

2023年度 転職市場の動向

2023
9

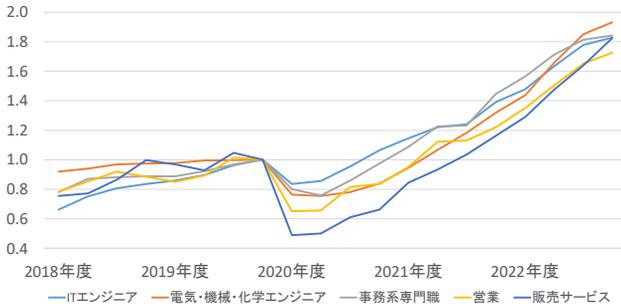
リクルートの人材紹介領域を中心とした、主要業界の求人・求職者の動きをレポートしています。各業界の採用動向に精通したスタッフより、詳細についてお伝えすることも可能です。下記までご連絡ください。
お問い合わせ先：株式会社リクルート <https://www.recruit.co.jp/support/form/>

発行：2023年9月11日

求人動向はまだら模様。DX、GX、SX、HRXなどの変革推進の人材に需要。「経営の本気度」が問われる。働く個人は二つの「ライフフィット」を重視

産業構造の変革へ、求人数が過去最高の業界も

『リクルートエージェント』代表職種別 求人数推移
(2020年1-3月期を1とする)



企業の採用動向は「快晴」と「曇り」が入り交じっている。自動車業界（ここでの対象は完成車メーカー・自動車部品サプライヤー）の一部企業では数百～1,000人に近い規模の採用計画、建設業界で過去最高の求人数など、業界によっては採用活動のアクセルは全開。一方、米国のリセッションへの懸念などから、本当に必要な人材のみに採用を絞る動きも見られる。

いずれの場合も「DX」推進を担う人材採用の手は緩めていない。IT人材の獲得競争は激化しており、とはいえ未経験・微経験者よりも、経験者採用をより強化する傾向も見てとれる。

積極採用の背景にあるのは、「IX（インダストリアルトランスフォーメーション）」だ。製造業がものづくりだけでなく「サービス」を強化するなど、産業構造そのものの変革を進めるにあたり、それを推進する人材が必要とされている。これは全産業の共通課題だ。

変革の中心にあるのがDX。直近では、ChatGPTに注目が集まっているが、このような生成系AIのテクノロジーをいかにして競争力の向上につなげるかが模索されている。一部産業からは生成系AIを扱う「プロンプトエンジニア」の求人が出てきた。この採用の動きはこれから全産業へ広がっていくだろう。

DXに続くのは、脱炭素と経済成長の両立を目指す「GX（グリーントランスフォーメーション）」、企業の経営方針・戦略を持続可能なものにしていく「SX（サステナビリティトランスフォーメーション）」。

これらに関わる人材の採用も活発化していくだろう。そこで人材を獲得できるかどうかは、「経営の本気度」にかかっている。宣言するだけでなく、実際に資源を投じて本気で取り組むかどうか、市場だけでなく求職者もシビアに見極めようとするだろう。

働く個人が転職先に求めるのは「ABW」

働く個人に目を向けると、コロナ禍以降、働き方・生き方を見つめ直す人が増加。転職活動では二つの「ライフフィット」の観点で企業を選ぶ傾向が見られる。「ライフスタイルフィット」と、長期視点での人生設計に基づく「ライフデザインフィット」だ。

柔軟な働き方の仕組みが求められているが、企業はリモートワーク制度を用意しただけで安心してはられない。その時々の仕事の内容に合わせて場所・時間の両方を選べる働き方「ABW（アクティビティ・ペースド・ワーキング）」の観点をもち、個人のニーズにに応じていかなければ、人材獲得競争で優位に立つことは難しくなるだろう。

また、「教育研修の充実」「正当な評価・報酬」なども、企業を選ぶ際により重視されるようになっている。

「人的資本経営」の実現に、人事体制整備が必須

近年、多くの企業が「人的資本経営」への取り組みを始めている。これを実現するには「HRX（ヒューマンリソーストランスフォーメーション）」も必要だ。ジェンダーギャップを解消する採用や人事制度、リスティング、エンゲージメント向上など、人的資本にまつわる課題は多岐にわたる。それに対し、人事体制が脆弱な企業は多い。

中長期で人材を獲得していくためには、多様化した個人の志向に対応し、働く場所としての「魅力」を高めていかなければならない。経営戦略と人事戦略をつなぎ、人事担当者が裁量権・意思決定権を持って人材施策を遂行していける体制を整えていくことが重要課題と言えるだろう。



HR統括編集長 藤井 薫：1988年リクルート入社。TECH B-ing編集長、Tech総研編集長、アントレ編集長を歴任。2008年からリクルート経営コンピタンス研究所、14年からリクルートワークス研究所兼務。変わる労働市場、変わる個人と企業の関係、変わる個人のキャリアについて、多様なテーマ（AI全盛時代の採用戦略、多中心時代のHRM、アントレプレナー・パラレルキャリアの生き方など）をメディアで発信中。著書『働く喜び未来のかたち』（言視舎）。

■IT・通信

求人抑制の動きもあるが、即戦力のニーズは引き続き高い。「生成系AI」の求人も発生。働き方の柔軟性は前提条件。その上で「賃金」「労働条件」を重視して企業を選ぶ傾向

■業界・企業側の動き：IT業界全体では引き続き採用は活発。しかし、領域やスキルによっては、ニーズにグラデーションがある。Slerでは顧客の状況によって大規模案件の停滞、予算凍結などが生じているケースもある。米国の景気や為替などの動向をうかがいながら見直しを立てている状況であり、企業のIT投資とそれに伴い適宜人材採用の見直しを行っている。

一方、即戦力へのニーズは依然として高い。業務アプリ分野では小売・流通系（EC）や「2024年問題（時間外労働の上限規制）」が迫る物流系、金融系では決済関連のニーズが増加。インフラ分野では引き続きAWS、Azure、GCPなどクラウドエンジニアの求人が多い。

新たな動きとしては、ChatGPTに代表される生成系AIを手がける「プロンプトエンジニア」の求人が一部の外資系企業から出てきた。今後は他社も追随し、求人数は増えていくだろう。経験者が少ない領域であるため、現時点では機械学習の経験やPythonのスキルを持つ未経験者も採用対象となっている。

情報処理推進機構（IPA）のデータによると、一般的なITエンジニアの年収相場が500万～600万円が中心であるのに対し、AI・データサイエンス・IoTなど最先端領域に携わる人材は1000万～1500万円が中心。コスト面でも外部からの採用が困難な中、既存社員のリスクリング、新卒採用によって最先端領域人材の社内育成を図る動きは、今後活発化していくだろう。一方、中途採用は一般層のエンジニアやプロジェクトリーダー／マネージャークラスに集中するほか、「IT知識はないが業務知見を持つ」人材を異業界から迎える方針で進んでいきそうだ。

最近、比較的採用に成功している企業の特徴として、「現場（配属予定部署）の関与」が挙げられる。我々転職エージェントに、現場の担当者から直接アプローチがあり、人材要件や訴求ポイントについて詳細な情報提供を受けることがある。ダイレクトリクルーティングへの取り組みも含め、現場が「人事任せ」にしないことも、採用成功のカギと言えそうだ。

■求職者側の動き：転職先選びにおいて、働き方の柔軟性は前提に、仕事内容よりも「賃金」「労働条件」を優先する人が多くなってきた。ITエンジニアは転職市場において、同職（ITエンジニア）のニーズが高まっていることを踏まえ、より理想の報酬や働き方を実現できないか、と考えている人もいる。企業は自社の報酬水準が他社と比較してどのレベルにあるかをウォッチし、見直しを図ることが重要だ。

リモートワーク希望者も多いが、ほとんどのIT企業が制度導入済みのため、差別化につなげるのが難しい。企業は「フルリモートワーク」のニーズに応えるべく制度整備を進めている。

50代での転職も増えてきた。シニア層の人材獲得に向け、いち早く「70歳定年制」を導入している企業も出てきている。スキルのある人材の動向に合わせ、素早く制度改革を打ち出せる企業が採用成功に結びつきやすいと言えるだろう。

小林 雄介

新卒にてリクルートキャリア（現リクルート）に入社。IT通信領域の従業員数名のベンチャーから大手企業まで幅広い顧客のリクルーティングアドバイザーに従事。現在は同領域の大手企業を担当する組織にてチームのリーダーを務める。

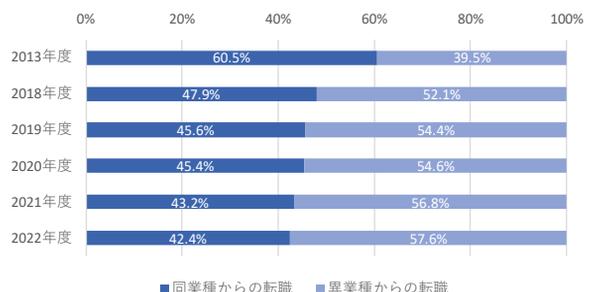


丹野 俊彦

銀行系証券会社を経て、リクルートキャリア（現リクルート）に入社。IT/Web系人材の転職支援、企業の採用支援を中心に、面接力向上セミナーの講師や拠点長など幅広く担当。現在はコンサルタントとして事業会社IT領域の採用支援とITコンサルタントやエンジニアの転職支援を担当。



