

2017年5月

管理(人事、経理等)・企画・マーケティング部門

採用マーケットレポート

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、求人数の増加がみられました。3ヶ月対比では「11～2017年1月」に対して「2～4月」は、求人数は106%、転職希望者数は97%となり、以前から続く売手市場の傾向に拍車がかかっています。

求人が増加している背景は、新年度に向けた体制構築や、活発な転職市場を受けて要の人材が流出してしまったことによる補填など、時期的な要因が一つ。一方で、積極的な事業拡大により、管理機能・企画機能を強化したい、上場に向けた準備をしたいといった「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は引き続きの傾向として挙げられます。（企画、マーケ、経理、法務）

また、「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しています。（人事、企画）

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11～2017年1月に対し2～4月は98%と微減。激戦区を避けたターゲット設定がポイント。
- ・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。経験豊富な即戦力人材の登録は好調に推移。
- ・職種：経理（財務会計）の登録者が66%と多数を占め、「管理会計」の登録者は16%、「財務」が11%と希少。
財務や管理会計経験者を採用する場合、対象者が少ないので、経理経験者も視野に入りたい。
- ・業界：メーカーが24%でトップ、IT通信・インターネットで14%、商社、建築・不動産が11%、金融が7%と続くが、以前よりも分散傾向が強まっている。
- ・志向性：キャリアアップ志向が強く、経験の幅を広げることを志向する。幅の広げ方としては①上場での開示や決算経験 ②管理会計や財務などへ広げる ③連結や海外経理など、現職では経験できないことを志向する など。昨今は、働き方改革の気運の高まりもあり、残業時間などに注目する転職希望者が増えている。

求人動向

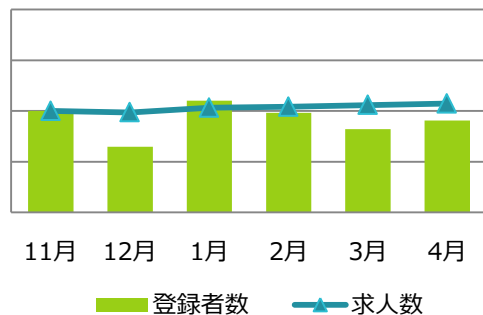
- ◆求人数は2016年11～2017年1月に対し2～4月は105%と増加。熾烈な獲得競争が続いている。
- ・求人数の増加が続いている背景としては、積極的な海外展開や新規事業展開により、海外経理（海外税務、会計基準など）や会計スキーム・判断（新たな事業に合わせた会計スキームや仕訳判断）が必要となっており、組織・機能を強化したいという「攻め」のニーズがある。一方で、昨今話題となっている不適切会計に端を発した内部統制の強化や業務フローの整備など体制強化を考える「守り」のニーズもあり、売手市場が加速している。
- ・各社のニーズは決算担当者や次期リーダー候補に集中しており、この層は特に採用が難航する。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。それを受けて、実務は未経験でも会計資格があれば検討可能とする企業も増加している。

採用成功 POINT

- ◆①転職希望者のキャリアイメージに合わせた情報提供 ②採用ターゲットの要件定義 ③相対評価でなく絶対評価による選考スピードUP
- 上記、登録者動向で記載をした「キャリアアップ」に近づくのかどうか転職希望者の関心事になっている。それぞれの将来のキャリアのイメージを聞き、そこに対して提供できること、将来的に経験できることなどを面接で伝えたい。各社採用要件が集中する層にしばった募集は避け、採用ターゲットを「広げる」こと、相対比較で時間をかけるのではなく絶対評価でスピーディーに進めることが重要。

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

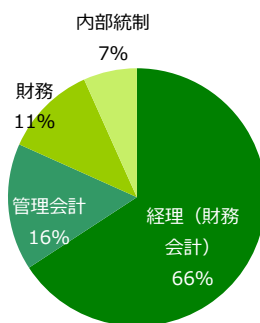
▼求人マーケット動向



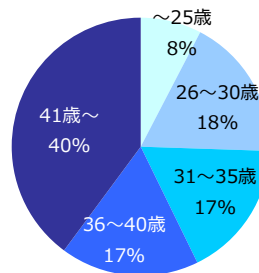
【データ概要】
 ▼求人マーケット動向
 対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
 ※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

