コロナ禍の新卒採用課題として7割が「欲しい人材からのエントリー獲得」と回答。一方、オンラインでは納得のいく学生選考が出来ていないという面接官の声も。

店舗集客、マーケティング戦略情報に特化したWebメディア「キャククル（https://www.shopowner-support.net/）」を運用する全研本社株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：林順之亮）は、コロナ禍で新卒採用を実施している人事担当者・経営者・役員111名を対象に、コロナ禍における新卒採用の実態を調査しましたのでお知らせいたします。

■調査概要：https://www.shopowner-support.net/attracting_customers/recruitment/in-house-recruitment/entry-problem/
調査概要：コロナ禍における新卒採用の実態調査
調査方法：インターネット調査
調査期間：2021年2月24日　同年2月25日
有効回答：コロナ禍で新卒採用を実施している人事担当者・経営者・役員111名

■新型コロナ以前より、オンラインの新卒採用活動に力を入れている企業89.2%
「Q1.新型コロナ以前（2020年2月以前）と比較して、あなたの企業ではオンラインでの新卒採用活動に力を入れていますか。」（n=111）と質問。
「かなり力を入れている」が55.9%、「やや力を入れている」が33.3%という回答を得られました。

・かなり力を入れている：55.9%
・やや力を入れている：33.3%
・力を入れていない：7.2%
・わからない：3.6%

■オンライン説明会における課題「手応えがない」が52.5%で最多
Q1で「かなり力を入れている」「やや力を入れている」を選択した方に「Q2.新卒採用のオンライン説明会・エントリーにおける課題を教えてください（複数回答）」（n=99）と質問。
「オンライン説明会では手応えがない」が52.5%、「双方向の座談会やディスカッションが難しい」が49.5%、「エントリーシートの質が例年より低い」が42.4%という回答を得られました。

・オンライン説明会では手応えがない：52.5%
・双方向の座談会やディスカッションが難しい：49.5%
・エントリーシートの質が例年より低い：42.4%
・自社の魅力が上手に伝わらない：37.4%

・応募者の温度感が掴みにくい：37.4%
・説明会からエントリーにつながらない：30.3%
・応募者が多く、候補者の絞り込みが難しい：21.2%
・欲しいターゲット人材からのエントリーがない：16.2%
・その他：2.0%
・特にない：1.0%

■その他に「熱量を図り辛い」「見分けの基準が定まっていない」など課題あり
Q2で「特にない」と回答した方以外に「Q3.新卒採用のオンライン説明会・エントリーの課題をQ2以外にあれば教えてください（自由回答）」（n=98）と質問。
「熱量を図り辛い」「見分けの基準が定まっていない」など40の回答を得られました。

＜自由回答・一部抜粋＞
・59歳：今年度は、オンラインとのハイブリッド方式なので、採用担当者数が不足する可能性がある。
・56歳：熱量を図り辛い。
・39歳：正解がわからない。
・39歳：見分けの基準が定まってない。
・31歳：温度感がわからないところ。
・45歳：オンラインでの作業のノウハウ不足。
・55歳：ざっくばらんな話が伝わらない。
・39歳：手ごたえが得られないのが一番つらいです。
・61歳：対面でないので、実際に会うまで清潔感や雰囲気がわからない。

■オンライン面接の課題「印象に残りづらい」が55.9%で最多
「Q4.新卒採用のオンライン面接における課題を教えてください（複数回答）」（n=111）と質問。
「オンラインでの面接だと印象に残りづらい」が55.9%、「会社や社員の魅力が伝わりにくい」が40.5%、「Webのみで採用することに躊躇いがある」が39.6%という回答を得られました。

・オンラインでの面接だと印象に残りづらい：55.9%
・会社や社員の魅力が伝わりにくい：40.5%
・Webのみで採用することに躊躇いがある：39.6%
・通信環境の良し悪しなど、面接に関係ない部分での減点が発生してしまう：31.5%
・自社への志望度が分かりにくい：30.6%
・学生がカンペを見てしまう：29.7%
・学生のエピソードが似たり寄ったりになっている：26.1%
・自分もオンラインに慣れていない：18.0%
・特にない／わからない：3.6%
・その他：1.8%

■その他に「雰囲気が読み取れない」「相手の力をうまく引き出せない」など、対面でないと難しい課題多数
Q4で「特にない/わからない」と回答した方以外に「Q5.新卒採用のオンライン面接における課題をQ4以外にあれば教えてください（自由回答）」（n=107）と質問。
「雰囲気が読み取れない」「相手の力をうまく引き出せない」など46の回答を得られました。

＜自由回答・一部抜粋＞
・65歳：顔色がわからない。
・59歳：オンラインでは相手の状況がつかみづらいため、質問内容も固定しがちになる。
・39歳：差がつきにくい。
・60歳：雰囲気が読み取れない。
・39歳：対面でないと分からない空気感がある。
・41歳：相手の力をうまく引き出せない。
・60歳：書類のやり取りができない。
・58歳：実際に会わないと，やはり最終判断が難しい。

