



PERSOL

2018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**

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の求人数は、横ばいまたは増加傾向がみられました。

3ヶ月対比では「11～1月」に対して「2～4月」では、求人数が105%、転職希望者数が97%となり、求人倍率が更に上昇しました。

企業側から見ると、個人の獲得競争が激化し、各社が似たターゲットを追い求めることから希望する方を採用するという「質」に関する困難さが増えています。求人が増加している背景としては、引き続き、積極的な事業拡大が続いており、ミドル部門・バックオフィス部門の体制強化の必要性が高まっていることが挙げられます。

新興企業では将来的な上場も視野に入れた「攻め」のニーズが旺盛である一方、大手企業ではガバナンス強化など「守り」のニーズも引き合いが強くなります。人事職を中心にバックオフィスでは「働き方改革」に伴う組織変革や制度・規定の変更もあり、外部から新たな人材を迎え入れたいという状態が続いています。マーケティングや企画職では、新たなビジネスやサービスの企画・開発、拡大が急務になっており激しい獲得競争が続いています。

採用成功のポイント

◆ポイントは「要件定義」と「短期集中型の選考」

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くるケースが大半だと思います。配属部門からあがってくる採用要件（経験や能力）は高く、細かく設定する傾向があり、採用マーケットとのズレが生じるケースが多く見受けられます。募集時には現場と適切に採用要件をすりあわせ、採用マーケットを考慮した要件で進めていくことが人材獲得のポイントです。

また、営業職や技術職と比べて対象となる母集団が小さいため、継続的に採用候補者があがってくるという状態にはなりにくく、初回の母集団の中で内定に至らない場合は採用が長期化するケースが多くなっています。

- （1）募集を行うタイミングで、現場と適切な要件定義をする必要がある。**
- （2）募集後の初回の母集団で、内定・入社まで進める「短期集中型」の選考が理想的。**

専任担当による万全のサポート

管理・企画・マーケティング部門の転職支援経験が豊富な専任担当者が、貴社の採用を支援します。
求人発生時の配属現場へ直接ヒアリングを通じて適切な求人の要件定義を行います。お気軽にお問合せ下さい。



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@persol.co.jp



藤澤 祐司（ふじさわ ゆうじ）
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：yuji.fujisawa@persol.co.jp

登録者動向

- ◆登録者数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は103%と増加。各社が求める層が重なっており、熾烈な獲得競争が続いている。
 - ・年齢：36歳以上の登録者が54%を占めており、管理部門職種の中でも平均年齢が高い。経験豊富な即戦力人材の登録数は好調に推移。
 - ・職種：「経理（財務会計）」の登録者が67%と多数を占め、「管理会計」15%、「財務」13%と続く。この傾向に変化は見られない。実務経験者が激しい獲得競争となっているため、経理の場合はアシスタントや会計事務所の方、管理会計の場合はコンサルタントや企画系人材の積極登用が必要。
 - ・業界：メーカーが25%でトップ、商社が11%、建設・不動産が9%と続いているが、求人ニーズが強いネット・メディア系はわずか6%と少ない。
 - ・志向性：安定志向の転職希望者が多いが、その意味合いは①環境安定性（堅実な企業・大企業志向）②スキル安定性（市場価値の高いスキル・経験を求める）の2つに分かれる。前者はメーカーや商社などを志向し、後者はIPO準備や海外経理など、「経験できる業務」によって選択するため業界は分散する。また、働き方改革の気運の高まりもあり、残業時間を削減したいという方も増えており、「獲得できるスキル×働き方」という関心が強まっている。

求人動向

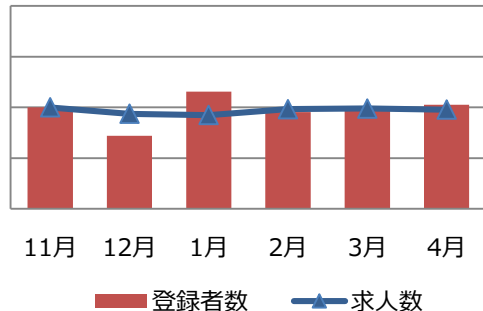
- ◆求人数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は103%と増加。採用に苦戦する企業が多く、対象範囲を拡大できるかどうかのポイント。
 - ・積極的な海外展開や新規事業展開により、海外経理（国際税務、国際会計基準など）や新たな会計スキーム（新規事業に合わせた会計スキームの構築など）の確立など「攻め」のニーズがあげられる。新興企業では、組織作りや仕組み作りなども含めた増員ニーズ、大企業では不適切会計に端を発した内部統制の強化や業務フローの整備など「守り」のニーズがみられる。大企業の体制強化においても、現体制でオペレーションは回せているため、プラスαの改善経験やポテンシャルを求めておりハードルは高くなりがち。
 - ・各社のニーズは決算担当者や経理財務全般のとりまとめができるリーダー層に集中しており、この層は激しい獲得競争となっている。採用に苦戦する企業は対象範囲の拡大を行っている。具体的には、実務未経験でも簿記資格がある方や、経験豊富なシニア層、時短勤務の主婦層など、経験や知識をベースに対象を広げている。

