

## 内定前後で

株式会社ジェイック  
Future Finder®

メディア事業部長  
佐藤 裕康

# 学生の志望度を高める アプローチとは？

## 学生へのアプローチ次第で 志望度は高まる

少子化や労働力不足の影響で新卒採用の「売り手市場化」が加速しており、就職活動中の学生が、複数の内定を持っているケースは珍しくありません。

採用競争において厳しい立場にある中小企業にとって、その複数の内定から選んでもらうことは一筋縄ではいかないでしょう。しかし、諦める必要はありません。

当社が2025年卒の学生に実施した調査では、「第一志望でない企業の内定を獲得した場合、当該企業からのその後のアプローチにより志望度が高まる可能性があるか」という問いに対し、8割以

内定を出しても入社につながらないことで悩む企業も多いかと思いますが、知名度や待遇で弱い部分があっても、諦めてはいけません。本稿では、やり方次第で入社につながる、採用応募者へのアプローチの仕方を解説します。

上が「あると思う」または「少しあると思う」と回答しています。

中小企業は、大手企業と比べたとき、初任給などの労働条件で対抗することは難しい場合が多いでしょう。そのため、内定前後で競合他社に勝つためには、手間暇をかけた個別アプローチで志望度を高めることが重要です。

## 学生の志望度を高める

### 4つのアプローチ

#### 1 「望む未来」を叶えられる 「口説きプラン」を作成する

志望度を高めるために有効なのは、応募者個々のニーズに合わせた「口説きプラン」（図表1）をつくることです。

志望度で他社より劣ってしまうと、内定承諾には至りません。内定前後のアプローチを通じて、応募者に「望む未来がこの会社で実現する」と確信してもらうことが不可欠です。

#### ●「応募者のニーズ」の整理

「口説きプラン」の作成を通じて志望度を高めてもらうためには、まず「応募者のニーズ」を整理します。入社後どのような未来を望んでいるのか、選考過程や雑談等のコミュニケーションで得たニーズを、定量的・定性的な情報でまとめます。

#### ●「自社の魅力」「採用競合のアピールポイント」の整理

このフェーズでは、応募者ごと

に採用競合がどの企業かを事前に確認しておくことが大切です。競う相手がわからなければ、適切なアプローチはできません。競合企業の採用ページを確認するだけでなく、応募者本人から得た情報も反映します。

#### ●重点的ポイントの整理

最後に、「応募者のニーズを満たし、かつ競合より自社が優れている」勝てる「ポイント」と「競合のアピールに対して、自社も同じだと打ち出せる」負けない「ポイント」を「重点的ポイント」（積極的にアピールすべきポイント）として設定します。

#### 2 内定通知の際は「保護者フォロー」も同時に行なう

近年、「オヤカク」という言葉を耳にする機会が増えています。オヤカクは、「親への確認」、すなわち内定承諾に関する保護者の同意を得ることを指します。

というのも、保護者も「売り手市場」という状況を知ったうえで、会社名を聞いたことがない、規模が小さい、その保護者のなかでイメージが悪い業界や職種への内定承諾に反対し、応募者本人は

※（株）ジェイック：25卒就活生に「内定獲得後の就職活動」について調査（<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000280.000060461.html>）

