



”内定者フォロー”レポートNo55
株式会社サーフボード
執筆 田嶋 節和
TEL 0776-52-2134 FAX 0776-52-2135
URL <https://www.surfboard.jp/>
巻末にアプリ体験方法記載しています。

新卒採用の戦略立案から内定承諾までの
流れ・手法・注意点

今回は、採用戦略の立案から内定承諾までの各プロセスとポイントについて、簡単に紹介できればと思います。成功も失敗も戦略をよりシャープにしていくことが大切ですので、すでに十分理解している人も振り返りながら読んでほしいと思います。

一般的なプロセス

STEP1：採用戦略の立案

STEP2：戦略実行のためのツールの購入

STEP3：選考

STEP4：内定承諾獲得

STEP5：戦略のレビュー、次年度の準備

以上のプロセスが一般的かと思います。それぞれのプロセスについて、簡単にポイントを解説させて頂きます。

STEP1：採用戦略の立案

採用戦略の立案には一般的には、経営層や事業部が要望する人数と求める人物像に沿って戦略を練ることになります。特に人物像の明確化は採用、そして配属後のマッチングに大きく関わることになります。

性格面や志向といった要素は面接では見えづらい

ため、入社後のミスマッチの最も大きな原因となり得ますが、自社で既に活躍している人材の特徴を抽出し、そのモデルへの受験生とのマッチングを見ることができれば軽減できます。

優れたサービスとして、リクルートキャリアが提供するSPI（適性検査）がおすすめです。これは、性格面・志向と学力の2軸から人材を測るテストで結果が誰でも理解できるレポートにアウトプットできます。予め自社の社員に実施と試験科目への導入により、マッチングをはかることができます。

以上のような仕組みの導入と並行して、各事業部の窓口となる担当者には必ずヒアリングを実施しましょう。理系が欲しいと一言に言われても、化学、バイオ、機械等細かく専門も異なり、化学であっても有機化学、無機化学のような大きく異なる特性を持つ場合もあります。

事業のコアとなる専門知識や今後伸ばす分野で必要になる専門知識が異なる可能性も考えられますから、事業の方向性を理解する上でも必ずヒアリングは実施すべきでしょう。その後の活動の精度の向上と、『こんな人材求めている。』と身勝手なことを後々言われることを防ぎ、事業部側の納得度を高めることにも繋がります。

STEP2：戦略実行のためのツール購入

戦略の骨子が決まったところで、ベースとなるツールの購入が必要となります。恐らく、リクルート、マイナビを筆頭に人事部のところへは提案合戦が繰り広げられているかと思います。優先順位としては、母集団形成のためのツールの獲得です。

特に DM（ダイレクト・メール）は優先的に購入することをお勧めします。通常、リクナビやマイナビ等の大手媒体の基本企画を購入すれば使用できるツールで 10 円／通ほどの価格ですが、特定の学生にのみ送信設定ができる優れたツールです。

例えば、『関東在住・理系・〇〇大学・〇〇学部・就職先は大手企業にこだわらない』といった細かな設定ができ、無駄打ちを防ぐことができます。バナー等で単に沢山の学生のエントリーを稼ぐのではなく、質の高い母集団形成で必須のサービスと言えます。

STEP3：選考

選考では、『落とす選考』から『良さを引出す選考』にシフトする企業が増えてきているかと思います。例えば、受験生の自己 PR が『バイトの売上向上に貢献しました』といった淡白なエピソード紹介だったとします。

採用担当者としては、『どうやって貢献したの？売上が伸びたことにどう感じた？それって商売に興味があるってことじゃない？その志向はうちの仕事とマッチするよね。』というように、学生を掘り下げて気づかせてあげ、さらに自社とのマッチングをアピールし、絆を作ることもできます。学生が企業を選ぶ時代になっていることを理解し、選ばれるための戦術に落とし込むことが大切になっています。

STEP4：内定承諾獲得

内定出しで他社と差をつけることで承諾率を一気

に引き上げることも可能です。最も効果的なのは、内定の理由を学生が納得できるように細かに説明し、『だから貴方が欲しい。』という気持ちを表現することです。

例えば、『〇〇君がこれまで学んできた専門分野は、当社の事業の根幹を太くすることができる。成長分野の中心人物としての活躍を期待している』といった専門性とのマッチングを改めてアピールする手法があります。

また性格・志向がマッチングしているのであれば、『〇〇君の志向は、当社で活躍できる志向と合致しているから入社後に大きく飛躍できるはずだ』と自分と似た性質の社員が居るという事実を伝え、入社への心理的ハードルを下げるような伝え方も効果的でしょう。

既に SPI のようなツールを導入している場合は、学生へのフィードバック用のレポートが利用可能ですから、学生に渡してあげても良いかと思えます。

STEP5：戦略のレビュー、次年度の準備

最後の仕上げですが、最も大切なプロセスです。良かった点、改善すべき点について採用チーム内で必ずレビュー（評論・批評）をし、可能であれば、次年度の戦略の改良点をまとめておく良いでしょう。

例えば、母集団の中身を見たときに、一度も会っていない学生が多く含まれている場合、求める学生への導線の精度の低さが垣間見えます。この場合、次年度は説明会を理系と文系と分けて実施したり、思い切って大型の採用イベントへの出展を取りやめ、ターゲット校の学内セミナーへの出展を強化すべきといった議論ができます。

採用活動はその長さ故に疲弊し、終わったときの開放感から振り返りを軽視しがちですが、次年度も採用戦線で優位に立つためには是非、もうひと踏ん張りしてみてください。

全体像の紹介となりましたが、一連の流れをルールとして例外なく実行することで必ず結果はついてきます。自社の成功の方程式を導き出し、採用戦線で勝ち組になれるよう頑張ってみてください。

**スマホアプリ「Chaku2NEXT」のデモをいますぐ体験
できます。◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆**

1) お使いのスマホに「ちやくちやくネクスト」
アプリ無料ダウンロード

・Google Play または App Store で
「chaku2-next」と検索

2) ダウンロードが完了したら、
・企業IDに「jinji」と入力

3) ユーザーログイン画面でメールアドレスとパスワードを入力
デモアカウント: member@abc.co.jp
パスワード: 1111
を入力します。

お問い合わせ先

株式会社サーフボード

担当者: 本庄 孝司 honjo@surfboard.co.jp

連絡先: 0776-52-2134

〒910-0842 福井県福井市開発 2 丁目 614

URL <https://www.surfboard.jp/>