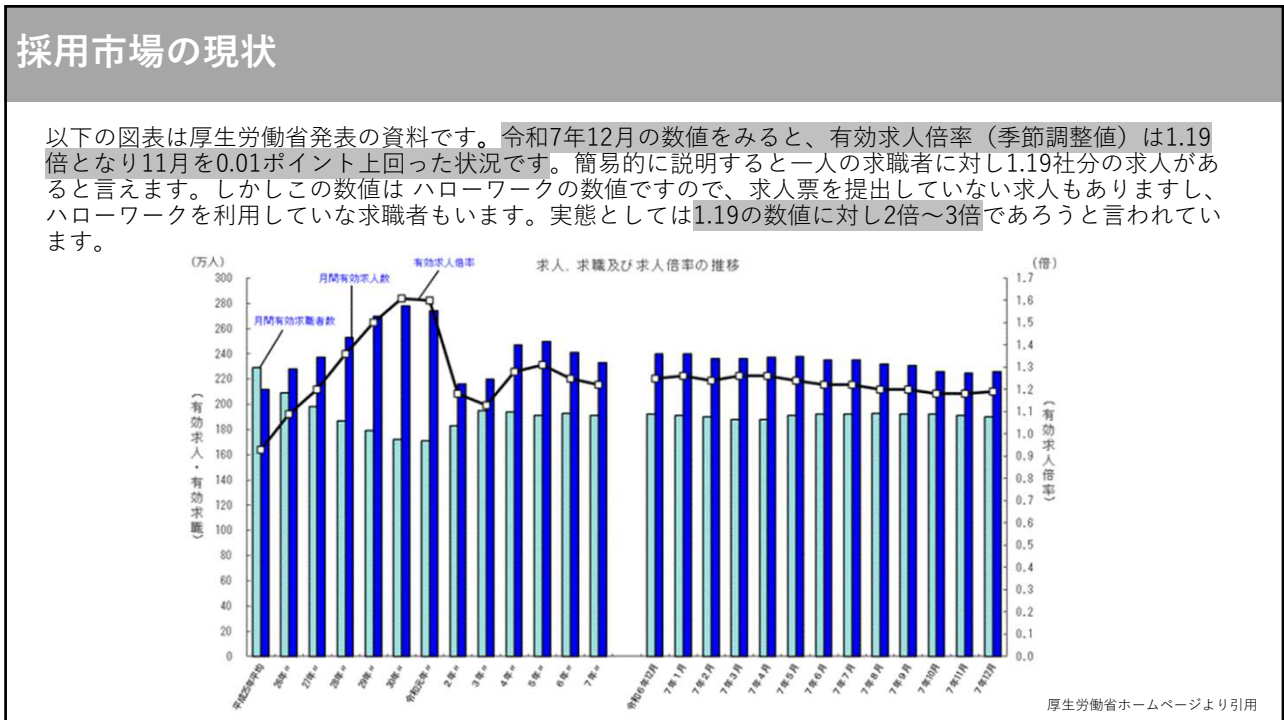


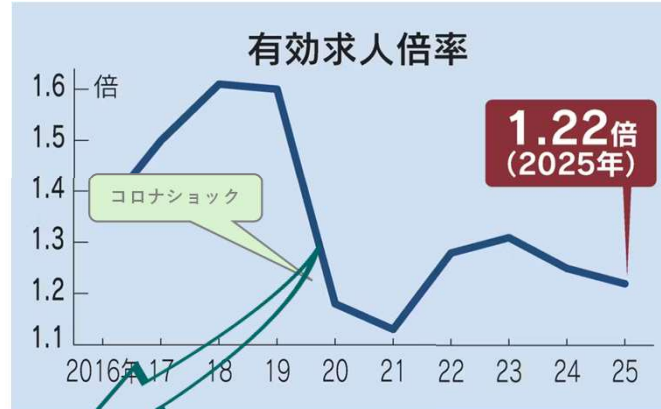


1



2

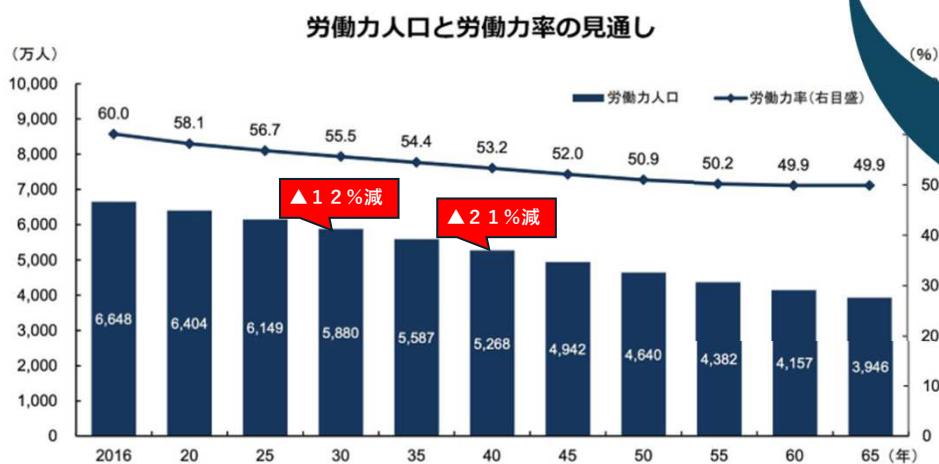
採用市場の現状



コロナショックに隠れていますが、19年の1.6倍から1.08までの急落理由ですが、ハローワークへ求人申込をする際に、より詳しい求人情報や事業所情報が提供されるよう、復職制度や昇給制度、賞与制度の有無などを求人票上で登録必須の情報に追加となり中小企業が掲載を敬遠し始めたという理由があります。

3

採用環境の変化の強調



(注) 2016年は実績、2020年以降は、男女別、年齢5歳階級別の労働力率を2016年と同じとして算出（75歳以上は、2016年の75歳以上の労働力率を75～79歳の労働力率とし、80歳以上はゼロとして算出）。

(資料) 総務省「労働力調査年報」（2016年）、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（2017年4月推計）より、みずほ総合研究所作成

4

待ちの採用の問題点

「求人票を公開しても応募がゼロ」「内定を出しても競合にさらわれる」。多くの経営者や採用担当者が抱えるこの悩みは、単なる「人手不足」ではありません。その正体は、企業と求職者の間における「パワーバランスの劇的な逆転」です。

2026年、採用市場はAIやATS（応募者管理追跡システム）の高度化、そして求職者の価値観の多様化により、従来の「常識」が完全に崩壊しました。もはや、**優れた人材が自社を見つけることを期待する「待ちの採用」は、組織の成長を止める死活問題**といえます。今求められているのは、採用を人事の事務作業ではなく、重要な「経営戦略」と捉え直す視点が必要です。

