

主体的キャリア形成 マッチングのススメ

これからの人材サービスに
求められる役割



一般社団法人 人材サービス産業協議会
Japan Association of Human Resource Services Industry

01 調査結果から見えた
転職・採用成功のカギ

02 主体的キャリア形成の意欲・
キャリアイメージを持ったきっかけ

03 求職者のニーズに応えるために
企業が開示すべき情報とは？

04 人材サービスとして
取り組めること

本ガイドブック制作にあたって

本ガイドブックは、一般社団法人人材サービス産業協議会(JHR)の、ソーシャル・バリュー推進委員会が検討を行ったものです
また、委員会参加企業から、本テーマへの意欲が高い方を推薦いただきワーキンググループを組成。1年にわたり詳細検討・議論を行いました



労働政策委員会

目的

業界横断的な政策の立案・実現

- ・未来の労働市場を見据えて政策立案
- ・各協会の意見集約、調整、合意を経てJHRが窓口となって対外交渉を行う

活動内容

- ・外部労働市場における転職賃金相場に関する調査研究
- ・各種労働関連法の認知度に関する調査研究

ソーシャル・バリュー推進委員会

目的

業界全体の社会的地位・人材力の向上

- ・業界標準の向上、各団体のサービス品質の向上
- ・業界の人材力の向上
- ・業界認知、イメージの向上

活動内容

- ・多様な働き方に応じた雇用区分の在り方に関する研究
- ・多様な個人のニーズに対応したマッチングの高度化に関する研究

ソーシャル・バリュー推進委員会/ワーキンググループ メンバー

ソーシャル・バリュー推進委員会

委員長	清水 竜一（日総工産株式会社／代表取締役社長執行役員）
委員	今野 浩一郎（学習院大学／名誉教授）
	沖野 俊彦（株式会社ジェイエイシーリクルートメント／取締役管理本部長）
	川崎 健一郎（アデコ株式会社／代表取締役会長）
	黒田 祥子（早稲田大学／教授）
	鈴木 孝二（エン・ジャパン株式会社／取締役）
	戸蒔 利和（財形住宅金融株式会社／代表取締役会長）
	渡邊 信之（株式会社アルプス技研／取締役会長）

2024年4月1日現在

ワーキンググループ

メンバー	槇田 朋臣（アデコ株式会社）	桜井 貴史（パーソルキャリア株式会社）	事務局	木下 学
	橋本 雄介（エン・ジャパン株式会社）	秋山 祥輝（株式会社インディードリクルートパートナーズ）		加治屋 真実
	槇 正典（エン・ジャパン株式会社）	安井 智起（株式会社インディードリクルートパートナーズ）		井指 麻里子

はじめに

主体的キャリア形成を支援するための これからの人材サービスの役割

現在、労働市場は構造的な変化を迎え、企業にとっても求職者にとっても「主体的キャリア形成」の重要性がますます高まっています。これを受けて、人材サービスは採用・転職活動において、企業と求職者の双方にとって価値のある支援を行うことが求められています

本ガイドブックでは、「転職における主体的キャリア形成の実態」の調査を行い、これからの人材サービスが果たすべき役割について、調査結果をもとにまとめました



本資料の使い方

人材サービスに従事する営業担当者やキャリアアドバイザーに読んで活用いただくことを目的に制作しました

各社における勉強会やスキル向上、施策検討などにご活用ください

利用シーン例

勉強会

営業/CAの
現場

施策
検討

「主体的キャリア形成」の重要性の高まり

「キャリアは会社から与えられるもの」から 「一人ひとりが自らのキャリアを選択する」 「選び選ばれる」時代へ

現在、労働市場は急速に変化しており、「キャリアは会社から与えられるもの」から「一人ひとりが自らのキャリアを選択する」時代へと変化しています
政府の新しい資本主義の枠組みにおいては、求職者が主体的にキャリアを選択し、企業と個人が「選び選ばれる」関係を築くことが求められています

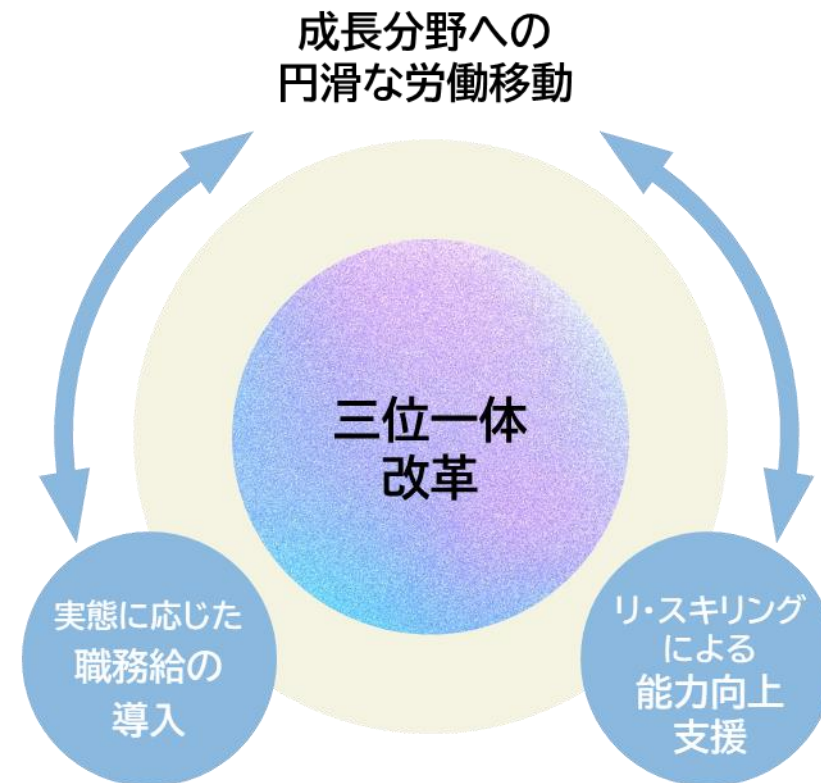
人材サービスとして私たちは、主体的キャリア形成を支援する重要な役割を担っています

企業がキャリアプランを一方的に提供するのではなく、個人に対してキャリアパスや成長機会、評価制度等の情報開示の透明性を高め、個人が自分に合ったキャリアを築けるようサポートすることが求められています

この情報開示の促進と求職者への支援が、転職・採用成功や転職後の活躍・企業成長を支える鍵となります。

人材サービスとしては、求職者が自らキャリアを選ぶための情報提供と支援を強化し、企業と求職者が共に成長できる環境を提供することが重要です

人材サービス業界全体で需給調整機能を高度化し、より質の高いマッチングを実現していくことが、私たちの役割であり、今後の社会にとって大きな価値を提供することになります



生産性向上・持続的経済成長を伴う賃上げ

労働供給制約＋産業構造の変化
個人の就労期間＞産業サイクル

参考：新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2025年改訂版

目次

調査結果から見えた
転職・採用成功のカギ

01 Page 07

Page 21 **02**

求職者が
主体的キャリア形成の意欲・キャリアイメージ
を持ったきっかけ

求職者のニーズに応えるために
企業が開示すべき情報とは？

03 Page 25

Page 33 **04**

人材サービスとして
取り組めること



01

調査結果から見えた 転職・採用成功の力ギ

調査概要

対象条件	全国、20～59歳、男女個人 経営者・役員、正社員、契約社員、 派遣社員、公務員・団体職員 直近3年以内転職経験者、転職意向者
実査期間	2025年2月13日～28日
人口推計 準拠元	労働力調査 全国 2024年 役員、正規の職員・従業員、契約社員・労働者派遣事業所の派遣社員・嘱託社員
ウェイト バック	上記準拠元による性年代別の人口推計 (万人)に合わせてスクリーニングデータの ウェイトバック集計を実施
	本調査データは、ウェイトバック後のスクリーニングデータにおける本調査回収割付の人口推計に合わせてウェイトバック集計を実施

サンプル回収数と人口推計			
スクリーニング		サンプル数 ノンWB	人口推計(万人) WB
全体		19,064	3,814
男性	20-24歳	533	140
	25-29歳	1,485	265
	30-34歳	1,363	268
	35-39歳	1,483	289
	40-44歳	1,619	320
	45-49歳	1,878	369
	50-54歳	2,008	395
	55-59歳	1,679	331
女性	20-24歳	627	132
	25-29歳	1,050	214
	30-34歳	896	184
	35-39歳	815	164
	40-44歳	857	176
	45-49歳	987	200
	50-54歳	1,009	207
	55-59歳	775	160
本調査		サンプル数 ノンWB	人口推計(万人) WB
全体		2,199	1,763
1年以内 転職者	キャリアイメージ当初からあり(A)	108	83
	キャリアイメージ転職活動で形成(A')	92	34
	キャリアイメージなし(B)	55	51
	キャリア形成意欲なし(C)	273	170
2～3年前 転職者	キャリアイメージ当初からあり(A)	98	57
	キャリアイメージ転職活動で形成(A')	94	24
	キャリアイメージなし(B)	51	73
	キャリア形成意欲なし(C)	268	194
転職 意向者	キャリアイメージ当初からあり(A)	273	241
	キャリアイメージ転職活動で形成(A')	0	0
	キャリアイメージなし(B)	166	223
	キャリア形成意欲なし(C)	721	613

本調査 回収割付数

1年以内転職者 全体			480
A	主体的キャリア 形成意欲あり	キャリアイメージ当初からあり	120
A'		キャリアイメージ転職活動で形成	120
B		キャリアイメージなし	120
C	主体的キャリア形成意欲なし		120
2～3年前転職者 全体			480
A	主体的キャリア 形成意欲あり	キャリアイメージ当初からあり	120
A'		キャリアイメージ転職活動で形成	120
B		キャリアイメージなし	120
C	主体的キャリア形成意欲なし		120
転職意向者(3年以内転職なし) 全体			1080
A	主体的キャリア 形成意欲あり	キャリアイメージ当初からあり	360
A'		キャリアイメージ転職活動で形成	-
B		キャリアイメージなし	360
C	主体的キャリア形成意欲なし		360

「主体的キャリア形成意欲」の定義

主体的キャリア形成の必要性、行動意欲、行動のいずれかでTOP2に該当する方を「主体的キャリア形成意欲」が「高い」と定義



主体的キャリア形成とは？

自分の現状を理解した上で、
数年後のキャリアイメージを持ち、
そのキャリアイメージに近づくための行動を積み重ねること



CAREER IMAGE

主体的キャリア 形成意欲

高い

必要性、行動意欲、行動の
いずれかが
TOP2に該当する方

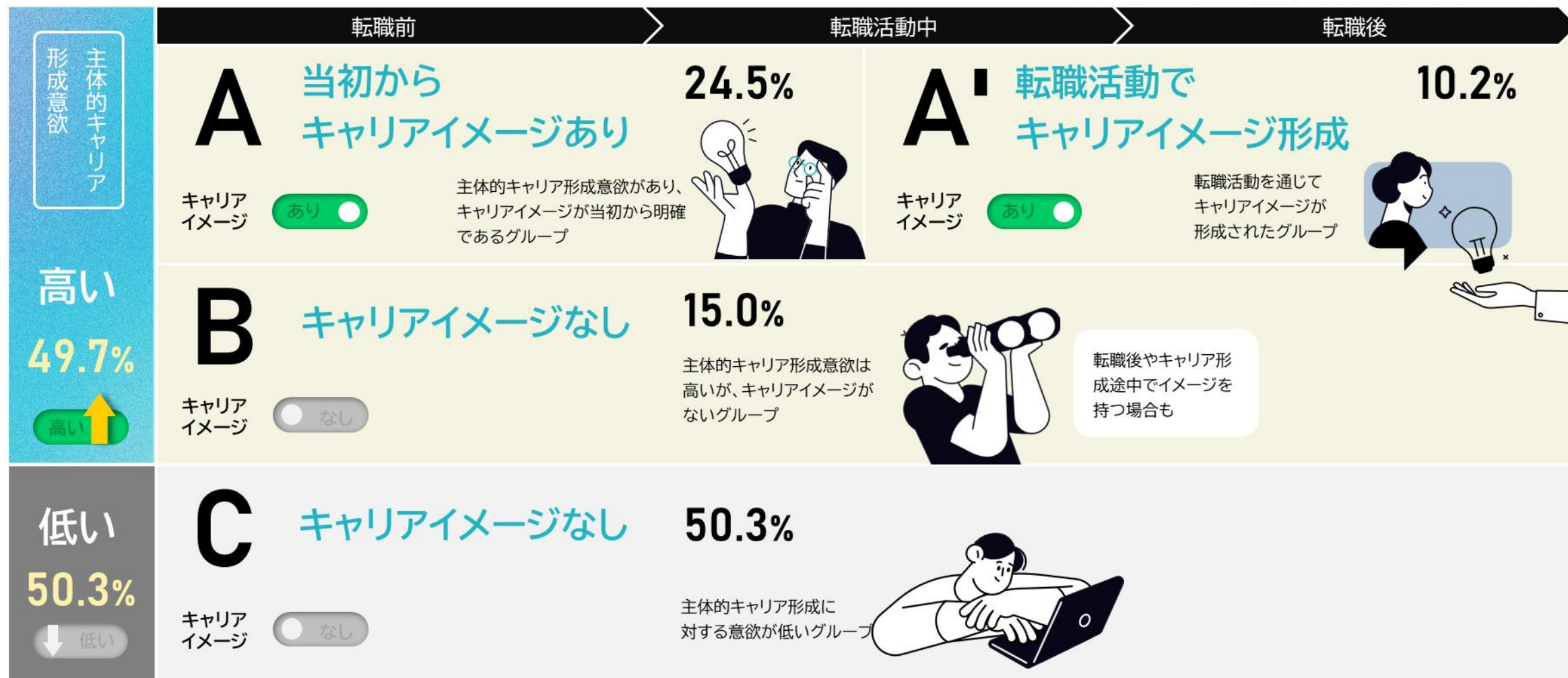
必要性	行動意欲	行動
✓ とても必要だと思う	✓ とても必要だと思う	✓ とても行動できている
✓ 必要だと思う	✓ 必要だと思う	✓ 行動できている
□ やや必要だと思う	□ やや必要だと思う	□ やや行動できている
□ あまり必要だと思わない	□ あまり必要だと思わない	□ あまり行動できていない
□ 全く必要だと思わない	□ 全く必要だと思わない	□ 全く行動できていない



