



人材採用に効く従業員の ウェルネスマネジメント

2024年12月5日

株式会社マイナビ 社長室キャリアリサーチ

栗田卓也

株式会社マイナビ社長室キャリアリサーチ統括部

統括部長 栗田 卓也(クリタ タクヤ)

「働く」の明日を考える

<略歴>

千葉県千葉市出身。1992年、株式会社マイナビ(旧:株式会社 毎日コミュニケーションズ)入社。採用のコンサルタントとして、入社以来一貫して新卒採用の各種業務に携わる。

2010年に新設となるHRリサーチ部長として、新卒採用のマーケット調査やランキング調査等のとりまとめを行う。

キャリアコンサルタント 日本キャリア開発協会会員(CDA)

<社歴詳細>

1992年 株式会社 毎日コミュニケーションズ入社。千葉営業所配属。

1997年 就職情報事業本部 東京営業部配属

2001年 就職情報事業本部 企画推進課配属

2007年 マイナビ編集長就任

2010年 新設のHRリサーチセンター・センター長に就任

2015年 4月に社長室HRリサーチ部へ

2018年 転職や非正規(アルバイト・パート)も含めた
人材領域の分析にも従事 現在に至る



現在に至る

マイナビについて

株式会社マイナビは、

「一人ひとりの可能性と向き合い、未来が見える世界をつくる。」
をパーパスに掲げ、人々の人生に寄り添い、サポートする多様な事業を展開しています。

主力事業である人材ビジネス領域においては、就職、転職、アルバイト等を中心とした情報サービスや人材紹介サービスを展開。また、進学、ウエディング、ニュース、農業など、多数の生活情報メディアを運営しています。

ユーザー一人ひとりに向き合い、その人の可能性を広げ、今までの生き方にとらわれない新しい未来が見えるようなサービスを提供いたします。

【会社概要】

会社商号：株式会社 マイナビ (Mynavi Corporation)

設立年月日：1973年8月15日

従業員数：約14,300名（マイナビグループ全体）単体8,300人※2024年4月時点

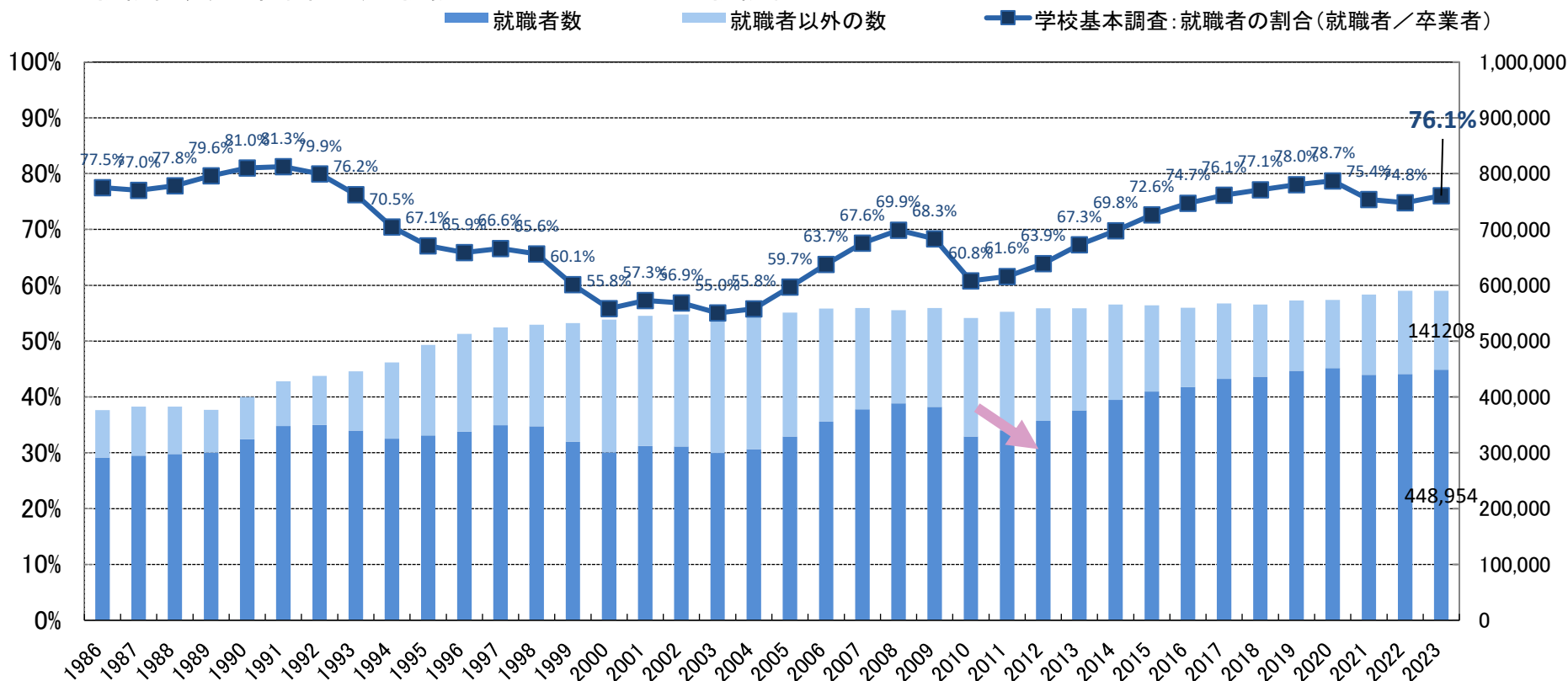
資本金：21億210万円

売上高：1,861億6400万円（2022年10月1日～2023年9月30日）



政府発表の2024年4月の内定率は**98.1%**(前年同期比+0.6ポイント)。
2023年4月に就職した学生数は約44.9万人で、就職した学生の割合は76.1%。

就職者数、全卒業者のうち就職した学生の割合および就職率(学士のみ)



「就職者数」「就職者の割合」出所: 文部科学省・学校基本調査、「就職率」出所: 厚生労働省・文部科学省・大学等卒業者の就職状況調査(4月1日現在)