採用成功 POINT

- ◆①応募者が就業イメージをもてる求人票・面接内容 ②適切で現実的な要件定義 ③短期集中型の選考
 - 経理としてのキャリアアップを志向する方が多く、それが実現できる環境なのかどうかを求人票や面接で応募者は判断している。経理の方は特に慎重な方が多く、業務内容や業務範囲、将来的なキャリアなどが描けない場合、応募に躊躇してしまうことがよくある。どのような経験ができて、どのようなスキルが身に付くのか、将来的にはどうなれる可能性があるのかを具体的に求人票、面接にて明示したい。
 - また、採用マーケットを見据えた最適で現実的な要件定義を行うことが重要。配属現場にマーケット感が乏しい場合、非現実的な採用条件になりがちなのは注意したい。選考に関しては、初回募集時の1サイクルでスピーディーに内定まで進める「短期集中型」が実行できるかどうか大きなポイントになっている。
 - 加えて、面接後の評価に対するフィードバックに敏感に反応する応募者が多く、良い点、課題点に関わらず面接評価をスピーディーに率直に返すことで意向が高まる傾向がある。

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以下のような支援を行っています。ぜひご相談ください。
 ・求人発生時の現場配属先とのヒアリング／適切な要件定義／採用マーケットの共有／採用成功につながる面接の進め方など

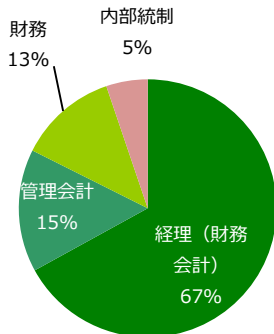
▼求人マーケット動向



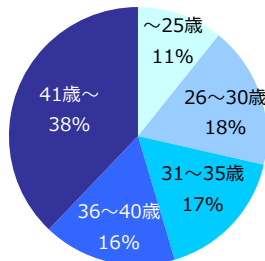
【データ概要】
 ▼求人マーケット動向
 対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
 11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

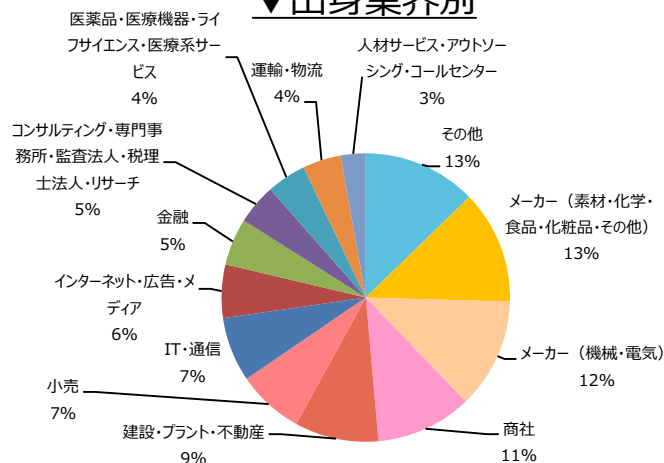
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018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2017年11～1月にに対し2018年2月～4月は90%と減少。例年通り、繁忙期を過ぎた6月以降から登録増が予想される。
- ・年齢：36歳以上の登録者が53%と過半を占めており、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高い。
- ・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おり、登録数も多くなっている。
- ・業界：メーカー（21%）、IT・ネット・メディア（合わせて15%）と続くが、全体的に出身業界は分散している。そのため、出身業界にこだわりすぎると母集団が限られ、採用に苦戦をする。人事に関しては企業の成熟段階（成長期、安定期など）によって課題が異なるため、出身業界ではなく成熟段階や出身企業の規模をマッチングポイントにしたい。
- ・志向性：「①安定性を求める層」と「②キャリアアップを求める層」に二分化される。①については、給与社保や労務担当が多く、社風（現社員とのマッチング）や就業環境などを慎重に見極める傾向にある。②については、採用・教育担当や人事制度担当に見られる。会社のビジョンや進む方向性に共感できる組織で、制度や仕組みを企画・構築する経験を身に付けたい方や、マネジメントとしてキャリアアップを目指す登録者が多く見受けられる。

