

採用率～定着率を上げた新卒採用の取り組み

第2回：事例紹介A社：学生の心を引き寄せたプレゼンテーション

「どうすれば自社のことを学生に分かってもらえるだろう?」。採用イベント、合同会社説明会等、新卒採用活動のなかで、多くの学生と同時に接点を持つ場に臨む際、このようなことを考える人事担当者は少なくないのではないだろうか。私のクライアントA社もまた、このようなことを人事担当者が真剣に考え、全力で考え出したことを学生に発信している1社であった。

どこに力を注ぐべきなのか

A社は中小規模のいわゆるベンチャー企業。多くの学生と同時に接点を持つ様々な場面では、「部署を越えて社員間の距離が非常に近いこと」「その関係をより深めるための社内イベントが盛んであること」「様々なことにチャレンジできる社風であること」、このような自社の特徴を訴求することをメインに、やや分かりづらい事業内容、福利厚生等を含む企業概要の伝達に力を注いでいた。

2名いるA社の人事担当者は、表面上は個性が大きく異なるキャラクターであったが、学生に対するプレゼンテーション場面を見ると、その内容と伝え方はほぼ同じ。いわゆる「**自社に関する説明**」に全力を注いでいた。

「学生に自社のことを少しでも多く理解してもらいたい」。この共通した想いは、人事担当者として非常に素晴らしいものではあるが、結果として、全力を注いでいた「**自社に関する説明**」を受けて、正規エントリーをする学生の数はいまひとつ多くなかった。この結果が続いたことで、いつしか2人は、「会社の規模・知名度・分かりづらい事業内容といった根本的な点が、学生の関心や理解を得られない原因だ」「それは、ある意味仕方がないことだ」と考えるようになっていたが、その後も決して諦めず、「**自社に関する説明**」を工夫する努力を続けた。しかし、その

努力も空しく、大きな結果の改善は見られなかった。

ところが、翌年度の学生を対象とした採用イベント、合同会社説明会経由でのA社へ正規エントリー数は、前年度とは比較にならないほど急増した。あれだけ努力しながらも結果に結びついていなかったA社は、いったい何をしたのか？

「**自社に関する説明**」に力を注がない。これがA社の最大の戦略であり、新たにとったアクションである。「**自社に関する説明**」に力を注がず、いったい何に力を注いだのか？ それは、①採用イベント・合同説明会へ参加している学生の気持ちを考えること、②その日の学生にとってその場がどのような時間であれば有益になるのかを考えていること、これら2つの自分たちが考えていること、すなわち【**学生に対する自分たちの想いを伝えること**】に力を注いだのであった。

「①採用イベント・合同説明会へ参加している学生の気持ちを考えること」を伝えるために制作～使用したスライドのイメージはSample①～⑤である。採用イベント、合同会社説明会に参加している学生が感じているであろうことを言語化・視覚化して投影する。併せて、自分たち人事も実は、学生と同様の気持ちを抱いていることを投影した。

「②その日の学生にとってその場がどのような時間であれば有益になるのかを考えていること」を伝えるために制作～使用したスライドのイメージはSample⑥～⑧である。この採用イベントや合同会社説明会を、学生に「どのような時間にしてほしい場なのか」、この想いを言語化・視覚化して投影した。そして、これまで最も力を注いでいた「**自社に関する説明**」は一切しないことを明言する（スライドのイメージはSample⑨）プレゼンをA社は翌年度から開始し、これをきっかけに前年度までの結果から大きな改善を図ることに成功したのであった。スラ



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」

イドのSampleを見て、皆さんはどんなことを感じただろうか。

伝えたい想いも説明しない

このプレゼンの主旨は、【学生に対する自分たちの想いを伝えること】であるが、投影するスライドは、その自分たちの想いを「説明する」ことはしていない。けれども、就職活動の初期段階という学生の置かれた状況、その時の学生の気持ちを想定し、その場に参加しているその時の学生にとって「得るものがあった」、そして、「自分のことを考えてくれている」「分かってくれている」と感じてもらえる内容になっているのではないだろうか。

