

外資系企業・日系グローバル企業の 71%が中途入社者へのオンボーディングを実施 64%の企業が「効果を実感」

ーエンワールド・ジャパン 中途入社者のオンボーディング実態調査ー

日本最大級のグローバル人材に特化した人材紹介会社 エンワールド・ジャパン株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：ヴィージェイ・ディオール）は、「中途入社者のオンボーディング実態調査」を外資系企業、および日系グローバル企業に実施し、239社から回答を得ました。

調査結果 概要

- 71%のグローバル企業が中途入社者のオンボーディングを実施
- オンボーディングを実施している企業の65%が、中途入社者のオンボーディングに「力を入れている」
- オンボーディングを行う理由、第1位は「会社に早く慣れてもらう」
- 64%の企業が、オンボーディングの効果を実感
- 入社前は「状況確認などの定期的なコミュニケーション」の実施が最多
- 入社後のオンボーディングにかかる時間、外資系企業「2~3ヶ月」、日系企業「1ヵ月」が最多
- 受け入れ側の取り組みは、「困ったときの仕事のサポートを依頼しておく」が最多
- オンボーディングの課題は「人的リソースの不足」
- オンボーディングを行わない理由、第1位は「人的リソースが割けない」

【結果解説】人材紹介事業部 統括部長／ヴァイスプレジデント 狐崎 壮史



欧米や外資系企業で進んでいるオンボーディングが、日系企業でも広く注目されるようになりました。この背景には、終身雇用制度の時代が終わり、転職が一般的になってきていることが挙げられます。

オンボーディングは、入社者の立ち上がりをサポートすると同時に、早期戦力化や定着率向上の点で、企業に大きなメリットをもたらします。どのような人材を採用するかという採用活動そのものも非常に大切ですが、採用の本来の目的は、定着、活躍して企業に利益貢献してもらうことです。オンボーディングの重要性を理解し、取り組みに成功する企業が、人材に恵まれた強い組織となるでしょう。

エンワールド・ジャパン (<https://www.enworld.com/>)



1999年に創業した、アジア太平洋地域4ヵ国に拠点のある、グローバル人材に特化した人材紹介・人材派遣会社です。外資系企業・日系グローバル企業の、ミドル～ハイクラスのポジションの採用支援を専門としています。正社員、プロフェッショナル人材派遣、エグゼクティブ人材紹介、採用代行サービス（RPO）を通し、あらゆる方面から人材採用や転職に関する支援を行っています。

本ニュースリリースに関する問合せ先

エンワールド・ジャパン株式会社

<https://www.enworld.com/>

広報担当

〒104-0031 東京都中央区京橋3-1-1 東京スクエアガーデン12階
TEL:03-4578-3521 FAX:03-6214-3023

Email: enworld-pr@enworld.com

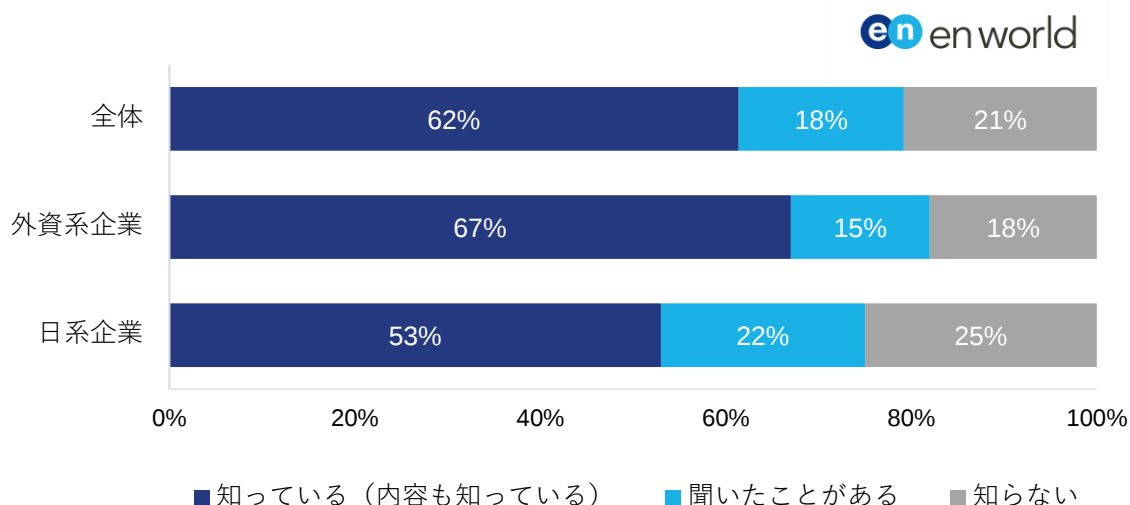
調査結果 詳細

1. 71%のグローバル企業が中途入社者のオンボーディングを実施（図1、図2、図3）

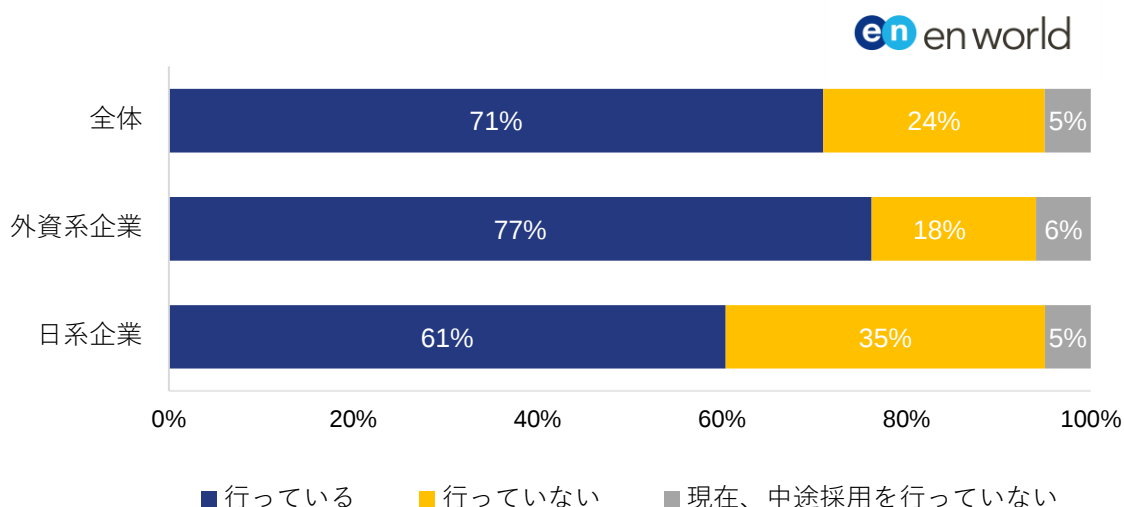
「採用した社員の『受け入れ～定着・戦力化』を早期に行なうための施策である『オンボーディング』について知っていますか。」と伺ったところ、80%（外資系企業：82%、日系企業：75%）が「知っている」または「聞いたことがある」と回答しました。