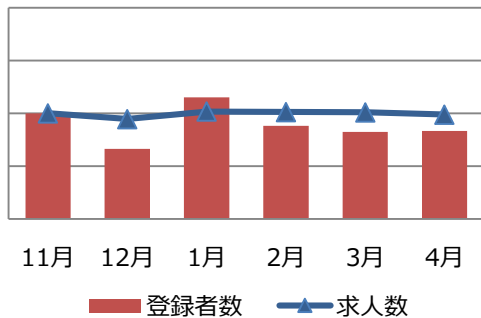
求人動向

- ◆求人数は2017年11～1月にに対し2018年2月～4月は102%と増加。「働き方改革」などを背景として、人事職全般のニーズが高まり続けている。
- ・積極的な事業拡大や組織革新に伴う採用の強化は続いている。ビジネスモデルを変革したり、新規ビジネスに参入する企業も増えているので、今まで採用をしてこなかった層の採用や新たな採用手法・チャネルの活用など、採用職のニーズは強い。旧来の採用を経験している大手の方は安定志向でさほど転職活動をしない傾向にあるため、自社採用は未経験であってもスピード感があり意欲の高い方を採用するケースが増えている。
- ・働き方改革に代表される人事（組織・制度）改革により、人事企画や戦略人事に注目が集まっている。特に無形サービス企業を中心に、RPAなどによる「労働時間の短縮」や「生産性の向上」といった変革が徐々に推し進められている。一方で、有形サービス企業など大手の老舗企業は人事・労務面ではまだペーパーレス化が浸透していない組織も一部あり、効率化や業務改革の知見を持つ人材の確保が急務となっている。責任者クラス以外のスタッフクラスであれば、実務経験の長さよりもITリテラシーや効率化の意識などが優先されるケースもある。

採用成功 POINT

- ◆面接は本音でオープンに。さまざまな企業で経験を積んだ方やコンサルティング経験者なども含め対象範囲を拡大することがポイント。
 - 人事の転職希望者は自分自身も採用のプロであるため、募集の背景にはさまざま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、現状の課題や本音の募集背景も含めてできるだけオープンに話す方が共感を生む傾向があるため、面接時のポイントにしたい。激しい獲得競争が続いているため、対象範囲を拡大することも検討したい。
 - 採用職は営業・販売職や人材業界出身者なども含めた未経験層への拡大、新たな制度や企画の立案経験を求める人事企画や人事改革を担う人材の求人が多いことから、広く人事経験を持つ方、転職歴が多めの方や、人事未経験の企画職の方などを積極的に登用していくことも検討したい。加えて、売り手市場により転職希望者は転職先を選べる状況がいっそう強まっている。入社する方の評価、それに伴い今後中長期に任せたいミッションや役割を明示し、転職することのメリットを明確に感じさせ、スムーズに意思決定できる状態を作りたい。
- 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以下のような支援を行っています。ぜひご相談ください。
- ・求人発生時の現場配属先とのヒアリング／適切な要件定義／採用マーケットの共有／採用成功につながる面接の進め方など

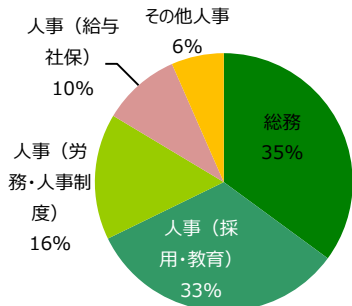
▼求人マーケット動向



【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018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。

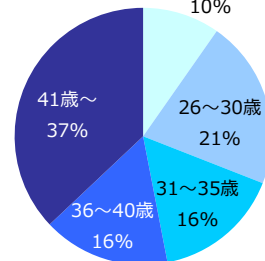
▼登録者詳細

▼職種別

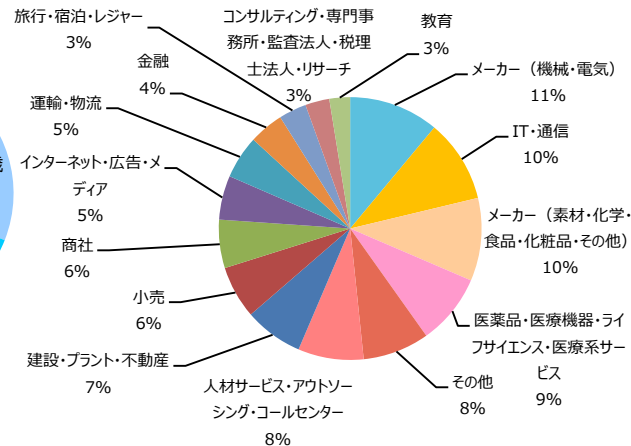


※対象：2018年4月にDODAにご登録いただいた方。

▼年齢別



▼出身業界別



法務・知的財産・内部監査職

登録者動向

- ◆登録者数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は100%と横ばい。メーカー出身者は若干減少したが、全体に占める割合は一番高い。
- ・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最も平均年齢が高い。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：内部監査が22%と増加。不正などのニュースを機に内部監査部門の拡大を進める企業が多く、就業人口が増えていることが予想される。
- ・業界：知財を含むこともありメーカー出身者が最も多く46%、金融が12%と横ばい。IT・ネットは11%と前回調査より減少。他職種と比べて金融業界が多いのは、金融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。
- ・志向性：法務としての担当範囲を広げたいという志向性が目立つ。法務と総務が混合している環境から法務に特化したいケース、契約やコンプライアンスなど限られた分野中心の法務から戦略的な法務（M&Aやアライアンス、新規ビジネスに関わる法務）にシフトしたいといったケースである。内部監査においては、上場する企業やグローバル展開を行う企業が増える中で求人が増えていることもあり、運用から構築などより主体的な業務を志向している。