採用イベントや合同会社説明会に参加すると、どうしても「他社より少しでも多く自社のことを理解してもらおう」「他社より少しでも多く自社の魅力を感じてもらおう」といった発想から、自社に関する「説明」や自分たちの想いの「説明」に力が入りがちではないだろうか。もちろん、それらも大切なことであり、その説明を聞いた学生が正規エントリーすることもある。しかし、A社のように「説明」にいくら力を注いでも結果が伴わないこともある。その状態が長く続いた場合、それでも「説明」に力を注ぎ続けることだけが、果たして正解なのであろうか。

自社が過去から当たり前のように取り組んできたこと、多くの他企業が力を注いでいること、これらと全く異なるアクションを起こすことは、恐怖心があるかもしれない。しかし、冷静に、採用イベントや合同会社説明会の位置づけを考えてみるとどうだろうか。自社のことを「説明」し、学生にしっかり理解してもらわなければ、本当に正規エントリーにつながるのだろうか？ 自分たちの想いは「説明」をしないと本当に学生には届かないのだろうか？

ダイレクトソーシング、リファラル採用、SNS採用等、様々な採用手段がここ数年で生まれ、取り

- 第1回：新卒採用率～入社後の定着率を向上させた企業とは？
- 第2回：事例紹介A社：学生の心を引き寄せたプレゼンテーション
- 第3回：事例紹介B社：途中辞退を軽減した実は難しい当たり前のこと
- 第4回：事例紹介C社：学生との親密度向上～入社意欲UPを実現した採用フローの見直し①
- 第5回：事例紹介D社：学生との親密度向上～入社意欲UPを実現した採用フローの見直し②
- 第6回：新卒採用率～入社後の定着率を向上させた企業の共通点

<p>Sample①</p> <p>もしかして今、 こんな気持ち？</p>	<p>Sample⑥</p> <p>今日の説明会では 当社を理解できない</p>
<p>Sample②</p> <p>なんか周りの人たちが 凄い人に見える</p> <p>ヤバイかも...</p>	<p>Sample⑦</p> <p>今日の説明会では 当社の理解 < 自分自身の理解</p> <p>自分は会社選びで〇〇を重視するんだな</p>
<p>Sample③</p> <p>せっかく良い会社だと思ったのに 悪く書かれてる</p> <p>どうして...</p>	<p>人生のパートナー選びで重視する点は？</p> <p>どこで 何をして 誰と</p> <p>どんな会社で (年収、経験、業界地位) どんな仕事をして (職種、業務内容等) どんな人と一緒に (先輩、上司、後輩)</p> <p>人それぞれ 正解≠不正解無し</p> <p>働く</p>
<p>Sample④</p> <p>ホントに良い会社 見つかるかな...</p>	<p>Sample⑧</p> <p>会社概要 事業内容 待遇・福利厚生</p> <p>これらの説明</p> <p>致しません</p>
<p>Sample⑤</p> <p>その気持ちよく分かる 私たちも一緒だから</p>	

入れる企業も多いなか、多くの学生と同時に接点を持つ採用イベントや合同会社説明会等の場では、過去から力を注いできた「説明」がいまだ中心になっている印象を私は受けているが、皆さんはどのように感じているだろうか。

A社では、今回ご紹介した「説明に力を注がない」プレゼンをするにあたり、「表面的なやり方」を変えたのではなく「根本的な考え方」を変える努力をし、その新たな考え方が全社的に定着した。それにより、採用イベントや合同会社説明会におけるプレゼンの変更のみならず、その後の面接～内定者フォロー、入社に至った新卒社員に対するアクションも大きく変わり、正規エントリー数の大幅増加～入社後の早期退職者の軽減をも実現している。皆さんの会社では、採用～定着率UPに向け、どのような考え方が全社的に浸透しているだろうか。