■「ダイレクトリクルーティング」を筆頭に、企業は多くのオンライン施策を実施
「Q6.コロナ禍の新卒採用で、母集団形成のためのオンライン施策として現在実施していることを教えてください（複数回答）」（n=111）と質問。
「ダイレクトリクルーティング」が47.7%、「採用サイトの構築・運営」が45.0%、「求人サイトへの情報掲載」が44.1%という回答を得られました。

・ダイレクトリクルーティング：47.7%
・採用サイトの構築・運営：45.0%
・求人サイトへの情報掲載：44.1%
・企業SNSアカウントの作成・運営：43.2%
・採用オウンドメディアの構築・運営：36.0%
・人材紹介・エージェント：31.5%
・オンライン施策は行っていない／わからない：7.2%
・その他：2.7%

■その他のオンライン施策「オンラインイベント」「業界団体の求人欄の利用」
Q6で「オンライン施策は行っていない/わからない」と回答した方以外に「Q7.コロナ禍の新卒採用で、母集団形成のためのオンライン施策として実施していることをQ6以外にあれば教えてください（自由回答）」（n=97）と質問。
「オンラインイベント」「業界団体の求人欄の利用」など35の回答を得られました。

＜自由回答・一部抜粋＞
・59歳：オンラインイベントの開催。
・39歳：webを利用して、全国・海外の面接を、実施している。
・60歳：業界団体の求人欄の利用。
・39歳：アンケートによるフィードバック。
・41歳：知人の紹介。

■母集団形成を強める施策の検討も「ダイレクトリクルーティング」が最多
「Q8.母集団形成を強めるために検討している施策を教えてください（複数回答）」（n=111）と質問。
「ダイレクトリクルーティング」が48.6%、「採用サイトの構築・運営」が45.0%、「企業SNSアカウントの作成・運営」が40.5%という回答を得られました。

・ダイレクトリクルーティング：48.6%
・採用サイトの構築・運営：45.0%
・企業SNSアカウントの作成・運営：40.5%

・求人サイトへの情報掲載：35.1%
・採用オウンドメディアの構築・運営：32.4%
・人材紹介・エージェント：27.9%
・特にない／わからない：12.6%
・その他：3.6%

■解決したいオンライン新卒採用の課題、「欲しい人材からのエントリー獲得」が73.0%
「Q9.特に解決したいオンライン新卒採用課題があれば教えてください。（複数回答）」（n=111）と質問。
「欲しい人材からのエントリー獲得」が73.0%、「自社に興味がある人材からのエントリー獲得」が45.9%、「母集団形成の量を増やすこと」が32.4%という回答を得られました。

・欲しい人材からのエントリー獲得：73.0%
・自社に興味がある人材からのエントリー獲得：45.9%
・母集団形成の量を増やすこと：32.4%
・特にない／わからない：8.1%
・その他：4.5%

■まとめ
今回の調査ではコロナ禍で新卒採用を実施している人事担当者・経営者・役員を対象に「コロナ禍における新卒採用の実態調査」を調査しました。

結果として、9割の企業がコロナ感染拡大前と比較してオンライン採用に力を入れているものの、「手応えがない」「印象に残りづらい」など、エントリー・選考段階においてオンラインならではの課題に直面しています。

また、7割を超える企業が「欲しい人材からのエントリー獲得」を挙げていることからも、ダイレクトリクルーティングによる直接的な自社にマッチした人材を効率よく獲得するための施策を考える必要がありそうです。

全研本社では質の良い母集団形成が出来ない企業様をはじめ、欲しい人材を獲得するための採用Webマーケティングの実績がございます。もし現状の求人施策にお悩みでしたらお気軽にご相談下さいませ。

お問い合わせフォーム：https://www.shopowner-support.net/contact/recruitment-marketing/
お電話でのご相談窓口：03-5909-3031

■キャククルについて

キャククル（https://www.shopowner-support.net/）はIT事業を柱とする全研本社（eマーケティング事業本部バリューイノベーション事業部）が、2019年にリリースした店舗事業に特化したマーケティングメディアです。
業種やサービスごとに、集客方法やマーケティング戦略情報を紹介。
明日の集客や採用に活かせる内容となっております。

人事採用戦略の立て方に関するコンテンツ：
https://www.shopowner-support.net/attracting_customers/recruitment/in-house-recruitment/recruitment-strategy/

自社採用・求人獲得に関するコンテンツ：
https://www.shopowner-support.net/attracting_customers/recruitment/in-house-recruitment/

オウンドメディアリクルーティングにおけるコンテンツ：
https://www.shopowner-support.net/attracting_customers/recruitment/in-house-recruitment/owned-media-recruiting/

■会社概要
会社名 ： 全研本社株式会社
代表者 ： 代表取締役社長 林 順之亮
本社所在地： 東京都新宿区西新宿6-18-1住友不動産新宿セントラルパークタワー18・19階
創業 ： 1975年5月
資本金 ： 56,050,000円
全研グループ資本合計 ：227,000,000円
オフィシャルHP： http://www.zenken.co.jp

【PRに関するお問い合わせ】
全研本社株式会社 eマーケティング事業本部
バリューイノベーション事業部
担当： 三宅（みやけ）・角倉（すみくら）
TEL： 03-5909-3031 Email： shopowner-support@zenken.co.jp

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com