IT・通信業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■コンサルティング

「生成系AI」「SaaS」「クロスインダストリー」などのキーワードで採用ニーズが上昇。業界内では中堅・ベンチャーへの転職が増加。異業界出身者は「キャリア形成」を求める

■業界・企業側の動き：コンサルティング業界の採用は引き続き堅調。2023年春以降の動きでは、「エマージングテクノロジー（将来、実用化が期待される先端技術）」関連の求人が増えている。例えば「メタバース」、「ChatGPT」に代表される「生成系AI」などだ。それらを活用して価値創出を目指す事業会社からのコンサルティングニーズが高まり、各社は知見を持つ人材採用を強化。新領域の事業ではリスクもあるため、セキュリティやガバナンスの専門人材のニーズも増えている。

また、導入したSaaSツールを十分に活用できていない事業会社も多く、活用ノウハウと担当人材育成の相談がコンサルティング企業に寄せられている。

こうした明確なテーマはなくても、コロナ禍を機に「単一事業」のリスクを実感した企業が、変化への対応力を備えるため、新規事業の開発を図る動きが目立つ。そのニーズを受け、コンサルティング企業では「保険×ヘルスケア」「通信×鉄道」など異業種を組み合わせた「クロスインダストリー」やM&Aなどを駆使して事業開発支援を行っている。こうした背景により、中途採用においてはコンサル経験者に限定せず、幅広い業種の事業会社から経営企画・事業企画などの経験者を迎えている。

コーポレートサイドでは、2022年半ば以降から「人的資本経営コンサル」というワードでの求人が発生。「人事コンサル」は従来ブティック型ファームが主に手がけてきたが、大手ファームも採用に乗り出している。

大手ファームでは、昨今の大手外資系ITのレイオフや米国のリセッション懸念を機に、若手の大量採用から、マネジャー／シニアマネジャークラスなど即戦力採用強化にシフトしている。そのほかの動きとしては、東海・

福本 和真

新卒で銀行系証券会社に入社。その後リクルートキャリア（現リクルート）に入社し、リクルーティングアドバイザーとして、大手のインターネット業界やSler通信キャリア等の採用支援に従事した後、現在では大手コンサルティングファームを担当している組織のチームリーダーを務める。



関西・九州などの拠点の採用を強化。「地方勤務求人」は今後も増えていくだろう。

一方、グローバルの影響を受けにくい中堅ファーム、また、数百人規模へ成長を遂げた新興ベンチャーファームは採用意欲が高く、求人市場で存在感を増している。

規模を問わず、採用が順調なファームの特徴として、「現場（配属予定部門）が採用活動に参画」していることが挙げられる。面接で多くの情報を提供するとともに、個々に応じて中長期視点でのキャリアプランを提示できている企業・部門が人材獲得に成功している。

■求職者側の動き：コンサルティング業界内の転職では、大手から中堅・ベンチャーファームへの転職が増えている。

求めているのは、「自由度の高さ」「成長実感」「経営陣との距離の近さ」「自身の志向に合う評価方針」「幅広い課題・フェーズへの関与」などだ。

一方、事業への「手触り感」を求めて事業会社を目指す人は、経営企画、新規事業企画、DX企画などに転職。事業会社はコンサルティング企業との協業に慣れてきたため、社内での活躍イメージができ、コンサルティング出身者を受け入れるハードルが下がっているのだ。ほか、経験を生かして地方企業に転職する動きも見られる。

異業界からコンサルティング企業への転職も増加。以前は「年収アップ」の目的が多かったが、昨今の若手は「スキルアップ」「中長期視点でのキャリア形成」を望む意識が高い。以前より労働時間短縮、リモートワークなど労働環境の整備が進んだこともあり、安心して選ばれている。

横山 賢太郎

新卒でメガバンクに入社。その後リクルートキャリア（現リクルート）に入社し大手顧客担当として金融、IT、スタートアップ、コンサルティングなどの業界を担当。Digital組織の立ち上げ支援、AI、SaaSなど先端テクノロジーを活用したトランスフォーメーション支援等の実績を多数創出。自身の転職体験も踏まえて「日々を生き活きと働けるフィット感の高い転職」をモットーに活動中。

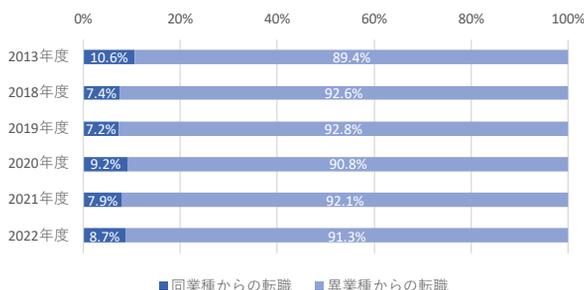


新規事業関連職（コンサルティング業界内）の求人推移
（2018年度の求人数を1とする）



抽出対象：コンサルティング業界のうち、キーワードを「新規事業」又は「アライアンス」で抽出

コンサルティング業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■Web・インターネット

経験者・即戦力採用に意欲的。IT・ネット専門職は他業界を意識した採用力の磨き込みが必要。求職者はネット業界内だけでなく、他業界の事業会社も視野に転職を検討する傾向

■業界・企業側の動き：即戦力のインターネット専門職の求人数は横ばいで、引き続き各社からの採用ニーズが高い。大手企業をはじめ、中小やベンチャーも経験者採用には意欲的だ。特にWebディレクター・Webマーケター・データアナリストなどの専門職の採用ニーズが上がっている。もちろんエンジニアの積極採用も続いている。

一方、業界全体として、ポテンシャル採用に関しては昨年と比較して勢いは落ち着いている。昨年は大手広告代理店や大手ネット事業会社が未経験者も対象に営業職の大量採用を行っていたが、今年は昨年ほど活発ではない。

インターネット専門職に関しては、ネット業界に限らず、消費財メーカー・製造・金融・人材など業界問わず採用ニーズが高まっているため、採用難易度がこれまで以上に高まっている。

上記のようなインターネット業界以外の企業ではスキルマッチ重視の採用を行うため、面接1~2回で内定が出るのに対し、ネット企業はスキルだけでなくカルチャーマッチも重視するため、3~4回の面接を行うことが多く、選考スピードの遅さが採用に影響するケースも散見されている。選考スピードをいかに速めていくかが採用成功の重要なカギとなっている。

また、年収面も大きな要素となる。ネット業界内でも複数の大手企業がこの半年程度以内に賃上げを実施した。

人材獲得が難航する中、採用される人物像にも変化が表れてきており、ミドルシニアの経験者が複数社の内定を得る事例が見られる。また、「女性活躍推進」を掲げる企業では、女性管理職比率の向上を目指す企業も見られる。

中島 由莉

外資IT企業での営業を経験し、その後2017年にリクルートキャリア（現リクルート）に入社。以来一貫してインターネット業界のリクルーティングアドバイザーとして、スタートアップから大手企業まで中途採用支援に従事。

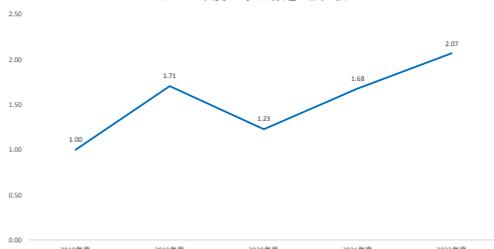


安田 崇人

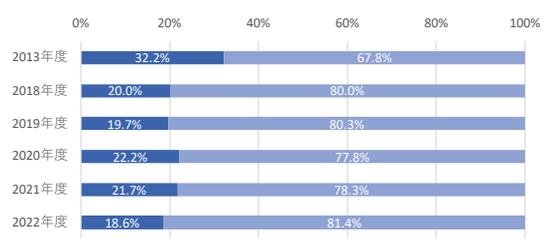
2014年よりメーカーでの営業を経て2017年リクルートキャリア（現リクルート）へ入社。リクルーティングアドバイザーとして成長個社の採用支援に従事した後、2020年よりインターネット領域に携わる。法人・個人を支援する両面型組織にてコンサルタントを経験し、現在は個人の方の転職を支援するキャリアアドバイザーに従事。



Web関連専門職(Web・インターネット業界内)の求人推移
(2018年度の求人数を1とする)



Web・インターネット業界 転職マーケット割合



抽出対象：Web・インターネット業界のうち、「Webディレクター/プランナー」「Webプロデューサー/サービス企画」の職種を抽出

出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

自動車

「電動化」「コネクテッド領域の進化」を背景に、求人数の増加幅が拡大。
自身の手がけた製品が世界へ広がることに魅力を感じ、多様な異業界からの転職も

■業界・企業側の動き：2022年、自動車業界全体の求人数は過去最大規模に達したが、さらに伸びている。一部の企業では数百～1,000人近い規模の採用計画が打ち出されるなど、増加幅も大きくなっている。

CASE（※1）と呼ばれる技術変革への対応で採用拡大が加速しており、とりわけ直近は電動化による影響が大きい。世界的な排ガス規制に対応するEVの普及は社会との約束事項だ。EVシフトに向けた開発・量産化が差し迫る中、向こう2～3年は人材ニーズが高まっていくと予測される。

幅広い領域のエンジニアのニーズがあるが、特に求人の増加幅が大きいのがソフトウェアエンジニアだ。アプリ・インフラ・セキュリティ・データなど全方位のエンジニアを求めている。