待ちの姿勢はリスクでしかない

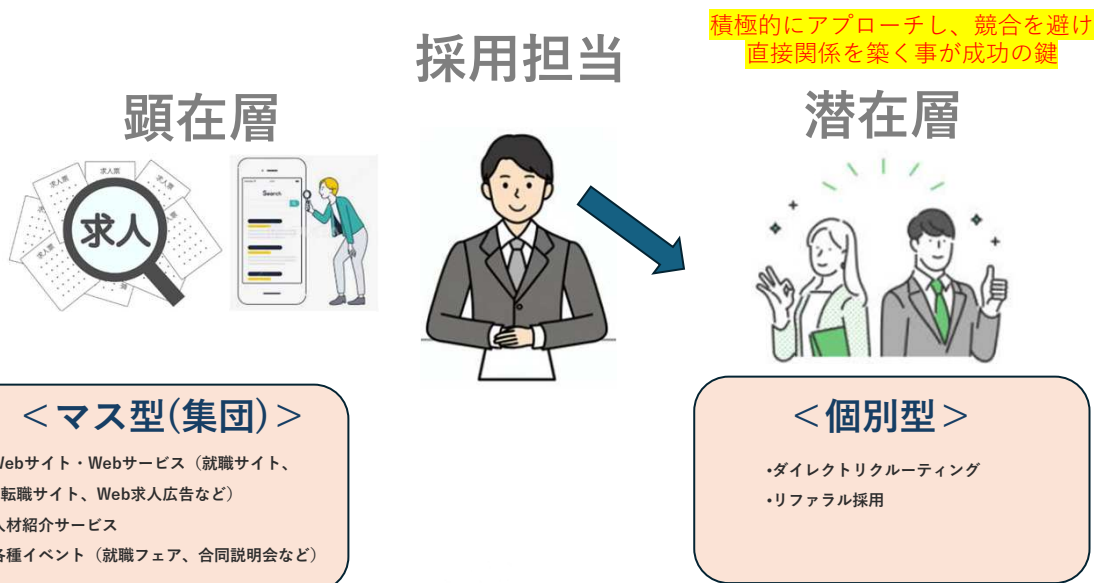


優秀と言われる人材は求人サイト等で仕事を探さない人が多い。待つだけでは出会えない



5

攻めの採用の重要性



6

攻めの採用の重要性①

ダイレクトリクルーティングとは



ダイレクトリクルーティングは「転職潜在層にもアプローチできる」メリットが強い。求人広告や人材紹介は転職活動中の人としか出会えませんが、ダイレクトリクルーティングは今すぐの転職を考えていない人材に対しても、当社に興味を持ってもらえるきっかけとなる

個別です！！



7

攻めの採用の重要性④

ダイレクトリクルーティングでのポイント

スカウトメールの文面で全てが決まります！

タイプ	悪い例	良い例
件名	ご経歴を拝見しました	山田様、〇〇のご経験についてお話したくご連絡しました
本文	長文テンプレート	なぜあなたに声をかけたのか1行で記載
誘導	応募前提	まずはカジュアル面談

♡ラブレターを書いてください♡

8

攻めの採用の重要性④

カジュアル面談の必要性

カジュアル面談とは、企業と応募者が互いをよく理解するための面談方法です。企業により「オフィス見学会」や「オープンオフィス」など呼称は様々ですが、フランクにありのままの姿を見せ合い、入社後のミスマッチを防ぐことを目的としています。その形式もまた企業によって異なりますが、多くの場合は自社に応募者を招き、個別に会社説明やオフィス内の見学ツアー、意見交換会などを実施しています。また、リモートワークが浸透している近年では、これらのイベントをオンラインで行なう企業も増えています。求職者が職場に求める要素は、大まかに「報酬（待遇）」「仕事内容」「会社の将来性」「キャリア形成」「社内環境」「会社の安定性」の6つに分類されます。カジュアル面談を通して、相手がとくに何を重視しているのかを探る事がポイントです。

<関係構築の重要性>

カジュアル面談は評価ではなく信頼関係構築が主眼。候補者の悩みをじっくり聞く姿勢が重要です。

<誠実な情報共有>

企業の弱みや課題を隠さず誠実に伝えることで透明性が高まり、候補者の信頼を深めます。

<次回接点の動機づけ>

面談の最後に次のステップを明確に提案し、継続的な関係構築の流れを作ることが大切です。

<ファン化プロセスの可視化>

出会いから関係構築、共感、次回接点までの流れを図解し、面談の重要性を視覚的に示します。

9

攻めの採用の重要性②

リファラル採用とは

リファラル採用とは、社員の知人を自社で紹介してもらい、採用する手法です。

社員の知人ということは、大学や前職などが同じで、属性が似ている傾向があります。属性が似ていれば、能力や人間力の部分が、自社の求める人物像に近い人材と考えられます。

