

入社式は「リアル」で実施する企業が約 7 割。昨年よりも「リアル」開催が増加。「同期で交流の機会を持って欲しい」「一生に一度なので、門出をお祝いしたい」の声/人事担当者アンケート

株式会社学情は、「2022年4月入社の入社式・新入社員研修の実施方法」に関して、企業の人事担当者にアンケートを実施しました。入社式の実施方法は、「例年と同規模で、リアルで実施」が50.8%で最多。次いで回答を集めた「規模を縮小して、リアルで実施」を合わせると、「リアル」での実施を予定している企業は67.2%となり、昨年よりも6.3ポイント増加しました。「内定式もオンラインで、懇親会も出来ていない。直接顔を合わせて同期と交流する機会を持って欲しい」「一生に一度の機会なので、リアルで式典を実施し、門出をお祝いしたい」「コロナ禍で、2年ほどオンラインで実施したものの、オンラインでは交流の機会を持ちにくく課題を感じた」などの声が寄せられました。

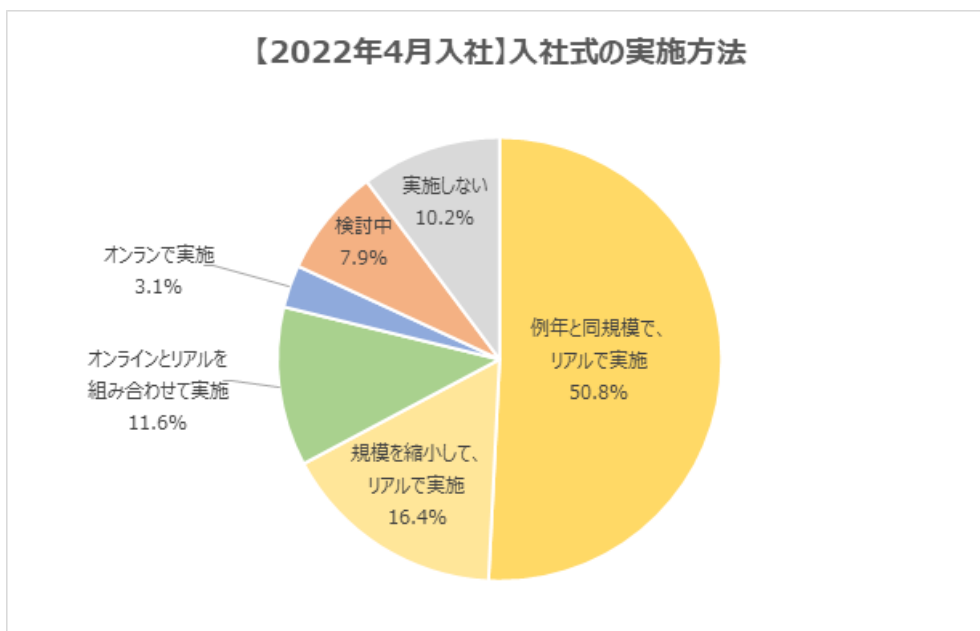
【TOPICS】

- (1) 入社式は「リアル」での実施を予定している企業が約 7 割。昨年比 6.3 ポイント増
- (2) 新入社員研修の実施方法は「例年と同規模で、リアルで実施」が 53.1%で最多。
次いで「オンラインとリアルを組み合わせで実施」

【調査の背景】

2022年4月入社の入社式は、コロナ禍で三度目の実施となり、「リアル開催での感染症対策予防の方法」や「オンラインでの接続方法」など、企業が一定のノウハウを得た中での開催となります。多くの企業がオンラインで開催する環境を整備している一方、学生の約7割は「リアル」での入社式参加を希望しており（2021年12月調査）、「オンラインでは入社の実感を得にくい」「同期で直接話せる機会が欲しい」などの声も上っています。オンラインでできることが大きく増え、同時にリアルの大切さも再認識されるなか、コロナ禍で三度目となる入社式の実施方法を調査しました。

