

採用活動成功のカギ

—自社のPR方法を考える—

2015
特集

Chamber feature

「学生は学業に専念すべき」という政府の要請により、(一社)日本経済団体連合会(以下、経団連)は現在の2016年卒業・修了予定の学生から、新卒採用における広報活動の開始時期を12月から3月へ、採用選考活動の開始時期を4月から8月へと繰り下げる新ルールを決定した。大企業に比べて知名度の低い中小企業にとっては、景気回復に伴う大企業の採用数増加もあり、人材確保がより厳しい状況となることが予測される。

今回は、こうした状況下にあっても工夫を凝らした採用活動を行い、学生に対し自社を効果的にPRしている中小企業に話を伺い、その糸口を探った。

中小企業を取り巻く現状

2013年9月、経団連では、「日本再興戦略(2013年6月14日閣議決定)」を受けて、「採用選考に関する企業の倫理憲章」で規定していた採用選考活動の開始時期を繰り下げる新ルールを決定した。

経団連に加盟していない中小企業はこれに縛られることなく早くから採用活動が可能だが、景気回復に伴う大企業の採用数増加の影響もあり、大企業より早く内定を出しても辞退者が出る可能性があるため、結果として採用スケジュールが大幅に遅れることになる予想される。

実際に県内大学の学生にインタビューしたところ、「第二志望の企業から先に内定をもらっても、第一志望の企業の選考が後に控えていたら、後悔をしたくないので第一志望の企業の選考を受ける」と話す。

採用に積極的な企業では、学生と接する機会を増やすため、採用活動の解禁よりも前にインターンシップや業界研究会を開催するなどして自社をPRしている。実際に自分自身が働いている姿を具体的に想像しやすい

戦略に基づいた採用活動を実施した結果、前年に比べ約3倍の学生がブースに立ち寄り、説明を聞いてくれるようになった。

「恋愛で例えると大企業は超イケメン、誰もが憧れる存在。それに比べて、中小企業は普通の人。既にスタート時点が違います。その違いを埋めるために、中小企業は学生に好きになってもらうようにしなければいけません。そのために、いかに振り向いてもらい、好きになってもらうかが大事です」と語る八木氏。同社では学生と密にコミュニケーションを取り、自社について理解してもらった上で、内定を出している。その結果、自社についてより深く理解してくれた学生をしつかりと確保することができているようだ。

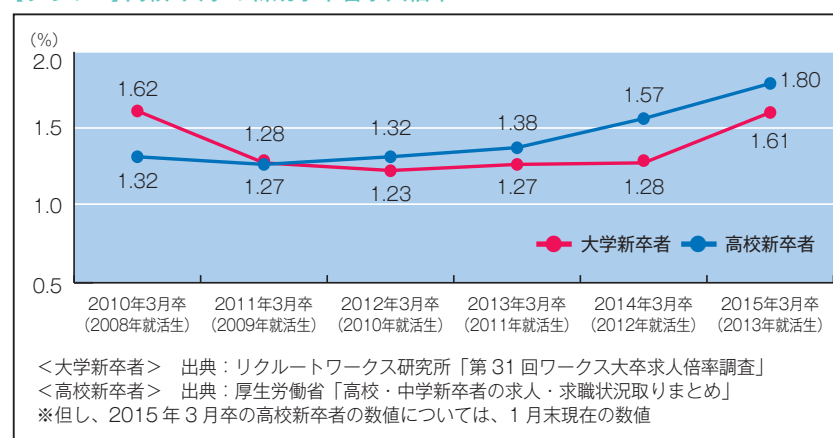


のぼりやパネルで装飾したブース

方が、学生の就職への意思決定を後押しするため、積極的に学生と関わっていく事が重要なのである。

グラフ1からも分かるように、新卒の求人倍率はリーマンショック後の景気悪化により若干の落ち込みはあったものの、現在は徐々に上がってきている。新卒求人数が求職学生数を上回る「売り手市場」である現在、募集予定人数を採用できる確率は低いと言わ