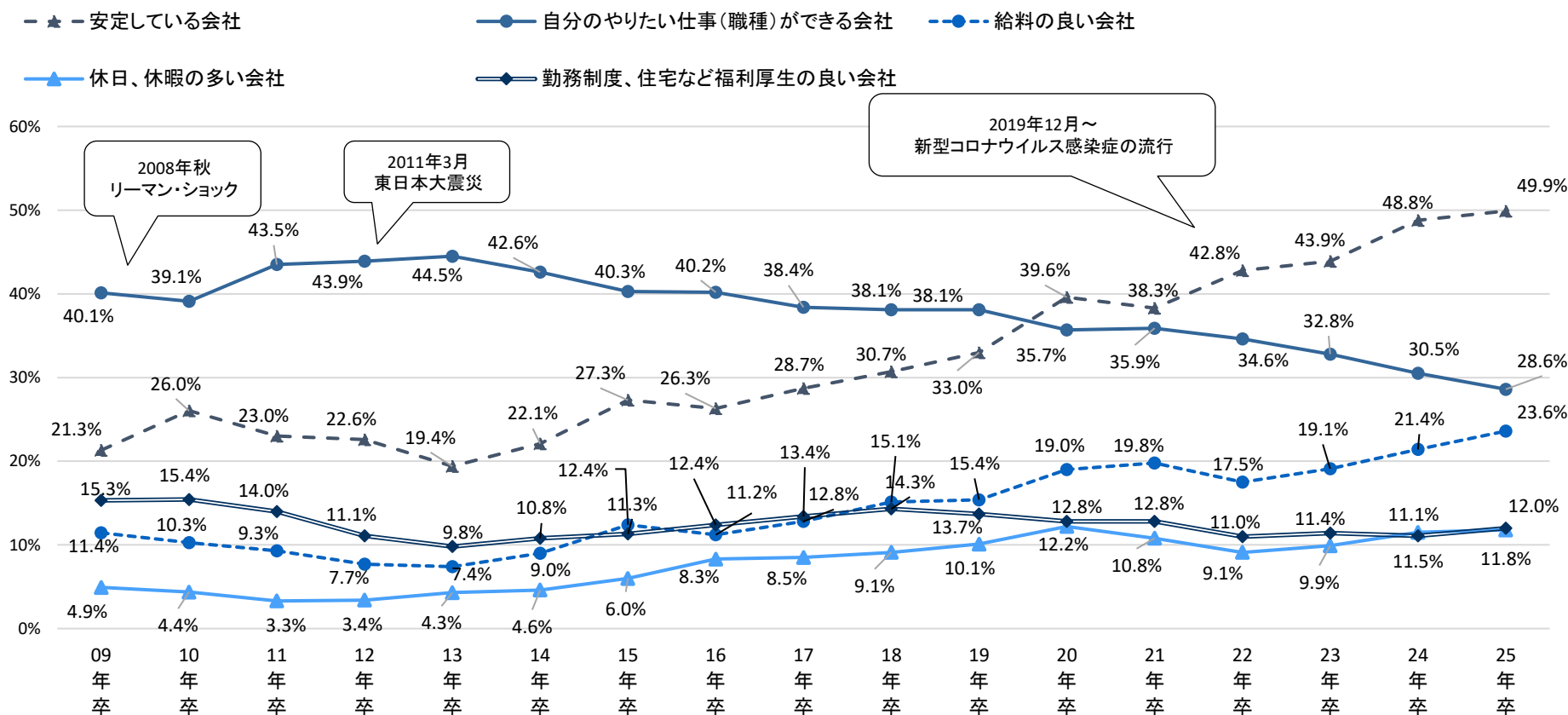


1 今どき若者の就業意識とは

「安定している」が6年連続で最多。「自分のやりたい仕事（職種）ができる」、「給料の良い」が続く。

学生

企業選択のポイント（上位5項目）

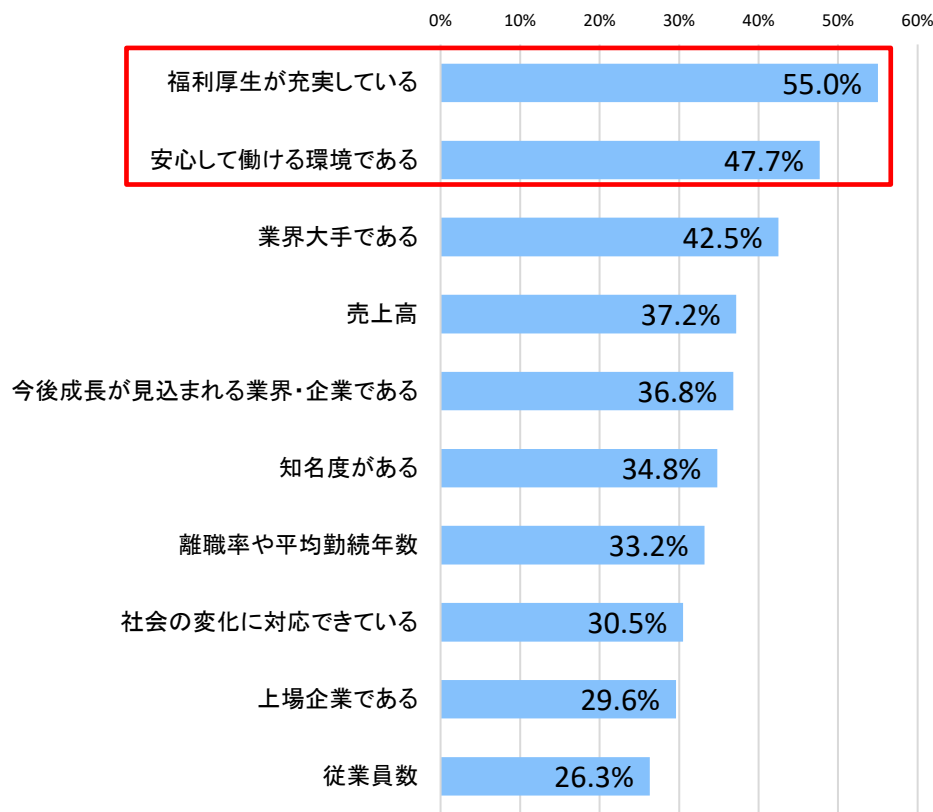


出典：「2025年卒大学生就職意識調査」マイナビ（2024年4月発表）

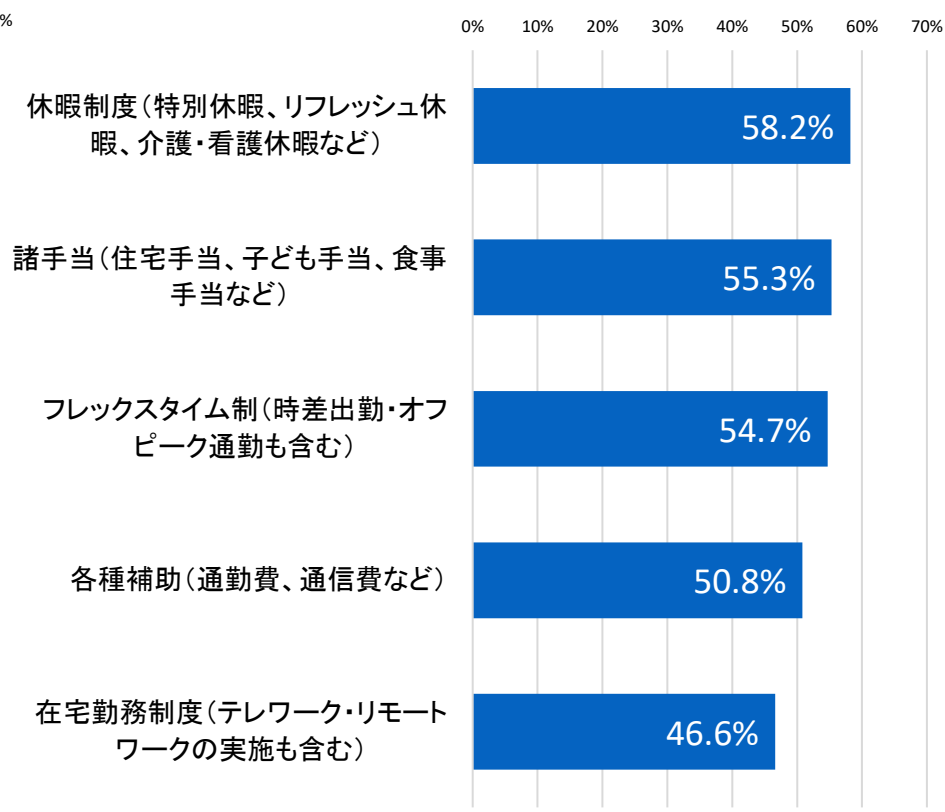
学生が求めている「安定性」は安心して働くための制度や環境

学生

企業に対して安定性を感じるポイント(上位抜粋)