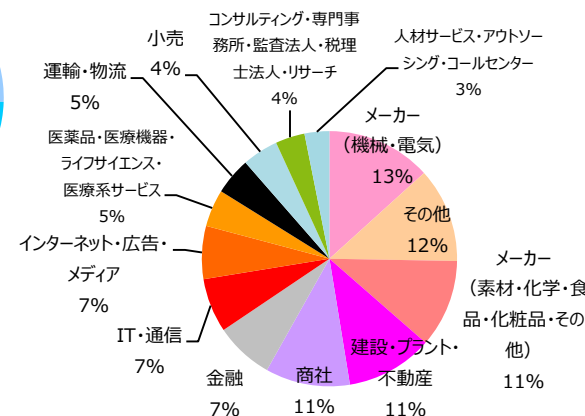
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4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11～2017年1月に対し2～4月は95%と減少。人事として繁忙時期であり季節的な落ち込みと予想される。
- ・年齢：36歳以上の登録者が過半を占めており、他職種と比較しても平均年齢は高め。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→給与と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ためボリュームがある。
- ・業界：メーカー、IT・インターネット、不動産と続くが、業界は分散している。採用職は採用対象者が近い同業界を重視するケースがあるが、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。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

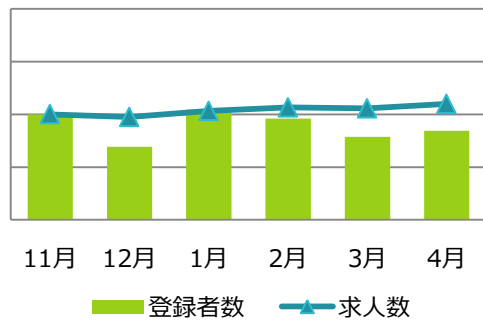
- ◆求人数は2016年11～2017年1月に対し2～4月は107%と大きく増加。採用激化、働き方改革などが背景。
- ・求人増加が続いている。採用職では、既存事業の成長や新規ビジネスの展開などに伴う中途採用の多様化、新卒採用の激化が挙げられる。教育では研修の強化、人事戦略においては、優秀な社員を引き寄せ、つなぎとめるための「働く環境」の整備（制度や規程、残業抑制、働き方改革）などがニーズを牽引している。
- ・求める人材像においても変化対応力やビジネス感覚が重要視されている。採用職は「攻め」の採用を実施するべく、新たな採用手法の導入など母集団形成につながるネットワークの形成が必要である。経験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。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

- ◆面接は本音も含めたできるだけオープンな情報共有と信頼感醸成がポイント。
- 人事の候補者は自分自身も採用のプロであるため、募集の背景には様々な事情があることを熟知している。正直さや真摯さを大切にしている方が多く、現状の課題や本音部分の募集背景も含めて、できるだけオープンな状態で参画を促していくような面接が望ましい。特に、働き方改革や人事制度の変更などは、あるべき状態と現状のギャップがある中で進めていることが多いと思うがそのストーリーの中で、転職希望者に何を期待し、求めていくのかを明示したい。ターゲットという点では、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

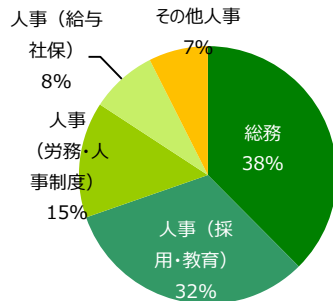
▼求人マーケット動向



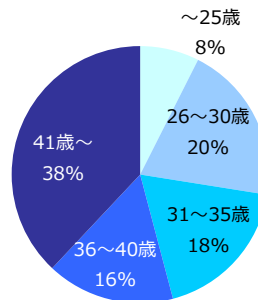
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

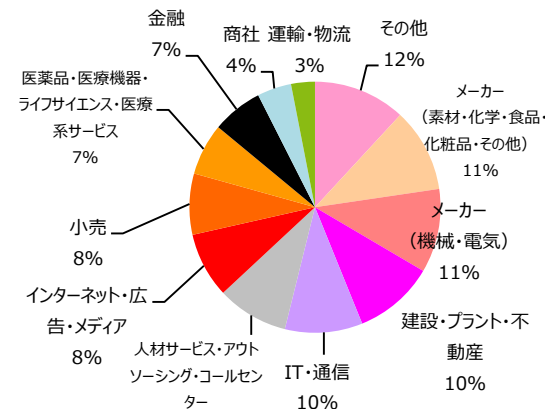
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4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11～2017年1月に対し2～4月は93%と減少。弁護士から事業会社の法務部門への転職も一般化してきている。
- ・年齢：36歳以上の登録者が65%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41%、金融、建築・不動産と続く。他職種と比べて金融業界が多いが、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が、登録者としては希少。
- ・志向性：業務の幅を広げたいというニーズが多い。「契約法務」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も目立つ。