【グラフ1】高校・大学の新規学卒者求人倍率



自らが積極的に採用活動に取り組む八木氏

また、採用活動で得られるものは新入社員だけではない。八木氏は「採用活動では、学生に自社をできる限り正確にPRしなければいけないため、会社や社長の理念を中堅、一般社員が理解した上で行う必要があります。だからこそ理念浸透ができ、社内教育にも役立ちます。社員教育の観点からも積極的に新卒採用活動を行う必要があると思います。そして採用活動を通して、福井で活躍する人材を増やしていけたらと考えています」と話す。

そんな八木氏には、他の企業からも採用活動についての相談が舞い込んでいる。「中小企業が多くを占める福井を元気にするためには、中小企業が採用力を高めることが大事。これからは新卒採用に苦戦している地元企

ざるを得ない。さらに、大企業に比べて知名度の低い中小企業は、自社の魅力を学生に知らせ、うまくPRをしていかなければ学生が集まりづらい状況に置かれている。まずは学生を引きつける採用活動の方法を一番に考えなければならぬ。ここからは、実際に他社との差別化を図った合同企業説明会や会社説明会を実施し、学生をうまく引きつけ自社をPRしている企業を紹介する。

大企業とは違った 戦略的採用活動が大切

〈株式会社福井(福井市)〉

マット、モップを中心とした掃除用品のレンタル・販売、ハウスクリーニングサービスをメインに営業展開をしている株式会社福井。同社は、今年から合同説明会で八木社長自らが先頭に立って企業説明を行っている。

同社では、7年ほど前から新卒採用を行っているが、近年、合同説明会

や会社説明会への参加者数が激減していた。八木氏は、「中小企業では大企業と同じことをやっても採用することができない。もともと処遇・待遇、知名度では差がある。もっと戦略的に自社をPRし採用活動することが大切」と考え、今年から合同説明会には必ず参加し、説明中には「社長講演中」のプラカードを立て、社長が会社説明をしているということが一目で分かるようにした。「学生に好印象を与えるにはファーストコンタクトで社長に会えること、そして社長の話が直接聞けることがとても大切です。大企業では絶対やりませんから。だからこそ学生が集まります。また、社長自身が会社説明を行うことで、会社の雰囲気や事業内容がより伝わります」と自身が説明を行う理由を話す。また、ブースをのぼりやパネルで装飾し、人目を引くような工夫を施す。ブースを出しているも、学生が集まらなければ会社説明すらできず、何も伝える事ができないからだ。こうした

業に少し微力ながらお役に立てればと思っています」と想いを語ってくれた。

採用活動で自社の

価値を高める

（株）ALL CONNECT（福井市）

完全成果報酬型のWEB販売代行事業を行う（株）ALL CONNECT。同社では、5年前より会社説明会で脱出ゲームを採用し、他社との違いを演出している。

ITベンチャー企業の同社は、福井県内ではある程度知名度があるものの、県外や都市部では大企業ほどの知名度はなく、採用情報を出しても埋もれてしまう。「全国的に注目してもらえる採用手法を取り入れれば、県外でも当社のことをもっと知ってもらえる」という思いのもと、採用活動の方法を抜本的に見直した。他に採用している企業が少なく、学生に面白い企業だという印象を持ってもらうためのきっかけとして、同社は候補の1つであった「脱出ゲーム」を活用した会社説明会を採用した。実際に取り組んでみたところ、物珍しさも手伝って会社説明会に多くの学生が参加するようにになり、この会社説明会を通し



脱出ゲームを活用した会社説明会の様子

※ 脱出ゲームとは・・・

一つの会場に集まった参加者達が協力し、様々なヒントを元に謎を解いてその場所から脱出するイベント。

この採用手法のメリットとして「ゲームの手法を使うことで、これまでリーチできなかった学生層からのアプローチが期待できる」「実際にゲームをプレイする場面で、チームで問題を解く姿を通して、通常の採用活動では見られなかった参加者の本質（性格や能力、思考タイプ）を見ることができる」などが挙げられる。

