

求職者のどのような応募行動が内定獲得に影響するのか —求職者の属性とキャリアアドバイザーの面談に着目して—

株式会社インディードリクルートパートナーズ リサーチセンター 研究員 風間 亮

目的

本稿は、内定の獲得が年齢や現年収といった固定的な属性のみによって規定されるという見方に対し、求職者自らが変えられる応募行動が内定の獲得にどのように影響するのか、求職者の属性と応募行動に関連があるのか、また第三者の支援の効果としてキャリアアドバイザー¹（以下、CA）の面談が求職者の応募行動や内定獲得に有効となり得るのかを実証的に明らかにすることを目的とする。

分析方法

民間職業紹介サービス『リクルートエージェント』のデータを用い、求職者の応募行動を応募量・応募速度・継続期間で測定した。第一に、応募行動と内定の関連を効果量で把握し、年齢・現年収・性別・就業状態で層別した共通オッズ比によって、属性の違いでは説明できない関連が残るかを確認した。第二に、応募行動が求職者の属性によってどのように異なるかを記述統計で確認し、同じ層別集計を属性で束ね直して関係が成り立つかを検証した。第三に、CA 面談の効果について、CA による求職者の選抜を観測される変数で調整した傾向スコア法により、応募行動と内定への影響を推定した。

結果

第一に、求職者の応募行動は内定と関連し、その関連は属性を統制しても維持された。第二に、応募行動は属性によって異なるものの、応募量と内定の関係は属性によらず成り立っていた。第三に、CA 面談は内定獲得とも関連しており、この関連は応募行動を介したものと考えられる。とりわけ、外部環境と行動戦略の提示、転職の必要性の内省機会の提供、納得感を高めるプロセスの提供といった支援が有効である可能性が CA へのヒアリングから示唆された。

¹ 「キャリアアドバイザー」は、求人情報の提供や職務経歴書の書き方の指導、企業との面接セッティング、入社日や給与条件などの交渉、在籍企業の退職交渉アドバイスなど、求職者の転職活動に関するサポートを行う。

本稿の位置付けと問題意識

本稿が扱うテーマは、転職活動の成果の一つである「内定」が、求職者側の行動や周囲の支援によってどの程度影響を受けるのか、というものである。内定の獲得は、年齢や現年収といった本人が変えにくい属性に左右される面があると考えられ、こうした側面は求職者の諦観を生む土壌になり得る。

そこで本稿では、求職者自身の意識や周囲の支援によって変えることのできる応募行動に着目し内定との関連を明らかにすることで、固定的な属性のみならず応募行動によって成果を変えられる可能性を示唆することを目指す。さらに、こうした応募行動は、第三者の支援によって促進され得ると考えられる。本稿ではその一例として、民間職業紹介サービス『リクルートエージェント』におけるCAの面談を取り上げる。ただし民間職業紹介では、成果報酬構造により支援リソースが一部の求職者に偏る可能性も指摘されており²、この点は分析上の留意が必要である。

具体的には、応募行動と内定の関連、応募行動の属性要因、CA面談が応募行動と内定に与える効果を、データに基づいて検証する。なお、あくまで『リクルートエージェント』に蓄積されたデータにのみ基づいた分析であることに留意が必要であるが、ブラックボックスとされてきたマッチングプロセスの理解を深める実証分析は、円滑な労働移動の促進に寄与する上で示唆を与え得ると考えている。

リサーチクエスション（以下、RQ）

- RQ① 応募行動は内定獲得とどの程度関連するのか
- RQ② 応募行動は求職者の属性によってどのように異なるのか
- RQ③ CA面談は応募行動を促進するのか

² Koning, P. and Heinrich, C. J. (2013) "Cream-Skimming, Parking and Other Intended and Unintended Effects of High-Powered, Performance-Based Contracts," *Journal of Policy Analysis and Management*, 32(3), pp. 461–483. オランダの公的就労支援を民間に委託した際の分析では、成果報酬型の支援契約のもとで、成果の出やすい対象に支援が偏る「クリームスキミング」が生じ得ることが指摘されている。

用語の定義・解説

用語	定義・解説
応募行動	転職活動の強度を測定する行動を以下の3つで定義
応募量	求職者一人あたりの累計応募件数
応募速度	サービス登録から初回応募までの日数
継続期間	初回応募から最終応募までの日数（応募が1件のみの場合は0日）
CA 面談	応募前の CA との面談
CA グループ	求職者が割り振られる7つの営業組織。組織ごとに応募前の CA 面談率が異なり、CA 配分の代理指標となる。
転職意欲	求職者が登録時に申告する転職希望時期（「すぐにでも」「3 カ月以内」「半年以内」「1 年以内」「いい仕事があれば」「未定」「今は考えていない」）を、高意欲層（「すぐにでも」「3 カ月以内」）・中意欲層（「半年以内」）・低意欲層（「1 年以内」「いい仕事があれば」「未定」「今は考えていない」）に分類した。
年齢	サービス登録時点の年齢。元データの異常値（-2～19 歳と 71～125 歳、全数 1.165％／応募者 0.368％）を 20 歳と 70 歳にクリップした。
現年収	求職者の直近（前年）の年収（万円）。傾向スコア推定では対数変換して投入した。
就業状態	最新の職歴の退職日から判定する在職／離職の別。退職日が NULL または未来＝在職中、過去＝離職中、職歴不明＝不明とした。

