

# インタビュー／学生・大学・企業の採用コミュニケーションはどう変化したか 加速して進んだ採用・選考のオンライン化 変化に応じた学生支援で仕事理解の促進を

新型コロナウイルス感染症の流行は、新卒就職・採用における学生と企業のコミュニケーションにも変化をもたらしている。その概要と今後の見通し、大学のキャリア支援のあり方等について、就職・採用動向の調査・分析に取り組むリクルートキャリア就職みらい研究所所長・増本 全氏に聞いた。



リクルートキャリア就職みらい研究所 所長  
 増本 全氏

## オンラインとオフラインのハイブリッド化を志向

新型コロナウイルス感染症の流行が2021年卒業予定の学生の採用選考に与えた影響として、特に特徴的なものは、選考のオンライン化の急速な進行です。例えば、企業の採用活動における「動画配信・Webを通じた企業説明会・イベント」の実施率は前年比31.9ポイント増の43.1%、「面接(Web上)」は前年比39.6ポイント増の45.9%という結果が出ています<sup>(※1)</sup>。また、学生に対して内定取得先企業の最終面接の形式を調査したところ、対面面接が57.9%、Web面接が41.5%と、約4割の企業がオンラインで最終面接を実施していました(図1)。

企業としては、Web面接でも問題なく人物評価ができるという感触を得ている一方、動機づけや本人の志望度の見

極めは、オンラインだと難しいという声も挙がっています。その気づき・課題感を反映してか、2022年卒採用においては、新型コロナウイルスによる影響が収束した場合「Web説明会・面接の割合を増やす」と回答した企業が27.4%、「対面の割合を増やす」と回答した企業が13.2%という結果となりました(図2)。必要な場面では直接会いつつ、可能なところはオンライン化するという、オンラインとオフラインのハイブリッドが志向されていることが窺えます。

## 課題は「企業・仕事を知る」こと

こうした変化によって、学生と企業とのコミュニケーションの課題として一つ顕在化しているのが、仕事の詳細や入社後のキャリアパス等、企業や仕事の実態を知って入社企業を決めることが難しくなっていることです。

図1 従業員規模別に見る内定取得先企業の最終面接の形式

大学生\_全体(就職志望者・内定取得者/複数回答・内定取得先企業最大5社分についてそれぞれ聴取し合計)※大学院生除く

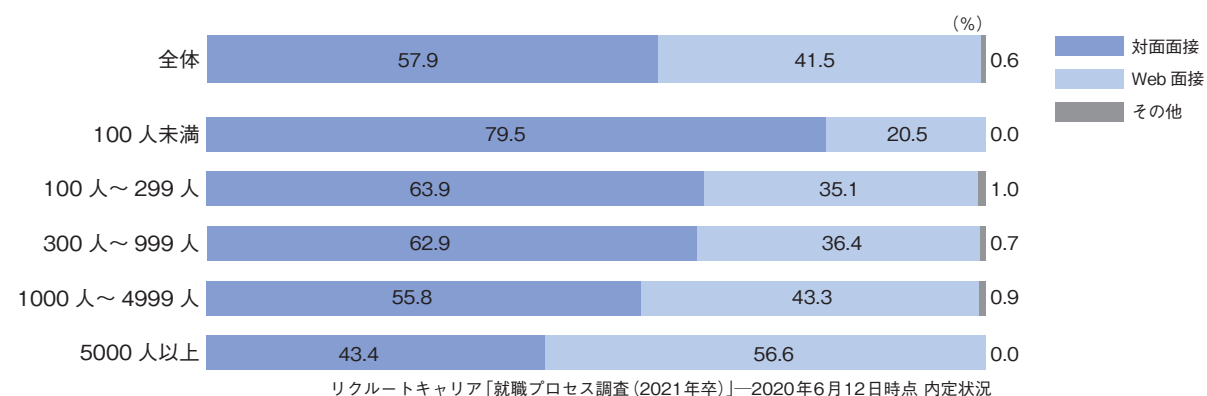
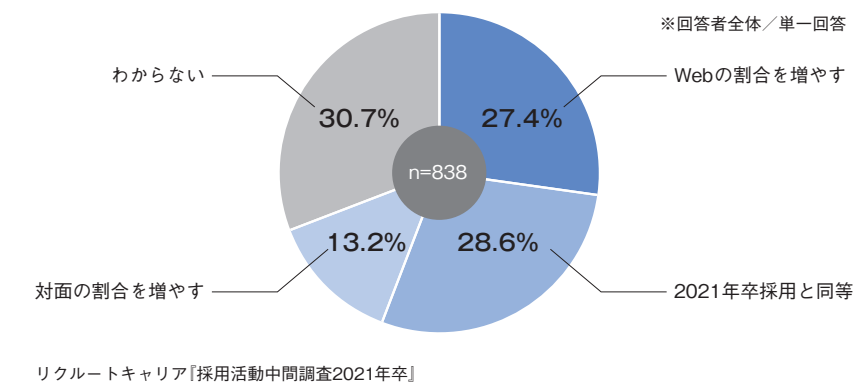


