

管理(人事、経理等)・企画・マーケティング部門

登録者レポート

(2017年2月実績)

いい転職が、未来を変える。

DODA

はたらくを楽しもう。

intelligence

求人増加傾向が続き獲得競争が激化。
採用成功のカギは要件定義と絶対評価。

マーケット概況

管理部門、企画・マーケティング部門はすべての職種において、求人数、転職希望者数の増加がみられました。

3ヶ月対比では「8～10月」に対して「11～1月」は、求人数は109%、転職希望者数は116%となり、求人倍率は高水準で推移をしています。

求人が増加している背景は、積極的な海外展開や新規事業の開発により、組織・機能を強化したい、上場に向けた準備をしたいという「攻め」のニーズと不適切会計の防止やガバナンス強化などによる「守り」のニーズが重なっている点が挙げられます。（経理、経営企画、事業開発、法務などに影響）
加えて、「働き方改革」や「生産性の向上」など、組織体制や業務変革をする必要性が高まっていることも影響をしています。（人事、企画部門に影響）

採用成功のポイント

◆キーワードは「要件定義」と「絶対評価」

管理・企画・マーケティング部門の募集は、通常、配属現場から増員要請がかかるケースが大半ではないでしょうか。配属部門の責任者やスタッフは専門職であるため、採用要件はレベルが高く、専門的になる傾向があります。募集を行う際には、**現場と適切に採用要件をすりあわせ、採用マーケットを意識した要件で進めていくことが成功のポイント**です。

各社が採用したいターゲットが集中しているため、激しい獲得競争になっています。書類選考や面接において絶対評価では合格でありながら、よりよい方を待っていると、その間に他社に入社を決められてしまいます。

- (1) 募集を行うタイミングでの適切な要件定義
- (2) 相対比較ではなく、絶対評価で選考を進めること

専任担当による万全のサポート

このマーケットでの経験が豊富な専任担当者が、貴社の採用を支援します。求人発生時には、配属現場へ直接ヒアリングを行い、求人の要件定義を行います。魅力的な求人票の作成や、面接のアドバイスも実施しています。



加賀美 文久 (かがみ ふみひさ)
人材紹介事業部 企画管理グループ マネジャー
(国家資格) キャリアコンサルタント
お問い合わせ先: fumihisa.kagami@inte.co.jp



唐澤 幸太 (からさわ こうた)
人材紹介事業部 企画管理グループ
リクルーティングアドバイザー/キャリアアドバイザー
お問い合わせ先: kota.karasawa@inte.co.jp

登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は113%と大幅に増加。4月が繁忙期になることが多く、その前に採用を完了できるかがポイント。
- ・年齢：36歳以上の登録者が57%を占めており、管理部門職種の中でも特に平均年齢が高い。経験豊富で即戦力になり得る人材が更なる活躍の場を求めているケースが多い。
- ・職種：経理（財務会計）の登録者が68%と多数を占める。決算期の前後は多忙により転職活動ができなくなるため、活動時期が集中する傾向がある。
決算期は会社によって異なるが、一般的には3月の会社が多いため、4月は転職者の活動が鈍くなる可能性が高い。「財務」の登録者は10%、「管理会計」の登録者は14%にとどまっており希少。高度な資金調達などが必須でない限り、財務求人でも経理経験者を視野にいれたい。
- ・業界：メーカーが30%でトップ、IT通信・インターネットで12%、商社、建築・不動産が10%と続く。出身業界は分散している。
- ・志向性：監査法人から経理部門への転職も一般的になっており積極的にターゲットとして考えたい。管理会計の方は、戦略も含め経営企画へのシフトなどを考えている方が見受けられる。経理職は、連結、開示など、新たな経験を積むことへの意欲が高い。また、残業過多などの働き方が改善されるかに注目している。

求人動向

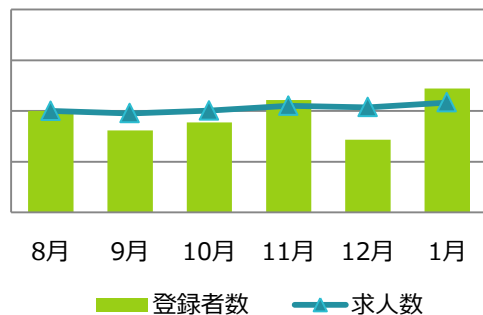
- ◆求人案件数は極めて高い水準で推移し売手市場が続いている。各社の求める人材は集中しており、熾烈な獲得競争となっている。
- ・求人数は2016年8～10月に対し11～1月において106%と増加。売手市場の様相が更に強まっている。
- ・背景としては、積極的な海外展開や新規事業展開により、海外経理（海外税務、会計基準など）や会計スキーム・判断（新たな事業に合わせた会計スキームや仕訳判断）が必要となっており、組織・機能を強化したいという「攻め」のニーズがある。一方で、昨今話題となっている不適切会計に端を発した内部統制の強化や業務フローの整備など体制強化を考える「守り」のニーズもあり、売手市場が加速している。
- ・各社のニーズは決算担当者や次期リーダー候補に集中しており、この層は特に採用が難航する。採用までに半年や1年以上の長い期間がかかっている企業も見受けられる。

