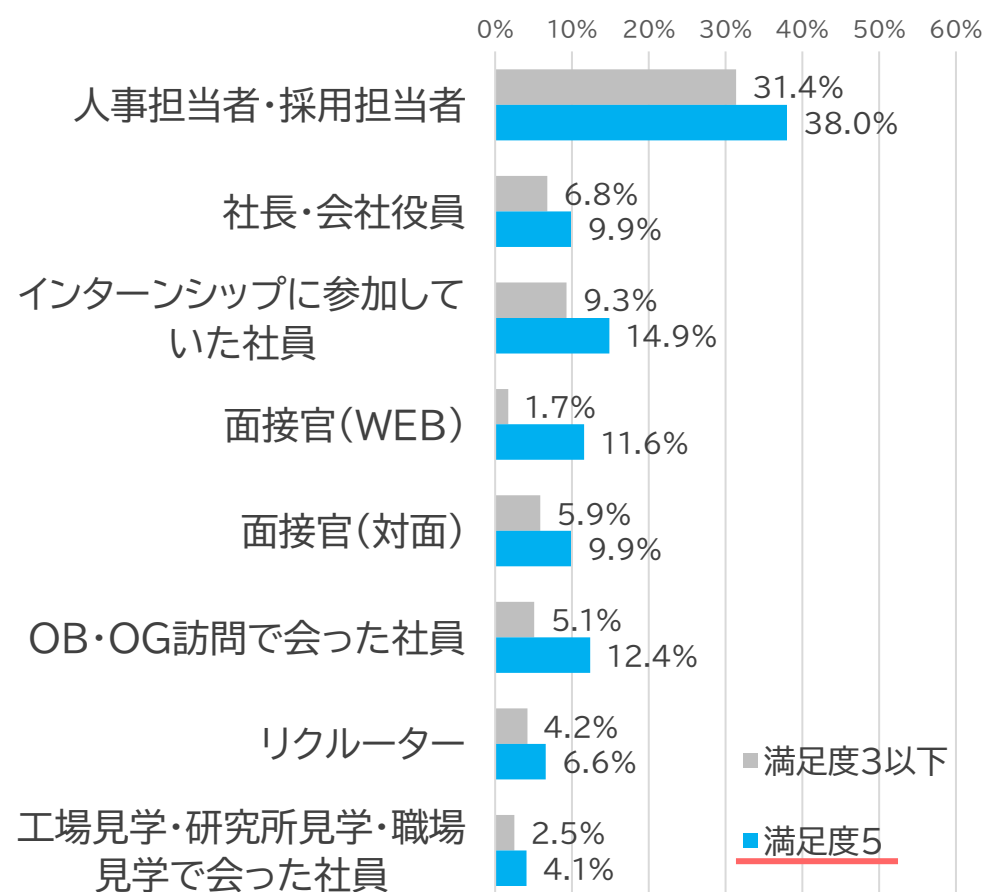


勤務先総合満足度
×
就活中に「入社を決めた理由になった人」の立場

<文系>

