

# **「求職者等への職場情報提供に当たっての手引」の 作成について**



# 「求職者等への職場情報提供に当たっての手引」について

- 「規制改革実施計画」（令和5年6月16日閣議決定）において、「厚生労働省は、労働者がより適切に職業選択を行うため、また、企業にとっては円滑な人材確保を図るため、企業に公表を推奨すべき情報等について検討し、開示の項目や方法を整理した職場情報の開示に関するガイドライン（仮称）を策定するなど、必要な措置を講ずる。」とされている。  
※ また、「令和5年度措置」とされている。
- 近年、法令等により、企業における積極的な情報開示が求められているところ、労働者がより適切に職業選択を行うため、また、企業にとっては円滑な人材確保を図るため、法令等により求められている開示項目以外に労働者が求める情報を提供することが望ましく、こうした職場情報の見える化を進め、労働市場におけるマッチング機能の向上を図ることが必要。
- このため、求職者等に対して必要な職場情報の提供の在り方等の検討を行い、企業が職場情報を提供するに当たっての留意事項を整理・公表し、その周知・普及を通じて効果的な情報提供を促進していく。

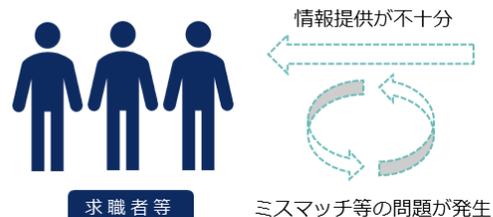
## ▶ 「求職者等への職場情報提供に当たっての手引」を作成することが適当

### 整理すべき事項（案）

- 既存の法令等に規定されている開示項目
- 求職者等が求める職場情報
- 求職者等への情報提供の在り方 等

→ 企業・求職者等へヒアリング。今後、労働政策審議会の議論を踏まえ、取り組むべき事項として取りまとめて広く周知し、効果的な情報提供を促す。

#### 現状



#### イメージ



## ヒアリングの主な結果



# ヒアリングの主な結果①

## 情報開示に対する基本的な考え方

- 採用手法が多様化し、企業側から求職者（潜在的な求職者候補）にアプローチしていく手法が一般化していくと、ますます企業からの情報発信は重要になっていくと考えている。（企業）
- 情報開示がないこと自体がマイナスのイメージを与えることはある。（転職経験者）
- 職場情報の開示は最低限にして、詳細は面談で説明している。（企業）

## 多くの求職者が求める項目

- 残業時間や有給取得率は気にされる。（企業）
- 育児休業や短時間勤務等、子育て支援に関する問い合わせは多い。（企業）
- 中途採用者の割合は気になる。（転職経験者）
- 同世代入社者のインタビューも参考とした。（転職経験者）
- 在宅勤務の可否やテレワークの可否、実施状況については、コロナ禍以降問合せが増えている。（企業）
- 人材育成に関する情報として、入社後企業がどのような支援をし、当人がどのようなキャリアを描けるのかは重要な情報。（企業） など

## 提供に当たっての一般的な課題や対応策

### （提供単位に関する意見）

- 残業時間や有給休暇取得率については問合せが多い。ただし、求職者が知りたがっているのは「自分が配属される部署」の実態。（企業）
- 面接に採用部門の社員も出席すること、内定後に面談を実施することで、配属予定部署のリアルな情報や雰囲気求職者に伝えている。（企業）

### （資本市場向け人的資本開示\*に関する意見）

- 現在、サイトで開示しているのは定性情報が中心だが、資本市場向け人的資本開示は求職者に対しても効果があるものだと考えており、今後は資本市場向け人的資本開示の文脈も踏まえて定量情報の開示も検討中である。定性情報を裏付ける情報を開示したい。（企業）
- 資本市場向け人的資本開示については、現在全社で進めているが、労働市場向けの開示についてはまだ議論していない。（企業）

### （定量データ等に関する意見）

- 実績が低調な定量データについては、解釈も含めて提示しなければ数値の開示は難しい。（企業）
- ◆ 実績が低調な定量データの補足として、定性的な説明を記載することが解決として考えられる。（民間人材サービス事業者）

### （自社に不都合な情報に関する意見）

- 社会から選ばれる企業になる、という目的の下、経営層の方針としては、「とにかくまず開示。開示をしたうえで理由を補足として書いていく」というのが基本方針。マイナスに取られうる残業時間等も積極的に開示している。（企業）
- 求職活動の入口段階での精緻なマッチングによる応募者の減少を避けるために、ネガティブにとらえられ得る情報を積極的に開示する方針はとっていない。（企業）

※ 資本市場向け人的資本開示：特に人的資本に関する資本市場への情報開示の在り方に焦点を当てた手引きとして、令和4年8月に内閣官房で「人的資本可視化指針」が策定されたほか、上場企業等は、有価証券報告書において2023年3月期決算から「人材育成方針」「社内環境整備方針」や、女性活躍推進法等により公表しなければならない場合には「男女間賃金格差」、「女性管理職比率」、「男性育児休業取得率」を記載することとなっている。

## ヒアリングの主な結果②

### (正確性に関する意見)

- 掲載するためのデータを作ることが難しい。多くの定量データを掲載していけると良いのだろうが、正確性や更新の問題などもある。(企業)
- ◆ 離職率の定義について、分母や分子の考え方が企業ごとで異なり、解釈が難しい。(民間人材サービス事業者)

### (情報量に関する意見)

- 企業の採用ホームページは簡単に確認していた。ただし、情報量が過剰であるため、詳しくは目を通していない。(転職経験者)
- ホームページの更新は手間がかかり手が回らないのが実情。体制上の問題がある。(企業)

### (多様な提供方法に関する意見)

- 職業紹介事業者には、一般に開示していない内容も含めて幅広く情報を渡している。(企業)
  - 本当に求められる情報はカジュアル面談※等により直接求職者へ伝えている。(企業)
  - カジュアル面談で必要な情報を聞いてから選考を受けるかを検討した。カジュアル面談が設定されていない企業は、そもそも受ける対象から外していた。(転職経験者)
  - 面接における逆質問で各社へ同じ質問(課題に感じることは何か等)を問いかけ、反応も含め比較の対象とした。(転職経験者)
  - 採用選考の中で重要なのは、職場(工場)見学。この過程が本人の仕事に対する理解の深化とお互いの認識合わせにおいて重要な役割を果たしている。(企業)
  - 内定後に面談を実施することで、配属予定部署のリアルな情報や雰囲気求職者に伝えている。(企業)
- ※ カジュアル面談とは、一般的に選考に影響しないことを前提に行われる、形式ばらない面談のことをいう。

### (採用サイト等に関する意見)

- ESGデータブックの「S:社会(Social)」の項目にて労務関連データは収集・開示している。現在、採用サイトからESGデータブックへのリンクや転載はないが、リンクを掲載するという発想はあるかもしれない。(企業)

### (中小企業における情報提供に関する意見)

- 中小企業の場合、情報発信そのものは非常に重要だと考えている。(企業)
- ◆ 従業員数50人以下の中小企業などでは、企業のホームページが十分に整備されていないことも多く、ホームページでの情報開示は進んでいない。自社担当者との面談が主な情報伝達の間となる。(民間人材サービス事業者)

⇒ よりよい職場選択のために**求職者等が求める情報は多様**であり、**企業もこれらの情報提供の必要性を認識**しているものの、情報の開示・提供に当たって**企業側は様々な課題**を有している。  
**企業の課題を整理**し、労働市場における**マッチング機能の向上に資するよう、手引を作成**する

### (ヒアリング概要)

- 職場情報の開示を通じた労働市場の見える化に関する調査研究(厚労省委託事業)の中で、令和5年6月から12月にかけて、委託先・厚労省においてヒアリングを実施。
- 求人掲載企業(15社)、転職経験者(10名)、民間人材サービス事業者(10社)に実施。

# 求職者等への職場情報提供に当たっての論点

# 有識者の意見及びヒアリングを踏まえた

## 「求職者等への職場情報提供に当たっての手引」の構成のイメージ（案）

### 1. 基本的な考え方

以下の基本的考え方の下、各論を整理し、取りまとめる。

- 企業が求職者等に提供する情報や提供のタイミング等は多様であり、また、求職者等の求める情報についても、興味や価値観によって様々である中、企業が求職者等に提供する情報や提供のタイミングを一律に定めることは難しい。一方、可能な限り求職者等の求める情報を提供していくことが重要。  
このため、各企業がよりよい採用活動を行う上での一助となるよう、多くの求職者等が求める職場情報や、提供に当たっての一般的な課題や対応策を整理していく。

### 2. 多くの求職者が求める項目

- ※ ヒアリングにおいては、労働関係法令に基づき開示されている項目では、残業時間や有給休暇取得率、男女別の育児休業取得率等の情報を求める意見、法令の開示項目以外では、在宅勤務・テレワーク、時短勤務等、副業兼業などの職場環境に関する情報を求める意見、転職経験者では、中途採用者の割合などの特定の情報を求める意見があった。

### 3. 提供に当たっての一般的な課題や対応策

#### (1) 提供の内容

- **提供単位**  
部署単位・プロジェクト単位等で職場情報を提供することについて
- **資本市場向けに提供されている項目**  
資本市場向け人的資本開示※等として開示されている項目を労働市場に対して提供することの有効性及び有効な項目について
- **定量データ等**  
定量データ等を開示・提供する際の留意点について
- **実績が低調な取組などの自社に不都合な情報の開示・提供**  
自社に不都合な情報を提供することの必要性や当該情報を提供するタイミング、留意点について
- **情報の正確性**  
不正確な職場情報の提供を防止する取組について
- **情報量**  
適正な職場情報の提供の量について

#### (2) 提供の方法

- **多様な提供の方法やタイミング**  
カジュアル面談や内定後の面談等の多様な手法を活用した、求職者等への情報提供について
- **採用サイト等との連動**  
採用サイト等や求人票等と人的資本開示※の情報の導線を作ることの有効性及び留意点について

#### (3) その他

- **中小企業における対応**  
中小企業が職場情報提供を進めるに当たっての留意点及び対応について
- **現行の法定開示項目の整理**

※ 資本市場向け人的資本開示：特に人的資本に関する資本市場への情報開示の在り方に焦点を当てた手引きとして、令和4年8月に内閣官房で「人的資本可視化指針」が策定されたほか、上場企業等は、有価証券報告書において、2023年3月期決算から「人材育成方針」「社内環境整備方針」や、女性活躍推進法等により公表しなければならない場合には「男女間賃金格差」、「女性管理職比率」、「男性育児休業取得率」を記載することとなっている。

# 職場情報の提供に当たっての論点（基本的な考え方）

## 1. 情報提供に対する基本的な考え方

- **法令で定められている開示項目を除き、企業が求職者等に提供する情報や提供のタイミングは多様であり、また、求職者等の求める情報についても、興味や価値観によって様々である。**

**そのような中、職場情報提供に当たって取り組むべき事項としては、どのようなものが考えられるか。**

- ・ 労働市場におけるマッチング機能の向上のためには、可能な限り求職者等の求める情報を提供していくことが重要。そのために、一般的な課題や対応策を整理することは、各企業がよりよい採用活動を行う上での一助となるのではないか。

（例）各種法令等に規定されている開示項目の整理、多くの求職者等が求める職場情報、求職者等への情報提供の在り方 等

- **企業が求職者等に提供する情報や提供のタイミングを一律に定めることは難しく、企業が自社の採用戦略等を踏まえて提供していくのが適切ではないか。**

- ・ 職場情報を含む情報開示なしには求職者等に選ばれないという意見がある一方、「自身のキャリアや専門性を活かせるか」をまずは判断してもらうため、職場情報の開示は必要最低限にして、面談でしっかり説明しているという企業などもみられた。

# 職場情報の提供に当たっての論点（求職者が求める情報）

## 2. 多くの求職者が求める項目

### ● 多くの求職者等が求める職場情報として何が挙げられるか。

<企業ヒアリングや転職者ヒアリングで挙げられた職場情報等>

※ 下線は労働関連法規で一定規模以上の事業主に開示（公表）が求められている項目（複数項目から一定数の項目以上の公表を求めているものを含む）

#### 【企業・業務に関する情報】

- ・ 企業の安定性
- ・ 事業・業務内容（やりたいことができるか、自らの強みを活かせるか）
  - ※ 特に他業種からの転職の場合、事業・業務内容の説明は必要との意見があった。
- ・ 業務によりどのようなスキルが身につくか、入社後のキャリアパス

#### 【転職者が関心のある情報】

- ・ 中途採用者割合、中途採用者の離職率
- ・ 研修制度、オンボーディング制度、フォロー体制
- ・ 過去に同部署に入社した人の経歴

#### 【職場環境に関する情報】

- ・ 在宅勤務、テレワーク、兼業・副業の可否
- ・ 女性活躍の状況、男女別の育休取得率等、女性比率
- ・ 短時間勤務等
  - ※ 特に子育て中の方は、これらの情報が開示されていない企業にはエントリーしないという意見があった。
- ・ 賃金（手取りが低下しないか、中長期的な見通し）
- ・ 残業時間、有給休暇取得率
  - ※ 残業時間や有給休暇取得率については、自分が配属される部署・プロジェクトについての情報を求める意見があった。
- ・ 転勤の有無

#### 【その他】

- ・ 研究開発職の場合、技術と研究内容を重視するため、働き方や企業風土の優先度が下がるという意見があった。

# 職場情報の提供に当たっての論点（課題、対応策①）

## 3. 提供の内容

### ● 部署単位・プロジェクト単位等で職場情報を提供するにはどのような点に留意が必要か。

- ・ より就業実態に近い部署単位・プロジェクト単位の情報を求める声もあるため、部署単位・プロジェクト単位による職場情報を開示していく取組を進めることが望ましいのではないか。
- ・ 一方、企業にとって、部署単位・プロジェクト単位の情報まで広く開示するのは困難なケースも多い。このため、求職者等の採用部署等の情報を面談等で個別に伝えるなど、柔軟な対応も考えられるのではないか。
- ・ 部署単位・プロジェクト単位の定量情報の集計等が難しい場合には、定性情報を企業と求職者等の双方で確認する作業を行い、認識を合わせる等が有効ではないか。

### ● IR情報（有価証券報告書、統合報告書）や資本市場向け人的資本開示で求められている項目を労働市場へ開示することはどのような効果を持つか。また、求職者等に対して有効な項目として何が考えられるか。

- ・ IR情報や資本市場向け人的資本開示は、投資家の投資判断に必要な情報を提供して、企業と投資家の対話を促進し、資本市場における中長期的な企業価値の向上につなげるためのものであるが、労働市場にも有効な項目が多いと考えられる。

