

人事担当者の

魅力の 作り方



第5回

人事担当者の魅力づくりのコツ③「伝える・魅せる」

ヴォケイション・コンサルティング株式会社 取締役
佐藤 隆久

第1回 この時代だからこそ持っておきたい人事担当者の心構え

第2回 人事担当者の魅力で変わる採用・社内教育・人事制度運営

第3回 人事担当者の魅力づくりのコツ①「聞く」

第4回 人事担当者の魅力づくりのコツ②「聴く」

✓ 第5回 人事担当者の魅力づくりのコツ③「伝える・魅せる」

第6回 この時代だからこそ意識したい人事担当者の行動

「就活イベント」で 選ばれるために

皆さんは、様々な企業が参加する「就活イベント」に参加することはあるだろうか？

参加企業10数社、参加学生100数十名。①各社5分間のPRタイム、②各企業ブースでの説明会、③各企業フリー形式での座談会、この流れで展開される3部構成の就活イベント。学生はまず、PRタイムで気になった企業3社をピックアップ。その3社の説明会に参加して話を聞き、優先順位を付けて、最大3社までの座談会に参加。この一連の流れを通じ、興味を持てた企業があった場合、単独説明会や面接等の本選考へエントリーする。

もし皆さんが、このような就活イベントに参加することになった場合、参加学生が選択する3社に選ばれ、本選考にエントリーしてもらうために、どのようなことをするだろうか？

私が毎月開催している無料体験セミナーでは、自社がこのような就活イベントに参加することを想像し、【冒頭5分間のPRタイムで、

どのようにプレゼンテーションするかを考え、白紙をスライドに見立てて有効活用し、実演する】というワークを実践していただいている。

これまでにこのワークを実践していただいた企業は数十社に上るが、そのプレゼンテーションの内容は、次のような2つになる傾向が強い。

1つ目は、事業内容と学生に訴求したい自社の様々な強み・特徴を時間いっぱい伝え切るスタイル。2つ目は、プレゼンターである人事担当者が学生時代、数ある企業の中から、自社のどのような点に魅力を感じて本選考に臨み、入社に至ったのか。入社後、どのような業務を経験し、入社前に魅力に感じていた点は、実際どうだったのか、どんな点にやりがいを感じる会社であるのか等を伝えるスタイル。

どの企業人事の皆さんも、真剣に準備を行い、全力で実演してくださることもあり、そのプレゼンテーションを学生になったつもりで見聞きしている他社人事の皆さんに感想を伺うと、魅力が伝わっていることも多い。

冒頭5分間のPRタイムの本来の目的は何か。それはあくまで、その後の自社ブースにおける会社説明会への導線づくり。すなわち学生に3社しか選ばれない企業の1社になること。「PRタイム」という言葉の影響かもしれないが、実際の就活イベントにおいても、「この時間は、企業や人事担当者の魅力を学生にPRするもの」という認識の下、前述した2つのスタイルに近いプレゼンテーションをする企業をよく見かける。

では、学生に選ばれる3社になることを目的とした企業PRタイムは、「企業や人事担当者の魅力を学生にPRするプレゼンテーション」以外に、有効活用できる方法はないのだろうか？

PRタイムと説明会の イメージ

5分間のPRタイムで、前述した2つのスタイルとは異なる右頁上のようなプレゼンテーションを展開し、その後の説明会に着実に学生を集客している私のクライアント企業がある（＜プレゼン内容のイメージSample＞参照）。



佐藤 隆久(さとう たかひさ)

http://vc-corp.net/
ベンチャー企業での人事部長経験、女性のみが所属する会社の経営経験、コンサルティング会社での人事コンサルタント等の経験をバックボーンに、通算18年にわたり、様々な業界企業が抱える【人材の採用・定着・成長に関する問題解決】を支援し、人材開発、組織活性化を実現。自身の体験とクライアント企業での支援実績に基づく新卒採用・中途採用・教育研修のコンサルティングは、圧倒的に分かりやすく納得感があると好評を得ている。