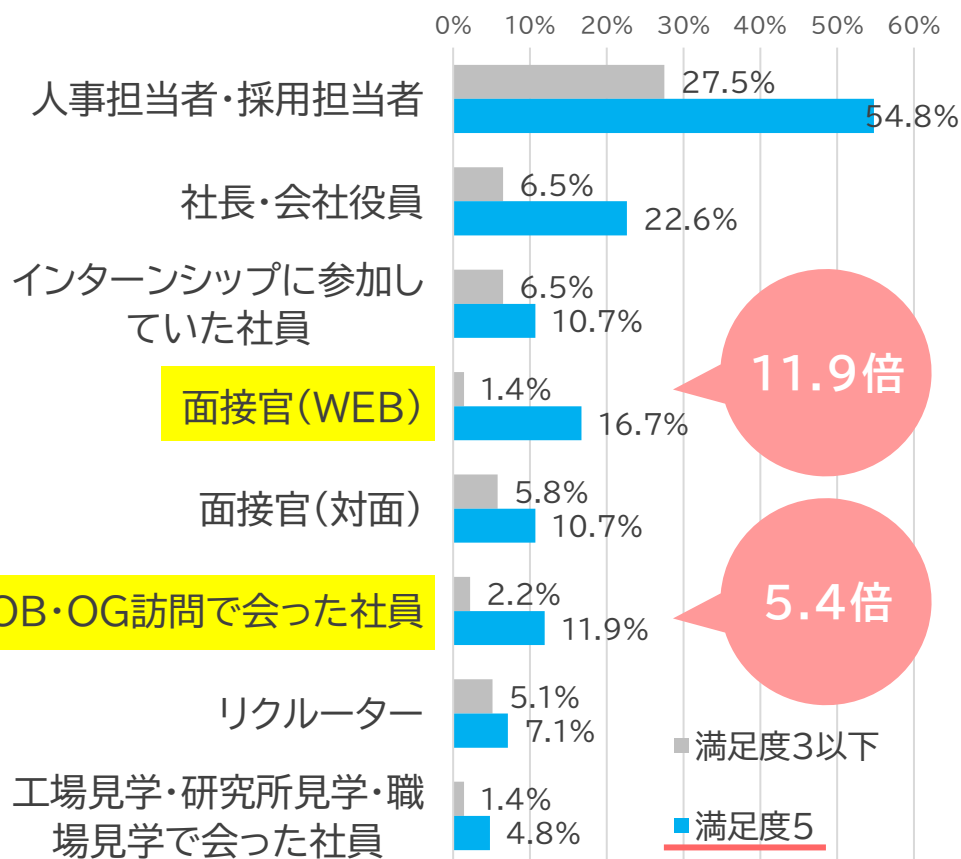


<理系>

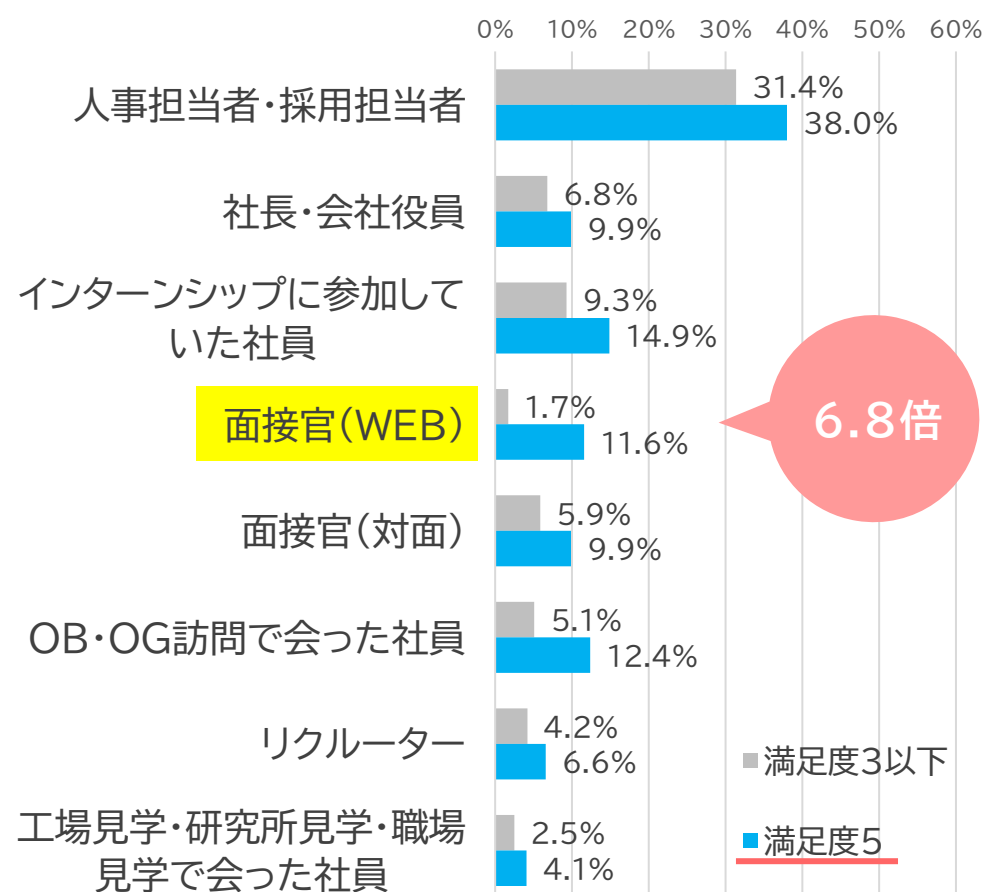


勤務先総合満足度
×