求人動向

- ◆求人数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は104%と増加。特に内部監査のニーズが高まっている。
- ガバナンス強化に伴う内部監査やコンプライアンスへのニーズ、新事業展開に伴うビジネス法務のニーズが牽引しており、求人数は増加が続いている。
- 大企業、ベンチャー企業に関わらず、新たなテクノロジーを活用したビジネス（●●テック）やネットとリアル融合（IoT、ECなど）へ参入するケースが増え、リスクマネジメントやガイドラインの設定といった戦略的な法務ニーズは非常に旺盛になっている。
- 一方で、大企業を中心に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。
- 海外M&Aに関わる海外案件対応や高度な法対応のニーズが高まっており、弁護士や司法修習生を積極的に採用しようという企業が増加している。

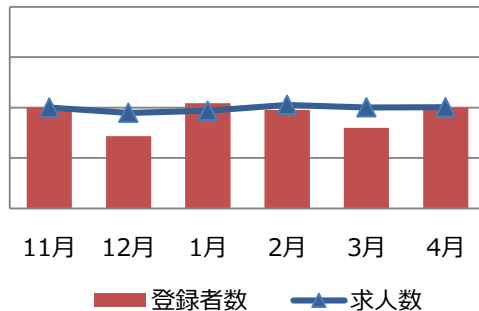
採用成功 POINT

- ◆選考は詳細な情報提供がポイント。対象範囲は弁護士・弁理士など事務所出身者も積極的に検討したい。
- 前述した通り、転職希望者は法務としての担当範囲や担当業務に関心があり、その希望が叶うのか（将来的なものも含めて）を見定めている。戦略的な法務へのシフトを志向する方が多いが、それが実現するのか、庶務や総務業務の割合はどの程度なのかといった具合である。
- 対象者の範囲としては、前述した通り法務としてのキャリアスタートが遅いため年齢層はミドル～シニア層を含めて幅広く選定することがポイント。
- 事務所側から事業会社の法務や知財に転身したい転職希望者は多く、弁護士や弁理士を中心に、事務所出身者は積極的に検討したい。

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以下のような支援を行っています。ぜひご相談ください。

- ・求人発生時の現場配属先とのヒアリング／適切な要件定義／採用マーケットの共有／採用成功につながる面接の進め方など

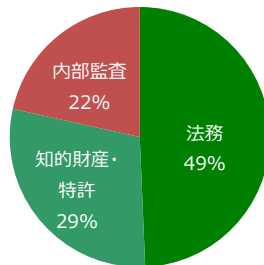
▼求人マーケット動向



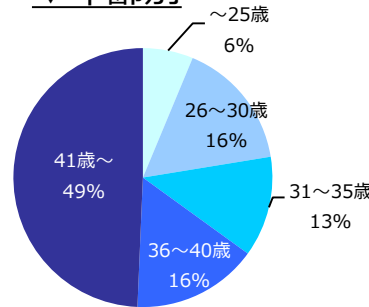
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAにいただいた求人件数と登録者数。
11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

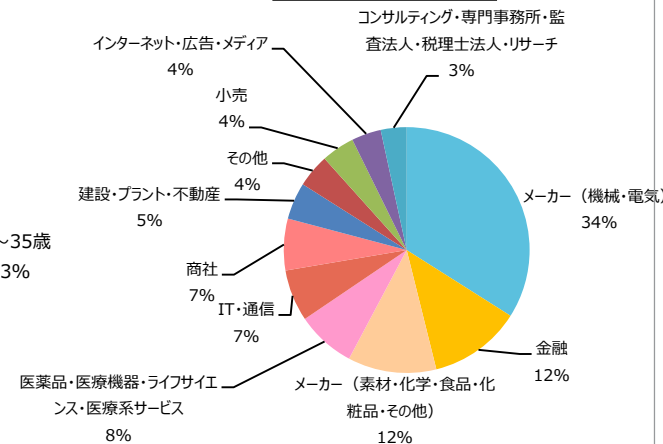
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018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2017年11～1月に対し2018年2～4月は103%と微増。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36%、31歳～40歳までが32%、41歳以降が32%と登録者は各世代に分散しており、前回よりも若手層が増加。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若く、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。ニーズが高まっている物流企画・SCMの登録者は希少（8%）で需給のギャップが生じている。
- ・業界：登録者数は、荷主側であるメーカーが42%、物流業界が28%、商社が13%。急速なEC化が進む小売業が8%と増加傾向。
- ・志向性：倉庫管理などの実務中心の若手登録者は働き方に不満をもっていることが多く就業環境改善を志向。他業種への転職や、海外関連業務に就きたいというケースが目立つ。経験豊富なミドル以降は、管理的業務から企画や戦略業務へ、プロセスの一部業務から物流網全体へのステップアップ、海外物流など、今の会社では経験できない領域へのチャレンジを志向しているケースが多い。

