

## 株式会社学情

# 2023年10月期・第2四半期 決算補足説明資料

(インタビュー形式での資料となります)

## (3) マーケット環境について

2023年6月26日

東証プライム上場：証券コード2301

## Q.採用マーケット全体をどのように捉えていますか？

A.企業の採用需要は高止まりし、新型コロナウイルス感染拡大前よりも人手不足感が強まっていると言っても過言ではありません。日銀の雇用人員判断指数（※人員の過剰-不足）は、企業規模を問わず「不足」が「過剰」を上回っており、今後も「不足」は拡大する見通しになっています。景気の回復を受けて、ホテルや観光などサービス業の求人が急増している他、人手不足感の強いIT業界でも採用を増やす動きが加速しています。

## Q.若手人材の採用需要はいかがですか？

A.求職者優位な「売り手市場」の様相が強まっています。経験者採用(中途採用)、とりわけ20代の経験者採用を拡大する動きが加速しています。人手不足感が強まっていることや、デジタル領域の強化・事業の新陳代謝が必要になっていることを受け、社内の活性化やイノベーションの推進を期待し、とりわけデジタルネイティブである若い世代の経験者採用を強化する企業が増えています。

また、「中途採用比率の公表義務化」やD&Iの推進を受け、大手企業を中心に第二新卒などを対象にした通年採用を導入する動きが加速しています。欠員募集だけでなく、人的投資の強化や中長期的な成長を見据えた採用のお引き合いも増加の傾向です。

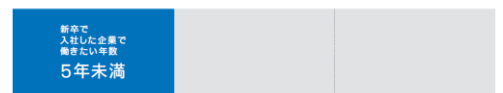
VUCAの時代と呼ばれる現在は、働き手による主体的なキャリア形成への関心が高まっています。特にZ世代・ミレニアル世代にあたる20代は、「キャリアの自律」への関心が高く、希望するキャリアを実現するために「転職」を選択する20代も増える見通しです。企業間の労働移動が活発になることで、当社に求められる役割はより大きくなると考えています。

25～34歳の5人に1人は転職を希望



出所:総務省「令和3年 労働力調査年報」2021年

学生の3人に1人が入社した企業で働きたい年数は「5年未満」と回答



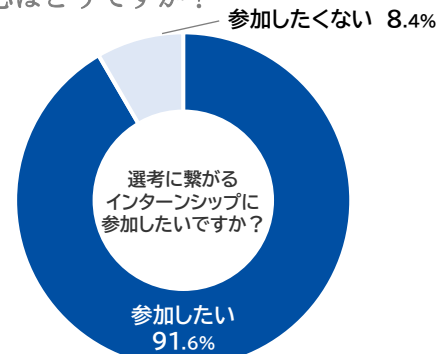
出所:学情「就職活動意識調査アンケート」2022年

## Q.インターンシップ、オープン・カンパニーに対する学生、企業の反応はどうですか？

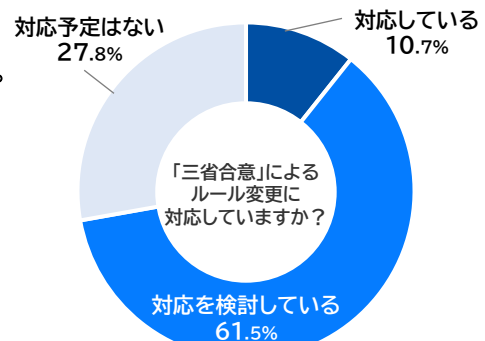
A.学生は、早期から積極的に情報収集をしたいという意向が高まっています。当社が実施したアンケートでは、「選考につながるインターンシップがあれば、参加したい」とした学生が9割に上りました。また、5人に1人は3年生のうちに就職活動を終わりたいとしており、早期化の傾向はさらに加速していくと考えられます。

企業もインターンシップ、オープン・カンパニーの実施を強化する傾向です。当社が実施したアンケートでは、2025年卒からインターンシップ、オープン・カンパニーに関するルールが変更になることを受け、「対応している」「対応を検討している」と回答した企業が6割を超えました。企業も、早期に学生と接点を持ちたいというニーズが拡大しています。