『リクルートエージェント』について

取引社数は年間約 4 万 5,000 社、年間登録者数は約 141 万 5,000 名で年間約 8 万 7,000 名が転職決定しており、これは民間の有料職業紹介事業全体の常用就職件数の約 9.8%、年間転職者数全体の約 2.6%に相当する³。対象とする転職市場には次のような特徴がある。求職者側では、正社員として在職しながら転職活動を行う若手・中堅層が多い。求人側では、都市圏の企業や規模の大きい企業が多く、職種では専門的・技術的職業従事者、事務従事者、営業職が、産業では製造業や「学術研究、専門・技術サービス業」の割合が高い。

³ 取引社数・年間登録者数・転職決定数は 2024 年度実績。割合は、厚生労働省「令和 6 年度職業紹介事業報告書の集計結果（速報）」における有料職業紹介事業の常用就職件数 888,993 件、および総務省統計局「労働力調査（詳細集計）2024 年（令和 6 年）」における転職者数 331 万人を用いて算出した。なお前者は年度、後者は暦年の値である。

分析の概要

2024 年度（2024 年 4 月～2025 年 3 月）にサービス登録した中途求職者のうち、応募経験のある者を分析対象とした。選考が終了した応募が 1 件以上ある者を応募者と定義し、各 RQ に対して次の方法で分析を行った。

RQ①（応募行動と内定の関連）

応募量・応募速度・継続期間と内定の関連を、カイ二乗独立性検定に対応する効果量（Cramér's V）で把握する。さらに、この関連が年齢などの属性交絡で説明されないかを確認するため、求職者の属性（年齢・現年収・性別・就業状態）を統制した属性層別の共通オッズ比（Cochran-Mantel-Haenszel、以下 CMH）で検証する。

RQ②（属性による応募行動の違い）

求職者の属性（年齢・現年収・性別・就業状態）別に応募量・応募速度・継続期間の記述統計を算出し、属性によって応募行動がどのように異なるかを把握する。あわせて、RQ①で用いた属性層別の集計を属性の区分ごとに束ね直し、応募量と内定の関係が属性によらず成り立つかを確認する。

RQ③（CA 面談が応募行動に与える効果）

CA 面談が応募行動に与える効果を、CA による求職者の選抜を観測される変数で可能な限り調整した傾向スコア法によって推定する。共変量には求職者の属性に加え、転職意欲と CA グループを投入する。推定する効果は、CA 面談を受けた人における平均的な効果（面談を受けなかった場合との差）を指す ATT（平均処置効果）であり、IPW（逆確率重み付け）を主推定、PSM（傾向スコアマッチング）を頑健性確認とし、信頼区間は 300 回のブートストラップによる。さらに、この応募行動の促進が内定獲得に波及しているかを、同じ傾向スコアを用いて内定／決定の ATT と意欲層別 ATT、および登録から内定／決定までのリードタイムによって確認する。

RQ① 応募行動は内定獲得とどの程度関連するのか

◆ 応募量の多さと 31～60 日の継続期間は、高い内定率と関連する

応募行動と内定の関連をカイ二乗独立性検定で評価した（応募者 362,943 名）。全項目が有意（ $p<.001$ ）である上で、効果量は応募量（ $V=0.317$ ）と継続期間（ $V=0.248$ ）が強く、応募速度（ $V=0.074$ ）は相対的に弱い⁴。単変量で見ると、応募量が多いほど内定率が高まり、増加の傾きは 50 件を超えると緩やかになる（図 1）。ただし、ここで示すのは応募量と内定率の関係であり、応募量や内定率の水準そのものはサービスの運用等に左右される可能性がある点には留意が必要である。応募速度は登録から 2～10 日の層で内定率が最も高い（図 2）。継続期間は 31～60 日の層で内定率が最も高く（37.0%）、それより短くても長くても低下する逆 U 字を描く（図 3）。