※ 特に人的資本に関する資本市場への情報開示の在り方に焦点を当てた手引きとして、令和4年8月に内閣官房で「人的資本可視化指針」が策定されたほか、上場企業等は、有価証券報告書において、2023年3月期決算から「人材育成方針」「社内環境整備方針」や、女性活躍推進法等により公表しなければならない場合には「男女間賃金格差」、「女性管理職比率」、「男性育児休業取得率」を記載することとなっている。

### ● 定量データ等を開示・提供する際に留意すべき点は何か。

- ・ 例えば、定義が不明確な数値や、分母が小さい数値は変動が大きく誤解を与えることから、誤解のないように、定義を明確にすること、分母が小さくて変動が大きい数値は注記することなどの対応が考えられるのではないか。

### ● 実績が低調な取組などの自社に不都合な情報の開示・提供をどう考えるか。

- ・ 情報開示がないこと自体がマイナスのイメージを与えるという意見がある一方、多くの人からの応募を募り、採用するために、自社に不都合な情報を積極的に開示しないという企業もあった。
- ・ 自社に不都合な情報を掲載していないこと自体が求職者等の不信につながる可能性があるため、定性的な補足（実績が低調な理由や取組状況、今後の方針など）を付記して開示していくことが有効ではないか。
- ・ 一方、現状として、各企業が採用戦略等に応じた対応を取っていると考えられるが、自社に不都合な情報を積極的に開示をしない方針をとる企業においても、労働市場におけるマッチング機能の向上のためには、少なくとも、求職者等が求める場合には、自社に不都合な情報であっても適切に提供していく取組を進めることが望ましいのではないか。
- ・ 実績が低調な取組を開示・提供する場合には、自社の魅力となる職場情報も合わせて提供するなど、両者のバランスを考慮してはどうか。

### ● 不正確な職場情報の提供を防止する取組として、どのような対応が考えられるか。

- ・ 「数値情報の定義が不明確」、「情報の更新が行われていない」などへの対応として、定義や更新時期の明確化の取組が考えられるのではないか。

### ● 職場情報の開示の量についてどのように考えるか。

- ・ 情報量が多くても求職者等にとって必要な職場情報を見つけにくいいため、自社の採用戦略等を踏まえて、求職者等が求める職場情報に応じた開示を行うことが考えられる。

# 職場情報の提供に当たっての論点（課題、対応策②）

## 4. 提供の方法

### ● 求人票・募集情報による職場情報の開示のほか、多様な提供の方法やタイミング（カジュアル面談、内定後面談等）があるが、それぞれどのように組み合わせることが有効か。

- ・ すべての職場情報を求人票や募集情報に掲載することは現実的ではなく、求職者等の多様なニーズに応えるためには、面談、面接等の個別の場面も活用し提供していくことも有効と考えられる。
- ・ 提供のタイミングは採用戦略等に応じて様々であるが、例えば、以下のような対応が考えられるのではないかと。
  - （例1）応募段階（求人票や募集情報）では「企業全体」の働き方等に関する情報を提供し、選考段階において「部署単位等」の働き方等に関する情報を提供
  - （例2）応募段階（求人票や募集情報）では求職者等が「共通」に関心を持つ情報を提供し、選考段階において求職者等の本人の「個別」の関心事項について情報を提供
  - （例3）応募段階（求人票や募集情報）では「定量情報」を開示し、選考段階において、そのデータに対するスタンス（現在の取組状況、今後の方針等の「定性情報」）を補足

### ● IR情報（有価証券報告書や統合報告書）にも、求職者等にとって有用と考えられる職場情報が掲載されているところ、どのように求職者等に届けていくことが有効か。

- ・ 求人票・募集情報・自社の採用サイトにIR情報を掲載したウェブサイトページのリンクを掲載することにより、企業理解を深めるよう誘導することも有効と考えられる。
- ・ 一方、IR情報は企業全体の平均値であり、上記の（例1）のように、求職者等に対しては、面談等で部署単位等の情報を提供していく取組も有用ではないか。

## 5. その他

### ● 中小企業が職場情報を提供するに当たって留意すべき点やその対応策はあるか。

- ・ 中小企業の場合、例えば、「自社サイトを整備できない」等の課題があり、広く開示することが困難なケースがある。  
当該課題の解決の一つとして、厚生労働省が運営する「しょくばらぼ（職場情報総合サイト）※」を活用することが考えられるのではないかと。

※ 本サイトでは、各企業の職場情報を開示・比較することが可能となっている。

※ 現行、「若者雇用促進総合サイト」「女性の活躍推進企業データベース」「両立支援のひろば」のいずれかのサイトに掲載されている企業の情報しか開示できない等の課題があるため、しょくばらぼをこれらの3サイト利用企業に限らず活用できるようにすること等の機能の充実を図ることで、一層中小企業の職場情報開示に資することができるのではないかと。

### ● その他、職場情報の提供に当たって考えられる論点はあるか。

## 参考資料

## ■ 2022年度 雇用政策研究会「議論の整理」（令和4年7月7日公表）（抜粋）

- 産業構造の変化に柔軟に対応していくためには、労働市場の基盤強化が重要となってくる。労働市場の基盤強化には、職業安定機関等の機能強化とマッチングに資する情報の整理・充実の両面が必要である。このため、ハローワークにおいては、デジタル化を進め、求職者・求人者の利便性を高めつつ、更なる情報提供等を促進することや、民間人材ビジネスと連携を進めることなどにより、再就職支援を更に強化し、効果的に行っていくとともに、労働市場の見える化を推進し、マッチング機能の向上を図ることが重要である。
- 今般、職業安定法が改正されたことによって、民間の求人メディアとハローワークが相互に協力し、労働市場のマッチング機能の質の向上を図ることとされている。求人情報の更なる充実を図り、労働市場の見える化が進められていくことが期待される。特に、求職者からすると、企業における女性の管理職比率や男女の賃金の差異などは、職業選択の観点等からも重要であることから、そうした企業情報の充実も今後は求められる。
- さらに、労働者がより適切に職業選択を行うためには、賃金等のマッチングに資する情報の整理・充実も重要となってくる。例えば、人材確保が主に外部労働市場で行われている職種や非正規雇用労働者等に着眼して、職務・スキルの見える化や、賃金水準の明示を進めることにより、賃金相場の形成等を促進し、マッチング機能の向上を図ることが重要である。

## ■ 規制改革実施計画（令和5年6月16日閣議決定）（抜粋）

### (6) 企業による雇用関係情報の公開に関する方法等の見直し

| 事項名                       | 規制改革の内容  | 実施時期                |
|---------------------------|--|---------------------|
| 企業による雇用関係情報の公開に関する方法等の見直し | a (略)<br>b 厚生労働省は、労働者がより適切に職業選択を行うため、また、企業にとっては円滑な人材確保を図るため、企業に公表を推奨すべき情報等について検討し、開示の項目や方法を整理した職場情報の開示に関するガイドライン（仮称）を策定するなど、必要な措置を講ずる。 | a (略)<br>b: 令和5年度措置 |

# (参考)「職場情報の開示を通じた労働市場の見える化に関する調査研究」について

## 調査研究の概要

ガイドライン策定のため、委託により、ヒアリング調査（求人掲載企業、転職経験者、民間人材サービス事業者）及び検討会を実施し、求人企業と求職者のマッチングに有用な職場情報やその開示方法等を整理する。

## 検討会委員

※ 50音順、敬称略 ◎は座長

|        |   |
|--------|---|
| 梅崎 修   | 法政大学キャリアデザイン学部 教授                                     |
| ◎大湾 秀雄 | 早稲田大学政治経済学術院 教授                                       |
| 奥村 英雄  | TOPPANホールディングス株式会社 執行役員 人事労政本部長                       |
| 神林 龍   | 武蔵大学経済学部経済学科 教授                                       |
| 藤井 薫   | 株式会社リクルートHR統括編集長                                      |
| 西谷 歩   | 富士通株式会社Employee Success本部 Workforce Management室 マネジャー |
| 諸星 裕美  | オフィスモロホシ社会保険労務士法人 代表社員                                |
| 渡部 大輔  | 一般社団法人人材サービス産業協議会 担当部長                                |

## 開催実績

- ・第1回（令和5年6月1日）：ヒアリングについて（全体方針／先行調査）
- ・第2回（令和5年8月1日）：先行ヒアリングの実施について報告
- ・第3回（令和5年9月26日）：ヒアリング中間報告、職場情報の開示等について議論
- ・第4回（令和5年10月30日）：ヒアリング結果報告、職場情報の開示等について議論

# 現行の法定開示項目等



# 職場情報に関する法定開示項目

| 法令名          | 開示を求められる内容  | 開示義務を負う事業主  | 開示方法         |
|--------------|---|---|--------------|
| 女性活躍推進法      | ① 一般事業主行動計画（計画期間、達成しようとする目標、対策内容及びその実施時期）（*1）<br>② 次の(1)及び(2)の情報の区分ごとに定める事項（*2）<br>(1) 女性労働者に対する職業生活に関する機会の提供に関する実績 採用した労働者に占める女性労働者の割合、管理的地位にある労働者に占める女性労働者の割合等<br>(2) 職業生活と家庭生活との両立に資する雇用環境の整備に関する実績 男女の継続勤務年数の差異、一月当たりの平均残業時間、有給休暇取得率等 | ①労働者数が100人を超える事業主（*3）<br>②労働者数が100人を超える事業主（300人超の会社は(1)(2)それぞれから1つ以上（*2）、101人～300人の会社は(1)(2)全体から1つ以上） | インターネット等（*4） |
| 労働施策総合推進法    | 正規雇用労働者の採用者数に占める正規雇用労働者の中途採用者数の割合   | 労働者数が300人を超える会社   | インターネット等     |
| 育児介護休業法      | 育児休業の取得の状況<br>（①男性の育児休業等の取得率又は②男性の育児休業等及び育児目的休暇の取得率）  | 労働者数が1000人を超える事業主   | インターネット等     |
| 次世代育成支援対策推進法 | ①一般事業主行動計画<br>（計画期間、次世代育成支援対策の実施により達成しようとする目標、対策内容及びその実施時期）<br>②一般事業主行動計画の策定・届出の代わりとして、「次世代育成支援対策の実施状況」<br>（男性の育児休業等取得者割合や女性の継続就業者割合等 8 項目）   | ①労働者数が100人を超える事業主<br>②特例認定企業（プラチナくるみん認定企業）  | インターネット等（*5） |
| 若者雇用促進法      | ① 募集・採用に関する状況（直近3事業年度の新卒採用者数・離職者数等）<br>② 職業能力の開発・向上に関する取組の実施状況（研修の有無及び内容等）<br>③ 職場への定着の促進に関する取組の実施状況（前事業年度の月平均所定外労働時間の実績等）  | 新卒者等の募集を行う事業主（規模問わず）（*6）  | インターネット等（*7） |

（\*1）計画を定めるに当たり、採用した労働者に占める女性労働者の割合、管理的地位にある労働者に占める女性労働者の割合等を把握した上で、必要に応じて、派遣労働者に占める女性労働者の割合、男女別の配置の状況、男女別の将来の人材育成を目的とした教育訓練の受講の状況、柔軟な働き方に資する制度の利用実績、取得した有給休暇取得率等も把握することが求められる（同法に基づく一般事業主行動計画等に関する省令第2条）。

（\*2）労働者数が300人を超える会社は、2022年7月以降に、男女の賃金の差異の公表義務が追加的に課されている。

（\*3）常時雇用する労働者のことを言う。以下も同じ。

（\*4）指針において、①の一般事業行動計画は、求職者等のため、「女性の活躍推進企業データベース」等や自社のホームページ等で公表することが求められるものとされている。また、②の情報の公表は、指針において、「公表の意義は、就職活動中の学生等の求職者の企業選択を通じて、(略)市場を通じた社会全体の女性の活躍の推進を図ることにある」とされている。

（\*5）指針において、①の一般事業主行動計画は、就労希望者の企業選択に資すること等効果が期待され、「両立支援のひろば」や自社のホームページ等で公表することが期待されるものとされている。

（\*6）①から③の職場情報について幅広い提供を努力義務としている。求人への応募者又は応募の検討を行っている者から求めがあった場合や、ハローワーク等に対して求人申込みを行い、ハローワーク等から求めがあった場合は、①から③のそれぞれについて、1つ以上の情報提供を義務付けている。

（\*7）ホームページでの公表、会社説明会での提供、求人票への記載等による自主的・積極的な情報提供を求めている。応募者等から個別の求めがあった場合には、メール又は書面による情報提供を行うこととしている。

# 求人票や募集要項、労働契約の締結において明示が必要な労働条件等

## 労働条件の明示

- **職業安定法**では、業務の内容等の労働条件を明示しなければならないこととしている（明示事項は省令）
    - 明示事項：**業務内容、労働契約の期間、試用期間、就業場所、始業・終業時刻等、賃金、社会保険等の適用、使用者の名称、派遣労働者である場合はその旨、受動喫煙防止措置**
    - 義務の主体：公共職業安定所、職業紹介事業者、労働者の募集を行う者等
    - 明示時点：職業紹介や労働者の募集等に当たり
    - 明示する対象：求職者、労働者になろうとする者等
  
  - **労働基準法**では、使用者は、労働契約の締結に際し、労働者に対して、賃金、労働時間等の主要な労働条件について明示しなければならないとされている。
    - 明示事項：**労働契約の期間、有期労働契約の場合は更新する場合の基準、就業場所、従事すべき業務、始業・終業時刻等、賃金の決定方法等、退職に関する事項、等**
- ※ 上記に加え、令和6年4月から、①**就業の場所の変更の範囲** ②**従事すべき業務の変更の範囲** ③**有期労働契約の通算契約期間又は更新回数の上限**を明示しなければならないこととされている。

## 的確表示（職業安定法）

（求人等に関する情報の的確な表示）

- 第5条の4 公共職業安定所、特定地方公共団体及び職業紹介事業者、労働者の募集を行う者及び募集受託者、募集情報等提供事業を行う者並びに労働者供給事業者は、この法律に基づく業務に関して新聞、雑誌その他の刊行物に掲載する広告、文書の掲出又は頒布その他厚生労働省令で定める方法（以下この条において「**広告等**」という。）により求人若しくは労働者の募集に関する情報又は求職者若しくは労働者になろうとする者に関する情報その他厚生労働省令で定める情報（第三項において「**求人等に関する情報**」という。）を提供するときは、当該情報について**虚偽の表示又は誤解を生じさせる表示をしてはならない。**
- ② 労働者の募集を行う者及び募集受託者は、この法律に基づく業務に関して**広告等**により労働者の募集に関する情報その他厚生労働省令で定める情報を提供するときは、**正確かつ最新の内容に保たなければならない。**