自動運転や、コネクテッドカーの進化により、車内空間が新しい機能を提供する空間へと変化する。また、自動車がインターネットに常時接続されるコネクテッドカーでは、データの送受信や収集・蓄積が可能となり、新たなビジネスモデルやサービス創出も期待される。CASEの進化に伴いMaaS（※2）やシェア&サービスの普及も進んでいく。そのため、アプリやセキュリティ、ネットワーク、データなどのエンジニアのほか、サービス開発や事業企画などの人材も求められている。「車にアプリを搭載する」というより「ソフトウェアによってスマホのように自動車の機能がアップデートされるようになる」という観点で、iOSやAndroidなどのアプリ開発エンジニアも採用ターゲットとなっている。ソフトウェアエンジニアをはじめ、サービス開発など多様な人材が求められる。

採用条件の合う異業種の人々に、いかに自動車業界で働くイメージを描いてもらうかが課題となっている。条件面や働き方のニーズにも応えるべく、人事制度改革、

独自の報酬体系の整備なども進めている。シニア採用や女性活躍推進についても、従来にはない動きが見られ、変革への意思が見てとれる。

■求職者側の動き：自動車メーカー間の転職、サプライヤー側からの転職もあるが、それ以上に異業界からの流入が増えている。IT・Web業界のほか、家電や化学など多様な業界から転職を果たしている。自動車の進化に携わることで、社会に大きなインパクトを与え、手がけた製品が世界へも広がっていくことに価値を感じる人も多い。また、ソフトウェアエンジニアはリモートワークを希望する人が多く、リモートワークを前提とした採用の事例も出てきている。

一方、自動車業界から異業界への転職も増えてきた。周囲で転職する人が増えてきている背景もあり、転職へのハードルが低くなってきているため、転職したいという意向の人が増えている。また、ベンチャーやコンサルへの転職事例など、以前と比べてチャレンジングな若手が増えてきた印象だ。

※1 CASE：Connected（コネクテッド）、Autonomous/Automated（自動化）、Shared（シェアリング）、Electric（電動化）の四つの頭文字をとった造語

※2 MaaS：Mobility as a Service（モビリティ・アズ・ア・サービス）さまざまな形式の移動サービスを一つの交通手段として統合させたもの

戸田 洋子

新卒で自動車メーカーの人事を経験。その後、リクルートキャリア（現リクルート）に入社し、マーケティング・経営企画、製造業の技術領域のキャリアアドバイザーを経て、現在は自動車業界を中心とした技術専門領域のコンサルタントに従事。



ソフトウェア関連職（自動車業界内）の求人推移
（2018年度の求人数を1とする）



抽出対象：自動車業界のうち「SE」「組込・制御ソフトウェア開発エンジニア」「インターネット専門職関連」の職種を抽出

■総合電機・半導体・電子部品

半導体業界は再編や工場新設に伴い採用が活発。総合電機はIT事業で人材を強化。求職者には、幅広い業界から半導体業界へ転職するチャンスが広がる

■業界・企業側の動き：2023年に入り、半導体業界は激変の様相を呈している。最先端半導体工場の新設、半導体素材大手の買収、国や電子部品大手による大型投資など、業界を揺るがすニュースがこれほど飛び交うのはかつてない状況だ。これらの変動に伴い、人材採用も活発に動いている。

エンジニア全般で求人数が増えているが、中でもデバイスメーカーや装置メーカーで量産を担うプロセスエンジニアの求人が多い。品質向上に向け、品質管理の求人も増えてきた。半導体不足はあらゆる業界における生産活動停滞を招くことから、安定供給のための生産体制強化を半導体メーカー各社が進めていることが求人増加につながっている。

現在注目を集めるテーマの一つが、炭化ケイ素（SiC）を使った次世代パワー半導体だ。EVへの搭載が本格化する2025年頃に向け、開発からプロセスまで採用を強化している。

これまでになかったポジションの求人も発生し、半導体業界以外の人材が求められている。例えば、環境規制の厳格化に対応するための品質管理や海外法規認証、新しいパッケージ技術のための樹脂材料開発など。また、半導体製造装置向けのセラミックの加工技術者採用については、化学・素材・自動車部品・電子部品などの半導体未経験の方の採用実績が生まれ始めている。他にも、環境対応として、化学物質管理、再生可能エネルギーを活用した施設管理などのニーズも見られるようになってきた。

半導体デバイス製造における歩留まりの改善にAIを活用すべく、データサイエンティストの求人も出てきている。

総合電機業界では、大手各社が「ITソリューション」事業へかじを切っている。データ分析やAIなどのデジタル技術を活用し、製造業の生産性向上やサプライチェーンの最適化を支援。さらに製造業以外のBtoBソリューションも強化していく。これに伴い、ITコンサルタントやIT業界のプロジェクトマネージャー、データサイエンティストなどを対象にした求人は増加傾向にある。

このほか、顧客企業に対して電力消費削減の支援を行うポジションのニーズもある。

■求職者側の動き：半導体業界では、求職者の動きも活発だ。また、異業界から半導体業界への流入も進んでいる。例えば、半導体装置の経験が皆無でも、産業機器など他の装置の設計経験を持つ方であれば半導体装置メーカーに採用されている。材料・化学・自動車などのメーカーなどからの転職事例もある。「シリコンサイクル」と言われる需給の浮き沈みを懸念する声もあるものの、半導体の市場全体は今後も大きく伸びることが予想されるため、中長期視点で捉えて転職を決断する傾向が見られる。投資が活発化している現在は、経験できる仕事の幅が広がっている。

総合電機業界では、ITソリューション事業の強化に伴いIT業界出身者が活躍できるポジションが増加。特に、IT業界で製造業向けの案件を手がけていた方々が「受注側から発注側に移る」形で転職を果たしている。

増永 聡

2011年中途入社。電子部品・半導体メーカーを長く担当し、現在は同領域の製造業DXや電子部品、ロボティクス技術など先端技術分野でのスカウトを中心に担当。

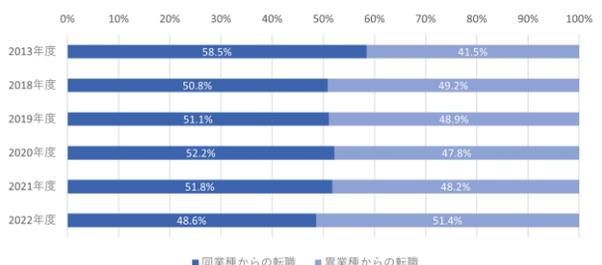


杉原 伸太郎

新卒で鉄道事業会社に入社し、鉄道車両の品質管理や設備投資計画業務などを経験。その後リクルートへ入社し、ハイキャリア領域のコンサルタントとして半導体・電子部品業界を中心に活動。



総合電機・半導体・電子部品業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■建設・不動産

建設・不動産ともに、事業の多角化にあたり、異業界人材の迎え入れも。求職者は「柔軟な働き方」を求める傾向。企業は「ABW」への取り組みが課題

■業界・企業側の動き：建設業界の求人は引き続き増加。近年の傾向として、DX推進人材のニーズが高く、BIM（※1）や施工管理経験者が採用ターゲットとなっている。

グリーン戦略に関する採用については、企業はまだ必要な人材要件を明確化しきれていないものの「サステナビリティ」を意識した採用は引き続き存在。

一方、最もニーズがひっ迫している「施工管理」は、大多数の企業が充足できていない。採用難易度が上がる中、固定観念を捨てて採用方針を変えている企業もある。ある中堅ゼネコンでは、S造・RC造の施工管理求人において、木造しか経験がない30代の方の素養を評価して内定を出した。

募集要件の緩和に関しては、大手建設コンサルタントでも事例が生まれている。従来は「土木学科卒・建設コンサルタントでの経験者」に限っていたが、「建設業界での実務経験者または関連学科卒」へ要件を変更。結果、土木関連の経験を持つ化学学科卒技術者を迎え入れた。

新規事業案件では、異業界からの人材獲得にも動いている。採用実現のためには、本腰を入れて働き方改革の遅れを取り戻す必要があるだろう。求職者側はコロナ禍以降、「世の中の働き方が変化した」と認識している。実際、重工業メーカーのプラントエンジニアから「フルリモートワークの求人はないか」という相談が寄せられたこともある。そうした求職者の目線に合わせ、変革へ踏み出していく必要があると言えるだろう。

デベロッパーに目を向けると、総合職の求人が増えている。背景にあるのは事業の多角化。例えば、「子ども・親子を支援する複合型施設」など、特性を打ち出した小規模開発に取り組んでいる。企業の不動産戦略を支

援する「CRE（※2）」事業にも注力している。多角化に際し、不動産業界に限らず多様な業界出身者に門戸を開放。自社にない知見・スキルを持つ人材を異業界から迎えている。

■求職者側の動き：「働き方の柔軟性」を重視する求職者が少しずつ増えている。最近では「ABW」というキーワードも上がってきた。「Activity Based Working（アクティビティ・ベースド・ワーキング）」の略で、仕事内容に応じて働く場所・時間を自由に選択する働き方を指す。他業界では、この概念を実行に移している企業は同業他社と比較して採用が好調だ。建設業界では適用できる職種は限られるものの、ABW実現への取り組みが、採用における競合優位性を高める有効手段となり得るだろう。