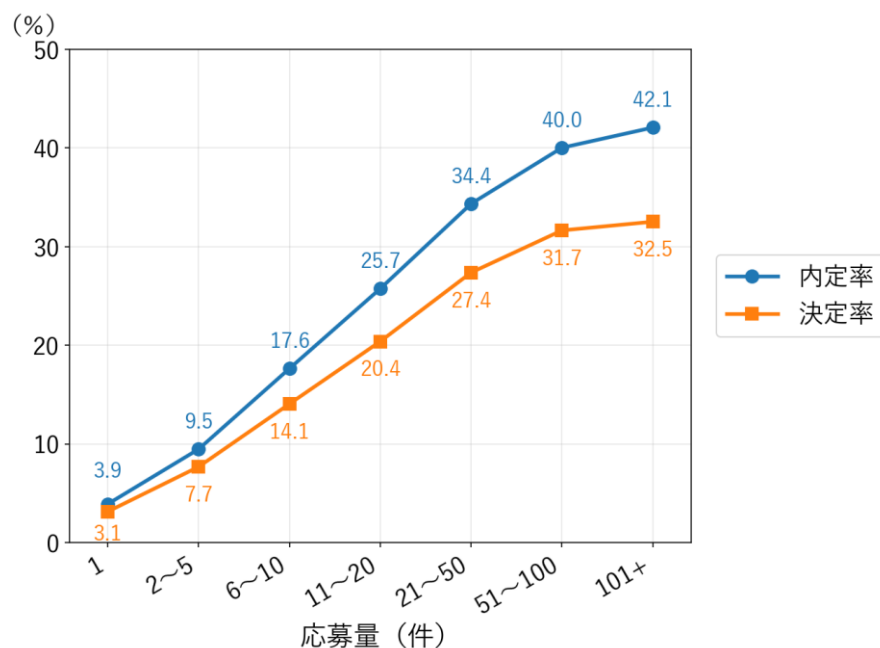


図 1 応募量と内定率・決定率⁵

⁴ 本研究のような大標本では小さな関連でも有意になりやすいため、有意性ではなく関連の強さ（効果量 Cramér's V）に着目する。

⁵ 階級は分布の偏りに対応するため等幅とせず、値が大きい階級ほど幅を広げている。

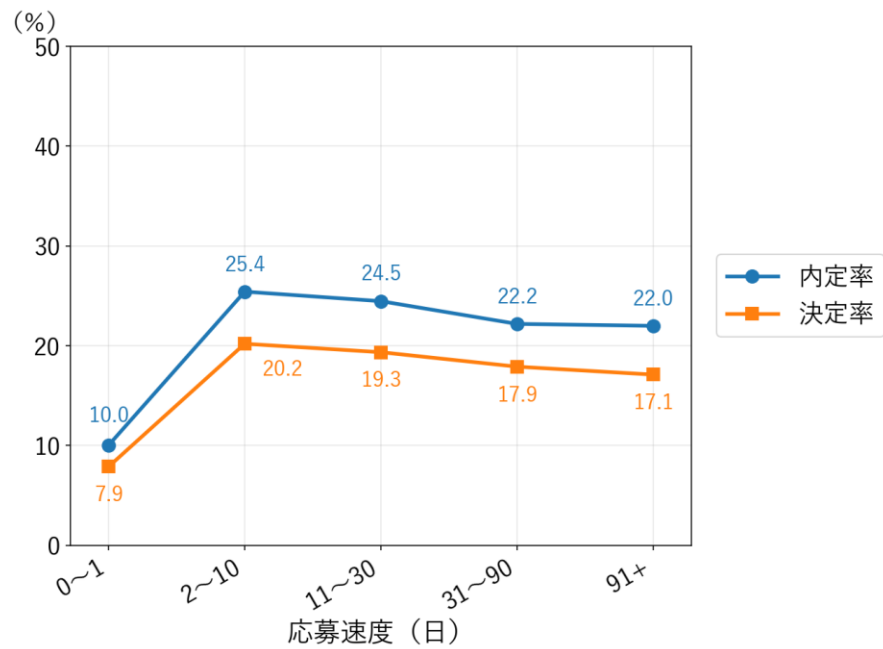


図2 応募速度と内定率・決定率

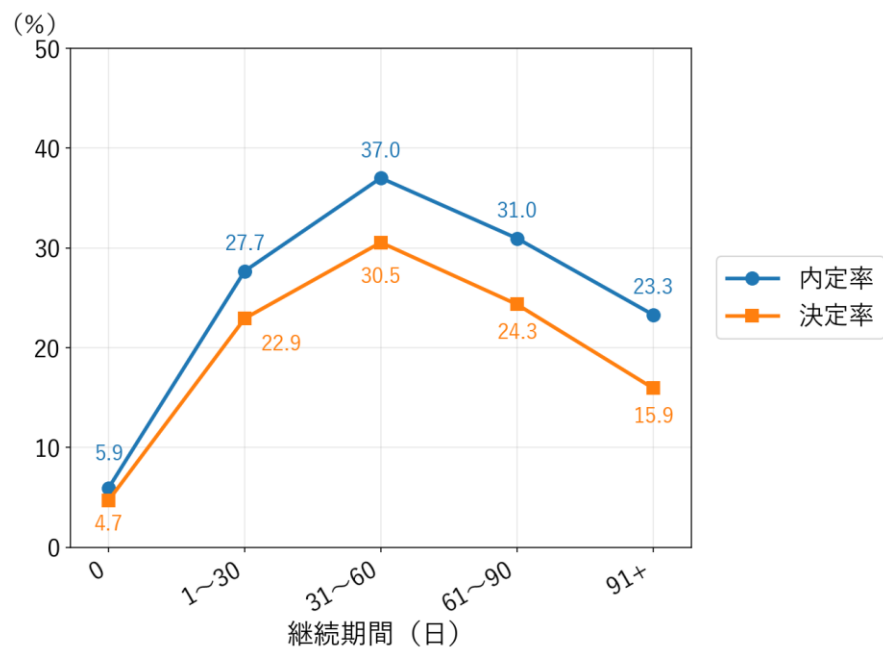


図3 継続期間と内定率・決定率

ただし、これらの応募行動と内定率の関係には、もともと選考を通過しやすい人ほど応募行動が活発になる、という個人差が影響を与えている可能性がある。そこで、年齢・現年収・性別・就業状態の4つ

の属性をそろえて比べても同じ傾向が残るかを、属性層別 CMH で確認した⁶。その結果、応募量は共通オッズ比が 4.48→4.24 と若干縮小したものの依然として 1 を大きく上回り、継続期間（2.06→2.04）も 1 を明確に上回って維持された（表 1）⁷。応募速度はいずれも 1 程度で関連そのものが弱い。少なくとも応募量・継続期間と内定率の関係は年齢・現年収・性別・就業状態の違いだけでは説明できないことが示された。

表 1 属性層別の共通オッズ比（CMH、全て $p<.001$ ）⁸

曝露	粗 オッズ比	属性層別 共通オッズ比	95%CI	層数
応募量（≧11 件 vs 1～10 件）	4.48	4.24	[4.16, 4.33]	99
応募速度（≦10 日 vs >10 日）	1.12	1.09	[1.07, 1.11]	103
継続期間（31～60 日 vs その他）	2.06	2.04	[2.00, 2.08]	97