就活中に「入社を決めた理由になった人」の立場

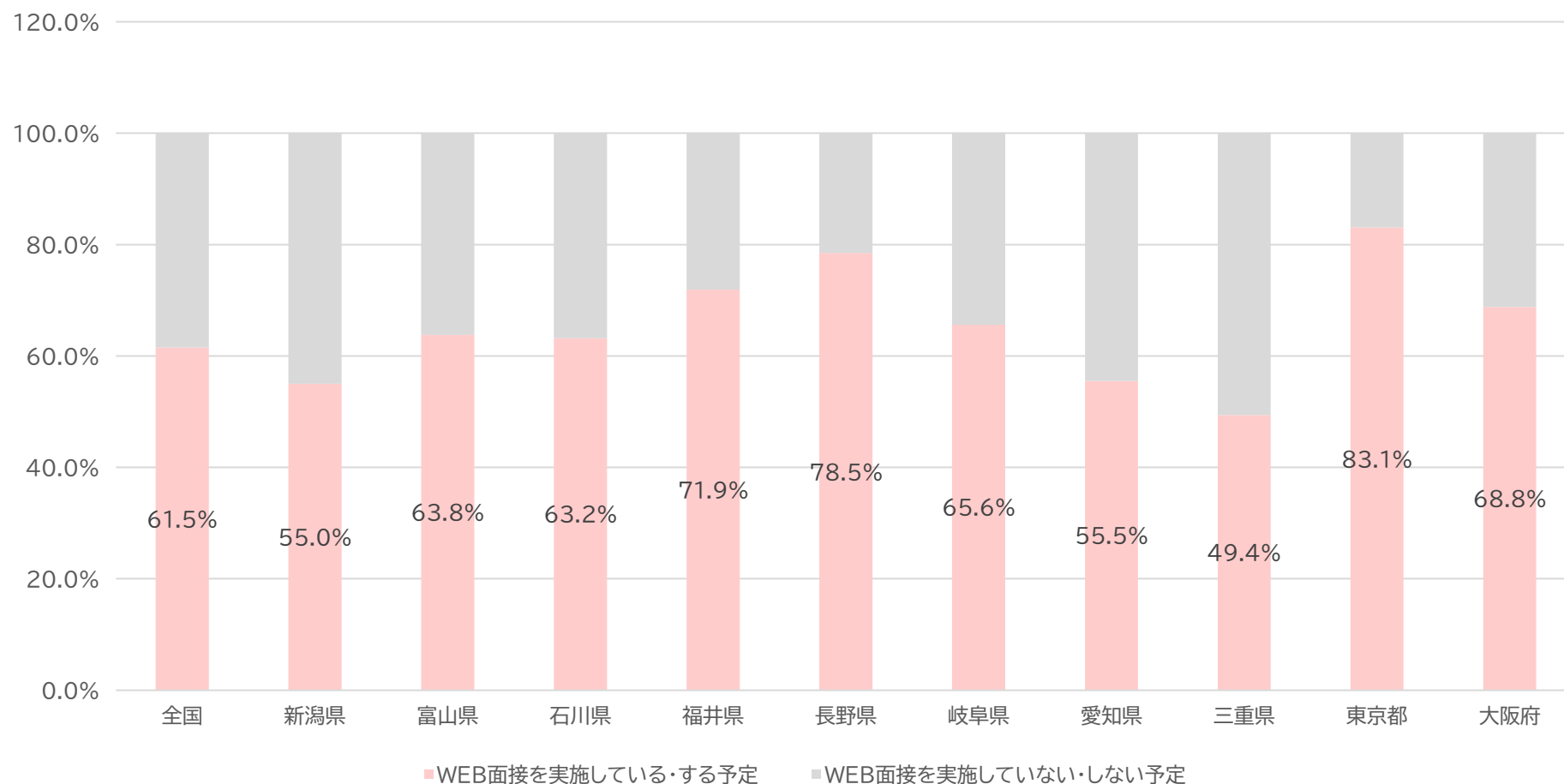
<文系>