内定を承諾する気でも、保護者の反対で内定を辞退するケースが数多く生じています。

そのため、内定通知の際に、応募者の保護者へフォローを実施することが重要です。

たとえば、内定通知書とは別に保護者向けの封書を用意し、自社の事業内容や安定性、労働環境について詳しく記載した資料を同封することは有効な方法です。

また、経営陣からの手紙や挨拶の機会、会社見学といった取組みもよいでしょう。

このようにして、保護者にも「信頼できる企業だ」と納得してもらうことが大切です。

### 3 内定通知を「世界でたった1つしかない体験」に

応募者に「ここまで自分のことを大切に考えてくれる会社なんだ」という「特別感」を感じてもらうことが、内定承諾を得る鍵の1つとなります。

そこで、内定通知を応募者1人ひとりにパーソナライズされた手続きにすることが有効です。

たとえば、内定通知書に、選考過程で感じた応募者の強みや魅力、今後一緒に働くことへの期待

を丁寧につづることで、応募者が自社にとって特別な存在であることを伝えることができます。

面接中に感じた応募者の情熱や能力に具体的に言及し、応募者がどのように会社に貢献できるかを明確に示しましょう。手書きの手紙を用意することも効果的です。手間をかけることで、応募者に対する感謝と期待の気持ちがより一層強く伝わります。

### 4 内定通知後に「キャリア安全性」を高める一手を打つ

いまどきの学生は、キャリア安全性を非常に重視しています。

キャリア安全性とは、「この会社で働き続けたら、自分のキャリアは大丈夫か?」「5年後、10年後、仮に転職しようと思ったときに、自分の市場価値は高まっているか?」といった、「自分のキャリアが安定していると認識できるか」の尺度です。

キャリア安全性は、5年後や10年後のキャリアビジョンにもつながり、内定承諾を左右する重要な

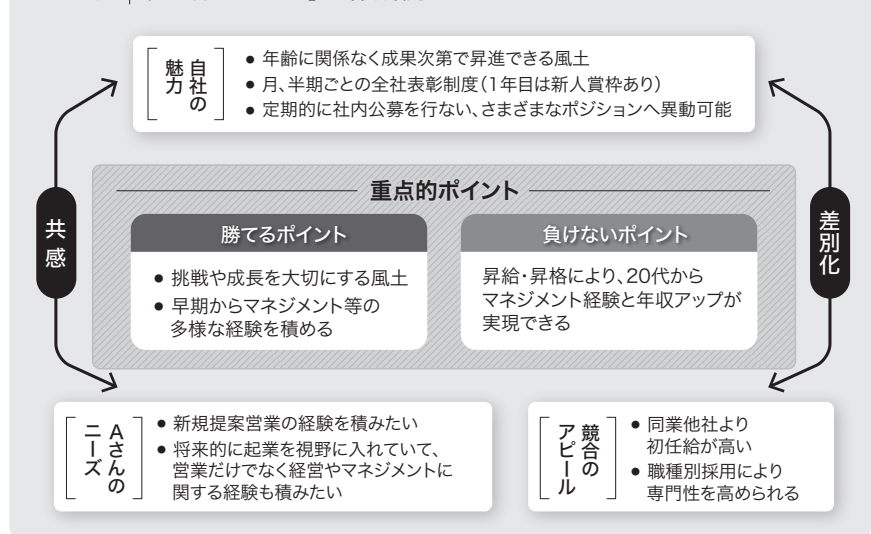
要素です。したがって、内定通知後に、応募者の「キャリア安全性」を高めるための一手を打つことも、効果的です。

具体的な方法としては、「27歳までに営業リーダー就任、30歳までにマネジャー就任」など、応募者ごとに中長期的なキャリアプランを企業側から提示する「キャリア面談」の実施が挙げられます。

たとえばある中小企業では、応募者ごとに「オフアープレゼン資料」の作成に取り組んでいます。

- ▼ 内定理由と期待
- ▼ 応募者の就活軸が自社でどのようを実現できるか
- ▼ 入社後の1年目から5年目にかけての具体的なキャリアプラン
- ▼ 企業からのメッセージ

図表1 「口説きプラン」の作成例



等を細かく記載した資料を作成し、内定通知後に応募者へプレゼンテーションを行ないます。

キャリアプランでは、「入社後は新規開拓スキルと目標達成を実現させる数値管理を身に付けて、27歳に営業リーダーになる」など、将来のキャリアパスを明確に示すことで、応募者の不安を解消

