

Think #01

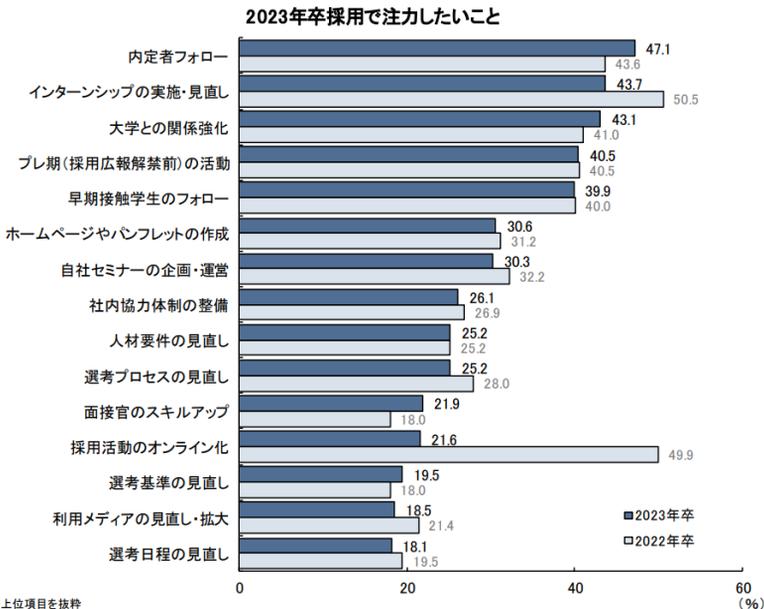
引き続き、学生優位な市場のもと、 フォローに対する意識が向上。

参考：DISCO 新卒採用に関する企業調査

新型コロナウイルス感染が少しずつではありますが、落ち着きつつある中、採用に関しましては対面での実施を考慮される企業が増えてきました。そのため、2022年度採用までにある程度のオンライン化、オンラインの強化ができたと考えられる企業も多いことから、オンライン化に対する意識は大幅に低下しています。

一方では、2022年卒採用で内定辞退が増加したことや、今後の採用意欲の高まりを考え、辞退防止に力を入れたいという企業が多いことがデータからも分かります。

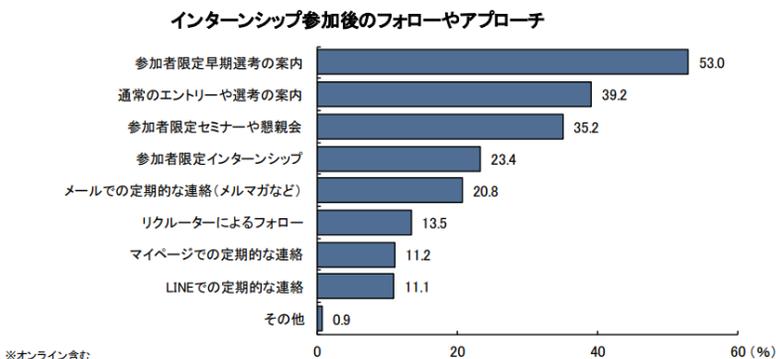
また、早期からの活動という意味では解禁前の活動や早期接触した学生のフォローを強化するという動きも高い数値となっていることから、採用活動の早期化と早期活動の工夫が2023年度採用ではポイントとなります。



Think #02

早期活動を実施するだけでなく、 アフターフォローも含めて取り組む企業が増加。

インターンシップをはじめ、早期の活動で接触した学生に対して、参加後に何らかのフォローやアプローチを実施するという企業は9割(88.4%)に近い数値となっています。採用活動における母集団形成の意味合いが強いインターンシップにおいて、インターンシップに参加した意欲の高い学生と継続的に接触をもとと考える企業も多くなっています。



Think NEXT

早期の活動では差別化が重要。 手間をかけるべきところにかけてフォローを実施。

上のデータを見ますと、早期活動のアフターフォローでは選考を進める企業が多い状況です。これは、間をあけることで進捗率が低下することや内定出しの時期を早めるという事も考慮していることが考えられます。ただ、“学生の意識に残すための差別化”という視点では、選考を早めに案内する・実施するというアプローチは弱いようにも感じます。参加者限定のインターンシップやイベントの開催、リクレーターや先輩社員との面談や座談会、定期的に企業から学生に情報を伝えたり、企業理解を深めるための訴求など、差別化に直結するフォローを企画することが早期からの活動では大切になります。更に、早期化することで内定者フォローの期間も長くなりますので、今の時期から採用⇒内定に“つなぐ”という視点で計画をたて、実行していくことが大切です。

フェアブレーションの強みでもある、“つなぐ”ことを意識した採用・内定者フォローを企画・提案しています。