

相模原市 市内企業採用活動支援事業

採用コンサルティング 取組事例集

本事業の目的

少子高齢化による人口減少社会において深刻化する企業の人材不足は喫緊の課題であるが、市内中小企業の多くが採用ノウハウの不足等をはじめとした採用課題を抱え、必ずしも効果的な人材採用(とりわけ若者人材の採用)を行えていない実態にあることを踏まえ、専門家の派遣等による個別コンサルティングを行い、市内企業の採用課題に応じた採用力の向上を図るとともに、課題の解決に向けた支援内容とその効果を市内企業に広く事例として周知することにより、市内企業全体の採用活動の改善に向けた機運を醸成することを目的とする。

目次

1	中途採用に関するご支援事例	3
	中途採用(建設業) 取組概要	4
	中途採用時における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント	5
2	新卒採用(大卒)に関するご支援事例	6
	新卒採用(製造業) 取組概要	7
	新卒採用時(大卒)における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント	8
3	新卒採用(高卒)に関するご支援事例	9
	高卒採用(建設業) 取組概要	10
	求人票見直し例_求職者に見てもらうための求人票作成のポイント	11
	新卒採用時(高卒)における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント	12

1 中途採用に関するご支援事例



中途採用(建設業) 自社の魅力を棚卸！求職者視点を意識した自社PRを作成！

本事業を通じて、落選が続いていた面接会へ初参加！


満足度



■コンサルティング回数:4回 ■従業員数:19人 ■募集職種:施工管理

事業への参加理由	各種媒体を利用して応募を募っているが、求める人材からの応募がなく、またハローワーク求人では直近2年間、各種媒体活用では9年間採用実績がない状況。また総務部員が採用担当者に選任されたが日が浅く、採用ノウハウがわからない。
課題	1)求職者にアピールできる自社の魅力がわからない。 2)公的機関の面接会に出展企業として応募しても、いつも落選し、面接会に参加できず出会いの機会に恵まれない。
コンサルティングで目指すゴール	自社の魅力の整理を行い、会社のPRの改善・向上による応募者数・採用者数の増加
取組概要	・「自社の魅力」の棚卸を実施。従業員アンケートを行い、自社の魅力の根拠となるものを抽出。定性的かつ定量的に、より具体的に他社にない魅力を見つける。 ・言語化した自社の魅力を「面接時に使用する会社資料」や「求人票」に反映し、求職者視点を意識しつつ、見直し・改訂を行う。(応募条件の見直しも含む) (※例：下限賃金の見直し、完工後に最大2週間の連続休暇が取得できること、2022年12月から導入した週休二日制等PR等) ・職業訓練校へのアプローチを開始。また本事業を通じて、初めてハローワーク主催のミニ面接会へ出展。

取組概要からPICKUP！

自社PR作成のポイント	求職者視点！求職者の知りたい情報等をPRすることで、求職者を惹きつける！	◆コンサルティングで得た気づき
	<p>会社説明資料へ反映内容</p> <p>不規則な労働時間、ワークライフバランスが取りづらいのでは？等業界特有のマイナスイメージに対して、「そうではない実態」をしっかりと数値化、見える化し、会社説明資料へ反映。以下一部例。</p> <ul style="list-style-type: none">①受注比率元請9割、公共事業9割 等②平均残業時間10時間、平均有給休暇取得日数12日、完工後最大2週間連続休暇取得可能③無災害日数日 等 <p>「先輩社員の声」のページを作り、実際に1級施工管理技士のベテラン社員全員に「会社の良い所」のヒアリングを実施。「市内でもいち早く週休2日制を導入した」「社員を第一に考えてくれる」等、会社のリアルな雰囲気や仕事のやりがい等といった求職者の知りたい情報を会社説明資料へ反映。</p>	<ul style="list-style-type: none">・自社の魅力とその具体的な根拠を考えることができた・採用活動の情報収集方法やスピード感等知ることができた・オンラインではなく、対面で受けることができたことに非常に満足・自社の課題を認識することができ、社内全体で取り組む契機になった ◆次年度以降取り組みたいこと <ul style="list-style-type: none">・完成した会社資料を活用した職業訓練校へのアプローチ・自社ホームページ改修・動画の修正