一方、建設業界ならではのやりがいを見だし、異業界から入ってくる人もいる。DX推進担当としてゼネコンに採用されたあるITエンジニアは、「デジタル化が遅れている業界だからこそ白地が多く、より大きな介在価値を発揮できるところが面白い」と語った。

近年、社会貢献への意識が高い求職者も増えている。サステナビリティの観点で、建設・不動産は社会インフラや環境の改善に大きな影響力を持つ業界のため、この業界でキャリアを積むことは、求職者にとって良い経験となるだろう。企業としては、そのような側面も訴求していくことが重要ではないだろうか。

※1 BIM：Building Information Modeling（ビルディング・インフォメーション・モデリング） ビルの3次元デジタル表現と、その表現をビル、道路、橋などの建設プロジェクトに使用する一連のプロセス

※2 CRE：Corporate Real Estate（コーポレート・リアル・エステート）企業が事業のために保有している不動産

平野 竜太郎

建設不動産領域専任シニアコンサルタント。ゼネコン・サブコン・組織設計事務所の建設技術者から、不動産デベロッパー・AM・PMなどの不動産専門職・不動産金融領域のハイキャリア層を中心に幅広い支援実績を持つキャリアアドバイザー。

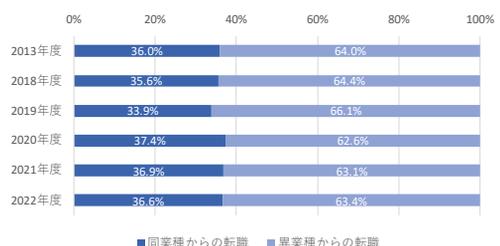


箕輪 真人

建設・不動産領域においてサーチコンサルタント及びキャリアアドバイザーとして豊富な知識と実績を持つ。近年は建設業における女性活躍推進にも取り組み、労働環境改善を目的とする転職サポートに強みを持つ。



建設・不動産業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■銀行・証券

銀行は活況、証券は変わらず堅調に推移。銀行の新規事業などでは異業界出身者も歓迎。制度・環境変革が進み、離職防止につながるケースも。銀行では幅広い業界から流入

■業界・企業側の動き：銀行の求人数が過去最高水準に達している。2~3年前と比較し中途採用計画数は2~3倍に拡大。新卒採用を減らして中途採用にシフトする動きが見られている。背景にあるのは2021年施行の「改正銀行法」。本業以外の事業への参入障壁が下がり、新規事業への取り組みを強化している。特に採用意欲が高いのは、M&A・LBO（※）・プロジェクトファイナンス・企画系（経営企画・事業企画・業務企画）などだ。また、リスク管理・コンプライアンスの高度化を図っており、これらのポジションもニーズが高い。

直近で増加しているのは、個人/法人向け問わず「決済」領域におけるサービス高度化企画などであり、新たな求人も生まれている。また、海外事業において、「海外駐在確約」の中途採用求人が多数出てきているのも最近の傾向だ。すでにコンサルティング業界経験者などからの採用事例が生まれている。

また、まだ事例は少ないが、金融機関外の異業種からの転職実績も増加傾向にある。具体的には、メーカー・エネルギー企業・IT企業・官公庁などから、専門性が高い人材やプロジェクトマネジメント、社内調整に長けている人材が採用に至っており、管理職での採用に至った事例もある。

中途採用拡大を打ち出した企業が目立った2022年初頭から、銀行は応募者に寄り添った採用活動を強く意識し始めた。選考期間を大幅に短縮しつつ、丁寧な面接を行い、採用現場の協力も得て応募者が知りたい情報を提供している。そうした努力が、各社採用成功につながっている。さらに、人事制度改革への取り組みも進めている。

早崎 薫

新卒で大手都市銀行に入社。法人営業として、ベンチャー、中小、大手問わず幅広い規模、業種の企業を担当。法人営業をすす中で、多くの企業の事業成長には、適切な人材の登用が必要不可欠だと感じたためリクルートに転職。現在は、金融領域専門コンサルタントとして、大手金融機関におけるリーダークラスからディレクタークラスの転職支援を担当。



また、2023年に入り、アルムナイ（退職者）コミュニティの構築、アルムナイの再雇用にも注力している。

証券も、求人数は引き続き過去最高水準で推移。サステナビリティ経営の支援に向け、ポジティブ・インパクト・ファイナンス（PIF）関連の採用ニーズが継続している。直近数カ月では、富裕層への接点強化を目指し、「ウェルスマネジメント」「プライベートバンキング」の採用に注力する動きも目立ってきた。

年収テーブルを見直し、専門性が高い人材に報酬を出していこうとする傾向も強くなっている。

■求職者側の動き：以前は出向や役職定年を機に退職するケースも多く見られたが、近年では働く環境も改善されたため、長く銀行に勤める専門職の方も見られる。一方、前述のとおり、異業界から銀行への転職者は増加。異業界出身者にとって「年収の高さ」「一次情報収集がしやすいネットワーク」「市場や社会への訴求力・影響力」などが魅力を感じるポイントだ。なお、メーカーでリスク管理・コンプライアンスを手がけていた方が「より規制が厳しいフィールドでスキルを磨きたい」と、金融業界に転職した事例もある。

リモートワーク制度を求める声も多い。「育児支援」への意識や体制を含め、ダイバーシティ施策にどれほど本気で取り組んでいるかも注目されている。

証券会社では目標設定や顧客への向き合いの方針を変えたことから、それらを理由とした退職者が減っている印象だ。

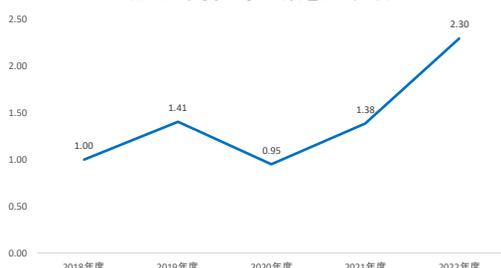
※ LBO：Leveraged Buyout（レバレッジド・バイアウト）M&Aで買収対象となる会社（売り手企業）の信用力を担保に融資を受け、買収資金を調達する手法

水谷 努

金融領域出身。リクルートキャリア（現リクルート）においては金融領域専門のアドバイザーとして多数のメガバンク・メガ証券・大手生損保出身者、リースや運用会社出身者まで幅広い転職支援実績を誇る。

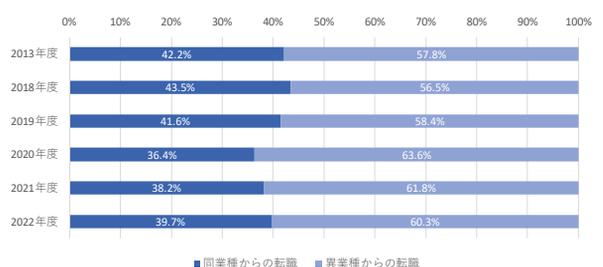


人事関連職（金融業界内）の求人推移
（2018年度の求人数を1とする）



抽出対象：金融業界のうち、「人事」の職種を抽出

金融業界 転職マーケット割合



注：グラフはいずれも、銀行・証券業界だけでなく、生保・損保業界なども含む金融業界全体のグラフとなっています。

出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■環境・エネルギー（グリーン）/サステナビリティ

新たな市場の創出に向け、これまでにない求人が続々。求める人材要件の言語化が課題。求職者は社会への貢献実感を求め、求人企業の「経営の本気度」に注目

■業界・企業側の動き：サステナビリティ推進、GX（グリーントランスフォーメーション）に関わる採用が拡大。GX領域では、総合商社、エネルギー、エンジニアリング、電気/化学メーカー、金融、コンサルティングファームなど、多様な企業から求人が出てきている。

これまで見られなかった採用ポジションも増えてきた。以前は技術系の求人は多かった。それらは現在も継続しているが、加えて事業企画・マーケティング・営業などのニーズも見られる。また、新たに開発された製品・材料などを市場に投入していくにあたり、国や業界団体と折衝して規則の改定・ルールメイクを推進する人材、サプライチェーンを構築する人材も求められている。「人権デューデリジェンス（企業活動における人権侵害リスクを抑制する取り組み）」の求人が増加傾向にあるのもここ最近の特徴だ。

採用意欲は高いが、募集にあたり、ターゲットの要件を明確化・言語化できていない現状がある。求める役割に対して、「技術の知見が必須か・必須でないのか」「この任務に対応できる人はどの業界でどんな職種経験を持つ人なのか」などが曖昧な状況だ。そのため、仮説を立てて可能性のある候補者にアプローチし、その人の志向性をヒアリングしながらマッチングを図っている。

マッチする人物像を探る中では、一見「サステナビリティ」「グリーン」などと関連性がない人も採用に至っている。分野は異なっても「社内外のさまざまなステークホルダーを巻き込んでプロジェクトを推進した」「これまでにない仕組み・ルールを整備した」といった経験が生かせるのだ。例えば、官公庁でグローバル企業と連携してのルールメイクを手がけて

きた方が、消費財メーカーに採用された事例がある。

現在は一部に限定されているが、今後増えていくと予想される求人のキーワードとしては「カーボンクレジット」「カーボンプライシング」「サーキュラーエコノミー」などがある。これらも経験者が少ないため、異分野での経験を応用できそうな人材像を探索中だ。