図表2 「内定承諾シナリオ」の作成例

応募者	他社選考・自社志望度	最終面接の通過予想	Aさんのニーズ
Aさん	3社 ●株式会社a ●株式会社b ●株式会社c (自社志望度3~4番目)	○ → 面接前に社長に成果を出したい(ゆくゆくは起業を視野に入れている)	新規提案の経験を積み、早期に成果を出したい(ゆくゆくは起業を視野に入れている)
担当	内定時期	最終面接日	口説きポイント/フォロー社員
田中	早急 (a社最終結果が出るxx月xx日まで)	xx月xx日	●1年目から新規提案営業が可能 ●選抜社員への外部研修制度有り ●フォロー社員 営業部(M)/佐藤さん(4年目)
更新日	内定承諾の懸念点と対策		
2025年 1月25日	〈懸念点〉 ●志望度の高いa社・b社、拮抗するc社共に自社より初任給が数万円高い ●最終的にc社との比較に持ち込んだ場合、負ける可能性がある 〈対策〉 ●内定前に20代後半でマネジメント職に就いた佐藤さんとの面談を設定 ●昇給・昇格により、若手から経験と年収アップの両方が叶えられることを伝える		

し、内定承諾の可能性を高めることが狙いです。

これにより応募者は、「この会社で働くことで、自分の望むキャリアを築いていける」という確信や安心感を持って、内定を承諾することが出来ます。

## アプローチをより効果的にするための重要なポイント

最後に、中小企業が、本稿で紹介した施策をより効果的に行なうためのポイントを紹介します。

### 「内定承諾シナリオ」を作成し、常に共有・更新を行なう

アプローチで伝えるべき情報や会わせるべき社員は、応募者ごとに異なります。効果的に内定承諾を得るためには、応募者ごとに「内定承諾シナリオ」としてまとめ、内定承諾の獲得に向けて必要な情報やスケジュールを常に整理しておくことが重要です(図表2)。

シナリオをつくる際は、他社の選考状況と自社への志望度を整理し、応募者に内定を出すタイミングを検討します。

他社選考が進んでいる一方で自社の志望度が低い応募者には、迅速に志望度を高める積極的なア

プローチが求められます。

他社と自社の志望度が拮抗している場合は、他社の最終選考結果が出た直後に内定を出し、他社での懸念点を解消するようなアプローチを行ないます。

内定を出すタイミングから逆算して、最終面接の実施日、志望度を高めるための事前のアプローチ、フォローアップを担当する社員、内定承諾に向けた懸念点と対策をまとめます。

シナリオは人事担当者だけでなく、採用に関わるすべての社員と共有します。採用人数が少なければ、人事担当者と経営層などで、週1回程度の頻度で最新情報の共有とシナリオのブラッシュアップを行なうとよいでしょう。

### ロールモデルとなる社員との面談を行なう

アプローチを行なううえで特に大切なのは、応募者に、自社で「望む未来を叶えられている」社員に会ってもらうことです。

就職活動を経験するなかで、学生は「人事担当者はいいことしか言わない」と考えるようになる傾向にあります。だからこそ、現場で実際に働いている社員との対話

を通じて、「叶えられる未来」を具体的に感じてもらうことが有効です。

面談の際は、事前に担当社員と口説きプランを共有することが重要です。社員が応募者に対して、効果的なメッセージを伝えることができるようになるからです。

### 労働条件の整備は必須

売り手市場が加速するなか、労働条件の整備・改善は避けられなくなっています。

中小企業が労働条件で魅力付けすることは難しい場合が多い、とは述べましたが、やはり給与と福利厚生などの労働条件は、内定を承諾するか分岐点になるだけでなく、入社後の離職要因にもつながります。

特に給与などの待遇で競合と大きな差があると、志望度を高める定性的なアプローチを打っても効果は低くなります。

同業界・同職種と比較して明らかに低い待遇の改善、長時間労働の是正、休日出勤の排除、有給休暇を取得しにくい職場環境の改善など、特に求人票での見栄えに関する定量的な労働条件の改善は、優先的に着手しましょう。