

Think #01

コロナ禍における面接と面接後

コロナ禍2年目の新卒採用という事で、1年目に実施し始めた企業が多いオンライン説明会を継続しつつ、そのあとの面接や面接後のフォローを工夫する企業が増えてきています。マイナビのデータをみますと、面接での質問内容、面接後のフォロー内容など、コロナ禍で浮きぼりとなった課題である企業理解度と企業志望度を意識したフォロー、そして面接で個性を見抜く方法を工夫しています。コロナ禍によって普及したオンラインをうまく活用しながらオンラインでできること、オフラインでしかできないことを使い分けて採用を実施している企業が採用力を高めていると感じています。

23年卒学生に対して、対応の仕方を変えている点や工夫している点

参考：マイナビ 2023年卒 企業新卒採用予定調査

業種	対応の仕方を変えている点・工夫している点
ソフトウェア・通信	「ガクチカが書けない・言えない」学生が多いと予想されるので、大学時代に限らず、いままで力を入れてきたことや、ワクワクすることなど、学生の人柄や個性が分かるようなエピソードを聞くようにする。
製造(建設除く)	今までは面接で学生時代に力を入れたことを聞いていたが、それだけではなく、「大学生時代に限らず頑張ってきたこと」、「自身の強み」、「勉学で頑張ったこと」、「コロナ禍になって行動を変えたこと・気づいたこと」等、コロナ禍でなくても(コロナ禍だからこそ)回答できる質問を意識する予定。
金融	面接で、大学生活のエピソードを聞く時、バイトやサークル経験が少ない事を想定し、メインの学業などを深掘りする。
ソフトウェア・通信	選考のフィードバックを各面接後に一人ひとり行う。また、コロナの影響で学生時代に注力したエピソードが少ないことも理解している旨を前置しておく。
製造(建設除く)	実際に会社を訪れる機会を多く設けた。製品のショールームが設営されているため、商品を見る、職場を見る、いろいろな人と触れ合う機会を設けた。また、選考過程で会社や仕事の理解度を高めるオンライン面談を実施。自信をもって面接に臨めるように取り組んだ。また、学チカなどを聞くときは、先刻の就活生が同じ状況下で活動していることを伝えて、ありのままを話すことを促した。
サービス・インフラ	学生の希望や意見を取り入れながら、フォローの開催形式は検討している。また、孤立することがないように、定期的な連絡や他の内定者とコミュニケーションをとる機会も作るようにしている。LINEを使用することで、メールよりも気軽かつ、すぐに対応できるような体制をとっている。
建設	インターンシップや説明会、またOB・OG訪問等を利用して自由に多くの企業を見学することが出来なかった方々だと思います。選考を受けるにあたり、また、入社するにあたって少しでも不安が払拭されるように、会社説明や座談会を通して社内の雰囲気や働く環境について丁寧に情報提供することを心掛けています。特に、学生が会社への具体的なイメージを抱けるように、働く社員目線からのリアルな声を届けることを大切にしています。

Think #02

WEBの活かし方は視野を広げて検討が必要

こちらは少し前のデータになりますが、キャリアスの学生モニター調査です。選考における自己PR動画の提出、録画面接は4割程度ではありますが、ここ3年ほどでWEBの活用方法が大きく変わってきています。もちろんコロナ禍が要因となっていることは間違いありませんが、個人が動画編集をしてアップロードする時代、動画での自分の見せ方や作成能力は今後デフォルトになる可能性も大いに感じています。それらを踏まえて“今の学生”の能力を見る選考が必要になり、WEBの活かし方も変わってくるように感じます。

参考：キャリアス就活 2022 学生モニター調査結果 (2021年7月発行)



Think NEXT

“代案としてWEB”ではなく、“採用力強化のためのWEB”として考える

この3年程で確実に採用活動・就職活動においてWEBの位置づけが変わってきました。コロナ禍初期の頃は、ひとまずWEBで説明会をする、選考をするという活用方法でしたが、WEBがスタンダードになるにつれて、WEBを活かした採用活動の展開が採用成功には欠かせなくなっています。特に説明会以降も引き続き学生の企業理解を深めていき、志望度を高め、合格を出した後の意思決定をするフェーズでもWEBを活かして工夫することが重要です。選考フローでも引き続きオンラインと対面を使い分けて、“今の時代に合わせた採用”を展開していくことが必要です。

フェアブレンでは、WEBを活用した選考・内定者フォローの設計・提案にも力を入れています。