

- 今後の事業規模拡大に向け、会社の柱である自動機械製造業務で活躍する人材の確保のため採用手法の見直しに着手。
- 従業員アンケートによって潜在的な魅力を掘り起こし、求職者のトレンドを捉えた会社PRを実現。説明会への参加者数が増加し、求める人材の確保につながった。

① 取組前
 (きっかけ)

事業規模拡大実現に向けた人材確保

- ✓ オーダーメイドの生産設備を製造する機械メーカーである同社は、今後、事業規模を拡大していくため理系人材の確保が必要であった。
- ✓ 民間の就活サイトの求人掲載や会社説明会へ出展しても、学生が集まらず、求める人材が採用できていなかった。
- ✓ そこで、費用対効果が低い民間の就活サイトの利用は止め、より効果的な採用手法の検討に至った。

③ 取組後(効果)

求める人材の確保に成功

- ✓ 本取組の結果、会社説明会では多くの参加者が訪れるようになり、新卒2名、中途1名を採用することができた。新卒採用の2名は組立課、中途採用の1名は部品加工課に配属され、それぞれ同社の柱である自動機械の組立業務において活躍している。将来的には、事業規模拡大に貢献できるような技術のスペシャリストに育つと期待している。

男性の育休取得者の増加

- ✓ また、本取組により従業員がワークライフバランスに関する制度を再認識するきっかけとなり、男性の育休取得者も少しずつ増え、従業員の働き方改革にもつながっている。



プログラム作成の様子

② 取組内容や仕組み

埋もれている魅力の掘り起こし

- ✓ 同社は高い技術力を誇っているため、会社説明の際は技術力を中心に説明していたが反応が薄く、求職者が欲している情報を提供できていないのではないかと疑心暗鬼になっていた。そのため、コンサルティングを活用し、採用担当者や経営層が把握していない同社の魅力を掘り起こすべく、若手社員を中心に従業員アンケートを実施した。

求職者の関心を引き出す会社説明

- ✓ アンケートの結果、同社の魅力は高い技術力は当然のことながら、社員間・部署間の風通しの良さや有給休暇や育児休業の取りやすさに魅力を感じていることが分かった。
- ✓ よって、近年の学生の傾向を捉え、有給休暇の取り易さや男性の育休取得者の体験談などのワークライフバランスに関する事項を会社説明に盛り込んだ。
- ✓ また、得られた従業員の生の声を紹介したり、カメラを用いて会場と会社をリアルタイムでつながりなど、求職者の視覚に訴える会社説明に改善した。



合同企業説明会の様子