中途入社者のオンボーディングを行っているかどうか伺ったところ、71%が「行っている」（同：77%、61%）と回答。外資系企業が日系企業の回答を16ポイント上回り、外資系企業のほうが中途入社者へのオンボーディングを実施している企業の割合が高いことが分かりました。

【図1】 採用した社員の「受け入れ～定着・戦力化」を早期に行なうための施策である「オンボーディング」について知っていますか。

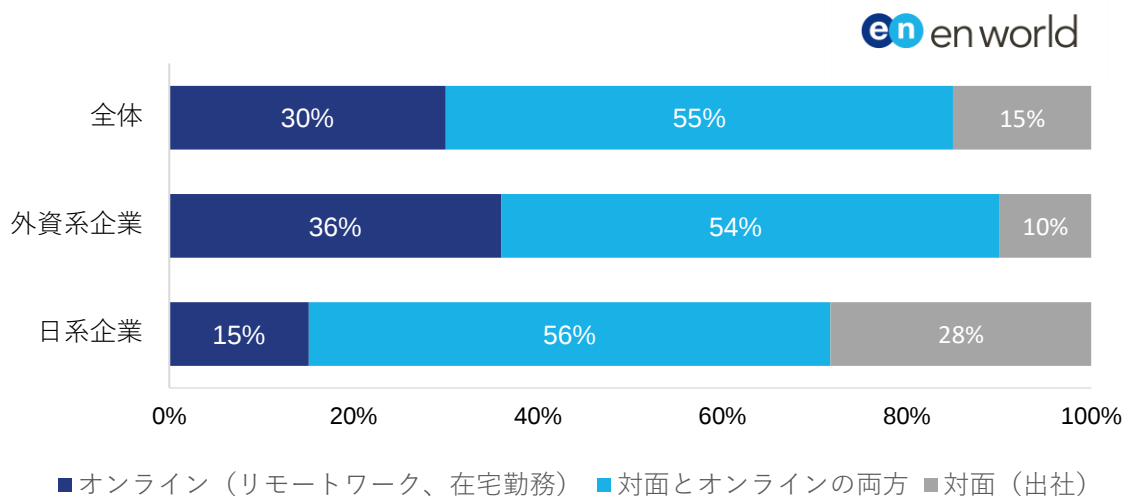


【図2】 貴社では、中途入社者のオンボーディングを実施していますか。



オンボーディングの実施方法は、「対面とオンラインの両方」が55%（同：54%、56%）ともっとも多くなりました。「オンライン」で実施している企業は、外資系企業が日系企業より21ポイント高くなりました。（同：36%、15%）

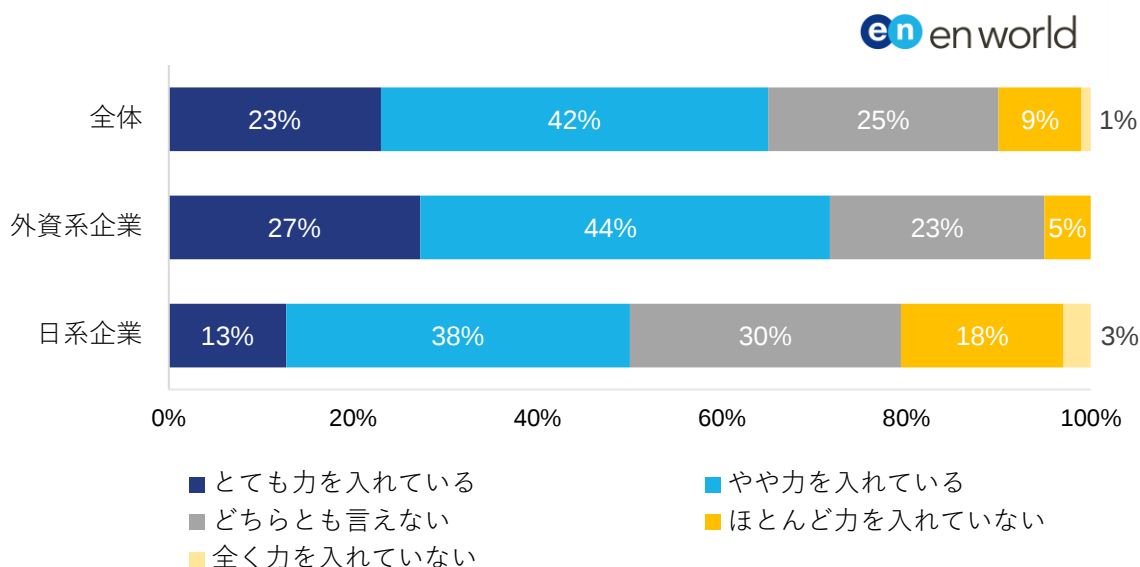
【図3】 現在、どのような形態で中途入社者のオンボーディングを実施していますか。



2. オンボーディングを実施している企業の65%が、中途入社者のオンボーディングに「力を入れている」（図4）

中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、オンボーディングに力を入れているかどうか伺ったところ、65%（外資系企業：71%、日系企業：51%）が「力を入れている」（「とても力を入れている」「やや力を入れている」と回答）。外資系企業が日系企業の回答を20ポイント上回りました。