# 指針・ガイドラインに定められている職場情報等

| 指針名  | 内容   |
|--|--|
| <p><b>職業紹介事業者、求人者、労働者の募集を行う者、募集受託者、募集情報等提供事業者を行う者、労働者供給事業者、労働者供給を受けようとする者等がその責務等に関して適切に対処するための指針</b><br/>(平成11年労働省告示第141号)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告等により提供する求人等に関する情報は、求職者等に誤解を生じさせるような表示としないこと。また、当該情報を正確かつ最新の内容に保つこと。</li> <li>• 明示する従事すべき業務の内容等は、虚偽または誇大な内容としないこと。</li> <li>• 固定残業代を採用する場合は、固定残業代に関する労働時間数と金額等の計算方法などを明示すること。</li> <li>• 労働者の募集に関する情報を提供するに当たっては、当該情報の時点を明らかにすること。 等</li> </ul>  |
| <p><b>青少年の雇用機会の確保及び職場への定着に関して事業主、特定地方公共団体、職業紹介事業者等その他の関係者が適切に対処するための指針</b><br/>(平成27年厚生労働省告示第406号)</p>                         | <p>※職業紹介事業者、求人者、労働者の募集を行う者、募集受託者、募集情報等提供事業者を行う者、労働者供給事業者、労働者供給を受けようとする者等がその責務等に関して適切に対処するための指針に規定する内容に加え、以下の内容について規定。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 募集者等は、青少年の募集又は求人者の申込みに当たり、企業の求める人材像、採用選考に当たって重視する点、職場で求められる能力・資質、キャリア形成等についての情報を青少年等に対し明示するよう努めること。</li> <li>• 採用後の就業場所や職務内容等を限定した採用区分については、それぞれの選択肢ごとのキャリア形成の見通しなど、将来のキャリア展望に係る情報開示を積極的に行うこと。 等</li> </ul> |
| <p><b>労働者の職業生活設計に即した自発的な職業能力の開発及び向上を促進するために事業主が講ずる措置に関する指針</b><br/>(平成13年9月12日厚生労働省告示第296号)</p>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 職務等の内容及びその遂行に必要な職業能力に関する情報</li> <li>• 労働者の配置に係る基本的方針及びその運用状況に関する情報</li> <li>• 人材育成に係る基本的方針及びこれに基づき行う職業訓練、職業能力検定等に関する情報</li> </ul> <p>※「可能な限り求職者に対しても提供するよう努めること」とされている。</p>   |
| <p><b>副業・兼業の促進に関するガイドライン</b><br/>(平成30年1月策定(令和4年7月改定))</p>   | <p>「企業は、労働者の多様なキャリア形成を促進する観点から、職業選択に資するよう、副業・兼業を許容しているか否か、また条件付許容の場合はその条件について、自社のホームページ等において公表することが望ましい。」</p>  |
| <p><b>テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン</b><br/>(平成30年2月策定(令和3年3月改定))</p>   | <p>「使用者は、労働契約を締結する際、労働者に対し、就業の場所に関する事項等を明示することとなり、労働者に対し就労の開始日からテレワークを行わせることとする場合には、(略) 自宅やサテライトオフィスなど、テレワークを行う場所を明示する必要がある。</p> <p>また、労働者が就労の開始後にテレワークを行うことを予定している場合には、使用者は、テレワークを行うことが可能である場所を明示しておくことが望ましい(※)。」</p> <p>※令和6年4月から、契約期間中にテレワークを行うことが通常想定される場合は、就業の場所の変更の範囲としてテレワークを行う場所の明示が必要となる。</p>   |

# 職場情報総合サイト（しょくばらぼ）の運用等

## 1 事業の目的

- 意欲ある個人が能力を最大限活かすことが出来るよう、円滑な労働移動を推進することは、持続的な賃上げにつながる好循環を生み出すカギとなるものであり、希望する労働者が主体的に安心して労働移動できるよう支援していくことが重要。
- 企業の職場情報※を求職者、学生等に総合的・横断的に提供することにより、職業選択を支援して労働市場のマッチング機能を強化していく。また、企業が労働市場で選ばれるために雇用管理改善（働き方改革、人材育成、女性活躍等）に積極的に取り組むインセンティブを強化していく。  
※ 採用状況に関する情報、働き方に関する情報、女性の活躍に関する情報、育児・仕事の両立に関する情報、能力開発に関する情報など

## 2 事業の概要・スキーム・実施主体等

- 企業の職場情報を求職者、学生等に総合的・横断的に提供するためのウェブサイト「**職場情報総合サイト（しょくばらぼ）**」を運営。
- 既存の事業（女性活躍等）で提供している職場情報を収集等した上で、求職者、学生等に対して検索、**企業間の比較を容易にする一覧化の仕組み**を提供する。

実施主体：委託事業（民間事業者）  
事業実績：職場情報総合サイトへの掲載  
企業数 104,444件（R6.1.1）

### 今後の拡充内容（予定）

#### 【課題】

- 現行、「しょくばらぼ」へは**主要3サイト※に掲載されている企業のみ掲載となる。**  
※「若者雇用促進総合サイト」、「女性の活躍推進企業データベース」、「両立支援のひろば」
- また、**掲載元サイトの情報以外に入力可能な情報が限定されている。**

#### 【拡充内容】

- 主要3サイトに掲載されていない企業（=**すべての企業**）も、「しょくばらぼ」への**掲載が可能な仕組み**とする。
- 職場情報の開示に係る記載について、**自由度の高い記載**ができる仕組みとする。

### <検索結果のイメージ（現行サイト）>

#### 職場情報の確認

企業詳細ページから、企業の基本情報と詳細な職場情報を確認することができます。

#### ▼ 企業詳細ページ



#### 複数の企業の比較

選択した複数の企業の職場情報を並べて比較することができます。

#### ▼ 企業間比較ページ



# 資本市場における情報開示



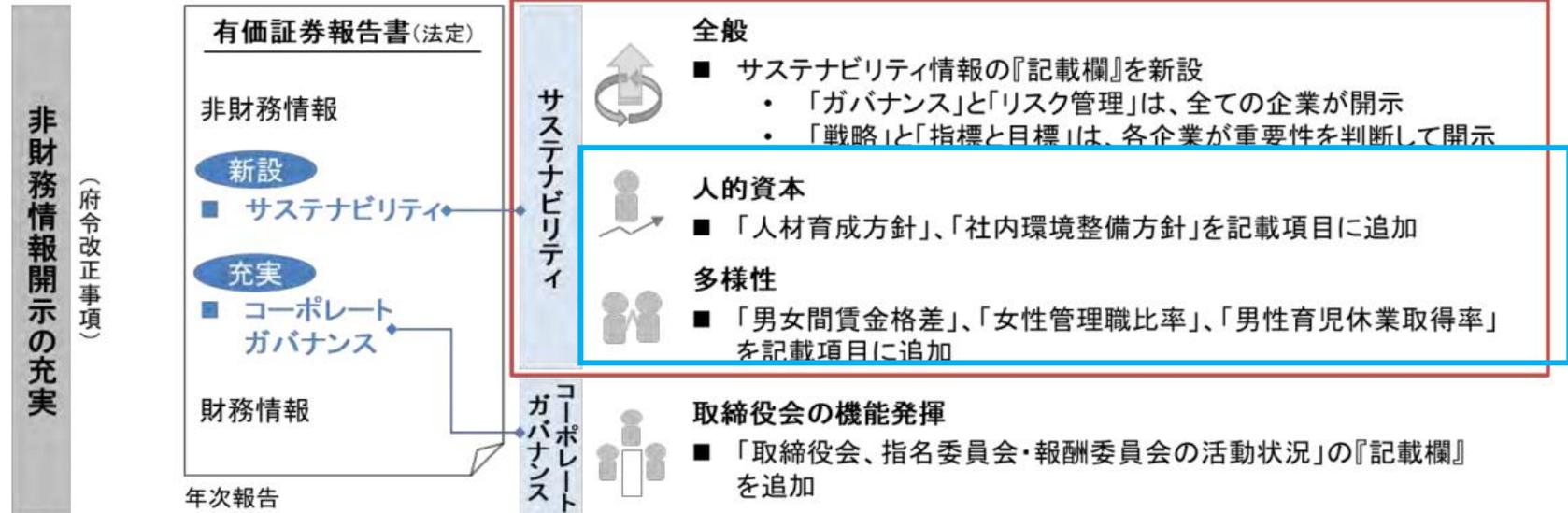
# 有価証券報告書における対応

令和5年1月31日、企業内容等の開示に関する内閣府令等の改正。

- 有価証券報告書等において、「サステナビリティに関する考え方及び取組」の記載欄を新設し、サステナビリティ情報の開示が求められることとなった。
- 有価証券報告書等の「従業員の状況」の記載において、女性活躍推進法に基づく女性管理職比率・男性の育児休業取得率・男女間賃金格差といった多様性の指標に関する開示も求められることとなった。
- これらの開示は、2023年3月期決算企業から適用。

- 金融審議会ディスクロージャーワーキング・グループ報告（2022年6月）において、有価証券報告書にサステナビリティ情報の「記載欄」を新設すること、人的資本について「人材育成方針」、「社内環境整備方針」を有価証券報告書のサステナビリティ情報の「記載欄」の「戦略」の枠の開示項目に追加すること、多様性について「男女間賃金格差」、「女性管理職比率」、「男性育児休業取得率」を有価証券報告書の「従業員の状況」の中の開示項目に追加することが方針として示された。今後、開示府令の改正を経て、有価証券報告書の記載事項として上場会社等の開示が求められていくこととなる。
- 企業には、本指針で整理をしてきたとおり、自社の経営戦略と人的資本への投資や人材戦略との関係性（統合的なストーリー）を描き出しながら、独自性と比較可能性のバランス、価値向上とリスクマネジメントの観点などを検討した上で、2.3.で示した4つの要素に沿って、自社の人材育成方針及び社内環境整備方針（「戦略」）、これと整合的で測定可能な指標（インプット、アウトプット、アウトカム等）やその目標、進捗状況（「指標と目標」）を積極的に開示していくことが期待される。

## 金融審議会ディスクロージャーワーキング・グループ報告の概要



# 人的資本可視化指針（内閣官房）（令和4年8月30日公表）

人的資本に関する情報開示の在り方に焦点を当てて、対応の方向性について包括的に整理した手引として、「人的資本可視化指針」を公表している（令和4年8月30日）

## 1. 人的資本の可視化を通じた人的投資の推進に向けて（背景と指針の役割）

### 1.1. 人的資本の可視化へ高まる期待

- 競争優位の源泉や持続的な企業価値向上の推進力は「無形資産」に
- 人的資本への投資はその中核要素であり、社会のサステナビリティと企業の成長・収益力の両立を図る「サステナビリティ経営」の重要要素
- 今や多くの投資家が、人材戦略に関する「経営者からの説明」を期待
- 経営者、投資家、そして従業員をはじめとするステークホルダー間の相互理解を深めるため、「人的資本の可視化」が不可欠

### 1.2. 可視化の前提としての経営戦略・人材戦略

- 人的資本の可視化の前提は、人的資本への投資に係る、経営者自らの明確な認識やビジョンが存在すること。ビジネスモデルや経営戦略の明確化、経営戦略に合致する人材像の特定、そうした人材を獲得・育成する方策の実施、指標・目標の設定などが必要となる
- 「人材戦略に関する経営者の議論とコミットメント」、「従業員との対話」、「投資家からのフィードバックを通じた経営戦略・人材戦略の磨き上げ」の一連の循環的な取組の一環として可視化に取り組むことが必要

### 1.3. 指針の役割

- 指針は、特に人的資本に関する資本市場への情報開示の在り方に焦点を当てて、既存の基準やガイドラインの活用方法を含めた対応の方向性について包括的に整理した手引きとして編纂。企業が自社の業種やビジネスモデル・戦略に応じて積極的に活用することを推奨
- 「人材戦略」の在り方について提言した「人材版伊藤レポート（2020年9月）」及び「人材版伊藤レポート2.0（2022年5月）」と併せて活用することで相乗効果が期待できる



併せて活用することで相乗効果

## 人的資本可視化指針の開示項目例

| 領域          | 項目  | 開示項目例   |
|-------------|---|---|
| 育成          | リーダーシップ<br>育成<br>スキル/経験                       | 研修時間、研修費用、研修参加率、複数分野の研修受講率、リーダーシップの育成など                     |
| エンゲージメント    |   | 従業員エンゲージメント   |
| 流動性         | 採用<br>維持<br>サクセッション                           | 離職率、定着率、採用・離職コスト、後継者有効率、後継者カバー率、後継者準備率、求人ポジションの採用充足に必要な期間など |
| ダイバーシティ     | ダイバーシティ<br>非差別<br>育児休業                        | 属性別の従業員・経営層の比率、女性管理職比率、男女間賃金格差、男性育児休業取得率など                  |
| 健康・安全       | 精神的健康<br>身体的健康<br>安全                          | 労働災害の発生件数・割合、死亡数等、労働災害による損失時間、（安全衛生に関する）研修を受講した従業員の割合など     |
| 労働慣行        | 労働慣行<br>児童労働/強制労働<br>賃金の公正性<br>福利厚生<br>組合との関係 | コンプライアンスや人権等の研修を受けた従業員割合、苦情の件数、懲戒処分件数と種類など                  |
| コンプライアンス/倫理 |   |   |

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果



# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 1. 情報開示に対する基本的な考え方

### 有識者からの意見

- 求職者にとって、情報が開示されていることが応募の条件になりつつある。開示できない場合はその理由を記載するなど、情報開示には前向きな姿勢を示すべきである。
- カジュアルな情報、実態に関する情報を選考の早期から伝えるようになっている。こうした動きが入社後の離職防止に寄与している。
- 企業が望むか否かにかかわらず、情報は開示されてしまう。求職者へ悪い印象を与えないためにも、企業が誠実に自ら情報を開示することが求められる。
- 職場情報は「選ばれる」というより、「検討の俎上にのる」ための前提条件であるというイメージであり、提供される情報から良し悪しの判断までは至らないが、候補企業として認知されるために必要という認識である。一方、採用難易度が高く、求職者以外（潜在層）にも企業側からのアプローチが必要な職種の採用時には、ほぼ採用結果に関係がないと言える。

### ヒアリング概要

- 採用手法が多様化するなかで、企業による情報開示の重要性が増しているとの意見があった。一方で、開示に対して後ろ向きな企業も一部見られた。
  - 採用手法が多様化し、企業側から求職者（潜在的な求職者候補）にアプローチしていく手法が一般化していくと、ますます企業からの情報発信は重要になっていくと考えている。（企業）
  - 職業安定法における法定開示項目ですら、開示を認識していない・後ろ向きな企業もある。（民間人材サービス事業者）
- 情報の開示は求職者から選ばれるための前提条件となりつつあるとの意見があった。情報開示されていない又は不透明であることが求職者にとってマイナスのイメージを与えるとの意見があった。
  - 職場情報を含む情報開示なしには、求職者から選ばれない。（企業）
  - 情報開示がないこと自体がマイナスのイメージを与えることはある。（転職経験者）
- 求職者により求める情報に多様性があるため、戦略的な開示が必要との意見があった（多量の情報を掲載する、求める求職者に合致した情報を載せる等、一律の戦略ではない）。
  - 人により求める情報は異なるので、検索しやすい形で自社サイトに多くの情報を掲載している。（企業）
  - 職場情報の開示は最低限にして、詳細は面談等で説明している。（企業）
  - どのような情報を外部に発信・開示するかはまさしく企業各社の採用戦略による部分が大きい。（企業）

