

Think #01

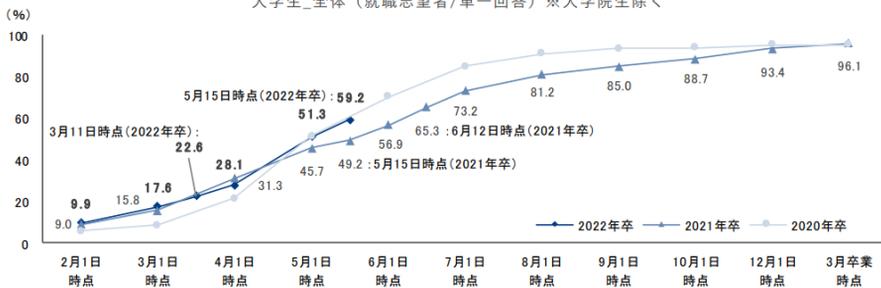
就職内定率から 読み解く市場感。

厚生労働省が出している2020年度の求人倍率は1.18倍と前年比0.42ポイント低下しました。一方で大卒求人倍率をみますと2021年度卒は1.53倍と1.5倍台をキープ、2022年度卒も1.50倍と微減程度となっております。業種により採用予定人数の変動や採用意欲に差はあるものの、新卒採用に関してはまだまだ学生優位な市場ということが感じられます。

2022年度採用の現時点での内定率を見ますと、5/15時点で59.2%となっており、この数値は一昨年前の数値と同水準となっております。このことから新卒採用に対するニーズの高さを感じられますし、今年に関してはオンライン環境の整備、ノウハウの構築を含め、採用を止めずに進めることができるようになってきていることから、企業の活動は活性化していくことが考えられます。

就職内定率

大学生_全体（就職志望者/単一回答）※大学院生除く

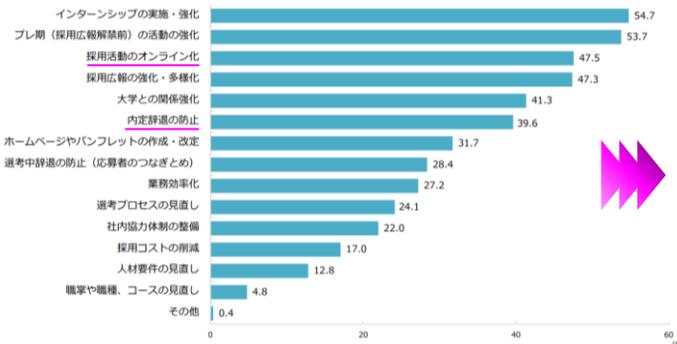


※グラフには2022年卒、2021年卒の数値を掲載
データ：RECRUIT 就職みらい研究所より引用

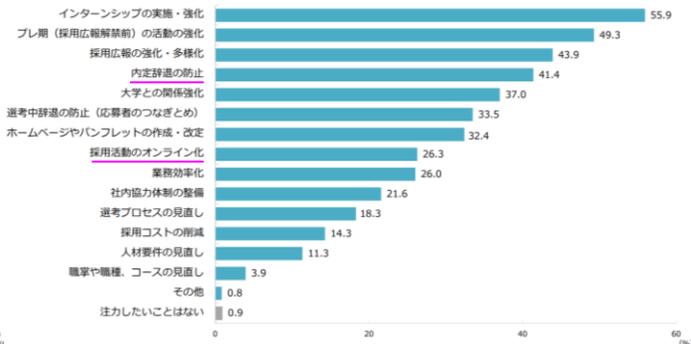
Think #02

企業の何に力を入れるのか。 そして、どのような採用を設計していくのか。

2022年卒採用で注力したいこと



2023年卒採用で注力したいこと



データ：株式会社ディスコ キャリタスサーチより引用

上記のデータは5月に昨年と今年の5月に発行されたディスコ社の企業調査となっています。プレ期スタートを目前としたタイミングでどのようなところに注力して採用設計していくのかを考えますと、昨年と今年で順位で変動している項目が2つあります。1つは、採用活動のオンライン化です。こちらは大幅に低下しており、このことから各社のオンライン環境に対する対策が整備されていることが感じられます。反対に内定辞退の防止は順位が上がっております。オンライン化することで生じる懸念要素の1つに理解不足や魅力付けの難しさが挙げられます。それらが最終的な学生の意思決定に影響してくることから、今の時期から辞退防止に向けた採用設計を意識されていることが考えられます。そのような視点からこの2022年度採用の内定者フォローは2023年度のフォローに向けた準備として新しいことにチャレンジすることもポイントになります。

Think NEXT

2つの視点からのコミュニケーションを強化し、 “相互理解”を通じて学生に意思決定させる。

コロナ禍での就職活動、情報の得にくさ、リアルなコミュニケーション不足、自己理解不足・・・それらが絡み合って漠然とした不安感を学生は抱えています。そのため、例年以上にコミュニケーションを意識したフォローが必要になります。企業と学生、学生間、2つのコミュニケーションの形をつくり、学生の不安を払拭することが重要です。面談の機会や就活経験の棚卸、適正フィードバックなど学生が自己理解をしながら“働く”ということをも自分事としてとらえ、考える機会をつくり、相互理解を深める取り組みをつくることで学生は安心して意思決定できます。

フェアブレンでは、学生をグリップするためのフォローを多角的にご提案させていただいております。