採用成功 POINT

- ◆採用ターゲットが集中するため「意向形成型面接」の実施と「市場に合わせた採用ターゲット」が成功のポイント。
- 多くの転職希望者が経理職としてのスキルアップを求めており、それが満たされる環境かどうかを重視している。また、昨今の「働き方改革」の影響もあり、新しい環境で残業時間を含め、就業環境が改善できるかどうか注目している。売手市場に加え、各社の採用ターゲットが集中するため、いかに転職希望者が求めている経験や働き方を提供できるかが重要なポイント。また、過度な獲得競争を避け、採用ターゲットを「ずらす」ことや「再定義する」ことによって、採用がスムーズに進むことがある。

- 当社では、管理・企画・マーケティング部門専任担当者が採用成功に向けた支援を行っています。是非ご相談ください。
- ①求人発生時の現場配属先とのヒアリング（マーケットを意識した採用要件定義、転職希望者に伝わる魅力ポイントの抽出）
 - ②配属現場の方（面接官となる方）に対する、面接アドバイスやマーケット情報の提供

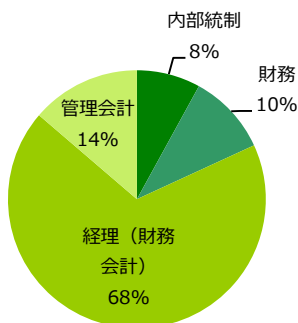
▼求人マーケット動向



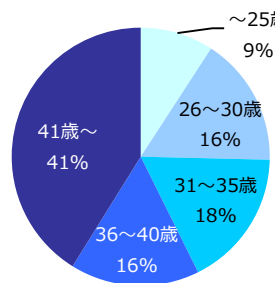
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

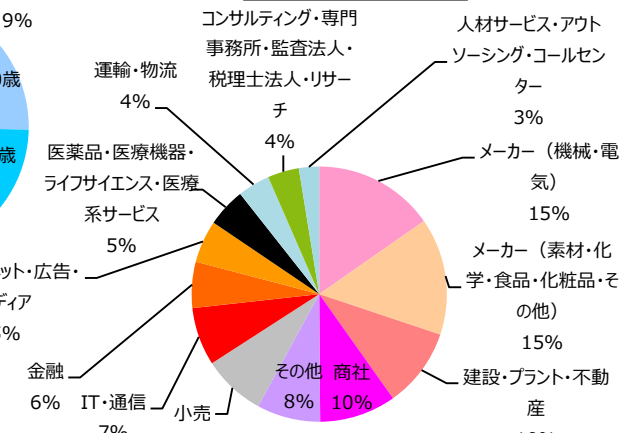
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年1月にDODAにご登録いただいた方。

登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は116%と大幅に増加。人事制度や戦略人事など、上流工程の経験者を積みたい方が多い。
- ・年齢：36歳以上の登録者が過半を占めており、管理部門職種の中でも平均年齢は高い。採用系は年齢層が低く、労務・制度や人事全般の経験者ほど年齢層は上がる。
- ・職種：人事の中では、採用・教育→労務・制度→給与社保の順で登録者が多い。
総務は、株主総会や規程などを扱う方から、備品管理やファイリングなど日常的な庶務を担当する方も含まれている。
- ・業界：メーカー、IT、インターネット・メディアと業界は分散している。人事のマッチングでは、採用職は業界親和性などが重視されるが、労務系では企業の成熟段階（成長期、安定期など）を指定条件にした方が課題と経験の合致度が高いため、出身・経験業界を指定するのではなく成熟段階をポイントにしたい。
- ・志向性：実務や運用メインの業務から、制度や戦略などにシフトしたいという希望が多い。一方、社風や人材に対する考え方など、環境に対する関心も高く慎重に応募先を選んでいる。

求人動向

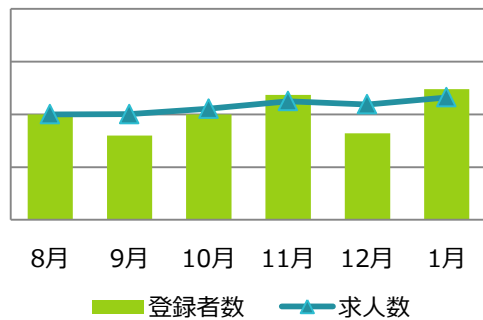
- ◆求人案件数は高い水準で推移し売手市場が続く。「働き方改革」などで労務・制度が活況。採用職は未経験者にターゲットがシフトしている。
- ・求人数は2016年8～10月に対し11～1月において111%と大きく増加。
- ・背景としては、積極的な海外展開や新規事業展開など企業の成長が続き、それに伴う人材採用の強化、教育体制の強化などに加え、優秀な社員を引き寄せ、つなぎとめるための「働く環境」の整備（制度や規程、残業抑制、働き方改革）などが挙げられる。採用職は「攻め」の採用を実施するべく、新たな採用手法の導入など母集団形成につながるネットワークの形成が必要である。経験よりも行動力や開拓力などを求め、未経験者へのシフトが進んでいる。
- 戦略人事や海外人事などは高度な人事課題の解決を求められ、経営者や事業責任者からの要請も強いため、人事経験はもとより、高いビジネススキルが求められている。