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 2. 多くの求職者が求める項目

### 有識者からの意見

- 求められる情報については、非常に多面的である。例えば、半導体エンジニアであれば、細かなスキルセット要件が求められるかもしれないが、求職者が就業地に強い希望を持つ場合、その点がマッチングのボトルネックになる。特定の部門であれば特定の情報、といった形で一意に定まらない。

### ヒアリング概要

- 労働関連法規で開示されている項目の中でキャリア採用において問い合わせが多い情報としては、残業時間や有給休暇取得率、男女別の育児休業取得率等の情報が挙げられる。
  - 残業時間や有給取得率は気にされる。(企業)
  - 育児休業や短時間勤務等、子育て支援に関する問い合わせは多い。(企業)
- キャリア採用において問い合わせがある職場情報として、在宅勤務・テレワークに関する情報が多く挙げられた。その他、キャリアパスやそれを支える学習支援に関する情報、兼業副業に関する情報も挙げられた。エンジニアは特にテレワークできるかが大きく応募可否を分けるとする意見があった。
  - 在宅勤務の可否やテレワークの可否、実施状況については、コロナ禍以降問い合わせが増えている。(企業)
  - デジタル系の人材では、兼業・副業の可否も良く聞かれる。(企業)
  - 入社後のキャリア形成支援に関する問い合わせも多い。(企業)
  - 求職者から求めのある情報は、オンボーディング制度、研修制度、リモートワークの実績、残業時間の実績である。(企業)
  - 人材育成に関する情報として、入社後企業がどのような支援をし、当人がどのようなキャリアを描けるのかは重要な情報。(企業)
- 求職者が具体的に求める情報は、背景となる転職理由により重視する軸や情報は千差万別である。
  - 中途採用者の割合は気になる。(転職経験者)
  - 同世代入社者のインタビューも参考とした。(転職経験者)
  - シングルマザーとして家庭の経済状況(手取りが低下しないか等)を確認していた。(転職経験者)
  - エントリー後に面談が進み、意思決定段階まで至ると、一緒に働く仲間がどういう人か、職場側の中途入職者の受入れ体制や育成体制も気にされる方が多い。(民間人材サービス事業者)
  - 転勤の有無。若年層に限らず、親の介護等の都合で転勤忌避の傾向があり、転勤があることで他社に採り負けることもある。(企業)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【情報提供の単位（部署単位等）】

### 有識者からの意見

- 自社では、面談時に残業時間や出勤頻度（テレワーク実施率）等のよく聞かれる項目について質問が出た場合、全社の平均値ではなく、各職場・各プロジェクトの状況を伝えてもらっている。
- エージェント経由での採用の場合、部署単位の情報を経営者に渡して求職者に伝えてもらうことも可能であり、場合によっては有用なケースもある。ただし採用優先度によって対応を分けることは難しく、面談で提供することが現実的である。
- 職場・プロジェクトごとの情報についてはあまり型を定めず、現場の感覚をそのまま伝えてもらう方が、結果としてミスマッチを防ぐことができるのではないかと推測する。
- 研究開発部門では技術や研究内容が重視される一方、コーポレート部門では企業理念や働き方が重視されることが多いなど、部門ごとに求められる情報は異なるだろう。
- 採用ターゲットによって伝える情報は異なる。
- 各職場の実態が伝わるよう、現場に近い人が情報開示に関与すべきである。

### ヒアリング概要

- 配属される部署の情報を求める意見が聞かれた。また、企業側は、カジュアル面談や面接等を通じて、配属予定の部署の情報を伝える工夫が見られた。
  - 残業時間や有給休暇取得率については問い合わせが多い。ただし、求職者が知りたがっているのは「自分が配属される部署」の実態。(企業)
  - 面接に採用部門の社員も出席すること、内定後にフォロー面談を実施することで、配属予定部署のリアルな情報や雰囲気を知ることができた。(企業)
  - 異業種・異職種への転職では、教育研修制度や、過去に同部署に入社した人の経歴に関する質問が多い。(企業)
  - 配属予定部署の上長と面談できたことで、入社後のミッション等詳細に相談でき好印象であった。(転職経験者)
  - カジュアル面談、一次面接、二次面接、内定後の面談と、自身が配属予定の部署の社員と話す機会があった。部署の人員構成や雰囲気、職務内容、ミッション、働き方に関する情報はこうした面談で収集した。(転職経験者)
  - 口コミサイトでも、ある程度部署の状況は把握できる。より具体的な自分の配属先における情報は、内定後の現場従業員面談等にて得ていた。(転職経験者)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【人的資本開示】

### 有識者からの意見

- 人的資本開示の文脈では、資本市場向けの綺麗なストーリーの作成に注力する一方、社内にはほとんど情報を開示しない企業もある。従業員にも情報を伝えて、社内の課題を解決していくことが採用につながる可能性もある。労働市場への働きかけと人的資本開示はあわせて実施すべきである。
- 人的資本開示は経営者、投資家、社員など主要なステークホルダー間の相互理解を深めるために不可欠である。どのような企業として認知され、どのように企業活動をしているかを開示することは、労働市場においてもよい影響があると想定する。また、最近では、「ビジネスパートナー」や「顧客」の範囲や考え方がビジネスの在り方や採用方法の変化と共に変遷してきており、あらゆる情報発信がいずれ一緒に働くことになるメンバーに様々な形で届くという意識も芽生えてきている。
- 資本市場に対して開示されるのは企業全体の平均値である一方、求職者が求める情報は自身が配属される部署の具体的な数値であり、人的資本開示の項目が労働市場にそのまま有用でない場合もある。資本市場向けの情報を、可能な限り労働市場向けに加工・整理することが有用だろう。
- 多くの中小企業は統合報告書やIRサイトを作成していないので、当該情報を採用に活用できないことには留意が必要。

### ヒアリング概要

- 人的資本開示の動きを踏まえて検討を進めているケースも見られた。一方、労働市場向けの開示については、現時点では議論に至っていないケースも見られた。
  - 現状サイトで開示するのは定性情報が中心だが、人的資本開示は求職者に対しても効果があるものだと考えており、今後は人的資本開示の文脈も踏まえて定量情報の開示も検討中である。定性情報を裏付ける情報を開示したい。(企業)
  - 人的資本開示については、現在全社で進めているが、労働市場向けの開示についてはまだ議論していない。(企業)
  - 実感として、就業意欲があって応募してくる方は IR レポートや統合報告書等に目を通して選考に臨んでいるという実感がある。(企業)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【定量データ等】

### 有識者からの意見

- 労働者は仕事以外のライフステージに合った働き方を求めている。信頼できるデータとして休暇取得率を開示するなど、働き方の実態を反映した情報を開示していく必要がある。
- 法定開示項目は企業を比較する目的では有用である。ただし、例えば女性管理職比率など、数字が独り歩きしやすい項目もある。
- 社員数が少なすぎるにより、データに偏りが生じることが懸念される項目については、一定規模以上の企業については義務、一定規模以下の企業については掲載有無を選べる等配慮されており、その旨前提として閲覧者にわかるように掲載されていれば、基本的には数字が独り歩きすることは無いのではないか。
- 定量データについては、各社で開示されている数値の算出方法が異なる。数値情報の解釈や背景説明を記載することで、求職者に正しく情報が伝わることを期待できる。

### ヒアリング概要

- 定量データ等は、数値解釈の点で誤解を受けることを懸念する例や、数値作成コストや更新コストに言及する例も見られた。

- 実績が低調な定量データについては、解釈も含めて提示しなければ数値の開示は難しい。(企業)
- 実績が低調な定量データの補足として定性的な説明を記載することが解決として考えられる。(民間人材サービス事業者)
- ホームページの更新は手間がかかり手が回らないのが実情。背景として、ウェブサイトの改修・更新は外注していることもあり、社内で手を動かせば修正できるわけではないという体制上の問題がある。(企業)
- たくさんデータ(定量情報)を掲載していけると良いのだろうが、正確性や更新の問題などもある。(企業)
- 定量的な数値をあまり掲載していないのは、更新頻度が増えすぎないようにという観点もある。(企業)
- 定量データの開示・公表については、公表数値を作るまでの課題もあるが、公表後の更新の課題もある。ウェブサイト更新には一定の手間が必要であり、決まった時期にコンスタントに更新を行うということ自体もそれなりに負担となる。一方で定量データは公表を始めたら更新しなければかえってサイト訪問者の信頼を損ねると理解しているため、結果的に公表を見送る判断になっている。(企業)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【自社に不都合な情報】

### 有識者からの意見

- ネガティブにとらえられ得る情報であっても、改善までの道筋を企業が併せて提示していれば、求職者がポジティブにとらえることも想定される。
- 企業の強みと弱みの双方を理解した上で入社してもらうことで、入社後のギャップを理由とした離職を防ぎ、入社後の活躍につなげることができる。
- 中途入社者から「入社前にネガティブにとらえられ得る情報も含めて伝えてくれたことで信頼できた」とのコメントがあった。
- 求職者の母集団形成に向けて、特に職務内容や企業風土については宣伝要素込みでの都合のよい情報開示がなされる事例もあるのではないか。具体的な情報を伝えるよう、企業に求めていくことも考えられるのではないか。

### ヒアリング概要

- ネガティブな情報も含めて開示方針の企業もみられた。ただし、入り口段階では、母集団形成のため、ネガティブにとらえられ得る情報は積極的な開示していない企業もみられた。

- 社会から選ばれる企業になる、という目的の下、経営層の方針としては、「ともかくまず開示。開示をしたうえで理由を補足として書いていく」というのが基本方針。マイナスに取られうる残業時間等も積極的に開示している。（企業）
- キャリア採用に限らず、昨今の情報開示に関する要請もあり、会社全体としても「ネガティブな情報も含めて開示していこう」という雰囲気になっている。（企業）
- ギャップを生まないように、企業から面接で悪い情報も含めて伝えてもらうようにしている。（民間人材サービス事業者）
- 入社前と入社後のギャップを小さくすることで、就職後の離職を防ぐことができる。面接で企業から悪い情報も伝えるべきである。その際、改善の取組みを併せて説明すると求職者は納得感を持って受け止める。（民間人材サービス事業者）
- 多くの人を採用する必要があるため、ネガティブにとらえられ得る情報のうち開示するのは法定開示項目が中心。求職活動の入り口段階での精緻なマッチングによる応募者の減少を避けるため、ネガティブにとらえられ得る情報を積極的に開示する方針はとっていない。（企業）

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【開示情報の正確性】

### 有識者からの意見

- 企業が開示する情報には一定程度宣伝要素が含まれる。例えば企業内の制度を発信する際には制度の有無のみならず利用状況も発信することで、実態が求職者に伝わりやすくなる。
- 情報発信者の意図にかかわらず、時点のずれや計算方法等により開示情報が正確でない状態が発生することはある。求人内容と実際の採用要件を一致させることまでは求められていない中で、ガイドラインで厳しく正確性を求めることは難しい。求職者が情報を信頼していることを前提に、企業になるべく誠実に情報を提示していくことを奨励する方針となるのではないか。
- 具体的な事例としては、退職率の算出方法は細かい設定が企業に任されているケースが多く、同業他社との間だけでも定義に差があることがあり、ミスリードにつながるリスクがあると感じることがある（定年退職者の換算等）。退職率や女性幹部比率（シニア幹部を含むか等、各社で基準が異なることがある）など基本的なデータであれば、算出根拠を統一する（または併記する）方向で整理されていれば問題ない。

### ヒアリング概要

- 正確性については、虚偽の情報だけでなく、更新の問題や定量データの定義の捉え方などの問題に係る意見もあった。
- 不正確な事例について、職業紹介事業者等が就職者などからの情報をもとに、企業に対して是正を求める対応も見られた。
  - 掲載するためのデータを作ることが難しい。たくさんデータ（定量情報）を掲載していけると良いのだろうが、正確性や更新の問題などもある。（企業）【再掲】
  - 定量的な数値をあまり掲載していないのは、更新頻度が増えすぎないようにという観点もある。（企業）
  - 定量情報の公表は行っておらず、現状では公開への優先度は低いのだが、その背景には定量情報の整備の課題もある。すぐに開示（公表）ができる状態か、と問われると集計や計算を行わないとそもそも数字がない項目の方が多いと思う。（企業）
  - 離職率の定義については、分母と分子の考え方が企業ごとで異なり、解釈が難しい。（民間人材サービス事業者）
  - 企業の採用サイトは閲覧するが、基本的には「良い情報」のみが掲載されている、という認識で閲覧していた。（転職経験者）
  - 情報が不正確な事例はある。対応としては、入社した人から不正確な情報に関するフィードバックを受け、企業に問い合わせを行い是正してもらうことなどがある。（民間人材サービス事業者）

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (1) 提供の内容【情報量】

### 有識者からの意見

- 採用HPは各社の採用戦略に沿ったストーリーや見せ方の戦略があるため、一律に採用HPに掲載する方向でガイドするのは現実的ではない。また、すべての求職者に有効と言えない以上、情報過多となるケースも想定される。

### ヒアリング概要

- 情報量が多いと、かえって求職者等から見られない可能性があるとの企業の意見もあった。また、情報量が多いと、情報を見ないとの転職経験者の意見もあった。
  - 企業の採用ホームページは簡単に確認していた。ただ、情報量が過剰であり詳しくは目を通していない。（転職経験者）
  - 会社採用サイト上での発信・開示と個別の面談者への情報提供は異なると考えている。サイト上での一般開示については①採用サイトまで訪問する人は決して多くはないという前提 ②サイトへの掲載情報が多すぎるとかえって見てもらえない、という認識。（企業）
  - 採用ホームページに載せる情報が多すぎるとわかりづらいという点は気にしている。（企業）
  - 欲しいデータに行き着かないという指摘がある。（企業）
  - ホームページの更新は手間がかかり手が回らないのが実情。体制上の問題がある。（企業）

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (2) 提供の方法【多様な提供方法】

### 有識者からの意見

- 自社では選考を実施する場（面接）とそれ以外の場（カジュアル面談、内定後面談）は区別して取り扱っている。
- 自社では採用ターゲットを決めて募集する際にダイレクトリクルーティングを使い、そうした人材を惹きつけるためにカジュアル面談を実施している。
- 中小企業では、手間や費用を理由として採用サイトを運用できていない企業も多い。SNSを活用している事例を基に、ノウハウを伝えることも考えられる。