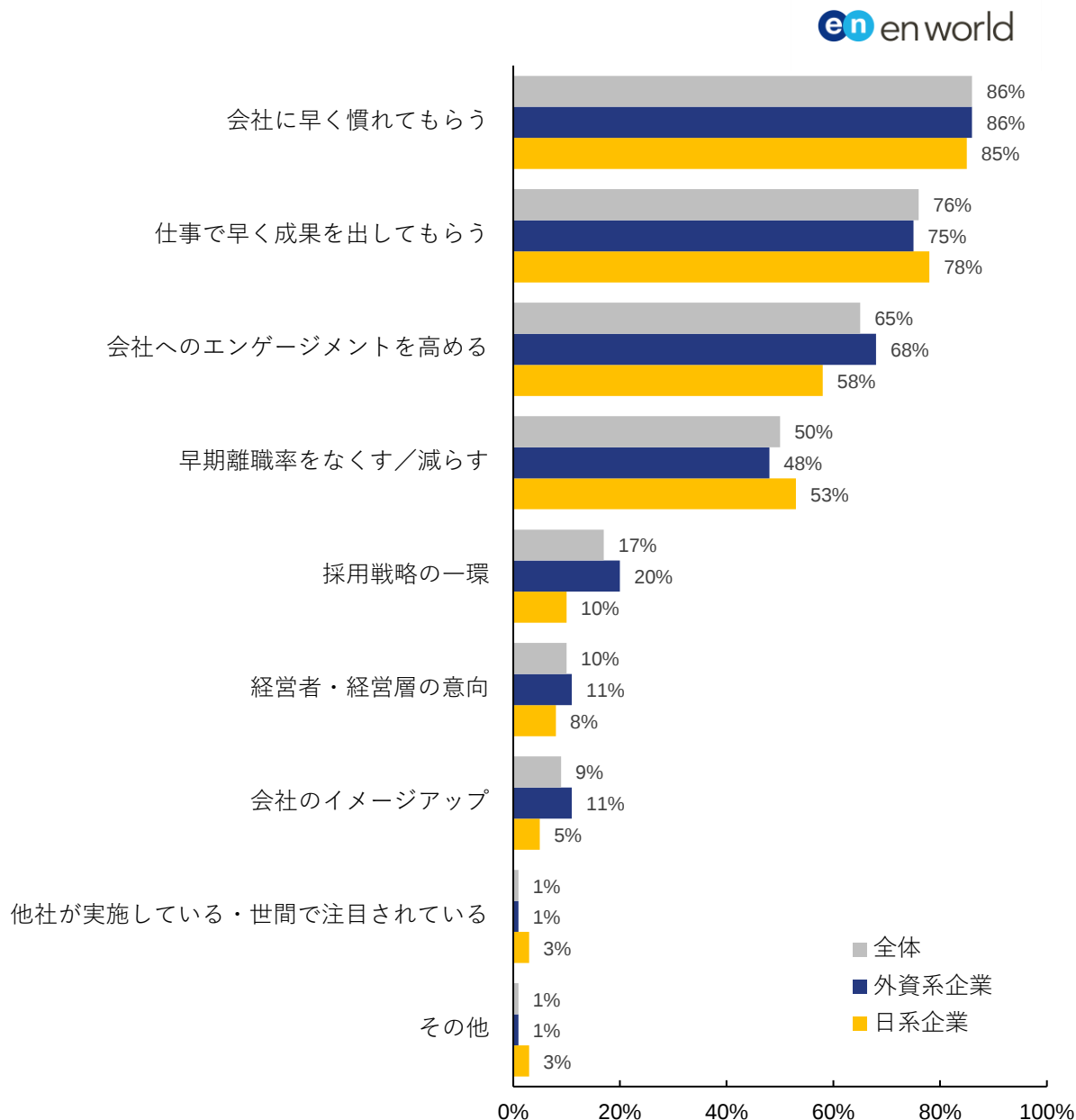
【図4】 貴社では、中途入社者のオンボーディングに力を入れていますか。



3. オンボーディングを行う理由、第1位は「会社に早く慣れてもらう」（図5）

中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、何を目的に中途入社者のオンボーディングを行っているか伺ったところ、第1位は「会社に早く慣れてもらう」、次いで「仕事で早く成果を出してもらう」でした。

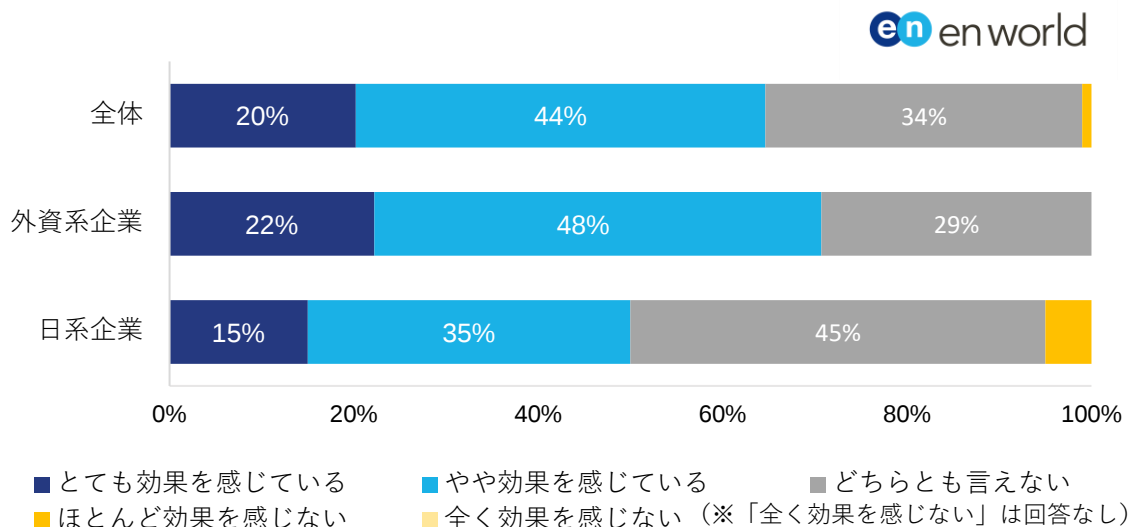
【図5】何を目的に、中途入社者のオンボーディングを行っていますか。（複数回答可）