「福利厚生」と聞いて就職する企業にあったら
嬉しいもの・求めるもの(上位抜粋)

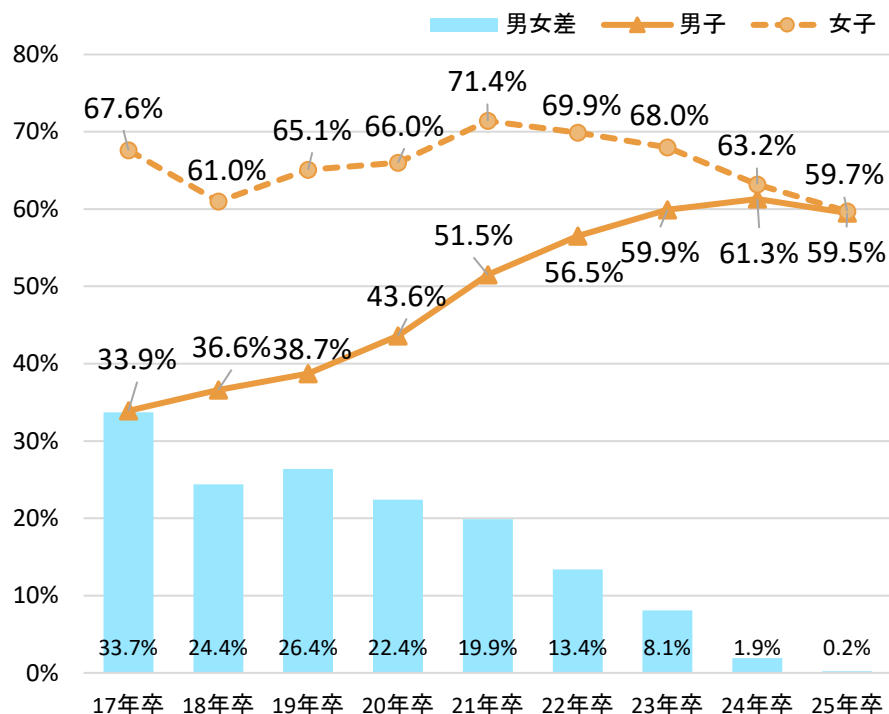


『企業に対して安定性を感じるポイント: マイナビ2025年卒 大学生活動実態調査(2024年3月)』
『「福利厚生」と聞いて就職する企業にあったら嬉しいもの・求めるもの: マイナビ2025年卒 大学生活動実態調査(2024年4月)』

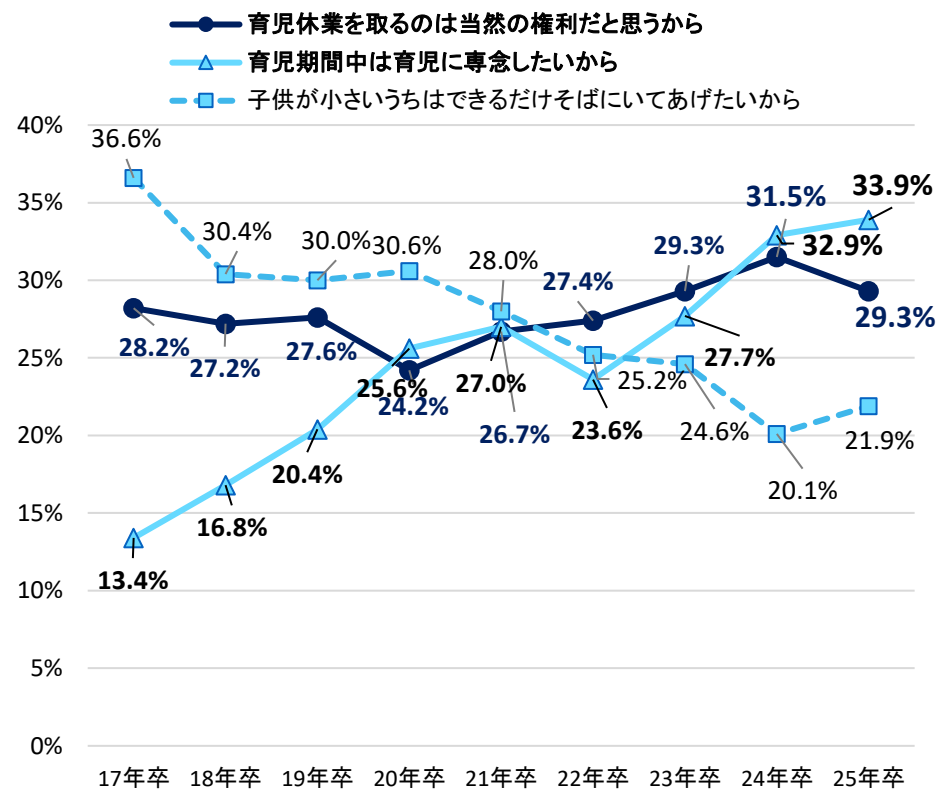
「育児休業をとって積極的に子育てしたい」の男女差1割未満 「育休を取るのは当然の権利」という考え方が一般的に