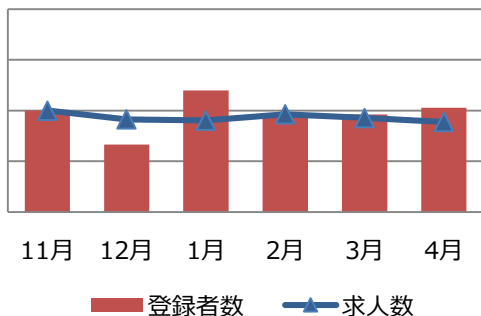
求人動向

- ◆求人数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は99%と微減。「原価低減」「生産性向上」をテーマとした採用ニーズが高まる。
- 業界全体として労働力不足に加えて働き方改革など生産性向上が急務となっており求人ニーズは活況。「原価低減」をテーマとした物流網の再構築（物流企画）や倉庫、生産拠点も含めた「グローバル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。それを実現する上で、IT業界やコンサルなど、業界外とのアライアンスを進めていくこともあり、他業界の方を歓迎するというケースも出てきた。
- 加えて、急速なEC化を受け、取扱貨物量の増加に耐えうる物流網の必要性が増す中、倉庫の増設、倉庫の大型化や多機能化が進む。メーカー側も自社物流の改革に力を入れるケースもあり倉庫内スタッフやセンター長、業務改善やBPRなどのニーズがともに高まっている。大手3PLなどでは30代前後まで未経験者を採用する風潮が表れ始めている。
- 購買職では、交渉力のある若手未経験者採用が一部で推進中。スマートフォン関連の需要は落ち着き、IoTの普及が進み小型センサーや無線通信関連の求人の活発化が予想される。

採用成功 POINT

- ◆採用要件定義は「業務遂行能力」にフォーカスすることが成功の秘訣。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。
- SCMや物流企画などを担う高レベルな人材は希少。需給予測やコスト判断などの企画業務自体には業界特有の要素が薄いことから、企画力や推進力を評価し、「業界へのキャッチアップ」を入社後の導入研修で担保する企業の採用がうまく進んでいる。異業種の類似業務経験者や物流コンサルタント、3PLで物流企画をしている方なども検討に入れ範囲を拡大しておきたい。
- 倉庫スタッフでも他業界で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。また、キャリアステップを気にする方も多く、ここは明確にするか、いくつかのルートがあるという選択肢を見せることもポイント。
- 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。
- 職種柄、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対応したい。平日ではなく土日の面接枠があると参加率は向上する。また、勤務地が遠隔地であることが多いため、Skypeなどを活用した遠隔面接も有効。

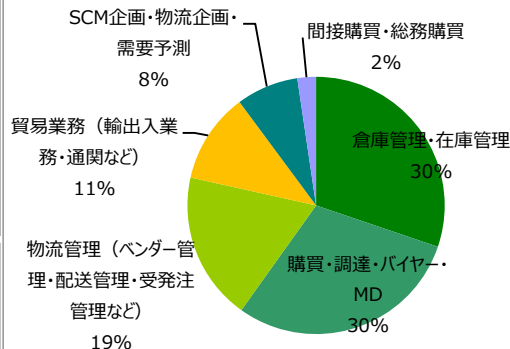
▼求人マーケット動向



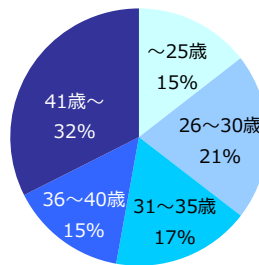
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAにいただいた求人数と登録者数。
11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

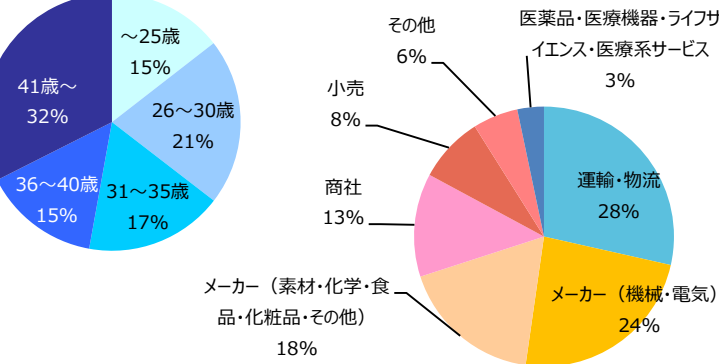
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018年4月にDODAにご登録いただいた方。

マーケティング・広報職

登録者動向

◆登録者数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は95%と微減。事業会社×大手志向が目立つものの、一方では“スキルアップ”のための転職も多い。