- (1) 入社式は「リアル」での実施を予定している企業が約 7 割。昨年比 6.3 ポイント増

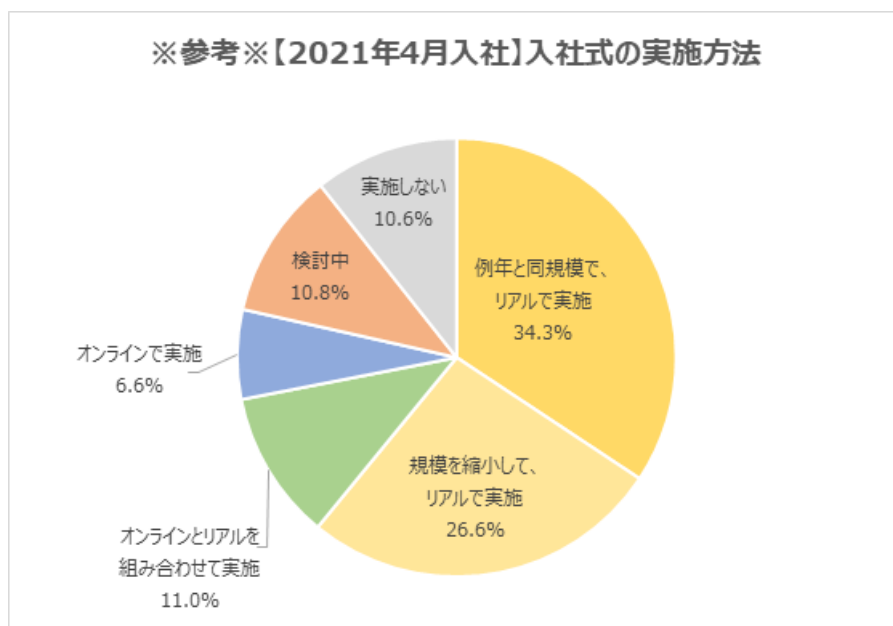


2022年4月入社の入社式の実施方法は、「例年と同規模で、リアルで実施」が50.8%で最多。次いで、「規模を縮小してリアルで実施」16.4ポイントが続きました。「リアル」での実施を予定している企業は67.2%となり、昨年よりも6.3ポイント増加しています。また、2022年入社の内定式の開催方法に関する調査では、「リアルで実施」と回答した企業は4割に満たなかったことから、内定式よりも入社式のほうが、リアルで実施する企業が多いことが分かります。

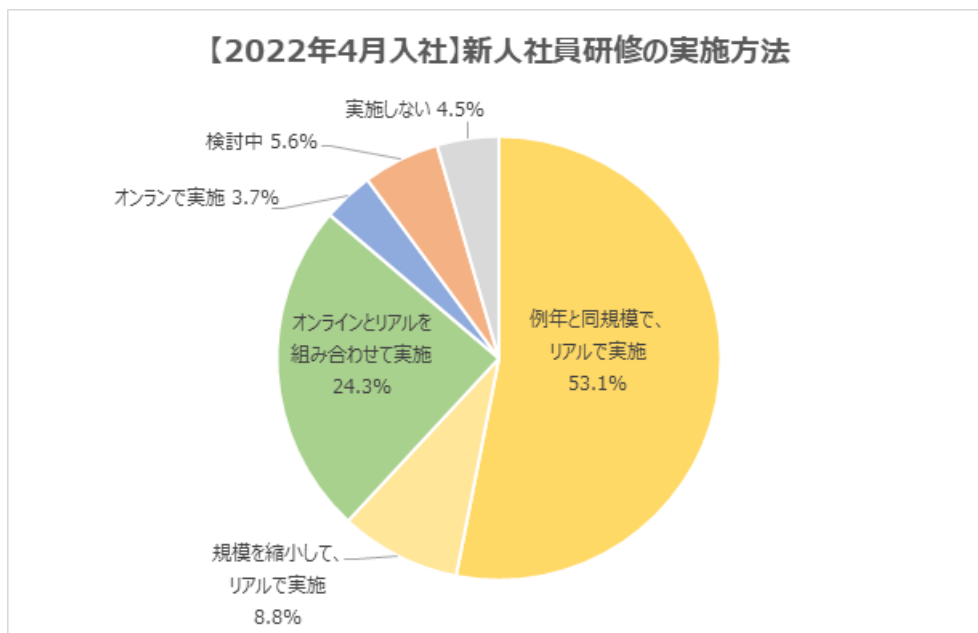
「オンラインとリアルを組み合わせで実施」は11.6%で、「リアルで実施するメイン会場と、サブ会場をオンラインでつなぐ予定」「新入社員はリアルで会場に集い、他の社員はオンラインでつなぐ」などとした企業が選択。「オンラインで実施」は3.1%で、昨年より3.5ポイント減少しています。「検討中」は7.9%でした。「検討中」とした人事担当者からは、「リアルでの開催を予定しているものの、感染状況によってはオンラインに切り替える準備をしている」「まん延防止等重点措置の適用状況を見て、結論を出したい」といった声が上がっています。