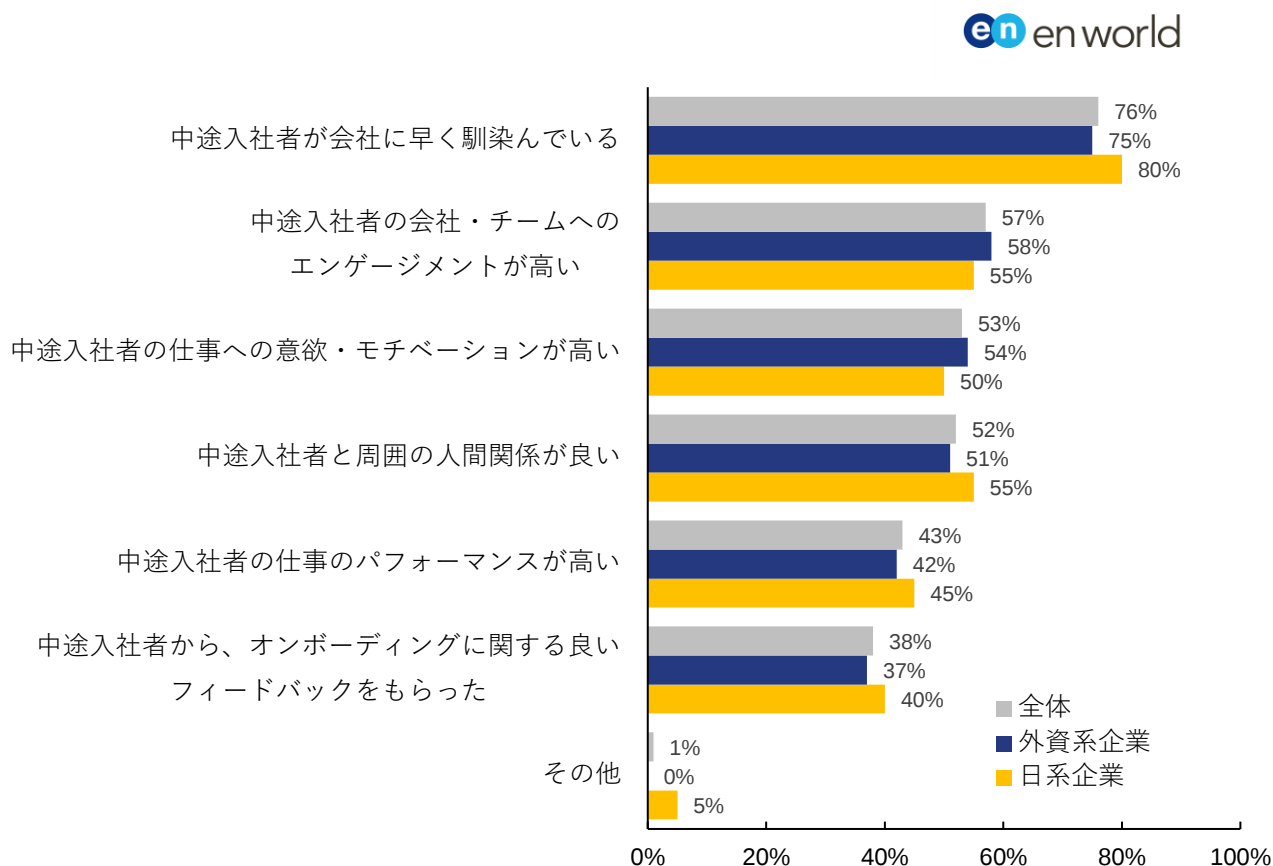
4. 64%の企業が、オンボーディングの効果を実感（図6、図7）

中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、オンボーディングの効果を実感しているか伺いました。64%（外資系企業：70%、日系企業：50%）の企業が「効果を感じている」（「とても効果を実感している」「やや効果を実感している」と回答、外資系企業が日系企業の回答を20ポイント上回りました。「効果を感じている」理由の第1位は「中途入社者が会社に早く馴染んでいる」でした。