求職者のタイプ(主体的キャリア形成意欲×キャリアイメージ)

主体的キャリア形成意欲×キャリアイメージで、求職者を下図の4タイプに分類

主体的キャリア形成意欲の高いA、A'、Bで49.7%、キャリア形成意欲の低いCが50.3%



タイプごとのペルソナイメージ



A
当初から
キャリアイメージあり

30代

美容師→美容師(副店長)



「数年以内の開業」というキャリアイメージがあり、店舗経営が学べる中規模の美容院に転職

転職満足・活躍実感:◎



A'
転職活動で
キャリアイメージ形成

20代

IT関連営業→シンクタンクリサーチャー



労働時間改善の目的で転職検討。面接での対話で「社会貢献性が高く専門性を追求できる仕事をしたい」という自身の希望に気づき転職決定

転職満足・活躍実感:◎



B
キャリアイメージ
なし

20代

メーカー企画→IT営業



成長スピードに焦りを感じ転職検討。選考プロセスの中で同年代の社員が希望のキャリアに向かってイキキと活躍しているのを魅力に感じ転職

転職満足・活躍実感:◎



C
キャリア形成意欲
なし

30代

金融法務→メーカー法務



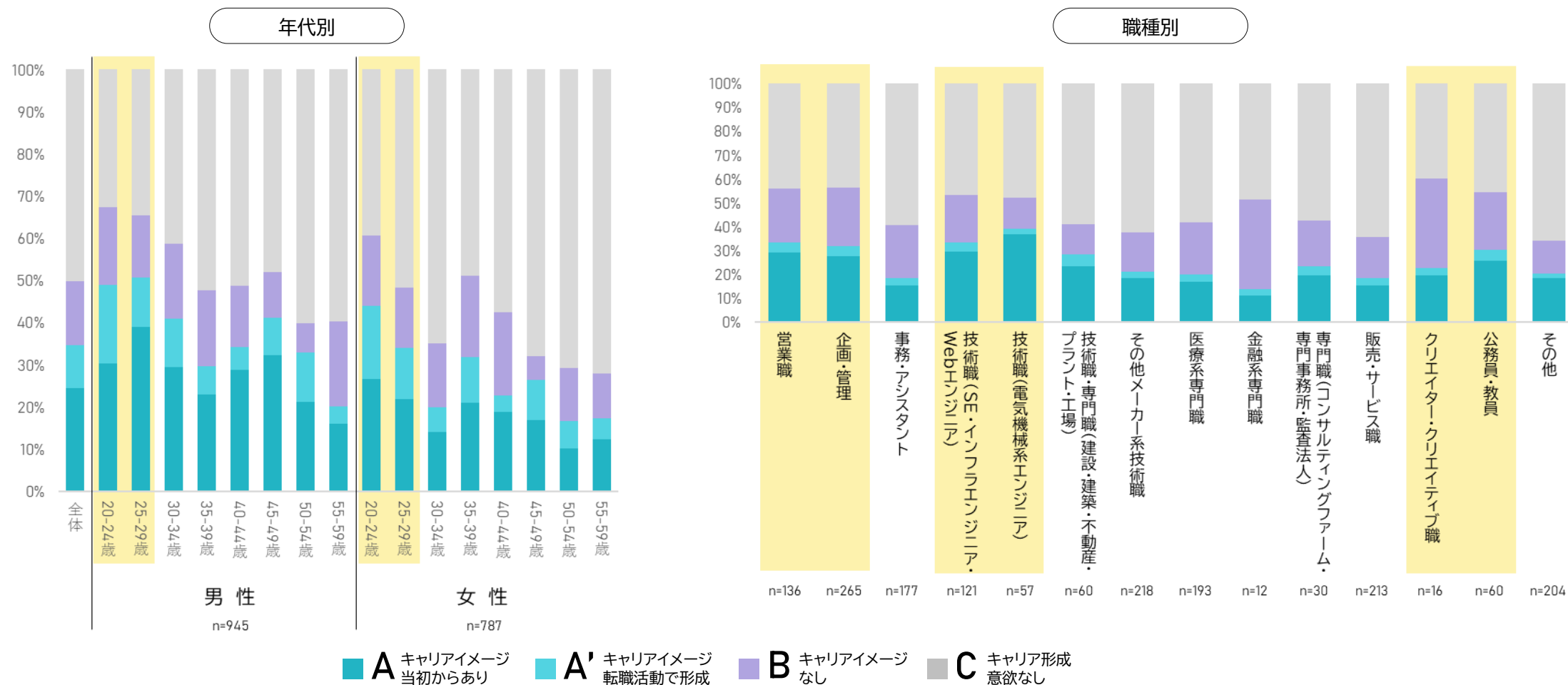
職場の人間関係に悩み転職。仕事に対してポジティブな経験が少なく、キャリア形成を前向きに考える気持ちになれない

転職満足・活躍実感:△

タイプ別の分布(年代・職種)

年代:若年層ほど主体的キャリア形成意欲が高く、キャリアイメージありの割合が高い

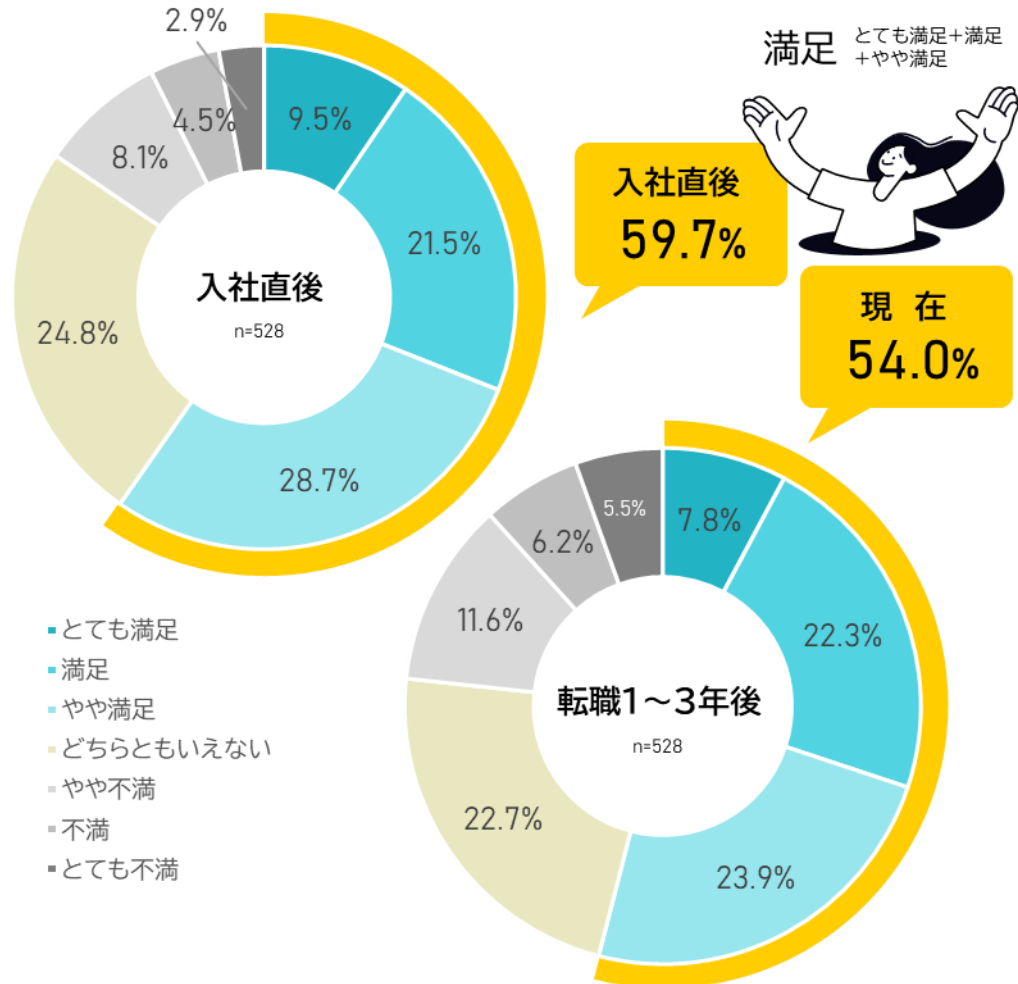
職種別:営業職、企画・管理、技術職(SE・インフラエンジニア・Webエンジニア)、技術職(電気機械系エンジニア)、クリエイター・クリエイティブ職・公務員・教員が主体的キャリア形成意欲が高く、キャリアイメージありの割合が高い