RQ② 応募行動は求職者の属性によってどのように異なるのか

◆ 応募量は属性によって異なるが、応募量の多さはどの属性でも内定に関連する

求職者の属性（年齢・現年収・性別・就業状態）別に応募行動を見ると、一定の差が確認できる。

年齢別の応募量の平均は、～24 歳 36.6 件・25～34 歳 36.9 件から 35～49 歳の 32.9 件へと減り、50 歳以上で 40.6 件へと再び増える形になっている（図 4）。50 歳以上は継続期間も最も長く（27 日）、内定を得にくいなかで応募を重ねている層が含まれていることがうかがえる。

ほかの属性について見ると、性別では応募量は女性 31.2 件に対して男性 39.3 件であり、応募速度とともに男性が女性をやや上回る（図 4）。現年収別の応募量は、400 万円未満の 33.2 件から 800～1000

⁶ 属性層別 CMH（対象 N=332,605、有効層 99。欠損を除く）。有効層の 41 層は N<500 だが合計でも全体の 0.6%にとどまり、推定にほぼ寄与しない。

⁷ 閾値をずらした頑健性確認として、応募量（≧6～≦51 件）・応募速度（≦3～≦30 日）・継続期間（窓を 21～90 日に変動）で属性層別共通オッズ比を 95%信頼区間付きで再計算した。応募量は 2.7～5.7、継続期間は 1.7～2.3 といずれの閾値でも 1 を大きく上回り方向は安定した一方、応募速度は 1 程度で関連は弱かった。

⁸ 共通オッズ比は人数の多い層（若年・中年収・在職中）に重み付いた平均値である。性別不明など、ごく少数の層を除けば層別オッズ比は一貫して 1 を大きく上回る（男女・n≧30 の層で 2.3～8.8 倍）が、高年収・高年齢層ではやや小さい点には留意が必要である。

万円未満の 47.5 件まで増え、1500 万円以上では 34.1 件に減る。応募速度は現年収が高いほど遅く（400 万円未満 13 日 → 1500 万円以上 19 日）、継続期間も長い（19 日 → 38 日）。就業状態別では応募量は在職中 35.7 件に対して離職中 44.3 件であり、応募速度とともに離職中が在職中を上回る（図 4）。総じて、離職者のように就業を急ぐ層は早く多く応募する一方、高年収層や在職者のように余裕のある層はゆっくり時間をかけて応募すると考えられる（図 4）。

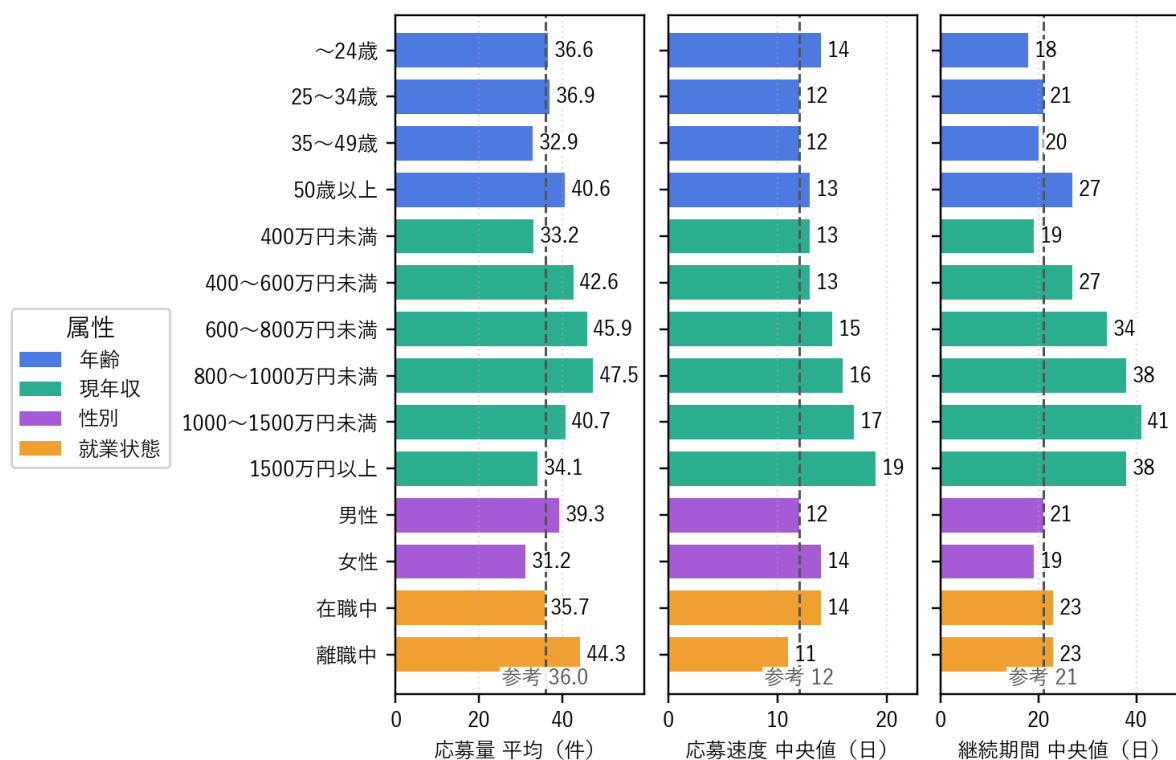


図 4 属性別の応募量・応募速度・継続期間⁹

ここで、RQ①で属性層別の共通オッズ比を算出した際の層別集計を年齢層で束ね直すと、どの年齢層においても応募量と内定率の関係が成り立っていることが確認できる（表 2）。応募量が 11 件以上の層と 1～10 件の層で内定率を比べると、20～29 歳では 39.3%と 12.5%、50 歳以上では 15.7%と 4.1%であり、いずれの年齢層でも応募量の多い層のほうが内定率が明確に高い。共通オッズ比も 20～29 歳で 4.45、50 歳以上で 4.05 とほぼ同水準である。なお、同じ層別集計を現年収・性別・就業状態で束ね直