- ・年齢：30歳以下の登録者が39%、35歳以下で58%と若手～ミドルが登録層の過半を占める。傾向としては、30代に差し掛かる前、20代に間に早めに転職を検討する層が目立った。また、時期要因として4月入社を見越した動きも活発に見られた。
- ・職種：引き続き、デジタル関連の職種、特にWebマーケティングの登録者の動きが活発に見受けられる。景況感がよいタイミングで条件がよい企業へ移っておきたい、もしくはスキルを高められる環境に身を置きたいと考える優秀なマーケターが多い印象。代理店（支援側）でのマーケターの転職も多くなっており、働き方改革（テレワークやフレックスなど）とやりたい仕事のギャップに悩んでいる方が多い傾向。また、広報職においては「CSR」「ESG」「IR」「危機対応」など特有の上位スキルを有する登録者が、若干ではあるが以前より目立つようになった。
- ・志向性：引き続き、代理店（広告代理店、PR代理店）から事業会社のマーケター、リサーチ会社から事業会社のマーケターへの転職を考える方は多い。若手に関しては、大きなサービスあるいは商品力が強いプロダクトに携わることで、市場価値を上げたいという志向性がいっそう強まっている。ミドルに関しては、マネジメントよりもプレイヤーとして最前線でスキルを高めていくことに価値を感じている方が依然として多いように感じる。

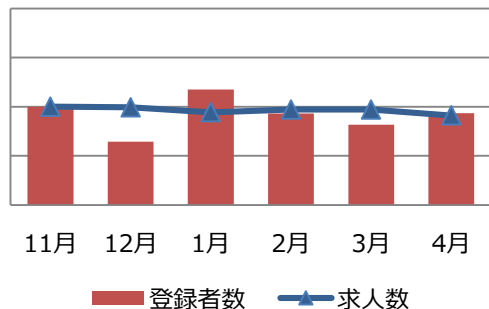
求人動向

◆求人数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は97%と微減。久々の全体減だが、デジタルに関わるマーケティング求人が引き続き増加傾向。引き続き、デジタルマーケティング、データ分析などのニーズはいっそう活況が続いている。企業によっては、求人の要件があいまいな状況においても、将来への投資という意味合いも含めて、デジタルやデータ分析に強い人材を社内に抱え込もうとする動きも散見されるようになってきた。新年度に切り替わるタイミングで特に目立った動きとしては、自社サービスにおけるWebマーケティングの責任者クラスの採用も見受けられた。特に会員登録制のWebサービスではデジタルにおける集客やCRMが売上拡大につながることから、他社に見劣りしない年収を提示してでも、有力者の採用を早期に成功させたい考えが強い。一方で、スタッフクラスの採用については、代理店出身での採用を進める企業が増えており、さらには未経験者でポテンシャルのある若手を採用し、ある程度育てる覚悟を持つ企業も見受けられる。

採用成功 POINT

◆優秀な若手の採用は激戦り傾向。他社のコンサルティング業界や企画職とも競合するマーケットのため、正しい要件で採用スピードを高められるかカギ。企業サイドから見た際に、事業成長におけるマーケティング、特にデジタル領域の重要性は日に日に増している。マーケターとしての成長のために自己研鑽をしている人は一定いるものの、実務経験が豊富な方や、業界やトレンド全体にアンテナを張り巡らせキャッチアップしている人は希少。経験者は引く手あまたで処遇やポストを見比べる傾向が強いため、条件で見劣りしない設計にすることがポイントのひとつ。また、一方でポテンシャル採用まで枠を広げる際には、最低限必要な素地（数値に強いなど）を正確に設定し、採用の工数（選考回数、結果通知の期間日数など）を減らしてスピードを上げることが成功のポイントとなる。

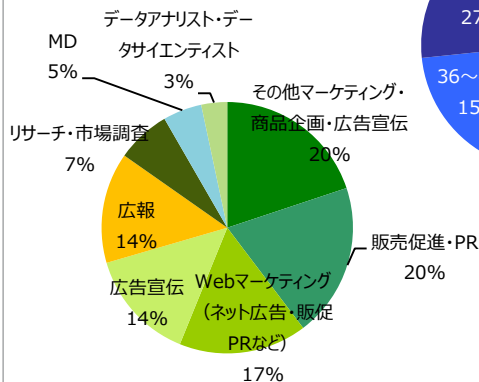
▼求人マーケット動向



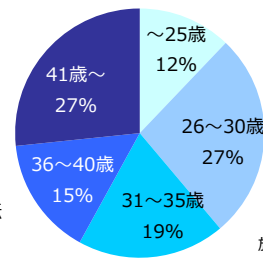
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAIにいただいた求人数と登録者数。
11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

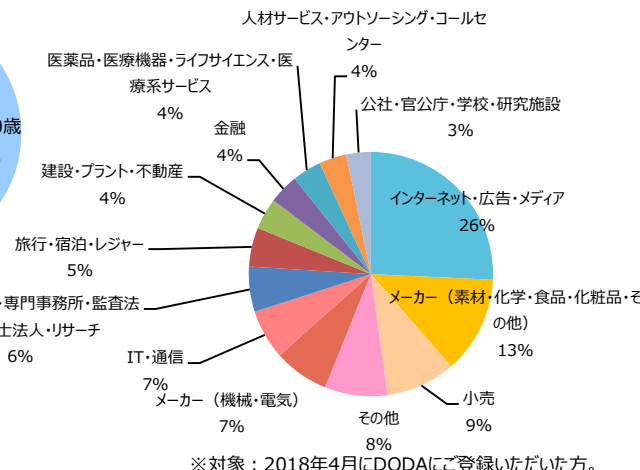
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018年4月にDODAIにご登録いただいた方。