採用成功 POINT

- ◆慎重な登録者が多く、詳細な求人内容や面接で伝えるメッセージが重要。
- 転職希望者は、職務内容はもちろん、組織体制や募集の背景、現在の課題に至るまで、細かく状況を確認して入社意思決定を行っている。
- 開示可能な情報は極力細かく開示し、その上で、今回入社する方には具体的にどのような点を期待しているのかといった、「ストーリー」を明示したい。
- 採用職は営業職や人材業界の方も含めたターゲットの拡大、戦略人事や海外人事は母数が少ないので人事コンサルタントなども採用対象として検討したい。

- 当社では、管理・企画・マーケティング部門専任担当者が採用成功に向けた支援を行っています。是非ご相談ください。
- ①求人発生時の現場配属先とのヒアリング（マーケットを意識した採用要件定義、転職希望者に伝わる魅力ポイントの抽出）
 - ②配属現場の方（面接官となる方）に対する、面接アドバイスやマーケット情報の提供

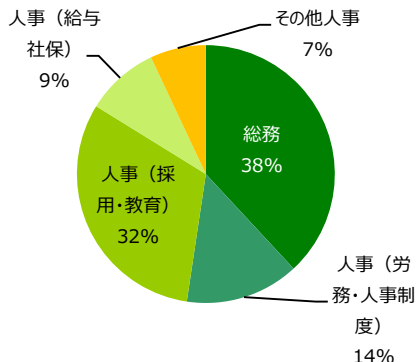
▼求人マーケット動向



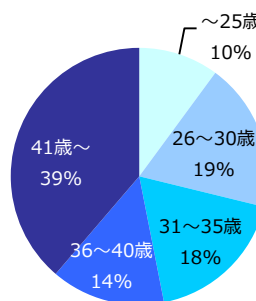
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

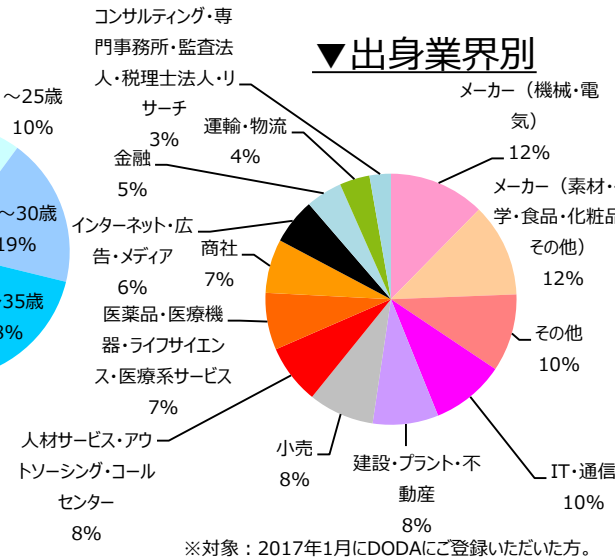
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は133%と大幅に増加。弁護士から企業法務への転職も増えている。
- ・年齢：36歳以上の登録者が69%を占めており、管理部門職種の中で平均年齢が最も高い。
司法試験の勉強を続けてきた方や、他部門で経験を積んだ後に法務や知財に異動をした方など、法務・知財・内部監査としてのキャリアスタートが遅い方が多いことが影響している。
- ・職種：この3職種は就業人口も少ない職種である。知財であれば製造業に限られ、法務や内部監査は一定規模以上の会社でなければ専任担当を置かないことが多い。
- ・業界：知財を含むメーカーがトップで、金融が続く。これは、金融業界が規制産業であるためコンプライアンスや内部監査が重要視されるためである。
インターネットやメディアなどでは、法整備より先にビジネスが先行することもあり、ビジネス感覚が強い法務担当者が強く求められている。
- ・志向性：業務の幅を広げたいというニーズが多い。「契約書の作成・レビュー」に留まっていた業務範囲から、新事業のリスクマネジメントやM&Aに絡む戦略法務などへのチャレンジなど。