▶モットー「関わる全ての方に分かり易く納得感ある学びと気付きを提供する」



<プレゼン内容のイメージSample>

「皆さんがこの就活イベントに参加した目的は何?」「この会場に来る前は、こんな気持ちだったのでは?」「もしかして、いろいろな企業のプレゼンを聴いて、こんな気持ちも芽生えてきたのでは?」「せっかく参加したのに×××……、思っていたイベントと違った……こんな【就活イベントあるある】が、なぜ起こると思う?」「イベント終了時、○○○と×××、どっちの姿になっていた?」「理想の状態イベント終了を迎えることができる簡単な方法……興味ある?」「皆さんが、この会社に入社したい!と思える企業と出会ってほしい、これが私たちのただ1つの願い」「なぜ私たちがこの願いだけを持っているのか?……その理由こそ、私たち株式会社○○○○が存在している証」「興味のある方はぜひこの後の説明会へ」「1人ひとりにしっかり伝えたいので○○名限定で開催!」

<説明会内容のイメージSample>

説明会冒頭で、前述した「事業内容と学生に訴求したい自社の様々な強み・特徴を伝えるスタイル」で、上司が真剣に話を始める。数分経過したあたりで、部下が突然、話に割って入って一言。「○○さん(←上司の名前)、ちょっとよろしいでしょうか?」続けて、「今までの話って、○○さんが言いたいことを一方的に話していることになっていませんか?」「学生の皆さんは、本当にそのような話を聞きたいと思っているのでしょうか?」。それを受けた上司は、「××さん、ありがとう。確かにそうかもしれない」「××さんなら、どんな話をする?」「残りの時間、××さんに任せてもいいかな?」と部下にバトンを渡し、任された部下が、非常に生き生きと学生とやりとりする。その光景をしばらく見ていた上司が、「××さん、このやり方、いいね!」と認める。説明会が終盤に差しかったあたりで、学生に向けて「私と上司のやりとりを見て、どう思いましたか?」と問いかけ、印象を答えてもらい、そのうえで「こんなやりとりが社内の至るところにあふれている会社、これが私たち○○○○株式会社です」と締め括る。

ご覧の通り、5分間のPRタイム中、「企業や人事担当者の魅力」のような情報は、ほぼ何も伝えていない。しかし、この企業は、着実に学生に選ばれ、第2部の説明会へ集客することができている。

説明会では、右上のような取り組みをしている(<説明会内容のイメージSample>参照)。

先入観を払拭せよ

この企業は、第1部のPRタイム、第2部の説明会で、紹介したような工夫を凝らした取り組みを通じ、間接的に自社や人事担当者の魅力・特徴を伝え、魅せることで、学生にそれらを実感・体感してもらい、3部の座談会への参加、本選考へのエントリー、そして、

その後の選考を通じて提示した内容の承諾までを実現している。

皆さんは、「PRタイム」「説明会」これらの言葉から、どのような場面を想像し、それぞれの場面で、どのような取り組みをするイメージを持つだろうか。

今回の就活セミナーの例に限らず、「○○は、このようなもの」「○○は、こうあるべき」という先入観を持ってしまうことで、取り組みが限定的になり、本来のその企業や人事担当者の魅力が学生に伝わらず、新卒採用で苦戦しているケースが、私が定期開催している無料体験セミナーに参加される企業人事の方々のお話を伺う限り多いように感じる。

今回の事例企業も当初はまさに「こうあるべき」という先入観か

ら、限定的な取り組みをしていたが、私がサポート、トレーニングをさせていただくなかで、先入観が取り払われ、先述したような採用活動における各場面の目的を冷静に考え、その目的を果たすためのアイデア・工夫を生み出す考え方を習得し、過去とは異なる取り組みを通じて結果につながり始めたことで、それまで苦戦続きで意気消沈気味だった新卒採用活動に手応えと高いやりがいを感じていただけている。

皆さんは、どのような「伝える・魅せる」ことを通じ、自社や人事担当者の魅力を周囲に感じてもらっているだろうか。次回は、人事担当者の「様々な行動」が、魅力として伝わった事例をご紹介します。