求人動向

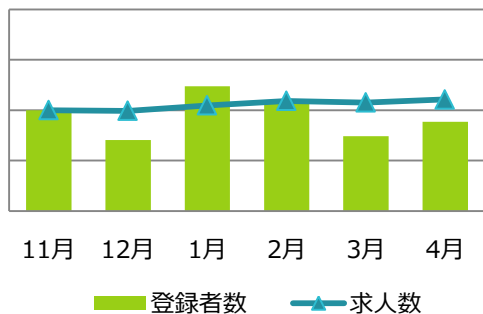
- ◆求人数は2016年11～2017年1月に対し2～4月は108%と大きく増加。管理部門内でも最も獲得難度が高い状態へ。
ガバナンス強化による内部監査・コンプライアンス、新事業展開によるビジネス法務が牽引し、求人倍率は過去最高水準へ上昇。
「攻め」のニーズとして、積極的な海外展開や新規事業展開などにより新たなリスク管理が必要となっている。ITを中心とした新ビジネスの加速も法務ニーズに拍車をかける。
「守り」では、不祥事やガバナンス欠如による問題の発生に端を発し、内部監査やコンプライアンスの強化に注力する企業が多く見られる。
弁護士の進路が多様化しており、インターネットベンチャーや大手商社、グ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くなりがちであり、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

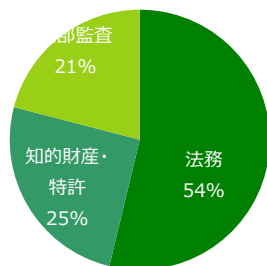
▼求人マーケット動向



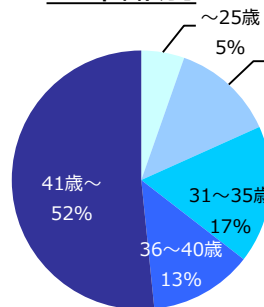
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAに
いただいた求人件数と登録者数。
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

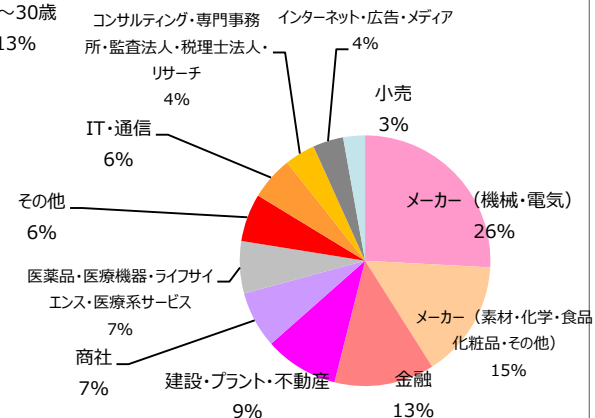
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4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11～2017年1月に対し2～4月は100%と横ばい。若手を中心に他業界への転職も視野に入れている。

・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、登録者は希少。

・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。そのため他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11～2017年1月に対し2～4月は106%と大きく増加。労働力不足、働き方改革など業界課題も影響。

連日ニュースにもなっているが、業界全体として労働力不足と働き方改革など生産性向上が急務となっている。

急速なEC化を受け、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の動きが活発化する見込み。

採用成功 POINT

◆転職意欲は高いが多忙な転職希望者に合わせた面接アレンジがポイント。採用対象はコンサルタントや物流業界出身者を積極的に検討したい。

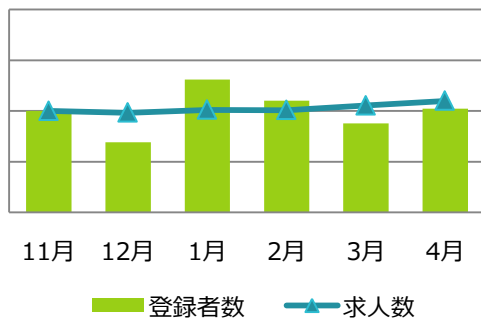
前述の通り、SCMや物流企画などを担う高レベルな人材は非常に希少で、競争率が高くなり採用は難航する。ポテンシャルを感じる人材や、物流コンサルタントや3PLで物流企画をしている方なども検討に入れ、人選する範囲を拡大しておきたい。