※自社PRに繋がる自社の魅力の抽出方法・コツはP7の「取組概要からのPICKUP：「自社PR抽出のポイント」」を参考してみてください！



中途採用時における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント

【企業が抱える中途採用のよくある課題】

- 1 求人を出しても応募が少ない。求人票の書き方がわからない。
- 2 応募があっても求める人材からの応募がなく、採用に至らない。
- 3 採用基準がなく、面接官の主観による採用によって、入社後すぐに退職してしまう。



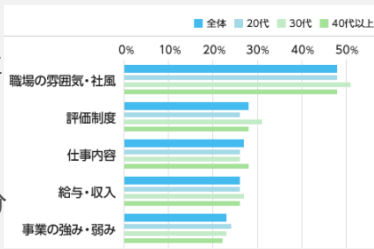
課題解決のポイント

求職者に訴求効果のある求人票の作成

ターゲットとなる求職者が知りたい情報を丁寧に入れることで、求職者を惹きつける求人票を作成することが重要です。例えば入社直後の業務、教育・OJT体制、資格取得支援の制度等を具体的に記載し、求職者が入社後の業務の進め方や雰囲気キャリア等のイメージができるようにすることで、より求職者にとって魅力的な求人票を作成することができ、ミスマッチを防止することにも繋がります！

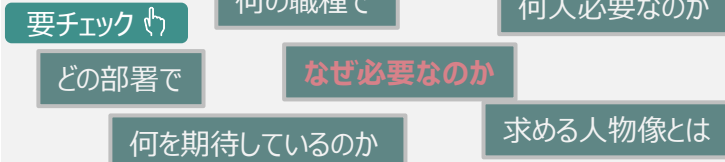
要チェック

求人票作成前にエージェント会社や調査会社が出しているデータ等を活用し、求職者が就職時にどのような企業情報を知りたいのか等の情報をチェックし、人材市場の分析を行うことがとても大切です！



社内で「求める人物像」を明確にし共有する

多くの企業では採用担当者と現場ごとに「求める人物像」が異なり、会社として求める人材を正しく把握できていないことがあります。そこで、採用担当者と現場で「求める人物像」に対するそれぞれの認識に乖離がないかどうかしっかり話し合いを行っていただくことをお勧めします！



またこの手順をしっかりと踏んだあとに求人票を作成しましょう！社内でしっかり話し合うことで求める人物像が明確となり、採用時におけるミスコミュニケーションや負荷の軽減にも繋がります！

採用基準を反映させて評価シートの作成

面接の際に現場や部門ごと、採用面接担当者ごとに感覚的な評価行い、人材を正しく見極められていないケースがあります。そこで以下の取組をお勧めします！

要チェック 評価シート作成時のポイント！

・評価項目の明確化

募集職種において、選考時に見極める重要評価項目(協調性・理解力・成長意欲等)や要素を社内で話し合い明確にする！

・評価基準の明確化

定めた評価項目に対して、5段階で評価する等、基準を社内で明確にし、各段階に応じた点数制を設ける等工夫を行う！また合否の点数の設定、その点数以上の採点をした場合、採用を行う等の仕組みを作る！