### ヒアリング概要

- エージェント | 職業紹介事業者への情報提供により、求職者に対し具体的な情報を補完している例が多く見られた。また、求職者が直接聞くことで選考が不利にならないよう職業紹介事業者経由で確認しているとの意見もあった。
  - 職業紹介事業者には、一般に開示していない内容も含めて幅広く情報を渡している。（企業）
  - 具体的な年収や働き方の実態（どの程度子どもを持つ従業員がいるのか、休めるのか）はエージェント経由で確認し、非常に参考になった。（転職経験者）
  - 面接で働き方に関する情報を聞くと、働くことに後ろ向きと受け止められる可能性があるため、そうした情報はエージェント経由で聞くべきである。（民間人材サービス事業者）
- スカウト | 企業側として工数やマッチ度合い等にて課題も抱えている。また、スカウト型のサービスを利用して、潜在転職層として本格的な活動前に情報収集で活用している例が見られた。
  - スカウトアプローチ後にカジュアル面談も実施しているが、多くの場合、実際話をしてみるとマッチしていないケースが多い。スカウトは工数がかかり多くは利用できないという印象がある。（企業）
  - 複数の人材サービスに登録。スカウトが来たらカジュアル面談を受けるという形で、緩やかに転職活動を実施。（転職経験者）

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (2) 提供の方法【多様な提供方法(続き)】

### ヒアリング概要(続き)

- 求人票 | 求人票における掲載情報の拡充、画一化に言及する事業者が見られた。また、求人票記載の情報の粒度については細かければ良いわけではないという指摘もあった。
  - どの求職者も情報を比較検討できるよう、求人票に情報が書き込まれている必要がある。(民間人材サービス事業者)
  - 求人票に情報を、細かく記載すべしという意見があるが、細かく記載すればするほどマッチした人が集まる一方、応募は減る。少しでもマッチしないと応募がなくなってしまうためである。実際、すべての要件が譲れないポイントではなく、一つ突出していれば採用するケースもあり、応募者の状況によるところも大きい。(企業)
- カジュアル面談等 | 求職者と面接以外の場にてコミュニケーションを取ることで、求職者に対しより具体的な情報を補完している。求職者の評判は総じて高い。
- しかし、同じ「カジュアル面談」でも、経路によっては選考に近い場合も見られ、状況により機能が異なる可能性がある。また、カジュアル面談実施による企業のコストは大きいとの意見もあった。
  - 本当に求められる情報はカジュアル面談等により直接求職者へ伝えている。(企業)
  - カジュアル面談で必要な情報を聞いてから選考を受けるか検討した。カジュアル面談が設定されていない企業は、そもそも受ける対象から外していた(転職経験者)
  - エージェント経由でのカジュアル面談は面接に近い場合もあり、何でも聞けるわけではない。(民間人材サービス事業者)
  - カジュアル面談は企業側の工数がかかるので、企業に対してカジュアル面談を推奨することは違うのではないか。(民間人材サービス事業者)
  - 採用選考の中で重要なのは、職場(工場)見学。この過程が本人の仕事に対する理解の深化とお互いの認識合わせにおいて重要な役割を果たしている。(企業)
- 面接 | 面接の中で、逆質問も含め本人にとっての具体的な情報の提示を実施している。求職者側も事前の情報収集結果を基に質問をし、より解像度の高い情報収集をする場として機能している様子が伺えた。一方、面接官としてどのような人が対応するかにより得られる情報が異なること、内容によっては面接では聞きづらいとする発言も見られた。
  - 面接における逆質問で各社へ同じ質問(課題に感じることは何か等)を問いかけ、反応も含め比較の対象とした。(転職経験者)
  - 残業時間等働き方に関する情報は、マイナスな印象を持たれないように面接ではあまり聞かなかった。(転職経験者)
- フォロー面談 | 面接時や内定後のフォロー面談にて、現場社員が出席することで、入社後のギャップ回避や内定後の引きつけを実施している例も見られた。
  - 面接に採用部門の社員も出席すること、内定後にフォロー面談を実施することで、配属予定部署のリアルな情報や雰囲気求職者に伝えている。(企業)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (2) 提供の方法【採用サイト等について】

### 有識者からの意見

- 採用HPに法定開示項目を掲載するよりも、情報を必要とする求職者がアクセスしやすいように、採用HPから関連ページへの導線を整えることが有効ではないか。加えて、必要であれば求人票からもアクセスできるようにすることも検討が必要である。
- 採用HPは各社の採用戦略に沿ったストーリーや見せ方の戦略があるため、一律に採用HPに掲載する方向でガイドするのは現実的ではない。また、すべての求職者に有効と言えない以上、情報過多となるケースも想定される。【再掲】
- 採用HPから関連ページへの導線を強化するからには、面談対応者の公開データに関する理解・リテラシーを高める必要がある。社内公開情報であっても、セットで語るべき施策や取組みとの結び付けなど、求職者の理解がより深まるコミュニケーションができるよう、準備することが求められるのではないか。

### ヒアリング概要

- 自社採用ウェブサイトの位置づけ、掲載情報は企業ごとに多様性があった。
  - 人により求める情報は異なるので、検索しやすい形で自社サイトに多くの情報を掲載している。(企業)
  - 自社サイトにも求人内容は掲載している。掲載情報はインターネット全般での検索性(外部の求人サービスで拾われやすいか等)を考慮して枠を決めている。(企業)
  - 採用サイトにはコア情報(企業理念、企業文化、事業内容、働き方の制度等)に絞って掲載し、他のコンテンツはリンクを貼る形としている。(企業)
  - そもそも自社の採用ウェブサイトを求職者はあまり訪問しないと認識している(訪問する求職者は既にかなり志望度が高い)。(企業)
- 採用ウェブサイト以外に、労働市場に有効な情報が掲載されている場合も多く、採用サイトへのリンクなどの形で紐づけている(ようにしている)場合が見られた。
  - 既存の開示情報へ導線を引く形でサステナビリティレポート・IRへのリンクを貼り誘導する方法を検討している。なぜなら自社サイトを閲覧する求職者は志望度が高いと思われ、情報収集を意欲的にすると想定している。(企業)
  - ESGデータブックの「S:社会(Social)」の項目にて労務関連データは収集・開示している。現在、採用サイトからのリンクや転載はないが、リンクを掲載するという発想はあるかもしれない。(企業)
  - 実感として、就業意欲があって応募してくる方はIRレポートや統合報告書等に目を通して選考に臨んでいるという実感がある。採用サイトへの遷移は設定していないが、現状はこれで良いと考えている。(企業)

# 論点に係る有識者の意見及びヒアリング結果

## 3 (3) その他【中小企業】

### 有識者からの意見

- 自社では、次のキャリアとして外部の中小企業や地方自治体等とのマッチングを希望する社員を支援する施策を実施している。担当者によると、中小企業の求人情報や企業HPの情報の少なさは求職者（自社社員）もある程度想定しており、必要な情報やその企業の売りとなるポイントや最低限の特徴さえわかれば問題ないという方が多い。それよりも仕事内容（どんなスキルが活かせるか）や、経営者の人となり（マネジメントスタイル）等、ひとまず面談でフィット感を確認、というスタンスの求職者が多い。
- 中小企業にとって定量データの算出は難しい。また、開示が法律で規定されていない場合もあり、そういった項目を開示することへの抵抗感もある。数値のみならず例示で情報を出す形も推奨するなど、中小企業への配慮があると望ましい。
- 「しょくばらぼ（職場情報総合サイト）」によって、中小企業における情報開示や採用サイトの機能が果たせるようになったらよい。

### ヒアリング概要

- 企業規模により、実態としては開示状況や求められる情報に差があるとの意見がある一方、採用難易度が高い中小企業だからこそ、情報発信が重要との意見も聞かれた。
  - 従業員数 50 人以下の中小企業などでは、企業のホームページが十分に整備されていないことも多く、ホームページでの情報開示は進んでいない。自社担当者との面談が主な情報伝達の間となる。（民間人材サービス事業者）
  - 中小企業は採用難易度が高く、むしろ開示が進んでいる企業もある。（民間人材サービス事業者）
  - 中小企業の場合、情報発信そのものは非常に重要だと考えている。（企業）

### （ヒアリング概要）

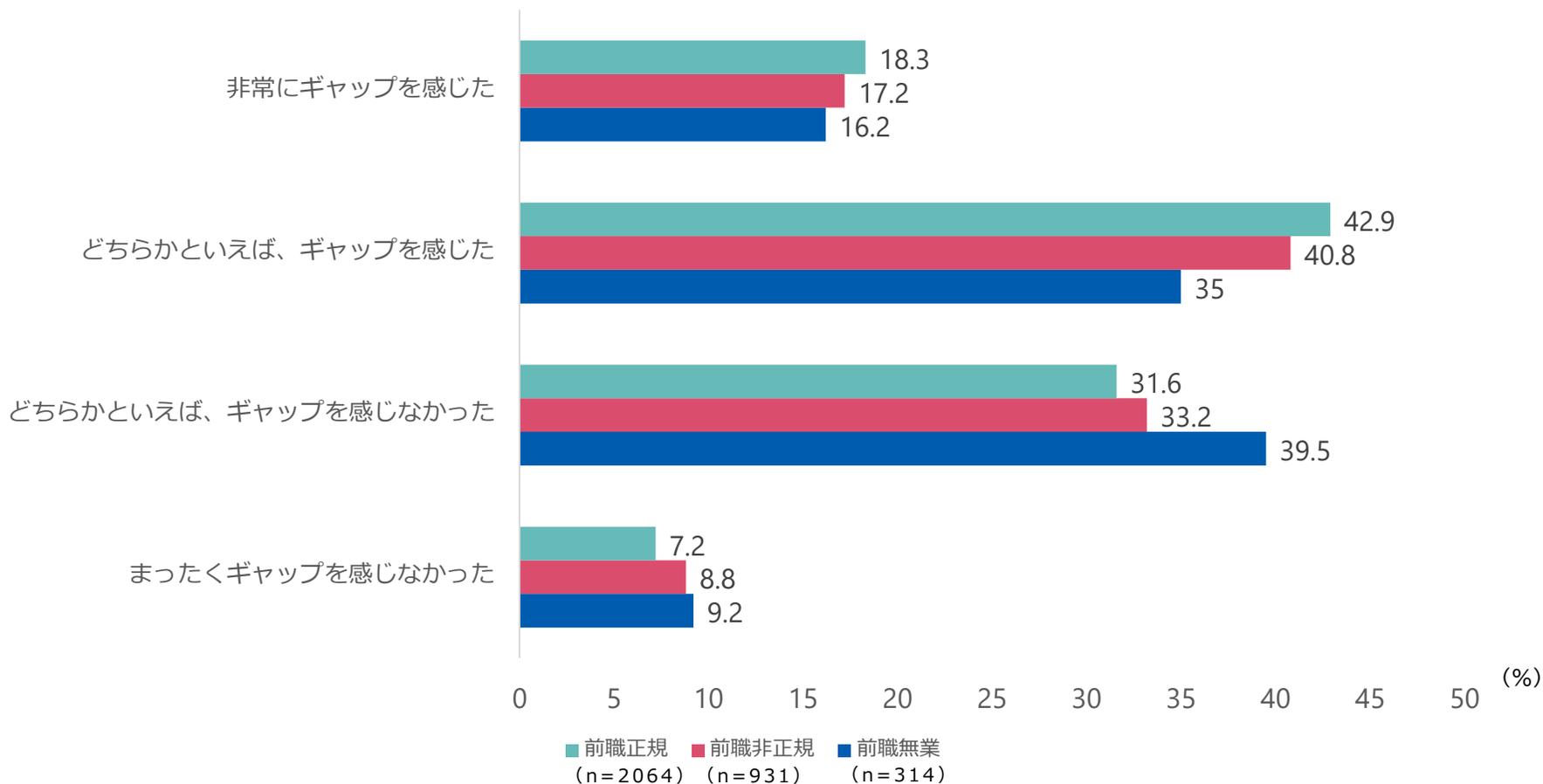
- 職場情報の開示を通じた労働市場の見える化に関する調査研究（厚労省委託事業）の中で、令和 5 年 6 月から 12 月にかけて、委託先・厚労省においてヒアリングを実施。
- 求人掲載企業（15社）、転職経験者（10名）、民間人材サービス事業者（10社）に実施。

# データ集



# 1. 入社後のギャップ

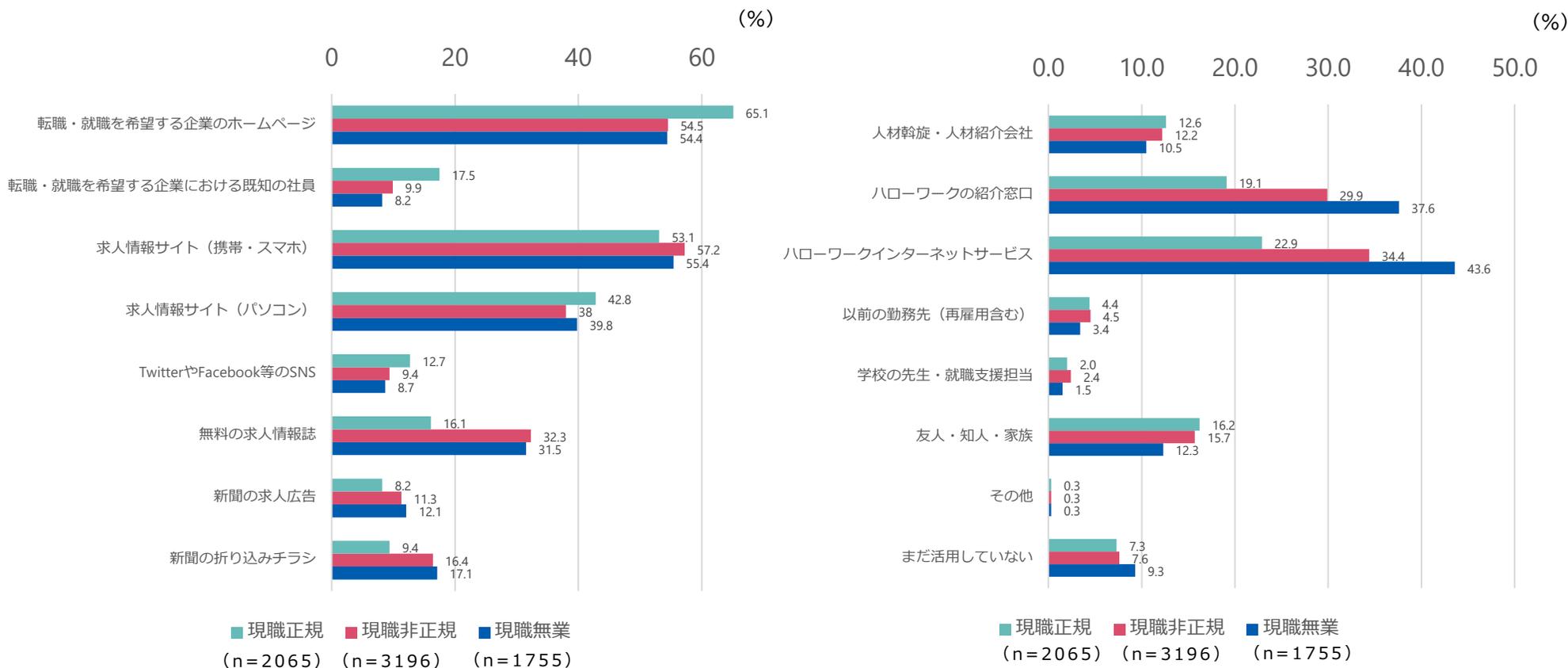
## 入社後のギャップ



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書(令和2年度) 152pより  
自身が経験した転職・就職活動の中で入手した企業の職場情報と比較し、転職・就職後に働き始めてから知った実際の職場環境との間に自身にとって不都合なギャップ(もっとも当てはまるもの)