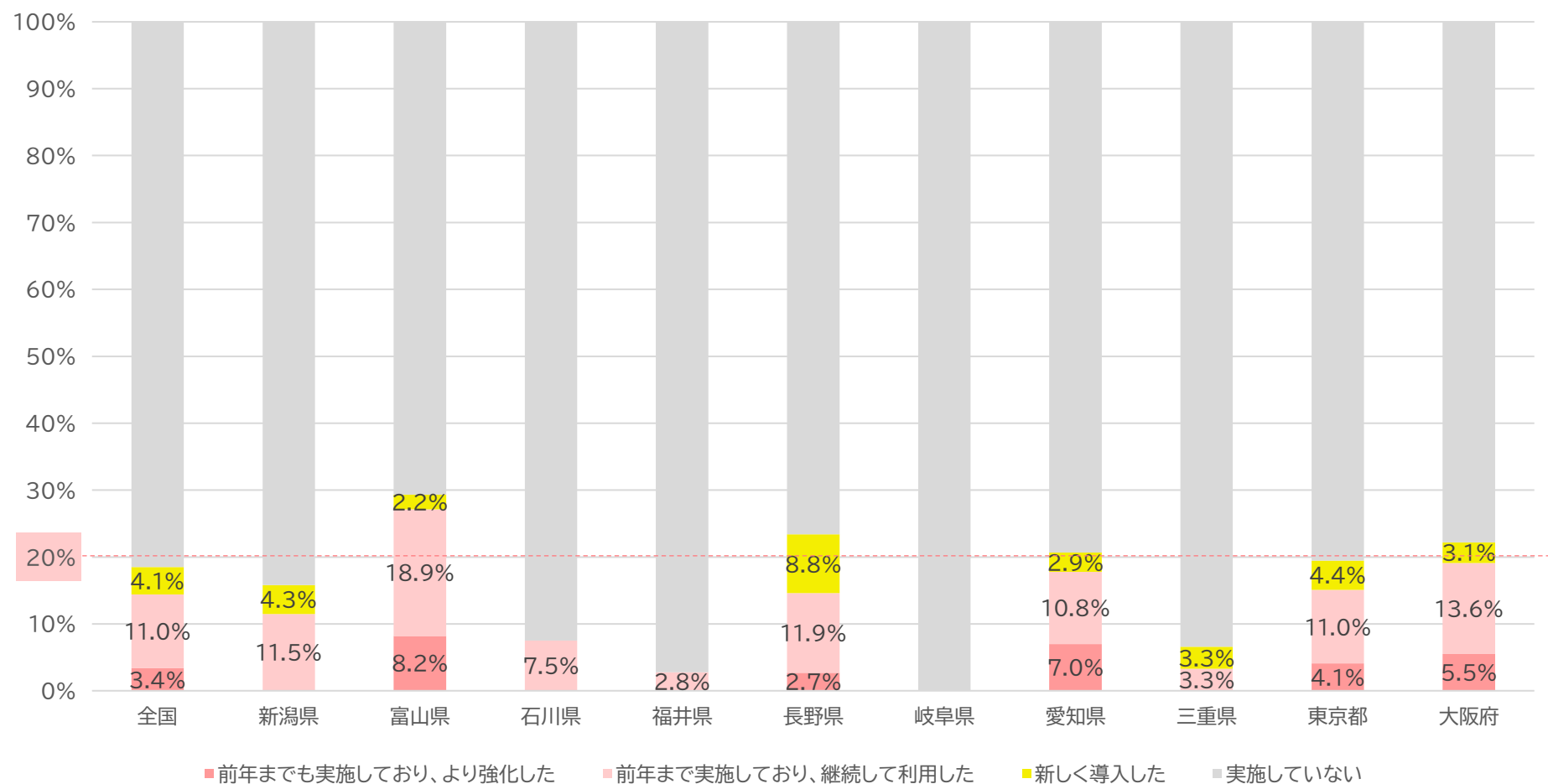
<理系>



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