同社に興味を持つ学生が大幅に増え、実際の採用に直結するようになった。

「仕事内容については、実際にやってみなくては向き不向きはわからず、それよりも、どういう人と共に仕事をしたいかということが重要だと考え

ます。そのため、当社の価値観を伝え、その価値観を理解してもらうことが大切です」と語るのは、人事課プロジェクトリーダーの大連氏。合同説明会で配布する同社のパンフレットには事業内容は書かず、自社の価値観を大きく記載。さらに、合同説明会には毎回違うスタッフが参加し、採用特設サイトでは約40名の社員の紹介ページを設けることで様々な社員の顔を見せ、入社後の自分の働く姿が想像しやすいようにしている。また、内

定式も他社とは違い、内定者同士の協力が必要となる「動く研修」を行い、入社前に内定者同士の絆を深めるとともに、自社の価値観を実際に体感してもらっている。

福井では、就職に伴い県外へ出て



自社の価値観を知ってほしいと語る大連氏

次のポイントに注意してほしい。

- ①説明会では学生に興味を持ってもらえる雰囲気をつくる（まずは話を聞いてもらう）
- ②企業情報は良い部分も悪い部分も全て明らかにする（学生に安心感を与える）
- ③説明は極力トップが行う（企業側の熱意を学生に伝える）
- ④働くイメージがしやすいような説明を心がける（企業との価値観を共有してもらう）
- ⑤内定後の定期的なフォローを欠かさない（会社があなたを必要としていることを伝える）

採用活動において企業と学生の立場はあくまで平等、お互いが納得の上で採用内定という結論に至る道を探るべきである。果たしてこれまでの御社の採用活動はどうだっただろうか、この機会に振り返ってみていただきたい。「これまでの採用手法を見直してみたい」「そもそもどういった採用活動をすれば良いのかわからない」などの採用活動に関する相談については、前述のふくいジョブカフェを是非ご利用いただきたい。

「採用活動に関する相談のお問い合わせは」

ふくいジョブカフェ

（福井県若者就職支援センター）

TEL 0776(32)4560

ふくいジョブカフェ ホームページ <http://www.fukui-jobcafe.com/>



合同企業説明会の様子

こうした状況の中で、中小企業はどのような取り組みをしていくべきなのか。若者の就職支援機関であるふくいジョブカフェ（福井県若者就職支援センター）で話を聞いた。ふくいジョブカフェでは、中小企業の魅力を伝えるためにマッチングアドバイザーといわれるスタッフが企業を訪問し、会社概要や仕事の中身はもちろんのこと、求める人物像について詳細にヒアリングを行っている。ジョブカフェのHP等で情報発信するとともに相談に訪れた若者（学生を含む）に個別に情報提供している。

また、県内中小企業の現場を学生が取材し作成した企業PRブックの配布や、『若者が行く！企業探検会』というユニークな名称の職場見学会を行うなどしている。

採用活動の在り方について 考える

厳しい採用状況に置かれている中小企業は、人材確保のためには自社の採用活動を見直す必要がある。また、学生優位の「売り手市場」である現在、学生の目線に立ち採用活動を行っていかねばならない。事例で紹介した2社および学生からのインタビューでつかんだ内容を踏まえ、是非

学生を引きつける PR方法を練ることが重要

採用活動開始時期の繰り下げにより、企業は採用活動スケジュールの見直しを図る必要が出てきた。採用情報を広報できる期間が短くなったことで、説明会や面談を実施できる回数などに影響があるためだ。

また、売り手市場である2016年卒採用は、優秀な学生を確保するための競争激化や内定者管理の難しさなどから企業の採用活動はさらに長期化するとの予測がある。学生にとって厳しい就職環境と言われていた2～3年前でさえ、『予定の人数を採用できた企業は約半数』という調査結果もある。中小企業の新卒採用を取り巻く環境はさらに厳しくなりそうだ。