## 2-1 職場情報を得るために活用している情報源

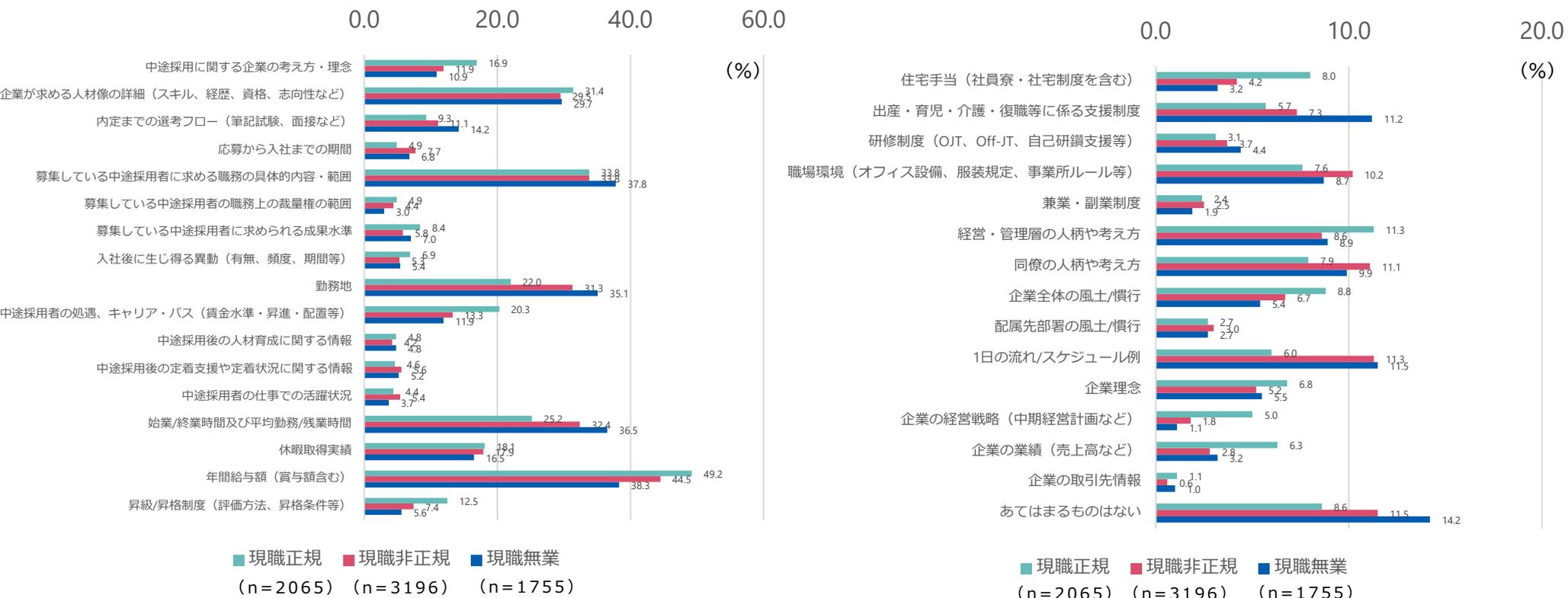
### 職場情報を得るために活用している情報源



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書 188pより  
 転職・就職活動の中で、企業の職場情報等を得るために活用している情報源 (複数回答可)

## 2-2 求職者が求めている開示項目①

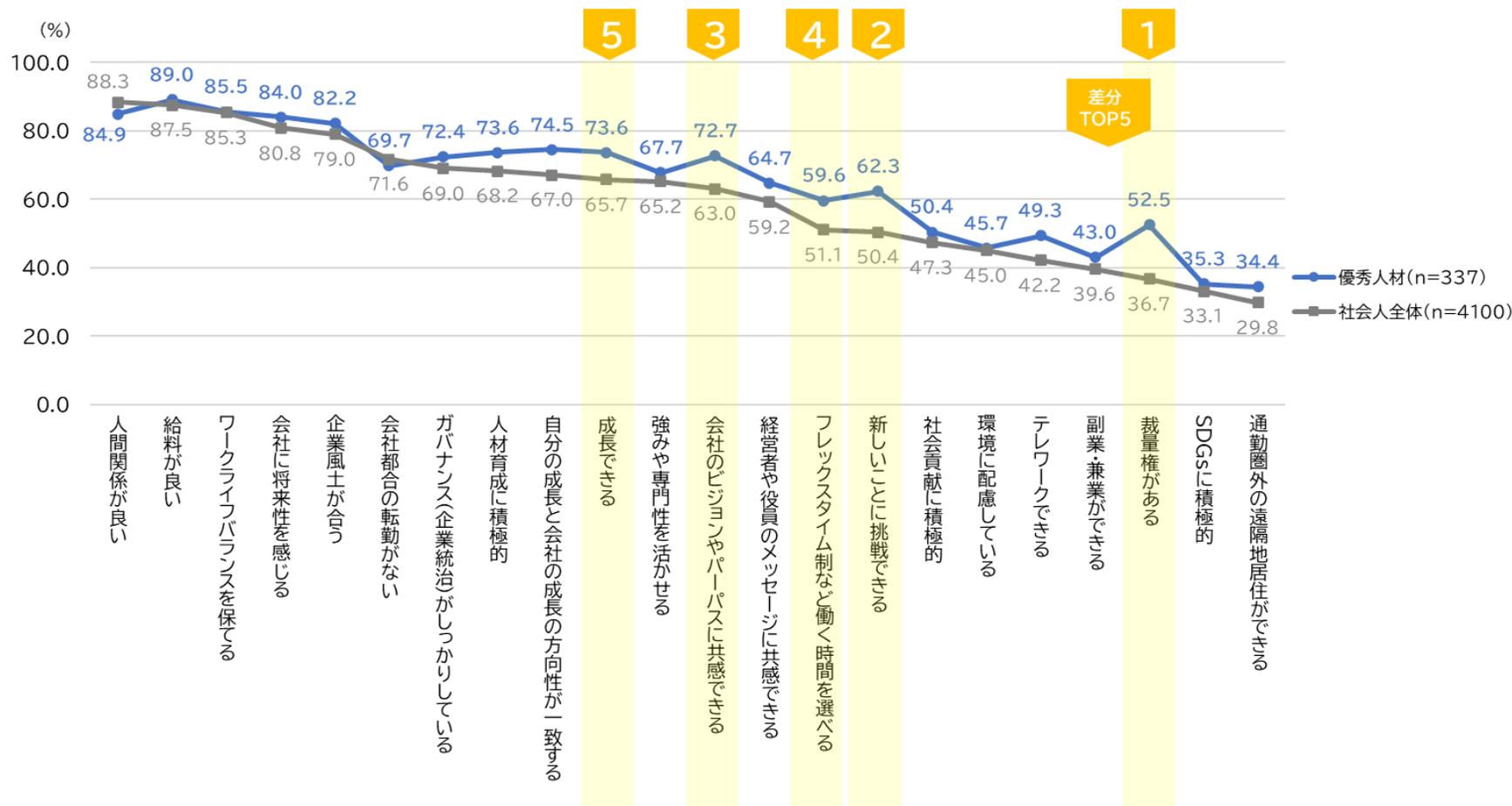
### 企業の求人への応募を決めるにあたり役に立つ情報（企業HP経由）



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書 183pより  
 転職・就職活動を行う中で、企業のホームページを通して収集している、若しくは収集したいと考えている情報のうち、特定の企業の求人への応募を決めるに当たって、特に役立つと考えている情報を上位5つ。

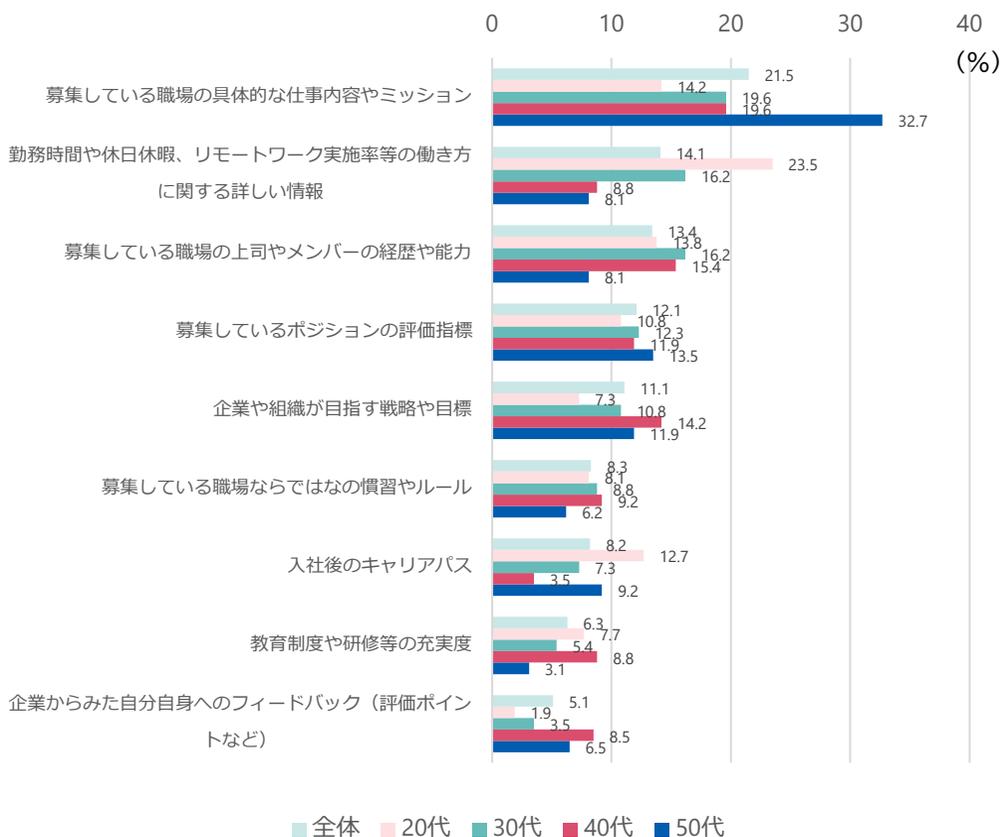
## 2-2 求職者が求めている開示項目②

転職先の検討にあたり重視する要素(社会人全体・優秀人材比較)