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き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。

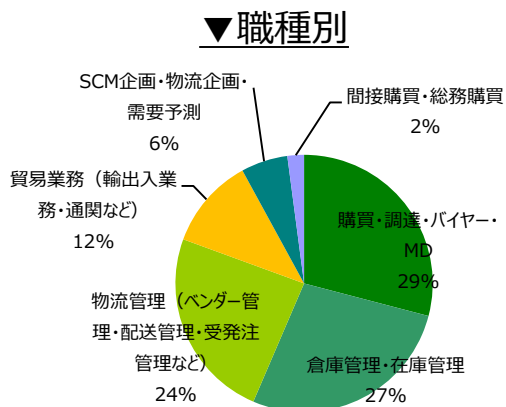
現場サイドはもちろん、企画系業務に就いている方も突発的な問題やトラブルが起きがちであり、面接時間のアレンジは柔軟に設定したい。

▼求人マーケット動向

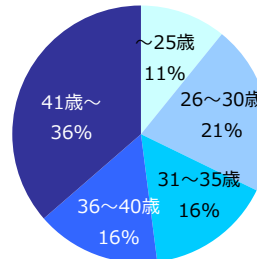


【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

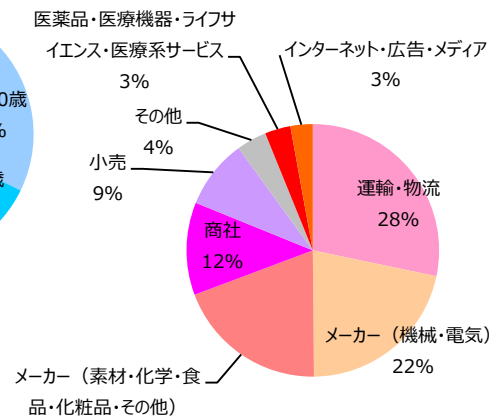
▼登録者詳細



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4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11～2017年1月に対し2～4月は95%と微減。上流工程を含め、影響範囲の拡大を志向する方が目立つ。

・年齢：30歳以下の登録者が38%、35歳以下で57%と若手～ミドルが登録層の過半を占める。

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、区分は参考程度にしたい。

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関連の方は希少であり、即戦力は熾烈な獲得競争、ポテンシャル層も熱を帯びてきている。

・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。インハウスからの転職希望者も、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など、影響範囲の拡大を重視している。また、商品・サービスへの共感、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11～2017年1月に対し2～4月は110%と大きく増加。求人数は増加を続けている。

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、詳細な顧客ターゲティング、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、リアルなサービ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Webマーケターを中心に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を続けている。

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。

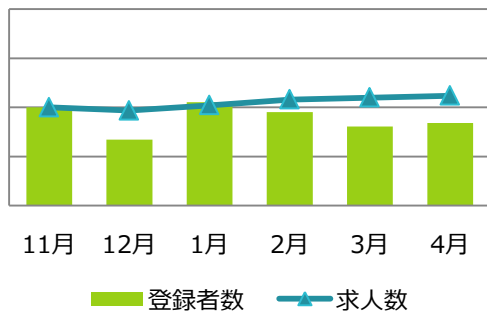
広告代理店やPR代理店でマーケティング業務を担っている方は事業会社への転職を希望しており、積極的に対象に含めたい。

プロダクトマーケティングでは、企業側は、商材の取り扱い経験を必須条件として募集をするケースが多いが、母集団不足になりがちで、転職希望者側も新たな商材を扱いたいという方も多く、採用が難航するケースがよくみられる。商材は異なるが、顧客層が同じであったり、マーケティングの構造が同じようなケースを対象に含めるなど、幅を広げることで採用成功につなげたい。

選考過程においては、関わる事業や商品・サービスと、その中で自分は何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、丁寧に募集の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。

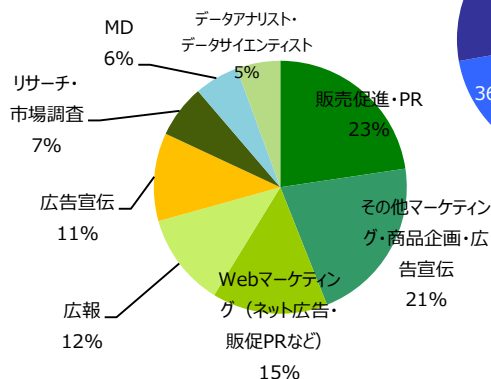
▼求人マーケット動向



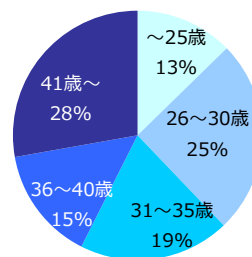
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