求人動向

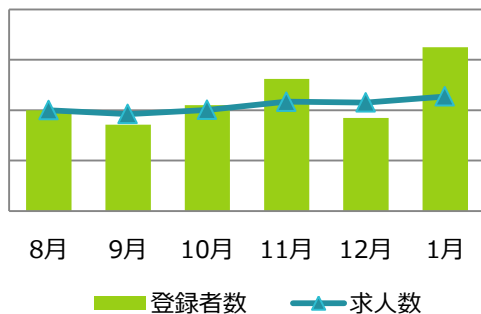
- ◆求人数は更に拡大し売手市場が続く。ガバナンス強化による内部監査・コンプライアンス、新事業展開によるビジネス法務が牽引。
- ・求人数は2016年8～10月に対し、11～1月において111%と伸長。登録者数がそれ以上の伸びを見せたが、引き続き活況が続くマーケット。
- ・求人増加の背景は、「攻め」と「守り」で異なる。「攻め」では、積極的な海外展開や新規事業展開などにより新たなリスク管理が発生していることが挙げられる。「守り」では、不祥事やガバナンス欠如による問題の発生に端を発し、内部監査やコンプライアンスの強化に注力する企業が多く見られた。
- ・弁護士の進路が多様化しており、インターネットベンチャーや大手商社、グローバルメーカーでは、弁護士や司法修習生の採用を強化する企業が増加している。

採用成功 POINT

- ◆求人の詳細内容など細かい点を伝えることがポイント。面接では就業イメージがつくように誠実に情報共有をすることが重要。
- 転職希望者は法務としてのスキルアップなど、仕事のレベルを高めることや幅を広げることに興味がある。M&Aなど経営に関わる戦略法務や、事業部門と密接に関わるビジネス法務などを志向する方が多い。転職回数は他職種よりも多少多くなりがちであるため、転職回数に関わらず幅広く検討したい。
- 仕事柄、契約書などの文章内容を細かく確認するため、求人票の内容は重要。求人票は詳細に記載したい。
- 法務であれば顧問弁護士、知財であれば特許事務所など、外部機関との業務分担や活用イメージなどは伝えておきたい。

- 当社では、管理・企画・マーケティング部門専任担当者が採用成功に向けた支援を行っています。是非ご相談ください。
- ①求人発生時の現場配属先とのヒアリング（マーケットを意識した採用要件定義、転職希望者に伝わる魅力ポイントの抽出）
 - ②配属現場の方（面接官となる方）に対する、面接アドバイスやマーケット情報の提供

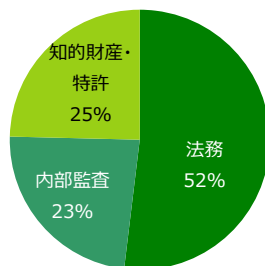
▼求人マーケット動向



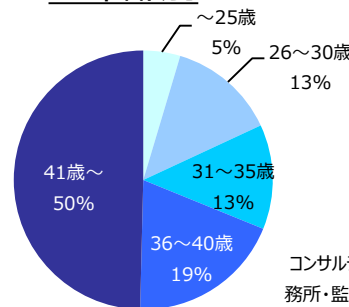
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

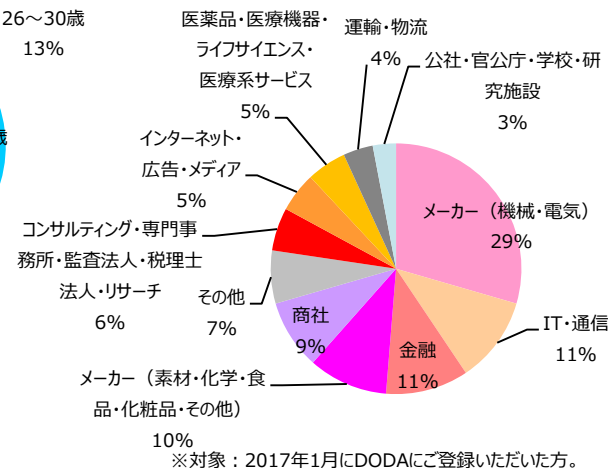
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は114%と大幅に増加。若手は異業種も含めて検討、ミドル以降は上流工程への転職希望。
 - ・年齢：30歳以下の登録者が約3割、35歳以下で5割、40代以降も3割を超えるなど、登録者は各世代に分散している。
 - 倉庫管理や貿易実務などオペレーション中心の担当者は年齢層が低く、SCMや物流企画、メーカーの資材購買などでは30代以降が中心。
 - ・職種：登録者数は、購買・調達・バイヤー → 倉庫管理・在庫管理、物流管理と続く。求人側でニーズが高まっている物流企画やSCMの登録者は希少で需給のギャップが生じている。
 - ・業界：登録者数は、メーカー → 運輸・物流業界と続く。急速なEC化などで、小売業や商社などで物流網を構築・管理できる方の引き合いは強いものの、登録層は希少。
 - ・志向性：倉庫管理や貿易事務などのオペレーション中心の若手登録者は、働き方がハードになりがちであり、環境改善への希望が強い。そのため異業種への転職を希望するケースも多い。経験豊富なミドル以降は、管理的業務から戦略立案、一部のプロセスから物流網全体へのステップアップを志向しているケースが目立つ。