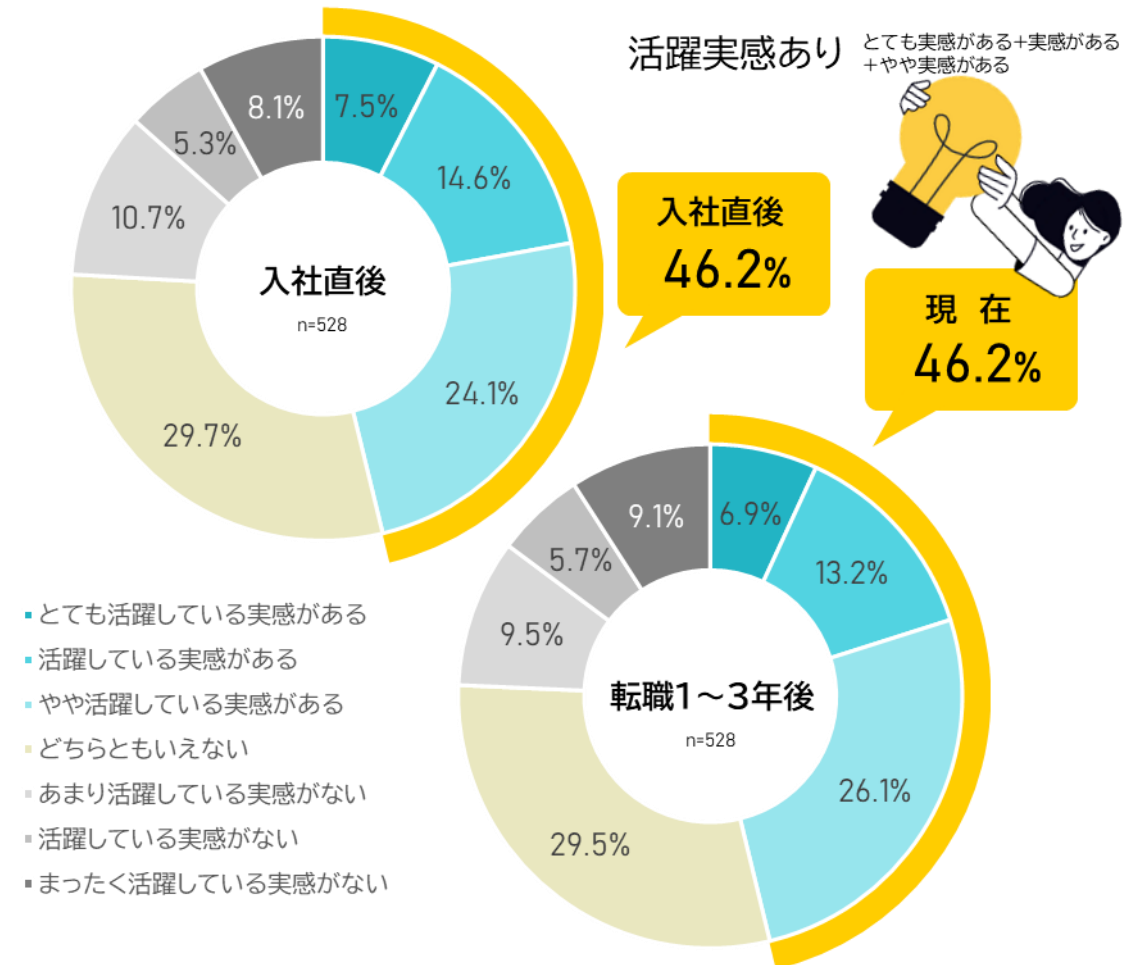
転職満足度・活躍実感

転職満足度/活躍実感について、全体としては約半数が「満足」「活躍実感あり」と回答しており、入社直後と転職1～3年後では大きく違いはない

現在の勤め先 総合満足度



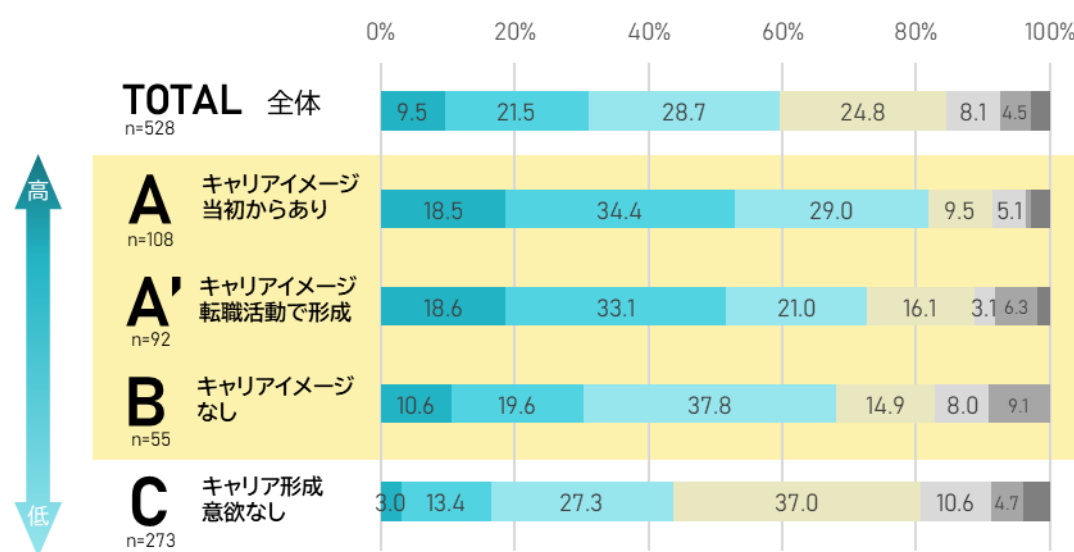
現在の勤め先で活躍している実感はあるか



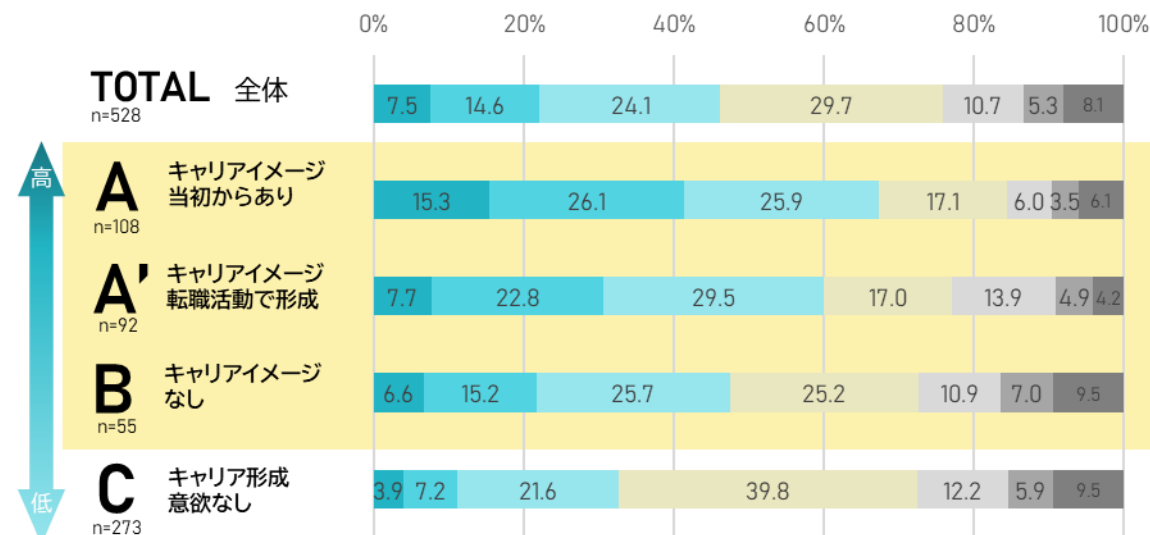
主体的キャリア形成意欲が高いと 転職満足・活躍実感が高い

主体的キャリア形成意欲の高いA、A'、Bは、意欲の低いCに比べ、入社後の満足度/活躍実感ともに高い

現在の勤め先 総合満足度(入社直後)



現在の勤め先で活躍している実感はあるか(入社直後)



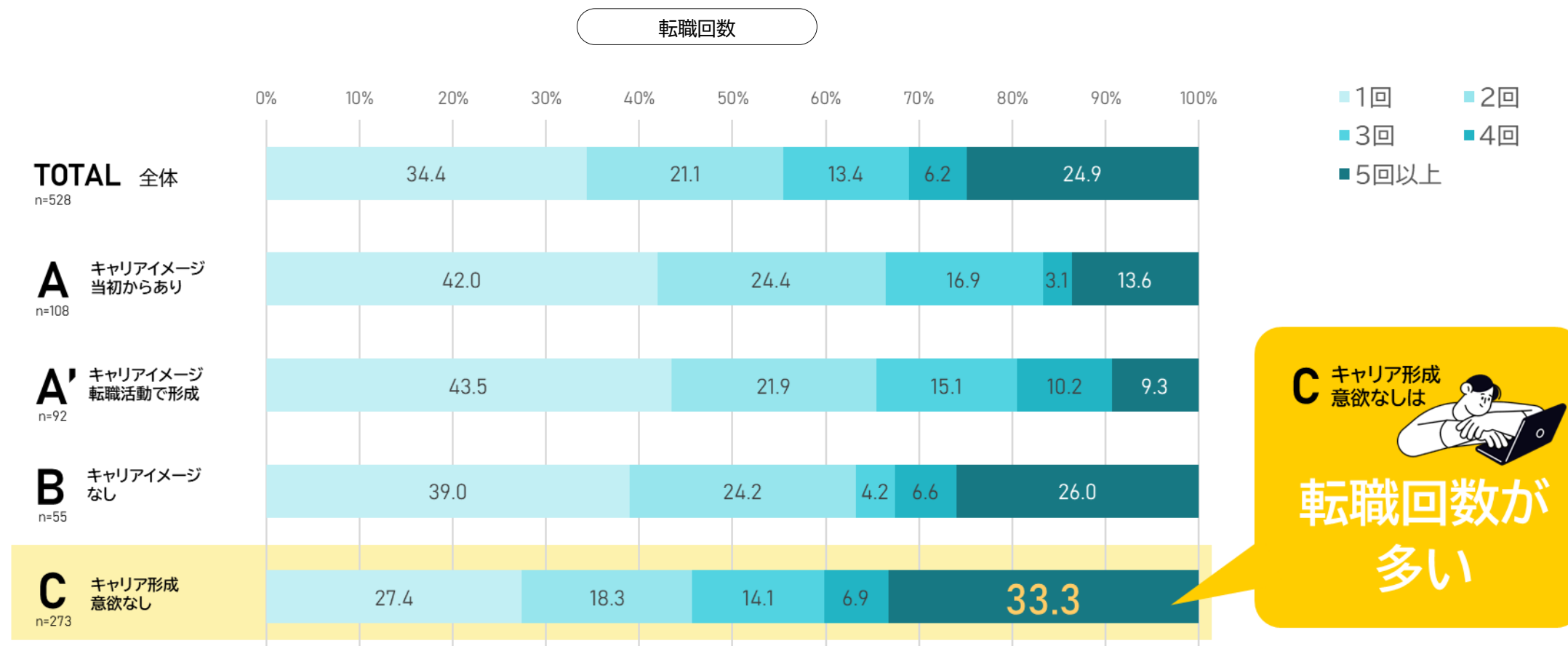
- とても満足
- 満足
- やや満足
- どちらともいえない
- やや不満
- 不満
- とても不満



- とても活躍している実感がある
- 活躍している実感がある
- やや活躍している実感がある
- どちらともいえない
- あまり活躍している実感がない
- 活躍している実感がない
- まったく活躍している実感がない

主体的キャリア形成意欲が低い場合 転職回数が多い

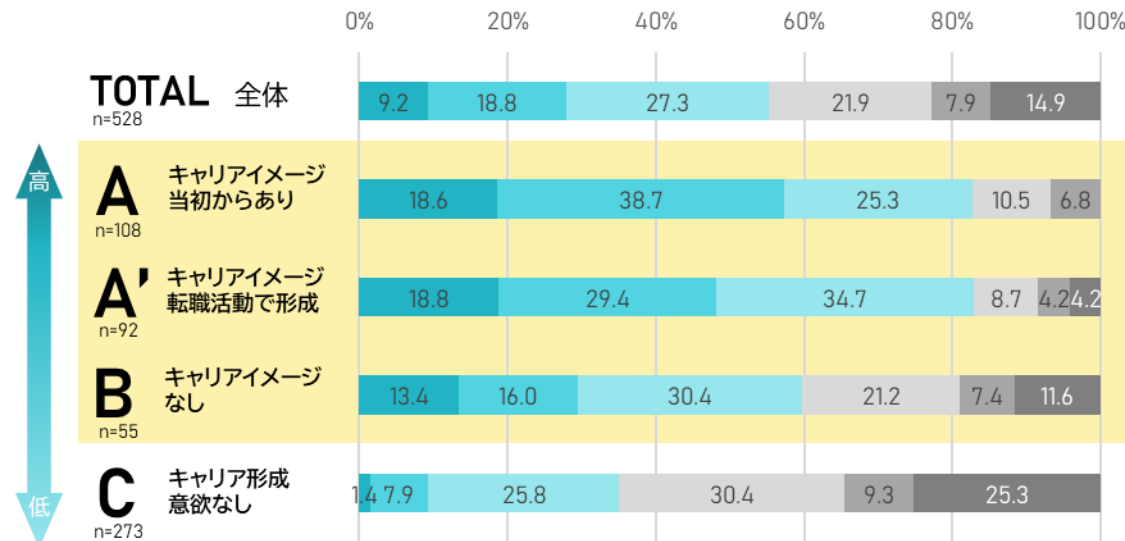
主体的キャリア形成意欲が低いCにおいては、転職回数5回以上の方が3割



「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」は、“知りたいのに得られない”

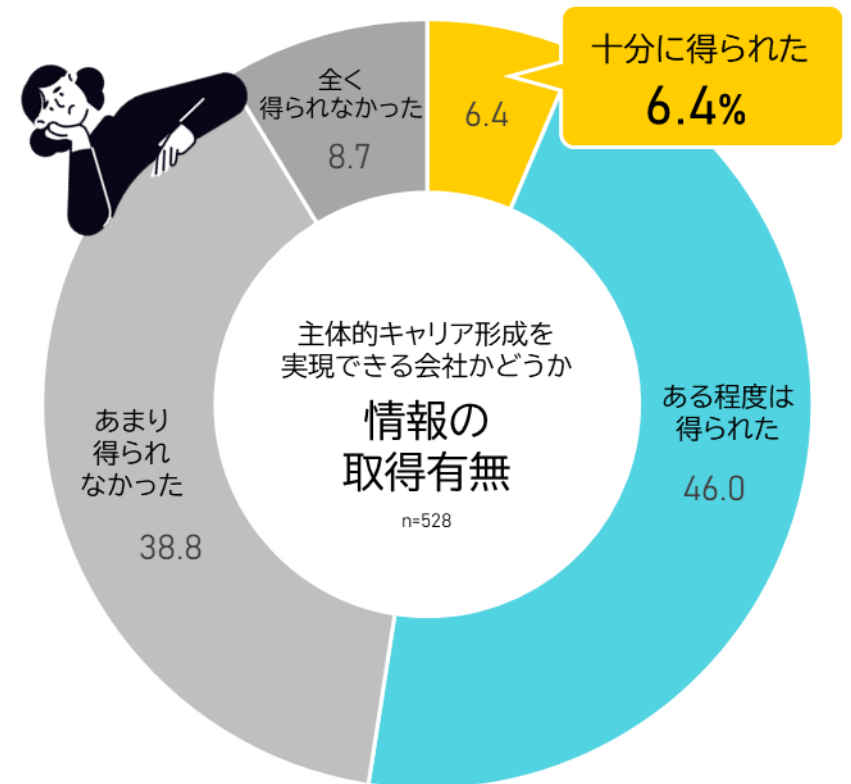
主体的キャリア形成意欲が高いA、A'、Bは、「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」を重視している
一方で「『主体的キャリア形成を支援してくれる会社か』に関する情報を十分に得られた」と回答したのはわずか6.4%

「主体的キャリア形成を支援してくれる会社」重視度



- とても重視した
- 重視した
- やや重視した
- あまり重視していない
- 重視していない
- まったく重視していない

「主体的キャリア形成を実現できる会社か」に関する情報の取得有無



「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」に関する情報の取得手段

「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」に関する情報の取得手段は、企業の採用ページ、転職エージェント、転職サイトの割合が高い