⁹ 日数指標は分布が右に歪み外れ値の影響が大きいため中央値を、応募量は ATT 推定（平均差）および総量の解釈とそろえるため平均を用いた。

しても、いずれの区分でも共通オッズ比は 3.7～4.8 であり、応募量の多い層のほうが内定率が高いという関係は変わらなかった。

表 2 年齢層別の応募量と内定率¹⁰

年齢層	応募 11 件以上の 内定率	応募 1～10 件の 内定率	差	共通オッズ比	95%CI
20～29 歳	39.3%	12.5%	26.8%ポイント	4.45	[4.32, 4.59]
30～39 歳	37.6%	12.7%	24.9%ポイント	4.06	[3.92, 4.21]
40～49 歳	29.8%	8.9%	21.0%ポイント	4.13	[3.93, 4.34]
50 歳以上	15.7%	4.1%	11.6%ポイント	4.05	[3.76, 4.36]

RQ①②を総合すると、内定は属性のみによって固定的に決まるのではなく、応募行動という可変の行動によっても左右される。属性による差そのものは存在するものの、同じ属性を持つ求職者の間でも、応募量の多寡によって内定率は異なることが確認された。次節では、第三者の支援によって求職者の応募行動がどのように変わるのかを、CA 面談の有無を比較することで検証する。

RQ③ CA 面談は応募行動を促進するのか

本節では、応募行動を動かし得る要因として CA 面談を取り上げる。はじめに、比較の対象となる二つの状態を整理しておきたい。

民間職業紹介サービスに登録した求職者が応募に至る経路は複数ある。CA から求人を紹介される経路以外にも、求職者自身が求人を検索して応募する経路、登録情報に基づきシステムからすすめられた求人に応募する経路、求人企業からのスカウトを受けて応募する経路等がある。本稿で CA 面談なしと分類した求職者は、こうした経路を用いて、CA 面談を経ずに応募に至った層である。一方、CA 面談ありと分類した求職者は、それに加えて面談という形で支援を受けた層である。なお、本稿の区分は応募前の面談の有無によるものであり、面談を経ていない求職者についても、CA から求人が紹介される経路は存在し得る。

¹⁰ 表 1 と同一の層別集計を年齢層で束ね直した。また年齢層別になると層への集中度が高まり、50 歳以上では最大層が重みの 29%を占め、信頼区間も最も広い。閾値は応募量≧11 件の 1 点のみで、閾値をずらした頑健性は表 1 の確認に依拠する。

従って本節で推定するのは、自ら情報を探索して応募できる環境が整っている上で、人による支援が加わることの効果である。第三者による支援には公的職業紹介やキャリアコンサルティング、家族や知人からの助言など多様な形があるが、本稿ではデータとして観測できる一例として、民間職業紹介における CA との面談を取り上げる。

◆ CA 面談は応募量を増やし、複数の求人への応募を促す

CA 面談有無の単純比較には「もともと選考を通過しやすい人に CA が付く」という選抜の特徴が含まれ得るため、CA 面談が応募行動を促す効果を、観測される選抜（求職者の属性、意欲、CA グループ）を調整した ATT として推定を行った（分析対象は共変量がそろった 332,634 名）^{11・12}。ただし、応募速度と継続期間は傾向スコアによる効果推定が難しいため¹³、記述統計のみを参考として示す（表 3）。そのため、応募量に加えて、応募の継続性を検証するため複数応募率について推定を行った。

その結果、CA 面談は応募量を 13.2 件（倍率 1.45）増やし、複数応募率を 15.5%ポイント（倍率 1.20）高めることが確認された（図 5）。すなわち CA 面談は、応募の量と「複数の求人に応募し続ける継続性」の双方を押し上げている可能性が示された。

表 3 応募速度・継続期間の記述統計

指標（記述統計・参考）	CA 面談あり	CA 面談なし
継続期間 中央値（日）	25	0
登録→応募 中央値（日）	13	8
面談→応募 中央値（日・CA 面談ありのみ）	4	—

¹¹ 調整後の共変量バランスは全項目で $|SMD| < 0.1$ （最大 0.09）で、観測共変量は処置群・対照群でおおむねそろっている。

¹² 対照群（CA 面談なし 51,944 件）が処置群（CA 面談あり 280,690 件）より少なく、非復元 1:1 マッチでは処置群の約 8 割が脱落するため、復元抽出による PSM を用い、主推定には IPW を採用した。

¹³ 応募速度（登録→応募）は CA 面談が「登録→面談→応募」の順をたどり面談時間が含まれるため、CA 面談なしに対応する反実仮想が存在しない。継続期間は CA グループ統制下でオーバーラップが不足し推定が不安定になった。