【図6】中途入社者のオンボーディングに、効果を感じていますか。



【図7】「とても効果を感じている」「やや効果を感じている」と回答した企業に伺います。どの様な点でそう思いますか。（複数回答可）

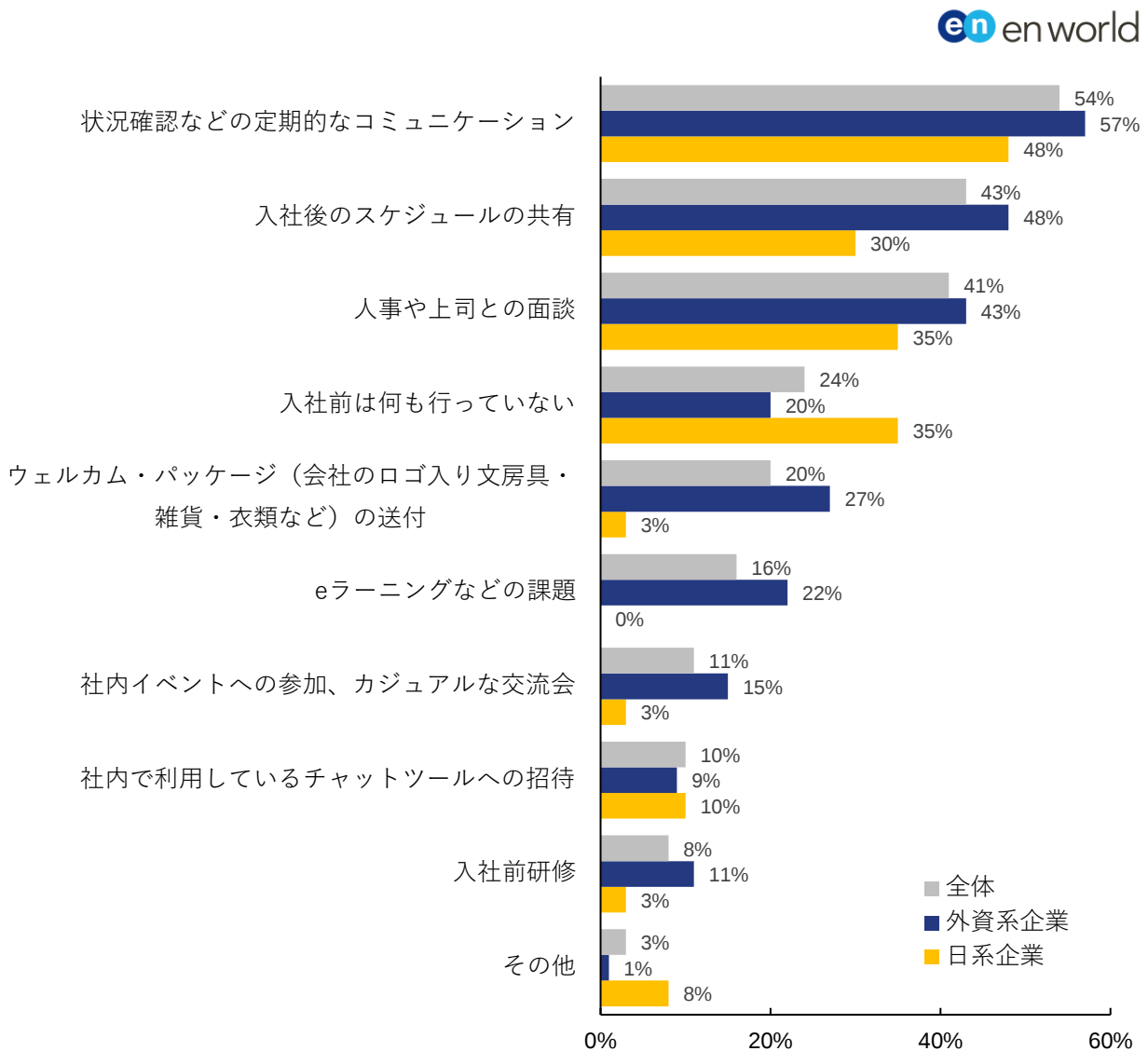


5. 入社前は「状況確認などの定期的なコミュニケーション」の実施が最多（図8）

中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、中途入社者のオンボーディング施策として入社前にどのような施策を行っているか伺ったところ、第1位は「状況確認などの定期的なコミュニケーション」でした。

「入社前は何も行っていない」は日系企業が外資系企業の回答を15ポイント上回り（外資系企業：20%、日系企業：35%）、日系企業では入社前のオンボーディング施策を行っていない企業の割合が、外資系企業と比べて高いことが分かりました。

【図8】 中途入社者のオンボーディング施策として、入社前にどのような取り組みを行っていますか。（複数回答可）

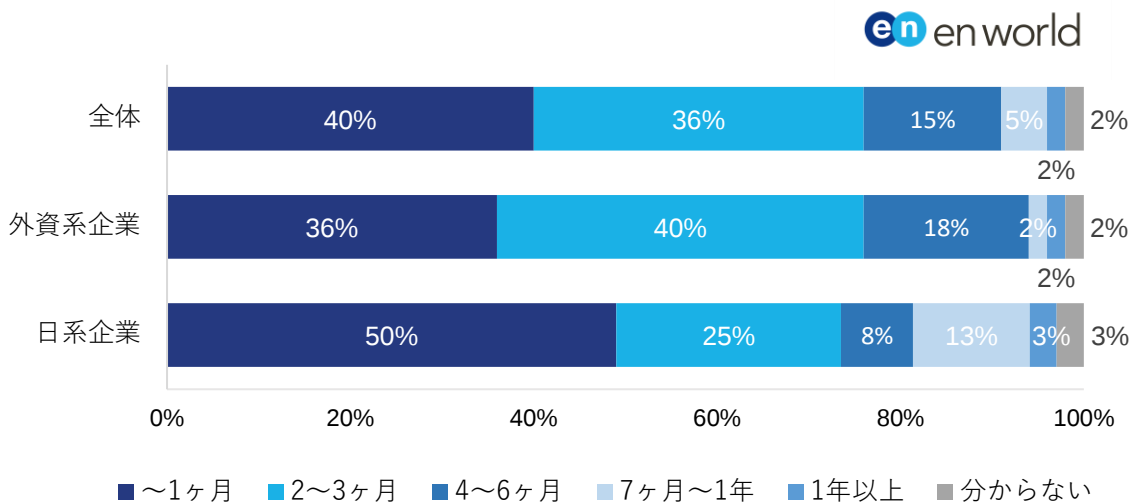


6. 入社後のオンボーディングにかかる時間、外資系企業「2~3ヶ月」、日系企業「1ヵ月」が最多（図9、図10）

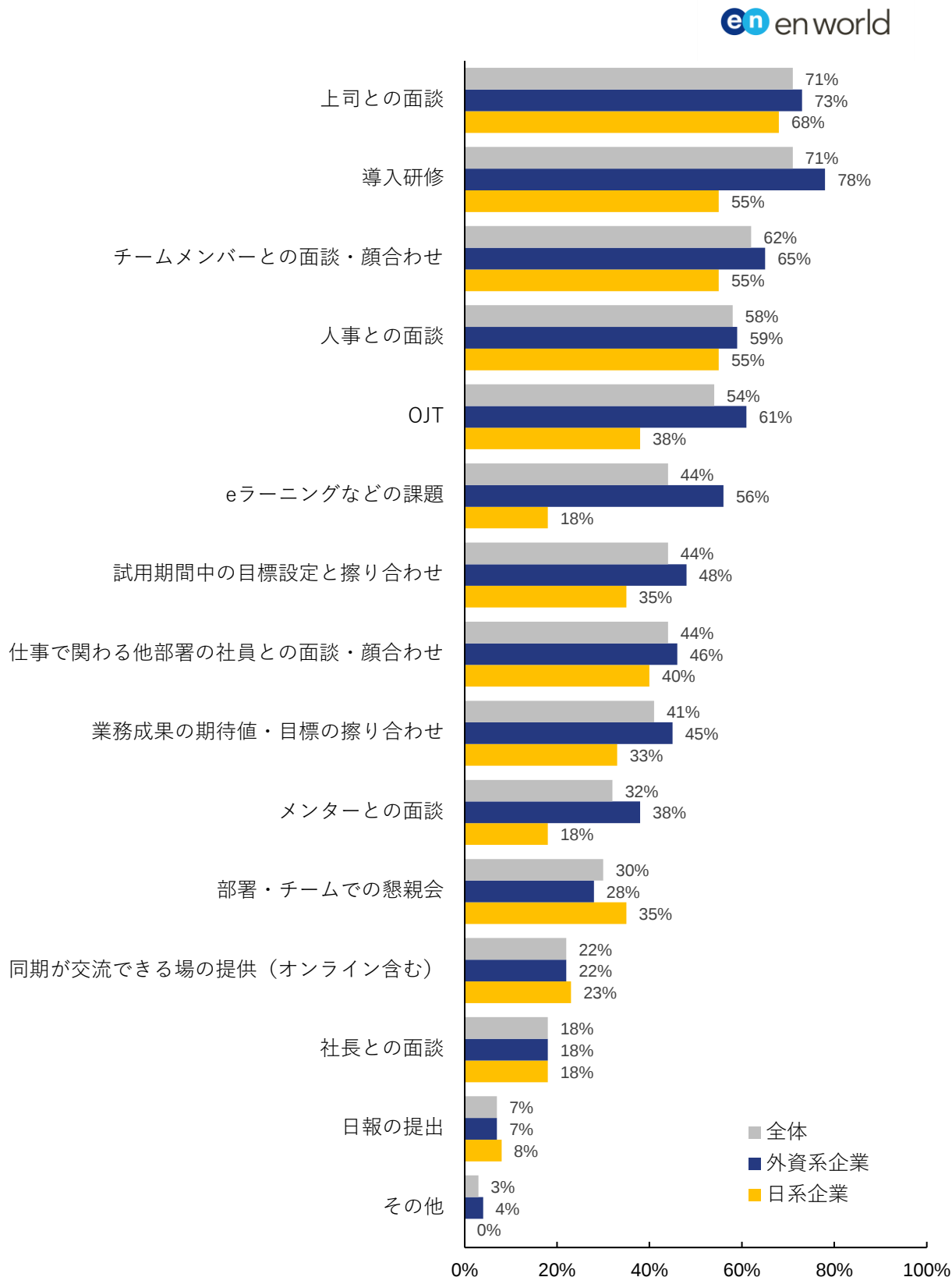
中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、入社後どれぐらいの時間をかけているか伺いました。外資系企業では「2~3ヶ月」（外資系企業：40%、日系企業：25%）、日系企業では「~1か月」（同：36%、50%）がもっとも多くなりました。

