

③ 学生と企業の認識ギャップと入社前不安

学生と企業のコミュニケーション、志望意欲を高めたオンラインコミュニケーションとは？

情報の受発信のギャップが示す相互理解の難しさ

ここまで、オンラインコミュニケーションにおける、丁寧な情報開示や、中長期的な学生・企業の間、志向変化を背景とした企業情報(仕事やスキル、目的や文化など)の言語化の重要性を述べてきた。では、学生と企業のコミュニケーションはどのような状況なのだろう。

『就職白書2020』では、平均面接時間(62.7分)や「企業が提供した情報」と「学生が知れた情報」の差、ミスマッチを防ぐための採用上のコミュニケーションに対する認識ギャップなどから、コミュニケーションの課題提起をした。2021年卒の

調査においても、学生が就職活動の中で知ることができた情報と企業が提供した情報には差があることが分かる(グラフ①)。「研修内容」「求める人物像」「具体的な仕事内容」「取り扱っている製品やサービス」など、企業は開示している認識でも、学生には伝わっていない実態が読みとれ、どんな企業文化の中でどんな仕事をして、どんな能力が身につく、必要なかが分からないまま、就職活動を終える学生が少なからずいるとも考えられる。

次に、「Web説明会・セミナー」「Web面接選考」「内定後のWeb面談」において志望意欲が高まった理由を自由回答で聴取し、テキスト分析を実施した(P29・図②)。面接選考では、「面接担当者がと

ても良い人で、面接時に社風などもお話ししていただけた」「人事の方が親身になって自分の話を聞こうとしてくれた」といった回答が寄せられている。「Web面接選考」において、自分の話に傾聴してもらったことや、面接担当者の人柄や対応が好印象であったことが、志望意欲につながっているようだ。

