❶面接の重要性と総時間

約1時間の総面接時間で十分に相互理解ができているのか?

学生の活動量は減少を続けている

Part3では、就職活動や採用活動における学生と企業との間のコミュニケーション、相互理解について論じたい。まず、そもそもなぜ両者のコミュニケーションに着目するのか、その背景となる学生の就職活動や企業の採用活動の現状を見ていこう。

学生については、プレエントリーや説明会・セミナーへの参加といった就職活動の活動量を見た。下のグラフ❶のように、「プレエントリー」「個別企業の説明会・セミナー(対面)」については、実施した学生の割合(実施率・参加率)が年々減少し、各活動を実施した平均社数も同様に減少している。「面接などの対面の選考」も、参加した平均社数は減少傾向だ。

グラフ❶では触れていない「OB・OGなど社会人の先輩を訪問する」「リクルーターと接触する」「大学で開催される合同説明会・セミナーに参加する」「大学以外で開催される合同説明会・セミナーに参加する」「個別企業の説明会・セミナーのうち、Web上で開催されるものに参加する」「適性検査・筆記試験を受ける」といったさまざまな就職活動プロセスにおいても、参加率は2019年卒と比べて軒並み減少。就職活動全般において活動量の減少を見てとれる。これらは、企業の側から学生へアプローチするなどの採用手法の多様化が一因として考えられる。

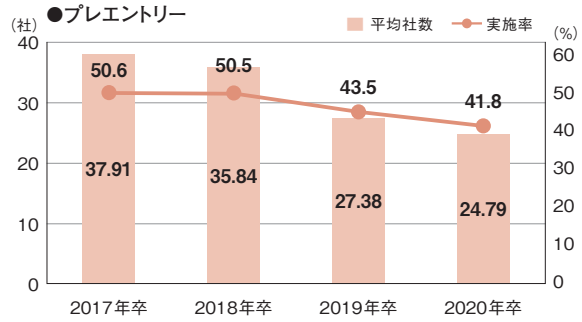
また、インターンシップについては、実施率(参加した学生の割合)も参加した平均社数も増加傾向だ。特に参加率は、2017年卒では43.7%だったのが、2020年卒では62.2%と、18.5ポイント増加している。インターンシップへの参加を以て就職活動の開始と捉えている学生が一定数(25.7%)いる中、説明会を起点に「広げて絞る」という活動から、インターンシップを起点に「見立てて絞る」活動にシフトしているとも言えるだろう。

入社意欲に寄与するのは面接や説明会

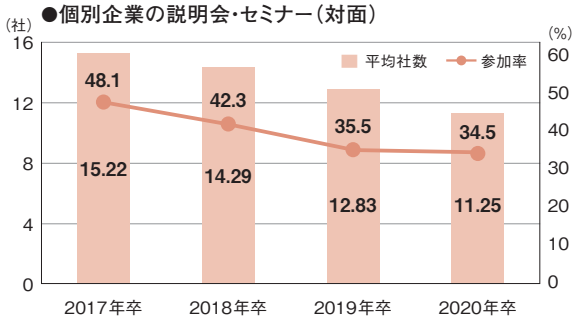
ここで、最終的に学生の入社意欲に

学生 プレエントリー、対面の説明会、対面の選考は実施(参加)率・実施(参加)社数ともに減少傾向

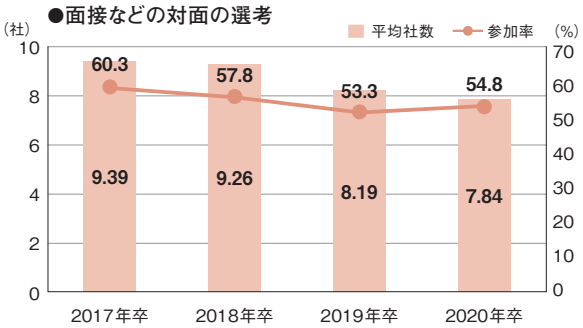
❶ プロセスごとの実施(参加)状況 ※実施(参加)率:学生全体/それぞれ単一回答、平均数の対象:各プロセスを実施(参加)した学生/実数回答



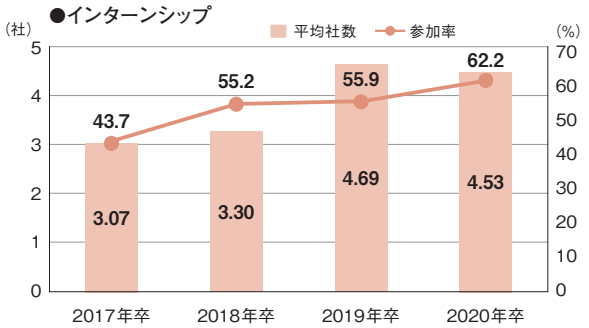
実施率は、2017年卒では約半数だったのが、2020年卒では約4割に減少。2017年卒では40社近かった平均社数が、2019年卒では30社を切るようになり、2020年卒では約25社に。



参加率は、2017年卒では半数近かったのが、2019年卒、2020年卒では全体の約3分の1の水準になった。2017年卒では約15社だった平均社数が、じりじりと減少し続けて、2020年卒では約11社に。



参加率は、2017年卒で約6割だったのが、2018年卒、2019年卒と減少を続けた後、2020年卒で横ばい傾向。2017年卒では約9社だった平均社数が、2019年卒、2020年卒では約8社に。