⇒面接の際に評価シートを記録することで、各選考フローにおける面接官の間で情報の共通認識、共有ができ、精度の高い採用に繋がります！

2 新卒採用(大卒)に関するご支援事例



新卒採用(製造業) キャリア採用に苦戦し、新卒採用へ方針変換！若手中心の採用

プロジェクトチームを発足し、学生視点を意識した自社PRの整理と発信を実施！

満足度



■コンサルティング回数:4回 ■従業員数:60人 ■募集職種:技術・物流・調達・営業

事業への参加理由	過去キャリア採用を推進したが求める人材の確保に苦戦。そこで新たに新卒採用をして時間をかけながら育成していく方針に転換した為、採用ノウハウを習得したい。
課題	1)採用担当者の休職に伴い、採用業務経験のない社員で採用活動を進めていかなければならず、問題や課題の共通認識が不十分な状況。 2)1)の状況のため、欲しい人物像、入社後の教育プログラム、キャリアパスが定まっていない状況。複数の企業説明会に参加し、現状の課題に直面。 3)求人票の書き方、学生向けの会社資料作成のポイントがわからない。
コンサルティングで目指すゴール	・採用ノウハウを社内で構築し、毎年1~2名の新卒を継続的に採用し続けるようになること。 ・採用業務を経験し、若手社員で回せる体制を作りたい。
取組概要	・採用プロジェクトチーム全員に新卒採用ノウハウをレクチャー後、「求人票作成チーム」と「会社説明資料作成チーム」に分け、各チームごとに作業に取り組む。 ・コンサルを通じて学んだ求職者を惹きつける・求職者にわかりやすい求人票の作成を念頭に、各部署において4つの職種について求人票を作成する体験を実施。 ・若手社員メンバー全員で、自社の魅力を3つ挙げ、それぞれの根拠も明確に示した。それらをまとめて、納得感のある「自社の魅力」として言語化することができた。 ・言語化した魅力を会社説明資料へ反映し、添削指導を通じて完成させる。高専で学生を相手にプレゼンも実施し、結果として6名の学生が職場見学に訪問された。

取組概要からSPICKUP!

自社PR抽出のポイント！ 従業員の生の声をヒアリングし、自社の魅力をまとめて学生に発信しよう！

自社の強みや魅力を若手メンバーからヒアリング



ポイント①: 求める人物像に近い年齢や属性のメンバーと入社3年目、5年目のメンバーを中心にヒアリング(価値観が近く、入社後の状況がより具体的に学生に訴求できるため。)

ポイント②: 学生が知りたい情報である「入社後の教育制度」「キャリアパス(給与・役割含め)」「会社制度(福利厚生)」「風通し・社風」「社会貢献」等を中心にグルーピングして纏めていく



ポイント③: 求人票や会社説明資料に落とし込む時は、社員のアンケート回答やエピソードを反映させたり、実績等、きちんと具体的に明文化する

この会社では若手社員メンバーがそれぞれの立場から見た自社の魅力を考え、整理。「休暇：誕生日休暇・年間休日122日・有給休暇を取得しやすい」「教育：キャリアアップの機会・積極的なOFF-JT・研修の充実」「風通しの良い社風」「女性経営者による働き方改革の実行」「実績：安定した実績と信頼性・300社以上の顧客を持つ」「SDGsの取組」が挙げられ、これをもとに学生向けの会社資料作成に取り組んだ。

◆コンサルティングで得た気づき

- ・今までは人事担当者任せにしていたが、今回は実務担当者複数名を中心にプロジェクト化した事で各自が採用活動の重要性を理解できた
- ・求人活動は募集だけでなく入社した人への寄り添いなど「人対人の取組」であると認識した
- ・採用の経験がない中で参加したことで、いろいろな知識が習得でき、今後も継続して採用活動をしていきたい

◆次年度以降取り組みたいこと

- ・採用の動画作成・採用ページの作成
- ・卒業生が多い某短大にアプローチを行い、インターンシップ受入などで信頼関係を構築(※毎年一定数の採用ができるようにする。)
- ・リファラル採用