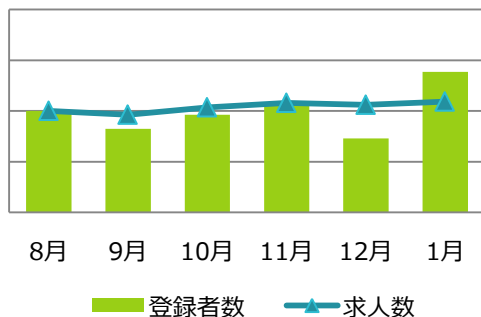
求人動向

- ◆求人数は2016年8～10月に対し11～1月は108%と増加。SCMや物流企画などニーズは高度化するが、需給ギャップで採用は難航。
 - 急速なEC化などを受け、取扱貨物量の増加や新たな物流網の必要性が増している。また、オートメーション化の加速により、テクノロジーに精通した人材を求めるケースも見受けられる。物流網の構築（物流企画）や倉庫や生産拠点も含めた「SCM全体」の設計や見直しなど、物流を上流工程から変革したいというニーズが多い。
 - 加えて、倉庫の増設、倉庫の大型化や多機能化が進んでおり、倉庫内スタッフやセンター長、業務改善やBPRなどのニーズも高まっている。
 - 購買職においては、スマートフォン関連の需要は落ち着いてきているが、モノのインターネット（IoT）の普及が進み、自動車をはじめあらゆるものがインターネットに接続することにより、電子部品が多用され、小型センサーや無線通信モジュールなど新たなニーズが生まれる見込みである。

採用成功 POINT

- ◆採用対象は限定せず幅広く設定。「モノの流れ」を明示することで業務範囲と業務内容の明確化ができるかがポイント。
 - 前述の通り、SCMや物流企画などを担う高レベルな人材は非常に希少で、競争率が高くなり採用は難航する。ポテンシャルを感じる若手や、物流コンサルタントや3PLで物流企画をしている方なども検討に入れ、人選する範囲を拡大しておきたい。
 - また、倉庫スタッフでも作業効率や生産性分析などを重視する場合は、他業界でBPRや業務改善の経験をしていただいた方を登用するなど、できる限り対象範囲を広げておくことがポイント。資材購買も同様に対象範囲を広く検討したい。商材経験が必須であれば、同商材の営業経験者を検討するなど、視点を変えて採用を行っている企業が見受けられる。
 - 経験者から応募を獲得するためには、業務範囲と業務イメージができるかどうかポイントになる。求人票や面接で「モノの流れ」と「役割分担」（自社で担っている範囲と物流会社に委託している範囲）を明示するなど、できる限り可視化・図式化して認識を合わせて選考を進めていくことがポイント。

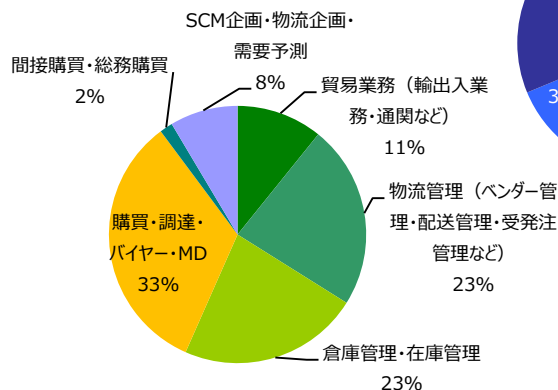
▼求人マーケット動向



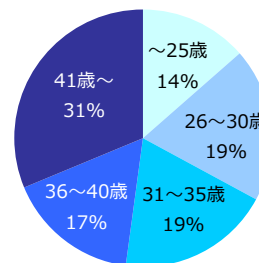
【データ概要】
 ▼求人マーケット動向
 対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
 ※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

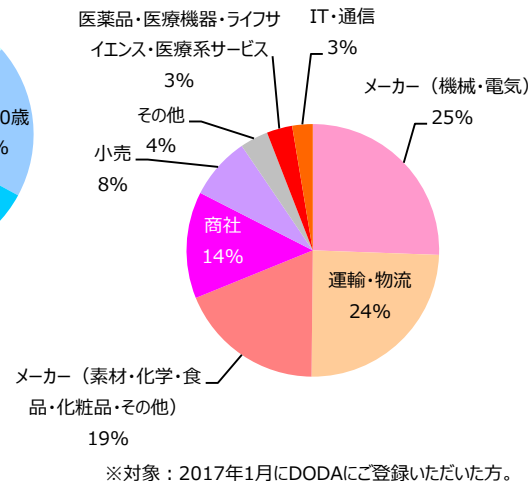
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は117%と大幅増加。事業や商品への共感、裁量がある環境など、転職先に求める要望は高い。
- ・年齢：30歳以下の登録者が約40%、35歳以下で60%と若手～ミドルが登録層の中心である。
インターネット広告やWebプロモーションなどWebマーケティングを担う方ほど若い方が多く、有形商材のプロダクトマーケティング経験者は30代以降の割合が増す。
- ・職種：登録者数では、販促PR、その他マーケティング、Webマーケティングという順で多いが、複合的にマーケティング全般に関わっている方も多く、区分は参考程度。
概ね、SEOやリスティングなど広告を主業務とする方、販促PRを主業務とする方、マーケティング全体に関わっている方に分かれる。
求人側のニーズが大きく高まっているデータサイエンティストやCRM、EC関連の方は一部に留まり、熾烈な獲得競争となっている。
- ・志向性：広告代理店から事業会社のマーケターへの転職を考える方は多い。マーケティングの一つのプロセスではなく、戦略立案やブランディングなど上流工程も含めた全体業務に携わりたいと考えている。事業や商品への共感、裁量や自由度がある職場環境など、転職先に求める要望は高い。