入社後のオンボーディングで、どのような施策を行っているか伺ったところ、第1位は同率で「上司との面談」（同：73%、68%）「導入研修」（同：78%、55%）でした。もっとも差が大きかったのは「eラーニングなどの課題」で、外資系企業が日系企業の回答を38ポイント上回りました。（同：56%、18%）

【図9】 中途入社者のオンボーディングには、入社後どれぐらいの時間をかけていますか。



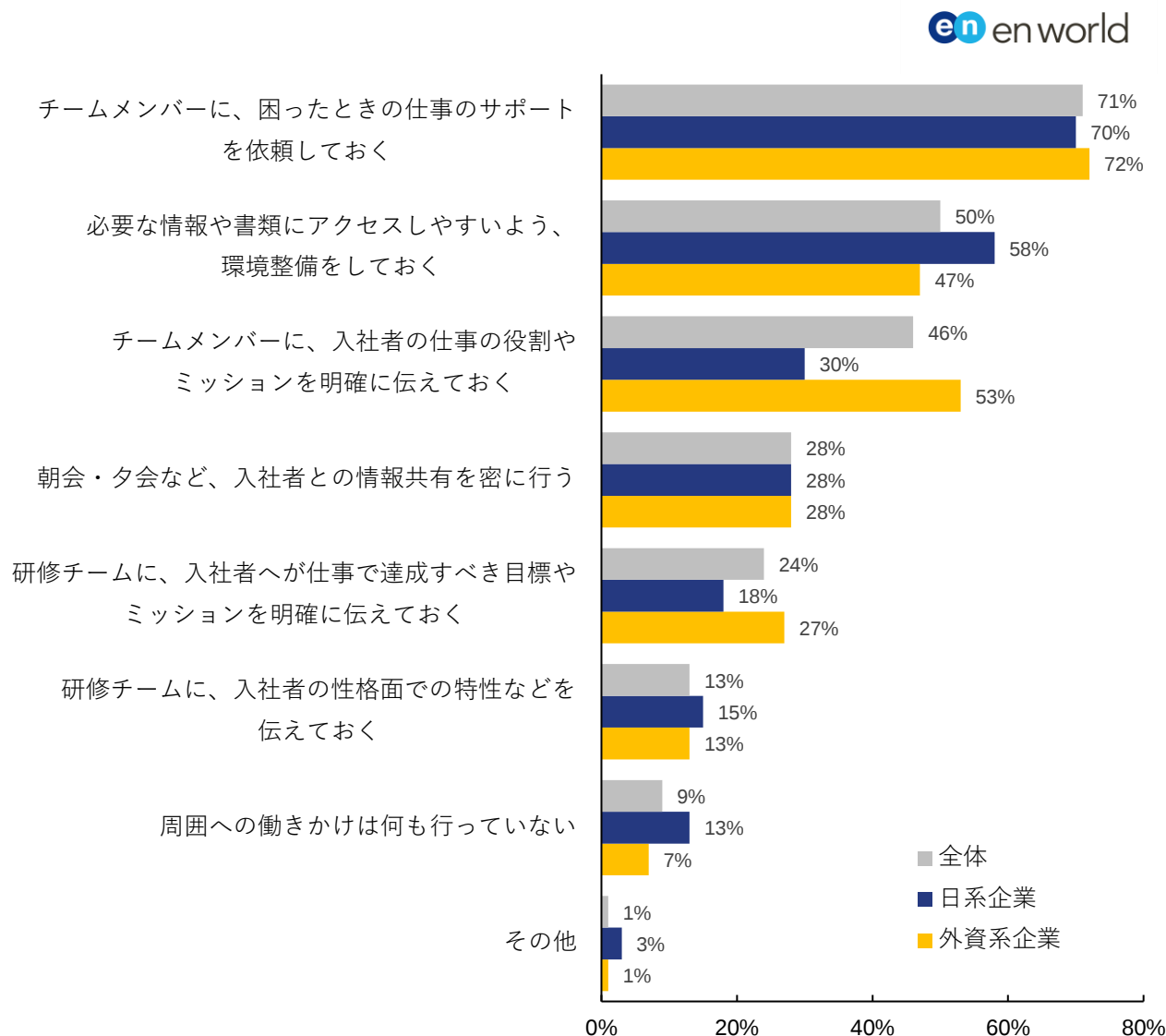
【図10】 中途入社者のオンボーディング施策として、入社後にどのような取り組みを行っていますか。
(複数回答可)



7. 受け入れ側の取り組みは、「困ったときの仕事のサポートを依頼しておく」が最多 (図11)

中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、中途入社者のオンボーディングの一環として、受け入れ側（部署・チームなど）でどのような取り組みを行っているか伺ったところ、もっとも多いのは「チームメンバーに、困ったときの仕事のサポートを依頼しておく」でした。（外資系企業：70%、日系企業：72%）