新卒(大卒)採用時における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント

【企業が抱える新卒採用の課題】

- 1 学生に訴求効果のある求人票の書き方が分からない。
- 2 学校へのアプローチ方法が確立できていない。

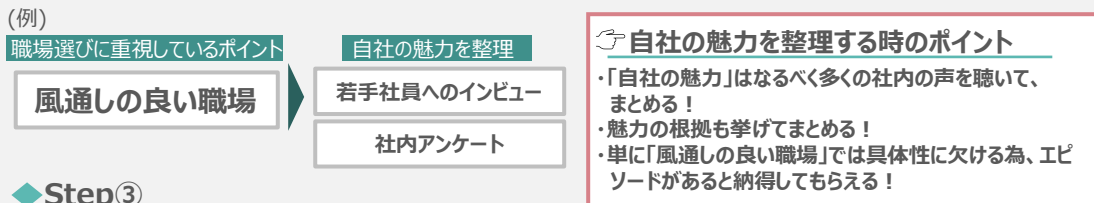


課題解決のポイント

学生の職場選定基準を理解し、自社の魅力を整理しよう！

P5で紹介した「求職者に訴求効果のある求人票の作成」と同様にターゲットとなる**学生が知りたい情報を丁寧に入れる**ことで、学生を惹きつける求人票を作成することが重要です。そのためには以下の3つのStepを意識してみましょう！

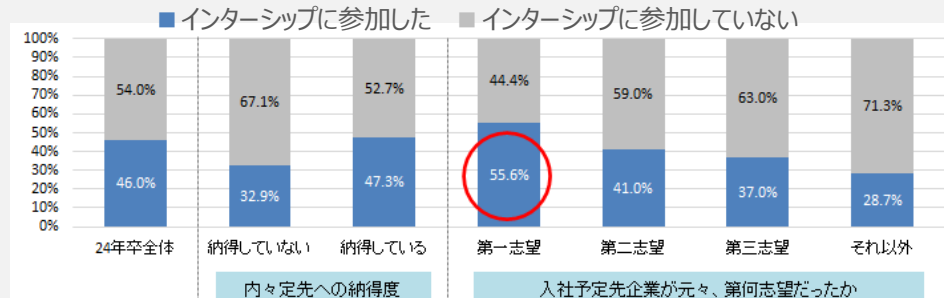
- ◆Step① 学生が職場選びにおいて「どのようなことを重視しているのか」を調べて理解しよう！
※エージェント会社や調査会社のデータ等を活用しよう！
- ◆Step② 学生が重視しているポイントを念頭に自社の魅力を整理しよう！



- ◆Step③ 求人票のみ関わらず、HPや各就職媒体を通じて興味を持ってもらう工夫をしましょう！

インターシップの活用等を通じて、学校との信頼関係を構築しよう！

入社予定企業へのインターシップ・仕事体験への参加状況



⇒インターシップの実施が就職における企業選択に大きな影響を与えることが確認できます。

Point！学校へのアプローチ方法

まずは**従業員の卒業した学校**を中心にアプローチすることをお勧めいたします！理由は卒業生が活躍することで安心感があるからです。またアプローチ先として特に文系はキャリアセンター、理系はゼミの担当の教授が窓口であることが多いです。学校側の就職担当の先生とのコネクションを作ることは採用活動において非常に大切なため、是非積極的に訪問等のアプローチを行いましょう。そしてインターシップを活用することで採用力の強化につなげていきましょう！

3 新卒採用(高卒)に関するご支援事例



高卒採用(建設業) 入社後6年間しっかり育成し、将来の独立支援を実施。「夢をかなえる会社」

満足度

高校生採用のポイントを理解し、採用方針の見直しへ！



■コンサルティング回数:3回 ■従業員数:30人 ■募集職種:技術職

事業への参加理由	社長が毎年全国の高校を訪問しているが、応募に繋がらない。
課題	1) 高卒を毎年10人募集しているが、応募がないため、多めの求人を出してしまっており、採用方針の見直しが必要。 2) 求人票にたくさん情報を書いているが、内容が整理されていない為、読みづらい求人票になっている。ホームページも言いたいことが多くあちこちに飛ぶので、わかりづらい。 3) 求める人物像として「将来社長をやってみようと思える自立心のある人」、採用基準は「人物・対話重視」と不明確。

コンサルティングで目指すゴール	応募者を増やし、慢性的な人手不足の解消。
取組概要	・採用方針の見直し：高卒者の受入体制を現場と見合わせると3名が限界。次年度から高卒求人は3名枠とし、独立支援PRは大卒者を中心とする。 ・求人票の見直し：企業側の言いたいことをズラズと書くのではなく、順番を整理して、求職者側が読みやすい求人票を作成。 ・採用基準の見直し：社長が感覚的に実施していた評価基準をきちんと重点項目を整理し、言語化した面接評価シートを作成。 ・学校へのアプローチ：より多くの学校へのPRと接点を持つために、東京商工会議所「中小企業と学校法人の就職情報交換会」を提案し、実際に交換会に参加。

取組概要からPICKUP!