学生

「育児休業をとって積極的に子育てしたい」
の割合推移



男子の「育児休業を取って積極的に
子育てしたい」理由の推移

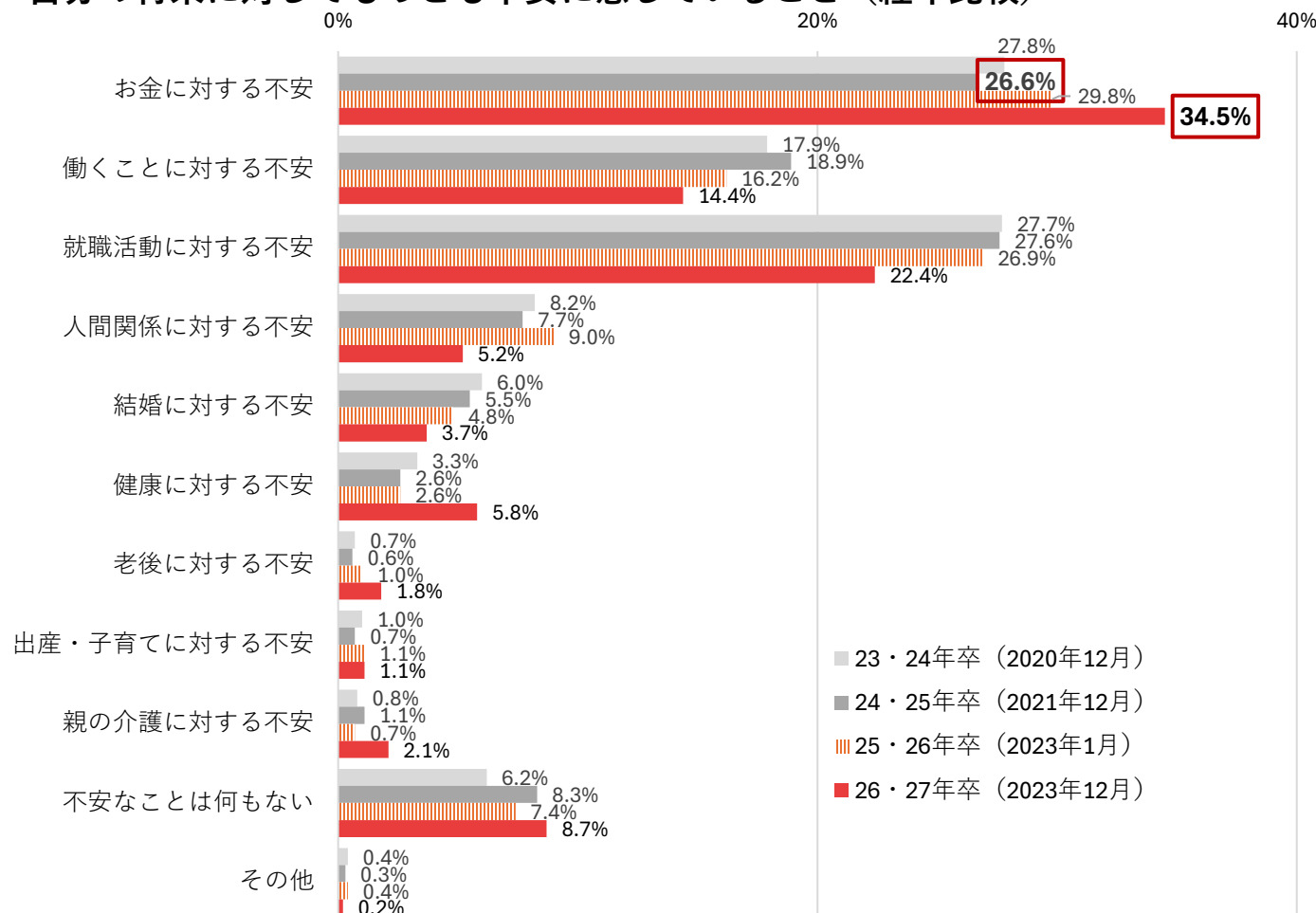


『「育児休業をとって積極的に子育てしたい」割合推移、男子の「育児休業をとって積極的に子育てしたい理由」の推移
：マイナビ2025年卒 大学生ライフスタイル調査(2023年11～12月)』