主体的キャリア形成関連情報の取得手段

n=279

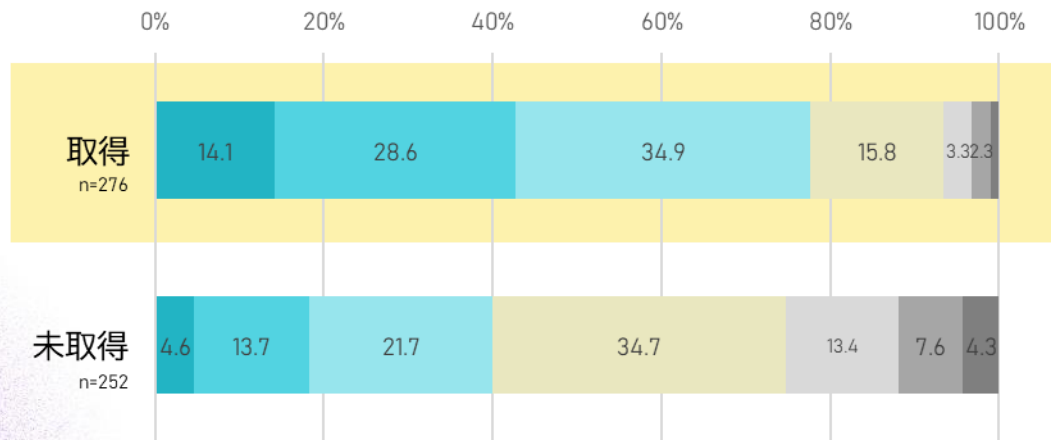


4	応募先企業の社員・人事など 説明会、面接、内定者フォローなどの 選考プロセスを通して	18.4%	11	まとめ・比較・口コミサイト・ブログ	9.3%
5	SNS Linkedin、X(旧Twitter)、Facebook、 Instagramなど	16.6%	12	ビジネス系ニュースサイト・アプリの 記事 東洋経済オンライン、ダイヤモンド・オンライン、 NewsPicksなど	9.2%
6	家族や友人知人など、 プライベートの知り合い	16.3%	13	転職に関するイベント 転職フェア、セミナーなど	8.3%
7	ハローワーク(職業安定所)	15.1%	14	その他インターネットのサイト	8.1%
8	企業のコーポレートサイト	13.4%	15	TV番組・雑誌や新聞・書籍	7.9%
9	ヘッドハンティングサービス	9.7%	16	企業のIR・人的資本経営ページ	7.3%
10	取引先など、 社外の仕事関係での知り合い	9.6%	17	その他	1.2%

「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」に関する情報の取得有無と 転職満足・活躍実感

「主体的キャリア形成を支援してくれる会社か」に関する情報を得られた人は、転職満足・活躍実感ともに高い

主体的キャリア形成関連情報の取得状況別
現在の勤め先 総合満足度(入社直後)



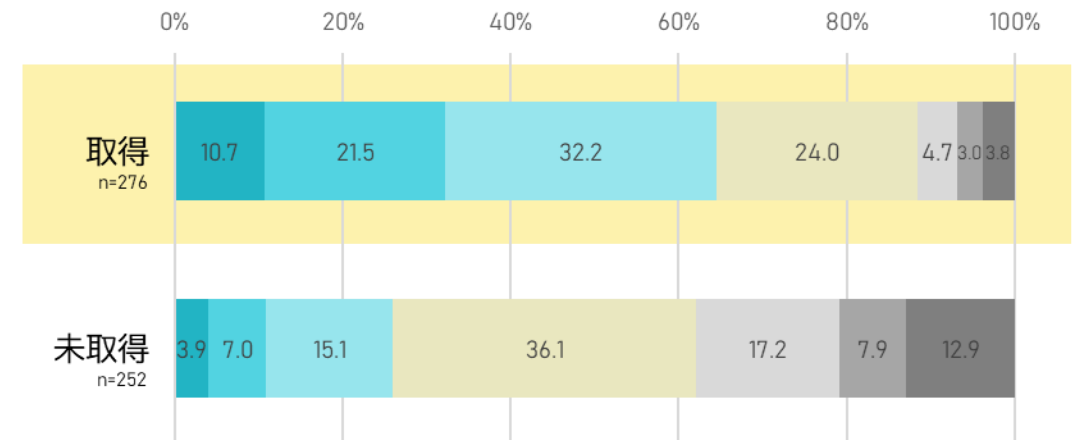
主体的キャリア形成を
支援してくれる会社であるという
情報を得ている人は

満足

入社後の
満足度が高い

- とても満足
- 満足
- やや満足
- どちらともいえない
- やや不満
- 不満
- とても不満

主体的キャリア形成関連情報の取得状況別
現在の勤め先で活躍している実感はあるか(入社直後)



主体的キャリア形成を
支援してくれる会社であるという
情報を得ている人は

入社後に活躍できている
実感が高い

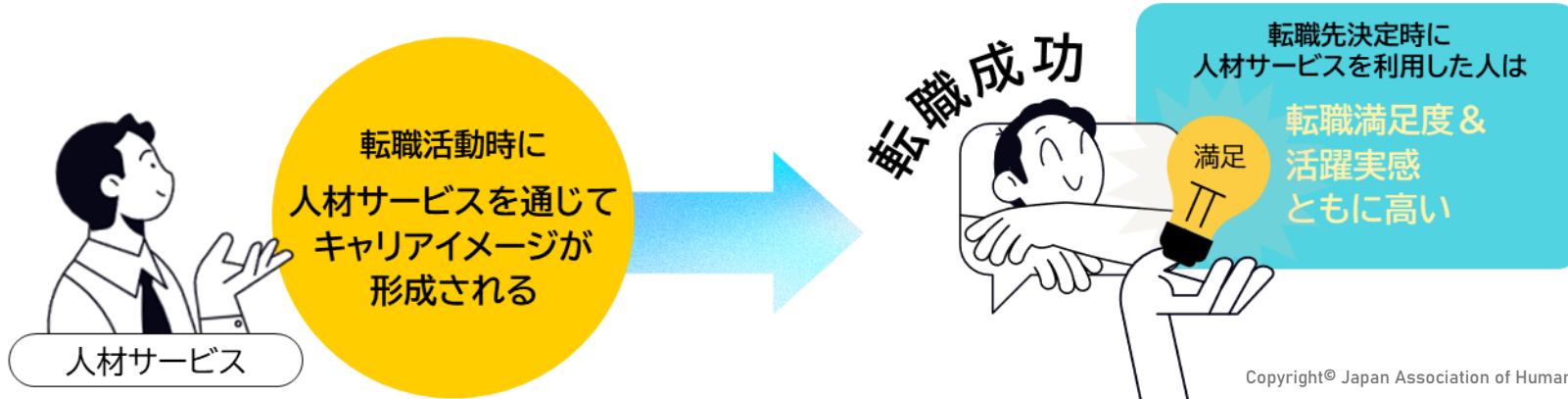
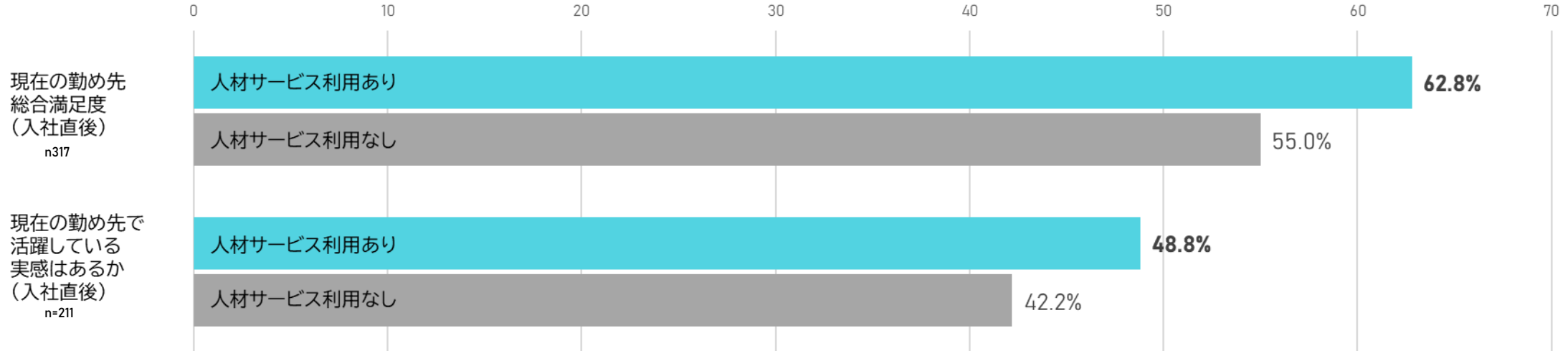
- とても活躍している実感がある
- 活躍している実感がある
- やや活躍している実感がある
- どちらともいえない
- あまり活躍している実感が無い
- 活躍している実感が無い
- まったく活躍している実感が無い

人材サービス利用者の転職満足・活躍実感は高い

転職時に人材サービスを利用した方は、満足度・活躍実感が高い

人材サービスの提供する情報・支援によってキャリアイメージが形成される人が一定数存在していることが考えられる

人材サービスの利用有無と転職満足・活躍実感

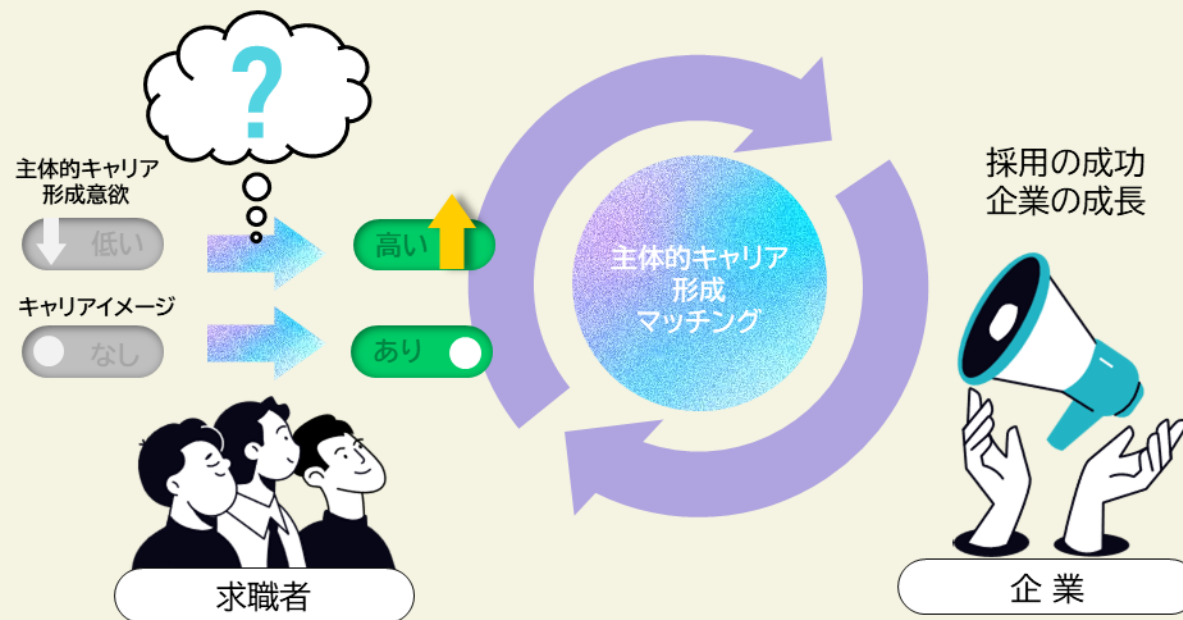


転職・採用成功のカギは 主体的キャリア形成マッチング

主体的キャリア形成マッチングとは？

求職者の主体的キャリア形成意欲・キャリアイメージの形成を支援し、企業から開示いただいた主体的キャリア形成に資する情報を活用しマッチングすることで、転職/採用成功を支援することが可能になる

次の章では、「主体的キャリア形成意欲を持ったきっかけ」、「キャリアイメージを持ったきっかけ」についての調査をもとに、主体的キャリア形成意欲・キャリアイメージを持っていたかたに、何ができるかのヒントを解説する



02

**求職者が
主体的キャリア形成の
意欲・キャリアイメージを
持ったきっかけ**

主体的キャリア形成意欲を持ったきっかけ

主体的キャリア形成意欲を持ったきっかけとしては、「転職経験」「周囲の影響」「転職活動」「資格取得」「情報収集」等が多く見られた

きっかけに
共通する要素



転職経験

周囲の影響

転職活動

資格取得

情報収集



転職活動

23.6%

転職活動

情報収集



職場環境が
合わなくなった

16.5%

転職経験

周囲の影響



上司・先輩の
影響を受けた

14.4%

周囲の影響

主体的キャリア形成意欲を持ったきっかけ

n=528

4	仕事楽しかった・やりがいを感じた・成功した	12.7%	10	ライフイベントの変化 結婚、出産、子どもの進学、独立、引っ越し等	9.6%
	転職経験			転職経験	
5	仕事がつらかった・失敗した	12.6%	11	転職サイトへの登録	9.5%
	転職経験			転職活動	
6	友人・知人の影響を受けた	12.6%	12	転職に関するイベントへの参加 転職フェア、セミナーなど	8.6%
	周囲の影響			転職活動	情報収集
7	昇給・昇進した	11.7%	13	転職エージェントへの登録・相談	8.4%
	転職経験			転職活動	情報収集
8	SNS Linkedin、X(旧Twitter)、 Facebook、Instagramなど	10.9%	14	自身の健康上の事情が変わった	7.6%
	周囲の影響	情報収集		転職経験	
9	資格取得や仕事に必要な スキルを習得した	10.6%	15	ハローワーク(職業安定所) への相談	7.3%
	資格取得			転職活動	情報収集