高校生向け採用のポイント

学生・学校・保護者が納得し応募に繋がる求人票やホームページを見直し!

採用方針と求人票の見直し

①高卒採用では、高校生・学校の先生・保護者の三者が納得できると応募に繋がる点を理解する。

高校生にいきなり「社長になりたい人募集」や独立支援という訴求ではなく、「当社で6年間きちんと育成する」(実績あり)を強調してPRすることが必要なため、PR方法を変更。

②分散された求人内容を見直し、訴求ポイントを整理し、視覚的にも分かりやすい求人票の作成。

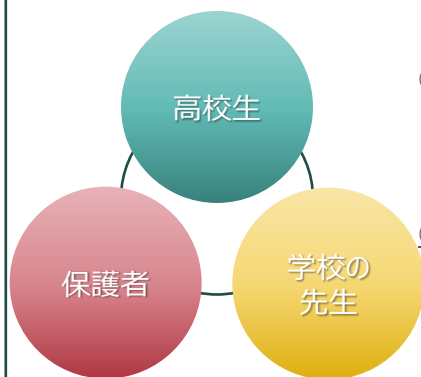
良い事はたくさん書いてあるが、話題やストーリーが整理されておらず、記載内容があちこちに飛んでしまう印象であったため、コンサルを通じて、**強調したいポイント順に、求職者の読みやすさを重視**して求人票を作成。

◆コンサルティングで得た気づき

- ・求職者視点で、ターゲットに訴求するポイントを学び、表現できるようになった
- ・第三者目線で見てもらう事で、棚卸しができた
- ・学校や職業訓練校へのアプローチを実践できた

◆次年度以降取り組みたいこと

- ・採用ホームページの作成



～求人票見直し例_求職者に見てもらうための求人票作成のポイント～

<Before>

職種	配管技能者
仕事内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ビル・マンション・学校・工場・公共施設や商業施設等での給排水設備工事、空調衛生設備工事設計・施工 ・宅地造成工事等に伴う上下水道管工事や舗装工事 ・道路上や客先での既設水道管の維持・補修工事 ・一般家庭や企業等での水回りのリフォームや修理 <p>*相模原を中心に神奈川県、東京都と幅広く現場があります。 *必要不可欠な水と空気を通じて快適なまちづくりをし、人々の生活、社会を支えていく仕事です。 *未経験者大歓迎！将来独立を考える方、社長をめざす方大歓迎！夢を叶える会社で働いてみませんか！</p>

採用コンサルタントによる求人内容の印象

- ・業務内容が一番上に記載があり、単なる業務内容の羅列になってしまっている。そのため同じような求人票が数多くある中で他社との差別化が出来ず、文言を通じて、「この会社だからこそ魅力」や「雰囲気」が伝わりづらい印象となっていた。
- ・未経験者歓迎のメッセージが一番下に記載されており、ターゲットである若者人材＝未経験者への訴求が目立たず、これから新たにチャレンジしたい考える求職者へのアピールや認知が弱い状態。

<After>

職種	配管技能者（水道工事作業員・現場管理）未経験歓迎・■■■■■
仕事内容	<p>☆週休2日制を導入し公私ともに充実できます。家庭との両立や個々の強みに合わせた働き方、独立も可能！ひらめきを形にでき、強みを活かしながら、夢を叶える会社で働いてみませんか？ ☆必要不可欠な水と空気を通じて、私達の生活や社会を支え豊かにする仕事です。 ☆現場は神奈川県、東京都と幅広くあります。</p> <p>仕事の具体例) 学校等の公共施設、ビル等の商業施設での給排水設備工事、空調衛生設備工事。 水道局や民間から依頼された上下水道工事、土木工事。 一般家庭を中心とした水回りのリフォーム、修理。</p>