一方で、長期化を懸念する声も上がっています。早期化が加速し、2年先の入社を見越して採用活動を実施することが必要になっています。「ビジネスの環境・トレンド変化が速い時代に、2年先を見越して人員計画や採用要件を決めるのは難しい」という声も上がっており、新卒採用だけでなく、第二新卒を対象にした通年採用を拡大する動きも増加しています。20代の第二新卒・既卒を対象にした採用では、すぐに入社することも可能です。「経済の回復に合わせて人員を増強するためには翌年や翌々年まで待てないので、すぐに入社でき、経験もポテンシャルもある20代を採用したい」と、「20代通年採用」を導入・拡大する企業が増加しています。



出所:学情「インターンシップに関する学生アンケート調査」2023年



出所:学情「2025年卒採用に関する企業アンケート調査」2023年

Q.経験者採用(中途採用)の領域を強化していくとのことですが、手ごたえはいかがですか？

A.既に手ごたえを感じています。終身雇用が当たり前でなくなりつつある今、働き手が自身でキャリアを形成していくことが求められています。「ファーストキャリア」という言葉が一般化するほど、転職を前提としたキャリア形成が当たり前になりつつあります。当社は、2004年から「20代通年採用」を提唱し、「20代の初めての転職を支援する企業」というポジションを確立してきました。約10年かけて育ててきたブランド資産をベースに、経験者採用領域をさらに強化していきたいと考えています。

Q.「売り手市場」となると効果が心配です。R e就活の会員を増やすことが難しくなるのではないのでしょうか？

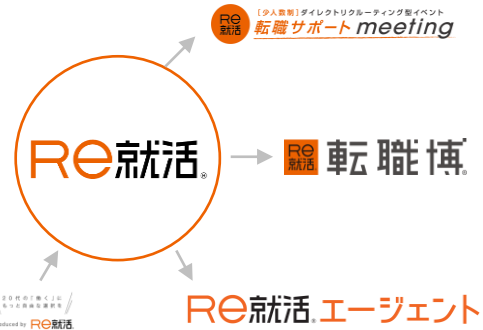
A.おかげさまで、「R e就活」の新規会員登録数は前年比を上回っています。ユーザーからの支持と、戦略的な広告投資が相互に作用し、2023年1月～4月の新規会員登録数は前年比125.9%で推移しています。2023年5月単月の月間新規会員登録数は前年比150.1%で伸長しました。月間応募数も、前年比127.8%で伸びています。たしかに、業界全体では新規会員登録数が前年割れとなっているサービスも多いようですが、当社は順調に伸ばすことができています。



※ R e就活テレビCM (全国でオンエア)

Q.売り手市場の環境下でも、新規会員登録を伸ばすことができている要因は、どのような点が考えられますか？

A.大きな要因は2つあると考えています。1点目は、求職者とのタッチポイントを複数設けていることです。転職サイト「R e就活」をはじめ、合同企業セミナー「転職博」「転職サポートmeeting」など、情報収集のチャンネルを複数提供することで、ユーザーの利便性を高め、支持を得られていると評価しています。



特に、新型コロナウイルス禍で就職活動をした20代前半の転職希望者は、WebセミナーやWeb面接で就職先を決め、ミスマッチを感じ転職を希望する人が多い傾向です。転職では社風や企業のカルチャーを重視したいと考える人が多く、リアルで直接話を聞きたいというニーズが拡大しています。オンラインとオフライン、両方のチャンネルで情報収集の機会を提供していることが、優位性につながっていると評価しています。

2点目は新卒領域とのシームレス化を実現できている点です。就職(ファーストキャリア)から、転職までの期間が短くなっている現在は、就職支援の領域でサービスを展開し企業・ブランド認知を得ていることが、転職支援の領域での大きなアドバンテージになります。オリコン顧客満足度調査 学生満足度No.1のスカウト型就職サイト「あさがくナビ」※1や、来場数No.1の合同企業セミナー「就職博」※2など、就職支援の領域でもユーザーからの支持を得ていることが強みとなっています。また2021年には、仕事・キャリアに関する情報を発信するWebメディア「20代の働き方研究所」をリリースし、転職検討時以外にもユーザーと接点を持ち続けることができるチャンネルを新たに作りました。新卒採用領域と、経験者採用領域のシームレス化を見据えた対応が出来ていた点も、「R e就活」のユーザー数増大に寄与していると考えています。

※1: 2022年 オリコン顧客満足度(R)調査 逆求人型就活サービス 就活支援コンテンツ 第1位  
※2: 2023年 東京商工リサーチ調査 2022年開催・新卒学生対象 合同企業セミナー 来場数 第1位