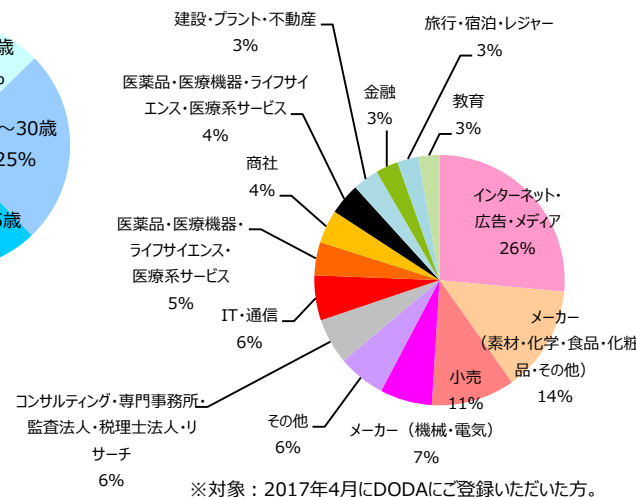
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4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11～2017年1月に対し2～4月は92%と減少。年度末で繁忙期を迎え現職に集中したものと想定。

- ・年齢：30歳以下の登録者が約3割、35歳以下で5割、41歳以降も35%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に所属する方は30代前半までの若い方が多くメーカーや商社に所属している方は、フロントで成果を出して企画部門に異動するケースが一般的であるため、年齢層が高めになる傾向がある。
- ・職種：データ上では、商品・サービス企画→事業企画・開発→経営企画→営業企画と続いている。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、関わる範囲や協業する関係者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11～2017年1月に対し2～4月は105%と増加。業界を超えた発想やアイデアを期待。

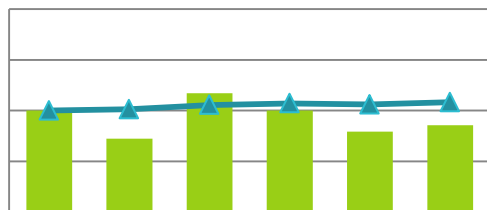
市場の変化速度が高まっており、事業成長、中でも非連続的に事業を変革しようとしている企業が増えている。0→1で新規事業を開発するニーズはもちろん、成長のロードマップを描き、予実を分析しながら戦略をブラッシュアップしていくような、事業企画、経営企画のニーズが旺盛。また、プロダクトライフサイクルが短命化（商品やサービスがすぐに飽きられる、真似される）しており、新商品開発や新規事業企画における「スピード」が更に高いレベルで求められるようになってきているため、あえて異業界から新たな発想やアイデアを期待して商品やサービス企画の担当者を採用する企業も出てきている。

採用成功 POINT

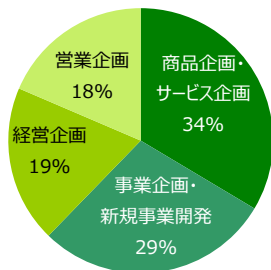
◆採用対象は限定せず幅広く設定。マーケットや競合の動きを見ながら、差別化を打ち出すことがポイント。

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似ている場合においては、ターゲットを幅広く検討したい。

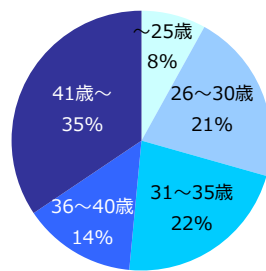
- 当社では、管理・企画・マーケティング部門専任担当者が採用成功に向けた支援を行っています。是非ご相談ください。
- ① 求人発生時の現場配属先とのヒアリング（マーケットを意識した採用要件定義、転職希望者に伝わる魅力ポイントの抽出）
 - ② 配属現場の方（面接官となる方）に対する、面接アドバイスやマーケット情報の提供