【図11】 中途入社者のオンボーディングの一環として、受け入れ側（部署・チームなど）でどのような取り組みを行っていますか。（複数回答可）

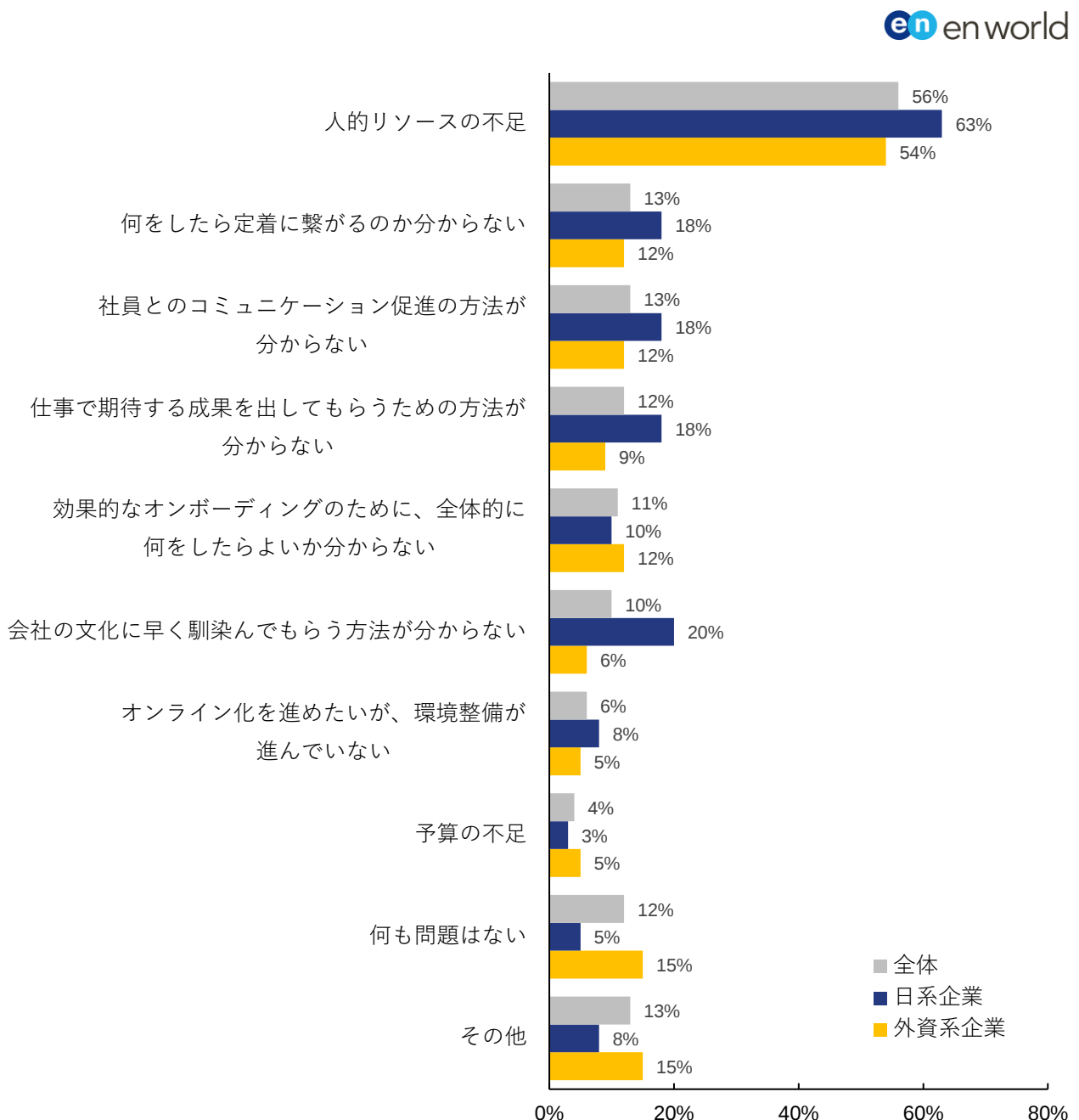


8. オンボーディングの課題は「人的リソースの不足」(図12、図13)

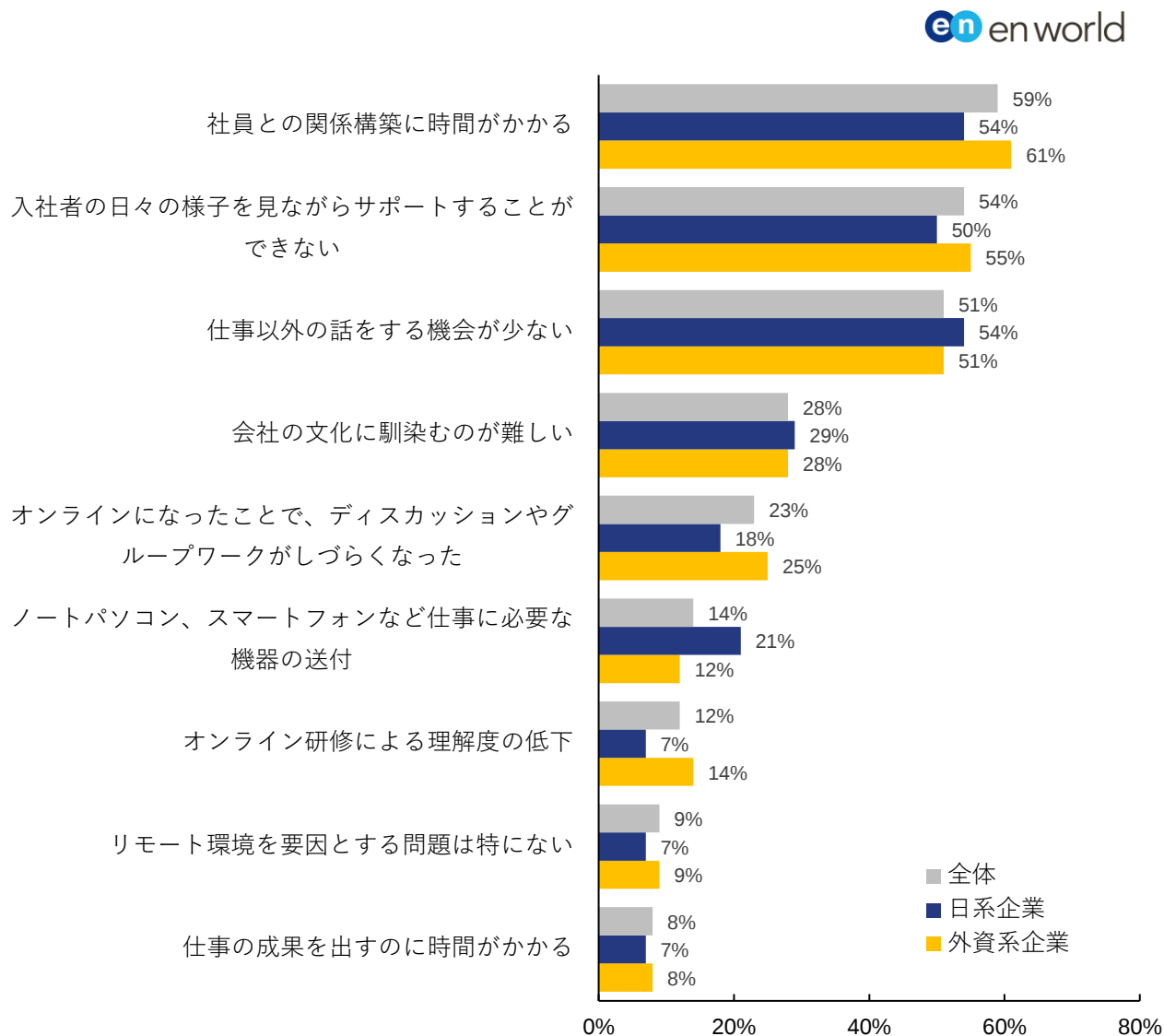
中途入社者のオンボーディングを「行っている」と回答した企業に、オンボーディングの課題を伺ったところ、もっとも多いのは「人的リソースの不足」でした。(外資系企業：63%、日系企業：54%)