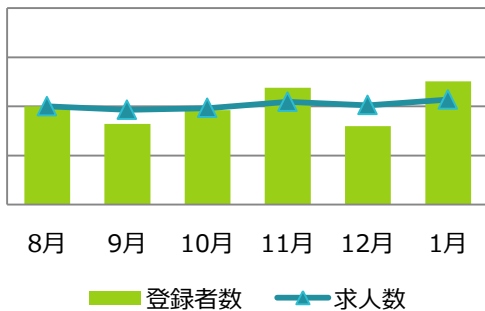
求人動向

- ◆求人数は2016年8～10月に対し11～1月は106%と増加。Webマーケティング、データサイエンティストなど、獲得競争が続く。
- ・テクノロジーの進化に伴い、あらゆるビジネス活動がデータで見えるようになり、売上や顧客数を拡大させるポイントが以前に比べ分かってきている。広告やプロモーションの効果測定、詳細な顧客ターゲット、ブランド向上につながる施策など、マーケティング活動の幅が広がっている。そのため、旧来はインターネットビジネスが中心であったWebマーケティングを、リアルのビジネスや商品に活用することが一般化しており、あらゆる業界で人材ニーズが高まっている。
- ・SEOやリスティング広告といった広告のニーズも引き続きあるが、中長期的に愛されるブランド作りや、WebサイトのUI・UXの向上も含めたWebディレクターなど、マーケティング全体をコントロールできる方のニーズも拡大が続いている。

採用成功 POINT

- ◆採用対象は代理店経験者を含めて幅広く設定。転職希望者には「ストーリー」を伝えて、キャリアプランとの一致を図ることがポイント。
- 前述の通り、Web系を中心に熾烈な獲得競争が続いているため、採用対象は限定的ではなく幅広く検討することがポイント。
広告代理店やPR代理店でマーケティング業務を担っている方は事業会社への転職を希望しており、積極的に対象に入りたい。
同じくプロダクトマーケティングにおいても、扱った商材に限定したターゲットで募集を出しているケースが多いが、母集団も少なく、登録者側も新たな経験を求めているため採用が難航することが多い。
顧客層が同じ業界は対象に含めるなど、応募時は幅を広げることが意識したい。
- 選考過程においては、関わる事業や商品・サービスと、その中で自分を求められているのかという「ストーリー」に共感ができるかどうか応募の判断に影響する。
求人票や面接の中では、丁寧に背景やストーリーを伝え、転職希望者のキャリアプランと一致させることが重要である。

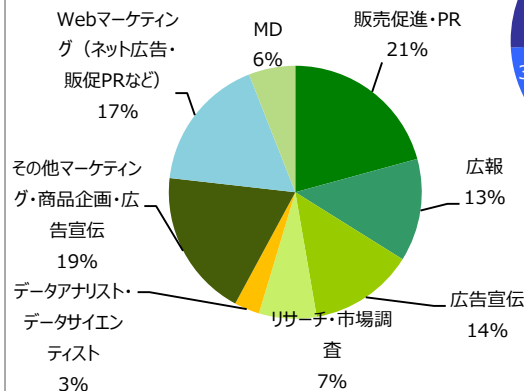
▼求人マーケット動向



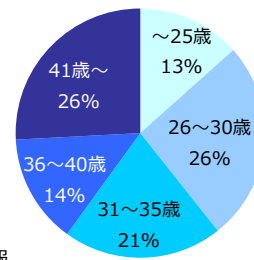
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

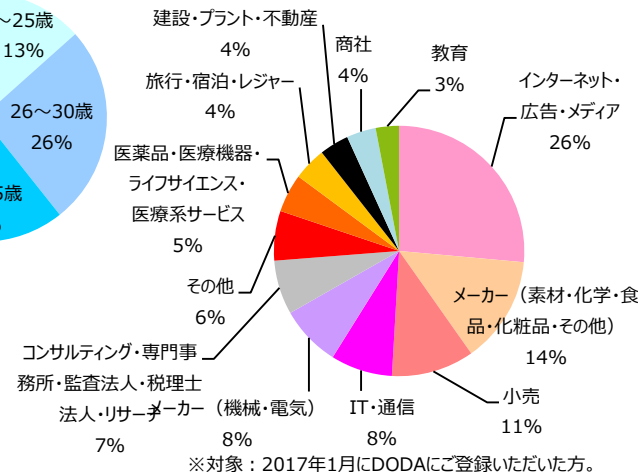
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年1月にDODAにご登録いただいた方。