近年の学生は自分の将来に対して、お金の不安が最も高い。

学生

自分の将来に対してもっとも不安に感じていること（経年比較）

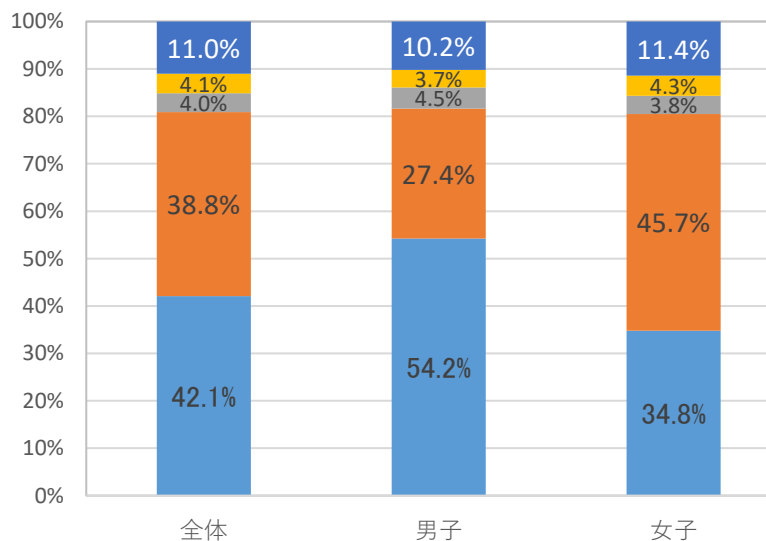


出典：マイナビ 大学生低学年のキャリア意識調査（26・27年卒対象）【2024年1月調査】

管理職を目指したくない割合が4割いる一方、仕事のレベルをあげたい割合は8割に。自身のスキル取得を望む傾向。

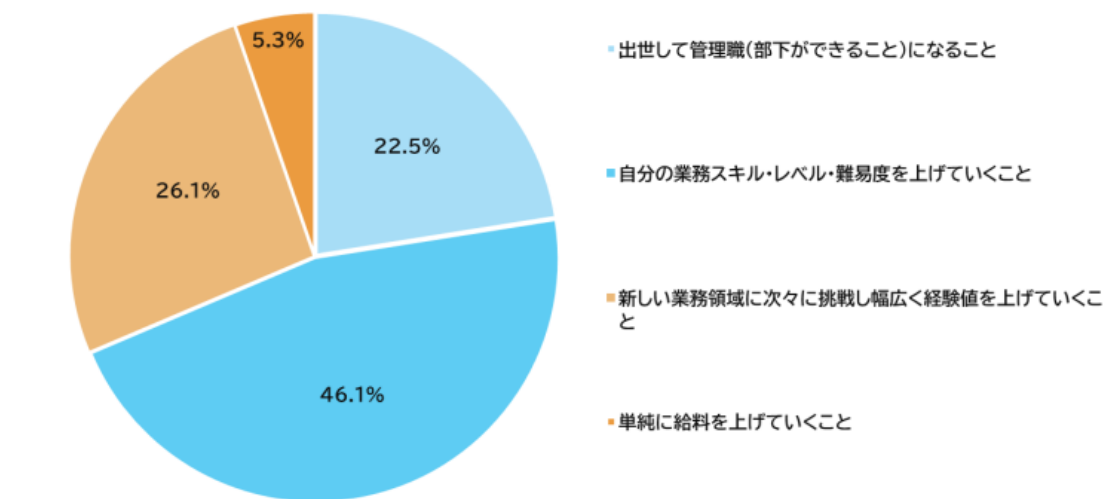
学生

(組織内で) 自身の給料を上げていく
方法として希望する働き方



- まだよくわからない
- 仕事のレベルも上げたくないし、管理職にもなりたくない
- 仕事のレベルは上げたくないが、管理職にはなりたい
- 仕事のレベルは上げていきたいが、管理職にはなりたくない
- 仕事のレベルを上げつつ、出世して管理職にもなりたい

「キャリアアップ」のイメージとして最も当てはまるもの



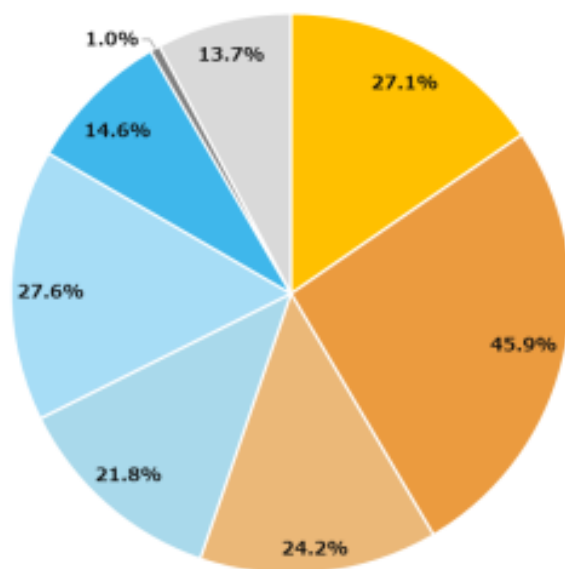
マイナビ
CAREER RESEARCH
LAB キャリアリサーチLab

「マイナビ 2025年卒大学生インターンシップ・就職活動準備実態調査(1月)」

出典:マイナビ 2025年卒大学生ライフスタイル調査【2024年1月調査】

若者全般にキャリアにも多様性を求める傾向が高まっている。

企業から提示されると志望度が上がると思うキャリアパス



- 管理職として出世していく（直線的なキャリアパス）
- 社内公募などにより自分のやりたいことにチャレンジできる（複線的なキャリアパス）
- リスキリングなどを通じて働きながら新しいスキルを学べる（円環的なキャリアパス）
- 一貫して1つの仕事を極めることができる（反復的なキャリアパス）
- 育児や介護などライフステージに応じて職位や役職などを変更できる（昇降自由なキャリアパス）
- 新しいプロジェクトを立ち上げるチャンスがある（開拓型のキャリアパス）
- その他
- 現時点では想像がつかない・わからない

- 企業選択のポイントは「安定している」「自分のやりたい仕事ができる」を求める傾向
- 共働きを前提に男性も子育てに参加するのが当たり前に
- 学生は昇進より自己成長を望む傾向
- お金に関する不安が大きく、自らのスキルアップを望む
- キャリアにおける多様性を望む傾向

仕事一辺倒ではなく、職場に心理的安全性を求めつつ、ワークライフバランスを前提とした職場を望む傾向が高い。



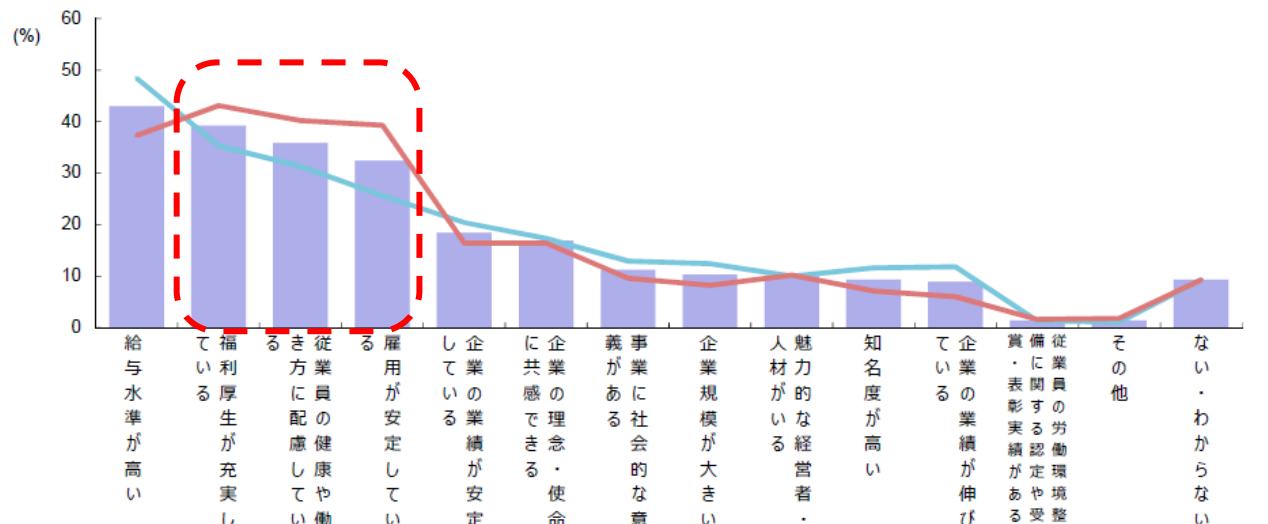
1 健康経営の効果

企業選択においては「給与」と「心理的・身体的安全性」。

II. 本調査設問

7. 働きたい企業の特徴

Q7. あなたは、どのような企業に働きたいですか。(3つまで)