キャリアイメージを持ったきっかけ

キャリアイメージを持ったきっかけについて、A、A'ともに「上司や先輩の影響」、「昇進・昇給」が上位3位についてはAが「資格取得・スキル獲得」、A'が「転職エージェントへの登録・相談」となった

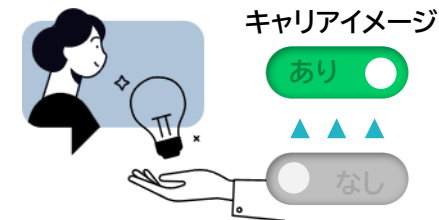
A キャリアイメージ当初からあり n=108



キャリアイメージを持ったきっかけ

RANKING		
1	上司・先輩の影響を受けた	19.8%
2	昇給・昇進した	14.7%
3	資格取得や仕事に必要なスキルを習得した	14.6%
4	自身の健康上の事情が変わった	13.7%
5	仕事があった・やりがいを感じた・成功した	12.8%
6	転職活動	12.4%
7	仕事がつらかった・失敗した	11.4%
8	応募先企業の社員・関係者の影響を受けた	10.8%
9	引き抜き、ヘッドハンティング	10.7%
10	友人・知人の影響を受けた	9.9%

A' キャリアイメージを転職活動で形成 n=92



RANKING		
1	上司・先輩の影響を受けた	21.6%
2	昇給・昇進した	17.1%
3	転職エージェントへの登録・相談	17.0%
4	転職活動	16.8%
5	ビジネス系ニュースサイト・アプリの記事 東洋経済オンライン、ダイヤモンド・オンライン、NewsPicksなど	14.9%
6	仕事がつらかった・失敗した	12.4%
7	転職サイトへの登録	11.6%
8	部下・後輩の影響を受けた	11.3%
9	ライフイベントの変化 結婚、出産、子どもの進学、独立、引っ越し等	10.6%
10	仕事があった・やりがいを感じた・成功した	10.2%

主体的キャリア形成意欲・キャリアイメージを持っていただくためのヒント

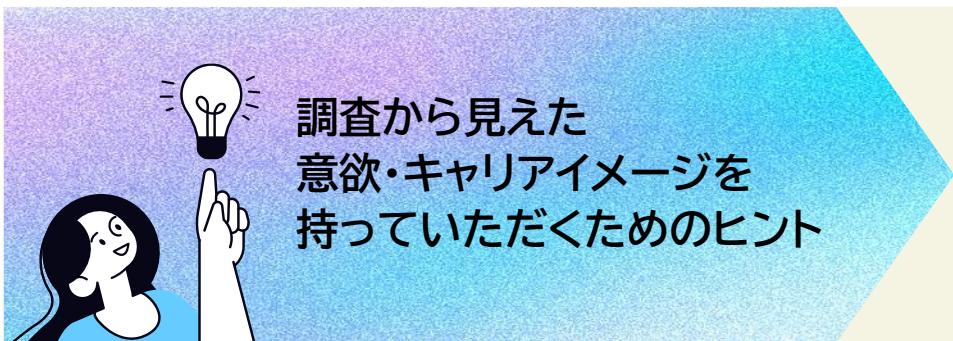
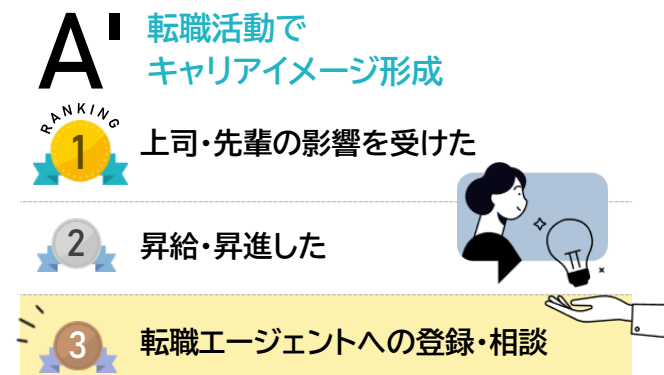
主体的キャリア形成意欲やキャリアイメージを持ったきっかけに関して、いずれも「転職活動」が挙げられており、転職活動を通じて意欲やキャリアイメージをもっていただける可能性がある

また、「転職経験」「周囲の影響」「資格取得」「情報収集」を促進する支援・提案が、意欲・キャリアイメージ形成に有効であると考えられる

主体的キャリア形成意欲を持ったきっかけ



キャリアイメージを持ったきっかけ



- ✓ 転職経験(≡転職理由)の掘り下げ
- ✓ 上司・先輩など周囲との対話促進
- ✓ 情報収集や適切な資格・スキル取得の提案

求職者のニーズに応えるために 企業が開示すべき情報とは？

求職者が転職時に求める情報(全体)

転職活動中に求める情報は、「将来の給与の見通し」「残業時間・有給休暇の取得状況」「仕事のやりがい」が上位

転職活動中に知りたかった情報

n528



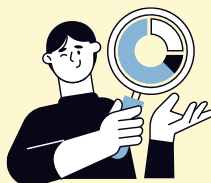
将来の給与の
見通し



24.7%



残業時間・
有給休暇の
取得状況



22.4%



仕事の
やりがい



21.3%

4 中途入社者の活躍状況 14.9%

5 活躍できる人材のタイプ
(向いている人・向いていない人) 14.4%

6 仕事を通じて身に付くスキル 13.5%

7 従業員の会社に対する
満足度・評価 11.4%

8 従業員の定着状況(離職率) 11.3%

9 在宅勤務・テレワークの実施
状況 10.8%

10 キャリアパスに関する情報
事例、自分と似た経歴の人の
キャリアパスなど 10.3%

11 社内の異動・キャリア形成において、
従業員の希望がどの程度考慮されるか 9.6%

12 具体的な育成・教育プログラム 8.8%

13 従業員の成長・キャリア形成についての方針・スタンス 8.1%

14 配属部署・周囲の受け入れ体制 7.5%

15 経験豊富な社員と一緒に仕事ができるか、
社内にノウハウや知見があるか 7.3%

16 従業員の成長実感・キャリア形成に対する納得度 6.8%

17 自分の専門性・市場価値を高められる環境か 6.5%

18 新しい業務やプロジェクトに自分の意志でチャレンジできるか 5.5%

19 メンター制度の有無と内容 5.2%

20 女性管理職割合・育児との両立支援制度の利用状況 4.3%

21 自己啓発支援制度の有無と内容 4.3%

22 キャリアコンサルティング制度の有無と内容 2.7%

主体的キャリア形成意欲が高い求職者が求める情報

主体的キャリア形成意欲が高いA、A'、Bが知りたかった情報に絞ると、キャリア形成に関する情報が上位になる
それぞれのタイプごとに求める情報が異なるため、タイプに合わせた情報提供が重要

転職活動中に知りたかった情報

A 当初から
キャリアイメージあり
n=108



自分のキャリアイメージを
実現できる環境か

全体との差

RANKING 1	キャリアパス	10.2pt
2	仕事を通じて身につくスキル	8.5pt
3	新しい業務に自分の意志で チャレンジできるか	7.3pt
4	配置において、従業員の希望がど の程度考慮されるか	6.5pt

A' 転職活動で
キャリアイメージ形成
n=92



自分にどんなキャリアの
可能性があるか

全体との差

RANKING 1	仕事のやりがい	11.7pt
2	キャリアパス	7.5pt
3	活躍できる人材のタイプ	7.5pt
4	従業員の会社満足度	7.0pt

B キャリアイメージなし
n=55



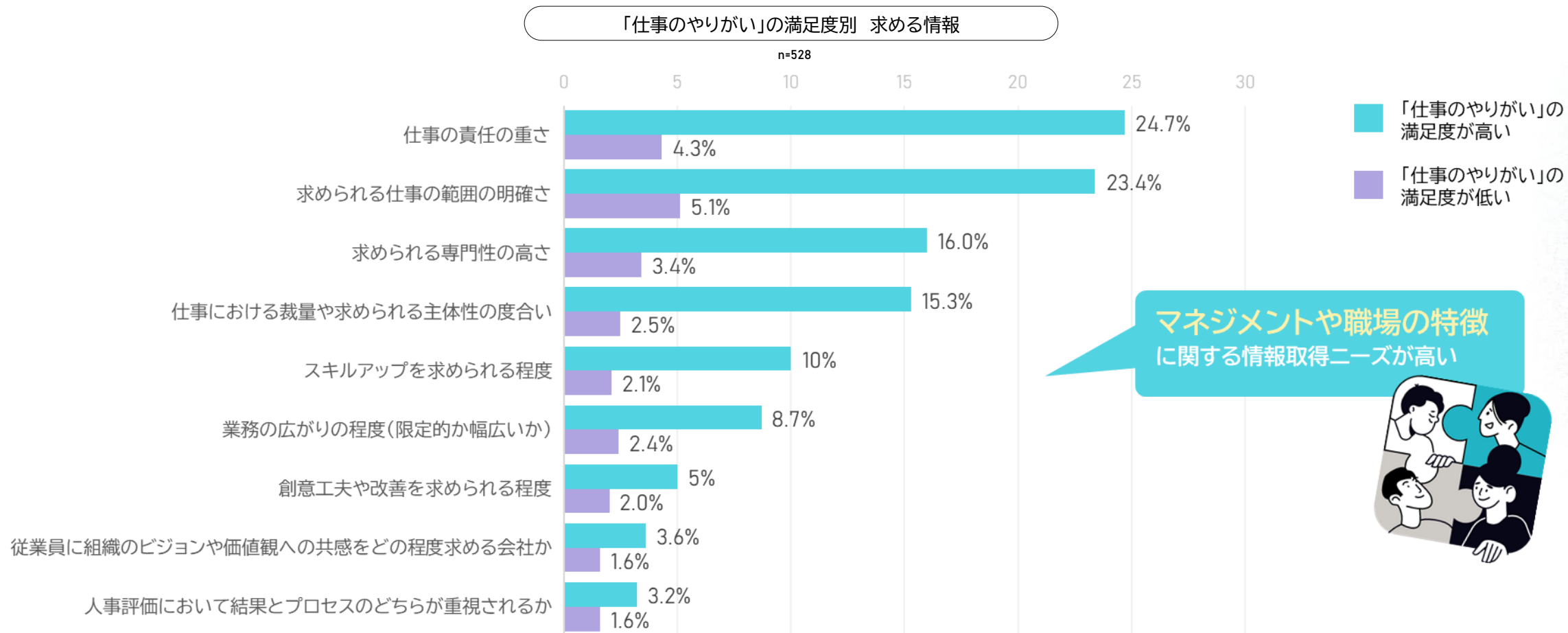
ともにキャリアを考え
支援してくれる会社か

全体との差

RANKING 1	仕事のやりがい	9.6pt
2	中途入社者の活躍状況	4.9pt
3	従業員のキャリア形成満足度	3.6pt
4	自分の専門性・市場価値を 高められる環境か	3.1pt