■求職者側の動き：これらのテーマに注目する求職者は、報酬や勤務条件などよりも「社会に貢献する」「社会に大きなインパクトを与える」という目的を重視する傾向が強い。それゆえ、情報収集をきっちりを行い、「経営の本気度」を見極めようとする。企業が実際に推進していても、ホームページに「サステナビリティ」の紹介ページが設けられていない・内容が充実していない・分かりづらいとなれば、求職者は本気度を疑い、応募に至らない。サステナビリティの取り組みは、「開示」とセットで進めなければ人材の獲得にはつながりにくいと言えるだろう。

ある経営企画職の方は、サステナビリティ担当に任命され、プロジェクトをゼロから立ち上げた。取り組むうちにやりがいを感じるようになり、「自社より先進的な企業でサステナビリティ推進を手がけたい」と転職を検討している。すでにサステナビリティに携わっている人・興味を抱いている人は、転職先候補企業の情報を調べ、自社と比較した上で応募を検討する。企業としては、広報の体制も整え、理念・方針に加えて取り組みの進捗状況を随時伝えていく必要があるだろう。

羽田野 直美

製造業のエンジニアを中心としたキャリアアドバイザーを経験後、2010年からは「環境・エネルギー・素材業界」を中心に、リーダーからディレクタークラス、また高度専門職のキャリアコンサルティングに従事。



■スタートアップ・ベンチャー

宇宙ビジネス・ロボティクス・生成系AI・メタバースなど成長領域の求人が続々。
求職者は、成長やスピードを求めて大手からスタートアップへ。自由な働き方にも期待

■業界・企業側の動き：IT・インターネット分野では、資金調達に成功したベンチャーが人材に投資しており、全体で求人が増加。エンジニア領域のニーズはPdM（※1）が最多、次いでフロントエンド/バックエンド、VPoE（※2）、CDO（※3）など。ビジネス領域では、SaaS系企業を中心に、既存顧客からの情報収集・課題分析により、システムの仕組みを改善しプロダクトのアレンジへつなげるカスタマーサクセス、ソリューションコンサルタントなどの求人が増えている。

新領域としては、ChatGPTに代表される生成系AIの活用を進めているスタートアップが急成長。メタバースは「教育」「エンタメ」「社内コミュニケーション」など他領域との掛け算により収益化を実現している企業が複数ある。「脱炭素」のキーワードでは、再生可能エネルギーのコントロールやEV充電などを手がけ、国策に応じて柔軟に対応できているクリーンテックベンチャーが伸びている。これらの新領域では企業数が増えていることもあり、求人数も増えている。

一方、「ハードテック」「ディープテック」の領域でも複数分野が活性化している。2023年4月、宇宙開発ベンチャーとして「日本初の上場企業」が誕生。これに続く企業も複数あり、業界全体が勢いづいている。求人の約8割はエンジニアで、年間100人単位の採用を計画している企業も。50~100人規模のプロジェクトマネジメント経験者も重宝され、50代以上のシニア層が採用されている事例もある。

量子コンピューティングも大手企業と組んでの開発を進めており、エンジニアのニーズがある。

ロボティクス領域では物流関連の求人が急増。数百億円規模の調達を果たした企業を筆頭に、異分野で培った技術を物流現場でのピッキングや搬送などへ展開していく動きがある。ビジネス開発の責任者を、COO・CSOなどのポジションで募集している。ドローンも、物流や農業での活用が拡大。セグメントが明確な企業に投資が集

虎井 祐樹

大手モビリティ会社へ入社。組織立ち上げも経験。2019年よりリクルートキャリア（現リクルート）へ入社、経営/事業企画・マーケティング等のハイキャリア領域を担当。スタートアップ領域特化の立ち上げメンバーとしてコンサルタント職務に従事。



新堂 尊康

東海3県における製造業専任コンサルタントとして従事。2016年より、「宇宙・ロボティクス・AI/IoT」をはじめとしたニュービジネス領域のコンサルタントとして従事。



まっており、採用ニーズが生まれている。

分野を問わず、ベンチャーの採用成功のカギは「採用プロセスの短縮・明確化」に加え、「経営陣がどれだけ採用活動に関与しているか」にある。RPO（採用代行）や人事担当者に一任せず、経営者自身が直接メッセージを発信していくことが重要だ。人事制度・報酬制度を改革する企業も増えているため、乗り遅れると他社に対して劣位となる可能性があるだろう。

■求職者側の動き：大手企業からスタートアップへの転職を検討する人が増えている。新たなテクノロジーが台頭し、時代の変化を感じる中、自社で取り組んでいない、あるいはスピードが遅いことにもどかしさや危機感を抱き、スタートアップを目指すようだ。以前は大手からベンチャーへ移ると年収がダウンするケースが多かったが、現在は維持が可能なケースも増えハードルが下がった。

スタートアップからスタートアップへの転職では、より事業が若いフェーズの企業へ移り、前職での経験を生かすことで価値を発揮したい・成長したいと考える人が多い。

「フルリモートワーク可」「副業可」など、自由な働き方を求めて志望する人も増えている。しかし企業によってはそれらを認めない例もあり、働き方の面では、企業と求職者でギャップが出てきているケースもある。

※1 PdM：Product Manager（プロダクトマネジャー） 商品やサービスなどのプロダクトの企画立案を行い、製品開発のプロジェクトを成功に導く役職

※2 VPoE：Vice President of Engineering（ヴァイス・プレジデント・オブ・エンジニアリング）企業の技術部門をマネジメントする役職

※3 CDO：Chief Design Officer（チーフ・デザイン・オフィサー）企業ブランドやプロダクトのデザイン責任者、主にユーザビリティ向上を導く役職

■生保・損保

生保ではDX関連・代理店営業、損保では「総合職」の求人が増加。
いずれも異業界出身者の受け入れに積極的。同業界内で職種チェンジのチャンスも

■業界・企業側の動き：生保・損保ともに引き続き採用が活発。求人が増加している。

生保は新規事業・業務改善の両軸でDXを推進しており社内SEを募集。近年、少額短期・物損・ペットなど新分野の商品開発サイクルが加速しており、内製化が進んでいる企業ではアジャイル開発やシステムアーキテクトのポジションの求人が増えている。

ここ数年は代理店営業の求人も増加。その背景にあるのは、商品リリースサイクルの短期化、法人向け事業保険に注力する企業の増加だ。

新商品開発、営業活動の活発化に伴い、引受・支払業務を担う事務職、商品をシステムに乗せていく企画職、ペーパーレス化を進める業務改善などのポジションの求人も増えている。

損保の中途採用は、バブル期に大量採用した社員の定年退職が近づいているため、人員補充を目的とした採用が目立つ。新卒採用だけでは補えなくなり、中途採用へかじを切ったのだ。また、これには変革期を迎え、新しい風を吹き込みたいとする意図もある。これまでの中途採用は高度な専門職に限られていたが、最近は営業や損害サービスなどのポジションを「総合職」として迎える求人が増えている。

損保は新規事業にも意欲的だ。これまで種をまいてきた案件が少しずつ花開き、正式にリリースするフェーズに入っている。これまでは0→1の企画職を求めていたが、一定の形ができたプロジェクトをマネジメントするポジションの求人が少しずつ出てきている。

また、営業は、以前は採用対象を同業界経験者に限定していたが、異業界からも受け入れるようになってきた。

酒井 智世

新卒で機械メーカーに入社し、人事業務に従事。その後リクルートキャリア（現リクルート）に入社し、建設不動産業界のキャリアアドバイザーを経験。現在はリクルーティングアドバイザーとして金融業界の大手企業を中心に担当。



例えば、生保の代理店営業では、不動産営業、コンビニスーパーバイザー、塾講師などが採用されている事例がある。コミュニケーション力や指導力などのコンピテンシーを重視した採用にシフトしているのだ。

また、「転職」に抵抗感を示す求職者の増加に伴い、損保ではエリアごとの採用を強化。生保では「エリア限定職」を設ける企業とそうでない企業に分かれ、全国転職がある企業は採用に苦戦している印象だ。

■求職者側の動き：生保では同業界内での転職が多い。その目的は「年収アップ」「働き方を変えたい」「職種転換して専門性を身に付けたい」など。近年は専門性が高いポジションでも、生保関連の経験があればポテンシャル重視で採用・育成する動きがあり、営業から専門職へ移行したい若手にとってチャンスが広がっている。

損保では、「業界経験不問」の求人の増加に伴い、異業界からの転職が増えている。損保を選ぶ理由としては「安定性」「年収の高さ」に加え、変革の方向性や課題が明確化されているため、「成長性を感じられること」があるようだ。異業界からの応募者に向け、丁寧な説明や面接をしている企業が求職者に選ばれている。

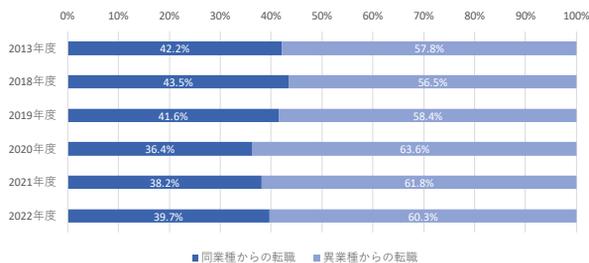
生保・損保ともに、一部企業ではシニア層を採用する動きも見られる。ITや資産運用など、専門性が高いポジションでは50代が採用されている事例も出てきた。新卒採用のみならず、シニア層にも目を向けた採用が人手不足解消への有効策となるかもしれない。