一方、単語の出現頻度の少なさから、「仕事内容」や「働くイメージ」に関する情報を得られたことで志望意欲が高められた学生は多くないと考えられる。

「内定後のWeb面談」では、「イメージ」「キャリア」などの単語が抽出されている。自由回答例には「自分の考え方や価値観の近い社員の方との面談を設定していた

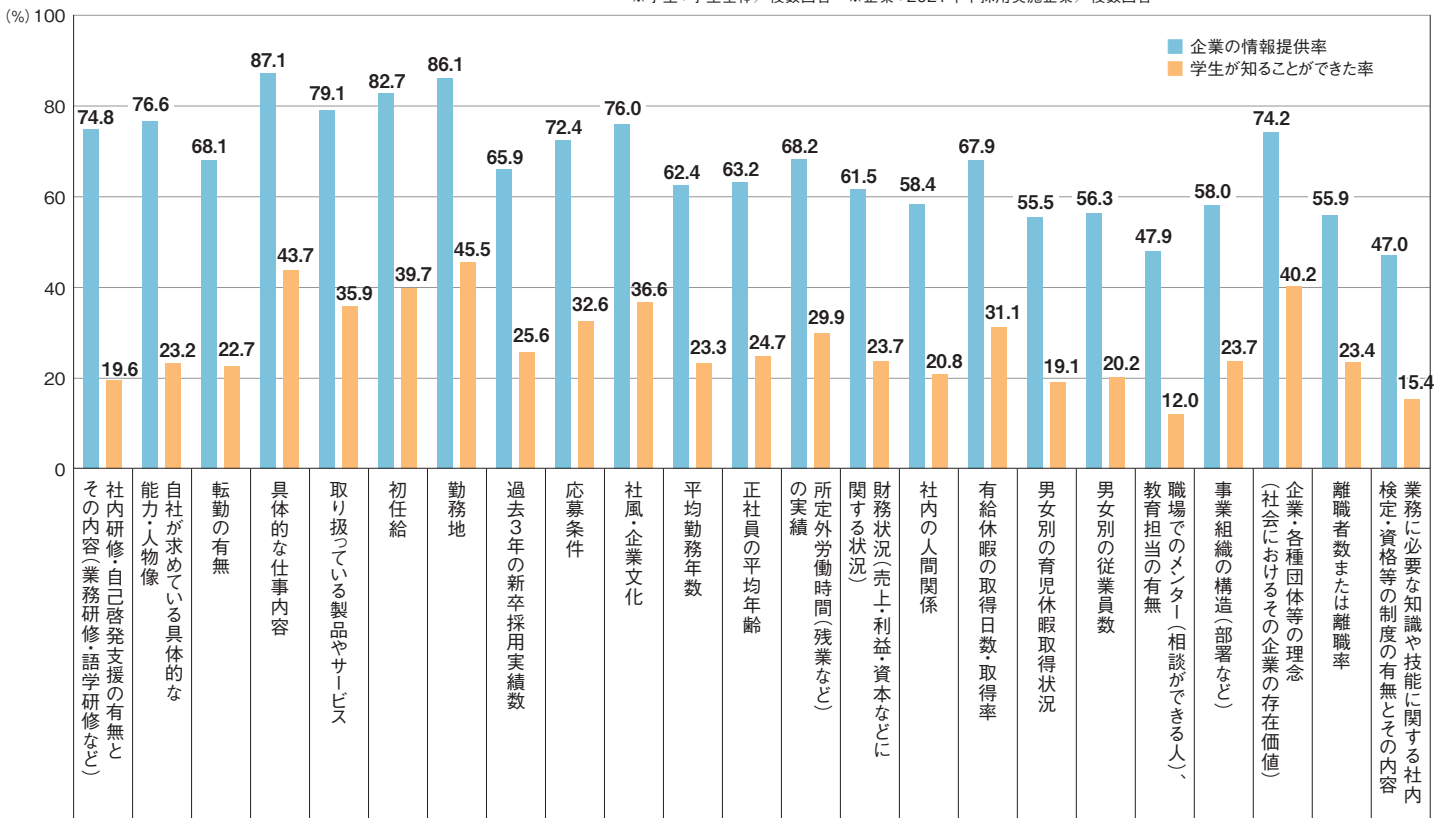
学生

「社内研修の有無とその内容」「求めている具体的な能力・人物像」など、企業が提供したと答えた割合と、学生が知ることができたと答える割合に大きな離れがある

企業

① 企業が提供した情報と学生が知ることができた情報

※39項目のうち、30ポイント以上の差が見られる上位23項目を抜粋
 ※学生：学生全体/複数回答 ※企業：2021年卒採用実施企業/複数回答





だき、自分が働くイメージがより現実的に湧いた」「選考では知れないことを聞けてキャリアプランを描くことができた」といったものがある。入社後のキャリアプランや具体的な仕事のイメージがつかめたり、入社への不安が解消できたりすることが、志望意欲につながっているようである。

これらの学生の声は、選考の段階で理解を深められなかった、入社後の働くイメージや仕事内容を、内定後にすり合わせているケースがあることを示唆している。学生が選考プロセスの中で理解度を深め自分のキャリアを選択するために、キャリアイメージを培う機会を説明会・選考段階から設計できるかがコミュニケーションにおいてより重要になるだろう。

2020年4月に就職予定だった学生に、入社直前の大学卒業時点での就職予定先に対する不安の有無を聞いたところ「不安がある」は49.9%に対し「不安がない」は26.4%で、不安がある割合は約半数。不安がある・ない学生を比べ、「就職先への理解」「就職先からの理解」「就職先への納得度」の各項目において「あてはまる」と感じる学生の割合を見てみた(グラフ③)。不安がある・ないでは、不安がない方が就職先のことを理解できており、また自分のことを理解してくれていると感じ、納得している。

採用のオンライン化により、文化や風土など言語化しづらいものの言語化が必要になっている。加えて、入社後の仕事

内容と得られるスキル、仕事を通じた社会・他者への貢献を具体的に知りたいという志向の変化が起きている。一方、企業からの情報提供が学生に十分伝わっているとは言い切れず、学生が求める情報が、選考段階途中ではなく、内定後に開示されている現状も見えてきた。

これらの課題に対し、採用準備段階に着目し、選考プロセス段階からのリアルな情報開示の重要性を考えていく。情報収集や人材要件定義などの採用準備やリアルな情報開示は、学生の企業理解や意欲を向上させ、企業の採用満足度を上げることが見えている(後述)。Part 4では、企業・学生双方の理解をどう深めるかデータや事例とともに見ていきたい。