(参考)仕事のやりがいを伝える参考情報

転職後の仕事のやりがいの満足度が高い人は、転職時にマネジメントや職場の特徴に関する情報を重視する傾向があった

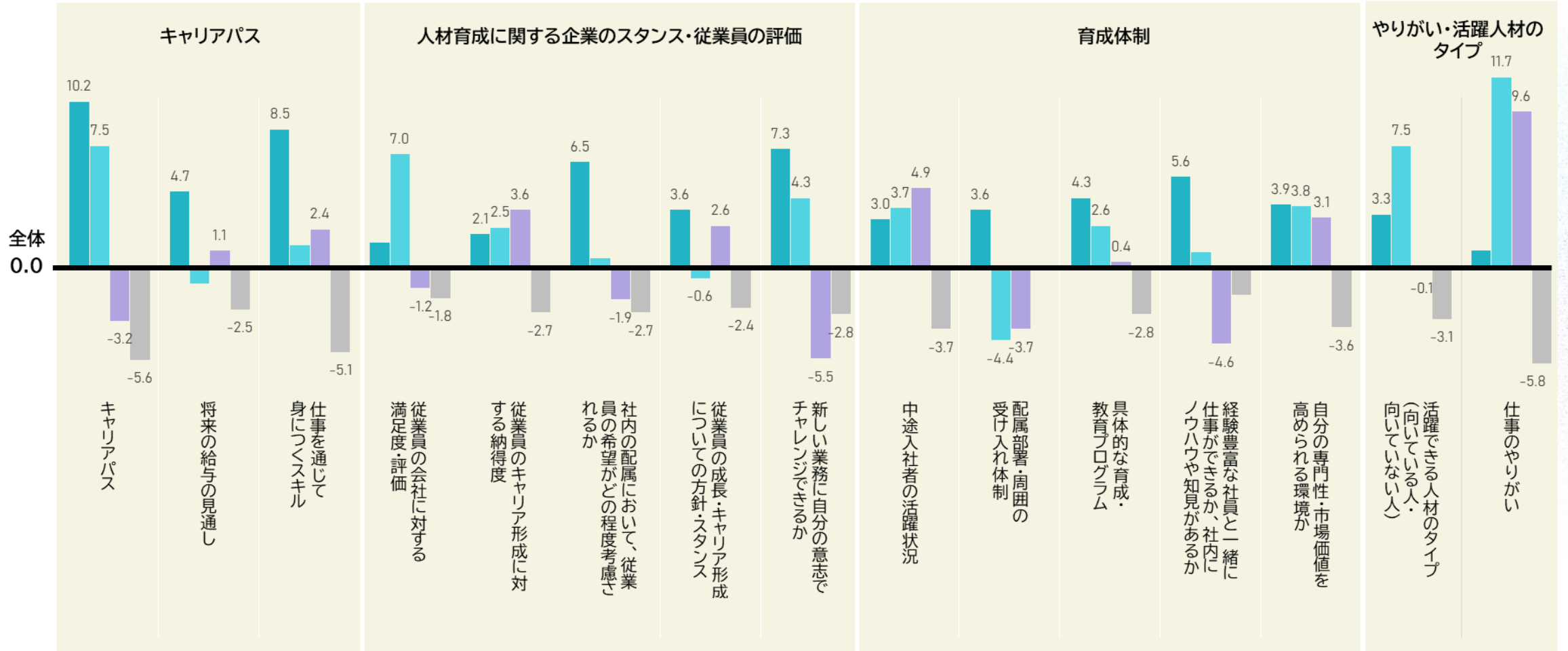


(参考)タイプ別 求職者が転職時に求める情報

転職活動中に知りたかった情報

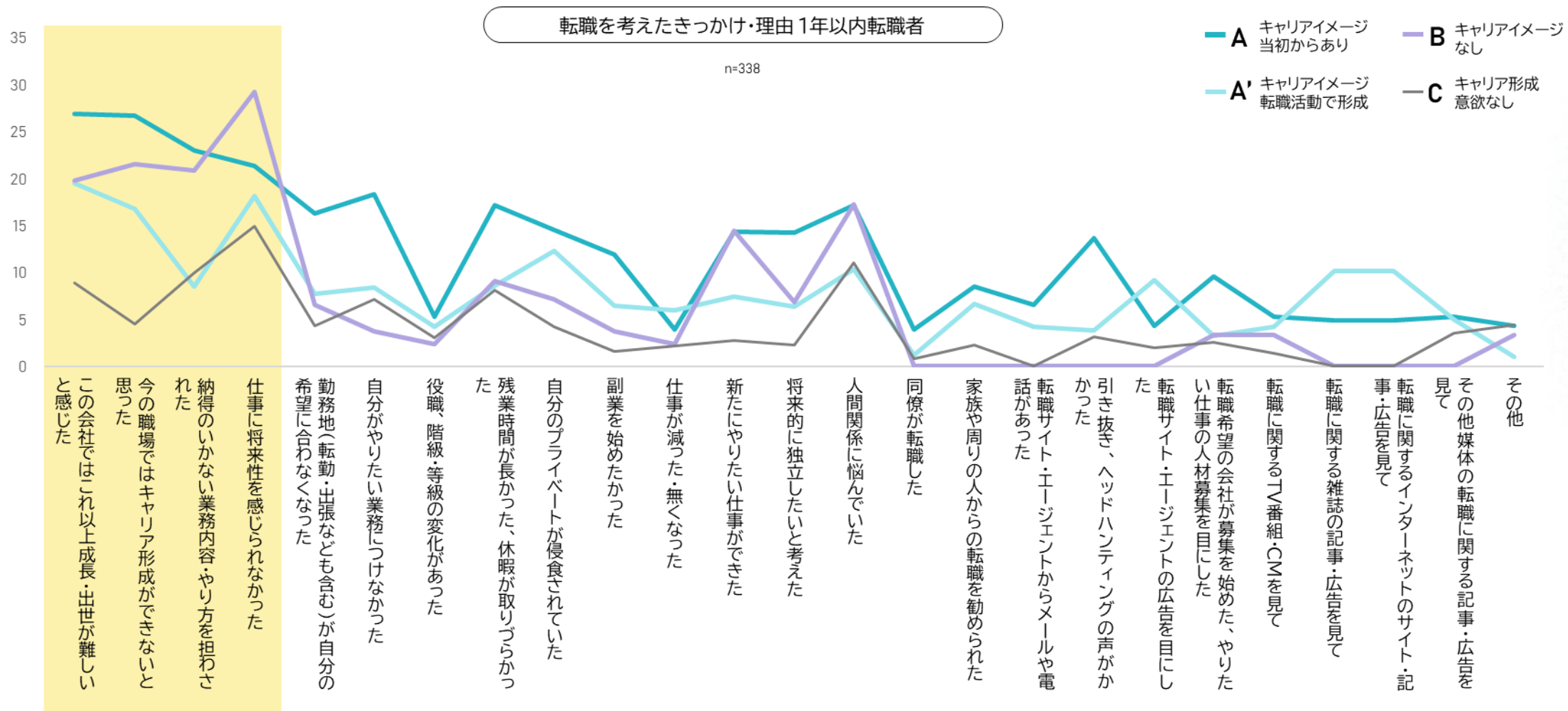
n=528

■ A キャリアイメージ当初からあり ■ A' キャリアイメージ転職活動で形成 ■ B キャリアイメージなし ■ C キャリア形成意欲なし



転職後に、再度転職意向を持つきっかけ

主体的キャリア形成意欲の高いA、A'、Bのうち、転職意向を持ったきっかけとして、「この会社ではこれ以上成長が難しいと感じた」「今の職場ではキャリア形成ができないと思った」など、キャリア形成に関する理由が上位になっている



主体的キャリア形成意欲の低い方(Cタイプ)に対してできること

主体的キャリア形成意欲の低いCのうち15%は、転職後に主体的キャリア形成意欲を持つようになっており、意欲は変化の可能性がある
今回の調査でわかった「意欲を持ったきっかけ」を参考に支援を行うことで、主体的キャリア形成意欲を高められる可能性がある

転職後に
キャリア形成意欲を
持つようになった



41人

15%

273人中



C キャリア形成意欲なし

主体的キャリア
形成意欲

低い



転職経験の
掘り下げ

周囲との
対話促進

適切な
資格・スキル
取得の提案

主体的キャリア
形成意欲

高い

UP



情報
収集

資格
取得

転職
活動

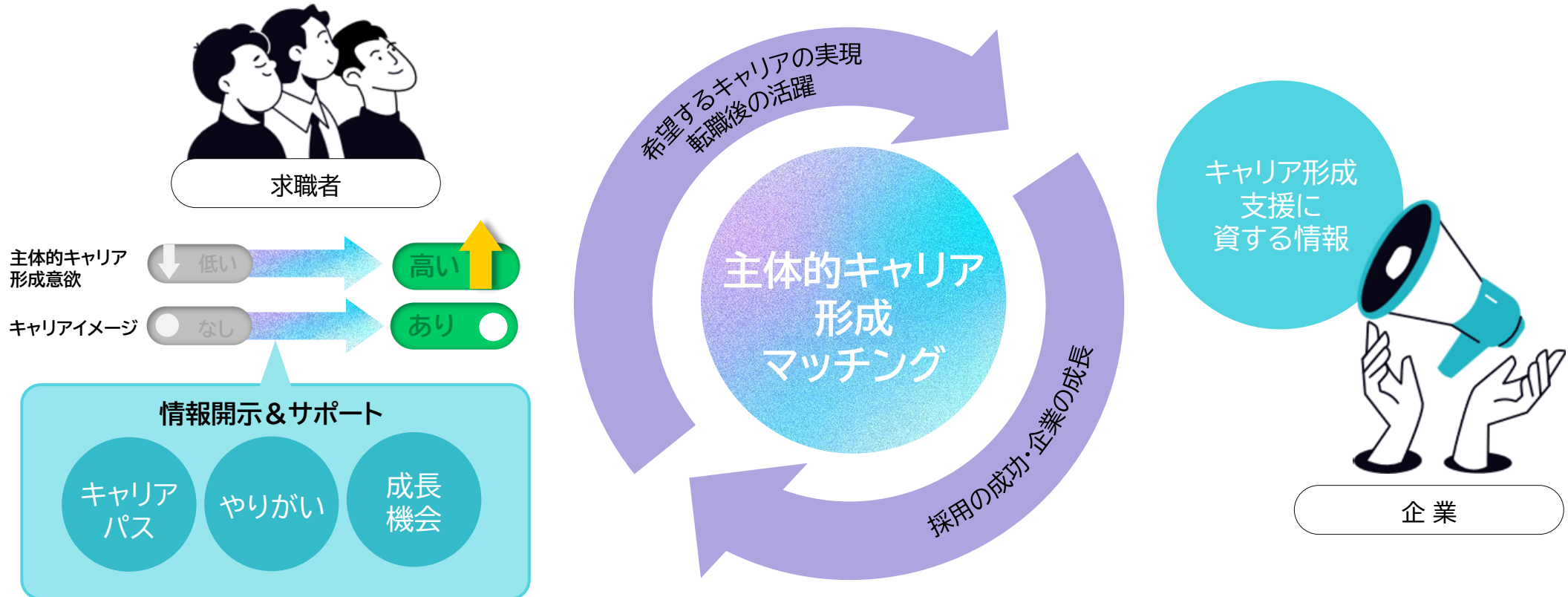
周囲の
影響

転職
経験

転職・採用成功のカギは 主体的キャリア形成マッチング

求職者の主体的キャリア形成意欲・キャリアイメージの形成を支援し、企業から開示された主体的キャリア形成に資する情報を活用しマッチングすることで、転職/採用成功を支援することが可能になる

情報開示においては、タイプごとにニーズが異なることから、タイプに合わせた情報を提供することが重要



04

人材サービスとして 取り組めること

企業へ働きかけるポイント

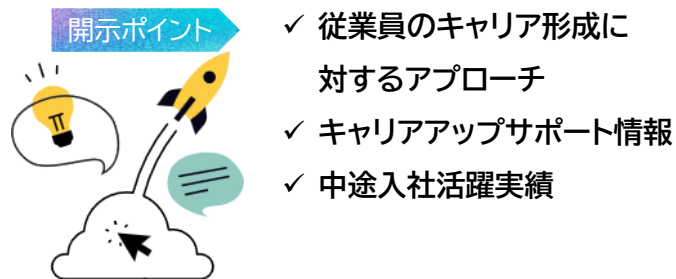
以下の情報を積極的に提供し、求職者が自分のキャリアを描けるようなイメージを持たせることが、企業の採用成功を高め、転職者の満足度や活躍実感にも大きく寄与することがわかりました

人材サービスが、採用企業に以下にまとめた情報を開示するよう働きかけることで、転職満足・採用成功へと近づく可能性が高まります

1 企業情報として開示すべきこと

キャリア形成に資する情報・制度・実績等の開示

求職者は、転職先でのキャリアパスや成長機会に関心を持っています。特にキャリアイメージを持つ求職者は、将来の成長に関する情報を重要視しており、企業が従業員の成長をどう支援しているか、キャリア形成にどれだけの納得感を持っているかが重要な要素です



2 求人票/求人原稿に記載すべきこと

キャリアイメージにつながる業務内容の記載

求職者は、自身が活躍できるかどうかを業務内容や必要なスキルに基づいて判断します。またキャリア形成意欲がある求職者にとっては業務を通じて身につくスキルも重要なポイントで、求人票や求人原稿内に記載があると応募意欲の喚起につながります



3 選考中、面接などで確認すべきこと

企業文化と職場環境の透明化 情報開示を通じた信頼の構築

企業文化が求職者の価値観や働き方と合致するかどうかの情報開示は、求職者の満足度向上に寄与し、入社後の活躍実感につながります。また前述したタイプに合わせ、面接等でキャリア形成に資する情報を開示することも重要になります