求人内容の見直しのポイント

- ・職種欄(求人票によってはタイトルの部分)に未経験者歓迎と見出しとして大きく訴求することで、ターゲットである求職者の目に留まりやすい工夫。
- ・求人票の上段に他社との差別化ポイントであり、且つ若者人材が就職活動において知りたい情報である「職場の雰囲気や社風」「ワークライフバランス」等のPRポイントを訴求。
- ・仕事の内容に関して、漠然と会社全体の業務を羅列するのではなく、若者人材が入社直後に携わる業務を記載。



高卒採用時における課題とその課題を乗り越えていくためのポイント

【企業が抱える中途採用の課題】

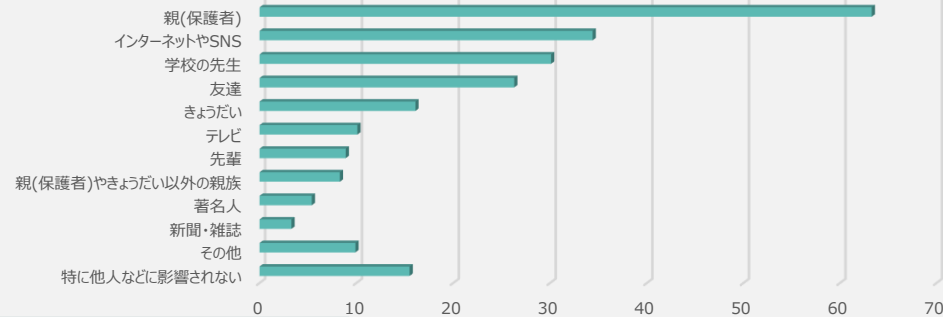
- 1 求人を出しても反応がない。職場見学に来てもらえないため、応募につながらない。
- 2 高校へのアプローチ方法がわからない。



課題解決のポイント

高校生に限らず、保護者、学校の先生が納得する求人票の作成を！

進路について考えたり決めたりする際、主に影響を受けている人やもの



求人票作成のPoint！

高校生の場合、進路先を決めていく際に主に「**保護者**」や「**学校の先生**」から影響を受けております。そのため、求人票の作成は中途、大卒求人より丁寧に記載することが重要です。特に「**教育体制**」「**キャリアパス**」「**会社の福利厚生**」は具体的に示しましょう！例えば教育体制であれば、入社直後のフォロー体制、OJT、研修制度等、きちんと育成していきますというPRをすること。キャリアパスであれば、入社3年目・5年目のモデル賃金例や役職・役割のステップ等のイメージを分かりやすく記載すること。福利厚生であれば、有給休暇取得率、アニバーサリー休暇、その他特別休暇等の記載は忘れずに作成しましょう！

参考:国立青少年教育振興機構「高校生の進路と職業意識に関する調査報告書」

デジタルネイティブ世代に訴求効果の大きい採用動画を作成しPRを！

動画作成におけるポイント

動画時間

3分～10分程度がおススメです。あまり動画の時間が長いと最後まで見られない傾向があります。

自社PRに繋がるもの

- ①職種ごとの「1日の働き方」
- ②職種ごとの「先輩社員のインタビュー」(ターゲットが若手の場合は、2～3年目、5年目の社員)
- ③教育体制(OJT、フォローアップ体制、新人教育の内容等)
- ④社内制度
- ⑤ワークライフバランス
- ⑥社内制度、資格取得支援等

採用動画の中で、多くの就活生が参考にするのは**先輩社員のインタビュー**！数年後の自分がイメージでき目標に繋がり、またこの人と働きたい！といった**動機付けにも繋がります**。また採用動画を作成することで、文字だけでは伝わらない社風や会社の雰囲気が伝わりやすいため、保護者や学校の先生にも納得していただくための一つの方法になります。