社員にリファラル成功報酬を設定する企業も多いですが、社員に予算をあたえ知人との会食費用を会社負担する企業も散見されます。

求人広告会社や人材紹介会社へ高額な費用を払うなら、今、貴社で活躍している社員に報酬や会食費用を提供する事も是非、検討してください。



10

攻めの採用の重要性③

ヘッドハンティングとは

特定の企業、部門、またはこのような業界の経験があるような人という形式でオーダーをしヘッドハンターが、個別アタックをし人材紹介のように連れて来てくれるパターンです。人材紹介より更に我儘版と言った形です。

※デメリット

費用が高額です。まず年収1,000万の人を採用したいとなると着手金として500万円（50%の費用が発生します）採用が成功した場合もう500万（50%）計1,000万円が採用経費になります。

しかし、求める人材を採用し事業の拡大を求めるなら高くないと考える経営者も少なくないです。



11

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

2025年度から変化したインターンシップ

文部科学省・厚生労働省・経済産業省の合意による「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」（3省合意）を改正し、大学生等のキャリア形成支援に係る取組を類型化するとともに、一定の基準を満たしたインターンシップで企業が得た学生情報を、広報活動や採用選考活動に使用できるよう見直しました。

改正のポイント

① インターンシップ等の学生のキャリア形成支援に係る取組を4つに類型化

「インターンシップ」とは称さない	「インターンシップ」と称して実施
就業体験を必須とせず、「個社・業界の情報提供等」や「教育」が目的	就業体験が必須 「自身の能力の見極め」や「評価材料の取得」が目的
タイプ1 オープン・カンパニー タイプ2 キャリア教育	タイプ3 汎用的能力・専門活用型インターンシップ タイプ4 高度専門型インターンシップ（試行）

② 一定の基準を満たすインターンシップ（タイプ3）で取得した学生情報を、広報活動・採用選考活動の開始時期以降に限り、それぞれ使用可能



- 【一定の基準とは】
- ・就業体験要件（実施期間の半分を超える日数を就業体験に充当）
 - ・指導要件（職場の社員が学生を指導し、学生にフィードバックを行う）
 - ・実施期間要件（汎用的能力活用型は5日間以上。専門活用型は2週間以上）
 - ・実施時期要件（卒業・修了前年度以降の長期休暇期間中）
 - ・情報開示要件（学生情報を活用する旨等を募集要項等に明示）

12

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

今まで職業体験のない会社説明会（1DAYインターンシップ）という名の会社説明会が暗黙の了解で実施されその際に参加した学生に早期選考の案内などが実施され、ルール違反する企業が多く存在していました。

インターンシップは、あくまでも職業体験の提供が目的です。就活ルールでは「インターンシップ生の情報は採用選考活動に利用できない」と決められていました。しかし実際の採用市場では「インターンシップを利用した採用活動が行われている」など、多くの企業がルール違反を行っていました。

こうした実態を踏まえて、適切な採用選考活動の実施を後押しするために行われたのが、インターンシップルールの見直しです。

見直しの結果、2025年卒の就職活動から、一定の条件下でインターンシップ生の直接採用が認められることになりました。これが**文部科学省・厚生労働省・経済産業省**の3つの省庁で決められた『三省合意改正』です。

- 要件を満たすときだけ「インターンシップ」と呼べる
- 学部1～2年生はインターンシップの対象外
- 採用活動に使えるケースが決められた

13

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

ポイント① 開催日数によっては“インターンシップ”と名乗れない

三省合意改正後、**インターンシップと呼べるのは5日間以上のプログラム**に限られます。専門活用型は2週間以上です。

最低ラインが定められたことで、インターンシップ開催までのハードルが上がりました。これにより、企業にはしっかりした準備とリソース確保が求められます。**（新卒向就活メディアの掲載条件はまだ未発表です）**

ポイント② 1～2年生のプログラム名に『インターンシップ』はNG

従来のインターンシップには誰でも参加できましたが、授業を欠席したり休学したりしてまで参加する学生が問題視されていました。そこで導入されたのが、インターンシップに参加できる学生を**学部3年生か修士課程に進学する学生が対象と制限**されました。