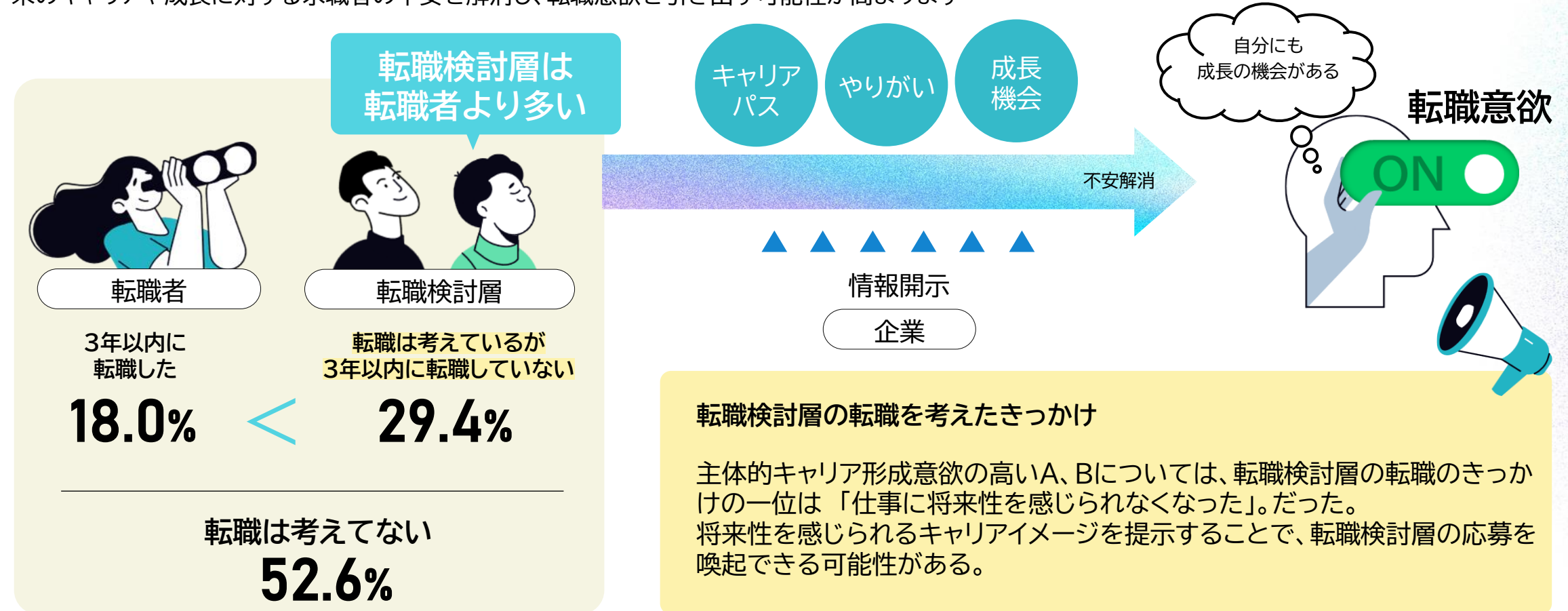


求職者が転職活動中に求める情報は多岐に渡ります。これらの情報をオープンに提供することで、企業への信頼感を築き、結果としてより良いマッチングにつながります。

転職検討層も主体的キャリア形成に資する情報を求めている

企業が自社のキャリアパスややりがい、成長機会に関する情報を透明に開示することで、転職を検討しているが、具体的に動いていない「転職検討層」に対しても影響を与えることができる可能性が高まります

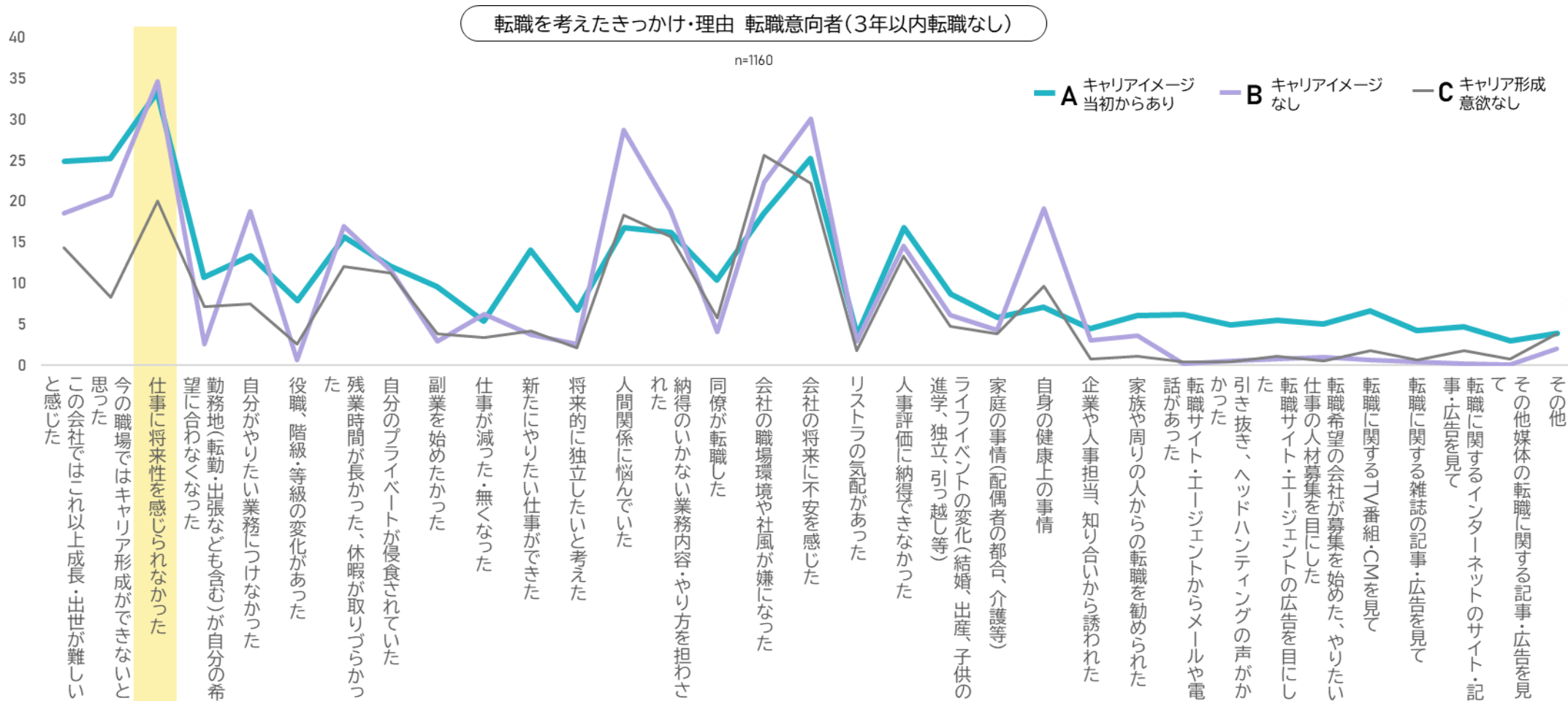
多くの求職者は、現職に満足していなくても転職活動を開始する動機が不足している場合がありますが、企業が積極的に情報開示を行うことで、将来のキャリアや成長に対する求職者の不安を解消し、転職意欲を引き出す可能性が高まります



n=19064

(参考) 転職検討層の転職活動のきっかけ

主体的キャリア形成意欲の高いA、Bについては、転職検討層の転職のきっかけの一位は「仕事に将来性を感じられなくなった」
将来性を感じられるキャリアイメージを提示することで、転職検討層の応募を喚起できる可能性があります

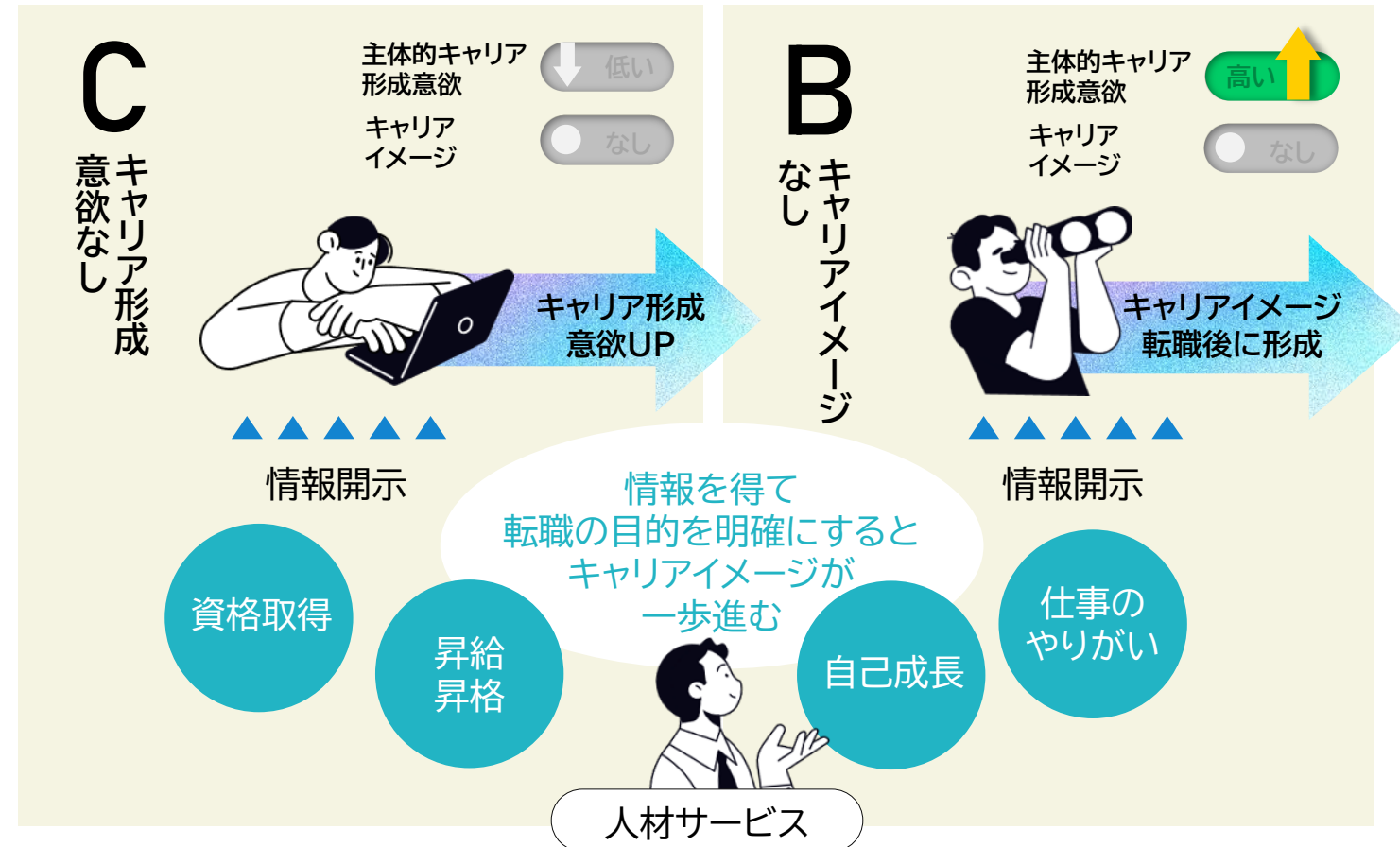


求職者が転職活動をする前に準備をするべきポイント

今回の調査でキャリアイメージが明確な人ほど、転職後の満足度が高い結果となりました

Bのようにキャリアイメージが明確でない求職者や、Cのようにキャリア形成への意欲そのものが低い求職者に対しても、「キャリアパス」「やりがい」「成長機会」といった情報を提供することで、キャリアイメージを前進させ、主体的キャリア形成を後押しできる可能性があります。

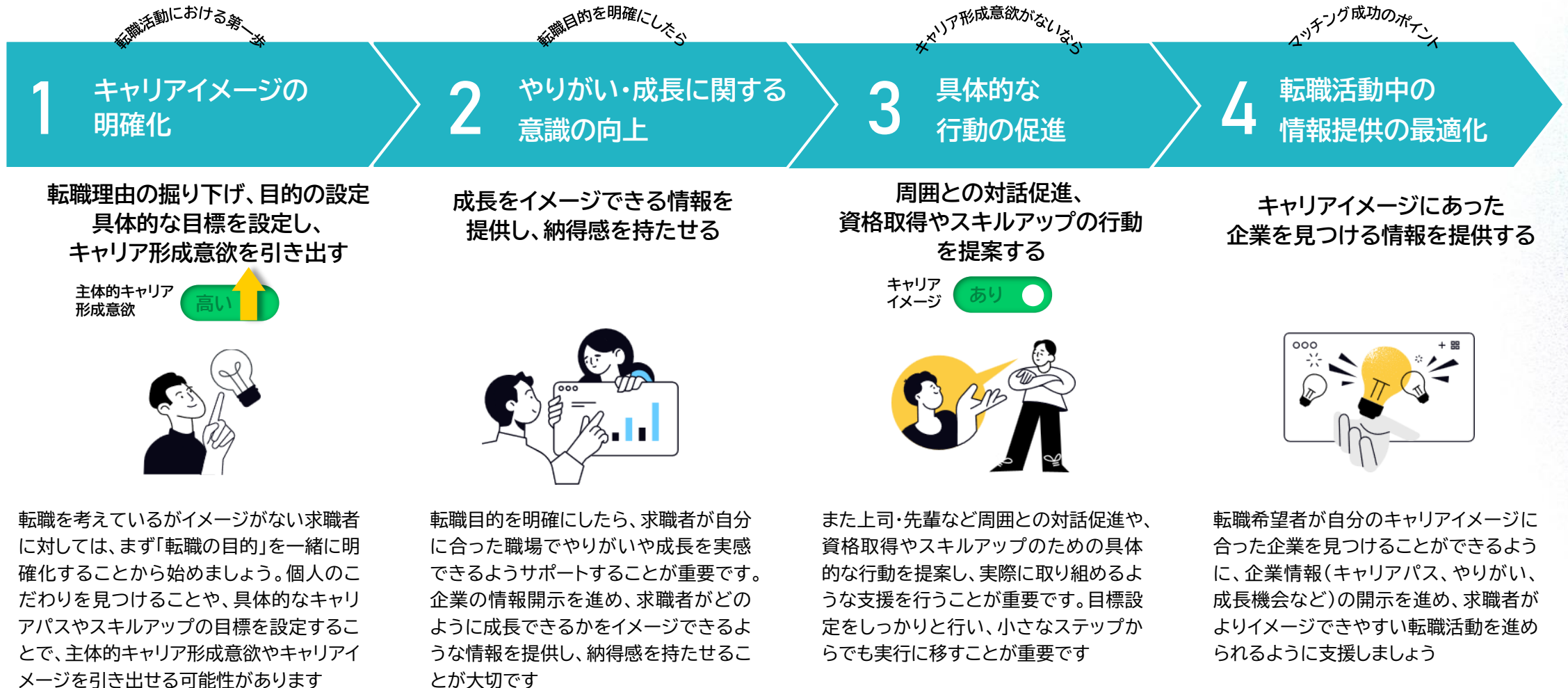
こうした取り組みは、転職後の満足度や活躍実感の高い求職者を増やすことにつながります