全体		(N=900)	42.9	39.2	35.8	32.4	18.4	16.9	11.2	10.3	10.1	9.3	8.9	1.4	1.4	9.3
性別	男性	(n=450)	48.4	35.3	31.3	25.6	20.4	17.3	12.9	12.4	10.0	11.6	11.8	1.3	1.1	9.3
	女性	(n=450)	37.3	43.1	40.2	39.3	16.4	16.4	9.6	8.2	10.2	7.1	6.0	1.6	1.8	9.3
対象	就活生	(n=600)	37.2	41.3	33.8	34.2	18.0	20.0	9.7	11.8	9.8	12.0	9.0	1.5	1.0	10.7
	転職者	(n=300)	54.3	35.0	39.7	29.0	19.3	10.7	14.3	7.3	10.7	4.0	8.7	1.3	2.3	6.7
世代別	男性就活生	(n=300)	42.3	36.7	29.3	26.7	21.3	20.0	11.7	14.3	9.3	14.3	11.0	1.7	1.0	11.0
	女性就活生	(n=300)	32.0	46.0	38.3	41.7	14.7	20.0	7.7	9.3	10.3	9.7	7.0	1.3	1.0	10.3
世代別	男性転職者	(n=150)	60.7	32.7	35.3	23.3	18.7	12.0	15.3	8.7	11.3	6.0	13.3	0.7	1.3	6.0
	女性転職者	(n=150)	48.0	37.3	44.0	34.7	20.0	9.3	13.3	6.0	10.0	2.0	4.0	2.0	3.3	7.3
転職年代別	20代転職者	(n=79)	55.7	32.9	39.2	29.1	11.4	8.9	10.1	12.7	11.4	8.9	10.1	3.8	1.3	5.1
	30代転職者	(n=83)	49.4	43.4	36.1	36.1	22.9	8.4	20.5	7.2	10.8	2.4	9.6	1.2	3.6	3.6
	40代転職者	(n=76)	53.9	26.3	46.1	27.6	22.4	14.5	13.2	5.3	11.8	3.9	7.9	0.0	2.6	7.9
	50代転職者	(n=62)	59.7	37.1	37.1	21.0	21.0	11.3	12.9	3.2	8.1	0.0	6.5	0.0	1.6	11.3

■ : 全体より+10ポイント □ : 全体より-10ポイント

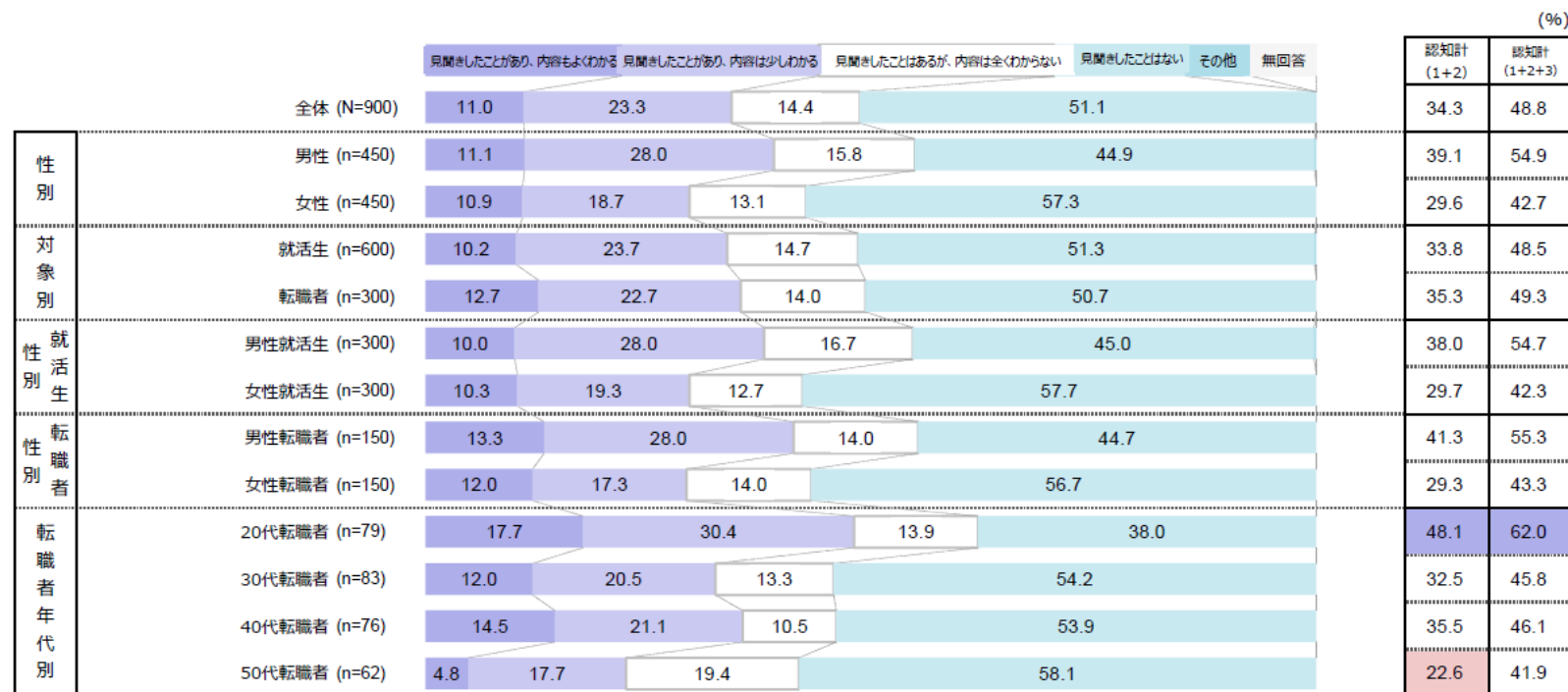
※全体値の高い順（その他、ない・わからない除く）にソート

健康経営の認知度は5割で、理解は3割強。

II.本調査設問

16.「健康経営」の認知度

Q14.この調査に回答するまで、「健康経営」という用語を見聞きしたことはありましたか。(ひとつだけ)



