

Think #01

就活を継続する学生の 傾向とは？

6月1日現在の内定状況

		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定あり		71.8	64.8	76.5	72.7	77.4
		(64.0)	(56.2)	(63.9)	(69.7)	(71.4)
内定なし		28.2	35.2	23.5	27.3	22.6
		(36.0)	(43.8)	(36.1)	(30.3)	(28.6)
内定者のうち	就職先を決定し活動終了	60.0	48.8	48.2	79.8	71.7
		(50.4)	(40.4)	(41.0)	(61.3)	(68.0)
	活動は終了したが複数内定保持	5.6	5.6	9.4	2.5	2.8
		(4.0)	(3.8)	(6.2)	(3.5)	(1.0)
	進学などの理由で就職活動を中止	0.6	0.0	0.0	1.7	0.9
	(0.6)	(0.9)	(0.4)	(0.9)	(0.0)	
就職活動継続	33.9	45.6	42.4	16.1	24.5	
	(44.9)	(54.9)	(52.4)	(34.3)	(31.0)	

		全体	文系男子	文系女子	理系男子	理系女子
内定社数／平均		2.1	2.2	2.2	2.1	1.9
		(1.9)	(1.8)	(1.8)	(2.2)	(1.7)

※ () 内は前年(6月1日現在)の数値

データ：株式会社ディスコ キャリタスサーチ より引用

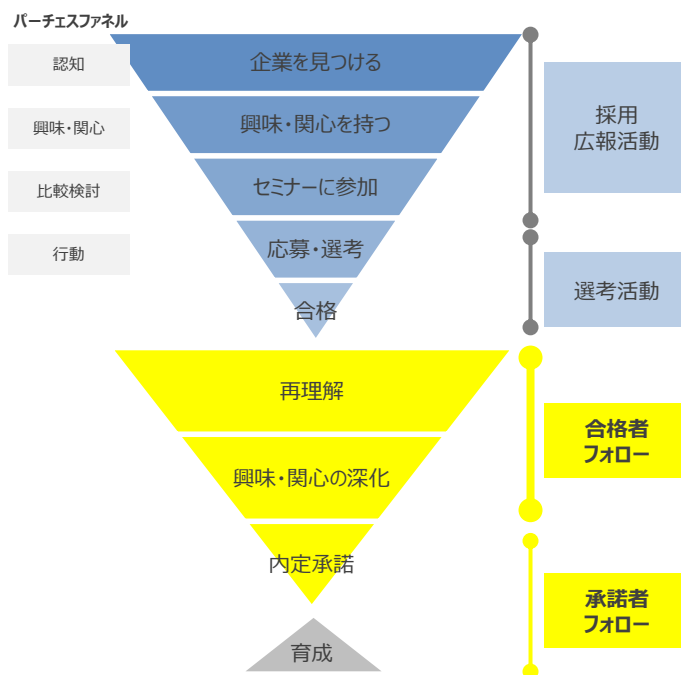
ディスコ社のデータでは6月1日時点での内定保有率は64.8%となっています。ただ、このデータで注目していただきたいところは、内定保有者のうち活動を継続している学生が半数もいるという点です。活動は終了したが複数内定を持っている学生が5.6%でこちらは絞り込んで検討を進めています。就職活動を継続をしている学生は33.9%となっており、合わせて40%の学生がまだ動いています。

決められない理由として、コロナ禍におけるオンライン化、学生優位な市場による複数内定の保持、採用活用を後ろにずらす企業があることで就職活動を継続するなど、様々な角度から考えることができます。そして、学生は意思決定をするために企業からのフォローを求めています。

Think #02

マーケティングの視点から 採用を考えると・・・

合格を出した学生に意思決定を促すというフェーズをマーケティングのパーチェスファネルを用いて図にしてみました。この図からわかることは、採用活動におけるファネルは2回存在するという考え方です。1回目のファネルでは、企業を見つける認知、そして興味関心を持ち、セミナーに参加する、複数の企業を同時に進めながら比較検討をしながら選考に進むという流れです。この流れで学生は合格にたどり着きます。ただし、合格後に学生は再度理解を深めるというフェーズに入ります。なぜ、再理解、再興味の深化というフェーズに移るかというと、【合格】というフェーズにより学生は“この会社で働くことができる”というフィルターを持つからです。そして、そのフィルター越しに企業をもう一度みます。自分ごととしてとらえているため、よりリアルに、より細かく意思決定するための材料を探しますので、合格を出してから何を伝えるのか、どのように伝えるのかを考えることが重要になります。



Think NEXT

“オンラインと共存していく”という視点で採用をとらえることの重要性

コロナ禍の採用シーンでオンラインは当たり前ものとなりました。一時のツールとしてとらえるのではなく、長期的にオンラインを上手く活用し、採用において“活かす”という視点で様々な工夫を熟考する企業が増えてきました。これから始まる内定者フォローにおいてもオンラインを工夫し、うまく活用する発想が大切になります。オンラインと共存する採用活動を今から考えていくことが長期的な視点で採用を捉えやすくと重要なポイントになると思います。

フェアブレンでは、オンラインを活かした採用やフォローをご提案させていただいております。