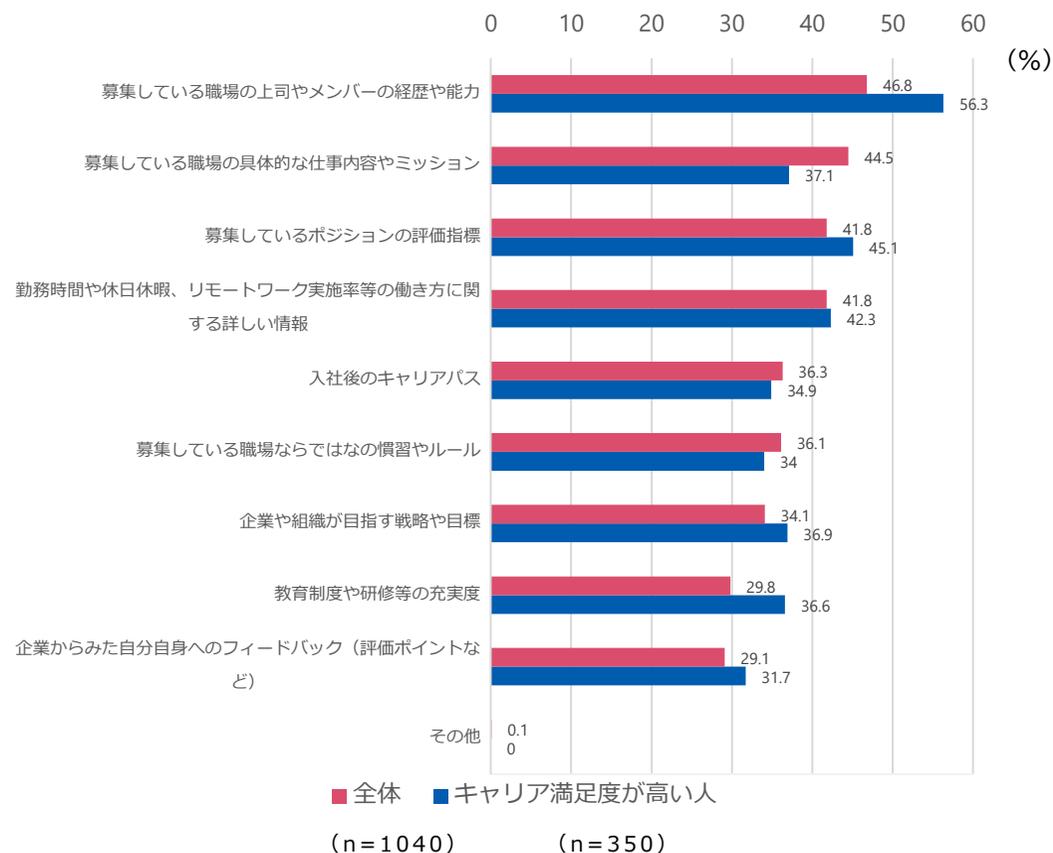


## 2-2 求職者が求めている開示項目③

### 転職活動で企業に提示してほしいこと (最も重要なこと)



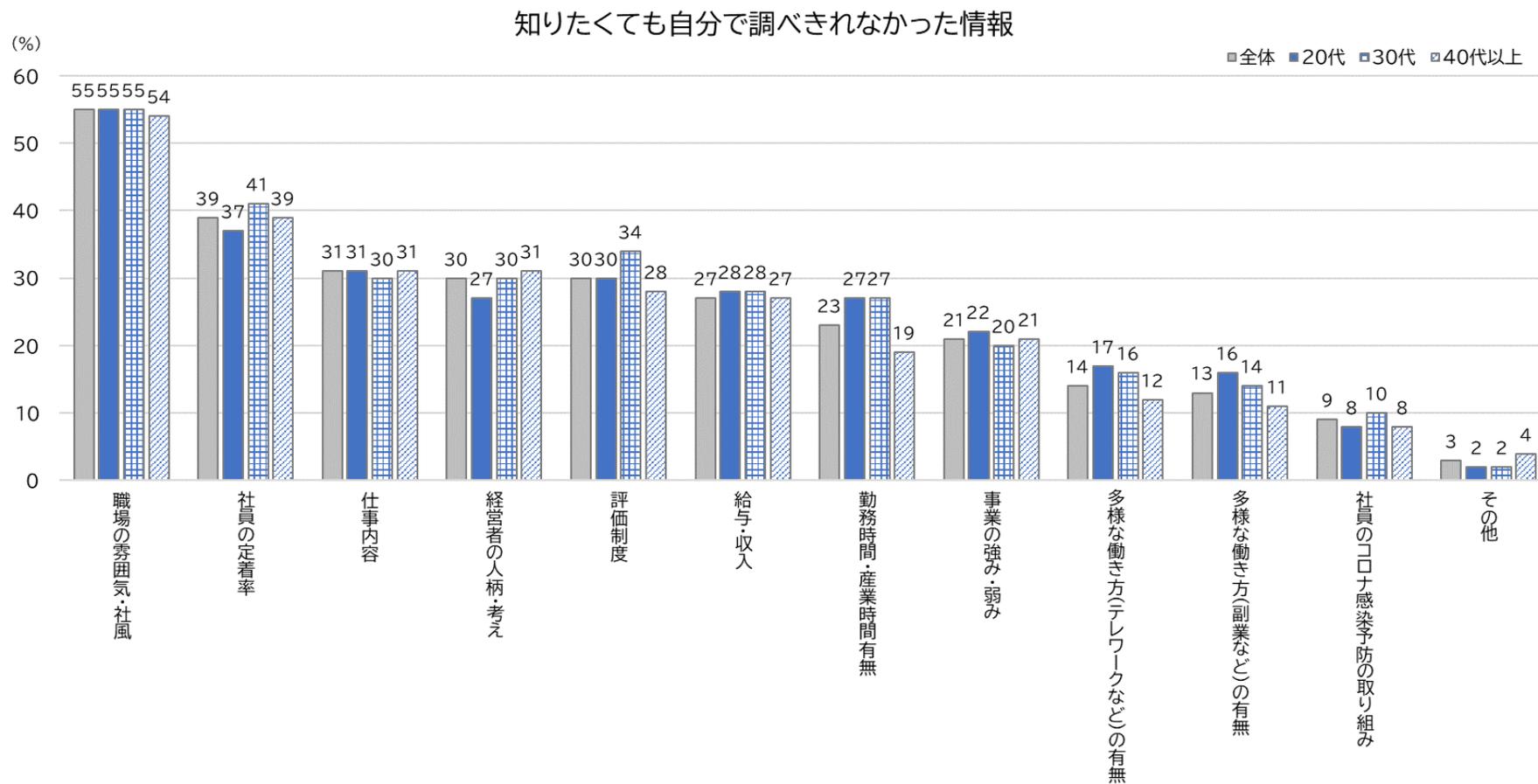
### 転職活動で企業に提示してほしいこと (複数回答 あてはまるものすべて)



出所)株式会社リクルート(2023)「転職活動者調査 第2弾」3pより  
転職活動で企業に提示してほしいことを教えてください。最も重要だと思うもの。  
(単一回答) 全体:n=1,040、各年代:n=260。

出所)株式会社リクルート(2023)「転職活動者調査 第3弾」4pより  
転職活動で企業に提示してほしいことを教えてください。複数回答あてはまるものすべて。  
「キャリア満足度が高い方」:転職を考えるようになったきっかけを、現職における  
キャリア満足度が高い方(満足+どちらかという満足)と回答した者

## 2-3 求職者が得られなかった情報



出所)エン・ジャパン,(2023),『エン転職』1万人アンケート「新型コロナ後の企業選びの軸」調査 図5より。

企業のことを知るためにやったことで、知りたくても自分で調べ切れなかった情報があれば教えてください。(複数回答可)

## 3 - 1 転職者の募集方法

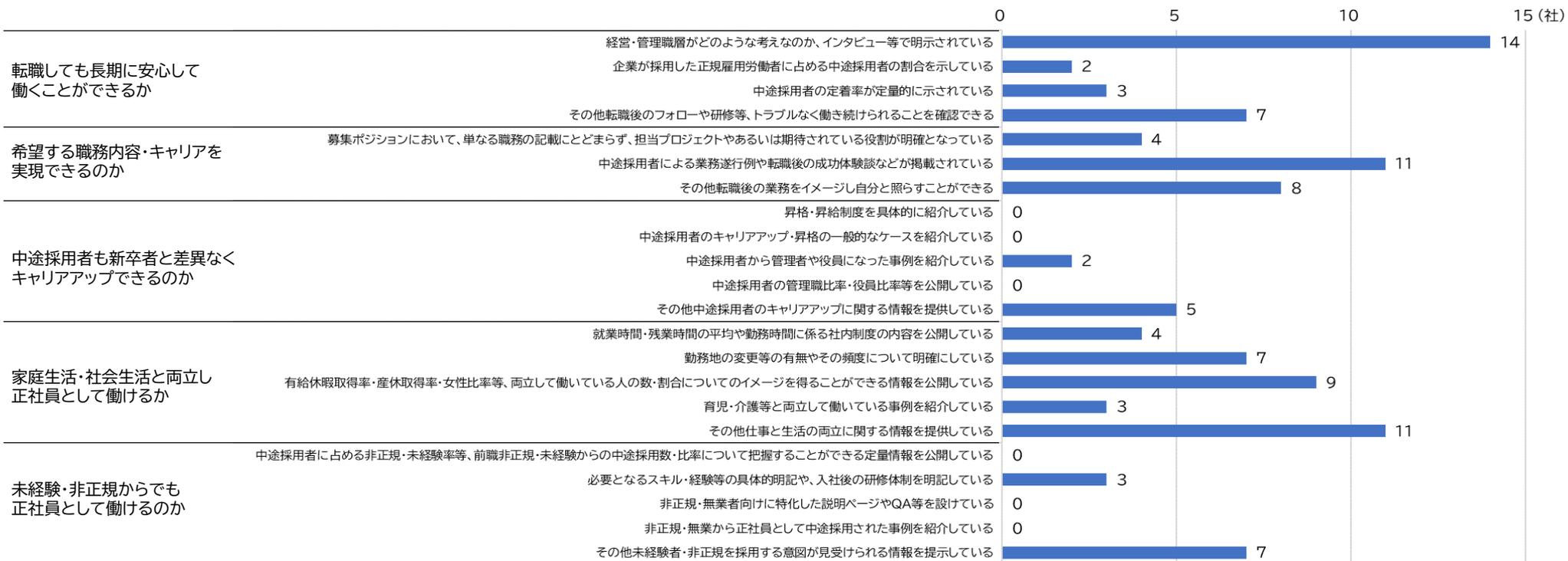
(単位：%) 令和2年

| 事業所規模       | 転職者が<br>いる事業所<br>計 | 転職者の募集方法(複数回答)       |               |                                       |               |            |                    |                    |                         |            | 不明         |
|-------------|--------------------|----------------------|---------------|---------------------------------------|---------------|------------|--------------------|--------------------|-------------------------|------------|------------|
|             |                    | ハローワー<br>ク等の公的<br>機関 | 民間の職業<br>紹介機関 | 求人サイ<br>ト・求人情<br>報専門誌、<br>新聞、チラ<br>シ等 | 自社のウェ<br>ブサイト | スカウト       | 縁故(知<br>人、友人<br>等) | 親会社、<br>グループ会<br>社 | 会社説明会<br>(合同説明<br>会を含む) | その他        |            |
| <b>総 数</b>  | <b>100.0</b>       | <b>57.3</b>          | <b>24.8</b>   | <b>43.2</b>                           | <b>26.6</b>   | <b>7.2</b> | <b>27.6</b>        | <b>7.0</b>         | <b>4.6</b>              | <b>4.8</b> | <b>2.0</b> |
| 前回(平成27年)総数 | 100.0              | 65.7                 | 17.3          | 38.5                                  | 18.6          | 5.9        | 30.8               | 5.7                | 5.2                     | 7.1        | 2.5        |
| 1,000人以上    | 100.0              | 49.9                 | 52.6          | 59.9                                  | 66.6          | 18.0       | 27.8               | 10.1               | 17.9                    | 9.7        | 0.6        |
| 300~999人    | 100.0              | 61.1                 | 45.0          | 53.4                                  | 58.5          | 6.7        | 26.6               | 8.6                | 15.1                    | 8.4        | 2.0        |
| 100~299人    | 100.0              | 63.2                 | 37.4          | 52.3                                  | 47.1          | 4.8        | 31.8               | 7.7                | 12.4                    | 8.4        | 2.2        |
| 30~99人      | 100.0              | 65.1                 | 27.3          | 43.6                                  | 28.8          | 5.2        | 29.4               | 4.8                | 7.8                     | 7.0        | 1.9        |
| 5~29人       | 100.0              | 54.5                 | 22.7          | 42.1                                  | 23.7          | 7.9        | 26.8               | 7.6                | 2.9                     | 3.7        | 2.1        |

出所)厚生労働省「令和2年点転職者実態調査」より

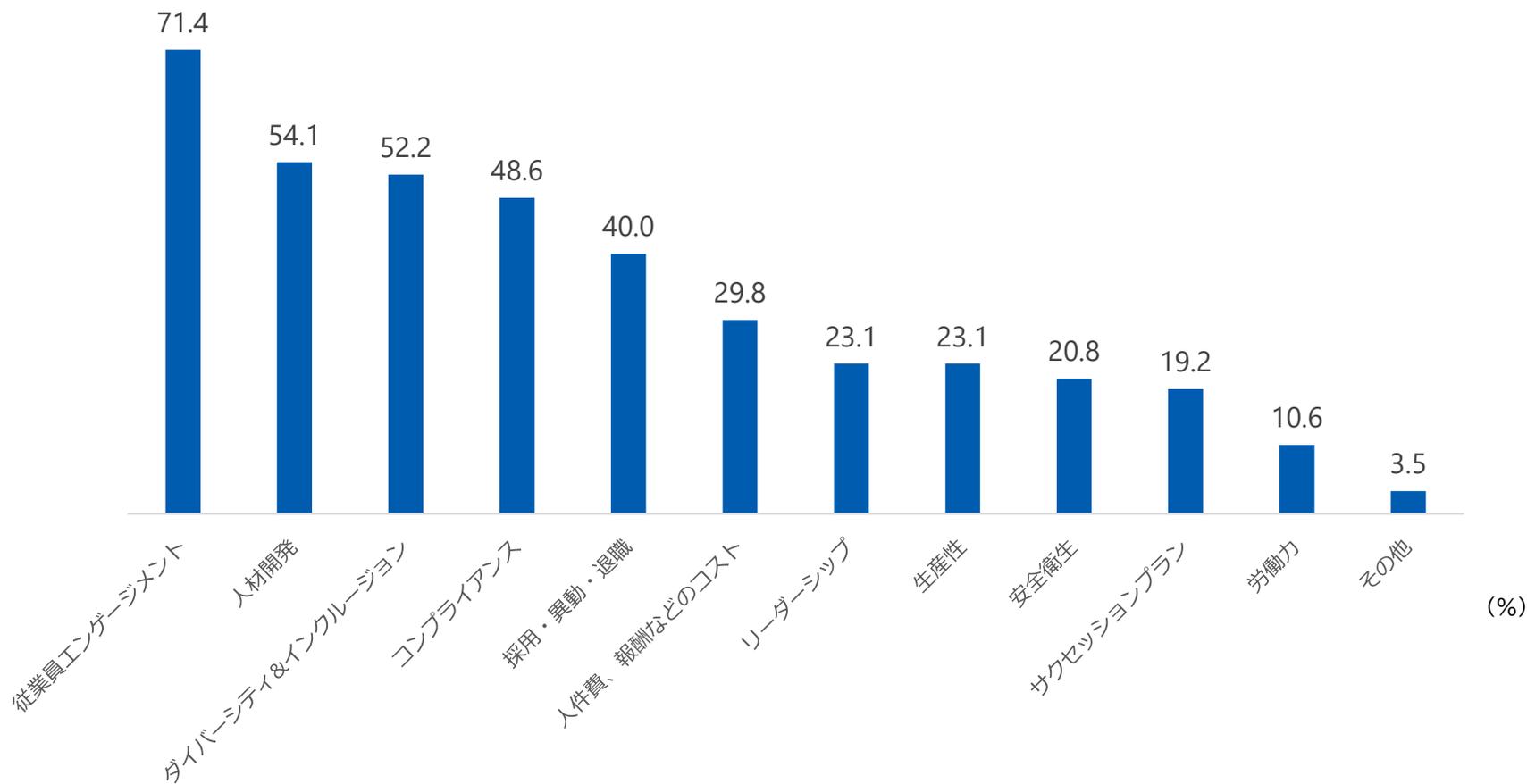
## 3-2 企業が開示している項目

企業ホームページへ掲載している情報



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書 55pを基に株式会社三菱総合研究所が作成。  
ヒアリング先企業にて企業ホームページへ掲載している情報一覧。なお、各種情報大分類を開示している企業に対しヒアリングを実施しているため、ランダムなサンプリングではなく、広く開示の状況を表している訳では無い点には留意が必要。