現在、「オンライン(在宅勤務、リモートワーク)」、または、「対面とオンラインの両方」でオンボーディングを実施していると回答した企業に『オンライン』でのオンボーディングにおける課題を伺ったところ、第1位は「社員との関係構築に時間がかかる」(同：54%、61%)でした。

【図12】中途入社者のオンボーディングで、課題になっていることはありますか。(複数回答可)



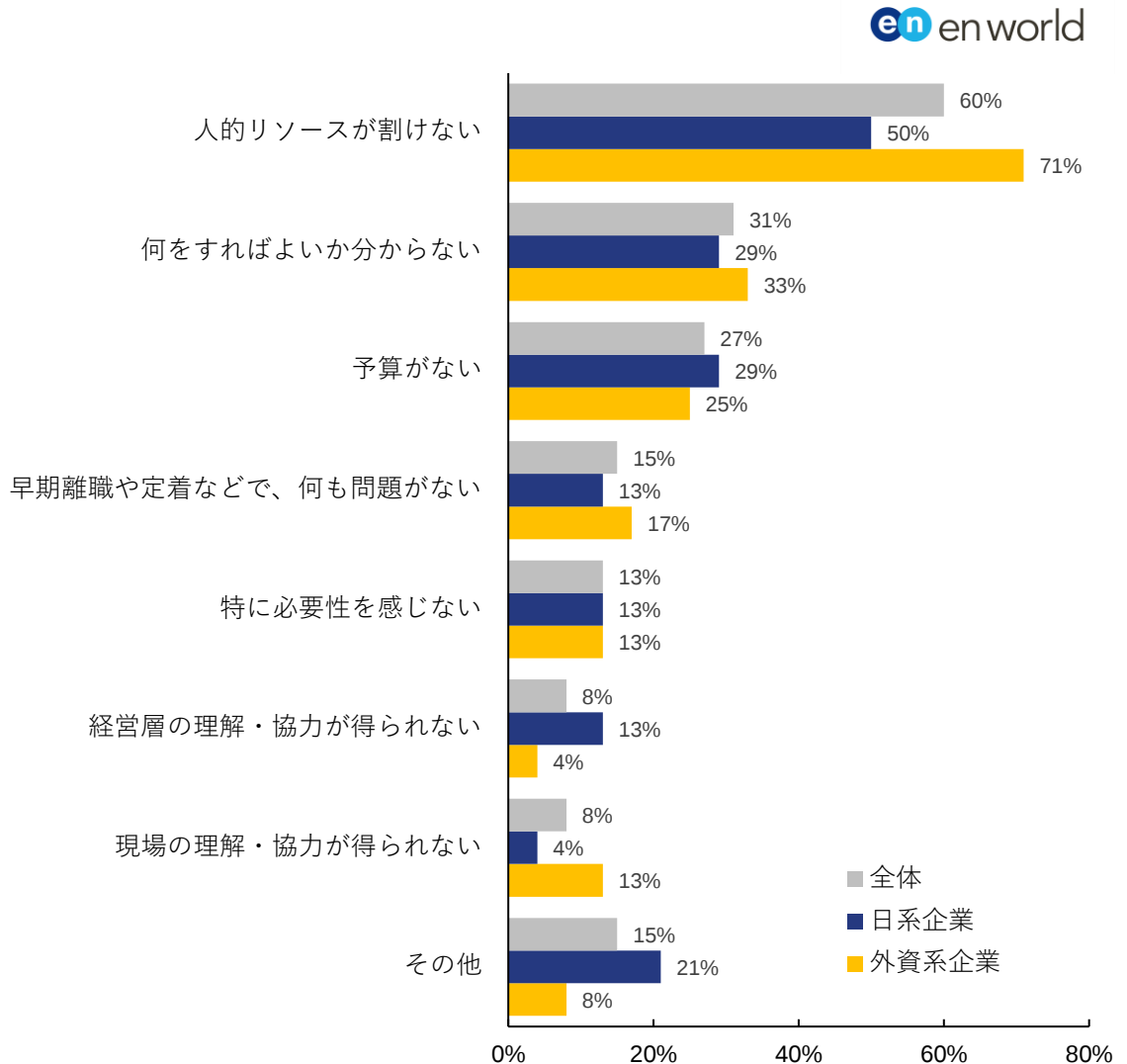
【図13】 オンラインでオンボーディングを行っている企業に伺います。
「オンライン」でのオンボーディングで課題になっていることはありますか。（複数回答可）



9. オンボーディングを行わない理由、第1位は「人的リソースが割けない」（図14）

中途入社者のオンボーディングを「行っていない」と回答した企業にその理由を伺ったところ、もっとも多いのは「人的リソースが割けない」でした。（外資系企業：50%、日系企業：71%）

【図14】 中途入社者へのオンボーディングを「行っていない」と回答した企業に伺います。
その理由は何ですか。（複数回答可）



【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査地域：全国

有効回答数：239社

調査実施期間：2021年3月29日～4月2日

回答者所属企業：外資系企業 63%、日系グローバル企業 37%