学生

内定後の面談でキャリアプランや仕事のイメージを具体化させている

② Webでの「説明会・セミナー」「面接選考」「内定後の面談」において志望意欲が高まった記述の頻出単語

※学生全体/複数回答

説明会・セミナー (n=619)		面接選考 (n=439)		内定後の面談 (n=143)	
抽出語	出現頻度	抽出語	出現頻度	抽出語	出現頻度
説明	15.0%	面接	25.5%	社員	20.3%
企業	14.9%	社員	17.5%	自分	11.9%
社員	14.2%	自分	13.0%	内定	11.9%
感じる	11.8%	感じる	11.2%	親身	8.4%
会社	11.3%	良い	10.5%	聞く	8.4%
知る	10.2%	話	10.3%	話	8.4%
内容	10.2%	人	9.6%	イメージ	7.7%
Web	9.2%	雰囲気	9.3%	キャリア	7.7%
雰囲気	8.1%	企業	8.4%	聞ける	7.7%
自分	7.9%	対応	7.3%	人事	7.0%
魅力	7.9%	聞く	7.3%	働く	7.0%
知れる	7.8%	話す	7.1%	会社	6.3%
聞く	7.4%	会社	6.8%	詳しい	6.3%
良い	7.3%	人事	6.6%	対応	6.3%
情報	6.0%	Web	6.4%	不安	6.3%
理解	5.8%	人柄	6.4%	フィードバック	5.6%
働く	5.7%	質問	5.5%	解消	5.6%
事業	5.5%	知る	5.0%	質問	5.6%
詳しい	5.2%	働く	5.0%	設ける	5.6%
具体	4.8%	丁寧	4.6%	相談	5.6%

■ その項目でのみ出現頻度が高い単語

「説明会・セミナー」「面接選考」「内定後の面談」それぞれについて、その項目でのみ出現頻度が高い単語に色づけした。「説明会・セミナー」では、「内容」「魅力」「知れる」「情報」。「面接選考」では、「人」「人柄」「丁寧」。「内定後の面談」では、「親身」「イメージ」「キャリア」「聞ける」といった単語が見られる。

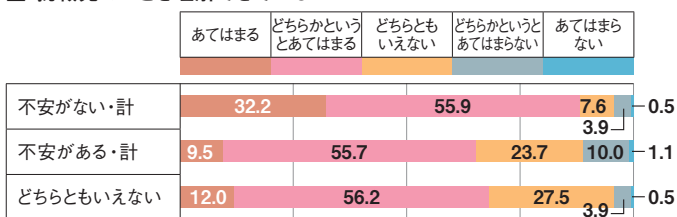
学生

不安がある学生とない学生では就職先への理解や納得、理解されている実感に差

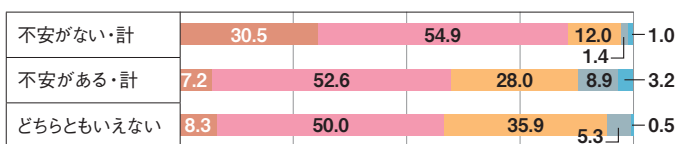
③ 就職先に対する自己認識

※大学生の就職志望者・民間企業への就職先確定者/単一回答

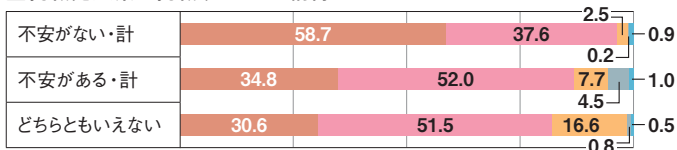
■ 就職先のことを理解できている



■ 就職先は、自分のことを理解してくれていると感じる



■ 就職先企業に就職することに納得した



※ 不安がない・計:「就職予定先に対する不安がない」に「あてはまる」「どちらかというとはまる」と回答した合計
※ 不安がある・計:「就職予定先に対する不安がない」に「あてはまらない」「どちらかというとはまらない」と回答した合計

不安がある・ないでは、「就職先のことを理解できている」が「あてはまる」割合が22.7ポイントの差。「就職先は、自分のことを理解してくれていると感じる」が「あてはまる」割合は23.3ポイントの差があった。

(2020年卒 就職プロセス調査)