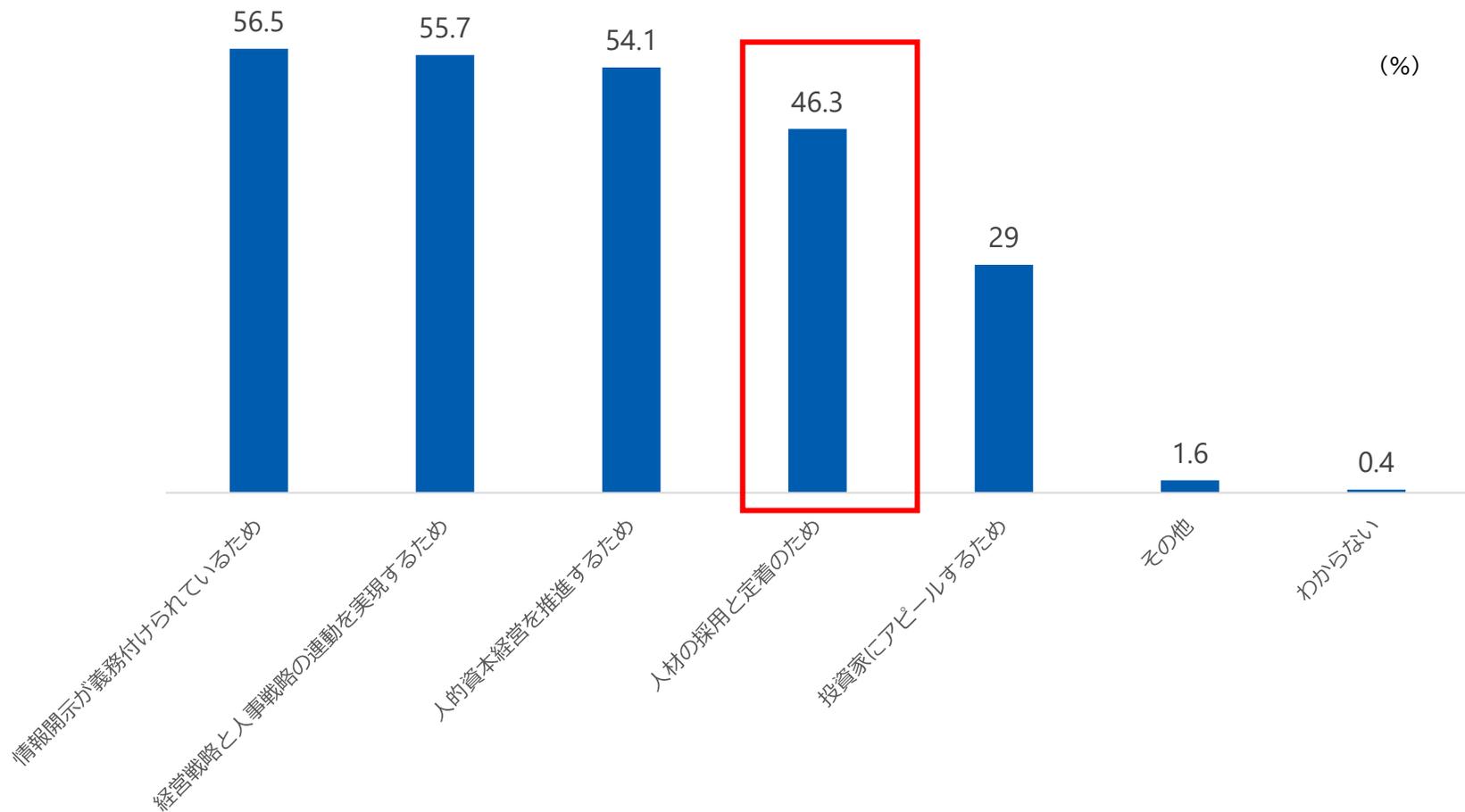
## 4 - 1 人的資本の情報開示で重視している項目



出所) 「日本の人事部 人事白書2023」

人的資本の情報開示に取り組んでいる企業（「取り組んでいる」、「取り組むために準備している」又は「取り組むことを検討している」と回答した企業）のうち、人的資本の情報開示において重視している項目（複数回答可）

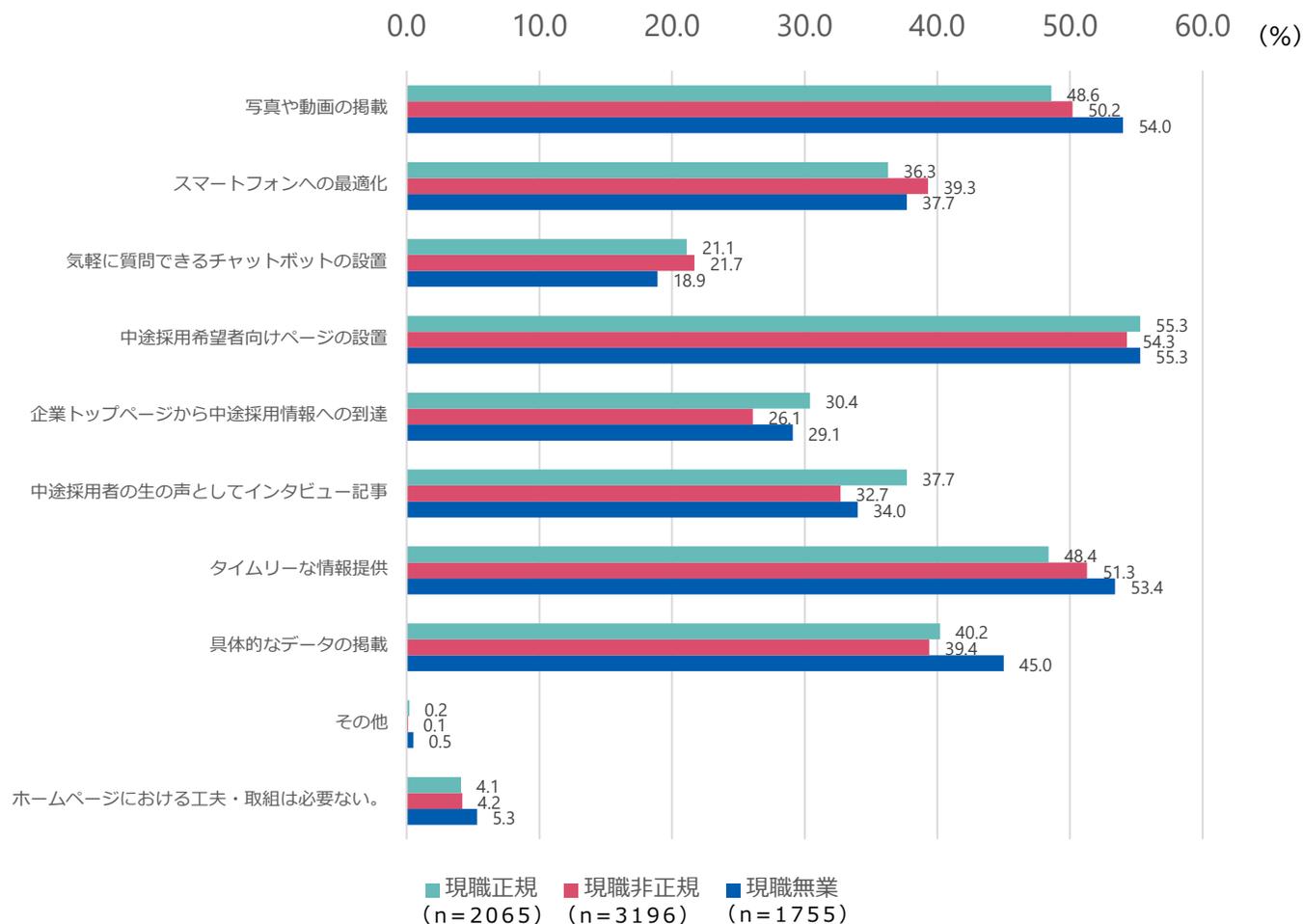
## 4-2 人的資本の情報開示に取り組む理由



出所) 「日本の人事部 人事白書2023」

人的資本の情報開示に取り組んでいる企業（「取り組んでいる」、「取り組むために準備している」又は「取り組むことを検討している」と回答した企業）のうち、人的資本の情報開示に取り組む理由（複数回答可）

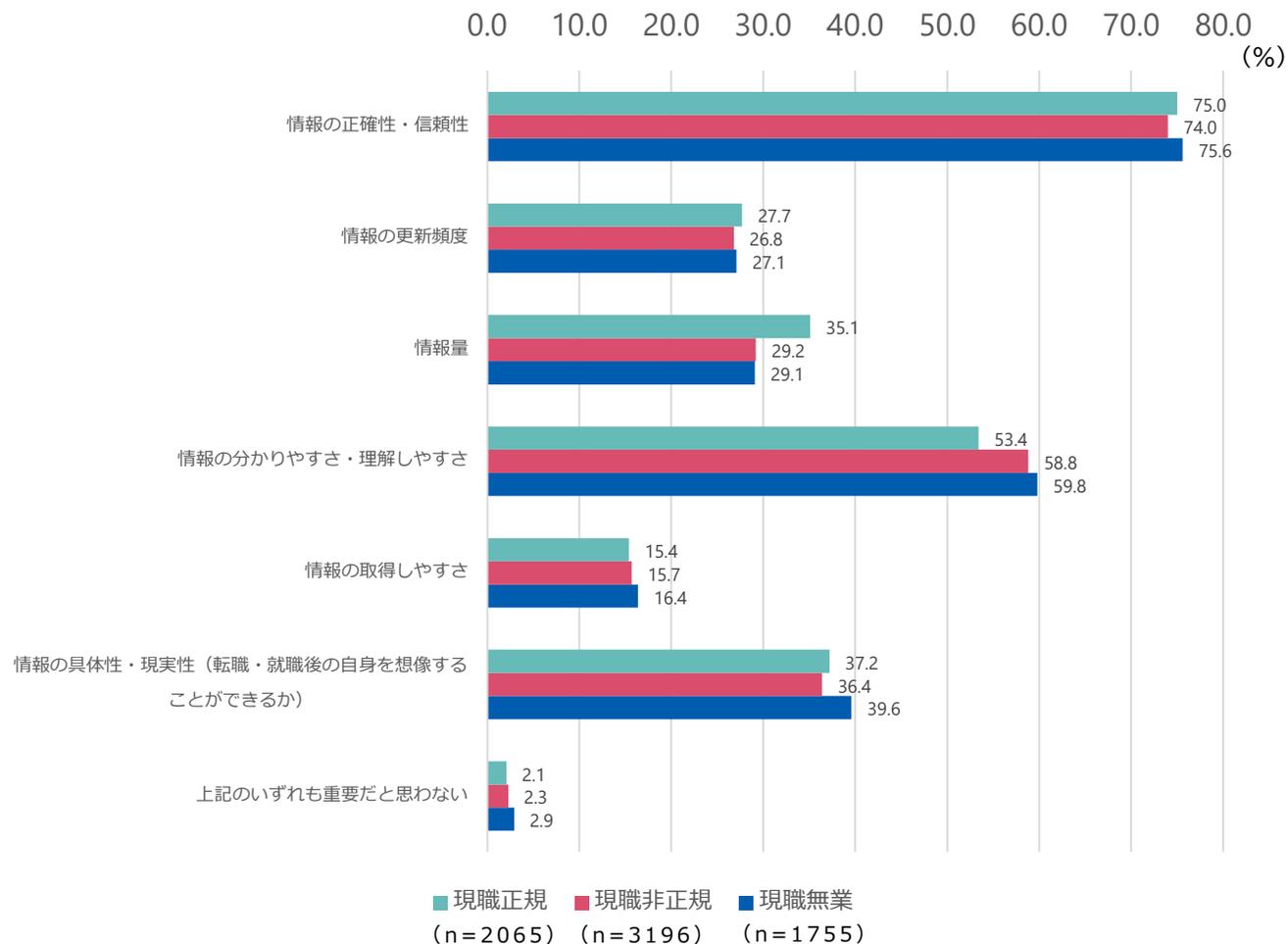
## 5-1 企業のホームページへの工夫希望



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書 195pより  
 転職・就職活動を進める上で、企業のホームページにおいてどのような工夫・取組があればよいと思いますか。(複数回答可)  
 「企業のホームページ」とは、求人募集を行う企業が自ら保有しているホームページを指し、当該企業以外の第三者が運営するものは除く。

## 5-2 ホームページ情報において重視する観点

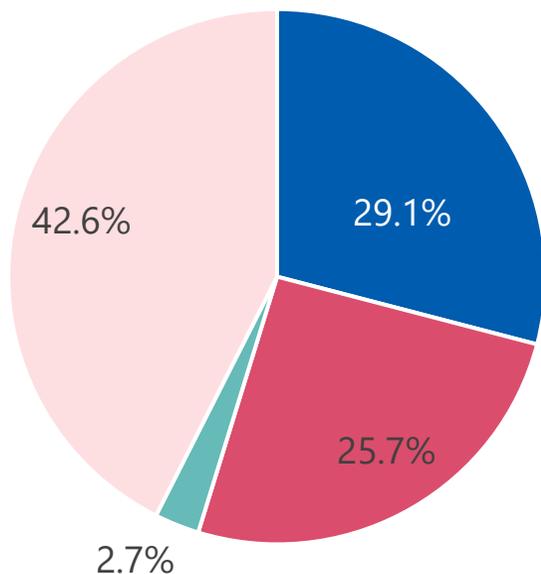
### ホームページ情報において重視する観点



出所) 令和2年度厚生労働省委託事業「中途採用を通じたマッチングを促進していくための企業の情報公表の在り方等、諸課題に関する調査研究」報告書 194pより  
企業のホームページにおいて公表している職場情報等に求める対応・工夫として、あなたが特に重要だと考えるものは何ですか（最も重要と思うもの1つ）。  
企業のホームページ」とは、求人募集を行う企業が自ら保有しているホームページを指し、当該企業以外の第三者が運営するものは除く。

## 6 カジュアル面談の実施状況

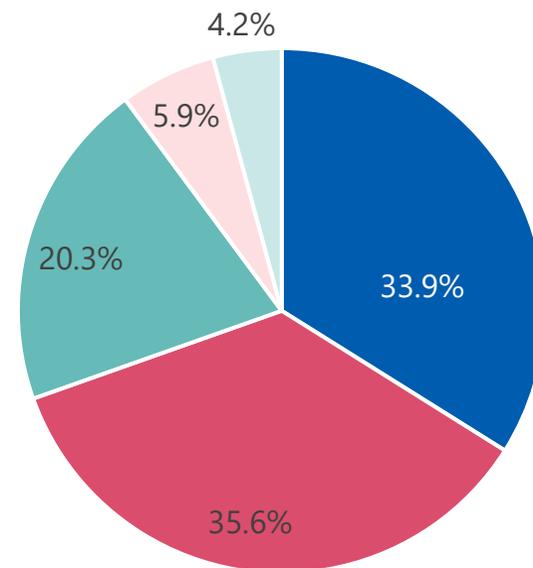
### カジュアル面談の実施状況



- 実施している
- 実施を検討している
- 以前実施したことがある
- 実施しておらず、実施予定もない

出所) 株式会社学情「「カジュアル面談」に関する企業調査(2023年5月)」  
・企業・団体の人事担当者を対象に、インターネットアンケートを実施  
・経験者(中途)採用を対象

### カジュアル面談による企業理解



- 企業理解が進み、志望度が上がった
- どちらかという与企业理解が進み、志望度が上がった
- どちらでもない
- どちらかというと志望度が上がらなかった
- 志望度が上がらなかった

出所) 株式会社学情「20代の仕事観・転職意識に関するアンケート調査(カジュアル面談)」  
2023年8月版  
・20代社会人を対象に、インターネットアンケートを実施