山本 哲也

新卒で政府系金融機関に入社。その後リクルートキャリア（現リクルート）に入社し、一貫してリクルーティングアドバイザーとして従事。東海営業部、新卒社員の育成を経て、製造業、外資系インターネット系企業担当などを中心に担当し、現在は金融業界の大手企業を中心に担当。



金融業界 転職マーケット割合



注：こちらのグラフは、生保・損保業界だけでなく、銀行・証券業界なども含む金融業界全体のグラフとなっています。

出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■消費財・総合商社

消費財メーカーで営業・マーケ・購買の求人が増加。商社では通年採用を導入する動きも。求職者側は、これまでは採用要件に満たなかった人にもチャンスが広がる

(消費財) ■業界・企業側の動き：化粧品・日用品いずれも、コロナ禍で抑制していた求人を開放。営業・マーケティング・購買などの採用が活発化している。

小売店向けアカウントセールスの募集では、消費財メーカーの販促経験者、広告代理店での類似業務経験者が採用対象となっている。購買は、国際情勢の影響のリスクを踏まえ、調達先を増やすことを目的にニーズが高まっている。

マーケティングの求人増加の背景としては、「海外進出の強化」が大きい。同じ商品でも国によって訴求ポイントが異なるため、「国×ブランド」ごとにマーケティング担当を置く企業もある。特定の国のマーケティング担当として幅広いブランドを扱うポジションの求人もある。

海外事業関連では、現地法人のマネジメントのほか、グローバルでシステムの統一を図るためITエンジニアのニーズもある。

採用難の中、スキル重視での採用事例も出てきた。具体的な事例としては、メーカー以外の業界のマーケティング職の方が、大手メーカーのブランドマーケティング部門に採用されるなど、過去にない転職事例が生まれている。

採用力を高めるため、採用担当者を増員する企業も。応募～内定までの期間を従来の約3カ月から2カ月未満へ短縮するなど、工夫を凝らしている。

(消費財) ■求職者側の動き：コロナ禍の収束で出社が戻る中、「リモートワークを続けたい」と転職を図る人が多い。在宅勤務やフルフレックスなど、柔軟な働き方の仕組みを整備している企業が選ばれている。

石原 朋之

新卒で国内大手アパレル製造小売企業に入社。その後リクルートに入社し、一貫して法人営業に従事。現在は、主に大手消費財メーカーなどを中心に担当。営業から本部スタッフ、専門職まで幅広く採用支援を行う。



また、新卒時に入社が叶わず、中途採用枠へ毎年応募しても不採用続きだった30代後半の人が、今年になって採用された事例も複数ある。消費財業界への転職チャンスが増えてきたと言えそうだ。

(総合商社) ■業界・企業側の動き：求人数は増加傾向。通常は年に2回キャリア採用を行う企業が、充足できなかったポジションについて「通年採用」に切り替えるなど、新しい動きが見られる。

各事業部門、採用ターゲットはその分野の経験者。例えば、再生可能エネルギー部門ではプラント企業出身者が採用に至っている。新しいサービス立ち上げの際には、その分野の経験のあるメーカー出身者などを採用する傾向もある。

また、採用の難易度が上がったことから、「第二新卒対象の採用」にも乗り出している。そのほかにも、人材獲得競争が激化する中、賃上げに踏み切った企業もある。

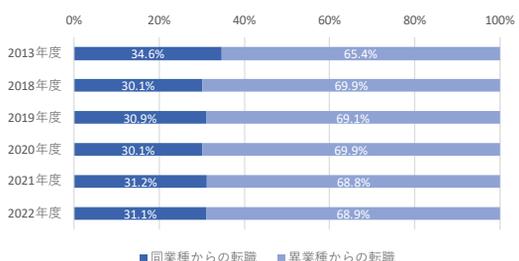
(総合商社) ■求職者側の動き：総合商社を強く希望していた応募者が、いざ内定を獲得すると辞退するケースが増えている。「働き方」「海外転勤」への懸念から、ワークライフバランスの実現を図れる制度が充実した企業を選択する傾向が強い。商社の「高年収」は魅力の一つだが、「働きやすさ」の観点で採用に苦戦している。しかし、すぐに現状を変えるのは難しい。そこで採用の間口を広げようと、第二新卒をターゲットとする企業も出てきた。若手には商社への転職チャンスが広がりそうだ。

山崎 晴也

一貫してコンシューマー領域の法人営業に従事。現在は飲料/食品メーカー・商社の大手企業をメインに担当。



消費財・総合商社業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■ 外食

業績回復で、店舗運営人材の採用が活発化。「商品開発」「海外店舗開発」の求人も。求職者側は、勤務地の選択や短時間勤務など働き方の制度が充実している企業を好む傾向

■業界・企業側の動き：外食業界の求人が増加している。コロナ禍が落ち着き、各社、来店客数が回復。また、コロナ禍でも売り上げが好調だった中食店は、外食店と比較すると体力を蓄えており、新規出店にも意欲的だ。昨年比1.5倍の出店計画を打ち出している企業もある。

各社、攻めに転じる中、店舗運営人材が不足。ニーズが高いのは店長・スーパーバイザークラスだが、即戦力の確保は難しいため、スタッフクラスも含めた幅広い層にアプローチしている。これまでは30代前半までの人が採用に至るケースが多かったが、最近では40代後半の接客業経験者が採用された事例もある。

最近の傾向として、店舗運営以外の職種の求人も増えてきた。業績が回復に向かう中、各社は次の一手を模索している。方向性は企業によって異なるが、「リスクを分散させるため複数業態を展開」「海外出店の強化」を図るケースが目立つ。

攻めの動きに伴って増えてきたのが「商品開発」の求人。新業態の展開に際し、商品開発スペシャリストを求めている。また、従来と同様、他店との差別化を目的とした商品開発求人もあるが、採用条件に変化が表れている。「ホテルシェフ」「日本料理店の料理長」など、数十年の経験を積んで専門スキルを身に付けた人材を求める声が上がっているのだ。通常の商品リニューアルのレベルを超えていこうとする意気込みが見てとれる。

海外事業においては、「店舗開発」の求人が出てきている。味覚の近さや物価を考慮し、ベトナムなどアジア

圏をターゲットに出店攻勢をかけている。また、海外事業でも商品開発職のニーズがある。現地の嗜好・風習に即した開発が必要であるため、例えば「ベトナムでの商品開発経験者」など、国まで指定して募集しているケースもある。

■求職者側の動き：もともと未経験者を多く受け入れている業界だが、このところ採用に至っているのは販売・サービス経験者が中心だ。他業界でも「未経験者歓迎」の求人が増えていることから、休日・労働時間の条件面で比較すると採用に苦戦することも増えてきた。

外食業界内での転職を希望する場合、「年収アップ」のほか「勤務地」にこだわる人が増えている。そのニーズに応えるため、従来は全国転勤を前提としていた大手企業も「地域限定社員」の制度を充実させている。

このほかにも、求職者に選ばれている企業は、柔軟な働き方の制度を整えている。一例を挙げると、休日を複数コースから選択できるようにし、定期的を選び直せる制度や時短勤務を導入している企業がある。「育児中は休日を増やし、子どもから手が離れたら通常勤務に戻す」など、ライフスタイルに合わせて働き方を調整できるのだ。このように、企業は常に働き方の工夫・改善を継続していく必要があると言えそうだ。また、離職防止のための入社後フォローや研修体制の強化、賃上げなどの取り組みも課題となる。

岡崎 貴絵

新卒で大手食品商社に入社。その後リクルートに入社し、一貫して法人営業に従事。現在は、主に外食業界などを中心に担当。店舗職から本部スタッフ・専門職まで幅広く採用支援を行う。



■小売

「海外出店の強化」「OMO」「PB展開」などを背景に、企画・推進人材のニーズが高い。コンサル・総合商社・メーカー等異業界からの転職者も。「リモートワーク」も選択基準

■業界・企業側の動き：小売業界では全体的に求人が増えている。各社、人材確保に苦戦しており、採用活動が過熱している。背景にあるのは「海外出店の強化」「OMO」「PB（プライベートブランド）展開」などの成長戦略だ。

人口減少が続く日本国内での出店は売上拡大につながりにくいため、海外への出店を強化。年間、数百店舗の出店計画を打ち出している企業もある。これに伴い、出店戦略の立案から実行までを担う人材や、グローバルサプライチェーン構築ができる人材のニーズが高まっている。

ECサイト（オンライン）と実店舗（オフライン）の融合を図る「OMO」への取り組みは数年前から始まっているが、まだまだ「正解」にたどり着けず、模索が続いている状況。各社、さまざまな部署を巻き込んで企画を推進していける人材を求めており、「EC事業企画マネジャー」「PMO」などの名称で募集が行われている。

PB開発も引き続き注力されており、商品開発・商品企画の採用ニーズが根強い。各社、家具・インテリア・家電などの本業を軸としつつ、「暮らし」に関わるモノ全般を自社で手がけていこうとしており、業界の垣根が崩れてきた。新たな分野のPB開発に乗り出す際には、異業界に人材を求める。メーカーで役職定年を迎えたエンジニアをPB商品開発職として採用した事例も見られ、専門スキルを持つシニア層が活躍できるフィールドとも言えそうだ。

このように企画の上流を担えるスペシャリストの採用ニーズが高いが、一方で「若手総合職」の採用を検討する動きも出てきている。店舗運営には一定数以上の人員が必要となるが、新卒採用も各社意欲が高いため激化し