14

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

ポイント③ 採用活動に使用できるインターンシップの条件

・就業体験要件

インターンシップ期間の半分以上を、実際の職場での就業体験にしなくてはなりません。テレワーク中心の場合は、テレワークも職場と認められます。

・指導要件

就業体験では、職場の従業員が学生を指導しなくてはなりません。なお、インターンシップ後は、適切なフィードバックを実施する必要があります。

・実施期間要件

汎用的能力活用型は5日間以上、専門活用型は2週間以上実施する必要があります。

・実施時期要件

学部3～4年または修士1～2年の長期休暇期間のみ参加が認められます。なお、大学正課・博士課程はこの限りではありません。

・情報開示要件(事前に告知する必要があります)

プログラムの目的

実施時期、期間

募集人数

選抜方法

給与の有無

就業体験の内容

就業体験に必要な能力

フィードバック方法

(必要なら) 採用活動に学生情報を利用する旨

当該年度のインターンシップ実施計画

(時期・回数・規模など)

インターンシップ実施に係る実績概要 (過去2～3年程度)

採用選考活動などの実績概要 ※企業による公表のみ

15

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

みなさんに是非、実施して頂きたい事！

「インターンシップ」とは称さない

就業体験を必須とせず、「個社・業界の情報提供等」や「教育」が目的

タイプ1 オープン・カンパニー

タイプ2 キャリア教育

新卒・既卒問わず『オープンカンパニー』という名のイベント（説明会）を実施して欲しい。

オープンカンパニーは主に情報提供や企業紹介を目的とした短期のイベントです。

形式は、説明会形式や社員との座談会、交流会など、企業によってさまざまですが、実際の仕事体験はありません。また、学年や学位による応募制限が設けられていないため、開催先に応募して承諾されれば大学1年生からでも参加できます。

学生にとっては、オープンカンパニーを通じて企業や業界の実情を把握でき、自分のキャリアを考えるための大切なきっかけとなり、企業は学生に情報を提供して興味を持ってもらうことが目的です。

しかし、ここで修得した個人情報は採用活動に使用できません。必ず別で通常のエントリーをして頂く必要があります。（当社に興味をもってもらう！当社を知ってもらう！が目的です）

16

番外編（インターンシップのルールが変わりました）

『オープンカンパニー』で成功を勝ち取る為に

EVPの再定義 選ばれる理由の言語化が必要です。

※EVPとは：「Employee Value Proposition」の頭文字を取った略語で従業員に対して企業提案できる価値の事

< やりがい・成長 >	< 環境・風土 >	< 報酬・福利厚生 >	< EVPの中心 >
仕事の面白さやスキル向上の機会が、ミッションに共感する候補者に特に響きます。	心理的安全と柔軟な働き方が、働く文化や人間関係の魅力を形作ります。	生活の安定を支える報酬や福利厚生は、長期就業を考える候補者に重要です。	三つの要素が重なり合う中心に企業独自のEVPを配置し強みを示します。

※職場の心理的安全性とは、組織の全員が、処罰、排除、屈辱を受けることなく意見を述べる事ができる環境。

みなさん、言語化できていますか？

17

最後に

本日はお忙しい中ご参加頂き御礼申し上げます。

「人材不足」「売り手市場」などの言葉で表現していると大変厳しい経営状況に突入します。

- ・まだ待ちの採用をしていませんか？
- ・選ぶ面接をしてませんか？

我々株式会社foredgeでは、年間50社～60社を上限として、皆様の採用活動を上流から下流までお手伝いをしている会社です。

求人広告を出しても応募者が来ない！求める応募者が来ない！人材紹介者に依頼しても紹介者が来ない！などどうすればいいか？でお悩みの企業様は是非、私にご相談ください。

今ならまだ間に合います！

ご清聴ありがとうございました。

株式会社foredge 江頭謙二

18