企画職（経営企画・事業企画・営業企画・商品サービス企画）

登録者動向

◆登録者数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は93%と微減。現職の年度末・繁忙期などの時期要因が想定される。

- ・年齢：年齢層は分散しているが、特に20代若手と40代以降ミドルの伸びが顕著。企画系職種では、メーカーや金融などこれまで腰の重かった業界の若手を中心に、業界を越えて転職を試みたいという声を耳にする機会が増えている。
- ・職種：商品・サービス企画→事業企画→経営企画と続いている。
- ・志向性：大きく「①ある領域で専門性を身に付けたい」層と、「②領域を問わず通用する汎用的なビジネススキルを身に付けたい」層に分かれる。
 - ①に関しては短期・中期的にやりたいことや属したい業界が定まっており、ある特定領域の事業会社側への転職希望が多い。
 - 一方で、②に関しては、現時点ではやりたいことが定まっていないケースが多く、故に長期目線でやりたいことが明らかになった際に備えるという目的で、コンサルティング会社やスピード感のある成長企業への転職を希望することが多い。競合となりうるコンサルティング系求人企業のニーズが高まっているため、中長期のキャリアプランを提案した上で、希望に沿う求人を見定めたい。

求人動向

◆求人数は2017年11～1月に対し2018年2～4月は107%と大幅増。新規事業に関わる募集では、異業種の人材を求めるケースが目立つ。

引き続き市場の変化スピードが加速。各職種において新たな動きが見えている。

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、サービス・商品企画のニーズが活況。営業企画では引き続きデータや解析ツールを活用し、施策を立てたり業務プロセスを改善する求人のニーズが多い。データに強みがある人材や営業出身者など、未経験人材を採用するケースも。

事業企画やサービス・商品企画では、引き続き、プロダクトアウト型からマーケットイン型へシフトが進んでいる。ゆえに、リサーチ会社から事業会社に転職できるような求人も見受けられる。経営企画は、若手でも財務系の経営戦略や、M&Aなどビジネスサイドの経営戦略へとチャレンジできるケースが増えている。

いずれの職種においても、優秀な素地を持つ若手（第二新卒）を採用するケースが増えており、今後もいっそうポテンシャル採用が加速していることが予測される。

採用成功 POINT

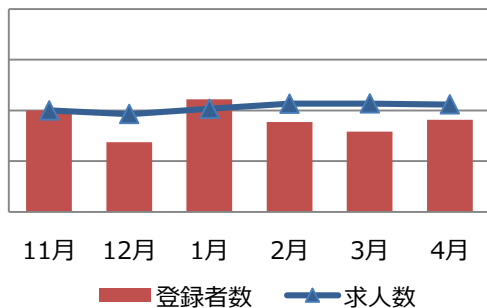
◆若手の優秀層については引き続き熾烈な獲得競争。職務経歴だけでなく、ポータブルスキルや志向性を正しく見極めることが採用成功のカギ。

優秀層を中心に、いっそう人材の獲得競争が激化。特に20代の若手登録者数の伸びが著しいため、積極的に母集団形成に役立てたいところ。コンサルティング業界の各企業が優秀な若手層を採用する動きが顕著に加速していることは、この企画職の採用において大変な脅威ではある。それでも、経験よりも能力を重視する若手採用であれば、引き続きコンサルティング業界や、若くして事業会社の企画・マーケティング部に籍を置く方など、スキルが完全にマッチしなくても期待値の高さを感じられる方をしっかりと狙っていききたい。

その他、新規事業企画や商品・サービス企画においては引き続きデータドリブンで進めることも多く、データ分析ができるリサーチや、事業企画側で係数管理・分析をしてきた営業企画系の人材もデータ解析系ツールの取り扱いに長けていることがあるため、母集団形成のため視野に入れたいところ。

また、業界としてはIT業界や金融業界出身者など、新規事業を推進する上で必要となる注目業界の知見を持つ人材とも積極的に接点を持っていきたい。

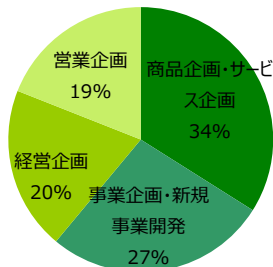
▼求人マーケット動向



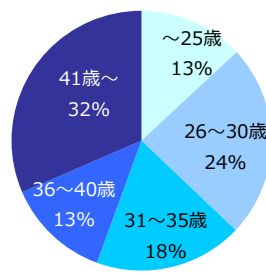
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAIにいただいた求人数と登録者数。
11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