図2 新型コロナウイルスによる影響が収束した場合の2022年卒採用のWeb説明会・Web面接の実施割合



従来、日本の新卒採用では、学生が企業の求める職能や採用要件に合うかどうか以上に、「人として合うかどうか」を探るようなコミュニケーションや、フィーリングに基づく判断が企業・学生ともに行われてきました。そのコミュニケーション・判断が、説明会や面接が急遽オンラインに移行するなかでそのまま持ち込まれたために、学生はWebを介した人肌合わせの難しさに気をとられ、「自分は本当にこの会社を志望しているのか?」等についてよく考えないまま内定を取得し、内定後に企業からフォローを受ける段になって初めて、入社後の仕事内容に対する理解を深め、働くイメージを具体的に描く等して入社するかどうかを判断していることが、当研究所の調査から分かっています。

本来であれば、対面・Webを問わず、働くことや企業、仕事の内側にある実態を早期に知り、「自分は何をしたいのか」「それはこの会社で実現できるのか」等を考えながら企業を選び、志望動機を高め、入社企業を決めるのが理想ですが、説明会・選考のオンライン化によって「難しい」という声が出てきているように見受けられます。

## 大学は、変化に対応した学生支援を

このような変化や課題を受け、大学ができる学生支援には、大きく次の4つがあるのではないかと考えます。

1つ目は、学生がオンライン上の選考に慣れる機会を提供すること。授業のオンライン化によって学生はツールの使い方には慣れてきていると思いますが、オンラインで説

明会に参加する、選考を受ける、選考の一環としてグループワークに取り組む、といったことは、授業とはまた別のものです。起こりうるイレギュラーな事態の把握も含めて、体感し、慣れておくことは重要です。

2つ目は、孤立化する学生の支援です。大学生活の多くのやりとりがオンライン化したことで、就職活動に関する話をする相手や機会を失い、孤立化する学生が増えています。情報交換や悩みの相談ができるオンライ

ン上のコミュニティーを作る等、学生が悩みを吐き出し、前に進むための支援が必要でしょう。

3つ目は、学生とのつながりの強化です。21年卒採用・就職においては、合同企業説明会の延期や中止、外出自粛等によってリクルートスーツを着て活動する学生を目にする機会が激減し、「自分もやらない」と思う機会を得られず、活動開始が遅れた学生が一定数いました。それは、応募締切を逃す、内定を得られないまま4年後期を迎えるといった事態につながります。そうならないように、大学からの情報発信はもちろん、情報を受け取ってもらえるだけの関係構築やつながりの強化が必要です。

4つ目は、学生が企業・仕事理解の解像度を高められる情報を企業に働きかけて取得し、学生にシェアすることで。企業との協働プログラム(共同研究、PBL、ゼミ)の件数を増やす、オンラインも含めた企業見学の受け入れや社員との座談会の設定を要請する等、OB・OGやその所属企業の人事部門等の協力を得ながら、学生たちに向けて「働く」「企業」「仕事」といったものの内側にあるものを届けることに力を尽くすことは、これからの学生支援の一つのあり方だと思います。

仕事の「現場」そのものも、オンライン上に移行しています。人と自由に会えていた過去は戻らない前提に立たなければ、思考停止に陥ります。今ある環境の中でできることを考え、実践することが重要だと思います。

(文・浅田夕香)

※1 リクルートキャリア「採用活動中間調査2021年卒」より