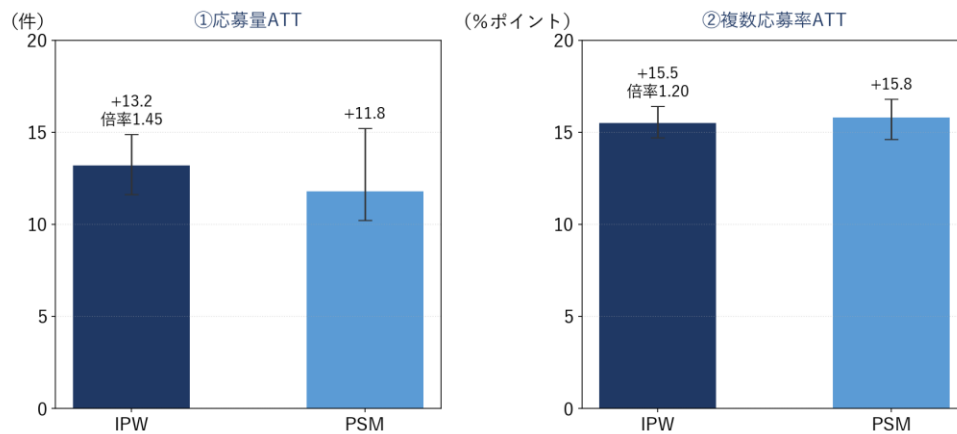


図5 CA面談による応募量・複数応募率のATT (IPW/PSM、95%CI)

◆ 転職意欲が低い層でも CA 面談は応募行動を促す

意欲層ごとに傾向スコアを再推定すると¹⁴、登録時の転職意欲（転職希望時期）で層別しても、CA 面談は低意欲層の応募行動も促すことが確認された。

第一に、応募速度では、CA 面談がある場合は面談から 4～5 日で初応募に至り、これは意欲の高低によらずほぼ一定である（図 6）。また、登録起点では面談時間を含むため応募までに多少の日数を要するものの、低意欲層では CA 面談があるほうがない場合より早く初応募に至る。面談から初応募の日数がほぼ一定であることを考えると、意欲の高低に関わらず CA 面談は応募行動を促進することを示唆する。

第二に、内定／決定リードタイムの中央値 ATT (IPW) は、全意欲層で CA 面談があるほうが短くなった（図 7）。ただしこれは内定／決定に到達した人に条件を付けた条件付き ATT であり、到達自体の選抜が混入し得る点には留意が必要である。また反実仮想（CA 面談なし側）の中央値は、CA 面談なしかつ内定／決定に到達した者が少ない層（例：中意欲・決定は 387 名）で信頼区間が広く、層別の短縮幅は方向性として解釈するのが妥当である。