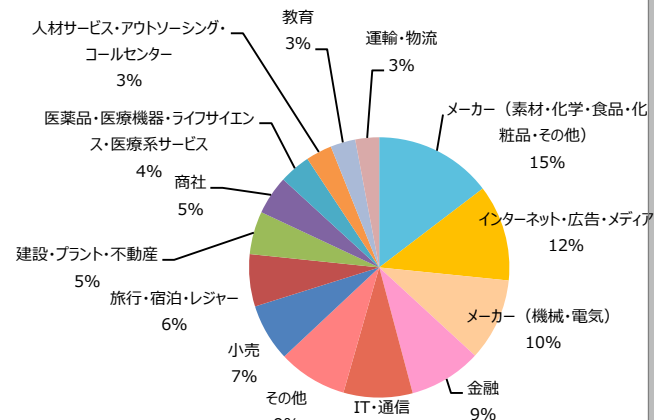
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018年4月にDODAIにご登録いただいた方。

登録者動向

◆登録者数は横ばい、年間を通じて見た際にも、安定した推移が見込まれる。

登録者数は横ばい、年間を通じて見た際にも、安定した推移が見込まれる。

登録者の年齢層は、全体の約53%が36歳以上となっており、環境や待遇面の改善を希望する方、またはSIerなどで経験を積んだ後社内SEを希望する転職希望者が多い。20代の若手エンジニアも全体の約27%となっており、働き方の改善を希望する方にとっては人気が高い。

求人動向

◆求人数は順調に増加、今後も増加が見込まれる。

社内SEの求人総数は過去最大ボリューム、2017年11～1月に対し2018年2～4月は111%と大幅に増加している。

今後も増加が見込まれ、ますます事業会社にとっての社内SEニーズが高まると想定される。

背景としては、業界問わず各事業会社においてIT化は必要不可欠となっており、現行システムの機能追加やリプレース、コンシューマーにリーチするためのECサイトの立ち上げなどの動きが多く見られており、情報システム部門の人員増加が求められている点が挙げられる。

採用成功 POINT

◆応募者へリーチするスピードが重要。可能な限り面接で人柄や社風との相性などを判断することが必要。

エンジニア職種の登録者において約3分の2は社内SEを志望する状況であるが、求人数も引き続き大幅に増えている状況である。

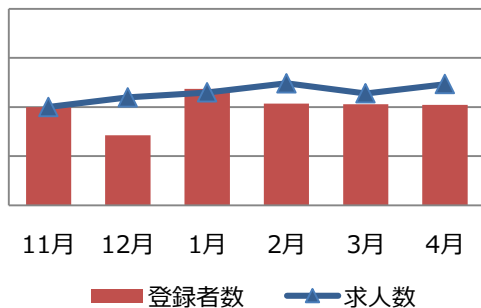
そのため、優秀層は求人を選ぶことができる点は変わらず、引き合いは強い。

書類選考の通過連絡のスピードが遅いと、その時点で他社の面接調整が6～7社進捗しており、面接が実施される前に他社に入社決定となり辞退となる傾向が見られる。

書類選考のスピードを速め、面接で直接接点を持ち、可能な限り面接で人柄や社風との相性などを判断することが必要。経験よりも人柄を重視した採用も進んでおり、採用後に育成していくケースも多く見られる。

また、求人数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。

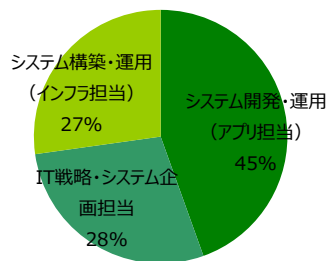
▼求人マーケット動向



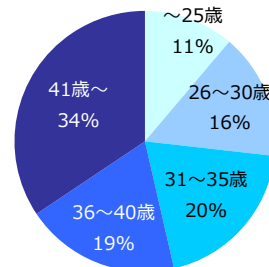
【データ概要】
▼求人マーケット動向
対象：2017年11月1日～2018年4月30日にDODAに
いただいた求人件数と登録者数。
11月の数値を「1」とした場合の変化を表しています。

▼登録者詳細

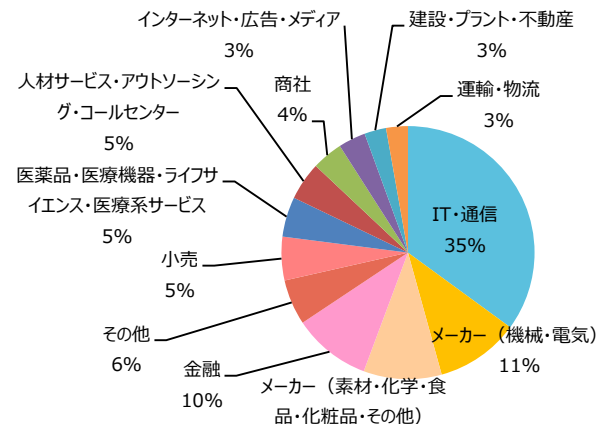
▼職種別



▼年齢別



▼出身業界別



※対象：2018年4月にDODAにご登録いただいた方。