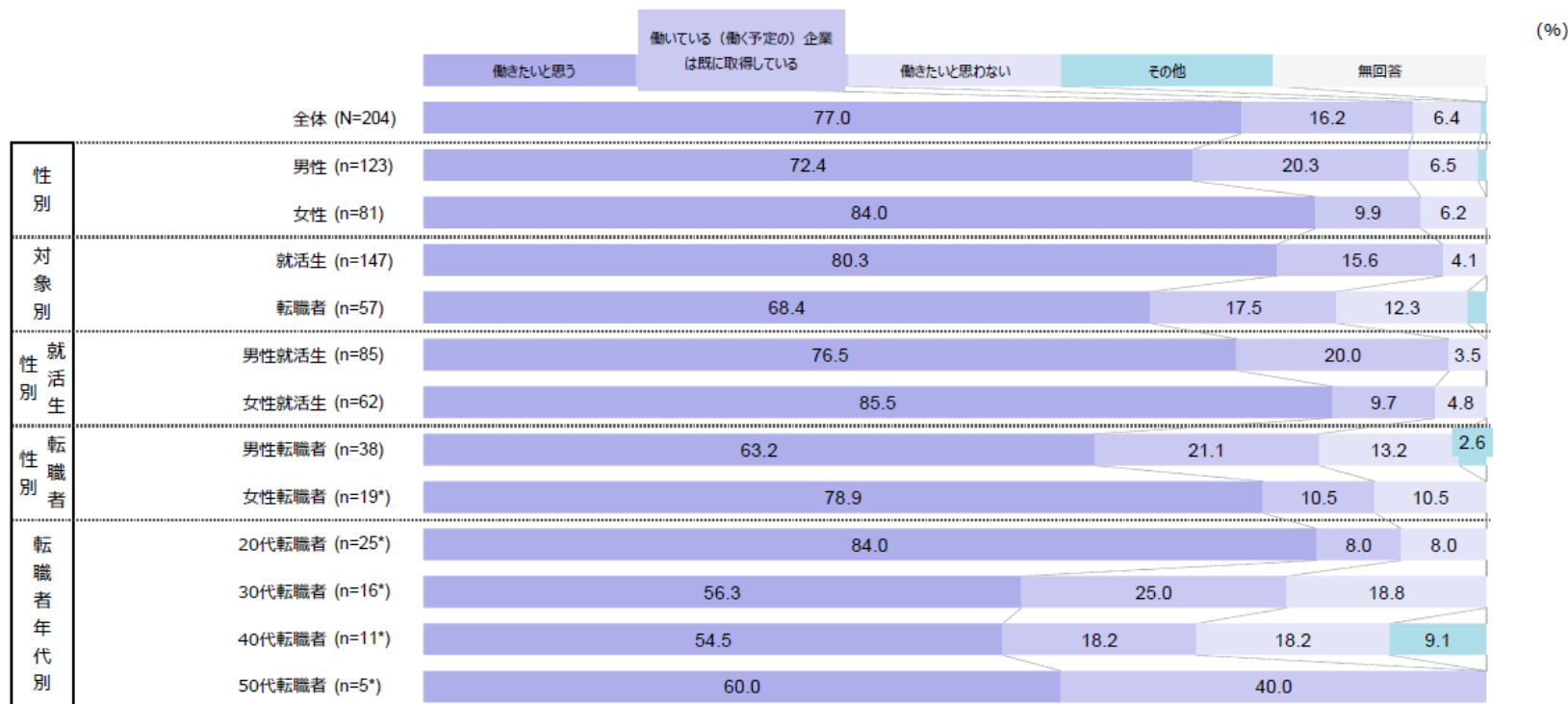
■ : 全体より+10ポイント ■ : 全体より-10ポイント

健康経営に取り組む企業への就業意思は9割を超える。

II.本調査設問

24.「健康経営優良法人」の取得と働く意思

Q18.あなたは「健康経営優良法人」の認定を取得している企業で働きたいと思いますか。(ひとつだけ)

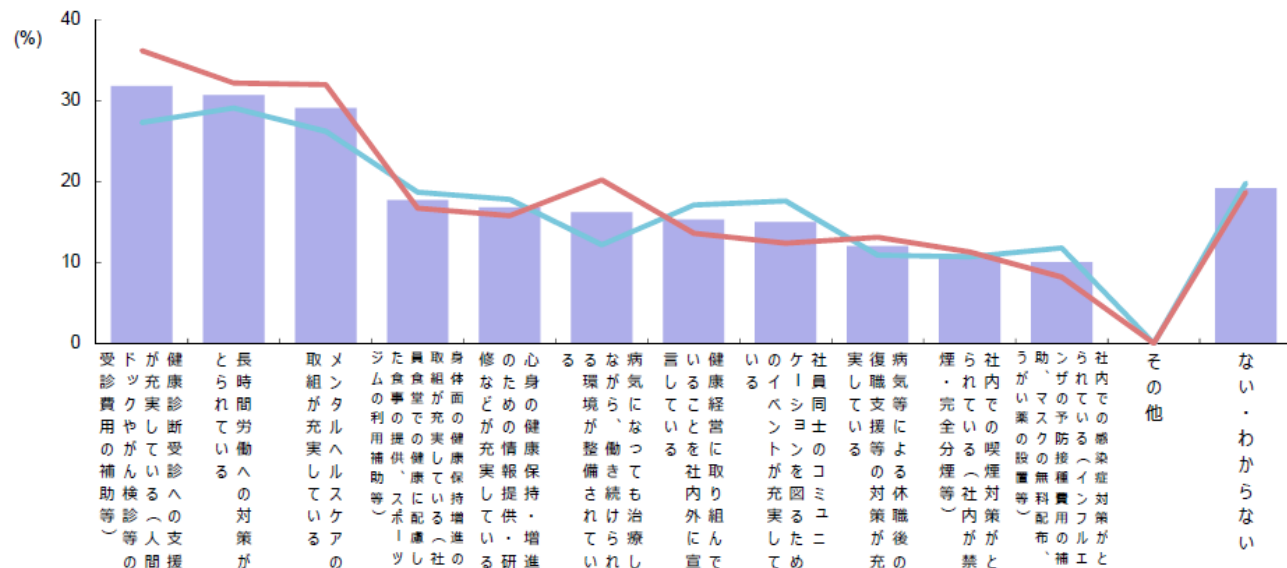


健康経営＝ホワイト企業のイメージ。

II. 本調査設問

25. 働きたいと思う健康経営に関する企業の取り組み

Q19. 次に挙げる健康経営の主な取り組みの中から、従業員の健康保持・増進のため、どのような取組を行っている企業に就職したいですか。(3つまで)