登録者動向

- ◆登録者数は2016年8～10月に対し11～1月は118%と大幅増加。内定が特定の個人に集中する激戦マーケット。
- ・年齢：30歳以下の登録者が約3割、35歳以下で5割、40代以降も34%と各世代に分散している。インターネット関連のベンチャー企業などでは30代前半までの若い方が多く、メーカーや商社ではフロントで成果を出した方が企画部門に異動するケースが一般的であり年齢層も上がる。
- ・職種：データ上では、商品・サービス企画 → 事業企画・開発 → 営業企画 → 経営企画と続いている。大企業ではそれぞれ役割が分かれているが、ベンチャーなどコンパクトな企業では事業企画と営業企画を兼ねているケースや、経理部門が経営企画の一部（管理会計）を担っているケースも多い。
- ・志向性：ビジネス、事業、商品への共感がポイント。ベンチャー志向の方は「新規性」や「経営者の考え」への共感、大手志向の方は「マーケット規模」や「ブランド」への共感という傾向がある。職務内容で言えば、事業企画→経営企画、営業企画→サービス企画など、関わる範囲やレイヤーを変えることを志向する方も見受けられる。

求人動向

- ◆求人数は2016年8～10月に対し11～1月は111%と大幅増加。データ分析に基づく企画・戦略ニーズの増加などが背景。
- 求人が増加している背景としては、事業企画・経営企画における背景と、商品企画や新規事業企画におけるものがある。テクノロジーの進化に伴い、あらゆるものがデータ化してきており、事業企画や経営企画においてKPIやKGIの設定を見直すケースも見受けられ、事業企画や経営企画においては数値分析、予実管理などの業務比重が増している。また、プロダクトライフサイクルが短命化（商品やサービスがすぐに飽きられる、真似される）しており、新商品開発や新規事業企画における「スピード」が更に高いレベルで求められるようになってきている。

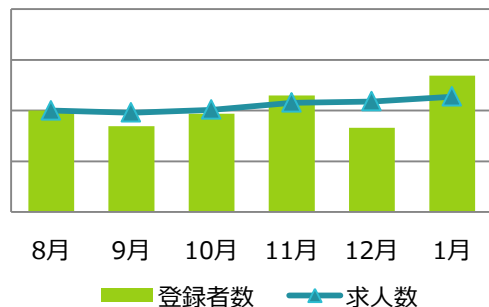
採用成功 POINT

- ◆採用対象は限定せず幅広く設定。マーケットや競合の動きを見ながら、差別化を打ち出すことがポイント。
- 人材の獲得競争が激化しているため、母集団に幅を持たせることが非常に重要である。
- 経験よりも能力を重視する若手採用であればコンサルティング業界の方、経営管理や予実管理がメインなのであれば経理出身の方も対象に含めたい。
- 新規事業企画や商品・サービス企画においても業界を限定せず、ビジネスモデルや顧客層が異なる場合においては、ターゲットを幅広く検討したい。

当社では、管理・企画・マーケティング部門専任担当者が採用成功に向けた支援を行っています。是非ご相談ください。

- ① 求人発生時の現場配属先とのヒアリング（マーケットを意識した採用要件定義、転職希望者に伝わる魅力ポイントの抽出）
- ② 配属現場の方（面接官となる方）に対する、面接アドバイスやマーケット情報の提供

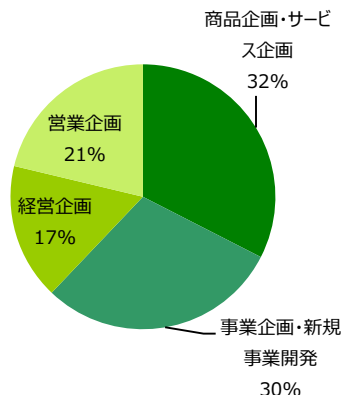
▼求人マーケット動向



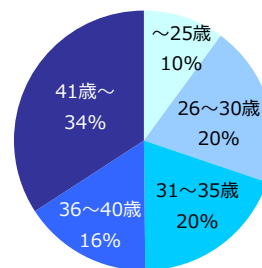
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

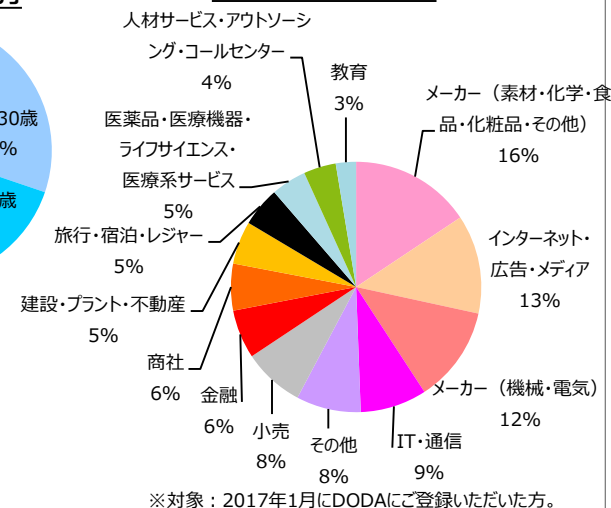
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



