

**採用難の時代に、新卒採用を勝ち抜くヒント満載！****～読売広告社『就活生獲得のためのポイント徹底解説レポート』を発行～**

売り手市場が続く新卒採用マーケットにおいて、就活生を効果的に攻略するためのヒントを探るべく、株式会社読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）では、就活生の意識と行動を把握するためのオリジナル調査を行い、攻略のヒントをまとめたレポートを発行しました。レポートでは就活を10のステップに分け、これまでは推測レベルにとどまっていた就活生の意識や行動を「就活ジャーニーマップ（カスタマージャーニーマップ新卒就職活動版）」の形式にまとめて分析もしています。

---

**就活生の「検討リスト」に新たに入り込むのは、非常に狭き門。  
チャンスは2回あるが、タイミングによって就活生に訴求すべき内容が異なり、  
これからの採用活動には、綿密なコミュニケーション設計が必須と考えられる。**

---

**ポイント**

- **就活スタート以降に、新たに検討リストに入れる企業は「1-5社」の狭き門**  
貪欲に企業探しをするよりも、もともと知っている企業を就活のメインにする、という“売り手市場”ならではの傾向がうかがえる。
- **就活生の検討リストに入れるチャンスは、大きく2回**  
1回目は就活初期段階の認知、2回目は合同説明会をきっかけとした志望業界を広げるタイミング。この2チャンスを軸に、いかに就活生にアプローチできるかが採用活動成否の大きなカギを握る。
- **1年強に及ぶ就活で、学生の「企業探しのスタンス」や「企業判断基準」は徐々に変化する**  
就活ジャーニーマップを分析すると、就活ステップの各段階で学生の意識が徐々に変化することが判明。学生の関心事にあわせ、企業側もコミュニケーション内容を適切に設計することが望まれる。
- **いまどきの就活は、親も“当事者”のひとり**  
「オヤカク（※親への確認）」なる言葉が新卒採用活動のキーワードとして定着していることを裏付けるように、就活期間を通じて親の関与は平均で5割弱をキープ。親ケアも、採用戦略の重要な要素となってきた。
- **B to B 企業を就活先として視野に入れていた就活生は6割**  
売り手市場で特に採用数確保に苦戦していると言われるB to B企業。就活生の視野には入っているが、「会社の雰囲気」「福利厚生」「ワークライフバランス」などイメージ課題もうかがえる。

---

少子化の影響もあり、新卒採用は今後も企業にとって引き続き大きな課題であることが想定されます。弊社では引き続き研究を進め、今後も役立つ知見を提供してまいります。

## ■調査実施概要

- ◇ 調査対象者 : 2018~2020年4月入社に向け、一般企業への就活をした/している  
(=現在 大学3年・4年および2018年度新入社員)
- ◇ 調査手法 : インターネット調査
- ◇ サンプル数 : 合計 1,033 サンプル
- ◇ 調査対象地域 : 全国
- ◇ 調査時期 : 2018年7月

## ■会社概要

- ◇ 株式会社読売広告社
- ◇ 代表者: 代表取締役社長 藤沼大輔
- ◇ 所在地: 東京都港区赤坂 5-2-20 赤坂パークビル
- ◇ 設立年月日: 1946年7月11日
- ◇ 資本金: 1,458,748,919円

### お問い合わせ先

- ◆本リリースについて 総務局 総務・広報部 富永、横田 03-5544-7104
- ◆レポート詳細について R&D局 リサーチ開発ルーム 小島 03-5544-7231