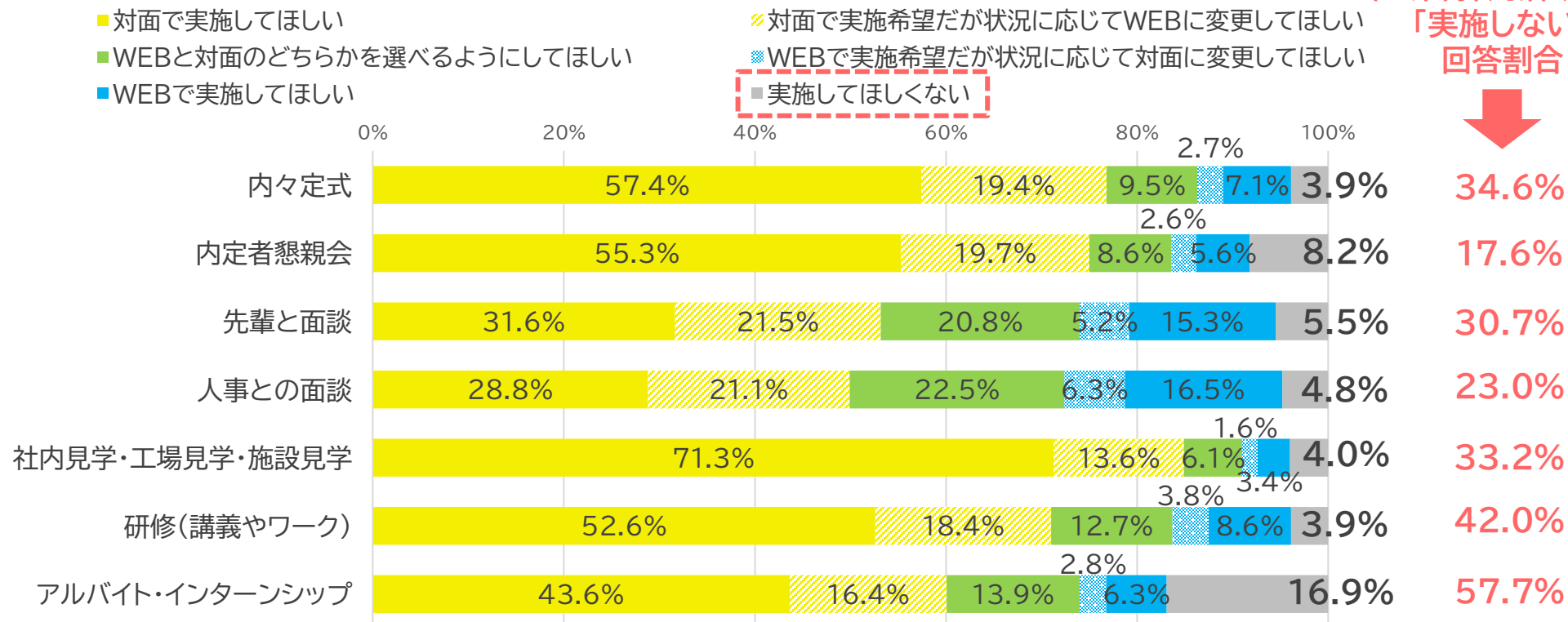
WEB面接のための面接官研修は、エリアにより導入状況に大きな差 WEB面接で入社の決め手を作るには対策が必要か