¹⁴ 層別分析（図 7・図 9）は主推定 IPW による。手法の頑健性は、全体の ATT（図 5・図 8）で PSM と整合することを確認している。

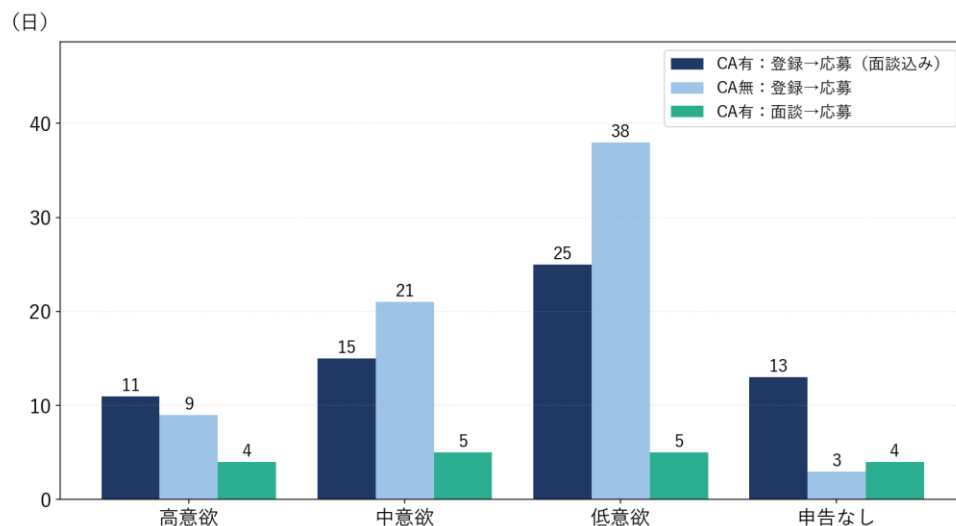


図6 登録および面談から初回応募までの日数（意欲層別・中央値）

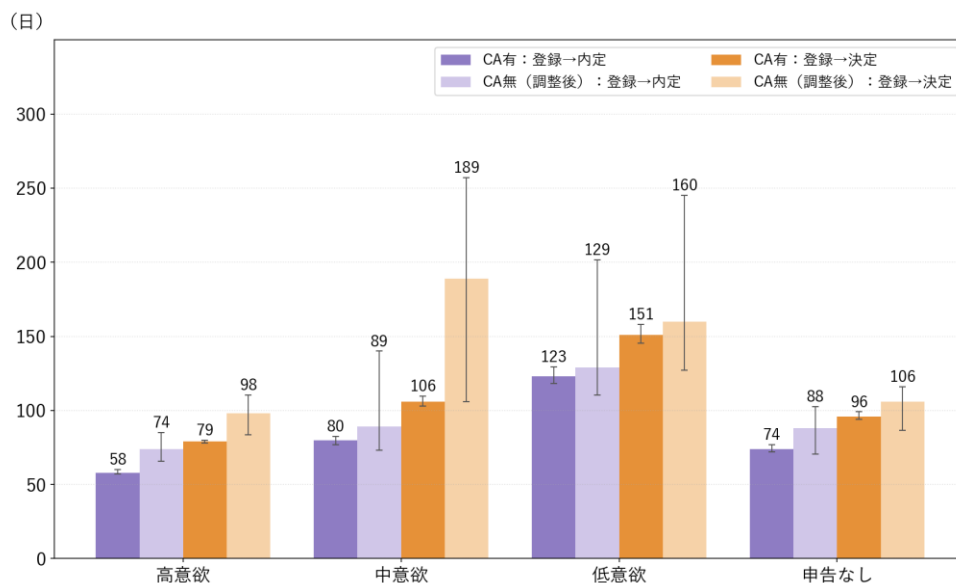


図7 登録から内定／決定までの日数（意欲層別・中央値、95%CI）

実際に、「軽い気持ちで登録したので、CAの方がいなかったら、実際に応募してみるという行動すら起こしていなかった」という求職者の声も寄せられており、CA面談が応募行動そのものの起点となり得ることを示唆する。求職者の声に該当したCAへのヒアリングからは、求職者の応募行動を促進する関わりを3つ確認することができた。

第一に、外部環境と行動戦略を示すことである。市況や採用動向を踏まえ、適切な応募タイミングを伝えるとともに、書類通過率から逆算した応募量の目安を示していた。履歴書を企業に届けるだけの軽度

のマッチングは、長期的な就業率の向上には一定程度寄与するものの、求職者の探索・応募行動を引き出すわけではないことが示唆されている¹⁵。一方で、こうした CA の関わりは、単なる情報の橋渡しにとどまらず、具体的な応募戦略まで示すことで、応募行動を後押ししている可能性がある。第二に、求職者にとっての転職の必要性を考える機会を提供することである。履歴書や面談などから求職者が何に行き詰まっていて、今後どのようにしていくとより良いキャリアを築けるのかを見極め、その上で適合する具体的な求人を提示して魅力や意義を伝えることで、求職者自身が自らのキャリアにおける転職の意味を捉え直せるようにしていた。第三に、求職者の納得感を高めるためのアドバイスをすることである。求人を紹介する際に、求職者の人生にとって良い出会いとなるような幅広い紹介に加え、求職者自身による「求人検索」機能の能動的な活用を促し、選択肢を見た上で選べるように支援していた。同時に、求人情報は求人企業の全体像のごく一部に過ぎないため、求職者の不利益にならないよう、応募書類の選考通過後に「面接を受けた後も、よく考えて判断してほしい」と伝え、十分な情報を得て納得した上で判断してもらうことを重視していた。なお、「登録時に申告される転職意欲は面談後の実際の活動度合いとほとんど一致せず、意欲が低い求職者であっても面談を通じて行動が大きく変わり得る」とのことであった。

ここまでで、CA 面談が応募行動を促し、低意欲層にも影響を与え得ることを確認した。最後に、この応募行動の促進が内定という成果にも波及しているかを、同一の傾向スコアでアウトカムを内定／決定に差し替えた ATT で確認する。

◆ 応募行動の促進は内定獲得にも波及する

観測される選抜（属性・転職意欲・CA グループ）を調整したところ、CA 面談は内定 ATT を 14.4%ポイント（リスク比 2.07）、決定 ATT を 11.9%ポイント（同 2.17）高めた（図 8）。さらに、この効果は転職意欲の高低によらず頑健で、低意欲層でも内定 ATT+13.8%ポイント（リスク比 1.96）であり、高意欲層の+17.2%ポイント（同 2.63）に迫る水準で残ることが確認された（図 9）。以上を踏まえると、CA 面談は応募行動を促進し、内定獲得にも波及し得ることが示唆される。

¹⁵ Bandiera, O., Bassi, V., Burgess, R., Rasul, I., Sulaiman, M., & Vitali, A. (2025) "The Search for Good Jobs: Evidence from a Six-Year Field Experiment in Uganda," *Journal of Labor Economics*, 43(3). なお、同研究は低所得国の非熟練若年層を対象としており、本稿とは文脈が異なる点には留意が必要である。

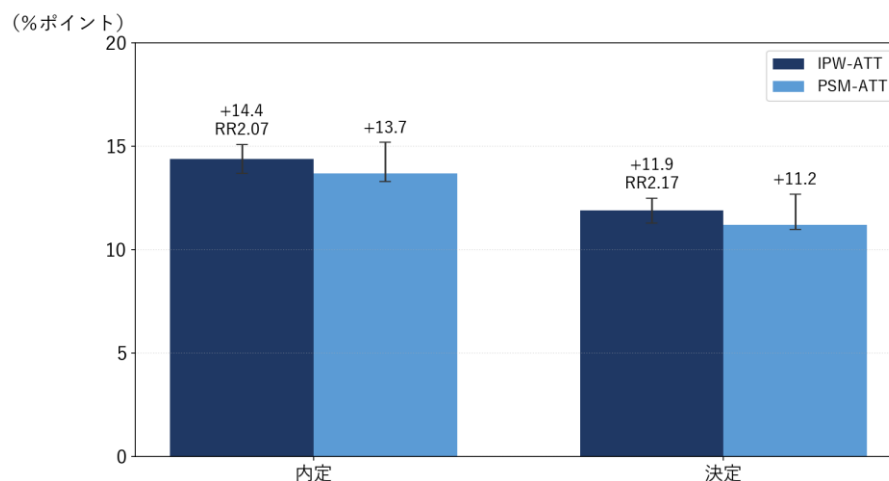


図8 CA面談による内定／決定のATT (IPW／PSM、95%CI)