全体		(N=900)	31.8	30.7	29.1	17.7	16.8	16.2	15.3	15.0	12.0	11.0	10.0	0.0	19.2
性別	男性	(n=450)	27.3	29.1	26.2	18.7	17.8	12.2	17.1	17.6	10.9	10.7	11.8	0.0	19.8
	女性	(n=450)	36.2	32.2	32.0	16.7	15.8	20.2	13.6	12.4	13.1	11.3	8.2	0.0	18.7
対象	就活生	(n=600)	30.2	31.3	31.8	16.8	19.3	13.5	15.7	17.2	12.5	10.7	8.3	0.0	19.2
	転職者	(n=300)	35.0	29.3	23.7	19.3	11.7	21.7	14.7	10.7	11.0	11.7	13.3	0.0	19.3
世代	男性就活生	(n=300)	25.0	29.7	30.0	19.0	21.3	10.7	17.0	19.7	11.7	11.3	10.0	0.0	18.7
	女性就活生	(n=300)	35.3	33.0	33.7	14.7	17.3	16.3	14.3	14.7	13.3	10.0	6.7	0.0	19.7
性別	男性転職者	(n=150)	32.0	28.0	18.7	18.0	10.7	15.3	17.3	13.3	9.3	9.3	15.3	0.0	22.0
	女性転職者	(n=150)	38.0	30.7	28.7	20.7	12.7	28.0	12.0	8.0	12.7	14.0	11.3	0.0	16.7
転職年代	20代転職者	(n=79)	26.6	31.6	26.6	24.1	16.5	17.7	13.9	15.2	3.8	12.7	11.4	0.0	16.5
	30代転職者	(n=83)	36.1	26.5	21.7	22.9	7.2	16.9	16.9	9.6	14.5	14.5	12.0	0.0	19.3
	40代転職者	(n=76)	43.4	31.6	21.1	19.7	10.5	27.6	14.5	9.2	9.2	6.6	15.8	0.0	21.1
	50代転職者	(n=62)	33.9	27.4	25.8	8.1	12.9	25.8	12.9	8.1	17.7	12.9	14.5	0.0	21.0

■ : 全体より+10ポイント ■ : 全体より-10ポイント

※全体値の高い順(その他、ない・わからない除く)にソート

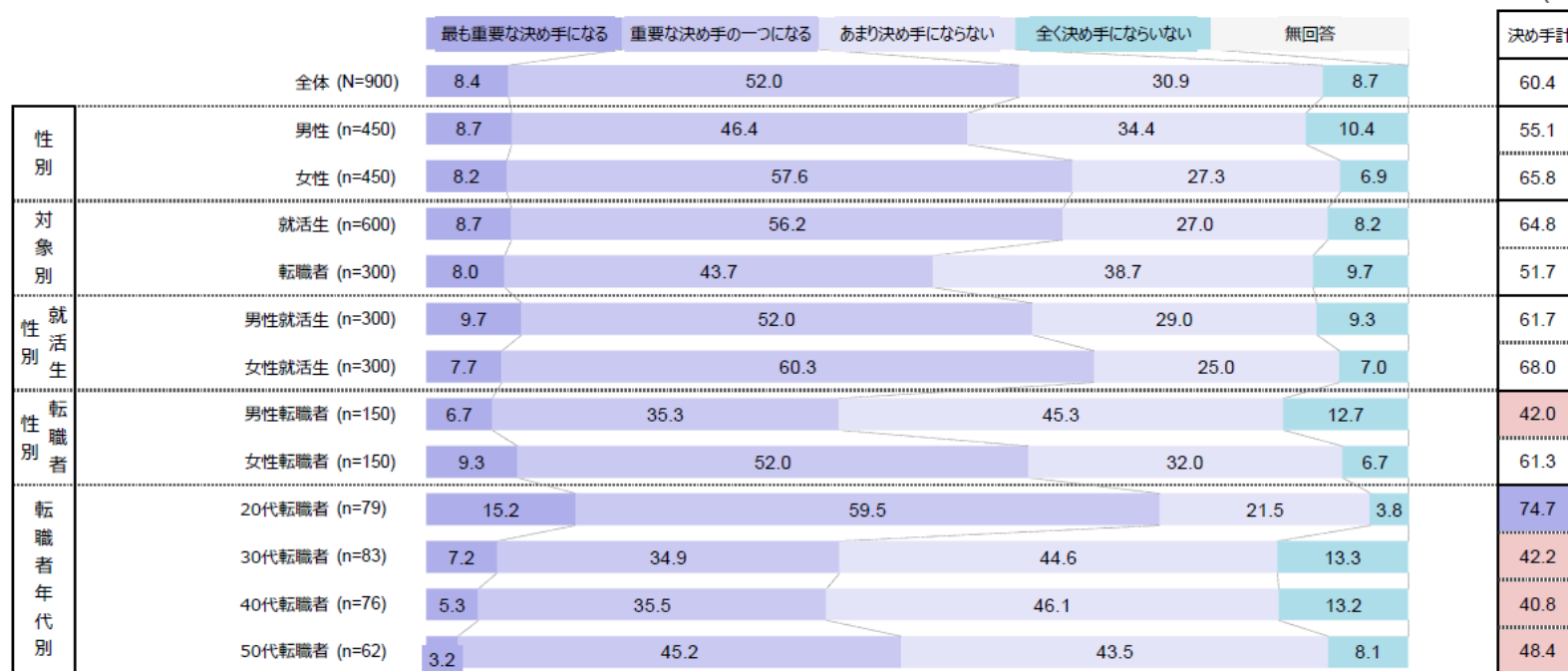
健康経営実施企業は6割の求職者にプラスに働く。 20代転職者や学生は、その傾向が顕著。

II.本調査設問

27.健康経営が就職先の決め手となるか

Q21.企業が「健康経営」に関して取り組んでいるかどうか、「健康経営優良法人」の認定を取得しているかどうかを、就職先を決める際の決め手になりますか。（ひとつだけ）

(%)



■ : 全体より+10ポイント ■ : 全体より-10ポイント