■リアルで実施すると回答した人事担当者の声

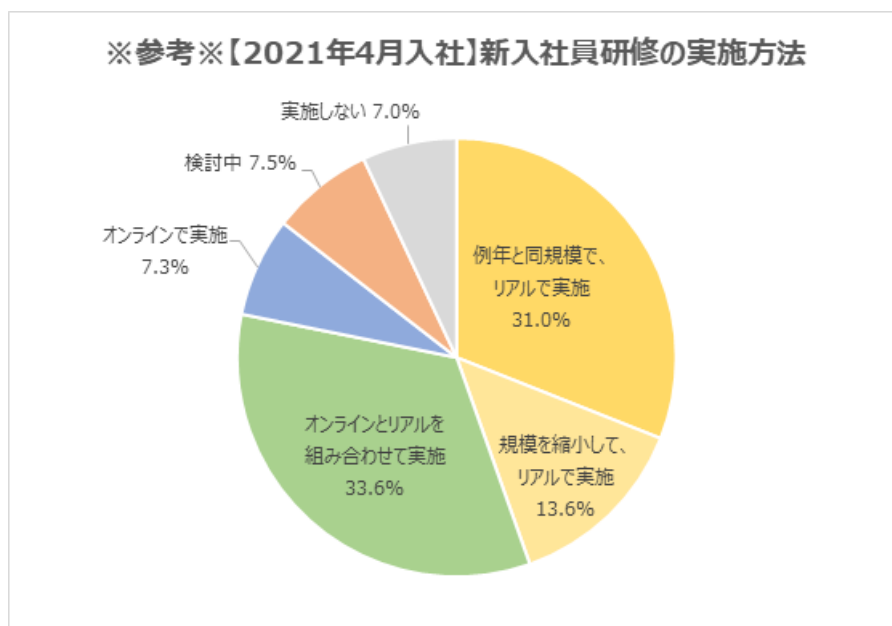
- ・選考がオンラインだったので、入社式はリアルで実施し、企業の雰囲気を知って欲しい
- ・内定式もオンラインで、懇親会も出来ていない。直接顔を合わせて同期と交流する機会を持って欲しい
- ・リアルで実施したほうが、社会人になった実感を持てると思う
- ・一生に一度の機会なので、リアルで式典を実施し、門出をお祝いしたい
- ・コロナ禍で、2年ほどオンラインで実施したものの、オンラインでは交流の機会を持ちにくく課題を感じた



(2) 新入社員研修の実施方法は「例年と同規模で、リアルで実施」が 53.1%で最多。
次いで「オンラインとリアルを組み合わせる実施」



2022年4月入社の新入社員研修の実施方法は、「例年と同規模で、リアルで実施」が53.1%で最多。次いで回答を集めた項目は「オンラインとリアルを組み合わせる実施」24.3%でした。「オンラインで実施」は3.7%に留まっており、研修の一部～全部を「リアル」で実施するとした企業は86.2%に上りました。



コメント：株式会社学情 執行役員 歌津智義

「テレワーク」などの働き方の変化とともに、この2年間で「Webセミナー」「Web面接」「オンライン研修」など、採用・教育におけるリモート化も急速に進んでいます。多くの企業がリモートでの採用や教育を経験した結果、「リアル」に回帰する動きもあります。若手社員の教育においても、「オンラインだけでは、エンゲージメントを高めることが難しい」「オンラインでは、モチベーションや業務の理解度などを把握しにくく、若手の戦力化に影響が出ている」「雑談をなど、相互理解の機会を設ける必要性を痛感している」など、人事担当者から「リアル」の重要性を指摘する声をよく伺います。

特に、2022年入社の新入社員は、インターンシップ期間からオンライン活用が進み、選考中や内定承諾後も含めて「リアル」でのコミュニケーションの機会を得にくかった傾向です。「選考・内定式も全てオンラインで実施した」「内定者同士で顔を合わせたことが一度もない」という企業もあります。「選考や、内定者フォローをリアルで実施できなかった分、入社式や新入社員研修はリアルでコミュニケーションを取れる機会を設けたい」「オンラインでのコミュニケーションが増えているからこそ、社会人になる門出ではリアルで祝ってあげたい」といった声も寄せられており、感染症対策に注意しながら「リアル」でのコミュニケーションを模索している企業が増加しつつあります。

■調査概要

- ・調査対象：企業人事担当者
- ・調査方法：Web上でのアンケート
- ・調査日：2022年2月24日～2月28日
- ・有効回答数：354件

※各項目の数値は小数点第二位を四捨五入し小数点第一位までを表記しているため、択一式回答の合計が100.0%にならない場合があります。

■参考：学生アンケート

「入社式・新入社員研修は「リアル」を希望する新社会人が7割超」2021年12月調査

<https://service.gakujo.ne.jp/211220>