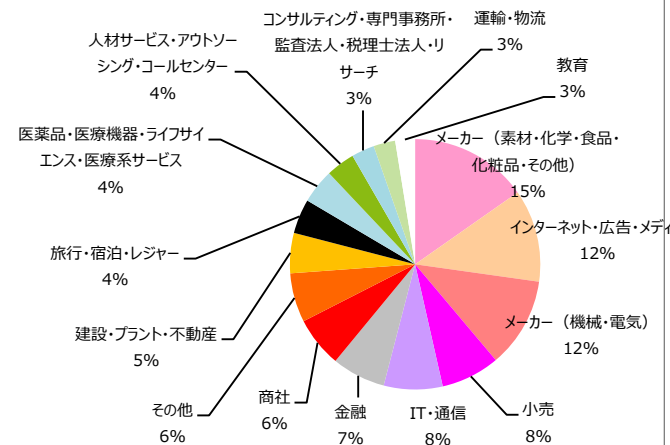
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4月にDODAにご登録いただいた方。

【データ概要】

▼求人マーケット動向
対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

登録者動向

◆登録者数は1月にピークを迎え、3・4月は例年通り安定した推移。5月以降も堅調に推移する見込み。

登録者数は、年明けにピークを迎え、その後例年通り堅調に推移している状態である。

6月の賞与支給に向けて、5月～夏ごろまでは登録数が微増する傾向が強いと想定される。

登録者の年齢層は、全体の約60%が36歳以上となっている状態が続いている。そのため、36歳以降のベテラン層の社内SE決定事例も毎月複数件見られる。

求人動向

◆求人数は1月から4月にかけてほぼ安定的に推移、昨対比では約130%増。

社内SEの求人総数は過去最大値のまま1月から4月まで推移している。5月以降も変わらず、高水準を維持する見込み。

昨年同時期の社内SE求人数と比較すると、30%伸長している状態であり、各事業会社のエンジニア採用はますます過熱している状態といえる。

求人に対して登録者数が少ない状況もあり、採用条件をどこまで緩和するかが採用成功のカギとなっている。

下流工程経験のみでの採用、母集団の拡大を意識した採用活動が盛んである。

採用成功 POINT

◆案件オープン直後の1か月の動き方が最も大切。会って判断する視点が重要。

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。

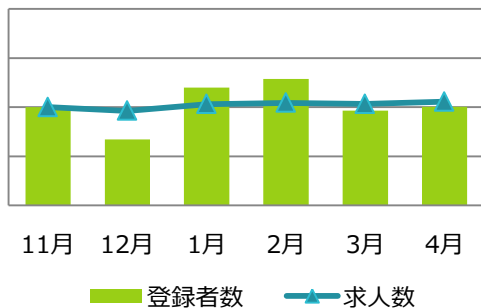
大半の社内SE求人は、案件オープン後2か月程度で採用決定に至るケースが多い。

そのため、案件オープン直後の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。

まずはお会いし、社風との相性や志向性を含めて総合的に判断をすることが必要といえる。

また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、意向を上げることがポイントとなっている。

▼求人マーケット動向



【データ概要】

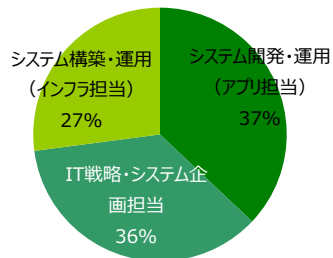
▼求人マーケット動向

対象：2016年11月1日～2017年4月30日にDODAに
いただいた求人件数と登録者数。

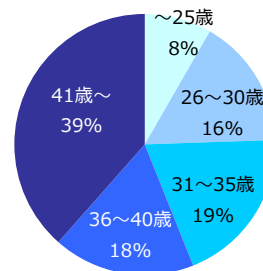
※11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

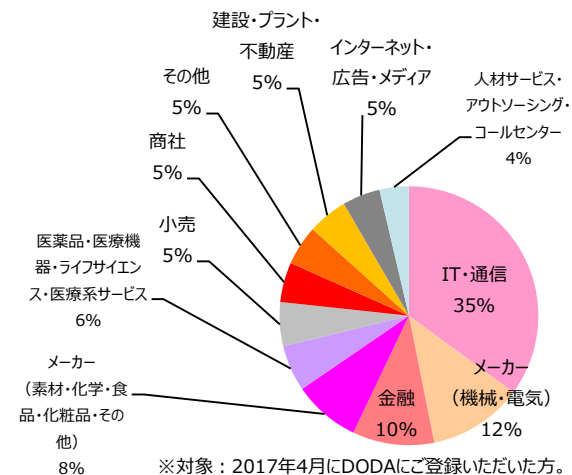
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2017年4月にDODAにご登録いただいた方。