参加率は、2017年卒では4割台だが2020年卒では6割強に増加。2017年卒、2018年卒では約3社だった平均社数が、2019年卒で4.69社と増加。2020年卒では4.53社とやや減少。

影響する要素について見てみることとしよう。

学生に、就職確定先の入社意欲が高まった情報や企業との接触について尋ねたところ（グラフ❷）、最も多かったのが「面接など対面での選考」で約6割。次いで、「個別企業の説明会・セミナー」も4割を超えて続いた。「合同説明会・セミナー」も約2割となった。また、「確定先企業のリクルーターとの接触」が2割弱、「確定先企業に在籍するOB・OG訪問」が約1割と、採用選考以外の確定先企業との接触も、学生の入社意欲の向上に寄与していた。

では、企業と学生との接触の中でも、特に重要な接点と考えられる「面接」は、現状の選考において、どのように行われているのだろうか。

学生1人あたりの総面接時間は1時間強

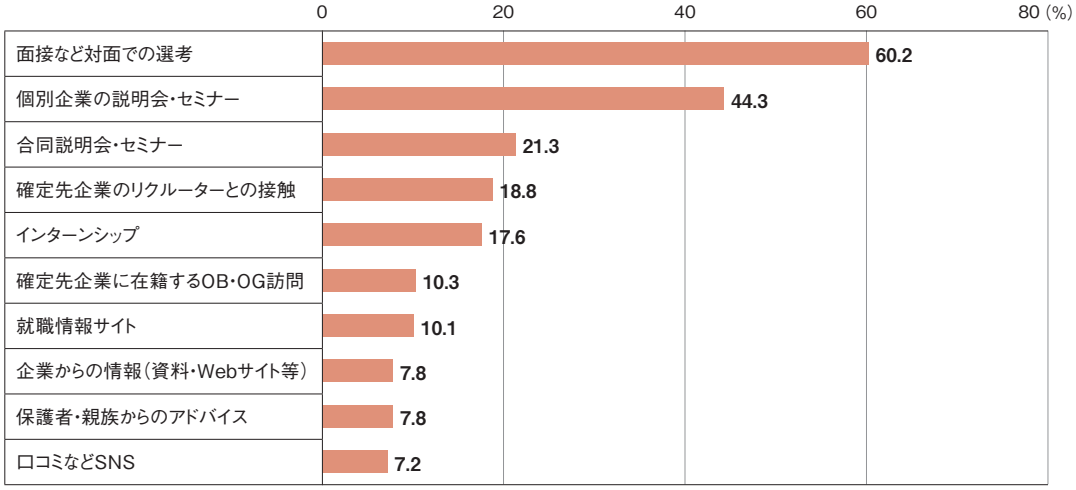
企業に、学生1人あたりにかける面接の平均時間を尋ねたところ、平均は62.7分（グラフ❸）。つまり、企業は約1時間の総面接時間で学生とのマッチングを行っていることになる。加えて、「OB・OG訪問受け入れ、リクルーターによる接触等」では学生1人あたり94.3分と、こちらも1時間半程度となっている。

必ずしも時間が長ければ長いほどコミュニケーションと相互理解の質が高まるというわけではない。また、学生によっては、インターンシップなどによって理解が深まっている状態も考えられる。しかし、学生にとって就職先を選ぶという大きな選択であり、企業にとっても事業発展を担う人材を選ぶ大切なプロセスであることを考えると、両者の相互理解を深めるための総面接時間が、「約1時間」では少ないと捉える人もいるだろう。

いずれにせよ、若手社員の早期離職が課題視され続けている現状では、就職活動時における学生と企業間の相互理解が十分にできているとは言い難い。企業と学生は、限られた接点の中で、コミュニケーションと相互理解の質を向上させたり、量（時間）を増やしたりする必要があるということが言えるだろう。

学生 面接での選考や説明会で入社意欲を高める学生が多い

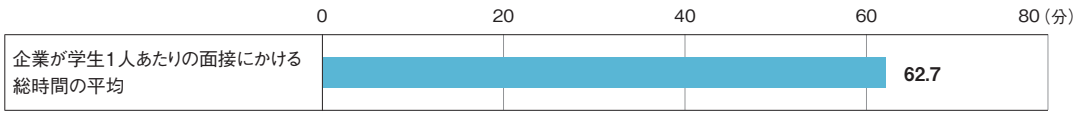
❷ 就職確定先の入社意欲が高まった情報や企業との接触 （上位10項目抜粋）就職プロセス調査　※大学生全体（就職志望者・就職確定者／複数回答）



「面接など対面での選考」が60.2%と突出して多く、次いで「個別企業の説明会・セミナー」が44.3%で続く。3位以下では、「合同説明会・セミナー」、「確定先企業のリクルーターとの接触」「インターンシップ」が2割前後で続き、対面での接触が上位を占める結果となっている。

企業 約1時間の面接で企業と学生とのマッチングが行われている

❸ 企業が学生1人あたりにかける面接の平均時間 面接が複数回の場合は合計した時間　※全体／実数回答　0分は含めない



全体の平均は62.7分だが、従業員規模別で見ると、300人未満が56.1分、300～999人が70.5分と規模によって差が見られた。業種別ではIT業が81.2分、地域別では関東が75.0分と、比較的長い。