求職者へ働きかけるポイント

求職者の中には、キャリアイメージが曖昧で、転職の目的意識が不足しているケースも少なくありません

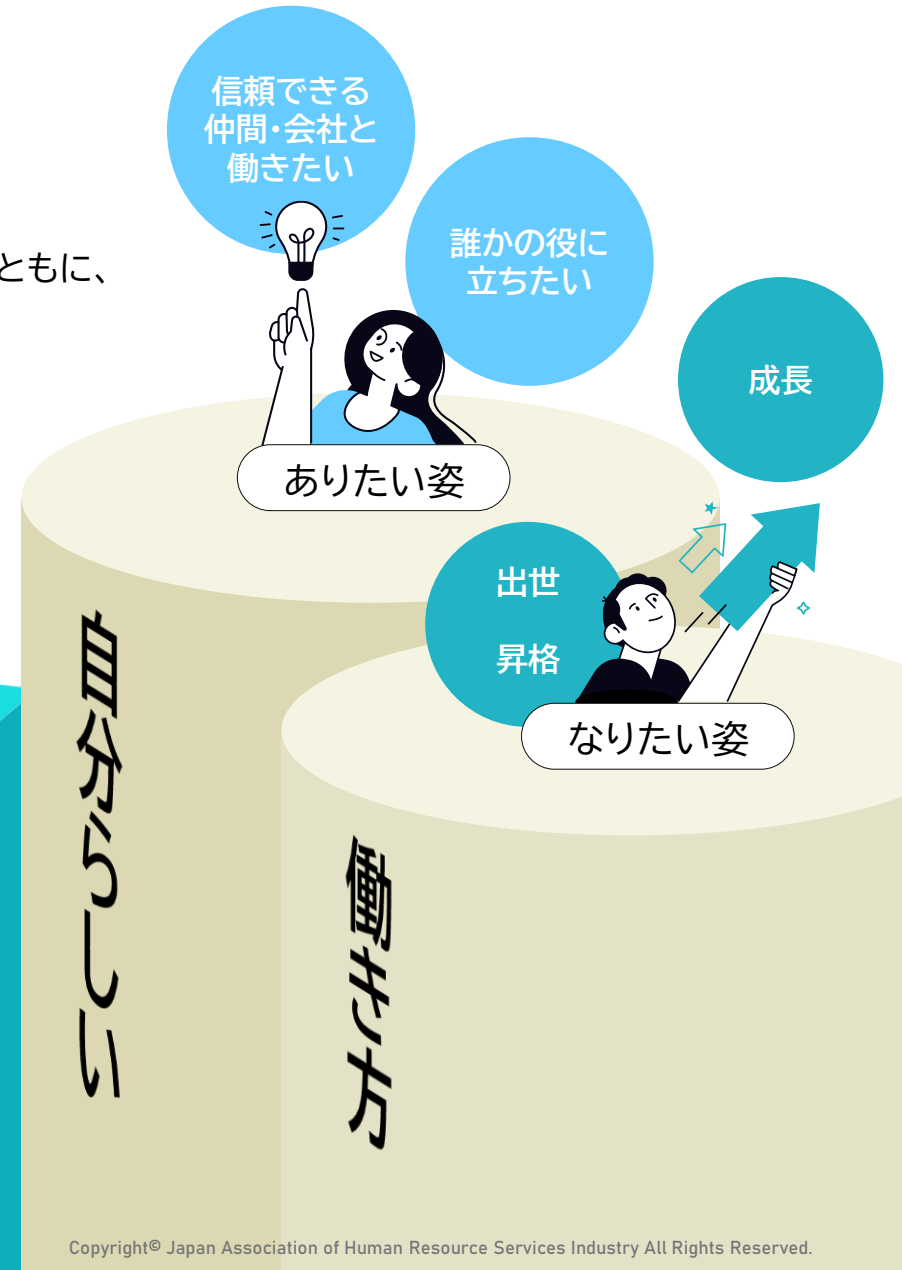
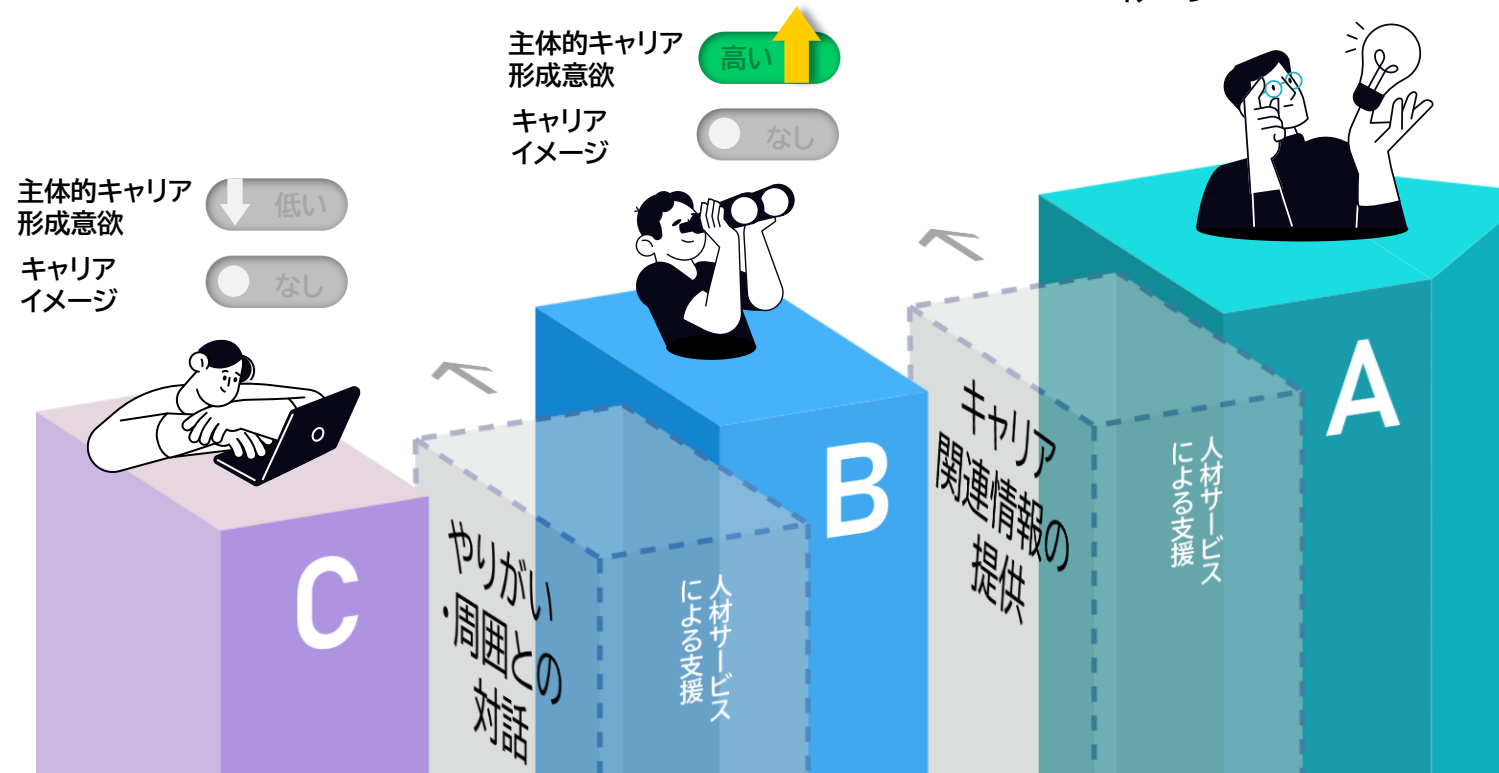
転職活動の成功確度を高めるためにも、以下のポイントで整理することで転職後の満足度/活躍実感が高まる可能性があります



これからの人材サービスに求められる役割

人材サービスは、「キャリア形成の伴走者」としての役割を担う時代に入りました
主体的キャリア形成マッチングの実現は、求職者・企業・社会のすべてにとって
持続可能な成長を支える仕組みにもなるはずです

一般社団法人人材サービス産業協議会（JHR）では、今後も業界全体のサービス品質を高めるとともに、
働く一人ひとりのキャリアの可能性を広げ、
需給調整機能の高度化を支援する取り組みを継続してまいります



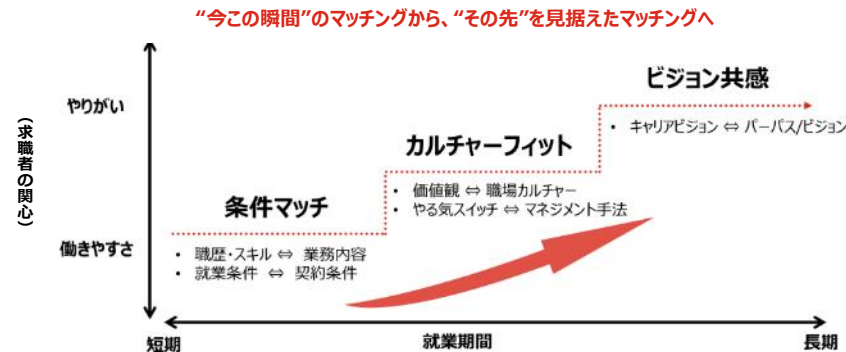
事例共有/独自の取り組み例

事例 1 アデコ株式会社



カルチャーやビジョンも伝えるマッチング

アデコは、仕事内容や働く条件だけでなく、企業のカルチャーやビジョン、そして求職者の価値観やキャリア志向までを深く理解して、“自分らしく活躍できる”仕事との出会いを支援します



貢献実感タイプ

成果
プロセス
評価

主体性タイプ

自己
裁量
主体性

信頼関係タイプ

協力・
調整
情報
共有

成長実感タイプ

スキル
アップ
創意
工夫

ビジョン共感タイプ

ビジョン
共有
製品・
サービスの
誇り

事例 2 エン・ジャパン株式会社



「入社後活躍」を大切にする求人原稿のこだわり

エン・ジャパンが大切にするのは、入社後の定着・活躍までを実現する「入社後活躍」の考え方。転職後の「こんなはずじゃなかった」を防ぐために、エン社員が直接企業取材し、「仕事のやりがい・厳しさ」や「向き・不向き」、社員のクチコミ情報などを求職者に提供しています

- 1 良い点も、そうでない点も、オープンに。
できるだけ正直に「仕事の厳しさ」や「向いていない人」についてもフラットに記載しています。
- 2 求人情報に加えて、会社のクチコミも掲載。
社員によるクチコミも掲載。生の声を通じて、リアルな会社の姿を知ることができます。
- 3 クチコミに対する、企業からのコメントも。
寄せられたクチコミに対して、会社としてどう考えているか。企業側のコメントも公開しています。

今後の取り組み

JHR(一般社団法人人材サービス産業協議会)では人材サービス業界全体で、労働市場における需給調整機能の高度化を目指し、今回のセミナー後も「主体的キャリア形成マッチングの推進・進化」をテーマに活動を継続していきます

今回の調査結果については、本資料「主体的キャリア形成マッチングのススメ」でご紹介しましたが、9月(予定)には会員企業に対し、本調査をより深掘するJHR勉強会をウェビナー形式にて開催いたします

また、その後も会員企業で本取り組みを推進するために、ワークショップを開催する予定です

ワークショップでは「今回の推進施策における障壁は何か?」、「どうやって障壁を乗り越えていくべきか?」などの議論を行い、有効なアクションの施策検討に役立てていただきます

ご興味のある方は、このセミナー後に展開するアンケートにて「JHR勉強会(ウェビナー形式)」に参加希望の旨をチェックください



一般社団法人 人材サービス産業協議会
Japan Association of Human Resource Services Industry

開催情報

JHR勉強会



個人調査から見る、主体的キャリア形成マッチングのススメ
推進のために人材サービスができること

開催時期 2025年9月(予定)

開催情報

JHRワークショップ(計3回)

主体的キャリア形成マッチング推進と
実効策の検討

開催時期 2025年10～12月(日程未定)

開催時期は変更になる場合がございます

本日のセミナーアンケートに
参加希望有無をチェックください