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

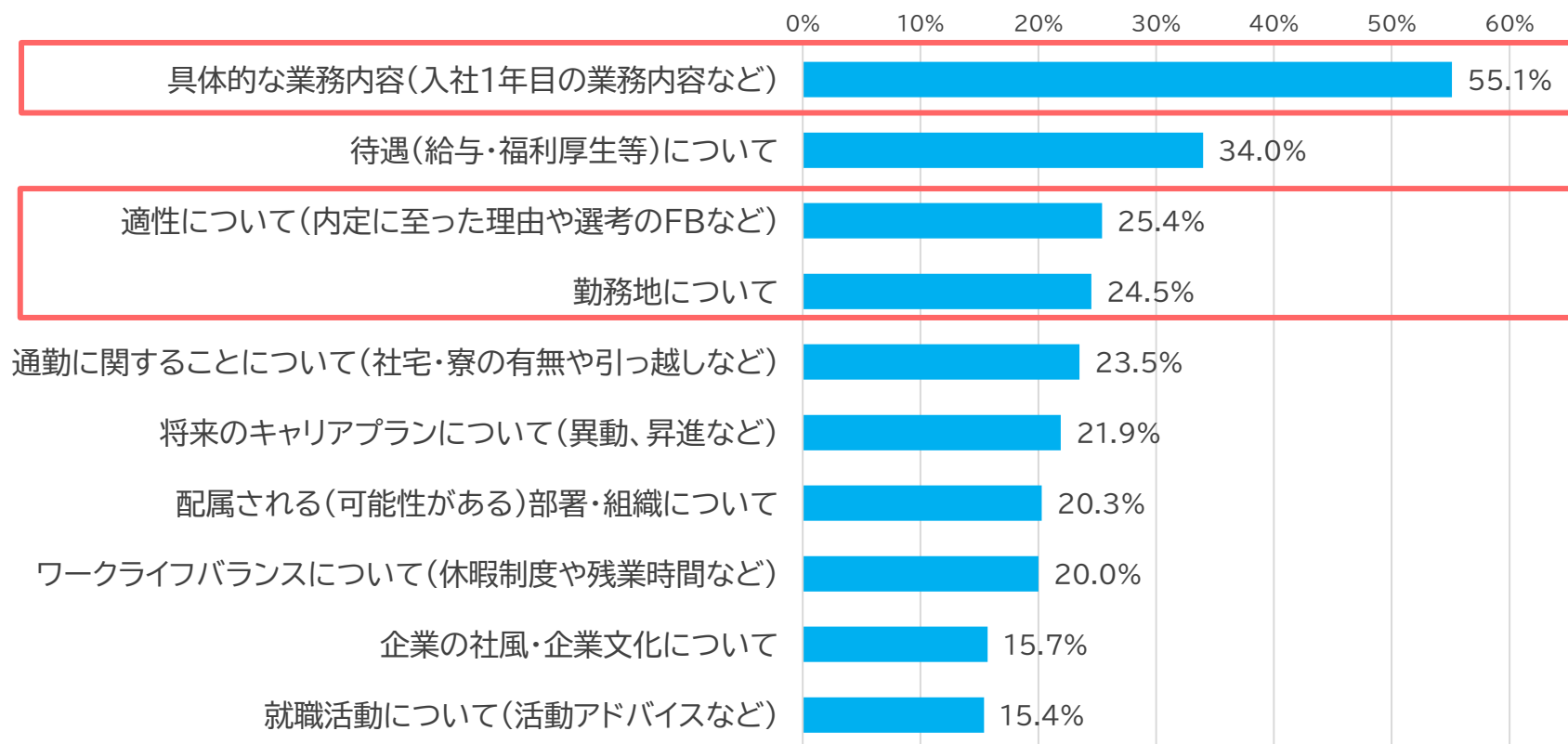
(企業)採用活動調査
「実施しない」
回答割合



※「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

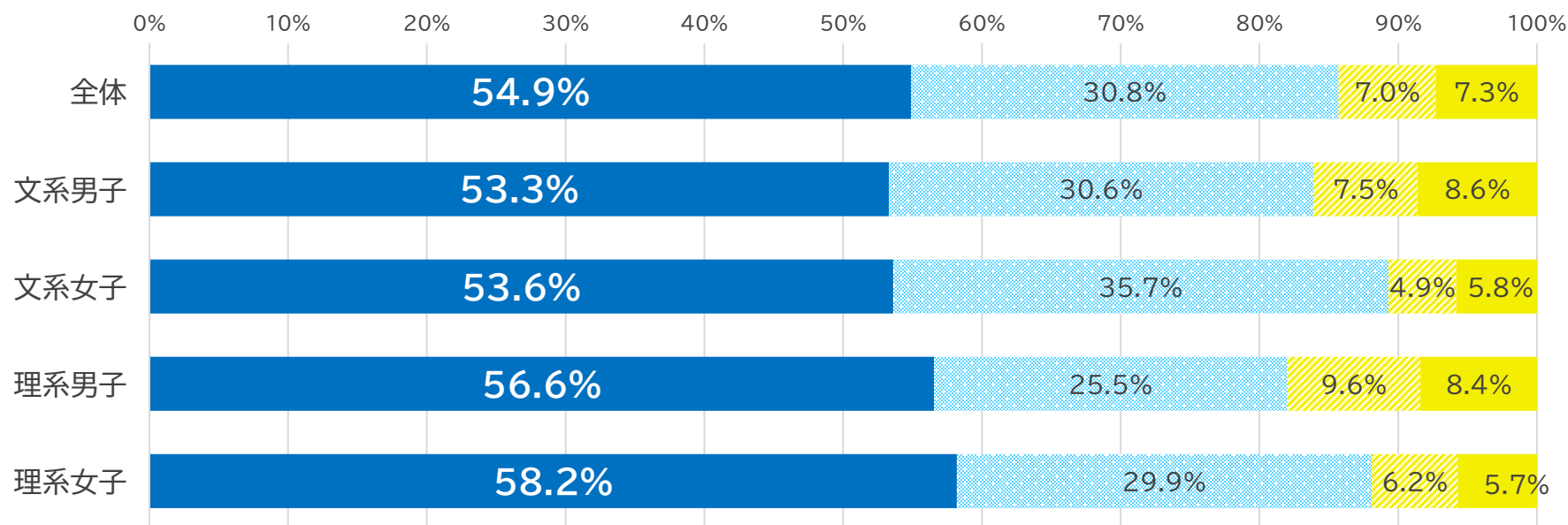
■ 勤務地・職種ともに自分で適性を判断して、選びたい

■ 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