

連載 Vol.22

新卒採用の肝所

ラン・リグ
代表取締役社長
渡辺昇一氏



「欲しい人材」「欲しくない人材」をはっきり打ち出す

3月1日にマイナビやリクナビなどの新卒採用情報の告知媒体がオープンし、2017年4月入社の新卒採用活動が本格的にスタートしました。まずは今年の傾向を概観していきましょう。

ポイント 1 予約数は少ないが、参加率が高い

ここ数年の採用意欲の高まりを受け、採用情報掲載企業が倍増し、学生数は一定という中、昨年に比べエントリーしてくれる学生数が半分以上という中小企業も多くなっています。3月から学生向け会社説明会を開催している企業を見ると、説明会への予約

数も激減しています。ただ、説明会への予約をしても、当日になって参加しない学生が例年は全体の30%程度いましたが、早期の3月開催の説明会に関しては、予約からの参加率が90%以上を達成できている企業が多いのは今年の大きな特徴です。

ポイント 2 今年の就活生は、効率的に動く

就活生との座談会で、そのあたりの事情をヒアリングしたところ、昨年は8月1日だった選考解禁日(表向き学生の選考をスタートしてよい日程)が、6月1日に前倒しになったことを受け、学生が短期間で就活を仕舞うという意識が強まっているという意見が多く聞かれました。

その意識を反映して、学生の行動パターンとしては、効率的に動く傾向が強くなっています。むやみにエントリーして会社説明会に予約し足を運ぶことはせずに、興味のあるところに絞って説明会に参加するという傾向です。

その意識を反映して、学生の行動パターンとしては、効率的に動く傾向が強くなっています。

たくさんの企業が1ヵ所の会場でブースを構える合同説明会でも、従来であれば「数を回る」傾向にあったのが、今年は「2~3社を見て帰る」学生が多い傾向にあります。

ポイント 3 欲しい人材像の鮮明化が重要

このように、今年は学生自身が重視するポイントと照らし合わせて「徹底して選別して応募する」という傾向が強くなっています。その中で企業側が意識すべきことは、できるだけたくさんの学生に対して響く自社の魅力をアピールすることではありません。

どんな学生に、どんな理由で選ばれるのかという部分を徹底的に意識して尖らせて、研ぎ澄ましていくことです。

ラン・リグ(東京都渋谷区)とは

「地域タレント化コンサルティング」を事業コンセプトに、地域密着ビジネスに特化した集客・営業・人材支援事業を手掛ける。設立11年で延べ350社、リフォーム・工務店・不動産・医療・大学・専門学校・学習塾・健康施設などクライアントは幅広い。

渡辺昇一社長は、15年間延べ8500人以上の新卒大学生の就職支援に関わった経験を生かし、さまざまな業種の地域ビジネスで培った横断的なノウハウを提供している。

たとえば、100人の学生が御社の情報を見たときに全員に選ばれたいという意識で採用活動をする、魅力や強みがぼんやりしてしまい、逆に本当に選ばれたい学生から選ばれなくなってしまう。

「こんな学生は、自社に合っているのだから来てください」というメッセージはもちろんですが、それ以上に「こんな学生は、自社には合わないのだから来てください」というメッセージもこの傾向の中では重要です。

ニュース・新商品