ており、厳しい状況だ。そのギャップを埋めるため、第二新卒～30歳前後の層を求めている。

また、「賃上げ」を課題として検討する動きも見える。先に述べたとおり、取り扱う商品分野の拡大に伴い、業界の垣根がなくなっていく。同業他社のみならず他業界の賃金相場も踏まえ、報酬体系を見直す必要があると言えそうだ。

■求職者側の動き：小売業界内の転職としては、マーケティング職などが年収アップを目指して動くケースが多く見られる。一方、OMO領域では異業界から入ってくるケースが多い。コンサルティングファームのコンサルタントは「外部から戦略を提案するだけでなく、内部に入って自ら推進したい」という志向を持って転職している。同様に総合商社からも、投資先に対して戦略立案のみを行う立場に物足りなさを感じ、「手触り感」を求めて小売業界に移ってくるケースが見られる。

一般的には、転職そのものに対するハードルの低下が感じとれる。現職に強い不満を抱いて転職を図るというより、「他に良い企業があれば」と気軽に転職活動をする人が増えてきた印象だ。

コロナ禍が落ち着き、リモートワークから出社に切り替わったことを理由に転職を考える人が多く、応募先企業から「出社が原則」と言われて辞退する人も見られる。ここ3年で、リモートワーク前提のライフスタイルが定着した人も多い。本部スタッフに関しては柔軟な働き方を求める傾向が強くなっていると言えるだろう。

渡邊 高志

新卒でメガバンク入社。リクルートキャリア（現リクルート）へ転職後、福岡の成長企業、大手半導体メーカーのRPOリクルーターを担当。現在はBtoC事業を営んでいる大手企業の採用支援に従事。



業務アプリ関連職（小売、流通、物流業界内）の求人推移
（2018年度の求人数を1とする）



抽出対象：小売／流通／物流業界のうち、「Webエンジニア・アプリ」「社内SE・アプリ」の職種を抽出

■医療・医薬・バイオ

「創薬」から「育薬」への戦略転換でMSLのニーズが増加。ヘルステック企業も活発。求職者は将来のキャリアを考え、異業界を目指す。CROはリモートワークで働きやすく

■業界・企業側の動き：医療業界全体の求人はコロナ禍前と比較しても数が多く、MR以外は増加傾向にある。

また、求人内容には変化が見られる。一つは、MSL（※1）のニーズの増加だ。MR減少の理由でもあるが、近年の製薬業界では新薬を開発して拡販する創薬より、既存の薬の活用度を高め、価値を向上させていく育薬方向へシフトしている。その活動を担うMSLが求められている。MSL経験者以外で採用を強化しているのは、研究開発や学術の経験者をはじめ、理系の修士号・博士号を持つCRA（※2）など。疾患領域が異なっても採用対象とする企業もある。また、CSO（※3）もコントラクトMSL組織を拡大しており、文系出身者が採用された事例もある。非常にレアなケースだが、それだけMSLへのニーズがひっ迫している状況がうかがえる。

一方、研究職採用においても変化が見られる。創薬はこれまで低分子医薬品が中心だったが、抗体医薬品が増加。再生医療分野も伸びている。バイオ医薬品や再生医療に関わる経験を持つ人が求められている。

新たなトレンドとして、医療×DXを担う「ヘルステック」企業の動向にも注目したい。高齢化に伴う医療・介護費の増大を抑制するため、「予防医療」「健康管理」が重視されている。その実現を目指すヘルステック企業が営業・マーケティングを募集。医療機器の営業経験者が採用に至るケースが出てきている。選考で評価されるのは、「人間関係構築力」や「粘り強さ」などではなく「ロジカルシンキング」だ。

■求職者側の動き：業界内の転職においては、製薬であればパイプラインが豊富な企業を希望する人が多い。医療機器も同様だが、治療用アプリなどのデジタル医療機器を手がけるスタートアップ・ベンチャー企業などは「最先端の製品に携わりたい」という志向を持つ求職者に人気だ。

MRは将来のキャリアを考え、異業界への転職を図る人が多い。転職先としては、医療機器、医療機関向けの経営・承継コンサルティング、ヘルステック、シンクタンクなどが希望候補に挙がるが、年収がネックとなり現職にとどまるケースも少なくない。一方、MRを続けたい人は、プライマリー領域からオンコロジー領域・希少疾患領域への転職を希望するが、ハードルは高い状況だ。

MRや医療機器営業は、「転勤」を拒む人も増えている。トップメーカーから内定を得ても、転勤の可能性があれば辞退するケースも見られる。志向の変化を察知してか、大手医療機器メーカーからは「初任地の希望を叶えられる」という求人案件も出てきている。

現職がCRO（※4）の人々は、以前のように製薬メーカーへの転職を目指すのではなく、自身のキャリアを広げるため異業界を目指す人が増えてきた。一方、子育て中の働く個人のCROへの転職は増えている。臨床開発業務がリモートで行えるようになったほか、フレックス制度も充実し、育児との両立がしやすくなったのだ。パートナーの転勤などで地方に移住しても、東京のCROでフルリモート勤務をすることが可能になっている。

※1 MSL：Medical Science Liaison（メディカル・サイエンス・リエゾン） KOL（※5）に対して、医学・科学的なエビデンスや高度な専門知識を基に、医薬品の情報提供を支援する職種

※2 CRA：Clinical Research Associate（クリニカル・リサーチ・アソシエイト） 臨床開発モニター

※3 CSO：Contract Sales Organization（コントラクト・セールス・オーガナイゼーション） 医薬品販売業務受託機関

※4 CRO：Contract Research Organization（コントラクト・リサーチ・オーガナイゼーション） 医薬品開発業務受託機関

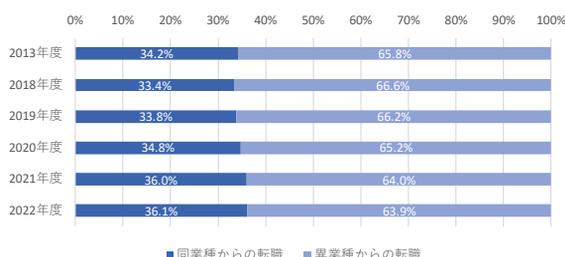
※5 KOL：Key Opinion Leader（キー・オピニオン・リーダー） 製薬企業の販売促進に影響力を持つ医師などの専門家

山中 大輝

入社以来一貫してヘルスケア領域を担当。主に医薬品等の研究開発や品質管理・品質保証などの専門職から医薬品・医療機器のセールスプロモーション部門まで担当している。



医療・医薬・バイオ業界 転職マーケット割合



出所：リクルート『リクルートエージェント』転職決定者数の分析

■化学

全体の求人はやや減少。「新規事業」「サステナビリティ」「環境」などの採用は継続。求職者は、自身の専門分野に注力する企業、ライフスタイルに合う企業を求める

■業界・企業側の動き：化学大手ではコロナ禍の特需の反動を受け、昨年度と比較すると採用は落ち着いている傾向が見られる。2023年初頭には活況だった半導体、ライフサイエンス領域の求人はやや減少。とはいえ、例えば100人の採用計画を30人に抑制するといった状況であり、完全に募集が止まったわけではない。

一方、積極採用を継続しているポジションもある。化学業界は変革期の真っただ中にあり、既存ビジネスの再構築、新規ビジネスの創出への取り組みを止めるわけにはいかない。変革を担う「新規事業企画」や「生産技術・生産管理のDX推進」などの採用意欲は引き続き旺盛だ。また、「サステナビリティ企画・推進」「環境安全」「化学物質管理」などのポジションも募集が続いている。これらの領域は経験者が少なく売り手市場となっているため、各社、採用に苦戦している状況だ。

領域別に採用ニーズが高いポジションをピックアップすると、まずEV関連では電池の研究開発職のニーズが依然として高く、電池メーカーや自動車メーカーとの争奪戦が続く。「脱炭素」の動きの中では、CO2削減を担うプロセス開発の求人が増加傾向だ。再生可能エネルギー関連では、水素社会の到来に向け、水素を生成する触媒開発の求人が増えている。ライフサイエンス領域では、製薬企業から医薬品の製造を受託する「CDMO」に注力。この事業に関わる人材が不足しており、製薬業界経験者を求めている。

大手では人事施策の変革にも積極姿勢が見られる。賃上げを実施している企業が多いほか、リスクリングにより社内でDX人材を育成する取り組みもある。女性活躍

も推進しており、女性管理職の採用にも意欲を見せている。

■求職者側の動き：転職に踏み切る理由として最近増えているのは、「所属企業の業績悪化」「事業の撤退・縮小」。自身の専門分野が会社の注力対象分野から外れたのを機に、「自身の技術を求めている分野・企業に移りたい」と転職相談を寄せる人が増えている。「〇〇分野に行きたい」という希望対象は絞らず、自身の経験が生かせる場を幅広く模索している印象だ。また、「在宅勤務」「勤務地固定」「職種チェンジ」を望む声も多数聞こえてくる。

現在手がけている商材の市場が縮小に向かっている場合、求職者の希望は「まっとうに開発に取り組める環境に移りたい」。経験年数・内容にもよるが、この希望を実現するチャンスはある。実際、合成・配合のスキルを生かし、異なる商材の研究開発職への転職を果たしている事例がある。