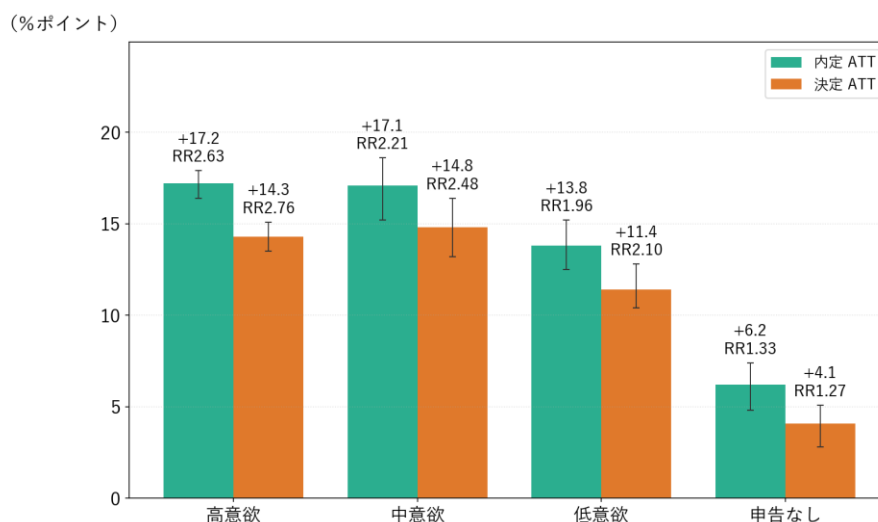


図9 意欲層別 CA面談による内定／決定のATT (IPW、95%CI)

本稿の到達点と限界

本稿は、内定が固定的な属性要因のみで決まるのではなく応募行動という可変要因にも影響を受けると、その応募行動は属性によってやや異なるものの、どの属性でも内定に関連していること、そしてCA面談が応募行動の促進を通じて内定という成果にも波及している可能性を示した。今回実施したヒアリングでも、あるCAから「登録時に申告される転職意欲は面談後の活動度合いとは一致せず、意欲が低い求職者でも、応募の必要性や具体的な求人の魅力を示すことで行動が変わる」という声が得られ、CA面談が応募行動の起点となり得ることが示唆された。

一方で課題も残る。第一に、未観測の素質による選抜は本手法では除けない。転職準備度・市場価値・面接対応力・アドバイスの受け入れやすさなどは本データでは観測できず、分析では統制できない個人特性の影響が残る可能性がある。従って、調整後に残った効果は「真の CA 面談による効果」と「未観測選抜」の混合であり得る。第二に、応募先の選び方など応募行動の質的側面は観測できていない。例えば、応募量が多いほど内定確率が高まることを確認したが、応募量を増やす際にどのような求人に応募するとより効果的かは明らかでない。第三に、本稿は CA 面談の効果に焦点を当てたが、面談という比較的手間のかかる関わりが応募行動を促す唯一の手段とは限らない。ヒアリングでは、面談を経ない求職者であっても、求人検索の活用といった行動のきっかけ（ガイダンス）を与えることで応募行動が変化し得るとの指摘があり、支援手段ごとの効果の比較については今後の課題として残される。第四に、本稿は民間職業紹介サービスに限定したものであり、転職希望者の活動手段はほかにも存在する。サービス形態ごとの効果の比較についても本稿の範囲を超えている。

おわりに

総務省統計局「労働力調査（詳細集計）」によれば、2025 年平均で転職等希望者数は 1023 万人（前年比 +23 万人）に達する一方、実際の転職者数は 330 万人（同 -1 万人）にとどまり、希望者の増加は必ずしも実際の移動に結び付いていない。本稿の知見は、この「希望」と「実現」の隔たりを埋める一つの手がかりとして、求職者の応募行動を促すことや、CA をはじめとする第三者の支援の重要性を示唆する。

今後は次の二つの点に取り組みたい。第一に、応募行動が活発で内定に結び付く求職者が応募先をどのように選んでいるのか、という応募行動の質的側面の解明である。第二に、本稿では扱えなかった転職の重要な成果の一つである賃金との関連の分析である。応募行動・内定／決定と決定後の賃金との関係を検証し、どのような応募行動が賃金上昇に結び付きやすいのかを明らかにすることが求められる。これらの検証を通じて、転職決定と賃金上昇という成果につながる応募行動と、それを支える支援のあり方を明らかにしたい。本稿の含意は、固定的な属性によって転職をあきらめる必要はなく、求職者自身の応募行動と、それを引き出す第三者の支援によって成果は変わり得る、という点にある。

監修 阿部 正浩氏 中央大学経済学部教授

慶應義塾大学商学部卒業、慶應義塾大学大学院商学研究科単位取得退学、博士（商学）。（財）電力中央研究所社会経済研究所主任研究員、一橋大学経済研究所助教授、獨協大学経済学部教授を経て、2013 年より現職。

インディードリクルートパートナーズ リサーチセンターについて

インディードリクルートパートナーズ リサーチセンターは、ジョブズリサーチセンター、就職みらい研究所、HR リサーチセンターが統合して 2025 年 4 月に設立された調査・研究機関です。

本件のお問い合わせ先：<https://www.indeedrecruit-partners.co.jp/support/form/>