登録者動向

◆12月までは減少が続いたが、1月以降は増加傾向。5月まで徐々に増加する見込み。

登録者数は、12月に大幅に減少したが、1月に回復している状態。

例年通り年末にかけては登録者数が激減するものの、12月の賞与支給後に転職活動への意向が高まる傾向が強い。

2月以降、5月までは転職活動への意欲の向上が見られる時期であり、堅調に推移する見込みとなっている。

年齢層はさらに上昇し、全体の約60%が36歳以上となっていることもあり、高年齢の社内SE決定事例も増加傾向にある。

求人動向

◆求人数は10月から1月にかけて約114%と大幅増加、情報システム部門採用強化が企業課題に。

社内SEの求人総数としては大幅に増加しており、さらに3月まで増加が見込まれる。

企業規模を問わず、社内システム強化・内製化のための採用が増加しており、クラウド移行のための人員強化も多く見られる。

直近は登録者数が増加しているものの、平均的には案件に対しての登録者数が少ない状況もあり、採用ターゲットをどこまで緩和するかが採用成功のカギとなっている。

上流担当の案件においても下流工程経験者を求めるケースが増え、人員育成型の採用に切り替える企業が増加している。

採用成功 POINT

◆案件公開前の要件定義・企業魅力化が採用成功のポイント。

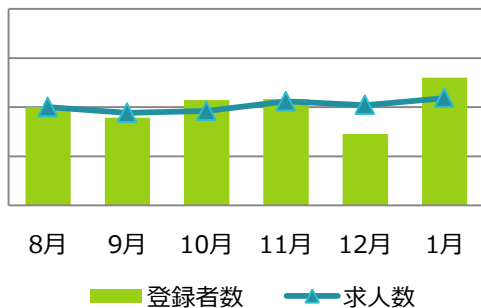
社内SEポジションは人気がある一方で、求人数も増加を続けている状況にあるため、転職希望者は求人を選ぶことができる状況。

そのため、案件公開前の段階で事前に要件を明確に定め、最初の1か月を目安に複数の面接を設定することが採用成功のポイントといえる。

また、転職希望者の現職比率が高いため平日日中での面接が難しいケースが多く、企業側の柔軟な対応が求められている。

競合企業が多いため、面接内で企業・働き方の魅力を分かりやすく伝え、意向を上げることもポイントとなっている。

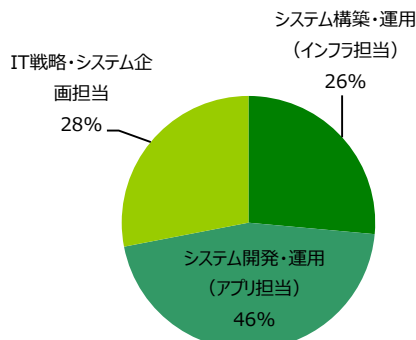
▼求人マーケット動向



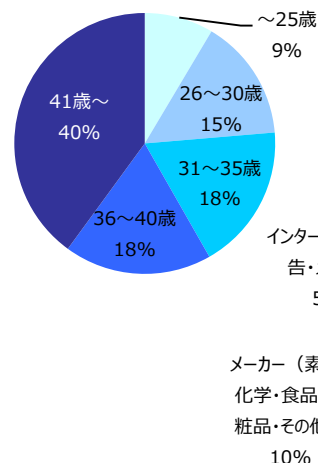
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年8月1日～2017年1月31日にDODAに
いただいた求人件数と登録者数。
※8月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

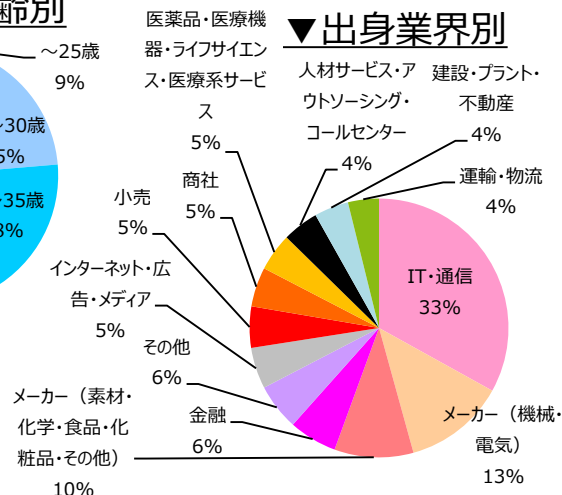
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年1月にDODAにご登録いただいた方。