一方、引く手あまたである電池の研究開発職の方が「今は電池メーカーで働いているが、もともとは化学が専門。化学のコア技術を使い、素材から携わりたい」と、化学メーカーに転職した事例もある。

昨今の求職者は、以前ほど「大手企業」への入社にこだわらない傾向が見られる。「自身のスキルを生かせること」「ライフスタイルに合う働き方ができること」が、企業選びの軸となっているようだ。

足立 絵美

大学では化学を専攻し、リチウムイオン蓄電池を研究。リクルートキャリア（現リクルート）入社後は、大手製造業（化学・自動車・技術者派遣）を中心に法人営業を担当した後、化学のハイキャリアのエンジニアを中心に転職活動を支援。



■人材

人材紹介・人材派遣ともに新規事業を拡大。「営業」「無期雇用派遣スタッフ」を採用。求職者は「成長」を求める一方で、「ワークライフバランス」も重視

■業界・企業側の動き：人材紹介領域では、法人向け営業および個人向けに転職支援を行うキャリアアドバイザーやコンサルタントのニーズがある。特に中小企業の採用意欲が高い。その背景は「旺盛なIT人材需要への対応」「新たな領域での紹介事業の立ち上げ・拡大」「人材サービス以外の新規事業展開」など多様だ。求人は営業職が中心で、業種・商材を問わず営業・販売経験者を主な採用ターゲットとしている。ITエンジニア経験者も歓迎されている。このほか、一部企業からは新規事業に関わるポジションの求人も出てきている。

人材派遣領域では、新規参入企業が増えていることもあり、全体の求人数が伸びている。これまで一般的だった有期雇用派遣は市場が飽和状態のため、「無期雇用派遣」事業を立ち上げ、強化する動きがある。無期雇用派遣とは、派遣会社と期間を定めずに雇用契約を結び、派遣先企業で就業するスタイルだ。この事業に注力するにあたり、派遣スタッフを取りまとめるプロジェクトマネージャーやスーパーバイザーの採用を行っている。業界経験問わずマネジメント経験者を求めており、店舗運営経験者なども採用対象となっている。

無期雇用派遣の対象職種は、事務職を中心に、技術系ではIT・施工管理・機械・電気系エンジニアなど。これらの無期雇用派遣スタッフは、未経験者も対象として採用し、自社で育成している。各社、派遣人材の獲得のため、「就業後のフォロー体制の充実」「直接雇用への移行を前提とした支援」「入社初年度から産休・育休取得可」など、魅力を高める工夫を凝らしている。

IT人材の無期雇用派遣に関しては、シニア層の力に注

目し、50代後半以上のマッチングに取り組む動きも見られる。

人材業界で事業拡大を図っている企業は、新人教育の観点と営業効率の側面などから「フル入社」を基本としているケースが多く、労働時間も比較的長い。そのため、リモートワークを整備する企業と、働き方の柔軟性の面で比較されると、苦戦する傾向がある。採用力強化のため、残業時間の削減や賃上げなどの検討を行っている。

■求職者側の動き：人材業界の営業職採用では「成長したい」「早く昇進したい」という志向を持つ人材を求める傾向が強く、その条件にマッチする20代が応募・採用されている。また、面接を受けてみて「社員に好印象を抱いた」「ロールモデルとなる人を見つけて将来像をイメージできた」と、入社を決断する人もいる。

しかし一方で「ワークライフバランスも重視したい」という声も多い。そのため、成長できる環境に引かれて応募したものの、労働時間の長さやリモートワーク不可などを懸念して、辞退するケースも出てきた。

人材派遣領域では、販売・接客業の方々がキャリアチェンジを目指して転職活動を行った結果、「無期雇用派遣の事務職」を選択するケースが多い。選考スピードが速く、面接1回で内定が出るため、そのまま決める傾向がある。派遣就業においても、重視されるのはやはり「残業の少なさ」「柔軟な働き方」だ。

自社社員にしても派遣スタッフにしても、採用成功のためには「働きやすさ」の追求が必須課題と言える。

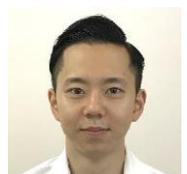
佐久間 勇旗

新卒でリクルートに入社し、一貫して人材紹介事業の法人営業に従事。現在は、主に人材派遣業界を担当。無期雇用派遣事業の事務職や技術職の大量採用の支援に携わる。



三橋 凌

新卒でリクルートに入社し、一貫して人材紹介事業の法人営業に従事。現在は、主に人材業界を担当。営業、企画スタッフ、管理部門まで幅広く採用支援を行う。



■教育

教室長の採用は堅調。マーケティング・Web・映像関連の人材ニーズも増加傾向。異業界出身者は「教育理念」で企業を選択。ただし「働き方」への懸念は根強い

■業界・企業側の動き：教育業界の求人数は昨年と比較して大きな増減はなく、横ばいの状態。個別指導スタイルの塾チェーンでは教室数を増やしていく方針で、年間数十人規模の教室長採用を継続する企業もある。

教室長採用のメインターゲットとなっているのは、飲食・小売・アパレルなどの店舗マネジメント経験者だ。数値管理とスタッフマネジメントの両軸を手がけてきた人を求めている。一部ではマネジメント経験を持つ営業経験者も対象としている。

最近の傾向としては、教室長だけでなく本社業務の求人案件が増えている。プログラミング学習や英語学習にも注力しており、その認知度アップ戦略を担うブランドマーケティングのポジションを募集している。

また、保護者向けサービスやサブスクリプション型サービスなど、既存のWebサービスの拡充・コンバージョンアップを図るため、企画・推進するWebディレクターの求人も少しずつ増えている。

映像授業の拡充にあたり、映像クリエイターのニーズもある。最近では、大手総合教育企業がテレビのキー局の連結子会社となったニュースが注目された。この提携が象徴するように、教育業界では映像コンテンツの活用も広がっていくだろう。

少子化が進む中、教育業界のマーケットには広がりがないと捉える人もいるようだ。しかし、子ども一人あたりにかける教育費は増加傾向にある。従来型の学習塾や受験対策校にとどまらず、先に挙げたプログラミングや英語など、学習テーマは拡大。さらに、学習にとどまらず、幅広い教育の機会提供に取り組む企業は、今後も

成長が期待できるだろう。また、「リスクリング」というワードが注目を集める中、社会人向け教育のニーズも高まることが予測される。こうした市場拡大に伴い、新たな採用ポジションが生まれてくる可能性がある。

■求職者側の動き：学習内容・対象年齢層・教育手法など、希望に合うブランドに携わることを求め、同業他社から転職する人も一定数見られる。しかし、多くは教育業界未経験者が採用されている。「子育てをするようになって、本質的な教育を広めることの重要性に気付いた」と、異業種から教育業界へ転職する人も見られる。このような求職者は「教育理念」を重視して企業を選ぶ。企業としては、自社の理念をしっかりと発信することが人材獲得の有効策と言えそうだ。

教室長の求人に興味を抱きつつも決断に迷う求職者は、多くの場合、「土日休みではない」「勤務が夜間に及ぶ」といった働き方の面を懸念している。とはいえ、午後からの勤務が中心であるため、「子どもを保育園に送り、その後に家事を済ませられる」など、午前の時間を自由に使えることにメリットを感じる人もいる。

勤務時間や休日を懸念する人も、「教室長を経験後、本社スタッフに異動するキャリアパスもある」と聞くと、入社が決断に至ることもある。本社スタッフであれば、週何日かのリモートワークも可能だ。企業は、入社後のキャリアの可能性を伝えることで、働き方への懸念の払拭につなげると良いだろう。

大庭 成瑛

新卒で大手食品メーカーに入社。リクルートキャリア（現リクルート）に入社後、建設・不動産専門職のキャリアアドバイザー、大手コンシューマーサービス企業の法人営業を経験。多様なクライアントの採用支援に携わる。



■各業界の転職者数の推移

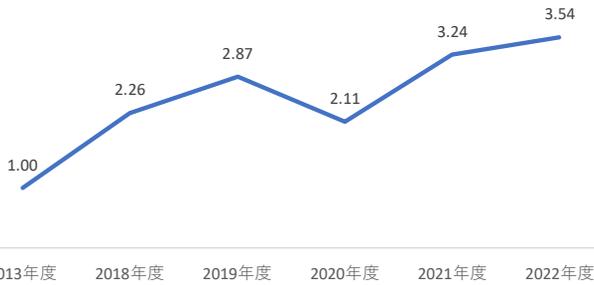
IT・通信業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



総合電機・半導体・電子部品業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



コンサルティング業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



建設・不動産業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



Web・インターネット業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



銀行・証券業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



自動車業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



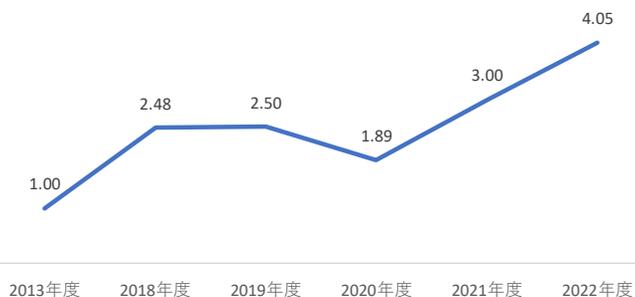
生保・損保業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



消費財・総合商社業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



化学業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



外食業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



人材業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



小売業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



教育業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)



医療・医薬・バイオ業界への転職者数の推移
(2013年を1とする)

